



Love for all
Love Life Luxe




londgroup_staff




londgroup




<https://www.lond.jp/>

FSC 認証パルプを配合した環境対応紙を使用しています。



Lond SUSTAINABLE MAGAZINE VOL.3

feminism..LGBTQ+...Children's rights...poverty....
what we can do for live in a sustainable society



持続可能な社会を目指すため
いま、私たちにできること。

Lond SUSTAINABLE MAGAZINE VOL.3



03_04
フェミニズムと
ジェンダー問題



05_06
女性のエンパワメント



07_12
SOGIとLGBTQ+
ジェンダー平等を目指して



02
まえがき
(株)Lond 代表取締役 吉田 牧人



13_14
対談:社会的養護とは?
田中れいか×Lond 石田



15_16
インタビュー:日本の貧困
グラミン日本理事長 百野さん



17_18
対談:世界の貧困
株式会社UPDATER大石社長/
グラミン日本 百野理事長



19_20
インタビュー:世界の貧困
NGO ACE 岩附代表



21_22
対談:世界の貧困
NGO ACE代表 岩附代表/
TADORI 平井編集長



23_24
Londの取組:
海外サロンでの社会貢献



25
Londの取組:
4L for 1bottle



26-1
Londの取組:
オリジナルシャンプー



26-2
Londの取組:
Lond media



27-1
Londの取組:
サステナブルな内装



27-2
Londの取組:
サロン内で出来るエコ



28-1
Londの取組:
地域貢献アクション



28-2
Londの取組:
ヘアドネーション



29_30
美容メーカーの
サステナビリティ



31_32
対談:サステナブルな商品作り
ピアセラボ吉田社長×Lond 石田



33
編集後記
(株)Lond 代表取締役 石田 吉信



34
Londのフィロソフィー

まえがき

今号のテーマは“人権”について。

さあ、皆様、人権について一緒に考えましょう!!

そもそも、人権て...一体何??というところからお話させていただきます。

法務省のHPから抜粋しますと、「人権」とは「すべての人々が生命と自由を確保し、それぞれの幸福を追求する権利」あるいは「人間が人間らしく生きる権利で、生まれながらに持つ権利」であり、だれにとっても身近で大切なもの、日常の思いやりの心によって守られるものだとして私たちは考えています。

更に英語で人権とはHuman rights.

なぜ、sが付いているのか?と調べると、right=正しい rights=権利と直訳できるらしい。

つまり、Human rights.

とは、人としての権利を正しく持つ事という事と言い換えられるそう...

さてさて、人権の意味を改めて知ったところで、僕の人権にまつわるお話を。

『I hope socially weaks no longer has meaning.』(社会的弱者という言葉が意味を持たなくなる事を願います)というタイトルで英語の弁論大会でスピーチしたのが中学2年生の時。(え?ひょっとして天才なの?) (いえいえ、そんな事はありません笑)ではでは、なんでこんなスピーチを当時からしたのかという更に遡ります。

さあ、コラムのスタート。

遠い記憶を思い返すと、今でも蘇る。小学生に上がったかどうかの頃の夏、両親に連れられて夏祭りに行った時だ。広場に櫓が組まれ、周囲には提灯が飾られるどこにでもある夏祭り。集まる人々は僕と同じくらいの子供や両親と同じくらいの人達。そして、車椅子やベッドで移動してくる人達。または、食事介護やトランスファリングを必要とする人達。

そう、ここは僕の両親が当時働く日本でも重度の介護施設。“嵐山コロニー”だ。そこで開催される夏祭りだった。介護が必要になってしまった経緯は先天的、後天的、様々な経緯があるそう。僕が中学校に上がると部活の合間を縫っては職場体験としてその施設へヘルプとして行ったりもして。(正確には母に連れてかれ)そんな経緯があって、前述のスピーチした内容に至ったのです。なんか、想う事があったんだろうなあ。

更に更に、僕が今思えば“人権に纏わる事柄”という幼稚園の時に母親に読み聞かせられた、“さっちゃんまほうの” (先天性四肢障害を持つ主人公が幼稚園でふと言われた会話から傷つきながらも、父親のある言葉で乗り越えるきっかけを持つストーリー) これを読み聞かせられる度に幼い僕は、何度かモヤモヤして泣いた。今っぽく言い換えるならば、これは母親からのリベラルアーツの一つだったのだろう。

そんなこんなで、僕が抱く“人権”と言いますと、“障害者”であります。障

害者って言葉自体が本当に無くなって欲しいといつも思っています。小学生の頃にテレビで北野武が言っていた、『おいらは手がねえよ』『おいらは、最近太っちゃってさー...』みたいな日々の悩みとして受け入れられる様な多様性のある社会になりたいものだよね。って言ってた言葉が今でもリフレインしてます(武の万物創世記)

これらは、まさしく、僕のSDGsの起源だと未だに思ってるんです。“人権と聞いて何を浮かべますか??” 女性の権利、選挙権、ジェンダーギャップ、ウイグル地区問題、などなど...。数えきれないほどの沢山の人権問題が未だにこの世界中に蔓延っています。

例えば【奴隷について】日本人からすると昔の話かと思いきや、実は、今、歴史上で一番【奴隷】とされている人数が多いとの声もあるほど。

その数は4000万人以上になるとも。そのうちの7割は女性だそう。(参考サステナブルジャパン記事より)

https://www.sustainablebrands.jp/sp/news/os/detail/1189402_2137.html

こんな悲しい事ってないと僕は思ってます。本当に悲しい歴史をいま僕達が生きている世界で起きているんです。

このコラムを折角読んで下さったなら、是非とも一緒に声を上げましょう!!!!この世界に社会的弱者なんていない。地球上の全ての人に人権という権利が正しくある。僕はそう、信じて止まないです。

先ずは知ること。知らない=怖いと、面倒くさい事と決めてしまいがちになります。

追記。

このコラムの執筆中にロシアのウクライナ侵攻がありました。僕らが掲げる人権とはあまりにもかけ離れた、あまりにも非人道的な戦争が起きました。本当に悲しいです。Londはこの戦争にNOを表明しています。微力ではありますが、1秒でも平穏な暮らしが全ての人達に訪れる事を願っています。



株式会社Lond 代表取締役 吉田 牧人

Lond Group代表取締役6人共同代表の1人。Londで扱う商材や内装デザイン、ブランディングを担当。全国各地でのマネジメントセミナーの講師も務める。



@makito1031

《名前はいったことあるけど...》

フェミニズムと聞いて、どんなことが頭に浮かびますか？「名前は聞いたことがある」「男女平等をうたっているものだっけ」「あんまりいいイメージないかも...」このように人によって思い浮かぶことは様々ですね。まずフェミニズムの定義としては広辞苑を見ると、「性差別からの解放と両性の平等を目指す思想・運動」と書かれています。これでは少し分かりづらいかもしれません。言い換えるなら、フェミニズムは「自分がどんな風に生まれてきたのかを理由に、あるべき姿を決めつけられない世の中にしていこう」「お互いの違いを理解し尊重し、あらゆる場面でステレオタイプに縛られず生きていけるようにしよう」という考えのことを指します。



《ただの数字じゃない！日本のジェンダー格差を見てみよう。》

ジェンダーギャップ指数は2006年から発表されており、各国の男女格差を数値化したものとして、「政治」「経済」「教育」「健康」の4つの分野のデータから作成されます。2021年の日本の順位は156か国中120位、そしてG7では最下位でした。

計測対象となる国は年々増えてはいますが、相対的にみても日本のランキングに成長の様子は見られず、この数十年間でジェンダー格差はほとんど改善されていないと言えます。日本では特に「経済」と「政治」の分野の順位が低く、女性の政治参画率や平均所得の低さ等が影響しています。



出典：世界経済フォーラム The Global Gender Gap Report 2021

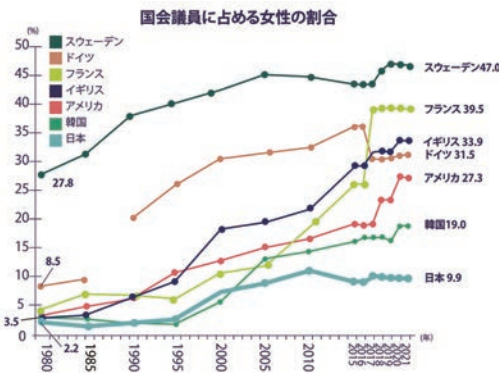
《性別が違うだけで生涯賃金1億円違う!？》

主要先進国の中で男女賃金差が特に大きい日本。女性の賃金は、正社員で男性の7割台、非正規雇用を含む年間平均給与では約240万円の男女差があり、40年勤続として試算すると、生涯賃金では1億円近い差があるといわれています。初任給は変わらないのに、勤続年数を重ねるごとに賃金格差は大きくなっていきます。それはなぜでしょうか？結婚、出産、育児による離職者が多かったり、働き続ける方でも産休や育休に入れば昇格が遅れ、育児や介護のために時短で勤務する事などが原因として挙げられます。

また、家事や育児をこなすために正規雇用より柔軟に働けると考えられる非正規雇用の女性は多く、コロナ禍での女性の失業率の高さは、非正規雇用の女性比率が一つの要因であり、男女格差が浮き彫りになりました。出典：国税庁 (2020) 民間給与実態統計調査

《あなたの周りに女性のリーダーはいますか？》

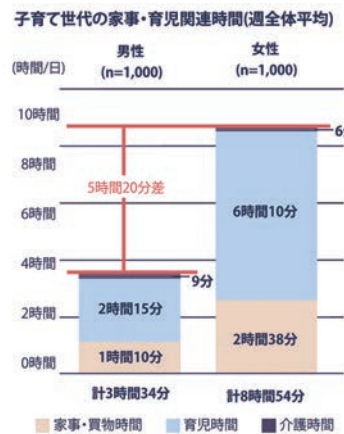
日本の衆議院議員の女性割合は9.9%、参議院議員では22.6%と他の先進国と比べて圧倒的に遅れをとっています。女性リーダーが政治や企業において少ない現状が私たちの生活にどう影響するのでしょうか？家事・育児・介護・雇用形態・性被害などについての我慢や違和感は、多くの女性が日々感じている事だと思います。それを改善していくためには、そんな現状を変える力があり、そして変える立場にある政治や企業の協力が必要ですが、その重要な役割を担う場に女性が少なくては、女性が何に苦しんでいるのか、何が必要なのかについての議論を進めることさ難しいでしょう。女性なら誰でもいいという訳では決してありませんが、女性が我慢せずに生きやすい社会を作るためには、あらゆる意思決定が行われる場に女性の声を届けるリーダーを増やしていく必要があるのではないのでしょうか。



出典：内閣府男女共同参画局 (2021) 女性の政治参画への障壁等に関する調査研究報告書

《家事・育児関連時間こんなに違うの!？》

どの国でも男性と比較して女性の方が家事育児に携わる時間は多いですが、日本は特に男女格差が大きく、子育て世代の家事・育児関連時間（週全体における1日当たりの平均時間）でみると男女の差は5時間20分。男は働いて女は家庭というような「性別役割分業意識」が日本に未だに根強く残っていることがこの格差の一つの要因となっています。共働き世帯が増え、女性活躍推進が進められる中でも女性だけが無償労働を担い続ける事は、女性にとって大きな負担となっています。そしてこの性別役割分業の固定観念が政治や経済に影響を与え、日本のジェンダーギャップを停滞させているといえるでしょう。



出典：東京都 生活文化局 (2021) 令和3年度男性の家事・育児参画状況実態調査

《男女平等な職場とは？》

近年議論が活発なジェンダー問題の1つが、職場での男女格差。52.4%の女性が、女性であることが職場で不利益になると感じていることが調査でも明らかになっています。「セクハラ」や「マタハラ（マタニティハラスメント）」…様々なジェンダーハラスメントを1度は感じたことがある方も多いのではないのでしょうか。

実際に、「女性だから」という理由で不当な扱いを受けたと感じる人の中には、「給料が上がりにくい」「セクハラを受ける」などの声があります。職場で受ける「セクハラ」には、具体的に「上司からのボディタッチ」や、「接待要員として飲みに誘われる」「容姿について指摘される」などが挙げられます。また、妊娠・出産・育児に関して嫌味を言われたり、支障をきたす「マタハラ」も、職場での大きなジェンダー問題の1つです。しかし先述にもありましたが、日本企業における意思決定の場には女性が少ない現状があり、実際に女性社員が性差別だと感じても声に出すことは難しいと考える人は少なくないはずです。

男女平等な職場に近づけるためには何ができるのでしょうか。

上記のように女性が感じる不利益が多い一方で、男性も「育休が取りづらい」「残業が多い」など、「男性だから」という理由からジェンダー格差が生じているのも現状です。産休・育休などの福利厚生を整備はもちろん、性別・年齢問わず全ての人がこの問題に目を向け、考えることが、解決への第一歩だと言えます

今の職場にジェンダーギャップ(男女格差)はある？



出典：株式会社キャリアデザインセンター 女の転職 Type (2021) 職場でのジェンダーギャップ

《日本は安全な国と言われているけど...》

世界の国々を安全度で順位付けする「世界平和度指数(Global Peace Index)」にて、トップ10位前後に居続ける日本。確かに他国に比べて軽犯罪に対しての取り締まりも厳しく、そもそもの事件数が少ない日本ですが、性暴力の視点から見たときに、はたして「安全」だと言い切れるのでしょうか？

- ・およそ20人に1人が無理やりに性交等された被害を経験
- ・7割以上の女性が電車や路上で何らかのハラスメントを経験
- ・盗撮の摘発件数は10年前に比べ倍増
- ・配偶者などパートナーに対する暴力(DV)の被害は17年連続で最多を更新

「露出の少ない服装を心がける」「夜道は一人で歩かない」など、多くの方が日常生活の中で、性犯罪から身を守るために様々な行動や選択をしているというのが現状です。その中でも日本に特に問題となっているのが、通報率の少なさ。2020年に実施されたアンケートによると、被害者の80%以上が被害を警察に相談しておらず、実際に相談した被害も、約半数が被害届を受理されなかったということがわかっています。

出典：内閣府男女共同参画局 (2018) 男女間における暴力に関する調査
#WeToo Japanによるハラスメント実態調査 (2019)
尾原崇也。盗撮の実態、知っていますか？10年で倍増／常習化しやすく 被害に遭わないためには…
「あなたの静岡自分」 2021-11-21.
<https://www.at-s.com/news/article/shizuoka/988762.html>. (2022-03-10)

《性暴力の被害者は女性だけでない》

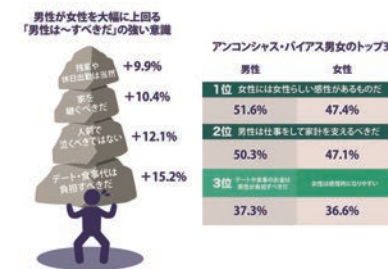
「性犯罪の被害者」と聞くと自然と女性の姿が思い浮かぶ方が多いのではないのでしょうか。

男性自身、自分の身に性被害が起こり得るという認識が薄いため、「性被害にあった」と受け入れることが難しかったり、「信じてもらえないのではないか」との不安な思いや恥ずかしさを感じやすいことから、通報率は女性より大きく下回っています。性被害にあった際に着ていた服装や言動を理由に、被害者自身にも負があったと責められてしまう「セカンドレイプ」の被害にあう方も多く、日本で通報率が低い大きな要因の一つです。

本当に安全に暮らせる社会を目指すためには、性教育を通して「何が性被害にあたるのか」という正しい知識を広め、被害者が通報することに意味があると思ってもらえるような法制度や環境整備が必要とされています。

出典：内閣府男女共同参画局 (2001) 男女間における暴力に関する調査

《「男らしさ」の呪縛》



出典：「男らしさの呪縛」？みんなで考える#国際男性デー
・Yahoo Japan ニュース
<https://news.yahoo.co.jp/special/unconscious-bias/>. (2022-03-10)

依存症や過労死の数は女性よりも男性が多く、自殺者の数は2倍にのぼります。その背景には、「男性」だからこそ生まれるプレッシャーがあるのではないのでしょうか。例えば、性別による無意識の思い込み(アンコンシャス・バイアス)による「男らしさ」「女らしさ」など「～らしさ」の概念が主に挙げられます。

「男なら人前では泣いてはいけない」「家族を養わないといけない」「女性を守るべき」… 経済的な場面や恋愛など様々な場面で、男性は社会から「男らしさ」を求められます。また、内閣府が行った調査研究では、これらの「男らしさ」について女性よりも男性の方が強く意識していることも分かっています。このような意識付けは、幼い頃は親や学校の先生から、大人になってからも会社の上司など周りから気づかない内に植え付けられているもの。自分の性別によって決められた「こうあるべき」という概念にプレッシャーを感じているのは女性だけではなく、男性に対しても同様です。そして女性自身、自分が持つ「当たり前」を、男性に対して、そして他の女性に対して押し付けてしまっていることも多いのではないのでしょうか。

出典：NHK (2021) ジェンダーに関する世論調査
Vol.23 「ジェンダー 社会の「本音」は？」

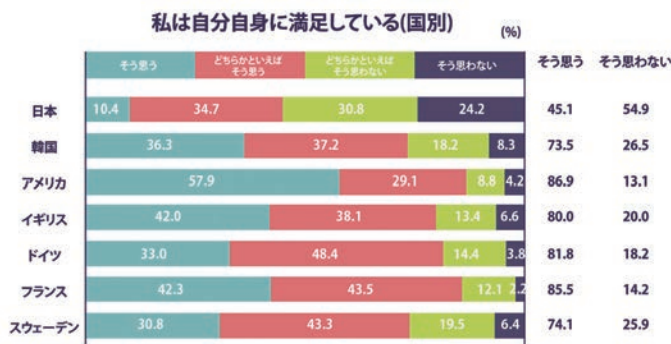
《日本人女性の自己肯定感》

自己肯定感とは、自分のことを”良い”と肯定できる感覚のこと。13歳から29歳の男女に対する調査で、自分自身に満足している割合が最下位の日本(45%)。調査対象国7カ国の中で1番割合が高いアメリカ(87%)や、6位の韓国(73.5%)とも大きく差がついています。

そして興味深いのは、ほとんどの国において男性より女性の方が自己肯定感が低いことです。そうすると、日本の女性の自己肯定感は世界において特に低いということになります。なぜ日本の女性の自己肯定感は、これほどまでに低いのでしょうか？

まず考えられるのは、メディアからの固定概念の植え付けです。「モテメイク」「着痩せコーデ」などの言葉がありふれている雑誌やSNSコンテンツ、毛が生えていることを理由に好意を抱いている男性から拒否されるストーリー性の広告など、こうでなければモテない・同性からも好かれたいと決めつけられている傾向があります。美の多様性に欠けるメディアの影響や、SNSの普及により、無意識に自信を失ってしまっている方は多いのではないのでしょうか。

次に日本人は諸外国と比べ他人からの評価を気にしがちであること。私たちは無意識に人目を気にしていたり、逆に自分が人をジャッジしてしまうことも多いのではないのでしょうか。学校では規律があり、集団行動が求められ、その枠から外れれば問題児のように扱われる。そうすると自然にみんなと同じであることに安心して、自発的な行動をしにくくなります。たとえ他の人と違う行動をしている人がいてもそれは個性として捉えられず、協調性がなく迷惑な人という認識をされてしまう傾向があると思います。このような原因から、自分の個性よりも世間の基準とのギャップにフォーカスしてしまう事により、自分に満足できない人が多いのかもしれません。



出典：内閣府 (2013) 我が国と諸外国の若者の意識に関する調査

《セルフラブが大切な理由》

周りとの比較ではなく、自分がどんな時に満たされていて、何を着るとわくわくするかなど、自分を知ることがセルフラブの第一歩になります。自己肯定感の低さは自信のなさからチャンスを逃したり、時には人や物への依存へも繋がります。精神的な負担も大きいでしょう。また日本では、「相手が自分に何を求めているか?」「この行動は他人にどう思われるか?」など、空気を読む事や気を遣う事によって自分の軸を見失ってしまう方も多くかもしれません。無意識のうち

に、他人の軸で動きすぎて後から疲労を感じたり自己嫌悪に陥ったりする方は、少しずつでも自分の意志を出してみましょう。

最初のステップは、例えば 自分自身が見た目について嫌なことを言われたり、周りで嫌な思いをしている人がいた時に、面白くないなら笑って誤魔化さない。最初は、それだけでもいいと思います。そしてそういう自分を褒めてあげましょう。「自分が好き」と思うのが難しいのであれば、それでもいい。「こんな自分も捨てたもんじゃない」と、完璧じゃない自分を受け入れることから始めてみましょう。



《社会が創り上げる美の基準》

みなさんにとって、「美しい人の条件」とは何でしょうか？日本の社会ではスレンダーであること、顔が小さいこと、肌が綺麗であることなどが良しとされており、多くの人が憧れる俳優やモデルもこのような特徴を持っていることが多いです。

ですが美しいと感じる基準は、生まれた時から決まっているものではなく、生きていく上で社会に植え付けられたものの1つです。自分や他人の体を見るときも、社会で決められた美のスタンダードを通して見てしまう事がとても多いのではないのでしょうか？

例えば、細い体型を維持している人は偉く、そうじゃない人は自己管理ができていないというイメージを持ってしまうたり、自分の変えられないアザやシミを恥ずかしいと感じてしまったり。あくまで美のスタンダードは、「社会によって創られたもの」だということを忘れないで頂きたいです。そしてこの美に対する基準は、時代によって変化しますし、国や文化によっても違います。

社会が美しいと決めたものだけが美しいわけではありません。1人1人違う美しさがあり、多様な美の形を受け入れていくことが大切なのではないのでしょうか。

《自分の身体に感謝をしよう》

みなさんにとって、「美しい人の条件」とは何でしょうか？日本の社会ではボディポジティブとは、「ありのままの自分を前向きに捉え、受け入れよう」という考え方です。生きていくと年齢や健康状態によって身体の全てをポジティブに捉えることは難しいかもしれません。だからこそ見た目ではなく、今を生かされる身体の機能に感謝しましょう。そして身体は全てをコントロール出来るものではないという事を知り、完璧ではないことも受け入れてあげてください。

ボディポジティブの為に出来ること

1.SNSでフォローしている人を整理する

好きな有名人や友人だけど、この人の投稿を見ると自分と比較して悲しくなる…などという場合はミュートやアンフォローしてもいいかもしれません。

2.自分の思考のクセを知る

「食べすぎた時につい自分を責めてしまう」「鏡を見た時に、いつも自分が好きではない部分が目についてしまう」など、無意識に自責をしてしまうタイミングがあるかも。思考のクセを知ることで自分の感情を客観的に見てみましょう。自責をしてしまっている事に気づけたら、少しでも自分に優しい言葉をかけてあげて。自分の体の好きではない部分が目になったら、同じ数だけ自分に感謝したいところを考えてみる、などマインドシフトを心がけてみましょう。

3. 他人の見た目については口出ししない

褒め言葉として言った言葉が、実は相手を傷つけてしまっていることも … 自分を大切にするように、相手も大切にするように意識してみましょう。

身近なフェミニズム

私たちが無意識に持つ偏見は、日常生活の中で使う言葉に現れやすいもの。ぜひ右のチェックリストを見ながら、自分が日々使っている言葉について考えてみてください。

例えば、「イクメン」「ワーママ」などの言葉は、育児をするパパや仕事をしているママが、今までの、そして今でも残る一般的父・母親像から離れているから生まれた言葉。母親がどれだけ育児や家事をしても「イクママ」と呼ばれないのと同様、「イクメン」「ワーママ」の言葉の背景には、「育児や家事は女性の仕事」「女性は母親になるかキャリアを選ぶか」という固定概念が潜んでいます。

「家内」「旦那」「嫁」などの言葉は、ぜひ漢字の意味に注目してみてください。それぞれの言葉には歴史的背景と共に、「家の内側にいる人」「長である」「家にいる女の人」といった意味合いが込められています。

近年世界中でもジェンダー平等や多様性を促進するために、様々な言葉が見直されています。例えば、東京ディズニーランドでは2021年の春から、英語アナウンスを「Ladies and Gentlemen, Boys and Girls」から、「Hello Everyone(ハロー・エブリワン)」とジェンダーの多様性に配慮した表現に変更しました。そして女性の「看護師」が

「看護婦」と呼ばれていたのも、男性の看護師も増えたため看護師と呼ばれるようになり、これはすでに広く定着しています。

人は誰でも偏見を必ず持つてしまっているものです。だからこそ、「自分が差別的なことを無意識に言ってしまうかもしれない」ということをぜひ意識してみてください。自分の発する言葉の意味を改めて見直し、周りが発した言葉に対して、「私その言葉好きじゃないんだよね」と伝えるのも、大事な一歩だと思います。

こんな言葉言っていない？

頭の中でチェックを付けてみよう！

- ☒ 痩せた？太った？
- ☒ いつ結婚するの？子供は？
- ☐ 男らしい・女々しい
- ☐ 家庭的・いいお嫁さんになるよ
- ☐ 家内・主人・嫁
- ☐ イクメン・ワーママ



《一般社団法人 ATHENAとは？》

私たち一般社団法人 ATHENAは、「ジェンダーの固定概念に縛られず、一人一人が自由な選択をできる社会」を目指し、アート・ファッション・スポーツ・音楽・他社会問題など、ジェンダー以外の分野を通して、より多くの方にフェミニズムの概念や、ジェンダー問題を知っていただく機会を提供しています。



日々の生活の中でジェンダー問題について考えるきっかけに繋がるような商品開発なども行なっています。



@athenas.japan

日々の生活の中で身近に感じられるフェミニズムやジェンダー問題について発信しています



Follow us on Instagram!

詳しくはホームページをご確認ください。

WEB 一般社団法人 ATHENA

<https://athenajapan.org.wixsite.com/website>





PALETTALK特製！

《性のあり方診断シート》

生まれたときに
割り当てられた性

♂ _____ ♀

どちらにもあてはまらない 分からない

性自認

♂ _____ ♀

どちらにもあてはまらない 分からない

好きになる性

♂ _____ ♀

どちらにもあてはまらない 分からない

恋愛感情は？

ない _____ ある

分からない

性的欲求は？

ない _____ ある

分からない

SOGIって何？"LGBT"とは違うの？

近年、性のあり方については「LGBT」という言葉が広く知られるようになってきました。この言葉は「レズビアン・ゲイ・バイセクシュアル・トランスジェンダー」の略称で、いわゆる性的マイノリティの総称として使われています。

一方、このマンガで紹介したSOGI(ソジ)とは、Sexual Orientation(性的指向)とGender Identity(性自認)の頭文字をとった言葉。

このSOGIが「LGBT」とどう違うかというと、「LGBT」が性的マイノリティの総称なのに対して、SOGIはすべての人が持っている性のあり方(=セクシュアリティ)を意味しているということ。

つまり、いわゆる性的マイノリティには含まれないとされる人、

LGBTQ+当事者と同じようにSOGIを持っているということです。

私たちパレットーク編集部では、すべての人の性のあり方が緩やかなグラデーションの中にある、と考えています。もしかしたら、そのグラデーションは平面的ですらなく、もっと立体的に表現されるのかもしれませんが、さらに、その性のあり方は固定されたものではなくて、流動性を持つ場合もあります。

このマンガの中でキャラクターたちが埋めている《性のあり方診断シート》を実際にやってみると、性のあり方がグラデーションのように広がっていることがよりはっきりわかるのではないのでしょうか。(パレットークnote 2019年11月 より引用)



LGBTQ+当事者にとって「カミングアウトをしない」ということは、日常的に、そして頻繁に自分を偽らなければいけないことを意味します。そして異性愛やシスジェンダーが"当然"の世界では、自分のセクシュアリティは"ないこと"にされてしまいがち。自分にとって大切に親しい人であればあるほど、「自分を理解してもらいたい」「嘘を付きたくない」と思うのが自然なことだと思います。一方、カミングアウトとは当事者にとって、とても勇気が必要とするものでもあります。「もし相手が偏見を持っていたら」「もし拒絶されてしまったら」実際に、カミングアウトをしたことで関係性が壊れてしまうケースや、嫌がらせによって職場を辞めざるをえないケースも多くあります。信頼のできる親しい人だけにカミングアウトしたとしても、それがもし職場や学校で噂になってしまったら…。過去には、アウティングをされ、イジメや嫌がらせがおき、自ら命を断ってしまった」という痛ましい出来事もおきています。アウティングは、文字通り【誰かの命を奪う可能性のある行為】。しかし、まだまだアウティングの危険性や暴力性は十分に知られているとは言えない現状があります。だからこそ、このマンガの親友のように「よかれと思って」アウティングをしてしまうというケースもあるのかもしれません。セクシュアリティに関わら

ず、自分が誰かにやっつと打ち明けられたことを、その相手が勝手に言いふらしてしまつたら、深く傷つくことは十分に想像できますよね。その内容が特に、社会的に偏見や差別の対象となるものであるならばなおのことです。カミングアウトを【いつ・どのように・誰に対して・どの範囲で】するかは当事者が決めること。友人には伝えていられるけれど、家族にはカミングアウトしていない「職場の信頼できるごく一部の上司にのみ伝えている」というような当事者の人が現に多く存在します。誰かにセクシュアリティをカミングアウトされたとしたら、また偶然誰かのセクシュアリティを知ることになったら、勝手に誰かに伝えることは絶対にやめましょう。もし心配であれば、「誰には伝えてあるの?」と確認するのもいいでしょう。そして、その人が何か手助けを必要としている様子であるならば、まずはその人と話してみて、どんなことができるのか一緒に考えていけるといいですね。あくまで相手の意志や気持ちを尊重することが大切です。知らないことで、誰かを傷つけてしまうことが可能。このことはアウトィングに限らず誰もが持っている可能性があります。それでも、そんな可能性をできる限り小さくして、大切な人の気持ちも自分の気持ちでも守れる人に増えたいと思っています。(バレットworknote 2020年11月より引用)

レズビアンがタクシーで経験したこと



政治家による差別的な発言が未だに繰り返され、国は同性婚を認めず、「LGBTQ+を平等に扱う」という法案の提出すらも見送られるこの国で、同性愛者を始めとしたLGBTQ+の人々は、日常生活のなかでも差別的な意識や偏見にさらされています。

また、セクシュアリティだけでなくたとえば人種や国籍、障害や疾患に関する偏見や差別的な発言は、未だに日常生活の中でカジュアルに気軽に発せられ、その都度深く傷つく人々が多くいます。

本来「誰かを傷つけてもいい」という地位の人はいませんし「傷つけられてもしかたない」という地位の人もいません。しかし現状では、誰かを傷つける差別的な発言をする人は、今日も明日も変わらぬ日々を送るでしょう。「誰かを傷つけること」が許されているのです。

そして言われた側は傷つくだけでなく、「抗議すること／声をあげること」を求められ、声をあげられなかったことに悔しさを感じ、自身の存在をないことにされている現実と向き合うことを強いられます。この不均衡さこそ、今の社会がまだまだ平等からは程遠いことを示しています。

もしかしたら、偏見を持つ人／差別的な考えを持つ人の価値観自体を変えていくことは難しいことなのかもしれませんが、それは「差別的な発言を社会全体が許し続けるのか」とは別問題です。

たとえばアメリカ合衆国で差別的な発言を繰り返していたトランプ元大統領が当選して以降、マイノリティに対するヘイトクライムが増加したという報道も多くありました。

公の立場の人や有名人による差別的な言動が、身近な生活での差別的言動にお墨付きを与えてしまうことに繋がりがかねません。同じように、国が同性婚を認めていないことが「同性愛者は異性愛者に比べて劣っている／尊重しなくてもいいことだ」というメッセージになってしまっていることも、同性婚訴訟の原告や弁護団からは指摘されています。

今回のエピソードのようなケースでは、おそらく差別的な発言をした本人はまさか相手がその当事者かもしれないということすら想像できておらず、さしずめ「楽しい本音トーク」のような感覚で発言したのかもしれない。なぜなら、そうしたトークを公にすることが社会の中で許されていることだから。

日常生活で突如として投げられるヘイト発言は、その場で当事者が対応することが難しいことだからこそ、そもそもそうした発言のしづらい空気を社会全体で作っていく必要があります。そしてこれは同じ社会で暮らすすべての人に関わる責任なのだと思います。

「目の前の人当事者かもしれない」という最低限の想像力を持てる社会に、1日もはやく変えていくことが必要なのではないでしょうか。(パレットトークnote 2021年7月 より引用)

会社名 株式会社TIEWA
住所 東京都港区南青山四丁目18番11号
代表取締役 合田 文
フォレストヒルズ イーストウイング 2F



amazon



PALET TALK



instagram palettalk_

○ 内容紹介

最近よく聞く「LGBTQ+」ってなに？ カミングアウトされたら、どうすればいいの？カミングアウトするときに、気をつけなければならないのはどこ？日常生活において、こういった不都合が生じているの？職場ではどんな質問が「ハラスメント」になるの？なぜ、同性での結婚は認められていないの？法律で同性では結婚できないというけれど、パートナーシップ制度ではだめなの？どうしたら、みんながより快適に過ごせる環境をつくれるの？フェミニズムとLGBTのかかわりって？

本書は、いまさら聞けない「LGBTQ+」の基本から、最新の情報、お互いのできることで、19の体験談を含む22のマンガを読みながら楽しく学べる作品です。各章には解説やよくある質問FAQもついているので、なんとなく興味がある人にも、詳しく知りたい人にもぴったり！各章にワークもついていて、手を動かしながら理解を深められます。

「知らなかった」を言い訳にして、誰かを傷つける時代を終わらせよう
イマサラ聞けないLGBTQ+のギモンに答える入門書！

早稲田大学文学学術院 准教授 森山至貴氏 解説

このような方々にオススメです。

- ・「LGBTQ+」について知りたい人、もっと学びたい人
- ・性に関する悩みがある人、モヤモヤしている人
- ・生徒の教室での居心地をよりよくしたい学校関係者
- ・職場で無意識にハラスメントしていないか気になる上司 など…

サステナビリティやCSRの文脈ではなく、1人の美容師とモデルという関係で出会い、それから社会課題に対して議論したり情報交換したりする仲になった田中れいかちゃんがこの度初出版ということで本の内容に触れつつ、社会的養護についてインタビューしてみました。



石田：れいかちゃんとの出会いは4～5年前くらい？

田中：そうですね。はい。

石田：最初の出会いはLond groupでヘアモデル撮影を石田が推進して、インスタでモデルを探していた時に、「児童養護施設出身のモデル」と書いてたのがたまたま目に入ったんだよね。

田中：そうですね、当時は。

石田：その頃ちょうど児童養護施設のボランティアカットに行き始めたぐらいのときだったかな。最初に何か社会に貢献したいと思ったきっかけが、イギリスのケン・ローチ映画監督の「わたしは、ダニエル・ブレイク」というシングルマザーと、行政にないがしろにされる高齢者（ダニエル・ブレイク）にフォーカスし、「人権」や「命の尊厳」を訴えた映画を見たときに、「お前は社会に何ができるんだ？」とバトンを渡された気がして…。それから、考えて考えてたどり着いたのが「生まれは選べない」という考えだったんだけど、れいかちゃんも「生い立ち関係なく誰でも好きな自分になれる」というキャッチコピーを掲げていて、振り返ればおそらくその想いがその時シンクロしたのかなと思う。

田中：うんうん。

石田：まあ、5年前ぐらいの記憶なので少しおぼろげでございますが…

田中：あはは。はい。

石田：4～5年前はどのような活動を始めた時だった？

田中：その時はモデルとして売れたくて、その上で「児童養護施設出身」というのを出したら、より付加価値が付くかなと思って活動を始めた時期でした。なのでプロフィールにも「児童養護施設出身モデル」というような表記をしてましたが、今は書いてません。

石田：あっ、今は書いてない？

田中：はい。講演会とかイベントとかのプロフィールで載せざるを得ない時はありますがけど、基本的には自分から載せる事はしなくなりましたので、そういう変化はあります。

石田：なるほど。

石田：児童養護施設というのはそもそもどのような施設ですか？

田中：児童養護施設というのは、基本的には2歳から18歳までの子ども達が暮らす施設です。

石田：なるほど…。どういう要因でそこで暮らすようになるんですか？

田中：入所する背景としては、親御さんの病気であったり、やはり育てられない状況、育児放棄とか呼ばれたりしますが、子ども自身の問題というよりは、お父さんお母さんどちらかに育てられない事情や課題があって、というようなものが入所の背景になっています。

石田：なるほど、施設はどういうお家なんですか？

田中：そうですね、児童養護施設というのは戦争の時代がルーツになるんですけど、戦後、親御さんが亡くなってしまっただけで一人になってしまった子どもたちを収容する施設というのが児童養護施設の始まりなので、そのルーツを受け継いでいる施設なんかは大きい施設に子ども100人が暮らすとか、今もあるにはあるので、そういう施設もあれば、中規模、20人ぐらいの子ども達が暮らすところ、あと最近は一軒家を借りて、6人ぐらいで生活するところもあるので、大中小と施設の大きさは様々あります。

石田：なるほど。

田中：付け加えると、児童養護施設は全国に約600か所あって、だいたい27,000人の子ども達が現在施設で暮らしています。

児童養護施設という私のおうち

知ることからはじめる子どものためのフェアスタート



amazon

amazonから
ご購入いただけます。



石田：書籍の発売はいつだったけ？

田中：(2021年)12月6日です。

石田：れいかちゃんの活動を要約すると、児童養護施設という所をどういう場所か正しく知ってもらうという事で合ってるのかな？

田中：はい、最初はそうでしたが、児童養護施設以外の施設の職員さんであったり、それこそ親戚さん、養子縁組をされた方々と出会う中で、もっと広く「児童福祉」という存在を伝えたいという風に今は範囲が広がっています。

自分自身の経験則で語れるのが今回の児童養護施設についての本なんですけど、私自身、自分を超えたい欲もあるので、もっと広く学んで、児童福祉全般を読み解くような活動をしていきたいなとは今思ってます。

石田：児童福祉…簡単に説明すると、その中にはどういう種類がある？

田中：はい。種類分けが難しいんですけど、本当に簡単に言うと、暮らせる入所型の施設と、本人が利用料を支払って払う施設のだいたい2つに分けられます。

石田：なるほど。

田中：他にも、赤ちゃんが入所する乳児院、お母さんがDVを受けたりして一時避難する母子生活支援施設など、小さい子から大人までを見てくれるのが、児童福祉というような枠組みになってます。

石田：著書にも書いてあったけど、児童養護施設などについて名前は知ってるけど、内容を、中身を知らない人が多く偏見があるよねって…。

田中：そうですね、これは偏った見方になると思うんですけど、職場で仕事をしていて、物がなくなったり盗まれたってなった時に、「お前のせいだよ」みたいな…そういう話を聞いたことがあって、本当それは最悪だなって思うんですけど、そういう偏見もあるにはあります。礼儀がないと思われたり…。

石田：確かに偏見…偏見による子ども達に対する被害は他にどのようながあります？

田中：そうですね。何らかの事情で基本的には親と一緒に暮らせない子たちが施設に保護されるので、やはりなかなか人を信用できない子が多い感じがありまして、そこで社会に出た時に、「施設出身だからお前は」って言われたら、より傷つき、自己肯定感とか、自分を信じる力が弱い子に対して社会がそういう偏見を向けると、より一層酷くまっていってしまうんです。そうすると、その子自身にもわからないレベルで、その子の挑戦する意欲を削いでしまったり、「やっぱり社会は自分を見捨ててんだ」とか、「大人は信じられない」というような、見えないレベルでの傷つきを生むので、そういった被害はあるのかなと思います。

石田：《児童養護施設についての入門書を出版！本を届けて、偏見をなくしたい！》というクラウドファンディング※をやっていたよね？

※群衆(crowd)と資金調達(funding)を組み合わせた造語であり、不特定多数の人がネット経由で個人や組織に資金の提供や協力などを行うことを意味する。(wikipedia)

田中：はい、やらせて頂きました。

石田：きっかけが先生に偏見があった話を聞いて、先生たちに正しく施設について知ってもらいたいという事ですか？

田中：はい。これは私が活動した中で出会った、当時中学2年生ぐらいの女の子だったんですけど、ある地方の施設で暮らしていて、東京とは違う環境なわけですね。その中で部活の先生がたしか60歳ぐらいの先生で、その先生が、『もう施設にいる子と関わるな』みたいな事を部員の方に言ったんですって。そしたらその部員の子たちがその言葉を鵜呑みにして、その子をはじめのようになったっていう話を、本人から教えてもらって…。

石田：なるほど…。

田中：「れいかさんのいた施設は施設にいる事でいじめを受けなかったって言っていました

けど、私は違うんですよ」っていうのをその子自身の言葉で教えてもらって、施設にいるからといっていじめとか偏見を浴びるというのは絶対あってはならないと思って、身近にいる学校の先生には少しでも正しく施設の事を知ってもらいたいと思って、この本を読んでもらいたいと…。ちょっと押しつけがましい部分もあるんですけど、読んでちょっとでも理解を深めてもらいたいなと思って、このクラウドファンディングのプロジェクトをやりました。

石田：この本はれいかちゃんの生い立ち、自分の経験を小説タッチ、エッセイタッチで書いてる部分と、データに基づいた児童養護施設についての内容を入れているけど、一番伝えたい事というのは何になるんですか？

田中：やっぱり私自身は、日本にこういう子どもがいるという事をまずは知って欲しいと思ってます。

石田：なるほど。「かわいそうはもう古い」という言葉が本の帯に書いてあるね。

田中：はい、これも私以外の施設で育った子が自分の生い立ちを語った時に、「かわいそうだったね」とか「よく頑張ってきたね」って言われるのが、本当はちょっと違うって思いながら、なんかその返答を受けていたっていうのを聞いて、この「かわいそうはもう古い」に結構当事者の方には共感してもらってます。

石田：ちょっとしたマイクロアグレッション(無意識な小さな言葉のトゲ)になってるんだね。僕はこの「終わりに」のところの一文にハッと改めて気付かされたんだよね。

「社会的養護の意味にもう一度立ち返って考えてみたいと思います。社会的養護とは、保護者のいない児童や保護者と一緒にいる事ができない児童が社会が保護して、困難を抱えている家庭とその子供に支援をする事です」と。

これを読んで、一人一人の大人、みんなで子ども達を守っていききたいと思いました。

石田：児童福祉で暮らす子どもたちに何をしてあげる事が支援になりますか？

田中：そうですね、直接石田さん達のようにボランティアに行かれるか、または施設の子たちを応援してるNPOさんとか団体さんを応援するとか。そういった直接的な応援と間接的な応援があります。施設にいる子達の支援、施設を出る子達に準備期間の学習の機会を与えてくれるような支援、あとは施設を出た後の支援、と大体3つに分れるんですけど、施設を出る準備の過程で言うと、書籍にも書かせて頂きましたけど、プラネットカナルという団体では、施設を出る子達の家電・家具を皆さんの不要になったけどキレ味なもの、ボランティアさんがクリーニングして、それをこれから出る子達にプレゼントするという団体があるので、不要になっている一人暮らし用の家電・家具があれば、プラネットカナルに連絡をして取りに来てもらって、それが子ども達に渡るというような事もできます。

石田：例えば18～20歳で施設を出て、一人暮らしをするのに高校生の間アルバイトで貯金をすると聞いたけど、やっぱり一人暮らしの一番最初でたくさんお金かかるし、初期の家電・家具をもらえるのは助かるよね。

施設によって高校生の間にいくら貯金してくださいっていうのは違うの？

田中：違いますね。でもアパートですが、ほとんどの子が大体100万貯めてねって言われるような感じはします。なかなか難しいですが…。



石田：ちなみに、児童養護施設出身なんですって、もし打ち明けられた時に、どう受け止めて欲しいなと思います？

田中：そうですね、これは次の私のYouTubeチャンネルのテーマにしようと思ってるんですけど、やっぱりどう受け止めて欲しいかは人それぞれ本当違うんですよね。

私自身は「それを知ったからって別に何にも変わらないよ」みたいな事をあえて言葉にしてくれたら嬉しいですね。「言ってもいいんだよ」とか「言ってくれてありがと」みたいなかんじが嬉しいですね。

あとは、例えば「児童養護施設出身の田中れいかちゃんって知ってるよ」って話の材料としては是非、田中れいかを使ってください(笑)

石田：なるほど(笑)うん、とても勉強になる。やっぱりうまくリアクションしたいって言ったら語弊があるけど、社会的養護に限らず、センシティブな告白をされた時に、ちょっとこう変な間ができちゃったり…。

田中：私もありますよ。

石田：受け止め方ってどんなリアクションが正しいんだろう？というのは、受け手もわからないし、悩んじゃう所だと思うから…。

あとは是非れいかちゃんの書籍を読んで事実を知ってみて欲しいですね。本当にとても読みやすい。

田中：ほー。なんか印象に残った所とか良かった所とかありますか？新しいインプットになった所とか。

石田：施設の子達の習い事については知らなかった。そういう成長に必要なところもしっかり充実してるんだなというのもわかったし、何より「田中れいか」という存在に対して、知り合ってから4年くらい経ったけど、本当に赤裸々に語られてて初めて知ったこともたくさんあった。

田中：あっ本当ですか？

石田：本当に繕ってない感じの自伝で、「なんかここは実際あんまり記憶がないんですけど」っていう所そのまま言葉にして書いてるし。添削しきってないかんじが逆にリアルだなって。当時の自分のキャパシティを越えてて、記憶に残らないぐらい大変だったんだなこの時とか思った。かつこいい所だけじゃなくて、ここであんな心境で学校に行けなくなったとか、そういった所も赤裸々に書いててすごくリアルだなと思った。

田中：あはは(笑)

石田：読んでいて思ったのが、児童福祉で育った子どもと、そうでない子ども、とてもかしらあまり変わらないんじゃないかなとも思ったり。「そうでない子ども」でも不登校になったりするし。

田中：そうですね。

石田：そういう思春期のモヤモヤってみんなあるし、変わらないのかもなっていうのはれいかちゃんの自伝の部分を読んで感じたかな。実際児童養護施設へカットボランティアに行って、行く前に想像していた子ども達と違ったんだよね。その感じと近いかもしれない。最初にボランティアに行った時の感覚値としては、何て表現したいかわからないけど…普通の子ともだなっていう。極めてテンション高くも低くもないし、普通だなっていう。

でも「変わらないじゃん」と言われるのも、当事者からするとちょっとモヤッとするのかな？

田中：まあ、モヤッとする子もいると思いますね。やっぱり小さい頃虐待を受けた経験だとか、施設を出た後も親にお金をせがまれるとか、やっぱりそういった親子関係って一生続いたりすることもあるので、普通じゃないって言われると、「いや違うよ色んなもの抱えてんだよ」みたいな子はもちろんいますね。

石田：そうだね。

石田：「社会的養護専門 たすけあいch」というYouTubeでの情報発信もやっているよね。チャンネルのコンセプトっていうのがあるの？

田中：社会的養護の現状と課題を伝えるっていうのはあるので、解説動画が多めな感じですよ。

石田：インタビューの中で話してない、社会的養護の課題は他にある？

田中：私が関心を持っている課題としたら、当事者自身が、生い立ちを整理する機会というの充実させていった方がいいんじゃないかなと思っていて、課題というよりこれから自分がアクションしたい分野ではあります。

石田：なるほど。それはもう動画になってる？

田中：「ライフストーリーワークとは」という動画でアップしています。

石田：このサステナブルマガジンを読んでいる方に対して、他に伝えたいこと、知って欲しいことはある？

田中：これからの児童養護施設はどうなっていくのか？みたいなお話は書籍でも紹介したんですけど、親子の関係、在り方ってすごく多様化、複雑化してるじゃないですか。その中で児童養護施設という場所は、より地域の子育ての相談に乗るような場所にもなりうる、みたいな未来像が既に掲げられているんですね。実際、私の出身施設では、平成の段階から、施設の一部を地域の子育て広場として開放していて、小っちゃい0歳の赤ちゃんを連れて、施設のホールに来て保育士さんに相談するとか、子どもを遊ばせるとか、そういった場所として、施設が子育ての応援、サポートをしてくれているので、近所に施設があればそういった子育て支援拠点だったり、子育て支援相談室みたいな名前で、施設によっては開放している場所もあるので、そういった感じで施設に来ていただいてもいいんじゃないかな、と思っています。

石田：そうなんだ。それは知らなかった。

田中：まあ、これは本当これからなので、東京都ではちらほらって感じですけど、地方はちょっと何年後か…かなーという感じですね。

石田：あっ、最近施設側が方針として切り替え始めたってこと？

田中：そうですね。全国の児童養護施設協議会が、こういう風にしましうみたいな打ち出しをしたので、既にやっている所もあれば、これから取り組む所もあるので、そういった部分で母さんお父さんが施設に来る機会も増えるんじゃないかなと思ってます。

石田：これからも僕も児童福祉について勉強を続けて、1人の大人として何ができるか考えていきたいと思います。

今日はインタビューありがとうございました。

田中：ありがとうございました。



YouTube



Instagram

日本の貧困問題を解消に向けて活動されるグラミン日本 百野理事長に貧困の現状をインタビューさせていただきました。



— 今日はよろしくお願いいたします。

百野理事長(以下百野) はい、お願いします。

— 最初にグラミン日本さんについてお伺い下さい。

百野 はい。改めましてグラミン日本の百野です。お願いします。
我々は、バングラデシュでスタートし、企業としては世界で唯一ノーベル平和賞を取ったグラミン銀行の日本版です。グラミン銀行は、世界最貧国といわれるバングラデシュにおいて、頑張っているこうという女性を金融の力でサポートしました。単にお金を与えるのではなく、彼女たちが起業するための金融支援と金融教育を通して、自立をサポートし、結果として貧困撲滅に寄与した点でノーベル平和賞を受賞しています。
現在、グラミンは世界40か国以上で展開をしています。発展途上国にあるイメージがありますが、アメリカやイギリス、フランス、中国など、先進国でも展開していて、日本では4年前の2018年9月、東京都の日本橋でスタートしました。

— お金とか物資で直接支援するのではなくて、やはり自分で仕事ができるように「自立」を促す方が、実際の支援になるという話をよく聞く事があって、実際そのあたりはいかがでしょうか？

百野 そうですね、与えられる支援だと「やっぱり自分ではできないんだ」というふうに思ってしまうので、自分でやる、自分の能力を引き出すということができず自己肯定感を下げてしまうので、我々は少しでも自分で一歩踏み出していくという所を後押ししています。すると自信がついて、元々持っていた潜在的な能力を発揮して、みなさんどんどん駆け上がっていきますね。しかし、一人だとハードルが高いこともありますので、グラミン日本でマイクロファイナンスを通じて支援する場合には1人ではなく5人1組のグループを作っていただきます。仲間と一緒に、それぞれ目標を持ち、それをどのように達成していくのか考えながら協力してもらって、我々はお金の融資と金融教育を行い、また、毎週ミーティングをして、正しくお金を使えたのかや、どのようにご自身のビジネスをまわしたのかとか、そういった所をみなさんとシェアしながら、チームで高めあっていく、そんな仕組みになっています。

— ただやっぱりお金を貸すだけだとどうやってビジネスをしているかわからない、何のビジネスをしていくかわからないというふうになるのかなと思うのですが、実際ビジネスをやった事がない方に融資して、それもやっぱり黒字化するまでに一緒に伴走するという形の仕組みなんですね？

百野 そうですね。基本的にはお金を融資するだけではなくて、その後お金をご自身で稼いでいただきながら返済していき、結果的には「貯金をしていただく」ということが重要だと思っています。

— そうなんですね。

百野 日本においては、仕事を得られないだけでなく、貯金がないということが問題になっているので、貯金をいかに形成していくのかという事は非常に重要で、それをずっと後押ししています。

— お金の勉強のサポートもしていくのですね。

百野 そうですね。お金を稼ぐことも重要ですが、お金をどのように使っていくのかという所も非常に重要なポイントです。お金をこうやって使いたいというふうに宣言しても、違うことにお金を使ってしまったります。そこで、正しくちゃんとお金を使えたのかとか、使えなかった理由は何なのかというのを、ミーティングを通じてみんなでシェアしあい、それに対してそれぞれフィードバックして、こういうふうにした方がいいよみたいな所も教えあいながらやっています。

— なるほど。グラミン銀行はバングラデシュから始まりましたが、さっき仰っていたように、先進国でもグラミン銀行が広がっていくにあたって、発展途上国と先進国の貧困の種類というのはやはり違うのでしょうか？

百野 そうですね、各国で貧困の定義が違って、発展途上国においては絶対的貧困と言われている、1日1.9ドル以下の生活、というようなみなさんが持たれているイメージがあると思います。先進国、日本の場合は、相対的貧困というラインがあり、それ以下で生活している人たちが貧困と定義されています。つまり、絶対的貧困の定義の上では1.9ドル以下で生活している人を貧困と呼びますが、相対的貧困の上では日本の人口の中で一定の所得以下の方、世帯で約120万円以下で生活している方々を、毎月10万円以下で生活している方を貧困と呼びます。日本の場合は絶対的定義ではなく、格差の問題なのです。

— なるほど。日本の貧困ってなるとシングルマザーだったりとか、ワーキングプアっていうキーワードを聞くんですけど、ちょっとその辺りの社会問題についてお伺いさせてください。

百野 数字からいくと先ほどの相対的貧困の所の中に、シングルマザーの2人に1人の家庭、50%を超える母子家庭が世帯年収120万円以下で生活している現状です。また、シングルマザーの方々がそのような困窮状態になると、その子どもの貧困連鎖に繋がっていくのが日本での大きな問題になっています。

また、海外と違うのは養育費が払われなくなるケースや、子どもを育てながら仕事に就くのが難しく、雇用機会に恵まれなかったりするケースがあるという点で、母子家庭の方々がなかなか困窮から抜け出せないというのが日本の特徴的な問題です。

それからワーキングプアについては、コロナ禍において若者が、一歩踏み出そうとしてもなかなか仕事が見つからない、就職が決まったのに取り消しになる、非正規で働いている人たちの仕事なくなる、など様々なケースがあります。また、発達障害をお持ちの方など、コミュニケーションの部分で働きづらいというような特性の方々も増えてきていて、そんな中で選択肢が狭まっているということもあり、そもそも仕事に就けないという問題も大きくなってきています。

— まだキャリアを積んでない状態の若者に、マイクロファイナンスを貸して、実際に起業して自立していけるものでしょうか？

百野 そうですね、今の20代の若者のみなさんは、社会課題を解決したいという思いが強いようです自分たちの親の世代がリーマンショックで影響を受けたりなど、社会課題というものに触れながら育った世代です。お金をどんどん儲けるために起業というよりは、何か社会の為に役立つことがないのかという視点をお持ちで、SNSを上手く使ってマーケティングをしながら、例えば水を使わない服を作ったり、戦争をなくしたいという思いがあったり、Z世代に特徴的なデジタルマーケティングを活用しながら、社会課題を解決する、そんなに儲けなくても、自分が生活していければ良い、と考えている若者たちが多いという印象です。



— なるほど。社会起業家の支援という感じもあるんですね。

百野 そうですね。もちろんビジネスとして成り立っていかないと、お金を融資しても返していくのは難しいのですが、自分だけではなくまわりの人や社会が良くなるという事を起業を通じて実現したいという人たちが多くいますね。

— なるほど。相対的貧困というのはファストファッションが普及したりして、見た目的にはちょっと貧困が見えづらい部分もあるというのは何かの本で読んだのですが、実際に日本のような先進国、格差社会の中では見えづらい貧困や隠されている貧困みたいなものはあるのでしょうか？

百野 家庭訪問させていただいたり、実際にお金の家計の状況を確認したりすると、見た目は着飾っても、家や内情は結構ぐちゃぐちゃになっているなど、表面上と内面上が違っていたりするケースが結構あります。色々な話を聞いていると、人それぞれ色々な背景がありますが、そういった現状から中々抜け出せない、自分自身を受け入れられないみたいな思いを抱えていらっしゃると思います。我々としては、そういう方々がそこから一歩踏み出す機会を後押ししています。

— ヤングケアラーというキーワードが最近よく見受けられると思うんですけど、ヤングケアラーの貧困みたいなそういうサポートだったり、そういう助けて欲しいという声は来っていますか？

百野 そうですね、年齢関係なく、障害をお持ちだったり、精神疾患になられたりする方々は増えてきています。ご家族や身の周りにそのような方がいる人は、家に置いて外に働きにいつている時に、危険な目に遭ったり、火事になったり、何かに巻き込まれたりしないか、という点で心配をお持ちで、外に出て働きづらくなっているかもしれないですね。

— 様々な貧困についてお伺いしたのですが、今このサステナブルマガジンを読まれている方が何か支援したいなって思って支援した時に、グラミン日本さんがその貧困の方達に対してどのような支援をするかっていうのをもう一度詳しくお伺いしてもいいですか？

百野 大きくわけて2つの取り組みを行っています。1つは直接支援としてのマイクロファイナンスです。女性、特に地方におけるシングルマザーの方を中心に、非正規雇用の方達や、パートをしながら何か起業を小さく始めたいと考える方達に、起業のワークショップや金融教育を提供し、どのように起業をすればいいのかという点をサポートしながら融資する、ということを行っています。最近リモートワークも普及してきていますので、様々なテクノロジーやツールを活用しながら、モノを仕入れて売ったり、SNSで広告をしたりなど、多種多様な起業のあり方というのがどんどん増えてきているので、そういった分野での女性の起業を支援しています。

もう1つ、コロナ禍で始めたのが、グラミン日本の活動に賛同していたいる企業さんとの連携を通じた就労支援です。沖縄にしながら東京の仕事を受ける、など、リモートワークで働けるような社会環境が整ってきました。グラミン日本のマイクロファイナンスを活用した融資で、デジタルスキルのトレーニングの費用や、Wifi、パソコンなどの環境作りを行ってもらい、リモートワークと相性が良いデジタルスキルを付けていただく、そして、SDGsやESGの観点で、スキルを身につけた人材を積極的に雇用したいと考えている、グラミン日本をサポートして下さっている様々な企業の皆さまに雇用していただくという仕組みです。これは、女性のデジタルスキルに特化した「ハローワーク機能」といえます。シングルマザーの方や、特にお子さんが大きくなって教育費がかかってくるのでスキルアップをしながら将来にわたって安定的に稼ぎたい、という思いをかなえることができます。昨年からスタートし、起業だけではなくまず雇用という所で、段階的に自立していくサポートをしています。

さらに、様々な大学と連携しながら、ソーシャルビジネスの授業を展開しています。グラミン銀行の創設者である、ムハマド・ユヌスさんが、世界で社会課題を解決する、というソーシャルビジネスを提唱しています。このソーシャルビジネスという考え方を、若者にどんどん伝えて欲しいというユヌスさんの思いを尊重し、このような取り組みを行っています。

— ありがとうございます。最後に今後のグラミン日本の展開やビジョンをお伺いさせてください。

百野 一歩踏み出したいが、なかなか就労や自立の機会がないという方々が増えています。今、コロナ渦の中で大打撃を受けている方、特に女性の方々に焦点を当ててサポートしていますが、今後多様な方への支援の機会を提供し、日本における格差をなくしていきたいと思っています。



詳しくはホームページをご確認ください。



ホームページ
<https://grameen.jp>



いつもみんなが使う電気。電力会社選びでまさか貧困解消支援ができるとはなかなか想像できませんが、株式会社UPDATER 大石社長×グラミン日本 百野理事長の対談から勉強させていただきます。



— みんな電力さん(株式会社UPDATER)とグラミン日本さんの協業によって生まれた「グラミンでんき」についてお伺いしたいのですが、協業したきっかけはどういう流れだったのでしょうか？

大石社長(以下大石) きっかけはみんな電力側からですね。

百野理事長(以下百野) 元々、グラミン銀行を日本で立ち上げる時に、創設者のムハマド・ユヌスさんから、企業の大きなリソースを社会課題に振り向けて欲しいと言われました。社会課題がどんどん大きくなっていく中、ソーシャルセクターや行政だけだとなかなか課題解決ができないので、企業の大きな力を借りたいという思いがあり、グラミン日本が初めて企業さん向けにSDGsコンソーシアムというものを実施した際、大石社長に来て頂いたという事がきっかけでした。

大石 元々、僕自身が貧困に関する会社にて、ムハマド・ユヌスさんの本を読んでからずっと貧困解消についての事業をやってきたので、グラミンの日本での活動が始まるというので、だったら是非!とお伺いした感じでした。

— 「グラミンでんき」はいつからスタートしましたか？

百野 個人向けが一昨年からで、法人向けは去年からスタートしました。

— なるほど。グラミン日本さんの取り組みや国内の相対的貧困など様々な問題を取材させていただいて、それがこの前2ページに載っているのですが、この「グラミンでんき」は電力会社をみんな電力に変えてこのプランを選択するとグラミン日本、ないしシングルマザーやワーキングプアの支援になるという仕組みですね?その辺を詳しくお伺いしたいです。

大石 皆さん毎月電気代を払われているわけですけども、例えば1万円払ってもその1万円がどこに行くのかっていうのはあまり意識されていないのではないかと思います。月々の支払いのうち、1万円のお金が環境に良い再生可能エネルギーの発電所に払われて、尚且つその一部がこういったグラミン日本さんの貧困解消に向けた活動、支援に繋がるようなお金の使い方をしたら払ってて気持ちがいいじゃないですか?電気はみんなが使うものですから、世の中に良いように役立てた方がいいいねってような思いがグラミンでんきのきっかけです。

電気代を払うことで、気候変動にも貢献できるし、貧困の解決にも貢献できるし、場合によっては好きなアーティストの支援とかにも使えたりするので、プランによって色んな使い方があります。そういうものに対して私たちの思いが強いのは、元々株式会社UPDATERが貧困支援をテーマに掲げて創業した会社だからなんです。

— そうだったんですね。

大石 そうです。一部の人が独占していた富だった電気というものを、

UPDATER自体がみんなで電気を作り、みんなで使うことで富の分散化が起こって、結果的には貧困支援に繋がるというのが元々の創業の動機でもあります。特に僕の憧れのヒーローのムハマド・ユヌスさんと一緒に電気プランを作る、グラミン日本さんと一緒に作れるっていう事は、僕からするとすごく思い入れが強い取り組みでなんです。

— 今まで一度も電力会社を切り替えた事がない人もたくさんいると思うんですけど、電力を切り替えるのってそんなに難しい事ではないですか？

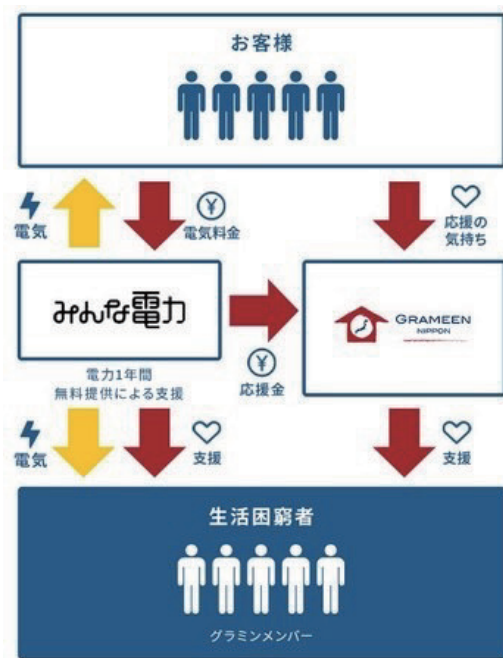
大石 送電の設備とかはそのままですから、電力会社の切り替えは変な話、WEBで5分で手続きは終わります。クレジットカード番号、住所や名前とか入れて頂ければ5分で終わりますから、たった5分で気候変動の問題にも、貧困の解決にも貢献できるというのが、電気切り替えのすごく大きなポイントですね。

法人の企業さんだったらSDGsを最近推進している企業さん多いと思うんですけど、電気を切り替えるだけで「私たち気候変動対策になる再エネを使ってますよ」「貧困の解決にも貢献してますよ」という事で、SDGs的には2つの項目を実現できることになります。

— なるほど、企業の電気もそのプランにできるのですね。グラミンでんきについてみんな電力さん側からご提案いただいて最初どういうアクションでしたか？

百野 そうですね、実際にシングルマザーの方々にとっても生きていくのに電気は非常に重要です。このような形で企業から応援していただくのは非常に嬉しくて、我々の活動の活力になっています。

また、寄付をしていただいているだけではなく、シングルマザーでグラミン日本の融資で頑張っていくお母さん方へ、1年間電気代無料という取り組みもやって頂いているので、その1年間、そのお金を貯めて、子どものために初めて貯金をできたりなど、金融教育みたいな所も含めて非常に良い事だと思っています。



大石 僕もね、大学生の時とか一人暮らししていた時に電気止められたりしたわけですよ。このお金払えず電気止められた時の孤独感とか、無力感って半端じゃないんですけど、色々お話を聞くとやっぱり電気代を払えるか

払えないかギリギリの所で生活されている方も結構いて、そこが最低限保障されたら生きる活力とかになると思うんですね。

百野 そうですね。特にコロナ禍だからお家にお子さんもお母さんもいて、仕事をしたり勉強をしたりします。そこにこの電気という、生きていくのに欠かせないもので応援してもらえて非常に嬉しいと思います。

大石 うん。今サポートした分のお金が貯蓄に回っているということを知っていて嬉しいですね。それが例えばお子さんの今後の学習のお金になったり、食事の栄養向上に繋がってると思うとすごく嬉しいですね。

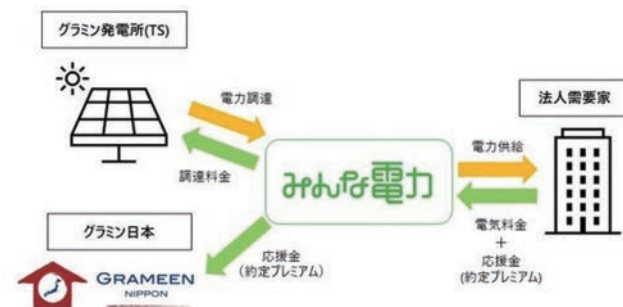
百野さんに話すのひょっとしたら初めてかもしれませんが、元々僕が貧困の解消を自分の事業のテーマにしていこうと決めたのは、ユヌスさんの書籍に出会う前なんです。私、東大阪市という下町出身なんですけど、同級生の中でもなかなか思うように教育を受けられなくて、思ってたようなキャリアを積みなかった人たちが実際にいたりして、話を聞くと、生活の問題と教育がすごく密接に関わっているなど感じます。生活が安定すると教育も安定していったり、更なる教育を受けられるという事もあると思うので、まず貧困の解決という所が必要。気候変動とかは地球的課題だけど、人間的課題の社会課題という中では貧困が一番大きなテーマだと思って、僕のビジネス人生は貧困解消に懸けていこうという想いでやっています。

百野 そうだったんですね。

大石 はい。だから今回それがようやく実現できたのがすごく嬉しいですよね。うん。

百野 ムハマド・ユヌスさんと実際対談されてどうでしたか？

大石 いやー……それはもう何十年來の僕にとってみればハリウッドスターとお話するような、それぐらいの感動がありましたよね。言葉は違えど、通訳の方に入って頂きながらお話ししてもすごくパッションを感じて、私たちのやってるトレーサビリティだとか、顔の見えない社会の中に色んな社会課題が眠ってるから、そこをブロックチェーンや色んなIT技術で「顔の見える化」をしていく事で、社会課題を解決していくんだというようなお話をさせて頂いた時に、そのテーマはとても良いと言って頂いて、電力以外でも色々やっていこうよとお声がけ頂いたのは本当にこの仕事をしていて良かったなど率直に思いましたね。



百野 ユヌスさんも社会課題解決にテクノロジーを活用してくことは非常に良いとおっしゃっていて、テクノロジーの力を社会課題の方に振り向けると大きく変わっていくはずだと。なんでロケットが飛ばせて貧困は無くせないんだっておっしゃっていますね。

大石 本当ですよ。世界にすごいお金持ちの起業家の皆さんが居るのだから、みんな貧困解消に振り向けられればいいのにみたいな質問をさせて頂いたら、徐々にみんなそういう意識は芽生えてる、急には中々変化しない所はあるけども、みんな社会に目を向け始めているから、というお話もされました。そういう僕の知らない世界でも啓発をされていて、徐々にサステナブルな流れが世界に起きているんだなというのを感じました。

百野 最近、社会全体がだいぶ変わってきましたよね。追い風というか、みんな社会に対する関心は元々あったんでしょうね。

大石 うんうん。自分の、自社の力をどこに振り向けていいのかが、よくわからないっていう所があったのでしょうね。

百野 そんな中で、大石さんにはコンソーシアムで最初に手を挙げていた

だいて、そしてすぐに事業として形にさせていただいて、というのは本当にすごいなと思いました。

大石 ありがとうございます。今個人の皆さんの電気代の一部がグラミン日本さんに支援でいつてるのと、先程お話にありましたようにグラミン日本さんがサポートされてる方に無償で電気を供給させて頂いているのと、あと法人の皆さんの電気代の一部もグラミン日本さんにいくという、3つ大きくやらせて頂いているんですけども、特に個人のお客さんの電気代の一部が支援に回っているプログラムで、Webライティングのお仕事に繋がる講座の費用に使われてる方がいたりして、私達UPDATERのオウンドメディアの「ENECT」でもライティングして頂いているんですけども、実際に私たちから回ってる支援のお金が就労の機会に繋がっているのを知ると、ちゃんと繋がっていているんだなっていうのを感じますね。

百野 特に今、デジタルスキルを活用しながら、リモートで働く女性が増えてきていますから、非常にありがたいですね。

大石 うんうん。百野さんの取材のお話にもありましたが、日本の貧困って見づらいというか、表に出づらいみたいな事を課題で仰っていましたが、その辺は最近どうですか？

百野 最近はそれが浮き彫りになってきています。シングルマザーの方で、コロナで強制的に仕事が無くなったたり、子どもが休校や休園になってしまったけれども、子どもを置いて仕事に行かないといけない、など、選択肢のない中で稼がねばならず、どんどん危険な状況になってきていますね。

大石 なるほど、...

百野 しかし、近年逆に支援をされる人たちも増えてきていると思います。

大石 なるほどなるほど。

百野 支援される人、支援する人、両方がどんどん増えてきているので、いかにそこを上手く結びつけていくのかということが重要だと思っています。

大石 私たちもより一層自分たちの電気代で、場合によっては貧困支援もできるという可能性を、今回Londサステナマガジンを読んでらっしゃる方も含めて知って頂いて、たった5分でそれができるので、是非どんどん参加して頂きたいなと思いますよね。

— 今、話を聞いていて全部繋がっているんだなと感じました。

サステナビリティ、SDGsという環境問題に目が行きがちなのがして、でもこの世界にはもちろん人がいて、社会があるので、グラミンでんきというプランで環境、人権、両方への貢献になるので、本当素晴らしいプロジェクトだなと聞いていて思いました。社会貢献に対して何かやりたいけど何をやっていいかわからないという話をよく聞きますが、いつも使っている電気を、電力会社を切り替えるだけで貧困支援になるし地球も守れるし、これをもっと広げたいと思いました。

大石 是非Londさんにいらっしゃる皆さんにも広げてもらえればと思います。

— 胸熱な対話ありがとうございました。

大石 こちらこそありがとうございました。

百野 ありがとうございます。



詳しくはホームページをご確認ください。

WEB グラミンでんき powered by みんな電力
https://minden.co.jp/blog/2021/09/29/4966



世界の児童労働撲滅、また子どもの権利を守るために法案設立まで行動するNGO ACE 岩附代表にインタビューさせていただきました。



岩附代表(以下、岩附) NGO ACE(エース)の代表をしています岩附(いわつき) 由香と申します。ACEは1997年に私が学生の時に立ち上げた団体で、インドやガーナで児童労働をしている子ども達の支援や、日本でも子どもの権利に関わる活動をしているNGOです。ACEは当初「児童労働に反対するグローバルマーチ」という世界的なムーブメントをやる人が日本に誰もいないというところから始めた団体でしたが、2017年にACEの存在意義を定義し直しました。今は、「子ども・若者が自らの意思で人生や社会を築ける世界を作るために、子ども・若者の権利を奪う社会課題を解決します」がACEのパーパスになっています。それまで自分の将来の夢や希望を持てなくなってしまっているような「児童労働」という問題に取り組んできましたが、日本の子ども達も世界的に見ても自己肯定感が低いという課題がある、将来どうしたいかという希望や夢が抱きづらい状況にいる子ども達も日本にも多い可能性があります。より広く色々な子ども達にとっての課題が解決できる団体になりたいという思いがあり、それがパーパスを2017年に変えた経緯です。

—— 子どもの権利について教えてください。

岩附 そうですね、「子どもの権利」という言葉がイコール「子どもの権利条約」というものと捉えられてない部分もあると思うのですが、実は世界的に最も人権の分野でどの国も守るといっている国際条約が子どもの権利条約なんです。そこには、たくさんの子どもにとっての権利が書かれているんですけど、例えば児童労働の関係でいうと、危険な労働から守られて経済的に搾取されない権利や、遊ぶ権利、教育を受ける権利とか、色々な権利が書かれています。

大きく分けると、生きる権利、育つ権利、守られる権利、参加する権利の4つのカテゴリーに分けられるんですけど、児童労働はその守られる権利の一つでもありますし、それから教育を受けるという意味でも、大事な権利だと思ってます。

そういう権利が色々書いてあるという事と加えて、なんで子どもの権利っていうのがわざわざ条約になったのかっていう事を少し私の解釈で説明すると、実は子どもって大人の所有物みたいに扱われたりとか、日本でも悲しい虐待の事件がありますけど、その時に子ども自身が言っている声を無視して措置を決めてしまったりとか、家に帰ったらお父さんに暴力を振るわれるから帰りたくないって本人が言ってるのにとか、そういう事があって、その子を一人の人として認めて子どもの声をきちんと聞くという事が中々されていない現状があると思ってます。その子ども

の意見を尊重するというのはこの子どもの権利条約の中でも一般原則と言われる一つの中心的な大事な事として書かれていて、4つある内の一つがそれなんですけど、あとの3つは子どもの利益を最優先する事、つまり子どもにとって良い事を一番大切に考える事と、差別がない事、つまりどの子どもも差別なく支援を受けられたり守られたり教育を受ける権利があったりする事です。日本に生まれた子ども達も、日本に住んでいる例えば外国籍の子ども達も含めてみんな教育を受ける権利があるという事なんですね。それからもう一つは生きる権利、育つ権利や発達していく権利がきちんと守られる事なんですけど、子どもって生まれたばかりの時自分じゃ何にもできないじゃないですか。だから子どもの権利を守るという事を考えるとそれは周りの大人が守る責任がありますよっていう事も条約では言っていて、特に国はその国として子ども達がきちんと教育を受けられたり発達していく環境を整える責任があると考えられています。今実はACEもこの子どもの権利については力を入れて取り組んでいて、2019年に「広げよう！子どもの権利条約キャンペーン」を立ち上げ、そこで子どもの権利を日本中に普及させていく活動をしています。特に力を入れているのが、「子ども基本法」という法律を新しく政府に作ってもらいたいという政策提言です。何故かというとは子どもの権利条約を批准した国は審査があって、5年ごとぐらいに、あなたの国についてはこういう勧告を出しますっていう風に子どもの権利委員会が勧告を出してるんですね。こういうところをもう少し頑張ってくださいみたいなことなんですけど、その中に、日本には子どもに権利があるっていう事をきちんと書かれた法律がないので作って下さいねという事を結構繰り返し何度も書かれているんですけど、ずっと実現していなかったんです。日本が条約批准したのが1994年なので、もう27年ぐらい経ってるんですけど、本当は批准した時に出来れば良かったんですが、出来てないでずっと来ちゃったんですね。子ども達の課題を考えた時にやっぱりその子どもが一人の人で、意思もあって、権利もあるんだ、っていう根本的な理解というのが社会に浸透していない事がもしかしたら色々な子どもの課題の一因になっているかもしれないと思っていて、今回この法律を作る事で子ども達がちゃんと権利を持っている一人の人なんだという風に政府も考えてるんだよっていう事を世の中にも子ども達にもちゃんと伝えられるような法律を作るという事と、その子どもの権利条約に書かれている原則を日本の中でも子どもの事を考える時に原則としていくという事ができればと思って活動しています。



—— 海外での児童労働撲滅のアクションについて教えてください。
岩附 インドとガーナでそれぞれ、インドはコットン産業でコットンの実

を摘む子ども達が多く働いている地域で、ガーナの方ではカカオの産業で児童労働している子ども達の問題に取り組んでいます。ガーナの方では今その地域単位で児童労働している子ども達が無くなっていくように、みんなが学校に行けるようにしていく取り組みをACEがやっていて、それには日本のチョコレート関係の企業さんからもご寄付を頂いて運営しているんですけど、その経験を踏まえて、今じゃあこういう地域ベースの取り組みを国の中全体に広げられないかっていう試みを始めました。それが「児童労働フリーゾーン」という名前で、ガーナ政府が持っていたアイディアと私達が元々やっていたのを合わせてJICAから資金を得て、JICAのプロジェクトとしてこの児童労働フリーゾーンという仕組みをガーナの国内に広げていけるだろうかっていうパイロット活動、試す活動をやっています。

現地のカウンターパートのNGOがあるんですけど、ガーナ人のNGOの人が一人ひとりのお家にお話を聞きに行き、「収入が足りないんですよ」「どうしても学校に行けないんですよ」という状況をどう一緒に解決していけるかっていうのを話し合っ、支援をしたり、子ども達が一つの家庭に5~6人とかいと家庭の力だけで全員に学用品を与えられなかったりするので、その学用品を補助したりとか、それから親がきちんと稼げるようにカカオ以外の収入も少し得られるような訓練をしたりとか、そういう事を通じて、何年かけてその地域全体で働いている子どもがいなくなってちゃんと学校に行けるようにするっていう事をACEのプロジェクトではやっています。その中で結構重要な役割を果たすのが地域の見守りボランティアみたいな方々です。地域の人なので、どこに誰が住んでるかとかどういう所で畑があるかとかも知っているので、その人達がその働いている子ども達がいたら声をかけて、行政の支援が必要そうであれば行政に繋ぐとか、そういう役割を果たしてもらうような地域のボランティアの皆さんなんですけど、このプロジェクトですごく大事な役割なんですね。こうした地域ベースの取り組み、その見守る人も含めて、児童労働フリーゾーンの方に取り入れて、ガーナの方で活発に活動しています。



—— 現在教育を受けられていない子ども達はどのくらいいるのでしょうか？

岩附 実は義務教育の就学率はすごく上がっていて、ガーナでも、初等教育は86%と結構高いんです。ただ問題はその就学率というのは、生徒の名簿に名前があるかどうかなんです。リストには名前がありますが、毎日来ていると言われると来ていない子ども達も結構いて、ガーナの場合だと、農作物を売るマーケットが開催される日があるんですが、その日にやっぱり欠席する子が多いとか、カカオの忙しいシーズンになると子ども達が学校にだんだん来なくなるとか、そういう事があるんですね。なので就学率は上がってるんだけど、問題はちゃんと出席して学んでいるかっていう事が大事で、世界的にも教育と言った時にただ行ける、アクセスがあるというだけじゃなくて、ちゃんと勉強して学ぶべき事が身についてるかっていうのも大事なポイントになってくるかなと思っていて、

そういう点では改善の余地が多い地域が多いと思ってます。

—— 私達が児童労働撲滅を応援できる行動はありますか？

岩附 そうですね、世界から輸入されているもので児童労働や強制労働の恐れがあるものっていうものを、海外のNGOが国ごとにリストアップしてるんですけど、そのTOP5の中に実は日本に輸入されているものの場合だと、電化製品や木材、カカオが入ってきます。あと洋服や衣料品ですね。それぞれの業界で色々なサプライチェーンがあって、それぞれ色々な国に原料まで辿っていくと児童労働があるっていう問題があって、そういう意味で言うと日本に住む人誰も無関係ではいけない、自分で自給自足を完全にしていけない限りは誰もが無関係ではいけない問題が児童労働だと思ってます。

でも、関係しているからこそ、解決にも参加できてると思っていて、それは自分が商品を選ぶときにどういう商品を選ぶかっていう事で一つ関わり合いが生まれると思っています。例えばACEがご支援頂いているチョコレートの企業さんとかは、売り上げの一部を寄付してカカオの地域の子ども達を支援してくれてるので、そういう寄付付きの商品を選ぶ事もできますし、それから会社としてきちんと原材料をこういところで買ってますという方針を透明化している所のものを買うとか、あるいは自分がすごく気に入っているものがあつたときに、企業に問い合わせる聞いてみるとか。そういうアクションを取る事で企業自体も「私たちのお客さんは児童労働について気にしてるんだ」と伝わるので、消費者としてできる事は結構あると思っています。

私達は「ボイコット」じゃなくて「バイコット」って言ってるんですけど、購買で自分が良いと思う企業を支援することが力になると思ってます。あともう一つはACEは「子どもの権利サポーター」という形で毎月任意の金額をご寄付頂いているのですが、そういう形でACEに関わって頂くと、ACEからも色々な情報をお送りするので、一緒に世界の子ども達の事、日本の子ども達の事、を考えながら学びながら支援して頂くっていう事ができるとありがたいなと思っています。

—— ACEさんの今後の活動、計画や目標をお伺いしたいです。

岩附 そうですね、今ガーナの方のその児童労働、カカオの児童労働は世界的にダイナミックな動きがあって、ヨーロッパとかだとたくさんチョコレートも消費してるし、アフリカの国々からカカオを買っているんで、自分達が消費するものにやっぱり児童労働があっちゃいけないよねという意識がすごく高くて、何かをしなきゃっていう意識や流れ、お金の流れを含めて結構動いてるんですね。

そういう中でACEが今やっている取り組みが、JICAと一緒にやっている「児童労働フリーゾーン」なんですけど、結構注目を浴びているので、これをそのガーナの中の制度として確立できるのかどうかっていうのが一つ私達の大きなチャレンジだと思っています。

あともう一つ日本国内のチャレンジは、今取り組んでいる子どもの権利の事で新しい法律ができるかどうか、実は色々なせめぎあいがあって、いや子どもが権利の主体なんて認められませんか、という人とか、色々なご意見を頂いているので、どうやって色々な方に理解をしてもらいながら、ちゃんと法律ができて、色々な現場でもっと子どもの声がちゃんと聞かれて子どもが参加してもらえて、子ども達自身の利益を優先するというような社会的な動きができるかという事が大事だと思っていて、その一つの大きなステップとして子ども基本法を作る事を実現させたいと思っています。

詳しくはホームページをご確認ください。

WEB NPO法人 ACE

<https://support.acejapan.org/>



児童労働撲滅や子どもの権利について活動するNGO ACEの岩附さんと、新しいプラットフォームTADORiの平井編集長が協業して作った新製品のチョコレートについてインタビューさせていただきました。



— TADORiとはどのようなサイトになりますか？

平井編集長(以下平井) TADORiは株式会社UPDATERが運営する、顔の見えるライフスタイルを提案するメディアです。UPDATERの電力事業「みんな電力」もずっと「顔が見える生産者」を大切にしている、それに加えて使っている消費者の顔も見えてくると、色んな事が今よりアップデートされ、社会問題が解決されていくよね、という事はずっと言っていました。《その物事の源流をたどる》ことで、日々が使うもの、買ってるもの、食べるもの、見るもの、手にするもの、誰が作ってどういう経緯を経て自分の手元まで届くのか、「たどる」という事がすごく大事だよねっていう事で、名前がそのままTADORiというメディアになっています。

みんな電力には今までENECTという媒体があったんですけど、ENECTは「エネルギーをセレクトしてコネクトする」という意味でENECTだったんですけど、それが今度エネルギーだけじゃなくて、世の中にある全てのものを、環境負荷をかけなかったりとか、色んな方々の思いが乗っかってたりとか、社会問題を解決する何かに直結するだとか、そういった事を全部たどれるように可視化していこう、そういった商品は世の中にどんどん増やしていくべきだからECサイトも併設させよう、という意味でみんな電力として新しく作ったメディアになります。

— タドれるチョコレートについて教えてください。

平井 今回発売スタートした「タドれるチョコレート」この3つですね、みんな電力は電力会社だったのが、チョコレートを作り出すっていうね。

岩附さん(以下岩附) あはは。(笑)

平井 だからもうそれはみんな電力株式会社という社名から、株式会社UPDATERっていう社会をアップデートさせていく会社になったっていう事の1つ象徴的な商品だと思います。

「ガーナの児童労働をなくせるチョコ」「フィリピンの希少カカオを育てるチョコ」「ベネズエラの原住民女性を守るチョコ」という3種類のチョコレートなんですけれど、こういったものに購買する事で貢献できるチョコレートになってます。この商品はACEさんのご協力無くしてはできなかったです。

岩附 いえいえ。元々私達ACEとみんな電力さんが株式会社UPDATERさんに社名変更になる前から連携させて頂いていました。エネルギーを生み出す、そして貯めるための電池に使われるレア

メタルに児童労働があるので、その解決のために一緒にお取組みをさせて頂いて、調査したり、海外の色んな取り組みを紹介したりしてたんです。

そこからなぜチョコレートを作る事になったかと言うと、みんな電力さんのブロックチェーンの技術を用いると、まさにたどる事ができるので、ACEが元々やっていたカカオ生産の児童労働撲滅の側面と掛け合わせたらどんな事ができるのか考えてみようという話になりました。最終的にUPDATERの大石社長が「じゃあチョコレートを作りましょう」という話を(笑)

平井 ははは。

岩附 それでチョコレートを作ろうと決まって、ACEがその児童労働をなくすプロジェクトをやってきた地域で取れたカカオを日本に輸入して下さっている企業さんがあって、そこをお願いすれば児童労働がないカカオが手に入るので、そこ一緒にやってみようかという事で実現しました。実際にモノのルーツをたどるいう事を一つの商品として具体的に見せる事が、今回できたのかなと思います。

— 現代社会ではモノのルーツをたどることはとても大事ですよ。

岩附 そうですね、でも実際難しいんですよ。私がカカオ生産の児童労働撲滅に取り組み始めた時に、チョコレートの会社さんに行って話をした時に、その場にいらした商社の方が「いや、そんなのたどれないですよ」とはっきり仰いました。でも私たちはどういう風にカカオが作られているのかを知っていて、あそこでバッグに入れられて、バッグにコードが付いてて、それがあそこの集積所に行って、そこからあそこに行って、と全過程がわかってたんで、やり方によってはたどれると思うんだけど、って思ってたんですね。

でも、ほとんどの人が「いや、たどるのは無理だし、途中でわかんなくなっちゃうし、そういうもんだ」と思ってたんです。でもフェアトレードだったり、オーガニックだったり、できるものはもう出始めていた。じゃあ児童労働という側面でも追えますよねというのは示してきた経験があって、それで今回のこの取り組みに繋がったのかなと思ってます。

— なるほど。たどる難しさってのはあるんでしょうね。ジャーナリズム的ですよね。

平井 丁寧に労力をかければたどっていけますし、今までブラックボックス化しているというか、たどるのが難しいとされていて、消費者はそのモノのルーツがわからないから知らずの内に値段やパッケージで選んで、児童労働を促進させてしまっていたり、環境負荷をかけていたり、そういう可能性もあるわけですよ。すべてがそういう商品だというわけではないですが。

ただ、これからの社会ってもう気候変動をはじめ環境問題も、児童労働などの人権問題も顕著に現れてて、できる限り透明化させて色んな事がちゃんと見えて、お互い顔の見える関係でやっていく時代なのかなと思います。

昭和の日本の町内会とかだとそうですね、顔が見えるとそこで悪いことが出来なくなってくるわけですよ、顔が見えなくて隣に誰が住んでるかわからない、何が起きてるかわからないみたいな時に、何か道を外れてしまう可能性も増えるような気がしています。お互い色んな所で可視化して、信頼が生まれるような状況を作れたら、善し悪しの定義は難しいんですけど、今よりは善い世の中を作れるんじゃないのかなと思います。



— パッケージのデザインとても素敵ですね。

平井 実はこのチョコレートは障がい者アートの支援にもなっていて、みんな電力は深川、東京の下町の方でやっている「アートバラ深川」という障がい者アートの芸術祭の協賛もさせて頂いています。そこで全国各地から審査のために何百点、千点近くの、作品が送られてくるのですが、埼玉にある、障がい者アートのすごく才能あふれる方々を輩出する「工房集」さんのいう所の高谷こずえさんというアーティストの方の作品を使わせて頂いて、それこそアートは言語化するのが難しいんですけど、ガーナらしいし、フィリピンらしいし、ベネズエラらしい、それでいてどこか温かくてこの商品の想いが伝わるようなデザインでしたので、是非という事で使わせて頂きました。

岩附 すごく素敵ですよ、本当に。

平井 おかげさまで好評を頂いていて、高谷さんなんですけれど、本当にこれまたまたですが、私達みんな電力がそのアートバラ深川にボランティアで参加して、作品をつぶさに見て、この方の作品合うよねという事で、工房集さんに、高谷さんの作品使わせて頂けないですかという事でオファーさせて頂いたら、言葉を選んでくださいけれど、つい最近体調崩されて逝去されてしまわれたという事で、、、

岩附 そうだったんですね。

平井 そう、それも私達ちもみんな前情報もないですから、当日会場いらっやってお元氣だったじゃないですかみたいな事で、、、使用してもいいんですかねって話をしたら、工房集さんが「こういったアート作品というのはずっと残るし、だからこそご親族もずっと応援してきた事だし、それがこんな素敵なコンセプトのチョコレートのパッケージになるんでしたら絶対喜んでくれるから是非是非そのまま使って下さい」という事で作品お借りして使わせて頂いて出来上がりました。ちゃんと使わせて頂いた代金は工房集さん、ご家族の方にも届けてますし、お名前も「art KOZUE TAKAYA」とクレジットを入れさせて頂いて、これが世の中に広まれば広まるほどアーティストの啓蒙というかね、アートバラ、障がい者アートって素晴らしいのあるよというような話にもなりますし、期せずしてそういったストーリーが背景に出来たチョコレートになりました。

岩附 そうなんですね。パッケージにもたどるとストーリーがありますね。

平井 そうですね。

岩附 やっぱりこういうチョコレートって、一人で食べるだけでなく、誰かと一緒に食べたり、誰かにあげたりとか。

平井 そうですね。

岩附 そういう時に、こういうストーリーと一緒に伝えられると、またそのストーリーがどんどん広がっていくと思うので、この素敵なパッケージからも色んな会話が広がるといいですよ。

平井 まさにこのチョコレートの1日アンバサダーに、はるな愛さんが就任して下さって、はるなさんともこのチョコレートの話をしたんですけど、はるなさんもやっぱり今はものをあげる事によってその社会にどんな事が起きていて、これを買う事によって、そういったコンセプトや想

いが広がって、そういうものが心を豊かにしてくれますよね、みたいな事を仰ってくださいました。

岩附 そうですね、そういうきっかけが普段の生活の中に自然にあるという事がいいのかなって思います。チョコレートって好きな人も多いし、食べると美味しくてほっこりするし、そう意味ではこうちょっと堅かったり、中々普段話さないようなトピックを持ち込みやすい機会にもなるのかなって思います。

平井 TADORiはそういったあらゆるものをたどっていく事で見えてなかった価値を、見える化させたりしていこうと思ってるんですけども、ACEさんはもうこういった社会問題に対しても長年活動されてますよね。

岩附 はい、年数は長くなってきたんですけどまだまだで、、やっぱり子どもの権利の事とかもっと上手く伝えられるようになったら良いと思っています。じゃあどういう風に上手く伝えたり、色んな人に広めてもらえるかっていう事を考え始めて、既に子どもに関わったり支援している人達に子どもの権利を伝えるためのワークショップみたいなのを実は今ACEで開発しているんですね。

その伝えてもらうツールの一つがまさにこのチョコレートで、私達ちも色んな社会課題や考え方を、普段の生活の中で知って頂けるようにするにはどうしたらいいんだろうっていうのを考えてる所です。

平井 今回チョコレートでしたけれど、私以前バッテリーでもそういった話をACEさんがずっと取り組まれてるって話を聞いていて、だから日常的に私たちが使うものでもさっき言ったみたいに、見えてないだけで実はその向こう側に何か僕たちが希望してないような現実があったりすると思うので、これからも色々とかご教示頂けたらと思います。

岩附 いえいえ。逆にUPDATERさんの課題解決の仕方とか「やってみせる」という感じがすごいな—とっていて、社会問題に対して我々だと頭でっかちになりがちなんですけど、やるぞ！やってみるぞ！という気概がすごいなっていうも感じているので、是非今後とも色々一緒にさせて頂きたいです。

平井 はい、こちらこそ是非よろしくをお願いします。



詳しくはホームページをご確認ください。

WEB TADORi
<https://tadori.jp/>



Lond groupには2022年3月現在インドネシアに4店舗、台湾に1店舗サロンがあります。Lond創業代表の1人、小林瑞歩が海外サロンにおいての社会貢献について語ります。



Londの共同代表の小林瑞歩です。Londは2017年から海外事業を開始し、それに伴い僕がインドネシアの首都ジャカルタへ移住しました。2017年当時はまだLond groupが創業4年目でまだまだベンチャー気質が強かった時期かと思います。なので海外展開についても「めちゃ楽しそう」や「ビジネスチャンスがありそう」というくらいの想いからの出店だったかと覚えています。

今も共に切磋琢磨する海外事業のパートナーである後藤和也氏の手助けもあり、2017年の10月にジャカルタ1号店「Lond Tokyo」をオープンすることが出来ました。

当時のスタッフは先に後藤氏のサロンで働いていたレセプションist 1人(予約電話程度の日本語と英語が出来る)とローカルアシスタントのシェリー(言葉は仕事の持ち場で必要な程度の日本語のみ)と小林、という3人でのスタートでした。

《インドネシアの所得格差》

インドネシアでは毎年各地域での「最低賃金」と言うものが発表されます。2022年の首都ジャカルタでの最低賃金が1ヶ月(2022.2.14現在) Rp.4,641,854。現在のレート(¥1=Rp.123)で、計算しますと1ヶ月¥37,738となります。昨年から約5.1%増。毎年約5-10%ほど賃金が上昇しております。ですがそんな中でも顕著に格差が見受けられることもあります。

見受けられると言うより「その所得ににあったものがある」と言った方が正しいでしょうか？

この最低賃金の指標も「会社登記している企業」での最低賃金になりますので、例えば道の屋台やそれに似た食堂などはもっと賃金が低いと言われています。

ですが一方、パンデミック前には毎年日本を始め、色んな国へ海外旅行へ行く人。大学、あるいは高校から海外へ留学する人。それこそ美容室でチップを1万円くらい渡す人(ここまで高額なチップは頻繁ではありませんが笑)など、どれくらい資産があるのだろう??とってしまうような人もたくさんいます。

ですので1食のナシゴレンが屋台では約100円ほどで食べれば、高級インドネシア料理レストランでは1000円以上。なんてこともあります。これはもちろんヘアサロンにも言えることで、200円くらいで切れると

ころもあれば15,000円もしくはそれ以上のカットの価格のサロンもあります。

《インドネシア人と一緒に働いて分かった必要なこと》

特に創業当初のアシスタントのシェリーに関しては既に4年以上一緒に働き、彼女なりに大変なことや我慢することなどたくさんあったと思います。でもその度に彼女に「僕たちはスタッフファーストで仕事をし、君たちの将来を大切に考えている」「仕事を通じて経済的にも、働きがいとしても充実させてほしい」など、日本のLondと変わらない理念をずっと伝えてきました。

美容業界というのは教育産業なので僕も妥協なく、彼女にレッスンをしました。その甲斐あって2021年の8月に遂にスタイリストになり、今では堂々とお客さんを担当して高いレベルの技術、サービスを提供しています。これは実際にローカルのスタッフと一緒に働いて感じたことですが、どの国でも舵取りをするトップがどういう想いがあるのか。どういう未来をスタッフに見せられるのか。見せたいのか。というのがとても大切だと思っています。

転職が当たり前のインドネシアでLond海外事業部では4年以上働いてくれるスタッフも多いですし、国内Lond同様に離職も少ないと思います。また、インドネシア人だから仕事が出来ない、遅刻が多い、などを感じる方もいるみたいですが、僕はそんなこと思ったことはなくてみんなちゃんと時間通りに出勤しますし、仮に遅刻するとしてもちゃんと連絡してきます。無断欠勤なんて全くありません。

体感としてはすごく真面目に仕事してくれる印象です。もちろん一定数、サボりぐせみたいなものがある人もいますが、それは日本人でも一緒かなと思います。

《初めてのスタイリストのインパクト》

先ほど書いたのですが、創業当時から働いてくれていたシェリーが2021年にスタイリストになりました。僕たちにとってはこれほど嬉しいものはありません。時勢がオンラインになりますが、国内の共同代表とも喜びを分かち合いました。僕が感じたアシスタントからスタイリストになった1番の変化は「やりがい」「お給料」です。また今まで僕たちの海外グループでスタイリストになったというモデルケースがないので全ローカルスタッフがどうなるのか?と注視していたと思います。ここでの結果次第では極端になってしましますが「スタイリストになっても未来がないんじゃないか?」とってしまうスタッフが出てくる恐れがありました。僕たち経営陣も頭を捻って彼女たちのための新規集客をし、たくさんの方が来店してくれています。

そのお客様を向き合って責任持って担当するシェリーは1皮、いや、2皮くらい剥けた様に見えます。

そうすると上がってくるのが報酬です。スタイリストになってからはRp.10,000,000(81,300円)以上が多く、多い月にはRp.13,000,000(105,691円)近くいくときもあります。

これは先ほどの最低賃金のRp.4,641,854(37,738円)から比べてもと

ても高い水準かと思います。

また、首都ジャカルタでなく、シェリーの地元の市が公表している2022年の最低賃金はRp.2,000,000(16,260円)という発表でした。

Lond海外事業部のスタイリスト給与は、大学を卒業してからの初任給より多い額になっています。

Lond海外事業部スタイリストのRp.10,000,000~13,000,000くらいの給与は、インドネシアでの巨大財閥アストラグループのマーケティングマネージャーやコンサルタント、プロジェクトアナリストなどとなります。このような職務に就けるのは、高学歴や長い職務経験が必要になってくると思います。



(参照元 <https://id.quora.com/Berapakah-gaji-pegawai-PT-Astra-International-Tbk>)



これからはしっかりとお客様と向き合って素敵なおヘアスタイルを提供し、満足度を高め、顧客を増やしてほしいです。そして更に経済的にも豊かになり、また、たくさんの顧客を抱え、自分の仕事に誇りを持てる人間へ成長してほしいと願っています。

実はシェリーの他にも中途採用のローカルスタイリストが2人いて、彼らも「前のサロンより担当するお客様も多いし、報酬も上がっている」と言ってくれます。ですが1番嬉しいのはローカルスタッフたちが僕たちが掲げているフィロソフィーに共感し「みんなで上がっていこう」という気持ち強いことです。

《今後の海外支部の展望》

まずは主のサロン事業での店舗拡大や雇用の増加。国内Londと同じくして「美容の力で豊かな雇用を増やしていく」ことに尽力したいと思っています。

次に、ヘアケア、ボディケアプロダクトの制作などでも雇用を増やせたらと思います。

インドネシアはパームオイル(ヤシ油)の生産が世界トップクラスなのですが、環境破壊の一因として海外から注視されている現状があります。なので、環境を破壊せず、フェアトレードがしっかりできる農家の方との出会いを見つけ、それを使いプロダクトを作る、または、そのクリーンなパームオイルを日本などにアプローチする、ということもやっていきたいと思っています。

また、現在インドネシアでの大きな社会問題として取り上げられる「資源の再利用問題」にもサロンで取り組んでいます。

「bank sampah」と呼ばれる直訳すると「ごみ銀行」という政府が管理

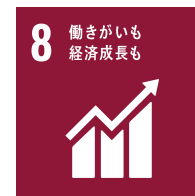
する資源回収施設があり、そこに再利用可能な資源を持っていくと1kg単位でお金と交換してくれます。ですのでサロンから出る再利用可能な資源、「カラーチューブ、カラーの空き箱、カラーやペットボトルキャップ、ペットボトル、コーヒーのプラスチック容器、段ボール。」など様々なものを集めて定期的に持って行っています。

ここで交換したお金を集めて児童福祉施設などへボランティアカットに行く際に、施設の子たちへの生活用品や食事などを買って持って行ければと思っています。

こういった取り組みをローカルスタッフたちにも「なぜやるのか」や「僕たちの会社も社会の1部なのだからその社会に貢献しよう」と伝えられ、スタッフたちも共感し、理解して行動してくれます。



現在スタッフも20人を越え、店舗も4店舗になりました。2022年は2-3店舗出店したいと思っていますので、日系サロンとしてのインドネシア社会への取り組みや雇用の創出、スタッフの生活水準の向上などを引き続き取り組んでいきたいと思っています。



詳しくはホームページをご確認ください。

WEB Lond by CIEL SOWALホームページ
<https://www.cielsowal.com>



Instagram



What?

Londオリジナルシャンプーを4ℓのリフィルにして、ボトルを持参して頂いたお客様に1ml→7円(税別)で量り売りしています。持参していただく容器はフタが付いていればご指定はございません。もちろん、Lond各店舗にご来店したことがない方でもご購入頂けます!お気軽に近くの店舗にお立ち寄りください。4ℓのリフィルが一つ売れる度に、ボランティアカットにしている児童養護施設にシャンプーを1本プレゼントするという取り組みです。



量り売りについて



ゼロウェイストで地球環境にも優しく

- ✓ 容器持参でプラスチックゴミを削減!
- ✓ 必要な分だけ購入するので無駄がない!
- ✓ サロンクオリティの高品質シャンプーをいつもよりお手頃で!

プラスチックボトル削減実績

■実績 2022年3月現在

販売実績
4ℓ販売 55個220ℓ
55本施設への寄付



それにより300mlのボトル換算で
733本削減しました

地球環境について学ぼう



新型コロナウイルス感染症の拡大が落ち着いてきたころを目処に、ボランティアカットへお伺いしている児童養護施設の子ども達に、CSR expertであるLond代表 石田が海洋プラスチック問題や気候変動に対しての環境問題の勉強会を開催する取り組みを計画しています。



最も権威の高い《Vegan Society》の認証を取得!
「Relance (リランス)」は
Londの美容師13人が1年をかけてサンプリング、
自社開発したオリジナルシャンプーです。

Vegan Societyは1944年
イギリスでドナルト・ワトソン
によって創設された組織で、世
界で最も古くから存在している
ヴィーガン組織です。



この13人のメンバーがプロの美容師として、満足いくまでサンプリングをして
泡立ち、洗い上がり、香り、仕上がりでこだわりを持ち制作しました。

Veganとは Vegan=VEG etari AN

食品・衣料品・化粧品など
あらゆる動物からの搾取をやめるアクション

- 動物由来原料を使用しない
生態系や地球環境に配慮し、牛乳、卵、蜂蜜、動物の毛など動物から
搾取した成分を使用しない
- 動物実験は行わない
動物に苦痛を与えるような製品開発は行わない。

動物解放運動からスタートしたヴィーガンですが、近年では、健康面から菜食を選ぶ人が増えたり、畜産業の環境負荷が問題視され、気候変動や動物多様性崩壊の側面から動物性のものを避ける人が世界中で増え続けています。ヴィーガンはこれからの新しい選択基準になっていくことが予想されています。

配合成分

マルラオイル

天然の酸化防止物質やオメガ6、オメガ9のような一価不飽和脂肪酸を
大量に含み老化防止効果が非常に評価されています。

ウチワサボテンオイル

種子から抽出されるわずか5%の貴重なオイル。サボテンオイルは稀に見る保湿作用とアンチエイジング効果があります。
オイルの抽出作業は現地の女性たちの経済自立とエンパワメントにも貢献しています。

スターフルーツ(*GREENTECH 社 フェアトレード)

種子には脂質とタンパク質が多く含まれ、髪質改善や髪のボリュームアップ効果、髪のもつれを改善します。

その他にも効果効能が高い成分を高配合

- ミノタムヌス(復活の木)抽出 グリセリルグルコシド
- 加水分解エンドウタンパク

※フローラルジャスミンティの香り

Lond media

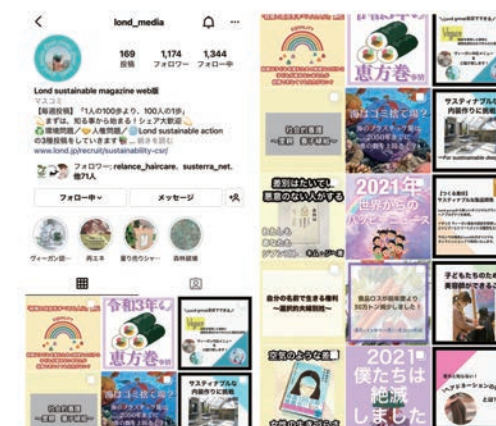
3つの柱をテーマに投稿中!

環境 人権 サステナビリティ

「1人の100歩より、100人の1歩」をテーマに、環境問題・人権問題・持続可能な社会へのアクションについてInstagramで発信しています。
Londの取り組みや、誰もが関わる身近な問題を知ってもらうことで、少しずつ世界を変えていくムーブメントを起こしたいと考えています。

Lond sustainable magazine web版

Instagram
@lond_media



Lond groupは「豊かで、幸せな雇用を一人でも増やしていく」というパーパスに準じて今後も店舗出店を続けていきます。その中で今、サスティナブルに配慮した内装作りができないか常に模索しています。

Lond omotesando Renewal



「シャンプー量り売り」の設備

おしゃれなシャンプーを作ることで存在感を出し、お客様へのアピールを図っています。



リサイクルボード【SOLIDO】

火力発電所で発生する石炭灰のほか、使用済み紙カップやコーヒー豆かすなど多岐にわたる廃棄物を配合し、セメントを含めると90%超が再生材料由来で作られています。



レセプションカウンター

木の上の部分は裁断で板が真っ直ぐにならず、廃材にされることも多いと聞き敢えてこの部分を選びました。

Lond azur New Open



レセプションカウンター

産業廃棄物として捨てられるホタテ貝の貝殻をカウンター下の骨材として使用。一般的には廃棄されていた貝殻が、現在では再生利用資源として脚光を浴びつつあります。



漆喰壁

多孔質の表面がさまざまな効力を持つ漆喰壁を部分的に採用しました。汚れたときに紙やすりで削れば汚れが取れるのも良いところです。

【漆喰壁のちから】

調湿

湿度調節機能に優れ、乾燥や結露を防ぎます。

ホルムアルデヒド

ホルムアルデヒドなどの有機化学物を吸収。発散を抑制します。

消臭

家の中の嫌な生活臭を消臭します。悪臭を吸着・分解し、空気をクリーンにします。

吸音

土壁の粒子が話し声・掃除機・足音などの生活音の音漏れ・反射音を吸収、軽減します。

防火

天然の土や砂が主成分の漆喰は特に防火性が高く、建築基準法で不燃材料に認定されています。

蓄熱

土壁は温まりにくい反面保温力が高く、暖房効果が上がります。

サスティナブルな内装について



サロン内で出来るエコな取組み | エシカルチーム

2020年、エシカルチームを結成しました。

日常的に使用するコピー用紙、ハンドペーパー、トイレトペーパー、紙コップなどを再生紙のものやFSC認証のものにすることで環境に配慮しております。コストもさほど変化ないのでオススメの選択です。

何をを使うかも大切ですが、どう使うか、も大切なことなので、各店に1人エシカル係を任命し、備品や電気、水などの無駄使いがされていないか、チェックしております。

この係を設けた1番の意図は、「物を変えることよりも、大事にするため」

- ・備品の無駄遣いがされていないか
- ・電気がつけっぱなしではないか
- ・水を流しっぱなしにしていないか

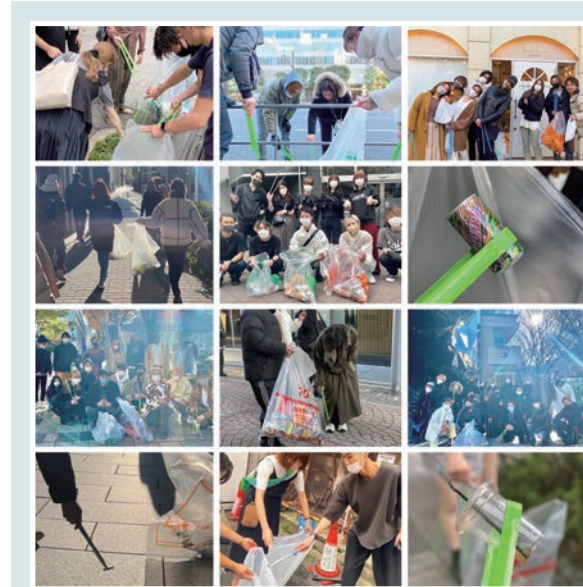
という普段の生活で気を付けられる何気ない一つ一つをエシカルチームをはじめスタッフがきちんとチェックする。という取り組みを全店舗でスタートしているので、今後もさらに強化していきたいと思っています！

ダンボール削減の為に、アスクルさんの「エコリターン」を活用し、コンテナ配達を依頼しております。

2021年 820枚 のダンボールを削減することができました。



エコリターン利用でダンボール削減



(※1)平成17年7月より中央区が毎月10日、午前9時〜開催する清掃活動。

2017年5月より働かせていただくその土地に感謝を込めて、空気を気持ちよくしたいという想いから、出店しているエリア(銀座、錦糸町、表参道、北千住、池袋、恵比寿、吉祥寺、立川、大宮)にて毎月第二日曜日にゴミ拾い活動をしています。(インスタグラム #きもちいクウキ で最新情報更新中)

銀座では中央区が開催する「(※1)まちかどクリーンデー」にも毎月参加しています。このプロジェクトにおいては、Londのブランディングや企業イメージの為にやっている訳ではないため、単発ではなく出来るだけ速い未来を見据えていきたいと思い、毎月活動をしています。「働く街がいつもキレイであってほしい」「感謝の気持ち」もっと大きな願望だと「地球環境の為に何か出来る事をしたい」という思いで活動をしています。

なので、発信するハッシュタグも内部向けのものではなく、「#きもちいクウキ」と誰でも使える言葉にしています。スタート当初は自社スタッフだけでスタートしましたが、現在は、地域の他のサロンの方にもご参加いただけるようになりました！まだまだ小さな輪ですが、少しずつ広がりを実感しています。

また、この活動を通してスタッフ一人ひとりの意識の変化も見られるようになりました。日々、町を歩いていて「街にどれほどゴミが捨てられているか」気になる事はありますか？ゴミ拾いをスタートしてから、スタッフたちがそういう部分に気付いてくれるようになり、とても嬉しく思います。ゴミを拾った経験をしたら、それとは反するポイ捨てをしなくなるというのもゴミ拾い活動の大切なポイントです。

きもちいクウキプロジェクト



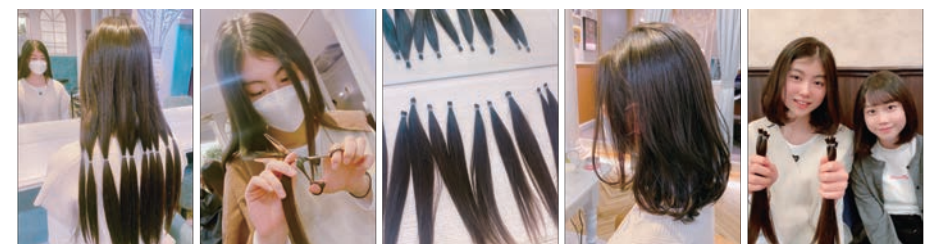
ヘアドネーション | 1人でも多くの子どもの笑顔へ

頭皮・頭髪に関わる何らかの病気が原因で髪の毛を失い、ウィッグを必要としている子ども達に、医療用ウィッグの原料となる毛髪を寄付すること。

※Lond group全店、日本で初めてのヘアドネーションNPO団体JHD&C(ジャードック)さんの賛同サロンに登録されております。



2度目のヘアドネーションをしに来てくれました！



31センチから寄付ができます。引っ張ってちぎれたりしなければ、ヘアカラー、縮毛矯正、パーマ等していても大丈夫です。ヘアドネーションでも素敵なカットをお約束します☆(カット料金は頂いております。)

Japan hair donation & charityからの要請により 2020年7月1日より、下記の通り休止致すこととなりました。

- サロン経由の髪の毛の送付
- 返信用封筒の送付(受領証申請の代行)

いずれも賛同サロン登録の有無に関わらず休止致します。今後は、ドナーさまの髪はお預かりならず、ドナーさまご自身で送って頂きますようお願い申し上げます。

サロンによるヘアドネーションの送付代行と返信用封筒(受領証)対応の休止の理由としてはドナーさまからのお問合せが非常に多く寄せられたことによります。

- 「髪の毛をいつ送ってくれたのか分からなくて不安」
- 「返信用封筒を預けたが受領証が何ヶ月も届かない」

とのことですので、今まで配送料や切手代など弊社で負担し、お送りしていましたが、**今後はヘアドネーションのカットは致しますが、送付はお客様ご自身でお願い致します。**(送り方は、ホームページの「髪の毛の送り方」ページを参照してください。)



あなたの髪の毛が誰かの笑顔につながる素敵な活動です。誰にでもできる社会貢献をしてみませんか？

ヘアドネーション実績

2018年 計132人分
2019年 計168人分

全店ヘアドネーション
賛同サロン



募金額

2020年 ¥13,392



※ジャードックさんが募金箱を取りやめにしたので2021年からLond groupも中止します。



私たちb-exは、これから製品やサービスを通して、お客様に新しい美の体験をお届けしていくために、世の中に存在する様々な課題と向き合い、それを多くのパートナーとの事業活動を通じて解決していき、持続可能な社会の実現と企業価値の向上を目指すべく、2022年に明確なSDGs方針を定めました。

<https://www.b-ex.inc/company/sdgs/>



SDGs方針

b-exがめざす4つのbeとマテリアリティ(重要課題)

「b-exが目指す未来」に向かって、大切にしたい事を4つのbe(なりたい理想像・be=美)で表現しました。また、4つのbe(なりたい理想像・be=美)を形にする為に、取り組むべき重要課題を12のテーマにまとめました。そして、具体的な「成果指標と数値目標」を定め、実現に向けコミットメントしてまいります。



ヘアサロン発のグリーンプロジェクトの紹介

2022年3月、株式会社b-exは、ヘアサロンから世界のゼロカーボンを目指す「グリーンプロジェクト」を発足いたしました。本プロジェクトでは、世界初のゼロカーボンシャンプーO'rightのヘアサロンへの本格展開をきっかけに、カーボン排出量削減に向けて取り組むべき項目を明確化し、各項目の推進に向けヘアサロンをサポートします。



【グリーンプロジェクトの概要と展望】

「グリーンプロジェクト」は、サステナブルな製品であるO'rightブランドの展開と共に、カーボン排出量削減を目的としたヘアサロンが今後取り組むべき24の項目を「グリーンスコア」として定め、地球にやさしいサロンづくりを行っていくものです。初年度である2022年は、サロンでの取り組みの現状を「グリーンスコア」を用いて、見える化し、少しでも多くのサロンが最初の一步を踏み出すきっかけになるように進めていきます。こうして、一歩踏み出した先の制度として、グリーンスコアを毎年アップ

デートさせていながら、サロンで取り組めるグリーン活動をより進化させ、ゼロカーボンからカーボンネガティブにまで進めていけるように制度構築していきたいと考えています。また、率先して共にプロジェクトに取り組んでいただく「グリーンパートナーサロン」を中心に、「グリーンセミナー」など 様々なグリーン活動を行い、ヘアサロンを起点にエンドユーザーまでグリーン革命の浸透を図ります。

ゼロカーボンコスメブランド「O'right」のご紹介



O'rightは、2001年に設立された台湾の美容メーカーです。「グリーン革命」(よりよい未来のために世界を変えること)を明確な企業ミッションとし、環境にやさしい

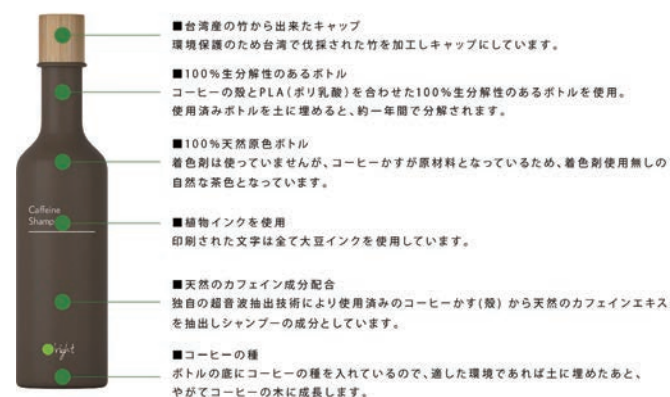
製品開発を進めています。廃棄された野菜や果物から抽出したデンプンを原料につなげる「グリーンイノベーション」を継続的、徹底的に行っています。2011年には国家基準化機構・イギリスBSIの認証のもとで、世界初のゼロカーボンシャンプーを発表しました。現在では全製品165種においてゼロカーボンを達成しています。また、原料、設計、生産、運送、消費からリサイクルにいたる細部にまで環境配慮を徹底しており、現在までに世界中で100以上もの賞を受賞しています。「グリーン革命」を推進しながら、美容業界内で環境保全についてリードし、独自素材を活かした製品開発力を強みとしている企業です。

【O'rightを代表するカフェインシリーズ】

「製品をすべてリサイクルすること」をモットーに、台湾産の使用済みのコーヒーかすや殻からできたシリーズです。農業廃棄物であるコーヒーのかすから作られた100%生分解性のあるシャンプーボトルに、コーヒーの殻から抽出された天然のカフェインエキスを配合しています。シリーズ内の「ツリーインザボトル」はボトルの底にコーヒーの種が入っており、使用後に土の中に埋めることで適切な環境下ではコーヒーの木が育ちます。このような小さな細工が施され、生物循環にも貢献しています。世の中から廃棄物を「0」にすることを目標にこちらの製品は開発されました。



O'rightアイコン製品 カフェインシリーズ・ツリーインザボトル



L'ORÉAL

〈気候〉

2025年までに、エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの100%使用によって、すべての拠点でカーボンニュートラルを達成します。
2030年までに、消費者がロレアル製品を使用する際に排出される温室効果ガスを、イノベーションによって2016年比で平均25%削減(製品単位)します。
2030年までに、製品輸送に関わる温室効果ガスの排出量を2016年比で平均50%削減(製品単位)します。
2030年までに、ロレアルの戦略的サプライヤーは、直接排出量(スコープ1および2)を2016年比で50%削減(絶対量)します。

〈水〉

2030年までに、独自の環境テストプラットフォームを用いて、全処方进行评估し、陸水、沿岸水を問わず、すべての水界生態系に配慮した処方となるようにします。
2030年までに、消費者がロレアル製品を使用する際に消費する水の量を、イノベーションによって2016年比で平均25%削減(製品単位)します。
2030年には、ロレアルの生産工程で使われる水の100%がループ内でリサイクルまたは再利用されるようにします。
2030年には、すべての戦略的サプライヤーが、各々の事業地域において、持続可能な方法で水を使用するようにします。

〈生物多様性〉

2030年までに、処方とパッケージ材料に使われるバイオ由来成分の100%を、森林伐採のリスクのない持続可能な調達源からのものとし、トレーサビリティを保証します。
2030年まで、成分調達に不可欠な土地の専有面積を、2019年比で増加させることなく維持します。
2030年までに、ロレアルの生産拠点および運営する建物の100%が、生物多様性に対して2019年よりも良い影響をもたらすようにします。

〈資源〉

2030年までに、ロレアルの処方に使用する成分の95%を、枯渇のおそれのないミネラルまたは循環型プロセスから得られるバイオ由来の成分へと切り替えます。
2030年までに、製品に使用するパッケージの量を2019年比で20%削減(原単位)します。
2025年までに、プラスチック製パッケージの100%を詰め替え可能、再利用可能、リサイクル可能、あるいは堆肥化可能なものに切り替えます。
2025年までに、新たに制作する店頭什器の100%が、EOL(使用後)管理についての循環型経済の原則を考慮したエコデザイン(環境配慮型設計)となり、新規・改装直営店の100%がサステナビリティの原則に従って設計、建設されるようにします。
2030年までに、ロレアルの事業拠点で発生する廃棄物の100%をリサイクルまたは再利用します。

003
NUMBER THREE



ナンバースリー
フォレストストック・プロジェクト



www.foreststock.or.jp

ナンバースリーフォレストストック・プロジェクトは「フォレストストック認定制度」を活用した森林保全プロジェクトです。

1本の商品が3㎡の森林を守ります。
ナンバースリー商品を1本ご購入いただくと、



の合計3㎡の森林を
1年間保全するための支援に充当されます。

■お客様がナンバースリー商品を購入すると、その本数に応じて森を支援するためのCO2吸収量クレジットを当社が購入します。価格への転嫁はありません。
■購入したクレジットは、1本あたり、3㎡の森を1年間保全するための支援に充当されます。

【対象商品】

●薬用ハンドサニタイザー ●HUE CARE ●YULULUKA ●NUMBER THREE ORGANICS



株式会社 ナンバースリー

650-0047 神戸市中央区港島南町7-1-27 ☎0120-768003 <http://www.no3.co.jp>



<http://www.no3.co.jp>

トリートメントで染まるカラー剤"PALABO"で共同制作し、"EAN/s"シリーズでは石田が監修させていただいた株式会社ピアセラボさん。今回吉田社長とサステナビリティについて対談させていただきました。



石田 前にピアセラボさんでSDGsのウェビナーをさせていただいて、それが社内で反響があったと聞いて嬉しかったです。

吉田社長(以下吉田) はい、そうなんです。SDGsに対して企業として、どう取り組むのか、2018年~2019年あたりに話題に上がって吟味していて、丁度そのタイミングで石田さんのSDGsに関する具体的な講演をやって頂いたのが効果的で、SDGsに関しての認知がまだまだ低い社員とか、あるいは我々のお付き合い先の所も、あのセミナーで開眼したっていうのは正直あったと思うんですよ。本来あれはお客様向けの情報発信という意味合いでもあったんですけど、一番カルチャーショックを受けたのが弊社の社員だったのではないかと考えています。

石田 嬉しいです。ありがとうございます。ピアセラボさんはESG(環境、社会性、ガバナンス)の柱があるのでしょうか？

吉田 実はそんなに難しく考えてないんですけど、CSRから、ESG経営という風になって、化粧品を作るプロダクトメーカーとして考えた時に、シンプルにモノづくりとして、大きな所で言うところ三つの指針を重要課題的に捉えていて、一つ目が持続可能な地球環境をどうやってサポートしていくのか、例えば脱プラであるとか、温室効果ガスの排出、気候変動とか。それらをどう軽減していくかというのが一つ。

もう一つが、持続可能な原材料の調達です。代表的な所で言うと、パームオイルのRSPO認証や森林のFSC認証であるとか、ちゃんと保全も考えてる原材料を調達すること。

あともう一つは、やっぱり企業としての持続可能性というのが大事ですので、企業基盤をちゃんと繋いでいく所が大事だと考えているので、ポイントとしてはシンプルにこの三点なんです。

石田 恐縮ながら全く一緒です。本当に共感します。やはりまず最後に仰ってた、企業の持続可能性がないと、良い取り組みをしても企業が終わってしまったらそれが続かないですよね。企業の将来性を考えた時に若者のリクルーティングの部分で、さっき仰った気候変動や海洋プラスチック汚染の問題を一番被害を受けると言われているZ世代、それより若いα世代から、社会問題に悪影響を及ぼしてる会社はこれから就職先として選ばれづらくなってくると思いますし、逆に社会課題に貢献する会社がこれからは選ばれていくのではないかと思います。消費者としての観点でも、サステナビリティはこれからすごく重要になってくると言われていますね。

ありがたいことにSDGsに関するセミナーを色々な所でさせて頂くんですけど、ピアセラボさんはそれを受講してすぐに行動にうつす、製品化する、ということに驚きました。EAN/sの製品化すごく早かったですね。

吉田 ありがとうございます。そうですね、比較的企画が実現するまでの

スピードとしては、過去のケースで見ても最短ペースでありました。

石田 そうですね。それをアクションする社員さんすごいんですけど、承認する経営層もすごいと思いました。EAN/sってこだわりがとて強いじゃないですか。そこまで追求したら原材料が高くなってしまったり、売値が高くなってしまったり、コンセプトに共感してくれる人はどれぐらいいるんだろうと悩んだり、製品化まですごく時間がかかりそうなのですけど、そこをすぐに許可したことに感銘を受けました。

吉田 そうですね、商品作る時って、二つの方向性がありまして、一つは機能特化型と言いますか、とにかく機能を高める為にはどうしたらいいかと煮詰めるパターンと、EAN/sは初めから完成系のコンセプトがこうあるべきとあったんですよ。そしてこれを達成するために必要な材料を集めていった商品で、今までとはアプローチが変わった商品で、初めからサステナブルなブランドにしたいという想いやコンセプトがしっかりとありましたので、ここに合うか合わないかっていうだけで内容を選別していきましました。そうすると石田さんが仰ったように実際材料代とかは中々高くなりました。

石田 でも結果、色々な所で人気で入荷待ちだと聞いた時はすごいなーと思いました。

吉田 はい、あの、恥ずかしながら商品がなくなってしまいまして(笑) 2か月欠品したっていう。

石田 サステナビリティに配慮された商品を待ち望んでる方がいるんだなというのを実感しましたね。

吉田 そうですね。この辺りのコンセプトに共感されるっていう方と、純粋に実際商品を使った時の使用感がいいねって言う人と、大きく2パターンあると思います。その前者、ブランドのコンセプトをいいねって思ってもらえる人は間違いなく増えた実感はありますね。

石田 EAN/sはマルチパーパスオイルという側面もとても新しいですね。乾かす前のアウトバスやスタイリング剤として使えるものは他にもありますが、クレンジングやマッサージオイルにも使えるってすごいですね。

吉田 この辺りがやっぱり女性がリーダーシップをとって開発した強みですね。

石田 EAN/sの内容成分や、こだわりをお伺いしたいです。

吉田 EAN/sはサステナブルなブランドにするという所で、大きく特徴を6つ作ったんですよ。

1つ目は、資源を無駄に使わないという事でペーパーレスで進めました。大体メーカーは従来製品作った時に販促物として色々なリーフレットですとか、紙で説明する媒体モノを作りますが、それを全てWeb対応する事にしました。2つ目はこの化粧箱の紙ですね、使われる紙の素材をFSC認証を取ったもので作りました。森林の保全をしっかり考えられた木で作られた紙を使用しました。3つ目はインクをベジタブルインク、いわゆる植物性のインクを使って環境負荷を低減させています。4つ目は印刷の方法で水無し印刷という技術があるんですけども、通常の印刷をする時の排水が環境に関して有毒な物質なんですよ。産業廃棄物として処理していかないといけない排水が出るんですけども、それを一切使わないという所で、有毒物質を一切出さない印刷方法にしました。5つ目は製品の容器で使ってるプラスチック。ボトルやキャップにバイオマスプラスチックを採用しました。サトウキビの残りから合成プラスチックを作って、プラスチックの使用量を減らしました。あと、中身に関しては、全て植物性のものを使っておりますので、動物性のものを一切使わず、当然動物実験も行っていない

原材料を使っております。

石田 イギリスのヴィーガン認証を取得されてますよね。

吉田 はい、ヴィーガン認証は世界中でも色々な団体があるんですけども、歴史が長いイギリスの元祖ヴィーガン協会の認証を今回取得しました。

石田 一番取得が厳しいと聞いています。

吉田 そうなんです！非常に大変でした。あとは最後のこだわりになるんですけども、使われてる植物性成分の中で、この成分を使う分だけ、沖縄の海のサンゴ礁を保全しているNPO団体があるんですけども、そこに定期的に寄付が入る原料を採用してます。

石田 それ素晴らしいですよ。僕はそういう仕組みが大事だと思っていて、実際に原材料の調達も大事なんですけど、NPOとかNGOって本質的な環境保全だったり、人権保護をやってるので、このように製品で後押しできる仕組みは社会課題解決にはとても有効的だと思います。

この成分EAN/sだけじゃなくて2021年に発売したピアセラボの新しいトリートメントカラー剤のPALABOにも入ってますよね？

吉田 そうです、仰る通りです。

石田 また5月に新しく新発売されるEAN/sシリーズの新製品にも同様の成分が入ってますよね。

吉田 はい、このEAN/sと同じコンセプトを持って、更に髪の毛に良い新製品が5月にします。

これがいわゆる水トリートメントになってまして、付けた瞬間に放置時間無しで髪の毛がダメージ補修ができる商品になります。



石田 それもイギリスのヴィーガン認証を取得されてるんですよね？水トリートメントって最近市場で流行ってますけどヴィーガン認証取得のものは他にありますか？

吉田 そうですね…私の知る限り他に中々無いと言いますか、国内だと初めてじゃないかなと思いますね。その水トリートメントは業務用トリートメントとして使用して頂いてサロンで仕上げてもらう。そして、その良さをお客様にホームケアで持って帰って頂いて、家庭でも同じことをやって頂ける商品になります。EAN/sのブランドに関してはサステナブルな考え方をもち、かつ機能性の高いものをどんどん出していこうと考えてますので、是非楽しみにお待ちください。

石田 また売り切れになってしまうかもしれないですね。(笑)

吉田 そうですね(笑) そうなって頂ければありがたいです。

我々としてはサステナブルな想いを持って商品を作るメーカーの活動をやってますが、Londさんはサロンを運営する中でサステナブルの取り組みで何を大事にしていますか？

石田 そうですね、僕は美容師ってお客様にとって影響力の高いインフルエンサーだと思っていて、今SNSとかで情報を得てる人も多いと思うんですけど、そういう情報よりも、やっぱり担当してもらってる美容師さんが話す内容ってすごく心に入ってくるんじゃないかなと思っています。

美容師にとって髪をキレイにすることがもちろん一番大事な価値ですけど、それ加えてサロンで、サステナビリティだったり、社会課題を知れると

というのは新しい美容室の価値創造かなと思っています。美容師がお客様にサステナビリティについて全部喋れたらいいですけど、さすがに弊社スタッフでもそれは難しいので、このサステナマガジンをセット面においておくことによって、話のネタになったり、待ち時間にお客様自身に能動的に読んでいただいて社会課題を知っていただいたりしてほしいと思い制作しております。

あと、美容師はファッションでサステナビリティを伝えることもできてると思ってまして、今日僕のファッションは全部古着なんですけど、古着は新しい素材使わないのでサステナブルだと思います。トップスに着ているのは今回のVol.3に、フェミニズムのコンテンツで協力して頂いてる一般社団法人ATHENAさんが作った古着のアップサイクルのトレーナーで、今まさにウクライナとロシアが戦争してますが、ウクライナの人道支援に寄付もついています。

吉田 それは、素晴らしいですね。

石田 さっきのEAN/sに入っている成分のサンゴ礁を守っているNPOに寄付が行くというのと同じような仕組みですが、パートナーシップを結んで、製品の販売と共に地球環境や人権のサステナビリティを同時に守っていく連携が、今後の社会づくりにおいてはすごく重要な事だと思っています。

吉田 サステナブルな事が発信できるサロンが日本全国広がっていくといいですね。Londさん以外の所にも、我々がハブになって色々な他サロンさんにも情報提供しながら、この美容業界全体の価値向上の取り組みとしてはやるべきですね。

石田 そうですね、今美容室数はコンビニの5倍あると言われてるので、25万件ほどの美容室が連帯して社会に対してこういうメッセージをどんどん出してたら…。

吉田 すごいパワーですよ。

石田 はい、髪は誰しもどこかに切りに行くので、その時にサステナビリティの種を撒いたら、社会全体が自然と良くなっていくんじゃないかなと夢見ていつも喋ってます(笑)

美容師さん、メーカーさん、ディーラーさん、ジャーナルさん、みんなで連帯してやっていけたら大きなインパクトが起こせると個人的には思ってます。

吉田 是非、我々も一緒に勉強させてもらいます。

石田 いやいや、こちらこそです。今後とも何卒よろしくお願いします。今日はありがとうございました。



詳しくはホームページをご確認ください。

WEB 株式会社ピアセラボ
https://www.piacelabo.co.jp/index.php



Lond sustainable magazine Vol.3を最後まで読んでくださりありがとうございました。いかがでしたでしょうか？今回は人権に特化した号を制作しました。実は、Vol.2の最後の編集後記にて、「次は人権号にしようかと思っている」と書いていて有言実行できて個人的に誇らしい気持ちです（セルフラブ）さて、今回yuinaさんはじめ一般社団法人ATHENAのみなさんにフェミニズムのコンテンツをお願いし、パレットークさん（株式会社TIEWA）にLGBTQ+のコンテンツを、（亀谷さん長い間やり取りありがとうございました）、田中れいかちゃんとは児童福祉について対談させていただき、グラミン日本CEO 百野代表理事とNGO ACE 岩附代表にはそれぞれ国内、国外の貧困についてご教授いただき、株式会社UPDETER（みんな電力）さんには前回に引き続き大変お世話になりました（大石社長、平井さん、チェルシーさん、野澤さん、廣瀬さん、中村さん、ありがとうございました）

また、今回製品制作でも協業や監修をさせていただいてます株式会社ピアセラボの吉田社長と対談させていただき、美容メーカーの社長さんがサステナビリティに目覚めてくださるのは本当に嬉しいことで、これからもメーカー、ディーラー、ジャーナルみんなで手を組んで美容業界から世界へ大きなソーシャルインパクトを起こせたらいいなと心から思っております。何より、たくさんのステークホルダーが相まったこの難しいサステナブルマガジンを取りまとめ、編集して、形にしてくださったトップ広告の島崎さん、小林さん、に心より感謝申し上げます。

「人権」という言葉を聞いた時に頭に何が浮かびますか？今回心に残った内容はありましたでしょうか？私もあなたも、どんな人にも人権は存在し、そして守られるべきものです。人権リテラシーは、個人的体感ですが、日本は世界に遅れをとっているように感じています。私個人としては、生い立ち関係なく自己実現に誰もがチャレンジできる社会作りを目指しています。みなさんは今社会で起きてる人権問題で何に興味がありますか？一人一人が今SNSなどで発信できる世の中なので、ある種声を上げやすい社会になってきたのではないかと考えております。

我々、Lond groupは「従業員第一主義」「従業員の物心両面の幸福の追求」を経営理念に掲げ、人がやめない、働き続けられる会社作りをパーパスに日々試行錯誤しております。自社の中で考えても、諸説ありますが、11人に1人くらいの割合でLGBTの方がいるというエビデンスや、女性の権利、育休についても、まだまだ改善の余地があると思っています。2021年6月、有明にCHOKKINS by Londという子ども専用美容室をオープンさせましたが、こちらは平日の夕方までしか働けないママ美容師が育休復帰した際に、美容室は平日は夕方からがピークタイムなので、平日夕方までしか勤務できないとせっかく身につけたスタイリストの力が発揮できないアシスタントの仕事のようになってしまったのを鑑みて作ったサロンです。こちらの子ども専用美容室はむしろ午前中～夕方まで混み合うのでマッチングがいいんじゃない

かと思い、選択肢の一つになるように試験的に作っていましたが、実際外部から美容師を諦めて美容室のフロントをしていたママ美容師さんがこの指名性のない、当日欠勤のフォローアップのある仕組みならまた美容師できるかも！と入社してくれたり、実際22年5月に復帰する女性スタイリストがCHOKKINS by Londにて自発的に復帰希望を出してくれて一歩前に進めた実感があります。また、今年は男性スタイリストの初の育休を取得もしてもらう予定でいます。その体験談なども楽しみにしているところです。これからも一人一人の多様性を大切に経営していきます。

今年のLondサステナビリティの取り組みとしては、2021年から40 for 1 bottleというシャンプー量り売りのプロジェクトを推進していますが、それは4リットルの大きなリフィルが1つ量り売りで売れる度にLondオリジナルシャンプーカートリートメントをいつもボランティアでカットや七五三の撮影に行ってる児童養護施設へ寄付するというプロジェクトです。脱プラ、ゼロウェイストにプラスして、子どもたちの笑顔をシャンプーの寄付で作ろうというものです。そのプロジェクトの延長で今年、石田か、もしくはその道のプロ（募集中です）と一緒に、40 for 1 bottleのプロジェクトの意義の説明を交えながら、海洋プラスチック問題や気候変動について、児童養護施設の子どもたちにわかりやすいセミナーをしていこうと計画しています。

今後も美容業界全体でサステナビリティに取り組んでいけるように、ステークホルダーのメーカーさん、ディーラーさん、ジャーナルさんとの対話を重ねていきます。もし、美容室でこんなサステナビリティの取り組みがあったらいいなあというご要望があればlondgroup@lond.jpまでメールいただけたら幸いです。

今後ともLond groupをよろしくお願い致します。



株式会社 Lond 代表取締役 石田 吉信

サステナビリティの部門とサロンヴィジュアル部門、ウェブ部門を主にディレクションしている。座右の銘は step by step。



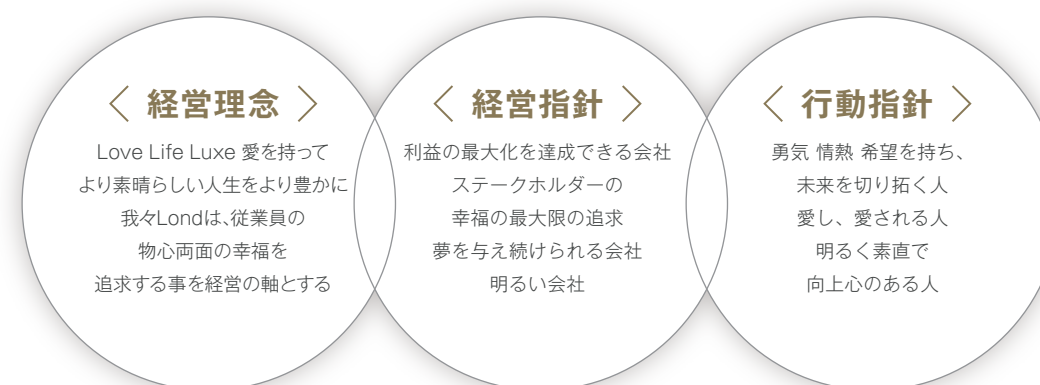
@londgroupishida

Lond group フィロソフィー

Love For All 全ての人、物、事に愛を

サロン名である『Lond(ロンド)』とは楽曲形式のひとつ。
主題の旋律に対し、異なる旋律が定期的に繰り返される形式のこと。
Lond groupの愛をもって世界を豊かにしていきます。

また、『Lond』の『L』には、『Love,Life,Luxe』という意味も含まれており、
“愛を持ってお客様の人生に贅沢をご提供する”
という使命を持ってお迎えしようという理念でございます。



トップコミットメント

我々Lond groupは美容業界の革命のために立ち上がりました。美容業界の離職率の高さ、それは仕事に対する満足度の低さ、不安感、組織のあり方、様々な問題があるのではないかと思います。

Lond groupでは、「全従業員の物心両面の幸福の追求」という経営理念のもと、美容師の経済的な豊かさ、仕事に対するやりがいや誇り、そして美容師のサステナビリティに向き合っていき、それらの問題を解決し、人を大切にする業界に変革させていくために、強い気持ちを持って業界トップシェアのリーディングカンパニーを目指していきます。また、未来のトップカンパニーを常にイメージし、美容業界の間口を広げるべく、社会に目を向け、先進的にCSRに取り組み、業界に広げていきます。

美容師という仕事はお客様の毛先を整えるだけの仕事ではなく、髪型を美しく、かわいく、かつよくしたり、パーソナルなコミュニケーションをすることにより、明日からの自信や活力を与え、勇気付けられる素晴らしい仕事だと心から思っております。全ての人が、Lond groupのどのサロンでも最高の

美容室体験ができるように、会社は、社員一人ひとりを大切に、社員満足度を上げ、そして先進的な教育カリキュラムを提供し、社員は、Lond groupの行動指針にあるような素直で明るく向上心を持ち、勇気、情熱、希望を持ち未来を切り拓いていく人材のごとく、どうしたらお客様が美容室を通じてもっと喜んでいただけるか、どうしたらもっと楽しく、そして、リラックスできるか、お客様へのより良いおもてなしを学び、実践していき、経営陣と現場が一丸となって全てのステークホルダーの最大限の幸福の追求をしていくことがLond groupの経営方針でございます。

Love For All～全ての人、事、物に愛を～
という企業理念通り、我々のステークホルダーが増えれば増えるほどに世界には愛が広がります。そして、LondのLに込めた〈Love、Life、Luxe〉という想い、【愛を持って、関わる人の人生や生活を、より豊かにしていこう】これを一緒に叶えていける同士をこれからもたくさん巻き込み、まずは美容師から、お客様、世界へと愛の手を広げていきます。