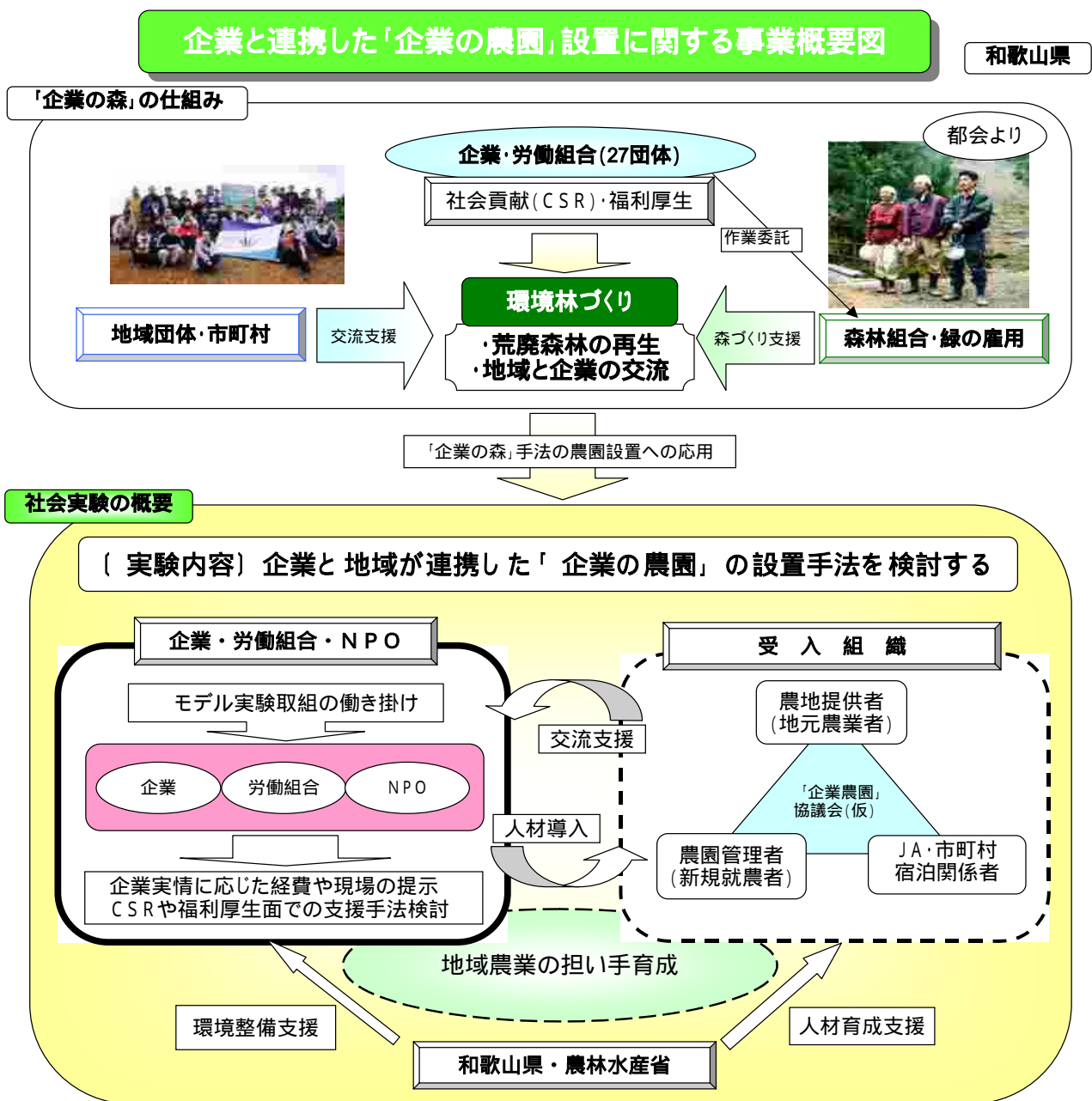


I. 要約編

1. 地区の概要等

農山村は、食糧生産とともに国土の保全等の多面的機能を有しており、日本的な風景や日本的文化の基となる重要な役割を担っている地域にもかかわらず、過疎化・高齢化に歯止めがかからず、地域活力の低下や放置された森林、農地の拡大といった困難な状況に直面している。

そのため、和歌山県においては、「緑の雇用事業」「企業の森」などにより、山村への定住促進や森林再生への新たな担い手の誘致に取り組んできたが、今回、都市部企業等と農山村地域の共生・対流の気運を高める一助にならないかと考え、耕作放棄された農園の再生や地域活性化につなげていく方策として、「企業の森」の仕組みを参考に『企業等と連携した「企業の農園」設置に関する実験調査』を実施することにした。



(1) 実施地区の概要

今回の社会実験は和歌山県が農林水産省から受託したものであり、実験事業の地域については、和歌山県日高郡日高川町の中津地区(旧中津村)及び和歌山県田辺市の本宮地区(旧本宮町)を選定し、農山村側の受入主体として、中津地区については「ゆめ倶楽部21」、本宮地区については「NPO法人熊野本宮」の団体になった。

ア 和歌山県の概況

和歌山県は、人口が1,036,061人(2005年現在)。近畿地方の南に突き出た紀伊半島の南西部にあって、面積の77%は森林であり、平野は紀の川下流域の和歌山平野と各河川流域下流部である。



(和歌山県市町村所在図:平成18年4月1日現在)

イ 中津地区(旧中津村)

和歌山県の中央部に位置した平均標高400mの山間地で、人口は2,338人(2005年現在)。気候は一年を通じて比較的温暖で、緑と水に恵まれた地域である。主な産業は、米、梅、しいたけ栽培、干両、自然薯(じねんじょ)、ウバメガシを材料とする紀州備長炭の生産やホロホロ鳥(1982年から飼育され始めた)の飼育等の農林業である。また、都市との交流をめざした田植え・稲刈り、ジャガイモ掘り、イチゴ摘み、青梅もぎ採り、シイタケの植菌・収穫、竹細工、かずら工芸品作り等の「体験型農林業」への取り組みが盛んな地区である。

ウ 本宮地区(旧本宮町)

和歌山県南部の紀伊半島の内陸部にあり、人口は3,570人(2005年現在)。面積の約92%を林野が占め、熊野川の流域のわずかな平地に耕地と大小の集落が点在し、平安朝時代から「蟻の熊野詣」と称される賑わいを見せ、京都から熊野への参詣道であった「熊野古道」が本宮大社(両者とも世界遺産に登録されている)に通じている。観光業、林業、農業が主な産業であり、特に、この地域は、日本最古の温泉ともいわれる湯の峰温泉、川湯温泉、渡瀬温泉などが本宮温泉郷を形成し、多くの観光客が訪れており、熊野古道や熊野本宮大社、温泉、豊かな森林資源を生かした観光業の振興に積極的に取り組んでいる。

(2) 受入主体の地元団体の概況

ア ゆめ倶楽部21(中津地区)

中津地域において実施される都市と農山村の交流、地域特産物の活用等を図ることを目的に、Iターン者、農家、林家など多彩な方々で設立され、“ぶらっと歩けばちっちゃな里の浪漫に出会う旅”をキャッチフレーズに、自然体験を重視した豊富な交流メニューを用意して、都市住民との交流事業を行っている。

イ NPO法人熊野本宮（本宮地区）

世界遺産に登録された熊野古道を中心とした熊野本宮の優れた地域資源や特性を活かし、癒しと健康をテーマとした集客交流産業を創造・促進することや熊野本宮地域の活性化を目的に設立されており、訪問客との交流事業や魅力あるまちづくり事業を実施している。

2. 調査概要

都市部の企業、労働組合、NPO法人等多様な主体による農山村の遊休農地を活用した「企業の農園」の設置について、企業等の意向調査や受入地域の状況調査を実施するとともに、実験農園の設置・運営を通して、

企業の社会貢献活動や福利厚生面での参画を促すための手法の検討

農園整備・栽培・管理にかかる態勢整備、費用等の検証

現場(農園)までの移動手段や宿泊等の提案・検証

といった点を分析するとともに、今後このような事業に取り組もうとしている自治体や企業等を後押しする社会環境等の整備や農山村地域の人材育成の支援方法を探り、地域農業の担い手育成を図っていくための推進方策等を検討する。

3. 調査結果・成果

「企業の森」に既に取り組んでいる企業および労働組合を中心に、「企業の農園」の社会実験の趣旨説明を行い、参画を要請した。その結果、ユニチカユニオン、東洋紡績株式会社、さらに関西電力労働組合の参画を得、「企業の農園」の社会実験を実施した。

(1) 社会実験調査の内容

ア 社会実験農園所在地

(ア) 日高川町中津地区 2 園：ユニチカユニオン、東洋紡績株式会社

(イ) 田辺市本宮地区 1 園：関西電力労働組合

イ 社会実験全体の内容

(ア) ユニチカユニオン

実施日	平成 18 年 9 月 2 日(土)	実施日	平成 18 年 11 月 24 日(金)
参加人数	27 名	参加人数	22 名
作業内容	ジャガイモ等植付け トウモロコシ等収穫	作業内容	ソバ、ジャガイモ収穫、 ソバ打ち体験
必要経費	《農村側》 (注1) ・農園管理費：410,000 円 ・農園設備費：100,000 円	《都市側》 (注2) ・交通費：6,000 円/人程度 ・宿泊費：7,300 円/人程度 ・体験費：2,000 円/人程度	

(イ) 東洋紡績株式会社

実施日	平成 18 年 9 月 2 日(土)	実施日	平成 18 年 12 月 3 日(日)
参加人数	33 名	参加人数	11 名
作業内容	ジャガイモ等植付け トウモロコシ等収穫	作業内容	ブロッコリー等収穫 ソバ打ち体験
必要経費	(ユニチカユニオンと同額)		

(ウ) 関西電力労働組合

実施日	平成 18 年 6 月 3 日(土)	実施日	平成 18 年 8 月 16 日(水)
参加人数	37 名	参加人数	119 名
作業内容	田植え	作業内容	かかしづくりと設置
実施日	平成 18 年 9 月 16 日(土)	実施日	平成 18 年 11 月 25 日(土)
参加人数	45 名	参加人数	41 名(内子供 15 名)
作業内容	稲刈り	作業内容	ソバ刈取り、脱粒他 ソバ打ち体験 (和歌山県電力総連として実施)
必要経費	《農村側》 (注 1) ・農園管理費：446,000 円 ・農園設備費：1,304,000 円	《都市側》 (注 2) ・交通費：5,000 円/人程度 ・体験費：2,500 円/人程度	

(注 1) ・農園管理費：種苗、肥料、管理作業人件費等

・農園設備費：獣害防止柵、ネット、小農具等

(注 2) ・交通費：大型バスを借り上げ 30 人乗車として計算

・宿泊費：公共の宿泊施設の 1 泊 2 日の標準料金

・体験費：ソバ打ち体験と地元料理

ウ 農園管理の内容

日高川町中津地区では、6 月から 12 月にかけて 120 人・日、田辺市本宮地区では、5 月から 11 月にかけて 68 人・日の延べ人員で農作物の育成等農園管理を行った。

(2) 社会実験(最終収穫体験)参加者アンケート調査結果

社会実験の最終に企画された収穫体験の終了時に記入式アンケートを実施した。結果は以下のとおり。

「農作業体験」・「農山村との交流」に対する満足度は、殆んどの参加者(約 90%)が“満足”としている。

“「企業の農園」の景観的保全あるいは社会貢献活動としての意義”については 1 企業 2 組合いずれも、90%近い方々が“意義がある”と回答した。

“「企業の農園」の福利厚生、レクレーション活動としての意義”についても同様に、90%近い方々が“意義がある”と回答した。

参加した動機について、7 名の方が「遊休農地活用という社会的貢献に意義を感じたから」と回答している。これはアンケート回答者の 10%強にあたる。

以上から、本社会実験の主テーマである「遊休農地の課題」に関する関心度の客観

的、定量的な評価は困難ではあるが、今後、行政及び農山村地域、関係団体が情報発信の拡充に努力することにより、更なる関心の高まりが期待できる。

(3) 企業・労働組合等のヒアリング調査結果

社会実験参加の企業・労働組合と社会貢献活動に積極的な企業からのヒアリング調査結果は、取組内容に多少の違いはみられるが、共通する点は概ね次のように整理される。

「企業の森」は CO₂ 削減活動といった環境活動としてイメージが容易で既に社会貢献活動としての社会的意義も高いことが認知されている。

「企業の農園」は、農山村地域の危機感理解できるものの、現時点では、環境保全、社会貢献としての認知度は低い。今後国民的な理解が進み、社会的認知度が進めば社会貢献活動として取り組むことは十分可能と考えている。

農山村地域との交流は参加者が楽しめ有効であることから、さらに地域の人との交流を進めていきたい。

以上より、「企業の森」等の活動を機に始まった農山村地域との交流を大事に考えている企業、組合が多かった。それに加えて、森林も農地も一体となった里地・里山保全という活動を通しての地域との交流を考えている企業、組合もあった。

(4) 受入地域のヒアリング調査結果

実験に参加した市町村の担当職員と受入団体の関係者のヒアリング調査結果は次のように要約される。

今回の「企業の農園」は、受入体制が十分に整っていたとは言えない状況での実施ではあったが、参加者から高い満足度を得られた要因は、県の指導の下に、受入団体及び地域自治体等が協力して対応した成果と考える。

「企業の森」に連携する形で「企業の農園」に取り組めば、企業等の参加が、得られやすい。

以上より、今回の「企業の農園」が遊休農地増加の歯止めとなることは現状では望めないかもしれないが、農地に復元するキッカケにはなった。また、地域でも農地活用に向けた方策が議論されるようになった。

(5) 「企業の農園」システムの課題

ア 企業からみた「農地・農山村の保全」

「農地・農山村の保全」について社会貢献に位置づける企業もあったが躊躇する企業が多く、「農地・農山村の保全」が社会貢献(CSR)として確立されているとは言えない。

企業等が「企業の農園」活動に参加しようとする時、活動目的や活動地域を選択するための情報や判断材料が不足している。

企業の社会貢献は、社員のボランティア活動に委ねられることが多い。アンケートで『農地・農山村の景観保全や荒廃防止は、社会貢献活動として意義がある』と大半の参加者が回答しており、参加者と企業のギャップ解消が重要である。

イ 「企業の農園」に求められる農山村の役割と課題

「企業の農園」運営には、「企業への利用促進と交渉」、「農園準備や農園メニュー

ーづくり」、「利用に際しての契約や経理処理」、「農園管理や栽培技術指導」、「情報発信」、「全般管理」など多くの専門機能が必要となる。このため、受入団体の人材確保や育成が課題である。

農地・農山村にさまざまな価値を感じている企業がある。したがって、「企業の農園」は参加目的や参加形態に合致した条件を備えておく必要がある。また、農地の継続的利用を前提としない農園メニューも必要とする。

地域の遊休農地再生ビジョン、棚田など特徴を踏まえた農園モデル、地域の資源（ひと・文化・観光名所等）を活用した交流内容など、農山村自身の方針の明確化と地域の個性を生かすことが求められる。

「企業の農園」の継続性は、参加者の満足度に大きく影響される。このため、参加者を重視した受入姿勢・受入体制・受入メニューなど、地域のホスピタリティーの向上が求められる。

遊休農地の再利用は所有者の理解が必要となるため、容易に利用できない。農作物の植付けや収穫作業は、作目特性や自然条件に左右されるため、作業行程や宿泊・交通手配など企業側・農山村側双方で柔軟な対応が必要となる。農園の管理費用は栽培作物の種類や作付面積で異なるため、企業のニーズや予算を踏まえた提案が必要となる。

参加人数は一回あたり十数人～百数十人規模と見込まれるため、近隣に相当規模の宿泊施設や農作業後の手洗い場、ならびにトイレ設備が必要となる。

収穫物の利用(販売規制)について、企業の理解を得られるかが懸念される。今回の実験では参加者満足度が高かった。今後、スタッフ面や費用面など行政からの手厚い支援がなくなった時、参加者評価が維持できるかどうか懸念することが多い。

4．今後の方向性

(1) 農山村の態勢づくり

「企業の農園」を含め、遊休農地の再生ビジョンを策定する。

農地提供者（地元農業者）、農園管理者（農作業を行うグループ等）及び宿泊関係者等の連携強化をはかるため、「企業の農園推進協議会」的な組織を設置することが効果的である。

受入組織の育成と充実を図る。受入組織の人材は、高度な農業技術を有する者に限らず、UIターン者、就農をめざす青年農業者、経営や財務に精通している者、地域の伝統文化に明るい者、郷土料理が得意な者など、栽培技術面、受入組織の経営管理面、および都市と農山村の交流面を踏まえた構成員確保が望ましい。

市町村等は、地域での関係団体の調整や企業との仲介役など、農地・農山村の保全、農山村活性化という立場から「企業の農園」活動を指導支援する。

(2) 農園モデルのシステム化と企業へのアプローチ

企業の活動目的（意義）に応じ、「環境／社会貢献活動」、「福利厚生活動」、「農園を含めた農山村との交流」、「企業のビジネス活動」毎の農園モデルを準備す

る。

「企業の農園」以外に、継続的な農園保有を前提としない「社会貢献モデル」や「体験農園モデル」も検討する必要がある。

企業等への誘致活動にあたっては、「既存の交流パイプ利用」、「社会貢献活動企業の誘致」、「社員の社会貢献活動を支援する企業の誘致」など、マーケティング戦略が重要となる。

(3) 農地・農山村保全に向けた全国的な組織連携

企業の社会貢献の地位を確立するためには、多くの国民の共感を得る広域的な取り組みが必要である。

企業からも農山村からも信頼される仲介組織が必要である。また、「企業の農園」普及にあたっては、理解や協力を求める能動的な行動が必要とされる社会情勢にある。これらの機能を有する全国的な仲介組織の設置が望まれる。

(4) 広報戦略の再構築

国民的理解や企業の関心を高めるには、マスメディアや業界への情報提供など「発信型メディア」戦略が必要である。

5 . 総括

「企業の農園」は、遊休農地の有効活用にとどまらず、「農地・農山村の保全」や「都市と農山村の共生・交流」という社会的意義を持つ。また、WTOなど世界的な貿易交渉において、経済界と農業・農山村側の相互不信が懸念される中、「企業の農園」は企業と農山村の相互理解を図れる場づくりにもなる。今回の社会実験は、こうした「企業の農園」について、『企業は、その社会的意義をどう位置づけているのか』、ならびに『今後、農山村側で進めるべきことは何か』を検証することであった。その結果、「企業からみた農地・農山村保全の位置づけ」や「農山村側の今後の取組課題」など、多くの教訓を得ることができた。

(1) 企業からみた「企業の農園」

「企業の農園」は、CSRとしての位置づけは確立されているとは言えない。

関心のある企業では、「環境/社会貢献活動」、「福利厚生活動」、「農山村との交流」、「企業のビジネス活動」など、農地・農山村に多様な価値を感じている。

(2) 農山村側の考えるべきこと

農山村個々の事情にあった「農園モデル」や「企業誘致戦略」を考える必要がある。

「農地・農山村の保全」が重要な社会問題であることについて、多くの国民や企業から支持を得るため、関係団体が連携して取り組む必要がある。また、企業と農山村の情報を仲介しリードする組織を確保・育成することも望まれる。

「美しい国づくり」をめざし、「国土の管理と継承」を位置づける必要がある。