



企業向け農林漁業体験導入マニュアル

応用編

実践例 1

「役職を越えた研修」～ヒエラルキーの崩壊～



●企業情報

株式会社マーケティングフォースジャパン（本社：東京都中央区）

※日清オイリオグループ 100%出資会社

事業内容：新製品開発並びに販売に関する市場調査、量販店、百貨店における店頭管理に関わるコンサルティング事業 等

従業員数：80 名（2014 年 3 月末日現在）

●体験内容 「熱血開墾ファーム」 2013 年～

- ・耕作放棄地の開墾（約 600 坪の棚田）
- ・ほぼ 1 ヶ月おきに活動。希望者を募り、毎回 20 ～ 30 名が参加。
- ・農地整備の他、大豆などの野菜を栽培。食体験も行う。

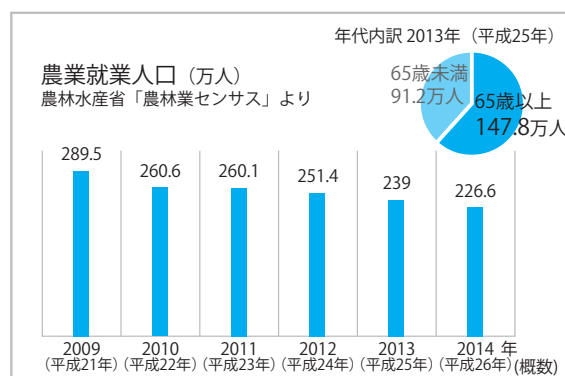
■ 近い将来“手に入らなくて食べられない”食品が出る？ ～農業体験を始めるきっかけ～

近年「少子高齢化社会」「人口減少」が度々ニュース等で話題になりますが、私たちの食を支える農村も例外ではなく、過疎化、高齢化、限界集落増大が深刻な問題となっています。農業就業人口は年々減少し、65歳以上が全体の約62%を占めています（2013年）。平均年齢は66歳。これを企業に置き換えて考えると、いかに深刻な問題かが分かります。

今はまだ農業の機械化で人手不足をカバーできているかもしれませんが。しかし確実に人手は減っています。

もしかしたら5年後には食べられないものが出てくるのではないかと。また、将来的には様々な企業に影響することが考えられ、決して「我関せず」でいられるものではないと危惧したことがきっかけとなり活動を始めました。

※例：野菜の生産が減る（ドレッシング等調味料が売れなくなる）、調味料製造会社への食用油の出荷が減る 等



■ 25年耕作放棄されていた棚田を再生

そこで2013 年 5 月、特定非営利活動法人「えがおつなげて」と連携して耕作放棄地の再生に取り組み始めました。ここはかつて棚田だったところで、約25 年もの間放置されてきた土地です。生い茂る雑草や、倒木等に行く手を阻まれていましたが、「みんなで力を合わせて根っこを引く作業は、この活動の醍醐味」「アイデアを出し合って、倒木を板材にしてテーブルに加工しました」と参加者は障害をも楽しんでいる様子。「将来は間伐材で農業小屋を建てて、井戸も掘りたい」とさらなる目標（楽しみ）もできました。





■ 農場仲間の“妙な”連帯感 ～ヒエラルキーの崩壊～

普段の業務では会社の一員として全員が同じ目標に向かって仕事をしていますが、役職（ヒエラルキー）や職域の違いから、連携が難しいところもあります。しかし、農業体験では普段の役職や職域とは関係なく、みんな目標も作業も同じですので、自然と助け合い（連携）が起きます。人間関係がそれまでの三角形のヒエラルキーから丸くなり、会社に戻ってからでもきれいな三角形ではなく、おにぎり型・たわら型になってきているそうです。参加者からも「農場仲間は一体感が生まれ、職場で会うと奇妙な連帯感がある」と、人間関係に変化があったことが窺えます。



■ 目的なき研修。でもそれが「ビジネスのきっかけ」に

農業体験という研修の性格上、上司に聞いても答えを得られません。社員にはあえて「目的なき研修」と伝えられていますが、自然と自分たちで目的を考え見つける流れができています。

また、研修の目的だけではなく、研修で得たことを活用する道も見つけています。例えば、営業するにも話のネタが必要ですが、この研修に参加したことで話の引き出しが一つ増えました。



まとめ ～マーケティングフォースジャパンの考えること～

- ・農業をとりまく問題が自分の業界にどのような影響を与えるかは未知数です。「変化はチャンス」として、ビジネスチャンスとまではいわずとも対策を講ずべきと考え、体験研修を始めました。
- ・企業は公的・社会的機能を果たす存在でもあります。何らかの形で生産者を元気にすることができればと思い活動しています。
- ・中小企業こそ人事教育を必要としているのに、お金をかけられない現状があります。当社が「熱血開墾ファーム」と社名をつけていないのは、参加費さえ払ってくれば他社と協働できるからです。中小企業数の多い日本。農業体験の「中小企業モデル」を構築できたらと思います。

● Timetable ●		
1日目	8:00	新宿駅を出発（バス）
	10:30	現地着
	11:00	開墾を始める <宿泊>
2日目		開墾作業



耕作放棄地の再生前（左）と再生後（右）。25年耕作放棄されていた棚田を再生することができました。

実践例

2 「製造業のモノ作り意識」で育つ作物と人材



●企業情報

日本電気株式会社（本社：東京都港区）

事業内容：パブリック事業、エンタープライズ事業、テレコムキャリア事業
およびシステムプラットフォーム事業

従業員数：24,237 名（2013 年 3 月末現在）

●体験内容 「NEC 田んぼ作りプロジェクト」 2004 年～

- ・認定 NPO 法人アサザ基金と協働し、稲作から酒造りまでを 1 年を通じて体験（基本的に年 7 回実施、その他に「達人コース」の実施もあり）。同時に「生態系・生物多様性ソリューション」の開発・実証を目指す。
- ・開始から 11 年間で、延べ 11,700 人以上の NEC グループ社とその家族が参加。

■「作物を収穫して終わり」ではない、その先のモノ作りまで

2004年より他社に先駆けて農業体験活動に取り組むNEC。そのベースには、1970年頃から同社で行われてきた公害や化学物質規制に関しての環境教育があります。環境に配慮した製品等を開発するには「技術や法的な面の教育だけではなく、人として環境に配慮した人間でなければならない」と自然体験型プログラムの導入に至りました。

「NEC田んぼ作りプロジェクト」の活動のポイントは、田んぼでお米を作って終わりではなく、地域への貢献、地場産業の活性化も視野に入れていること。また、製造業を担う企業として、モノ作りまで参加することで、社員や家族に「モノ作りに対するこだわり」をもってもらいたいという希望がありました。

挑んだのは、茨城県霞ヶ浦周辺の谷津田再生事業。水源地および荒廃田の再生を目指しました。

- ・無農薬・無化学肥料の米作り
- ・地元の酒蔵での酒造り（付加価値のある日本酒）
- ・「100年後にトキの舞う霞ヶ浦」を目標にした生物多様性の保全活動

に取り組んでいます。霞ヶ浦の自然再生活動のために気象情報を計測・蓄積・配信するネットワークセンサーを設置する等、持ち前のICT技術が活用されています。

収穫した米はお酒だけではなく、米粉を使った食品（お団子やおせんべい）等を作る食体験や、ぬかを堆肥にする等、無駄なく利用されています。初めはお酒に興味をもって入ってきた人も、蔵出しに参加して「次は田植えもやってみようかな」と興味をもつ等、循環型のプログラムになっているところが特徴です。

※オリジナルの日本酒「愛酊で笑呼（あいてい で えこ）」は非売品です

●田んぼづくりプロジェクトの三本柱●

- ・環境教育
 - ・ICT※技術の活用
 - ・地域への貢献
- ※Information and Communications Technology（情報通信技術）





■ 稲も育つ、リーダーも育つ ～めざせ、達人！～

この田んぼ作りプロジェクトの特徴として、登録制の「達人コース」の存在が挙げられます。

田植え、稲刈り、脱穀等が基本的な年間スケジュールですが、それとは別に自主的に自然体験や農業体験をするプログラムが用意されています。ただ参加するだけでなく生産者から技術指導を受け、それに応じて「達人」「達人師範代」「達人師範」と昇格する仕組みになっています。達人は基本プログラムの参加者を補助する役割を担っています。

「達人コース」はこのプロジェクトの運営だけではなく、企業のリーダーを育成する目的もあり、リーダー育成の研修にもなっています。



達人が技術指導を行うなどリーダー的存在となっています。



案山子作りや畦道を利用した巨大流しそうめんなど、参加者が楽しめる工夫もしています。



■ 0歳から80代まで。世代を越えて楽しむ

プロジェクトに参加するのは下は0歳から上は80代まで。まさに老若男女が一堂に会する現地は賑やか。「小さな子どもも大人たちの作業を見て、自分でもできることを自ら探し体感してもらえれば」と。また、案山子作りや巨大流しそうめん等、子どもも楽しめるよう工夫しています。ただしフィールドが危なくないとは決していえません。「お子さんの安全は親御さんが確保してください」とお願いすることも忘れません。

また、最初は「10年も20年も放棄された所に東京から来て、本当にやっていけるのか」と心配そうに遠巻きに見ていた地元住民も、今や無二のパートナー。農作業の先輩としてのアドバイスにとどまらず炊き出し、お田植え祭等の協力を得ています。「こっちの田んぼもお願い」「あっちの田んぼもお願い」と声がかかり、プロジェクトはすっかり地域に溶け込んでいます。

まとめ ～プロジェクトの運営のコツ～

- ・ただ農作業をしておしまいではなく「農作業から何をえられるか／そこから先、何をしたいか」のビジョンが大切。
- ・「達人」コースの認定制度等参加者のモチベーションを高める仕組みを。
リピーターはプロジェクトの大きな支え。また、企業のリーダー育成にもつながります。
- ・地域の伝統、地元ならではの習慣を尊重しましょう。自治会の総会に出席したり、予め回覧で挨拶する等、受け入れられる工夫を。
- ・NPO法人との協働は「イーブンパートナー (Win-Win)」で。企業は社員の教育、NPOは環境保全等という、お互いの目標が異なるなかで、ノウハウを出し合って一つのプロジェクトを作り上げましょう。
- ・そして、参加者の「楽しそうだな」「行ってみようかな」という一歩踏み出す気持ちを大切に。

実践例

3

既存事業発、未来につなげる継続活動



●企業情報

キャノンマーケティングジャパン株式会社(本社:東京都港区)

事業内容:キャノン製品ならびに関連ソリューションの国内マーケティング

従業員数:5,327名(2014年12月末日現在)

●体験内容 「未来につなぐふるさとプロジェクト」 2010年～

「未来につなぐふるさと基金」 2013年～

- ・国内13カ所の地域でNPO法人および地域住民と連携し、環境保全・環境学習活動を実施。(CSR活動の一環)
- ・自社事業部門と連携し、使用済みカートリッジの回収本数に応じた金額を、プロジェクトの活動原資にする仕組みを確立。

■はじめの一步は既存事業から

環境に対する社会の意識の高まりを受け、企業として環境保全・環境学習活動に取り組み始めました。それまでも環境対応製品の販売等を行っていましたが、「社員から環境活動はしないんですか」という声があがり始めてきました。会社としても自社らしい環境保全・環境学習活動の実施を検討していた時期ということもあり、短い準備期間で「未来につなぐふるさとプロジェクト」を開始することができました。

短い準備期間で開始できた理由としては、「未来につなぐふるさとプロジェクト」を自社事業と連携させたことが大きいと思います。キャノンでは、1990年から使用済みカートリッジの回収事業を行っており、「未来につな

ぐふるさとプロジェクト」を立ち上げた年に20周年を迎えました。カートリッジ事業部門側から「環境とミックスした形でアピールをしたい。CSR部門側で環境活動をするのなら一緒にどうか」とはたらきかけがあったのがきっかけです。

「トナーカートリッジを1本回収すると3円寄付されます」と回収への協力が環境活動につながることを広告で展開し、積み立てられたお金を「未来につなぐふるさとプロジェクト」活動原資に充てる仕組みを確立しました。

この「未来につなぐふるさとプロジェクト」では現在、全国13カ所の地域で、耕作放棄地再生・森林・干潟保全等、年間を通じて取り組んでいます。

また、2013年からは公益財団法人パブリックリソース財団と共同で「未来につなぐふるさと基金」を開始しました。財団による第三者の視点での評価・改善提案により、プロジェクトのスパイラルアップを目指しています。



「未来につなぐふるさとプロジェクト」活動地域



■活動を継続させるために

環境保全・環境学習活動は、数年で成果の出るものではないという思いから、プロジェクト立ち上げ時から、継続的に活動することが重要であると考えていました。NPO法人に協働の声掛けをしたときも、「プロジェクトという形で継続性を担保したい」という当社の希望を伝えました。そこで提案された活動の一つに、農業体験を通じた環境保全活動がありました。例えば稲作の場合、「田植えをして、草取りをし、収穫して脱穀する」というストーリーがあり、活動の貢献度がわかりやすく、社員の参加意識も高まりやすい特徴があります。

各地域の年間の活動回数は2～5回で、現地の状況や活動内容もそれぞれ異なります。NPO法人が主体的にそれぞれの事情に対応し、当社がそれをサポートすることで、継続的に活動することができました。

活動開始から5年が経過し、NPO法人および地域住民との信頼関係が深まってきました。地域住民も参加し、作業指導等の協力が得られているところも、継続した活動の大きな助けになっています。

各地のNPO法人への依頼内容(例)

- ・活動内容、年間および当日スケジュールの提案・決定
- ・当日活動の準備
- ・保険加入を含む安全対策 等

継続活動の成果

〔参加者(社員)〕 意識の変化

- ・NPO法人および地域住民らとの協働作業により、立場を越えたコミュニケーション能力が身に付き、視野も広がった
- ・リーダーシップや自発性が生まれ、仕事においても発揮できた
- ・子どもに対して、環境教育や食育の場になった

〔企業として〕プレゼンス向上

- ・企業として「環境問題に取り組む姿勢」を消費者に示し、自社製品の訴求につながっている



まとめ ～これからの活動に求められること～

- ・新規参加者やリピーターをさらに増やしたい

NPO法人に主体的に活動内容等を提案していただくことにより、魅力的な活動となりました。これにより社員の参加意識も高まってきています。今後は新規参加者はもちろん、リピーターを増やし、活動の裾野を広げたい。

- ・より事業と連携していきたい

当初の目的のとおり、「環境問題に取り組む姿勢」の訴求等、企業価値の向上に一定の効果が得られました。今後はより事業と連携し、更なる企業価値の向上とともに、社会に貢献できる取り組みにしていきたい。

【資料】NPO法人リスト

農	林	漁	名称	活動地域	主な活動内容
●			NPO法人 遠野山・里・暮らしネットワーク	岩手県遠野市	・田植え、稲刈り ・リンゴ、ブルーベリー収穫、花卉の草取りと収穫 ・牛、馬の世話
●	●	●	認定NPO法人 ひらた里山の会	山形県酒田市	・里山再生整備(草刈り・枝打ち・間伐・散策道整備・マップ&案内板) ・里山資源の有効活用(かき棚支援・竹炭製造・薪材提供・山菜育成販売) ・自然体験学習支援(トレッキング・自然観察会・ネイチャーゲーム・キャンプ設営)
●	●		NPO法人 なんなん福島	福島県東白川郡	・農作業 ・ピザ、パン窯体験、そば打ち、炭焼き
●			NPO法人 アサザ基金	茨城県	・水辺の自然再生・ピオトープづくり ・里山の手入れ・田畑での農作業 ・企業と連携した地酒・醤油づくり
●	●		NPO法人 太平山南山麓友の会	栃木県栃木市	・野菜(ジャガイモ、大根)、果物(ブルーベリー、ぶどう) ・食体験 ・伐採、木工
●	●	●	NPO法人 青少年体験活動研究所 おにし青少年野外活動センター	群馬県藤岡市	・田植え、稲刈り ・間伐、木工、植樹 ・水産加工、放流、養殖、釣り
●			認定NPO法人 メダカのがっこう	千葉県香取市 栃木県大田原市 栃木県茂木町 静岡県伊豆の国市	・耕作放棄地の再生 ・田植、草刈り&ほたる見、稲刈り、食体験 ・田んぼの生きもの調査 ・生きものに配慮した田んぼのお米を「メダカのがっこう米」として販売 ・農家と一緒に味噌、醤油、梅干、たくあん漬づくり ・ひまわり油と菜種油づくり(種まきから压榨絞りまで)
●	●	●	NPO法人 共存の森ネットワーク	千葉県市原市 愛知県豊田市 新潟県村上市 滋賀県大津市 奈良県川上村 岡山県備前市 福岡県八女市	・森林保全 ・棚田保全 ・アマモ場(魚の産卵場)の再生活動 ・一連の活動を通じた地域コミュニティの再生
●	●	●	NPO法人 農工商連携サポートセンター	東京都 埼玉県所沢市 宮城県岩沼市 宮城県亘理町 奄美大島大和村ほか	・都市農村交流事業(市町村、企業、地域協議会との連携) ・首都圏マルシェ、常設店「ちよだいちば」における物産販売 ・農業体験(白菜、イチゴの苗植え、収穫等)、間伐体験、漁業体験 ・耕作放棄地の再生
●	●	●	NPO法人 エコツーリズム・ネットワーク・ジャパン	長野県、埼玉県等	・野菜収穫(里芋等)、コットン収穫 ・醤油づくり ・植樹、間伐
●			NPO法人 棚田ネットワーク	全国(紹介先による)	・棚田における田植え、稲作等
●	●		NPO法人 えがおつなげて	山梨県北杜市	・耕作放棄地の解消 ・農村資源の有効活用
●			NPO法人 農村景観日本一を守る会	岐阜県恵那市	・田植え、稲刈り、野菜採り ・食育、料理体験 ・茅葺屋根の古民家再生
●			NPO法人 まちづくりネットワーク島根	島根県松江市	・耕作放棄地の解消及び農地活用普及事業 ・市民農園の運営 ・農園体験教室の開催(3月～11月)
●			NPO法人 グリーンクラフトツーリズム研究会	長崎県佐佐町	・田植え、稲刈り ・食体験(ピザ、梅漬け等) ・陶芸
●	●		NPO法人 きらり水源村	熊本県菊池市	都市農村交流事業 ・農業体験(田植え、稲刈り、野菜等) ・食育体験(石釜ピザ、羽釜ご飯、竹ご飯、竹ソーメン流し、豆腐等) ・自然体験(竹細工、フットパス、井手下り、ネイチャーゲーム等) ・林業体験(椎茸駒打ち、山の手入れ、竹林整備等)



※本リスト以外にも農業体験をサポートするNPO法人があります。

連絡先		URL
住所	TEL等	
〒028-0515 岩手県遠野市東館町6-16	0198-62-0601	http://www.tonotv.com/members/yamasatonet/
〒999-6701 山形県酒田市砂越字上川原459 番地2	0234-52-3046	https://www.facebook.com/hiratasato
〒963-6131 福島県東白川郡棚倉町広畑184-1 インテルセイビル2F	0247-33-9810	http://nannan-fks.jp/
〒300-1222 茨城県牛久市南3丁目4-21	029-871-7166	http://www.asaza.jp/
〒329-4405 栃木県栃木市大平町西山田1717番地	0282-43-8288	http://www.cc9.ne.jp/~o-minamisanroku/
〒370-1403 群馬県藤岡市保美濃山1550	0274-56-0123	http://www.taiken-katudou.org/index.html
〒180-0003 東京都武蔵野市吉祥寺南町5-11-2	0422-70-6647	http://npomedaka.net/
〒156-0051 東京都世田谷区宮坂3-10-9 経堂フコク生命ビル3階	03-6432-6580	http://www.kyouzon.org/
〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3-21 ちよだプラットフォームスクウェア1207	03-5259-8097	http://www.npo-noshokorenkei.jp/index.html
〒160-0022 東京都新宿区新宿2-2-1 ビューシティ新宿御苑1203	03-5363-9213	http://www.eco-tourismnet.org/
〒160-0023 東京都新宿区西新宿7-18-16 トーションハイム704号	03-5386-4001	http://www.tanada.or.jp/
〒167-0041 東京都杉並区善福寺1-29-13	03-6913-6171	http://www.npo-egao.net/
〒509-7402 岐阜県恵那市岩村町富田2024番地	0573-43-4021	http://www.kayabuki.enat.jp/
〒690-0012 島根県松江市古志原5-2-43 株式会社メリット2F	0852-20-1821	http://www.machi-s.com/
〒859-3712 長崎県東彼杵郡波佐見町中尾郷660番地	0956-27-6051	http://park6.wakwak.com/~gct/
〒861-1441 熊本県菊池市原1600番	0968-23-4011 kirari@suigen.org	http://www.suigen.org/ ※Facebookもあり

【資料】農林漁業体験(教育ファーム)を通じた食育の推進

- 農林水産省では、食料の生産から消費にわたる各段階を通じて、消費者に健全な食生活の実践を促す取組とともに、食や農林水産業への理解増進のため、教育ファーム等の農林漁業体験活動を推進しています。
- 平成 26 年度、今後の食育推進施策を検討する有識者会議において、教育ファーム等農林漁業体験活動が、体験参加者の農林水産業への理解増進等にどの程度効果があるのかアンケート調査を行い、その結果と今後の方向性を取りまとめています。

調査から見てきた体験の効果

食に対する意識の高まり

意識が強まった、機会が増加したと回答した人の割合

- なるべく日本産を選んで食べる (73%)
- 食事はなるべく残さず食べる (71%)
- 栄養バランスのとれた食事を心がける (69%)
- 旬の食材を日々の食卓に取り入れる (62%)

生産現場への理解や信頼が醸成

国産品の選択の理由 (野菜)

- 作っている人を信頼できる (体験あり:47%、体験なし:20%)
- 国産のものを応援したい (体験あり:42%、体験なし:26%)

「今後の食育推進施策について 最終取りまとめ (概要)」農林水産省 HP より

食や農林水産業の理解に体験活動は極めて有効

今後の方向性

幅広い世代に対しライフステージに応じた質の高い体験機会の提供を推進

会社
でも

企業向け導入マニュアルを活用し
研修、福利厚生、CSRでの
体験参加を促進。



学校
でも

教科と関連付けた教材を活用し
体験参加を促進。



だれ
でも

全国農林漁業体験スポット、
全国工場見学・市場見学一覧を
ホームページで公開。





参考文献・資料

- 『企業と人材』2011年1月号(産労総合研究所)内記事
「農業・林業体験を研修に取り入れる」
- 『企業と人材』2011年7月号(産労総合研究所)内記事
「特集 不況下でも元気な企業の人材育成」
- 『機関誌 Works』No.112(リクルートワークス研究所)内記事
「都会人の農業体験から始まる価値創造 互いの立場を知ると、連携が動き出す」
- 『JRガゼット』2013年4月号(交通新聞社)内記事
「企業のCSR最前線 vol.35 三菱地所グループの「地域社会との共生」活動」
- 『農業協同組合経営実務』2013年5月号(全国共同出版)内記事
「CSV(Creating Shared Value) ー社会と組織の両方に価値を生み出す新しい考え方ー」
- 『週刊ダイヤモンド』2010年6月26日号(ダイヤモンド社)内記事
「特集 コンビニ農業」
- 「東京農業大学集報57巻1号」2012年(東京農業大学)内論文
「企業の森づくりの現状と課題 ー企業と地域を結ぶ中間セクターの機能ー」

協力

- | | |
|----------------------|----------------------|
| ●アイシン精機株式会社 | ●特定非営利活動法人 えがおつなげて |
| ●キャノンマーケティングジャパン株式会社 | ●認定NPO法人 共存の森ネットワーク |
| ●株式会社JTBコーポレートセールス | ●中日本高速道路株式会社 |
| ●日信化学工業株式会社 | ●日本電気株式会社 |
| ●株式会社はくばく | ●株式会社博報堂 |
| ●株式会社堀場製作所 | ●株式会社マーケティングフォースジャパン |
| ●三菱地所株式会社 | |

※写真のデータは、加工あるいはそのままを使用することを禁じます。