

～大人塾 公開講座～

## 「チョコレボの挑戦～フェアトレードの実現に向けて」

講師：チョコレボ実行委員会代表 星野智子さん

日時：2008年9月3日 19時～

会場：セッション杉並

“チョコレボ”とは、ムーブメントの名前ですが、キャンペーンと言った方がわかりやすいかもしれません。普通のキャンペーンは、会社や行政等、いろいろなところが「やりましょう」という形で始めるものですが、このキャンペーンは、一般市民の有志が、勝手に始めたものです。

「チョコレボ」とは、“チョコレート・レボリューション”の略で、日本語に訳しますと「チョコレートの革命」になります。

チョコレボは、参加型のキャンペーンです。

何故、このキャンペーンを始めたのか、何を誰がどの様に変えていこうとしているのかを、時系列で紹介します。

チョコレートが大好きな方は、結構たくさんいらっしゃるようです。私も、チョコレート大好きからキャンペーンを始めました。チョコレートは、主にカカオと砂糖から作られています。カカオの産出は、赤道を挟んで南北20度くらいの所が適しており、ちょうど開発途上国が位置しています。原産国は、昔のマヤ文明のメキシコを中心とした中南米あたりで、自然に生えていたカカオから作ったものだそうです。ラグビーボールの様な形をした実の中に入っている種、その中に入っている実を種ごとほじくり出して、バナナの葉などに重ねて発酵させ、良い風味が種にしみ込んだところを乾燥させて焙煎し、コーヒーのように香ばしい香りにしたところですり潰し、チョコレートにします。昔のチョコレートは、そのすり潰した液体状のお菓みたいなおもので、今で言うココアのような物をお薬の様に飲んでいたそうです。滋養にも良いし、または非常に贅沢なものとして、位の高い人達が召し上がる物として扱われていたようです。神への貢物でもありました。一説によると、カカオ豆何粒かで、奴隷が一人買えるといったように、お金にも換えられる程、非常に貴重な物でした。マヤ文明の何千年も前の遺跡などからカカオが使われていた痕跡が出てくるそうです。このカカオ豆がコロンブスや開拓者の手によってヨーロッパに渡って貴族たちにもてはやされるようになり、19世紀にイギリスに渡って板チョコの形になり、一般の人たちにも食べられるようになりました。

私がイギリスに住んでいた2001年頃、BBC 国営放送で「チョコレートの原料であるカカオを作っている農園で子供たちが奴隷として売り買いされ働かされている」というニュースが流れました。

私はチョコレートが好物ですが、このニュースに接して以後、チョコレートを見る目

が変わりました。周りのイギリス人の中には、チョコレートもコーヒーも買わない、ボイコットするという人もいました。報道によって明らかになったのは、カカオやコーヒーといった、身近に知っている食品産地の貧困の問題です。

日本人は、食品メーカーのチョコレートに「ガーナ」があるので、チョコレートというとなんかガーナが思い浮かぶと思いますが、実際、日本に入って来るチョコレートの70%がガーナ産だということです。

世界全体としては、80%のカカオ生産が西アフリカで、その内の40%がコートジボワールです。コートジボワールは、世界で一番カカオを生産している国です。

子供が働いているという状況はどのようなものなのか。子供が単にお手伝いとして働くのなら何も問題はありません。ここでの話題は「児童労働」です。特に14歳ぐらいまでの子供です。本来なら学校に行くべき年齢の子供たちが、強制的に働かされています。カカオ農園での労働は非常に危険で重労働です。ILOのウェブサイトのカカオという項目に詳しく載っています。例えば西アフリカの4カ国の1500の農場を、ILOから依頼で国際熱帯農業研究所が調べたところ、何十万人もの子供がカカオ農園で危険な仕事を強いられているというようなデータが出てきました。コートジボワールだけでも、カカオ農園で働く約1万2000人の子供は身寄りがない状況でした。周りに親戚などが住んでおらず、言葉も通じない子供もいたということで、近隣の国々から売られてきたことを示唆しているというような情報がウェブサイトに載っています。

さて、『チョコレートの真実』といった本も出ていますが、では“悪者”はどこにいて、私達はいったいどうしたらよいのでしょうか。結構これが難しい問題です。中間業者の人が買い叩く、というような話もあります。しかし、中間業者が悪いのかというと、それだけとも言えません。根本的なところには地域の貧困という大きな問題があり、貧困があるから子供たちが働かなければならない状況があります。なぜ子供達が働かなければならないのかといえば、生産コストを下げるためです。一番賃金が安い子供が働くことが望ましいということになります。また、産地であるアフリカが貧困に陥らなければならない状況というものもありますね。アフリカなどの開発援助の仕方に問題があるという人もいます。そもそも貿易自体の不公平というものがあり、さらにカカオという産物の特殊性もあります。単純な商品の取引と違い、先物取引の投機筋が絡み価格が変動することもかなり関わってきます。良いものがたくさん獲れたからといって、それに見合う価格で買われるかというところではなくて、その時の市場価格、要するにマネーゲームに左右されることもありますね。ちょうど2001年の前年あたりに、非常に価格が下落した時があり、その変動を受けてコストが削減されていく中で、子供達が売られていたというふうにも考えられます。今は全体的に資源高ということもあり、カカオの価格もちょっと上がってきていますが、この時はそういう状況でした。さらに開発途上国政府自体の政治状況も考えられます。国によっては、紛争とか武器の輸出とか、そういうものと貿易が絡んでくる場合もあるかと思えます。

そして企業の大きな利益の追求というのが上げられます。チョコレート産業というのはグローバル企業何社かで持っています。そういうところの利益追求が価格に反映されるといようなこともあります。その地域だけに限らない、グローバルな、非常に複雑な要因を含んでいます。だからこそ、チョコレート問題は、アフリカの貧困の分かり易い例としてあげられるのです。私はチョコレートが好きだったので、この問題に気付いたのですが、それまでは、南北問題といっても全然ピンと来ませんでした。WTOがどこで行われ、会期があって、G8サミットがあり、この問題が取り上げられても、自分とは関係がある話のように感じられませんでした。たとえば、シアトルでコーヒー問題の暴動があったというニュースを聞いた時、コーヒー生産者の人達は過激らしい、という程度にしか思えなかったのです。でも、チョコレートの裏側にいろいろな問題が含まれており、それを解決する方法にはどんなものがあるのだろうかと考え始めた時、どのチョコレートが良いのか悪いのか特定出来ないなかでボイコットしても、それによって産地の人々がどのように変わるのかというと、とてもそれは難しいことのように思えたので、別の方法を考えたいと思っていました。

そんなことで悩んでいたら、2001年の春からあつという間に秋になってしまいました。そして、“9・11事件”が起きたのです。私の中で、チョコレート問題と“9・11事件”とが繋がってしまったのです。貿易の問題を感じていた時に、ワールドトレードセンターが無くなってしまったというところ。私と同じ世界の側にいた人達が、貿易や世界が抱える歪みの犠牲になったんだなと感じたのです。ワールドトレードセンターを攻撃したのは、チョコレートとは何の関係もない人達ですが、あの人達が何を言いたいのかというと、貿易格差で苦しんでいるというようなことを含め、弱い者を代表したつもりになっていたわけですね。私達が本当に安心して暮らしていくために、こういう問題をなおざりにせず、今あるこの世界を本当にフェアなものにしたいと考えたのです。

私にとって幸運だったのは、ロンドンには、NGOであるとか、チャリティであるとか、社会問題に対してとても感度の高い人達がいっぱいいたことです。街を歩けば、商店街に必ずあるのが“チャリティショップ”です。どういうところが運営しているかというと、貿易問題に取り組んでいるオックスファームという大きなNGOであったり、ガン撲滅の対策をしているNPOであったり、赤十字のようなところであったり、地域のチャリティであったりです。そして、チャリティショップに置いてあるものが、フェアトレードの商品でした。その中にはチョコレートもあったのです。フェアトレード商品に出会ったのは初めてのことでしたが、パンフレットなども置いてあり、フェアトレードの物を買うことによって開発途上国の人達を助けることができますよというようなことが、明るいトーンでPRされていました。

たとえば、アイファットという機構が提唱しているフェアトレードの基準は以下のようなものです。

1番、生産者の仕事の機会を提供する。

- 2番、事業の透明性を保つ。
- 3番、生産者の資質の向上を目指す。
- 4番、フェアトレードを推進する。
- 5番、生産者に公正な対価を支払う。
- 6番、性別に関わりなく、平等に機会を提供する。
- 7番、安全で健康的な労働条件を守る。
- 8番、子供の権利を守る。
- 9番、環境に配慮する。

ワールドトレードセンターの出来事などで暗い気持ちになっていた時、「これだ！」というように感じて、私はすぐにこれに飛びつきたくなりました。これはぜひ食べてみよう、ぜひ買ってみよう。実際、食べてみたらおいしいのです。これは多くの人にも広めたいと思いました。そして、こういう良い物を応援していく方が、私のキャラクターには合っていると思いました。

“チョコレボ”は、このフェアトレードのチョコレートを口コミで広める活動です。日本に帰ってきて、メールとか口コミなどで仲間を募りました。するとお友達がたくさん集まり、これを広めて、日本にも紹介しようということになったわけです。私達はカカオを買う時、そのカカオに見合う対価を支払って、フェアな形で取引をしようというものです。これまで、プロセス部分の情報が、消費者側には欠けていました。生産者側にとっても同じです。労働をしている人達が、一体自分たちは何を作っているのか、分からずに作っているものもあります。さまざまなプロセスを経て、消費国の私達のところへチョコレートとして届くわけです。プロセスの情報が真ん中で分断されていたものを、生産者の人達と消費者側の人達がお互いに情報を取りあうことによって、仕事に見合ったものなのか、その辺のところを知ることが大事なことだと思います。それによってポジティブなリレーションを作っていきますよということ。子供が大変な思いをして作っているものを、私達はあえてほしいと思っているのかどうかというと、決してそうではありません。作っている人達もハッピーであることが望ましいと思っています。安心して食べられるチョコレートがおいしいということが、私達のニーズとして動いていくことによって、フェアトレードのチョコレートを作ることに取り組んでみようという企業の人達が動いてくれます。その動きが生産者の人達にも繋がっていくことによって、子供達を学校に行かせることが出来てしかも環境にも配慮することが出来るとなれば、彼らにとっても非常にメリットがあることです。このサイクルをチョコレートから作っていきたいというふうに思いました。彼らの自立に繋がるものを買いたいという意味を表明していくことによって、生産者の環境を変えていきたいと思いました。『チョコを選べば世界が変わる』というのは、ある広告代理店のコピーライターに作ってもらったものです。私達がチョコを選ぶことによって世界が変わっていく。世界というのは途上国というよりも、むしろ私達の側の世界です。先進国側の意識の問題を変えていきたい。私達の側の世界観を変えていきましようという

のが、チョコレボのメッセージの大きなところ。人と地球にやさしいチョコレートを、誰でもどこでも気軽に買えるようになること。原料のカカオを作る人、チョコを売る人、そしてチョコを楽しむ私達、チョコに関わる皆がハッピーになれること。“チョコレボ”は、そんな世界の変化を作るキャンペーンです。

「普通のチョコは買わない方がいいのですか？」というような質問もよく受けますが、チョコレボのキャンペーンでは基本的にチョコのボイコット、不買運動は呼びかけていません。チョコレボは批判やボイコットではなく、消費者と企業、NGOや行政など各セクターのポジティブな連鎖反応を目指しています。NOではなくYESの人達、「これ良いよね」と、応援する人達がどんどん増えていくことによって、市場原理で、マーケットの中で、そういうニーズがあるなら商品を作ってみよう、実際にそういう商品が見えることによって「じゃあ、買ってみよう」というような流れを作っていこうというものです。

何人かの人を募って始めた“チョコレボ実行委員会”というグループで、まず始めたことは、ブログとかネット、SNSといったネット上で仲間を集め、情報交換したり、チョコレボを応援してくださいと呼びかけたりしたことです。そして、それぞれの人達が口コミで自分の買ったチョコがおいしいよと友達同士に呼びかけたりするような、情報発信の行動を起こしてもらうようなことを、キャンペーンとして展開しています。同時に企業に対しても働きかけを行っています。フェアトレードの取り組みをしてください、そういう商品を置いてくださいということと呼びかけています。マーケティングのサポートなども行っています。

日本に帰ってきて、フェアトレードの良いチョコレートがあるのにあまり売っていないので、友達などに呼びかけてみたことがあります。すると、そういうものを扱ってもらえるところがあるかどうか調べてくれた人達がいて、大手スーパーマーケットの商品部に勤めている人が知り合いにいて話を聞いてみないか、ということで、実際にお話させて頂いたことがあります。商品部の方も、「非常に良いね」「面白いね」と言って下さりました。しかし、フェアトレードのチョコレートで開発途上国を支援するのは良いが、「今私の会社で扱ったとして、どの位売れると思いますか？」と聞かれてしまいました。それが2004年から2005年の頃です。売る側にとっては商売である以上、売れない物は置けないということです。これは同時に買う人達を増やさなきゃいけないと思いました。キャンペーンとして広く呼びかけ、買いたいという人達を増やしつつ、あちこちの企業に伺い、「置いてもらえませんか」「こういうのありますよ」とPRしました。この両方をする事により、初めて機能するのがチョコレボです。「子供が奴隷になっているから、かわいそうだから売って下さい、買って下さい」、これでは、おいしいチョコレートもおいしくなくなってしまいます。楽しく、ハッピーに、ポジティブに発信しようということで、デザイナーさん達に集まってもらいました。ロゴやポスターを一緒に作りませんかとお願ひしましたところ、たくさんの方が応援してくれました。また、本当にチョコレートが好きな人ということで募って、一般の人達に参加してもらったのです。すると、お店で働いた経験がある

ので、それを活かして、3日間のチョコレート専門店を開きませんかという企画を作って下さったりとか、環境イベントの中で、何かフォーラムで話ししましょうとか、パーティをやったらいいんじゃないとか、いろいろなアイデアを出し合ってくれました。大学とか地域のイベントなどでも呼んで頂いたりしまして、早稲田大学の125周年記念祭ですとか、東京大学の駒場祭ですね。一年生の人達がいろいろチョコのことを調べ、“チョコ白書”なるものを作ってブースに出したりとかして。学生のフェアトレードを広めようというグループの人達にも協力して頂きました。企業では、すごく反応して下さったのがイオンさんです。ジャスコの品川シーサイド店で、2007年のバレンタインの時期に、チョコレートのコーナーを作ってくれました。フェアトレードのいくつかのチョコレートをまとめて売りたいということで、パネルなどで紹介・発信させて頂きました。また、ミニストップさんでは、社長座談会に呼んで頂きまして、環境社会報告書の中で紹介してもらいました。あるいは、KDDIさんが10周年記念の環境のコンテンツとして、チョコレートを応援しようということで、いろいろなリーフレットを作って下さったこともありました。

こうして企業を巻き込み、地域や大学のイベントなどを巻き込んで発信していったのですが、一般のお店とかスーパーなどではまだまだ置いてもらえません。そもそもフェアトレード自体が日本ではどの程度知られているんだろう、その辺のところから調べてみようということになりました。調べた結果、日本ではフェアトレードは、ほとんど知られていないのです。続いて、フェアトレードに対して、どういう人が反応しているのか、誰が知っていて、どうして知られていないのかというようなところも知ってみたくなりました。2007年4月に、フェアトレードのマーケティングリサーチを行いました。18歳から69歳のインターネットを利用している人達、全国で約4万人の人達に投げかけました。クイズ形式にして、本当にこの人は分っているなという人を抽出して、結果的に8百何人かいたんですが、この人達がどういう情報で、どこでフェアトレードを知り、どういう買い方をして、何がほしいのかというようなところを調べていきました。この時私達の調べた中で、フェアトレード認知者というよりも、調べた対象の中で、知っていた人達ということですから、正確に言うと認知度ではなくて、出現率と言われるそうですが、わずか2.9%の人達しか知っていないという状況でした。多かったのは都心部に住んでいる、首都圏に住んでいる人で、年齢も30代位の女性とか、いろいろバラつきはありましたけれども、そういう結果が出ました。こういうようなこともしながら、いろいろな情報を集めながら、またさらに今のフェアトレードのチョコレートを買う人はこういう人、だからこういう人達に訴えましょうということを言えるようにということで、情報を集めているのです。同時に、商品開発や企画提案なども行ってきました。ミニストップさんでは、2008年のバレンタインの時期に、首都圏の13店舗限定でフェアトレードのチョコレートを利用したソフトクリームを販売しました。板チョコなども一緒に置いて頂いて、『ミニストップ×チョコレート』という形でPRして頂きました。コストが高いということもあって、全国展開にまでは至っていませんが、引き続き行なってもらっています。

また、オーストリアのブランドでゾッターというチョコレートがあり、デザインを変えたりすることが出来る面白いチョコレートなので、このデザインを日本人のグラフィックデザイナーの方にやって頂き、チョコレボのチョコというのを作ってもらいました。その裏側に携帯のQRコードを付けました。QRコードを作ったのは京都造形芸術大学の竹村信一先生です。QRコードを読み込むと、どういう人達がどう作っているのかが分かる情報を提供しようと。さらに、食べた人達が作っている人達に宛てて、コメントをサイトに送ることが出来るようにするといった実験的な試みに協力して下さいました。2008年のバレンタインには、新宿高島屋店でチョコレボのブースを作ってもらいました。アムールドショコラというチョコレートの祭典があり、その中にフェアトレードのチョコレートという枠を設けてもらいました。また、チョコレボを発信するブースも作ってもらいました。メディアにも働きかけて、日経新聞のコラムでバレンタイン前の2月10日に記事にして頂くなどもしました。こういう発信をすることがすごく大事だと思いましたので、少しでも多くの人に知ってもらうために、協力して頂くようにしています。

同時にすごく気になっていたのが、一番初めにニュースになっていたガーナの問題だったんですね。今私達が日本で買うことが出来るフェアトレードのチョコレートというのは残念ながらアフリカ産のものは滅多にありません。今手に入るものはほとんど中南米産、ボリビアですとか、ドミニカ共和国ですとか、今ここにも持ってきているのが一つあるんですけども、これもオーストリアのもので、フェアトレードのカカオを作っている産地は中南米のものが多いのです。チョコレボを始めたきっかけである西アフリカの子供の問題は、フェアトレードの商品を購入することによって解決しましょうと言っておきながら、なにか矛盾しているのですね。そういうこともあり、気になっていた西アフリカに行きたいという夢が去年の12月に実現しました。株式会社リコーさんは環境先進企業ですが、森林保全のプロジェクトを世界各地でやっています。その中の一つがガーナなので、リコーさんに伺ったところ、植えている木が実はカカオの木だったのです。そして、担当者の方が視察に行く予定があるので、一緒に行きませんかと誘って頂いたのです。ガーナのみならず、西アフリカの生産地では、カカオは、本来森の中に生える植物です。しかし、効率良く収穫をしなきゃいけないということで、森林の木を切り倒し、そこにカカオだけを植えるということをしています。しかし、このやり方では土が疲れてしまい、3、4年も経過すると、収穫量が落ちます。それを補う為に農薬を蒔いたりして、無理に作るわけです。それでも4、5年経つと、収穫できなくなってしまいます。こうして森は穴だらけになってしまったという現象があります。その結果、そこに本来住んでいた動物達が移動できなくなり、種を絶滅に追い込むという状況になっています。これに対して、生物の多様性に特化し活動しているアメリカのコンサベーションインターナショナルというNGOが、カカオを植えながら、森を増やしていくというプロジェクトを始めています。森林の周囲にカカオの木を植えて、カカオで生活をする人達の自立を支援しながら、森と森をつなげていくというプロジェクトです。実際に、その現場に行くと、生産者たちが笑顔で

迎えてくれました。でも、もしここで児童労働が行われているようなことがあればと、心配したのですが、働く大人の周りで遊んでいる子供達ばかりでした。その上、生産高も非常に多いのです。これは、自然をそのままにしながら、農薬を使わず、森の中で育てているからだそうです。森自体が力を持っているので、それによっていっぱい出来るということでした。生産者の人たちはとてもハッピーになったと口々に言うので、何がハッピーなのかと問うと、10人中10人の人が「子供が学校に行けるようになりました」ということでした。このプロジェクトを始めて、村によっては収穫量が2倍から8倍に増えたそうです。周りのカカオについての研究所や大学の機関など、いろんな所が連携してやっています。収穫物を売る場所、彼らのものを買い取る場所もありました。クワパココウという生産者のフェアトレードの組合がありまして、そこが買い取っていました。そして、彼らは自分達で、どこに売るかを選ぶことも出来るのです。強制労働とは縁のない、非常に恵まれた人達でしたが、それもこういうフェアトレードの組合があり、こういうNGOが技術支援をしているからこそ可能になっているわけですね。生産者の子供が通う学校へも行きました。私が子供達に「皆さんの一番大事なものを絵に描いて下さい」とお願いすると、カカオの木の絵を描いてくれた子供や動物の絵を描いてくれた子供が多かったのです。親がカカオの生産で生計を立てて、子供達を学校に行かせることが出来ているということと、その地域での環境教育というのが非常に有効に活かされていて、次の世代が育っているなどいうのを実感してきました。ただ、ここで生産されているカカオが日本へ来ているのかを尋ねてみると、来ることは来ているようですが、混ざって来ているから、どれがどれだか分からない状況なのですね。イギリスには、ここで出来ているフェアトレードのチョコレートが入っているのですが、日本に持ってくるのは、ちょっと大変だということが分かりました。それならば、ここの豆を直接日本に持ってきて、フェアトレードと言えるかどうか分かりませんが、少なくともこの人達を応援して、こういう生産者のアグロフォレストリーに参加する仲間を増やすチョコレートを作りたいなと思ひまして、また新しいプロジェクトを行っているところです。今までの私たちの活動の柱は、PRとかプロモーション的なものでしたが、商品開発やプロデュースにも領域を広げようと考えました。森を作って、子供達が学校に行けるようになるチョコを作りたいということで、貿易会社とかメーカーさんに働きかけましたところ、作ってくださるところの目処がついてきました。売ってくれるところも、従来のものに加えて、もっとおいしいものを作りたいということで、洋菓子メーカーさんにもお願いをしているところです。

カカオの生産は、年に2回のサイクルがあり、小規模な収穫が6～7月くらいで、一番大規模な収穫は10～12月です。今ちょうど実になりまして、今秋に収穫されるものを次の年の春ぐらいに船で運んできて、それを製品としてチョコレボのチョコということで、いろんなメーカーさんに、出来ればOEMという形で作ってもらおうという企画を進めています。

こういうふうにして、いろいろなことをいろいろな人に話しかけるたびに、どんどん話



しが膨らみ、繋がりが広がってきました。チョコレートは、私たちに身近なものでありながら、その生産プロセスがあまり知られていません。複雑な問題をはらんでいる象徴的な商品です。『チョコを選べば世界が変わる』というキャンペーンでは、チョコをあえて特化していますが、その意味は、チョコレートという小さな商品の世界から、何かを変えていこうというものです。フェアトレードとか、貿易の問題とか、いきなり変えるのは難しいかもしれませんが、ここ2、3年活動を続ける中で、少しずつ変化が起きています。小さいけれどもポジティブな変化を作り出すことが出来たら、それを多くの人達と共有し合いたいと思っています。共有し、変化のプロセスを一つの成功体験として実感していきたいです。チョコレートでひとつの成功体験が出来たことにより、他のものだって変化させることが出来るという気持ちも生まれます。私が考え出したチョコレートによる変革が、他の分野でも応用され、何でも前向きな気持ちを持てば実現出来ると思っていただきたいのです。その小さなきっかけを作っていくことが出来れば面白いなと思います。チョコレボはチョコに留まらず、いろんなものを選ぶ時に、その製品が誰によってどんな状況で作られたものなのかを想像してみる、そのようなすてきな人を増やしたいのです。そして提供する製品やサービスに関わるすべての人が幸せになれるといいなと考えています。環境にもやさしい形でビジネスを行っていくことを大切にするすてきな会社も増やしたいのです。チョコレボは、チョコから始まる変化の先にそんな世界を見えています。

チョコレボは、チョコレボ実行委員会という、私を中心とした有志によるものですが、どういう人達で構成されているかという点、ミクシィなどのSNSで集まってきた人で、中心メンバーは6、7人です。加えて、広告代理店にお勤めの方とか元ユニセフにいらっしやう方、ODAに特化したコンサルティングの会社の方、イベントのお仕事をしていた方、ウェブサイトや音楽系のクリエイターの方、デザイナーの方、そういうような方達と一緒にやって下さっています。これからも、出来るだけ多くの方に参加していただきたいと考えています。例えば中学校の生徒さんが、学習発表会の中で、こういうチョコがありましたっていうのをやってみようのもいいなと思います。地域のカフェで発信してもらおうのも有りだと思います。あるいは、非営利の活動の中で、チョコレボを使って頂くのも問題ないと思います。宗教的な問題と政治的な問題さえ外して頂ければ、誰でも、こういう問題に関心がある人が発信していきながら、関わって行って、人と地球にやさしいものを選ぶ人がたくさん増えていくことによって、世界が変わるというような流れを作っていければと思っています。