

1. はじめに

近年、CSR (Corporate Social Responsibility ; 企業の社会的責任) の一環として企業による森林活動が行われる動きがみられる。

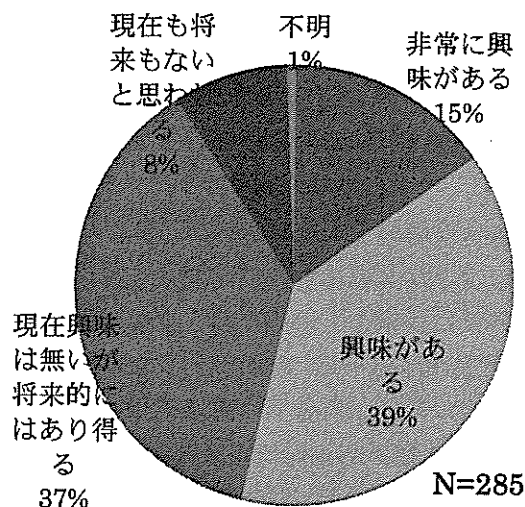


図1 「企業の森づくり」の取り組みへの興味・関心
資料：国土緑化推進機構（2006）林野庁「森林づくり社会貢献活動推進事業」「企業の森づくり」に係るアンケート調査結果：3.

2006年に実施された社団法人国土緑化推進機構「企業の森づくり」に係るアンケートの結果（従業員が1000名以上の企業285社に対して行われた）によると、自社が森林活動に取り組むことに「非常に興味がある」が15%、「興味がある」が39%である（図1）⁽¹⁾。これらを合計すると54%となる。このように多くの企業がCSRの一環としての森林活動に関心を示している。

しかし、現状はCSRにおける森林活動を議論する以前に、CSRという言葉の捉え方が国や地域によって異なっている。日本国内においてもCSRの共通認識がないまま広がっており、言葉の使用者によってCSRの捉え方は異なっている。

2. 研究の方法と目的

日本におけるCSRの現状と森林活動との関係

を既存の研究成果等をもとに整理した上で、CSRにおける森林活動の活性化に向けての課題を明らかにする。その後、活性化に必要な経営的効果を構成する諸要素を、諸文献をもとに分類し、そのうち代表的な経営的効果について、実際の企業活動を事例に評価を試みた。

3. 日本のCSRの現状と森林活動

3-1 CSRの定義

CSRとは、企業は自社の利益追求のみでなく企業活動によるステークホルダー（消費者、株主、従業員、地域社会、地球環境など企業活動の利害関係者すべてを指す）への影響にも責任を果たすべき、とする考え方である。

日本国内でのCSRの具体的な活動としては、法令遵守、情報公開、社会貢献活動などの様々な領域の活動が挙げられる。この様々な領域は、大きく分けて「守りのCSR」と「攻めのCSR」の二つに分類できる。「守りのCSR」は、社会に負の影響を及ぼさないように予防することである。

「攻めのCSR」は、社会に正の影響をもたらすことである。法令遵守、情報公開は前者であり、社会貢献活動は後者である⁽²⁾。

3-2 CSRの効果

次にCSRの効果に関して、日本企業の認識を示す。

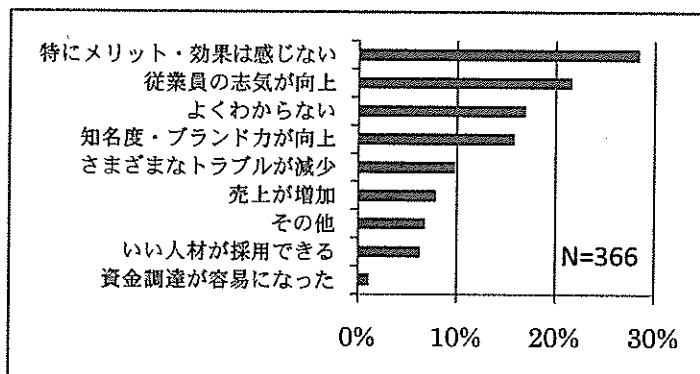


図2 CSRに取り組み中の企業が考えるCSRの効果・メリット（複数回答可）

資料：みずほ総合研究所「企業の社会的責任に関するアンケート調査」（2005）

「特にメリットを感じない」と回答する企業が28.4%であり、最も多い。さらに、「よくわからない」と回答する企業は16.9%である(図2)⁽³⁾。これらを合計すると45.3%となり、日本の企業の多くは、CSRからの効果を認識できていない。このアンケートはCSR活動全般に関して行われたものだが、森林活動も同様に経営的效果を認識されずに行われているものと考えられる。

図2と同時に行われたアンケート結果によると、CSRへの取り組みの契機として、「トップの方針」が約7割を占めている。これは、おそらく企業のトップの社会への善意により、CSRへの取り組みに至ったと考えられる。CSRの効果は認識されていない現状における懸念は、企業のトップの善意で、CSRが今後拡大かつ継続して行われると考えるのは、現実的ではないということである。

また、SRI (Socially Responsible Investment ; 社会的責任投資と訳され、CSRを根本とした投資を指す) ファンドは、日本では1999年より設立され始めているが、現在の日本のSRI総資産額は約11億ドル、米国は2兆1600億ドル、英国は60億ドルであり、欧米に比べ遅れている⁽⁴⁾。この事実は、企業の意思決定権のある株主もCSRの拡大に積極的ではないことを示している。

これらのことから、CSRが現状以上に拡大してかつ継続して行われるには、経営的效果を明示する必要がある。CSRによる経営的效果が、企業にとってCSRに取り組む動機になるからである。

3-3 CSRと森林の関係

森林には木材等林産物の供給のほか、水資源の涵養、山地災害の防止、二酸化炭素固定などの公益的效果を持っている。この効果に貢献することで、社会に正の影響をもたらすことから、森林活動は「攻めのCSR」の一種といえる。公益的效果に関しては、指数評価や貨幣評価による定量的評価手法が開発されており、CSRにおける森林活動への応用もなされている⁽⁵⁾。しかしCSRにおける森林活動に関して、経営的效果という観点からの研究はない。

以上の考察から、CSRにおける森林活動をより活性化させるために、CSRにおける森林活動の経営的效果を示すことが必要であると考えられる。

4. CSRにおける森林活動の経営的效果

CSRにおける森林活動には、資金提供型、社員派遣型⁽⁶⁾など多様な形態がある。本研究では、森林活動は、直接にせよ間接にせよ企業が森林の造成に関わることにより経営的效果が期待できる活動のすべてを指す。

CSRであるか通常の業務であるかの違いは現状では明確に区分されていないため、CSR以外の森林活動で得られる経営的效果を含めてすべて挙げる。現状では、以下の5種類の経営的效果が考えられる。

① イメージの向上

前述のように、森林は公益的效果を持つ。その公益的效果に貢献しているため、森林活動を行っている企業のイメージが向上するという効果である。

CSRによる森林活動を行う企業の多くは、この効果を大なり小なり意識していると考えられる。この効果は消費者などステークホルダーの感覚に依存するので、企業が他の経営的效果を意図しなくても、付随する場合がある。

② 製品への利用

原料確保という効果がある製紙会社による植林、良質な水を安定して得るという効果がある飲料メーカーによる山林管理などが挙げられる。この効果は、通常の事業であるかCSRであるかの違いが曖昧である。

③ 従業員への効果

この効果を期待できるのは、主に従業員が参加する形態の森林活動である。森林活動が従業員の気分転換になることで、業務効率の向上が期待される。また、従業員が実際に社会貢献活動を行うので倫理意識の向上というリスクマネジメントとしての効果の可能性も期待できる。この森林活動による倫理意識の向上に関しては、「攻めのCSR」である森林の公益的效果と「守りのCSR」である法令遵守の両面を含んでいる。図2の22%の企業が回答した「従業員の士気が向上」はここに分類される。

④ エネルギー資源の入手

森林活動を行うことで木質バイオマスというエネルギー資源を入手できる、という経営的效果

である。木質バイオマスという新エネルギーへの積極的な投資ともみることができる。また、石油に代わる再生可能なエネルギーを入手するという面から、企業のイメージの向上効果も含まれる。

ソニーは、再生可能なエネルギーによる電力を得ることができるとして、木質バイオマスを供給する秋田県の森林支援に取り組んでいる⁽⁷⁾。

⑤ 排出権獲得

吸収源 CDM による排出権獲得である。現状で CSR としての森林活動として行うことは不可能だが、企業による森林活動の経営的効果の一つである。

日本の企業においては、王子製紙グループによりマダガスカルにおいて取り組まれている⁽⁸⁾。

以上の観点を用いて、実際に CSR として森林活動を行う企業に聞き取り調査及びアンケート調査を行い、その経営的効果の評価を行った。評価を行った経営的効果は、「イメージの向上」、「製品への利用」、「従業員への効果」の3つである。

「エネルギー資源の入手」に関しては既存の研究から経営的効果の議論が進んでおり、「排出権獲得」に関しては CSR における森林活動として行うには現実的ではないため、この2つは本研究では調査対象外とした。

5. 評価の試行結果と考察

調査対象企業は、「イメージの向上」、「製品への利用」に関してはコクヨグループ、「従業員への効果」に関しては従業員参加で森林活動が行われている大分銀行である。大分銀行に関しては、森林活動の参加者である28名に対し、アンケート調査を2008年に実施した。

5-1 評価対象の概要

i. コクヨ「結の森プロジェクト」

コクヨグループは、紙製品、文房具、オフィスファニチャー等における日本最大の総合オフィスサプライヤーである。

コクヨ「結の森プロジェクト」は、高知県大正町の四万十川流域における間伐不足の状態である森林の再生を図るものである⁽⁹⁾。コクヨは、森林組合とともに森林管理の計画をつくるほかに間伐費用の一部負担を行う。2006年から大正

町森林組合によって、約100haの人工林を対象に間伐をはじめとする整備が開始された。管理対象地は、大正町の森林所有者を「結の森」のメンバーとして加えていくことで徐々に拡大しつつある。

ii. 大分銀行の森林活動

大分銀行は、大分市に本店を置く地方銀行である。森林活動は2003年より開始されていたが、2006年からは、大分県による「企業参画の森林づくり」として大分県由布市における管理不足である森林を対象に、森林組合の指導のもとで実施されている。年数回のペースでの実施であり、毎回従業員とその家族の総勢約50人が参加している。植栽、下刈が主である。参加者は、飲食代、作業機具代、保険料などの負担はなく、作業地への交通費のみとなっている。

5-2 評価結果の概要

i. コクヨ「結の森プロジェクト」

森林活動への動機は、環境対応への様々な方法を試みる中で、森林活動から経営的効果の一つである木材を製品に利用できることが大きい。実際、この森林から得られた材でつくられた「結の森」商品の販売が、2007年より開始されている。

この「結の森」商品は、ヒノキの香り、木の持っている「温もり」というイメージが伝わりやすいこと、シンプルなデザインであることに高い評価を得ている。その一方、「結の森」商品の価格は、例えば「結の森 木製ボールペン」は2000円であり、通常のお商品に比べて高い。これは原料費（国産材・間伐材の価格）が高いためであるが、「結の森」商品の売上高は全体的に増加しつつある（図3）

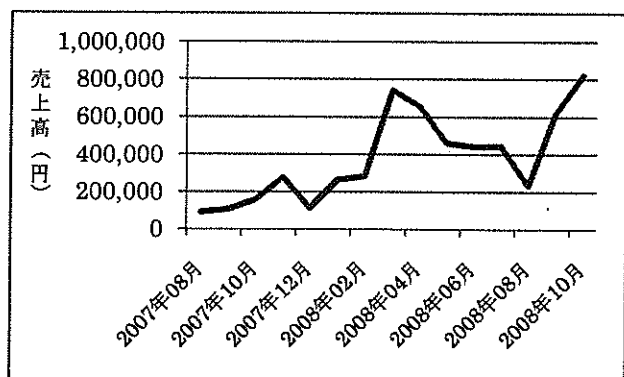


図3 「結の森」製品の合計売上高の推移

ii. 大分銀行の森林活動

本アンケートは、参加者であった約50人のうち従業員である28人から回答を得た。本アンケートは11項目から構成されるが、そのうちの3項目について示す。

従業員に森林活動の満足度に関する項目では、「満足」が33%、「やや満足」が41%、「普通」が26%、「やや不満」と「不満」の回答は0%であり(図4)、概ね好評といえる。森林活動が業務効率の向上に関する項目では、「そう思う」との回答は26%であり(図5)、低い。倫理意識の向上に関する項目では、「そう思う」との回答が79%であり(図6)、効果があるといえる。

6. まとめ

コクヨではCSRにおける森林活動を、経営的效果を期待しない社会貢献で終わらせていない。敢えてCSRにおける森林活動に投資という見方をすれば、「製品への利用」という形で費用に対する有効活用ができています。また、その製品は高価格にもかかわらず、売上高は全体的に増加しつつある。これは、製品そのものの質に加えて、環境にやさしい製品としての「イメージの向上」効果もその製品に対する効用に含まれている、と考えるのが妥当である。つまり、「結の森」製品とその売上は、森林活動によって得られた経営的效果といえる。

大分銀行の考察からは、「従業員への効果」である倫理意識の向上という経営的效果が得られた。この結果は、アンケートという従業員の意識より得られたものであるため、実際にその企業が不正を行う確率が減少したかどうかの確証まで

はできないが、リスク減少の可能性は高いことを示す。

結論として、両社ともにCSRにおける森林活動には経営的效果があることが確認できた。

本研究では、森林活動に費やされた費用に対して、その経営的效果が上回るかどうかまでには至っていない。今後の課題として、CSRにおける森林活動の費用対効果の検証が挙げられる。それにより効果が費用を上回るという結果が得ることができれば、CSRにおける森林管理のさらなる発展につなげることができるだろう。

引用文献

- (1) 国土緑化推進機構(2006)林野庁「森林づくり社会貢献活動推進事業」「企業の森づくり」に係るアンケート調査結果. 3-16.
- (2) 伊吹英子(2005)「CSR経営戦略」東洋経済新報社
- (3) みずほ総合研究所(2005)「CSR(企業の社会的責任)は普及するか 当社アンケート調査に見る中小企業・大企業の現状と課題」
- (4) 古田和磨, 櫻田譲(2005)「企業の環境への配慮が株主価値に与える影響に関する一考察」
- (5) 全国林業改良普及協会(2008)「企業等の森林づくり活動に対する評価手法の開発報告書」
- (6) 小林克己(2008)「企業の社会的責任による森林管理の現状と課題」
- (7) ソニーグループ(2008)「CSRレポート2008」
- (8) 王子製紙グループ(2008)「王子製紙グループ企業行動報告書2008」
- (9) コクヨグループ(2008)「コクヨグループCSR報告書2008」

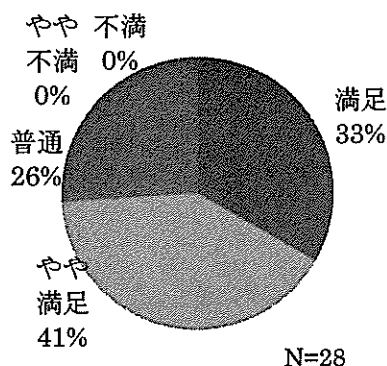


図4 森林活動に対する満足度

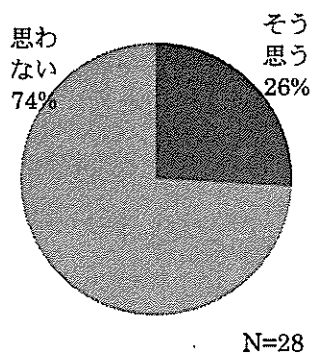


図5 業務効率向上の効果について

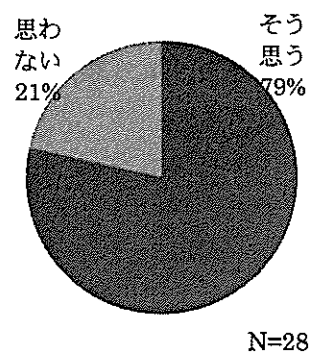


図6 倫理意識向上の効果について