都市と農村の協働の推進に向けて

とりまとめ

平成２０年８月６日

都市と農村の協働の推進に関する研究会

目　　次

Ⅰ　はじめに 2

Ⅱ　都市と農村の協働の現状
１．都市と農村の協働に関する検討経緯 3

２．協働の事例
（１）NPO による企業と農村の協働の仲介 3
（２）大学と農村の協働の展開 5
（３）企業と農村の協働の展開 6
（４）その他の協働の促進へ向けた展開 9

３．協働に関わる各主体（農村、NPO、大学、企業）の SWOT 11

４．特徴に応じた各主体の分類
（１）NPO 12
（２）大学 15
（３）企業 18

Ⅲ　都市と農村の協働推進の方向性
１．都市側の企画・技術・資本を活かせる農村側の戦略づくり 24

２．都市と農村の協働の「触媒」としてのｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの育成 27

３．都市と農村の Win-Win 関係の構築
（１）既存施策による対応 31
（２）今後の施策の方向性 33

Ⅳ　おわりに 38

【参考資料】
参考１：NPO 法人の定義 39
参考２：農林水産省における企業と農村の協働に関する消費者の意向調査の概要 40
参考３：都市と農村の協働の推進に関する施策 41
参考４：都市と農村の協働の推進に関する表彰事業 45

【委員名簿・会議開催経緯】 50

Ⅰ　はじめに

農林水産省では、これまでの農村振興政策の成果や、市町村合併、経済のグローバル化など、経済・社会情勢の変化を踏まえ、今後の農村振興政策を進めていく上での理念、方向などの基本的な考え方について検討を行うべく「農村振興政策推進の基本方向」研究会を開催し、その成果を平成 19 年 12 月、「農村振興政策推進の基本方向」中間とりまとめとして公表した。

同とりまとめでは、「集落間連携・都市との協働による自然との共生空間の構築」を目指すべき農村像として掲げ、この実現を支援するための手段として、地域の人材や発想のみならず、都市部の企業、NPO、大学等農村外部との積極的な連携・協働の重要性を提起している。

しかしながら、こうした連携・協働を具体的に進めるに当たっては、農村側において、人材や受け入れ体制あるいは地域資源への認識不足などの面で課題があるだけでなく、都市側においても、自らの関心を満たす十分な情報の欠如や協働のメリットを見いだせないなど、多くの課題が存在し、一部では取組の萌芽が認められるもの、未だ面的な拡がりを見せていない。

これらの取組は、基本的に各地域や各主体が自らの創意工夫と努力によって進めるべきものではあるが、上記の中間取りまとめでも議論されているように、例えば企業、大学等による農村活性化への貢献に対する社会的評価や圏域を超えた連携に関して、きっかけや仕組みづくりなど、農林水産省としても取組を促進するために担うべき役割には重要なものがある。

以上を踏まえ、農村振興局長の諮問機関として有識者による研究会を設置して、上記の中間とりまとめで提起された「集落間連携・都市との協働による自然との共生空間の構築」の実現手段としての「都市と農村の協働」について、そのあり方や実現方策について検討を行った。

Ⅱ　協働の現状

１．都市と農村の協働に関する検討経緯

「農山村振興研究会とりまとめ」（平成 14 年 1 月）では、農山村の振興を図るための方向として、農山村ならではの空間特性を活かし、そこでの生活、就業、活動を通じて自立的に自己実現を図ろうとする人々に対し、農山村で暮らす・過ごすという選択肢を幅広く提供することを掲げ、今後は、都市と農山村は対立するものとして捉えるのではなく、融合、協力、共生、対流すべき関係として捉えるべきであるという、「都市と農山村の共生・対流」の考え方を提示した。しかしながら、ここで提起された概念である「都市」とは、基本的には都市に住む「個々」の住民の集合体としての都市であった。

この考え方を「農村振興政策推進の基本方向」中間とりまとめ（平成 19 年 12 月）ではさらに進めた。すなわち、今後の人口減少社会を見据えれば都市の力を活用せざるを得ない農村の状況と、団塊の世代を中心とした都市住民における農村への関心の高まりを勘案して、共生・対流を一歩進めた「都市との協働」の姿勢により、より積極的かつ対等な双方向の交流が行われる農村を目指すべきであるとし、都市の住民だけではなく、NPO、大学、企業等も加えた、都市との対等なパートナーシップ形成が重要であると指摘した。

２．協働の事例

このように、同とりまとめでは都市の概念を「個々」の住民の集合体から NPO、大学、企業等の「組織」へと拡大したが、この背景には、社会を取り巻く情勢の変化により、これら都市側の主体と農村が協働する下地が形成されつつあり、実際に、数としては多くはないものの、都市と農村の協働の萌芽が見られることによる。そこで、これらの事例をいくつかのパターンに分類し、それぞれの特徴を明らかにする。

（１）NPO による企業と農村の協働の仲介

①　本研究会における NPO の位置づけ

従来、行政が医療、福祉、教育などの公共サービスを提供する者として位置づけられてきた。しかしながら、社会が成熟し価値観が多様化する中で、公益の概念も多元的に位置づけられるようになると、行政のみならず、ボランティア団体、市民団体、企業などの様々な者により公益を多元的に提供する動きが見られるようになった。こうした動きを受け、平成 10 年 12 月に特定非営利活動促進法（平成 10 年 3 月 25 日 法律第 7 号）、いわゆる「NPO 法」が施行され、同法に基づく特定非営利活動法人、いわゆる「NPO」が、福祉、教育・文化、まちづくり、環境、国際協力など様々な分野で、社会の多様化したニーズに応える重要な役割を果たすこととなった（NPO の定義については末尾参考参照）。法施行を経て、NPO の数は着実に増え、平成 20 年 3 月 31 日現在、34,371（出所：内閣府 「NPO ホームページ」）を数えるに至っている。

その一方で、都市と農村の協働という観点で NPO を捉えた場合、後述の東京ボラン

ﾃｨｱ･市民活動ｾﾝﾀｰのように、組織上は NPO 法人ではないものの都市と農村をｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとして繋ぐ NPO と同様の活動を行っている組織が見られ、また、農村を舞台に地域活性化に取り組んでいる組織についても、NPO と協議会などの任意団体とが混在している。すなわち、NPO「的」な団体が都市と農村の協働を促進しているケースが多数見られることから、本研究会では、このように都市と農村の協働の推進に関わる NPO「的」な団体についても一律 NPO として捉えることとし、以下の議論を進めることとする。

② 協働の具体例

ここに掲げる事例は、企業と農村をｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとして繋ぐ NPO に関するものである。「何かをやりたい」気持ちを有する企業と農村が出会っても、具体的な行動内容、時期、場所などの決定、組織内の意志統一など決定すべき事項は多数あり、そのハードルを越えない限り協働へと結びつくことは困難である。このハードルを下げ、いわば企業と農村の「接着剤」や「触媒」としての役割を果たしている NPO について 2 例の具体事例を掲げる。

事例１は、豊富な事業実績と活動地域との強力な信頼関係を有する NPO を評価した企業が、当該組織を通じて社会貢献活動を実施した事例であり、事例 2 は、農村とのネットワークを持たない企業が NPO にその仲介を依頼することで、農村との協働を開始した事例である。

＜事例１：NPO 法人アサザ基金＋NEC(株)＋地域住民＞

【協働のきっかけ・経緯】

平成 6 年 霞ヶ浦の環境保全等を目的とした、地域住民等のﾈｯﾄﾜｰｸによるｱｻｻﾞ・ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ始動
平成 11 年 NPO 法人アサザ基金を設立
平成 15 年 アサザ基金からの協働提案に NEC(株)が共鳴し、谷津田再生～酒米ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄを開始
平成 17 年 酒米プロジェクトで清酒完成

【活動の具体的内容】

○ アサザ基金
・小中学校との連携など活動の提案・取組を行うとともに、住民、行政、企業等のﾈｯﾄﾜｰｸ構築を仲介
○ NEC(株)
・小学生が実施してるﾋﾞｵﾄｰﾌﾟ観察に IT を導入し、観察、ﾃﾞｰﾀ収集を自動で行うことが可能なｼｽﾃﾑを構築
・耕作放棄地の谷津田再生に NEC 社員と家族がボランティア参加し、栽培した酒米で清酒を造り、販売促進に活用
・NEC(株)は、これらの社会貢献活動を通じ、「ものづくりの心」について社員教育を行うと同時に、ﾕﾋﾞｷﾀｽ･ﾈｯﾄﾜｰｸの構築というﾋﾞｼﾞﾈｽ・ｼｰｽﾞを創出

（出所：農林水産省委託調査「平成 17 年度 農村における地域経営の新たな展開方向に関する調査委託事業」報告書）

＜事例２：NPO 法人棚田ﾈｯﾄﾜｰｸ＋東京ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ・市民活動ｾﾝﾀｰ＋ｱｽﾄﾗｾﾞﾈｶ(株)＞

【協働のきっかけ・経緯】

平成 18 年 5 月　アストラゼネカ(株)が人・環境に貢献する CSR 活動の実施を決定。同社から相談された東京ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ・市民活動ｾﾝﾀｰが「棚田での農作業支援ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ」を提案し、NPO 法人棚田ﾈｯﾄﾜｰｸを紹介

平成 18 年 11 月 1 日　第 1 回活動

平成 19 年 10 月 10 日　第 2 回活動

【活動の具体的内容】

○棚田ネットワーク

・アストラゼネカ(株)に活動の場である全国の棚田を紹介し、受け入れ先となる市町村との仲介を行うほか、同社社員ﾘｰﾀﾞｰの事前研修で講義

○東京ボランティア・市民活動センター

・3,000 名の社員が一斉に活動できる事業として棚田での作業をアストラゼネカ(株)に提案

・具体的な支援活動を棚田ﾈｯﾄﾜｰｸに依頼

・同社社員ﾘｰﾀﾞｰの事前研修で講義

○アストラゼネカ(株)

・平成 18 年には全国 40 カ所の農村で社員約 3,000 名が農作業等を実施し、平成 19 年には同種の活動を全国 50 カ所の農村に拡大

・全社員参加による取組により企業の一体感が醸成されるとともに、社内調査では 90%を越える社員が本取組に満足したと回答

（出所：ｱｽﾄﾗｾﾞﾈｶ(株)HP 及び農林水産省調査）

（２）大学と農村の協働の展開

平成 13 年に中央教育審議会より答申された「我が国の高等教育の将来像」では、「少子化の影響により大学・短期大学進学希望者の数が減少し、平成 15 年には大学・短期大学の定員と同数になる、いわゆる「全入学時代」に突入する」と指摘しているが、こうした社会背景のもと、大学が特色・個性を発揮することでその存在感や価値を高めようとする動きが見られるところである。

ここでは、大学が、地域の中核シンクタンクとして地域との積極的な協働を展開しようとする事例を 2 つ掲げる。いずれの事例も、大学が有する知的資源、人的資源を用いて農村との協働を行うというものであるが、特に注視すべき点は、大学が農村に知恵を授けるという構図ではなく、あくまでも学生や教員が農村において、地元住民と課題発見とその解決策を共に考えることによりお互いが成長するという Win-Win 関係を構築していることである。

＜事例３：弘前大学農学生命科学部地域環境科学科、八戸工業大学工学部建築工学科＞

【協働のきっかけ・経緯】

※ 青森県平川市（旧尾上町）には、農業の近代化などにより数が減少したものの、米やリンゴの貯蔵施設として建造された「蔵」が 334 棟現存

平成 13 年　地元有志より弘前大学に対し、町全域の蔵の数などの調査を依頼

平成 14 年　「尾上蔵保存利活用促進会」が設立（平成 15 年 NPO 法人承認）

平成 17 年　22 棟の蔵を国重要文化財に登録

平成 19 年　新たに 18 棟が追加登録

【取組の具体的内容】

○ 弘前大学農学生命科学部地域環境科学科

- **「尾上蔵保存利活用促進会」の設立に際して、同大学教授・研究生とともに町全域の蔵マップを作成**
- **地域案内人（蔵ガイド）としての学生派遣や、イベントの企画・運営に際しての助言及び人的協力を実施**

○ 八戸工業大学工学部建築工学科

- **「尾上蔵保存利活用促進会」から文化財の登録のための調査依頼を受け、母屋と蔵の位置関係などの調査を実施**

（出所：農林水産省 平成 18 年度「立ち上がる農山漁村」選定事例）

＜事例４：作新学院大学総合政策学部＞

【協働のきっかけ・経緯】

平成 15 年　栃木県茂木町竹原地区において村おこしの機運が高まったことから、作新学院大学の指導の下、地域住民と学生が地域の問題、活用可能な資源、可能な取組などに関し互いに知恵を出し合うワークショップを開催。同年５月「竹原かぐや姫の郷づくり協議会」を設置。

平成 16 年　各種取組をスタート

① 都会の人を呼び込んで環境整備作業を行う「かぐや姫の郷づくり応援団」
② 遊休農地を利用した棚田オーナー制
③ 集落の共同ビジネスとしてのブルーベリー栽培

平成 18 年　竹林の景観を活かしたイベントの開催

【取組の具体的内容】

○作新学院大学総合政策学部

- **大学が地域に入り、地域の人々と知恵を出し合うワークショップを開催**
- **地域での畑作や環境整備事業に積極的に参加**

※ 地域住民は大学との協働を通じ、自己の能力を再発見し、やる気を醸成。学生は、大学で学んだ抽象性の高い知識を現実化することにより、課題解決能力を向上

（出所：農林水産省 平成 18 年度「立ち上がる農山漁村」選定事例）

（３）企業と農村の協働の展開

① 本研究会における「企業の CSR」の位置づけ

近年、経済のグローバル化、情報化の進展、社会の成熟化や多様化などを受け、環境問題、エネルギー問題、食の安全や信頼性に係る問題など、様々な社会的関心に対する市民の意識が高まっている。さらには、消費者を軽視した行為を繰り返し行った企業が、長い間培ってきたブランドを失い、簡単に経営破綻に追い込まれる例も見られる。これらを背景に、企業と消費者、投資家、地域社会などの利害関係者（ステーク・ホルダー）との関係が改めて問われるようになり、企業の社会的責任（CSR）に対する社会的要請の醸成に繋がっているものと考えられる。

CSR とは、平成 16 年 4 月経済産業省「企業の社会的責任（CSR）を取り巻く現状について」では「法令遵守、消費者保護、環境保護、労働、人権尊重、地域貢献など純粋に財務的な活動以外の分野において、企業が持続的な発展を目的として行う自主的取組」としているが、この動きは、地球環境保全に関する状況の悪化による環境保

護への社会的要請の強まりや相次ぐ企業不祥事の発生により、今後も進展することが期待され、実際、平成 16 年に経済産業省が行った調査では、国民の約 4 割が企業の CSR の取組が不十分であると評価しているところである。（出所：平成 16 年 5 月経済産業省「我が国における CSR に対する国民の意識」）

さらに同調査では、国民及び企業経営者のいずれも CSR 活動のうち環境貢献と地域社会の共生を重要な取組として認識していることから、「環境貢献」と「地域社会の共生」というキーワードに密接に関連する農山漁村を、企業が CSR の一環として選択することは十分に期待されるものと考えられる。

他方、CSR という言葉が包含する活動内容についての解釈が確定しているとは言えず、例えば CSR を「企業によるボランティア活動やフィランソロピー活動、又は法令遵守の為の取組」として捉えることも可能であろう。しかしながら、この解釈を企業と農村の協働という事例に適用した場合、協働の内容が社員による農村での清掃活動やお祭りへの協賛などの範囲に留まることが懸念されることから、本研究会が目的とする「都市と農村の共生・対流」から一歩踏み出した展開の模索へと向けた解釈については、別に求めることが適当である。そこで、本研究会では企業の CSR の考え方の基本を、社団法人経済同友会が平成 15 年に公表した「第 15 回企業白書」における「企業と社会の相乗発展のメカニズムを築くことによって、企業の持続的な価値創造とより良い社会の実現をめざす取り組み」（同白書 7P 中段）に置き、同白書が指摘する「CSR の本質」（同 7P）を同研究会における CSR の概念として採用することとする（表Ⅱ－１）。

表Ⅱ－１　平成 15 年経済同友会「第 15 回企業白書」における「CSR の本質」

CSR の本質
・CSR は企業と社会の持続的な相乗発展に資する **CSR は、社会の持続可能な発展とともに、企業の持続的な価値創造や競争力向上にも結び付く。その意味で、企業活動の経済的側面と社会・人間的側面は「主」と「従」の関係ではなく、両者は一体のものとして考えられている。** **・CSR は事業の中核に位置付けるべき「投資」である** **CSR は、事業の中核に位置づけるべき取り組みであり、企業の持続的発展に向けた「投資」である。** **・CSR は自主的取り組みである** **CSR は、コンプライアンス（法令・倫理等遵守）以上の自主的な取り組みである。**

なお、CSR に対する経済同友会のアプローチであるが、他の有識者でも同様の扱いが見られ、例えば、

① 「主体的取り組み」：CSR とは、企業が不祥事から逃れるといった消極的な取り組みではなく、企業自身が主導権を握ることによって競争力の強化につなげていくという、前向きな取り組みである。

② 「攻めの取り組み」：CSR に取り組むことの意義は、リスクを回避するという守りの要素と、チャンスを拡大するという攻めの要素の２側面がある。

③ 「日常の取り組み」：CSR とは、企業の日常の業務プロセスに効果的に組み込まれ、日常的な取り組みになったときに、効果を発揮する。

と「CSR の３つの本質」として捉える見方もある（野村総合研究所上級ｺﾝｻﾙﾀﾝﾄ 伊吹英子著「CSR 経営戦略」、東洋経済新報社 2007）。

ただし、CSR という言葉が包含する活動内容についての解釈が確立しているとは言えないのは事実であり、本研究会では、敢えて CSR という用語を用いずに、あくまでも企業と農村が連携し、お互いにとっての価値を生み出す活動を総称して「企業と農村の協働」とする。

② 協働の具体例

最初に掲げる具体例は、先般、関連法案も成立し、さらなる進展が期待される「農商工連携」に関する事例である。ここで注目すべき点は、農家、研究機関、企業が連携し、消費者が欲する製品を開発するという共通の目的のもとに、それぞれが得意な分野で知恵や工夫を出し合い、生産・加工・販売戦略を展開していることである。次に掲げる具体例は、地下水の大量使用という農村環境へ与える影響が大きな企業が、環境貢献活動にとどまらずに地域活性化へ向けた活動を行うことにより、両者にとってメリットのある関係が構築されている例である。

＜事例５：江別製粉(株)、(株)菊水（北海道江別市）＞

【協働のきっかけ・経緯】

平成 10 年　江別産の小麦を使った地域活性化を検討するため、産学官からなるﾒﾝﾊﾞｰにより「江別麦の会」が発足、栽培技術の講習会、ｼﾝﾎﾟｼﾞｳﾑ、江別産小麦を使った手延べ素麺を開発、販売

平成 14 年　料理番組で江別産小麦の麺を使った札幌ラーメン店が高い評価を得る。同年、産学官民による「江別経済ﾈｯﾄﾜｰｸ」が発足、江別ﾗｰﾒﾝﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ」が始動

平成 16 年　「江別小麦めん」誕生、全国に出荷

【取組の具体的内容】

○ 農家：収量、品質が不安定であったハルユタカの栽培技術を工夫し、高品質かつ安定した供給を実現

○ 江別製粉㈱：ハルユタカ専用の小ロット製粉システムを開発

○ ㈱菊水：ハルユタカの特性を引き出す手揉み製法技術を開発

（出所：農林水産省及び経済産業省「農商工連携 88 選」選定事例）

＜事例６：ｿﾆｰｾﾐｺﾝﾀﾞｸﾀ九州(株)（熊本県菊陽町、大津町）＞

【協働のきっかけ・経緯】

平成 10 年頃　阿蘇山から熊本市に至る白川水系の地下水量減少が問題化

平成 12 年　県の企業誘致によりｿﾆｰｾﾐｺﾝﾀﾞｸﾀ九州(株)が同水系中流域に工場を建設し、翌年から操業開始

平成 13 年　地元 NPO 環境ﾈｯﾄﾜｰｸくまもとから同社に対して、地下水保全に係る公開質問状が提出

平成 14 年　NPO から同社に対して地下水涵養事業を提案

平成 15 年　地元土地改良区の協力を得て、減反田や稲刈り後の水田への涵養開始

平成 16 年以降　水田湛水による地下水涵養の取組が熊本市他にも拡大し、平成 18 年度の涵養面積 261ha、推定涵養量 1,600 万ﾄﾝ（うちｿﾆｰ社分は 26.4ha、180 万ﾄﾝ）

【取組の具体的内容】

○ ｿﾆｰｾﾐｺﾝﾀﾞｸﾀ九州(株)

・工場で使用する水を涵養するため、協力農家に対して減反田や冬期の水田湛水に 11 千円/10a/月を支援

・涵養田の米を買い上げてｸﾞﾙｰﾌﾟ各社の社員食堂で使用

・ｿﾆｰ社のｲﾍﾞﾝﾄに農家を招いたり、収穫祭に同社社員が招かれたりと、地元とも新たな関係を構築

※ 地元 NPO 環境ﾈｯﾄﾜｰｸくまもとが事業提案とともに地元とのｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとして機能。また、地元内の調整には土地改良区、JA 及び役場が協力

※ この取組を契機として、地元農家にも減農薬野菜や減化学肥料の動きが拡大

（出所：「第 6 回日本水大賞」（主催：(社)日本河川協会）及び農林水産省委託調査「平成 18 年度 多様な主体との協働による農村振興のあり方に関する調査」報告書）

（4）その他の協働の促進へ向けた展開

農村が伝統的に有する、農業集落特有の社会関係を維持しているコミュニティは、都市住民を農村へと惹き付ける資産として働く反面、都市と農村の協働の推進の観点からは、企業、大学などの都市部の主体が協働に対し積極的な態度を示したとしても、農村がその態度の受入をためらう要因として働くおそれがある。特に昨今、過疎化・高齢化による集落が有する集落機能の低下が懸念される中、地域団体、NPO、企業などの外部主体が、集落機能の維持や伝統文化などの地域資源の活用によるコミュニティ再生の一端を担う動きが見られるが、こうした動きを鈍化させる要因ともなりかねない。そこで、農村も必要に応じ、自らが有する習慣やルールを変えることにより、新たなコミュニティ、すなわち“ソーシャル・キャピタル”を形成することで、協働を推進する体制へと変貌する必要がある。

さらに、都市と農村が協働する場合、そのフィールドを農村に限定する必要はない。むしろ、都市部に存在する「弱み」を農村が有する「強み」により補完することでお互いの Win-Win 関係を構築することが可能となる。

そこでここでは、農村が新たなコミュニティを構築する事例と、農村が都市部へと出向き協働を実施する事例を掲げる。

＜事例７：和歌山県那智勝浦町「色川地域振興推進委員会」＞

【協働のきっかけ・背景】

昭和 52 年　集落の崩壊を避けるため、色川集落が都市からの移住希望者 5 名を受け入れ。移住者らが有機農業に取組む「耕人舎」を発足し、独力で全国から農業実習生の受入を開始

平成 3 年　定住促進のため、区長会が中心となり、「色川地域振興推進委員会」を設立し、農業実習生の受入体制を拡充

平成 7 年　町に要請し、旧小学校校舎を改修した町立「籠ふるさと塾」を開設

【取組の具体的内容】

- **地元の旧小学校舎を体験施設に改修するとともに、定住コース、実習コース、体験コースなど、都市住民のニーズに合わせた定住促進プログラムを準備**
- **このような取組により、昭和 52 年当初のＩターン人口は 5 世帯、17 人であったが、平**

成 17 年 3 月時点において、新規定住人口は 50 世帯、135 人（地区住民に占める割合は約 25%）まで増加

（出所：農林水産省 平成 18 年度「立ち上がる農山漁村」選定事例）

＜事例８：東京都板橋区「ハッピーロード大山商店街」＞

【協働のきっかけ・背景】

平成 15 年　季節イベントとして開催したふるさと物産イベントが大盛況であったため、大山商店街が全国の特産品を集めたｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟを誘致できないか検討。板橋区が交流都市（長崎など９市町村）のｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ開設を計画していたことから、連携して事業に取り組む

平成 17 年　商店街の空き店舗を活用したｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「とれたて村」開店

【取組の具体的内容】

- **商店街に「生産者の顔の見える」特産品販売や観光情報を発信するｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「とれたて村」を開設し、商店街振興組合で運営（現在 11 市町村が出展）**
- **全国各地の伝統芸能の披露や搾乳などふるさと体験等のイベントを年間 30 回以上開催するとともに、消費者による地方訪問や生産者との交流ツアーを主催することで、参加市町村と都市住民が交流**
- **このような取組により、商店街の交通量は、1 日約 28,000 人と以前より約 3,000 人近く増え、週末のイベント開催日には、約 30,000 人の人出**

（出所：ハッピーロード大山商店街 HP 及び国土交通省 平成 19 年度「地域づくり表彰」選定事例）

３．協働に関わる各主体（農村、NPO、大学、企業）の SWOT

企業の戦略立案の際に、SWOT 分析（注）という手法が用いられることがある。これは、企業が自己の環境を内部環境と外部環境に区分し、さらに内部環境を強みと弱み、外部環境を機会（追い風）と脅威（向かい風）に分類することで、

- 強みを如何にして活かすのか、又は弱みを如何にして克服するのか、
- 機会を如何にして捉えるのか、又は脅威を如何にして避けるのか、

などを客観的に把握するために用いられる手法である。

都市と農村が協働する際にも、それぞれの主体が持つ強みと弱み、機会と脅威を把握することで、主観性を排し客観的に自己を分析し、持続性のある協働のための戦略策定を行うことが可能となるものと考えられる。そこで、ここでは都市部の主体としての NPO、大学、企業、そして農村の SWOT 分析を行う（表Ⅱ－２）。

注：SWOT の名称は、強み（Strength）、弱み（Weakness）、機会（Opportunity）、脅威（Threat）の頭文字をとったものである。

表Ⅱ－２　協働に関わる各主体の SWOT

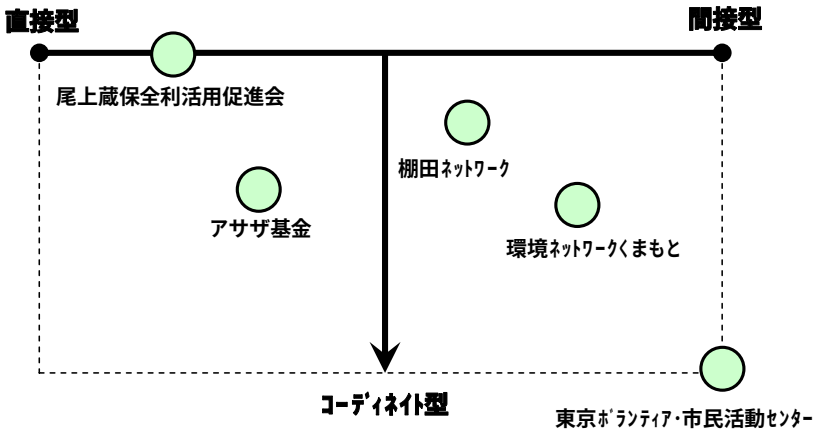
		農　村	ＮＰＯ	大　学	企　業
内部要因	強み	・特産、安全、安心といった都市部の住民に対して高い訴求力を発揮する農産物や、自然環境、景観、文化、伝統などの豊富な資源 ・水や酸素の供給や二酸化炭素の吸収など、自然循環への多大な貢献 ・自然条件を最大限に活かした農産物の生産技術、加工技術 ・集落を単位とした強い結びつき及び集団としての高い行動力 ・上記の複数要因が創り出す「人の心を育てる場」としての機能	・農村、都市住民への強いﾈｯﾄﾜｰｸ ・目的への高い使命感 ・自由な立場を活かした仲介・調整的役割	・農村との協働が研究の一環であることによる、高いﾓﾁﾍﾞｰｼｮﾝに支えられた機動性に富む組織 ・大学に蓄積された豊富な理論や技術と、学生特有の柔軟な発想力 ・種々の知識を有する他学部へのﾈｯﾄﾜｰｸ ・市民一般又は特定地域への高いﾌﾞﾗﾝﾄﾞ力 ・学生という豊富な人的資源 ・他の主体との間に利害関係を有さない事による中立的な立場	・営業、物流及び経理などの知識を有した統率力のある人的資源、支店網、ｲﾝﾌﾗ及び資材などの物的資源並びに資金調達力という「ヒト・モノ・カネ」 ・企業内部における人的資源のみならず、退職が始まった団塊の世代という人的資源へのﾊﾟｲﾌﾟ ・市民一般又は特定地域への高いﾌﾞﾗﾝﾄ力
	弱み	・都市に受け入れられる農産加工品や販売戦略を有している農村が一部に限定 ・後継者難等による、新しい取組の「核」となる人材の欠如 ・企業や大学といった外部主体との接点の欠如 ・地域内の人の強固な結びつきの裏返しである、よそ者の受入（特に企業）に対する警戒感 ・（上記の複数要因により生み出される）活性化に向けた自発的な取組に対する希薄な意欲 ・ﾌﾞﾛｰﾄﾞﾊﾞﾝﾄﾞなどの情報基盤、定住・宿泊施設や汚水処理施設等の生活環境設備、道路・交通手段等の各種ｲﾝﾌﾗの未整備	・（一部の NPO を除き）低い知名度 ・乏しい人的、物的資源（特に財政的基盤。低い知名度の NPO 法人の場合、資金獲得手段が限定） ・専任ｽﾀｯﾌが少なく、活動時間が限定 ・（財政的基盤の弱さによる）低い活動の継続力	・基本的な活動単位が研究室単位であることから、人員を要する協働活動には不向き（ただしﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ活動に関しては豊富な人的資源を有する） ・活動が学生の研究の一環として行われる場合には、協働活動期間が数年に限定されるおそれ。また、活動時間も制約される ・農村との接点が少なく、農村に対する知識や農村が有する習慣やﾙｰﾙに不慣れ ・営利を目的とした活動を行っておらず、製品・ｻｰﾋﾞｽを消費者に繋ぐ営業、物流、経理といったﾉｳﾊｳ・体制・ｺﾈに乏しい ・協働活動が大学活動の本旨から外れるという考え方 ・潤沢とはいえない活動費	・農村との協働に踏み出すためには、組織内で協働の意義付けを明確にする必要あり ・農村との協働は基本的に本業と並行して行われることから、本業による時間制約 ・業種によって農村との接点がなく、農村に対する知識や農村が有する習慣やﾙｰﾙに不慣れ ・組織規模が大きい場合には、決定までの意志決定に時間がかかるおそれ ・社員旅行や保養施設の削減など福利厚生の減少 ・個人主義の浸透や終身雇用制の崩壊による、社員の帰属意識の軽薄化（会社の統一感醸成に苦労）
外部環境	機会	・ｽﾛｰﾗｲﾌ、LOHAS など、国民の価値観の変化に伴う農村への関心の高まり ・ｸﾞﾘｰﾝﾂｰﾘｽﾞﾑ、特色ある加工や販売戦略（いわゆる６次産業化）の成功事例の増加 ・農村活性化に向けた行政の総合的な後押し ・輸入農産物や食品に対する信頼の低下を背景とした、国産農産物の再評価 ・ＨＰやﾌﾞﾛｸﾞなど、情報受発信をｻﾎﾟｰﾄする技術の発展 ・「低炭素社会」の構築に対する要求の高まり（農地土壌が炭素貯留に果たす役割など）	・「地方再生戦略」などによる、地方再生への取組への後押し ・地域ｺﾐｭﾆﾃｨが、社会的課題を自ら解決しようという機運の高まり ・NPO 法人に関わる寄付金控除などの税の優遇措置や補助金・交付金等行政支援の拡大 ・ﾊﾟｰﾄﾅｰｼｯﾌﾟ社会の担い手の中心としての社会的な期待 ・ＨＰやﾌﾞﾛｸﾞなど、情報受発信をｻﾎﾟｰﾄする技術の発展	・大学独自の特色発揮への文部科学省による施策誘導（地域活性化が研究費の補助対象（現代 GP）） ・地域経済が停滞する中で、身近なｼﾝｸﾀﾝｸや技術ｾﾝﾀｰとしての存在である大学に対し、地域活性化の主役を努めることに対する地元住民からの期待 ・独法化による資金獲得手段の多様化 ・ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ活動に対するｲﾝｾﾝﾃｨﾌﾞ（就職活動時の企業の評価など） ・地域経営に関心を持つ研究者・学生の増加 ・（特に地方大学において）研究としての場ではなく、教育の場として農村を捉える動き	・CSR（企業の社会的責任）に対する社会的要請の高まり ・SRI ﾌｧﾝﾄﾞなど CSR 活動への経済的ｲﾝｾﾝﾃｨﾌﾞ ・食の安全や環境保全に対する国民の意識が高まっている中で、福利厚生や研修として農村に関わることに対する社員側の期待 ・団塊世代が大量に退職する中、農村が伝統的に有するｽﾛｰﾗｲﾌへの関心の高まりと相まって、都市から農村への回帰への動き
	脅威	・さらなる農産物市場開放への外的圧力 ・市町村合併による、住民ｻｰﾋﾞｽ及び農政のｳｪｲﾄの相対的低下 ・公共事業の減少などによる厳しい就労状況 ・少子・高齢化、過疎化の進展による人材不足と集落機能の低下	・活動に対する社会的認識の低さ ・（一部の NPO を除き）小規模の財政力ゆえの持続可能性への懸念	・少子化による入学者数の減少により、大学間の学生獲得競争が激化 ・独法化による財政基盤の低下	・厳しさと不透明感を増す市場経済 ・企業行動に対する市場や消費者からの厳しい目

４．特徴に応じた各主体の分類

（１）NPO

前述のとおり、NPO は多数存在し、その活動内容、規模、形態も千差万別である。そこで本研究会では、これらの NPO の中から、研究会の趣旨である都市と農村の連携に関与するものについて、それらの活動拠点及び機能に着目して、「直接型」、「間接型」及び「ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型」の３つのカテゴリーに分類し、それぞれの特徴を明らかにする。

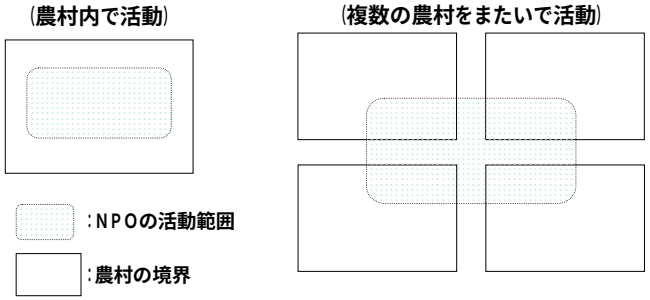
しかしながら、実際の NPO の活動内容は、いずれかのカテゴリーに完全に分類されることはなく、それぞれのカテゴリーが有する複数の要素を含んでいることに注意する必要がある。その具体的なイメージを喚起するため、Ⅱの２において掲載した NPO 法人を図表化すると図Ⅱ－１のとおりとなる。



図Ⅱ－１：NPO 分類の具体的イメージ

ア）直接型 NPO

農村の居住者あるいは移住者などが中心となり、自身が生活する農村の活性化を目的として活動する、農村・農業と直接関わりを持つタイプの NPO（事例①参照）。通常、地域住民同士の話し合いに端を発し、協議会などの組織的・定期的な会合の場を経て NPO に至る段階的な組織化を経る。自身が生活する農村の活性化を目的とする以上、基本的に活動範囲は農村内に限定されると考えられるが、活動の範囲を拡大し、単独の農村を越え、複数の農村をまたいで活動する NPO（事例②参照）も見られる。



図Ⅱ－２：直接型 NPO の活動範囲

<<直接型 NPO の例>>

① NPO 法人「ｸﾞﾘｰﾝﾂｰﾘｽﾞﾑ･ｵﾎｰﾂｸｾﾝﾀｰ」（北海道網走市）

北海道網走市で活動する NPO 法人「ｸﾞﾘｰﾝﾂｰﾘｽﾞﾑ･ｵﾎｰﾂｸｾﾝﾀｰ」では、観光客や将来オホーツク地域に移住を考えている都市住民を呼び込むことを目的として、農家、酪農家、大学関係者などにより平成 18 年に設立。もともと網走管内の農家や酪農家を中心に農村活性化を目的として有志より構成される「ｵﾎｰﾂｸﾌｧｰﾑﾎﾘﾃﾞｨ研究会」による活動を行ってきたが、交流の範囲を拡げる中で NPO 法人化することとした。（出所：農林水産省調査）

② NPO 法人「かみえちご山里ファン倶楽部」（新潟県上越市）

新潟県上越市の西部中山間地域（桑取地区、谷浜地区、中ノ俣地区、正善寺地区など）を対象とし、自然、景観、文化及び農林水産業を守り、振興することを目的として平成１３年設立。地域住民が中心となって行う民俗行事・伝統行事などの地域活動の支援、地元小学校との連携による放課後活動の実施、全国各地の大学、専門学校などからの学生の受入（実績：約５０名）などを実施。（出所：かみえちご山里ファン倶楽部 HP）

このように、直接型 NPO は地域の関係者の内なる欲求から生まれた地元に根ざした組織であることが多く、地域との深い信頼関係を有していると言える。しかしながら、直接型 NPO の中には、コミュニティ・ビジネス化することによる財源確保手段の拡大を図るものが一部に見られる（事例参照）ものの、多くは自主財源又は行政からの補助金に依存しており、資金調達力に乏しいものと考えられる。また、解決すべき課題が活動範囲内に限定される分、活動が自己完結型になりやすく、その活動の内容が都市部には伝わりにくいと言える。

<<コミュニティ・ビジネス化した直接型 NPO の例>>

① NPO 法人「こぶし」（石川県鳳珠郡能都町）

石川県能登町で活動する NPO 法人「こぶし」は、平成 6 年から農村再生の中心的役割を果たしてきた協議会が、農家民宿を開業したり、廃校となった宮地小学校を交流宿泊施設「こぶし」として改修することで都市住民との交流を推進していたが、平成 16 年に定住人口の増加と特産品における地域ブランドの確立を図るため NPO 法人化。ワラ製品、山菜加工品などの特産品開発や交流人口の増加を目的として活動中であり、今後は、定住促進を目的とした空き家の詳細調査、情報バンクの整備、情報の発信を実施するとともに、ワラ製品、山菜加工品のさらなる販売に向けた普及宣伝活動を実施。（出所：農村振興ﾒｰﾙﾏｶﾞｼﾞﾝ第 32 号（2007 年 11 月号））

② NPO 法人「結城まちづくり研究会」（茨城県結城市）

平成元年より有志 10 数名により「結城まちづくり研究会」として、月 1 回の定例会を開催。平成１７年に市の木である桑の普及活動や空き店舗対策としての観光物産館の運営などを目的として NPO 法人化。平成 14 年に桑の実ジャムを試験的に製造し、平成 16 年から結城観光物産館（同研究会経営）で販売したところ、桑の実の香りや健康成分を豊富に含んでいることから好評を博す。平成 17 年より本格的な製造・販売を開始。今後は、収穫最盛期には、パート雇用等を行うとともに、加工機械や施設についても順次整備。さらに、ジャムの他、桑の葉茶や桑酒の製造など、桑を原料にした製品開発を行い、同市の新たな名産品として育てていく方針。（出所：農林水産省「農林水産業の先進的取組事例」）

イ）間接型 NPO

環境問題や食の安全・安心に対する懸念など、都市住民が有する様々な社会的課題の解決を目的として活動する、間接的に農村・農業に関わりを持つタイプの NPO（事例参照）。間接型 NPO は特定の農村を対象としない分、活動の拡がりが期待さ

れるものの、現実には人的ネットワークを介した特定の農村への活動が主であり、展開性に乏しい。また、直接型 NPO に比べると都市部に立地する分、企業や会員からの寄付金など資金調達力は高いものの、未だに限定的であると考えられる。

さらに、間接型 NPO が抱える社会的課題は多岐に渡ることから、農村との連携はその一部にすぎない可能性があり、さらに、こうした NPO の関心が食の安全・安心に関わるものであっても、農村はこれらを解決するフィールドにすぎず、農村活性化が直接的な目的となっていない場合も十分に想定される。

<<間接型 NPO の例>>

① 環境ﾈｯﾄﾜｰｸくまもと

前述（IIの２ 事例６）の熊本県で活動する NPO 法人「環境ﾈｯﾄﾜｰｸくまもと」では、持続可能な農的暮らしと健康な地域社会を実現するため、市民に環境保全活動への参加と支援を呼びかけるなど、講演会や自然体験型の学習会などの啓発活動を企画・実施。（出所：環境ﾈｯﾄﾜｰｸくまもと HP）

② NPO 法人「とさはちきんねっと」（高知県高知市）

高知を中心に活動する NPO 法人「とさはちきんねっと」では、デジタルディバイドの解消による地域内の中心部と中山間部の情報交流、教育活動などを通じた地域振興のための人材育成などの活動を企画・実施（出所：とさはちきんねっと HP）

ウ）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO

都市住民、企業、農村、さらには NPO の情報を収集し、それぞれの主体のニーズを把握し、各主体をマッチングする機能を有する NPO。ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO は「多数の農村」と「多数の都市」を結びつけ、都市・農村双方のニーズの把握とコンサルテーション、さらには、都市・農村双方への資金・情報の仲介を行っている（事例①及び②参照）。

ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO が立地する場所は、当該 NPO が行う活動のために必要な情報・資金の獲得の容易さから、大都市側に立地することが多いものと考えられるが、一方で、地方都市に立地した NPO が中間支援型活動を行っている事例も見られ（事例③参照）、必ずしも立地が大都市に限定されるわけではない。しかしながら、大都市に立地するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO に比較して、地方都市に立地したｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO は自身が直接型 NPO としての活動も行うことが多いことから、ア）で示した複数の農村をまたいで活動する直接型 NPO との境界は小さいものと考えられる。

ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO に共通することは、自己の役割を出会いの場と情報の提供に限定することなく、高い情報収集力、コンサルティング力及び行動力を持って、程度の差こそあれ、

① 協働を考える相談者が持つ時には曖昧なイメージを具体的な行動計画に昇華、

② 適切な相手を紹介し、両者の間の信頼関係を構築させ、協働へと結実、

③ 協働を実施した後はその活動内容を分析し、次回へと反映、

という PDCA サイクル（P（計画：Plan）、D（実施：Do）、C（監視：Check）、A（行動：Action）という事業活動サイクル）を行うことで、日々協働の改善を図っ

ていることである。そして、これらのｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO の活動実績が、協働を考える者からの、情報や資源を預けても大丈夫という評価ひいては信頼を生み、さらなる活動の拡大へとつながるという好循環を生み出している。

<<ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO の例>>

① 「東京ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ・市民活動ｾﾝﾀｰ」（東京都新宿区）

東京ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ・市民活動ｾﾝﾀｰ（TVAC）は、1981 年に「東京ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ・ｾﾝﾀｰ」としてさまざまな分野のﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ活動の推進・支援を目的として設立され、1998 年には現在の名称に変更し活動中。NPO の代表者、民間助成団体、行政、学識経験者などによって構成される東京ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ・市民活動ｾﾝﾀｰ運営委員会により運営。

個人や団体を対象にﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ・市民活動に関する相談事業を行う他、情報誌の発行やホームページなどによる情報事業、人材育成・研修事業、企業の社会貢献活動などへの支援などを行っている。（出所：東京ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ・市民活動ｾﾝﾀｰ HP）

② NPO 法人「ﾊﾟｰﾄﾅｰｼｯﾌﾟ・ｻﾎﾟｰﾄｾﾝﾀｰ」（愛知県名古屋市）

NPO 法人「ﾊﾟｰﾄﾅｰｼｯﾌﾟ・ｻﾎﾟｰﾄｾﾝﾀｰ」では、企業が NPO 法人と連携することによる CSR 活動の推進を目的とした、「ﾊﾟｰﾄﾅｰｼｯﾌﾟ大賞」による表彰や企業からの相談業務を実施。さらに、企業との協働のアイデアを NPO から募集し、広く発信することを目的とした「企業＆NPO 協働アイデアコンテスト」を実施。（出所：ﾊﾟｰﾄﾅｰｼｯﾌﾟ・ｻﾎﾟｰﾄｾﾝﾀｰ HP）

③ NPO 法人「都岐沙羅（つきさら）ﾊﾟｰﾄﾅｰｽﾞｾﾝﾀｰ」（新潟県村上市など）

新潟県岩舟地域（村上市、関川村、荒川町、神林村、朝日村、山北町、粟島浦村）における広域圏の地域づくりを推進すべく平成 11 年に創設され、平成 14 年に NPO 法人化。

住民、企業、行政の中間に立った様々なコーディネイト（マッチングイベントの企画・運営など）、地域で活動する NPO のサポート、地域通貨の企画・運営などを実施。（出所：都岐沙羅ﾊﾟｰﾄﾅｰｽﾞｾﾝﾀｰ HP）

（2）大学

大学が特色・個性を発揮することでその存在感や価値を高めようとする動きの中、多くの大学で地域連携拠点を設けているところである（表Ⅱ－３）

表Ⅱ－３　大学における地域連携拠点の例

・帯広畜産大学　地域貢献推進室	・関西大学 社会連携推進本部 地域連携センター
・岩手大学　地域連携推進センター	・広島大学　地域連携センター
・宮城大学　地域連携センター	・鳥取大学　産学・地域連携推進機構
・群馬大学　地域連携推進室	・高知大学　国際・地域連携センター
・作新学院大学　地域連携支援センター	・徳島大学　地域連携推進室
・茨城大学　地域連携推進本部	・熊本県立大学　地域連携センター
・金沢大学　地域連携推進センター	・佐賀大学　地域貢献推進室
・神戸大学　地域連携推進室	・沖縄大学　地域貢献室

（出所：地域連携拠点を設けている大学 HP より数例を研究会事務局において抽出）

しかしながら、多種多様な知的・人的資源を抱える大学を、農村との協働の推進という本研究会の趣旨から捉えた場合、周辺部に農村を抱える大学と周辺部に農村がな

い大学では、農村との連携の目的、内容が異なるものと考えられる。そこで、ここでは周辺に農村部を抱える地方都市に立地する大学（地方都市型大学）と、農村との接点を持たない大都市圏に立地する大学（大都市型大学）に分類し、その特徴を明らかにする。

ア）地方都市型大学

地方に立地する大学、特に国立大学では独立行政法人化に伴い、地元の自治体や企業と連携し、地域の特色を活かした研究などを通じた地域内の地位向上による、学生と自己収入の増加を図る動きが見られる。国も、大学が独自色を発揮する動きを後押し（文部科学省による「質の高い大学教育推進プログラム」）しており、さらに本年度からは、同一の地域に立地する国公私立大学が連携し、各大学における教育研究資源を有効活用することで、当該地域の知の拠点とすべく支援を行っている。

また、農村を研究の対象や研究の場として捉えるのではなく、教育の場として捉え、農村が持つ教育力を活用する動きも見られるところであり、地元に立地する大学に対する農村側からの信頼感が強いことを重ね合わせると、大学と農村の協働の進展に関する素地は十分にあるものと期待される。

<<地方都市型大学の様々な学部で農村との協働を実施している例>>

①　高崎経済大学（群馬県高崎市）

高崎経済大学では、平成８年に日本で最初となる地域政策学部を開設し、大学周辺の地域（榛名地域、箕郷（みさと）地区、富岡市、太田市、草津町など）との協働を積極的に推進。例えば、群馬県倉渕地域を舞台として、複数の教授や学生からなる連携ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄを構築し、地域のあり方を調査研究し、政策を提言するなどの活動を実施。さらに、観光支援、文化振興などでも高崎市と連携した事業を実施しており、高崎における中核ｼﾝｸﾀﾝｸとしての役割を発揮。（出所：農林水産省調査）

②　東北芸術工科大学（山形県山形市）

東北芸術工科大学では､大学周辺の農村も含めた地域社会を丸ごと創作工房村と位置づけたﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄを実施。その一環として、中山間地域の廃校を舞台として、「あたらしいがっこう」という名の芸術・自然・地域をテーマとした交流学習を展開中。（出所：東北芸術工科大学 HP）

こうした活動を通じて、大学は「地域の教育力」、すなわち農村との協働を通じて調査能力、コミュニケーション能力、取材力、表現力など様々な社会的な能力を獲得する機会を得ることができる。さらに、地元における大学の評価の向上により、地元の優秀な人材の確保や地元企業からの資金獲得などによる他大学への優位性の確保も協働によるメリットとして挙げられる。

農村にとっても、大学の人的資源を活用した地域の活性化が期待されるのみならず、大学生が有する知識の提供（農村の小中学生への補習など）や、特技の伝達（農村の中学生を対象としたサッカー教室や習字教室の開講など）など様々なメリットが協働により得られるものと考えられる。

イ）大都市型大学

周辺部に農村を抱えない大都市型大学では、地域内でのプレゼンス向上という地方都市型大学のような直接的な欲求はないものの、地方再生や農村の活性化など、我が国が抱える社会的･経済的課題へと取り組む積極的姿勢を通じた大学の魅力の向上のため、農村との協働を実施する例が見られる（事例参照）。大都市型大学では地方都市型大学とは異なり、地域の周辺部に農村を抱えていないという特性上、特定の農村との協働という縛りはないが、協働相手の確保を教員の人的ﾈｯﾄﾜｰｸに依存することが多い。さらに、学生にとっても、農村との繋がりに出身地などの地域性がない場合、連携が一過性に終わるおそれがある。

<<大都市型大学が農村との協働を実施している例>>

①　一橋大学商学部（東京都国立市）

地域振興の一環として、年５回程度、東京から島根県海士（あま）町までバスを走らせ、海士中学校で出前講師をするとともに、農業や漁業等の各種体験を通じて地元の人と交流。（出所：農林水産省 平成 18 年度共生・対流社会実験）

②　関西大学環境都市工学部（大阪府吹田市）

丹波市青垣町の山間部に位置する、過疎化・高齢化により消滅の危機に瀕している農山村集落が有する歴史的評価の高い建築物や保存修復することで、有効利用可能な建築物を修復活用することを目的とした、丹波市「空き家リノベーション」に参加。（出所：文部科学省平成 19 年度現代 GP 選定事例）

③　慶応大学環境情報学部（神奈川県藤沢市）

学生が教員とともに地域へ赴き、当該地域の活性化を目的として、その地における研究テーマや問題意識を発見する場やきっかけを提供する「スタディツアー」を実施。（出所：農林水産省調査）

また、大都市型大学の中にも研究の対象のみならず、農村が持つ教育力を活用すべく、農業・農村体験を教養課程の一環として講義に組み込む例も見られるところである（事例参照）。

<<大都市型大学が農村との協働を実施している例：早稲田大学>>

早稲田大学（東京都新宿区）では、全国５カ所での農山漁村での実習を組み込んだ授業を開講（通年　４単位）。作業や地元の人との交流をとおして、経験から学んでいる。（大学などから一定の金銭的な補助はあるものの、）農村への交通費や宿泊費など、学生に一定の金銭的な支出を求めているにもかかわらず、例年定員を上回る応募あり。（出所：農林水産省調査）

なお、学生を中心とする「都市部の青年」が、農業・農村を生活の一部に組み込む動きも見られる（事例前段参照）ところであるが、この背景には、食の安全や信頼に関する揺らぎや環境問題への関心の高まり、さらには社会貢献活動を就職活動時に評価する企業の増加、そしてこうした活動が学生に与える「３つの喜び」（① 無償労働への喜び、② 褒められる喜び（誰かの役に立っているという実感）、③ 仲間と繋がる喜び）などが挙げられる。こうした動きを行政も後押し（事例後段参照）しており、さらなる進展が期待される。（ただし、これらの活動は、研究や教育を目的として大学が実施するものではなく、学生の自発的な意志によるものであり、その活動の形態を間接型ＮＰＯに分類することも可）

<<学生による農村における活動の例：早稲田大学「農楽塾」>>

「農楽塾」では、早稲田大学（東京都新宿区）の学生が中心となって、学内に設けた水田での耕作活動、周辺の商店街や小中学校などへのバケツ稲の配布や管理指導、農村での農業体験などを通じて、学内・学外への農業・農村に対する関心を高めるべく活動中。（出所：農林水産省調査）

<<学生の地域貢献活動に対する行政の後押しの例：地域づくりインターン事業>>

国土交通省及び一部の市町村が三大都市圏の大学生などを対象として募集する、全国の市町村での、地域づくり活動、産業体験、地元の人との交流などの体験プログラム。（出所：地域づくりインターン事業 HP）

（3）企業

企業の SWOT が明らかとしたように、企業と農村の協働に係る外部環境は、企業の社会貢献に対する社会的要請の高まり、食の安全や信頼への揺らぎ、団塊の世代の大量退職など確かに「追い風」として作用しているものと考えられる。しかしながら、この「追い風」に乗って農村との協働を推進策を構築する際の内部要因を、一言で「ヒト・モノ・カネ」と括るには、企業の事業形態、規模、目的などからしてあまりにも多種多様である。さらに、農林水産省が実施した委託調査でも、農村地域で社会貢献活動を行う企業に対する消費者の意識は、企業の形態によって異なることが明らかとなっている（詳細については末尾参考参照）。

そこで、企業を農村の関わりの程度により、「直接型」と「間接型」に分類した上で、ア）企業規模、イ）事務所（事業所）所在地、ウ）業種・業態による違いから、直接型、間接型の傾向を明らかにする。

【「直接型」企業とは】

業務が直接農業・農村と関わりを持つタイプの企業。直接型企業にとっては、自社製品やサービスの消費拡大や事業の円滑な促進を目的とした地域との良好な関係の構築を念頭に、農村との協働へと踏み出すものと考えられる。これらの企業は協働により、

・自社の活動に対する地域住民の評価を通じた企業イメージの向上、
・地域社会からの信頼の確保、ひいては安定的な商圏の確保や社員の忠誠心の向上、
・優良原材料の確保やビジネス・シーズの醸成、

などの意義を有するものと考えられることから、協働へと踏み出すインセンティブ及び協働の持続性は高いものと考えられる。

しかしながら、こうした企業は、協働をビジネスの一環や地元対策として捉えがちであり、自社の活動が社会的課題の解決に資するものであるとの認識を必ずしも有していないのが現状である。同様に、企業がこうした活動を通じて社会的課題の解決を図っているとの共通認識及び評価も社会の一部に留まっており、結果として、直接型企業の協働は、お祭りへの協賛や地域イベントへの参加など限定的な範囲にとどまる傾向にあると言える。

【「間接型」企業とは】

業務が間接的に農業・農村に関わりを持つタイプの企業。間接型企業にとっては、協働により、

・自社の活動に対する地域住民の評価を通じた企業イメージの向上、
・協働を通じた社員の能力養成や一体感の醸成、
・福利厚生の提供、

などの意義を有するものと考えられる。こうした企業にとっては、協働によるメリットの定量的な評価が困難であることから、現状として、協働をボランティアの一環として捉えがちである。しかしながら、ボランティア色が強い協働は、

① 費用面などの負担が企業に一方的に発生することから、企業の経営環境に継続性が大きく左右されること、
② 活動継続を目的として企業に働きかける農村やｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの交渉コストが高いこと、

から、直接型企業が行う協働活動に比較すると、協働の持続性は低くなると考えられる。

そこで、間接型企業に対しては、農村も企業のステーク・ホルダーの構成員であることや、農業ビジネスや環境ビジネスなど、本業の技術・ノウハウを活かした貢献の方法があることについての認識の醸成が有効な手段となるものと考えられる。

では次に、企業が直接型と間接型の傾向のいずれかを有するのか、企業規模、事務所（事業所）所在地、業種・業態、ごとに明らかとする。

ア）企業規模による違い

企業規模が大きい企業には「間接型」の傾向が見られる。この背景としては、大企業にとっての農村との協働の意義が、協働による企業イメージの向上、社員の能力養成や一体感の醸成又は福利厚生の充実など、定量的な評価が困難なものが多いことによるものであること、また、多くの大企業は CSR 担当部署を設置しているものの、依然として、その多くは法令遵守（コンプライアンス）や企業統治（コーポレートガバナンス）を社会的課題として捉え、農村活性化に対する貢献よりもこれらを優先させる傾向にあること、が考えられる。また、大企業は、有する「ヒト・モノ・カネ」の資源量も多い分、協働のパートナーが自社の資源を預けるに足りると判断しうる信頼性を有することを重視するが、農村は、単独では組織力、財政力、企画立案力に弱いことが多いことから、農村が協働のパートナーとして認識されていないおそれがあるものと考えられる。さらに、商圏が全国にまたがる大企業にとっては、特定の農村との協働が生みだす特定地域への肩入れというイメージはマイナスに働くおそれがあることから、特定の農村との協働に活動を限定するよりも、農村一般への貢献を好む傾向にあるものと考えられる。

この特徴を踏まえた協働の好例として、事例に掲げるコクヨ㈱の取組や、和歌山県や三重県を始め各県が積極的に展開する「企業の森」制度が挙げられる。

<<特定の農村ではなく、農村一般への貢献を行う企業の例：コクヨ㈱>>
コクヨ(株)では、間伐材を利用したオフィス家具の開発、間伐材を配合した紙を用いたフラットファイル・チューブファイルの開発など、本業を通じた CSR 活動を実施。（出所：コクヨ(株)HP）

他方、中小企業の場合には「直接型」の傾向が見られる。この背景としては、中小企業にとっての農村との協働の意義が、協働による地域活性化がもたらす地域の購買力強化や地域社会の一員としての信頼・ブランドイメージの確保による安定的な商圏の確保（事例参照）という、分かりやすい形態である上に、従業員も地域住民の一人であることから、農村との協働により高まった企業イメージの向上は、従業員の誇りひいては企業への忠誠心の向上に繋がる可能性があるものによるものと考えられる。大企業に比べると CSR 担当部署の設置率は低いものの、組織が小さい分意志決定も迅速であり、むしろ農村との協働は進めやすいものと考えられる。

<<地域貢献活動が安定的な商圏の確保に繋がる例：㈱赤福>>
㈱赤福（三重県伊勢市）では、他の観光地域に比べ観光客の滞在時間が少ない伊勢神宮の門前町に、自社物件として「おかげ横町」という歴史的な地域の再現を目指す商業施設を開設し、年間 350 万人もの客を動員することで、地域活性化のみならず自社製品の売上げ向上も寄与するまでになった。（出所：農林水産省委託調査「平成 18 年度 多様な主体との協働による農村振興のあり方に関する調査」報告書）

イ）事務所（事業所）所在地による違い

大都市に本社を置く企業の場合、ア）の大企業と同様に、農村との協働の意義が、協働による企業イメージの向上、社員の能力養成や一体感の醸成又は福利厚生の充実など、定量的な評価が困難なものが多いことにより間接型の傾向が見られる。しかしながら、こうした企業であっても、多くは地方に支店・工場等を有しており、Ⅱの２ 事例６で見たｿﾆｰｾﾐｺﾝﾀﾞｸﾀ九州のように、現場単位では協働が進められている場合がある（事例参照）。

<<大都市に本社を置く企業が現場単位で協働を進めている例：NEC 埼玉>>
埼玉日本電気(株)（埼玉県児玉郡）では、社員食堂において隔週水曜日、JA 埼玉ひびきのが運営する直売所の出張販売を実施。さらに、同社の長期間に渡る取り組みであるｾﾞﾛｴﾐｯｼｮﾝ運動の一環として、社員食堂から排出される生ゴミを用いて土壌改良材を製造し、同 JA などへ提供。（出所：農林水産省調査）

ただし、本社に決定権がある、すなわち現場に決定権がない場合には、協働の意志決定までに時間がかかるおそれがあることから、全社的に農村との協働が奨励されるような本社の理解促進が課題となる（事例参照）。

<<地方事業所での農村との協働が全社的な取組として行われている例：キヤノン㈱>>
キヤノン㈱（東京都大田区）では、本社も含めた全国の事業所において、社食で用いられる食材に地域産品を活用する地産地消の取組を積極的に推進。（出所：農林水産省調査）

他方、地方に本社が存在する地場企業にとっては地域社会イコール商圏であり、地

域社会への貢献がそのまま会社の存続に結びつくことから、程度の差はあっても、農商工連携や社会貢献活動などの形で農村との何らかの協働を実践している（事例参照）。したがって、地場企業には直接型の傾向が見られるものの、地域社会との共存の裏返しとして、こうした企業にとって、地域社会外へ協働を拡大するインセンティブは低いものと考えられる。

<<地場企業と農村との協働の例（農商工連携）：金華堂(株)>>

パン製造業者である金華堂(株)（奈良県宇陀市）では、地元産の黒豆を使用し、粒がつぶれないように手作業によりパン生地に混ぜて「黒豆パン」を開発。（出所：農林水産省及び経済産業省「農商工連携 88 選」選定事例）

ウ）業種・業態による違い

食品産業、建設業、観光業などの農村・農業と関わりのある企業にとって、農村との協働は、ビジネスの拡大、企業イメージの向上、優良農産物の安定的獲得などの安定的な企業活動の確保など、事業と密接に関係したメリットをもたらすことから、これらの企業には直接的な傾向が見られる。実際、地元の食材や人材の活用に意欲的に取り組む食品メーカーや旅館なども見られるように、小規模ながらも業務の一環として様々な協働が実施されているところである（事例①～④参照）。さらに、地元の企業が、耕作放棄地の拡大など地域に存在する社会的課題の解決を目的として、特定法人貸付制度や農業生産法人制度を活用して農業へ参入する例も見られる（事例⑤～⑥参照）ところであり、農村側からの積極的な協働の提案により、こうした協働がさらに進展するものと期待される。

<<食品産業や建設業等農村・農業と関わりのある企業と農村の協働の例>>

① （有）紅梅園（宮崎県都城市）

無農薬の梅栽培を中心とした法人農家であり、地元女性を人材として活用し、梅干、梅肉エキスなどの商品を製造・販売。さらに、農園の周囲に藪椿を植え、地域高齢者が拾い集めた実を有料で買い取り、椿油として製品化。（出所：農林水産省調査（向笠委員提供））

② (株)飯尾醸造（京都府宮津市）

地域の棚田を活用して無農薬栽培により社長以下社員により原料米を栽培し、お酢を製造。（出所：農林水産省調査（向笠委員提供））

③ べにや無可有（むかゆう） （石川県加賀市）

石川県山代温泉の旅館。料理材料や米、茶、調味料等を地元産品にこだわり、これらの食材を活かした料理を提供。器も地元の焼き物が中心。（出所：農林水産省調査（向笠委員提供））

④ 井村屋製菓㈱（三重県津市）

自社食品廃棄物を地域の堆肥として活用し、さらに生産物を原料として買い上げることにより、地域農業の活性化を支援。（出所：農林水産省委託調査「平成 18 年度 多様な主体との協働による農村振興のあり方に関する調査」報告書）

⑤ （株）一ノ蔵（宮城県大崎市）

地域の農家と共同で「旧松山町酒米研究会」を発足し酒造好適米の生産を行うのみならず、高齢化や後継者難に伴う耕作放棄地の増加に悩む地域の実情を鑑みて、平成１６年に「一ノ蔵農社」を設立し、地域内の農地を借り上げ、環境保全型農業による米づくりを開始。また、恒常的（降雪期を除く９ヶ月間）に社員による地域の清掃活動を実施。（出所：農林水産省

調査（向笠委員提供)）

⑥　（株）大島造船（長崎市西海市）
過疎化や高齢化によって農地の荒廃が進む地域の実情を鑑み、耕作放棄地を借り上げ、サツマイモを栽培し焼酎を製造。また、地域内の未利用地を活用して、無農薬・有機栽培のトマトを栽培。さらには、会社のイベントに地域住民を招待し、地域住民開催のイベントにも積極的に参加。（出所：農林水産省委託調査「平成 18 年度 多様な主体との協働による農村振興のあり方に関する調査」報告書）

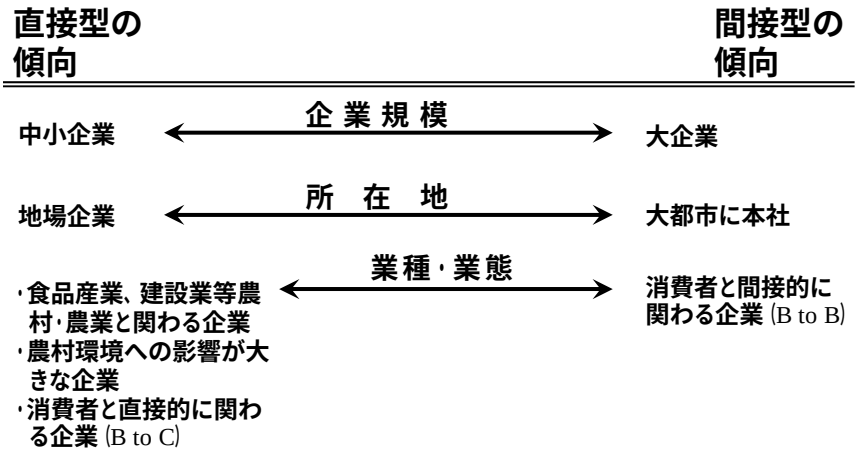
次に、Ⅱの３ 事例６のｿﾆｰｾﾐｺﾝﾀﾞｸﾀ九州における協働事例で見たように、メーカーなどのように地方に工場を有する企業であって、地下水の大量使用などの農村環境への影響が予想される企業には直接型の傾向が見られる。この背景には、事業エリアにおける信頼関係の構築は、事故が発生した際のリスクを未然に防止することに繋がることから、安定的な企業活動の確保のため、農村との協働に対するインセンティブが働くということがある。しかしながら、こうした企業にとって協働の目的が極めて明確であるが故に、お祭りの協賛や従業員のボランティア活動の奨励など協働の内容が限定される傾向にある。そこで、単なる地元対策に留まらない協働の発展が期待され、このためには農村側から他の協働への展開への働きかけが有効な手段になるものと考えられる。

最後に、自社の商品やサービスが消費者向け（B to C）か企業向け（B to B）かにより、農村との協働の方向性が異なるものと考えられる。B to C 企業には、消費者に対し自社のイメージ向上を図ろうとするインセンティブが高いことから、直接型の傾向が見られる（事例参照）。これらの企業は、農村住民もステーク・ホルダーとして認識する傾向、また、都市住民に対し農村との協働をＰＲすることによる都市住民へのブランドイメージ向上を図ろうとする傾向にあることから、農村側からも協働を積極的に評価することが協働の推進に繋がるものと考えられる。

<<B to C 企業と農村の協働の例：(株)クボタ（大阪市浪速区）>>
農業機械の製造・販売などを行う(株)クボタでは、耕作放棄地の解消と発生防止に向け、市民グループなどが行う農地への復元整備や作物栽培作業を農業機械とオペレータの提供を通じて支援。あわせて、小学生の農業体験、産直品の PR などを支援。（(株)クボタ ﾌﾟﾚｽﾘﾘｰｽ(平成 20 年 5 月 16 日)）

他方、B to B 企業の場合には、B to C 企業に比べ、ブランドイメージ向上へのインセンティブは低く、協働により得られるメリットが、取引先との信頼関係向上や社員の一体感醸成といった定量的評価が困難なものであることから、間接型の傾向が見られる。しかしながら、その分、自由な形態で社会的貢献活動に取り組む可能性を秘めており、農村側からの協働の企画・提案次第では、ユニークな協働へと結びつくものと考えられる。

これまでの議論をまとめ、企業規模、所在地、業種・業態により企業を「直接型」及び「間接型」にまとめると図Ⅱ－２の通りとなる。



図Ⅱ－３　企業規模、所在地、業種・業態による企業の「直接型」及び「間接型」の傾向

Ⅲ　都市と農村の協働推進の方向性

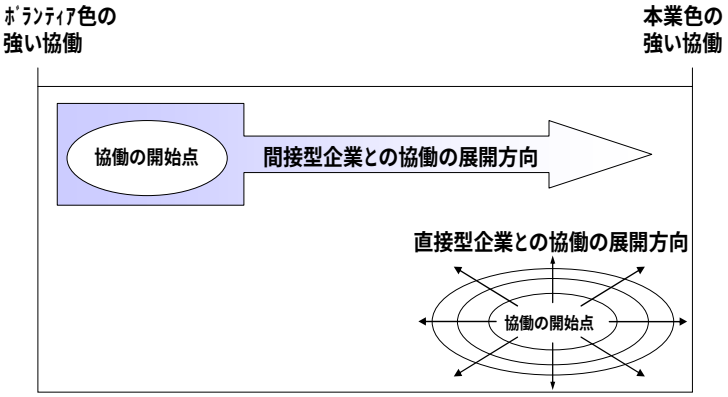
１．都市側の企画・技術・資本を活かせる農村側の戦略づくり

都市と農村の協働を持続的なものとするためには、どちらかの主体にのみメリットがある関係ではなく、両者に Win-Win 関係が構築されていることが重要となる。すなわち、都市側の主体が、農村を消費者や株主などのステーク・ホルダーとして認識することにより、農村の持続的な発展が自らの事業の継続性に影響を及ぼすと認識してもらう必要があるが、このためには、農村がⅡで明らかにした、規模、目的、取り巻く環境などに応じて様々な特徴を有する NPO、大学、企業に対し、それぞれの特徴に応じた適切な戦略を選択することが必要である。

（1）どのような都市側の相手とどのような協働を実施するのか？

全般的に、農村にとって、大都市型大学より地方都市型大学の方が、間接型タイプの企業よりも直接型タイプの企業の方が、速効性のある協働を進めやすいものの、大都市型大学及び間接型タイプの企業の方が、時間はかかるものの種々の制約がない分、資金面や体制面でより大規模な協働を実施し得る可能性を秘めていると言える。

企業への働きかけであるが、協働をボランティアの一環として捉えがちな間接型企業に対しては、ボランティア色が強い活動への働きかけからスタートするものの、関係の深化を待ってから、農業ビジネスや環境ビジネスなど本業の技術・ノウハウを活かした活動への展開へシフトするよう働きかける戦略が有効であると考えられる。次に直接型企業に対しては、そもそも協働を実施していない企業に対しては、農村との協働が本業にメリットをもたらすことに気づいていないおそれがあることからメリットを提供することによる協働の働きかけを行い、既に協働を実施している企業に対しては、その活動をさらに拡大するように働きかける戦略が有効であると考えられる。（図Ⅲ－１）。



図Ⅲ－１　企業のタイプに応じた協働の展開方向

農村側が協働を提案する際の協働の内容については、既に行われている協働の事例や、表Ⅲ－１に掲げるような協働のパターンを参考に、相手の特徴に応じた協働内容を選択することが有効であると考えられる。

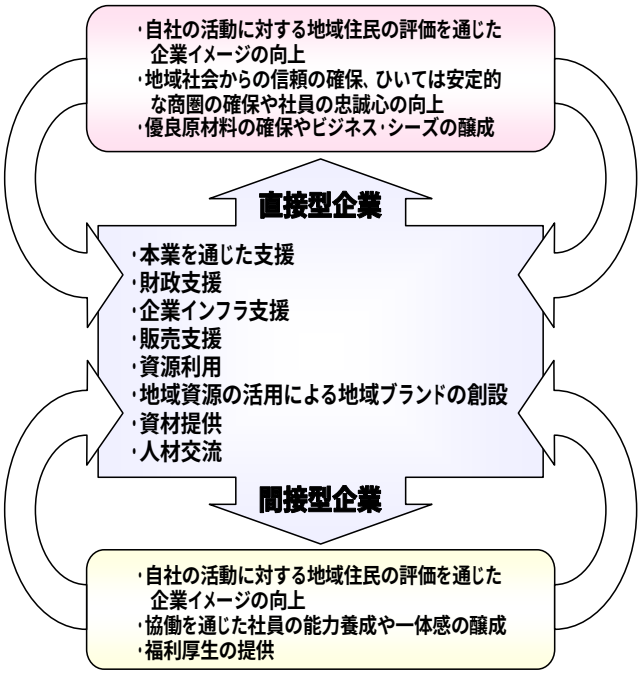
表III－１　企業と農村の協働のパターン

協働の内容	具　体　例
本業を通じた支援	農商工連携、間伐材の製品への活用
財政支援	お祭りの協賛
企業インフラ支援	全国にまたがる店舗で農産物を販売
販売支援	販売フェアの際に、地域の農林水産物も同時に販促
資源利用	・廃校を醸造倉として利用 ・自社食品廃棄物を堆肥として活用及び農産物を買い上げ
地域資源の活用による地域ブランドの創設	NPO 法人との連携により、村おこしを企画・実践
資材提供	棚田保全活動に資材を提供
人材交流	農作業ボランティア

（※）１８年度農林水産省委託調査「多様な主体との協働による農村振興のあり方に関する調査報告書」を基に作成

また、協働の内容を提案する際には、協働によりもたらすメリットを具体的に示すことが重要な戦略となる（図III－２）

大学については、多くの地方都市型大学が地域連携拠点を設けているにもかかわらず、連携が未だ限定的であることから、農村側の積極的な売り込みが重要であると考えられる。



図III－２　企業が協働を行うことにより得られるメリット

（2）農村のどのような魅力を売り込むのか？

農村の魅力は、農産物、自然環境、景観、文化、伝統など多岐に渡る。これらの魅力の都市への発信事例としても、全国各地の農山漁村で脈々と受け継がれた郷土料理をその歴史文化、レシピ、伝承活動と併せて発信した「郷土料理百選」（平成 19 年 12 月選定）や、我が国の美しい農山漁村の景観を発信した「疎水百選」（平成 11 年度選定)、「日本の棚田百選」（平成 11 年度選定)、「未来に残したい漁業漁村の歴史文化財産百選」（平成 17 年度選定）など数多くある。そこで、農村は、これらを参考に、企業、大学などの都市部の主体に対し、都市部の主体が魅力的であると考える農村の資源を新たに創り出すのか、それとも、既存の地域資源をうまく活用するのかについて

決定する必要がある。この際には、内部の者は普段から触れている資源を魅力として感じ難いことから、「外部の目」を持つ者を有効活用することが望ましい。「外部の目」を持つ者としては、NPO や、前述の事例に掲げた作新学院大学や高崎経済大学のような地方型大学の活用が有効な手段であると考えられる。また、農山漁村に存在するものの広く知られていない景観、農産物、文化などを丹念に掘り起こし、都市部へと発信するジャーナリストや評論家も、その活動自体が地域資源に魅力を付与するものであるが、さらに、活動を通じて得た豊富なノウハウにより、「外部の目」を持つ者として考えられる。

また、コミュニティ・ビジネスや農商工連携へと繋がりのある協働は、持続性の観点から望ましい取組であり、このためには農村側からの、

・農産物の加工、風景、伝統文化を活用したグリーン・ツーリズムなど農村が有する資源の発掘

・資源を活用したサービスや商品をパッケージとする戦略（事例参照）

などの提案が有効であると考えられる。

<<農商工連携の事例：㈱とみうら（枇杷倶楽部）>>

㈱とみうら（枇杷倶楽部）では、千葉県富浦市を中心とした地域一帯で生産される規格外ビワを活用した加工品の販売を行うのみならず、ビワなどの地域資源を活用した当該エリアにおける観光ツアーを一括して受注するシステムを開発。（出所：農林水産省及び経済産業省「農商工連携 88 選」選定事例）

（3）協働の場所をどうするのか？

農村は、協働の場所を農村に限定する必要はなく、都市部に出向き、自身の魅力を発信する姿勢も必要である。特に、都市部のみならず中小都市であってもⅡの２ 事例８の板橋区ハッピーロード商店街のように、活気を失った商店街を再生させる手段の一つとして、農村が持つ資源は有用なものとなると考えられる。

さらに、食の安全や信頼性に対する揺らぎを背景として、農村が生産する農産物を高く評価する消費者はますます増えるものと考えられるが、これに伴い、農村の資源をこうした消費者に直接届けることが可能となる場所の重要性は増大するものと考えられる。この際には、農産物そのものの品質に価値を見出している都市の消費者が、農産物に付随する様々なストーリー（農産物が生産された農村や生産者の価値の表現）を知ることで、さらなる価値を見出すことを勘案して、農村が持つポジティブな潜在的価値を最大限に都市の消費者へと伝え得る、市場や商店街を舞台とした対面販売が有効な手段であると考えられる。さらに、市場や商店街にとらわれない新しい取組も見られるところ（事例参照）であり、こうした動きの一層の進展が期待される。

<<農村が持つ資源を都市部に直接伝える取組の例：とかちの・・・>>

「とかちの・・・」（東京都中央区）は、東京都丸の内地区において、北海道を始めとする高品質でこだわりのある農産物や農村・生産者が持つ様々な付随する情報・物語を直接東京の消費者へ従業員等が発信し、それを起点に消費者と農村が相互交流していく拠点として飲食店を展開。そうした継続的な循環・交流を生むビジネス・ファイナンスモデルを構築している。（出所：農林水産省調査）

（4）協働を推進するためのソーシャル・キャピタルの面などでの体制づくり

① 都市部の主体を受け入れるための農村コミュニティの形成

農業集落特有の社会関係を維持しているコミュニティは、人と人の強い結びつきや信頼関係を有する反面、閉鎖的になりがちであるという特徴を有する。前者の特徴は、都市住民を農村へと惹き付ける資産として働くが、後者の特徴は、都市部の主体との協働を推進するために必要となる、農村からの積極的な働きかけへの阻害要因として作用するおそれがある。よって、農村も外部に対して協働を積極的に働きかけるべく、新たなコミュニティ、すなわち“ソーシャル・キャピタル”を構築するよう積極的に取り組むべきである。

この際には、自ら変えることが困難であることも十分に想定されることから、行政やNPOなどの外部の人材にそれを変える役割が期待される。

<<農村が新たなコミュニティを構築した例：石川県羽咋市>>

石川県羽咋市の中山間地域である神子原（みこはら）地区では、都市部の学生などが普通の農家において農業・農家体験を行う制度を平成17年8月より開始。当初、受け入れに当たり集落全員の反対にあったものの、集落のリーダーを説得し、試験的に都市住民を受け入れさせたことによって、当初懸念されたような問題がないことが分かり、結果として集落として受入に積極的になった。（出所：農林水産省調査）

② 農村同士のネットワーク形成

農村が、都市部の主体の協働姿勢や実績を評価することにより、社会的な発言力が向上するものと期待されるが、その際には、単独の農村の評価よりも複数の農村が連携した「農村集合体」による評価の方が、ステーク・ホルダーとしての地位も向上し、協働の推進に寄与するものと考えられる。さらに、大企業の場合には、その人的、物的、組織的な資源が大きいだけに、単独の農村よりも「農村集合体」との連携の方を好む可能性がある。そこで、農村も都市部との「縦」の連携のみならず、他の農村との「横」の連携を模索することも有効な手段であると考えられる。

<<農村の連携の例：全国水源の里連絡協議会>>

「全国水源の里連絡協議会」（事務局：京都府綾部市）は、存続が危惧される集落を抱える市町村が、政策提言や情報共有化を目的として設立した協議会。多数の市町村が参加したことで社会の注目と関心を集め、影響力を向上。（平成20年4月現在協議会構成市町村数：155、出所：農林水産省調査）

2．都市と農村の協働の「触媒」としてのｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの育成

（1）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの重要性

これまで、「企業や大学といった都市の主体と農村の協働を推進させるためには、両者を繋ぐ役割としてのｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの存在が重要である」旨の議論がたびたび聞かれるところである。確かに農村は、SWOT分析で明らかにしたように、

- そもそも企業や大学との接点が少ないこと、
- 地域内の人の強固な結びつきの裏返しである、よそ者、特に企業に対する警戒感を有すること、

という特質を有し、企業や大学も

・ 農村への接点がなく、農村に対する知識や農村が有する習慣やルールに不慣れなこと、
・ 農村との協働に踏み出すためには、協働の意義付けや得られるメリットを明確にする必要があること、

から、大学や企業と農村を繋ぐ役割を担う「接着剤」としてのｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの存在によりこれらの問題の解決が図られるものと容易に推察される。

しかしながら、これまでの事例から明らかとなった協働の推進に寄与するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとは、都市部の主体と農村を出会わせるのみの役割ではない。すなわち、都市側からも、また農村側からも全幅の信頼を得た上で、両者から寄せられる時には曖昧な要望を具体的な活動計画へと昇華し、協働へと導くばかりでなく、協働後はその評価を行い、その結果を次回へと活かす活動も行うという、いわば協働のプロデューサーである。例えば、NPO 法人「地球緑化センター」では、農村との協働を考えている企業に対し、その要望を聴いた上で、要望に応じた活動プランを企画し、プランが実行可能な舞台（農村）を選定し、農村における調整を行い、協働へと導くという一連の活動を行っている。（出所：農林水産省調査）

すなわち、都市と農村のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとは、農村側にとって必要な要件である、

・ 都市部の主体、特に企業に対して警戒感を有する農村に対し、都市部の主体との協働の意義を説き、農村の意見を同方向にまとめる能力を有した者であること。換言すると農村にとって「この人の言うことなら間違いない」という全幅の信頼を有していること、

と、都市側の主体にとって必要な要件である、

・（農村が有する習慣やルールに不慣れな都市側の主体に対し）農村との協働の意義を説き、得られるメリットを具体的に表現し得る者であること、
・（協働の意図を有していても、具体的な活動のイメージを持たない主体に対し）その意図を汲み取った上で、具体的な活動に置き換えて提示しうること、
・ 自身の人的又は金銭的資源を与えるに十分足りると判断し得る信頼を有していること、

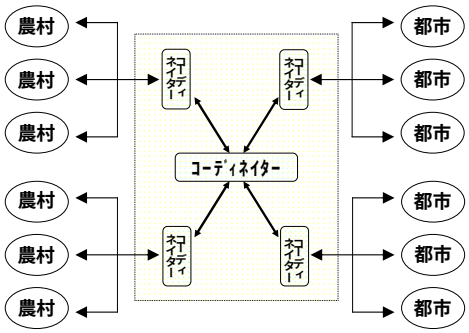
の両者を兼ね備えている必要がある。

しかしながら、このハードルは高く、ここに単独で都市と農村を繋ぐ能力を有するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが少ない理由があるものと推察される。ただし、農村と直接型企業の協働のように限定されたエリア内で行われる協働の場合には、農村と企業の物理的・心理的な距離が近く、行政の職員など単独のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰによる協働の可能性は高いものと考えられる。

（２）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの作用ﾊﾟﾀｰﾝ

（１）で明らかにしたように、単独で都市と農村を繋ぎ得るｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰは少ないものと推察される。しかしながら、これまでの事例で明らかとなったように、ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰは単独である必要はない。すなわち、複数のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが繋がり、それぞれの機能を補完することで、単独のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが行う作用と同様の作用が生まれ、協働が推進するものと考えられる。そこで、ここに様々なｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが結びついて都市と農村の協働を推進させる仲介ﾊﾟﾀｰﾝを提示する（図Ⅲ－３）。

このパターンは、農村に強い結びつきを有するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが、いわば「ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰのｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰ」を介して、都市に強い結びつきを有するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰと結びつき、都市と農村の橋渡しを行うモデルである。

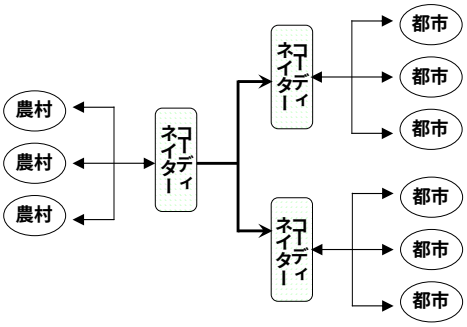


図Ⅲ－３　連携のパターン

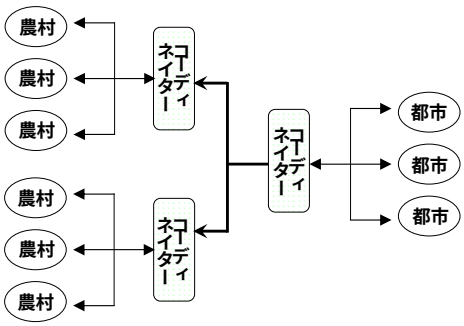
このパターンによる連携が成立する場所であるが、大都市と農村という距離を隔てた連携のみならず、市町村といった一定のエリア内における連携も十分に想定される。例えば、前述の高崎経済大学では、高崎市周辺部の農村において活動する農村側のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとなりうる主体への結びつきを有するのみならず、高崎市内においても、市の活性化を目的として活動する種々の NPO などの主体とも結びつきを有しており、高崎市内を舞台として、こうした主体同士を繋げる能力を有しているものと考えられる。（出所：農林水産省調査）

当然、全ての協働がこのパターンにより実現される訳ではない。しかしながら、このパターンで示される複数のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰによる協働の推進という考え方を基本とすることで、協働が実現する筋道の理解が容易になるものと考えられる。例えば、図Ⅲ－３－①では、農村に強い結びつきを有するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが都市部の主体との連携を模索して、都市に強い結びつきを有するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰへ働きかける仲介のﾊﾟﾀｰﾝを、図Ⅲ－３－②では、企業などから相談のあった都市側のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが、農村に強い結びつきを有するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰへと働きかける仲介のﾊﾟﾀｰﾝを示している。

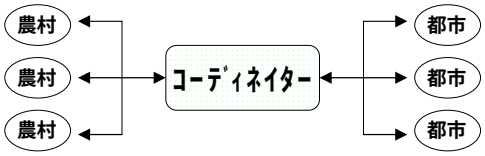
なお、その数は多くないと考えられるものの、単独のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが都市と農村の協働を仲介する例も考えられることから、この仲介ﾊﾟﾀｰﾝを図Ⅲ－４へ示す。



図Ⅲ－３－①



図Ⅲ－３－②



図Ⅲ－４

（3）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰ

①　複数のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰにより協働が進展する場合

図Ⅲ－３のように、複数のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰにより協働が進展する場合であるが、最初に、農村側のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとしては、これまでも活性化への取組の企画・立案などで重要な役割を果たしてきた行政や農協の職員に対し、大きな期待が寄せられるところである。しかしながら、市町村合併や農協合併の影響によりその役割を果たすことが困難な場合も想定され、この場合には、直接型ＮＰＯがその役割を埋めることが期待される。さらに、地域農業のリーダー的な存在として、その振興に寄与している認定農業者や農業法人なども、地域の中核的存在として、農村側のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの役割が期待される。

次に、都市部のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰであるが、協働の相手が直接型企業の場合には間接型 NPO、地方都市型大学、生活協同組合などが、協働の相手が間接型企業の場合にはｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO が挙げられる。何故ならば、ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO は、

- 都市部に立地することが多く、大都市型企業からの人的・金銭的支援の窓口となり得ること、
- 大都市型企業は、特定の農村への協働よりも、農村一般への貢献を好む傾向にあることから、特定の農村への支援を標榜しないｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO の仲介を好むこと、

による。

最後に、それぞれのｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰを繋ぐ役割としてのｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとしては、ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO、地方都市型大学が挙げられる。（表Ⅲ－２）

表Ⅲ－２　複数のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰにより協働が進展する場合の主体

農　村　部	繋ぎ役	都　市　部
・行政や農協の職員 ・直接型 NPO ・認定農業者や農業法人	・ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO ・地方都市型大学	・（直接型企業の場合）間接型 NPO、地方都市型大学、生活協同組合 ・（間接型企業の場合）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO

②　単独のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰにより協働が進展する場合

図Ⅲ－４のように、単独のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが都市と農村の協働を推進する場合であるが、例えば農村と直接型企業の協働のように、限定されたエリア内で行われる協働においては、農村と企業間の物理的・心理的な距離も近く、行政や農協の職員、直接型 NPO 又は認定農業者や農業法人などがこの役割を担うことができるものと考えられる。しかしながら、協働相手が大企業のように間接型企業となった場合には、前述の地球緑化センターのような一定水準の能力を備えた組織のみにこの役割を担うことが可能となるものと考えられる。

（4）企業とｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの協働の推進

ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが都市と農村の協働に果たす重要性については既に述べた通りであるが、このことは、企業とｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの協働の進展が、企業と農村の協働への起爆剤となりうることを意味する。例えば、Ⅱの２ 事例１のアサザ基金のケースでは、アサザ基金の

活動に共鳴したNECが自社の資源を提供することで協働を実現しており、また、ユニークな例としては、富士通(株)では、農村を含む地域の活性化に資する人材の育成などを目的としたNPO法人において中心的な役割を果たしている社員に対しその活動を支援しているが、このことも企業とｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの協働の事例として考えられる。（出所：農林水産省調査）

企業とｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの協働の事例は多数見られ、例えば、表彰活動などを通じて、企業とNPOの協働の推進を図っているNPO法人「パートナーシップ・サポートセンター」では、これまでに、５回の表彰を通じ、約３０の協働を表彰している（出所：NPO法人「パートナーシップ・サポートセンター」HPへの掲載事例を研究会事務局において集計）。しかしながら、農村振興を直接に目的として、企業とｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが協働している事例は少なく、今後は、例えば、農村振興に係るｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが企業へ積極的に働きかけることにより、こうした事例を構築していくことが必要であるものと考えられる。

さらに、企業には団塊の世代という人的資源へのパイプがあるが、これらの者が有する営業、流通、経理などの能力は、ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの人的基盤を支える有力な資源であり、企業とｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの協働の進展により、こうした資源の移動が行われることも期待される。

（５）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰにとっての Win の構築

都市と農村の両者にWin-Win関係を構築することが協働へのカギとなることについては既述であるが、さらに協働の推進役としてその役割が期待されるｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰに対してもWinを構築することで、三者にWin-Win-Winの関係が成立し、協働の一層の発展がなされるものと期待される。このためには、ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとして中心的な役割を担うNPOや地方都市型大学の取組に対する積極的な評価や、安定的な運営への支援などが有効な手段であると考えられる。

３．都市と農村の Win-Win 関係の構築

（１）既存施策による対応

①　既存施策

都市と農村の協働の推進に向けた対応策を検討するに当たって、最初に、既存の施策及び表彰事業を明らかにする。表Ⅲ－３に、農村との連携を行い得る財政的な支援のうち、代表的なものを掲げる。（それぞれの事業の概要については、末尾参考参照）

表Ⅲ－３　農村との連携を行い得る財政的な支援の代表例

事　業　名
①　農山漁村（ふるさと）地域力発掘支援モデル事業（農林水産省）
②　農村コミュニティ再生・活性化支援事業（農林水産省）
③　農地・水・環境保全向上対策事業（農林水産省）
④　食料産業クラスター展開事業（農林水産省）
⑤　新連携対策補助金（経済産業省）
⑥　地方の元気再生事業（内閣官房）
⑦　官民パートナーシップ確立のための支援事業（内閣府）
⑧　「新たな公」によるｺﾐｭﾆﾃｨ再生支援モデル事業　（国土交通省）
⑨　質の高い大学教育推進プログラム（文部科学省）

次に、農村と連携を行いうる主体を分類し、それぞれの分類への財政的な支援を表すと表Ⅲ－４の通りとなる。

表Ⅲ－４　農村との連携を行い得る財政的な支援の分類

	NPO	大学	企業
直接型	①,②,③,④,⑤,⑦,⑧	①,②,③,④,⑤,⑧,⑨	①,②,④,⑤,⑧
間接型	⑦	⑨	
ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型	⑦		

（注）各事業の補助・交付対象に立地条件等は明記されていないが、各事業の内容から想定される対象を研究会事務局で分類

同表より、ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾄ型 NPO への財政支援が手薄であることが分かる。

② 表彰事業

次に、都市と農村の連携に対する表彰事業であるが、表Ⅲ－５に掲げるように、国が実施している表彰事業において、企業が農村を対象として行う社会貢献活動に対する表彰はない。一方、民間における表彰制度（企業フィランソロピー大賞、パートナーシップ大賞、CANPAN CSR プラス大賞）では、農村との協働に活動を限定しないものの、企業の社会貢献活動に対し表彰を行っている。（それぞれの表彰制度の概要については末尾参考参照）

表Ⅲ－５　国が実施する都市と農村の連携に対する表彰

表彰事業名	内　容	対　象
立ち上がる農山漁村（内閣官房、農林水産省）	農林水産業を核として自分たちの力で活動を行い、地域を元気にしている事例を選定	NPO、企業、農業団体、市町村等
農商工連携 88 選（農林水産省、経済産業省）	農林水産業者と商工業者が連携し、それぞれの技術や特徴等を活用している先進的な取組を選定	企業、商工会、農業団体等
オーライ！　ニッポン大賞（都市と農山漁村の共生・対流推進会議（通称：オーライ！ニッポン会議（※）））	都市と農山漁村の優れた共生･対流に関する取組を表彰	NPO、民間団体、市町村等
食アメニティ・コンテスト（※※）	農山漁村地域の女性の自主的努力により行われている、地域の活性化の取組を表彰	団体等
地域づくり表彰（国土交通省）	創意と工夫を活かした、個性的な地域づくりに顕著な功績があった優良事例を表彰	NPO、地域協議会等

※　都市と農山漁村の共生・対流の国民的な運動を推進する民間団体。
　　農林水産省、総務省などの関係８府省により支援

※※　農林水産省及びオーライ！ニッポン会議の共催

（2）今後の施策の方向性

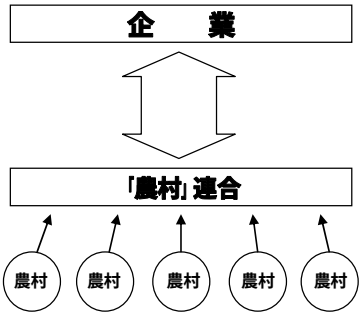
①　企業、大学及び農村を協働へと導くための施策

【企業】

企業が有する人的資源、物的資源、組織力などの「強み」を活用するためには、企業が、農村を消費者や投資家などのステーク・ホルダーとして認識することが重要である。このためには、以下に掲げる取組への支援が施策の方向性として考えられる。

ア）農村同士の連携を推進させる仕組みづくり

農村同志が繋がった集合体は、都市側の主体の協働姿勢や実績に対し農村側から評価する制度の構築などにより、ステーク・ホルダーとしての地位向上が図られるものと考えられる（図Ⅲ－５）



図Ⅲ－５　農村連携

イ）協働を行う企業に対する表彰制度の拡充（「農村との協働大賞」や「郷土貢献企業１００選」など）

この表彰の主体としては行政のみならず、ア）の農村連合が実施しても有効であると考えられる。ただし、直接型企業に比較して間接型企業では、表彰制度の効果は減少することから、他の施策と組み合わせるなどその効果を補完するよう注意しなければならない

ウ）協働の活動事例集（グッドプラクティス集）の作成

表彰制度と同様の効果をもたらすばかりでなく、他の取組事例を見ることで「そのような活動だったら自分でも取り組める」という気づきの効果も期待される。特に本業色の強い協働活動は、ボランティア色の強い活動に比較して継続性が高く、都市と農村の Win-Win 関係の構築に資するものであるにもかかわらず、その社会的認識及び評価はいまだ低い状況であることから、こうした事例集を通じた積極的な情報発信が強く望まれる

エ）営業、流通、経理などの能力を有する退職者のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰへの参画など、これらの者を人的資源として活用する仕組みづくり

オ）交流人口の増加を目的とした農村の伝統、文化、景観等の魅力体験の商品化

カ）退職者への定住、二地域居住の誘導

【大学】

大学が有する豊富な理論や技術、学生特有の発想力、中立的な立場といった「強み」を活用するためには、農村との協働へのきっかけを与えることが重要であり、このきっかけを生み出す施策として以下に掲げるようなものが考えられる。

ア）一定期間、農村に学生を受け入れ、活性化のための取組に従事させるインターン制度の創設
イ）協働を行う大学に対する表彰制度の創設
ウ）協働に積極的な大学に進学するための奨学金制度の創設
エ）協働相手の大学生の地元就職斡旋
オ）学生が農村で行う活動に対する単位の認定

【農村】

農業集落特有の社会関係を維持しているコミュニティは、都市住民を惹き付ける資産として働く反面、都市部の主体が示す協働への積極的な態度を受け入れる際のためらいとして働くおそれもある。これらの維持・再生へと向けた取組については、既に「農山漁村（ふるさと）地域力発掘支援モデル事業」などにより実施されていることから、今後は農村が、自らのコミュニティが都市との協働を鈍化させる要因となっていないかについて点検し、必要に応じて、新たなコミュニティを構築するよう支援していく必要がある。このためには、以下に掲げる取組への支援が施策の方向性として考えられる。

ア）活性化に取り組もうとする農村が、自らの「開かれ度」や「閉ざされ度」を点検し、活性化のための戦略に反映しうるような、ソーシャル・キャピタル計測手法の開発と発信
イ）新たなコミュニティの構築を主眼としたワークショップなど住民間の話し合いの場の設定
ウ）新たなコミュニティ構築のためのノウハウの展開

また、農村が有する種々の資源を活用して、都市部の弱みを解決することによる協働の推進策の場合には、都市部の主体が抱える「弱み」に対し、農村側が「強み」を提供することで解決へと導けるという事を都市部の主体に伝える必要がある。このためには、以下に掲げる取組への支援が施策の方向性として考えられる。

エ）都市部、特に地方都市の商店街との連携強化による Win-Win 関係の構築を目的とした、農村と商店街の意見交換会やワークショップの開催
オ）社会（例：地域コミュニティ）、経済（例：産業構造）、文化（例：方言、祭り）、環境などあらゆる分野での研究フィールドとして研究者や学生の受入を図るための農村での窓口開設
カ）農村の活性化を目的として活動するコミュニティ・ビジネスの振興

さらに、大都市部においてもソーシャル・キャピタルの減退が叫ばれている現状を踏まえると、今後は、農村が自らの経験に基づき、ノウハウなどを都市に提供することも考えられる。このためには、以下に掲げる取組への支援が施策の方向性として考えられる。

キ）都市部コミュニティへの出張講演や代表者間の意見交換
ク）コミュニティぐるみの交流

② 都市と農村をつなぐ仲介役への支援策

都市と農村の「触媒」として機能するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰがその役割を十分に発揮するためには、以下に掲げる取組への支援が施策の方向性として考えられる。

ア）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが行う活動への支援

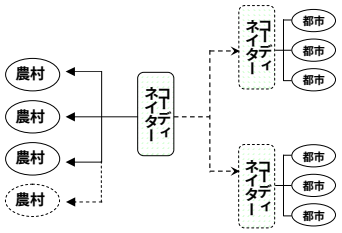
ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが行う都市と農村の連携のパターンについては図Ⅲ－３及び図Ⅲ－４で明らかにしたとおりであるが、ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが有する結合の範囲の拡大、すなわち、農村、都市又は他のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとの結びつきの拡大を支援することで、協働の進展が図られるものと期待される。

支援すべき具体的な活動の例としては、

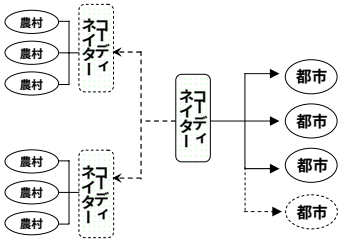
・ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが企業と農村を結びつける活動（図Ⅲ－６－①）
・農村に強い結びつきを有するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが、他の農村との結びつきを強めたり、又は都市側のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰと結びつこうとする活動（図Ⅲ－６－②）
・都市に強い結びつきを有するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが、他の都市の主体との結びつきを強めたり、又は農村側のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰと結びつこうとする活動（図Ⅲ－６－③）
・ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰ同志が結びつこうとする活動（図Ⅲ－６－④）

などが挙げられる（注：図Ⅲ－６中の点線は活動の方向性及び活動対象を示す）

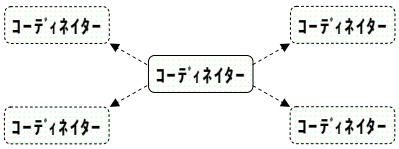
図Ⅲ－６－①



図Ⅲ－６－②



図Ⅲ－６－③



図Ⅲ－６－④

イ）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの企画力や表現力向上のためのセミナーの開催

ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰには、都市側及び農村側から寄せられる時には曖昧な要望を具体的な計画へと昇華させ、活動へと導く表現力、企画力、提案力などが必要とされるが、こうした能力を備えたｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰはいまだ少数である。このためには、ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの能力向上を図るためのセミナーの開催などが有効であると考えられる。

ウ）協働に関心のある企業や大学、又は他のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの情報提供

特に地方に位置するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの場合には、どこにどのような主体が協働に関心を示しており、又は、どのような他のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰと連携が可能なのかに関する

情報がない場合が多いものと考えられる。このため、これらの者に関する情報をデータベース化し、情報提供できるようなシステム構築が有効であると考えられる。

エ）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとして活動したい者の発掘

ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの能力向上や活動支援による質的向上はもちろんのこと、その量的拡大も重要な施策であると考えられる。このためには、

・ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰへの表彰制度。このことにより、活動内容の周知や、その啓蒙が図られるものと期待される。なお、企業に対する表彰制度と同様に、① ア）の農村集合体が実施しても有効であると考えられる。

・ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの愛称募集。ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰという名称は様々な場面で用いられていることから、都市と農村の協働に資するｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰに対し、例えば「むらまち結び人」などの愛称を与えることで、他のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとの差異化を図り、かつ、親しみやすさが付与されるものと期待される。

・ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとして活躍したい者向けのセミナーの開催。ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとしてのノウハウなどの獲得のみならず、同じ目標を持つ者が交流することによる人脈形成も期待される。

などが有効な手段として考えられる。

オ）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの認証制度

企業が自己の資源を預けるに足ると判断しうる信頼性をｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが得ていることの重要性については既述の通りであるが、「認定 NPO 法人制度」（※）以外にも、協働に係る際のｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの信頼性が担保される認証制度により、企業から農村への資源の流れがスムーズに行くものと考えられる。認証制度の手法としては、知見を有する公正な第三者が一定の基準に従って認証する「第三者認証」や、あらかじめ定められた基準に対しｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰが自らの基準適合の有無を判断する「自己認証」が考えられる。なお、エ）の表彰制度も、一定の認証効果を付与する制度であるものと考えられる。

（※）「認定 NPO 法人制度」とは

市民や企業からＮＰＯ法人への寄付を促していくことを目的に創設。NPO 法人が、

・経常収入金額に占める寄付金等収入金額の割合が一定以上

・事業活動に占める共益的活動の割合が半数未満

・役員のうちに占める親族等の割合が１／３以下

などの要件を満たしている場合、「認定 NPO 法人」と認定を受けることが可能であり、認定を受けた法人についての税制の優遇措置が設けられている。

カ）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰを職業として自立させるための支援

例えば、島根県中山間地域研究センターでは、過疎化・高齢化が進み集落機能の維持が困難となった集落が存在する地区の実態把握と発展的な対応策の検討や、水、エネルギー、食料等里山資源の自給・循環を可能とする体制整備などの中山間地域の活性化策に従事する者を「里山プランナー」として公募している（出所：島根県中山間地域研究センターHP）。今後はこうした取組を拡げることにより、都市と農村を繋ぐｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰの量的及び質的な拡大が見込まれる

ものと期待されるが、このためには例えば、

・ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとして活躍したい希望を有する者（学生、退職者など）及びこれらの者の能力や希望が十分に活かされる農村を見出し、両者をマッチングさせるシステムの構築、

・（上記によりマッチングされた）ｺｰﾃﾞｨﾈｲﾀｰとして活躍したい者に対する、スキルアップのための研修の受講やアドバーザーによる助言などの支援、

・これらの者が、自立した事業を通じた安定的な体制を構築する間（スタートアップの段階）における活動支援

などが有効な手段であると考えられる。

Ⅳ　おわりに

本研究会では、平成１９年１２月に公表された「農村振興政策推進の基本方向」中間とりまとめにおいて提起された、都市部の NPO、大学、企業と農村との協働のあり方やその実現方策について検討を重ねてきた。検討に当たっては、様々な意見やアイデアが提出され、多岐に渡る議論が交わされたが、全ては研究会の目的である「持続的な都市と農村の関係構築」に沿ったものであった。

本研究会では、このことを「協働」という２文字に込め議論を展開してきたが、最初に、持続的な関係構築を行うためには Win-Win の関係が前提となり、このためには都市部の主体のボランティア精神に基づく活動だけでは限界があることを明らかにした。そして、Win-Win 関係を構築するための活動が都市部の主体によっても異なることから、それに応じた農村の戦略づくりが必要であることを示し、農村それ自身が変わることで、都市部の主体との距離が縮まる可能性を提起した。さらには、都市と農村を繋ぐ仲介者の役割に注目し、仲介者が単に両者に見合いの場を提供するのみならず、両者の翻訳者として利害を一致させ、指揮者として協働へと導く役割の重要性を指摘し、複数の仲介者による協働の推進の重要性を指摘した。

しかしながら、本研究会における最大の成果は、これまで異質と捉えられてきた農村と企業など都市部の主体が十分に協働可能なパートナーとなり得ることに可能性を見出したことである。本研究会の成果がきっかけとなり、農村が都市へ、都市が農村へと目を向け、互いの価値を認めあい、それにより自己の価値も高めるまさに「協働」が進展するよう、農林水産省に対し一日も早い施策の具体化と実行を期待するものである。

参考１　NPO 法人の定義

「NPO」とは、「特定非営利活動促進法」（平成 10 年 3 月 25 日 法律第 7 号）により定義される「特定非営利活動法人」の略称である。

特定非営利活動促進法（平成 10 年 3 月 25 日 法律第 7 号）抜粋

（定義）
第二条
　この法律において「特定非営利活動」とは、別表に掲げる活動に該当する活動であって、不特定かつ多数のものの利益の増進に寄与することを目的とするものをいう。
２　この法律において「特定非営利活動法人」とは、特定非営利活動を行うことを主たる目的とし、次の各号のいずれにも該当する団体であって、この法律の定めるところにより設立された法人をいう。
　一　次のいずれにも該当する団体であって、営利を目的としないものであること。
　　イ　社員の資格の得喪に関して、不当な条件を付さないこと。
　　ロ　役員のうち報酬を受ける者の数が、役員総数の三分の一以下であること。
　二　その行う活動が次のいずれにも該当する団体であること。
　　イ　宗教の教義を広め、儀式行事を行い、及び信者を教化育成することを主たる目的とするものでないこと。
　　ロ　政治上の主義を推進し、支持し、又はこれに反対することを主たる目的とするものでないこと。
　　ハ　特定の公職（公職選挙法（昭和二十五年法律第百号）第三条に規定する公職をいう。以下同じ。）の候補者（当該候補者になろうとする者を含む。）若しくは公職にある者又は政党を推薦し、支持し、又はこれらに反対することを目的とするものでないこと。

別表　（第二条関係）
　一　保健、医療又は福祉の増進を図る活動
　二　社会教育の推進を図る活動
　三　まちづくりの推進を図る活動
　四　学術、文化、芸術又はスポーツの振興を図る活動
　五　環境の保全を図る活動
　六　災害救援活動
　七　地域安全活動
　八　人権の擁護又は平和の推進を図る活動
　九　国際協力の活動
　十　男女共同参画社会の形成の促進を図る活動
　十一　子どもの健全育成を図る活動
　十二　情報化社会の発展を図る活動
　十三　科学技術の振興を図る活動
　十四　経済活動の活性化を図る活動
　十五　職業能力の開発又は雇用機会の拡充を支援する活動
　十六　消費者の保護を図　る活動
　十七　前各号に掲げる活動を行う団体の運営又は活動に関する連絡、助言又は援助の活動

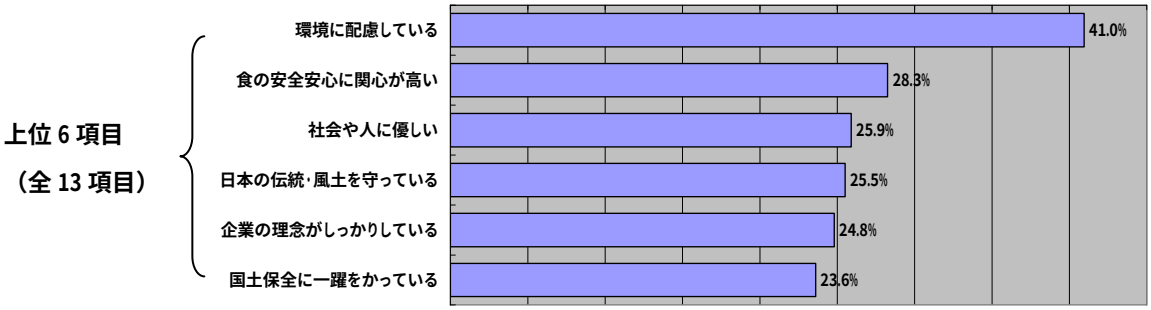
※　下線部は都市と農村の協働に関する活動を行う NPO に該当する活動

参考２　企業と農村の協働に関する消費者の意向

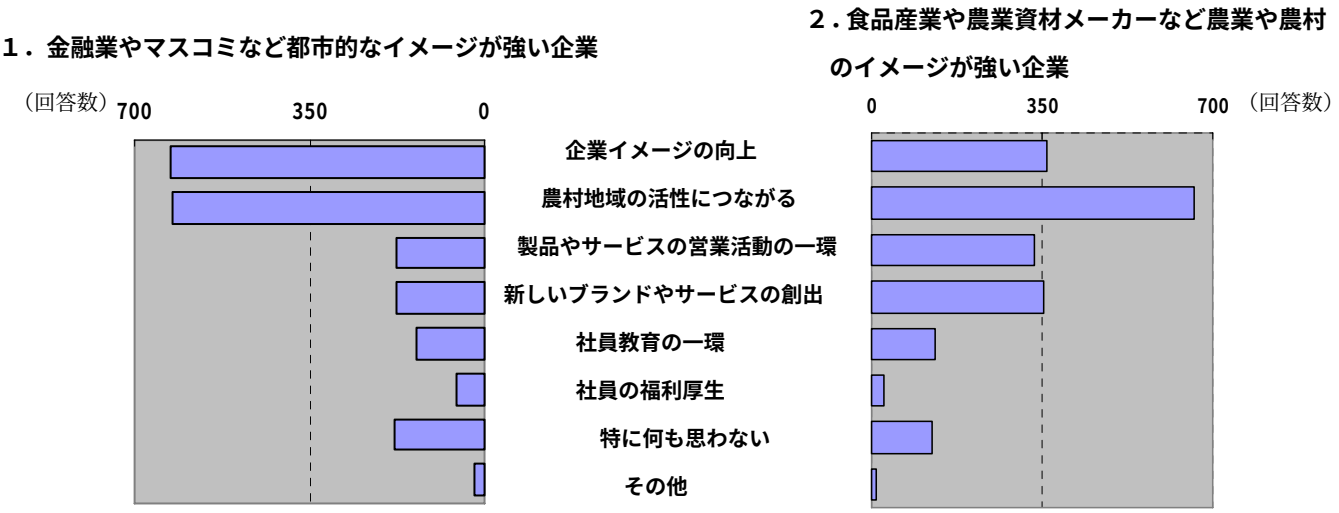
農林水産省委託調査「平成１９年度農村整備・活性化基礎調査　企業等における農村地域における社会貢献活動の取組促進効果調査報告書」を一部抜粋・加工

調査方式：企業が行う農村への社会貢献活動に関して、全国の男女 2,000 名に対しウェブ調査

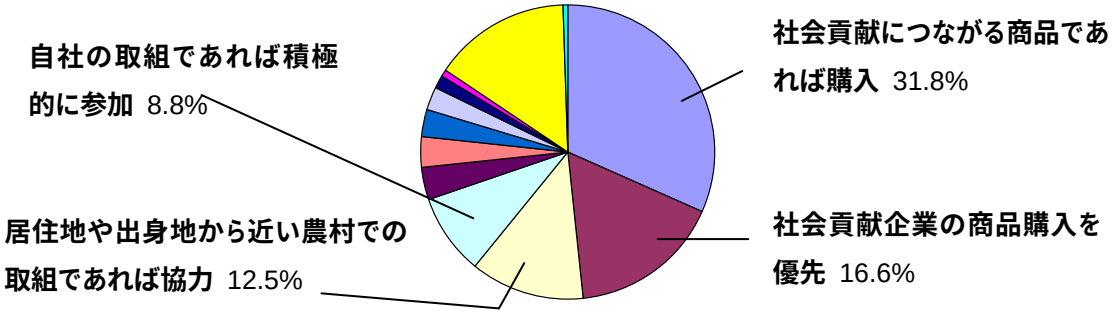
質問：数多くある社会貢献活動（発展途上国支援、芸能文化支援、スポーツ振興活動等）のうち、農村地域で社会貢献活動を行っている企業のイメージについてお答え下さい。（３つ選択）



質問：企業が農村に対して社会貢献活動を行う場合、あなたはどのような印象を持ちますか。（掲げられた選択肢のうち、いずれかを選択（回答数：2,000）



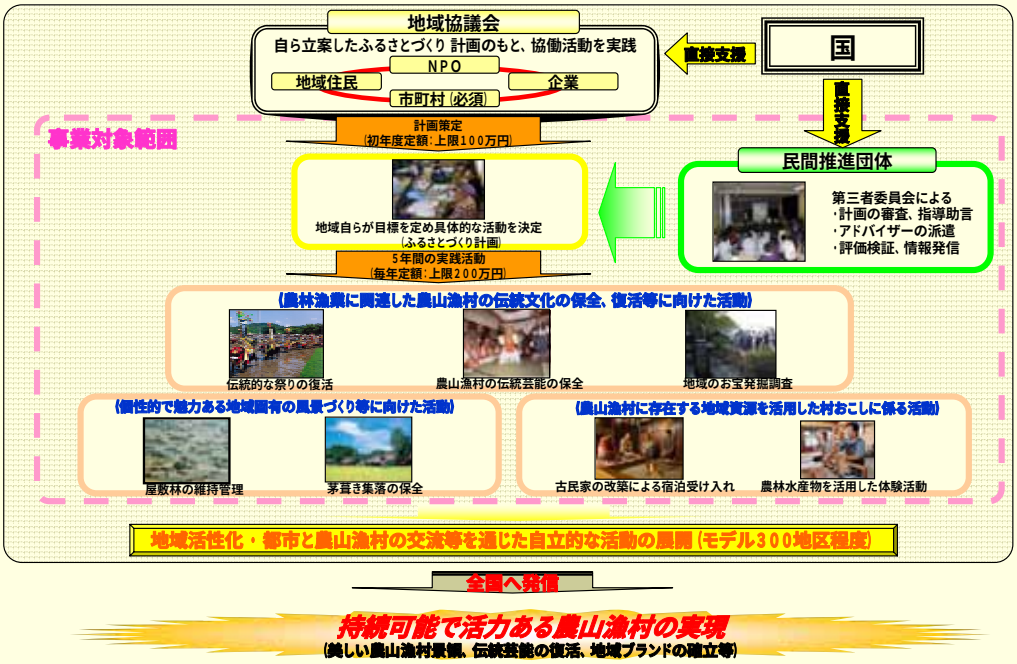
質問：農村地域での社会貢献活動を実施する企業に対し、あなたはどんな協力ができますか。（掲げられた選択肢のうち、いずれかを選択（回答数：2,000）



参考３　都市と農村の協働の推進に関する施策

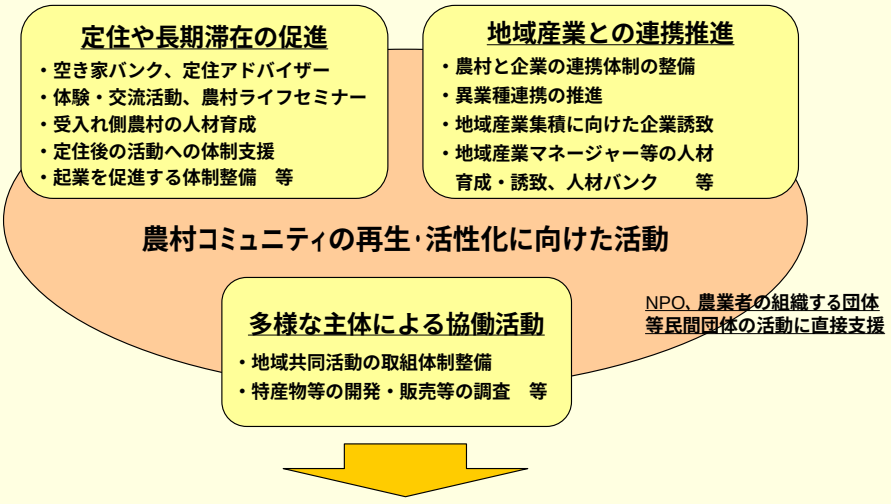
①　農山漁村地域力発掘支援モデル事業（平成２０年度予算額：１，１１０百万円）

農山漁村にある有形無形の地域資源と、それを活用し地域づくりを行う人材（地域協議会）を「地域力」として捉え、これを発掘し、その立ち上がりを支援することで持続可能で活力ある農山漁村を実現



②　農村コミュニティ再生・活性化支援事業（平成２０年度予算額：１４３百万円）

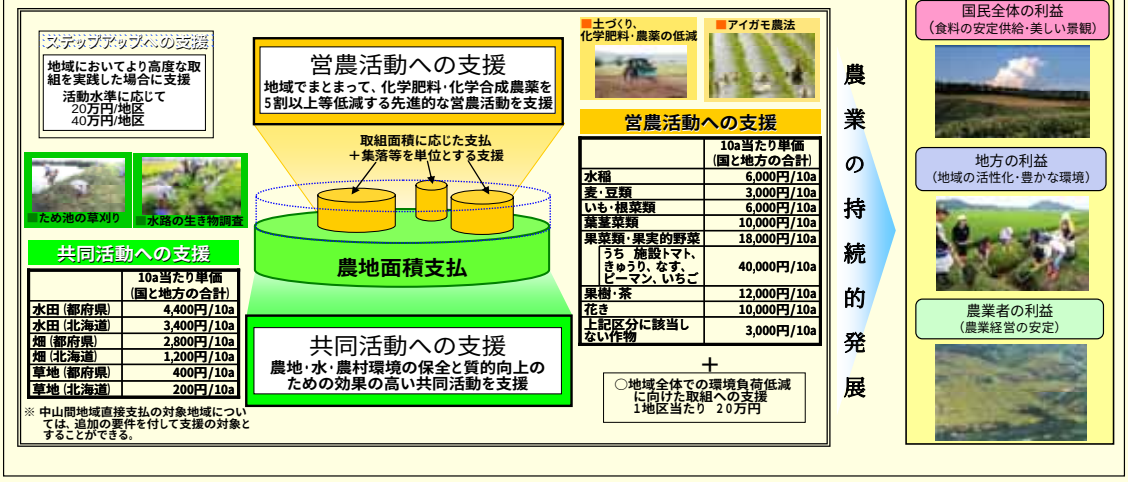
地域の個性・多様性を重視し、農村コミュニティの再生・活性化に向けた取組を支援することにより、農村から新たな活力を創出



③ 農地・水・環境保全向上対策事業（平成２０年度予算額：３０，１８６百万円）

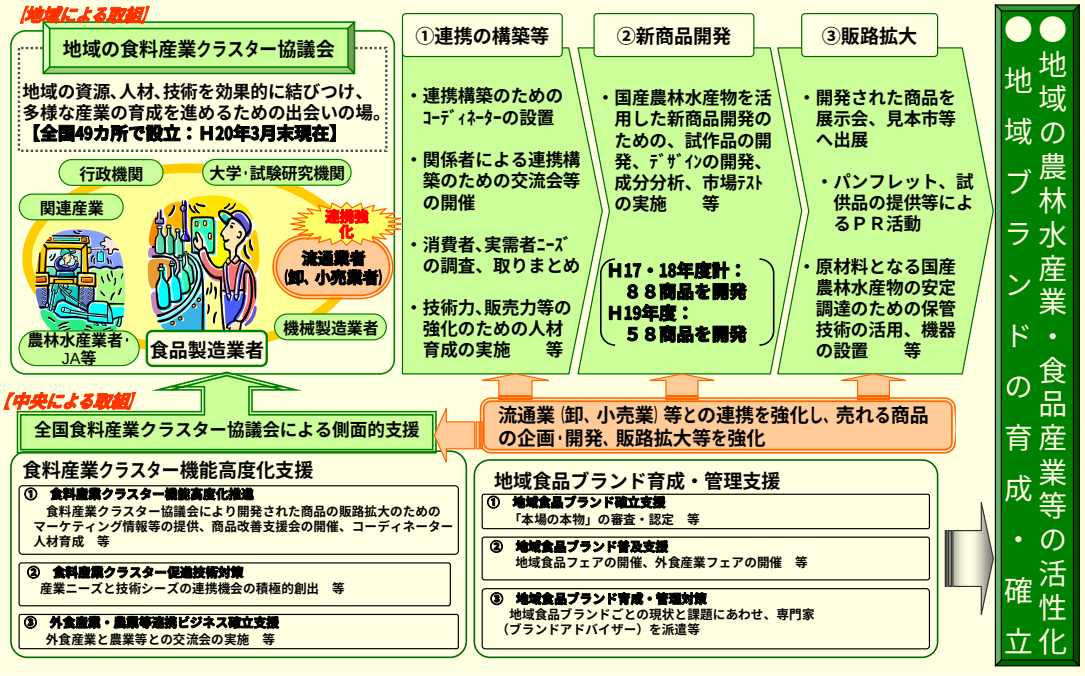
○ 平成19年度より、地域ぐるみで農地等の地域資源を守る共同活動について、集落等を支援する制度を導入。
- 社会共通資本である農地・水等の資源を将来にわたり適切に保全するため、地域共同の効果の高い取組について、集落等に交付金を支払い。
- 環境保全を重視した農業への転換を図るため、化学肥料や農薬を大幅に減らした取組に対し、面積に応じて交付金を支払い。

施策の概要・効果



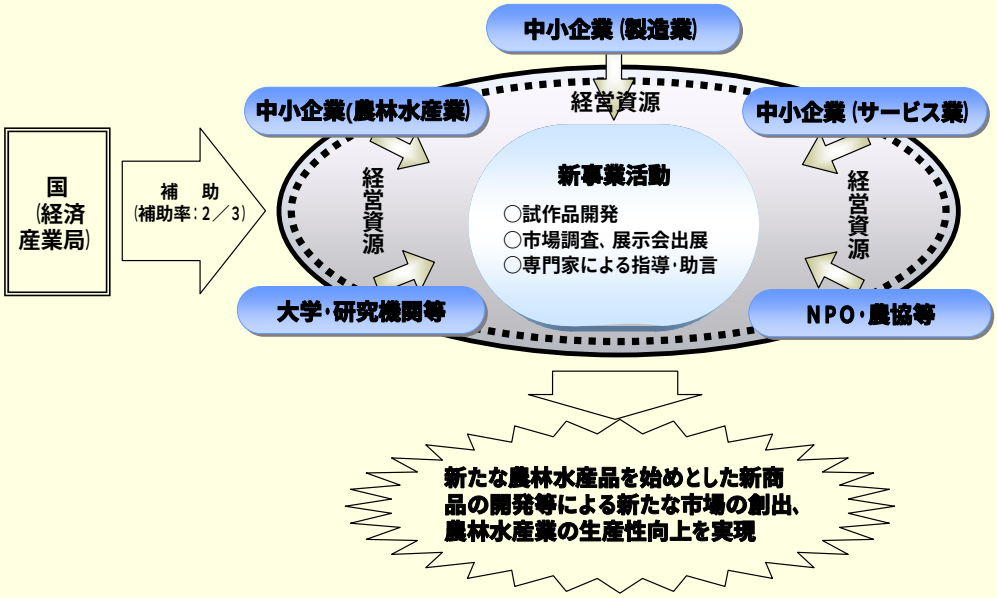
④ 食料産業クラスター展開事業（平成２０年度予算額：６０９百万円）

地域の食品産業が中核となり、農林水産業やその他関連産業等との連携による「食料産業クラスター」の形成を促進し、国産農林水産物を活用した新商品開発や販路拡大の取組等への支援を実施
また、開発された商品の販路拡大を図るため、流通業（卸・小売業）等と連携した取組を推進



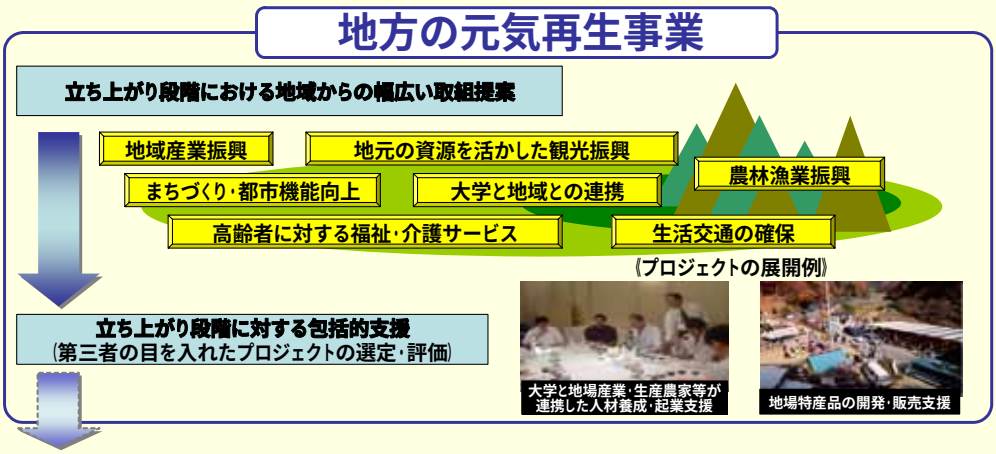
⑤ 新連携対策補助金（平成２０年度予算額：２７．４億円）

中小企業が異分野・異業種の事業者（他の中小企業、大企業、研究機関、ＮＰＯ、農協等）と有機的に連携し、互いの経営資源(技術、販路等)を有効に組み合わせて行う新事業活動（「新連携」）に対して、その必要となる試作品開発や市場調査等に対して補助金を交付し、中小企業の新事業分野開拓や農商工連携による農林水産業等を営む中小企業の生産性向上を支援



⑥ 地方の元気再生事業（平成２０年度予算額：２５億円）

持続可能な地方再生の取組を抜本的に進めるため、地域住民や団体の発意を受け、地域主体の様々な取組を立ち上がり段階から包括的・総合的に支援



※継続して本格的に支援すべきであるとされたプロジェクトには、交付金等により全省庁を挙げて重点的かつ継続的に支援。

⑦ 官民パートナーシップ確立のための支援事業（平成２０年度予算額：１２２百万円）

地域の担い手のネットワーク（ソーシャルキャピタル）の形成のために、NPOと地方公共団体との協働事業を対象にした支援を地域再生計画と連動して行い、その中の優良事例を「官民パートナーシップによる地域活性化モデル」として広く情報発信

⑧ 「新たな公」によるコミュニティ再生支援モデル事業（平成２０年度予算額：３００百万円）

全国で拡大する人口減少・高齢化の著しい地域等において、住民、地域団体、ＮＰＯ、企業、自治体等の官民の多様な主体が協働し、地域の伝統・文化等の埋もれゆく地域資源を活用してコミュニティを創生しようとする活動をモデル的に実施し、新たな国土形成計画が掲げる「新たな公」による地域づくりの全国展開を通じ、地域活性化や国土管理上の諸課題への対応を図る。

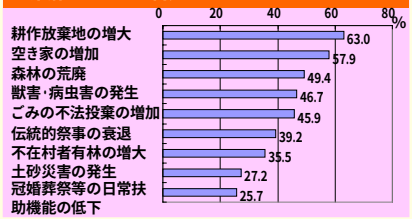
地域再生に向けた「新たな公」への期待

本格的な人口減少・少子高齢化時代

○維持・存続が危ぶまれる集落等が全国で拡大
（過去7年で約１９０の集落が消滅）
○生活への不安、貴重な文化・伝統・風土等の喪失のおそれ
○国土の荒廃、災害脆弱性の拡大等

地域への誇り・愛着を共有する多様な主体を地域づくりの担い手として位置づけ、行政と協働し、地域のニーズに応じた社会サービスの提供等を行う「新たな公」の活動により、地域活性化や国土管理上の諸課題への対応を図る必要

集落で生じている問題（市町村担当者へのアンケート結果より）

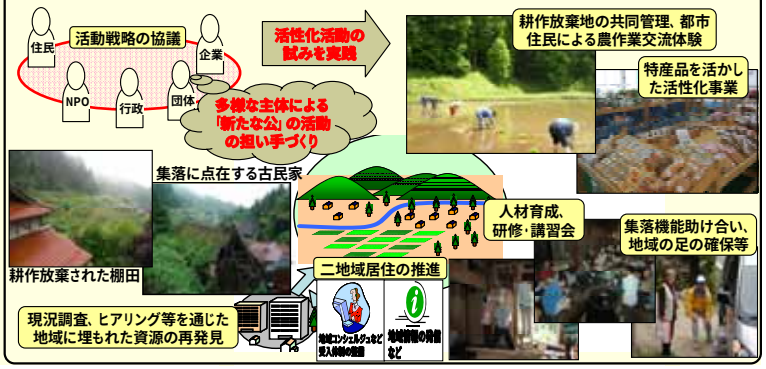


モデル事業の実施

○**地域の発意**に基づく多様な主体の協働活動をモデル的に実施
［テーマ例］
☆集落機能の維持
☆耕作放棄地の管理・利活用
☆二地域居住・定住促進
☆文化伝統等の地域資源の利活用
○**複数年度の継続的な事業実施**により「新たな公」の持続的な活動の定着・全国展開への道筋をつける

対象地域： 維持・存続が危ぶまれる集落を中心とする中山間地域等
対象主体： 自治体と協働する熱意のある民間主体を公募により選定
活動内容： 地域づくりの担い手ネットワークの拡大、地域活性化の実践的な試み

「新たな公」による活性化活動のイメージ例



⑨ 質の高い大学教育推進プログラム（平成２０年度予算額：８６億円）

現状・課題

○ 学部等の教育力向上や教育の質の向上を保証するための基準を明確化（大学設置基準等改正）
○ 学位授与・カリキュラム・入学者受入のポリシーの明確化とPDCAサイクルの確立が重要
○ 多様な履修歴を持つ学生に対し、きめ細かい大学教育が必要
○ 教育設備の更新など、教育研究環境の抜本的改善が必要

GP事業の成果

○ 各大学の多様な機能や社会的ニーズに対応、大学改革・教育改革の進展に大きく貢献
○ 教育成果の積極的な情報発信により、各大学の大学改革に向けた意識改革を促進
・我が国の大学教育に役立つ
・高等教育システム全体に良い影響
} 9割以上の学長が回答

事業目的

○ 人材養成目的の明確化やFDの実施義務化など、制度改正への積極的な対応
○ ポリシーの明確化とPDCAサイクル確立による組織的な運用など教育の質向上への取組強化

事業内容

○教育の質向上への取組や政策課題対応型の優れた取組を重点的に支援
（教養教育、FD・SD、高大連携等の優れた取組や特定政策課題（地域貢献等）を支援）
○学科単位の取組を含めた多様な優れた取組を支援するとともに、従来の特色GP・現代GPの選定取組を継続的に支援
（新規公募125件程度、短期大学、高等専門学校を含めたきめ細やかな支援）
○意欲的なチャレンジを積極的に評価
（実績については「実現可能性の観点」から評価）
○教育設備の整備による教育環境の充実
（教育設備の積極的な整備と補助金通減化）

教育の質を保証するための基準を明確にした大学設置基準等の改正、ポリシーの明確化とPDCAサイクルの確立への積極的な対応を促し、「高等教育の質の向上」に向けた様々な優れた取組を積極的に支援

事業評価・公表普及

○申請時に当該取組の目指すべき目的・成果等について、具体的な目標値等を設定
○選定取組については、ホームページでの公開等により、広く社会に情報提供することを義務化
○優れた取組の成果を各種評価や設置基準の見直しに活用するなど、「計画・実践・評価」という財政支援のサイクルを確立

参考４　都市と農村の協働の推進に関する表彰事業

①　立ち上がる農山漁村

○趣　旨
農林水産業を核とした、自律的で経営感覚豊かな取組により地域を活性化させている先駆的事例を全国に発信・奨励することにより、農山漁村における「地域自ら考え行動する」意欲あふれた取組みを推進

・平成16年5月の「食料・農業・農村政策推進本部」（本部長：小泉総理）において政府全体での支援を決定
・本部長が9名（当時）の有識者会議委員を決定
・総理、官房長官、農水大臣が出席の下、総理官邸にて有識者会議を開催、「立ち上がる農山漁村」を選定

○有識者会議委員

池田　弘一	アサヒビール（株）代表取締役会長
今村　司	日本テレビ　チーフ・プロデューサー
小泉　武夫	東京農業大学教授
白石　真澄	関西大学教授
田中　里沙	（株）宣伝会議　取締役編集室長
永島　敏行	俳優
林　良博（座長）	東京大学大学院教授
アン・マクドナルド	国連大学高等研究所　農村漁村研究家
三國　清三	オテル・ドゥ・ミクニオーナーシェフ

（五十音順：敬称略）

○有識者会議
・事例選定
平成16～19年度で169事例を選定
平成18年度より、選定事例に他の団体の模範となるような協力を行っている企業・大学等11団体を「立ち上がる農山漁村　～新たな力～」として選定
・「成功へのメッセージ」（平成17年3月）
選定事例について「成功要因」を分析、とりまとめ
・提　言（平成18年3月）
「地域ができることは地域に」との考え方のもと、地域間の切磋琢磨による活性化に向け、多くの地域の取組への参加促進、努力・創意工夫の促進、再挑戦の機会の提供が必要であることを提言としてとりまとめ。

○「立ち上がる農山漁村」の推進
・有識者会議委員、政府関係者による現地視察やシンポジウム、イベントの開催等により農山漁村地域における経営感覚豊かな自律的取組を全国に発信
・選定事例や、商店街、企業・大学等の多様な主体・情報交換の場づくりを支援し、相互のネットワークによる活動の面的拡大を促進

有識者会議委員による現地視察

細田官房長官（当時）による講演

丸ビルでのイベント開催

都内商店街アンテナショップ視察（H19年5月「立ち上がる農山漁村」サミット）

官邸でのレセプション（H19年5月「立ち上がる農山漁村」サミット）

都内商店街と選定事例の意見交換（H20年3月）

②　農商工連携８８選

農林水産省と経済産業省では、農林水産業者と商工業者等が連携して、それぞれの技術や特徴等を活用している先進的な取組を「農商工連携８８選」として選定

農商工連携88選の内容

取組内容	件数
「新商品の開発」の取組	47
「新サービスの提供」の取組	15
「新しい生産方式又は販売方式の開発」の取組	26
多様な連携による取組（件数は上記取組の内数）	
大学や研究機関等とも連携している事例	25
地域住民や消費者団体等とも連携している事例	9

審査委員会メンバー
米田　雅子　慶應義塾大学理工学部教授（委員長）
青山　佳世　フリーアナウンサー
天野　良英　㈱アムコ代表取締役
金子　和夫　㈱日本総合研究所上席主任研究員

農商工連携88選の選定事例

川越芋を活用したビールの開発

○農業者－製造業者－デザイン会社・大学
・当該事業の中核企業である㈱共同商事は、川越地区名産・薩摩芋を原料としたビールの開発を平成18年から実施。
・原料の栽培（農業生産者）、加工（農事組合法人）、商品製造（製造業者）、パッケージデザイン（デザイン会社・大学）と4者がそれぞれの強みを活かして連携し、高レベルの商品開発が可能となった。
・2007年モンドセレクション最高金賞受賞
・商品名に、川越地域の薩摩芋の代表的品種を採用することで、商品の評価が間接的に地域のイメージ向上に還流。
・平成18年度売上：900万円
（19年度販売量は300%アップで推移）

［埼玉県川越市］
中核団体：㈱協同商事

地場産小麦から高品質な麺を開発

○農業者－製粉業者－製麺会社－大学－公設試験場
・小麦生産農家が栽培の難しい「ハルユタカ」の「初冬まき」手法を導入。
・製粉業者が少ロット対応の製粉システムを構築、製麺業者が手作り工房を構築し、高品質な麺を開発。
・大学、公設試が栽培技術や品質確保・成分分析で協力。
・江別経済ネットワークの活動の一環。
・地域ブランド「江別小麦めん」として、年間260万食を販売。
・平成18年度売上：約3億円

［北海道江別市］
中核団体：江別麦の会

③ オーライ！ ニッポン大賞

○オーライ！ニッポン

都市と農山漁村のオーライ（往来）の活発化により日本が健全（all right）になることを表現したもの

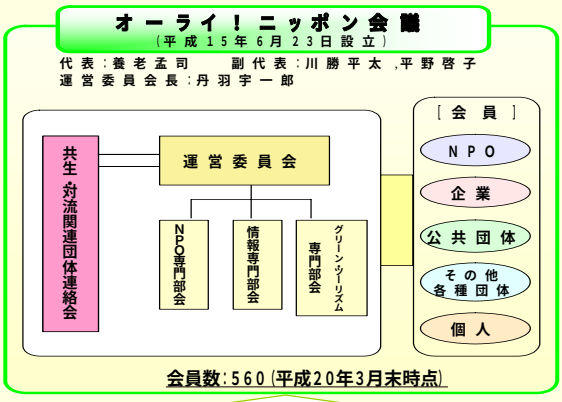
○副大臣プロジェクトチーム

内閣官房副長官と関係８府省の副大臣による副大臣プロジェクトチームを設置し、共生・対流の一層の推進に向けて、政府一体となった取組を実施。

農林漁家民宿に関する規制緩和、予算の強化策、府省連携施策等をとりまとめ。

○オーライ！ニッポン会議

・正式名称：　都市と農山漁村の共生・対流推進会議
・代表者　：　養老孟司東京大学名誉教授
・設立目的：　都市と農山漁村の共生・対流の取組を国民的な運動として展開すること
・設立経緯：　副大臣プロジェクトチームの提言を受け、平成１５年６月に、民間企業、ＮＰＯ等からなる民間主体の組織として設立
・活動内容：　ホームページによる情報提供、オーライ！ニッポン大賞の表彰、シンポジウムの開催等



会員数：560（平成20年3月末時点）

副大臣プロジェクトチーム
（内閣官房副長官、関係8府省副大臣）
内閣府、総務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、環境省、農林水産省（事務局）

○オーライ！ニッポン大賞
第1回　内閣総理大臣賞　長野県飯田市
第2回　〃　兵庫県多可町（旧八千代町）
第3回　〃　青森県南部町（旧名川町）
第4回　〃　特定非営利活動法人体験観光ネットワーク松浦党/松浦体験型旅行協議会(長崎県)
第5回　〃　幡多広域観光協議会（高知県）

○オーライ！ニッポンWEBアドレス：http://www.ohrai.jp/

■キャンペーンイベントの共催・後援　平成20年3月末現在　290件

■最近の主な情報発信活動
○19.11.16　オーライ！ニッポン地方シンポジウム－山形大会－
遠藤衆議院議員ご出席
○20.3.15　第5回オーライ！ニッポン全国大会（ヤクルトホール）
大野内閣官房副長官、岩城内閣官房副長官、若林農林水産大臣
池坊文部科学副大臣、遠藤衆議院議員ほかご出席
○20.3.27　オーライ！ニッポンWEBのリニューアル

④ 地域づくり表彰制度（国土交通省）

創意と工夫を活かした広域的な地域づくりを通して、個性ある地域の整備・育成に顕著な功績があった優良事例を表彰することによって、地域づくり活動の奨励を図ることを目的に、昭和５９年度より実施

＜平成19年度地域づくり表彰＞

受　賞　名	受　賞　団　体
国土交通大臣賞	・ハッピーロード大山商店街振興組合　（東京都板橋区） ・特定非営利活動法人　ながおか生活情報交流ねっと「そいが」　（新潟県長岡市） ・NPO法人　かさおか島づくり海社　（岡山県笠岡市） ・大隅の國やっちく松山藩　（鹿児島県志布志市）
全国地域づくり推進協議会会長賞	・認定特定非営利活動法人　霧多布湿原トラスト　（北海道浜中町） ・桐生からくり人形保存会　（群馬県桐生市） ・特定非営利活動法人　蒲生野考現倶楽部　（滋賀県日野町） ・財団法人　清和文楽の里協会　（熊本県山都町）
日本政策投資銀行総裁賞	・ハッピーロード大山商店街振興組合（東京都板橋区）
地域づくり全国交流会議	・四万十大会実行委員会会長賞NPO法人　かさおか島づくり海社（岡山県笠岡市）

＜選定委員＞

東京大学先端科学技術研究センター教授　大西　隆　（座長）
（財）北海道東北地域経済総合研究所顧問　石森　亮
東京大学教授　北沢　猛
（株）まちづくりｶﾝﾊﾟﾆｰ・ｼｰﾌﾞﾈｯﾄﾜｰｸ代表取締役　西郷　真理子
プロデューサー　残間　里江子
立教大学観光学部観光学科教授　安島　博幸
大阪市立大学大学院創造都市研究科教授　矢作　弘
亜細亜大学大学院教授　安登　利幸

受賞団体の例
－ハッピーロード大山商店街振興組合 －

商店街に板橋区と交流のある９つの市町村のアンテナショップとして、特産品販売や観光情報を発信する全国ふれあいショップ「とれたて村」を開設（平成18年に2市が追加出店）。

⑤食アメニティコンテスト

農山漁村の振興並びに都市と農山漁村の共生・対流の促進を目的に、農山漁村の女性グループ等の自主的努力による、地域の特産物を活用した「食」に関する起業活動などの地域づくりに資する活動のうち、優秀なものを表彰する制度として平成3年度から実施

＜平成19年度受賞者＞

受　賞　名	受　賞　者
農林水産大臣賞	・八雲ハンドメイドの会（北海道八雲町） ・すずしろグループ（岐阜県飛騨市） ・すし工房なばな（三重県桑名市）
農村振興局長賞	・宮城県漁業協同組合亘理支所水産加工研究会（宮城県亘理町） ・農事組合法人　味彩おおやま（富山県富山市） ・有限会社　さくらじま旬彩館（鹿児島県鹿児島市）
食アメニティコンテスト審査会特別賞	・大石田そば街道振興会女性部（山形県大石田町） ・特定非営利法人　京・流れ橋食彩の会（京都府八幡市） ・黒滝蒟蒻よもぎの里（奈良県黒滝村）

＜審査委員＞

浜　美枝（審査会長）	女優、農政ジャーナリスト
安倍澄子	(社)全国農業改良普及支援協会　主任研究員
日出山南枝	(株)料理新聞社　社長
宮城道子	十文字学園女子大学人間生活学部　准教授
向笠千恵子	フードジャーナリスト、エッセイスト
山本　進	(社)農山漁村女性・生活活動支援協会　専務理事

受賞者の事例
－八雲ハンドメイドの会－

平成4年に発足した八雲町の酪農家14名のグループ。

町内の良質な牛乳を活用した、様々な種類のチーズ開発をはじめとする乳製品加工や、地域住民や都市住民を対象とした「手作りチーズを楽しむ会」の開催など、チーズづくりの面白さと酪農の魅力を伝える活動を積極的に展開。

（様々なタイプのチーズ製品）

（その他表彰制度 ①） 企業フィランソロピー大賞

社員はじめ、一般市民の社会参加推進をリードするものとして企業は重要な役割を担うとの考えのもと、企業の社会貢献活動・個人の社会参加活動の推進を目的として活動している「社団法人日本フィランソロピー協会」により、「本業を通じた社会貢献活動を顕彰し、21世紀の新しい企業行動モデルを広く世に示すことで、CSR経営の推進を目指す」ことを目的として毎年実施

＜第5回『企業フィランソロピー大賞』（平成20年2月）＞

【大賞】 株式会社滋賀銀行（滋賀県大津市）
【特別賞・企業市民賞】 松下電器産業株式会社（大阪府門真市）
【特別賞・地域環境賞】 大和信用金庫（奈良県桜井市）
【特別賞・社会共生賞】 ヤマト運輸株式会社（東京都中央区）
【特別賞・子どもの心育成賞】 木下サーカス株式会社（岡山市表町）

＜選定委員＞
木全 ミツ（きまた・みつ）NPO法人 女子教育奨励会理事長、元 労働省審議官、国連公使、The Body Shop, Japan創業社長
西崎 哲郎（にしざき・てつろう）KFi株式会社 会長
藤原 作弥（ふじわら・さくや）作家・元日銀副総裁
松岡 紀雄（まつおか・としお）神奈川大学経営学部教授・大学院経営学研究科教授

（第5回大賞 滋賀銀行の選定理由）

地球温暖化をはじめとする環境問題への関心が高まりを見せている中、環境経営を経営理念の重要項目として位置づけ、環境金融の先駆けとして金融界、経済界に多大な影響を与えた。不況下の1999年に「クリーンバンクしがぎん」構想を打ち出し、多くの環境商品の開発と販売に加え、金利面での優遇措置、さらに「しがぎん琵琶湖原則」により取引先企業の環境格付けを行うなど、CSRを実効的に推進するため、経営哲学に則り、それを着実に事業そのものに反映させたことは特筆に価する。役職員をはじめ全従業員が環境について考え、行動し、琵琶湖畔の清掃をはじめ、地球温暖化ガスの削減にも積極的に取組み、目標以上の成果を挙げているなど、不断の努力によって常に社会をリードする経営を実践している行動力も評価される。

（その他表彰制度 ②） パートナーシップ大賞

「NPOと企業のパートナーシップ推進」をミッションとして掲げるNPO法人ﾊﾟｰﾄﾅｰｼｯﾌﾟ・ｻﾎﾟｰﾄｾﾝﾀｰにより、社会が大きな変革を迫られている中、NPOと企業のパートナーシップを確立、活性化することにより新しい市民社会・新しい公共の実現に寄与することをめざし、2002年に創設。
NPOと企業の優れたパートナーシップ事例を選出し表彰することにより、営利と非営利という本来相容れないと考えられていたNPOと企業の協働が可能であることを示し、その具体例によって「協働」の意味や価値、重要性を社会にアピールし、両者の協働を推進することを目的とする。

＜第5回パートナーシップ大賞（平成19年11月）＞

グランプリ

NPO	石坂線21駅の顔づくりグループ
企業	京阪電気鉄道株式会社

パートナーシップ賞

NPO	アスクネット
企業	アイシン精機株式会社

NPO	気象キャスターネットワーク
企業	シャープ株式会社

NPO	自閉症ピアリンクセンター「ここねっと」
企業	株式会社セレクティー

NPO	ﾄｩｷﾞｬｻﾞｰ
企業	積水ハウス株式会社

NPO	G-net
企業	岐阜信用金庫、国立大学法人高知大学、株式会社希望社

＜グランプリ選定理由＞

京阪石坂線を走る列車を美術館に見立て、アートを施した列車を軸に美術祭を実施。市民の生活に密着した公共交通がもつ力を活用し、文化の発信や地域・世代間の交流を図ることで、沿線の活性化、人々のまちづくりへの関心を喚び起こす試み。

＜選定委員＞
今田 忠（市民社会研究所所長 前日本NPO学会会長）
長谷川公彦（味の素(株) お客様相談センター長
原田 勝広（日本経済新聞社 編集委員）
藤井 絢子（滋賀県環境生活協同組合 理事長）
小川 雅由（こども環境活動支援協会 事務局長）
寺内 昇（日本財団 情報グループ長）
岸田 眞代（ﾊﾟｰﾄﾅｰｼｯﾌﾟ・ｻﾎﾟｰﾄｾﾝﾀｰ 代表理事）

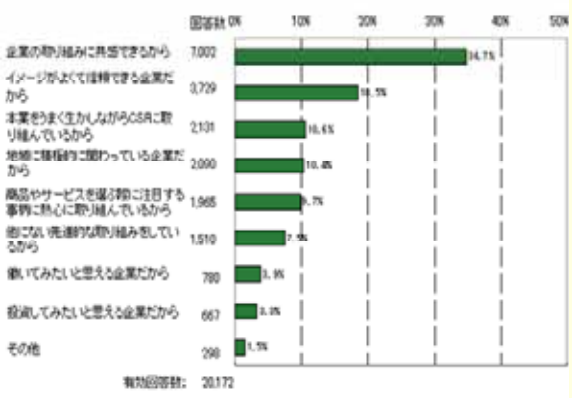
(その他表彰制度 ③)　CANPAN CSRプラス大賞

日本財団が提供する公益事業のコミュニティサイトであるCANPANが、CSRの取り組みを積極的に行っている企業を奨励し、応援することを目的に 設立。選定は、市民からのｲﾝﾀｰﾈｯﾄを介した投票によって行われ、読売新聞東京本社を後援者として平成19年10月29日に実施した第1回大賞には、20,172件の投票が寄せられた。

＜第1回プラス大賞＞

★ CSRプラス大賞グランプリ：　サッポロホールディングス株式会社
★ CSRプラス大賞：　ソニー株式会社
★ 地域のCSR大賞：　株式会社アレフ、　市民生活協同組合ならコープ
★ CSRプラス特別賞：　九州電力株式会社

(投票者が企業を選んだ理由)



＜サッポロホールディングス株式会社のCSRに対する取組＞

ビール事業において麦芽･ホップで100%を達成した「協働契約栽培」や、ビール業界初の環境影響評価におけるＬＣＡ（ライフサイクルアセスメント）導入、二酸化炭素排出量その他の削減を高いレベルで達成したこと、工場でのゼロ･エミッションの達成･維持などが具体的なCSR活動である。

これらの実績が評価され、サッポロホールディングス㈱は2006年3月、日本政策投資銀行の「環境格付融資制度」において最高ランクの評価を獲得した。

また、飲料事業では、地球温暖化防止と消費電力の大幅な削減に貢献する画期的なノンフロン･省エネ自動販売機を2004年に業界に先駆けて導入したことが高く評価され、経済産業省「地域地球温暖化防止支援事業費補助金」事業の認定や独立行政法人新エネルギー･産業技術総合開発機構による助成金交付を受けている。

【委員名簿】（五十音順、敬称略）

いぶき　えいこ 伊　吹　英　子	(株)野村総合研究所上級ｺﾝｻﾙﾀﾝﾄ
おだぎり　とくみ 小 田 切　徳　美	明治大学農学部教授
かない　くみこ 金　井　久美子	特定非営利活動法人「地球緑化ｾﾝﾀｰ」事務局次長
くろかわ　かずよし 黒　　川　和　　美	法政大学大学院政策創造研究科教授
さわうら　しょうじ 澤　　浦　彰　　治	(株)野菜くらぶ　代表取締役
はしだて　たつお 橋　　立　達　夫	作新学院大学総合政策学部教授
はしなか　よしのり 橋　　中　義　　憲	羽咋市長
みつの　とおる 三　野　徹	京都大学名誉教授、岡山大学名誉教授、鳥取環境大学教授
むかさ　ちえこ 向　笠　千恵子	フードジャーナリスト、エッセイスト
や　ぎ　たけのり 八　木　武　　則	静岡県建設部農地局長

【会議開催経緯】

第１回目　４月　１日（火）　論点の提起

第２回目　５月１２日（月）　議論の方向性の提示

第３回目　６月２４日（火）　・有識者との意見交換
NPO 法人ﾊﾟｰﾄﾅｰｼｯﾌﾟ・ｻﾎﾟｰﾄｾﾝﾀｰ
代表理事　岸田 眞代　氏
・論点の整理

第４回目　７月１６日（水）　研究会報告とりまとめ