

2009年度第11回物学研究会レポート

「持続可能社会へ、その哲学と行動」

熊野英介 氏

(アマタホールディングス代表取締役会長兼社長)

2010年2月24日



BUTSUHOAKU  
物学研究会  
SOCIETY OF RESEARCH & DESIGN

2009年度物学研究会の活動テーマは「新しいパラダイムを探る」です。世界中がパラダイムシフトの速度を速める中、いち早く「持続可能社会の実現」をミッションに掲げて、事業展開を図ったアマタホールディングス。環境資源問題、地域社会復興などの社会的テーマに取り組み、着実な実績をあげています。

今回は、同社の代表取締役会長兼社長、熊野英介氏自ら、いかに「循環型システム」を構築し、社会に根付かせようとしておられるのか、その哲学と実践を通してお話いただきました。以下サマリーです。

## 「持続可能社会へ、その哲学と行動」

### 熊野英介 氏

アマタホールディングス代表取締役会長兼社長



00 ; 熊野英介 氏

アマタホールディングスの熊野です。紺野登さんから、「持続可能社会へ、その哲学と行動」というかなり難しいテーマをいただき緊張しておりますが、最後までよろしくお願いいたします。

私は、21才でたった3人の会社を立ち上げ、以来33年間環境ビジネスに携わってきました。その間に第2次オイルショック、円高ショック、バブルの崩壊、97年の金融ショック、2001年の9.11による株価大暴落、2008年のサブプライムと、時代や社会ルールの変わり目に立会ってきました。企業経営の主軸も人材育成、技術醸成、環境変化への適応力、模倣不可能な独自性の構築などに変わり、さらにこれからは企業資源を活かしながら社会ニーズをいかにかたちにしていくかが求められています。さて、今回は哲学と行動とありますが、そもそも哲学の語源は、「フィロス＝愛を求める」と「ソフィー＝知恵」からきています。愛を求める知恵とは、人間の思考の根源なのだなあと妙に納得しています。

## ●ポスト工業社会モデル

まずポスト工業モデルとその社会ニーズについて考えてみたいと思います。

かつて、アダム・スミスもカール・ハインリッヒ・マルクスもジョン・メイナード・ケインズも「衣食住が満たされれば幸福になれる」と考えていました。それは果たして真実だったのでしょうか？ 先進国入りした日本は「衣食住足りて礼節を忘れた」国となり、実際に過去10年間、毎年3万人以上が自殺をしています。スミスらの言葉をもじるならば「衣食住足りたが不幸になってしまった」ということです。

このような状況の中で「持続可能社会」が模索されているわけです。確かに衣食住にかかわる部分、つまりエネルギー、資源、食糧が枯渇しないように持続可能な手立てをしようということは皆考えるようになった。しかし、礼節や幸福に対してはどうでしょうか？

私は、日本に限らず先進国が先んじて国の「デザインの根本」を変えていかないといけないと思うのです。知識者の何人かは示唆的な言葉を残しています。たとえば経済学者のダニエル・ベルは1972年に「エネルギーの効率的配分によって経済効率と成長を第一義とする経済様式から、知識や情報による社会的な問題解決という社会的様式への関心の変化こそが、脱工業化社会である」と。

『スモール・イズ・ビューティフル』の著者であるシューマッハは30年以上前に「行き過ぎた成長はほどほどにすればいい」と言い、ドラッカーは「すべての人間の行動を利潤動機で説明しようとすることは人間性を墮落させ、利益の本質に対する誤解と敵意を生じさせている。この観念ゆえに、企業の本質、機能、目的に対する誤解を生み、利益と社会貢献は矛盾するという間違いを犯している」と述べています。

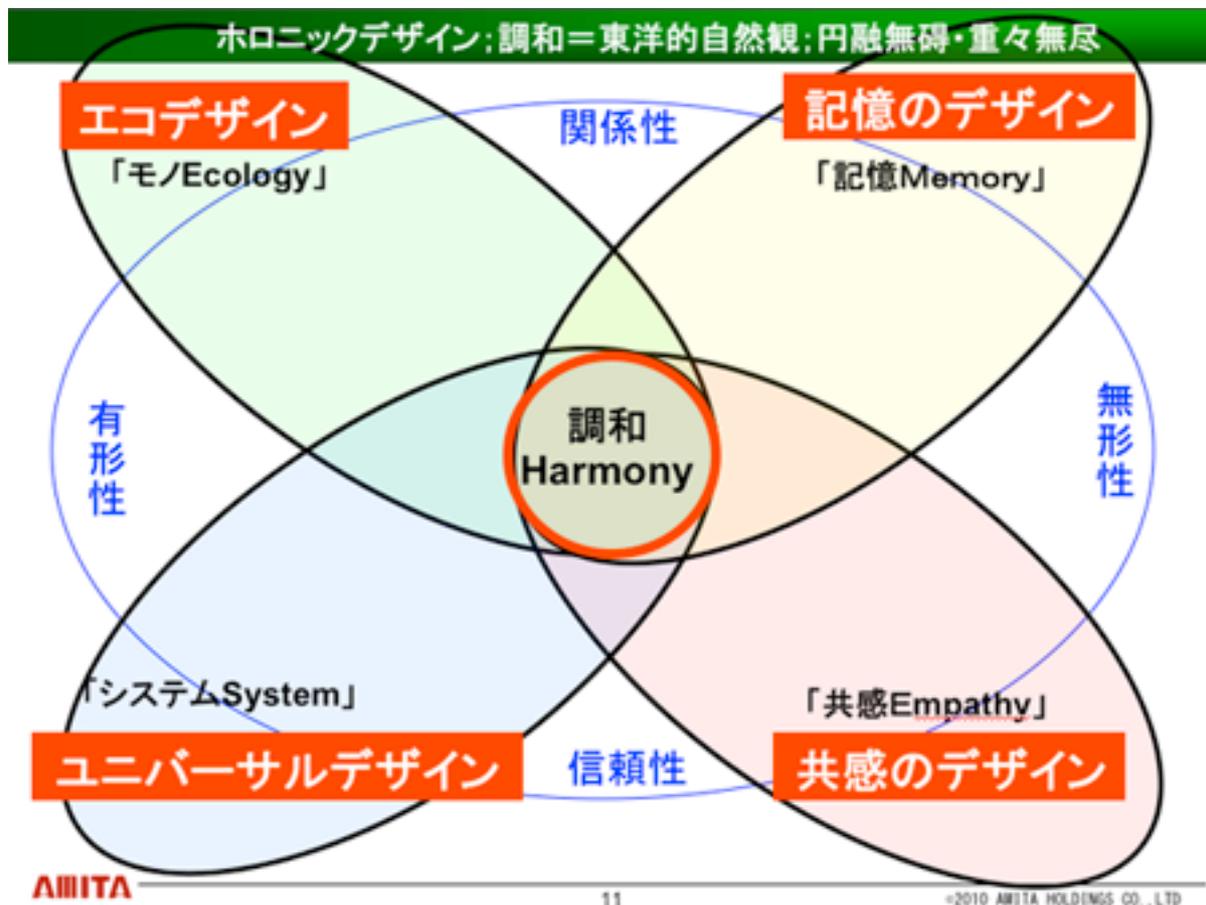


図 1

では、今まさに求められているサステナブルデザインとは何か？ 私は、人と地球環境との共存を基軸にした持続性ある社会の構築を図ることとらえています。それは、人と環境にやさしい「モノ」や「システム」などの工業社会時代のデザインではなく、「知識と感覚＝知覚」を使って心象をデザインする記憶のデザインや「関係性」を構築することによって生まれる信頼すなわち「共感のデザインなのではないか。つまりモノやシステムという有形性のデザイン」と「知覚；記憶」や「共感；信頼」という無形性のデザインの両方が、融合・調和しながらホロニックデザインとして成立すること、だと思えます。

現在、エコデザインとユニバーサルデザインの融合がサステナブルデザインと受け取られていますが、私は疑問を感じています。エコデザインもユニバーサルデザインも共にモノやシステムといった有形性のデザインの領域です。しかし本来、デザインには先述のような記憶や共感といった無形性の領域もあるのだと思えます。エネルギー、資源、食糧など有形なものに限りがある時代に、少量であっても最大の幸福をもたらすという無形性をどうデザインするかが、これからのサステナブルデザインの鍵だと思えます。図1

ここでは私が思い至ったのが大乘仏教哲学です。つまり「生態系においては、一切の事象は孤立せず、相互に依存し合う。全てのものは、互いに関わり合い、交錯し合い、無限に連続し、往復し、重なり合い、無限の微小、無限の巨大運動を続け、際限も無く新たな関係を生み続けている。大は宇宙から、小は細胞の内部に至るまで、新たな関係を生み続けている。宇宙と生命は無限の運動を続け、生態系の絶え間ない変化を生み、複雑で不連続な情報の交換を生み、生命システムは循環し、進化を続けているのである。しかし、今、人類はその尽きない物質的欲望を満たしているため生命システムは弱り、傷つき、崩壊しかけている。我々は、大いなる生命システムの中で、人類が相互に依存できる生命として認知されるため、生態系に近い産業形態を構築することを持続可能な循環型の社会システムの実現モデルとすべきである」。

あえて大乘仏教哲学を引っ張り出した理由は、昨年まで人口7億足らずの先進国が世界のGDPを引っ張っていましたが、年末には35億のアジアがそれを追い越し、世界を牽引する時代に突入しました。これはすなわち西洋ロジックから東洋ロジックへのシフトを意味しています。こんな時代だからこそ、先述の大乘仏教、すべての事象は孤立せず相互に依存し合い、関わり交差し合い、無限に連続し重なり合う。無限の微小、無限の極大運動を続けて、際限もなく関係を生み続けている発想が地球経済の中心をなしていくと確信しています。

大乘仏教の根本教典の「華嚴宗」は、シルクロードで誕生した抽象度の高い学問で、日本では奈良の東大寺の大仏がそうで、大仏（盧遮那仏）を囲んで四方に四天王が配置されています。これがもっと複雑になったのが空海による真言宗密教で、立体曼荼羅を東寺で表現しています。仏教を導入した日本はさらに、中国から律令制度を導入して街をつくりました。これは王が中心を占めますが、それ以外は平等であるという世界観を表現しています。このような世界観を基本とする日本は、共感や無形性に対する理解も深いのではないかと考えています。

特に近代以降の日本では、生活者（消費者）が創造的になることで革新的な商品が生まれ続けるという文化創出構造をもっていったと思えます。西洋、中国、インド、イスラムでは、王侯貴族が文化の担い手であったが、日本は歌舞伎、浮世絵、俳句を例に出すまでもなく、庶民が文化の担い手であった。経済活動の主役は工業資本でなく、人本資本だったといえるのではないのでしょうか。

その代表が江戸文化、特に享保の改革の時期に見ることができます。当時の江戸は華美禁止で派手

な装いはご法度、質素儉約が重んじられた。そんな時代に江戸の職人は「江戸百鼠」といってネズミ色を100種類つくって、利休鼠とか銀鼠などの名前をつけて楽しんだ。それがさらに進化して1,000種類もある江戸小紋が生まれ、柄ごとに意味を持たせて遊んだ。例えば「石うす」柄は、ドシンとしていっていることで女房が着ていた。その柄を意味もしらないで恰好いいというだけで男が来ていたら田舎者とみなされたわけです。日本には、こうした知的な競い合いがあった。「知識×五感」であり、「共感×記憶」デザインの姿なんだろうと思います。

工業社会は専門性と効率性を至上としたために「関係性」が立ち切れ、その結果、精神的飢餓や貧困の元である孤独が広がった。これを乗り越えるためには、「知識×感覚」の世界すなわち経験や感性を蓄積すること、この無形性の蓄積が臨界点を越えたときに、アイデアが生まれ具現化される。この流れは、転写と複写を繰り返して突然変異を起こす生物の摂理に近いのではないかと思います。

### ●有形性から無形性のデザインへ

さて、有形から無形へというパラダイムの変革にある今、見逃せない価値のひとつとして「時間」特に「豊かな時間」があります。図2の4象限をご覧ください。この中で最も求められているのが、「豊かな時間×安い時間」の象限であり、そのビジネスモデルは「家庭」です。そもそも家庭とは「貧しくても家族が居れば、豊かで幸せ」でした。その家族の幸せの軸が、住宅ローンや教育資金、生命保険や年金といった経済やコストに移ってしまった。家庭を持つことが、ある意味で図2のギャンブルの領域になってしまう危険すらある。この背景には、効率至上主義が生活圈と経済圏が分離し、そのために親と子、夫と妻の理解や信頼が築きにくくなったことがあるのだと思います。今重要なことは、関係性を修復、豊かなコミュニティの再構築しかありません。

有形から無形へ：豊かな時間を所有する

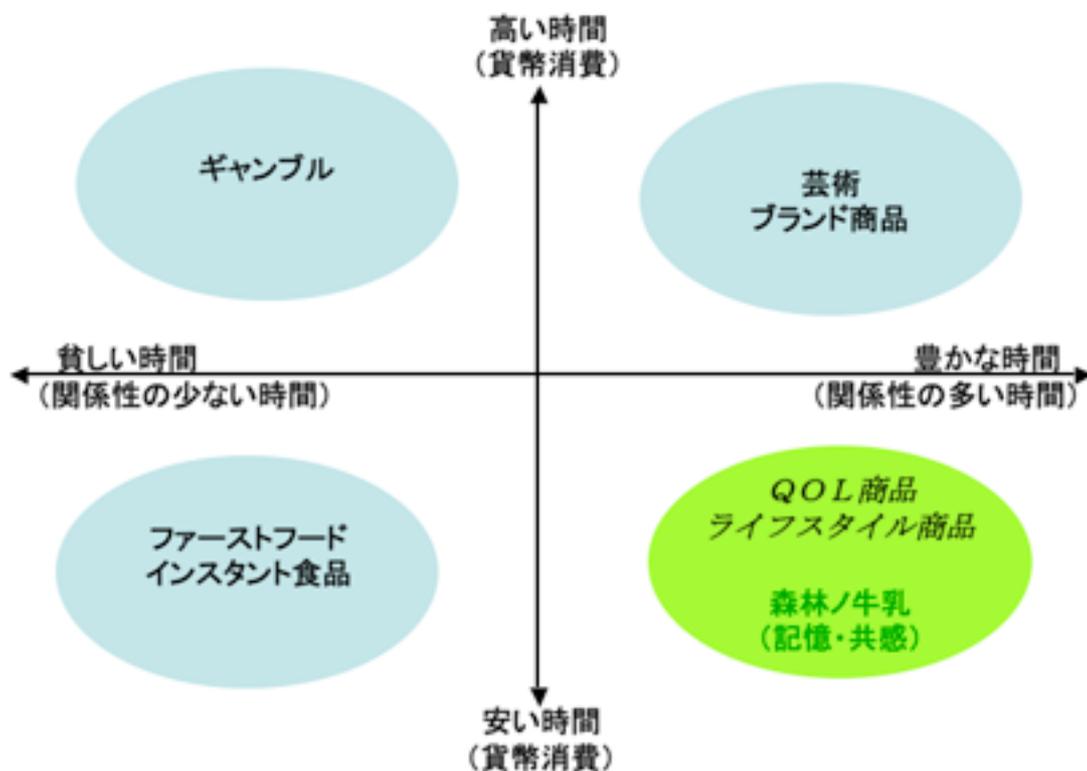


図 2

では、そのコミュニティはどう変遷してきたのか。工業時代とは新聞やレコードが象徴する「知識」が経済を牽引した。情報時代になると、メディアがラジオやビデオやテレビに移って「表現」が影響力をもつようになった。そして成熟社会の今ではインターネットやモバイルが経済を牽引するようになり、NPO、NGOといった「社会起業家」が出現して新しい経済を展開しつつある。つまり地域とか会社が主体となり、オープンシステムによる経済活動を成立させ維持する時代になったということです。「働く＝仕事」は、経済的自立から関係性創出の表現になったのです。

「コースの定理」は、「モノづくりにおいては、外部から情報を集めてオープンイノベーションの場の方が良質なものが集まる。動機づけを経済的効果や報酬ではなく社会的効果や報酬に移行させた方がクオリティの高いものが集まる」と言っています。孤独を追放し、豊かな関係性を構築するには、このような社会でしか生まれれないと思います。

豊かなコミュニティとは、地域（有形性）に根ざした顔が見える関係すなわち自治体のイノベーション、そして組織（無形性）に根ざした心が見える関係すなわち会社のイノベーションの2つによってもたらされるのだと思います。この開かれた関係をどうデザインするかが重要です。ということで、社会関係資本の再生のためには、関係性を使って共感をデザインすることがとても大切になり。持続可能社会における購買動機は共感性ということになります。図3のように、関係性ある環境基盤の整備が基本になる。真のサステイナブルデザインとは、豊かなコミュニティ、共感動機をデザインすることだと思えます。

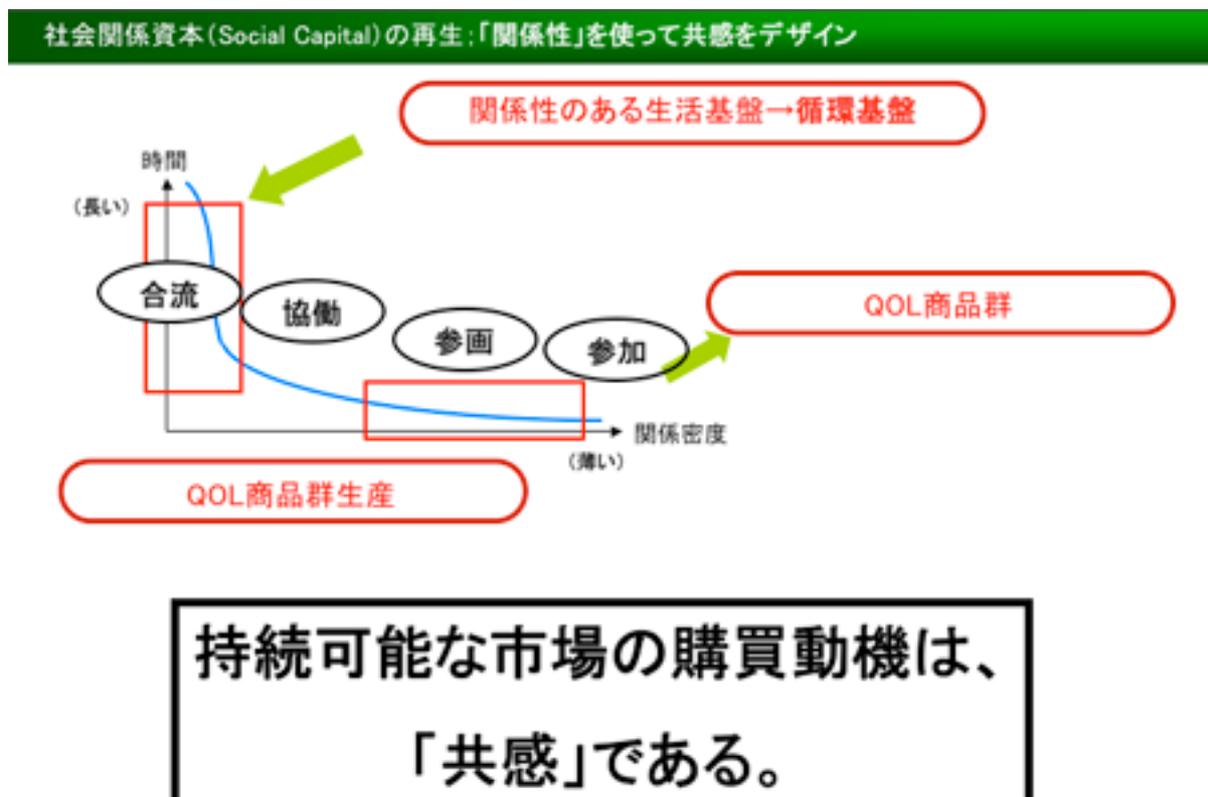


図3

## ●アミタホールディングスの事業

前置きが長くなりましたが、私たちアミタは共感・動機をいかに商品化できるかを前提として活動しています。具体的には、日本初、「農・林・水・工・商」という産業の環境リスクの調査・分析・コンサルというソフト事業と、無機物・有機物の再資源化というハードのプラットフォームをもっていきます。…と言うのも環境ビジネスは部分最適では不十分で、総合的に取り組まないとクオリティが下がってしまうのです。図4



図4

皆さんの中に「FSC」という森林認証をご存じの方はいらっしゃいますか？ これは、環境によい林業を認証するサプライチェーンで、11年前に日本で初めて弊社が導入し、事業自体、木工製品や紙製品も認証しています。同じように「MSC」という漁業認証もあり、自然産業創出事業として取り組んでいます。

同時に地上資源事業として、燃料代替品とか粘板岩代替品、鉄鋼資源、非鉄金属、銅資源、ニッケル資源などの地下資源の代替を年間70万トン規模でやっています。今年度は、茨城、川崎、姫路、北九州までの太平洋ベルトラインでと事業展開し、アミタの資源大循環モデルにしようと構想しています。背景には100%リサイクル、100%資源化という目標があります。現状多くのリサイクルは100%ではなく、資源化しやすいものしか取り扱わない場合が多く、品質や量、リサイクルされる場所や時間がばらつきます。こうした不確実性の克服が、資源化ビジネスの鍵となります。

工業化社会では「不確実性」は排除されました。環境エネルギーで分かりやすい例は、風力発電です。発電機を1機立てても、風の向き次第で電力が生まれないかもしれない。けれども1000本を配置すれば、どこかは必ず動くだろう。私たちは、一つひとつは不確実だけれども全体を総括したら確

実になるというような領域の資源リサイクルを行っています。

農業や林業にも関わっていますが、日本の第一次産業の本質を知れば知るほど工業モデルが浸透している。日本の林業は一時期、短期高収入を求めて杉ばかりを植林し、その結果今、生態系を破壊してメダカやカエルなどの生物が絶滅危惧種に陥る一端となった。農業も同様で、農地開発などによって自然破壊を行ってきた。こうした工業化農業が分断した関係性を取り戻す最も簡単な方法が「健康な農業」なのです。豊かな農業から生産された「豊かな農作物」は、作物の価値に加えて豊かな自然や風景など無形性という付加価値を持ち合わせています。経営は収入を増やして支出を減らすという単純ですから、農業で同じ原理を追求すれば、農薬や人工肥料などの最先端の工業技術を駆使してたった21日間でお米を生産することだって出来るのです。

### ●京丹後市プロジェクト

では、健康な農業にこだわるとしたら、どうすればよいか。農業の再生はあるのか？ 私たちは、これを実証するための実験を京丹後市で行っています。エネルギーは風力発電と太陽光発電、バイオガス発電を柱に安定供給を実現し、これらエネルギーセンターからは電気とガス以外に堆肥も出ます。そこで農業を行うことによって、バイオガスプラントを建設し、田畑や牧場など複合的農業を実現することができました。そもそも日本人の食文化に根ざしているみそ、醤油、そば、うどんなどの材料の98%を輸入に頼っています。2030年、地球上の人口は80億人となって25%も食糧が足りなくなると予測され、さらにゴールドラッシュならぬランドラッシュすなわちゴールドに変わって穀倉地の争奪戦が始まっています。このような中で日本はどう対処していくべきか。

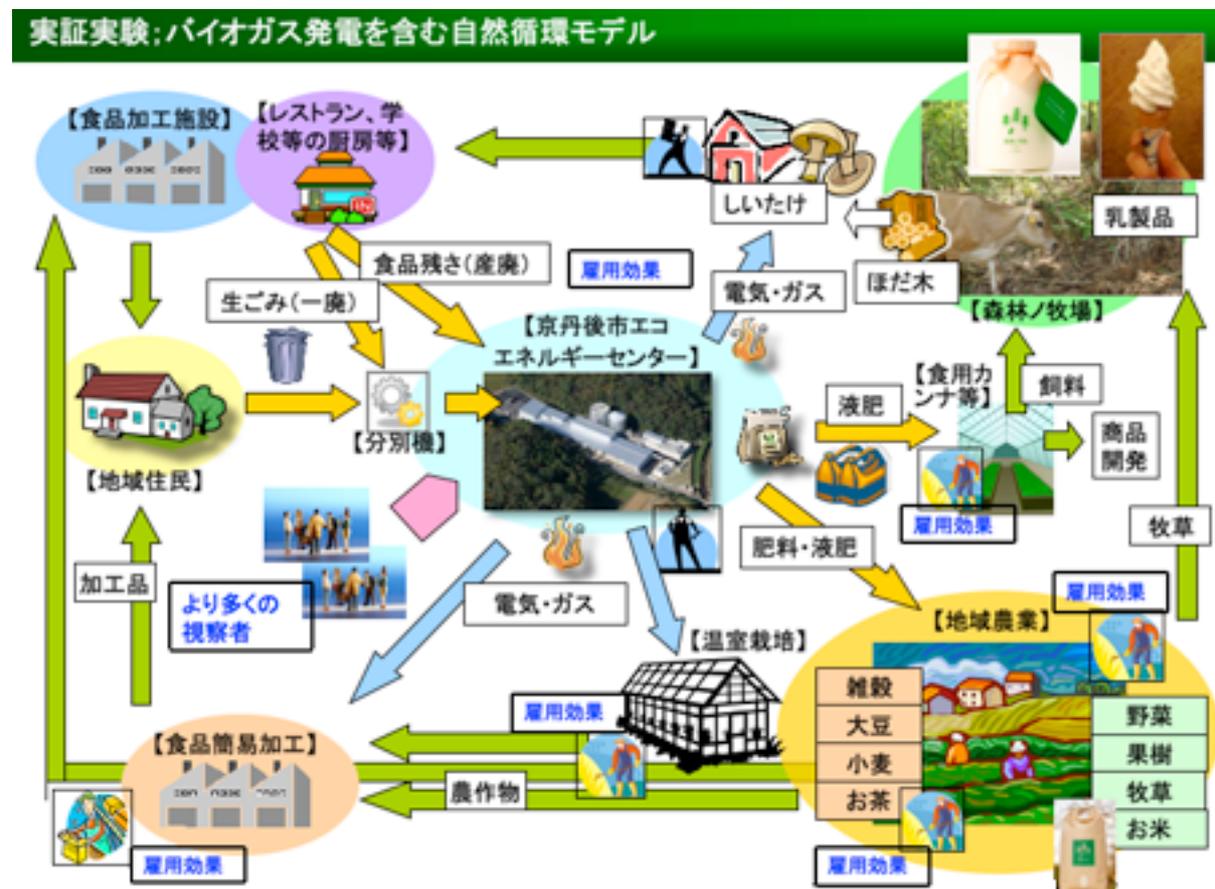


図5

そこで私たちは、京丹後市の森林に着目しました。国内には放置された森林が年々増加しています。こうした森林で放牧をすると牛たちがおいしい草木を食べてくれて、人間が手を加えなくても、整備されてくるんですね。牧場ができると、牧場施設の建設や子どものワークショップをしたり自然に人も集まってきました。農業が無形性のデザインのきっかけとなったのです。図5

無形性をデザインするためには4つの要素があります。

1. 利他的要求…工業時代に失われた自然と人間、人間と人間、社会と人間のつながりを再構築し、社会に役立ちたい。
2. 経済的欲求…必ずしも安ければよいということではなく、豊かな時間や社会貢献などを通して一定のコストに対する満足。
3. 生存本能欲求…健康や安心を約束させること。
4. 利己的欲求…美味しい、感触がよいなどの五感による満足とプライドややる気などの精神的欲求。

この京丹後市の森林ノ牧場で、私たちは500ccで630円というとても高い牛乳を生産しています。よく売れています。たぶん上記の4つの欲求が満たされているからだと思います。まず森林ノ牧場という利他的な思想によって運営されている牧場で作られている。科学に頼らない安全な生産に徹している。こうした背景のある牛乳だからこそ、豊かな時間や満足感も与えてくれる。そして何より、美味しい。そしてこのような事業が継続されるためには、森林ノ牛乳を長く記憶してもらい、何度となく足を運んでいただくことが不可欠です。そのために私たちは、牛乳は京都伊勢丹でも販売していますが、この牛乳でつくる逸品のソフトクリームは、牧場でないと食べられません。とにかく牧場に足を運び、牛乳やソフトクリームを召し上がっていただくことによって、五感で感じ、記憶に残る。

## ●他のプロジェクト

京都に続いて、昨年からは栃木県的那須で同じような森林の酪農を始めました。社団法人コミュニティネットワークと組んで、最終的には80床ほどの高齢者医向けのコーポラティブハウスを建設する予定です。社会と隔離されがちな高齢者が単に介護されるだけではなくて、自分の能力に合わせて農業にも参加する。そこに地元の人々や子どもたちも参加する。農業を通して高齢者のやる気をアップさせ、新しい人間関係を作っていく。地域のデザインの実験をここで始めています。

もうひとつ、滋賀県高島市では稲作のブランディング事業を行っています。戦後、水田は三面張り、二面張りの用水路で仕切られ、米の大量生産を第一に土地改良がなされ、農薬を大量に使った農業が行われてきました。その結果、昔の循環農業システムが破壊され、同時にニゴロブナやナゴヤダルマカエル、ハラビロトンボなどの生物が絶滅に瀕してしまいました。そこでアミタグループの持続可能経済研究所の知見をもって、無農薬有機農法でも収率が上がる方法を取り入れました。すると絶滅危惧種がよみがえり、米の安全数値も上がり、結果、お客さんの安心が得られて毎年2月になったら完売です。

また岡山県西栗倉村の例では、百年の森林構想を掲げ、実現に向けて株式会社トビムシを設立し、投資家を募って資金調達とその運用を行っています。森林のある山を「F S C」に認定し、都会の人々をも巻き込んだプロパティマネジメントも始まっています。

## ●サステナブル社会のデザイン

…ということで、私どもは、やはり持続可能社会の実現には、

1. 少量消費で最大幸福…持続可能性社会の実現
2. そのためのプラットフォーム…食糧、エネルギー、資源の自給、コミュニティや文化
3. 商品…プラットフォームの豊かな関係性の再構築
4. 品質…利他的欲求、経済的欲求、生存本能欲求、利己的欲求
5. デザイン…記憶や共感のデザインと五感+知識

が重要であると考えています。

そして私は、こうした活動を実践するために、公益法人「信頼資本財団」を設立しました。主な事業は、コミュニティビジネスやソーシャルビジネスへの無担保・無保証・無利子での資金提供です。その代償として財団へ無形性の知恵やネットワークを紹介いただく。設立背景には、例えば、昨今、保育園や託児所の不足が言われていますが、ここ10年ほったらかしで改善される見込みもありません。それなら私たちのネットワークに1万人の人が、毎月200円5年間少額寄附してくださったとしたら…1億2,000万円の資金になり、育児サービスの事業に対して資金を出すことも可能です。こんな社会だからこそ、公的サービスに頼ることなく、独自にプラットフォームを築きながら自助でやっていくしかありません。

実はこのアイデアにはひとつヒントがあったのです。1989年の冷戦終了は、当時のECに、軍事ならぬ経済戦争を勃発させたのです。そのひとつがデンマークの市場にコカコーラやバトワイザーなどの世界ブランドが攻めてきたのです。デンマークでは自国のビール産業が大打撃を受けたのですが、その対策として国は瓶ビール以外の販売を禁止し、海外からの缶入り飲料を追い出しました。もちろん世界ブランド側がGATT違反であると裁判所に異議を申し立てましたが、そのときデンマークは経済問題ではなく環境問題として捉えました。そして環境問題は経済問題よりも優先されるという判例を作ってしまったのです。その翌年には、オランダ、ドイツ、スウェーデンも続き、容器リサイクル法など国の政策として自国産業を守ることに成功しました。ところが日本政府は単なるゴミ問題に落ち着かせてしまったのです。この辺のことでわかるように、軍事問題よりも経済問題が優先し、経済問題よりも環境問題が優先したので、EUは環境ISOをスタートさせ、そのレギュレーションはEUモデルが握ることになりました。

EUではこのような流れをさらに発展させて、環境だけでなく人権に対しても目配りをしています。たとえば、人権を犯して安い商品を入れてくるならペナルティを払ってください。労働条件を改善した商品しか買いませんよ…と言うわけです。環境、人権や労働条件を悪くしながら、安い商品をつくっている国はどこなのでしょう？…と問うてくる。こうした対処はEU諸国のBRICs対策なのだと思います。つまり、資源のある国とない国の資源ストレスにどう勝ち抜いていくかという課題に対して、EUは市場を切り札にしてコントロールをかけ、ルールを変えてくるのだと思います。

では日本はどうか？ 日本だけを見ると今後2030年には1千万の人口減が見込まれています。けれども東アジア圏としてみるならば、香港の南から中国の沿海州の大連までと、台湾、韓国、日本を合わせたら7億の人口になるのです。7億のこれからの10年後を想像していただいたら自然と時代が見えると思うのです。アメリカは3億人です。EUでも5億人ですね。今、東アジアという7億の巨大市場がどういうニーズで動き出すのか。市場としての可能性をいかに引き出していくべきかが、日本の未来を決定すると思います。

## ●21世紀の新秩序

最後ですけれども、21世紀の新秩序ということでまとめさせていただきました。

7億の先進国が経済を牽引してきた時代から、35億のアジアが牽引する時代を認識し西洋から東洋へのパラダイムシフトをアジアの中でいち早く経験した日本の世界貢献として、積極的に持続可能社会の構築を推進する施策。

1. アジア35億の中で東アジア（約7億人）の内需市場構築に向けて、F T Aの推進をする前に環境規制の統一化をはかる。
2. 21世紀の資源、エネルギー、食料の制約条件を鑑み、資源循環の多国間協定を推進。
3. 国内では、環境の非関税障壁で国内環境企業の育成に注力するため、拡大生産者責任のモデルを潤滑に行うために、廃掃法の根本的見直しと資源有効利用促進法の運用の整備をし、経済優先の環境法から法優先の体系を確立する。
4. 環境税を社会保険費削減や消費税軽減策に目的使用することで社会的促進を行う。
5. 「所得税改革の推進」所得控除から税額控除へ、特定非営利法人支援税制の拡充。  
相続税・贈与税改革の推進。徴税の適正化。
6. 公民連携の促進

最後に申し上げたいのは、第3の「消費」です。少量消費の最大幸福。人は物の消費からサービスを求めました。そして現在、その次の第3の消費は、貢献消費だと思います。

今、個人金融資産は実際に1,300兆円ぐらいだろうといわれているのですが、そのうちの60%は60歳以上の人が持っています。ということは、約700~800兆円はシニアの人が持っているのです。これは福祉国家では考えられない。この日本の特殊性は「将来に対する不安」が原因です。不安だから、お金を使わないで握ったまま死んでいくという不幸の循環を繰り返しています。高齢者が、自分たちのセーフティーネットや豊かなコミュニティ豊かな未来をつくろうということで1%でも使ってくれたとしたら、その金額は7~8兆ですよね。すごい額です。私は、この第3の消費をかたちにできた人物が、成熟社会において社会的ニーズをつかんで新しい世の中を構築すると予測しています。最後まで、ありがとうございました。

以上

2009年度第11回物学研究会レポート  
「持続可能社会へ、その哲学と行動」

熊野英介 氏

(アマタホールディングス代表取締役会長兼社長)

---

写真・図版提供

画像0；物学研究会

図1；アマタホールディングス

図2；アマタホールディングス

図3；アマタホールディングス

図4；アマタホールディングス

図5；アマタホールディングス

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

- [物学研究会レポート] に記載の全てのブランド名および商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート] に収録されている全てのコンテンツの無断転載を禁じます。

(C)Copyright 1998~2010 BUTSUGAKU Research Institute.