

宍粟市森林セラピーの推進方針

令和 3 年 4 月 1 日

宍粟市

公益財団法人しろう森林王国観光協会

目次

1. 宍粟市森林セラピーの現状分析	pp. 2-6
(1) 森林セラピーの概要	
(2) 森林セラピーの課題	
2. 森林セラピーを取り巻く現状分析	pp. 7-11
(1) メンタルヘルス対策ニーズの高まり	
(2) メンタルヘルス対策への取組み	
(3) 健康ニーズの拡大	
3. 森林セラピー事業方針の検討	pp. 12-16
(1) 森林セラピー事業のポテンシャル	
(2) 森林セラピー事業の目指す市場と課題	
(3) 森林セラピーの基本構想	
4. 森林セラピー事業推進方針	pp. 17-22
(1) 森林セラピー事業推進方針概要	
(2) ソフト整備	
(3) ブランディング	
(4) アクションプランの整理	

1. 宍粟市森林セラピーの現状分析

(1) 森林セラピーの概要

1) 科学的な“森林浴”

森林セラピーは、森林がもたらす健康増進・リラックス・癒しの効果が科学的に検証された森林浴を指します。森林浴は、ただ森林を歩くだけではなく、森林で過ごす様々な健康増進に寄与する体験を含んでおり、多くの森で様々な体験が生み出されています。森林セラピーは、特に特定非営利活動法人森林セラピーソサエティが認定する「森林セラピー基地」と「セラピーロード」は、現地と都会で比較実験を行い、癒しの効果・病気の予防効果が科学的に認められた森であり、宍粟市は兵庫県内で初めて認定された森林セラピー基地となっています。

森林セラピーは全国で約 65 の地域で取り組まれています。先進地として知られるのは、森林セラピー基地認定 2 つ星をいち早く取得した長野県信濃町であり、森林を歩く以外にも様々な健康増進効果のある体験等を揃えています。

【参考：長野県信濃町の森林セラピープログラム、及び関連した取組み・資源】



2) 宍粟市で体験できる森林セラピーの概要

宍粟市は平成 27 年、兵庫県内で初めて森林セラピー基地として認定され、コース整備・トレーナー育成等を実施しています。令和 3 年 3 月現在、3 箇所のセラピーロード（赤西セラピーロード・国見の森セラピーロード・東山セラピーロード）が整備されており、森林セラピーガイドは、81 名の養成講座の受講終了者がいます（宍粟市癒しの森ガイドの会の会

員数は令和3年3月31日現在で49名)。宍粟市の森林セラピーでは、腹式呼吸・筋弛緩法・自律訓練法の3つの療法を基本として実施しており、森林の中を歩くだけでなく、森の中で寝転ぶ等のゆったり休む時間を設けています。

➤ 赤西セラピーロード

宍粟市の北部に位置し「ひょうご森100選」や「ひょうご森林浴場50選」に選ばれた県下有数の景勝地である赤西溪谷沿いに残る森林鉄道跡を利用したセラピーロード。中心部から離れた場所に位置しており、溪流のせせらぎの音と風の音が静かに感じられ、3箇所セラピーロードの中で最も自然に近いロードになっています。

➤ 国見の森セラピーロード

国見の森セラピーロードは、国見の森公園内の国見山の山頂を中心に山の稜線を歩きます。ミニモノレールに乗って山頂まで昇ることができ、セラピー中は山々や清流揖保川の流れを眼下に楽しむことができます。セラピーロードの中では宍粟市中心部からのアクセスは最もよく、複数種類のコースも提供できるため、大人数の受入などに向いているロードと考えられます。

➤ 東山セラピーロード

東山セラピーロードは、オートキャンプ場として整備されているフォレストステーション波賀の施設内にある遊歩道を歩きます。整備された山の稜線を歩くため、気軽に楽しめるコースとなっています。オートキャンプ場に併設されているため家族連れなどのキャンプで来訪されている方々からの参加が見込めるロードになっていますが、中心部からはやや離れた位置にあり、森としては国見の森と似た植生となっています。

3) 宍粟市の森林セラピーと親和性の高い資源

宍粟市は、様々な地域の特性を有しており、森林セラピーと親和性の高い地域資源が存在しています。以下では、長野県信濃町の事例を参考に、森林セラピーで必要とされる4資源に分類して、地域資源の整理を図ります。

要素項目	資源	場所（施設）	概要
娯楽	日本酒	老松酒造 山陽盃酒蔵	✓ 日本酒発祥の地とされる宍粟市では、市内に2つの日本酒の蔵があり、どちらも伝統的な日本酒造りを行っています。
	酒造見学		
	キャンプ・BBQ	フォレストステーション波賀	✓ 施設内にオートキャンプ場、コテージ（計9棟）、BBQ施設、東山温泉、を揃えているエリア。前述のとおりセラピーロードも有り。 ✓ 家族向けに様々な自然体験の提供をメインとした施設。
	旅館	山崎旅館Q 東山温泉メイプルプラザ	✓ 宍粟市の酒蔵が集まる地区に位置する古民家を改装した旅館。 ✓ 内装も木をベースとした優しい家具の配色でありつつモダンな雰囲気を感じる。 ✓ フォレストステーション波賀内にある宿泊施設。 ✓ 温泉・レストランも併設されており、セラピーロードからのアクセスは抜群。
癒し	森林セラピー	3本のセラピーロード	✓ 前頁で記載のとおり。
	神社	伊和神社 山崎八幡神社 庭田神社	✓ 伊和神社は播磨国一宮とされている由緒・伝統のある神社。 ✓ 八幡神社は最上山公園内にあり樹齢700年の御神木モッコクが有名。 ✓ 庭田神社は日本酒発祥の地として知られ、発酵文化の一拠点。 ✓ どの神社も敷地内は木々に覆われ厳格な雰囲気がある。参拝者の方の迷惑にならないよう集団での訪問などは控える必要がある。
	温泉	よい温泉	✓ 源泉かけ流しのラドンを含む湯は肌への刺激が少なく、保温効果が高いうえ、湯上がりはすべすべ感を楽しめる。 ✓ 市街地から離れた場所にあり、自然を感じながら入浴できる。
		まほろばの湯	✓ 人間の細胞液の浸透圧と同様の等張温泉で、湯あたりにしにくく体に優しい温泉とされている。 ✓ 外観・内装共に新しさを感じるが、令和3年3月現在休業中。

要素項目	資源	場所（施設）	概要（森林セラピー・ヘルスツーリズムとの親和性を中心）
スポーツ・健康	ウォータースポーツ	音水湖	✓ カヌー・カヤック、SUP、シャワークライミング、といったウォータースポーツをレンタル＋レッスンで楽しめる。 ✓ 激しいアクティビティではないため、様々な年齢構成でも体験可能。但し、団体料金などは無く、1人当たりの料金設定のみ。
	ヨガ	各施設	✓ 何件かのヨガスタジオがあり、また個人で活動されているインストラクター（RYT200保有者含め）もいる。 ✓ 但し、森林セラピーとの連携等については現状不明。
食	発酵食	老松ダイニング さんしゅう	✓ 現存する最古の風土記である「播磨国風土記」においても登場する宍粟市は発酵のふるさととしてPR。発酵食品は健康にも良いとされている。 ✓ 老松ダイニングは、老松酒造の建物を使って酵素玄米、酒粕汁、等の発酵食を多く使った料理を提供している。 ✓ さんしゅうは旧酒蔵を改装した町屋カフェで、栄養価の高い柴黒米を使用したご飯や麹を使ったご飯など、宍粟市の特徴と健康を考えた料理を楽しめる。
	無・減農薬等の地産食材	農園 & cafe 遊楽里 古民家カフェ宮雅 ～みやび～	✓ 無農薬・無化学肥料の自社農園で生産されたお米や野菜を使った和食ランチを提供するカフェ。野菜や果物を使ったランチやスイーツが好評。 ✓ 国見の森近くに位置する古民家カフェ。こだわりの野菜（近隣の藤木農園）を使ったランチが好評。

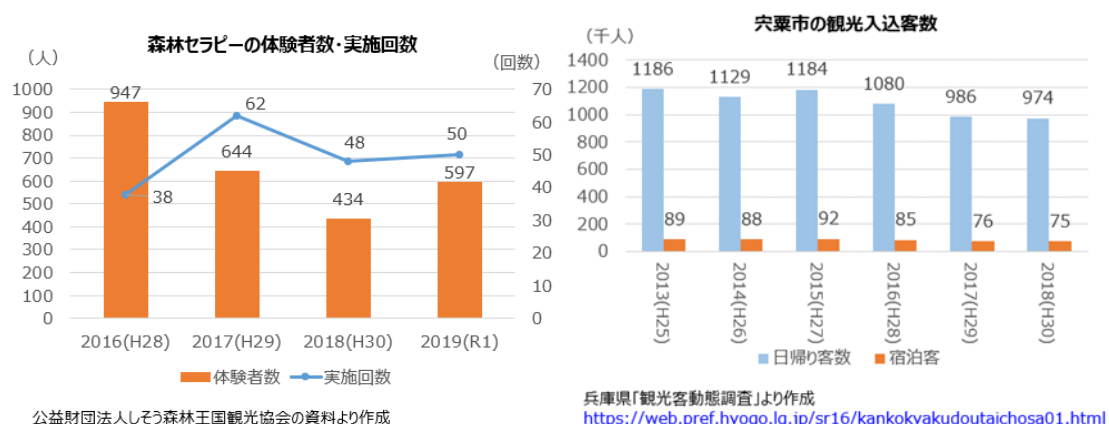
（２）森林セラピーの課題

１）宍粟市の森林セラピーの現状と課題

宍粟市の森林セラピーはセラピー基地認定直後、受講者数・実施回数ともにある程度の人数を確保できていましたが、その後は落ち込みが続いています。2019 年は、受講者数は微増していますが、人数や実施回数の回復までには至っていません。

また、宍粟市全体の観光客数も中期的に減少傾向が続いており、令和元年度は降雪量の減少でスキー場の OPEN 期間が短かったことも背景に、更に減少していると考えられます。宍粟市全体への訪問者数が減少していく傾向が続くことが予想されるため、森林セラピーも魅力を向上させて集客を図っていかねば、減少傾向を食い止めることは難しいと考えられます。

現在の課題としてはガイドのスキル向上、地域他アクティビティとの連携、飲食・宿泊事業者との連携が挙げられます。多様なメニューを提供する森林セラピープログラムを構築できていないため、今後は他の地域資源との連携を高めていくことが必要となります。



2) 森林セラピーとの親和性のあるメニューの不足

現在の宍粟市の森林セラピーは森林セラピーウォーク以外のメニューにおいて、森林セラピーやヘルスツーリズム振興の上でも重要な“癒し”の要素が不足していると考えられます。例えば、現在森林セラピーとの協働が期待されている「森の窯焼きパンづくり」や「森のそばうち教室」といった体験メニューは、癒しの要素が少なく、娯楽、特に子供を持つ家族層に対してのレジャー感覚で体験する内容となっています。そのため、森林セラピーの特徴である“癒し”“健康”といった要素との親和性が必ずしも高く無いメニューが多く、森林セラピーのプログラムとしての発展が現時点では不十分であると考えられます（プログラムとメニューの定義はP16を参照）。



- ✓ 森林の雰囲気を感じるだけでなく、森の癒し効果や健康増進効果を感じられるような体験（メニュー）が森林セラピープログラムの構築のためには必要。
- ✓ 森林セラピーウォークとの親和性を確保することが、森林セラピー事業としては特に重要。

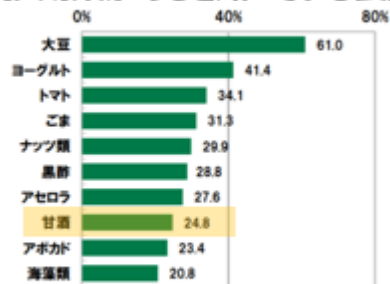
3) 森林セラピーと親和性の高い資源

宍粟市には森林セラピーと親和性が高く、癒し・保養の要素を持たせるポテンシャルを持つ資源も存在しています。以下で挙げる資源は一例ですが、これらの資源を一つの体験メニューとしてプログラムを拡充させることが可能と考えられます。

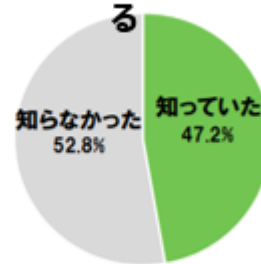
【甘酒】

日本酒発祥の地とされている宍粟市で振興が期待されている甘酒は、飲む点滴とも呼ばれるほど健康効果が高いものとなっています。女性の間では、半数近くはその健康効果を認知しており、健康食品として一定の訴求力があると考えられます。特に、コロナ禍での健康ブームで注目も高まっていると推察されます。宍粟市の名産品でもあり、且つ健康効果の高い食品であるため、飲食店での提供のみでなく、森林セラピー中のおやつとして提供、甘酒づくり体験等を組み合わせることで、多様なプログラム開発のポテンシャルがあります。

美肌に効果があると知っている食品



甘酒は“飲む点滴”と呼ばれる



月桂冠総合研究所「美肌と健康食品『甘酒』に関する調査」より引用 (n=1,000)

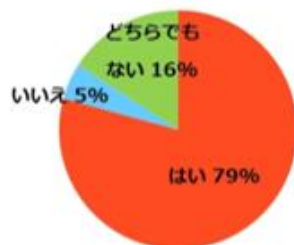
<https://www.gekkeikan.co.jp/RD/keyword/amazake/research/>

【温泉】

温泉には、温熱効果、水圧効果、浮力効果に加えて、温泉毎の効用があり、健康効果として広く認知されています。特に、日本人は温泉好きが 8 割超、思い出に残る旅行も温泉が TOP に立つなど、温泉文化が非常に深く浸透しています。

宍粟市には、よい温泉、東山温泉、まほろばの湯（休業中）と多くの日帰り温泉施設があり、それぞれが 3 本の森林セラピーロードから比較的アクセスが容易な場所であるため、プログラムメニューに組み込むポテンシャルは高いと考えられます。例えば、軽い運動にもなる森林セラピーの後に入ることを奨励する、健康的なお風呂の入りを各施設で紹介するなど健康要素を付加していくと親和性が高まります。

温泉が好きか？ (n=1,504)



カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000227.000000983.html>

最も印象に残った国内旅行の目的



マイボイスコム（株） (n=1,000)

https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=23014

2. 森林セラピーを取り巻く現状分析

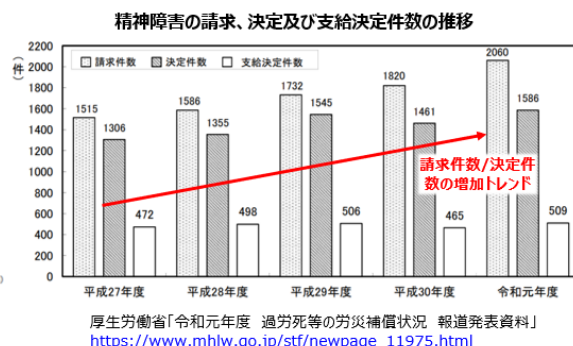
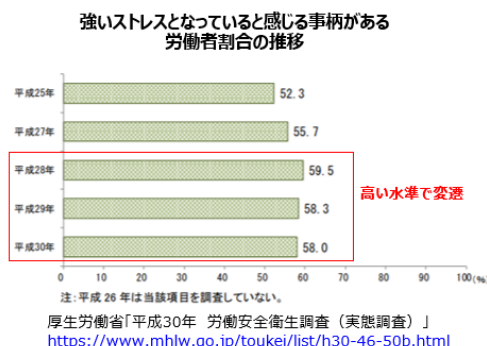
(1) メンタルヘルス対策ニーズの高まり

1) 社会でのストレス問題が顕在化

日本が「ストレス社会」と言われており、様々な要素が理由に挙げられています。特に、会社・職場でのストレスの問題は大きく、近年はパワハラ・過労を背景とした大企業社員の自殺などは社会問題として挙げられています。厚労省の調査では、ストレスを感じている労働者は全体の半数以上にのぼっており、深刻な問題であることが分かります。

これらは、特に SNS やインターネットといった情報化社会の広まりによる情報の氾濫、日本経済の成長減退、雇用形態の変化（日本型終身雇用制度の後退）、単身世帯の増加、等の複雑に絡み合う社会経済問題が、勤労世代のストレスに係る問題を顕在化・深化させているとも考えられます。

ストレスから派生する問題は様々なものが指摘されていますが、うつ病や PTSD といった精神疾患が代表的なものとして挙げられます。これらは労働者個人の人権や命・生活に係ることはもちろんのこと、企業や社会全体にとっても労働力を失うことになり、経済損失につながります。精神障害等を理由とした労災の請求は年々増加しており、可視化されていることも一因ではありますが、依然として日本の労働環境が課題を抱えていると考えられます。



2) 新型コロナウイルスによるストレスの高まり

2020年1月に中国武漢で初めて確認された新型コロナウイルス (covid-19) は、2021年3月現在も全世界で猛威を振っており、日本の社会経済にも大きな影響を与えており、個々人の精神状態にも影響を及ぼしています。感染リスクの高まりを踏まえて、健康や感染リスクに対して不安を感じている層は全体の8割強に上っており、その不安から外出や人との交流を避けることによるストレス蓄積が問題になると推察されます。加えて、長引く自粛生活が続くことによる経済活動の低迷が自身の雇用や属する企業・関連会社への悪影響を懸念し、収入不安にも不安を抱える層が増えています。

また、緊急事態宣言が明けた9月末には、収入源等への不安が解消された調査結果にな

っていますが、1年以上経てもなかなか収束しない状況で、より経済不安・生活不安を抱える労働者は多くなっていると予想されます。実際に失業者や企業倒産は2021年に入ってから増加傾向にあり、人々の精神状態への影響は中長期化する恐れもあります。



(2) メンタルヘルス対策への取組み

1) 政府が取組む企業社員へのストレス対策

このような事情を背景として、日本政府も企業従業員の働く環境や健康管理を整備していくことを企業に求めており、その取組みを進める企業を積極的に応援するような制度や仕組みの構築を始めています。

代表的なものが、「働き方改革」であり、有休取得の義務化・長時間労働の規制、といった企業の働く環境の制度面での是正を図っており、企業は人事・労務制度の変革を求められている状況です。

加えて、従業員の健康保持・健康増進の取組みが企業利益にも貢献するとして、従業員の健康管理を経営的視点から考え・実践する「健康経営」の考えの普及が日本でも図られており、健康経営を実践する企業に対する様々なサポート制度が国や地方自治体によって整備されています。

働き方改革

- ✓ 働き方改革の目的は、働く人の置かれた個々の事情に応じ、多様な働き方を選択できる社会を実現することであり、そのための制度改革等を実施しています。
- ✓ 大きな動きとして、長時間労働是正・有給取得促進をメインとした労働時間法制の改革が行われたほか、同一労働・同一賃金の達成に向けた制度改革が挙げられます。
- ✓ 特に、労働基準法の改革で残業時間の上限が撤廃される、企業による勤務時間管理の徹底等、企業社員の働き方や労務管理を大きく見直す必要性が生じています。

健康経営

- ✓ 健康経営の導入は、従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践するこ

とであり、企業の導入支援のため、政府や自治体が様々な施策を実施しています。

- ✓ 国による健康経営優良法人認定や各自治体での認証制度を通じて、地域銀行からの融資優遇、保険金額の割引、公共事業入札時の加点、補助金優遇、等の優遇制度で企業の取組みが支援されています。
- ✓ また、多くのイベントの実施を通じて、健康経営の考え方や取組み事例の普及が図られています。

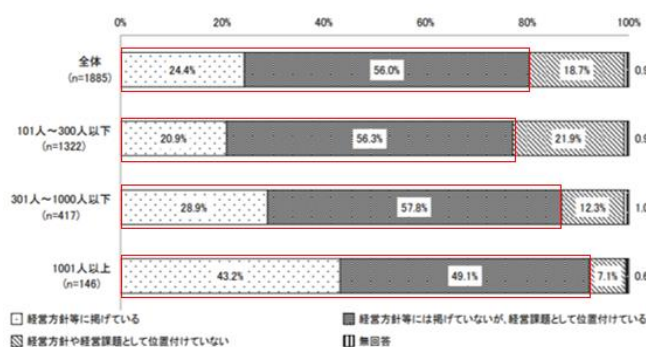
2) 企業が取り組むストレス対策

こうした政府の動きと並行して、企業の間でも健康管理やメンタルヘルスに取り組む企業が増えてきています。

特に、長時間労働、職場のパワハラといった社会問題が顕在化している中で、ワーク・ライフ・バランス重視が人々の間でも浸透し、優秀な人材確保のため労働環境整備が企業の急務となっています。実際、ワーク・ライフ・バランスを経営課題や経営方針として位置付けている企業が全体の 8 割近くに達しており、企業規模に関わらず重要視されていることが分かります。

一方、長時間労働の具体的な是正や対策に取り組んでいる企業は少なく、課題として認識しているものの、対策が不十分な企業が多いと推察されます。厚労省の調査においても、医師による面接指導等といった具体的な対応については、中規模企業においても依然として多いことが分かっています。

ワーク・ライフ・バランスの推進の位置づけ（単数回答）



内閣府「令和元年度 仕事と生活の調和推進のための調査研究」
<http://www.cao.go.jp/wlb/research.html>

長時間労働者に対する
医師による面接指導等の実施方法別事業所割合

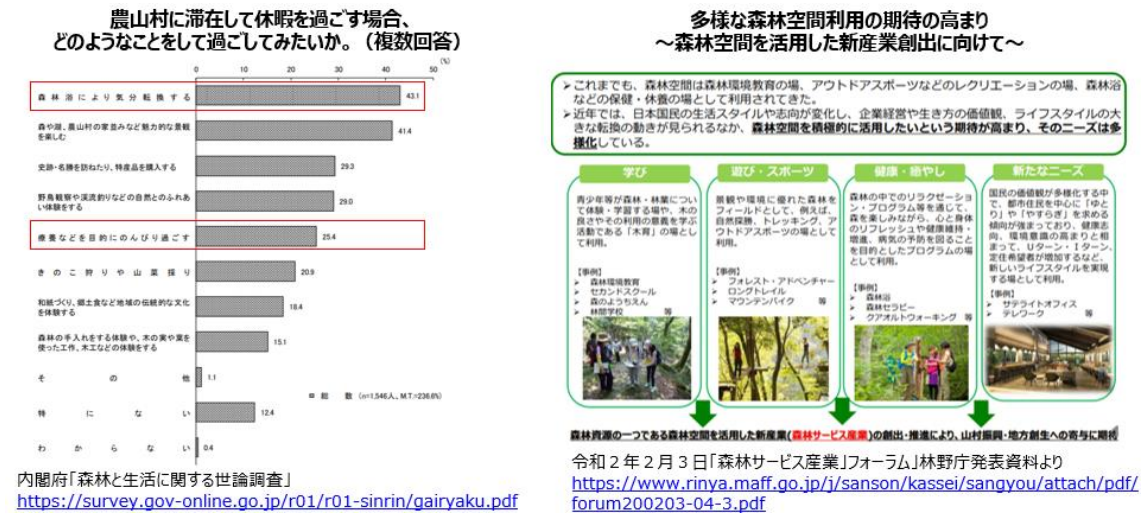
区分	医師による面接指導について回答のあった事業所割合 1)	全員に実施することとしている割合 2)	申請者を実施することとしている割合 2)	実施しないこととしている割合 2)	実施方法が決まっていない割合 2)
平成30年					
<45時間/週 90時間以下>	[73.7]	100.0	5.6	30.2	14.0
(事業所規模)					
1,000人以上	[96.2]	100.0	6.6	72.2	16.2
500～999人	[95.7]	100.0	9.0	61.5	17.0
200～499人	[95.4]	100.0	6.6	60.2	21.9
100～199人	[89.6]	100.0	6.2	52.9	14.2
50～99人	[80.7]	100.0	8.0	39.5	9.2
30～49人	[76.7]	100.0	4.8	29.8	14.1
10～29人	[70.7]	100.0	5.3	26.2	14.5
<80時間/週 100時間以下>	[69.8]	100.0	20.8	25.6	5.0
(事業所規模)					
1,000人以上	[95.8]	100.0	46.0	47.2	3.3
500～999人	[96.9]	100.0	41.3	48.1	1.6
200～499人	[92.2]	100.0	40.7	45.8	3.0
100～199人	[86.6]	100.0	33.1	39.0	3.5
50～99人	[78.1]	100.0	27.9	30.7	1.7
30～49人	[71.9]	100.0	22.0	25.2	3.7
10～29人	[66.7]	100.0	17.9	23.2	6.0
<100時間/週>	[71.1]	100.0	28.5	18.7	3.8
(事業所規模)					
1,000人以上	[95.4]	100.0	68.2	28.7	-
500～999人	[97.8]	100.0	59.0	31.8	0.3
200～499人	[92.9]	100.0	61.7	26.1	1.7
100～199人	[85.3]	100.0	46.9	29.8	1.1
50～99人	[78.1]	100.0	36.6	24.1	0.8
30～49人	[74.1]	100.0	30.5	16.6	3.5
10～29人	[68.2]	100.0	24.6	17.2	4.6

厚生労働省「平成30年 労働安全衛生調査（実態調査）」
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/h30-46-50b.html>

3) 森林を活かしたメンタルヘルス対策の機運の高まり

近年、そのようなメンタルヘルス対策の一つとして森林の利活用が注目を集めています。コロナ禍で 2020 年代はやや逆行する傾向がみられていますが、基本的には都市への企業・人の集中が続いています。そのような傾向が続く中、森林を含めた農山村で人々は森林浴やゆったりした時間を過ごすことを期待する人が非常に多いことが分かっています。

林野庁もレジャーが中心であった森林を、より高付加価値であり、人々の健康状態を改善することを目指したサービスの多様化の取組みを進めています。国際競争力が低下した林業に代わり、森林をサービス産業として成長させていくことで森林保全を促し、且つ前頁までに見られたような日本の労働者・企業の課題に応えられる活用は、日本政府としても重要な取組みとなっています。

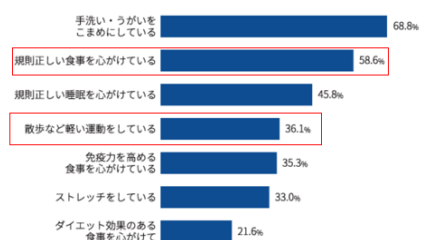


(3) 健康ニーズの拡大

1) 個人レベルにおける健康意識の高まり・ヘルスケアへの取組みが興隆

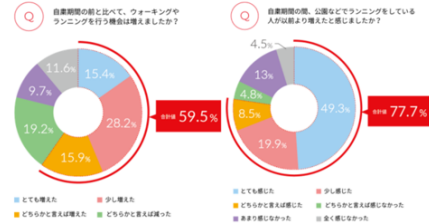
ヘルスケアや健康ニーズについては個人消費者の間でも関心が高まっている産業であり、様々なサービス・製品が生み出されている成長市場の一つです。経済産業省が中心となってヘルスケア産業は2016年頃から進められていますが、日本国内や世界市場を見渡しても、“モノの量”ではなく、“生活全体の質”の向上に注目が集まっていることが要因と考えられます。特に、新型コロナウイルスの影響で健康への意識・関心が高まっており、食事や運動への個人消費者の意識は今後も高まっていくと考えられます。森林セラピープログラムで提供する各メニューも、健康増進の要素を強調することで、個人消費者の間でも注目が高まるものと考えられます。そのため、森林だけでなく様々なメニューと組み合わせることで、食事や運動などに取り組みたいという個人消費者による多様なニーズに応えることが可能となります。

緊急事態宣言解除後に健康意識が高まった人が取組んでいること(上位7位)



(株) マクロミル調べ引用(上記はn=848、調査全体はn=2,000)
https://honote.macromill.com/report/20200709/utm_source=release&utm_medium=page-link

運動についての調査

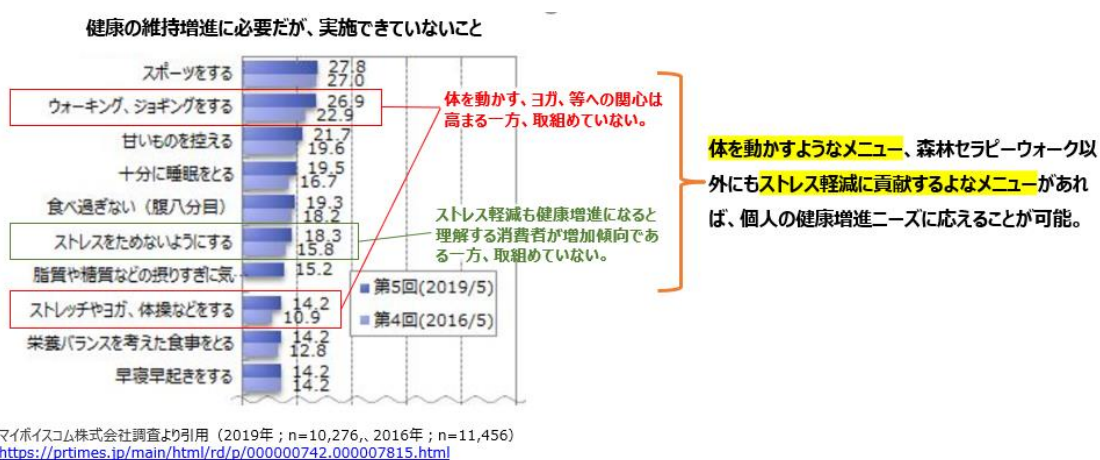


株式会社LOTUS「コロナ禍における運動意識に関する調査」
https://altracfootwear.jp/news/voluntary_restraint-running-research

2) 個人では取組みが難しいメニューのポテンシャル

健康への注目が高まっている一方、現状では取組めていない方々が多いことも分かっています。特に働く世代（20～50代）は、運動や食事改善、またはヨガ教室等への参加に取り組もうと思っても、仕事や子育てに追われて十分な時間が取れないことが考えられ、ニーズと実際の取組み度合いが乖離している可能性が高いと考えられます。

そのため、森林セラピープログラムでこれらの潜在的なニーズを満たすメニューを提供できれば、働く世代を中心とした個人消費者の獲得も可能になると考えられます。その際には、森林セラピーウォークだけでなく、個人消費者からも認知が高いメニュー（例えばヨガやアロマセラピー等）を揃えておくことがブランディングにとっても重要です。



3. 森林セラピー事業方針の検討

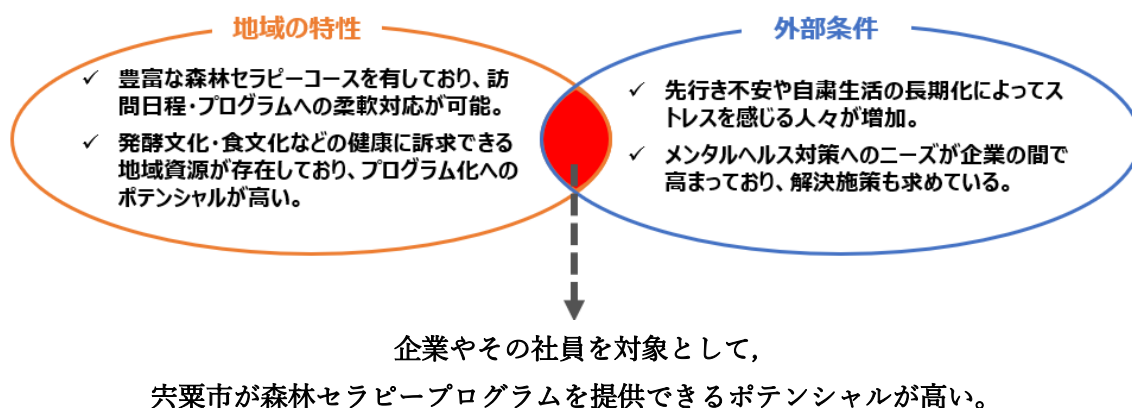
(1) 森林セラピー事業のポテンシャル

1) SWOT 分析

前章までで分析した内容を踏まえると、宍粟市の森林セラピー事業と取り巻く状況は以下に整理されます。以下の SWOT 分析では、上段の Strengthen と Weakness では森林セラピーの内的環境、下段の Opportunity と Threaten は外部環境を、それぞれポジティブ・ネガティブな部分について分析しています。

Strengthen	Weakness
✓3 本のセラピーロードがそれぞれの特徴をもっており、多様なニーズに応えることが可能。 ✓四季の楽しみ方でコース・ルートを変更できるため、参加者のニーズやレベルにあった調整が可能。 ✓もみじ山・スキー場・道の駅といった既に観光地となっている場所も多く、来訪者を受入れる素地がある。 ✓森林セラピーと潜在的に親和性の高い地域資源が存在。	✓森林ウォーク以外の森林セラピーメニューが未発達であり、且つメニュー開発方針も未設定。 ✓森林セラピーと町内他資源との親和性が醸成されていなく、連携が少ない。 ✓市内までの公共交通手段が少なく、2 次交通も未発達であるため、交通手段の整備が必須。 ✓宍粟市全体の訪問者数が減少傾向にあり、特に宿泊を伴う滞在が非常に少ない。
Opportunity	Threaten
✓企業従業員のメンタルヘルス対策・健康管理が政府・企業において重要な課題となっている。 ✓企業課題に対する具体的な解決策を模索している企業が多く、森林セラピーへの潜在的ニーズが高い。 ✓新型コロナウイルスの影響によってメンタルヘルス対策は今後更に注目が高まると推察される。 ✓健康やヘルスケアへの全般的な関心が高まっており、個人消費者においても健康志向が高まっている。	✓新型コロナウイルスが収束せず、企業が社員を地域へ訪問すること（出張・保養）を抑制する動きが長引く。 ✓新型コロナウイルスの影響により、企業業績の低迷に直面している企業が多く、社員の福利厚生への投資にネガティブになる動きがある。 ✓新型コロナの影響が長期化する中で、一般の旅行者（特にシニア層）の間で旅行指向回復が鈍化。

(2) 森林セラピー事業の目指す市場と課題



しかし、課題解決は必須であり、以下の施策が求められています。

- ✓ 企業やその社員向けのリラク্সプログラム（“癒し”の要素）を策定し、森林セラピーメニューを拡充。
- ✓ 森林ウォークについても企業向けのサービス提供について、実践を踏まえた PDCA サイクルの回転。
- ✓ 食・宿泊との連携が不足しているため、森林セラピーとの親和性が高い食事・宿泊を含めた滞在プログラムの開発。

(3) 森林セラピーの基本構想

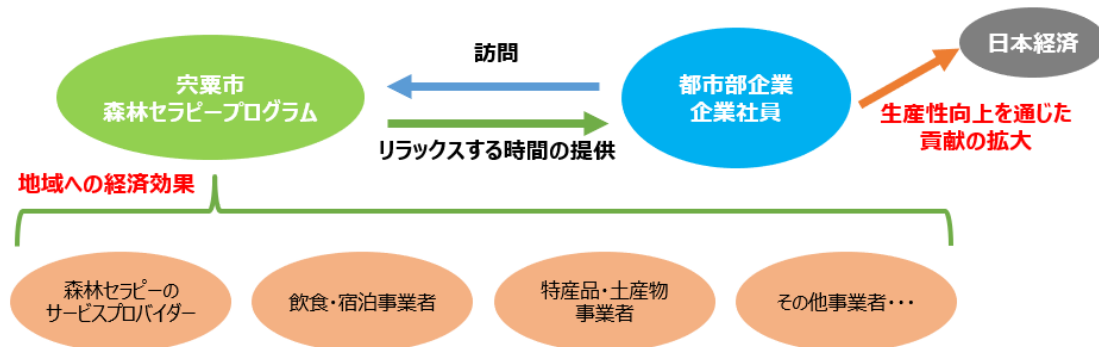
1) 事業推進の目的

宍粟市の森林セラピーは、日本経済を支える都市部企業従業員の方々が、日々の仕事のストレスから解放されてリラクックスした気持ちになり、ゆったりとした時間を過ごして頂く体験を提供するものとします。そのために、企業従業員の方々が、森林セラピーを含む宿泊・飲食・体験といった滞在を通じてストレスを軽減頂き、都市部に戻ってから新たな活力をもって仕事に取り組めるようなプログラムの構築を目指します。

宍粟市の森林資源を活用した体験は森林の中を歩くだけでなく、森の香りを楽しむ、森の中での運動を楽しむ、森に由来する健康的な食事を楽しむ、等の様々なプログラムを構築することで、都市部企業の各社ニーズに沿ったプログラムの提供が可能となります。本事業においては、そういった都市部企業が求める多様な森林に係るプログラムを構築していくことが重要です。

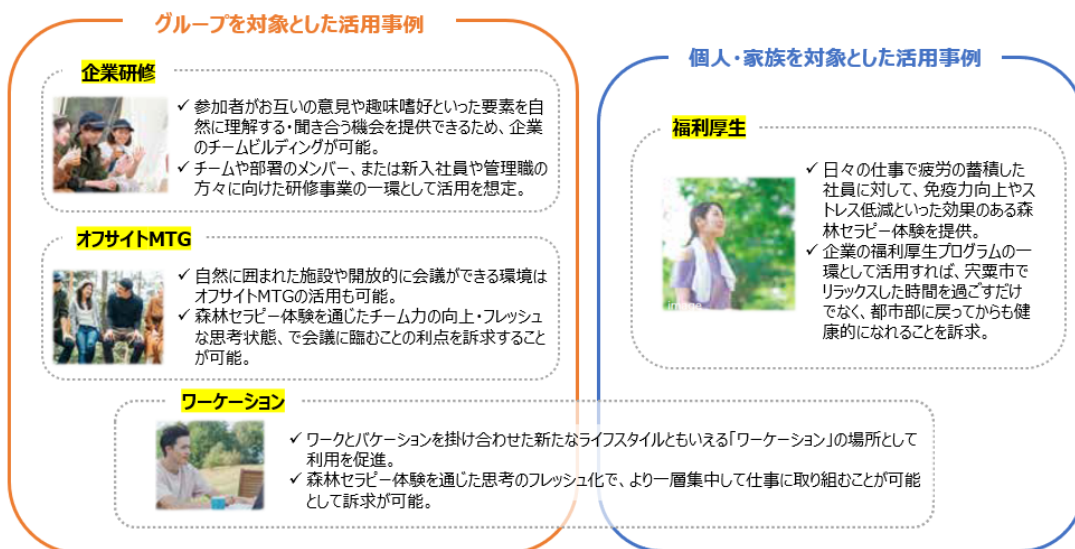
また、県内最大の森林を有する宍粟市の森林資源を多様な手法で活用していくことで、森林に直接かかわる市民・市内事業者だけでなく、宿泊・飲食・特産品開発に代表される広範な事業者へも有益な事業となり、ひいては市内全体への新たな経済効果創出に資するものとなります。

*都市部企業・・・兵庫県神戸市・姫路市、大阪府大阪市、を想定。



2) 企業による活用事例

企業向けの森林セラピープログラムには、企業毎の経営課題の解決に貢献できるよう、様々な活用に応えられることが揃えておくことが重要です。特に、企業の活用毎で企業の部署やチームでの活用であるか、個人や家族に活用させるものかに大別されます。

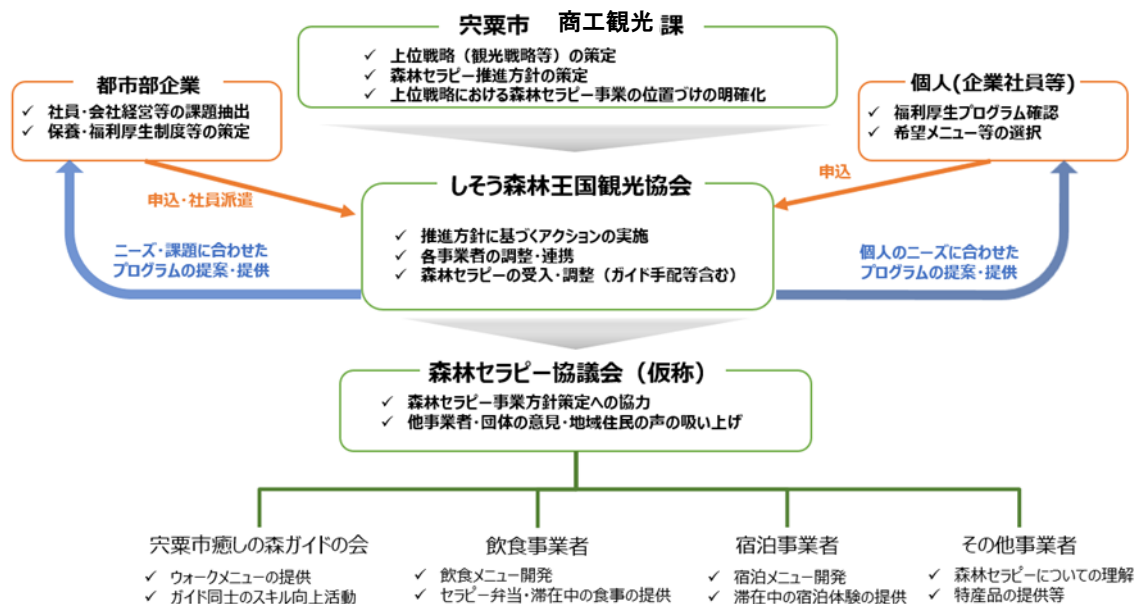


3) 事業の基本方針

事業目標	✓ 宍粟市の森林セラピーを企業が福利厚生・企業研修等様々な目的で利用して、都市部企業やその社員の方々の生産性を高めることに貢献する。 ✓ 宍粟市の森林に関係する地域資源を活用して、多様な森林セラピープログラムを創出し、広く地域経済発展に貢献する。
------	--

ターゲット	✓ 健康経営や働き方改革に積極的な都市部企業 ✓ 都市部企業に勤める社員個人 ✓ 観光を主目的とした個人旅行及び家族旅行 ✓ 関西圏、兵庫県内・大阪・京都を中心とした企業、及びその社員
事業実施者	✓ 宍粟市商工観光課 ✓ 公益財団法人しそ森林王国観光協会 ✓ 宍粟市癒しの森ガイドの会 ✓ 地域内事業者
地域への インパクト	✓ 宍粟市の森林資源が活用され、森林環境が保全される。 ✓ 宍粟市地域資源を活かしたコンテンツが多数創出され地域経済が振興する。 ✓ 都市部企業との関係性が強化され関係人口が創出される。 ✓ 域内経済活性化や都市部との繋がりが強化されることを背景として移住者が増える。

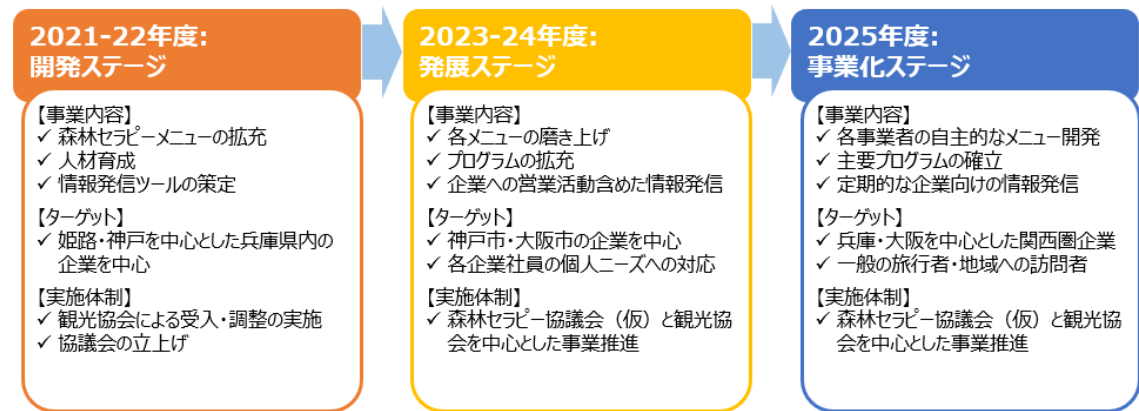
4) 事業実施体制



5) 事業のステージ設定

既存の推進方針においては、広いターゲットを設定したうえでのステージ設定を行っており、また黎明期であったためにガイド育成などを前提としたステージが設定されていた。本推進方針においては、ターゲットや事業成果を企業向けの森林セラピー事業の方向性に定めており、その成果を達成するために必要なステップに応じたステージを設定して

います。最終的なゴールとしては、森林セラピーが収益を生み出す事業となることを目指します。



6) 用語の整理

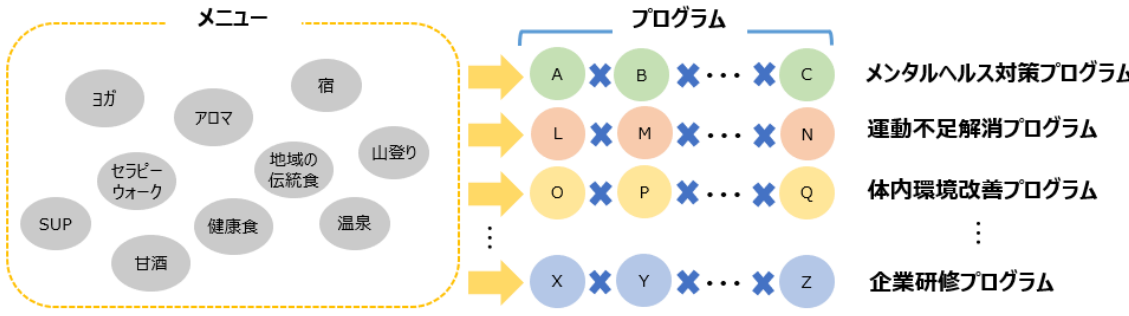
今後の推進方針において、課題となるのはメニューの拡充とプログラムの確立・拡充となります。今後の詳細な推進方針を策定していく上で、本方針書におけるメニューとプログラムの指す内容について整理を行います。

メニュー

メニューは、それぞれの具体的な体験や宿泊コースなどを指します。森林セラピーウォーク、ヨガ、アロマセラピー、SUP、といった森林セラピー事業で開発・発展させていく体験が挙げられます。また、それ以外にも食事内容や宿泊コースといった他事業者との連携を通じて開発するものもメニューとします。

プログラム

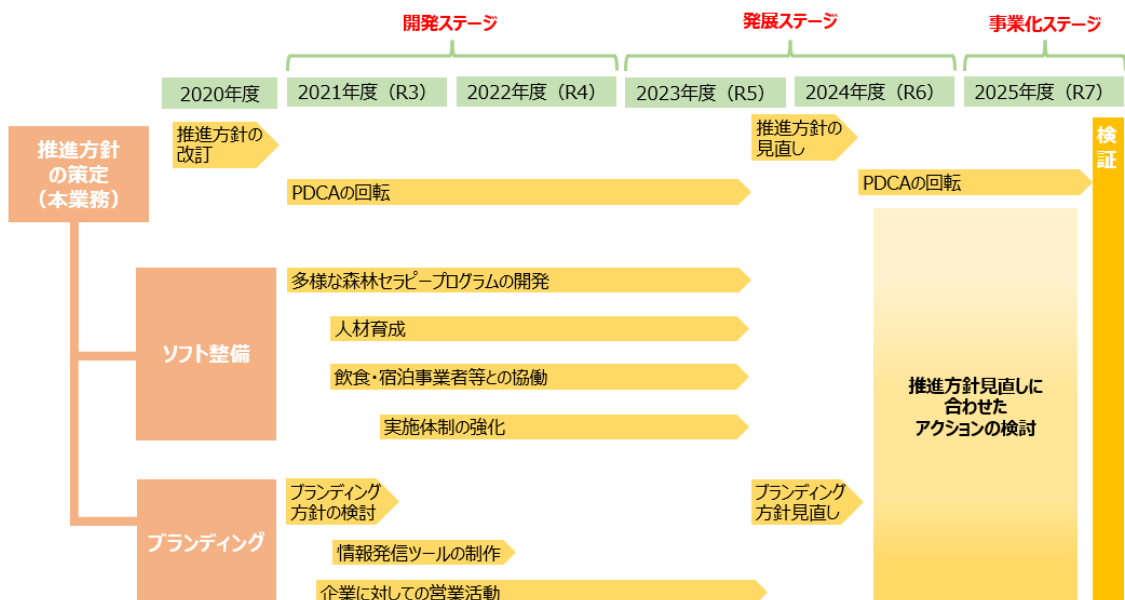
プログラムは、来訪者（企業や社員）の要望や目的に合わせて、滞在・宿泊・体験といった各メニューを組み合わせたものを指します。メンタルヘルス対策用のプログラム、企業研修向けのプログラム、身体改善向けのプログラム、など各ニーズに合わせた滞在パッケージであります。



4. 森林セラピー事業推進方針

(1) 森林セラピー事業推進方針概要

1) 事業全体方針



2) KPI の設定

既存の推進方針の KPI は、森林セラピー体験者数やガイド養成講座修了者数となっていました。一方、今後の宍粟市森林セラピー事業が目指すべきものは、企業従業員への癒しを提供することとなっています。また、プログラムの拡張を行い、多様な森林セラピープログラムを提供することが、重要となってきます。そのため、KPI は事業の目標との整合がとれた内容に変更します。

また、KPI の期間は 5 年を目標として設定しますが、事業方針や KPI について、地域内で年度ごとに達成状況を確認することが重要です。その際には、各事業の PDCA を回した結果から得られているフィードバックに基づき、現実的な KPI に修正することで、事業の効率的な実施を図ることができます。

現推進方針のKPI

項目	H28	H29	H30	H31	H32
森林セラピー体験者 (人)	1,250	2,000	2,000	3,000	3,500
ガイド養成講座修了者 (累積；人)	20	30	40	50	60

改訂推進方針のKPI (案)

項目	R3	R4	R5	R6	R7
森林セラピー体験者数 (人)	600	1000	1450	2150	2850
提供プログラム (個)	0	2	4	~	~
提携企業数 (社)	1	5	10	20	30

(2) ソフト整備

1) 多様な森林セラピープログラムの開発

宍粟市の森林資源を活用した上で、企業社員のストレス低減やリラックスする環境を与えるプログラムの開発。

多様な森林セラピープログラムの開発に際するアクション

- ✓ 森林セラピー事業の知見が深い事業者及び市内事業者との協働を通じた資源の洗い出し（ワークショップの開催）
- ✓ プログラム開発に必要なヒト・モノ・カネといったリソースについて整理
- ✓ プログラム開発を見据えた人材育成・市内事業者との協働
- ✓ モニターツアー等を通じた開発したプログラムの実証（PDCA）
- ✓ （必要に応じて）ロードの追加整備等についての検討

2) 人材育成

既存の森林セラピーメニューや新たなメニューを提供するサービスプロバイダー人材の育成。

人材育成に際するアクション

- ✓ 森林セラピーウォーク人材育成方針の整理
- ✓ 上記以外に必要な森林セラピーメニューの抽出・必要な人材の整理
- ✓ 人材育成講座の開講（先進地からの講師派遣）
- ✓ メニュー提供を担う人材候補らによる森林セラピー事業の先進地視察
- ✓ モニターツアー等による実践経験の蓄積

3) 飲食・宿泊事業者等との協働

森林セラピーとの親和性を高めた、自然や健康、癒しの要素を強調した飲食メニューや宿泊メニュー提供等を支援

飲食・宿泊事業者等との協働に際するアクション

- ✓ 森林セラピーへの理解の深化と事例の紹介（先進地事例を紹介できる事業者によるワークショップを通じて提供）
- ✓ 関心ある事業者への食講座・宿泊講座（オンライン講座を想定）
- ✓ モニターツアー等を通じた新たなメニューの検証

4) 実施体制の強化

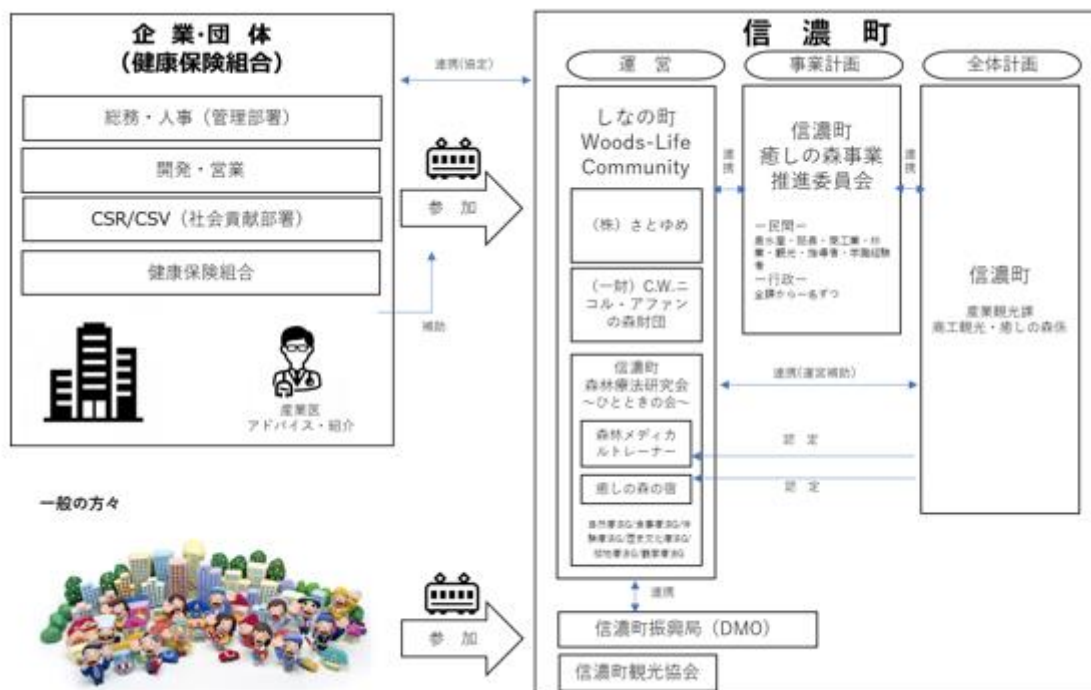
森林セラピー事業の現行の受け入れ体制の強化、及び地域の多様なステークホルダーを巻

き込んだ形で地域全体での発展を達成する体制の検討。

実施体制の強化に際するアクション

- ✓ 先進地や他地域の受入体制を参考とした事例の把握
- ✓ 宍粟市の将来的な運営体制について、宍粟市商工観光課としそ森林王国観光協会とで協議・検討
- ✓ 地域内の関係者・ステークホルダーを交えた運営実施体制に係る協議
- ✓ 協議会の設立・運営体制の確認（上記、協議内容次第）
- ✓ 事業化に向けた実施体制での運営トライアル（PDCA）

【参考事例：信濃町の実施体制】



(3) ブランディング

宍粟市森林セラピー事業は、既存の推進方針では明確に定めていなかったターゲットを企業とし、更に森林セラピーをウォークだけではなく、多様な地域資源を活かして企業従業員のストレス低減やリラックス体験といったプログラム構築が事業の根幹です。

その新たな取り組みをターゲットである企業に対して、正確且つ魅力的に訴求するためには宍粟市の森林セラピー事業をブランディングし、発信する必要があります。

1) ブランディング方針の検討

宍粟市の魅力や企業にとって利用頂く効果を、何を強み・差別化する要素としてブランディングしていくか方針を検討（プログラムとの整合性も意識）。

ブランディング方針の検討に際するアクション

- ✓ 宍粟市で提供する・今後提供する森林セラピープログラムの魅力の検討・他地域との差別化を意識
- ✓ ブランディングのための情報発信手法・ツールについての検討・制作に際する留意点等の洗い出し

2) 情報発信ツールの制作

検討されたブランディング方針に基づき、ターゲット（企業）に向けた情報発信ツールの作成。

情報発信ツールの制作に際するアクション

- ✓ 企業向けに魅力的に映る森林セラピーウェブサイトの改訂（ウェブサイト構造を含めた内容の見直し）
- ✓ 企業への営業時に持ち寄るハード資料の制作（ウェブカタログ機能を付与してウェブサイトとの親和性を向上）
- ✓ SEO 対策も兼ねた営業時やウェブサイトに掲載できる動画等のコンテンツ制作

【ツールのイメージ；ウェブサイトや動画】



3) 企業に対しての営業活動

企業に対して、どのエリア・どの企業に対して営業活動を行うか・営業方法はこういった内容とするか検討・実施

企業に対しての営業活動に際するアクション

- ✓ 営業先企業の抽出（開発ステージにおいては、姫路市・神戸市といった兵庫県内を中心）
- ✓ 企業との提携方法に関する検討（特に営業先企業のニーズに応える提携方法を検討）
- ✓ 企業に対する営業方法の検討（直接の営業、DM の発送、イベントの開催等）
- ✓ 企業への営業の実施とフィードバックの検証（PDCA）

(4) アクションプランの整理

ソフト整備	
	多様な森林セラピープログラムの開発
	森林セラピー事業の知見が深い事業者及び市内事業者との協働を通じた資源の洗い出し（ワークショップの開催）
	プログラム開発に必要なヒト・モノ・カネといったリソースについて整理
	プログラム開発を見据えた人材育成・市内事業者との協働
	モニターツアー等を通じた開発したプログラムの実証（PDCA）
	（必要に応じて）ロードの追加整備等についての検討
	人材育成
	森林セラピーウォーク人材育成方針の整理
	上記以外に必要な森林セラピーメニューの抽出・必要な人材の整理
	人材育成講座の開講（先進地からの講師派遣）
	メニュー提供を担う人材候補らによる森林セラピー事業の先進地視察
	モニターツアー等による実践経験の蓄積
	飲食・宿泊事業者等との協働
	森林セラピーへの理解の深化と事例の紹介（先進地事例を紹介できる事業者によるワークショップを通じて提供）
	関心ある事業者への食講座・宿泊講座（オンライン講座を想定）
	モニターツアー等を通じた新たなメニューの検証
	実施体制の強化
	先進地や他地域の受入体制を参考とした事例の把握
	宍粟市の将来的な運営体制について、宍粟市商工観光課としそう森林王国観光協会とで協議・検討
	地域内の関係者・ステークホルダーを交えた運営実施体制に係る協議
	協議会の設立・運営体制の確認（上記、協議内容次第）
	事業化に向けた実施体制での運営トライアル（PDCA）
ブランディング	
	ブランディング方針の検討
	宍粟市で提供する・今後提供する森林セラピープログラムの魅力の検討・他地域との差別化を意識
	ブランディングのための情報発信手法・ツールについての検討・制作に際する留意

	点等の洗い出し
情報発信ツールの制作	
	企業向けに魅力的に映る森林セラピーウェブサイトの改訂（ウェブサイト構造を含めた内容の見直し）
	企業への営業時に持ち寄るハード資料の制作（ウェブカタログ機能を付与してウェブサイトとの親和性を向上）
	SEO 対策も兼ねた営業時やウェブサイトに掲載できる動画等のコンテンツ制作
企業に対しての営業活動	
	営業先企業の抽出（開発ステージにおいては、姫路市・神戸市といった兵庫県内を中心）
	企業との提携方法に関する検討（特に営業先企業のニーズに応える提携方法を検討）
	企業に対する営業方法の検討（直接の営業、DM の発送、イベントの開催等）
	企業への営業の実施とフィードバックの検証（PDCA）

（以上）