

令和6年度

森林コンテンツ育成・普及対策事業

令和7年3月

林野庁

目 次

第1章 事業概要	2
1. 事業実施の背景と目的	2
2. 事業の全体像	3
第2章 森のプログラムの利用に関するニーズ調査・分析	5
1. 意向調査	5
2. 導入企業への詳細調査	61
第3章 優良事例の収集・分析	80
1. 事例収集	80
2. 調査結果	80
3. 優良事例のまとめ	83
4. 普及冊子の作成	85
5. ウェブサイト掲載用普及動画の作成	90
第4章 フォーラムの開催及びホームページに掲載する情報の作成	93
1. フォーラムの開催	93
第5章 森林コンテンツの育成・普及における課題とその解決に向けた考察	104
1. 裾野を広げるための情報発信	104
2. 効果の可視化	105
3. コーディネーターの活用	105
4. 森林サービス産業推進地域でのプロモーション	106
資料編	107

第1章 事業概要

1. 事業実施の背景と目的

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

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

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

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

2. 事業の全体像

(1) 森のプログラムの利用に関するニーズ調査・分析

- ① 都市部の健康経営に取り組む企業やスタートアップ企業等を対象に、森のプログラムを認知してもらうとともに、関心のある企業等の掘り起こしやニーズ等の把握を行うため、アンケート及びヒアリングによる意向調査を行った。
- ② 森のプログラムの導入企業等における効果を把握し、企業等に訴求力のある形で発信するため、4社の導入企業を対象に、導入内容や従業員への効果などに関する詳細調査を実施した。

(2) 優良事例の収集・分析

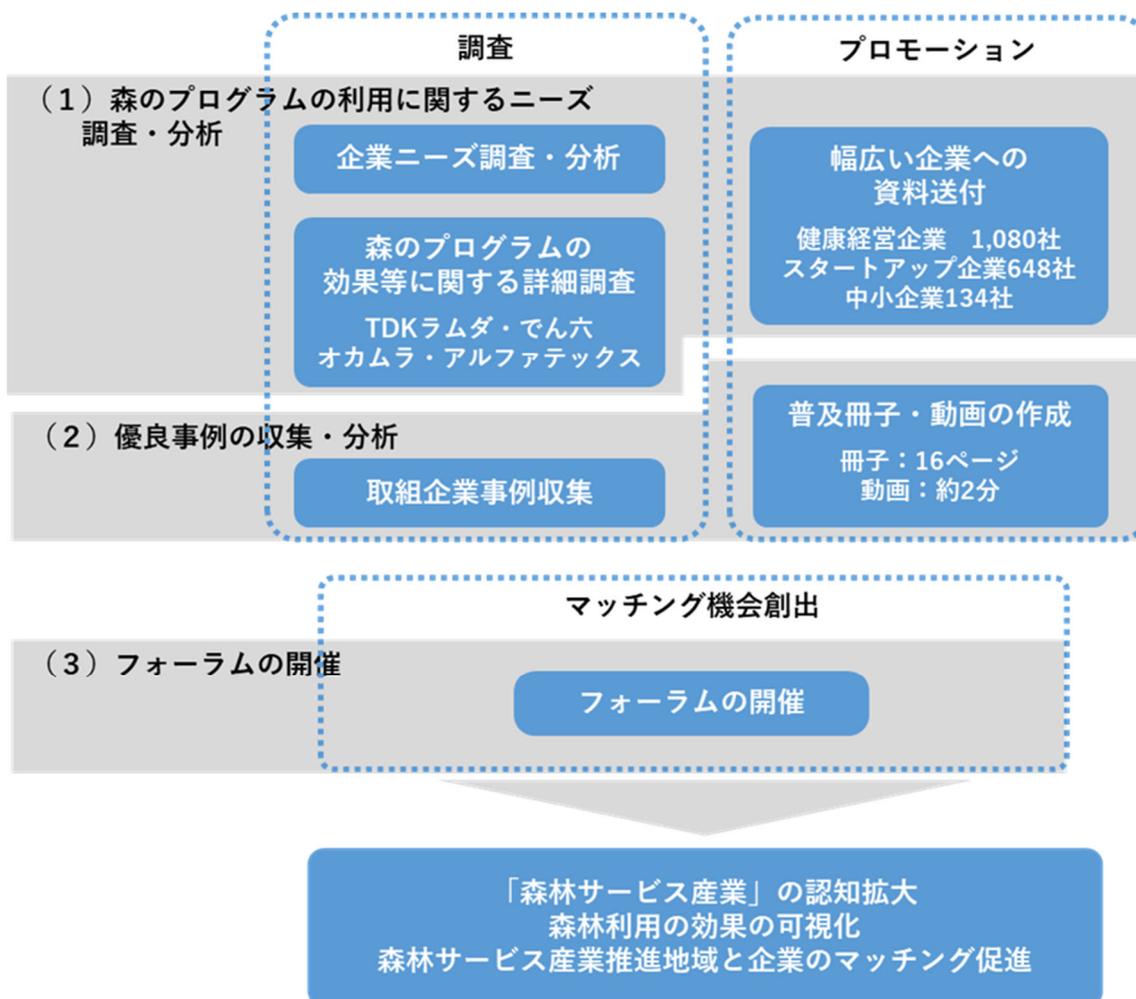
- ① 企業等における森でのプログラムの幅広い分野での活用を促進するため、人材育成等の企業内研修等を目的として森でのプログラムを利用している事例企業事例を収集・整理した。
- ② (1) の成果を活用し、都市部の企業等に森のプログラムの利用を促すための普及冊子やウェブサイト掲載用普及動画を作成した。

(3) フォーラムの開催

(1) 及び (2) から得られた情報をもとに、企業等が求める情報の発信や森林サービス産業推進地域と企業等とのマッチング機会の提供を目的としたフォーラムを開催した。

上記を通じて、企業における森のプログラムの認知度向上を図るとともに、具体的な活用例やその定量的な効果に提示することにより、導入を検討している企業に対して、導入に向けた後押しを行った。

図表 1-1 事業の全体像イメージ図



第2章 森のプログラムの利用に関するニーズ調査・分析

1. 意向調査

(1) 調査方法

都市部の健康経営に取り組む企業として、健康経営優良法人認定事務局が運営する「ACTION!健康経営」のサイトに掲載されている、「大規模法人部門の評価結果データ」を参照し、森のプログラムと親和性の高いと考えられる「コミュニケーション促進に向けた取り組み」や「運動習慣の定着に向けた具体的な支援」において、従業員交流のイベントを開催していたり、スポーツイベントや心身の健康増進を目的とした旅行に重点を置いていたりする企業を抽出した上で、事業所が東京・埼玉・千葉・神奈川・大阪・愛知にある企業に絞り込み、住所が特定できた東京（852社）+埼玉・千葉・神奈川（179社）+大阪（34社）+愛知（15社）の合計1,080社を選定した。

スタートアップ企業として、株式会社JTB総合研究所が保有する企業データを参照し、創業10年未満で、従業員が20名以上の企業を抽出し、東京・千葉・埼玉・神奈川に法人住所がある608社、それ以外の住所でIT・ヘルスケア・環境に関連する業種38社を選定した。

中小企業として、株式会社JTB総合研究所が保有する企業データを参照し、東京に法人住所がある中小企業134社を選定した。

上記の選定企業に対して、企業研修等での森のプログラムの活用を紹介する資料（下記（2）参照）及びアンケートフォーム（オンライン）を郵送で送付した。

上記アンケートの回答結果を整理するとともに、森のプログラムに関心を示した企業に対してヒアリングを行い、詳細なニーズを把握した。

(2) 送付資料

森のプログラムの概要、企業における活用意義や導入事例、森林サービス産業推進地域、林野庁ホームページの情報掲載先を掲載した資料を送付した。

図表 2-1 企業研修等での森のプログラムの活用を紹介する資料

健康づくりやチームビルディング、人材育成研修などに森のプログラムを活用しませんか



日本は、先進国でありながら、国土の7割が森林を占める世界有数の森林国。この森林は、人をリラックスさせたり、ストレスを軽減させたり、人と人の心を近づけたり、発想の源になったり様々な「力」をもたらしています。日本で生まれた「森林浴」の言葉は、海を渡り、海外でも「Shinrin-Yoku」や「Forest Bathing」の名で親しまれています。せっかく日本に身近にある森林をもっと活用しないもったいない！皆様の企業でも、社員の心と体の健康づくりやチームビルディング、人材育成研修等に、森のプログラムを活用してみませんか？

企業における森でのプログラムの活用の意義



企業経営への直接的な良い影響
 企業への社会的評価向上
 心と体の健康づくり
 チームビルディング
 優秀な人材の確保
 新しい視点
 Well-being
 地域貢献
 山村地域の活性化
 森林整備の促進
 SDGsへの貢献
 社員の皆さんに喜ばれるだけでなく、社会にも貢献でき、企業に対する社会的な評価の向上も期待できます。

林野庁

企業での森のプログラム導入事例

若年層の社員研修 (TDKラムダ株式会社)

- ・新入社員研修を本社での実施から長野県信濃町での実施に変更。
- ・チームビルディングやストレス耐性をつけることを目的に、通常の座学に加えて、森林セラピー®、森林整備体験、間伐材を使ったオブジェづくり等の森林内での協働作業など、多様なプログラムを導入。
- ・共通の体験という、「連帯感の醸成」が、離職率低下につながっていると感じている。

宿泊型新保健指導 (太陽生命保険株式会社)

- ・生活習慣病リスクの高い従業員に対する宿泊型新保健指導をクアオルト®による地域振興に取り組み山形県上山市で実施。
- ・健康プログラムには、通常の健康講話等に加え、森での「クアオルト®健康ウォーキング」や「地産地消の料理」などを組み込み、日常の行動変容を図ることで体重・腹囲が低下。

「心」の健康づくり (TOPPANグループ健康保険組合)

- ・加入者の健康増進、特に「心」の健康づくりとして、森林セラピー®を導入。
- ・森林セラピー®体験ができる施設と利用契約を締結し、加入者の利用を一部負担。また、加入事業所が研修やレクリエーション等で森林セラピー®を実施する場合、受入地域との調整や費用補助等の支援を実施。
- ・参加者のリフレッシュやコミュニケーションの活性化につながった。
- ・若手社員のエンゲージメントを高める手段としても着目。

経営層のチームビルディングと環境教育 (モリス株式会社)

- ・中途採用者のみの組織で一体感の醸成が必要と感じていたおり、上場準備を進めているタイミングで、山梨県小菅村において、役員・マネージャー層のチームビルディングを目的とした研修合宿を実施。
- ・森林浴、間伐体験、焚き火といった自然の中での共同作業のプログラム等を行った上で、会社の課題のディスカッションを実施。
- ・闊達な意見交換や本音のコミュニケーションができて相互理解が深まり、心理的安全性が高まったことで一体感が醸成された。

社員の自社事業に対する理解向上 (株式会社オカムラ)

- ・自社のビジネスと関係が深い木材や森林等に対する社員の理解を深めるためのプログラムを導入。森でのウェルビーイングも推進中。
- ・長野県信濃町では、里山の散策・保全活動により、生物多様性や環境保全について理解。
- ・東京都檜原村では、人工林をフィールドに、国産材の活用意義等を学び、自らが社会課題の解決に貢献するアクションを考えるイベントに。

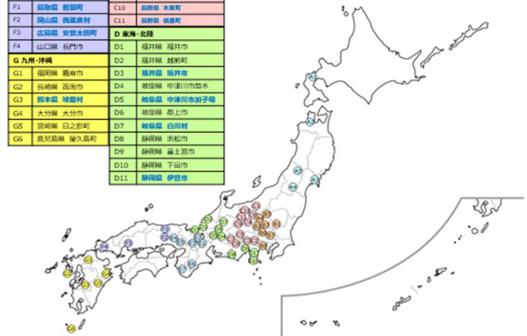
導入の目的や内容、企業・従業員の声など、詳細は、林野庁ホームページで紹介しています。

森林サービス産業推進地域 (令和6年5月末時点 全国で52地域)

全国各地で、心と体の健康づくり、チームビルディング、人材育成研修等の森のプログラム提供が行われています。各地域での提供プログラム等は、林野庁ホームページで紹介しています。

青字の地域でプログラムを提供

青字	C 青森県	D 北海道	A 北海道
E1	青森市	C1	A1
E2	八戸市	C2	A2
E3	五戸市	C3	A3
E4	三戸市	C4	A4
E5	三戸市	C5	A5
E6	三戸市	C6	
E7	三戸市	C7	
E8	三戸市	C8	
E9	三戸市	C9	
F 青森県	C10	D 北海道 <td>A 北海道 </td>	A 北海道
F1	青森市	D1	A1
F2	八戸市	D2	A2
F3	五戸市	D3	A3
F4	三戸市	D4	A4
F5	三戸市	D5	A5
F6	三戸市	D6	
F7	三戸市	D7	
F8	三戸市	D8	
F9	三戸市	D9	
F10	三戸市	D10	
F11	三戸市	D11	




林野庁ホームページ 「森林サービス産業の創出・推進」のご案内

林野庁では、「森林サービス産業」の創出・推進に向けて、森のプログラムを活用してみたい方、森林サービス産業の創出に取り組んでみたい方、その両者をつなぐ方々、皆様へ参考にしていただけるよう、林野庁ホームページに、森林サービス産業に関する幅広い情報を掲載しています。

掲載内容

- 各森林サービス産業推進地域に関する詳細情報 (アクセス、提供プログラム、利用可能な周辺施設)
- 企業等による森のプログラムの活用事例 (目的、内容、企業・従業員の声等)
- 令和6年2月に開催した「山村と企業をつなぐフォーラム」配布資料
- 「森林サービス産業」の創出・推進に関心のある企業等のプラットフォーム「Forest Style ネットワーク」への会員登録方法 など

林野庁 森林サービス産業 検索

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

開催予告 山村と企業をつなぐフォーラム

令和7年2月上旬に、東京都内において、企業の皆様と森林サービス産業推進地域とをつなぐことを目的としたフォーラムを開催します。

詳細は、本年12月頃に、上記林野庁ホームページに掲載します。

皆様のご参加をお待ちしています！

お問い合わせ
 農林水産省 林野庁 森林利用課 山村振興・緑化推進室 山村振興企画班
 Tel : 03-3502-0048 (直通)
 e-mail : forest_style@maff.go.jp

林野庁

(3) アンケート調査項目

調査項目としては、健康経営企業に取り組む企業、スタートアップ企業、中小企業において、共通設問と個別設問を設けて行った。調査項目は以下の通り（白色のセルは共通設問、水色のセルは健康経営企業向けの設問、黄緑色のセルはスタートアップ企業向けの設問、黄色のセルは中小企業向けの設問）。

また、オンラインアンケート上では、森のプログラムの内容がより伝わりやすくするため、企業の取組事例や森林サービス産業推進地域の事例も写真付きで掲載した。森林サービス産業推進地域の事例においては、関心のある地域を選択すると、林野庁のホームページに飛べるようにし、より詳細な情報が得られるようにした。

図表 2-2 調査項目一覧

Q1	御社の主な（本社など）所在地を教えてください。
Q2	御社の業種を教えてください。
Q3	御社の従業員数を教えてください。
Q4	御社の健康経営区分について教えてください。
Q5	御社が最初に健康経営の認証を取得したされたのはいつですか？
Q6	健康経営の取り組み内容を検討・推進する部署について、あてはまるものをすべてお選びください。
Q7	現在健康経営に取り組んでいる目的について、「従業員の健康増進」以外に、以下の中から上位3つまでで選んで教えてください。
Q8	健康経営の具体的な取り組みの中で、 <u>屋外や山村地域</u> で行っていることはありますか？ある場合はどのようなことですか？（Q8～Q13）
Q9	①管理職または従業員に対する、教育機会の設定
Q10	②適切な働き方実現に向けた取り組み
Q11	③コミュニケーションの促進に向けた取り組み
Q12	④運動の機会に向けた取り組み
Q13	⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み
Q14	⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み
Q14	健康経営以外に、御社では次のような事項に関心がありますか？ 上位3つまで選択してください。
	御社の現時点の企業成長段階について教えてください。

	御社での従業員満足度（ES）を検討する人・部署はどちらになりますか？あてはまるものをすべてお選びください。
	御社では、次にあげるよう事項への関心がありますか？上位3つまで回答してください。
	御社での従業員満足度（ES）を検討する人・部署はどちらになりますか？あてはまるものをすべてお選びください。
	御社では、次にあげるよう事項への関心がありますか？上位3つまで回答してください。
Q15	<u>企業課題の解決に向けた具体的な取り組み</u> の中で、 <u>屋外や山村地域</u> で行っていることはありますか？ある場合はどのようなことですか？
Q16	従業員の健康づくりやチームビルディング、企業理念の浸透等を目的として、森でのプログラムを活用している企業があります。以下の活用事例のうち、最も関心が高いものをひとつお選びください。
Q17	【Q16で選択したものがある方に】 その活用事例に興味をもった理由は何ですか。
Q18	【Q16で関心があるものは1つもないと選択した方に】 それらの活用事例に興味を持たなかった理由は何ですか。
Q19	山村地域では、森林を活用し、企業経営にも役立つ様々な森の森でのプログラム等が提供されています。同封している「森林サービス産業推進地域のご紹介」資料をご覧ください。興味がある地域を上位3つ挙げてください。 (地域名をクリックすると、林野庁HP上の地域紹介資料に飛ぶことができます。)(実際に行っている地域があれば含んでください)
Q20	【Q19で選択したものがある方に】 その地域に興味を持った理由は何ですか？
Q21	【Q19で興味があるものはないと選択した方に】 興味がない理由は何ですか？
Q22	山村地域での森でのプログラムの活用に、関心がありますか？
Q23	山村地域での森でのプログラムの活用について、導入していますか。
Q24	【Q23で現在導入しているを選択した もしくは Q23で過去に導入していたが、現在は行っていないを選択した】 取り組み内容について、教えてください。(複数ある場合は代表的な取り組みを一つご記入ください)
Q25	【Q22で関心があるを選択した方】

	森でのプログラムがもたらす以下のような効果について、関心の高いものを上位3つまで選んでください。
Q26	【Q22 で関心があるを選択した方】 森でのプログラム導入を決定するにあたり重視する点は何ですか？（上位3つまで回答してください）
Q27	【Q22 で関心があるを選択した方】 森でのプログラムを導入する場合、会社として費用項目は何になりますか？
Q28	【Q22 で関心があるを選択した方】 森でのプログラムを導入する場合、会社が負担する費用として、従業員一人当たり年間どの程度（プログラム参加料と交通費・宿泊費を含む）をかけられますか？
Q29	【Q22 で関心があるを選択した方】 森でのプログラムを導入する場合、それは、どの実施形態ですか？
Q30	【Q22 で関心がないを選択した】 関心がない理由は何ですか？（上位3つまで回答してください）
Q31	林野庁では、昨年度より、企業と森でのプログラムを提供している地域等をつなぐフォーラムを開催しています。 今年度のフォーラムは、2月上旬に開催し、企業による森でのプログラムの活用事例の紹介、森でのプログラムを提供している地域の紹介、企業と地域との交流会などを行います。フォーラムへの参加に関心がありますか？
Q32	ご回答者様について教えてください。

図表 2-3 アンケート画面（一部）

 <p>①青森県五所川原市地域 青森ひばと津軽森林鉄道跡を巡る 津軽森林鉄道が通っていた青森ひばの森を散策し、森林浴をしながら、文豪太宰治も通った古民家かなぎ元気村を拠点にココロとカラダをトノエル、ウェルネスプログラムを提供。</p>	 <p>②山形県上市市地域 クアオルト先進地で心と体のリカバリー 森林や温泉、食など豊富な地域資源を活かした“健康経営のフィールド”として、企業の研修や福利厚生等の受け入れ、訪れる人それぞれにマッチングしたリカバリーを提供しています。</p>	 <p>③群馬県上野村地域 森で健康になるなら上野村 森林セラピー、クアオルト健康ウォーキング、マインドフルネス、ノルディックウォークなど健康コンテンツやフォレストアドベンチャーなど観光コンテンツも充実。</p>
 <p>④群馬県長野原町地域 焚火に集う宿泊型ミーティング施設 TAKIVIVA/きたもつく 浅間山北麓の地域資源を活かした企業やコミュニティがその活力を再生するための場 Vision、Missionの策定・共有やチームビルディングに“焚き火”のチカラを最大限に活用。</p>	 <p>⑤埼玉県北本市地域 里山であそぶきたもと森林セラピー 埼玉県で唯一、都市型森林セラピー基地。企業研修や福利厚生ツアーを取り入れ、健康経営を共に推進する企業を募集。</p>	 <p>⑥神奈川県小田原市地域 外遊びのベースキャンプ 都市部からやってくると山と海がはじめて交わる小田原には、豊かな自然と歴史ある森林があり、自然公園とキャンプ場を中心にネイチャーアクティビティが体験できる。</p>
 <p>⑦福井県坂井市地域 緑いっぱいの大自然をまるごと満喫「木育ガーデン」 木こりのお仕事体験をはじめ、大自然をまるごと体験できるプランがいろいろ。地元団体と連携した多くの自然体験や料理も楽しめる。</p>	 <p>⑧山梨県小菅村地域 多摩源流小菅村で森を育て、水を育み、未来へつなげる 多摩川最源流の小菅村で、100年以上前から守られ続けた水源の森を感じ、源流の清冽な水を育んだ、源流の文化と景観を次世代へ共につなげる。</p>	 <p>⑨山梨県都留市地域 森づくりワークで森も、訪れる人も元気したい 地域の宝である“森”をフィールドに、林業のおしごとを体験しながら森づくりに参加できるさまざまなプログラムをご用意。</p>
 <p>⑩長野県小海町地域 町民主体で発足したRe・Designセラピー都市部企業のワーケーション 都市部の企業25社と協定を締結し、研修やワーケーションの一貫として利用あり。</p>	 <p>⑪長野県伊那市地域 伊那の森林（もり）を遊びつくそう 高速道路のICに近くアクセスの利便性もよく、豊かな自然に恵まれた環境の中で心身ともにリフレッシュできる魅力的な体験活動がたくさ</p>	 <p>⑫長野県上松町地域 森林浴発祥の郷信州木曾・あげまつまち 400年にわたり大切に守られてきた木曾ひのきの森で、五感を開放し、心と体を整えるプログラムが体験できる。</p>

※アンケート実施当時に森林サービス産業推進地域の紹介シートのある27プログラムを掲載

(4) 調査結果

ア 都市部の健康経営に取り組む企業

21社より回答を得た。

企業①		東京都	製造業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人ホワイト500		(取得年)2018
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 人事・労務部門 健康保険組合		従業員のヘルスリテラシーの向上 従業員の生産性向上 有能な人材確保	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		東京都水道局のネーミングライツ森林における森林保全活動。(ヘルスツーリズム)	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の生産性向上 有能な人材確保 社会課題(地球環境保全、SDGs等)の解決に向けた貢献		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
①従業員の運動習慣づくり：現在近い活動を行っているため。			
関心のある推進地域：その理由			
興味のあるものはない：現在行っている活動がまだしばらく存続しそうのため。			
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	現在導入している		

地域	山梨県甲州市一ノ瀬高橋	
取り組みの経緯・目的	サステナビリティ活動+健康経営ヘルスツーリズム	
参加対象者	参加を希望する従業員	
取り組み内容	森林保全活動	
取り組みの効果	まだ分からない	
現時点の課題	まだ分からない	
森のプログラムがもたらす関心の高い効果		
メンタルヘルス・健康づくり チームビルディング・社内コミュニケーション強化 地域貢献・社会貢献		
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること		
性別・年齢・役職等問わず、だれでも参加できる内容であること(幅広い対象者) 健康経営度調査票に記載できる内容であること 活動の場所が会社所在地から近いこと		
森のプログラムを導入する 場合の費用項目	会社負担額	実施形態
政策費 まだ決めていない		日帰り
フォーラムへの参加への関心		
関心がない		

企業②		東京都	不動産業、物品賃貸業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人	(取得年)2018	
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上 従業員の生産性向上 企業イメージの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		里山での保全活動	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		里山での保全活動から、社会課題を題材としたワークを解散	
④運動の機会に向けた取り組み		里山での保全活動の合間に、森林セラピー体験や簡易ヨガセッションを開催	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		上記取り組みがメンタルヘルス対応にも繋がると認識	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
間のコミュニケーションの促進 の生産性向上 従業員やその家族への福利厚生の充実		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
⑦地域貢献：健康は本人の価値観に左右されるため強要できません。森を歩く方が好きであれば、個人やクラブ活動で参加すればいいので、内発的動機にも訴える社会貢献活動も組み込まれた活動が有用だと考えます。			
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
関心のある推進地域：その理由			
⑥神奈川県小田原市地域 ⑧山梨県小菅村地域 ⑩静岡県伊豆市地域 ：当社から近い			
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	現在導入している		
地域	小田原		

取り組みの経緯・目的	コロナ対策 コミュニケーション不足やメンタル不調の予防	
参加対象者	内定者 全社員	
取り組み内容	里山での保全活動	
取り組みの効果	参加者の満足度は高い	
現時点の課題	参加者の満足度は高い	
森のプログラムがもたらす関心の高い効果		
メンタルヘルス・健康づくり チームビルディング・社内コミュニケーション強化 地域貢献・社会貢献		
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること		
性別・年齢・役職等問わず、だれでも参加できる内容であること(幅広い対象者) 環境教育的な要素が含まれていること 活動の場所が会社所在地から近いこと		
森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態
福利厚生費(法定外) 旅費交通費 雑費食事喫茶代	5,000円未満	日帰り
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、内容によっては参加したい (ヒアリング) 関心を持つきっかけ		
もともと、企業担当者が山歩きが趣味で、森林への親近感を持っていた。 2011年の3.11の震災後、福島の子供たちのPTSDに悩む子供たちとその親御さんたちを支援するために、大学の先生方が中心となり、森林の中でのキャンプ活動を行う機会が設けられたこの活動を企業としても支援しており、年に2回実施している。この活動を通じて、子供たちの心のケアに大きく貢献していることから、森林の中で過ごすことのメリットを実感しており、森のプログラムには関心を持っている。		
どのようなプログラムであれば、実施したいか 実施にあたって重視すること		
性別・年齢・役職等問わず、だれでも参加できる内容であること(幅広い対象者)や、環境教育的な要素が含まれていること、活動の場所が会社所在地から近いことなどを重視する。		
健康経営の取組としての取組について		
確かに、森のプログラムは、健康経営の取組と親和性が高いと感じる。 一方で、世の中の的にはその意識が低下していると感じられることがある。経済産業省が推進する健康経営優良法人の認定を受けることは重要であるが、企業内での実施の必要性や効果につ		

いての理解が十分でない場合がある。特にメンタル面での改善や、コミュニケーションの活性化などにおいては、その効果評価が難しいと感じている。

これらの課題を克服するためには、健康経営の意識向上や社会貢献の一環としての取り組みを強化し、企業内での実施の必要性や効果についての理解を深めることが求められる。

企業の中に取り組むうえで、重要だと考えること

経営層にも体験してもらうような機会があったり、効果のエビデンスを提示できたりするとなおよいと考えている。また、企業内で継続する仕組みも必要である。

企業③		東京都	学術研究、専門・技術 サービス業
100~299名	健康経営優良法人	(取得年)2019	
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 人事・労務部門 CSR 専門の担当部署 広報・宣伝・IR部門		従業員のヘルスリテラシーの向上 従業員の生産性向上 医療費の低減	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定	ない		
②適切な働き方実現に向けた取り組み	ない		
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み	街の魅力再発見 ウォーキングプロジェクト		
④運動の機会に向けた取り組み	街の魅力再発見 ウォーキングプロジェクト		
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み	ない		
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み	ない		
健康経営以外の関心事項	企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
従業員間のコミュニケーションの促進 有能な人材確保 社会課題(地球環境保全、SDGs等)の解決に向けた貢献	コンポスト、農園		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
⑦地域貢献：実際に一部ではあるが「コンポスト」や「農」を通じて、人とつながる、地域とつながる取り組みを行っている			
関心のある推進地域：その理由			
興味のあるものはない：当社の事業所がある地域での取り組みを優先するため			
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	現在導入している		
地域	札幌、福岡、東京		
取り組みの経緯・目的	地域共栄		

参加対象者	従業員	
取り組み内容	コンポスト、農園、地域コンテンツ開発	
取り組みの効果	人のつながり、地域とのつながりの拡大	
現時点の課題	人のつながり、地域とのつながりの拡大	
森のプログラムがもたらす関心の高い効果		
経営・プロジェクトに新たな視点をもたらす 地域貢献・社会貢献 地域との関係づくり		
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること		
公的機関がかかわっていること 従業員等から要望があること 活動の場所が会社所在地から近いこと		
森のプログラムを導入する 場合の費用項目	会社負担額	実施形態
まだ決まっていない	まだ決めていない	まだ決めていない
フォーラムへの参加への関心		
当社の事業所があるエリアであれば関心がある		

企業④		東京都	サービス業（他に分類されないもの）
100~299名	健康経営優良法人	(取得年)2024	
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的（従業員の健康以外）	
人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上 従業員の生産性向上 従業員間のコミュニケーションの促進	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		チームでのウォーキングイベント参加	
④運動の機会に向けた取り組み		全社でのウォーキングイベント参加	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の離職抑制 有能な人材確保		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
③チームビルディング・環境教育 ：5年ほど前に経営陣、管理職層で長野県のお寺に研修旅行（座禅、住職の講話、役員からの会社の状況のプレゼンなど）をしたが、職場間のコミュニケーションの円滑化などに役立った。			
関心のある推進地域：その理由			
④群馬県長野原町地域 ⑥神奈川県小田原市地域 ⑩静岡県伊豆市地域 ：会社やグループ会社から近い			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
メンタルヘルス・健康づくり チームビルディング・社内コミュニケーション強化 環境教育			

森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること		
性別・年齢・役職等問わず、だれでも参加できる内容であること(幅広い対象者)		
プログラムの費用が適切であること		
活動の場所が会社所在地から近いこと		
森のプログラムを導入する 場合の費用項目	会社負担額	実施形態
教育研修費	5,000 円以上 30,000 円未満	日帰り 1泊2日
フォーラムへの参加への関心		
関心がない		

企業⑤		千葉県	その他サービス業
300名~999名	健康経営優良法人		(取得年)2022
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 人事・労務部門 社員会	従業員が生産性向上 従業員の活力向上、組織活性化⇒業績向上		
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定	ない		
②適切な働き方実現に向けた取り組み	ない		
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み	歩活⇒歩くイベント		
④運動の機会に向けた取り組み	歩活⇒歩くイベント		
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み	ない		
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み	ない		
健康経営以外の関心事項	企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
従業員間のコミュニケーションの促進 従業員の生産性向上 従業員の離職抑制	ない		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
なし：いずれも弊社での活用ができるとは思えないので。			
関心のある推進地域			
①青森県五所川原市地域 ⑬長野県木曾町地域 ：青森⇒青森ひばの香りは癒しがあると思ひ、森林浴は良いと思つたこと。木曾町⇒発酵食品が口を癒してくれそうて、馬とのふれあひも良さそうと思つたこと。※申し訳ありませんが、個人的意見で企業としては実行はむずかしいと思ひます。			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がない			
森でのプログラムに関心がない理由			
予算もないし要望もない。関心もありません。			
フォーラムへの参加への関心			
関心がない			

企業⑥		千葉県	卸売業、小売業
100~299名	健康経営優良法人		(取得年)2018
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上 従業員間のコミュニケーションの促進 企業イメージの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		メーカー研修	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		産休・育休取得推進	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		ない	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		人事で産業医と連携した取り組み	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の離職抑制 有能な人材確保 企業イメージの向上		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
①従業員の運動習慣づくり：ウォーキングに関して、定期イベントを行っているため。			
関心のある推進地域：その理由			
⑥神奈川県小田原市地域 ⑮長野県飯山市地域 ：アクティビティには興味があります			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がない			
森でのプログラムに関心がない理由			
これまで検討したことがない			
フォーラムへの参加への関心			
関心があり、内容によっては参加したい			

企業⑦		東京都	製造業
1,000名~4,999名	健康経営銘柄 健康経営優良法人ホワイト500	(取得年)2022	
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 人事・労務部門 広報・宣伝・IR部門	従業員のヘルスリテラシーの向上 従業員の生産性向上 有能な人材確保		
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		ない	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員間のコミュニケーションの促進 有能な人材確保 従業員やその家族への福利厚生充実		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
②従業員の心の健康づくり：メンタルヘルスが課題のため			
関心のある推進地域			
⑦福井県坂井市地域：事業所が近くにあるため			
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
メンタルヘルス・健康づくり 経営・プロジェクトに新たな視点をもたらす 地域貢献・社会貢献			
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること			

健康経営度調査票に記載できる内容であること 従業員等から要望があること 自社担当者の負担が小さいこと		
森のプログラムを導入する 場合の費用項目	会社負担額	実施形態
福利厚生費(法定外) まだ決めていない		まだ決めていない
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、内容によっては参加したい		

企業⑧		東京都	サービス業(他に分類されないもの)
1,000名~4,999名	健康経営優良法人	(取得年)2023	
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上 従業員の生産性向上 企業イメージの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		ない	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の離職抑制 有能な人材確保 顧客へサービスの向上		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その他			
②従業員の心の健康づくり：とても適していると思われるので。			
関心のある推進地域			
⑤埼玉県北本市地域 ⑩京都府南丹市地域 ⑬和歌山県田辺市地域 ：心身の養生と、全国からの社員参加可能性がありそうのため。			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
メンタルヘルス・健康づくり 自社事業・企業理念に対する理解向上 福利厚生			
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること			
性別・年齢・役職等問わず、だれでも参加できる内容であること(幅広い対象者)			

プログラム内容を自社の要望や都合でアレンジしてもらえること 活動の場所が会社所在地から近いこと		
森のプログラムを導入する 場合の費用項目	会社負担額	実施形態
まだ決まっていない	まだ決めていない	まだ決めていない
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、内容によっては参加したい		

企業⑨		東京都	製造業
5,000名～	健康経営銘柄 健康経営優良法人ホワイト500	(取得年)2019	
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上 従業員の生産性向上 有能な人材確保	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		ない	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の生産性向上 有能な人材確保 社会課題(地球環境保全、SDGs等)の解決に向けた貢献		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
①従業員の運動習慣づくり：健康増進イベントとして従業員人気が高そう。			
関心のある推進地域：その理由			
②山形県上山市地域 ②京都府南丹市地域：勤務地から比較的近い立地にあるため			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がない			
森でのプログラムに関心がない理由			
これまで検討したことがない			
フォーラムへの参加への関心			
今は検討にあがらない			

企業⑩		東京都	製造業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人	(取得年)2023	
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
人事・労務部門		従業員の生産性向上 有能な人材確保 企業イメージの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		ない	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の生産性向上 有能な人材確保		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
⑤生産性を高めるオフサイトミーティング ：会社施設・通常業務を離れ、いつもと違う環境の中で議論する中で、何か良いアイデアが生まれるのではないかと考えたため。			
関心のある推進地域			
興味のあるものはない：どちらかという、健康経営関連の研修向け施設であり、「外部施設でリラックスしながらミーティングをする」という目的に合う施設がないように見えたため。			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がない			
森でのプログラムに関心がない理由			
新たなプログラムを導入する必要性を感じていない 従業員等の要望がない これまで検討したことがない			
フォーラムへの参加への関心			
関心がない			

企業⑩		神奈川県	情報通信業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人ホワイト500		(取得年)2017
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上 従業員の生産性向上 有能な人材確保	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		ない	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員間のコミュニケーションの促進 有能な人材確保 事業活動による環境負荷の低減		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
①従業員の運動習慣づくり：課題のある社員にどう健康を意識してもらうかという点において、一つの案であると感じたため			
関心のある推進地域			
興味のあるものはない：具体的なカリキュラムの内容がわからなかったため			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がない			
森でのプログラムに関心がない理由			
森林での活動による従業員等の健康等への効果に関する十分な情報がない 従業員等の要望がない これまで検討したことがない			
フォーラムへの参加への関心			
関心がない			

企業⑫		東京都	製造業
5,000名～	健康経営銘柄		(取得年)2024
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上 従業員の生産性向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		チームウォーキング	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		柔軟な勤務形態、フルリモート勤務	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ボランティア活動への任意参加	
④運動の機会に向けた取り組み		ウォーキングイベント	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員研修の充実 有能な人材確保 社会課題(地球環境保全、SDGs等)の解決に向けた貢献		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
⑤生産性を高めるオフサイトミーティング ：オフサイトミーティングでのチームビルディングの手段として興味を持ちました			
関心のある推進地域：その理由			
②山形県上山市地域 ・ ⑤埼玉県北本市地域 ⑥神奈川県小田原市地域 ：事業所からの利便性			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がない			
森でのプログラムに関心がない理由			
従業員等の要望がない(個人的には興味があります一方で、それぞれの家族事情や年齢的な負担から参加者が限られる懸念あり)			
フォーラムへの参加への関心			
関心があり、内容によっては参加したい			

企業⑬		東京都	情報通信業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人ホワイト500	(取得年)2017	
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定	屋外での研修		
②適切な働き方実現に向けた取り組み	労務管理研修 等		
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み	社長と気軽な雑談の会、組織課題等のワークショップ、lonl 等		
④運動の機会に向けた取り組み	春と秋に健康増進月間を設けたり、ジムトレーナーと契約し社内でトレーニング、部活の設置 等		
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み	セミナーの実施、相談窓口の設置 等		
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み	予防や不調者への復職支援等の実施、EAP 等		
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員間のコミュニケーションの促進	ない		
従業員の離職抑制			
有能な人材確保			
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
⑦地域貢献：地域企業での取り組みだと参加しやすい。			
関心のある推進地域：その理由			
③群馬県上野村地域 ②兵庫県多可町地域 ④岡山県西栗倉村地域 ：自然の中で心身の健康づくりができそうなところ			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がない			
森でのプログラムに関心がない理由			
森林でどのような体験プログラム等が利用可能なのに関する十分な情報がない 森林での活動による従業員等の健康等への効果に関する十分な情報がない 従業員等の要望がない			
フォーラムへの参加への関心			
関心がない			

企業⑭		埼玉県	金融業、保険業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人		(取得年)2020
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		ない	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の生産性向上 地方との関係強化 社会課題(地球環境保全、SDGs等)の解決に向けた貢献		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
②従業員の心の健康づくり：まもなく導入を予定しているから			
関心のある推進地域			
⑤埼玉県北本市地域 ⑭長野県信濃町地域：1つは近々導入を予定しているから			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
メンタルヘルス・健康づくり 地域貢献・社会貢献 地域との関係づくり			
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること			
性別・年齢・役職等問わず、だれでも参加できる内容であること(幅広い対象者) プログラムによる健康面での効果についてエビデンスがあること 活動の場所が会社所在地から近いこと			

森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態
教育研修費 健康保険組合からの補助	5,000 円以上 30,000 円未満	日帰り
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、内容によっては参加したい		

企業⑮		神奈川県	サービス業（他に分類されないもの）
100~299名	健康経営優良法人		（取得年）2018
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的（従業員の健康以外）	
経営者 人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		ない	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の生産性向上 従業員研修の充実 従業員の離職抑制		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
①従業員の運動習慣づくり ：社内の平均年齢があがり生活習慣病の 関連のかたが増加傾向のため			
関心のある推進地域：その理由			
⑥神奈川県小田原市地域 ：県内のため			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
メンタルヘルス・健康づくり チームビルディング・社内コミュニケーション強化 能力向上・内省			
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること			
プログラムによる健康面での効果についてエビデンスがあること			

健康経営度調査票に記載できる内容であること 自社担当者の負担が小さいこと		
森のプログラムを導入する 場合の費用項目	会社負担額	実施形態
教育研修費	5,000 円以上 30,000 円未満	まだ決めていない
森でのプログラムに関心がない理由		
*		
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、内容によっては参加したい		

企業⑬		神奈川県	卸売業、小売業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人		(取得年)2024
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定	ない		
②適切な働き方実現に向けた取り組み	ない		
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み	ない		
④運動の機会に向けた取り組み	ウォーキングイベント		
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み	ない		
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み	ない		
健康経営以外の関心事項	企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
従業員間のコミュニケーションの促進 従業員研修の充実 有能な人材確保	環境負荷の低減として社有林を保有し森林の整備と保全を行っている。2022年度の社有林の炭素貯蔵量は約61万t-CO ₂ 。		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
④自社の企業理念や事業に関する理解浸透 ：自社の事業と関連が深い、国産材の利活用の意義や森林の役割に関する社員の理解を深めたいから。			
関心のある推進地域：その理由			
⑥神奈川県小田原市地域 ⑦岐阜県中津川市(加子母)地域 ③和歌山県田辺市地域 ：会社の地元地域であることと社有林を保有している地域に近いこと。			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
チームビルディング・社内コミュニケーション強化 自社事業・企業理念に対する理解向上 環境教育			

森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること		
安全確保が徹底されていること プログラムの趣旨が自社の企業理念に合致していること プログラムの費用が適切であること		
森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態
教育研修費	5,000 円以上 30,000 円未満	日帰り
森でのプログラムに関心がない理由		
*		
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、参加したい		
(ヒアリング)		
関心を持つきっかけ		
<p>会社の創業が木材の卸売業からスタートしており、林業や木材流通に深く関わってきた歴史にある。全国に複数個所の森林を所有しているにもかかわらず、その活用が十分でないと感じていた。また、近年は社員が森林や木材の生産現場を知る機会が少なくなっていたことも懸念事項であった。さらに、CO2 九州としての森林の役割や、国産材活用の重要性への理解を深める必要性を感じていたことも、森のプログラムへの関心を高めるきっかけとなった。</p>		
どのようなプログラムであれば、実施したいか 実施にあたって重視すること		
<p>まずアクセスのしやすさが挙げられる。全国に拠点がある企業であるため、集合研修などを行う際のアクセスの良さは重要な要素となる。また、安全性も重要視しており、ヒルなどの危険生物への対策や、山中での安全確保が不可欠である。さらに、自社の森林だけでなく、森林サービス産業推進地域などでの、より多様なプログラムの実施を検討している。内容としては、木材の伐採から加工、流通までの一連の流れを見学できるプログラムが望ましいと考えている。</p>		
企業の中に取り組むうえで、重要だと考えること		
<p>まず社員の木材や林業に対する理解を深め、事業への理解や付加価値を高めることである。国産材の活用や持続可能な森林経営の重要性を社員が体感することで、業務への意識向上を図りたいと考えている。また、木材流通や住宅建築における環境配慮や品質向上につながる知識を得ることも重要視している。可能であれば、プログラムの効果を数値化し、KPI として設定できるようにすることで、経営陣や外部ステークホルダーにも取り組みの意義を示せるようにしたいと考えている。これらの点を重視しながら、森のプログラムを通じて社員教育や企業価値の向上につなげたいという思いがある。</p>		

企業⑰		東京都	製造業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人		(取得年)2022
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		ウォーキングキャンペーン	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		生理休暇の取りやすい環境の整備等	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		相談窓口の設置など。	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の生産性向上 従業員の離職抑制 有能な人材確保		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
②従業員の心の健康づくり：健康経営の施策に繋がるから			
関心のある推進地域：その理由			
⑥神奈川県小田原市地域 ⑧山梨県小菅村地域 ⑨山梨県都留市地域 ：本社地区からアクセス良好			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
メンタルヘルス・健康づくり チームビルディング・社内コミュニケーション強化 地域との関係づくり			
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること			
プログラムによる健康面での効果についてエビデンスがあること 健康経営度調査票に記載できる内容であること 活動の場所が会社所在地から近いこと			

森のプログラムを導入する 場合の費用項目	会社負担額	実施形態
まだ決まっていない	まだ決めていない	日帰り
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、参加したい		

企業⑱		東京都	製造業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人	(取得年)2021	
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
総務課		従業員のヘルスリテラシーの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定	正社員を対象に各階層別研修を実施・ISO 教育訓練において、全社員(非正規含む)を対象に技術や法令に関する重要事項の教育を計画的に実施・環境保全の一環で、モウソウチクの伐採ボランティアに新入社員を派遣(2023年4月 於:トトロの森54号地)等		
②適切な働き方実現に向けた取り組み	長時間労働管理を徹底するため、就業管理システムにてアラームを設定(30時間)・週に1回の定時退社日を設定 等		
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み	同好会等の設置・金銭支援、社員旅行・慰労会費の金銭支援、地域ボランティアに参加		
④運動の機会に向けた取り組み	クラブ活動費の補助、ウォーキングイベントの実施、階段使用の奨励、ストレッチの紹介		
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み	オンラインセミナーの実施、相談窓口の設置		
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み	社外相談窓口の設置		
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の生産性向上 社員の離職抑制 有能な人材確保	・新入社員のチームビルディングおよびコミュニケーション力の強化を目的に、新入社員研修内においてオリエンテーリングを実施		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの : その理由			
なし : 別のCSR活動を実施しているため			
関心のある推進地域 : その理由			
興味のあるものはない : 別のCSR活動を実施しているため			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
地域貢献・社会貢献			

森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること		
プログラムの趣旨が自社の企業理念に合致していること		
森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態
まだ決まっていない	まだ決めていない	まだ決めていない
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、内容によっては参加したい		
(ヒアリング)		
関心を持つきっかけ		
<p>森のプログラムに興味を持つきっかけは、企業として「緑」というキーワードを通じて社会貢献活動を進めたいという考えが企業の中にあっただからである。現在、同社は緑の募金を通じて寄付を行っているが、寄付だけではなく、発展的な活動として、社員自身が参加できる活動も模索している。社員が参加することで、企業としての活動がより意義深いものとなり、地域社会への貢献も強化されると考えている。</p>		
どのようなプログラムであれば、実施したいか 実施にあたって重視すること		
<p>できるだけ企業との関連性のある地域で実施したいと考得ている。実際に、そのような地域で森に関連するプログラム(具体的には地域の里山や緑を守るようなもの)がないかを探している。理想としては、研修の一環として山の中での活動を取り入れることを考えているが、アクセスや時間の制約があるため、現実的な解決策を模索している。</p>		
企業の中に取り組むうえで、重要だと考えること		
<p>企業として森のプログラムに取り組む際には、まず安全性の確保が最優先事項であると考えている。近年では企業の社会的責任が重視されており、社員の安全を確保することは企業の信頼性を高める上でも重要な要素である。</p> <p>また、社員がその活動を自分事として捉えることができるように、活動の目的や意義をしっかりと説明することが必要である。ただ単にプログラムをこなすだけではなく、活動の背景や目的を理解し、納得した上で参加することが、活動の効果を高めるうえで重要である。これにより、社員一人ひとりが活動に対して責任感を持ち、企業としての一体感が醸成されると考えられる。</p> <p>効果については、数値的な成果を直接求めるのではなく、長期的な視点で捉えることが重要であると考えている。地域社会との連携を深めることで、企業が地域に根付いた存在として認識され、地域住民からの信頼を得ることができる。これにより、企業の持続可能な成長が促進されるとともに、地域社会の活性化にも寄与することが期待される。</p> <p>予算については、必要に応じて増減を検討できる柔軟性があり、活動の目的や効果を最大限に引き出すために柔軟な体制を整えることができる。</p>		

企業⑱		東京都	運輸業、郵便業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人ホワイト500	(取得年)2019	
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 人事・労務部門	-		
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定	ない		
②適切な働き方実現に向けた取り組み	ない		
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み	ない		
④運動の機会に向けた取り組み	ない		
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み	ない		
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み	ない		
健康経営以外の関心事項	企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
顧客へサービスの向上 地方との関係強化 事業活動による環境負荷の低減	ない		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
②従業員の心の健康づくり：メンタルケアは今後さらに充実させていく必要を感じているため。			
関心のある推進地域	その理由		
②山形県上山市地域 ⑭長野県信濃町地域 ⑲鳥取県智頭町地域 ：セラピーとしての活用に興味を持ったため。			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
メンタルヘルス・健康づくり 地域貢献・社会貢献 地域との関係づくり			
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること			
性別・年齢・役職等問わず、だれでも参加できる内容であること(幅広い対象者) プログラムによる健康面での効果についてエビデンスがあること プログラムの費用が適切であること			

森のプログラムを導入する 場合の費用項目	会社負担額	実施形態
まだ決まっていない	5,000 円以上 30,000 円未満	1泊2日
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、内容によっては参加したい		

企業⑳		東京都	製造業
1,000名~4,999名	健康経営優良法人ホワイト500		(取得年)2018
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 CSR 専門の担当部署 人事・労務部門	従業員のヘルスリテラシーの向上		
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定	ない		
②適切な働き方実現に向けた取り組み	ない		
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み	ない		
④運動の機会に向けた取り組み	工場地区における、ウォーキングラリー		
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み	ない		
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み	ない		
健康経営以外の関心事項	企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
従業員間のコミュニケーションの促進 従業員の生産性向上 従業員の離職抑制	ない		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
①従業員の運動習慣づくり：宿泊型かつ健康保険指導と連動しているのが新鮮だった			
関心のある推進地域：その理由			
⑥神奈川県小田原市地域 ⑭長野県信濃町地域 ：アクセスしやすい事業所があるから			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がない			
森でのプログラムに関心がない理由			
予算を確保できない 森林での活動による従業員等の健康等への効果に関する十分な情報がない 経済的なメリットがない			
フォーラムへの参加への関心			
関心がない			

企業②		千葉県	卸売業、小売業
300名～999名	健康経営優良法人		(取得年)2020
健康経営の検討・推進部署		健康経営に取り組む目的(従業員の健康以外)	
経営者 人事・労務部門		従業員のヘルスリテラシーの向上	
健康経営取り組みにおいて屋外や山村地域で行っていること			
①管理職または従業員に対する、教育機会の設定		ない	
②適切な働き方実現に向けた取り組み		ない	
③コミュニケーションの促進に向けた取り組み		ない	
④運動の機会に向けた取り組み		ない	
⑤女性の健康保持・増進に向けた取り組み		ない	
⑥メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み		ない	
健康経営以外の関心事項		企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動	
従業員の生産性向上 有能な人材確保 顧客へサービスの向上		ない	
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
⑦地域貢献：地域に根付いた経営をしたいから			
関心のある推進地域：その理由			
⑤埼玉県北本市地域 ⑩広島県安芸太田町地域 ：近くなのと取引先があるから			
山村地域での森のプログラム導入について			
実績	導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心			
関心がない			
森でのプログラムに関心がない理由			
担当者に時間的余裕がない 従業員等の要望がない これまで検討したことがない			
フォーラムへの参加への関心			
関心がない			

イ スタートアップ企業

7社より回答を得た。

企業①	千葉県	製造業
50~99名	エクспанション・グロース(事業やサービスが安定してきた段階)	
従業員満足度(ES)を検討する人・部署		
経営者 人事・労務部門		
企業としての関心ごと		
従業員の生産性向上 有能な人材確保 社会課題(地球環境保全、SDGs等)の解決に向けた貢献		
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
ない		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由		
②従業員の心の健康づくり 部門を超えた従業員同士のコミュニケーションの活発化や、日頃貢献している社員のリフレッシュの場として有用と感じたため		
関心のある推進地域：その理由		
④群馬県長野原町地域 ⑬長野県木曾町地域 ⑭長野県信濃町地域 アクティビティだけではなく、研修としての側面もあるバランス感		
山村地域での森のプログラム導入について		
導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心		
関心がある		
森のプログラムがもたらす関心の高い効果		
メンタルヘルス・健康づくり チームビルディング・社内コミュニケーション強化 福利厚生		
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること		
性別・年齢・役職等問わず、だれでも参加できる内容であること(幅広い対象者) プログラムによる自社の収益面での効果についてエビデンスがあること		

プログラムの費用が適切であること		
森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態
まだ決まっていない	まだ決めていない	まだ決めていない
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、内容によっては参加したい		

企業②	東京都	製造業
10~29名	アーリー（事業やサービスの開始直後）	
従業員満足度（ES）を検討する人・部署		
経営者 人事・労務部門		
企業としての関心ごと		
有能な人材確保 従業員やその家族への福利厚生の充実 顧客へサービスの向上		
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
ない		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由		
①従業員の運動習慣づくり 従業員のセラピーを兼ねた家族との触れ合いがあればと思ったから		
関心のある推進地域：その理由		
⑧山梨県小菅村地域 ⑨山梨県都留市地域 ⑩長野県小海町地域 当社の研究開発センター（大月）の近くだから		
山村地域での森のプログラム導入について		
導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心		
関心がある		
森のプログラムがもたらす関心の高い効果		
メンタルヘルス・健康づくり 地域との関係づくり 福利厚生		
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること		
性別・年齢・役職等、それぞれの興味や課題に応じた、適切な内容となっていること（限定した対象者） 自社担当者の負担が小さいこと 活動の場所が会社所在地から近いこと		
森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態
会社としては費用負担を考慮せず、参加する従業員の個人負担とすることを想定	*	1泊2日
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、内容によっては参加したい		

企業③		東京都	情報通信業
50~99名	エクспанション・グロース（事業やサービスが安定してきた段階）		
従業員満足度（ES）を検討する人・部署			
人事・労務部門			
企業としての関心ごと			
従業員間のコミュニケーションの促進			
従業員研修の充実			
従業員の離職抑制			
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動			
ない			
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
③チームビルディング・環境教育			
全社員対象だとハードルが高いが、一定のマネジメント層以上であれば実現できそうだから。			
関心のある推進地域：その理由			
④群馬県長野原町地域			
⑤埼玉県北本市地域			
⑥神奈川県小田原市地域			
首都圏から近いから。			
山村地域での森のプログラム導入について			
導入したことがない			
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
チームビルディング・社内コミュニケーション強化			
福利厚生			
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること			
安全確保が徹底されていること			
プログラムの費用が適切であること			
活動の場所が会社所在地から近いこと			
森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態	
教育研修費	5,000円以上 30,000円未満	1泊2日	
フォーラムへの参加への関心			
関心がない			

企業④		東京都	情報通信業
50~99名	アーリー（事業やサービスの開始直後）		
従業員満足度（ES）を検討する人・部署			
人事・労務部門			
企業としての関心ごと			
従業員間のコミュニケーションの促進 従業員の生産性向上 顧客へサービスの向上			
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動			
ない			
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
③チームビルディング・環境教育 チームビルディングに関心があるため。			
関心のある推進地域：その理由			
④群馬県長野原町地域 ⑤埼玉県北本市地域 ⑥神奈川県小田原市地域 会社からの距離と企業研修や人材育成のカテゴリーがあったため。			
山村地域での森のプログラム導入について			
導入したことがない			
山村地域での森の活用への関心			
関心がある			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
チームビルディング・社内コミュニケーション強化 経営・プロジェクトに新たな視点をもたらす 能力向上・内省			
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること			
プログラムによる自社の収益面での効果についてエビデンスがあること プログラムの費用が適切であること 活動の場所が会社所在地から近いこと			
森のプログラムを導入する場合 の費用項目	会社負担額	実施形態	
まだ決まっていない	まだ決めていない	1泊2日	
フォーラムへの参加への関心			
関心があり、内容によっては参加したい			

企業⑤		東京都	情報通信業
50~99名	エクспанション・グロース（事業やサービスが安定してきた段階）		
従業員満足度（ES）を検討する人・部署			
<p>経営者</p> <p>人事・労務部門</p> <p>広報・宣伝・IR部門</p>			
企業としての関心ごと			
<p>従業員間のコミュニケーションの促進</p> <p>従業員の生産性向上</p> <p>有能な人材確保</p>			
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動			
ない			
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
⑤生産性を高めるオフサイトミーティング			
MissionvisionValueを浸透させることは会社にとっても社員にとっても重要だと思う			
関心のある推進地域：その理由			
①長野県伊那市地域			
長野県在住の社員がいるため			
山村地域での森のプログラム導入について			
導入したことがない			
山村地域での森の活用への関心：その理由			
<p>関心がない</p> <p>：担当者に時間的余裕がない</p> <p>：予算を確保できない</p> <p>：従業員等の要望がない</p>			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
*			
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること			
*			
森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態	
*	*	*	
フォーラムへの参加への関心			
関心がない			

企業⑥		東京都	情報通信業
30~49名	エクспанション・グロース（事業やサービスが安定してきた段階）		
従業員満足度（ES）を検討する人・部署			
経営者			
人事・労務部門			
企業としての関心ごと			
有能な人材確保			
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動			
ない			
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由			
関心のある推進地域：その理由			
興味のあるものはない			
山村地域での森のプログラム導入について			
導入したことがない			
山村地域での森の活用への関心：その理由			
関心がない			
：これまで検討したことがない			
森のプログラムがもたらす関心の高い効果			
*			
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること			
*			
森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態	
*	*	*	
フォーラムへの参加への関心			
関心がない			

企業⑦	東京都	情報通信業
50~99名	エクспанション・グロース(事業やサービスが安定してきた段階)	
従業員満足度(ES)を検討する人・部署		
経営者 人事・労務部門		
企業としての関心ごと		
従業員の生産性 従業員の離職抑制 企業イメージの向上		
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
ない		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由		
⑤生産性を高めるオフサイトミーティング ファンズでは経営会議をオフサイトで行っているため、そういったものの導入から入れば社員にて提供しやすいのではと思ったため		
関心のある推進地域：その理由		
⑥神奈川県小田原市地域 ⑩静岡県伊豆市地域 会社から行きやすいところを選定しました		
山村地域での森のプログラム導入について		
導入したことがない		
山村地域での森の活用への関心		
関心がある		
森のプログラムがもたらす関心の高い効果		
チームビルディング・社内コミュニケーション強化 経営・プロジェクトに新たな視点をもたらす 能力向上・内省		
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること		
プログラムによる健康面での効果についてエビデンスがあること プログラムの費用が適切であること プログラム内容を自社の要望や都合でアレンジしてもらえること		
森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態
福利厚生費(法定外)／まだ決まっていない	5,000円未満	日帰り
フォーラムへの参加への関心		
関心があり、内容によっては参加したい		

ウ 中小企業

4社より回答を得た。

企業①	東京都	建設業
100~299名		
従業員満足度(ES)を検討する人・部署		
経営者 人事・労務部門		
企業としての関心ごと		
従業員の離職抑制 有能な人材確保 企業イメージの向上		
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
ない		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由		
⑤生産性を高めるオフサイトミーティング 社員の興味関心が高そうだったため。		
関心のある推進地域：その理由		
⑤埼玉県北本市地域 ⑬長野県木曾町地域 ⑳京都府南丹市地域 ：健康経営に関心があるため。		
山村地域での森のプログラム導入について		
導入したことがない		
森のプログラム導入への関心：その理由		
関心がない ：森林に関心がない ：担当者に時間的余裕がない ：従業員等の要望がない		
フォーラムへの参加への関心		
関心がない		

企業②	東京都	製造業
10~29名		
従業員満足度(ES)を検討する人・部署		
本社		
企業としての関心ごと		
従業員の健康づくり、メンタルヘルス対策 従業員間のコミュニケーションの促進 事業活動による環境負荷の低減		
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
ない		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由		
⑤生産性を高めるオフサイトミーティング 生産現場に生産性向上の意識が乏しい		
関心のある推進地域：その理由		
-		
内容が面白そう		
山村地域での森のプログラム導入について		
導入したことがない		
森のプログラム導入への関心		
関心がある		
森のプログラムがもたらす関心の高い効果		
チームビルディング・社内コミュニケーション強化 経営・プロジェクトに新たな視点をもたらす 地域貢献・社会貢献		
森のプログラム導入を決定するにあたり重視すること		
性別・年齢・役職等、それぞれの興味や課題に応じた、適切な内容となっていること(限定した対象者) プログラムによる自社の収益面での効果についてエビデンスがあること 自社担当者の負担が小さいこと		
森のプログラムを導入する場合の費用項目	会社負担額	実施形態
教育研修費	まだ決めていない	まだ決めていない
フォーラムへの参加への関心		
関心はあるが、積極的に参加するほどではない。		

企業③	東京都	卸売業、小売業
100~299名		
従業員満足度(ES)を検討する人・部署		
人事・労務部門		
企業としての関心ごと		
従業員の生産性向上 有能な人材確保 従業員やその家族への福利厚生の充実		
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
ない		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由		
⑤生産性を高めるオフサイトミーティング 顧客と一緒に森林浴することにより、絆が深まり、より良いビジネスへ発展することが期待できるためです。		
関心のある推進地域：その理由		
⑦福井県坂井市地域 ⑯岐阜県白川村地域 ⑳京都府南丹市地域 特にありません。		
山村地域での森のプログラム導入について		
わからない		
森のプログラム導入への関心：その理由		
関心がない ：森林に関心がない		
フォーラムへの参加への関心		
関心がない		

企業④	東京都	サービス業(他に分類されないもの)
1,000名~4,999名		
従業員満足度(ES)を検討する人・部署		
人事・労務部門		
企業としての関心ごと		
従業員の健康づくり、メンタルヘルス対策		
企業課題の解決として、屋外や山村地域の活動		
ない		
森のプログラム利用で関心が最も高いもの：その理由		
関心がない ：人員不足の為、ある程度まとまった人数での参加が難しい。		
関心のある推進地域：その理由		
興味のあるものはない 人員不足の為、現実的ではない。		
山村地域での森のプログラム導入について		
導入したことがない		
森のプログラム導入への関心：その理由		
関心がない ：慢性的な人員不足		
フォーラムへの参加への関心		
関心がない		

(5) 調査結果の分析

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

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

図表 2-4 森のプログラムで関心が高い企業利用事例

	健康経営に取り組む企業	スタートアップ企業	中小企業
①従業員の運動習慣づくり	回答割合：29% 既存の取組に近く、従業員の健康増進に有効だから	回答割合：14% 従業員のセラピーと家族交流の機会として有効だから	回答：なし
②従業員の心の健康づくり	回答割合：29% 健康経営に関連することや、将来的な必要性が高まるから	回答割合：14% 部門横断的な交流促進と社員のリフレッシュに有用なため	回答：なし
③チームビルディング・環境教育	回答割合：5% 過去の研修が職場コミュニケーション改善に効果的だったから	回答割合：29% チームビルディングへの関心があり、マネジメント層向けの施策として有用なため	回答：なし
④自社の企業理念や事業に関する理解浸透	回答割合：5% 従業員の国産材利用と森林の重要性への理解を深めるため	回答：なし	回答：なし
⑤生産性を高めるオフサイトミーティング	回答割合：10% 非日常環境による創造性向上とチームビルディングに関心があるため	回答割合：29% オフサイト経営会議の経験を活かし、企業理念浸透に有効と考えるため	回答割合：75% 社員の関心が高く、生産性向上意識の醸成と顧客との絆深化に期待できるため
⑥顧客サービス	回答：なし	回答：なし	回答：なし
⑦地域貢献	回答割合：19% 地域貢献と健康増進を兼ねた活動で自発的参加を促したいから	回答：なし	回答：なし
関心なし	回答割合：10% 自社に適さない、他のCSR活動を既に実施しているため	回答割合：14%	回答割合：25%

図表 2-5 森でのプログラムがもたらす効果について、関心の高いもの

	健康経営に取り組む企業	スタートアップ企業	中小企業
選択数の多い順	1. メンタルヘルス・健康づくり (9) 2. チームビルディング・社内コミュニケーション強化 (6) 3. 地域貢献・社会貢献 (6) 4. 地域との関係づくり (4)	1. チームビルディング・社内コミュニケーション強化 (4) 2. 福利厚生 (3) 3. メンタルヘルス・健康づくり (2) 4. 経営・プロジェクトに新たな視点をもたらす (2) 5. 能力向上・内省 (2)	1. チームビルディング・社内コミュニケーション強化 (1) 2. 経営・プロジェクトに新たな視点をもたらす (2) 3. 地域貢献・社会貢献 (1)

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

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

図表 2-6 森のプログラムで関心が高い企業利用事例

	健康経営に取り組む企業	スタートアップ企業	中小企業
選択数の多い地域（選択数順）	⑥神奈川県小田原市地域 ⑤埼玉県北本市地域 ⑭長野県信濃町地域	④群馬県長野原町地域 ⑥神奈川県小田原市地域 ⑤埼玉県北本市地域	⑳京都府南丹市地域 ⑤埼玉県北本市地域 ⑦福井県坂井市地域 ⑬長野県木曾町地域 ⑯岐阜県白川村地域
その理由	・アクセスの良さや地理的な近さ ・活動内容や効果に関心 ・会社との関連性を重視	・アクセスの良さや地理的な近さ ・プログラム内容のバランスの良さ（研修とアクティビティ）	・活動内容に関心

興味のある地域がない理由	・ 情報不足や目的との不一致： ・ 既存の活動や優先事項との関係	(未記入)	(未記入)
--------------	-------------------------------------	-------	-------

図表 2-7 森のプログラム導入を決定するにあたり重視する点

	健康経営に取り組む企業	スタートアップ企業	中小企業
選択数の多い順	1. 性別・年齢・役職等問わず、だれでも参加できる内容であること（幅広い対象者）(6) 2. 活動の場所が会社所在地から近いこと(6) 3. 健康経営度調査票に記載できる内容であること(4) 4. プログラムによる健康面での効果についてエビデンスがあること(4)	1. プログラムの費用が適切であること(4) 2. 活動の場所が会社所在地から近いこと(3) 3. プログラムによる自社の収益面での効果についてエビデンスがあること(2)	1. 性別・年齢・役職等、それぞれの興味や課題に応じた、適切な内容となっていること（限定した対象者）(1) 2. プログラムによる自社の収益面での効果についてエビデンスがあること(1) 3. 自社担当者の負担が小さいこと(1)

森のプログラムを導入する場合、会社としての費用項目としては、教育研修費がどの企業においても多く、森のプログラムは企業の中で研修の一環としての取組を親和性が高いことがうかがえた。このことから、今後の普及を考える際には企業研修を担当する部署へのプロモーションが効果的であることが示唆される。

また費用感としては、5,000～30,000円以内が多く選ばれる傾向にあった。

図表 2-8 森のプログラム導入の際の費用・実施形態について

	健康経営に取り組む企業	スタートアップ企業	中小企業
森のプログラムを導入する場合、会社としての費用項目			
選択数の多い順	1. 教育研修費(4) 2. 福利厚生費(法	1. 教育研修費(1) 2. 福利厚生費(法	1. 教育研修費(1)

	定外) (2) 3. 政策費 (1) 4. 健康保険組合からの補助 (1) 5. 旅費交通費 (1) 6. 雑費食事喫茶代 (1) まだ決まっていない (7)	定外) (1) 3. 会社としては費用負担を考慮せず、参加する従業員の個人負担とすることを想定 (1) まだ決まっていない (3)	
森のプログラムを導入する場合、会社が負担する費用として、従業員一人当たり年間にかかる費用 (プログラム参加料と交通費・宿泊費を含む)			
選択数の多い順	1. 5,000 円以上 30,000 円未満 (5) 2. 5,000 円未満 (1) まだ決めていない (4)	1. 5,000 円以上 30,000 円未満 (1) 2. 5,000 円未満 (2) まだ決めていない (2)	まだ決めていない (1)
森のプログラムを導入する場合の実施形態			
選択数の多い順	1. 日帰り (5) 2. 1泊2日 (2) まだ決めていない (5)	1. 1泊2日 (3) 2. 日帰り (1) まだ決めていない (1)	まだ決めていない (1)

2. 導入企業への詳細調査

(1) 調査対象企業

社員研修や企業が主催するイベントに、森のプログラムを導入している 4 企業の協力を得て、今年度の森のプログラム実施後に、参加者や企業の研修等担当者に対して、効果等に関するアンケート調査を実施した。

図表 3-1 調査企業と内容

企業名	TDK ラムダ株式会社	アルファテック株式会社	株式会社でん六	株式会社オカムラ
森のプログラムの実施目的	同期入社従業員間の絆の醸成、心の健康づくり	チームビルディング、健康づくり、社会貢献への意識向上	従業員の健康づくり、地域との関係づくり、企業プロモーション	自社事業・企業理念の理解向上、業務モチベーション向上
内容	若年層の社員研修 (森林セラピー・焚き火を囲んだ振り返り・森林整備作業)	社員研修 (焚き火セラピー・ヨガセラピー・湖畔ウォーキング)	従業員や一般市民を対象とした企業主催イベント (クアオルト®健康ウォーキング・地元食材を用いたおやつや弁当の提供・自社商品抽選会)	国産家具提案販売業務に関わるデザイナーや営業職対象の研修 (人工林を歩きながら、日本林業の現状、課題を学ぶ・製材所での作業・乾燥炉の見学・スツール制作ワークショップ)
アンケート対象	・新入・2年次・3年次・6年次・エルダ－研修参加従業員 (N=37) ・企業の研修担当者	・中堅社員研修参加従業員 (N=7) ・企業の研修担当者	・10月イベント参加従業員 (N=29) ・同一般参加者 (N=19) ・企業のイベント担当者	・研修参加従業員 (N=24) ※自社で実施したアンケート結果を提供いただいた ・企業の研修担当者

(2) 調査内容と方法

森のプログラム実施による効果を可視化することを目的とし、森のプログラム実施直後に感じられた効果及び森のプログラムを経験したことで感じられる変化を中心に、プログラムの満足度や今後の要望なども含め、アンケートを行った。効果や変化に関する設問項目は、各企業の導入目的に沿って設定した。

図表 3-2 社員向け調査項目内容
(TDK ラムダ株式会社、アルファテックス株式会社、株式会社でん六)

1	あなたの役職について教えてください
2	あなたの職種について教えてください
3	差し支えなければ、あなたが所属する部署について教えてください
4	現在の企業に入社して何年目かを教えてください
5	自社の研修での森のプログラムに、今回を含めて何回参加されたことがありますか？
6	[TDK ラムダ株式会社向け項目] 入社前に、社員研修において森のプログラムを行っていることを知っていましたか？
7	(上記設問で「知っていた」と回答した方へ) 入社することを決める際に、社員研修において森のプログラムを行っていることは、プラスに作用しましたか？
	[アルファテックス株式会社向け項目] 今回の森のプログラムに参加して、“森でのプログラム（森林セラピーや焚火など）”を行ったことでグループワーク（根本的問題解決の話し合い）の質が向上したと感じますか？
8	今回の森のプログラムについて、何を期待しましたか？
9	そのように回答された理由について教えてください。
10	今回参加した森のプログラムの満足度をお答えください。
11	森のプログラム参加時や参加直後に感じられた効果について教えてください。 ※選択肢は「とても当てはまる」～「全く当てはまらない」の5段階
12	[心と体の健康づくり] 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 普段よりぐっすり眠れた 肩こりや腰痛、目の疲れといった慢性的な疲労が軽減した
13	[チームビルディング]

	<p>一緒に森のプログラムに参加した社内の人と話しやすくなった</p> <p>一緒に森のプログラムに参加した社内の人との仲間意識が高まった</p> <p>友人ができた</p>
14	<p>[地域貢献・社会貢献]</p> <p>森のプログラムで訪問した地域に対する愛着が高まった</p> <p>森のプログラムで訪問した地域に貢献したいという気持ちが高まった</p>
15	<p>[内省・業務に関すること]</p> <p>オフィス内よりも落ち着いた気持ちで自分の業務を見直すことができた</p> <p>自分の業務に関するアイデアが得られた</p>
16	<p>[自社事業・企業理念に対する理解向上・エンゲージメントの向上]</p> <p>自社の企業理念や事業に対する理解や関心が深まった</p> <p>→そのように回答された理由について教えてください。</p>
17	<p>[環境への関心]</p> <p>森林や環境保全に対する理解や関心が深まった</p> <p>→そのように回答された理由について教えてください。</p>
18	<p>その他に感じられた効果があれば教えてください。</p>
19	<p>森のプログラム参加前の日常を0とした場合、森のプログラムを経験して感じられる変化を教えてください。</p> <p>※自社の森のプログラムに複数回参加されている方については、初めて参加する前の日常を0とした場合の変化をお答えください。</p> <p>※選択肢は「3：参加前と比べてとても向上した」～「0：参加前と変わらない」の4段階</p>
17	<p>[心と体の健康づくり]</p> <p>健康に対する意識</p> <p>運動する機会</p> <p>リラックスしようとする意識</p> <p>休暇を森林等自然環境豊かな場所で過ごしたいという意識</p>
18	<p>[チームビルディング]</p> <p>一緒に森のプログラムに参加した社内の人とのコミュニケーション</p> <p>別の回に同じ森のプログラムに参加した社内の人とのコミュニケーション</p> <p>社内コミュニケーション</p> <p>社内のチームワーク</p>
19	<p>[自社事業・企業理念に対する理解向上・エンゲージメントの向上]</p> <p>自社への満足度</p> <p>自社への愛着</p>

20	[地域貢献・社会貢献] 森のプログラムで訪問した地域へのプライベートでの訪問 訪問地域に貢献出来るような取組・プロジェクトの実施量
21	[環境への関心] 森林や環境保全への意識や取組 →そのように回答された理由について教えてください。
22	[内省・業務に関すること] 自分の業務に対するモチベーションが高まった →そのように回答された理由について教えてください。 生産性が向上するなど業務に良い影響が出た →そのように回答された理由について教えてください。 業務において新しいことに取り組む意欲が高まった →そのように回答された理由について教えてください。
23	その他に感じられている変化があれば教えてください。
24	今回のような自社の研修での森のプログラムにまた参加したいと思いますか？ →そのように回答された理由について教えてください。
25	自社の研修での森のプログラムについて、社内で話すことはありますか？ →具体的にどのような話をされますか？
26	自社の研修での森のプログラムについて、家族や友人、他企業の知人等に伝えて いますか？
27	森のプログラムに参加して、困ったことや不便だったこと、改善したほうが良い と思うことがあれば記述してください。
28	自社での森のプログラムの活用方法について、何か提案があれば記述してくださ い。
29	自社で実施されるもの以外を含めて、森のプログラム全般に関する意見や要望が あれば自由に記述してください。

図表 3-3 社員向け調査項目内容（株式会社オカムラ）

1	この研修にまた参加したいですか？
2	この研修への「参加したほうがいい！」と社内で勧めたいですか？
3	【ACORN 活動】は知っていましたか？
4	研修に参加して、自社の取り組みに対する理解が深まりましたか？
5	森林や環境保全に対する理解や関心が深まりましたか？
6	研修に場所（檜原村）に対する愛着、貢献したいという気持ちが生れましたか？
7	いつもと違う環境で（森・檜原村）、新しいアイデアが生まれた、落ち着いた気 持ちで自分の業務を見直せましたか？

8	自身の業務に対するモチベーションが高まりましたか？
---	---------------------------

図表 3-4 一般参加者向け調査項目内容（株式会社でん六）

1	お住まいはどちらの地域ですか？
2	あなたの性別について、該当する箇所にひとつだけ☑をつけてください
3	あなたの年齢について、該当する箇所にひとつだけ☑をつけてください
	ご参加者様のお立場について、該当する箇所にひとつだけ☑をつけてください
4	今回を含めて、でん六社が実施する森のプログラム（クアオルト健康ウォーキング）に何回参加されたことがありますか？
5	でん六社以外が実施するものを含めて、ここ1年間くらいの間に、クアオルト健康ウォーキングに何回参加されましたか？ひとつだけ☑をつけてください
6	今回の森のプログラムを知ったきっかけは何ですか？該当する箇所にひとつだけ☑をつけてください
7	今回の森のプログラムに参加した理由は何ですか？（複数選択可）
8	今回参加した森のプログラムの魅力は何ですか？（複数選択可）
9	今回参加した森のプログラムの満足度について、該当する箇所にひとつだけ☑をつけてください →そのように回答した理由について教えてください
10	今回の森のプログラム参加時や参加直後に感じられた効果について教えてください。※選択肢は「とても当てはまる」～「全く当てはまらない」の5段階気分転換できた 緊張やストレスが解消され、リラックスできた 肩こりや腰痛、目の疲れといった慢性的な疲労が軽減した 運動に対する意識が高まった でん六社に対するイメージが向上した でん六社の企業理念や事業に対する理解が深まった でん六社に対する愛着が高まった 森林・環境保全に対する理解・関心が深まった 本地域に対する愛着が高まった
11	今回の森のプログラムに参加された感想を教えてください
12	でん六社が実施する森のプログラムにまた参加したいと思いますか？該当する箇所にひとつだけ☑をつけてください →そのように回答した理由について教えてください
13	でん六社が実施する森のプログラムについて、家族や知人に参加を勧めたいですか？該当する箇所にひとつだけ☑をつけてください →そのように回答した理由について教えてください

14	今回の森のプログラムに参加して、困ったことや不便だったこと、改善したほうが良いと思うことがあれば記載してください
15	クアオルト健康ウォーキング以外の森のプログラムに参加してみたいですか？ →そのように回答された理由について教えてください。
16	クアオルト健康ウォーキング以外を含めて、森のプログラムに関する意見や要望があれば自由に記述してください

図表 3-5 研修担当者向け調査項目内容（4社共通）

1	あなたの役職について教えてください
2	あなたの職種について教えてください
3	差し支えなければ、あなたが所属する部署について教えてください
	ご担当されている、森のプログラムを実施した研修やイベントの名称について教えてください。
4	本プログラムのご担当になられてからの年数を教えてください
	ご担当されている研修・イベントでの森のプログラムについて、目的は何ですか？ →その目的の背景について、教えてください。
5	プログラムの企画や、実施に向けての準備等で、意識していることがあれば教えてください。
6	今回実施した森のプログラムについて、ご担当としての満足度をお答えください。 →そのように回答された理由について教えてください。
7	森のプログラム導入によって感じられている効果はどのようなものですか？ ※選択肢は「3：導入前と比較してとても向上した」～「0：導入前と変わらない」の4段階 従業員の心や体の健康度が向上した →そのように回答された理由について教えてください。 社内のコミュニケーションやチームワークが向上した →そのように回答された理由について教えてください。 従業員の自社事業・企業理念に対する理解が向上した →そのように回答された理由について教えてください。 従業員の森林・環境保全への理解・意識が向上した →そのように回答された理由について教えてください。 従業員の業務に良い影響（モチベーションや生産性向上など）をもたらした →そのように回答された理由について教えてください。 従業員の自社へのエンゲージメントが向上した

	<p>→そのように回答された理由について教えてください。</p> <p>会社としての地域や社会への貢献度が向上した</p> <p>→そのように回答された理由について教えてください。</p> <p>企業として、地域との交流が活性化された</p> <p>→そのように回答された理由について教えてください。</p> <p>企業イメージや企業価値が向上した</p> <p>→そのように回答された理由について教えてください。</p>
8	森のプログラムを導入することで、派生的に生じた出来事（社内制度の見直し、サークルの設置等）があれば、教えてください。
9	その他に感じられた効果があれば教えてください。
10	森のプログラムを導入していることについて、どのような対外的 PR に活用されていますか。
11	（上記設問で「健康経営優良法人申請」を選択した方へ） 健康経営優良法人申請に活用している場合、森のプログラム導入について、健康経営のどの認定基準にチェックしていますか？
12	森のプログラムについて、まだ導入していない企業に導入を勧めたいですか？ →そのように回答された理由について教えてください。
13	森のプログラムの継続的な実施にあたり、どのような点を注意・工夫していますか？ ①費用対効果（目的に沿ったプログラムとする工夫など） ②参加者の安全確保（ケガ防止、熊対策など） ③プログラムの質の維持（プログラム提供事業者とのコミュニケーションなど） ④参加者の満足度（プログラム内容の変化、「楽しさ」の演出など）
14	その他、森のプログラムに関する意見や要望があれば自由に記述してください。

（3）調査結果

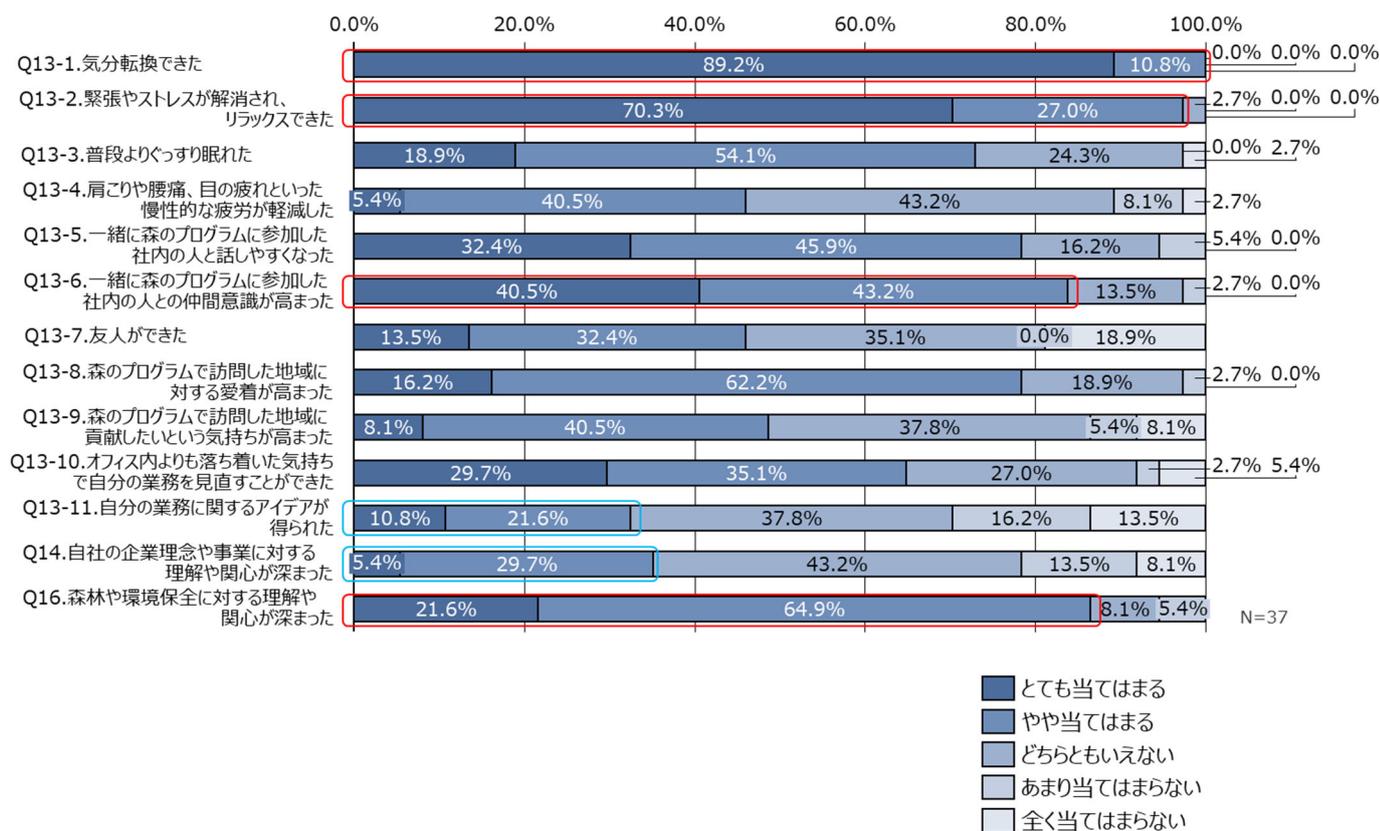
ア TDK ラムダ株式会社

TDK ラムダ株式会社は、同期入社従業員間の絆の醸成や、心の健康づくりを目的として、若年層を対象とした社員研修において森のプログラムを実施している。今回、今年度の新入社員研修・2年次社員研修・3年次社員研修・6年次社員研修・エルダー研修に参加した従業員（37名）及び研修担当者（1名）に協力をいただき、アンケートを実施した。

① 従業員アンケート結果

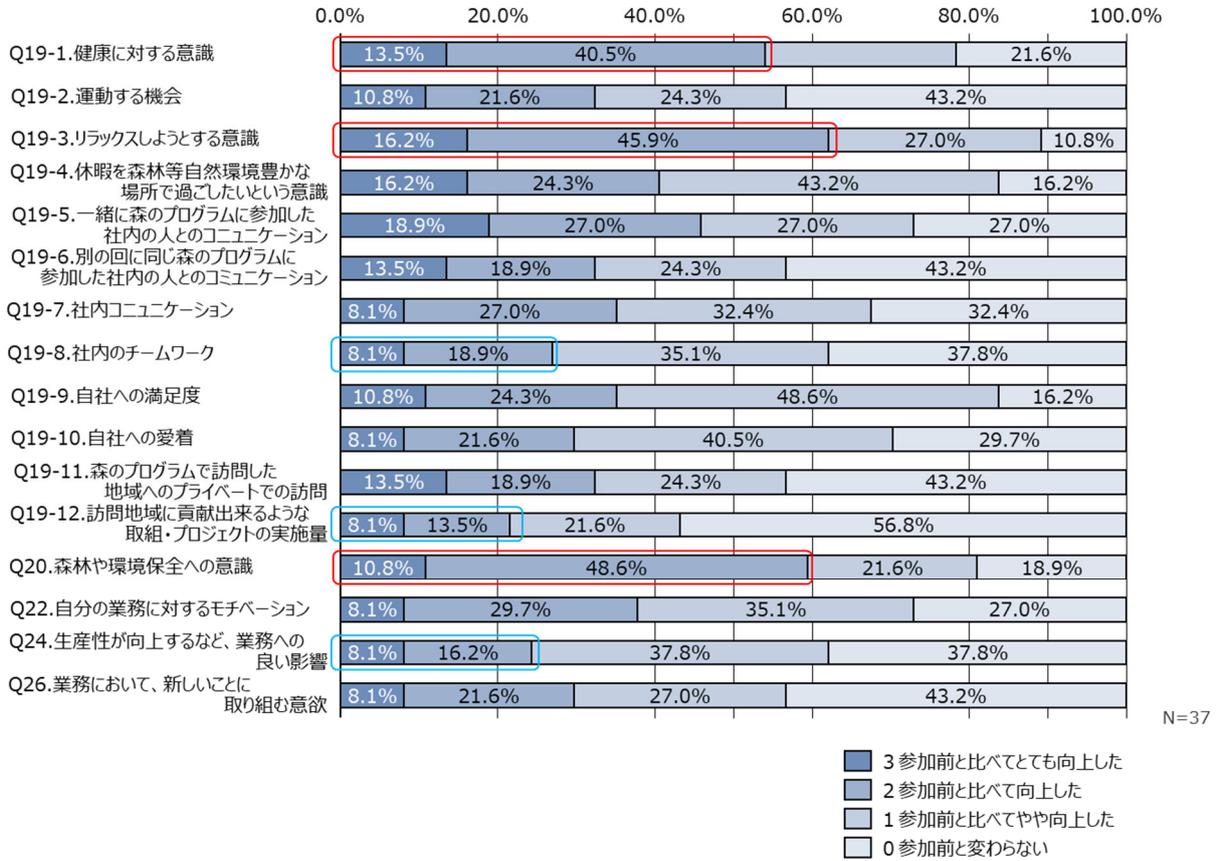
森のプログラムに参加しているときや参加直後に感じた効果として、「一緒に森のプログラムに参加した社内の人との仲間意識が高まった」と回答した割合は、とても当てはまる・やや当てはまるを合計して84%だった。また、「緊張やストレスが解消されリラックスできた」と回答した割合は、とても当てはまる・やや当てはまるを合計して84%だった。

図表 3-6 森のプログラムに参加しているときや参加直後に感じた効果



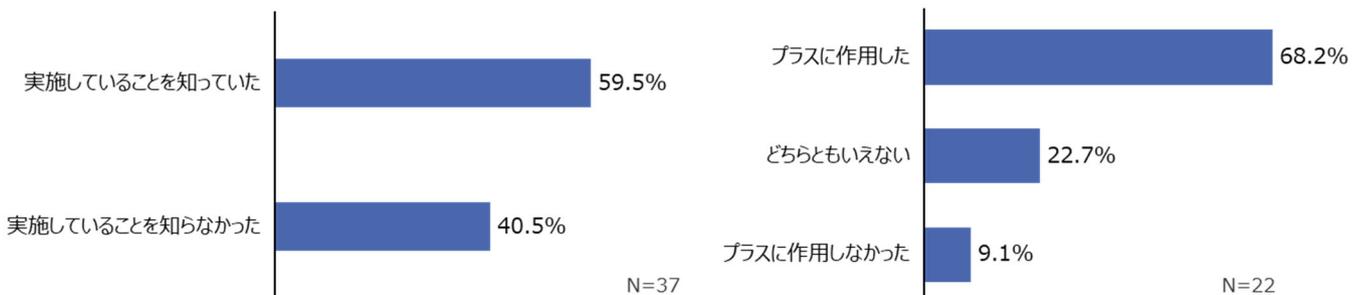
また、森のプログラム参加前の日常を0とした場合、森のプログラムを経験して感じられる変化として、ポジティブな評価が得られたものは、「リラックスしようとする意識」がもっとも高く、「とても向上した」、「向上した」の合計が62%、次いで「森林や環境保全への意識」が59%、「健康に対する意識」が54%という順になっている。

図表 3-7 森のプログラムを経験して感じられる変化



入社前に、社員研修において森のプログラムを行っていることを知っていた方は60%で、そのうち入社することを決める際に、社員研修において森のプログラムを行っていることがプラスに作用したと回答した方は68%だった。森のプログラムの実施が、入社を決めるうえで良い影響を与えていると考えられる。

図表 3-8 入社前の認知



② 研修担当者アンケート結果

研修担当者からは次のような回答があった。

- ・ 森のプログラム導入により、従業員の心や体の健康度はやや向上している。また、社内のコミュニケーションやチームワークもやや向上しており、同期間の絆や信頼関係が強化されている。従業員の自社事業や企業理念への理解もやや向上しており、森での活動が帰属意識を高めていると考えられる。こうしたことが、導入後の離職率が低下していることにつながっていると感じている。
- ・ 従業員の森林・環境保全への理解や意識もやや向上しており、森での活動を通じて植物や生物の生態を学んでいることがその背景にある。業務においても、モチベーションや生産性の向上が見られ、自分のストレスに気づき対処する方法を学んでいることが影響している。
- ・ 企業イメージや企業価値は向上しており、リクルート活動において森を使った研修が注目されている。研修制度を重視する学生が多く、当社のアピールポイントとして自信を持って伝えることができ、実際に研修制度に魅力を感じて入社を決めた人もいる。

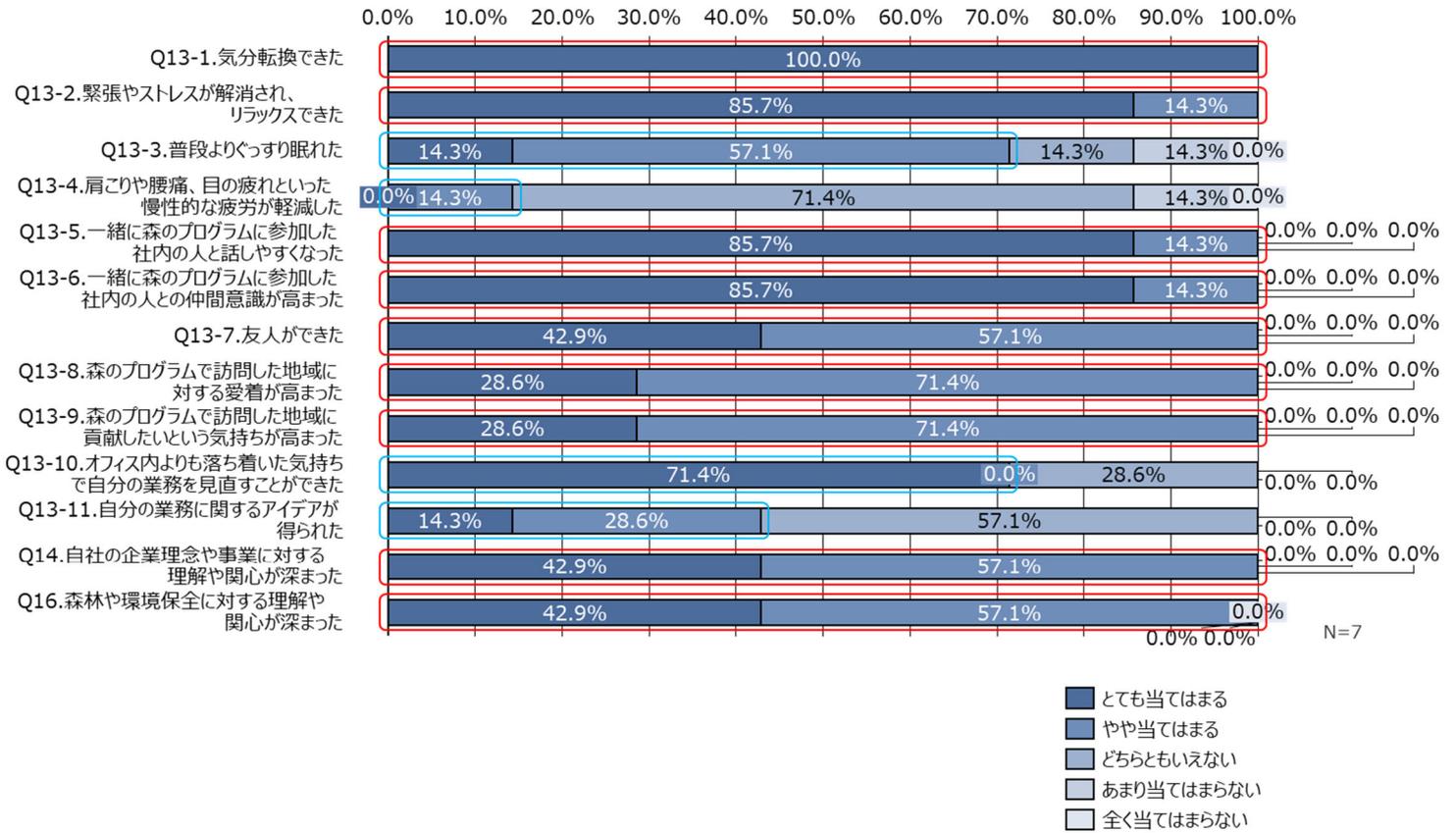
イ アルファテックス株式会社

アルファテックス株式会社は、チームビルディングや従業員の健康づくり、社会貢献への意識向上を目的として、社員研修等において森のプログラムを実施している。今回、今年度の中堅社員研修に参加した従業員（7名）及び研修担当者（1名）に協力をいただき、アンケートを実施した。

① 従業員アンケート結果

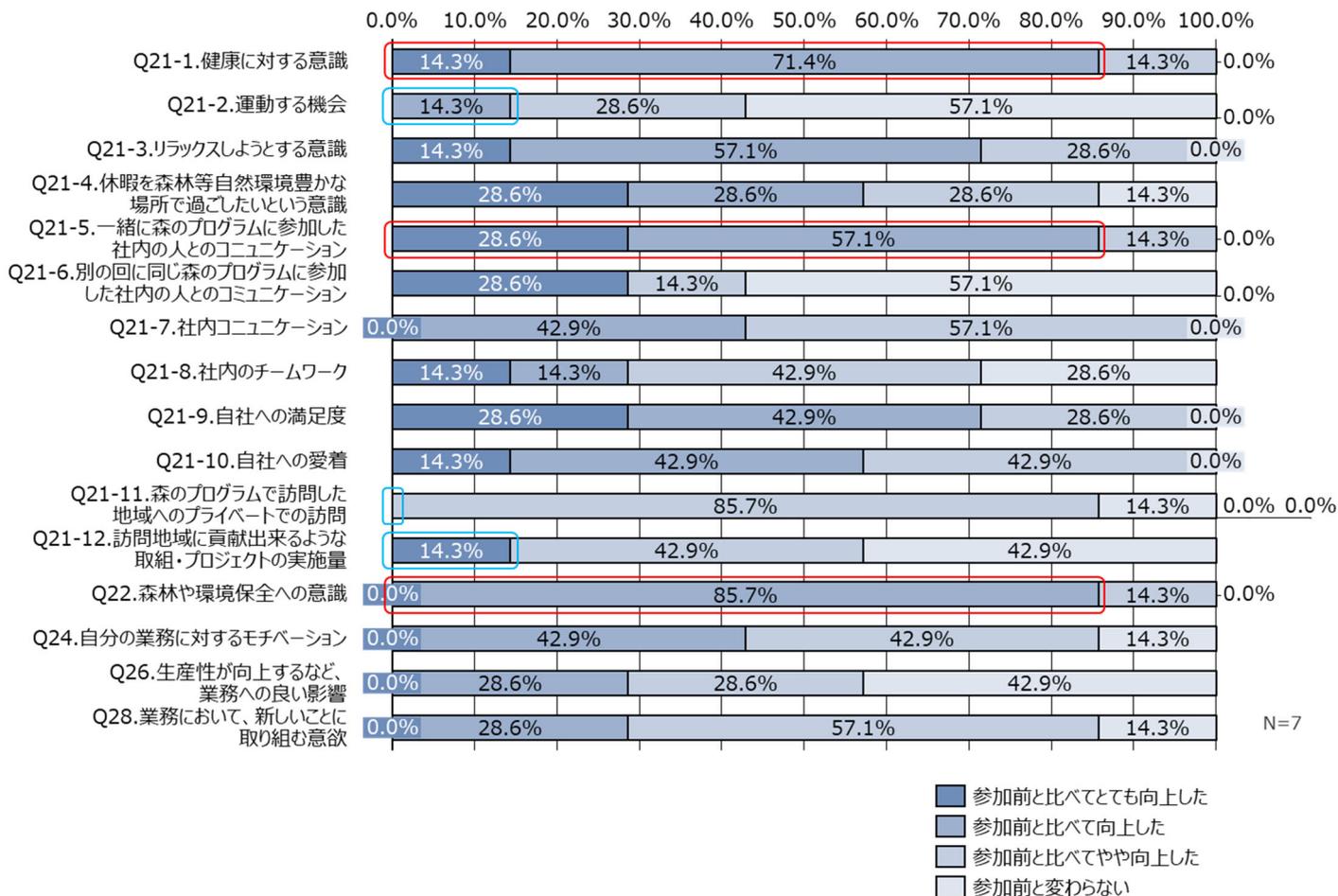
森のプログラムに参加しているときや参加直後に感じた効果として、「気分転換できた」、「緊張やストレスが解消され、リラックスできた」、「一緒に森のプログラムに参加した社内の人と話しやすくなった」、「一緒に森のプログラムに参加した社内の人との仲間意識が高まった」、「友人ができた」、「森のプログラムで訪問した地域に対する愛着が高まった」、「森のプログラムで訪問した地域に貢献したいという気持ちが高まった」、「自社の企業理念や事業に対する理解や関心が深まった」、「森林や環境保全に対する理解や関心が深まった」といった、全体設問の2/3を上回る計9つの項目について、「とても当てはまる」、「やや当てはまる」といったポジティブな評価が100%得られた。

図表 3-9 森のプログラムに参加しているときや参加直後に感じた効果



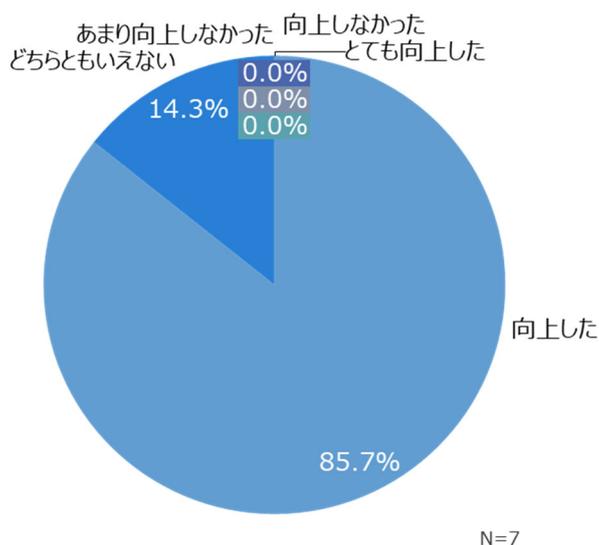
また、森のプログラム参加前の日常を0とした場合、森のプログラムを経験して感じられる変化として、「健康に対する意識」、「一緒に森のプログラムに参加した社内の人とのコミュニケーション」、「森林や環境保全への意識」の3項目が、回答者7名のうち全体の86%に相当する6名からポジティブな評価が得られた。

図表 3-10 森のプログラムを経験して感じられる変化



今回の森のプログラムに参加して、森のプログラム（森林セラピーや焚火など）を行ったことでグループワーク（根本的問題解決の話し合い）の質が向上したと感じるかの設問に対しては、全体の86%に相当する6名が「向上した」と回答した。森のプログラムにおける協働作業などを通じて、意見交換がしやすくなったと考えられる。

図表 3-11 森のプログラムを行ったことでグループワークの質の変化



② 研修担当者アンケート結果

研修担当者からは次のような回答があった。

- ・ 森のプログラム導入により、従業員の心や体の健康度や社内のコミュニケーション・チームワークがとても向上したと実感している。初対面の従業員同士が積極的に協力し合う姿が見られた。
- ・ 従業員の自社事業や企業理念への理解も大きく向上し、帰社後のアンケートでも、この活動趣旨が理解されたことが確認されている。業務に対する良い影響も顕著で、普段接点のない従業員同士がコミュニケーションを取るようになった。
- ・ 地域との交流の活性化は非常に向上し、地元企業やセラピストとの交流を通じて地方生活への関心が高まった。企業イメージや企業価値はやや向上しており、町や従業員に Win-Win な効果をもたらしたことが大きな価値とされている。

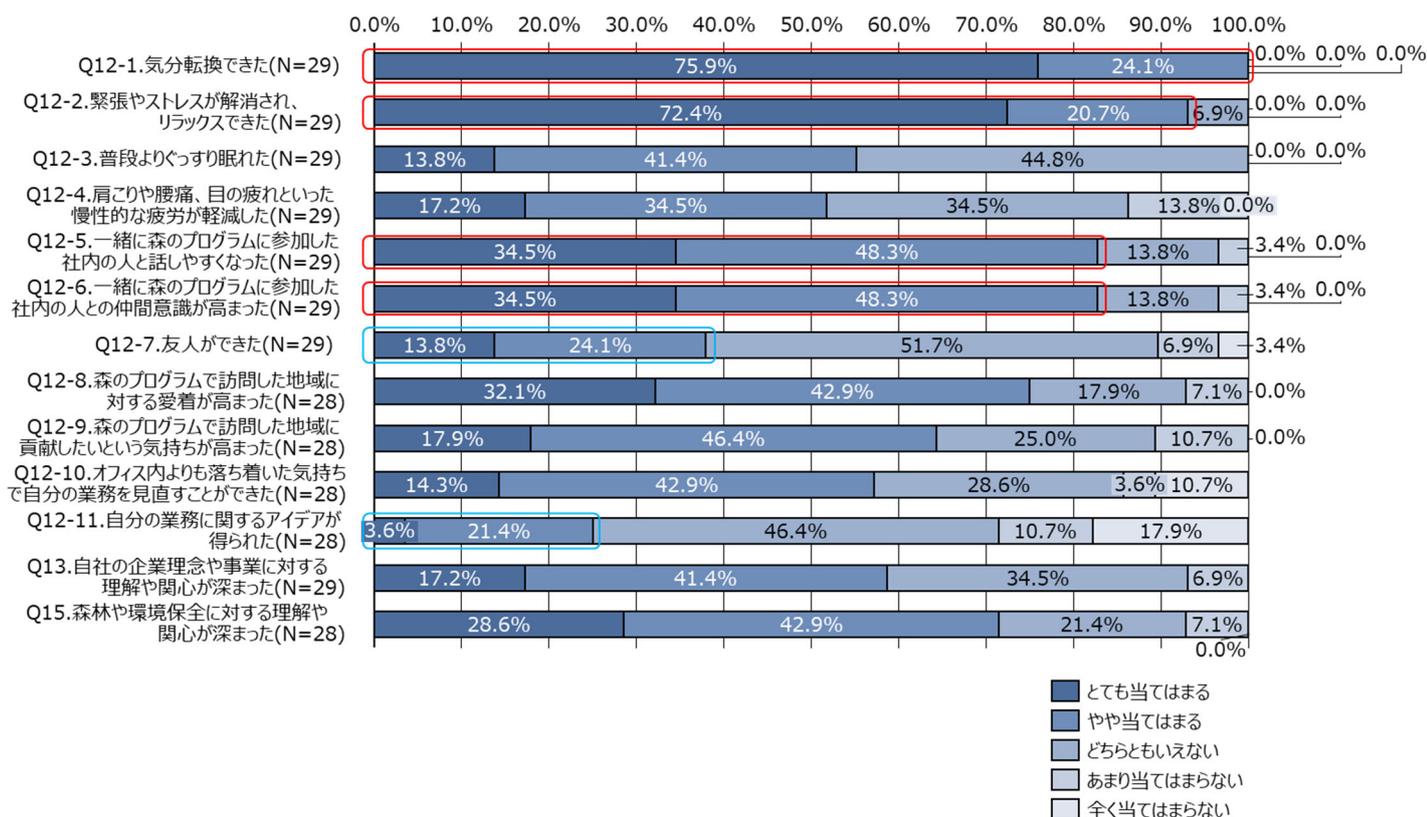
ウ 株式会社でん六

株式会社でん六は、従業員の健康づくり、地域との関係づくり、企業プロモーションを目的に、年2回、森のプログラムの主催イベントを実施している。今回、2024年10月のイベントに参加した従業員（29名）、同一般の方（7名）及びイベント担当者（2名）に協力をいただき、アンケートを実施した。

① 従業員アンケート結果

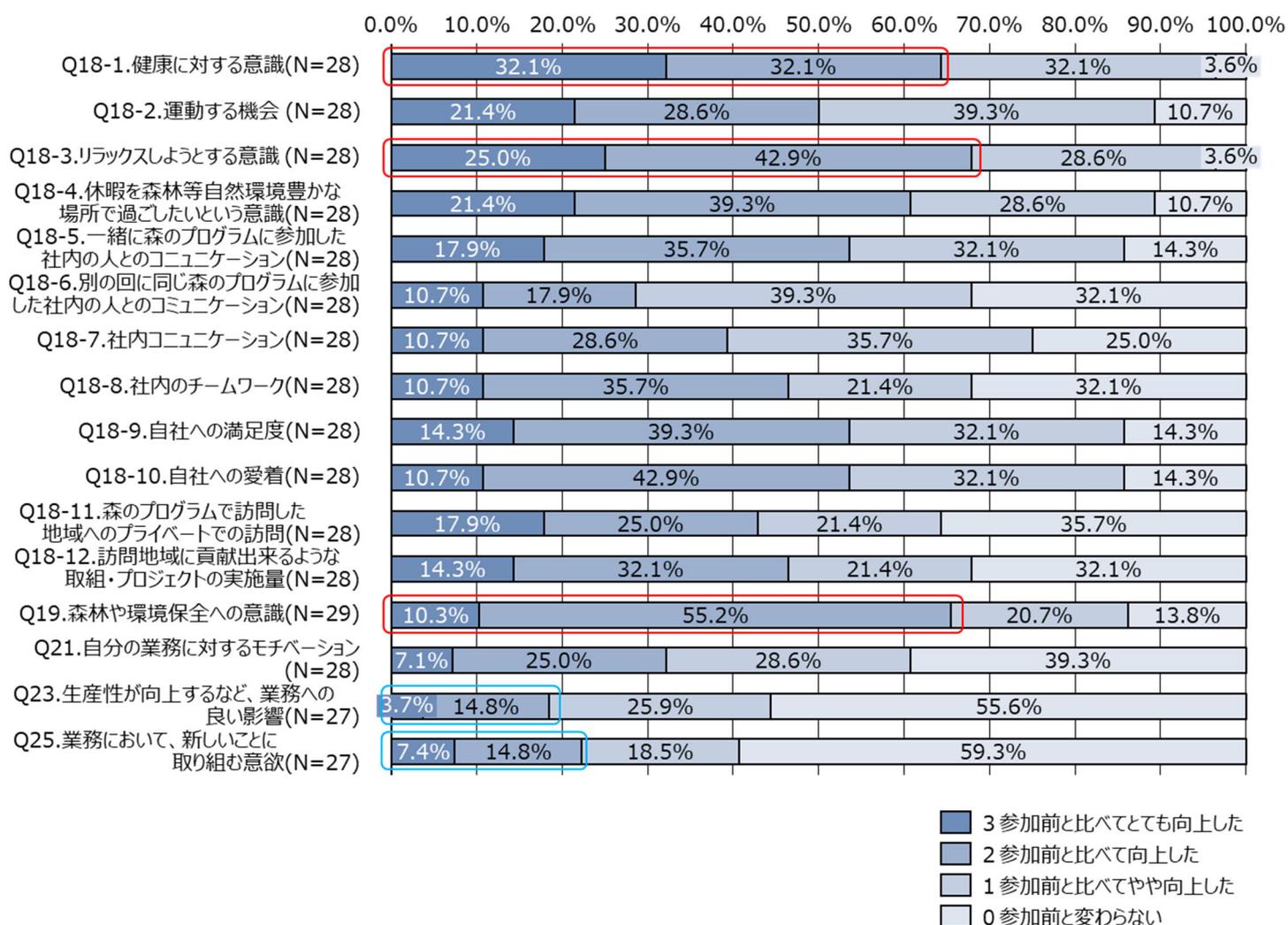
今回のプログラム参画において感じたこととして、「気分転換できた」について、「とても当てはまる」、「やや当てはまる」といったポジティブな評価がもっとも高く、100%であった。次に高い項目は、「緊張やストレスが解消され、リラックスできた」（92%）であり、「一緒に森のプログラムに参加した社内の人と話しやすくなった」、「一緒に森のプログラムに参加した社内の人との仲間意識が高まった」は同率の（83%）の順となっている。

図表 3-12 森のプログラムに参加しているときや参加直後に感じた効果



また、森のプログラム参加前の日常を0とした場合、森のプログラムを経験して感じられる変化として、ポジティブな評価が得られたものは、「リラックスしようとする意識」がもっとも高く、「とても向上した」、「向上した」の合計が68%、次いで「森林や環境保全への意識」が66%、「健康に対する意識」が64%という順になっている。

図表 3-13 森のプログラムを経験して感じられる変化

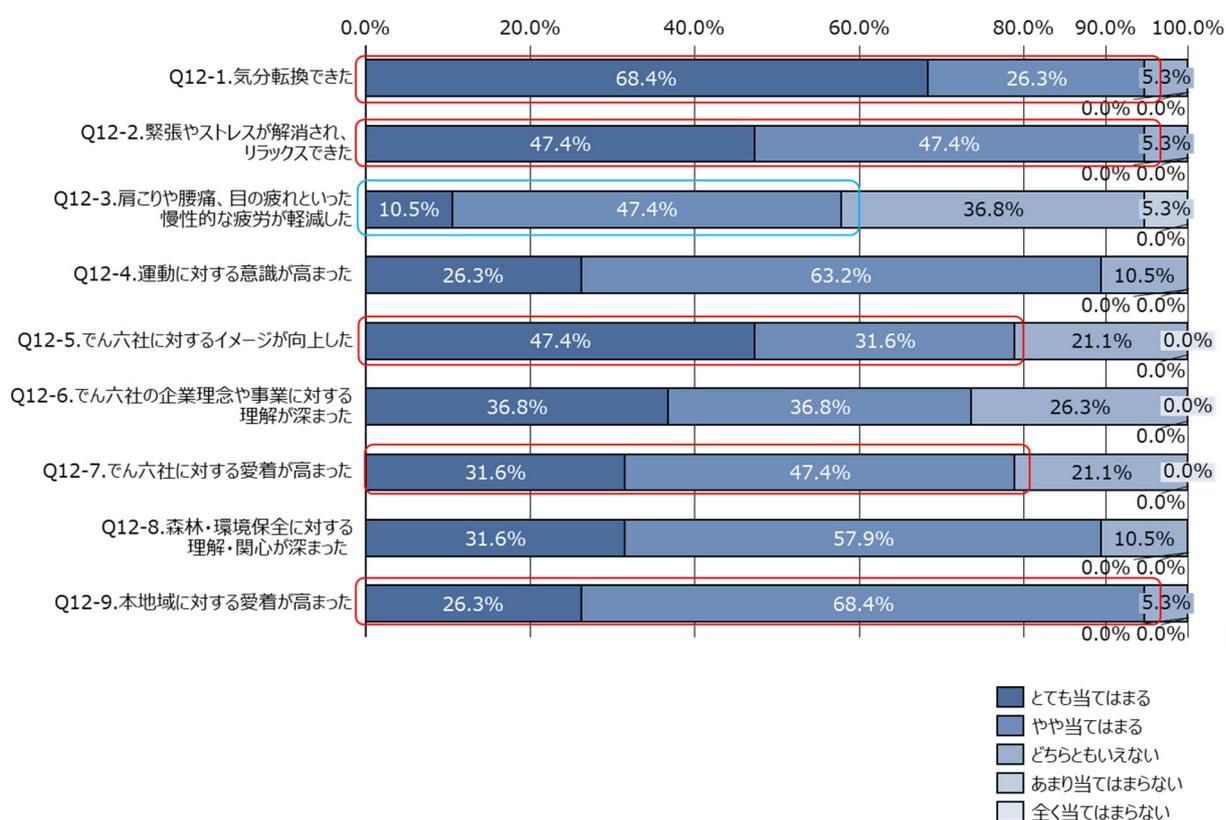


② 一般参加者アンケート結果

今回のプログラム参画において感じたこととして、「とても当てはまる」、「やや当てはまる」といったポジティブな評価が高かったものは「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」、「本地域に対する愛着が深まった」とする意見で、いずれも95%である。

また、でん六社に対するイメージの向上や、でん六社に対する愛着の向上においては、80%近くが宛はなると回答しており、本プログラムが企業ブランドの向上に寄与していることがうかがえた。

図表 3-14 森のプログラムに参加しているときや参加直後に感じた効果



③ イベント担当者アンケート結果

イベント担当者からは次のような回答があった。

- ・ プログラムを導入した結果、心身の健康度は「やや向上した」と感じている。特に、体組成計で自身の健康状態を知ることができたことや、森林浴による心理的なリフレッシュ効果が大きかった。
- ・ 社内のコミュニケーションやチームワークについても、スタッフ部門と製造職の従業員がこのプログラムを通じてざっくばらんに話せるようになったこともあり、やや向

上したと感じられている。

- ・ プログラムを通じて、自社の健康経営についての理解を深めることができた。
- ・ 業務への影響についても、プログラム参加後に「明日からまた頑張ろう」という前向きな気持ちが生まれ、モチベーションが向上していることが見られた。
- ・ 企業のイメージや企業価値についても「向上した」と感じられている。(プログラムという機会を活かして、)参加者に自社商品を配布したことが、企業イメージの向上につながったと思われる。

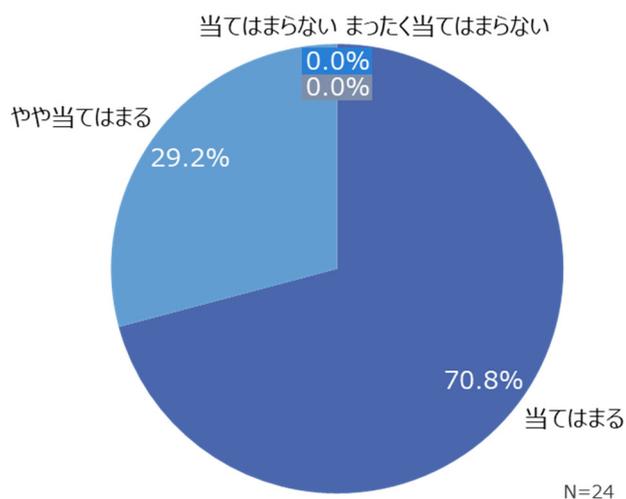
エ 株式会社オカムラ

株式会社オカムラは、自社事業・企業理念の理解向上、業務モチベーション向上を目的に社員研修として森のプログラムを実施している。今回、今年度の国産家具提案販売業務に関わるデザイナーや営業職対象の研修に参加した従業員（24名）及び研修担当者様（1名）に協力をいただき、アンケートを実施した。

① 従業員アンケート結果

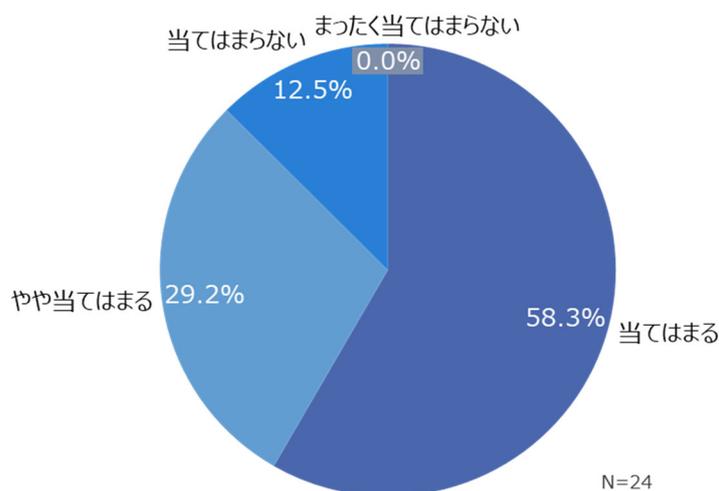
森のプログラムに参加することで、自社の取組に対する理解が深まったと回答した割合は、「当てはまる」・「やや当てはまる」を合わせて100%であった。

図表 3-15 森のプログラムに参加することで、自社の取組に対する理解の深度



森のプログラムに参加により、自身の業務に対するモチベーションが向上したと回答した割合は、「当てはまる」「やや当てはまる」を合わせて88%であった。

図表 3-15 森のプログラムに参加することで、自身の業務へのモチベーションの向上



④ 研修担当者アンケート結果

研修担当者からは次のような回答があった。

- ・ 従業員の自社事業や企業理念に対する理解は向上した。研修の実施を通じて自社の活動や取り組みを体感できたことが影響していると考えられる。また、森林・環境保全への理解や意識も向上したことが確認された。
- ・ 企業として地域との交流が活性化したと感じている。今後も継続的に研修を実施する予定なので、さらに地域との関係が強化されると期待している。

(4) 調査結果のとりまとめ

TDK ラムダ株式会社、アルファテックス株式会社及び株式会社でん六の各研修等に参加した従業員のアンケート結果 (N=73) から、森のプログラムによって得られた主な変化を分析すると、4つの項目で特徴を見ることができた。

① より予防的なウェルネスへの意識

森のプログラムを通じて、ストレス軽減や健康維持に対する意識が高まったという実感を得た回答が高かった。健康経営が重要視される中で、森のプログラムは従業員のメンタルヘルスやフィジカルヘルスの維持に貢献し、結果的に生産性の向上にもつ

なると期待できる。

② より広い視野や価値観を持つ人材の育成

「日常業務とは異なる環境に身を置くことで、新しい視点を得ることができた」という意見が多数見られた。このことから、森のプログラムでは、企業理念や事業に関連する学びが深まるだけでなく、異なる文化や地域社会との交流を通じて、多様な価値観を受け入れる力が養われることが考えられる。

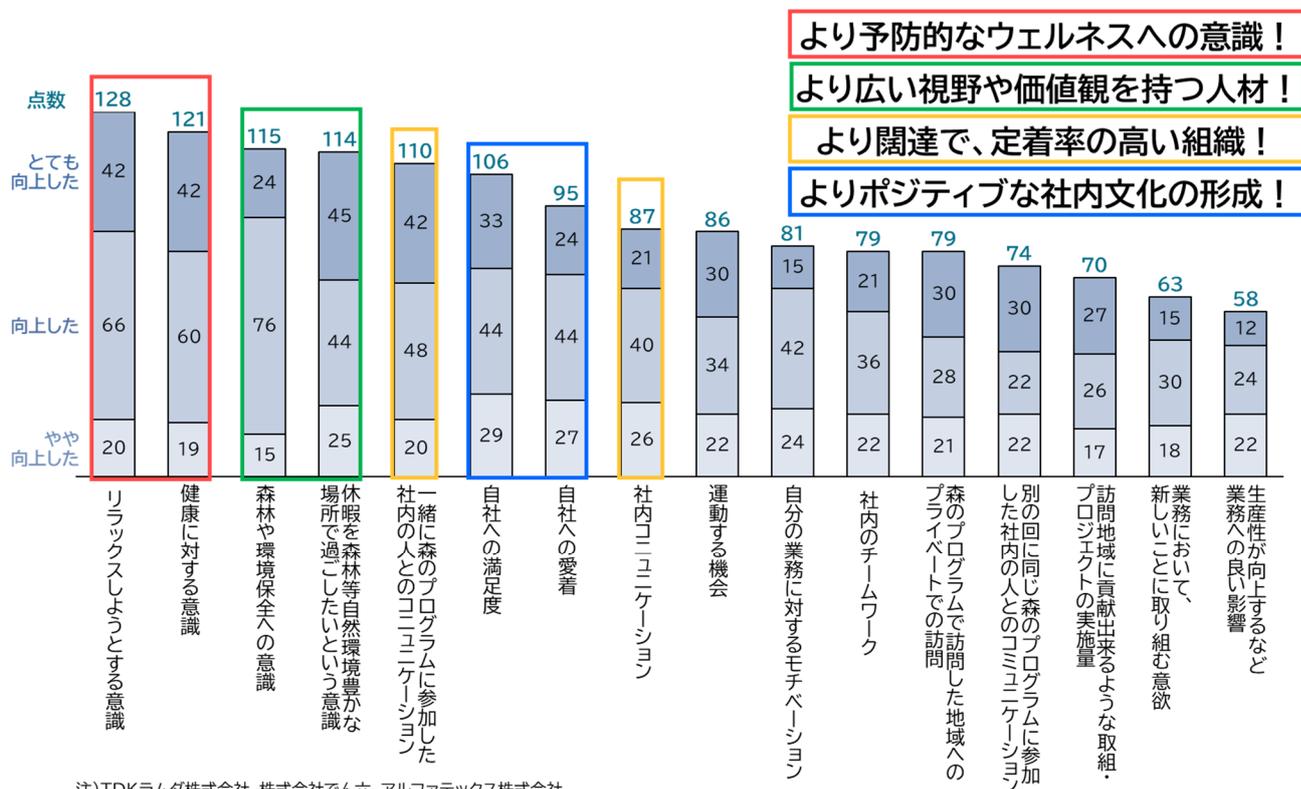
③ より関連で定借率の高い組織

コミュニケーションが活性化すると実感する回答が多く得られた。従業員が自由に意見を交換したり、自分の意見が尊重されたりする環境では、モチベーションが高まり、仕事に対する満足度が向上すると考えられる。これにより、従業員の離職率が低下し、長期的な人材の定着が期待できる。

④ よりポジティブな社内文化の形成

森のプログラムを企業が実施することは、企業が従業員の健康と福祉、および自然環境を重視していることを示す良い機会だと考えられる。こうしたポジティブな社内文化は、企業への愛着を増すことにつながり、持続可能な成長を実現することが期待できる。

図表 3-16 アンケート悔過のとりまとめ



注)TDKラムダ株式会社、株式会社でん六、アルファテックス株式会社の各研修に参加した従業員のアンケート調査結果(N=73)

第3章 優良事例の収集・分析

1. 事例収集

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

2. 調査結果

優良事例9社の概要を以下に示す。なお、主な目的・効果の分類は以下の通り。

A：社員のメンタルヘルス・健康づくり

B：チームビルディング・社内コミュニケーション強化

C：経営・プロジェクトに新たな視点をもたらす

D：自社事業・企業理念に対する理解向上

E：環境教育

F：能力向上・内省

G：地域貢献・社会活動

H：地域との関係づくり

I：福利厚生

図表 3-1 調査結果

- A：心と体の健康づくり
- B：チームビルディング・社内コミュニケーション強化
- C：経営・プロジェクトに新たな視点をもたらす
- D：自社事業・企業理念に対する理解向上
- E：環境教育
- F：能力向上・内省
- G：地域貢献・社会貢献
- H：地域との関係づくり
- I：福利厚生

①業種 ②企業所在地 ③実施地域	特徴	主な目的・効果 (◎：当初目的、○：副次効果)								
		A	B	C	D	E	F	G	H	I
①銀行業 ②東京都 千代田区 ③神奈川県 伊勢原市	自社の森でのを行っている、小学生向けの森のプログラムを、従業員用にもアレンジをして、取り組みを始めつつある。環境意識の向上や社員のエンゲージメントを高めることを目的としており、CO2 排出ゼロを目指す活動の一環として位置づけられている。			○	○	◎				
①製造業 ②愛知県 岡崎市 ② 愛 知県 岡崎 市	もともと工場内にあったビオトープの再生を進めいたところ、森林体験プログラムの紹介をもらい参加。森林学習プログラムを通じて、岡崎市の森林の現状を学び、地域密着型の活動をするようになった。今後、経営層や他の従業員にも参加してもらいたいと考えている。				○	◎			○	
①保険業 ②東京都 千代田区 ③ 高 知県 安芸 市	企業のプロジェクトとして、従業員も参加し、間伐や植樹などの森林保全活動を行っている。森林の健康を保つことで、水源の保護や生物多様性に貢献をしている。今後の取り組みとして、新たな社屋					◎		○		

	の建て替えにおいて国産木材の活用を進めている								
①食品業 ②東京都 新宿区 ③三重県 鈴鹿市	自社の森で持続可能な森林管理を行い、生態系の保全とCO ₂ の吸収促進を図っている。植林や森林保全を通じてCO ₂ の吸収量を増やし、カーボンニュートラルの実現に貢献している。最近ではレクリエーション要素も取り入れ、福利厚生や心身の健康づくりといった副次的な効果も生まれている	○			◎		○		
①不動産業 ②東京都 新宿区 ③東京都 奥多摩町	環境保全と都市共生を目指すべく、森林保全活動と木材の積極的な利用に取り組んでいる。また、定期的に、従業員に加え、地域住民や他社、学校も参加する形で植樹イベントを実施し、森林の再生に貢献している。				◎			◎	
①製造業 ②愛知県 岡崎市 ③愛知県 岡崎市	地元の製材所と協力して、地域の間伐材を使用した梱包資材を導入。また近年、地域商社のサポートを受け、社員教育として森林研修を実施し、環境意識の向上の取り組みを始めた。			○	○	◎		◎	
①卸売業・ 小売業 ②東京都港 区 ③岐阜県恵 那市	日本全国の支社が中心となり、森林保全や下草刈りを行っている。これらはESG投資への対応として実施され、循環型社会の実現や脱炭素を社内の重点目標としている。取り組みは木材関連団体と共同で行う。					◎		○	
①小売業 ②愛知県 岡崎市 ③愛知県 設楽町	耕作放棄地を活用した植樹活動や間伐等の森林保全活動を行っている。身近に森林保全に携わることができる場所を作ることで、従業員や地域住民に対する環境教育を提供している。		○			◎		○	
①財団法人 ②東京都 千代田区 ③日本全国	自社の森のプロジェクトとして、地域住民やNPO、行政と連携し長期的な計画を立て、地域に愛される豊かな自然を次世代に繋げる森づくりに産官学連携で取り					◎		○	

<p>組んでいる。日本全国 30 か所で取り組みを行っており、その地域の自然環境やニーズに合わせた形で従業員が参加した取組を展開している。</p>									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3. 優良事例のまとめ

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

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

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

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

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

従業員の参加を促進するため、各企業が様々な取り組みを行っていた。社内報や SNS での情報発信、新入社員研修への組み込み、交通費補助などのインセンティブの付与、家族参加の推奨、経営層の参加によるトップダウンの推進などが主な施策として挙げられ

ている。これらの取り組みにより、従業員の参加意欲を高め、活動の活性化を図っている。これらの促進策は、単独ではなく複合的に実施することで、より大きな効果が期待できる。定期的に参加状況や従業員のアンケート等を分析し、促進策の効果を検証・改善していくことで、より効果的な参加促進が可能になると考えられる。

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

4. 普及冊子の作成

(1) 作成の目的

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

(2) 内容

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

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

図表 4-1 普及冊子内容



p1 目次

p2 はじめに

p3 森のプログラムとは

p4 森のプログラムの活用意義

p5-6 森のプログラムの効果

p7-12 企業における森のプログラム活用事例

<p>1</p> <p>癒しと協働作業のプログラムで 同期社員との絆の醸成と心の健康づくり</p> <p>p7-8 TDK ラムダ株式会社</p>	<p>2</p> <p>森でのウォーキングイベントで 社員の健康づくりと地域との関係づくり 企業プロモーションも</p> <p>p9-10 株式会社でん六</p>
<p>3</p> <p>林業や国産材利用意義について学ぶプログラムで 自社事業や企業理念の理解向上、業務へのモチベーションも向上</p> <p>p11 株式会社オカムラ</p>	<p>4</p> <p>癒やしと交流のプログラムで チームビルディングと心と体の健康づくり 社会貢献への意識向上</p> <p>p12 アルファテックス株式会社</p>

p13 森林サービス産業推進地域

p14 日本の森林、森林・林業とSDGsの関係

参考文献 森のプログラム活用Q&A / お問合わせ先

企業 × 森のプログラム

～ 人的資本経営への活用 ～



Introduction はじめに

日本は、先進国でありながら、国土の7割が森林を占める世界有数の森林国です。この森林は、人をリラックスさせたり、ストレスを軽減させたり、人と人の心を近づけたり、発想の源になったりと様々な“力”をもたらしています。日本で生まれた「森林浴」の言葉は、海を渡り、海外でも「Shinrin-Yoku」や「Forest Bathing」の名で親しまれています。

林野庁が推進する「森林サービス産業」は、この豊かな森林を活用し、健康・観光・教育等の様々な分野の体験プログラム（森のプログラム）を提供することによって、人々の健康や心の豊かさへの貢献とあわせて、山村地域に新しい雇用の創出と所得の機会を生み出し、地域活性化に寄与することを目的としています。

山村地域が提供する森のプログラムは、企業における様々な課題や関心事項に対応するとともに、企業活動に持続可能性が求められ、自然資本に対する取組が重要視される中、企業の経営課題の解決、ブランディング、社会的評価の向上等に役立つものです。

この冊子は、企業における森のプログラムの活用意義や活用事例を紹介しています。より多くの企業の皆様に、森のプログラムを活用いただけることを期待しています。

林野庁 森林整備部 森林利用課 山村振興・緑化推進室

What is the Forest Program? 森のプログラムとは

「森のプログラム」とは、山村地域において、豊かな森林空間を活用して提供される体験プログラムです。企業の人的資本経営に役立つ様々なプログラムが提供されています。

癒しや運動のプログラム例

- 森林セラピー
森を楽しみながら心と体の健康維持・増進や病気の予防を行うことを目指す、科学的な根拠に基づいた森林浴。
※「森林セラピー」は特定非営利法人森林セラビーズサステイの登録商標。
- 日本型アウトドア健康ウォーキング
ドイツのアウトドア（健康地・健康保養地）で活用されている「気候性地形療法」（野山を活用する運動療法）の手法を用い、日本の風土等に合わせたウォーキングプログラム。
※「アウトドア」は株式会社日本アウトドア研究所の登録商標。

協働作業・人材育成のプログラム例

- 森林整備体験
植林、下刈、歩道整備、獣害防護柵の設置等の森林の手入れを体験することで、森や林業に対する関心・理解を深めたり、森林機能の維持・向上に貢献するプログラム。
- 環境教育
森林の公益的機能、人間と自然とのつながり、木材利用の意義等について理解を深め、環境問題や自社の環境保全の取組等に対する興味関心を高めるプログラム。

アクティビティや語らいのプログラム例

- 森でのアクティビティ
リフレッシュに加えて、自然と会話ができるバリアを下げたコミュニケーションを活性化させる森の中でのマウンテンバイク、アスレチック、ゲームなどのアクティビティ。
- 焚き火
精神的な安定や心の解放につながると思われる焚き火を囲み、自身のよりかえりや仲間と語らうとすることで、内省や関係性の強化を図るプログラム。



Effects of the Forest Program 森のプログラムの効果

現代の企業では、人材確保や組織活性化、イノベーションの創出や新規事業開発など、多岐にわたる課題を抱えています。とくに優秀な人材の確保と離職防止が欠かせないにもかかわらず、外部環境として求人情報の高止まりが続き、状況は一段と深刻化しています。こうした現状を打開するには、初任給の引き上げなどの短期的な対策に頼るだけでなく、全社員のウェルビーイングを戦略的に高める長期的視点が不可欠です。

森のプログラムを継続的に導入することで、非日常の自然環境で培われる組織の結束や新しいアイデアの創出、自社理念や事業への理解が深まる効果が期待できます。さらに、これらの効果を定量的・定性的両面で測定し、投資対効果として経営層が把握・評価できるようにすれば、企業の持続的成長を支える重要な施策として位置づけられるでしょう。詳しくは以下の解説をご覧ください。

特定非営利活動法人 Nature Service 共同代表理事 赤堀哲也

チームビルディング・コミュニケーションの活性化

森林の中での活動は、必然的に協働作業となること、自然と会話が生まれること、社内共通の話題となることから、役割や世代、所属部署を超えたコミュニケーションの活性化や信頼関係の構築が期待できる。

また、Wiessner の研究によると、焚火を囲んだ夜の会話は、想像力を喚起し、緊張を和らげる効果があった。火の光は人々の絆を深め、心を開放させ、抑制を解くこと、表情が火の揺らめきで和らぎ、自己と他者への意識が低下することで、より親密で開放的な対話生まれやすくなり、心を開きやすくと考えられる。

【引用】
Embers of society: Firelight talks among the Juu' 'Naanil Bushmen.
Polly Wiessner, Proceedings of the National Academy of Sciences, 2014



経営に新しい視点、創造力の向上

森林の中に身を置き、非日常の体験を行うことで、会議室の中では出なかった新しい視点、アイデアを生み出すことが期待される。

スタンフォード大学の研究では、歩くことが創造的思考を向上させることが示され、特に屋外での歩行が最も効果的で、参加者の創造性テストスコアが21%向上、アイデア生成が約60%増加した。自然環境での散歩は、注意力の回復や「やむを得ない創造」状態を通じて、より斬新で質の高いアイデアの創出を促進することが明らかになった。

【引用】
Give Your Ideas Some Legs: The Positive Effect of Walking on
Creative Thinking. Marily Oppenheimer & Daniel L. Schwartz, Journal
of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition, 2014



企業理念・自社事業への理解浸透

企業活動に持続可能性が求められる中、自然資本に対する取組が重視される中、カーボンニュートラルや生物多様性に貢献するため、森林の健全性の維持・向上に寄与する取組を行う企業が増えている。

こうした企業では、森林整備体験や森林資源の循環利用等について学ぶ森のプログラムを通じて、社員の自社の企業理念や事業への理解を深めることができる。



エンゲージメントの向上・人材の確保

森のプログラムにより、心身の回復につながるとともに、チームビルディング等を通じて社員のモチベーションが向上することから、自社への愛着を高める手段としても期待できる。採用時にも「社員を大切にしている企業」であることを示す PR ポイントにすることが可能。離職率の低減は、教育費や退職金といった離職コストの抑制、心の健康の改善により、急な休職・離職の予防につながる。



KPI の設定について

企業が森のプログラムを導入する際、離職率やモチベーションアンケート、アイデア提案数などを中長期的な視点で KPI に設定すると、効果を可視化できる。定期的な測定により効果的施策を継続的に評価し、PDCAサイクルを回すことで組織力や業績の向上につながる。さらに、社員のウェルビーイングも定量的両面で把握できるため、施策の改善や経営判断に役立つデータが大きなメリットとなる。

【例】モチベーションアンケート
匿名で「今の仕事への意欲」「チームへの貢献意欲」「会社の未来への期待感」などを5段階評価のアンケートを用いて定期的に実施する。



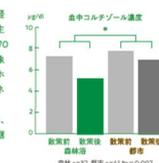
森 在籍 IT/ソフトウェア開発センター
森のプログラムによって心のケアを取り入れることで、社員のディスカッションがより活発なもの。

心と体の健康づくり

森林環境で過ごすことで、①ストレス軽減、②自律神経の調整、③粘膜炎機能の向上、④身体活動量の増加に生理学的な効果があると証明されている。例えば、40〜70歳の健康な男性 84 名（うち、解析対象者 78 名）を対象にしたランダム化比較試験では、森林浴後にストレスホルモン（コルチゾール）が有意に減少し、ストレスマネジメント効果が高いことが確認された（グラフ）。

これらの効果を活用することで、従業員の健康維持、ストレス対策につながる。企業の生産性向上や業務継続性の確保に貢献する。

国立病院機構横浜医療センター 形成外科科長 再生医療研究推進部長 藤原保雄 監修 監修 藤原 博子



【グラフ引用元】 Ochiai, H. et al. Sci Rep. 2025 Jan 25;15(1):3272.



活用事例 01 癒やしと協働作業のプログラムで同期社員の絆の醸成と心の健康づくり

TDK 株式会社（製造業 本社所在地：東京都中央区）

【導入の背景】社有林の有効活用を検討している中で、2007 年に長野県信濃町と「森林の里親協定」を締結した。信濃町が森林セラピーに取り組んでいることを知り、翌年春から、それまで本社で開催していた新入社員研修を信濃町での開催に切り替え、森林セラピー等のプログラムを取り入れた。

【実施目的・内容】同期社員の絆の醸成や心の健康づくりを目的に、業務に関する座学に加えて、森林セラピー、森林整備作業、間伐材を使ったオブジェ作り等の森林内での協働作業など、多様なプログラムを導入。座学だけでなく森のプログラムを一緒に行うことで、同期社員同士の関係性が深まることを実感し、2 年次研修、3 年次研修、6 年次研修、エルダークラスでも森のプログラムを実施している。

研修における森のプログラム例

（2024 年 2 年次研修）

- ・森林セラピー
- ・焚き火を囲んで語り（1 年間の自分自身の振り返り）
- ・森林整備作業（歩道の整備、枯死木の整備）
- ・2 泊 3 日の研修で、1 日目及び 2 日目はホテルの会議室で座学を実施し、最終日に森のプログラムを実施。



森のプログラム効果 - 森のプログラム参加者へのアンケート結果 -

参加者の 8割が参加者同士の仲良し度が高まったと回答した。また、ほとんどの参加者が気分転換やリラックスが出来たと回答している。



注）2024 年度 CTDK グループが実施した新入社員研修等での森のプログラムに参加した社員を対象としたアンケート調査結果（N=37）



社員の声

新入社員の方は緊張してストレスも感じていましたが、自然の中でリラックスできたり、同期と一緒に森のプログラムを体験したことで、お互いに緊張せず打ち解けあうことができたように感じます。入社後半年たったタイミングでの研修は、森のプログラムに参加している中でリラックスすることができ、同期同士でお互いの仕事の大家さを共有し、また頑張ろうと励ましあう機会になりました。



企業担当者声

活動の場としての社有林は、「自分たちの森」という意識が根付いているようです。活動を通して、相談できる雰囲気、支え合える関係が築かれ、結果的に早期退職者の割合が減少しました。また、採用活動時に、森のプログラムを話すことで、関心を持たれることも増えました。（人事 人材グループ）

	研修中研修 (05-07年)	山荘研修 (08-21年)
新卒採用者	43人	194人
3年以内退職者 (離職率)	5%	7%



新入社員研修の声

新入社員研修では、ものづくり体験プログラムが重要な役割を果たしています。「ものづくりの会社なので同期メンバーみんなで何かを作る体験をしてみたい」という企業からの要望に応じ、オブジェ作りなどを通じてチームワークやコミュニケーションの重要性を学ぶ機会を提供しています。また、森林セラピーを提供する際には、同じ森林メディカルトレーナーが継続して担当することによって、社員の方が相談などをしやすい関係が築いています。（しなの町 Woods-Life Community）





活用事例 02 森でのウォーキングイベントで社員の健康づくりと地域との関係づくり、企業プロモーションも

株式会社でん六（菓子製造業 本社所在地：山形県山形市）

【導入の背景】社員向けのウォーキングイベントを開催していたところ、同社の工場が所在し、クアオルトのまちづくりを推進する山形県山形市からの働きかけにより、2012年から同市内でのクアオルト健康ウォーキングを自社イベントに導入、山形市と「クアオルトかみのやま 健康経営相互応援協定」も締結している。

【実施目的・内容】社員が参加しやすい健康増進プログラムとして、山形市やクアオルトのガイドを行う「蔵王テラポイト協会」の協力を得て、クアオルト健康ウォーキングのイベントを年2回開催している。社員やその家族だけでなく、地域の方も対象とすることで、地域との関係づくりや企業プロモーションの機会にもなっている。

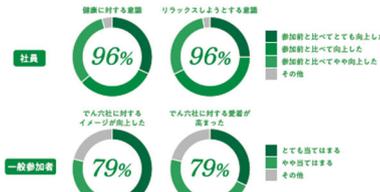
- ・心筋症等対策
- ・歩合式、ガイドによる案内
- ・登山コースでのクアオルト健康ウォーキング
- ・でん六社員協議会
- ・クアオルト丹波等配布

イベントにおける森のプログラム例

(2024年10月開催)

森のプログラム効果 - 森のプログラム参加者へのアンケート結果 -

参加した社員のほとんどが、健康やリラックスしようとする意識が向上したと回答しており、「無理なく運動不足の解消ができる」「森の中でフレッシュできる」といった理由が多かった。また、一般参加者の約8割がでん六社へのイメージや愛着が高まったと回答している。



- ・気分転換ができて最高でした。・企業主催のプログラムで、頑張っているんだなと感じました。・地元企業を応援したい。

社員が自分の体に向き合うようになり、健康経営に対する理解も向上したと感じています。また、社内のスタッフ部門と製造業の方がぎっくばらんに話ができるようになりました。地域の方に参加していただくことで、企業のイメージアップにもつながっていると考えます。このイベントを開催していることにより、健康経営優良法人の認定申請時に、認定基準「コミュニケーションの促進に向けた取り組み」「運動の機会に向けた取り組み」にチェックをいれることができている。

13年間継続しただけ参加者数も1,000人を超える本市に定着したイベントです。森林空間を活用したクアオルト健康ウォーキングは、市民の健康増進と交流人口拡大の土台となる、美しい風景づくり（環境保全）につながっています。（山形県山形市）



活用事例 03 林業や国産材利用意義について学ぶプログラムで自社事業や企業理念の理解向上、業務へのモチベーションも向上

株式会社オカムラ（製造・販売業、物流業 本社：神奈川県横浜市）

【導入の背景】生物多様性と自然共生に向けた活動を2010年からスタートし、2011年にACORN活動として足見、生物多様性の意義を学ぶ研修として長野県黒川にあるアファンの森での研修を実施している。

【実施目的・内容】生物多様性の保全と人工林の健全な成長を促進し、2023年から東京都檜原村の林業事業体の協力を得て、国産材の産地観光客に携わるデザイナーや営業職を対象として、生物多様性保全と人工林の関わり、人工林保全をサステナブルにしていくための課題を学ぶ研修を実施している。

- 【目的】
 - ・事業オンライン研修（自社及び林業事業者の取組について）
 - ・木工加工の体験の研修
 - ・林業のおもしろ美観での木工製品の観察
- 【当日】
 - ・人工林の視察（林業の現状、自社製品の結びつき等）
 - ・スツール制作ワークショップ
 - ・木工加工の体験の研修

研修における森のプログラム例

2024年ACORN社員研修（国産材活用意識）



活用事例 04 癒やしと交流のプログラムでチームビルディングと心と体の健康づくり、社会貢献への意識向上

アルファテックス株式会社（IT業 本社：東京都品川区）

【導入の背景】業務上、社員間の交流の少なさを終日のデスクワークといった課題があり、社員の交流と健康増進を検討していたところ、豊かな自然を活用したセラピープログラムを提供している小海町と出会い、社員研修として森のプログラムを導入している。

【実施目的・内容】仲間意識の醸成、心と体の健康づくり、人間力・社会力の研習を目的として、森林の中で五感を開くセラピーワーク等のプログラムや、焚き火を囲んだ仲間との交流、町職員とのディスカッションを実施。近年は、音楽祭の開催やワインづくりなど、町の地域活性化に向けた取り組みに対して積極的に協力している。

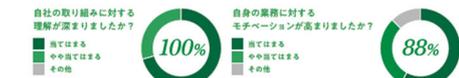
- 【目的】
 - ・森林セラピー
 - ・焚き火セラピー
 - ・ワークショップ
- 【当日】
 - ・紅ウーワーク
 - ・ワークショップ

研修における森のプログラム例

2024年中層社員研修

森のプログラム効果 - 森のプログラム参加者へのアンケート結果 -

参加者全員が、森林や環境保全や自社の取組に対する理解が深まったと回答。また、約9割が、業務に対するモチベーションが向上したと回答している。



生徒がきもちとあって森を歩いていくことが大歓迎されました。/木の新品種開発を積極的に導入しています。/国産材使用の必要性をアピールするに実際に体験することができました。/今後、木材の役割や木材を選択することによる自然への影響など、包括的に説明して授業ができると思っています。

購入にあたり、パートナーの場所を慎重に選択したことによって、実際に運抵した内容のプログラムを実施することができました。国産材活用の意義や木材の魅力、自社ビジネスとの関わりに対する理解が深まり、産地材を用いた建築等の業務に活かすことができている。（環境マネジメント室）

森のプログラム効果 - 森のプログラム参加者へのアンケート結果 -

参加者全員が、気分転換できた、一緒にプログラムに参加した社員と話しやすくなった、訪問した地域に貢献したい気持ちが高まったと回答している。



自然の中を歩きながら話すことでリラックスして交流を深めることができました。会議室で話を合わせての会議ではできないような話がたくさん出てくるのが嬉しかったと感じています。/リフレッシュでき、以降も時間も経たずに終わっている感覚が長く冷静に取り組みしています。/仲間意識の醸成、人間力の研習、コアビュウの理解など、気づきがあり参加できて良かったと感じました。

セラピープログラムだけでなく、町のイベントに参加することで地域への関心を高めることができたり、ワークショップを通して他部門の業務に対しての関心を高めることもできました。従業員が研修仲間として、活発にコミュニケーションを取ったり、協力して研修全体の企画・実行などを進めたいと思います。（リレーショングループ）

森林サービス産業推進地域

林野庁では、(公社)国土緑化推進機構とともに、地方自治体と民間企業・団体などが連携して、森のプログラムの提供等に取り組む地域を「森林サービス産業推進地域」として登録し、各推進地域の特徴やアクセス、提供プログラム、近隣の利用可能な施設、問合せ先等の情報をとりまとめて公表しています。推進地域や提供プログラムについて、最新の情報を林野庁ホームページに掲載しています。

林野庁 森林サービス産業推進地域 検索

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



企業における森のプログラム活用事例

企業における森のプログラムの活用事例については、林野庁ホームページに、本冊子掲載事例以外にも多く掲載しています。多様な分野の企業での森のプログラムの活用について、導入の経緯や決め手、取組内容やその効果、参加社員や企業担当者の生の声などを紹介しており、新たに活用を検討されるにあたって参考にしていただける資料です。

林野庁 森のプログラム活用事例 検索

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



森林の循環利用とSDGsの関係

森林は、地球温暖化防止や生物多様性の保全、災害防止、水源涵養等の機能を持ち、SDGsとも深い関係があります。また、森林がもつ癒やしやリフレッシュ等の効果は、私たちの well-being につながります。

森林がもつこうした価値は、企業活動に持続可能性が求められ、自然資本に対する取組が重要視される中、企業の経営課題の解決、ブランディング、社会的評価の向上等に役立つものとなっています。

※ SDGsとは、「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)」のことであり、社会が抱える問題を解決し、世界全体で2030年を目指して明るい未来を作るための17のゴールと169のターゲットで構成されている。

森林空間の利用



日本の森林

我が国の森林面積は国土の3分の2に当たる約2,500万haであり、世界有数の森林国。南北に長く標高差も大きいこと、暮らしや営みと森が密接に関わってきたことから、多様な森林が広がっています。「森林浴」は、日本発祥で、海外にも広がっています。

国土面積の内訳



資料：国土庁調査「令和6年度国土白書」(国土面積は令和2年の数値)
注1：農地の一部は、国営森林に属する。
注2：林野庁「森林資源の現状」とは森林資源の調査手法及び時点が異なる。

世界との比較

順位	国	森林面積	森林率
1	フィンランド	22,409	73.7
2	スウェーデン	27,980	68.7
3	日本	24,935	68.4
4	韓国	6,287	64.5
5	スロベニア	1,238	61.5

資料：FAO「世界森林資源評価2020」を元に林野庁作成。
森林面積の単位は千ha、森林率は%。

地域や標高、人の関わりに応じて多様な森林が存在



5. ウェブサイト掲載用普及動画の作成

(1) 作成の目的

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

(2) 内容

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

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

図表 5-1 普及動画内容







第4章 フォーラムの開催及びホームページに掲載する情報の作成

1. フォーラムの開催

(1) 開催目的

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

(2) 開催概要

開催概要は以下の通り。

図表 4-1 開催概要

日時	2025年2月7日(金) 13~17時
場所	木材会館(東京都江東区新木場1-18-8)
参加費	無料
定員	会場100名、オンライン200名
参加対象者	<ul style="list-style-type: none"> ①森林でのプログラム等の活用に関心がある企業等 ②森林サービス産業推進地域・森林サービス産業推進地域の関係者 ③森林サービス産業推進地域と、その利用に関心のある企業・団体との間のコーディネーター ④今後、森林サービス産業に取り組んでいきたいと考えている地域 ⑤「森林サービス産業推進地域」等と連携してサービスを提供したいと考えている企業等 ⑥①~⑤以外で、森林サービス産業に関心のある方
プログラム構成	<p>第1部 13時~</p> <ul style="list-style-type: none"> ○主催者挨拶 農林水産副大臣 滝波 宏文 ○開催趣旨説明 林野庁森林整備部森林利用課山村振興・緑化推進室 室長 諏訪幹夫 ○基調講演 特定非営利活動法人 Nature Service 共同代表理事 赤堀哲也氏 ○企業の活用事例発表 <ul style="list-style-type: none"> ・TDK ラムダ株式会社 管理統括部 統括部長 内田明氏 人事部 人財グループ 森山さやか氏 ・大成建設株式会社 管理本部 人事部 人財研修センター長

	<p>田中康夫氏</p> <p>○調査報告 JTB 総合研究所 研究員 白井香苗 (休憩)</p> <p>○森林サービス産業推進地域からのプレゼンテーション (11 地域) 山形県上山市地域、長野県信濃町地域、長野県小海町地域、長野県木曾町地域、山梨県小菅村地域、東京都奥多摩地域、東京都檜原村地域、静岡県伊豆市地域、愛知県岡崎市地域、京都府南丹市地域、岡山県西粟倉村地域</p> <p>第 2 部 15:45～ 地域と企業等との交流会</p>
--	--

図表 4-2 「山村と企業をつなぐフォーラム」案内チラシ



**森のプログラムで
安らぎと気づきを**

社員の健康づくりやチームビルディング、企業理念の浸透などのために、森のプログラムを活用する企業が増えていきます。

このプログラムでは、企業でのプログラム活用事例や森林サービス産業推進地域推進は、森が提供するプログラム情報紹介、地域と企業の交流を開催します。

令和6年度
**山村と企業をつなぐ
フォーラム**

2025. 2/7 (金) 13:00 - 17:00
[開場 12:30]

参加費無料 定員：会場100人、オンライン200人

場所 木材会館7階大ホール (東京都江東区新木場1-18-6) 主催 林野庁

申込 申込フォームから事前に申し込みください。
https://questant.jp/sansonforum_2025
(申込期限：令和7年1月31日(金))

お問い合わせ先
■(株)JTB総合研究所 白井 k_usui725@tourism.jp
■林野庁 山村振興・緑化推進室 櫻井、村 forest_style@maff.go.jp

プログラムの詳細は裏面をご覧ください

フォーラムがターゲットにする企業ニーズ

- 健康経営・well-beingの取組を始めた!
- 部署や役割などの垣根を超えてチームワークを高めたい!
- 五感を研ぎ澄ませて、プロジェクトに新しい視点を取り込みたい!
- 他社とは一味違うオフサイトミーティングや顧客向けイベントを開催したい!
- より積極的に環境保全や地域振興、SDGsに貢献したい! など

地域と企業をつなぐコーディネーターの参加も大歓迎

第1部 13:00～15:30 プログラム

主催者挨拶

基調講演 特定非営利活動法人 Nature Service 共同代表理事 赤堀信也氏
「森の力で解決する現代の経営課題」～社員のウェルビーイングを向上させる新しいアプローチ～

企業の活用事例	TDKラムダ株式会社 管理統括部 統括部長 内田明氏
メンタル福祉プロ・チームビルディング	人事部 人材グループ 森山さやか氏
企業の活用事例	大成建設株式会社 管理本部 人事部
サステナビリティや自社事業の理解向上・チームビルディング	人材研修センター長 田中康夫氏

調査報告 株式会社JTB総合研究所 白井香苗氏
～森のプログラム活用による効果事例から考える企業メリット～

森林サービス産業推進地域からのプレゼンテーション 森林サービス産業推進地域

第2部 15:45～17:00 ※会場参加者のみ参加できます 各地域のブース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

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を提供し取り組む地域です。



長野県信濃町 山形県上山市
長野県木曾町 長野県小海町
京都府南丹市 東京都奥多摩町
岡山県西粟倉村 東京都檜原村
山梨県小菅村
愛知県岡崎市 静岡県伊豆市

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.rinya.maff.go.jp/j/sanson/kassei/sanyou.html>

(3) フォーラム内容と開催にあたっての工夫

フォーラムは昨年度と同様に2部構成とし、第1部はセミナー形式、第2部は交流会形式とした。遠方の企業・地域でも情報を得られるよう1部はオンライン配信を行うとともに、2部はリアルな関係づくりを促進するため対面方式とした。会場においても昨年度と同様に、東京駅からも近く、木材をふんだんに活用して森の雰囲気を感じられる木材会館を選定した。木材会館は、縦に長い会場となっているため、1部と2部の場面転換が移動を伴わなくてもスムーズに行えるという利点がある。

また、昨年度アンケートでの意見を反映し、時間が長くかかってしまう1部の間に休憩時間を設けるとともに、当日のタイムスケジュールを記載した資料を配布した。

第1部では、滝波農林水産副大臣からの主催者挨拶の後、フォーラムの趣旨説明の後、基調講演、企業による活用事例発表、調査報告、そして森林サービス推進地域からのプレゼンテーションの内容で行った。基調講演は、「自然に入ることをもっと自然に」を理念とし、人が自然に触れることのできる機会を増やし、自然に癒されることで、人々が前向きに過ごしていくことのできる日常を創り出すことを目的に活動されている特定非営利活動法人 Nature Service 共同代表理事 赤堀哲也様に、企業が森を使うことのメリットやその効果の可視化の方法について、具体的にわかりやすく講演いただいた。次に、企業の活用事例として、TDK ラムダ株式会社と大成建設株式会社にご発表いただいた。TDK ラムダ株式会社では、若年層を対象とした社員研修に森のプログラムを導入されており、同期間の絆の醸成や心の健康づくりに役立っていること、また結果として早期離職者が減少していることを紹介していただいた。大成建設株式会社では、サステナビリティや自社事業への理解の醸成等に役立っていること、プログラムの実施により従業員間のコミュニケーションが円滑になったり、企業価値の向上につながっていたりすることを紹介していただいた。続いて、JTB 総合研究所より今年度行った4企業へのアンケート結果を発表した。この調査から明らかになった各企業の森のプログラムを行う目的、その目的に沿ったプログラム内容、そして従業員や担当者、また一般参加者らが感じたアンケート結果の説明を行った。

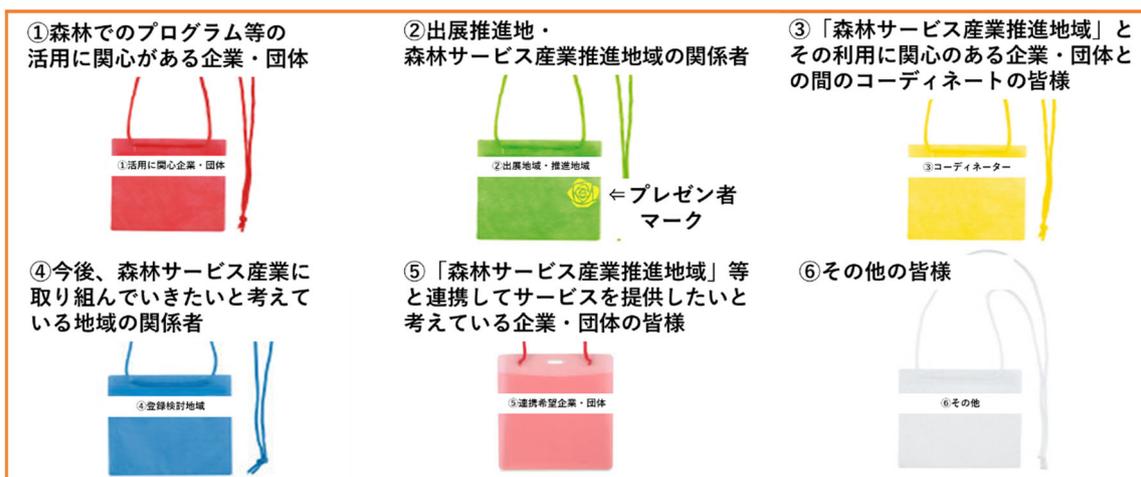
最後に、森林サービス推進地域からのプレゼンテーションとして、出展を希望した11地域から各地域の強みや提供プログラム等について発表を行った。活用に関心がある企業等に対して各地域の魅力やサービスの内容がしっかりと伝わるよう、発表資料のフォーマットを作成し、各地域にはそれに沿って資料を作成してもらった。

なお、会場配布資料は、事前にダウンロードできるようにし、当日会場で紙資料不要と申し出ていただくことで、資源の節約に努めた。またオンライン参加者もダウンロードすることで、資料を見ながら、各発表を視聴できるようにした。

第2部では、オンライン配信はせず、会場での対面のみで企業等と山村地域の交流会を行った。参加者が各地域と十分に話ができるよう、小さな展示会のような形で行った。そ

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

図表 4-3 ネームホルダーの色分け



(4) フォーラム開催結果

ア 参加者

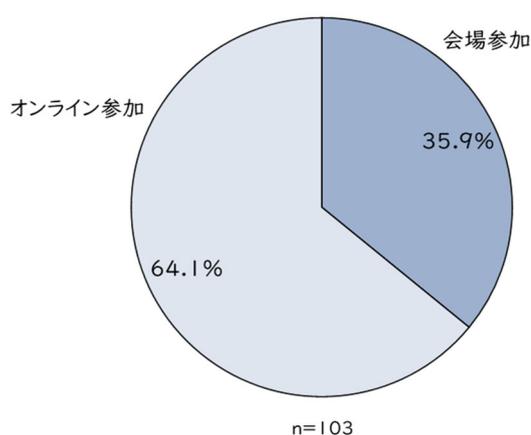
会場参加	105 名 ① 森林でのプログラム等の活用に関心がある企業等：19 名 ② 森林サービス産業推進地域・森林サービス産業推進地域の関係者：27 名 ③ 森林サービス産業推進地域と、その利用に関心のある企業・団体との間のコーディネーター：9 名 ④ 今後、森林サービス産業に取り組んでいきたいと考えている地域：7 名 ⑤ 「森林サービス産業推進地域」等と連携してサービスを提供したいと考えている企業等：11 名 ⑥ ①～⑤以外で、森林サービス産業に関心のある方：32 名
オンライン参加	175 アカウント

イ 参加者アンケート

・回答者のフォーラム参加方法

全参加者（会場参加 105 名、オンライン参加 175 アカウント）のうちアンケート回答者 103 名（回収率：37%）。そのうち、会場参加者は 35.9%、オンライン参加は 64.1%であった。

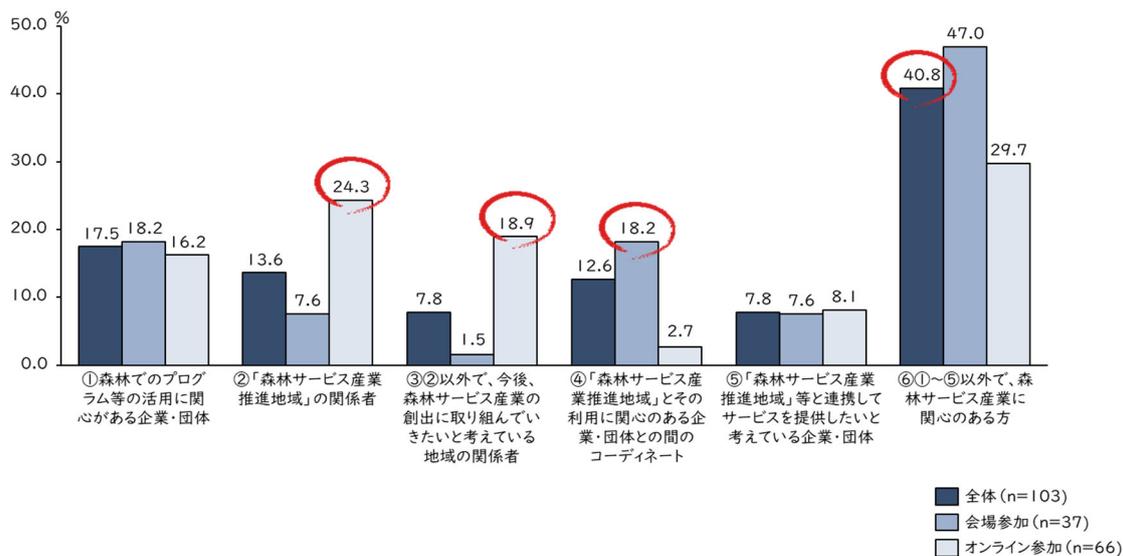
図表 4-4 アンケート回答者の参加方法



・回答者の参加区分

回答者全体では、「⑥ ①～⑤以外で、森林サービス産業に関心のある方」が最も高く、40.8%であった。「⑥ ①～⑤以外で、森林サービス産業に関心のある方」を除いて、参加方法別で傾向をみると、会場参加では、「④「森林サービス産業推進地域」とその利用に関心のある企業・団体との間のコーディネート」が 18.2%と高く、オンライン参加では、「②「森林サービス産業推進地域」の関係者」「③②以外で、今後、森林サービス産業の創出に取り組んでいきたいと考えている地域の関係者」が、それぞれ 24.3%、18.9%と高い。

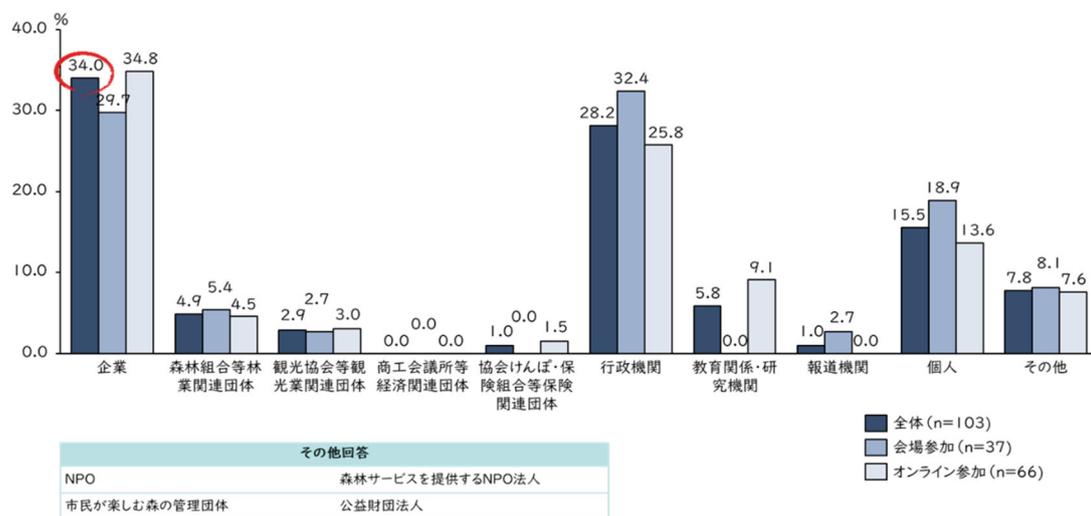
図表 4-5 参加者区分



・所属について

回答者全体、オンライン参加ではいずれも「企業」が34.0%で最も高く、次いで「行政機関」28.2%となっている。所属に関する、参加形態による差はあまりなく、会場参加・オンライン参加ともに、企業、行政機関の参加が多い。

図表 4-6 基調講演の感想



・基調講演について

基調講演について、全体では「大変参考になった」が56.3%を占めており、「まあ参考になった」37.9%を合算すると、94.2%だった。

図表 4-6 基調講演の感想

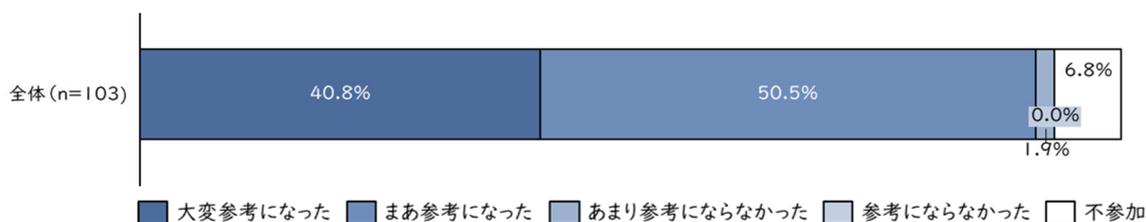


参考になった理由として、企業参加の立場からは、森林の力を活用して、企業の健康経営や離職率低下、地域貢献などの課題を解決する方法について学ぶことができた。他の企業や地域の事例、メンタルヘルス対策、KPI の設定など、具体的で参考になる情報が多く提供され、地域と企業が協力する仕組みづくりについても理解を深めることができた、という回答が多く見られた。また地域側からは、森林サービス産業の拡大状況や具体的な取り組み事例、KPI の設定、科学的エビデンス、費用対効果などの新たな情報を得られ、企業研修や地域活動への活用可能性、森林保全の重要性について学ぶことができ、今後の事業継続や各地域での取り組みに大変参考になった、という回答が多かった。

・企業（TDK ラムダ株式会社）の活用事例の発表について

全体では「大変参考になった」が 40.8%を占めており、「まあ参考になった」まで合算すると、91.3%であった。

図表 4-7 企業（TDK ラムダ株式会社）の活用事例発表の感想

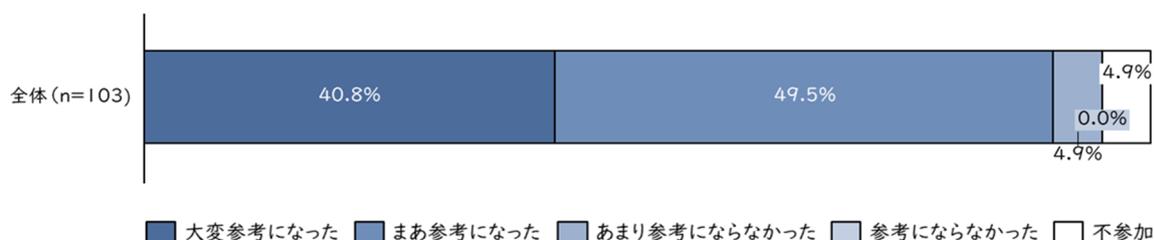


参考になった理由として、森林サービス産業の具体的な取り組み事例や企業の活用方法が紹介され、参考になったとの意見が多かった。特に、メンタルヘルスやチームビルディング、新人研修での活用、若手社員の環境意識向上などが注目された。企業のニーズや活用理由が明確になり、山村側からのアプローチの可能性も見出された。また、ウェルビーイングやネイチャーポジティブな側面も評価され、今後の森林活用の参考になったと評価された。

・企業（大成建設株式会社）の活用事例の発表について

全体では「大変参考になった」が40.8%を占めており、「まあ参考になった」まで合算すると、90.3%であった。

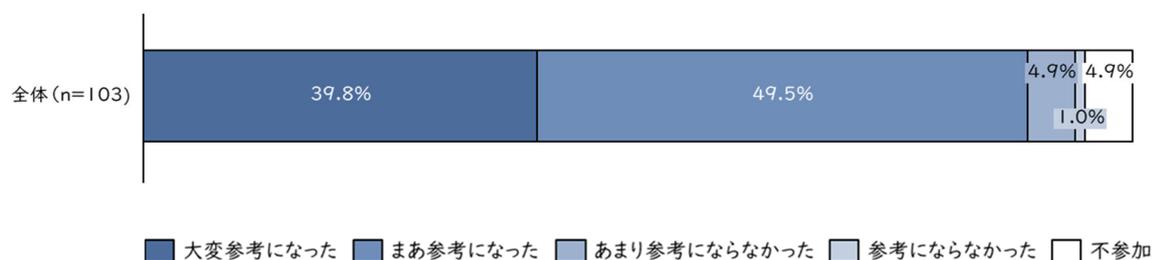
図表 4-7 企業（大成建設株式会社）の活用事例発表の感想



・調査報告について

森林サービス産業推進地域からのプレゼンテーションについて、全体では「大変参考になった」が39.8%を占めており、「まあ参考になった」まで合算すると、89.3%であった。

図表 4-8 記号における活用事例の発表の感想

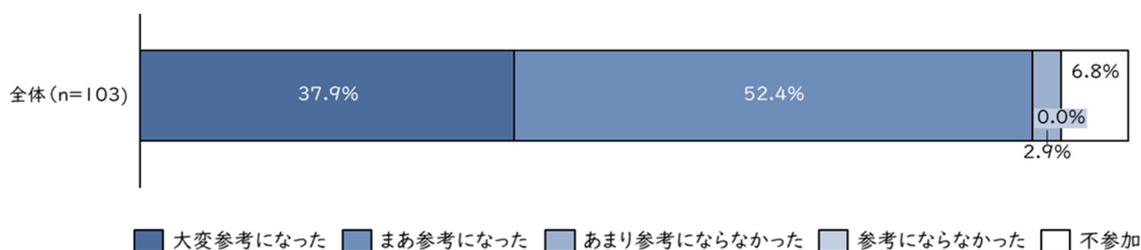


参考になった理由として、森林サービス産業に関する様々な事例や効果が紹介されたこと、データが整理され、具体的でわかりやすい内容という回答が多かった。企業の森林活用理由や効果的な実施のポイントが明確になり、今後の企業訪問や事業展開の参考になるとの声もあった。一方で、より詳細な情報を求める意見もあった。

・森林サービス産業推進地域からのプレゼンテーションについて

森林サービス産業推進地域からのプレゼンテーションについて、全体では「大変参考になった」が50.9%を占めており、「まあ参考になった」まで合算すると、97%であった。

図表 4-9 森林サービス産業推進地域からのプレゼンテーションの感想

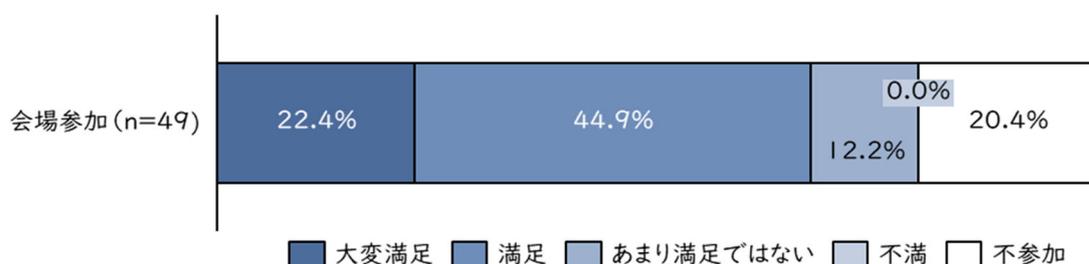


参考になった理由として、各地域が特色を活かしたプログラムを実施していることが高く評価された。一方で、プログラムの差異化や地域課題との連携の必要性も指摘された。参加者からは、具体的な活用事例を自身の活動に反映させたいという声や、関係人口拡大までの道筋を考えさせられたという意見があった。また、各地域の熱意や工夫が伝わったものの、より詳細な説明時間を求める声もあった。

・第2部 企業と各森林サービス産業推進地域との交流について

企業と各森林サービス産業推進地域との交流について、「大変参考になった」が29.7%を占めており、「まあ参考になった」まで合算すると、62.1%となっており、参加を除くと79.3%であった。

図表 4-10 企業と各森林サービス産業推進地域との交流の感想

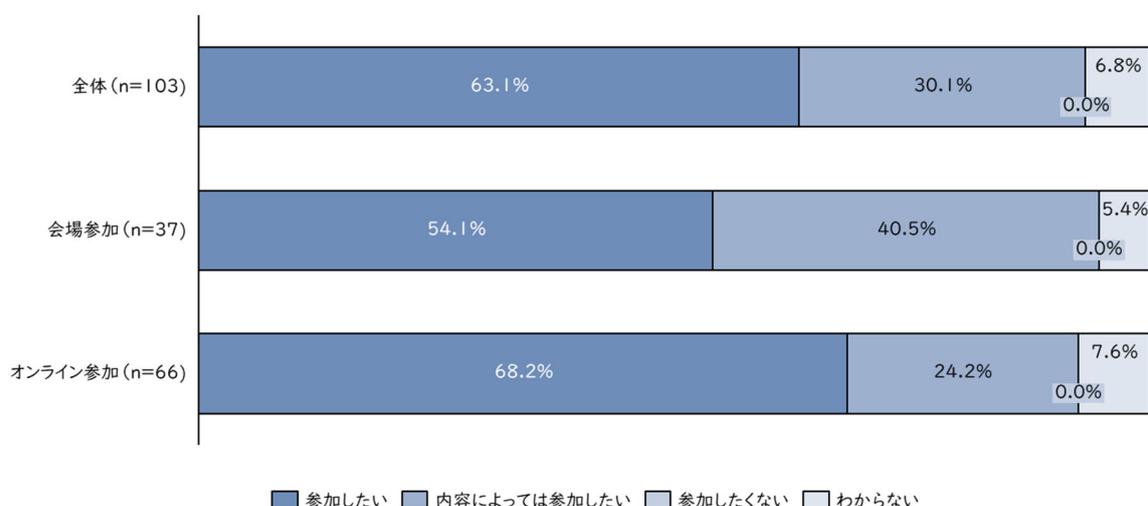


大変満足・満足の理由は、①森林でのプログラム等の活用に関心がある企業・団体からは「各ブースとも資料が用意されており、それぞれの熱意を感じた」、②森林サービス産業推進地域の関係者からは「各企業や関係者との交流が出来た」「関心を示していただいた」等の回答が得られた。

・今後の参加希望について

来年度もこのようなフォーラムを開催した場合の参加意向は、参加方法に関わらず、『参加したい（「参加したい」＋「内容によっては参加したい」）』が9割を超えている。会場参加では、「内容によっては参加したい」と回答した割合が40.5%と比較的高い。

図表 4-11 今後の参加希望



その理由として、具体的な事例や新しい情報を求める声が多く、特に地域の特色を活かした取り組みや、企業側の継続性に関心が集まっている。交流の機会を増やしてほしいという要望やマッチングにつなげるためのさらなる工夫を求める声もあった。また、サービス提供側だけでなく、活用する企業側の視点も欲しいという意見もある。世界の潮流や思想的背景、費用面の現実的な情報など、より幅広い内容を求める声もあり、参加者の関心の多様性が伺える。

(5) フォーラム開催のまとめ

昨年度に続き、2回目となったフォーラムは、今年も森でのプログラムの活用に関心がある企業、や複数の森林サービス産業推進地域等一堂に会し、開催することができた。参加者からは、情報を得る場として良い機会となっているといった声や、昨年度よりも出展地域のプログラムの内容が充実してきているといった意見を聞くことができた。

森林サービス産業や森のプログラムに対する認知度は、徐々に広がりを見せている。しかしながら、山村地域が単独で都市部の新たな利用企業を開拓するには限界があるのが実情である。さらに、企業がどのようにしてプログラムの情報を入手し、比較検討すれば良いのかといった課題も存在する。林野庁が、このようなフォーラムを設け、幅広い企業に参加を促すことは、非常に意義深い取り組みである。また、フォーラムは、森のプログラムの利用意義や効果、各地域で提供されているプログラムの情報を集約的に発信する場として、重要な役割を果たしている。

特に今年度は、フォーラムでの基調講演や導入企業の深堀調査を通じて、森のプログラムの効果を可視化する重要性やその方法を伝えることができた。アンケート結果を定

量的に示すことにより、企業に対しては、取り組む意義や企業内での効果検証の方法について伝えるとともに、森林サービス産業推進地域に対しては、企業ニーズにしっかりと対応したプログラムの提供を行うことが求められていることを伝えることができた。

また、今年度は、企業だけでなく、森林サービス産業推進地域とその利用に関心のある企業・団体をつなぐコーディネーターも多く参加していた。企業が直接地域とつながることもあるが、コーディネーターが間に入ることで、企業は、自社の目的や要件に合った森のプログラムや山村地域を見つけやすくなる。地域側にとっても、自分たちだけではなくプロモーションをしてくれるコーディネーターの役割は重要であると考えられる。彼らが企業と地域を結びつける架け橋となることで、より多くの企業において森のプログラムが導入されることが期待される。

フォーラムについて、次年度以降の課題としては、より多くの企業等に会場で参加いただけるよう、事前告知やプログラム内容にさらに工夫の余地あると考えられる。

図表 4-13 フォーラムの様子

基調講演



企業事例の発表



森林サービス産業推進地域のプレゼン



交流会



第5章 森林コンテンツの育成・普及における課題とその解決に向けた考察

今後さらに森林コンテンツの育成・普及を促進するために、いくつかの方策を提案する。

1. 裾野を広げるための情報発信

- ・ 都内での「山村と企業をつなぐフォーラム」については定着しつつあるが、それ以外の地域でも企業等と山村地域双方の関心を高めていくため、首都圏以外の都市部においても、人的資本経営のソリューション等としての森のプログラムの活用に関して情報発信する機会を設ける。
- ・ 企業の課題解決に取り組む担当者の関心を高めるためには、森のプログラムの価値提案は、企業の具体的なニーズにより即した形で行うことが重要である。例えば、「従業員の心の健康づくり」「相互尊重の企業文化醸成」「企業ブランド価値の向上」など、企業が直面している喫緊の課題に対するソリューションの一つとして森のプログラムを位置づけることにより、企業の関心を効果的に喚起し、森のプログラムの導入を促進することが可能となる。
- ・ 第三者的な立場からの発信も重要になると考えられる。例えば、中小企業診断士であれば、経営改善や人材育成の観点から、森林サービスを企業の成長戦略に組み込む提案ができる。特に中小企業に対して、参加者の満足度が高く、地域への貢献度もあるプログラムとして、費用対効果の高い福利厚生や従業員教育の手段として森林サービスを位置づけることが可能になると考えられる。また、産業医や産業カウンセラー、保健師、または企業健保組合等であれば、従業員の身体的・精神的健康がどれだけ企業のコストにつながるのかを伝えることができるとともに、森林空間がもたらす既存の効果検証結果等について、信頼度が高く受け入れてもらえる可能性が高い。
- ・ 森林サービス産業に取り組む地域自治体からの域内企業への働きかけも、重要な意味を持つ。多くの企業が森のプログラムの実施にあたり、「企業所在地からの近さ」を重視している点を考慮すると、域内での森林サービス産業の活性化は、企業の参加障壁を下げるとともに、地域貢献としての効果も期待できる。一方で、自治体主導の取り組みが硬直化することのないよう、常に企業のニーズや市場の変化に柔軟に対応していくことが求められる。そのためには、地域商社や観光協会などの多様な主体と効果的に連携し、事業を展開していくことが重要である。このような多面的なアプローチにより、域内森林サービス産業のさらなる発展と、企業参画の促進が期待できる。結果として、地域経済の活性化と持続可能な森林管理の両立につながる可能性が高まると考えられる。

2. 効果の可視化

- ・ 森林サービス産業の普及において、森のプログラムの効果の可視化は非常に重要である。企業担当者がプログラムの導入にあたって KPI 設定の必要性を認識しつつも、適切な指標の設定や評価方法に困難を感じていることが多い。すでに「森林サービス産業」エビデンス取得に関する手引きはあるが、ヘルスケアのデータということではなく、企業が喫緊の課題として懸念している以下のような事項をアンケートとして、取り組むことが効果的であると考えられる。
- ・ まず、標準的な KPI セットの提案が考えられる。森林サービスの効果を多面的に捉えた指標群を用意し、企業が自社の目的に応じて選択できるようにすることが望ましい。例えば、従業員の健康・福利厚生に関する指標（ストレスレベル、欠勤率、従業員満足度など）、環境貢献に関する指標（CO2 吸収量、生物多様性指数など）、経営効果に関する指標（生産性、創造性、チームワークなど）を含めた包括的な KPI リストが提供できると良い。
- ・ その際、各 KPI の測定方法のガイドラインも必要となる。各 KPI について、具体的な測定手法、必要なデータ、測定頻度などを明確に示すことで、企業が容易に評価を実施できるようサポートする。このガイドラインには、既存の社内調査や健康診断結果の活用方法、簡易的な環境調査の手法なども含めることが有効である。
- ・ 最後に、効果測定に関するワークショップやセミナーの開催も考えられる。森のプログラムを実践する企業が少しずつ増えてきており、企業担当者が一堂に会し、KPI 設定や効果測定の事例を共有し、相互に学び合う機会を提供することで、より実践的な知識の普及を図ることができると考えられる。

3. コーディネーターの活用

- ・ 森林や山村地域と企業をつなぐコーディネーターは、森林サービス産業の普及と発展において重要な役割を果たす可能性がある。企業と森林サービス産業に取り組む地域をつないでいる団体・個人が存在しており、こうした森林サービス産業に関する専門知識と山村地域の現状や魅力、企業ニーズへの理解を兼ね備えたコーディネーターの情報をとりまとめて紹介できるとよい。また、需要拡大に向けて、今後、コーディネーターの育成も必要となる。
- ・ コーディネーターは、森林や山村と企業をつなぐ単なる仲介者ではなく、森林サービス産業のエコシステム全体を活性化させる触媒としての役割を果たすことが期待される。
- ・ 森林サービス産業に取り組む地域では、コーディネーターに企業とのマッチングをしてもらっただけでなく、コーディネーターから得られた知見や課題をプログラ

ムの開発や受入環境整備にフィードバックさせていくことによって、より多くの企業を受け入れていくことにつながると考えられる。

4. 森林サービス産業推進地域でのプロモーション

- ・ 森のプログラムの活用に関心を持つ企業は、自社と関わりやアクセスの利便性を重視して地域を選択する傾向がある。そのため、各地域でのプロモーションにおいては、同一都道府県内に本社や事業所が所在するといった地元企業へのアプローチを優先することが有効である。各地域でのその取組と併行して、国では、各地域の情報をとりまとめ、都市部の企業等への集約的な情報発信を行うことで、森のプログラムに関心のある企業を取りこぼすことがないよう対応し、実際の活用につなげていく。
- ・ 森のプログラムは、企業にとっても山村地域・森林にとっても長期的な視点での取り組みが大きな効果をもたらすため、双方にとって win-win の関係を築くことが重要である。そのためには、地域活性化や地域課題・環境保全への貢献度など、地域側として提示できる具体的な成果を数値化して提示することが効果的である。これにより、企業にとっての投資効果を明確にし、継続的な関係の構築につなげることができると考えられる。同時に定期的な情報提供やフィードバックの収集を行い、企業とコミュニケーションをとり続けることが、長期的な関係性構築には不可欠である。このような総合的なアプローチにより、森林サービス産業の持続的な発展と、企業との強固なパートナーシップの確立が可能となると考えられる。

資料編

1. フォーラムでの配布資料