

ティファニーが考えるサステナブルな未来

180年間、自然の美しさにデザインのインスピレーションを得て、そして自然が生み出す宝石を用いて、ジュエリーを生み出してきたティファニー。長きにわたりサステナビリティを実践してきた理念を、財団会長アニサさんに聞きました。



Profile

アニサ・カマドリ・コスタ●ティファニー財団会長兼理事長。ティファニーのチーフ・サステナビリティ・オフィサー。コロンビア大学院(SIPA)で国際公共問題を修めたのち、数々の慈善事業に関わり、2015年にティファニー初の最高サステナビリティ責任者に就任。

コレクションを選ぶ行為で直接保護活動に関われるのです

「ティファニーは20年前から、ダイヤモンドや貴金属の調達方法から環境保護活動まで、あらゆる分野でサステナビリティに取り組んできました。それこそが企業の理念となっています」

ティファニー財団のチーフ・サステナビリティ・オフィサーであるアニサ・カマドリ・コスタさんは語ります。

「このセーブザワイルドコレクションは売り上げ利益がすべて野生動物の保護活動に寄付されること、そして消費者が直接関われることを喜ばしく思っています」

2017年の発表から、2019年12月までに400万ドルを寄付する目標を掲げているそうです。「ライオンのチャームを買うことで直接ライオンの保護に、サイを買うことでサイの保護活動に寄付されます」



「現代では消費者は何を選ぶかによって社会にインパクトを与えることができます。20年間環境保護に取り組んできたティファニーというブランドを選ぶということにも、購入者の価値観が反映されます。ぜひ消費者にはポジティブな力があるのを知って下さい」。

購入者はサステナビリティに直接影響を与えることができるのです。さらに、このコレクションを会話の糸口にすることもできます。「これを買ったのはゾウの保護のためで、ゾウが今絶滅の危機にひんしている」という話をする事で、社会での認識を高めることもできるのです」



“チャンピオン・オブ・チェンジ” ジャパン アワードとは？

～ティファニーが掲げるもう一つのビジョン～

ティファニーは、ソーシャルな活動に取り組む女性リーダーを表彰する“チャンピオン・オブ・チェンジ” ジャパン アワード(CCJA)に2017年より協賛しています。設立者である、厚子・東光・フィッシュさんの声ををお届けします！

Q CCJAの活動でいちばん大切にしていることは何ですか？

A 日本で、地域社会の暮らしの向上のために地道に活動されている女性たちに光を当て、その活動を広く社会に知っていただくことです。彼女たちの活動と努力が、世の中に十分に知られていないばかりか、理解も感謝も十分でないという現実を問題視しています。そして少しでも多くの女性が、この賞によって社会変革の活動に参加して頂くことを心から望みます。



Q 欧米に比べ、リーダーを目指す日本女性が少ない理由は？

A 大きな原因は、「チャレンジングな仕事が女性には与えられないこと」と「家庭と仕事を両立しながら、喜々として働く女性のロールモデルが身近にいないこと」ではないでしょうか。背景にあるのは、「男性社会が女性の可能性を認めていないこと」や「学校や家庭での男女平等や女性の権利について教育の欠如」があると思います。子どものころから「将来、家庭の主婦になる」以外の夢や希望を与え、実際の社会で活躍しているロールモデルたちに会う機会を作ることが必要です。外国の女性を例にしてもよいと思います。そして、「白馬に乗り旗を振る」タイプ以外にも、自分に向いたいろいろなタイプのリーダー像があることを知る必要があると思います。リーダーとして夢を叶えることが、どんなに素晴らしいかも知ってほしいです。若いときからこのような訓練を重ねていると、自分もいつかリーダーになり、夢を叶えたいと思うようになるでしょう。



Profile

あつこ・とうこう・ふいっしゅ●CCJA創設者。日本の女性をアメリカに招いてリーダーシップを学んでもらう活動や、東日本大震災の被災地支援活動に長年尽力。2013年、オバマ大統領の発案で始まった“チャンピオン・オブ・チェンジ” 賞を受賞。

Q ティファニーがCCJAを応援することの意味は？

A ティファニーは、アメリカでも日本でもとても人気があるブランドです。ティファニーはCCJA受賞者に素晴らしいクリスタルのカップを贈呈くださり、それは女性にとってこの上ない喜びだと思います！ また、アメリカの会社からカップをいただくということは、社会貢献の先進国であるアメリカを含めてグローバルに活動が称賛されたことの証しだと思います。