

CSR による企業の森づくりの特徴について

小林克己*・宮林茂幸**

(平成 23 年 5 月 19 日受付/平成 23 年 12 月 2 日受理)

要約: 熱帯林の破壊をはじめとする地球温暖化による地球環境の悪化は、早急に解決しなければならない世界共通の課題である。社会を構成する企業においても、自らを発展させると同時に、環境に対する多様な責任を負う、社会貢献の一環としての環境貢献が「企業の社会的責任 (Corporate Social Responsibility 以下, CSR)」に求められている。このような中、わが国において進められている CSR は、多様な企業によってその活動内容が様々であり、地球環境問題の解決という環境貢献の視点から森づくりを行っているものも少なくない。また、企業の森づくりは、山村においても森林管理費用の捻出、新規林業従事者の雇用創出などの可能性がある。しかしながら、企業の森づくりは、対象林・パートナー・活動形態なども様々であり、現段階において、企業の森づくりに関して体系的な整理はされていない。そこで本論では、まず企業の森づくりの根底となるわが国の CSR について整理した。企業の森づくりで最も割合が多く、CSR が明確となっている行政と連携して実施されている企業の森づくりを中心に、資料・文献を整理したうえで、聞き取り調査からその実態を明らかにした。

結果、わが国の CSR は、世界的な動向を受け、2000 年以降に本格的な取り組みが始められた。そのような中、現在、CSR による企業の森づくりは、急激に増加している。しかしながら、急増している企業の森づくりは、都道府県との連携による森づくりであり、短期契約による企業主導の森づくりであるため、地域の森林計画との乖離といった課題が明らかになった。

キーワード: 企業の社会的責任, 企業の森, 森林管理

1. はじめに

2011 年現在、戦後の拡大造林をはじめとする林業政策によって造成されたわが国の人工林は、すでに X 齢級を越し伐期を迎えようとしている。しかしそれらの人工林の多くは、広範囲にわたって荒廃し、森林の持つ多面的機能を十分に発揮することができない状況にある¹⁾。その原因としては、1980 年以降急速に木材価格が低迷する中で、林業の衰退・山村の過疎化・林業の担い手不足等による森林管理不足が挙げられる²⁾。特に、山村の現状は財政的にも深刻化しており、限界集落の進行など存続の危機的状況となっているところもある。このことは、森林管理費用の不足や林業従事者の減少など、これまで山村が担ってきた地域の森林管理が持続不可能になることを意味する。

他方、経済のグローバル化の下、市場経済を優先する新自由主義において大手企業の発展は著しく、金融資本による新たな蓄積構造を展開した。しかしながら、今日における産業社会の発展は、経済至上主義によって生産力を追求し、自然資本を酷使した過剰投資・過剰生産を重ねたことで環境問題を増長させた。2002 年のブラジルサミットにおいて、地球温暖化防止条約が制定されるなど森林保全や環境植林が地球規模で進められるようになった。こうした中で、企業戦略の新たな動きとして、自らの発展と同時に、環境問題に

対しても社会の一員として多様な責任を負うという、環境貢献としての CSR が次第に活発になった。また、これら CSR は、企業の規模や業種に関係なく取り組まれている。

このような背景の中、今日進められている CSR 活動は、企業によって社会貢献活動、環境保全活動など活動内容が様々であり、地球環境問題を考慮した活動として森林整備を行っている企業もある。本論ではこの活動を「企業の森づくり」と呼ぶことにする。

本論では、まず企業の森づくりの根底となる CSR の展開過程を明らかにした。次に、行政と連携して実施されている企業の森づくりを中心に、文献を整理したうえで、林野庁および (社)日本経済団体連合会の統計資料の解析からその活動の現状と課題を明らかにする。

2. CSR の定義

CSR (Corporate Social Responsibility) は、一般的には「企業の社会的責任」と訳されている。しかしながら、CSR は、定義する主体の立場によって異なり、定義が明確ではない。以下に、CSR について先駆的に提言している組織や団体の例をあげてみる。

欧州委員会は、2002 年の「EU ホワイトペーパー」の中で、次のように定義している。CSR とは、「持続可能なビジネスの成功のためには、社会的責任ある行動が必要であ

* 東京農業大学大学院農学研究科林学専攻

** 東京農業大学地域環境科学部森林総合科学科

るという認識を、企業が深め、事業活動やステーク・ホルダー（利害関係者）との相互関係に、社会、環境問題を自主的に取り入れる企業姿勢である」としている³⁾。

米国の非営利団体（Business for Social Responsibility）⁴⁾によれば、「CSR とは、社会が企業に対して抱く法的、倫理的、商業的もしくはその他の期待に対して照準をあわせ、全ての鍵となる利害関係者の要求に対してバランス良く意思決定することを意味する⁵⁾」としている。

（社）経済同友会によれば、2003年の『第15回企業白書⁶⁾』の中で、CSRの本質として、以下の3項目を挙げている。

- ・CSRは企業と社会の持続的な相乗発展に資する
- ・CSRは事業の中核に位置付けるべき「投資」である
- ・CSRは自主的な取り組みである

また、（社）日本経済団体連合会によれば、2004年の「企業の社会的責任（CSR）推進にあたっての基本的考え方⁷⁾」の中で次のように整理している。「CSRの具体的な内容については、国・地域によって考えが異なり、国際的な定義はないが、一般的には、企業活動において経済、環境、社会の側面を総合的に捉え、競争力の源泉とし、企業価値の向上につなげること」としている。

さらに、経済産業省によれば、2005年の「企業の社会的責任（CSR）を取り巻く現状について⁸⁾」の中で、CSRについて次のように整理している。

- ・CSRとは、一般的に、法令遵守、消費者保護、環境保護、労働、人権尊重、地域貢献など純粋に財務的な活動以外の分野において、企業が持続的な発展を目的として行う自主的取組と解されている。
- ・CSRの具体的な内容や政府の対応は、各地域の歴史・文化・経済的背景により異なる。
- ・CSRの「社会的」基準には、欧米の宗教観や社会的価値観が含まれており、地域や国、歴史や文化、宗教あるいは社会経済状況によって、その社会が求めるもの（価値観、倫理観、社会正義）は異なる。

上記のように、欧州員会では「認識」、米国の非営利団体では「意思決定」、（社）日本経済団体連合会では「価値の向上」、経済産業省では「自主的な取り組み」のように抽象的な認識や意識のレベルから具体的な取り組みまで様々である。総合的に判断して、CSRとは「企業が持続的な発展のために、自主的に行う環境に配慮した活動」であり、本論においては、これを基本理念として論じていく。

3. 欧米におけるCSR

(1) 欧州におけるCSR

欧州におけるCSRは、欧州連合（以下、EU）がイニシアティブをとっている。欧州におけるCSRの実質的な出発点は、失業問題への対処として、欧州委員会からの呼びかけに、産業界が「社会的疎外に反対するビジネスのヨーロッパ宣言」を1996年に発表したことであった⁹⁾。すなわち、欧州におけるCSRは、失業対策を優先項目として展開してきた。その背景としては、EU統合がある。EU統合は、モノ、カネ、ヒトが自由に動くことで、経済の効率性と合理性を進め、アメリカ資本、とりわけドル強化策に対

する広域連合による新たな経済対策を目指すものであったが、現実には、ヒトは経済合理性に従って自由に動けるものではないため、かえって失業問題を深刻化させることになった¹⁰⁾。つまり、EUが早急に解決しなければならない問題は、この段階で生まれた失業問題であり、その中で、ソーシャルワークやワークシェアリングなどにおいてCSRが取り込まれるようになっていく。まさに、社会問題に対する企業の対応が生まれている。

欧州におけるCSRに関する具体的な動きとしては、2000年にポルトガルのリスボンで開催された欧州理事会で宣言されたEUの戦略目標である¹¹⁾。この目標は、「より多くより良い雇用とより強い社会的連帯を確保しつつ、持続的な経済発展を達成し、世界で最も競争力があり、かつ力強い知識経済になること」というものであった。この時点では、環境問題はそれほど大きな課題ではなく、翌2001年のスウェーデンのヨーテボリで開催された欧州理事会において、環境問題が加えられることとなった。このように、欧州のCSRは、当初、失業対策にスタートし、環境問題は二次的な存在であったという特徴がある¹²⁾。

そして、2001年7月に欧州委員会がグリーンペーパー「CSRのための欧州の枠組みの促進」を公表した。このグリーンペーパーは、たたき台としての性格をもつものである¹³⁾。翌2002年にグリーンペーパーに関するパブリックコメントを反映してホワイトペーパー「企業の社会的責任に関する通達：持続可能な発展に対する企業の貢献」が公表された¹⁴⁾。その中で、CSRを定義し、環境・社会問題に対する企業の役割を明確化するとともに、EUのあらゆる政策にCSRを取り入れていくことを表明した¹⁵⁾。また、ホワイトペーパーの中で設立が求められていたCSRに関するEUマルチ・ステークホルダー・フォーラムが2002年に設立された。当該フォーラムの目的は、主にCSRと持続可能な発展の推進である¹⁶⁾。

このように欧州におけるCSRの特徴は、EUがイニシアティブを取り、失業問題対策から始まり、そこに環境問題・法令順守を含めるという展開がみられる。

(2) 米国におけるCSR

米国におけるCSRの特徴は、欧州におけるCSRとは異なり、政府の直接的関与が少ないということである¹⁷⁾。とはいえ、CSRの考え方は古くから存在しており、その普及は、民間団体や市民団体が中心となって進めてきた¹⁸⁾という特徴がある。具体的な例としては、米国から始まったSRIという考え方に起因される。米国は、キリスト教会の資金運用にあたって、酒、タバコ、ギャンブル等に関わる企業を投資対象から除外していた¹⁹⁾。1971年には、米国初のSRI投資信託であるパックス・ワールド・ファンド（Pax World Fund）が発売された。1980年代は、南アフリカのアパルトヘイト政策に反対する運動の一環として、同国進出企業への投資を行わないファンドが発売された²⁰⁾。1980年代後半から1990年代前半にかけては、環境問題を重視したファンドが発売された。このように「社会的、環境的に問題のある企業には投資しない」という企業の社会

的責任を投資行為に反映させる社会的仕組みが一般化し、それがCSRと結びついていったといえる²¹⁾。

2000年以降、米国においてCSRが改めて再認識されたのは、いずれも粉飾決済によって破綻したエンロン社(2001年破綻)、ワールドコム社(2002年破綻)といった巨大企業の不祥事であったといえる。

また、地域社会における社会貢献活動(=寄付貢献活動)も挙げることができる。つまり、利益を地域社会に還元すること、すなわち、企業も地域社会づくりに参画するというものである。米国において、企業の社会的責任の「社会」は「地域社会(コミュニティ)」と捉えられるぐらい地域社会指向は強い。このことは、地域社会が形成された後に州ができ、最後に国家が成立した米国の形成過程に由来する²²⁾。

このため、企業統治を市民が再度見直す手法としてCSRが再認識され企業もそれにこたえる形で取り組み始めている²³⁾。

4. わが国におけるCSR

前述のようにCSRという言葉自体は、欧米から発信されたものであるが、わが国においても江戸時代から類似した考え方があった。それは、商人の理念・商家の家訓として、公益を求めることが私利につながるという考えである。例えば、近江商人の「売り手よし、買い手よし、世間よし」の三方の利などをあげることができる。

わが国で最も企業の社会的責任が問われたのは、高度経済成長期における公害問題等に対する企業の責任が問われた時である²⁴⁾。その後、1980年代は、総体的に景気が悪化し、内需拡大政策が示されたことから、企業の責任はむしろ生産力の拡大にあった。造船や電気・自動車などの従来からの花形産業は、市場原理を求めて海外進出し、変わってOAやOEなど先端技術産業や電子関係の産業が進出するとともに、金融資本が大きく進展することとなった。1987年以降におけるバブル経済期においては、産業資本に変わって、リゾート開発など土地投機による資本蓄積が進められた。こうした中で、国民生活や地域づくりに企業も参加する傾向を強めることとなり、企業の社会貢献活動として、メセナ²⁵⁾やフィランソロピー²⁶⁾が盛んに行われた²⁷⁾。とはいえ、1991年以降のバブル経済崩壊後は、金融資本による資本蓄積を進めるために国民生活や広大な国土を犠牲にし、100兆円にも及ぶ負債を抱えるなど、大手証券会社などの企業不祥事に対する企業の責任が問われた²⁸⁾。この時期での企業責任は、本来、国民生活とは無縁であるにもかかわらず、国家予算を大手銀行に出資するなど、国民負担の構造経済対策が進められることとなった。こうしてわが国経済は、わずか10年の間に400兆円にも及ぶ負債大国に転換するとともに、公共事業の拡大と構造改革として国営企業を民営化するなど新自由主義経済をすすむこととなった。ここに企業の社会的責任は、国際経済の競争力に対応する自己資本比率を拡大することによって、企業が自らの存続のために解決する必要がある環境問題やステークホルダーである地域との関係を考慮した企業活動は、ほとんど無かったといえる。

すなわち、高度経済成長期やバブル崩壊後の企業の責任

に対する企業の行動は、自らの責任に対する社会の要求に対して企業存続のために行われてきた受動的なものであったといえる。また、バブル経済期の企業の行動は、企業価値を向上させることによってさらなる資本蓄積に繋げようとする能動的なものであったといえる。

わが国において環境や地域づくりとしてのCSRが認識され始めたきっかけとなったものは、国内初のSRI(社会的責任投資)ファンド、つまり、1999年に発売されたエコファンドである²⁹⁾。1999年8月に最初のSRIファンドである「日興エコファンド」が設定された³⁰⁾。また、(社)日本経済団体連合会は2002年の「海外事業活動関連協議会(CBCC)」の報告書において、(社)経済同友会は2003年の企業白書『「市場の進化」と社会的責任』において、それぞれCSRについての提言を行った³¹⁾。そして、2003年にはリコーなどがCSR組織を設置した。

図1は、2004年にサステナビリティ・コミュニケーション・ネットワークが253社に対して行ったアンケート結果を基に作成したもので、企業の社会的責任取り組みに関する時期を年代別に表している。図1をみると、約4分の1以上の企業が2000年～2003年にCSR活動を始めたと回答している。国際的に環境問題がクローズアップされる2000年以降に、CSRが展開してきたと考えられる。

2011年現在は、さらなるグローバル化に伴う地球環境問題の再認識に対して、企業においても地球環境問題を考慮した経済活動が義務化されつつある。また、新自由主義の下、大企業を中心に「いざなぎ景気」を越す長期的な経済の成長にあって、新たな資本蓄積をする必要があった。それが、企業の生き残りをかけての環境ビジネスであり、CSR活動であると理解される。CSR活動への投資は、長期的には企業価値を高めることになる。つまり、企業の持続的な発展のためには、持続可能な社会が必要であるということである。このような背景があり、現在、社会・企業の両方において、CSRは注目され始めたのである。

他方、今日の企業の動向は、企業論理によるCSRもあるが、加えて、街づくりや村づくりなど地域づくりとの連携をより強く進めようとする傾向がある。こうした背景には、企業を取り巻く多様なステークホルダーやガバナンスが環境問題を意識することとなり、企業も本腰を入れて環境や地域問題に取り組むようになってきている。

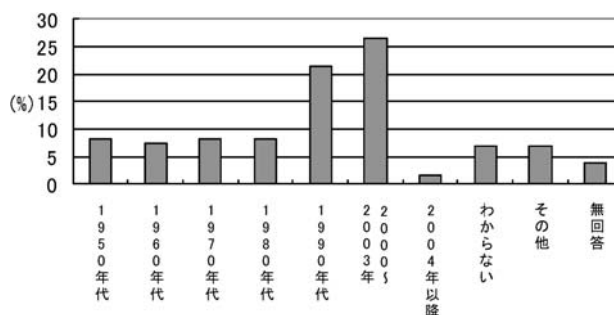


図1 企業の社会的責任取り組み時期

資料：岡本享二『CSR入門』、日本経済新聞出版社、2007.2.8、p 135 図表 V-1 を基に作成

5. 企業の森づくりの現状

(1) 目的

では、なぜ企業が森林を利用した CSR 活動を行っているのか。図 2 は、日本経済団体連合会が行った 2007 年度の社会貢献活動実施調査結果を基に、CSR 活動を行う際に重要視している分野を表わしたものである。図 2 から特に多いのが環境、地域社会の活動、教育・社会教育の 3 点である。この 3 点は、森林を利用した活動を行うことで満たすことができる。たとえば、環境は森林保全作業、地域社会の活動は間伐作業、教育・社会教育は体験活動など、森林整備活動を行うことにより、企業が重要視している 3 つの分野を同時に満たすことができると考えられる。また、環境問題を議論する中で、地球温暖化防止や二酸化炭素の吸収・蓄積など森林の持つ環境機能が極めて大きく、企業 PR によって自らのイメージアップを高めることが可能となることである。

すなわち、企業は、森林を利用した CSR 活動を行うことによって、効果的に CSR 活動ができるほか、企業のイメージアップが期待できると考えられる。

(2) わが国における森林を利用した CSR 活動の推移

図 3 は、日本経済団体連合会が行った 2002 から 2009 年度までの社会貢献活動実施調査結果を基に、森林を利用した CSR 活動を行っている企業の割合を表したものである。この図 3 から、森林を利用した企業が増加傾向にあることがわかる。また、2009 年度においては、337 社中約 35% の企業が、何らかの形で森林を利用していると回答している。このことから、今後も企業の森づくりが増加、継続していくことが考えられる。

(3) 背景

CSR が注目されるようになってきた背景として、地球環境の悪化、社会・企業のグローバル化、社会的責任投資 (Socially Responsible Investment 以下、SRI) の 3 点があると考えられる。

地球環境の悪化については、科学技術の発展に伴い、地球環境の悪化の原因が明確になってきていることによ

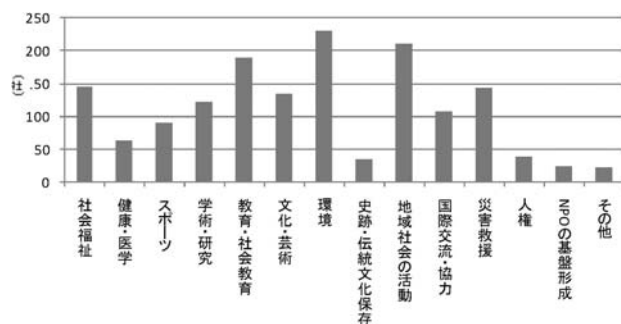


図 2 企業の CSR 活動における重点分野

資料：「2007 年度 社会貢献活動実績調査結果 事例調査編」、(社)日本経済団体連合会を基に作成
注：全 299 社 複数回答

て、地球レベルでの環境問題への緊急の対策が必要になっている情勢から、企業も自らが環境問題を意識した経済活動に転換しなければならないようになってきた。換言すれば、企業が存続することのできる社会のためには、企業も環境保全活動を積極的に行わなければならないに状況となってきたといえる。

グローバル化社会においては、情報化社会の発展により、人々が共通の情報を享受できるようになり、社会・企業のグローバル化が進行していること。また、企業が巨大化することによって、多国籍化し、世界規模の社会・経済に影響を与え、ボーダレスな経済社会となっている。このような国際社会の中で、厳しい競争に勝ち残るためには、新たな企業戦略としての営業内容や PR 活動が今までに増して強くなってきたことである。

SRI とは、従来の財務内容の良し悪しによる企業選別から、非財務内容を踏まえて企業を評価し、投資しようとするものである³²⁾。すなわち、企業を評価する時にトリプルボトムラインという経済・環境・社会の三点を企業評価の基準にする見方であり³³⁾、国際社会の企業に対する評価の手法が転換したことである。CSR は、先進諸国を中心に大きな潮流となっており、主な企業の大半は、CSR 対策部局や室を設けるなど、社会・環境問題への企業の取り組みが企業価値の測定において重要になりつつある。

6. 企業の森づくりの類型

次に、企業の森づくりの分類である。分類に用いた統計資料は、(社)日本経済団体連合会が行った 2006 年度の社会貢献活動実施調査結果から抽出した森林を利用した CSR 活動である。それを著者が、活動目的や地域性あるいは運営形態などによってカテゴリ区分することが可能となったものを整理した (表 1)。

類型は、大きく分けて資金提供型、産官連携型、NPO 協働型、社員派遣型、社員ボランティア支援型、イベント主催型の 6 つに分類することができる³⁴⁾。

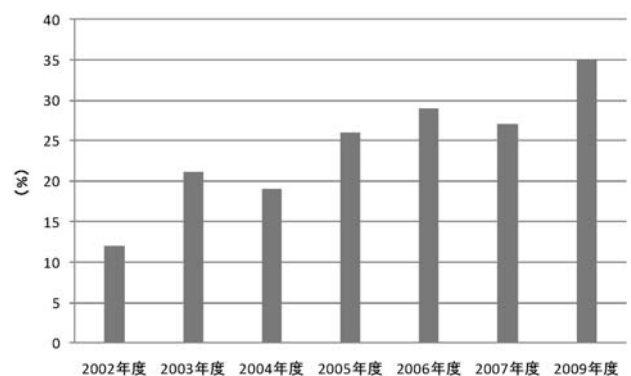


図 3 森林を利用した CSR 活動の割合

資料：「2002～2009 年度 社会貢献活動実績調査結果 事例調査編」、(社)日本経済団体連合会を基に作成
注：2002 年度 (全 257 社)、2003 年度 (全 307 社)、2004 年度 (全 355 社)、2005 年度 (全 303 社)、2006 年度 (全 308 社)、2007 年度 (全 299 社)、2009 年度 (全 337 社)
注：2008 年度は、未実施

表1 企業の森づくりの類型

森づくりの類型	実施内容
資金提供型	NPO・社団法人・財団法人等に対して資金援助を行う
	一般者・社員などから募金を募る
産官連携型	NPO・社団法人・財団法人等のイベントに対して資金援助を行う
	国有林を利用して分収育林・造林を行う「法人の森林」 都道府県を通じて公有林・民有林を利用して森林内活動を行う「企業の森」
NPO協働型	国内外において単発的な植林活動などを行う 国内外において植林から森林整備等まで継続的な森林内活動を行う
社員派遣型	森林整備活動・自然教室等に社員を派遣する
社員ボランティア支援型	社員の行っている森林ボランティア活動を支援する
イベント主催型	社有林・社有地を利用して単独でイベントを主催する
	他社(他社有林)と協働してイベントを主催する

注：著者作成

資金提供型は、NPO・社団法人・財団法人等に対して資金援助を行うもの、一般参加者・社員などからの募金、NPO・社団法人・財団法人等のイベントに対して資金援助を行うものがある。

産官連携型は、国有林を利用して分収育林や分収造林を行う「法人の森林」制度と、都道府県を通じて民有林で森林を利用した活動を行う企業の森づくりがある。

NPO協働型は、国内外において単発的な植林活動などを行うものと、植林から森林整備等まで継続的な活動を行うものに分けることができる。

社員派遣型は、森林整備活動・自然教室等に社員を派遣するものである。

社員ボランティア支援型は、社員の行っている森林ボランティア活動を支援するものである。

イベント主催型は、社有林・社有地を利用してイベントを単独で主催するものと他社(他社有林)と協働してイベントを主催するものに分けることができる。

図4は、表1の類型を用いて、日本経済団体連合会が行った2009年度の社会貢献活動実施調査結果における森林を利用したCSR活動を分類した結果である。

図4から、最も多いのが産官連携型の43%であり、資金提供型(22%)、NPO協働型(18%)、社員派遣型(6%)と続き、最も少なかったのが社員ボランティア支援型とイベント主催型の3%であった。以上の結果から、企業の森づくりを明らかにするためには、産官連携型の森林を利用したCSR活動、つまり行政と連携した企業の森づくりについて整理する必要がある。そこで、次に、行政と連携した企業の森づくりについて述べる。

7. 行政と連携した企業の森づくり

(1) 国有林における「法人の森林」制度

国有林では、企業等と国がともに森林を造成・育成し、

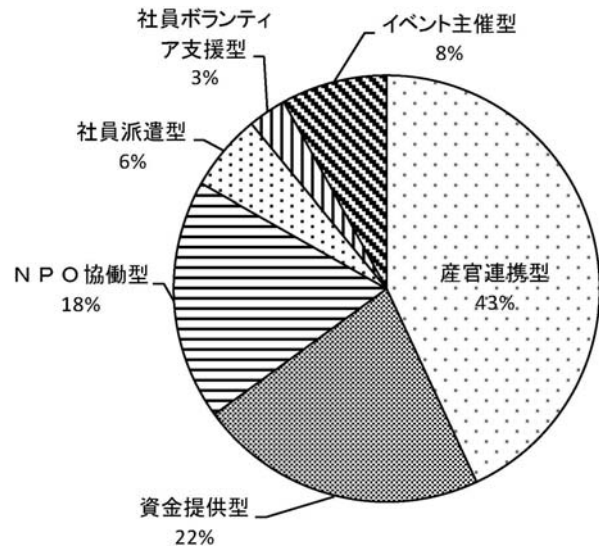


図4 企業の森づくりの類型別割合

資料：「2009年度 社会貢献活動実績調査結果 事例調査編」、(社)日本経済団体連合会を基に作成

注：全137社

伐採後の収益を一定の割合で分け合う分収林制度を利用した「法人の森林」制度を実施している³⁵⁾。

「法人の森林」制度とは、国有林において企業等と国が共同で造林・育林し、伐採後に収益を一定の割合(契約者：国=7:3)で分け合う制度である。契約期間が20~80年と長い、契約森林の環境貢献度(水源かん養・土砂流出防止・CO₂の吸収等)を林野庁が評価し、企業等の取り組みをアピールしやすいこと、活動内容に関する利用計画を林野庁が審査することから、活動を進めやすいなどの特徴がある。法人の森林は、1992年度から開始され2010年度までに全国486箇所、2,280haで面積である³⁶⁾。

表2は、分収造林による「法人の森林」についてまとめたものである。分収造林による「法人の森林」では、企業等の要望を考慮して対象となる森林は国が選定を行う。契約面積は、原則として1haから100ha以内で、契約期間は、約50年から80年となっている。保育、管理の方法は、契約時に定めた造林に関する計画に基づき、契約者の負担で行う。森づくりの作業は森林組合などに委託することも可能となっている。分収の方法は、国が契約で定めた時期に木材を販売し、その販売代金を契約で定めた持分割合で分け合う。経費に関しては、植栽準備から保育作業が終わるまでに、目安として1ha当たり数百万円程度が必要となり、活動費は別途必要である。しかし、補助事業の対象となる森づくりを行えば補助金の適用もある。

表3は、分収育林による「法人の森林」についてまとめたものである。

分収育林による「法人の森林」とは、既に国有林において育成している途中の人工林や天然林を対象として、契約時における立木の評価額と契約期間中の保育・管理に要する費用を契約の持分割合に応じて負担し、樹木を共有して育てる制度である。実際の森林の保育・管理に関しては国

表 2 分収造林による「法人の森林」

区分	内容
対象森林	国が、伐採した跡地などの中から、要望等にも配慮しながら「法人の森林」としてふさわしい箇所を選定
契約面積	原則1ha以上100ha以内
契約期間	おおむね50年～最長80年
保育・管理の方法	国が契約で定めた造林に関する計画に基づき、契約者の負担
分収の方法	国が契約で定めた時期に木材を販売し、その販売代金を契約で定めた持分割合で分け合う
憲章の制定	森林の造成整備等に関する憲章を定める 憲章には、分収時の純収益は森林づくり等の社会貢献活動に使用することも定める
森林の利用	契約森林を用いた憲章の実践のための計画(利用計画)を作り、計画に従った利用ができる 植樹、下刈り、不要木の除伐、枝打ちなど
施設設置	看板、遊歩道、ベンチなど、簡易な施設の設置が可能
経費など	植栽準備から保育作業が終わるまでに、目安として1ha当たり数百万円程度が必要(活動費は別途必要) 補助事業の対象となる森林づくりを行えば補助金の適用
森林国営保険	森林国営保険への加入可能

資料：林野庁、http://www.kokuyurin.maff.go.jp/expres/P_houjin_zourin.html, (2009.2.10), 分収造林「法人の森林」を基に作成

表 3 分収育林による「法人の森林」

区分	内容
対象森林	国が、人工林(18年生以上)及び天然林の中から、要望等にも配慮しながら「法人の森林」としてふさわしい箇所を選定
契約面積	原則3ha以上
契約期間	おおむね20年～最長60年まで
保育・管理の方法	国が契約で定めた保育等の計画に基づき行う
分収の方法	国が契約で定めた時期に木材を販売し、その販売代金を契約で定めた持分割合で分け合う
憲章の制定	森林の造成整備等に関する憲章を定める 憲章には分収時の純収益は森林づくり等の社会貢献活動に使用することも定める
森林の利用	契約森林を用いた憲章の実践のための計画(利用計画)を作り、計画に従った利用 不要木の除伐、枝打ちなどの体験、散策、自然観察、花木の植栽、キノコ栽培、果箱の設置など
施設設置	看板、遊歩道、ベンチなど、簡易な施設の設置が可能
経費など	面積や森林に応じた金額が必要 人工林の場合の経費の目安は数百万円程度(活動費は別途必要) 契約時に国へ
森林国営保険	人工林については、森林国営保険に加入(天然林については加入不可)

資料：林野庁 HP、http://www.kokuyurin.maff.go.jp/expres/P_houjin_ikurin.html, (2009.2.10), 分収育林による「法人の森林」を基に作成

が行う。また、天然林等について、伐採しないことを前提とする契約もできる。

分収育林による「法人の森林」では、樹木を共有して育てる制度であり、国が森林の保育・管理を行うが、企業は不要木の除伐や枝打ちなどの体験が可能である。また、天然林等について、伐採しないことを前提とする契約も対象となる森林の選定は「分収造林」と同じである。契約面積は、原則として3ha以上、契約期間は、約20年から最長60年となっている。保育、管理の方法は、国が契約で定めた保育等の計画に基づき行う。分収の方法は、国が契約で定めた時期に木材を販売し、その販売代金を契約で定めた持分割合で分け合う。経費については、面積や森林の状態に応じた金額が必要となる。人工林の場合の経費の目安は数百万円程度からで、これは契約時に国へ支払う仕組みとなっている。また、企業が、活動をおこなう際の費用は別途負担となっている。

図5は、1992年度から2005年度までの法人の森林(分

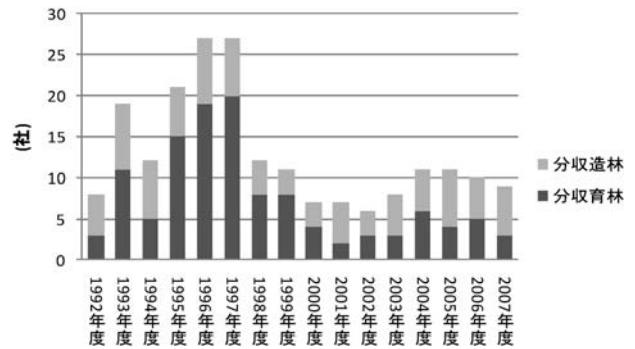


図 5 各年度の「法人の森林(分収育林・分収造林)」の契約社数
資料：林野庁 HP「法人の森林」契約者一覧「法人の森林」分収育林・分収造林による森づくりを基に作成 http://www.kokuyurin.maff.go.jp/Kokuyu_index_Detail.html, (2009.1.30)

注：掲載を希望していない法人は除く

収育林・分収造林)の契約社数を表したものである。この図5から、法人の森林の契約社数は、1997年がピークで、これを境に以降は減少傾向にあるが、2000年以降は微増していることがわかる。また、分収育林と分収造林を比較すると、1990年代は分収育林の契約社数の方が多いが、2001年以降は、分収造林のほうが増加傾向にあることがわかる。このことは、企業等は、育林作業(間伐など)よりもイメージの良い造林作業(植林など)に関心が高いこと。また、カーボンニュートラル(二酸化炭素の吸収・蓄積機能)に関わって、造林作業に対するイメージアップ効果がより高いという企業の認識から、造林分収が増加傾向にあると考えられる。事実、法人の森林制度が企業のPR目的に利用されてきていることが少なくない。

(2) 都道府県における企業の森づくり

都道府県における企業の森づくりは、各都道府県で独自に行っているため、事業内容、事業名も多様である。特に高知県が先駆的に森林環境税を導入した2003年以降は、各自治体の森林税や森林環境税などの導入と関わって、都道府県の事業に企業が参画する場合など多様となっている。

都道府県における企業の森づくりの特徴は、「法人の森林」と比較して、契約期間が3~5年と短いこと、活動形態が多様であることである³⁷⁾。

図6は林野庁が把握している都道府県における企業の森づくり実施箇所を示している。2004年度は94件であったものが、2009年度には1,124箇所とおよそ12倍にまで増加している(図6参照)。このことは、都道府県における企業の森づくりが、契約期間が短いなど企業が容易に森づくりを行えるからだと考えられる。

表4は、都道府県別の企業の森づくり実施状況を箇所数の多い県を表したものである。

群馬県、埼玉県・神奈川県・山梨県などの比較的首都圏に近い地域は、アクセスが容易で、かつ企業が多数ある東京に近いことから実施箇所数が多いことがわかる。また、

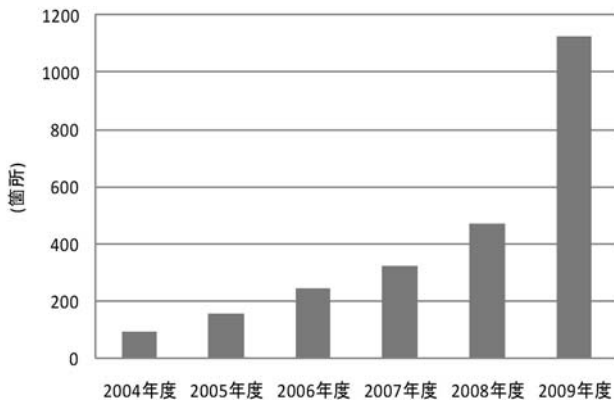


図6 都道府県における企業の森づくり実施箇所数の推移

資料：林野庁資料を基に作成

表4 都道府県における企業の森づくり実施箇所数
(2007年度)

	箇所数	割合		箇所数	割合
北海道	14	4.3%	滋賀	3	0.9%
青森	0	0.0%	京都	7	2.2%
岩手	3	0.9%	大阪	7	2.2%
宮城	5	1.5%	兵庫	1	0.3%
秋田	6	1.8%	奈良	0	0.0%
山形	6	1.8%	和歌山	23	7.1%
福島	2	0.6%	鳥取	10	3.1%
茨城	1	0.3%	島根	2	0.6%
栃木	4	1.2%	岡山	1	0.3%
群馬	15	4.6%	広島	9	2.8%
埼玉	18	5.5%	山口	3	0.9%
千葉	5	1.5%	徳島	8	2.5%
東京	2	0.6%	香川	3	0.9%
神奈川	16	4.9%	愛媛	7	2.2%
新潟	2	0.6%	高知	24	7.4%
富山	3	0.9%	福岡	0	0.0%
石川	7	2.2%	佐賀	0	0.0%
福井	1	0.3%	長崎	1	0.3%
山梨	19	5.8%	熊本	18	5.5%
長野	26	8.0%	大分	12	3.7%
岐阜	6	1.8%	宮崎	5	1.5%
静岡	4	1.2%	鹿児島	4	1.2%
愛知	2	0.6%	沖縄県	3	0.9%
三重	7	2.2%	計	174	53.5%

資料：林野庁資料を基に作成

注：2008年3月31日現在

注：全325箇所

首都圏でも東京都、千葉県などは、1箇所でも複数の企業が森づくりするなど、企業にとって参画してもPR効果が低い支援のために実施箇所数が少ないと考えられる。

また、長野県、和歌山県、高知県で実施箇所数が20件以上と多いのは、森林整備による森林のCO₂吸収量を県が独自で認証し証書の発行等、活動に対する評価が明確となっているからであると考えられる。また、熊本県が近隣の県と比較して実施箇所数が多い理由は、熊本県東部には阿蘇山があるため、協定を締結した森林のネーミングライツにより大きなイメージアップ効果、宣伝効果が期待されるためだと考えられる。

8. 小 活

企業が行政と連携した森づくりを行う理由としては、以

下の点があると考えられる。

1つは、行政と連携していることによる信頼性という点にある。企業が森づくりをCSRとしてPRする際に、行政と連携していることにより、行政が環境貢献度・CO₂吸収量等を発行するために、ステークホルダーに対するCSRの信頼性があり、PR効果に結びつくことが期待できる。

2つには、森づくりを開始するまでの交渉等が、容易であるという点にある。国有林で行われている「法人の森林」においては、地域との交渉などはない。都道府県で行われている企業の森づくりにおいても、地域との交渉はあるものの都道府県が地域との仲介を行っているためさほど困難ではない。

9. 考察と課題

企業の森づくり活動の考察と課題は、以下のよう整理することができる。

わが国のCSRは、欧米から始まったCSRの影響を受けており、2000年以降から本格化した。そのため、CSRによる企業の森づくりも2000年以降から開始されたと考えられる。

企業の森づくりは、大きく分けて資金提供型、産官連携型、NPO協働型、社員派遣型、社員ボランティア支援型、イベント主催型の6つに分類することができることが明らかになった。そのうち、産官連携型つまり行政と連携した企業の森づくりが多く実施されている。

国有林における「法人の森林」は、林野庁が環境貢献度として評価することで、企業のPR効果は大きい。しかし、分収契約期間が20～80年と長期であることからすると、契約期間が3～5年で見直しであることから、森林管理の長期性と企業経営の短期性との関係が問題となろう。さらに、「法人の森林」は、地域との交流や地域の森林整備計画との整合性をとる必要がある。

都道府県における企業の森づくりは、契約期間が短くても良く、企業経営の面から考えると参画しやすいが、森林整備からすると長期性の担保が不明確であり、各県に保育管理において異なる森林が造成されることが懸念される。また、企業の森づくりを実施している森林において、カーボンオフセット³⁸⁾やJ-VER制度³⁹⁾などが導入されることによって、森林の環境評価手法が明確になってきている。しかし、カーボンの単価が極めて流動的であることやカーボンクレジットを取り扱う業者が乱立し、価格破壊を起こしつつあるなどカーボンクレジットにはまだ課題がある。

また、現在、各都道府県において、参画企業・団体数を競い合っている傾向がある。財政的に厳しく、地域の森林資源が成熟化しつつある中で、やはり企業の森づくりに期待する自治体は少なくない。とはいえ、森林づくりは100年の計であり、一端失敗すると長期間にわたって取り返しのつかないこととなる。それゆえに、企業による森林づくりは、地域づくりといった認識を共有した上で、新たに企業との有機的な連携が必要となる。特に、参画している企業は、大手企業が中心であり、中小企業の参画が少ないのが現状である。そのため、地域における地域企業によ

る森づくりとまでは発展していない。将来的には、森林の存在する地域内に企業が多く参画し、地産地消による健全な森林造成を進めること。それは、地域林業を下支えすることとなり地域活性化への道が開けるものといえる。

今後は企業の森づくりと地域活性化に関する課題についてさらに研究を進めることとしたい。

注および引用・参考文献

- 1) 林野庁：『平成 23 年版 森林・林業白書』，(財)農林統計協会，(2011.6.3)，pp 54-57
- 2) 植村哲士・水石 仁・科野宏典：『知的資産創造 2010 年 4 月号 2040 年の日本の森林・林業—持続可能な森林管理・利用を行うための人材面の課題と対策—』，野村総合研究所，<http://www.nri.co.jp/opinion/chitekishisan/2010/pdf/cs20100405.pdf>，(2010.9.17)
- 3) 平田雅彦：『企業倫理とは何か』，PHP 研究所，(2005.5.2)，pp 17-18
- 4) 倫理的価値や人権、地域社会、環境に配慮しながら収益を高める会員企業の事業活動を支援する非営利団体
- 5) 経済産業省：『企業の社会的責任 (CSR) を取り巻く現状について』，(2005.4)，http://www.meti.go.jp/policy/economic_industrial/gather/downloadfiles/g40428a50j.pdf
- 6) (社)経済同友会：『第 15 回企業白書「市場の進化」と社会的責任—企業の信頼構築と持続的な価値創造に向けて—』，(2003.3)，<http://www.doyukai.or.jp/whitepaper/articles/no15.html>
- 7) (社)日本経済団体連合会：『企業の社会的責任 (CSR) 推進にあたっての基本的考え方』，(2004.2.17)，<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2004/017.html>
- 8) 経済産業省：『企業の社会的責任 (CSR) を取り巻く現状について』，(2005.4)，http://www.meti.go.jp/policy/economic_industrial/gather/downloadfiles/g40428a50j.pdf
- 9) 経済法令研究会編：『金融 CSR 総覧』，経済法令研究会，(2007.1.10)，p 9
- 10) 萩原愛一：『企業の社会的責任 (CSR)—背景と取り組み—』，国立国会図書館 ISSUE BRIEF NUMBER 476，(2005.3.24)，p 5
- 11) (財)地球・人間環境フォーラム：『平成 16 年度 我が国 ODA 及び民間海外事業における環境社会配慮強化調査業務 Part 1 〈開発途上地域における企業の社会的責任〉』，(2005.3)，p 4
- 12) 経済法令研究会編：『金融 CSR 総覧』，経済法令研究会，(2007.1.10)，p 10
- 13) 萩原愛一：『企業の社会的責任 (CSR)—背景と取り組み—』，国立国会図書館 ISSUE BRIEF NUMBER 476，(2005.3.24)，p 5
- 14) 高 巖・辻 義信・SCOTT T. Davis・瀬尾隆史・久保田政一：『企業の社会的責任 求められる新たな経営観』，(財)日本規格協会，(2004.3.2)，p 80
- 15) (財)地球・人間環境フォーラム：『平成 16 年度 我が国 ODA 及び民間海外事業における環境社会配慮強化調査業務 Part 1 〈開発途上地域における企業の社会的責任〉』，(2005.3)，p 4
- 16) 高 巖・辻 義信・SCOTT T. Davis・瀬尾隆史・久保田政一：『企業の社会的責任 求められる新たな経営観』，(財)日本規格協会，(2004.3.2)，p 100
- 17) 経済産業省：『企業の社会的責任 (CSR) に関する懇談会中間報告書』，(2004.9)，p 22
- 18) 萩原愛一：『企業の社会的責任 (CSR)—背景と取り組み—』，国会国立国会図書館 ISSUE BRIEF NUMBER 476，(2005.3.24)，p 7
- 19) 萩原愛一：『企業の社会的責任 (CSR)—背景と取り組み—』，国立国会図書館 ISSUE BRIEF NUMBER 476，(2005.3.24)，p 7
- 20) 高 巖・辻 義信・SCOTT T. Davis・瀬尾隆史・久保田政一：『企業の社会的責任 求められる新たな経営観』，(財)日本規格協会，(2004.3.2)，p 115
- 21) (財)地球・人間環境フォーラム：『平成 16 年度 我が国 ODA 及び民間海外事業における環境社会配慮強化調査業務 Part 1 〈開発途上地域における企業の社会的責任〉』，(2005.3)，p 6
- 22) 藤井敏彦：『ヨーロッパの CSR と日本の CSR—何が違い、何を学ぶのか。』，日科技連出版社，(2005.9.25)，pp 42-45
- 23) (財)地球・人間環境フォーラム：前掲書，p 6
- 24) 川村雅彦：『ニッセイ基礎研 REPORT 2004 年 5 月号 日本の「企業の社会的責任」の系譜 その 1—CSR の変遷は企業改革の歴史—』，ニッセイ基礎研究所，(2004.5)，p 4
- 25) 岡本亨二：『進化する CSR「企業責任」論を超えた〈変革〉への視点』，JIMP ソリューション，(2008.7.10)，p 22「メセナとは、フランス語で芸術・文化の庇護、とくに企業による芸術・文化の援護活動を指しています。欧米の企業の中でも、利益の上がっている企業が社会へ利益還元策として、芸術や文化活動に資金を提供したことが始まりです。」
- 26) 牛尾奈緒美：『三田商学研究 第 39 巻第 2 号 企業フィランソロピーに関する一考察』，慶應義塾大学商学会，(1996.6)，p 158「企業におけるフィランソロピー活動は、特に、アメリカで浸透しており、企業が、短期的視野で利益追求にはしるのではなく、広く社会や公共のために、自発的な支援 (資金寄付、活動の提供) を行う事を指す。」
- 27) 川村雅彦：『ニッセイ基礎研 REPORT 2004 年 5 月号 日本の「企業の社会的責任」の系譜 その 1—CSR の変遷は企業改革の歴史—』，ニッセイ基礎研究所，(2004.5)，p 6
- 28) 川村雅彦：『ニッセイ基礎研 REPORT 2004 年 5 月号 日本の「企業の社会的責任」の系譜 その 1—CSR の変遷は企業改革の歴史—』，ニッセイ基礎研究所，(2004.5)，p 4
- 29) 川村雅彦：『ニッセイ基礎研 REPORT 2004 年 5 月号 日本の「企業の社会的責任」の系譜 その 1—CSR の変遷は企業改革の歴史—』，ニッセイ基礎研究所，(2004.5)，p 1
- 30) 経済法令研究会編：『金融 CSR 総覧』，経済法令研究会，(2007.1.10)，p 313
- 31) 川村雅彦：『ニッセイ基礎研 REPORT 2003 年 7 月号【2003 年は「日本の CSR 経営元年」】』，ニッセイ基礎研究所，(2003.7)，pp 3-4
- 32) 岡本亨二：『CSR 入門』，日本経済新聞出版社，(2007.2.8)，p 45
- 33) 岡本亨二：『CSR 入門』，日本経済新聞出版社，(2007.2.8)，p 16
- 34) 2008 年度林業経済学会秋季大会発表
- 35) 林野庁 HP，http://www.kokuyurin.maff.go.jp/expres/P_houjin.html，(2009.2.10)
- 36) 林野庁 HP http://www.kokuyurin.maff.go.jp/Kokuyu_index_Detail.html (2009.1.30)
- 37) 上田ゆかり：『木材情報 2010 年 2 月号 2006 年度東証一市場企業の上場企業の森づくり活動』，(財)日本木材総合情報センター，(2010.2)，p 5
- 38) 小林紀之：『温暖化と森林 地球益を守る—世界と地域の持続可能ビジョン—』，日本林業調査会，(2008.6.13)，p 168，16-8「日常生活で努力しても削減できない排出量を、他の場所や他の活動による排出量の削減や吸収量の増加によって埋め合わせする (相殺する・オフセットする) 手法」
- 39) 林野庁：『平成 23 年版 森林・林業白書』，(財)農林統計協会，(2011.6.3)，p 47「国内の排出削減・吸収プロジェクトの発行・管理等の仕組みを定めた制度」

The Features of Creation of a Forest by CSR

By

Katsumi KOBAYASHI* and Shigeyuki MIYABAYASHI**

(Received May 19, 2011/Accepted December 2, 2011)

Summary : In recent years, global environmental degradation caused by global warming, including the destruction of the rainforest, is a universal challenge that must be resolved urgently. In Japan, companies' corporate social responsibility (CSR) are required as part of their social contribution.

There is a great of the Among the diversity of corporate CSR activities in Japan are companies engaged in the creation of a forest with the intention of environmental contribution towards the solving of global environmental problems. The creation of a forest by such companies suggests some points that merit attention. Specifically, this may cope with the cost of forest management in mountain village, and may also suggest the possibility of new job creation for forestry workers. However, there is not yet a systematic organization of forest by such companies has not yet been implemented.

In this article, first of all, the development process of CSR was clarified. Secondly, the realities of the creation of a forest by companies, it executed in cooperation with the administration, were clarified.

① It became clear that CSR in our country was stimulated by a worldwide trend, and a full-fledged approach was started after 2000. ② It became apparent that currently, companies with CSR Forest, are rapidly increasing. However, ③ the creation of a forest was found to be dissociated from the local forest plans, because, rapidly increasing forest creation has been domination by administrative division and short-term contract.

Key words : CSR, kigyouno-mori, forest management

* Department of Forest Science, Graduate School of Agriculture, Tokyo University of Agriculture

** Department of Forest Science, Faculty of Regional Environment Science, Tokyo University of Agriculture