

ひろさき援農プロジェクト

都市企業等による農山漁村現場への人材派遣等
の取組促進に関する検討

事例紹介

NIKKA
弘前 HIROSAKI
CIDERY
生シードル

国産りんご100%

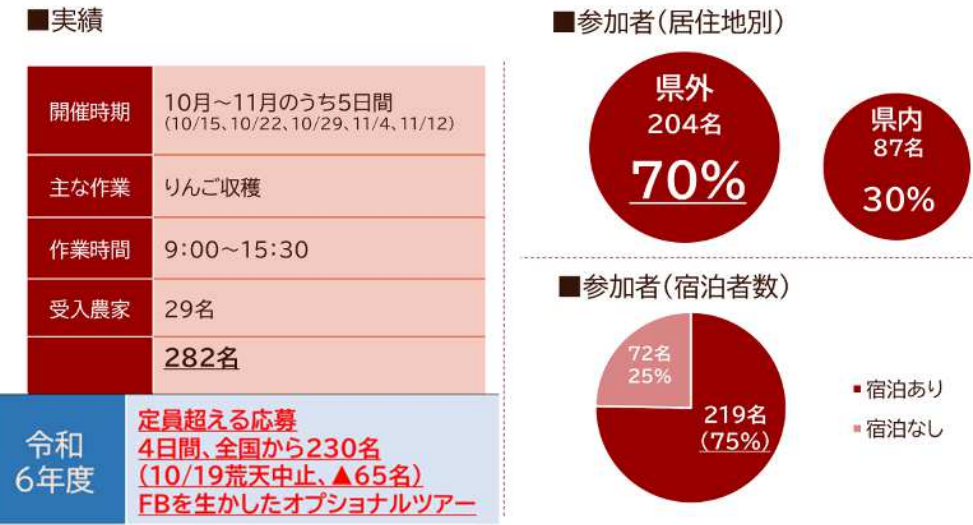


ひろさき援農プロジェクト

企業版ふるさと納税を活用した 課題解決取り組み事例

寄附までのプロセス	<ul style="list-style-type: none">・令和2年度よりニッカウヰスキー(株)が援農ボランティアを実施。・アサヒビール(株)およびニッカウヰスキー(株)から、地域のりんご・シードル産業の活性化に役立ててほしい、と寄附の申し出。
事業概要	【農業・観光連携りんご産業活性化事業】 弘前市の農業課題である繁忙期の労働力不足の解決に向けて、その一助となる援農ボランティアツアーを実施。
実施状況 (令和6年4月現在)	令和5年度に事業開始。令和5年10月～11月にかけて全5日実施し、全国から282名が参加。
寄附企業の活用ポイント	りんごを原料とするシードルを製造・販売する両企業が、りんご・シードル産業の課題解決や活性化を図るため。
寄附企業との連携・交流等	<ul style="list-style-type: none">・飲料メーカーと弘前市での協議の中でりんご産業の支援案が生まれ、(株)JTBに業務を委託し4者で構築。・飲料メーカー及び旅行業界の社員もボランティアツアーに参加。

令和5年度 援農ボランティアツアー（実績）



「ニッカ弘前 生シードル」(アサヒ・ニッカ)が援農PJに取り組む理由 ①

1. 地域課題への貢献

弘前市は日本一のりんご産地であるが、農業従事者の高齢化や人手不足が深刻な課題となっている。ニッカウヰスキーは、国産りんごを100%原料とする「弘前生シードル」を製造していることもあり、りんご産業の持続的発展が地域への貢献につながる。

2. 官民連携による地域活性化

弘前市、アサヒビール、JTBと連携し、「ひろさき援農プロジェクト」を立ち上げ、農業支援と観光振興を両立する取り組みを展開している。

このプロジェクトでは、企業版ふるさと納税も活用し、地域経済への貢献を強化している。

3. 企業の社会的責任(CSR)

アサヒグループは、地域との「縁」を大切にし、農業支援を通じて持続可能な社会づくりに貢献。援農活動を行う企業として「ひろさき縁農サポーター」への認定もされており、地域との継続的な関係構築を目指している。

ひろさき援農プロジェクト各者課題



■課題

- ・りんご産業における人手不足解消
- ・弘前りんごのブランド価値向上
- ・農業と観光の連携による関係人口の増加

■役割

- ・援農ボランティアツアーのオペレーション（ボランティア参加者の送迎、昼食手配）
- ・旅行業のプロとしての知見、アドバイス



ひろさき 援農プロジェクト

■課題

- ・「本業で取り組む「サステナビリティ経営」に沿った活動として、地域貢献を推進したい
- ・ニッカシードルをリブランディングしたい

■課題

- ・地域との絆を深めたい
- ・りんご産業をもっと活性化したい
- ・ニッカ弘前生シードルの認知度を向上させたい



「ニッカ弘前 生シードル」(アサヒ・ニッカ)が援農PJに取り組む理由 ②

◆援農PJをブランド価値向上につなげたい

- ①弘前のりんご農家を応援することで、100%国産りんご(9割近くが青森産)を使用している、というブランドにとって大切な価値をCSR文脈から発信することができる。
- ②りんご農家自体の高齢化に伴う生産現場のひっ迫、原料価格の高騰、輸出拡大等の状況から、国産りんごを確保すること自体が困難な状況にある。
その中でも「国産りんご100%」で製造し続けるために、調達観点においてもプレゼンス拡大が必要。
- ③「企業版ふるさと納税」のスキームを活用することで、実質的な投資費用を抑えた情報発信が可能。
- ④CSR活動への取り組みを通じた情報発信が、ブランドが目指す世界観構築に寄与する。
アサヒグループのみならず、世の中の食品ブランドにおいて、CSR活動が価値向上に直結するブランドは極めて少ない。

援農ツアーから誕生した新ブランド



ニッカウヰスキー株式会社の
ブランドマネジャーが援農ツアーに参加



収穫作業を通じたりんご農家との交流をきっかけに、
黄色系りんごは赤色品種の栽培管理と比べて
作業の負担が少なく、甘くておいしいことを知った



黄色系りんごの魅力を広く伝えたい



王林・トキを使用した
ニッカ弘前生シードルの“新商品”が誕生

An advertisement for Nikka Hirosaki Cider. It features a basket of yellow and green apples, a bottle of '幸せの黄色りんご' (Kise no Kouryogringo), and a smaller bottle of '幸せの黄色りんご' (Kise no Kouryogringo). The text includes 'NIKKA 弘前 HIROSAKI CIDER 生シードル' and '【期間限定】王林・トキ使用'. There is also a small warning text at the bottom left: '【果実酒(発泡性)】ストップ! 20歳未満飲酒・飲酒運転、妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。ほどよく、楽しく、いいお酒。のんだあとはリサイクル。' and a small 'お酒' (alcohol) icon at the bottom right.

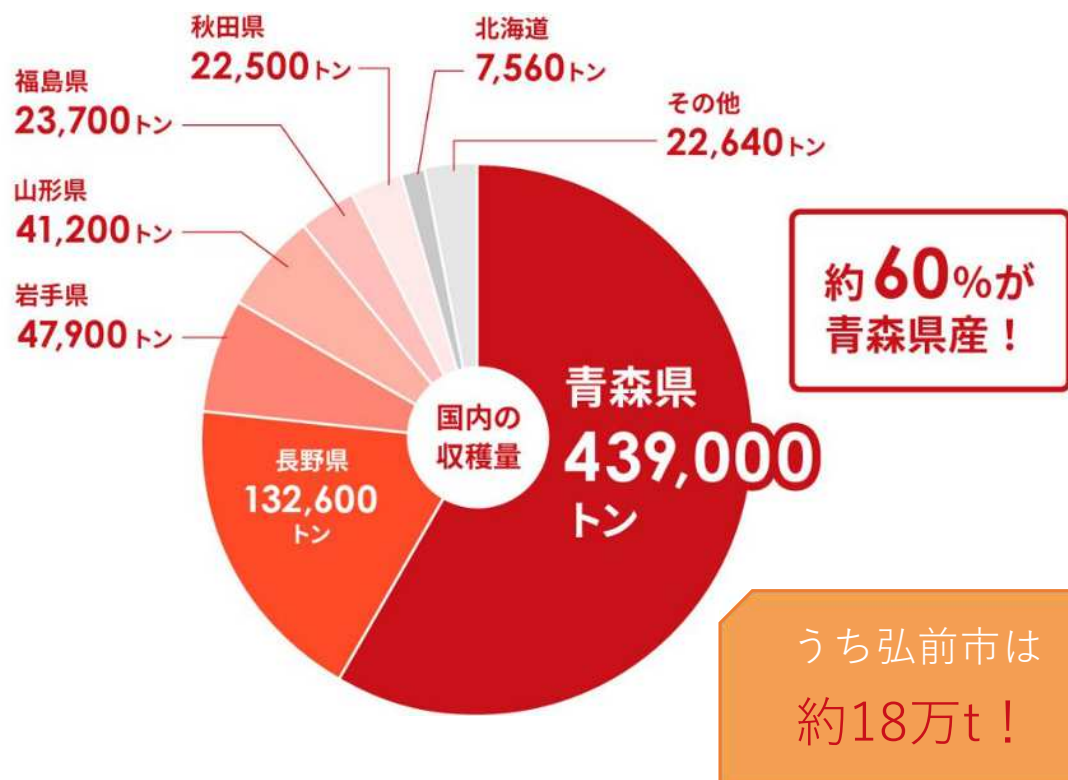
ご清聴ありがとうございました

Appendix

弘前のりんご産業

生産量

令和4年産都道府県別 りんご生産量：737,100トン



果実部門における産出額上位3市（単位：億円）

順位	市町村	農業産出額	主要果実
1 (1)	弘前市（青森県）	449	りんご
2 (2)	笛吹市（山梨県）	271	もも、ぶどう
3 (3)	甲州市（山梨県）	185	ぶどう、もも

（注）順位の（）内の数値は前年順位
資料：農林水産省「令和4年市町村別農業産出額（推計）」

加工品



▲アップルパイ

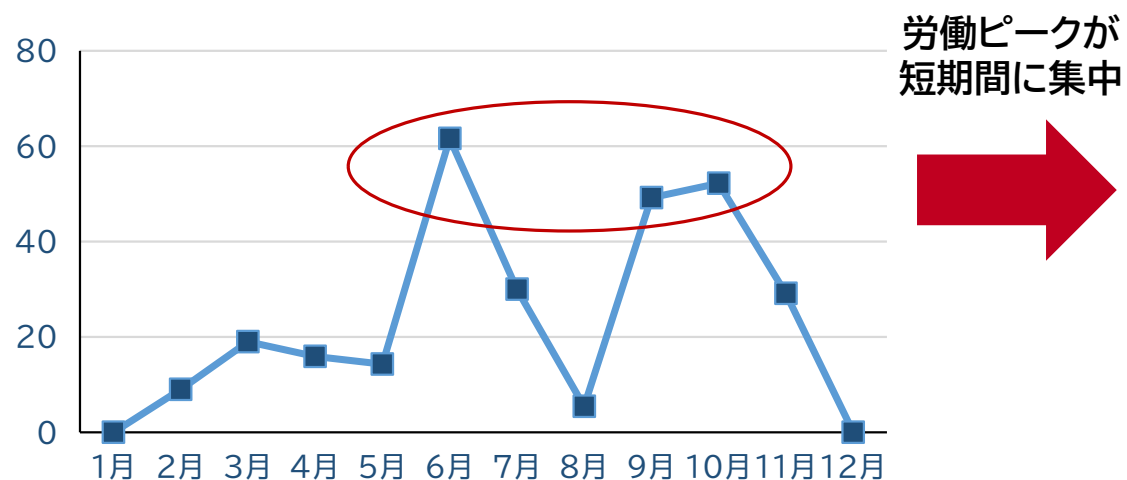


▲シードル

りんご関連産業も多種！！

りんご産業の課題

りんご(品種:ふじ)の月別労働時間



- 農閑期はりんご農業者の家族で労働力を確保
- 農繁期は知人等をアルバイト雇用しているが、人手の確保に苦慮
- 全体の約9割が労働力不足を懸念



令和5年度 ひろさき援農プロジェクト発足

令和2年度

令和4年度

令和5年度

NIKKA

ニッカウヰスキー(株)

弘前工場
援農ボランティア開始

官民共創の取組方針を協議
(現地での、数十回に渡る打合せ)

企業版ふるさと納税
(計1,000万円)

ニッカシードル
リニューアル



Asahi

アサヒビール(株)

アサヒグループ企業
援農ボランティア開始



弘前市

ひろさき援農プロジェクト
発足

援農ボランティア
ツアー化

JTB
感動のそばに、いつも。

令和5年度 援農ボランティアツアー(内容)

■行程

08:00 弘前駅集合



09:00 収穫作業



12:00 昼食



13:00 収穫作業



15:30 解散

■特徴

ハイヤー手配

行程の移動は全てハイヤー対応

備品・ノベルティの用意

雨合羽・長靴・手袋・タオル・シールドル etc

宿泊補助

1泊/3,000円(お1人様2泊まで適用)

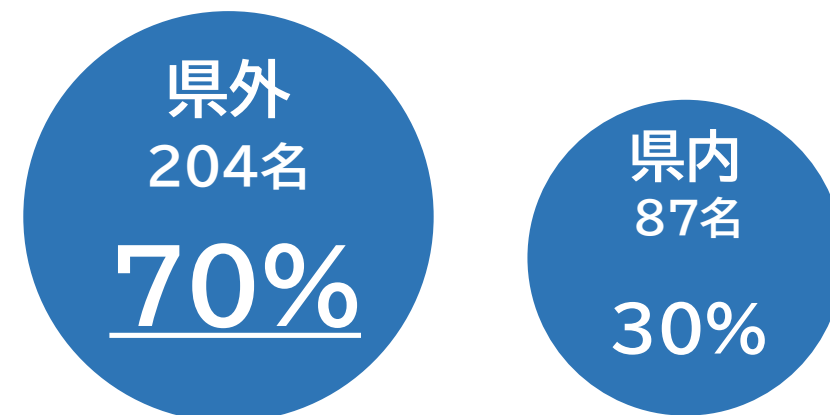


令和5年度 援農ボランティアツアー(実績)

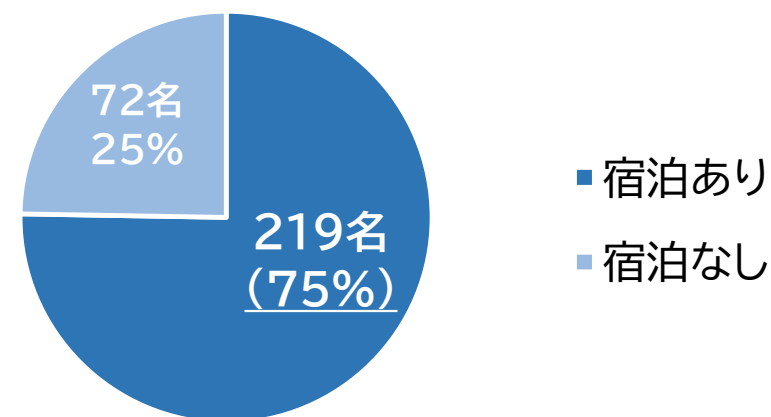
■実績

開催時期	10月～11月のうち5日間 (10/15、10/22、10/29、11/4、11/12)
主な作業	りんご収穫
作業時間	9:00～15:30
受入農家	29名
参加者	282名
令和 6年度	定員超える応募 4日間、全国から230名 (10/19荒天中止、▲65名) FBを生かしたオプションルツアー

■参加者(居住地別)



■参加者(宿泊者数)



令和5年度 援農ボランティアツアー(関係者の声)



■ 受入農家からの声

- ・りんごのことを知ってもらえて良かった。
- ・他県、他産業の人と関わることでいい刺激になった。
- ・弘前りんごをPRできる良い事業だと思う。
- ・援農ボランティアを継続してほしい。
- ・悪天候でも頑張ってくれて嬉しかった。

■ 参加者からの声

- ・農園の皆さんが親切で楽しく作業できた。
- ・ご縁を大事にしたい。
- ・ツアーをきっかけに初めて弘前を訪れ、観光も楽しめた。
- ・また参加したい、事業を継続してほしい。
- ・この作業を毎日やるのは大変だと思った。

取組内容の社内理解と承認プロセス

NIKKA ニッカウヰスキー(株)

- アサヒビール社と共同でシードル活性化プロジェクトを進めていた背景があり、シードルのリブランディングに合わせて「援農」という形で工場のある弘前市やりんご農家への貢献ができることはとても意義のある取り組みであるとの考えが社内でもありました。
- 当社の経営会議でアサヒビール社からシードルのブランド価値を高める新たな提案を丁寧に説明頂き、弘前工場からも工場での取り組み状況を報告頂くことで経営会議メンバーの理解が深まったことに加えて、JTB様よりご提案頂いた企業版ふるさと納税のスキームの活用も社内承認の後押しとなりました。

Asahi アサヒビール(株)

- 「事業・ブランディング」の課題として、「マーケ」が中心となり社内社外英知を収集したこと。社会課題解決(りんご産業の持続発展)の文脈と、ブランディングの文脈(シードルがもっと弘前や東北を中心に愛されるブランドになる)をかけあわせるためにはサステナ部門でなく、マーケ主導だったことが良かったと思います
- JTB様も巻き込み外部の視点も入れて、経営に情報を入れていったこと。
我々は社会課題解決についても、企業版ふるさと納税に関しても知見があるわけではない。この点パートナーとしてのJTB様がいたからこそ プランニングもうまくなりましたし、社内経営会議に参加してもらいました。自治体とのヒアリングや折衝においても色々なケースを元に発言いただけるので たいへん心強かったです。

弘前市

- ニッカウヰスキー(株)が令和2年度から、アサヒビール(株)が令和4年度から援農活動に参加いただき、地域農業の現状を理解され、そのうえで「りんご産業の活性化」のためにと寄附の意向をしてしていただいたことで庁内調整が円滑に進行しました。
- 地方自治体が都市企業等と連携してプロジェクトを進行するためには、(株)JTBのようなプレーヤーでもありながら調整役も担える存在が必要だと思っています。