

資生堂の社会貢献

——高齢者・障害者向け「身だしなみ講座」を中心に——

岡内 伸二・亥野 蔦江

要 約

資生堂では社会に支えられていることに感謝しつつ、事業を行う過程で培ってきた固有の技術・ノウハウ・資産が生かされる社会活動を継続的に推進している。

その一つが老人福祉施設や障害者施設での「身だしなみ講座」で、高齢者や障害者向けに、化粧の仕方のセミナーを行っている。メーカーシップによる、リハビリテーションや日常生活への意欲向上など、医療分野からも注目されているが、携わっている社員自身が優しくなつて帰つてきて、その後の活動が変わつていくことを感じる。社会活動、社会貢献活動から逆に得るものは非常に大きい。

一 資生堂の社会貢献活動

1 資生堂の社会活動の特徴

資生堂は、「企業の社会活動はそれぞれの企業が保有

する遺伝子とも言うべき、固有の知恵と技術を発揮する場であり、企業活動と一体となったものであるべき」と考え、企業理念である「美しい生活文化の創造」に向けて、企業活動と社会活動を車の両輪と考え、社会活動を推進している。

具体的には、経常利益の3%を目安として社会活動全

般に、その三分の一を芸術文化活動に使っている。

2 メセナ（芸術文化支援）活動

資生堂では社会活動を「メセナ活動」「学術支援活動」「サクセスフルエイジング活動」「福祉・地域社会活動」の四つの領域に分けている。

まずメセナ活動についてだが、一九一九年の資生堂ギャラリー開設以来、若手アーティストに発表の場を提供している。本ギャラリーは東京銀座資生堂ビルの地下一階にあり、「時代を担う価値を発見すること」をテーマに運営している。有名な絵ではなく斬新な作品を見てもらうことを趣旨としている。かつて若く新進気鋭だった作家が、後の資生堂のデザインを支えてくれているという側面もある。もう一つに、作家支援プログラムがある。今後、飛躍が期待される作家の支援を目的に、国内で開催される展覧会のなかから毎年優れた作品を選び、カタログを制作している。その他に、毎年度、その年度に刊行された詩集のなかから最も優れた作品に現代詩花椿賞を贈っている。

3 学術支援活動

学術支援活動は、人間科学、皮膚科学、生活科学に携

わる企業として、関連する科学分野の最先端の研究を積極的に支援していく活動である。シンポジウム・講演などの自主企画・運営の例として、昨年三月の「シンポジウム・太陽紫外線と加齢」開催がある。研究機関への助成も行い、皮膚老化研究、理工学研究を奨励している。顔のあざなどに悩む人々のための化粧法と化粧品の開発も行っている。

4 サクセスフルエイジング活動

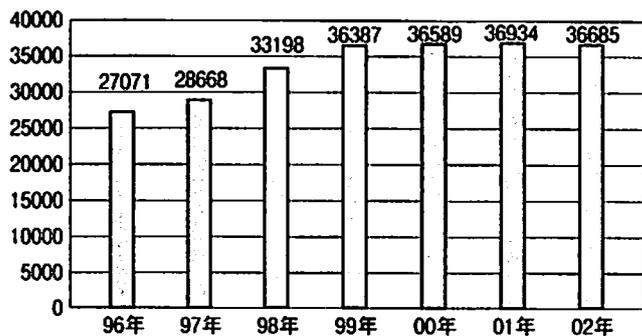
「自分らしくいきいきと生き、年とともに人として魅力を深めていくこと」、これを資生堂ではサクセスフルエイジングと呼んで、次の活動を行っている。まずサクセスフルエイジングフォーラムは、人が美しく年を重ねるための最新の研究成果や基礎的知識の提供を目的に、一九八九年から一年おきに開催している。次にサクセスフルエイジング講座は、「ふれあい」をコンセプトにした、ゲストスピーカーと参加者の対話型・交流型少人数制講座である。そしてサクセスフルエイジングセミナーは、地域企業・団体などの要望に対し、支社のビューティーコンサルタント中心に開催するもので、顧客と直接ふれあい、化粧生活を楽しむヒントや知恵を紹介している。二〇〇二年度は四四一〇件、一万三三七六名にお

越しいただいて開催した。後ほど詳しく紹介する「身だしなみ講座」は、このサクセスフルエイジングセミナーの高齢者・身体障害者向け講座である。

5 福祉・地域社会活動

資生堂は、「社員の社会活動への参加はフィランソロピー（人間愛）としての側面だけでなく『社会を見つめ、社会とのかかわりを通して自らを高めていく』ことにつながる」と考えている。そして、社員一人一人の成長が会社の成長につながるという信念のもとに、社員の社会活動を制度の面から支援している。例えば、「ソーシャルスタディーズデー」は、年間三日を上限に、社会貢献を目的とした社員の様々な活動を出勤扱いにする制度で、一九九三年に始まった。ボランティア活動、社会活動に役立つ技術の習得、ドナー登録など、幅広い活動が対象になっている。「社会活動賞」は、社員の草の根的な活動を顕彰する制度で、社員に「社会活動賞」を贈るとともに、受賞者数に応じた金額を資生堂社会福祉財団に寄付している。「商品マッチングギフト」は、社員がボランティア活動で流した汗に見合う量のシャンプーや石鹸など、自社商品を福祉施設に提供する制度で、一九九八年にスタートした。「海外ボランティア」は、カン

その他（高齢者・ハンディキャップのある方）
コース人数実績推移



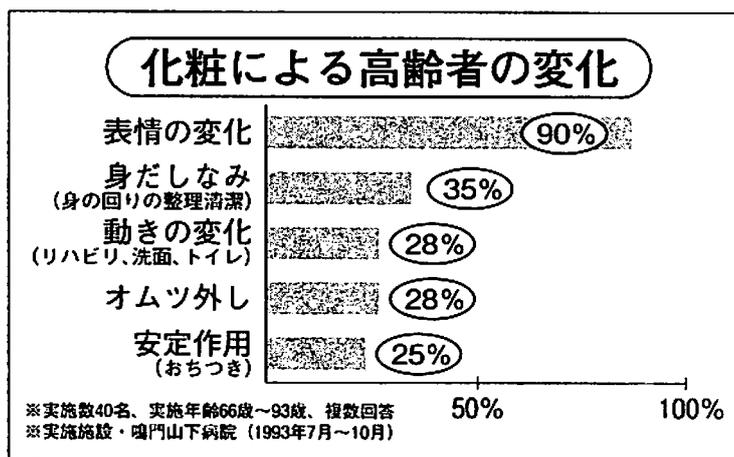
でのチャリティコンサート開催である。福祉施設での「身だしなみ講座」は、元々は高校卒業予定者に、身だしなみとしての化粧方法やヘアスタイルの整え方を知ってもらうための「整容講座」としてスタートした。一部の支社で一九四九年頃から高齢者や障害者を対象に行っていたものが、一九七五年に「身だしなみ講座」として全社的な活動に拡大されたのである。二〇〇二年度には一八八八件、三万六六三五人が受講された。メイクヤッ

ボジアやタイなどアジア各国でのボランティア活動を希望する社員の派遣制度で、一九九七年に始まった。資生堂では事業を行う過程で培ってきた固有の技術、ノウハウ、資産が生かされる社会活動を継続的に推進している。その代表が、福祉施設での「身だしなみ講座」の開催、視覚障害者向け総合美容ページの開設、視覚障害者向け美容情報サービスの提供、資生堂アートハウスでのチャリティコンサートの開催である。

プによるリハビリテーションや日常生活への意欲向上など、医療分野からも注目されている。二〇〇二年度の件数は一九九六年から倍増したが、よりきめ細かな活動を重視しているため受講者数は横ばいである。

6 「身だしなみ講座」

「身だしなみ講座」は、一九七五年、岩手県盛岡市の特別養護老人ホーム藤見荘から始まった。藤見荘の理事長はクリスチャンで、老人ホームでも豊かな人生を送って欲しいという願いから始まったそうである。理事長のコメントがある。「入居者は美容部員が訪問するうちに、自ら進んで化粧するようになった。それと共に気持ちの前向きになり、自ら進んでリハビリテーションを始めて、その結果普通に歩けるようにさえなり、更に、お互い助け合う気持ちを持ち始めた」。こういう効果を狙ってではなく、高齢でも女性として化粧をしてみたいと始めたのだが、結果として様々な効果を生むようになったという。一九九三年には、徳島県鳴門山上病院でもスタートした。ここでは四カ月間、高齢患者の化粧による変化を調査している。九〇％は表情に変化が現れ、三五％は身だしなみに気を配るようになった。さらに、二八％は動きに変化が出てきた。化粧がリハビリへの意欲を高め、



社会との関わりを深めることに役立っているのではないかと考えられる。さらに、寝たきり患者のオムツが外れ、月に数回、自宅に帰れる程度まで回復した割合が二八％、安定作用、落ち着きが出てきたのは二五％になる。これを機に、化粧療法という位置づけで全国に拡がっている。老人ホームでのビューティーコンサルタントのコメントを紹介する。

最初はイヤイヤと首を振るだけで一緒に参加してくれませんでした。でも、まわりの皆が楽しそうにしている様子を横目で見ているうちに、やっと仲間に入ってくれました。そして、次第に真剣になって…。痴呆症の老人とは思えない真剣な表情に感動しました。それから皆で歌を歌って終了したんです。

視覚障害者向け美容情報サービスの提供としては、化粧

品識別点字シールや、点字の美容テキストや美容情報テープ「おしゃれなひととき」による美容情報の提供がある。通常の商品にも点字シールを貼って、視覚障害者にも化粧液か乳液かを区別できるようにしている。これらの製作は、一九八四年に全盲の赤沢典子が入社したことをきっかけとして始まった。二〇〇二年一月からはウェブサイト上に「資生堂リスナーズカフェ」を開設し、パソコンからも情報を取れるようになってきている。これは、音声読み上げソフトに対応しているほか、サイト構成、デザインや文字の配置、大きさにも配慮して設計されている。

一九九七年、このような視覚障害者への活動を十年以上継続したことと、老人ホームでの美容活動が評価され、「ボランティア功労者に対する厚生大臣表彰」を受け、二〇〇三年度には、朝日新聞文化財団主催第一三回「企業の社会貢献度調査」において大賞を受賞した。

「身だしなみ講座」は社員だけでは対応しきれないため、障害者や高齢者を対象としたセミナーに、元資生堂社員の希望者に協力してもらうビューティーボランティア制度がある。参加者の「もう一回お嫁に行かな」、「家族がきれいになったとほめる」といった声を聞くだけで嬉しいが、参加したビューティーボランティアの「皆さんに喜んで頂けるのが自分の喜びでもあり、日常のスト

レスも解消されます」、「みるみるお年寄りの方の表情が喜びの顔になってきて、喜んでるのが私も嬉しい」という感想や、支社の担当の「活動に充実感をもってくれています。この気持ちを大切にしつつ、企業とボランティアの意味を考えたい」、「帰社後興奮気味に報告する姿を見て、活動する喜びを感じ取れた。その気持ちを大切に育てていきたい」という声を聞くと、高齢者や障害者に貢献するだけでなく、逆に社員自身がやさしくなれ、活動が変わってくることを感じる。それを求めているわけではないが、こういう社会活動によって、逆に返ってくることも大きいのではないかと思う。

これらの活動を題材に、一九九六年に「鳴門山上病院篇」、九七年に「カタクリの花咲く春に」という二篇の企業CMを作った。

(岡内)

二 高齢者・障害者向け「身だしなみ講座」

「人それぞれ、年それぞれの美しさ」をテーマに開催している様々なセミナーの内容について、いくつか例を挙げて紹介したい。これらはすべての人が対象で、男性向けにはメンズセミナーもある。会費は一切いらない。おらず、基本的には化粧品、ケープ、鏡やゴミ箱に至る

までこちらで用意する。会場のみ用意いただき、五〜六名のグループから申し込んでいただくことができる。ここで中心として述べるのは高齢者・障害者向けセミナーであるが、二〇〇三年には、高齢者向けセミナーを二四件、障害者向けセミナーを五件、担当させていただいた。

1 高齢者向けセミナー…「いきいき教室」

二〇〇三年、大阪府から社会保健センターを通じて、「お化粧はお年寄りの心にも響くものがある、大変元気になる、心のリフレッシュができる」と聞きました。『生き生き教室』にも来ていただけませんか』との依頼があった。「いきいき教室」とは、社会保健センターが地域に出向いて月一回開催される教室で、折り紙で花を折るなど色々なもの作り、高齢者にもできる軽い体操などが行われている。ここでは、大阪市東成区で行った「いきいき教室」の事例について述べたい。

私共の第一の目標は、参加者に楽しんでもらうことである。今回のように二〇名もの参加者がある場合は一人で担当するのは無理なので、ビューティーコンサルタント、スタッフに応援をしてもらう。事前の打ち合わせのなかで「今日の参加者は、『おばあちゃま』という年代の人々ですが、決してそういう呼び方はしないでくださ

い」といった話をする。名札をもとに、店に来られる顧客に対するのと同じ気持ちで、お名前でお呼びするようにしている。

必要な道具は全部用意するが、私共が一から十までメークをしてさしあげて、「はい、きれいになりましたね」で終わるのではなく、参加者自身に手・指を動かしてもらう。少しでもリハビリのお役に立つために、そして約九〇分のセミナー限りではなく、次の日もその次の日も、ずっと美しくあっていたきたいので、できるだけ自分の指の感触で覚えて帰ってもらうためである。

不思議なことに、セミナーの最初は、「鏡をもっと近づけてください」とお願いしても、参加者は「シワ見えるから嫌だ」「あんまり自分の顔を見たくない」とおっしゃって、自分から遠い位置に置かれていた鏡が、セミナーの中盤にさしかかると自然と自分に近づいている。きちんと鏡を手で持つて、自分の顔をしっかりと眺めておられるのである。このように鏡の位置がだんだん変わっていくのには非常に驚かされている。

最初にケープを参加者に着けてもらうが、高齢になると腕が上がりやすく後ろで結ぶのは難しいので、地域のボランティアに協力してもらう。そして、自分でファンデーションをつけてもらう。オークル系とピンク系の色

を揃え、「オークル系は自然な色なんです。ピンク系はおしゃれな色、ハイカラさんなんですよ」と説明し、できるだけ自分で色を決めてもらうようにする。スキンケアはできてもメイキャップの仕上がりはなかなか自分では分かりにくく、化粧の経験があっても何年何十年と化粧から遠ざかっていると、ファンデーションの仕上りにムラやスジができてしまいがちなので、参加して良かったという気持ちで帰ってもらうためにも、スタッフと分担して一人一人チェックさせていただく。

年齢とともに顔の筋肉は下がるが、筋肉が上がって見えるようにメイクすると、一〇歳も一五歳も若く見える。それが、錯覚を利用するメイキャップの効果である。ファンデーションを、額や鼻の頭など崩れやすい顔の中央からつける人が多いが、メイクを自然に見せるには、崩れるところは後回しにして頬骨の一番高いところからつけていく。メイク法は二〇代の頃のままと例もよくあるが、年齢を重ねると筋肉のつき方は変わること認めてもらい、人それぞれ、年それぞれの美しさということで、「眉と頬、口元のメイクをされる方がいいですね」と提案する。年代の高い人の場合、眉、頬、口元の三カ所にポイントをおいて仕上げると、表情が変わるからである。

眉の場合、目頭から上がった部分を眉頭、小鼻と目尻を結んだ線を眉尻とするのが基本になる。若い人ならそれでよいが、年齢が高くなると、下がってくる目尻を基準に眉尻を定めて、長い眉に描いてしまう。それでは筋肉の下がった位置を強調してしまうので、「目の切れ目の位置が眉尻の位置なんですよ」と説明する。たいいていの人は眉頭から描くが、それではきつい顔になってしまう。眉山から眉尻にかけて描きはじめ、眉頭より眉山を濃く描く方が自然になる。セミナーでは半分は私共で描き、「こう描くとお顔がハッキリしますですよ。筋肉も上がった気がしますよね」と声をかける。もう半分は自分でしていただき、左右を比べて、「もつとこうすればいいですね」とアドバイスする。

頬紅をつける位置については、「皆さん、宝クジが当たったと思ってください」と言うと、笑顔で頬の筋肉が少し上がるので、「ここを中心に頬紅をつけるんですよ。刷毛はこんな形で持つんですよ」と分かりやすく説明する。次に、できるだけ参加者自身でつけてもらい、後で私共が手直しする。うまくできているところは「上手、こういう感じでいいですよ。明日から頑張ってくださいね」と声をかけながら進めていく。

年代が高くなると唇の輪郭が不鮮明になり、口角が下

がつてくる。下がった口角にそのまま口紅をつけると顔もはつきりしないので、「できるだけ口角がキュッと上がるような描き方をしましょうね」と話す。紅筆の扱いが難しい人には、鉛筆状のものを使って「下唇にちゃんと輪郭を描いてくださいね、上は角っこを少し上向き加減に描くと口角がキュッと上がって、お顔全体に上昇ラインが出るので、若々しいイメージを出せるんですよ」と、使いやすいものを紹介する。

この日、九〇歳を超えた二人の女性が化粧講座があることをまったく知らないで参加され、最初は、「えー、私ら関係ないわ。今さらこの歳で」とおっしゃるのを、まあそう言わずにと、やっと座っていただいた。最初は鏡を開くのも嫌そうな様子で、参加者のうちで最もかたくなだったのに、ファンデーションをつけ眉を描いて自分の顔が変わっていくと、最後には最も喜んで、「一〇歳若返ったわ」と言ってくれた。もう一回嫁に行けるわ」とは、どの会場でもおっしゃるし、皆いい表情をなさる。むっつりしていた人の顔にも満面の笑みが浮かぶので、私はこのセミナーの会場に行くたびに勇気や元気をもらって帰っている。

次にヘアスタイルに移ると、参加者は一層真剣な表情になる。年代を重ねて髪ハリやコシがなくなってくる

と、女性の場合、地肌が見えやすくなるので「トニックをつけてマツサージしましょうね」と語りかける。「皆さん、手をパーにしてください。そのまま頭の上に載せてください。ここがお寂しくなりやすいんですよ。ここにトニックをしつかりつけてください」、「トニックが流れて目に入ると、しみて痛いですから、つけるときは上を向いてください」とまず説明して、高齢者が家でもできるマツサージの方法を紹介している。

九〇分の教室が終了すると、ボランティアのサービスでお茶の時間になる。初めは近所の仲のいい同士で座り、「暑いねえ、元気？」という世間話をしていた人が、九〇分経って美しくなると、隣同士でなくテーブル越しに離れた人同士、「いやー〇〇さん、きれいやわあ」、「その口紅ええわあ」と声をかけあうようになる。これは、化粧の効果だと私は確信している。和やかな雰囲気になり、どこか寄って帰ろうかといった会話も出て、非常に微笑ましい光景になる。化粧には、言葉では表せない心を感じる効果があることを様々なセミナーで痛感する。表面の美しさだけでなくコミュニケーションにも繋がります、心に元気が生まれ、やる気が出るのである。

帰り際、私の肩を叩き「幾つに見える？ 今年で八〇」とおっしゃる女性は、私の目にも一〇歳は若く見えた。

背筋の伸び方も違う。一般に女性は自分の歳をはっきり言わないのに、化粧することで自分に自信が持てたから、自分の歳がはつきり言えたのだ。

別の時には、もうすぐ八〇歳かという人が、たまたま近所の人に誘われて、普段は参加しない「生き生き教室」に来られた。八〇年間一度も化粧の経験がないとのことなので、「どうしてですか」と何うと「自分の若い頃は戦時中で、お化粧どころではなかったんですよ」と聞かされて、胸を打たれた経験がある。後で、もう一人のスタッフから、「さっきの〇〇さんね、つけたもの全部書いてくださいって言われたんで、慌ててカバンからメモを出して書いたんですよ」と聞いた。

2 老人ホーム・デイサービスセンターでのセミナー

老人ホームやデイサービスセンターでの高齢者向けセミナー実践例についても述べたい。

高齢者にとって長時間座るのは大変苦痛なので、マッサージを取り入れている。ただのマッサージでは乗り気になってももらえないので、「楽しく、皆さんの肌を元気にイキイキさせるマッサージを紹介しますね」、「童謡でチューリップの歌って知ってる人？ チューリップの歌を全員で歌いましょうね」と言って、一人一人両手の指

の腹にクリームをつけて肌にはのばしてもらい、「皆さんのホッペタを指でグーッと持ち上げてください。じゃあ、いきますね」と、歌いながらマッサージをしてもらうのである。いつも手を引つ込めている人も、見よう見まねで手を動かすはじめる。他の人ほど元気にはできなくとも、歌に合わせて手を動かしている周りの人を見ているうちに、スーッと手を出して周りを見ながら頬に手を当てている。これを見て職員が「これって化粧療法だね」と驚いておっしゃることもあった。こうして楽しんでセミナーに参加してもらい、少しでもリハビリ効果になればと思つて実践している。

デイケアセンターから迎えに来てもらい、センターで一日楽しく過ごして帰るといふデイサービスの一環でメニューをする場合、出かける時と帰ってきた時と顔が違って、何かあったのかと家族が驚かれるので、「お家の方に今日はお化粧講座の日だったんだって伝えてくださいな。そして、必ずきれいになった顔を見てもらってくださいね」と伝える。最初は「九〇分、長いね」とおっしゃつても、終わってみるとあつという間である。最後は『「まだ八〇歳なのよ」と笑顔で自信をもって言えるように、いつまでも輝いていてくださいな」とお願いして、講座を終えている。

「母がこんなに嬉しい楽しい顔をして帰ってきたのは初めてだ」という家族の話や、デイサービスセンターから口紅をプレゼントしたという話を聞いた時、非常に嬉しかった。本人だけでなく家族へのケアにもなっているのだと思う。この活動はもっと幅広くやっていかなければと、スタッフと話している。このセミナーを通じて少しでも化粧して外に出たくなる、誰かと話したくなる、もっと言えば社会に参加していきたくなるような気持ちをもってもらえたら、と考えている。

3 障害者向けセミナー「障害者ガイダンス」

次に紹介するのは、障害者を対象に、大阪府雇用推進財団がドーンセンター（大阪府立女性総合センター）で開催する「障害者ガイダンス」である。履歴書の書き方や面接官との話の仕方など、企業の面接に向けて準備するガイダンスで、「企業に面接に行く時は好感を持たれる方がいい。好感を持たれるメーカーキャップを担当している方だけではないでしょうか」との依頼を受け、二〇〇二年、〇三年と「コスメティック・アドバイス」を担当させていただいた。

参加者によって障害も様々なので、苦勞もある。手話担当のボランティアに、こちらの話が早すぎると手話が

ついていけず、化粧品の専門的な用語を使うと訳せないとわれ、できるだけ分かりやすい内容で、ゆっくり話していくことを心がけた。セミナーの冒頭、「企業の面接に行かれる時に、ノーメイクで行くよりもナチュラルなメイクで行く方が皆さんにとってプラスですよ。しっかりと覚えて帰ってくださいね」と伝え、参加者自身に覚えてもらうことを目標に、難しいことは手伝い、一つでも覚えてもらうことを目標に行った。昨年度も実施後、就職できたという何人も嬉しい声をいただいた。

高齢者対象の場合は二名態勢で行っているのに対し、この場合、もつときめ細かな態勢が必要なので、参加者が多い場合、メーカーキャップ製品も、使ってみようかという気になってももらえそうな商品を用意して、楽しんでもらうよう心がけている。

障害者に声をかけ接する時、まず、どんな人に対して、上からではなく、できるだけ同じ目線で声をかける。視覚障害者には、いきなり触れて驚かれないよう、「あなたの側にいる」ことを声で伝えながら少し触れる。横からの方が違和感がないようだ。

「化粧水の量は五百円硬貨大」という言い方も視覚障害者には分かりにくいので、「コットンを挟んだ中指に水気

を感じるくらいの量をしみ込ませてください」と伝え、コットンの使い方についても「私が半分やりますから、半分は〇〇さん、やってくださいね」と、目で確かめられない部分は身体で覚えてもらいながら進めていく。

頬紅は、視覚障害者にとって、つける位置はもろろん色味がどのように出るか分からないので、難しいという。そこで、コットンに頬紅を少しとって、頬骨の位置を自分で触ってもらい、「そこにつけましょう、ブラシだったら濃くついたりするけど、コットンだったらほんのりしかつかないから」と伝える。「コットンでふんわりかけたら、とっても自然に色が入ってますよ。ちよつとワインを飲んでポツとほてったかなあというような色の出具合ですよ」といった表現で説明している。

口紅も、唇の輪郭に直接触れながらつける視覚障害者にとつては、紅筆の扱いが難しい場合が多い。例えば、容器から取り出すと筆先に色がつく口紅を使って、「唇の輪郭に沿って、ゆっくり塗って行ってください。そのまま塗れるんですよ」と言いながら塗っていく。「ツヤツヤのグロスが入ったピンクの口紅をおつけしましたよ」というふうには、どんな色で、どんなふうに見えるかを伝える。

「きれいになったねえ、いいねえ」と伝え、周りの雰

囲気を盛り上げながら進め、面接時のメーカーキャップのポイントとして、自分の好きな色ばかりではなくスーツの場合にふさわしい色を使うことや、眉と頬と口元の三カ所は手を抜かない方がよいことなどを話す。明日からはお手伝いのできいので、半分は説明しながら私共が、半分は自分で実際にしていただく。難しいところは後でお手伝いして、きれいになって帰っていただくが、難しい眉の描き方も、若い人にはできるだけ覚えてもらうようにしている。眉を描く、頬紅をつける、口紅を輪郭通りに塗るなど、いざという時になかなかうまくいかないの、常に心がけて自分でしていただくよう、お話しする。

私が担当した福祉関係の「※ゆうゆう会」のセミナーを受けた女性が、お手紙をくださった。

化粧講習で見たこと。お化粧の仕方を教えて下さってありがとうございます。私は顔に塗るのが苦手なので、今までお化粧はしていませんが、する時がきたら、教えてもらったことを思い出します。また『※ゆうゆう会』に来て下さいね。待っていますので。

短い心温まる手紙だった。会社のビューティーコンサルタントも、「じーんと来るね。嬉しいね」と言った。別の人からも「講師をお願いしたところ、快くお引き受け頂き、当日は二時間に渡る楽しい雰囲気を実感にあり

がとうございました。歳を重ねても美しく装うことにより、心の華やぎ、若々しくなることを実感致しました。これからは普段もお化粧をして、いつも心豊かに、充実した日々を送りたいと思っています。本当にありがとうございます。ありがとうございました」というお手紙をいただいている。

「化粧」、漢字で書くと「化ける」でも、こんなに多くの人々を喜ばせ元気にさせられる化粧品は、私にとって魔法の道具である。

(支野)

追記 本稿は、二〇〇四年一月二七日、部落解放・人権研究所企業部会における報告のテープおこしをもとに、まとめたものである。

人権の扉をたたく —啓発担当者の想いから

竹内良 著

四六判・198頁、1,700円（税別）

「なぜ企業が人権に取り組むの?」「差別がいけないなんて、わかってる」…。そんな社員と一緒に人権への気づきを生み出すべく、日々、自問自答を繰り返す著者の語りが共感を呼ぶ。

