

Culture,
Energy
& Life

CEL

vol. **131**
September 2022



特集

持続可能な未来を考える



持続可能な社会を実現するために、
今、私たちができることは何でしょうか。
この世界共通の目的を達成するには、
環境に配慮した行動を続けるのはもちろんのこと、
一歩踏み出して、自らも変わらなければなりません。
その変化を生み出すヒントを、
地域社会や伝統産業の存続に向けた取り組みや、
プラスチックごみ削減のための活動などから、
探ってみたいと思います。
次世代へ真に豊かな未来をつなぐために。



表紙／播州そろばんの珠を利用した時計
裏表紙／飛騨古川を流れる瀬戸川
大扉／職人が手にする播州刃物(表紙・
大扉ともに写真提供＝シーラカンス食堂)

CONTENTS

特集

持続可能な未来を考える

[インタビュー]

- 02 **私たち自身が変わることで、未来は変えられる**
—— 飛騨の森で学んだこと

林千晶 [実業家・株式会社飛騨の森でクマは踊る取締役会長]

[インタビュー]

- 08 **半径1メートルから地球規模の環境汚染を考える**
—— 京大発、プラスチックの消費者意識チャート

浅利美鈴 [京都大学大学院地球環境学学准教授]

[インタビュー]

- 14 **身近な「水」をきっかけに世界を変える**
—— 日本初の無料給水アプリ「mymizu」の可能性

マクティア マリコ [一般社団法人 Social Innovation Japan 代表理事・共同創設者]

- 20 **日本人の自然観とサステナビリティ**
—— メディアの影響の視点から

川端美樹 [目白大学メディア学部メディア学科教授] = 文

- 26 **なぜ日本は脱炭素経営が遅れているのか**
—— 危機感の欠如から生まれる、世界との差

松尾雄介 [地球環境戦略研究機関ビジネスタスクフォースディレクター/
日本気候リーダーズ・パートナーシップ (JCLP) 事務局長]

[対談]

- 30 **地域に始まる持続可能性への途**
—— 伝統文化の再定義で明日を拓く

小林新也 [合同会社シーラカンス食堂代表]

前田章雄 [大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・文化研究所研究員]

[書籍案内]

- 36 **持続可能な未来を考えるための10冊**

[連載]

- 38 『CEL』を振り返る

第1回 ジオカストロフィとは何か

前田章雄 [大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・
文化研究所研究員] = 文

[連載]

- 44 未来ブラリ

第6回 働くママの未来を考える。

新米ママラボ発足!!

山本貴代 [女の欲望ラボ代表] = 文

[研究員レポート1]

- 46 語りベシアター『大阪御堂筋ものがたり』

—— オンライン配信に向けた
作品制作と活用の可能性

栗本智代 [大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・
文化研究所研究員] = 文

[研究員レポート2]

- 49 どうすれば組織として成長できるか

—— 第10回「CELサロン」とともに

鈴木隆 [大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・
文化研究所研究員] = 文

[研究員レポート3]

- 52 組織でつかむ日本型ビジネス創出モデル

—— 地域ぐるみで未来を描く、自主独立のスキーム

岡田直樹 [大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・
文化研究所研究員] = 文

[連載]

- 54 大阪の胃袋

第6回 食べることと学ぶこと

—— 民都大阪のフードシステム

湯澤規子 [法政大学人間環境学部教授] = 文

[CELからのメッセージ]

- 56 持続可能な未来への第一歩

金澤成子 [大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・
文化研究所所長] = 文

万博遺産 第7回

橋爪節也 [大阪大学総合学術博物館教授] = 文

【特集】持続可能な未来を考える

私たちが自身が変わることのできる未来は変えられる

— 飛驒の森で学んだこと



インタビュー

林千晶

Hayashi Chika

【美業家・株式会社飛驒の森でクマは踊る取締役会長】

持続可能な社会の実現に向けて、今、真に求められている視点とは何だろうか？ その問いかけに「どのような明日を思い描くのかということ」と指摘するのは、政府の「『デザイン経営』宣言」の指針をまとめたひとりでもある実業家の林千晶氏。林氏が、岐阜県の飛驒で木の可能性、森の可能性、地域の可能性に注目する、その現場へ伺い、自然と人の共生を通じた、新しいサステナブルな価値創造のあり方や、これからの暮らしと仕事のなかで、私たちが考えるべき方向性についてお聞きした。

脇坂敦史 取材執筆

逢坂聡 撮影

新しい時代をつくるために「箱の外」へ出よう

「持続可能な社会」って何でしょう？ 見たことのない未来を大胆に描こうとするなら、私たちはこれまでの常識や成功体験を捨て、「箱の外（アウト・オブ・ボックス）」に出る必要がある。そんな風にもっとも考えています。

最近、日本でも翻訳が紹介された『POSITIVE DEVIANCE（ポジティブデビアンズ）——学習する組織に進化する問題解決アプローチ』は、コミュニティや組織が抱える複雑で解決困難な問題を「逸脱者」が変えていくストーリーであり、方法論です。慣習と変化をどうやって調和させるか？ という難しい課題へのアプローチも示され、すべてを変えるのではなく、新たな変化を生みながら文化を継承させていく大切さを教えてくれます。そういう変化は、きっかけが外からもたらされたとしても、中にある人が「そこから出よう」と行動することで起きるのです。たとえば、未来に向けて「持続可能な社会」といったテーマで話

をするときにも、よく言われるのは、そのために必要な考え方や行動の指針をかつての日本文化がもっていた、という指摘です。

私も日本人ですから、そういう側面があることは知っていますし、嫌いではありません。けれども、日頃から「大胆に未来を描こう」と言っている私にとって、この議論は役に立たない。それどころか「日本古来」という言葉は、むしろ禁句だと思っています。「アウト・オブ・ボックス」こそが大切なのに、そうした表現を使いはじめた途端に、発想がすでに「見たことのあるもの」「知っているもの」の延長にとどまってしまいませんか？

2019年にビヤルケ・インゲルスというデンマークの建築家がコペンハーゲンにつくった、有名な廃棄物エネルギー・プラント「*1」があります。そこは、なんと屋根が巨大な人工のスキー場になっているんです。廃棄物を処理する場所でありつつ、この上なく安全ということがわかるわけで、仮に「日本古来」「先祖伝来」なんていうことを言っていたら、こ

うしたとてつもないアイデアは出てこないでしょう。

あるいは、ベルリンの建築団体「ラムラボー」による、水上に浮かぶ「Floating Berlin（浮かぶベルリン）」*2。ここでは開発から取り残されてきた湿地のような雨水貯留域を、あえて「学びの場」としています。町のいたるところから流れ込む汚染された泥水の上で、移動には木道のような橋を利用するか、長靴を履いて歩き回るので、訪れる人は、汚れること、用を足すことから環境との関わりを考えるようになります。

「持続可能性」は人間社会の進化を示す大切なキーワード

何年か前に企業が競うように無料のエコバッグを配った時期がありました。その頃は大量のエコバッグが手元に集まり「これって本当に地球のためになるの？」と疑問がわきあがったりしました。2020年にレジ袋が有料化された際も、多くの消費者は諸手を挙げて賛成するわけでもなく、「しかたがないなあ」という感じ

だったと思います。私も含め、個人の目から短期的に世の中を見ると、そんな風にドタバタや矛盾の方が目立ったりもするので。でも視点をぐっと後ろに引き、長い時間のなかで人々の取り組みを考えると、今は時代の大きな転換期で、私たちは確かに前に進んでいることがわかります。「持続可能な社会」というのは、立ち止まるとか、以前に戻ることでない。人間社会の新たな方向性を表す大切なキーワードなのです。エコバッグには意味があるし、それを真剣につくろうとしている人たちがいる。そこに目を向けると、違う景色が見えてきます。たとえば実際に使ってみると、エコバッグは持ち手の部分にすぐく負担がかかる。すぐに切れたりほぐれたりして、使い物にならなくなってしまうことも少なくありません。さまざまな会社のロゴをつけたエコバッグを見比べながら、たとえば「ああ、この会社は本気で環境のことを考えているんだなあ」ということがわかる。そして大きな変化に本気で取り組んでいるような会社や個人は、気の



築100年以上の古民家を使った「ヒダクマ」本社は、FabCafe Hidaを併設。



FabCafeでは、3Dプリンタやレーザーカッターを使ったものづくり体験ができるほか、建物奥には本格的な木工作業に対応した設備もある。

広葉樹の豊かさで世界中のクリエイションが会場場を

2015年4月に、岐阜県飛騨市に「飛騨の森でクマは踊る」(通称・ヒダクマ)「*4」という会社を起しましたが、そこで私が目指したことも基本は同じです。大きな時代の変化や社会の状況を、単にデータで分析したり、それに合わせて事業戦略を組み立てるのではなく、人と人や、地域と地域の関わり、出会いのなかで、目の前にある具体的な課題を解こうと向き合いました。

「ヒダクマ」は飛騨市で林業コンサルティングを行っていた「トビムシ」[*5]の代表・竹本吉輝さんに声をかけていただき、当時は私が共同代表を務めていた「ロフトワーク」[*6]、そして広葉樹の森を大切にしまちづくりを推進する飛騨市の3者が共同で設立した第3セクターです。ただ、当初は何をどうやって売り上げを立てるべきか、まったくわからないまま。それでも、飛騨で人々が営む暮らしや木工職人が駆使する伝統的な組木の技術にふれ、大きな可

能性を感じました。

たとえば、職人さんがつくったという「木のランドセル」。それが欲しいとはまったく思わないけれど、とにかく技術がすごいんです。そこにあるギャップを解消すれば、何かが生まれるんじゃないか――ならば、ロフトワークに集まる世界中のアイデアをもったデザイナーやクリエイターの視点とかけ合わせよう。何をどれくらいつくり、誰に売るのがかという事業プランはないけれど、新しいアイデアが持続的に生まれるような仕組みをつくれれば、何かができるんじゃないか。

そこで、飛騨市古川の大きな古民家を改装して3Dプリンタやレーザーカッターなど最新設備をもつ「FabCafe Hida」をオープンし、地元で伝わる組木のデータベースをつくることから始めました。日本全国と飛騨、異なる職業の間をつなぐイベントを開催するのも、さまざまな視点をもつ人が出会う仕組みをつくるという発想からです。

都会のデザイナーやアーティストが、飛騨の広葉樹林を訪れて最初人間は頑固なようですが、変化を柔軟に受け入れることができず。はじめは反発していた飛騨の大工さんも何か新しい経験をする、とすんで変わらなずにはられない。たとえば、建具の技術は基本的に縦と横の直線でものをつくることが多いですが、都会のデザイナーやアーティストが依頼する「ヒダクマ」の仕事の多くは、斜めだったり曲がっていたりします。最初は戸惑ったとしても、そういう変化が仕事として定着すれば、それは普通になっていくのです。

すごく嬉しかったのは、これまで地元だけで仕事をしていた飛騨の大工さんが東京や札幌、九州などでも仕事をするようになり、「日本は、こんなに多様な国なのだ、と教えてもらっています」と言ってくれたこと。そういう経験を重ね、未知の文化と出会えば、変わらないはずがないですよ。私は「ヒダクマ」を、森から学ぶ場にしたと考えています。今は上から与えられるのが教育ですが、本来の「学び」は学ぶ人が主体のはずです。冒頭で少しふれたドイツの「Floating Berlin」がそ

う。モノの価値がなくなったわけではなく、「何のためにそれをつくっているのか?」という会社の意思、つくり手の思いが問われる時代になったわけです。

今はユーザーエクスペリエンス(UX)、すなわち製品やサービスを通してユーザーが感じる使いやすさ、感動、印象が大切と言われます。それも、製品やサービスを含めて企業の提案する「より大きな価値観」を支持するか?に消費の重点が移りつつあるという、「進化」を示しているのではないのでしょうか。2018年に私も参画した「デザイン経営」宣言[*3]でも強調されているところです。

だからこそ、新しい別のものと組み合わせるような発想が必要だと思ふのです。

互いに学び合う営みを通じ「木材」は「恵み」になる

新しいアイデアでヒット商品を生むことは、目的ではありません。目指すのは、森を「木材」としか見ない従来の価値観を離れ、自然の恵みを100年の視点で生かすこと。クリエイティブな力で次々と新しいモノが生まれてくる仕組みをつくり、その営みを続けていこうと考えています。ただ、表面的に「ヒダクマ」を説明すると、どうしても都会から持ち込まれた新しい技術や画期的なアイデアの方に焦点が当たってしまう面もある。たとえば、こちらに「3Dプリンタやレーザーカッ

初に感じるのは、ブナ、ホオノキ、クロモジ、ミズナラ、クリ……といった樹種の多彩さでしょう。とはいえ、使いたいただけの木材が無限にあるわけではなく、成長に時間のかかる広葉樹の場合、むしろ間伐材やチップといったものものなかに、驚くような豊かさが秘められています。

たとえば、本来なら捨ててしまような大小の枝や葉っぱ、樹皮や木の実など、森がもつ要素をアクリル樹脂にまぜ込んだテーブルの天板をつくる。あるいは、樹種がもつ固有の色を生かし、素朴な違いを見つけられるクレヨンをつくって見たらどうだろう? つくり手の側が木を好きだという場合、往々にして「木ばっかりの空間」をつくりがちですが、それでは逆に木のよさが見えなくなりません。



海外のデザイナーやクリエイターをを目指す学生たちも多数訪れる、ヒダクマ主催のデザイン合宿。飛騨市古川の「匠文化館」で、ベテラン職人から組木の説明を受ける参加者たち。写真提供/ヒダクマ



アクリル樹脂に細かな枝や根、木の実に「森をまるごと」取り込んだ天板。注文生産と大量生産の中間をいく中ロットの家具は、リーズナブルな価格も魅力だ。写真/長谷川健太



「ヒダクマ」がクリエイティブユニットPlayfoolを支援して開発した「森のクレヨン」は、それぞれの樹種がもつ固有の色が生かされている。写真提供/フェリシモ



上／建築家やデザイナーを「ヒダクマ」が所有する広葉樹の森へ案内し、木に触れながらものづくりを検討。その場で、使いたい木を選ぶこともできる。右／選んだ木は3Dスキャンでデータ化し、街へ帰ってから製作を検討可能。写真提供／ヒダクマ



うであるように、人々がそこ出会いは、自然とのつきあい方だけでなく、伝統技術やコミュニティなど、さまざまなことを学び合えるようにしていきたいのです。

多様な視点を導入することで 地域それぞれの可能性が光る

「ヒダクマ」のような仕組みで、全国で広葉樹林の森を活性化できるのではないだろうか。多くのことから、そんな関心を寄せてもらっています。もちろん、参考にしてもらえる部分は多くあると思う。でも、社名に飛驒の名が入っていることからわかるように、私たちは「このモデルで日本のすべての広葉樹を活性化できる」という

た2000年頃を振り返ると、当時はどう伝えれば「クリエイティブの流通」といった新しいビジョンを理解してもらえるだろうかと必死でした。何をどう語っても「変化は起こせない」「デザイナーは一匹狼で協業は無理」「起業はあきらめて大企業で働いた方がいい」などと投資家に言われ、それが悔しかった。なのに今私が新しい事業を準備しようとすると、今度は何をどう語っても「いいですね」と言われてしまう。それが嫌だし寂しいのですが、私はもはや本当の意味で革新をもたらす存在ではなくなったのかなあ、と思うことがあります。



発想で、会社をつくったわけではありません。同じ広葉樹の森でも、地域によって地形も樹種も違うし、コミュニティが抱えている課題も異なります。だとすれば、まず共通する3割を探してもらい、あとの7割は地域の実情に合わせて新しいものをつくるべきで、安易にかたちだけを真似しない方がいいのではないかと思います。

初めて飛驒の地を訪れたときに印象的だったことのひとつは、食文化の豊かさでした。飛驒でつくられた米があり、豆腐があり、味噌がある。厳しい冬を越すためにつくる保存食も多彩で、囲炉裏を囲んで食べたアユや山菜も美味しかった。古くからの知恵があるからこそ、地元にあるさまざまな力を生かすこともできるのだと思いました。

社内ではしばしば使われる表現を借りるなら、「飛驒では、地域のなかでバリューチェーンの上流から下流までを見渡すことができる」。森林や農家といった「上流」から、家具づくりや加工食品をつくる工場やお店、家庭まで。さまざまな場所で人、モノ、お金が循環

環しているのです。

そんな飛驒市と2018年に「姉妹森」協定を結んだ、北海道の中川町を訪ねる機会がありました。豊かな広葉樹を擁するという共通項はありますが、あちらは北海道に典型的な大規模分業の経済です。農家もカボチャや豆などを大量につくって都会に出荷していますから、経済が域内で循環する余地は多くありません。

飛驒市と中川町では自治体の規模も違いますし、単純に比べることはできませんが、地域経済の自立度を示す「地域経済循環率」*1が飛驒市は77・6%なのに対し、中川町は38・7%と、訪れたときの印象を裏づけています。中川町の方々もこれをもう少し高めたいと考えていて、マルシェや朝市のような企画をやったかどうかと話し合っているところです。

もちろん地域経済循環率は、高ければ高いほどよいというものではないですし、指標を一律に適用し比較するようなものでもありません。それでも、こういう指標をいわばKPI（重要業績評価指標）として利用できる。時代はそこま

あつたかもしれない。でも今はエネルギー問題も個人レベルにまで降りてきていて、「ポジティブデピアンズ（前向きな逸脱）」が最も期待される領域のひとつになってきているのです。私もこれから、もっとたくさんエネルギーのことを勉強しなければと感じています。私が「成功者」であり、もはや自分だけで革新を生み出せないのなら、痛みを感じている若い人たち、女性たち、障がいをもった人たちと手を組んで、彼らの逆風を順風に変えるような活動ができないかと、今は考えているところです。そういう取り組みを次の世代へつなげていくこと、そのためにも大胆に未来を描いていくこと、それによって「持続可能な未来」は必ず開けていくと思います。

注

- *1 50年前の古い発電所を建て替えたもので、名称は「コペンヒル」。詳細は <https://www.copenhil.dk/en/>（英語）を参照。
- *2 もともと Floating University Berlin だったが、最近になって University（大学）という部分を削除した。詳細は <https://floating-berlin.org/>（英語）を参照。
- *3 経済産業省と特許庁が主宰した「産業競争力とデザインを考える研究会」による提言。デザインがもつ力によって、ブランドとイノベーションを通じた企業の産業競争力の向上を目指す。

で変わってきているのだな、と感じます。

地域にはそれぞれ多くの側面があるのに、私たちはその一部しか評価していません。この街の産業はあれとこれ、自治体はこのように分かれており、人口構成はこの通り、といった具合です。でも、地域にも人と同じく多様な側面があります。隣のお婆ちゃんが仕込んだ味噌の味とか、市場に出回らないさまざまな農作物、山に落ちたきれいな木の実や木の葉、休日の川遊びや散歩といった無数の要素があるのです。そういう隠れた部分にも、別の方向や指標から光を当てることで、新しい可能性を見つけることができるはずです。

痛みを感じている人こそが 次の時代の変化を起す

最初に強調したように私たちは今「箱の外」へ出て、世界が「ワォー！」と驚くような未来をつくらなければなりません。そういう新しい変化を阻害するのは何でしょうか？ それは「成功」だと思っています。

私自身がロフトワークを起業し

*4 2015年創業。アーティスト・イン・レジデンスなどの滞在形式と、ものづくり支援（組木のデータベース化、世界中のクリエイターやデザイナーとのネットワーク化）、3Dプリンタなど最新技術の活用など）により、新しい視点で森林資源を捉え直し、これまでにない空間・家具・プロダクト・素材への挑戦を実現。内外企業との共創により、中ロットでスピード感のあるイノベーション家具の製造もしている。

*5 2009年創業。地域資産としての森林に光を当てることで、持続可能な地域の実現を目指し、日本各地で森林価値を高める多角的な事業を展開している。

*6 2000年創業。オープンコラボレーションを通じて Web、コンテンツ、コミュニケーション、空間などをデザインするクリエイティブ・カンパニー。グローバルに展開するデジタルものづくりコミュニティ「FabCafe」素材の新たな可能性を探索する「MTR」（マテリアル）などのコミュニティやプラットフォームを運営。さまざまな才能と共創することで、幅広いクリエイティブサービスを提供。

*7 生産（付加価値額）を分配（所得）で割った値で、地域経済の自立度を示す。この数値が低いほど、経済の他地域への依存度が高い。

林千晶 はやし・ちあき

実業家、株式会社ロフトワーク共同創業者、株式会社飛驒の森でクマは踊る取締役会長。1971年生まれ。早稲田大学商学部卒業後、花王株式会社に入社。マーケティング部門で幅広い業務に関わり、9年に退社後、ポネント大学大学院ジャーナリズム学科に留学。帰国後、2000年に株式会社ロフトワークを起業し代表取締役社長・会長を務める。15年には飛驒市と株式会社トムソンと共同で株式会社飛驒の森でクマは踊る（通称：ヒダクマ）を設立し、代表取締役社長・会長を務める。22年、ロフトワークを退任。グッドデザイン賞審査委員、経済産業省「産業競争力とデザインを考える研究会」分科会委員などを歴任。

半径1メートルから地球規模の環境汚染を考える

—京大発、プラスチックの消費者意識チャート

インタビュー

浅利美鈴

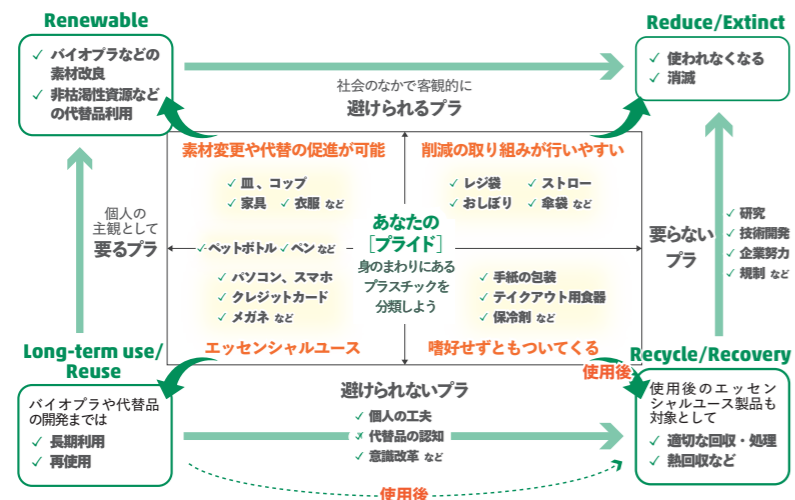
「京都大学大学院地球環境学堂准教授」



加藤しのぶ | 取材・執筆
宮村政徳 | 撮影

「エコ〜るど京大」の一環としてキャンパス内に設置された、生ごみ処理用のコンポスターの前で。

■図1：プラ・イドチャートVer.1（プラスチック製品群分類表）



成立し、22年に施行の運びとなった。

これらの経緯を通じ、消費者にとってもプラスチックの資源循環が重要であるという意識が高まっているのは間違いない。が、温度差はなお大きく、レジ袋の消費などを減らす以外、何をすべきかわからないと戸惑う人も多いのではないだろうか。そんな折も折、消費者の意識・行動変容の一助となる興味深い研究発表が行われた。演題は「消費者は、様々なプラを、どの程度、必要としているのか？」で、発表は京都

大学大学院地球環境学堂准教授である浅利美鈴氏を代表とするチーム。去る6月10日と11日、京都にて開催された「プラスチックにまつわる消費者・事業者・行政の動き セミナー&共創会議」のセミナー発表のひとつである。

発表の柱となったのは、浅利氏のチームが開発した消費者意識・行動の可視化・コミュニケーションツール「プラ・イドチャート」(図1)を基にした、日本居住の15歳から69歳までの1万人を対象としたウェブアンケート調査結果とその分析だ。「プラ・イドチャート」とは、プラスチック製品を4つの象限に分け、横軸に消費者がプラスチック製品を「要る/要らない」、縦軸には「使うことを」避けられる/避けられないで分類していくツールであり、これをもとに分けていくことで、消費者個人が個々のプラスチック製品をどのように考えているかを可視化できる。そのうえで、「要る」と「避けられない」の象限に分布する製品については、「要らない」「避けられる」の象限に分布する製品については「避けられる」という。今後の方策決定にもつなげられるという。

今回行われた1万人のアンケートでは、プラ製のストローなど使い捨て製品、食品の容器や包装、合成繊維製の衣服、液体洗剤などの容器、プラ製文具や家具、使い捨てのおむつなど幅広い50品目を対象に実施。また、プラ製品の必要性と代替性に着目して、「代替品を知っている

2022年4月より「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律(プラスチック資源循環法)」が施行された。海洋プラスチックごみ問題、気候変動問題、諸外国の廃棄物輸入規制強化等への幅広い課題に対応するため、日本でも「3R+Renewable」を基本原則とした取り組みが始まっているが、消費者の認識はまだ十分といえる状況ではない。そんななか、京都大学で開発・活用されているのが、消費者のプラスチック製品に対する意識・行動の可視化ツール「プラ・イドチャート」だ。プラスチックとの付き合い方を「見える化」するというユニークな構想の背景、そしてチャートから見えたものとは？

プラスチックごみ問題を考えるための新しい視点

従来の温室効果ガスによる気候変動問題に加え、近年は海辺に漂着した夥しいプラスチックごみの状況、生態系を脅かすマイクロプラスチック「*1」など、世界規模のプラスチックごみによる汚染がクローズアップされ、循環利用されなかった廃棄プラスチックに対する問題意識がいよいよ高まっている。そんななか、プラスチックごみ量がアメリカに次いで世界2位の日本でも、中国はじめ諸外国がこれまでの廃棄物輸入を次々に停止している現状等を受け、2019年にプラスチック資源循環戦略が策定、21年にはプラスチック資源循環法「*2」が

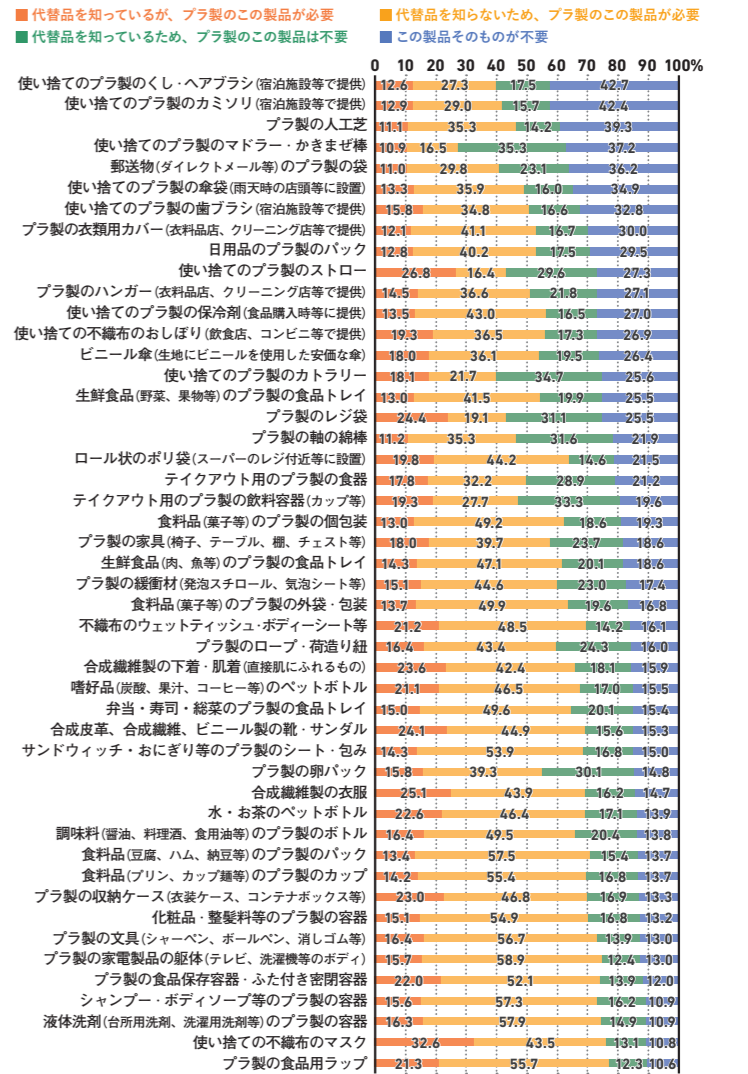
が、プラ製のこの製品が必要」「代替品を知らないため、プラ製のこの製品が必要」「代替品を知っているため、プラ製のこの製品は不要」「この製品そのものが不要」のうちから単一で選択する方法がとられた。結果は次頁の図2のように「この製品そのものが不要」の回答割合が高い製品が予想以上に多く、セミナーに参加したプラスチック製造者からも驚きの声があった。消費者目線では、これまでは「減らさなくてはならないもの」という限られた視点でしか考えられなかったプラスチック製品を「要る/要らない」という新しい視点で捉えることで、より身近に考えやすくなったのが大きな収穫と言えるだろう。

まさに目から鱗が落ちるようなこの発想はどうして生まれたのか、京都大学という場所からプラスチック問題にどのように取り組んでいるのか、あらためて浅利氏に話を聞いた。

生産、消費、そして輸送プラスチック問題は複雑

浅利氏は、自身も京都大学工学部地球工学科出身。学生時代より京都大学が40年にわたり続けている家庭ごみ細組成調査「*3」にも参加してごみの研究に取り組むかたわら、学内環境改善のために「京大ゴミ部」を立ち上げるなど、多様な環境問題に実践的に取り組んできたエキスパートである。そんな浅利氏は、プラスチックという素材、プラスチックごみの問題に対す

■ 図2：「プラ・イドチャート」に基づいたさまざまなプラスチック製品の必要性アンケート結果



※対象50品目のうち、おむつ、生理用品を除く48品目(単位：%)
 ※「この製品そのものが不要」の割合が高い順に並べかえ

る世界と日本の状況を、どのように捉えているのだろうか。

「プラスチックは100年ほど前から使われるようになった比較的新しい素材です。未知の部分があるまま戦後50年くらいで急激に増えてきました。プラスチックは確かに多くの人々が安価で手にすることができ、たとえば食品流通の利便性向上などにより女性の社会進出の支えともなった存在です。しかし、環境などの側面から見れば、便利な部分ばかりに目を向けて制御のしかたを知らぬまま、今に至っている状況が大きいと思います。

特に、日本人ほど容器包装を発展させてきた

れに前向きな動きが出てくることで、全体として大きな原動力に変わっていくのでは、という手ごたえを覚えます」

さまざまな立場の人間が同じ問題意識をもって前進するためには、立場に応じたアプローチを地道に続けることが何より大切なだろう。そのなかで、消費者の立場からのアプローチのひとつが「プラ・イドチャート」なのである。

学部生も交えての侃々諤々の末誕生した「プラ・イドチャート」

「プラ・イドチャート」の基本構想は、2019年春、京都大学の留学生を含む学部生、院生、教職員で組織される「エコくるど京大」内での議論で生まれたという。「エコくるど京大」とは、環境負荷を低減する「持続可能なキャンパス」(サステナブルキャンパス)の実現や、SDGsを自分たちの問題として考えることを目指して活動している有志の学内ネットワークである。

「19年6月開催のG20大阪サミット(ブルー・オーション・サミット)で、海洋ごみの問題が大きなテーマとして取り上げられるのに先駆け、5月に環境省がプラスチック循環戦略を打ち出すことが決まりました。それに合わせて京都大学でも何かしようということになり、サミット開催の2カ月前から議論を始めたわけです」

プラスチックをテーマに何をするか、レジ袋削減などではありきたりだ、いったい私たちは

国民はなく、使い捨てや個包装がこれほど多い国もないと思います。それを当たり前と捉えているのが、まず問題と言えるでしょう。というのも、ただ代替すればいいというのではなく、そもそもこれだけ使い捨てなくてはいけないのかを考えるとというのが、プラスチックをはじめあらゆる資源に関しての出発点だからです。

プラスチック資源循環についての政策はやはりEUが先導しています。日本は遅れ気味ですが、だいぶ追いついてきていて、ほぼ2年遅れくらいでしょうか」

法律的には世界基準に追いつきつつある。ならば順調に物事が進むかといえば、問題はそれを連日深夜まで続いたという。何と言えるのだろうか、と当時は侃々諤々の議論が連日深夜まで続いたという。

「レジ袋やストロー削減だけでなく、自分たちが日頃いかにプラスチック製品に囲まれているかという気づきを得てもらおう。つまり『自分ごと』として意識するためにも、一歩踏み込んだことができないかという議論を重ね、アイデアもたくさん生まれました」

それでも決定打がないなか、何気ない言葉から突破口が大きく開く。「そもそもプラスチックは本当に要ると思ってる？ 実是要らないけれど、勝手に入ってきたり、知らない間に使っているんじゃないかな？」

そう発言したのは、当時経済学部2年生だった横井晴紀さん。愛知県出身の横井さんは前述の研究発表のメンバーでもあり、環境問題への意識は子どもの頃に地元で開催された「愛・地球博」(2005年日本国際博覧会)見学以来、自然に身についたという。博覧会がもつ長いスパンの教育効果を感じさせるエピソードだが、そんな横井さんだけに、京大入学後は構内の掲示板に貼られていた「エコくるど京大」の募集を見てすぐに参加。先の発言は「経済学では事業が社会に貢献するかを費用便益分析という手法で分析し、相対的に費用と便益を比較して評価するのが基本。それなのにプラスチックに関しては、とりあえず目につくものばかりが叩かれているのが現状で、便益の方の議論ができて

ほど簡単ではない。

「たとえば資源循環に早くから取り組むドイツではペットボトルはほとんどなく、リユース可能なガラスビンですし、野菜は裸売り、買利物は近くのマーケットと、かなりが地域で循環しています。自分たちが地域の循環を守っているという意識が日本より高いですね。しかし、日本がドイツと同じようにしようと思っても、地域での循環ができていない状況では、輸送距離が増えるなど、かえって別の環境負荷がかかってしまう。また、流通の上流側である製造者は「クレーム文化」とでもいうのでしょうか、わずかなクレームもこないようすることを第一に、過剰包装をなかなかやめられない。プラスチックの問題は複雑で、絶対的な正解というのがないのが難しいところですよ」

あちらを立てればこちらが立たず、知るほどにその難しさが浮き彫りになってくるが、浅利氏によると「それでも以前に比べ、状況は改善している」という。

「何より、上流側の意識が変わってきています。実際、先のプラスチックセミナーでも製造側の方々が多く参加されました。これが数年前なら、案内を出しても『どうせプラスチックを削減しろというのでしょ』と門前払いでしたが、今では積極的に参加してくださるだけでなく『こんなものを開発しました』と情報をくださるようになりました。いよいよ全員で本気で考えるようになっていっていると感じますし、それぞ

いないのではないか」との考えから出たものだったそうだ。

「理系の学生にはない視点でした。そこで『何となく』ではなく、ちゃんと調べてみましょうよということになりました」と浅利氏が話す通り、「プラ・イドチャート」は学部や学年を問わず多様なメンバーがこうした意見を戦わせるなかで生まれたもの。発表後の反響も大きく、現在、さまざまな場面で調査に使われるようになってい

「最初にできたものはバージョン1と呼ばれていますが、軸のひとつを『プラスチック製品を避けられる／避けられない』にしているところを、『製品寿命が長いプラ/短いプラ』にしてみるとどうなるか、あるいはカーボンニュートラルの視点で考えたらどうなるかなど、いろいろなバージョンを作成することでまた新たに見えるものもあると思います。これからも研究を深めていきたいと思っています」

かばんの中のプラを知ることで環境問題は初めて「自分ごと」に

「プラ・イドチャート」開発のきっかけとなった「エコくるど京大」は、2013年に創設。全新生入向けにリーフレットを作成し、ウォータースーパーの設置場所や学内のSDGsへの取り組みを紹介するほか、食品ロス問題を子どもから大人まで一緒に考える展示企画「みんなの食ロス革命」、SDGsを身近に考えても



研究室のメンバーを中心にかばんの中身のプラスチック製品を数えると、20人のかばんの中に総計1652個、平均82.6個あった。こうした実地調査が、最終的に「プラ・イドチャート」のアイデアへつながっていった。写真提供/京都大学浅利研究室

らうオンライン番組の配信、マイボトル持参を呼びかける「マイボトルダンス」[*4]の普及など、大学内外で幅広い活動を行ってきた。特にプラスチック問題では「プラ・イドチャート」を使用した「京都大学プラ・イド革命」プロジェクトを実施。「かばんの中のプラ」と題したキャンペーンを展開している。

「まずは足元からやっついていかないと、世界を動かすことはできません。『かばんの中のプラ』も、『プラ・イドチャート』をつくる過程の議論のなかで出されたアイディアのひとつです。毎日、持って歩く自分のバッグをひっくり返し

てプラスチック製品を数えてもらうというシンプルな取り組みですが、いざ数えてみると、こんなにプラスチック製品に囲まれているのかとあらためて気づかされます」

何事も、まずは気づくことが大切だ。実際、この「かばんの中のプラ」活動は、2020年には雑誌との共創企画として小学校5年生から70代まで多世代、多分野の人々が参加するオンラインディスカッションへと発展。最近では、小・中学生向けの学習プログラム「マイ・プラ・ダイアリー」も作成され、若い世代への啓発も積極的に進めている。

「エコるど京大」では、ほかにも中高生を対象にしたSDGsリーダー育成プログラムへの協力や、全国の小中高生へSDGsの出前講座やイベントを実施するなど、若い世代との学びの場を設けている。先述の「プラスチックにまつわる消費者・事業者・行政の動きセミナー&共創会議」でもオンライン、オンサイト合わせて200人が参加したなか、高校生も複数参加していたと聞く。幅広い世代による共創会議で彼らの反応はどうだったのだろうか。

「中学3年生の理科の教科書ではこれまでもプラスチック問題を採り上げているのですが、2021年の改訂では版元によって記述内容が10頁も増えた教科書さえあります。プラの特性や用途に加え、問題点や資源循環も盛り込まれていますので、今の若い世代は私たちよりプラスチックや環境問題についてよく知っています

くことですね」

地球環境の問題において、ひとつの大きな目標は2050年の脱炭素社会の実現だが、プラスチックの処理についても、そこに向けていかにロードマップを描いていくか？ たとえば廃プラスチックのリサイクルとひと口に言っても、設備投資の問題、ごみ処理のあり方などさまざまな領域や課題に関わることであり、すべての自治体がそこまで広い視野をもって取り組むのは難しい。それでも、国や主要な自治体においては10年ごとの構想を提示していくことは不可欠だろう。

「今、都市ごみの焼却炉は全国に1000基以上ありますが、大半がもうすぐ老朽化します。その建て替えもインフラを含め、中長期的な視点をもって取り組む必要があり、環境設計、つまりデザインの議論が始まっています。ここで循環可能な社会へとデザインを変えていかないと、結局は消費者、そして自治体が困ることになりますし、私たち研究者の立場からでもできる限りの協力をしていくつもりです」

浅利氏は最後に、それに向けての指針となるひとつの言葉を教えてくれた。

「以前、京都で築150年の町家である杉本家住宅に住みながら町家の文化を守っておられる杉本節子さんにお話をお聞きしたことがあるのですが、お祖母様の時代までは『こうと』という言葉が当たり前のように使われていた、とおっしゃるんですね。漢字で書くと『公道』で、

すよ。共創会議の場でも、各グループにひとり高校生に入ってもらうようにしました。通常の議論ですと、大人の方が知識豊富な場合が多いのですが、この問題については若い人も対等に議論ができる。かつ、彼らは消費者としても非常に大きな力をもっていますから、これからが楽しみです」

「プラ・イドチャート」発案に加わった横井さんに「愛・地球博」の経験があったように、若い世代は関心の濃淡はあるにせよ、土台となる知識を当たり前としてもっている。今後、彼らが消費者・事業者、また行政担当者となっていく時代に、より有用な対策がとられていくことは大いに期待できるのではあるまいか。

世代を超え循環できる社会へ こうとへの感覚を大切に

その一方、現代社会の中核層ともいえる50、60代は、「難しい世代」だと浅利氏は言う。高度経済成長期に子ども時代を過ごし、大量生産、大量消費を当然のこととして受け入れてきた世代にとって、プラスチック問題へ向けた意識のベクトルは正反対ともいえるからだ。

「お金も時間もパワーもあるこの世代をどう動かすかは、最大の関心事のひとつです。この層を動かすチャンネルって何だろうと考えるとき、ひとつには会社など所属する組織の存在が挙げられるかと思っています。たとえば京都でもSDGsパートナー制度[*5]がありますし、

上品、質素という意味なのですが、日々の暮らしは節約をし、慎ましく送りながら、いざという時に備えるという京都人の美德や矜持を表す言葉なのだそう。京の町を自分たちで守るという気概あつてのもので、お聞きしながら、今のSDGsと同じ感覚だと感激しました。この感覚が備わっているかいないかは、プラスチック問題に取り組む際にも大きな違いがあるのではないのでしょうか。私たちもその気概をもって、これからもさまざまな発信や取り組みをしていきたいと思っています」

注

- *1 5mm以下の微細なプラスチックの総称。海環境中に滞留することによる生態系への影響のほか、人体への健康被害も懸念されている。
- *2 プラスチック製品の設計から販売、廃棄物の処理という全体の流れのなかで3R（リデュース、リユース、リサイクル）に加え、再生素材や再生可能資源への適切な切り替え（Renewable）を進め、循環型経済への移行推進を目指す法律。
- *3 京都市が京都大学と協働で1980年から行っている調査。継続性と詳細な調査項目において世界に類のない調査とされる。
- *4 「エコるど京大」がマイボトルを使う生活スタイル浸透のためにつくった、オリジナルの歌とダンス。詳細は<https://eco.koto-u.ac.jp/sdgs/kyoto-times/mybottle/>を参照。
- *5 SDGsの普及啓発の取り組みに意欲的な企業・団体を、自治体がパートナーとして登録する制度。



浅利美鈴（あさり・みすず）

京都大学大学院地球環境学堂准教授。1977年、京都府生まれ。京都大学工学部地球工学科卒業。2004年、同大学院工学研究科博士後期課程修了。博士（工学）。16年から現職。専門は環境教育論。学生時代よりごみ問題に関心をもち、「京大ゴミ部」「京都ごみ祭」を企画する。その後も「3R・低炭素社会検定」「エコるど京大」「京都里山SDGラボことす」など一般向けの情報発信を重視し、さまざまなサステナビリティの啓発活動に取り組んでいる。著書に『ごみゼロ大作戦！ めざせ！ Rの達人』（ポプラ社）がある。

身近な“水”をきっかけに 世界を変える

—日本初の無料給水アプリ「mymizu」の可能性

インタビュー

マクティアマリコ

二般社団法人 Social Innovation Japan 代表理事・共同創設者



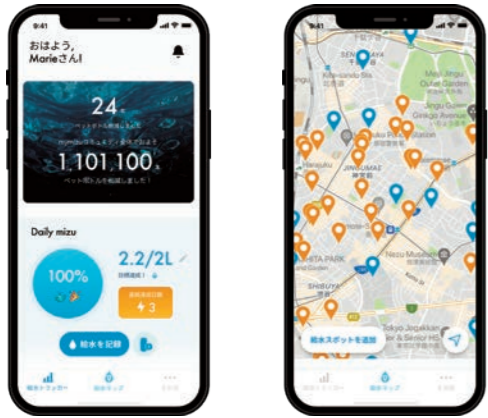
脇坂敦史「取材」執筆
古里麻衣「撮影」

明確に示すプロジェクトだ。
mymizu 誕生のきっかけは、もうひとりの創設者であるルイス ロビン敬氏と共に訪れた沖縄・宮古島での経験だという。大量のプラスチックごみに汚染された海岸の光景に衝撃を受けた。なかでもひととき目立つのがペットボトル。日本では1日6900万本、年間252億本のペットボトルが消費されていると知った（*1）。そんな状況を変えるために始めた新しい取り組みだった。

その仕組みと狙いはわかりやすくシンプルだ。一人ひとりがマイボトル（水筒）をもつことで、ペットボトルの消費量を減らすことができる。そこで、外出先でもマイボトルに水を入れてもらえる「給水スポット」を地図上に示すアプリを開発し、プロジェクトに賛同してくれる飲食店や企業を募った。

「私が住んでいたイギリスをはじめ、同じような仕組みやアプリは海外にもありました。インフラとしての給水スポットを増やそうという動きも、世界各地に広がっています。でも便利に使用して水が飲めるといふ機能だけでは、十分ではないと考えました。日本の文化に合わせ、新しいムーブメントとして、また文化的なプラットフォームとしても魅力あるものにならうと工夫したのです。ほかの人がやっているのを見て、自分もやってみようと思うような感覚を大切にしました」

ゲーム感覚で楽しめる理由はもうひとつある。マイボトルに給水することでどれだけプラスチック削減効果があったのか？ ほかに仲間がどれだけいて、自分はどれだけ貢献しているのか？ mymizu のアプリは、その点がよくわかるよう工夫されているのだ。



世界20万カ所超、日本国内で1万1000カ所超の給水スポットが登録されており、アプリで簡単に探し出せる。左/給水により削減できたペットボトルの本数、CO₂の削減量、節約できた金額などのデータを可視化。右/近くの無料給水スポットがマップ上に表示される。

このアプリを実際に使って強く感じるのは、それが便利であるという以上に、ひとつの文化的提案になっていくこと。地図上の給水スポットとして目立つのは、街のなかでも意識の高い、おしゃれなカフェやバーといった飲食店イギリスなら、店で「マイボトルに水を入れてほしい」と頼む人も珍しくない、とマクティア氏は言う。しかし日本ではまだ、その行動自体が「新しい文化」であり、ハードルは少し高い。だからこそ、なんだか楽しくもある。新しい店を発見したり、スマホで給水スポットの写真を撮って新たに投稿したりすることもできる。楽しいゲームのようなものに参加している感覚に

マイボトルに給水する、そんなシンプルな行動を通してサステナブルな社会づくりに貢献できると若い世代の支持を集めているのが、一般社団法人 Social Innovation Japan が運営するアプリ「mymizu」だ。ペットボトルの削減をミッションに、無料で給水できるスポットを簡単に探し出せるプラットフォームを展開。2019年9月のリリース以降、自治体や大手企業と協業するなど、多くの人を巻き込みながら事業を拡大している。

「どうやって持続可能な社会を実現するか？」といった大きな問いを設定しなくとも、消費者として私たちは日々その問題と向き合っている。2019年に内閣府が行った世論調査によれば、プラスチックごみの問題に関心をもつ人の割合は89%にのぼるといふ。過剰なプラスチックの消費を意識しながら、具体的な削減にはつなげられていないと感じる人も多いのだ。今の状況を変えたいと思うが、一人ひとりの行動はあまりに小さく無力と感じられてしまう。それでも小さな行動の変化を積み重ねることによってのみ、社会は大きく変わる可能性をもっている。mymizu は、人間にとって最も基本的な「水」をめぐる行動変容を通し、そのことを



mymizu 共同創設者のルイス ロビン敬氏（左）とマクティア マリコ氏（右）。海岸に流れ着いた大量の海洋プラスチックごみを目の当たりにしたことが、mymizu を立ち上げるきっかけとなった。写真提供/一般社団法人 Social Innovation Japan (以降、SIJ)

がいなかった。やっと仲間を見つけて嬉しい、と言ってくれる。そういう人たちに小さなコミュニティを提供しているという意識はありま
すね」

コンビニや自動販売機がこれほど便利な日本で、わざわざマイボトルをもつ人がいるだろうか。当初、周囲が抱いていた懸念は、すでに払拭されつつある。それは水を飲むという行為もまた、「便利で楽なら何でもよい」とどまら
ない、まさに「文化」であることの証明だろう。もうひとつ、プロジェクト初期から多くの人が心配したのは、給水スポットとして無料で水を提供してくれる飲食店があるのかという点だ。実際、彼らの意識はどうなのだろうか？ 売り上げ増に直接結びつかなくても、何かメリットを感じているのだろうか？

「何かをしなればと感じていたお店も、すごく多いのではないかと思います。たとえば、よくないとは思いつつテイクアウト用にプラスチック容器を使っている、というお店もありました。そこに罪悪感があったけれど、やめることはできない。でも、この方法ならプラスチック削減に協力できる、と参加してくれたお店もあります。それに、普段の商売とは別のところで給水という新しい関係が地域に生まれ、それがすごく楽しいという声もよく聞きます」

問題意識をもちながらも分断されていた消費者や店を、マイボトルへの給水という行動が結びつける。こう書くとシンプルに思えるが、実

が多いように感じていました」

2017年に日本で立ち上げたSocial Innovation Japanは当初、仲間と共に先進的な問題に取り組んでいる人や企業に声をかけて話を聞き、学びつなげるための場をつくらうとする気軽なイベントとして始まったそうだ。イベントで敢えて英語を使うことが多かったのは、国境を越えさまざまな課題とリソースをつなげることが、現状の打開につながると考えたから。実際にイベントをきっかけに、優れた日本の起業家がフランス大使館の目にとまった事例もある。そうした活動のなかから、マクティア氏のなかにmymizuへとつながる思考がゆっくりと育っていったようだ。

「当時から、循環型経済（サーキュラーエコノミー）に関心をもつ企業は多かったのですが、過去にプラスチック包装をやめなければ消費者



2020年には環境省が主催する「グッドライフアワード」で環境大臣賞を受賞した。写真提供/SIJ



カフェ、レストラン、ホテル、コワーキングスペース、そして公園や図書館まで、給水スポットは多岐にわたる。マイボトルに給水してもらうというアクションから、新しい関係が生まれる。
上/取材協力：ヴィーガンカフェ「Slow ecolab」東京都豊島区
中・下/写真提供/SIJ

際プロジェクトには企業や自治体の協力を取り込むことが不可欠だった。そしてそこには、「持続可能な社会をどうつくるか？」を考えるうえで重要なヒントもあるように思える。mymizuはどうやって、より多くのプレイヤーを巻き込み、社会にインパクトを与える文化に育とうとしているのだろうか？

日本とイギリスのビジネスをつなげる

ロンドンで生まれ育ったマクティア氏は同地で日本の新聞社に就職し、その後は駐日英国大使館やスタートアップ企業での仕事を経て独立、

に受け入れられなかった苦い経験についても、よく聞きました。ヨーロッパやアメリカの成功事例を知りたいというニーズも多かったのですが、私もたくさん紹介しましたが、どうしても『日本ではできない、たぶん消費者に受け入れてもらえない』と言われてしまうことも多かった。やっぱり日本における事例が必要だなあ、と感じるようになりました」

消費者から見れば、何かをしたいけれど選択肢がなく、嫌々ではあるがプラスチックを使わざるをえない状況。企業の側から見れば、消費者が積極的ではないと映る。互いに自分から動くことができず、相手の出方を見合っているような現状を、変えることはできないだろうか？ mymizuは、そんな消費者と企業の意識と行動をつなげるためのツールでもあったのだ。

企業のブランド戦略にも結びつく価値をつくる

mymizu 立ち上げで、一番大変だったことは何か？ そんな疑問に対してマクティア氏は少し考えながら慎重に、企業や自治体と協業するときに立ちほだかる「前例主義」のようなものの根強さを指摘した。実績のないスタートアップが、何か新しい事業をゼロから起こそうとするときに、しばしば指摘される日本社会ならではの「悪しき伝統」といえるだろう。「神戸市との協業では、スタートアップ向けのプログラムがあったので、それを利用してス

ムーズに話を進めることができましたが、多くの場合は過去に前例がないと言われて断られました。たとえば、プロトタイプの際に前の段階においても資金が提供できる、概念実証（プルーフ・オブ・コンセプト＝Proof of Concept）のような仕組みが日本にも必要だと思えます」

一部の先進的な自治体との協業に加え、mymizuの理念に賛同したいくつかの企業がさらに大きな役割を果たした。実際に、アプリ開発で全面的に協力したのはドイツの自動車メーカー、Audiだった。同社は早くから温室効果ガス排出の削減に取り組み、2025年までに二酸化炭素排出量30%削減を目標に掲げる。mymizuとパートナーシップを結んで協力し合うなかで、単に資金を提供してマーケティングを行う以上の役割を果たそうとしてくれているというのだ。

「たとえばAudiの車に乗る人ならマイボトルをもっている」といった文化をつくりたい。長期的な事業計画やブランド戦略とも結びつくような『共通する価値（Creating Shared Value＝CSV）』をつくるようなイメージで関わってくれていると感じます」

同じような積極性は、従業員のサステナブルな意識を高める活動にmymizuをいち早く活用したLIXILや、自社製品と結びついたウォーキングやランニングとmymizuの給水文化をつなげる活動を展開しているNIKEにも共通して見られる。これらの企業が置かれた事業環

境を考えると、脱プラスチックは企業の存続にとって不可欠のレベルにある課題だ。だから mymizu のような高い理想を掲げる旗を見つけるとき、その下で自分たちができるかぎりのことをやろうとするのだろう。

「私たちのほうから、こういうことをやってほしいと企業さんに持ちかけたことはないんです。私たちのホームページを見て、これは絶対に必要なことだから一緒にやりましょう、私たちの会社はこういうことを考えているんだけど、一緒にできませんか?と行ってください。オープンな形で、一緒に考えてくださる企業との出会いに恵まれたのだと思います」

mymizuを新しいミッションに つなげていく

現在まで mymizu アプリのダウンロード数は、20万弱(うちアクティブユーザー数は給水需要が高い夏期で月に約4万5000人)。給水パートナー(加盟店)数は2000店だが、公共施設を含めた国内の登録給水スポット数は1万1000カ所を超えている。東京をはじめとする大都市中心とはいえ全国47都道府県にも広がっている。ちなみに mymizu アプリは世界40カ国以上で利用できるが、あくまでも日本が中心。「わざわざ壁をつくることもないと思った」と言いながらも、アプリが一般公開された2019年9月20日が日本でラグビーワールドカップが開催された日であったとも教えてくれた。世界中

先進的な試みが、若い世代の主導で進められているのに、日本の社会、あるいは企業で力をもつマジョリティの意識が、そこに追いついていないことは否定できないだろう。

「環境や次世代への責任といった視点から、まったく危機感が足りていないと感じる場面は個人的に多くあります。IPCC(※)のレポートに関わった江守正多先生の話を若い学生たちと一緒に聞く機会がありました。そんなときも彼らの熱意に対し、私も含めた大人たちが十分に応えられていない、残念さと申し訳なさを感じるのです」

新聞社で働いた経験から、メディアにも大きな責任があると感じている。たとえばイギリスでは自身を含め、2017年に放映された



mymizuのスタッフたち。多様な文化的背景をもつ、若い世代を中心にチームは構成されている。写真提供/SIJ

から人が集まるような大規模スポーツイベントで、水分補給がプラスチック消費なしに行われることを期待していたのだ。しかし2年後の東京オリンピック・パラリンピックを含め、その訴えは実現されることがなかった。大企業スポンサーへの配慮が原因と分析しながら、マクティア氏は悔しさを滲ませる。敢えて壁をつくらず、訪日外国人らの力も借りながら新しい文化を日本に広めようという意思も、コロナ禍により実現しなかった。だが飲食業界にとっても困難な時代の状況を振り返って考えれば、先に紹介した数字は驚くべき成功と言えるのかもしれない。

「脱プラスチックの機運が盛り上がりつつある今年の夏こそ、mymizuを一気に広めるチャンスだと思っています。それから、既存のアプリ版に加えてオープンソースの仕組みを取り入れたウェブ版もつくる予定です。すでにユーザーからは検索機能の追加など多くの要望が上がってきています。オープンソースなら、より多くのアイデアや能力をもった人たちの力を生かす共創が実現できるはず」

多くの人を巻き込み、ようやくひとつの形が見えはじめた「日本発」の事例。サーキュラーエコノミーに興味をもつ企業などから、コンサルティングや協業を持ちかけられることも多くなっている。今後、自分自身はどういう役割を担うべきだと考えているのだろうか?

「この取り組みを盛り上げることはもちろん大

BBCの海洋ドキュメンタリー『ブルー・プラネットII』をきっかけに気候危機や脱プラスチックの問題と関わりはじめた人が少なくないという。有名なナチュラリストであるデイビッド・アッテンボローがもつ影響力もあるだろう。それにしても同じ番組が、日本ではどちらかというと単に「美しい自然を紹介する番組」として放映されたとき、驚いたという。

「リーダーたちには、まずは何が起きているのかを知ってほしい。それがあって初めて、自分の責任において何ができるかを真剣に考えることができる」と強調する。マクティア氏らのおこなったSocial Innovation Japanが日本で大きな存在意義をもつとしたら、そんな力をもつ若いリーダーを生む可能性を秘めているからこそだろう。

「日本企業の多くが、将来の成長につながる大きな変化を避けているように見えます。だからこそ、行政が思い切った制度をつくり、長期的なロードマップを示す必要がある。イギリスやEUの場合、プラスチックの利用に関して国が厳しい規制をつくり、企業に強く変化を促している。日本のように目先の利益や損得にばかり配慮していると、逆に企業の成長を阻害してしまうことになると思う」

相手の立場に配慮し、空気を読み、立ちすぐんでしまう。先ほどの消費者と企業の関係にもどこか似ている。「持続可能性」が切実な響きをもたない理由も、このあたりにありそうだ。



サステナビリティや循環経済への理解を深めるセミナーやワークショップを定期的に開催。次世代リーダーの育成にも力を入れる。写真提供/SIJ

切ですが、気候危機問題の深刻さを考えると、ペットボトルを減らすだけでは十分じゃない。そこは危機感をもって一歩下がり、より大きなムーブメントをつくるためにはどうしたらいいか、新しいミッションを真剣に考える時期だと思っています」

日本のリソースは十分に生かされていない

ペットボトルや給水の文化はあくまでも最初のきっかけと語るマクティア氏の言葉を聞きながら、日本の現状をもう一度考えなおす必要があると感じた。ヨーロッパにくらべると日本では、どうしても「持続可能性」という言葉が切実に響かない。あるいは、そこに世代間のギャップもあるのだろうか。mymizuのような

「いくつもの要因が重なり、日本にある豊かなリソースが気候危機のような重要課題のため十分に活用されていません。それは日本だけでなく世界にとっても、もつたないこと。その状況をなんとかしたいですね。でも、私がなぜこんな仕事をやっているかと言えば、やはり大きなビジョンを共有している面白い人たちと出会い、自分の得意なことを生かして力を合わせるのが、すごく楽しいからです。仕事は大変だけど、いつもそこからエネルギーをもらっていると感じています」

人となりがり、まずは目の前の課題に取り組む。mymizuのユーザー一人ひとりが踏み出した小さな一歩は、さまざまな可能性に向かって開かれている。それは思っていた以上に、大きく広い射程をもつものかもしれない。



注
*1 2018年度。
*2 気候変動に関する政府間パネル (Intergovernmental Panel on Climate Change) の略称。

マクティアマリコ(まくていあ・まりこ)
一般社団法人Social Innovation Japan 代表理事・共同創設者、mymizu共同創設者。ロンドン大学卒業後、中日新聞社ロンドン支局に勤め、2014年に駐日英国大使館の国際通商部に勤務。日本と英国間のイノベーションを促進するとともに、17年よりフリーランスとして社会的企業でプロボノやコンサルティングの仕事を始める。日本において世の中の深刻な課題に取り組む人やビジネスを増やすため、同年、一般社団法人Social Innovation Japanを立ち上げ、現在その運営やサステナビリティ関連プロジェクトを総括する。その一環として、ペットボトルの削減やサーキュラーエコノミーの実現をミッションにした、日本初の無料給水アプリ「mymizu」を立ち上げ、数多くの有名ブランドや自治体とのコラボレーションも実施。「Forbes JAPAN」20年10月号に「セルフメイドウーマン」として取り上げられ、20年より世界経済フォーラム「Global Future Council on Japan」のカウンセラーメンバーに就任。

日本人の自然観とサステナビリティ

—メディアの影響の視点から

「目白大学メディア学部メディア学科教授」
川端美樹 Kawabata Miki

持続可能な社会実現へ向けた目標の柱の一つである環境保全・保護は、社会の中で解決すべき重要な課題である。課題解決には、ライフスタイルや意識・行動の変化が必要だが、それには人々のもつ自然観が大きく関わりと考えられる。本稿では、メディアが日本人の自然観に与える影響について研究を行っている筆者が、日本人の自然観形成の歴史的経緯や、それに対する人々の意識変化の調査から見えてきたものを踏まえ、それらがサステナビリティの実現にどのように関わるのか、社会心理学的なメディアの影響の視点から考察する。

「自然を愛し、自然に従い、自然を受容する日本人」像

日本人の自然観については、これまでに多くの著作が出版され、また議論が行われているが、中でもよく知られているのが寺田寅彦[*1]の『日本人の自然観』[*2]である。この著書で寺田は、複雑多様な日本の自然が、日本人に対して無限の恩恵を授けると同時に、不可抗な威力をもって支配してきたと述べている。そして、日本人は自然に服従することでその恩恵を十分に享樂し、それが彼らの自然観を形作ったとしている。また、寺田の主張に影響を与えた和辻哲郎[*3]の『風土―人間学的考察』[*4]では、「ある土地の気候、気象、地質、地味、地形、

景観などの総称」である風土をタイプ分けし、日本の風土はモンスーン型の一つの形態であるとした。モンスーン型に生活する人間は自然に対抗する力が弱く、自然に受容的になるといふ。また自然の暴威、例えば大雨や暴風、洪水、早魃といった災害が襲いかかるため、忍従的にもさせる。そのため、モンスーン型の風土に生きる人間は「受容的・忍従的」であり、それが日本人の自然観に影響を与えてきたという。

寺田や和辻の主張ともつながる、日本人は自然を愛し、自然と調和し、自然を受容するといった考え方は、現在でもよく見られている。2011年の東日本大震災の直後、大きな災害に襲われた日本の「注目すべき回復力」と、日本人の「堂々とした冷静沈着さ」を世界中の

メディアが取り上げた際にも、同様の根拠が挙げられていた。鈴木貞美[*5]は、近年、かけがえない地球という認識と自然環境保護の考えが拡がるにつれて、日本人は「自然を愛する民族」であり、「自然と一体となって生きてきた」、「自然と人間を重ね合わせる」などの考えが浮上して流布し、本来否定的な部分もあったこれらの考え方が、肯定的な意味でのみ使われる傾向が強くなっているという。

しかし実際には、日本人は自然に従ってきただけではなく、長い間積極的に自然を利用してきた。平安時代の貴族が自然の美しさを詩歌に残しただけでなく、古代から農民たちも労働や生活の中で自然環境を注意深く観察し、敬い、利用してきた。そして、日本では以前から西歐

に劣らず、自然環境に手が加えられてきたといわれる。

近年、里山という言葉をよく耳にする。古くは18世紀に遡れるこの言葉は、1960年代前半に再認識され、頻繁に使われるようになった。それは、60年代に大都市の郊外に開発の波が押し寄せ、低山地、丘陵地の二次林（伝統的な農業で昔から作られてきた薪炭林や農用林）が破壊されたことで、身近な自然保全への意識が高まったことが背景にある。里山は人間によって管理された自然、すなわち「二次的自然」であり、人間が利用する自然でもある。

また、森林利用の視点から見ると、日本では古代から人口増加とともに森林需要が増加し、乱伐とともに森林破壊が進んだという。室町時代には大掛かりな植林が開始されたが、江戸時代になっても森林破壊は進み、河川氾濫や台風被害がもたらされたため、幕府と諸藩は治水事業と森林の保全を行い、江戸時代の後期には日本の森林資源は回復した。さらに明治維新後も森林伐採が進み、山地・森林は再び荒廃したため、明治政府は林業強化政策を進めた。太平洋戦争が始まると、大量の木材が必要となり、再び全国各地の山が禿げ山と化した。そのため戦後、各地で大水害が発生し、荒廃林地への植林が国家再建の重要課題となったが、復興のための木材需要の急増に対応するため、政府は広葉樹からなる天然林の伐採跡地を針葉樹中心の人工林に置き換える政策を実施し、造林ブームが

到来した。ところが、その後外国からの木材輸入が自由化され、価格の高い国産材が売れなくなると同時に、家庭用燃料が薪炭から化石燃料へと置き換わり、日本の森林資源は価値を失って林業が衰退したことは周知の事実である。現在、手入れが行われずに放置された人工林は荒廃し、危機的な状況にあるという。このように、日本では昔から森林を利用し、手を加えてきたが、現代になって初めて森林を利用しなくなってきたことによる危機を迎えている。

一方、林潤平[*6]は、日本の教育がどのようになら「日本人は自然を愛する国民である」という心情を醸成してきたか、明治以降から昭和戦前期までの初等教育の理科、地理、国語の教育書や雑誌記事における教育論の分析によって考察している。それによると、理科教育では近代化の実現のために自然を愛で、自然と対するとう「調和」と「征服」の両者が存在する教育論が見られ、地理教育では軍国主義的な国土愛に加えて、ナショナルアイデンティティの認識と確保のために国民化という観点から教育が行われた。さらに国語教育においても、教科書、教育書の両方で、国家主義的なイデオロギーを日本精神や神道の観念と結びつけ、日本人は自然を愛する国民であるという内容が教育されたという。また、寺田や和辻が述べた環境決定論的な主張については、日本人の民族的特殊性を論じるための主要な根拠として、太平洋戦争中のプロパガンダに使われたという指摘もある

以上のように、日本人が自然を愛する国民で、また人工的なものや作爲的なことを嫌悪し、人間が自然をコントロールするのは身の程知らずだと考える自然尊重や自然信仰の姿勢は、国家主義的な時代背景において意図的に作られてきたといえる。しかしながら、これらの考え方は、実際の環境保護・保全とは相いれない部分がある。

現代日本人の自然観調査データに見られる特徴

それでは、現代の日本人の自然観は実際にどのようなものになっているのだろうか。その特徴を、調査データの結果から読み取ってみたい。

林文ら[*8]は1990年代に、日本人の自然観を明らかにするために、大学生調査およびサンプル数2000人の全国調査を行った。分析の結果、日本人の自然観には、自然には人間の手を加えるべきではなく、また環境が大切に、自然に神秘感を感じ、動物に感謝の念を感じるといふ考えの構造が見られることが明らかになった。林らによると、それ以前に行われた森林観の国際比較調査において、ドイツでの調査では、自然（森林）に人間の手を加えることと神秘感（人間の知恵では計り知れない不思議さの感情）の関連が強かったが、日本では、森林に人の手を加えることは、心を大切にしない、また神秘感を持たない人によって行われるという

意識の構造が見られたという。つまり、ドイツでは神秘的な森も人間が作り、守ってきたと認識されているが、日本では、手を加えることは森林を壊してしまう、また恐れ多いことだと考えるという違いが見られた。林らは、このような考え方が、日本人に、人間の生活と自然環境を両立させた開発や保護を行うことに抵抗感を感じさせ、その実行を難しくしているのではないかと考察している。

一方、竹下降「*9」は日、米、英、スウェーデン、中国、フィリピン、ケニアにおいて行われた環境観、自然観に関する国際比較調査を基に、先進国と発展途上国の地球環境意識を比較した。その結果、先進国と発展途上国では、環境保全意識は共通しているが、先進国では科学技術観に楽観と悲観の両方が含まれ、開発より保全の意識が強かった。一方、発展途上国では高い科学技術信奉意識を基本とし、保全しながら開発するという意識が強かったという。さらに自然に対する畏敬の意識、手を加えることに迷いがある加害者意識を持ち、地球の復元力を信じる度合いは、全体的には先進国より発展途上国で高い傾向が見られていたが、日本の場合は、他の意識は先進国タイプでありながら、地球の復元力信奉では最も高い途上国型であったという。つまり、自然は人間が手を加えなくても自ら復元力があるという考え方が、日本では強く見られたのである。

また、統計数理研究所では、1953年以来、

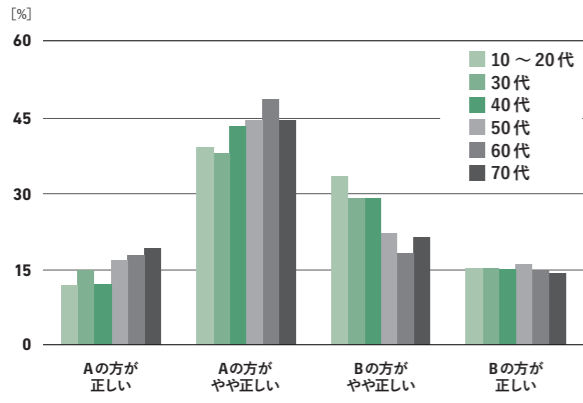
えることに対する意見や自然に関する選好（どちらも人手を加えるか、加えずにありのままがよいかを問う質問）は、年齢が若いほど手を加えずありのままの方がよいと答え、年齢が高いほど人手を加えた方がよいと答える統計的に有意な傾向が見られた。それらのうち、森林に手を加えることに対する意見の年齢ごとの結果を図2に示す。

前述の林らの1990年代の調査結果でも、20代・30代の若年層において、森林に人手を加えるべきでないという意見が特に多いなど、若者に自然に対する素朴で宗教的な感情が高い傾向があったという。

また、川上正浩ら「*12」は大学生を対象とした調査で、若者の持つ自然観を構成する因子を

■図2：森林に対する考えと年齢のクロス集計結果

A.「森林を美しく維持するためには人間の手を加えなければならない」という考え方と、B.「森林を美しく維持するためには人手を加えるべきでない」という考え方では、どちらが正しいと思いますか。



5年ごとに「日本人の国民性調査」という大掛かりな社会調査を実施しており、基本的には同じ調査手法、同じ質問項目で継続的に実施されている。その実施項目の中に「自然と人間との関係」を尋ねる項目があるため、その結果を基に、ここ70年ほどの自然と人間の関係についての意識の変化を見てみよう(図1)。

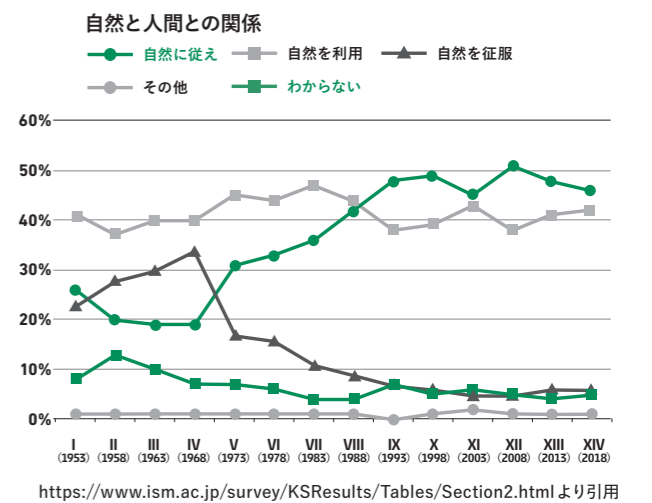
これは、「自然と人間との関係について、つぎのような意見があります。あなたがこのうち真実に近いと思うものを、ひとつだけ選んでください」という質問に、1.人間が幸福になるためには、自然に従わなければならない、2.人間が幸福になるためには、自然を利用しなければならぬ、3.人間が幸福になるためには、自然を征服してゆかなければならない、という選択肢で回答者が答えた結果である。図1を見ると、最新データである2018年に一番回答が多かったのは「自然に従え」で46%、2番目は「自然を利用」で42%であった。興味深いのは、「自然に従え」という回答が、1953年から1968年まで減少した後、上昇に転じ、1993年には「自然を利用」を抜いて1位になった後、25年間首位を保っていることである。それに対し、「自然を征服」という回答は、1953年から上昇していたが、1968年を境に下降し、1988年以降は常に10%以下と低迷している。これらの傾向は、1968年頃まで豊かさを求め続けた日本人が、ある程度の文化的水準に達し、その

探ったが、その主要な要因は、自然は人間の力ではどうにもならないものであるという「人智を超えた自然」因子であった。他には、自然は守るものであるという「保護を求め自然」因子、自然は優しく癒しとなるもの、人間にポジティブな影響をもたらすものであるという「癒す自然」因子が見られた。

さらに、筆者が大学生に行った自然観や環境観についてのインタビュー調査「*13」の結果でも、多くの回答者が、自然とは人が手を加えていないもの、人工的でないものと捉えていた。それに加えて、手を加えずにそのままの状態である自然を好み、それが自然のあるべき姿であると答える学生が多かった。また、彼らの自然観には全体として情緒的なイメージや言及が多く見られた。

以上のように、日本では昨今の調査データによっても、自然に畏怖を感じ、自然に従うといった自然観が見られている。また、若年層の方がより自然に対して手を加えるべきでないという答え、ありのままの自然を好む傾向が見られた。前述したように、戦前・戦中には日本人の自然愛が若者に教育されていた。戦後、教育の内容が変わっても、1960年代以降に再び、自然に従うべきだという考え方が台頭してきたのはなぜだろうか。もちろん、自然破壊や公害が起ったことがそのきっかけの一つであると考えられるが、1990年代以降、特に若者と自然との関係に距離が生まれ、自然は人智を超

■図1：国民性調査における「自然と人間との関係」の時系列変化



頃公害が大きな問題として顕在化してきたのを転機に、自然を征服するという考え方が急激に減り、自然に従えという考えが増え始めたのではないかと考えられる「*10」。

次に、日本人の自然観の年齢による違いについて注目してみたい。ここでは、著者が2019年に、日本全国の15歳から79歳までの3156人に行ったインターネット調査の結果を紹介する「*11」。前述の林らが行った自然観の調査を参考にし、森林の維持のために人の手を加えるべきかについての意見、そして人手の入った自然とありのままの自然のどちらが好きかという意見について、年齢とのクロス集計を行った。その結果、森林に手を加

えている、自然は手を加えずそのままの状態であるべきだと考える若者が多いのはなぜだろうか。次節では、その原因の一つの可能性として、メディアの影響を取り上げたい。

メディアはどのような自然のイメージを形成しているか

メディアは私たちに自然環境や環境問題についてのイメージや情報を伝えている。特に人々が直接その影響を知覚することが難しい地球環境問題については、マスメディアにおける報道がその問題の重要性の認知に大きな役割を果たす。さらにニュース報道においては、通常はメディアがその問題のある枠組み、すなわちメディアフレームにあてはめながら、情報が伝えられる。そのため、環境問題報道において、どのようなメディアフレームが用いられるかは、人々の環境問題の理解や意味づけに大きな影響を与える。

メディアフレームは、メディア報道の中で、展開する一連の出来事やその出来事同士のつながりに意味を持たせる中心的な概念やストーリーであり、何が議論的であるか、またその問題の本質を伝えるものと定義されている。地球環境問題は、科学的なフレームで伝えられることもあるが、国家間の外交問題のフレームで取り上げられることもある。フレーミングのしかたが異なれば、同じ出来事の報道でも、受け手の理解は全く異なったものになる可能性がある

表：災害報道写真のヴィジュアルフレーミング分析結果の概要

災 害	使用フレーム	ヴィジュアルイメージの特徴
東日本大震災・津波 (2011年)	人智を超えた自然、現実的、助けられた命、人間的興味、政治	地震・津波発生直後は空中から写した俯瞰のイメージが多かった。津波や火事による被害や破壊された町、救助活動の写真が多く、被害者を写した写真は見られなかった。時間が経つにつれて、救助された人、救助活動や行方不明の家族を探す人々、避難場所の人々などの写真が増加した。
御嶽山噴火 (2014年)	人智を超えた自然、現実的、助けられた命	噴火直後は空中から撮影した火山の写真が多かった。現地での被災者が撮影した噴火の写真も見られた。その後は救助活動にあたる自衛隊や警察、消防隊員の写真が多くなった。
熊本地震 (2016年)	人智を超えた自然、現実的、助けられた命、人間的興味	地震後、倒壊した家屋、城、地滑りなどの被害の写真が多く見られた。また救助された人の写真も見られた。その後は救助活動や避難所の人々の様子が報道期間全体に見られた。
西日本豪雨 (2018年)	人智を超えた自然、現実的、助けられた命、失われた命、人間的興味	家や道路などを破壊する洪水や地滑りの写真から始まり、救助活動やボランティア活動などの写真が見られた。被災地で行方不明の近親者を探す人、亡くなった家族を弔う人の写真が見られた。
台風19号 (2019年)	人智を超えた自然、現実的、助けられた命	台風が接近中の嵐の前の静けさの様子や、台風が襲った後は洪水や破壊された町、救助活動の写真が見られた。車両基地で北陸新幹線が並んで浸水している写真が繰り返し報道された。

ることが明らかになっている。

これまでのメディアフレームに関する研究では、主にメディア報道のテキスト情報を質的または量的に分析する研究が行われてきた。最近では、メディアの視覚的イメージに注目したヴィジュアルフレーミング研究も行われている。さらに、人々がメディアから伝えられる情報を理解する際には、メディアフレームのみならず、受け手側のオーディエンスフレーム、つまり個人の価値観や知識による解釈のフレームも、問題の理解に重要な役割を果たすと言われている。ここでのオーディエンスフレームは、環境問題

また、先に述べた1960年代の公害や自然破壊が人々の意識を「自然に従う」方向に変えたという解釈も、当時の新聞やテレビで自然の汚染や破壊のイメージが多く伝えられたことが影響していることも考えられるのではないだろうか。

日本におけるサステナビリティへの取り組みに向けて

自然を愛し、自然に従うという日本人の自然観には、人間が自然をコントロールするなど畏れ多いといった自然尊重、自然信仰の姿勢が垣間見える。しかしながら、森林利用の例からもわかるように、自然に手を加えないことは、自然保護にはむしろマイナスの影響を与えることもある。「サステナビリティ」とは、持続可能性という意味である。将来に向けて、長期的な視点で科学的・計画的に自然を保護し、保全していくことがサステナビリティにつながる。それには自然に対する愛や畏敬の情緒的な気持ちも必要であるが、同時に科学的な視点でどのように自然を保全していったらよいかを考える理性的な認知も欠かせないだろう。それを考えると、これからの日本での環境保全のためには、自然を愛する心を基本としながら、保全するために自然に手を加え、利用することが保護につながるという構造の自然観がサステナビリティ実現に重要な役割を果たすのではないだろうか。特に若者は、今後の環境保全の担い手となる

報道を理解する場合、受け手の自然観とも密接に関わっている可能性が高い。

筆者は現在、メディアが日本人の自然観に与える影響について、ヴィジュアルフレーミングの視点から予備的研究をいくつか行っている。ここで、その研究の一つを例として取り上げてみよう*14。筆者は、2011年から2019年までに起こった5つの大きな自然災害の新聞報道写真を対象としたヴィジュアルフレームの質的分析を行った。そこで用いられたのは、「人智を超えた自然」、「現実的(物理的な被害)」、「助けられた命」、「失われた命」、「人間的興味(三面記事的)」、「政治」、の6フレームであった。分析対象は、朝日新聞(およびそのオンラインニュース)に掲載された、2011年3月の東日本大震災・津波、14年9月の御嶽山噴火、16年4月の熊本地震、18年7月の西日本豪雨災害、19年10月の台風19号の各災害報道に関する報道写真であった。

分析の結果(表)、すべての災害報道で「人智を超えた自然」フレーム、「現実的」フレーム、「助けられた命」フレームが主に用いられていることがわかった。他のフレームは災害によって用いられ方が異なっていた。どの災害でも、発生初期の報道写真は、衝撃的な災害や被害の写真が多く用いられていた。その後、救助された人、救助活動や避難所の報道写真が増えていくが、被害者の写真や遺体の写真が写されることはなかった。

存在である。自然は手を加えずそのままの状態であるべきだという考えは、環境保全・保護には結びつきにくい。それでは自然を保全するために利用するという自然観を、メディアはどのように伝えることができるだろうか。例えばテレビでは、自然をテーマにした番組だけが、自然についての情報やイメージを伝えているのではない。ニュース報道やその他のジャンルの番組においても、自然のイメージが伝えられることがある。サステナビリティへの取り組みの一つとして、送り手側が前述のような影響を考慮した報道やメディアコンテンツ制作を行う、そして教育においても自然保護や保全につながる情報や自然観を伝えていく必要があるだろう。最後に、教育の中で、自然に手を加えながら保全するという考えを醸成していくためには、自然愛のみならず、科学的な知識や観点を得ることが欠かせないと考えられる。現在、小学校、中学校での学校教育では、自然を科学的に捉える教育がなされているが、それが若者の持つ自然への素朴な畏敬の感情とうまく結びついていない可能性も考えられる。例えば、自然の科学的な視点を理科で、そして畏敬の念は道徳で、と別々に伝える教育が行われている*15が、両者を結びつけた環境保全・保護に関する総合的な教育が、自然に対する愛と科学的理解がバランスよく構成された自然観を醸成し、日本におけるサステナビリティを実現していくのではないだろうか。

主要フレームの特徴を見ると、特に災害発生後すぐに報道された、大きな自然災害そのものや、破壊された自然の被害に見られる「人智を超えた自然」というイメージは、日本人が自然に「受容的・忍従的」であるといった特徴を思い起こさせるが、このようなイメージを多用し、強調して災害を報道することは、自然への恐怖や畏怖の気持ちを助長する可能性がある。また、物理的な被害についての「現実的」フレームのイメージの多くには、人間の存在が全く見られなかった。このような「災害被害の非人間化」は、受け手の自然との心理的距離を遠ざけ、さらに自然を「人智を超えた、手を加えてはいけないもの」と認知させる影響があると考えられる。災害報道では、物理的な被害の様子を伝えるのは当然であるが、その伝え方に考慮が必要なのも考えられる。

前述の、筆者が行った大学生への自然観のインタビュー調査においても、東日本大震災の影響で自然に恐怖、畏怖の念を感じたという言及が多かった。イメージによるフレーミングは、テキストによるものよりも情緒的に大きな影響を与えるとされている。なお、2011年以前の災害のイメージについての分析、また朝日新聞以外の報道写真の分析を行わずに結論は出せないが、自然災害の報道において、どのようなイメージが伝えられるかにより、送り手が意図しない形で、受け手の自然観への様々な影響があることが考えられる。

注

- *1 日本の物理学者・随筆家・俳人(1878～1935)。代表作に『柿の種』『天災と国防』など。
- *2 寺田寅彦(1935)、『日本人の自然観』岩波書店。
- *3 日本の哲学者・倫理学者・文化史家(1889～1960)。代表作に『風土―人間学的考察』『古寺巡礼』など。
- *4 和辻哲郎(1935)、『風土―人間学的考察』岩波書店。
- *5 鈴木貞美(2018)、『日本人の自然観』作品社。
- *6 林潤平(2020)、『自然愛をめぐる教育の近代日本―自然観の創出と受容の一系譜』世織書房。
- *7 ジュリア・アデニー・トーマス 杉田米行(訳)(2008)、『近代の再構築―日本政治イデオロギーにおける自然の観念』法政大学出版局。
- *8 林文・林知己夫・菅原聰・宮崎正康・山岡和枝・花房英光(1994)、『日本人の自然観についての予備的考察』SS JOURNAL, 1, 159-175。
- *9 竹下隆(1999)、『エネルギーと地球環境意識―先進国と途上国の国際意識比較』NSS JOURNAL, 6, 78-89。
- *10 林文(1999)、『意識調査からみた日本人の自然観―自然観の意識構造と若者の意識』人文・社会科学論集, 15, 31-51。
- *11 Miki Kawabata (2019), Japanese View of Nature and Environmental Communication, Presented for the Environment, Science & Risk Communication Working Group at IAMCR (International Association for Media and Communication Research) Conference 2019。
- *12 川上正浩・小城英子・坂田浩之(2006)、『大学生の科学観・自然観』(2) The Human Science Research Bulletin, 8, 61-69。
- *13 川端美樹(2021)、『若者の自然観と環境問題―インタビュー調査による予備的考察』目白大学総合科学研究, 1, 37-45。
- *14 Miki Kawabata (2021), Media representation of disaster: The content analysis of images in Japanese newspapers, Presented for the Environment, Science & Risk Communication Working Group at IAMCR Conference 2021。
- *15 文部科学省(2017)、『小学校学習指導要領(平成29年告示)および文部科学省(2017)、『小学校学習指導要領(平成29年告示)』解説 特別の教科 道徳編 いずれも2022年7月8日閲覧。

川端美樹(かわはた・みき) 目白大学メディア学部メディア学科教授、同大学院心理学研究科教授。慶應義塾大学大学院社会学研究科社会学専攻後期博士課程単位取得満期退学。専門は社会心理学(メディアと心理、メディアと環境問題など) 主な論文に、「科学の問題の報道に対する受け手の批判的態度」(メディア・コミュニケーション) 71, 2022)、「主な翻訳に『フィクションが現実になるとき―日常生活にひそむメディアの影響と心理』(カレン・E・デイル) シェクター フォード 著、誠信書房、2019) などがある。

なぜ日本は脱炭素経営が遅れているのか — 危機感の欠如から生まれる、世界との差

「地球環境戦略研究機関ビジネススクフェオースディレクター／日本気候リーダーズ・パートナーシップ（JCLP）事務局長」

松尾雄介 Masuo Yusuke

奥山晶子 構成

2015年のパリ協定を契機に、企業に対しても脱炭素化の取り組みが求められるようになった。多くの海外企業が事業戦略を転換し、脱炭素経営に取り組み一方、日本企業の動きは鈍いといわざるを得ない。なぜ日本は諸外国に比べ後れをとってしまったのか。

地球環境戦略研究機関のビジネススクフェオースディレクターである松尾雄介氏が、その理由を考察するとともに、脱炭素経営の必要性を説く。

待ったなしの気候危機に迫られる 経営戦略の転換

なぜ、世界が脱炭素経営へと舵を切っているのか。基本的なことではありますが、気候変動が人類のリスクと捉えられているからです。気候変動というと、猛暑や洪水などが及ぼす気象災害を思い浮かべるのではないのでしょうか。しかし最新の科学的知見が取りまとめられたIPCC（気候変動に関する政府間パネル）などでは、それらに加え、食料、健康、貧困、移住、紛争まで、幅広い問題を引き起こすと指摘されています【図1】。気候変動は、もはや気候危機と呼ぶべきものであり、社会を持続不可能にし、人類の脅威となっているという国際的な共

通認識ができています。

2015年のパリ協定や昨年のグラスゴー気候合意を経て、危機回避のために気温上昇を産業革命以前に比べて1.5度に抑える努力をしなければならぬと合意されました。背景には、気温上昇が1.5度と2度では被害に大きな差があることや、負の連鎖が始まる臨界点を超えないようにとの考えがあります。しかし、すでに産業革命以前と比べて気温は約1度上昇しています。猶予はもうありません。

気温上昇を1.5度に抑制するために計算されたCO₂の累積排出量の上限の目安を「炭素予算（カーボンバジェット）」といいます。CO₂は放出されると長期間大気中に留まるため、その蓄積量を加味して上限を課さなければ

ならず、ぎつくりいえば1.5度の気温上昇に止めるためには、CO₂の排出量を2030年に2010年比で約半分に、2050年には実質ゼロにしなければなりません。この実現のために毎年7〜8%の削減が求められており、これは極めて厳しい数字です。喫緊、かつ大規模に取り組みなければ間に合わない課題なのです。そうした危機感を共有し、世界はすでに脱炭素化へ向けて動き出し、企業はスピード感を持ってCO₂削減のための取り組みを進めています。この規模感・時間軸に整合する脱炭素ソリューションは今後成長する可能性が高く、投資に値する有望分野でもあるのです。脱炭素経営とは、規制に従うという受け身の取り組みではなく、企業価値を高め、発展させる契機であ

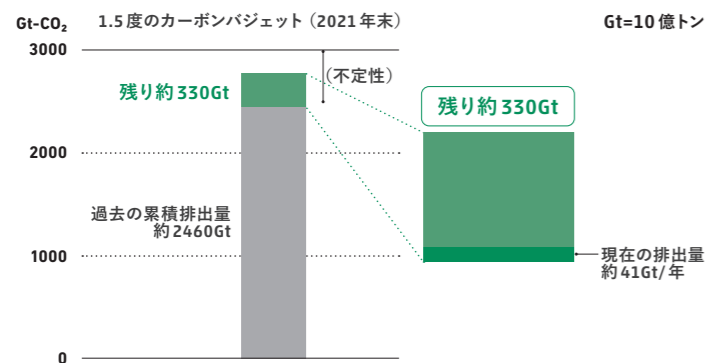
■ 図1：気候変動がもたらす社会への脅威

- 今後50年間で世界各地の居住地域が酷暑により生存不能に。最大35億人に影響（南京大学、米ワシントン州立大学ら協同研究チーム）
- 衣食住などの社会基盤を損ね、移住の増加などで安全保障にも悪影響を及ぼす
- 気温上昇が病原菌の発生や繁殖に影響し感染症を増加させる一因に。永久凍土の融解により病原菌が露出し新たな感染症のリスクが増大する可能性も（UNEP）
- 熱波による労働生産性低下。2030年に8千万人の労働力損失に匹敵（ILO）
- 災害の頻発により保険料の値上げ、加入条件の厳格化、果ては保険会社が倒産する可能性も

出典：松尾雄介『脱炭素経営入門 気候変動時代の競争力』日本経済新聞出版，2021，34，36-37，92-93頁

■ 図2：1.5度目標を達成するために残されている炭素予算の目安

現在のCO₂排出量のままでは、あと約8年で1.5度達成のバジェットを使い果たす。



年間排出量が約41Gtのままでは、残り約330Gtの炭素予算を約8年で使い切る。よって単純に「2050年までに脱炭素を達成すればよい」という話ではなく、迅速かつ大胆な行動が必要となる。

出典 図：IGES作成。IPCC AR6 WG1報告書のカーボンバジェット(67%確率)に、Global Carbon Projectの2020-2021年排出量を加味

るともいえるのです。逆にこの点を見誤ると、後に投資や保有資産が不良債権化するなどのリスクが高くなります。つまり脱炭素化の転換期には、発展産業と衰退産業が明確に分かれていくということです。この時代変化に素早く反応し、会社の未来に向けて大胆に舵を切ることが経営者に求められているのです。

日本における危機感の欠如は どこからくるのか

欧米が政府レベルで気候変動に対応するなか、日本の動きは、全体としては鈍いといわざるを得

得ません。それは気候変動が「地球温暖化」というやや牧歌的な言葉で呼ばれてきたことにも一因があると考えています。地球温暖化といえば、環境問題の一カテゴリーであり、「エコ」のイメージが強かったのではないのでしょうか。さらに「一人ひとりが行動を変えよう」といった個人の意識にフォーカスした取り組みが目立ちます。個人の意識はもちろん大事ですが「小さなことからコツコツ」というトーンと、1.5度目標に必要な規模感やスピード感には大きなギャップがあります。いかに社会の構造やビジネスのあり方を変えるかというシビリアン

視点の欠けてしまっているのです。

また、気候変動に関する基本的な情報が非常に少ないと感じます。例えば前総理が「2050年カーボンニュートラル」を宣言されましたが、そのときの論調は、誤解を恐れずにいえば「2040年以降にイノベーションを起こして2050年に達成しよう」というものでした。【図2】のデータを見れば、現状の排出量のままでは、あと10年以内に1.5度のラインを超えてしまうことがわかります。これは、いくら2040年以降に削減しても、そのときにはすでに1.5度のカーボンバジェットを超過してしまう、つまりは「手遅れ」であることを示します。この点を理解していれば、2040年以降のイノベーションに頼ることが誤りであることがわかりただけだと思います。日本では、このように炭素予算の基礎的な知見が欠如した意志決定が多く見られ、それが海外とのギャップを産んでいます。

これはメディアや環境分野に携わる専門家が、産業や生活の変化を強いるような痛みを伴う情報をあまり発信しないことが影響していると感じています。その背景には政府や産業界からのプレッシャーも少なからずあるのではないのでしょうか。

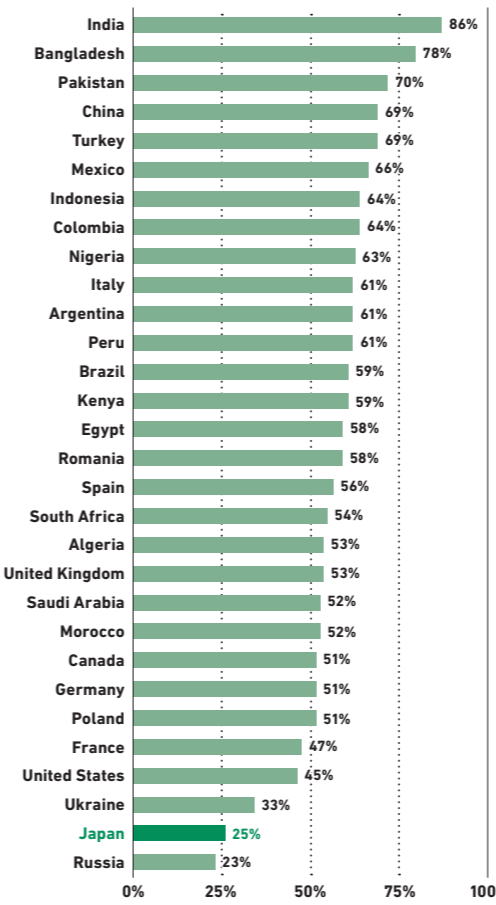
日本全体にまとわりつく 「モヤモヤとした懐疑論」

気候変動に関する正しい情報の乏しき（及び

誤った情報の氾濫)は日本人全体の意識に影響を与えており、【図3】のとおり環境科学への懐疑的な態度につながっています。また、脱炭素化の方法論に疑問を呈する意見が目立ち、例えば「日本は山が多いから再エネに不利」といった論調があります。しかし、日本は海岸線が長く、洋上風力の適地が多くあります。また、太陽光についても山を切り崩さずともまだまだ導入は可能です。それらのポテンシャルを十分に活用すれば、日本の全電力を再エネで賄うことも十分可能です。さらに、日本よりも地理的に不利な条件の国であっても再生可能エネルギーに力を入れているところは少なくありません。むしろ再エネの不安定性をいかに解消するかが注目されて莫大な投資が行われ、そのソリューションを手に入れたところが次世代の勝ち組に

■ 図3: 環境科学への信頼度 (世界30カ国)

環境科学を信頼する人の割合
30カ国平均は56.4%、日本は25%。英、独の約半分。懐疑的な見方がある米に比べても20%低い。



「環境について科学者の言うことをどれくらい信頼しますか?」という質問に、「非常に」または「かなり」と答えた人の割合を示したもの。
出典: SAP "Toward a more sustainable world, A global study of public opinion" (Presented at World Economic Forum 2020)

なるという競争になっているのです。もちろん懐疑論者がいるのは日本だけではなく、アメリカは比較的多いとされます。ただ日本とアメリカを比較した場合、アメリカは懐疑論を唱える層が明確ですが、日本はもう少し弱い懐疑論が国全体をモヤモヤと覆っているイメージです。最近では「ウクライナ危機で脱炭素化は後回しになるだろう」という論調がありました。しかし、ウクライナ危機で明らかになったのはロシアの化石燃料への依存のリスクです。緊急避難的に化石電源を活用する動きはありつつも、最もウクライナ危機の影響を受ける欧州各国では、エネルギー自給の観点から再エネ拡大を加速することになっています。日本では危機感を刺激する言葉が嫌われる風潮があることに加え、正しい情報が伝わら

ていない結果、日本全体の雰囲気は懐疑的な方に流れてしまう。そんな構図があると感じます。日本は災害大国であり、ここ最近では何十年に一度とされる豪雨や大規模台風が頻発しています。これも気候変動による被害のひとつですが、災害リスクを減らすために脱炭素化に向かうのではなく、防災という備えの方に意識がいつてしまうのも日本の傾向です。しかし、このまま気候変動が進めば、防災で対応できる範囲を超えてしまうでしょう。

レガシーが合理的な意思決定の邪魔をする

認識のズレから衰退事業に投資してしまうような例もあります。つい数年前まで、日本の石炭火力発電は世界最高効率を誇るためCO2削減に貢献でき、脱炭素化のビジネスチャンスになるとされてきました。しかし最短距離で1.5度目標を達成しようとしたら、建設後約40年も稼働してCO2を排出し続ける石炭火力発電所を新たにつくるのは現実的ではありません。実際に2021年のG7サミットでは石炭火力の輸出支援を終了することが合意され、それを受けて日本がどうマーケットを閉じていくのか、世界中から厳しい視線が向けられています。日本企業には優秀な方が多いと思うのですが、投資すべきはそこではないと感じることが多々あります。とくに日本は意思決定においてレガシーに引きずられる傾向があり、そこが合理性

を重んじる海外との大きな違いです。過去の業績にこだわっていると、大きく後れをとってしまいます。例えば2020年12月、世界最大の投資運用会社である米ブラックロック社は、投資先企業に2050年までの脱炭素化と整合的な事業計画の策定を求めるとともに、気候変動に関連するエンゲージメントを行う企業の数で過去の2倍以上の1000社強を増やすという行動方針を示しました。他にも米、英、日における金融界の主力プレイヤーが、こぞって気候変動対策を加速させています。今や気候変動への対応が、世界における営業許可書であるといっても過言ではありません。

脱炭素経営を推進している日本企業から見えること

日本の企業に求められているのは、科学的知見から得られるデータを冷静に受け止め、健全な危機意識を持つことです。そのためには気候変動の情報をモニターし、それをしっかり経営層に伝える体制を敷かなければなりません。Hondaの三部敏宏社長は、昨年4月に経営方針の一部として「先進国全体で、EV、FCVの販売比率を2030年に40%、35年には80%、40年にはグローバルで100%を目指す」と宣言しました。この方針には炭素予算の考え方がしっかり組み込まれていると感じます。このように正しいファクトを経営層が認識すると、迅速かつ大胆な方向転換が可能になります。

JCLPに加盟している約200社の企業にも、経営層の認識改善によって取り組み方が変わった会社がたくさんあります。また、部長級が本気で経営層に訴えた会社は、多少時間がかかって、何らかの大きな変化が見られます。日本企業のなかでも私がとくに注目しているのが、エネルギーの超大手需要家の取り組みです。イオンが2018年に「イオン脱炭素ビジョン2050」を策定し、再エネに舵を切ったのは脱炭素化全体に与える影響が非常に大きかったと思います。また、環境経営の推進を早くから打ち出したのは機器メーカーのリコーですが、投資家や顧客からの脱炭素要請の高まりを踏まえ、最近になってからも再エネ電力比率目標や温室効果ガス削減目標を大幅に引き上げています。両者ともやはり経営陣が正しくファクトを理解し、合理的な判断を下しているからこそこの推進といえるでしょう。

環境問題という先入観を外すことやるべきことが見えてくる

これから脱炭素経営に取り組もうと考えている経営者の方は、気候変動の意味合いと炭素予算を理解し、自社のやるべきことを的確かつ落ち着いて把握してください。注目されている方針に飛びついたり、他社の取り組みをそのまま真似たりするのではなく、社内リソースをとって状況を認識し、自社にとって適切なラインを知りましょう。状況把握に基づいて適切な意思

決定をし取り組むことが将来の利益につながる。これは企業にとって、極めて当たり前のことではないでしょうか。時代の変化に対応するのは、これまでも日本企業が幾度となく体験してきたことです。例えばトヨタ自動車のルーツは紡織業にあります。第一次世界大戦の特需により繁栄しましたが、世界恐慌で業績不振に陥り、当時の日本では未知の分野だった自動車事業へ進出したことで経営難を乗り切りました。将来を見据えた大胆な方向転換が、その後の発展につながりました。「脱炭素は環境問題」という先入観を外し、いつの時代にも訪れる大きな変化の波に乗ると考えてはいかがでしょうか。つまり、世界のメガトレンドを読み、先行してよいポジションを獲った企業が成功するという単純な構図のなかには、脱炭素化を捉えるのです。脱炭素経営に関しては消極的な面が見られるものの、日本企業は古くから大胆な舵取りをたくさん行ってきました。日本の技術力、組織力を脱炭素経営へ真剣に投入したら、世界に大きな変化を起こせると確信しています。

松尾雄介 (まつお ゆうすけ)
(公財) 地球環境戦略研究機関 ビジネススタスクフォーイニシアティブ (JCLP) 事務局長
日本気候リーダーズ・パートナーシップ (JCLP) 事務局長
1974年、京都市生まれ。㈱三和銀行・現・三菱UFJ銀行、日本におけるESG投資顧問の草分けである㈱グッドバンカーを経て2005年より現職。 Lund University (スウェーデン) 産業環境経済研究所修士課程修了 (環境政策学修士)。気候変動と企業の間わりについて一貫して研究活動を実施。 JCLP の事務局長を務める傍ら、神戸大学非常勤講師、グローバル企業の気候変動アドバイザー、RE100リーダーシップアワードの審査員、自治体による各種審議会委員などを務める。

地域に始まる持続可能性への途

— 伝統文化の再定義で明日を拓く —

対談 小林新也 [合同会社シーラカンス食堂代表]

× 前田章雄 [大阪ガスネットワーク㈱エネルギー文化研究所研究員]



都市部における持続可能な消費生活を考える際に、忘れてならないのが、地域とそこでの生産^{II}ものづくりだろう。そんななか、存続さえ危ぶまれる伝統産業にリブランディングで新たな命を与え、さらに経済循環の起点とすべく、独自の試みを続けるのが兵庫県小野市の「シーラカンス食堂」だ。本対談では代表であるデザイナーの小林新也氏をお迎えし、都市一極集中により後継者や資金不足に悩む地域のものづくりを、持続可能性への『挑戦の場』に変える意識・行動について、前田章雄研究員が深く、幅広い視点から問いかける。

脇坂敦史^{II}構成 Ayami^{II}撮影

あらゆる分野の後継者不足が地域経済の持続性を危うくする

小林 私はもともと各地の伝統産業振興の一助になりたいという思いから、大阪の大学へ進んでプロダクトデザインの勉強をしたんですね。それが在学中、島根県で古民家のリノベーションに関わって組子細工^{*1}の職人さんや瓦屋さんと知り合い、瀬戸内国際芸術祭^{*2}への出展にたずさわって香川県の豊島^{てしま}で漁師さんと

交流するなか、日本中あらゆるジャンルの伝統産業が途絶えかけているのを目の当たりにし、故郷である兵庫県小野市の現状を考えざるを得なくなった。そうした経緯で「シーラカンス食堂」^{*3}を立ち上げたわけです。

実際、職人仕事はどこも後継者の問題を抱え、豊島の漁師さんは私に漁船を譲るとまで言うほどでした。そこで、自分の地元にもそろばんをつくる人たちがいたことを思い出し、早速お話を伺うことにしたんです。意外だったのは、そ

ろばんは今でも一定の数が売れており、その意味で継続は可能だったこと。それでも深刻なのは、やはり後継者不足でした。そろばんづくりというのは完全な分業制をとっているため、たとえば玉を削ったり、仕上げたりという工程のごく一部でも後継者が不足すると、全体の持続性が危うくなってしまいうのです。

前田 和傘づくりなどを見てもわかるように^{*4}、日本の伝統的なものづくりには完全分業で地域全体の繁栄を担うやり方がありました。

しかし現代では分業化がさらにグローバル化し、世界のどこかで製造された部品が世界中を飛び回り、世界のどこかで組み立てられ、先進国に供給されている。現代社会の縮図が地域の伝統産業から読みとれる、とも言えますね。

小林 このままだと、関わる人たちがすべてが共倒れになってしまう。そうならないために、長期的にはひとつの工房や会社を集約して人を育てることが必要でした。ただ、理想的な産業のあり方を机上で「デザイン」することはできても、すぐには変わらない。まずはビジョンを共有し、できることから徐々に実践していくしかないのです。

そこで取り組んだのは、産地がもつそろばんのイメージを変えることでした。「播州^{はくしゅう}そろばん」は伝統的工芸品にも指定され、重厚な「工芸品としての計算機」のイメージで売っていました。でも私から見るとそろばんは、もはや計算機ではなく教育用品です。卒業時にそろばん塾の先生が生徒に贈る記念品をイメージしてそろばん玉を使った時計をデザインしたり、教育産業を意識したカラフルな総合カタログをつくったりしました。あわせて、展示会ブースのイメージも同じコンセプトで一新したのです。

前田 電卓が登場するまで、そろばんは経済のあらゆる面で当たり前の存在だっただけに、「計算するための道具」という表面的な部分だけが強調され、「よみ、かき、そろばん」という言葉が示すような「教育文化」としての側面

が忘れられてしまっていたのでしょね。地場産業の抱えている矛盾を俯瞰的に見て、実践につなげていったところが素晴らしい。そろばんそのものではなく、つくり手自身のイメージを変えたというお話にも感銘を受けました。

洗練を極めた握り鉄と出会いものづくりの文化を考える

前田 「播州刃物」のブランド化も興味深いですね。刃物づくりが盛んとは知っていましたが、小林さんのお仕事を拝見したことで、この地にこれほどの刃物職人がおられたのをあらためて発見しました。

小林 ここで育った私も、ぼんやりとしか知りませんでした。それほど目立たない産業だったのです。「播州そろばん」が話題となりテレビなどで取り上げられた頃、業者さんの組合から新しい鉄をデザインしてくれという依頼をいただきました。でも、その依頼はいったん忘れることにしたんです。この業界は今どんな問題を抱え、何に困って私に声をかけてくれたのか？まず、それを知らうとしたわけです。

鍛冶屋の場合、それぞれの職人が握り鉄、裁ち鉄、剪定鉄といった具合に専門を特化する形で分業が進んでいます。なかでも握り鉄をつくる水池長^{みずい}弥^やさんという職人さんとの出会いに、衝撃を受けました。熱した鉄の棒を叩いて一かち鉄の形をつくる「総火造り鍛造^{たうぞう}」というのですが、使用感はもとよりメンテナンス性を考え

ても洗練しつくされていて、無駄がなく美しいフォルムをしているのです。

前田 デザイナーである小林さんの目から見ても、洗練を極めた形だったんですね。そういうものを、昔ながらの技法で職人さんがつくっていた？

小林 これより美しい握り鉄を想像するのは不可能です。しかも総火造り鍛造で握り鉄をつくっているのは、この地域で水池さんひとり。だから水池さんは日本中から、さまざまな分野のプロたちが寄せる特別の依頼に応えているのですが、年齢も70歳を超え、弟子を育てることは諦めていた。これが途絶えたら、日本の歴史あるものづくりの生態系が崩れてしまうのではないか。そんな危機感を抱きました。

前田 伝統産業に限らず、日本中のものづくりの現場で起きている後継者不足が、「持続可能な社会」を考えるうえで非常に大きな意味をもつことに気づかされます。しかも、それが一番難しい課題でもある。

小林 その通りです。そこで私が提案したのは、新しい刃物のデザインではなく、「播州刃物」という地域ブランドをつくることでした。水池さんをはじめ優れた鍛冶屋さんがつくる刃物は、どれも非常に安い値段がついている。それらを集めブランド化することで、全体の価値を上げていく必要があったのです。まず考えたのは、ブランドのメインビジュアルです。「播州刃物とは」をどう視覚化するか？



上/そろばんをモチーフに、新たな視点でデザインされた時計や知育玩具。下/海外での人気も高い「富士山ナイフ」は、富士山と三保の松原がモチーフ。パッケージ(写真上部)にも和紙を思わせるこだわりが。



●MUJUN
BANSHU HAMONO
VARIOUS KINDS OF JAPANESE BLADED TOOLS

Over 250 years ago, the blade making industry in the region known as Banshu (Southwest Hyogo in Japan) is said to have started with katana forging. Over the years, blade making industry has developed as the demand shifted from weapons to daily tools such as shaving blades and scissors. Today, the Banshu Hamono represents the traditional craftsmanship of Banshu, producing a variety of handmade, high quality bladed tools for professionals and consumers.



小林氏がデザインした海外向けのカタログの一頁。単なる商品の羅列ではなく、バイヤーのイメージを喚起する細かな配慮がなされている。写真提供/シーラカンズ食堂



小林氏の実家に併設されたシーラカンズ食堂のオフィス兼工房。オフィス1階は刃物の鍛造のための工房に充てられ、若い職人が日々腕を磨いている。

前田 カタログでは鉄や剃刀、包丁、ナイフ、鎌といった刃物を並べ、その用途をわかりやすくシンプルにビジュアルで表現されています。こうして並べることで、初めて「播州刃物」の価値が見える形になった。海外を強く意識したブランディングでもありますよね。

小林 ほかに、パッケージを見直したり、ホームページをつくったり、存在さえなかった商品リストをつくったりして、ブランドの体裁を整えました。ただ日本だけを舞台にしていたら、たとえば1000円で売られた商品はいきなり1万円にするのは難しい。ということ、海外のまったく新しい舞台で始めたかったのです。2013年に東京で開催された国際見本市「インテリアライフスタイル」に出展したのも、それを足がかりにヨーロッパを目指したからで、幸いフランスのバイヤーが気に入って

同年のパリ・デザインウィークで開催された「Japan Best」への出展が決まりました。

前田 海外で認められることで、日本人もその価値を知る。考えさせられるお話ですが、日本文化を海外に発信するうえで、特に意識されたことはありますか？

小林 日本の刃物文化は、「研いで使う」ということがセット。それも、西洋刃物のようにグラインダーを使う研ぎ方ではなく、刃がダメになっってしまうのです。だから海外の展示会では必ず、砥石と水を使って鋼を冷やしながら研ぐ日本流のやり方を教えるワークショップを開くのですが、熱心な参加者がとても多い。モノだけではない、文化全体を知る必要があると直感的に理解しているのでしょうか。こういうメンテナンスの価値を高めていく努力は、日本でも続けていく必要があると強く感じています。

所の中に自ら工房を開き、若い職人を受け入れることにしたのです。

前田 従来の弟子入りとは違う、まったく新しい人材育成のやり方ですね。どうして、そんなことを考えるようになったのですか？

「ドの再構築」は、まさにこの「ニューロッド」である、と感じました。むやみに新しいものをつくろうとするのではなく、元からある価値を見極め、現代に合う形でプロデュースする。存続の危機にある「播州刃物」の場合、リブランディングの成果は後継者の育成につながっていったのでしょうか？

小林 展示会でも大きな反響があり、広くメディアにも取り上げられるようになりました。海外から弟子入りの希望者が来たりして、後継者育成を諦めていた職人さんたちの意識も変わりました。そして、水池さんをはじめ何人かの職人のもとで、実際に若い人たちが修業を始めたのです。でも、これまでと同じ、師匠と弟子がじっくり時間をかけるやり方で後継者育成を行うには遅すぎたのでしょうか。ある時、盆栽鉢の職人さんが認知症で仕事を辞めたのをきっかけに、考え方を改めました。私のデザイン事務

小林 職人が後継者を育てるのは、お金を稼ぐためでも、楽をするためでもありません。「一人前に育てられるか」が唯一の判断基準。責任をもって育てられるか、いつも悩んでいるんです。高齢の職人さんが「もう自分では責任を負えない」と言うので、「じゃあ、教えるだけならいいの？」と聞いてみました。責任は工房を起ち上げた私が負い給料を払うから、技術を教えてくださると頼んだら、皆さん「いいよ」と言ってくれたんです。もちろん「苦肉の策」ではあります。最初の1年は雑用だけ、といった伝統的な技の伝承にも意味がある。でも、それにこだわってはいられない状況でした。

前田 職人を育てながら、彼らが今、稼ぐための仕組みもつくる。小林さんのすごいところだと感じます。実は、私も日頃から鉛筆を削るのに愛用させていただいて、折られたたみの「富士山ナイフ」。これは職人の育成を目的として小林さんがデザインした、「技術を磨きながら稼げる商品」なんですよね。

小林 その通りです。でも、そういうナイフづくりは月に何丁まで、と決めています。そして残りの時間を、複数の職人から新しい技術を学ぶために充ててもらおう。結果として、私たちの

**従来の「弟子入り」とは違う
新しい職人育成の試み**

前田 「手入れ」の文化も、持続可能性を高める重要なポイントですよ。私はエネルギー・インフラをめぐる歴史や文化から、次世代につながる新たな視点を探るべく研究しているのですが、そのなかで new と old を合わせた造語「ニューロッド (newrod)」という考え方を提唱しています。もちろん、ただの懐古趣味ではありません。古いものには必ず複数の本質的な価値がありますが、私たちは往々そのなかのひとつだけに注目した効率化に集中するあまり、他の価値を忘れてしまう。それを掘り起こしていくべきではないか、という考え方です。

小林さんが「播州そろばん」や「播州刃物」で実践されている「リブランディング(ブラン

工房で働きはじめた職人のひとは数年の間にめきめき腕を上げ、途絶えていた盆栽鉢を復活させるどころまで到達しました。

**「里山再生」によって目指す
人づくり、拠点づくり**

前田 小林さんたちの活動はものづくりの再生という次元を超え、今や人づくりや拠点づくりへとつながっています。かつてタタラ場「5」があったという、島根県大田市温泉津町で新しい「村づくり」にも取り組んでおられます。「持続可能な社会をつくる」という観点から、そうした挑戦はどんな意味をもつのでしょうか？

小林 これまで「地場産業の営業」をしながら、どこか罪悪感を抱いていました。というのも、私たちが使う材料や燃料はどこから来たのだろうか？と考えると、やはり昔ながらの日本のものづくりとは違う。「これは100%播州産」と胸を張って言えないのです。そこで、なんとか材料や燃料を自給化できないかと考えました。近所で鋼をつくれなにかと場所を探したこともありました。どうしてもイメージが湧かなかったんです。

そもそも鍛冶屋が存続しづらいのは、お金を稼げないという問題だけでなく、本質的に都市化され持続可能性の弱まった環境で昔ながらの仕事が続けることの矛盾に直面しているからではないか？ コロナ禍で、それが正しいと確信しました。そんな考えから、完全自給のものづく



小林氏が中心となり、島根県大田市温泉津町で始まった里山づくりの試み。タタラ場に近いこの場所から、持続可能な地域への第一歩が始まる。写真提供/シーラカンス食堂

くりと職人育成を目指し、2020年夏から温泉津町で里山再生のプロジェクトに着手したわけです。

前田 コロナ禍によって、グローバルなサプライチェーンから材料も燃料も調達し、同じ規格の製品を大量につくって売る、ということの限界が露わになりました。それにしても、ラディカルで意欲的なチャレンジですね。

小林 今は小野市と温泉津を往復しながらの二拠点生活ですが、徐々に島根での比重が高まっています。田んぼを再生しての米づくりをはじめ、新たに製材木工所もつくっている。刳殻や藁、端材を用いた薪、それらを燃やした灰などは鍛冶屋にとって、すべて資材として貴重なんです。暮らしたもののづくりを分けるべきではない、それを日々感じながら仕事をしています。

温泉津自体が過疎地域なので、日本の未来を見るような感覚もあります。それを持続可能に

するために、とにかく人がいる。なんとか若者を引き込み、関係人口から増やそうと、製材所の廃材を使い温泉街にギャラリーと物販の「時」、カフェの「津」、フィンランド式サウナの「風」を備えた交流施設「時津風」というのをつくったり、固定観念を捨ててあらゆることを試しています。そしていよいよ数年内に、小野市で技術を学んだ若い女性の鍛冶職人が移住することになりました。

前田 お話を聞いていると、私も島根へ行き何かお手伝いしたくなります。分業化された仕事ではない、トータルなものがづくりができ、しかも生活と仕事の間に調和がある。そういう人づくり、拠点づくりを目指している。小林さんがつくろうとしている里山文化は、まさに「ニユールド」なものと感じます。

小林 私も単純に昔に戻りたいとは思っていませんし、実際に日本人が忘れかけ、消えかけているなかにすごくいいものがある。それをなんとかしたいんですね。最終的にはこれからの時代に合った、ハイブリッドなものに向かっていくのだと思っています。

持続可能性の原点は地域や家族のなかで学ぶこと

前田 ひとつの枠に収まらない小林さんの活動ですが、同時にやはりデザイナーとしての強い矜持も感じます。あらためてご自身の役割は何か、そして「デザイン」とはどんな行為か、お

か選べません。そんな社会では、文化もアートも生まれてこないでしょう。

前田 価値観は地域により、人により違う。それが当たり前なのに、効率化された貨幣経済のなかで見失ってしまったのでしょね。そこにも、小林さんが地方や里山にこだわって活動を続けている理由があると感じました。

小林 温泉津という場所に惹かれているのは、地域に根ざした文化や教養が残っており、それをよくしていくことができる感じるからです。ほかの地域の「手本」になっていけそうな、実に可能性に満ちた場所です。将来は、海外からもたくさん人を呼び、新しい文化を興していきたいと思います。

前田 私たちはローカルなものの大切さを知り

考えをお聞かせください。

小林 デザインの定義は多面的ですが、その本質は「価値の再定義」だと思います。たとえば私の同世代やもっと若い人に、過去の忘れられた古い文化や価値をきっかけよく見せる。ただ、デザインという言葉もそうですが、日本は頭で考えることに偏重しすぎだと感じます。「とにかくやってみる」というフットワークの軽さが足りない。やりながら考えるというのが、本来のデザインだと思っています。

前田 一方、ものづくりの現場、企業、そして消費者としての個人に加え、特に地方では自治体の存在が大きな意味をもっています。複数のプレーヤーをつなぐ行政の役割については、どうお考えでしょうか？

小林 すごく重要です。でも何かをやらうとするとき、モノを買ったり、仕事を発注したりするための補助金はあっても、人を育てるのに使える補助金があまりにも少ない。企業活動ではなく、人を育てるための仕組みがもっと欲しいですね。

前田 重要なのは広い意味の教育、「人づくり」ということですね。小林さんは、どのような人材を育てようとしているのでしょうか？

小林 鍛冶屋で言うなら「自由鍛造」という、鉄の棒から日常で使うどんな道具もつくれる、いわば昔の「野鍛冶」です。もつと言えば、砂鉄から鋼をつくることからできるような人を育てたい。もちろん、これまで話してきたよう

ながら、広域なネットワークを活用する効率性や利便性に依存してきました。でも、ふたつの間に着地点を見つけないのは難しい。小林さんのお話を伺い、あらためて発想の原点を徹底してローカルなところに置いてみる重要性に気づきました。それができて初めて、足りないものは外から、ということが意味をもってくる。モノづくりにとどまらず、人づくりに注目することで、地域内の循環を中心に据えた「持続可能な社会」にも、より明確なイメージが湧いてきました。ありがとうございます。

注

- *1 細い木片を釘を使わずに組み合わせ、緻密な幾何学的模様を生み出す木工の伝統技法。多く日本家屋の欄間や障子に使われる。
- *2 瀬戸内海の島々（岡山県・香川県）を舞台に2010年から3年ごとに開催されている「大アートイベント」。
- *3 2011年設立。ブランディングとデザイン（プロダクト・グラフィック・空間）を主軸に、伝統産業をはじめ先人のものづくりに新たな生命を吹き込む活動を行っている。
- *4 和傘づくりは、骨、柄、表面に貼る紙など、すべての部品を専門の職人が担当。最終的にこれを集めて組み立てられる。そばも同様に玉や枠、ひこなど、各部が分業により製造される。
- *5 砂鉄を高熱で溶かし、鋼を製鉄する古来の「たたら製鉄」が行われていた場所。

小林新也（こばやし・しんや）

デザイナー、合同会社シーラカンス食堂代表。1987年、兵庫県生まれ。大阪芸術大学デザイン学科卒業。2011年、地元の小野市にシーラカンス食堂を設立。「播州そば」や「播州刃物」、「石州瓦」などのブランディングから商品開発を通じ、地域財産を世界市場へ向け「伝える」ことに注力した販路開拓に取り組んでいる。2021年島根県大田市温泉津町に合同会社里山インストアを設立し代表を務める。

前田章雄（まえだ・あきお）

大阪ガスネットワーク（株）エネルギー・文化研究所研究員。1991年大阪ガス（株）入社後、産業用エネルギー部門で主に工業炉の営業、企画設計、メンテナンスに従事。2019年よりCELにて都市インフラの研究に従事する。



持続可能な未来を 考えるための10冊

次世代へ真に豊かな未来をつなぐために、
私たちができることは何でしょうか。
今号で紹介した事例の理解を深める10冊を紹介します。



6 『地球の未来のため僕が決断したこと — 気候大災害は防げる』

マイクロソフトの創業者ビル・ゲイツが、気候危機の解決策を示した話題の一冊。なぜ温室効果ガス排出量を「実質ゼロ」にする必要があるのか、そのために何をすべきかが丁寧に説明され、人類の置かれた状況を理解できる。現状は厳しくとも、新しい技術の力で「ゼロ」を達成できると著者自身が信じていると伝わる良書。

ビル・ゲイツ=著 山田文=訳
早川書房 / 2021年



1 『すべては森から — 住まいとウェルビーイングの新・基準』

建築家である著者は、スリランカやアフリカなど世界各地の“森林共生住宅”を見聞。森林がもたらすウェルビーイングについて、深く考察をめぐらす。医学、芸術、建築、林業……と幅広いテーマが、森を媒介に住まい=暮らしと密接につながるとする本書は、「ヒダクマ」(2頁)の目指す森と人の幸福な関係に確かな輪郭を与えてくれる。

落合俊也=著
建築資料研究社 / 2020年



7 『サーキュラーエコノミー実践 — オランダに探るビジネスモデル』

廃棄を出さず、資源として循環させる新しい経済システムとして注目されるサーキュラーエコノミー。その先進国オランダと日本国内の事例が、本書では豊富に紹介されている。環境問題への取り組みは成長を否定せず、経済発展と両立できる。次世代のビジネスモデルを学べば、ポジティブな未来が描けるのではないだろうか。

安居昭博=著
学芸出版社 / 2021年



2 『日本人はどのように自然と関わってきたのか — 日本列島誕生から現代まで』

日本人の自然観はどう形成されたのか。列島誕生以来、時代ごとの人間と自然の関わりを、生物学・気候・地理・地質学などから掘り下げた本書は、人口・経済・政治との関係まで幅広く論じる。長年、欧米の日本研究をリードしてきた著者の新鮮な視点は、私たちの環境意識を考えるうえで多くのヒントを与えてくれるだろう。

コンラッド・タットマン=著 黒沢令子=訳
築地書館 / 2018年



8 『おもしろい地域には、おもしろいデザイナーがいる — 地域×デザインの実践』

地域のリブランディングに、広義のデザインは欠かせない。本書はヒト・モノ・カネで不利な状況のなか、ユニークな成果をあげる各地の若手デザイナーを紹介。顔の見える関係を大切に、自ら店に立ち、販路も考える——土地ならではのデザインとともに、彼らの働き方や暮らしぶり自体がサステナブルと思わせる納得の一冊だ。

新山直広・坂本大祐=編著
学芸出版社 / 2022年



3 『POSITIVE DEVIANCE — 学習する組織に進化する問題解決アプローチ』

標準からはずれた発想や行動で、前向きな成果を導く「ポジティブな逸脱者 (PD)」たち。本書はそんなPDの役割と、その力を積極活用するためのプロセスを、データや事例に基づき詳説する。環境問題をはじめ、今日的テーマを解決しうる新たなアプローチは、「痛みを感じている人」が担うという林氏 (2頁) の主張と通じ合う。

リチャード・バスカルほか=著 原田勉=訳・解説
東洋経済新報社 / 2021年



9 『追いつめられる海』

世界のウミガメの52%が体内にプラスチックを飲み込んでいる——驚きの数字を交え、本書が警告するのは猛烈な勢いで進む海洋プラスチック汚染の実態だ。なかでも、北極海 (!) まで到達しているマイクロプラスチックが、海洋生物を通じて再び私たちの体内へ押し寄せている事実は、解決へ向け一刻の猶予もない現状を痛切に突きつけている。

井田徹治=著
岩波科学ライブラリー / 2020年



4 『プラスチック・フリー生活 — 今すぐできる小さな革命』

製品ごとの素材や特性、健康や自然に与える影響など、私たちはプラスチックについてあまりに無知なままだ。身の回りのプラスチックに注目し、依存度チェックやリデュースへの工夫など、具体的な視点から検証する本書は、世界的環境リスクであるプラごみ問題が、自宅のキッチンと直結していることを改めて実感させてくれる。

シャンタル・ブラモンドンほか=著 服部雄一郎=訳
NHK出版 / 2019年



10 『2025年「脱炭素」のリアルチャンス — すべての業界を襲う 大変化に乗り遅れるな!』

今や、現代人にとって無視できない潮流となった脱炭素。環境・エネルギー×デジタルの専門家である著者がそのポイントを解説する。世界の富豪の脱炭素への投資額、欧・米・中の思惑などのトピックにふれながら、ビジネスパーソンが取り組むべき具体的な行動を提示している。

江田健二=著
PHPビジネス新書 / 2022年



5 『文化で地域をデザインする — 社会の課題と文化をつなぐ現場から』

持続可能な地域づくりに「文化」のもつ潜在力は大きい。「地域デザイン」をキーワードとする本書にも、伝統工芸の海外展開と地域の誇り形成、商店街のアートスペース化、文化財と観光の新たな協働など、文化を核にしたアイデアが満載。小林氏 (30頁) が手がける「ものづくり+文化」に通じる内容は、地域の明日を考えるうえで役立つ。

松本茂章=編著
学芸出版社 / 2020年



『CEL』を振り返る……………第1回 ジオカタストロフィとは何か

前田章雄
Maeda Akio

1987年の創刊から35年。
『CEL』は時代と対峙し、未来を見据え、
さまざまなテーマに挑んできた。
その足跡を今、改めてたどってみたい。
今回は1991年に刊行した『CEL』18号を取り上げ、
「ジオカタストロフィ」という壮大なテーマに
挑んだ意義を考察した。



——「ジオカタストロフィ」(Geo-Catastrophe)とは、「地球の破局」を意味する。

このところ、人口爆発、オゾン層の破壊、温暖化、異常気象、酸性雨、森林破壊、砂漠化、難民、飢餓等々、地球の危機、人類の危機を予告するようなニュースが毎日のように伝えられている。

ジオカタストロフィ報告書は、そうした状況判断に基づき、「現在のような状況がつけば、人類はあと一〇〇年以内に滅亡する可能性もある。二一世紀は人類最後の世紀になるかもしれない」という仮説を立て、その検証をシナリオの形で提示したものである。(引用部表記は当時のまま)

この文章は、31年前の『CEL』18号で特集として掲載したジオカタストロフィ報告書から抜粋したものだ。「ジオカタストロフィ」という単語は、前述の通り「地球の破局」を意味する造語である。

地球の破局という仮説は、よく聞くストーリーだ。有名なものとして、アル・ゴア氏が出演した映画『不都合な真実』があげられる。アメリカ元副大統領のゴア氏は、

こうした啓発活動が評価されノーベル平和賞を受賞。アカデミー長編ドキュメンタリー映画賞も受賞した同作は世界に衝撃を与えた。

この『不都合な真実』が映画化されたのが、2006年(日本での公開は翌年)である。一方の「ジオカタストロフィ」は、1991年に『CEL』誌上で提言がなされている。『不都合な真実』から遡ること、じつに15年も前のことだ。

同報告書は、エネルギー・文化研究所(通称CEL: Research Institute for Culture, Energy and Life)の5周年記念事業の一環として発表された。CELは、過去から未来への歴史・時間軸と、内と外の地理軸とを重ね合わせ、これからのあるべき姿を研究・デザインして、社内外へ情報発信することを目的に活動している。その5周年記念事業としてジオカタストロフィ研究会を立ち上げるようになったのは、ふたつの偶然からだった(以下、各氏の発言はいずれも上記『CEL』18号より)。

そのひとつは、1989年に行われたある一般公開シンポジウ

なっても、信頼を置いてもらえないエネルギー屋になれば大阪ガスは困らない」と答えたという。そして、倉光自身が「この事は実に大切な事であった」と書いている通り、こうしたCELひいては大阪ガスの決意と覚悟のうえに、前述のような錚々たる研究メンバーが一丸となつての熱い議論が展開結果、後述の「国際フォーラム」をはじめとする一連の社会的発信へとつながっていったのは間違いない。

ここで、冒頭で述べた文章をもう一度、読み返してほしい。その後世界人口は増え続け、中国をはじめとするアジアやアフリカの人々の生活レベルも向上してきた。それはそれで望ましい社会の姿である一方、資源の枯渇や環境問題に警鐘が鳴らされている。果たして人類は、滅亡の道を歩み続けるのであろうか。それとも世界中の英知を集結させることで、破局回避にむかって舵を切りはじめているのだろうか。少なくとも、31年前のジオカタストロフィ報告書とその後のCELの活動がもたらしたことがある。それは、こ

のような地球規模の壮大な問題を、私たち生活者一人ひとりが自分ごととして捉えられるように努力し続けてきたことだ。

ここでは、ジオカタストロフィ報告書を振り返ることで、これからの私たちがとるべき行動について考えるきっかけとしてみたい。

ジオカタストロフィのシナリオ

ジオカタストロフィは、人類が今(1991年)から99年後に滅亡する可能性を論じている。

ここでいう「人類の滅亡」とは、必ずしもこの地球上に人間がひとりもいなくなるという物理的な「絶滅」ではなく、将来における生存環境の悪化によって、現代文明の水準を維持しながら人類が存続していくことが不可能になる、という状況を意味している。

99年という期間は、人間が実感をもって理解できる最長のタイムスケジュールである。シナリオは99年を3等分し、33年をひとつのステージとしている。

これによると、ジオカタストロ

ムの「地球ロマン」と銘打ったパネルディスカッションの場であった。当時のCEL所長であった倉光弘己がコーディネーターとして登壇メンバーに質問した。「人類は最悪の場合あと何年くらいで滅亡すると考えていらっしゃいますか」

驚くべきことに、情報工学者である坂田俊文氏(東海大学)と地球物理学者の松井孝典氏(東京大学)のおふたりからは「最悪一〇〇年」という答えが返ってきた。

この答えに衝撃を受けた後日、第2の偶然が訪れる。精度の高いデータを基に近未来を描くことで知られたシミュラーフィクション作家の水木楊氏から出たひとこと。「異常な事態を見せない限り、人はその考え方とか行動とかを変えはるはずがない。だから実際にありそうな想定の中で、異常な事態を見せて、エネルギーに対する考え方を変えさせるとい手法が極めて有効になる」

衝撃的な答えと納得感あるひと言。このふたつの偶然を組み合わせることで、CELとして提案

し結成されたのが、ジオカタストロフィ研究会である。

大阪グループとして、経済学から元大阪大学教授の中谷巖氏(一橋大学)と加護野忠男氏(神戸大学)、国際学から大村皓一氏(大阪学院大学)、そして国立民族学博物館の端信行氏と、CELからは倉光弘己の顔ぶれが編成された。さらに東京グループとして、前述の水木楊氏と松井孝典氏に加え、元NHK『地球大紀行』ディレクターの中雄一氏と音楽家の三枝成彰氏、郵政省通信総合研究所長の畚野信義氏が集まり、両グループの主旨は坂田俊文氏にお引き受けていただいた(役職等は当時のもの)。

しかしながら、エネルギー企業である大阪ガスに属するCELが、なぜこうした試みを主導するのか?という点については、当初内部からも「いったい大阪ガスは何をねらっているのだ」「何の得があつてこんな事をするのか」といった声があがったといい、それに対して倉光は「社会をよくすれば大阪ガスにはいくらでもチャンスがある」「当面ガスが売れなく

フィで定義した33年後の第1フェーズの最終年が、まもなく訪れるようとしている。私たちに残された時間は、ない。

「このまま人類が何もしなかったとすれば、破局を免れることはできない」のは明らかだ。

2090年という未来のビジョンを考えることは、とりとめもない妄想を口にするのと紙一重である。だが、この小さな一歩を踏み出さない限り、人類が偉大な飛躍を実現することは不可能である。

第1フェーズ(西暦2024年まで)「分散」と「膨張」の時代

1991年、世界の人口は54億人を突破した。そのおびただしい数の人間の活動によって、地

球にさまざまな異変が生じつつある。

しかし、こうした地球環境の悪化が伝えられるほどには、一般にはそれほど深刻に受けとめられてはいない。ゆるやかに進行する環境の変化のなかで、人々はゆとりと快適性の追求に余念がない。

豊かな社会は技術の進歩とあいまって、おびただしい新商品の登場、めまぐるしいモデルチェンジなど、タイムコンプレッション(時間圧縮)の動きをますます加速させ、生産・消費の拡大に拍車をかける。さまざまな誘惑に欲望を刺激され、生活者はさらに消費の枠を上げていく。時間および空間の制約から解放された人々は地球上を自由に移動し、都市の24時間化が進むだろう。

一方、コミュニティの崩壊、家庭や職場における個人主義の傾向といった生存ユニットの細分化が並行して進み、社会は分散化の方向に向かい始める。

人類の将来を左右する重要なファクターは、人口問題である。人口爆発に加えて、食料問題も浮上してくる。土壌流出や農業用水

だが、自由経済体制のもとでは、もてる者はますます富み、もたざる者はいつまでも貧しいままである。南側諸国は先進国の責任を追究し、先進国にキャッチアップするまで経済成長を続ける権利を主張するだろう。

しかし、ゼロ成長社会という形態を世界的な協力的体制で維持することができれば、再び未来への明るい展望が開け、人間の理性、英知に対する信頼が高まるだろう。

第3フェーズ(西暦2090年まで)「縮小」、そして「対立」へ

このまま有効な対応策が立てら

の確保、異常気象の影響も懸念される。現代の農業は多くのエネルギーを消費するため、石油の需給が逼迫すれば、その影響は食料生産にも及ぶ。酸性雨や公害は国境を越えて拡大し、拡散する。氾濫する廃棄物、農業、化学物質が土地、水、大気を汚染する。二酸化炭素など、温室効果ガスによる地球の温暖化は、特に深刻な問題である。

さまざまな変化が顕在化し、地球の収容力の限界が誰の目にも明らかになってくるだろう。やがて、人々の意識に変化の兆しが現れはじめる。しかし、まだ行動を伴うところまでには至っていない。近い将来に画期的な技術開発が成功し、いずれ困難な問題を解決してくれるという期待を抱いて、快適な暮らしを楽しむ道を選んでいる。

第2フェーズ(西暦2057年まで)「統合」と「調整」の失敗

このまま放置すれば22世紀を待たず、人類が滅亡する可能性は高い。2057年にはGNPは現在の約6倍、食料需要は3・5倍、

して、強者同士の死力を尽くした生き残り闘争が始まる。地上にはありとあらゆる災禍が満ちあふれ、もはや人間が生存できる環境ではない。

時間稼ぎの延命策はあるかもしれない。だが最終的な救済は、一刻も早く文明の転換をはかる以外にはないだろう。だがそれは、自制心が低下した現代人には不可能にも思える。世紀末にもかかわらず、人々はあまりにも楽観的である。

その期待が絶望に急変するとき、人類にはジオカタストロフィが訪れる。

ジオカタストロフィの回避にむけて

20世紀末に提示された報告書を見てきたが、21世紀に入った現在の状況をおおまかにいえば、「予言通り」ではないだろうか。「分散」と「膨張」に対する人々の欲望はとどまることを知らず、さまざまな地球環境問題が現実のものとして顕在化しはじめるところまできている。

第3フェーズ (2090年まで) 「縮小」、そして「対立」へ	第2フェーズ (2057年まで) 「統合」と「調整」の失敗	第1フェーズ (2024年まで) 「分散」と「膨張」の時代
地球の定員オーバーが実感され、死力を尽くした生き残り闘争が激化する。南北問題や民族問題、既得権の主張など、複雑な事情が絡みあう。	市場の失敗(自然の限界とパイの分配問題)が顕在化する。地球規模の国際協力(計画経済化)が必要となるも、欲望のセーブは利かない。	個人主義がまん延し、経済活動が膨張する。破滅の兆候が現れ、人々の意識が変化するが、行動までには至らない。

エネルギー需要は4・5倍になる。今や経済成長のペースを少しスローダウンさせたところで、さほどの延命策にはならないだろう。世界全体の経済成長率をゼロにしなければならぬ。地球環境を守り、人類を滅亡から救うには、発展途上国も含めて地球規模の国際協力が不可欠である。

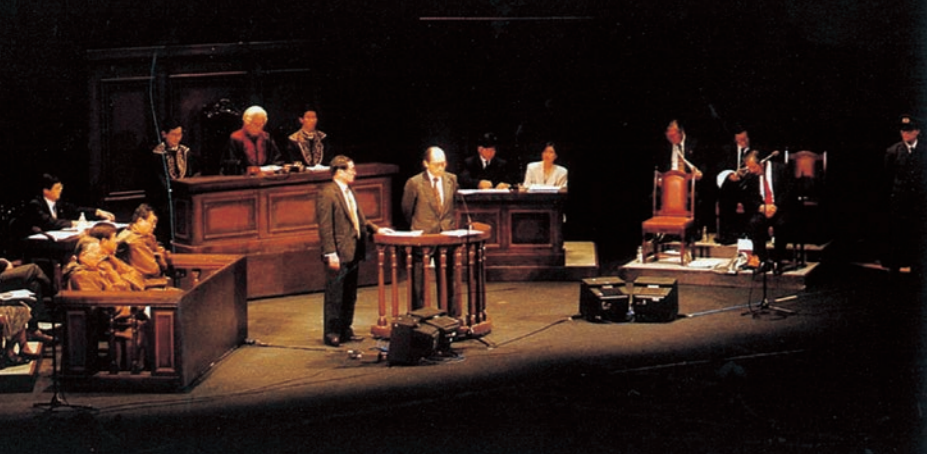
ここで、ジオカタストロフィ報告のその後のCELの活動をみてみたい。

紙媒体としては、前述の『CEL』18号特集に加え、上下巻の書籍『ジオカタストロフィ』(NHK出版)として出版している。『CEL』に関しては総80頁のほぼすべてを特集に充て、誌面の冒頭には7頁のカラー口絵でジオカタストロフィのイメージを喚起、本文には前述の報告書のほか、「人類破滅の可能性とその回避のシナリオ」と銘打った研究メンバーへの個別アンケート(論述形式)を掲載した充実の内容。書籍版は上巻『人類滅亡のシナリオ』、下巻『破局回避のシナリオ』を本誌と同じA4サイズ各144頁という大冊で、内容は本誌特集に新たな論考や提言、シナリオを加え、また随所に衝撃的な写真や詳細なデータを付した、当時としての決定版となっている。

さらに出版だけにとどまらず、さまざまな発表も工夫して行われた。1991年11月13、14日の両日には、CEL5周年記念事業



1991年に刊行された『CEL』18号。気象衛星「ノア」による海面温度写真を掲げた表紙を開くと、ジオカタストロフィ研究会のメンバー松井孝典氏による巻頭言「46億年の孤独」が掲載されている。



1991年11月14日に大阪商工会議所の国際会議ホールで上演された「ジオカタストロフィ裁判」は、大きな話題を呼んだ。



18号カラー口絵には、人間による焼き畑の結果、無残に荒廃したアマゾンの熱帯雨林のほか、進む赤潮の被害、ゴミにおおわれた広大な埋め立て地、干上がった死海、オゾンホールなど、衝撃的な写真が並ぶ。



カラー口絵に続いて始まる「ジオカタストロフィ研究会報告」。扉頁に並ぶメンバーの顔ぶれは、まさに当時の領域横断的な知のエキスパートばかり。GEO-CATASTROPHEのロゴも、プロジェクトのため新たにデザインされたものだ。



『CEL』18号掲載の「研究会報告」に新たな論考や提言、シナリオを加えた書籍『ジオカタストロフィ』も出版された。

として大阪商工会議所の国際会議ホールで「国際フォーラム」を開催。ジオカタストロフィの研究成果を公に報告するとともに、基調講演として文明批評家のジェレミー・リフキン氏、スタンフォード大学教授のポール・R・エリック氏が環境問題に対する警鐘を鳴らした。フォーラムではジオカタストロフィを視聴覚からも実感できるよう、複数のオリジナル映像作品が上映されたほか、2日

目の14日には研究会メンバー自らが出演する裁判劇という形のパネルディスカッションも行われている。

脚本に著名なSF作家・眉村卓氏も参加した劇の内容は、「人類滅亡という言葉で人々の不安をあおった罪」で各界の著名人でもある委員会メンバーを壇上で断罪するというコメディであり、途中には映像出演で作家のC・W・ニコル氏や生命研究の第一人者・

することが決定。3つのフェーズごとに詳細に説明するビデオ映像を新たに制作したほか、CS放送でも特集番組が生まれ、ナレーターとして三枝成彰氏が3つのフェーズを詳しく語っている。このように、ジオカタストロフィはメディアでも大きく取り上げられることになり、それまで有識者の

間だけで問題視されていた環境問題を身近な話題に感じさせる点で、少なからぬ役割を果たすことができたのではないだろうか。

近年においても、パリ協定が採択され、地球温暖化を抑える数値目標の設定にむけて、世界は動きはじめている。明確な解決策が提示されているというわけでもないのだが、脱炭素化へ世界は大きく舵を切っている。

そうした動きをジオカタストロフィ報告のおかげだと過大評価するつもりはないが、ひとりでも多くの人に問題意識をもってもらえただけでも重要な役割を果たしてきたのは間違いない。

もちろん、地球規模の問題といえば、パリ協定が論じる二酸化炭素排出の影響だけではない。今や、あらゆる分野において大量生産・大量消費が当然となり、世界中にモノがあふれ、近代都市化が進む一方、国境を越えた物流やITネットワークが完備されるとともに、生活レベルも向上し、食生活もますます豊かになりつつある。それにともなって、エネルギーや資源の消費も拡大する。もちろん

中村桂子氏も「参戦」。検察官役の著名な各研究者に対し「単なる売名行為ではないのか？」と詰め寄るなど、随所に笑いの要素を取り入れつつ、最後には観客席で見ている聴衆が判決を下すという斬新な構成だった。ちなみにこのイベントは大阪での公演が好評であったため、翌年3月には東京の「よみうりホール」でも開催されたが、判決はいずれも無罪。つまり世界はジオカタストロフィに向

農業生産も増大し、農業用水のとりあいや肥料の使いすぎによる弊害などの問題も、これまで以上に顕在化してくるだろう。その先には国家間の争いが増加し、先進国への難民流入の問題もさらに高まるに違いない。

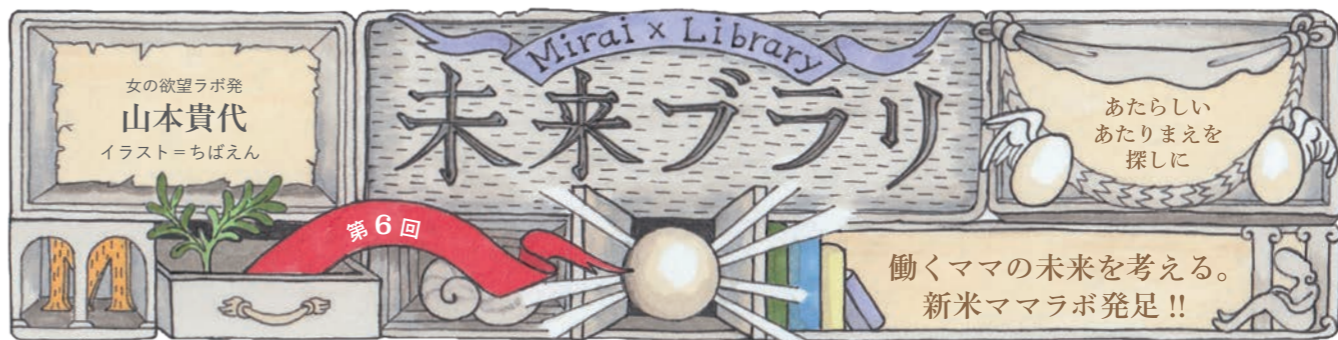
同時に、かつては予想できなかった危険も新たに浮上している。たとえば、温室効果ガスなどマクロの問題はもちろん、世界的な問題となつている海洋プラスチック汚染や土壌・水質のマイクロレベルでの化学汚染、さらに刻々と進む動植物の絶滅など生物多様性が失われる速度はいよいよ増すばかり。その点で、問題は地球平面全体、すべての生命と生物種に及ぶ規模となり、今やひとり人類の生き残りだけを云々している段階ではなくなっている。

地球はジオカタストロフィの予測通りに進んでいくのだろうか。それとも、私たちは破局を回避することができるのだろうか。その答えを探るために、これまでもエネルギー・文化研究所では『CEL』の特集の誌面上で、さまざまな角度から論じてきた。

今号の特集テーマである「持続可能な未来を考える」においても、個別の手段・手法といった各論ではなく、それらの根底に潜む本質的な考え方に焦点を当てている。まだ見ぬ未来のイノベーションによって大きく変革されることを期待することも大事だが、生活者でもある私たち一人ひとりが問題を直視し、今この瞬間から変わっていかなければならない。

『CEL』18号の編集後記で、倉光は「自然との共生という言葉がある。(中略)そんなことが人類にできるのだろうか。人類が未来に対して危機回避の為の対応を考え、よりよい未来への思いを強くして行くことの中にしか、共生ということばはありやうがない」と、ジオカタストロフィ特集を結んでいる。

私たちは、31年前のこの言葉を今再び重く受けとめ、「私たちはどうあるべきか」「私たちはどうするべきか」を考え続けていかなければならない。どれほど困難な道であっても、そこそが明るい未来につながっていくのだと信じ、これからも発信を継続していく。



日常はコロナの蔓延で一変。急ぎ足でやってきた少し先の未来を、欲望・行動・価値観の観点から女性の視点で解説。本音を探るアンケートから、新たな気づきを発見するコーナーです。

新米ママラボ発足!!

男女雇用機会均等法が施行されてから早36年。女性の社会進出で人生の選択肢は増え、価値観も多様化しました。「24歳で肩叩かれて寿退社」は死語。「晩婚」「晩産」という言葉も普通に使われるようになり、いまや平均初産年齢は、30・7歳（1985年から4歳アップ）です。

CEL×女の欲望ラボは、

昨年夏、「新米ママラボ」を発足。働くママたちの現状を知るため、新米ママたちを全国から募集しました。そこでの調査をもとに、少子化に拍車がかかる今、どうしたら働きながら出産・育児しやすい環境を整えられるか、ベテランママ（マダムラボの50代ママ中心）たちの意見も加えながら、探っていきたいと思います。まずはデリケートなママ



ニティ期の働き方について考えてみました。

制度が整っても、なかなか言い出せない妊娠

育児休業の制度化（1991年）に始まり、マタニティマークの登場（2006年）、イクメンの台頭（2007年）、ハラスメント教育、不妊治療の保険適用、男性育児取得の義務化などなど、この十数年で社会の制度や環境は急速に整いつつあります。さらに裁量労働制やコロナ禍のテレワーク導入で、ベテランママが妊娠だった頃と比べると、今は、妊婦としての働きやすさに天と地の差を感じます。かつては職場の理解や上司の配慮はあったようですが、「前例がなかったので相談できる相手がなかった」と聞きます。男性に負けないよう日々闘っていたため、「自分たちが切り開いていく立場だから泣き言は言えなかった」ようです。しかし制度や環境が整いつつある今も、職場でなかなか妊娠を言い出せないなどマタニティ期のストレス



が大きいことがアンケートから見えてきました。グラフを見ても、その割合は昔のママより増えています。「体調が一番悪くて辛い安定期前、誰にも言えないし配慮してもらえず途方に暮れた」「悪阻の時も人手が足りないの言い出せず、無理して働いていた」「営業職だったため戦力外になってしまったと感じ、自分の存在価値を見出せなくなり辛かった」「査定が気になって言い出せなかった」「バリバリ仕事をしてきたので、妊娠を報告すると、あまりいい反応が返ってこなくてとても悲しい気持ちになった」など、妊娠初期の不安の声は見逃ごせません。「妊娠したと言いやすい環境づく

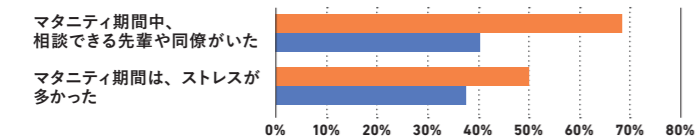
り」は少子化対策を考えるうえで欠かせないことかもしれません。

マタニティ期、こんな職場環境だったらいのい

そこで、今は若手を引っ張る立場になったベテランママたちに、「どうしたらストレスを軽減できるか」、「初期の段階でも妊娠について話せる環境をつくれるか」について考えてもらいました。「辛い



■ 働きながらの妊娠・出産経験について ■ 新米ママ ■ ベテランママ



「新米ママラボ」実施：2021年12月～2022年3月 調査対象：新米ママラボ会員22人回答 アンケート 調査法：オンラインアンケート
「働きながらの妊娠・出産経験について」実施：2022年4月～5月 調査対象：女の欲望ラボ会員41人回答 アンケート 調査法：オンラインアンケート

時にちょっと横になれる妊婦専用のベッドがあるといい」「上司と普段から話しやすい関係を作るため月1面談をする」「妊娠初期に、人事と職場と本人とをつなぐ相談窓口の設置」「ストレスフルな妊婦のために心理カウンセラーがそばにいる」「ハラスメント教育を徹底するべき」など、経験を踏まえた様々な意見が集まりました。ベテランママが入社した頃は、「セクハラ」

という言葉が聞かれはじめた時代。いろいろな思いをしてきたからこそアドバイスです。制度を使うかどうかは本人次第ですが、使いやすい環境を整えておく随分妊婦は安心なのではないでしょうか。生理休暇、産休、育休のように「マタニティ休暇」という女性特有の制度も作るべきという意見には納得です。

先輩ママからのエール。すべては「育自」だから。

「仕事と育児の両立はボクシングのようだった。ラウンド開始のゴングがいつも鳴っていた」と振り返るベテランママたち。働きながらの妊娠出産を一言で表すと、「ずっと走ってきた」「働く覚悟を得た機会だった」「ジャンヌ・ダルク」「人生で一番輝いていた時期」「人生極上の幸せ時間」「1ミリの後悔もない」とポジティブな意見が多かった。新米ママに送るアドバイスがあるとしたら、「働くことに罪悪感を持たず思いっきり活躍してほしい」「育児も仕事もどちらも「育自」と思

亜女子ブライ

南国の亜女子たちは少子化知らずです。晩産などという言葉は、どこへやら。「27歳くらいで出産して、子どもはほしい2人います」とはジャカルタのシタさん（50歳）。「働きながらの妊娠出産は大変。だけれど、妊娠を告げることに伴う仕事の不利益はありません。ジャカルタには日本のような育児休業はなく、3カ月の産休後すぐ仕事復帰するのだから、家族や子どもに重きを置く文化がある」というのはクアランプールのオリドリーさん（32歳）。「60日間の産休休暇のあと、コロナ禍は在宅勤務もうまく利用できた」と親と同居していたり、メイドやナニーを雇うのが一般的な東南アジアでは、出産後すぐに社会復帰しやすいのかもしれない。



未来へ向けて

ストレスなく前向きなマタニティ期を送るには、制度の有無に問わず、日頃からオープンに話せる環境や仲間を作ること大切。周囲を味方に力強いエールをもらい、コロナで増えた在宅勤務もうまく組み合わせ乗り切れれば、働くママの未来は明るい。

女の欲望ラボ代表、女性生活アナリスト。専門は、女性の意識行動研究。独自の「マール文通法」により、20代～70代女子。アジア男子の本音を探り続ける。SNSを駆使し随時情報収集。 <https://www.omnanoyokuboulab.com>

語りベシアター 『大阪御堂筋ものがたり』

— オンライン配信に向けた
作品制作と活用の可能性

栗本智代
Kurimoto Tomoyo



語りと映像に音楽の生演奏を加えた独自の手法により、地域の歴史や文化、まちの物語を伝えてきた「語りベシアター」。コロナ禍での活動継続のため、初めて、オンライン視聴者に向けて新たな形式で作品をつくり、収録・公開した。その制作過程を振り返りながら、今後の展望も含めて報告する。

「くりもと・ともよ」
大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・文化研究所研究員。1988年大阪ガス(株)入社。商品開発部を経て、1991年より現職。まちの個性や本質を歴史・文化的側面から探究し、「ストーリー」による都市魅力の発掘・創造に取り組む。独自の手法による「語りベシアター」は、自治体の主催事業や民間の勉強会などでも展開。一方で、フィールドワークやインタビューを中心とした執筆も行う。

「語りベシアター」の活動趣旨と展開

「語りベシアター」の活動を立ち上げたのは、1994年のことである。

当時、関西の中でも特に大阪は、豊富な歴史・文化的資源があるにもかかわらずその魅力があまりに知られておらず、まちに伝承力が乏しいことが非常に問題であると

捉えた。この対策として、まず、地域に眠る歴史や文化を掘り起こし、まちの物語を多くの人に知ってもらい、わがまちにもっと誇りを持つてもらうことが大切だと考えた。

そこで、「楽しくわかりやすく」伝えることを重視し、短いストーリー仕立てにしたシナリオを起し、語り(朗読)と映像、そして音楽の生演奏や演劇的な演出を交えた独自の表現手法を創った。大

に解説が入る形式で、「紙」の部分をパワーポイントが担っている。文献調査や取材をベースに、使用可能な画像を取捨選択しながら台本を書き下ろす。また、わかりやすく解説するために、地図やイラストを新たに描き起こす。今回も、歴史はもちろん未来へ向けた街づくりについても可能な限り最新情報を入れ、また、現在の街の様子を撮影した動画も盛り込み、過去と今日、未来を繋ぐメッセージを届けられるよう手を加えた。

これらが固まると、最後に音楽

的な演出を行う。今回は、出演者でフルート奏者の青木美江さん作曲のオリジナル曲を何曲も取り扱った。単なるバックミュージックではなく内容がより伝わるように、それぞれのシーンにあわせた音響効果を、ライブ同様に発揮できるように留意した。

収録場所は、大阪ガスの福利施設の多目的ホールを使用した。スクリーン上映はせず、語り手と演奏者だけを収録し、編集で画像を組み入れて説明画像をより鮮明に再現することにした。初回の「天

阪から阪神間へとフィールドを広げながら、自治体の記念行事や民間団体の勉強会で公演を重ね、2019年には、在シンガポール日本国大使館関連部署の記念事業にも招待され、大変好評をいただいた。同時に裾野を広げるため、ワークショップ形式で語り手・作りの育成も順調に進めてきた。ところがコロナ禍で、活動中止を余儀なくされた。そんな中で、オンラインであれば発信できると、新たな形式による作品制作への手探りが始まった。

オンライン配信に向けて

記録用に公演の様態を動画収録したものは、実際に舞台を見た記憶を回想するにはよいが、ライブならではの臨場感には伝えられない。特に「語りベシアター」は、スクリーンに映写するパワーポイント映像・語り・演奏の三者のライブならではのコラボレーションにより高い訴求力を創出するため、記録映像では魅力が半減してしまう。しかし、オンライン

神祭」収録の際は、説明画像・語り手・音楽家の切り替えのタイミングや各々が映る尺について、ちょうどバランスの良いポイントを見つけるのが難しく、時間をかけて、何度も編集をやり直した。その経験を活かす形で、2年目の今回は、切り替えの目安を記した撮影台本を自ら制作し、それをベースに収録を進めた。

もうひとつの演出として、背景となる部分を黒布で覆い足元もあわせて深い茶色のシートを敷き詰めた。また出演メンバーは、作品テーマの時代である近代大阪のモダニズムファッション風の装いで合わせるため、舞台衣装専門の会社の協力を得た。照明を入れてカメラを通して見ると、画面に出演者が浮かび上がるような、非日常的な雰囲気が出来上がっており、独自の臨場感が楽しめると好評をいただいている。

なお、「語りベシアターONLINE」の作品は、いずれも、留学生や今後のインバウンドを意識して、英語字幕版も制作・配信している。

配信の普及に合わせ、そのなかでいかにオリジナリティを維持しながら「楽しくわかりやすく」伝えられるか、実験的に挑戦することになった。

2020年度、最初の試みとして、大阪の代表的な年中行事であり、疫病退散の祈りをこめた祭である「天神祭」をテーマに、オンライン配信用の作品を制作・配信した。

そして2021年度は第2弾として、『近代から未来へ 大阪御堂筋ものがたり』と題した作品制作に取り組んだ。以前から随時更新しながら上演していた作品で、近代大阪からの御堂筋を中心とした大阪の発展史をまとめた『大阪モダニズム物語』『御堂筋ものがたり』をさらにリニューアルした内容である。

以下、この制作について紹介する。

オンラインならではの苦労

「語りベシアター」は、いわゆる「紙芝居」のように、写真や絵図

コロナ禍からポストコロナにおける活用の可能性

作品の内容として、序章・本章では、明治以降モダン都市として大阪が発展した様子、大阪と呼べられた時代の御堂筋を中心とした革命的な都市づくりについて紹介している。もともとの「御堂筋」は、幅が約6メートル、長さが約1・3キロの細い道だったのを、幅約44メートル、長さ4キロ以上の大道路に拡張し、同時に地下鉄も建設するという計画が、第7代大阪市長関一氏により実施された。当時の様子を、さまざまなエピソードを交えてまとめてみた。

さらに終章では、戦後から今日までの取り組みを紹介し、近未来への展望を語っている。「御堂筋」は、2017年5月11日に、完成80周年を迎えたことを契機に、「みちから未来を考える」をコンセプトに、車から人中心のみちへと空間再編を目指す取り組みが始まった。公民連携してまちづくりのあり方を議論しながら、ハードとしては、側道を歩行者空間に整



語りベシアター ONLINE『近代から未来へ 大阪御堂筋ものがたり』。

序章 近代都市～モダン大阪～の誕生 (19分)

本章 大大阪の革命的まちづくり (22分)

終章 未来へ向かって (16分)

YouTubeで公開中。



配信された映像、「序章」プロローグの一場面(英語字幕版)。



『近代から未来へ 大阪御堂筋ものがたり』本章より、地下鉄（御堂筋線）の工事の様子。左奥は建設中の大阪ガスビル。写真提供/大阪市



歩行者空間で定期的で開催されるようになった御堂筋のマルシェ。



大地をキャンパスにして花びらで描く「インフィオラータ」はイタリアやスペインの歴史あるアートイベント。御堂筋でも2019年からクリスマスシーズンに開催されている。

備する工事が進捗している。一方で、歩行者利便増進道路（通称「ほこみち」）制度の導入で、指定された特別区域では、歩行者がくつろいだり、交流を楽しんだりするような空間が形成されている。社会実験も含め、賑わい創出の工夫がさらに期待される。

開催年と重なる。さらに100周年へと、未来に向かって地域あげての精力的な取り組みが、新たなシナリオとして加わり続けるのが、非常に楽しみである。

今日、コロナ禍がまだ完全に収束しない状況ではあるが、「WiFi コロナ」の姿勢で、感染対策をとりながら恒例の行事やイベントが徐々に再開されはじめ、人の流れも少しずつ戻りつつある。そんな

中で、「語りベシアター ONLINE」を見た後、実際にまちを歩くと、風景や建物の見え方が変わり、より地域に関心が深まったという人が少しでも増えることを願っている。今後は、問題意識やテーマが重なる団体やイベントには、コンテンツとしてリンクを貼ってもらいながら、実際にライブとしても語りベシアターの公演を開催する計画も進めている。さらに、学校

研究員レポート2

どうすれば組織として成長できるか

— 第10回「CELサロン」とともに —



鈴木隆
Suzuki Takashi

平成の30年、先進諸国では日本だけが経済成長しなかった。令和も同じ轍を踏まないためには、組織の成長が不可欠である。本稿では、その成長を促すポイントをあげるとともに、第10回CELサロン「リクルート成長の原動力——シンカ」し続ける知識経営と企業文化」についても紹介する。

「すぎき・たかし」
大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・文化研究所研究員。1984年大阪ガス(株)入社。支社、企画、人事、業務用営業、情報化等の業務を経て、2001年社内起業し、(株)ホームプロ代表取締役専務。帰社後、家庭用営業を経て、2012年から現職。著書として、『仕事に効くオーブンダイアログ』(KADOKAWA)、『御社の商品が売れない本当の理由』(光文社新書)などがある。

本誌129号(2021年11月)の拙稿「どうすれば組織とともに成長できるか」では、組織の中で個人の成長を促す8つのポイントについて考えた。本稿では、組織の成長を促す「対話の奨励」と「対立の止揚」について考える。

対話の奨励

現実には客観的に存在しているの

ではなく、社会的な過程すなわちコミュニケーションの中で構成される「*1」。現実をつくりあげるコミュニケーションと一口にいても、会話・対話・議論を区別し、目的に応じて使い分けることが組織の成長にとって有効である「*2」。「会話」は、互いに仲良くなるよう交流することを目的にした話し合いである。話し合いのテーマは自由で、結論を出すことが目的ではない。

「対話」は、あるテーマについて、一緒に知恵を絞って探究し理解することを目的にした話し合いである。一致しない意見について、互いの考えを深め合っていくために話し合うのである。結論を出すことが目的ではない。対話では、お互いに対等な立場で、相手のことを尊重し、衆知を集めて広く深く考えるのである。

対話が活発に行われるようになると、個人ないし集団の間で、意見が相違し、利害が衝突することが格段に増える。対立、学術用語でいえばコンフリクトである。こうした対立(コンフリクト)は、悪いことであろうか。

対立の止揚

対話が発見に行われるようになるため、常に平均的な判断が正統化されるのである「*4」。

「議論」は、あるテーマについて、みんなで結論を出して合意することを目的とした話し合いである。課題について決定する会議で行われるのが議論である。

会話・対話・議論の関係を図示すると、図1のようになる。会話で交流し(和んで)、対話で探究し(究めて)、議論で合意する(決める)、という3つのステップとして使い分けることになる。

日本では、欠落しがちな対話を組織として奨励することが必要である。そもそも単一のタテ社会である日本では、個人よりも組織を重視し、組織内では実力よりも序列を優先するので対話が抑圧される「*3」。さらに、イエ社会では、根回し型満場一致方式で決定され

第10回 CEL サロンレポート

「リクルート成長の原動力——“シンカ”し続ける知識経営と企業文化」

2022年6月29日、第10回CELサロンがオンラインで開催され、140名余りが参加（視聴）した。

冒頭、金澤成子エネルギー・文化研究所所長の挨拶があり、CELサロンの目的である「知の探索と深化」に言及した。

続いて、鈴木隆研究員が、解題として開催の趣旨について説明した。創業60年のリクルートは、直近5年間でも売上2倍、営業利益3倍と成長し続けている。その原動力は、組織を動かす見えない力である制度（仕組み）と文化の好循環にある。本日は、特に知識経営（ナレッジマネジメント）と「リクルートらしさ」について紹介いただき、「シンカ」（進化、深化、新化）するための気づきを得ていただく場としたい。

それを受けて、リクルート経営コンピタンス研究所（以下研究所）所長の巻口隆憲氏が講演を行った。

研究所は、現場からコアコンピタンス（他社は真似できない核となる能力）をアップデートする役割を中心に据え、経営企画と人事の「遊軍」として時々の経営課題を解決している。守備範囲は、経営戦略の推進支援と現場戦略の実行支援であり、具体的には経営理念のアップデート、企業文化の言語化、企業文化の社外発信、最新ナレッジの抽出と共有、企業文化継承マネジメント、コンピタンスの型化と装着、社内ビジネススクール運営、現場ミッションの再言語化、中長期戦略の事業部接続、次世代経営者の育成である。

リクルートは、2年前に分社を再統合した。小売店向けの業務支援SaaS（ネットで提供するソフトウェア）であるAirREGIやAirPAYは30万社以上が導入しており、分野を超えて組み合わせ流通させるようにしたのである。会社統合のメッセージにあるように、「機会は、もっと、広い」。「要するにこういうことをすることだ」という現場の事例を見せることで理解されるようにするのが研究所の仕事である。

研究所の起点となるのが、大自慢大会の「FORUM」である。2007年に営業（顧客接点）の「TOPGUN」から始まり、事業開発の「GROWTH」、エンジニアの「ENGINE」、経営スタッフの「GUARDIAN」を加えた4部門からなる「FORUM」へ拡張し、分野ごとに年1回開催してきた。受注などの成果ではなく、新しい変化に挑戦した10人が部門ごと

に表彰され、その技を発表することで成長し出世する。このFORUMには、コンピタンスの「共有とアップデート」、ビジョン実現への「戦略の見本市」、オープンイノベーションへの「人的交流」の3つの効能がある。

コロナ禍もあって、2020年からは「CROSS FORUM」として、スタジオを借り、部門を超えて発表者を交流させ（CROSS TALK）、オンラインで配信するようにした。参加者（視聴者）が5倍に増え、控室では発表者の交流も盛んになった。FORUMの新たな機会は、CROSS（異を知る）、TALK（語り合う）、ROOM（使い倒す）、QUEST（突き詰める）、MEET（相談する）の5つであり、Bet on Passion（情熱に賭ける）につながる。2022年からは、FORUMの発表者60名全員を兼務とし、5%は研究所で使えるようにした。

リクルートのコンピタンスも、これまでの「リボンモデル」では顧客を集め動かし結ぶに従って減衰していた。直近2年のFORUMの「挑戦」の「検証」から「再構築」し、顧客が減衰しない「ドカン（土管）モデル」へとアップデートしているところである。

以上をまとめると、リクルートにおける「知識経営」とは、現場の新たな挑戦から「検証」された、「最新の知識」を「組み合わせる」ことによる、経営戦略の「アップデート」（革新）と「スケール」（成長）を実現することであり、そのため手法は、CROSS（交流）からBET（投資）につながるということになる。

講演後、参加者から寄せられた6つの質問に巻口氏が答えた。独立する社員が多いリクルートだが、仕事は型化されるので伝承や教育に支障はない。時代にマッチさせていくコツは、ボトムアップで新しい挑戦をどんどん経営戦略に反映させていくことと言葉を置き換えることである。昔の成功体験を押し付けるのはご法度であり格好の悪いこと、参考に示すだけにして本人に決めさせるのがよい。スピノフだと1打席しか立てないが、会社の中だと何回も失敗して学べるし、大企業のように複雑性も活かせる。自分の中には成功、成果はなく、世の中が喜んでくれることこそがゴールである（Follow your heart）。

外からは窺い知れない最先端の取り組みから、多くの気づきを得られる貴重な機会となった。

にするのに必要最小限のコンフリクトは常に維持するよう奨励されている。

もちろん、相互作用論の見解でも、対立はすべて善いこととして認めるわけではない。意思疎通の欠如による無知や誤解、不信などによる対立は、非生産的であり、解消すべきである。一方、業務の内容や目標などに関わる本質的な対立は、生産的であり、止揚すべきであって、組織の活性化、発展に

不可欠である^{＊6}。いずれにしても、日本でありがちなように対立に蓋をして先送りすべきではないのである。

本質的な対立を止揚するために、おさえるべきポイントとしては、以下の6つがあげられる^{図2}。＊1、＊8。

第1に、「場の雰囲気」である。第2に、「世界観」である。当事者独自のものの見方、考え方である。第3に、「立脚点」である。

表層に現れている、対立の争点であり、対立の原因になっているものである。第4に、「潜在ニーズ」である。深層に潜んでいる、立脚点をとる理由である。第5に、「再焦点化」である。当事者双方のニーズを満たすような視点から問題を捉え直すことである。再焦点化するには、「どうすれば、自分ができるか、かつ相手もできるか」という問いを立てるとよい。

第6に、「建設的提案」である。

本稿のより詳しい内容は、技術開発と事業化における部門対立について考察した別稿^{＊9}を参照されたい。

個人と組織は、相互に依存し循環する関係にある。前回（本誌129号）の拙稿もご参照いただき、個人と組織双方の成長を実現していただければ幸いである。

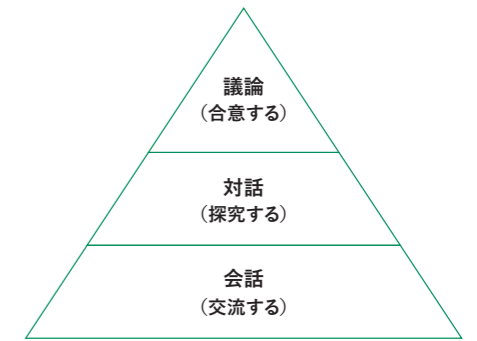
おわりに

当事者双方のニーズを満たすための提案である。対立を止揚するためである。

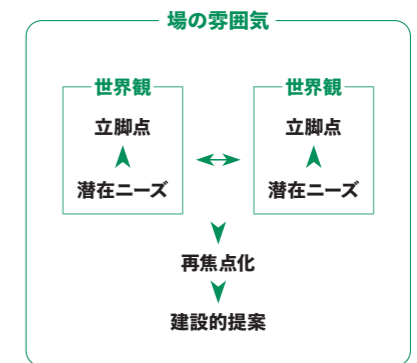
対立を止揚するための話し合いは、以下の4つの段階を経ることになる。

第1に、会話で信頼関係を築く。第2に、対立の争点である「立脚点」とその理由である「潜在ニーズ」について対話し、情報を共有する。第3に、双方のニーズを満たす視点から問いを立てて問題を捉え直す（「再焦点化」）。第4に、双方のニーズを満たす「建設的提案」について対話し、最善の解決策を議論して合意する。

■ 図1: 会話・対話・議論の関係



■ 図2: 対立を止揚するための6つのポイント



注
 ＊1. ケネス・J・ガーゲン、メアリー・ガーゲン、現実はいつも対話から生まれる、ディスカヴァー・トゥエンティワン、2018年
 ＊2. 鈴木隆、仕事に効くオープンダイアログ、KADOKAWA、2019年
 ＊3. 中根千枝、タテ社会の人間関係、講談社現代新書、1967年
 ＊4. 村上泰亮、公文俊平、佐藤誠三郎、文明としてのイエ社会、中央公論社、1979年
 ＊5. スティーブン・P・ロビンス、組織行動のマネジメント、ダイヤモンド社、2009年
 ＊6. 日本能率協会マネジメントセンター、対立のススメ、日本能率協会マネジメントセンター、2015年
 ＊7. エレン・レイダー、スーザン・W・コールマン、協調的交渉術のすすめ、アルク、1999年
 ＊8. 鈴木有香、人と組織を強くする交渉力、自由国民社、2017年
 ＊9. 鈴木隆、技術開発と事業化における部門対立の原因と対策、研究開発部門と他部門の壁の壊し方、協力体制の築き方、技術情報協会、2022年

組織でつかむ

日本型ビジネス創出モデル

― 地域ぐるみで未来を描く、自主独立のスキーム

岡田直樹
Okada Naoki



疲弊する地域経済活性化のカギを握るのは、ベンチャーだけではない。40年にわたり、多くの事業創造に携わってきた岡田直樹研究員が、地域における大企業・大学がアイデアを核にして目指すべき、日本ならではのミドルアップダウン型、地域一丸の事業創造のかたちとメソッドについて提案する。

「おかだ・なほき」
大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・文化研究所研究員。1982年大阪ガス(株)入社。ベンチャー支援、大手企業のオープンイノベーション支援が専門。入社3年目から新分野開発部志願(期生として、遊休不動産賃貸開発に関わった後、京都リサーチパーク、アジア太平洋研究所、大阪商工会議所などを経て2020年より現職。事業創造と地域への定着について考察を続ける。

地域に留まらない世界的ビジョンが、地域産業の未来を描くには必要となる。事業の方向としては、マーケットの明確な「研究開発系」ではなく、アライアンス等を通じて外部のIT系ベンチャーがもつ技術を援用、潜在的なマーケットを「0→1」で「共創」するスタイルが、大手企業の知名度を最大限活用する意味でもアドバンテージとなるに違いない。

変革へ向かう

3つの人財マネジメント

しかし現状では、一部の大手企業にそうした取り組みがあるだけで、残念ながら未だ大きな成果を上げるには至っていないように見える。根本には、大手企業内部に外部ベンチャーとの「共創」で事業創造へ邁進すべき人、すなわち日本型のミドルアップダウンにより自社とベンチャーの調整やマネジメントを行える人財が欠如しているという問題があるのではなからうか。ここでは、地域の事業創造を担う人財を育てるためのマネジメントがどうあるべきか、3つ

のステップに分けて考察してみる。前提として大事なものは人財のポテンシャルを徹底的に発揮させること、いわば人を解き放つことだ。

STEP 1

中堅ホワイトカラーを再評価する

まず、人財の対象となる層を考えてみる。大手企業は優秀でありながら適正に評価できていない中堅層を抱えているのではないだろうか。そこで実務経験も豊富な彼らを再評価し、ミドルアップダウン型の事業創造のエンジンとすべきだ。NHKの人気番組『プロジェクトX 挑戦者たち』で主役となる人々やチームの多くがそうだったように、光るものを秘めながらも社内の評価が低いまま燻ぶっている彼らには、右肩上がり時代の「攻め」とも、低位均衡時代の「守り」とも違う、変化の時代を自社のチャンスに変えられる可能性がある。そうした層に白羽の矢を立て、活かしていくマネジメントをしなければならぬ。

人財の供給という点では、そもそもこれを行う大学においても、優秀な学生を集め、広く浅く知識を供給してはきたが、経営者や指

大手企業がリードすべき 地域の産業構造変革

時代の変化に伴い、地域の産業構造転換は喫緊の課題となっている。その担い手としてはベンチャー企業への期待が大きいとされるが、むしろ内部留保の大きい大手企業こそが率先し、それらベンチャー育成・支援の主役になるべきではないかというのが私の考

えだ。ここでいう大手企業とは地域に育てられたことに感謝し、どこまでも地域と共にあらんとする「地域エクセレントカンパニー」型の企業であり、こうした企業が原資を地域の事業創造へ向けて積極的に振り向けることで、当の企業は経営基盤をより強固なものとし、育成されたベンチャーはアジアをはじめ海外へと飛躍するチャンスを拓くことができるだろう。そのような、地域発でありながら

導者づくりの面では不足するところが多かったと考える。しかし、地域で事業創造を行いたいと考える大手企業では、経営者的な視点をもった人財が欲しいはずである。ならば、とりわけ地域に根差す大学はビジネスの醍醐味を教え、経営者たらんと野心をもつ者に学びの場を提供するべきではないか。幸い、最近は大学側も単なる経営学の範疇を超え、リーダーに必須の哲学や矜持を幅広く教えるところが少しずつ増え、京都大学のエグゼクティブ・リーダーシップ・プログラムをはじめ東京大学、慶應義塾大学、早稲田大学による試みが目を集めている。

STEP 2 「解き放たれた人」に学ぶ

次は、実際に中堅層のなかに事業創造に適した人物を発掘・育成する。それには、新しい挑戦につきものの厳しい逆境を乗り越える力があるかどうかを見極める必要があるだろう。そこで私は、そのヒントを得るべくITサービ系のベンチャー企業の社長に注目してみた。具体的には、上場企業を中心とする142社とその創業者

を対象に、2020年時点から5年前に遡って、詳細なライフヒ

ストリーを約90のデジタルメディアによりウォッチ。インタビューや発言記事収集に加え、うち15%には私が直接面談して聴き取った結果をもとにプロファイリングすることで、彼らの何を大手企業が範とすべきかについて、かなりの精度でつかむことができた。なかでも注目したいのは、彼らの多くが示す生き方の「姿勢」であり、それはたとえ幼い時から培ってきた依存心の低さ、そして気持ち切り替える力など事に向き合う強さの部分。学びの点にも共通する面があり、座学などの理論よりもまず実践、たとえば幼時から家計を助けるなどで儲けを得、かつ喜ばれる商売の醍醐味の「体験」が、常に高みを目指し、怯むことの無い情熱の原点になっている例が多い。紙幅の都合でこれ以上の詳細は記せないが、大手企業においては彼ら「解き放たれた人」に共通の要素をもとに、社内の中堅層に適性の高い人財を求め、これに先ほどあげた哲学や矜持をトップ自らに注入するなどの育成を行うこ

とが有効となるはずだ。

STEP 3 地域の積極的関与による舞台づくり

最後は、人財がその能力を十分に発揮するための舞台となる、地域の役割について述べる。ここでは地域の行政、地場金融機関にも登場してもらい「総力戦」にしなければならぬ。従来のように、一生懸命育てたベンチャー企業が成功すると東京に出てしまう、また大きくなった事業の工場が他地域に転出していく状況では、地域は育てた果実を見送るばかりだ。行政としても、せっかく税金を投入しても雇用と税収を東京や他地域にもついでいかれて、再投資の原資を得られない。そうではなく、本来は活躍の舞台、言い換えるとビジネス立地の優位性を故郷につくり、人が住んで働き、資金が還流する自立した産業創造サイクルを回していく。そこに生まれる配当をもとに、特徴を活かした未来を描くことの方がずっと重要なはずだ。そのためには、やはり地域の強みを活かすほかに道は無い。そのカギを握るのが、人が生き、人が働く実感がリアルに抱ける地

場の企業群であり、それを支える多様な地域のポテンシャルだ。2000年代からの経済と産業のバーチャル化で空洞化した地域を再生する点でも、先にあげた地域大手企業の人財再活用によるベンチャー支援をはじめ、地域に根付いたリアルな人的交流、地域を知悉した新たなプレーヤーの活躍を支える地域ぐるみの成功モデル探求が必要となる。関西においては、その大きなチャンスになると期待できるのが、2025年の大阪・関西万国博覧会である。もともと対アジア貿易では日本全体の22%(GDP15%)を占め、日本とアジア(64の国と地域は成田・羽田の合計路線数を優に上回る)のゲートウェイである関西国際空港をもつ当地で、半年にも及ぶ海外(特に若い世代)とのリアルな文化・経済交流の場が開かれることは、単なるインバウンド集めとはまったく次元の違う意味をもつ。その点で、この先数十年の関西経済の浮沈がかかる巨大でリアルなビジネスの実証実験の場となる好機を、地域ぐるみで最大限バックアップする価値は計り知れない。

●食都・大阪が育んできた都市と胃袋の物語に、
コロナ禍を乗り越えるヒントを探す。

大阪の胃袋

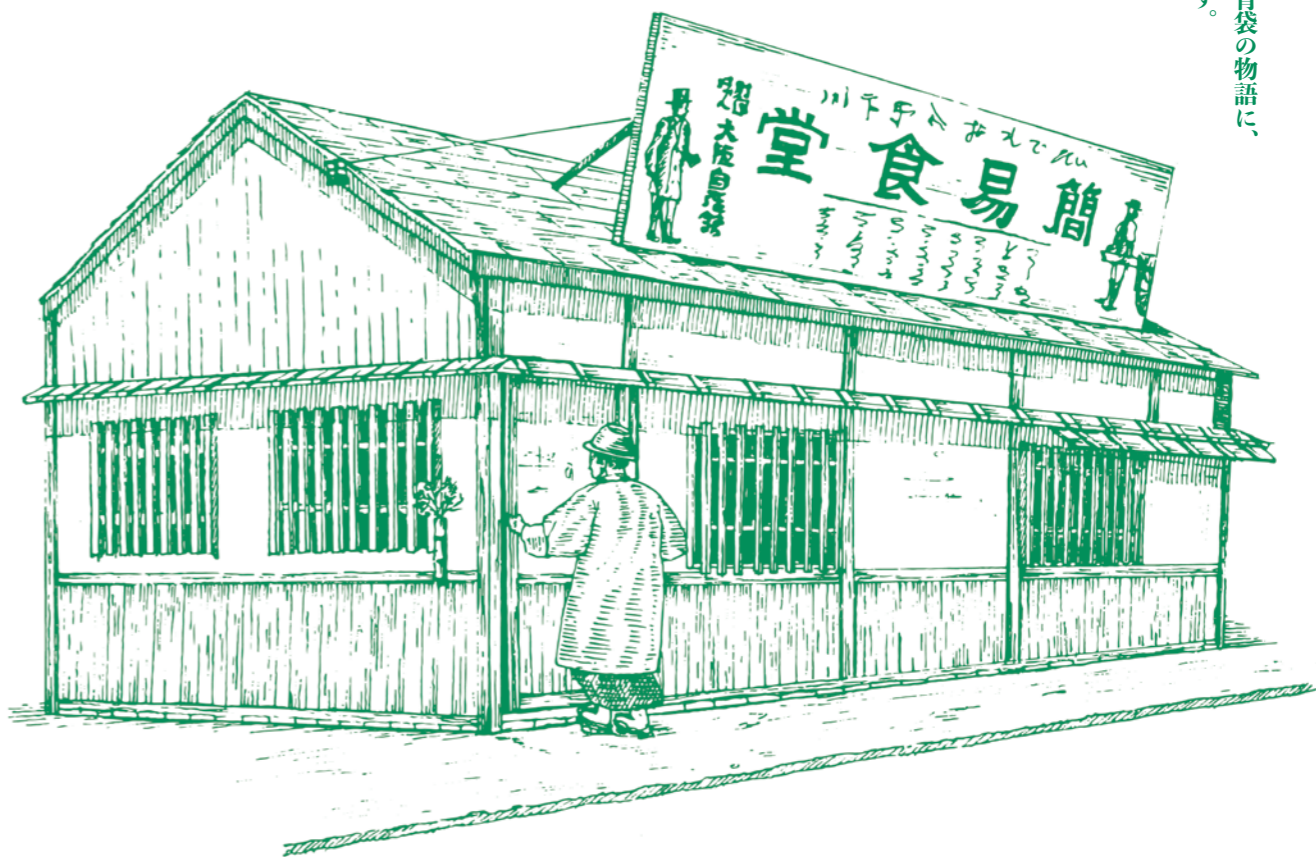
湯澤規子

Yuzawa Noriko

画 三宅瑞人

第6回

食べることで学ぶこと
——民都大阪のフードシステム



大阪の胃袋育ちの三世代

知らぬ間に、胃袋のほかにも引き継いでしまうものがある。先日、アメリカの大学に留学している息子の近況を聞きながら、はたとそれに気がついた。

彼は今、アフガニスタンから難民として入国したティーンエイジャーの勉強を手伝っているらしい。そういえば私は彼と同年の頃、大病院の小児病棟で、長期入院中の子供たちの遊び相手をしていたことがある。そして私の父から聞いたことには、父もまた、やはり大学生の頃に、かつて西成にあった「馬淵生活館」という場所で、子供たちに勉強を教えていたことがあるのだという。

申し合わせたわけではないのに、お互いが知らぬところで同じようなことをしているというのは不思議である一方で、妙に腑に落ちることでもあった。とはいうものの、父の話は一度も聞いたことがなかったもので、三世代の意外な共通点に戸惑いつつも、興味の方が勝ったのは言うまでもない。その話は次のようなものであった。

時は1960年代。天王寺駅から動物園前通りを抜けて通天閣を右手に見ながら進むと、西成の交差点が見えてくる。右の角にはいつも、ドラム缶に入れた木材がごうごうと燃え、その周りには仕事を求めて、あるいは暖をとるために立ち寄った人びとが集まっていた。その角を右手に折れて間もなくの所に馬淵生活館があった。

1962年、同館は大阪市の管轄で、住宅ではなく一時的な宿泊施設として設立され、自立更生を支援する一時的な保護施設という役割を担っていたらしい。父が大学生だったのは1960年代半ばなの

で、同館ができて間もなく足を運ぶようになったのだろう。

2010年に閉鎖された同館については、僅かな研究があるのみで、今となっては詳細を知ることは難しい。ところが、かつてあったその場所に若かりし日の父が確かに存在していたという事実が差し出された時、断片として知っていたいくつかの事象がつながり、輪郭をもって立ち現れてきたのである。

社会の問題は胃の問題

——大阪自彊館の食堂

拙著『胃袋の近代』では、都市や工場の勃興によって集まった数多の胃袋を満たす、様々なシステムの誕生を描いた。その一つに、現在の給食センターの原点ともいえるべき「共同炊事組合」がある。ところが、大阪には共同炊事組合がひとつも存在しなかった。その背景を知ることができる調査結果がある。そこには、次のような事情が記されていた。

「大阪市工業地帯に於て、近時著しく発達し来れる弁当仕出商の問題がある。例えば大阪に於ては代表的なる大工場及び多数の中小工場並に商店に朝、昼、夕の弁当の配給を行ひ、大なる仕出商に於ては工場労働者に対して配給する個数が七千を超えりと云ふ。又市内の仕出商は組合を結成し、中央市場との間に連絡組織を有し、或は又副食物の如きには整然たる分業組織を有して之を加工している」*1

調査結果を記した本が発行された1938年当時の大阪では、共同炊事組合が設立される余地がないほど、仕出商と中央市場が連携した周到なフードシステムが確立されていたということがわかる。加えて、行政が手本にするほど繁盛していた一膳飯屋の

存在も大きかった*2。

他府県では行政や企業の直接関与によって急拵えのフードシステムが整えられる中、大阪が既にそれを確立していた背景に、「天下の台所」としての実績と経験があったのは言うまでもない。淀川を行き交う三十石船に「めしくらわんかい」と叫びながら漕ぎ寄せる通称「くらわんか船」の威勢。狭小一膳飯屋を切り盛りする女主人たちの力量。天満市場に集まる様々な食料と商人らの抜け目なきなど、大阪の胃袋を賑やかしてきた役者は枚挙にいとまがない。その中でも大阪で始まった特筆すべき取り組みがある。それは、一般的な喫食の場に足を運べない人びとの胃袋を満たすセーフティネットの構築である。繁栄という光が強いだけに、その影もまた深かった近代の大阪には、全国から社会事業を先駆ける精鋭たちが集まってきた。その一人、「社会の問題は究竟するところすなわち胃の問題」と論じた法学者の小河滋次郎は、大阪に日本初の方面委員制度（現在の民生委員制度の原型）を整えた。彼に薫陶を受けた大阪府警察部の中村三徳は1912年、西成郡今宮村に私立の宿泊救護および職業紹介部を併設した授産事業施設「大阪自彊館」を創設し、1918年には入り口に「何人でもお入りなさい」と掲げた「第一簡易食堂」を開設した。こうして大阪には、あらゆる胃袋が集える民間食堂が誕生したのである。

100年の時を超えて

「自彊不息（努力して怠らない）」の精神と給食事業は今に引き継がれ、その食堂は100年の時を超えてなお健在である。「衣食住のうち、食の提供は毎日、

毎食ごとの勝負であり、刹那的でありながら安定を求められる、直接処遇の最前線」。これは同館の給食事業に長らく携わってきた職員の印象深い言葉である。都市に希求される場という意味では馬淵生活館もこうした歴史の延長線上にあり、コロナ禍、そして戦禍を生きた私たちがまた、そうした場の重要性に気づかされたばかりである。

ところで、西成界限を歩いていた時に、もう一つ案内された場所がある。それは同地域に佇む小さな図書館「新今宮文庫」だった。西成で働く労働者や大阪自彊館に滞在する人びとで満席の館内に、私の目は釘付けになった。職業柄、これまで様々な図書館に足を運んできたが、熱心に本を読む人がこれほど集う図書館を見たことがなかったからである。

刹那を生きた私たちは、胃袋を満たし、何かを学ぶことを通して、明日も生きていこうと思えるようになるのかもしれない。民都大阪のフードシステムは、食だけでは説明しきれない深みを備えている。そう思い至った時、ふと、西成の町を馬淵生活館に向かつて駆けていく、若い父の背中が見えたような気がした。

注

*1 協働会産業福利部編『工場食の改善と工場栄養食共同炊事場』協働会産業福利部、1938年、29頁。

*2 大阪市産業部編『大阪市の一膳飯屋』『大阪市商工時勢』15、大阪市産業部、1918年、16〜22頁。

ゆざわ・のりこ 法政大学人間環境学部教授。1974年、大阪府八尾市生まれ。3歳で東京、千葉へ転居したが、祖父母や両親の影響を受けた食環境により「大阪の胃袋」育ちを自負。『7袋のポテトチップス——食べるを語る、胃袋の戦後史』(晶文社)や、『ウンコはどこから来て、どこへ行くのか——人糞地理学ことはじめ』(ちくま新書)など、食や排泄といった人間の根源的な生命行動から都市文化を論じた話題作を続々発表。

持続可能な未来への第一歩

大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・文化研究所

所長 金澤成子 Kanazawa Shigeo

環境破壊、格差拡大、パンデミックの進行、そしてウクライナ情勢による地政学的リスクの高まりなど、国際社会が多くの苦難に直面するなか、持続可能な社会を切望する世界的な動きは止まることがない。にもかかわらず、日本は危機感の欠如からか、特に脱炭素経営については先進国の中でも大きな後れをとっている。こうした状況のなか、私たちはどのように考え、行動していくべきなのか、様々な分野で活躍する方々のお話をお聞きしました。

飛騨古川の伝統職人に若いクリエイターのアイデアを持ち込み、互いに学ぶことで未来の可能性を見出す機会を提供する、実業家の林千晶氏。「新しい変化を阻害するのは“かつての成功者”、革新をもたらすのは“前向きな逸脱者””という言葉が印象的でした。京都大学で開発された「プラ・イドチャート」は、プラスチックに関する意識・行動の可視化により、消費者・生産者・行政の対立しがちな関係性を、「共創」の第一歩まで近づけています。伝統産業の後継者不足を目の当たりにし、その価値を再定義することで、世界に誇るブランドを確立したシーラカンズ食堂の小林新也氏。今は自ら里山再生で、人と自然が循環・育成される場づくりにも挑戦しています。

取材で訪れた飛騨古川では“ふるさと”の風景に魅せられ、「こうと(質素で上品)な暮らしに満足する町民のココロの豊かさにふれると、「モノからコトへ、コトからココロへ」と価値観が変わりつつあることに気づかされます。車道を作らず、道路全体を歩ける道にしたり、町のシンボルでもある鯉が泳ぐ瀬戸川を町民総出で掃除したりする。古川は、観光客の誘致ではなく「暮らす町」にこだわり、町民の結びつきを大切にしています。そこには、町づくりを通じて人をつくり、ココロをつなぐことを何より重視する価値観があり、持続可能な未来へのヒントがあるように思いました。

31年前にCELが報告した「ジオカタストロフィ」は人類の滅亡を回避する方策を提示したのではなく、99年先、自分の孫の孫の世代に地球規模で起こりうる破局を、同一地平の自分ごととして捉え、大胆に考え方を変えることを意図しました。幸せな未来を描き、そこに向けて、自分が何をすべきで、何ができるのか。まずは身のまわりから見直すことで、持続可能な未来への第一歩を踏み出せるのではないのでしょうか。

CEL ホームページ

<https://www.og-cel.jp/>

エネルギー・文化研究所 (CEL) の活動内容や情報誌「CEL」バックナンバーをご覧になれます。

※CEL ホームページに掲載する「読者アンケート」にご協力願います。下記の二次元コードで読みとることもできます。



Facebook ページ

<https://www.facebook.com/osakagas.cel>

note コラム

<https://note.com/ognwcel/>

volume131
September 2022

特集
持続可能な未来を考える

2022(令和4)年9月1日発行

発行 大阪ガスネットワーク(株)
エネルギー・文化研究所(CEL)
〒541-0046
大阪府大阪市中央区平野町4-1-2

発行人 金澤成子

企画・制作 熊走珠美

特集担当 前田章雄

編集人 日下部行洋(平凡社)

編集 株平凡社

アートディレクション
& デザイン okamoto tsuyoshi +

校正 株アンデパンダン

印刷・製本 株東京印書館

お問い合わせ窓口 大阪ガスビジネスクリエイト(株)
TEL 06-6205-4650
FAX 06-6205-4759
CEL@ogbc.co.jp

Research Institute for Culture, Energy and Life
©2022 OSAKA GAS NETWORK CO., LTD.

※禁無断転載複写
※本誌掲載の寄稿文、インタビュー、レポートなどの内容は必ずしも大阪ガスネットワークの見解を示すものではありません。

万博遺産

橋爪節也
Hashizume Setsuya

第7回

as time goes by……
——タイムカプセルの中にカプセルがもう一つ



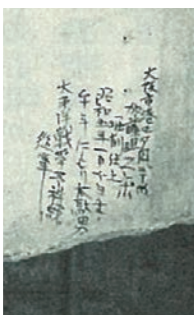
松下館で行われた「タイム・カプセルEXPO'70」展示の様子。1階ホール中央に本体が置かれ、2階から3階は収納物の展示場となった。写真提供/大阪府



2000年3月15日の第1回開封式。保存状態の確認のため大阪城公園の地下からタイム・カプセルの第2号機が引き上げられ、開封・再埋設された。写真提供/バナソニックホールディングス株式会社

2000年の開封時に見つかった、保護枠に書かれたサイン。

写真: 榎木野衣『戦争と万博』美術出版社、2005、171頁より引用(撮影/小田マサノリ)



大阪万博で松下館に展示され、閉会後に大阪城本丸の地下十五メートルに埋設された「タイム・カプセルEXPO'70」。松下電器産業(現・パナソニック)と毎日新聞社が企画製作し、自然科学、社会、芸術など、二十世紀の文化所産二〇九八点が、特殊金属製のカプセルに収納されている。カプセルは二基あり、一基は毎世紀の初頭に開かれ、すでに二〇〇〇年に一回目の開封が行われた。もう一基は、万博から五千年後の西暦六九七〇年に開封予定である。

「タイムカプセル」という言葉は、一九三九年のニューヨーク万国博覧会で、遠い未来に文明が崩壊している可能性も考え、現代文明の成果をカプセル「タイムボム(時限爆弾)」に入れ会場に埋めたことに由来するらしい。実際は「タイムボム」が刺激的なので、名称を「タイムカプセル」に変更した。

万博当時、中学一年であった私は、現代文明の成果を容器に収め、遠い未来に開封するという考えにロマンを感じた。全国の学校で、卒業生が未来の自分宛の手紙をつめた「タイムカプセル」を作ったのも万博の影響だろう。

しかし「タイムカプセル」には明るいカプセルと暗いカプセルがありそうだ。資料のデータベース化が進む現代にあって、未来に情報を伝えるロマンは薄らいだ気もするし、「タイムカプセル」を生んだニューヨーク万博は、未来社会の崩壊を意識するなど、どことなく世紀末的な世界観が漂う。

日本では永承七年(一〇五二)に「末法」の世に入るとされ、経典が減びないよう経筒に収めた経塚が造られた。これも一種の「タイムカプセル」だろう。古代ローマの生活を、火山灰に閉じ込めたポンペイ遺跡も、「タイムカプセル」と言えないこともない。

二十年前の開封では、地中でそれを保護するため周囲を囲んだ枠に、「昭和五年一月十日生午年にとり太駄男 太平洋戦争予科練従軍」と書いたサインが見つかった。掘削作業をした作業員の戯筆らしい。この人は昭和五年(一九三〇)午年生まれで、万博当時は四十歳。「太駄男」は「ただお」か。

戦争体験の思いも込めたサインだが、五千年後に開封予定のもう一基の枠にも、「太駄男」のサインがあれば、未来人は私たちの時代をどう思うだろうか。

◆橋爪節也(はしづめ・せつや)

大阪大学総合学術博物館教授、同大学院文学研究科兼任。1958年、大阪府大阪市生まれ。東京藝術大学大学院修了。大阪市教育委員会事務局文化財保護課、大阪市立近代美術館(仮称)建設準備室学芸員等を経て現職。専門は日本近世・近代美術史で、『橋爪節也の大阪百景』、『大大阪イメージ増殖するマンモス/モダン都市の幻像』(創元社)など著書多数。ドラマの時代考証も手がける。

