

第41号 2022.10.31発行
 発行者：株式会社ココラボ
 編集者：JO編集委員会

異能人材の芸術的思考が 経営にイノベーションを起こす

経済ジャーナリスト/イノベディア代表
 内田 裕子 さん



玉川大学文学部芸術学科卒業後、大和証券に入社。社内TV放送「大和サテライト」のキャスター、大和インベストマネージャーとして企業IRのコンサルティンクを経験し、2000年、財部誠一事務所へ移籍。経済ジャーナリストとしての活動を始める。BS日テレ「財部ビジネス研究所」、tvk「神奈川ビジネスUp To Date」、現在はBSイレブン「タカラベニュース&talk」、FMナツタファイブ「エコノミーニング」に出演。2020年10月イノベーションに特化したメディア「イノベディア」を設立。経済講演会やイノベーションをテーマにしたイベントなどを開催している。
<https://www.inovedia.info>

江森：内田さんには当社のCSR報告書2019で『横浜イノベーション』から始まる新時代の価値創造』というテーマで対談させていただいて以来、当社のメディアには2度目の登場ということになります。今回改めて2019の対談を読み返して、実に中身の濃い議論だったなあと思うのと同時に、あれから3年経つのにあまり変わっていないなあとも感じました。それほどコロナの影響が甚大だったということだと思います。あのとき話したことを実現していくためにも、今回も充実した議論をしていきたいと思いますが、その前に前回あまりできなかった内田さんご自身のことについて伺っていきたく思います。内田さんは経済ジャーナリストでありながら、なんと芸術学科卒業という異才の持ち主でもあります。またどうして芸術を学ぼうと？

内田：当時は驚かれましたよね「へ？何しに行くの？」みたいな(笑)。でも私は当時から自分はこう思いますと表現することが、これからは絶対大事になると思ってたから。
江森：その先見性はすごいですね。なんでそんな子供になっちゃったんですか。

内田：たぶん、それをずっと言えない子供時代を過ごしたからだと思う。何か人より先を考えちゃうところがあつて、いつもみんなと違うことを言ってしまうと嫌われるみたいなのがあつたので、言えなくなってしまうんですよ。でもなんかおかしいとずっと思っていて、そんなときにミュージカルの「コーラス・ライン」を観て目覚めたというか、自分がやりたいことをやりたいって言うていいんだ！ということに気づいたんです。
江森：で、玉川大学へということですね。

当時は文学部芸術学科だったんですけど、いまや芸術学部に格上げされて学生からの人気も高いみたいですね。

内田：そうみたいです。今でも一般企業への就職が強いようですが、私も別にプロとして演劇やろうと思っていたのではなくて、表現方法さえ学べればよかったので、大学でそれを身に付けることができ、自分も生き生きし、自信もつき、芸術とは何の関係もない大和証券に就職するわけです。
江森：そういうことでしたか。そんな内田さんと今日は「芸術と企業活動」について話し合いたいと思ってるのですが、私たちの世代だと芸術と企業と聞いてまず思い浮かべるのは、バブル時代に世界の名画や文化施設などを日本企業が買い漁っていたこと。当時は「企業メセナ」だとしてもてはやされていたわけですが、まずはあの

時代の評価からお願いできますか。
内田：ゴッホのひまわりね(笑)。やっぱりアートの本当の価値がわかってやったことではないと思うんですよ。お金か余りました、さあどうしましょう？となったときに、将来値上がりしそうだということ、他にもいろいろある中で、ひとつの投資の対象としてアートが見出されたということですよ。ですから芸術振興ということをどこまで本気で考えてやっていったかということについては、大いに疑問が残りますが、それでも日本のアート界に与えた一定の影響というのはあったと思いますよ。

江森：それはどういふことですか。
内田：かつては、というかまさに私の大学がそうだったわけですが、美大なんか卒業しても就職先なんて本当に無くて、でもバブルの頃に先ほど江森さんが言っていたわゆ

る「メセナ」という流行の中で、大手企業がそういう部署や子会社などを作ったので、それなりに就職先ができたんですね。そういう人たちが今でも日本のアート界を引っ張っていているというのは、バブルのレガシーだったのかなと思います。

江森..それは私も思い当たることがありますね。当社のお客様にもアート関係の会社がたくさんありますが、確かに美大生の活躍の場になっていると思います。また最近地方活性化のイベントで多くなっている「〇〇芸術祭」というのも、昔東京でアート関係の仕事をやっていた人が地元に戻って来て、アートメンターを作っているケースが多いように思います。

内田..地方にも美術館が増えて学芸員さんの活躍の場も増えてたでしょうね、全国的に影響があったのでしょうか。

江森..バブル崩壊から30年あまりが過ぎて、いまは企業に余裕がなくなっているわけですね。「〇〇芸術祭」というのも、ほとんどは自治体が観光誘致のために税金を投入してやっているものであって、企業が支えているなんていうのは本当にレアなケースになってしまいました。この先もうバブルみたいなことはほぼ起こらないと考えると、日本においては、芸術家、あるいは芸術界のものがどんどん失われていってしまうように思っていますよ。

内田..最近、経営ってアートとサイエンスであると言われるじゃないですか。これからの時代ますますアート、あるいは芸術的思考が求められると思うんですね。でもいまの日本のビジネス界においては芸術的思考は皆無です。ではそれを誰から学べ

ば良いかといえば、アーティストや芸術作品なわけですから、企業が経営に芸術的思考を取り入れていくためには、芸術や芸術家を守っていくことが必要なんだと思いますね。

江森..それはアーティストを雇用するってことですか？

内田..雇用なのかな、なんなのかな？いわゆるパトロンですかね。

江森..それはまさにバブルの頃の企業がやっていたことですが、いまやどの企業にもそんな余裕はないわけですね。ですから芸術を保護したり芸術家を「雇用」することが、企業にどんなメリットをもたらすのかということを経営に芸術的思考が大事だとしても、結局ごく一部の人のしか取り組まない。

内田..昭和の頃みたいに、みんなが右へ倣えて同じ価値観、同じ幸福感を持っていた頃と違って、今はウェルビーイングなんていう言葉が流行っているように、一人ひとりの幸福感も違うし、企業もそれぞれが差別化していかねければ生き残れないという中で、アートという考え方がクリエイティブティヤイノベーションに効果的だということを示していかないとけないですね。

江森..日本は同調圧力が強いと言われるので、今でも日常の多くの場面で「人と同じことが良いこと」という価値観が前面に出ていると思いますが、例えば戦後復興とか国民が一丸となるような場面ではそういう価値観は強いのですが、現代のように政治的にも自然環境的にも不確実で多くのリスクを孕んでいる時代には、単一の価値観は脆いと思うんですね。

内田..その通りですね。そこで必要になってくるのが、自分の考えとか自分の生き方を信じるということ、じゃあそれをやってきた人は誰かというところ、アーティストなんですよ。アーティストって自分が唯一無二の存在でなければ作品に価値がないから、人と違うということを恐れずにやってきた人たちで、いま江森さんが言った同調圧力に従う人たちとは真逆のメンタリティを持っていて、自分がこれだというものを持って、それを育てていくことに喜びを感じるという人、自分がこれだというものを育てていくことにも動じないという人、そういう感覚をみんなが持てたら、みんな怖いもの無くなるだろうと思うんですね。

一人ひとりが自分のアートを追求していく人生になっていけば、他人のことなんて気にならなくなる。だってそれぞれ違う作品なんだから。そうすると世間体を気にするみたいな生きづらさから少しずつ解放されていくんじゃないかなと思いますね。

江森..いま温暖化や気候変動についてはESG投資やそのための情報開示フレームが成熟してきたこともあって、大手企業については世界中で取り組みが加速している、企業にとっては持続可能性が高まっているといえますよ。それと同じように私はアートの企業も持続可能性が高まっているんですよ。多様性への理解という文脈ですね。

だからこそ企業がアーティストを育てたり守ったりすることが必要で、長期で見れば必ず経営にもプラスになると思うのですが、そういう社会的合意をどうやって作っていくかというのが、私が課題として感

じていることなんです。

内田..そういう意味では、欧米の人たちは肌感覚でそれがわかっているようなところがありませんね。いま日本でもやっとな教育で英語教育が始まっているので、ある程度は英語を話したり聞いたりすることはできるという人たちが社会に出てくるのは何年後？10年ぐらい？そうなると思うんですけど、私たちの世代よりはグローバルな価値観を身につけた人たちが社会を構成するようになって、企業のトップにも就くようになれば、もっとアートやクリエイティブというものを普通に評価できるようになっていくと思いますね。

江森..まだまだ先の話ですかねえ。今の大人世代がもうひとがんばりしないといけませんね。

内田..昭和の時代だったら「芸術なんかにかうつつを抜かして」などとパージされてきた異能人材を理解して、大切に育てよう、人と違う発想こそ宝、イノベーションの種があるんだということを、とりあえず理解しましょう。というところが、せめて今できることでしょうか。

とにかく、これまでの教育では世界に勝てないので、感性を高める訓練を学校でも企業でも取り入れていくことが必要ですね。

● CSR 報告書 2019 特別対談もぜひご覧ください！



「人権デューデリジェンス」政府調達で優遇へ

取引先に対して人権侵害の状況を調査し、サプライチェーン全体で強制労働や児童労働などの排除を目指す「人権デューデリジェンス」は、欧州で先行していましたが、10月に開催された省庁横断の「ビジネスと人権に関する関係府省庁連絡会議」において、政府調達に関する作業部会が設置されることが決まり、今後日本でも企業における人権尊重の動きが加速していく第一歩になると考えられています。

政府案では、企業の基本的な考え方を明記した「人権方針」の策定と公表のほか、相談窓口の設置や取り組み状況の公表など

を実施している企業を、入札時の評価で加算することが検討されており、各省庁で実験的な事業を始め、進捗を踏まえながら方針を策定していくとのこと。国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」は、政府調達で人権尊重を促進することは国家の義務だと明記していますが、日本では政府調達での人権尊重に関する明確な基準はありません。

企業や自治体が、社会的責任に配慮した調達を実施する「SR（社会的責任）調達」は、SDGsの推進やより良い社会に向けての重要なファクターになると期待されて

います。日本においてはプラチナくるみん認定での優遇や、一部自治体において独自の優遇制度や参加資格制限などがあるものの、一般的な取り組みには至っていません。

今年3月、自民党の有志議員による「政府調達研究会」が長期の購入契約など戦略的な政府調達を通じて国内企業の開発を支援するよう訴える提言を岸田総理に提出したこともあり、調達を政策実現の手段として用いることについての検討は従前からなされていたと考えられます。温暖化対策では世界に遅れをとっている我が国にとつては、人権分野で欧米に追いつきたいという

思惑があるようにもうかがえますので、企業としては自社内のみならず、サプライチェーン全体での取り組みの強化を図っていく必要があります。

当社が所属する全日本印刷工業組合連合会では、環境印刷やメディア・ユニバーサルデザインなどの分野において、行政と民間企業が同じ目的意識をもって社会課題解決に向けて協働していくためのSR調達の実現を、国会および全国の自治体に向けて提言しています。今年2月には和歌山市において「SDGsの視点から見た調達の将来像」と題したシンポジウムを開催。9月に名古屋市において開催された「全印工連CSRサミット」においてもSR調達に関する分科会を設けて啓発に努めています。

好き 横 好

僕のやめられない話

江森悠人

ついこの前までの地獄のような蒸し暑さが嘘みたいに感じられる今日この頃。気温が上がる日があっても湿度やら空気感はすっかり秋めいていて、いつもの道を歩いてもなんだか全然別のところに来てしまったかのような気分になる。

僕は日常的によく音楽を聴くが、この2022年においてもまだケーブルのついたイヤホンを使っている。といっても別にハイテクがわからないとか、耳からうごんを出しているのが恥ずかしいとかそういう理由ではなく、単純に音質の面で有線イヤホンの方が優れているからそうしているだけだ。

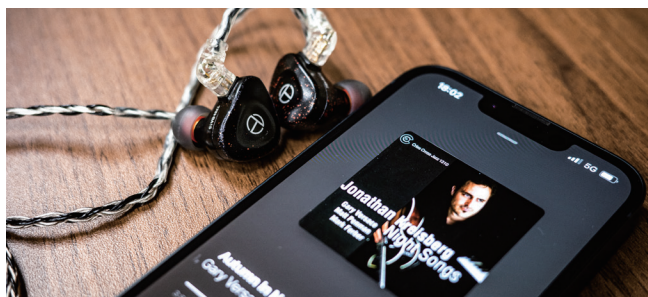
そもそもワイヤレスのイヤホンは、一度音のデータを圧縮してからイヤホンに送信し、イヤホン側で再展開して再生するという方法をとっている。この過程でどうしてもロスが発生してしまうので、原理的に言って有線イヤホンの方が音質は良いに決まっている。なんて話をしてもだいたいの聞き流されるか、もっとひどいと嫌われてしまう。

ともかくにもいつも音楽を聴くわけだが、季節が変わると聴く音楽の内容も変わってくるものだなと感じる。夏の暑い時期は、アップテンポでギターが主体の音圧高め音楽を聴きがちなのだが、涼しくなってくるとジャズとか落ち着いた音楽を聴きたくなってくる。

世の中の音楽も同じ傾向にあって、いつ誰が始めたのか知らないが、それぞれの季節らしい楽曲やアレンジの工夫がされているものだ。夏はTUBE、冬は広瀬香美、みたいな感覚は、多くの人の共通認識として成立している。

流行りものの音楽は最近あまり聴かないので、そんなことはないと言われてしまうかもしれないが、近年の音楽は昔より季節性を感じないものが多くなっているように思っている。コロナ・パンデミックで外出する機会が減ったことで、季節を感じる機会も減ったということが、少なからず影響しているのかもしれない。

そんなことを思ったり思わなかったり、秋の空気を感じながら耳を傾けるのはJonathan KreisbergのAutumn In New York。



新社名の由来は「コミュニティ」&「コラボレーション」2022年9月1日、協進印刷はコラボになりました

日本の印刷市場は1997年をピークに減少を続け、コロナ禍にも大きな影響を受けています。弊社においてはそのような時代の変化を捉え、これまで印刷製造以外の様々なサービスを開発・展開してまいりましたが、それらの事業をさらに進めていくため社名を変更することにいたしました。

新生なった「ココラボ」では、3つの事業を柱に展開してまいります。一つめは、すでに『ソーシャルえほん』のブランド名で展開中の社会課題解決型のメディアクリエイション事業。ひとつでも多くの社会課題解決に向けて、人々に気づきを与え、行動を促すコンテンツを開発します。

二つめは、サステナブル製品開発事業。「紙製クリアファイル」を核として、持続可能性に貢献するアイテムを開発・販売いたします。

そして三つめは、サステナビリティに関するコンサルティング事業。上場企業様向けのサステナビリティ情報開示に関するコンサルティングを中心に、SDGsの取り組みおよび社内組織立ち上げの支援、セミナーの開催など、これからの時代に企業や組織が必要とされる取り組みや情報開示のお手伝いをさせていただきます。

もちろん従来からの印刷・デザインの事業についても、これまで同様、並々ならぬプロとしてのこだわりを持って続けていきます。

皆さまのご指導ご鞭撻と、ワクワクするコラボレーションを心よりお願い申し上げます。



社名変更特設ページは
こちらから

小学生にも今日からできるSDGs！ 篠原西小で特別授業を開催

近年学校においてもESDなど持続可能性に関する教育が盛んになっていることから、サンワテクニカルパートナーズ株式会社と協働して、横浜市立篠原西小学校でSDGsの特別授業を実施しました。サンワテクニカルパートナーズのSDGsご担当者が、弊社主催のSDGsセミナーを受講いただいたご縁で今回の協働が実現。篠原西小はJCO前号の巻頭対談をお願いした長島由佳さんにご紹介いただきました。

今回の受講生は4年生。すでに昨年SDGsの基本的学習を終えていたことから、具体的な取り組みのひとつとして「ゴール14「海の豊かさを守ろう」の課題である「海洋プラスチックごみ」についての実情を、クイズを交えながら楽しく解説しました。授業の終わりには、今日からできる具体的なアクションに役立ててもらおうと①エコバッグ②紙製クリアファイルを2社からプレゼントしました。



児童代表からお礼の言葉

「働くとは？」を若者たちに

インターンシップや職業体験は、弊社が特に力を入れている社会貢献活動です。2020年はコロナ禍により多くの教育機関がインターンを取りやめましたが、現在は積極的に進めている大学が多く、今年度上半期で6名の高校生・大学生の受入を実施することができました。

例年であれば、下半期は中学生の職業体験や台湾政府が運営する教育機関の卒業実習の受入が始まる時期ですが、いずれも再開の見込みは立っていないようです。中学校について

は、いくつか職業講話の依頼があるので、従来とは異なるキャリア教育のスタイルを模索している様子が見えませんが、大人との交流機会が減ってしまうのはなんとも残念です。子どもたちにとって本当に必要な教育資源を適切に届けていくことができるよう、いまこそ大人たちが勇気を出して前に進むときではないでしょうか。

私たちに期待を寄せてくださる多くの教育機関のみならず、私たちはいつでも手を広げて、子どもたちに会える日を待っています。



「懇親のタベ」も復活。CSR報告会「ありがとうナイト2022」開催

9月16日(金)、9回目となる弊社CSR報告会「ありがとうナイト2022」を開催しました。3年ぶりに「懇親のタベ」も復活し46名にご参加いただきました。今年度は31名が会場に足を運んでくださり、徐々にリアル参加が増えているのはうれしい限りです。お忙しい中ご参加いただきましたみなさまには心より御礼申し上げます。

サステナビリティレポート2022も発行しましたので、ぜひHPよりご覧ください。



JCO(ジェイ・オー)2022年10月号(第41号)
発行者：株式会社ココラボ
横浜市神奈川区大口仲町108番地
TEL:045(431)6611
FAX:045(373)6273
URL: <http://www.kyoshin-print.co.jp>

