

ドイツの自動車会社グループ

の取り組み



企業による森への取り組みは世界各地で行われています。特にグローバル企業は、自国に限らずさまざまな国で森とのストーリーを紡いでいます。ドイツの著名な自動車会社グループもその一つです。この企業グループは、水と生物多様性の二つの観点から、事業活動と関わりの深い森づくりを行っています。

水に関しては、工場で使用する工業用水の確保を目的とした森づくりを行っています。水資源に恵まれた日本では想像しにくいことですが、新興国や発展途上国では水不足は深刻な課題で、工場進出の際は水の確保をどうするかが、企業にとっての死活問題になりかねません。実際に、この企業グループの工場があるメキシコでは、不法伐採や放牧などで山間部の森が失われ、深刻な水不足を引き起こしていました。

事態を深刻に受け止めたこの企業グループは、メキシコ政府林業省と連携して、水源涵養を目的とした植林活動を行うことにしました。2005年から始まったこの取り組みは、周辺のサプライヤー企業も巻き込んだ一大プロジェクトに発展し、これまで100haに30万本のマツの木を植林してきました。森の再生により、その恵みである水が戻った大地には、カエルなどの野

生生物も戻り、生物多様性の回復にも寄与しています。

この企業グループが水に関する取り組み以上に力を入れているのが、生物多様性に関する取り組みです。ドイツ国内においては、例えば、ヤマネコの保護のために30km以上の「森の道」の整備を行っています。これは、道路によって生息地が分断されてしまったヤマネコの道路横断中の事故を防ぐため、植林によって分断された生息地をつなぎ直し、道路を横断せずにヤマネコが移動できるようにするものです。

この企業グループでは、森を野生生物の移動手段と位置づけています。そして、人間の移動手段を提供するために犠牲にしてきた野生生物の移動手段を回復することが、自動車会社の義務であると考えています。生物多様性の取り組みにあたっては、「We Connect Habitats」（私たちは生息地をつなぐ）をスローガンに掲げ、車という移動手段が人と人をつなぐように、森づくりによって野生動物をつなげることを目指しています。

このように、この企業グループでは、独自の物語をつくることで、森づくりと事業活動の関わりが明確になるようにしています。

アメリカの物流会社グループ

の取り組み



グローバル展開しているアメリカの著名な物流会社グループも、森とのつながりを重視しています。この企業グループは全世界の物流を網羅するため、多くの

トラックや飛行機を活用しており、大量の二酸化炭素を排出しています。そこでこの企業は二酸化炭素を吸収する森に目をつけ、自身で組成しているチャリティ



ファンドの資金を森に振り向けることで、カーボン・オフセットを行うことにしました。

このように、森とこの企業が最初につながったきっかけはカーボン・オフセットでしたが、活動を進めていくにつれてこの物流企業グループは、森は二酸化炭素を吸収しているだけではなく、食料、水、エネルギー、シェルター（住まい、避難所）等を地域コミュニティに供給していることに気づきました。つまり、森林を保護するプロジェクトは、多くのコミュニティの生活基盤の保護に関わることになることに気づいたのです。それと同時に、木や森を嫌う人は非常に少ないこと、ほとんどの人がキャンプ等の経験から木や森に関係する思い出を持っており、その多くの人々が木を切ったり、育てたりすることが好きであるということもわかってきたのです。

そこでこの物流企業グループは、事務所周辺の35エーカーの森に、顧客やドライバー等から20人程度

の参加者を募り、ディナーを一緒にとりながら森について学ぶ取り組みを始めました。ディナーの後には森の中を散策しながら「Tree-Hugging（木を抱きしめる）」などを行います。その後、35エーカーの森で、トラック何台分の排出二酸化炭素をオフセットできるかを計算するなどのクイズ大会を行うのです。

顧客や従業員を巻き込んだ取り組みを通して、森とのつながりをしっかりと示したことで、この企業グループに対する環境保護活動家の批判やソーシャル・メディアを使った攻撃的中傷を少なくすることができたそうです。従業員も森に対して好感を持っているため、従業員の満足度向上にもつながっています。

カーボン・オフセットから始まったこの企業と森との物語の最終ゴールは、「森のおかげでビジネスが成り立っていることを、消費者にも従業員にも実感してもらうこと」だそうです。

スウェーデンの製紙会社 の取り組み



グローバルに事業を展開するスウェーデンの著名な製紙会社は、森の持続可能性と自社の事業活動を両立することを目指し、違法伐採された木材の購入を禁止し、自社で扱う原料は全てFSCなどの森林認証を取得している森から伐採されたもの（認証材）に限ることを徹底しています。

木材の伐採量に対しても意識的で、伐採量が成長量を上回らないように細心の注意が払われています。木材を大量に使用する製紙会社は、とかく環境保護団体などから批判されがちですが、この企業の場合は、持

続可能性に対する取り組みが評価され、環境保護団体からの批判は一切ないそうです。

しかし、このような森の持続可能性に対する取り組みを進める中で、この製紙会社は、消費者が森に関する正しい知識を持っていないことに気づきました。間伐のような、森を健全に維持していくための伐採の必要性すら理解されていなかったのです。

そこでこの製紙会社は、消費者の森に対する理解を広めるべく、スウェーデン国内の自社保有林において、消費者向けの森林学校を開催することにしまし





た。同時に、従業員に対しても、「森の持続可能性」をテーマにした研修を入社時に行うなど、森に関する教育制度を整備しています。

木材の大口需要家である製紙会社が認証材しか買わないと宣言することは、森林認証の取得を通じた持続可能な森林経営の拡大につながります。また、消費者

の森に関する理解を深めることは、森の持続可能性にこだわる製紙会社に対する共感を育み、自社の評判を高めることにつながります。

この製紙会社は、森の持続可能性に関する取り組みを通じて、企業価値と社会価値の双方を向上させることを目指しているといえるでしょう。

英国の非営利団体

を通じた取り組み

英国では、1972年に、森林の保全に特化したトラスト団体が設立されました。非営利のこの団体は、現在、300人のスタッフと1,500人のボランティアを擁する全国規模の団体に成長しています。同団体は、森林の保全だけでなく、植林による森林創出や森林再生のためのプロジェクトも手がけており、市民や企業からの寄付金を原資にして、土地の取得を進めてきました。今では、22,000haの森を所有し、森林整備を進めています。

寄付をした企業は、この団体のロゴを自社の製品に使えるようになります。英国国内におけるこの団体の



認知度は極めて高く、製品にこの団体のロゴがついていると「環境に配慮している企業の製品」と思わせる力があるそうです。実際、ロゴのついている製品は、そうでない製品よりも消費者に選ばれやすいことが実証されています。

つまり、企業にしてみれば、売上増加という実利が見込めるわけで、それがこの団体への寄付を通じた森林保全活動に取り組む理由となっているのです。英国の消費者の高い環境意識と購買行動が、企業の森林分野への資金拠出を促している好例といえるでしょう。

