

第16回「副首都ビジョン」のバージョンアップに向けた意見交換会における意見

令和4年11月16日

株式会社パソナ日本創生大学校 植木 まり子

○ 経済成長について

みなさんの経済成長のイメージはどのようなイメージだろうか？

いま、経済は膨れ上がり、社会や環境とのバランスを考えなければいけない状況を迎えている。

下記「世界資源アウトルック」を参照していただきたい。

過去50年間で、世界の資源採掘量は3倍に、GDPは4倍に増加したといわれている。

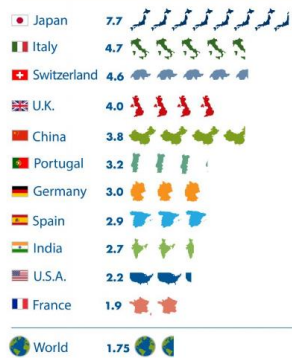
「序文

世界の国内総生産（GDP）は1970年以降で倍増し、それは劇的な進歩をもたらし、数十億もの人々を貧困から脱却させることとなった。しかし一方で、この経済成長は天然資源への飽くなき需要によって実現されてきたのである。いかなる時代及び所得レベルにおいても、私たちの天然資源への需要は揺るぎのないものである。現代に生きる私たちの消費と使い捨ての消費モデルは、私たちの地球に壊滅的な影響を与えてきた。本報告書では、資源の採掘と加工によって、生物多様性の損失と水ストレスの90%が引き起こされていること、世界の温室効果ガス（GHG）排出量の約半分をももたらす原因となっていることが示されている。さらに、こうした資源使用のあり方がもたらす利益は極めて限定的である。各国のマテリアルフットプリントにおける不平等（例えば、各国の消費を満たすために世界で利用されなければならない物質量の不平等など）は明白である。高所得国の一人当たりのマテリアルフットプリントは高所得国よりも60%高く、低所得国の13倍以上となっている。私たちの地球を犠牲にするような経済成長は、非持続可能である。そこで、私たちが直面すべき課題は、私たちの地球が有する資源の中ですべての人々の需要を満たすことである。この野心的だが重要なビジョンを認識することで、政府、企業、市民社会、そして人々が、経済成長を通じて得た考えを新たにし、人々の選択、ライフスタイル、行動を変えるようなイノベーションを促していかなければならない。

※出典：「世界資源アウトルック 2019：我々が求める未来のための天然資源」

日本においては、日本人の消費量を賄うためには、日本が7.7個必要だと言われているほど深刻な状況にある。そして、資源が少ない日本は世界と比べても日本は持続可能性がない国といわれている。

How many countries are required
to meet the demand of its citizens...



Source: Global Footprint Network National Footprint Accounts 2019



出典：Global Footprint Network National Footprint Accounts 2019

人間の幸福を第一に考える中では、経済活動も重要であることは認識しているが、いま盛んにSDGs、サーキュラーエコノミーという言葉を耳にする機会が増えても、私たちの生活は相変わらず、資源を使い、作り、捨てるという生活サイクルにあり、企業の大量生産大量消費も止まっていない印象を受けている。

だからこそ、副首都で目指す経済成長には、これからの世界をより良くしていくという強い意志、メッセージを打ち出すではないかと考える。

さらに、知事や市長の強い意志・メッセージとともに行政が企業、住民とかかわる場、仕組みに何が必要か意見を吸い上げつつ、政策、しくみ、しかけにつなげていく行動が見えることもビジョンを理解、浸透させていく中で重要なことであると考える。

今ある経済成長を続ければ、先進国、私たち日本人が豊かになる一方で、資源を持つ国、作る国の誰かを、何かを犠牲にする、と言われている。

これからも人間の幸福度を上げて経済成長していくことが必要としつつ、資源については経済成長させながら資源の使用量を切り離す、環境については、経済成長、人間の幸せを向上させながら、環境への負荷を切り離すという、サーキュラーエコノミーの基本概念、DECOUPLING という考え方がこれからの経済成長には必要といわれている。

(※DECOUPLING 2011年に国連環境計画と国際資源パネルが提示したもの、サーキュラーエコノミーの基本概念。)

繰り返しになるが、大阪が経済成長を軸として、副首都機能、都市機能を高めることに異論はないが、その際に、強めてほしい視点がある。

それは、大阪が存在することで、世界がより良い場所になるということ。

資料の3Pに記載されている、都市を支えるベーシックな機能、(環境課題など社会課題を含む)、チャレンジを後押しする機能、ウェルビーイングを高める機能について。この中身を何で、どのように実現していくのか? どうやって経済成長していくのか、具体的に考え、メッセージにすることで、大阪の存在感が伝わり、多くの人に理解されやすくなると思う。

○ 副首都ビジョンの都市機能を強いメッセージとして発信しつつ、行動につなげる

私個人の意見としては、大阪が存在することで世界がより良い場所になる、ウェルビーイングを生み出す都市、大阪、という強いメッセージをTOPである知事や、市長が発信してほしいと思っている。

そして、それを実現するための経済成長として、本業を通じた社会課題解決実現を目指す企業、実践の支援、能力開発のバックアップなど行動できる環境を国、企業、アカデミアと一緒に作っていくというアクションも必要ではないかと思う。

さらに、世界が課題としている環境問題や社会課題について、万博の前後、開催中も海外の方とも一緒に考える場・機会をどんどん増やしてほしい。

○ 人財育成について

いま掲げている人財育成に特に異論はないが、大阪で何ができるのか? 未来をどうしていくのか?といった、未来展望を自分の力で描けるような「次世代リーダーの育成」を強化して欲しい。

いまのVUCAな時代において、私たち以上に若者は不安を感じているのではないだろうか。環境問題、資源枯渇、日本経済の地盤沈下、戦争、毎年のように起こる自然災害、大地震、不安の種は減ることはなく、増えていくだろう。

その中で、この課題を誰かがやってくれると他人事にせず、「自分事化」できる個人、社員、企業を増やす、視野の広い人財を育成する事が重要になってくると思う。

先ほども掲げた、世界が課題としている環境問題や社会課題について「自ら考え、挑戦を応援する」場として、若者(学生、働く人)、行政、企業が社会課題テーマについて、それぞれの視点で学びあう場を増やしてほしい。

そこから、新しい知識を得たり、気づきや発見が生まれ、イノベーションを育む機会も創出されると考える。

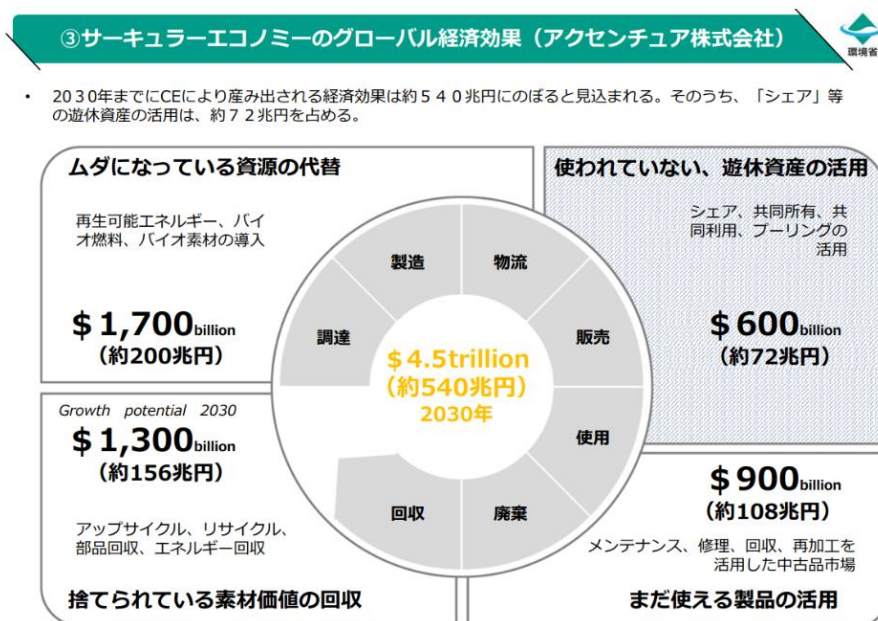
短期視点では、万博を目指して、まずはそのような機会を作ることができると、副首都ビジョンのイメージを多くの人に持ってもらえると思うし、副首都ビジョンが単なるメッセージだけでないことにもつなげていけるのではないかと考える。

○ 都市を支えるベーシックな機能におけるサーキュラーエコノミーについて

内外から人や企業を惹きつけていくためにどのような都市機能を考えるべきか?

とりわけ、若者が、経済で、世界にチャレンジできる大阪をつくっていくために、大阪がより良い場所になるための経済活動として注目したいのが、サーキュラーエコノミーの考え方である。

(参考) 2015年にコンサルティング会社のアクセンチュアが公表したレポートによると、キュラーエコノミーを推進することで、2030年までに4.5兆ドル(約540兆円。1ドル120円換算)の経済効果が生まれることが予想されている。



大阪の経済成長のイメージとして、「サーキュラーエコノミー」といっても住民には届きにくいので、もっとわかりやすいメッセージが必要と思う。

市場では金融機関の投資として ESG 投資の拡大は見逃すことができないほど、存在感が増している。(※世界持続的投資連合 (GSIA) によると 2020 年の世界の ESG (環境・社会・企業統治) 投資額が 35.3 兆ドル (約 3900 兆円) だったと発表した。18 年比で 15% 増えている。)

気候変動や人権問題への関心の高まりから ESG 投資が拡大する中、ESG 投資を呼びこむ企業を増やすことは、市場から評価を受ける企業が増え、一般の生活もより良い場所になることにつながる。社会課題から新しいビジネスにチャレンジする企業が増え、大阪が成長するというメッセージを伝えていけると考える。

住民や従業員については、SDGs、ESG、サーキュラーエコノミーについて「知らないから関係ない」から、「知る機会を増やす」へつなげる仕掛け、場が欲しい。

現状の豊かさは誰かの犠牲によって成り立っているという構造的問題を全く知ること

がないため、興味関心もないことも問題だと感じている。

知れば知るほど何かしなければ、と思うし、その一方で何をしたらいいのか、何ができるのか、と考える機会を生み出す。大阪に住む、働くことで、社会リテラシーを身に着けることができる街になる。

万博が開催されることもあり、こどもも大人もその社会リテラシーを持ち、より良い社会を、誰かが作るのではなく、自分がつくるという意味をもった住民が一人でも多い地域、というのは他都市よりも、つくりやすいはず。

また、そのような社会リテラシーが高い地域というのは、今後、住民にも、外から来る人にも魅力を感じてもらえるのではないか。

※京都が伝統や伝承を守る方に支えられているように、大阪も、万博を契機に、社会課題をほっておけない、おせっかい気質をポジティブに打ち出し、国内外からチャレンジする人が集まるイメージを発信していくのも良い。

その結果、大阪が求心力を持つ地域となり、外から同じ志をもった人が集まり、新しいビジネス、雇用が創出される持続可能かつ、魅力ある都市となるのではないかと考える。

以上。