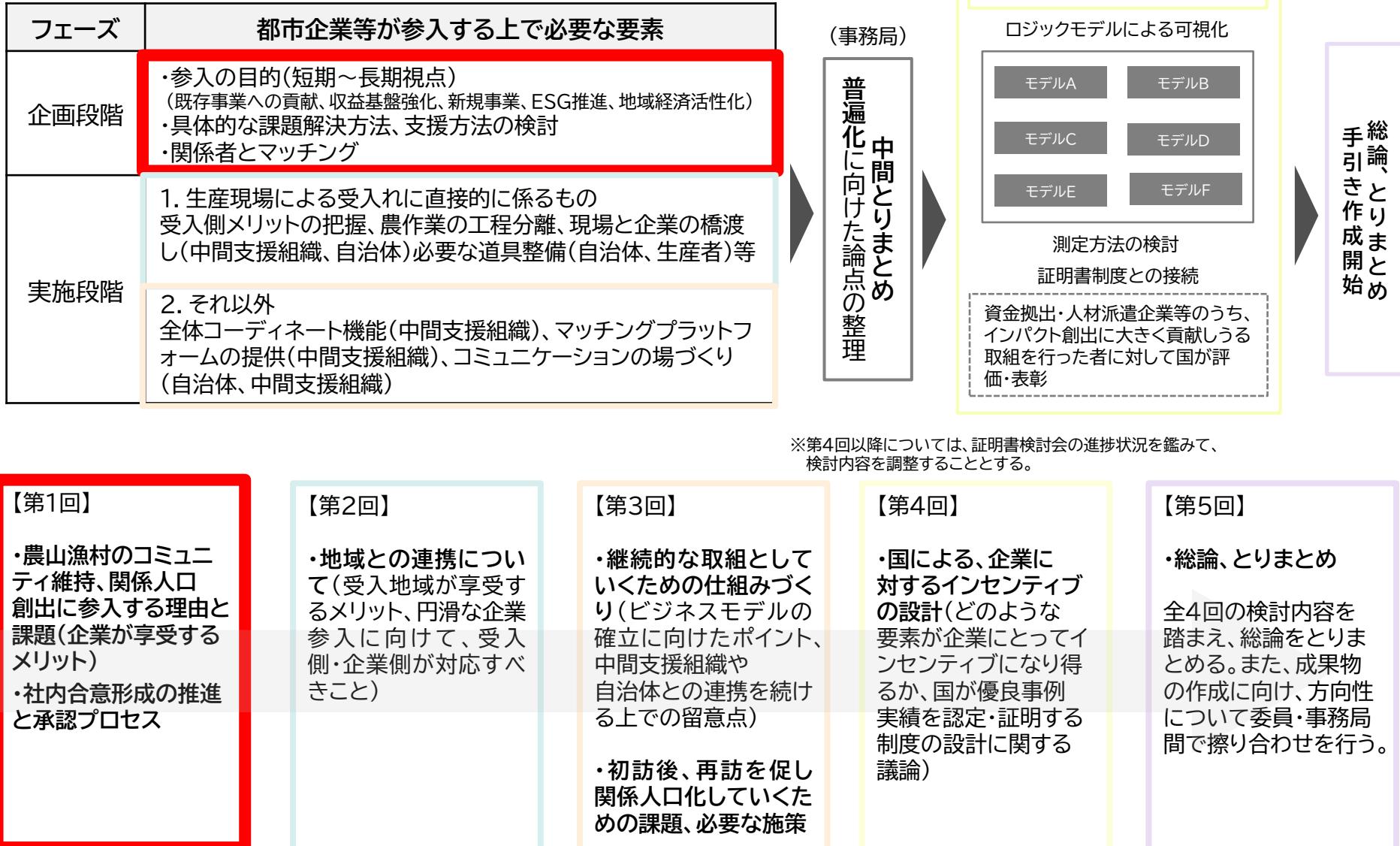


第1回検討会の振り返り及び対応方針について



2025年9月

本検討会における検討事項



第1回検討会の振り返り

議論テーマ①「農山漁村のコミュニティ維持、関係人口創出に参入する理由と課題」

- 農山漁村のコミュニティ維持や関係人口の創出等につながる取組は、地域基盤の存続に直結し、企業にとっても需要確保やブランド価値向上、健康経営や人材育成といった観点から取り組む理由・インセンティブとなり得る。
- 一方で、取り組むメリットの明確化や社員の体験価値や地域との関係性構築、企業プレゼンス向上といった非財務的価値を含む評価軸未整備の課題がある。

参入の重要性と
参入理由

- 農山漁村のコミュニティ維持や関係人口創出は、観光・農業等の地域基盤の存続に直結し、企業の事業の存続にとっても重要な課題である。
- 人口減少に伴い国内市場は縮小せざるを得ないことから、地域活性化の取組は企業の事業に対する需要確保やブランド価値向上につながる。
- 農業への関与・貢献や地域との交流事業は、CSR・CSVの観点にとどまらず、健康経営・人材育成・原料調達リスクの低減等経営戦略上の意義を持つ。

参入に関する
課題

- 経営層が意思決定できるよう、社会的意義や中長期的な事業効果等、参画メリットの明確化が必要である。
- 成功事例の再現が難しいこと、短期的な収益化が困難であること、専門人材が不足していることといった課題が存在する。
- 売上が見込めるようになると、社内の関心として、収益性の追求へ重点が移り、当初の地域貢献要素が希薄化し、両立が困難となるケースがある。
- 社内承認取得においては、収益性の確保に加え、社員の体験価値や地域との関係性構築、企業プレゼンス向上といった非財務的価値を含む評価軸の整備が必要となる。

第1回検討会の振り返り

議論テーマ②「社内合意形成の推進と承認プロセス」

- 農山漁村への企業参画を進めるには、収益性に加えブランド価値や地域との関係性構築等多面的な評価軸を用い、会社のマテリアリティとの整合、経営層の意思決定と社員へのインセンティブ設計によって、社内承認と事業に対する社内理解を得ることが重要である。
- 一方で、自治体との連携では自治体との課題認識などの共有や特定の自治体と取り組むことについての公平性等に関する課題がある。

社内承認獲得に
向けた工夫と
評価軸の多様化

- 複数の企業を巻き込んで取組を進めることで、取組の効果や持続可能性を向上させるとともに、取組を行う企業のエンゲージメントを高めることも可能。
- 地域貢献事業を企業が掲げるビジョンやミッション、サステナビリティ経営と結び付け、経営層が強い意思を持って社内構造から変革し、実行に移す姿勢があると大きなバックアップになる。
- 財務的価値だけでなく、ブランド価値や地域との関係性といった非財務的価値を総合的に評価することで、社内決裁が得られやすくなる。
- CSR部門ではなく営業/マーケティング部門が主導し、ブランド価値を高めつつ顧客価値に直結させた提案は、承認の大きな推進力となる。
- 「大義」「手段」「リスク管理」の三要素を整理し、説得力のあるストーリーを作ることが承認の決め手となりうる。
- 社内のみで承認を得ることが難しい場合、協業先を決裁の場に招き、事業価値について外部の視点からコメントをもらうことが承認を後押しする有効な手段となる。

第1回検討会の振り返り

議論テーマ②「社内合意形成の推進と承認プロセス」

- 農山漁村への企業参画を進めるには、収益性に加えブランド価値や地域との関係性構築等多面的な評価軸を用い、会社のマテリアリティとの整合、経営層の意思決定と社員へのインセンティブ設計によって、社内承認と事業に対する社内理解を得ることが重要である。
- 一方で、自治体との連携では自治体との課題認識などの共有や特定の自治体と取り組むことについての公平性等に関する課題がある。

地方自治体との連携における注意点・課題

- 地域側において、企業と認識を合わせるための課題整理や、企業の立場も踏まえた歩み寄りが必要。
- 特定の地方自治体への継続的支援は、「なぜその自治体を選んだのか」の説明が困難である場合、公平性の観点から承認を得ることが困難となることが多い。
- 自治体への企業版ふるさと納税は、域外企業が事業を実施することで資金が地域に還元されない懸念があるため、地元人材の優先活用モデルの併用が望ましい。

第1回検討会を受けての対応方針

1. 参入課題として、非財務的価値等、社内に多様な評価軸がないことが多くの企業から挙げられた。手引きの作成においては今後取り組もうとする企業の参考となるよう、多様な評価軸やそれらの意義、企業の取組を一過性のもので終わらせず、定着させるための方策について整理していきたい。また、各社の具体的な取組内容については、別途作成する質問票にて回答いただき、事務局としてこうした具体的な事例を参考していくこととしたい。
2. 企業における参入理由とその課題については確認できたものの、一方の地域における視点は未確認となっている。第2回検討会では、受入地域が享受するメリット、円滑な企業参入に向けて受入側と企業側が対応すべきことを議論していきたい。

再掲：農山漁村に対する企業側の視点

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

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）

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

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