

森を軸に、いかにして 新しいビジネスを起こしていけるか

パネリスト

町田 洋次 (ソフト化経済センター・理事長)
野村 充史 (アドバシプロジェクト・プロデューサー)
大場 龍夫 (株式会社 森のエネルギー研究所・代表取締役)
日野 雄策 (株式会社 きとうむら、株式会社 ガイア総合研究所・代表取締役)

進行役

藤岡 亜美 (スローウォーターカフェ有限公司 代表)
青木 将幸 (エコのもりセミナー事務局)



青木: それでは「森を軸にして、いかに新しい社会事業を起こしていけるか」というタイトルで、ディスカッションを進めさせていただきます。進行役は、エコのもりセミナー事務局の青木とスローウォーターカフェの藤岡亜美さんです。藤岡さんは、エクアドルの森を舞台に、そこで栽培されたインタグコーヒーやフェアトレード商品の販売プロジェクトをスタートされたところですので、まずその話を。次に私のほうから日本の森が抱える問題について、簡単に整理してお伝えし、その後、森を軸にしたビジネスをつくっていくために、どのような課題があるのかについて、パネリストのみなさんと探っていきたいと思います。

藤岡 亜美 スローウォーターカフェ有限公司・代表 ナマケモノ倶楽部・理事

1979年生まれ。2002年3月明治学院大学卒業。学生時代から環境NGOナマケモノ倶楽部の理事をつとめるほか、ボランティアとしてエクアドルでエコツーリズムのプロジェクトに参加、調査・研究・開発を行う。卒業後、有機コーヒーの焙煎と雑貨輸入業務を開始。ETIC主催の「STYLE2002」で優秀賞・感動賞を獲得。「スローウォーターカフェ」を法人化し、2003年11月の出店に向け現在準備中。自販機をボイコットして水筒を持とう!という運動と、麻製の水筒ホルダーを販売するビジネスをつなぐなど、エコをスタイルとして提案するビジネスを模索している。 <http://www.slowwatercafe.com/>

エクアドルの森を軸にしたビジネス
「スローウォーターカフェ」

藤岡：今日は、パネリストの皆さんやお集まりの皆さん方が、森を軸にしたビジネスが循環していく場所にいることを感じて、すごくワクワクしております。今日は日本の森がテーマですが、私は、環境NGOのナマケモノ倶楽部の活動からスタートした、エクアドルの森を軸にしたビジネスを始めたばかりです。

ここが舞台となる南米・エクアドルの森です。92年に日系企業の鉱山開発が始まりまして、雲霧林と呼ばれる特別な生態系の森が、野天掘りによる開発によって破壊されるという危機にさらされました。私は、学生のとき、このフニン村というところに3か月間住んでいました。ここの村人たちが、森を守ったまま暮らしを成り立たせていきたいという決断をして、日系企業の鉱山開発に反対をしながらにまっています。私はこれを契機に、仲間たちと森を守る方法を考えてきたわけです。

エクアドルのすごくへんぴな村なので、作物の栽培をすることだけでも大変です。少しでも利益を生み出していくために伐採が行われ、換金作物が植えられていたのですが、それでは豊かな森の木がなくなってしまう。その解決策としてやっているのが、コーヒーの森林栽培です。バナナとアボガドと、パパイアや、そのほかの在来種の森を残したまま、木漏れ日でコーヒーを育てています。他の木の落ち葉が肥やしになったり、クモが巣を張ることで虫の増えすぎが防げたり、森の中の生態系を上手に取り込むことで有機無農薬のコーヒー栽培が実現しています。

このように森が残っていくことで、土地の補水作用も保たれていますが、周りには全部サトウキビでだんだん侵食されています。

こうして栽培されたコーヒーが日本に届きます。2001年に出荷されたのは133俵ですが、2003年には500俵になっています。このようにどんどん増えていくコーヒーを販売するのが日本の私たちのミッションです。そこで、フェアトレードという方法で、市場の価格の変動に左右されない価格を生産者と取り決めてコーヒーを輸入し、販売しているわけですが、その中で気づいたことは、エクアドルの森の問題というのは、東京に住む私たちのライフスタイルが、結果的に生み出している問題でもあったということです。

この問題の根本を解決するために、コ

ヒーを売ることで東京にエクアドルのいまのストーリー、つまり、人と人、人と自然のつながりが、速さや効率を求めるがゆえに犠牲にされてきたことを伝えながら、新しいエコロジカルなライフスタイルを提案していこうとビジネスを始めました。

商品のひとつをお見せしましょう。これは麻製のボトルホルダーです。みなさん、自動販売機を使ったことのない方はおられないと思いますが、日本の自動販売機が全部なくなったら、原子力発電所2基が必要なくなるという話があります。このボトルホルダーは、鉱山開発があった地域で女性の生産者組合を組織して編んでもらっています。これを日本の若者に広めることで、エコロジカルな、スローなライフスタイルに転換してもらおうと、いま生産者組合を増やす活動も始まっています。

これはほんの一例ですが、エクアドルの森の産物を販売することで、森にまだ残っているスローな生き方を紹介し、逆に都会が助けてもらうということを考えています。

日本の森林と林業が抱える問題

青木：日本人というのは、1万年以上前から、森とのかかわりを上手につくってきた民族です。そういう日本人と森とのつながりが大きく変わったのは戦後になります。戦争で焼け野原になった国土を直していこうとか、住宅を建て直していこうという方針のもとで拡大造林が行われました。これによって杉や檜を中心とする人工林が増え、現在、日本の約4割が杉、檜等の人工林です。

そして、1960年に外国の木材の輸入を自由化したわけです。先ほど、大豆の自由化で日本の大豆の自給率が激減したという話がありましたが、構造的にはほとんど同じで、国産材と外材との価格競争が起こって、安い外材に価格で勝てなくなり、日本の林業、製材業は大打撃を受けました。

林業、製材業が儲からなくなるとどうなるか？簡単に言いますと、日本の4割を占める人工林は手入れが不足してきます。間伐、枝打ちなどの手入れをあまりしなくなる。あるいは、木は切って出すけれども、その後もう一回植えることをしなくなり、放置林が増えてきて問題になっています。

もう一つの問題は、担い手の減少です。儲からない産業ですから若者はやらない。実は私は和歌山県新宮市の出身で、林業家の息子なんですが、親父はまだ林業をやっていますが、僕の代はもうやらない。そう



考える若者が増えてきて、担い手は高齢化する一方という形です。

こうして、山村の経済全体が悪化し、土木建築業に依存したり、まともな産業がなかなか起こせなくなって疲弊する。このような深刻な問題をいま日本の森は抱えています。

もっとも、儲からないからといって日本の森を放って置いていいのかというと、そうではない。そこで、いろんなセクターの人が活動を開始して、たとえば、行政は補助金をつけるなどの施策を講じて林業をなんとか守ろうと努力していますし、森林ボランティア団体は市民参加の森づくりということで、近年その数が増えてきています。もちろん民間の林業や製材業の経営改善もみられまして、FSCという林業の認証マークを取得したり、集成材で新しい商品価値を高めていく努力もしています。

しかし、これがなかなかうまくいかない。補助金を出せば出すほど、どんどん補助金依存体質になっていくとか、森林ボランティア団体が増えてはいますが、トータルで日本の山を整備できるほどの力はまだ持っていない。民間の経営改善ももちろん進んでいますが、構造的な外材との価格差に敗けている。これでは問題を解決できない、飯も食えないなという状態です。

だからこそ、事業を通じた問題解決の担い手として、森に社会起業家が必要なのではないかとエコのもりセミナー事務局は考えました。

今回のディスカッションでは、森を軸に新しいビジネスをつくっていくには、いったいどういうスキルを身につけていけばいいのか。実践されている皆さんは、どんな努力をしてきたのか、もしくはこれからどういう努力をしていく必要があるのかなどについて、先ほどご登壇いただいた4人のゲストの方と一緒に探していきたいと思います。

アイデアを事業に結びつけるために

青木：今回のディスカッションのテーマは、森を軸として起業していくために、私たちはどういうスキルを身につけ、どういう努力をしていくべきかということですが、事業になる前のアイデアはいろいろ出てくる。それを具体的な事業にするために、何が必要でしょうか。

ほくらもエコのもりセミナーの中の里山インタープリターズキャンプで、バイオマスでどんな事業ができるだろうと2泊3日でアイデアを出したら100個も出てきたん

ですが、事業化しているものはひとつもないんです。いったいどんな努力が必要なのか。まず大場さんにうかがいましょう。

大場：自分一人ではできません。たとえば、いま各地でバイオマスエネルギーの研究会在立ち上がっていますが、その研究会のメンバーの人たちというのは、何かやりたいわけです。そういうところにアイデアとか種をお伝えして、どんなふうに具体化したらいいかということで一緒にやっています。そこからプロセスを学んでいきながら、こんどはほかの場所で応用したりお伝えしたり、そういうピンポンをやりながら広げていくというのがパターンかなと思っています。

青木：事業をつくっていくのに、1人で一生懸命考えるより、仲間と一緒にアイデアを出し合って事業化していくチームをつくり、そこからまた広がって次のチームと一緒に仕事ができるようになっていく。そういうことができるといいですね。

藤岡：野村さんは、アイデア自体はほかの人が考えたものに目をつけられて、それを進めていったわけですが、その過程でどんな努力が必要でしたか。

野村：アイデア自体はでき上がっていましたから、あとはこれをどう動かしていくかというのが僕の考えどころだったわけです。協賛企業を募集して、こんなすてきな割り箸ができて、こんな立派な社会事業ができますと、webで告知するだけだったらだれでもできるわけですが、もっときちっとビジネスを見据えるためには、金を持っているところを探さなければいけない。パートナー企業をどこにしようか。割り箸といえば、ということでいま目標にしているのがコンビニエンスストアチェーンなんです。

そこから先は、「いいお箸になります」だけでは話にならない。その企業にとってどんなメリットがあるのかをしっかりと打ち出せなくてはなりません。もうひとつ、ちゃんと考えなければいけないのは、これを広告媒体としてセールスするに当たって、割り箸袋の広告にどれだけの価値があるのかということです。

青木：媒体価値を説明しなければいけないんですね。

野村：そうです。その媒体のコストパフォーマンスはどうか尋ねられますから、その辺の試算をしなければならぬ。まったく新しいメディアなので、実は未知数ですと答えざるを得ないような状況も多々あって、そこが一番苦勞しているところです。



ですから、それに近い媒体のデータ、たとえば、マクドナルドのトレーに敷いている紙は何円でセールスされていて、どのような接触率だから、これと比較するとどうかというようなことをやったり、それでも説得はなかなか難しく、割り箸袋なんて即捨てられてしまうものじゃないかと言われる方も当然いるわけです。そこをどう切り返していくか。そのときに、デザインの力とか、すごく楽しい広告プロモーション活動ができますとか、企画を練る中で評価を得ていきながら、媒体価値を説得していく。そこが苦労するところです。

藤岡：お2人とも、バイオマスエネルギーとか広告といった専門分野があって、そこからさらに、足りないことや、いままで知らなかった分野について学んでおられると思うのですが、そのことによって問題に対する見え方が変わったりするようなことはありましたか。

大場：私のほうは、バイオマスエネルギーというところから入ったんですが、それだけでは済まないんです。現場で機械を入れたりして事業化の支援をしていくには、税制とかエネルギーの制度の関係とか、そういうところまで考えざるをえません。森林の抱える他の問題がいろいろ見えてきて、いままでなぜマーケットができなかったかという、マーケットができないの理由があったということの思い知らされるわけです。どんどん考えていかなければいけないことが拡大していくんですよ。

野村：アドバシに関して言えば、いろんなジレンマがあって……。たとえば、間伐材を使うことは森林保全につながりますというメッセージだけではなくて、リサイクルシステムまで構築できないといけないうら。でもそれにはものすごく時間もお金もかかるし、難しいなと思うんですね。一方、コミュニケーションということでたくさんのことを伝えたいんですが、広告のセオリーからすると、たくさんのことを伝えようとしても何も伝わらない。言いたいことをシンプルに伝えなければダメです。一番大事なことは、どこかを気づかせる。それを押しつけがましくなくコミュニケートしていくのが大事かなと思っています。

青木：社会起業家は新しい価値を提示していかなければいけない。それはまだ世の中に知られていない価値や新しい商品だったりする。そういうときにどうするか。数字でほかのものと比較して、こういう価値がありますと言ったり、デザインで差をつけてみたりといった工夫や努力をしておられ

る。いろんなことを一度に言おうとしてだめになるのを、シンプルにして、ひとつのメッセージで伝えていくことが大事だということでした。

森を軸にした起業の新しいコンセプト

青木：これまでコンセプトという言葉が何度も出てきました。森をよくするには新しいコンセプトが必要であるというお話もありましたが、森の社会起業家ということで、これはおもしろい事例だというのがありましたら、町田さんからお願いいたします。

町田：私は林業の専門家ではないから詳しくはないんですが、ホームページで林業の再生などを探すとたくさん出てきますね。そういうものを見て思ったのは、多くがハードウェア志向だということ。物を作ろう、工芸品を作ろう、炭を焼こうといったことで、それはそれでいいですが、ソフトについてはあまりいい事例がないんです。

その中で、感心した例が2つありました。1つはレジャー林業。もう1つは、「京の里山マウンテンバイクツーリング」というサービスです。

レジャー林業のほうは、ボランティアと言わないでレジャーと言っている。ここが新しいと思うんです。埼玉の高等学校の先生が、30代前半のときから奥多摩に入って、そのうち山林地主で林業をやっている地元の人と知り合った。その家の息子は跡を継がないで、地元でパンを焼いている。我が家には広い林があるから自由に入ってよろしい、使ってみてくださいというのがはじまりだったそうです。以後15年間、休日は必ずそこに入って伐採とか、林業の仕事を、これは私のレジャーだと言ってやっているわけです。林業をやるにはノコギリとかナタとかが要りますが、それをみんな自分のポケットマネーで買うんだそうです。ゴルフとか野球をやるのと同じ感覚。たまたまそれが林業だった。最初は1人でやっていたのが仲間が増えて、いまは相当なグループになっているようです。こういうのは、これからどんどん広がると思えますね。

もう1つの「京の里山MTBツーリング」ですが、京都は交通渋滞で、お寺を回るにも自動車では渋滞してしまいます。貸し自転車で回るというアイデアは当たり、繁盛しました。おかげで京都財界から優れたビジネスプランだと表彰も受けているぐらい地元では有名です。今度は、それをマウ



ンテンバイクで里山経由で古跡に行くというツアーを売り出しています。自転車観光ツアーを専門とするメンバーと一緒にツーリングをする。たとえば、宝が池を起点にして大原まで行く。参加費が5,000円。里山を楽しんで、ついでにマウンテンバイクというスポーツも楽しもうという考えですが、こういうのも新しいサービスの開発だと思いました。

こういうことを里山とか林業の再生とかでもっとやったらいいと思うんですよ。若い人が多いですし、1人5,000円で20人だったらかなりになりますし、これで20コースぐらい作ったら相当なものですよ。

もうひとつ、新しいと思ったのは、竹の家の話です。滋賀県に近江八幡という町があります。ここは竹の産地だそうで、市役所がイベントをやらうと思って、ある女性の若い建築家に企画を依頼した。早稲田大学を出た30代前半の人ですが、何をやったかという、竹やぶで竹を生かしたまま家をつくったんだそうです。竹やぶに付加価値をつけて、人間が住む場所か思索する場所、そういう空間にする。昔から竹林の七賢人と言うのではないですか。この話も、とても新しいと思いました。

こういう感じのものがどんどん出てくると、林業は本当に復活するのではないかと思いますね。われわれがそういうところにお金を払うようになるわけですが、その場合に大切なのは、楽しいとかそういうフィーリングです。衰退した林業を歯を食いしばって復活させようと思っても復活しません。何かコンセプトを考えなければいけない。それを考える人が、まだ数は少ないけれども、探せばいるということを申し上げたい。

社会起業家に必要なスキル

青木: コンセプトをつくる力が社会起業家には必要だということですが、どういうスキルを持っていなければいけないかということのヒントが、英国のCAN (Community Action Network) がまとめた「ソーシャルアントレプレナーA to Z」です。Aのアドボカシー (Advocacy) からZの熱意 (Zeal) まで、アルファベット順に26の特徴を挙げていますが、これを題材にして話を進めていきたいと思っています。
藤岡: このA to Z、1つ1つ項目をチェックして点数をつけると、自分の能力が確かめられるので、やってみると面白いと思います。これを見ていくと、これなら自信があるとか、見ただけで頭が痛くなるもの

もありますが、ここにおられる皆さんは、最初からこれを全部満たしていたのでしょうか？日野さんはいかがですか。

日野: RealismとIdealismの2つが挙がっていますが、このバランスについて考えますと、エコロジーとか福祉などというのは、どちらかというとな非営利的な事業ですね。そういうことをやろうという思いを持っている人というのは、理想主義で、現実感に乏しいということってけっこうあると思うんです。夢はエコロジーをやりたい。でもそれでは生活できないので、現実問題としてほかのことで稼がなければいけない。そこですごく板挟みになってねじれているという部分があるんじゃないでしょうか。

現実を考えると飛び出していけないとか、いまやっている仕事をやめてエコロジー事業家にはなかなかなれないと思いがちですが、実はそうじゃないんです。嫌なことをやってお金をもらっている、その時間のむだとか人生のむだを考えると、これはとんでもないむだをしているわけです。それで、たとえば50万もらっても、それだけのストレスをほかで発散させるのに30万使っていたら、結局は20万しか利益がないわけですよ。

青木: それは悲しいですね。

日野: 悲しいでしょう。でも、自分のやりたいこと、本当に好きなことをやって、満ち足りていれば、20万しかもらえなくても、こちらのほうがずっと得なのではないか。だから、もう一度自分の経済価値観、自分の生活観、ライフスタイルを見直して、何をもちて現実とするかというところで、スタンスを俯瞰 (ふかん) してみる。

僕らの身の回りにある経済というのは、どうも惑わしが多いのではないかと。生きていく上で必要な経済と世界規模で動いている経済との間に、かなりの差があるような気がするんです。その辺で、自分の生活の中で何がコストであり何が自分の生きがいであり、何がむだなのか、すべてのことをもう一度見直して、それこそ現実味をもって自分のやりたいことに、夢ではなくリアルな価値観をもってトライするというのが必要だと思います。

藤岡: 本物のロマンチストは、本当のリアリストかもしれないということですね。

野村: 僕も同じようにこのIdealism、理想主義というのは絶対に必要というか、自分を振り返ってみて、まさにこれだなというところ。リストの中で自分に欠けているところはいっぱいありますが、とくに

ソーシャルアントレプレナーA to Z

■ビジネスセンス

Business skills	事業能力
Financial skills	財務能力
Hard work	激務
Negotiation skills	交渉能力
Organisational skills	組織能力 (管理能力)
PR skills	PR能力

■いかに事業を立ち上げるか

Consensus building	合意形成
Delegation	委譲
Enterprise skills	起業能力
Knowing the Market	市場を知る
Team player	チーム・プレイヤー
Quality conscious	質へのこだわり
Realism	現実性
Unorthodox	オーソドックスでない
Well connected	まめな連絡

■起業家精神

Advocacy	アドボカシー
Gregarious	社交性
Idealism	理想主義
Juggling	手品
Leadership skills	リーダーシップ能力
Motivator	動機を与える人
Sense of humour	ユーモアのセンス
Visionary	夢
X-factor	魔法の力
Young-at-heart	気持ちは若い
Zeal	熱意



欠けているのは委譲、人に任せるということで、とにかく思いが熱いと自分で何でもやってしまうという人がNPOでも会社の中でもすごく多い。その癖というのがどうにも直らずに、プロジェクトでも自分ばかりで背負ってしまって、うまく回っていかない。分散してやれるような、そういう能力をつけたいと常に思っています。

青木：これは日野さん、いろんなシヨップの立ち上げとか、お茶の水GAlAなども経営されてきて、木頭村に行ってしまったのは、だれかに任せて行ったわけですね。

日野：もう僕自身は、ある程度スタートのベクトルが定まったあとは、人に任せないと成長しないと思っているんです。その中で自分がかんじがらめになって、それを守るだけに終わってしまうともったいないというか、自分が楽しくない。もともと股旅が好きで、全国各地を転々とするのが好きなので、あちこちのそういう人の動きを支援してあげたいというほうに自分の思いがあるものだから、とにかくベクトル、コンセプトと出発のスピード感と、ビジネスに携わる人のやりがいとやりたい気持ちがあれば、多分事業はうまくいくと思います。

ただ、ここで気をつれなければいけないのは、事業規模だと思うんです。環境と経済の一番のポイントは、その地域での適正な事業規模です。たとえば、木頭村というのは山林で、住民が1800人しかいない。そんなところで20億、30億の企業が立ち上がったら、こんどは環境破壊が起りかねません。だから、何をもちて事業規模とするか。最初から規制をつくる必要はないけれども、ある種経済活動というのは、うまくいきはじめるとお金儲けがメインになってくる恐れもあるんですよ。

僕は目的よりも手段が大切だと思っているんです。目的は自分の生活のためでもいい。手段がエコロジカルで自分の生活なり、自分の幸せのためというのがいいのではないかと思います。逆に、目的がエコロジーでも、手段がアンエコロジーだったらあまり意味がない。平和のための戦争みたいなものですから、手段をどうエコロジカルにしていけるかというところで考えると、規模もべらぼうに大きくはならないでしょう。あまりしんどくないし、楽しいというあたりがいいのではないかと思います。

青木：会場からの質問の中にも、「社会起業家とか社会の問題解決をしていく事業に適正規模というのはあるのですか」というのがありました。町田さんはこのあた

り、どうお考えですか。

町田：適正規模はあると思っています。社会起業家は人間を相手にする仕事だからです。製造業などは原材料が相手ですが、ソーシャル・アントレプレナーがやる仕事は人間が相手です。NPO活動もそうですね。よく言うのは、10人以上集まると必ずけんかするということですが、NPOなどの場合、このけんかがものすごい。企業だったら儲けるか儲けないかで、原理はわりとクリアですが、これがない。使命とか言ってるでしょう。はっきりした使命があればいいんですが、はっきりしない。だから、この争いはものすごいと言いますね。人間の輪がおのずから規模をつくるのだらうと私は思っています。

青木：では、大場さんお願いします。

大場：いま10人以上だとすごい戦いというお話でしたが、うちの場合はスタートして半年のときにすごい戦いになってしまいました。一度会社が分解しました。いまもう一回再生のプロセスをやっているところなんです。

何で分解したのかですが、それは私が悪いんです。このリストを見ますと、能力がないところがいっぱいあります。たとえば、組織の能力とか、まめな連絡、コミュニケーション能力が欠けていた。私は職人肌で、なんでも自分でやってしまうし、やりたがるんです。当時は、いまがチャンスなんだからと、お客さんへはニーズがあったらなんでも対応しないといけないと思って、機器からコンサルティングから、工場の運営支援とか技術開発もやって、すべてを自分で抱え込んでしまって、なかなかコミュニケーションが取れなかった。それとマネジメント能力も欠けていて、メンバーは、こんな社長じゃついていけないということで、もうやめたと分解してしまったわけです。それで、すごく苦しんでいたんですが、失敗したことが自分の学びになっていると思って、いまもう一回スタートしようとやりはじめています。あまりかっこよくありません。

青木：大場さんはこの会社を立ち上げるまで、フリーター人生といますか、いろいろ経験を積み重ねて、ここでなんとかやりたいという気持ちから会社を立ち上げられ、一度分解して、いままさに次のステップに行こうとしている。すごくタフですね。成長する力が必要だということを感じました。

藤岡：起業したときは持っていないくとも、この能力をだんだんと集めていくことでも



いいんだと思います。

青木：そういう意味では、いまたとえフリーターであろうと、会社の中で働いている人だろうと、起業しようと思えばできる。

藤岡：私は学び方のプロセスについてとても気になるんです。日野さんは、エコロジーショップの店長などを任せてスタッフをたくさん育ててきたと思うのですが、その人たちが足りない能力をどのように獲得していったんでしょう。

日野：こういうリストは初めてですが、リストを見ると大変だなと思いました。

ただ、人というのは、植物もそうですが、雑草に見えて実は雑草にもそれぞれの環境で役目があったりするわけです。それを雑草だから切れというのは傲慢で、僕はやはり人それぞれの能力に見合った場があっていいし、それをどうやれば見つけ出せるかが基本だと思うんです。それはいい聞き手がないとなかなか見えてこない。先ほども村の資源を見つけるために、インタビューになって村の人に訊ねたと言いましたが、それと同様、その人のもっている気持ちや思いといったものをまず最初に聞いてからでないと、次の話はできないんじゃないか。それこそお店づくりなどは、僕がやるわけじゃない。こういうエコロジーショップをやりたいという問い合わせがあって、店の名前も何も決まっていないところからスタートする。その人の心にあるものをどう導き出すがポイントになるわけです。その人の持っている宝物は何か、村の持っている宝物は何か、基本はインタビューだろうと思います。

青木：宝物探し、人それぞれ雑草であろうと何であろうと、何かいいものがある。それを探していく姿勢で人が伸びていったり元気になったりするということですね。

藤岡：村との向き合い方も、一緒に働く人との向き合い方も一緒なんですね。

青木：山村にはなかなか人材がない。都会だからできるんだという話もあると思いますが、都会の人が入って行って、地域の人のおいしいところを開いて発掘して行って、一緒に事業をつくっていくという流れができると面白いですね。

社会起業家を支援する方法

青木：次に、藤岡さんにも質問があります。社会起業家みたいな人を個人的にも応援したい、出資したいというニーズもあると思いますが、藤岡さんはどうやって周りの応援を集めていますか。

藤岡：もっか、その応援を軸にして事業を

立ち上げているところですが、コーヒーを飲んだり、買ってくださる人は、本当に何かを変えたいとか、日本の森が気になっているという方が多いんです。そういう方に会員になってもらって、頒布会ということでコーヒーを販売していくというのがありますが、もうひとつ出資者になっていただくという関わり方もあると思います。私が具体的にやっているのは私募債という形で、カフェ出店に向けての資金の半分をこれでやっています。スビカ麦の穂というパン屋さんが昔やったやり方ですが、1口5万円でオーナーになっていただく。自分はカフェでコーヒーを作るとか社会起業家で事業を起こすことまではできなくても、いま世の中が気になっていて、森を軸に何か変えたいと思っている方たちの力を活用してということで、オーナーの方々にはコーヒーとか、パーティーへの参加とか、手作りで利益を返していくわけです。

青木：やはり個人の金儲けの事業ではなく、みんなのための、みんなが応援する事業にしていく。そういう意味では、木頭村の人たちが株を買いたいという気持ちと同じなんです。大場さんのところは株主が22人ということで、志を同じくする株主を集められたわけですか。

大場：そういうことですね。何かしたいけれども、何をするか。じゃこの事業をやるのに自分の出資で貢献したいという形で参加しておられると思います。

青木：社会起業家には、そういう共感を集めたり、参加を促したり、その参加できる形をつくって行って、こうすれば参加できます。皆さんもオーナーやってくださいと呼びかける力も必要なかもしれません。

行政の方からも、「わが地域でも森の社会起業家をどんどん育成したい。行政で支援をしたいけれども、どのような支援をしたら社会起業家は育つのでしょうか」という質問が来ています。また企業の方からも、そういう流れを応援したいということですが、ではどういう応援のしかた、支援のしかたをしたら社会起業家は増えてくるのでしょうか。町田さんからお願いしたいと思います。

町田：この数年、行政の方がお見えになりまして、こういうことをやろうと思っているけれども、この先どうしたらいいですかということで話し合ったことがあります。私の考えを述べるんですが、共通しておっしゃるのは、あんたの言うことはできないということですね。だったら来るなですよ。(笑)



行政をやっておられる方は、法律とか制度とかがあって、それをちゃんと守るようにやるのが仕事ですね。当たり前です。ところが、その制度とか法律が古くて、新しいやり方でやろうと思っていてもできない。新しいものは、ずっと先に待っているという状態があるわけです。だから、制度ばかり守っているのではなく、リスクを取ってほしいと思うんです。お役人の中でとくに若い人には、そうやりたいという人もいますよ。行政をやっている一人一人がトライする。全体でやる必要はないんで、1人がやればいいんです。そういう人に期待したい。

僕はつくづく思うんですが、やはり偉くなりたいと思う人、野心のある人はやりはじめています。野心のない人は、のんびんだらりとやっている。これは企業も同じで、一旗上げようという人はリスクを取ります。もっとも私はリスクはないと思います。だって遅れて制度が必ず変わるんですから、先回りしてやっていけば、その時誉められます。先回りして待っていれば、偉いと言われ、躍進しますね。このようなことがいまトレンドとしてあるのではないかと思います。だから、お役人も起業家精神でやってほしい。そうすると、民間の中で日野さんのようなアントレプレナーがいますから、起業家同志心が通じ、パートナーシップを結んで2人でできるわけです。それは楽しいと思いますよ。

青木：なるほど。ほかの皆さん、どう思われますか。こういう人がどんどん増えてくるためには行政とか企業とのこういう関わりがあると面白いというのがありますか。
日野：たまたま沖縄・那覇市の商店街のエコ化ということで、ゼロエミッション課の方から、予算はそれほどないけれども何かできませんか、と問い合わせがありました。予算が先にありきだとどうしても消化しなければいけないのですが、とにかく箱物はもうだめだという話をずっとして、これから行政がエコロジーで何かやれるとすれば啓蒙という部分だろう。環境系のコマースは企業でなかなか出せないし、一般の企業が環境系のパンフレットを作るといっても宣伝になってしまう可能性があるので、たとえば、商店街に配るエコ系のパンフレットとか商店街活性化のパンフレットとか、もしくは観光客向けに配るパンフレットなどから変えていこうという話をしました。再生紙を使って、印刷も大豆インクとか変えていく。そういうソフトを蓄積していくことに行政は力を注

ぐべきだし、できるだけハードは作らないほうがいい。ハードをつくって行政が運用しようとする、どうしても赤字になってしまいます。民間的な非常にシビアな経済価値観がないとハードは運営できませんから、行政はぜひソフトにお金を投入していただければと申しました。

町田：全国の知事、市長、町長で、若くて革新派の人が当選すると、3年ぐらいはまああまあの成果が上がるんです。ところが、その先になかなか進まない。聞いてみると、浮き上がってしまっているんだそうです。保守派から足を引っ張られる力が強いんですね。いまはそういう状態で、苦勞しているところが多いそうです。

横浜市の中田さんも改革派の若い市長さんですが、新しい行政サービスのビジネスプラン・コンテストをやって、当選すると予算を上げるということをやったそうです。そして都市経営部という新しい部をつくって、やる気のある人を支える制度を設けていると聞きます。これはひとつのやり方ですね。

あまりやみくもに突進すると、やられます。いまの行政は揺れていて、前途は長いんですね。やる気のある人をどうサポートするか。そして市民がどう支えていくかを考えていかなければなりません。

やりたいこと、好きなことを事業化しよう

青木：そろそろディスカッションの時間も最後になってきました。今回は、ディスカッションのテーマを、これからどうやって新しいビジネスをつくっていくか。どういう努力、どういうスキルが必要かということとやってまいりまして、いろんなことがやれるかなという感じがしてきました。

やはり意思決定のスピードが大事。1人で考えないで、チームで考えよう。数字でちゃんと説明できるようになろう。デザインで差をつけよう。シンプルにメッセージを出そう。運も大事。いろいろありますが、コンセプトとベクトルとスピード感があって、そこから軌道に乗せられたら、次の人に任せてもいいけるのだ等々いろいろ学ぶことができました。

最後に皆さんから、これから森と社会起業家ということについていくのだったら、こういうことを話しておきたいというところを一言ずつお願いしたいと思います。

大場：私はいま会社のほうで人材を募集していますが、来られた方に必ず聞くことは、本当にやりたいのかどうかということ



です。自分が本当にやりたい分野と、やりたいことと、自分の得意なこと。それをいまの事業に結びつけていく。お金をしていくということですね。それには、まず自分の力が本当に発揮できることをやらないと、こうすべきだということだけでやっても、結局は続けられません。だから、好きなこと、やりたいことをやってくださいということをお伝えしたいと思っています。

野村：今の話とかぶりますが、本当に自分が信じたことをあきらめずに追求していけば、パワーは落ちないものなんですね。不思議なもので、私は、大場さんのように株式会社として会社を立ち上げるわけでもなく、ふつうのサラリーマンとしてデザイン会社に勤めておまして、一方でNPOを立ち上げようと、とにかく自分の思い一つでわがまま勝手にやっております。うちの社長とか上層部の理解がすごくあるという恵まれた環境にあることもあります。実はやりたいことを持って、ふつふつとしている人が150人ぐらいいる社員のうち、おそらく100人以上いると思います。そういうことは黙っていないで、口に出して行動に移そうということで、私は社長に向けてメールを打ちました。一昨年の6月ごろでしたが、こういう新しい起業、社内ベンチャーみたいなことをしたい。成功できなかつたら、また元の部署に戻してもらってもいいし、減給してもらってもいいというような生意気なことを言って、やっと去年、異動して、このような新しいビジネスをつくっていきこうという環境がくれたと思っております。

広告会社やデザイン会社に限らず、メーカーでも流通業でも、皆さんの置かれている立場で、やりたいと思うことがその会社の中でどう実現できるかを考えてみたら、何かできるのではないかなと思います。学校の先生だったら、子どもたちに教える場があるというのはすごくいいじゃないですか。いろんなことを工夫して、オリジナルな授業でエコなことを教えていくことができますから、すごくうらやましいと思いますし、弁当屋さんだったら、お箸を間伐材に変えることだけでなく、弁当箱自体も間伐材で作ったらどうなるだろうとか追求して、オリジナル弁当を作ったらすきじゃないですか。檜の香りがほんのりご飯についているお弁当屋さんなんてなかなかないかなと思います。

僕は理想主義者なので、そんなことばかり言っていますが、自分がいるセクションの管轄ではなくても、セクションを飛び越

えていろんなところに話をしに行く。一番大事なのは、いろいろな人に直接対面して、話を聞くことだと思います。自分から耳をそばだてて聞きに行き、何でもまず受けとめてみるのがすごく大事で、そこから何か見つかると思いますし、自分のやりたいことが自信から確信に変わっていく瞬間が見えてきたときに、またパワーが出る。そんな気がしています。

私はまだ発展途上ですが、そういう心づもりでいつもやっています。

日野：事業化の最終的なところに消費者がありますが、たぶん、消費者と起業する人と生活者はみんな同じです。ただ、消費者には、黙って商品が流れてくるのを受けとめる人と、自分から探そうとする人と2種類あると思うのです。こういうエコロジックな起業というのは、黙って受けとめる人を相手にしていたらコストもかかるし、時間もかかる。だから、自分から積極的に探そうとする人とまずつながって仲間を増やし、そこから次の消費者に向かっての提案を一緒に組み立てていくことが重要かもしれません。

最初に発信したときに集まってくる人は、資本家になるかもしれないし、消費者としてずっと長く付き合ってくれるかもしれない。そこからまた広がって、次の消費者につながっていく。その連鎖的な動きをどうつくれるかがポイントで、その連鎖的な動きをつくる核にあるのはストーリー、物語ではないか。その物語が、自分と人との出会いを通じて、仲間になってもらうことによって広がっていくのではないかなと思います。

僕はいくら2時間、3時間話しても届かない人には、10分の段階で話をやめたほうがいいと思うんです。1人の人に2時間話すよりも、2時間のあいだに100人の人と出会える。そして、その中で10人の人がわかってくれたほうが早いですから、いまはまずそんなところからスタートして仲間を増やしていくことかなと思っています。

町田：2つ手短かに申します。1つ目に、藤岡さんの会社の事業目的がすばらしい。私は見て仰天しました。先ほど、NPOがいいか、会社がいいか悩んでおられるという話がありましたが、そういう人はぜひ読んでください。そこに5か条ぐらい書いてあります。私は、これには先進性があるって、あと5年か10年たつとこうした会社が増えてくるのだと思います。

2つ目は、本日の資料の中に、トヨタ自動車の環境報告書が入っています。私は環



境報告書の本物を見たのははじめてですが、ちょっと感動しました。たいしたものです。72ページに、社会貢献活動について載っていますが、スペースが小さすぎますね。ちょっと遠慮して書いてある。私は、堂々と書いたらいいと思う。日本だって伝わりますよ、こういう話は。欧米には、もちろんこういう話は伝わります。もっと大きくより詳しく載せていただきたいと思いました。

青木：ありがとうございます。藤岡さんから何か。

藤岡：会場にこんなにたくさんの方がいらっしゃいますが、森が循環しているみたいに、今日の話もだれかのためになるし、この人たちの中で何らかの循環やネットワークができていくということが皆さんのお話で実感できたことがすごくよかったです。ありがとうございます。

青木：やはりやりたいことをやる。自分の人生の中で、自分がやりたいと思うことを本気でやるというのが大事なんだということを強く感じました。

エコのもりセミナーとしては、これからも日本の社会や森を変えていく、社会起業家について考えていきたいと考えています。このセミナーは2005年まで続きます。この先もぜひ皆さんのご参加をよろしく願いいたします。では、今回ご登壇いただきました皆さま方に感謝を申し上げて、パネルディスカッションを終わりたいと思います。皆さん、どうもありがとうございました。