

『共に「SDGs/フォレスト・サポート」チャンネル』
（「森林保全 × 企業SDGs × 一般市民」でCO2削減）
概略説明書(VER.4.1)



葉倉峰雄
（フォレスト・サポート・プロジェクト 代表）

提案者のバックボーン

- ・提案者は、出版社勤務後独立し、出版社を設立。出版事業と並行して、マーケティング支援事業を推進。そのマーケティング事業の拡大モデルとして、「事業の売り」の強化支援をする事業(オンリー腕力発見メソッド)を展開する(日本USP協会創立)。
- ・並行して、マーケティング支援だけではなく、複数の企業が参画できるプラットフォーム事業を研究・実現してきた。出版事業推進の流れで、もともとSDGs推進支援に事業に強い関心を持っていたため、下記事業等を進める中、本モデルを発想、研究、企画構築中である。

- SDGs関連で、具現化した(しつつある)モデル
- ・リボーンプロジェクト(ファクトリーロス削減と、一般人の手作り志向、物を大切にするライフスタイルなどを結びつける事業)
- ・次世代向けSDGsチャンネル(企業SDGsコンテンツを学校授業にコーディネートする事業)
- ・アップサイクル・プラットフォーム(企業から出てくる端材を、事業として活用できる企業を結びつけるマッチングポータル)

- 川崎市SDGsプラットフォームの分科会として、「フォレスト・サポート・プロジェクト」を設立、運営中。同分科会メンバーの知見を結集して、本モデルの構築、運営を目指す。

The image displays three screenshots of the '川崎市SDGsプラットフォーム' (City of Kawasaki SDGs Platform) website, specifically focusing on different sub-committee pages.

Top Screenshot: 「端材「新」活用研究会」分科会
 This page is for the '端材「新」活用研究会' (End Material 'New' Utilization Research Committee). It features a header with the committee name and a '2022年度設置' (Established in FY2022) badge. The main content area includes a '分科会長 (事業者・団体名)' (Sub-committee Chairman (Business/Group Name)) section with 'NPO法人地域学習プラットフォーム研究会 関東ブロック連絡会' (NPO Regional Learning Platform Research Association Kanto Block Liaison). Below this is a '設立目的・趣旨・概要' (Purpose, Aims, and Overview) section. The '活動計画・活動内容' (Activity Plan and Content) section details a plan to promote end material utilization and a list of activities including data collection, case studies, and research. A '募集したいパートナー' (Partners to be Recruited) section lists local manufacturing and processing companies. A '参加メンバー' (Participating Members) section lists the NPO and its representative.

Middle Screenshot: 「次世代向けSDGsチャンネル」分科会
 This page is for the '次世代向けSDGsチャンネル' (SDGs Channel for the Next Generation). It features a header with the committee name and a '2022年度設置' (Established in FY2022) badge. The main content area includes a '分科会長 (事業者・団体名)' (Sub-committee Chairman (Business/Group Name)) section with '株式会社JTB 川崎支店' (JTB Co., Ltd. Kawasaki Branch). Below this is a '設立目的・趣旨・概要' (Purpose, Aims, and Overview) section. The '活動計画・活動内容' (Activity Plan and Content) section details a plan to provide SDGs content for schools and a list of activities including content provision, collection, and workshops. A '募集したいパートナー' (Partners to be Recruited) section lists schools and educational institutions. A '参加メンバー' (Participating Members) section lists JTB and its representative.

Bottom Screenshot: 「フォレスト・サポート・プロジェクト」分科会
 This page is for the 'フォレスト・サポート・プロジェクト' (Forest Support Project). It features a header with the committee name and a '2024年度設置' (Established in FY2024) badge. The main content area includes a '分科会長 (事業者・団体名)' (Sub-committee Chairman (Business/Group Name)) section with 'NPO法人地域学習プラットフォーム研究会 関東ブロック連絡会' (NPO Regional Learning Platform Research Association Kanto Block Liaison). Below this is a '設立目的・趣旨・概要' (Purpose, Aims, and Overview) section. The '活動計画・活動内容' (Activity Plan and Content) section details a plan to promote forest conservation and a list of activities including surveys, public relations, and seminars. A '募集したいパートナー' (Partners to be Recruited) section lists companies and organizations interested in forest conservation. A '参加メンバー' (Participating Members) section lists the NPO and its representative.



モデル概略

●基本コンセプト

- ・森林保全活動を推進・支援する企業等を支援する仕組み/システムの提供

●WHY?(なぜ、やるのか)

- ・SDGs推進活動(とりわけ、森林保全等)の支援・強化のために実現する。

●WHO?(誰に対して、やるのか)

- ・コンシューマーを対象にした消費財の生産/販売等、サービス業務等の提供を手掛けている中小企業に対して実現する。開発段階では、大手企業とのソリューション連携も実現する。

●WHAT?(何を提供するのか)

- ・一般人を巻き込んだ活動を実現させるための企画立案や集客等広報手段等に関する課題解決支援のプラットフォームシステム、市場開拓ノウハウ等の提供、運用サポートの実施。

●HOW?(どのように実現するか)

- ・地域メディア企業(新聞社等)等との「事業連携」により事業実現。地域自治体、地域金融機関、地域経済団体等との連携も実現する。

事業背景①

○なぜ、企業において、SDGs推進が進まないのか。

- ・企業の約7割がSDGsに取り組むことで「企業イメージ」を向上させたいと考えているが、推進のハードルは「リソース不足」と「ノウハウ不足」が明確になった。(株式会社月刊総務調査(2023年1月16日、「SDGsについての調査」)

- ・同調査にでは、「SDGsに取り組んでいない」という企業に「取り組んでいない理由」として、「人手(パワー)がない」と「何から始めたらよいかわからない」がともに4割以上で、以降には「経営者の理解が得られない」や「必要性を感じない」が共に2割以上で続いた。全ての対象者に「SDGsに取り組む上での課題」を調査すると、1位は「取り組みを社内に浸透させるのが難しい」で56%が回答した。2位は「事業をSDGsと結びつけるのが難しい」の48.3%となり、3位は「取り組みを社外にアピールするのが難しい」の32.8%が続いた。

- ・上記の背景としては、SDGs活動が「経費」的な扱いになっているため、その活動自体において、質・量共に拡大性が望めないという現実が考えられる。また、当該活動を社内だけで実施し、その成果を公開しているだけでは、社内外的な「共感」を得にくいいため、積極的活動になっていないと考えられる。

事業背景②

○SDGs活動の推進、ESG経営として、森林保全活動に焦点を当て、社内外で展開する意味・意義とは？

・ESG経営の切っ掛け作り(初期ステップ)として、企業、社員、社会市民等の「最大公約数」的なテーマであるCO2削減に焦点を当て、その効果が期待される森林保全・育成活動を、企業が主体になり、社員、一般市民と「協働」で展開する活動によって、社内外を巻き込んだ、より積極的な、建設的な「経営戦略」(「リスク」ではなく「生産」活動)であると考えられる。

・現在、森林保全・育成活動は、森林関係者(森林組合、森林保有者等)や、「企業の森」づくりなど一部大手企業での「努力、取組」に依存しているのが現状である。

森林関係者は後継問題など今後の展望に課題があり、また、国内企業の約99.7%を占める中小企業は約419.8万社である。こうした中小企業が森林関係者と連携しながら、かつ、一般市民を巻き込んだSDGs推進や森林保全活動を推進することで、社内外の「共感」を得つつ、国内での森林保全・育成活動が強化され、その結果、CO2削減につながるものとする。

・中小企業での導入メリットとしては-----。

SDGs活動の新たな「出口」「交流機会」(次世代層との交流)の創出

実施企業の自社ブランドの強化、イメージアップ

「潜在顧客」獲得

ESG経営の推進

解決すべき課題は何？

現状の課題



解決策は？ 本モデルのコンセプト

現状の課題

一部の大手企業が、森林組合等に「寄付」など形で支援しているが、「人」「モノ」「金」等を投入できないほとんどの中小企業は、森林保全を支援できていない。



課題解決策(本モデルの価値)



中小企業が、多くの共感者と共に、森林保全活動ができる仕組みを提供する

『共に「フォレスト・サポート」チャンネル』
('森林保全×個人'
マッチングポータル)

共感者/個人



中小企業



地域メディア企業等



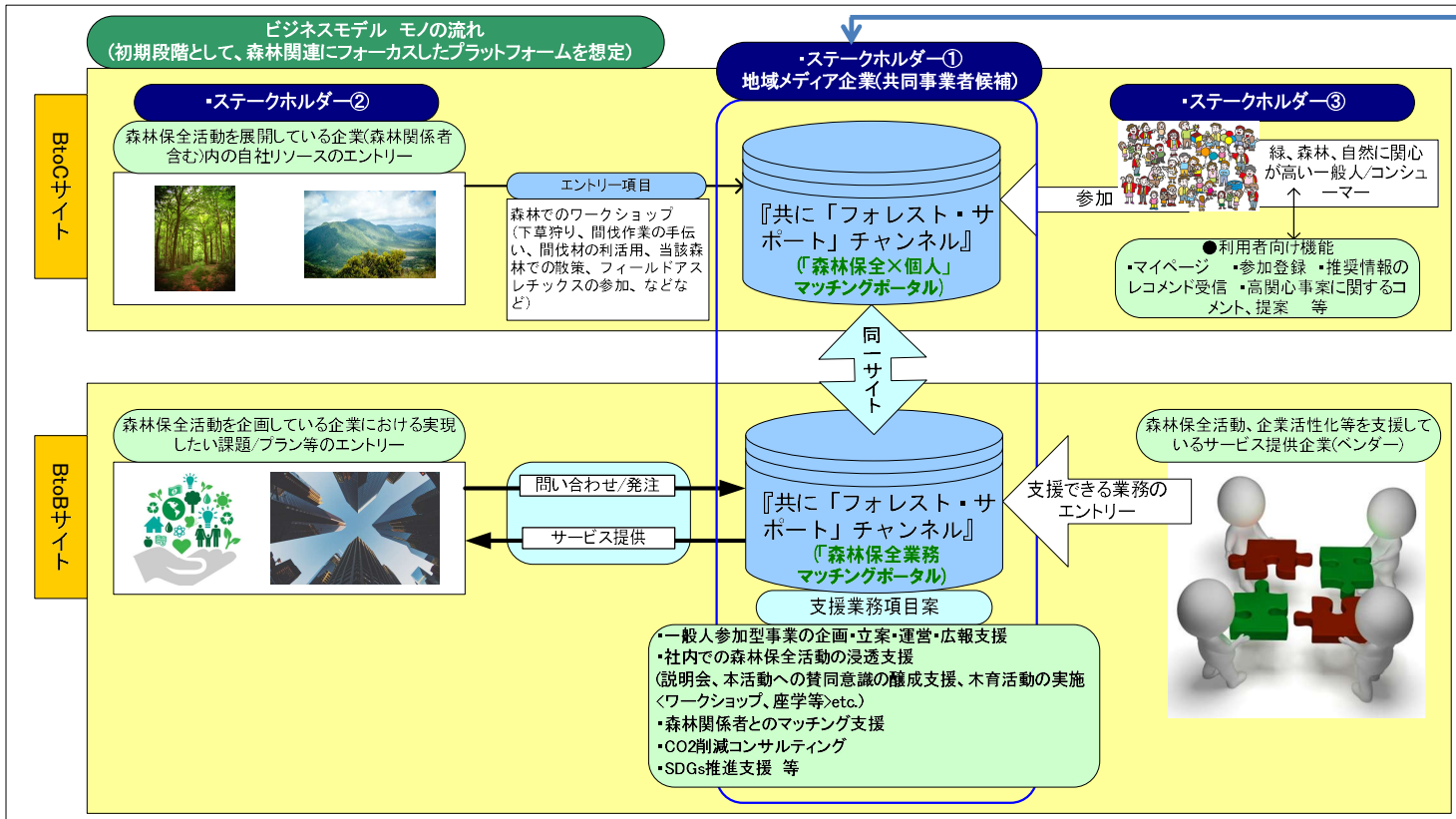
提供/共同事業化



●我々が提供する新規事業モデル

- ・森林組合や大手一部の企業の「保全活動」に依存するのではなく、「中小企業」でも取り組めるよう、「一般人(共感者)」との「協働活動」を実現・支援するプラットフォーム『共に「SDGs/フォレスト・サポート」チャンネル』システムを、
「情報収集」「情報発信」等の「ハブ」機能を持つ地域メディア企業と事業連携しながら、中小企業、共感者(緑、森林、自然に関心が高い一般人/コンシューマー)に提供することで、森林保全・育成活動の推進を支援していく。
- ・収益構造としては、顧客企業が、当該プラットフォームへの登録を実施しやすいように、一般人を絡めた当該活動の企画から、社内体制の構築、広報、事後報告など、連続性を持った「業務フロー」ごとのサービスを用意しておき、その工程ごとに、事案受託を実現する。

解決策のサービス・製品内容は?



提供するシステム/ノウハウ

・連携企業(メディア企業等)に対して、当該プラットフォームシステムを提供する。
デザイン・機能等のカスタマイズや、運用サポート等も実施する。

・併せて連携企業に対して、顧客企業開拓、一般人参加者開拓等のノウハウ・運用サポートを実施する。

■基本システム概略

・全体説明ページ ・イベント案内 ・新着情報 ・活動報告 ・課題解決ナビ ・協力団体(課題支援マッチング) ・お問合せ ・掲載記事アーカイブ・出前授業申込等

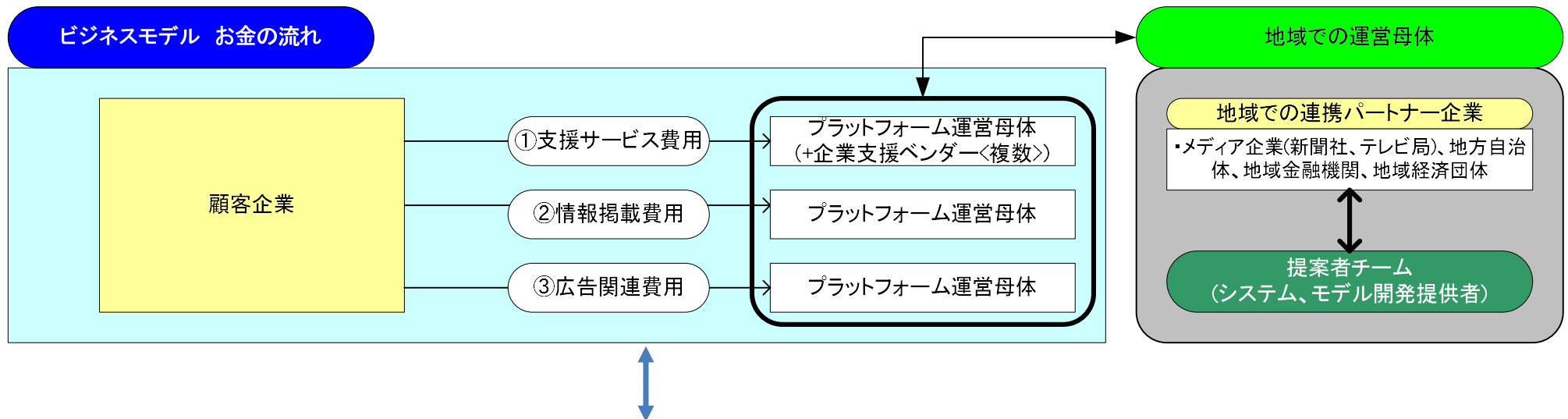
■収益の源泉

・「収益構造」としては、顧客企業が、一般人を絡めたSDGs活動の企画から、社内体制の構築、広報、事後報告など、連続性を持った「業務フロー」ごとのサービスを用意しておき、その工程ごとに、事案受託による売上等を想定する。

・一般参加者に向けた広告、情報提供等に関する収益構造も構築する。

・収益に関しては、連携先のメディア企業等との関わり方によって、協議・決定する。

ビジネスモデルは？



- ・「収益構造」としては、顧客企業が、一般人を絡めたSDGs活動の企画から、社内体制の構築、広報、事後報告など、連続性を持った「業務フロー」ごとのサービスを用意しておき、その工程ごとに、事案受託による売上等を想定する。
- ・一般参加者に向けた広告、情報提供等に関する収益構造も構築する。
- ・収益に関しては、連携先のメディア企業等との関わり方によって、協議・決定する。

企業における本システム活用メリット

○企業が本プラットフォーム『共に「SDGs/フォレスト・サポート」チャンネル』を利用する意味、メリットは何か？

・本プラットフォームは、二重構造になっている。

一つは、企業の活動プラン/企画等のエントリー機能とそのイベント等に参加したい一般市民がエントリーする機能、マッチング機能等を備えたBtoCサイトである。

・もう一つは、顧客企業が自社イベント等を実現するまでの支援に関する問い合わせできる機能と、各支援業務/プロセス等においてシステム/サービスを提供できる企業(ベンダー)における自社サービスをエントリーする機能、更に、前記両者をマッチングさせる機能等を備えたBtoBサイトである。

・具体的な受発注ができる項目としては、以下に示す。

・一般人参加型事業の企画・立案・運営・広報支援、

・社内での森林保全活動の浸透支援(説明会、本活動への賛同意識の醸成支援、木育活動の実施<ワークショップ、座学等>etc.)

・森林関係者とのマッチング支援

・CO2削減コンサルティング

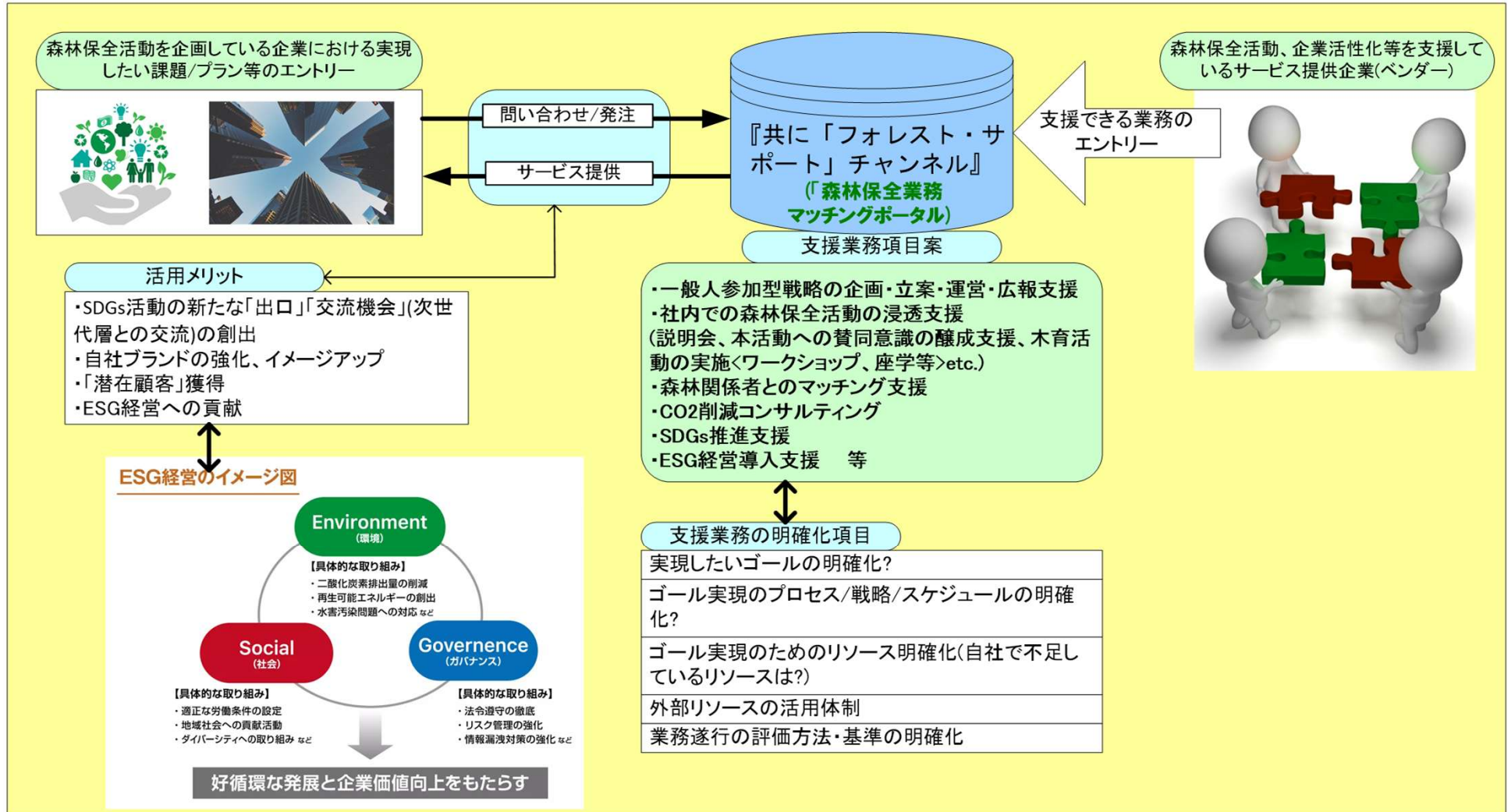
・SDGs推進支援

・ESG経営等

(上記サービスを業務フローごとに、条件・選択肢等を設定し、一貫通貫の効果的支援体制を実現するシステムである)

◇上記機能を完備した当該プラットフォームを利用することで、一般市民を巻き込んだSDGs活動の企画・運営・広報等を、自社内リソースだけでゼロから構築・運営するために要する「時間」「労力」「費用」等を削減できる。

顧客企業の導入メリットは？



市場はある？1（SDGs関連全体）

■市場の規模

・デロイトトーマツコンサルティング合同会社(DTC)が2017年12月に、SDGs(持続可能な開発目標)の目標がすべて達成された場合、全目標の総累計は3500兆円以上(各目標間の重複を含む)という計算データを発表した。



参考: 主要製品の市場規模(2017年)

- 自動車: 約510兆円
- 鉄鋼: 90兆円
- 半導体: 40兆円
- テレビ: 10兆円

*出所: Statista, OICA, 経産省

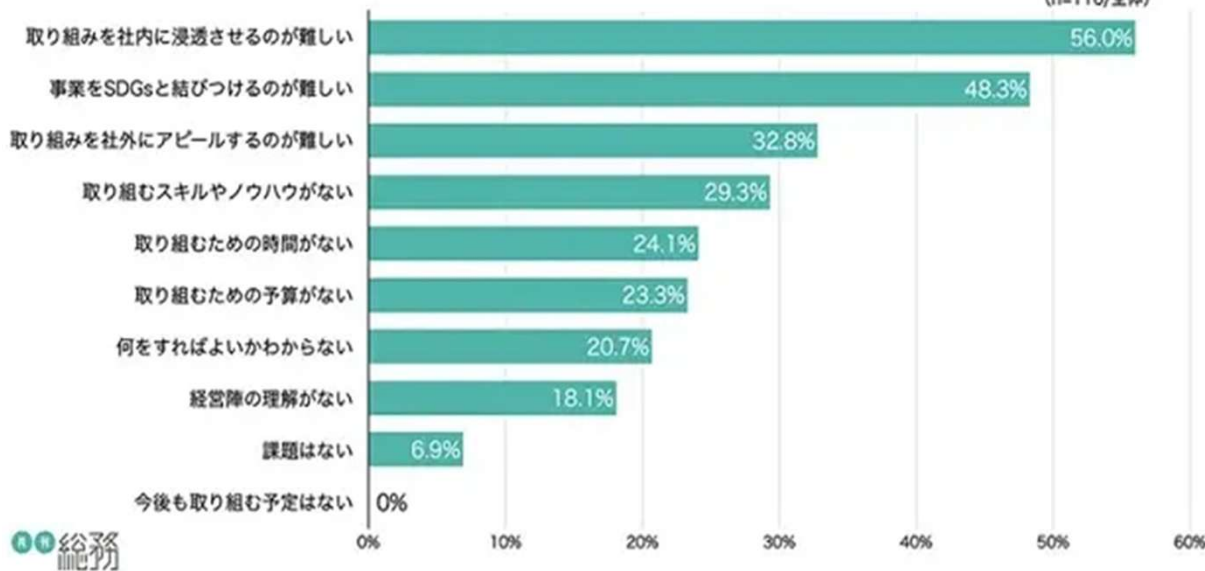
市場はある？2（ターゲットのセグメント）

■主なターゲット

- ・エンドユーザー(コンシューマーを対象にした消費財の生産/販売等、サービス業務等の提供を手掛けている中小企業)
- ・顧客企業の課題(共感者を絡めた施策の企画・運営・広報等にマンパワーが割けない/ノウハウがない/当該活動に割ける資金がない)

SDGsに取り組む上での課題を教えてください。

(n=116/全体)



約7割がSDGsに取り組むことで「企業イメージ」を向上させたいと考えているが、
推進のハードルは「リソース不足」と「ノウハウ不足」が明確に

○TAM(獲得できる可能性のある最大の市場規模)

基本的な顧客対象者を中小企業と設定すると、2024年の中小企業数は約121万社(経産省)。SDGsに取り組んでいる割合は69.8%(月刊総務調べ)だが、具体的なゴール等を定めていない割合は51.9%に上る。(この層が、具体的対象者と想定する)

(参考数字として、SDGsに取り組んでいない企業に対し、取り組んでいない理由を尋ねたところ、「人手がない」と「何から始めたらよいかかわからない」が45.8%で最多となった。この部分をケアするのが本事業と想定する)上記割合を数字に落とし込むと、

・48.7万社(121万×0.7)

・TAMとして、48.7万社×0.52=25.3万社 と想定する

○SAM(顧客としてアプローチできる最大の市場規模)

地域メディアと連携することを前提に、上記TAMの8割にアプローチできるとして----

・SAMは、25.3万社×0.8=20.2万社 と想定する

○SOM(実獲にアプローチして獲得できる市場規模)

上記前提と同じとして上記SAMにおける3割を顧客として獲得できるとして----

・SOMは、20.2万社×0.3=6社 と想定する。

○数値規模

・一社平均の年間業務受託費用を20万円として、総額は121.2億円と算出できる。

市場分析

SDGsの達成は企業規模の大小、業種等を問わず、世界的課題になっているが、当該活動を社内だけで実施し、その成果を共有しているだけでは、社内外的「共感」を得にくい。また当該活動が「経費」的な扱いになっているため、その活動自体に広がり、拡大性が望めない。

そこで、当該活動を、社外の一般人(潜在的共感者/ファン。以下、共感者と記す)を絡めた協働活動、共感の共有を図るマーケティング手法として位置付けることで、より積極的な、建設的な「戦略」として、全社一丸での取組とすることができる。

とりわけ、CO2削減に効果がある森林保全・育成活動は、森林関係者(森林組合、森林保有者等)の努力、取組に依存しているだけでは、地球温暖化防止の実現はなかなか進まない。

そこで、企業規模の大小、業種等を問わず、企業経営者は、森林保全・育成活動を「自分事」として取り組む必要がある。一部、「企業の森」づくりなど、大手企業単独で実施している事例は存在するが、国内における大企業以外の中小企業は約99.7%で、およそ419.8万社であり、こうした中小企業が、SDGs推進や森林保全活動を推進することで、森林保全・育成活動が強化され、その結果、CO2削減につながるものとする。

また、本事業の実現性を高めるために、地域メディア企業との共同事業化のモデルを構想した。全国のメディア企業との連携(システム提供、運用サポート等)により、企業、共感者を巻き込んだ新しい価値を創出できると考えた。

一方、株式会社月刊総務調査(2023年1月16日、「SDGsについての調査」)によると、約7割がSDGsに取り組むことで「企業イメージ」を向上させたいと考えているが、推進のハードルは「リソース不足」と「ノウハウ不足」が明確になった。

同調査には、「SDGsに取り組んでいない」という企業に「取り組んでいない理由」として、「人手(パワー)がない」と「何から始めたらよいかわからない」がともに4割以上で、以降には「経営者の理解が得られない」や「必要性を感じない」が共に2割以上で続いた。全ての対象者に「SDGsに取り組む上での課題」を調査すると、1位は「取り組みを社内に浸透させるのが難しい」で56%が回答した。2位は「事業をSDGsと結びつけるのが難しい」の48.3%となり、3位は「取り組みを社外にアピールするのが難しい」の32.8%が続いた。

・上記データが示すように、企業におけるSDGs推進の機運が高まる一方で、「リソース不足」と「ノウハウ不足」という課題があぶりだされた。

そこでこの課題解決策として、「共感者と連携できる企業におけるSDGs/森林保全活動等をエントリー・マッチング/支援」に特化した専門ソリューション(本事業)を新たに提供することで、導入企業のメリットが発生すると考える。

つまり、社内だけで展開するのではなく、社内外人材を絡めた活動として展開することで、SDGs活動の新たな「出口」「交流機会」(次世代層との交流)の創出、実施企業の自社ブランドの強化、イメージアップ、「潜在顧客」獲得につなげることができる「生産」活動として位置付け、同活動の推進力を強化できるものとする。

収益性は？ 拡大戦略案

弊 社

連携企業

地域メディア企業/地域企業/自治体/金融機関/経済団体等

・御社事業
or
・御社との共同事業

SDGs推進支援事業

- 本モデルの提供・運営支援
- 本モデルの市場開拓戦略の提供・運営支援(調査・報告、セミナー、カンファレンス、展示会等の運営等含む)
- 本事業賛同企業への広報支援事業の提案 etc. カスタマイズで対応

各地域の団体/企業等と連携し、全国展開を準備中

一地区での実現
(プロトタイプ)

地方創生SDGsプラットフォーム

森林環境譲与税

地域自治体

信用金庫

経済団体(商工会等)

横展開
全国での実現化

初期段階での活用

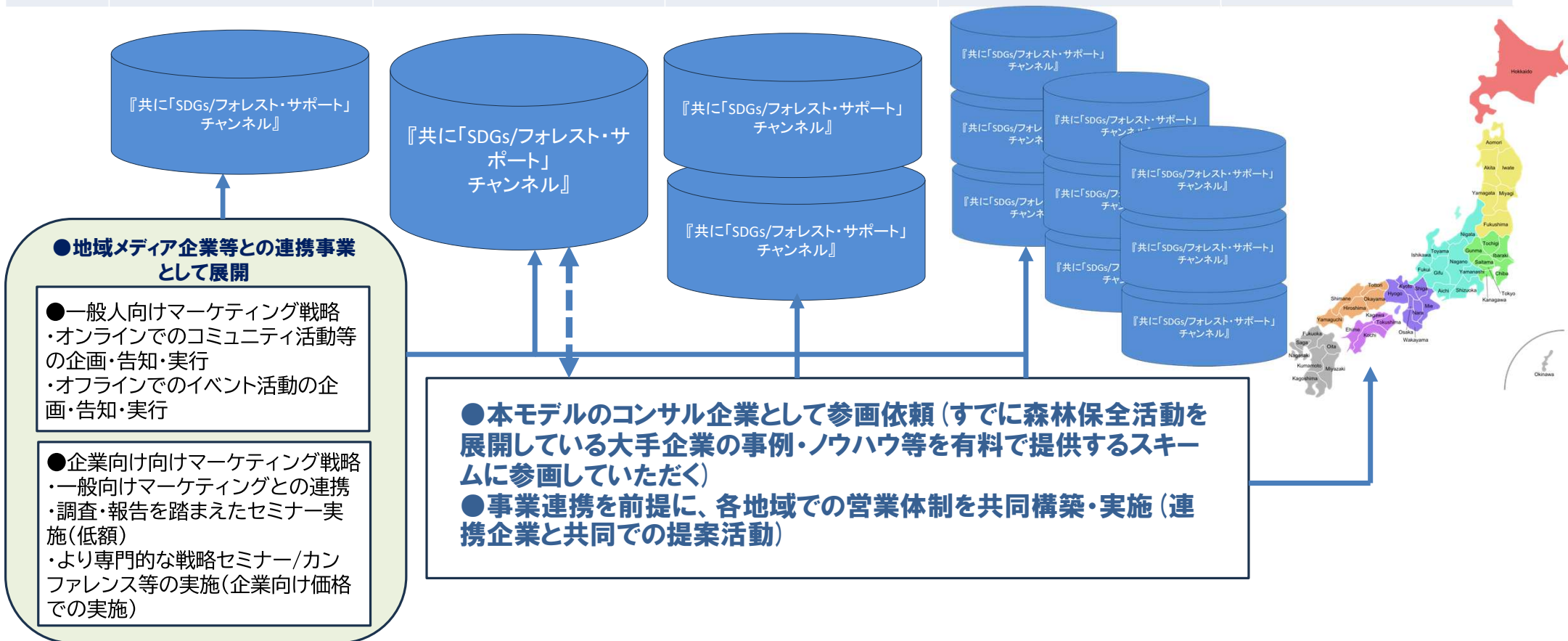
(参考)森林環境譲与税

国民の皆様から納税いただいた森林環境税は、国を通じて森林環境譲与税として全国全ての市町村と都道府県に配分され、森林整備やその促進のための取組に活用されます



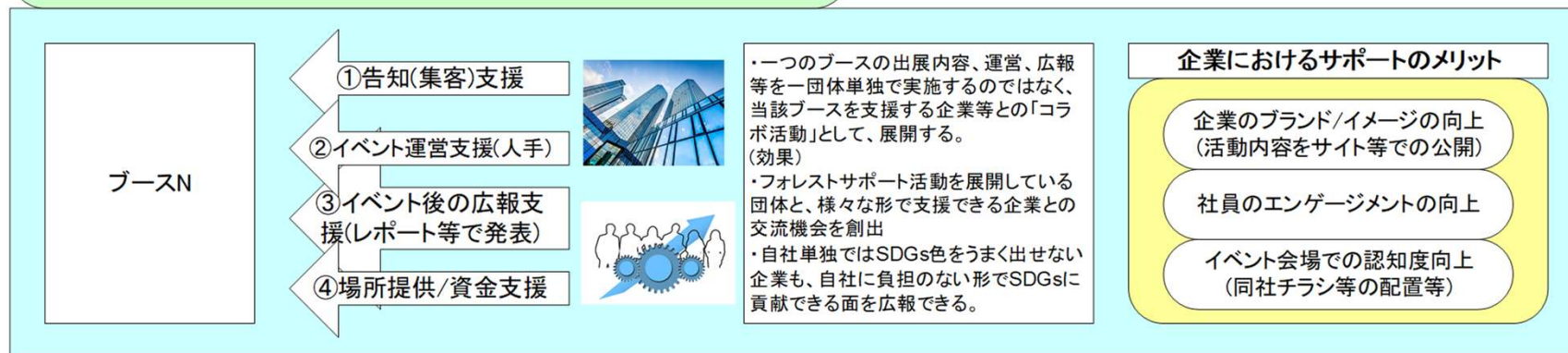
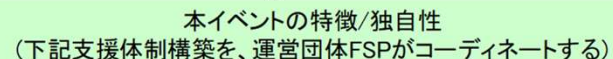
拡大戦略スケジュール案

期間	初年度	2年目	3年目	4年目	5年目以降
テーマ	プロトタイプ構築	導入企業数の拡大 拡販に向けた戦略構築/準備	拡販戦略の実行	さらなる拡販戦略構築/実行	全国展開への挑戦実行
導入目標	1拠点での展開	1拠点での展開	2拠点での展開	10拠点での展開	20拠点～での展開



A scenic landscape photograph showing a vast mountain range. The foreground features a dense, green bush. The middle ground is dominated by a large, rounded mountain with steep, green slopes. In the background, a valley stretches out, leading to more distant, hazy mountain ranges. The sky is filled with large, white, fluffy clouds, and the overall lighting suggests a bright, sunny day.

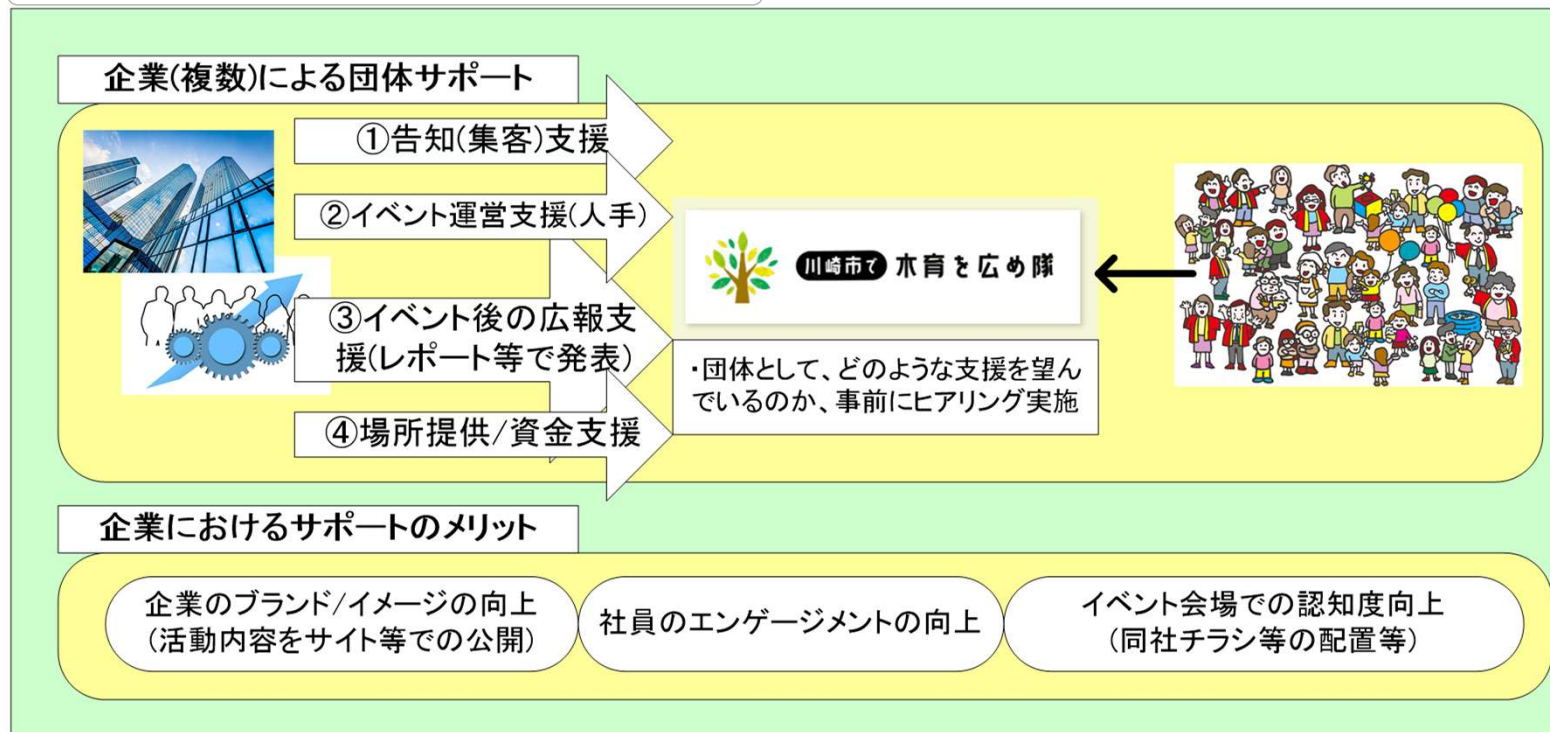
森林保全につながる活動を一堂に集めたイベント(ワークショップ等)



『フォレスト・サポート・フェスティバル』の特徴

- ・単なる一つの団体出展ではなく、複数の企業支援を実現した「コラボ活動」として、交流機会を創出
- ・複数の企業連携を実現したジョイントスキームであるため、自社単独ではSDGs色を出せない企業も、自社に負担のない形でSDGsに貢献できるという機会創出

ーブースにおける、企業と団体との連携イメージ



当該モデルの実現戦略2

- 『フォレスト・コ・エクスペリエンス』(森林の協働体験会)

