

【ダイジェスト版】

企業による農山漁村への参入・取組の持続に関する  
手引き・論点集



## 【背景】

農山漁村では、自然減が社会減を上回る状況が続き、地域全体で人口減少が続いている。こうした中、食料安全保障の確保には、農山漁村のコミュニティ維持が不可欠である。このような課題を解決するためには、行政だけでなく企業をはじめとする多様なステークホルダーの参画が必要であり、地域と企業が実践的かつ効果的に連携できる仕組みの整備と具体的な案件形成の促進が求められている。

## 【「大企業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」の概要】

このような状況を受け、農山漁村への企業の人材派遣等を通じた関与・貢献を促し、特に社会的影響力の高い企業による農山漁村の課題解決に向けた取組を普遍化するため、既に農山漁村における取組の実績がある企業を中心に、中間支援組織等や受入・協働実績のある自治体を交え、「大企業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」が設置され、議論が行われた。\*検討会実施期間：令和7年8月～令和8年3月

【参考】併用をおすすめするガイダンス・要点集

## 大企業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

### 「農山漁村」インパクト可視化ガイダンス

#### 【概要】

・企業の資金・人材の地域参画を促すため、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令和6年度末に公表

・インパクトに関する検討会を開催し、企業が訴求するインパクトとアクティビティを検討し取りまとめた

### 「農山漁村」課題解決実践要点集

#### 【概要】

農林水産省開催の「農山漁村経済・生活環境創生プラットフォーム」専門部会をもとに、通い・副業・物流の3テーマの成功事例を整理し、企業と地域連携の指針となる「農山漁村課題解決実践要点集」を取りまとめた

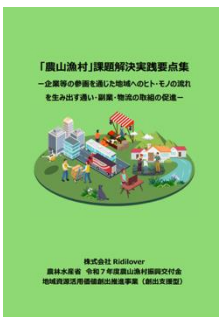
### 検討会の主な議論内容

	検討会議論テーマ
第1回	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>社内合意形成の推進と承認プロセス</li> </ul>
第2回	<ul style="list-style-type: none"> <li>大企業の農山漁村参入による、受入側（地域・生産現場）が享受するメリットは何か</li> <li>円滑な参入に向けて受入地域が対応すべきこと、企業が対応すべきことは何か</li> </ul>
第3回	<ul style="list-style-type: none"> <li>大企業が農山漁村で取組を持続する上での課題は何か</li> <li>取組を持続させるためにはどんなアプローチが有効か</li> </ul>
第4回	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業が証明書を取得することで得られるリターンと、その活用方法</li> <li>企業が証明書を取得・活用する上での課題と対応策は何か</li> </ul>
第5回	<ul style="list-style-type: none"> <li>持続可能な企業参画モデルの構築に向けてできることは何か</li> </ul>

### 手引き・論点集



企業による農山漁村への参入と取組の持続に向けて、参考となる重要なポイントを手引き・論点集として整理して提示する



手引き・論点集では、「企業参入による企業側・受入側双方の利点」、「参入と取組持続における課題と対応策」、「取組を持続する上で有効なアプローチ（地域資源活用・関係人口育成・インパクト可視化）」を整理して提示している。その上で、各アプローチに対応する施策や事例を紹介することで、取組の展開を具体的に検討しやすい構成としている。

## 企業の農山漁村への参入により得られる効果

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、地域基盤の存続や企業の事業の存続に直結する

地域・生産現場（受入側）	企業（参入側）
企業との協働は、受入地域に中長期的な「関係人口」を形成し、持続的な「経済的価値」の創造に貢献する	財務的価値（事業の存続）に加え、非財務的価値（ブランド価値や従業員のウェルビーイング向上等）も得ることが可能

## 企業が農山漁村に参入・取組を持続する上での課題とアプローチ

### 企業が農山漁村に“参入”する上での課題

- ①地域社会への理解に基づく合意形成
- ②人材の確保と育成
- ③事業の収益性・持続性の確保



### 企業が農山漁村で取組を“持続”する上での課題

- ①地域資源を活かした社会・経済的な価値創造
- ②関係人口を増やし、育成する体制づくり
- ③非財務的価値を含む評価基準・手法の整備

## 参入に向けてそれぞれが対応すべきこと



企業



中間支援組織



受入側

## 取組を持続する上で有効なアプローチ



地域資源を活かした社会・経済的な価値創造



地域の関係人口を増やす体制作り



インパクト可視化  
情報発信

- ・取組事例
- ・中間支援組織の機能と活用ポイント

取組証明書、インパクト証明書の活用

企業の農山漁村への参入は、短期的には生産現場の人手不足の解消や地域経済の活性化などの効果をもたらす。こうした取組は、中長期的には関係人口の創出につながり、地域や生産現場における将来の担い手確保など、より持続的な効果へと波及することが期待される。

## 期待される効果・メリット

短期視点	中長期視点
------	-------

- 繁忙期における人手不足の解消
- 日常的な業務へのモチベーションの向上
- 農作業の効率化
- 都市部人材からの知見・技術の導入

- 将来の担い手確保、副業人材の育成
- 外部からの刺激で新しい視点を獲得
- 販路拡大や付加価値化の推進

- 地域経済波及効果（例：宿泊、飲食、物流、ふるさと納税の獲得等）
- 関係人口増加
- 情報発信・広報強化
- 観光・ブランド価値向上
- 地域の外からの視点による地域資源再発見

- 関係人口・地域ファン増加
- 移住・定住者増による税収増
- 産業・インフラ整備促進

- 交流人口増による地域の活気創出
- 地域価値の再発見

- Uターンの増加
- 企業との連携による暮らし・文化の継承
- 多世代・多文化交流で地域活性化

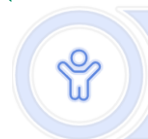
企業による  
農山漁村参入



生産者



自治体



住民

企業の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、企業自身の事業存続にも寄与する。また、企業ブランドの向上に加え、従業員のウェルビーイング向上や人材育成の推進といった経営上のメリットも見込める。さらに、取組を通して育んだ地域ネットワークが新規ビジネスへと展開する可能性もある。

## ■強化の期待が見込める、主な企業側面

### 1. 事業存続



- 農山漁村のコミュニティ維持や関係人口創出は、企業の事業の維持・拡大に寄与する
- 農業への関与や地域との交流事業は、原料調達をはじめとする経営リスクの低減につながる

### 2. 人材育成・エンゲージメント向上



- 地域と連携することで、従業員のウェルビーイング向上といった健康経営や人材育成、多様性のある経験が得られる

### 3. 社会課題解決・CSR/CSV深化



- 農山漁村地域の多様な社会課題解決に貢献し、企業のCSR（社会的責任）やCSV（共有価値創造）活動の実質的深化につながる

### 4. 企業ブランドの向上



- 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
- 都市部にはない独自の地域資源・知的資本・文化的価値を発信、企業のブランド力形成に役立つ




### 5. ネットワーク形成・信頼醸成



- 新規ビジネス創出の基盤となる地域ネットワーク・関係人口を構築し持続可能な事業展開につなげる

企業が農山漁村に円滑に参入するためには、企業・受入側・中間支援組織の三者がそれぞれ体制を整備し、相互理解を深めながら連携して取り組むことが重要である。

## 円滑な企業参入に向けた重点領域と対応策

	理解と合意	体制構築	連携	その他
<b>企業</b> 	<b>地域課題の理解と社内合意</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域課題と現地のニーズを理解</li> <li>農山漁村参入のメリットの整理、社内での合意形成</li> </ul>	<b>社内体制・風土づくり</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持続的な取組を支える体制構築</li> <li>社員参加を促す制度・社内風土づくり</li> </ul>	<b>中間支援組織との連携</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>中間支援組織と連携して事業形成を進める</li> </ul>	<b>事業計画・設計</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>長期的関与・持続性を意識した事業計画策定</li> <li>成果指標を設定し、活動を評価可能にする</li> </ul>
<b>中間支援組織</b> 	<b>企業と受入側の理解を助ける</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>企業と受入側双方の理解者として、それぞれの思い及び言語を「翻訳」しながら両者をつなげる</li> </ul>	<b>体制づくりに向けた課題の整理</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>受入側の課題と企業が農山漁村に入る際に必要な支援を特定し、整理する</li> </ul>	<b>受入側と企業の連携促進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>受入側・企業双方のニーズと強みを理解し、事業と人材をマッチングする</li> </ul>	<b>中間支援組織同士の連携</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>中間支援組織同士の連携を強化し、各組織の強みを可視化する</li> </ul>
<b>受入側</b>  ・住民 ・自治体 ・生産者	<b>企業への理解と地域での合意形成</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>協働する企業の強み・専門性を理解する</li> <li>地域のキーマンの特定と合意形成</li> </ul>	<b>受入体制の整備</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>人材確保</li> <li>交通・宿泊などインフラ整備</li> <li>意識面での障壁の解消</li> </ul>	<b>中間支援組織との連携</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>中間支援組織と連携し企業との意見調整、合意形成しながら受入準備を進める</li> </ul>	<b>地域内での情報発信</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>企業の参入目的や取組内容について地域内で情報発信し、共有する</li> </ul>

農山漁村への新規参入時の意思決定を円滑に進めるには、社内外の関係者を積極的に巻き込み、取組の目的とリターン、リスク管理、協働の相乗効果を伝えることが重要なポイントである。

伝える内容	マネジメント層への伝え方	体制・組織づくり
 <p>取組概要と参入目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>役員向け説明会では、①大義（参入目的・本業との整合性）②具体的な実行手段③リスクコントロールの3点を明確に説明</li> <li>マネジメント層が現地に同行して理解を深めることが理想だが、困難な場合は現地関係者のコメントをできるだけ生に近い形（ストーリー）で伝える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社員や部署ごとのメリットを説明材料に含め、定期的な社内勉強会等で取組の有益性を伝える</li> <li>複数部門合同のワークショップや、1on1ミーティングといった対話の場を定期開催し、合意形成を促進</li> </ul>
 <p>短期・中長期リターン</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期的には事業リターン（調達リスクの低減、売上収益の向上）になり、中長期的には自社商品・企業のブランド価値向上に繋がることを示す</li> <li>人的資本リターン（離職率低下・組織エンゲージメント向上）健康経営リターン（従業員の心身の健康改善）も併せて数値で示す</li> <li>取組を福利厚生と連動させることで、取組の持続可能性を担保する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中長期観点を社内全体に発信し、社員個人まで浸透させることで自発的な地域関与の社風醸成を図る</li> </ul>
 <p>リスク管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>管理方法に社外目線・第三者の視点を入れて説明する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行政・自治体・研究機関・地方銀行といった外部組織からの評価・助言を定期的にする</li> </ul>
 <p>協働とその相乗効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業部門や営業部門の応援を得やすくするため、本業分野での事業シナジーを明確に伝える</li> <li>共創パートナーとの共同プレスリリースでプロジェクトを発信するなどの広報施策も含めて説明する</li> <li>協働による利点を盛り込んだ中長期のロードマップを設計し提案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>あらゆるステークホルダーとの「共創」を事業の中に組み入れ、事業性と社会性双方の観点から積極的に推進しやすい状況をつくる</li> <li>パートナー企業のノウハウ、施設、ネットワーク活用など、協働の利点を最大限活かす体制構築</li> </ul>

\*検討会委員・アドバイザー・自治体への個別ヒアリングより抜粋

# 段階別 社内意思決定プロセスにおける説明対象・訴求のポイント

社内の意思決定は、各フェーズで「誰に・何を・どう伝えるか」を明確にし、段階ごとに重点を変えて合意形成を進めることが重要である。初期段階でキーマンと目的をすり合わせ、中期で意思決定者のリスク認知を調整し、終期で成果を定量・定性の両面で可視化する。

	企画・稟議 前後	社内理解 促進	経営判断前	審議・決済	実施期中	終期段階 (評価次年度計画)	取組評価
会議体／ フェーズ	稟議・企画会議 (部内・部門横断)	関係部門調整会議	経営企画／サステナビリティ中間レビュー	経営会議(中期経営計画フェーズ)	四半期レビュー・月次進捗会議	期末総括・翌年度計画策定	経営層+国・認証機関との協議
主な説明相手先	部長・課長級 (決裁者・実施責任者)	経営企画、サステナ部、人事、広報	経営企画・サステナ担当役員	役員・経営層	事業責任者・現場担当	経営層・関係部門	経営層・サステナ部
訴求内容・論点	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業計画や部門方針との整合を明示</li> <li>目的、評価軸、効果仮説を稟議書等で可視化</li> <li>探索的枠組み(挑戦枠や新事業枠)を伴う提案</li> <li>短期ROI(費用対効果)の見通しを同時提示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>部門ごとの利害・副次効果を可視化し、副次メリットを訴求</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;">                     例：社員のウェルビーイングへの貢献、広報戦略に寄与するなど                 </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>健康経営や社内エンゲージメント、ブランド認知との連携を打ち出す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>非財務リターンと中長期経営方針の接続を整理</li> <li>統合報告書KPIとの整合を提示</li> <li>ESGスコアや統合報告書開示貢献を強調し、資本市場リターンとの関連性を説明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「会社の未来価値への投資」として中長期的な経営アジェンダを、投資家が評価する視点で説明</li> <li>他社比較やESGリスク提示を中心に訴求する</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;">                     例：「この領域で他社に遅れを取ることは、ESG評価が下がる経営リスクである」                 </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>KPI進捗・学習点を報告し、現場課題抽出</li> <li>取組から得られた成果+改善策をセットで説明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>KPI成果と学習点を事後評価して翌年度計画へ反映</li> <li>統合報告書等への反映</li> <li>取組から得られ知見の整理と共有</li> <li>成功事例の横展開と次期投資提案を明示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国の認証制度を活用し、承認材料として提示。ESG認定の裏付けを利用</li> <li>国の認定制度や認証基準との整合性を提示、外部「お墨付き」により社内決裁促進</li> </ul>

\*上記フロー図は、検討会委員・アドバイザー・自治体への個別ヒアリング内容から抜粋して作成したものであり実際のプロセスが必ずしもこの通りに進むとは限らない

企業が農山漁村で取組を持続する上での課題として「関係人口の確保と活用」「事業性と社会性の両立」「外部ネットワーク形成」等があげられる。こうした課題に対応するためには、受入側・中間支援組織・企業がそれぞれの強みや補完し合える点を踏まえ、連携しながら取組を続けることが重要となる。

	 企業	 中間支援組織	 受入側	
人材/体制	○			・ 地域で継続して活動できる人材の確保と活用
		○		・ 受入側との合意形成や企業側との調整・マッチングを担う人材の確保
	○	○		・ 地域と繋がりを持ち、現場のニーズを理解している人材の育成
	○	○	○	・ 担当者交代後も取組を継続するための知識の体系化と共有
組織の活動	○			・ 事業性（収益を含む付加価値）と社会性（課題解決）の両立
	○	○		・ 取組の成功事例やナレッジの蓄積と活用
	○	○		・ 取組が創出した付加価値をインパクトとして可視化するとともにそのための指標を整備
ネットワーク形成	○	○		・ 事業継続のためのパートナー開拓（例：地方銀行、JAとの連携など）
	○	○	○	・ 連携拡大によるネットワーク構築（例：産官学連携コンソーシアムなど）
	○			・ 関連業界とネットワークを築き、他社との協業機会創出（例：先行他社のノウハウ共有、他社の取組にアドバイザーとして参画）

農山漁村での取組を持続させるには、「地域資源を活かした社会・経済的価値創造」「地域の関係人口を増やす体制づくり」「情報発信・社内外コミュニケーション」が有効なアプローチとなる。その際「中間支援組織との連携」と「インパクト可視化」が重要な鍵となる。

地域資源を活かした  
社会・経済的価値創造



- 地域のキーマンと企業、中間支援組織が連携し、現場課題と企業の強みを相互に理解した上で事業を創出する
- 中間支援組織は多様な主体をつなぎ、双方が利益を得る新事業創出をコーディネートする
- 社内ベンチャーや副業・研修制度で地域人材関与・早期成功事例を作る

地域の関係人口を増やす  
体制づくり



- 受け入れ側・企業・中間支援組織が連携し、長期且つ持続的な人材確保体制を構築する
- 中間支援組織は戦略的パートナーとして長期協定・調整を推進しブリッジ人材を育成する
- 企業は部門横断的連携と社内理解の醸成を行い、地域関係スタッフの育成と社内における援農促進体制を整備する

情報発信  
社内外コミュニケーション



- 企業は、農山漁村での取組によって創出された社会・経済的価値を、インパクトとして可視化
- 創出されたインパクトを社内外からの評価向上に繋げ、事業の持続化を図る
- メディアと連携して成果を発信し、地域内外の理解と継続的な関心に繋げる
- 中間支援組織は成功事例やナレッジの蓄積と活用、持続的なネットワーク構築による情報発信力を強化する

中間支援組織との連携

インパクト可視化  
インパクト創出証明書の活用

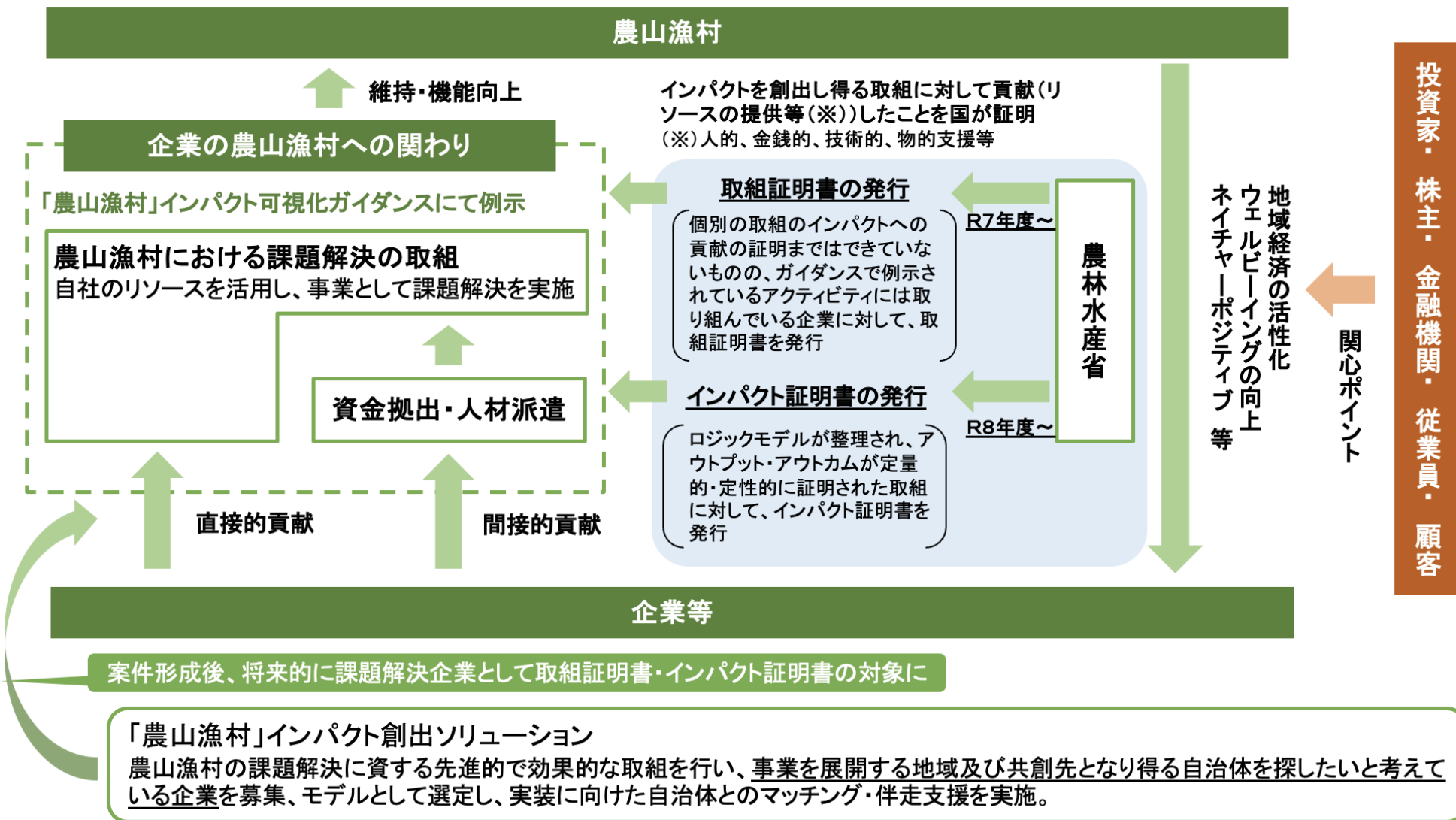
【参考】  
現在行っている取組

- 地方銀行を中間支援とした案件形成
- 中間支援組織の役割や重要性の可視化（企業、自治体向け）

・インパクト創出促進・証明書制度創設検討会

「取組証明書」「インパクト証明書」は、企業等が金銭・技術・人材などのリソースを活用して農山漁村の課題解決に取り組んでいることを国が証明し、参入・取組継続を後押しする制度である。

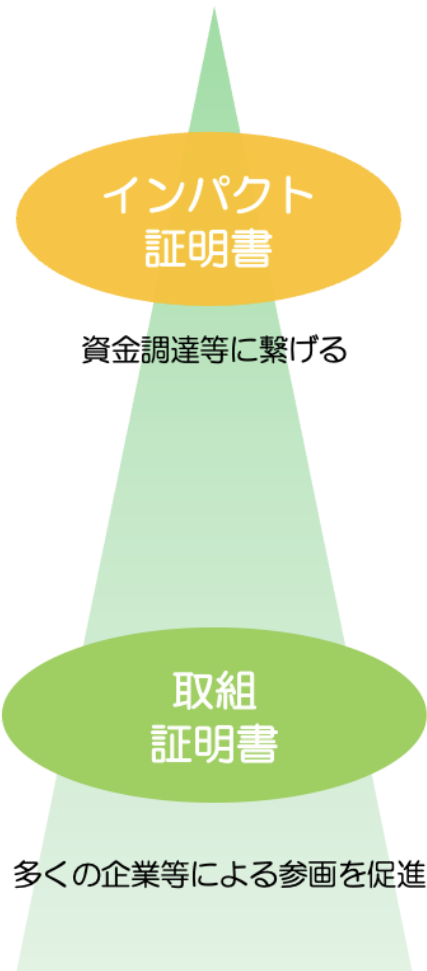
(\*「取組証明書」制度は令和7年運用開始、「インパクト証明書」は令和8年運用開始予定)



「取組証明書」は企業等の金銭的・技術的・人的なリソースを農山漁村の課題解決に活用している取組を国が証明するもので、企業等の農山漁村への参画を促進し、地域課題の解決に資する個々の取組を後押しする。一方「インパクト証明書」は、企業等が農山漁村の課題解決に向けて行う取組が、特定の社会的・環境的インパクトの創出につながることを証明するものであり、インセンティブに資本市場リターンを視野に入れた仕組みとなっている。

## 証明対象

## 実現したいこと



- ① 企業等により農山漁村の課題解決に向けた取組が行われ、
- ② その取組が今後も継続する見込であり、
- ③ 特定の社会・環境インパクトの創出につながるものであること。  
(IMMプロセス等について、専門的な見地から個別に審査)

※企業の財務メリットにどのように繋がるか、農山漁村の課題解決に向けて他の企業等とどのように連携したか、についてはオプションとして記載

企業等による取組や継続性を適正に評価し資金調達等につなげる

⇒ 企業等による農山漁村への参入・継続的取組を後押し

- ① 企業等により農山漁村の課題解決に向けた取組が行われ、
- ② その取組が今後も継続する見込であること。  
(ガイダンスに記載の事例等に基づいて審査)

※農山漁村の課題解決に向けて他の企業等とどのように連携したか、についてはオプションとして記載

企業等による参入障壁を下げ、より多くの企業等による参入・取組を促進

インパクト証明書は、申請時に取組内容を体系的に整理し、定量的な成果を把握することが求められるため、その過程で取組課題や指標を改めて確認・整理する機会となる。証明書の取得は、事業・ブランド・人的、資本市場などにおけるリターンが想定される。

## インパクト証明書について

- ✓ 取組及びそのインパクトと自社の目標・マテリアリティとのつながりや課題が明確になる
- ✓ 国際基準に基づいてインパクトを可視化する
- ✓ IMMプロセスの構築
- ✓ 自社の取組が農林水産省により公的に証明される
- ✓ 農林水産省HPへの掲載等により公的に周知される

## 具体的な活用方法

- ステークホルダーエンゲージメントにおいて「公的な実績証明」として活用
- IMMプロセスの構築を通し、継続的にインパクトを創出する体制をつくる
- 可視化されたインパクトを、社内コミュニケーションツールとして活用
- 定量的に可視化したインパクトをIR資料などに掲載
- 取組の意義を社内ポータル等へ掲載し、従業員のエンゲージメント強化と育成につなげる
- 採用サイトへの掲載による優秀な人材への訴求
- インパクトを国内外の情報開示基準と結びつけて可視化し、投資家との対話に活用
- 証明書を取得する企業同士の情報交換、協働による事業拡大の機会

## 想定されるリターン

### 【事業リターン】

- 他業種・他地域での事業展開
- 収益性と非財務的価値を統合した事業戦略の企画・立案
- 社内決裁や部門間コミュニケーションの円滑化

### 【ブランドリターン】

- 企業イメージ向上
- 地域住民・自治体との信頼関係強化

### 【人的リターン】

- 従業員満足・エンゲージメント向上
- 採用力強化
- 人材育成

### 【資本市場リターン】

- 金融機関・投資家からの評価向上

### 【その他のリターン】

- 学習の機会、コミュニティ形成

証明書取得の際は、申請に向けた体制づくりや取組内容の整理、インパクトの定量化が課題となる。一方で、証明書の取得を目指す企業同士が課題を共有し、学び合う機会の創出も検討されており、企業間連携の新たな展開も見込まれる。

## 証明書申請の際の課題と、企業・政府の対応

取組証明書	インパクト証明書	証明書申請の際の課題	企業の対応	政府の対応
✓	✓	<p>&lt;申請に向けた体制づくり&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>申請準備のための複数社内他部署との調整と連携</li> <li>現場レベルでの活動内容の把握やデータ整備</li> <li>証明書の取得意義や目的を社内・外部ステークホルダーと共有・浸透</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>担当部署の明確化</li> <li>作業手順のマニュアル化</li> <li>申請推進チームを設置してコミュニケーションを円滑にする</li> <li>業界横連携での指標・評価基準づくりや既存認証との連携により、重複作業を減らす仕組みを作る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>証明書取得企業を対象とした「学び・対話の機会」の提供</li> <li>コミュニティ形成の場の設計</li> </ul>
✓	✓	<p>&lt;取組内容の整理と定量化&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ロジックモデルの作成</li> <li>社内外ステークホルダー間の評価軸整理</li> <li>取組の定量化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ガイダンスの活用</li> <li>外部パートナーと共に評価項目を明確化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>証明書取得企業を対象とした「学び・対話の機会」の提供</li> </ul>
	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>インパクトの定量化</li> <li>IMMプロセスの構築</li> </ul>	<p style="text-align: right;">IMMプロセスの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>指標の設定と活用</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>国際的なIMMフレームワークや事例を参考に、自社に合った指標設定を行う</li> </ul> </li> <li><b>管理体制の整備</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>インパクト指標の進捗を定期的に管理・共有</li> <li>定期的な報告・レビューサイクルを設け、毎期ごとに成果と課題を評価し改善策に落とし込む</li> </ul> </li> <li><b>専門チーム設置・外部専門家との連携</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>IMM推進部門やプロジェクトチームを設置</li> <li>外部コンサルタントや専門組織と連携</li> </ul> </li> <li>社内外でワークショップや勉強会実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コミュニティ形成の場の設計</li> <li>ガイダンスにロジックモデル、IMMプロセスの構築に向けた手法等を掲載</li> </ul>

企業は証明書取得後、モニタリング体制を整えながら情報開示基準との接続を図ることが鍵となる。農山漁村での取組が、財務価値と非財務価値（リスク低減や人的・社会関係・自然などの各資本の蓄積など）にどうつながるかを投資家・社会に示すことが重要である。

## 証明書取得後の課題と、企業・政府の対応

証明書取得後の課題	企業の対応	政府の対応
<p><b>&lt;情報開示&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各種ガイドライン・情報開示基準との接続 (例：GRI、ISSB/SSBJ、TNFD等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>開示基準比較と情報整理の実践</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ガイダンスを参照し、自社の情報開示体制・既報告内容とIMMプロセス策定過程における検討事項の特徴と共通点を比較する</li> <li>➤ 既存証明内容や既報告項目をマッピングし、未開示分やギャップ部分を特定し、改善サイクルを組み込む</li> </ul> </li> <li><b>開示事例・公式ガイドラインの活用</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 先行企業や関連業界団体の統合開示事例、各種ガイドライン公式例示（GRI索引の公開例、ISSB公開レポートなど）を調査・参照し、情報開示プロセスや文書構成の標準化を図る</li> </ul> </li> <li><b>専門部署・外部有識者のサポート活用</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ サステナビリティ担当部門・法務部門、必要に応じ中間支援組織・第三者評価を活用し、開示内容の信頼性・整合性を担保する</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ガイダンスに「各種ガイドライン・情報開示基準との接続」の説明を含める</li> <li>ガイダンスに参考事例を含める</li> <li>証明書取得企業を対象とした「学び・対話の機会」の提供</li> <li>コミュニティ形成の場の設計</li> </ul>
<p><b>&lt;取組のモニタリング&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>取組をモニタリングする体制づくり (例：誰が、どのように、どんな頻度で実施するのか)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>責任部署の明確化と担当者の選定</li> <li>モニタリングプロセス・頻度の設計</li> <li>データ収集・分析・記録の仕組み化</li> <li>第三者による定期的なレビュー・検証</li> <li>改善サイクルとの連携</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事務局のサポート内容を整理</li> </ul>

中間支援組織は、3つの役割（「地域理解のサポート」「関係構築・信頼醸成のサポート」「取組推進の実践ノウハウの提供」）を持ち、企業の農山漁村への参入と取組の持続を多面的に支える存在である。企業は中間支援組織と連携することで、地域理解の促進、関係構築の円滑化、取組の持続性確保といった面で、単独では困難な課題を克服することが可能となる。

## 中間支援組織の役割：企業・地域の課題への対応

### 企業の課題

#### 地域理解

- 地域の実情・課題背景の把握が難しい
- ローカルルール・商慣行が不明瞭

#### 関係構築・信頼醸成

- 地域側の警戒心で理解を得にくい
- 信頼形成に相応の時間がかかる

#### 推進体制の整備

- 担当者移動による取組断絶のリスク
- 社内合意形成・体制構築が難しい

### 中間支援組織の役割

#### 地域理解のサポート

地域の実情・課題背景を整理し提供  
関係者との橋渡し・接続

#### 関係構築・信頼醸成のサポート

双方の間に立ちコミュニケーションを調整  
参入しやすい環境の整備

#### 取組推進の実践ノウハウの提供

事業運営・進行管理の実践知を提供  
担当者交代時の情報承継・一貫性確保

### 地域の課題

#### 企業への情報提供

- 課題の整理・発信が不十分
- 企業との接点づくりが難しい

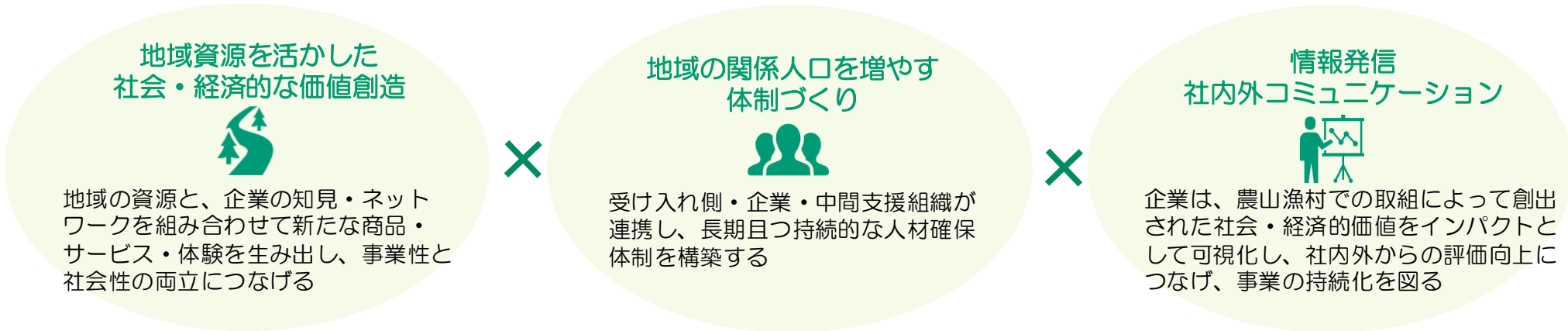
#### 企業との対話・連携

- 企業との対話・連携の経験が乏しい
- 期待・役割分担の整理が不十分

#### 担い手・人材の確保

- 取組を担う専門人材が不足
- 担当者の継続的な関与が難しい

## 【企業による農山漁村での取組の持続：有効な三つのアプローチ】



## 【取組の持続において考慮すべきポイント】

「地域とともにある企業」という視点	地域社会が活性化し持続的に存立するからこそ、自社の事業活動や市場が持続可能となるという視点で農山漁村を捉え、農山漁村での取組を企業理念やサステナビリティ戦略を具体化につなげる
農山漁村の特性を意識した事業設計	自然条件や成果の変動を前提に、農山漁村での取組を短期的な収益指標ではなく中長期的なリターンで評価する事業設計と評価軸を構築し、その特性を踏まえた社内体制を整備する

## 【持続的な取組を支える連携と今後の展望】

企業による農山漁村への参入を持続可能なものとするためには、多様な主体が役割を認識しつつ連携することが重要である。企業による取組を持続させるためには、地域資源を活かした社会・経済的価値創造、地域の関係人口を増やす体制づくり、情報発信・社内外コミュニケーションの三つのアプローチを有効な方向性として位置付けることができる。

中間支援組織は、こうしたアプローチを推進する上で重要な役割を担う存在であり、企業と地域双方の状況やニーズを把握した上で、調整や役割分担の設計、連携の枠組みづくりを通じて取組を下支えする。また、「インパクト証明書」等の活用により、取組によって創出された社会・経済的価値をインパクトとして可視化・発信するとともに、先事例や知見を横展開することで、農山漁村での企業の取組が各地で持続していくことが期待される。