

『森林サービス産業』キックオフ・フォーラム

概要報告・ディスカッション①

『教育・健康・観光分野との連携・協働で拓く“森林サービス産業”』

～学習指導要領等改訂、CSV・健康経営促進、インバウンド需要拡大を契機に～

●大本 晋也氏（(独)国立青少年教育振興機構 理事（教育事業担当））

普段は教育関係者の前で話すことが多い。もともと高校教員を18年間、その後教育行政に18年間携わってきた。常日頃思っているのは、最近の子供や若者は、よく「これでいい？正解？」と聞いてくる。学校も子供たちも「正解主義」に囚われていることが多い。それに加えて、成功するのが当たり前という「成功主義」。体験活動も時間とお金をかけているので、成果を求められる「成果主義」。この3つが子供たちの学びの豊かさを奪っているように思う。

昔はいい学校に入っていい会社に入るのが当たり前の目標だったが、今の子供たちはグローバル社会の中で選択肢が多く、何を目標にしたらいいのかわからない。自分をどう育て、社会と関わっていくか、そういった力を身につけることが一番のポイントだと思う。



落ち葉の上にいる子供の写真だが、小学生の子供たちは、虫がいたり何がいるかわからないので、寝転がるのを嫌がる。小さいときに豊かな原体験を持っていたら、大人になってもこういうことが自然にできるようになる。体験学習の豊かさを訴えるには、先生方に実感してもらうことが大切なため、教員免許状更新講習で伝えている。国立の施設は28か所ある。山、海、自然の豊かな場所にある。妙高では、山の中で五感をフルに使って楽しんでいる。

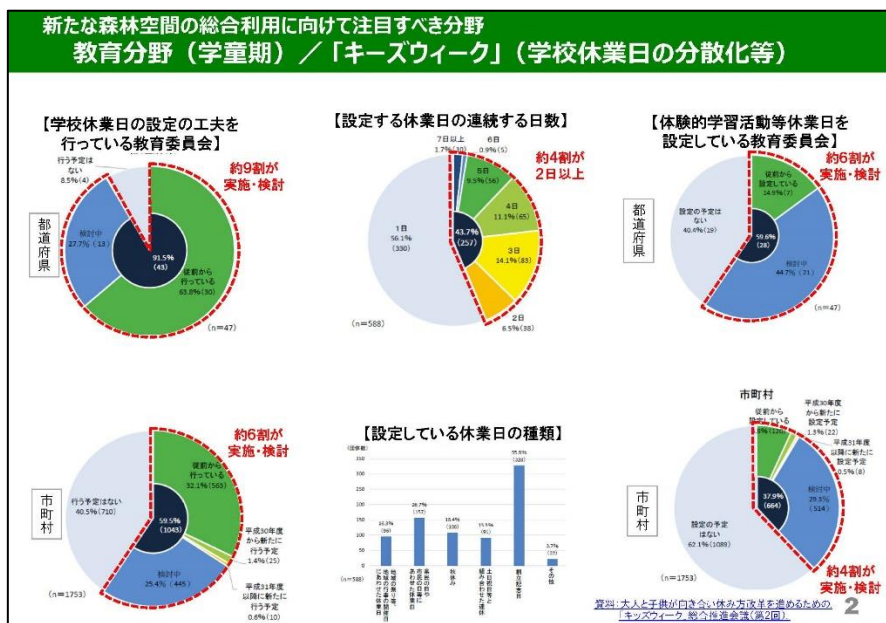
北海道大雪の大雪森のあそび場プログラムでは、親御さんたちが、森の遊具を自分たちでつくっている。子供たちだけで体験するのではなく、親と子が一緒に体験することで、子供たちは安心する。森のようちえんが昨今流行っているが、幼稚園の先生も子供たちと一緒に体験を共有することで安心して遊ぶことができる。森だけでなく、室内で親御さんたちが段ボールをつかった

遊具をつくと子供たちは喜んで遊ぶ。要は親や先生との関わりをもとめているのだと思う。



●木下 仁氏（林野庁森林利用課山村振興・緑化推進室長）

森林は今までのレクリエーションの場だけではなく、新しい場としても注目されている。教育分野では、平成30年度から「キッズウィーク」が始まっている。これは、夏休みの一部を分散させて、多様な活動機会を増やす目的のもので、子供の学習活動の場として森林が注目されている。

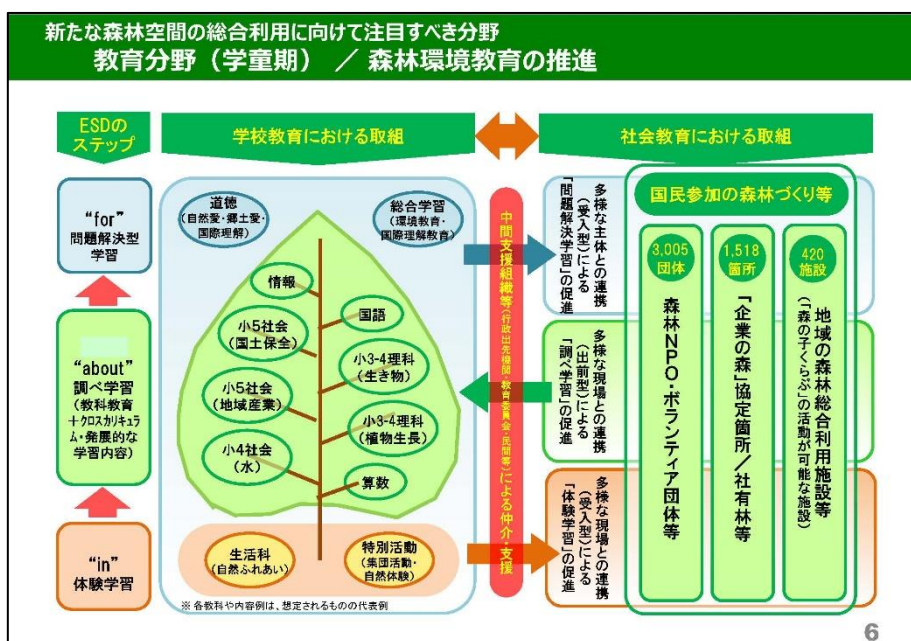


また、子供の生きる力を育む、交流の機会を創出するものとして、「子ども農山漁村交流プロジェクト」がある。農林水産省だけでなく、文部科学省や総務省、内閣府とともに進めている取組である。2024年には小学生65万人、中学生75万人、高校生30万人が農山村漁村で体験すると

いう具体的な数値目標が決められており、各省庁がそれに向けて様々な取組が行われている状況である。

新たな学習指導要領では、主体的に課題を見つけ解決する過程を重視するということで、アクティブラーニングの考え方が位置づけられている。また、総合的な学習の時間の中で、学校外での学習についても位置付けられている。学校や家庭ではできない体験ということで、多摩市では、長野県に多摩市少年自然の家を設け、遊々の森での体験を行っている。

体験学習の場でも森林は重要とされており、様々な場面で自分たちで考え行動するアクティブラーニングが推奨されている。国民参加の森づくりも、こういった流れの中で実施されている。様々な地域でいろいろな事業が行われているが、今後森林環境税の用途として、都市と山村の交流の中でこういった取り組みが活発化されていくことも多くなるだろう。



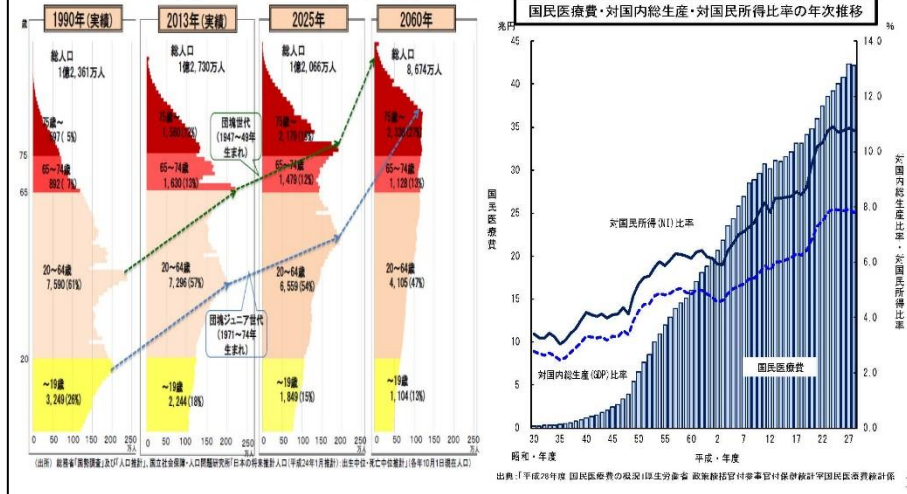
幼児期については、森のようちえんでも注目されている。鳥取県では森のようちえんについて、県独自の認証制度を行っている。平成30年には、森と自然の育ちと学び自治体ネットワークが設立され、自治体間でも連携が進んでいる。

●安藤 伸樹氏（全国健康保険協会理事長）

7千万人が協会けんぽと健康保険組合連合会の健康保険に加入している。年々高くなる高齢者の医療費を、少ない現役世代が支えている。2060年には、人口の47%の現役世代が、40%を占める75歳以上の人たちを支える。75歳以上の後期高齢者の医療費はさらに増加しており、健康保険料をさらに払っていかねばならない状況にある。

日本の人口ピラミッドの変化と国民医療費

- 団塊の世代が皆75歳となる2025年には、75歳以上が全人口の18%となる。
- 2060年には、人口は8,674万人にまで減少するが、一方で65歳以上は全人口の約40%以上となる。
- 国民医療費について、28年度は減少しているが、近年上昇傾向である。



協会けんぽの支出のうち、55%は医療費だが、高齢者医療費の負担は36%にもなっている。

現金給付を5千億円払っているが、これは、長期間会社を休む際、給料の80%を健康保険から出しているお金である。その28%の方が、精神的なことで休まれている人たち。これを何とかするために、森林空間の活用に注目している。癒しの効果を求め、森の中で時間を過ごすことでストレス解消になることが期待されている。

●森岡 昭宏氏（健康保険組合連合会 総務理事）

3千万人の保険料を預かっている。大手企業のほかに、長野県の中小企業の業界単位で作っているところもある。最近ではメンタル面での給付が多い。例えば、感染症から生活習慣病に移っている中、どうやって予防していくか。そうした中で、ICTと森林サービス産業についての取り組みを注目している。

(4) 健康づくりの裾野の拡大

●既存の保健事業、啓発活動に加え、健康づくりの裾野を広げる新たな施策を実施する。

⇒ 森林空間を活用した健康づくり等

協会けんぽ
長野支部主催

信濃町 森林ウォーク in 黒姫高原 を 開催しました

- 日程** 2018年7月29日
- コース** 森林セラピー基地「信州信濃町癒しの森」
童話の森コース、御鹿池コース 約5km
- 対象** 協会けんぽ加入事業所の加入者
- 特徴**
 - ①森林セラピー基地で森林浴が体験可能
 - ②森林メディカルトレーナーが、自然観察や森の魅力を案内

大雨の影響で7月7日から7月29日に延期となった当イベントでしたが、晴天のもと、開会式では東京音楽大学の学生によるサプライズ演出もあり、爽やか気持ちでスタートすることができました。
およそ5kmの道のりを森林メディカルトレーナーの案内のもと、森林浴を楽しみながら、歩いていただきました。



12

●木下 仁氏（林野庁森林利用課山村振興・緑化推進室長）

メンタルヘルスが重要な対策だというお話があった。働き方改革実行計画の中で、「森林空間における保養活動」も位置付けられている。森林での活動を行うことにより具体的にどういった効果があるか明示していくことが重要。一例を紹介すると、長野県にある社有林を使って社員研修を実施している企業では、離職率が低下している。

新たな森林空間の総合利用に向けて注目すべき分野 働き方改革分野／農山村地域での社員研修・【事例】TDKラムダ

【TDKラムダの森】の取組概要】

【「社員研修」の概要】

対象	時期
新入社員研修（フォローアップ）	4月 10月
2年次研修	6月
3年次研修	9月
エルダー研修	5月

【離職率・早期離職率の変化】

	05～14年 (過渡)	05～07年 (都市で研修)	08～14年 (信濃町で研修)
新卒採用者	161人	43人	118人
離職者・率	32人 20%	15人 35%	17人 14%
早期離職者・率 (3年以内退職)	6人 4%	5人 12%	1人 1%

【森林整備の成果】

12

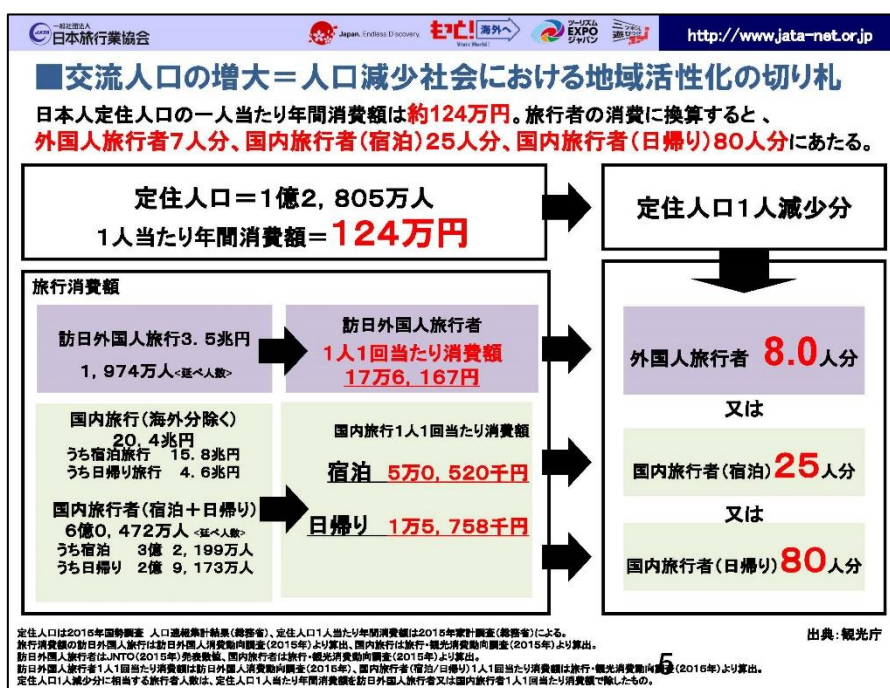
山形県上山市のクアオルトを取り入れた取組みでは、市と協定を結び社員が健康指導も行うプログラムを実施する企業も出てきている。

また、テレワークによって働き方改革を行い、森林を総合的に使っている事例もある。

●高井 晴彦氏（（一社）日本旅行業協会 国内・訪日旅行推進部長）

約 2,000 の事業者による業界団体。2017 年の旅行消費額は 26.7 兆円で前年比 103%。インバウンドも増えており、日本において観光の産業 4 番目の輸出産業になっている。2018 年度には、3,000 万人を達成。地方創生の施策の中でも、インバウンド対策が盛り込まれた結果でもある。今後ますます増えていくことが予想される。

では、なぜインバウンドが重要なのか。定住人口が 1 人減少する分の消費額は、外国人旅行者 8 人分で補うことができる。リピーターの旅行者も増えている。地域に関心があり、地域経済への貢献度もある。平日、オフ期に地域に経済をもたらすマーケットでもある。



国内旅行者も含め、今のトレンドとして「モノからコト消費へ」。アメリカやフランスなどの外国人旅行者がコト消費にける割合は 10% 台となっている一方、日本はわずか 3%。コンテンツなどを充実させていけば、今後伸びていくと思われる。アンケートによると、自然環境に関心のある人たちは多い。特に若い女性が森林に関わるアクティビティに関心を持っている。しかし、それに対応する環境や情報、商品が圧倒的に足りていない。

環境省と国立公園、文化庁と日本遺産、オリパラなどでも、それぞれ旅行業界と連携している。復興支援としては、みちのくロングトレイルにて、歩きながら清掃など行っている。地域の皆さんとも話し合い、商品開発などにつなげている。そのほか、埼玉の長瀬では里山保全活動も行っている。森林利用のテーマツーリズムも各種展開されている。

●木下 仁氏（林野庁森林利用課山村振興・緑化推進室長）

都市部だけでなく、農山村にいかにお客さんをお呼び込むかということで、農泊など、地域の魅力あるコンテンツとプロモーションが必要になっている。また、農業だけでなく、森林を観光資源として活用した体験プログラムなど、地域の特色で磨き上げることも必要となっている。

平成 29 年度に国有林において、日本美しの森として、93 か所選定した。また、新たな森林空間を利用したアクティビティも多様化している。都市にあるものを森林にもっていくことで、新たなコンテンツになっている。ニーズも掘り起こしながら、いろいろな人たちを巻き込んでいくことも大切である。



論点①「各分野の視点からの森林・農山村の価値」

大本：森林空間は子供たちにとっては非日常。五感で感じるものをどう広げるか。大人の論理ではなく、子供たちが感じることに、感性を磨くことが大切。

安藤：森林にいるときの効果は素晴らしい。様々なプログラム、メニューの幅が広いほど参加しやすくなる。健康になるための環境づくりができるといい。

鍋山：自然と接することで、多様な微生物を吸い込むことで腸内細胞が活性化する。その結果、免疫が上がって元気になる。

森岡：子供の存在は大きい。被用者保険においては、家族に対してどうアプローチしていけるかが重要。

高井：日本の森林の特徴としては、それを培ってきた生活や文化がある。海外の国立公園などではなかなかない。複合的に価値づけすることが重要。里山から高山、北海道から沖縄まで

多種多様。隠れたポテンシャルがあると思う。

木下：多面的な機能、価値を持っているが、実際にどう引き出すかが問題。森林資源が充実した状況であるが、まだまだ引き出せていない点もある。森林環境教育など今までやられているが、なかなかメジャーになってきていない。健康やメンタルヘルスについては、森林と結びついていなかったため、どうつなげていくかが大切。観光分野でも木の文化、山村の文化など森林は多様な価値を持っており、観光のコンテンツとしても極めて有効なものがある。

論点②「新たな取り組みの可能性とそのポイント」

大本：酪農体験をした子供が、「子牛が牛乳を飲んでいいる！」と言ったように、牛乳は工場で作られていると思っている。産業と教育を切り離して考えるのではなく、産業の背景やどういう成り立ちがあるのか、そのプロセスを子供たち自身が考えることが必要。これは、産業振興の面でも必要。先生だけでは限界があるため、産業を担っている人が直接熱い思いを語ってもらうと、教科書や学校だけでは学べないことが学べてよいと思う。

鍋山：子供が自分で気づいて自分で考えるようにしていく教育が大切だ。

安藤：現在の医療保険を改善するために何が必要か。医療保険者の方から加入者に働きかけることが必要。その取組として「森林ウォーク」、そして標準的な検診プログラムの中に「スマート・ライフ・ステイプログラム」を厚生省が平成30年度にガイドラインとして入れた。そのプログラムを行うことで、検診を受けてもらいやすくなり、加入者のモチベーションをあげてもらおう。協会けんぽでは、パイロットプログラムとして愛知県や静岡県などで行っている。今後さらに参加者の意見も聞きながら、より多くの方に参加してもらいたい。

森岡：健保組合は、保養所を多く持っていたが手放しているところが多い。観光の面で保養所を使うニーズも減っていて、健康づくりをコラボさせた展開もよいと思う。健保組合の担当者は、各企業の人事厚生担当者と非常に近いので、森林サービスをどう啓発するか、刷り込んでいくか、という展開も模索していきたい。

鍋山：日本の産業を支えている中小企業が元気になることが大切だ。

高井：観光としての方向性として2つ。まず、インバウンドの人たちは、自然共生の文化や生活の知恵や営みにとても関心があるので、それをいかに掘り起こしてPRしていくかが重要。今、観光人気スポットベスト10を見ると、10番目に高野山の宿坊に泊まって座禅体験をする、というのが入っている。日本でしか体験できない高い精神性に、特に欧米系のインバウンドの方々に関心を持っている。国内旅行では、若い女性のことを取り上げたが、快適な空間でないといけない。グランピングなどでも快適な空間とオシャレさ。その空間に自分が身を置くことで輝けるようなものでないと、関心を持ってもらうことは難しい。地域の中でそのようなキーワードをもとに考えてもらえるとよいと思う。

鍋山：インバウンド客は、お寺や神社の宿泊施設である宿坊を体験したり、精進料理を味わうた

めに、高い値段を出してもよいという人も多い。とくに、「快適さ」は重要なキーワードである。

木下：森林の価値を高めるためには、まず気づきがないと効果が得られない。ニーズを踏まえたプログラム、それを気づかせるためのプログラム、ステージに応じたプログラム開発が必要。どういった組み合わせによって、具体的な効果が表れるかも考えていく必要がある。

鍋山：情報発信は大切。インスタ映えは、#（ハッシュタグ）の後にどんなキーワードを入れるかによる。英語で入れるとインバウンドの方にも届く。最先端の技術をうまく活用しなければいけないということだと思う。

論点③「分野を超えて取り組むことで相乗効果を発揮できそうな取組」

大本：4月に新任職員の研修が宿泊施設であるが、若い人たちの中には、快適である＝個々である、という人たちもいる。ユーザー別にいろいろなコンテンツをくみ上げていくことが大切だと思う。

安藤：これからは医療費をいかに削減するのか。教育関係とのコラボレーションであれば、宿泊施設にお子さんが行かれた時に、我々が健康に関する授業をさせてもらう、というのも面白いと思う。健康であるための食、運動など、子どもから大人になってからも学んでいくことを一緒にやっていければと思う。

森岡：中国地方のある企業さんでは、栄養指導の宿泊型の研修を行った。今は少なくなった社内旅行が20年ぶりということで、コミュニケーションツールとしてもよかったようだ。健康づくりには、観光の要素も入れるなど、組合員の中にも様々な業種の会社があるため、コラボレーションして楽しみながら健康になっていただくのがいいのかと思う。

高井：森林での体験として、スポーツ、音楽、アートなど多様になってくると思う。地域全体をマネジメントし、マーケティングする体制づくりが大切。地域の林業関係者、行政、民間事業者、住民がそれぞれ地域のことを理解し、愛着をもってアピールすることが課題であり、ポイントだと思う。

木下：協会けんぽさんから、健康指導などを行う基地を各都道府県につくりたい、というお話が以前あった。森林はたくさんあるが、地域がどう受け入れていけるか、体制づくりが必要。分野を超えた様々な関係者が一緒になって、継続的に受け入れていける仕組みがないとまわっていかない。誰が体制整備をするのか、専門分野の人材をどう育て、形にしていくか。細かなプログラム開発、プロモーション、関心のある人だけでなく、教育や健康の場として、システムティックに来てもらうようなものも考えられる。

鍋山：報告書の中で5つの施策を提言している。まず1つは農林水産省、林野庁を中心に、全国レベルとして、東京の主要官庁を中心に推進体制を整えていく、2番目に産官学も含めて森林空間に関わっていくためのプラットフォームとマッチングシステムを構築、3番目に地域での体制づくり、4番目にプロも含めたコーディネーターなどの人材づくり、5番目が

プロモーション。Forest Style を含め、いかにプロモーションしていくのか。

大本：体験をすることが目的になりがち、体験の振り返りが大切。

安藤：医療保険者が行う保険事業の目的は、加入者の健康を守ること。どの保険者がやってもいいこと。保険者が協力していきたい。

森岡：Forest Style という名前を浸透してもらいたい。家庭の中の主導権はやはり女性。女性に向けた視点を大事にしてもらいたい。

高井：地域にも旅行会社にも、森林サービスの事業の創生やマーケティングプロモーションについても協力できることがあると思うので、お声をかけてもらいたい。Forest Style といういいネーミングができたので、日本のブランドになるまで昇華し、日本に来る目的が Forest Style に参加する、というまでにいったらいいと思う。

鍋山：20 年前から中小企業の社長さんと話していると、キーワードを力行で覚えるといいと言われていた。カ→観光、キ→教育、ク→暮らし安全、ケ→健康、コ→コンテンツ IT。新しい成長分野を見出していくときに、力行のどこかに引っかかる。今回のディスカッション①では、力行の 5 つのうち 3 つがそろっている。危機的状況にある健康保険の中で、メンタル面でどう森林との関わりで日本人たちを元気にしていくか。家族のあり方では、森林の中で親が子どもと対話することで、子どもに気づきを与えるのは良い方法だ。異なる専門分野の人たちが手を携えて新たな取り組みをするプロセスが大切だ。森林サービス産業は、森林という目に見える有形価値と、サービスという目に見えない無形価値の組み合わせ。この組み合わせによって、日本の新しい姿を見出していければよいと思っている。

