

令和6年度森林コンテンツ育成・普及対策事業
実施報告書
概要版

2025年 3月
林野庁

(1) 背景と目的

日本の森林面積は、国土の3分の2に当たる約2,500万haあり、世界有数の森林国である。また南北に長く標高差も大きい国土であることや、人々の暮らしや営みが自然と関わりが深いことから、落葉広葉樹林や常緑広葉樹林、人工林など多様な森林が広がっている。

この豊かな森林を活かし、森林資源のマテリアル利用によって林業・木材産業の成長産業化を進めるのとあわせ、森林空間を利用して健康・観光・教育等様々な分野の体験プログラム(森のプログラム)を提供し、山村地域に新たな雇用と所得機会を生み出す「森林サービス産業」を進めることにより、山村地域の活性化と国民の心豊かな暮らし(well-being)の両方に貢献することが可能である。森林サービス産業の需要先としては、観光等での個人利用に加えて、企業・団体(以下「企業等」という。)による研修・福利厚生等での利用が期待できる。

令和5年度の本事業でのオンラインアンケート調査等の結果によると、従業員の健康増進や環境教育、従業員間のコミュニケーションの促進等を目的に森のプログラムを導入している企業があった。また、森のプログラムを導入していない企業等の約3割が導入に関心を示した。一方で、実際に導入してもらうためには、企業等にとっての森のプログラムの活用メリットを経営層にも響くような形で分かりやすく提示する必要があることや、森のプログラムを提供している地域等の情報が企業等に届いていないため企業向けの情報発信を強化する必要があることが明らかになった。

そこで本事業においては、企業等による森のプログラムの利用促進のため、森のプログラムの利用に関するニーズ調査・分析や優良事例の収集・分析等を行うとともに、その成果の発信や企業等と山村地域をつなぐフォーラムの開催を通じた山村地域と企業等とのマッチング機会の創出を行う。

(2) 事業の全体像

① 森のプログラムの利用に関するニーズ調査・分析

都市部の企業を対象に、森のプログラムの認知度向上とニーズ把握のためのアンケートとヒアリングを実施。また、プログラム導入企業4社に対し、効果の詳細調査を行い、他企業への訴求力を高めるデータを収集した。

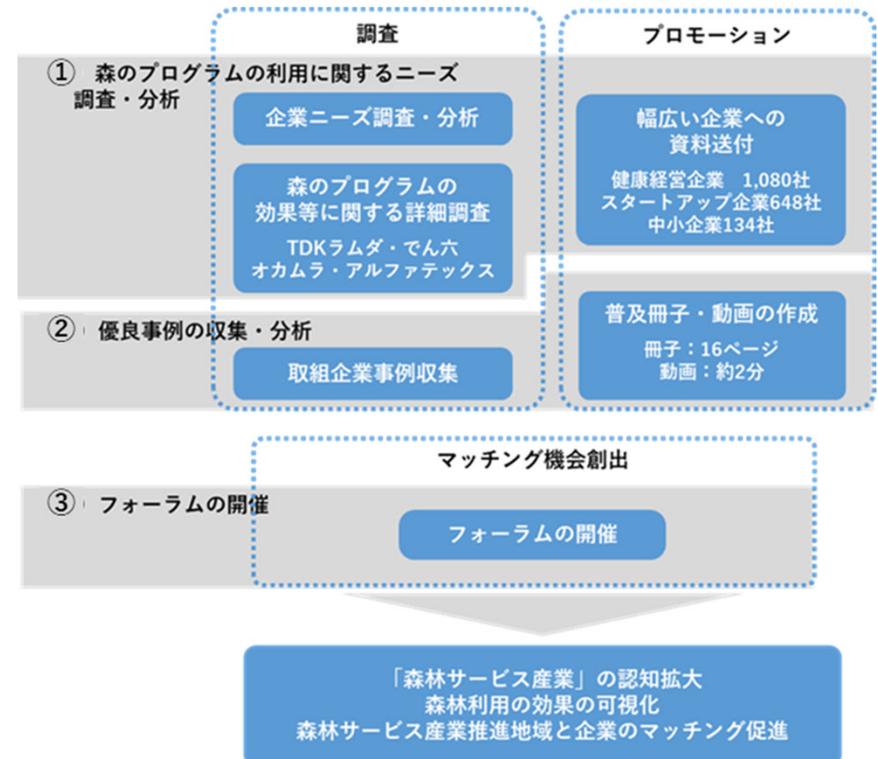
② 優良事例の収集・分析

森でのプログラムの企業利用促進のため、人材育成や研修目的での活用事例を収集。また、都市部の企業向けに普及冊子とウェブ用動画を作成した。

③ フォーラムの開催

企業向け情報発信と森林サービス産業推進地域とのマッチングを目的としたフォーラムを開催。森のプログラムの認知度向上を図るとともに具体的な活用例・効果を提示し、企業における森のプログラム導入を促進した。

【事業の全体像イメージ図】



1. 意向調査

(1) 調査方法

健康経営優良法人から1,080社（東京852、埼玉・千葉・神奈川179、大阪34、愛知15）、スタートアップ企業646社（東京・千葉・埼玉・神奈川608、その他38）、東京に法人住所がある中小企業134社を選定し、森のプログラムの概要、企業における活用意義や導入事例、森林サービス産業推進地域、林野庁ホームページの情報掲載先を掲載した資料を送付した。

(2) アンケート調査項目

健康経営企業、スタートアップ企業、中小企業向けに共通設問と個別設問を設定した。アンケートでは、森のプログラムの内容がより伝わりやすくするため、企業の取組事例や森林サービス産業推進地域の事例を写真付きで掲載し、関心のある地域を選択すると林野庁のホームページに飛べるようにし、より詳細な情報が得られるようにした。

(3) 調査結果の分析

健康経営優良法人は21社、スタートアップ企業7社、東京の中小企業4社から回答を得た。森のプログラムで関心が高い企業利用事例については、健康経営に取り組む企業は、やはり従業員の心身の健康づくりへの関心が高かった。スタートアップ企業はチームビルディング・環境教育や生産性を高めるオフサイトミーティングへの関心が高かった。この傾向は、森でのプログラムがもたらす効果で関心の高いものについても同様であった。また、複数の効果項目を選択した企業が多かったことから、森のプログラムが同時に複数の目的に対応が可能であることは企業の対するPRポイントとなると考えられる。

このことから、山村地域が森のプログラムを企業へ提案する際には、企業の関心分野や形態を参考にしつつ、企業のどのようなニーズに対応するプログラムであるのかを分かりやすく提示することが重要である。また、企業の対話により、効果をより実感できるよう、企業ごとにプログラム内容を調整することが求められると考えられる。

また、森のプログラムで関心が高い企業利用事例については、いずれもアクセスの良さや地理的な近さが選ばれる傾向が高かった。これは、森のプログラム導入を決定するにあたり「活動場所から会社所在地から近い」を重視する点においても同じように多く選択されていた。

また、健康経営に取り組む企業では、従業員が無理なく幅広く取り組めるような内容を重視する傾向も高く見られた。

【森のプログラム導入を決定するにあたり重視する点】

	健康経営に取り組む企業	スタートアップ企業	中小企業
選択数の多い順	<ol style="list-style-type: none"> 性別・年齢・役職等問わず、だれでも参加できる内容であること（幅広い対象者）(6) 活動の場所が会社所在地から近いこと(6) 健康経営度調査票に記載できる内容であること(4) プログラムによる健康面での効果についてエビデンスがあること(4) 	<ol style="list-style-type: none"> プログラムの費用が適切であること(4) 活動の場所が会社所在地から近いこと(3) プログラムによる自社の収益面での効果についてエビデンスがあること(2) 	<ol style="list-style-type: none"> 性別・年齢・役職等、それぞれの興味や課題に応じた、適切な内容となっていること（限定した対象者）(1) プログラムによる自社の収益面での効果についてエビデンスがあること(1) 自社担当者の負担が小さいこと(1)

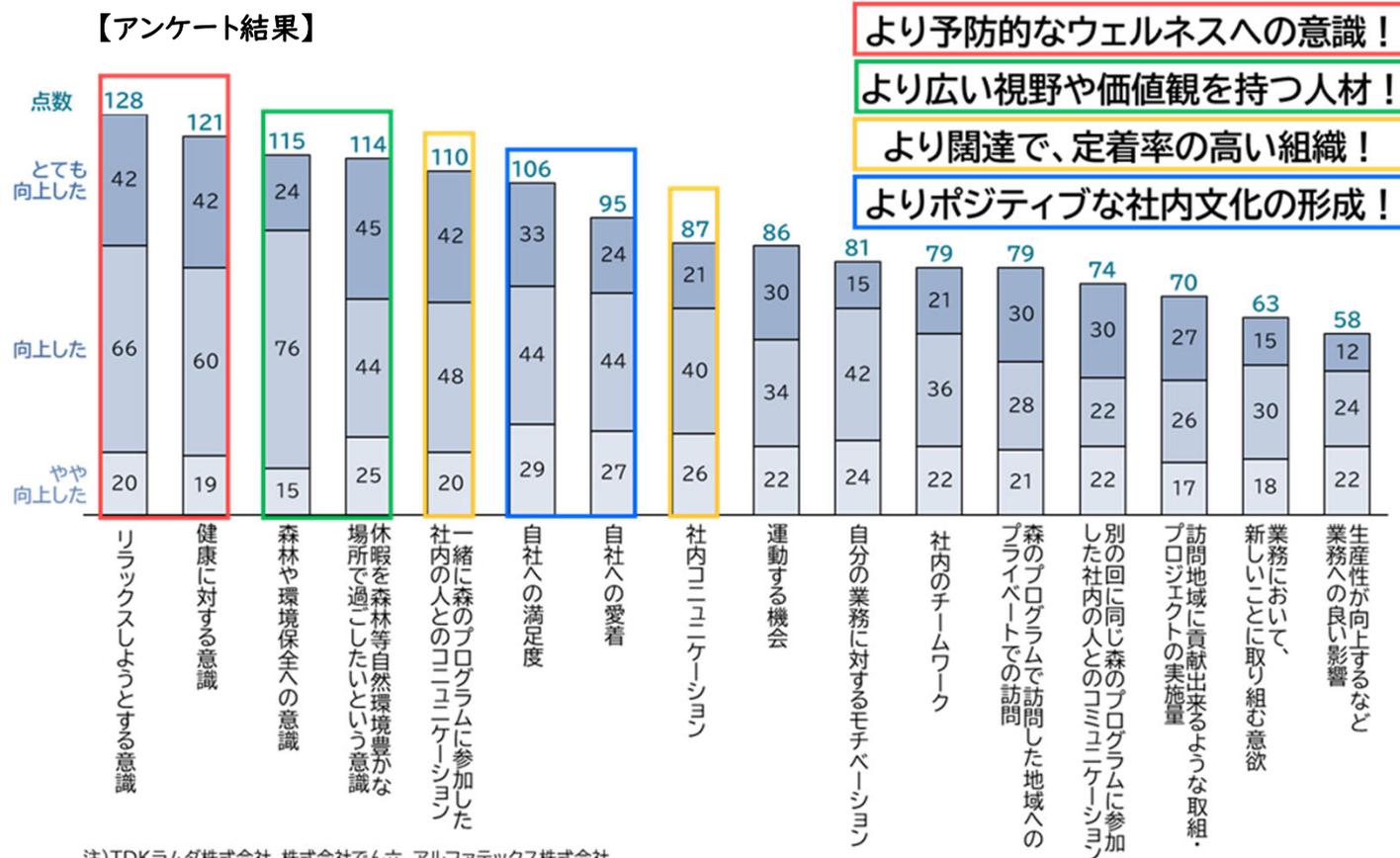
2. 導入企業への詳細調査

(1) 調査対象企業

社員研修や企業が主催するイベントに、森のプログラムを導入している4企業（TDKラムダ株式会社、アルファテックス株式会社、株式会社でん六、株式会社オカムラ）の協力を得て、今年度の森のプログラム実施後に、参加者や企業の研修等担当者に対して、効果等に関するアンケート調査を実施した。

(2) 調査結果

各社とも、それぞれの目的に応じた結果が得られていることが分かった。特に森のプログラムによって得られた主な変化を分析すると、以下の4つの主な変化が見られた。第一に、予防的ウェルネス意識が向上し、ストレス軽減や健康維持への関心が高まったこと。第二に、新しい視点の獲得や多様な価値観の受容力向上により、広い視野を持つ人材育成につながったこと。第三に、コミュニケーションの活性化やモチベーション向上により、闊達で定着率の高い組織づくりに貢献したこと。最後に、企業の健康・環境重視姿勢を示すことで、ポジティブな社内文化が形成され、企業への愛着増加と持続可能な成長が期待されたことであった。



より予防的なウェルネスへの意識！

より広い視野や価値観を持つ人材！

より闊達で、定着率の高い組織！

よりポジティブな社内文化の形成！

1. 事例収集

(1) 事例収集

企業ニーズ調査、デスクトップ調査、森林サービス産業推進地域からの紹介、後述するフォーラム参加企業を中心に、9社への企業へのヒアリングを行った。

(2) 優良事例のまとめ

今回ヒアリングした企業においては、環境保全事業を入り口として取り組みを行っている企業が多かった。その取り組みから派生する形で、幅広い従業員もかかわるようになり、地域とのかかわりが強まっていくような流れが多く見られた。

森のプログラムの導入のきっかけは、各企業様々で、主なものとしては、環境保全や生物多様性への貢献、従業員の環境意識向上、CSR活動の一環としての取り組み、SDGsへの対応、地域社会との連携強化などが挙げられる。各企業の事業特性や経営戦略、社会的背景などが複合的に影響していることがわかる。

プログラム導入時に重視することとしては、実施場所へのアクセス、プログラムの内容が目的と合っているかどうか、従業員が能動的にかかわれるものかどうかなどが挙げられた。これらの課題に対して、研修への組み込みや従業員への費用補助、また外部専門家との連携や段階的な導入など、各企業が工夫を凝らして対応していた。今後は、取り組みをしている企業間での情報共有や協力が行えるよう、研修担当者のみを対象とした座談会や参加型プログラムなどを行うことなども考えられる。

森のプログラムの導入により、多くの企業でポジティブな結果が得られていることが分かった。従業員の環境意識向上、チームビルディングやコミュニケーションの促進、地域社会との関係強化、企業イメージの向上などが主な効果として報告されている。また、森林保全への貢献も大きな成果として挙げられており、企業の社会的責任を果たす上で重要な役割を果たしていると言える。またそれにより、企業の総合的な価値向上に寄与することが期待できる。

プログラム導入後における課題として、参加者の拡大と継続的な参加の促進、プログラムの効果測定と可視化、活動の継続性確保、コストと効果のバランス、地域社会との更なる連携などが主な課題として挙げられている。これらの課題は、森のプログラムをひとつの企業イベントではなく、企業の持続可能な成長に寄与する戦略的な取り組みとして発展させていく上で重要なポイントとなる。各企業が自社の状況に応じてこれらの課題に取り組み、創意工夫を重ねていくことで、より効果的で持続可能なプログラムの実現につながると考えられる。

従業員の参加を促進するため、各企業が様々な取り組みを行っていた。社内報やSNSでの情報発信、新入社員研修への組み込み、交通費補助などのインセンティブの付与、家族参加の推奨、経営層の参加によるトップダウンの推進などが主な施策として挙げられている。これらの取り組みにより、従業員の参加意欲を高め、活動の活性化を図っている。これらの促進策は、単独ではなく複合的に実施することで、より大きな効果が期待できる。定期的に参加状況や従業員のアンケート等を分析し、促進策の効果を検証・改善していくことで、より効果的な参加促進が可能になると考えられる。

各企業は、森のプログラムのさらなる発展を目指している。例えばプログラムの拡大と多様化、他企業や地域社会との連携強化、環境教育の場としての活用拡大などが今後の展望として挙げられている。これらの展望を実現するためには、長期的な視点での取り組みが必要となるため、社内における適切な人的リソース配分や効果の可視化、そして、効果がより高まるよう、企業と受入地域側の対話や連携によってプログラムのブラッシュアップを続けていくことが肝要である。

2. 普及冊子の作成

(1) 作成の目的

企業等に対して、研修等での森のプログラムの活用の有用性を明確に伝えることを目的とし、普及冊子を作成した。

(2) 調査結果

昨年度の本事業の調査から、森のプログラムを取り入れている企業が、導入を決定した理由は、「内容が魅力的だったから」「プログラムによる効果のエビデンスがあったから」「プログラムの提供目的に共感したから」といった項目が多くあげられていた。

そのため、普及冊子には、森のプログラムが企業活動にどのようなメリットをもたらすのか、具体的なデータをもとに示すこととした。これにより、企業はプログラムの効果を定量的に把握し、自社のビジネス戦略にどのように組み込むかを検討しやすくなる。企業担当者が導入に向けた1歩を踏み出すことを後押しするような内容とした。

【普及冊子(一部)】



3. ウェブサイト掲載用普及動画の作成

(1) 作成の目的

研修での森のプログラムの活用について、未導入の企業等がイメージしやすいよう、その具体的な内容や利点を視覚的に伝えるために、普及動画を作成した。

(2) 調査結果

動画では、TDKラムダ株式会社に協力いただき、令和6年度に同社が実施した2年次研修での森のプログラムの実施の様子を撮影した。その際、従業員の表情や声の雰囲気、また森のプログラム内の音（鳥の鳴き声や川の流れなど）、動画であるからこそ伝わるポイントを意識して、撮影・編集を行った。

また、研修担当者と従業員2名にインタビューを行い、企業の意図と従業員の感想を取り入れてプログラムの価値を伝えるようにした。

【普及動画(一部)】



(1) 開催目的

森林サービス産業に取り組んでいる山村地域と森のプログラムを研修等に活用したい企業等をつなぐことを目的に開催した。

(2) 開催概要

日時	2025年2月7日(金) 13~17時
場所	木材会館(東京都江東区新木場1-18-8)
参加費	無料
定員	会場100名、オンライン200名
参加対象者	①森林でのプログラム等の活用に関心がある企業等 ②森林サービス産業推進地域・森林サービス産業推進地域の関係者 ③森林サービス産業推進地域と、その利用に関心のある企業・団体との間のコーディネーター ④今後、森林サービス産業に取り組んでいきたいと考えている地域 ⑤「森林サービス産業推進地域」等と連携してサービスを提供したいと考えている企業等 ⑥①~⑤以外で、森林サービス産業に関心のある方
プログラム構成	第1部 13時~ ○主催者挨拶 農林水産副大臣 滝波 宏文 ○開催趣旨説明 林野庁森林整備部森林利用課山村振興・緑化推進室 室長 諏訪幹夫 ○基調講演 特定非営利活動法人Nature Service 共同代表理事 赤堀哲也氏 ○企業の活用事例発表 ・TDKラムダ株式会社 管理統括部 統括部長 内田明氏 人事部 人財グループ 森山さやか氏 ・大成建設株式会社 管理本部 人事部 人財研修センター長 田中康夫氏 ○調査報告 JTB総合研究所 研究員 臼井香苗 (休憩) ○森林サービス産業推進地域からのプレゼンテーション(11地域) 山形県上山市地域、長野県信濃町地域、長野県小海町地域、長野県木曾町地域、山梨県小菅村地域、東京都奥多摩地域、東京都檜原村地域、静岡県伊豆市地域、愛知県岡崎市地域、京都府南丹市地域、岡山県西粟倉村地域 第2部 15:45~ 地域と企業等との交流会

フォーラムは昨年度と同様に2部構成とし、第1部はセミナー形式、第2部は交流会形式とした。遠方の企業・地域でも情報を得られるよう1部はオンライン配信を行うとともに、2部はリアルな関係づくりを促進するため対面方式とした。また、昨年度アンケートでの意見を反映し、時間が長くかかってしまう1部の間に休憩時間を設けるとともに、当日のタイムスケジュールを記載した資料を配布した。

昨年度と同様に、どの参加者がどの立場で参加しているのかがひと目で分かるように、事前アンケートをもとに、ネームホルダーを色分けした。また、色だけだと分類が不明確になることもあるためネームホルダーに、立場を明記したラベルを貼付けた。

【「山村と企業をつなぐフォーラム」案内チラシ】

森のプログラムで安らぎと気づきを
社員の健康づくりやチームビルディング、企業活動の活性化などのために、企業や地域の関係者などをつなぐ。このフォーラムでは、企業でのプログラム活用事例や森林サービス産業の現状について、地域と企業をつなぐための取り組みを紹介する。

山村と企業をつなぐフォーラム
2025. 2/7 金 13:00 - 17:00 (開場 12:30)
参加費無料 定員：会場100人、オンライン200人

主催者挨拶
基調講演 特定非営利活動法人 Nature Service 共同代表理事 赤堀哲也氏
「森の力で解決する現代の経営課題」～ 社員の心と脳を向上させる新しいアプローチ～
企業の活用事例 1. TDKラムダ株式会社 管理統括部 統括部長 内田明氏
人事部 人財グループ 森山さやか氏
2. 大成建設株式会社 管理本部 人事部 人財研修センター長 田中康夫氏
調査報告 株式会社JTB総合研究所 臼井香苗氏
森林サービス産業推進地域からのプレゼンテーション 森林サービス産業推進地域

第1部 13:00~15:30 プログラム
第2部 15:45~17:00 ※会場参加者のみ参加できます ※各地域のブース自由にご覧いただけます！
企業と各森林サービス産業推進地域との交流

プレゼンテーション出席予定の森林サービス産業推進地域
森林サービス産業推進地域とは、地域の自治体や関係者が連携し、健康・観光・教育分野などの魅力的な森のプログラムの提供に取り組む地域です。
長野県信濃町 山形県上山市
長野県小海町 長野県木曾町
山梨県小菅村 京都府南丹市
東京都奥多摩 東京都檜原村
岡山県西粟倉村 山梨県小菅村
静岡県伊豆市 愛知県岡崎市

お問い合わせ先
● 森のプログラム研究員 臼井 香苗 k.usui@jtb.com.jp
● 事務局 山村振興 緑化推進室 櫻井 祥峰 forest_staff@aff.go.jp

申込 申込フォームから事前に申し込みください。
https://www.city.yamanashi.lg.jp/sanonyasei/forum_2025 (申込期間：令和7年1月31日(金))

プログラムの詳細は裏面をご覧ください

(3) フォーラム開催結果

会場参加：105名

(内訳)

- ① 森林でのプログラム等の活用に関心がある企業等：19名
- ② 森林サービス産業推進地域・森林サービス産業推進地域の関係者：27名
- ③ 森林サービス産業推進地域と、その利用に関心のある企業・団体との間のコーディネーター：9名
- ④ 今後、森林サービス産業に取り組んでいきたいと考えている地域：7名
- ⑤ 「森林サービス産業推進地域」等と連携してサービスを提供したいと考えている企業等：11名
- ⑥ ①～⑤以外で、森林サービス産業に関心のある方：32名

オンライン参加者：175アカウント

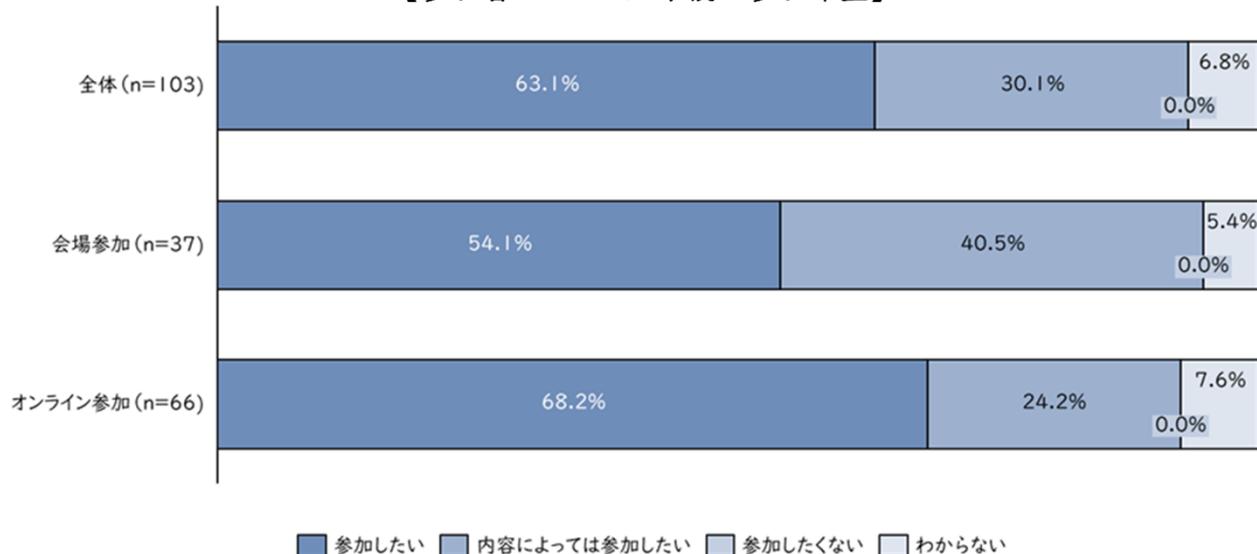
(4) フォーラム開催まとめ

2回目のフォーラムが開催され、参加者から好評を得た。森林サービス産業の認知度は広がりつつあるが、山村地域単独での企業開拓には限界がある。林野庁主催のフォーラムは、企業と地域をつなぐ重要な役割を果たしている。

今年度は、特に、森のプログラムの効果の可視化の重要性やその方法を伝えることができた。コーディネーターの参加も増え、企業と地域を結ぶ架け橋としての役割が期待される。

今後の課題としては、より多くの企業に会場での参加を促すため、事前告知やプログラム内容をさらに工夫する必要があると考えられる。

【参加者アンケート 今後の参加希望】



【フォーラムの様子】



1. 裾野を広げるための情報発信

- ① フォーラムの展開: 都内での定着に加え、首都圏以外の都市部でも情報発信の機会を設ける。
- ② 企業ニーズに即した価値提案: 従業員の健康づくり、企業文化醸成、ブランド価値向上など、具体的な課題解決策として森のプログラムを位置づける。
- ③ 第三者からの発信強化: 中小企業診断士による経営改善や人材育成の観点からの提案や、産業医・カウンセラー等による健康面での効果等、専門的な第三者的な立場からの発信は、信頼度が高く受け入れてもらえる可能性が高い。
- ④ 地域自治体の役割: 森林サービス産業に取り組む地域自治体からの域内企業への働きかけを行うことで、企業の参加障壁を下げるとともに、地域貢献としての効果も期待できる。また、地域商社や観光協会などの多様な主体と効果的に連携することで、さらなる発展につながることを期待できる。

2. 効果の可視化

- ① 効果の可視化の重要性: 企業担当者がKPI設定の必要性を認識しつつも、適切な指標設定や評価方法に困難を感じている。そのため標準的なKPIセット(従業員の健康・福利厚生に関する指標、環境貢献に関する指標、経営効果に関する指標など)を含めた包括的な指標のリストが提供できるとよいと考えられる。
- ② KPI測定方法のガイドライン作成: 各KPIについて、具体的な測定手法、必要なデータ、測定頻度などを明確に示すことで、企業が容易に評価を実施できるようサポートする。このガイドラインには、既存の社内調査や健康診断結果の活用方法、簡易的な環境調査の手法なども含めることが有効である。
- ③ 効果測定に関するワークショップやセミナーの開催: 実践企業が増加していることを踏まえ、企業担当者が事例を共有し学び合う機会を提供することで、より実践的な知識の普及を図ることができると考えられる。

3. コーディネーターの活用

- ① コーディネーターの重要性: 森林サービス産業の普及と発展に重要な役割を果たす可能性があり、専門知識、山村地域の現状・魅力、企業ニーズへの理解を兼ね備えた人材の情報発信や、育成などが必要となる。
- ② コーディネーターの役割: 単なる仲介者ではなく、森林サービス産業のエコシステム全体を活性化させる触媒としての役割が期待される。
- ③ 地域とコーディネーターの相互作用: 森林サービス産業に取り組む地域では、コーディネーターから得られた知見や課題をプログラム開発や受入環境整備に活用することで、より多くの企業の受け入れにつなげることができると考えられる。

4. 森林サービス産業推進地域でのプロモーション

- ① 友好的情報発信の役割分担:
地域: 企業は、自社との関わりやアクセスの利便性を重視していることから、地元企業へのプロモーションを優先
国: 各地域の情報をとりまとめ、都市部の企業等への集約的な情報発信
- ② 長期的な関係構築の重要性: 企業と山村地域・森林のwin-winの関係を目指し、地域側の具体的成果を数値化して提示することにより、企業にとっての投資効果を明確化することが有効である。同時に、定期的な情報提供とフィードバック収集を行うことで、森林サービス産業の持続的な発展と、企業との強固なパートナーシップの確立が可能となると考えられる。。