

発行日 平成 28 年 7 月 1 日

「CSR & コンプライアンス研究フォーラム」フォーラムニュース 81号

発行：「CSR & コンプライアンス研究フォーラム」

〒 105-0003 東京都港区西新橋 1-14-7 山形ビル3階

TEL 03 (3504) 9800 FAX 03(5157) 3180

E-Mail esm-hq@eco-texj.co.jp

初夏の候、ますます御健勝のこととお喜び申し上げます。
平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。
フォーラムニュース 81号をお届けします。

第14回CSR&コンプライアンス国際フォーラム2016が開催されました

CSR&コンプライアンス研究フォーラムと日本アパレル工業技術研究会共催による「第14回CSR&コンプライアンス国際フォーラム2016」が5月19日に江戸東京博物館で開催されました。



冒頭、当会会長の岡本義行より開催の挨拶を致しました。



CSR 研究会が始まり 15 年が過ぎた。CSR やコンプライアンスという言葉も知られるようになった。商品の価値はこれまでの品質・コストで評価されたが、最近はそのほかにも”ethics”とか”ethical”といった考えが加わってきた。しかしその言葉の意味・定義などはまだはっきりと理解されてはいないようだ。

公正公平も同じだ。最近子供の貧困問題が顕在化してきて、奨学金が多額な借金となる問

題もある。親の貧困が次世代へつながるのは公正公平な社会とは言えないのではないかとといった問題意識。

別の視点では、教育は何のために行っているか、個人のためと同時に社会全体のためとの視点もある。教育費は日本も欧州も米国も同じようなものだが、ヨーロッパは授業料はかからない。米国では、親の収入で授業料が変る、日本は個人の負債(奨学金)となっている状況だ。このように欧米では、すべての人が平等に教育を受ける権利があることから、平等、公平と同等のつまり”justice”とされている。

それらの背景にある、「社会のため」との認識が日本と欧米との認識を異にしている。これらを踏まえ、今後益々”eco”の背景にあるものの考え方を突き詰めていけたらとの思いと、”ethical”や”justice”その概念を社会の中で活かせるビジネスが出てくるであろうことを期待して、開催の挨拶と致しました。

最初のご登壇

：国際グリーン購入ネットワーク 会長 中原秀樹氏

テーマ：「グリーン購入からサステナブル購入、そしてエシカル購入へ」

20年ほど前、リタイア(定年)し社会貢献しようと思った。今後は環境調和型製品が重要になるだろうと考え、グリーン購入ネットワークを作った。

今日のテーマでもあるサステナブル購入、CSR購入、最近では、市場での倫理といった問題も出てきている。エシカル(倫理)も注目されている。今日の市場経済の中でこれらの問題をどう捉えたらよいか？ビジネスの落とし穴は無いのか？このようなことを真剣に考えてみる必要がある。私の立ち位置は消費の立場だが、今後どうなるか？



また皆さんメーカーの立場(供給者)で考えてどうなるか？よくお考えいただきたい。企業は適正な利潤・品質・価格で商品を提供し、私たち消費者はライフスタイルに合わせて、購入する。

(投影の画面は)あるご家庭を国連が撮った写真ですが、小平市の30坪のお宅に12,000品目もの物がある。

NHKも10年後にどう変わったかを取り上げた。限りある資源の問題は解っているが、今は皆タブレット・スマホを持っている。これを動かすためには、たくさんの原発が必要になることも事実。エネルギーの消費は1位米国・中国・日本と続き4位はクラウドが来る。タブレット・スマホがエネルギーを消費している現実がある。これは便利だからといったことで、良いのか？といった問題だ。

1972年ストックホルムで国連人間環境会議が開かれた。そもそもは水俣病がきっかけで、

カネミ油症事件もあったが、日本だけでなく世界中どこでも同じ問題があったわけで、「現実を見てくれ」廃棄物をコントロールしないとイケない。ちゃんとしないとブーメランで自分たちに戻ってくる。このような問題意識。

1988年 グリーン購入、エシカル購入、また、企業の行動がベトナム戦争や、南ア問題に加担しているのではないかと問題になった。このTシャツの綿花の栽培で児童労働は無かったか？消費が社会システムに影響をあたえている。これらの問題意識は、消費者運動の中で顕在化して、企業を取り巻くステークホルダーの概念、市民社会の概念ができてきた。フェアトレードもこの中で生まれた概念だ。

環境問題では、温暖化が顕在化した。気候変動・クライメートデパーチャー・(未経験の、予測不能)の気候になる。2020年・2030年は？2040年には日本の四季がなくなる予測もある。しかし我々は、企業・行政を含めて、きちんと対応をどこもやっていないのが現状だ。

ロールスロイスはエンジンを売る企業から、メンテナンスを含め扱う企業になった。

イノベーションが必要、考え方を変えなければならない。

グリーン購入とライフサイクルの関係、企画から原料調達、製造、パッケージと配送。

そして消費から廃棄物管理。環境にやさしい消費とは何か？を考えねばならない。

省エネ推進で、エコポイントが導入されたがエコリバウンドという落とし穴があった。

地デジ化の中で、テレビが買い替えられたが消費者は大型テレビを買った。省エネの

効果を目指したエコポイントは多消費製品ほどお得といった側面もあり、これが環境リバウンドにつながった。ハイブリッドカーも、走行燃費では効果はあるが、部品点数は増え、製造・メンテナンス・廃棄といったトータルの側面ではむしろ多くのエネルギーを消費することになる。

責任ある消費、持続可能な消費と生産の開発目標（SDGs）では17分野の項目が上がっている。12番目には、責任ある消費、持続可能な消費と生産の形を確保するとある。倫理が必要となってきた。倫理観を醸成するには教育が重要で、特に企業内での社員教育は大切となってきた。

世の中では、SNSが普及し企業は大きなリスクに囲まれてきている。スノーデン氏は「Nothing is Secret」と言っている。ネットの告発、廃棄カツの問題、VWの排ガス規制逃れ、パナマ文書問題と次々に出てくる。三菱の燃費偽装。スズキ・・ロンドン五輪以上を目指すべき、東京オリンピックでは2億のコンサルタント料の問題など、いま企業にとってはCSR経営が重要だ。

そのCSRに関する国際規格、ISO26000 社会的責任のガイダンスがある。ISO26001(社会的責任) 規格と要求事項・・

今持続可能な調達、人権、透明性、が大きな流れになり、エシカル(倫理的)な企業行動がますます重要性を増している。

2 人目の講師：CSR アジア 日本代表 赤羽 真紀子氏

テーマ：「アジアにおける CSR 活動について」

CSR アジアは 2004 年香港で誕生した。アジア太平洋地域で現在 10 拠点がある。2010 年に CSR アジア東京事務所が開設され今年で 6 年目になった。企業が抱える問題に対し、欧米流ではなくアジアはアジアの解決方法を発信することでスタートした組織。日本の CSR 活動が環境対応から広がってきたのに対し、アジアの CSR 活動は少し違う。水と衛生、医療アクセス、ジェンダー、初等教育などこれら開発課題の対応がその根っ子になっている。これらの開発課題が生まれたのは、そもそも企業の経済活動にあったのでは？といった考え方だ。



活動としては、アジアの CSR 活動の動向調査（定点観測）を公表している。これは 88 賢人に対する電話またヒアリングを通じて集約され、CSR 活動に影響をあたえるのは誰か、また問題意識の重要度をランク付けして公表している。

2015 年の問題意識では「気候変動」がトップに、また CSR 推進に影響をあたえるのは「NGO・市民団体」がトップになっている。

NASA の予測では、今年は、温暖化のピークだった 2010 年以上との予測をしている。雨季と乾季がはっきりしない、激しい風・雨・洪水などの自然災害が懸念されている。温暖化は太平洋の諸島の国家に取っては大変深刻で海に沈むといった問題になる。

問題意識の第 2 位はサプライチェーン人権。（実は 2013・2014 年は一位だった。）

このきっかけは中国のホンダの工場です。工員が自殺した問題。SNS で拡散し工員の自殺が連鎖的に起きたのがきっかけで、労働者の人権、強制労働や児童労働、ひも付き労働また外国人の労働などが注目されたことによるものと思う。上司からは怒鳴られる、寮ではプライベートが確保されない、人間性を無視されたこのような環境の中で自殺に追いやられていたことが、問題意識の上で 1 位になってきた理由だろう。

第 4 位のコーポレートガバナンス、情報開示、反汚職について、アジアでの意味合いは日本の感覚とは少し違う。アジアではまず汚職、交通違反にしても、許認可にしても「なぜいけないの？」といった感覚があり、公務員の問題意識が薄い。といった状況がある。

第 6 位のコミュニティ投資と SDGs についても、日本の認識とは違うようだ。企業は本来の雇用の創出確保などの社会貢献とは別に、企業の持つ資源を基に、開発課題を解決してほしいと期待される存在となっている。日本でいう社会貢献とは少し違いその意味でコミュニティ投資と訳している。

CSR に影響をあたえるのは誰か？の方は、2015 年は NGO・市民団体が 1 位だった。

以前、2010年までは政府・政治家が1位で、法規制などにより企業のCSR活動を促進し、開発課題の解決へつなげるといった意味で、アジアの特徴ともいえるが、政府・政治家がトップだった。近年 NGO の活動も活発になり信頼されてきたため、1位になったと考えられる。

国によりCSRを進め方が少し違う（アジアにおけるCSRのドライバー）では「情報開示」を動機づけにしているのは、香港・シンガポールなど。

「法規制」がドライバーになっているのはインド・インドネシアなど、インドでは会社法で利益の2%をCSR活動に拠出する改正が行われた。そのほか「開発課題解決」、「中国に追いつけ」型はベトナムなど。

事例紹介になるが、4か国80社の調査結果では、コミュニティ投資で最も多いのは教育投資だった。教育といっても多岐にわたり、小学校を作る、奨学金を提供するものから、職業訓練などがある。また、ホテルの従業員確保にもつながることから中等教育の支援もある。

また田舎に工場を出すといった例もある。スリランカのMAS社は縫製の工場だが都市部に工場を出すと従業員は都市部に出稼ぎに来るわけで、都市で性被害などの事故の発生も多い、若い女性の従業員なので田舎に工場を出し親元の自宅から通勤できるようにすることを考えた。BATA社もタイの田舎へ工場進出したが、雇用の創出と地方経済の活性化に貢献している。

このほか、外国人労働者の搾取について、派遣元の国で多くは派遣会社に借金しているケースがある。ヒューレットパッカード社は、この借金を肩代わり・補てんすることをしている。イケア社なども、規律を作り対応している。女性のエンパワーメント、プロクター&ギャンブル社の森林破壊での対応、煙害スモッグでの取り組みなどCSRの推進で各国の活動事例を調査している。エシカルコンシューマによるボイコットも注目されてきている。また、動物虐待の視点で「ふかひれ」は、運搬しないキャセイ航空の対応などなど、17項目にわたるSDGsの目標など倫理対応が重視されてきている。

続いて3人目の講師 エコテック・ジャパン(株)取締役会長 近藤繁樹氏
テーマ：「EU市場のCSR・コンプライアンス」現状と「J∞QUALITY」

同氏は、EU市場のCSR・コンプライアンスの動向を紹介するとともに、日本ファッション産業協議会が主体となる日本発安全・安心コンプライアンス認証を基準にしている「J∞QUALITY」認証事業について説明した。

サプライチェーンにおける安全・安心コンプライアンスの遵守
ヨーロッパでは、サプライチェーンにおける安全・安心コンプライアンス遵守を行っており、カルフルー、マークス&スパンサーなど著名な小売店は取引行動規範・コードを持っている。各コードも年々、要求事項の追加が細かく厳しい内容になって来ているという。



世界の小売店の売り場で、陳列されている商品は、

- ① “安全で安心な製品” ですか？
- ② “環境に配慮” していますか？
- ③ “児童労働” “労働搾取” など労働環境は問題ないですか？
- ④ 製造している工場の従事者に対して “安全衛生と健康” に配慮していますか？

この4点が最低条件としての共通項目になっている。各項目について説明を加えた（詳細略）。このうち安全で安心な製品については、「繊維製品の安全に関して、ヨーロッパでは1994年から安全法規制を始めており、今はREACH（化学物質）規制と高懸念物質（SVHC）を規制。その種類が増えてきている」。また、日本政府は、アゾ系染料の法規制が今年4月に施行されたものの、繊維製品の安全性についての法規制は一部で、六価クロムについてまだ使えるようになっている。アゾ系染料について、ヨーロッパは23年前から使用禁止されおり、商社の不使用宣言について信用されていない。

近藤氏は以下、米国と中国の規制内容を説明した（詳細略）。

環境については、環境保護団体NGO “グリーンピース” による “Detox Water” キャンペーンによって、世界的スポーツメーカーや大手衣料品メーカーと取引実績のある中国の2つの繊維加工工場からの排水から有害化学物質が検出されたことを説明。同キャンペーンに基づいて「多くのブランドが、2020年までに全ての有害物質の除去を約束した」という。

最近の “追加要求事項”

最近、追加された要求事項では

- ・ “安全な建築・建物” ですか？
- ・ “産休に配慮” していますか？
- ・ “先住民” “生活圏” などの保護問題はないですか？
- ・ 家内作業者に対して “年齢” と “安全衛生と健康” に配慮していますか？

などがある。バングラデシュでは、安全な建築・建物への注意度が高く建築許可に関する問題点があり、安全なのかどうか？などのように、細かい部分を説明した。

ヨーロッパでは最近、デミング博士の言われた「知らないことは測れない、測れないことは “管理” できない」という言葉が使われるようになっている。品質管理の場合でも、当該レベルの限度見本という尺度があるから測れるのであって、尺度のない個々人の想像に対して尺度を測ろうということが最近多すぎる。判っていないものを尺度とされるのが最も困る。「もう一度原点に戻って、科学技術についてちゃんと話をする。そのようにも言われている」。

サプライチェーン

原料の源流まで遡って、どこの誰が採取したのか？など、フェアートレードを含めてヨーロッパでは、染色工場などでどのような染料を使っているのかをきめ細かいレポートシステムでサプライチェーンの透明性と信頼を得ようと必死になっている。それがな

いと、売る側は透明性と信頼が明確にできない。そのため、企業のリスクの最小化を図りたいということになる。日本の百貨店にこうした話を持っていくと、胡散臭いとみられる。商品がどういう材料で作られたのかを斟酌しないと近藤氏は指摘している。

事前対応策

ヨーロッパの小売業界でどうしてもやらないといけないことは、トレーサビリティ（追跡可能性）とサプライチェーンの透明性、信頼性を図ること。とくに透明性と信頼性を勝ち取るためにはトレーサビリティを確実に行うことであり、生産バリューチェーンの明確化や把握、化学物質と混合物の検査・証明したものを作ることなどが小売業で取り組まれている。信頼性に関しては、PDCAで改善を行っているパートナーを見出そうとしてきている。改善する方法として一緒になって、一つずつ解き明かしながら進めていくとともに、サプライヤーとの信頼関係を築くことが重要とした。

日本の「J∞QUALITY 認証事業」

現状とこれから

ヨーロッパでは最近、サプライチェーンの透明性・信頼性をうたっている中で日本は、J∞QUALITY 認証事業を始めている。織・編、染色・整理、縫製というサプライチェーンの透明性を明確にし、顔が見えるように登録すること。最終縫製が日本なら、メイド・イン・ジャパンの表示はできるが、J∞QUALITY はすべてが日本製。各段階の企業が企業認証を得るためには、安全・安心コンプライアンス認証の取得が必要。

ヨーロッパでは、その動きに機敏に反応している。全ての顔が判っている商品を世界に展開するということであるため、「日本がそこまでやるのか」ということ。

4月末段階で織・編 159社、染色・整理 128社、縫製 188社、企画・販売 51社の計 526社が企業認証を取得されている。企業認証の92%は自主申請。取引先からの推奨は8%となった。これに寝具と靴下の認証が始まっているので、企業認証の数はさらに増加するものとみられている。申請企業の増加については、「海外に市場を求めるためには、必要な措置」、「コンプライアンス認証を日本でも取得するにはこの取り組みが必須」との意向や認識が深まってきているのではというのが大方の見方だ。小売業者が、公表されている認証企業の事業や商品内容等に非常に注目されている。商品認証数は、506品番、40万着に及ぶ。

最後に、日本も、J∞QUALITY 認証制度のように、世界にきちっと打ち出せるよう“日本発の行動規範”を発信できるようなチャンスが来ているのではないかと。「中原先生や赤羽先生など、精通する仲間がおりますのでいいチャンスだと思う」と強調した。

最後の講師：アイトワ主宰 森 孝之氏

テーマ：「エシカルな世界を 日本の時代 ～時代が変わる、日本のお家芸で～」



森 孝之氏は 1962 年伊藤忠商事(株)入社。71 年に伊藤忠ファッションシステム(株)を設立・出向を経て、79 年に(株)ワールド取締役社長室長。86 年 12 月にワールド会社を辞して、翌年 5 月にはアイトワを設立。92 年に大垣女子短期大学デザイン美術科教授。2000 年に同短期大学学長就任。03 年同名誉教授。その間、「ビブギオールカラー ポスト消費社会の旗手たち」、「人と地球に優しい企業」、アパレル企業の中枢に席を得た体験談をまとめた「ブランドを創る」、

「次の生き方 エコから始まる仕事と暮らし」、「京都嵐山エコトピアだより 自然循環型生活のすすめ」などの著書を発刊している。本日は、京都に自前の農場を開墾し、生活文化を通したエシカルな生活とビジネスの話聞いた。

基本はエシカル

森氏は伊藤忠商事、伊藤忠ファッションシステムやワールド、立て直しを依頼されて学長になった大垣女子短期大学を含めた「59 年間同じことを行ってきた」。それは、結果としてみるエシカルを根本に取り組んできたということであり、「伊藤忠とワールドの勤務中は増収増益で、短大も定員オーバーを続けることができた」要因ともなった。

必然の未来とフューチャーブル(future pull)方式

今 79 歳で、戦前からの立ち直りなどを見てくると「今、日本が立ち直る最後の時だと思っており、きっと変われると思う」。まず、時代が変わっている。日本のお家芸にしないといけないことがあると思っている。世界にはジャパニズムがあるが、これからは、第二のジャパニズムになるのではないか。第一のジャパニズムは、近代を予見させた。第二のジャパニズムは、日本は次代を生み出し、ポスト工業社会を育むべきである。それができなければ日本は駄目になる。しかし私は、きっとやれると思っている。その根本は「エシカル」。日本はそれをするのに、最も恵まれた国だと思う。まずは縄文人の血が継承し、仏教国だが他の国とは異なり山川草木悉皆成仏の思想を創造し、それに帰依してきた。また、中身の優れた江戸時代の文化があった。270 年間、人口 3000 万人で静止し厳しい経済下でも中身が充実し、静止社会でも繁栄した時代であり、そうした国は他にはなかった。紺屋の白袴はまさに CS であり、暖簾分け分けは CSR。企業の社会的責任を測れる人に、精神社会の反映した人に世代を譲ってきた。それから、“足るを知る心”は当たり前だった。それは静止社会で最も大事にしないといけない考えであり、それと現在の民度と民力は生かせると思っている。ただ、問題がある。それは選択で、願望の未来を追うのか、必然の未来を認めるのか。もう一つは、やり方。未来に確かな目標を定め、着実に立ち向かうフューチャーブル方式と、目先のことを考えモグラのように進むのかの何れかを選ぶかで、私は、「必然の未来を認めて、フューチャーブル方式で行かないと駄目だと思う」。

必然の未来への見定め

次に、1994年の朝日新聞のコラム掲載について説明し、その後フランスで今年2月に発表した食料廃棄禁止法について、「最高の安全保障であり、そのように、我々も進化しないといけない」と主張。その進化については、「小進化と大進化の2つある。小進化は、生きる強みを強化する、“得手”の拡張。大進化は、生きる仕組み自体を変えることであり、大進化でないといけないと思う」と指摘した。

1974年に織研新聞に掲載した“第四時代のマーケティング”を記述したことの背景や経緯について説明したが、その内容は、

- ・消費の喜びではなく、“創造の喜び”
- ・フロー型の生活ではなく“ストック型”
- ・使い捨てではなく“リサイクル”
- ・不可逆ではなく“サステナブル”

の持続性のある生活をしないといけない、ということであり、そこでは量より質が大事で「必然の未来を定めてフューチャープルしないといけない」と重ねて強調してきたという。

その後、伊藤忠商事、伊藤忠ファッションシステム、ワールド、大垣女子短期大学における取り組み内容や辞職した経緯などについて説明（以下略）。「根底に流れていたのは、必然の未来への見定めと訴求であった」。

古人の知恵

古人の知恵：文化の時代、創造の喜びに浸る、ストック型とリサイクルで、それらを行ったのが江戸時代。しかし、その後は違う方向へ行ってしまった。ファッションビジネスも、人々の需要に合わせて、あらゆる人が楽しめるようにしてきた。しかし、工業社会の本質を知り驚いた。それは、パリ開催の第2回万博のスローガン“人間による人間の搾取に替え、機械による自然の活用”だった。一見素晴らしいものだが、機械による自然の活用なので、皆がそれで行けると思ったわけだが、それが環境破壊に結び付いてしまった。工業化の進展及び近代文明は駄目ということで私は“第四時代への備え”として生活を改めた。当時(1977年、39年前)、京都での生活（農園中心）は、「古人の知恵と近代科学の成果を組み合わせれば、ある程度の生活はできるということを示したかった」。伊藤忠ファッションシステムを経てワールドに入社した、そういう時代だった（詳細略）。1986年、バブルの兆候が出てきたころ、理由があってワールドを退社した。その辺の事情をまとめた、「ポスト消費社会の旗手たち」を出版した。

人と地球に優しく

森氏は、スポーツウエア、化粧品や、返品に対して支払って保証するマークス&スペンサー社、パタゴニア社などに係る内容（略）や、出版物「企業はこうならないといけない」（1990年）の内容を説明した。カスタマーズサティスファクション(CS)を、「日本で最初に文字にした本になっているはず」。人と地球に優しくなろうとすれば、自分たちにも厳し

くするもので、その厳しさが従業員の誇りになる。経営者の自粛、社会にあっては、存在意義にならないといけない。そういう企業にならないと栄えられない、と主張したという。

自己の実現

21年前、このままのマーケティングをしていたら日本は駄目になる。深層心理を求めたものでないと主張。「自分のカラーを出したい。自分をよくしたい。自分のカラーをよくしたい。それが勝負の時代になる」。要は刹那的、衝動的な人を追うのではなく、「主役をとらえ小進化ではなく、大進化しないといけない」。それが、自己の実現であり、そこを求めていく。

これからは、自分たちの民度や民力をどれだけ上げていくかの時代だと思う。人間たる所以を求めないといけない。それが完成した時の、考える洞察力を生かす。根気のいる作業にも手を付ける。刻々と想像能力を振り絞る。成就するまで努力する。それが人間たる所以だと思う。300種類かの霊長類がいるが、それができるのは人間のみ。それが人間の前頭葉の仕事でもある。騙しのプロは、前頭葉を使って消費者をだます。消費者はそれに引っかかる。人間脳で騙し、動物脳で引っかかる。そういうことをしては「駄目である」ということを出版物等で訴えてきた。

工業社会は、欲望を解放することによって自己完結能力をなくしてきた。それを無くすほど儲かっていく。伊藤忠の課長時代に、それをやれば儲かるが、“それをやってはいけない、無茶苦茶になる”ということで反省した。儲けを追い求めた企画は駄目。我々は欲望等を追い求めてきたが、それで金儲けをしたら大変な目に合う。「やはり人間の解放を求めないといけない。そうでないとじり貧になる」。

環境とパタゴニア

パタゴニア社は100年後をこう考えている。環境に対しては、こういう取り組みをしている。来年から、綿製品をオーガニックコットンに全て変える。それが受け入れなければパタゴニア社は綿製品から撤収する。こういう決意しながら進んでいる。そもそも地球が無くなればビジネスも無くなるとの考え。1985年から売り上げの1%を（それまでは利益の10%だった）を環境草の根運動に寄付するといった。地球税であり、要はより良い地球環境を次世代に引き継ぐために企業を道具として位置づける、ということ。日本は売り上げの1%か、利益の10%のどちらか多い方を寄付する方向にある。そういうことで私は企業哲学をまとめた。同志社大学の大学院でそれを教えたことがある。

小さな巨人でいい

大垣女子短期大学時代：大学の総合化に役立った。それこそエシカル。小さな巨人を打ち出せたことが嬉しかった。例えば短大の歯科衛生課では4大の歯科衛生課には勝てない。総合病院には採用されないだろうが、町の歯科医院には採用されていく。そういう学校にしようとして取り組んできた。また、“心の大人とは”ということなどについても話した。要は、“多彩な全人を目指そう。小さな巨人でいい”。当時日本は、経済的豊かさでは一番の時が

あった。その時でも、環境的資産を入れるとニュージーランドに負けていた。それは駄目なので私は、むしろ環境的資産で幸せになろうと思った。それがこれからの時代。そのモデルは江戸時代にあった。そこで江戸時代での循環型暮らしを、近代的にして取り組んだらと言ってくれる人もいた。

当家では40年前からそうしたことをしてきており、そのような循環型社会をエシカルに構築しないとイケない。誇りも持てるし、幸せにもなれる。健康にもなれると思っている。

※1000坪を超える「アイトワ」には住いと菜園、温室や森、カフェがあり夫人の人形工房がある。虫や鳥、動物などが有機的につながって循環型楽園を作っている。

自然循環型生活

最後に、そのように個人でもできる「自然循環型生活」農園にはアイトワという喫茶店もあるので、人がたくさん来る。皆が、そのような生活したいという。トイレは水洗で、タンクにためて自然発酵し肥料として活用している。企業は、A社の廃棄物をB社が原料にし、Bの廃棄物をC社が原料にするなどのサイクルを業界全体で作ること。要は自性資源だけで賄える国にしないとイケない。「日本は資源小国なので、そのうち出来るでしょう。それを私は、インダストリアル エコロジーと言っている。そうしたモデルを日本もいずれ作らざるを得ない。産業界が頑張ればエシカルになれば、日本の時代ができる」と信じている」と結んで講演を終えました。

講演会本会を終了後、会場を移して懇親会が開催されました。

懇親会のはじめに、経済産業省 製造産業局 繊維課課長 寺村英信氏のご挨拶を賜り、当会 会長岡本の乾杯発声の後、多くの皆様により活発な意見交換・懇談がなされました。



閉会時には、(株)フクイ代表取締役社長土屋哲朗氏からご挨拶を頂き、一本締めの後、散会と致しました。



<お知らせ>

- ・第72回研究フォーラムセミナーを下記のように予定しております。
2016年7月21日木曜・14:30~17:00
(17:00~懇親会)

「2020年東京五輪・パラリンピックに向けての ” 資源リサイクル ”」
日本環境設計株式会社
代表取締役会長 岩元美智彦氏
多忙なスケジュール中で、岩元会長にご登壇頂けることとなりました。
是非、皆さまのご出席をお待ち致しております。

以上