

Green X Salon 「グリーン」な視点でサロンの未来を考える

www.g-roots.jp

beauty + green magazine  
vol.0

# grass roots

グラスルーツ

## ヘアファッションを楽しむことが、 世界を変えることにつながっていたら…。

「ヘアファッション・ビジネス」は、「ヒトと社会にやさしい」文化でなければなりません。

今日、ヘアサロンに来店されるお客様一人ひとりが、どんなにつらいことがあっても、イヤなことがあっても、ヘアファッションを楽しむことで、笑顔になり、幸せな気持ちになり、そのことが豊かな社会を創り上げていく。

だから、平和な社会にこそ、美容文化は根付き、花開きます。

そんな素晴らしい文化の担い手である美容師、豊かな社会のコミュニティの場でもあるヘアサロンが、

一人でも、一軒でも多く、もっと広い視野と、遠くを見渡す視点に立って

「社会」の先にある「環境」のことを考えるようになれば、きっと少しだけ世界を変えることができると思います。

私たち「grass roots」は、そんな美容師とサロンの方々、

さらにはヘアファッション・ビジネスを取り巻く多くの企業・団体の方々とともに、

少しだけ世界を変えるお手伝いをしたいと考えています。





ヘアファッションを楽しむことが、世界をかえることにつながっていたら

grass roots

SEPTEMBER 2009

1

Green X Salon 「グリーン」な視点でサロンの未来を考える

www.g-roots.jp

Beauty + green magazine  
vol.0

# grass roots

グラスルーツ



ヘアファッションを楽しむことが、  
世界を変えることにつながっていたら…。

「ヘアファッション・ビジネス」は、「ヒトと社会にやさしい」文化でなければなりません。

今日、ヘアサロンに来店されるお客様一人ひとりが、どんなにつらいことがあっても、イヤなことがあっても、ヘアファッションを楽しむことで、笑顔になり、幸せな気持ちになり、そのことが豊かな社会を創り上げていく。

だから、平和な社会にこそ、美容文化は根付き、花開きます。

そんな素晴らしい文化の担い手である美容師、豊かな社会のコミュニティの場でもあるヘアサロンが、

一人でも、一軒でも多く、もっと広い視野と、遠くを見渡す視点に立って

「社会」の先にある「環境」のことを考えるようになれば、きっと少しだけ世界を変えることができると思います。

私たち「grass roots」は、そんな美容師とサロンの方々、

さらにはヘアファッション・ビジネスを取り巻く多くの企業・団体の方々とともに、



少しだけ世界を変えるお手伝いをしたいと考えています。

## 私たちができるコトって何だろう？

スローながらも少しずつ進んでいる美容室のグリーン化。取り組み方がわからない…そんなあなたには、まずは「マネる」ことからすすめてみたい。

第1回目のインタビューは、常に一歩先を行くサロン「kakimoto arms」代表の柿本榮三氏。

彼のグリーンへの考え方は？ サロンの取り組みと今後の方向性を尋ねてみた。



柿本 榮三

Eizo Kakimoto

岐阜県出身。カキモトアームズ/柿本榮三美容室代表、インターコフュール世界副会長、アジア会長。1976年、岐阜が丘に第1号店をオープン後、青森、秋田、六木木、田舎園作、川崎に現在まで9店舗を運営。1994年に日本で初めてのヘアカラー専門のヘアカラーリストを立ち上げ、ヘアカラー専門サロンをオープン。1996年、仲間と共に日本ヘアカラー協会を立ち上げる。醸成した「上質化路線」を打ち出して、社会性を持った大人としての美容師と各分野のスペシャリストを育成し、従来の美容を越える進化したトータルビューティーサロンを展開。



### お客様にもサロンにもプラスになるグリーン・アクション

—美容師の方やサロン、そして広くは美容業界全体のグリーンに対する意識を高めるお手伝いをしたい…。grass roots 創刊にはそんな願いが込められていますが、カキモトアームズでは、スタッフの方に意識付けとなるような教育を何かされていますか？

教育というのはどのものではありませんが、スタッフは言葉ひとつとっても知らないことが多いので、先日みんなを集めて3R(Reduce・Reuse・Recycle)の話をしたところ。ただ、今はまだ知らない…関心を持っていないから行動に表れていないだけで、一人ひとりにはさまざまな社会問題に対して高い意識を持っています。ブラジルのストリートチルドレンに美容技術を教えるための基金を集めるチャリティープロジェクトを行ったときも、スタッフからたくさん寄付金が集まりました。きちんと取り組みが彼らは応えてくれる、そう思います。

カラー剤も、出しすぎずして捨てるを得ないことがよくあると思いますが、各店に1人担当者指名して、1か月に捨てたカラー剤の量を毎月報告してもらおうとしたら、その量は激減しました。ペナルティを付けたわけではありませんが、捨てた分量が一目瞭然になったこと、お金に換算してみたことで、コスト意識が高まったのでしょ。もったいなくして工本や意識を高めるだけで改善されることって多いですね。

—それぞれの店舗では、カラー剤の量をお客様から見えるようオープンにして、ディスプレイのようにしていますが、それも何か意味があるのですか？

ちょうど10年前、青山店オープンと同時にカラー剤の量を前面に出してみたんです。それ以前は他のサロンと同様、カラー剤は隠れるものだからと

にあるのかわからなかったり、お客様から見えない分、使い方が雑になっていってしまう。そこで、あえてお客様に見せてしまおうと考えたわけ。いわば意図的発想ですね。しかも、カラー剤を何となく最後まで使い切ることができないかと思いついて、使いかけのチューブをつるして最後まで使うことにしました。その結果、ひとめで色番がわかり、使いかけのものがあるかどうかわかる。きれいに絞ってなくなれば新しいものを出す。お客様も見ていますから、作業も自然とていねいになりました。

このカラー剤の量はお客様にとってもデザイン性がある新しい、サロンにとっても使いやすくてコスト削減になる。ムダなく使うことで環境にもやさしい…。こんなふうに三者にとってプラスであることが、グリーン化を持続していくための条件だと思えます。ドライヤーを長時間で終わらせることも、電力の消費量だけの問題ではなく、お客様にとっても時間の負担がかからず、サロンにとっても効率がいい。シャンプーもワンブッシュで済むのなら、もうワンブッシュ出す必要はない。そのことがお客様に良いのなら、コストもかかるし環境にも良くないのだから、「環境に悪いから××しなさい」という発想ではなく、「××したら、お客様やサロンにとってプラスになるし、環境にもいいよね」というアクションや仕組みをつくっていくことが大切だと思えます。

—確かに、環境にいいからといって初期の設備投資が高すぎたり、お客様やスタッフに負担がかかるのであれば、持続することではできませんよね。物には具体的に取り組んでいることはありますか？

各店舗で気泡のシャワーヘッド(welonda)を使っています。小さな気泡を含んだお湯が出るので、肌当たりがやさしくてやわらかく、通常のシャワーに比べて洗浄力にすぐれているため、かなりの節水になります。以前使用していたのは水圧の強いシャワーで、1人のお客様にバケツ6〜7杯分と、とんでもない量を使っていました。水道料金を見て、これは

次に取り組むとしたら照明ですね。サロンは明るくしなければならない、しかしながらコストの問題もあって、ムダな電気は使わないという意識はずいぶん高まりました。今は自然電球を電球型蛍光灯ランプに置き換えていくなど、少しずつ取り組んでいきたいです。

今、僕たちができるコト、カラー剤を余分に使えない、蓋次に閉めるなど、とにかくまずはムダをなくすことから、一歩一歩始めるべきだと思います。

### グリーン志向の女性たちにサロンから発信!

—2007年にオープンした銀座2丁目店ではオーガニックのヘアケア商品も置いていたのですが、今後もグリーンの商品を導入していく予定はありますか？

銀座2丁目店でプロダクトのコーナーを充実させたいと思ったのは、自宅でのヘアケアをもっと一緒に考えていきたいという発想から。通常のサロンでは店頭商品の種類がそう多くはありませんが、お客様にはできればたくさん種類の中から自分合ったヘアケア商品を選んでほしいと思ったからです。そしてどのような商品を使うかを考えたとき、今の時代、ナチュラル系は外せないと思い、オーガニックブランドを選びました。信頼のおけるナチュラル系のメーカー、そしてケミカル剤の最先端のメーカー、これらの中からお客様は自由に選ぶことができるといわけです。

現在、オーガニックなどグリーンなモノやコトに関心が高い女性が増えています。いろいろなことに好奇心旺盛で、外見だけではなく(内面からキレイになりたいという高い美意識を持ち、本物を見極める目と選定意識を持った元気な女性たち。これからのサロンはそんな彼女たちより一歩リードする形で、彼女たちが求めていることを提案していかなければなりません。時代に取り残されぬよう、最先端もグリーンにフォーカスした活動が求め

### ?教えてください

#### 柿本さんが日常の中でグリーンを感じる瞬間

##### ○気持ちのいい場所

緑に囲まれてプレイするゴルフはやっぱりいいですね。盲会に行けば行くほど空気もキレイだし、四季折々の変化を楽しんでいます。暑心では、暑が暑かで光と風が感じられる田舎の静けさが大好きです。

##### ○気持ちのいい時間

飯屋米の自由が丘店を訪ねたとき、行きつけのカフェのテラスでお茶を飲むひととき。

##### ○最近気になっているエコアイテム

アイテムではありませんが、5年前に建てた自宅が、木と珪藻土という素材でできていてエコハウスなので、家の中の空気がグリーンです。



### チャリティープロジェクトを支援しています。

ブラジルのリオデジャネイロにあるファヴェーラと呼ばれるスラム街、そこで生まれた子供たちは売薬、果糖、街頭の中で青ら、生きていくために自らの手を足跡に染める子供たちも大勢います。カキモトアームズは、そのファヴェーラにあるストリートチルドレンのための更進施設で、子供たちに美容の技術を教えるための基金を集めています。それらは講師の費用、さまざまな道具を購入する費用に使われています。また、はさみ、ブラシ、コームなどサロンで常用になった使用済み道具は、子供たちにプレゼントする活動もしています。

裏で固着したり、使いかけのものも見えないよう引き出しにしまっていました。けれど、どの色番がどこ

マズいと思いましたが、くわしく調べてはみませんが、水の使用量はおそらく相当量だと思います。

られているのではないのでしょうか。

両方アンテナが壊れたような状態でもいます。設置で保立ってもらっています。





# これからのグリーンサロンを考える

お客様にとっても快適で、スタッフも働きやすく、環境にもやさしい…。それが、これからの時代にみんなから求められる「グリーンサロン」。たとえば、こんなことから一步一步始めてみよう。

### 省エネ・創エネ型サロン

エネルギーを減らす・つくり出す

- エネルギーは太陽光発電**  
ソーラーシステムを設置して自家発電。太陽の熱や光を集めて暖房や給湯に活用する。
- 窓ガラスの断熱対策**  
断熱効果の高いエコガラスやウインドーフィルム、ブラインドなどを使用して、暑熱の害も快適に。
- 節水・排水の環境配慮**  
節水シャワーヘッドや節水型トイレを設置。容器についた薬液は紙で拭き取ってから洗う。髪の毛を排水口に流さない。など排水にも気を配る。
- 照明器具は省エネタイプ**  
白熱電球を電球型蛍光灯ランプに替えて、電球なども省エネタイプのものを使用。
- 電気製品を買く使用**  
エアコンの温度は夏28度、冬20度が目安。ドライヤーや電気ポット、洗濯機などは省エネタイプのもを。
- グリーン(植物)がいっぱい**  
店内のグリーンはクリーンな空気をつくり、屋上やバルコニーのグリーンは断熱効果を高める。



### 循環型サロン

ものや資源が循環する仕組みをつくる

- ゴミはしっかり分別**  
資源ゴミを分別するなど地域のルールに従って正しく廃棄。物の替え容器などを再利用してゴミを出さない工夫をする。
- シャンプー、薬剤をムダなく使用**  
最後までキレイに使い切る。商品の知識を深め、洗剤プランをしっかり立てることで薬剤をムダにしない。
- 環境配慮型プロダクトの使用**  
環境に配慮した材料やリサイクルしやすい容器のプロダクト、オーガニック素材のプロダクトなどを使用。
- DMやチラシは再生紙を利用**  
印刷物やコピー用紙などは再生紙を使用。両面印刷や使用済み用紙の裏面利用など紙の使用量を減らす。
- ユニフォームはエシカルファッション**  
オーガニックコットンのTシャツなどで、スタッフ一人ひとりのグリーンマインドを育てる。
- オーガニックドリンクをサービス**  
オーガニックやフェアトレードの表示があるコーヒーやハーブティーを薦めることで、生産者の生活向上や自然環境を守る。
- リラクゼーションコーナーを充実**  
ヘッドスパで髪や頭皮を柔らかくしながら、癒しの空間とひとときをお客様に提供する。
- 備品や消耗品はグリーン購入**  
支店員やトイレ用紙ペーパーはエコマークが付いているものなど、省エネ・リサイクル性にすぐれたものを選ぶ。

### カーボンオフセットで埋め合わせ

サロンを営業するために排出されるCO<sub>2</sub>(カーボン)を相殺(オフセット)するために、植林活動を行う団体等のクレジットを購入する。

### 募金を集めて社会貢献活動

募金箱を設置して、奨励できるNPO法人などへの寄付を募るお手伝いをする。

### グリーンポイントを発行

ご利用料金の〇%がエコポイントに加算されるなどのシステム作りで、お客様に還元する。

### 地域の美化運動

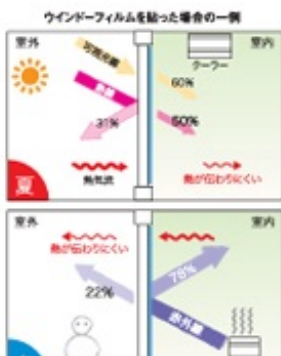
サロンを支えてくれている地域に感謝し、清掃活動や樹の植え付け活動などで、地域の活性化に努める。



## さまざまな店舗で取り組んでいる事例を PICK UP!

### ウインドーフィルムで断熱対策 夏涼しく、冬は暖かい!

日が当たる窓側の温度が暑いので冷房の温度を下げると、日の当たらない奥の温度が寒い…。そんな場合は、窓に「断熱フィルム」を貼ることをおすすめしたい。すぐれた断熱性と遮光性を持つウインドーフィルムは、夏は窓際の温度上昇を抑え、冬は室内の暖かい空気を共に逃がさない効果があるため、冷暖房の効率をアップさせて室内の温度の平均化を図ることができる。UVカット効果やガラス割れ防止効果も高く、窓ガラスが割れにくくなるため防犯対策、防犯対策にもつながるので試してみよう。



### 内照看板なら新照明システム「モノキュート」 LEDより低価格で省エネ&長寿命!

内照看板は、夜間でも明るく鮮やかに店の存在をアピールしてくれる大切な存在。ただし、消費電力のコストに加え、蛍光灯の取り替えなどメンテナンスコストもかかる。そこで最近注目されたのが「モノキュート」。LEDも省エネ・長寿命で知られているが、実はLEDはコストがかなり高い上に、価格が安くなり始めるに欠けるという弱点がある。それに比べてモノキュートはLEDの30~50%と低価格で断熱も高い。しかも従来の蛍光灯に比べて消費電力は約50%、寿命は約3倍の36,000時間以上。まさにLEDの弱点を克服し、省エネ・長寿命を実現した画期的な商品だ。





---

上記商品に関するお問い合わせ：Cream Inc. TEL.03-5414-7310



Green Action  
フェアトレード

ショッピングマニアも賛同！  
フェアトレードファッションで  
お洒落に社会貢献を。

People tree ビーブル・ツリー

フェアトレード(公平貿易、公正貿易)とは、途上国で作られた商品を適正な価格で取引することで貧しい人々の自立につなげる貿易の仕組みのこと。コーヒーやスパイスなどの食品の他にも、洋服やアクセサリーなど日常生活に取り入れられる様々なモノがあるのをご存じだろうか？



©KODAK

そんなフェアトレード商品が買える専門ブランドショップ「ビーブル・ツリー」が9月30日、モザイク銀座駅直結の3Fにオープン。自由が丘店、表参道店につづく直営3号店となるモザイク銀座駅直結店では、アジア、アフリカ、南米の15ヶ国、50団体が手作した自然素材を主とした衣料品、服飾雑貨、アクセサリー、食品などを扱う。とりわけファッションは世界で活躍するデザイナーとのコラボアイテムは注目。今シーズンはイブリー キシモトやジェシカ・オグデンなどが参加し、手仕事の温もりが感じられる商品を展開。ネットでも購入できる。

URL: <http://www.peopletree.co.jp>



自由が丘店



イタリア発、プロユースの  
オーガニックブランドが日本上陸

Villa Lodora ヴィラロドラ

プロフェッショナルマーケットに特化したヘアケアメーカーから生まれた「ヴィラロドラ」は、すでにヨーロッパ、アメリカなど35ヶ国で展開される人気ブランド。100%水力発電を利用して生産される製品は、イタリアの農林水産省が認定する有機認証機関(AIAB)をはじめ、数々のオーガニック基準をクリア。原料のみならず容器はリサイクル可能な素材を使用し、製品にはすべて再生紙を使用するなど、環境問題への取り組みも進んでいる。

商品はノーマル、ダメージと髪質に合わせたシャンプーとコンディショナーの他、スカルプケア用のアイテムも充実。なかでも、オイルスカルプ・スペシャルケア用の「レメディウムセビクレイ」はオワトククレイが頭皮の汚れや臭い、余

分な皮脂を吸着して取り除き、頭皮本来の機能を正常に戻すという優れたもの。オーガニックに意識の高い女性に注目のアイテムとして人気を集める。

問い合わせ: プロコンパニオンプラザ TEL:03-5439-4220



イタリアの国立公園内に建つヴィラロドラ。イタリア・ウンブリア地方

さまざまな分野で  
グリーンアクションは始まっています

知ること、体感すること、まずは自分たちの周りをぐるり見わたしてみました。



健康とエコロジー、  
社会貢献にこだわったグリーンブランド  
ESSENSITY エssenシティ

専業大加ドイツで130年以上の歴史を持ち、サステナビリティと企業の社会的責任において高い評価を受けているヘンケル社からの秋、賞を持ってグリーンブランド「エッセンシティ」が日本デビュー。純度の高いオーガニックエッセンスをはじめとする植物由来成分を積極的に使用したカラー、ケア、スタイリングからなるトータルブランドで、いずれも優れた製品性能を実現し、環境や社会に配慮しながら美しさに妥協したくないとい

う女性達のニーズを満たしている。ツヤやかで、上質な深みのあるカラーヘアに仕上げてくれるカラーメニューの他、ホームケアとして店頭品も充実。また、お客様の髪と頭皮の状態に合わせたヘッドスパメニューを認定することもできる。「新グリーン時代」にふさわしい新たなスタンダードになりそう。

問い合わせ:  
ショールーム/プロフェッショナルヘンケルジャパン  
[www.essensity.jp](http://www.essensity.jp)

サロンからお客さまへ、  
環境問題をやさしく伝えるプチエコカレンダー  
Label ルベル

ヘアケア・スタイリング製品を購入のお客さまにプレゼントしているプチエコカレンダー。ルベルではこのカレンダーの制作に当たり、今年インド・マハラシュトラ州風力発電プロジェクトを通じて1億6千万91KgのCO<sub>2</sub>削減量を達成し、削減に役立っている。

「お客様は製品を買うと同時にCO<sub>2</sub>を1kgオフセットすることができるわけです。サロンからお

客さまにぜひ優しく環境問題を伝えることができるきっかけとなり、何よりサロン自身の環境意識が高まるのではないのでしょうか。弊社ではこのような環境活動を10年ほど前から始めています。まずは身近なところからエコにつながるような地道な活動を推奨していきたいですね」とマーケティング部 岩瀬氏。

問い合わせ: ルベル TEL:0120-002831



ツマカガバグモと虫の可愛いイラストが特徴。





## 話題のグリーンサロンを訪ねて

リラックスできる空間 ~メニュー提案~ グリーンプロダクトの販売まで、さまざまなアイデアで「グリーン」をテーマにしたサロンをご紹介します。  
グリーンなヒントがきっと見つかるはず。



### ひと肌のぬくもりを感じる心地よい空間とサービス

kakimoto arms GINZA 2chome  
カキモトアームズ GINZA 2chome 店

金属的なものをすべて排除し、空気を浄化させる住居土の壁や自然の石を用いて構成されたサロン空間。空間と空間をつなぐ長い廊下の廊上には、手筒を揃えず手すりされた吹きガラスのシャンデリア、柱や鏡のフレームには、時間の経過と共にその自然な風合いが楽しめるレザーをあしらう。照明は、型と陰色が美しく見える自然な光を最大限に再現、このように、一見しただけではわからない、心越よく選ぶことのできるためのあらゆる工夫が随所にされていることに驚かされる。



#### Salon info

東京都中央区銀座2-4-6 銀座ベルビアビル  
Tel. 03-5761-7766  
営業時間 11:00~21:00  
日 休 11:00~20:00  
年中無休



### 植物を育てることとサロンを育てることは一緒

ROSSO shimokitazawa  
ロッソ 下北沢店

電屋と見まがうばかりの店先には、フランスの植物学者・バトリック・プランのグリーンウォールからインスピレーションを受けて新作したという「みどりの壁」が圧倒的な存在感を放っている。店内はまるで植物園、オーナー自身が市場に出向いてセレクトしたという5100鉢の植物が、空間を彩り尽くしている。インテリアとして植物を飾るのではなく、鳥のさえずりが聞こえる緑の中で髪を切る、というイメージ。まさに自然とサロンの共進化、もともとこの物件をできるだけ活用し、椅子はカバーを張り替え、ドライヤーは



#### Salon info

東京都世田谷区北沢2-29-5 1F  
Tel. 03-3401-0534  
営業時間 11:00~21:00  
日 休 11:00~20:00  
木曜日定休

グリーンに投資するなど、インテリアはすべて再利用、プロダクトもオーガニックブランドが中心という徹底ぶりだ。

## Green Promotion & Goods

### グリーンな販促アイテムを紹介

販促企画やノベルティグッズも、これからは「グリーンな視点」で考えていきたいもの。  
環境にもやさしく、無駄をなくして結果的にコストセーブができる、そんな今すぐ使える「グリーン販促」企画&ツールをご紹介します。

#### その1 お客様のケータイにサロン情報をピッ!

##### ECO TOUCH <エコ・タッチシステム>

ケーボン券、チラシ、DMなどで使用する紙の量は膨大。チラシ10,000枚をセーブすることでCO<sub>2</sub>が約13トン削減されるといわれている。「ECO TOUCH」なら紙媒体は一切使わず、お客様のケータイにあなたの店のお得な情報を転送。ホームページを立ち上げたのに販促に役

立っていない...といった悩みを持つサロンに最適だ。「ケーボン券」「スタンプカード」といった割引サービスはもちろんのこと、アンケートやバースデーメールなどの機能も盛り込むことで、ケータイを通じて、よりキメ細かな販促が可能になる。

STEP1

「ECO TOUCH」読み取り機をレジ横スペースなどに設置。

STEP2

ケータイをタッチ。お得意情報をお客さまにゲットして、会員登録になっていただく。サロンのイメージ映像を送ることも可能。

STEP3

会員登録していただいたお客さまに店の情報・サービスを配信。

##### ECO TOUCHシステム

- EcoTouchのケータイ対応
- EcoTouchのケータイ対応



#### その2 おしぼり感覚で何度でも使えるウェットタオル

##### ECO WET TOWEL <エコ・ウェットタオル>

旅行やハイキングなど、アウトドアで大活躍のウェットタオル。洗って何度でもおしぼり感覚で利用できる。表面シールにお店のロゴが入れる可能。  
※100% シールに宛名ロゴ印刷  
1000個から・単価210円〜



#### その3 再生利用ができるポケット・カイロ

##### ECO PACK KAIRO <エコ・バックカイロ>

中のトリガーボタンを押すだけで、すぐに50℃程度の暖かさに、しかも使い捨てではなく、何度でも繰り返し利用できる(夏場は凍らせて保冷剤としても利用可能)。  
カラー6色 店名・ロゴ印刷可  
3000個から・単価230円〜







Green Creator's  
アーティストインタビュー

## TAKASHI KURIBAYASHI

Vol.01

栗林 隆  
現代美術作家

## 生きるために 必要なことがわかればいい

国内外問わず、数々の展覧や展覧会に出品し、高い評価を得ている現代美術作家の栗林隆さん。作品をつくる傍ら、時間があれば波に乗り、チャンスを見つけては海にもぐる生活を送っている。サーフィンやスキューバダイビングは、彼にどんなインスピレーションを与えているのだろうか？

取材・編集：高村真由美(A30BOT)  
写真：小泉文子

—世界中でエコや自然環境への関心が高まり、定着していますが、栗林さんはそうした流れについてどう感じていますか？

K いろんなジャンルでもそうだけど、何か流行ると瞬間的にスティックになりすぎる人が多い気がするよね。だけど時間がたつにつれ、そのブームの本質がだんだん見えなくて、自分が信じていたものに裏切られてしまうような…。そうならないようにするためには、「自分がここにいる意味」みたいなことを基本において考えればいいんじゃないかな。

—具体的に言う？

K 自分がここに存在している、生きていっているのは、誰か自分以外の人がいて、その人たちのおかげでここまで来られたわけじゃない？ だからといって「みんなのおかげです、みんなのために…」なんてそれぞれ言い出したらきりがなく、「自分がここにいる意味」を周りに感齎しながら、みんなが一人ひとり自分の中で考えていけば、自然と心地よい世界になると思うんだよね。人間関係もそうだし、もちろん環境についてもね。

—そういう考え方はなかなか難しいかもしれないけど、みんな自分のことだけ一歩で……

K そうかもしれない、でも、「共存の仕方」を間違えると誰かを傷つけることになるし、それは逆で自分を傷つけることにもなる。だから、自分ができる範囲で、自分のためにも何か行動を起こすことが大切なんじゃないかな。海やフィヨルドや大自然の中にいると、自分の小ささを感じるよね。その圧倒的な大きさの中で自分がどうしたいのか、そんなふうに瞬間的に感じたことを大事にしていきたいですね。

—「表現する人」として、自然とのつきあい方はどう考えていますか？

K 海が好きだから、自然(nature)は自分の生活そのものと切っても切り離せない。ただ、自分の場合はアーティストとして、世の中を客観視する姿勢でいたいから、「人工的な俗っぽさ(pop)」と「自然さ(natural)」を両方大事にしたいです。

—作品の中には苔や草木、ペンギンやアザラシが登場させていますよね？

K 自分の作品は「業界」がテーマ、いろんな場所や、ことがらや、気持ちなど、様々な境界を表現するときにこれらが登場させることで、普通に生活している人たちが境界を意識するきっかけになるかな、と。思っ、何をする自分の気持ちもそんなふうに入ると

テーマとしても作品の中に置いています。

—以前、鎌倉から出発してサーフィンしながら青森の六ヶ所村まで行く、「WAVEMENT」というサーファーのプロジェクトに参加されていたよね。

K 参加のきっかけはたまたま、でもその機会に共感したし、プロジェクトが進行している10日間はみっちりサーフィンができるかな、なんてそんな簡単な動機です。自分は運動家ではなく、ただのサーフィン好きなアーティストだからね。

—参加したことが、その後の作品に影響を与えましたか？

K それはない。やっぱり自分の作品や周面に対して客観視することは大事だから、客観視しながら、自分で自分のアーティスト像を見つけようとしているって感じかな。「眺みたいになりたい」とかは全然思っていない。アーティストであるならば、年齢も国籍も関係なく、同じ土俵に立っていると思う。それは他の職業でも言えるかもしれないけど、いざにしても、何かを盲目的に信じ込んでしまうよりも、自分にとって何が必要なのかを見極める力をつけることの方が、自分を立たせる上で大事なんじゃないかな。



栗林 隆 TAKASHI KURIBAYASHI

現代美術作家。1968年長崎県生まれ。金子文宏。1997年プロジェクト「グッドベ・ストック・ペクエム(カッセル、ドイツ)」に参加。2003年ケルン市立美術館「アート・テーク(ドイツ)」にて展覧。海外ではドイツを中心にオランダやアメリカでも展覧。自宅もアトリエも海の子にあり、ダイビングはインストラクターの免許を持つほどの熱狂者。



©Shiroshiro/Fische(彫刻) > 2004年 丸の内(ドイツ)









## “バランスよく自然体が私流グリーンライフ”

モデル 道端カレン

「30歳を境に、周りのさまざまなものに対する視点が変わってきました。2児の母親ということもあり、健康やエコロジーに対する意識も高く、ペットボトルのフタを集めたり、ペットボトルを捨てるときはフィルムをはがすなど、1分ぐらいでもできることは徹底するようにしています。食事もほと

んど自分で調理します。先日観た『未来の食卓』という映画に共感し、食材に対してもオーガニックというだけでなく、産地や生産過程にまで気を配る必要があるということを知りました。自分ができる、できないは別にして、まずは知ることが大事だと思います」



### 道端カレンさんの公式ブログ

環境や社会貢献に対する奥の深い想いも掲載されています。  
[http://gree.jp/michibeta\\_karen/](http://gree.jp/michibeta_karen/)



以前から習慣になっていたコガ。最近自宅でもリラックスしながら無理なく取り入れています。NY生まれのホットなリラックスウェア「Yogi」(ヨギーニ)に夢中。

## ヴィンテージのテーブルクロスとハンカチでハンドメイドウエア



Stylist : Yuki Murayoshi

スタイリストの手仕事

- 1 まずは、サンタモニカやシカゴなどの古着屋さんで気に入ったハンカチやテーブルクロスなどを集めます。もちろん自分が持っている使わなくなった物でもOK。
- 2 素材が重なったら自分のバスト+10cmくらいのゆとりを取って繋げていきます。ハンカチは斜め使いをすると、裾にボリュームが出るAラインになります。
- 3 あとは好きなレースやリボンを買ってきて肩紐にすれば出来上がり。



表紙でカレンが着用しているキャミソール。これからのシーズンにぴったりの素材を使用。



1枚でサクリと集められるリゾートに持って出かけたワンピース。レイヤードすればこれからのシーズンにも。裏ページでプレゼントの応募があります

### Cover story

## サロン発信のグリーンは“ファッションナブル”な視点で Tomohiro KOBAYASHI (kakimoto arms)

「今回道端カレンさんをモデルに採用したのは理由があります。オシャレやビューティーに敏感でありながら、自身のライフスタイルをはじめ、自分を取り巻く環境について広い視点で考えている最も旬な女性だからです。また2児の母親であり、シングルマザーの代表であるというも同世代の女性から大きな共感を得ています。そんな自立した彼女や子供たちと一緒にいい未来を描いていけたら...そんなメッセージを1枚の写真に込めました」



## まずはグリーン用語についてちょっとお勉強

### Sustainability 【サステナビリティ】

「持続可能な」「ずっと保ち続けることのできる」という意味で、私たち人間の活動が将来にわたって持続できるかどうかを表す概念。環境やエネルギー問題について扱われることが多い。地球の治癒能力を超えない変化であれば持続可能な社会が実現する。つまり私たちが正しい選択をしていけば、現在の豊かなライフスタイルと健全な地球の両方を、これからもずっと保っていくことができるのではないだろうか。



### 3R 【スリーアール】

資源をムダにしない循環型社会のキーワードで、Reduce(リデュース)・Reuse(リユース)・Recycle(リサイクル)を表す。Refuse(リフューズ)を加えて4Rと呼ぶこともある。リサイクルも大切だが、その前にゴミを出さない工夫も必要だ。3Rもしくは4Rを考えた暮らしは、本当に必要なものを厳選して、豊かな時間を過ごすことにもつな



## 今日から少しでも習慣を変えてみる

### キャンドルの灯りでリラックスタイム

「今日はなんだか疲れたな」という日は、ゆっくりと時間をかけてお風呂に入りたい。そんなとき浴室の電気をちよっと消して、キャンドルの灯りだけで入浴をしてみよう。バススタブにはラベンダーやローズウッドなどのリラックス系のエッセンシャルを数滴たらし、キャンドルのゆらゆら揺れる小さな炎を見ながら、ポーツと何も考えずにお湯につかる。カラダだけでなく心の疲れもスーッと癒される至福のひとつとき...こんな過ごし方もグリーンのためのアクションだ。「電気をこまめに消す」という習慣も大切だけれど、「環境のことを考える一歩かな暮らし」につながるようなコトなら、誰でも簡単に続けることが



できる。キャンドルの灯りで入浴をしたり食事をする。テレビを見る時間やパソコンを使用する時間を1日1時間減らして(どちらも1年間で12.4kgのCO<sub>2</sub>排出量を削減)読書の時間にあてる。そんなように、ゆったりと時間を過ごすことにつながるグリーンステップから始めてみたい。

### 気に入ったものを大事に使い続ける

100円ショップに行く、実にさまざまな商品が売られている。最近では品質もデザインも良くなって「えっ?コレが100円なの?」と驚くものばかり。さほどはくもないけれど「100円ならば」とついつい購入し、「どうせ100円だったから」とゴイゴイ捨てる...。しかししてあなたはこんなムダな消費をしてはいない

だろうか。何か新しいものを購入するときは、その製品とどれくらい長く付き合えるかを考えてみよう。たとえばソファを買うならば、長く使えるようなデザインか、カバーは洗濯できるか、スポンジがこわれたときにメンテナンランスに応じてくれるか、などを確認しよう。ヨーロッパでは家具や食器などを代々受け継ぐ習慣がある。本当にすぐれた製品は時間を越えて愛されるのだ。いいものを長く使い続けることは、資源を大事にすることになる。もちろん100円ショップの商品だって、気に入ったものを大事に使えばそれもいい。買った日、買った場所、買った理由がグリーン



がら。



そのことを考える、それが大切なのだ。



Green Culture 世界各地のナチュラル・ライフをシリーズでお届けします

HAWAII  
大 石 真 由 希 (AKASHI)

# アロハ・スピリットに抱かれて。

ハワイには、特別なパワーがある。一度でもハワイの大地に触れたことがあれば、多くの人がそう感じるだろう。そのハワイに流れるエネルギーを、ここ日本にいても伝えてくれるモノがある。それらの力を少しだけ借りて、ハワイに出発おう。

自分の足でその大地を踏みしめた瞬間、少しねっとりとした風に全身を包み込まれた瞬間、気まぐれにいたずら好きな波に身体を預けた瞬間、きっと誰もがその地に流れるエネルギーをひしひしと感じるはずだ。それが、ハワイ。

ハワイでは、特に自然がありのままの姿で生存している場所では、ハワイアンミュージックがよく伝わり、彼らの音楽には、イントロが流れた瞬間に空気を変えてしまう魔法がある。それは、ハワイの自然に合うような音楽を昔から育んできたから。ざわめくような風音、優しい波音、しんと大地を貫く音と調和するために、ハワイの人々は音楽を紡ぐ。自然が奏でる音楽は、最高のお手本。だから、ハワイの音楽には大地が響いている。

ハワイの豊かな文化のひとつに、フラダンスがある。自然への尊敬と感謝の想いを踊りとして捧げるのだ。その際、植物で作られたレイという飾りを身につける。神聖な捧げ物であり自然からの授かり物であるレイ。ロコたちは、レイを作るときチャント(詠唱)を掛けてから花を接ぎ、そうし

て作ったレイを身につけ、自然界にはマナ(力、エネルギー)が宿るとする精神のもと、花に宿るマナを「シェア」する。そして、役目を終えたレイは、海や山などの自然に還すのだ。それが、自然への尊敬と感謝の印。

良いマナは皆で「シェア」する精神があるものの、19世紀、ハワイは外部からの入植者により、段階や生活だけでなくハワイアンとしての文化や誇りを奪われてきた。それでも、人々は笑顔を保ち、アロハスピリットをシェアしようと手を差し伸べている。私たちはいつだって、彼らのバックグラウンドを、そしてその心の広さと程々かさに敬意を払うことを忘れてはいけない。

そのアロハスピリットを伝える言葉として、こんなフレーズがある。ケイ・オ・カ・アイナーそれがわたし。まことの大地の子。(日々は布作より)

私たちは誰もが、大地の子として自然と共に生きていく運命にある。健やかにそして穏やかな心でいる秘訣は、ここにある。



**CD**

V.A.「ALOHA VIBES ISLAND MUSIC STYLE」  
(2825円/ビクター・エンタテインメント)

ロコたちが集める中や移動中にローカルFMで聴いて聞いているのが、ハワイアン・レゲエ。そんなハワイアン・レゲエのコンピレーションがこちら。ロコに人気のあるハワイアン・レゲエのアーティストのベスト・アルバムを1枚のCDにまとめた「Sashamen」など10曲のアロハ・レゲエを収録。いつでもどこでも、アロハな空気を運んでくれる一枚。

**DVD**

「BUSTIN' DOWN THE DOOR」  
(11月8日発売/479円/東宝ホームビデオ、ピーエムエー/東宝エンターテインメント)

70年代、まだサーフィン産業がなかった頃、オーストラリアと南アフリカからサーフィンの聖地オアフ島・ノースショアにやって来た6人の若者の軌跡を追ったドキュメンタリー映画。サーフィンへの夢を追い求めてハワイの地を旅した若者たちの出来事、苦悩と挫折の日々、そして夢を実現させるまでの道のり。まさにハードコアな精神の軌跡。

**BOOK**

「アロハスピリットを伝える言葉」  
デブライ・サンダーズ 著、北山 謙一 訳、長崎 誠子 監 (1564円/太田出版)

ハワイに宿るアロハスピリットを365日分かった。毎朝、日々の言葉としてアロハスピリットを心に刻みたい。今日という日の一瞬一瞬を大切にしたいと思わせてくれる。たとえば、「愛は与えることよつとるのみつとる物」(25 Feb.)、「嵐とひとつに泣きのスピリットに翼をよそえ」(26 Jun)

**BOOK**

「night rainbow 祝福の虹」  
長崎 誠子 著 (2520円/小学館)

様々な表情を見せるハワイの大地にかかる虹をカメラに収めた。写真家・長崎 誠子 氏による写真集。朝にも夜の海岸に虹がそよぐと空のワグメヤや今にも降り注ぎださんばかりの嵐空など、神秘的なハワイの顔を見ることが出来る。レジェンド・サーファーであるジェリー・ロペスの絶筆文にもアロハスピリットが溢れている。

**ITEM**

リボンレイキット(ブルメリア) ホワイト/イエロー  
(3150円/マウナロアMMJ)

自然への尊敬と感謝の想いを胸に、マナをシェアするためにも、レイは自分の手で作りたい。初めてでも、レイキットなら簡単にキレイに仕上がる。フラを踊るときに身につけるだけでなく、部屋に飾るだけでもアロハスピリットを分かち合える。  
<http://www.mounaloa-mmj.com/>

**ALOHA**

ALOHAという言葉の文字に込められた意味が書かれています。

**A** = Akahai (やさしさと思いやりを)  
**L** = Lohihi (親切と敬意を)  
**O** = Olu 'Olu (喜びを持って尊敬と運命を)  
**H** = Ha' a Ha' a (ひたすら尊敬を)  
**A** = Ahonui (忍耐と我慢を)

**GREEN なひと言葉**

先日、あるニュース番組を見ていたところ、原稿の持ち主が「グリーン」の語源について取材していた。新しい原稿の書き出し、コンプレックス解消による環境への影響を感じるとの番組主旨をのぞくが、「エコに反対する気はないけど、俺だって生活からってかまねえ」との答え、今の環境問題の原点がここにあるように思った。

みんな生活がかかっている。農業も大事だが自分の暮らしも大事。だから、ついつい「便利で快適」を選ぶか、それとも「地球にやさしく」をとるか。対立構造で考えてしまう。「エコ/VS/エコ」…今、その二つの間に「折り合い」をつけよう。

というひとつの「線」が求められているのではないと思う。これまで私たちは、これら「折り合い」という考えを持たず「エコ」に走ってきただけなのだが、これももちろん、みんなで環境のことを振り返らなければならない頃ではないだろうか。(Creem)

**編集後記**

”とにかく始めよう”という思いだけで走り出した「grass roots」。まだまだ未熟な内容ばかりですが、一人でも多くの方にご賛同をいただけたら幸いです。まったく同じような「Green」の思いを持ちながら「何から始めていいやら?」と迷っている方も多くは、ぜひ、「こんな活動したい」という思いや、「こんなことに取り組んでいます」といった情報・ご意見を下記までお寄せください。こちらの返信内容に役立てさせていただきます。  
Mail: info@g-roots.jp

**Present**

ハンドメイドウエアと道端カレンさんのサイン入り色紙を1名の方にプレゼント!!

ページで紹介したスタイリストのYukiさん手作りのワンピースと、道端カレンさんとヒューズ(兄)とアンズ(弟)のサイン入り色紙をプレゼントします。

ご希望の方は以下のQRコードからアクセスしてください

**Green アイデア 募集 中!**

あなたの周りのGreenアイデアを募集しています。「ゴミの分別」や「家電リサイクル」などをはじめ、独自のアイデアで取り組んでいることなどがあれば下記までぜひお寄せください。

Mail: info@g-roots.jp  
(※掲載で紹介させていただいたアイデアには謝礼金をプレゼントさせていただきます。)

●「grass roots」WEB版も公開中!  
<http://www.g-roots.jp/>

●アンケートにぜひお答えください。今すぐアンケートでアクセス

**Cover**

Photo: TAO AKASHI (TIC) / Hideo TOSHINO (HOSHAYASHI) (akashi@tao.com) / Shigehiko MURAYOSHI / MUMIYAMA SAKA KAREN

**Fashion**

<カレン>  
カレンシー 25,180円 / Transmode/Shop of the 1st / キャメロン パンティズ / Shakti/12,196円 / SHAKI/REARS STORE 1800Cafe/2000 / 3,145円 / 1011/PARANICE / レッグウォーマー 2,100円 / LACOSTE/LACOSTE

<ヒューズ>  
リメイクリカー スタイリスト6巻 / ワイロウワ 12,880円 / 800 HOMES/1800 / プーフーワー / ショートブーツ 5,985円 / 800 SHICES/1800 / プーフーワー

<アンズ>  
リメイクリカー 5,985円 / 800 HOMES/1800 / プーフーワー

**買い心地の良い**

shop of the 1st art 03-5459-0827  
東京区豊島3-7-10 03 プレイス1F  
REARS STORE 1800Cafe/2000 03-5459-7501  
渋谷区神宮寺2-7-15/2F  
1011/PARANICE 03-5778-2858  
渋谷区神宮寺16-19-11 原宿ノフィアビル  
LACOSTE 03-6884-0118  
渋谷区神宮寺12-34-17 信友平楽通商ビル3F  
1800 / プーフーワー 043-798-1511  
東京都町田042671778-1

