

企業の森づくり活動の現状と課題

森林・緑地管理学講座 森林政策学分野
上田ゆかり

【背景・目的】近年、事業活動との関連の有無に関わらず、森づくり活動を行う企業が増えている。その背景には CSR の急速な浸透による企業自身の関心の高まりと、企業の森づくり活動支援制度の充実がある。しかしこれまでは、いかに企業を森づくり活動に参画させるかが議論の中心であり、活動内容や方向性に関する議論、問題点や課題の整理などがなされてこなかった。現在企業の森づくり活動は大きな流れになりつつあるが、ブームで終わってしまうのではないか、本当に地域のためになっているのかなど、その活動の継続性や内容には不安がある。

そこで本研究では、企業セクター全体の動向、実際の森づくり活動の状況、企業にフィールドを提供する地域の状況、主にこの 3 点から企業の森づくり活動の現状を把握し、問題点、課題を整理し、今後の方向性について考察する。

【方法】企業セクター全体の動向把握のため、経済界・社会に及ぼす影響の大きい東証一部上場企業(2007 年度末上場企業 1,727 社)を対象に、CSR 報告書等 2007 年度版報告書(2006.4~2007.3 活動報告記載)及び HP を確認した。

実際の企業の森づくり活動の状況、地域の状況を把握するため、企業の森づくり活動支援制度のうち、企業に最も選択されている都道府県の制度の中から、先進的事例である神奈川県、高知県、長野県を選択し、参与観察と関係主体への聞き取り調査を行った。

【結果】東証一部上場企業のうち、森づくり活動を行っている企業は全体の約 15% であり、活動内容は、海外植林実施・支援、林野庁等の事業に参加、都道府県の事業に参加、地域・NPO 等の活動に参加、社有林整備・活用、募金活動などであった。エネルギー関連業、森林との関連性の高い業種、環境負荷の大きいイメージの業種など、「なぜ森づくり活動を行うのか」という説明が行いやすい業種では森づくり活動が盛んであり、自社、グループ会社、支店・営業所などで複数の活動を展開しているものも見られた。それ以外の業種では、支店・営業所のみ活動など小規模な活動が主だった。

都道府県での森づくり活動は主に、県や市町村と企業が契約を結び、企業が森林整備用の資金を提供して森林組合等が森林整備を行うほか、年数回社員が森づくり活動を行うというものである。資金提供により間伐が進む、地域活性化、都市と農山村の交流などにつながるなど評価できる点もあるが、受け入れ地域の負担は小さくない。また県、市町村、森林組合等地域側関係主体間で合意形成が出来ておらず、企業の森づくり活動は、企業が活動を継続するかどうか不明なだけでなく、地域側も活動を継続できる体制を築けていないことがわかった。

【考察】地域が無理なく活動を継続できる体制を構築すること、どのような活動を展開していくのか合意形成をすること、企業が活動を継続できるよう CO₂ 吸収証発行など分かりやすい魅力をつくることなどが課題である。企業の森づくり活動は、地域活性化など上記のように評価できる点があるほか、CSR、環境意識啓発などにとっても良い機会であり、それらを意識したプログラムづくりが望まれる。