

演習論文

論文題目 企業の CSR 活動を通じた地方創生について

～農村振興の観点から考える～

経済学部	経営学 科
学籍番号	B7EB1085
氏 名	國井 七重
演習名(教員名)	(高 浦)ゼミナール

【はじめに】

本論文では、企業が CSR 活動を通じて、どのように地方創生、特に農村振興に関わっていくべきかを分析していく。はじめに、なぜ「地方創生」と「農村振興」をテーマに取り上げたのかについて説明する。

まず、「地方創生」をテーマにしようと考えた理由であるが、私自身の将来に関わっている。私は来年度の春から地方公務員として働くことになった。これから地方創生の中心を担っていく立場として、今後の「地方創生」をどのように進めて行くべきなのかを考えていきたいと思ったからである。

次に、「農村振興」については、大学3年生の夏に参加した栃木県庁のインターンシップに参加したことがきっかけである。私は、このインターンシップに参加した際、農政部の農村振興課に配属され、農村振興の現場を体験させていただいた。栃木県の農業について学ばせていただいた上に、地元の農業資源を有効活用した地方創生の現場を直接体験することができ、多くの刺激を受けた。

本論文を執筆するにあたり、日本全国のどの土地でもできるような「地方創生」の形を提案したいと考えた。農業は47都道府県すべての地で行われており、その土地ならではの農業資源が豊富にある。よって、汎用性のある「農業分野」、特に「農村振興」をテーマとして選定した。

本論分は、次の3章から構成されている。まず、第1章では「理論編」として、地方創生の現状や、農村振興の現状等について述べる。次に、第2章では「ケーススタディ編」として、地方創生を CSR 活動として行っている企業を3社取り上げる。最後に、第3章では「まとめ・提言編」として、どのように企業が地方創生に関わっていくべきなのかについて検討していく。

また、私が所属するゼミナールでは、企業倫理や CSR をメインテーマとして扱っている。これらの視点も入れながら考察や提言を行っていく。

目次

はじめに

第1章 理論編

第1節 CSRについて

第2節 地方創生について

第1項 地方の現状

第2項 政府による取り組み

第3節 農村振興について

第1項 農村の現状

第2項 政府による取り組み

第3項 関係人口について

第2章 ケーススタディ編

第1節 三菱地所グループ「空と土プロジェクト」

第2節 株式会社スーパーホテル

第3節 遠野ドライビング・スクール

第3章 まとめ・提言編

おわりに

参考文献

第1章 理論編

第1節 CSRについて

最初に CSR について説明する。CSR とは、Corporate Social Responsibility の略称であり、日本語では「企業の社会的責任」と訳されている。各機関によって定義が様々であるが、本論文では経済産業省の定義を使用したいと思う。

「企業の社会的責任」とは、企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方を指します。

(経済産業省のホームページより)

第2節 地方創生について

第1項 地方の現状

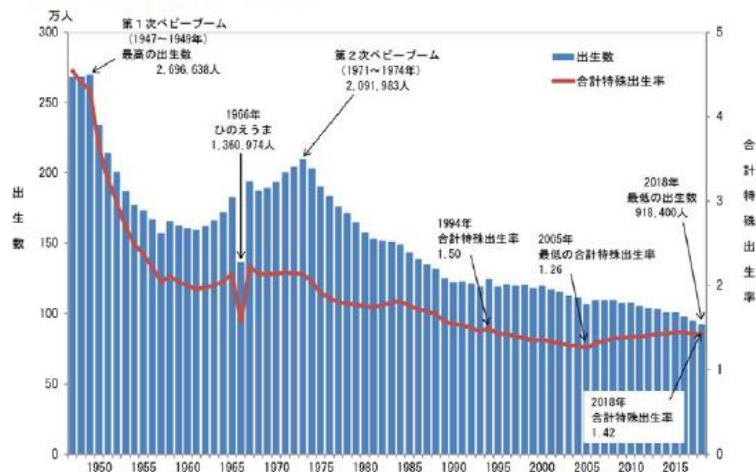
第2節では、「地方創生」の現状や政府が行っている政策について述べたいと思う。

まずは、日本の人口減少問題について触れていきたい。日本の特殊出生率(以下「出生率」)は、1970年代半ばから人口規模を長期的に維持できる水準を下回っており、現在までその状態が続いている。これまでは、人口減少しながらもベビーブーム世代があったために、出生率は下がりながらも、出生数は大きく低下しなかったこと、平均寿命が伸びたため死亡数の増加が抑制されていたことによって、日本の総人口は増加が続いていた。

しかし、2008年をピークに日本の総人口は減少局面に入り、2020年6月1日時点では1億2585万8千人と前年同月と比較して約50万人減少している。

人口減少スピードは今後加速度的に高まっていき、国立社会保障・人口問題研究所(以下「社人研」)の「日本の将来推計人口(平成29年推計)」によると、2020年度初めは毎年50万人程度の減少であるが、2040年度代になると毎年90万人程度へと減少スピードが加速していくと推計されている。

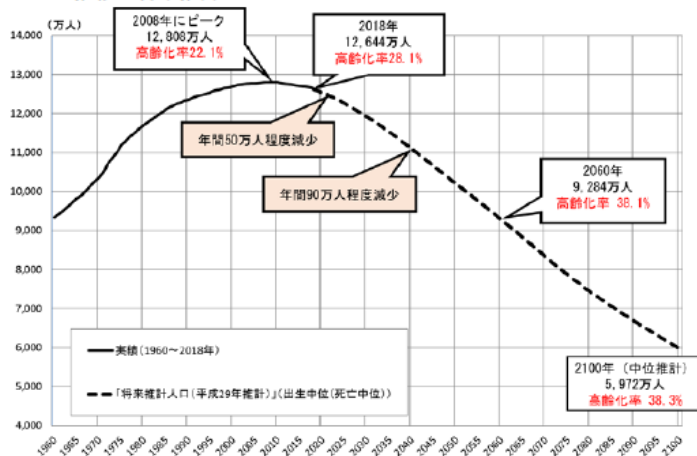
図1 出生数・合計特殊出生率の推移



厚生労働省「平成30年(2018)人口動態統計(確定数)」等に基づき作成。

(出典：内閣府『まち・ひと・しごと創生長期ビジョン(令和元年改訂版)』)

図2 総人口の推移と将来推計



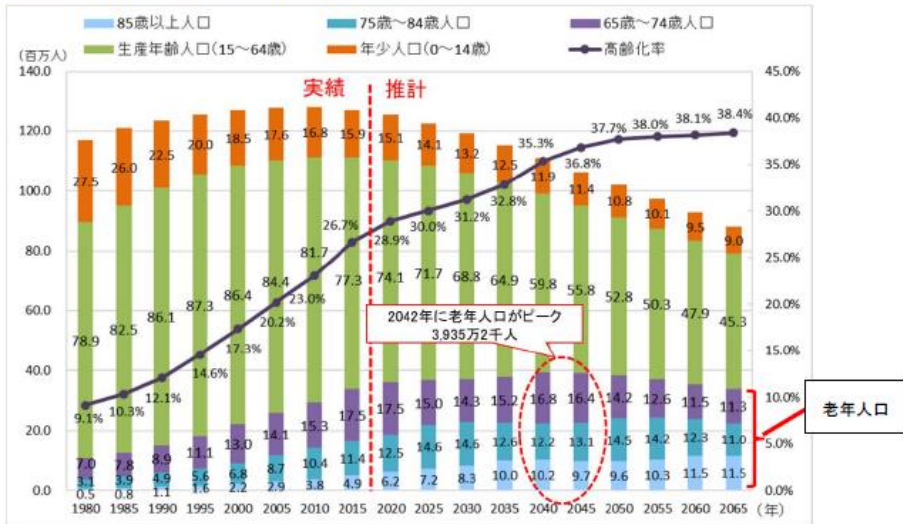
総務省「国勢調査」、社人研「将来推計人口(平成29年推計)」等に基づき作成。

(注)「高齢化率」は総人口に占める老年人口(65歳以上人口)の割合。

(出典：上図と同じ)

次に、高齢化について触れていきたい。2018年10月1日時点で、日本の老年人口は3,557万8千人で、高齢化率(総人口に占める老年人口の割合)が28.1%となった。出生率および出生数が低迷し、親となり得る世代が減少しながら、高齢化率が増加している。日本の老年人口は今後も増加し、高齢化率もさらに上昇していく見通しとなっている。社人研によると、老年人口は2042年に3,925万2千人でピークを迎えると推計されている。その後、総人口の減少とともに老年人口も減少するが、高齢化率は上昇し、2060年には38%を超えると推計されている。

図5 年齢区分別人口の実績と将来推計

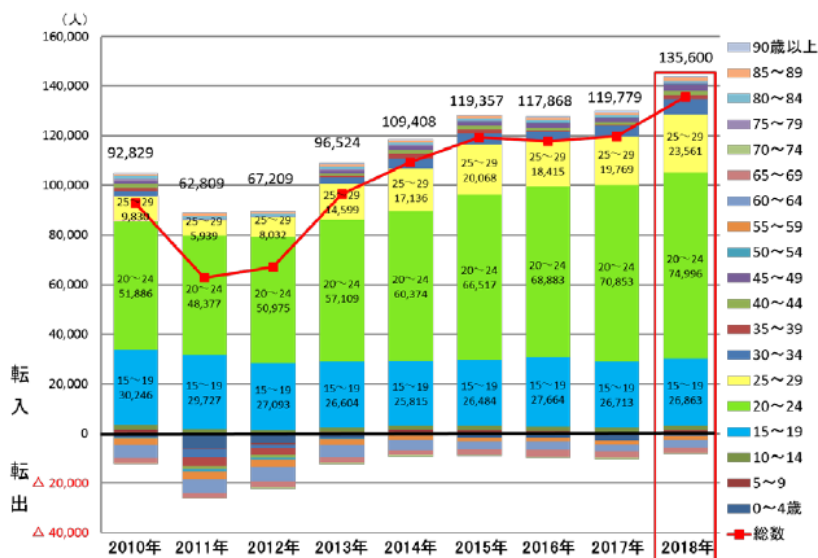


(2015年までの実績) 総務省「国勢調査」において年齢不詳を按分のうえ作成。
 (2020年以降の推計) 社人研「将来推計人口(平成29年推計)」(出生中位(死亡中位))により作成。

(出典：内閣府『まち・ひと・しごと創生長期ビジョン(令和元年改訂版)』)

続いて、東京圏への一極集中について触れていく。東京都、埼玉県、千葉県および神奈川県の一都三県からなる「東京圏」には、約3,700万人と日本の総人口の約29%(2018年)もの人が住んでいる。東京圏には今日も大規模な転入超過が続いている。転入超過数の年齢構成を見てみると、15～19歳が2.7万人、20～24歳が7.5万人と若い世代が大半を占めている。大学進学時や大学卒業後の就職時の転入がきっかけと考えられている。また、東京圏への大学へ進学し、就職時に地元へ帰るUターンが近年減少し、地方大学卒業後に東京圏へ移住する傾向が強まっている。

図7 東京圏への年齢階層別転入超過数の推移



総務省「住民基本台帳人口移動報告」(日本人移動者)に基づき作成。

(出典：上図と同じ)

少子高齢化の進行や、東京圏を中心とした大都市圏への人口流出を踏まえると、地方の人口減少は今後も加速していく状況にある。加速していく人口減少によって、地方の過疎化が進み、自治体そのものが維持できなくなってしまう。このような現状を解決していくために、政府がどのような政策を行っているのか、次項から見ていく。

第2項 政府による取り組み

続いて、地方創生への政府の方針や取り組みについて見ていく。地方創生については、内閣府がこのように説明している。

地方創生は、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力のある日本社会を維持することを目的としています。
(内閣官房・内閣府 総合サイト みんなで育てる地域のチカラ地方創生 より)

第1項でも見てきたように、日本は人口急減や高齢化という大きな問題に直面している。人口減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への一極集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保するために、平成26年(2014年)11月に「まち・ひと・しごと創生法」が施行された。同年12月には中長期的な日本の人口の現状と将来を示した「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン(以下「長期ビジョン」)」と、5カ年の目標や施策の方向性、具体的な施策をまとめた「まち・ひと・しごと創生総合戦略(以下「総合戦略」)」が策定された。

第1期総合戦略¹では、

- ① 地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする
- ② 地方に新しいひとの流れをつくる
- ③ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる
- ④ 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携するという4つの基本目標のもと、様々な取り組みが進められた。

令和元年度(2019年)に第1期総合戦略が最終年を迎えるため、令和元年(2019年)12月にこれまでの成果と課題を踏まえた見直しとして、長期ビジョンの改訂と第2期総合戦略の策定が行われた。

第1期の成果としては、地方の若者の就業率、訪日外国人旅行客数、農林水産物・食品の輸出額が増加傾向にあることから、「しごと」に関する創生は成果が見られているが、東京圏への転入超過は2014年から増加しているため、さらなる取り組みが必要となる。

¹ 平成26年度「まち・ひと・しごと創生総合戦略」内閣府

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/info/pdf/20141227siryou5.pdf> より引用

第2期総合戦略²では、人口急減を克服し、将来にわたって「活力のある日本社会」を実現し、東京圏への一極集中の是正を目指し、

- ① 稼ぐ地域をつくとともに、安心して働けるようにする
 - ・地域の特性に応じた、生産性が高く、稼ぐ地域の実現
 - ・安心して働ける環境の実現
- ② 地方とのつながりを築き、地方へ新しいひとの流れをつくる
 - ・地方への移住・定住の促進
 - ・地方とのつながりの構築
- ③ 結婚・出産・子育ての希望をかなえる
 - ・結婚・出産・子育てのしやすい環境の整備
- ④ ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
 - ・活力を生み、安心な生活を実現する環境の確保

という4つの基本目標と、

- ① 多様な人材の活躍を推進する
 - ・多様なひとびとの活躍による地方創生の推進
 - ・誰もが活躍する地域社会の推進
- ② 新しい時代の流れを力にする
 - ・地域における Society 5.0 の推進
 - ・地方創生 SDGs の実現などの持続可能なまちづくり

という2つの横断的な目標が定められ、この目標達成に向けた政策が進められている。

第3節 農村振興について

第1項 農村の現状

続いて、本論文のテーマである「農村振興」について触れていきたい。まずは、農村の現状について、農業地域類型区分別に見ていく。面積の分布では、平地農業地域が537万ha、中間農業地域が1,202万ha、山間農業地域が1,539万haで、この3つの地域を合わせた面積は全体の約87%を占めており、都市的地域は約11%となっている。人口の分布では、平地農業地域が1,147万人、中間農業地域が1,069万人、山間農業地域が351万人となっている一方で、都市的地域は1億143万人と、全体の約80%もの人口が都市的地域に集中している。

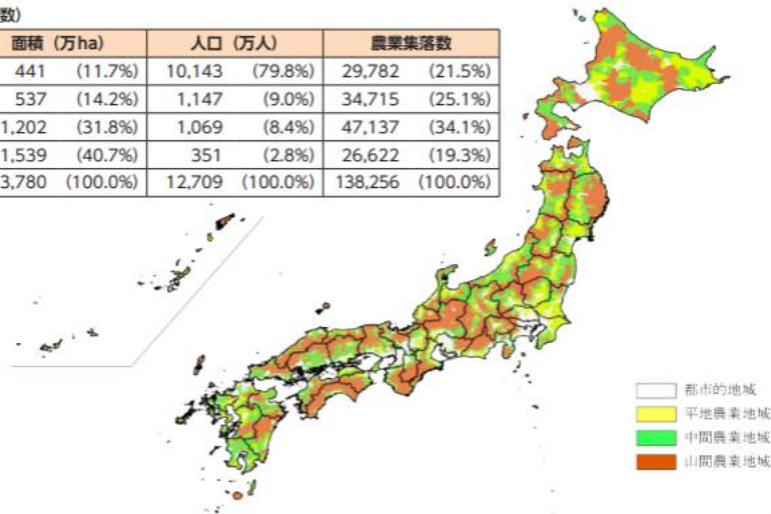
² 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」内閣府

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/info/pdf/r1-12-20-senryaku.pdf> より引用

図表 3-1-1 農業地域類型区分とその面積・人口・農業集落数（平成27（2015）年）

（面積・人口・農業集落数）

農業地域類型区分	面積（万ha）	人口（万人）	農業集落数
都市的地域	441（11.7%）	10,143（79.8%）	29,782（21.5%）
平地農業地域	537（14.2%）	1,147（9.0%）	34,715（25.1%）
中間農業地域	1,202（31.8%）	1,069（8.4%）	47,137（34.1%）
山間農業地域	1,539（40.7%）	351（2.8%）	26,622（19.3%）
全 国	3,780（100.0%）	12,709（100.0%）	138,256（100.0%）



資料：総務省「平成27年国勢調査」、農林水産省「2015年農林業センサス」、国土地理院「平成27年全国都道府県市区町村別面積調」を基に農林水産省作成

注：1）農業地域類型区分は、平成29（2017）年12月改訂のもの
2）農業地域類型区分別の面積は、農林業センサスの旧市区町村総土地面積を用いて算出しており、北方四島等や境界未定の面積を含まない。このため、その合計は全国の値に満たない。

（6）農業地域類型区分

用語	定義
農業地域類型区分	地域農業の構造を規定する基盤的な条件（耕地や林野面積の割合、農地の傾斜度等）に基づき市区町村及び旧市区町村を区分したもの
区分	基準指標（下記のいずれかに該当するもの）
都市的地域	○ 可住地に占めるDID面積が5%以上で、人口密度500人/km ² 以上又はDID人口2万人以上の市区町村及び旧市区町村 ○ 可住地に占める宅地等率が60%以上で、人口密度500人/km ² 以上の市区町村及び旧市区町村。ただし、林野率80%以上のものは除く。
平地農業地域	○ 耕地率20%以上かつ林野率50%未満の市区町村及び旧市区町村。ただし、傾斜20分の1以上の田と傾斜8度以上の畑との合計面積の割合が90%以上のものを除く。 ○ 耕地率20%以上かつ林野率50%以上で、傾斜20分の1以上の田と傾斜8度以上の畑の合計面積の割合が10%未満の市区町村及び旧市区町村
中間農業地域	○ 耕地率が20%未満で、都市的地域及び山間農業地域以外の市区町村及び旧市区町村 ○ 耕地率が20%以上で、都市的地域及び平地農業地域以外の市区町村及び旧市区町村
山間農業地域	○ 林野率80%以上かつ耕地率10%未満の市区町村及び旧市区町村

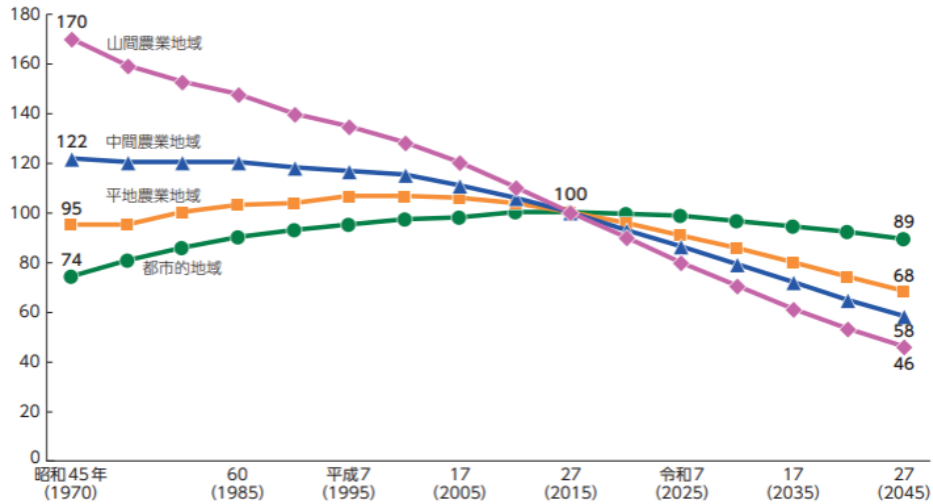
- 注：1） 決定順位：都市的地域→山間農業地域→平地農業地域・中間農業地域
2） DIDとはDensely Inhabited Districtの略で人口集中地区のこと。原則として人口密度が4千人/km²以上の国勢調査基本単位区等が市区町村内で互いに隣接して、それらの隣接した地域の人口が5千人以上を有する地区をいう。
3） 傾斜は1筆ごとの耕作面の傾斜ではなく、団地としての地形上の主傾斜をいう。
4） 農業地域類型区分の中間農業地域と山間農業地域を合わせた地域を中山間地域という。
5） 旧市区町村とは、昭和25（1950）年2月1日時点での市区町村をいう。

（出典：農林水産省『食料・農業・農村白書 令和2年版』）

また、人口減少に関しては、農林水産政策研究所の分析によると、農業地域類型区分間で大きく差が見られる。最も人口減少が大きい山間農業地域では、2045年には2015年の人口の46%にまで減少すると予測されている。そのほかの地域も、2045年までには人口が減

少し、日本全体で大幅な人口減少が予測されている。

図表 3-1-2 農業地域類型区分別の人口推移と将来予測（平成27（2015）年を100とする指数）

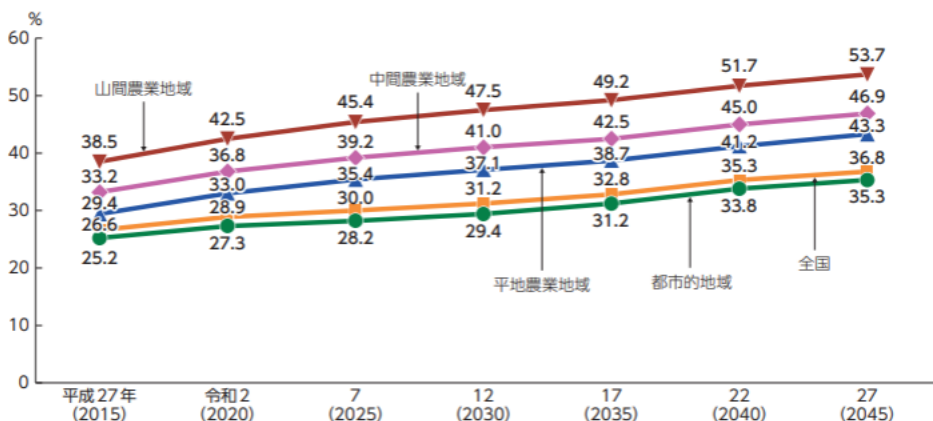


資料：農林水産政策研究所「農村地域人口と農業集落の将来予測－西暦2045年における農村構造－」
 注：1) 国勢調査の組替集計による。なお、令和2（2020）年以降はコーホート分析による推計値である。
 2) 農業地域類型区分は平成12（2000）年時点の市町村を基準とし、平成19（2007）年4月改定のコードを用いて集計した。

（出典：農林水産省『食料・農業・農村白書 令和2年版』）

農村では人口減少だけでなく、高齢化も進行している。山間農業地域では、高齢化率が2015年では38.5%であったのが、2045年には53.7%にまで上昇すると予測されている。高齢化率の比較的低い平地農業地域においても、2045年には高齢化率が43.3%となることが予測されている。

図表 3-1-3 農業地域類型区分別の65歳以上の人口比率の推計



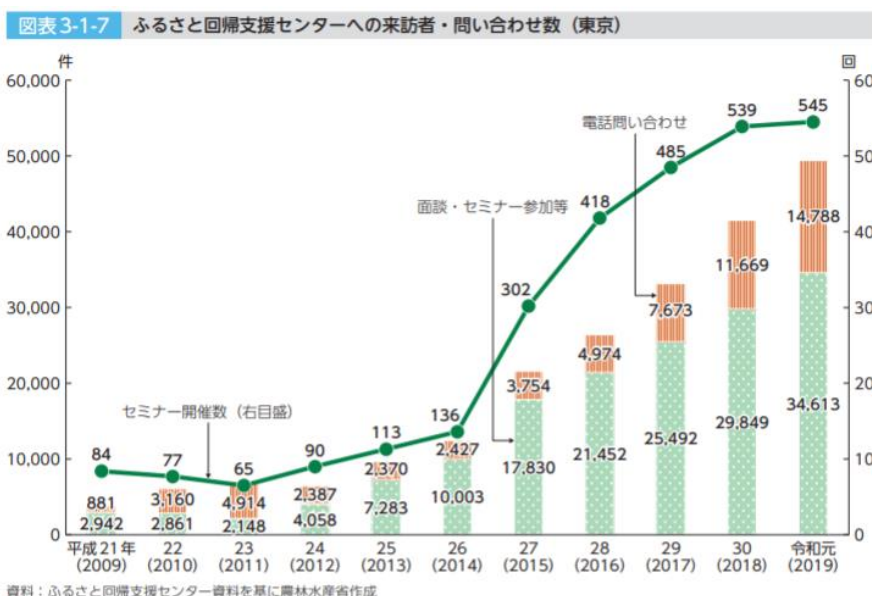
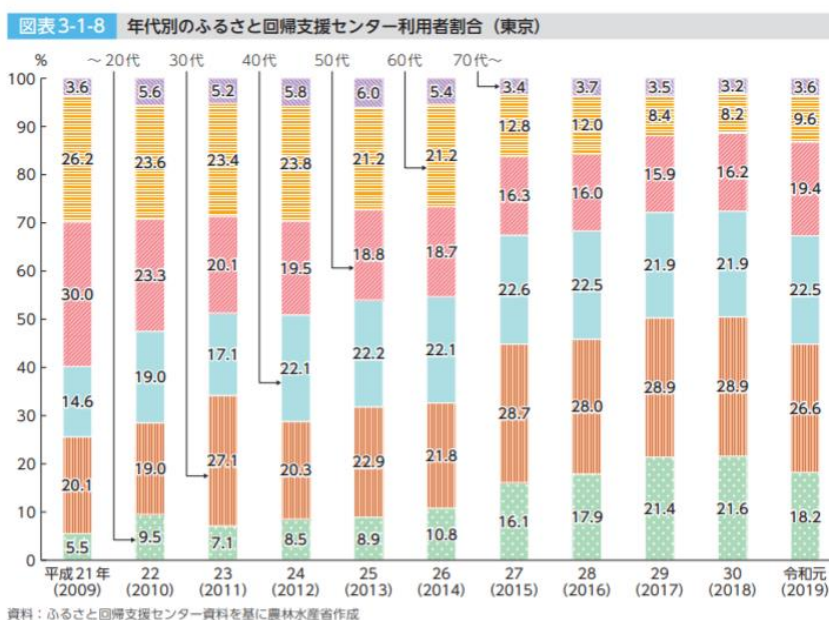
資料：農林水産政策研究所「農村地域人口と農業集落の将来予測－西暦2045年における農村構造－」
 注：1) 国勢調査の組替集計による。なお、令和2（2020）年以降はコーホート分析による推計値による。
 2) 農業地域類型区分は平成12（2000）年時点の市町村を基準とし、平成19（2007）年4月のコードを用いて集計した。

（出典：上図と同じ）

このように課題の多い農村地域であるが、自己実現や新しいビジネスモデル、イノベーションが生まれる課題先進地域として、農村を注目する若者が増えている。総務省の田園回帰

に関する調査によると、「農山漁村に移住する予定がある」「いずれ(ゆくゆく)は農山漁村地域に移住したいと思う」「条件が合えば農山漁村地域に移住してみてもよいと思う」と、農山漁村地域への移住に関心を示している割合が全体の30.6%を占めていることが分かる。また、年代別に見てみると、20代・30代という若い世代の前向きな回答が多いことが分かる。

また、地方暮らしやUIターンを希望する方のために移住相談を行っている特定非営利活動法人ふるさと回帰支援センターへの相談件数は、2009年から2019年までの10年間で10倍以上に増加している。利用者割合を見てみると特に20代の割合が増加しており、若い世代の地方移住志向が高まっていることが分かる。



(出典：農林水産省『食料・農業・農村白書 令和2年版』)

人口の急減や加速する高齢化など問題の多い農村地域であるが、この問題を解消するためにも「田園回帰」に関心のある若者を農村へ迎えていく必要がある。そのために、政府がどのような取り組みをしているのか、次項から見ていく。

第2項 政府による取り組み

続いて、政府の取り組み、主に農村振興に関して農林水産省が行っている取り組みについて見ていく。第2節の第2項で地方創生に関する政府の方針である「まち・ひと・しごと創生総合戦略」について触れた。農林水産省でもこの基本方針に沿った施策を進めている。4つの基本目標については、

- ① 稼ぐ地域をつくとともに、安心して働けるようにする
 - ・農林水産業の成長産業化
 - ・需要フロンティアの拡大（農林水産物・食品の輸出拡大）
 - ・地域の魅力のブランド化と海外の力の取り込み
- ② 地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる
- ③ 結婚・出産・子育ての希望をかなえる
- ④ ひとが集う、安心して暮らすことのできる魅力的な地域をつくる
 - ・地域資源を活用した所得と雇用の機会の確保
 - ・中山間地域³も含め農村に人が住み続けるための条件整備
 - ・農村地域の魅力等の発揮と地域内外への情報発信等

2つの横断的な目標については、

- ① 多様な人材の活躍を推進する
- ② 新しい時代の流れを力にする
 - ・農林水産分野での未来技術の活用

というような施策を行っている。具体的には、

- ・関係省庁が連携して「小さな拠点」の形成に向けた取組を推進
- ・特定地域づくり事業推進法⁴による若者等の農村定住を推進
- ・農業生産基盤強化プログラムによる中山間地域の基盤整備と活性化の推進
- ・山村地域の特性を活かした産業の育成による雇用の所得の増大
- ・棚田保全に向け、棚田地域振興法の施行
- ・棚田カードプロジェクトチームの立ち上げ
- ・農泊の推進
- ・「子ども農山漁村交流プロジェクト」による都市農村交流を推進

³ 農業地域類型区分の中間農業地域と山間農業地域を合わせた地域

⁴ 正式名称は「地域人口の急減に対処するための特定地域づくり事業の推進に関する法律」

- ・ジビエの需要拡大に向けたプロモーションの展開
- ・農福連携の推進

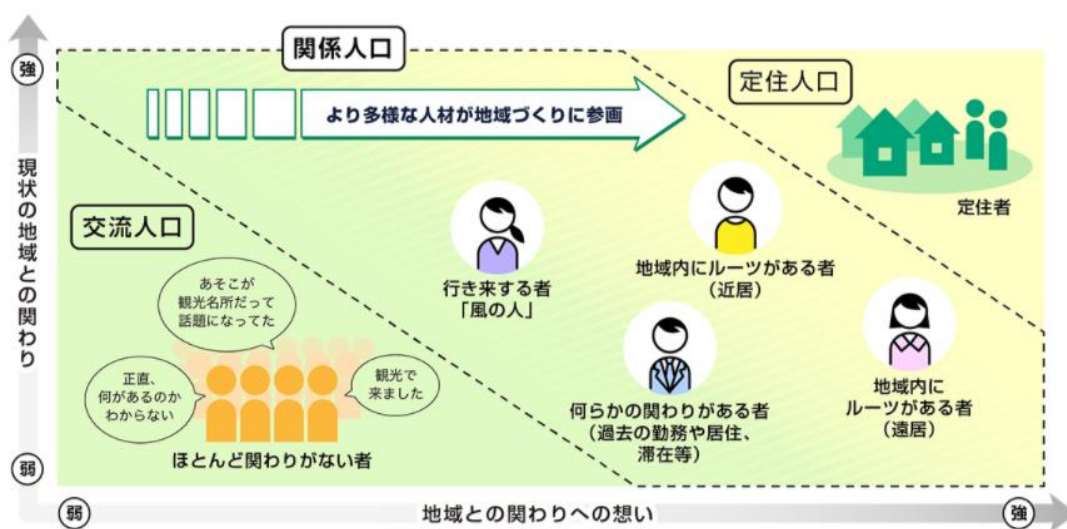
等を行っている。

第3項 関係人口について

最後に、「関係人口」について説明する。この言葉は、総合戦略の基本目標2に出てくるキーワードである。関係人口については、総務省のポータルサイトの定義を使用したいと思う。

「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指します。

(総務省『関係人口』ポータルサイトより)



(総務省 地域への新しい入り口『関係人口』ポータルサイト より画像抜粋)

ローカルジャーナリスト田中輝美氏によると、「関係人口」という言葉を最初に使ったのは、東北食べる通信編集長の高橋博之氏だとされている。

これまでの行政の地方創生における政策の視点は、移住者を増やして人口の増加を目指す(「定住人口」の増加)か、地域外から観光客を呼び経済効果を上げる(「交流人口」の増加)かの、大きく分けて2つのどちらに重心を置くか、といった政策が多いと考えられる。しかし、交流人口の増加を目指す政策は、短期的には地域に経済効果をもたらすことができるが、長期的に見ると京都や沖縄といった海外でも有名な観光地との競争に勝つことは難しく、長期的な効果はあまり望めない。また、定住人口の増加を目指す政策に関しても、成果を上げることは困難であると考えられる。現在、様々な地方自治体で移住を推進する政策

が取り込まれている。日本は人口減少が進んでいるため、移住できる人口も減少していることとなる。つまり、少ない移住者を多くの自治体で取り合う状況となり、移住者の取り合いに負けた自治体は衰退していつてしまう。日本全体で見ても不毛な競争を各地で繰り返すこととなり、それだけで地方自治体が疲弊してしまう可能性がある。

また、地方移住したいと考えても、実際に移住するには、住む家を決めたり、移住先での働き口を探したりと多くの準備が必要となる。加えて、移住してからその地域社会になじむことができるか等の人間関係の再構築も必要となってくる。以上を踏まえると、現在地方への移住はハードルの高いものとなっていると考えられる。

そこで、実際に移住はせずとも、その地域に中長期的に関わる人口である「関係人口」を増やしていくことが必要となってくる。関係人口はどの地域でも増やすことができるため、限られた移住者を奪い合う地方自治体同士の不毛な争いを繰り返すことはない。また、移住しないことで、複数の地域と関わり持つことが可能になる。その地域との関わり方の深さを自分で調節することもできる。これからの地方創生にとって、「関係人口」を増加させることは非常に重要なことであると考えられる。

第2章 ケーススタディ編

第1節 三菱地所グループ「空と土プロジェクト」

ここからは、実際に企業のCSR活動として行われている地方創生への取り組みを紹介し、考察していく。考察の基準は、「関係人口」の考え方に沿ったものにする。つまり、中長期的に地域と関わるができる「継続性」という観点の中心に考察していく。

まず、三菱地所グループの「空と土プロジェクト」について考察していく。

三菱地所グループは、オフィスビル、商業施設、住宅等の開発・賃貸・販売・管理・リフォーム事業を中心に、幅広い分野において事業を展開している会社である。

最初に三菱地所グループのCSR活動方針について触れる。三菱地所グループは、2008年4月に従来の社会貢献活動理念を見直し、下記のように「三菱地所グループ社会貢献活動基本方針」⁵を策定した。

1. 社会的課題の解決と自らの成長

良き企業市民として社会課題の解決を目指し、活動を通して自らの成長もはかります。

2. 三菱地所グループらしい活動の展開

⁵ 三菱地所グループ 社会貢献活動・文化芸術支援

<http://www.mec.co.jp/j/sustainability/activities/social/community/index.html> より引用

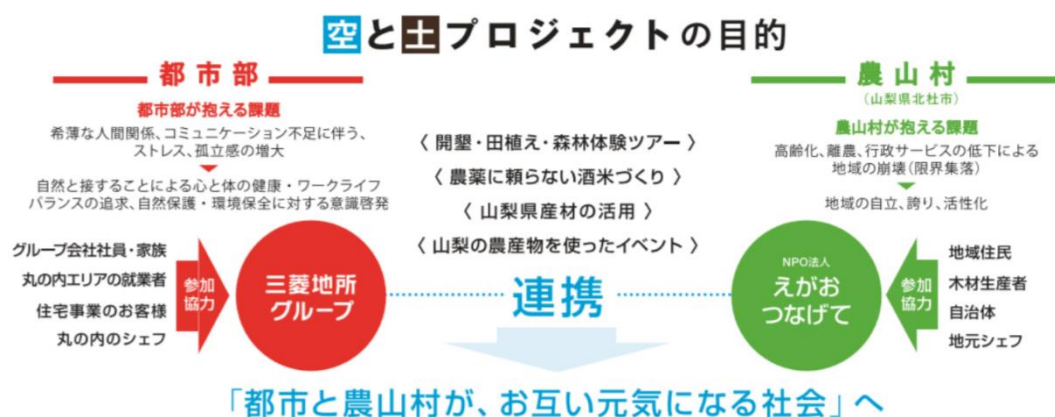
事業領域の内外において、経営資源を生かした、三菱地所グループらしい特色ある社会貢献活動を展開します。

3. 社会との連携

対等、信頼、対話を基本として、さまざまな団体と連携して、透明でフェアな活動に努めます。

4. 重点分野

「地域社会との共生」「文化・芸術支援」「環境保全」「社会福祉」を重点分野として取り組みます。



(出典：三菱地所グループ「空と土プロジェクト」ホームページより画像抜粋)

次に、「空と土プロジェクト」について紹介する。「空と土プロジェクト」は重点分野の「地域社会との共生」に取り組む CSR 活動として「特定非営利活動法人えがおつなげて（以下えがおつなげて）」と連携してプロジェクトを推進している。「えがおつなげて」は、地域共生型の市民ネットワーク社会を作ることを目的に、「村、人、時代作り」を行っている NPO 法人である。2001 年から都市と農村をつなぐ活動を行っている。

このプロジェクトは、山梨県北杜市増富地域にて、2008 年 7 月から始まった。都市部と農山村の双方が抱える課題を交流を通じてともに解決し、持続可能なお互い元気になる社会づくりに取り組んでいる。活動拠点となっている地域は、2018 年 3 月時点で、人口 432 人中 282 人が 65 歳以上の高齢者で、農地の 57.65% が耕作放棄されている限界集落である。過疎化と高齢化の進行によって農業・林業の担い手が減少し、それに伴い耕作放棄地や荒廃森林が増加している。これらの開墾・間伐体験を通じて、地域の人々と交流したり、ワークショップを開催したりすることで、農山村が抱える課題を共有し、以下のような取り組みを行っている⁶。

⁶ 三菱地所グループ 「空と土プロジェクト」ホームページ

- 棚田や畑の再生と「空土ファーム」としての活用
- 間伐ツアー
- 山梨県への働きかけにより新たな山梨県産材認証制度創設
- 国土交通省が実施する長期優良住宅先導事業
- 山梨県産材利用拡大の推進に関する協定締結
- 山梨県産カラマツ間伐材・小径木による FSC 認証材⁷LVL 他を標準採用
- 「三菱地所のレジデンスクラブ」を対象にしたツアーを開始
- えがおファームのやさしい BOX
- 「晴海タワーズ クロノレジデンス」のコミュニティづくり
- 「ザ・パークハウス西新宿タワー60」

以上のような事業活動と連携した取り組み以外にも、三菱地所グループ社員・家族を対象に「酒米づくりツアー」も行っている。このツアーは 2010 年から始まり、「空土ファーム」の棚田で酒米作りに挑戦できる。できた酒米は山梨県老舗酒造店の協力のもと、このプロジェクトのオリジナル商品である純米酒「丸の内」になって提供される。

「丸の内」以外にも、空と土プロジェクトオリジナル商品はあり、どれもこのプロジェクトで生産された米を使った商品が提供されている。

○考察

「空と土プロジェクト」で行っている活動の数々は、「継続性」のある活動が多いことが分かる。木材の認証制度の新設によりブランド価値を高め、長期的に地域へ利益がいくような形になっていると考えられる。また、各種ツアーは参加者のリピート率が高くなくとも、継続してツアーを企画・実行していくことで、地域へ長期的に貢献することが可能になる。

また、このプロジェクトで、私自身が注目したい点は、「間伐ツアー」である。この間伐ツアーは三菱地所グループ社員を対象に実施されたものである。企業が社員研修として農山漁村体験をするメリットについては、農林水産省が次のような効果をあげている。

体験型研修は、参加者が実際に体を使い、ワークショップ（協同作業）を通じて行う研修です。テーマにもよりますが、実体験に基づく研修のため、答えは必ずしもひとつとは限りません。つまり、座学型研修のように講師から教えてもらうのではなく、参加者が様々な意見や考えをもち、それを共有しながら応えを探索していく場であることが、体験型研修の大

<http://soratsuchi.com/about/business.html> より引用

⁷ FSC 認証は、環境、社会、経済の便益に適い、きちんと管理された森林からの製品を目に見える形で消費者に届け、それにより経済的利益を生産者に還元する仕組み

(FSC®ホームページ <http://jp.fsc.org/jp-jp/2-new> より引用)

きな特徴です。

(農林水産省『企業向け農林漁業体験導入マニュアルー教育ファームの活用ー』より引用)

林業体験を社員研修として取り入れることで、参加した社員一人一人に「地域貢献」の意識付けをすることが可能になるだけでなく、研修自体の質を上げることができる。また、研修という形で労働力を提供することで長期的に地方へ貢献することも可能になっている。

第2節 株式会社スーパーホテル

続いて、株式会社スーパーホテル（以下「スーパーホテル」）の取り組みについて考察していく。

スーパーホテルは、『安全、清潔、ぐっすり眠れる』をコンセプトに、ホテルチェーンを展開している会社である。

スーパーホテルでは、「リレーションが地域を元気にする」という文言のもと地方活性化を進めている。取り組みとしては以下のようなことを行っている。

- 従業員研修の一環として、岐阜県東白川村へのグリーンツアーを開催
：NPO 法人青空見聞塾の協働で、従業員がSDGsを実感できるよう、1泊2日で行われている。毎年開催されている。
- 「楽天ファーム（旧：Rakuten Ragri）」のオーガニック野菜を朝食に提供
- 地元食材を取り入れた地産地消メニューを朝食として提供
- 木材の地産地消
- 地元木材を使用してスーパーホテル宮崎天然温泉をリニューアル
- 社会福祉法人「はぐるまの会」と連携し、従業員の農業ボランティア体験
：新入社員研修の一環として「はぐるまファーム」での収穫ボランティアを実施。

○考察

スーパーホテルにおいても、三菱地所グループと同様に、社員研修の一環として農山漁村体験を行っている。相違点は、スーパーホテルでは社会福祉法人「はぐるまの会」と連携して農業ボランティアを行っている点である。社会福祉法人「はぐるまの会」（以下「はぐるまの会」）は、知的障害者が安心して生活し働くことのできる場の提供を実施している。社会福祉法人と連携して農業体験を行うことで、参加した従業員に「社会貢献」だけでなく、「農福連携」の意識付けも行うことができる。

また、スーパーホテルは、より地元社会に密着したCSR活動を行っていることが分かる。地元食材を利用した地産地消メニューは、朝食メニューとして提供されているため、安定し

た供給が行われていると考えられる。このメニューに使われる食材を提供している農家や企業にも安定して利益を還元することができる。

一方で、地元木材の利用も進めているが、新しい家具の設置や温泉のリニューアルは毎年行われるわけでない。

以上のことから、社員研修として農業体験やボランティアを行うことや地元食材を利用して地産地消メニューを提供することは、「継続性」のある活動であるといえる。しかし、木材を利用する取り組みに関しては、地元社会には貢献しているが中長期的な「継続性」がある活動とはあまり言えないと考える。

第3節 遠野ドライビング・スクール

最後に遠野ドライビング・スクールの取り組みについて説明する。

遠野ドライビング・スクールは、岩手県、山形県に自動車教習所を展開している「サザン岩手ドライビングスクールグループ」の自動車教習所の1つである。遠野ドライビング・スクールでは「自然に触れる学校」として、遠方から合宿教習で免許取得を目指している人向けに「グリーンツーリズム」を展開している。ツアーで体験できるメニューは以下のようである。

- 農泊体験
- 乗馬体験
- 遠野ふるさと村での体験

また、上記の体験はいずれも無料で参加できる。

○考察

第1節、第2節で紹介した企業とは方向性の異なった取り組みとなっている。遠野ドライビング・スクールでは、免許取得合宿にプラスした形で、農山漁村体験を合宿参加者に提供している。企業活動の強みを生かして地域活性化だけでなく、企業の活動拠点にある地域資源を生かした地域活性化は、企業にとってCSR活動を負担なく行うことができると考えられる。負担の少ないCSR活動は中長期的に継続することが可能である。

以上のことから、遠野ドライビング・スクールの取り組みは「継続性」のある取り組みであると言える。

ただし、都市部から人を呼び込むためには広報力が必要になる。地方企業の取り組みを都市部へどのように宣伝していくかが、課題になると考える。

第3章 まとめ・提言編

この章では本論文のまとめと提言を行っていく。企業がCSR活動を通してどのように地方創生へ関わっていくべきなのか、「継続性」という観点を踏まえて述べていく。

第2章の第1節では三菱地所グループの「空と土プロジェクト」、第2節ではスーパーホテルの取り組みを見た。2社の取り組みに共通しているところは、「従業員研修の一環として農業体験の活用している」という点にあると考える。第1節の考察でも述べたように、企業が社員研修として農業体験を活用することは、農村側だけでなく企業側にも大きなメリットがある。社員研修は毎年行われるものであり、農村での研修やワークショップの開催は企業にとって大きな負担無く行うことが可能であると考ええる。中長期的に地方へ関わることができるのである。また、「空と土プロジェクト」のように、従業員だけでなく、従業員の家族や施設利用者、株主等へと範囲を広げることで、地方へ関わる人口の幅も増やすことも可能である。

「空と土プロジェクト」では、再生した森林資源を建材へ活用したり、再生した土地で生産された作物の加工・販売を行ったりしている。スーパーホテルでも、地元食材を使用した朝食メニューの提供や地元木材を使用した家具の設置、温泉のリニューアルを行っている。実際に地方へ足を運んで、地元資源を利用するだけでなく、その土地の特産物を広く消費者に利用してもらうことも地方創生につながる。特に、木材に関しては建材や家具のみならず、食器など消費者の身近で利用しやすい形に変えての提供を行っていくことも必要であると考ええる。

第2章の第3節では、遠野ドライビング・スクールの取り組みについて触れた。同自動車教習所では遠方から来た合宿教習参加者向けに無料の「グリーンツーリズム」を展開している。教習所が岩手県に立地していることを生かして、事業活動に地域資源の活用をプラスして、地方創生に関わっている。このような「事業+ α 」な形での地域活性化は、自動車教習所以外でも応用することが可能である。

ただし、第3節の考察でも述べたが、地方でこのような形の地域活性化を進めるためには、どのように都市部からの人の流れを作るかが課題となってくる。そのため、同様の活動を行っている企業との連携や、大手広告代理店等を通じたPR活動が必要となるであろう。

また、第1章でも触れたように、現在日本では少子高齢化が加速度的に進んでいる。地方に移住するだけでなく、遠く離れた場所からでも中長期的に地方に関わる「関係人口」を増やすことが必要となってくる。これは、企業のCSR活動を通じた地方創生でも同じことが言える。都市部に活動拠点を置く企業こそ「関係人口」の一員になって地方創生に関わっていくことが必要であると考ええる。

以上のことから、企業が CSR 活動を通して地方創生に関わっていく際には以下の点が重要であると考えます。

- ① 企業の研修等を通じて「継続的」に地方に関わっていくこと
- ② 企業の従業員だけでなく、従業員の家族や株主など、地方に関わることでできる人材の幅を広げること
- ③ 地元の生産品を事業活動に利用するだけでなく、消費者にも提供し、広く利用してもらえるような工夫をする
- ④ 「事業+α」の形で CSR 活動を展開し、長期的に活動が展開できるようにする

おわりに

本論文では、企業が CSR 活動を通じて、どのように地方創生、特に農村振興に関わっていくべきなのかについて考えてきた。定住人口でもない、交流人口でもない、「関係人口」という、地方から離れていても中長期的に関わっていく人口を増やし、企業が自社の事業活動や立地を生かしていくことで、「継続的に」地域貢献することができることが分かった。今後、人口が減少していく中、地方自治体だけでなく、企業も地方創生に積極的に関わっていくことが必要になる。来年度から公務員として地方創生の中心を担っていくことになる。今回の論文で学んだことを生かして地方創生に貢献していきたい。

最後に、本論文を執筆するにあたり多くのご指導をくださった高浦先生、アドバイスをくださった高浦ゼミナール所属の皆様に心より感謝申し上げます。

【参考文献】

田中輝美『関係人口をつくる 定住でも交流でもないローカルイノベーション』木楽舎、2017年

農林水産省『食料・農業・農村白書 令和2年版』、2020年

経済産業省 ホームページ

https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kigyoukaikei/

内閣府『まち・ひと・しごと創生長期ビジョン（令和元年度改訂版）』2020年11月20日閲覧

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/info/pdf/r1-12-20-vision.pdf>

内閣府『まち・ひと・しごと創生総合戦略について』2020年12月1日閲覧

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/info/pdf/20141227siryou5.pdf>

内閣府『第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」』2020年11月20日閲覧

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/info/pdf/r1-12-20-senryaku.pdf>

総務省「地域への新しい人口 関係人口ポータルサイト」2020年11月20日閲覧

<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/index.html>

三菱地所 2020年12月22日閲覧

<https://www.mec.co.jp/>

三菱地所グループ「空と土プロジェクト」2020年11月20日閲覧

<https://soratsuchi.com/>

農林水産省「企業向け農林漁業体験導入マニュアルー教育ファームの活用ー」2020年11月20日閲覧

<https://www.maff.go.jp/j//syokuiku/taikenn/attach/pdf/kigyou-6.pdf>

株式会社スーパーホテル 2020年12月22日閲覧

<https://www.superhotel.co.jp/>

株式会社スーパーホテル「SUPER HOTEL LOHAS REPORT 2019」2020年11月20日閲覧

https://www.superhotel.co.jp/kaisya_r/eco_report/2019/LOHAS2019.pdf

遠野ドライビング・スクール 2020年11月20日閲覧

<https://tono.si-dsg.com/greentourism>