

第3章 企業・健康保険組合等の事業領域に対応したメニューの策定方策

今後、豪雪地域等が森林を活用して健康・癒しを核としつつ、新たに企業・労働組合・健康保健組合等と関係を構築していくためには、企業・健康保険組合等を取り巻く社会状況や法制度、企業・健康保険組合等の動向・ニーズ、さらには従業員・組合員等の現状及びニーズを十分に把握し、それらを踏まえて事業を構築し、商品提供していくことが必要である。

ここでは、企業・労働組合・健康保健組合等との関係構築に係る5つの事業領域別に、

企業・健康保険組合等を取り巻く状況

従業員・組合員等の現状・ニーズ

企業・健康保険組合等の動向・ニーズ

森林を活用した健康・癒しのサービス構築の視点（機会と脅威）

事業タイプ（例）

を整理することとする。なお、事業タイプ（例）は事業領域別に記載するが、事業の推進にあたっては、これらの領域を横断する形で複合的・一体的に提供することによってシナジー効果を発揮させ、企業・健康保険組合等との関係を多角的・段階的に深めていくことが望ましい。

3-1 「心と身体の健康づくり」分野

3-1-1 企業・健康保険組合等を取り巻く状況

(1) 身体の健康づくり（主に生活習慣病予防）に関する状況

生活習慣病対策における予防重視の流れ

平成12年に始まった21世紀における「国民健康づくり運動（健康日本21）」は、個人による健康の実現は、個人の力と併せて、社会全体としても個人の主体的な健康づくりを支援していくことが必要であることを示した。また、その中で特に生活習慣病及びその原因となる生活習慣等の課題について、9分野（栄養・食生活、身体活動と運動、休養・こころの健康づくり、たばこ、アルコール、歯の健康、糖尿病、循環器病、がん）を重視して、予防のための運動が展開された。

一方、平成17年4月に日本内科学会等8学会は、生活習慣病の前段階での予防に向けた「メタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）」の概念と診断基準を提示した。これは、糖尿病、高血圧症、高脂血症等は内臓脂肪型肥満と強く関連があり、内臓脂肪型肥満に加えてこれらが重複した状態は心疾患、脳血管疾患等の発症リスクが高く、内臓脂肪を減少することで糖尿病等の諸病態の改善及び心疾患、脳血管疾患等の発症リスクの低減が図られるという考え方を基本とした概念である。

そして、平成17年12月に政府与党医療改革協議会によりとりまとめられた「医療制度改革大綱」で、3つある基本的な考え方の1つ目に「安心・信頼の医療の確保と予防の重視」が挙げられた。この「予防の重視」についての考え方の中で、特に生活習慣病に対する取り組みが重視され、生活習慣病予防のための取組体制として、大きくは 都道府県の健康増進計画の内容の充実、効果的・効率的な健診・保健指導の義務付け、保健指導プログラムの標準化、が記された。

図表 3-1 「医療制度改革大綱」抜粋

(生活習慣病予防のための取組体制)

- ・ **都道府県の健康増進計画の内容を充実**し、運動、食生活、喫煙等に関する目標を設定し、国民の生活習慣改善に向けた普及啓発を積極的に進める。また、健診・保健指導実施率等の目標を設定し、その達成に向けた取組を促進する。
- ・ 生活習慣病の予防についての保険者の役割を明確化し、被保険者・被扶養者に対する**効果的・効率的な健診・保健指導を義務付ける**など、本格的な取組を展開する。
- ・ 保健指導の効果的な実施を図るため、国において**保健指導プログラムの標準化**を行う。

出典) 政府与党医療改革協議会「医療制度改革大綱」

なお、平成 18 年の日本新語・流行語大賞 (株式会社ユーキャン主催) のトップテンに「メタボリックシンドローム」が選出された。

この賞は、1 年の間に発生した様々な「ことば」の中で、軽妙に世相を衝いた表現とニュアンスをもって、広く大衆の目・口・耳をにぎわせた新語・流行語を選ぶとともに、その「ことば」に深く関わった人物・団体を毎年顕彰するもの。『現代用語の基礎知識』読者審査員のアンケートから、上位語がノミネート語として選出され、そこから審査委員会によってトップテン語、年間大賞語が選ばれる。

生活習慣病対策における予防の制度化

平成 18 年 6 月に、医療制度改革関連法として「老人保健法」が「高齢者の医療の確保に関する法律」に改正された。その中では、民健康保険、政府管掌健康保険、健康保険組合、共済組合などの保険者は、生活習慣病対策のため 40 歳以上の保険加入者“全員”を対象として、内臓脂肪型肥満に着目した健診(特定健康診査)と、生活習慣病予防に向けた保健指導(特定保健指導)を行うことが義務付けられた。(従来の保健指導からの変更点については、図表 3-2 を参照)

なお、特定保健指導については、情報提供、動機付けの支援、積極的な支援という段階的な介入を行うという方向性が示されている(図表 3-3、図表 3-4)。

「情報提供」は、対象者が生活習慣病についての理解を深め、自らの生活習慣を見直すきっかけとなる支援であり、特定健康診査受診者全員を対象とするものである。

「動機付け支援」は、保健指導終了後に対象者がすぐに実践(行動)に移り、継続できるような支援であり、特定健康診査において、生活習慣の改善が必要で生活習慣を変えるに当たって意思決定の支援が必要とされた者を対象とするものである。

「積極的支援」は、プログラム中に対象者が実践に取組みながら、自己効力感を高め、プログラム終了後には継続ができるような支援であり、特定健康診査において、生活習慣の改善が必要で、専門職等による継続的なきめ細やかな支援が必要とされた者を対象とするものである。

なお、保健指導の「動機付け支援」「積極的支援」に関しては、プログラム後のメール、電話等によるフォローアップ(実践有無の確認、アドバイス等)が必要である。このフォローアップについては、専門的ノウハウを有し、かつ常時の対応ができる人材が必要であることから、森林地域においては、都市部に所在するクリニック等も含め、病院・保健機関への委託等の、外部連携を図ることが望ましいと考えられる。

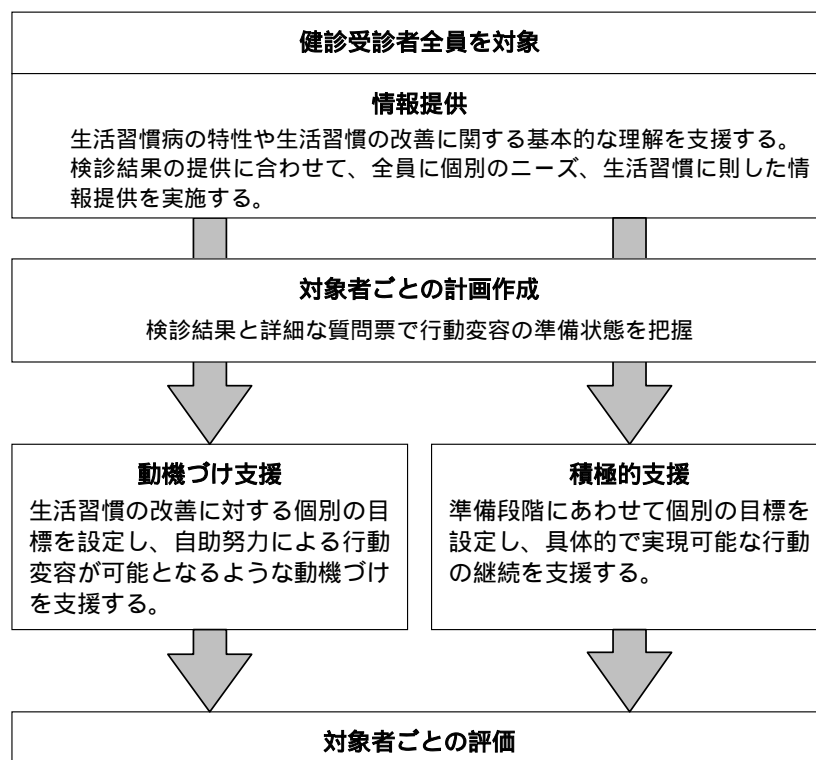
特定保健指導の実施主体は、保険者が直営で行う場合と、アウトソーシングで行う場合が想定されている。アウトソーシングの場合には、人員に関する基準、施設または設備等に関する基準、保健指導の記録等の情報の取り扱いに関する基準、運営等に関する基準が定められる予定である。

図表 3-2 生活習慣病予防のための健診・保健指導の基本的な考え方について

	これまでの健診・保健指導	これからの健診・保健指導
健診・保健指導の関係	健診に付加した保健指導	内臓脂肪型肥満に着目した生活習慣病予防のための保健指導を必要とする者を抽出する健診
特徴	プロセス(過程)重視の保健指導	結果を出す保健指導
目的	個別疾患の早期発見・早期治療	内臓脂肪型肥満に着目した早期介入・行動変容 リスクの重複がある対象者に対し、医師、保健師、 管理栄養士等が早期に介入し、行動変容につながる 保健指導を行う
内容	健診結果の伝達、理想的な生活習慣に係る一般的な情報提供	自己選択と行動変容 対象者が代謝等の身体のメカニズムと生活習慣との 関係を理解し、生活習慣の改善を自らが選択し、 行動変容につなげる
保健指導の対象者	健診結果で「要指導」と指摘され、健康教育等の保健事業に参加したものの	健診受診者全員に対し、必要度に応じ、階層化された保健指導を提供 リスクに基づく優先順位をつけ、保健指導の必要性に応じて「情報提供」「動機付け支援」「積極的支援」を行う
方法	一時点の健診結果のみに基づく保健指導 画一的な保健指導	健診結果の経年変化及び将来予測を踏まえた保健指導 データ分析等を通じて集団としての健康課題を設定し、目標に沿った保健指導を計画的に実施 個々人の健診結果を読み解くとともに、ライフスタイルを考慮した保健指導
評価	アウトプット(事業実施量)評価 実施回数や参加人数	アウトカム(結果)評価 糖尿病等の有病者・予備軍の25%減少
実施主体	市町村	医療保険者

出典)「標準的な健診・保健指導プログラム(暫定版)」(厚生労働省、平成18年7月)

図表 3-3 特定保健指導の流れ



出典)厚生労働省「標準的な健診・保健指導プログラム(暫定版)」(平成18年7月)を一部加工

図表 3-4 特定保健指導の概要

要素	情報提供	動機づけ支援	積極的支援
支援の特徴	対象者が生活習慣病についての理解を深め、自らの生活習慣を見直すきっかけとなる支援	保健指導終了後、対象者がすぐに実践（行動）に移り、継続できるような支援	プログラム中に対象者が実践に取り組ながら、自己効力感を高め、プログラム終了後には継続ができるような支援
対象者	生活習慣病健診受診者全員	健診結果・問診から、生活習慣の改善が必要な者で、生活習慣を変えるに当たって意思決定の支援が必要な者	健診結果・問診から、生活習慣の改善が必要な者で、専門職等による継続的なきめ細やかな支援が必要な者
期間	健診結果と同時	30分程度～1日	3ヶ月～6ヶ月程度
支援頻度	1回	原則1回	定期的かつ頻繁
プログラムのプロセス	健診結果と問診に基づいた健康に関する情報を機械的に作成 対象者に配布	アセスメント（詳細問診、健診の結果等） 健診結果と現在の生活習慣の意味づけ 対象者自らが取り組むべき目標、実践可能な行動目標、評価時期等を設定（行動計画の作成） 評価（6ヶ月後）	アセスメント（詳細問診、健診の結果等） 健診結果と現在の生活習慣の意味づけ 対象者自らが取り組むべき目標、実践可能な行動目標、評価時期を設定（行動計画の作成） 設定した目標達成に向けた実践 中間評価取り組んでいる実践と結果についての評価と再アセスメント必要時、行動目標・具体策の再設定 取り組みの継続もしくは再設定した目標達成に向けた実践 最終評価目標の達成度と実践の継続の確認

出典) 厚生労働省「保険者による健診・保健指導の円滑な実施方策に関する検討会資料」(平成18年8月10日)

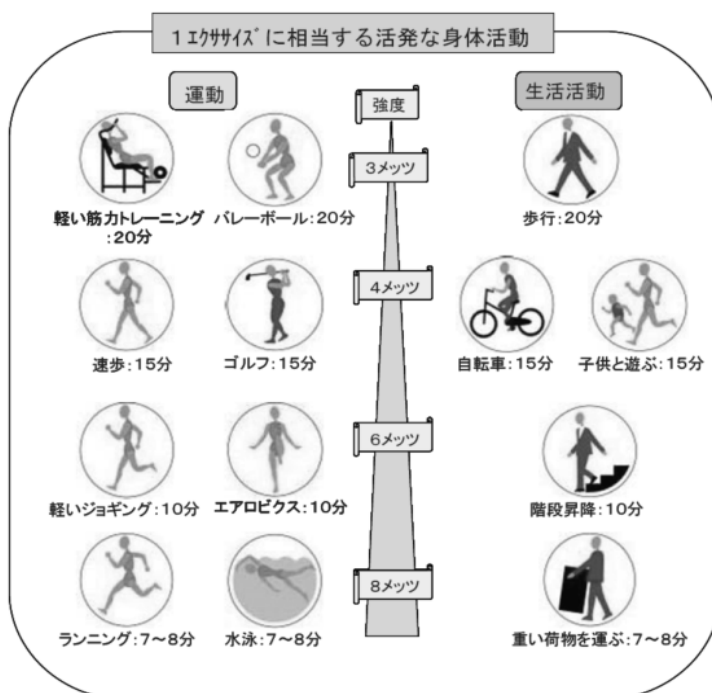
国による「ガイドライン」の整備及び保健指導プログラム等の標準化の流れ

また、近年厚生労働省等は、国民の自主的な健康づくりを促進する観点から、誰でも理解できる平易な健康づくりのガイドラインの整備がなされてきた。

運動という観点では、平成18年に「健康づくりのための運動指針2006（エクササイズガイド2006）」が公表された。これは、現在の身体活動量や体力の評価と、それを踏まえた目標設定の方法、個人の身体特性及び状況に応じた運動内容の選択、それらを達成するための方法を具体的に示したものである。運動強度（メッツ）と、メッツに運動時間をかけた運動量（エクササイズ）という運動量を基準に、1週間の中の運動量の目安を示している。

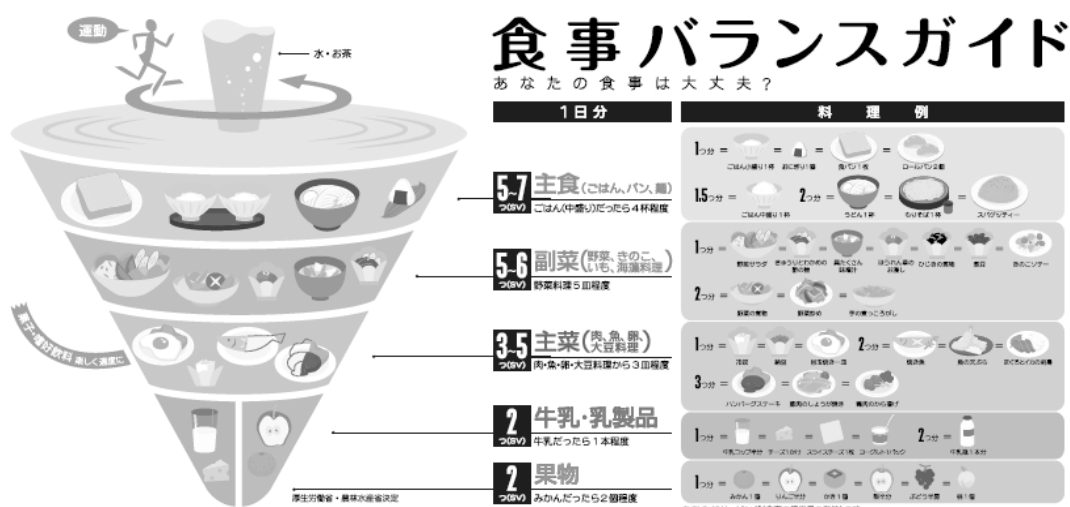
また、栄養という観点では、「食事バランスガイド」が厚生労働省及び農林水産省により整備された。これは、「食生活指針」を具体的な行動に結び付けるものとして作成・公表したものであり、1日に「何を」「どれだけ」食べたらよいかをイラストで示した食事の目安である。食事の種類を、主食、副菜、主菜、牛乳・乳製品、果物の5種類に分けて、1日の中で摂取すべきバランスを示すとともに、併せて運動の重要性を示しているものである。

図表 3-5 1エクササイズに相当する活発な身体運動の例



出典) 厚生労働省「健康づくりのための運動指針 2006 (エクササイズガイド 2006)」

図表 3-6 食事バランスガイド



出典) 厚生労働省、農林水産省「食事バランスガイド」

さらに、平成 20 年度からの特定健康診査・特定保健指導の実施は、生活習慣病対策としてその前段階のメタボリックシンドローム(内臓脂肪症候群)対策の重視を示すものであるが、内臓脂肪症候群(メタボリックシンドローム)の該当者・予備群を的確に抽出することを目的として、「標準的な健診・保健指導プログラム」の策定に向けた作業が進められている。

また、これらの制度改正の動きにおける特定保健指導等の業務については、保険者がアウトソーシングしていくことも想定されており、福利厚生代行機関や医療・保健機器メーカー等が相次いで特定保健指導に対応した商品等の開発がなされている。

(2) 心の健康づくりに関する状況

従業員のメンタルヘルス不全の深刻化と、労働環境改善に向けた指針等の整備の流れ

近年、企業間競争の激化や働き方の多様化が進む中で、自主的な安全衛生活動の不足に伴う自殺や過労死といった従業員の生命や生活に関わる労働安全衛生問題が深刻化している。

このような状況を受け、労働環境の改善等に関する各種法制度や指針が整備されつつある。例えば、平成 11 年には「心理的負荷による精神障害等に係る業務上外の判断指針」が策定され、自殺者の増加、労災申請者の増加を背景に、精神疾患が労災認定されるための要件が明確化された。

さらに、平成 12 年には企業が実施すべきメンタルヘルス対策のガイドラインとしての「事業場における労働者の心の健康づくりのための指針(メンタルヘルス指針)」が策定された。ここでは、4 つのケアとして、「セルフケア」(労働者自身がストレスに気づき、これに対処するための知識、方法を身につけ、それを実施すること)、「ラインによるケア」(管理監督者が、職場環境等の把握と改善、労働者からの相談対応を行うこと)、「事業場内産業保健スタッフ等によるケア」(事業場内産業保健スタッフ等がセルフケアやラインによるケアを支援、また職場環境の改善等を行うこと)及び「事業場外資源によるケア」(メンタルヘルスケアに関し専門的な知識を有する各種の事業場外資源の支援を効果的に活用すること)が示された。

さらに、平成 13 年には「脳・心臓疾患の認定基準(労働時間の評価の目安)」が改正された。これは、過労死の増加に伴い、過労による脳心臓疾患の労災認定に際しては、以下の通り時間外労働時間数を基準に検討することを定めたものである。この指針においては、発症前 1 ヶ月間におおむね 100 時間、または発症前 2 ヶ月間ないし 6 ヶ月間にわたって、1 ヶ月あたりおおむね 80 時間を超える時間外労働が認められる場合は業務と発症との関連性が強いとしている。

面接指導等の義務化が法制化

しかしながら、このような指針等の整備の一方で、精神疾患による労働災害認定は平成 12 年の 36 件から平成 17 年には 127 件へと急増し、また過労死による労働災害認定も平成 12 年の 85 件から平成 17 年の 330 件へと急増している。

このような背景をもとに「労働安全衛生法」が改正され、過重労働・メンタルヘルス対策の充実のため、事業者(企業等)は、法定労働時間(週 40 時間)を超える労働が 1 月当たり 100 時間を超えた労働者全てに、医師による面接指導等を行うことが定められた。また、100 時間を超えていなくても、長時間の労働(週 40 時間を超える労働が 1 つき当たり 80 時間を超えた場合)により疲労の蓄積が認められ、または健康上の不安を有する労働者には、面接指導または面接指導に準ずる措置を講じることが定められた。

同じく平成 18 年 3 月には、メンタルヘルスケア指針が改訂され、かつ労働安全衛生法を準拠法とした指針として「労働者の心の健康の保持増進のための指針(新メンタルヘルス指針)」が定められ、4 つのケアの重要性が再提示された。その中での具体的な進め方として、「教育研修・情報提供」、「職場環境等の把握と改善」、「メンタルヘルス不調への気づきと対応」、「職場復帰における支援」などが示された。(図表 3-7)

図表 3-7 メンタルヘルスケアの具体的な進め方

段階	内容
メンタルヘルスケアを推進するための教育研修・情報提供	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者は、4つのケアが適切に実施されるよう、それぞれの職務に応じ、メンタルヘルスケアの推進に関する教育研修・情報提供を行うよう努めるものとする。 ・この際には、必要に応じて事業場外資源が実施する研修等への参加についても配慮するものとする。 ・なお、労働者や管理監督者に対する教育研修を円滑に実施するため、事業場内に教育研修担当者を計画的に育成することも有効である。
職場環境等の把握と改善	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者は、メンタルヘルス不調の未然防止を図る観点から職場環境等の改善に積極的に取り組むものとする。 ・また、事業者は、衛生委員会等における調査審議や策定した心の健康づくり計画を踏まえ、管理監督者や事業場内産業保健スタッフ等に対し、職場環境等の把握と改善の活動を行いやすい環境を整備するなどの支援を行うものとする。
メンタルヘルス不調への気づきと対応	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者は、個人情報の保護に十分留意しつつ、労働者、管理監督者、家族等からの相談に対して適切に対応できる体制を整備するものとする。 ・さらに、相談等により把握した情報を基に、労働者に対して必要な配慮を行うこと、必要に応じて産業医や事業場外の医療機関につないでいくことができるネットワークを整備するよう努めるものとする。
職場復帰における支援	<ul style="list-style-type: none"> ・メンタルヘルス不調により休業した労働者が円滑に職場復帰し、就業を継続できるようにするため、事業者は、その労働者に対する支援として、次に掲げる事項を適切に行うものとする。 衛生委員会等において調査審議し、産業医等の助言を受けながら職場復帰支援プログラムを策定すること。職場復帰支援プログラムにおいては、休業の開始から通常業務への復帰に至るまでの一連の標準的な流れを明らかにするとともに、それに対応する職場復帰支援の手順、内容及び関係者の役割等について定めること。 職場復帰支援プログラムの実施に関する体制や規程の整備を行い、労働者に周知を図ること。 職場復帰支援プログラムの実施について、組織的かつ計画的に取り組むこと。 労働者の個人情報の保護に十分留意しながら、事業場内産業保健スタッフ等を中心に労働者、管理監督者がお互いに十分な理解と協力を行うとともに、労働者の主治医との連携を図りつつ取り組むこと。

出典) 厚生労働省「労働者の心の健康の保持増進のための指針」

3 - 1 - 2 従業員等の現状

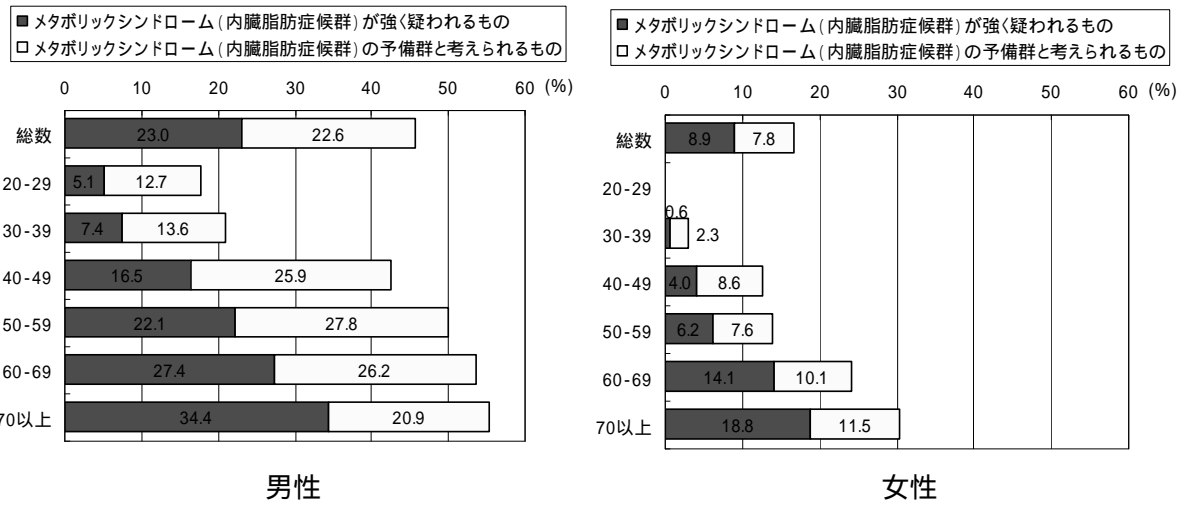
(1) 身体の健康づくりに関する現状

男性の1/2、女性の1/6がメタボリックシンドロームの疑い

健康増進法に基づき調査されている厚生労働省の「国民健康・栄養調査」によると、メタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）が強く疑われる者は男性の23.0%、女性の8.9%、予備軍と考えられる者は男性の22.6%、女性の7.8%であった。つまり、予備群まであわせると男性では約1/2、女性では約1/6がメタボリックシンドロームの疑いにあるという結果である。

どの年代においても男性は女性よりも大幅に高く、かつ40歳以上になるとその割合は急激に上昇する傾向が見られる。

図表 3-8 メタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）の状況



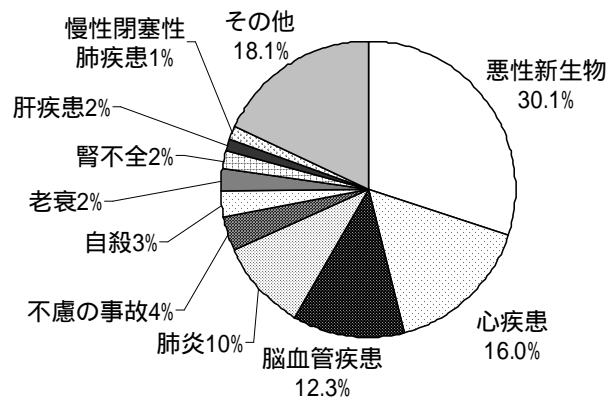
メタボリックシンドロームが強く疑われる者とは、腹囲 85cm（女性は 90cm）かつ、3つの項目（血中脂質、血圧、血糖）のうち2つ以上が基準値外の人、予備群と考えられる者とは、腹囲 85cm（女性は 90cm）かつ3つの項目のうち1つ基準値外の人である。

出典) 厚生労働省「平成 16 年国民健康・栄養調査」

死亡原因の 1/4 が生活習慣病（心疾患 16%、脳血管疾患 12%等）

厚生労働省の「平成 17 年人口動態統計」によると、死亡原因として、最も多いのががんなどの悪性新生物で、全体の約 3 割を占めている。次いで、心疾患 16%、脳血管疾患 12%となっている。なお、心疾患や脳血管疾患は、生活習慣が大きな要因となっていると考えられる。

図表 3-9 死亡原因の構成割合



出典) 厚生労働省「平成 17 年人口動態統計」

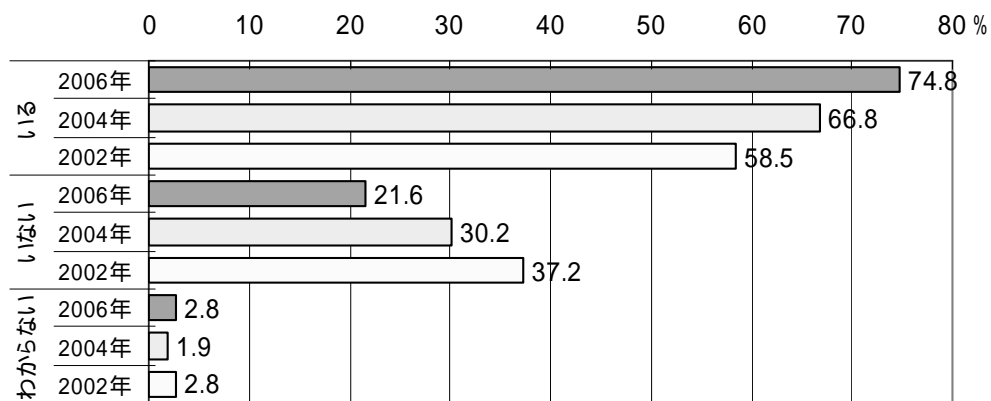
(2) 心の健康づくりに関する現状

「心の病」による休業者は増加傾向

財団法人社会経済生産性本部が企業を対象に実施した、メンタルヘルスの取り組みに関するアンケート調査によると、2006 年の調査時では 74.8%の企業が、「心の病」による「1ヶ月以上の休業者」がいると答えている。また、推移を見ると、2002 年の 58.5%から大幅に増加している。

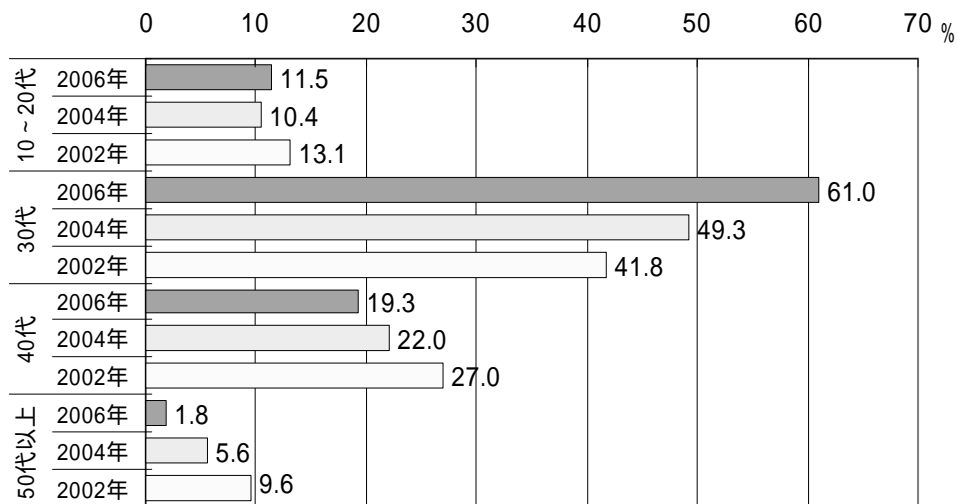
なお、心の病の最も多い年齢層としては、30代が圧倒的に大きく、2002 年の 41.8%から 2006 年の 61.0%へと急激に増加している。

図表 3-10 「心の病」による1ヶ月以上の休業者の有無（時系列変化）



出典) 財団法人社会経済生産性本部「メンタルヘルスの取り組みに関する企業アンケート調査 2006」

図表 3-11 「心の病」の最も多い年齢層（時系列変化）



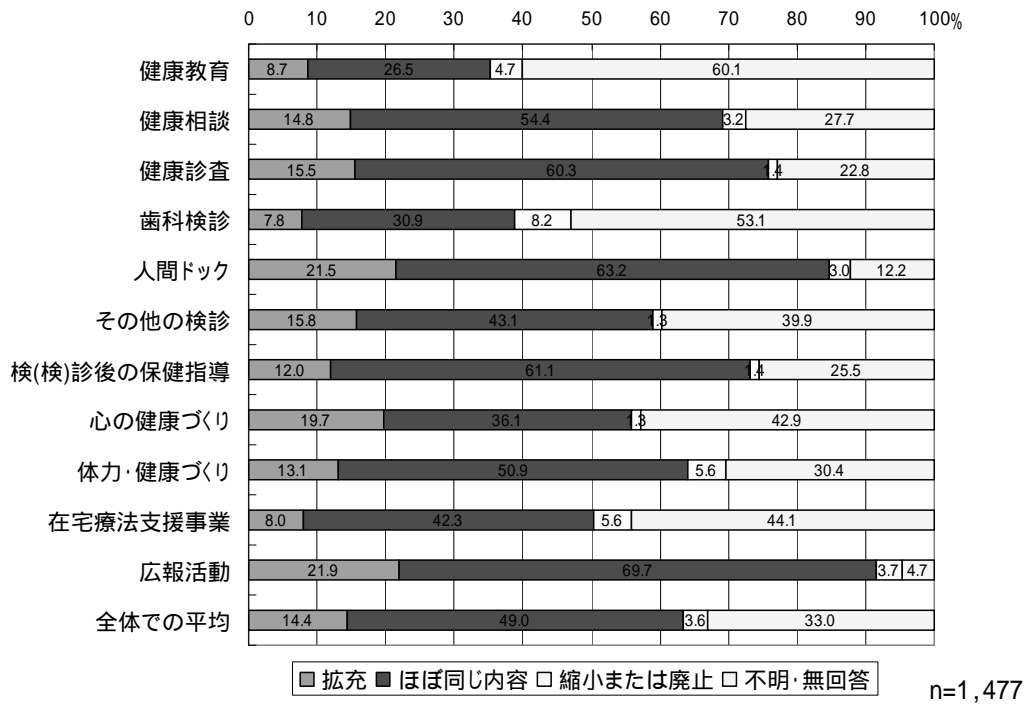
出典) 財団法人社会経済生産性本部「メンタルヘルスの取り組みに関する企業アンケート調査 2006」

3 - 1 - 3 企業・健康保険組合等の動向

心の健康づくりと体力・健康づくりを拡充する健康保険組合が増加傾向

健康保険組合連合会が健康保険組合を対象に行った、保健福祉事業に関するアンケート調査によると、過去3年間に13%の健康保険組合が体力・健康づくりの取り組みを、20%が心の健康づくりの取り組みを拡充しているという傾向がみられた。

図表 3-12 保健福祉事業に関する動向（過去3年間）

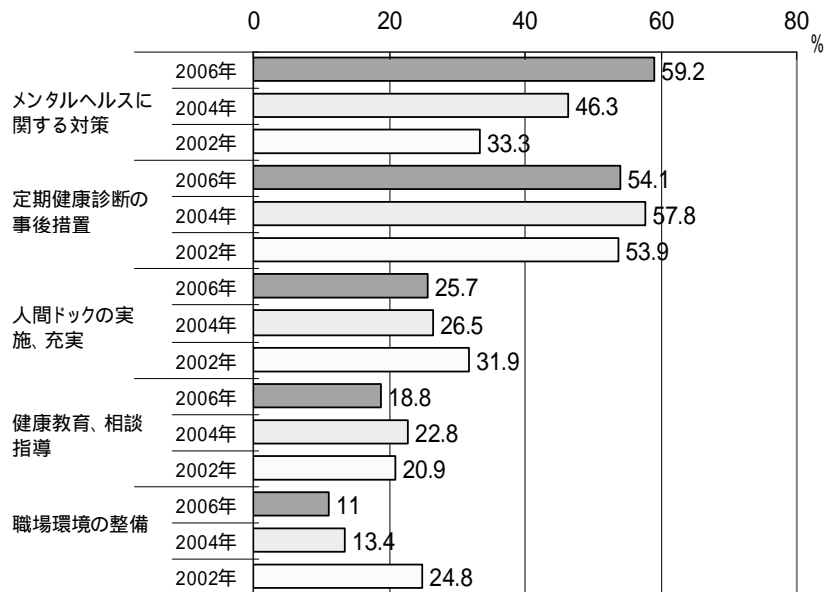


出典) 健康保険組合連合会「健康保険組合の保健福祉事業について<調査報告書>(平成17年度)」

メンタルヘルス対策に力を入れている企業が増加傾向

財団法人社会経済生産性本部が企業を対象に実施した、メンタルヘルスの取り組みに関するアンケート調査によると、メンタルヘルスに関する対策に力を入れている企業が急増しており、2002年の33.3%から、2006年の59.2%へと推移している。

図表 3-13 健康づくりで力を入れている施策（時系列変化）



出典) 財団法人社会経済生産性本部「メンタルヘルスの取り組みに関する企業アンケート調査2006」

外部のEAP（社員支援プログラム）の提供企業、採用企業が増加傾向にある

EAP（Employee Assistance Program）は「従業員支援プログラム」と訳され、職場内のストレスによるメンタルヘルス不全を主とする各種個人的課題を回避させるために、企業が外部団体と契約して、従業員の心のケアをサポートするシステムである。特に、第三者的な機関がサポートして匿名性を担保することで、社内の相談室より従業員が相談しやすかったり、多くの会社と比較することで客観的な評価が可能であったりするなどの長所があることから、近年注目が高まっている。

特に、メンタルヘルスケアに関する対策に力を入れる企業が増加傾向にあることを反映して、日本EAP協会によると、米国EAP企業の日本支社ができたり、病院がEAPに乗り出したりするなどで、EAPを提供する事業者が増加しつつある。日本EAP協会においては、EAPを提供する事業者である法人会員は平成12年の4社から、平成18年3月には25社に増加している。

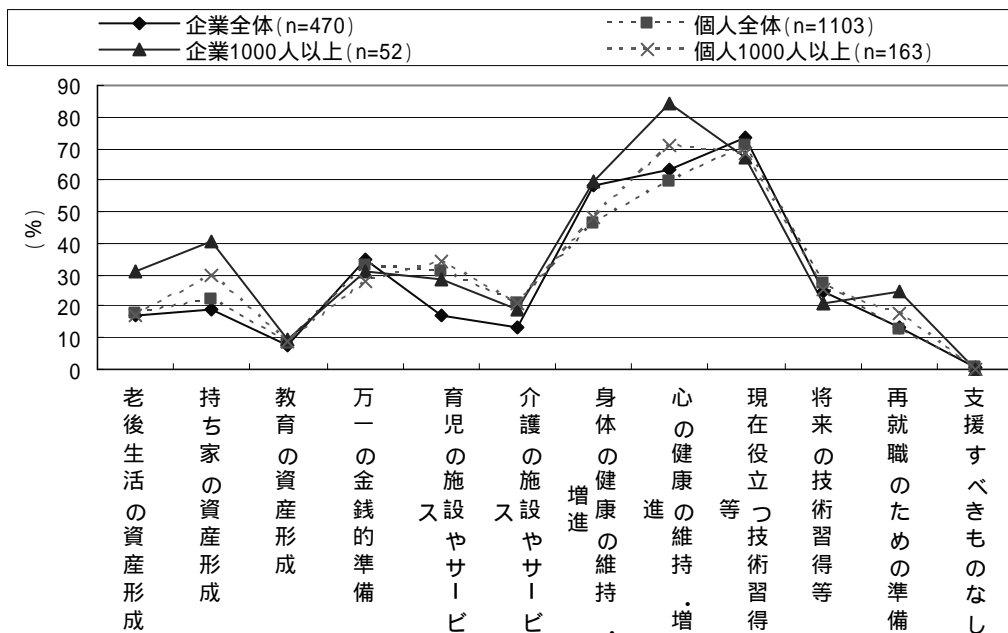
また、日本の代表的なEAPである「ジャパンEAPシステムズ」（代表取締役社長：新貝憲利）は、平成16年4月時点で45社あった契約数が、平成19年2月には128社（約26万人）の契約数となっており、約3年で3倍程度に契約数が増加しているように、EAPを採用する企業が都市部の企業を中心として急増している。

3-1-4 従業員・組合員等のニーズ

企業及び従業員は、「身体の健康」「心の健康」に対して、高い必要性を感じている

ニッセイ基礎研究所が企業及び従業員を対象に行ったアンケート調査によると、企業内の福利厚生に関連する項目について、企業と従業員それぞれに、従業員にとって特に必要性が高い項目を選択してもらったところ、「現在役立つ技術修得等」に次いで、「身体の健康の維持・増進」（企業：58.3%、従業員：46.1%）、「心の健康の維持・管理」（企業：63.4%、従業員：59.8%）が高い値を示した。

図表 3-14 企業が支援すべき項目



出典）松浦民恵「雇用慣行の変化のもとでの企業内福利厚生」（ニッセイ基礎研究所「ニッセイ基礎研 REPORT 2003.8」）

3-1-5 小括 ～森林を活用した健康・癒しのサービス構築の視点～

今後、「心と身体の健康づくり分野」において森林を活用した健康・癒しのサービスを検討する際には、高齢者医療確保法や労働安全衛生法の改正を受け、新たに義務付けられる「情報提供」、「動機付け支援」、「積極的支援」といった特定保健指導のスキームや、「教育研修・情報提供」、「職場復帰支援」といったメンタルヘルスケアのスキームに対応した条件整備を行うことで、新たな顧客層の開拓に向けた機会が拡充することが想定される。

なお、プログラムの構築等の条件整備にあたっては、生活習慣病を主目的とするサービスを提供する場合は、「健康づくりのための運動指針 2006」や「食事バランスガイド」等、メンタルヘルスケアを主目的とするサービスを提供する場合は「労働者の心の健康の保持増進のための指針」等が厚生労働省等により公示されていることを踏まえて、これらの各種ガイドラインに対応させることで、より機能的なプログラムを構築することができるといえる。

また、企業や健康保険組合に対して直接的なプログラム提供する方策を検討ことも一手法であるが、EAPを提供する企業や、スポーツクラブ、福利厚生代行会社、保健指導等のアウトソーシング機関等が既に企業対象及び健康保険組合対象の開発・試行を積極的に進めているので、これらの事業者と連携してプログラム提供を進めるなども有効な手法と考えられる。

3-1-6 事業タイプ

(1) 身体の健康づくりを目的とする事業

身体の健康づくりに資するプログラムとしては、運動習慣やカロリーコントロールされた食生活の習慣化する動機付けとして、快適な森林環境の中での運動メニューや、地域の旬の農産物等を活用した食事メニューの提供などとして、以下のタイプ1～3のプログラム構築が想定される。

タイプ 1 企業・健康保険組合、あるいは保健指導のアウトソーシング機関等が発行・更新する情報媒体（機関誌・情報誌・ウェブサイト等）、あるいは健康診査後の保健指導の一環として「情報提供」される各種資料において、「身近な社会資源」等として生活習慣病予防に係るプログラムの提供地として紹介されるように働きかける。

【特定保健指導の「情報提供」段階に対応】

タイプ 2-1 企業の産業保健スタッフ、あるいは保健指導を行う組織（医療・保健機関及び民間施設等）や人材（保健師・管理栄養士等）と連携して、運動習慣及び食習慣改善に向けた動機付け支援としてプログラムの提供する。（又はプログラムへの参加補助）

【特定保健指導の「動機付け支援」段階に対応】

タイプ 2-2 地域の医療・保健機関等と連携して人間ドック・健康診断（診査）とセットのプログラムを提供する。

【特定保健指導の「情報提供」～「積極的支援」段階に対応】

タイプ 3 地域内外の保健指導を行う組織（医療・保健機関、および民間施設等）や人材（保健師・管理栄養士等）と提携して、保健指導等のアウトソーシングに係る契約を締結して、企業・健康保険組合の保健事業を担う。

【特定保健指導の「情報提供」～「積極的支援」段階に対応】

(2) 心の健康づくりを目的とする事業

心の健康づくりに資するプログラムとしては、企業の従業員にとってハードルが高いと認識されている精神療法の領域を、「森林セラピー」等として敷居を下げて予防の段階からメンタルヘルスクエアをサポートできる機関として、以下のタイプ1～3のプログラム構築が想定される。

タイプ1 企業・健康保険組合・EAP等が発行・更新する情報媒体（機関誌・情報誌・ウェブサイト等）において、リラクゼーションや心のリフレッシュを促進するプログラムとして森林セラピー等のメニューが紹介されるように働きかける。

【「教育研修・情報提供」段階に対応】

タイプ2 事業場内産業保健スタッフ、あるいは事業場外資源（アウトソーシング先）と連携し、森林セラピー等を活用したメンタルヘルスクエア・プログラムを提供する。（ex. 管理監督者向け研修、新入社員研修等）

【「教育研修・情報提供」段階に対応】

タイプ3 地域内外の保健指導を行う組織（医療・保健機関、及びEAP等の民間組織等）や人材（カウンセラー・臨床心理士・精神保健福祉士等）と提携して、森林セラピー等を活用したメンタルヘルスクエア・プログラムを提供する「事業場外資源」としてアウトソーシングに係る契約を締結し、企業・健康保険組合の福利厚生事業や保健事業を担う。

【「教育研修・情報提供」～「職場復帰支援」段階に対応】

3-1-7 参考事例（例）

(1) 身体の健康づくりを目的とする事業

健康保険組合への情報提供《事業タイプ1の参考》

サービス名	ウォーキング・キャンペーン
事業者	丸井健康保険組合/（社）日本ウォーキング協会
顧客対象	健康保険組合（サービス利用者は組合員）
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・丸井健康保険組合が（社）日本ウォーキング協会の法人会員になっており、被保険者のうち希望者に会員証を発行している（約250人） ・協会の情報誌から関東・東海地区で開催されるウォーキングのイベントを紹介する「あるけあるけ」という情報誌を健康保険組合で作成、会員に配布し、参加を促している。
ガイド等の人材	管理栄養士、ヘルスケアトレーナー
利用施設	東京都内のルート
料金体系	組合員の自己負担(会員割引で300円程度/回)
応用方法 (イメージ)	・健康保険組合と協定を結び、健康保険組合の情報誌に、森林セラピー等のプログラムや提供地に関する情報を頻繁に掲載することで、参加を促す。

メディカル・フィットネス《事業タイプ2 1, 3の参考》

サービス名	法人向けメディカル・フィットネス
事業者	株式会社ルネサンス
顧客対象	企業（サービス利用者は企業従業員）
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・生活習慣病を予防するために、適切な食事療法やトレーニング法を指導するプログラム ・体組成計等を用いて、診断結果を作成し、各人にあったプログラムを指導 ・プログラム内容としては、調整力向上プログラム、疲労回復プログラム、心肺機能向上プログラム、測定プログラム等がある ・会社内の会議室にインストラクターが訪問する『出張指導サービス』もあり、「イベントとしてセルフマッサージを覚える」ことで健康づくりのきっかけを作ったり、「社員研修に30分位のストレッチを行う」ことで他の研修の効率を高めたりするなど、様々な目的で実施できる。
ガイド等の人材	インストラクター、運動指導員 等
利用施設	トレーニングルーム、プール等
料金体系	契約内容によるが、一人あたり3～4万円
応用方法 (イメージ)	<ul style="list-style-type: none"> ・企業従業員を対象に、医療機関等との連携による健康チェックを行い、各人にあった森林セラピー等のプログラムを提供する。 ・フィットネスクラブ等と連携して、各人に合ったプログラムの一つとして森林セラピー等のプログラムを指導して貰えるようにする。

人間ドック《事業タイプ2 - 2の参考》

サービス名	ホットドック（人間ドック）プラン									
事業者	湯原町旅館協同組合/湯原町立湯原温泉病院									
顧客対象	一般客（温泉目的の人、人間ドック目的の人）									
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・湯原温泉に滞在し、通常3万円の間ドック等の健康チェックと、湯原温泉自慢の温泉指南役から正しいお湯の入り方の指導を受けるプラン ・人間ドック料金は、湯原温泉病院の協力により格安となっている。 	<p>スケジュール</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人間ドック...13:00～15:00 (月～金曜毎日実施) ・温泉指南...病院会議室で温泉指南を受け、検査結果を貰い宿にチェックイン (ペプシノーゲン検査のみ後日結果郵送) ・湯治...宿泊する旅館で自由に入る 								
ガイド等の人材	医者（人間ドックに関して）、温泉指南役（温泉に関して）									
利用施設	宿泊は、旅館協同組合の会員の宿。人間ドックは湯原温泉病院									
料金体系	宿泊費+人間ドック 料金のパック（例）	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>一人あたりの料金</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1泊目（2食+人間ドック付）</td> <td>¥30,000</td> </tr> <tr> <td>2泊目以降（朝食付）</td> <td>¥8,085</td> </tr> <tr> <td>2泊目以降（2食付）</td> <td>¥12,600</td> </tr> </tbody> </table>		一人あたりの料金	1泊目（2食+人間ドック付）	¥30,000	2泊目以降（朝食付）	¥8,085	2泊目以降（2食付）	¥12,600
	一人あたりの料金									
1泊目（2食+人間ドック付）	¥30,000									
2泊目以降（朝食付）	¥8,085									
2泊目以降（2食付）	¥12,600									
応用方法 (イメージ)	<ul style="list-style-type: none"> ・人間ドック（健康診断）と検診結果を踏まえた保健指導とセットで、森林セラピー等のプログラムを提供する。 									

(2) 心の健康づくりを目的とする事業

森林セラピー体験プログラム《事業タイプ2, 3の参考》

サービス名	企業従業員を対象にした森林セラピー・プログラム（2006年8月実施分）																
事業者	カタログ製作・販売会社「D社」（大阪）が社員の健康増進のために企画																
顧客対象	D社社員 18～51歳の12名が参加																
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・企業従業員を対象にした森林セラピー・プログラム ・プログラム前に自己評価シートを記入し自身の健康チェック ・参加者は自主的な希望者 ・従業員は休暇ではなく業務の一環として参加 ・企業におけるメンタルヘルスケアの1形態として実施 																
	内容																
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>午前</th> <th>午後</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>・気分評価票の記入</td> <td>・ガイドウォーキング</td> </tr> <tr> <td>・ガイドウォーキング</td> <td>・グループワーク</td> </tr> <tr> <td>・リラクゼーション</td> <td>「居心地の良い場所を見つける」</td> </tr> <tr> <td>・「自分の木」を見つめる</td> <td>・全体の振り返り</td> </tr> <tr> <td>・「自分の木」と過ごす</td> <td>・気分評価票の記入</td> </tr> <tr> <td>・セルフカウンセリング</td> <td></td> </tr> <tr> <td>・午前中のふりかえり</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		午前	午後	・気分評価票の記入	・ガイドウォーキング	・ガイドウォーキング	・グループワーク	・リラクゼーション	「居心地の良い場所を見つける」	・「自分の木」を見つめる	・全体の振り返り	・「自分の木」と過ごす	・気分評価票の記入	・セルフカウンセリング		・午前中のふりかえり
午前	午後																
・気分評価票の記入	・ガイドウォーキング																
・ガイドウォーキング	・グループワーク																
・リラクゼーション	「居心地の良い場所を見つける」																
・「自分の木」を見つめる	・全体の振り返り																
・「自分の木」と過ごす	・気分評価票の記入																
・セルフカウンセリング																	
・午前中のふりかえり																	
ガイド等の人材	上原 巖助教授（東京農業大学）																
利用施設	森林公園																
料金体系	-																
応用方法 （イメージ）	<ul style="list-style-type: none"> ・事業場内産業保健スタッフ、事業場外資源（地域の医療機関、福利厚生代行会社等）と連携し、従業員のメンタルヘルスケアの一環としてプログラムを構築し、提供する 																

3 - 2 「社員研修・教育活動」分野

3 - 2 - 1 企業・健康保険組合等の動向

研修は全体的に増加傾向。ワークショップ・体験を組み込みコミュニケーション力を高める内容が散見

社員研修代行業界関係者に対するヒアリングからは、近年次の様な傾向が把握されている。

近年、研修を行う企業は、全体的に増加傾向にあり、研修対象の考え方として、各種不祥事等の発生により、従来の日本における「右肩下がり型」(キャリアの小さい人ほど多くの研修を受け、キャリアが進むにつれ研修を受けなくなる)から、アメリカの傾向である「右肩上がり型」(キャリアが上がるにつれ、多くの研修を受けるようになる)に移行しつつある、とされている。

研修内容としては、現場レベルでは専門性を身につける研修や、ライフプラン研修が特に増加傾向にあり、少人数制でグループワークや体験を組み込むことで、コミュニケーション力やモチベーションを高める内容が散見される。

なお、遠隔地での研修開催は、本社スタッフ等の移動が必要になるとともに、費用の面、時間の面から制約が大きいいため、遠隔地で実施する明確なメリット、意味づけが必要となるといえる。

中小企業は、社員教育代行会社(教育プロバイダー)へ委託する傾向

労働政策研究・研修機構が実施した「教育訓練プロバイダーの組織と機能に関する調査 - 教育訓練サービス市場の第二次調査 - 」(1,939 組織にアンケート票を郵送、有効回収数 1,181 票)によると、社員教育代行会社等の提供する講習会・セミナーの対象者は、以下の傾向を有している。

年齢からみると 30 代と 40 代を中心に、20 代から 40 代を主対象
 雇用職業形態からみると、民間の中小企業サラリーマンを中心
 職務階層からみると、中堅社員を中心に新人から係長・主任までを主対象

図表 3-15 社員教育代行会社等の提供する講習会・セミナーの主な対象者

		民間企	公益法	経営者団体	職業訓練法人等	専修学校等	大学等	
主要な研修コースの対象者は誰か	年齢からみた特徴	20歳代	○	○	○	○		
		30歳代	○	○	○	○		
		40歳代	○	○	○	○		
		50歳代	○	○	○	○		
		60歳代			○			
		想定対象層なし					○	
	雇用職業形態からみた特徴	大企業サラリーマン	○	○				
		中小企業サラリーマン	◎	◎	○	○		
		公務員・団体職員	○	○				
		自営業・自由業			○	○		
		パート・アルバイト						
		主婦、学生					○	
		離職者、無業者					○	
		想定対象層なし					○	
	職務階層からみた特徴	新入社員レベル(1年未満)				○	○	
新入社員レベル(3年未満)		○	○		○	○		
中堅社員レベル		◎	◎	○	○	○		
係長・主任レベル		○	○					
課長レベル								
部長・次長レベル								
経営者・役員レベル				○				
	想定対象層なし					○		

(注)図表中の○印は主要な対象層を、◎印はそのなかでもとくに多い対象層を示している。

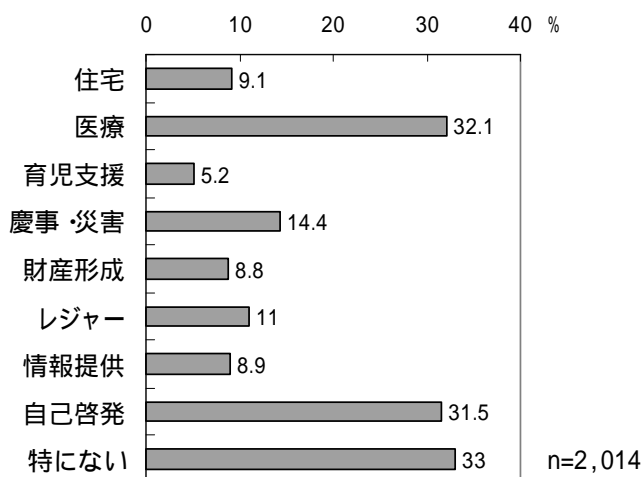
出典) 労働政策研究・研修機構「教育訓練プロバイダーの組織と機能に関する調査 - 教育訓練サービス市場の第二次調査 - 」

3 - 2 - 2 企業のニーズ

高い企業のニーズがある「自己啓発」

生命保険文化センターの「平成 14 年度企業の福利厚生制度に関する調査」によると、企業が今後重点を置く福利厚生制度の分野としては、「医療」(32.1%)に次いで「自己啓発」(31.5%)とする企業が多く見られた。

図表 3-16 企業が今後重点を置く福利厚生制度の分野



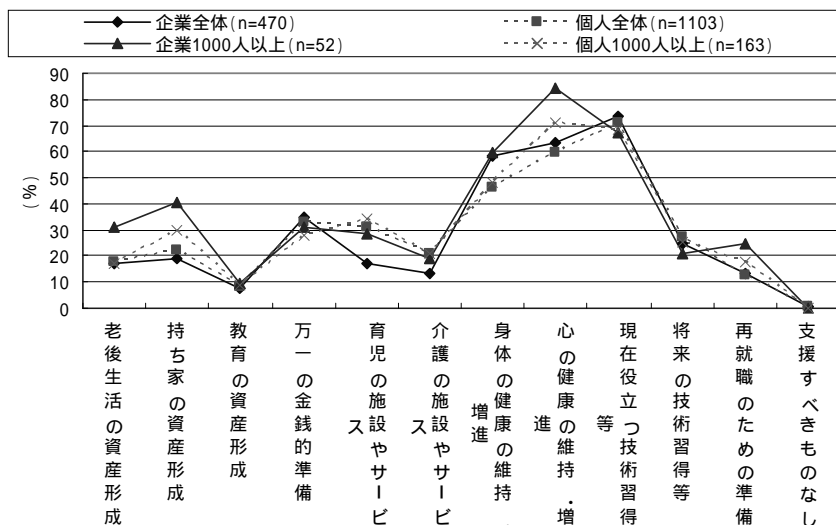
出典) 生命保険文化センター「平成 14 年度企業の福利厚生制度に関する調査」

3 - 2 - 3 企業及び、従業員・組合員のニーズ

従業員は「現在役立つ技術習得等」、「健康の維持増進」に高い必要性を感じている。

ニッセイ基礎研究所が企業及び従業員を対象に行ったアンケート調査によると、企業内の福利厚生に関連する項目について、企業と従業員（個人）にそれぞれ、従業員にとって特に必要性が高い項目を選んでもらったところ、従業員（個人）では、「現在役立つ技術修得等」が最も多く、次いで「心の健康の維持・増進」「身体の健康の維持・増進」が高かった。

図表 3-17 企業と従業員が考える、従業員にとって特に必要性が高い福利厚生項目



出典) 松浦民恵「雇用慣行の変化のもとでの企業内福利厚生」(ニッセイ基礎研究所「ニッセイ基礎研 REPORT 2003.8」)

3 - 2 - 4 小括 ~ 森林を活用した健康・癒しのサービス構築の視点 ~

「社員研修・教育活動」分野における森林を活用した健康・癒しのサービスの事業展開の方向性としては、森林セラピー等の提供地で社員研修等を行える会場を有している箇所で開催の提供と一体となって簡易的なプログラムを提供するタイプと、より洗練された生活習慣病予防やメンタルヘルスケアの研修プログラムを提供するものに大別されるといえる。

そして、企業等においては研修自体が全体的に増加傾向にあるため、マーケットへの参入機会は大きいと言え、かつプログラム提供は中小企業等を中心に外部の代行会社に委託されるケースが多く見られることから、今後機能的なプログラムの構築によりサービス提供の可能性は多く秘めていると推察される。特に、遠隔地での研修開催のデメリットを補うためには、遠隔地ならではの自然環境を活かした体験型・ワークショップ型研修等によりコミュニケーション能力等の向上やエンパワーメントを図るとともに、転地効果を活かして心と身体の健康づくりに向けたノウハウ獲得等に資するカリキュラムを組み合わせる等によって、特色付けするとともに研修の効果を多様化した取組が期待される。

3 - 2 - 5 事業タイプ(例)

社員研修・教育活動としては、森林環境の隣接地の研修会場を使用して森林セラピー効果を活かした体験機会を適宜提供し、リラックスや集中力の向上を促進する等を通して研修や会議の効果を引出したり、森林セラピー・プログラムの体験を通して、実感の伴った動機付け支援やラインやセルフケア等が行える体制整備を図る等として、以下のタイプ1～3のプログラム構築が想定される。

タイプ1 社員研修や会議の会場として、森林セラピー等の体験が行える森林内及び近辺の会議施設及び宿泊施設を活用する。また、それと併せて研修中の休養日、あるいは合間にリフレッシュとしての森林セラピー体験ができるプランを開発する。
また、研修中の食事メニューを、カロリーコントロールしつつ地元食材を活用したメニューを提供し、身体の健康づくりに関する意識付けの契機とする。
《連携》「領域」：保養施設等協定・活用」及び「領域」：企業の社会貢献活動」等と連動した取組みも想定される。

タイプ2 企業の従業員（新入社員、一般社員等）を主な対象とし、自然環境を活かしたコミュニケーション能力の育成やエンパワーメント等を組み込んだ研修等を行うとともに、それと連動して生活習慣病予防やメンタルヘルスケア等の動機付け支援としての講義や体験メニューを組み込んだ研修プログラムを提供する。
《連携》「領域」：心と身体の健康づくり」と連動した取組みも想定される。

タイプ3 ラインケアを行う企業の管理監督者等を主な対象とし、生活習慣病予防やメンタルヘルスケア等に関する監督等のラインケアに係る講義や、部下のセルフケアや家族によるケアを促進するための体験メニューを組み込んだ研修プログラムを提供する。
《連携》「領域」：心と身体の健康づくり」と連動した取組みも想定される。

3 - 2 - 6 参考事例

郊外における研修会場とプログラムの提供《事業タイプ1, 2の参考》

サービス名	森林に近接した研修会場と健康セミナー
事業者	ラフォーレ修善寺
顧客対象	企業等
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・50万坪の広大な森を持つラフォーレ修善寺は、大小14の会議室やホールを持ち、企業の研修会場として貸し出している。 ・また、敷地内のウォーキングコースや森林、施設を活用した、健康セミナーも実施している。(企業の要望に応じたセミナー開催が可能) <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>1Day</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>2日間のスケジュール説明の後、修善寺ウォーキングスタッフより、正しい歩き方とその効用の説明をしました。</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>芝生広場にて、ウォーキングスタッフの指導の下、正しい歩き方の実践を行いました。いつもの歩いている感覚と違う自分を発見できたようです。</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>フィットネスクラブ「ティップネス」の指導により、「バランスボール」という話題の健康器具を使い、バランス感覚や普段使わない筋肉を鍛えました。</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>修善寺でお馴染みのユーモア溢れる杉本鎌堂先生により、自分で肩や膝の痛みを緩和するセルフケア法を学び、実践できるようになりました。</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>杉本先生も参加者の輪に入り、テーブルごとに夕食をとりながら、より一層の懇親が深められました。</p> </div> </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p>2Day</p> <div style="text-align: center;">  <p>修善寺の日本ウォーキング協会認定5キロコースと12キロコースに分かれ、ウォーキングをしました。里山や温泉御にある歴史的な名所、旧跡を巡り、修善寺の新たな発見をしました。</p> </div> </div> </div>
顧客対象	企業等
事業者	・ラフォーレ修善寺
ガイド等の人材	ウォーキングについては、日本ウォーキング協会が指導・監修
利用施設	大小14の会議室、ホール
料金体系	宿泊料金 + 会議室使用料 (部屋のタイプによって様々)
応用方法 (イメージ)	<ul style="list-style-type: none"> ・社員研修や会議の会場として、地域内の会議施設及び宿泊施設を貸し出し、研修中の食事やリフレッシュとしての森林セラピー等の健康・癒しに係るプログラムを提供する。 ・企業従業員を主な対象とし、生活習慣病予防やメンタルヘルスケア等の動機付け支援としての講義や体験プログラムを提供する。

自然環境を活かした研修プログラムの提供《事業タイプ2の参考》

サービス名	企業向け研修プログラム												
事業者	財団法人日本アウトワード・バウンド協会												
顧客対象	企業等												
事業概要	<p>特徴</p> <p>(財)日本アウトワード・バウンド協会では、社員1人1人の意識変革を通して、個人、チーム、組織の成長を図るための研修を、リアルな自然環境を活かしたアドベンチャーを教材に、チームでの体験学習方式で実施している。</p> <p>実施例</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>タイプ</th> <th>実施概要</th> <th>キーワード</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>新入(若手)社員研修 [1泊2日~3泊4日]</td> <td>新人、若手社員に学生時代とは異なる職業人としての意識を明確にできる研修</td> <td>課題達成意欲の向上、職務に対する責任、成果を出すためのチームワーク</td> </tr> <tr> <td>リーダー(候補生)研修 [1泊2日以上]</td> <td>めまぐるしく変化するビジネス環境で、チームを率いてプロジェクトを遂行していくリーダーに求められるマインドについて学ぶ研修</td> <td>積極性、ねばり強さ、課題遂行へのこだわり、行動力、迅速な意思決定、リーダーシップ、未知の世界を切り拓くチャレンジスピリッツ</td> </tr> <tr> <td>チームビルディング研修 [1泊2日]</td> <td>社員が達成経験を共有することにより、新たな目標に向かうためのモチベーションを向上させる研修。会議や技術研修のスタートに導入されると効果的。</td> <td>コミュニケーションの活性化、社員の相互理解</td> </tr> </tbody> </table> <p>導入実績</p> <p>日本コカ・コーラ(株)、日本ミシュランタイヤ(株)、アップルコンピュータ(株)、日本フィリップス(株)、本田技研工業(株)、日本サン・マイクロシステムズ(株)、佐川急便(株)、東日本旅客鉄道(株)、松下電器産業労働組合、富士ゼロックス(株)、鹿島建設(株)、チューリッヒ保険会社、他</p>	タイプ	実施概要	キーワード	新入(若手)社員研修 [1泊2日~3泊4日]	新人、若手社員に学生時代とは異なる職業人としての意識を明確にできる研修	課題達成意欲の向上、職務に対する責任、成果を出すためのチームワーク	リーダー(候補生)研修 [1泊2日以上]	めまぐるしく変化するビジネス環境で、チームを率いてプロジェクトを遂行していくリーダーに求められるマインドについて学ぶ研修	積極性、ねばり強さ、課題遂行へのこだわり、行動力、迅速な意思決定、リーダーシップ、未知の世界を切り拓くチャレンジスピリッツ	チームビルディング研修 [1泊2日]	社員が達成経験を共有することにより、新たな目標に向かうためのモチベーションを向上させる研修。会議や技術研修のスタートに導入されると効果的。	コミュニケーションの活性化、社員の相互理解
	タイプ	実施概要	キーワード										
	新入(若手)社員研修 [1泊2日~3泊4日]	新人、若手社員に学生時代とは異なる職業人としての意識を明確にできる研修	課題達成意欲の向上、職務に対する責任、成果を出すためのチームワーク										
	リーダー(候補生)研修 [1泊2日以上]	めまぐるしく変化するビジネス環境で、チームを率いてプロジェクトを遂行していくリーダーに求められるマインドについて学ぶ研修	積極性、ねばり強さ、課題遂行へのこだわり、行動力、迅速な意思決定、リーダーシップ、未知の世界を切り拓くチャレンジスピリッツ										
チームビルディング研修 [1泊2日]	社員が達成経験を共有することにより、新たな目標に向かうためのモチベーションを向上させる研修。会議や技術研修のスタートに導入されると効果的。	コミュニケーションの活性化、社員の相互理解											
事業概要	財団法人日本アウトワード・バウンド協会												
ガイド等の人材	日本アウトワード・バウンド協会スタッフ												
利用施設	-												
料金体系	宿泊料金 + 研修料(タイプによって様々)												
応用方法(イメージ)	・社員研修として、コミュニケーション力の向上やエンパワーメントとして、自然環境を活かした研修プログラムを提供し、それらと一体的に生活習慣病予防やメンタルヘルスケア等の動機付け支援としての講義や体験プログラムを提供する。												

管理監督者向けプログラムの提供《事業タイプ3の参考》

サービス名	管理職向けメンタルヘルス合宿プログラム
事業者	株式会社ライフバランスマネジメント、赤坂溜池クリニック、ホリスティックヘルス情報室共催
顧客対象	企業管理職
事業概要	<p>研修の目的 管理職に必要なメンタルヘルス知識と傾聴スキルの習得</p> <p>研修の特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 医師による森林養生プログラム及び面談 ・ 厳選された森林保養地での森林療法プログラム体験 ・ 健康度を表す2つの測定（自律神経バランス測定、活性酸素ダメージ測定） <p>研修スケジュール</p> <p>◆1日目</p> <p>12:30 集合、オリエンテーション、各種検査 (自律神経テスト、生活習慣テスト、ストレスチェック)</p> <p>14:00 森林療法① 清里の森を散策 ～富士山とせせらぎの小径へ～ ※散策後再度自律神経テストを実施し、森林効果を測定</p> <p>18:00 夕食</p> <p>19:30 レクチャー① 「森林療法概論」 講師：赤坂溜池クリニック院長 降矢 英成先生</p> <p>20:30 降矢 英成先生による面談（一人5分程）</p> <p>21:30 解散</p> <p>◆2日目</p> <p>7:00 養生功 ～森林の中で気功を行います～</p> <p>8:00 朝食</p> <p>9:00 レクチャー②「メンタル医療を知る ～ホリスティック医療とは？～」 講師：赤坂溜池クリニック院長 降矢 英成先生</p> <p>10:00 森林療法②森林にじっくり浸る</p> <p>12:00 昼食 ～自由行動～ ※近場にとっても濃厚な味で有名なジャージー牛アイスクリームの販売あり</p> <p>13:30 「管理職に必要な不可欠なメンタルヘルスの知識と傾聴スキル」 講師：株式会社ライフバランスマネジメント 代表取締役 渡部 卓 企業を取巻くメンタル不全な環境と「うつ」の実態を理解し、管理者としての役割や対応を学びます。その際のコミュニケーションにとって最も重要な「傾聴」について、ローブレを通じて真髓を学び、「傾聴こそ、マネジメントの原点である」と自覚して快適職場づくりの牽引マネージャーを目指します</p> <p>16:30 解散</p> <p>(株式会社ライフバランスマネジメントホームページより)</p>
ガイド等の人材	医師、インタープリター
利用施設	財団法人キープ協会（山梨県清里高原）
料金体系	49,800円(税込み) 1泊2食付 但し交通費は除く
応用方法 (イメージ)	・ 管理監督者を主な対象とし、生活習慣病予防やメンタルヘルスケア等に関する監督のための講義や体験プログラムを提供する。

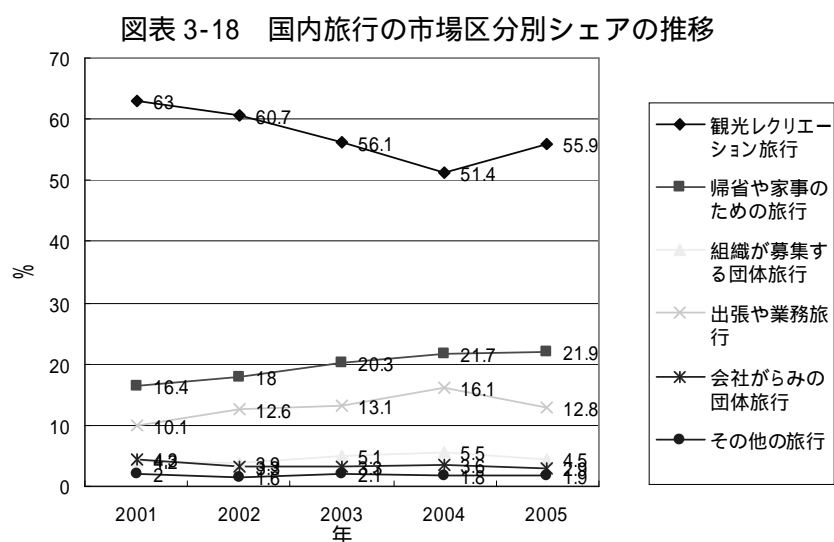
3 - 3 「従業員の観光・交流活動」分野

3 - 3 - 1 企業・健康保険組合等を取り巻く状況

国内旅行市場は回復傾向

財団法人日本交通公社が実施した「旅行者動向 2006」より、国内旅行市場の区分別シェアの推移を概観すると、平成 13 年以降「観光レクリエーション旅行」のシェアが徐々に減少していたが、平成 17 年に再び増加に転じている。

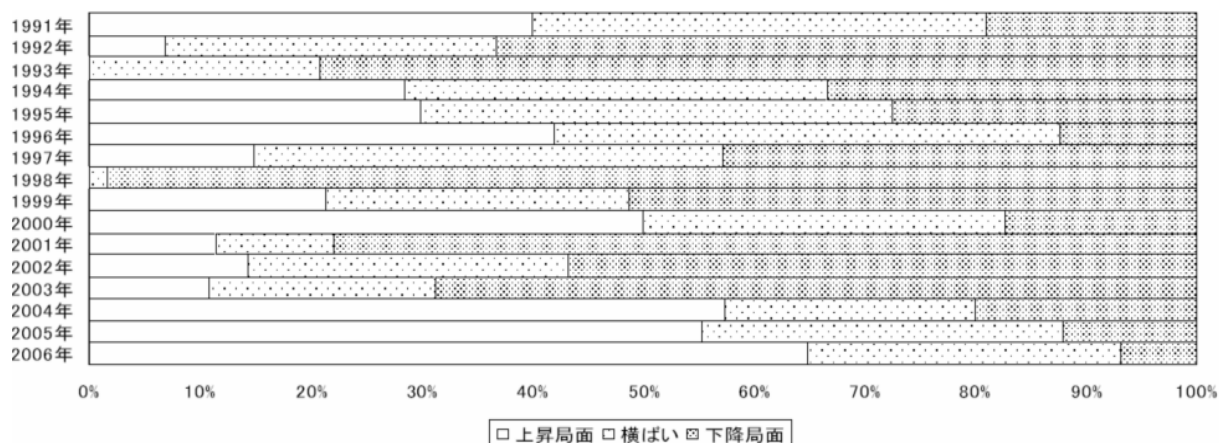
他方、「出張や業務旅行」や「会社がらみの団体旅行」のシェアは停滞傾向にある。



出典) 財団法人日本交通公社「旅行者動向 2006」

また、同財団が行った「有識者に聞く 2007 年旅行マーケットの動向見通しアンケート」では、平成 18 年の旅行マーケットの現状は、上昇局面にあったとする見方が 66.9%、横ばいが 28.7%、下降局面にあったとする見方が 4.3%であった。この結果と平成 17 年の同時期に実施した見通しを比較すると、上昇局面が 55.3%から 66.9%と 10% 以上増加しており、平成 18 年の旅行マーケットについては上昇局面にあったとする回答が相対的に多数を占めている。

図表 3-19 旅行マーケットの 1 年間の局面の推移



出典) 財団法人日本交通公社「有識者に聞く 2007 年旅行マーケットの動向見通しアンケート」, 平成 19 年 2 月

なお、同調査においては、今後 1 年間の見通しについても、平成 16 年以降上昇局面との予測が強まっているが、平成 19 年の見通しは上昇局面との回答が 7 割を超え、平成 14 年以降、最高の比率となっている。

国、地方自治体、民間事業者等により健康志向ツーリズムが積極的に推進

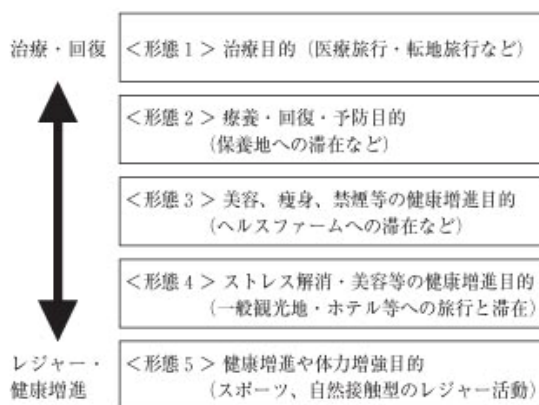
近年、全国各地で地方自治体や民間事業者によって健康や癒しに係るヘルスツーリズム等の取組みが積極的に展開されてきている。JTB ヘルスツーリズム研究所のホームページでは、全国 225 もの取組み事例が紹介されている。

また、(財)日本交通公社が行った「有識者に聞く 2007 年旅行マーケットの動向見通しアンケート」においても、旅行マーケット全体での注目するトレンドとしても、旅行内容としては、「高品質・テーマ性」、「専門性」、「体験型」などの旅行ニーズや、それに対応した商品の多様化に関心が集まっている傾向が見られた。なかでも、エコツアーや健康をテーマとした旅行への関心は高い傾向が見られた。

また、国の取組みとしては、林野庁が「森林セラピー」の推進に係る調査研究や地域活性化に資する補助事業を創設したり、国土交通省が、和歌山県立医科大学と連携して「ヘルスツーリズム」に関するシンポジウムやモニターツアーを開催したり、経済産業省が「健康サービス産業」の創出に係る補助事業を行うなど、多様な省庁で健康・癒しに係る施策が取り組まれている。

ヘルスツーリズムは、治療・回復(医療)とレジャー・健康増進まで、様々な段階が想定されている。姜淑瑛(2003)は、以下のように、治療・回復(医療)とレジャー・健康増進という軸で整理している。

図表 3-20 ヘルスツーリズムの諸形態



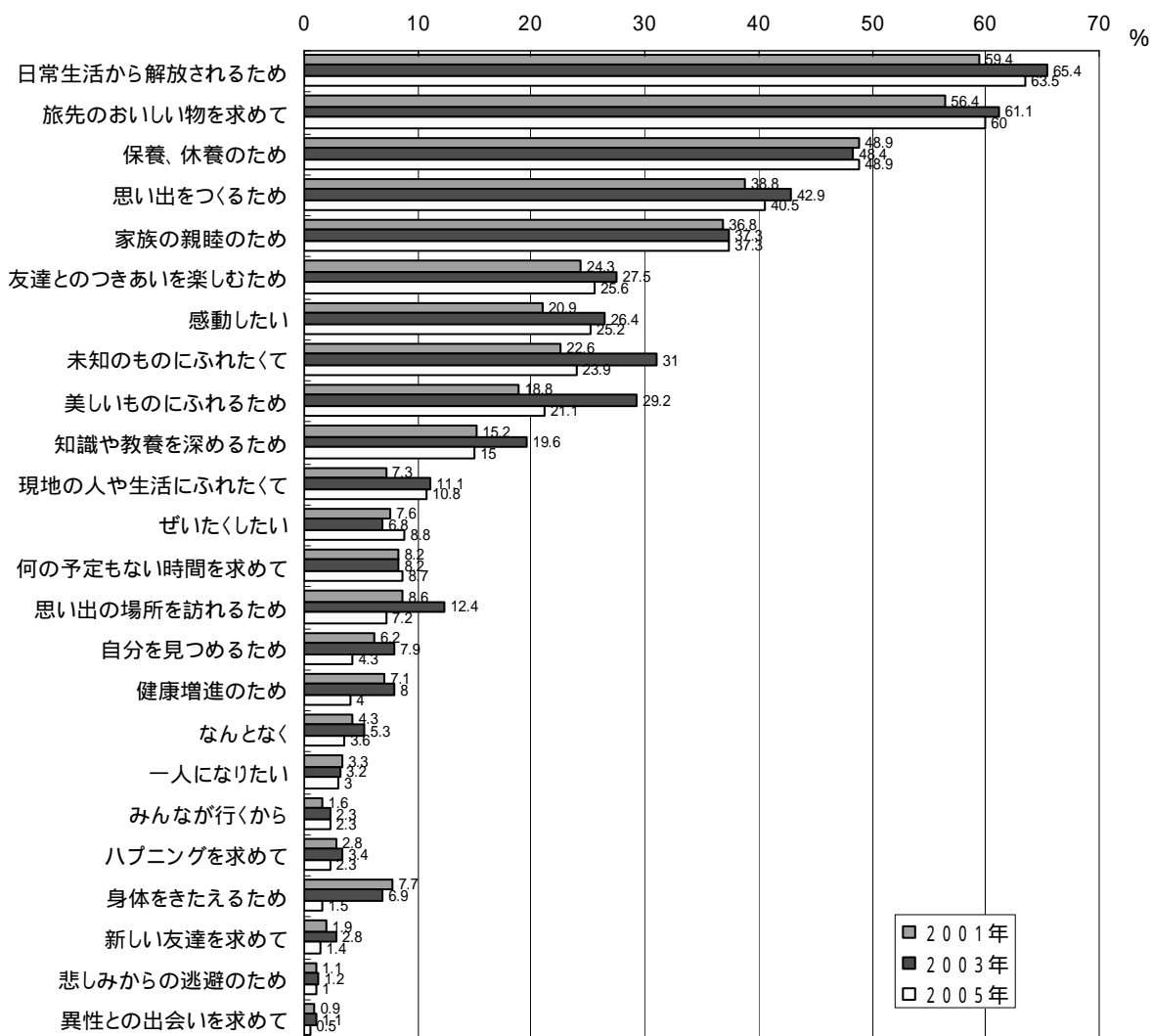
出典) 姜淑瑛「ヘルスツーリズムの現状と課題」『21世紀の観光学』(前田勇編著、学文社、2003年)

3-3-2 従業員・組合員のニーズ

「日常生活からの開放」「旅先のおいしいものを求めて」「保養、休養のため」等が旅行動機
財団法人日本交通公社の調査結果によると、旅行の動機について、あらかじめ設定した選択肢からの複数回答で訪ねたところ、2005年調査時結果は、「日常生活から開放されるため」63.5%、「旅先のおいしいものを求めて」60.0%、「保養、休養のため」48.9%が、高い比率を占めている。

しかしながら、「健康増進のため」は 4.0%となっており、リフレッシュ等の保養、休養ではなく「旅先で健康増進を図る」マーケットはまだニッチであることが示唆されている。

図表 3-21 旅行の動機（複数回答）



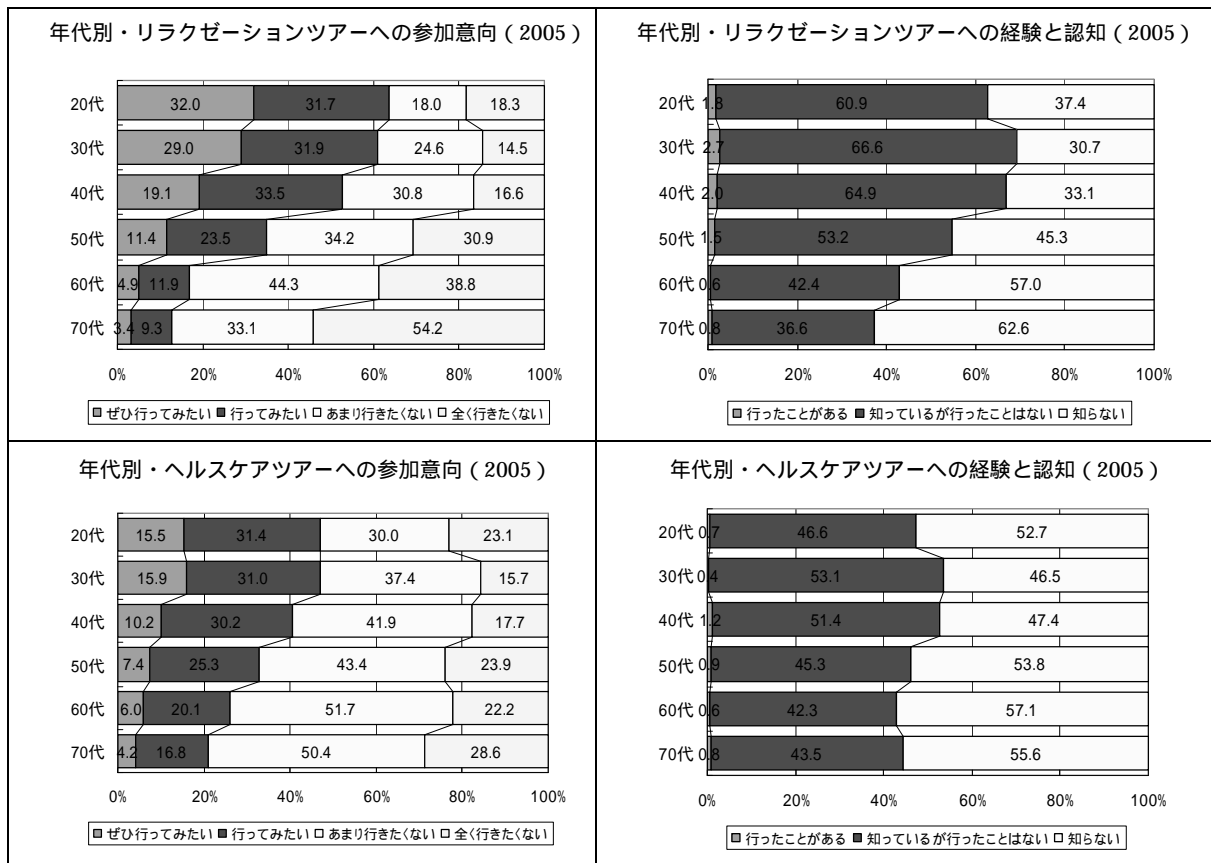
出典）財団法人日本交通公社「旅行者動向 2006」

若年層ほど高いリラクゼーションツアー・ヘルスケアツアーへの参加意向

財団法人日本交通公社の調査によると、リラクゼーションツアー（エステやアロマセラピー、マッサージなど、美容やリラックスを目的とした旅行）及びヘルスケアツアー（健康診断やエクササイズなど、健康回復や健康増進を目的とした旅行）への参加意向は、若年層、特に20代～30代ほど高い傾向がみられた。

一方、エコツアーへの参加意向は、60代までは高齢層ほど高い傾向にある。なお、実際に体験した割合も同様の傾向である。これらにより、体験型の健康志向のツアーを開発することは、これまで自然志向の商品には興味・関心が薄い若年層の顧客層を開拓できる可能性が示唆される。

図表 3-22 リラクゼーションツアー及びヘルスケアツアーの参加意向及び経験と認知



出典) 財団法人日本交通公社「旅行者動向 2006」

3 - 3 - 3 小括 ~ 森林を活用した健康・癒しのサービス構築の視点 ~

社員旅行等として「従業員の観光・交流活動」分野のサービスを検討する際には、従来の「会社からみの団体旅行」のシェアが停滞傾向にあることから、本分野での事業展開を図る上では、新たなニーズへの対応や掘り起こしが不可欠であると考えられる。また、「社員研修・教育活動」分野において、ライフプランニングやコミュニケーション力の向上に関する研修のニーズが上がってきていることが把握されたが、従業員の観光・交流においても、同様の観点から社員旅行を再開する企業が散見されるようになっており、これらをテーマにしたプログラムを提供することで、新たな層の参加を得ることができると考えられる。

また、新たなニーズへの対応という観点からは、全国各地で、地方自治体や民間事業者によってヘルスツーリズムの取組みが積極的に展開され、また健康志向で体験型のプログラムのニーズも高いことから、参加意向の高い20代~30代の従業員を主なターゲットとして、森林セラピー等の森林を活用した健康・癒しのサービスを組み込んだ観光・交流プログラムを開発することが期待される。

一方で、既に多くの事業者、地方自治体が健康や癒しをテーマとした観光の取組みに着手しはじめているので、それらとの差別化を図ることも十分に留意する必要がある。

3 - 3 - 4 事業タイプ (例)

従業員の観光・交流活動分野としては、より効果的なリフレッシュやコミュニケーションの促進が図れるプログラムと宿泊施設等を一体的に提供したり、他の事業領域と連携した取り組みとすることで、他地域と差別化を図ることができる取り組みを促進することが賢明であると考えられる。

その中で、個人旅行から団体旅行まで、以下のタイプ1～3のプログラム構築が想定される。

- タイプ1** 企業・健康保険組合等あるいは社員旅行仲介業者等に森林セラピー・プログラム等に関する情報発信を行い、訪問地の一つとして、社員旅行や社員のプライベート旅行を受け入れる。
 《連携》「領域：保養施設等協定・活用」と連動した取組みも想定される。(前段階として)
- タイプ2** 企業・健康保険組合等あるいは社員旅行仲介業者等に、健康をテーマにした観光・交流としての社員旅行プラン、あるいは個人・家族のプライベート旅行パックを提案し、旅行受入れ等を行う。
 《連携》「領域：心と身体の健康づくり」と連動した取組みも想定される。(前段階として)
- タイプ3** 心と身体の健康づくりや、コミュニケーション・エンパワーメント等に資する要素を含めた社員旅行プランを提案し、定期的な旅行受入れを結ぶ。
 《連携》「領域：社員教育・研修」と連動した取組みも想定される。(前段階として)

3 - 3 - 5 参考事例

観光資源、プログラムの情報発信《事業タイプ1, 2の参考》

サービス名	自然・農業体験・交流の旅
事業者	株式会社農協観光
顧客対象	企業、農協、健康保険組合等
事業概要	<p>・農業体験、農山村交流等のテーマで様々な旅行プランを揃え、ホームページやパンフレット等で、企業・農協等に売り込んでいる。</p>  <p>(株式会社農協観光ホームページより)</p>
ガイド等の人材	添乗員が随行
利用施設	各地のJAと連携して自然や農業施設を訪問・体験
料金体系	日帰り 5,000円程度/人 1泊2日 15,000円程度/人 他
応用方法 (イメージ)	・企業・健康保険組合等に、地域内の観光資源や森林セラピーメニュー等の情報を発信し、訪問地の一つとして社員旅行や社員の個人旅行を受け入れる。

社員旅行プランの個別提案《事業タイプ2の参考》

サービス名	JTB 社員旅行 (JTB-Biz)
事業者	株式会社 JTB
顧客対象	企業等
事業概要	<p>・企業等は、JTB-Biz ホームページで、旅行スタイル、予算、旅行方面、移動手段等を記入・送信することで、旅行プランの提案と見積もりが得られる。</p> <p>・旅行プランは、自然や健康、癒しなど様々なテーマのプランを取り揃えている。</p>  <p>(株式会社 JTB ホームページより)</p>
ガイド等の人材	旅行プランによる
利用施設	旅行プランによる
料金体系	旅行プランによる
応用方法 (イメージ)	<p>・企業・健康保険組合等に、健康をテーマにした観光・交流としての社員旅行プラン (個人・家族のプライベート旅行受入れも含む) を提案する。</p>

3 - 4 「保養施設等協定・活用」分野

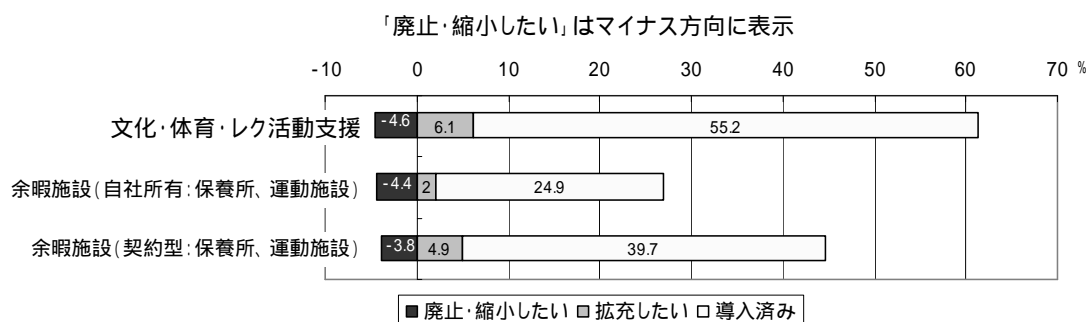
3 - 4 - 1 企業・健康保険組合等の動向

企業・健康保険組合の直営保養所などは縮小傾向。外部保養施設との契約等への移行傾向

企業・健康保険組合等による保養施設協定の形態は、文化・体育・レクリエーション活動支援（プログラム型）、自社保有型余暇施設（保養所、運動施設）、契約型余暇施設（保養所、運動施設）に分けられる。

（社）企業福祉・共済総合研究所の「福利厚生・退職給付に関する総合調査」によると、上記のは、「廃止・縮小したい」が「拡充したい」を大きく上回り、導入企業は減少傾向にあると言える。一方 と は、若干ではあるが、「拡充したい」が「廃止・縮小したい」を上回るので、導入企業は拡大傾向にあると言える。

図表 3-23 企業における福利厚生制度の導入状況

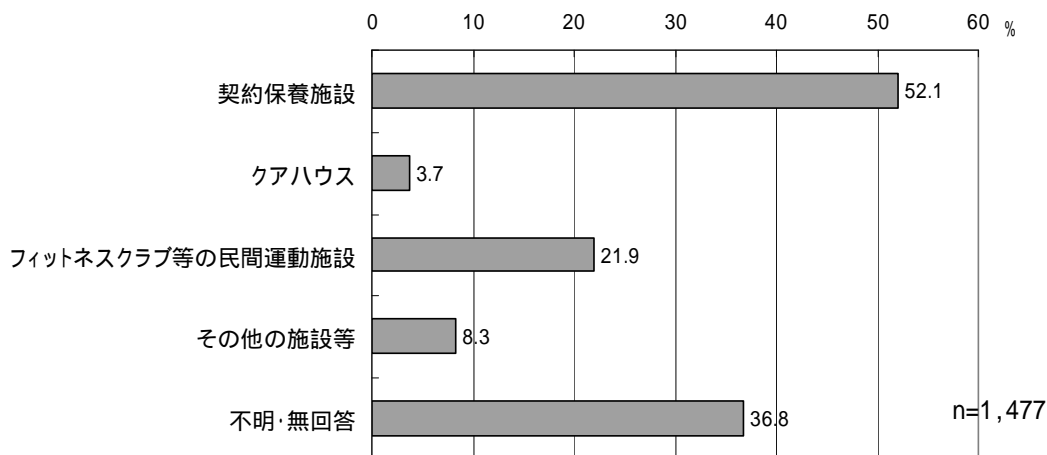


出典) (社)企業福祉・共済総合研究所「平成 14 年度福利厚生・退職給付に関する総合調査」(平成 14 年度)

健康保険組合が活用する民間施設は、契約保養施設や運動施設が多い

健康保険組合連合会「平成 17 年度健康保険組合の保健福祉事業について<調査報告書>」によると、健康保険組合が民間施設と契約関係を結び活用している施設の種別については、「契約保養施設」が 52.1%と最も多く、次は「フィットネスクラブ等の民間運動施設」の 21.9%となっている。「その他の施設等」としては、「契約保養所システムの活用」、「各種スポーツクラブ」等、であった。

図表 3-24 民間各種施設との契約状況



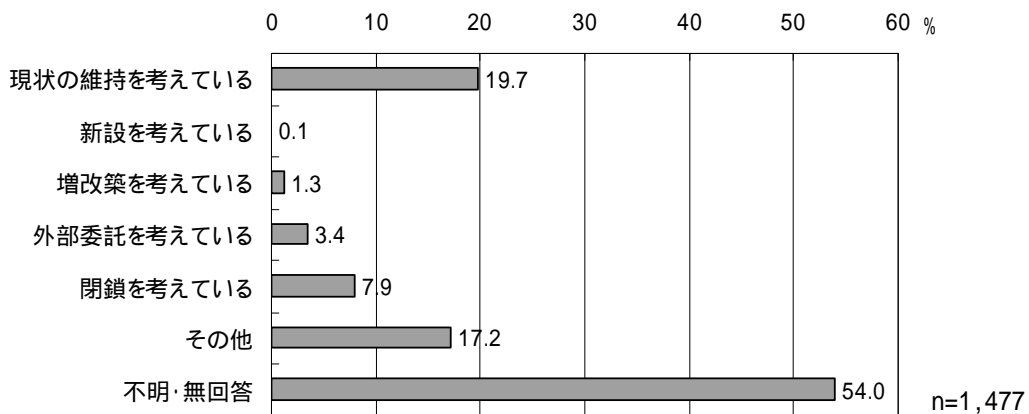
出典) 健康保険組合連合会「健康保険組合の保健福祉事業について<調査報告書>(平成 17 年度)」

直営保養所などは縮小傾向。一方、外部保養施設との契約を想定する企業等は過半数
 平成 17 年 3 月末時点において、直営保養所を保有しているかどうかについては、「保有している」
 が 34.0%であり、「保有していない」が 63.7%と過半数を占めた。

直営保養所の今後のあり方については、「現状の維持を考えている」が 19.7%で最も多く、一方「閉鎖
 を考えている」は 7.9%であった。「新設を考えている」は僅か 0.1%であった。(図表 3-25)

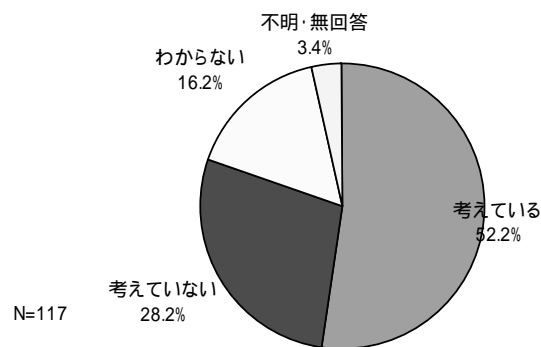
また、直営保養所の閉鎖意向を持つ健康保険組合の過半である 52.2%が、「外部保養施設との契約」
 を考えていることが把握されている。(図表 3-26)

図表 3-25 直営保養所の今後の保有の意向



出典) 健康保険組合連合会「健康保険組合の保健福祉事業について<調査報告書>(平成 17 年度)」

図表 3-26 直営保養所閉鎖後の契約保養施設の活用意向



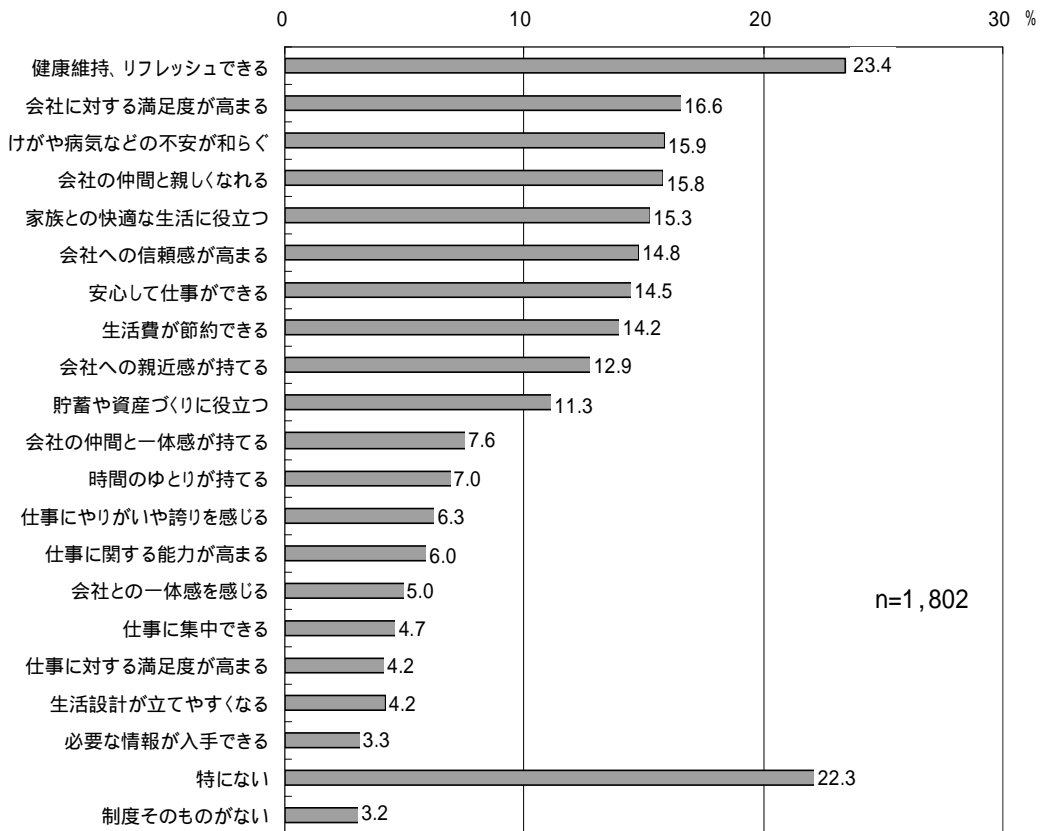
出典) 健康保険組合連合会「健康保険組合の保健福祉事業について<調査報告書>(平成 17 年度健)」

3 - 4 - 2 従業員・組合員等のニーズ

従業員・組合員は、福利厚生制度を活用したりリフレッシュやレジャーを評価・期待
 生命保険文化センターの「平成 14 年度企業の福利厚生制度に関する調査」によると、企業の従業員は、福利厚生制度の評価として、「健康維持、リフレッシュできる」(23.4%)とする評価が最も多く、「会社に対する満足度が高まる」(16.6%)、「けがや病気などの不安が和らぐ」(15.9%)

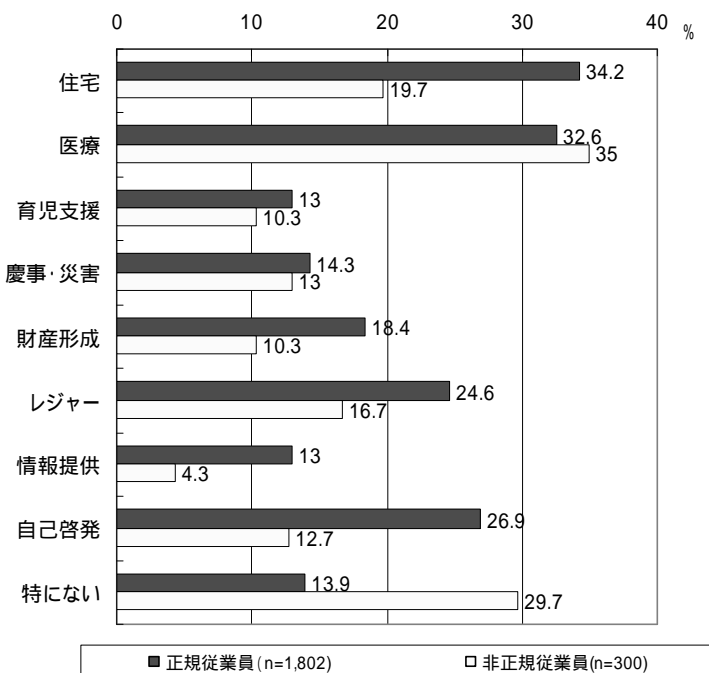
などと比しても、健康増進やリフレッシュに高い評価をしている。(図表 3-27)

図表 3-27 企業従業員の勤務先の福利厚生制度に対する評価



出典) 生命保険文化センター「平成 14 年度企業の福利厚生制度に関する調査」

図表 3-28 企業従業員が今後重点を置いてほしいと感じている福利厚生制度の分野



出典) 生命保険文化センター「平成 14 年度企業の福利厚生制度に関する調査」

また、従業員は、「今後重点を置いてほしい福利厚生制度の分野」としては、「住宅」(34.2%)、「医療」(32.6%)、「自己啓発」(26.9%)に次いで、「レジャー」(24.6%)を挙げており、「財産形成」(18.4%)、「慶弔・災害」(14.3%)を上まっている。(図表3-28)

3-4-3 小括 ~ 森林を活用した健康・癒しのサービス構築の視点 ~

従業員の福利厚生制度を活用したりリフレッシュやレジャーに対する評価、期待は高いことが把握されたことから、今後、この分野における事業展開は有望であると考えられる。

しかしながら、健康保険組合の財務は厳しい状況にある場合が少なくなく、保健事業の“選択と集中”が進められる中でレジャー・レクリエーション的な事業を縮小する傾向も見られる。

そこで、廃止縮小が進む企業・健康保険組合等の直営保養所等の保養施設のアウトソーシング先として、フィールド及び宿泊施設等の利用協定、あるいは、森林を活用する保養プログラムの参加協定を締結することが考えられる。また、レジャー・レクリエーションの支援・補助としての保養施設という位置付けに加えて、従業員・組合員の心と身体の健康づくりに資する施設としての機能を加味することで、今後も継続的な協定を締結したり、他の協定先からの移し変え等を計ることも想定される。

なお、協定締結の形態としては、全ての従業員や組合員に定期的に協定施設での保養機会を提供するといった形から、カフェテリアプラン等の福利厚生メニューの一つとして選択をしてもらうといった形まで考えられる。

3-4-4 事業タイプ(例)

保養施設等の協定・活用に係る事業としては、森林を活かして身体の健康づくりや心のケアを促進するプログラム等が宿泊施設及びその周辺で提供できることを情報発信することで、他のレジャー・レクリエーションの施設等との差別化を図り、新規開拓あるいは契約先変更等を目指す観点で、以下の3つのタイプの事業が想定される。

タイプ1 福利厚生代行会社等と協定を結び、企業向けに保養施設・プログラムを紹介するガイドブック・パンフレット・ウェブ等の媒体で、情報提供及び利用補助がなされるようにする。特に、多数ある協定保養施設の中から積極的に活用されるよう、「心と身体の健康づくり」の促進という機能を積極的に発信される仕組みづくりに努める。
《連携》「領域」：心と身体の健康づくり」と連動した取組みも想定される。(前段階として奨励)

タイプ2 福利厚生のプログラム利用型協定施設として(またはカフェテリアプラン等の福利厚生メニューの一つとして)、プログラムの利用協定(参加費割引、あるいは補助等)を締結し、従業員・組合員の森林セラピー等の健康と癒しのプログラム利用を促進する。
《連携》「領域」：心と身体の健康づくり」と連動した取組みも想定される。(前段階として奨励)

タイプ3 森林セラピー提供地内の宿泊施設群(あるいは個々の宿泊施設)と、企業・健康保険組合等と宿泊施設の利用協定を締結し、宿泊者の来訪を促進するとともに、各種レベルの森林セラピー等の健康と癒しのプログラムを提供する。

宿泊施設群とすることで、宿泊施設内及びその周辺で従業員同士が対面する可能性を抑え、よりリフレッシュしながら利用してもらえるように配慮することもできる。
 複数の森林セラピー提供地が連携して締結するスタイルも想定される。
 《連携》「領域：心と身体の健康づくり」と連動した取組みも想定される。(前段階あるいは一体として)


3 - 4 - 5 参考事例

保養施設の宿泊・利用の仲介《事業タイプ1の参考》

サービス名	ベネフィットステーション																																					
事業者	株式会社ベネフィット・ワン																																					
顧客対象	企業																																					
事業概要	<p>保養所斡旋等のサービス例</p> <p>RESORT&TRAVEL リゾート&トラベル</p> <ul style="list-style-type: none"> ●保養所・リゾートホテル利用 1泊800円～ ●提携宿泊施設の割引利用 ●国内宿泊利用料金のロープラスギャランティ ●宿泊料金が半額になるハーフプライスプラン ●直営保養所 ●海外施設 ●直前激安サイトの提供 ●国内外パッケージツアーの割引 ●格安航空券の割引 ●観光バスの割引利用 ●空港パーキングの割引 ●フェリーの割引利用 <p>直営保養所/全国の宿/北海道エリア/東北エリア/北関東エリア/南関東エリア/箱根・伊豆・静岡エリア/長野・山梨エリア/上信越エリア/東海・北陸エリア/関西エリア/中国・四国エリア/九州エリア/海外トラベルサポート</p> 																																					
	<p>BUSINESS ビジネス</p> <ul style="list-style-type: none"> ●全国の研修所の割引利用 ●法人用社宅情報の提供と管理代行 ●法人健康管理プログラム ●ヴァウチャーシステムの提供 ●マンション・マンションの割引利用 ●研修プログラムサービス ●育児休業者支援サービス ●イベントですくによる社内行事等の手配 <p>研究施設/マンション/法人住宅関連/ヴァウチャーシステム/コスタタウン</p> 																																					
	<p>料金プラン例</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">会員数 (加入従業員数)</th> <th rowspan="2">基本料金</th> <th colspan="2">通常プラン</th> </tr> <tr> <th>ゴールドコース (Bコース)</th> <th>スタンダードコース (Aコース)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1～10名</td> <td rowspan="4">無料 (2拠点めの登録より 1,000円/事業所)</td> <td>10,000円/月</td> <td>4,000円/月</td> </tr> <tr> <td>11～100名</td> <td>1,000円/1名毎加算</td> <td></td> </tr> <tr> <td>101～1,000名</td> <td>900円/1名毎加算</td> <td>350円/1名毎加算</td> </tr> <tr> <td>1,001名～</td> <td>800円/1名毎加算</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">会員数 (加入従業員数)</th> <th rowspan="2">基本料金</th> <th colspan="2">オーダーメイドプラン(補助金還元プラン)</th> </tr> <tr> <th>ゴールドコース (Bコース(固定費))</th> <th>スタンダードコース (Aコース(固定費))</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1～10名</td> <td rowspan="4">無料 (2拠点めの登録より 1,000円/事業所)</td> <td>10,000円/月</td> <td>4,000円/月</td> </tr> <tr> <td>11～100名</td> <td>600円/1名毎加算</td> <td></td> </tr> <tr> <td>101～1,000名</td> <td>500円/1名毎加算</td> <td>370円/1名毎加算</td> </tr> <tr> <td>1,001名～</td> <td>400円/1名毎加算</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>(株式会社ベネフィット・ワンホームページより)</p>	会員数 (加入従業員数)	基本料金	通常プラン		ゴールドコース (Bコース)	スタンダードコース (Aコース)	1～10名	無料 (2拠点めの登録より 1,000円/事業所)	10,000円/月	4,000円/月	11～100名	1,000円/1名毎加算		101～1,000名	900円/1名毎加算	350円/1名毎加算	1,001名～	800円/1名毎加算		会員数 (加入従業員数)	基本料金	オーダーメイドプラン(補助金還元プラン)		ゴールドコース (Bコース(固定費))	スタンダードコース (Aコース(固定費))	1～10名	無料 (2拠点めの登録より 1,000円/事業所)	10,000円/月	4,000円/月	11～100名	600円/1名毎加算		101～1,000名	500円/1名毎加算	370円/1名毎加算	1,001名～	400円/1名毎加算
会員数 (加入従業員数)	基本料金			通常プラン																																		
		ゴールドコース (Bコース)	スタンダードコース (Aコース)																																			
1～10名	無料 (2拠点めの登録より 1,000円/事業所)	10,000円/月	4,000円/月																																			
11～100名		1,000円/1名毎加算																																				
101～1,000名		900円/1名毎加算	350円/1名毎加算																																			
1,001名～		800円/1名毎加算																																				
会員数 (加入従業員数)	基本料金	オーダーメイドプラン(補助金還元プラン)																																				
		ゴールドコース (Bコース(固定費))	スタンダードコース (Aコース(固定費))																																			
1～10名	無料 (2拠点めの登録より 1,000円/事業所)	10,000円/月	4,000円/月																																			
11～100名		600円/1名毎加算																																				
101～1,000名		500円/1名毎加算	370円/1名毎加算																																			
1,001名～		400円/1名毎加算																																				
ガイド等の人材	-																																					
利用施設	ベネフィット・ワンが多数の保養所、リゾートホテル等と契約を結び、顧客企業の従業員が利用																																					
料金体系	入会費(従業員数によって変動) + 月会費																																					

応用方法 (イメージ)	・福利厚生代行会社等と協定を結び、企業向け保養所ガイドブック・パンフレット・ウェブ等の媒体で、森林セラピー提供地や事業に関する情報が提供されるようにする。
----------------	---

ホテル・リゾート(宿泊・施設利用の受け入れ)《事業タイプ2, 3の参考》

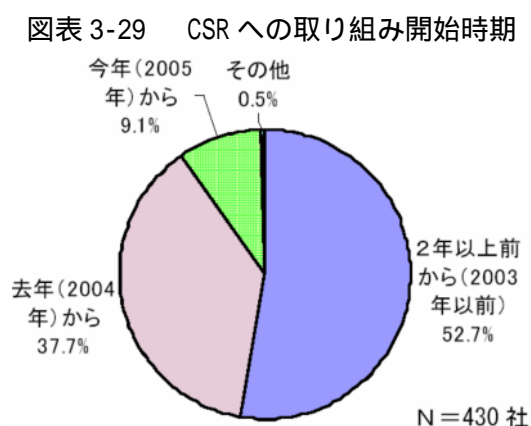
サービス名	休暇村の契約保養所制度
事業者	財団法人 休暇村協会
顧客対象	企業、健康保険組合
事業概要	<p>利用助成の形態</p> <p>利用助成券の発行を担当部課、健康保険組合等で事前に受ける方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・チェックイン時に利用助成券を出すと、対象となる契約金額が精算時に控除される。 <p>利用証明用紙の発行を担当部課、健康保険組合等で事前に受ける方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・チェックイン時に宿泊証明の用紙を出し、休暇村で利用証明を受け取る。 ・宿泊後、担当部課、健康保険組合等に利用証明を受けた用紙を出し、助成金額を受け取る。 <p>当日ご利用の領収書をもって後日担当窓口申請する方法</p> <p>多様なプログラム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各地の休暇村ごとに企画・実施されている多様な自然体験プログラムにも割引料金で参加することができる。 <p>以下、裏磐梯休暇村の自然体験プログラム(例)</p> <p>■ブナの巨樹街道を歩く 猫魔平</p>  <p>ブナの巨樹街道を歩く 猫魔平 期間 H19.1/13~H19.4/1(毎日) 時間 9:30~13:00 集合時間 9:15 集合場所 猫魔スキー場売店前 料金 3,675円 (中学生は1,680円)</p> <p>(財団法人休暇村協会ホームページより)</p>
ガイド等の人材	-
利用施設	全国 36 か所の休暇村
料金体系	企業、健康保険組合が協会と契約し、企業社員や健康保険組合員が割引料金で宿泊できる。
応用方法 (イメージ)	<ul style="list-style-type: none"> ・福利厚生メニューの一つとして、森林セラピー・プログラムの利用協定(参加費割引等)を結ぶ。 ・単独の森林セラピー提供地として、あるいは複数の森林セラピー提供地が連携して、企業・健康保険組合等と町内宿泊施設の利用協定を結び、宿泊者・来訪者に各種プログラムを提供する。

3 - 5 「企業の社会貢献活動」分野

3 - 5 - 1 企業・健康保険組合等を取り巻く状況

平成 17 年に(社)日本経団連が会員企業を対象として行ったアンケート調査では、CSR を冠した組織・委員会の設置やレポートの発行など、CSR を意識して活動している企業は、75.2%(430 社)という高い比率に達した。

企業の社会的責任(CSR)重視の動向 CSR という観点から社内的な取り組みを開始した時期については、「2 年以上前から(2003 年度以前)」が最も多く、過半数に達した。一方、37.7%(162 社)が「2004 年から」、9.1%(39 社)が「2005 年から」となり、取り組みが急速に拡大していることが明らかになっている。(図表 3-29)



出典) 社団法人日本経済団体連合会「CSR(企業の社会的責任)に関するアンケート調査結果」(平成 17 年)

企業の社会的責任(CSR)として、「環境」や「地域社会」への貢献が重要視

社団法人経済同友会が、2002 年と 2005 年に東証 1 部・2 部上場企業の経営者等を対象に行った企業の社会的責任(CSR)等に関する意識調査によると、社会的責任(CSR)に含まれる内容として、「地球環境の保護に貢献すること」と「所在する地域社会の発展に寄与すること」、「人権を尊重・保護すること」等が 2002 年と比較して 2005 年に大きく割合を伸ばした。(図表 3-30)

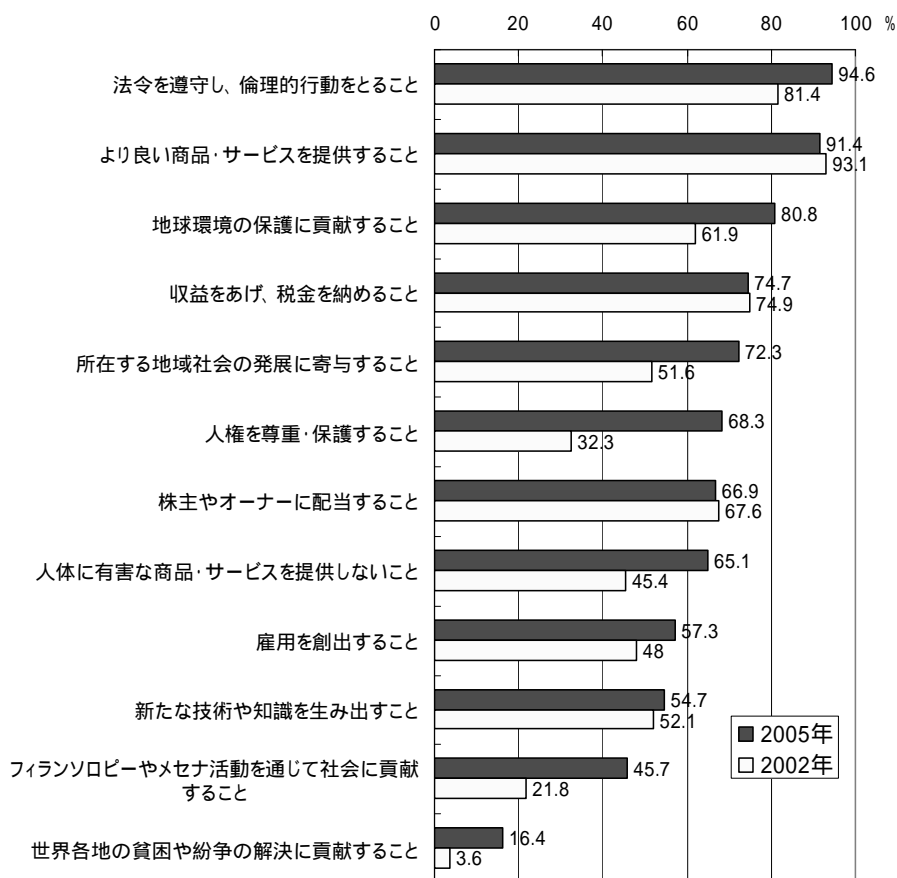
これは、「CSR」が一般化される中で、経済面(収益確保、配当、納税等)のみならず、「環境」「地域貢献」「労働者保護」なども企業が社会に対して責任を果たすべき領域であることが経営者間でも一般化しているといえる。

「企業の農山漁村地域での協力」に「良い印象を持つ」割合が国民の 8 割強

内閣府「都市と農山漁村の共生・対流に関する世論調査」によると、国民の「企業の農山漁村地域での協力」に対する印象については、8 割強が「良い印象を持つ」(84.3%)と回答する傾向が見られた。(図表 3-31)

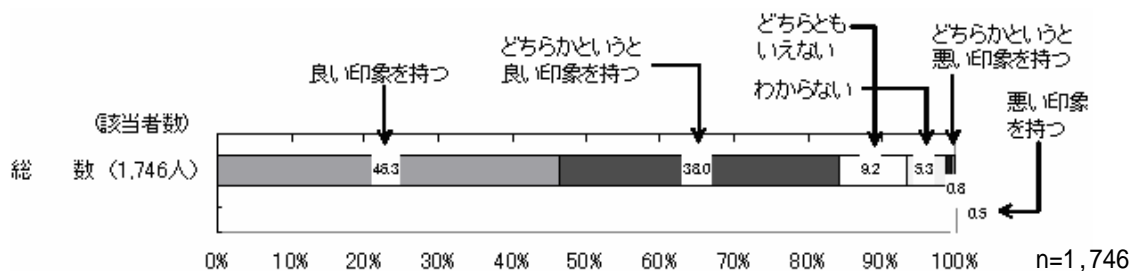
また、企業の農山漁村に関する協力のうち、どれに対する協力が社会貢献と感じるか聞いたところ、「植林・間伐など、森林を守る活動」を挙げた者の割合が 59.3%と最も高く、以下、「水辺環境の保全活動(河川、湖沼)」「耕作放棄された農地などの再生活動」(41.8%)と続いており、森林の整備・保全に係る活動に対して、高い期待が向けられていることが明らかになった。

図表 3-30 企業経営者が考える、社会的責任に含まれる内容



出典) 社団法人経済同友会「企業の社会的責任(CSR)に関する経営者意識調査結果」(平成16年)

図表 3-31 企業の農山漁村地域での協力に対する印象

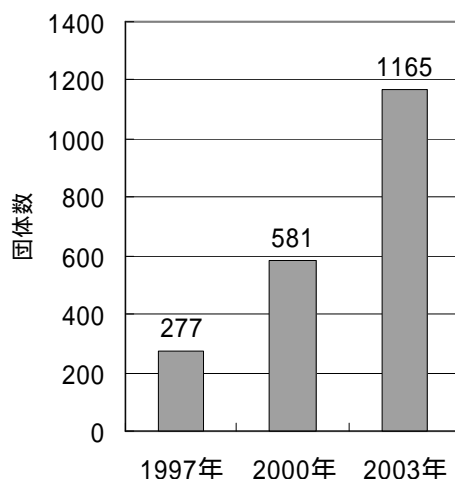


出典) 内閣府「都市と農山漁村の共生・対流に関する世論調査」(平成17年)

「森林ボランティア活動」実施団体、参加者数いずれも、増大傾向

森林ボランティア団体数は、活動団体に直接国の支援が始まった平成9年の277団体から、平成12年には581団体、平成15年には1165団体へと急増している。また、活動者数は約10~20万人と推計されるなど、社会的にも地域の里山や上流域の森林保全へ参加する市民運動は大きな拡がりを見せている。

図表 3-32 森林ボランティア団体の団体数



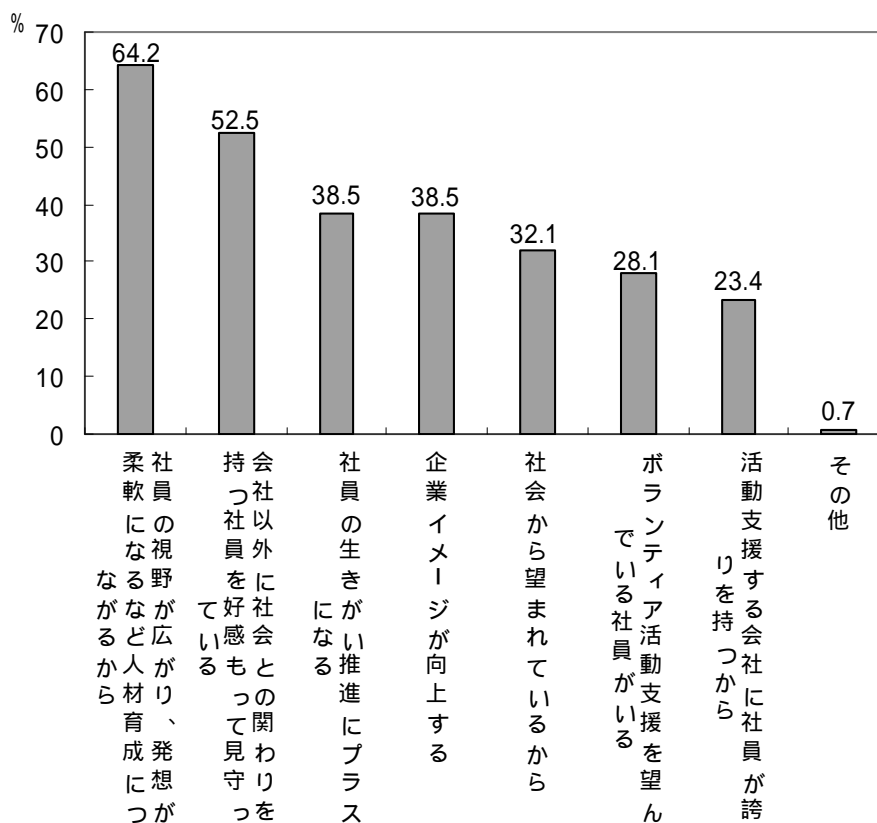
出典) 林野庁森林保全課「森林づくり活動についてのアンケート集計結果」(平成 16 年)

3 - 5 - 2 企業・健康保険組合等のニーズ

3 割の企業が従業員のボランティア活動を「人材育成」等の目的で支援い

財団法人さわやか福祉財団による企業への調査によると、従業員のボランティア活動に対して、「何らかの形で支援している」企業は 32.4%であった。その理由としては、「社員の視野が広がり、発想が柔軟になるなど、人材育成につながるから」が最も多かった。

図表 3-33 社員のボランティア活動支援を支援する理由



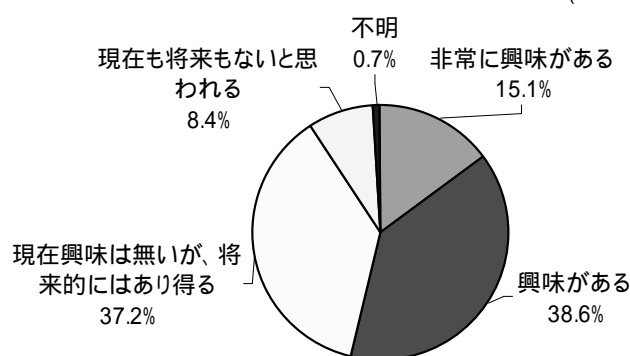
出典) 財団法人さわやか福祉財団「勤ばら新創刊第 2 号」(平成 16 年 9 月)

将来を含めると91%の企業が「企業の森づくり」への興味・関心

(社)国土緑化推進機構による従業員1,000人以上の企業を対象としたアンケート調査によると、企業の森づくりに「非常に興味がある」と回答した企業が15.1%、「興味がある」と回答した企業は38.6%であり、半数以上の企業が企業の森づくりに関して積極的な興味・関心を持っている傾向がみられた。また、将来を含めると、90.5%の企業が興味・関心を持っており、今後の多様な取組の胎動が期待されることが明らかになった。

図表 3-34 企業の森づくりへの興味・関心 (単数回答)

(n=285)

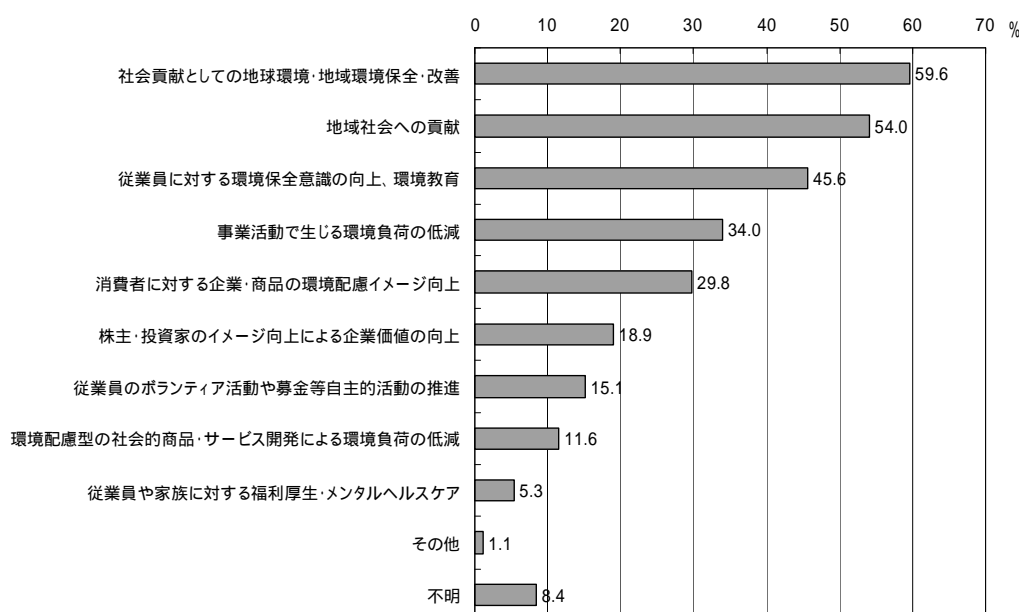


出典) (社)国土緑化推進機構『「企業の森づくり」に係るアンケート調査結果』(平成18年)

「企業の森づくり」へ取り組む目的は、環境貢献や地域貢献、従業員等の環境教育が多い

今後新たに、または拡充して「企業の森づくり」に取り組む場合に実現したい取り組みについて質問したところ、「社会貢献としての地球環境・地域環境保全・改善(事業活動と直接関係は薄い要素)」と回答した企業が約6割と最も高かった。次いで、「地域社会への貢献(地域づくり、子どもの育成等)」(54.0%)、「従業員に対する環境保全意識の向上、環境教育」(45.6%)であった。

図表 3-35 今後新たに、または拡充して「企業の森づくり」に取り組む場合、実現したい目的



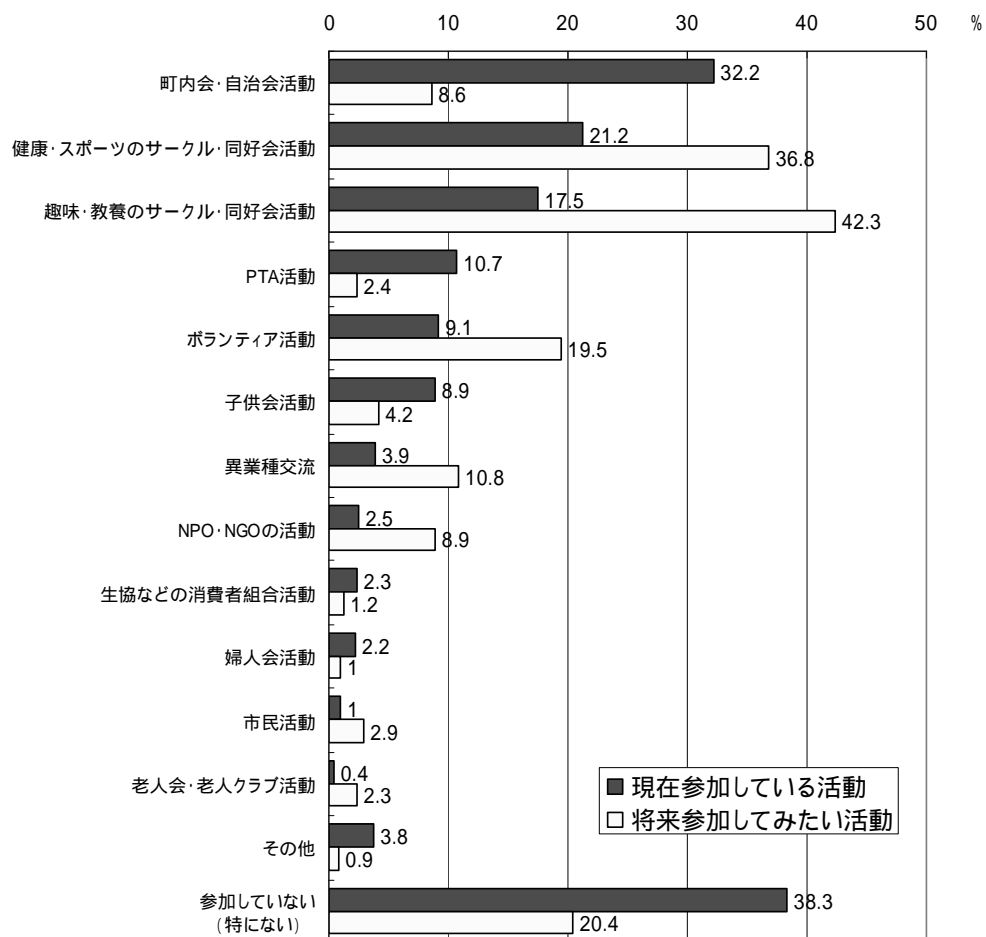
出典) (社)国土緑化推進機構『「企業の森づくり」に係るアンケート調査結果』(平成18年)

3 - 5 - 3 従業員・組合員等のニーズ

「趣味・教養」や「健康・スポーツ」のサークル・同好会活動への参加意向が高い

(財)さわやか福祉財団勤労者マルチライフ支援センターが行った、企業の地域活動・社会活動への参加状況と参加意向に関する調査によると、企業の従業員は、「趣味・教養のサークル・同好会活動」や「健康・スポーツのサークル・同好会活動」への参加意向が高い傾向にあった。

図表 3-36 地域活動・社会活動への参加状況と参加意向



出典) 財団法人さわやか福祉財団「勤ばら新創刊第2号」(平成16年)

(参考) 関連動向

制度名称	概要	実績
林野庁「法人の森林」制度	国有林において、企業、団体等の法人が社会貢献活動として、国土の保全や生活環境を保全と、森林資源の造成を図ることを目指して、分収林契約により森林づくりに参画する制度	累計 399 箇所、1,864ha (平成4~16年度)
林野庁「森林づくり社会貢献活動推進事業」	森林づくりのための情報提供、森林づくり活動の計画・立案、森林づくりによる二酸化炭素固定量などの社会貢献活動評価などの支援を行い、企業の参加による森林づくりを推進する。	平成17年度創設10箇所
都道府県「企業の森づくり」各種制度	「企業の森づくり」の受入に係る制度及び事業等の実態としては、20都道府県、26制度(平成18年度まで)がある。うち、半数の13制度は平成17年以降に創設された枠組み。	平成17年度までの実績として101件

3 - 5 - 4 小括 ~ 森林を活用した健康・癒しのサービス構築の視点 ~

企業の社会貢献活動と関連して森林を活用した健康・癒しのサービスの提供を検討する際には、既往の「企業の森づくり」が従業員等の環境保全意識の醸成や社員の環境教育としての役割が期待されていることから、同様に従業員等の健康づくりに対する意識の醸成や、社員の健康教育としての役割を付加した取組みとして、新たなニーズの開拓の余地が大きいと考えられる。

また、既往の「企業の森づくり」の取組みでは、従業員等の継続的な参加意欲を担保することが課題として指摘されており、従業員にとっての直接的な参加のメリットを感じることができる「健康づくり」を強調することは効果的であると推察される。特に、環境保全活動が社会一般に幅広く浸透している英国では、近年「グリーンジム」として健康づくりの一環として環境保全活動を行う取組みも飛躍的に普及していると言われており、このような観点からの活動参加を奨励することも期待される。

また、「企業の森づくり」の取組みを推進する際に、社会貢献として寄付名目で経費を計上する際に従業員及び株主等の理解を得ることが難しい場合も少なくないことが指摘されている。その為、従業員等の健康づくりを視野に入れた活動とすることで、生産性の向上等を加味した取組みとして従業員及び株主等の理解を得て、企業等の経費捻出が容易とすること等の取組みが期待される。

3 - 5 - 5 事業タイプ(例)

「企業の森づくり」を既往の環境貢献としての取組みに加えて、従業員の健康づくりという側面を強調することで、従業員の自発的な参加や、新たな「企業の森づくり」の取組みを拡大することを想定し、以下の3つのタイプの取組みが想定される。



タイプ1 企業内の社会貢献部署等から、社内報やイントラネットを經由して、あるいはボランティアサークル等に対して、リフレッシュや健康づくりとして森林セラピー（癒し）の森づくりに資する森林ボランティアの活動情報等として紹介してもらう。
《連携》「領域 : 社員教育・研修」と連動した取組みも想定される。

タイプ2 企業や労働組合等の従業員・組合員及びその家族等を対象として、リフレッシュや健康づくりに資する森林セラピー（癒し）の森づくりに資する体験イベント・教室等の実施を提案し、定期的な受入を行う。
《連携》「領域 : 社員教育・研修」「領域 : 心と身体の健康づくり」と連動した取組みも想定される。


タイプ3 従業員や組合員とその家族及び地域住民等の健康づくりという観点で、地域貢献や社会貢献としての、森林セラピー（癒し）の森づくりのために、「企業の森づくり」としての利用・管理協定等を締結し、かつ従業員やその家族、及び地域住民等向けに各種プログラムを実施する。
《連携》「領域 : 社員教育・研修」「領域 : 心と身体の健康づくり」と連動した取組みも想定される。

3 - 5 - 6 参考事例

社会的責任としての森づくり+社員研修での森林体験プログラム《事業タイプ2, 3の参考》

取組名	企業の森づくり(うち、研修は新入社員研修での森林体験プログラム)
事業者	株式会社 サントリー
顧客対象	従業員及びその家族、及び地域住民(うち、研修は企業新入社員 100人)
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・良質の水を自然界へ還元することは、水を使う企業としての社会的責任と考え、工場で使用する水収支の均衡という観点で工場上流域の森林整備に着手。 ・熊本・阿蘇では、新規工場設置と併せて「天然水の森づくり」に着手し、102haを60年間の協定締結。(工場設置に係る環境保全経費として捻出) ・従業員やその家族等への環境教育として従業員の参加を促進すると共に、新入社員約100人による林業体験(道づくり、枝打ち)を実施。 ・併せて「森と水の学校」を開校し、年間約1,400人に対して環境教育を実施。 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>水と森を育む活動</p> <p>2003年7月に開設から始まった活動は、毎年7割増の森づくりに取り組んでいます。</p> <p>※活動場所はリゾットと詳しい情報をご覧ください。</p> </div>  </div> <p>(株式会社サントリーホームページより)</p>
ガイド等人材	九州森林管理局、森林インストラクター等(うち研修は九州森林管理局の指導)
利用施設	阿蘇「天然水の森」(国有林、林野庁の「法人の森林」制度で60年契約)
料金体系	なし(サントリーの自主事業)
応用方法 (イメージ)	・既に協定を締結している企業、まだ締結していない企業に関わらず、企業を対象として、森林作業や森林セラピーの体験イベントを実施する。

森林所有者、地域住民、地元企業等による森づくり《事業タイプ3の参考》

取組名	西山森林整備推進協議会による森林整備
事業者	京都府長岡京市、西山森林整備推進協議会
顧客対象	京都府及び長岡京市、森林所有者、地域住民、学識経験者、ボランティア、地元企業が対等な関係で参加
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・2005年5月、京都府及び長岡京市、森林所有者、地域住民、学識経験者、ボランティア、地元企業が「西山森林整備推進協議会」を設立。同協議会は、京都府長岡京市西部に位置する丘陵地・西山の森林を、関係者が協働・連携し保全・整備に取り組んでいる。 ・西山森林整備推進協議会主催の森林ボランティア行事には、協議会のメンバー企業の社員や家族がボランティアとして参加している。  <p>(西山森林整備推進協議会ホームページより)</p>
ガイド等人材	-
利用施設	長岡京市西部に位置する丘陵地・西山の森林(固定フィールド)
料金体系	-
応用方法 (イメージ)	<ul style="list-style-type: none"> ・地元自治体もしくは個人所有者と企業間で、森林の利用・管理等の協定を結び、地域貢献や社会貢献に加え、従業員や地域住民の健康増進にも資する森づくり(「癒しの森づくり」)を行う。