

持続可能社会に生きる意識改革

森 建司（もり けんじ／新江州㈱代表取締役会長・循環型社会システム研究所代表）

父が紙問屋として商売をはじめ、包装材を売るようになった。包装材を売る会社なのに、廃棄物処理問題で、包装材を減らすことに協力して欲しいと頼まれ、包装材を減らすためのプロジェクトをスタートさせた(NPOエコ容器包装協会)。ここで環境への意識が芽生えて、NPOエコ村ネットワークなど立ち上げた。

今日、数多くの矛盾点を露出している経済至上主義社会に代わる理想社会として、持続可能社会への変革は、いまや総論的には理解され常識となってきている。しかし、まだまだ大多数の人々にとっては、漠然としたイメージはできても（感性で受けとめられても）、具体的に現代の経済社会がどのように崩壊していくのか、またそのあとに誕生する持続可能社会像はいかなるものか、その誕生へのプロセスはどうなのか、ほとんど明らかになっていない。

一部の（いや、大部分かも知れない）政治家や経済人、あるいは経済の豊かさを最高の幸福と考える市井の人たちは、保守的で社会変革などへの拒絶反応が強く、特に経済成長が約束されていそうもない持続可能社会に多く反対がある。また、それに応えて持続可能社会にも環境経済による経済成長があると言う人もあるが、その考え方は誤りであると思う。それは市民がモノによる豊かさを最上のものとする価値観、幸福感を持ち続けたまま、それを是とし、持続可能社会を形成しようという安易な考え方があるのではないか。

最近「脱経済成長論」などが言われ始め、基本的には過去の経済成長意識の根幹であった「大量システム」を否定し、「自然循環システム」が持続可能社会を支える新しい経済である事が、少しは認識されるようになってきた。

自然の生態系の中で共生する持続型経済活動は、自然の循環サイクルを絶対条件とするものである。

旧来の経済至上主義は、常に企業の右肩上がりを最優先とする中で存在してきた。自然との共生や働く人々の本当の幸福を作り出すものでなくても、際限のない右肩上がりの経済成長は、経済至上主義の絶対条件であるとして貫いてきた。

その結果が今日の世界の困難な情勢を生み出し、地球的規模の危機さえ呼び込もうしているのだ。社会を変えるものは何か。産業と政治である、と言われている。ではその産業と政治を変えるのは何か。それは消費者であり選挙権を行使する市民である。市民が、危機感をもって未来に向かってのあるべき姿に目覚め、過去の価値観や倫理観を転換して行動を起こしたとき、政治も産業も変革する 때가やってくる。行動を起こすと言っても革命を起すのではない。たとえば経済が収縮し収入が減っても、不要なものを買わず、モノを大切にし、始末して結果として支出を減らし、借金をせず貯蓄を心がけ家族打ち揃って暮らせば、ライフワークバランスが保たれ、そこには、古くて新しい人としての本来の幸せがあるのだ。そしてその行動の変革こそが、革命的に社会を変える決め手となるのだ。勿論、地産地消といえども適切な収入は維持されねばならず、そのための継続的な仕事は必要である。

持続可能経済の基本は、かつてわれわれの先輩が昔から培ってきた「地産地消」のシステムである。生産はフルオートの無人工場でされるものでなく、作り手と買い手が志を一つにして品物を創りあげる。それは子孫に財産として伝える一世一代の大事業であった住宅の建築であれ、ハレの日の晴着であれ、普段の洋服であれ、夕食の魚や野菜であれ、必要なものを、出来る限り地域の業者と一体になって作る品物を中心に購入する。消費者が始末をすることによって需要が減退し経済が

縮小しても、六次産業といわれるように地域の一次産業を自らの手で行い、それを原料として製品作りをする二次産業から、製品の販売を行う三次産業まで地元の中小企業が一貫して行えば、雇用の確保が地域産業でも出来るはずである。生物系資源を基にした産業は大量生産では決して出来ない。したがって地域の特産品として少量であっても、価値ある商品として評価されるものをつくれれば適正価格が通るはずである。

その地産地消の宣伝活動はクチコミだ。業者自らの宣伝活動であれば時には誇大広告が入る事もあるが、クチコミは固定客の長期にわたる信頼から生まれるものである。それに応えるため古い商家には、『子孫には金銭でなく信用を残せ』という遺訓が沢山残っている。

最近、私たちは長浜で中小企業の若手経営者が集まり、「300年経営塾」という勉強会を始めた。この会の趣旨は、『経済至上主義から持続可能社会へ変革期を体験するにあたり、時代の変化にかかわらず必要な経営者の哲学、倫理観の確立を目指し、よって未来永劫に存続を期待し得る企業のあり方を学ぶ』こと。また、目的として、以下10項目を掲げた。

- ①経営者としての共生の倫理と志を確立する
- ②経営者としてぶれない理念と哲学をもつ
- ③経営者として人格を高め品性を身につける
- ④経営者として敬愛される人徳を養う
- ⑤企業として永劫的に存続し得るあり方を探求する
- ⑥企業として共生社会に生きる企業倫理をもつ
- ⑦企業として人々の幸せに貢献する商道を探求する
- ⑧企業として大企業に真似の出来ない中小企業独自の経営戦略を追求する
- ⑨企業として経営者と社員が苦楽を共にする経営を目指す
- ⑩企業として地域振興の基盤となる自立した企業集団をつくる

中小企業の経営者は企業の永続を願っている。大企業のように株主の委託を受けて期中の利益にのみ固執することは少ない（勿論赤字では困るが）。また、クチコミで企業が評価されるのには社長の個性をはじめとして、個人の顔が固定客には見えているだけに、この目的に掲げたような項目が実行されている事が大切である。

社会のあり方、特に経済の有り方は持続可能社会においては特に大きく変革する。市民も企業人も、社会を構成するあらゆる人が共生社会の倫理を身につけ、価値観、幸福感を変えなければ異質の社会に生きる事になり、それこそ不幸な生涯を送ることになる。

共生倫理の心の置き所は、『もったいない (M) おかげさま (O) ほどほどに (H)』の意識を大切にし、『収入半分・支出半分・幸せ倍増』の思いで生きる事が、持続可能社会を幸せな社会にしていこうことだと私達は考えている。

新江州(株)の一組織である「循環型社会システム研究所」では持続可能社会の企業活動が、「公」に立場で行なわなければ成らないと考え、持続可能社会（当時は循環型社会といていた）とはどんな社会なのか、わが社の長期経営計画上からも必要であると思い10年余りに設立した。

この研究所の主な事業は、未来社会に向けての活動をするNPOの支援、そして当時環境倫理として提唱されていた「循環・共生・抑制」の理念を「もったいない・おかげさま・ほどほどに」と言い代えて『MOH通信』という季刊誌を発行し、環境倫理（現在では共生倫理か）の普及活動を始めた。NPO活動では、包装資材（わが社の主力商品であるが）削減運動・エコ村の創設・バイオビジネス創出・アグリビジネス創出・企業倫理の普及活動などに積極的に参画してきた。また「MOH通信」は28号まで発刊（毎号6000部）した。

しかし、残念ながら現在の状況を見渡すとき、これらの事業もまだまだ緒に就いたばかりと言わざるを得ない。