

対談：

温暖化対策に係るコンセンサスメイキング を基軸とした市場創造のあり方を考える

日本企業の新興国・途上国市場獲得に向けたグローバル・デザイン勉強会

【対談者】

経済産業省 大臣官房政策企画委員 特許庁総務課課長補佐(総括) 川口 征洋 氏
経済産業省 産業技術環境局 環境政策課 環境経済室 課長補佐(総括) 守谷 学 氏
経済産業省 産業技術環境局 国際標準課 課長補佐 野崎 開太 氏
大成建設株式会社 設計本部 設備設計第二部長 熊谷 智夫 氏
ダイキン工業株式会社 CSR・地球環境センター本部 担当部長 山中 美紀 氏
ダイキン工業株式会社 法務・コンプライアンス・知財センター 担当課長 安部 剛夫 氏
東レ株式会社 地球環境事業戦略推進室 室長 野中 利幸 氏
パナソニック株式会社 環境渉外室 ユニットリーダー 米川 和雄 氏
三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 肥塚 直人
三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 邊見 達志
三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 山口 和子
三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 国松 麻季(司会)

1 | グローバル・デザインの意義

国松 地球規模の課題である温暖化の問題に対しては、世界各国、さまざまなステークホルダーがその解決に取り組んできました。2015年には、国連において持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals: SDGs)が新たな目標として定められ、わが国を含む多くの国や地域において地球規模の課題解決に取り組むことにコミットしていますが、気候変動とその影響に立ち向かうための緊急対策を取ることはSDGsの主要なテーマのひとつともなっています。

また国連気候変動枠組条約に基づく、締約国会議(COP)における議論も近年注目される機会が増え、本件テーマに係る国際的なコンセンサスの動向も注視されています。

本日は、当社が主催させていただいた「日本企業の新興国・途上国市場獲得に向けたグローバル・デザイン勉強会」のメンバーの皆様と、温暖化対策に係るコンセンサスメイキングを基軸とした市場創造のあり方について対談をしたいと思います。最初に当社の参加メンバーから簡単に趣旨についてお話しします。

肥塚 当社ではシンクタンク・ファームとして、国際的な秩序のあり方を検討し、描き出すことを「グローバル・デザイン」と称し、日本企業を中心とする日本の多様なステークホルダーによるグローバル・デザインへの貢献と参加の実現に貢献したいと考えております。

本勉強会のテーマですが、産業界から見れば温暖化対策に係る議論や結果として生み出される国際的なコンセンサスは、事業環境という意味でも大きな影響を与えるものです。

近年の事業環境に鑑みると自社が保有する製品・サービス単独で新たな市場を開拓していくことは容易ではなく、むしろ温暖化対策等の社会的課題の解決に資する製品・サービスをトータルパッケージで提供することが求められており、グローバルなアライアンス戦略を前提とした事業展開を視野に入れる必要があります。

アライアンスを検討する際、必要な範囲で技術基盤や知的財産をオープン化し、標準化戦略を検討していくことが必要となることもありますが、それだけではなく、国際的なコンセンサスメイキングやそれを踏まえたターゲットとなる市場地におけるコンセンサスメ

イキングのプロセスに主体的に参加し、自らが望むポジションを技術戦略や知的財産戦略と相まって確立していくことが重要となると考えています。

しかし、実際には課題も多く、わが国においてグローバル・デザイン活動を広げていくためにどのようなことを考えなければならないのかについてメンバーの皆さまと議論させていただきたいと思います。

国松 行政においても当社が「グローバル・デザイン」と呼んでいる国際的な秩序形成の必要性について話題になることも多くなってきているのではないかと思います。いかがでしょうか？

守谷 たとえばパリ協定を契機として、気候変動に関する交渉においても「グローバル・デザイン」の重要性が高まっていることを実感しています。

従来の温暖化交渉は、国対国の交渉が中心でしたが、今では国対国の交渉に加え、民間セクターの役割が大きくなっていると思います。COPにおいても、民間企業が気候変動問題に貢献するビジネスのPR合戦を繰り広げており、今後の社会をどのようにデザインするかという点を競っているのが現状ではないでしょうか。

結果的に多くの支持を集めることができたビジョンやコンセプトを示せた企業がリーダーシップを発揮し、国際市場の創造・獲得につながっているように見受けられます。

野崎 「グローバル・デザイン」という発想は重要であり、たとえばSDGsにしても、ある程度、取り組む企業の儲けになる部分がないと広まらない可能性もあります。たとえば、SDGsの17のゴールを実現するための基準を定め、これを公共セクターの調達基準に盛り込んだり、投資基準に盛り込むといった仕掛けは必要だと考えています。

たとえば高効率火力発電を輸出する場合、無電化地域の電化に貢献するといった社会課題の解決という付加価値を提供する必要があると思われるのですが、導入する側はコストの問題にしか目が行かないことも考えら

れますので、効率性や環境性能等についても世界銀行等のファイナンス機関が基準を示すといったことが期待されます。

守谷 その通りですね。

実際に投資判断に影響を与えている事例もあるようですし、サプライチェーンから外されるといったことも現実味のある話になってきました。

山中 当社（ダイキン工業）は「Climate Action 100+」¹に選ばれました。

世界でトップ100のCO₂排出事業者ということで、一見すると悪者に見えますが、ここに選ばれるということは、成長企業として期待されていることの裏返しであると認識しています。

日頃から当社の取り組みに関する発信は意識的に行ってはいますが、たとえば投資家の関心事項が反映されたアンケート調査にしっかりと回答し、当社の取り組み内容やその価値を知ってもらうということも重要なコミュニケーションだと考えています。

そして、このことが今回の選定や投資家からの評価に大きく影響していると感じています。

野中 当社（東レ）も「Climate Action 100+」に選ばれました。

ESG投資も存在感を増しており、ますます、日頃の情報発信や投資家・専門機関とのコミュニケーションは重要になってきていると感じています。一方で、ESG投資等における評価はあくまで本業の活動を行った結果であり、高い評価を得るためのテクニックに走ってしまうことは避けなければならないと考えています。

川口 日本企業だけでなく、行政も国内の政策実行手段として制度や基準作りを考えるだけでなく、産業政策・国家間競争の文脈で、戦術として制度や基準作りを考えるという視点は常に重要です。

国松 SDGsに盛り込まれている17のカテゴリは非常に広範な社会課題を示しており、官民一体となってこうした課題解決に貢献していくことが必要であるとい

う考え方が急速に普及してきています。

日本企業の中には、SDGsを社会貢献活動の文脈でとらえている企業も少なくありません。しかし、海外のグローバル企業はSDGsに盛り込まれている社会課題の解決手段を提供すること自体が、長期的な事業戦略の一部となっており、どのように新たな市場を創造していくかという観点で物事を見ているのと比較すると、多くの日本企業が後塵を拝しているのではないかと懸念もありますが、この点、どのようにお感じになっていますか。

熊谷 当社（大成建設）においてもSDGsの概念はCSR活動の中に盛り込まれています。しかし建設業界において長期的な事業戦略の中でSDGsをとらえるという目線はまだ一般的でないように思われます。

建設業界はこれまで国内市場を中心に成長してきた経緯がありますが、やはり今後は海外市場を獲得していく必要があります、その際に必要な観点であることは間違いありません。建設業界で比較的メジャーな指標としてCASBEEがあり、これには環境性能等が盛り込まれているのですが、CASBEE自体は国が起点となってアカデミアが開発したもので、個社や業界としての戦略実行手段として開発・普及されているものではありません。

こうしたことに鑑みると「グローバル・デザイン」の必要性は理解できるものの、建設業界ではこうした取り組みはまだまだこれからではないかと感じています。

米川 当社（パナソニック）は2018年3月で100周年を迎えました。

そして、これからも“A Better Life, A Better World”を目指し、変わらぬ思いでチャレンジしつづけるつもりです。また、社会が複雑化する中、ニーズは多様化しており、単一スペックの製品を大量生産して大量に販売するというのではなく、サービスを含めた付加価値の提供が重要視されていると考えています。

こうした付加価値の中には、たとえば省エネといっ

たものも含まれており、「使うエネルギー＜創るエネルギー」を実現するため、太陽光発電、蓄電池、水素電池等の創エネ事業に力を入れるとともに創エネと省エネを組み合わせたCO₂ゼロ工場の展開を進めているところです。

安部 メーカーとしての提供価値をどのようにとらえるかというのは大事な論点だと思います。これまでは機械を単品で売ってきましたが、たとえば空間の価値を提供するのだということになれば、市場のとらえ方や競争上の差異化ポイントが従前とは異なってきます。

山中 当社（ダイキン工業）も「モノからコトへ」という文脈で戦略を考えて行かなければならないと考えています。

日本ではたとえばSDGsにしてもイノベーションないし市場創造とリンクして語られているとは言えないのではないかと感じています。「グローバル・デザイン」を進めていくうえで、企業がどのようにして中長期的に利益を出していくかという本質的な戦略と絡めていくことが重要であると思います。

2 | グローバル・デザインの具体例

国松 本勉強会の中でいくつかの事例を取り上げましたが、皆様からも改めて特徴的な事例について簡単にご紹介いただけないでしょうか。

野中 当社（東レ）ではライフサイクルマネジメント（あらゆる産業活動・企業活動において、製品やサービスをライフサイクル全体でとらえ、ライフサイクル全体の視点で見たCO₂収支やコストで把握する考え方）が重要であると考えております。

こうした考え方を広く普及させるために、日本化学工業協会と連携し、事例集やガイドラインを策定しました。これによって、当社や当社と親和性のある考え方を持っている企業の実践方法を国内外に発信することができ、世界標準にしていくことができたという意味ではひとつの参考事例になると思います。

一方で、ガイドラインの内容について日本国内の議

論がある程度まとまった段階で海外（たとえば欧米の業界団体等）とも意見交換を行った際、表向きは日本の取り組みを評価していると賛辞を述べておりましたが、やはりその後のキャッチアップや提案のスピードはとても速かったのが印象的でした。

またせっかく日本が主導してガイドラインを作ったのに、日本企業が自社のビジネスを有利に進めるためのツールとしてガイドラインを使いこなせているかという、反省点がないわけではありません。

守谷 化学業界の取り組みはとても注目しています。

「物差し」づくり自体も重要ですし、日本でつくった「物差し」を広く海外に発信して普及させることも大切です。そのような問題意識から、経済産業省では、「グローバル・バリューチェーン貢献研究会」を開始し、各業界が削減貢献量を試算し、対外的に説明する際に参考とできる汎用性のあるガイドラインを策定することを目指した議論を行っています。

こうした取り組みを一過性のものとせず、「物差し」づくりの方法論を幅広く広めていくことが重要であると考えています。

熊谷 CASBEEは、2001年4月に国土交通省住宅局の支援のもと産官学共同プロジェクトとして研究開発が始められ、建築物の総合的環境評価研究委員会が継続的に開発とメンテナンスを行っている建物等の環境性能を評価する指標です。

現在、国内における建築物の評価指標として最も普及しており、自治体等に採用されている例も多く、「物差し」づくりという意味では参考になる事例と言えるでしょう。近年になって建物単体ではなく、「都市」というより広範な対象を評価する「CASBEE－都市」を開発し、海外にもアピールしています。

山中 当社（ダイキン工業）の取り組みとしてご紹介できるものとして、タイにおける冷媒転換の取り組みがあります。

これは当社が推奨する「R32」という冷媒への転換を支援するために、モンテリオール議定書に基づいて

設置されている基金から資金をいただき、①地元企業に対する技術指導と、②機械設置に係るスタッフの教育、③法制度整備の支援等を行ったものです。

具体的には、現地企業における安全管理等の水準について簡易な安全チェック基準を作成し、R32の取り扱いが可能なランクの取得に必要な技術指導を行いました。地元企業の育成を図ったのです。これは当社にとってライバル企業に塩を送ることにともなりますが、市場創造という観点から一歩踏み込んだ取り組みであると自負しています。

国松 従来型のビジネスでは、社会インフラも含めてある程度成熟した市場を前提に戦略を考える場合が多かったと思われます。今後、社会の仕組みから一緒に創造して市場を獲得していくという発想が必要だと思います。

その意味で、人材育成も重要な取り組みだと思うのですが、これは現地のスタッフを日本にお招きしたのでしょうか。

山中 関係を築いてきた現地政府から声掛けをしていただいて、日本に来ていただきました。やはり政府からの声掛けがあることで積極的に参加をしてもらえると、いうメリットは感じています。

国松 現地政府や国際機関等との関係はどのような経緯で築かれたのでしょうか。

山中 最初は先方からコンタクトをしてきたもので、それに継続かつ丁寧に対応してきた結果だと思えます。もちろん当社からも情報発信をしている面もありますが、いろいろと教えてほしいという要望に応じていく中で、今回のような機会をつくることができたという理解をしています。また現地政府とのやりとりについては、経済産業省にも側面支援いただいた部分があり、大変感謝しています。

国松 東レ様でも将来の市場創造を見越した官民プロジェクトをタイで実施していたと思いますが、少しご紹介いただけないでしょうか。

野中 国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開

発機構（NEDO）の支援を受けて、タイでサトウキビ搾汁後の搾りかすからバイオエタノールや高付加価値品の原材料となる有用な物質の製造システムの実証事業を行っています。

一見するとバイオエタノール製造に係る技術実証に力点があるように見えますが、タイの産業政策当局とも十分な意見交換を行い、サトウキビが同国において重要な産品であることから、産業政策としてサトウキビを活用した市場を創造することに力点が置かれていると言えます。

市場創造活動を個社のみで実施していくことは困難ですので、当社も政府機関からの支援を得つつ、ビジネスパートナーとコンソーシアムを形成しており、将来市場の形成を戦略的に行おうとしています。

3 | グローバル・デザイン活動を行う際の課題

国松 さまざまな取り組みが行われているわけですが、欧米等の一部企業はより進んだ将来市場の形成を行っていることは本勉強会メンバー共通の認識になっていたかと思います。日本企業や日本政府がグローバル・デザイン活動を行ううえで、どのような課題があるのでしょうか。

熊谷 CASBEEについてはすでにお話したように、「物差し」としては大変優れているもので、アカデミアでは海外での普及にもご尽力されているのですが、業界としてこうした「物差し」を新興国等の市場で広め、自らの提供価値が広く価値として受け入れられるような市場環境を戦略的に整備していこうという意識は十分ではないと感じています。

この点、肥塚さんが勉強会の中で指摘されていたように、米国の建設業界は、米国における建築物の環境性能評価基準であるLEEDを海外にも普及させていこうとしているようで、日本の建設業界は「物差し」づくり自体は負けていないものの、これを戦略的に活用するという意味では後れを取っていると感じています。

またCASBEEの場合、評価員になるためには、日本

において一級建築士の資格を取得する必要があり、海外において評価員の資格を得ることが難しいといった運用上の課題もあると思います。

肥塚 LEEDは簡易版も作って、インド等の新興国でも積極的に普及させようとしていると聞いていますので、意図を感じずにはられません。

熊谷 米国では、「WELL」と呼ばれる新しい指標の開発も行われており、この指標は健康や働きやすさといった観点を指標化しているようです。人の持っているポテンシャルを効率よく発揮できる建物がどのようなものであるのかに着目した指標です。

国内でも生産性向上や働き方改革が重要な経営課題にもなっていますので、WELLという新しい指標についても今後の展開が注目されています。

野崎 LEEDが米国建設業界の戦略的な取り組みとして行われている側面が強く、基準作りを担っている団体もアドボカシー（支援）活動に力を入れているという話を聞いて、日本のCASBEEにそうした戦略性が弱いかもしれないという点は非常に残念だと感じます。CASBEE自体は良くできた仕組みだと思うので、余計に残念です。

川口 私が、ブラッセルで「Japan Business Council in Europe」という団体で事務局長として活動していた経験から言うと、日本企業は、外国政府と対話をしながら、一緒にルールを作るための人材と、そのための適切な体制をつくっていないというのが現状ではないでしょうか。

日本人の駐在者はいるのですが、そのようなルールを作る人材ではなく、情報を収集しているだけというケースが多いのではないかと思います。また、多くの日本企業は、現地スタッフにルールメイキングに十分に参加させるだけのマニフェスト（委任された権限）を与えていない印象があります。これでは、刻々と変わるルールメイキングの場面でスピーディーに対応できません。

たとえばダイキンさんは欧州にルールメイキングの

ためのスタッフがおり、かなりのマンデートを与えつつ活動をされていると認識しております。欧州に比べると、ダイキンに限らず、中国や米国の企業も現地人材を採用しています。組織的な問題かもしれず、すぐに解決はできないのかかもしれませんが、専門人材の配置と、その人材を活かす体制の構築は今後の課題だと思えます。

国部 グローバル・デザインと呼んでいる活動について、日本では人事異動もあって同じ分野でキャリアを形成する人が少ないのに対して、たとえば欧米企業でこうした役割を担っている人は、民間企業だけでなく、政府やNGO等さまざまな機関を行き来して経験値を蓄積している印象があります。

国際的な会合では、欧米の重鎮はいかなる立場にあっても発言力があり、それなりに影響力を発揮しています。人材育成や組織のあり方からも、こうした課題について考えることが必要だと思えます。

国松 WTOにおける通商ルール形成の交渉に参加した際、アメリカ合衆国通商代表部 (USTR) は自国企業と相談しながら交渉を進めていたのが印象的でした。

日本政府は交渉中のマターの詳細は対外秘であるというスタンスで、日本企業との相談はほとんどありませんでした。金融サービス交渉では、金融リーダーズグループに世界トップバンクや保険会社のCEOが多数参加していましたが、日本からの参加は1名のみだったということもありました。

山中 海外企業の経営層と日本企業の温度差を示すエピソードをもうひとつ紹介させていただきます。欧州の経営層の間では社会的課題の解決やCSRを果たすことが企業の目的そのものであるという理解が広がっているのに対して、多くの日本企業は「まず利益ありき」という発想から抜け切れていないことに、欧州系の企業関係者から驚きを示されたことがあります。

企業としての提供価値を再整理して、顧客を含むステークホルダーにしっかりと伝えていく必要があると思えます。その際、あらかじめ政策トピックについ

てポジションペーパーを作成しておくことも大切ではないかと思えます。国際会議等の場でポジションペーパーを出してほしいと言われて、すぐに出せない企業も少なくないのではないのでしょうか。

当社 (ダイキン工業) でも定期的に経営陣も交えてさまざまな部門が年に何度かFace to Faceの議論をして、重要な政策トピックについての意識合わせを行っています。

邊見 財界等の方針に従っているという企業も少なくない印象を持っていますが、企業・業界によっては明確なポジションを持っていると思えます。

たとえば、ある業界では、排出量取引制度を日本だけでやると、日本からの生産がシフトし、より生産コストおよび生産効率の低い国での生産が増えるため、地球全体で見るとかえって排出量が増えてしまうので意味がないという明確なポジションを持たれていました。これは同制度を全否定しているのではなく、当該業界に対する排出量取引制度をもし導入するのであれば国際的なセクターレベルで実施すべきとの考えに基づいており、よく検討されていると感じました。

野崎 国際機関の活用という意味でも、日本が拠出している国際機関の機能を十分に使いこなせていないという側面もあるのではないのでしょうか。世界銀行についても日本は2番目に多い出資をしているにもかかわらず、それに見合った十分な人材を送り込めていないし、さまざまなプログラムにも参加の機会を逸しているのではないかと思えます。

山中 国際会議自体に日本の経営者ももっと参加すべきであると思えます。会議に主体的に参加することで、単に情報を収集するだけではなく、発言の機会が与えられることで、さまざまな可能性が広がります。

国松 日本企業の関係者は、ルールメイキングに参加する機会があると、まず自社が100%そのルールをコンプライ (遵守) できるかという目線で議論の推移を見守り、余計なオブリゲーションを負わないように発言も慎重な印象があります。

肥塚 法や制度の考え方として、厳密な分け方ではありませんが、プリンシプルベースとルールベースという考え方があります。

日本ではルールベースの法や制度に馴染みがあり、日本企業の方も「シロ・クロ」が明確な法や制度を好む傾向があります。一方、コモン・ローを原則とする英米法系の法体系を有する国ではプリンシプルベースの法や制度に馴染みがありますし、欧州はそもそも異なる法体系を有する国々が条約によってEUを形成しているため、EUレベルではプリンシプルベースの考え方が馴染むようです。

プリンシプルベースの考え方をする人は、ゴールや基本的な価値観（プリンシプル）の合意に力点を置きますので、この点について議論が白熱します。もちろんこれを実現するためにルールを書いていくわけですが、最初から100%コンプライできなくても、トライ＆エラーでやっていこうという発想を持っているようです。こうした違いも国際的なルールメイキングの場面で両者の発言のトーンが異なる要因となっているのではないかと思います。

安部 話は少し違いますが、SDGsの中に「適応」と「緩和」という概念があります。適応は誰がするかという途上国が中心となりますが、彼らが新しい技術を使えるようにしなければならないという話になります。私は知財部門に所属していますので、国際社会において途上国側が、先進国は知財を持つことで新しい技術を独占していると非難しているとよく耳にします。

当社では、温暖化の抑制という大きな目的のため、特許の一部の無償開放を行ってきました。具体的には「R32」という当社が強みを持っている冷媒を利用する機械に係る特許で、これによって途上国等においてもR32を採用する動きが出たり、当社と親和性のあるプレーヤーが市場参加することで、長期的にはビジネスエコシステムの形成に資する可能性もあると考えております。

国松 特許の無償開放について、社内では異論はなかつ

たのでしょうか。

山中 市場を形成した後は、製品やビジネスモデルの競争です。トップからも、狭い市場だけで勝負してもダメ、場合によっては特許を開放しても市場を広げることが必要であるという示唆がありました。

肥塚 単に未利用特許を開放して収益化しようという発想ではなく、まさに本勉強会のテーマである市場創造を目的とした特許の無償開放ということですね。

4 | グローバル・デザイン活動の活性化に向けて

国松 最後にグローバル・デザイン活動の活性化に向けて今後取り組んでいくべき事項等についてコメントをいただきたいと思います。

山中 たとえばインドではCSR税と呼ぶべき税制があり、企業がCSRに取り組むことを促しています。制度論として日本に馴染むのかという点は分かりませんが、制度による誘導はある程度あってもよいのではないかと思います。

安部 欧州には「パテントボックス」と呼ばれる制度を持っている国があり、R&D費用が課税対象となる利益から控除される仕組みがあります。CSR活動の費用が控除対象となる、といった制度による誘導も可能性としては検討してみてもよいかもしれません。

邊見 たとえば日本は防災についても厳しい規制を持っており、日本の免震耐震技術等の水準は国際的にも高いと思います。こうした制度と技術のセットに関心を持ってくれる国もあるのではないのでしょうか。

熊谷 潜在的にはあり得ると思います。日本の法制度や防災基準を輸出していくという動きはこれまでもなかったわけではありませんが、もっと考えてよいのではないのでしょうか。

守谷 日本全体の問題として、グローバルなルールへの対応で特に遅れているというわけではないと思いますが、やはりルールを作る側にあまり参加できていないという印象は拭えません。こうしたルール作りへの参画も大切ですが、経営戦略の中にこうした発想が盛り

込まれることが重要であると思います。政府も産業界にこうしたメッセージを発信していく必要性を感じています。

川口 ルールメイキングは、政府と企業が一体になってやっている国が多いので、日本政府もうまく企業とパートナーシップを組んでやれるべきところは勉強していきたいと考えています。あとはスピード感が重要になると思います。世の中のスピードはとても速く、たとえば中国は「グローバル・デザイン」を考えるうえで大きな存在だと思います。

一方、米国企業が行っている市場創造活動もとてもスピード感があります。こうした中、日本はどのようなやり方がベストなのか、官民で考えていくべき課題だと思います。

山中 ルールメイキングは、やはり政府と連携していくことが重要ですので、これからはいろいろな場面で相談をさせていただきたいと思います。

野中 日本政府も内閣府等によって省庁横断的に検討されているテーマが多くありますが、省庁間の協働はもっとあってもよいのではないかと感じています。

国内では「環境」というと環境省が担当する課題のとらえ方もあると思いますが、「環境」面の課題を解決していくこともまたビジネスそのものであり、将来の市場創造も含めて事業活動を行っていくうえで不可欠のものになっていますので、産業政策との連携も重要になってくると思います。

たとえば欧米の政府や企業が温暖化対策として再生可能エネルギーの使用を推進していますが、欧米では再生可能エネルギーの産業が発達しており、またこ

れをさらに推進したいという産業政策とも連携して行われていると思います。こうしたことも踏まえて関係省庁の皆様ともしっかりと連携させていただきたいと思っています。

山中 今回の勉強会を企画・主催いただいた三菱UFJリサーチ&コンサルティングのようなシンクタンクが、さまざまな所に偏在している知見や思いを、紡ぐような役割を果たされることを期待しています。

野中 今回の勉強会を含め三菱UFJリサーチ&コンサルティングでは「グローバル・デザイン」という言葉が使われていますが、国内問題と思われるようなテーマについてもグローバルな環境変化やグローバルな世論、政策の影響を強く受けています。

人口減少に直面する日本では、地方創生やコンパクトシティの議論が盛んに行われていますが、グローバルなコンテキストも理解したうえで、戦略的かつ長期的な視点を持ち、マルチステークホルダーで議論をしながら解決していかなければならない点は、なんらグローバル・デザインの意図する所と変わらないのではないのでしょうか。

国松 シンクタンクとして活動しているわれわれにとって励みとなる一方、多大なるご期待もいただいて身の引き締まる思いです。今後とも、多くの方とグローバル・デザインのあり方について引き続き議論を行うと同時に、具体的なアクションに取り組んでいきたいと考えております。皆様、大変ご多忙中、本日はありがとうございました。

開催日：2018年2月1日

【注】

¹ CalPERS（カリフォルニア州職員退職金基金）等の機関投資家が、温室効果ガス排出量の多い100社に対して集中的に投資家がエンゲージメントを行うことで排出量削減効果を狙ったイニシアチブのこと。