

# 企業への効果的なアプローチ方法を探る

ファシリテーター ● 西直人 (リードクライム株式会社 代表取締役)

個人ワーク3では、チェックシートを活用して、マーケティングやコミュニケーション力等についての自己分析をしていただきました。ワークショップ4では、グループごとに課題の抽出をし、課題をグルーピングしながらその内容について検証し、模造紙に整理して共有していただきました。ワークショップ5では、グループごとに発表していただきました。

## 個人ワーク3

・西 昨日はご自身の組織体制やプログラム、組織の内側のことを分析していただきました。今日は外向きの話です。情報収集力、企画提案力、コミュニケーション力、広報・PR・情報発信力、PDCA (評価・改善) 力について、昨日と同じように現状を分析して書いていただきたいと思います。

## ワークショップ4・5

・西 昨日と同じ流れで、ご自身が一番の課題だと感じたテーマか、一番ではないけれど話を詰めてみたいテーマを選んでいただいて、グループワークをしていきたいと思います。

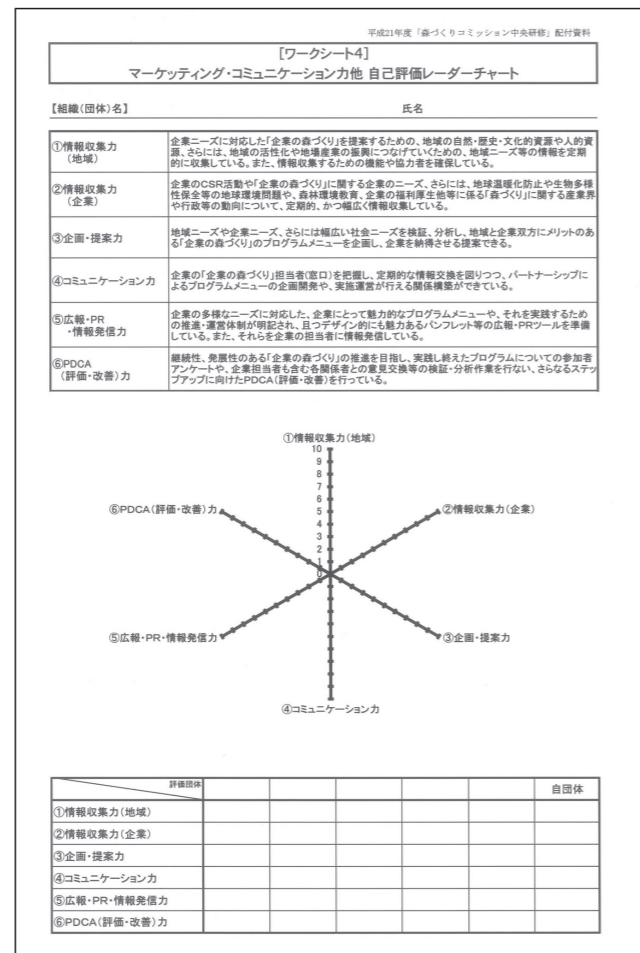
○情報収集・企画収集 (アドバイザー：川廷)、情報収集・企画収集 (アドバイザー：近藤)、コミュニケーション (アドバイザー：川嶋)、広報・PR (アドバイザー：久田) の4つにグループ分け

## 発表

### ● 広報グループ

まずは出てきた意見を「内容 (何を)」と「方法 (どこで・どうやって)」の2つに分け、どちらともとれないものは真ん中に置きました。

「内容 (何を)」に関しては、認知を上げていく、インパクトを高めていくためにはどうしたらいいのかということで、まずは、自分達の考え方を伝えていかなければ伝えること



はできないのではないかと、ということが挙がりました。

「方法 (どこで・どうやって)」に関して、みんなの意見が一致したのは、PR の切り口をどうするかでした。企業の森をどのようなプランで広げていくのか。また、大方の企業の場合、地域にあるのは支店なので、支店を攻めるべきか、それとも本社がある東京を攻めていくのかが問題だ、ということが上がりました。



広報グループ発表

CO<sub>2</sub> 吸収証書を発行していないことがPR 不足になっているということもありました。

広げていく方法としては、私達は攻めの広報をしていないということでも一致しました。なかには、自分達が動いていない、活用事例の良かった点や悪かった点を自分達は知っているけれど、それを企業に売り込んでいない、といったことが挙がりました。

PR の方法としては、各県でホームページをつくってはいるけれど、つくったことに満足しているのではないかと、見る立場にしたら内容がバラバラで見難くなっていないか、ということがありました。逆に、ホームページをつくったことで情報発信が良くなっているという意見もありました。

DM を 2,000 通発送したけれど、企業に対して二の手、三の手を打ちたいのに、DM 発送を委託した会社から発送先を教えてもらえなかった、という事例も出ました。

相手に伝える方法として、ホームページをつくって満足するのではなく、それはきっかけであり、直接会うこと、「face to face」という言葉が出ましたが、一方通行ではなく会話の形で意見を伝えていこう、という話が出ました。とにかく、予算と時間をどんどんかけていかなければならないのではないかと、ということも出てきました。

また、ホームページはつくったけれどなかなか見えないという意見がありました。自分達の団体の知名度が低くて、問い合わせが直接来ず、県庁内の他の課や他の団体から話が間接的に回ってくるということもあるようでした。

最後にまとめたのが、情報のデザイン化、情緒のデザイン化ということです。一方通行ではなく、何かに訴えかけていかなければならない。周りを巻き込んでから相手の心を開こう、ということが一番大切であるということになりました。DM、ホームページについては、私達は一通り

やっているのですが、イマイチ手応えがないは何でだろうと考えた時に、担当の方の話を聞き、心に訴えるということがなかったのかもしれない。画一化された情報だけは提供しているけれど、こちらがどう思っているのか、こちらがどう感じるのかを掘り下げていなかったということがあるので、その辺から戦略を変えていこうと思います。

・久田 最初に、皆さんが課題抽出をして、それを無理矢理まとめていきました。やはり情報発信について頭が整理されていないというか、何を伝えるのか。何を伝えたらいいのかもまだ分かっていなかった方が多いのかなと思います。

また、どう伝えるのかについても、ホームページをつくるのが目的化していたようですが、その先がゴールなのです。担当がどんどん代わるという中で、業務をただこなしている、という感じになっているように思いました。やはり、それではなかなか伝わらないということも、今回は持ち帰っていただければいいのではないかと思います。

私がいつも、伝える時には「情報のデザイン」と「情緒のデザイン」の両方を考えてくださいと言っています。

「情報のデザイン」というのは、やはり正確に分かりやすく整理する必要があるということです。例えば企業の森づくり制度であれば、制度の中身とか、最低限の要素とか、それはきちんと正確に伝わるようにしなければなりません。

でも、それに終始するだけでは伝わらないのです。そこで、あえて「情緒のデザイン」という言葉を出しています。つまり、心に訴えることです。

例えば、今日の川廷さんの基調報告で、最初にプレゼンされたものは「情報のデザイン」であり、非常に整理されたものでした。そして、その後の写真が「情緒のデザイン」であり、言葉だけでは、論理だけでは伝わらない、心に訴えるためのものでした。「情報のデザイン」「情緒のデザイン」の両方があるから、川廷さんの言葉は心に響くのです。もちろん川廷さんはプロですから、皆さんにそこまで求めるということではありませんが、そういったことを意識してみることを申し上げました。

後は、やはり「聞く」ということですね。コミュニケーションの基本は、自分のことを伝えるよりも、人の話を聞く、自然の声を聞くことが第一です。ですから、例えば企業に「森についてどうお考えですか」と聞いた方が、「企業の森はいかがですか」と言うよりも、回り道に見えて近道なのではないかと思います。実際に鹿児島県では、キャラバンで廻って、実際に企業の方に来て反応を見て、決して良い反応ではなかったのですが「良い反応ではない」と



いう情報をお持ちになり、そこから何をどうやっていくかを整理されています。

この「何を、どうやって」とよく言われますが、その前に、「なぜこの情報を伝えるのか」を、皆さんは意識されていないようで、方法に偏ってしまっています。ホームページをどうつくるかに意識が集中してしまっているの、何のためにこのホームページをつくるのか、ということをしかりと意識すれば、見た目も含めて、伝わりやすくなるのではないかと思います。

メールの文章1つ取っても、そういうことが反映されません。それがコミュニケーションと、良い循環を生むのではないのでしょうか。プロの技を盗むのは無理ですが、ちょっとした意識を持つだけで、少しずつ改善していくのではないかと思います。

### ● 情報収集・企画・提案2グループ

私が、大切だと感じたのは、情報収集と目的の明確化です。私達は、団体として、情報を担当するものがなくて、団体に所属している会員に伝えることができなかつた、ということがあります。情報を収集するにしても、県や市等の担当の方も、いろんなことが分かっていなくて、私達に発信することが遅れたり、よく分からないまま伝わってくるので、私達も理解できない、という点が多くあります。

ワークショップをして気がついたのですが、「やることがある」ということが行政の立場であって、「なぜこれをするのか、なぜこれが必要なのか」ということを明確にすることの重要性に気がついていませんでした。今回の研修では、それを気づくことができたのが一番大きかったと思います。

また、「やること」と「やり方」を見つめることができたのも大きな収穫でした。

「やること」とは、今までは、どこの企業に対しても同じ話をして、画一的な話しかできていなくて、地域の特色なんかもあまり捉えていなかったの、いろんな資源を組み合わせさせてストーリーのあるプログラムの提案を行っていかうということであり、そのために、まずはアイデアの引き出しを沢山持つことが必要だということです。

「やり方」としては、県だけでなく市町村や、県の中の多様な部局との連携や調整を図りながら実施していくということです。

これまでは、場所があって、やりたい企業があれば、それでいいという考え方でした。だから場所を優先してきたということもあったのですが、要は、「企業はこういう場所がいいのだろう。目立つところを探してあげれば企業は満



情報収集・企画・提案2グループ発表

足するだろう」という画一的な考え方しかしていませんでした。この度の研修で、企業にもいろんなニーズがある、それに対応するためにいろいろな引き出しを持つことで、さまざまな企業に対応できるということを感じました。

どこでも森林保全に取り組むことの必要性を訴えかけているわけですから、なぜ当県なのか、そのためのストーリーを考えなければならない、ということなのだと思います。例えば島根県ならば出雲大社などもありますので、「神話の森づくりに協力してもらえませんか」といったストーリーまでつくりあげて、はじめて魅力的になるのだと思います。そのためには、県だけで一方的に考えるのではなく、市町村等との連携が必要なのだと感じました。

現在は、森づくりから始まって、木づくりというところまで来ているかもしれませんが、やはり土づくり、人づくりまで展開していかなければならないと思いました。そして、人のつながりを構築していくことで、それがいつか森づくりにまで返ってくるということを感じました。

・近藤 アイデアの引き出しを増やしていくために大事なことは、県の内部でも外部でも良いので仲間を見つけて、自分ができないことについてはほかの人の手を借りて情報収集をしていくことです。一方で企業のニーズに対しても同じような情報収集が必要です。そうして、地域と企業の両方のニーズをもっと、広い意味で見つけていかなければならないと思います。

また、目先だけのことにとらわれず、日本の問題、世界の問題を踏まえて、目的を明確にして、だからこれをする必要があるということを地域の人に伝えていくことが大切です。そのための情報発信も必要だと思います。

昨日の久田さんの話では、別に新しいことを実施するのではなく、引き出しが沢山あれば、組み合わせ方を変え

ることで、いろいろな企業のニーズに対応できるプログラムが提供できるということでした。だとすれば、やはりそのための情報収集が必要だということだと思います。

それから、コミュニケーションが苦手だということがあるようです。できないのではなくて遠慮してしまう。企業に提案しようとしても、「断られたらどうしよう。一度断られると次になかなか乗り出せない」ということを挙げる方もおりましたが、そうではなくて、しっかりとお互いに話し合っ、なぜこれに取り組むのかについては共通点があるはずなので、例え最初の提案を理解してくれなくても、次につなげられるような方法があるはずですよ。

結局、情報収集から提案まで全部つながっているということ、皆さんは発見できたのではないかと思います。

### ● 情報収集・企画・提案1グループ

私達は、出た課題を4つに分けました。

まず、情報収集・企画・提案力というのは、メニューをつくることだということ、そのために必要なのは地域の人材の掘り起こし、人材育成、体制づくりではないか、ということです。人材はいるけれども活用されていない。そういう意味での地域に埋もれた情報があるのではないか、ということでした。

情報の部分については、活動時間が少なくて内容が限定される、プログラムの画一化といった課題があります。また、企業にとって魅力的な地域資源が情報として把握しきれていないということもあります。

企業への提案に関しては、ニーズが植林に集中していて、間伐等に対するニーズがないといったところがありました。

情報デザインについては、ホームページはつくっているのですが、それで終わってしまっているということがあります。

そういった課題を、どのようにして解決に結びつけていくかということでしたが、地域の人材育成、人材の掘り起こしは、地域の体制づくり、地域でチームをつくらうということになりました。また、チームづくりについては、行政など既存のものではなくて、地域の文化や歴史、山づくりといったいろいろな観点で人材を確保していこう、ということになりました。

情報については、引き出しを多くつくらうということです。山、里、文化、暮らしといったキーワードで、画一的でない多様な引き出しをつくっていくことが重要であり、その情報を持って、地域のチームで一連の物語をつくっていかうということになりました。



情報収集・企画・提案1グループ発表

物語をつくって、それを企業に提案するわけですが、その物語づくりについても、コミュニケーションという意味においても、今までは一方的にこちらでつくって提供しているだけで、真のコミュニケーションではありませんでした。これからは、場合によっては企業にも物語づくりに入っていただくこともある。最初は企業の中でも意欲のあるところに働きかけをして、1つのモデルをつくって、それに対して広げていこうということになりました。

また、企業にも多様なニーズがありますので、それに対応できるように、メニューも多様につくっていくことが必要ではないかということになりました。

最後に、「物語を人と情報でつくりあげる」「地域の人、企業の人、さまざまな人達」「情報もさまざま」ということです。

まとめた後で、情報収集とか企画提案、メニューづくりはみんなで行うことが、最終的にデザインとして成り立っていくということを皆さんで共有しました。考えてみると、これまで自分がつくった企画は「とりあえずつくって出せ」という形で、つくった後にどう使うかが全く欠けていました。自分よがりで行っていたところをこれから改めながら、分かりやすい魅力あるメニューづくりに取り組んでいきたいと思いました。

・川廷 このチームでは、課題として人材不足とか、人材の育成ができていないとか、充実を図らなければならないという問題が出てきたのと、意外と自分の地域のことを把握しきれていないということが出てきて、なるほど、と思いました。

メニューをつくるというテーマを持った方が良さそうだということになって、それも地域の話をするのは良いのですが、パンフレットでは他の県と大差ないものになってし



まう。地域の特性を出していかなければならないということは、地域の文化とか歴史を語れる人がチームの中に入ってもらわなければならないということで、山づくりの話だけではなさそうですね、という話が出たり、そういう広い視野を持つことで、引き出しは沢山つくれていくのではないかと、それによって地域の物語がつくれそうだと、いう話を出していただいて、皆さんと共有しました。

それを山側だけの思いだけで企業に出すと「別にそういうことはやりたくない」と言われてしまいます。一生懸命チームでつくったのに「ごめんなさい、売れなかった」では問題が起こるので、そうなる前に話の分かる企業側にもチームに入ってもらったらどうだろうということ。地元で意識のあるところはあるということだったので、まずはそこ一緒にやってみようということ。です。

後は地域の経済同友会とかロータリークラブとかのネットワークもあるので、そこで意識のある人達に入ってもらって、企業側の意識を入れてチームで物語をつくってみてはどうだろう。それで1つのモデルメニューができるのではないかとということ。です。

大事なのは「情報のデザイン」で、ホームページを自分達の意識だけでつくっているわけではなくて、いろいろな企業に対して発信できるページをつくらなければならないわけです。半分冗談で提案しましたが、東京のマークと例えば秋田のマークがあって、東京のマークをクリックすると標準語になって、秋田のマークだと方言で説明するか、そんなものはどうだろうと。要するに、ホームページ1つにしても、まだまだやっていないことがありそうで、印刷物は一度つくると大変ですが、ホームページはどんどん作り変えられるから、試行錯誤する中でいろんなアイデアを盛り込んでつくっていくと、1つの地域の情報発信が多様になり、多様なターゲットに刺さるのではないかと。そういうモデルメニューが情報収集、企画提案チームにとって大事なのではないかとということ、こういうまとめ方をしました。

・久田 昨日お話しした、森の“聞き書き甲子園”ですが、これは高校生にとっては1回限りですが、卒業してからも活動に関わりたいということで、大学生になった子達が「共存の森」といって、全国で5カ所のフィールドで森づくりをさせていただいています。

彼らは、森づくりがしたいと言って入ってきたのですが、結局地域の人達と一緒に取り組まなければならないわけ。最初はフィールドに入って下草刈りなどを行っていたのですが、地域の人達と一緒に取り組まないと意味が

ないと学生達が言いだして、森の“聞き書き甲子園”の聞くという行為から、地域づくりへとつながっていきました。若いうて素晴らしくて、私達では受け入れてもらえなくても、学生だと受け入れてもらえたりしています。それが形になってきていますので、共存の森ネットワークでは「聞くから始める森づくり」というマニュアルブックのようなものをつくって、その経験をご紹介します。

情報収集という意味では、地域の物語があるのではないかとということ、それを引き出す一番の方法は、やはり聞くということがいかに核心につながるのかということ、私達は身をもって経験しています。まずはおじいちゃん、おばあちゃんの話聞くところから始めるのが、地域との距離感を縮めるのには非常に良い手法だと思います。聞き書き自体は民俗学の手法で新しいものではありませんが、聞くということがいかに人を近づけるか、真剣に人の話を聞くということをあらためて思い出すためにも、この冊子を参考にいただければと思います。

#### ● コミュニケーショングループ

まず、今までコミュニケーションをどうしていたのかを挙げてみると、企業側にパンフレット等を配布するとかの一方的なもので終わっていたのではないかとということになりました。

必要なのは顔が見える関係を構築することではないか。そのためには、まずは自分のところで小規模なイベントを行って、企業の人に来てもらい顔が見える関係を構築するという方法と、もう1つは、既存の場所を活用してそこに顔を出すということで、人のふんどしで相撲を取るということも検討してみてもどうかということが挙がりました。そういったなかで、企業が欲しているものの情報を収集して、それに見合ったものを提供できればいいのではないかと。また、CSR、J-VER、生物多様性といったことに対する関心や取り組みについては、企業が発行している報告書等で情報が得られるのではないかとということになりました。そして、まずは、企業のキーマンと知り合うのが一番の近道だろうということも出ました。

議論の中で、今ある資源の価値ということで、必要としているものは、わざわざ東京に出てこなくても、自分の地域にあるのではないかと、ということになりました。地域の資源や今までやっていたことに、企業の森づくりにつなげるポイントを入れていけばいいんだということ。です。

今まで何も知らないで、企業を取り込むとかセールスすることばかり考えていましたが、まずは聞くことだと言われて、そのためには相手の企業のことを調べ、企業の



コミュニケーショングループ発表

考えや状況を知った上で、相手に話をさせる形に持っていけないとダメだなと。ただ自分達の欲するところを話すだけでは限界があるなと思いました。

そう考えた時、私達は社団法人で人の集まりなので、法人会員も沢山あります。どこでもない、自分達の社員の有力な人から情報を得て、そちらのネットワークを活用すればいいのだと。自分達も、もちろん勉強をしなければなりません。なんのことはない、今の自分達の資源や活動の中に企業の森づくりの視点を追加すれば、自ずと道は開けるのかなという希望が見い出せました。

・川嶋 コミュニケーションですから、好きな彼女にラブレターを書くようにすればいいわけ。そう思うと、なんかこっちを向いてもらおうと熱が入るわけ。ホームページをつくる時に、そういう気持ちになっているかどうかですね。

そもそも彼女のことが本当に好きなのかどうかという問題もあります。相手が見えないものにラブレターなんか書けないじゃないですか。1人で良いのです。あの人に何とか振り向いてもらおうと思うことが大切で、その対象がないとラブレターは書きようがないわけ。です。

1人でもいいから顔が見える人を見つけて、その人を口説こうというのが、コミュニケーションの最初ではないかと思えます。そもそも、年間何千もの成約をとろうということではないでしょう。数社から十数社ならば、それなりのコミュニケーションの仕方があるのではないかと思えます。



# アクションプランの作成 ふりかえり・あいさつ

ファシリテーター ● 西 直人 (リードクライム株式会社 代表取締役)

研修全体をふりかえり、各団体の改善点の洗い出しと、改善に向けたアクションプランを作成していただきました。

## 個人ワーク 4

・西 今回の研修では、本当に沢山の情報が提供されました。最後の50分は、それらをもう一度反芻していただきたいと思います。そしてぜひ、今回得たキーワードをもとにした行動計画、そこまでのいかなくても、皆さんが現場に戻った時に、すぐに取りかかれるようなきっかけをつくって

から、お帰りいただきたいと思います。

ワークシート2では、ゲストの話を書く前に、企業の森づくりを行う理由を書いていただきました。それを見返していただいて、何が再確認できたのか、書き直したいものがあるならばそれはなぜかを、あらためて考えてみてください。その上で、新たな企業の森づくりの目的をお書きいただきたいです。

次にワークシート5では、ご自身の決意ではないですが、

平成21年度「森づくりコミッション中央研修」配付資料

■ ワークシート5 継続的・発展的な「企業の森づくり」に向けての ワークシート

事業名： 実施者：	【目的】 ・最終年度 ・成果指標
・目標(3年目) _____ ・目標(来年度) _____ ・目標(今年度) _____	
【課題・リスク】 ・ ・ ・ ・	【対処方法 (誰が、いつまでに、どのようにして)】 ・ ・ ・ ・

「今後、こういった理由で企業の森づくりを進めていきたい」という目的を書いてください。さらに、その目的に向かって進むための課題やリスクを書き出してください、それらに対して、どうやって、何時までに、誰が行動して対処するのかを書いていただきたいです。

なお、目標づくりに悩んでいるならば、『企業の森づくりサポート制度事例集』に載っているご自身の県の活動をリニューアルするつもりで、自分の地域のオリジナルストーリーを紡ぐための目標を書いていただき、それに向かっていくための課題やリスクを書いてみると良いかもしれません。または、生物多様性を意識した企業の森づくりを明確にした目標設定や、それを達成するための過大やリスクを書いてみるのも良いかもしれません。短期目標でも結構です。大きなビジョンを目的に掲げた上で、それを達成するための、向こう3年間の短期目標に落とし込むことに挑戦されても良いですね。

とにかくこれからの皆さんの活動のために、今回の研修で得たいろんなインプットを活かしていくための行動メモとお考えいただいて、ふりかえりを兼ねて書いていただければと思います。

また、目的に向かっての課題やリスクが沢山出てきて、その解決方法のヒントをもらいたいという方は、アドバイザーの皆さんに相談に乗ってもらいたいと思っています。まささで相談に行っても仕方がないので、目的・目標、課題、リスクが挙がった段階で相談をしてみてください。

## ふりかえり

・西 最後ですので、できれば1人ずつお話ししたかったのですが、時間も迫っています。それよりはじっくりとお話していただくように、近くの人と「この研修で一番印象に残ったこと」「自分の都道府県に戻って取りかかりたいこと」などについて、お互いに話し合ってくださいと思います。

## あいさつ

・川廷 3日間お疲れさまでした。私でお手伝いできることがあれば、お呼びいただければと思います。よろしくお願いします。

・久田 皆さんには勇気をもらいました。皆さんも勇気を持って取り組んでいただければと思います。





・井東敬子（リードクライム株式会社 取締役：ワークショップのアドバイザーとして参加） ネットワークやつながりの話が出ましたが、今回参加された方の中で情報交換していくことも大事だと思います。

また、私も地方自治体によくお邪魔しますが、例えば「博報堂なんかには、どうやって連絡を取ればいいのか分からない」といったことをよく聞きます。今回はこの場にそういったアドバイザーの方が沢山いらっしゃるのですから、ぜひこのチャンスに名刺交換をして、つかんでおいてください。きっと、困った時には手伝ってくれますから、遠慮しないでつかんでおいた方がいいと思います。

・川嶋 皆さんの地域にも、私をご紹介できる人がいます。20年以上も全国集会のホストをしていれば、4,000～5,000人と出会っています。清里までわざわざ出掛けてくる人達ですから、モチベーションの塊のような人ばかりです。私達には大した財産ありませんが、人のつながりという財産はあると思っています。私達はもちろんですが、皆さんの近くにも力になってくれる人はいるはずですよ。今回の研修では、あらためて見直すと自分の地域には宝があることが分かったと思います。これから一緒に働く同志として頑張っていたきたいと思っています。

・近藤 2泊3日の研修、大変お疲れさまでした。最初に皆さんとお会いした時は、非常に厳しい目つきで私を睨みつけていたことが思い出されますが、3日後にこうして笑顔で帰っていただけるのは、私としても嬉しいことです。

皆さんの顔を見る限り、研修での手応えがあったのではないかと思います。ぜひアクションプランに沿って、行動に移していただければと思います。1カ月後にある「フォローアップ研修」では、1カ月の成果を見させていただきながら、フォローアップができればと思っています。

今回のアドバイザーの人達は、本当にすごい人達です。とても人気があるので、スケジュールを合わせるのが大変でした。そんな人達ですからぜひ、この機会にネットワークを構築しておいてください。

私の会社では、今回のような研修も行いますが、プランニング会社でもあります。また、全国の森林組合を別の仕事等で回っていますので、皆さんの山の事情についても、少しは理解しているつもりです。皆さんのところで企業への提案や企画づくりで迷うことがありましたら、アドバイザー制度等を利用して呼びいただければ、できるだけご協力したいと思っています。また、私達の会社では毎月1回、企業へのメールマガジンでいろんな情報提供をし

ています。皆さんのところで「こんなイベントがある」「こんなセミナーがある」ということがあれば、情報をお寄せくだされば、そこからインフォメーションをすることもできます。そういう形でもご活用いただければと思います。

・木俣 3日間お疲れさまでした。今回、林野庁も国土緑化推進機構も、いろんな事情からゆっくり時間を持ってなくて、申し訳ありませんでした。国土緑化推進機構としても、「企業の森づくりフェア」や事例集などで、企業への働きかけをしていきたいと思っています。

この3日間で、大事なことを見つけたと思います。明日からは皆さんも通常業務で、1週間経つと書類の山の中に埋もれてしまう可能性もあると思いますので、ご案内したアドバイザー制度等も使って、何か次の予定を1つでもつくっていただければ、忘れずに活動できるのではないかと思います。ぜひ、アドバイザーとして誰かを呼んで、今回の研修で気づいたことを職場の方や地域の方と共有していただいて、次のステップにつなげていただければと思います。

企業へのアプローチは、アンケートにもあったように行政が動くのがいいと思いますが、2～3年で異動する中ではコンテンツづくりなどには苦労があると思います。企業の人なども上手く巻き込んで、プラットホームをつくって、地域活性化につながるような企業の森づくりを展開していただければと思います。また評価制度については、2年前に評価を算定できるソフトをお配りしていますが、現在は、京都議定書と同じ算定方法で検証までできる仕組みを検討していますので、それもいずれご提供させていただきます。この3日間が有意義な研修になったのは、参加者の皆さん同士が、現場で困っていることやアイデアの情報提供をしていただいたからだだと思います。お手伝いをしてくれたスタッフの皆さんはもちろん、参加者の皆さんにもお礼を申し上げて、今回の研修の閉会の挨拶としたいと思います。





# 森づくりコミッション ・フォローアップ中央研修会

## ● 趣旨・目的

去る、平成21年12月11日～12月13日の日程で、『地球温暖化防止や生物多様性保全、企業のCSRや環境コミュニケーションの最前線のニーズに合わせた「企業の森づくり」の促進方策を学ぶ』をテーマとした『森づくりコミッション中央研修会』を開催いたしました。研修会では、①企業の最新のニーズを把握するための環境展示会（エコプロダクツ2009）の視察。②全国各地のサポート組織や特色あるコーディネートを行うNPO等による話題提供と、各参加団体の改善策の検討。③企業の環境コミュニケーションや環境教育のキーパーソンによる話題提供と、実効性あるアクションプランの作成等のプログラムに取り組みました。研修に参加された皆様方におかれましては、研修の成果のもと、それぞれの課題解決や新たな取り組みの拡充に向けて一歩踏み出されたところだと思います。

そこで今回、『森づくりコミッション中央研修会』のその後の取り組み状況の確認と、新たに見えてきた課題の検証と共有、さらには、今後のステップアップのための方策の検討を目的に、『森づくりコミッション・フォローアップ中央研修会』を開催いたしました。

## ● 開催日程

平成22年1月28日（木）

## ● 開催場所

環境パートナーシップオフィス 会議室（東京都渋谷区）

## スケジュール

- 09:45 集合・受付
- 10:00 【開講式・オリエンテーション・アイスブレイク・目的の共有】  
● 開講あいさつ ● アイスブレイク／参加者自己紹介（自分の仕事と研修参加の目的の共有）  
〈ファシリテーター〉近藤 修一（株式会社エス・ピー・ファーム 代表取締役）
- 10:20 【話題提供1】  
高知県「環境先進企業との協働の森づくり事業」の取り組みについて  
・大前 拓也（高知県 林業振興・環境部 環境共生課 主査）
- 11:00 【話題提供2】  
企業の森づくりのコーディネーション ～プログラムづくりのポイント～  
・田中 美津江（財団法人オイスカ 山梨県支部 事務局長）
- 11:40 【話題提供3・現地視察】  
地球環境パートナーシッププラザ・環境パートナーシップオフィス・地方EPOの取り組み事例紹介  
・伊藤 博隆（一般社団法人環境パートナーシップ会議）
- 12:00 昼食（各自）
- 13:00 【ワークショップ】  
「企業の森づくりフェア2010」をふりかえる～企業との直接対話から見えてきた企業ニーズの共有～  
〈ファシリテーター〉近藤 修一（株式会社エス・ピー・ファーム 代表取締役）  
久田 浩司（株式会社結デザインネットワーク 代表取締役）
- 13:50 【個人ワーク】  
企業や地域のニーズに対応した「森づくりコミッション」を目指して！  
～各地域の「企業の森づくり」の目的の再確認とアクションプランのブラッシュアップ
- 14:50 【発表・共有】
- 15:20 閉講式・解散

森づくりコミッション・フォローアップ中央研修会

## あいさつ・目的の共有 ・アイスブレイク

ファシリテーター ● 近藤 修一（株式会社エス・ピー・ファーム 代表取締役）

今回はフォローアップ研修ということで位置づけておりますが、前回の中央研修に参加していない方もいらっしゃいますので、新しいものも含めながらフォローアップしていただきたいと思います。前回参加いただいた方には、その後1カ月でアクションプランがどこまで進んでいるかを検証しながら、企業の森づくりのサポート制度の拡充をどう図っていくかを検討したいと思います。短い時間ですが、交流を深めながら研修を進めていきたいと思っています。

今日は、あらためて今、皆さんが取り組むべき課題を検討し、より実効性のあるプランをつくるために何をすべきかを、明らかにしていきたいと思っています。今回の時間だけで、プログラムづくりや広報ツールを考えるのは難しいと思います。ですから、「それをつくるために何をすべきか」だけはきちんと整理・検証していけたらと思っています。



1人ずつ簡単に自己紹介



# 高知県「環境先進企業との協働の森づくり事業」の取り組みについて

講師 ● 大前 拓也 (高知県 林業振興・環境部 環境共生課 主査)

平成21年3月時点で、すでに37社と契約している高知県の「環境先進企業との企業の森づくり事業」における、「森林の整備活動」と「地域との交流活動」の構築方法や進め方についてご紹介いただきました。

## プロフィール

大前 拓也 (おおまえ たくや)

高知県庁 林業振興・環境部 環境共生課 主査。

平成15年高知県庁入庁。平成21年1月より環境共生課に配置になり「環境先進企業との協働の森づくり事業」の担当となる。

## 日本一の森林県だが人工林の荒廃が進んでいる

高知県は太平洋に面していて、ホエールウォッチングやカツオの一本釣りなど、海のイメージをお持ちの方が多いと思いますが、実は海岸線の近くまで山が迫っている山の県でもあります。空からの雨が森林を育て、清流となって地域を潤しながら太平洋に至り、また雨になるべく空にのぼるといふ、地域の循環の仕組みを感じていただける地域でもあります。

高知県は温暖で雨が多い気候ですので、樹木の生育にも適しています。魚梁瀬杉という日本有数の天然杉をはじめとした豊かな森林があります。高知県の森林は県土の84%を占めていて全国第1位です。また人工林の割合も、戦後復興期の精力的な植林もあって、65%と全国で2番目です。一方、高知県の人口は下から3番目の少なさで、1人あたりの民有人工林面積が全国平均の6倍です。しかし林業就業者数は、昭和51年の7,350人から平成19年の1,515人と、約5分の1にまで減少しています。担い手不足が大きな問題になっています。木材の平均価格も、昭和55年に3万8,700円/m<sup>3</sup>だったのが平成19年には1万3,600円と、3分の1まで低下しています。

高知県では、担い手の減少、木材価格の低迷によって、魅力のない林業への関心が薄くなり、人工林の荒廃が進んでいるのが現状です。

このような中で、高知県の森林に対する取り組みとして、

平成15年に、個人・法人から一律500円を徴収するという「森林環境税」を全国に先駆けて始めました。当初は5年間の期限をつけての制度でしたが、現在は2期目を迎えています。森林の整備や森林環境学習の支援に活用をさせていただいています。

また、11月11日を「こうち山の日」と制定して、県民1人ひとりが森林を守る活動に参加し、また自ら行動することによって山を守り育て、次代に引き継ぐための意識づけと活動を行っています。

## 森林資源を活用したさまざまな温暖化対策

高知県では、森林資源を活用した温暖化対策を進めようということで、さまざまな取り組みを行っています。

森林資源を活用した温暖化対策には「CO<sub>2</sub>の吸収」「CO<sub>2</sub>の削減」「CO<sub>2</sub>の固定」の3つがあります。

CO<sub>2</sub>の吸収は、間伐を推進することで、木の成長を促してCO<sub>2</sub>吸収量を高めようというものです。「協働の森づくり事業」や、それに伴う「吸収証書の発行」は、これに該当します。また「森林吸収量取引モデル事業」は今年度から始められた事業で、県有林の間伐することで吸収されたCO<sub>2</sub>を調査して検証し、環境省がやっているJ-VER制度によってクレジット化をすることで、森林管理への資金循環を目指そうというものです。

CO<sub>2</sub>の削減は、限りある化石燃料の代わりに、山で利用されずに放置されていた林地残材を活用して、CO<sub>2</sub>の



大前 拓也さん

削減を図ろうというものです。「排出量取引地域モデル事業」は、高知県にある工場の発電施設で石炭の代わりに木質バイオマスを使用し、それによって削減されたCO<sub>2</sub>の削減量を、J-VER制度によってクレジット化して環境先進企業に売却をすることで、森林資源の有効活用と資金循環の仕組みを図ろうというものです。この事業はすでにクレジットが発行されていて、昨年、東京のルミネに売却をさせていただいたのを筆頭に、現在8事業者・個人に売却しています。今後も売却を進めていこうということで、大口の申し入れも多くいただいているところです。

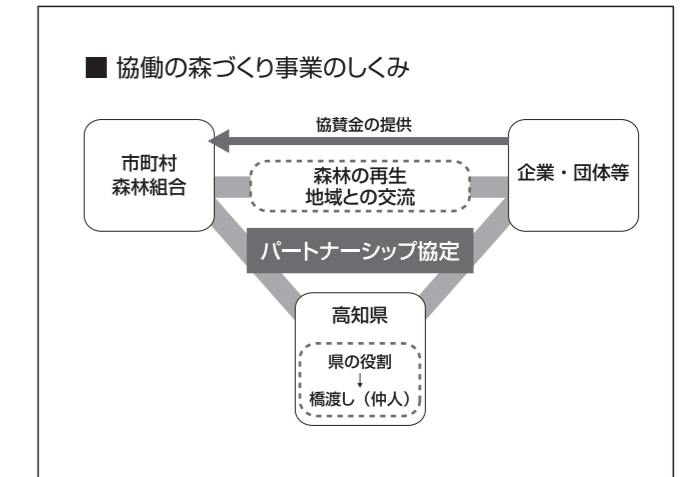
CO<sub>2</sub>固定は、CO<sub>2</sub>が固定されている山の木を木造住宅に利用するなどして、生活の中で県産材を積極的に使っていこうという事業です。「CO<sub>2</sub>木づかい運動推進事業」は、県産材を構造部分の2分の1以上活用した木造住宅の施主に対して、高知県では社会貢献の見える化ということで「CO<sub>2</sub>固定証書」を発行させていただいています。これも昨年からですが、県の補助制度や民間金融機関の優遇ローンと連携をした仕組みになっていますので、活用も非常に増えてきています。

## 環境先進企業との協働の森づくり事業

### ● 環境先進企業との協働の森づくり事業に至る経緯

高知県の「環境先進企業との協働の森づくり事業」の仕組みをご説明します。

この事業に取り組む経緯ですが、平成15年度から森林環境税を導入したのですが、それだけでは森林の荒廃は防げないということで、前知事の橋本大二郎が選挙戦の公約として「排出量取引の考え方を大手企業に働きかけてモデル的な事業を進める」を掲げました。結果として橋



本知事は当選をして、平成17年度から「排出権取引推進監」と「専門企画員(排出権取引担当)」というポストを配置しました。

平成17年の2月に京都議定書が発効され、日本の削減目標のうちの3.9% (現在は3.8%) をまかなうことが決定し、その年の4月には閣議決定があったのですが、排出権取引制度の創設は検討課題ということで先送りされました。そこで高知県では方針転換を図って、企業のCSR活動に着目した「環境先進企業との協働の森づくり事業」を企画しました。

### ● 環境先進企業との協働の森づくり事業の仕組みと目的

協働の森づくり事業の仕組みとしては、企業・団体等、市町村、高知県の3者、もしくは整備を行う森林組合を含めた4者でパートナーズ協定を締結いただき、これに則って森林の再生と地域との交流を図っていくことを目的としています。

そのなかで高知県は、企業や団体等の希望に添って市町村と調整を行うといったコーディネーター的な役割を果たしています。県では仲人という言葉で説明をしています。企業団体からは協賛金を提供していただきます。そして市町村は地域の森林組合に委託等をして森林の整備を進めていくとともに、地域との交流についても計画をしていくという役割になっています。

協働の森づくり事業には、柱が2つあります。1つは、「森林の再生」をしていこうということです。いただいた協賛金のほとんどは、間伐などの森林整備に充てられます。企業への理解が得られた場合は、作業道の整備や、整備を行うための道具の購入に充てることもあります。

もう1つは、「地域との交流」です。企業や家族の皆さ



んに実際に高知県の森林に来ていただいて、間伐体験などをさせていただくとともに、昼食などを地元の婦人会等につくっていただいて、地元の地産地消の料理を召し上がっていただくことで、企業と地域との交流を図っていただくというものです。

### ● 他県の企業の森制度との差別化

高知県が協働の森事業を企画するにあたって、すでに企業の森を始められている県もあったので、他県との違いを何か出さなければならぬということがありました。

1つは、植樹ではなく間伐を中心をやっているということを出しました。

もう1つは、企業からの協賛金によってどれだけCO<sub>2</sub>の吸収が進んだかを分かりやすく目に見える形で分かるように、「CO<sub>2</sub>吸収証書」を発行しています。全国に先駆けての取り組みということで、企業や団体等の皆さんには、CSR報告書への掲載をさせていただいたり、企業の応接室に飾っていただいたり、好評を博しています。

CO<sub>2</sub>吸収証書の発行までの流れとしては、まず協賛金によって整備された森林の吸収量の調査を行い、その調査結果から吸収量を算定し、それを平成18年度から立ち

上げている「高知県CO<sub>2</sub>吸収専門委員会」が承認することになっています。

さらに協定を結んでいただいた企業への約束として、協定森林の間伐材でつくった名刺台紙を提供すること、高知県のホームページ等で情報発信をすること、「森の力」というロゴマークを自由に使用して良いということ、地域との交流事業については高知県がサポートする、といったことを提示しています。

この名刺台紙を昨日の「企業の森づくりフェア」でテーブルの上に並べていましたら、多くの皆さんに関心を示していただきました。実際に協賛金をいただいて協定森林の間伐した材からつくられたものであり、企業からは大変好評をいただいています。この加工費は高知県で負担しています。また、この名刺を実際に使っていただくことで、協働の森づくり事業のPRもしていただけることになるので、企業にとっても県にとっても大きな宣伝効果になっているのではないかと思います。

協定を締結する際には、県庁等に来ていただいて、知事と市町村長、企業の代表の方で協定締結式を行っています。地元の新聞やテレビなどで報道していただけるので、企業にとってもPR効果が大きいのではないかと思います。

### ● 事業を進めていった当時の課題と対応

この事業を高知県が始めていくにあたって苦労したこととして、例えば東京の社員や家族の方に来てもらうには遠すぎる。また、高知県には縁もゆかりもない企業にとって、「社内でどうして高知県に協賛するのかの理解を得られない」という声も多く、さらには高知県は元々大手の企業や経済界とのつながりが薄いということもあったようです。

これらへの対応として、まずは全国一の森林県であるということアピールしていきました。そして、全国に先駆けてCO<sub>2</sub>吸収証書を発行しました。これが企業の皆さんにとっては決め手になることも多かったようです。また、当時の担当者が1社1社を個別に訪問して、face to faceで話をするといった対応もしていきました。

### ● 現在の協定締結企業は42件 すでに協定を更新する企業も

高知県がパートナーズ協定を締結している企業や団体は、現在42件。企業だけではなく、社団法人や大学、商店街の振興組合、また個人の方とも協定を結んでいます。ちなみに企業のほとんどが、県外に本社を置く企業です。三井物産やキリンビール、全日空、太陽石油といった企

業は、この事業が開始された平成17年から取り組んでいたっています。協定期間を3年間としているものが多いので、協定が満了になる企業が出てきていますが、この4社については引き続き協定の更新をしていただきました。

### ● 協定を結ぶことで 企業との新たな結びつきが生まれる

協定に至る形はさまざまです。

基本的には、まずは県が企業を訪問して事業の紹介をさせていただきます。興味を持っていただいたら、現地まで来ていただいて、市町村の森林のいくつかをご紹介します。

そのようにして協定に至るのがほとんどなのですが、時にはすでに特定の県内の市町村と結びつきがあって、最初から「この市町村でやりたい」という企業もあります。最近の事例だと、今年からNHKの大河ドラマで龍馬伝が放映されていますが、そこで坂本龍馬と並ぶ主要な登場人物として登場している岩崎弥太郎は三菱グループの創始者です。この岩崎弥太郎は現在の安芸市の出身で、去年は三菱商事と東京海上日動火災保険という、三菱グループの主要企業2社に安芸市の森林整備にご協力をしていただけることになりました。

現在協定を結んでいる企業の中には、特に高知県とは縁もゆかりもない企業が結構ありますが、逆に言えば、協定を結んだことで高知県との結びつきができるということです。この事業の目的は森林の再生にありますが、企業と県との新たな関係が構築されるということがあり、県にとっては林業以外の部分でのメリットも大きいと思います。

### ● すべての市町村で協定を結ぶことが目的

高知県内の協定の位置図を見ると、全体的に広がってはいるのですが、東端や西端はアクセスの悪さもあって敬遠される傾向にあります。逆に高知市はアクセスが良いので、多くの企業から協賛していただいていますし、四万十川流域もネームバリューから多くの企業が集まっています。

高知県には全部で34の市町村があり、現在20の市町村で協働の森の協定を締結しています。今後は、協定がない市町村を企業側にPRしていくとともに、協定のない市町村にも働きかけて、すべての市町村に1つは協定を置くことを目標にしています。

### ● 森づくりを通じて地域活性化につなげる

協働の森づくり事業の現在までの効果は、森林の再生では協賛金は合わせて2億7,000万円をご提供いただける

ことになっています。これは約2,200haの森林整備につながるということで、非常に大きな力になっています。

また地域との交流ということで、間伐体験などで沢山の方に高知県を訪れていただけたということで、昼食は地産地消の料理を食べていただいて、地域の活性化の効果も生まれています。

### ● 単なる森づくりや交流を超えた展開も

企業の皆さんに実際に現場に来ていただいた場合、間伐体験などには必ず指導員が何人かに1人ついて、安全面に配慮するように心掛けています。地元の子どもの達も巻き込んだ形で一緒に交流をしようというケースも多く、小中学校と協力をしての取り組みを各市町村が行っています。企業によっては新人研修を協定森林で行うという事例もあります。

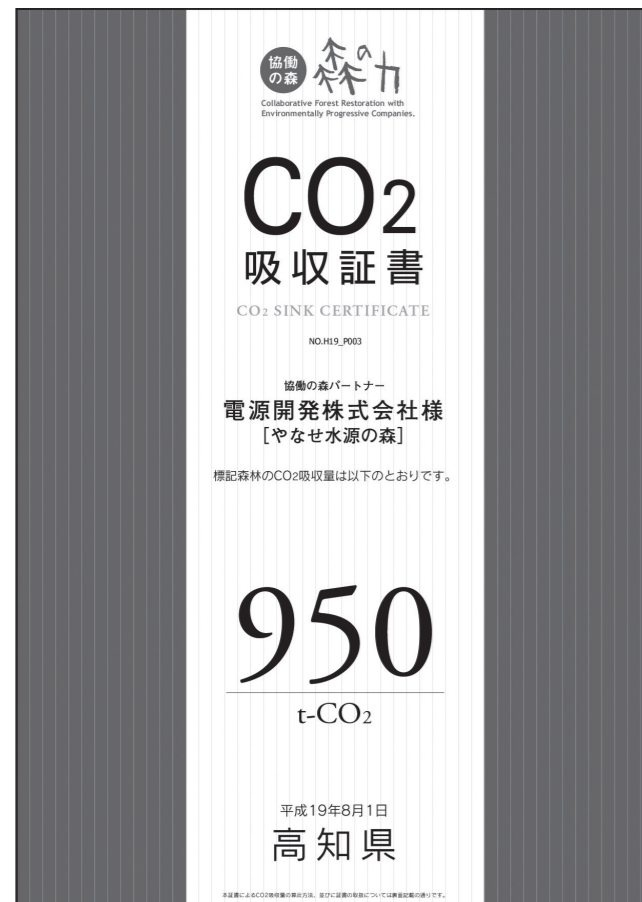
協働の森づくり事業から、単なる森づくりや交流を超えた展開を見せている事例もあります。例えば三菱UFJ信託銀行は、お金に関する授業を協定市町村の小学校で行ってくれています。また富士通はパソコンを分解してみる授業を行ってくれています。

また、「協働の森フォーラム」といって年に1回、企業の代表の方をお呼びして、高知県知事や県内の市町村長と一緒に環境問題に関するディスカッションを行っていただいています。去年は29の企業の方に一堂に会していただいて、白熱した議論を行っていただきました。

### ● 企業との関係を深めることへのウエイトも 大きくなっている

企業からは、「CSR活動の一環として企業イメージの向上につながっている」「CO<sub>2</sub>吸収証書は、協賛金でどれだけCO<sub>2</sub>が吸収されたかが目に見えるので分かりやすい」「高知県での交流が社員や家族の福利厚生にもつながっている」といった声をいただいています。今年度から協定が満了する企業が出てきていますが、多くの企業から「協定を引き続きやります」という声をいただいていることから、ある程度の評価はいただいているのかなと自負をしています。

また、もちろん、森林はまだまだ整備する必要があるところが多く残っていますので、企業の力は引き続きお借りしたいところですが、すでに協定を結んでいるところへのサポートも疎かにはできません。協働の森づくり事業は森林の再生が大きな目標ですが、つながりを持った企業との関係を深めるという意味合いも大きくなってきています。一度協定を結んだから終わりではなく、そのつながり、サ



CO<sub>2</sub>吸収証書



# 企業の森づくりのコーディネーション ～プログラムづくりのポイント～

講師 ● 田中 美津江 (財団法人オイスカ 山梨県支部 事務局長)

中央研修会の続編として、今回は主に、地域のポテンシャルを活かす、協働による“プログラムづくり”のポイントについて、事例を中心にご紹介いただきました。

## 企業側、森側の実際を知ることで、 自ずとコーディネーターの立場に

オイスカはフィールドもなければ資金もない、47年間ボランティアをやってきた団体です。

オイスカが森づくりを始めたのは、海外の地域開発をしている時に、あるところで水が出なくなって農業が上手くできなくなったということがあり、水源涵養のために植林活動を始めたことがきっかけとなっています。ただ、当時は日本においては集金マシーンで、皆さんから集めたお金を海外支援に回していただけでした。

私がオイスカに入った10年くらい前から、日本の現状も豊かではなくなってきました。「海外ばかりではなく、地元でもできることがあるのではないかと、地元での活動への要望も出てきました。また、それまで支援をしていた企業からも「国内で何かできないか」という要望が高まってきたこともあって、国内でも森づくりを始めました。

とはいえ私達は、森づくりのプロではありません。フィールドもありません。素人でしたから、どこで何が必要とされているのか、どんな手続きが必要か、どんな技術が必要か、逆にそれをするための資金はどこにあるのか、どのようにしたらその資金を使わせていただけるのか、といった、ありとあらゆる情報を収集することから始めました。

そういうことをやっている時に、「森づくりはボランティアでできるものではない」ということも勉強しました。私も最初は間伐体験をして「いいことをしたな」と思っていたのですが、私達がいくらそれをやっても日本の森は変わらないということも分かりました。

そういうことから、オイスカは自ずとコーディネーターという立場を取るようになっていったのです。企業側と森側の両方の情報収集をしていた時に、地域林業の課題が



田中 美津江さん

見えてきました。逆に都会側からは森林に対する期待が非常に高まっているということも感じていました。これらをどう結びつけるのかが、私達の仕事になっていったわけです。

## 「自然を育む人の営みと、 その豊かさの連鎖をする」

国土交通省に『国土の国民的経営』という冊子があります。私は、この検討委員会の委員に入れていただきました。この検討委員会の勉強会で出てきた言葉に、「自然を育む人の営みと、その豊かさの連鎖をする」というものがありました。「こんな素敵な言葉があったのだな」と思いました。

私達の活動の目的も、この言葉の通りです。まずは自然を育む人の営み、例えば林業が生業になり、それによって暮らせるということが大事だと思っています。そして、その後に本当に豊かなもの、文化もそうですし、いろいろな森の恵みも、時間的なゆとりも豊かさのうちだと思います

ポートを大事にしながらやっていきたいと思っています。

・Q 森林の再生と交流が2本柱ですが、交流だけの協定のケースはありますか。

・大前 基本的には協賛金を提供していただきますので、交流だけというケースはありませんし、今後ありません。あくまで間伐がメインで、そこに協賛金を充てさせていただいて森林再生を図り、それに付随して交流していただくということです。協賛金は、おおよそ8対2の割合で間伐等に充てています。

・Q 私有林も対象になっていますか。

・大前 基本的には市町村有林でやっています。この理由としては、高知県はCO<sub>2</sub>吸収証書も発行しているので、間伐後の適切な管理が大事になるからです。私有林を使っているケースもないわけではないのですが、森林組合等の適切な管理が担保されているところに限るという要件があります。企業にとっても個人の森林の間伐にお金を出すことを、あまり良くは思わないというか、公共の方がいいという声が多いこともあります。

・Q 作業にはチェーンソーを使いますか。

・大前 協定事例によってさまざまですが、手ノコの場合がほとんどです。ただし、熱心な企業はチェーンソー講習を独自で受講して使っているところもあります。

・Q 企業への営業で接触する時に、担当者が直接企業に接触するのですか。

・大前 当時の「排出権取引推進監」のポストの者は、雑誌等で「環境に配慮している企業100社」といったランキングが掲載されていたら、とりあえず、その中でもCSR部局があるところに対して電話連絡から始め、約束を取りつけて会いに行くということを行っていたようです。実際に、最初の協定に結びつける前には70～80社を回ったと聞いています。現在は42社と協定に至っていますが、もちろん協定に至っていない企業は沢山あります。

・Q パートナーズ企業の中に原宿表参道櫛会があります。どういう馴れ初めですか。

・大前 高知県はよさこい踊りが有名ですが、原宿の表参道ではスーパーよさこいというものをやっています。その関係から、県の観光セクションと原宿表参道櫛会とのつな

がりがあって、そこから協働の森づくり事業につながったということです。

・Q イベントを打つ時の、お弁当とかバスとか保険とといったことの調整はどうしていますか。

・大前 基本的には市町村と企業と何度も打ち合わせをしています。その打ち合わせに県が出向くこともあります。間伐の指導員には、県の林業事務所などが協力したりもしています。

・Q 協賛金は組合等に還元していると思いますが、それを販売等で利益が出た場合はどういった処理をしていますか。

・大前 搬出間伐も伐り捨て間伐も行っていますが、協賛金を得て利益が出るのはまずいので、利益分を差し引いた形で協賛金を入れていることが多いようです。基本的に協賛金の支払い方法などの細かい点は、協定書とは別に、覚え書きのような形で市町村と企業の2者間で結んでいて、そういうことを謳っているものが多くなっています。



が、そういうものが連鎖していくことを目的としています。

私達は現在、7カ所で協働による森づくりの事例を持っています。森づくりコミッションはもちろん、林野庁が企業の森づくりを推進する前の、本当に何もない状況の中からやり始めています。

## 協働による森づくりの中でのプログラムづくり

私達の活動では、企業の部分は後からついてくるもので、まずは地域を知ることから始めます。山側の情報をどれだけ持っているかが、どれだけプログラムがつかれるかということだと思っています。

私達は47年の歴史の中で、企業からのご支援をいただく形で海外のプログラムづくりをしてきましたので、企業との付き合いは割とあるのです。オイスカには会員制度がありますが、今は半分以上が企業です。ですから、企業に働きかけることには、あまり苦労はしていません。

ところが現場のニーズを知ることは、大変な苦労がありますから、現場に入る時には何十回と繰り返し訪れて、地域住民とどれだけ心が通った会話ができるかということが、私達が行き組みに入る前の段階で行うこととなります。

ですから、企業から「こんなことがやりたい」ということを伺った時には、地域のニーズとマッチしたところをご提案することにしており、無理は決してしないようにしています。

## オルビスとの取り組み

オルビスは、最初に私達と取り組みを始めてくれた会社です。

オルビスと協働で森づくりを始めた平成11年には、オイスカの会員が森づくり活動ができるフィールドとして「オイスカの森」を県有林に設定しました。森林公園としての整備をしていくということで、その私達のプロジェクトにオルビスも参画していただいたという形になっています。

### ● 単なる森林整備から社員研修に発展

最初は20名程度の参加者で森林整備を行っていたのですが、実行委員会形式で森林管理を進めていくうちに地元との関係が深まり、さらに何かできないかを考えた末に、「社員研修の場として使ってみてはどうでしょうか」という提案をしました。最初は「こんなところに新入社員を連れて来るのはどうか」と実行委員の方も言っていたので



「オイスカの森」での森づくり活動の様子（オルビス）

すが、「でも地球温暖化の問題とか、いろいろな体験とかできますよね」ということで、見事にのってもらえたのです。

さすがに最初は、すでに入社した人を仕事の一環としてお連れになったということですが、現在は入社が決まった人の自主参加ということで、年に2回、春の植栽と夏の下刈りに来ていただいています。参加人数は、人数制限をして100～120名で、実際にはもっと希望者がいるようです。オルビスは、会社役員も必ず参加してくれています。

最初に社員研修を提案した時には、事故のことや、研修効果があるのか等、担当者はいろんなことを考えていました。私達としては、「提案したからには、担当者が喜んでもらうことをしなければならぬ」と思うわけです。でも知恵がありませんでしたから、県の方をお願いして森林総合研究所の先生に来ていただき、森づくりの意義をご説明いただいたりしました。ない知恵の中からもなんとかしようと思ったら、人の力を借りることだと思えます。今では社員研修でのレクチャーには県の専門官が来てくれます。そういったことと同時に、最近社内旅行のようなものが企業にはなくなっているので、「役員も新入社員も一緒になって汗を流すのは大きな効果がある」ということで、喜んでいただいています。

### ● 人手が少ないがゆえの地元のチームによって良いプログラムが生まれた

社員研修での実費は、すべてオルビスに負担していただいています。その時に考えるのは、なるべく地元にお金を落としてもらうことです。

当時の山梨県支部は私1人だけでした。ですから、バスを使って来ていただくので、地元の旅行業者を巻き込みます。お弁当も地元の食材を使ったものが良いのではということで、地元で手配をしていきます。その結果、地元でチームが生まれました。オイスカだけではなく、地元

チームができたことで、初めて良いプログラムができるというわけです。

### ● オルビスの実績と経験が富士山での100haの森づくりの原動力に

平成11年から一緒に森づくりを行ったことで、現在のオイスカの森は地元の人の憩いの場所となっています。オルビスには次の展開ということで、富士山での100haの森づくりでの原動力になっていただきました。

オルビスには、オイスカの森での活動で1,000万円を超えるお金を出していただいています。私達が新しいフィールドでの活動を始めようとする時には、財源の確保はできるのか、協賛企業をどうするかということがクリアになっていなければ、大それたことは言えません。オイスカには組織力はありませんし、後ろ盾もないのですから。でも、オルビスの過去の実績があったから私達が富士山の森づくりを行うことができたのです。

富士山での森づくりの期間は5年間を考えていますが、その後には甲府市で100haのモザイク林の見本林をつくらうという計画があります。オルビスにはそこにも手を挙げていただいて、一緒にやっていただくことになっています。

そうしてくれるということは、オルビスにとってもメリットがあるということなのだと思います。私達にとってもオルビスの力をお借りして、県を変え、村を変え、地域の人々の意識も変えました。協働の意味は大きなものがあったと思っています。今後もオルビスには感謝をして、お付き合いを続けていきます。

## サミットとの取り組み

昨日の「企業の森づくりフェア」では、サミットからのご報告がありました。私達が考えているのと同じように森づくりを理解して取り組んでいることが聞けて、とても安心しています。

### ● 他での成功事例が導いてくれた

サミットとの協働の森づくりは、現在の丹波山村での活動が決まる前に、財産区に話を持ちかけました。しかし、住民のコンセンサスが得られませんでした。ですから、そこに無理に入っていくことはせずに、丹波山村の村有林でお願いをすることとなりました。

丹波山村も、最初は非常に消極的というか、面倒なことはやりたくないという感じで、「うちは急峻でボランティアにはとても入ってもらえない」と断られたのです。ところが、

隣の小菅村でホンダが森づくりを行っていた北都留森林組合が丹波山村に話をつけてくれて、私達も丹波山村に入ることができるようになりました。村側としては「わけの分からない団体が入ってきて何をするか分からない」という思いだったと思いますが、その時は、成功事例が導いてくれました。

### ● 新入社員研修で850人が参加。その労力で見事な経済林を目指す

昨日の企業の森づくりフェアでの企業事例発表でも、サミットは「本当は植えたかったですね」と盛んにおっしゃっていましたが、丹波山村で必要だったのは、植えることよりも、間伐や森林整備でしたので、森林組合の方と一緒に誠心誠意話をさせていただきました。その結果、昨日もおっしゃっていたように、「今、必要とされていることをすることが、自分達の社会貢献事業だ」と考えていただけるようになり、森林整備をしていただくことになりました。

最初はサミットも、ボランティア森林整備を行うだけで、新入社員の研修は考えていませんでした。ボランティアが入るのは言わば遊びで、実際には委託事業で森林組合に作業をしていただくのが前提だったのですが、「オルビスでもやっています」という話をしたところ、「ぜひ我々もやりたい」ということになりました。

スーパーは入社式が年に4～5回あるのです。昨日のお話では850人ということでしたが、それだけの人数が入るとなると、これは労力としても大きくなるわけです。そういったことから、森林組合には、最初に予定していた委託の部分ではなく、ボランティアの力でできる森づくりにご協力いただくこととなりました。それでもやはり、見本林になるような作業はできないので、最終的には森林組合に全部手を入れてもらっています。目標としては、プロがつくったような見事な経済林を企業の森でつくらうということです。

また新入社員の間伐体験では、昨年あたりから地元のおじいちゃん、おばあちゃんも指導してくれるようになって、いくらかでも地元の方にお小遣いが入る仕組みになっています。

### ● 間伐材の積み木が豊かさを連鎖させていく

新入社員研修とともにご提案したのが、間伐材を使った積み木でした。当時から出口論が問題視されていたので、そういったご提案をさせていただいたのです。サミットは店舗とお客さまをつなぐツールとして間伐材の積み木を活用していただいております、それが国産材の普及啓発に



もつながっています。

積み木をつくったところでわずかなものだと思われるかもしれませんが、積み木広場というイベントでは1万個という単位で開きますから、結構な量になります。また、それを子ども達にプレゼントすることで、木の良さ、木の豊かさというものが、本当に連鎖していくのです。最初は森のことを知らない子ども達が「お風呂の匂いだ」とか言い出すと、そのうちにお母さん達が、「懐かしい匂いね」と言ってくれて、森や木に思いを馳せてくれるのです。

また、この積み木は地元の授産施設できれいに磨いていただいている、授産施設の安定的な収入につながっています。最初は、お願いをしてから1年間迷っていました。この仕事を受けるにはちょっとした設備が必要になりますし、やはり継続性が大事だということで。そこで私達の東京の職員が、サミットに「安定的に実施してください」と営業をかけて、そうすることで、年間3万～5万個をお約束していただき、授産施設にも定期的に発注することができるようになったのです。

#### ● 走りながら「どうしたら喜んでもらえるか」を考える

サミットとの協働の森づくりは、今年いっぱい第1次計画の5年が終わりましたが、「これで丹波山村とはお別れ、というわけにはいかない」と言っていただき、「やった!」と思えました。次の計画を提案していますが、まだ確約はいただいていません。でも、昨日、あれだけの席でおっしゃっていただいたのですから、これからも何らかの形で丹波山村には入っていただけるのだらうと思います。やってきて良かったという感じですね。

私達が大事にしているプログラムづくりは、走りながら、やりながら、どうしたらこの人達に喜んでもらえるのか、どうすれば効果的になるのかを考えることです。そうすることで、新しいプログラムがどんどん生まれてきます。それは奇抜である必要はないし、余計な知識がなくてもいいと思っています。

## 三菱自動車との取り組み

「パジェロの森」として、三菱自動車との協働で森づくりに取り組んでいる早川町は、本当に広い町ですが人口は1,000人を切っています。

平成18年、私達のところに「パジェロの新車発売に先駆けて、社会貢献事業をしたい」という、非常にワガママな話がきました。私はお断りされても仕方がないと思って、最初は「そんなに簡単にコーディネートはできません」と

いうお返事をしたような気がします。ただ、早川町は川を挟んだ細長い町ですから、「そこをパジェロで走ると似合いますね」と、つい申し上げてしまったんです。たまたま私は、早川町の状況を前から情報収集していて、町長とも親しくしていたので、そう言ったのですが、それが結局「パジェロの森」につながりました。

#### ● 企業が、採算が合わずに放置されていた森林の搬出費を負担

パジェロの森は、川の侵食によって変な形になっている財産区の山を使っています。60年性くらいで伐採期になっているのですが、伐採しても搬出費用の方が高くなってしまいますので、その価値を失っており、せっかく住民のために植えた森が消えてしまったということで、残念がられていた場所です。

三菱自動車にその現状をお話したところ、「でしたら搬出費用を出しましょう」ということになりました。結果として、本当に道から近いところなのですが、搬出費用には80万円かかりました。そして、伐出した木は50万円になりました。この50万円は、財産区にお返しをしています。それで財産区も喜んでくれて、最初は「都会から来てなにするだ」と言っていた方達も、参加してくれるようになり、今では財産区の方と一緒に森づくりをしていますし、そこでほうとうをつくって一緒に食べたりしています。

#### ● アクセスが悪いからこそそのプログラム展開

「パジェロの森」は、東京からでも名古屋からでも日帰りができません。三菱自動車は名古屋に工場があるので、どうしても宿泊が伴います。でも、そこでまた新たなプログラムを展開することができれば、活動は長続きするのです。去年はコンニャク玉が穫れましたので、コンニャクづくりをしました。今は放棄農地をどうするかを農政部の方とプログラムの検討をしています。

#### ● 社員に成果を見てもらうためのベンチづくり費用は財産区へ

「パジェロの森」の材を市場に出していただいたことには、とても価値があったのですが、そのことは社員には見えません。そこで、市場に出せない木を利用してベンチづくり、それぞれの事業所に「パジェロの森の材でつくったベンチ」ということで、社員にも見てもらえるように置かせていただいています。これも企業から製材費や加工費を出していただき、その分を財産区にお返ししています。

## 「富士山の森づくり」の取り組み

#### ● 複数の企業が集まっての協議会方式の森づくり

1ha～5haくらいの森づくりならば1企業と長期契約を結びながらやっていけますが、100haといった大規模面積で森づくりを行うとなると、1企業だけでは大変な時間がかかってしまいます。また、富士山での森づくりでは新植は5年という制限がありました。

そこで、協議会方式で企業同士が一緒になって目的に沿った森づくりを実施してもらおうというのが「富士山の森づくり」です。この協議会は、現在は23の企業と団体で構成されています。

富士山での森づくりは、5年という期間のうちの3年が過ぎました。5年が終了したあとの計画をどうするか、頭を悩ませながら、協議会の企業と相談しているところです。

#### ● 協議会方式の森づくりは、順応的管理に当てはまる

学者の方に言わせると、里山の生物多様性に寄与する森づくりの形があるそうで、順応的管理と言われるものなのですが、私達が協議会形式で行っている森づくりが、まさにこれに当てはまるのだそうです。私達は、それを意識して実施していたわけではありません。でも、結果としてそうなっているわけです。

ですから、理屈に当てはめて森づくりを行うのではなく、今実施している形で、皆さんの力をいかに結集していくかということが、日本の森の生物多様性にも寄与するし、事例を先行させていくことかもしれないとつくづく思っています。

## 民有林での森づくり活動には行政のとりまとめが不可欠

私達は町村に入って森づくりを行っていますが、役所の人と打ち合わせをしているだけでは、なかなか事が進みません。やはり、どうしても異動があるということがネックなのだろうと思います、一生懸命県の担当者と話をして、さあ始めようとなると、「手続きは出先でやってください」。でも、出先に行くとなんの共有もされていなかったりします。そういうことが現実だろうと思います。そこでまた、私が最初から話さなければならぬわけです。次に町村役場に行くと、ここでも「知らない」と。そういうことが、本当に手間暇がかかります。

ですから森づくりコミッションをつくっていただけると聞

いた時には、諸手を挙げて喜びました。私達は山梨県森づくりコミッションの副会長までやらせていただいています。でも、まだまだ共有できていないのが現実です。

民有地での森づくりの問題は、頭を悩ませています。私達が企業をご案内する時に、民有地での活動はどうしても難しいのですが、企業にとって見れば、民有地であろうと公有地であろうと、その森が持つ公益的機能は同じです。

民有地での森づくりを進めていくためには、やはり行政の力を借りて、団地化までいかななくても、口説いてまとめていただくことをしてもらわなければ、ボランティアは入れません。実際のところ、公有地は私達でなくても行政が頑張れば森づくりはできるはずですが、オイスカの役目としては、そうではないところに入るのだと思っています。

実はこれから道志村での活動を計画しているのですが、道志村では役場が民有林を上手くまとめてくれました。次にこういう機会があった時には、事例としてお話しできるかもしれません。

## 地元の人達のポテンシャルを引き出すような森づくり活動を

私達は、地元住民と親しくなることに一生懸命取り組んでいます。

丹波山村では新年会を村のおじいちゃん、おばあちゃんと私達で実施しました。

私達は、その方々から、本当に多くの知恵を授かっています。そして、そこでできた恵みを、私達はいただいています。そのことを企業にお伝えすることが、企業を誘致することのポイントになるだろうと思っています。

奇抜なもの、新しいものを持っていこうとすると、山村地域の特に高齢の方々は拒否します。ですから、そこにあるもの、例えばジャガイモを一緒につくること、それを教わること、そういうプログラムをつくっているのです。森でも、かつて生業として行われたことをやっていたら、「そんなことならば俺が教えてやる」ということで指導してくれるわけです。

「地球温暖化防止のために」といったことは、確かに森づくりの大義はそこにあるのですが、それは全国どこでも同じことを言われている共通語であって、企業の人にも、そして地元の人にも響きません。そうではなく、地元の方のポテンシャルを引き出すことが大事で、それは日常の営みの中にあるのだらうと思います。

そういうことだから、何の知識のない私達でも森づくり活動ができていたのだし、ましてや、いろいろなものを



## 地球環境パートナーシッププラザ ・環境パートナーシップオフィス・地方 EPO の取り組み事例紹介

講師 ● 伊藤 博隆 (一般社団法人 環境パートナーシップ会議)

企業の CSR の支援事業事例と、企業と NPO 等のパートナーシップの成功に向けて作成した「ポイント集」の紹介、さらには EPO の役割割りについて、紹介していただきました。

### プロフィール

#### 伊藤 博隆 (いとう ひろたか)

一般社団法人環境パートナーシップ会議 (EPC)。

1970 年生まれ。東海大学文学部卒。生活協同組合コープかながわ、在中国日系企業、米国留学を経て、2000 年より財団法人職員として環境省と国連大学が設置する、環境分野のパートナーシップ (協働) を進める地球環境パートナーシッププラザ (GEIC) 勤務。ヨハネスブルグサミット取材、自然再生推進法の関連調査など多数の事業に関わる。2006 年に共同で EPC を設立し、新たな形で GEIC の運営に関わり、現在は「持続可能な地域づくり」事業などを担当。最近では、企業が研修の一環で里山整備に参加するコーディネートに関わる。

個人では、生まれ育った地元の横浜の里山保全にも関わっている。

◎ GEIC ホームページ <http://www.geic.or.jp/geic/> ◎ EPC ホームページ <http://www.epc.or.jp/>

### パートナーシップを促進するための組織

今、みなさんがいらっしゃる場所が、環境パートナーシップオフィス (EPO) の会議室です。この隣には国連大学あり、そちらには地球環境パートナーシッププラザ (GEIC) があります。

1992 年にリオデジャネイロで「環境と開発サミット」が開催され、行動計画である「アジェンダ 21」でパートナーシップが今後重要になるということが謳われました。そこで、パートナーシップを促進する施設をということになり、1996 年に国連大学と環境省が共同で GEIC と EPO を開設されました。施設的には、GEIC がライブラリーがあったりギャラリーがあったりと、割と展示施設的になっていまして、EPO はセミナールームやミーティングスペース、印刷機等があって、NPO の支援拠点という形となっています。

GEIC のミッションとしては、「持続可能な社会の実現のために、人や組織が出会い、対話し、課題解決するための機会や仕組みをつくることによって、多様な主体の参加による市民力の創出を目指します」としています。パート

ナーシップはあくまで手法であって、それが目的ではありません。人づくり、仕組みづくり、情報共有のデザインということを主に行っています。

GEIC の運営は、環境省と国連大学、私が所属している環境パートナーシップ会議という団体、それから外部のメディアや NPO、研究機関の方に入っていて GEIC 運営委員会というものを組織しており、大きな方針決定は運営委員会で作られることになっています。GEIC の事業内容は「持続可能な地位づくり」「みんなで作る環境政策」「企業と他セクターの連携」「情報共有とコミュニケーション」「関東・全国 EPO 事業」を 5 本柱としています。

### GEIC の事業事例

具体的に行っている活動を掻い摘んでご紹介します。

#### ● 持続可能な地域づくり「環境まちづくりフォーラム」

埼玉県志木市で、市民団体、企業、行政によるパートナーシップによって、何回も会合を持ちながら既存樹林を

持っている行政の方ならば、もっとできるはずだと思います。ぜひ無理をしない形で、顔が見える関係を構築しながら、お互いを思い合えるようなものがつくれば、その活動には持続性がつきますし、なおかつ豊かな心を伝えていけるのではないかと実感しています。

.....

・Q 例えば、ほかの地域から「何でうちの町ではやってくれないんだ」と言われたり、何かが得意な地域があるとそこに行ってしまうような気がするのですが、そうならないように心掛けていることはありますか。

・田中 オイスカが現場に入っていく理由は、当然そこにニーズがあるということもありますが、そこにやる気がある人がいるかどうかです。そうじゃないと、一方的な支援になってしまいます。海外支援の哲学は、そこで住民とどうつながって、いかにやる気のある人を引き出すのかということです。それと同じことを国内でも実施しています。ですから、いつも地元の人達には「どういうことを行いたいかをきちんと私達にお伝えください」と言っていきます。

例えば、地元のオギノというスーパーを経営している会社は、民有林での森づくりを行っています。最初に賛同した地権者は 2 軒だけだったのですが、それが非常に良かったのだと思います。それで豊かさの連鎖というか、羨ましいという気持ちが出てきたら成功です。「次は何に取り組みましょうか」ということで企業にも提案をしますが、地元の人にも提案しながら、一緒にできることを取り組みましょうということです。

・Q 地域の人にやる気になっていただくためには、どういうことをしていますか。

・田中 丹波山村ではソバづくりを一緒に行いますが、若い人が一緒だと、とても張り切ってくれます。「じゃあ、企業と一緒にやりましょう。日常の管理をお願いしますね」と言うと、一緒に活動をしている時はすごく乗っているのですが、企業の方が帰ると「こんなことは、とても俺達はできんぞ」ということの繰り返しになります。そうなる私達が飛んでいって「そんなことを言っても」と 2 時間くらい話をすると、また盛り上がってくる。それを 4～5 回くらい繰り返すのです。

一番難しかったのが、実はお金の落とし方です。おじいちゃん、おばあちゃんは、「お金はいらない」とおっしゃるのです。森づくりを行う時には、相手は林業のプロですから、日当いくらで何人ということで、パッと計算して企



活かしたマンション開発を行い、見事に緑地を残したというケースがあります。

この現地で、どういった形で森を残せたのかについてのセミナーを開催しています。

● 環境ボランティア見本市

企業からの「NPOと組みたい」という問い合わせが多く寄せられるのですが、なかなか企業と一緒に活動できるNPOというのはありません。そこで、こちらで企業と一緒に活動しても大丈夫であろうNPOを集めて、ブースをNPOに出展してもらい活動紹介をしておおうというものです。毎年7月に開催しています。合同就職説明会のようなものをイメージしていただければ良いと思います。

地域に応じたパートナーシップを促進する地方EPO

地方EPOは、地域の特性に応じた環境パートナーシップを推進するための拠点として活動しています。森づくりコミッションは地方自治体ごとに設置されていると思いますが、地方EPOはブロックごとになっています。ブロックというのは環境省という地方事務所の割り当てブロックで、関東も入れて8カ所になっています。

地方EPOの設置は環境省で行っていますが、その運営はコンペによって選ばれた民間団体が行っており、公設民営型になります。地方EPOの受託団体は、北海道は財団法人、パートナーシッププラザが私達の一般社団法人ですが、後はすべてNPOとなっています。それらのテーマもかなりバラエティに飛んでいて、北海道は道の外郭団



伊藤 博隆さん  
体であり、東北は水環境ネット東北という川をメインに活動している団体です。私達の環境パートナーシップ会議は、こちらでスタッフとして活動していたものを独立してつくった組織です。中部のボランタリーネイバーズは、環境とともにNPOサポートに近い活動領域で活動されています。大阪、中国は環境系のネットワークが行っています。四国はもともと国際交流を行っている団体です。九州は環境教育が得意な団体です。

企業をコーディネートしての活動事例

企業とのつながりの事例として、昨年度GEICに中古車販売企業から「全国各地で社員研修をやりたい。現場に入りたから紹介してほしい」という相談がありました。そこで試験的に全国の地方EPOに声を掛けて、それぞれでコーディネートをお願いしますという形での活動を実施しました。

そのうち、関東での事例では、企業とヒアリングする中で、できれば日帰り、作業と研修をやりたい、という要望が出てきました。日帰り圏ということで、つくば環境フォーラムというNPOに受け入れ団体になっていただき、棚田周辺でのイノシシ避け柵づくりと竹林整備と座学をやっていただきました。昼食を挟んで正味3時間くらい作業をしていただき、近所にある公営の研修センターで入浴をした後、振り返りの簡単なワークショップを行いました。

パートナーシップの成功に向けたポイント集を作成

GEICでは、環境省事業の協力という形で、『企業やNPO、地域が喜ぶ環境パートナーシップの成功に向けたポイント集』をつくりました。在庫があまりないのですが、ホームページからダウンロードできるようになっています。協働にあたっての合意形成の手法や協働の枠組みの組み方、資金調達的手法などについて紹介していますので、参考にしてみてください。

環境ボランティアは活動資金として助成金を受けているところが多いのですが、持続的に活動を続けてもらうために、NPOがコミュニティビジネス的なことを行うことで助成金に頼らない自立的な活動につなげていきたいという意図もあって、このポイント集はつくられています。

→ [http://www.geic.or.jp/geic/partnership/csr/pdf/point\\_h19.pdf](http://www.geic.or.jp/geic/partnership/csr/pdf/point_h19.pdf)

そういう意味においては、今、持続可能な社会づくりを担う事業型環境NPO、社会的企業中間支援スキーム事業のモデル実証事業の公募ということで、コミュニティビジネスのモデル事業を全国8カ所で行っています。

このように、GEICや地方EPOは、いろいろな環境分野のセクターをつなげ、より大きな目標としては持続可能な社会づくりを行うということで、様々な活動を展開しています。

.....

・近藤 ここに参加されている方々が、地方EPOを活用しようとする場合、どのような方法がありますか。

・伊藤 年に数回、全国のEPOが集まる場がありまして、昨年そちらで森づくりコミッションの説明をしてもらっていますので、各地方EPOで森づくりコミッションがあることは認識しています。こちらはブロック単位で、コミッションは自治体単位ということがありますが、広域的なつなが

■ 地方環境パートナーシップオフィス(EPO)一覧 (平成21年12月現在)

名称	協働団体	所在地	管轄エリア
北海道環境パートナーシップオフィス	(財)北海道環境財団	札幌市北区北7条西5丁目5 札幌千代田ビル 3F	北海道
東北環境パートナーシップオフィス	(特活)水環境ネット東北	仙台市青葉区本町 2-5-1 オークビル5階	青森、岩手、宮城、秋田、 山形、福島
地球環境パートナーシッププラザ (GEIC)	(社)環境パートナーシップ会議	東京都渋谷区神宮前 5-53-70 国連大学ビル 1F	全国、茨城、栃木、群馬、 埼玉、千葉、東京、神奈川、 新潟、山梨、静岡
EPO 中部 (中部環境パートナーシップオフィス)	(特活)ボランタリーネイバーズ	名古屋市中区三の丸 3-2-1 愛知県東大手行舎 4F	富山、石川、福井、長野、 岐阜、愛知、三重
きんき環境館 (近畿環境パートナーシップオフィス)	(特活)大阪府民環境会議	大阪市中央区大手前 1-7-31 OMMビル 5F	滋賀、京都、大阪、兵庫、 奈良、和歌山
中国環境パートナーシップオフィス	(特活)ちゅうごく環境ネット	広島市中区八丁堀 16-11 日本生命広島第二ビル 2F	鳥取、島根、岡山、広島、 山口
四国環境パートナーシップオフィス	(特活)えひめグローバルネットワーク	高松市寿町2-1-1 高松第一生命ビル新館 3F	徳島、香川、愛媛、高知
九州環境パートナーシップオフィス	(特活)コミネット協会	熊本市花畑町 4-8 熊本市国際交流会館 2F	福岡、佐賀、長崎、熊本、 大分、宮崎、鹿児島、沖縄



# 「企業の森づくりフェア2010」を振り返る ～企業との直接対話から見えてきた企業ニーズの共有～

ファシリテーター ● **近藤 修一** (株式会社エス・ピー・ファーム 代表取締役)  
● **久田 浩司** (株式会社結デザインネットワーク 代表取締役)

ワークショップでは、フォローアップ研修前日に開催された「企業の森づくりフェア」に参加し、企業の担当者との直接対話の中で見えてきた企業ニーズや課題等について共有、検証しました。個人ワークでは、各地域における「森づくりコミッション」の目的や役割を再認識し、「中央研修」で作成したアクションプランをブラッシュアップし、より実効性のあるビジョンを構築しました。

## 企業のニーズ

○2班 (アドバイザーに、久田さん、田中さん) に分かれて、「企業の森づくりフェア」での企業からの質問や反応等を共有。

・**近藤** 「企業の森づくりフェア」での声は、まさに生の企業の声ですから、そこから企業のニーズが見えてくるのではないかと思います。それぞれの班で話し合ったことを全員で共有したいと思いますので、簡単に発表をお願いします。

・**鈴木(滋賀県)** 企業からの声で特に多かったのが、「資料が欲しい」「概要を簡単に知りたい」ということでした。社内で情報を共有したいということです。システムとか協定までに関することも聞かれました。

フェアに参加されていない方に、普段企業から質問されていることを聞いたところ、植樹や里山整備とか具体的なことをしたいという相談が多いということでした。

また、久田さんが感じていることについて2点ほど伺いました。1つは「相談に行くときに契約の話になってしまって怖い」ということです。県としては積極的に너지るところがあるが、逃がさないのは大切だけれど怖いコミュニケーションが求められているということです。もう1つは、企業からの要望に対して県は「何でもできます」と言ってしまうがちなので、そこはきちんとコミュニケーションをして、擦り合わせをした方がよいのかなと思いました。

・**朝倉(徳島県)** 1つの企業だけの活動ではなく、イベント参加型の企業もあるのではないかとのご意見や、



企業の担当者の関心が高ければ、担当者次第で森づくりはできていくのではないかとのご意見がありました。

・**桃崎(秋田県緑化推進委員会)**

補助金の扱い方のルール的なものを明確に決めなければならぬのではないのでしょうか。

・**田中** 第一次補正予算が出ましたが、すでに活動が終わりお支払いをした事業に、今になって「補助金がついた」と連絡が来たりしています。そんなこともありますし、「あちらの県では補助金を使って3分の1の予算で済んだのに、こちらでは違う」といったこともあるようです。そういったところにルールをつくっていかないと、企業の森づくりの制度そのものがチグハグになっていくのではないかと、問題意識として持っていました。

企業側は「費用はどれくらいかかりますか」と必ず聞いてきます。森づくりにお金がかかるという認識がなくて「100人集めるから森づくりできませんかね」という、昔のボランティア意識そのままの企業も、まだ沢山あります。その

ワークショップ ● 「企業の森づくりフェア2010」を振り返る～企業との直接対話から見えてきた企業ニーズの共有～

あたりをどうしていくかも問題になると思います。

・**近藤** 補助金の問題は、県によって状況が相当違うと思います。それぞれがあるものをどう使うのかが知恵だと思いますが、今後は統一すべきではないかというご意見もあり、行政にも考えてもらわなければなりません。

・**久田** 企業のニーズということでは、特に大企業は一貫性を求めます。例えば「～の森づくり」といった形で「全国で森づくりをやっています」というキャンペーンを張りたい企業にとってみれば、この県とこの県では制度が違う、ということだとやりにくいわけです。手続きや補助金制度を統一してもらって、全国どこでも同じような労力と資金で行いたい、というニーズがあるわけです。

また、徳島県の方から「ブースに来た企業はつかず離れずで、深入りしたくないけれど情報は欲しい、といった雰囲気を感じられた」というお話を聞きました。企業としては「情報は欲しいけれど、離してもらえないのではないか」という怖さを感じているわけです。例えて言えば、恋愛には強引さが必要ですが、それだけだと振られるケースもありますし、そっぽを向いていた方が惹かれるみたいな(笑)。せっかく興味を持って問い合わせをしてくれているのだから、その時に「もう離しません」と言われたら怖いですね。微妙なところですが、それも人と人の付き合いなので、皆さんは経験豊富な人生を歩んでいるのですから、そこは恋愛と同じように逃がさない、怖がられないということに気が付いたら、ちょっと実質的な話につながるのではないかと思います。

・**近藤** 昨日の「企業の森づくりフェア」には250社くらいが来ているのですが、約100社がアンケートに答えてくれました。まだ集計してはいませんが、パッと見て、約半分くらいの企業が「これまでも森づくりに取り組んでいて、今後はそれを拡充していきたい」という企業でした。

また、事例発表いただいたJTが「従業員参加型の森づくりを大事に思っています」といったお話をされていて、それに引っ張られたのかもしれませんが、「森づくりコミッションにどのような期待をするか」という質問には、「どのようなフィールドがあるか、どんな補助金制度があるのか教えて欲しい」ということがある一方で、圧倒的に多かったのは「従業員参加型の森づくり、福利厚生につながる森づくりのプログラム提案をして欲しい」ということでした。以前、アンケートを取った時も同じような結果が出ましたが、やはり、社員教育といったところでの活用ニーズが高いという印象を受けました。

協定型で森をつくるのは手段であって、この森で何がしたいのか。それが地域貢献なのか、材を使って消費者

に提供するのか、社員の環境教育や福利厚生に使われるのか、ということについては、先駆的にやっているところはいいのですが、これから森づくりをしようという企業には分からない部分だろうと思います。

また、都道府県のリレートークについては、「受け皿となってもらえることは分かったけれど、どんなことができるのかを伝えて欲しい」という回答がありました。来年のリレートークの仕方にも工夫が必要かもしれませんが、みなさんも、協定を結ぶだけでなく、こういう企画を持っていることを提供しなければならないのではないかと思います。

## パンフレットの見せ方

○2班 (アドバイザーに、久田さん、田中さん) に分かれて、持ち寄ったパンフレットのページ数、写真の使い方、文字の大きさ、デザインなどを客観的に見て、それぞれの良い部分を共有。

・**近藤** パンフレットは、企業の人達に渡した時に「ここに相談したい」と思ってもらえるかどうか、非常に重要です。

・**久田** 私の班では、皆さんが共通して高知県を褒めていました。プロの目でも惹きつけるものがありました。

具体的に言うと、まず「環境先進企業の皆さまへ」としていることです。「高知県に問い合わせをしたら、うちは環境先進企業なんだ」と思わせれば、距離はグッと縮まります。これは上手いですね。

それから、高知県が行いたい森づくりが一目瞭然です。これは中央研修でも申し上げましたが、それぞれの優先課題は問伐であることは共通しているのですが、パンフレットに最初に書いてあるのは植林だったりするわけです。森づくりの順番としては分かりますが、本当に問伐が喫緊の課題ならば、メニューとして最初に来るのは問伐であるべきです。高知県ではそうなっています。

しかも、その伝え方が五七五調というか、日本人のリズムをわきまえていて、非常に素晴らしいです。パンフレットのポイントの1つに「情報のデザイン」と「情緒のデザイン」があると思うのですが、伝えたいことを詰め込むのではなくて、受け取る側がどういう心の動きをすることを考えてデザインされています。そういう意味でも優れていて、非常に参考になると思います。

今日持ち帰っていただきたいのは難しいことではなくて、どうやってプロセスを共有するか、ということです。自分



# ふりかえり・あいさつ

ファシリテーター ● 近藤 修一 (株式会社エス・ピー・ファーム 代表取締役)

達が思っている、考えていること、伝えたいことを、デザイナーとどう共有するか、コピーライターとどう共有するかを積極的に考えていくことが一番大事です。テクニックとか技はプロに任せて、そこはきちんとコミュニケーションを取るのが大事です。

そしてもう1つ、「伝えることが重要」だと言われますが、そうではないということです。「伝えること」ではなく、「伝えること」が重要だということを、ぜひお持ち帰りください。伝えるだけならば、自分が思っていることを表現すれば完結しますが、本当は、それが伝わらなければ意味がないのです。「とにかく全部説明してしまおう」というようなパンフレットのつくり方だと、結局何を言っているのかわからないものになってしまいがちです。思いを伝えるのは大切ですが、ツールには役目があって、特にパンフレットは、こちらの思いだけを詰め込めばいいものではありません。

中央研修では、「生物多様性とか地球温暖化といった全国共通の“標準語”は大切だけど、本当に大切なのは“方言”」という話をしました。方言はそれぞれの言葉であって、それで語られることが重要だとお話ししました。それ

とともに、伝えることよりも伝わることを意識することが大切だと思います。そんなに難しいことはありません。テクニックではなくて、ちょっとした意識で、こういったものは変えることができます。



・近藤 本日実施したことを簡単に振り返ります。

まずは高知県の発表がありました。

高知県は山の日を設定しています。このように県民や企業に対して「山のことを見直しましょう」という機会を設定して声を掛けるのは非常に大事だと思います。また、県としては「CO<sub>2</sub>の削減」「吸収」「固定」に絞って、それぞれ制度を設けているという説明がありました。

企業との協働については、まず「環境先進企業」というアプローチの仕方は、久田さんもおっしゃっていましたが、非常に企業をくすぐる、上手いやり方だと思います。そこには2つテーマがあって、「森林再生」「地域との交流」を大事にしています。環境に寄与するだけでなく地域を巻き込むことも考えているわけです。企業に対しては「CO<sub>2</sub>吸収証書」を用意しているだけでなく、材を利用することで間伐材の名刺台紙を用意して「整備した山を使いましょう」と企業の心をくすぐっています。

営業については、「なぜ高知なのか」というところに悩んだとおっしゃっていましたが、結果として地域との交流を含めて、企業にとっては研修の場になっているし、企業の出張授業でなかなか地域では学べないことを教えていただけるような形にまで展開しています。企業側も自分の持っている資源を出してくれれば、地域の方も「このパソコンを買おうかな」と思います。そういう Win-Win の関係を、高知県はコーディネートしているわけです。

単純に整備をするだけではなく、多面的に使うということを高知県はデザインしているということです。

田中さんのお話では、まずは地域を知らなければプログラムはつけれない、ということでした。すごく大事なことです。自分達はコーディネーターであって、自分達ができないことは人の力を借りて取り組むしかない。それが結果としてチームになるということは、非常に重要だと思います。そうすることで地域は活性化するし、地域の中で主体的に参加する人も増えていくわけです。

それから、整備をするだけではなく、使うことで貢献できるプログラムも企業に提供しています。連鎖ということ

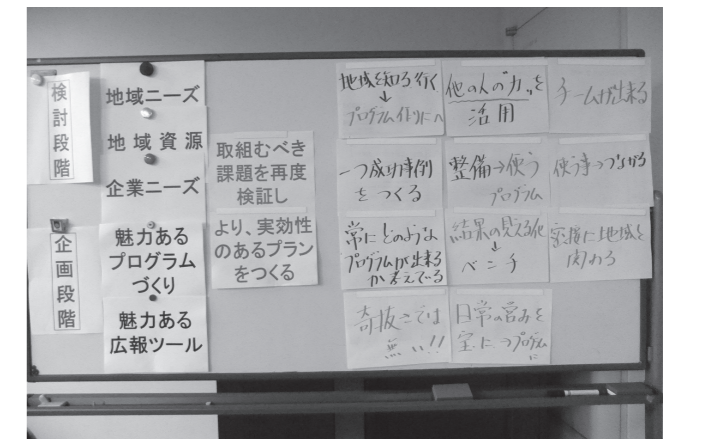
もおっしゃっていました。森を整備するだけでなく、使うことでいろいろなところにまで発展していくということです。

また、常にどんなプログラムができるかを考えていらっしゃることは、コーディネーターとして素晴らしいと思います。パジェロの森では、単純に森を整備するのではなく、ベンチをつくって社員に見せていました。自分達の取り組みが形に残って目に見えるということは、非常に大事だと思います。

そして、ずっと地域に密着して、仲良くなって説得していく。その中で大事なものは、奇抜さではなくて、そこにある日常の営みを宝にしようということでした。地元の人から見ればなんでもないものでも、企業の人達には宝に見えるものもあります。日常の営みを宝にする視点を持っていることが、コーディネート重要なポイントだと思います。そのためにも、自分達だけでなく地域の人達に入ってもらい、もしくは久田さんのような人々を呼んでしまうという方法もあると思います。

伊藤さんからは、EPO ではいろいろな環境への取り組みをしているので、そういう情報が必要な時は利用してほしいということでした。

最後に皆さんでワークをしました。1つは昨日のフェアでどんなことを聞かれたのか、あるいは普段のやり取りで企業からどんな質問があったのかということからの、企業のニーズの共有です。もう1つは、企業へのアウトプット



## 環境先進企業の皆様へ

To the Ecological enterprise

### 日本一の森林県、高知からのご提案

森林率日本一、高知県は、国土の84%が森林に覆われた森林県です。このかけがえのない財産を守るため、私たちは森林環境税や四万十川条例を全国に先駆けて制定するなど、森林環境の保全対策に積極的に取り組んできました。

平成17年度からは「協働の森づくり事業」もスタート。環境先進企業の皆様・市町村等・高知県との間で「協働の森パートナーズ協定」を締結し、手入れが行き届かない森林の再生に取り組んでいます。

平成19年度には京都議定書の約束期間が始まり、CO<sub>2</sub>排出量の削減（吸収量の確保）は地球環境を守る上で欠かせないものになります。高知県では、京都議定書に基づいて算定した森林の「CO<sub>2</sub>吸収証書」も全国で初めて発行しました。

よりよい環境づくりのため、企業の皆様と手を携え、森林の再生に取り組んでいきたいと思っております。日本一の森林県・高知の森を共に守り、育てていただける皆様のご参加をお待ちしています。

森林率 全国1位

# 84%

国土の84%が森林に覆われている

CO<sub>2</sub>吸収能力

1haあたり 約840CO<sub>2</sub>t/年

CO<sub>2</sub>吸収能力 (固定) し、下草などによって保水力が向上します。

そのために・・・「光」を。「間伐」を。

間伐を行うことで、材の成長や土壌の生成を助けます。

この「森林」を  
高知県には、手入れが行き届いていない森林が多くあります。

この「森」にしたい。  
CO<sub>2</sub>を吸収（固定）し、下草などによって保水力が向上します。

この「森林」を  
高知県には、手入れが行き届いていない森林が多くあります。

この「森」にしたい。  
CO<sub>2</sub>を吸収（固定）し、下草などによって保水力が向上します。

そのために・・・「光」を。「間伐」を。  
間伐を行うことで、材の成長や土壌の生成を助けます。

高知県の森林状況

森林資源の状況

CO<sub>2</sub>吸収能力

評価の高かった高知県のパンフレットの一部



## 受講生名簿

トの手段であるパンフレットは一人歩きしてしまうもの  
すから、それを見た人がどう思うのか、問い合わせる気  
になるかが勝負なので、そのためのポイントを教えていた  
きました。

このように、本日は沢山のことを行いましたが、皆さん  
には吸収できたものを書いていただきたいと思います。書  
き足りない部分は地元に戻って、チームの皆さんと共有  
していただいて、今後の活動につなげていただければと思  
います。

本当に、今回は時間が足りなくて申し訳ありません。12  
月の中央研修のフォローアップということもあり、今回初  
めて参加された方には分かりにくいこともあったかもしれ  
ません。

・久田 ありがとうございます。私は森もそうですが、  
地域づくりに関わる人が多いので、全国各地に行ってい  
ます。その中で、東京にいたら絶対に感じないようなことを、  
地域の方にいろいろ教えていただいてきたことで、今の私  
があると思っています。ですから、できる限り恩返しをし  
たいと思っています。

地域に通っていて思うのは、過疎化や高齢化といった  
大変苦しい現実ではありますが、それでもやり続けるしか  
ない、ということです。地元の人も言っていますが、止ま  
たら終わりだと思います。森にしても地域にしても、失敗  
しても取り組み続けるしかありません。議論は後からつ  
いてきます。それが一番大事だと思います。

今後、そのなかでお付き合いできることがあれば、ご連  
絡いただければと思います。

・田中 私のような、本当にただやり続けるしかなかった  
者の話を聞いていただいて、ありがとうございました。

森づくりコミッションが立ち上がった時には、これが本  
物になるのかどうか、すごく気にしていました。でも、昨  
年もそうですが、この研修に参加させていただいて、本  
当に頼もしいと感じています。

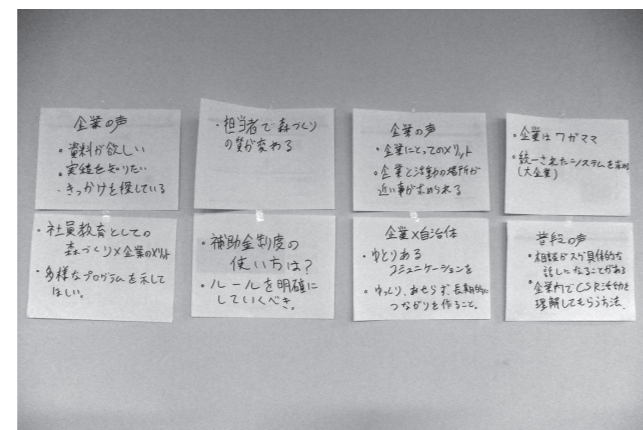
ボランティアによる森づくりの限界とか、そういうもの  
をお書きになっている先生もいらっしゃいます。確かに私達  
も、そういうことを感じています。それでも行政だけに  
任せるわけにはいかないのです。市民の力は絶対に必要  
だと思っていますので、企業の森づくりもそうですが、ぜ  
ひ市民を巻き込むような形でいろいろなプログラムをつ  
つていただきたいと思います。

オイスカにはそれなりに活動の歴史がありますので、例  
えばクリック募金や販促に「オイスカの名前を使わせてほ  
しい」ということで使っていただく形が沢山あります。し  
かしオイスカには、それを使う時の地の利がないのです。

山梨県だけで取り組んでいけばいいというわけではあり  
ませんので、皆さんのお力で活かして、全国各地でご活用  
いただければありがたいと思います。

・近藤 この研修が終われば、我々の仕事は終わりだとは  
思っておりません。これから皆さんが取り組んでいくにあ  
たって、ここにいる先生をぜひ活用していただきたいと思  
います。そしてまた、次の機会には皆さんの取り組みを登  
表していただきたいと思っていますので、ぜひ頑張ってい  
ただきたいと思います。

短い時間でしたが、これで終わりたいと思います。お疲  
れさまでした。



### 森づくりコミッション中央研修会

番号	都道府県	名前	性別	所属
1	秋田県	桃崎 富雄	男	(社) 秋田県緑化推進委員会
2	秋田県	千葉 崇	男	秋田県 農林水産部 水と緑の森づくり課
3	愛媛県	真木 賢二	男	愛媛県 農林水産部 森林局 森林整備課 保護緑化係 (森の交流センター)
4	鹿児島県	原口 敏夫	男	(財) かごしまみどりの基金
5	岐阜県	吉田 宗平	男	岐阜県 林政部 林政課
6	佐賀県	石田 秀明	男	佐賀県 森林整備課
7	滋賀県	鈴木 陽子	女	滋賀県 琵琶湖環境部 森林政策課
8	島根県	山根 宏之	男	島根県 農林水産部 林業課
9	徳島県	東口 公宏	男	(社) とくしま森とみどりの会
10	新潟県	渡邊 利憲	男	(社) にいがた緑の百年物語緑化推進委員会
11	兵庫県	寺本 浩子	女	兵庫県 農政環境部 環境創造局 豊かな森づくり課
12	広島県	佐々木 良忠	男	広島県 森林インストラクター連絡協議会
13	宮崎県	山口 和代	女	延岡アースデイ実行委員会
14	山形県	山口 修	男	(財) 山形県みどり推進機構

#### ● 部分参加

15	群馬県	山口 栄一	男	群馬県 環境森林部 林政課
16	埼玉県	山田 寛和	男	埼玉県 農林部 森づくり課
17	静岡県	椎屋 久美子	女	(社) 静岡県緑化推進協会
18	千葉県	並木 康雄	男	千葉県 農林水産部 森林課
19	東京都	佐久間 華子	女	(財) 東京都農林水産振興財団
20	東京都	市村 邦之	男	(財) 東京都農林水産振興財団
21	富山県	村家 直樹	男	(社) 富山県農林水産公社 とやまの森づくりサポートセンター
22	山梨県	駒井 佑子	女	やまなし森づくりコミッション

### 森づくりコミッション・フォローアップ中央研修会

番号	都道府県	名前	性別	所属
1	秋田県	桃崎 富雄	男	(社) 秋田県緑化推進委員会
2	香川県	坂本 幸夫	男	香川県 環境森林部 みどり整備課
3	滋賀県	鈴木 陽子	女	滋賀県 琵琶湖環境部 森林政策課
4	静岡県	石橋 宣昭	男	静岡県 県民部 環境局 環境ふれあい室
5	静岡県	伊藤 晃	男	静岡県 志太榛原農林事務所 森林整備課
6	徳島県	東口 公宏	男	(社) とくしま森とみどりの会
7	徳島県	朝倉 光男	男	徳島県 農林水産部 林業飛躍局 林業振興課
8	富山県	村家 直樹	男	(社) 富山県農林水産公社 とやまの森づくりサポートセンター
9	兵庫県	寺本 浩子	女	兵庫県 農政環境部 環境創造局 豊かな森づくり課
10	宮崎県	山口 和代	女	延岡アースデイ実行委員会

#### ● オブザーバー

11	山梨県	菅原 弘誠	男	(財) オイスカ
----	-----	-------	---	----------



## 関係者名簿

### ● 主催者・運営事務局

株式会社 エス.ピー.ファーム

代表取締役 近藤 修一  
ディレクター 海老根 奈美  
大和田 千穂

### ● 主催者

社団法人 国土緑化推進機構（森づくりコミッション全国協議会事務局）

専務理事 梶谷 辰哉  
参 与 佐古田 睦美  
政策企画部 木保 知大

### ● 関係機関

林野庁 森林整備部 研究・保全課 森林保全推進室

森林保全推進室長 松本 寛喜  
課長補佐（緑化推進班） 伊藤 香里  
森林ボランティア企画官 原 啓一郎

---

平成 21 年度林野庁補助事業  
「森づくりコミッション中央研修会」  
「森づくりコミッション・フォローアップ中央研修会」  
報告書

---

発行日：平成 22 年 3 月 20 日  
発 行：株式会社 エス.ピー.ファーム  
〒 101-0052 東京都千代田区神田小川町 2-14 KT小川町ビル4F  
TEL：03-5283-6531 FAX：03-5281-5501  
印 刷：藤木出版

---