

平成24年度 第2回コミュニケーションチーム活動検討会 結果概要

1 日時 平成24年10月19日（金） 10:30～11:30

2 場所 かながわ県民活動サポートセンター2階特別会議室

3 出席者 県会議委員：足立 功、増田 清美、坂井 マスミ、音羽 真東、井上 貞子
事務局：今部課長、近藤グループリーダー、田邊主事

4 概要

1 今後の広報について

- ・事務局から、資料により、今後の広報について、前回検討会での委員意見の報告と検討事項の説明を行った。

(以下、委員からの主な意見)

【紙媒体での広報・ターゲットの選定について】

- 媒体を決める前に、広報のターゲットを絞り込んだ上で媒体を選定する必要がある。
- ターゲットの絞込みは不要ではないか。水源環境保全税の納税者誰にでも分かる広報をすべきであるというのが大前提である。
- 過去5年間の取組の認知度が低いのは問題である。今後はしっかりと手順を踏んで基礎調査等を行い、ターゲットやそれに合わせたメッセージを設定することが必要である。
- 行政の行う広報はビジネスのための広報とは異なるため、特定の世代を対象にして個別の広報を行っても、そこからの波及効果は少ないと思われる。
- 伝えるべきメッセージ（内容）を考えれば、自然とターゲットも絞れてくるのではないかと。まずは、広報の内容や発行物の配付方法を工夫することの方が大切である。
- 配付先としては、県民が多く足を運ぶ下水道処理場や、イベント会場などが効果的であると考えられる。
- （県民ニーズ調査の結果を見ても分かるように、）調査を行っても、明確なターゲットの設定につながるような結果が出るとは限らない。まずは、今すぐ出来ることからやってみるべき。

【今年度の取組】

- 配付する広報物にアンケートをつけ、そのフィードバックを見つつメッセージを考えていく。（中・長期的課題）
- 従来のニューズレターに代わるパンフレットの作成と、配付先の検討をする。（短期的課題）
- すぐに捨ててしまわれがちな1枚もののチラシではなく、保存期間の長い、見栄えのするパンフレットを作成する。
- パンフレットの位置付けは、「読者にとって“入口”となるもの」。（大体のイメージとしては、「水はどこから来るんだろう？」土地水課作成のリーフレットのようなものを想定）

- 現在、行政が発行しているパンフレット「かながわの水源環境の保全・再生をめざして」の導入になるものをイメージ。
 - 事業モニターの結果や県民会議の取組を県民に伝えることは重要（県民会議の義務）であるが、今回作成するパンフレットでは、まず県民に関心をもってもらえるよう、基礎的な情報のみを掲載。最終的に、県民会議の個々の取組内容に辿り着けるようにもっていければよいと考える。
 - 最低限掲載すべき内容は、水源環境についての基本情報、これまでの取組の成果と課題、詳しい情報の在り処（掲載HPアドレスなど）、問い合わせ先。
- ・ 本日いただいたご意見を元に、事務局の方でパンフレットのたたき台となるイメージを作成する。
 - ・ 次回の検討会で、より具体的な内容をチームで検討していただく。

水源環境保全・再生かながわ県民会議
平成24年度 第2回 コミュニケーションチーム活動検討会 次第

日時：平成24年10月19日（金）10:30～11:30
場所：神奈川県民センター 2階特別会議室

1 今後の広報について

- (1) 紙媒体での広報について
- (2) ターゲットの選定について

2 報告事項

資料	これからの広報について、事務局への確認依頼事項について
参考資料 1	県民ニーズ調査結果
参考資料 2	広報媒体の種類等について
参考資料 3	県内大学等一覧
参考資料 4	水源林パートナー・森林再生パートナー一覧

1 今後の広報について

(1) 紙媒体での広報について

【前回会議での委員意見】

- ・紙媒体でしか情報を得られない人もいるため、全く無くしてしまうのは良くない。
- ・「しずくちゃん便り」については、ターゲットを明確にした上で、紙面内容や配布先について再検討し、まずは“手にとってもらえるもの”を作ることが必要。

【検討事項】

- イベントで配架した県の広報資料で、県民に人気のあったもの
 - ・箱根ジオパークをめざして
 - ・水はどこから来るんだろう
 - ・東海道新幹線駅誘致リーフレット
 - ・「武家の古都・鎌倉」世界遺産への登録をめざして
 - ⇒チラシ（1枚もの）などは人気がない
 - ⇒内容の充実した、見栄えのするリーフレットなどが人気
 - ⇒すぐに捨てられてしまいがちなチラシを何度も作成するよりも、繰り返し読んでもらえるような冊子を年刊で作成する方が効果的ではないか

- 発行回数を減らし、年刊（年1回）で発行する冊子の作成
 - ⇒発行時期・テーマ・仕様・内容・配布先等

(2) ターゲットの選定について

【前回会議での委員意見】

- ・「水に興味のある人」にターゲットを絞り込んで効果的な広報を行うため、基礎調査を行う必要がある。

【検討事項】

- 過去に県が行った県民ニーズ調査の結果（参考資料1）
 - ・良質な水の供給：重要という回答が男女とも多数。特に30代女性に多い。
 - ・水系の認知度：男女ともに若い世代（20～30代）の認知度が少ない。

- 基礎調査を行う必要性
- 調査を実施する場合、具体的な調査項目

2 事務局への確認依頼事項

- 使用可能な広報グッズ（H24年度時点）
 - ・配布物：しずくちゃんクリアファイル、風船
 - ・その他：着ぐるみ、ベスト、のぼり旗
- 県との包括協定先（配架物を置ける場所）
 - ⇒参考資料2
- 県内大学等一覧
 - ⇒参考資料3
- 水源林パートナー・森林再生パートナーの一覧
 - ⇒参考資料4

平成23年度県民ニーズ調査結果(基本調査)

掲載日:2012年3月23日

調査の目的

神奈川県では、県民の意識・価値観などの変化や多様化する生活ニーズを把握し、その結果を施策に反映するため、毎年度「県民ニーズ調査」として、県政全般についての「基本調査」と特定のテーマについての「課題調査」を実施しています。

調査の内容

- 1 暮らし全般について(生活総合満足度、暮らし向きの変化、定住意向など)
- 2 生活意識
- 3 暮らしの満足度(身近な生活に関する49項目についての重要度及び満足度)
- 4 神奈川県の将来像について
- 5 個別テーマ
 - (1) たばこ対策について
 - (2) 海水浴場のたばこ対策について
 - (3) 有機農業について
 - (4) 治安対策について
 - (5) がん対策について
 - (6) 生涯にわたる「人づくり」の実践について
- 6 県行政への要望

調査の概要

調査地域	神奈川県全域
調査対象	県内在住の満20歳以上の男女(外国籍県民を含む)3,000人
抽出方法	住民基本台帳からの層化二段無作為抽出 外国人登録原票からの単純無作為抽出
調査方法	郵送による配布及び回収
調査期間	平成23年8月19日(金曜)～9月12日(月曜)
回収結果	有効回収数 1,350(有効回収率 45.0%)
調査委託機関	株式会社エスピー研

※今年度の基本調査におきまして、一部の調査対象者の住所・氏名の記載に誤りがありました。

御迷惑をおかけしました皆様には深くお詫び申し上げます。

図表B 生活重要度—地域別、性・年代別 (つづき)

(19) 水源地の森林が守られ、良質な水道水が安定して供給されていること

(%)

		n	非常に重要である	かなり重要である	どちらともいえない	さほど重要でない	まったく重要ではない	わからない	無回答
全	体	1350	58.7	37.0	2.6	0.1	-	0.4	1.2
居住地域	横浜	513	60.8	35.7	2.3	-	-	0.2	1.0
	川崎	198	57.1	38.4	2.5	0.5	-	-	1.5
	相模原	101	47.5	46.5	4.0	-	-	1.0	1.0
	横須賀三浦	115	61.7	33.9	2.6	-	-	-	1.7
	県央	118	64.4	30.5	3.4	-	-	0.8	0.8
	湘南	194	53.6	42.3	2.1	-	-	-	2.1
	足柄上	24	45.8	41.7	8.3	-	-	4.2	-
	西湖	46	54.3	39.1	2.2	2.2	-	2.2	-
性別	男性	576	53.1	42.9	2.8	0.2	-	0.2	0.9
	女性	730	62.2	33.2	2.5	0.1	-	0.5	1.5
性・年代	男性20歳代	41	63.4	29.3	7.3	-	-	-	-
	30歳代	90	55.6	41.1	3.3	-	-	-	-
	40歳代	114	50.0	43.9	5.3	-	-	-	0.9
	50歳代	101	51.5	46.5	2.0	-	-	-	-
	60歳代	138	52.2	44.2	1.4	0.7	-	-	1.4
	70歳以上	92	53.3	43.5	-	-	-	1.1	2.2
	女性20歳代	72	62.5	33.3	2.8	-	-	-	1.4
	30歳代	148	67.6	28.4	3.4	-	-	0.7	-
	40歳代	141	60.3	34.8	3.5	-	-	1.4	-
	50歳代	128	56.3	40.6	0.8	0.8	-	-	1.6
60歳代	158	64.6	31.0	3.2	-	-	-	1.3	
70歳以上	83	60.2	31.3	-	-	-	1.2	7.2	

(20) 品質の良い商品を安く買ったり、良質なサービスを低価格で受けられること

(%)

		n	非常に重要である	かなり重要である	どちらともいえない	さほど重要でない	まったく重要ではない	わからない	無回答
全	体	1350	29.6	51.3	14.2	2.5	-0.2	0.7	1.4
居住地域	横浜	513	32.9	49.5	13.1	2.1	0.2	1.2	1.0
	川崎	198	26.3	56.1	12.6	2.5	-	0.5	2.0
	相模原	101	28.7	48.5	16.8	3.0	-	1.0	2.0
	横須賀三浦	115	32.2	49.6	12.2	4.3	-	-	1.7
	県央	118	28.0	55.1	13.6	2.5	-	-	0.8
	湘南	194	25.8	52.1	19.1	1.5	-	-	1.5
	足柄上	24	20.8	54.2	16.7	4.2	-	-	4.2
	西湖	46	23.9	52.2	13.0	4.3	2.2	2.2	2.2
性別	男性	576	26.2	53.3	16.1	3.1	0.3	0.2	0.7
	女性	730	32.2	50.3	12.5	2.1	-	1.0	2.1
性・年代	男性20歳代	41	51.2	31.7	12.2	4.9	-	-	-
	30歳代	90	40.0	40.0	14.4	5.6	-	-	-
	40歳代	114	30.7	48.2	15.8	3.5	0.9	-	0.9
	50歳代	101	14.9	58.4	22.8	4.0	-	-	-
	60歳代	138	19.6	60.1	16.7	1.4	0.7	0.7	0.7
	70歳以上	92	18.5	66.3	12.0	1.1	-	-	2.2
	女性20歳代	72	43.1	37.5	12.5	4.2	-	-	2.8
	30歳代	148	37.8	44.6	14.2	2.7	-	0.7	-
	40歳代	141	35.5	48.9	11.3	3.5	-	0.7	-
	50歳代	128	29.7	56.3	10.9	-	-	0.8	2.3
60歳代	158	24.7	53.8	14.6	1.9	-	1.9	3.2	
70歳以上	83	25.3	57.8	9.6	-	-	1.2	6.0	

(21) 文化や芸術を鑑賞したり、活動に参加できる場が身近に整っていること

(%)

		n	非常に重要である	かなり重要である	どちらともいえない	さほど重要でない	まったく重要ではない	わからない	無回答
全	体	1350	13.0	41.9	29.2	10.7	1.6	1.9	1.8
居住地域	横浜	513	15.0	40.9	29.6	8.4	1.4	2.7	1.9
	川崎	198	14.6	42.4	26.3	13.6	1.0	0.5	1.5
	相模原	101	10.9	39.6	36.6	6.9	2.0	2.0	2.0
	横須賀三浦	115	12.2	46.1	22.6	15.7	0.9	0.9	1.7
	県央	118	6.8	49.2	28.8	12.7	0.8	0.8	0.8
	湘南	194	12.9	37.6	32.5	11.3	1.5	1.5	2.6
	足柄上	24	12.5	37.5	25.0	12.5	4.2	4.2	4.2
	西湖	46	8.7	43.5	21.7	15.2	8.7	2.2	-
性別	男性	576	12.0	41.3	31.9	9.7	2.4	1.6	1.0
	女性	730	14.1	42.2	26.7	11.6	1.0	2.1	2.3
性・年代	男性20歳代	41	29.3	31.7	24.4	7.3	4.9	2.4	-
	30歳代	90	16.7	30.0	34.4	14.4	2.2	1.1	1.1
	40歳代	114	14.9	34.2	41.2	5.3	2.6	0.9	0.9
	50歳代	101	4.0	46.5	33.7	10.9	2.0	3.0	-
	60歳代	138	12.3	46.4	26.1	10.1	2.2	2.2	0.7
	70歳以上	92	4.3	52.2	28.3	9.8	2.2	-	3.3
	女性20歳代	72	20.8	30.6	30.6	15.3	-	-	2.8
	30歳代	148	17.6	40.5	23.0	13.5	2.0	2.7	0.7
	40歳代	141	18.4	39.0	27.7	12.8	-	1.4	0.7
	50歳代	128	7.8	46.1	26.6	12.5	0.8	3.9	2.3
60歳代	158	10.8	50.0	25.9	8.9	0.6	1.9	1.9	
70歳以上	83	10.8	39.8	30.1	7.2	2.4	1.2	8.4	

(22) 運動やスポーツに親しめる機会や場が身近に整っていること

(%)

		n	非常に重要である	かなり重要である	どちらともいえない	さほど重要でない	まったく重要ではない	わからない	無回答
全	体	1350	14.4	45.2	28.9	7.2	0.7	1.8	1.9
居住地域	横浜	513	15.6	44.2	30.4	4.7	1.2	2.3	1.6
	川崎	198	13.1	49.0	26.8	8.1	1.0	1.0	1.0
	相模原	101	13.9	49.5	23.8	7.9	-	2.0	3.0
	横須賀三浦	115	9.6	45.2	30.4	12.2	-	-	2.6
	県央	118	11.0	47.5	33.9	5.9	-	0.8	0.8
	湘南	194	18.0	40.2	28.4	8.2	1.0	1.0	3.1
	足柄上	24	20.8	33.3	20.3	16.7	-	4.2	4.2
	西湖	46	10.9	47.8	23.9	13.0	-	4.3	-
性別	男性	576	14.6	46.9	29.7	5.4	1.0	1.4	1.0
	女性	730	14.4	44.0	28.1	8.8	0.5	1.9	2.3
性・年代	男性20歳代	41	31.7	43.9	17.1	-	4.9	2.4	-
	30歳代	90	20.0	46.7	20.0	10.0	2.2	1.1	-
	40歳代	114	19.3	43.0	34.2	1.8	-	0.9	0.9
	50歳代	101	5.9	47.5	36.6	6.9	1.0	1.0	1.0
	60歳代	138	14.5	44.9	29.7	8.0	-	1.4	1.4
	70歳以上	92	5.4	55.4	31.5	2.2	1.1	2.2	2.2
	女性20歳代	72	22.2	36.1	26.4	12.5	-	-	2.8
	30歳代	148	19.6	40.5	27.0	10.8	0.7	1.4	-
	40歳代	141	17.7	43.3	26.2	9.9	0.7	2.1	-
	50歳代	128	10.2	45.3	29.7	7.8	1.6	3.1	2.3
60歳代	158	8.2	51.9	27.8	7.0	-	2.5	2.5	
70歳以上	83	10.8	41.0	32.5	4.8	-	1.2	9.6	

第5章 個別テーマ

1 水源環境の保全・再生の推進【問9～問10】

(1) 県内上水道の水系の認知度【問9】

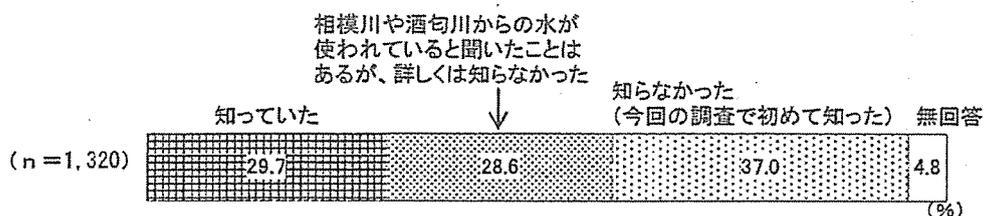
【全体の状況】

横浜・川崎を含む県内の上水道の約9割は、県内を流れる相模川と酒匂川の2水系によって賄われていることを知っていたか尋ねたところ、「知っていた」(29.7%)、「相模川や酒匂川からの水が使われていると聞いたことはあるが、詳しくは知らなかった」(28.6%)が約3割となった。

一方、「知らなかった(今回の調査で初めて知った)」(37.0%)は3割台であった。

(図表 5-1(1)-1)

図表 5-1(1)-1 県内上水道の水系の認知度



【地域別の状況】

地域別にみると、「知っていた」は、足柄上(50.0%)で5割、西湘(46.3%)と湘南(42.8%)でともに4割台となった。

一方、「知らなかった(今回の調査で初めて知った)」は、川崎(48.8%)と横浜(46.4%)で4割台となった。(図表 5-1(1)-2)

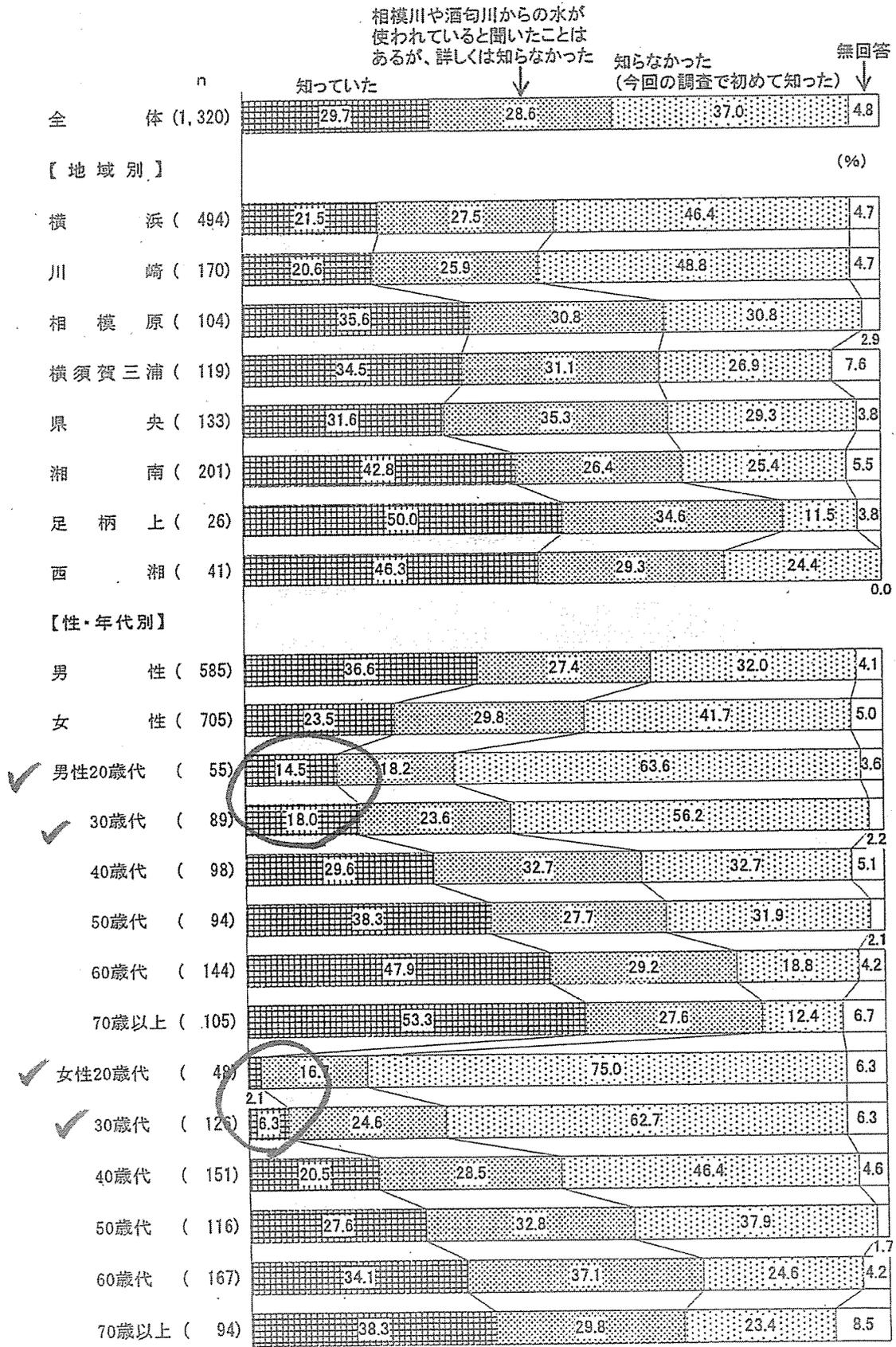
【性・年代別の状況】

性別にみると、「知っていた」では、男性(36.6%)が女性(23.5%)を13.1ポイント上回った。

性・年代別にみると、「知っていた」では、男女とも年代が上がるほど割合が高くなっており、男性の70歳以上(53.3%)が5割台、60歳代(47.9%)が4割台となった。

一方、「知らなかった(今回の調査で初めて知った)」は、女性の20歳代(75.0%)が7割台、男性の20歳代(63.6%)と女性の30歳代(62.7%)がともに6割台となった。(図表 5-1(1)-2)

図表 5-1 (7)-2 県内上水道の水系の認知度—地域別、性・年代別



広報媒体の種類等について

平成24年6月時点

		㈱サークルKサンクス	㈱スリーエフ	㈱ファミリーマート	(株)セブン-イレブン	(株)イトーヨーカドー	(株)そごう・西武
広報媒体の種類	ポスター	可			可	可	可
	リーフレット等 * 1	可	可	可	可	可	可
掲示・配架する店舗数 (目安)	ポスター	県内店舗 (約330店)			県内店舗 (約1,000店)	県内店舗 (30店)	県内店舗 (3店)
	リーフレット等	同上	県内店舗 (約280店)	県内店舗 (約610店)	同上	県内店舗 (30店)	県内店舗 (3店)
掲示・配架する部数	ポスター	370枚			1,041枚	60枚	6枚
	リーフレット等	1店舗当たりの部数 (原則10部) × 370	1店舗当たりの部数 (原則10部) × 300	1店舗当たりの部数 (原則10部) × 630	1店舗当たりの部数 (原則10部) × 1,041	1店舗当たりの部数 (原則100部) × 30	3種類のリーフレット を配架可。 3店舗総計で110部
ポスター等の規格	ポスター	原則、A1横(高さ594mm×幅841mm)、A2縦(594mm×420mm)以内。但し、B2縦(728mm×515mm)も可能だが、掲示箇所にあわせて折込んで掲示する場合があります。			A2縦版のみ	B2縦版 B3縦版	B1縦版 B3縦版
	リーフレット等	A4縦版のラックに収まるもので、厚さ・部数はラックに入れた状態で1cm程度を目安とする。	同左	同左	同左	A4以下のもの	A4以下のもの
掲示・配架できる時期 * 2	ポスター	通年			通年	同左	同左
	リーフレット等	通年	1～5月、9月	通年	同左	同左	同左
1ポスター、1リーフレットの掲示・配架単位 * 2	ポスター	2～3週間を1単位として、1ポスターを掲示			4～5週間を1単位として、1ポスターを掲示	2～3週間を1単位として、1ポスターを掲示	同左
	リーフレット等	2～3週間を1単位として1リーフレット等を配架。但し、概ね月上旬の2週間は「県のため」を配架。	1か月を1単位として1リーフレット等を配架。	2～3週間を1単位として1リーフレット等を配架。但し、概ね月上旬の2週間は「県のため」を配架。	同左	同左	同左
コンビニエンスストア等への送付期限	ポスター	前々週の月曜日午前中(祝日可)			前週の木曜日	同左	同左
	リーフレット等	前週の月曜日(祝日の場合は翌営業日)	前月の第3金曜日(祝日の場合は前営業日)	前週の金曜日(祝日の場合は前営業日)	前週の木曜日	同左	同左
ポスター等の送付先	ポスター	別途指定する数箇所に各所属から直接送付			別途指定する数箇所に各所属から直接送付	各店舗に各所属から直接送付	同左
	リーフレット等	同上	同左	別途指定する箇所に各所属から直接送付	同上	同上	同上

* 1 リーフレット等：パンフレット、チラシ、リーフレット

* 2 具体の掲示・配架の期間等は、政策局総務課がグループウェアシステムの掲示板にて掲載・周知する(毎月1日頃)

大学一覧

神奈川県内にある大学、短期大学、大学院大学の一覧です。(五十音順)

(※大学名をクリックすると、各大学ホームページのトップページへとリンクします。)

【大学】		【短期大学】
● 青山学院大学	● 田園調布学園大学	● 和泉短期大学
● 麻布大学	● 桐蔭横浜大学	● 小田原女子短期大学
● 桜美林大学	● 東海大学	● 鎌倉女子大学短期大学部
● 神奈川大学	● 東京藝術大学	● カリタス女子短期大学
● 神奈川工科大学	● 東京工業大学	● 川崎市立看護短期大学
● 神奈川歯科大学	● 東京工芸大学	● 相模女子大学短期大学部
● 鎌倉女子大学	● 東京都市大学	● 上智大学短期大学部
● 関東学院大学	● 東京農業大学	● 湘南短期大学
● 北里大学	● 東洋英和女学院大学	● 湘北短期大学
● 慶應義塾大学	● 日本大学	● 昭和音楽大学短期大学部
● 県立保健福祉大学	● 日本医科大学	● 聖セシリア女子短期大学
● 國學院大学	● 日本映画大学	● 洗足こども短期大学
● 国際医療福祉大学	● 日本女子大学	● 鶴見大学短期大学部
● 相模女子大学	● 日本体育大学	● 東海大学医療技術短期大学
● 産業能率大学	● フェリス女学院大学	● 日本大学短期大学部
● 松蔭大学	● 文教大学	● 横浜女子短期大学
● 湘南工科大学	● 放送大学	【大学院大学】
● 昭和大学	● 明治大学	● SBI大学院大学
● 昭和音楽大学	● 明治学院大学	● 情報セキュリティ大学院大学
● 女子美術大学	● 八洲学園大学	● 総合研究大学院大学
● 星槎大学	● 横浜国立大学	
● 聖マリアンナ医科大学	● 横浜商科大学	
● 専修大学	● 横浜市立大学	
● 洗足学園音楽大学	● 横浜創英大学	
● 多摩大学	● 横浜美術大学	
● 鶴見大学	● 横浜薬科大学	

企業・団体の皆様へ 水源林パートナー制度について(神奈川県独自のユニークな制度です)

掲載日:2012年1月16日

水源林パートナーとは…

- 水源林パートナーとは、5年間以上継続した定額の寄附(1口30万円/年を2口以上)と森林活動により水源の森林づくりに参加協力をいただくものです(覚書を締結)。
- 水源林パートナーの皆様には、森林活動を行う専用の場所としてパートナー林を設定し、提供させていただきます。このパートナー林には、企業名や団体名を入れて水源の森林づくりへ参加協力をしている旨の表示を行うことができます。(「水源林パートナーになると」を参照)
- 水源林パートナーについてのご相談は、
神奈川県自然環境保全センター 森林再生部 水源の森林推進課 TEL 046-248-6802 まで



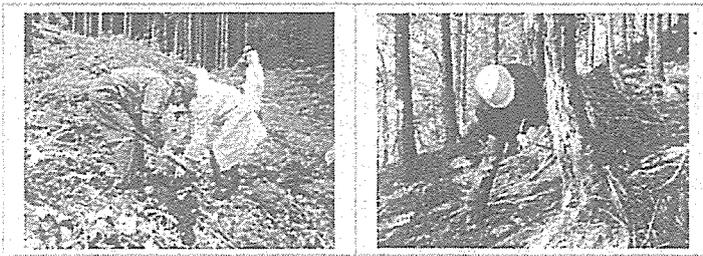
表示板の設置例
(神奈川県トヨタ自動車株式会社)

水源林パートナーになると…

- 特定の森林(パートナー林)を核として森林活動を行っていただきます。
森林活動例：
 - ・ 森林づくり体験活動 下刈、除伐、間伐、径路作りetc
 - ・ 自然とのふれあい活動 自然観察会、探鳥会、つる細工、丸太のベンチ作りetc
 - ・ 森林環境保全活動 空缶、ごみ等回収etc
- パートナー林には、参加協力活動を示す表示板(3平方メートル以内)の設置など、森林づくりへの参加による社会活動のアピールができます。(実費はご負担いただきます。)
- 参加者の皆様には、継続的な森林活動を通じて、地域の環境保全に貢献していることを実感いただいています。

森林活動の様子

森林活動の写真



<p>植栽作業 (キリンビール(株))</p> 	<p>間伐作業 (鈴廣かまぼこ(株))</p> 
<p>自然観察 (ムササビのものまね) (本田学園つくの幼稚園)</p>	<p>つる輪リース作り (JX日鉱日石エネルギー(株))</p>

神奈川県は…

- いただいたご寄附については、水源林が良好で健全な状態になるよう、森林の手入れに計画的に使わせていただきます。
- パートナー林については、責任をもって管理、整備いたします。
- パートナーの方々には、定期的に水源林の整備状況等をご報告いたします。
- 森林活動の際には、県が企画についてご協力させていただくとともに、活動日には職員を派遣いたします。また、指導者派遣や作業用具については、(財)かながわトラストみどり財団が斡旋や貸し出しを行います。(実費はご負担いただきます。)

水源林パートナーとしてご協力いただいている企業・団体(H24.1.1現在、敬称略)

キリンビール(株)、(株)荏原製作所、(株)半導体エネルギー研究所、鶴岡八幡宮槐の会、横浜トヨペット労働組合、(株)日立システムズ、日揮(株)、三菱重工業(株)

企業・団体による水源の森林づくり情報

[このページの先頭へもどる](#)

[「自然環境保全センター」のページにもどる](#)

企業団体による 水源の森づくり情報(森林再生パートナー)

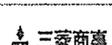
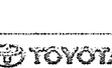
掲載日:2012年8月28日

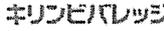
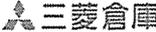
平成21年3月末から、現行の水源林パートナー制度をさらに拡充した制度として、森林再生パートナー制度を創設いたしました。

現在、以下の団体の皆様に森林再生パートナーとしてかながわの森林再生にご協力いただいております。

森林再生パートナー制度について詳しくはこちら

企業・団体名をクリックすると、各パートナーの活動内容をご覧ください

企業・団体名	企業・団体のホームページ	企業・団体のホームページ	企業・団体のホームページ
 TOSHIBA Leading Innovation	(株)東芝	トップページ	-
 Asahi	アサヒビール(株)	トップページ	環境のページへ
	連合神奈川	トップページ	-
	鈴鹿かまぼこ(株)	トップページ	-
	(株)湘南リビング新聞社	トップページ	環境のページへ
	(社)神奈川県法人会連合会	トップページ	環境のページへ
	三菱商事(株)	トップページ	環境のページへ
	JX日鉱日石エネルギー(株)	トップページ	環境のページへ
	KDDI(株)	トップページ	環境のページへ
	富士通エフ・アイ・ピー(株)	トップページ	環境のページへ
	(株)ACKグループ	トップページ	環境のページへ
-	(株)証券保管振替機構	トップページ	-
	タカナシ乳業(株)	トップページ	環境のページへ
	ルネサスエレクトロニクス(株)	トップページ	環境のページへ
	(株)野本建設	トップページ	-
-	(株)神工舎・(有)太田材木店	-	-
	共同カイトック(株)	トップページ	環境のページへ
	三浦藤沢信用金庫 平塚信用金庫 さがみ信用金庫	トップページ トップページ トップページ	-
	神奈川トヨタ自動車(株)	トップページ	環境のページへ
	(株)カナエル	トップページ	環境のページへ
-	住友スリーエム(株)	トップページ	-

			
	日本石油輸送(株)	トップページ	環境のページへ
	JAグループ神奈川	トップページ	-
	キリンビバレッジ(株)	トップページ	環境のページへ
	三菱倉庫(株)	トップページ	環境のページへ
	(株)モンテローザ	トップページ	環境のページへ
	富士通㈱神奈川支社	トップページ	環境のページへ
	伯東㈱	トップページ	環境のページへ
	エバラ食品工業㈱		
	日本発条㈱	トップページ	環境のページへ
	(社)神奈川経済同友会 オイスカ神奈川推進協議会 東京大学同窓会神奈川銀杏会		
	㈱荏原製作所	トップページ	環境のページへ

[このページの先頭へもどる](#)

[「自然環境保全センター」のページにもどる](#)