

JFSシンポジウム「がんばっている日本を世界はまだ知らない」NO.4

○パネル討論「日本の向かう持続可能な社会とは～いまとこれから」【2】

多田：

では3つ目のスローライフというテーマで、ご本人はもうかなりお忙しくて全然スローじゃないという話もしておりますけれども、辻さん、お願いします。

辻：

そんな噂が流れてますか？（笑）僕が今回のツアーでまず選んだのは、いわゆる一般的な意味での企業とは少し違う組織なんですね。敢えて言えば非ビジネスと、ビジネスとの接点の辺りにある3つの組織です。

最初が、バイオマス産業社会ネットワークという、これは研究コンサル型とっていいんでしょうか。2番目が多治見市です。自治体の多治見市です、岐阜県の。3番目がスローウォーターカフェ。これはまあ一応はビジネスはビジネスなんですけれどもまだ赤ん坊のような生まれたばかりの小さな会社です。普通の企業は営利を目的にした企業としてまず成立して、その後お金が儲かったらちょっといいこともしようかなというふうに、社会倫理とか企業倫理のことは後から議論されるのが普通の筋道ですけども、このスローウォーターカフェは逆に世の中にいいこと、環境にいいことをする為に企業を作っちゃおうというそういうタイプのちょっと変わった企業ですね。ということでその3つを駆け足で回りました。

まず最初のバイオマス産業社会ネットワークです。これはやはり何よりも研究コンサル型ですから今後ここが大きな影響力を企業に対して持つようになって、企業がそこから多くを学んで活性化してゆくということがおそらく期待されていると思います。赤池さんもこれのメンバーですね。

そこで新しいバイオマス産業の例として、あのベンツが出てきました。ベンツがブラジルでとれる自然素材の植物繊維を、内装に使うというような例です。

それからもう一つは麻ですね。大麻、麻、ヘンプなどとして知られているものです。これが日本でも1940年代に、それまで古代から続いていた伝統が断ち切られてしまう訳ですね。その復活、再生ということが今バイオマス産業のひとつのテーマになりつつある。もう世界中の様々な場所でそれが活発に動いているようです。

キーワードとしてアグロフォレストリという言葉が出てきました。今までは農業と言えば大体、元々あった森を全て伐採してその広大な土地に単一栽培で同じ商品作物を大量に植えてゆくという形が多かった訳ですけども、それに対してむしろ森林を守って、生物の多様性を維持しながらその中で多品目の作物を作っていくというやり方です。まさにこのバイオマス産業社会ネットワークというものを理解する一つのキーワードだと思います。日本で言えば里山のあり方。そこにおける木材の利用であるとか、炭の生産であるとか、肥料を作り出して農業に生かすやり方とか。森や里山を背景にした、そういう循環型の農業のあり方を勉強しました。

また他にもペレットストーブであるとかバイオディーゼルなどが注目されています。菜の花を使ったバイオディーゼルの話もうかがいました。最後に製紙ではケナフ、麻等を利用した非木材紙のことをうかがいました。

次に多治見市なんですけど参加者の中からはちょっとプレゼンテーションがお粗末だったという不満の声も後で出ていました。お役所的で縦割りなんです。環境課の方がそれなりにいい説明をして下さったんですけども、細かい事件の数々の後ろ側に「サステナビリティ」というトータルなビジョンみたいなのがなかなか見えてこない。

多治見というのは元々素晴らしい工芸の伝統文化を持った街ですね。そしていわゆる都市近郊の農業、これも重要な産業です。こういう伝統的なものも含めた産業との関係で一体どういう環境施策が為されているのかがなかなか出てこなくて、最初のうちはちょっとイライラもしたわけですけども、このプレゼンテーションには自治体というものが今目指そうとしていることの可能性と限界というか、その両面が見えているようで非常に面白かったと思います。

僕は今、多くの自治体が日本中でスローとか、スローライフとかをキーワードにして動き始めていることに注目しています。多治見も実はそのひとつなんです。多治見がスローライフと言うその場合には、実はその背後に持続可能な産業社会を地域から作り出そうというビジョンの元型みたいなものがあるはずだと思います。

例えば僕が特に注目しているのは岩手県なんですけれども、そこでは県が自治体としてスローということコンセプトにして地産地消とか、エネルギー自給を大胆に掲げて持続可能な地域づくりに取り組んでいます。先程出たペレットストーブなどのバイオマス産業でも先進県です。地産地消について言えば、自給率が100パーセントを超える岩手県ですから、今後、自治体と民間、自治体と企業、NGOが組んで動き出したときに、地域にはこれまでなかなか見えなかった大きな可能性が開けるのではないかと期待しています。

それから3番目のスローウォーターカフェですが、これはひとりの若者が南米のエクアドルで、3ヶ月間電気も無い村に暮らして、そこでの経験をコアのコンセプトにして作り上げた。自分の中に物語を作って、その物語の周囲に企業という形を練り上げてゆくという実験です。いいことをして食っていきいたい、環境にいいことをして、そしてそのエクアドルの人々に繋がるような形で企業を作りたいというその若者の願いが、今ようやく形になったところです。キーワードは「有機無農薬コーヒー」と「フェアトレード」です。まずエクアドルのこの地方に鉱山開発の話がもち上がった。普通IMFだとか世界銀行が指導する時には一番お金になり易い方法、借金返すにあたって一番手っ取り早く、外貨が稼げる方法としてすすめるのが、鉱山です。

そういうその鉱山開発に対して「NO」と言った住民達が、自分達はコーヒーを、さっきの話にもあった森林農業で作っていきたいんだと、それを何とか助けてもらえないかということで成り立ったのが、この有機無農薬コーヒーのフェアトレードです。これがスローウォーターカフェの軸になっていまして、他に無農薬カカオのチョコレートの輸入、販売。それから更に、この水筒ですね。さっきブランディングの話が出ましたけれども、水筒(すいとう)というのは博多弁で「I LOVE YOU」っていうことなんですよ。(笑、会場から「うまい!」の声)

ということで、スローウォーターカフェでも水筒を早速作った。新潟県の地場産業でもありま

すアウトドアの「スノーピーク」という企業と組んで、素敵な水筒を作りました。で、代表の藤岡亜美さんはそこにロゴマークとしてハチドリをあしらっている。そのハチドリはカナダのインディアンがデザインしてくれたんですけれども...

えー、その話は、また後にしましょう(笑)。竹村さんの時間が無くなっちゃうんで。若い人達が今、これまでのいわゆる経済成長一辺倒という巨大な物語が破綻する中で、今、どういう風に自分たちなりの物語を編み始めているかという、その一つの例だったと思います。一応、今はここまでにしときます。

多田：

はい。辻さんありがとうございました。

赤池さん、飯島さんが回られたのは全部企業だったんですが、辻さんは自治体ですとか、NGO的企業とか、ある種研究機関的なところ、ちょっとまた違うところを回って頂いたんで、一層切り口の多様性がここで増したように思われます。

ではお待たせしました、竹村さん、宜しくお願い致します。ソーシャルウェアという観点です。

竹村：

はい、こんにちは。

ソーシャルウェア、聞き慣れないと思います、当然。赤池さんが先にちょっと説明をしかけてくださいましたけれども、センスウェアとソーシャルウェア、私は基本的にセットで考えています。今までの時代というのはハードウェア、ソフトウェアまでだった。それプラス、センスウェアとソーシャルウェアを考えて、4つのウェアでこれから考えていこうよということ、赤池さんと共に色々と考えていきたいと思うんですね。

例えば分かり易い例で言うと車。車で今まではどちらかというとハードウェアの進化でした。より速く、より強く、より安全まで入れてもいいかもしれません。更にソフトウェアとして、まあもうすごいダッシュボードに色々なスイッチとか、インディケーターがついていて最近ではITSとか、ETCとか色々なソフトウェア部分が進化しています。

しかしそれだけでいいの？というところで、第3のセンスウェアということについて赤池さんにお話しいただきました。もっと人間と車の関係性を上手くプロデュースしていく、その場合には五感に訴えるような側面とか、人間と車が共に育って行って、愛着が育っていくような歴史性をプロデュースするような機能とか、色々な部分が出てくるでしょう。そういう部分がセンスウェアとして満たされていかないと、本当の意味での車の進化とは言えないんじゃないか。

で、更に第4に、車が社会の中でどのような位置付けにあるか。例えばプリウスというのは、まあ燃費リッター35キロ、私はトヨタの回し者でも何でもございませぬけれども、地球上に近未来に10億台の車が走ると言われています。この10億台の例え5パーセントでも10パーセントでも、10億台だったら10パーセントで1億になる訳ですが、そういうハイブリッド基準のCO2排出とかエネルギー基準、消費基準になったとしたら、これは地球環境に対する大変な貢献ですよ。社会的に見て車というものがどういう位置付けにあり、ソーシャルアイテムとして車をどのように位置付け、デザインするか。そういう観点も同時に必要になるだろう。或いは、そうい

う排出とかエネルギー効率の問題だけじゃなくて、廃棄物の問題でLCM（ライフサイクルマネジメント）をどうプロデュースして、地球の物質循環の中で車をどう位置付けていくか、そういう問題も当然ソーシャルな問題として出てきます。

それから共同利用とかですね。車をどこまで乗って、パーク・アンド・ライドを上手く整備して、都心部のどこでは車を使わない社会を作るとか、或いは多面的な車のあり方をどうデザインして、高齢者とか色んな方が多様なニーズに合わせて、多様なシーンに応じて使い分けられるような多種類のビークルをどう社会的にアクセス可能にするか。作るだけじゃ駄目です。必要な時に必要なところで利用できるようなシステム、貸し自転車のようなシステムを含めて、そういう部分も実は車社会のデザインということに入ってきます。

今までは、どっちかっていうと車のデザインが大事でした。けれども、これからは車社会のデザインです。車社会のデザインを具体的にどういうシステムでやっていくのということ、私は主にソーシャルウェアという風に言ってるんですね。

ですからエネルギー消費とか、そういう地球大の規模で考えた車という細胞、地球という生態系の中で自動車というのは、まごう事無き10億個の細胞ですよ。この細胞が地球生態系の循環の中でどのように位置づけられていくか、というのをトータルにデザインするというソーシャルウェアもあるし、それから今の共同利用システムとか地域の中での多面的なビークルの連携、ネットワークシステムをどうデザインするか、これもソーシャルウェアです。

それから辻さんが紹介されたブラジルのメルセデス・ベンツの「パラ・プロジェクト」あるいは「ポエマ・プロジェクト」ですね。ブラジルでは森を切らないと食っていけない。で、森を切ると何か食っていくことを政府も促進するような、そうするとエコノミーとエコロジーが二律背反になります。で、何とか森を守れという掛け声だけではどうしようもない。そこで森を守った方が得になる、エコロジカルに行動したほうがエコノミーにもなるという構造を、どうデザインするかが決め手な訳ですね。

そこでメルセデスは先鞭をつけた訳ですが、赤池さんなんかもご著書で随分紹介されていますが、結局その森のプロダクト、森が健全にあって初めて得られるような植物性の素材とか、ココナッツの廃材とか、そういうものを自動車の部品にして使っていくと。そうやって自動車産業を支える森になることによって、森を持続可能な形で維持する、或いは森を再生するほうが経済にも繋がるという構造を作った。自動車社会のソーシャルウェアとして、その製造部門において、非常にバイタルなソリューションであったんですね。

ですから車という身近な素材一つを考えても、本当にハードウェア、ソフトウェアの進化だけではなく、センスウェアと、そして今挙げたようなソーシャルウェアの進化が、これから非常に重要になる。

しかし残念ながら、私もデザイン学部のある大学で教えておりますけれども、プロダクトデザイン、グラフィックデザイン、それから環境デザインぐらいまではある。けれどもソーシャルデザイン学部ってないんですよ。

それから、本当に人間と物の関わりを、旧来の意味での人間工学を超えたレベルでいろいろ考えていくようなセンスウェアをデザインする学問もありません。そういう意味では、本当に私たちが21世紀の未開拓の、しかし本当になきゃいけないデザインの領域というものを、今こういう

形で可視化したいと思って、こういうフォーラムをやっている部分もあると思うんですけど、そういう視点から取り上げていくとなると、当然取り上げられる題材も数も少ないけれども、成熟度も、もちろんプロダクトデザインとか、ずいぶん昔からリサイクルマテリアルとか、リサイクルデザインとか、LCMをちゃんと考えたプロダクトとか、もうすでに山ほどあるでしょう。それで、これほどエコプロダクト展が華やかなわけですが、ソーシャルウェアという観点からしたときにどうか。

さっきの辻さんのフェアトレードなんかも、もちろんそうですね。いいものを持続可能な形で農業やるって形だけじゃなく、それを北と南の関係の中でどう支えるか、これもソーシャルウェアです。

そういう視点から、いくつか取り上げてみたのが私のところでは4つ取り上げさせていただいたんですが、まず、「Think the Earth」、これはよくお聞きになると思います。腕時計ですね。地球がここに見える、本当にリアルタイムで動いている地球がぽこっと自分の腕の上にある、そういう腕時計を作っていることで有名ですけども、その地球型の腕時計を作るために作ったというよりも、いかにこの地球に生きているということをリアルな実感として持てるような回路を日常の中で作っていくか、という問題意識の中で、たまたま最初に腕時計という形のソリューションを唱えた。そして同じく、しかし腕時計というのは実際に物理的な地球がこの中で自転して回っていくだけですので、ほんとに太陽が作り出す光と影、ナイト・アンド・デイみたいなものをリアルタイムに表示するというのは、まだまだ腕時計ではできない。

そこで携帯電話というものを使って、さらにそういう今の地球のリアルというのを自分の手の中で、電話をかけようと思ってディスプレイを見た瞬間に、いつもリアルな地球、宇宙から見た地球というのが手の中にあるという、そういうような、ある種のセンスウエア的な部分の非常に強いわけですが、こういうようなプロダクトを、あるいはそういうソフトウェアを社会に提案しながら、同時に『百年の愚行』とか、そういうご本をお出しになって、20世紀というのはどういう時代だったかというのを一冊の本で俯瞰できるような仕組みを作ったり、非常に面白い活動をされています。『一秒の世界』といって、一秒「あ〜」と言った瞬間に私たちの細胞がどのくらい入れ替わるのかとか、いろいろなそういう指標を出す形でやられている。すべて、やっぱりこの地球の中に生きているということをもっとビビッドに感じながら、それを抽象的な数値とかではなく、日常の等身大の実感値に下ろしていこうという、そういうような視点からやられているプロジェクトだと思います。

次に取り上げたのが、「オープンハウス」といいまして、と言っても、私も初対面でよく存じているわけでもないんですが。

非常に注目したのは、エコプロダクト展、これだけおもちゃ箱になっているぐらい、たくさんエコな素材はあるんですね。しかし、それが社会的に十分に可視化されていない。エコプロダクト展に来ないと、この世にはこんなものがあったのか、この地域には土着の、赤池さん流に言えば、伝統の知恵に学びながら、こんなすばらしい素材があるのかということが十分に可視化されていないわけですね。ですから可視化するプラットフォーム作りというのがものすごくこれから大事になってくる。せっかくすばらしい宝が日本中にあるのに、実は新しい21世紀のジャパンバ

リユ-の種類はいっぱいあるのに、それが十分に可視化されていない。

じゃあ可視化されるプラットフォームをどう作るかというときに、このオープンハウスというのは、ずいぶん前からインターネット上にしっかりしたデータベースをお作りになり、日本の中のそういうエコ素材、エコ・マテリアルの整ったデータ、ちゃんとした評価が入ったデータベースを用意するとともに、イギリスとかいろいろな諸外国のそういうデータベース作りをやっている大学、研究所と連動して国際的なデータベースをお作りになっている。ということで、地球上にあるエコ・マテリアルを可視化するプラットフォーム作りをやっている。

ですから、オープンハウスの代表でいらっしゃる益田さんは本職はプロダクト・デザイナーでいらっしゃるし、新しいプロダクトの提案とか地場産業の活性化とか、そういうことをやっておられる方なのですが、同時にボランティア活動として、この世にあるエコプロダクトのたくさんの宝物を皆さんと情報共有できるような土俵作りをやっている。こういう活動というのは非常にソーシャルウェア的な活動として非常に重要だな、というふうに思いました。

同時に、強調されていた大事な点は、世界大、地球大でそういう素材のありかを可視化する。けれども、グローバルに見るんだけれども、グローバルに可視化はするんだけれども、行動はあくまでローカルに。つまり、わざわざ地球の裏側にすばらしいものがあるからといって、地球の裏側から輸入しようとするよりも、それをヒントにして、地場で、近いリージョナルなところで、それをヒントにして同じような素材はないだろうか、捨てられている素材を利用して同じようなものは作れないだろうか。やっぱり地場で調達することを基本に考えていくという、グローバルに考え、ローカルに行動するということ。この場合は、グローバルに可視化しつつローカルなソリューションを探るといふ、そのバランスが非常にとれた活動だなあという感じがしました。

三つ目、「自然エネルギー市民ファンド」。これは、風車ですね。デンマークとかドイツではすでに風力発電が相当進んでいるということは、皆さんご存知だと思うんですね。もう相当、実用可能な基幹的なエネルギー・リソースとして以前のイメージとは全然違うメジャーな段階にきていますが、デンマークとかドイツでそれを支えている、たとえばデンマークの場合は風力発電の80パーセントを支えているのが、たとえば国とか企業というよりも、ローカルな市民が出資してボトムアップで作っている市民ファンドのような形なんですね。

こういうあり方を日本でも導入しようということで、先鋭的にやっていたらっしゃるのがこの「自然エネルギー市民ファンド」でありまして、青森、そして秋田、そして北海道、今のところこの3基、風車を建てて、それぞれ1億数千万のお金を集めるのに地場から1口10万円とか、中には10口とか出す方もいらっしゃるわけですが、かなりの部分を地域枠、あるいはせいぜい県内枠から集めて、しかしそれでも全国枠からもかなりの応募があって、4~5千万は全国枠から集められたということをおっしゃっていました。こういう形で、地元の人には当然、自分たちがそうやって作られたエネルギーを利用できるわけです。

これは、仕組みは、もちろん風車で発電した電力だけでは足りませんし不安定ですから、いったん電力会社を買っていただいて、それで結果的には自分たちの風車で作った電力も含めたものを、もちろん電力会社から買うというシステムになっているわけですが、その出資の仕組みを日本で先鋭的に作っているというところが、非常に重要な動きだろうなというふうに思いました。実際そうやって成功されているわけですね。そうやって実際に3基動いていて、また、これから

もどんどんどんどん募集をかけていく。まあもちろん、法的な部分とか、日本でまだまだ未整備なところはいっぱいある。その辺の課題はたくさんありながらも、日本で少なくとも3基そういう形で動いている。

それから、おもしろいのは地域レベルで自分たちが受益者として明確にわかる、あの風車が作っている電力の、自分たちが建てたものだし自分たちがその電力を使うんだという実感値がもてる地域枠以外に、全国枠の方々はその出資した風車がどこにあるか、知識ではわかっているけど実際に見る機会もなかなかないし、遠い存在であるはずなんです。それにもかかわらず、さっき言いましたように5千万ぐらいのお金が、1口10万ですからね、そういうレベルで集まってきたというのは、そういう形で非常に関心が高いということと同時に、こういう形でお金を出資してエコロジーとエコノミーを統合していくという活動に対して、かなりの方々がモチベーションを持っているんだな、新しい経済が始まっているんだなという実感が非常にいたしました。

最後、四つ目、「アースデイマネー」というものを取り上げさせていただきます。「アースデイマネー」は有態に言うと地域通貨のひとつであります。ただ、それを「アースデイマネー」というような形で言っているのは、実は始まったのは渋谷川といまして、ご存知でしょうか、明治神宮とか新宿御苑を源流として、ずっと代々木、原宿のあたり、明治通り沿いに、ずっと実は流れている小川があります。これは今、暗渠（あんきょ）になっていて、表参道キャットストリートというふうに言われて表参道と直交する遊歩道になっておりますが、その遊歩道をずっと渋谷駅のほうまでたどっていきますと、渋谷駅の南口のガード下で突然暗渠が切れて顔を出します。見たところは、もうどぶ川ですけれども、実はずっと今も流れている川なんですね。それが恵比寿を經由して古川橋、古川になりまして、浜松町あたりから東京（湾）に注いでいるという東京の水系のひとつですね。

そこをもう一度よみがえらせようと、「春の小川」という歌のモチーフになったということで、もう一度「春の小川」という風景をほうふつとできるような、きれいな川に戻そうよという活動をずっとしてきているグループと組みまして、そういう川の清掃とかですね、エコロジカルな活動に参加してくれた人には「r」という地域通貨を発行する。その「r」を使って、渋谷川周辺のいろんなカフェでコーヒーを飲んだり食事をしたりすることができる。ボランティア活動に対してそういう地域通貨が支払われて、それがその地域の中の小さな経済を作っていくという仕組みで始まったんです。

けれども、そういうローカルな活動はローカルな活動として、ちゃんとやるけれども、一方で、もう少し広く、そしてまた、こういうおもちゃのお金みたいな地域通貨を物的にやり取りするだけではなく、こういうネットワーク時代なわけですから、ネットワークを生かし、地球的な規模でなんかこういう活動ができないかというところに、今新しい展開を求められていて、まさに「アースデイマネー」という名前らしく地球的な規模でやろうとしていることは、たとえば携帯電話からワンクリック募金のような形でボルネオとかいろいろなところに植林をする。あるいは、タイ料理のレストランなんかとジョイントしてタイの子どもたちを学校に行かせるような形に、そういうワンクリック募金が使われるような仕組みを作っていく。

そういうようなことに今広げられるんですが、非常にユニークな企画として、完全にまだ実用化されているわけではないですが、やろうとなさっているおもしろいことは、2次元パーコ

ードというのをご存知でしょうか。チェッカーマークみたいなものが時々あります。ああいうものを、たとえば携帯電話のカメラで読むと、すぐにそれに関するサイトがぼんと携帯電話の中に立ち上がったります。そういう、ひとつのコミュニケーションツールとしての2次元バーコードですね。まあ、普通のバーコードとっていただいてもけっこうです。バーコードを読む機能が携帯電話に今付き始めていて、来年の4月ぐらいにはそれが普及すると、かなりの人たちがバーコード・リーダー機能付きの携帯電話を持っているという状態を前提にして考えたときに、いろんなところに行ってそういうバーコードを見つけて携帯で読む。そしてそのサイトが出てきたら、自分で「これ、タイの子どもたちを学校に行かせるのに使われるんだな」と思ったらワンクリック募金をする。

そういうような活動をしていながら、たとえば、そのクリックをするバーコードから何か情報を得るといふ行動をいちばん促進したいのは、実は携帯電話のキャリアですよ。ドコモとかauとか。ですからドコモとかauとかJフォンみたいなところを出資者として巻き込んでいく。携帯電話会社を巻き込んでいく。

そうすると、どういう仕組みになるかということ、個人が2次元バーコードを見てクリックをする。そうすると、そのクリックした分の情報がauとかキャリアのほうにいて、キャリアからその分の、たとえばワンクリック10円だったらワンクリック10円のお金を実際にNPO、タイの子どもたちを学校にやるNPOとかそういうものに流れる。で、その企業から実際にお金が行くと同時に、そのワンクリックした10円分の「r」という地域通貨が個人の携帯電話のお財布に入って、個人の携帯電話に入ったその「r」を使って、渋谷とかでそういう食事を楽しんだりすることもできる。

そういうような形で、携帯ネットワーク、それからバーコード消費みたいなITの最先端とそういうような地域通貨とエコロジカルな活動というこの三つをうまく連携させるようなシステムまで、今実用化寸前までもってきておられる。こういう意味でも、僕はやっぱり本当に、ITというのは使い方を間違えると本当にいろいろな弊害をもたらす部分もありますが、でも今まで出会えなかったものすごく広域のいろいろな人々を、ひとつの活動に向けてつなげる大きな力に、使い方によっては成りうるものがITだと思うんですね。そういうITの可能性というものと、地球大のそういう環境活動というものと、そして等身大のそういう地域通貨に代表されるような地域の経済を、ちゃんと結び付けていこう。これは本当にまだまだ始まったばかりですし、難しい問題も多いかもしれませんが、やっぱりやる価値のあることだし、どっかから始めていかなきゃいけないことではないかと、こういうふうに思っています。そういう意味で非常に勇気のある先進的な試みとして評価したいというふうに思います。

何にしてもソーシャルウエアというのは、今地域通貨の話が出ましたが、たとえばシルビオ・ゲゼルとかシュタイナーが提案した1920年代の地域通貨でも、たとえば「老化するお金」と。つまり、お金は貯めておくほど利子が付いてふくらむから貯めるんだと。貯めておくほど価値が目減りするお金の作れば、もっとみんな使うじゃないか。社会の血液が循環するじゃないか。となると、お金が足りないのは、お金が足りないんじゃないかと、お金のデザインが悪いんだと。お金のデザインを変えればもっと社会の血液は健全に流通すると。

そういう意味で、お金という一見本当に自明で所与のものに見えるものも、私たちが想像力を

めぐらせば、違うお金に成りうるのだと。そういう発想を変えていくことですね。私たちの想像力を働かせて、お金とか、いろいろな一見自明に見える、固定して変わらないように見えるものまでも自分たちで変えることができるんだ。人間が作ったものである限り人間が変えることができる。そういう形で社会の根幹の仕組みまでもリデザインしていく。そういう想像力の代表がこの新しいお金だと思うんですが、そういう形でソーシャルウエアというのはいろんな次元で考えていくことが、これから本当に必要だと思っています。

とりあえず、ここまでにしたいと思います。

多田：

はい、ありがとうございました。

4人の達人に、いろいろ切っていただきました。それぞれみなさん、たくさんものを持っていらっしゃるんで、いっぱいいろんなものが出てきました。おもちゃ箱の中から今、4人でトータル15の団体から出てきて、かなり重なるキーワードもあるかと思います。

たとえば、経験をストーリーにしていく、ストーリーを持った形で手作りブースを作っていくとか、やはり人と自然に学ぶ、伝統の中から新しいものが生まれるですとか、それからシステムとかトータルデザイン、あるいはグラウンドデザイン、ローカルなものを大事にしながらもそういう全体とつながっていくとかですね。切り口が違って、やはりあるコンセプトを持っていると、表層化されるそのキーの概念というのは共通項がかなり出てくるかなと、私は感じました。