

# 「いとおしさと愛着 ～未来の『ものづくり』を考える～」

＜パネリスト＞	明治大学工学部	准教授	鞍田 崇
	株式会社堤浅吉漆店	代表取締役社長	堤 卓也
＜コーディネーター＞	エシカル・スピリッツ株式会社	代表取締役 CEO	小野 力
	リそなアジア・オセアニア財団	理事長	岡橋 達哉
	総合地球環境学研究所	名誉教授	阿部 健一

阿部健一 まずは理事長、リそなグループが大阪・関西万博でどんなことをやったのか、ちらっとご挨拶のところでお話しされましたが、もう少し詳しく説明していただければと思います。

岡橋達哉 そうしましたら冒頭、少しだけお時間を頂戴しまして、リそなグループが大阪・関西万博におきまして取り組んできた内容、そしてそれにつきましての理念・考え方について、未来のものづくり、こういったかたちにフォーカスする方法でご紹介をさせていただきたいと思っております。

最初に、リそなアジア・オセアニア財団、私ども財団が万博とどう関わったかということを少しご紹介をさせていただきます。



テーマの「いのち輝く未来社会のデザイン」、これは財団活動内容と非常に親和性も高いということもありまして、2018年に万博開催が決定した翌年の2019年以降、毎年1回、春先に、このタイミングで万博をテーマとしたセミナーというものを開催し、広報活動にも協力をしてまいりました。

開催直前の今年3月まで、計6回、セミナーを開催いたしました。開催1年前の昨年につきましては、シグネチャーパビリオンのプロデューサー、慶應大学教授であられます宮田さんのご講演、そして大阪ヘルスケアパビリオンの紹介といったものを行ってまいりました。



今回の万博で最も来場者数が多かったのが、大阪府・市がやっておられました大阪ヘルスケアパビリオンでした。そのパビリオンの1階にある展示・出展ゾーン、こちらは、未来へ向けた新技術開発、こちらに取り組む大阪にゆかりのある中小企業、スタートアップ企業による発信の場として、主に活用されるということで作られたものでありますが、りそなグループではその事業者として4週間の枠、前半・後半と2週間・2週間を分けておりました。それをこちらのほうで「りそなみらいカラー」と命名して事業を実施してまいりました。



4週間を季節、四季ですね、春夏秋冬、こちらになぞらえ、それぞれのテーマを決めました。春は健康への仕掛けをイメージした「ミライの医療」、夏は途上国でも利用できるような「ミライのメトロポリス」、秋につきましては職人体験を通じた関係構築を広げていくといった「ミライと和の調和」、冬はデジタルデータを使ったものづくりとしての「ミライのテクノロジー」というふうに4つの題目で行いました。未来へ向けた中小企業、そしてスタートアップ企業への支援というアプローチだったのですが、違う角度から見ると、まさにものづくり、こちらの未来、こういったものを求めたようにも見えるものであります。ものづくりは中小企業がまさに支えているというような裏返しと捉えてもいいのかもしれない。



ここからは、この企画をどのように進めていったかということをご説明したいと思います。まず出展企業の募集についてですが、中小企業の皆様方、もしくはベンチャー企業の皆様方については、良いものを持っていてもリソースが乏しくて単体で事業を広げるといったことはなかなか難しく、それは万博出展においても同じであるというふうに考えました。銀行とともに考えましょう、ほかの企業ともコラボしようというコンセプトを出して募集をかけました。説明会開催、そして出展企業の募集、出展選考会としてのピッチイベント開催。これらを経まして出展企業を決定いたしました。応募総数は200社、こういった中から最終的には39社が選ばれました。



それぞれ春、夏、秋、冬、先ほどのテーマごとに出版企業の発表会も開催いたしました。この写真は季節ごとのテーマ別の発表、企業の皆様とそれをサポートしているりそなグループの社員との記念写真になります。各イベントを通じまして、企業の皆様とりそなのつながりがより強まっていきました。



また、これは少しガランとしています、パビリオン内の出展展示ブースです。本番に向けた準備をこの出展企業の皆様とともに、ここで行っていきます。



未来へ向けたものづくりが見学できるという教育的側面もあったので、写真の右下のほうに出ていますように、小学生の皆さんも大勢見学に訪れていただきました。



実は、ご講演いただきました先ほどの小野さんのエシカル・スピリッツ様も新たな技術革新と古き良きものの融合、こういったものをイメージした秋の展示において出展いただきました。この時の展示の様です。先ほどご講演の中でもご説明がありましたが、世界初、木のお酒としてのエシカルさんのブースは連日大盛況でありました。



万博が終わり、出展企業の皆様からは商品や技術を広めることができたといった以外にも、万博出展が企業レガシーとなった、また、家族に仕事を理解してもらうきっかけになったことや、来場者へ説明できる経験が貴重であったというようなこと、また、見学した方からの意見が開発のヒント、意欲につながったというご意見もいただきました。そういったことで、参加をさせていただいて、出展させていただいて非常に良かったというお言葉をいただき、りそなの社員、グループ社員にとってもかけがえのない宝物となりました。

万博のあとも伴走支援は続いていきます。大阪科学技術館様との連携、それで万博で出展した技術の再展示をしておりますし、また、出展企業様を含めた大商談会、こちらのほうが12月に開催されます。出展企業様による小中学校への出前授業などといったことも予定されているところです。



最後になりますが、りそなは何を目指したのか、何を狙っているのかということをおうたっております。万博のレガシーについて、よく議論になりますが、今回の「りそなみらいカラー」につきましては、中小企業の成長支援、イノベーション創出、スタートアップの支援、そこから地域貢献、こういったことを目的に実施をしておりました。

しかし、これは単に万博のイベントを実施したということだけではなく、りそなグループのパーパスであります「金融+で、未

来をプラスに」というところからくる、まさに、企業をつなぎ、共に歩み、共に成長するというので、これを社会の公器として地域貢献をするというプロセスストーリーがレガシーとして、これからも受け継いでいかれればと思います。以上でございます。ご清聴ありがとうございました。

阿部健一 ありがとうございます。りそなグループが大阪・関西万博でやられた活動、駆け足で説明いただきました。4つのテーマを「ものづくり」の未来としてまとめられてましたが、中小企業・スタートアップ企業の支援というのは、りそなグループの特徴を端的に表しているものと理解しました。

改めて今日の発表を振り返ってみます。基調報告をいただいた御三方、そして直接話をお聞きすることはできなかったのですが、このりそなアジア・オセアニア財団の環境事業を実際に実施されてこられた、河西さん。一番若いのが小野さんが31歳。一番年輩なのが河西さん。皆さん年代も違って、やっている活動もバラバラです。小野さん、堤さんは、「もの」こそ違いますが、ものづくりをされています。そして鞍田さんは、民藝という言葉に引きつけて話をしていただきました。そして、理事長のほうはりそなグループの活動を「金融+」ということで、銀行の役割を金融に限定せずに一歩踏み込んで、展開しようとしている。このへんも少し話を広げていきたいと思うところですが、こんな一見するとバラバラですが、豊かな未来に向かっの活動ということで。精神、心といったらスピリッツそのものですが、スピリッツは同じところだなという感じがしました。その上で、小野さんにやはり最初、一見すると民藝というのとかけ離れているような活動に思えますが、今日の鞍田さんの話を聞いて、民藝という考え方、概念が小野さんたちのエシカル・スピリッツと響き合うところがあったのかという、まずそこを聞いておきたいと思うのですが。

小野力 ありがとうございます。それで言うと、先ほども少し冒頭で説明させていただいたところ、これはわれわれができていかできていないかという観点だとまだまだこれからではありませんが、いわゆるそのつくられたものではなくて、というその概念ですかね。お酒は極論、体にいいか悪いかだけの物質的なものを見たら悪いものだと思うのですが、そこはお酒造りがずっと文化として、ずっとあるというところは、それは何か人の生活

に寄り添ってきたという概念、ここに関して求められているといったところは、ただ単にその機能、そういったものでは語られないもの、そこに対する一つのつくり方、在り方といったところが、われわれがいま挑戦をしている観点のかなと思うと、まだ言葉がまとまりきっていないのですが、何か親和性はありそうだなとは思っています。

阿部健一 ありがとうございます。堤さん、漆の場合はわりと、それこそ親和性は民藝と、高いようですが、その中でも特に今日、鞍田さんの話の中で、これはということ、気になったことがあればお願いします。

堤卓也 何かイメージとして出てきたのが、やはり、あいだ、みたいな感じですかね。自然と人のあいだ、間(ま)と言うんですかね。そういったものがあることで、つくられる世界といったもの、例えば具体的な話で言うと、自分が京北という地域に木を植えさせてもらっているの、そこに行くようになって初めて、この自然はきれいだなと思っていたものが、それは自然ではなくて、人が介入すること、自分の家を掃除するように里山を整備している人たちがいて成り立っているという、あの空間やものづくりにもそのあいだがあるのかなと思った時に、すぐそこに価値があるのかなということをお話の中で感じるようになりました。

阿部健一 大事なことと思って聞いていましたが、自然と人のあいだ、「間」ですかぜひ鞍田さんに聞きたいですね。その前に理事長、金融と民藝なんて無理難題を言うようですが、あるいは愛おしさというような、そういったことが金融、銀行での活動、いろんな活動をされている中で、何か関わってくるところというのは思い当たるところはありますか。

岡橋達哉 そうですね。やはり堤さんの漆にしても、小野さんのクラフトジンにしてもそうなんですが、出てきた言葉で言うと、やはり価値ですね。われわれ金融というところからくると、価値に対して、どのような値段、対価を付けるかというところがあります。要はいま、どちらかというと知財、知的財産なんかと言われていきますから、形あるものや形ないもの、これはそれぞれあるのですが、その価値をどう見出すかということ、というのは

やはり金融と結び付くのではないかと思います。

阿部健一 なるほど。ありがとうございます。では、鞍田さんお願いします。

鞍田崇 はい。何か、みんな僕の話で試験されているみたいで少し申し訳なくなってしまったのです。

阿部健一 いえいえ。その通りですけど(笑)。しかし、ちょっとびっくりしたのは、愛おしさというものが昔はネガティブな意味を持っていたのですね。

鞍田崇 そうですね。

阿部健一 手間暇をかけてと、むしろ大変だなというところから愛おしいという、これは一体どういうところなのか、そしてそれを踏まえた上で、いま、岡橋理事長がおっしゃられた価値とどう愛おしさというものがつながっていくのか、まずそれを聞いて、そのあとまた私のほうから質問させていただければと思います。

鞍田崇 はい。実は、今日最後駆け足になってしまいましたが、僕が著作のタイトルにもしたインティマシーという、あまり日本では聞きなれないかもしれないですが、親しさを表す言葉を掲げようと思い、それが日本語の愛おしいという言葉の英訳としてふさわしいのではないかといい思いで掲げさせてもらったのです。そのきっかけは、それこそ海外でこの愛おしいという言葉について英語で説明したいなと思った時に、たまたま僕が使った和英辞典では、愛おしいがプリティと出てきたんです。もちろんかわいらしいというイメージもあるんですが、プリティと言いたいわけではないよなと思って、当時自分自身はそこまで深掘りしていなかったのですが、何かもつと言外に、言葉の向こうにかわいいではすまない何かもう少し深いものが愛おしいのほうにあるのではないかなと思って調べてみました。すると、今日ご紹介したような、実はある意味真逆とも言うていいような、しんどいや苦しい、つらいという、何かを忌避するような意味合いがもともとあったということに気が付きました。しかしそれは、そうならざるを得ない現実を無視するのではなくて受け止めるということでもあるなと思った時に、よりリアルな実生活

や実社会との向き合い方を表している言葉のように思えたのです。それは言い換えると、遠ざけるということがもともと語源の根っこにはイメージとしてあるのですが、遠ざけたくなるものに蓋をするのではなくて、それを受け止めることで本当の意味できちんと引き受けるというか、現実を引き受けるような心情と思えて、それがインティマシー、インティメイトという、時にはセクシャルな意味合いでも使いますが、それぐらいフィジカルに身体的にも近づきたくなるぐらいの、結び付きを受け止めるということとしていいかなと思った次第なのです。

では、それが価値とどうつながるかということなのですが、実は、民藝という言葉掲げたグループの中心人物の柳宗悦という宗教哲学者も言われますが、彼の思考パターンについて、僕が親しくもしている福岡市で民藝店を営んでいる高木崇雄さんという人が、「わかりやすい民藝」という本の中で、すごく分かりやすく指摘してくれています。柳宗悦という人は、順説の論理ではなくて逆説の論理だと言うのです。つまり、ホニヤララだから価値があるというのが順説の論理なのですが、そうではなくて、ホニヤララにもかかわらずそれがいいと思うといった、世間で評価されている尺度や価値軸の中で自分を理由付けて納得するのではなくて、現状の社会で共有されている価値軸、評価軸の中では価値付けようがない、意味付けようがないにもかかわらず自分はこれが大事と思うというところに、絶えず一歩踏み出していくような人だったと述べています。そして、にもかかわらず、これはうやむやにしたいくないというのは、先ほど言った、一見すると世間ではこんなもの厄介やなど遠ざけたくなるものなんです、これは俺が引き受けるものだ、自分が大事に思うものだとした時に、まだそれをどう言語化して世間をうならせるような意味付けができないが、最低自分はそれを引き受けるというのが、もしかしたら愛おしいという感覚なのかなと思ったりもしています。つまり、そこに次の価値のシーズが眠っているというか、そういう感覚なのではないでしょうか。

いまの社会の中では、まだなかなか意味付けのしようがないんだけど、次のシーズは、感覚から生まれてくるものではないかというふうに結び付けられるかなと思ったりもします。

阿部健一 ありがとうございます。だからこそではなくて、にもかかわらず。

鞍田崇 にもかかわらず。少し天邪鬼っぽいですが。

阿部健一 しかし、堤さんや小野さんの話を聞いていると、価値を生むのは「にもかかわらず」という考えが大切だと思われまます。。堤さん、どうですか。北海道でのびのび活動していたのに「にもかかわらず」斜陽産業である漆問屋を引き受けることになって。

堤卓也 にもかかわらず、ですね。いや、でも、自然とバランスを取ることが全ての工程において必要な職業だなと思っています。それは里山での暮らしの人たちが当たり前に行っている、素材のそばに暮らしているから感じる事、これがあるから、これがなくなるかもしれないから我慢する、蓄えようとかという当たり前にする事が、そこに暮らしているからできることを、都会に住んでいる中で伝えることができるのが工芸のものなのかなと思っています。それができたときに工芸には価値があるのかなと思っています。それが先ほど鞍田さんが言っていた、スローのところ、そのスローの営みに価値があると伝えることができたのであれば価値がある、僕たちに意味があるし、そこにそのプロセスの中に愛おしみたいなものが生まれてくる理由があるのではないかなと思っています。そこらへんを僕はこれから伝えていきたいです。しかし、材料屋として、漆の古くて新しい可能性といったものもつくりたいので、やはり研究開発といったことも、してなさそうに見られるんですが結構しています。そういうものの両軸をやる必要があるかなと思っています、行き過ぎないバランスを保つことが責任かなとも思ってやっているところはあります。

阿部健一 ありがとうございます。小野さんにも同じような質問をしようと思ったのですが、気が変わって、堤さんが言っていた、自然との間というか、あいだというかバランスというか。小野さんのエシカル・スピリッツ、自然のものも使っていますが、具体的にご自身の活動の中で自然を意識するということはあるますか。

小野力 やはり最終的に使っている原料は、オーガニックという言葉が正しいかどうかはありますが、自然の中で生まれてきたものではあるので、それを意識することはあります。しかし、

結局われわれが拠点としているのも東京ですし、大量生産・大量消費の中で生まれたコンセプトと生まれたやり方なので、自然というものから一見かけ離れてはいるものの、その中でどこかで感じている歪さというか、これって本当に捨ててよかつたんだっけ、といったものに対して、真正面から向き合ってみようよということ、われわれはやっています。そういった観点で言うと、自然と向き合っているかと言われるとそうではないかもしれないのですが、少し目をそらしたくなるようなところに対して、着実に目を向けてみようといった取り組みには近いのかなという気はします。

阿部健一 なるほど。確かに廃棄物というか、捨てられるものになかなか目を向けないですね。その捨てられるもの、にもかかわらず、ということは、まさに、エシカル・スピリッツの活動の大きな柱の一つだなと思って話を聞いておりました。理事長、これまた変な質問ですが、銀行活動・融資活動の中で、例えばいま言った逆説の論理、にもかかわらずというところがすごく大事になるような、そういう局面はやはりあるのでしょうか。素直にこうだから、さあ融資しましょう、ではなくて、むしろ逆、どうも問題があるかもしれないが、など、そういう事例というか、あるいは銀行活動の中でそういったことを意識させられるようなことがあれば、お答えいただければと思います。

岡橋達哉 そうですね。その前に一つお話しさせてください。

阿部健一 ぜひお願いします。

岡橋達哉 皆さんのお話を聞いていて、鞍田先生のご講演の中であった「全き用」というのを、ふと思ひましてね。

鞍田崇 はい。

岡橋達哉 やはりそういった意味では、物への用、心への用、実用性や美しさ。これとまた少しプラスアルファというか、そういったものの中に「全き用」というふうに理解はしたのですが、まさにこれはそういった意味では愛おしさにつながってくるのかなと思います。やはり堤さんのお椀やサーフボードというもの、機能だけで言う違う素材だったり、漆を使わない云々などが

ありますし、美しさについても、おそらく漆を使えば美しくなるといふのはあると思います。しかし、それプラスアルファのところと、いふのに何か「全き用」につながるころ、ないしは小野さんのクラフトジンについても、やはり嗜好品だからというビジネスのところ、ご説明、ご講演ありましたが、この部分だけではなくて、まさに社名にもなっているエシカルですね。ここというのがやはり非常につながっていく部分ではないかと思つて、そこは聞いていて非常に感じるころでした。

先ほどの阿部先生のご質問ですが、やはり金融機関、銀行からすると、少しビジネス的なお話になるのですが、逆説的な部分か順説的か、要は順からいくと、例えば金融機関、100の銀行があれば、みんなやる、誰でもやる、誰でもそう判断するといふものだと思うのです。では、逆説で、こうだけれどもといふころに価値を見出せるとしたら、そこはやはり、その見出した、ないしは価値を感じた銀行の特異性、ないしは特徴として打ち出せる部分ではありますので、その部分でやはり人が、ないしはほかかやっていないところでのわれわれとしての競争力強化ないしは特徴として打ち出せるといふのはあろうかと思つます。

阿部健一 ありがとうございます。鞍田さんお願いします。

鞍田崇 流石やなと思つます。まさにそうだと思うのです。つまり、僕は普段は若い学生さんと向かい合つていることが多いのですが、みんな若いなりに息苦しいですよ。そこで何が息苦しいって、自分が何をしたいか分からないなど、逆に言うと自分が何者かであらねばならないといふことがいたずらにプレッシャーになっているのです。それが、まさしくいま理事長がおっしゃってくださったように、にもかかわらずといふことだと思うのです。別にみんなが、それこそ SNS でいいねをしてくれるようなことではなくても全然いいのですが、しかし自分がこれはあまりしたくないなといふことが、みんなをなびかせるものでなくても、そこでしかできない何かといふものを引き受けるものとしてあるのだと思つていて、それは企業さんのオリジナルなものの場合もそうだろうし、個人の生き方にも関わつてくることやなと思つて、いまのお話を聞きました。

阿部健一 ありがとうございます。いま鞍田さんが上手にまとめ

てくれたので、次の質問にいきたいなと思つのですが、言葉として取り上げたいのが、ビヨンド、「超える」といふ言葉ですね。小野さんも堤さんも、堤さんはビヨンド・トラディションと、小野さんはビヨンド・エシック、つまりいまの活動のさらに次を見こしている・理事長の話も金融プラスといふことで、金融を超えた活動を視野に入れている。そのうえで、鞍田さんには質問えすが、今年民藝 100 年だそうですが民藝のこれから、民藝を超えたところに何かあるのか。いまの時代、100 年も経つて、まだ民藝といふ、いい言葉だと思つますが、その精神が、もしかするといま、それを超えて新しいことを求められている、そついった時代ではないかなといふ気もするのですが。

鞍田崇 それこそコロナの頃に強く感じたことなのですが、民藝といふのは、今日はあまり具体的な説明は僕のほうで省いたといふか、しそびれたところもあるのですが、直接的には、もちろん漆も含めたような、ものづくりに関わるところでもあつて、広い意味では食品も含むかもしれないし、衣食住全般にあたるものの世界、しかもハレとケでいふとケであるような日常の、それまでは当たり前過ぎてそこに光を当てようなんて誰も思つていなかったところに光を当てた、そついう概念、コンセプトなのです。ざつくり言つと、ものの中で人が見過ごしていた大事さを見つけたのが民藝なんです、そのビヨンドで言つと、僕、実はこの発想はいま人に向けなければいけないのではないかと思つています。今日ゴールの話をしたのですが、気が付くと、人生すら勝ち負けで語られるご時世になつてしまつて、先ほども言つたように息苦しきの要因の一つはそこだと思つのです。しかも一旦負けたらやり直せないといふ、そついうことにもなりかねない中で、特にコロナの時にそついう弱者といふか、そついう方々が疲弊していくのを見ている時になおさら強く思つたのですが、もちろん引き続きものづくりの新しい可能性を喚起するトリガーとして民藝といふコンセプトが生きてほしいといふ思いも一方であるのですが、人にも向けていくような眼差しといふか可能性を持っているかなといふのが、思つところですね。

阿部健一 堤さんに、いまの鞍田さんの話を受けて、どうでしょう。伝統を超えてといふ言い方をされましたが、そこで漆産業に関わる「人」はどのように考えているでしょうか。これまでとは違つ新しい伝統工藝の担い手、こついう言い方がいいのかどうか

分からないですが、どうあるべきなのか、考えていることがあればお願いします。

堤卓也 　　うちは精製屋なのですが、いま、精製屋をやりながら塗りをできる環境をつくろうとしているのです。いままで塗りの職人になっていた人たちだと、塗りの技術を覚えるというところの修練の繰り返しで職人になっていたと思うのですが、うちが精製屋としてやりたいことは、人と自然の輪っかの作り直しといったところなのです。それを知った上で、ものづくりできる子が、安定した給料の中でのものづくりができるようになって、できれば独立まで支援してあげられるような会社になれたらいいなと思って、いまそういったものを理解できた若者たちを育て上げていくような仕組みづくりを頑張っているのです。

やはり本当にものづくりにすごくフォーカスしてしまっています。うちで働くようになって、ずっと漆を触っている子なのに漆のことを全然知らなくて、全く価値が変わりましたうちの若い子たちが言ってくれるので、何かそういう、何が言いたいんだろう。そういう視点を持ったものづくりができないと工藝に価値がないと僕は思っているのです。ただ美しいものを作るだけでは、それは美しくないし面白くないなと思っています。そういう人たちを育てる手助けをしたいというか、一助になれたらいいなというのはあります。

阿部健一 　小野さん。小野さんの場合はいわめて新しいですね。見せていただいた写真の写真は、若い人が集まって何か新しいものがどんどん出てきそうな雰囲気です。堤さんのところの伝統産業と置かれている位置が少し違います。その上でやはり人、こうやって集まってきた人たちの次の行動と考え方、ビヨンド・エシカル。エシカルが逆に言う当たり前になるような、そういったものを目指しているのかなというメッセージに受け止めたのですが、これから人を対象として、ものづくりから人づくりという少し違うかもしれませんが、人について考えていることが何かあればお願いします。

小野力 　　おっしゃっていただいた通り結構若いメンバー、私を含めて平均年齢で言ったら 20 代後半が集まっているような会社なのですが、そもそもあまりバックグラウンドを気にしてはいないのです。やはりシンプルにものづくりの、製造に携わるメン

バーに関しては、もともとバーテンダーだったり酒屋だったり、ものづくりにずっといましたという人間ではないようなメンバーも入ってもらって、われわれが価値を見つけるというところ、いわゆる素材に対してフェアに物差しを測るということに対して愚直であり続けることというのは、やはりずっと言っていることです。なので、断る素材もあれば、使いたいと思うけど、まだ出番のない素材もあつたりします。そういったところの組み合わせの中で独立していくメンバーも結構増えてきています。それは社会的には痛手なんですけど、しかし、そこで得た何かというのが、その次の自分たちがやりたいことに新しい価値の物差しというものを持って行ってくれるのであれば、それは総論、メリットのかなというふうには捉えているのです。しかし、エシカル・スピリッツは結構大きな矛盾の中にある会社だなと思っていて、それはやはりわれわれはベンチャー投資も受けていますし、出資を受けている立場なのです。それで言うと、5 年先の答えを見つけると言われている会社に対して、この考え方を持つ、言ってしまうと酒粕の価値とは、極論クラフトジンではないかたちで上がれば、それはハッピーではないですか。しかし、そんなことを言ってしまったらいけない立場にいる、というのは、ものづくりというものをすごく突き詰めて価値を見出そうとすればするほど、出資に対するリターンという答えに対するものから、若干ずれと歪みは生まれてくるような狭間にはいるなと思っています。

それはすごくいつも考えているのですが、ただ、どこかでこのスタートアップ業界もそういった一つの事例を探していると思うのです。こういった考え方のスタートアップがどこかで成功するという未来を、みんながそれぞれ思い描いて期待はしている。それがわれわれではなかったとしても、どこかしらがそれを答えとして持ってくれるスタートアップが出てくるのではないかと、淡い期待はあると思っているので、それに近づけると、消費社会や消費者の考え方も変わってくるのかなという気がします。

阿部健一 　小野さんのエシカル・スピリッツというのはどういう言い方がいいでしょうか。私にはいろんな若い人が集まってきて、そこで学んでいる一つの場として見えてくるのです。それで、おそらくはいまおっしゃられたように、長くその場にいるのではなくて、そこをステップアップのために、言い方は悪い

ですが「新しい価値の物差し」を得て、踏み台としてまた新しいことに挑戦していく。そんなことを考えている。

理事長も、ものづくりのプラットフォームという言い方されましたがものをつくる人だけではなくて、河西さんの事例もミヤグミヤクの話もそうなのですが、デザイナーがいてプロデューサーがいて、はじめて豊かな未来を創る「ものづくり」ができるのかと思いました。さらにつくった「もの」の価値をきちっと発信する人、さらに価値を付ける人のような役割があって初めて「ものづくり」が生きてくる。「もの」だけでなく社会を変えてゆく「もの語り」も創出している感じがします。そこであらためてりそなグループがやれるような、やっているような活動というのがあれば、ぜひお聞かせください。

岡橋達哉 はい。阿部先生がおっしゃる通りで、これはどちらかと言うとピوندというよりは原点に戻るというのに近いですが、やはり人というのは当然、例えば銀行が融資をする、もしくは一部出資をするという場合でも、やっている事業や作っているもの、技術なども見るのですが、最後はやはり原点としては人を見る、経営者を見るというところに尽きると思うのです。ですから、それは何かと言うと、技術力や経営の考え方、もしくは従業員に対する思い、行動などいろいろあると思うのですが、それらをトータルしてやはり人、そういう人をどういうふうに評価するか、もしくはどこに価値を見出すかということになるんだと思うのです。その中でりそながいまご質問で言われていることうんぬんというのは、先ほどご紹介した中で言うと、いわゆる企業を、もしくは人を、人と人、企業と企業をつなぐということですね。つなぐだけではいけないので、そこにりそなが一緒に歩んでいく、伴走していく、これが必要です。

ですから、企業さんによっては得意分野、技術は得意だけでも、そこを営業で売り込んでいくのはなかなかまだまだというところもあると思いますし、はたまた、いわゆるガバナンス、会社として、企業としての内部管理というところがまだ未成熟だということもあるとは思いますが。その部分について銀行として、もしくは銀行の人、これも人を使ってどのように支援をしていくかというところがやはり大事だと思いますので、その上でともに、よくわれわれの言葉ではWin-Winという使い方をしますが、みんながハッピーにWin-Winになれるかということがキーワードではないかというふうに思っています。

阿部健一 ありがとうございます。今回のシンポジウムでは小野さんと堤さんは、最初は全く正反対で、小野さんの場合は新しいものづくり、少なくとも日本社会にとっては新しいことを始められた。一方堤さんの場合はそれこそ伝統。日本では1万年にわたって漆を利用してきた歴史がある。にもかかわらず、重なるところがあるなと思いました。それぞれお二人に違った質問ですが、同じ趣旨で聞きます。まず堤さんに。堤さんは伝統産業の中から、伝統になかったこと、たとえばサーフボードに漆を塗ったり、紙コップに漆を塗ったりと、いろんなことをやっています。そういった革新的な部分、それは一体どういう契機で生まれたのかお聞きしたい。一方、小野さんも新しいこと、革新的なことをいろいろやっています。その中でレガシーとして、どんどん残したいものとして、何が見えてくるのか。お二人に違った方向性から質問をしておきたいと思うのですが、堤さんからいきましようか。

堤卓也 僕は革新的なことをしているつもりがなくて、そもそも全てがもう先人がやってきたことをいまの時代に合うかたちで見せたいということですかね。僕は漆の素材の可能性というものはやはりすごく信じていて、それを自分の力だけでは広げられないので、きっかけをつくりたいというのがすごくあります。そのきっかけを伝えるやり方がたまたまサーフボードであったりスケートボードであったりというものでした。いま自分の会社にいる若い子たちには、違うかたちで、僕たちが思う漆の価値をどうやったら世の中に伝えることができるのかというのを自分たちなりに考えて、それをビジネスに変えていくという話をいつもしているのです。

阿部健一 ありがとうございます。小野さん、どうですか。何を残せるのか。

小野力 そうですね、われわれも新しいことをやっているつもりはそこまでないのです。先ほどの逆説の考え方ではないですが、おそらく江戸時代に同じことを言っていたら、いやいや、やってるよと言われる気が正直するのです。そんなの当たり前じゃない、みたいな世界だと思っていて、なのでこの瞬間、この時代、この流行の中でやっているからイノベーションと思わ

れているだけだと思うのです。その中で、では何を変えていないかという、酒造りというところの根本的なところ、それは食品安全性もそうですね、衛生管理なども含めて、やはりそのおいしさであったり作り方の中で生まれるものです。いままで先人のものづくり、酒造りをやられてきた方々が大事にしてきたこと、学んできたことというところは全て尊重しているつもりですし、やはりクラフトジンというカテゴリーで勝負をするならば、当たり前ですがジュニパーベリーを使わないなんてことはしません。しかし、そういう何か同じ、いままで作り上げられてきたカテゴリーの中でいかに勝負をして、その中で認められるかというところだと思うので、そういう意味で言うと、すごく革新的なことはやっていないと思っています。木の酒は新しいかもしれませんが、そこを造るための技術自体はずっと培われてきたものなので、お酒というものを造る製法というのは、ずっと守っていかれるべきですし、それに対する価値の考え方というは変えないでいたいと思います。

阿部健一 なるほどね。。お二人の話から、あたらしいもの生み出し続けて変えてゆくのが伝統的なものづくりといった考えが見えてきたような気がします。その一方で変えてはいけない大切なものがある。今あるものを「超える」ときに、「もの」だけでなく「人」も対象としておこななければならないというのも示唆的でした。

また「ものづくり」に鞍田さんの「愛おしさ」という概念を加えてみると、大切なものを守るために新しいものを取り入れ変えてきたものづくりの基本的な姿勢から逸脱した結果が、大量生産・大量消費・大量廃棄かとも思えます。

最後にいまの話とつながるかどうかわからないのですが、こういう質問を4人の方にして、一人1分30秒ぐらいで話をしてほしいと思います。鞍田さんは民藝という言葉、あるいは愛おしさ、どちらでもいいのですが、いまの世の中のものづくりに関して、皆さんに同じ質問なのですが、それぞれの言葉で、これは変えてはいけないものなんだというものは何かということについてお願いします。それと、逆にこれは変えていかなければいけないことだろうと思うのなんでしょうか。この二つについて、それぞれお聞きしたいなと思います。事前にきちんと知らせておくべきだったなと思いますが、いきなり、最後にあたって短い時間でどうなんだと、脅迫するようにお聞きしますが、鞍田さん

からお願いします。

鞍田崇 はい。

阿部健一 そして、この順番でいきましょう。最後に理事長にお話をいただければと思います。では、お願いします。

鞍田崇 変えてはいけない、あるいは変えなければいけないということではないのですが、無理やりそこに結び付けたところで、僕からは聞くという姿勢の大事さということですかね。いまもこうやって僕ら語らされていて、もうバクバクしているのです。一方でそうやって世の中では発信すること、語り手になることが良しとされているのですが、実はその分聞いてくれる人がいないという現実もあると思うのです。これだけ一生懸命語っていますが、今日最後に僕、震災の話をしました、30年前、実は、当時まだ立ち上がったばかりのころのケアというボランティアに素人ながら関わって、聞くということがどんなに大事かということをはとほと痛感したのです。30年越しにいま僕はこうやって民藝やものづくりに関わっているのも、実は工藝とは聞いてくれる存在ではないかと思っていて、自然の声を聞く、人の声を聞くなど、堤さんが言ってくれたあいだというのもそういうことかなと思っています。変えてはいけない、あるいはいまだから変えてでも訴えていかなければいけないのは、聞く力の醸成みたいなことかなと思っています。

阿部健一 ありがとうございます。堤さん。

堤卓也 僕は、漆がすごい素材におそらくなると思っています。耐候性という面では問題があるのですが、そこを改良することがおそらくいまの技術だとできて、植えることさえすれば枯渇することのない天然の最強の樹脂になるかもしれません。そうなった時にお金目当てで漆をどんどん植えるという世界が生まれる可能性はすごくあるなと思っていて、それは素晴らしいことだと思っています。木がどんどん植えられていって、漆が世の中にどんどん回っていく世界。ですが、その時に絶対忘れてはいけないのが、漆や工藝が人と自然のバランスを取るものであるということだけは、どんなかたちになっても忘れてはいけないのかなと思っています。そこを伝えることができなかつ

たりするのであれば、工藝などに価値はないのかなとすごく思っています。ただ、やはり変わらなければ続かないなど、いまの時代に合った価値というのは、そういうものなのかなとも思っています。ただその時に技術ばかりが先走るとは、僕はもういい加減やめたいし、そういう素材に漆をしたくないなという気持ちはすごくあるという感じです。

阿部健一 ありがとうございます。小野さん、お願いします。

小野力 そうですね、僕が何をすべきで何をしないべきか。そういう意味で言うと、結構消費者中心過ぎるなと思うことがやはり多いです。自分も消費者なのでそうなんです。しかし、やはり作り手がこれはあるべき、作るべきと思うことは、結構本能的にあるべきものであつたりすると思うので、その姿勢というのがこの社会の中でなくなった途端いろいろ終わるなと思います。なので、それだけではなくてほしくないなという意味で言うと、それこそ漆の歴史やわれわれのプロダクトもそうですが、10秒ぐらいしかないスーパーの陳列のアテンションスパンで分かるわけがないので、そういう売り方みたいなのは根本的に考えていかないといけないと思います。言ってしまうと、順説でしたか、逆説的であるものが絶対売れない社会なので、そこは変えていくべき部分なのかなと思います。

阿部健一 ありがとうございます。最後、理事長、お願いします。

岡橋達哉 はい。皆さんのお話を聞いていてなのですが、ものづくりの中で変えてはいけないものというのは先ほど堤さんのお話にもありましたが、やはり自然、それから人、こういったものの調和バランスがやはりベースとしてないと、ものづくりというものが成り立っていかないと思います。ただ、変えていかなければいけないというものについて言うと、発想ですかね。お二方の先ほどのお話にありましたが、堤さん、それから小野さんともにですね、いやいや、何も新しいものをやっているつもりはないというのを幾度もおっしゃっていました。それは、ベースとしてはそうかもしれませんが、やはり発想は新しいのです。発想の転換というか、発想は新しいので、世の中にまだあまり出していない、そこにやはり特異性があつて価値が生まれるという

ふうに思います。なので、常にベースは変えないにしても発想を常に変えながら物事にあつていくということは大事ではないかと思います。

阿部健一 ありがとうございます。ちょうど 5 時になりました。あえてまとめるようなことはいたしません。4 人のパネルディスカッションに登壇された方の話を聞いて、いま思っているのは、間違いなく世の中、社会、地球というのは良い方向に変わっていくのだなと思います。確実に、ゆっくりかもしれませんが変わっていくのだなと、そういう実感を得ることができました。少し勇気づけられたような気がします。そのことを 4 人のパネリストの方にお伝えして、パネルディスカッションを終わりたいと思います。どうもありがとうございました。

(終了)