

デジタル・デトックス・キャンペーン 9月21日、限定チャリティ商品のバスボム「リアルライフ」 販売に合わせ、助成金希望団体からの応募受付開始

～「リアルライフ」売上げの全額(消費税除く)をメンタルヘルスケアに関わる団体に寄付～

英国発のナチュラルコスメブランド LUSH(ラッシュ)は、9月21日(月)より、バスボム「リアルライフ」を発売します。「リアルライフ」は、8月29日(土)から世界メンタルヘルスデーにあたる10月10日(土)までの期間行なっている、デジタル・デトックス・キャンペーンの限定チャリティ商品です。本商品の売上げの全額(消費税を除く)は、世界中のメンタルヘルスケアに関わる草の根団体に寄付されます。また、「リアルライフ」の発売に合わせ、助成金希望団体からの応募受付も開始しました。



助成希望団体からの応募方法について

自殺防止や相談窓口、また、学校や地域コミュニティに直接出向き様々な情報提供を行ったり、人々が集まり会話ができる社交場などを提供したり、メンタルヘルスやウェルビーイングの問題で悩む方たちのために活動を行っている団体は、計り知れなほどの貴重な活動をそれぞれの地域で行っています。ラッシュはこのような草の根で活動する小さな団体を支援することを目的に、デジタル・デトックス・キャンペーンの基金「ホールネス基金(Wholeness Fund)」を立ち上げました。

助成団体の決定は、日本を含め世界中の団体を対象に応募を受け付けます。審査を経た後、本キャンペーンの基金として集まったチャリティ商品「リアルライフ」の全額(消費税を除く)を助成金として配当いたします。応募は、登録された慈善団体である必要はなく、これまでの活動実績を開示いただきます。プロジェクトの規模に応じて、100ポンド(約13,500円※)から1万ポンド(約135万円※)の助成金申請が可能です。※1ポンド135円換算(2020年9月15日現在)

申請の締切日は2020年12月31日。助成金を配当する団体は、メンタルヘルスケア分野の専門家、ゾーイ・サグのほか、IAMWHOLEとラッシュの代表者などから構成される審査会にて決定されます。

応募方法の詳細や申請フォームは下記よりご覧いただけます。(※英語のみ対応)
URL: <https://form.jotform.com/LushCharityPot/wholeness-fund-application>

キャンペーン限定チャリティ商品「リアルライフ」

デジタル・デトックス・キャンペーン限定のチャリティ商品としてバスボム「リアルライフ」を2020年9月21日(月)より発売。このチャリティ商品「リアルライフ」は、日本やイギリスなど計19カ国で発売されます。

商品名:リアルライフ

容量:200g

価格:960円(税込)

※売上の全額(消費税を除く)が、世界中のメンタルヘルスケアに関わる草の根団体に寄付されます。

商品概要:

「リアルライフ」とは、デジタル上での世界だけではなく、実生活や人とのリアルな繋がりの大切さを意味します。

ピンク、スカイブルー、バイオレット…これらの色が湯船で溶けていくと、まるで浜辺からのんびり眺めるサンセットを見ているよう。オレンジフラワー、ネロリ、ミモザ、ラベンダーの香りのブレンドは、フローラルでありながらフレッシュな香りを感じます。バスタブにひろがる美しい夕日を眺めていると、ネロリの香りが前向きな気持ちに導いてくれます。



イギリスのインフルエンサーであるZoe Sugg(ゾーイ・サグ)から、「SNSに疲れた時に、イギリス・ブライトンの海辺のサンセットを見て心を落ち着かせる」という話を聞いたことがインスピレーションとなり、ラッシュとZoeの共同開発を経てこのバスボムが生まれました。

(左写真)「リアルライフ」を開発したラッシュ開発者ジャック・コンスタンティンとゾーイ・サグ

デジタル・デトックス・キャンペーンについて

昨今、インターネット上での誹謗中傷やネットいじめ、ネット依存など、SNSの依存や誤用が心身に悪影響を及ぼす可能性については、10代から20代の若年層を中心に、日本を含め世界中で問題視されています。デジタル・デトックス・キャンペーンでは、8月29日(土)から世界メンタルヘルスデーである10月10日(土)までの約6週間のキャンペーン期間中、ラッシュの店舗やラッシュ公式サイトなどを通じて、SNSやインターネットの依存や誤用が心身に悪影響を及ぼす可能性、また、SNSなどに影響されることなく自分自身を受け入れ、労わることやリアルライフの大切さなどを世界中に伝えています。

また、日常的に会話になりにくいこれらの内容について、意識的に会話を増やしていく一つの施策として、以下のSNSを活用したアクションへの参加を促し、ポジティブな会話の輪を世界中に広げていきます。

9月21日から世界メンタルヘルスデーの10月10日の期間、手のひらに「ありのままの自分で十分素晴らしい(I AM WHOLE)」という意味を込めた「○」のみを描き写真を撮り(下写真参照)、以下のような視点であなたが感じている内容をSNSで投稿してください。



- SNSの利用に関して感じている点
- I AM WHOLEに共感する点
- SNSなどに影響されることなく自分自身を大切にすべき理由
- リアルライフを大切にすべき理由、など

(左写真)過去のキャンペーンに参加する、エド・シーラン(歌手)やジェームス・コーデン(俳優・司会者)などのイギリスのセレブリティ

キャンペーンに関する詳細は[こちらから](#)ご覧ください。

ラッシュの商品について

ラッシュの商品は、イギリスで開発され、日本のキッチンで手作りしています。

ラッシュについて

ラッシュは、新鮮な野菜や果物を使った100%ベジタリアン対応のナチュラルコスメブランドです。約9割の商品がヴィーガン対応です。エッセンシャルオイルをふんだんに使用し、動物実験をせず、可能な限り合成保存料に頼らない処方で作成したスキンケア、ヘアケア、バス製品などですべての人の健やかな肌や髪のために役立ちたいと考えます。原材料の新鮮さ、本質的な意味においてオーガニックであることに価値をおいて開発する商品は、フレッシュなうちに使用することで原材料の効果を最大限実感することができると思っています。「ラッシュ」の名が示す通り、毎日の生活を「みずみずしく豊か」に、よりハッピーでヘルシーなものにしたいと考えます。倫理的であること、そしてサステナビリティのその先を目指し、原材料調達から商品開発やパッケージの資材調達など、リジェネレイティブであること(再生可能性)を最優先にあらゆる企業活動を行っています。(https://jn.lush.com/)