

公益財団法人 りそなアジア・オセアニア財団セミナー

第4回環境シンポジウム

「アジアの経済発展と環境問題」

パネルディスカッション

アジアの発展と環境のあり方、今求められる日本の貢献

<パネリスト>

福島 敦子 氏 大沼 あゆみ 氏 有馬 利男 氏

<コーディネーター>

阿部 健一 氏

司会 それでは皆様、本日最後のプログラムになります。「アジアの発展と環境のあり方、いま求められる日本の貢献」をテーマに、パネルディスカッションをさせていただきます。それではステージの左からご紹介させていただきます。まず、コーディネーターの阿部様です。

(拍手)

そして左から福島様。

(拍手)

大沼様。

(拍手)

有馬様でございます。

(拍手)

それでは阿部先生、よろしくお願いいたします。

阿部 人間文化研究機構総合地球環境学研究所の阿部です。お三方の話を聞いていろいろなことを学ばせていただき、もう頭の中はいっぱいという状況です。お三方の話をあらためてまとめるようなことはしません。クリアなメッセージがその話の中にいくつも含まれていたと思います。

例えば福島さんが、環境のことを考えるということは未来に向けた成長の投資であり、コストではないとはっきり言われ、印象に残りました。皆さんが話されたことを思い出しながら、わずかな時間ではありますがパネルディスカッションができればと思います。

そしてまた、会場の方からいくつか質問を頂きました。一つひとつ読み上げることはしません。ご質問はそれぞれ根本的なことに触れています。パネルディスカッションの中で、ご質問の意をくんだかたちのディスカッションをしたいと思っています。

最初にちょっと個人的な質問をします。有馬さん、私が中学校ぐらいのときでしょうか、富士ゼロックスというとコマーシャルの「モーレツからビューティフルへ」。かなり早い時期になぜそういったことを意識されたのか。今日は若い学生の方も来ているけれども、まだ生まれていなかったころだと思います。高度成長期の当時の日本で、とにかく物質的に豊かになる、そのために朝から晩まで働く。そうではないということは、たぶん日本の企業としては初めてと言うか、かなり早い時期に主張されました。確かその後、シューマッハの『スモール・イズ・ビューティフル』が出版されたと思いますけれども、そのとき富士ゼロックスという会社はどういう経緯で「美しい」ということを意識し始めたのかお話しいただければ

と思います。

有馬 ご質問ありがとうございます。「モーレツからビューティフル」。これは私もよく覚えていて、確かあれは 1970 年代後半だったでしょうか。コマーシャルでは紙を持った俳優がぶらぶら歩いていて「ビューティフル」と言っているだけなのですけれども、そのときの内部の理解の仕方は、一体あれは何なのだというものでした。

あの当時は、青焼きの複写からゼロックスという電子式で乾燥して手が汚れず、しかもきれいな複写ができるものになり、これによってオフィスをきれいにし、その結果空もきれいにするのだという解釈です。いいことを言うなど、我々の社員も非常に喜んだ記憶があります。

阿部 福島さんにお聞きしたいのですが、福島さんは 600 人以上の企業経営者の方にインタビューをされた。富士ゼロックスの社長さんには？

福島 ええ、あります。でも亡くなられた小林陽太郎さんで、まさに「モーレツからビューティフルへ」というものを提唱された中心的人物のお一人だったと思います。やはり富士ゼロックスさんは本当に早くから環境問題に熱心に取り組んでこられた先進的な企業という印象をとて強く持っており、そういう点ではまさに時代を先取りしてきた会社だと思います。

今日は私自身の話の中で、企業の成長と環境問題への貢献は決して相反するものではなく両立するものであり、両立と言うよりも環境問題に積極的に貢献することが企業の持続的な成長につながると言いましたが、先程阿部さんがおっしゃった未来への成長のための投資という思いは、最近取材を通してとても強くなっています。

とはいえ、やはり口で言うほど簡単なものではありません。先程有馬さんのご講演を伺っていて、例えば古くなった製品を回収し、その部品をリサイクルし、また製品を作っていく。それは大変手間がかかり、コストもかかる。先程とてもびっくりしたのは、8年間ずっと赤字だったという話です。8年かけてようやくその先で黒字化されたというお話を伺いました。これは口で言うのは簡単ですけれども、企業が 8 年間赤字でもそれをやり続ける、やり続けたことによってそれを黒字化するためのシステムをつくり上げていかれた、それはすごいと思いました。

有馬さんには是非伺いたいののですが、8年もかけてやり続けたのはリーダーの決意と言いますか、覚悟と言うか、それができる企業とできない企業を分けているものは何でしょうか。

有馬 このリサイクルを始めたのは 1993 年です。実は私は企画部長だったのですが、そ

のときの社長が宮原さんという方で、1992年のリオのサミットの次の年に、ヨーロッパのゼロックスがリサイクルの検討をはじめたので、そこと一緒になって宮原さんが日本でも始めたのです。

私もヨーロッパの工場に飛んで行っていろいろ調べたりしたのですけれども、やはりこれからの世の中で、これは本当に大事なことだという信念を持ちました。

それと、本当に偉いと思うのですが、宮原社長は1円でもいいから黒字にしろと。1円の赤と1円の黒は大いに違うのだということを、口酸っぱくして盛んに説き続けていました。それで8年かけてもやり遂げたのだと思います。

阿部 ありがとうございます。やはり司会は福島さんにやってもらうのが一番いいような感じがします。(笑) 続きをやっていただけるといいのですけれども。

大沼さんにお聞きしたいのですが、企業が利益を出しながら社会的な貢献をするのは大変なようです。ゼロックスの場合8年かかったということです。かつて日本では公害で企業にいろいろな規制がかかった。その当時の企業はどう対応したのでしょうか。やはりいろいろ努力はされていたと思うのですが。

大沼 はい。日本では公害規制がかかった企業がたくさんあります。汚水に関する規制、あるいは排ガス、大気中に汚染物質を出す規制というものがたくさんあるわけです。日本で特筆すべきは、自動車の排ガス規制ではないかと思います。ぜん息などの呼吸器疾患が非常に問題になり、自動車の排ガス規制というものを1970年代にとっても強いかたちで日本に取り入れることになり、その規制というものに対して正面から取り組んで技術革新を行ったのです。その後、他の先進国も規制について追従し、日本の自動車はある意味でパイオニアになったと言えます。

経済学では、ポーター仮説というものがあります。これは環境規制を強めると経済成長につながるという仮説です。一見、変な仮説ですけれども、多くの例でこれが実証されています。先んじて環境規制を入れるとそれに適応した技術が生まれ、その技術が各国に広がっていくわけです。

ものとしての輸出も増えるし、先程有馬さんがおっしゃったように、パテント、特許も取れてそのロイヤルティーも入ってくるかたちで、その後の経済に非常にいい影響を与えることになる。環境規制はむしろビジネスチャンスと思って取り組んでみる姿勢が日本では非常にあったのではないかという気がします。

阿部 ポーター仮説。また一つ勉強させていただきました。環境規制があるほうが、逆に

いろいろな技術革新を行い、結局のところ経済成長につながる。福島さんが少し例を出されましたが、それをやらずにごまかしたドイツの車の会社は、結果として凄まじい経済的損失を被ることになると思います。有馬さんのお話の最後のスライドの中で、倫理とか道徳を強調されていましたが、企業の体質にも関することです。

さて福島さんにまたお聞きするのですけれども 600 人の経営者の中で、こういった一言とか、印象に残るお話とかがもしあれば。逆に、これはだめだと思ったものも、もしあれば。  
(笑)

ありうべき企業の姿をみんなとシェアしたいのですがどうでしょうか。

福島 環境問題についてですか。

阿部 もっとも、広い意味での環境問題ですので、やはり企業経営とかのところで、なるほどこういったことは大事だなという。特に倫理と道徳に関わるようなことがあればぜひ。

福島 なかなか難しく大きな質問ですけれども、今お話に出た倫理、道徳というところはやはりすごく大事です。いろいろな経営者の方に取材すると、何となく建前的にきれいごとのおいとおっしゃる方もいらっしゃるのですけれども、やはり心底それがベースにないと企業は持続的になかなか成長できないのではないかと思います。

平たい言葉で言うと、企業というのはやはり世のため人のためと言いますか、社会に役立つ製品やサービスを提供して社会に貢献する。その対価として利益を頂いているということだと思うのです。

ですから、やはり倫理・道徳というものがベースにあって、社会に何か貢献する、そのための製品とかサービスを生み出していく。しかし、NPO とか NGO ではないのでそれだけではだめ。有馬さんのお話にもありましたけれども、やはり企業はもうけないとだめということ。もうけないと持続的に成長していかない。

しかしその最初のビジョンと言うか根本のところは、社会に何がしかの貢献をしていきたいという強い理念と言いますか、ビジョンというのがベースにあってこそ、持続的な成長ができるのではないかと考えています。

阿部 ありがとうございます。やはり、最終的にきちんともうけること。大事なのは社会的な貢献を念頭にということ。今日、大沼さんに紹介いただいたグリーン・エコノミーですが、会場のほうからもちょっと質問があります。

経済と自然。やはりこのつながりをきちんと認識しなければならないと言い、デカップリング、経済と自然を引き離すことを強調されていたようですけれども、これは一体どういう

ことですか。

大沼 デカップリングというのは自然を無視した経済をやるということではありません。経済は自然環境というものに必然的に依拠した部分があります。デカップリングは、経済が自然環境に依拠する度合いをできるだけ下げる。逆に言うと、自然を大切に使いましょうということなのです。アビューズするとよく言いますが、自然を浪費したり無駄にするのではなく、同じ経済活動でも少しずつ大切にその恵みを頂きましょうという、ある意味で自然を効率的に利用させていただこうというのがデカップリングの基本的な概念です。

阿部 その上でご紹介いただいたのが認証制度ですね。消費者に何ができるかということで、福島さんのほうからエシカル商品というものをご紹介いただきました。エシカル商品あるいは認証制度についてももう少し具体的にご説明いただければと思います。

まず、大沼さん、福島さん。そして有馬さんには富士ゼロックスという企業の考えを、消費者の意識、今度は逆に企業家の立場で消費者の方との関係、つながりというものはどういったかたちで意識しているか。そういった視点でお話しいただければと思います。大沼さん、お願いします。

大沼 認証あるいは消費者の行動というのは、私もおそらくグリーン・エコノミーの非常に大きな鍵になると思います。と言うのは、生産者がいくら自然に配慮した生産を行っても、それは当然アディショナル・コストというコスト増分が発生するわけで、そのコスト分は消費者がちゃんと払ってくれないと生産者の持続的な生産方法は長続きしない。ですから、まさにその意味で消費者がきちんとグリーンな財やサービスというものを選別し、それを購入することがこれからの鍵になるのは当然だと思います。

今のグリーン・エコノミーや、あるいは企業の方々に対する政策というものを日本で見ると、グリーン・エコノミーに移行する上で必要なこととして、持続可能な生産物、自然に配慮した生産物供給を市場で増やしていくことが重視されます。これはサプライ・プッシュと呼ばれます。

しかし、サプライ・プッシュというところだけだと、どうしても偏りが生じているのではないかという気がするのです。もう一つ大事なものは、ダイヤモンド・プルです。ダイヤモンドを上げるということです。このダイヤモンドを上げることとサプライをプッシュすることが相まって、初めてマーケットの中で持続可能な財や生産方法が維持されていくことになるのです。

このダイヤモンド・プルのための手法というのは、例えば購入に対して補助金を出すとか政

府が大口で購入するとかいろいろあるわけですが、やはり消費者が積極的に関わっていかねばならないのです。

消費者が、情報がたくさんある中でグリーンな製品が何かを全て熟知するのはどうしても難しく、そこでやはり認証が重要な役割を果たしていくことになります。認証を理解した上で、それをきちんと評価することがこれから重要になってくると思います。

ちょっと一つだけ例を挙げたいと思います。皆さんはキンバリー・プロセス・ダイヤモンドをご存じでしょうか。ダイヤモンドというのは、認証のものと認証ではないものがあるのです。認証のものは何かと言うと、アフリカの内戦の資金源に使われていないダイヤモンド、これがキンバリー・プロセス・ダイヤモンドです。

認証も認証がないものも品質は全く同じです。けれども、キンバリー・プロセス・ダイヤモンドはいま先進国の取引の大部分を占めているのです。何でこんなことが起こったのかと言うと、その背景を考えると非常に面白いのです。

私の勝手な推測ですが、ダイヤモンドというのは男性が女性に贈る需要が非常に多いわけです。そのときに、それが内戦に関わったダイヤモンドか、内戦に関わっていないダイヤモンドか、つまりブラッド・ダイヤモンドと言われている血塗られたダイヤモンドか、そうでないか、そのダイヤモンドの違いを女性が知っていたとしたら、認証でないダイヤモンドを女性に贈ると逆効果です。何でこんなダイヤモンドを私に贈るのだろうということになるわけで、認証のないダイヤモンドは安くても需要があまりないのではないのかもしれないですね。

その意味でも贈りものなどのマーケットでは、認証付きか認証付きでないかはプレゼントするときかなり力を発揮すると私は思うのです。そういったところからマーケットが拡大していけば、やがて多くの消費行動の中に認証のものを需要するという行動が浸透していくのではないかと考えるわけです。いずれにせよ、消費者のデマンド・プルが非常に鍵になってくると認識しています。

阿部 ありがとうございます。今日来ている大学生の若い女性の方々はブラッド・ダイヤモンドをご存じなのかと思いつつ聞いていました。ダイヤモンドなら何でもいいと思っ  
てないですかね。(笑)

我々が日常的に、いや、日常的でなくても使っているものが、どういう人がどんなかたちで作っているのかやはり知る必要があるのかなという気はします。ブラッド・ダイヤモンド。ダイヤモンドの発掘にあたって、とんでもない状況や労働条件、ときには鉱山をめぐって争

いが起きている。まさに血塗られたダイヤモンド。そういうことを知ることによって変わってくるのかなとお話を聞きながら思いました。

特に我々が実際口にする食卓の食料。これは福島さん、カカオの例を出されたのですけれども、他にもいろいろあるのではないのでしょうか。

福島 そうですね。先程大沼さんからいろいろな認証のお話があったのですけれども、消費者側の意識がずいぶん変わってきた。エシカル消費ということで、ただ安いもの、品質がいいというだけではなく、どういうかたちで作られたものなのかきちんと知った上で選び、消費によって社会を変えていきたい。特に若い人たちの意識で、それがずいぶん広がってきていると思うのです。そして、先程大沼さんがおっしゃったダイヤモンド・プルの流れを強くしていくために、やはり子どもたちとか若い人たちへの環境教育がとても大事なのではないかと思います。

先程の上田さんと大前さんの報告を聞いても、インドネシアの学校で子どもたちに環境教育をしたり、あるいはヤップ島だったでしょうか、小学生から 20 歳までの若い人たちもたくさんのプロジェクトに参加する。今後世の中を変えていく上で、このようなことがとても大きな力になってくると思うのです。

たまたま今日、打ち合わせのときにお話を伺い、阿部さんの最初のプレゼンでもあったのですけれども、以前この財団のセミナーでもご講演され京都地球環境の殿堂入りをされた畠山さんの取材をしたことがありました。畠山さんは気仙沼で漁業をやっていたり、大変有名な「森は海の恋人運動」の中心的な役割を担ってこられた方です。

「森は海の恋人運動」がどういう内容か、もう皆さんご存じと思うので説明は省かせていただきます。以前私は畠山さんに取材をさせていただきました。海の豊かさを保つためには、その海に流れる川の上流の山が豊かでなければならないということで、木を植える活動を漁師さんたちが毎年されてきたのです。

その活動のお話を伺ったとき、とても印象に残ることがありました。漁師さんが山に行つて木を植えるようになると、これまでほとんど交流がなかった山に住む人と海側に住む人との交流が生まれた。漁師さんが山に上がると、山に住んでいる方たちはおにぎりやお茶を差し入れしてくれるようになった。

今度は漁師さんたちがそのお返しをしたいということで、山に住む子どもたちを海に毎年招待するようになったらしいのです。そうすると、初めて海を見る子どももいて、カキの養殖がどのように行われているとか、海の生物に接してとても楽しい経験をして山に帰っ



ていく。

そうすると、子どもたちが山に帰って間もなく、たくさんのお礼の手紙が子どもたちから漁師さんに届くそうです。その手紙の内容が素晴らしく、畠山さんが教えてくださりました。例えば、小学校3年生の男の子の手紙です。僕のお父さんは農業をやっている、僕は気仙沼で1日過ごして海の素晴らしさを実感し、その日の夜、お父さんと一緒に食事をしながらお父さんをお願いした。海を少しでも汚したくないので、畑で使う農薬の量をこれまでより少し減らしてもらえないかとお父さんをお願いしたという手紙です。

あるいは、小学校6年生の女の子が海の素晴らしさに感動し、この美しさを保つために自分は今日から何ができるかを考え、まずはその日から、お風呂に入ったときに体を洗うせっけんや髪の毛を洗うシャンプーの量を半分にするよう心がけましたという手紙が、漁師さんたちのところにたくさん届くという話を聞きました。

私はそのことがとても印象に残っていて、やはり子どもたちは自然の素晴らしさを体験すると、この自然を何とか守るために自分に何ができるかを考え、すぐに行動に移すのです。その感性の柔らかさと言いますか、行動力はとてもすごいと思いました。

だからこそなおさら、これから環境問題を考えていく上で、次の世代を担う子どもたちに自然の素晴らしさを体験してもらう機会を大人たちがどんどん提供することが大事だと思います。それがひいては後々、エシカル消費やダイヤモンド・プルという世の中の動きに大きな流れをつくっていくことになると思います。やはり若い人たちや子どもたちに環境教育、自然の素晴らしさを体験してもらう機会を、大人の私たちが積極的に提供していくことがとても重要ではないかと感じています。

阿部 ありがとうございます。大事な視点を出していただいたと思います。教育、あるいは次世代に何を伝えるのか、ということです。

有馬さんには企業家の立場から意識ある消費者とどのようなかたちで連携を進めていくのか、そのようなことを聞こうと思っています。実はSDGsアクションの中でもはっきりと教育というものをうたっていらっしゃいます。

企業として教育とはどのようなものか。もちろん社員教育とかそういうものもあるかもしれませんが、もっと広い意味で企業として教育にどのように関わっていくのか。富士ゼロックスの例でも、あるいはGlobal Compactに参加している企業の例でもいいので、是非お聞かせいただければと思います。

有馬 やはり教育・育成は大事だと思います。先程ちょっとお話したのですが、Global

Compact では明日の経営を考える会ということで、次代の経営者たちにこういうことを考えてもらおうという場を 1 年のプログラムで用意しています。それとは別に、私自身が今コミットしているのは、高校生に対する 1 年間十何回のセッションです。その中の 1 回は、東北に連れて行って合宿するというプログラムでした。

そこに企業の人間を呼び、企業がやっていることを話してもらおう。あるいはアメリカに住んでいる友人に来てもらい、グローバルな視点から話をしてもらおう。そういうことなどをやっています。やはり高校生の時期というのは非常に感受性が高いと言いますか、プログラムの中ですごく吸収して半年ぐらいですぐ成長していくのを見ることができます。企業から来て講師をしてきている連中も、面白いからまたやりたいて言ってくれます。

ですから、こういうことは続けていきたい。もっともっと広げていきたいと思うのですが、一方でそういう高校生たちが大学に入っていくと、大学で 2 年もするともう就職のことしか頭に入っていない状況になってしまう。これはどうしたものか。答えはないのですけれども、そういう問題をすごく感じます。

阿部 その問題は、大沼さんに聞きたいですね。大学で教育している責任者として、一言何か言っていたいただけますか。

大沼 私は環境経済学をやっていて環境問題に関心があり、世の中の環境問題を解決したい、あるいは企業に入って環境問題をやりたいていう学生がたくさん入ってくるわけです。

そのような中で私は言うのです。環境に携わり、自分で環境をきれいにするとかそういうことではなく、環境を使って企業がもうかる社会にしなさいと助言しています。有馬さんのおっしゃったこととちょっと違うかもしれませんが、そう言うと学生の人たちは非常に違った見方をするようになるのです。

もうけることと環境を大切にすることは相反することだと今まで思っていた。けれども、環境を守ることでもうけるシステムを企業の中でうまくつくる。長い目で見れば、実はそのことが非常に質の高い社会というものをつくっていくのだということに気付いてくるのです。

だから学生も含めて子どもたちというのは、非常に柔軟な発想を持っているのです。今日お話しいただいた有馬さんや福島さんのお話を学生が聞けば、また違った意味でかなり啓発され、自分たちの人生にいろいろ大きな影響を与えてもらえるのではないかと。先程福島さんがおっしゃったように、啓発・教育というものは非常にグリーンな社会をつくるインフラ

になっていく一つの大きな政策だと考えています。

阿部 福島さんがおっしゃったように、やはり若い人の中でも考え方が変わってきていますね。日本が大きく変わるのではないかという気がします。それは何かと言うと、モータースといった高度成長時代ではなく、ちょっと違った価値観を持ち始めている気が強くします。

それをどう大きなうねりにしていくかということです。なかなかすぐにできないということはありますが、企業のほうでは **Global Compact** といった動きが顕著になってきています。また大沼さんからはグリーン・エコノミーというかたちで、具体的にどうすればいいのか、経済学のほうでも考え始めているということを示していただきました。そして福島さんからは、いま現場ではどのようなになっているのか、優れたジャーナリストとして取材を重ねた中からの洞察を話していただきました。

予定されていた時間があっという間に迫ってきました。今日は企業経営に携わっている方もいらっしゃるでしょうし、若い方の中には自分で新しいことをしようと思っている方もいらっしゃいます。せっかくですので最後に、お三方からその方にメッセージみたいなものをそれぞれ 2 分ぐらい少し頂戴できればと思います。それでは年功序列でいきましょうか。有馬さん、大沼さん、そして最後に福島さん、お願いします。

有馬 ありがとうございます。メッセージというほどではないのですが、私自身が世の中でいま起こっていること、**CSR** とかいろいろ起きていることの意味合いをきちんと考える、どう捉えるかということです。

私自身は先程お話ししたようなことであり、グローバル化の動きの中で世界における企業の位置付け、企業というものの意味とか価値とか位置付けがとても大きくなっている。

過去では江戸時代が一番分かりやすいのですが、政府と士族が支配階級で、農工商は下部構造にすぎなかった。ずっとそういう構造が続いていたと思うのですが、今はもう政府ができることは世界の半分しかないのではないかと。残り半分は民間ができる、やらなければいけない。そういう構造にいま変わりつつあるのではないかと。本当にその部分をそのように認識すると、やらなければいけないこと、やれること、あるいはそれに対するモチベーションはものすごく変わってくる。自分たちでルールをつくるということが、今はどんどん起こっています。

いわゆるソフト・ローの世界。これはもう以前は御上(おかみ)が決めたのですけれども、

今は民間がどんどんつくっている。今そのような世界に変わりつつあることを、もっと強く認識してもいいのではないかと思います。

阿部 ありがとうございます。大沼さんは経済学からの立場になると思います。この時期ノーベル経済学賞の発表がそろそろあるのですが、何か社会を変えるようなエコノミストと言うか、経済学者は出てこないでしょうか。そういったことも含めてお話を頂ければ。

大沼 環境を改善していくというのは、環境にいい技術を発明したり開発していただくのではないのです。環境にいいことできちんと利益が出るような社会システムをつくっていくという、経済学の仕組みづくりというものが非常に重要になってきます。

先程グリーン・エコノミーの話をしました。昔の言葉では規制と言っていたのでしょうか。今の学会や、あるいはそれを越えた学会が反映した国際的な環境の枠組みづくりの議論を見てみると、ただだったものにちゃんと対価を払おう、そうやって自然というものを大切にしていこうという動きが、今後ますます強まってくることに疑いはないのです。

こういったとき、これは困ったということは先程申し上げましたけれども、これをビジネスチャンスだと捉えて早めに行動する。私は企業にいたことがないのでこんなことを言うのは大変おこがましいのですが、早めに行動してそれに立ち向かっていくことが極めて有用な戦略になるのではないかと思います。

それから、人々の倫理観や道德観というものが経済に反映されることもますます広がっていく。例えば金融では、社会的責任投資というものがあるのですが、これはどこから始まったかという、昔のアメリカの教会です。アメリカの教会では信者の方々から集めたお金があり、これをどうやって運用するか考えたとき、ポルノと酒、たばこ、それから武器を作っている企業への投資はやめましょうということで、倫理規定がある。そこから社会的責任投資という、金融のグリーン化が起きたのです。

このような中で道德倫理観というものが投資行動にも反映され、先程福島さんがおっしゃいましたけれども、それがいま法的な金融機関の投資行動のベースになってきています。

だから、社会が仕組みを作って強めると言うか、社会が環境との関連を重視した仕組みを益々つくっていくことはある。それと同時に、個人の道德観、倫理観というものが反映されていくことも疑いないのです。

そういう意味で、やはり経済というものはそういったものを考慮した中で、先を見据えて長期的な戦略を立てていくのが非常に重要ではないかと考えています。

阿部 ありがとうございます。それでは最後になりますが福島さんお願いします。

福島 今日基調講演でもお話しさせていただきましたけれども、企業側も投資家も、そして生活者・消費者の意識も、いま大きく変わっています。やはり環境問題と経済成長は相反するものではなく、両立できるのだという大きなうねりが出てきていると思います。それを今後、より一層強固にしていくことが大切だと思います。

その中で、先程の有馬さんのお話にもありましたけれども、やはりいま私たちの社会が抱えているいろいろな課題があります。もう、政府だけでそれが解決できる時代では全然ないわけです。少子高齢化であったり、介護や福祉の問題であったり、子育てであったり、あるいはまちづくりであったり。そして、その中の大きなテーマが環境問題だと思うのです。

これをどう解決していくのかというところで、やはり企業の力がこれからすごく問われていくと思います。そうした社会課題を解決していくビジネス、ソーシャルビジネスという言葉が最近よく使われるようになりましたが、それを事業の中心にする会社もどんどん出てきています。

ミドリムシの力をバイオ燃料にして、地球温暖化に貢献したいというユーグレナの出雲社長のことを講演の中で少しご紹介しました。その他にも、例えばテラモーターズという会社があります。電動バイクを作っているベンチャー企業で、このテラモーターズの徳重さんという社長さんはまだ若いのですが、彼も電動バイクによってCO<sub>2</sub>排出を減らして地球温暖化防止に貢献していきたいということです。国内はもちろんですが、ベンチャーなのに最初から市場は世界ということで、ベトナムとかフィリピンとかインドに現地法人をつくった。特にアジアの場合はバイクを利用している方が大変多いので、電動バイクによって地球温暖化防止に貢献したいというベンチャー企業も取材した経験があります。

こういうテーマでは、世の中に何がしかの貢献ができるようなことをやりたいという若い人たちがどんどん増えてきています。そういう会社を応援してあげることも大切だと思いますし、また、そういう人たちが出てくるためにも、先程お話しさせていただいたように、若い人たちへの環境教育というものがベースとしてやはり大事なのではないかと思います。

それが回り回って、自然の恩恵に対して対価を払う意識にもつながっていくと思いますので、長い目で見ると若い人たちへの環境教育もまた、未来に向けての大切な投資なのかなと思っています。

阿部 ありがとうございます。今日は半日かけてお三方の話と、りそなアジア・オセアニア財団の助成を受けてインドネシアの小さな村や太平洋の小さな島などで活動をしている上田さん、そして大前さんのお話を聞きました。それぞれ希望にあふれた物語ではないか

と思います。これからはそういった物語を我々1人ひとりが引き継いで、自分なりに新たな物語を付け足しながら語っていくことができればいい。そういったことをお聞きして思いました。

皆さんには力が湧いてくるような話をさせていただきました。最後に、勇気づける言葉をいろいろなかたちで話していただいたお三方にあらためてお礼を申し上げ、パネルディスカッションを終わりたいと思います。本日はどうもありがとうございました。(拍手)