

# 若者のアイデア輝く社会に

グリーンジョブ創出

地球環境の変化に伴い、ワークスタイルに変化の予兆がある。地球環境制約が厳しくなる中で、将来、私たちはどのように生業を選択し、どのような仕事を追い求めるのが良いのか。次世代の人が地球環境の安定を目指し、働きがいのある人間らしい仕事にたどり着きやすくするため、どのようなルールを敷くべきなのかを考える必要が出てきている。本稿では多くの人が、環境に貢献する「グリーンジョブ」を実現するために何が必要かについて考えてみたい。

## 未利用資源を活用する 美食地政学

▷7



私たちの生活は地球環境に依存している。地球環境と仕事も本質的につながっている。気候変動や生物多様性の劣化は雇用と生活を混乱させ始めた。そのような背景の下、2007年に国際労働機関(ILO)がグリーンジョブの推進を提案



「Cloud 1 dining green」(伊勢志摩(東海)提供)

**東京都市大学環境学部 環境経営システム学科教授 古川 柳蔵**

ふるかわ・りゅうそう 72年(昭和47)東京都生まれ。博士(学術)。東京都市大学環境学部環境経営システム学科教授。専門は環境イノベーション。戦前の暮らし方、自然(学)ふものづくり、ライフスタイル変革の研究や地方・都市連携プロジェクトを行う。

## 地域プロデュース、料理人も一役

辻調理師専門学校産学連携教育推進室長の尾藤環氏に、料理人に関するグリーンジョブについて話を聞いた。



辻調理師専門学校 産学連携教育推進室室長 尾藤 環氏

料理を学ぼうとしている若者に何か変化の兆しは。 「日本料理を学んでいる学生たちに将来のお店のコンセプトを聞く『地元地消』『地元地産』『地元のお酒』というキーワードが多くみられます。かっこいい、ファッションブル、といった職業イメージと結び付いていることを職業興味テストが示していました。以前には見られない兆候です。環境を守るという使命感でもなく、イノベティブな職業として捉えていることが分かります。地方から都市への若者の流出課題は、異なるステージに入ったのかも知れません。ただし、この兆候を産業側は認識していません。全ての学生に現れているのではなく多様化しているからです。農業や飲食業は、環境と経済とのバランスをとりつつグリーン産業化を模索しますが、彼らは使命感に促されたわけでもなく、ユネスコ無形文化遺産『和食』の『自然を尊ぶ』という本質にひかれていくように思えます」

料理人はどのようにスキルアップしていくのか。 「都会で腕を磨き、都会の価値観を持って、地方へ戻る。グリーンジョブの創出にはUターンを推奨します。ただし、強いキャリアアンカーが形成されていなければ人材流出につながります。グリーンジョブは発達段階ごとの環境教育がデザインされ、職業教育につなげる必要があります。また、トップシェフたちは、旅先でも特産物を調べ、

市場や産地を見て回ります。起きてから寝るまで『食』のことを考えています。ライフとワークの境界が曖昧なのです。これはディーセント・ワークの特徴だと思うのです。フードシステムでモチベーション高く働く方に多くみられ、スキルアップ意欲と連動します」

―グリーン化したフードシステムでの料理人の新しい役割は。 「市場ではコストとスペックで評価されますので、その結果淘汰されるものがあるわけです。この淘汰機能の補完に向けて、生産者と料理人の対話が始まっているのだと思います。今後、対話が増えていく中で、料理人の役割は変わります。それが地域プロデュースです。料理人たちは作りたい料理があって、最適な食材を市場で探すという行動だったと思いますが、それに対して、グリーンシステムでは、対話の中で生まれた食材、地域の魅力を料理で表現することになるからです。また、最終的な付加価値を出している人なので、発信するインフルエンサーとしての役割を担うことになりそうです」 (聞き手・古川教授)

## 生産者と対話、食材の魅力を表現

## 「働きがい」重要な選択肢

私はグリーンジョブという概念が提案される少し前の05年から環境系の大学で働き始め、環境問題解決に貢献する人材養成を開始していた。その当時、企業はCSR部などの組織を立ち上げ始め、環境問題に関して体系的な知識を持った人材が求められるようになっていた。起業する人もいたが、リスクは高く、ディーセントという意味合いとはほど遠い仕事であった。必

くパターンである。三つ目は、家内工業に属するパターンである。幼い頃から家族の仕事を見て職業を継承する。ルールは敷かれていないが、職業選択の余地がない場合もある。

戦後は、高校あるいは大学を卒業し、企業や公的機関に就職していくパターンが増えた。自由度は増したが、若者たちは時代ごとに、給料の良い花形の企業に就職しようとする。しかし、これらがディーセント・ワークなのかと問うことはなかったと思われる。

## 環境教育と就業つなぐ仕掛けを

若者の中にはグリーンジョブは面白そうだと思う人がいるようだ。JSTのプロジェクト「美食地政学」に基づくグリーンジョブマーケットの醸成共創拠点」は、未利用資源を活用してグリーンジョブマーケットを醸成することを目的とした国のプロジェクトであるが、特徴は高校生・大学生などの若者に着目しているところである。若者がグリーンジョブをやりがいのありそうな仕事として捉えるように醸成し、若者のアイデアが社会変革の芽になる。

要スキルとして「鳥瞰的視座」が挙げられていた。環境問題は複雑に関係し合っているため、何が本質的な問題なのかを見極め、それを解決する必要があるからだ。ESG(環境・社会・企業統治)投資の拡大などが追い風となり仕事は増えている。

現在、ようやく、グリーンジョブという概念に近い仕事は存在するようになってきたが、研究者が研究者マーケットで他の研究職を探そうに、グリーンジョブを容易に探すことができるマーケットは存在していない。自分にとってのディーセントが見いだせていない若者が、戦前のように「そのように決まっているから」という理由で仕事に就くのではなく、グリーンジョブがディーセント・ワークとして確信が持てるようになるまで、社会が若者のグリーンジョブ就職へのモチベーションを維持するようルールを敷くべきだ。



●ウツボバーガー発案者の高校生が試食する●伊勢たくあん入りタルタルソースのウツボバーガーの試作品(写真3点とも三重県立枝校氏提供)

三重県立宇治山田商業では、高校生が授業の一環で、三重県の鳥羽・志摩の地域で未利用魚が廃棄されていることを聞き、ウツボを使った商品開発に挑戦したいと考えた。その結果、完成したのがウツボバーガーである。高校生を悩ませたのは鳥羽・志摩のしさをいかに出すかであった。多くの人に気にかけてもらいたいため、タルタルソースに伊勢たくあんを入れたり、味噌チーズのソースを使ったり、他地域の人にも親しめるものを目指した。ウツボをバーガーにして食べることも、高校生らしいアイデアである。これを出发点に、飲食店や漁師を含めた開発グループで販売方法を議論していくと、キッチンカーで販売するというアイデアが浮かんだ。まずは、ウツボバーガーは志摩市にあるレストラン「Cloud 1 dining green」で「海賊バーガー」としてメニュー化されることになった。高校生が地球規模で物事を捉え直す鳥瞰的視座を持ちながら、等身大のアイデアから地域の問題解決につなげていく。これがグリーンジョブの面白さであり、若者のモチベーションを高めることのできるかは教育や教育システム次第である。