



みず こし よう こ  
**水越洋子**さん

(ビッグイシュー日本編集長)



## ホームレスの人々とともに 目指す自立

### 周囲が反対するなかでの創刊

2003年9月、「ホームレスの仕事をつくり自立を応援する」というキャッチコピーを掲げた『ビッグイシュー日本版』が誕生した。販売員はIDカードをつけたホームレスの人のみ。何冊からでも、1冊90円で仕入れて200円で販売する。差額の110円が販売員の収入となる。1991年にイギリスで創刊された『ビッグイシュー』のシステムは多くの人に支持され、現在は27カ国で合わせて2600万部が発行されている。

『日本版』の創刊にあたって、斬新かつユニークな発想や街角で雑誌を掲げて売る販売員の姿が注目を集めた。しかし「うまくいけばホームレス問題の解決の道筋ができるかも」と日本版の立ち上げを決意した水越洋子さんに、周囲は「これだけ雑誌が売れない時代にうまくいくわけがない」と反対するばかり。

### 政治や社会問題を正面から取上げ、 支持を集める

周囲の声をよそに、水越さんは冷静に考えていた。「誰にでもわかりやすくオープンなビッグイシューのシステムが成功すれば、他の問題にも応用できるはず。そしてたまたま編集の仕事をしていたので、自分でやれるかもしれないと思ったのです」。

『ビッグイシュー』の読者層は若者が中心で、イギリス本部から送られてくる記事も若者に人気のミュージシャンや俳優のものが多い。水越さんは日本で編集する記事の方向性を定めるために、あらゆる若者向け雑誌を読み込み、「社会問題を正面から取り込んだ若者向けのオピニオン誌がない」と気付いた。「そういう読み応えのあ

る雑誌を求めている若者もいるはずだから、いいものをつくれば売れるはずと考えました」と話す。ひきこもりやDV、依存症など重いテーマを取上げつつ、必ず希望につながる提言で締めくくることが心にかけている。「2年経っても古びない特集内容」が誇りだ。

### 確かな自立に向けて、新たなチャレンジ

何度も苦しい状況を乗り越えながら、3年間で169万冊を売り上げ、ホームレスの人々に1億8590万円の収入を提供してきた。人気ロックグループ「BUMP OF CHICKEN」やアーティストの奈良美智など、さまざまな分野で活躍する人たちとのコラボレーションも多い。「彼らは“支援してあげる・してもらおう”という関係ではなく、対等な立場で共同作業するというスタンスでかかわって下さっています」と水越さん。

創刊以来、558名が販売員に登録し、1ヶ月以上続いた人は約4割、うち32名が就職していった。現在は10都道府県で約120名が販売活動をしている。ホームレスの人々が自立に至るまでには、『ビッグイシュー』の販売で路上から脱出し、自力でアパートを借りて住所をもち、就職活動をするという3つのステップを踏むことになる。それぞれの過程において、さまざまなサポートが必要だ。そのため、現在、非営利団体「ビッグイシュー基金」の設立準備を進めている。

とにかく慌しく時間が過ぎていく。思いをこめてつくった雑誌が刷り上っても、余韻に浸れないのがもどかしい。「でも、今は心を全部使って仕事している感じがしますね。だから体はしんどくても、ストレスはありません」。水越さんは、そう言って笑った。