

第1回 企業の森林整備活動に関する検討会

議事要旨

林野庁 森林整備部 研究・保全課 森林保全推進室
国有林野部 業務課 国有林野総合利用推進室

1 第1回「企業の森林整備活動に関する検討会」出席者

委員

- 池上 博身 トヨタ自動車(株) 社会貢献推進部 社会貢献推進室 社会貢献グループ 担当課長
緩目 清一郎 全国地方新聞社連合会 主任研究員
大藪 克実 ピジョン(株) 経営企画本部 I R・広報室長
田中 美津江 (財)オイスカ 組織広報部長
土屋 勝夫 千葉県農林水産部みどり推進課 緑化支援室長
富田 秀実 ソニー(株) 法務・コンプライアンス部門 C S R・環境部 統括部長
星谷 実 キヤノン(株) グローバル環境推進本部 環境統括・技術センター 環境企画推進部 担当部長
宮林 茂幸 東京農業大学教授
安井 正美 (社)国土緑化推進機構 専務理事

林野庁

- 川村 秀三郎 林野庁長官
島田 泰助 森林整備部長
廣田 明 計画課森林総合利用・山村振興室長
笹岡 達男 研究・保全課長
小林 忠秋 研究・保全課森林保全推進室長
有村 孝一 研究・保全課監査官
梶谷 辰哉 国有林野部長
沖 修司 業務課長
平之山 俊作 業務課国有林野管理室長
河野 晃 業務課国有林野総合利用推進室長

2 林野庁長官挨拶

3 座長選出(委員の互選により、宮林委員が座長に選出。)

4 議事

資料4により「企業の森林整備活動等の現状と課題」について説明

【意見交換】

座長

今日は初めてということでもあるので、企業側から見た森林に対する御意見、論点として加えるべき点、問題点等どのような点でも構わないので出していきたい。

委員

活動の評価について、当社が活動している中で感じるのは、施設面の評価はいろいろなところからいただいているが、ソフト面での評価はほとんどないということ。

環境教育などソフト的な取り組みも一生懸命やっているが、エントリーできる仕組みがない。それを評価していただけるような仕組みがあれば、さらに元気が出るかなと思う。

座長

大変重要な点だと思う。森林整備は非常に時間がかかるので、持続性が問われるということになると、子供たちや地域社会との関係などの側面からも評価が必要ではないかという御意見だと思うが、これに関連する御意見を頂きたい。

委員

NPO法人には、コーディネート役が求められているが、行政側の事業にのっとったものでなければ評価の対象にならないという事例がある。行政の事業とは関係ないところで行っていることも、拾い上げていただく方が非常に元気が出ると思う。

企業の森づくりがこういうふうに評価をされ始めると、行政側の事業に乗ってやっているところと、そうでないところで昔からやっているところが二極化してしまうような気がする。そういう意味で幅広い評価をしてほしい。

委員

大手の企業は体力（資金力）があるが、実際に森林は地方にある。地方の企業がCSRの活動をしようとすると、一社では体力的にはなかなか難しい現状がある。

地方にある森林との関係という視点も大切ではないかと考えており一例を説明したい。

石川県では、県行政と議会、経済界が一体となり、県緑化推進委員会、県木造住宅協会などをメンバーに加え、そこにメディアが入り奥行きのある組織を作った。このような組織に地元企業が協賛している。

このような運動論の中に企業がきちんと入っているということ、メディアを通して伝えていくことによって、企業も元気になる。また、子供たちなどの参加者の活動をメディアを通じて見せることにより、参加意欲も高まり、輪が広がる可能性もある。

無関心層に対するアプローチも大切な視点である。森林に対する意識はあまり高くないとしても、例えばバレエや音楽を通して森というものに間接的に向かわせるアプローチの仕方もあるのではないかと。

地方の森林に対しては、それを毎日見守ることができる機動力が必要であり、そのために地域を挙げて組織化し、そこに大企業との連携があれば、より一層森林整備が進むのではないかと。全国的に石川県で行われているような組織ができればすばらしい形に発展していくのではないかと。

座長

地域は体力的に限界があるが、運動論を広げながら、地域として森林を守る形を持ちつつ、外部からの支援を受ける、更にそれをメディアを通じてPRするという一つの大きな動きがここでは見える。

委員

当社も赤ちゃん誕生の記念に国有林の「法人の森林」制度を活用して木を植えて20年になる。

活動を継続することで地域との信頼関係も生まれ、地域のためにも少しは貢献できたと考えている。

地方と企業とのかわりはないと思うが、木を植えるというつながりで、まだまだ企業も参画する余地があると思う。

委員

業種にもよるが、森林整備活動に参加しやすい企業、参加しにくい企業というのがあると思う。「森林」や「木」をイメージさせ過ぎるとハードルが高くなる。森林には生物多様性をはじめ多面的な機能があり、森林があるがゆえに得られる付加価値の部分をより積極的に出していく。例えば、カブトムシや野鳥は森林がないと育たない、そのために森林をきちんと整備・保全する活動が必要というような切り口にすると企業の参加が広がるのではないか。

企業が社会貢献活動をするにあたって何ができるかという「資金」、従業員やその家族などの「人」、企業が持つ「技術」の3つがある。この3つをうまくつなげていくと活動のすそ野が広がるのではないか。

委員

各企業の経営活動に密接に結びついていると活動の持続性が出てくる。例えば寄附もそれぞれの企業が持っている活動に結びつかないとなかなか継続させることは難しい。

販売している製品と森林をどのように結びつけるかというのが非常に難しい。当社の場合、映像を通して、例えば森林の中の生き物を撮る、ということはあるが、そこから一歩進んで森林整備には結びつかない。

委員

(石川県の話は)新しい形で、システム化されたり、組織化されると大きなことができるのだなと感心した。最初から森、木、森林整備の話を経営にしてもそこでストップしてしまうことが多い。むしろ森のコンサートや積み木など、どういう切り口でも入れるようなコーディネートや仕組みづくりができるともっと企業が参加しやすくなる。

委員

千葉県では平成15年に「里山条例」を制定し、県民、里山活動団体、所有者が主体となって里山の整備、再生へのさまざまな取り組みを行っている。里山条例では企業の位置づけがないため、企業の中でボランティアの組織を作ってもらって活動してもらっている。

この外に、企業には「法人の森」事業という形で県有林における森林づくりに参加してもらっているが、事業実施にあたり、企業からは、フィールド情報や整備の手法がわからないという声が聞かれる。県が直接支援する「法人の森」以外の活動については、里山活動団体が主体となった「ちば里山センター」が中核となり技術指導等を行っている。この外にも現在、企業が参画できる手法について

検討を進めている。

委員

「緑の募金」のうち、職場募金や店頭の募金活動を含む企業の貢献は約3割強となっている。最近では、こういう森をつくりたい、こういう活動をしたい、具体的にどこで森の手入れをするといった森づくりの提案をしながら企業募金を行っている。使途限定のメニューが増えてもいいのではないかと、逆に企業の提案による提案型使途限定募金を広げてもいいのではないかと考えている。また、このような募金をもっと広げていきたいと思っている。地域地域で一生懸命活動しているボランティアの団体をどうやって育てていくのかも課題となっている。ボランティア団体同士の情報交換、ボランティアのリーダーの研修の場での情報交換等も意義があり、それらを進めていく上においても、企業の積極的な参加が必要である。

(休憩)

委員

当社は林業に最初から携わろうという考えではなくて、育児用品を販売する企業として、赤ちゃんの成長と木の成長の両方から、長い間顧客との付き合いができるのではということで始めた。企業が森づくりに参加する場合のポジショニングが非常に重要であると考えている。

また、ゴルフ場の開発計画が破綻した90ヘクタールの森林を購入したところであり、今後、広葉樹など色々な樹種を植林していくことにしている。これは、森林の管理面からも地元で喜ばれている。

座長

不在村の森というのが非常に大きな問題となっている。この点についてはどうか。

委員

不在村の森について、当社としては、森林を購入する必要性は感じないが、広い地域の中で不在村の森をどうしていこうという位置づけがきちんとあれば、別だと思う。

委員

企業のニーズとは別に、企業が森林とは直接関係なくても、地域が山づくりについてしっかりしたビジョンを持っていると、企業が参画しやすい。

以前、学校林の整備で、ボランティア活動の部分に対しては国土緑化推進機構の助成があるが、ボランティアでは手がつけられない森林作業のプロの部分への県や市の助成金が無く、企業に支援していただき、満足していただいた事例がある。参加する企業も地域と密着していなければつまらない。山側と、下流域、企業とがうまく合体をしたときには次の継続があり得る。

不在村については、ある程度行政がビジョンを書くなど支援していただけると、私たちがそれを元に森づくり、人づくり、ふるさとづくりを企業に提案できる。場合によってはそっくり山を買うという企業も出てくると思う。そこには必ず人が介在する。

委員

ただ森林整備と言うだけでは、なかなか企業の活動と結びつかない。企業として何かPRできるものが、例えば世界遺産周辺の森林の保全だとか、皆さんが非常に注目しているところに対して企業が貢献する取り組みは乗りやすい。

委員

「緑の募金」を通じた企業の資金提供の促進に関しては、企業と話をする機会をどうやって増やすかということに尽きると感じている。フィールドなり、活動団体なりというものを常に全国的なレベルで準備しながら提案活動をしていくということを心がけている。企業の提案をすり合わせながら、細かく詰めていくということが大事であり、インターネット等の近代機器を使う工夫をしなければいけないと思っている。

委員

「森林の側にはお金がありません、企業はお金を持っているでしょう、だから出してください。」という論理は絶対に成立し得ない。CSRの意義ということを考えると、一種の中長期的な投資と位置づけ、中長期的な企業価値に貢献するような活動でないと、企業の側としてはやりにくい。

募金をする側から考えると、「緑の募金」も1万円寄附したら、木が何本植えられとか、何ヘクタール森が増えるとか、イメージがわくようなものがあるといい。また、そういったものがフィードバックされることが大事である。

寄附したお金がどのように使われて、どういう効果を上げたということをきちんとフィードバックしていくような仕組みを充実させていくのは重要な方策だと思う。

委員

やはり、そこにどれだけ木を植えるとか、どこの森をどう整備するんだということが直接的に目に見えるところが一番よく、そういったフィールドを企業に提供している。「緑の募金」や行政の助成金、補助金にボランティア団体がエントリーして、補助金を企業からいただくという形にしている。行政に絡んでもらうような形を企業側では望んでいる。そういう仕組みがうまくできると、もっとうまくいくのかなと思っている。

座長

企業と地域を結ぶ情報の交換や企業の参加条件を明確にするコーディネートが必要ということ。

委員

千葉県では今年度、里山の土地等の情報をネット上で検索できる「里山情報バンク」を立ち上げた。フィールドの情報を登録制にして、土地の形態や、所有者の希望を情報の中に入れて、マッチングを行っている。また、技術者を養成する研修等は里山センターがやっている。

座長

技術的な側面ということでは何かあるか。

委員

当社の場合は、植付を含め技術的な指導は全部地元の木材協同組合にやっていただいている。間伐は社員にはできないし、危険も伴う。そのような作業は地元の木材協同組合でやってもらっている。

座長

支援の仕方も、いろいろあるということだ。

委員

企業としてテーマが合わないようなところでも、地域に対して投資をするんだという考え方で、参

加している企業があると考えている。

地域を挙げて、この地方にある森林をみんなで整備をしていくんだという運動論に対して、外にいる企業の方々が共鳴をするというのも一つの手段ではないかと感じる。

多くの参加者の中に、一緒に参加している企業に対する信頼感や親近感が自然と生まれてくる。また、活動がメディアに取り上げられると、参加をした人がそれを周りに見せ、広がり、そこに協力している企業のイメージアップにつながる。意欲のある地域に関してはこういう方法も一つの手段なのかもしれない。

座長

きちんとした仕組みと組織、PR性、運動に対する評価が明確であれば企業も入りやすいし、投資しやすくなるということ。

委員

地域で組織化されたものに対して企業が参加するというやり方は、個々の森づくり活動の案件を企業内でトップに話を上げるやり方よりは話を上げやすいと感じる。

座長

そのときの企画力というのは、やはり地域の運動論の中に一つヒントがあるような気がする。

委員

地域づくり、ビジョンがとても大切で、森を軸とした循環型社会システムをつくるために必要なビジョンをぜひ打ち出していきたい。

このような、ライフスタイルすべてにかかわってくるビジョンがあれば、企業も先行投資として、長期的な観点から、これは将来的に企業経営につながる可能性があるということで投資の対象として考えられることが出てくると思う。

森林もone of themという意味では大変重要な位置づけであるが、企業、経営者すべてに理解が届くかというとなかなか難しい。担当者として一番苦労するところは企画をトップに通すところ。ボトムアップもいいが、上から言ってくるようなきっかけをトップの方に与えていただくような仕掛けが何かできないか。正面攻撃だけではなく例えば、経団連の1%クラブのようなところで、音楽でも何でもいいが、ちょっと森に関連した人が関わっていけるような仕掛けを提案して、それがもとで森づくりが企業に広がっていくとか。そのような点も検討するとおもしろいと思う。

委員

温暖化防止については、日本の企業は非常に先進性が高く、既に色々な省エネをやっており、国内での取組はかなり難しくなっている。そうすると、排出権を求めて海外にお金を使っていかなければならない。日本の森林整備に企業がお金を出して貢献をして、CO2の削減ができない部分を補うという仕組みができると、我々企業としては、海外に漏出するお金を国内で使えるということで、特に上の人間に対して説得力がある。

座長

非常に重要なポイントだが、この検討会のテーマとしては、範疇からはずれていると考えられるので、別途、林野庁の方で検討を期待したい。

委員

CO₂に対する問題が出たが、企業にとっては具体的な、例えば木を何本植えたらどうなるというような、簡単な数値化されたものが必要ではないか。役員や、株主に対する説明責任の中で、CDMと結びつかなくても簡単な数値化されたものは必要になってくる。ぜひ林野庁で簡単な一定化されたものを出していただきたい。

座長

今日は、大変有益な御意見をいただいた。それぞれの御意見は大体4つの論点の中に絞られてきているだろうと思う。ただ、地域づくりの話や、仕組みの話、組織の話は、もう少しこの中に反映されていこうと思っている。また、色々な情報がもう少しうまく関わられるような場面を作ればいいだろうという意見が幾つか出た。評価の手法や、評価の公開の仕方とか、そういったことも少し考えていく必要があるだろう。

－ 以上 －