

#IAMWHOLE #セルフラブ

8月29日より世界40カ国以上で

デジタル・デトックス・キャンペーンを実施し

メンタルヘルスケアの啓蒙活動を行う団体#IAMWHOLEを支援

～ 9月21日から全額寄付のチャリティ商品バスボム「リアルライフ」発売 ～

ナチュラルコスメブランドのラッシュは、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、イギリスのメンタルヘルスケアの啓蒙活動を行う団体、#IAMWHOLE(アイアムホール)とイギリスのインフルエンサーZoe Sugg(ゾーイ・サグ)と共同でデジタル・デトックス・キャンペーンを実施します。本キャンペーンは、使い方次第では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があることを伝え、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の大切さを世界中に伝えることを目的としており、世界40カ国以上で実施されます。



また、ラッシュは9月5日(土)をデジタル・デトックス・デーと定め、丸一日スマホなどのデバイスから離れ、SNSなどに支配されない、リアルライフや人とのリアルな繋がりの大切さを人々に呼びかけます。さらに、9月21日(月)には、本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」を発売し、売り上げの全額(消費税を除く)を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する予定です。なお、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。

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。

キャンペーン期間中2つのフェーズに分けてSNSを活用したアクションを呼びかけます。

<デジタル・デトックス・デーに向けて(フェーズ1:8/29 ~9/5)>

8月29日から9月4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)」という意味を含めた「○」を描き、その中にSNSをスイッチオフする意味の「OFF」と書いて(右写真参照)写真を撮り、なぜキャンペーン参加を決めたのか、デジタル・デトックスをしようと思った理由、オフラインの1日をどう過ごすつもりかなどの思いおもしろいコメントと共に、SNSに投稿してください。そして、9月5日のデジタル・デトックス・デーには、SNSなどの利用を、世界中のキャンペーン参加者と一緒にオフしましょう。

その際、「#IAMWHOLE」「#セルフラブ」「#デジタルデトックス」のハッシュタグもお使いください。



左: Zoe Sugg、右: Jordan Stephens

<世界メンタルヘルスデーに向けて(フェーズ2:9/21 ~10/10)>

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)」という意味を含めた「○」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。

(※この期間は、手のひらに「OFF」は不要)

- 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

この「手のひらに丸」を描くアクションは、I AM WHOLEが2016年から活動して世界中の人々に呼びかけているもので、自分自身を受け入れることの大切さを理解すると同時に、周囲も受け入れるという考え方に対する賛同の証となっています。

「#IAMWHOLE」と「#セルフラブ」のハッシュタグをお忘れなく。

集まったコメントは、10月10日のメンタルヘルスデーに1つの形として可視化する予定です。



過去に#IAMWHOLEに参加したイギリスのセレブリティ

ラッシュがキャンペーンを実施する理由

ナチュラルコスメブランドのラッシュは、ハッピー&ヘルシーライフを追求し、既成概念にとらわれることなく、化粧品業界の新たなカテゴリーのパイオニアとして境界線に挑み続けるというブランドビジョンを掲げています。人々を心身共にハッピーにする商品開発はもちろん、ラッシュが提案するラッシュライフを通じて、人々がウェルビーイングを保ちながら日々を過ごせるよう気にかけています。創立時より全ての人々がハッピーであることを願い、社会に変化を生むキャンペーンや様々なアクションを起こし続けています。今回のキャンペーンでは、ラッシュのプラットフォーム(店舗やデジタル上のプラットフォームなど)や本キャンペーンの全賛同者のSNS等を通じてメッセージを発信することで、一人でも多くの人々が自分自身を受け入れ、労わることの大切さに気がつき、問題を一人で抱え込まずに周囲に話して良いという理解に繋がる一助になりたいと考えています。

SNSなどの利用によるネガティブな影響について

- 英国の王立公衆衛生協会(RSPH)によると、SNSは喫煙やアルコールより中毒性があると発表。若年層の1/5がSNSに届いたメッセージを確認するために夜中に起きる。また、人気のプラットフォームの4/5が不安を増大させると若年層が回答している。(RSPH調べ)
- 実に10代の少女の9/10が自分の体に不満だと回答。これはSNS上に上がっている極端に加工された完璧な画像による影響が強い(RSPH調べ)
- 毎日30分から3時間SNSを使う若者は全体の30.7%、3時間以上6時間未満は12.3%。SNS中毒の若者はメンタルヘルス上のリスクが最大で78%も高くなるという研究結果が発表された。(米国医師会雑誌JAMA調べ)
- SNS使用経験者のうち12.0%の人が、SNSを通して誹謗中傷を受けたことがあると回答。また、使用経験者のうち5.2%が、SNS上で根拠の希薄な批判や悪口を書いたことがあると回答。また、SNS使用経験者の75.2%が「SNSは生活に必要不可欠か?」と言う質問に対して「はい」と回答。
(日本財団「18歳意識調査」調べ)

キャンペーン限定チャリティ商品について

商品名: キャンペーン限定チャリティ商品「リアルライフ」

英語名表記: IRL(IRLはIn Real Lifeの頭文字)

容量: 200g

価格: 960円(税込)

売上げの全額(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。

なお、助成先団体の決定は、日本を含め世界中の団体を対象に応募を受け付け、審査を経た後、本キャンペーンの基金に集めた助成金を配当する予定です。

応募方法などの詳細は、キャンペーンサイトで後日公開する予定です。

商品概要: ピンク、スカイブルー、バイオレット…浜辺からのんびり眺めるサンセットを自宅のバスルームで味わうことができる、数量限定のバスボム(入浴剤)です。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。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、デジタルデトックスをする時に「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。



キャンペーンサイト: <https://jn.lush.com/content/digital-detox> (8月29日公開予定)

#IAMWHOLEとは

#IAMWHOLEとは、2016年の世界メンタルヘルスデーにイギリスの歌手・俳優のJordan Stephens(ジョーダン・ステファンス)が設立した、若者を中心にメンタルヘルスに関する啓蒙を行う団体です。「I am whole.」は、「ありのままの自分で十分素晴らしい」という意味を持ちます。自分自身を受け入れることの大切さを理解すると同時に、自分が周囲の人も受け入れると言う考え方に対する賛同の証として、手の平に丸を描きSNSに投稿するキャンペーンを開始するやいなやバイラルし、エド・シーランやリアム・ギャラガー、ジェイムス・コーデンなどの著名人も参加し、1.2億人以上の人にリーチしました。その後、毎年このキャンペーンは実施され、英国議会でも取り上げられるなど、イギリスをはじめとする各国で注目されています。

I AM WHOLEは、デジタルデトックスキャンペーンにおける、ラッシュのパートナー団体です。

Zoe Suggとは

Zoe Sugg(ゾーイ・サグ)は、独自ブランドを立ち上げる実業家であり、作家としても活躍し、イギリスで最もフォローされている女性ユーチューバーとしても知られており、YouTubeやインスタグラムを合わせると、2,500万人を越えるフォロワーを抱えます。

2012年に自身のメンタルヘルスについてSNSなどを通じてオープンにした初のインフルエンサーで、不安症やパニックアタックなどの経験を語ることで、多くのフォロワーに寄り添う存在となりました。また、2014年にはメンタルヘルスケアを行う団体「Mind」が行ったチャリティ活動のアンバサダーに任命され、メンタルヘルスに関する啓蒙活動を牽引する存在となりました。その後も継続して、ネットいじめや女性の健康なども含め、メンタルヘルスなどに関するチャリティ活動や啓蒙活動など幅広く活動している。

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す。手作りのスキンケア、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/)