

令和7年度

森林コンテンツ育成・普及対策事業

報告書

令和8年3月

林野庁



# 目 次

第1章 事業概要 .....	3
1. 事業実施の背景と目的 .....	3
2. 事業の全体像 .....	4
第2章 企業ニーズ調査・分析 .....	6
1. 導入企業のヒアリング調査 .....	6
(1) 対象企業の抽出・選定 .....	6
(2) 調査項目 .....	7
(3) 調査結果 .....	7
(4) 森の企業研修・オフサイトミーティングの特徴 .....	16
2. 森のプログラム紹介動画制作 .....	18
(1) 制作の目的・概要 .....	18
(2) 動画の構成 .....	18
(3) 動画の概要 .....	19
3. 企業アンケート調査 .....	19
(1) 対象企業の抽出・選定 .....	19
(2) 調査項目 .....	20
(3) 調査結果（①企業規模別） .....	21
(4) 調査結果（②三大都市圏・地方圏別） .....	33
(5) 森の企業研修・オフサイトミーティングの導入の方向性 .....	44
第3章 優良事例の収集・分析 .....	54
1. オンラインヒアリング調査 .....	54
(1) 15地域の選定・概要 .....	54
(2) ヒアリング項目 .....	55
(3) ヒアリング概要 .....	56
2. 現地視察調査 .....	71
(1) 5地域の選定・概要 .....	71
(2) 調査項目 .....	71
(3) 調査概要 .....	72
3. 普及冊子の作成 .....	82
(1) 作成の目的 .....	82
(2) 内容概要 .....	82

4. 優良事例のまとめ .....	88
(1) コーディネーターの情報 .....	88
(2) 優良事例から明らかとなった森のプログラムづくりの考え方 .....	91
<b>第4章 セミナー及びフォーラムの開催 .....</b>	<b>92</b>
<b>1. セミナーの開催 .....</b>	<b>92</b>
(1) 開催目的 .....	92
(2) 開催概要 .....	92
(3) 開催内容と開催にあたっての工夫 .....	96
(4) 開催結果（参加者、アンケート） .....	97
(5) まとめ .....	104
<b>2. フォーラムの開催 .....</b>	<b>106</b>
(1) 開催目的 .....	106
(2) 開催概要 .....	106
(3) 開催内容と開催にあたっての工夫 .....	110
(4) 開催結果（参加者、アンケート） .....	111
(5) まとめ .....	115
<b>第5章 森林空間利用の普及に向けた支援策の方向性 .....</b>	<b>118</b>
<b>資料編 .....</b>	<b>123</b>
セミナー資料 .....	124
フォーラム資料 .....	185

# 第1章 事業概要

## 1. 事業実施の背景と目的

山村地域の活性化には、森林資源のマテリアル利用の推進による林業・木材産業の発展に加え、森林空間を活用した体験プログラム（森のプログラム）の展開による多面的な活用の推進が重要である。企業・団体が抱える多様な課題や関心に対して、森のプログラムがもたらす効果は貢献し得る可能性が高く、企業等は潜在的な需要先として期待される。

近年、SDGs や CSV の観点から、企業による地域課題解決や地域活性化に向けた取組が活発化している。カーボンニュートラルやネイチャーポジティブの実現に向けた要請の高まりを背景に、森林は CO<sub>2</sub>吸収源としてのみならず、生物多様性保全や水源涵養等の観点からも重要性が高まっており、企業による森林づくり、森林由来 J-クレジットの創出、木材利用の促進など、官民連携による森林利用の取組が進展している。

令和2年度から登録が始まった森林サービス産業推進地域は、令和7年7月時点で全国58地域に拡大し、企業向けプログラムの開発、エビデンス取得、ガイド人材の育成等、企業受入れの基盤形成が進んでいる。各地域では、企業研修、福利厚生、環境学習等の多様な目的に対応する取組が展開されている。

一方で、企業における森林空間利用への理解や、地域とのマッチングは全国的に十分進んでいるとは言えない。令和6年度調査では、①首都圏以外の都市部における情報発信機会の拡充、②企業の具体的ニーズに即した価値提案の重要性、③自治体主導の取組における企業ニーズへの柔軟な対応、④プログラム効果の可視化と適切な KPI 設定手法の必要性、⑤企業と地域をつなぐ専門的コーディネーターの把握・育成の必要性が示された。これらの示唆は、企業課題と森林空間利用を結び付けた取組の普及において、的確な企業ニーズの把握、受入体制の質の向上、仲介機能の強化が鍵となることを示している。

以上を踏まえ、本事業では、企業等における森のプログラムの利用促進を目的として、企業ニーズの調査・分析、優良事例の収集・分析、フォーラム開催等による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

都市部の健康経営に取り組む企業等を対象に、森のプログラムの利用に関する企業ニーズの収集・分析を行った。

今年度は「森林を活用した人的資本経営・価値創造経営」を主なターゲットとし、組織開発・人材開発を主眼に森のプログラムを導入している企業へのヒアリングを実施し、活用の具体像と効果に関する情報を収集した。得られた知見をもとに事例の整理と傾向分析を行い、企業のプログラム活用事例集および普及動画を制作した。さらに、これらの内容を活用して人的資本経営、価値創造経営、自然資本経営に取り組む企業のニーズに関する意向調査を実施し、関心のある企業の把握とニーズの傾向分析を行った。

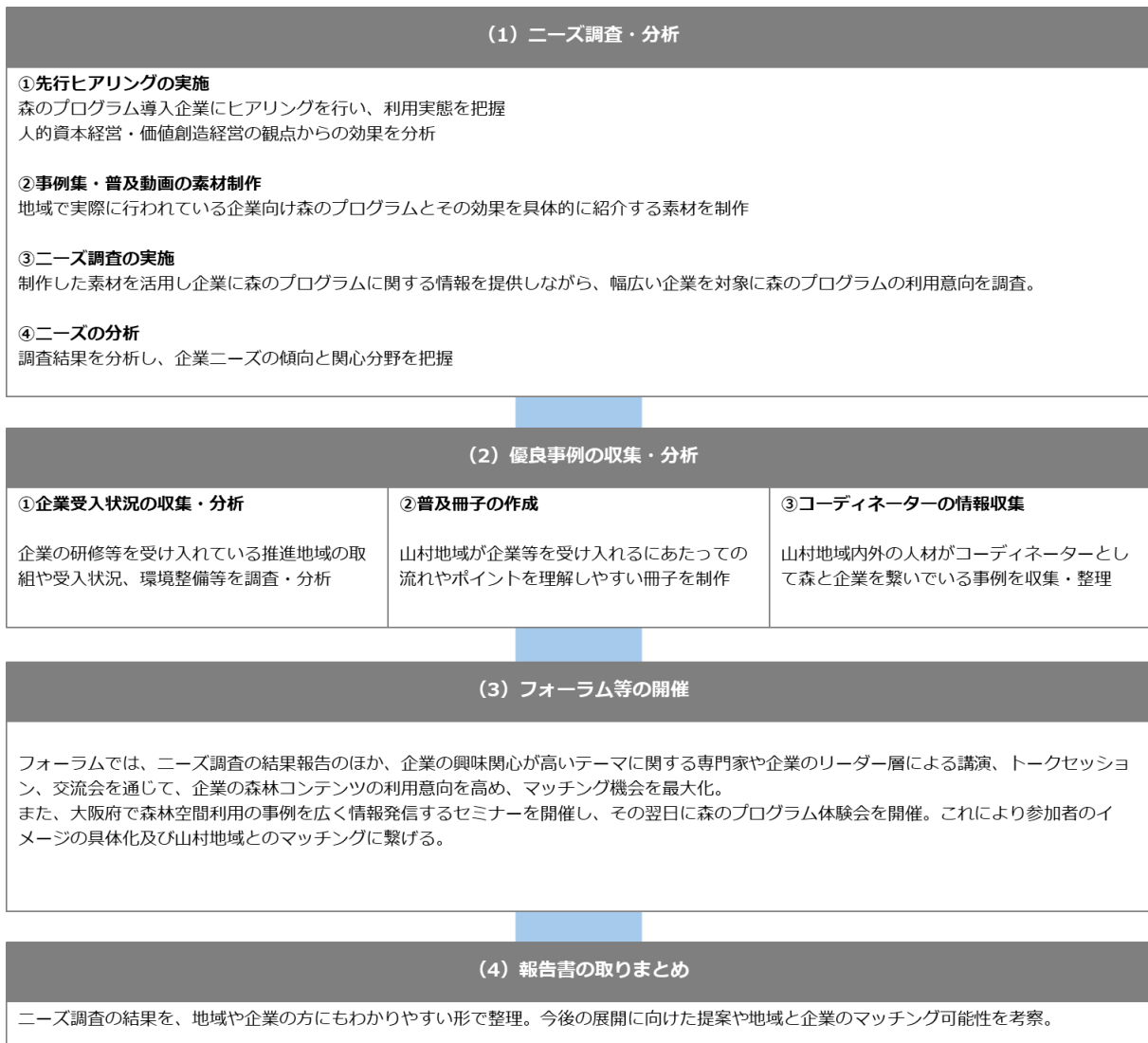
### (2) 優良事例の収集・分析

企業の研修等を受け入れている森林サービス産業推進地域を対象に、受入状況や受入にあたっての地域の取組・環境整備等について調査・分析を行い、地域が企業研修等を受け入れる際のポイントを整理した普及冊子（A4判カラー20ページ）を作成した。調査は、企業の受入実績を有する15地域へのオンラインヒアリング及びそのうち5地域に対する現地調査を実施した。また、調査においては山村地域内外のコーディネーターによる企業との連携事例や、若者・女性、移住者・関係人口を含む多様な主体の連携情報を収集・整理した。

### (3) フォーラム等の開催

森林サービス産業推進地域と企業等とのマッチングを図るため、東京都内において2月にフォーラム（会場・オンライン併用）を開催し、ニーズ調査の結果報告のほか、企業の興味関心が高いテーマに関する専門家や企業のリーダー層による講演、トークセッション、交流会を通じて、森のプログラムを展開する山村地域と企業等とのマッチング機会を提供した。あわせて、フォーラムの事前研修として推進地域向けのオンライン研修を開催した。オンライン研修では、推進地域紹介シートのブラッシュアップ及びフォーラム当日のプレゼンテーション作成の支援、次年度以降の事業運営において参考になる情報の共有を目的として、企業ニーズ調査の結果、企業ニーズへのアプローチポイント、補助事業についての情報提供を行った。また、より多くの企業等に森のプログラムの利用を促すため、首都圏以外の都市部として大阪府大阪市において11月にセミナーを開催し、企業における森のプログラム活用の意義や事例を発信した。あわせて、セミナー翌日に、兵庫県宍粟市において主に企業の人材育成担当者を対象に森のプログラムの体験会を実施した。

図表 1-1 事業の全体像イメージ図



企業と地域のマッチング機会の創出へ

## 第2章 企業ニーズ調査・分析

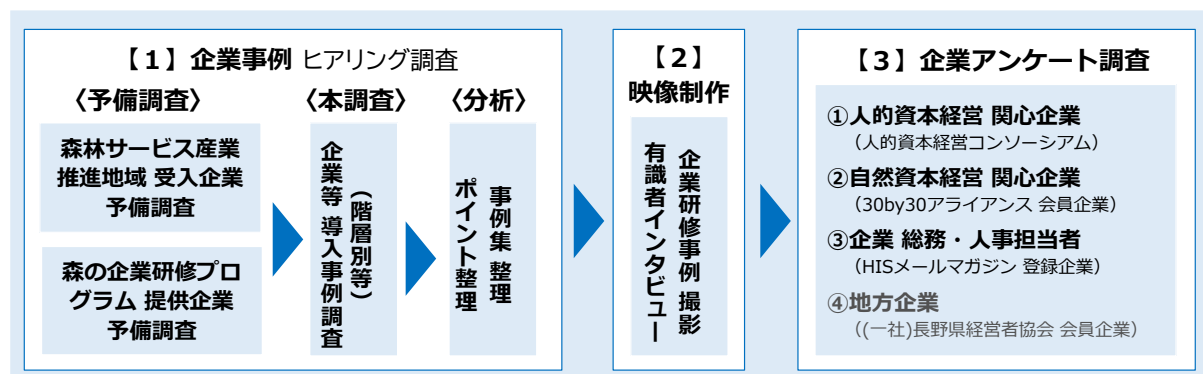
近年、変化が激しく予測困難な「VUCAの時代」、社会課題が多様化・複雑化する「SDGsの時代」を迎える中で、社会経済の変化に合わせた組織・事業の変革や社員の意識改革・行動変容に向けて、「人的資本経営」への要請が高まりを見せている。

こうした中で、特にコロナ禍以降、企業において、非日常の森林等の自然環境の特徴を活かした「森のプログラム」を企業研修・オフサイトミーティング等に取り入れ、エンゲージメント向上からチームビルディング、リーダーシップ開発、組織・事業の変革・構築等を目指す取組が拡がりを見せている。

しかし、その目的や内容、傾向やそのニーズ等は十分に整理されてきていないことから、本調査では、森のプログラムを先進的に導入している企業に対して「【1】企業事例ヒアリング調査」を行い、具体的にどのような森林空間の特徴を活用し、どのようなプログラムを構築して、どのような効果を期待しているかを調査して事例集をまとめるとともに、ポイントを整理することで、企業ニーズに沿ったプログラム提案を行い、企業による森のプログラムの利用促進を図ることとした。

さらに、企業等のニーズ把握に際して、回答企業が具体的なイメージを掴んだ上で回答頂けるように、企業研修事例や有識者インタビューを交えた「【2】映像制作」をした上で、多様な属性の企業等を対象に「【3】企業アンケート調査」を実施した。

図表 2-1-1 令和7年度森林コンテンツ育成・普及対策事業 企業ニーズ調査 実施フロー



### 1. 企業事例ヒアリング調査

#### (1) 対象企業の抽出・選定

調査の実施に際して、①林野庁による「森林サービス産業推進地域」を対象とした実態調査の結果、②林野庁「企業における森のプログラムの活用事例」、③(公社)国土緑化推進機構「森林サービス産業（森林を活用した企業研修等）先進事例集」、④その他受託事業者で把握している企業の事例を対象に予備調査を行い、調査対象となり得る「森の企業研修・オフサイトミーティング」を実施している企業候補を抽出した。

そして、どのような人的資本経営に関わる課題解決を意図して森のプログラムが構築されているかという観点に加えて、若手・中途採用者向け、中堅層向け、部署別・チーム向け、経営層・幹部向けという4つの階層等別の特徴を整理できるように、各タイプのバランスを考慮して図表2-1-2の通り、14の企業・団体等を調査対象として選定した。

図表 2-1-2 「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入企業事例 調査対象

タイプ	導入企業名	開催地	企業研修・ オフサイトミーティングの特徴	主な対象					内容								
				若手・ 中途採用者向け	中堅層向け	部署・ チーム等向け	経営層・ 幹部層	社員有志	取 引 先 向 け	森 林 浴	集 団 で の 野 外 活 動	集 団 で の 冒 険 活 動	森 づ く り	も の づ く り 活 動	焚 き 火	視 察 学 習	地 域 交 流
【主に若手・中途採用者】 森林浴や協働活動等を通じた チームビルディング・ エンゲージメント向上	① アルファテックス(株)	長野県 小海町	健康経営・チームビルディング等に向けた「新入社員研修」や「協定締結」による地域交流活動を導入	○				○	○					○	○	○	
	② 伊藤忠商事(株)	滋賀県 高島市	森林整備活動等を通じた企業理念や地域の現場を学び、チームビルディングに繋ぐ「合宿研修」の導入	○						○						○	
	③ TDKラムダ(株)	長野県 信濃町	社有林を活用して、若年社員を中心にチームビルディング・ストレスマネジメントに向けた研修を導入	○	○		○		○	○	○	○	○	○	○	○	○
	④ 日本事務器(株)	長野県 信濃町	若手社員と管理職を対象に、セルフケア・キャリア開発・コミュニケーション促進に向けた研修を導入	○			○		○								
【主に中堅層】 森林での協働活動等を通じた チームビルディング・ リーダーシップ開発	⑤ 安全自動車(株)	山梨県 富士河口湖町	予定調和ではない自然環境を舞台にした「冒険教育プログラム」で、挑戦心を育み、組織力を高める		○					○	○				○		
	⑥ NTT東日本(株)	山梨県 富士河口湖町	関係性構築・コミュニケーション促進・アクションプラン遂行促進に向けて「アウトドア研修」の導入	○	○	○				○					○		
	⑦ (株)エンチョー	静岡県 富士宮市	社内のコミュニケーション促進・リーダーシップ開発等に向けた研修として「森林整備活動」を実施	○			○		○	○	○						
	⑧ 川崎工業(株)	岐阜県 白川村	厳しく予測困難な自然に対峙して問題解決に取り組む「冒険プログラム」を活用した「マネジメント研修」を導入		○					○	○						
【主に部署別・チーム等】 森林の6次産業化事業の視察 や協働活動等を通じた 組織力強化・新事業構想	⑨ 小田原鉱石(株)	神奈川県 小田原市	新規事業創出・エンゲージメント向上に向けて、6次産業化する林業会社への「観察研修合宿」を導入				○			○					○	○	
	⑩ 群馬県 産業経済部	群馬県 長野原町	6次産業化事例の視察や森林体験等を通して新たな発想を生み出す部署横断的な「合宿型研修」の導入			○			○						○	○	
	⑪ TIS(株)	和歌山県 田辺市	社員のキャリア開発と新事業創出の可能性を見据えた地方での「健康経営ワーケーション」を導入			○			○		○				○	○	
【主に経営層・幹部】 森林での協働活動や 深い内容・対話等を通じた 組織力強化・ビジョン創出	⑫ トヨタ・コニック(株)	群馬県 長野原町	“焚き火”を通して深い対話・内省による新たな発想を生み出す「合宿型オフサイトミーティング」の導入			○		○		○					○	○	
	⑬ (株)クライス &カンパニー	山梨県 山中湖村	自己・他者理解からビジョン共有・策定等に向けて、森の中で2泊3日を過ごす「森の研修」を導入	○			○	○	○	○					○		
	⑭ (株)シナネンホールディング	長野県 軽井沢町	企業統合に際してビジョン共有や組織文化の転換、チームビルディング等に向けた「経営合宿」を導入	○	○		○	○	○	○					○		

## (2) 調査項目

企業ヒアリング調査では、森林・自然等を活かしたプログラムの特徴が明らかになるように、図表2-1-3の通り、i) 組織概要、ii) 導入プログラムの概要、iii) プログラムの目的・期待する効果、iv) 具体的なプログラム構成・特徴、v) プログラムの実施体制、vi) 導入の経緯・プログラムの変遷、iv) 実績および効果・今後の展望という調査項目を設けた。

## (3) 調査結果

個別企業(14事例)のヒアリング調査結果は、「事例集」としての「紹介シート」の形で整理した。

また、各導入企業等が、「森の企業研修・オフサイトミーティング」の目的や期待する効果について、図表2-1-4にとりまとめた。「コミュニケーション活性化・チームビルディング」に関する項目は、いずれも全ての企業等で主目的・目的と位置付けており、半数以上の企業が主目的と位置付けていた。また、「視点・思考の転換、創造性の涵養」や「意識転換・行動変容の促

進、組織・事業の変革・構築の促進」、「企業との関係性深化、帰属意識の向上」、「自律性・リーダーシップの開発」が、3割以上の企業等が主目的に位置付ける結果となった。

図表 2-1-3 企業ヒアリング調査 調査項目

i) 組織概要	①企業名・URL ②所在地（本社 所在地、研修等参加事業所 所在地） ③業種・企業規模（社員数） ④担当部署（担当窓口・研修企画・実施担当部署）
ii) 導入プログラムの概要	① プログラム名 ② 目的・期待する効果 ③ 対象・規模（人数） ④ 期間（日数・時期） ⑤ 開始年度／直近3年の実施回数 ⑥ 実施場所・施設名
iii) プログラムの目的・期待する効果	(A).チームビルディング・社内コミュニケーション強化 (B).経営・プロジェクトに新たな視点をもたらす〈組織開発〉 (C).能力向上・内省〈人材開発〉 (D).心と体の健康づくり〈ウェルビーイング〉 (E).自社事業・企業理念に対する理解向上 (F).環境教育〈サステナビリティ人材育成〉
iv) 具体的なプログラム構成・特徴	① プログラム毎の時間／プログラム名／そのねらい ② プログラムデザインの考え方、その工夫やその特徴等 ③ 活用している森林・施設等の特徴、その場所を使用する理由等 ④ 研修目的の実現・効果を高めるための実施前後の取組と工夫等
v) プログラムの実施体制	① 受入組織名 ② 企業側と受入組織側の役割分担（企画段階から当日の実施まで） ③ プログラム実施時の指導者等（専門的なスキル等の特徴） ④ 特徴的な連携・協働方法やその工夫・ポイント
vi) 導入の経緯・プログラムの変遷	①導入前に抱えていた企業の経営課題、組織・社員の課題等 ②導入のきっかけ（受入組織・プログラムを知った経緯、導入に向けた検討・調整のプロセス、採用の要因・決め手） ③導入時の提供組織間や社内での調整要素（課題とその解決策） ④プログラムの改善の変遷と継続要因・決め手等 ⑤その他
iv) 実績および効果・今後の展望	① これまでのプログラムの実績（回数・人数） ② プログラムの効果（担当者の所感、参加者・意思決定者の声） ③ プログラムの効果を高める要因等 ④ 森林・自然等有する特徴（SDGs・VUCA な特徴等に対応して） ⑤ 今後の展望や希望 ⑥ その他

図表 2-1-4 「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入企業 目的・期待する効果

分野	カテゴリ	期待される効果 (主目的:◎、副次的:○)	主に若手・中途採用者				主に中堅層			主に部署別・チーム等				主に経営層・幹部		割合
			アルファテック(株)	伊藤忠商事(株)	TDK(株)	日本事務器械(株)	安全自動車(株)	NTT東日本(株)	㈱エンテコー	川崎工業(株)	小田原鉱石(株)	群馬県産業経済部	TIS(株)	トヨタ(株)	㈱クライス&カンパニー	
企業研修・オフサイトミーティング	組織づくり	コミュニケーション活性化・チームビルディング	◎	◎	◎	○	○	◎	◎	◎	○	○	○	○	◎	100%
		心理的安全性の向上、フラットな関係性の構築	◎	◎	◎	○	○	◎	◎	◎	○	○	○	○	◎	100%
		主体性の涵養・コミュニケーションの活性化	○	○	◎	○	◎	◎	◎	◎	○	○	○	○	◎	93%
	組織・事業の変革・構築	協力量・一体感の醸成、自己・他者認識の促進、チームビルディング	◎	◎	○	○	○	◎	◎	◎	○	○	○	○	◎	93%
		視点・思考の転換、創造性の涵養	○	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	○	○	○	○	93%
		多面的・総合的な思考力・判断力の醸成、共創性の涵養	○	○	○	◎	◎	○	○	◎	◎	○	○	◎	◎	86%
人づくり	意識転換・行動変容の促進、組織・事業の変革・構築の促進	○	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	○	○	◎	◎	64%	
	エンゲージメントの向上	○	◎	○	○	○	○	○	○	○	○	○	◎	○	93%	
	企業理念・事業目的の理解・浸透	○	◎	◎	◎	○	○	○	○	○	○	○	◎	○	64%	
	企業との関係性深化、帰属意識の向上	○	○	◎	◎	○	○	○	○	○	○	○	◎	○	86%	
	モチベーションの向上、自律的キャリア開発	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎	○	○	○	○	◎	71%	
	自己受容・自己効力感の向上、自立性・挑戦心の涵養	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	◎	64%	
心と身体の健康づくり		◎	◎	◎	○	○	○	○	○	○	◎	○	○	○	36%	
SDGs・環境教育(サステナビリティ人材育成)		○	○	○	○	○	○	◎	○	○	○	○	○	○	29%	

【凡例】 ◎が7つ以上 ◎が4つ以上

〈事例①〉 アルファテック株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例①



**アルファテックス株式会社**

URL <https://www.alfa-teccs.co.jp/>

業種 情報・通信業 (ITサービス提供)

従業員数 131人 (2025年10月)

本社所在地 東京都品川区

---

**取組の特徴** 健康経営・チームビルディング等に向けた「新入社員研修」や「協定締結」による地域交流活動を導入

**実施地域** 森林サービス産業推進地域「長野県小海町地域」

**受入組織** 諺うまちこうみ事務局

**実施概要** 人が企業を支えているという考えのもと、①動きやすい職場の関係づくり、②社員のヘルスケア向上、③対話力・交流力・発想力の向上を位置付け、自然豊かな地方の自治体との連携を検討する中で、「諺うまちこうみ」のモニターツアーに参加し、事業コンセプトやプログラムに共感。恵まれた自然環境や文化施設、非日常を味わえる遠度な距離間（ハード面）と、小海町の人々の世話好き気質や官民一体的な町おこし意識（ソフト面）が、会社が求めるコアバリュー「なかま意識」の醸成と親和性が高いことから、協定締結に至る。

**導入の経緯と決め手**

- 社業が経理業務のアウトソーシングが中心で、クライアントに出向した社員間の交流が少なかったり、デスクワークが中心のため社員の健康増進が課題となっていた。
- 経営方針に①動きやすい職場の関係づくり、②社員のヘルスケア向上、③対話力・交流力・発想力の向上を位置付け、自然豊かな地方の自治体との連携を検討する中で、「諺うまちこうみ」のモニターツアーに参加し、事業コンセプトやプログラムに共感。
- 恵まれた自然環境や文化施設、非日常を味わえる遠度な距離間（ハード面）と、小海町の人々の世話好き気質や官民一体的な町おこし意識（ソフト面）が、会社が求めるコアバリュー「なかま意識」の醸成と親和性が高いことから、協定締結に至る。

**プログラムの構築とねらい・工夫**

- 小海町に移住した創業者（会長）の講話で、企業理念の浸透や地域への親しみを育むとともに、健康経営の観点から「セラビーウォーク」等、チームビルディングに向けて「焚き火」「協働作業」等、社業がITを活用したサービス業であるため、お客様との対話を通じた共感性を伸ばすことが重要であるため「地域との交流」を設定。
- 小海町を自社の「ふるさと」にするべく、委員会を組織して地域活性化支援も取り組む。

**プログラムの効果、担当者・参加者の声**

**【効果】** 全社員の約6割が参加し、社員共通の話題となることで、縦・横を結びきっかけとなる共通体験となり、社員の仲間意識の醸成に繋がっている。ワーケーションを通して他部門の業務への関心を高められている。人材採用面でも他社との差別化になっている。

**【担当者の声】** 「非日常の環境であることで、心理的安全性を保ちながら対話ができ、職場だけでは掴みきれない社員の個性把握、役員・幹部との関係性が構築できている。」

**【参加者の声】** 「自然の中で歩きながら対話することで、リラックスして交流を深められた。会議室での会議ではできない話がたくさんでき、横の繋がりが強固になったと感じた。」

**「森のプログラム」導入事例**

- ①新入社員研修（新入社員対象/2泊3日）
- ②中堅社員研修（中途採用者対象/2泊3日）
- ③地域交流活動（委員会によりオペラ開催やワイン製造等も実施）



**◆新入社員研修（新入社員対象/2泊3日）**

日程	プログラム	ねらい・内容
1日目	松原湖セラビーウォーク	自然の中で五感を開き、心と心をつなぐセラビーウォーク。セラビストや町の方々の対話・交流を通じた関係性構築。
	研修ワーク（オリエンテーション）	解放された状態で研修ワーク（オリエンテーション）
	ヨガセラビー	心と体とゆっくり向き合う時間。今の自分の状態を知る。
2日目	農業体験	食の大切さを学ぶとともに、協働作業で仲間意識を深める。
	町職人との対話	町の人との対話で、想い・課題等を知り、町への愛着を持つ
	飯盒炊飯	慣れない作業を役割分担することでチームビルディング。
3日目	焚き火セラビー	焚き火を囲みながら、普段よりも深い対話を促進
	アートセラビー	描画による内面的な気持ちを通じた自己・他者理解を促進。
	研修ワーク（まとめ）	3日間を通じた自身や仲間との関係性等の変化をふりかえり、まとめる。

## 〈事例②〉伊藤忠商事株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例②



**伊藤忠商事株式会社**

業種 総合商社

URL <https://www.itochu.co.jp/>

従業員数 4,215名 (2025年)

本社所在地 東京都港区

**取組の特徴** 森林整備活動等を通じた企業理念や地域の現場を学び、チームビルディングに繋ぐ「合宿研修」の導入



**実施地域** 森林サービス産業推進地域「滋賀県高島市地域」

**受入組織** (公社)びわ湖高島観光協会、森林公園くつきの森

**実施概要**

社会貢献協定を締結した滋賀県と協働して、地域の行政・事業者等の課題把握を経て、解決策の企画提案を行うプログラムを通して、企業理念である「三方よし」という商人の精神を主体的に学ぶ「合宿研修」を実施。森林整備活動等のフィールドワークを通して、チームビルディングとともに、多面的・分野横断的なもの見方・デザイン思考も学ぶ。

### 導入の経緯と決め手

- 2022年に滋賀県と社会貢献協定を締結した中で、新入社員研修で伊藤忠グループ企業理念「三方よし」を実践するため、滋賀県との協業プロジェクトとして合宿研修を創設。
- 滋賀県が一次産業を重視しており、伊藤忠商事もマーケットインの発想で暮らし(衣食住)を支える高材・サービスに強みを持っており、林業にも着目。
- 新入社員研修の受入実績があり、「現場主義」を実践する場として森林整備活動も選定。

### プログラムの構築とねらい・工夫

- 自治体による講義・インタビューとフィールドワークを通して、地域課題を把握。課題解決のアイデアの壁打ち・仮説検証を経て、新規事業提案を行うことで、知識やスキルの習得だけでなく「三方よし」という商人の精神を研鑽するプログラムを構築。
- 3つの小テーマを設け、様々な事業分野の受入先8つを設定することで、地域課題解決に向けた多面的なもの見方、部署間連携によるデザイン思考を育めるようにしている。
- 新入社員約130名を24チームの少人数に分け主体性等を醸成。伊藤忠グループ全体のリソース活用(例:事業領域の知見提供や実現可能性の検証など)の視点も入れ、リアリティの向上を促す。

### プログラムの効果、担当者・参加者の声

**【効果】** 非日常の環境に身を置くことで、本社では見られない一面が見られる。フィールドワークを通して連帯感が高まり、チームビルディングにも寄与。地域課題やビジネスの現場に直接触れる機会や、社会や事業を捉えるきっかけにもなっている。

**【担当者の声】** 「フィールドワークでは、作業を進める中で自然と会話が生まれ、役割分担によりチームワークが生まれ、新入社員同士のコミュニケーションも非常に活発」

**【参加者の声】** 「地域との交流・体験を通して、「三方よし」の理念が実際のビジネスや地域づくりの場で具体的に機能していることを実感した」

### 「森のプログラム」導入事例

- ①新入社員研修 合宿研修(滋賀県との協業プロジェクト)  
(4泊5日のうち1日森林活動等、2日間企画検討・提案)



### プログラム事例

- ◆新入社員研修 合宿研修(滋賀県との協業プロジェクト)

日程	プログラム	ねらい・内容
1日目	滋賀県によるプレゼンテーション・チーム対話	全体テーマ「琵琶湖と共生する自然豊かな滋賀県における持続可能な地域づくり」、小テーマ「循環型高品質農業」(農村地域の賑わいの創出「関係人口」に関する現状・課題認識)
2日目	高島市インタビュー 創業地訪問	インタビューを通して、地域の具体的な課題を共有 近江商人の原点を学ぶため、滋賀県の創業地を訪問
3日目	《フィールドワーク》 オリエンテーション	※小テーマ「関係人口」の事業として「森林整備」班を指定(8つの受入先の1つで「森林公園くつきの森」が選定)
3日目	森林整備活動	3班に分かれ枯損木の処理・除伐、遊歩道の整備等
3日目	昼食	参加者同士・指導者と交流
3日目	森林整備活動	午前と同様。活動前後の状況を確認し、成果を共有
3日目	質疑応答	参加者同士で疑問項目を議論し、指導者が質疑応答
4日目	壁打ち・仮説検証	「森林整備」班では、「関係人口」の創出に向けて企画検討
5日目	最終提案	滋賀県知事・伊藤忠商事COOへのプレゼンテーション(「関係人口」の創出に向けて①イベントの訪問、②苗木育、③企業研修等が提案)

## 〈事例③〉TDKラムダ株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例③



**TDKラムダ株式会社**

業種 電源機器メーカー

URL <https://www.jp.lambda.tdk.com/>

従業員数 676名(単体/2025年3月)

本社所在地 東京都中央区

**取組の特徴** 社有林を活用して、若年社員を中心にチームビルディング・ストレスマネジメントに向けた研修を導入



**実施地域** 森林サービス産業推進地域「長野県信濃町地域」

**受入組織** しなの町Woods-Life Community

**実施概要**

社有林における「ものづくり体験」によるチームビルディングやエンゲージメント、「森林セラピー®」によるストレスマネジメント等を組み込んだ新入社員研修を実施。同期の悩み相談・絆の構築を目的に2・3年次と、昇格意欲喚起やキャリア開発を目的に6年次に研修実施。採用活動でも企業の特徴として活かすなど、企業の象徴的行事として定着。

### 導入の経緯と決め手

- 遊休資産化していた社有林の有効活用のため、2007年に信濃町と「森林の里親協定」を締結(整備は地元団体に委託)。
- 信濃町が森林セラピー®を取り組んでおり、社有林を活用した研修の受入体制があることが決め手となり、翌年春から本社で開催していた新入社員研修を信濃町で開催。
- 従前の研修費用とあまり変わらず、早期離職の抑制等の効果も見られ、継続的に実施。

### プログラムの構築とねらい・工夫

- 受入組織に相談し、通常の座学研修と組み合わせ、地域が養成する「森林メディカルトレーナー」が提供できるプログラムを研修に導入。若手社員の個性把握やチームビルディング等のために社有林での森林整備・ものづくり体験(間伐材を使ったオブジェづくり)等や、ストレスマネジメントを目的に森林セラピー®やアロマ・ヨガを導入。
- 1〜3年目に加え、エルダー研修、昇格意欲喚起・自己のキャリア検討の場の提供等の観点で6年次研修まで拡大。経営層向けコーチング研修も実施。
- 研修の講師・トレーナーを固定して、若手社員と気軽に対話できるように工夫。

### プログラムの効果、担当者・参加者の声

**【効果】** 全社員の5割以上の共通体験となり、共通の話題で連帯感醸成にも繋がり、結果として早期離職率の減少(12%→4%)に寄与。採用活動でも新求しており、研修制度を重視する学生の入社決め手になる場合もある。

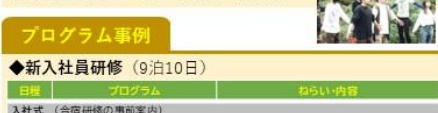
**【担当者の声】** 座学だけでは新入社員同士や人事担当との心のバリアがなくならないが、非日常の環境での協働活動を通して、関係性が深まっている。

**【参加者の声】** コミュニケーションが苦手だが、森での研修では対話しやすく安心できる。焚き火を囲んだ対話で、悩みを打ち明け、共有できる。



### 「森のプログラム」導入事例

- ①新入社員研修(9泊10日、詳細は下記参照)
- ②新入社員フォローアップ研修(2泊3日、うち1日森林体験)
- ③2・3・6年次研修(2泊3日、うち1日森林体験)
- ④エルダー研修(2泊3日、うち1日森林体験)
- ⑤経営層向けコーチング研修(2泊3日)



### プログラム事例

- ◆新入社員研修(9泊10日)

日程	プログラム	ねらい・内容
入社式	(合宿研修の事前案内)	
	ローエメント チームチャレンジ	アイスブレイク・コミュニケーションの促進
1日目	「森の力」&メンタルヘルズ講座	森の癒し効果や信濃町で研修する意味を学ぶ
	「ものづくり体験」説明&検討	同期の絆として制作するモニュメントを検討
2日目~7日目	通常研修	
	森林セラピー(導入編@ラムダの森)	森の効果的な活用やストレス対処法を体験
	そば打ち体験	地域交流
8日目	ものづくり体験(①ラムダの森)	間伐材を用いた「モニュメントづくり」の工程管理を通して、製造業の現場で求められるマネジメント・コミュニケーション、社員の仕事の優先順位・役割分担・チームビルディング等を体験。「自分たちの森」としての帰属意識(エンゲージメント)や距離の絆を育む機会
9日目	ものづくり体験(続き)	※作業が残ったら次のフォローアップ研修で実施
	森林セラピー(リラックス編)	研修の疲れを癒す。内省の時間としても機能
10日目	中間発表会、終了・移動	

## 〈事例④〉日本事務器株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例④



日本事務器株式会社

業種 情報通信業 (IT)

URL <https://njc.co.jp/>

従業員数 844名 (単体 / 2025年3月)

本社所在地 東京都渋谷区

**取組の特徴** 若手社員と管理職を対象に、セルフケア・キャリア開発・コミュニケーション促進に向けた研修を導入



実施地域 森林サービス産業推進地域「長野県信濃町地域」

受入組織 しののけ Woods-Life Community

実施概要 メンタルヘルス不全や早期離職等の課題を踏まえて、森林セラピー®によるセルフケアを学び、自然環境に身を置くことで視点や思考を広げて自己の成長と今後のキャリアを考える研修を、3年目社員・新任管理職・部長を対象に共通して実施。研修の集中力を高めるとともに、管理職と若手社員の共通体験となることで社内コミュニケーションも活性化。

### 導入の経緯と決め手

- 健康経営を取り組む一方で、メンタルヘルスの課題を抱えている社員もいたり、早期離職の課題も指摘されていた中で、信濃町による(一社)日本コンピュータシステム販売協会会員向けの森林セラピー®等の体験会に社長が参加して取組に共感。受入組織が研修会場・宿泊・森林セラピー®等を一体的にコーディネートできるため採用を決定。
- 講師が人事部職員で、地方開催をしやすい3年目研修を信濃町開催に組み換えて導入。
- 2023年度から、「新任管理職研修」は3年目研修での森林セラピー®の評判と、場所を変えて日常業務から離れた思考を促すため、「部長研修」はコミュニケーション手法の改善に向けて合宿形式を想定する中で、研修実績・関係性があるため信濃町で開催。

### プログラムの構築とねらい・工夫

- 同期が集う楽しさの一方で不安・焦りもあるため、初日に森林セラピー®を通して心身をリフレッシュして切り替え、かつ自然を舞台にすることで新たな視点・思考の気づきに繋げている。同期に加えて管理職の研修も同一内容で実施して、共通体験としている。
- 人事部とともに社長も参加して、社員との関係構築・社員の個性把握の機会にしている。
- 室内の研修も、森の中の研修施設を活用したり、地元食材の弁当を届けて貰ったりして、施設外に出たり森の中を散歩してリフレッシュし、セルフケアの習慣化も促進している。

### プログラムの効果、担当者・参加者の声

- [効果]** 心身を解放してリフレッシュすることで研修への集中力が高まっている。全社員の1/3程度が参加し、管理職と若手社員の共通体験となることでコミュニケーションも改善。
- [担当者の声]** 非日常で自然環境に身を置くことで、普段は見せていない自分を出せている。部長研修では、部長同士が同じ方向を向き、本音で対話をするきっかけになっている。
- [参加者の声]** 「普段目を使ってばかりだが、目を閉じて呼吸するなど五感をフル活用して、ストレスを抱えている事が分かった」「自然に触れて五感が解放される事が分かった」

### 「森のプログラム」導入事例

- 3年目研修 (3泊4日、詳細は下記参照)
- 新任管理職研修 (デザイン思考体験ワークショップ/2泊3日)
- 部長研修 (部長(営業職・技術職) / 3泊4日)



### プログラム事例

#### ◆ 3年目研修 (3泊4日、詳細は下記参照)

日程	プログラム	ねらい・内容
	「森の力」講演	体験前に日常に持ち帰るセルフケアの目的を確認
1日目	森林セラピー体験	五感をフル活用したセルフケアのスキルを習得
	夕食・懇親会	交流・対話を通して、同期の絆を深める
	お昼休憩・社長講話	森林内にある「ノマドワークセンター」での研修
2日目	入社3年目研修①②	(朝食時・休憩時に外に出てリフレッシュしてセルフケアの習慣化の促進、自然を見ながら視点・思考の転換を促進)
	Working Time	
	入社3年目研修3④	森林内にある「ノマドワークセンター」での研修
3日目	キャリアビジョン作成・面談	(朝食時・休憩時に外に出てリフレッシュしてセルフケアの習慣化の促進、自然を見ながら視点・思考の転換を促進)
	フリータイム	
	ナイトアウト	暗い中で同期の一体感を醸成、共通体験の機会
4日目	キャリアビジョン発表	森林内にある「ノマドワークセンター」での研修
	ふりかえり・フィードバック	(自然を見ながら視点・思考の転換を促進)

## 〈事例⑤〉安全自動車株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例⑤



安全自動車株式会社

業種 製造業 (自動車用整備機器・設備検査)

URL <https://www.anzen.co.jp/>

従業員数 423人 (2025年11月)

本社所在地 東京都港区

**取組の特徴** 予定調和ではない自然環境を舞台にした「冒険教育プログラム」で、挑戦心を育み、組織力を高める



実施地域 山梨県南都留郡富士河口湖町

受入組織 公益財団法人日本アウトワード・バウンド協会 (OBJ)

実施概要 様々な部門のリーダー層が集い、自身のリーダー像を明確化して会社の未来に向けた対話を行う1年間のプログラム「より良くフォーラム」(全11回)の前半に「冒険教育プログラム」を導入。自然環境を活用した様々なチャレンジ課題に個人・チームとして取り組み、挑戦心やレジリエンスを育むとともに、関係性も深めて組織力を高めている。

### 導入の経緯と決め手

- 分社化等による部門間の繋がりの希薄化や、新卒採用の空白期間による「教え方が分からないリーダー」など、組織と人の様々な課題が表出。社長交代を機に、昭和型マネジメントから問いかけ(対話ベース)のマネジメントへ転換し、「個人の成長」と「組織の成長」を推進する様々な組織風土改革・人材育成プログラムを開発。
- 10数年前、OBJの「企業研修体験会」に副社長が出席し、リーダーとしてのマインドセット転換やチームビルディングの効果を体感し導入。毎年継続して実施中。

### プログラムの構築とねらい・工夫

- 自然環境の中で五感と全身を使った「予定調和ではない」「一見不可能な」チャレンジ活動を通して、参加者が自分自身やメンバーとリアルに向き合い、自身のバイアスを壊し、メンバーと深い繋がりを築く。身体も活用した、深く心に残る挑戦と学びの場。
- 体験学習法に基づく全体構成。個々のチャレンジ活動後に振り返りの場を持ち、自分自身とチームについての気づきと学びを言語化・共有し、次のチーム活動に活かす。研修の最後に、職場に持ち帰る学びとアクションを書き出し宣言する。
- 各参加者の体力やチーム状況を踏まえ、フレキシブルに活動内容や課題の難易度を調整。

### プログラムの効果、担当者・参加者の声

- [効果]** 各参加者の個性の把握、リーダーシップを発揮する声掛けのあり方など、「個人の成長」「組織の成長」に繋がる様々な示唆や学びが得られる研修になっている。
- [担当者の声]** 当研修を年間プログラムの前半に実施することで、参加者の関係性が劇的に深まり絆が生まれ、その後の研修プログラムの成果に大きな効果を発揮している。
- [参加者の声]** 「今まで無理だと思っていたことも挑戦しようと思った」という声が多い。全身を使うハードめの活動ではあるが、自然環境で行うため「楽しい思い出」として定着。

### 「森のプログラム」導入事例

- より良くフォーラム 西湖チャレンジ 冒険教育プログラム (全11回のプログラムに参加する部門リーダー / 1泊2日)



### プログラム事例

#### ◆ 西湖チャレンジ 冒険教育プログラム (1泊2日)

日程	プログラム	ねらい・内容
	アイスブレイク	短時間のチーム課題2つと振り返り、チーム作りの第1歩。
	昼食	お弁当
1日目	個人チャレンジ (山の甲の岩場)	岩場で個人チャレンジ。自身と向き合い、メンバー同士が応援しあう事でチームの一体感を高める
	チームチャレンジ2つ (キャンプ場)	チームチャレンジ課題2つに取り組み、各活動後に振り返りの場を持ち、学びと次の課題にどう活かすか? 対話
	温泉・夕食・焚き火	チームで自然。1日目の振り返りと、翌日に向けた対話
	湖畔で休憩、朝食	チームで自然
	チームチャレンジ (キャンプ場)	森の中の川およびキャンプ場にて、ファイナル・チャレンジ2つ。「チームとしての一体感と本気度」が1日目以上に試される挑戦。各チャレンジ後にチームで振り返り。
2日目	最終チームチャレンジ (森の中の日)	
	昼食	お弁当
	個人で学びの言語化 (1人の時間)	職場の日常に持ち帰る学び/アクションを書き出す。
	チームで共有/対話	チームで各人の「学び/アクション」を共有、対話。

## 〈事例⑥〉NTT 東日本株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例⑥



NTT東日本株式会社

業種 電気通信事業

従業員数 32,850名（グループ全体 / 2024年度）

URL <https://www.ntt-east.co.jp/>

本社所在地 東京都新宿区

### 取組の特徴 関係性構築・コミュニケーション促進・アクションプラン遂行促進に向けて「アウトドア研修」の導入



実施地域 山梨県富士河口湖町  
静岡県伊豆市 他

提供企業 (株)NTT Landscape・(一社)日本野外研修ワークショップ協会(JOWA)

実施概要 NTT東日本では居住地を国内なら自由とするリモートスタンダードを導入しており、ライフスタイルにあわせた働き方が選択可能である一方、リモート化により“人となり”が分かりにくくなり、コミュニケーションが不足するといった課題も抱えていた。本研修によりコミュニケーションが促進され、心理的安全性が高まったチームビルディングを実現。

#### 導入の経緯と決め手

- ▶ リモートワークが進む中で、プロジェクト毎に組成されたチーム内で“人となり”が分からず、コミュニケーションも不足するなどの課題があったため、関係性や心理的安全性の確立に向けて、共通体験や焚き火を囲んだ対話を行う「アウトドア研修」を導入。
- ▶ 多様な階層別研修の実績（約6万人）と満足度・リピート率の高さ（90%）が決め手。

#### プログラムの構築とねらい・工夫

- ▶ チームビルディングの発展モデル「タックマンモデル」をベースに、チームが構成される4段階（形成期・混乱期・統一期・機能期）を体験・実践できるプログラムを構築。
- ▶ アクティビティを通してチームで成功するために必要な要素を体感し、座学で言語化・体系化（インプット）し、次のアクティビティで試す（アウトプット）といったサイクルを回すことで、学習が深まり自分事として体感が可能。
- ▶ 1日目の夜にチームメンバー間で焚き火を囲んでお互いの良いところ、改善点を本音で話し合いを行い、メンバー間の絆がより強固なものとなる。

#### プログラムの効果、担当者・参加者の声

【効果】会議室だと研修感が抜けないが、非日常の自然の中だとメンバー間の理解が深まり、フラットな関係性を構築し、コミュニケーションが促進できる。会社に戻った後も研修を思い出し、アクションプランの実行を継続しやすい。新事業創出・新会社設立にも繋げた。

【担当者の声】「いつもの自分ではなく出して自分に出会える研修」「対話ではなく議論ができる研修」「人としてどうあるべきか、枝葉でなく根っこを育む本質的な研修」

【参加者の声】「役職関係なく自由に言い合え業務につながる空気を醸成できた」「本当に腹を割って話せる仲ではなかったが、この研修を通じ腹を割って話せる関係になった」

#### 「森のプログラム」導入事例

- ① ビジネス開発本部 営業戦略推進部 社員向け（1泊2日）
- ② 若手研修「East college」受講者向け（1泊2日、詳細は下記）
- ③ 役員研修（2時間）



#### プログラム事例

##### ◆若手研修「East college」受講者向け研修（1泊2日）

日程	プログラム	ねらい・内容
1日目	研修ガイダンス アイスブレイク (体操+オールスタンダアップ)	【フェーズ1:形成期】 固定観点を外し、価値観の違いを気づき、その後の協働・成果にどう活かすかを対話
	昼食	チーム内で対話
	アクティビティ①「ラインナップ」 (段階的に目標し等の制約を加える) ふりかえり	【フェーズ2:混乱期】 目標を定め、計画を立ててから行動すること、コミュニケーションの工夫の重要性を体感
	アクティビティ②「ブラインドテント」 (全チーム設置をミッションとして提示) ふりかえり	【フェーズ2-フェーズ3:統一期】 組織全体の目標達成のため、目的を見失わず、チームを越えて協働する意義を体感・確認
2日目	夕食 焚火	チーム内で対話してメンバーの良い所、チャレンス(改善ポイント)をフィードバックし合う
	アクティビティ③「蜘蛛の巣」 (個人では達成できないミッション提示) 昼食+ふりかえり	【フェーズ4:機能期】 個々の力を越え、チーム一丸となり相乗効果で成果を生み出して、強固な信頼関係を築く
	アクションプラン確定	2日間の学びを活かしてプランを確定

## 〈事例⑦〉株式会社エンチャー

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例⑦



株式会社エンチャー

業種 小売業（ホームセンター等）

従業員数 436人（単独/2025年）

URL <https://www.encho.co.jp/>

本社所在地 静岡県富士市

### 取組の特徴 社内のコミュニケーション促進・リーダーシップ開発等に向けた研修として「森林整備活動」を実施



実施地域 静岡県富士宮市猪之頭地区

受入組織 特定非営利活動法人ホールアース自然学校

実施概要 創業75周年・ホームセンター開設40周年事業として静岡県が取り組む「しずおか未来のサポーター」制度に参画し、静岡県富士宮市で森林整備活動を開始。社員参加の環境貢献活動としての側面に加えて、所属・職歴が異なる従業員同士の交流を通じた社内の関係性の構築や若手社員のリーダーシップ開発にも繋げることで、組織の活性化に繋げている。

#### 導入の経緯と決め手

- ▶ 創業75周年・ホームセンター開設40周年事業の新規CSRとして環境活動を模索する中で、環境イベントで「しずおか未来のサポーター」制度を知る。従業員参加型であること、地域にアピールできること、認定制度があることから実施を決定。
- ▶ 静岡県を中心に店舗展開しており、訪れやすく親しみを持ちやすいことから活動場所を選定。林業や自然に関する専門知識・技術に加え、社員が楽しみながら主体的に活動ができるファシリテーションができるスタッフがいるためホールアース自然学校に依頼。

#### プログラムの構築とねらい・工夫

- ▶ 材木店がルーツ、ホームセンターが基幹事業である社業との親和性から、間伐体験と間伐材を使ったDIYで構成。第1回はコミュニケーション、第4回は労働活動を含めて構成。
- ▶ 班分けは、店舗・年代が偏らないように配置しつつ、グループリーダーを新入社員等が担当して、全社的なコミュニケーション・チームビルディングに繋げている。
- ▶ 楽しみながらの交流を基本としつつ、活動では役割を替えることで声掛けしあい、教えあって一体感の醸成を工夫したり、本業に応用しやすいような気づき・声掛けを考慮。
- ▶ 非日常の雰囲気を変えないよう、地元食材を使った特別感のある昼食を用意している。

#### プログラムの効果、担当者・参加者の声

【効果】所属・職歴を超えて従業員が交流して顔見知りになり、店舗間のやりとりがスムーズになるなど「業務の円滑化」、業務の悩み共有・解消等の「情報交換の場」として機能。

【担当者の声】「普段は指示を受ける側の若手社員をリーダーに設定して、メンバーをまとめる経験を積ませることで、リーダーシップ・キャリアアップの意識醸成に繋がっている」

【参加者の声】「他部署、多店舗、他事業の方との交流機会としてとても良い場だと思う」「環境について考える機会ができ、日常生活について考えさせられた」

#### 「森のプログラム」導入事例

- ① しずおか未来の森サポーター活動（間伐・森林環境教育）  
(若手社員は研修参加・その他社員は任意参加/日帰り・年4回)



#### プログラム事例

##### ◆しずおか未来の森サポーター活動（日帰り・年4回）

日程	プログラム	ねらい・内容
第1回	オリエンテーション	緊張を解してチームビルディングに繋ぐための、アイスブレイクとしてコミュニケーションゲーム(3~4種程度)を実施
	森の中の昼食	リラックスして交流するための森の中、地元食材の弁当。
	間伐体験 ふりかえり	統括・木を伐る・補植など役割分担を交代しながら間伐 指導者からの総括
第2回 第3回	オリエンテーション	危険予測トレーニング、安全目標設定、体操
	間伐体験	統括・木を伐る・補植など役割分担を交代しながら間伐
	森の中の昼食	リラックスして交流するための森の中、地元食材の弁当。
第4回	間伐材を使ったDIY ふりかえり	グループ内で役割分担・交流しながらDIY 指導者からの総括
	オリエンテーション	危険予測トレーニング、安全目標設定、体操
	間伐体験	統括・木を伐る・補植など役割分担を交代しながら間伐 道具忘れあい自然塾の定住ひろばで昼食 薪割り、丸太切り、焚火、施設内散策など自由選択
1年のふりかえり	感想・改善案をグループごとに発表しながら意見を交換	

## 〈事例⑧〉川崎工業株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例⑧



川崎工業株式会社

業種 製造業（自動車用部品・ジャッキ製造）  
URL <https://www.kawasaki-ind.co.jp/>

従業員数 1,154人（連結/2025年）  
本社所在地 静岡県菊川市

**取組の特徴** 厳しく予測困難な自然に対峙して問題解決する「グループ登山」を活用した「マネジメント研修」を導入



実施地域 森林サービス産業推進地域「岐阜県東白川村地域」

受入組織 トヨタ白川郷自然学校

実施概要 次世代の幹部等を対象に、厳しく予測困難な自然に対峙する「グループ登山」を活用した「マネジメント研修」を実施。「体験学習法」による主体的な気づき・学びを促し、マネジメント・リーダーシップ・リスクアセスメント等の能力開発を目指すとともに、経営層や過去の受講生と同一の「共通体験」を行うことで、対話を促して組織力を高めている。

### 導入の経緯と決め手

- コロナ禍でこれまで行っていた社外研修等が縮小される中で、次世代の幹部の横の繋がりが弱くなり、コミュニケーションを促進し、ウェルビーイングや人的資本経営に繋げるために、2023年から新任課長・管理職等を対象に研修を開始。
- 過去（2011～2013年）に管理者等向けの研修実績があり、現会長（当時社長）等の経営層の参加経験があったこと、施設完備で登山プログラムを行えること、ホスピタリティが高い宿泊・食事等の提供、雨天対応等をトータルでコーディネートできるため選定。

### プログラムの構築とねらい・工夫

- 次世代の幹部等に、マネジメント・リーダーシップ・リスクアセスメント等の能力開発を目指すとともに、社長が求める問題解決能力を育成するため、「盲険教育（体験学習法）」により厳しく予測困難な自然に対峙する「グループ登山」のプログラムを採用。
- 7～8時間外を歩く過酷な環境に身を置き、自然に対峙する中で発生する想定外のトラブルをチームで乗り越えるプロセスを経たり、動と静のバランスを考慮して対話と内省を促し、PDCA（起承転結）を実践する中でトータルで人間力を醸成する契機としている。
- 自然が舞台のため、天候や参加者の表情から、目的を意識して運営アレンジしている。

### プログラムの効果、担当者・参加者の声

**【効果】** これまで経験したことが無い体験で、座学の研修以上の学びがある。研修生同士が仲良くなり、経営層や過去の受講生との「共通体験」となることで対話が生まれている。  
**【担当者の声】** 「1回研修ですぐ人間力が変わるものではないが、体験を通した学びであるため、セミナーより主体的な気づきに繋がりが、学んだことが残りやすい様子がある」  
**【参加者の声】** 「研修満足度」「職場に良い効果をもたらす」は何れも100%。「才能がある人がリーダーになれると思っていたが、学ぶことで誰かがリーダーになれると思った」

### 「森のプログラム」導入事例

① マネジメント研修（新任課長・管理職/課長昇進前。2泊3日）



### プログラム事例

◆ マネジメント研修（新任課長・管理職/課長昇進前。2泊3日）

日程	プログラム	ねらい・内容
1日目	オープニング・オリエンテーション	自己紹介、セルフチェック、アイスブレイク 研修の目的共有（正解のない答えを体験学習法で学び）
	コミュニケーションワーク	グループ・チームの違いを、集団での課題解決ワークや、図形を口頭で説明するコミュニケーションワークで理解
	グループプロセス体験実習	正解のある答えは話し合っても合意形成した方が正解率が高まり、正解のない答えは自分自身の考え・視点を伝えるリーダーシップが重要であることを体験的に理解
危険予知トレーニング	翌日のチャレンジプログラム（登山）の課題を説明した上で、参加者主体でルートプランニングやリスクの洗い出し	
2日目	チャレンジプログラム（三方岩岳 登山）	何が起こるか分からない自然の中で、グループで解決【課題】目標地点を通り、全員が15時までに帰る等
	ふりかえり・わかちあい	チャレンジプログラムの感想を文字化し、参加者同士で共有し、感情・視点の違いの気づきに繋げる。課題への対応状況をふりかえり、体験を学びに変える。
3日目	現場につなげる実習	夕食後の時間に課題を提示して考察、優れた状態で自分自身がどういう態度をとるか気づき、まとめる。
3日目	報告・チェックアウト	

## 〈事例⑨〉小田原鋳石株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例⑨



小田原鋳石株式会社

業種 調査・分析・コンサルタント業  
URL <https://www.odawarakoseki.co.jp/>

従業員数 14人（2025年）  
本社所在地 神奈川県小田原市

**取組の特徴** 新規事業創出・エンゲージメント向上に向けて、6次産業化する林業会社への「観察研修合宿」を導入



実施地域 森林サービス産業推進地域「神奈川県小田原市地域」

受入組織 (株)T-FORESTRY

実施概要 地元の6次産業化を取り組む林業会社を題材にした全社員参加型の「観察研修合宿」を開催。森林内での散策や対話・共有により社員同士のコミュニケーションを改善し、長期的・分野横断的な視点で6次産業化を取り組む林業会社ならではの多角的経営の実例から、新たな視点・発想に気づき、全社員が共通体験を行うことで組織改革・業務改善に繋がった。

### 導入の経緯と決め手

- アスベスト調査分析が主業で、将来的には新事業の創出が求められるが、同一組織に長く属することで社員の視野が固定化し、自社の強み、課題を捉えにくくなるのが懸念。
- 前年、長野県内の地方創生をする企業を見学した際に、「無いものを補う」よりも「あるものを活かす」視点の重要性を認識し、地元企業への視察を企画した。
- 江戸時代から続く歴史を持ちながら、新たな視点で山林資産を多面的に活用している点に着目し、年1回で実施していた全社研修を「視察研修」として実施した

### プログラムの構築とねらい・工夫

- 多角的経営を行う他社の優れた文化や仕組みを観察し、インスタ風に要約するお題を示すことで、楽しみながら自身の考えを言語化し、自社への新たな視点や改善のヒント、自社の強みの再発見を促す。（成人発達理論「蓋置的成長（視座・認識の拡張）」を重視）
- さらに、それを共有してコメントを出し合うことで、他者の視点や価値観等の相互理解を促し、心理的安全性を高め、円滑なコミュニケーションと新たな発想が生まれやすい環境づくりを目指す。他者との違いを理解することで自身の「メタ認知」を促すとともに、社員一人ひとりの想像力と気づきを通じて、組織全体の活性化を図る。

### プログラムの効果、担当者・参加者の声

**【効果】** T-FORESTRYが俯瞰的な視点で横断的に業務遂行している姿を、経営層に加えて従業員も前向きに捉える共通体験があったため、早速社内で部署横断の「情報チーム」を設定できた。社員の視野が広がって、全体最速の観点から組織改革・業務改善が進んだ。  
**【担当者の声】** 「森の中で身体を動かしながら話しをすることで、視点や発想が広がった」「社員の視点の違い、捉え方の違いを感じることで、社員同士の関係性構築に繋がった」  
**【参加者の声】** 「自分達が主体的に会社を良くしていこう」という声が続けられるようになった。

### 「森のプログラム」導入事例

① 観察研修合宿（全社員参加。1日のうち、半日森林活動）



### プログラム事例

◆ 観察研修合宿（全社員参加）

➢ 小田原市内の企業2社を視察し、社員は以下の「3つの資本」の観点から他社が持つ文化や仕組みを観察し、写真を撮影しながら気づきを記録し、整理・発表・共有。  
①経済資本：お金や収益など、企業の経済的な要素。  
②関係資本：社内外の人のつながり、人脈関係や信頼。  
③環境資本：現場環境や文化、ルール、仕組み。

日程	プログラム	ねらい・内容
午前	(視察研修1社目)「Hameet社」視察	情報通信業。小売業に加え、スタートアップ支援等と多角的経営を行う異業種企業の実務例・施設等を視察・質疑応答
昼	昼食	辻村山林内で昼食
午後	(視察研修2社目)「T-FORESTRY」視察・質疑応答	社有林や関連施設を楽しみながらハイキング的に案内して多角的経営の取組を解説して質疑応答 ✓ 300年の歴史を有する社有林での林業経営・環境配慮 ✓ 再生可能エネルギー事業（太陽光発電・水力発電の連携等） ✓ 森林サービス産業（フォレストアドバイザー、ハンティング等） ✓ 生態系保全（自然共生サイトへの登録）ほか
	インスタ投稿ワーク	気づきを「3つの資本」の観点で1枚ずつまとめて投稿等
	ふりかえり	各自の気づきを発表・共有し、感想を付箋に記してまとめ
夜	懇談会	社員同士のコミュニケーションを促進

## 〈事例⑩〉群馬県産業経済部

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例⑩



**群馬県 産業経済部**

業種 地方公共団体 従業員数 約4,200人 (群馬県庁 / 2025年)

URL <https://www.pref.gunma.jp/> 本社所在地 群馬県前橋市

**取組の特徴** 6次産業化事例の視察や森林体験等を通して新たな発想を生み出す部署横断的な「合宿型研修」の導入

**実施地域** 森林サービス産業推進地域「**群馬県長野原町地域**」

**実施概要** 前例踏襲や既成概念に捉われがちな組織課題を踏まえ、若手職員の自由で新鮮な発想を活かす組織風土・体制づくりに向けた「合宿型研修」を導入。森林資源を活かした6次産業化事例の視察、森林や焚き火等の体験、所属部署を越えた職員同士のワークショップ等による対話と内省を通して、新たな発想を生み出し、組織の活性化に繋げている。

**受入組織** TAKIVIVA (有)きたもっく

**導入の経緯と決め手**

- ものづくり産業を柱とする群馬県においても、未来を見据え新たな産業を生み出すことは重要であるが、組織として前例踏襲や既成概念に捉われがちという課題があった。
- 県の政策として「リトリート」の推進及び認知度向上に取り組んでいる。
- 新規事業創出や部署横断的取組の促進には、若手職員の自由で新鮮な発想を活かす組織風土・体制づくりが課題となる中で、地域資源を価値化・事業化して成長を続ける(有)きたもっくの取組みから学ぶため、若手職員研修での導入を調整。

**プログラムの構築とねらい・工夫**

- 地域資源を6次産業化により総合化・多角化しながら価値化し、各事業を有機的に繋ぎながら事業化する(有)きたもっくの取組を聞き、現場体験から得られる学びと、ワークショップ等による対話と内省を通して、今後の施策立案への活用を目指して企画。
- 「リトリート」を自ら体験し、非日常の環境の森林や焚き火をリアルに体感して五感を開放し、内省し、既成概念に捉われない自由な発想や行動を主むプログラム。
- 部署を越えた職員同士のコミュニケーションを促進させるために宿泊型で実施。

**プログラムの効果、担当者・参加者の声**

**【効果】** 日常業務では習得できない刺激や知見により、受講した職員のマインドセットや行動変容が見られ、コミュニケーションの円滑化や組織の活性化に繋がった。会議室で考えるとは違い、自由な着想が得られ、講師からの講評で学びや思考がより深まった。

**【担当者の声】** 「自然環境での非日常体験と協働作業により、役割や所属の垣根が取り払われ、心理的な安全性が高まり、自由な意見交換が促進されたと考える。また、刺激や内省により自分の役割や価値を再確認したことで、主体的な行動意欲が向上したと感じる。」

**【参加者の声】** 「所属の垣根を越えた協働は、通常業務では得難い経験となった。」「個室や静かな環境での振り返りにより、自分の価値観や意思決定の軸を再確認できた。」

**「森のプログラム」導入事例**

①産業経済部内職員研修「群馬の未来を見つけよう」  
(産業経済部各課に配属されて3年以内の職員 / 1泊2日)



**プログラム事例**

◆部内職員研修「群馬の未来を見つけよう」(1泊2日)

日程	プログラム	ねらい・内容
1日目	(有)きたもっく 事業説明・施設見学	事業説明、研修施設「TAKIVIVA」、キャンプ場「スワートグラス」、薪材貯蔵場「ふんぶんファクトリー」木炭ラボ、飲食・販売施設「ルオムの森」等
	ワークショップ(※ホール) [テーマ] ①リトリート推進 ②キャンプ場の災害時利用	3班に分かれて、各テーマについて以下を実施 ①事前課題である「各テーマの現状分析」を共有 ②課題の抽出 ③課題解決に向けた施策の検討
	夕食づくり(※炊き出し)	参加者同士で協力してカレーづくり
	夕食・懇親(※炊き出し)、片付け	食事をしながら焚火を囲んで交流
2日目	対話・交流(※ホール)	チームごとに、翌日の発表の仕上げに向けて対話
	就寝(※ReGo)	個室で各自の内省
	散策・フィールド体験(※スワートグラス)	普段と異なる心地よい環境を体験してリフレッシュしたり、キャンプ場のツリーハウス等を実体験
	発表・ふりかえり(※ホール)	発表・質疑応答・きたもっくスタッフによる講評
	地元企業の視察	地域で特色のある他の企業を視察

## 〈事例⑪〉T I S株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例⑪



**T I S 株式会社**

業種 情報・通信業 (ITサービス提供) 従業員数 5,970人 (単体/2025年)

URL <https://www.tis.co.jp/> 本社所在地 東京都新宿区

**取組の特徴** 社員のキャリア開発と新事業創出の可能性を見据えた地方での「健康経営ワーケーション」を導入

**実施地域** 森林サービス産業推進地域「**和歌山県田辺市地域**」

**実施概要** 社員の越境学習によるキャリア開発と、地域課題解決と一体となった新事業創出の可能性を模索するため、古来より過去・現在・未来を振り返るために多くの人が訪れた歴史ある熊野三山で、キャリアデザインを意図した「健康経営ワーケーション」を実施。社員の生産性向上等の効果が見られるとともに、地方でのIT企業の社会的役割等が見い出された。

**受入組織** 株式会社南紀白浜エアポート

**導入の経緯と決め手**

- 社員の越境学習によるキャリア開発とともに、IT企業としての地域課題解決と一体となった新事業創出の可能性を模索するため、地方でのワーケーションの取組を模索。
- 既存の就業規則に合わせたワーケーションの導入可能性の検証とエビデンスの取得、ワーケーションを組み合わせたヘルスケア事業の創出可能性を模索する観点から企画。
- 豊富なワーケーション関係施設、熊野古道等の自然環境に加えて、南紀白浜エアポートによる和歌山県・白浜町・地域組織と連携したコーディネート体制があることから選定

**プログラムの構築とねらい・工夫**

- 自然崇拜の聖地の熊野三山は、古来より過去・現在・未来を振り返るために多くの人が訪れた「蘇りの聖地」でもあるという歴史を鑑み、古道を歩きながらキャリアや人生の過去・現在・未来を整理し直していくキャリアデザインのプログラムを構築。
- 1回目は過去のキャリアと職業観(働く動機・価値観)の内省・共有による自己理解を深め、自己効力感を高め(認知の4点セット)、2回目は現在を深く客観視し、自身ができることの解像度を高め(KIGAIフレーム)、3回目は企業理念を自分ごと化し、将来に向けた取り組みを整理して宣言(個人と会社人としてのWILLの共有)する内容で構成。

**プログラムの効果、担当者・参加者の声**

**【効果】** 社員の職業性ストレスの低減とともに、リカバリー経験・ワークエンゲージメント・パフォーマンスの向上等のエビデンスが得られた。また、地域との関係性が深まり、その後に林業を題材に研修等も実施し、地方でのIT企業の社会的役割等が見い出された。

**【担当者の声】** 「参加者同士で象徴的な体験を行うことで、参加者間で関係性が強まり、チームビルディングにつながった」

**【参加者の声】** 「神聖な熊野三山の理念に基づき、過去・現在・未来を内省できるのが良い」

**「森のプログラム」導入事例**

①和歌山つばき健康経営ワーケーション  
(TIS 開発事業部門 / 3泊4日 × 2回、オンライン1回)



**プログラム事例**

◆和歌山つばき健康経営ワーケーション (1回目・3泊4日)

※1回目は過去のキャリアと職業観を内省・共有、2回目は現在を深く客観視し、3回目は企業理念を自分ごと化して未来を意図するプログラムを構築。

日程	プログラム	ねらい・内容
1日目	越境学習	アワーズ社との価値交換会(双方の会社紹介、参加者自己紹介)
	湯治体験	湯治の歴史・入浴ストレッチ説明、温泉入浴、女将語り部・湯治食
2日目	テレワーク	昼食時にはランチビュッフェでの食育指導
	湯治体験	入浴・ストレッチ、女将語り部・湯治食、ウェルネス講話
3日目	熊野古道ウォーキング	森林浴×ウォーキング・マインドフルネス、音響化に向けたストレッチコントロール手法等の習得、ワークシートによる整理等を実施
	昼食	(併せてストレッチも実施)
4日目	熊野古道ウォーキング	キャリアデザインワーク、社大森林空間を歩きながら、前半は過去の自身のキャリアを内省、後半は歴史を聞きながら歩く
	ワークショップ	古道ウォークのメモをまとめ、全体で共有・質疑で理解を深める
5日目	湯治体験	入浴・ストレッチ
	夕食・懇談会	地域との関係性構築や課題把握のための交流
6日目	地域貢献活動	地域でのフィールドワーク(雑草取り・刈込に向けた意見交換)

## 〈事例⑫〉 トヨタ・コニック株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例⑫



トヨタ・コニック株式会社

業種 マーケティング会社

従業員数 約700名(グループ全体/2025年)

URL <https://toyotaconiq.co.jp/>

本社所在地 東京都千代田区

### 取組の特徴 “焚き火”を通して深い対話・内省による新たな発想を生み出す「合宿型オフサイトミーティング」の導入



実施地域 森林サービス産業推進地域「群馬県長野原町地域」

受入組織 TAKIVIVA ((有)きたもっく)

実施概要 誰でも気軽に自然空間を体感できる、焚き火に集う宿泊型ミーティング施設「TAKIVIVA」において、チームやプロジェクトの方向性を検討する「合宿型オフサイトミーティング」を導入することで、チームビルディングに加えて新たな発想を生み出している。また、自らの働く中での幸せや意義を振り返ることで、働くモチベーションを高めている。

#### 導入の経緯と決め手

- 有識者から紹介を受け、焚き火に集う宿泊型ミーティング施設「TAKIVIVA」を初めて利用。施設運営会社・(有)きたもっくの企業理念やスタッフの人柄に共感し、自社の合宿研修や、自社提供の「しあわせワークショップ」の開催場所として利用を開始。
- アウトドア施設であるが清潔感があり、ファシリティも充実しており、誰でも気軽に自然空間を体感できる特徴に加え、初期に役員等が体験して価値を理解したことが決め手。

#### プログラムの構築とねらい・工夫

- グループで“焚き火”を囲んで対話を通して、心と体を解き解してフラットな関係性を構築した上で対話・共感や内省を促すことで、新たな発想を生み出せる環境を整えている。
- さらに、施設内の多様な環境を活かして、ホールでの全員での共有、炊事等の協働作業や焚き火による緩やかな対話、個室での内省などの離合を繰り返すように工夫。
- 加えて、絶対抗うことができない浅間山の噴火等の自然に対峙したり、北軽井沢の自然を多角的に活かしながら地域と自然と共生する(有)きたもっくの6次産業化事業等に学ぶ中で、視野を広げたり視点を変えて、新たな発想が生み出せるようにしている。

#### プログラムの効果、担当者・参加者の声

- 【効果】リラックスできる自然環境に身を置くことで、働く中での幸せや日頃の業務の課題や悩み、目指したいことを共有し、相互理解と協力ができる部分を発見し合うことで、チームビルディングに繋げ、チームメンバーがひとつの目標に向かっていく契機としている。
- 【担当者の声】自然の中で焚き火を囲んで話すことで、これまででなかった深い議論や内省ができるという声が多い。同じような施設を各事業所の近くで持てないかという声もある。
- 【参加者の声】「自然の空間の中にいることで自分の気持ちもさらけ出し、お互いの人柄を知り、関係性を構築することで、合宿後も会話しやすくなるチカラを感じています」

#### 「森のプログラム」導入事例

- ① TAKIVIVA 合宿 (チーム/プロジェクトメンバー単位での利用、1泊2日、詳細は下記参照)
- ② 幸せワークショップ (社員・グループ会社・販売店向け、経営者・自治体向け、1泊2日)



#### プログラム事例

##### ◆TAKIVIVA 合宿 (1泊2日)

日程	プログラム	ねらい内容
	TAKIVIVA 案内 合宿趣旨説明	
	自己紹介	働く中での幸せや現在の課題・悩み共有
1日目	次期企画について議論 ①グループ毎に議論(※火時間) ②全員で議論内容の発表会(※ホール)	①焚き火を囲んでグループ毎で議論 ②輪になって全体で考え、悩みを共有
	かまど 炊飯・夕食(※炊火炊房)	グループ毎での対話
	静らいた時間(※火時間)	焚き火を囲んで対話
	就寝(※HeGo)	個室で内省の時間
2日目	前日ラップアップ 次期企画の方向性決め ①グループ毎に議論(※火時間) ②全員で議論内容の発表会(※ホール)	前日の議論の内容をふりかえり・確認 ①焚き火を囲んでグループ毎で議論 ②輪になって決意に耳を傾ける
	片付け・撤収	

## 〈事例⑬〉 株式会社クライス&カンパニー

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例⑬



株式会社クライス&カンパニー

業種 人材紹介業

従業員数 43人(単体/2025年)

URL <https://www.kandc.com/>

本社所在地 東京都港区

### 取組の特徴 自己・他者理解からビジョン共有・策定等に向けて、森の中で2泊3日を過ごす「森の研修」を導入



実施地域 山梨県山中湖村 ほか

受入組織 株式会社森へ

実施概要 日常から離れた森の中で、心と身体を開いた上で「森との対話・自分との対話」、焚き火等を囲んだ「人との対話」を相互に行い、気づきの内容を深化させて、本質的な気づき・洞察を促す「森の研修」を実施し、自己・他者理解と関係性構築、ビジョン共有・策定等を実施。自社グループ内の経営会議で導入しつつ、顧客・経営者にも紹介している。

#### 導入の経緯と決め手

- 人材紹介会社は人を知ることが基本となる中で、社長が「森のリトリート」に参加し、森の中で自分を深く見つめ、お互いを理解し合い、会社のことを深く考える中で、本質的な気づきが得られ、気になることが言語化できたことから、「企業研修」として導入。
- プロコーチであり、「森のリトリート」の経験豊富なナビゲーターがいることで、森との結節点となりながら、問いかけ・働きかけや、引き出して貰えるため、頼まれに依頼。

#### プログラムの構築とねらい・工夫

- 慌ただしい日常から離れ、森の中で心と身体を開いて「森との対話、自分との対話」を通した深い内省と、焚き火等を囲んだ「人との対話」を交互に行い、回数を重ねるごとに気づきの内容を深化させて、本質的な気づき・洞察を得る合宿型プログラム。
- 初日は左脳が働くモードであるため、森の中でリラックスした上で、スロウダウンする歩き方や呼吸の仕方、モノの見方等をゆっくり伝えて右脳の感性・感覚に切り替える。
- 初日の夜の焚き火で「問い」を提示し、2日目に自分自身や事業の原点、企業の経営課題等について深く内省・対話を促し、3日目に気づき・学びを共有する。

#### プログラムの効果、担当者・参加者の声

- 【効果】社員は他の研修を受けるより、視点や考え方の転換ができており、経営層も自然に対峙する中で長期的視点や全体性を鑑みた経営観を体得したり、受容性が高まっている。
- 【担当者の声】「年齢がバラバラな中途採用者が同期意識が育み、助け合えるようになっていく」「期せずして本音が出て、社員同士で盛り上がり、新たな決意ができています」
- 【参加者の声】「焚き火を囲んで話すことで、お互いの話を聞き合え、誰も話さなくても場が持ち、その間に反芻して思考を深めて、一歩踏み込んだ対話ができた」「仕事や人生への想いを対話の中で、本音がポロっと出るため、お互いが理解し合い、信頼関係が高まった」

#### 「森のプログラム」導入事例

- ① 森の研修 (中途採用者向け/2泊3日)
- ② 森の経営会議 (グループ企業の社長/2泊3日等)



#### プログラム事例

##### ◆森の研修 (中途採用者向け/2泊3日)

日程	プログラム	ねらい内容
	【ねらい】森でリラックスして森に馴染む(昼~夕方まで森で過ごす)	
	オリエンテーション	目的・森の力・心得、3日間の流れの説明
1日目	森の中(森との対話・自分との対話)	森に馴染む、森からの洞察を得る。
	焚き火(人との対話)	自分自身や事業の原点、企業の経営課題等の問いを提示 感情・体感・洞察の言語化・共有・対話
	【ねらい】森で深まる(朝~夕方まで森で過ごす)	
2日目	森の中(森との対話・自分との対話)	森からの洞察、内省
	ランチ(人との対話)	感情・体感・洞察の言語化・共有・対話
	森の中(森との対話・自分との対話)	ビジネスの洞察を深め、問いを持って内省
	焚き火(人との対話)	問いについての探求・共有・対話
3日目	【ねらい】日常への統合(朝~昼まで森で過ごす)	
	森の中(森との対話)	日常への統合、リトリート後に向けたい約束
	人との対話	約束の共有
	コンプリーション	完了の儀式

## 〈事例⑭〉 シナネンホールディングス株式会社

「森の企業研修・オフサイトミーティング」導入事例③



**シナネンホールディングス株式会社**

**業種** 卸売業（エネルギー等）

**従業員数** 3,536人（2025年9月）

**URL** <https://sinanengroup.co.jp/>

**本社所在地** 東京都品川区

**取組の特徴** 企業統合に際してビジョン共有や組織文化の転換、チームビルディング等に向けた「経営合宿」を導入

**実施地域** 長野県軽井沢町「ライジングフィールド軽井沢」

**実施概要** 企業統合に先立って、組織文化が異なり心理的安全性を保ちにくい状況を鑑みて、部長・支店長やチーム長を対象に、ビジョン共有や組織文化の課題把握・転換、チームビルディングに向けた「経営合宿」を実施。「体験学習法」により情動記憶に残る体験を組み込み、組織変革に向けたイメージ共有や共通の言語づくりを促し、学習の定着を図っている。

**受入組織** (株)ライジング・フィールド

**導入の経緯と決め手**

- 2018年に管理職向けのマネジメント研修で、組織開発コンサルタントであり、プロジェクト・アドベンチャーのファシリテーターである㈱ライジング・フィールドによる体験学習法を用いた研修に感銘を受けた幹部が、2021年に子会社で全社員対象の研修を実施。
- その成果を踏まえて、2023年の5社統合に先立って全社員220名を対象にした研修、リテールサービスのキックオフプログラム、グループ全体の新入社員研修等導入。
- 2026年の4社統合に先立ち、組織文化が異なり心理的安全性を保ちにくい状況を鑑みて、ビジョン共有や組織文化の課題把握・転換、チームビルディングに向けた経営合宿を実施。
- ㈱ライジング・フィールドは、組織状況に応じて臨機応変に対応して貰えることから依頼。

**プログラムの構築とねらい・工夫**

- “自然”や“自然の中での体験・ワーク”で表出する行動の“真理”“原理・原則”は、“実ビジネス”や“組織”でも同じくことが言えることから、自然体験型ワークとそのリフレクシオンと講義を組み合わせることで、組織課題を明らかにしつつ、本質の理解を深めている。
- 「体験学習法」により情動記憶に残る体験を組み込むとともに、自ら発見したり指導したり、インプットとアウトプットを繰り返すことで、学習の定着を図っている。

**プログラムの効果、担当者・参加者の声**

**【効果】** 研修の内容・場所を変えることで、会社が変わろうとする意図が伝わる。共通体験により、組織変革のイメージ共有や共通の言語づくりに繋がり、立ち返る場になっている。

**【担当者の声】** 都市での研修だと現業の仕事や既存の関係性に縛られるが、アウトドアでは切り離せる上、開放されて社員の素の表情が出て、普段出せない発想、人間性が出る。

**【参加者の声】** 「普段と違う環境の中でより一体感が生まれて、机の上では学べないことを感じられた」「バイアスがかからずに素直になれて、普段見せれない弱い自分が出せた」

**「森のプログラム」導入事例**

- ①新生シナネン経営合宿2025（部長・支店長等対象 / 2泊3日）
- ②新入社員研修（マインドセット研修 / 2泊3日）
- ③つながって、越えていく。交流キャンプ（統合企業社員/2泊3日）





**◆新生シナネン経営合宿2025（部長・支店長等対象 / 2泊3日）**

日程	プログラム	ねらい/内容
1日目	オープニング	挨拶、新年挨拶、紹介、自己紹介
	講義（研修の意図）	受入組織・自然環境の研修の価値・体験学習法等の紹介
	自然体験型ワーク（4時間連続実施）	ブレインドワーフやジャイアントシリー等を通して、コミュニケーション・マネジメントの重要性と組織課題を把握
2日目	重点課題ワーク	（既存事業の課題を検証しながら組織風土の課題を顕在化）
	夕食・焚き火	チームごとに対話して、統合企業の未来を語る
	社長メッセージ	（統合企業の強みとビジョンの紹介とふりかえり）
3日目	講義・ワーク（変革）	UX視点のマーケティングへの組織変革に向けた講義・ワーク
	講義・ワーク（組織）	（新たな人事制度紹介、自社の過去・未来を考えるワーク）
	焚き火ワーク	目標設定・役割分担・対話等の総合的なマネジメントを実践
	BBQ・焚き火	ゲーム性のあるBBQで個人・組織の行動課題、幅広い交流ふりかえり
3日目	自然体験型ワーク（2時から退席前）	既存の課題（焚き火ワーク）か新たな課題（アウルアドベンチャー）で、総合的なマネジメントの課題把握と成功体験
	ワーク・決意表明	朝顔・新たなKGIの把握等、チームの決意検討・表明

## （4）森の企業研修・オフサイトミーティングの特徴

本調査でヒアリングを行った「森の企業研修・オフサイトミーティング」の14事例を概観すると、図表2-1-5の通りプログラムの各段階において、それぞれ自然環境や自然環境に対峙して行われるプログラムの特徴を活かすことで、多様な効果を発揮する森のプログラムが構成されていることが分かった。

導入段階ではフラットな関係性を構築した上でコミュニケーションを活性化し、展開段階では自律性・リーダーシップを醸成しつつ、創造性の涵養や意識変革を促し、ふりかえり段階では、共創性の涵養とチームビルディング、行動変容・組織変革を促す効果が期待されていることが明らかになった。

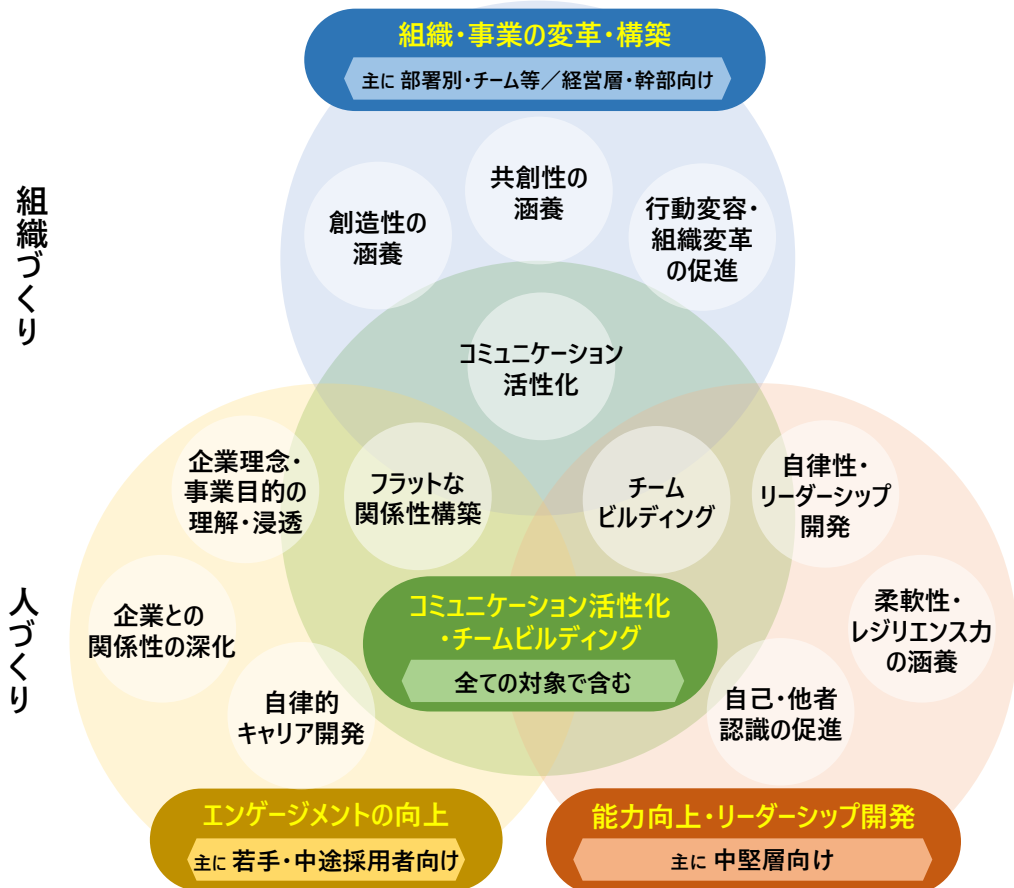
さらに、「森の企業研修・オフサイトミーティング」を通して育成することが期待される力とその研修の対象者は、図表2-1-6のように整理した。

「森の企業研修・オフサイトミーティング」は、企業の経営課題に対応して、全ての対象で「コミュニケーション活性化・チームビルディング」の育成が目指されており、主に若手・中途採用者向けでは「エンゲージメント向上」の育成が、主に中堅層向けには「能力開発・リーダーシップ開発」の育成が、主に部署別・チーム別や経営層・幹部向けには「組織・事業の構築・変革」の育成に向けて導入されて傾向にあることが整理された。

図表 2-1-5 「森の企業研修・オフサイトミーティング」のプログラムの特徴と期待される効果

	自然環境・プログラムの特徴	期待される効果
【Ⅰ】 導入	組織・業務から離れた 非日常の自然環境	1 自由で本質的な対話を行える フラットな関係性の構築
	ありのままの自分が出やすい 自然環境での五感体験	2 主体性の涵養による コミュニケーションの活性化
【Ⅱ】 展開	ストレッチゾーンに導く 自律的でVUCAな自然環境	3 挑戦心や協力意識の醸成による 自律性・リーダーシップの醸成
	総合的で多様性を有する 自然に対峙した体験活動	4 視点・思考の転換による 創造性の涵養、意識変革の促進
【Ⅲ】 ふりかえり	自然や体験をメタファーにした 深い内省・対話	5 自己・他者認識や判断力等の醸成による 共創性の涵養、チームビルディング
	身体感覚記憶・情動記憶を伴う 自然環境での共通体験	6 想起性・学習定着率の向上による 行動変容・組織変革の促進

図表 2-1-6 「森の企業研修・オフサイトミーティング」で育成が期待される力と研修対象



## 2. 森のプログラム紹介動画制作

### (1) 制作の目的・概要

人的資本経営に資する「森の企業研修・オフサイトミーティング」の企業ニーズ調査の実施に際して、そのプログラムのイメージや期待される効果等について、具体的なイメージを伝えることによって、より実態に即した回答を得ることができると考えられる。

そこで、シナネンホールディングス株式会社の協力を得て、「企業ヒアリング調査〈事例⑭〉」で紹介した経営合宿を対象に取材をするとともに、以下の通り、森林空間を活用した健康経営及び人的資本経営に関する有識者の取材を行った。

図表 2-2-1 動画「人的資本経営に役立つ 企業×森のプログラム」取材対象

(1) 新生シナネン経営合宿 2025
[場所] 長野県軽井沢町「ライジング・フィールド軽井沢」
[対象] シナネンホールディングス株式会社 部長・支店長等
(2) 有識者インタビュー①（健康経営）
[場所] 国際医療福祉大学 成田病院（千葉県成田市）
[対象] 落合 博子氏（国際医療福祉大学 成田病院 教授、INFOM 認定医）
(3) 有識者インタビュー②（人的資本経営）
[場所] 武蔵野大学 武蔵野キャンパス（東京都西東京市）
[対象] 前野 隆司氏（武蔵野大学 ウェルビーイング学部 学部長・教授）

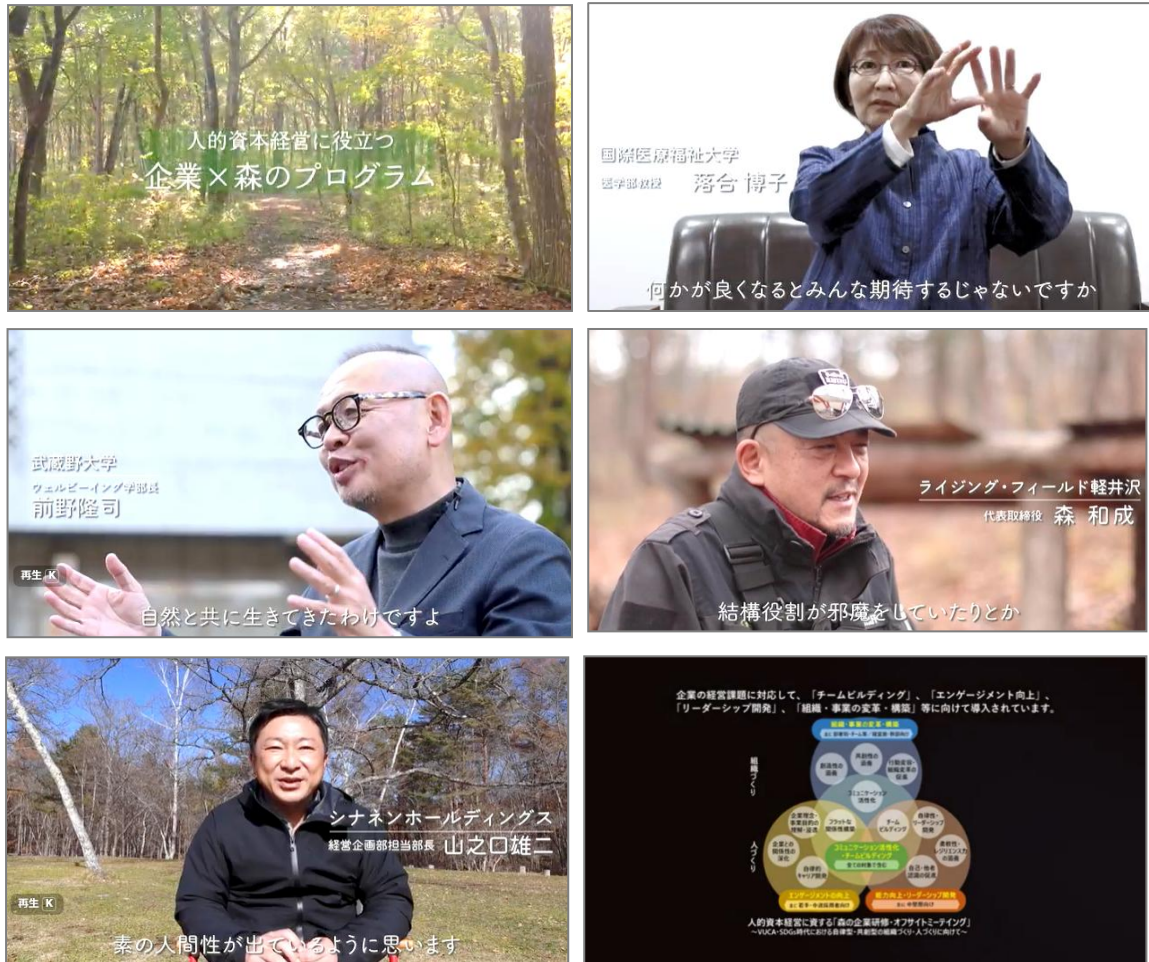
### (2) 動画の構成

取材内容を整理して、以下の通り、動画を制作し、農林水産省 You tube に公開した。

図表 2-2-2 動画「人的資本経営に役立つ 企業×森のプログラム」構成

0:00～0:42	(1) 森林環境の人への効果 国際医療福祉大学 医学部 教授 落合 博子氏
0:43～4:24	(2) シナネンホールディングス(株) 新生シナネン経営合宿 2025 (株)ライジング・フィールド 代表取締役 森 和成氏 (株)ライジング・フィールド 東京本部長 渡邊 亮氏 シナネンホールディングス(株) 経営企画部 部長 山之口 雄二氏 シナネンホールディングス(株) 社員
4:25～5:17	(3) 森のプログラムの意義・効果 武蔵野大学 ウェルビーイング学部 学部長・教授 前野 隆司氏
5:18～5:46	(4) 森のプログラムの特徴・タイプ

### (3) 動画の概要



## 3. 企業アンケート調査

### (1) 対象企業の抽出・選定

企業事例等のヒアリング調査を踏まえて、人的資本経営に資する「森のプログラム」への企業等のニーズを把握するため、以下を対象にアンケート調査を実施した。

#### 《企業ニーズ調査 調査概要》

- ①実施主体 林野庁
- ②調査対象 (ア)母集団
  - a). 人的資本経営コンソーシアム (人的資本経営 関心企業等)
  - b). HIS メールマガジン (企業人事・総務担当)
  - c). 30by30アライアンス メールマガジン(自然資本経営 関心企業等)
  - d). (一社)長野県経営者協会
- (イ)標本数
  - a). 661 社
  - b). 22,271 件 (開封数：3,960 件)

c). 1,177 件

d). 609 件

③調査時期 令和8年1～2月

④調査方法 a). 往復郵送（回答はWEBフォームを含む）によるアンケート調査（単独）  
b). メールマガジン単独配信・WEBフォーム回答によるインターネット調査  
c). メールマガジン配信・WEBフォーム回答によるインターネット調査（複合）  
d). 会員向け定期便による郵送・WEBフォーム回答によるインターネット調査（複合）

⑥ 有効回答数 合計106社 [a). 40社、b). 54社、c). 8社、d). 4社]

企業等向けの「森でのプログラム」は、人的資本経営の観点から人事・総務部署が主体となった取組から、自然資本経営に向けた取組を行う環境・CSV関係部署が主体となった取組など、多様なタイプが見られる。また、「森林サービス産業推進地域」は全国に立地していることから、地方のニーズを把握することも重要と考えられる。そこで、関係団体等との連携による機運醸成も見据えて、上記の母集団を対象に調査を選定した。

## （2）調査項目

企業の人的資本経営に関わる取組の実施状況を把握した上で、以下の通り、第1節で整理した人的資本経営への対応としての森のプログラム（森の企業研修・オフサイトミーティング）に対する関心や、健康経営・自然資本経営の観点から関心のある施策についての調査項目を設けた。

また、調査票は章末に参考資料として添付した。

### 《企業ニーズ調査 調査項目》

#### 【I】企業概要

- ① 本社等所在地（都道府県）
- ② 業種
- ③ 従業員数
- ④ 自然資本の活用状況

#### 【II】人的資本経営の状況

- ⑤ 人的資本経営の取組状況
- ⑥ 人的資本経営の取組（検討）目的
- ⑦ 人的資本経営で取り組む施策の領域
- ⑧ 人的資本経営に関連した研修等のテーマ

#### 【III】森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）への関心

- ⑨ 関心のある森のプログラム
- ⑩ 森のプログラムの導入対象として関心がある階層等
- ⑪ 森のプログラムの導入検討時に重視する要素

⑫ 森のプログラムの導入検討時に課題と思われる要素

#### 【IV】健康経営・自然資本経営からの関心

⑬ 健康経営・自然資本経営の観点から関心がある取組

### (3) 調査結果① (企業規模別)

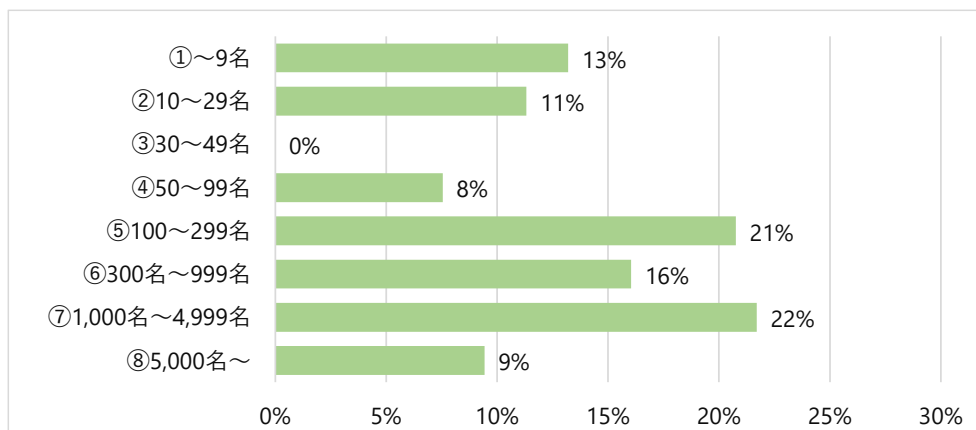
調査結果について、その傾向を把握するため、従業員数による「企業規模別」と「三大都市圏・地方圏別」に分けて分析を行った。本項では「企業規模別」の結果を記す。

#### 【I】企業概要

##### ① 従業員数

従業員数は、「1,000名～4,999名」や「100～299名」が多く、次いで「～9名」「10～29名」、「5,000名～」が多いという結果となった(図表 2-3-1)。

図表 2-3-1 回答企業等の従業員数



なお、本調査では、大まかな規模区分で傾向を把握することとし、便宜的に「小規模企業(～100名)」、「中小企業(100～299名)」、「中堅企業(300～999名)」、「大企業(1,000名～)」の4つに区分して、以降の分析を行った。

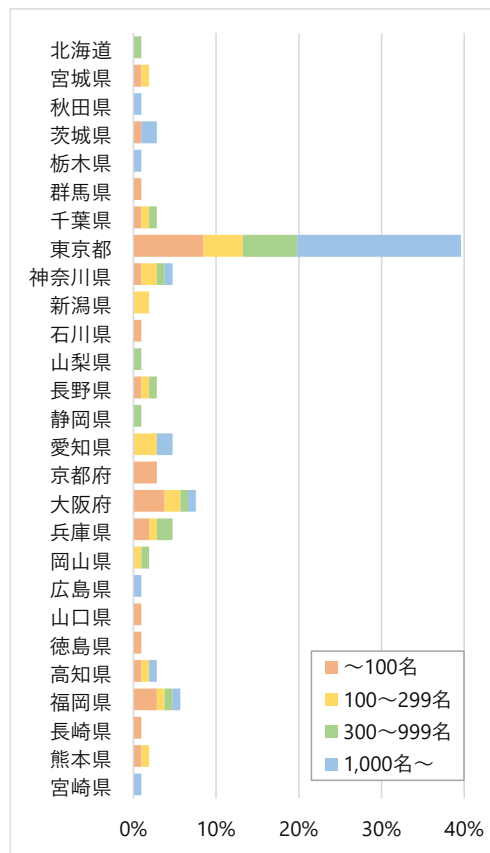
##### ② 本社等所在地(都道府県)

本社等の所在地は東京が最も多く(約4割)、うち半数は大企業が占める結果となった(図表 2-3-2)。その他は、東京近県や大阪・愛知等の三大都市圏と福岡が相対的に多くの回答があった。

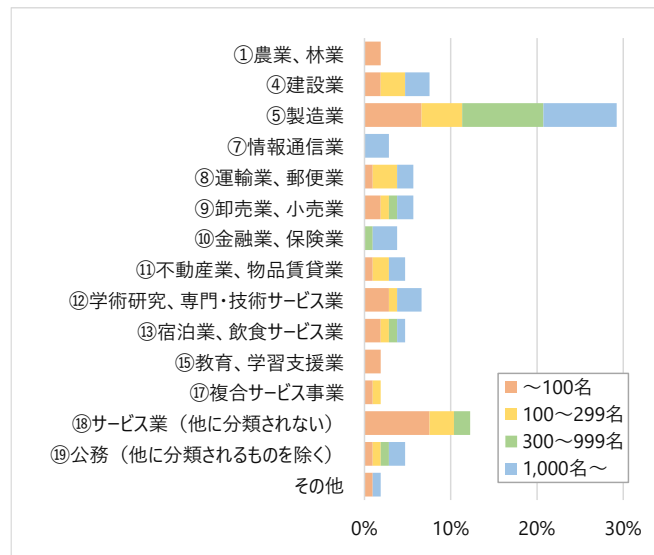
##### ③ 業種

製造業の大企業・中堅企業が多くを占めており(約3割)、次いで小規模のIT企業等を含むサービス業が多く見られた(図表 2-3-3)。

図表 2-3-2 本社等所在地（企業規模別）



図表 2-3-3 業種（企業規模別）



#### ④ 自然資本の活用状況

6割の企業は何かしらの自然資本を活用した取組を行っており、「③SDGs・CSV等の観点から自然環境教育・自然環境保全活動を取り組んでいる」が最も多く（約4割）、次いで「④地域貢献の観点から自然環境教育・自然環境保全活動を取り組んでいる」が約3割となっていた（図表 2-3-4）。

企業規模別にみると、大企業は約9割が何かしらの取組を実施しており、かつ上記2点は大企業が突出して多く、中小企業は低い傾向が見られた。

「⑥農山村地域や自然を活かした教育研修」は、全体では約1割の企業が取り組んでおり、大企業においては約2割が取り組んでいる傾向にあった。その具体的な内容は、森林セラピー等のヘルスツーリズム、企業研修、農業研修等が見られた。

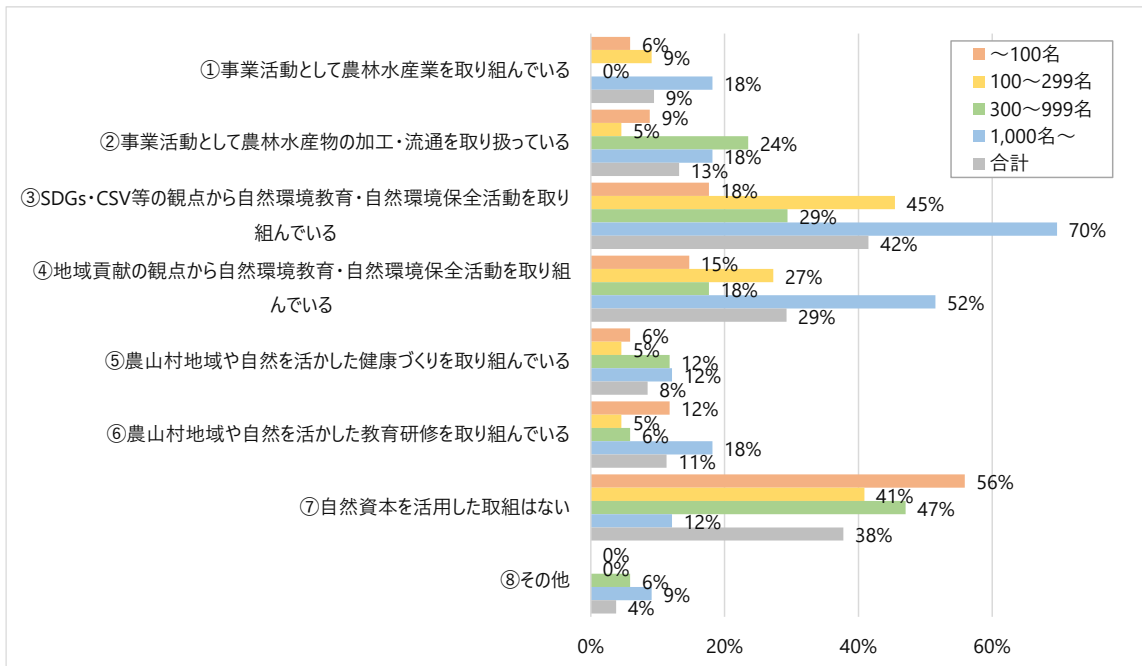
### 【II】 人的資本経営の状況

#### ① 人的資本経営の取組状況

人的資本経営の取組状況は、約4割の企業が「人的資本経営」を実践し、約3割の企業が「人的資本経営」の情報開示を実施していたが、一方で約3割が「人的資本経営」は検討していない状況にあった（図表 2-3-5）。

企業規模別では、大企業は約8割が情報開示を実施し、約7割が実践を導入しているが、中小企業では取組が限定的で、今後の取組も検討していない企業が約半数にのぼった。

図表 2-3-4 自然資本の活用状況（企業規模別）



項目	~100名	100~299名	300~999名	1,000名~	合計
①事業活動として農林水産業に取り組んでいる	6%	9%	0%	18%	9%
②事業活動として農林水産物の加工・流通を取り扱っている	9%	5%	24%	18%	13%
③SDGs・CSV等の観点から自然環境教育・自然環境保全活動に取り組んでいる	18%	45%	29%	70%	42%
④地域貢献の観点から自然環境教育・自然環境保全活動に取り組んでいる	15%	27%	18%	52%	29%
⑤農山村地域や自然を活かした健康づくりに取り組んでいる	6%	5%	12%	12%	8%
⑥農山村地域や自然を活かした教育研修に取り組んでいる	12%	5%	6%	18%	11%
⑦自然資本を活用した取組はない	56%	41%	47%	12%	38%
⑧その他	0%	0%	6%	9%	4%

【凡例】 80%以上 60~79% 40~59% 20~30%

## ② 人的資本経営の取組（検討）目的

人的資本経営の取組（検討）目的は、「⑦エンゲージメント向上」が最も多く（約8割）、次いで「⑥労働生産性の向上」（約7割）、「①企業ブランドの向上」、「⑧有能な人材の確保」（約6割）と続く結果となった（図表 2-3-6）。

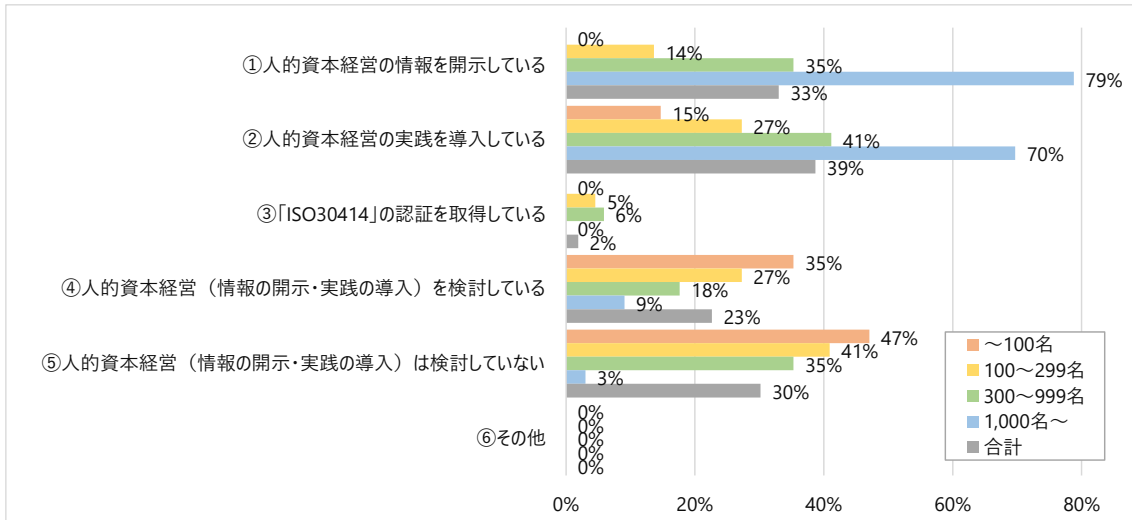
企業規模別では、全体的に大企業の実施割合が多いが、「⑤組織・事業変革」は中堅企業が多く（約7割）、「②投資家への説明責任」は大企業・中堅企業が中心となっていた。

## ③ 人的資本経営で取り組む施策の領域

人的資本経営で取り組む施策の領域は、「⑤組織風土」がもっとも多く（約8割）、次いで「⑨スキルと能力」、「③ダイバーシティ」（約7割）、「⑥安全衛生・ウェルビーイング」（約6割）と続いた（図表 2-3-7）。

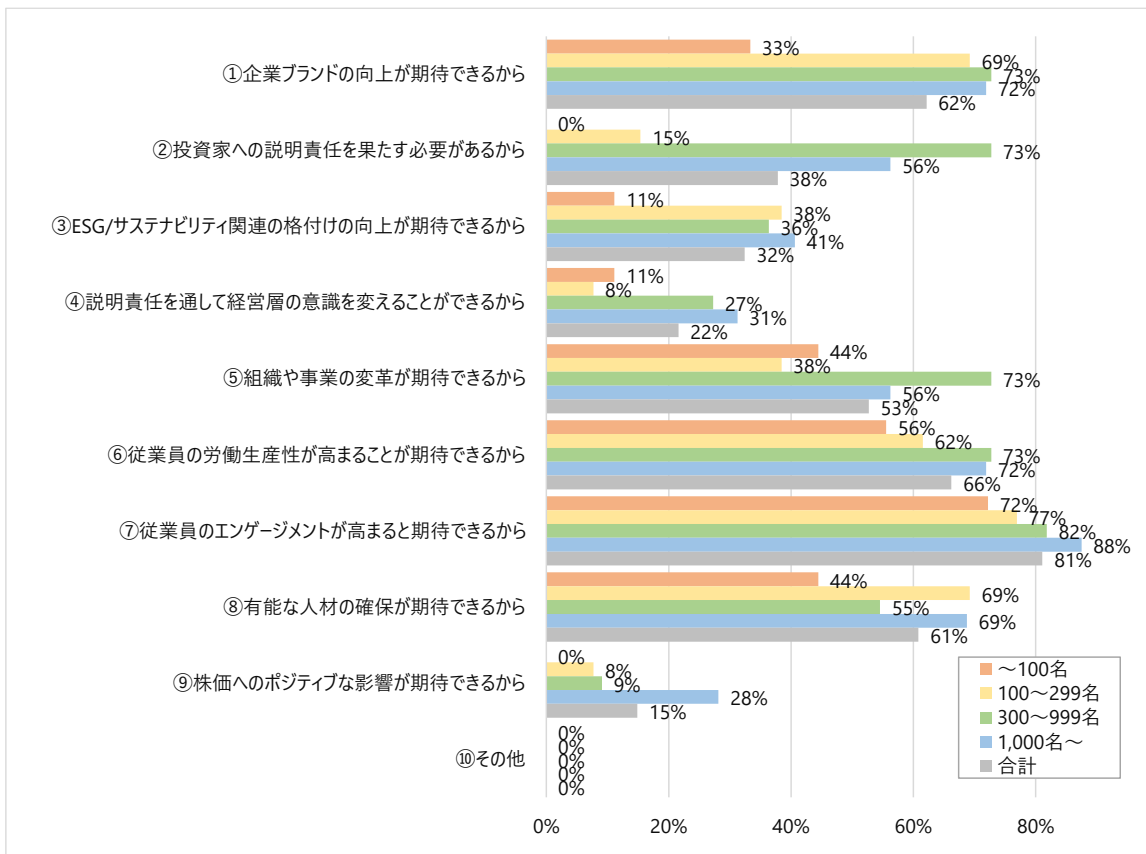
企業規模別では、大企業・中堅企業の取組割合が多く、「④リーダーシップ」は中小企業が、「②コスト」は中堅企業が相対的には高い割合となった。

図表 2-3-5 人的資本経営の取組状況（企業規模別）



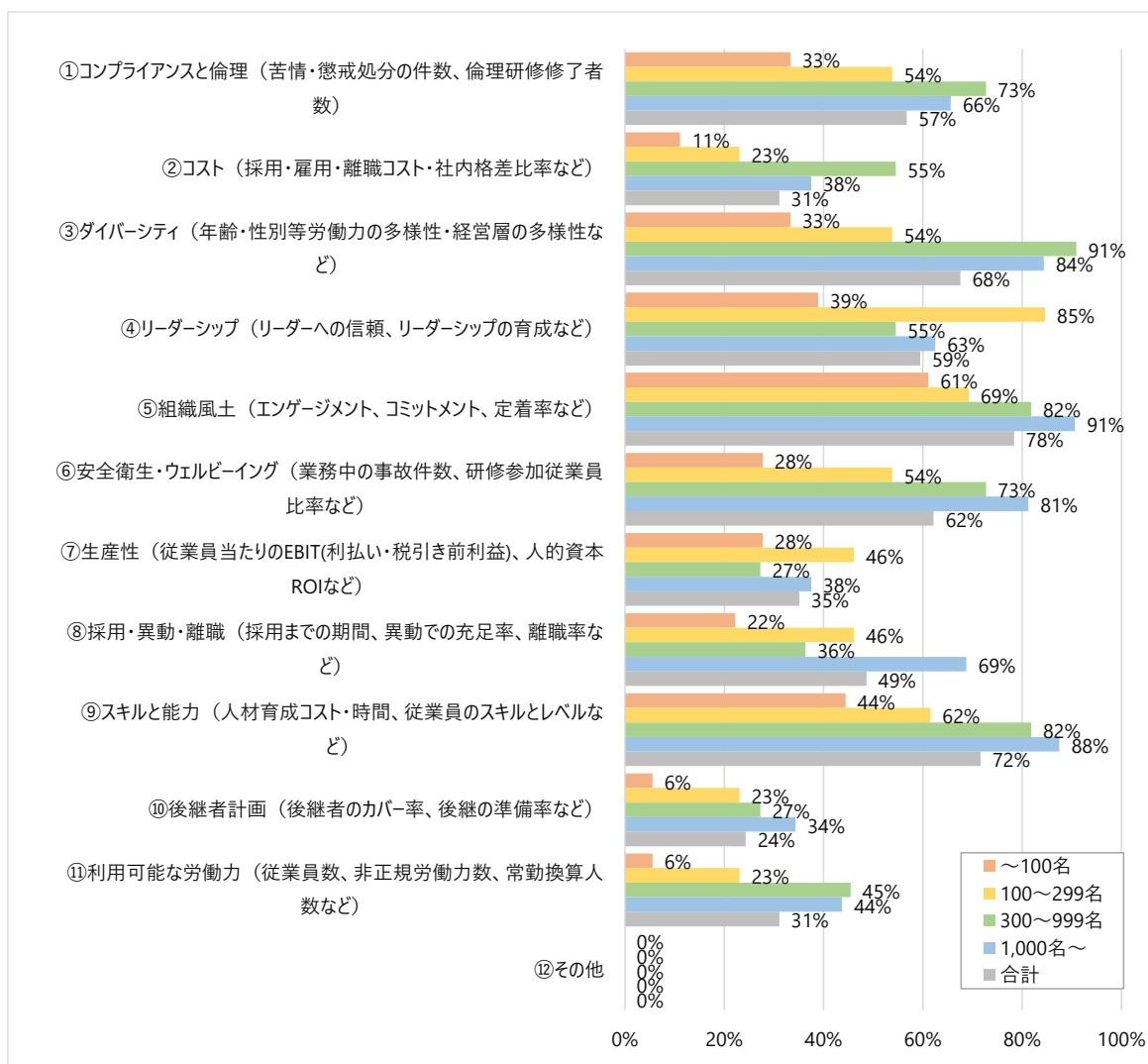
項目	~100名	100~299名	300~999名	1,000名~	合計
①人的資本経営の情報を開示している	0%	14%	35%	79%	33%
②人的資本経営の実践を導入している	15%	27%	41%	70%	39%
③「ISO30414」の認証を取得している	0%	5%	6%	0%	2%
④人的資本経営（情報の開示・実践の導入）を検討している	35%	27%	18%	9%	23%
⑤人的資本経営（情報の開示・実践の導入）は検討していない	47%	41%	35%	3%	30%
⑥その他	0%	0%	0%	0%	0%

図表 2-3-6 人的資本経営の取組（検討）目的（企業規模別）



項目	～100名	100～299名	300～999名	1,000名～	合計
①企業ブランドの向上が期待できるから	33%	69%	73%	72%	62%
②投資家への説明責任を果たす必要があるから	0%	15%	73%	56%	38%
③ESG/サステナビリティ関連の格付けの向上が期待できるから	11%	38%	36%	41%	32%
④説明責任を通して経営層の意識を変えることができるから	11%	8%	27%	31%	22%
⑤組織や事業の変革が期待できるから	44%	38%	73%	56%	53%
⑥従業員の労働生産性が高まること期待できるから	56%	62%	73%	72%	66%
⑦従業員のエンゲージメントが高まると期待できるから	72%	77%	82%	88%	81%
⑧有能な人材の確保が期待できるから	44%	69%	55%	69%	61%
⑨株価へのポジティブな影響が期待できるから	0%	8%	9%	28%	15%
⑩その他	0%	0%	0%	0%	0%

図表 2-3-7 人的資本経営で取り組む施策の領域（企業規模別）



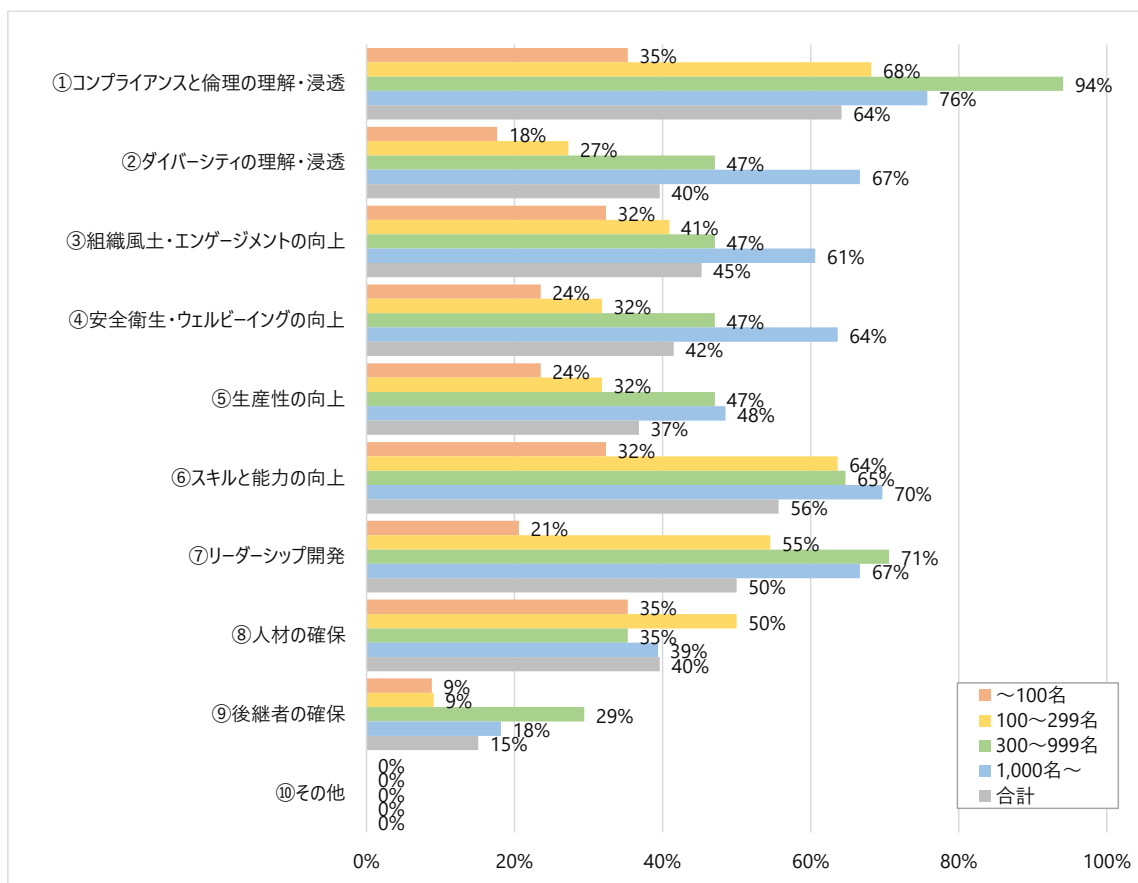
項目	～100名	100～299名	300～999名	1,000名～	合計
①コンプライアンスと倫理（苦情・懲戒処分の件数、倫理研修受講者数）	33%	54%	73%	66%	57%
②コスト（採用・雇用・離職コスト・社内格差比率など）	11%	23%	55%	38%	31%
③ダイバーシティ（年齢・性別等労働力の多様性・経営層の多様性など）	33%	54%	91%	84%	68%
④リーダーシップ（リーダーへの信頼、リーダーシップの育成など）	39%	85%	55%	63%	59%
⑤組織風土（エンゲージメント、コミットメント、定着率など）	61%	69%	82%	91%	78%
⑥安全衛生・ウェルビーイング（業務中の事故件数、研修参加従業員比率など）	28%	54%	73%	81%	62%
⑦生産性（従業員当たりのEBIT(利払い・税引き前利益)、人的資本ROIなど）	28%	46%	27%	38%	35%
⑧採用・異動・離職（採用までの期間、異動での充足率、離職率など）	22%	46%	36%	69%	49%
⑨スキルと能力（人材育成コスト・時間、従業員のスキルとレベルなど）	44%	62%	82%	88%	72%
⑩後継者計画（後継者のカバー率、後継の準備率など）	6%	23%	27%	34%	24%
⑪利用可能な労働力（従業員数、非正規労働力数、常勤換算人数など）	6%	23%	45%	44%	31%
⑫その他	0%	0%	0%	0%	0%

#### ④ 人的資本経営に関連した研修等のテーマ

人的資本経営に関連した研修等のテーマは、「①コンプライアンスと倫理の理解・浸透」が最も多く（約6割）、次いで「⑥スキルと能力の向上」（約6割）、「⑦リーダーシップ開発」（約5割）が多い傾向となった（図表 2-3-8）。

企業規模別では、大企業が相対的に取組割合は大きい、「①コンプライアンスと倫理の理解・浸透」、「⑨後継者の確保」は中堅企業の方が多く、「⑧人材の確保」は中小企業が多い傾向となった。

図表 2-3-8 人的資本経営に関連した研修等のテーマ（企業規模別）



項目	～100名	100～299名	300～999名	1,000名～	合計
①コンプライアンスと倫理の理解・浸透	35%	68%	94%	76%	64%
②ダイバーシティの理解・浸透	18%	27%	47%	67%	40%
③組織風土・エンゲージメントの向上	32%	41%	47%	61%	45%
④安全衛生・ウェルビーイングの向上	24%	32%	47%	64%	42%
⑤生産性の向上	24%	32%	47%	48%	37%
⑥スキルと能力の向上	32%	64%	65%	70%	56%
⑦リーダーシップ開発	21%	55%	71%	67%	50%
⑧人材の確保	35%	50%	35%	39%	40%
⑨後継者の確保	9%	9%	29%	18%	15%
⑩その他	0%	0%	0%	0%	0%

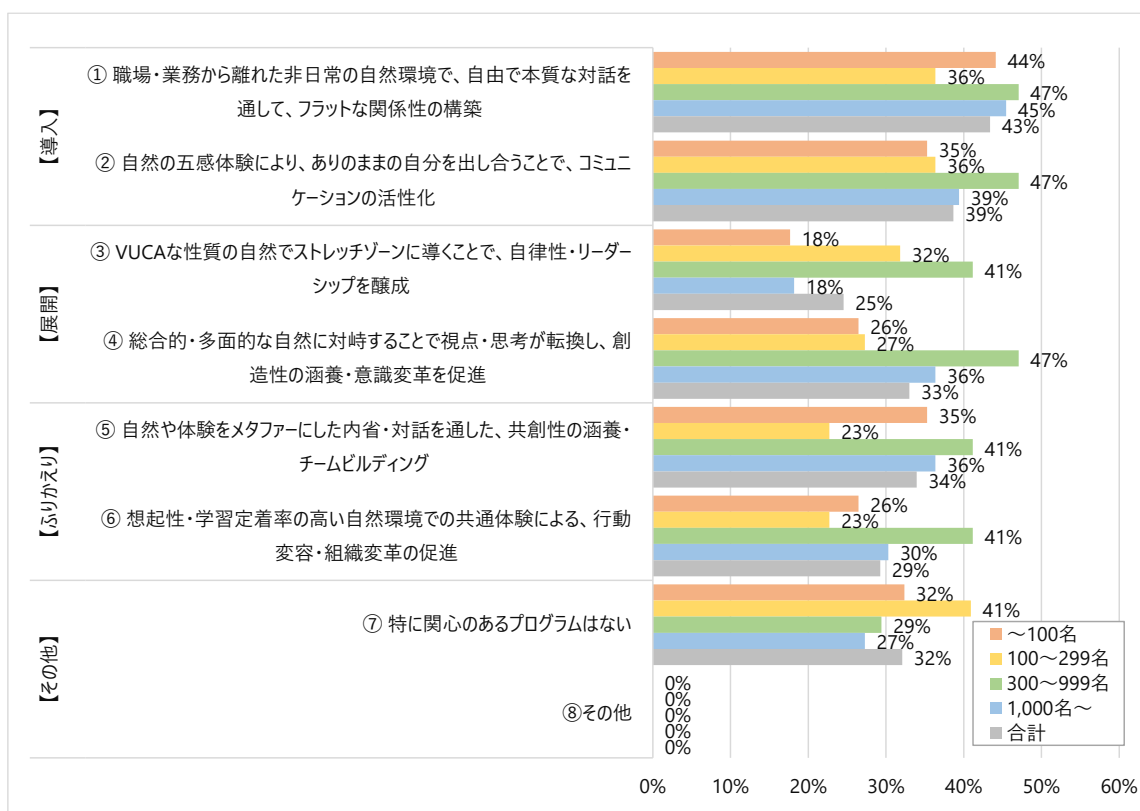
### 【Ⅲ】森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）」への関心

#### ⑤ 関心のある森のプログラム

約7割の企業が、いずれかの「森の企業研修・オフサイトミーティング」に関連したプログラムに関心を有していた。特に、「①フラットな関係性構築」、「②コミュニケーション活性化」が多い傾向（約4割）にあった（図表2-3-9）。

企業規模別では、全体的に中堅企業がいずれのテーマについても関心が高い傾向にあり、「③リーダーシップ開発」は中堅企業と中小企業で関心が高い傾向にあった。

図表 2-3-9 関心のある森のプログラム（企業規模別）



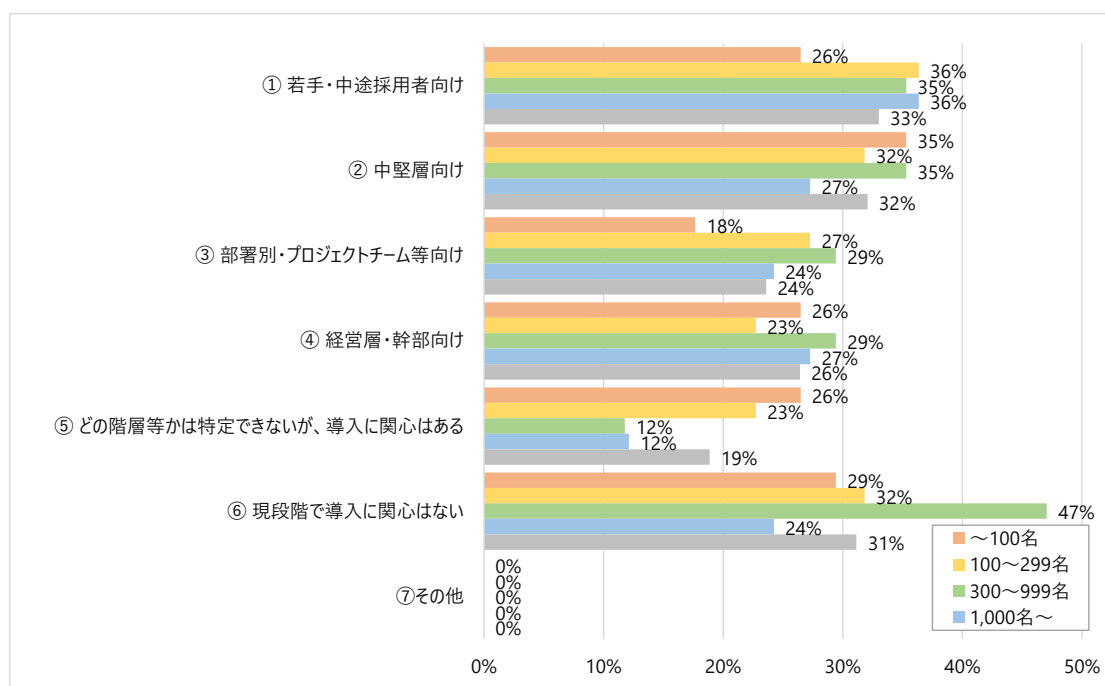
項目		～100名	100～299名	300～999名	1,000名～	合計
【導入】	① 職場・業務から離れた非日常の自然環境で、自由で本質な対話を通して、フラットな関係性の構築	44%	36%	47%	45%	43%
	② 自然の五感体験により、ありのままの自分を出し合うことで、コミュニケーションの活性化	35%	36%	47%	39%	39%
【展開】	③ VUCAな性質の自然でストレッチゾーンに導くことで、自律性・リーダーシップを醸成	18%	32%	41%	18%	25%
	④ 総合的・多面的な自然に対峙することで視点・思考が転換し、創造性の涵養・意識変革を促進	26%	27%	47%	36%	33%
【ふりかえり】	⑤ 自然や体験をメタファーにした内省・対話を通じた、共創性の涵養・チームビルディング	35%	23%	41%	36%	34%
	⑥ 想起性・学習定着率の高い自然環境での共通体験による、行動変容・組織変革の促進	26%	23%	41%	30%	29%
【その他】	⑦ 特に関心のあるプログラムはない	32%	41%	29%	27%	32%
	⑧ その他	0%	0%	0%	0%	0%

## ⑥ 森のプログラムの導入対象として関心がある階層等

約7割の企業が、いずれかの階層等を対象に「森の企業研修・オフサイトミーティング」の導入に関心を有しており、特に導入対象としては、「①若手・中途採用者向け」「②中堅層向け」が最も多い傾向（約3割）となった（図表 2-3-10）。

企業規模別では、「②中堅層向け」は中堅企業・小規模企業、「③部署別・プロジェクトチーム等向け」は中堅企業、中小企業が相対的に多く（100～299名）で多い傾向となった。

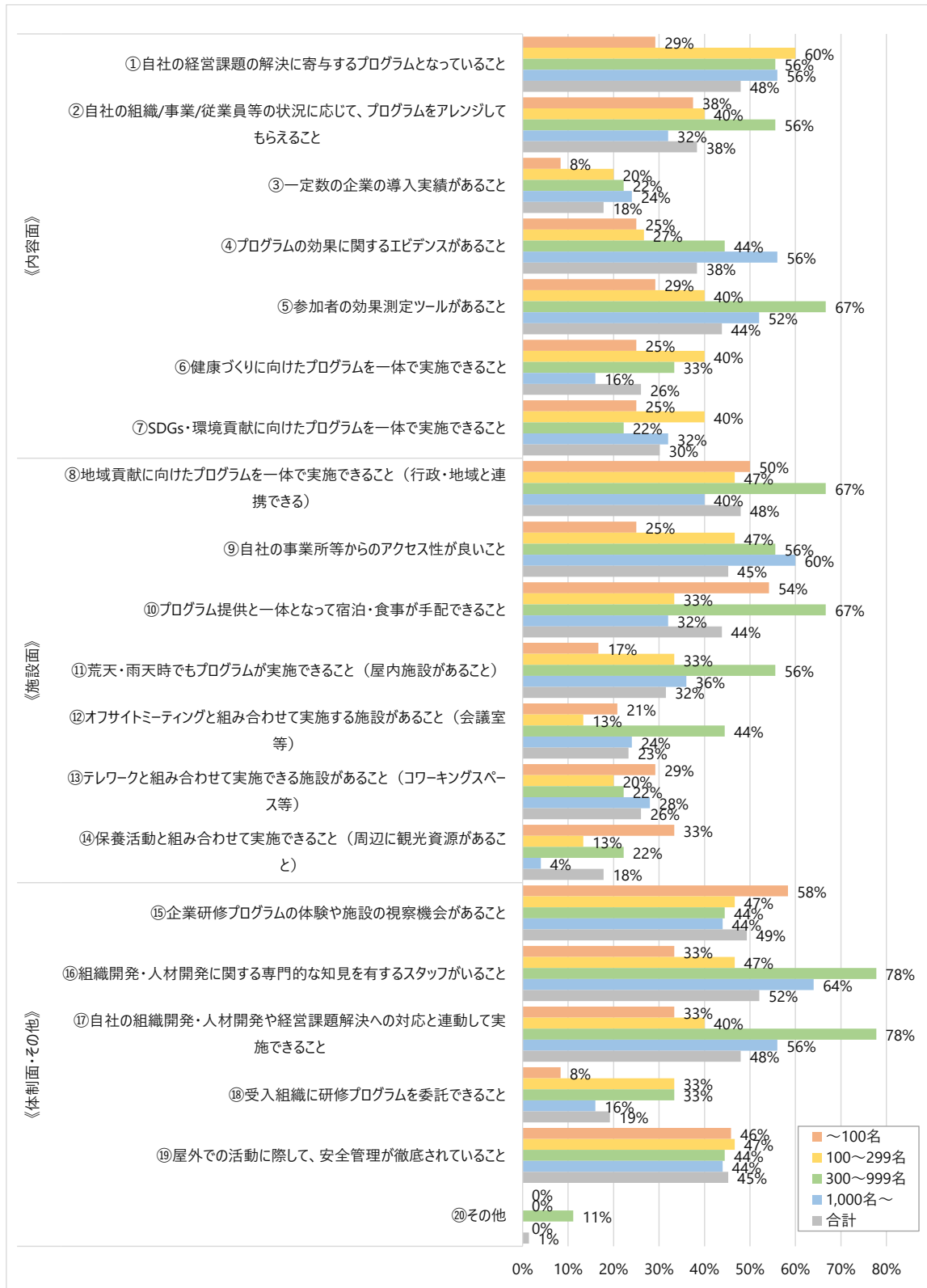
図表 2-3-10 森のプログラムの導入対象として関心がある階層等（企業規模別）



項目	～100名	100～299名	300～999名	1,000名～	合計
① 若手・中途採用者向け	26%	36%	35%	36%	33%
② 中堅層向け	35%	32%	35%	27%	32%
③ 部署別・プロジェクトチーム等向け	18%	27%	29%	24%	24%
④ 経営層・幹部向け	26%	23%	29%	27%	26%
⑤ どの階層等かは特定できないが、導入に関心はある	26%	23%	12%	12%	19%
⑥ 現段階で導入に関心はない	29%	32%	47%	24%	31%
⑦ その他	0%	0%	0%	0%	0%

## ⑪ 森のプログラムの導入検討時に重視する要素

図表 2-3-11 森のプログラムの導入検討時に重視する要素（企業規模別）



項目		～100名	100～299名	300～999名	1,000名～	合計
《内容面》	①自社の経営課題の解決に寄与するプログラムとなっていること	29%	60%	56%	56%	48%
	②自社の組織/事業/従業員等の状況に応じて、プログラムをアレンジしてもらえること	38%	40%	56%	32%	38%
	③一定数の企業の導入実績があること	8%	20%	22%	24%	18%
	④プログラムの効果に関するエビデンスがあること	25%	27%	44%	56%	38%
	⑤参加者の効果測定ツールがあること	29%	40%	67%	52%	44%
	⑥健康づくりに向けたプログラムを一体で実施できること	25%	40%	33%	16%	26%
	⑦SDGs・環境貢献に向けたプログラムを一体で実施できること	25%	40%	22%	32%	30%
《施設面》	⑧地域貢献に向けたプログラムを一体で実施できること（行政・地域と連携できる）	50%	47%	67%	40%	48%
	⑨自社の事業所等からのアクセス性が良いこと	25%	47%	56%	60%	45%
	⑩プログラム提供と一体となって宿泊・食事が手配できること	54%	33%	67%	32%	44%
	⑪荒天・雨天時でもプログラムが実施できること（屋内施設があること）	17%	33%	56%	36%	32%
	⑫オフサイトミーティングと組み合わせて実施する施設があること（会議室等）	21%	13%	44%	24%	23%
	⑬テレワークと組み合わせて実施できる施設があること（コワーキングスペース等）	29%	20%	22%	28%	26%
	⑭保養活動と組み合わせて実施できること（周辺に観光資源があること）	33%	13%	22%	4%	18%
《体制面・その他》	⑮企業研修プログラムの体験や施設の視察機会があること	58%	47%	44%	44%	49%
	⑯組織開発・人材開発に関する専門的な知見を有するスタッフがいること	33%	47%	78%	64%	52%
	⑰自社の組織開発・人材開発や経営課題解決への対応と連動して実施できること	33%	40%	78%	56%	48%
	⑱受入組織に研修プログラムを委託できること	8%	33%	33%	16%	19%
	⑲屋外での活動に際して、安全管理が徹底されていること	46%	47%	44%	44%	45%
	⑳その他	0%	0%	11%	0%	1%

森のプログラムの導入検討時に重視する要素は、「⑮組織開発・人材開発に関する専門的な知見を有するスタッフがいること」が最も重視され、次いで「②企業研修プログラムの体験や施設の視察機会があること」、「①自社の経営課題の解決に寄与するプログラムとなっていること」、「⑰自社の組織開発・人材開発や経営課題解決への対応と連動して実施できること」、「⑧地域貢献に向けたプログラムを一体で実施できること（行政・地域と連携できる）」が重視されていた（図表 2-3-11）。

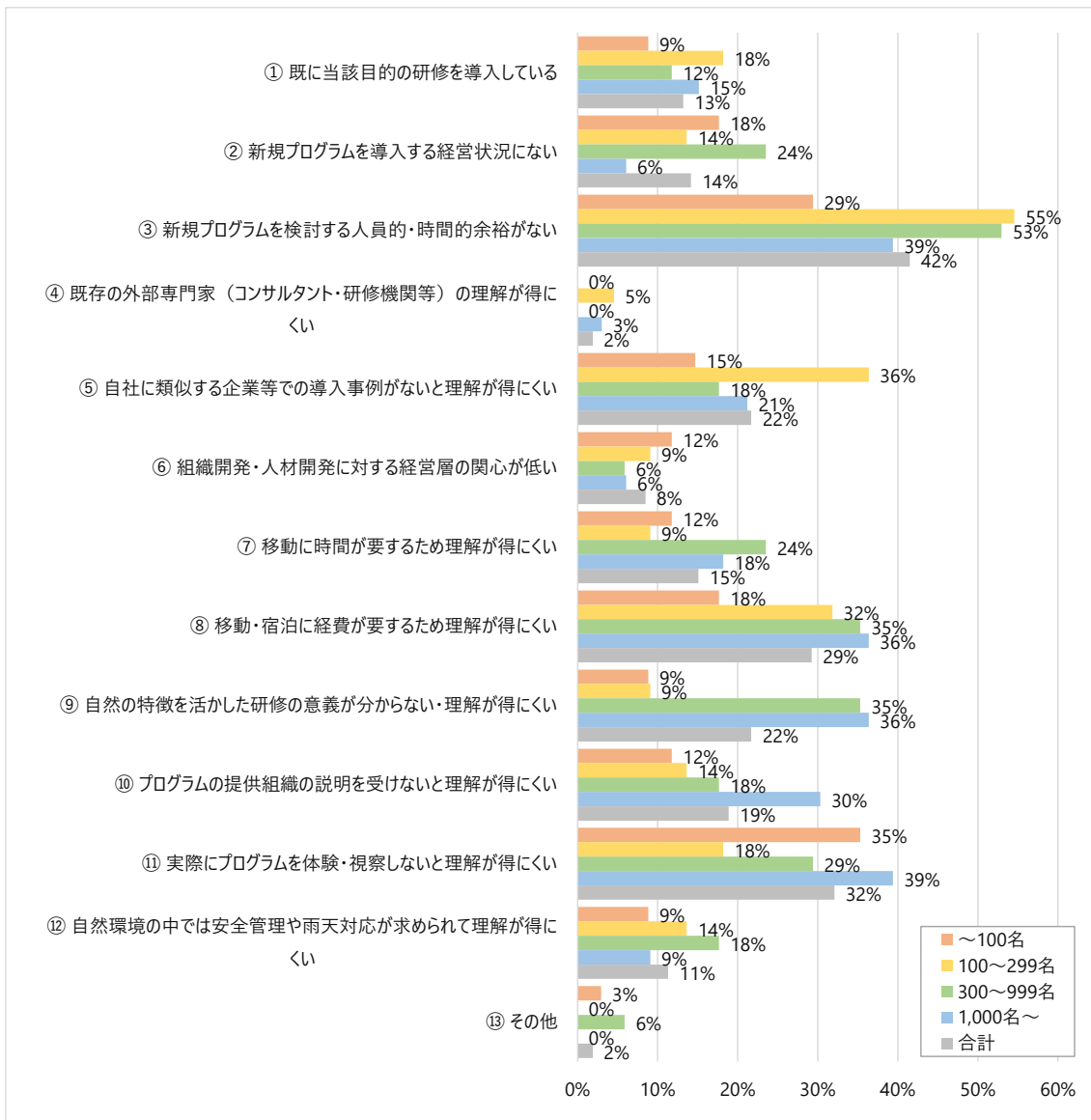
全体的に、大企業や中堅企業は、多くの要素を求める傾向が強いが、中小企業は「①自社の経営課題の解決に寄与するプログラムとなっていること」を、小規模企業は「⑮企業研修プログラムの体験や施設の視察機会があること」を特に重視していた。

## ⑫ 森のプログラムの導入検討時に課題と思われる要素

森のプログラムの導入検討時に課題と思われる要素は、「③新規プログラムを検討する人員的・時間的余裕がない」が最も多く（約4割）、次いで「⑪実際にプログラムを体験・視察しないと理解が得にくい」、「移動・宿泊に経費が要するため理解が得にくい」が多く見られた（約3割）（図表 2-3-12）。

企業規模別では、中小企業は「⑤自社に類似する企業等での導入事例がないと理解が得にくい」が特に多い傾向（約4割）にあった。

図表 2-3-12 森のプログラムの導入検討時に課題と思われる要素（企業規模別）



項目	～100名	100～299名	300～999名	1,000名～	合計
① 既に当該目的の研修を導入している	9%	18%	12%	15%	13%
② 新規プログラムを導入する経営状況にない	18%	14%	24%	6%	14%
③ 新規プログラムを検討する人力的・時間的余裕がない	29%	55%	53%	39%	42%
④ 既存の外部専門家（コンサルタント・研修機関等）の理解が得にくい	0%	5%	0%	3%	2%
⑤ 自社に類似する企業等での導入事例がないと理解が得にくい	15%	36%	18%	21%	22%
⑥ 組織開発・人材開発に対する経営層の関心が低い	12%	9%	6%	6%	8%
⑦ 移動に時間が要するため理解が得にくい	12%	9%	24%	18%	15%
⑧ 移動・宿泊に経費が要するため理解が得にくい	18%	32%	35%	36%	29%
⑨ 自然の特徴を活かした研修の意義が分からない・理解が得にくい	9%	9%	35%	36%	22%
⑩ プログラムの提供組織の説明を受けないと理解が得にくい	12%	14%	18%	30%	19%
⑪ 実際にプログラムを体験・視察しないと理解が得にくい	35%	18%	29%	39%	32%
⑫ 自然環境の中では安全管理や雨天対応が求められて理解が得にくい	9%	14%	18%	9%	11%
⑬ その他	3%	0%	6%	0%	2%

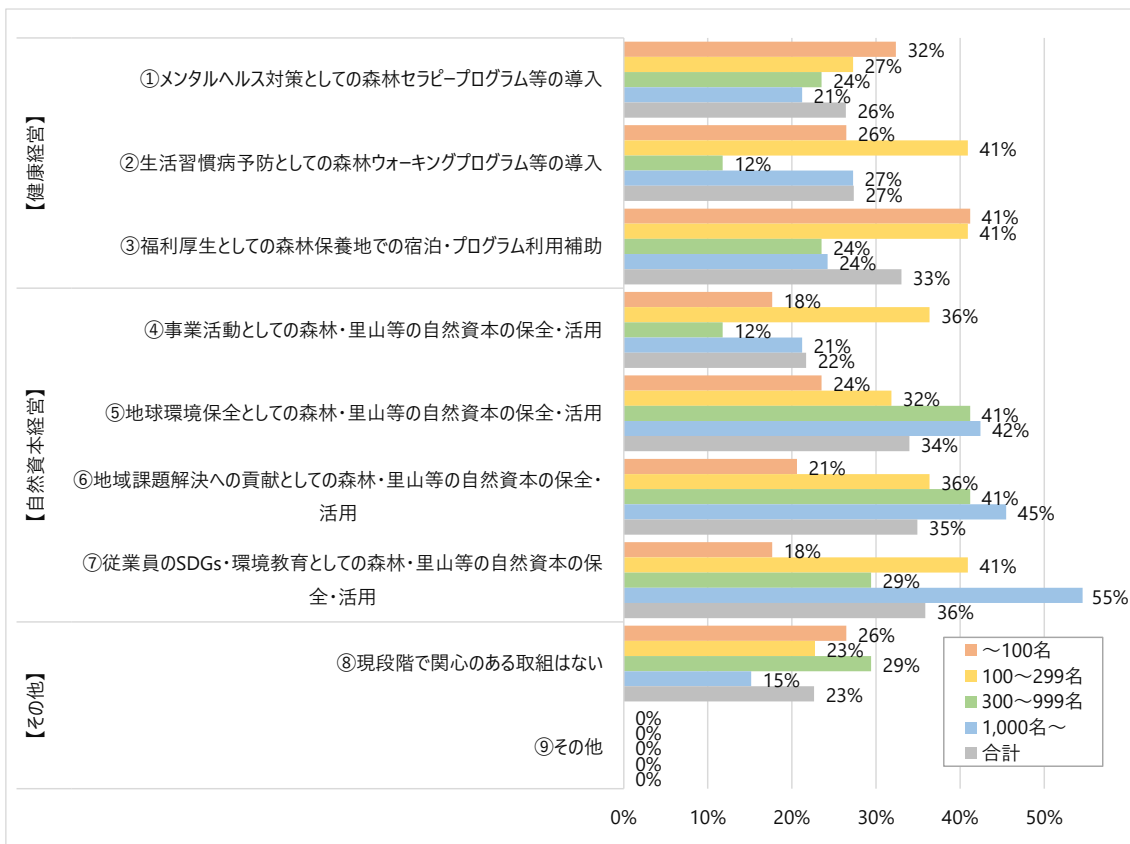
#### 【IV】健康経営・自然資本経営からの関心

##### ⑬ 健康経営・自然資本経営の観点から関心がある取組

約8割が健康経営・自然資本経営の観点から関心がある取組に関心があり、特に「⑦SDGs・環境教育としての自然資本の保全・活用」、「⑥地域課題解決への貢献としての自然資本の保全・活用」、次いで「⑤地球環境保全としての自然資本の保全・活用」、「③福利厚生との宿泊・プログラム利用補助」が多い傾向となった（図表 2-3-13）。

企業規模別では、大企業・中堅企業は「自然資本経営」に関わる施策に関心が高く、中小企業・小規模企業は「健康経営」に関わる施策への関心が相対的に高い傾向にあった。

図表 2-3-13 健康経営・自然資本経営の観点から関心がある取組（企業規模別）



項目		～100名	100～299名	300～999名	1,000名～	合計
【健康経営】	①メンタルヘルス対策としての森林セラピープログラム等の導入	32%	27%	24%	21%	26%
	②生活習慣病予防としての森林ウォーキングプログラム等の導入	26%	41%	12%	27%	27%
	③福利厚生としての森林保養地での宿泊・プログラム利用補助	41%	41%	24%	24%	33%
【自然資本経営】	④事業活動としての森林・里山等の自然資本の保全・活用	18%	36%	12%	21%	22%
	⑤地球環境保全としての森林・里山等の自然資本の保全・活用	24%	32%	41%	42%	34%
	⑥地域課題解決への貢献としての森林・里山等の自然資本の保全・活用	21%	36%	41%	45%	35%
【その他】	⑦従業員のSDGs・環境教育としての森林・里山等の自然資本の保全・活用	18%	41%	29%	55%	36%
	⑧现阶段で関心のある取組はない	26%	23%	29%	15%	23%
	⑨その他	0%	0%	0%	0%	0%

## (4) 調査結果② (三大都市圏・地方圏別)

本項では「三大都市圏・地方圏別」の結果を記す。

### 【I】企業概要

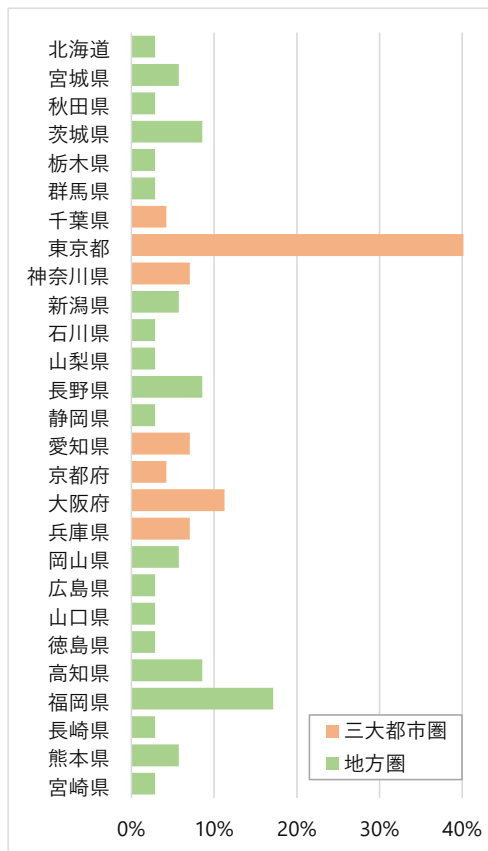
#### ① 本社等所在地 (都道府県)

三大都市圏に本社等が所在する企業等が全体の約 2/3 と多く (71 件)、地方圏は約 1/3 (35 件) であった (図表 2-4-1)。

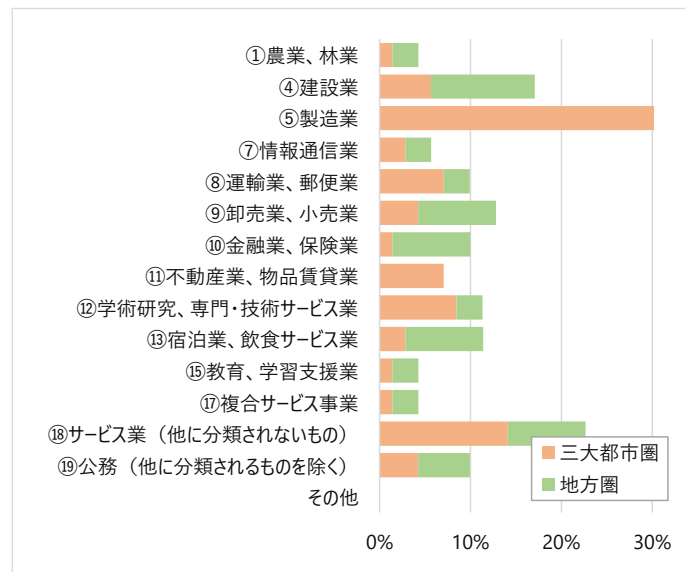
#### ② 業種

「製造業」の本社は三大都市圏のみとなっており、「建設業」「宿泊業・飲食サービス業」は地方圏が多い傾向にあった (図表 2-4-2)。

図表 2-4-2 本社等所在地 (三大都市圏・地方圏別)



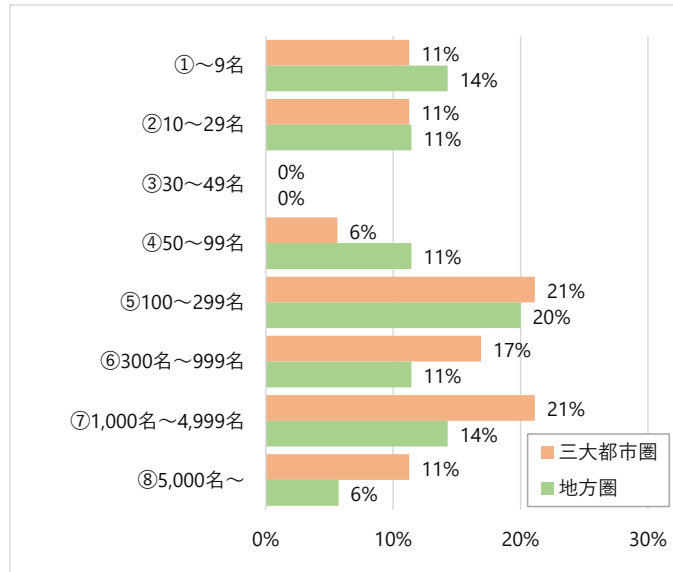
図表 2-4-2 業種 (三大都市圏・地方圏別)



#### ③ 従業員数

図表 2-4-3 の通り、三大都市圏では大企業・中堅企業が多いが、地方圏は中小企業、小規模企業が多い傾向となった。

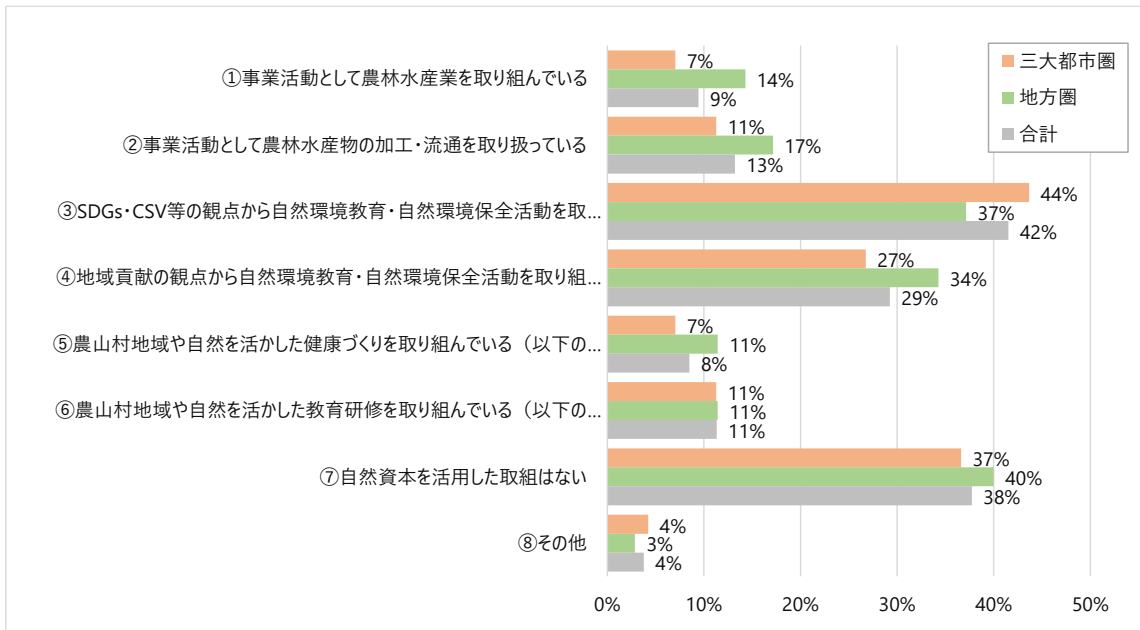
図表 2-4-3 本社等所在地（三大都市圏・地方圏別）



#### ④ 自然資本の活用状況

三大都市圏の企業等は、「③SDGs・CSV等の観点から自然環境教育・自然環境保全活動」に取り組む割合が相対的に高く、地方圏の企業等は、「①事業活動として農林水産業」、「②事業活動として農林水産物の加工・流通」、「④地域貢献の観点から自然環境教育・自然環境保全活動」に取り組む割合が相対的に高い傾向となった（図表 2-4-4）。

図表 2-4-4 自然資本の活用状況（三大都市圏・地方圏別）



項目	三大都市圏	地方圏	合計
①事業活動として農林水産業に取り組んでいる	7%	14%	9%
②事業活動として農林水産物の加工・流通を取り扱っている	11%	17%	13%
③SDGs・CSV等の観点から自然環境教育・自然環境保全活動に取り組んでいる	44%	37%	42%
④地域貢献の観点から自然環境教育・自然環境保全活動に取り組んでいる	27%	34%	29%
⑤農山村地域や自然を活かした健康づくりに取り組んでいる（以下の「その他」欄に具体的な取組を記載して下さい）	7%	11%	8%
⑥農山村地域や自然を活かした教育研修に取り組んでいる（以下の「その他」欄に具体的な取組を記載して下さい）	11%	11%	11%
⑦自然資本を活用した取組はない	37%	40%	38%
⑧その他	4%	3%	4%

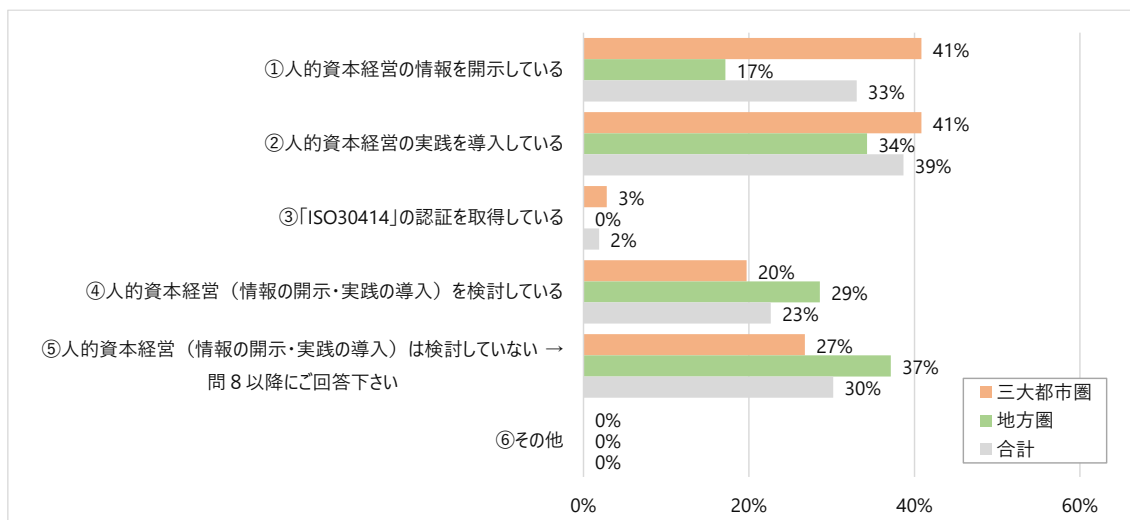
【凡例】	80%以上	60～79%	40～59%	20～30%
------	-------	--------	--------	--------

## 【II】人的資本経営の状況

### ⑤ 人的資本経営の取組状況

三大都市圏の企業は「人的資本経営の情報を開示」している企業の割合が地方圏の約2割多く、「人的資本経営の実践」をしている企業等も約1割多い傾向となった。地方圏の企業は、「人的資本経営」を検討している企業等及び検討していない企業等が、三大都市圏と比べていずれも約1割多い傾向となった（図表 2-4-5）。

図表 2-4-5 人的資本経営の取組状況（三大都市圏・地方圏別）



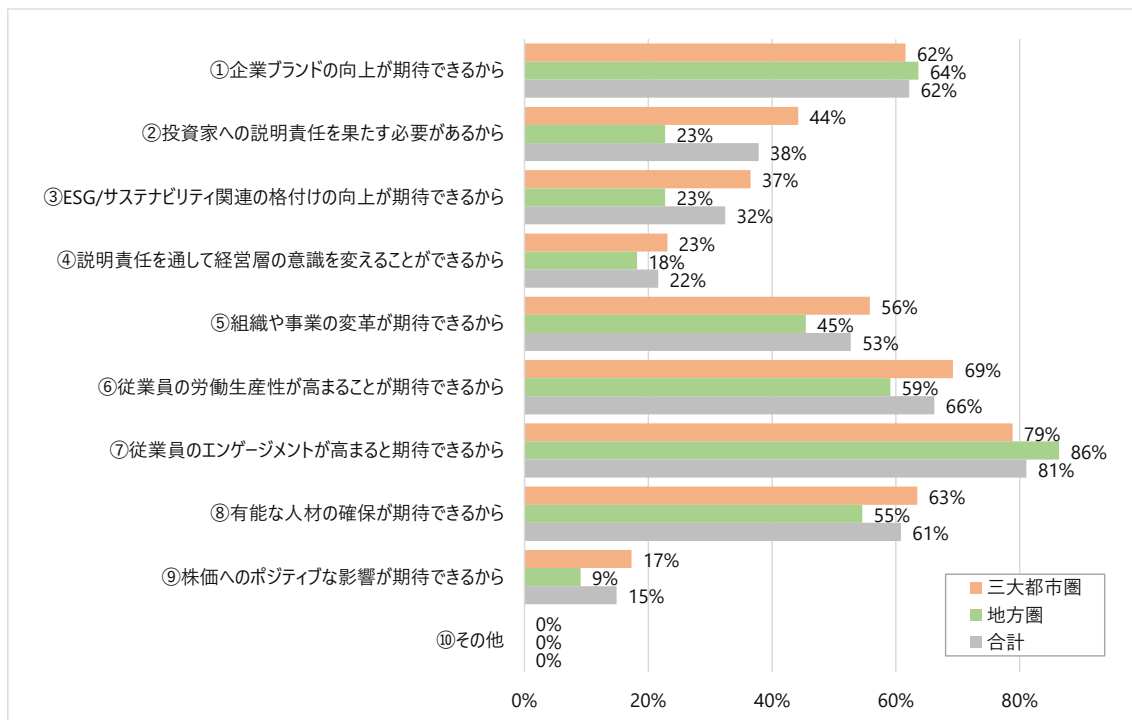
項目	三大都市圏	地方圏	合計
①人的資本経営の情報を開示している	41%	17%	33%
②人的資本経営の実践を導入している	41%	34%	39%
③「ISO30414」の認証を取得している	3%	0%	2%
④人的資本経営（情報の開示・実践の導入）を検討している	20%	29%	23%
⑤人的資本経営（情報の開示・実践の導入）は検討していない → 問 8 以降にご回答下さい	27%	37%	30%
⑥その他	0%	0%	0%

## ⑥ 人的資本経営の取組（検討）目的

三大都市圏の企業等は地方圏の企業等と比べて、「②投資家への説明責任」が約2割、「③ESG/サステナビリティ関連の格付けの向上」、「⑤組織や事業の変革」、「⑥従業員の労働生産性の向上」が約1割多い傾向となった（図表2-4-6）。

他方で、地方圏の企業等は三大都市圏の企業等と比べて、「⑦従業員のエンゲージメントの向上」が若干多い傾向となった。

図表 2-4-6 人的資本経営の取組（検討）目的（三大都市圏・地方圏別）

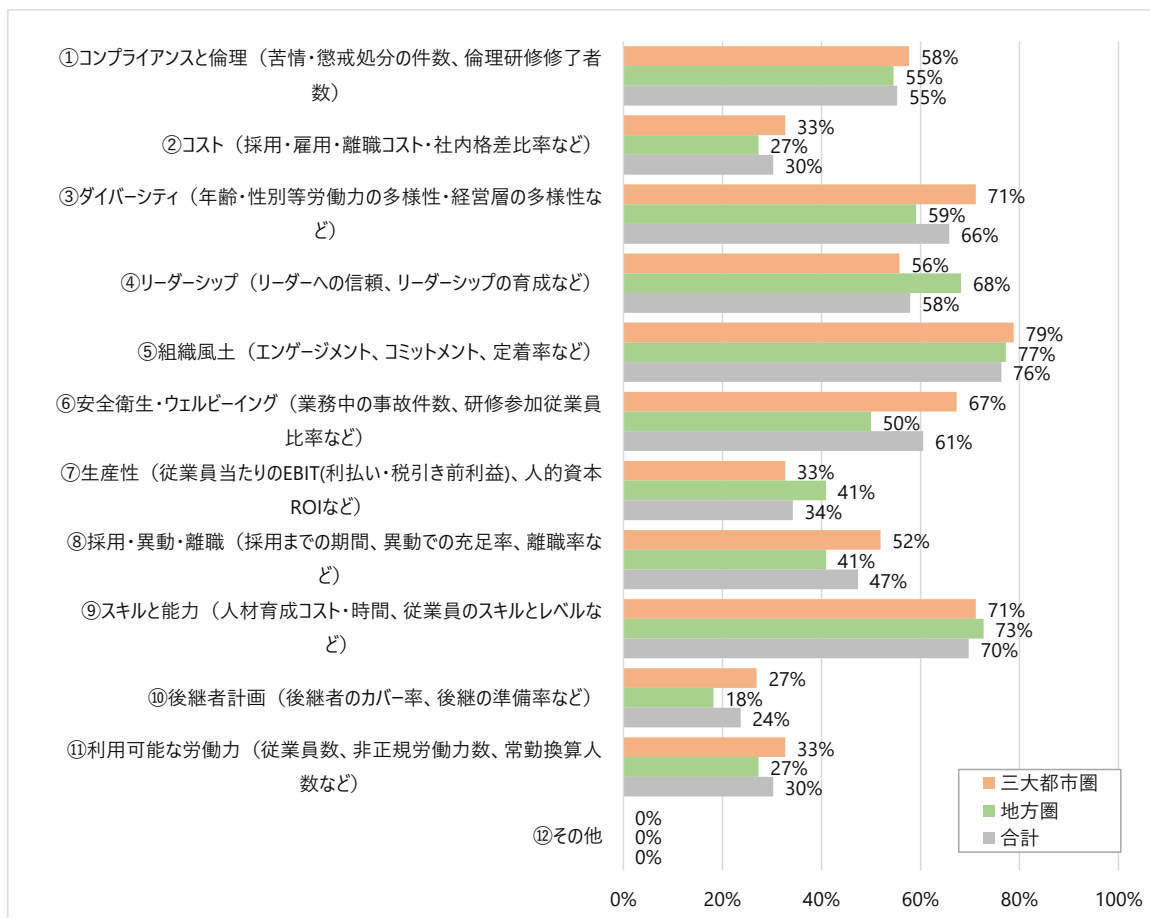


項目	三大都市圏	地方圏	合計
①企業ブランドの向上が期待できるから	62%	64%	62%
②投資家への説明責任を果たす必要があるから	44%	23%	38%
③ESG/サステナビリティ関連の格付けの向上が期待できるから	37%	23%	32%
④説明責任を通して経営層の意識を変えることができるから	23%	18%	22%
⑤組織や事業の変革が期待できるから	56%	45%	53%
⑥従業員の労働生産性が高まること期待できるから	69%	59%	66%
⑦従業員のエンゲージメントが高まると期待できるから	79%	86%	81%
⑧有能な人材の確保が期待できるから	63%	55%	61%
⑨株価へのポジティブな影響が期待できるから	17%	9%	15%
⑩その他	0%	0%	0%

## ⑦ 人的資本経営で取り組む施策の領域

三大都市圏の企業等は地方圏の企業等と比べて、「⑥安全衛生・ウェルビーイング」が約2割、「③ダイバーシティ」、「⑧採用・異動・離職」が約1割多い傾向となった。他方で、地方圏の企業等は三大都市圏の企業等と比べて、「⑦リーダーシップ開発」が約1割多い傾向となった（図表2-4-7）。

図表 2-4-7 人的資本経営で取り組む施策の領域（三大都市圏・地方圏別）

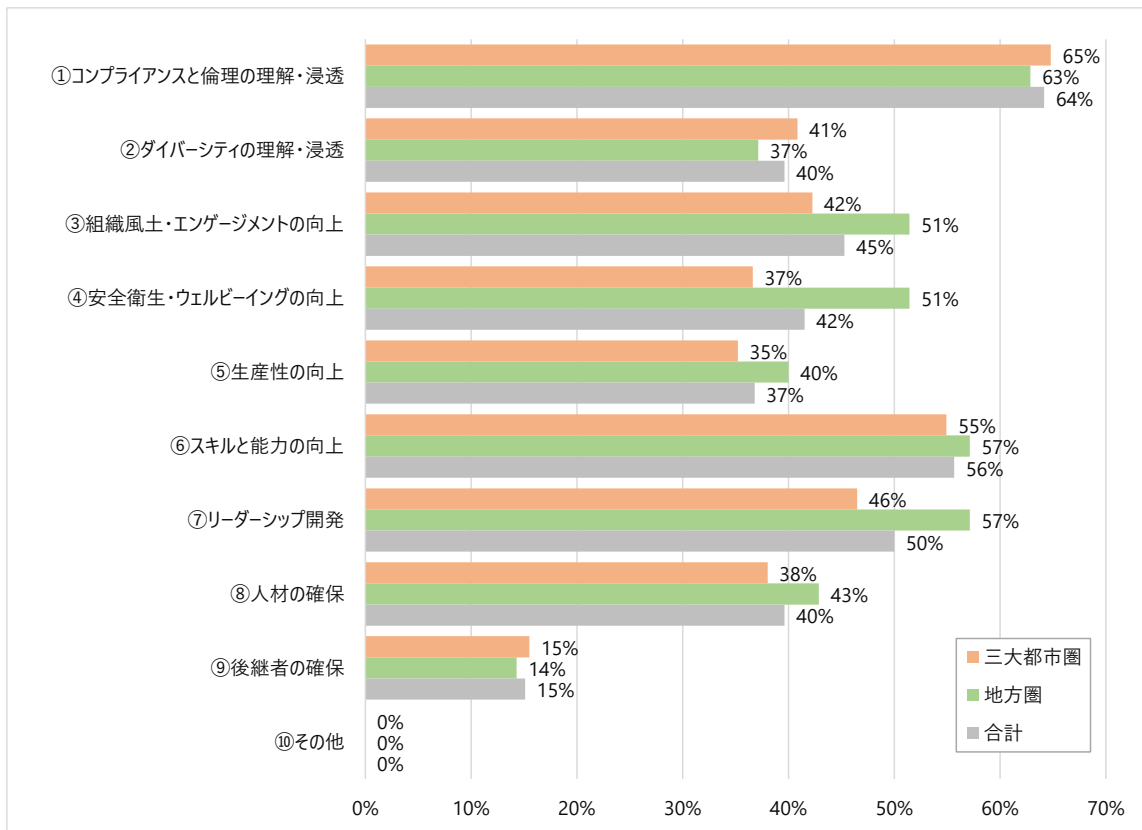


項目	三大都市圏	地方圏	合計
①コンプライアンスと倫理（苦情・懲戒処分の件数、倫理研修修了者数）	58%	55%	55%
②コスト（採用・雇用・離職コスト・社内格差比率など）	33%	27%	30%
③ダイバーシティ（年齢・性別等労働力の多様性・経営層の多様性など）	71%	59%	66%
④リーダーシップ（リーダーへの信頼、リーダーシップの育成など）	56%	68%	58%
⑤組織風土（エンゲージメント、コミットメント、定着率など）	79%	77%	76%
⑥安全衛生・ウェルビーイング（業務中の事故件数、研修参加従業員比率など）	67%	50%	61%
⑦生産性（従業員当たりのEBIT(利払い・税引き前利益)、人的資本ROIなど）	33%	41%	34%
⑧採用・異動・離職（採用までの期間、異動での充足率、離職率など）	52%	41%	47%
⑨スキルと能力（人材育成コスト・時間、従業員のスキルとレベルなど）	71%	73%	70%
⑩後継者計画（後継者のカバー率、後継の準備率など）	27%	18%	24%
⑪利用可能な労働力（従業員数、非正規労働力数、常勤換算人数など）	33%	27%	30%
⑫その他	0%	0%	0%

### ⑧ 人的資本経営に関連した研修等のテーマ

全体的には、三大都市圏の企業等より地方圏の企業等の方が取り組んでいるテーマが多い傾向となった。地方圏の企業等は三大都市圏の企業等と比べて、「④安全衛生・ウェルビーイングの向上」が約2割、「⑦リーダーシップ開発」、「③組織風土・エンゲージメントの向上」が約1割多い傾向となった（図表 2-4-8）。

図表 2-4-8 人的資本経営に関連した研修等のテーマ（三大都市圏・地方圏別）



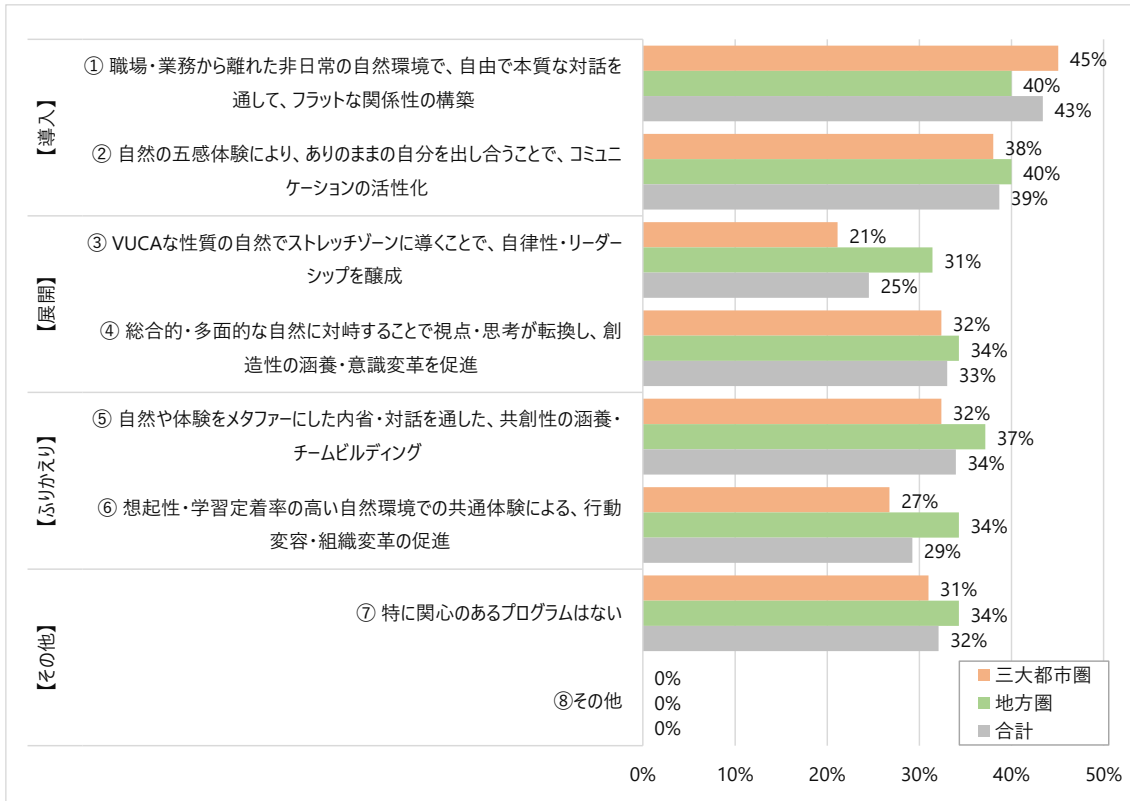
項目	三大都市圏	地方圏	合計
①コンプライアンスと倫理の理解・浸透	65%	63%	64%
②ダイバーシティの理解・浸透	41%	37%	40%
③組織風土・エンゲージメントの向上	42%	51%	45%
④安全衛生・ウェルビーイングの向上	37%	51%	42%
⑤生産性の向上	35%	40%	37%
⑥スキルと能力の向上	55%	57%	56%
⑦リーダーシップ開発	46%	57%	50%
⑧人材の確保	38%	43%	40%
⑨後継者の確保	15%	14%	15%
⑩その他	0%	0%	0%

### 【Ⅲ】森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）」への関心

#### ⑨ 関心のある森のプログラム

三大都市圏の企業等と比べて地方圏の企業等の方が、全体的に関心は高い傾向となった（図表 2-4-9）。地方圏の企業等は三大都市圏の企業等と比べて、「③ VUCA な性質の自然でストレッチゾーンに導くことで、自律性・リーダーシップを醸成」、「⑥ 想起性・学習定着率の高い自然環境での共通体験による、行動変容・組織変革の促進」が約 1 割多い傾向となった。

図表 2-4-9 関心のある森のプログラム（三大都市圏・地方圏別）



項目		三大都市圏	地方圏	合計
【導入】	① 職場・業務から離れた非日常の自然環境で、自由で本質な対話を通して、フラットな関係性の構築	45%	40%	43%
	② 自然の五感体験により、ありのままの自分を出し合うことで、コミュニケーションの活性化	38%	40%	39%
【展開】	③ VUCAな性質の自然でストレッチゾーンに導くことで、自律性・リーダーシップを醸成	21%	31%	25%
	④ 総合的・多面的な自然に対峙することで視点・思考が転換し、創造性の涵養・意識変革を促進	32%	34%	33%
【ふりかえり】	⑤ 自然や体験をメタファーにした内省・対話を通じた、共創性の涵養・チームビルディング	32%	37%	34%
	⑥ 想起性・学習定着率の高い自然環境での共通体験による、行動変容・組織変革の促進	27%	34%	29%
【その他】	⑦ 特に関心のあるプログラムはない	31%	34%	32%
	⑧ その他	0%	0%	0%

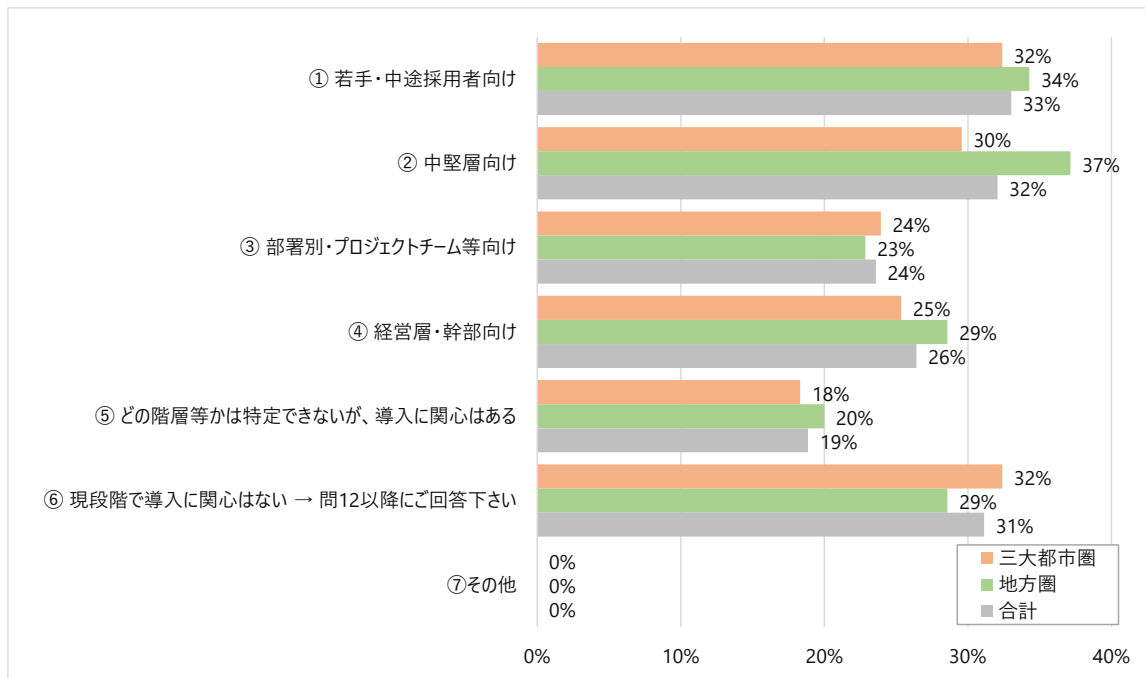
⑩ 森のプログラムの導入対象として関心がある階層等

三大都市圏の企業等と比べて地方圏の企業等の方が、全体的に関心は高い傾向となった。地方圏の企業等は三大都市圏の企業等と比べて、「②中堅層向け」が約1割多い傾向となった（図表 2-4-10）。

⑪ 森のプログラムの導入検討時に重視する要素

三大都市圏の企業等は地方圏の企業等と比べて、「④プログラムの効果に関するエビデンスがあること」を約1割多く重視する傾向にあった（図表 2-4-11）。

図表 2-4-10 森のプログラムの導入対象として関心がある階層等（三大都市圏・地方圏別）



項目	三大都市圏	地方圏	合計
① 若手・中途採用者向け	32%	34%	33%
② 中堅層向け	30%	37%	32%
③ 部署別・プロジェクトチーム等向け	24%	23%	24%
④ 経営層・幹部向け	25%	29%	26%
⑤ どの階層等かは特定できないが、導入に関心はある	18%	20%	19%
⑥ 現段階で導入に関心はない → 問12以降にご回答下さい	32%	29%	31%
⑦ その他	0%	0%	0%

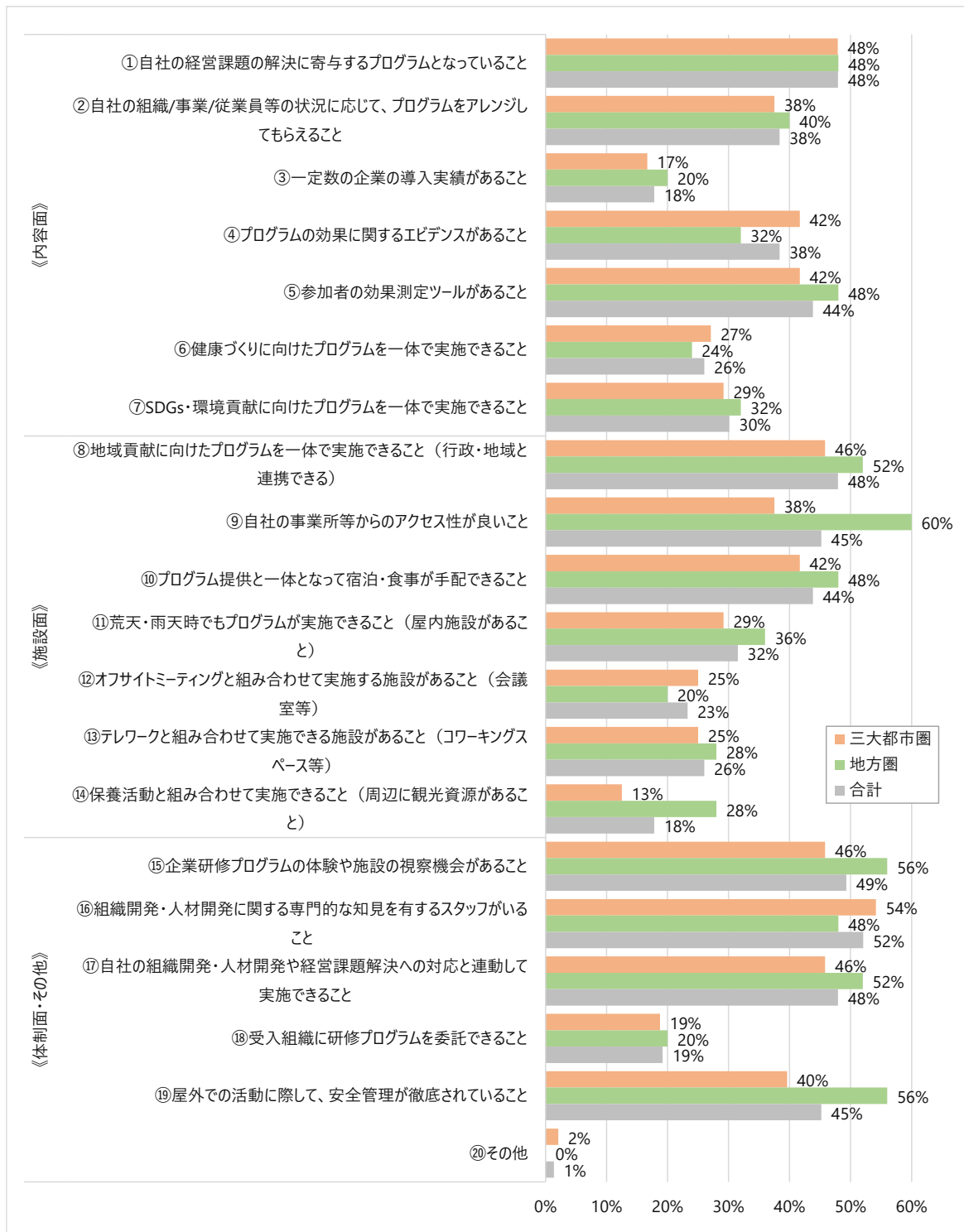
他方で、地方圏の企業等は三大都市圏の企業等と比べて「⑨自社の事業所等からのアクセス性が良いこと」、「⑲屋外での活動に際して、安全管理が徹底されていること」、「⑭保養活動と組み合わせて実施できること（周辺に観光資源があること）」が約2割多く、「⑮企業研修プログラムの体験や施設の視察機会があること」、「⑪荒天・雨天時でもプログラムが実施できること（屋内施設があること）」が約1割多い傾向となった。

## ⑫ 森のプログラムの導入検討時に課題と思われる要素

三大都市圏の企業等は地方圏の企業等と比べて、「③ 新規プログラムを検討する人員的・時間的余裕がない」が約2割、「⑨ 自然の特徴を活かした研修の意義が分からない・理解が得にくい」、「⑦ 移動に時間が要するため理解が得にくい」が約1割多い傾向にあった（図表 2-4-12）。

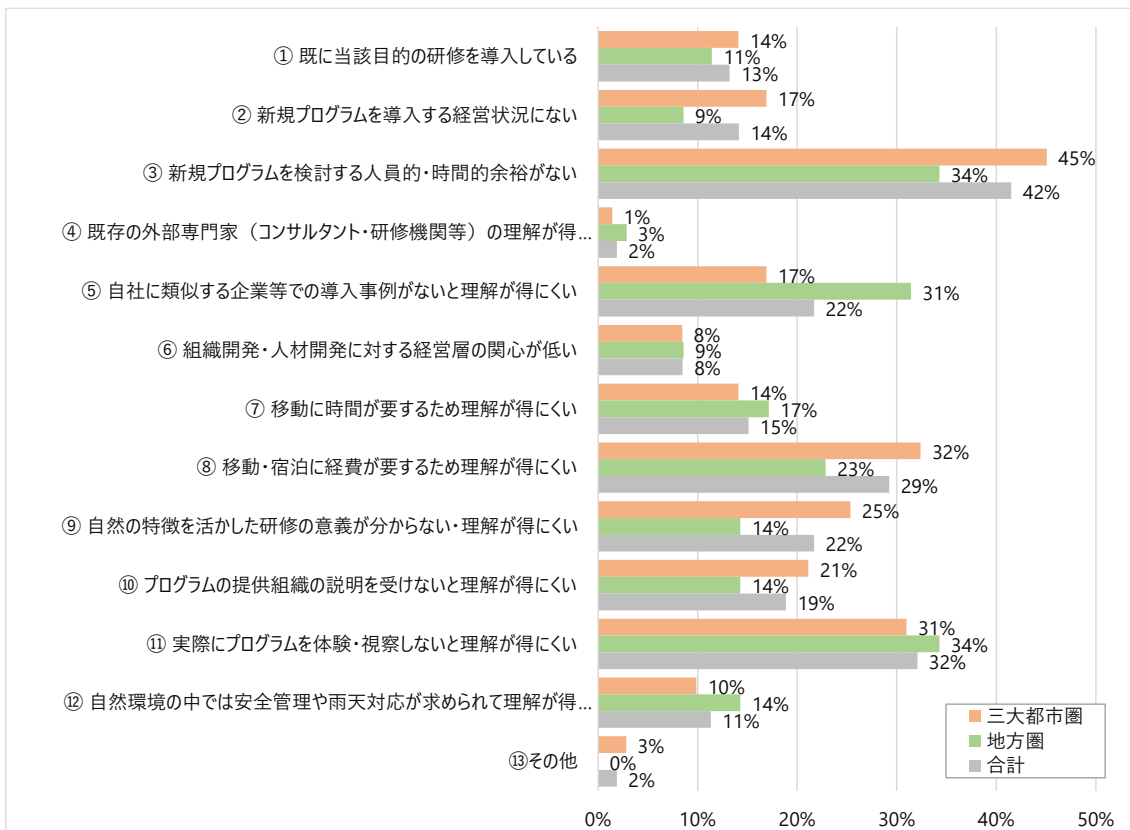
他方で、地方圏の企業等は三大都市圏の企業等と比べて「⑤ 自社に類似する企業等での導入事例がないと理解が得にくい」が約1割多い傾向となった。

図表 2-4-11 森のプログラムの導入検討時に重視する要素（三大都市圏・地方圏別）



項目		三大都市圏	地方圏	合計
《内容面》	① 自社の経営課題の解決に寄与するプログラムとなっていること	48%	48%	48%
	② 自社の組織/事業/従業員等の状況に応じて、プログラムをアレンジしてもらえること	38%	40%	38%
	③ 一定数の企業の導入実績があること	17%	20%	18%
	④ プログラムの効果に関するエビデンスがあること	42%	32%	38%
	⑤ 参加者の効果測定ツールがあること	42%	48%	44%
	⑥ 健康づくりに向けたプログラムを一体で実施できること	27%	24%	26%
	⑦ SDGs・環境貢献に向けたプログラムを一体で実施できること	29%	32%	30%
《施設面》	⑧ 地域貢献に向けたプログラムを一体で実施できること（行政・地域と連携できる）	46%	52%	48%
	⑨ 自社の事業所等からのアクセス性が良いこと	38%	60%	45%
	⑩ プログラム提供と一体となって宿泊・食事が手配できること	42%	48%	44%
	⑪ 荒天・雨天時でもプログラムが実施できること（屋内施設があること）	29%	36%	32%
	⑫ オフサイトミーティングと組み合わせて実施する施設があること（会議室等）	25%	20%	23%
	⑬ テレワークと組み合わせて実施できる施設があること（コワーキングスペース等）	25%	28%	26%
	⑭ 保養活動と組み合わせて実施できること（周辺に観光資源があること）	13%	28%	18%
《体制面・その他》	⑮ 企業研修プログラムの体験や施設の視察機会があること	46%	56%	49%
	⑯ 組織開発・人材開発に関する専門的な知見を有するスタッフがいること	54%	48%	52%
	⑰ 自社の組織開発・人材開発や経営課題解決への対応と連動して実施できること	46%	52%	48%
	⑱ 受入組織に研修プログラムを委託できること	19%	20%	19%
	⑲ 屋外での活動に際して、安全管理が徹底されていること	40%	56%	45%
	⑳ その他	2%	0%	1%

図表 2-4-12 森のプログラムの導入検討時に課題と思われる要素（三大都市圏・地方圏別）



項目	三大都市圏	地方圏	合計
① 既に当該目的の研修を導入している	14%	11%	13%
② 新規プログラムを導入する経営状況にない	17%	9%	14%
③ 新規プログラムを検討する人力的・時間的余裕がない	45%	34%	42%
④ 既存の外部専門家（コンサルタント・研修機関等）の理解が得にくい	1%	3%	2%
⑤ 自社に類似する企業等での導入事例がないと理解が得にくい	17%	31%	22%
⑥ 組織開発・人材開発に対する経営層の関心が低い	8%	9%	8%
⑦ 移動に時間が要するため理解が得にくい	14%	17%	15%
⑧ 移動・宿泊に経費が要するため理解が得にくい	32%	23%	29%
⑨ 自然の特徴を活かした研修の意義が分からない・理解が得にくい	25%	14%	22%
⑩ プログラムの提供組織の説明を受けないと理解が得にくい	21%	14%	19%
⑪ 実際にプログラムを体験・視察しないと理解が得にくい	31%	34%	32%
⑫ 自然環境の中では安全管理や雨天対応が求められて理解が得にくい	10%	14%	11%
⑬ その他	3%	0%	2%

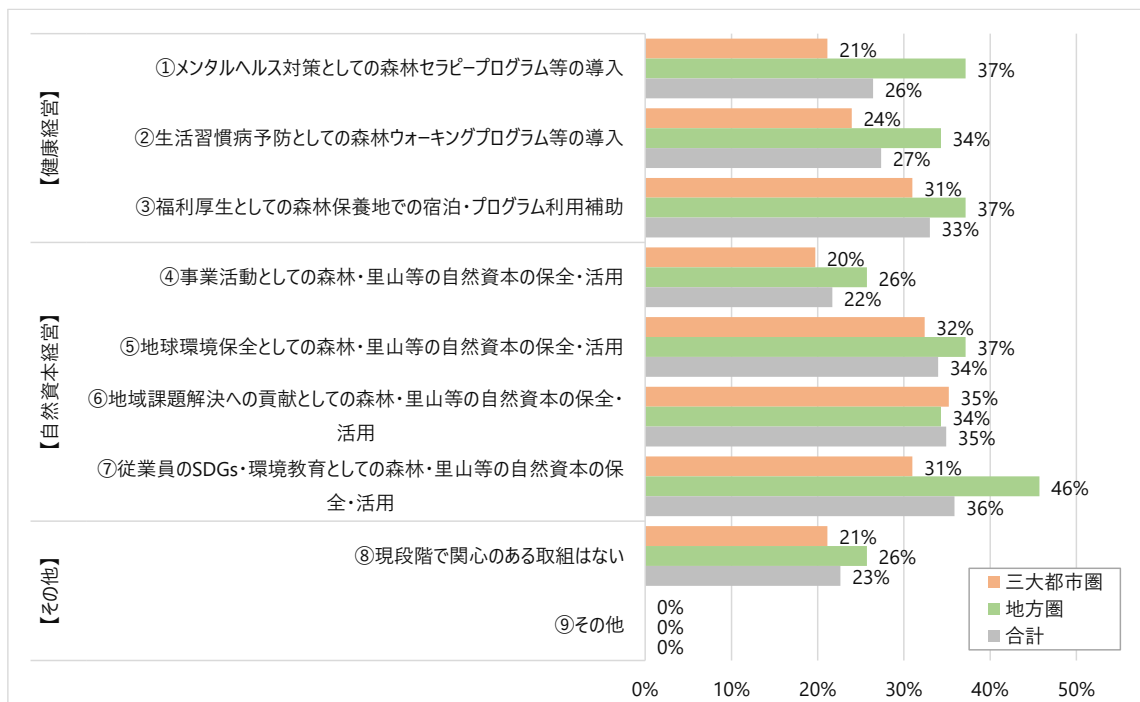
#### 【IV】健康経営・自然資本経営からの関心

##### ⑬ 健康経営・自然資本経営の観点から関心がある取組

全体的に三大都市圏の企業等より地方圏の企業等の方が、関心は高い傾向にあった（図表 2-4-13）。

地方圏の企業等は三大都市圏の企業等比べて、「①メンタルヘルス対策としての森林セラピープログラム等の導入」、「⑦従業員のSDGs・環境教育としての森林・里山等の自然資本の保全・活用」は約2割、「②生活習慣病予防としての森林ウォーキングプログラム等の導入」は約1割多い傾向となった。

図表 2-4-13 健康経営・自然資本経営の観点から関心がある取組（三大都市圏・地方圏別）



項目		三大都市圏	地方圏	合計
【健康経営】	①メンタルヘルス対策としての森林セラピープログラム等の導入	21%	37%	26%
	②生活習慣病予防としての森林ウォーキングプログラム等の導入	24%	34%	27%
	③福利厚生としての森林保養地での宿泊・プログラム利用補助	31%	37%	33%
【自然資本経営】	④事業活動としての森林・里山等の自然資本の保全・活用	20%	26%	22%
	⑤地球環境保全としての森林・里山等の自然資本の保全・活用	32%	37%	34%
	⑥地域課題解決への貢献としての森林・里山等の自然資本の保全・活用	35%	34%	35%
	⑦従業員のSDGs・環境教育としての森林・里山等の自然資本の保全・活用	31%	46%	36%
【その他】	⑧现阶段で関心のある取組はない	21%	26%	23%
	⑨その他	0%	0%	0%

## (5) 森の企業研修・オフサイトミーティングの導入の方向性

以下に、企業アンケート調査の全体的な傾向や企業規模別、三大都市圏・地方圏別の比較を総括する。これらの傾向を踏まえることで、企業等のニーズに沿った、人的資本経営・健康経営・自然資本経営に資する森のプログラムの提案の可能性があることが推察される。

### (自然資本を活用した取組の傾向)

自然資本を活用した取組は、SDGs・CSVや地域貢献等の観点から「自然環境教育・自然環境保全活動」を取り組む企業が多く、また大企業ほど取組を行っている傾向にあり、三大都市圏の企業等は、SDGs・CSV等の観点から「自然環境教育・自然環境保全活動」、地方圏の企業等は、事業活動として「農林水産業」「農林水産物の加工・流通」、地域貢献の観点から「自然環境教育・自然環境保全活動」を取り組む割合が相対的に高いという特色が見られた。他方で、農山村地域や自然を活かした「教育研修」は、現状では約1割の実施に止まる傾向となった。

### (人的資本経営の目的と研修等のテーマ)

人的資本経営を「エンゲージメント向上」、「労働生産性の向上」、「企業ブランドの向上」、「有能な人材の確保」等を目的に取り組んでおり、人的資本経営に関連した研修等のテーマは、「コンプライアンスと倫理の理解・浸透」、「スキルと能力の向上」「リーダーシップ開発」が多い傾向となった。

三大都市圏の企業等は、相対的に「投資家への説明責任」「ESG/サステナビリティ関連の格付けの向上」といった投資家等を配慮した取組、「組織や事業の変革」、「従業員の労働生産性の向上」といった変革を目的とする割合が多く、研修等のテーマも多くの領域で取り組まれていた。地方圏の企業等は、「従業員のエンゲージメントの向上」を目的に掲げる企業が多く、研修等のテーマも「リーダーシップ開発」、「組織風土・エンゲージメントの向上」が多く、従業員を対象にする取組が重視されていた。

### （「森の企業研修・オフサイトミーティング」への関心）

「森の企業研修・オフサイトミーティング」に関連したプログラムには、約7割の企業が関心を有しており、研修テーマとしては、特に「フラットな関係性構築」、「コミュニケーション活性化」への関心が相対的に多く、また中堅企業がいずれのテーマに高い関心が見られた。さらに「リーダーシップ開発」は中堅企業とともに中小企業で関心が高い傾向にあった。導入対象としては、「①若手・中途採用者向け」「中堅層向け」が最も多い傾向にあり、「中堅層向け」は中堅企業・小規模企業、「部署別・プロジェクトチーム等向け」は中堅企業、中小企業が相対的に多い傾向となった。

そして、上記の「人的資本経営」の取組目的や研修等の関心テーマが影響して、地方圏の企業等は三大都市圏の企業等と比べて、全体的にいかなるテーマの研修についても関心は高く、特に「自律性・リーダーシップを醸成」、「行動変容・組織変革の促進」といったテーマ、対象としては「中堅層向け」が相対的に関心を有している傾向にあった。

### （「森のプログラム」導入検討時に重視する要素）

「森のプログラム」導入検討時に重視する要素としては、「組織開発・人材開発に関する専門的な知見を有するスタッフがいること」、「自社の経営課題の解決に寄与するプログラムとなっていること」、「自社の組織開発・人材開発や経営課題解決への対応と連動して実施できること」といったプログラムの質に関わる要素や、「企業研修プログラムの体験や施設の視察機会があること」、「地域貢献に向けたプログラムを一体で実施できること（行政・地域と連携できる）」といった機会・体制に関わる要素が重視されており、全体的に大企業・中堅企業は多くの要素を求める傾向が強く見られた。

また、三大都市圏の企業等は相対的に「プログラムの効果に関するエビデンス」を重視し、地方圏の企業等は「自社の事業所等からのアクセス性が良いこと」、「保養活動と組み合わせて実施できること（周辺に観光資源があること）」といった立地面、「企業研修プログラムの体験や施設の視察機会があること」という機会面、「屋外での活動に際して、安全管理が徹底されていること」、「荒天・雨天時でもプログラムが実施できること（屋内施設があること）」という体制面を重視する傾向となった。

### （「森のプログラム」導入検討時の課題）

「森のプログラム」導入検討時に課題と思われる要素としては、「新規プログラムを検討する人間的・時間的余裕がない」が最も多く、三大都市圏の企業等はその傾向が強く見られた。次いで、「実際にプログラムを体験・視察しないと理解が得にくい」といった機会面、特に三大都市圏の企業で「移動・宿泊に経費が要するため理解が得にくい」という経費面の要素が、中小企業は「自社に類似する企業等での導入事例がないと理解が得にくい」といった情報面が課題として捉えられていた。

### （健康経営・自然資本経営の観点からの取組への関心）

健康経営・自然資本経営の観点からの取組は8割の企業が関心を有しており、全体的に三大都市圏の企業等より地方圏の企業等の方が関心を有しており傾向にあった。

具体的には、SDGs・環境教育や地域課題解決・地球環境保全への貢献としての「自然資本の保全・活用」、福利厚生としての「宿泊・プログラム利用補助」が多い傾向となった。特に、大企業・中堅企業は「自然資本経営」に関わる施策に関心が高く、中小企業・小規模企業は「健康経営」に関わる施策への関心が相対的に高い傾向にあった。また、地方圏の企業等は、健康経営としての「メンタルヘルス対策としての森林セラピープログラム等の導入」、「生活習慣病予防としての森林ウォーキングプログラム等の導入」、自然資本経営としての「従業員のSDGs・環境教育としての森林・里山等の自然資本の保全・活用」が相対的に多い傾向となった。

《参考資料》企業アンケート調査 調査票

令和7年度森林コンテンツ育成・普及対策事業  
自律型・共創型の組織・人づくりへの「森のプログラム」の活用に関するアンケート調査  
林野庁

【I】企業概要

問1 御社の本社等の所在地（都道府県）を教えてください。

問2 御社の業種を教えてください。（いずれか1つに○印を付けてください）

- |                 |                           |
|-----------------|---------------------------|
| ① 農業、林業         | ⑪ 不動産業、物品賃貸業              |
| ② 漁業            | ⑫ 学術研究、専門・技術サービス業         |
| ③ 鉱業、採石業、砂利採取業  | ⑬ 宿泊業、飲食サービス業             |
| ④ 建設業           | ⑭ 生活関連サービス業、娯楽業           |
| ⑤ 製造業           | ⑮ 教育、学習支援業                |
| ⑥ 電気・ガス・熱供給・水道業 | ⑯ 医療、福祉                   |
| ⑦ 情報通信業         | ⑰ 複合サービス事業                |
| ⑧ 運輸業、郵便業       | ⑱ サービス業（他に分類されないもの）       |
| ⑨ 卸売業、小売業       | ⑲ 公務（他に分類されるものを除く）        |
| ⑩ 金融業、保険業       | ⑳ 上記で分類不能の産業（具体的に記載して下さい） |

問3 御社の従業員数を教えてください。（いずれか1つに○印を付けてください）

- |          |                 |
|----------|-----------------|
| ① ～9名    | ⑤ 100～299名      |
| ② 10～29名 | ⑥ 300名～999名     |
| ③ 30～49名 | ⑦ 1,000名～4,999名 |
| ④ 50～99名 | ⑧ 5,000名～       |

問4 御社による自然資本の活用状況について教えてください。（当てはまるもの全てに○印を付けてください）

- ① 事業活動として農林水産業に取り組んでいる
- ② 事業活動として農林水産物の加工・流通を取り扱っている
- ③ SDGs・CSV等の観点から自然環境教育・自然環境保全活動に取り組んでいる
- ④ 地域貢献の観点から自然環境教育・自然環境保全活動に取り組んでいる
- ⑤ 農山村地域や自然を活かした健康づくりに取り組んでいる（下欄に具体的な取組に記載してください）
- ⑥ 農山村地域や自然を活かした教育研修に取り組んでいる（下欄に具体的な取組に記載してください）
- ⑦ 自然資本を活用した取組はない
- ⑧ その他（下欄に具体的に記載してください）

## 【Ⅱ】 人的資本経営の状況

問5 御社の人的資本経営の取組状況について、当てはまるものを教えてください。（当てはまるもの全てに○印を付けて下さい）

- ① 人的資本経営の情報を開示している
- ② 人的資本経営の実践を導入している
- ③ 「ISO30414」の認証を取得している
- ④ 人的資本経営（情報の開示・実践の導入）を検討している
- ⑤ 人的資本経営（情報の開示・実践の導入）は検討していない → [問8以降にご回答下さい](#)
- ⑥ その他（具体的に記載して下さい）

問6 現在、人的資本経営に取り組んでいる（検討している）目的について、教えてください。（当てはまるもの全てに○印を付けて下さい）

- ① 企業ブランドの向上が期待できるから
- ② 投資家への説明責任を果たす必要があるから
- ③ ESG/サステナビリティ関連の格付けの向上が期待できるから
- ④ 説明責任を通して経営層の意識を変えることができるから
- ⑤ 組織や事業の変革が期待できるから
- ⑥ 従業員の労働生産性が高まることを期待できるから
- ⑦ 従業員のエンゲージメントが高まると期待できるから
- ⑧ 有能な人材の確保が期待できるから
- ⑨ 株価へのポジティブな影響が期待できるから
- ⑩ その他（具体的に記載して下さい）

問7 御社の人的資本経営として、取り組んでいる施策の領域を教えてください。（当てはまるもの全てに○印を付けて下さい）

※ 「ISO30414」の11領域で項目を設定しています。

- ① コンプライアンスと倫理（苦情・懲戒処分の件数、倫理研修修了者数）
- ② コスト（採用・雇用・離職コスト・社内格差比率など）
- ③ ダイバーシティ（年齢・性別等労働力の多様性・経営層の多様性など）
- ④ リーダーシップ（リーダーへの信頼、リーダーシップの育成など）
- ⑤ 組織風土（エンゲージメント、コミットメント、定着率など）
- ⑥ 安全衛生・ウェルビーイング（業務中の事故件数、研修参加従業員比率など）
- ⑦ 生産性（従業員当たりのEBIT(利払い・税引き前利益)、人的資本ROIなど）
- ⑧ 採用・異動・離職（採用までの期間、異動での充足率、離職率など）
- ⑨ スキルと能力（人材育成コスト・時間、従業員のスキルとレベルなど）
- ⑩ 後継者計画（後継者のカバー率、後継の準備率など）
- ⑪ 利用可能な労働力（従業員数、非正規労働力数、常勤換算人数など）
- ⑫ その他（具体的に記載して下さい）

問8 人的資本経営に関連した研修等において、扱っているテーマをお教え下さい。（当てはまるもの全てに○印を付けて下さい）

※「ISO30414」の11領域を考慮して設定しています。

- |                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| ① コンプライアンスと倫理の理解・浸透 | ⑥ スキルと能力の向上        |
| ② ダイバーシティの理解・浸透     | ⑦ リーダーシップ開発        |
| ③ 組織風土・エンゲージメントの向上  | ⑧ 人材の確保            |
| ④ 安全衛生・ウェルビーイングの向上  | ⑨ 後継者の確保           |
| ⑤ 生産性の向上            | ⑩ その他（具体的に記載して下さい） |

### 【Ⅲ】森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）」への関心

以下の動画も参考としてご覧いただき、ご回答ください。

#### ○ 動画「人的資本経営に役立つ 企業×森のプログラム」

- ：エネルギー会社の部長・支店長合宿の事例を題材にした映像。
- ：企業幹部や社員、現地講師のメッセージに加え、武蔵野大学ウェルビーイング学部長の前野 隆司教授・国際医療福祉大学医学部の落合 博子教授のメッセージも掲載

【掲載アドレス】 [https://youtu.be/pGS49i\\_ZFww](https://youtu.be/pGS49i_ZFww)



問9 森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）は、自然環境等の特徴を活かして、組織・事業の変革を見据えて主に6つの効果を生み出すプログラムで構成されていました。（「別添1」もご覧ください）

そこで、御社の人的資本経営等の促進の観点から、関心のあるプログラムについて、お教えください。（当てはまるもの全てに○印を付けて下さい）

#### 【導入】

- ① 職場・業務から離れた非日常の自然環境で、自由で本質な対話を通して、フラットな関係性の構築
- ② 自然の五感体験により、ありのままの自分を出し合うことで、コミュニケーションの活性化

#### 【展開】

- ③ VUCA な性質の自然でストレッチゾーンに導くことで、自律性・リーダーシップを醸成
- ④ 総合的・多面的な自然に対峙することで視点・思考が転換し、創造性の涵養・意識変革を促進

#### 【ふりかえり】

- ⑤ 自然や体験をメタファーにした内省・対話を通じた、共創性の涵養・チームビルディング
- ⑥ 想起性・学習定着率の高い自然環境での共通体験による、行動変容・組織変革の促進

#### 【その他】

- ⑦ 特に関心のあるプログラムはない
- ⑧ その他（具体的に記載して下さい）

問 10 各企業において森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）は、各階層等別に、主に以下のテーマに着目してプログラムが導入されていました。（「別添2」もご覧ください）

- A) コミュニケーション活性化・チームビルディング：全ての階層等で重視
- B) エンゲージメントの向上：主に 若手・中途採用者向けで重視
- C) 能力向上・リーダーシップ開発：主に 中堅層向けで重視
- D) 経営・事業に新たな視点と行動をもたらす：主に 部署別・チーム等／経営層・幹部向けで重視

御社における人的資本経営等の促進に向けた森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）について、どの階層等が対象であるに関心があるか、お教えてください。（当てはまるもの全てに○印）

- ① 若手・中途採用者向け
- ② 中堅層向け
- ③ 部署別・プロジェクトチーム等向け
- ④ 経営層・幹部向け
- ⑤ どの階層等かは特定できないが、導入に関心はある
- ⑥ 現段階で導入に関心はない → **問 12 以降をご回答ください**
- ⑦ その他（具体的に記載してください）

問 11 森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）のプログラムの導入を検討するにあたり、重視する要素についてお教えてください。（当てはまるもの全てに○印を付けて下さい）

- 【内容面】**
- ① 自社の経営課題の解決に寄与するプログラムとなっていること
  - ② 自社の組織/事業/従業員等の状況に応じて、プログラムをアレンジしてもらえること
  - ③ 一定数の企業の導入実績があること
  - ④ プログラムの効果に関するエビデンスがあること
  - ⑤ 参加者の効果測定ツールがあること
  - ⑥ 健康づくりに向けたプログラムを一体で実施できること
  - ⑦ SDGs・環境貢献に向けたプログラムを一体で実施できること
- 【施設面】**
- ⑧ 地域貢献に向けたプログラムを一体で実施できること（行政・地域と連携できる）
  - ⑨ 自社の事業所等からのアクセス性が良いこと
  - ⑩ プログラム提供と一体となって宿泊・食事が手配できること
  - ⑪ 荒天・雨天時でもプログラムが実施できること（屋内施設があること）
  - ⑫ オフサイトミーティングと組み合わせて実施する施設があること（会議室等）
  - ⑬ テレワークと組み合わせて実施できる施設があること（コワーキングスペース等）
  - ⑭ 保養活動と組み合わせて実施できること（周辺に観光資源があること）
- 【体制面】**
- ⑮ 企業研修プログラムの体験や施設の視察機会があること
  - ⑯ 組織開発・人材開発に関する専門的な知見を有するスタッフがいること
  - ⑰ 自社の組織開発・人材開発や経営課題解決への対応と連動して実施できること
  - ⑱ 受入組織に研修プログラムを委託できること
  - ⑲ 屋外での活動に際して、安全管理が徹底されていること
- 【その他】**
- ⑳ その他（具体的に記載して下さい）

問 12 「森の企業研修」等のプログラム導入を検討するにあたり、課題となると思われる要素について、お教えください。（当てはまるもの全てに○印を付けて下さい）

- ① 既に当該目的の研修を導入している
- ② 新規プログラムを導入する経営状況にない
- ③ 新規プログラムを検討する人間的・時間的余裕がない
- ④ 既存の外部専門家（コンサルタント・研修機関等）の理解が得にくい
- ⑤ 自社に類似する企業等での導入事例がないと理解が得にくい
- ⑥ 組織開発・人材開発に対する経営層の関心が低い
- ⑦ 移動に時間が要するため理解が得にくい
- ⑧ 移動・宿泊に経費が要するため理解が得にくい
- ⑨ 自然の特徴を活かした研修の意義が分からない・理解が得にくい
- ⑩ プログラムの提供組織の説明を受けないと理解が得にくい
- ⑪ 実際にプログラムを体験・視察しないと理解が得にくい
- ⑫ 自然環境の中では安全管理や雨天対応が求められて理解が得にくい
- ⑬ その他（具体的に記載して下さい）

**【IV】健康経営・自然資本経営からの関心**

問 13 健康経営に加えて SDGs 等の多様な社会課題解決に貢献する自然資本経営の観点から、御社で関心がある取組についてお教えください。（当てはまるもの全てに○印を付けて下さい）

**【健康経営】**

- ① メンタルヘルス対策としての森林セラピープログラム等の導入
- ② 生活習慣病予防としての森林ウォーキングプログラム等の導入
- ③ 福利厚生としての森林保養地での宿泊・プログラム利用補助

**【自然資本経営】**

- ④ 事業活動としての森林・里山等の自然資本の保全・活用
- ⑤ 地球環境保全としての森林・里山等の自然資本の保全・活用
- ⑥ 地域課題解決への貢献としての森林・里山等の自然資本の保全・活用
- ⑦ 従業員の SDGs・環境教育としての森林・里山等の自然資本の保全・活用

**【その他】**

- ⑧ 現段階で関心のある取組はない
- ⑨ その他（具体的に記載して下さい）

《回答者情報（任意）》

企業名		所属・役職	
氏名		E-mail（※）	

## 《参考情報》

企業等における森のプログラムの活用事例や各地で提供されている森のプログラムの詳細など、幅広い情報を掲載しています。

### ○動画「人的資本経営に役立つ 企業×森のプログラム」

[https://youtu.be/pGS49j\\_ZFww](https://youtu.be/pGS49j_ZFww)

- ：エネルギー会社の部長・支店長合宿の事例を題材にした映像。
- ：企業幹部・社員、現地講師のメッセージに加え、武蔵野大学ウェルビーイング学部長の前野 隆司教授・国際医療福祉大学医学部の落合 博子教授のメッセージも掲載



### ○林野庁公式サイト内「森林サービス産業の創出・推進」

<https://www.rinya.maff.go.jp/j/sanson/kassei/sangyou.html>

- 動画「企業×森のプログラム～人的資本経営への活用～」
  - ：精密機器メーカーの若手研修の様子を紹介。森林セラピーや森林整備活動も実施。
- 事例集「企業における森のプログラムの活用事例」
  - ：健康経営をはじめとして、企業研修・環境貢献等の企業事例を紹介
- パンフレット「企業×森のプログラム～人的資本経営への活用～」
  - ：森のプログラムの活用意義・効果から、4つの企業の導入事例等を紹介



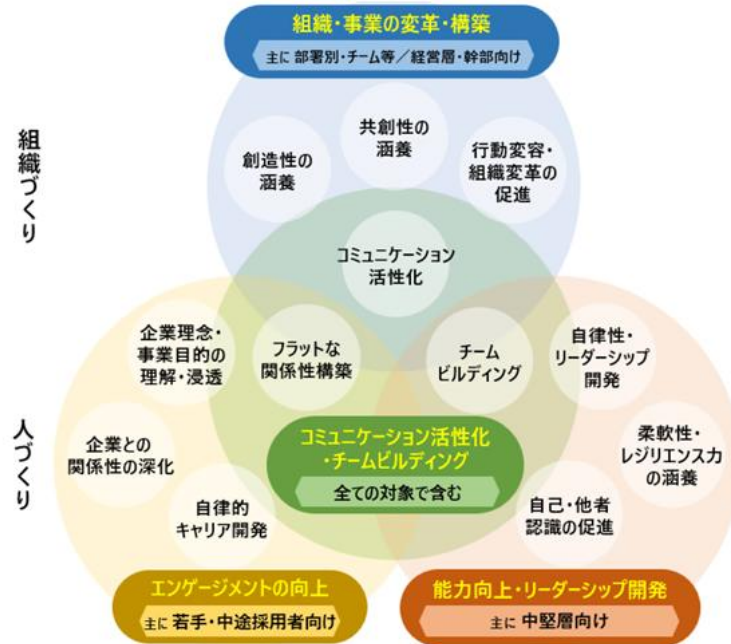
## 別添1：森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）の特徴と期待される効果

森林等の自然環境の特徴を活かすことで、コミュニケーションを活性化し、自律性・創造性・共創性を涵養し、行動変容・組織変革を促すなどの効果が期待されています。

	自然環境・プログラムの特徴	期待される効果
【Ⅰ】 導入	組織・業務から離れた 非日常の自然環境	1 自由で本質的な対話を行える フラットな関係性の構築
	ありのままの自分が出やすい 自然環境での五感体験	2 主体性の涵養による コミュニケーションの活性化
【Ⅱ】 展開	ストレッチゾーンに導く 自律的でVUCAな自然環境	3 挑戦心や協力意識の醸成による 自律性・リーダーシップの醸成
	総合的で多様性を有する 自然に対峙した体験活動	4 視点・思考の転換による 創造性の涵養、意識変革の促進
【Ⅲ】 ふりかえり	自然や体験をメタファーにした 深い内省・対話	5 自己・他者認識や判断力等の醸成による 共創性の涵養、チームビルディング
	身体感覚記憶・情動記憶を伴う 自然環境での共通体験	6 想起性・学習定着率の向上による 行動変容・組織変革の促進

## 別添2：多様な階層別研修等に活かされる森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）

森のプログラム（森での企業研修・オフサイトミーティング）は、エンゲージメント向上からチームビルディング、リーダーシップ開発、組織・事業の変革・構築等を目指した多様なタイプがあり、若手・中途採用者向け、中堅層向け、部署別・チーム等向け、経営層・幹部向けなどの多様な階層別研修等に活かされています。



## 第3章 優良事例の収集・分析

本章では、森林サービス産業推進地域のうち企業の研修等の受入実績を有する地域を対象に実施した調査の結果を整理する。

まず、全58地域（令和7年7月時点）の中から15地域を抽出してオンラインヒアリングを行い、取組内容や受入体制、課題等を把握した。さらに、特徴的な取組を有する5地域を詳細調査対象として選定し、現地において、提供されている森のプログラムの視察および、事業創出の経緯、体制整備、企業連携等に関するヒアリングを行い、企業受入の実践に資する情報を収集した。

これらの結果を基に、今後企業の受入を推進しようとする地域の参考となるよう、調査対象地域の特色、事業創出初期段階のプロセス、現在のプログラム提供体制、企業ニーズへの対応の工夫等を整理・分析し、普及冊子を作成した。

### 1. オンラインヒアリング調査

#### (1) 15地域の選定・概要

選定にあたり、林野庁の公開資料である「森林サービス産業推進地域紹介シート」の記載情報及び令和7年7月に林野庁が実施した「企業研修受入状況調査」の結果を基に、企業の受入実績を有する地域を抽出した。さらに、地理的な分布、公民連携の状況、提供プログラムの内容等の観点から偏りが生じないように配慮し、15地域を選定した。

上記の基準により、以下の15地域をオンラインヒアリングの対象として選定した。

図表 3-1 15地域の概要

	推進地域	地方区分	組織体制	メインのプログラム内容
①	山形県上山市	北海道・東北	公民連携	健康、コミュニケーション
②	埼玉県北本市	関東	公民連携	健康、コミュニケーション、環境教育
③	東京都檜原村	関東	民間主体	林業体験、SDGs
④	群馬県長野原町	関東	民間主体	コミュニケーション、人材開発・組織開発
⑤	山梨県都留市	甲信越	民間主体	林業体験、コミュニケーション
⑥	長野県小海町	甲信越	公民連携	健康、ワーケーション
⑦	長野県小海町	甲信越	公民連携	健康、チームビルディング
⑧	岐阜県白川村	東海・北陸	民間主体	リーダーシップ、チームビルディング
⑨	滋賀県高島市	近畿	公民連携	森林整備作業、CSR
⑩	京都府南丹市	近畿	公民連携	健康
⑪	和歌山県田辺市	近畿	民間主体	健康、SDGs、人材育成等
⑫	兵庫県粟粟市	近畿	公民連携	健康
⑬	岡山県西粟倉村	中国・四国	民間主体	林業体験、チームビルディング
⑭	広島県安芸太田町	中国・四国	公民連携	健康
⑮	大分県大分市	九州	公民連携	健康

## (2) ヒアリング項目

ヒアリングにおける、各地域の実施主体への主な質問項目は以下のとおりである。

### 【オンラインヒアリング質問項目】

#### I 現在の企業向けプログラムの取組概要

- ①コンセプト
- ②連携企業数、企業受入状況
- ③提供プログラム内容、プログラムの目的
- ④実施効果
- ⑤地域資源条件（地域資源、森の規模、土地使用権利の所在について等）

#### II コーディネーター（受入窓口であり、地域と企業のつなぎ役）の情報

- ①組織体制、官民連携状況
- ②所属
- ③役割、業務内容  
（特に、企業連携における営業、企業ニーズとの調整、プログラム運営について等）
- ④事務局体制（役割分担）
- ⑤地域での連携体制（若者、女性、移住者、関係人口等多様な主体を含む）

#### III 現在抱えている課題

### (3) ヒアリング概要

※コーディネーターの情報については「3章4. 優良事例のまとめ」にて記載する。

#### 【①山形県上山市】

##### 企業向けプログラムの概要

上山市では、クアオルト先進地として森林環境を活用し、心身のリカバリーと行動変容を促す企業向けプログラムを提供している。健康経営の実践を支援し、コミュニケーション促進やメンタルヘルス対策、運動習慣の形成などを目的とする。

---

##### 主な提供プログラム内容

クアオルト健康ウォーキング、森林浴、焚き火、森ヨガ、温泉やサウナ、メンタルヘルス講座、環境保全研修等。企業の課題に応じて内容を組み合わせ柔軟に対応。

---

##### 企業が求めるポイント

コミュニケーション促進や新入社員のメンタルヘルス対策など、健康経営の具体的実践につながるプログラムへのニーズが高い。

---

##### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

市の担当者と現地コーディネーターがWEB ミーティングや企業訪問を行い、情報交換した上でプログラムを設計・実施している。クアオルト健康ウォーキングで脈拍を測ることで自身の運動不足に気づいたり、焚き火を囲むことで普段関わりの少ない社員同士でも自然とコミュニケーションが深まったりするなどの効果が出ている。

---

##### 地域資源

蔵王高原坊平の森林・高原環境、クアオルト健康ウォーキング認定コース、森林浴コース、サウナ・温泉施設「高源ゆ」、ペンション、地元住民の関わりなど

---

##### 現在の課題

交通費を含む費用負担を踏まえた企業との価格調整への対応、コーディネーターへの業務集中の解消と後任育成。

## 【②埼玉県 北本市】

### 企業向けプログラムの概要

北本市では、都心からのアクセスの良さとフラットで歩きやすい森林セラピーロードを活かし、誰もが参加しやすい森林セラピー型プログラムを提供している。心身のリフレッシュや仲間づくりに加え、環境保全活動を通じた環境意識醸成を目的とする。

---

### 主な提供プログラム内容

森林セラピーを軸に、デイキャンプ（テント設営、トマトカレー作り等）、レクリエーション（モルック等）、荒川流域の自然保護や里山の環境保全についての座学、整備作業体験などを組み合わせて実施。

---

### 企業が求めるポイント

コミュニケーションとリフレッシュ（特に新人研修）、社員のエンゲージメント向上、環境ビジョンの「自分ごと化」（特に中堅や環境部署の研修）へのニーズが高い。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

メールやオンライン打合せにより企業の目的を共有し、必要に応じてプログラム担当者を交えて内容を調整している。実施後は企業アンケート等を共有し改善に活用しており、参加者の関係性や環境意識について前向きな変化が確認されている。

---

### 地域資源

北本自然観察公園（県立公園）、キャンプ場、市内の雑木林や里山環境、バリアフリー性の高い森林セラピーロード、地元の食材など

---

### 現在の課題

補助金（森林環境譲与税）に依存しない持続的な運営体制の構築、セラピーガイドの育成、環境価値や地域インパクト（地域の経済的・社会的効果）の可視化が課題となっている。

## 【③東京都 檜原村】

### 企業向けプログラムの概要

檜原村では、林業の現場に根差した実践的な森での学びと体験を通じて、企業活動やビジネスへの理解と応用につながるプログラムを提供している。リアルな林業現場での学びと体験を組み合わせ、組織内の交流促進や理念浸透に資すると同時に、体験自体が森づくりに貢献し、街と森を循環でつなぐことを目的とする。

---

### 主な提供プログラム内容

国際的な森林認証林を歩きながら森や林業についての講話、植林や間伐などの林業体験、スギ・ヒノキを活用したアロマオイル蒸留体験、木工ワークショップなど。

---

### 企業が求めるポイント

森や林業の「リアルな現場」を知ること、ビジネスや事業理解に直結する学び、企業理念やサステナビリティ目標の浸透、社員間の交流促進、地域との交流へのニーズが高い。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

オンラインの事前打合せにより企業の目的を把握した上で内容を設計し、実施後は企業アンケートの共有等を通じて改善に活用している。リアルな現場からの学びと体験を通して国産材を使う意義や自然環境への理解が深まり、参加者の意識変容や組織内の交流促進が確認されている。

---

### 地域資源

村の面積の93%を占める森林、林業の現場でもある自社で所有管理する国際的な森林認証林、自社林から伐り出した木材の加工・製品化を行う自社工房、プロの林業家との交流など

---

### 現在の課題

森やアウトドアでの研修市場や企業ニーズの把握と営業活動の強化、雨天時の対応や大型バス駐車場等の受入体制整備、植栽体験場所の確保が課題となっている。

## 【④群馬県 長野原町】

### 企業向けプログラムの概要

長野原町では、細かなタイムテーブルをあえて用意せず、焚き火を中心とした能動的な滞在体験を通じて、内省の深化や創造性・協働性の向上を促す企業向けプログラムを提供している。個人と組織のビジョンを掘り下げる学びの場の創出を目的とする。

---

### 主な提供プログラム内容

焚き火や共同調理を中心とした滞在、内省の時間、 林業・薪製造・養蜂・建築等の事業見学、「森と一緒に事業をする」事業モデルについての講話など

---

### 企業が求めるポイント

創造性（Creativity）の回復、協働力(Cocreation)の再構築、個人と組織の根本的な価値観の掘り下げ(Cultivation)、地域や事業モデルへの理解促進へのニーズが高い。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

目的のヒアリングを簡単に行うが、基本的には滞在体験を通じて参加者の能動的な内省や対話を促している。高いリピート率から、提供価値への評価と組織変容への手応えが示されている。

---

### 地域資源

浅間山北麓の自然環境、自社で所有・管理する 240ha の広葉樹の森、地域資源を価値化する事業モデルなど

---

### 現在の課題

繁忙期の受入制約、冬季利用の促進、二次交通の整備、周辺地域との連携が課題となっている。

## 【⑤山梨県 都留市】

### 企業向けプログラムの概要

都留市では、林業を軸とした森づくりワークを通じて、参加者と森林の双方を「元気にする」企業向けプログラムを提供している。実際の作業体験を通じたチームビルディングや環境理解の深化を目的とする。

---

### 主な提供プログラム内容

森林整備体験、間伐・伐倒体験、原木市場見学、課題解決型ワークショップ等を組み合わせて実施。

---

### 企業が求めるポイント

リアルな林業現場の体験、リフレッシュやリトリートの機会、チームビルディングや交流促進、環境への関心や新たな知見の獲得へのニーズが高い。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

メールや面談を通して事前に企業の目的を把握し、内容を設計。実施後はアンケート等により評価を把握している。協働作業を通じた関係性の向上や、森林・林業への理解の深化が確認されている。

---

### 地域資源

森林環境譲与税を活用し整備を行った民有林、原木市場、林業現場、地元の食材など

---

### 現在の課題

継続利用の仕組みづくり、宿泊施設の不足、継続的な森林整備活動フィールドの確保、営業体制の強化が課題となっている。

## 【⑥長野県 小海町】

### 企業向けプログラムの概要

憩うまちこうみ事業では、都市部企業向けに働く人が自分自身や他者、地域への「気付き」を得ることを大切にした独自のプログラム「Re・Design セラピー」を提供。Re・Design セラピープログラムを通じて町との関係性を深め、町づくりを共に行う関係人口を増やすという目的も掲げている。

---

### 主な提供プログラム内容

セラピーウォーク、ヨガ、焚き火、ヘルシーな食事を軸に、地域交流やワークショップ等を企業に合わせて組み合わせて実施。

---

### 企業が求めるポイント

リフレッシュと社員間のコミュニケーション、メンタルヘルスケア（若手社員）、オフサイトミーティングによるアイデアソン（経営層）、新たな視点（相手・顧客の立場に立つ視点）の獲得などへのニーズが高い。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

事前打合せで目的を共有し、実施後はアンケート結果をセラピストと共有して改善に反映。セラピーの満足度は高く、また、取組をきっかけに企業の地域事業への参画に発展しているケースもある。

---

### 地域資源

松原湖やその周辺の森、町民のセラピスト、地元食材など

---

### 現在の課題

収益性の確保と担い手育成、宿泊施設の老朽化、町と民間の役割分担の整理、健康経営だけではない企業のニーズに対応した新しいプログラムの構築。

## 【⑦長野県 信濃町】

### 企業向けプログラムの概要

信濃町では、「森が人を癒す力」を活用して、企業の健康経営やエンゲージメント向上に寄与することを目的に、森林セラピーを基盤としたオーダーメイド型の企業研修プログラムを提供している。滞在を通して、自己・他者への「気づき」や日常をより良く生きていくためのヒントを持ち帰っていただくことを目指している。

---

### 主な提供プログラム内容

森林セラピーを軸に、アートセラピー、アロマ講座、ものづくり体験（新入社員・若手向け）、焚き火、ナイトハイクなどを組み合わせたプログラムを企業ごとに設計。企業向けプログラムでは、必ず半日以上は森林セラピーを取り入れている。

---

### 企業が求めるポイント

若手の早期離職を防ぐ「辞めない会社づくり」、コミュニケーション（特に同期同士の絆）の強化、エンゲージメントの向上、非日常の森での視点転換や自己理解の促進へのニーズが高い。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

事前の対話を重ねて企業課題を把握し、プログラムを柔軟にカスタマイズしている。事後アンケートの依頼はしないが、企業独自のアンケート結果を共有してもらい改善に反映することもある。継続利用企業では自己への気づきやリフレッシュ効果を実感したという声が聞かれている。また、長年同じトレーナーが関わることで「親戚のおじさん・おばさん」のような斜めの関係ができ、社内では言えないことを吐露できるような安心の場となっている。

---

### 地域資源

3つの森林セラピーロード、野尻湖、野外教育施設、黒姫童話館、野尻湖ナウマンゾウ博物館、癒しの宿（ペンション）、森林メディカルトレーナー、特産品など

---

### 現在の課題

宿泊施設の減少による受入キャパシティ不足、物価上昇下での料金設定、森林セラピーの認知度向上など、事業基盤の強化が課題となっている。

## 【⑧岐阜県 白川村】

### 企業向けプログラムの概要

世界遺産白川郷の文化と豊かな森林を基盤に、健康増進と組織力向上を主な目的とした体験型プログラムを提供している。次世代育成の目的を中心としながら、施設の強み（温泉や睡眠の質を重視した客室、食事など）を活かした健康・メンタルヘルス関連のプログラムにも力を入れている。

---

### 主な提供プログラム内容

世界遺産の文化体験と森林プログラムを組み合わせ、企業の目的に応じて内容を調整。主な活動は、トレッキング、屋外グループワーク、雪上オリエンテーリング、野良仕事体験（カヤ刈り）、外来植物の除去などの社会貢献活動、クアオルト健康ウォーキング等。宿泊・食事を含めたパッケージとして提供している。

---

### 企業が求めるポイント

研修成果が業績や組織運営に結びつくことへの関心が高く、コミュニケーション力向上、リーダーシップ発揮、合意形成力の強化へのニーズが中心である。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

初回利用企業には必要に応じて直接訪問し目的を共有した上でプログラムを設計する。実施後アンケートはとっておらず、企業担当者との会話からフィードバックを得ている。職場とは異なる環境・人間関係の中で学ぶことで、「リーダーシップなどの理解度が深まった」という感想が寄せられており、過去に参加した社員が企画側に回ってリピート利用につながる例も生まれている。

---

### 地域資源

世界遺産の集落景観、トヨタ自動車が所有する 170ha の森林、農山村の生活文化、国立公園、自然学校の施設や食事など

---

### 現在の課題

企業への認知度向上、費用対効果を示しにくいテーマ（メンタルヘルスやサステナビリティ等）の企業内での展開や合意形成、白川村および岐阜県全体の森林空間利用推進体制の整備・強化が求められている。

## 【⑨滋賀県 高島市】

### 企業向けプログラムの概要

高島市は「琵琶湖の水源」としての森の価値を活かし、企業の CSR/CSV 活動や福利厚生、新入社員研修の場として、森林整備を中核とした体験型プログラムを提供している。企業の森活動や企業版ふるさと納税制度の活用にも取り組んでいる。

---

### 主な提供プログラム内容

植栽や遊歩道修繕などの森林整備作業を主軸とした CSR/CSV 活動としての森づくり、企業社員と地元小中学生が協働する「どんぐりプロジェクト」による森林教育、クアオルト健康ウォーキング、市の施策や取組の紹介、意見交換などを組み合わせて提供している。

---

### 企業が求めるポイント

CSR/CSV や温暖化対策への貢献、サステナビリティ推進の具体化、従業員のメンタルヘルス向上へのニーズが中心であり、企業版ふるさと納税制度の活用にも関心が寄せられている。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

市が最初の窓口となり企業の要望を聞きながら、受入施設（宿泊施設、観光施設、NPO 法人等）との調整、実施後には関係者での振り返りを行っている。

具体的な研修内容は企業側が主体となって企画することも多い。CSR/CSV 活動がきっかけで地元小中学生による企業訪問や職場体験に発展するなど、企業と地域の子どもたちの継続的な交流に寄与している。

---

### 地域資源

水源域の森林環境、市の森林公園、地元食材、地元の事業者など

---

### 現在の課題

企業と受入施設をつなぐコーディネーターの確保、森林整備活動の指導者の育成といった持続的な体制の強化や、受入施設の老朽化、マダニやヤマビルへの対策といった受入環境の改善が課題となっている。

## 【⑩京都府 南丹市】

### 企業向けプログラムの概要

南丹市は、養生（命を正しく養う）という考え方にに基づき、森林資源と東洋医学を融合させた独自のプログラムを提供している。スマートフォンアプリ「YOMOGI+（ヨモギプラス）」を用いて参加者の体調を3タイプに診断し、各タイプに合ったアプローチを提供することで、社員の自己理解や健康への意識向上に寄与することを主な目的としている。

---

### 主な提供プログラム内容

アプリの体調診断結果に応じた個別アプローチを提供。森でのヨガ、鍼灸・お灸、もぐさ作り体験のほか、モルック（チームビルディング）、焚き火などの共同作業も用意されている。プログラムの最初と最後には、必ず「ことはじめ」と「ことむすび」（明治国際医療大学教授による体験意義の説明、振り返りの時間）を設け、実施効果を実感できるような設計となっている。

---

### 企業が求めるポイント

健康経営の具体的な実践方法と、その先にある生産性向上やチームビルディング効果への期待が高い。人事部門は費用対効果を示すエビデンスを重視している。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

健康経営の進め方に関する相談を起点に企業課題を把握する。企業側に事前にアプリで体調を計測してもらいプログラムを組んでおくパターンと、現地に到着してから計測してその場でグループ分けや調整を行うパターンがある。実施後のアンケートとあわせて、プログラム前後の体調変化やアプリの数値データを確認することで効果を可視化している。血流改善やアプリの点数向上などの客観的变化が確認され、参加者の健康意識と行動変容の促進につながっている。

---

### 地域資源

森林環境、鍼灸師、地元のジビエや京野菜、NPO 法人が管理する森林、明治国際医療大学など

---

### 現在の課題

属人的運営からの脱却と運営システム構築、費用対効果の明示と、企業に対する営業力強化が課題となっている。

## 【⑪兵庫県 宍粟市】

### 企業向けプログラムの概要

宍粟市は面積の約9割を森林が占める環境を活かし、「オンもオフも、宍粟の森で」をコンセプトに森林セラピーを軸としたプログラムを提供している。主に若手社員の研修やリフレッシュの場として利用されている。

---

### 主な提供プログラム内容

森林セラピーを中心に、企業団体向けには2時間のショートコースを主に提供している。3時間の基本コースではセラピー前後のストレスチェックにより、腹式呼吸法・筋弛緩法・自律訓練法の効果を測定する。オプションとしてセラピー弁当、観光資源（酒蔵通り）の案内、BBQ、棒焼きパン作り、室内研修、木工体験などを組み合わせることができる。

---

### 企業が求めるポイント

対象が新入社員や2～3年目の若手社員であることが多いため、「自然環境でのリフレッシュ」や「同期との体験の共有」が主な目的となっている。事業所での座学研修と組み合わせて、自然学習や体験の場としての利用が求められている。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

観光協会や市が、企業担当者の要望に応じてプログラム構成を調整し、QRアンケートや後日メールで感想を収集している。森が身近でない方々に、森に触れ、セラピーを体験して頂くことを主軸に置いており、実際に体験へのポジティブなフィードバックも得ている。

---

### 地域資源

3つの森林セラピーロード、トレッキング・カヌー等各種アウトドア体験、発酵食文化、酒蔵文化など

---

### 現在の課題

森林セラピーおよび地域の認知度向上、二次交通の弱さへの対応、フィードバック回収体制の改善、悪天候時の代替プログラム対応、ガイドの高齢化と質的向上のための資格更新制度等の仕組みづくりが課題となっている。

## 【⑫和歌山県 白浜市】

### 企業向けプログラムの概要

世界遺産である 熊野古道 の歴史（過去・現在・未来のストーリー）と自己理解のテーマを重ねたプログラム、SDGs 未来都市の理念と接続したプログラム等、企業ニーズに合わせた多様なテーマを提供している。

---

### 主な提供プログラム内容

企業の課題解決に資するオーダーメイド型で、健康、人材育成（自己パーパス探求等）、SDGs、林業 DX 推進（ドローン活用）、脱炭素、などのテーマを組み合わせて実施する。具体的には、森林トレッキング、森林ヨガ、アロマ体験、ワーケーションなど、地元事業者と協力して様々なコンテンツを提供している。

---

### 企業が求めるポイント

費用対効果を重視し、企業固有の課題解決に直結する設計が求められている。近年は「健康」テーマに加え、人材確保・人材育成やクリエイティブ性の向上への関心が高く、チームビルディングは主目的というより付随的要素として位置づけられる傾向がある。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

個別ヒアリングを基にプログラムを設計している。事後のアンケート取得は十分ではなく、担当者との会話でフィードバックを得ることもある。プロモーションを行わずとも口コミやリピーター利用が中心となっており、提供価値が継続利用として表れている。

---

### 地域資源

熊野古道の歴史文化、海と山の自然環境、SDGs 未来都市としての取組基盤など

---

### 現在の課題

口コミ・リピーター依存からの脱却、ワーケーション需要の減少への対応、地域コーディネーターの育成、効果測定の定量化およびフォローアップ調査（実施後1か月等）の仕組み化が課題となっている。

## 【⑬岡山県 西栗倉村】

### 企業向けプログラムの概要

西栗倉村は、合併をせず林業を軸に自立の道を歩んできたチャレンジ精神や、木材のサプライチェーン、SDGsといった「西栗倉村ならではの文脈」に沿ったプログラムを構築している。企業が森林に興味を持ったきっかけや研修の目的を丁寧にヒアリングし、それに合わせてオーダーメイドでコンテンツを提供している。

---

### 主な提供プログラム内容

下草刈り、チェーンソーでの伐倒見学・体験、製材所見学、焚き火を通した、林業・サプライチェーン学習。林業現場でのロゲイニングを通した、チームビルディングと林業現場の疑似体験。チェーンソーを使用したチャレンジ精神を養う林業体験などを実施。その他、地域課題やAI・生物多様性を学習テーマに据える場合もある。

---

### 企業が求めるポイント

トップが掲げる環境理念と現場の理解・関心のギャップ解消、自社事業やサプライチェーンへの理解向上、新規事業立ち上げのための新たな刺激や視点の獲得、社員間のフラットなコミュニケーション促進等がニーズとして挙げられている。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

企業の声に合わせてコンテンツを設計し、研修前後にはアンケートを実施。「林業についての知識」や「自社のSDGsの取組を説明できるか」といった項目を5段階で自己評価してもらい、その点数の変化や感想を企業に共有し、効果の可視化を図っている。林業やSDGs理解の向上、社内コミュニケーション活性化が確認されており、参加社員からもポジティブなフィードバックを得ている。

---

### 地域資源

林業の現場、製材・木材利用の現場、移住者との交流、ジビエ料理など

---

### 現在の課題

安定的な利用関係の構築、新規ターゲット層（森や林業に関わりのない分野や都市部企業）の拡大、交通アクセスのハードルや宿泊キャパシティ不足、効果測定の難しさ、悪天候時の代替対応が課題となっている。

## 【⑭広島県 安芸太田町】

### 企業向けプログラムの概要

安芸太田町ではメンタルヘルスと健康経営を中心テーマに、5つの森林セラピーコースを活かして企業の目的に応じたプログラムを提供している。

---

### 主な提供プログラム内容

森林セラピーとBBQを基本プログラムとし、その他に森林セラピーヨガ、薪割、焚き火、庭園やダム等の観光資源案内等から企業の要望に応じて内容を調整する。森林セラピーの前後には問診や血圧測定などのセルフチェックを行い、効果を数値で実感できるようにしている。

---

### 企業が求めるポイント

メンタルヘルスケアへのニーズを中心に、社員間のコミュニケーション促進や日常から離れたリフレッシュ機会の確保が求められている。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

企業担当者への事前ヒアリングにより目的や要望を把握し、実施後は参加者アンケートに加えて、率直な感想を担当者にヒアリングして改善に反映している。プログラムは、参加者のリフレッシュ効果の実感や、社員同士の交流機会創出に寄与している。

---

### 地域資源

5つの森林セラピーロード、キャンプ場、庭園などの文化資源、温井ダム、特産品（森林セラピーのおやつとして提供）など

---

### 現在の課題

ガイドの現場対応力の強化（実働で活躍できるガイドの育成）、事務局職員への業務集中が主な課題となっている。

## 【⑮大分県 大分市】

### 企業向けプログラムの概要

大分市では10か所のバリエーション豊かな森林セラピーロードを活用し、本格的なトレッキングから緩やかな森歩きまで、参加者の体力や好みに合わせた森林セラピープログラムを提供している。

---

### 主な提供プログラム内容

2～3時間の森林セラピーを中心に、30～40名規模での福利厚生での活用（社員・家族参加可）として実施している。

---

### 企業が求めるポイント

社員間のコミュニケーション促進とリフレッシュ機会の確保。

---

### 事前の調整とフィードバックの収集方法・実施効果

市の森林セラピー担当班が企業窓口であり、当日の案内はガイドの会が行っている。実施後は企業側が行うアンケート結果の情報提供を受け、改善に反映している。

---

### 地域資源

多様な森林セラピーロード、特産品

---

### 現在の課題

利用者層の偏り、多様なセラピーコースに対応できるガイドの確保など現場対応力の強化が主な課題となっている。

## 2. 現地視察調査

### (1) 5地域の選定・概要

現地調査の対象地域は、オンラインヒアリングを実施した15地域の結果を踏まえ、プログラムの特性、企業受入の実績、組織体制、地域資源の活用状況等を総合的に勘案して5地域を選定した。選定にあたっては、地域バランスおよび取組内容の多様性が確保されるよう配慮すると共に、先進性や展開可能性の高い事例を優先した。

上記の基準により、以下の5地域を現地調査の対象として選定した。

#### ① 山形県 上山市

企業課題を踏まえた体系的なプログラム構成と高い企業受入実績を有する東北地方の先進事例である。

#### ② 群馬県 長野原町

組織開発・人材開発に寄与するプログラムを展開し、企業リピート率が高い実績を有する。

#### ③ 京都府 南丹市

養生・伝統文化・地域資源を組み合わせた独自の健康経営向けプログラムを展開している。

#### ④ 岡山県 西粟倉村

企業課題と森林空間の活用を結び付け、民間主体の林業・山林管理を基盤に森林空間の価値創出に取り組んでいる。

#### ⑤ 広島県 安芸太田町

産業医ネットワークの活用や大学連携によるエビデンス取得などの先進的取組を有する。

### (2) 調査項目

5地域における取組の詳細、事業創出の経緯、企業連携における要点について情報を収集するため、下記の調査項目を設定した。

#### 【現地調査内容】

- ① 連携企業の課題とニーズを踏まえた提供プログラムの内容
- ② 活用されている地域資源（森林、森林以外）の視察
- ③ 実施体制および官民連携状況
- ④ 事業創出のきっかけと、初期（構想/準備段階）に取り組んだこと
- ⑤ プログラム受入れの流れ
- ⑥ 企業連携のきっかけと、継続利用のポイント
- ⑦ 森林や施設の管理・整備・権利関係の整理

### (3) 調査概要

5 地域への視察で得られた情報を、「地域の特徴」、「事業が始まった経緯」、「初期段階に取り組んだこと」、「企業連携のきっかけ」、「企業ニーズと提供プログラム設計」、「プログラム受入れの流れ」、「実施体制・公民連携・継続利用のポイント」の6つの項目で整理する。

#### 【山形県上山市】

実施主体：蔵王坊平観光協議会 / 上山市（市政戦略課）

##### ① 地域の特徴

蔵王高原坊平は、標高約 1,000m 超の冷涼な環境にあり、天然林を多く有する。国定公園特別地域内に整備されたクアオルト健康ウォーキングコース（3 コース）や森林浴コース、温泉、宿泊施設等が徒歩圏内に近接し、健康増進・回復を主軸とした滞在型プログラムの展開が可能である。従来は観光とスポーツ合宿（夏季）を中心としてきたが、通年型の地域利用を目指して事業展開が進められている。

##### ② 事業が始まった経緯

季節依存型の観光・合宿需要の平準化と、地域資源を活かした新たな収益機会の創出が目的の一つである。市が推進している「心と身体がうるおうまちづくり」をテーマとしたクアオルトの考え方を蔵王高原坊平に導入する際に、森林空間の活用を企業向け研修・健康経営支援へ拡張した。地域住民や事業者の強み（自然ガイド・暮らしの工夫・雪山の知見等）を活かしつつ、外部の支援や補助事業を活かしながら体制整備を重ね、現在のプログラム提供を行っている。

##### ③ 初期段階に取り組んだこと

長野県信濃町や長野県小海町等の先進地視察を通じて、自地域の価値の再認識と、関係者間での方向性の共有を行った。ハード面では、既存遊歩道を活かした森林浴コースの整備、ガイド等人材の確保、受入事業者（宿泊等）の参画促進を段階的に実施した。ソフト面では、地域資源や地元住民の魅力を活かした体験コンテンツ、医療機関等と連携したヘルスプログラムを具体化していった。

##### ④ 企業連携のきっかけ

モニターツアーや企業交流会への参加、利用企業からの紹介、クアオルト関連の協定、健康経営優良企業等へのアンケートを起点とした訪問・情報交換による関係の形成が主なきっかけとなっている。官民が同行して企業訪問を行うことで、売込みではなく情報交換を軸とした関係構築が可能となり、企業の抱える課題と提供可能なプログラムとのマッチングに繋がっている。

## ⑤ 企業ニーズと提供プログラム設計

主なニーズはメンタルヘルス対策、コミュニケーション活性化（横の繋がり、縦の繋がり、地域との繋がり）、運動習慣の形成、チームビルディング等である。これらを踏まえ、クアオルト健康ウォーキング、森林浴、森ヨガ、焚き火、温泉・サウナ利用、体育館プログラム等を組み合わせたカスタマイズ型構成とし、半日～宿泊型まで柔軟に設計している。高原環境で非日常の時間を過ごすことによるリカバリー効果と、ヘルスプログラムを通じた自己への気づきや日常生活への行動変容を促す点を重視している。

## ⑥ プログラム受入れの流れ

事前に Web 会議や訪問により企業ニーズを丁寧にヒアリングし、プログラム内容、見積対応、ガイドや宿泊先の手配等を調整する。実施当日はガイド主導で各プログラムを運営し、コーディネーターは参加状況に応じて進行を最適化するため、企業担当者へ負担がかからない。

## ⑦ 実施体制・公民連携・継続利用のポイント

運営は観光協議会が主体となり、行政は森林利用の許認可取得や制度面の支援、対外的信頼性の担保を担う。コーディネーターが企業対応から当日運営まで一貫して統括し、地域事業者・ガイドへの依頼も調整している。企業担当者の視点に立った丁寧なヒアリングによる、ニーズや研修目的を的確に捉えたプログラム設計と対応が、リピート利用につながっていると考えられる。また、参加者と地元住民との交流時間を重視することで、参加者の再訪に繋がり、関係人口の創出にも寄与している。

## 【群馬県長野原町】

実施主体：有限会社きたもっく

### ① 地域の特徴

長野原町は、酪農・高原野菜の産地であり、かつては薪炭の一大産地として栄えた歴史を持つ。草津・軽井沢に近接し、開拓地として移住者を受け入れてきた柔軟な地域性を有する一方で、別荘・コテージ文化のピークを過ぎ、現在は外部との継続的な関係づくりや木材の活用が地域課題として挙げられている。

### ② 事業が始まった経緯

有限会社きたもっくは、広葉樹の森を基盤に「森の循環、山の循環」を重視した資源活用に取り組んでいる。薪製造などの地域資源を自社で価値化する事業を展開してきた中で、「火を囲み、協働し、対話する」ことの価値を再認識。現代社会において、「余白のある時間」から生まれる気づきや関係性を体感できる場づくりを目指し、企業向け合宿施設 TAKIVIVA（タキビバ）の取組が始まった。

### ③ 初期段階に取り組んだこと

「目的を持った集団が活力を再生するための場づくり」という TAKIVIVA のビジョンを掲げ、ファシリテーション中心の研修形式ではなく、焚火や共同作業を通じた能動的滞在を重視する場を目指した施設と滞在空間を設計した。共通ビジョンのもと、スタッフ間でも参加者の主体性を尊重し、ホスピタリティを大切にしたい関わり方の意識を統一してサービス提供を開始した。

### ④ 企業連携のきっかけ

初期段階では、人事・組織系コミュニティの利用促進にフォーカスし、体験の機会を設けることにより、口コミ等での利用拡大につなげた。積極的な営業は行わないが、意図的にきっかけをつくることで、現在も事業視察や紹介等を契機に利用が拡大している。

### ⑤ 企業ニーズと提供プログラム設計

企業が直面する主なニーズは3点に整理される。1点目は、個人・組織の創造性（Creativity）を発揮すること。2点目は、リモートワークの定着等により希薄化した関係性を再構築し、ビジョンを共有して協働する力（Cocreation）を高めること。3点目に、不透明な時代において組織や個人の「見えない根」を育てるための内省と対話、すなわち個人と組織の志が通ずる水脈を見いだすための深い思考と探究の機会（Cultivation）である。

これらのニーズに対し、TAKIVIVA では、雄大な自然のもとで五感を開く時間や、焚き火と共同調理を軸に参加者が協働することで関係性の深化を促す時間を提供している。また、本音で語り合う対話の時間と、一人で静かに向き合う内省の時間の双方を重視し、半個室型の宿泊環境に

より対話と内省が循環する仕組み（ReGo＝融合）を用意している。これにより、創造性の回復、協働力の再構築、そして個人と組織の根を育てる気づきを支援している。

#### ⑥ プログラム受入れの流れ

事前に利用目的をヒアリングし、詳細なスケジュールは作成せずに滞在の基本方針のみを設定。現地では焚火・共同調理を中心に自由度の高い滞在を提供し、企業側から要望があった場合にのみ、薪割りや火起こしなどのアクティビティを提案する。実施当日は参加者の主体性を尊重しながら運営を行う。実施後にアンケート等は実施せず、現場スタッフが参加者とフラットな関係を築く中で得た様子や生の声をフィードバックとし、それを次回へとつなげている。

#### ⑦ 実施体制・公民連携・継続利用のポイント

(有)きたもっくが森林の所有・管理から体験提供までを一体的に担う体制により、資源循環の実態を体感できる点が特徴である。行政とは包括連携協定等を通じて緩やかに連携しつつ、民間主体で事業を展開している。事業見学等を通じて、企業が(有)きたもっくの「100年単位で森と一緒に事業をする（美しい広葉樹の森の価値化）」という理念や価値観に触れることも一つの要素として、参加者の満足度向上やリピート率維持に寄与している。加えて、企業における人材・組織開発で求められる「内省の時間」や「能動性の発揮」といった要素を深く提供していることも、継続利用を支える重要な要因と考えられる。

## 【京都府南丹市】

実施主体：明治国際医療大学 伊藤和憲教授／NPO 法人美山里山舎  
／南丹市（商工観光課）

### ① 地域の特徴

市域は東京 23 区とほぼ同規模で、約 88%を森林が占め、林業が主要産業の一つである。一方、従来の施業は効率性を重視した皆伐と再造林を中心に行われてきたが、森林の多面的機能を持続的に発揮する観点から、施業手法の見直しの声が挙がっている。また、木材価格の低迷や担い手不足なども、森林経営の持続性に関わる課題となっている。

### ② 事業が始まった経緯

皆伐中心の林業が主流で持続的な山林活用が十分に進んでいなかった中、地方創生交付金を契機に「森林資源フル活用」を掲げた取組が始まった。高密度路網の整備による高付加価値材の生産を基盤として森林活用を広げるとともに、森林空間利用のストーリー化を模索。その過程で明治国際医療大学の伊藤和憲教授と連携し、東洋医学の知見を取り入れ、「養生」を核とした健康経営支援プログラムの取組が始まった。

### ③ 初期段階に取り組んだこと

事業初期段階では、高密度路網と伝統建築の技術を活かしたフィールド整備を進め、まず地元住民が活用できる場づくりに取り組んだ。地域に根ざした利用を起点とすることで、暮らしの知恵や文化が自然に引き出され、それらを担い手本人を中心とした体験コンテンツとして発展させた。ガイドや鍼灸師など地域人材が主体となり、季節性や文化的意味づけを重視した体験設計を確立し、地域内外の参加者に提供できる形へと展開していった。

### ④ 企業連携のきっかけ

京都府が南丹市のウェルネスプログラムを評価し、南丹広域振興局（亀岡市・南丹市・京丹波町）と連携した府のウェルネス構想が立ち上がった。これを機に京都府や DMO による企業向け PR が行われたことが、企業連携の一つのきっかけとなっている。加えて、企業社員の体験や口コミ、営業活動による連携も見られる。

### ⑤ 企業ニーズと提供プログラム設計

企業ニーズとしては、健康経営の具体的な実践支援や、従業員が心身をリフレッシュしつつ関係性を深める場の提供が主に挙げられる。これに応える形で、体調タイプ判定アプリ

「YOMOGI+」の結果に基づき、個々の状態に応じたプログラムを提供している。プログラム内容は、森林ヨガ、鍼灸、焚火など多岐にわたり、体験の意義や効果を事前に説明する「ことはじめ」と振り返りの「ことむすび」を重視して実施している。これにより、参加者は自らの体調や状態への理解を深めながら、社員同士の共通体験によるコミュニケーション促進も期待される。

また、南丹市で美山里山舎が実践する伝統建築や持続可能な林業、暮らしに関する講話が、参加者の視点や考え方の転換、意識向上にも寄与している。

#### ⑥ プログラム受入れの流れ

企業規模や参加人数、希望内容をヒアリングし、必要に応じて事前に YOMOGI+アプリで体調チェックを行い、その結果を踏まえてプログラム設計に反映する。伊藤教授、美山里山舎および南丹市が連携し、季節や人数、参加者の体調や希望に応じたプログラムを企画・準備・運営する。実施後には再度アプリで体調を確認して数値の変化を測定すると共に、アンケートによる評価や改善点を把握して次回のプログラム設計に反映している。

#### ⑦ 実施体制・公民連携・継続利用のポイント

自治体が窓口機能を担い、フィールド運営とコンテンツ提供を民間が担う公民連携体制である。継続利用のポイントとして、「ことはじめ」では体験するプログラムの意味を学び、養生への納得感を高める時間を設け、「ことむすび」では体調変化を実感し、日常でのセルフケアへと結び直す時間を確保している。これにより、参加者は体験の効果をしっかりと認識でき、アプリの数値等による実績提示と合わせて、企業の継続利用につながっていると考えられる。南丹市のウェルネスプログラムは、プラネタリーヘルス（人が地域の自然を利用することで、健康・地域文化・環境のいずれも健全にするという考え方）を基盤に、より多くの人々が健康のために森へ向かう文化の醸成を目指すものである。ビジネスの視点を組み合わせた運営と参加者データの継続的蓄積を進める先進的な取組であり、個人や団体との新たな連携にもつながっている。

## 【岡山県西粟倉村】

実施主体：株式会社百森

### ① 地域の特徴

村面積のうち森林が約93%、そのうち人工林が約80%を占め、高い人工林率が特徴である。1960～70年代に造成されたスギ・ヒノキ林が広がり、現在は間伐や再生林などの森林施業が進められている。平成の大合併期以降は自治体として「自立」を掲げ、林業を軸に地域内経済循環や新規事業創出を進めてきた。移住者や地域おこし協力隊も多く活動している地域である。

### ② 事業が始まった経緯

西粟倉村は2008年以降、「百年の森林づくり構想」を掲げ、林業を軸に村内での製品化や雇用創出、人口増加を目指してきた。2017年には“村の事業を進める外部専門組織”として株式会社百森を設立し、施業、所有者交渉、補助金業務などの山林管理を担っている。一方で、山林管理は基盤事業であるものの収益性には限界があることから、山林空間の活用を構想していた。新たな収益や関係人口の創出を通じて山林事業の価値を高め、木材生産だけにとどまらない地域の森づくりと経済活動の両立を図ることを目的として、地域おこし協力隊の採用を契機に、企業研修やイベントなどの取組として具体化していった。

### ③ 初期段階に取り組んだこと

地域おこし協力隊を事業担当者として採用し、補助金等を活用しながら新規プログラムの創出を開始した。ハード整備については、自社で管理する施業地をそのまま活用することを前提に、アクセスの動線やトイレの位置といった受入環境を整理していった。

### ④ 企業連携のきっかけ

従来から木材取引のあった企業への社員研修としての利用展開や、村内で企業研修を運営する事業者からの研修受託がきっかけとして挙げられる。また、フォーラムやイベントへの登壇、名刺交換後のフォローアップといった営業活動や、自社で展開するチェーンソー学習ツアーの紹介等を通して、情報発信を行っている。

### ⑤ 企業ニーズと提供プログラム設計

企業ニーズとしてSDGsやサプライチェーンへの理解促進、自社事業への理解深化、コミュニケーション能力の向上、チャレンジ精神の醸成等が挙げられる。森林の価値を理念的に語るのではなく、下草刈りや植樹、チェーンソー体験、製材所見学などを通じて、木を伐り、出荷し、製品化するまでの流れを体感し、一次産業の現実やサプライチェーンの実情を「現場で学べる」点を強みとしている。

加えて、焚き火での対話や林業地でのチームアクティビティ等も組み込み、企業が達成したい目標や社員に期待する変化に寄り添って内容を設計している。林業やSDGsを軸としつつ、西粟倉ならではの地域資源やストーリー性を活かしたコンテンツを提供している。

#### ⑥ プログラム受入れの流れ

企業がどのような背景や課題意識から森林研修に関心を持ったのかを丁寧にヒアリングし、その内容に基づいてコンテンツを設計する。あわせて事前アンケートを実施し、林業への理解度や自社のSDGs取組を説明できる自信度などを5段階で把握する。実施当日はコーディネーターが現場に同行し、全体進行を統括する。必要に応じて自社スタッフや移住者等が参加し、山林管理や生物多様性の考え方などを実践者の立場から共有する。実施後は再度アンケートを行い、理解度の変化や新たな学びを把握する。数値結果や自由記述、プログラム中の質疑応答の内容は企業へ共有する。担当部署とは継続的に連絡を取り、改善要望を次回設計に反映している。

#### ⑦ 実施体制・公民連携・継続利用のポイント

村は構想を提示し、(株)百森が主体で事業を展開している。コーディネーターは、企業がどのような背景や課題意識から森林研修を検討したのかを丁寧にヒアリングし、何を達成したいのか、何が得られるのかを言語化した上で、目的に沿ったコンテンツを設計している。林業のフィールドを基盤としながらも、参加者の特性や課題に応じて内容を柔軟に調整し、企業の課題認識に的確に応える構成とすることが、満足度の向上につながっていると考えられる。

## 【広島県安芸太田町】

実施主体：安芸太田町ヘルスツーリズム推進協議会

事務局：一社）地域商社あきおおた

### ① 地域の特徴

安芸太田町は森林が約88%を占め、国有林、県有林、民有林が混在する中山間地域である。町内には複数の森林セラピーコースが整備され、森林セラピーロードの一部は、かつて木炭原料の伐採地であった場所を再生した森林である。里山やキャンプ場、溪谷、庭園等の自然環境・観光資源を組み合わせたプログラム展開が可能となっている。

### ② 事業が始まった経緯

従来、町の森林は林業または観光資源（三段峡等）としての利用が中心であったが、森林空間を活用した新たな地域活性化策としてヘルスツーリズムの導入が検討された。健康と観光を結びつけ、都市部住民の「健康づくり&幸せづくり」と地域振興に寄与することを目的として推進体制を構築。森林セラピーの科学的効果の検証や産業医との連携を通じて企業向けプログラムが展開されるようになった。

### ③ 初期段階に取り組んだこと

事業開始にあたり、安芸太田町ヘルスツーリズム推進協議会設立準備委員会を組織し、基本構想および将来ビジョンを策定した。町の産業観光や健康福祉部門、有識者等が参画し、森林を健康資源として活用する方針を明確化した。また、森林セラピーロードの整備、人材育成（里山ガイド養成）、科学的エビデンスの取得など、体制整備を段階的に進めた。

### ④ 企業連携のきっかけ

産業医ネットワークや健康経営優良企業、全国健康保険協会、健康保険組合連合会など、健康経営に繋がりそうな対象へのアプローチを通じ、メンタルヘルス対策の具体的施策として森林セラピーの導入提案を行っている。

### ⑤ 企業ニーズと提供プログラム設計

企業の主なニーズはメンタルヘルス対策、社員同士のコミュニケーション促進、リフレッシュ機会の提供、地域への理解促進である。これらを踏まえ、森林セラピーを軸にBBQや薪割、地域観光資源の見学、ヨガ等を組み合わせたプログラムをカスタマイズしている。事前のヒアリングにより企業の目的や対象者に応じた内容調整を行い、実際のプログラムでは森林セラピー前後にヘルスチェックを行うなど、体験を通じて参加者が自身の心身の状態変化を実感できることを大切にしている。

## ⑥ プログラム受入れの流れ

事前にコーディネーターが企業担当者へのヒアリングを行い、プログラム構成、コース選定、ガイドのマッチング、備品準備等の調整を行う。実施当日はガイドが中心となり森林セラピーや関連プログラムを運営し、コーディネーターは参加者の様子を見守りながら全体を進行する。実施後は参加者アンケートおよび企業担当者への聞き取りによりフィードバックを収集し、ガイドへの共有を行うなど、次回のプログラム改善につなげている。

## ⑦ 実施体制・公民連携・継続利用のポイント

事業は地域商社が運営主体となり、安芸太田町が「安芸太田町ヘルスツーリズム推進協議会」と連携して方針策定や予算補助、森林整備などを支援する体制で実施されている。産業医との連携等による科学的効果の提示、個々の企業ニーズに寄り添った丁寧なプログラム提案、継続的なフォローアップが企業のリピート利用につながっていると考えられる。

### 3. 普及冊子の作成

#### (1) 作成の目的

本冊子は、森林空間を活用した既存サービスのブラッシュアップや、新たな事業創出に取り組む地域を主な対象とし、企業の受入れ推進に向けた実務的な参考資料として作成した。具体的には、森林空間利用の基本的な考え方や企業連携の意義を整理するとともに、先行地域の取組プロセスやプログラム設計の工夫を可視化することで、各地域が自らの資源や強みを生かしたサービスを構築する際の指針を示すことを目的としている。

#### (2) 内容概要

本冊子の導入では、森業および森林空間利用の基本的な考え方を整理し、森林空間利用のメリットについて地域担当者の声を紹介することで読み手の関心喚起を図った。あわせて、企業ニーズ調査の結果を踏まえ、企業連携の意義と導入メリットを示すとともに、本年度作成した普及動画や企業活用事例集のQRコード情報を掲載した。

冊子の中心となる優良事例紹介では、現地調査を実施した5地域について「地域の特徴」「実施主体」「提供プログラム」といった事業の実態に加え、「森林空間利用の取組が始まった経緯」「初期段階の動き」「企業連携のきっかけ」を整理した。さらに、現在のプログラム提供の流れおよび企業ニーズに応じた設計を示し、実際に企業が利用しているプログラムの内容を通じて、企業連携の要点を整理した。

冊子のまとめでは、優良事例の分析から導かれた「森のプログラムづくりの要点」と「企業とつながるためのポイント」を提示した。他地域の模倣ではなく、各地域の資源や強みを生かしたサービス創出を促し、企業連携の更なる推進に資する内容を目指した。裏表紙には、相談窓口等の情報を掲載している。







# REGION 03

## 伝統の価値を見つめ、新しい文化を切り開く

—自然と共に笑う、健康・環境・地域の未来—



### 京都府 南丹市

京都市中心部から車で約1時間の距離に位置する。市域は東京23区とはほぼ同規模で、約88%を森林が占め、林業が主要産業の一つである。一方で、木材価格の急落や人手不足といった課題も抱えている。市の中心部には生活や行政の拠点があり、高山エリアには登山目的地と伝統的な暮らしが今も残っている。



#### 提供している企業向け森のプログラム

- YMOG(株)の研修プログラムによる森づくり
- 自然体験プログラムによる自然体験
- 森林づくり・保全活動・MTB
- 「こどもが育つ森づくり」による自然体験
- 森林づくり・保全活動・MTB
- 「こどもが育つ森づくり」による自然体験



#### 実施主体

- 明治国際大学 伊藤和憲教授**  
地域課題と企業を結びつける考え方を提唱し、南丹市ウェルネスプログラムをプロデュース。茨井大学の専門的知見をもとに体験の基盤を築き、参加者の理解と行動変容を促すサポートを行う。
- NPO法人 美山里山舎**  
伝統的暮らしと自然体験を軸に地域振興の場を創出し、森づくりの推進を支援している。森林管理の現場主体として、研修の受け入れや参加者へのサポート、山林整備のサポートなども提供している。
- 南丹市**  
自然環境と観光振興を推進し、企業ニーズの把握からプログラム設計の方向性を整理して実施し、専門的知見やノウハウの提供も実施している。

#### なぜ、森林空間利用の取組が始まったのか？

皆佳中心の林業が主軸で、持続可能な山林活用が進んでいなかった当時、地方創生交付金を契機に「森林資源フル活用」を掲げ、取組が始まった。森林作業従事者(高齢者層)による高付加価値の木材生産を軸とし、森林空間の活用やハード整備を推進。さらに明治国際大学と連携し、「学生」をテーマとしたストーリー性を取り入れることで、既存の文化や伝統を踏襲した独自のサービス創出へとつながった。

#### 取組の最初の一步

- ソフト整備**  
「森づくり」の現場に必要となる人材の育成や、研修プログラムの開発、実施体制の構築などを行う。
- ハード整備**  
研修プログラムの実施に必要となる施設や、研修プログラムの実施に必要となる施設を整備する。

### 企業連携のきっかけ

- 京都府のウェルネス観光やDMO等による情報発信・紹介
- エビデンスに基づく営業活動 ● コミ・評判の伝わり

### プログラム提供の流れ

- STEP 01 企業ニーズのヒアリング** >> ヒアリング(企業側より、アプリにもっと多くの研修メニューを提供してほしい、社員研修など)の要望を伺い、研修プログラムの提供の方向性を決定。
- STEP 02 プログラムの企画、事前調整** >> 研修内容、実施方法について企業側と調整し、研修プログラムの提供の方向性を決定。
- STEP 03 プログラム実施** >> アプリによる研修メニューを提供し、研修プログラムの提供を実施。
- STEP 04 実施後** >> 研修プログラムの提供が完了し、研修プログラムの提供を実施し、研修プログラムの提供を実施。

### 企業ニーズに応じたプログラム設計

- どんなニーズが多いか**
  - 研修内容について、知識習得よりも、社員が笑顔になれる、実施の場を確保してほしい。
  - 研修内容上、チームビルディングへの期待
  - 観光、森林、木材に関する事業について視点を広げたい
- それにどう応えたか**
  - 研修プログラム「はじめに」に「お楽しみ」を添えて、研修の効果を高めるように、自然の環境を軸とした研修プログラムを設計
  - 「楽し」を軸に、楽しみながら自然の環境を軸とした研修プログラムの提供を推進
  - 地域的な山林資源活用からのアプローチを取り入れ、参加者一人ひとりの成長や学びの機会を確保

### サービスに活かされている地域資源

- 地産地消のお料理、良野菜 ● 高茶 ● 自然素材の炭茶 ● 薪ストーブ など**

# REGION 04

## 林業を基盤に、現場から森の価値を問い続ける西粟倉

—山林のリアルに触れ、学びを深める体験プログラム—



### 岡山県 西粟倉村

村域の約90%が森林であり、その約80%を人工林が占める。1960～70年代に造成されたスギ・ヒノキ材が広がり、現在は限られた無事故といった森林協会の集まりにのみ、平成の大合戦を経て「自立」を掲げ、自治体として「どう生き残るか」を考え続けてきた村である。



#### 提供している企業向け森のプログラム

- 林業作業体験、西粟倉・製材所見学 ● 森林整備学習・チェーンソーでの伐倒体験 ● ロギング ● など



#### 実施主体

**株式会社 百森**  
西粟倉村の受け手「村」で木材生産を軸とした経済を創出し、雇用や人口増加を目指す取組「百年の森林(もり)構想」を推進し、設立された森林・林業ベンチャー企業。行政から委託を受ける山林管理事業に加え、近年森林地帯活用を推進している。

#### なぜ、森林空間利用の取組が始まったのか？

森林空間活用によって新たな収益や関係人口を生み、独自の山林事業価値を創出することで、地域の再活性化と経済活動の自立を目指す取組を開始。林業以外の業種とも関わりながら、森林と人の新たな接点づくりや事業展開に挑戦している。

#### 取組の最初の一步

- ソフト整備**  
事業推進に必要となる人材の育成や、研修プログラムの開発、実施体制の構築などを行う。
- ハード整備**  
研修プログラムの実施に必要となる施設や、研修プログラムの実施に必要となる施設を整備する。

### 企業連携のきっかけ

- 村内の企業研修運営企業からの紹介 ● 村からの親愛対応依頼 ● イベント等での営業

### プログラム提供の流れ(コーディネーターの動き)

- STEP 01 企業ニーズのヒアリング** >> 研修内容や実施方法、企業が研修に求めるポイントや要望を把握し、研修プログラムの提供の方向性を決定。
- STEP 02 プログラムの企画、事前調整** >> 研修内容、実施方法について企業側と調整し、研修プログラムの提供の方向性を決定。
- STEP 03 プログラム実施** >> 研修プログラムの提供を実施し、研修プログラムの提供を実施。
- STEP 04 実施後** >> 研修プログラムの提供が完了し、研修プログラムの提供を実施し、研修プログラムの提供を実施。

### 企業ニーズに応じたプログラム設計

- どんなニーズが多いか**
  - SDGやサステイナビリティに関する理解促進
  - 社員研修やチームビルディングの期待
  - チェンジャー精神の醸成やコミュニケーション能力の向上
- それにどう応えたか**
  - 研修内容を盛り込み、楽しみながら自然の環境を軸とした研修プログラムの提供を推進
  - 森林空間でのロギングやチェーンソー学習など、実践的・体験的研修プログラムを提供し、参加者一人ひとりの成長や学びの機会を確保

### サービスに活かされている地域資源

- 森のめぐり(村産材97%活用)の施設 ● 村内製材所、林業事業者 ● 研修生・若手人材との交流 ● 丁寧に調理されたジビエ料理 など**



## 4. 優良事例のまとめ

### (1) コーディネーターの情報

地域において森林空間の活用や企業連携を推進するためには、企業のニーズを的確に把握し、地域資源や森のプログラムの提供者と結び付けるコーディネーターの存在が不可欠である。本項では、オンラインヒアリングおよび現地調査により得られた15地域のコーディネーターに関する情報を横断的に整理・分析する。あわせて、各地域の状況に応じた体制構築の参考となるよう、若者・女性・移住者・関係人口を含む多様な主体の関与のあり方についても得られた情報を示す。

まず、地域におけるコーディネート体制は、運営主体と行政関与の度合いに基づき、次の4つに分類できる。①行政が窓口・調整・運営を担う「行政主体」、②民間と行政が役割分担して運営する「公民連携」、③民間が中核を担い行政が補完的に関与する「民間主体（行政は補完的関与）」、④民間が一体的に運営し行政は実施を全面的に民間に委ねている「民間主体（行政は限定的連携）」。

いずれの体制においても、コーディネーターは少数であり、企業との連絡窓口やプログラム調整、当日運営までを担当。実際のプログラム提供は地域人材のネットワークや自社人材によって支えられている点が共通していた。

図表 3-3 コーディネーターの体制

大分類	詳細分類	体制の定義	該当地域
行政主体	行政主体	市町村が窓口・調整・運営を主に担う	高島市、大分市
公民連携	民間組織＋行政 (公民連携)	民間組織と行政が役割分担し協働で運営	上山市、南丹市
民間主体	民間主体 (行政は補完的関与)	民間が中核運営。 外部窓口、財政管理、ハード整備等で行政は補完的に関与	都留市、北本市、 小海町、信濃町、 宍粟市、安芸太田町
	民間主体 (行政は限定的連携)	民間が窓口・企画調整・運営・営業を一体的に担い、行政は事業実施を全面的に民間に委ねている	檜原村、長野原町、 白川村、田辺市、西栗倉村

図表 3-4 コーディネーターの情報

コーディネーター情報	共通傾向
人数	1名（3地域）、2名（6地域）、3名（4地域）、4名（2地域）
役割	窓口＋プログラム調整＋当日運営の統合型
兼務	ほぼ全地域でコーディネーター業務と他業務を兼務（小海町のみ、地域おこし協力隊が事務局業務を専任）
プログラム実施体制	地域人材ネットワーク、自社人材、（一部地域では、コーディネーターもプログラム提供の一部を担当）

下記に、4つに分類した各体制についての特徴を整理する。

#### ① 行政主体

市町村の担当部署が自ら窓口となり、企業との調整や事業推進を直接担う体制である。市の予算や制度を活用し、行政の直接関与による高い信頼性を背景に、企業版ふるさと納税やCSV活動と結びつけやすい点が強みと言える。一方で、専門コーディネーターの不在により、柔軟なプログラム開発や顧客ニーズの細やかな把握が難しく、市全体としての営業・コーディネート機能が育ちにくいという課題がある。

#### ② 公民連携

行政が初期窓口や制度的なバックアップを担い、民間組織がプログラム構築や現場運営を協働で行う体制である。行政の信頼性が企業へのアプローチにおけるハードルを下げ、民間は質の高い独自プログラムの提供を推進できるという相乗効果が期待される。一方で、行政職員と民間コーディネーターの連携は、担当者同士が構築してきた信頼関係や人的ネットワークに依存する傾向がある。そのため、人事異動等による連携の質や機能の低下、後任への引き継ぎや体制の再構築が難航するリスクを抱えている。

#### ③ 民間主体（行政は補完的関与）

民間組織が顧客対応から現場運営までを主体的に担い、行政は外部窓口や補助金の拠出、基盤整備など後方支援を行う体制である。民間主導による柔軟なプログラムのカスタマイズと、行政による資金・インフラ支援を両立できる点が強みである。一方で、補助金が主要な財源となる構造の下では、自立的な収益化の確保を課題としている地域が多く、営業やコンテンツ開発に十分なリソースを割けない状況が見られる。

#### ④ 民間主体（行政との連携は限定的）

民間企業が自らの事業として窓口、企画、運営、営業を一体的に担い、行政の関与が限定的な体制である。自社の事業現場をそのまま研修コンテンツとして提供でき、行政の枠組みに制約されず、柔軟かつ高度なニーズに対応できる点が強みである。一方で、公的な広報支援や制度的後ろ盾が乏しいため、市場調査や新規開拓は自社の人員・資金に依存せざるを得ない。その結果、自社事業との関連性が低い企業への訴求が難しく、地域全体を巻き込んだ展開に発展しにくい傾向がある。

また、以上の4つの体制に共通して、現場の運営を支えているのは多様な地域人材のネットワークである。

移住者割合は、5割以上が4地域、3割前後が3地域、割合が低いまたは無しが8地域であり、民間主体や地域資源活用事業が促進されている地域で移住者が多く、行政主体や都市近郊の地域では移住者の関与が少ない傾向にある。また、コーディネーターおよびプログラム提供人材の女性割合は概ね半数程度で、男女がほぼ同程度の比率で関与していた。地域人材の年齢層に関しては、50代以上が中心となる地域が5地域、40～50代中心が4地域と、中高年層が基盤を担う一方、30～40代が主力の地域が2地域、20代の参入が見られる地域が3地域ある。

こうした地域人材との連携を実質的に機能させているのがコーディネーターである。企業ニーズを丁寧に把握し、地域資源と結びつけて具体的なプログラムへと構築する力、関係者を束ね体験の質を担保する調整力と現場運営におけるホスピタリティが、森林空間利用を質の高いサービスとして成立させている。本調査からも、コーディネーターは多様な地域関係者の特性や強みを把握し、適切に役割を配置している実態が確認された。

一方で、コーディネーターへの負担集中や属人的運営は多くの地域に共通する課題である。コーディネーターは単なる仲介者ではなく、企業と地域を結ぶ中核的存在であり、その役割と必要な能力を整理し、持続的に機能する体制として位置づけていくことが求められる。加えて、企画・営業・調整・運営といった多様な機能を少人数に依存するのではなく、複数人または複数主体が役割を分担し、相互に補完し合う体制の構築が重要である。

## (2) 優良事例から明らかとなった森のプログラムづくりの考え方

森林空間を活用した企業向けの森のプログラム提供において出発点となるのは、企業ニーズを把握することである。本調査の結果、今回の調査対象における利用企業のニーズは、①人と組織の繋がり形成（コミュニケーション・チームビルディング）、②心身の回復と健康の維持（リフレッシュ・メンタルヘルス）、③人材育成・組織力の向上、④企業理念・環境意識の浸透の4つに整理された。

これらのニーズに対し各地域では、少人数制やファシリテーションによる対話の促進、伐倒体験等を通じた協働・挑戦の経験、森林セラピーや滞在型プログラムによる心身の回復、林業や地域活動の現場体験を通じた環境理解の促進など、体験を通じた学びと気づきを重視した設計が共通して見られた。森林という環境は役職や立場を越えた関係性を生みやすく、参加者の主体性や内省を引き出す「場の力」として機能している。

また、企業連携が進んでいる地域に共通していたのは、完成されたプログラムを提供するのではなく、企業の課題と地域資源の双方を行き来しながら、内容を共に構築していく姿勢である。その実践を支えている要素として、第一に丁寧なヒアリングを通じた企業担当者への理解と伴走、第二に地域の自然・人材・文化・営みを再整理し組み合わせることによる独自プログラムの創出、第三に企業の目的に応じた柔軟な滞在プランのカスタマイズが共通していた。

さらに、継続的な利用につながっている地域では、体験内容だけでなく「場の設計」が重視されていた。参加者が主体的に関わる時間、地域との自然な交流を生む時間、内省の時間等を組み込むことにより、体験の質が高められていた。また、プログラムの目的、期待される効果、得られる変化を事前に言語化して提示することが、企業側の理解促進や社内説明、継続利用に寄与している。

森林空間を活用した企業向けサービスは、森林や地域資源そのものに加え、企業理解、地域資源の再編集、場の設計、そして対話を基盤とした関係構築の積み重ねによって成立している。企業が求める「どのような時間を過ごしたいか」と、地域が提供できる「どのような時間を創出できるか」をすり合わせていくプロセスこそが、企業連携を支えている。

## 第4章 セミナー及びフォーラムの開催

### 1. セミナーの開催

#### (1) 開催目的

首都圏以外の都市部を拠点とする企業にも森のプログラムの活用の意義や事例を広く情報発信することを目的に、関西地域にてセミナーを開催した。併せて、森のプログラムを体験したことのない企業を対象に、実際にどのようなコンテンツがあるのか、体験を通してより具体的なイメージをつかんでもらうことを目的に、日帰り体験会も開催した。

#### (2) 開催概要

開催概要は以下の通り。

図表 4-1 開催概要

タイトル	Well-being や人的資本経営に役立つ！ 森のプログラム活用セミナー&日帰り体験会
日時	セミナー：令和7年11月27日（木）13：30～16：30 体験会：令和7年11月28日（金）8：00～18：00
場所	セミナー：fabbit GG 大阪本町イベントスペース （大阪府大阪市西区西本町1-4-1 オリックス本町ビル4階） 体験会：兵庫県立国見の森公園（兵庫県宍粟市）
参加費	セミナー：無料 体験会：1,500円（セラピー弁当代）
定員	セミナー：100名程度（リアル・オンライン併せて） 体験会：20名程度
プログラム	<セミナー> ・企業による森のプログラム活用の意義 岸 功規（林野庁 森林整備部森林利用課 山村振興・緑化推進室長） ・事例紹介 ①地域 西川 晋也氏（宍粟市 市長公室次長兼秘書政策課課長） ②企業 西川 正章氏（株式会社八光殿 代表取締役社長） ・トークセッション「企業ニーズに応える森のプログラムのこれから」 西川 晋也氏、西川 正章氏、岸 功規 モデレーター 浅原 武志氏

	<p>(株式会社さとゆめ 取締役 長野支社長、宍粟市営業部長)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西近郊の森林サービス産業推進地域紹介 (5 地域) (滋賀県高島市、滋賀県栗東市、京都府南丹市、岡山県西粟倉村、岐阜県)</li> <li>・ミニ交流会 (リアル会場限定)</li> </ul> <p>&lt;日帰り体験会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新大阪駅集合 (マイクロバスで移動)</li> <li>・兵庫県立国見の森公園 オリエンテーション、宍粟市の取組紹介、ストレスチェック</li> <li>・昼食 (セラピー弁当)</li> <li>・森林セラピー体験 (班に分かれて体験)</li> <li>・もみじ山 (最上山公園)、酒蔵通りご案内</li> <li>・新大阪駅解散</li> </ul>
--	---

図表 4-2 「Well-being や人的資本経営に役立つ！森のプログラム活用セミナー&日帰り体験会」バナー、チラシ

Well-beingや人的資本経営に役立つ！

# 森のプログラム活用セミナー&日帰り体験会

2025 11.27 木 セミナー 無料

28 金 体験会 1,500円 (セラピー弁当内)

fabbitGG大阪本町 イベントスペース

新大阪駅集合、兵庫県宍粟市 (兵庫県立国見の森公園)

主催：林野庁 運営：株式会社さとゆめ、公益社団法人国土緑化推進機構、株式会社エイチ・アイ・エス

岸 功規 氏  
林野庁 森林整備部森林利用課 山村振興・緑化推進室長

西川 晋也 氏  
宍粟市 市長公室次長兼 秘書政務課課長

西川 正章 氏  
株式会社八光殿 代表取締役

浅原 武志 氏  
株式会社さとゆめ 取締役 長野支社長、宍粟市営業部長

Well-beingや人的資本経営に役立つ!

# 森のプログラム 活用セミナー& 日帰り体験会

山村地域の豊かな森林空間を活用した「森のプログラム」は、心と身体の健康づくりやチームビルディングなど、企業の人的資本経営や従業員のウェルビーイング、健康経営に役立つプログラムとして、各地で提供されています。あわせて、企業が地域に関わることで、山村地域の活性化や森林整備の促進など、社会課題に貢献することにもつながっています。

本セミナーでは、企業による森のプログラム活用の意義について紹介をしたのち、プログラムを提供している兵庫県宍粟市の事例、宍粟市のプログラムを活用している企業の事例をご紹介します。トークセッションでは、「企業ニーズに応える森のプログラムのこれから」について考えます。会場ではミニ交流会のお時間を設けますので、ぜひ情報交換等にお役立てください。

セミナー翌日に開催する「日帰り体験会」は、セミナーでも事例紹介いただく「兵庫県宍粟市」で行います。大阪からバスで移動し、現地で森林セラピー®を体験します。より具体的なイメージをつかんでいただくきっかけとして、ぜひご参加ください。

2025  
11.27 木  
- 28 金

セミナー  
無料

体験会  
1,500円  
(セラピー弁当代)

主催：林野庁  
運営：株式会社さとゆめ、公益社団法人国土緑化推進機構、株式会社エイチ・アイ・エス

本セミナーは、さとゆめ・国土緑化推進機構・HISが受託した令和7年度林野庁「森林コンテンツ育成・普及対策事業」の一環として開催します。

詳細は  
裏面へ

## program プログラム

### 11.27<sup>木</sup> セミナー

- 13:00～ 受付  
13:30～ ご挨拶  
13:35～ 企業による森のプログラム活用の意義  
岸 功規 氏(林野庁 森林整備部森林利用課 山村振興・緑化推進室長)  
13:50～ 事例紹介  
① 地域 西川 晋也 氏(宍粟市 市長公室次長兼秘書政策課課長)  
② 企業 西川 正章 氏(株式会社八光殿 代表取締役社長)  
14:45～ **トークセッション**  
「企業ニーズに応える森のプログラムのこれから」  
岸 功規 氏、西川 晋也 氏、西川 正章 氏  
モデレーター 浅原 武志 氏  
(株式会社さとゆめ 取締役 長野支社長、宍粟市営業部長)  
15:15～ 関西近郊の森林サービス産業推進地域紹介  
(滋賀県高島市、滋賀県栗東市、岡山県西粟倉村等)  
15:40～ ミニ交流会(リアル会場限定)  
16:30 終了

### 11.28<sup>金</sup> 体験会

- 8:00 新大阪駅集合・出発(マイクロバスで移動)  
10:00 兵庫県立国見の森公園着  
オリエンテーション、宍粟市の取組紹介  
11:30 昼食(セラピー弁当)  
12:00 森林セラピー®@国見の森  
16:00 宍粟市発  
18:00 新大阪駅着・解散

#### 森のプログラム例 ~企業で活用できる場面~

- 心と身体の健康づくり
- チームビルディング
- 新人研修
- 経営者層会議
- 地域課題解決

## Speaker 登壇者



岸 功規 氏  
林野庁 森林整備部森林利用課  
山村振興・緑化推進室長



西川 晋也 氏  
宍粟市 市長公室次長兼  
秘書政策課課長



西川 正章 氏  
株式会社八光殿  
代表取締役



浅原 武志 氏  
株式会社さとゆめ 取締役  
長野支社長、宍粟市営業部長

## Overview 開催概要

### 日 時

2025年11月27日(木) 13:30~16:30 配信あり  
セミナー@大阪府大阪市(リアル会場は13:00から受付)  
11月28日(金) 8:00~18:00  
体験会@兵庫県宍粟市

### 参加費

11/27 セミナー 無 料  
11/28 体験会 1,500円(セラピー弁当代)

### 場 所

[11/27 セミナー] fabbitGG大阪本町イベントスペース  
大阪府大阪市西区西本町1-4-1 オリックス本町ビル 4階(地下鉄「本町」19番出口 直結) ※オンライン視聴の方には、zoom URLをご案内します。  
[11/28 体験会] 新大阪駅集合、兵庫県宍粟市(兵庫県立国見の森公園)、新大阪駅解散 ※マイクロバスで移動します。

### 定 員

※切:11月20日(木)  
[11/27 セミナー] リアル会場40名、オンライン60名 [11/28 体験会] 20名程度(先着順)

### 参加お申込み

お申込みはこちら▶

右記ページよりお申込みください。どちらか1日のみのご参加も可能です。

■問い合わせ先:(公社)国土緑化推進機構 政策企画部 矢鳥 foreststyle@green.or.jp



### (3) 開催内容と開催にあたっての工夫

セミナーは初めての関西地域での開催であることから、関西各所からアクセスの良い大阪府大阪市の「fabbit GG 大阪本町イベントスペース」を選定した。また、オンライン配信することで、より多くの地域でも聞いていただけるよう、全国に対し広く広報した。なお、配布資料は限定のウェブサイト上にアップロードし、参加者が事前にダウンロードできるようにした。

事例紹介は、関西地域にある森林サービス産業推進地域の事例として、関西都市圏からのアクセスの良さや企業の受入実績などを考慮し、兵庫県宍粟市を取り上げた。地域側は、宍粟市で企業研修等の窓口や仕組みを構築してこられた市長公室次長兼秘書政策課課長 西川 晋也氏よりお話いただき、企業研修で利用している事例は、株式会社八光殿の代表取締役社長 西川 正章氏より、宍粟市で研修を行うに至った背景など含めお話いただいた。その後のトークセッションでは、「企業ニーズに応える森のプログラムのこれから」と題し、事例紹介をいただいた西川 晋也氏、西川 正章氏に加え、林野庁森林整備部森林利用課山村振興・緑化推進室長 岸 功規、モデレーターは、株式会社さとゆめ取締役、長野支社長、宍粟市営業部長でもある浅原 武志氏により活発な議論がなされた。各事例発表の内容をより深掘し、経営者としての導入の判断に至った理由などについてもお話があった。また研修での関わりから、企業が地域の応援団になる、より濃密な関係人口になっていくというお話もあった。最後に、森のプログラムを企業や地域に活用してもらうために必要なことは、五感を取り戻していくために森のプログラムが有効だということ、企業としては社員を預ける安心感がほしいため、営業力も大きなポイントだという話題もあがった。気軽に関わられるようなプログラムを提供するとともに、心のリフレッシュができることが大事な点だとのまとめがあった。

セミナーの最後には、関西近郊の森林サービス産業推進地域として、滋賀県栗東市、滋賀県高島市、京都府南丹市、岡山県西粟倉村、岐阜県から、各地域で行われているプログラムの紹介を行った。その後リアル会場限定でミニ交流会を行い、参加者と各地域の担当者が話す機会を設けた。

日帰り体験会は、セミナーの翌日に実施した。森のプログラムを実際に体験し、より具体的なイメージをつかんでもらうため、セミナーでも事例として取り上げた兵庫県宍粟市で開催した。新大阪駅からマイクロバスを貸切り、会場となる兵庫県立国見の森公園へ往復の送迎も含む行程としたことで、参加しやすい条件を整えた。また、参加者の安全確保の観点から、参加者の国内旅行傷害保険への加入だけでなく、受け入れていただいた（公財）しそ森林王国観光協会の協力を得て、事前に服装や持ち物についての資料「安全に森林に入るための準備」を送付した。

兵庫県立国見の森公園では、企業研修の際提供している、森林セラピーのプログラムを1班6～7名に分かれて体験した。事前にストレスチェックを行い、ガイドより説明を受けることで、より自分の状態に気づく機会となった。セラピー弁当を食べた後、3時間ほどかけてコースを歩き、各ポイントで五感を開くプログラムなどを行った。終了後は、各人でセルフチェックを行い、プログラムの効果を体感してもらえよう工夫した。その後、宍粟市の観光名所である、もみじ山（最上山公園）や酒蔵通りにも立ち寄り、地域の魅力を知ってもらう機会を設けた。

#### (4) 開催結果 (参加者、アンケート)

##### ア 参加者

セミナー	会 場：26名
	(内訳) 企業：15名 団体：7名 自治体：3名 個人：1名
	オンライン：64名
	(内訳) 企業：25名 団体：21名 自治体：11名 個人：6名 大学：1名
日帰り体験会	参 加 者：16名
	(内訳) 企業：7名 団体：4名 自治体：3名 個人：2名

上記のうち、セミナー、日帰り体験会両日参加した参加者は14名であり、セミナーと体験会をセットで参加する参加者が大半であった。

##### イ アンケート

###### <セミナーアンケート項目>

アンケートはオンライン参加者も回答できるよう、オンライン上のフォームも用意した。会場参加者にはアンケート用紙で回答できるよう配布し、オンラインフォームのQRコードも添付した。

Q0. 大阪会場、オンラインのどちらでご参加されましたか？ (オンラインフォームのみ)

- 大阪会場
- オンライン

Q1. あなたの属性について教えてください。

- 森のプログラムをすでに活用している、検討している企業
- 森のプログラムを提供している事業者・団体
- 自治体
- 個人
- その他

Q2. 本日のセミナーはいかがでしたか？

- 満足
- やや満足
- どちらでもない
- やや物足りない
- 物足りない

Q3. どのプログラムに関心がありましたか？（複数回答可）

- 企業による森のプログラム活用意義（林野庁）
- 事例紹介（宍粟市）
- 事例紹介（八光殿）
- トークセッション
- 関西近郊の森林サービス産業推進地域紹介
- ミニ交流会（リアル会場のみ）

Q4. 本日のセミナーについて、ご感想等ございましたら、ご自由にご記入ください。

Q5-1. 森のプログラム活用に向けて、どのような情報が知りたいですか？（複数回答可）

- 森のプログラムの効果
- 森のプログラムを導入している企業等の活用事例
- 森のプログラムを提供している地域の提供事例
- 森のプログラムの具体的な内容（実施費用、受入可能人数、メニュー構成例等）
- その他

Q5-2. 関心のあるテーマ等、その他ご意見・ご要望がございましたらご自由にご記入ください。

Q6. 差し支えなければ、お名前・ご所属をご記入ください。

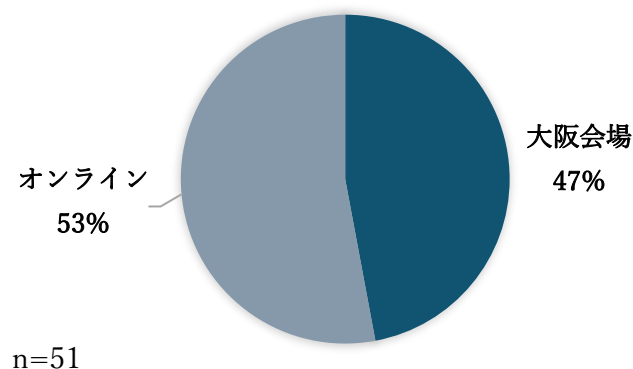
### <セミナーアンケート結果>

会場、オンライン併せた全参加者 88 名のうち、アンケート回答者は 51 名（回収率：54%）であった。

#### ① 回答者の参加方法

会場参加者は 47%、オンライン参加者は 53%であった。

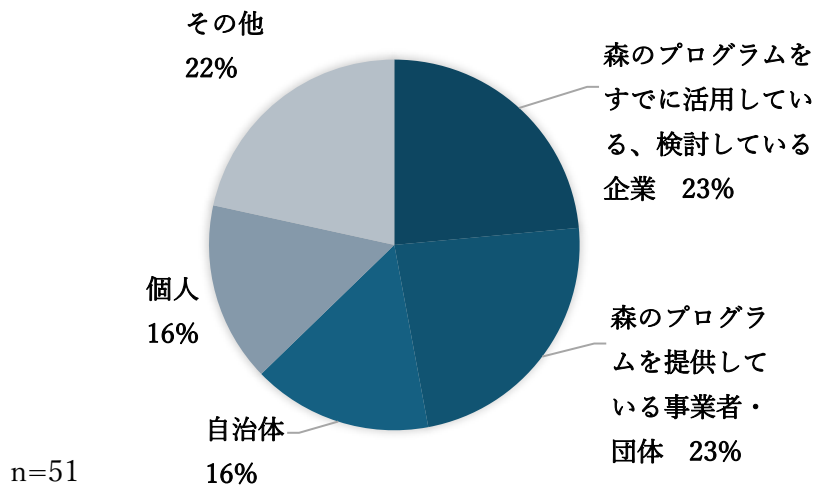
図表 4-3 セミナーアンケート回答者の参加方法



## ② 回答者の属性

「森のプログラムをすでに活用している、検討している企業」、「森のプログラムを提供している事業者・団体」が23%ずつを占めており、「自治体」「個人」「その他」となった。

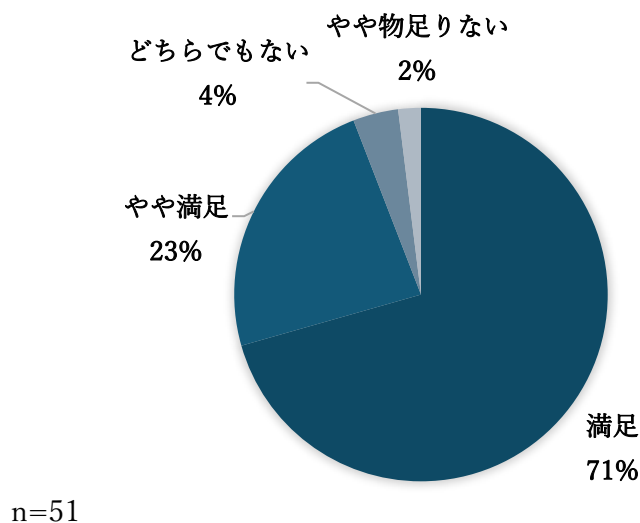
図表 4-4 セミナー回答者の属性



## ③ セミナーの満足度

「満足」が71%、「やや満足」が23%となり、合わせて94%と高い満足度を得られた。

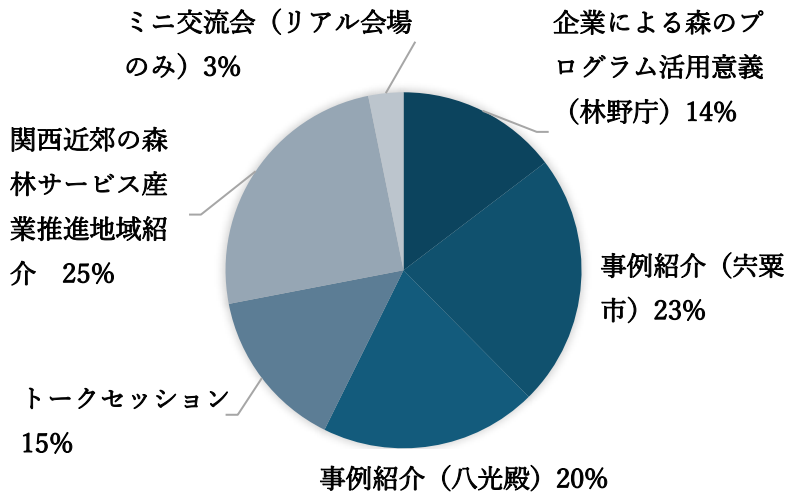
図表 4-5 セミナーの満足度



## ④ プログラムの関心度（複数回答）

「関西近郊の森林サービス産業推進地域紹介」が最も高く25%、次いで「事例紹介（宍粟市）、（株式会社八光殿）」への関心が高かった。初の関西地域での開催のためか、地域の情報に関心のある参加者が多かったことが伺えた。

図表 4-6 セミナープログラムの関心度



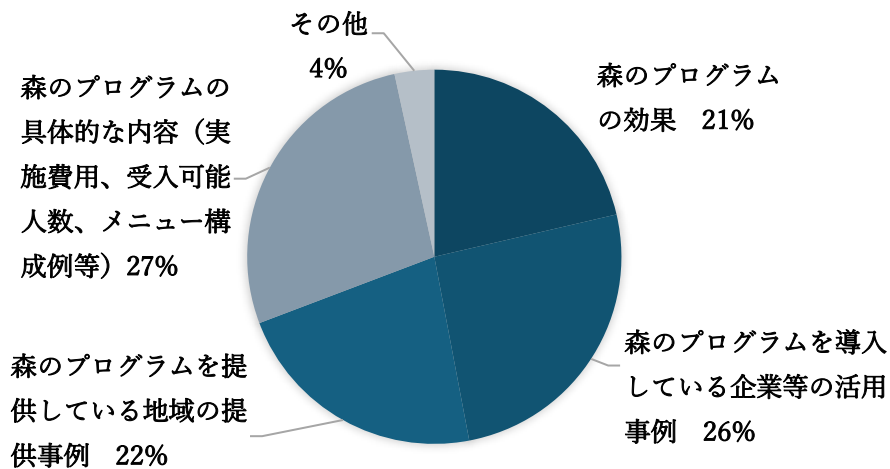
⑤ セミナーの感想

森林資源の様々な活用方法の可能性や他の自治体の事例を知ることができて参考になった、との声が多かった。具体的なお話から、コーディネーターの存在の重要性や、企業の経営陣への理解促進が大事だということを感じたという感想もあった。

⑥ 森のプログラム活用に向けて得たい情報（複数回答）

「森のプログラムの具体的な内容（実施費用、受け入れ可能人数、メニュー構成例等）が27%、「森のプログラムを導入している企業等の活用事例」が26%となっており、より具体的な情報を求めている傾向がみえた。

図表 4-7 森のプログラム活用に向けて得たい情報



## ⑦ 関心のあるテーマ

企業の森林づくりや、社内研修の詳細なプログラムや成功事例などを求める声が多かった。また、都市と山村をつなぐコーディネーターの活動や、森林セラピーと企業研修を掛け合わせた事例などについても知りたいという回答もあった。

### <日帰り体験会アンケート項目>

アンケートはオンライン参加者も回答できるよう、オンライン上のフォームも用意した。参加者にはアンケート用紙で回答できるよう配布し、オンラインフォームのQRコードも添付した。

Q1. あなたの属性について教えてください。

- 森のプログラムをすでに活用している、検討している企業
- 森のプログラムを提供している事業者・団体
- 自治体
- 個人
- その他

Q2. 本日の体験会はいかがでしたか？

- 満足
- やや満足
- どちらでもない
- やや物足りない
- 物足りない

Q2-1. (やや物足りない、物足りないと回答した方にお聞きします) 改善点してほしい点があれば自由にお書きください

Q3. 森のプログラムを体験して感じた効果があれば選択してください (複数回答可)

- 他の参加者と話しやすくなった
- 他の参加者との仲間意識が高まった
- 気分転換できた
- 緊張やストレスが解消され、リラックスできた

Q3-1. その他、森のプログラムを体験して感じた効果があればご自由にお書きください

Q4. 体験をしてみて、今後森のプログラムを活用してみたいと思いますか？

- はい
- いいえ
- 既に活用している／森のプログラムを提供している

Q5. 本日の体験会について、ご感想等ございましたら、ご自由にご記入ください。

Q6. 関心のあるテーマ等、その他ご意見・ご要望がございましたらご自由にご記入下さい

Q7. 差し支えなければ、お名前・ご所属をご記入ください。

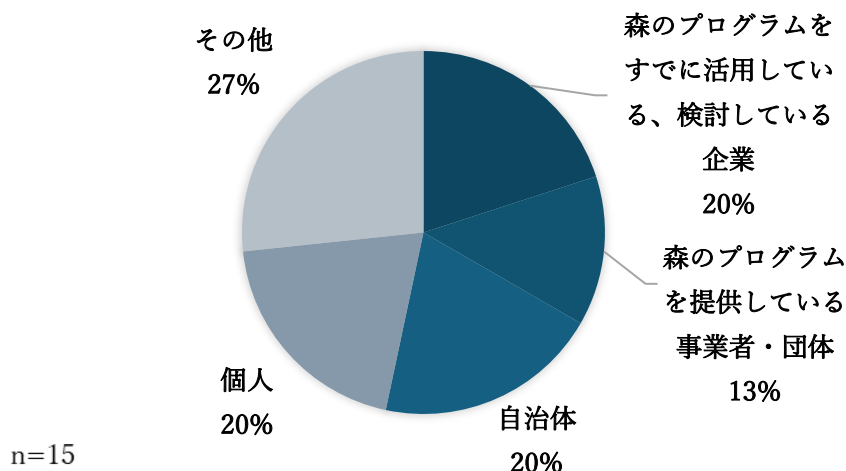
### <日帰り体験会アンケート結果>

参加者 16 名のうち、アンケート回答者 15 名 (回収率 93.7%) であった。

### ① 回答者の属性

「森のプログラムをすでに活用している、検討している企業」、「自治体」、「個人」が20%ずつであった。

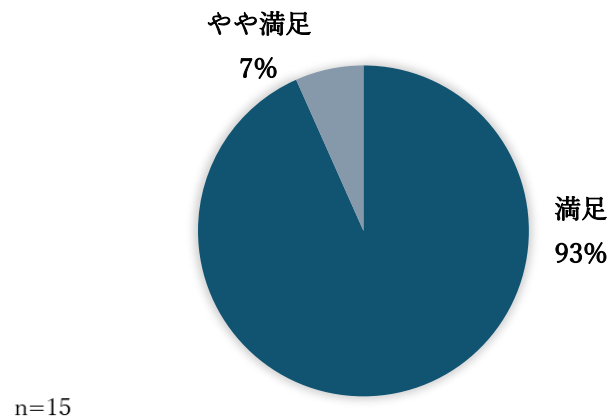
図表 4-8 体験会 アンケート回答者の属性



### ② 体験会の満足度

「満足」が93%、「やや満足」が7%となり、合わせて100%の非常に高い満足度を得られた。

図表 4-9 体験会の満足度

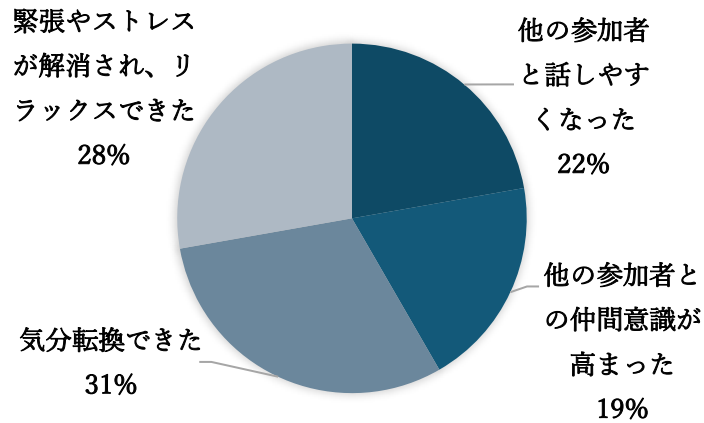


### ③ 森のプログラムを体験して感じた効果（複数回答）

「気分転換できた」31%、「緊張やストレスが解消され、リラックスできた」28%となっており、リフレッシュやリラックスを感じた参加者が多かった。「他の参加者と話しやすくなった」、「他の参加者との仲間意識が高まった」といったコミュニケーションの面での効果は若干低いものの、効果として感じたという回答であった。

その他の効果についての自由記述では、心と身体がリラックスした、五感が研ぎ澄まされた、森の楽しみを学ぶことができた、といった回答もあった。

図表 4-10 森のプログラムを体験して感じた効果



#### ④ 体験会の感想

体験すると良さがわかった、知らない世界を体験できた、ガイドの素晴らしさ、といった回答があった。また、今回は時間の関係上できなかった、体験後のストレスチェックも知りたかったという声が多かった。

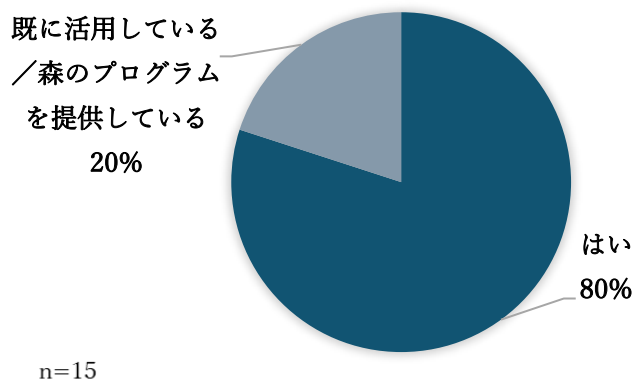
#### ⑤ 関心のあるテーマ

森林セラピー後のフィジカルな変化、マウンテンバイクのような森林空間で遊びながら森林整備もできるようなプログラム、山の資源を使うビジネスモデルの価値向上、といった内容に関心があるという回答があった。

#### ⑥ 今後の森のプログラム活用の意向

「既に森のプログラムを活用している/提供している」が20%、それ以外は「はい」80%となっており、今後の森のプログラムの活用に対して前向きな意向が見られた。

図 4-11 今後の森のプログラム活用の意向



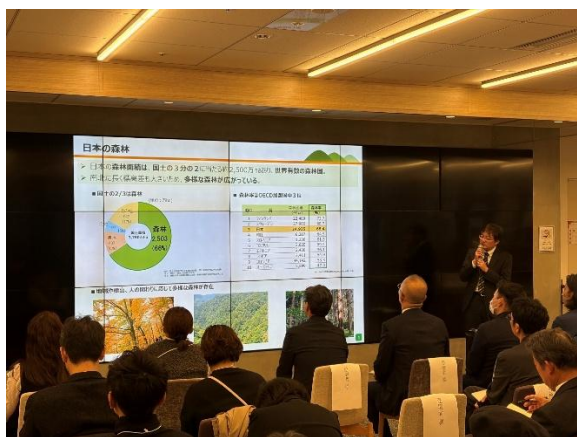
## (5) まとめ

これまでフォーラムは東京のみで開催していたが、今回初めての試みとしてセミナーを関西地域で開催したことで、関西地域の企業や地域にも参加しやすい場を設けることができた。また、併せてオンライン配信したことで、全国各地からも参加いただくことが可能となった。セミナーは兵庫県宍粟市の事例として、受け入れ側の地域と利用している企業、双方からの発表をいただいたことで、森のプログラムを企業の研修等に活用するための、より具体的な内容を掘り下げることができた。また、宍粟市だけでなく、関西地域の森林サービス産業推進地域にも会場での発表を呼びかけた。短い時間ではあったが、地域の取り組みを発表いただき、その後のミニ交流会では、それぞれの地域のテーブルを囲んで参加者と交流を深めてもらうことができた。

セミナーで聞いた内容を、実際に現地で体験いただいた方がより理解が深まると考え、翌日に日帰り体験会を宍粟市で開催した。両日参加される参加者も多く、セミナーとセットにした現地視察のニーズの高さが伺えた。体験会では、6～7名の班ごとに分かれて森林セラピーを体験したことで、参加者同士の交流も活発にされている様子が見られた。少し肌寒い中であつたが、ちょうど紅葉も素晴らしい時期であつた。ガイドのみなさんの案内のもと、コース内で五感を開放する森のプログラムの体験により、その効果を自ら実感できる場とすることができた。

次回開催に向けた改善点としては、セミナー及び体験会の広報について、林野庁からのプレスリリースやSNS、事務局のウェブページやメールマガジンのほか、関西地域での事前告知について、事務局の大阪の関連機関等関係各所に依頼したが、関西地域の森林サービス産業推進地域へも告知協力を依頼するなど、さらなる工夫が必要である。体験会は参加しやすいように日帰りとしたが、少々時間が足りない部分もあつたため、1泊2日も含め、プログラム内容・行程を検討する余地がある。

図表 4-12 セミナーの様子



林野庁



事例発表（宍粟市）



事例発表（株式会社 八光殿）



トークセッション



関西近郊の森林サービス産業推進地域紹介



ミニ交流会

図表 4-13 日帰り体験会の様子



兵庫県立国見の森公園でご挨拶



体験前のストレスチェック



森林セラピー体験会の様子

## 2. フォーラムの開催

### (1) 開催目的

森林空間を活用した研修を検討する企業等や、森のプログラムを提供する山村地域に有益な情報を発信すること、そして企業と山村地域がつながる機会を提供することを目的に開催した。

### (2) 開催概要

開催概要は以下の通り。

図表 4-14 開催概要

タイトル	令和7年度 山村と企業をつなぐフォーラム ～企業の人的資本経営に効く森のプログラム活用法～
日時	令和8年2月25日(水) 13:00～17:30
場所	木材会館7階大ホール(東京都江東区新木場1-18-8) (同日 zoom ウェビナー配信)
参加費	無料
定員	会場: 100名、オンライン: 200名
プログラム	<p><b>【第1部】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○開会・主催者挨拶 岸 功規(林野庁森林整備部森林利用課山村振興・緑化推進室長)</li> <li>○基調講演1 「SDGs・VUCAの時代における自然を活かしたウェルビーイングな組織づくり・人づくり」</li> </ul>

プログラム	<p>前野 隆司氏（武蔵野大学ウェルビーイング学部長、慶應義塾大学名誉教授）</p> <p>○基調講演2 「森の企業研修・オフサイトミーティングで拓く、自律型・共創型の組織づくり・人づくり」 森 和成氏（株式会社ライジング・フィールド 代表取締役社長）</p> <p>○企業事例調査報告 ～組織・事業変革に向けた森のプログラムとその特徴～ 木俣 知大（株式会社さとゆめ シニアコンサルタント）</p> <p>○企業の活用事例1（協働活動を通じたチームビルディング・リーダーシップ開発（中堅層）） 中谷 象平氏（安全自動車株式会社 取締役副社長）</p> <p>○企業の活用事例2（森林での深い内省・対話を通じたチームビルディング・ビジョン創出（経営層）） 山之口 雄二氏（シナネンホールディングス株式会社経営企画部 担当部長 兼ミライフ株式会社 執行役員 特命担当部長）</p> <p>○トークセッション 「森のプログラムが企業を変える！組織と人づくりのこれから」 前野氏、森氏、中谷氏、山之口氏、岸 モデレーター：浅原 武志（株式会社さとゆめ 取締役、長野支社長）</p> <p>○森林サービス産業推進地域プレゼンテーション 山形県上山市、東京都檜原村、山梨県小菅村、長野県木曾町、滋賀県高島市、京都府南丹市、岡山県西粟倉村</p> <p>【第2部】</p> <p>○企業と森林サービス産業推進地域の交流（会場限定）</p>
-------	---

図表 4-15 「山村と企業をつなぐフォーラム」 バナー、チラシ

**2026**  
**2.25** 水 **参加費 無料**

**13:00~17:30 (開場:12:30~)**

**定員** 会場100名、オンライン200名

**会場** 木材会館7階大ホール(東京都江東区新木場1-18-8)  
(同日zoomウェビナー配信)

**令和7年度**  
**山村と企業をつなぐフォーラム**

主催：林野庁 運営：株式会社さとゆめ、公益社団法人国土緑化推進機構、株式会社エイチ・アイ・エス

令和7年度

# 山村と企業をつなぐフォーラム

～企業の人的資本経営に効く森のプログラム活用法～

SDGs・VUCAの時代を迎え、企業でも自律型で共創型の組織づくり・人づくりが目指されています。  
 公認卒での企業研修ではお墨に向かいにくいという課題から、  
 森林を活用した企業研修やオフサイトミーティングを導入する事例が増えています。  
 本フォーラムでは、企業による豊かな森林空間を活用した体験プログラム（森のプログラム）の活用事例や、  
 森林サービス産業推進地域が提供するプログラムの紹介、地域と企業の交流会を開催します。

**2026**  
**2.25** 水 **13:00～17:30**  
 (開場:12:30～)

**参加費 無料**

定員 会場100名、オンライン200名

**会場** 木村会館7階大ホール(東京都江東区新木場1-18-8)  
(同日zoomウェビナー開催)

**申込** <https://forestforum2025.peatix.com>   
(申込期限:令和8年2月18日(金))

主催: 林野庁 運営: 株式会社さとのめ、公益社団法人国土緑化推進機構、株式会社エイチ・アイ・エフ

# program プログラム

第1部 13:00~16:30

主催者挨拶

## 基調講演1

SDGs・VUCAの時代における自然を活かした  
ウェルビーイングな組織づくり・人づくり

武蔵野大学ウェルビーイング学部長、慶應義塾大学名誉教授 前野 隆司 氏



## 基調講演2

森の企業研修・オフサイトミーティングで拓く、  
自律型・共創型の組織づくり・人づくり

株式会社ライジング・フィールド 代表取締役社長 森 和成 氏



## 企業事例 調査報告

～組織・事業変革に向けた森のプログラムとその特徴～

株式会社さとゆめ 木保 知人 氏

## 企業の 活用事例

協働活動を通じたチームビルディング・リーダーシップ開発(中堅層)

安全自動車株式会社 取締役副社長 中谷 象平 氏

## 企業の 活用事例

森林での深い内省・対話を通じたチームビルディング・ビジョン創出(経営層)

シナキソールディングス株式会社 経営企画部 担当部長 兼ミライズ株式会社 執行役員 特設担当部長 山之内 謙二 氏

## トーク セッション

「森のプログラムが企業を変える！組織と人づくりのこれから」

前野 氏、森 氏、中谷 氏、山之内 氏 岸 功規(林野庁 森林整備部森林利用課 山村操典・緑化推進室長)  
モデレーター：株式会社さとゆめ 取締役、長野支社長 渡辺 武志 氏

森林サービス産業推進地域プレゼンテーション

第2部 16:30~17:30

\*会場参加者のみ参加できます

企業と森林サービス産業推進地域の交流

各地域のブースを自由に回ってご相談いただけます！

## プレゼン&ブース出展予定の森林サービス産業推進地域MAP

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。

### 問い合わせ先

(公社)国土緑化推進機構 政策企画部 矢島

foreststyle@green.or.jp

林野庁山村振興・緑化推進室 齋藤、松島

forest\_style@maff.go.jp



森林サービス産業について、詳しくは林野庁HPで紹介しています。  
<https://www.ninya.maff.go.jp/j/sanson/kassel/sangyou.html>

本プログラムは、さとゆめ(国)と国土緑化推進機構・林野庁(国)との共同開催事業です。森林コンプレックス等、普及啓蒙事業の一環として開催します。

### (3) 開催内容と開催にあたっての工夫

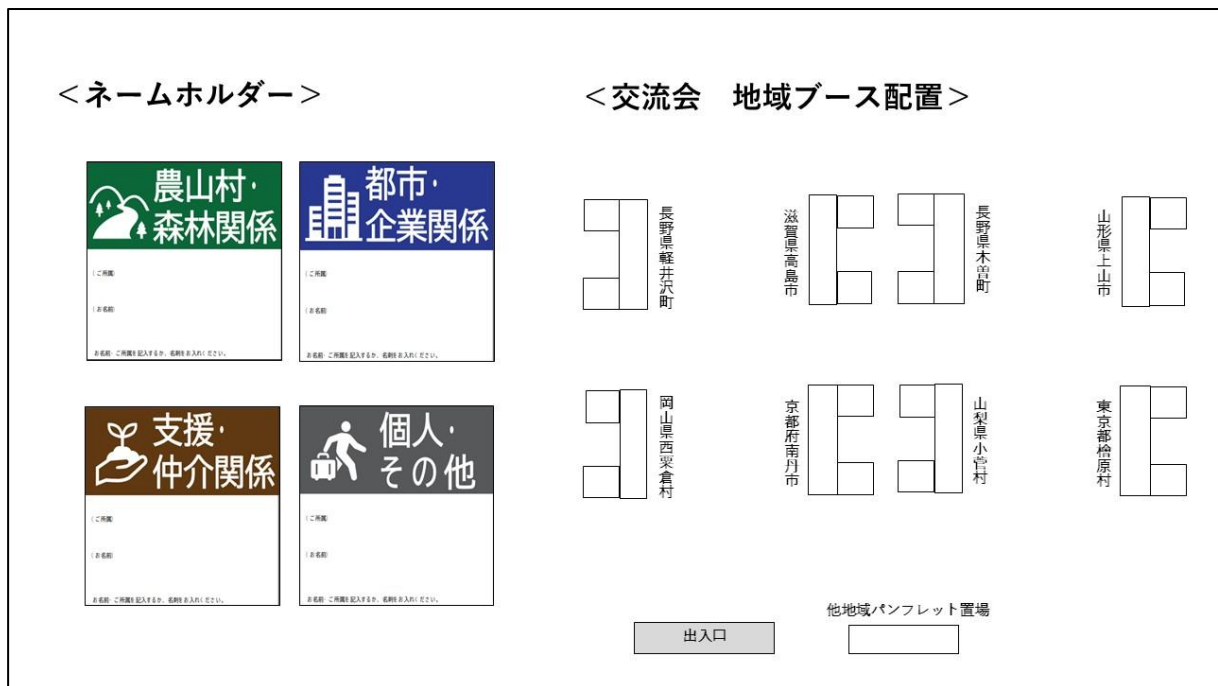
フォーラムは、昨年と同様に全国からアクセスの良い東京の「木材会館」で開催した。プログラムは2部構成とし、第1部に基調講演、企業事例調査報告、企業の活用事例の紹介を行った後、より内容を深めることを目的に、登壇者によるトークセッションも行った。第2部では、会場で実際に参加された企業等と森林サービス産業推進地域が交流できる場を設けた。また、第1部については、セミナーと同様に、当日の様子をリアルタイムでオンライン配信し、全国各地から視聴できるように環境を整えた。配布資料は限定のウェブサイト上にアップロードし、参加者が事前にダウンロードできるようにした。

第1部では、開会の挨拶と趣旨説明を行った後、基調講演を2つ行った。基調講演1では、「SDGs・VUCAの時代における自然を活かしたウェルビーイングな組織づくり・人づくり」と題し、ウェルビーイングや幸福学研究の第一人者として、多方面で活躍されている、武蔵野大学ウェルビーイング学部長、慶應義塾大学名誉教授 前野 隆司氏に講演いただいた。ウェルビーイングとは何か、なぜ森が企業や働く人にとって良いのか、わかりやすくお話いただいた。基調講演2では、「森の企業研修・オフサイトミーティングで拓く、自律型・共創型の組織づくり・人づくり」と題し、実際に多くの企業の組織開発やチームビルディングを目的とした研修を受けている、株式会社ライジング・フィールド 代表取締役社長 森 和成氏に講演いただいた。ただの体験で終わらせないために必要なことなどについて、オリジナルの理論や様々な情報をふまえてお話いただいた。

次に、株式会社さとゆめから、今年度本事業で実施した企業へのニーズ調査結果として「組織・事業変革に向けた森のプログラムとその特徴」について、発表した。森の企業研修・オフサイトミーティングを導入する企業の目的や期待する効果について、ヒアリングとアンケート調査から明かになったことを紹介した。続いて、企業の活用事例の紹介を2つ行った。活用事例1として、安全自動車株式会社から、中堅層を対象とした協働活動を通じたチームビルディング・リーダーシップ開発への森のプログラムの導入についてお話いただいた。社員個人や組織に対しどのような成長を求めて研修を設計していったか、実際の参加した従業員の声も交えて紹介いただいた。活用事例2では、シナネンホールディングス株式会社から、経営層を対象とした森林での深い内省・対話を通じたチームビルディング・ビジョン創出についてお話しいただいた。組織変革の中、原点として森に立ち返り、各種研修を行ってきたことが紹介された。その後、「森のプログラムが企業を変える！組織と人づくりのこれから」をテーマに、登壇者によるトークセッションを行った。発表の話进行深入掘り下げるとともに、企業はなぜ森に行くのか、それぞれのお立場からお話いただいた。森の多様な生態系は、企業組織のあり方と重なる部分が多く、企業の様々な悩みを受け入れてくれる場になっていることや、本来の自分を取り戻せる場所として森が最適であることが話題にあがった。また、体験を繰り返すことで自分自身に定着することが重要だという観点から、「森に行こう」というメッセージで締めくくられた。最後に、森林サービス産業推進地域のプレゼンテーションとして、7地域から、地域の提供している森のプログラムや特色について発表した。発表資料は参加者が聞きやすいよう、同じフォーマットで作成してもらった。

第2部は会場のみとし、参加者と森林サービス産業推進地域の交流の場とした。各地域のブースを用意し、配布した次第には位置図を掲載した。それぞれの地域がパンフレットやチラシなど地域の取組をわかりやすく紹介し、どのブースも大変にぎわっていた。また、会場での参加者には、ネームホルダーに所属団体の属性ごとに色分けされた名札を入れてもらい、話しかけやすい状況を整えた。

図表 4-16 名札の色分けと地域のブース配置



また、森林サービス産業推進地域を対象に、紹介シートのプラッシュアップやフォーラム当日のプレゼンテーションの作成、次年度以降の事業の参考になるような情報を紹介することを目的に、オンライン事前研修を開催した（令和8年1月27日、参加地域：12）。企業ニーズ調査（ヒアリング）の結果や、普及冊子作成のためのヒアリングから明らかになった企業ニーズへのアプローチのポイント、森林サービス産業の創出・推進に活用可能な補助事業等の紹介を行った。オンライン事前研修には、フォーラムへの出展はできなかった地域からも参加があった。

#### （4）開催結果（参加者、アンケート）

##### ア 参加者

フォーラム	会場：69名
	（内訳）企業：29名 団体：27名 自治体：13名
	オンライン：294名
	（内訳）企業：119名

	団体：82名 自治体：50名 個人：32名 大学：11名
--	---------------------------------------

申込時には、会場参加は114名と100名を超す申し込みがあったが、当日は雨だったこともあり、実際に来場いただけた人数は約6割となった。

## イ アンケート

### <アンケート項目>

アンケートはオンライン参加者も回答できるよう、オンライン上のフォームも用意した。会場参加者にはアンケート用紙で回答できるよう配布し、オンラインフォームのQRコードも添付した。

Q0. 会場（木材会館）、オンラインのどちらでご参加されましたか？（オンラインフォームのみ）

- 会場（木材会館）
- オンライン

Q1. あなたの属性について教えてください。

- 森のプログラムをすでに活用している、検討している企業
- 森のプログラムを提供している事業者・団体
- 自治体
- 個人
- その他

Q2. 本日のフォーラムはいかがでしたか？

- 満足
- やや満足
- どちらでもない
- やや物足りない
- 物足りない

Q3. どのプログラムに関心がありましたか？（複数回答可）

- 基調講演1（前野氏）
- 基調講演2（森氏）
- 企業事例調査報告
- 企業の活用事例（安全自動車株式会社）
- 企業の活用事例（シナネンホールディングス株式会社）
- トークセッション
- 森林サービス産業推進地域プレゼンテーション
- 企業と森林サービス産業推進地域の交流（リアル会場のみ）

Q4. 本日のフォーラムについて、ご感想等ございましたら、ご自由にご記入ください。

Q5. 関心のあるテーマ等、その他ご意見・ご要望がございましたらご自由にご記入下さい  
Q6. 差し支えなければ、お名前・ご所属をご記入ください。

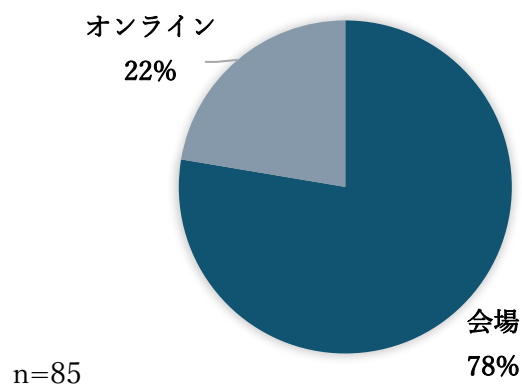
### <アンケート結果>

会場、オンライン併せた全参加者 363 名のうち、アンケート回答者は 85 名（回収率：23.4%  
／紙：11 件、オンライン：74 件）であった。

#### ① 回答者の参加方法

会場参加者は 78%、オンライン参加者は 22%であった。会場参加者でもオンラインで回答した参加者が多いことが分かった。

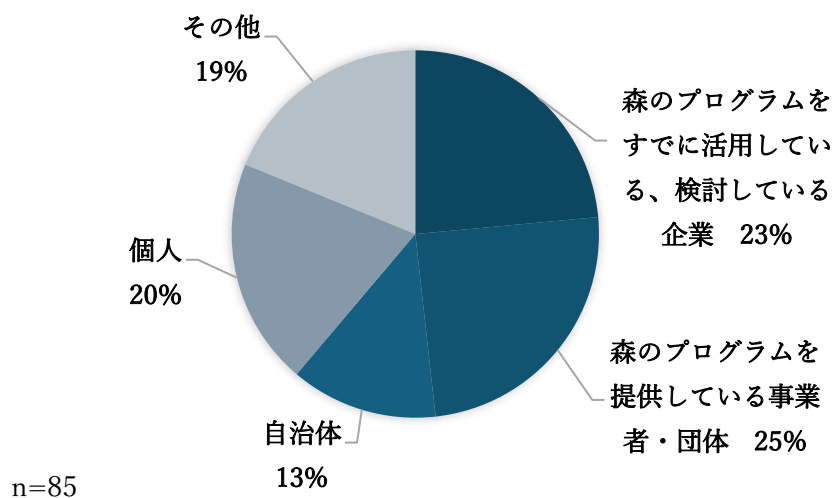
図表 4-17 フォーラム アンケート回答者の参加方法



#### ② 回答者の属性

「森のプログラムをすでに活用している、検討している企業」23%、「森のプログラムを提供している事業者・団体」25%を占めており、「個人」「自治体」「その他」となった。

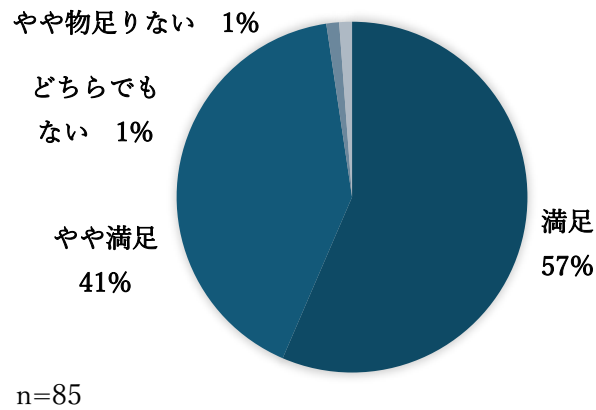
図表 4-18 フォーラム回答者の属性



### ③ セミナーの満足度

「満足」が57%、「やや満足」が41%となり、合わせて98%と高い満足度を得られた。

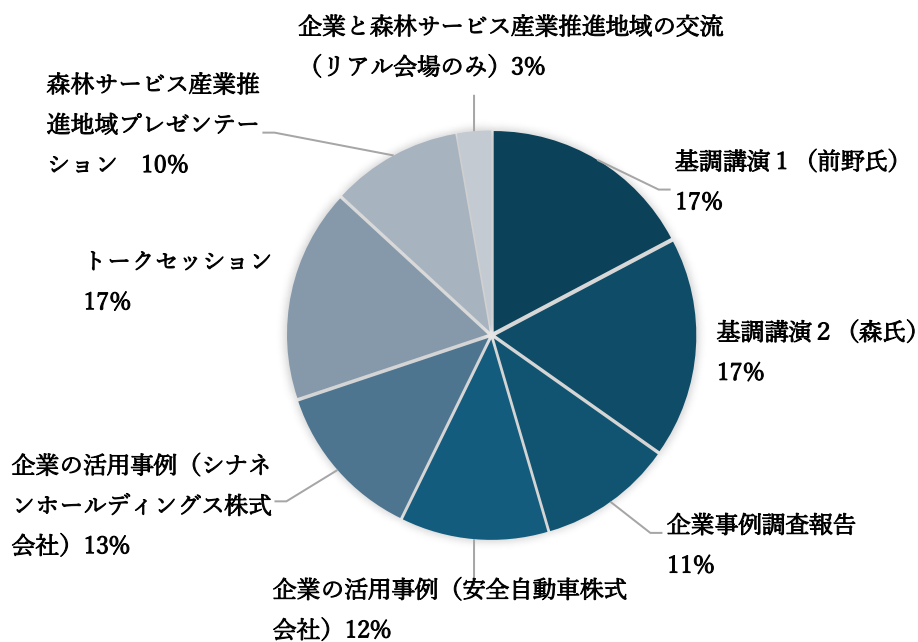
図表 4-19 フォーラムの満足度



### ④ プログラムの関心度（複数回答）

「基調講演1, 2」、「トークセッション」が17%と高くなったが、他のプログラムについても一定の関心があることがわかった。

図表 4-20 フォーラムプログラムの関心度



## ⑤ フォーラムの感想

ウェルビーイングの観点から企業の具体的な取組、森林で行う研修の分析など、様々な生の情報を得られて有意義だった、という声や、森林を利用した企業研修が座学とは別の効果があることがわかった、など講演を通し、新たなヒントが得られた、という内容が多かった。一方、山村側の事例についても、もっと聞きたかったという声があった。

## ⑥ 関心のあるテーマ

サービスを提供する（地域・事業者）実践者向けに、森に行くことの効果について深化させた内容を求める声や、生物多様性、ネイチャーポジティブと森林活用のつながりや価値化、都心での森のプログラム、受け入れ側の山村地域の取組などについて知りたいという回答があった。

## （5）まとめ

フォーラムでは、会場、オンラインともに定員を上回る申込があり、森のプログラムの活用に対し、企業や自治体、団体の関心が高いことがわかった。参加者のアンケートでは、内容がさらに充実してきている、企業の関心領域や実際の様々な事例について知ることができてよかった、という声があり、このような機会の継続的な開催が求められていることが明らかとなった。また、企業の参加が多い一方、プログラムを提供する団体や自治体の参加もあり、企業のニーズやどのようなプログラムが求められているのか、模索している地域を後押しする機会ともなっている。ブース出展した森林サービス産業推進地域からは、個別では営業が難しくとも、このような場で様々な企業と話すことができ、有効な場となっているとの声も聞かれた。

今回は基調講演、企業の調査報告、事例紹介、トークセッションを通して、企業が森で研修をする意味やその価値について改めて伝えることができた。様々なプログラムや事業の根幹にかかわる部分であり、深く議論することで、企業、山村側双方にとって今後の展開の参考になる内容となった。

広報については、林野庁や事務局のもつ媒体での発信や関係機関への協力依頼などを行った。次回開催に向けた改善点としては、会場により多くの参加者に足を運んでいただけるよう、会場に来ることで得られる地域や企業と交流などのメリットについて、チラシ作成やメールマガジンなど各種広報の際により記載が目立つよう、積極的に情報発信する必要がある。また、オンライン参加者のアンケートについては、配信終了後自動的にアンケート回答画面に切り替わる設定としていたが、回収率が低かったため、回収方法を工夫する必要がある。さらに、今回は森のプログラム提供側も含めて企業の事例が多かったため、森林サービス産業推進地域など山村地域側の事例を求める声や、プログラムのボリュームが多いという声も一部から寄せられた。今後は両者のバランスを考え、時間配分等も考慮しプログラム内容を検討することがあげられる。

図表 4-21 フォーラムの様子



基調講演 1 (前野氏)



基調講演 2 (森氏)



企業事例 1 (安全自動車株式会社)

社)



企業事例 2 (シナネンホールディングス株式会



トークセッション



森林サービス産業推進地域紹介



交流会

## 第5章 森林空間利用の普及に向けた支援策の方向性

以上の通り、第2章で整理した企業等による先進事例や企業ニーズの分析、第3章で整理した推進地域における先進事例の事例分析を通じた課題と解決策を踏まえて、森林空間利用の普及に向けた支援策を提案する。

### ① 先進事例集の拡充および詳細分析・整理

本調査の第2章第1節では、人的資本経営の観点からの「森の企業研修・オフサイトミーティング」の価値を整理するため、階層別等で先進事例の分析・整理を行った。その結果、「コミュニケーション活性化・チームビルディング」を中心に、主に若手・中途採用者向けでは「エンゲージメント向上」が、主に中堅層向けには「能力向上・リーダーシップ開発」、主に部署別・チーム別や経営層・幹部向けには「組織・事業の変革・構築」が目的とされていることが明らかになった。

各企業は、研修目的に合わせて、森林浴、集団での野外・冒険活動、森林づくり、ものづくり、焚き火、視察学習、地域交流等の多様なプログラムを採用していることが明らかになっており、今後は地域でのプログラム開発の参考となるように、目的・期待される効果に応じたそれぞれのプログラムの違い等の詳細の事例分析・整理等を行うことが重要と考えられる。

また、「森のプログラム」導入検討時に課題と思われる要素として「移動・宿泊に経費が要するため理解が得にくい」が挙げられていた。先進事例の中には、早期離職を抑制できることで新たな採用・研修コスト等を縮減でき、追加的な旅費・宿泊費等も回収できている事例や、体験活動を通して情動記憶に残って研修定着率が高まることで、追加的な研修コストを抑制できている事例なども見られる。そこで、企業等での導入検討を容易にするための方策として、課題と思われる要素の視点から事例の詳細分析・整理を行うことも重要と考えられる。

さらに、中小企業は「自社に類似する企業等での導入事例がないと理解が得にくい」といった情報面の課題を挙げる企業が多かったことから、企業の事例集の拡充が期待される。

### ② 都市とともに地方での情報発信

今年度東京で開催した「山村と企業をつなぐフォーラム」は、現地とオンラインを合わせて400名を超える申込があり、高いニーズが見られたことから、引き続き首都圏での開催が望まれる。

他方で、第2章第3節の企業アンケート調査においては、地方圏の企業は、三大都市圏の企業と比べると人的資本経営の取組は低調となっている傾向にあったが、人的資本経営に資する「森の企業研修・オフサイトミーティング」へのニーズは三大都市圏より地方圏の企業等の方が高い傾向にあった。さらに、地方圏の企業等は、「森のプログラム」の導入時には「自社の事業所等からのアクセス性が良いこと」が最も重視される傾向にあった。

こうしたことから、より効果的な企業等への訴求に向けては、地元道県等との連携が重要になると推察され、企業等のニーズの掘り起こしに向けて地方圏での情報発信等も併せて実施することで、企業等における森林空間利用の利用促進が期待される。

### ③ 「森のプログラム」の体験・視察機会の創出

第2章第1節の企業ヒアリング調査では、多くの企業等が導入の決め手として「幹部等が森のプログラムに参加して共感を得たこと」を挙げており、また第2章第3節の企業アンケート調査においても、「森のプログラム」の導入検討時には「企業研修プログラムの体験や施設の視察機会があること」を重視していた。

本調査の第2章第1節の先進事例の中では、行政や業界団体等が連携した情報発信や現地体験・視察を設定することで、企業等の幹部も参加しやすくなり、体験・視察を通して導入に至ったケースも見られる。

こうしたことから、今後は「山村と企業をつなぐフォーラム」の開催に加えて、関係省庁や業界団体等と連携することで訴求力を高めながら情報発信を行い、「森林サービス産業推進地域」等と連携・協働して、「森のプログラム」の体験・視察機会の創出することが重要と言える。なお、「森のプログラム」を経験したことがない企業担当者等が、関わりのない山村地域で開催される体験・視察機会に参加することは、一定のハードルがあることも想定される。こうしたことから、都市部の緑地等におけるプチ体験を行い、プログラムのイメージを掴むとともに、「森林サービス産業推進地域」等の関係者と関係性を構築することで、山村地域に足を運びやすいような機会を設定することも有効と考えられる。

### ④ 企業の森林づくりと連動した取組の推進

近年、企業の森林づくり活動の実施箇所数は増加しており、令和5年度には全国に1,963箇所の「企業の森林」が設定されている。

第2章第3節の企業アンケート調査でも、企業等は人的資本経営に寄与する「森のプログラム」とともに、自然資本経営に関わる取組への関心も高い傾向にある。

さらに、第2章第1節の企業ヒアリング調査においても、「企業の森林づくり」の活動と一体で「森のプログラム」を実施することで、企業内で促進力を高めている事例も散見された。

こうしたことから、林野庁では、森林の多面的な機能に価値を見出し、地域の賑わいや所得向上と雇用を創出する「森業」を推進していることから、「企業の森林づくり」の活動と組み合わせ「森のプログラム」を実施する先進事例の分析・整理等を行うことも有効である。また、企業にとっては自然資本経営と人的資本経営の相乗効果を高めるとともに、地域にとっても多角的に賑わいと雇用を創出するような地域での推進体制の構築に向けた支援も有効である。

### ⑤ 地域での取組段階に応じた推進体制の構築に向けたサポート体制の構築

山村地域において、森林空間の活用や企業連携の取組を着手する際には、これまでも地域の実情に応じて4つのステップに応じた取組が求められることが整理されてきた（図表5-1）。

図表5-1 森林空間利用の創出に向けて必要な4つのステップ

	構想段階	準備段階	事業化段階	自走段階
基盤整備 戦略・ビジョン	・先進事例の収集 ・地域資源の把握・掘起し、戦略・ビジョンの作成	・施設・歩道等の改修や森林空間の整備等による地域資源の磨き上げ ・地域プロモーション戦略の検討(プランディング)	・公民連携による更なる地域資源の磨き上げ ・地域プロモーションの試行	・公民連携による持続的な地域資源の磨き上げ ・地域プロモーションの拡充 ・近隣地域との広域連携

推進体制の整備	・行政内関係部署との調整 ・中核的人材の開拓 ・協議会等の設置	・中核的人材の育成 ・行政・中核的組織・拠点施設等との役割分担の整理 ・受入体制・システムの検討（企業協定等を含む）	・中核的組織・拠点施設等を中心とした受入体制の構築（企業協定等を含む） ・誘客促進等に向けた地域内外の事業者との連携・協働	・中核的組織・拠点施設等を中心とした事業運営 ・地域内外の事業者との連携・協働の更なる拡充 ・提供サービスの質の確保・向上に向けた仕組みづくり
サービス提供者	・関係者の洗い出し	・体験プログラムの作成 ・ガイド等の確保・育成	・モニターツアーを通じた体験プログラムの改善、ガイドのスキルアップ ・宿泊・飲食・体験等を組み合わせた事業モデルの構築	・口コミ等の評価を通じた体験プログラム・ガイドスキルの更なる改善・向上 ・多様な事業者等と連携した事業モデルの拡充
マーケティング	・市場調査 ・ターゲット層の整理	・コンテンツを踏まえたターゲット層の明確化 ・販路・広報手法等の検討	・営業・広報活動の実施 ・モニターツアーによる販路 ・広報手法等の検証・構築	・販路・広報手法等の改良・確立
エビデンス	・先行研究の把握	・ターゲット層のニーズに応じたエビデンスの検討	・モニターツアーにおけるエビデンス取得手法の検証	・エビデンス取得・集積と多角的なデータ分析・活用

出典：令和元年度「森林サービス産業」検討委員会 報告書

構想段階・準備段階においては、地域の森林所有者、施設管理者、業種を越えた多様な民間事業者等の幅広く地域関係者の理解と参画を得ながら推進体制を構築し、国や都道府県等の補助金も活用した地域資源の磨き上げやプログラム開発、ガイド育成、企業協定等の仕組みづくりを行うなどで条件を整備していくことが求められる。

また、具体的に企業等を受け入れる事業化段階・自走化段階においては、企業等との連絡窓口、企業等のニーズを的確に把握した上でのプログラム調整、地域資源や森のプログラムの提供者を結び付けての当日運営を担う推進体制の構築が求められる。

さらに、地域での取組段階に応じて、官民がそれぞれの強みを活かして連携・協働して、インフラの整備を行いつつ推進体制・システム等を構築して、自立的・持続的に「森のプログラム」が提供できる状況を整えていくことが重要である。そこで、新たに森林空間の活用に取り組もうとする地域や、人的資本経営等に対応した企業等向けのプログラムの開発・提供に取り組もうと考えている地域に対して、先進地域で培われてきたノウハウ等を活かして取組段階に応じた指導・助言や、必要な支援を行えるような「サポート体制」の構築も重要である。

## ⑥ 多様な分野の専門性を理解・仲介できるコーディネーターの育成・配置

第2章第3節の企業アンケート調査では、企業等は「森のプログラム」導入検討時に重視する要素としては、「組織開発・人材開発に関する専門的な知見を有するスタッフがいること」、「自社の経営課題の解決に寄与するプログラムとなっていること」、「自社の組織開発・人材開発や経営課題解決への対応と連動して実施できること」といった、組織開発・人材開発に関わる専門的な知見やスキルを基盤としたプログラムが求められている。

このため、企業等に対して人的資本経営等に資する「森のプログラム」を提供する際には、組織開発・人材開発等の専門的な知見、生活習慣病予防やメンタルヘルスケア等の予防・健康づくり等の専門的な知見等が求められる。また、地域の森林の特徴を活かしたプログラムを開発・提供したり、持続的な森林管理に寄与する活動としたりしていくためには、森林生態系や森林整備・保全等に関する知見も有していることが望ましい。さらに、山村地域の活性化にも寄与する取組にするためには、地域の森林・林業政策に加えて、地方創生・まちづくり政策、観光・交流

政策、健康政策、教育政策の実情を把握して、それらの課題解決に繋げたり、相乗効果を高められたりするような政策立案も行えることが望ましい。

しかしながら、これらの多様な分野の専門的な知見やスキルを、地域コーディネーターが全てを習得することは容易ではない。他方で、地域コーディネーターがそれぞれの分野の専門性を理解し、企業等のニーズに合わせて、専門性を有する者と連携・協働できる関係性を構築しておくことは重要である。

そこで、多様な分野の専門性を理解し、仲介できるコーディネーターの育成・配置に向けた研修等の支援策や、コーディネーター同士が学び合えるようなネットワークづくりを行うことも有効である。

### ⑦ 地域における森林空間の活用を持続可能な取組とするための「イノベーションエコシステム」の構築

地域における森林空間の活用に向けた取組は、これまでの地域の森林・林業分野の取組に加えて、観光・交流分野の取組、地方創生・まちづくり分野の取組、健康分野の取組、教育・子育て分野の取組等が組み合わせながら、プログラムが成熟・多様化していることが多い。

しかしながら、取り巻く社会の環境は常に変化しており、その変化を的確に捉えて、コンテンツを上質化・拡充していくことが求められる。さらに、企業等のニーズも多様化していることから、企業等のニーズに合わせて、分野を越えて組み合わせてカスタマイズしながら、プログラムを創出・提供していくことが求められる。

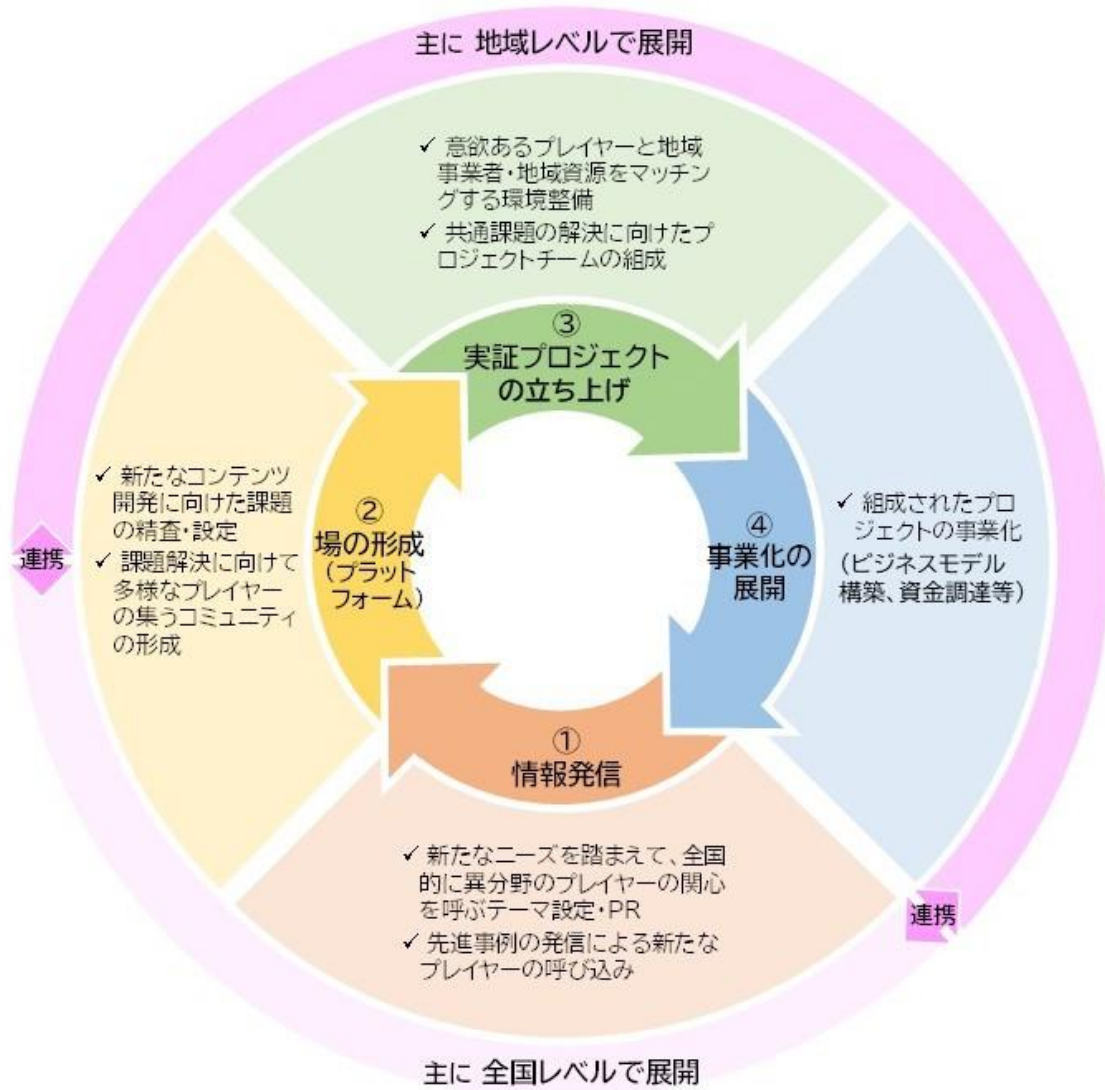
こうした中で、地域におけるプログラムの提供者はマンパワーやノウハウ・ネットワーク等の問題もあり、十分に時代の変化に合わせた取組が行えていないケースが少なくない。

そこで、産官学のセクターや分野を越えて、スタートアップや投資家などを含めて多様な主体が相互に連携・協働し、上質で多様な「森のプログラム」を持続的に創出し続けるための仕組みとして「イノベーションエコシステム」を構築していくことが有効である（図表 5-2）。

具体的には、全国レベルでは、①新たな社会のニーズに合わせて山村地域で活用できる多様な先進事例のノウハウを集積して情報発信することで、全国的に異分野を含めた意欲のある新たなプレイヤーを掘り起こし、②呼び込んだプレイヤーを山村地域に繋いでいくための緩やかな場の形成（プラットフォーム）を図り、それを踏まえて地域レベルでは、③域内外の意欲あるプレイヤーと地域事業者・地域資源をマッチングして、プロジェクトチームを組成して実証プロジェクトを立ち上げし、④それを実証・ビジネスモデル構築・資金調達等により事業化の展開を図ることが重要であると考えられる。

そして、この「イノベーションエコシステム」を持続的かつ発展的に機能させていくためには、地域レベルと全国レベルのコーディネーター両者が緊密に連携しながら、「イノベーションエコシステム」の推進体制を構築することが重要であると考えられる。

図表 5-2 地域における森林空間の活用を持続可能な取組とするための「イノベーションエコシステム」の構築



## 令和7年度 森林コンテンツ育成・普及対策事業 報告書

令和8年3月

(発行) 林野庁

(作成) 令和7年度森林コンテンツ育成・普及対策事業実施共同事業体

代表者 株式会社さとゆめ

〒102-0074 東京都千代田区九段南3-4-5 ビラ・アペックス市ヶ谷 801

TEL : 03-5275-5105 FAX : 03-5357-1514

共同実施者 公益社団法人国土緑化推進機構

〒102-0093 東京都千代田区平河町2-7 砂防会館内

共同実施者 株式会社エイチ・アイ・エス

〒105-6905 東京都港区虎ノ門4丁目1-1 神谷町トラストタワー5階

※本報告書中の「森林セラピー」「セラピーロード」「TAKIVIVA」「クアオルト」「森林メディカルトレーナー」は登録商標である。

---

---

令和7年度 森林コンテンツ育成・普及対策事業  
報告書

令和8年3月 林野庁

---

---