

企業の森林整備活動に関する検討会の主要論点と検討方向（案）

平成18年3月10日

4

企業の森林整備活動に関する検討会の主要論点と検討方向（案）

論点1：森林整備活動への参加意欲の喚起
 （企業の参加意欲を喚起し、新規参入を拡大するためにはどのようにすべきか。）

（前回検討会での委員からの主な意見）

企業と森林整備をダイレクトに結びつけると参加しづらい企業もある。直接的な森林整備への参加の呼びかけに加え、例えば、森林の生物多様性保全機能に着目した「カブトムシの生息地の保全・整備」や「世界遺産周辺など注目度の高いテーマ」など、切口を多くすれば企業の参加が広がるのではないか。

森林整備活動のフィールドとして学校林の活用も重要ではないか。

企業内ではボトムアップだけでなく、時にはトップダウンで進む場合もある。

地域のニーズやビジョンが明確で、地域の活動意欲の高いところに企業は参加するし、活動も継続性を持ったものになる。

地域社会の多様な主体の参加を通じて、森づくり活動に関する運動を展開することにより、一般的に中央の企業に比べて経営体力の弱い地方の企業の参加を促すことができる。その際、無関心層や地元企業へのアプローチとしてメディアの活用も重要ではないか。

（上記の意見等を踏まえた検討方向）

項 目	検 討 方 向				
1 動機付け	<p>企業がステークホルダーに対してアピールしやすいテーマの森づくり 身近なもの、地域性のあるもの、場所そのものにネームバリューのあるものなど、アピールしやすいテーマの設定が重要。</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> 〔例〕 花粉症対策 海岸松林の保全・再生 気象災害跡地の復旧 </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> 世界遺産周辺の森林整備や歩道等の施設整備 巨樹・巨木の保護 野生鳥獣の生息環境や農林業に対する被害防止、被害跡地の復旧 など </td> </tr> </table> <p>企業が参加しやすいきっかけづくり 直接的な森づくりだけでなく、柔軟で多様な切口のテーマ等を設定することが重要。</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> 〔例〕 従業員や家族の絆を深めるための森づくり カブトムシや野鳥の生息環境の保全・整備 団塊世代の退職後の生きがいとしてのボランティア活動への支援 小中学生の森林・林業体験活動の支援(国有林の学校分収造林の活用) </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> 顧客の記念植樹（誕生、結婚等） グリーンツーリズムとタイアップした森づくり など </td> </tr> </table>	〔例〕 花粉症対策 海岸松林の保全・再生 気象災害跡地の復旧	世界遺産周辺の森林整備や歩道等の施設整備 巨樹・巨木の保護 野生鳥獣の生息環境や農林業に対する被害防止、被害跡地の復旧 など	〔例〕 従業員や家族の絆を深めるための森づくり カブトムシや野鳥の生息環境の保全・整備 団塊世代の退職後の生きがいとしてのボランティア活動への支援 小中学生の森林・林業体験活動の支援(国有林の学校分収造林の活用)	顧客の記念植樹（誕生、結婚等） グリーンツーリズムとタイアップした森づくり など
〔例〕 花粉症対策 海岸松林の保全・再生 気象災害跡地の復旧	世界遺産周辺の森林整備や歩道等の施設整備 巨樹・巨木の保護 野生鳥獣の生息環境や農林業に対する被害防止、被害跡地の復旧 など				
〔例〕 従業員や家族の絆を深めるための森づくり カブトムシや野鳥の生息環境の保全・整備 団塊世代の退職後の生きがいとしてのボランティア活動への支援 小中学生の森林・林業体験活動の支援(国有林の学校分収造林の活用)	顧客の記念植樹（誕生、結婚等） グリーンツーリズムとタイアップした森づくり など				

項 目	検 討 方 向
2 企業内での合意形成・普及啓発	<p>ボトムアップ・トップダウンの合意形成 企業の社員、CSR担当者、役員がそれぞれの立場で社会貢献活動としての森づくりの意義、経営活動とのかかわりについて理解を深めることが重要。</p> <p>森づくり活動の普及啓発 森づくり活動への理解を深めるため、民有林・国有林が連携して、企業のCSR担当者等を対象とするシンポジウム（民有林・国有林における活動事例報告等）等の普及啓発が重要。</p>
3 地域からのアプローチ	<p>都道府県レベルでの森づくり活動に関する運動の展開 多様な主体が参画する形で森づくり活動に関する運動を展開し、地域の企業も参加しやすい状況を整備することが重要。</p> <p>個別地域からの提案 地域が森づくりのニーズやビジョンを明確にして企業にアプローチ・提案することが重要。 地域資源(例 お祭りなどの地域文化、地場産品、地域の観光、農家滞在、郷土料理など)も活用した活動の提案も有効。</p> <p>メディアの活用 都道府県レベルでの運動や各地域における森づくり活動では、企画、実施、フォローをメディアと協働して行い、地域活動のPRを通じて森づくりに無関心な層や地元企業へアプローチすることが重要。</p> <p>地方公共団体等の役割 企業、森林所有者、NPOの協働を立ち上げる際には行政の仲立があると安心感が生まれることから、行政の積極的な関与が重要。 なお、国有林においては、国が直接関与することから、手続きや森林整備、森林管理がスムーズに行えるというメリットがあり、こうしたメリットを積極的にPRしているところ。</p>

論点2：NPO等との連携や森づくり活動の場の確保

(NPO等との連携の場や森づくり活動のフィールドを確保するためにはどうすべきか。)

(前回検討会での委員からの主な意見)

企業が、5年、10年間といった期間で地域と連携しつつ、いかに継続性を保っていくかが重要である。

企業が参加しやすくなるようなコーディネート役やお手伝い役が必要。

ゴルフ場などの開発が取りやめとなった森林や不在村者所有森林等の活用もあるのではないかな。

里山の整備・再生が課題となっている。

企業の経営活動との結びつき(工場周辺の森林整備など)も重要。

(上記の意見等を踏まえた検討方向)

項目	検討方向
1 NPO等との連携の場づくり	<p>企業やNPO等の森づくり活動をサポートする組織の立ち上げ 企業、森林所有者とNPOを結ぶためにはサポート役が必要。関係者の信頼関係を醸成し、継続的な取組を行うために、例えばフィルムコミッションのように熱意のある人たちが集まり、企業の森づくりをお手伝いすることは有効であることから、そういった組織化が必要。</p> <p>森づくり活動をサポートする組織の活動 地域における森づくり活動を推進するためには、森づくり活動に熱意のある人たち、地元を愛する人たち等で構成されるサポート組織が、森林所有者との調整等活動場所の確保や、NPO等との橋渡し、道具・苗木等の調達、地元との連絡調整、森林整備活動の企画の提案など企業の参加、多様な森づくりをコーディネートしていくことが有効であり、そのための事例の収集・蓄積が必要。</p>

項 目	検 討 方 向
2 森づくり活動の場の確保	<p>森林所有者との調整 森づくり活動の場を確保するためには、熱意のある人たちで構成される森づくりをサポートする組織や行政が、企業と森林所有者との契約、協定、委託等の調整を行い森づくり活動の場を確保するなどの機能を果たすことが重要。 森林所有者の視点に立ち、所有者がフィールドを提供しやすい環境づくり（例 所有者のメリットの明確化、協定方式による信頼関係の構築、森づくりへの所有者の意向の反映）も重要。 その際、不在村者所有森林等管理不十分な森林を行政・地域関係者が関与して、その森林の整備や取得を企業等に提案する手法も有効。</p> <p>企業サイドからの働きかけ 企業サイドからは、工場周辺の森林、従業員や企業にゆかりのある森林の整備について、地域の関係者やNPOに提案することも重要。</p> <p>複数企業が参加する森づくりのフィールド 大企業と比べて体力に差がある地元企業の参加を促すためには、複数の企業が参加する森づくりのフィールドの設定や調和のとれた森づくり方針についても考慮する必要。</p> <p>森づくりの方針の明確化 伐採跡地、手入れ不十分な人工林、放置された里山林、山火事・気象災害跡地などの整備が必要な森林について、地域の森づくりの方針を明確にすることは、適切な森林整備活動の実施と継続性の確保の観点から重要。その際、林業関係者の助言を得ることは重要。</p>

項 目	検 討 方 向
3 国有林の受入れ体制の充実	<p>分収林制度を活用した「法人の森林」のほか、企業の森林づくり活動に対する多様なニーズに応じて、より参加しやすい方策について検討していくことが重要。</p> <p>協定方式によるフィールドの提供 企業の森づくり活動への参加を促すため、分収林制度のほかにも、協定方式を活用したフィールドの提供について検討するとともに、協定方式の下で、経費の損金算入の活用を図ることも重要。</p> <p>参加しやすい活動期間の設定 上記協定方式の検討に当たっては、契約期間が20年～80年と長い「法人の森林」に対して、比較的短期間の活動期間の設定を図ることが、より多くの企業の参加を促す上で重要。</p> <p>参加企業に対するメリットの提示 現地の看板やパンフレット等への企業名、支援趣旨の掲載及び参加企業が行う商品広告、機関誌、環境レポート等への支援内容の掲載、林野庁ホームページにおける企業の支援内容の紹介など、参加企業に対するメリットを示しながら取り組むことが重要。</p> <p>複数企業による協定 協定方式による企業の森づくり活動を促進するためには、複数企業による参加についても考慮する必要。</p> <p>NPO等との連携 企業の森づくり活動の継続性、技術的な実効性の確保の観点から、地域のNPOや森林組合等林業事業体との連携を図ることが重要。</p>

論点3：森林整備活動への参画の促進

(企業の人材・技術、資金等を活用して、森林整備活動をどのように進めるべきか。)

(前回検討会での委員からの主な意見)

企業の持つ、人材・技術、資金、商品を活用することにより、直接的な森林整備に限定することなく、企業の本業との関係も考慮しつつ、柔軟かつ多様な形で、直接的、間接的に参加することが重要。

森林整備活動のうち、社員ボランティア等では困難な間伐などの専門的な部分については地元森林組合へ委託できるなどの体制が必要。寄付や支援を受けようとする団体は、事前に、例えば「1万円で何本の木が植えられる」等わかりやすく企業に対して投資効果を説明すると、企業も参加しやすい。また、森林整備活動実施後についても、寄付や支援の成果を企業にフィードバックすることが活動の継続性を確保する上で重要。

企業は、森づくり活動に参加できるフィールドがどこにあるのか、また、整備の手法についても技術的にどうしたらよいのか分からないのが実情。

(上記の意見等を踏まえた検討方向)

項目	検討方向
1 人材・技術等の活用	<p>従業員・家族・顧客の参加 健康増進、自然とのふれあい、各種記念、顧客との交流等、多様なテーマのもと、従業員・家族・顧客がボランティアによる作業や募金への協力などに参加しやすいようにすることが重要。 (例 国有林の「ふれあいの森」における企業の従業員によるボランティア活動の受入)</p> <p>販売・消費を通じた参加 不特定の顧客に対する協力の呼びかけ、日用品の使用を通じた森づくりへの協力、森林や林業を印象づける普及啓発など、販売、消費を通じた参加も重要。 〔例：コンビニエンスストアでの募金箱の設置、カートカンの「緑の募金」のロゴマークの導入、間伐材を使用した紙製品の購入など木づかい運動の推進、CMやホームページの中での森づくりのPR、ワンクリック募金、映像・音楽・ポエム・絵本の活用 など〕</p> <p>その際、企業の本業の特色を活かしたストーリー性のある参加は効果的。 〔例 企業の出版部が森づくりに関する絵本を出版し、売上げの一部を実際の森づくりに活用。FM放送会社がトラスト団体の活動に関する15分番組を作成し、団体の会員数の増加に寄与。あわせて、番組へのスポンサー企業を募集。これらにより緑地保全を効果的に実施。〕</p>

項 目	検 討 方 向
<p>2 「緑の募金」への寄付 (企業の資金を活用した 森林整備活動)</p> <p>3 情報の提供</p>	<p>社有林等の活用 社有林等を活用した森林ボランティアの受入や地元との連携、企業が造成した基金の活用による森づくり活動への支援も重要。</p> <p>地元林業関係者との連携 森林整備活動のうち、間伐、森林管理など、社員ボランティア等では困難な部分については、森林組合等の地元林業関係者と連携することも重要。</p> <p>使途限定型募金の充実 企業にとって企業価値を高めるための寄付効果が目に見える使途限定型募金は現行では「花粉の少ない森づくり」等3種類に限定されている。地域や企業のニーズを踏まえた多様なテーマ、箇所限定の森づくりを提案することにより、「緑の募金」の充実を検討する必要。</p> <p>募金の効果の説明と募金の使途のフィードバック 例えば「1万円の募金で何本の木が植えられるか」等の効果を企業に対して説明できるようにすることが重要。また、面積、植栽本数、参加者数等、募金を活用して行われた森林整備活動の成果を、企業に対して具体的にフィードバックすることが重要。 また、現地において、「緑の募金」により森林整備活動が行われたことを示す看板の設置など、目に見えるものが必要。</p> <p>情報の収集と提供 民有林・国有林における地域の提供可能なフィールドの情報、植栽樹種の特性や森づくり技術に関する情報、企業やNPOの森づくりの成功例・失敗例などの情報を収集し、ホームページ等にわかりやすく公表するなど、企業が森林整備活動に参加しやすいように情報収集及び提供の充実を図ることが重要。 その際、(社)国土緑化推進機構が情報収集・提供を行うことは効果的。</p> <p>相談窓口の整備 行政や(社)国土緑化推進機構等において相談窓口を設置することは、企業の森林整備活動への円滑な参画を促すうえで効果的。</p>

論点4：森林整備活動の評価

(企業の森林整備活動を評価し、森林整備活動を推進するためにはどのようにすべきか。)

(前回検討会での委員からの主な意見)

森林整備活動について、定量的でわかりやすい評価が必要。

ハード面での評価に加え、ソフト面での評価も重要。

森林整備活動の効果をわかりやすくステークホルダーへ説明して理解を得る必要。

企業から支援を受けたNPO等は活動についての報告会等を実施し、企業の理解を得る必要。

(上記の意見等を踏まえた検討方向)

項目	検討方向
1 評価手法の充実	<p>定量的で一般にわかりやすい評価 第三者的な機関が、例えば国有林の「法人の森林」で実施している契約森林に係る環境貢献度評価のように、森林整備活動等の効果をステークホルダーにわかりやすい形で数値等により評価し、提供していくことが重要。</p> <p>ソフト面での評価、ハード面での評価 ハード面での評価はある程度行われているものの、森林環境教育や公開講座等ソフト面での活動についての評価も充実する必要。定量的な実績の把握やアンケート調査などの評価手法の検討や、コンクール(発表会)など、ソフト面、ハード面の評価手法の検討が重要。</p>
2 評価体制の整備	<p>評価機関の体制の整備 企業の森林整備活動を評価する機関の体制を整備することが重要。</p> <p>活動実績の収集 上記の評価機関が効果的に企業の活動実績を収集・蓄積する手法の検討が重要。</p>

項 目	検 討 方 向
3 活動実績の周知	<p>表彰の充実 特に顕著に活動を行った企業を表彰し、広く国民に周知することが活動の広がりを図るうえで効果的。</p> <p>企業に対する評価・ランキング 評価機関が企業の活動の評価を行い、評価結果を活用してランキングし、公表することも効果的。</p> <p>企業の活動事例の紹介 公平性に配慮しつつ、企業の活動事例を例えば（社）国土緑化推進機構のホームページや広報誌等で積極的に公表することが重要。</p> <p>報告会等の実施 企業から支援を受けたNPO等は、報告会の開催やレポートの提出などにより、企業に成果を報告し、企業の理解が得られるよう努めることが重要。</p>