

IV 企業と森が つながるためのヒント

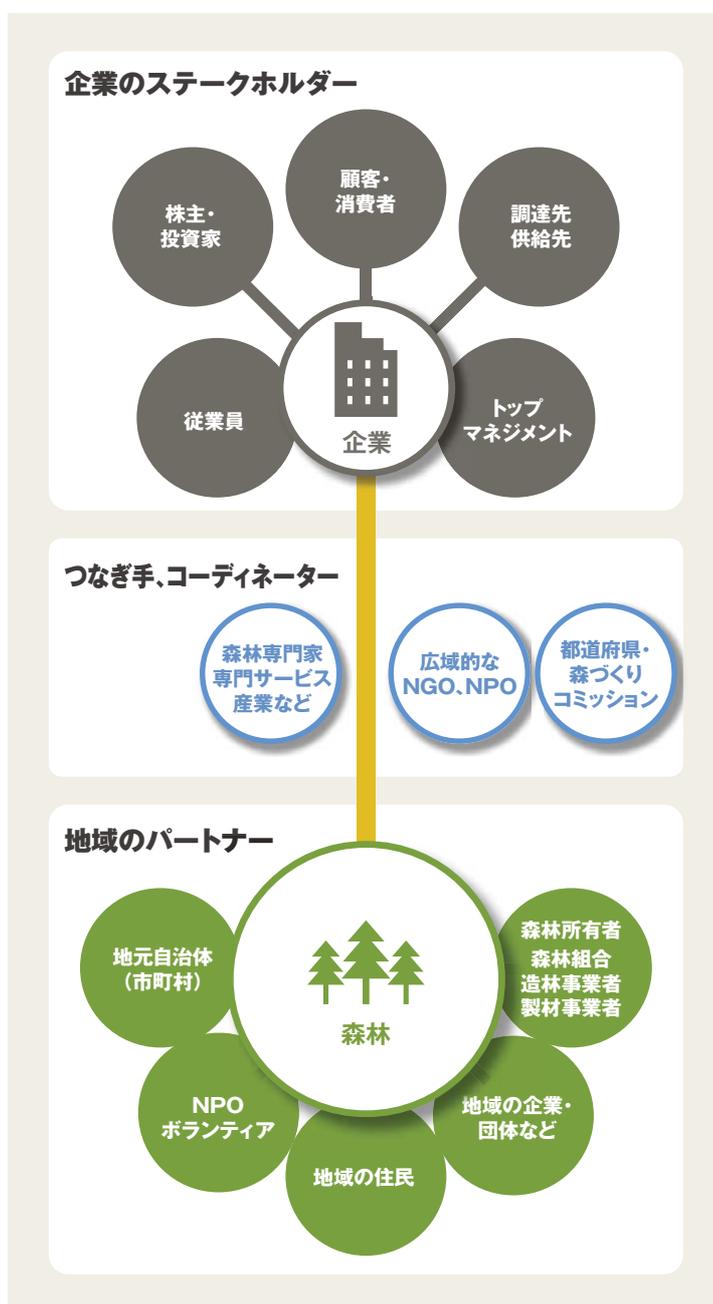


事例に見る成功のためのエッセンス



これまで述べてきたような森のCSVに関わる活動は、地域のパートナーや地域と企業との間に立つつなぎ手、コーディネーターの協力や連携によって成り立っています。また、活動の成果を事業に活かしていくためには、消費者、取引先、株主や投資家などのステークホルダーに働きかけ、活動に巻き込んでいくことが大切になります。

これらの点に関して、実際の取り組み事例から成功のためのエッセンスをまとめました。



01

地域のパートナーやつなぎ手とのコラボレーション



構想から計画の段階

■トップの理解と社内への働きかけ

企業理念とのマッチング、費用面での対ビジネス効果、企業イメージの向上など、活動の意義と期待・効果についてさまざまな面から検討し、目的を明確にし、早い段階から社内トップの理解を得ること、そして、社員の積極的・持続的な参加を促す方策を講じることが大切です。

■目的にかなった活動場所の設定

森林の所有形態や面積的なまとまり、整備・管理状況と収益面に関わる森林の条件、現地の森林所有者・森林組合などの関連事業者の状況など、多角的で具体的な地域情報を、地元で活動する団体や、自治体等の協力をあおいで収集し、活動の対象となる「森林」を探すことが第一関門となります。

■地域の取り組みと連動

地域は問題を抱えていることがよくあります。活動の場所や内容の検討にあたっては、それらの問題や状況をよく理解して、行政や団体が現状でどのように関わっていて、どのような取り組みをしているか、そして、今後どのような取り組みが求められているのかなどを視野に入れることが効果的です。

■中長期的視野に立った契約の締結

森林整備活動は、少なくとも10年単位の中長期的にわたることが想定されます。

森林所有者などとの契約は、5年程度のものが主流となっていますが、企業としてのリスクに配慮しつつ、森林所有者や森林組合などとの利害調整を進め、当初から中長期的な活動に対応できるような契約や協定を結ぶことが重要です。



具体化から実施の段階

■専門的な知見に基づく計画

森についての十分な知識を有しない企業は少なくありません。中長期的な計画を立てるためには、自治体や森林組合、森づくりの専門家、ノウハウを有する企業やNPO等から協力を得て、具体的な施業方針・施業計画を作成し、着実に進めることが必要となります。

■パートナーと地域を巻き込んだ活動

活動に際しては、目的に合致する地域の関係者を巻き込むことが必要です。そのためには、地域の関係者にとってもメリットのある活動をすることが求められます。NPO等の外部の活動団体、自治体は重要なパートナーです。地元産木材の利用や地産地消を目指す県と協定を結ぶなど、さまざまな試みが行われています。

■活動メニューの継続的な拡大

活動を継続することでさまざまな可能性が広がります。しかし中長期的な活動では、マンネリに陥ったり、情報の発信力が弱まったりすることも起き得ます。そのようなことにならないような工夫も計画に盛り込みましょう。森林整備を社員の楽しみや学びに結びつけることで、活動の継続性を高めている事例もあります。

02 ステークホルダーへの対応～情報発信と活動成果の活用



情報発信とステークホルダーへの働きかけ

■情報の積極的発信

活動の成果については、消費者、取引先、株主、従業員などさまざまなステークホルダーに向けて、多様な媒体で情報を発信することが重要です。会社の広報誌、会員誌などの紙媒体、ホームページなどの電子媒体のほか、講演会やシンポジウムに積極的に参加している企業の事例、環境問題やCSRに関するさまざまな賞にチャレンジしている事例があります。

■消費者に対するアピールの工夫

最近の消費者は環境に対する意識が非常に高く、森林整備・保護に対しても強い関心を示します。商品やサービスの販売促進に際して環境配慮を打ち出すだけでなく、森林整備をどのようにマーケティングに結びつけていくかがポイントになります。消費者に訴えるためには「目に見えるものが効果的」という視点で活動を進めている例もあります。

■株主・投資家に対して

機関投資家の間では、中長期的な投資を行う立場から、環境面のCSR・CSV活動に関する取り組みに積極的な企業を高く評価する傾向が強まっています。しかし、その一方で、投資家の目的はあくまでも企業が上げ

る利益にあり、CSR・CSV活動に関しても説明責任を求める傾向にあります。

こうしたことから、長期の活動となり、事業効果の発現まで時間がかかる森のCSV活動については、短期的、直接的な費用対効果だけではない経済的価値をしっかりと伝えていく必要があります。

■取引先との綿密な対話

森の恵みを利用するには、自社だけでなく、原材料の供給、加工、流通などに関する外部の取引先とのサプライチェーンのもとに必要なものを調達し、また消費者に供給することになります。これらの取引先とのチームプレーができるかどうかは非常に大切です。取引先との対話の機会を多く持ち、意思の疎通を図りつつ目的の共有を進め、首尾一貫した事業活動として確立していくことが必要です。

■社内、社外向けの情報発信

企業にとっては社員もステークホルダーであり、森づくりに関わる会社の活動の意義や効果を伝える対象として重要な存在です。

一方、社員が取る行動は、社会がその企業を見る上で重要な要素となっています。



評価のための指標の検討

■二つの指標

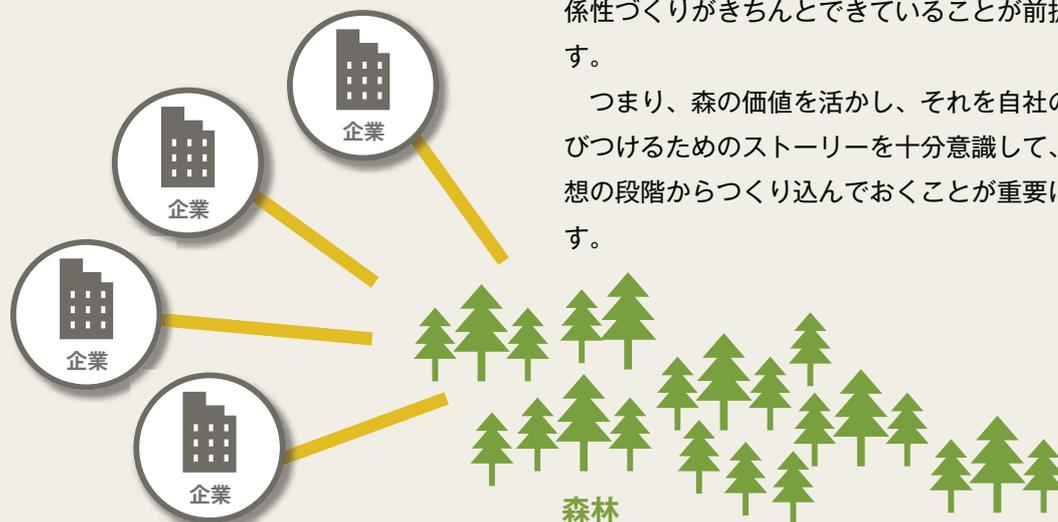
森林整備に関するわかりやすい評価指標があると、効果的な情報発信が可能になります。

評価については、森づくりの成果そのものに関する評価指標があります。森の恵みや魅力の大きさ、二酸化炭素の吸収や防災などの森の力などに関する指標です。

もう一つ、企業の事業目的に沿った経済的価値に関す

る指標や、CSR・CSV活動としての成果を問うための指標があります。これらについては方法論的に十分確立していないものもありますが、継続的にデータをとっておくことによりPDCAサイクルの遂行も可能となります。

前提となる ストーリーの確立



森林活動に関する情報を発信してさまざまなステークホルダーにアピールするにせよ、また自社のビジネスチャンスを広げようとするにせよ、企業と森との関係性づくりがきちんとできていることが前提となります。

つまり、森の価値を活かし、それを自社の事業に結びつけるためのストーリーを十分意識して、初めの構想の段階から作り込んでおくことが重要になります。

03 まず始めてみよう

NPO等や自治体と連携し、気楽に、簡単なことから始める効果

地元の団体や自治体等と連携して「気楽」に森づくりを始めることがよい効果をもたらしたという事例は多くあります。森林整備に知見を有するNPO等、ボランティア団体、自治体等と連携することで森へのさまざまな関わり方を知ることができ、森林所有者や森林組合とのネットワークも広がるためです。

また、既存の制度に則ってボランティアや寄付の形で始めた森づくりが、継続することで、思いもかけない良い効果、例えば社員のコミュニケーション能力やチームワーク力が向上するという事例もあります。

地域のつなぎ手の力を借りながら、気楽に、簡単なことから始めることも、選択肢の一つとなります。

まず、始めてみよう

活動規模の大小にかかわらず、森に関するCSR活動を行う中で森の可能性や課題についての理解が深まり、課題を見つけることによって新たなビジネスチャンスを思いつくことがあります。

自社の技術やノウハウを用いて森林整備の効率性を高

める、自社が経験した森との関わり方を体験型商品として外販する、間伐材を用いて包装材を製造することを思いついた、といった事例がたくさん存在します。

森林に親しむうちに新しいビジネスの可能性が見えてきます。まずは、始めてみましょう。

CSR活動がきっかけとなって、森林のソリューションサービスが事業化 富士通株式会社の森林資源計測サービス

富士通株式会社(以下、富士通)は、2014年に森林資源計測サービス「もりっしー」の提供を開始しました。これは、ハイパースペクトルセンサーと高感度デジタルカメラを組み合わせ、空から森林を撮影することで樹種・本数・高さなどを測定するサービスです。GIS(地理情報システム)と組み合わせることによって地図上に情報を表示することができ、森林の状況に応じた施業管理などに役立てることができます。

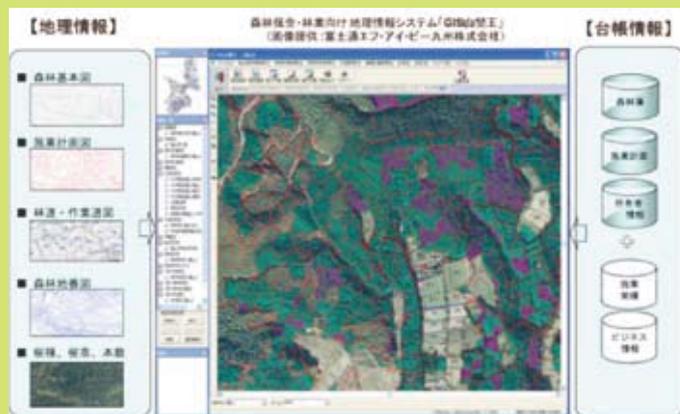
このサービスは、富士通の社会貢献活動から生まれました。富士通が立地する神奈川県川崎市の多摩川の流域にハリエンジュという外来樹木が繁茂し、生態系を攪乱し、土手の強度も損なうというような状況が発生していました。苦慮した地元から相談を受けたのが、富士通の社会貢献活動を行っている部門でした。ここではICTを活用して生物多様性や温暖化対策を推進する可能性を探っており、富士通の研究所と各種のセンサーを扱っている同社の子会社と連携して、樹種を見分けるシステムを開発し、ハリエンジュの繁茂状況を把握することができました。2010年頃のことです。

そうしたところに、高知県の中土佐町から相談が持ちかけられました。きっかけは、同社がこの町の森林で「富士通黒潮の森」の整備を行い、社員のボランティアが間伐体験などを

行っていたことにあります。その相談とは、「森林吸収源によるクレジットを利用して森林整備を進めたいのだが、スギとヒノキとマツが錯綜して困っている」というものでした。つまり樹木によって二酸化炭素の吸収量が異なるので、正確な算定ができないという悩みでした。

富士通は中土佐町を実証実験のフィールドとして選び、森林資源計測サービスの改良を行い、実用に資するシステムを完成させました。また、このサービスを利用する人の立場に立って、森林保全・林業振興に取り組む自治体・森林組合・森林に関する専門機関・大学の専門家などと対話を重ねながら開発を進めてきました。

開発に携わった担当者は、「日本の森林が抱えている課題を知らないのに、いきなりビジネスにすることは難しい。まず森と関わってみる、森の大切さを知って、好きになることが大切だ。そうすれば、自然と人との共生に向けて、自社のどんな技術をどんな課題解決に用いればよいのかといったアイデアが自然と湧いてくるものです」と話しています。



「もりっしー」のGISでの活用イメージ