

「アジアの環境問題をもっとおいしく考える」

<パネリスト>

コウ ケンテツ

林田 昌也

伊能 まゆ

<コーディネーター>

阿部 健一

阿部 だいぶん時間が押しております。少し早口になるかもしれませんが、もう十分、おいしい話を皆さんお聞きになって、おいしいものを食べて飲んでということなのですが、もう少しだけおいしい話を、今度はアジアの環境問題に引きつけて話ができたらと思っています。

まず、コウさん、コウさんの話を聞いて、僕も30年ぐらい東南アジアに通っていますが、人生失敗したなと思っています。何かというと台所に入らないと地域のことはわからないなど、きょうお話を聞いていて、失敗はいろいろとやっているが、最大の失敗はそれだったと思っています。

僕からかなり私的な質問を、なぜ料理人になられたのか、まずそこからお聞きしたいです。

コウ そうですか。皆さんはあまり興味がないかもしれないですが、先ほどのお話でもさせていただいたとおり、私の家庭は、母が三食手を抜くことなく作ってくれて、分かりやすい教育方針というか、生活のど真ん中に食卓というものがありまして、それをとにかく大切にしなさいというのが両親の教育方針でした。父には顔を合わせるたびに、ご飯を食べたか、おかわりをしたかと言われていました。テストの点が悪かろうが、多少悪さをしようが、両親はあまり何も言わなかったのですが、ご飯を抜く、残すとそれは非常に怒られたのです。とにかく子供のころから成長期、大人になっても食というのが常に隣にあって、だから、何かを志したわけでもないのですが、自然とこの道に行ったのです。

阿部 ありがとうございます。今の言葉で言ったら「食育」。本当にお母さんはそうい

った言葉ではなくて、食、おいしいものを食べるというのが大事だということをずっと考えられていたんだなというのが分かりました。

伊能さんは料理の得意技は。その顔はあまり得意そうではないですが。

伊能 いえ、作ります。

阿部 失礼しました。やはりベトナム料理ですか。

伊能 最近チャンポンです。ベトナム料理か和食なのかよくわからない感じの、でもおいしいです。

阿部 あとでごちそういただければと思います。林田さんは、男子厨房に入らずの世代かなと思いますが、どうですか。

林田 世代的にはそうかもしれませんが、ぼちぼち入りまして、ただ、食事というよりはお酒のつまみ専門で、本当に自分が食べたいものを食べたい味で。ですから、私が作ったものを家内と子供は食べなくはないですが、基本的にこれはもうあなたのものねという、閉じた世界でつくっています。

阿部 料理はすごく大事だなと思って聞いていました。私は、「知産知消」ということで、生産地と消費地を結びつける、その結びつけるメディエーターというか、つながりの中に料理人がいると思います。

きょうお話をお聞きしていると、二つのおいしさがあるかなと思いました。一つは、やはりコウさんがおっしゃったフィリピンのイフガオの人たちのシンプルなキャベツのみそ炒めみたいなもの。これはあそこで食べないとおいしくないと思います。おそらく伊能さんの、きょう写真を見せていただきましたあの料理もあそこでないとたぶんおいしくないと思います。こういったおいしさというのが一つあると思います。

それと同時に、遠く離れてもおいしくいただけるような、キリンさんがされていることがそうだと思います。それからきょう東ティモールのコーヒーをごちそうになりました。それからダリケイのこれはスラウェシのカカオを作っている。こういったものをおいしくいただくためのいろいろな活動があります。この二つのおいしさを軸に、ちょっと環境問題に引き付けて話を詰めようと思っています。

まず林田さんにお伺いしたいのですが、やはり僕らはどうしても、企業となるとついついいいじめるというか、いろいろ言いたくなるのですが、やはり営利、利益重視でないかと。実際にスリランカのお茶栽培の方々、もちろんすばらしい活動をされていました。ライブラリーをつくってということですが、どこかでやはり価格とか値段が変動してしまうよう

なそういうときに、本当に信頼関係を結べるのかという感じもするのですが、その点ほどのような工夫をされていますか。

林田 いきなりど真ん中の質問ですね。開き直るわけではなくて、おっしゃるとおり、われわれは企業として集まっていますし、さまざまな方からご支援をいただいたり資金を投資していただいたりしています。その方々に還元するということがそもそもの成り立ちですから、利益をしっかりと上げていく、配当とかを返していくというのは当然やらなければいけないことで、これは否定するものではないと思います。

一方で、先ほどのお話のとおり、われわれの事業をそのために継続していくという視点だけではなくて、やはり企業がさまざまな素材とかいろいろなものを社会からいただいて、われわれとしては生業が成り立っていますので、それを継続させていくことも責任がありますし、そのために、たぶんこれは時代によってそのレベルは変わってきていると思いますのでその水準は確実に上げていかなければいけないという認識を持っています。

以前は、いわゆる CSR とか社会貢献などと言われていたころは、極論ですが、法律さえ守っていればそれ以上責められませんでした。それが今はもっと情報公開であり、さまざまな積極的な貢献というものもやっていかないと、企業の社会に対する要請というものに応えられない。その水準は確実に上がってきていると認識して、アクションをしているつもりです。

例えば先ほどの紅茶の話で言いますと、レインフォレストの認証を取ることのご支援をさせていただいていますが、しっかり認証をとった農園の茶葉の価格は確実に上がります。そうすると、その農園、あるいはそこで働かされている従業員さんの、そんなに即座に変わるわけではありませんけれども、確実に収入が増える、生活の基盤が上がっていくということになります。

少ししかお話をしませんでした。日本のホップの農家、こちらも少しずつではありますが、実際にわれわれと一緒にやっていく中で、実際に農家さんの経済に効果があるような形でもやっているつもりです。

それが、どこまでやれば盤石でというのはなかなか難しいようですが、そういったことを共同しながら進めているつもりです。

阿部 ありがとうございます。このパネルディスカッションは妙な組み合わせになっておりまして、林田さんが企業の代表、そして伊能さんは NPO として活動されています。そしてコウさんは料理人という、このお三人で、しかも全くの打ち合わせなしでやっていますので、私自身もどう展開するかわからないのですが、また林田さんにいろいろ会場の方から質問もいただいています。あらかじめお断りしておきます。皆さんの質問全部はご紹介できないだろうと思います。幾つか紹介できればと思います。

さて、コウさん、環境問題と料理という、いきなり二大話というか、これをつなぐのは、

ちらっと環境のこともおっしゃっていたのですが、実際にいろいろな地域で料理をしながら、身の回りのどんなことを思いながら、そういったきっかけというのは何かあるのでしょうか。

コウ やはりアジアに関しては、先ほど伊能さんの環境を見ていただいたので、私もあいうところに行くことが多いのです。ただ、特に都市部と農村部でのあまりの二極化といますか、環境の劇的な変化というのが著しいのかなというのがあると思います。

先ほど、伊能さんがベトナムでも食の安全面というのが、いろいろな事件をきっかけに、特に消費者の皆さんの意識がすごく高まってきたというお話をされていたのですが、たぶんどこの国の方も、発展途上だった経済が発展していくとともに、同じような状況があったと思うのです。まず環境に負荷をかけてしまうということが必ずあって、どの国も同じような道をたどっている中、嶋田さんのような活動をされている方が、われわれがたどってきた道がある程度示してあげることができると思いますか、そういう部分がおそらくあると思うのです。

ただ、アジアはやはり発展途上のど真ん中なので、どこまでここで発言していいかわからないのですが、環境面に関してはなかなか厳しい状況に置かれていると思います。

阿部 コウさんが大事なことを2点指摘してくださったと思います。一つは、やはり都市と農村というそういった切り口で考えてみる。そうすると、もしかすると、それをいい形でつなぐということで環境問題も解決するということが。もう一つは、日本の場合、公害の時代を経て、今少し豊かさについて考えている、そういった時代になった。この日本の経験をアジアの人と分かち合うことがもしかしたらできるかもしれない。こういったお話だったと思います。

伊能さん、その話を聞いたら、ベトナムの今日の現状、僕はびっくりしました。ベトナムで有機栽培の野菜が高く売れているというか、そういった野菜を求める人が、これはやはりベトナムの都市の人がということなのですか。そのあたりを少し詳しくお話しいただけますか。

伊能 ここ3、4年の話だと思います。本当にひどい食品が市場に出回っていて、メディアが結構それを取り上げるようになったということと、ソーシャルメディアの普及によって、そういう情報が伝播しやすくなってきたということがあると思います。

プラスチックでできたお米とか、買ったときにそれがプラスチックだとはわからなくて、炊いてみたらビニールみたいな臭いがして、実は違ったというようなものがあるなど、本当に例を挙げたら枚挙に暇がない、本当にひどい食品が出ています。農家の人たちのモラルも問われていますし、それから流通業者、小売業者のモラルももちろん今やり玉に挙げられやすいというのがあります。

田舎に住んでいる、農業をやっていない公務員の人とか学校の先生とか、そういう方たちも、農薬や化学肥料を使っていない野菜、それからホルモン剤を使っていない家畜の肉とかそういったものを食べたいという、そういうニーズが高まっています。

山の地域にかかわらせてもらったときに、やはり日本もそうですが、山間地の地域づくりをどういうふうに進展させていくかといったときに、あれがないとか遠いとか、これが困っているとか言っても、誰も何も助けにはきてくれないので、そういうハンディをハンディではなくする、先ほどのコーヒーのお話にもありましたが、ポジティブにそれを取り入れていく、それが地域の強みになっていくというふうにしたほうが、よりポジティブに変わっていけるのではないかと思います。

今、平野部はかなり汚染されていて、農薬の乱用もそうですし、土壌も水源もだいぶ汚染されているのですが、山はそれが余りないです。だから、今のうちに有機で市場を開拓しておけば、そういうものを作る環境があるということで、それ自体がアドバンテージになるわけです。

メコンデルタのもう一つのほうでも有機農業をやっていますが、そちらはものすごいチャレンジングです。今、ココナツを有機栽培で作って加工して、加工品として販売しています。お母さんたちの加工グループと、お土産に買ってもらえるようなものを作ろうということをやっています。でも、有機ココナツを作る環境が年々厳しくなっています。

それはココナツ畑の間にエビの養殖池がつくられて、そこが抗生物質をたくさん使うものですから、そうするとココナツに水やりをするための水が汚染されているということで、同時にそれは有機栽培をする条件に合わないということになるわけです。

山はそういうことが少ないですから、そういった意味で地域づくりにもつなげていけますし、消費者の市場を開拓できるという意味でも今小規模のベトナムの農家の人にとっては、ちゃんとやればきちんと収入は上がっていくめどが立ちます。ただ、環境問題というのは非常に大きな脅威になりつつあって、特に気候変動などは目に見えるかたちでいろいろな被害が出ているので、これをどうにかしていかざるを得ないというか、その中で生きていくしかないなので、どういうふうに対応していくかということ、毎年、毎年違う気候パターンの中で考えているところです。

阿部 ありがとうございます。林田さんにお尋ねします。今、伊能さんのお話では有機栽培についてメコンデルタのほうではまだ課題があるようですが、ベトナムの人の消費者も3、4年前から変わり始めたということです。午後の紅茶は1986年でしたか随分古いなと思いました。30年前です。この30年間、きょうはされなかったマーケティングの話ですが、日本の消費者の意識は随分変わりましたか。それに対して麒麟あるいは食品業界がどう対応しているのか、そのことを少しお尋ねしたいと思います。

林田 先ほど、最後のシートを飛ばしてしまっただけですが、マーケティングということ

で言うと、日本がというのはグローバルでも同じだと思いますが、確実に変わってきていると思います。それこそ日本でいえば高度成長時代から話をすると、いわゆる物がなかった時代ですから、いわゆる機能的な価値、昔でいう三種の神器みたいなものでしょうか、テレビと冷蔵庫と洗濯機、そういう本当にちゃんとした機能があるものをまず自分たちが買うんだ、そろえるんだという、そういう機能の価値が最初のスタートラインだったと思います。それが経済成長とともに満たされていくと、プラスアルファで、機能はもちろん無いと買うわけではないのですが、そこにイメージとかデザインという象徴的価値の意味合いが出てきて、そこで選択されるようになってきます。さらにいうと、それがもっと体験的な価値、ちょっと言葉は固くなりますが、製品の機能やデザイン性は絶対として、そういう物によって、私はどうしても消費材のメーカーなのでそっちのほうへいくのですが、それによって自分の生活が家族や友達も含めてどのように変わっていくのか、どのように楽しい経験ができるのかといった、今でも重要なフレーズだと思いますが、モノからコトへという、そういう話になってきたんだと思います。

印象的に言うと、ステップワゴンというホンダの車がありますが、それまで車のCMは、だいたい格好いいフォルムですごくきれいだとか、燃費がいいとかトルクがいいですよという、機能の部分プラスアルファだったと思いますが、ステップワゴンの場合は、コピーが「子供と一緒にどこ行こう」というのがメインキャッチだったのです。もちろんちゃんとした車ですが、それを1行目に書くわけではなくて、この車で、もちろんファミリー仕様の車なので、そうやってしっかりと子供と思い出を作ると言うちょっと過去形になりますが、そういったところがメインの、そういうためにこの車がありますという、あそこは明らかに変わった視点かなと思います。

以降、例えば直近でももう6年前ですが、東北の震災なども経て、今は自分の支援づくりの世界に引き込むわけではないですが、そういう社会的な価値とか環境も含めて自分だけの好みではなくて、今後ますますどうにかたちになっていくんだらう、地球環境とか社会環境とか、個人でいえば健康みたいなところ、そういうことに対して、社会的な課題に対して、実際にお客様は不安を感じていらっしゃる、そのニーズを解決するという商品開発ですとか、そういった企業の姿勢みたいなものというのが、これはマーケティングですが、お客様の心の中で明らかにそうになっている。ただ物だけでお客さんが選んでいくわけではなくて、自分が持っている、自分の次の子供の世代によい地球を残したいとか、よいコミュニティーを残したいということ自体が、まさにお客様そのもののニーズになっていると思います。

そこをやっていくのが、技術的にもマーケティングでも今重要になってきていると感じます。

阿部 もう一つ続けて、林田さんに聞きたいと思います。例えば午後の紅茶というのは、もう30年間変わらない。つまり価値観も変わっている中で、商品として長生きするものも

あれば、やはり新しい形でどんどん変えていく、つまり、変えなければいけないものと変えてはならないものがあるような感じがしますが、麒麟としてはそれはどういったかたちで企業の精神に、あるいは食品業界を代表して、どのようなことを考えているのでしょうか。

林田 いろいろな言い方ができるかと思います。われわれは、麒麟という会社が、もちろんビール業界ではアサヒ、サントリー、サッポロ、あともっとクラフトブルワリーとか、いわゆるプレイヤーがありますが、麒麟が何をお客様に提供したいのかということがぶれないということだと思います。もちろんアサヒのスーパードライというビールもとてもおいしいです。ただ、われわれの一番搾りとは違う。なぜならばこういう信念を持って、こういう作り方をしており、従業員にこういうことのお客様に届ける、一つの信念を持っているからだ、企業としての理念系というのは、一番根幹になろうかと思います。

これが変わるとするならば、もうそれは麒麟ではなくてもいいので、どこか別の会社が作ればいいのかというふうに思います。

おかげさまで 100 年以上麒麟が、もちろん商品とかいろいろ変遷はしていますが、ご支持を今のところいただいているのは、たぶんそのところが変わっていないからだと思います。

一方で、先ほど言いましたように、いわゆるお客様のニーズとか、商品に近いところでの嗜好とかいうものは、当然移ろうとか変わっていきますから、そこはいろいろマーケティングの世界でお客様のニーズに合わせていく、そこは臨機応変な部分だと思います。

阿部 ありがとうございます。さあコウさん。麒麟という巨大な組織、それに対してコウさんは一人でという。麒麟も頑張っているけれども、俺ももしかしたら世界を変えられる。

コウ いやいや。

阿部 何か個人でもこういったことができるのではないかという話をお聞かせいただければと思います。

コウ この場に呼んでいただいて、分不相応だなという思いが非常にあったのですが、ただ一つだけ、私、ここに呼んでいただいてよかったと思うのが、実際、スリランカの高原で茶摘みをホームステイしてさせていただいているのです。大きな農場の農場主の家ではなく、実際に茶摘みをされているファミリーの、労働者の家でホームステイをさせていただいたのです。通訳さんも、申しわけないがこの家に僕は入れないよと言われた労働者のところで、実際に経験させていただいたことです。

僕はベトナムでムオン族のお宅でもホームステイさせていただいておまして、一緒にタケノコの発酵させたものを作ったのです。本当に今とってきたタケノコを薄切りにして瓶に入れて、水を入れてほったらかすだけです。魔法のようなものです。実際に、私、二つの経験をさせてもらっている立場からすると、やはり食と環境という面では、実際に農薬を使っている地域の人に「もうそういうことはやめたほうがいいよ」みたいなことを言うと、「君たちはもう十分に経済も発展して裕福ではないか」と。そのためにいろいろな技術を使って開発してきたんだらう。それは言うておくけれども、農薬など、全部あなたたちが開発したものではないかと。これを今われわれが使って、生産の効率を上げ、どんどんお金もうけをしようとしたときに、なぜだめだと言うのだという理屈がアジアの皆さんの中にはあるのです。今、自分たちが裕福になろうとするのを止めるのは不公平ではないかと。

僕は現場でそういうことを実際に言われて返答に困ったのです。答えようがなかったのです。ただ、きょう、活動されている嶋田さんの活動や伊能さんの活動であったりして、ポジティブな発想、誇りを持つ部分、自分たちのやっていること、つくっているものに対して誇りを持つという観点というのは、やはりこれは経済成長を遂げてきて、それが生産者の方にどのように届いているか、それを見聞きすることができるわれわれだからこそ知れる部分だと思うのです。そういう考えというのは、なかなかアジアの地域の方々にはまだ無いのです。今、よりいい生活を求めている段階ですから、高度資本主義社会の中、やはり環境にいやというほどダメージを与えてきてこの生活があるという土台があります。それをわれわれがアジアの方に伝えることによって、経済成長とともに環境破壊しなくてもいい方法というのを伝えることができるのは、実はわれわれではないのかなと思います。

世界のいろいろなところに行かせていただいて、皆さんまず聞くのが、やはり日本のことをものすごく興味を持たれているのです。なぜかというと日本食、世界大ブームです。日本の文化を知りたいのです。日本に行ってみたいので、世界で大注目されています。だから、日本はむしろそういう面で、世界をリードしていくべき国だと僕は思うのです。

そういう意味でも、経済成長しながら食の安全、これは可能かどうかというと、やはりキリンさんのような大企業の方に、その辺りをきっちり伝えていただくというのは必要なのかなと思います。

と同時に、現地に大きな工場があるなら、生産者の方の生活の向上という面でも、そういう部分でも責任はあるのかなと、現場に行かせていただいて切実に感じる部分だと思っています。

阿部 ありがとうございます。大事なお言葉だったと思います。作っているものに責任というか、誇りとおっしゃった。誇りを持つということ、これはものすごく大事なことです。そして、キリン、十分誇りを持ってやっていらっしゃると。それをぜひとも伝えてほしいんだ、アジアの人たちにとということです。

おもしろいですね。コウさんが摘んだスリランカのお茶が午後の紅茶の中に入っている可能性もあるわけですから。

コウ 本当に現地でそういう話をしていたのです。われわれ、クルーで。これが午後の紅茶になっているんだねということをおね、皆で言っていたのです。

林田 打ち合わせなくつながっていることに驚いております。私もコウさんと一緒に、スリランカの茶葉を摘まれている方の自宅に行きまして、本当にびっくりしました。昔で言う長屋みたいなところが両側にあるのですが、真ん中に石でできた溝があるのです。それがいわゆる下水の排水。何もかも全部含めてそこで。それが、途中でいつの間にかなくなって、10m ぐらい地下にもぐっているのですが、その先を見ると川があります。ということは、そこに行っているという、そういう環境の家庭など、山全体がということになっているところが少なくないと思います。

言いわけではございませんが、たまたま、きょう日経にも少し載せていただきましたが、今までわれわれは、どちらかというと大農園をまず抑えようということで、支援をさせていただいたのですが、来年からはそういったいわゆるもう少し小さな、本当に個人でやっているようなピッカーさんとか農園さんのところにも、次の支援をよりメッシュのところで行ってほしいということ、水回りを含めて、そういった住環境にもご支援をしてほしい、それがひいては生産にもつながるしというように思っています。

ただ、企業でいっぺんに全部できるわけではないですが、実態を把握しながら順番を追ってですが、そういったところもやらせていただこうと思っています。

阿部 ありがとうございます。伊能さん、スリランカ、お茶でつながっています。伊能さんの今活動されているムオン民族のところは、池田理事長もなかなか行けなかったようですが、孤立している、世界あるいは日本とつながっていないようですが、にもかかわらずもしかしたらこういったところでつながっているのではないかとと思われることがあれば、ぜひご紹介いただければと思います。

伊能 日本とのつながりと言ったら、私たち日本の団体なので、そこを通して日本の方に来ていただいたことがたくさんありますし、でも、地域から何を発信していくか、地域の大事なものは何かということやずっと村の人たちと話をしている、10年以上、あそこにかかわらせてもらっている中で、やはりリーダーの人が自分たちの村を守るには、暮らしを守るには、環境を守らなければいけないということに気が付いて、その方向で今、村がまとまってくるようになったということが、十何年の成果かなと思いました。

それは何かというと、除草剤が入ってきたときに、いち早く、この村の村長さんは、除草剤は、これはまずいと。水源が汚染されるので、やはりやめたいと。ただ、行政村とし

ては、政府が認可して流通を認めている農薬とか除草剤を行政村が勝手に判断で使用禁止にすることはできないということで、村のリーダーの皆さんが知恵を絞って、村のおきてというのは、集落ごとのおきてというのはまだ認められているのです。なので、その集落では除草剤は使わないというおきてを皆が作って、それを実施しました。

あの山の孤立した中で、ナムソン村というところが、最初にそれを成功させまして、その後、高地の山の全部の村にそれが応用されるということになりました。今、除草剤はあの地域では使っていません。

私たちもなるべく日本のたとえば水俣病のこととかそれから、日本の場合は山と海が直結しているという意識があるのですが、そういったことを伝えるなどして、いろいろな折にふれて日本のことも紹介しているのですが、大事なのは、対話をしていく中で、現地の皆さんが、何が自分たちにとって大事なのかということを考えて選んでいけるようになることだと思います。

日本の経験は日本の経験でそれはそれなのですが、私もコウさんがおっしゃったように、やはり現場にいと、「日本は経済成長をいっぱいしているし、俺たちだって豊かになりたい」と。それはそうですね。

でも、今の時代、ベトナムだけではなくて、ラオスでもカンボジアでもバンコクでも、ブータンでもそうだし、インドなども、有機農業がすごく発展しているので、今、そういう時代に、キリンさんのお話もそうですが、確実に市場が変わってきているというのは、私たちも感じているところです。だからこそ、環境を守るから経済的にもいいのですと、それが最近言えるようになってきたし、市場もそれで反応しているということが生産者にも分かるようになってきたので、いい変化かなと思っています。この波にきちんと乗って、少しでも農薬や化学肥料などの化学のものを使わないような農法でちゃんと経済は回りますよということに取り組んでいくということが大事だと思います。

阿部 ありがとうございます。ムオン民族の村、孤立しているようなところがどう日本あるいは世界とつながっているのかという質問をしましたが、考えてみると、実はその活動をされているのが伊能さんだということですし、われわれのりそなアジア・オセアニア財団がそういったつなげると、いろいろな世界の地域と日本、世界をつなげていく、そういった活動をしているんだなど、改めて思いました。

何かまとめるような発言をしています。時間がとっくに過ぎていくということに今気が付いたのですが、最後に、すみません。謝っておきます。せっかくいただいた質問表、何一つ使っていないのです。すみません。ただ、皆さんからいただいたものはすごく根源的な質問が多くて、恐らく皆さんにお伝えします。どこかでいろいろなかたちでこの質問にお答えいただける機会が必ずあるはずだと思っています。そういうことでお許しをいただければと思います。

あと、最後に1人45秒ぐらいで、一言だけ、言い足りなかったこと、これだけはこの

ことをお伝えいただければと思います。伊能さん、林田さん、最後にコウさんとしまし
う。そしたら伊能さん、45秒でお願いします。

伊能 ぜひ、麒麟さんのような大企業の皆さんと何か私たちみたいな小さな団体、そ
してコウさんのように地域のどこに行ってもその地域の食材でいろいろなものを作って、
その地域の人たちを喜ばせることができるような方たちと何か一緒に活動ができたらい
いなど思いました。ありがとうございました。

林田 冒頭で、われわれ、健康と地域社会と環境というものを重点に置くというふう
に分解してお話をしましたけれども、いろいろなことをやっていく、これも実は全部本当
に一つで、全てがつながっていて、何かそれこそ本当にパートナーシップができて、コ
ミュニティーができて動き始めるとさまざまなことが連鎖反応して起きてくるというこ
とを今、われわれ、やりながらも実感しています。きょうのような場で、またコウさん
とも伊能さんともパートナーシップといいますかご面識をさせていただくことも一つ
ですし、改めて環境とかそういうことだけではなくて、われわれの人々の本当に幸
せな未来に向かっていう青い言葉が私はとても好きなのですが、それに向かっ
てわれわれも努力をしていきたいと思えます。

コウ 本当に僕は料理の仕事をしていますので、食のことになってしまうのですが、
人種や考え方、価値観、習慣、宗教、全て違うものを一つにまとめてくれるのは、
やはり食べ物だと思うのです。そういう経験をさせていただいてきました。だから、
報道を見ても、いろいろなことを見ても、人々の間に問題ってたくさんあると思
うのです。でも、おいしい食べ物というのは、そういう壁を簡単にとっ
ぱらってくれますので、ぜひ、逆に現地に行くことがあったら、いろいろな
現地のものを食べていただいて価値観を共有していただく、これが一番、
平和に向かって、そして環境を改善していくには一番の近道なのかな、
遠いように見えて。そんなふうに思っています。

阿部 ありがとうございました。コウさん、冒頭に料理というのはおいしい時間と空間
を共有できるそのためのツールだというようなことをおっしゃいました。本当に
そうだと思います。この時間と空間、皆様方と共有できたこと、そして一緒
にアジアの環境問題を考えるきっかけとなったこと、その本当に共有できる材
料を提供していただいたお三方に感謝を申し上げて、パネルディスカ
ッションを終了したいと思います。

どうもありがとうございました。(拍手)