

ママたちと一緒に「サステナブル」を考える

～「VERY」編集長・今尾朝子さん

2023/03/16

さまざまなジャンルで活躍されている方々に、広く SDGs にどう取り組んだらいいか、ヒントを聞くインタビュー企画。今回のゲストは、ファッション&ライフスタイル誌「VERY」の編集長・今尾朝子さんです。

今尾さんは 2007 年に編集長に就任後、世の中のママたちの思いを的確に捉えて、サステナブルな社会を見据えた、さまざまな企画を打ち出しています。今のママたちは、SDGs やサステナブルをどのように捉えて、どんなアクションを起こしているのか？「サスティナママ」に寄り添う VERY の企画とは？インタビューを通して、誌面やウェブサイト制作の裏側に迫ります。



今尾朝子氏

フリーのライターを経て、1998 年に光文社に入社。2007 年に「VERY」編集長に就任。同社において女性がファッション誌の編集長に就いたのは初めて。出産・育休を経て、現在は子育てをしながら編集長の仕事を続けている。



「VERY」

仕事や子育てで忙しくても、家族も自分も大切に、毎日を楽しみたい女性たちを応援する、ファッション＆ライフスタイル誌。ファッション、美容、インテリア、料理、教育などへの感性が高いママに向けてさまざまな情報を、紙媒体、ウェブ、SNSなどで発信している。

「子どもの未来のためにできること」は、ずっと変わらない読者たちの関心ごと

——今尾さんは2007年から「VERY」の編集長を務めていらっしゃいます。環境問題やサステナブルに関して、これまでどのような企画を打ち出してきましたか？

今尾：私が編集長になった当時も今も、読者に取材をすると「ママになった途端に、子どもの未来のことを考えるようになり、たくさんの社会課題が見えてきた」という声をとても多く聞きます。こうした読者たちの声を受け、環境問題や子どもの未来について、読者とともに考える企画や連載を毎月必ず誌面に設けることを意識してきました。

例えば、編集長になって翌年の 2008 年には、「母ゴコロ、エコゴコロ」という巻頭企画を始めました。この企画では、ママになってから環境のために始めたことを著名人にインタビューして、日常生活の中でできるアクションを紹介しました。

また、オーガニックフードが話題になっていた 2011 年には、「ミセスオーガニックさんって誰なんだ!？」という企画も実施。自宅で精米したり、コンポストでたい肥をつくったり、日常生活の中で環境負荷を減らしたいと行動しているママたち取材し、「環境のためにいいことをしましょう」と押し付けるのではなく、自分らしい心地良い暮らしを読者と一緒に考えるスタンスで展開しました。



——まだ SDGs が採択される前、サステナブルという言葉も世間には広まっていない時代から、環境問題などへのママたちの関心をすくい上げてきたのですね。「VERY」はファッション誌でもあるわけですが、ファッションではどのようなムーブメントがありましたか？

今尾：サステナブルという言葉が一般的になるにつれて、ファッションは大量消費の象徴の一つと捉えられるようになりました。しかし、ファッション業界もサステナブルを意識していろいろな取り組みを始めています。環境負荷の低いリサ

イクル素材を使ったり、製作工程で節水したり、リユースに力を入れたりするアパレルブランドもどんどん増えてきていますよね。そういった取り組みを読者にきちんと伝えるべく、「VERY」では、「環境問題に関心があり、無理せず女っぽいおしゃれが得意な人」を「サスティナママ」と名付け、さまざまな企画を打ち出しました。

例えば、2020 年からスタートした、「サスティナママは知っている いま、イケてる FASHION には愛がある！」という巻頭連載では、ママが気負わず着たくなる、持続可能なおしゃれに取り組むブランドを紹介する企画を打ち出していきました。

さらに、2022 年 10 月号から企画をアップデートして「サスティナママと『ビスポーク』の素敵な関係」という連載を始めました。ビスポークとは、オーダーメイドという意味で、より愛着を持って大事にしたい商品を紹介する企画です。

——企画をアップデートした背景は何でしょうか？

今尾：ここ 1、2 年は、ママたちの意識がさらに変化して、「ものを大事にしよう」「長く使えるものにお金をかけよう」という意識が広がってきていると感じます。コロナ禍で出かける機会が減った影響でしょうか。短期間で使い捨てる洋服を 5 着買うなら、値段が少々高くても、長く着られる良い洋服を 1 着買う。ジュエリーは、ゆくゆくは子どもが引き継げるのが嬉しい、といった感じです。

今尾：他にも、小さい子を持つママ同士で洋服の交換しあうことはよくあります。今のママも子どもたちもフリマアプリなどでユーズドには慣れているし、洋服を大事にする意識が強いようです。昔なら「お下がりなんて嫌」という子は珍しくなかったですが、今は「大事にしていたお洋服がもらえた」と喜ぶ子もいるようで、時代の変化を感じます。良いものを大切に長く使うという時代になってきたことを踏まえてのアップデートですね。



このように言うと、「安い洋服は良くない」と捉えられてしまうかもしれませんが、それは少し違います。例えば、サイズアウトしてしまい、どうしても長く着ることが難しい子ども服も、サステナブルな活動に力を入れるファストファッションブランドで購入したり、フリマアプリやフリーマーケットで売買したりすることが当たり前になってきていると感じます。特に、フリマアプリはブームになっていますが、ただ家計の負担が減るだけではなく、「サステナブルなアクションである」「うまく活用している人はスマートだ」という考え方も広まりつつありますね。

——ものを大切にする暮らしというのは、新しいことではなくて昔からいわれていたことですが、コロナ禍もあってママの意識が急激に変わったのでしょうか？

今尾：急激にではなく、時代とともに少しずつ変わってきたんだと思います。さらに、近年は子どもたちも学校などでSDGsやサステナブルについて学ぶようになり、「子どもたちに追いつかなければ」と考えるママも増えてきました。その他にも、育休中にスキルアップしたいというママや、自宅で過ごす時間が増えたコロナ禍で、もっと学びたいと考えるようになったママの声も良く聞きます。

「VERY」では、学ぶことに対する意識が高いママたちが増えてきたことを受けて、「VERY」のウェブサイト内に「VERY Academy」というコーナーを立ち上げ

ました。自宅で簡単にアクセスできる学びの場という位置づけで、ライフスタイルなどの情報を発信しています。

その中で、「VERY」のモデルと一緒にカーボンニュートラルを学ぶ企画も実施しました。2021年11月には、「自分の言葉で環境問題を語れるようになろう」を目標に、「カーボンニュートラルオンライン講座」と「カーボンニュートラル検定」をスタート。この企画では、Zoomの講座で車選びやファッションと環境問題について学んだ後、カーボンニュートラル検定を受けていただき、どれくらい理解が深まったかを確認できるようにしました。子どもに勉強を頑張らせたいママたちからは、「自分が学んでいる姿を子どもに見せられた」と好評でした。

さらにこの企画の第2弾として2022年11月には、「カーボンニュートラルアドベントカレンダーコンテスト」を実施しました。これは、各家庭でカーボンニュートラルについて親子でできるアクションを一日ずつ考えてもらいながら、アドベントカレンダーを作り、完成したアドベントカレンダーの画像と実行したアクションを送っていただくというもの。12月の1カ月間、親子で楽しみながら、毎日一つずつカーボンニュートラルのアクションを実行してもらおうというのが狙いです。

VERY編集部でも、読者の参考になるよう、さまざまなアクションを考えました。



CN Carbon Neutral action ideas

HOW TO USE オリジナルのアドベントカレンダーには、お菓子やシールなどのちょっとしたお楽しみと一緒に、ぜひ「CNアクション」も！VERYからの15のアイデアのほか、空欄シートの方にはご家庭で思いついた「CNアクション」を書き込んで、1日ひとつずつ数字でチャレンジしてみましょう。	CN action idea 01  ごはんをなるべく残さず美味しく食べよう 食べ物が作られて小売店に運ばれ、食卓に並ぶまではもちろん、食べ残しなどの「生ごみ」は、燃やすときもたくさんのCO₂を排出してしまいます。	CN action idea 02  サイズアウトした洋服をお友達にプレゼントしてみよう 生産時にはもちろん、廃棄・処分時にもCO₂を排出してしまう衣類。最近では、大事に着ていた洋服を持ち寄って物々交換する（スワップミート）なども開催。	CN action idea  普段は捨ててしまう野菜の皮も料理してみよう 実は栄養が豊富と知られている野菜の皮や茎。美味しく1品に活用できたら生ごみが減り、燃やすときに排出されるCO₂を減らすことができます。
CN action idea 04  マイボトルを持って出かけよう マイボトルを使うことで、ペットボトルやプラスチック容器などの使用量を減らせたり、ゴミとして燃やすときのCO₂も削減。環境にもお財布にもやさしい！	CN action idea 05  おうちの電気料金を調べてみよう 先月よりもどのくらい電気料金は上がった？電気代や電気消費量を調べ、その理由を考えてみることも、環境問題への取り組みの第一歩です。	CN action idea 06  スーパーで、今が旬の食材を調べてみよう 季節からきくと無意味にやっていることも、ちょっと意識してみましょう。自然のサイクルに沿って生産される旬の食材を味わいながら、美味しくCN対策を！	CN action idea 07  クルマに積みっぱなしの荷物がないかチェックしてみよう 車両が重いと燃費が悪くなり、CO₂の排出量が増えると言われています。キャンプ用品やゴルフバッグなど……重い荷物が積みっぱなしになっていませんか？
CN action idea 08  近所のスーパーで地元の食材を探してみよう 遠くから飛行機やトラックなどで運ぶ際の費用やCO₂の排出量を削減。収穫してから食べるまでの期間が短い分、新鮮で美味しい食材も手に入って一石二鳥！	CN action idea 09  おうちのクルマの燃費を調べてみよう 「走行距離÷ガソリンを入れた量×1000で走行できる距離」。お家達の家のクルマと比較してみよう。燃費のいいクルマを選ぶ、それも立派なCNアクション。	CN action idea 10  ECでのお買物はまとめて配送＆再配達なしを目指そう 2つの荷物ひとつにまとめることで、配送にまつわるCO₂や梱包資材の削減などが期待できます。「置き配」なども活用し、受け取り方法を工夫してみましょう。	CN action idea 11  周りの人の「CNアクション」を聞いてみよう 環境問題やカーボンニュートラルについて、お互いに意見交換をしてみることで、自分では思いつかなかったアクションアイデアを発見できるかも？
CN action idea 12  「室内でもプラス1枚」を意識してみよう 寒い日には1枚全身に着込んで暖かくすることで、暖房の設定温度も下げられ、省エネになります（でも寒がりではないよう、無理なく適温を！）。	CN action idea 13  クルマの充電スポットや水素ステーションを探してみよう CNの実現に向けたクルマ選びはとても大事。とはいえ答えは一枚ではありません。住環境やライフスタイルに合わせて、自分たちにとってのベストな選択を！	CN action idea 14  季節や景色を楽しみながら歩くことを楽しもう！ いつもクルマで送り迎えしている道。時間が許すときだけでも、子どもと一緒に歩いてみたら、周りの景色や親子の会話の中で、いつもと違う発見があるかも。	CN action idea 15  愛用のおもちゃや洋服がどう作られたか調べてみよう 物が作られ「運ばれ」「使われ」「いづれは廃棄もしくは再利用」される。そのすべての段階で環境にどんな影響を与えたかを評価する方法をLCA（ライフサイクルアセスメント）と言います。

VERY編集部で考案したカーボンニュートラルに関するアクションの例。

今尾：こちらの企画も、読者からは、「子どもからアクションを提案してくれて、家族を巻き込んで楽しく取り組めた」などと、非常に好評でした。環境問題は、頭でっかちになりがちですが、「一日一つずつできることを積み重ねていく」というのが学びやすかったという声もありました。

読者への取材を通して、“今のママ”を知る

——お話を伺っていて、ママたちの気持ちをすごく的確に捉えて企画に落とし込まれていると感じました。企画を立てる際にどんな工夫をされていますか？

今尾：「VERY」では毎月、時間をかけて読者への取材を行っており、そこで得た「今のママたちの声」が誌面づくりのベースになっています。取材は、VERY 読者の他に、編集部員たちが街で直接声をかけて協力してくださるママたちを探し、話を伺うこともあります。取材する人数にノルマは設けていませんが、ママたちへの取材がベースとなり、編集部員たちは月に合計 200 本ほどの企画を提案します。私自身も取材をしたり編集部員の取材に同席したりして、読者の生の声をお聞きしています。

ママたちの行動は、災害や事件など、世の中で大きな出来事があれば、昨日まで買っていた商品を買わなくなるなど、行動も価値観も百八十度変わることだってあります。今は時代の変化が速いですから、ママたちの意識もどんどん変わっていくんですよね。また、一口に環境問題やサステナブルと言ってもママによって考えは異なります。とにかく、いろいろな方に会って話を聞くのは、発見があってすごく面白いんです。「VERY」が嫌いな人に出会ったら「どこが嫌いですか？」と聞かせていただくのも大事ですし……。日々進化するママたちの考えを見つめながら常に企画を考えています。

——読者への取材の中で、印象に残っている話がありますか？

今尾：2020 年 10 月号から、「VERY」の表紙に「私たちに、新しい時間割り」というコピーを使い始めたのですが、これは読者への取材で聞いた話がきっかけになっています。コロナ禍では、ありとあらゆるストレスが子育て世代にものしかり、読者からはさまざまな苦労話を聞きました。

今尾：しかし、多くの読者が「コロナ禍以前には戻りたくない」と言います。

「これまで、子どもがいても時短勤務くらいしかできないと思っていたけど、リモートワークを取り入れてみたら、昼休みに晩ご飯の支度をしたり、買い物に行けたりして、社会に与えられた時間の枠を変えていけることに気づいた」とおっしゃる方もいました。

この話は、コロナ禍の生活をすごく前向きに捉えられる希望だなと思ったんです。そこで、「それぞれの家庭が、それぞれのステージで、自分たちの『時間割り』をつくってあげればいい」という思いを込めて、このコピーを入れることにしました。ちなみに「時間割り」は、子どもの時間割りが日常にあるママたちに、より自分ごととして捉えてもらえるかなと考えて選んだ言葉です。そのほかにも例を挙げるとキリがないほど、読者の皆さんに会って聞くお話には、いつもたくさんの方の気づきがあります。

また、読者の方に話を聞いていると、ものを長く使うことや環境にやさしいものを選ぶことが、当たり前の感覚として受け入れられるようになってきていると感じます。そのため今の「VERY」では、SDGs やサステナブルを意識した企画を計画的に打ち出しているというよりは、誌面の随所に SDGs やサステナブルに関する言葉や内容が自然と入っている感じになっています。

最近では、これまで連載や特集を積み重ねてきたことで、企業や広告会社が、VERY 読者が SDGs やサステナブルに関心があると気づいてくれることもあって、そこから、私たちにお声がけいただき、タイアップ企画などに発展することも増えてきています。

企業も巻き込みながら、読者に寄り添ったコミュニケーションを考えていきたい

——今後の展望をお聞かせください。

今尾：これからも読者に寄り添ったコミュニケーションを考えていきたいと思っています。例えば、「カーボンニュートラルアドベントカレンダー作り」のようなものを学童保育のコンテンツとして提供してみたいですね。これらを実行するには、企業とのコラボレーションも必要だと考えています。

今尾：「VERY」では現在、月に1回「VERY 児童館」というオンラインでママたちが集う機会を設けています。これは、コロナ禍で出産し、なかなかママ友ができなかったり、相談できる場がなかったりと、たくさんの不安を抱えているママたちのために、「VERY」としてできることは何かを考え、生まれたものです。

「VERY 児童館」にはVERYで活躍するママモデルさんや、専門的立場の助産師さんにも同席してもらい、ママたちからの質問にも答えてもらえるようにしています。最初は編集費、運営費は持ち出しましたが、スポンサーについてもらい、マネタイズしていくビジネスモデルを考えていたので、当初から賛同してくださる企業を探しました。その結果、今ではコンスタントにスポンサーについていただきながら運営することができています。このような仕組みをつくることができたのも、読者と向き合ってきた私たちが「『VERY 児童館』は絶対に必要だ」と強い確信を持って、企業に思いを伝えることができたからだと思います。これからは企業とのコラボレーションも含めて、SDGsやサステナブルに関するさまざまな企画を実現していきたいです。

