

ナチュラルコスメブランドLUSHのチャリティプログラム 2007年の開始から寄付総額が1億ポンド(約200億円)に到達 ～世界中のお客様と共に19,000件以上の活動への寄付を実現～

英国発のナチュラルコスメブランドLUSH(ラッシュ)は、2007年以来、独自のチャリティプログラムを通じて、世界中の草の根団体や活動家の活動を支援し、よりよい社会を作るための取り組みを継続的に行ってきました。ラッシュは、多くのお客様に関わっていただいたチャリティプログラムを通じて、現在までに金額にして1億ポンド以上(日本円換算:約200億円)、世界中で19,000件以上の活動プロジェクトへの寄付を実現することができました。また、2023年会計年度には、草の根団体に対し売上げ総額の1%弱を寄付することができ、環境や人権、動物の権利などの社会課題に対してポジティブな影響をもたらすラッシュの長きにわたるチャリティ事業に対するコミットメントを改めて示すことができました。



全世界のラッシュの店頭に掲げられるメッセージ

ラッシュのチャリティ活動は、『[チャリティポット](#)』や『[サンフラワーソープ](#)』をはじめとする定番チャリティ商品やキャンペーン限定チャリティ商品の売上げの全額(消費税を除く)を助成するものから、2つのプライズ「Lush Prize」※1と「Lush Spring Prize」※2の授与まで多岐にわたります。

※1 [Lush Prize](#): 動物実験廃止に向けた活動を推進する世界最大のプライズ。賞金総額25万ポンド(日本円換算:約5,000万円)

※2 [Lush Spring Prize](#): リジェネラティブな取り組みや、破壊された地球システムを再生する活動を称えるプライズ。現在申請受付中。賞金総額20万ポンド(日本円換算:約4,000万円)

キャンペーン限定チャリティ商品に関しては、これまでに約50種類にわたり発売してきております。2008年初頭、初めてのキャンペーン商品として非営利人権団体Reprieveと共同で、グアンタナモ湾収容所で裁判なしに収監されている人々の窮状を訴えるためのグアンタナモ・ガーデン・バスボムを発売しました。それ以降ラッシュは、キャンペーンカンパニーとして世間では知られていない課題を取り上げ続けています。

また、「Lush Prize」と「Lush Spring Prize」は、それぞれ隔年で開催されており、全世界のラッシュの店頭で販売している手揚げ袋の売上げの全額である30円(消費税を除く)を受賞者に提供するプライズ賞金として充てております。

1つの時代を終える

チャリティポットの偉大なる功績

共同創業者兼CEOのマーク・コンスタンティンは、2007年4月にボディローションの『チャリティポット』を開発しました。この商品の発表時は、小さな草の根団体やキャンペーングループ、活動家などによる社会のより良い変化を生むための取り組みに100万ポンドを集めることができたらと、考えていました。その狙いは、草の根団体や活動家たちに少額の助成金を寄付することです。この『チャリティポット』が多



ラッシュのチャリティ商品イメージ画像

くの寄付を創り出せれば、世界に大きな変革をもたらすことができるかもしれないと考えていたのです。その後、『チャリティポット』は予想をはるかに上回る、17,000件にもものぼる世界中のプロジェクトに対し、7,500万ポンド(日本円換算:約150億円)の助成金を通して応援することができました。過去17年間のラッシュのチャリティプログラムの中でも最も貢献した事例となり、寄付総額1億ポンドの75%は『チャリティポット』の売上げによるものです。

この象徴的な節目を祝う一方で、ラッシュは『チャリティポット』の販売を中止し、チャリティプログラム全体を見直し、世界が直面する現在のさまざまな課題に対処するために必要な資金提供の道筋を見極めることは良い機会であると捉えています。

そして、『チャリティポット』は2024年9月をもって順次ラッシュの店頭から姿を消しますが、『サンフラワーソープ』やキャンペーン限定商品は今後も販売を継続していきます。

なお、寄付総額1億ポンド達成の節目を祝うべく、これまでにラッシュのチャリティプログラムに関わってくださった全てのお客様や草の根団体、活動家をはじめとするすべてのステークホルダーに感謝をお伝えするキャンペーンを世界中の店舗で展開します。日本では、2024年8月29日(木)から9月4日(水)までの期間、全国78店舗の店頭で感謝のメッセージを発信します。さらに、この節目に合わせて新しく独自で作曲した曲にに合わせてラッシュのスタッフや草の根団体などが繰り広げるダンス動画は、ラッシュのホームページなどでご覧いただけます。

ラッシュのチャリティプログラムの今後

ラッシュのチャリティプログラムは新たな時代を迎えようとしています。2つのプライズは継続したまま、人権や動物の権利擁護、環境保護などの社会課題に対する支援を引き続き行い、その時々にも最も必要な目的に特化した資金調達を行うべく、これらの目的を反映させたチャリティ商品の販売を予定しています。

「ラッシュのチャリティの未来に対して私が望むのは、誰もが何のためのチャリティ商品なのかを理解し、誰もが支持できるような、明快でインパクトのあるメッセージを打ち出していくことです」

ラッシュ共同創業者兼CEO マーク・コンスタンティン



『サマーフィーリングスライス ソープ』

例えば、現在販売中の『[サマーフィーリングスライス ソープ](#)』は、すべての利益が、ガザとヨルダン川西岸地区の子ども達に必要なメンタルヘルス支援及びトラウマを克服するための専門的なカウンセリングを行うプロジェクトに寄付されます。

また、今年からは「キーストーンチャリティ商品(仮称)」も登場します。キーストーン種(生態系を設計するように、他の種の生息環境を再生する種)から着想を得たキーストーン商品は、優先的に支援が必要な世界各国の地域におけるプロジェクトのための資金調達を目的に販売される予定です。最初の「キーストーンチャリティ商品」の発売については近日発表予定です。

「キーストーンチャリティ商品」を通じて資金提供されるプロジェクトは、下記の2つ以上の目的を持つものとして考えています。

- 絶滅の危機に瀕する野生生物のための環境の再生、キーストーン種の保護
- 人類にフォーカスしたソリューションの開発(人類と野生生物の軋轢の解決からサステナブルな生計手段の支援までを含む)



[ラッシュのチャリティプログラムに関する詳細はこちら](#)

<https://weare.lush.com/jp/lush-life/our-giving/>

※1ポンド=200円換算

[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95%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りましたスキンケア、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。

(<https://www.lush.com/jp/>)