

## 英国発化粧品ブランド LUSH

# 同性婚法制化に向けた啓発キャンペーン「結婚の自由をすべての人に」 チャリティソープがオンラインショップでは初日で完売！ ～ LUSH 新宿店で実施したサイレントデモで、 同性カップル4組による結婚の平等に対するメッセージを発信 ～

英国発のナチュラルコスメブランドLUSH(ラッシュ)は、日本社会における結婚の平等を実現すべく、2022年3月17日(木)から3月31日(木)の期間を第一フェーズとして、日本における同性婚の法制化に向けた啓発キャンペーン「結婚の自由をすべての人に」を実施しています。

本キャンペーンの初日である3月17日(木)から発売している数量限定のチャリティ商品ソープ『結婚の自由をすべての人に』は、オンラインショップでは早くも完売となりました。  
なお、同チャリティソープの売上げの全額(消費税を除く)を公益社団法人Marriage For All Japan - 結婚の自由をすべての人に(以下、Marriage For All Japan)に寄付し、2022年7月に予定される参議院議員選挙前に市民へのさらなる啓発を目的とした活動に活用される予定です。



チャリティソープを見る顧客イメージ



3月17日、アジア最大の旗艦店LUSH 新宿店で開催されたサイレントデモの様子

キャンペーンの初日にあたる3月17日(木)、アジア最大の旗艦店であるLUSH 新宿店のエントランスエリアで実施したサイレントデモでは、4組の同性カップルが結婚の平等に対するそれぞれの想いを手書きでつづったパネルを掲げ、LGBTQ+の象徴の曲としても認知されている「虹の彼方に」のピアノの生演奏とともに道ゆく人々にメッセージを発信しました。全4回(16:00、17:00、18:00、19:30)のサイレントデモでは、多くの人が足を止め、パネルに書かれたメッセージを読みながら、結婚の平等に関する会話がその場で生まれました。また、SNSでは、「#結婚の自由をすべての人に」と「#マリフォーLUSH」をつけて、多くの愛に満ちあふれた会話が投稿され続けています。



## <参考情報>

キャンペーン「結婚の自由をすべての人に」は、Marriage For All Japanが実施する活動を支援するもので、2023年までに日本における同性婚の法制化を目指し、全国75店舗やラッシュ公式サイト内[キャンペーンページ](#)などで、Marriage For All Japanから発信される結婚の平等に関する様々な情報や動画コンテンツなどを公開することで人々の正しい理解および会話を広げ、一人でも多くの同性婚賛同者の声を可視化します。これにより、Marriage For All Japanの同性婚法制化に向けた啓発活動を後押しするかたちで日本社会にムーブメントを起こすものです。

なお、このキャンペーンは3/17～3/31の期間に加えて、7月の選挙直前のタイミングも含めた2つのフェーズに分けて実施する予定です。

なお、キャンペーン開始日を3月17日にしたのは、昨年この日が「結婚の自由をすべての人に」訴訟の札幌地裁で歴史的な判決が出た日であることから、この日を祝福する意味を込めています。

## キャンペーン実施背景

誰もが自分らしく平等に暮らせる社会を目指し、行動し続けてきたラッシュにとって、結婚は誰もが平等に持つべき権利であると考えます。結婚をするかしないかは個々の自由ですが、私たちが暮らす日本社会で、同性同士というだけの理由から結婚の権利が奪われてしまう環境は、人権にかかわる問題です。

誰もが平等に結婚の権利を持てる社会にするには、同性婚を法制化することです。

そのために、2022年7月に予定されている選挙で、一人でも多くの同性婚賛成派議員が当選し、国会で法制化に向けて議論を推進してもらうことが必要です。

そのために今日本社会で必要なことは、人生の中で「結婚」という選択肢を持ってない人がいるという事実や、結婚ができないことで生じる不利益など、正しい理解をすることです。そして、「結婚の平等の実現」も選挙投票時の重要な視点のひとつであると捉えられるよう、一人でも多くの結婚の平等を願う人が増えるのと同時に、その世論のポジティブな声の高まりを継続的に可視化していくことが必要です。

「結婚の権利」は、性のあり方にかかわらず、同じ社会に暮らすすべての人にかかわる内容であり、これからの次世代にとっても、当たり前前に結婚という選択ができる社会を作るべく、本キャンペーンを通じて、オンライン（#結婚の自由をすべての人に）とオフライン共に「結婚の平等」についての会話を促します。

## 日本全国のラッシュ店頭で結婚の平等に関する声を可視化

本キャンペーンでは、日本に暮らす5組の同性カップルに協力いただき、各カップルの日常風景を切り取った写真とともに、結婚の平等に関する想いを可視化したディスプレイを、日本全国75店舗の店頭および店内、公式サイトなどで展開する予定です。

特にアジア最大の旗艦店であるLUSH 新宿店やLUSH 渋谷駅前店、LUSH 原宿店、LUSH 大阪梅田店、LUSH 神戸三宮店の路面店5店舗では、外観のウィンドウ全面に「結婚の自由をすべての人に」のメッセージを掲出すると共に、キャンペーントレーラー動画などの様々なコンテンツをサイネージなどで投影します。

第二フェーズでは、参議院議員選挙を目前とするタイミングに合わせた、チャリティ商品「結婚の自由をすべての人に」の寄付金で制作される予定の啓発動画を、日本全国のラッシュの店舗や公式サイトなどで公開する予定です。また、Marriage For All Japanが公開する「マリフォー国会メーター」という同性婚に対する各国会議員の賛否や賛同議員の割合などの情報を確認できるツールの紹介などをしていく予定です。

### チャリティ商品『結婚の自由をすべての人に』

結婚の平等(Marriage Equality)を表す=（イコール）と多様な愛のカタチを表現したハートをモチーフにした、レモンとローズウッドオイルの香りが豊かなソープ。

バラの中でも特に香り豊かなことで知られているセンチフォリアローズは、お肌のキメを整え、健やかに保つ働きをします。さらにお肌にツヤをもたらすレモン果皮油や、髪やお肌を清潔に保つレモンマートルオイル、保湿効果の高いグリセリンを配合することで、輝くようななめらかな洗い上がりへ導きます。

価格・容量: 860円(税込・80g)

※ 3,500個の数量限定販売

※ 売上げの全額(消費税除く)は Marriage For All Japanに寄付され、結婚の平等に向けて啓発を目的とした活動に使われます。



## Marriage For All Japanについて

「公益社団法人Marriage For All Japan – 結婚の自由をすべての人に」は、性のあり方に関わらず、誰もが結婚するかしないかを自由に選択できる社会の実現を目指して活動しています。

弁護士やPRのプロフェッショナル等によって、同性婚(婚姻の平等)を実現させるために設立されました。

「2人で一生を共に生きていきたい」と考えたとき、カップル双方が結婚したいと望めば結婚することができ、また、結婚という形をとらないことを望むならば結婚を強制されないということ。それが「結婚の自由」です。「Marriage For All Japan – 結婚の自由をすべての人に」という法人名は、そのような結婚の自由(結婚という選択肢)が、異性カップルであるか同性カップルであるかにかかわらず、平等に用意されるべきであるという思いを表したものです。私達は、ロビイング、イベントやセミナー、訴訟含む同性婚(婚姻の平等)についての情報発信、調査研究などを通じて、同性婚(婚姻の平等)の実現を目指します。( <https://www.marriageforall.jp/> )

## 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ったスキンケア、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ますと信じています。「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、リジェネラティブであること(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。なお、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。( <https://www.lush.com/jp/> )