

「農山漁村」経済・生活環境創生 プロジェクトの取組について

農林水産省 農村振興局 農村計画課 農村活性化推進室

「農山漁村」経済・生活環境創生 プロジェクトの取組について

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、しづおか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12月末時点：約535企業、自治体含め約610団体）

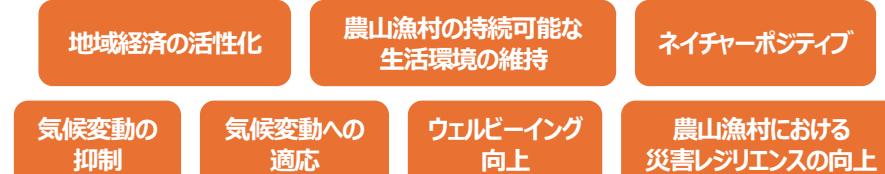
- シンポジウムの開催：
第1回（令和7年2月4日）会場参加300名超、オンライン参加900名超
第2回（令和7年7月16日）会場参加250名超、オンライン参加800名超

○ 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） |
| ・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 |

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ド

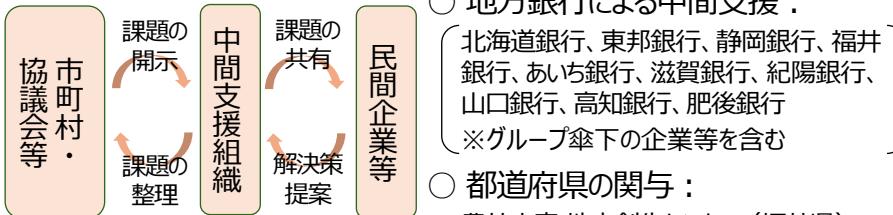
- 農山漁村のインパクト
※「インパクト」とは、事業や活動の結果として生じた、社会的・環境的な変化や効果（短期・長期間はない。）を指す。



○ 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：
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
（タミー、三祐コサルタツ、サグリ、EF Polymer、アクセリア）
地域コミュニティ
（楽天グループ、バカン）
販路開拓等による付加価値向上
（ボーダレス・ジャパン、NTTスマートコネクト）
関係人口創出
（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、ニッカウヰスキー、JTB)



農山漁村社会・環境
インパクト創出証明書
国が発行

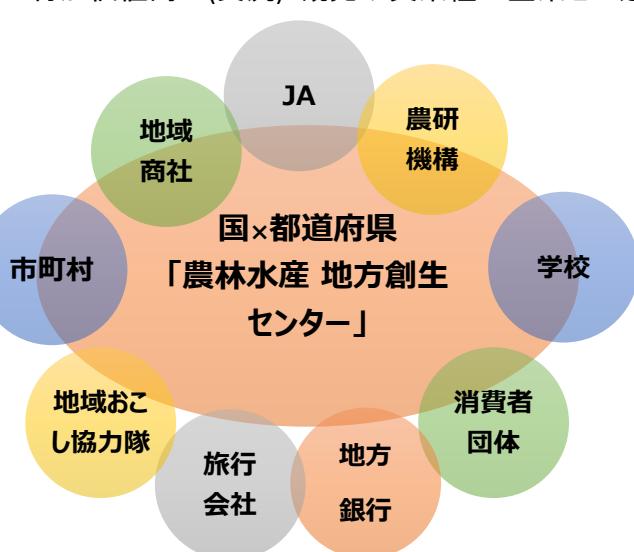
農林水産 地方創生センターについて

- 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」を各地で形成する。
- 「農林水産 地方創生センター」は、都道府県が中心となって、民間企業や市町村をはじめとする多様な主体を巻き込み、国や地域金融機関と連携して官民共創を進めるプラットフォーム。
- 令和8年度概算決定では、農山漁村振興交付金の地域資源活用価値創出推進事業（創出支援型）において、「農林水産 地方創生センター」の形成を支援。

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**



農業体験の推進



インバウンドとの交流



食育の推進

農山漁村振興交付金（地域資源活用価値創出対策）のうち
地域資源活用価値創出推進事業（創出支援型）

令和8年度予算概算決定額

7,045百万円（前年度 7,389百万円）の内数

＜対策のポイント＞

農山漁村における所得の向上と雇用機会の確保を図るため、官民共創の促進による地域課題の解決に向けた取組、事業者等の経営改善に向けた専門家派遣、農林水産物や農林水産業に関わる多様な地域資源を活用した新商品の開発等の取組を支援します。

＜事業目標＞

地域資源を活用して付加価値額向上に取り組む事業体の割合の増加（68%→78% [令和11年度まで]）

＜事業の内容＞

1. 地域資源活用・地域連携推進支援事業

地域資源を活用した付加価値の創出に必要な新商品開発・販路開拓、経営戦略策定・ビジネスアイデア創出、研究開発・実証事業等の取組を支援します。

- ① 多様な地域資源を活用した新商品開発・販路開拓の取組
 - ② 料理講習会等のイベントの実施など直売所の売上向上に向けた多様な取組
 - ③ 地域資源の掘り起こし、ワークショップを通じてビジネスアイデアを創出する取組
 - ④ 多様な地域資源を活用した研究開発・成果利用の取組
- 【事業期間：上限2年、交付率：1/2等（上限500万円/事業期間）】

2. 地域資源活用・地域連携中央サポート事業

① 都道府県サポートセンター等を全国的な視点で支援するため、中央サポートセンターを設置し、地域資源を活用した付加価値の創出に係る高度な課題解決に取り組む事業者等に対して、中央プランナー等の専門家を派遣する取組等を支援します。

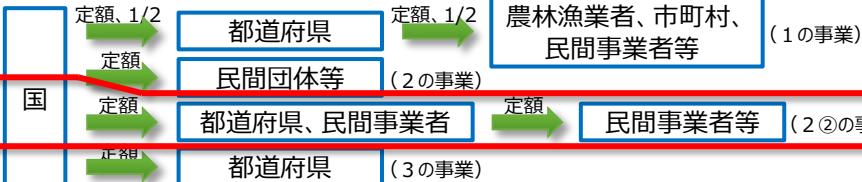
② 地域金融機関等の中間支援組織により、これまで農業・農村の仕事に携わっていなかった企業等の参加促進、地域課題の把握・翻訳、地域と企業のマッチング、マッチング後の伴走支援等の官民共創の促進を図り、農山漁村の抱える地域課題の解決を目指した取組等を支援します。

③ 施設給食において、地産地消を促進するコーディネーターの派遣・育成の取組等を支援します。
【事業期間：1年、交付率：定額】

3. 地域資源活用・地域連携都道府県サポート事業

地域資源を活用した付加価値の創出に係る経営改善等の多様な課題解決に取り組む事業者に対して、専門家を派遣する取組等を支援します。

＜事業期間：1年、交付率：定額】



＜事業イメージ＞

地域資源活用・地域連携推進支援事業



地域の農林水産物で
新商品を開発



竹林の景観を活かした
キャンプ事業の創出

地域資源活用・地域連携中央・都道府県サポート事業

事業化前

民間企業

地域課題の提示

中間支援組織
(地域と民間をつなぐ機動的な機能)

地域課題の把握

課題を抱える地域

病院、企業、学校等

派遣

事業化後

中央サポートセンター

支援要請

都道府県サポートセンター

・プランナー等の派遣
・デジタル人材の派遣・育成
・問合せ・相談 等

お問い合わせ先
(1、2①③、3の事業)
(2②の事業)

農村振興局都市農村交流課 (03-6744-2497)

農村計画課 (03-6744-2141)

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)

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

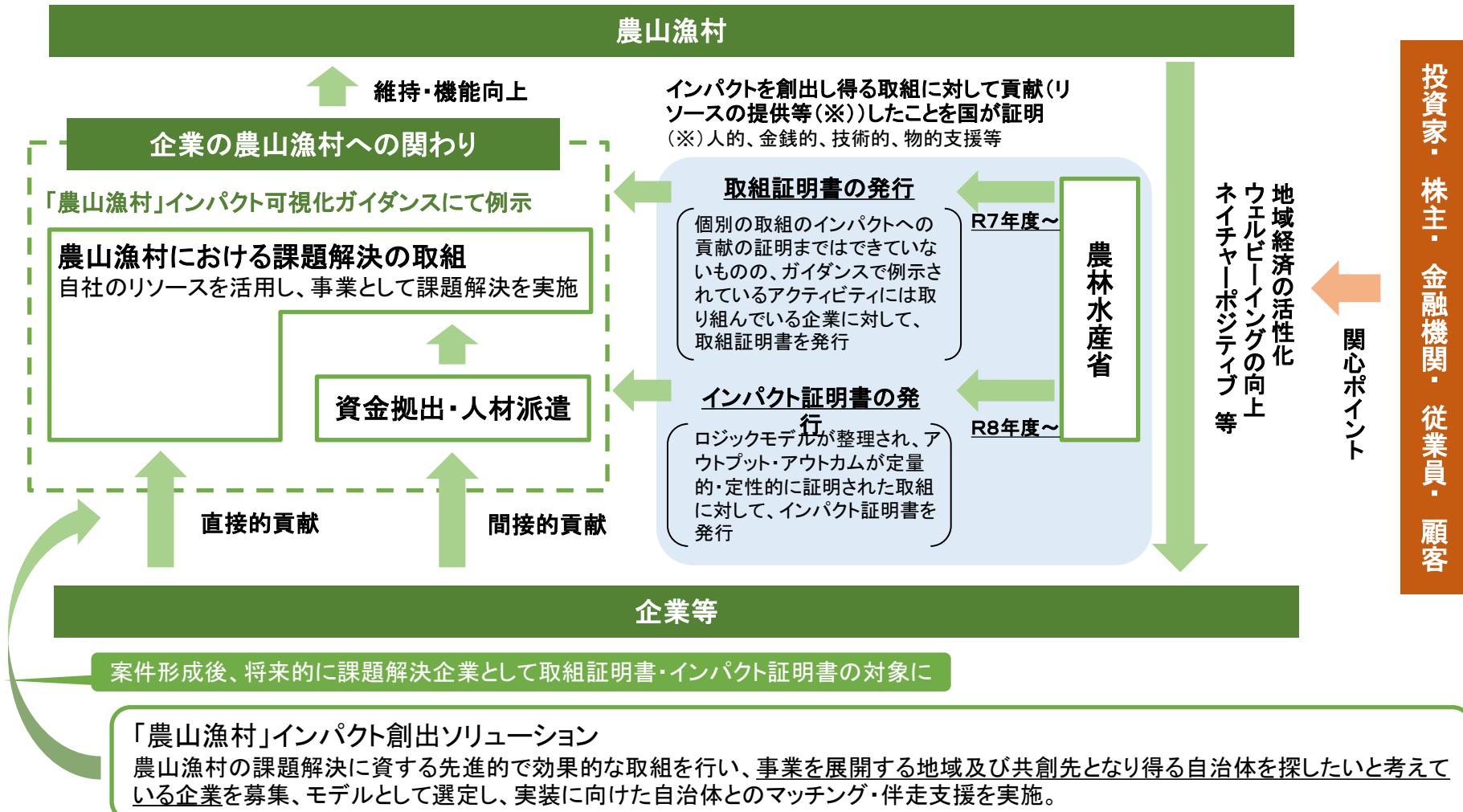
サステナブルファイナンス (グリーンボンド、ソーシャルボンド等) の発行条件優遇、ESGスコア等の向上

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

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。



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。

