

農山漁村における企業によるインパクト創出

- ・ 証明書制度創設検討会の目的、検討事項説明

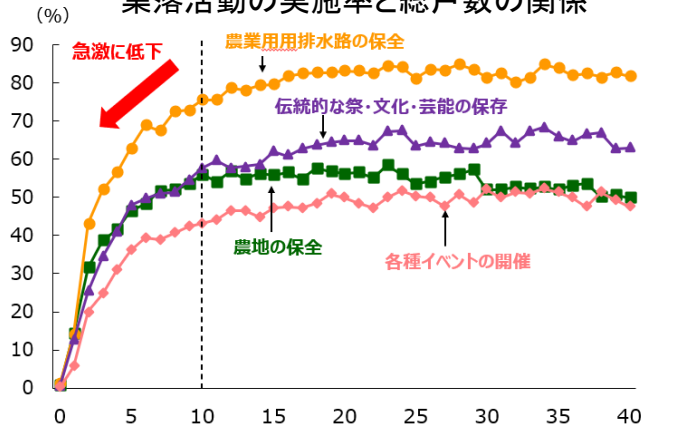
農村振興局 農村政策部
農村計画課 農村活性化推進室

農山漁村の現状と課題

- 我が国は、高齢者の引退等による農業者の大幅な急減に直面。このような中で、食料安全保障を確保するには、農業の生産性向上や持続可能性の両立に加え、農山漁村のコミュニティ維持が不可欠。今後、これらの課題を踏まえ、「食料・農業・農村基本計画」を策定。
- 集落の総戸数が9戸以下となると、農地の保全等の集落活動が急激に低下するが、山間地域における総戸数が9戸以下の集落の割合は2020年と2000年を比較すると2.3倍に増加するなど、中山間地域において農山漁村のコミュニティの維持が懸念される。
- このため、農林水産省としては、関係府省庁と連携しつつ、国の職員が自治体に足を運び地域の取組を支援する「デジ活」中山間地域や地域の多様な主体による農村型地域運営組織(農村RMO)形成の支援等を実施。

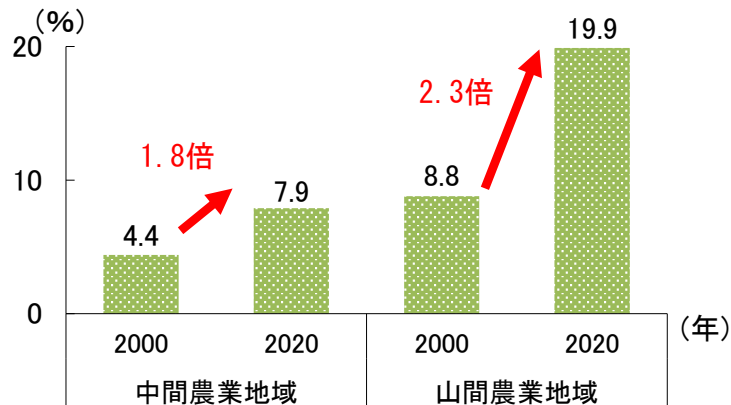
現状と課題

集落活動の実施率と総戸数の関係



資料：農林水産政策研究所「日本農業・農村構造の展開過程-2015年農林業センサスの総合分析-」(戸)
(2018年12月)

総戸数が9戸以下の農業集落の割合



資料：農林水産省「農林業センサス」

現在の対応状況

中山間地域におけるデジ活のイメージ

農林水産業を軸として、地域資源やデジタル技術を活用し、多様な内外の人材を巻き込みながら社会課題解決に向けて取組を積み重ねることで活性化を図る地域を、関係府省が連携して後押し。

農林水産業



- 農林漁業者の減少に対応するため、スマート農林水産業の導入により作業を省力化

交通、物流



- 交通空白地帯の解消や利便性の向上に向け、貨客混載バスによるラストワンマイル配送
- スーパーやコンビニ等の撤退で買い物難民が発生したため、無人キャッシュレススマートストアを設置

関係府省庁が連携してサポート
(関連施策一覧の公表、課題に対する施策の紹介、申請相談、重点伴走支援等)

支援チーム

内閣府	国土交通省
総務省	環境省
農林水産省	厚生労働省
経済産業省	文部科学省

(地域ごとに、課題やニーズに対応する府省庁で構成)

農村RMOのイメージ

中山間地域等では、高齢化・人口減少の進行により、農業生産活動のみならず、集落維持に必要な取組を行う機能が弱体化。このため、多様な地域の関係者が連携して協議会を設立し、農用地保全や生活支援等を実施。

農用地保全



地域ぐるみの農地の保全・活用

地域資源活用



直売所を核とした域内経済循環

生活支援



集荷作業と併せた買い物支援

関係府省庁が連携してサポート

(関連施策一覧の公表、農村RMO形成推進に関する情報共有の場を形成、都道府県・市町村への周知)

内閣府	総務省	文部科学省	厚生労働省	国土交通省
-----	-----	-------	-------	-------

農山漁村に関わりの少なかった企業の農林水産業・食品産業への参入促進について

人口減少下において、企業の活力を農山漁村に取り込むため、①官民共創の関係者が集まる場の創設、情報発信を行うとともに、②拠点の創設、課題解決モデルの選定により、具体的な案件形成を進める。また、③農山漁村のインパクトの可視化を通じて企業インセンティブを向上させ、④大企業による課題解決の取組を促進するとともに、これらの取組を行う企業を認定する⑤インパクト証明制度を創設し、農山漁村への企業参入を促進する。

① 官民共創の関係者が集まる場の創設、情報発信

○「農山漁村」経済・生活環境創生プラットフォーム：

（NTT東西、JR東、近鉄、日本郵便、ヤマト運輸、TOPPAN、ゼンリン、テレ東、ロート製薬、アサヒビール、ヤンマー、クボタ、丸紅、H2O、しずおかFG、みずほ証券、東京海上日動、中央日土地、JTB、楽天 等（令和7年8月時点：約480企業、自治体含め約550団体）

○ シンポジウムの開催：

第1回（令和7年2月4日） 会場参加300名超、オンライン参加900名超

第2回（令和7年7月16日） 会場参加250名超、オンライン参加800名超

○ 個別の取組：

〔主要テーマ〕	〔中山間地域対策〕
・域外や他業種企業との新結合	・「デジ活」中山間地域
・副業の促進	・中山間地域の物流、農村RMO（郵便局等と連携）

③ 企業インセンティブの向上「農山漁村」インパクト可視化ガイダンス

○ 農山漁村のインパクト

地域経済の活性化

農山漁村の持続可能な
生活環境の維持

ネイチャーポジティブ

気候変動の
抑制

気候変動への
適応

ウェルビーイング
向上

農山漁村における
災害レジリエンスの向上

○ 企業のメリット

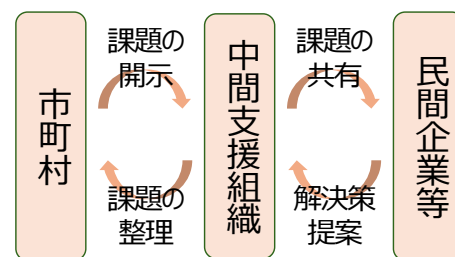
事業リターン

人的リターン
（対従業員）

ブランドリターン
（対顧客）

資本市場リターン
（対投資家）

② 案件形成拠点の創設、課題解決モデルの選定



○ 地方銀行による中間支援：

〔静岡銀行、福井銀行、あいち銀行、山口銀行(YMFG)、高知銀行、肥後銀行 等〕

○ 都道府県の関与：

農林水産 地方創生センター（福井県）

○ モデル企業を国が選定（インパクト創出ソリューション実装プログラム）：

農業における人口減の対応と生産性向上	地域コミュニティ
〔タイミー、三祐工業、サグリ、EF Polymer、アクセリア〕	〔楽天グループ、バカン〕
販路開拓等による付加価値向上	関係人口創出
〔ボーダレス・ジャパン、NTTスマートコネクト〕	〔パナ農援隊、雨風太陽〕

④ 大企業による課題解決の取組促進、⑤ インパクト証明書

○ 検討会参加企業（農山漁村の課題解決に積極的に関与）

〔JR東、NTT東、JAL、JTB、アサヒビール、H2O（阪急阪神百貨店等）〕

○ 参加企業による取組事例

企業版ふるさと納税を活用した
社員の副業による農業参入
（JR東日本）



企業版ふるさと納税を活用した
援農ボランティアツアー
（アサヒビール、ニッカウヰスキー、JTB）



国が発行

農山漁村社会・環境
インパクト創出証明書

なぜ企業から農山漁村への資金拠出や人材派遣が必要になるのか (企業にとってのリスクと機会)

- 農山漁村の課題は、都市部企業にとっても、自社のマテリアリティ(企業が優先的に取り組むべき重要な課題)と深く関係
- 上記課題の解決は、CSV経営(経済的価値と社会的価値の両立である「共有価値の創造」を軸とした経営)の達成にも寄与

企業にとってのリスク

①企業の消費市場(マーケット)への影響

- 地域における人口減少や産業の衰退により、消費や投資の停滞、地域の消費市場の縮小を招く可能性
(地方での雇用機会喪失により若年層の都市部への流出も加速)

②企業のバリューチェーンへの影響

- 農山漁村(やそれを取りまく自然)の衰退により、農林水産物を原料とする食品・飲料メーカー、外食産業に加え、再生可能エネルギーを扱う商社、銀行、電力会社等の経営基盤を危うくする可能性

企業にとっての機会

③新規事業の創出

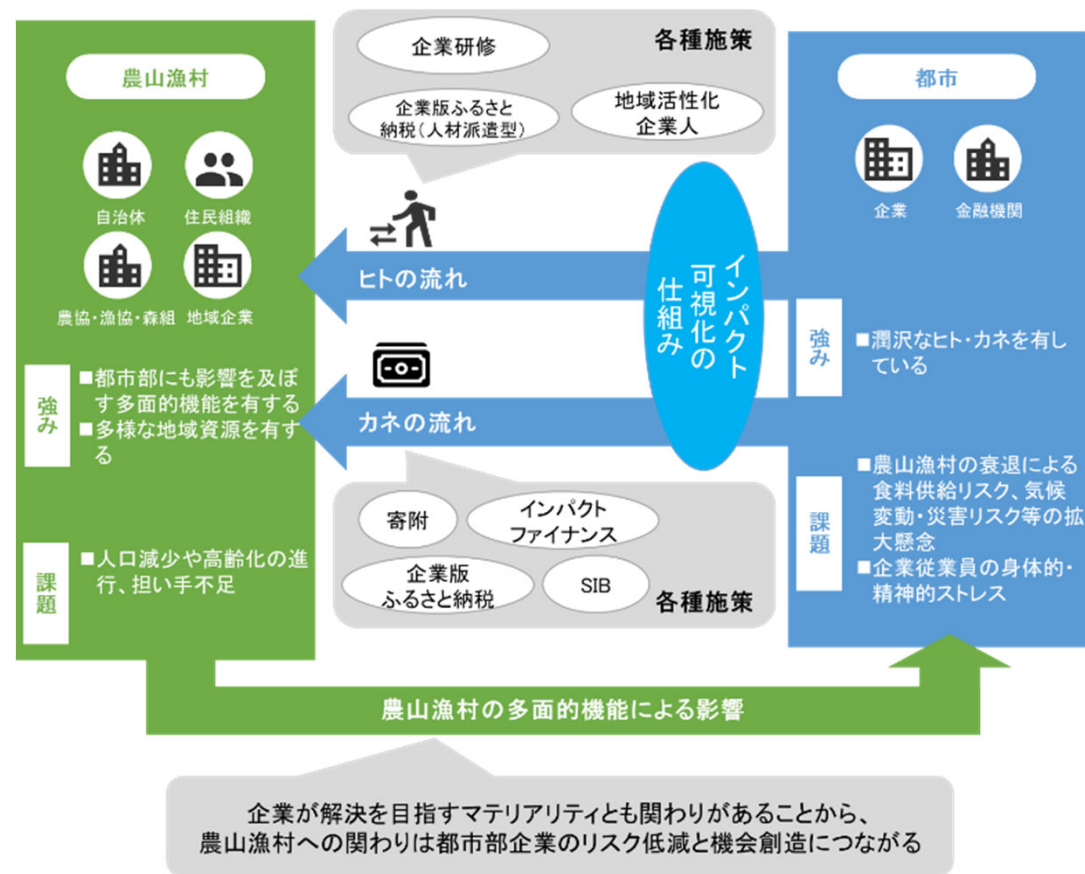
- 課題解決が新たな事業創出の機会となり、④の「インパクト」につながるような事業創出・拡大に寄与

④インパクトを創出する取組の加速化

- 「地域経済の活性化」、「気候変動の緩和」等といった、近年投資家等から関心が高まっている「インパクト」の創出に寄与

⑤健康経営の実践

- 農山漁村に関わるプログラムにより、従業員の身体的・精神的ストレスの解消、ウェルビーイングの向上が図られ、結果として企業の業績向上や株価向上に寄与



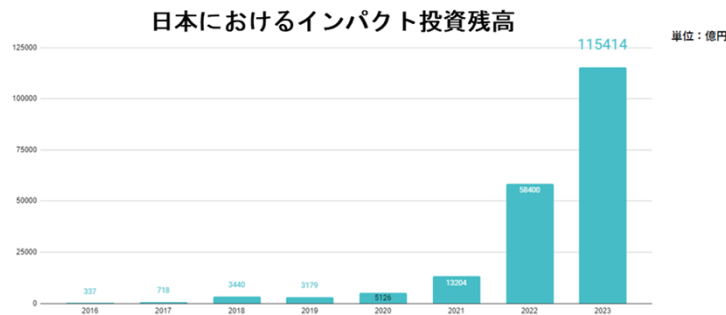
都市部からの人的・資金的な流れを活発化させるだけでなく、農山漁村と都市が相互に協力し合って価値創造していく仕組みづくりが重要

「農山漁村」インパクト可視化ガイダンスについて

- 食料供給基盤である農山漁村の人口減少による各種課題に対し、都市部の企業と協働して解決に取り組んでいく必要。
- 近年、大企業・金融機関を中心に、ESG、SDGs、インパクト等が重視され、多面的機能を有する農山漁村は企業にとっても価値創造の場となることから、農山漁村における事業活動が有する「インパクト」を企業に訴求する形で可視化することで、企業が自社のマテリアリティ(重要課題)に結び付けることが容易になる。
- このため、農山漁村における企業の事業活動や資金拠出・人材派遣を促すため、農山漁村の有する多面的価値を「インパクト」として可視化するガイダンスを作成し、令和6年度末に公表。

「インパクト」に対する資金流入の増加

我が国においても、企業等におけるインパクトに対する意識の高まりから、財務リターンの獲得に加え、社会・環境的課題の解決に寄与する成果(インパクト)の創出を同時に目指すインパクトファイナンスが急速に拡大。



*上記の残高は、アンケート調査に基づき推定されたものであるため、必ずしも日本全体のインパクト投資市場規模の実態値ではない。また上記の年度は報告書発行年度であり、投資残高は個別回答組織の直前期末時点での数字の集計である。
出典 一般財団法人社会実業推進財団 (SHP) 発行「ESG国内部門委員会報告書」日本におけるインパクト投資の現状と課題(報告書) (2016年度・2023年度)

企業のマテリアリティと農山漁村の多面的機能

多面的機能を有する農山漁村の衰退は、その機能の喪失を招き、災害リスクの増大や環境問題の深刻化など、企業活動の継続性に悪影響をもたらすことから、農山漁村における課題解決は企業のマテリアリティとも深く関わっている。

農業・農村の有する多面的機能

日本学術会議「地球環境・人間生活にかかわる農業及び森林の多面的機能の評価について(答申)」(平成13年11月)



企業に訴求する農山漁村で創出されうるインパクト例

地域経済
の活性化

農山漁村の持続可能
な生活環境の維持

ウェルビー
イング向上

気候変動
の緩和

気候変動
への適応

ネイチャー
ポジティブ

農山漁村における災害
レジリエンスの向上

※「インパクト」とは、事業や活動の結果として生じた、社会的・環境的な変化や効果(短期・長期間わらない)を指す。

インパクトにつながる事業活動の事例

ひろさき援農プロジェクト(青森県弘前市)

JTB・弘前市・ニッカウキスキー・アサヒビールが連携して、企業版ふるさと納税を活用し、全国から企業参加も含めたボランティアを募りリンゴ収穫作業を支援。農家の人手不足解消と観光を融合した新たな交流の創造により、全国規模での関係人口創出、地域経済の活性化、参加者及び受入れ農家双方のウェルビーイング向上というインパクトを創出している。



GREENable HIRUZEN(岡山県真庭市)

観光拠点のブランディング・観光発展に、阪急阪神百貨店・両備HDから、地域活性化企業人・企業版ふるさと納税を活用して人材受入を実施。多様な専門性の導入により新たな訪問客やリピーターが増加、地域経済の活性化というインパクトを創出している。



「蒜山高原鳩ヶ原草原及び周辺湿原」への支援(岡山県真庭市)

自然共生サイト認定を受けている「蒜山高原鳩ヶ原草原及び周辺湿原」に対して、大成建設が湿地の再生活動に係る技術等の支援を行い、その証明として環境省が「支援インパクト証明書」を発行。民間企業と地域が一体となってネイチャーポジティブなインパクトを創出している。



今後の 活用方針

企業が情報開示等に積極的に活用できるよう、本ガイダンスに基づき、農山漁村におけるインパクトにつながる事業活動又はこれらへの支援に対する表彰・証明制度を検討。

農山漁村の課題解決につながる取組（アクティビティ）

- 官民共創による価値創造によって、農山漁村の課題を解決する具体的な取組（アクティビティ）がそれぞれの地域で進められることが、インパクトの実現において重要。
- 農林水産省としては、農村内の農業者・非農業者の大幅な減少の下で地域社会を維持していくため、農村内部の人口の維持及び農業・農村に継続的に関わる農村外部の多様な人材（農村関係人口）の拡大に資するアクティビティが必要と考察。

インパクト創出につながるアクティビティ例

①多様な人材が農村に関わる機会の創出

農村コミュニティへの関心の喚起

- ・棚田オーナー等、都市住民の地域への継続的な関与を促す取組
- ・農山漁村・農林水産業を体験できる旅行・イベント・ワーケーション・教育事業等の取組
- ・企業のCSVとして農山漁村の人手不足を解消する取組
- ・地域外の人材の関わりにより鳥獣害対策を行う取組
- ・学生が農山漁村に関心を持つきっかけとなる寄付講座等を提供する取組
- ・企業の森林づくり等の地域の自然資源を維持・向上させる取組
- ・農業遺産における自然環境を保全する参加型の取組
- ・若者等の地域住民に、農山漁村の活動を伝える取組
- ・学校給食での地場産物活用の取組

農外人材の活用

- ・短期間アルバイト人材・副業人材（企業、公務員、農協職員等）とのマッチング（スポットワーク）の取組
- ・特定地域づくり事業協同組合制度を活用した農村RMOへのマルチワーカー参入の取組

新規参入の環境整備

- ・農山漁村での生活、なりわいを体験できる移住体験の取組
- ・体験農園等提供の取組
- ・農業技術・ビジネスに関する研修の取組
- ・新規就農者が地域で暮らすための基盤を整備する取組
- ・農業開始の初期費用をサポートする取組

③農村に人が住み続けるための条件整備（生活面）

地域住民による地域機能の維持

- ・道の駅を中心とした小さな拠点等の取組
- ・住民コミュニティの活性化を担う地域運営組織（農村RMO）の取組
- ・農地集積・集約化等、地域課題に関して地域の合意形成を促進する取組

②農村における所得の向上と雇用の創出（経済面）

付加価値の向上

- ・農福連携等の取組
- ・農作物の保存技術開発の取組
- ・GI（地理的表示）による地域産品の価値を可視化する取組
- ・農業遺産によって農産物をブランド化する取組
- ・みえるらべる、J-クレジット等を活用した環境負荷低減の取組
- ・生産～物流～小売を一気通貫で行う取組
- ・生産者と消費者・外食産業を直接的につなぐ取組
- ・海外等、新たな小売事業者開拓の取組
- ・フードテックを活用した地方の農林水産・食品企業の取組
- ・農泊の取組・森林サービス産業の取組・海業の取組
- ・GI（地理的表示）による農山漁村の価値を可視化する取組
- ・ジビエを活用した観光関係の取組
- ・農山漁村に賦存する再生可能エネルギー・バイオマスを地域内で循環させる取組
- ・消費者向けの情報発信の取組

生産性の向上

- ・専門作業を行うロボット等のスマート農業技術の開発の取組
- ・スマート農業技術の導入促進の取組
- ・農業支援サービス事業体の参入の取組
- ・農地マッチングの取組

生活インフラ等の確保

- ・ロボット等でインフラ維持の仕組みを省人化させる取組
- ・物流事業者が連携した共同配送の取組
- ・農山漁村における交通空白の解消に向けたライドシェアの取組
- ・農山漁村で女性が働きやすい環境整備の取組

インパクト

アクティビティとインパクトの関係性をロジックモデルの形で可視化

地域経済の活性化

農村地域の持続可能な生活環境の維持

気候変動の抑制

気候変動への適応

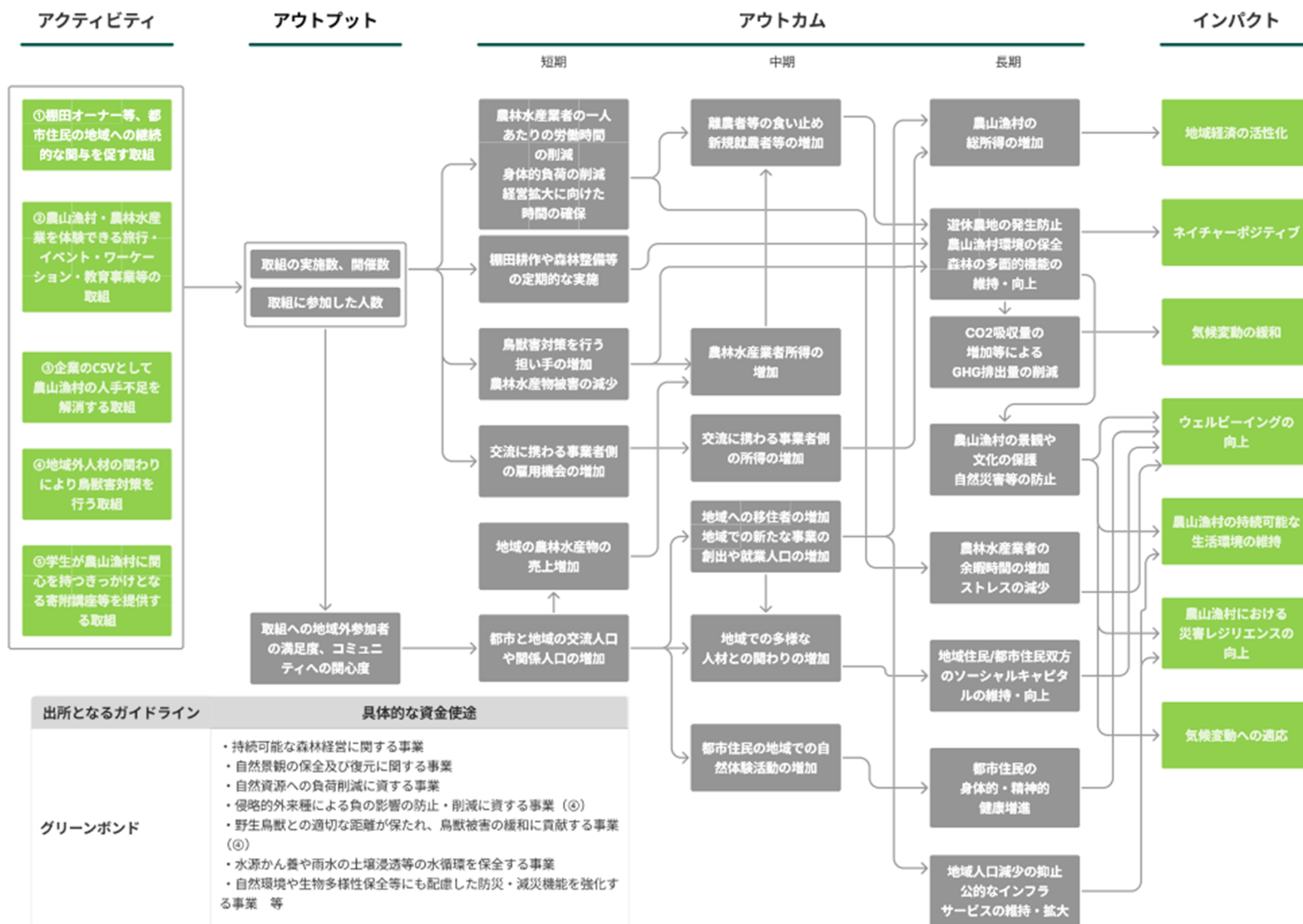
ネイチャーポジティブ

ウェルビーイング向上

農山漁村における災害レジリエンスの向上

(参考) 昨年度ガイダンス内にて作成したロジックモデル例

1. 通いによる農林水産業への参画・コミュニティ維持の取組



農山漁村に対する企業側の視点

- 農山漁村の課題は、都市部企業にとっても、自社のマテリアリティ(企業が優先的に取り組むべき重要な課題)と深く関係
- 上記課題の解決は、CSV経営(経済的価値と社会的価値の両立である「共有価値の創造」を軸とした経営)の達成にも寄与
- 企業側が農山漁村の課題解決に関与することによるメリットを下記のとおり大きく4つに整理

1. 事業リターン

① 新規参入事業による収益確保

地域における新商品・新サービス開発等による新規市場開拓・新規顧客層へのリーチ拡大

② サプライチェーン安定化・リスク低減

農林水産物・原材料の安定確保によるサプライチェーンの安定化、地域社会の維持によるユーザー数低下リスクの低減

③ 事業推進のための環境整備

地域との関係深化を通じた知名度向上・信頼構築、将来的な収益拡大を見据えた地域課題解決事業への投資準備

④ 他業種・他地域展開

自社リソースを活かした他業種・他地域への進出

3. ブランドリターン(対顧客等)

① 企業イメージ向上

「社会的責任を果たす企業」としてのポジティブなブランド構築

② 地域住民・自治体との信頼関係強化

草の根レベルでブランドへの愛着心の向上

2. 人的リターン(対従業員等)

① 人材育成

現場課題に直面する体験を通じた、課題発見・解決力の強化(特に若手・中堅層)

(例: 既定の技術開発を行っていた技術者が現場課題に触れ、必要技術から提案する機会を創出)

② 採用力強化

社会課題解決に積極的な企業イメージ向上による優秀人材の獲得

③ 従業員満足・エンゲージメント向上

体験型活動を通じたウェルビーイング向上・帰属意識の強化

④ リタイア人材活用

退職予定者や早期退職者のセカンドキャリア先として地域プロジェクトの活用(スポーツ、退職自衛官の若年層リタイアを含む)

4. 資本市場リターン(対投資家等)

① 資金調達優遇

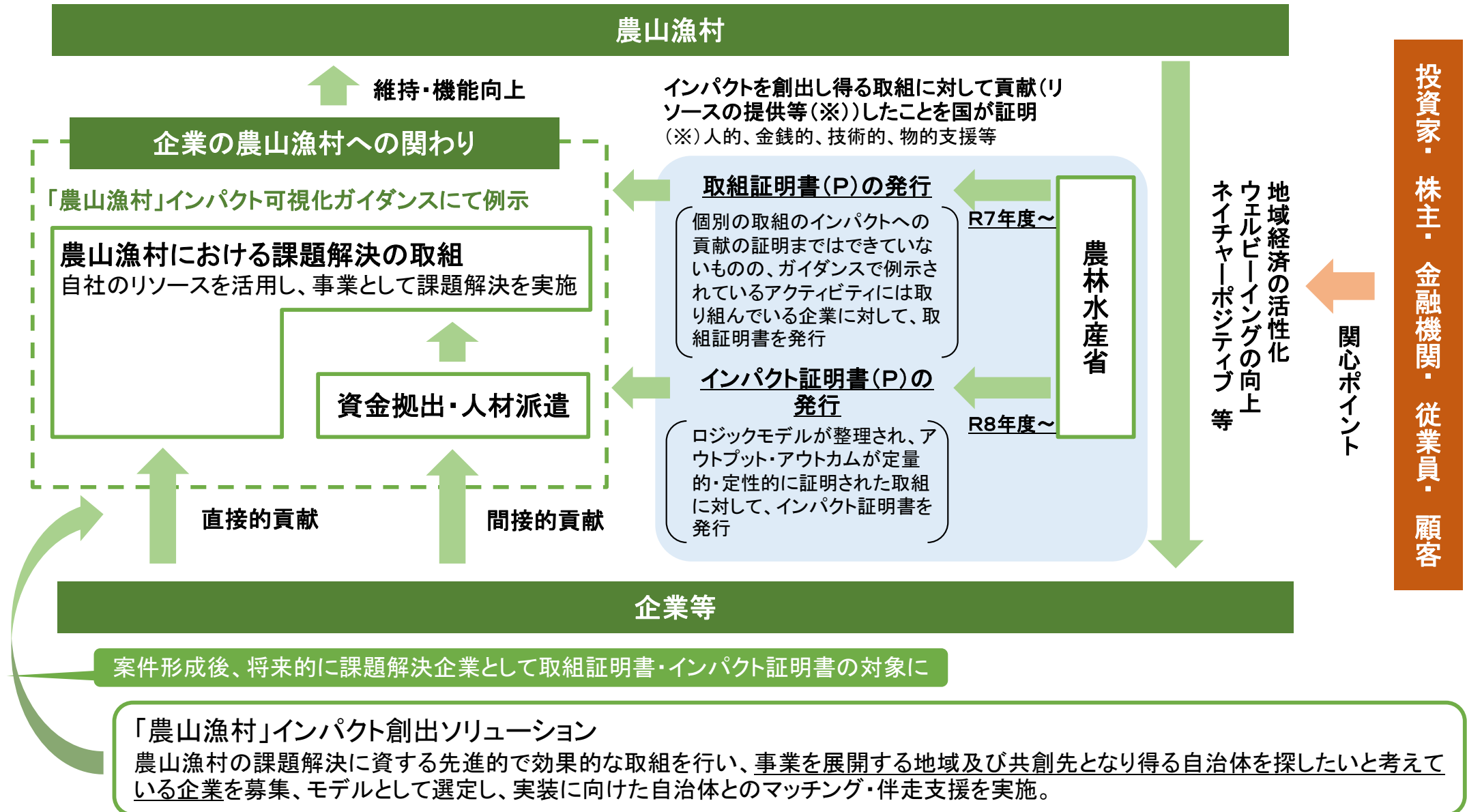
サステナブルファイナンス(グリーンボンド、ソーシャルボンド等)の発行条件優遇、ESGスコア等の向上

② 投資家・株主からの評価向上

社会的価値を生む経営姿勢の可視化による、長期保有投資家層の支持獲得

取組証明書・インパクト証明書制度のイメージ

- 農山漁村におけるインパクトを創出するような課題解決に貢献した企業へのインセンティブとして、国として、取組証明書(P)及びインパクト証明書(P)の発行を検討しているところ。
- 貢献が直接的・間接的の如何にかかわらず、訴求対象等のニーズにより取組証明書又はインパクト証明書を発行可能。



取組証明書・インパクト証明書の比較

軸	取組証明書	インパクト証明書
証明対象となる取組	農山漁村におけるインパクトを創出し得る取組	
証明の範囲	インパクト創出につながり得る「 <u>アクティビティ</u> 」に取り組んでいることを証明	アクティビティに対する <u>定量的なインプット・アウトプット・アウトカム</u> ・そこから創出される「 <u>インパクト</u> 」までの <u>ロジックモデル</u> を証明（申請者の要望に基づき、定量/定性で評価）
主な訴求対象	<u>顧客・従業員</u>	左記に加え、 <u>投資家、金融機関</u>
取組証明書／インパクト証明書取得の目的	上記訴求先に対して、農山漁村における <u>取組</u> をアピール	上記訴求先に対して、農山漁村における <u>取組の成果</u> を公的な証明を用いて説明
想定される発行対象者	大企業、中小企業（ベンチャー企業を含む） ※インパクト証明書は、その内資本市場リターンへのインセンティブがより高い対象者を想定	
審査方法	事務局による <u>ネガティブチェック</u>	専門家による会議体等により <u>個別に確認、検証</u>
今後の論点	ガイダンスに <u>ロジックモデルが記載されていないアクティビティ</u> について、 <u>インパクトを創出し得るものかどうか</u> の判断方法	アクティビティに対する定量的又は定性的な <u>アウトプット・アウトカムの指標・測定方法更新方法、指標のリバイス可能性</u> について

本検討会における検討事項

○インセンティブについて

- ・取組証明書、インパクト証明書ともに、人材リターン、ブランドリターン、資本市場リターンが、インセンティブとなりうる
- ・ただし、資本市場リターンとしていくためには、
取組証明書の場合：投資家のインパクト投資等のソーシングとして活用してもらうことが重要
インパクト証明書の場合：長期的には、このインパクト証明書があれば簡素なDDで資金拠出できる、といった指標である必要あり
特に、投資家側の意見を反映させていくことが重要

○取組証明書、インパクト証明書の評価基準の考え方

- ・取組証明書
 - －昨年度ガイダンスに記載がある取組：ガイダンスに記載されているロジックモデルをもとに認定
 - －昨年度ガイダンスに記載がない取組：昨年度ガイダンスに記載した農山漁村の課題と取組の関係性の根拠の記載が現実的か
- ・インパクト証明書
 - －上記に加え、評価基準の考え方（IMMプロセスのあり方等）について検討

○インパクト証明書の評価基準、評価方法の詳細

- ・インパクト証明書におけるインパクトやIMMプロセスの評価方法の詳細
 - －アウトカム・インパクトは定量化を求めるべきか
 - －初回時：IMMプロセスを実施できる体制を構築できているか、を評価するのがよいのか
 - －更新時：上記に加え、インパクト指標（KPI）を達成できているのか
（達成できていない場合は、その改善のための施策を立てているか）を評価するのが良いか
- ・アウトプット、アウトカムの具体的な測定方法

○具体的なインパクト証明書発行の手続きについて

- －発行に向けた体制論

【第1回】（インセンティブ、評価基準の考え方）

インパクト証明書、取組証明書のインセンティブを整理。
取組証明書、インパクト証明書の評価基準の考え方を整理。
取組証明書の募集開始に向け、募集・評価・発行体制について、意見聴取。

【第2回】（インパクト証明書の評価基準、評価方法の詳細）

インパクト証明書におけるインパクトやIMMプロセスの評価方法の詳細を検討。

【第3回】（具体的な評価方法）

大企業等による農山漁村現場への人材派遣等の取組促進に係る検討会と同時開催とし、各企業の取組について、ロジックモデルの整理や測定方法について検討（非公開）。

【第4回】（インパクト証明書の発行体制）

R8年度のインパクト証明書発行開始に向けて、インパクト証明書の募集・評価・発行体制について検討。

取組証明書、インパクト証明書の発行及び本検討会のスケジュール

○取組証明書の交付

7月 取組証明書の要件設定、
募集要項事務局案作成

9月 検討会での承認後、
取組証明書募集開始

10月～11月
取組証明書募集期間

12月～1月
取組証明書審査期間

2月 取組証明書交付

○検討会の開催スケジュール

6月 検討会の構成、委員決定

8月 第1回検討会
・インセンティブ、評価基準の検討
・取組証明書の要件設定、募集要項作成

9月 第2回検討会
・インパクト証明書におけるインパクトや
IMMプロセスの評価方法の詳細の検討

11月 第3回検討会
・個別の企業の具体的な取組事例を通じた
インパクトやIMMプロセスの評価方法等
の検討

1月 第4回検討会
・インパクト証明書の募集・評価・発行体
制を検討

○インパクト証明書の交付

9月 発行マニュアル骨子作成
・アウトカム・アウトプットの測定方法
・発行体制の整備

10月～1月 発行マニュアル作成

2月 発行マニュアル公表

※

※取組証明書・インパクト証明書制度の検討の過程で、制度の活用が促進されるよう必要に応じてインパクトガイダンスの改訂も検討

インパクト証明書発行マニュアル
の公表(令和8年2月ごろ)

令和8年度のインパクト証明書発行
開始に向けた検討及び発行体制の
整備を令和7年度中に実施