

人とつながりから
持続可能な社会を
実現する

エネルギー・文化研究所の 25年を振り返る

創設当時

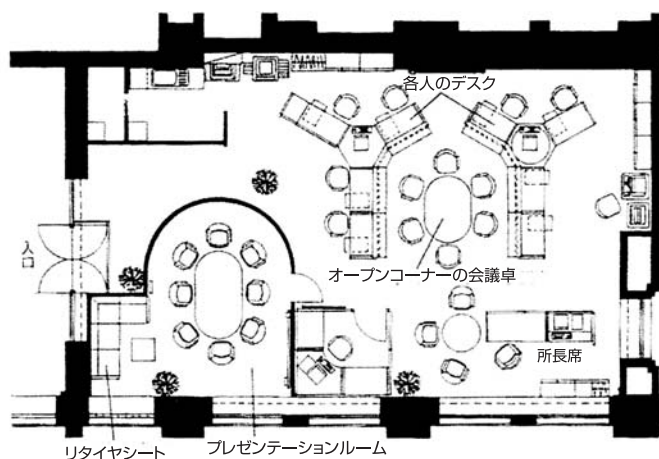
エネルギー・文化研究所（CEL）は、1986年4月に、大阪ガスの80周年記念事業のひとつとして創設された。当時、大阪ガスは、「総合生活産業」を目指して、事業の多角化を図っていたが、その中で、長期的な視点と広い視野で、社会の動きや未来のあり姿を研究し、社内外に発信し、そのことを通じて、大阪ガスグループの将来の発展に寄与することを目的に設立された。

設立当初、専従の研究者は7名。「エネルギー」「生活、ライフスタイル」「街づくり・未来住宅」「文化」の4つの研究領域で活動を開始した。

当時は、右肩上がり成長してきた世の中が大きく変化し、いままでの価値観が大きく変わっていく頃で、以下の3つが研究方針として挙げられている。

- ① 固定概念を排除し、当然とされていることも探求していく。10〜20年後の将来の地域社会や、生活のあるべき姿など、ハードよりもソフト、ヒューマンウェアの研究を行う。
- ② 研究の視点は外に置き、外の社会から大阪ガスグループを見つめていく。
- ③ ペーパーのアウトプットだけでなく、フィールドワークも重視していく。

これらは、現在の研究方針にも継承されている。
オフィスのレイアウトも斬新で、実験的な要素を盛り込んだレイアウトになっていた。低いパーテーションが設置された机がCの字に並べられ、討議スペースを囲んでいる。オープンで、議論がおもしろければ、誰でも参加できるようになっている。参加しない場合でも、何を話していたかがわかる。また、会議室型の部屋もあり、こちらには、議論に疲れた時などに、議論の内容も聞きながら、休憩ができるリタイヤシートが設けられていた。



CEL創設時のオフィスレイアウト

これまでの常識を排除することを形に表すと同時に、創造的な仕事に適したレイアウトを目指したものであったと言える。



志波 徹

Written by Toru Shiba

大阪ガス(株)エネルギー・
文化研究所 研究員

●●●●●●●●●● 設立後の活動

CELの設立後の活動の中でのトピック的なものとして、まず、ジオ・カストロフィ研究会がある。1990年頃、既に地球温暖化問題が、課題になっており、海面上昇や異常気象、生態系への影響などが直線的な因果関係で語られていた。しかし、さらに周辺の様々な条件に影響を与えるに違いないが、それをどのように解きほぐしていったらいいかと当時の所長が考えていた。そのような時に、東海大学の坂田俊文先生などの有識者との出合いがあり、研究会が立ち上がった。

研究会主査は、坂田俊文教授（東海大）で、他に大村皓一教授（大阪学院大）、加護野忠男教授（神戸大）、三枝成彰氏（作曲家）、中雄一氏（元NHKプロデューサー）、中谷巖教授（一橋大）、端信行助教授（国立民族学博物館）等にご参加いただき、CELからは、当時の所長の倉光弘己がメンバーに加わった（肩書き・所属は当時）。

研究成果は、1991年度に大阪と東京でシンポジウムを開催して発表したのが、仕立てが裁判劇になっており、好評を博したのとことだ。さらに翌年には、上下巻の書籍として発刊されている。

次に、設立後の特徴的な活動として、「これからの住まいとライフスタイルに関する生活意識調査」もある。

「住まいや生活」に関して、生活者が抱える問題、期待する将来の姿・方向性などに関するベース資料とするために、2005年から、毎年行っており、2011年1月に実施した調査で、7回目となる。

この調査については、季刊誌「CEL」に、分析した結果の概要を、また、ウェブサイトには、集計の結果をそのまま掲載している。また、設立後の活動の中での大きな柱として、季刊誌CELがある。1987年に創刊している。

誌面は、外部の有識者に寄稿いただいた論考と、CEL所員の研究報告で構成されている。社会に対して、一步先の視点を提供できることを目指して、特集テーマを設定し、編集を行っている。

次節以降で、この季刊誌CELを振り返りながら、社会の変化の中で、CELがどのような研究テーマに取り組んできたかを紹介していく。

季刊誌CEL1号〜22号

1987〜1992年

季刊誌CELの第1号では、「火」をテーマに取り上げている。まず、冒頭で、国立民族学博物館の石毛直道先生と、当時の所長の対談。その他、生活文化の中の火、神話や映画の世界での火、さらには、火山噴火まで、火に関する様々な論考で構成されている。連

載であるCELシリーズも、この号の内容は火を素材にしたものになっていた。

火で始まった季刊誌CELは、2号以降、ギリシャ哲学の4元素である「水」「土」「気」、また6号からは、日本の文化の象徴でもある「花」「鳥」「風」「月」と続いている。

10号からは、五感と生活文化として、「衣」「食」「住」「遊」、また、19号からは、人間らしさを取り上げ、「喜」「怒」「哀」「楽」とシリーズでのテーマ設定を行っている。

この間のCEL所員の論考を、一部をピックアップして紹介する。

3号に掲載された「新しいマイスターの時代」。企業側は、労働者の募集にあたって、自社のニーズに合わせて、様々な条件で募集し、労働者側は、自分の条件に合った企業を選択する、というシステムを作れば、企業と労働者の双方にメリットがあるのではないかと提案している。現在のワークライフ・バランスにもつながる考え方である。

7号には「こどもと遊び」。昔と現代の遊びを比較し、もつと子どもたちに屋外で遊ばせようと言言している。

13号には「幻想・時間からの自由」。午後10時以降、利用したい施設をアンケート調査すると、喫茶や映画、プール、遊園地などが挙がる。しかし、労働する側にはなりたくないという意見の人も多い結果になっており、条件的に受け入れざるを得ない人が、そのような職に就くことになると、社会的不平等を招



季刊誌CEL1号の表紙

く可能性があると導いている。

17号「心のうちの時間」。労働力が不足しており、長時間労働や効率・成果重視で、仕事のやり甲斐を奪う可能性はある。長く過ごすことになる職場を魅力的で、その時間を過ごすことが有意義に感じられるようにしてい

く必要がある。

21号「住まいの遊び空間」。子どもの遊び空間だけでなく、大人のための遊び空間が住居やマンションの共用部にも必要だという提案。

23号〜51号

1993〜1999年

1993年の季刊誌CELは、都市を取り上げ、「遠近法」「病理学」「魔術性」というテーマでシリーズの特集、次に「人間」を、また1995年には、「自然と人の関係」をテーマにした特集になっている。1996年から1997年は、アジアがキーワードになっ

ていて、2年に及ぶシリーズとなっている。アジアを見ることを通じて、日本を再発見していくという思いが見える。

この間のCEL所員の論考を紹介する。

25号「消費社会におけるアイデンティティ探し」。必要なものを買うというだけでなく、所有することによって自分を表現できるものを買うという人が増えている。

33号「特別対談：阪神淡路大震災―人間の生活の復旧・復興というのは単純で一面的なものではない」。被災者となった経験を元に、心のケアやコミュニティ活動の重要性を確認している。震災による社会現象は、特別に発

1987年

- 1号 火
- 2号 水
- 3号 土
- 4号 気

1988年

- 5号 ノスタルジア
- 6号 花
- 7号 鳥
- 8号 風

1989年

- 9号 月
- 10号 五感と生活文化

- 一衣
- 11号 // 一食

1990年

- 12号 // 一住
- 13号 // 一遊
- 14号 身体のコスモロジー

1991年

- 15号 イメージの世界
- 16号 造形の世界
- 17号 時間
- 18号 ジオ・カタストロフィ

1992年

- 19号 人間らしさのあらわれ
- 「喜」
- 20号 // 「怒」
- 21号 // 「哀」
- 22号 // 「楽」

1993年

- 23号 気配
- 24号 都市の遠近法
- 25号 都市の病理学
- 26号 都市の魔術性

1994年

- 27号 人間の都市
- 28号 故郷 ―日本人の心を探る
- 29号 コスモロジー―人間
- 一生命と死
- 30号 // 一人間とは何か

1995年

- 31号 // 一家族
- 32号 コスモロジー―自然と人間
- 一春
- 33号 // 一夏
- 34号 // 一秋
- 35号 // 一冬

1996年

- 36号 人間の未来
- ―アジアの視点から
- 「アジア的価値観」
- 37号 // 「アジア的都市」
- 38号 // 「アジアの中の関西」
- 39号 // 「エーリアン・ロード」
- 1997年
- 40号 // 「人と自然と環境創造」
- 41号 アジアから人間を考える
- 「アジアの家族と教育」
- 42号 // 「アジアの大衆文化」
- 43号 // 「アジアのアーバンライフ」

1998年

- 44号 // 「アジアの精神世界」
- 45号 人間らしさの再発見
- 「人間性の源とは何か」
- 46号 日本および日本人の再発見
- 「日本の源郷」
- 47号 // 「近代化への問いかけ」

1999年

- 48号 日本および日本人の再発見
- 「現代日本を考える」
- 49号 // 「日本の未来を考える」
- 50号 人間と環境
- 一人間にとって環境とは何か
- とき「時間 I」
- 51号

2000年

- 52号 とき「時間 II」
- 53号 今、CELが問う I 都市
- 54号 // II 住まい・生活
- 55号 // III 環境

2001年

- 56号 // IV エネルギー
- 57号 都市と景観
- 58号 生活者再考
- 59号 循環型都市への視座

2002年

- 60号 分散型エネルギー
- 61号 “創造都市”の時代へ
- 62号 スローライフ
- 63号 エコ・トラフィック・デザイン

2003年

- 64号 エネルギー選択の時代とは
- 65号 大阪のコスモロジー
- 66号 ロングライフ
- 67号 「木」が開く未来

2004年

- 68号 「火」の創造力
- 69号 都市のストック再生
- 70号 「エコライフ」という生活者価値
- 71号 「水」で蘇る都市

2005年

- 72号 「火」のある暮らしの現在
- 73号 都市のソーシャル・キャピタル
- 74号 現代生活者の住まい・生活観(1)
- 75号 現代生活者の住まい・生活観(2)

2006年

- 76号 都市のオルタナティブ・ツーリズム
- 77号 新しい居住スタイル
- 78号 生活者の格差論

2007年

- 79号 多様なエネルギーで豊かな暮らし
- 80号 まちづくりと地域ブランド
- 81号 食育の時代と家庭の食卓
- 82号 現代生活者の住まい・生活観2007
- ―持続可能性と生活満足

2008年

- 83号 生活者ができる地球温暖化防止
- 84号 パブリックスペースのたのしみ
- 85号 食育の時代と社会の役割
- 86号 2020年の生活像を考える

2009年

- 87号 水から見たエコライフ
- 88号 持続可能なハウジング“団地再生”
- 89号 自立と共生の生活設計
- 90号 現代生活者の住まい・生活観 2009
- ―持続可能性と生活満足

2010年

- 91号 生活者にとっての減災
- 92号 日々の暮らしから考える生物多様性
- 93号 つながりの原点“家族”を問う
- 94号 現代生活者の住まい・生活観 2010
- ―持続可能性と生活満足

2011年

- 95号 私たちの暮らしをつなぐ木の力
- 96号 持続可能な未来につなぐCSR
- ―その本質と新しい潮流
- 97号 土のある暮らしと文化
- 98号 倫理的消費

生したものではなく、現代社会が潜在的に抱えていた問題が現れてきたものであって、これをしつかり捉えなければ、これからの生活を明るくものにできない、と語っている。

35号「自分探し“へのサポートシステム”」サラリーマンOBにアンケートを取った結果を見ると、したいことが見つからないという人も多いが、そのような人が打ち込めるものを見つけるための、サポートシステムが社会の中に必要であると論じ、「なにわの語りべ」養成講座もその一例となり得る、としている。

1997年に、地球温暖化会議が京都で開催されたのを受けて、42号あたりから、エネルギー・環境に関する論考が増える。

52号〜78号

2000〜2006年

2000年頃になると、環境分野にシフトした特集テーマが目立つようになる。74・75号は、前述の「生活意識調査」の内容を2号にわたって、まとめたものである。78号では、生活者の格差論という特集テーマを設定している。

この間のCEL所員の論考を紹介する。

54号「連載：再生エコハウス」。所員が自宅を省エネ改修して、データ計測を行ったもの。59号「経済と環境問題」。地球温暖化について、経済学の立場からは排出量取引がよく論じられ、一般市民の感覚とギャップが生じる場合があるが、双方の立場や長所、限界を理解し、有用

な議論を行うことが重要と論じている。

70号「連載：大阪・上町台地発 都心居住文化の創造へ」。上町台地のコミュニティを舞台に、都市部でのコミュニティのあり方を考え、実践していくもの。

72号「料理が脳を元気にしてくれる」。料理の一連の作業によって、脳が活性化されるということを実験的に証明した。

76号「都市のお金とライフスタイル」。普及し始めた電子マネーの可能性と課題を論じている。

79号〜97号

2007〜2011年

82・86・90号は、毎年の「生活意識調査」の特集となっている。91号は、「減災」がテーマ。阪神・淡路大震災から15年後の1月の発行であり、震災の時の教訓を風化させてはいけない、また、いまだに影響を受けている人がいて、そのケアも忘れてはいけないとの思いで、編集を行った。

2010年の生物多様性年やISO26000の発行に対応して、92・96号のテーマ設定を行っている。

この間のCEL所員の論考を紹介する。

79号「エネルギー多様化は、最適化への手」。電気・ガス等の在来型のエネルギーだけでなく、再生可能エネルギーも含めて、多様化することにより、最適解が得られるのではないかと提言している。

84号「消費者庁構想を期に善い消費者を育

もう」。単に好きなものを、必要なものを買うというだけでなく、生活者としては、消費に対する自分自身の考え方や態度をきちんと見直して、世の中をよい方向に導くような消費行動をしていく必要がある。

最後に

季刊誌CELに掲載された記事を中心に、CELの研究テーマを見てきたが、研究成果については、その他にも、様々な機会や媒体を使って発信をしている。

例えば、各方面の要請により、講演をしたり、インターネット上のウェブサイトにも掲載している。書籍として発行することもある。

CELでは現在、「エネルギー・環境」「住まい・生活」「都市・コミュニティ」の3つの領域を設定して、それぞれ各所員が研究を進めている。創設以来の時代の変化は、予想以上に早かったと言えるが、その中で、CELの研究の基本姿勢はほとんど変わっていない。基本的な姿勢を変えずに、その時に応じたテーマにじっくり取り組んで、発信を続けているという積み重ねは、大きな財産である。これからも、持続可能な社会に向けた研究を継続するとともに、様々な媒体を通じて発信、ネットワークの拡大を図っていききたいと考える。

(大阪ガス㈱エネルギー・文化研究所研究員)

CEL