

ステークホルダー・ダイアログ > 地域に根ざした環境活動に向けて



特定非営利活動法人
 環境エネルギー政策研究所 (ISEP)
 クリエイター/チーフデザインコーディネーター
本城 須麻 さん

株式会社Green TV Japan
 代表取締役
水野 雅弘 さん

特定非営利活動法人
 共存の森ネットワーク
 事務局長
吉野 奈保子 さん

今回の対談では、株式会社Green TV Japan代表取締役の水野雅弘さん、特定非営利活動法人共存の森ネットワーク事務局長の吉野奈保子さん、特定非営利活動法人環境エネルギー政策研究所 (ISEP) のクリエイター/チーフデザインコーディネーターの本城須麻さんにお集まりいただき、自然エネルギーの活用促進や地域社会に住友信託銀行が果たす役割などについて、忌憚のないご意見をいただきました。

(弊社からは企画部・社会活動統括室長 (CSR担当部長) の金井と参事役の水田が参加しました)。

金井: 当社は温暖化対応の金融商品開発や生物多様性保全に資する取り組み、そして各支店の地域貢献活動など、CSR活動を多様化させてきていますが、本日は、自然エネルギーの活用や地域に根ざした活動などのテーマで皆様からご意見をいただければと思います。まず、自己紹介をお願いします。

水野: Green TV Japan (以下、グリーンTV) は、環境映像専

門のブロードバンド (高速回線を使用するインターネット接続) 放送局です。情報を集約するプラットフォームであるグリーンTVにとっては、コンテンツをいかに活用していただくかが重要であり、中でも「教育」は私たちの活動の大きなテーマです。住友信託銀行松山支店との小学校の環境教育イベントでは、生徒さんの映像リテラシーと環境意識の高さに驚きました。

吉野: 共存の森ネットワーク (以下、共存の森) の活動の原点は、高校生が全国各地の「森の名手・名人*」を訪ね、一対一の対話を通じて森とともに生きる知恵や技術、そして人との関わりを学んでもらう「森の“聞き書き甲子園”」です。今日は教育と環境の両面からお話しできればと思います。

* 樵、造林手、炭焼き、木地師など、森を守り、育て、その恵みを活かすための優れた知恵や技術を持つ人々を、社団法人国土緑化推進機構が毎年、「森の名手・名人」として選定・表彰しています。

本城: 環境エネルギー政策研究所 (ISEP) では、持続可能なエネルギー政策の実現を目指し、政策提言から市民ファンドを活用した市民風車や太陽光発電事業、そして国民一人ひ

とりがグリーン電力を選ぶことで日本の自然エネルギー採用義務量の達成を目指す「1億人のグリーンパワー」まで幅広い活動を行っています。本日はよろしくお祈いします。

金融商品が自然エネルギーへの想いを引き出した——

金井: 当社も従前からのプロジェクトファイナンス(風力発電、バイオマスエタノール生産)に加え、平成20年に立ち上げた「ソーラー・ファイナンス・プロジェクト」などで自然エネルギーを促進する取り組みを支援しているのですが、自然エネルギーに対して一般の消費者がどのような感度を持っているのか、わかっていないところもあります。本城さんの実感ではいかがですか?

本城: 「市民風車」プロジェクトの当初は、確かに不安もありました。ですが、おじいちゃんがお孫さんの名前前で風車に出資してくださったり、奥様が自分の子供の将来にもかかわることだからとこつこつ貯めたお金を「温暖化防止おひさまファンド」に出資してくださったり、こういった行動に触れ、良い未来を残そうという皆さんの強い想いを実感しています。

水野: 日本の人々は、欧州と比べても環境意識は総じて高いのですが、行動に現れる割合は極めて低い。こうした日本の方々向けのメディアとして、私たちは、彼らが行動するきっかけをどうつくるか、言い換えれば「グリーンコンシューマー」(生活全般の行動基準に環境配慮を持つ消費者)をどう育てるかを課題と考えています。この点、ISEPの風車は、自分の投資が形になって見えることや、身近なエネルギーにかかわる「物語」に参加したくなるという点で、環境行動を促しますね。

本城: エネルギー問題をなんとかしなければという話そのものは、最近いろいろなところで聞きますが、ポジティブで具体的な取り組みにはつながりにくいように感じます。その点、風車は環

境行動と環境教育のシンボルになり得るものだと思います。

体験がグリーンコンシューマーを育てる——

金井: グリーンコンシューマーを育成するための「教育」についてはいかがお考えですか?

水野: グリーンコンシューマーになるべきだという理念や温暖化とは何かといった知識だけでなく、体感し、自覚する総合的な学習機会が必要であり、それこそがまさにNPOの存在意義だと思っています。

高校時代に「森の“聞き書き甲子園”」を体験した学生さんにグリーンTVのカメラマンやナビゲーター(ナレーター)をお願いしたことがあるのですが、森の中をおじいちゃんと一緒に歩き、体験し、何度も聞いたことを血肉としている彼らの言葉はまさしく本物。彼らは何も言われなくともグリーンコンシューマーになりますよ。

吉野: 高校生ともなれば、例えば地球温暖化問題だとか森は大事にしなきゃいけないとか、そのあたりはみんな知識としては持っているんです。でも、自分の暮らしと具体的にどうつながっているかはわかっていない。近年、「される」とか「引きこもり」が若者を表す代名詞にもなっていますが、世代の離れたおじいちゃんおばあちゃんと触れ合うことで心を開き、そこから社会が広がり、自然問題、環境問題へと関心が広がって、自分の言葉で話せるようになります。

水野: これからは企業よりも消費者の方が強くなっていくのかもしれませんが。昨今のがソリンや食糧、気候変動に関する問題と人々の行動は、グリーンコンシューマーが目覚めるきっかけになるかもしれません。だからこそ今、企業が、そして金融機関が次の「絵」をどう描くかが重要となってきたと言えるのではないのでしょうか。

「地域」を舞台にNPOとの連携はいっそう重要に——

水野: 例えば、温暖化問題一つをとっても、温暖化ガスを2050年までに半減するとなれば、経済モデルを根本的に変えなくてはならない。全く新しい産業のグランドデザインを描くうえでは、組織を越えて個の知を結集し、それぞれが得意な機能を果たす必要がある。これまで以上に連携が重要になっているのです。



水田: 地域の視点で見ますと、当社にも全国に60の支店があり、それぞれが工夫を凝らした社会貢献活動を行っているのですが、本当に地域のことをよくわかっているか、貢献できているのかと言われれば、まだまだ課題があると思っています。

吉野: 生物多様性の保全にせよエネルギー問題にせよ、地域単位で新たな取り組みが生まれることが大切だと思っています。そのときに銀行がそれをサポートしてくれるのか——支店の方が地域の情報をどれだけ持っているのか。そして、地域の人とどれだけコミュニケーションを図れているのかは、重要ですね。

私が関わっているある林業地域では、地元企業の二代目社長さんが集まって、10年後にこの地域がどうあるべきかをとことん話し合いました。その結果、今まで製材所で捨てていた木片やおがくずなどをエネルギーとして活用する木質バイオマス発電などの取り組みが生まれ、地元銀行の支店長さんもその活動を後押ししてくださり、最初の融資をいただいたということがありました。

本城: 今、環境を考えると、「地域」は非常に重要なキーワードです。市民、NPO、行政、そして企業が、それぞれの役割を果たしながら地域を活性化。そして、地域同士が学び合って相乗効果で高め合う。まずは自分の住む地域で、みんなで手を取り合って循環する社会をつくることから、お金の流れもエネルギーの流れも、そして学習や教育も、いろいろなものが生まれます。

金融機関には「新しいお金の流れ」を見て欲しい——

吉野: これまでの価値観で突っ走ると、地球も人類も破綻してしまいます。実は世の中にたくさんある、お金で測れないものをどう捉え直すかをもう一度考えなければなりません。

変化の兆しはあります。例えば農業でも、畑の脇の小さな露店で売っているようなあの「産直」の全国の売上げは、山形県のJAの売上げをとっくの昔に越えているんですよ。新しい価値観の中で新しいマーケットが生まれ、新しいお金の動きが生まれている。

水野: 金融機関にしても企業にしても、その状況を知らなければ、消費者が離れているところに一生懸命投資をすることになりかねませんね。

本城: 環境問題や将来の地球のあり方を見据えて、今、世界の国々はドラステックに自然エネルギーと循環型社会モデルに転

換しつつあります。これを受けて、銀行や投資家たちもものすごい勢いで、自然エネルギーなどの事業に関わり始めていますよ。

金井: 利益を追求する主体である企業とNPOが真に想いを共有することは可能なのか、正直迷うところもあるのですが。

本城: 想いを共有できる人——正しいと思ったことを貫けるエネルギーや信念を持ち、企業を変えていける「志」を持った方がいらっしゃるかどうかだと思います。私たちの活動が、今あることではなく、今ないけれども変えていかなければならない問題を扱っているの、特にそうなのかもしれません。

NPOと「信託世代」を結ぶ役割にも期待——

金井: 最後に、資金の仲介者として以外に、例えば情報の提供者として金融機関に求めておられることはありますか？

吉野: そうですね。私どものNPOにも、「退職を機に、何か社会貢献活動をしたいが何をしたら良いかわからない」「遺産を何らかの社会貢献活動に寄付したいのだが、情報を持っていませんか」という方がよく相談に見えます。こうした方々への情報提供が求められているのではないのでしょうか。

水田: それは大きなヒントですね。当社のお客様は、中高年齢層の比率が高く、いわゆる「団塊の世代」——当社では「信託世代」とお呼びしているのですが——の方も多くいらっしゃいます。まだまだお元気で、より豊かなセカンドライフを送るために退職後にNPOに入りたいというお客様も結構多くおられるようです。

水野: 企業のディスクロージャーと同じで、NPOのディスクロージャーも大切ですね。

本城: そうですね。目利きと言いますか、活動内容だけでなく信頼性の面でも情報が欲しいところでしょうね。

金井: 確かにそうですね。私たちが情報提供をすることで、地域の皆様が地域のNPOに参画するお手伝いができれば、それも一つの役割を果たしたことになると思います。

本日いただいた貴重なご意見をヒントに、私たちもこれからまた1年、CSR活動に取り組んでいきたいと思っております。本日はありがとうございました。