

# 農山漁村の課題解決に向けて ～企業と連携した農山漁村活性化～

令和7年11月13日（木）

農村振興局 農村政策部  
農村計画課 農村活性化推進室長  
朝日健介

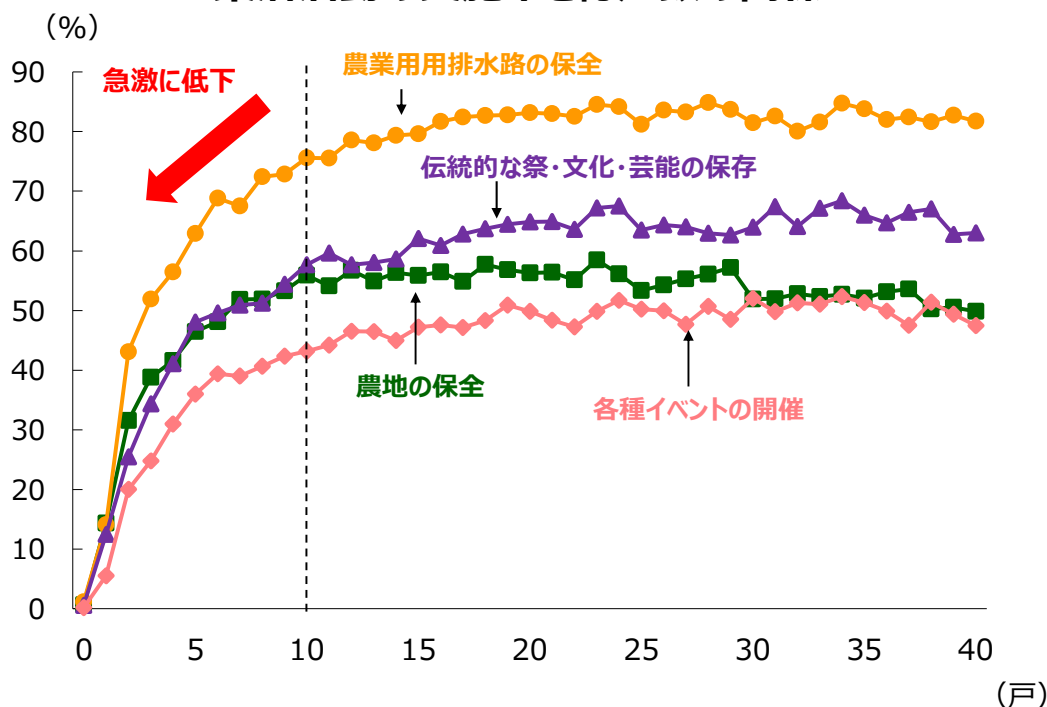
**MAFF**

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

農林水産省

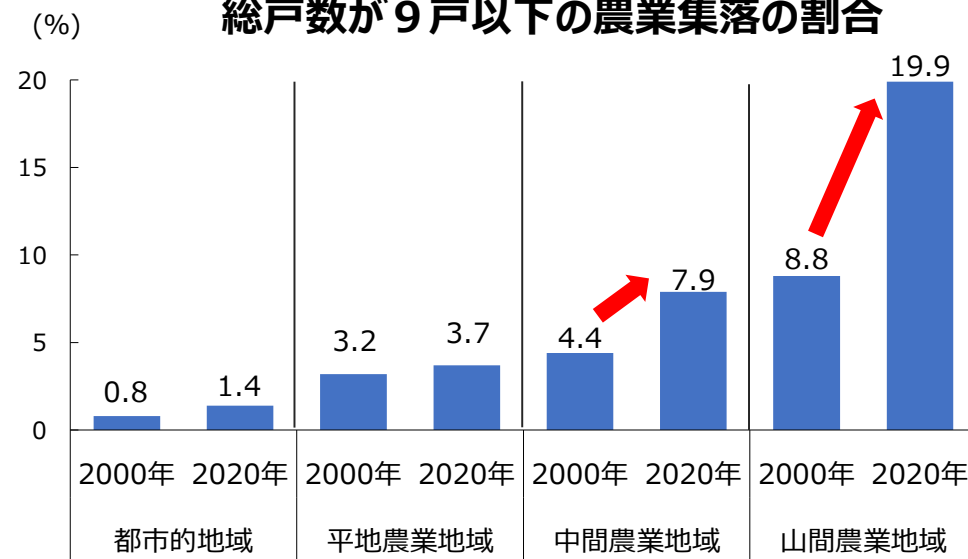
- 人口減少に伴い、農業集落内の戸数が減少し、2000年から2020年にかけては、いずれの地域類型においても9戸以下の農業集落(無人化集落を含む。)の割合が増加。
- 集落の総戸数が10戸を下回ると、集落活動の実施率は急激に低下。
- 農業集落に占める農家の割合は低下してきており、混住化が大きく進展。

## 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-」（2018年12月）

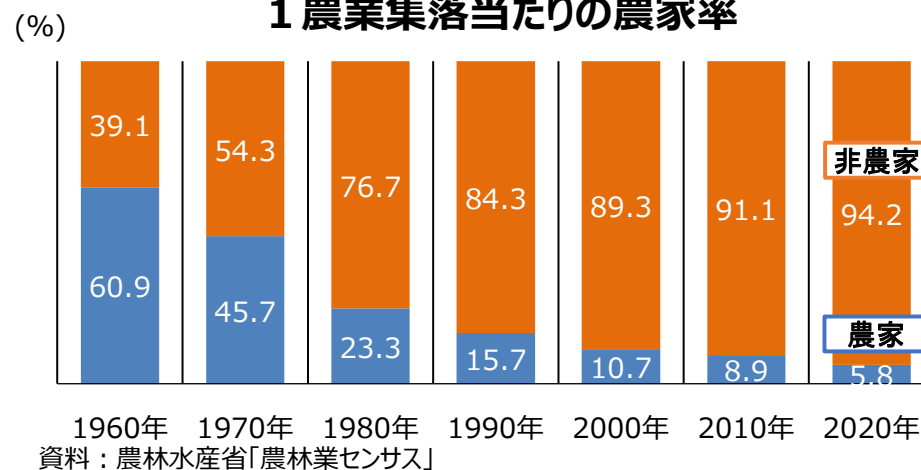
## 総戸数が9戸以下の農業集落の割合



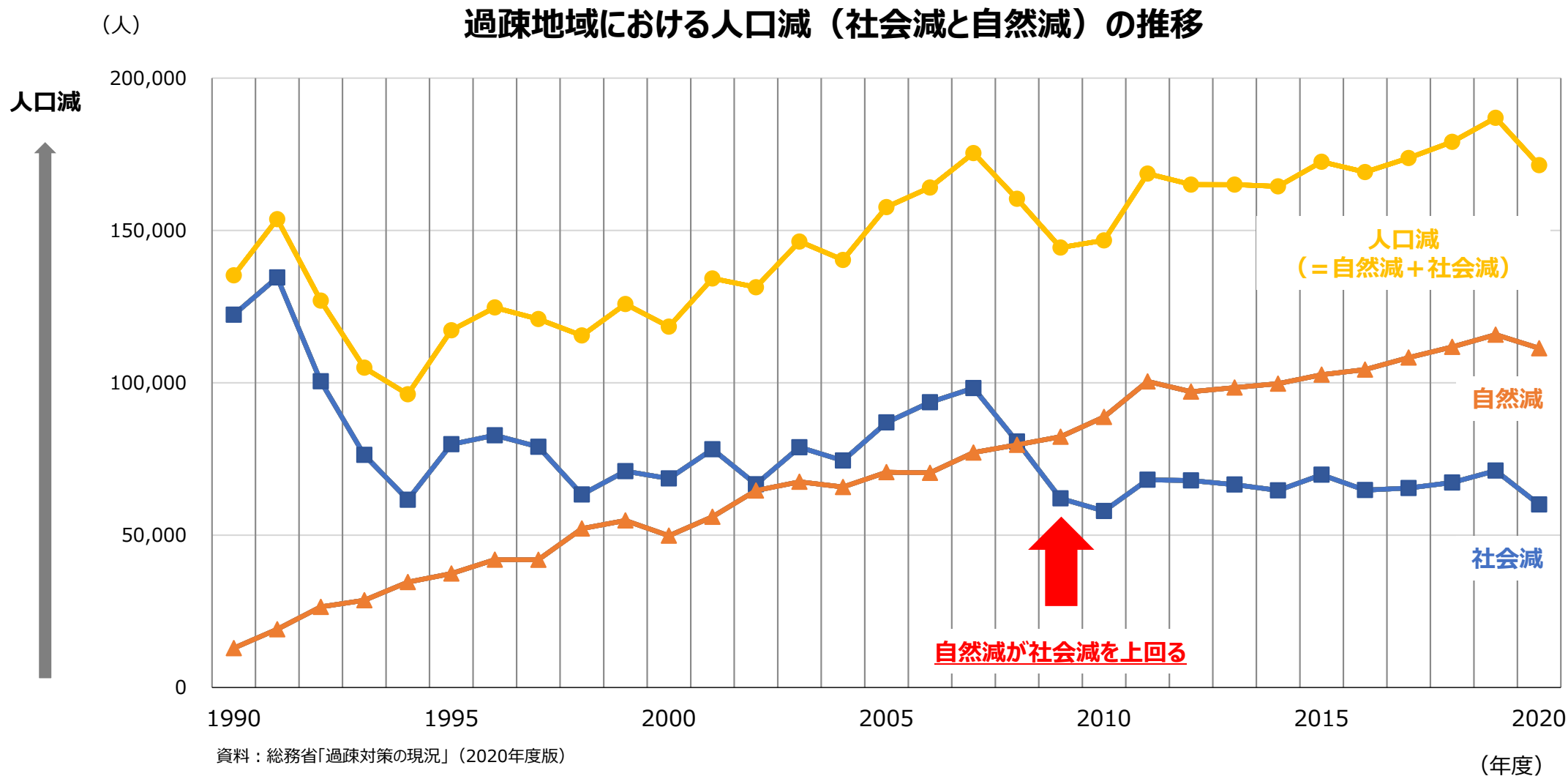
資料：農林水産省「農林業センサス」

注：農業地域類型区分は、2000年は平成13年11月改定を使用、2020年は平成29年12月改定を使用。

## 1 農業集落当たりの農家率

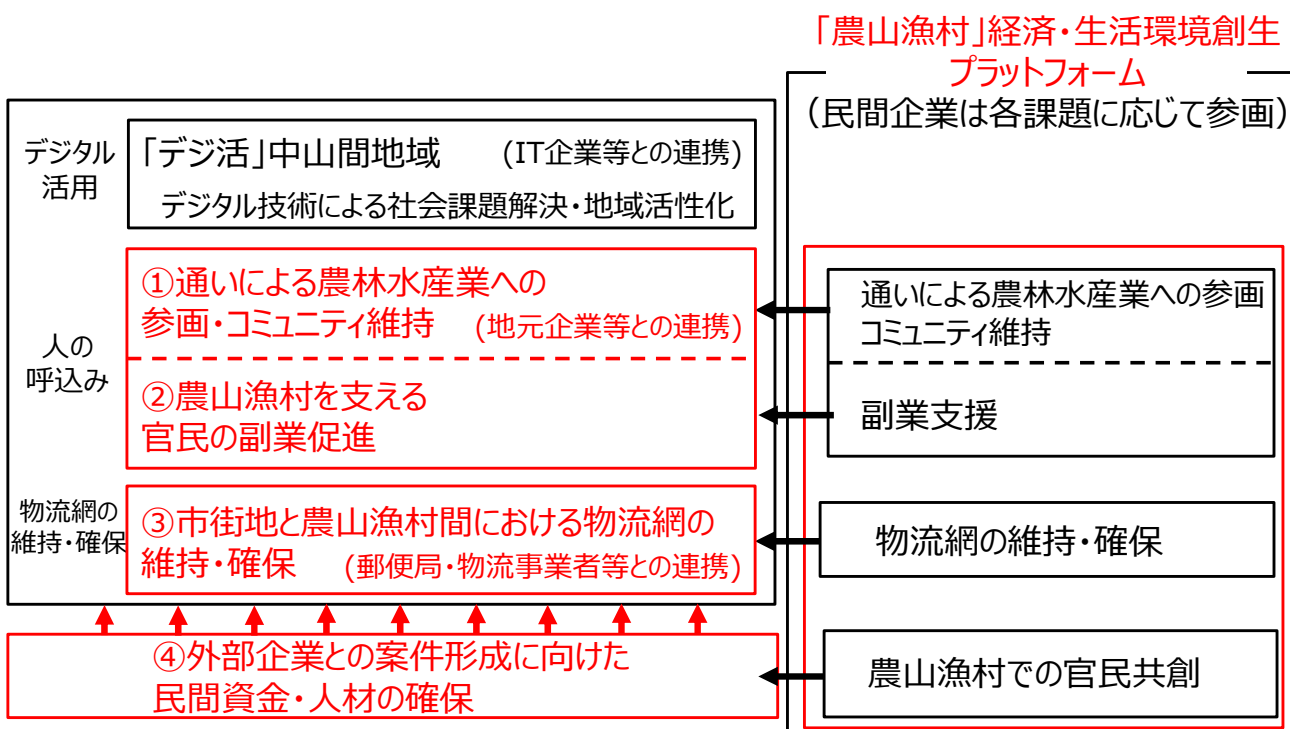


- 過疎地域の人口増減の要因を、出生・死亡による「自然増減」と転入・転出による「社会増減」から見ると、1989年以降、社会減と自然減の両方が人口減少の要因となっている。
- 2009年以降、社会減より自然減が大きくなっている。



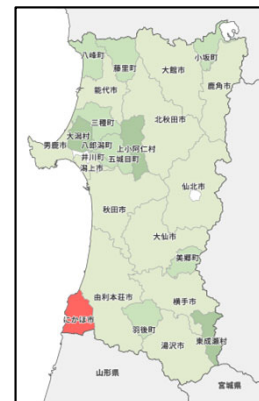
- 人口減の要因として自然減が社会減を上回っていることから、今後、農山漁村の関係人口の増加を目指し、民間企業、教育機関、金融機関等多くの関係者を巻き込む官民共創の仕組みも活用し、農山漁村における地方創生に取り組むことが必要。
- このため、令和7年2月に、現場で案件形成を図る「『農山漁村』経済・生活環境創生プロジェクト」を創設し、関係府省庁、地方公共団体、郵便局、民間企業、教育機関、金融機関等が参画するプラットフォームを立ち上げ、地域と企業のマッチングや連携の在り方を議論したいと考えている。
- このプロジェクトと並行して、農村RMOや特定地域づくり事業協同組合等による地域課題の解決に向けた取組や、農山漁村が女性・若者に選ばれるための地域拠点の整備等についても検討し、成果については農林水産省の職員が率先して自治体に足を運び、施策立案等を助言するなど取組の普遍化を促進したいと考えている。

## 「農山漁村」経済・生活環境創生プロジェクト（2月にキックオフ）



## 秋田県にかほ市での農村RMOの取組事例

にかほ市の元地域おこし協力隊員が、地域行事や一次産業が体験ができる宿としてゲストハウスを創業し、地域の方々と一体となって「農地を守り」「外貨を稼ぎ」「暮らしを残す」取組を実践。



農地の保全活動



地域交流活動  
年間約500名が宿泊



週1回のマルシェ開催  
地域の憩いの場



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インパクト創出証明制度を創設し、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10月末時点：約520企業、自治体含め約590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	・「デンジ活」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）
・学生団体の関与促進	・乾田直播による米作り省力化、高付加価値作物導入

## 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：
    - 北海道銀行、東邦銀行、静岡銀行、福井銀行、あいち銀行、滋賀銀行、紀陽銀行、山口銀行、高知銀行、肥後銀行
    - ※グループ傘下の企業等を含む
  - 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、三祐コガタツ、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〕

## 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）
--------	--------------	---------------	----------------

## ④ 大企業による課題解決の取組促進、⑤ インパクト創出証明書

- 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
 

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、ニッカウハウス、JTB）
-------------------------	---



国が発行

農山漁村社会・環境  
インパクト創出証明書

- 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)

### 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

- 農山漁村の課題解決を通じて、社会的・環境的な変化や効果を創出し得る良質な取組を幅広く募集し、11社の取組を「農山漁村」インパクト創出ソリューション（以下「インパクト・ソリューション」という。）として選定。
- インパクト・ソリューションの農山漁村現場への実装に向け、地域の課題解決に活用を希望する自治体等を募集し、ソリューション提供企業等とマッチング。
- 自治体等とソリューション提供企業等の相互理解の促進や、事業化に必要な資金調達及び人材確保に係る方法提案など事務局が伴走支援。
- 伴走支援期間（令和7年度末まで）において、1インパクト・ソリューションにつき3地域のマッチングを目標に、本プログラムを実施（マッチングとは、来年度以降の共創に向けた資金調達方法も含めた取組の方向性が決定されている状態。）。

## 選定企業・ソリューション一覧

### ○ 経済面

#### 農業における人口減の対応と生産性向上

##### ・株式会社タイミー

〔 空き時間と農山漁村の仕事とのマッチング 〕

##### ・株式会社 三祐コンサルタンツ

〔 外国人材に対する農業経営人材育成 〕

##### ・サグリ株式会社

〔 衛星データ・デジタル地図を活用した農地マッチング 〕

##### ・EF Polymer株式会社

〔 作物残渣を活用した高吸水性ポリマーの使用による、土壌の保水/保肥力の向上を通じた収量増加・生産性向上の実現 〕

##### ・アクセリア株式会社

〔 農業IoTサービスによるビニールハウス内の温度監視 〕

#### 販路開拓等による付加価値向上

##### ・株式会社ボーダレス・ジャパン

〔 地域おこし協力隊制度を用いた伴走支援・農漁村地域のプロダクトを地域外に販売するための販路開拓 〕

##### ・NTTスマートコネクト株式会社

〔 ライブコマース配信ツールを用いた広報・販路開拓支援 〕

### ○ 生活面

#### 地域コミュニティ

##### ・楽天グループ株式会社

〔 ネットスーパー・郵便局を活用したラストワンマイル配送 〕

##### ・株式会社バカン

〔 アプリを活用した公共施設へのアクセス改善による農村コミュニティの活性化 〕

#### 多様な人材（関係人口創出）

##### ・株式会社パソナ農援隊

〔 農業体験を通じた地域貢献と企業従業員のメンタルヘルス向上の両立 〕

##### ・株式会社雨風太陽

〔 生産者が暮らす地方に親子で滞在し、小学生が農業・漁業現場での自然体験をする地方滞在プログラム 〕



- 農林水産省では、「地方みらい共創戦略」に基づき、**農林水産地域の活性化・官民共創による多様な企業参画**等の地方創生の実現に向け、**現場での案件形成を強力に推進**していく。
- このため、国の伴走支援による**地域レベルの官民共創拠点「農林水産 地方創生センター」**を各地で形成。第1号は今夏の立ち上げを目指す。

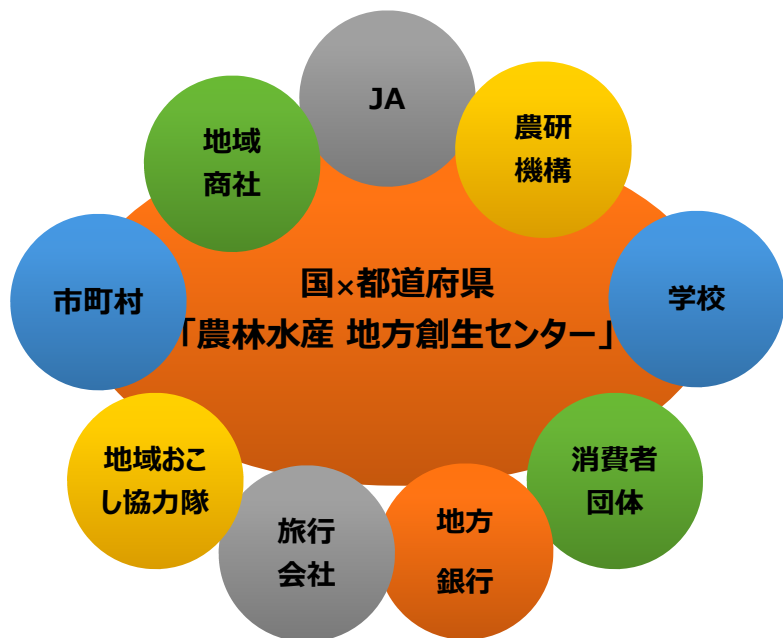
## 多様な主体との「かけ算（新結合）」による共創活動を推進

地方みらい共創戦略に関する地域レベルの官民共創拠点「農林水産 地方創生センター」のイメージ

多様な主体の連携＋生産から販売までの一気通貫の取組を推進

### （取組例）

- 生産：**スマート技術**等の先端技術をフル活用した低コスト・高収量の生産技術を確立・普及し、**有機農業の取組を面的に拡大**
- 販売：学校給食での活用など**地産地消の推進**、交流を通じた国内外の**顧客（ファン）の獲得**、輸出や直売所を含む**多角的な販路の開拓**
- 付加価値向上(交流)：観光や異業種の企業との連携による**生産者・産地との継続的交流**、食育の推進による**消費者意識の変革**



里業・森業・海業の推進



インバウンドとの交流



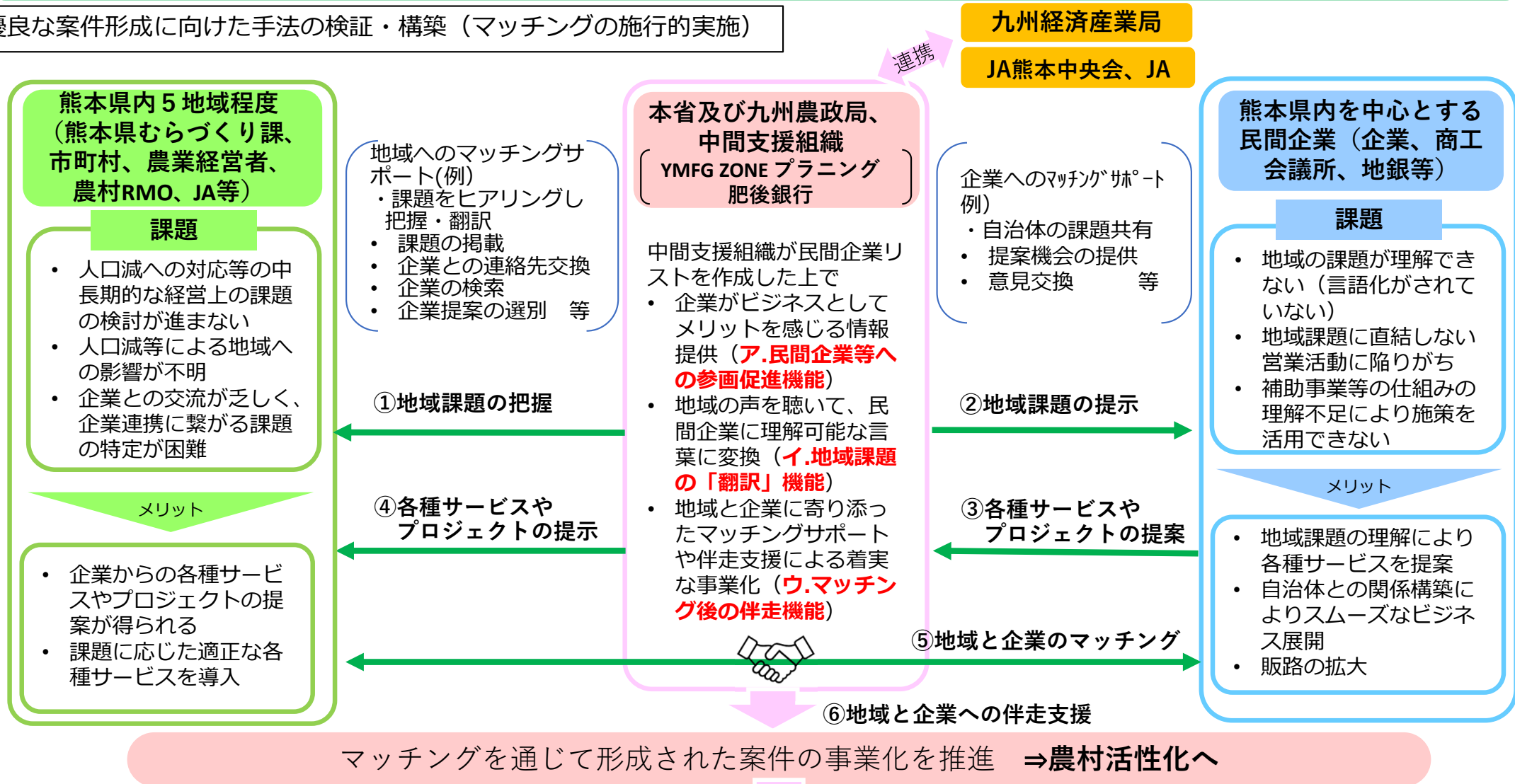
農業体験の推進



食育の推進

- 熊本県において官民共創の優良事例の掘起しを行い、検証の上レポートにまとめ、全国へ横展開（情報発信）。
- 事例発掘の一環として、事業者の協力も得て、優良な案件形成に向けた手法の検証・構築を行う（農村地域の抱える課題と課題を解決し得る技術と知見を有する企業とのマッチングを試行的に実施）  
（令和6年度 農山漁村振興交付金「情報発信事業」）

優良な案件形成に向けた手法の検証・構築（マッチングの施行的実施）



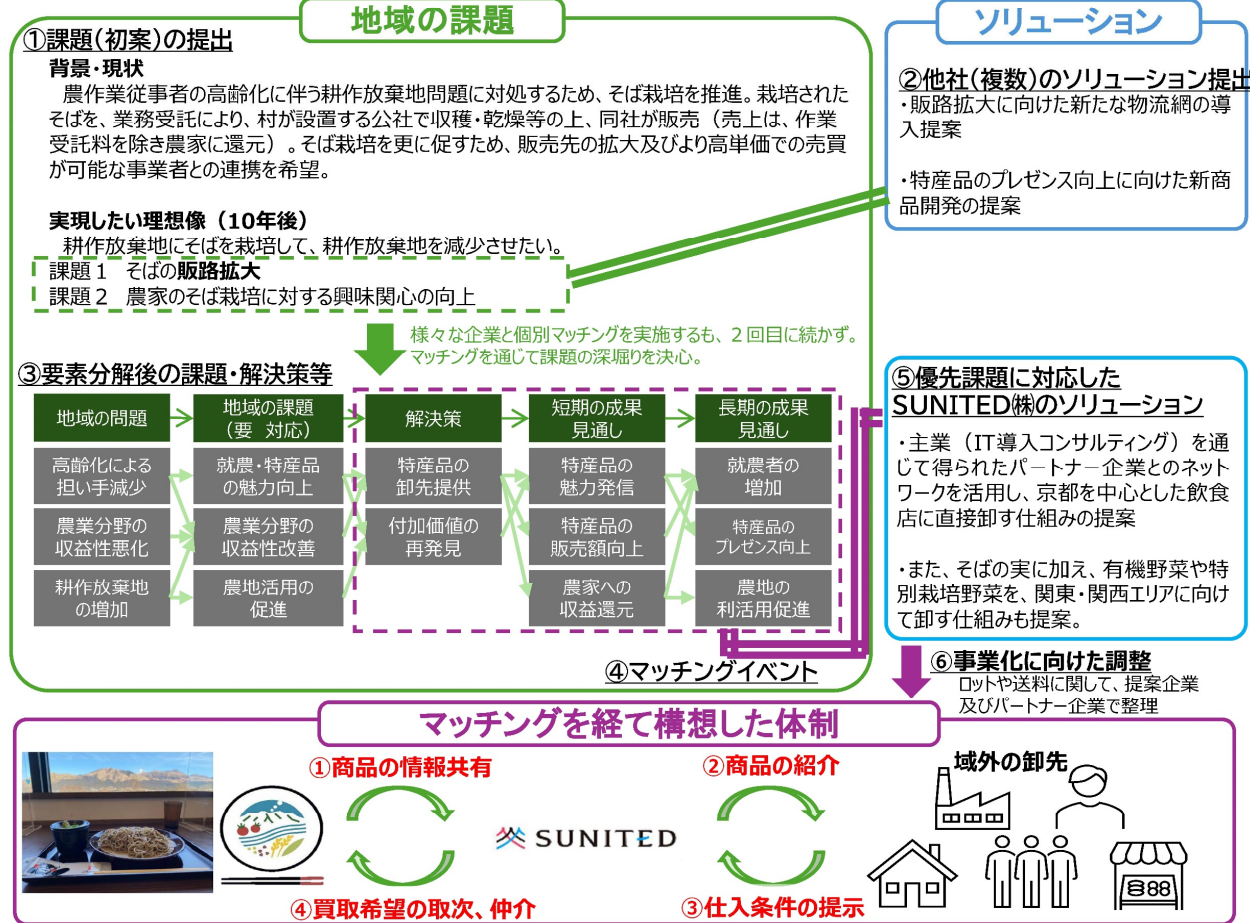
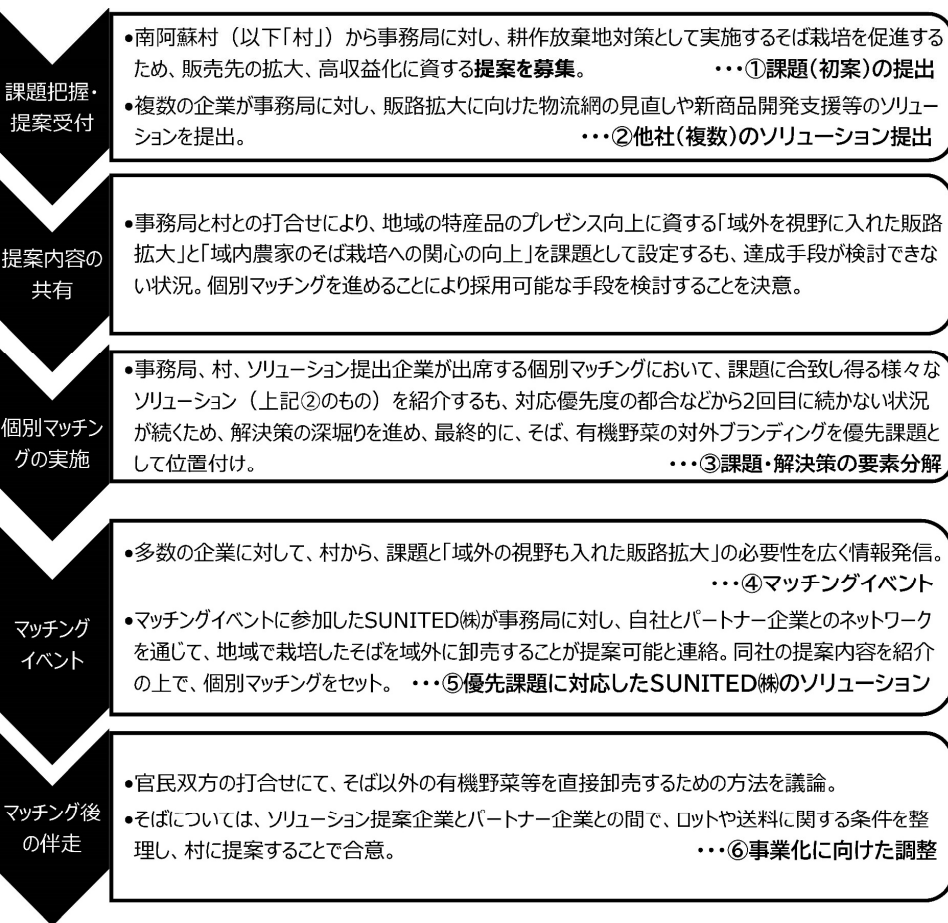
官民共創による事業化を実現するためのポイントや効果的手法、留意点を取りまとめた手引きを作成し、全国へ横展開

# 南阿蘇村農政課×SUNITED（株）間の共創までのプロセス（事例①）

- 耕作放棄地解消の一環で栽培される「そば」について、域外企業の目線で、地域の農業者から見えづらい価値を提示するとともに、付加価値に見合う販売価格で買取を行う卸先との仲介を実施。
- 参画企業は、地域と卸売業社の仲介（地域産品の価値発見、卸売先との価格交渉）を担う。
- 参画企業においては、これまで接点のなかった地域の課題解決に寄与することで信頼関係を構築し、更なるソリューションの提案につなげる。

## 年間の動き（タイムライン）

## 共創に向けた情報の整理





## 第3部 事例① 「特産品の販路拡大に向けた域外卸先の提供」

### 南阿蘇村農政課 × SUNITED(株)

### 分野/テーマ:「農業」/ 特産品の販路拡大

#### ① 市町村の概要と課題

- ・熊本県北東部の阿蘇山、阿蘇カルデラの南部に位置する村
- ・農作業従事者の高齢化が進む中で、自身の所有する土地の耕作が困難になり、耕作放棄地が増えている
- ・豊かな水資源などを活用して「そば」の栽培を推進していくことで耕作放棄地の減少を目指す
- ・上記に向け、地域で栽培される「そば」のプレゼンス向上と収益性の改善を望んでいる

#### ② 共創に向けたソリューションの概要

- ・南阿蘇村を中心として周辺地域にて販売消費されていた「そば」について、域外企業の見線から地域の農作業従事者では気づきづらい付加価値を見出すとともに、付加価値に見合った販売価格での買い取りが可能な卸先の仲介を実施

#### ④ 官民共創における連携体制の構築イメージ

- ・村の希望する販売価格と卸先の希望する購入価格の仲立ちを提案事業者が実施
- ・提案事業者が主導となり、南阿蘇村産「そば」の強み(化学肥料や農薬の使用を極力控えて栽培)を整理することで、有機野菜や特別栽培野菜を求める卸先とのスムーズな商談が可能となった

#### 販路拡大に向けた体制



#### ③ 課題の提示において事業者が求めていた点

- ・提案事業者は、官民を問わず幅広いビジネスパートナーとの協業を行う事業者であり、地域の支援、地方創生に資する取組への意欲が非常に強く、全国各地に連携パートナーのネットワークを広げていきたい意向があった
- ・今回の南阿蘇村との共創については、今まで接点のなかった地域の行政との連携にもつながり、同社の意向に基づくネットワークを広げるきっかけにもなった

#### ⑤ 官民共創・マッチング実現のポイント

- ・提案事業者は、ネットワーク形成を進めるにあたって市町村の持つ地域活性化に向けた課題や産業特性、保有するリソース等を把握することを望んでいた
- ・今回の共創では、9月に開催されたマッチングイベントにおいて、南阿蘇村より詳細な村の情報(共創時の所管部署、活用可能な資源とその活用方法)が発信されていたため、提案事業者においても共創イメージを持ちやすく、スムーズな協議を進めることができた



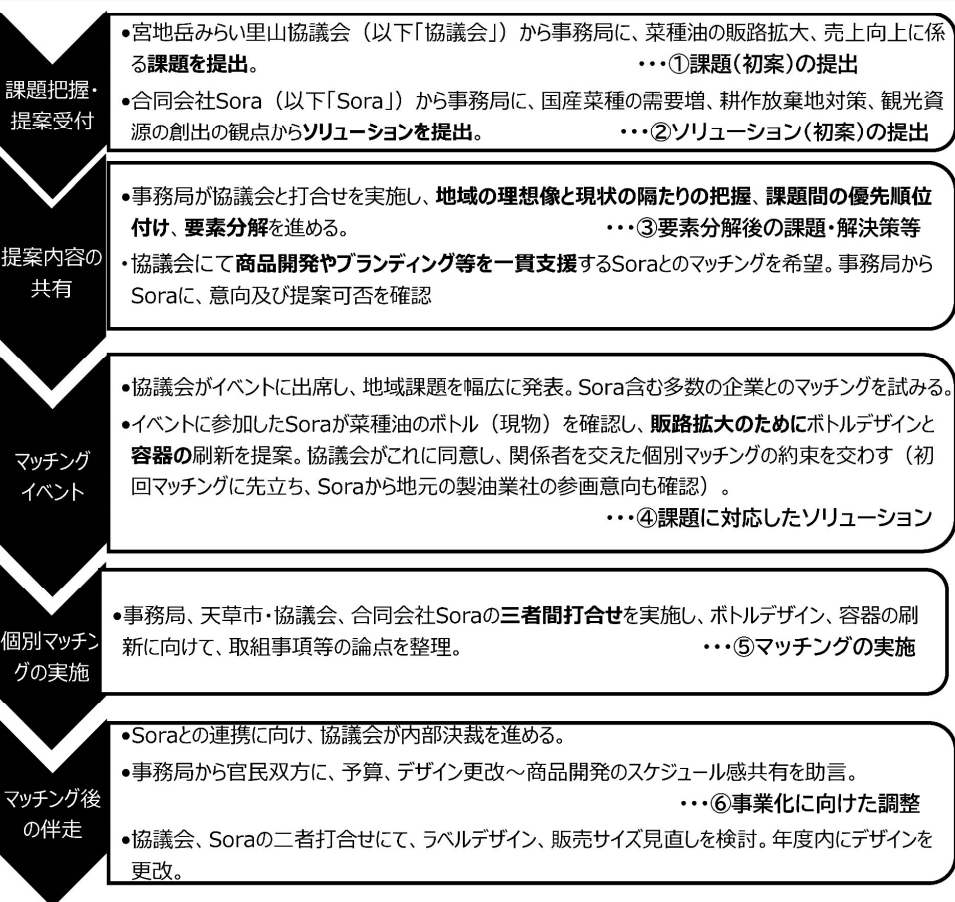
#### ⑥ 今後の連携の流れ

- ・事業期間中の共創においては、販路拡大支援の対象商品は「そば」のみであったが、南阿蘇村にて栽培されているその他の野菜、作物についても化学肥料の使用が控えられた品質の高いものであるため、今後は取扱商品を広げて行き、提案事業者の持つネットワークにより、ニーズの合う卸先の提供を継続していく方針

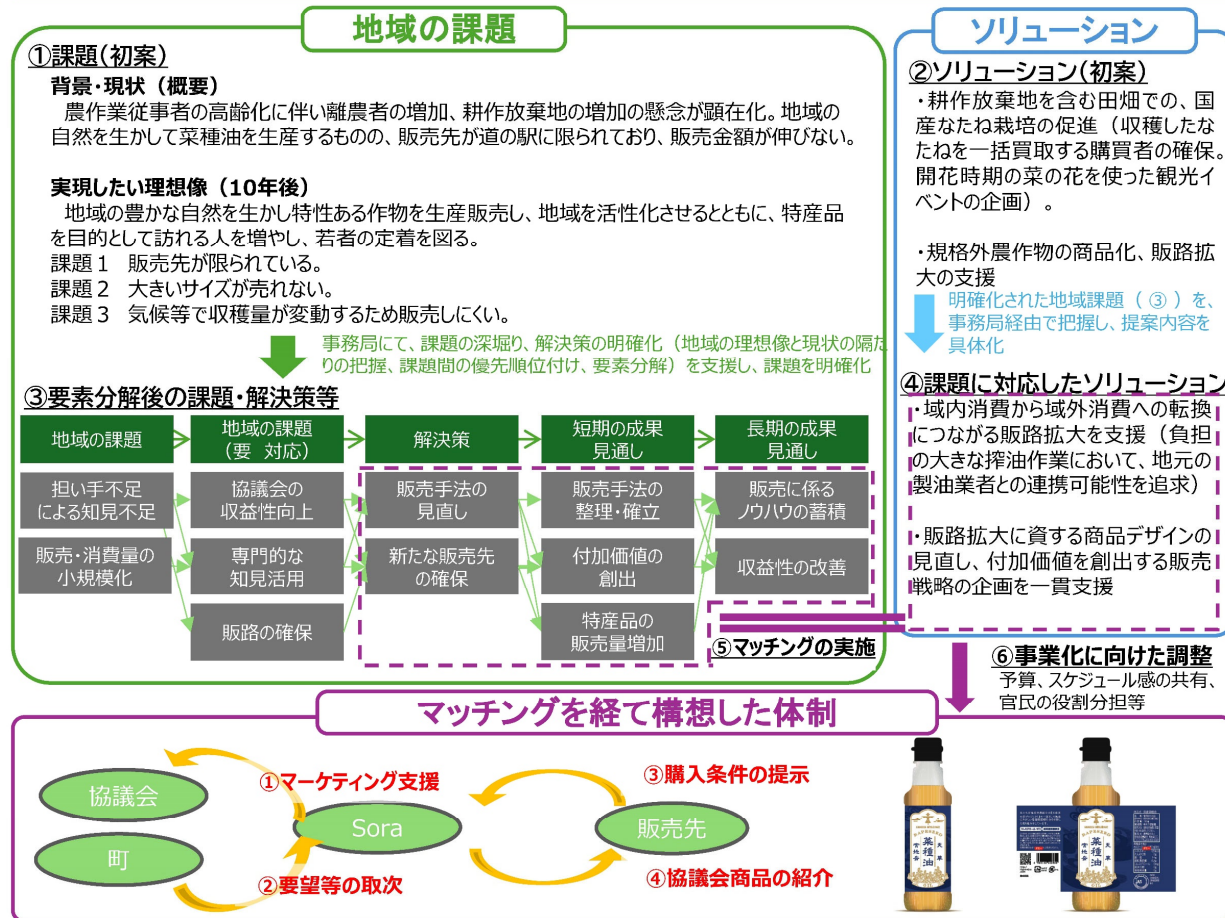
# 天草市宮地岳みらい里山協議会×（同）Sora間の共創までのプロセス（事例②）

- 生産者の高齢化に伴い生産量が不安定化している菜種油において、地域内の製油業者との連携体制を構築し、作業負担の多い搾油業務のアウトソーシング、販路の安定に資する一括買取に向けた協議を進行させるとともに、販路拡大に向けて商品デザインを更改。
- 参画企業は、アウトソーシングと一括買取を可能にする体制の構築、商品開発、マーケティング、販売価格等の調整を担う。
- 参画企業においては、広告業でのネットワークを活用した新規事業に参入する機会を得た。

## 年間の動き（タイムライン）



## 共創に向けた情報の整理



## 第3部 事例② 「地域産品の販路拡大に向けたマーケティング支援」

### 天草市宮地岳みらい里山協議会 × (同)Sora

分野/テーマ:「農業」/ 商品展開の一貫支援

#### ① 市町村の概要と課題

- ・熊本県天草市内のうち旧本渡市に位置する町
- ・町内の自然を活かした農作物の生産が盛んであり、米、菜種油、そばなどを特産品としている
- ・町内の高齢化率が50%を超えており、農業分野の担い手不足を始め、地域活動等においても人口減少の影響を受けているものの、令和6年度より宮地岳みらい里山協議会を設立し、農地保全、生活支援等に取り組む
- ・同協議会を中心として生産、販売を行う菜種油等について、地域内消費に留まっており、販路拡大や販売手法の見直しを行いたい意向があるが、独力では限界があることから、協働可能な事業者との連携を望んでいる

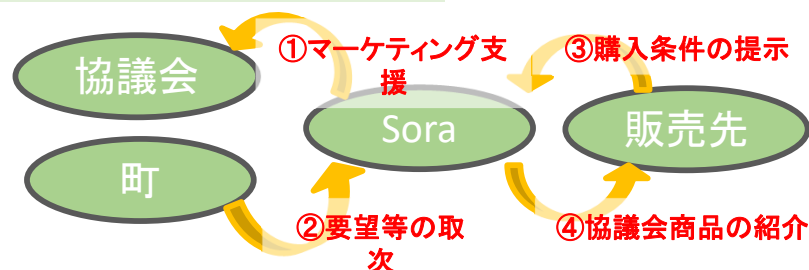
#### ② 共創に向けたソリューションの概要

- ・菜種油の域内消費から域外消費への転換に向けた販路拡大や負担の大きな搾油作業において、連携可能性のある製油業を行う事業者の紹介を実施
- ・また、販路拡大にあたって商品デザインの見直しや付加価値を創出するマーケティングディレクションを支援

#### ④ 官民共創における連携体制の構築イメージ

- ・協議会の商品について、付加価値創出に向けたデザイン更改等のマーケティング支援を行うとともに、更改後商品の販売先を取次ぐことで出口を意識した一貫通貫の支援体制を構築

マーケティング見直しに係る体制



#### ③ 課題の提示において事業者が求めていた点

- ・連携を実施した提案事業者は、商品の販路拡大において、販売先の紹介からマーケティング支援、商品開発に至るまで一貫した支援が可能な事業者であった
- ・そのため、共創時においては、どの領域まで支援を求めているかなどの支援内容や販売先を紹介するにあたっての条件整理を明確化する必要があった
- ・上記に対して協議会は、支援事項の整理や販売先の求める情報開示に積極的であったことから、スムーズな共創が実現した

#### ⑤ 官民共創・マッチング実現のポイント

- ・今回の共創事例については、協議会と提案事業者が主体者となるが、両者の協議において市町村担当者が適時同席することで、双方の主張の整理を実施
- ・立場が異なる共創のため、連携を進めるにあたっての手法やスケジュール管理の点で認識を合わせる必要があったが、市町村担当者が両者を取り持つことで迅速な対応が可能となった



#### ⑥ 今後の連携の流れ

R7.1Q～	R7.2Q～	R7.3Q～	R8.1Q～
・菜種油商品デザインの更改	・商品販売におけるディレクション支援	・販売先との売買における条件調整	・支援品目の拡大(大豆等)



新結合	概要（施策）	化学変化・面的広がり
農林水産地域×地域金融機関 （×ローカルスタートアップ）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農山漁村の課題解決へのローカルスタートアップ等の参入</li> <li>・官民共創の中間支援組織として地銀等の活用</li> </ul>	地域に根差した地銀等との連携により、 <b>異業種と連携したローカルな案件形成を促進</b> （+ローカルスタートアップ）
農林水産地域 ×大都市のオフィスワーカー・企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農外企業（スマート農業（IT企業等との連携）、有機農業、輸出等）による専門的知見を共有</li> <li>・援農人材、企業版ふるさと納税等による財政的支援による地域経済活性化、ネイチャーポジティブへの寄与</li> </ul>	<div>↑ 相乗効果</div> <b>都市部の大企業参入によるインパクトの創出</b>
農林水産地域×IT企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・データを簡便に経営に活用できるアプリ等の開発・衛星情報とAIを利用した高度な肥培管理・出荷方法等の導入促進、人材育成</li> </ul>	異業種連携による <b>新技術の活用により、生産性向上等を実現</b>
農林水産地域×観光業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光業者の視点、発信力を活用した地域資源のコンテンツ化</li> </ul>	若者・女性・よそものならではの感性や視点、アイデア、発信力を生かした <b>国内外の観光客の呼び込み力を強化</b>
地域の食品産業 ×大学・スタートアップ企業の新技術	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オープンイノベーション推進による食品産業と大学・スタートアップ企業の連携促進</li> </ul>	地域の食品産業を活用した <b>新しい付加価値創出型ビジネスの展開</b>

## 農林水産地域 ×地域金融機関の例

地域金融機関が現場に入り  
農村の課題と  
民間企業をマッチング



熊本県でのマッチングイベントの様子  
（肥後銀行がサポート）

## 農林水産地域 ×大都市のオフィスワーカー・企業の例

JR東日本社員の副業による  
農業参入



JR東日本社員のさくらんぼ農家での  
作業の様子

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、ニッカウスキー、JTB）



ツアー参加者による  
りんごの収穫作業の様子

## 農林水産地域 ×IT企業の例

IT企業が開発した農作業  
がリアルタイムで確認・自  
動化できるツールで、農作  
業を簡易に省力化



資料：エソウィン株式会社

## 農林水産地域 ×観光業者の例

地域資源の価値や魅力を活  
用して地元関係者と観光業  
者等が協業



地元食材を活用した  
高付加価値な料理



雪国ならではの  
スノーアクティビティ

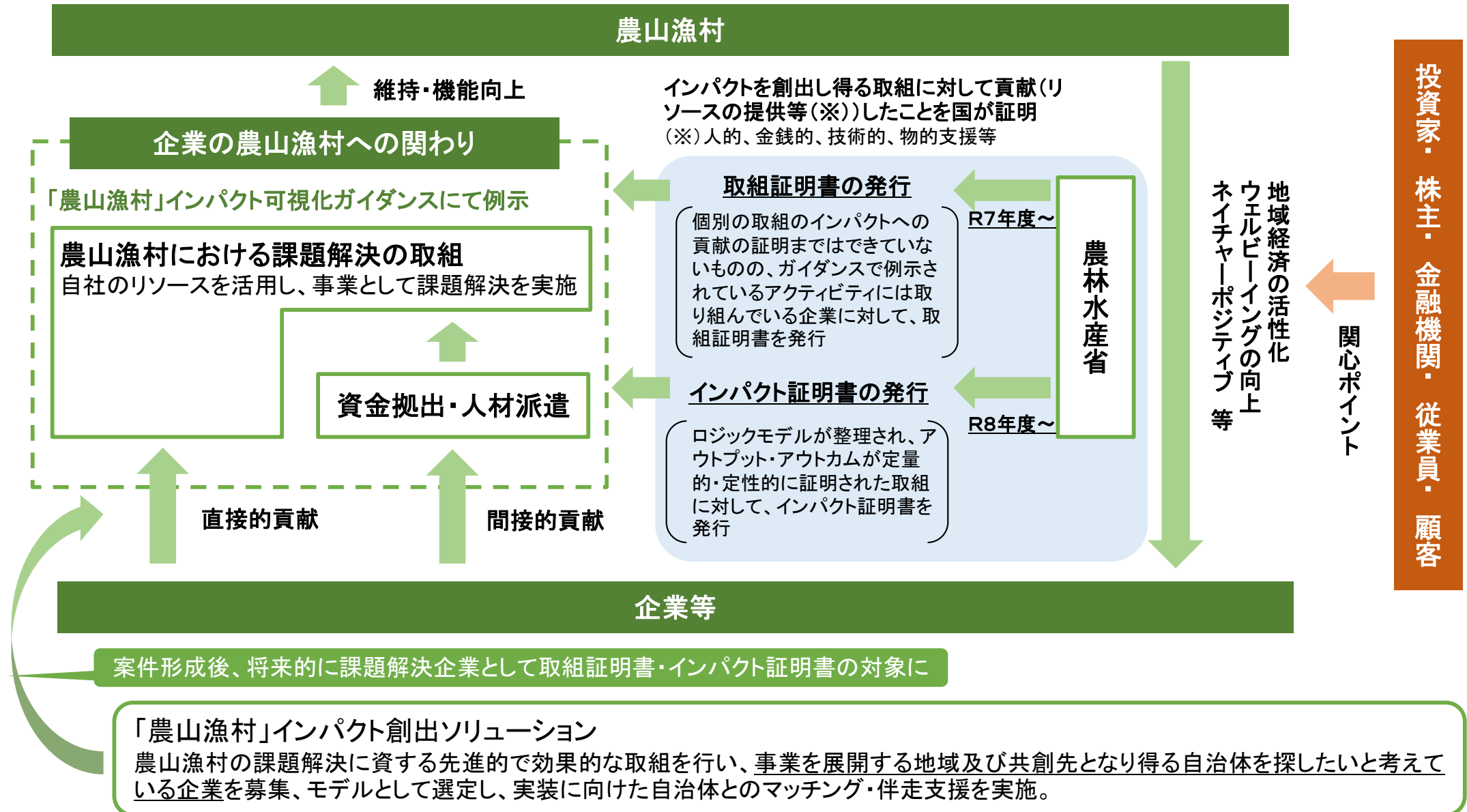
## 地域の食品産業 ×大学・スタートアップの例

スタートアップ企業が泡盛粕  
等の地域の未利用資源を活用  
し、独自の発酵技術により植  
物性うまみ原料を生産



泡盛粕を発行させた  
調味料の生産事例

- 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、取組証明書及びインパクト証明書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。



農山漁村の課題解決のために行われる企業等による取組が、今後も継続する見込であり、特定の社会・環境インパクトの創出に繋がるものであることを証明するための制度を創設。

証明対象

実現したいこと

インパクト  
証明書

資金調達等に繋げる

- 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繋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繋げる

⇒ 企業等による農山漁村への参入・継続的取組を後押し

取組  
証明書

多くの企業等による参画を促進

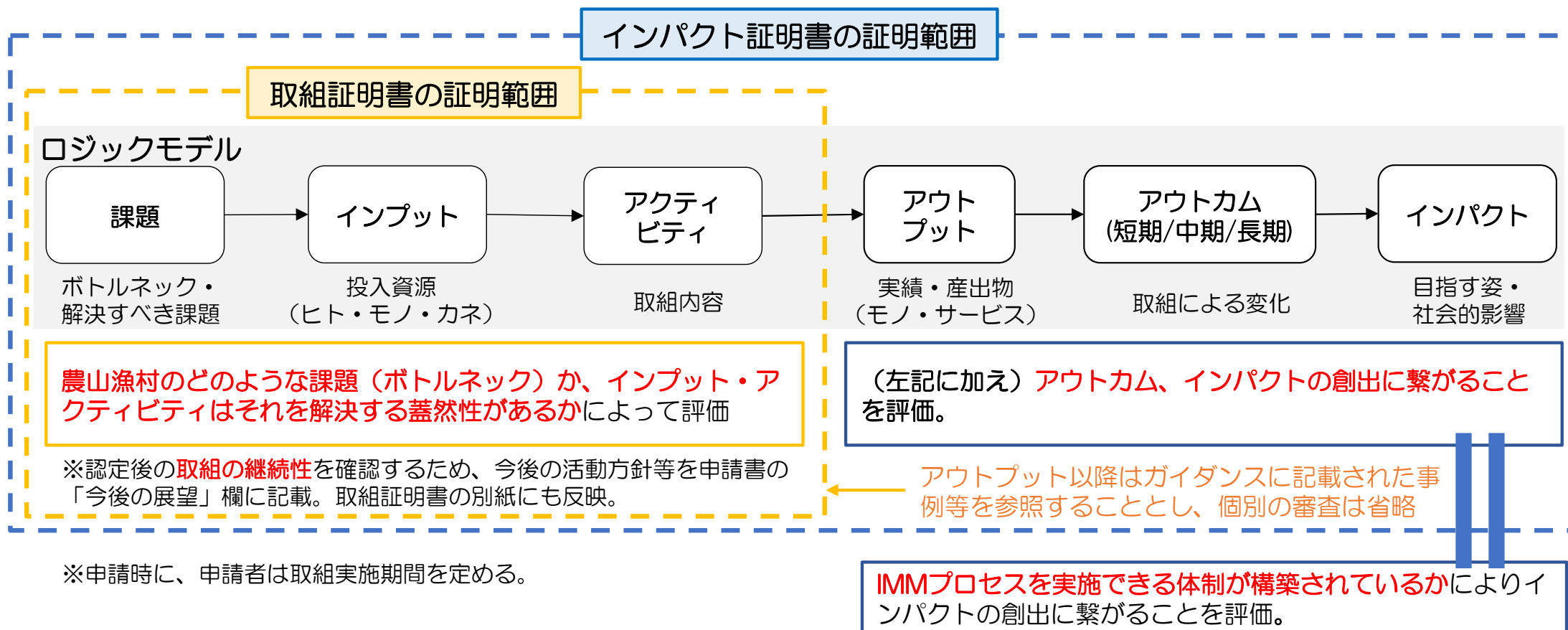
- ① 企業等により農山漁村の課題解決に向けた取組が行われ、
- ② その取組が今後も継続する見込であること。  
(ガイダンスに記載の事例等に基づいて審査)

※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



取組証明書は、農山漁村の課題（ボトルネック）とロジックモデルの「アクティビティ」、インパクト証明書は、上記に加えIMMプロセスの実施体制に着目して評価



## IMMプロセス

1. インパクト目標の設定	2. インパクト戦略の策定	3. インパクト指標（KPI）の設定	4. インパクトマネジメントの実践
アクティビティから期待される影響を目標として掲げる	インパクト目標の達成に至るロードマップを策定	インパクト戦略を踏まえ、モニターすべき指標を定める (測定の仕方は要検討)	インパクト指標をモニターしながらインパクト戦略を実行

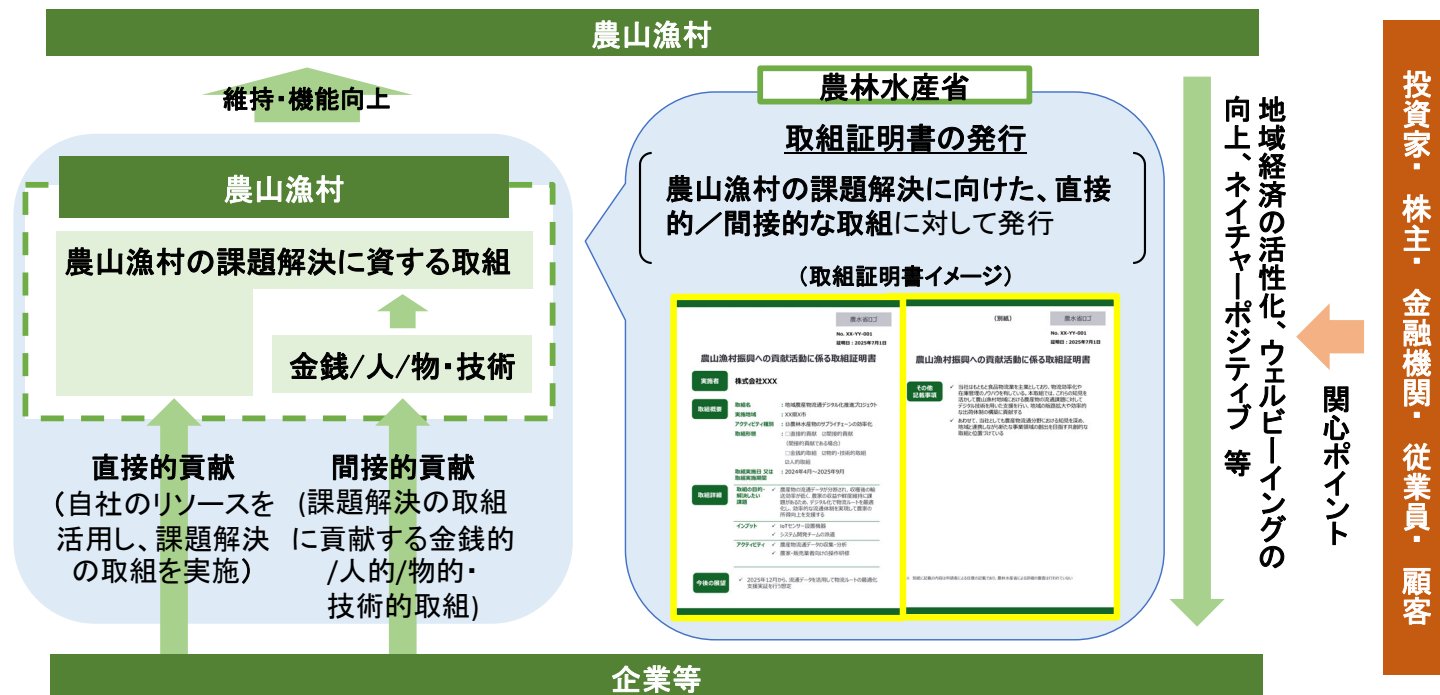


応募要領等は  
こちらから！

- 農山漁村においては人口減少や高齢化が進み、食料供給の不安定化や農山漁村の持つ多面的機能の喪失が懸念されています。このような農山漁村の課題の解決には、企業等の多様なステークホルダーの方々のリソースを活用し、活性化を図っていくことが求められます。
- 近年、大企業を中心にESG、SDGs、インパクトといった考え方が重視される中、農山漁村の課題解決を通じた社会的・環境的インパクトの創出に向け、農林水産省は令和7年3月に『農山漁村』インパクト可視化ガイダンス』をとりまとめ、農山漁村の課題解決に向けた取組によって生まれる、企業価値の向上や事業リスクの低減といった効果や、そうした取組を行うための手段について整理を行ったところです。
- 農山漁村においてインパクトの創出につながる取組をさらに進めていく上で、企業等が行っている農山漁村の課題解決に向けた個々の取組を後押しできるよう、それらの取組を国が証明する「取組証明書」制度を開始することとしました。

## 取組証明書の制度概要

- 本制度では、農山漁村における、食料の安定供給や農林水産・食品産業の持続的な発展、持続的な生活環境の維持等に関する課題解決を目的に行われ、今後も継続することが見込まれる企業等の取組が選定の対象となります。
- 具体的には「副業を促進することで農山漁村外の人材を活用する取組」や「農林水産物のブランド化により付加価値の向上を目指す取組」といった事例が挙げられます。その他の取組事例については、「ガイダンス」を御参照ください。
- 取組証明書を取得された企業等の皆様には、自社ウェブサイトやIR資料への掲載等により、自社の取組の広報に当たってのコミュニケーションツールとしてお使いいただくことが可能ですので、是非取得の申請を御検討ください。



## 取組証明書の申請・審査方法

### ■ 申請書類

以下の書類を作成し、メールにて御提出ください。

- ・ 証明書発行申請書・ロジックモデル記入シート（取組概要・詳細やロジックモデル等を記載）
- ・ 取組の事実を証明する書類（自由様式）
- ・ 地域の関係機関（自治体等）・団体等による証明
- ・ 連携企業等による証明（任意）

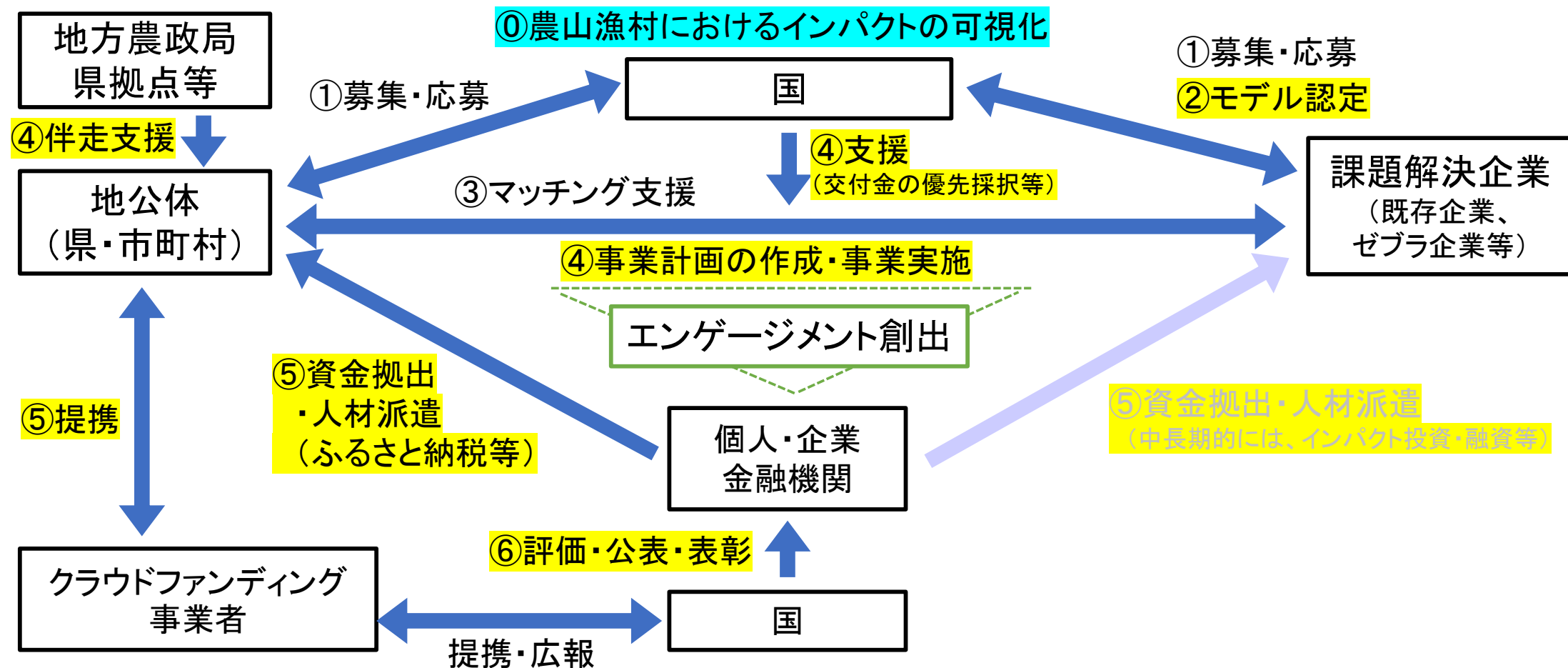
### ■ 審査観点

以下の3観点で審査を行います。

- ・ 農山漁村のどのような課題であり、それを解決している取組であるのか
  - ・ 取組がインパクトの創出に繋がり得るか（ガイダンスに記載の取組例を参照し、審査）
  - ・ 今後も取組が継続する見込みであるか
- ※審査においては、取組実施地域の関係者へ事務局からヒアリングを行うことがあります。

### ■ 今後のスケジュール

- ・ 令和7年10月24日 申請受付開始
- ・ 令和7年10月30日 説明会の実施
- ・ 令和7年12月15日 申請締切、審査開始
- ・ 令和8年3月頃 公表



- 農山漁村における課題解決の取組がどのようにインパクトにつながっているかの可視化について、本ガイダンスを公表(①)。
- インパクト可視化の成果については、次年度以降にインパクトに資するソリューションをモデルとして選定(②)して現場へ実装することや、具体的な案件形成の支援(④)に活用し、その推進に当たって民間企業の寄付・投資・人材派遣等を呼び込む(⑤)ことを想定。
- 資金拠出・人材派遣を行った民間企業に対しては、支援証明書の発行等によって寄附・投資・人材派遣等のインセンティブを付与(⑥)することを検討。

## 「農山漁村」経済・生活環境創生プラットフォーム

プラットフォームへの加入はこちらからお申込みください！  
これまでのシンポジウム、専門部会の各種資料も公開しております。



## 農山漁村振興への貢献活動に係る取組証明書の募集について

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に対して、証明書を発行する制度を開始します！  
証明書取得の募集に係るオンライン説明会も開催します  
(アーカイブ配信有)ので、是非申請をご検討ください！

