

水越洋子さん

(『ビッグイシュー』日本版編集長)

ホームレスのいない社会を目指して

一九九一年、ロンドンでホームレスを応援すべく誕生した雑誌『ビッグイシュー』。その日本版が生まれたのは二〇〇三年。その後、二〇〇七年にNPO法人「ビッグイシュー基金」もでき、支援の幅を広げている。日本版編集長で基金の理事でもある水越洋子さんに、ホームレス問題のいまを聞いた。

当事者性と現場性

——ビッグイシューでは、どのようなホームレス支援を行なっているのでしょうか。

まずは仕事の提供です。そのために作ったのが『ビッグイシュー』という雑誌で、ホームレスの方々には雑誌販売の仕事を独占してもらおう形で仕事をつくり、働いてもらおうというわけです。販売者の方には最初、一冊三五〇円のビッグイシュー十冊を無料で提供し、街頭で販売してもらいます。その売上三五〇〇円を元

手に、以後は一冊一七〇円で仕入れ、売れるごとに一八〇円が収入になるという仕組みです。

当初は、有限会社「ビッグイシュー日本」で雑誌の制作・販売はもちろんのこと、販売者の日常生活や健康問題、就職問題のサポートなどを行なっていたんですが、企業でやるにはどうしても無理な部分がありました。会社は雑誌の制作・販売、その他を、ホームレスの人の自立サポートはNPO法人「ビッグイシュー基金」が分担するようにしました。

会社では、雑誌の販売という仕事がり立つよう、購読者を増やす努力をしています。そして、リピータ

ーを増やし、あるいはまだ『ビッグイシュー』を知らない人も買いたくなるような、いい雑誌を作る必要があります。

——いい雑誌、とどうと？

まず、面白くて、お金を払ってでも読みたいと思ってもらえるということでしょうね。それに、販売者が誇りを持って路上で売れる雑誌でありたいとも思っています。

いま世界には、『ビッグイシュー』のようなストリートペーパーが四十カ国に二二三誌ほどあって、「ストリートペーパーの国際ネットワーク (INSP)」をつくっています。INSPでは、それぞれの雑誌で作



●みずこし・ようこ 1954年奈良県生まれ。有限会社ビッグイシュー日本・共同代表。2003年9月、ホームレスの仕事をつくり自立を応援する雑誌『ビッグイシュー』日本版を創刊。

った記事を共用できるようにしているんですよ。ストリートペーパーを作っている組織はどれも小さいところが多いので、お互いの記事を共有できると誌面が豊かになって助かるんです。『ビッグイシュー』の国際記事は、そこから記事をセレクトしています。

創刊当時は、国際記事が誌面の三分の一近くを占めていたのですが、いまでは五分の一度程度です。日本版独自の記事の比重が高くなりました。三・一一以後は被災地の記事を継続して連載していますし、特集でもいろいろな社会問題を中心にいまの時代を切り取るような記事作りを心がけています。

自殺やセクシャルマイノリティ、HIVの問題などは、身近にそういう問題を抱える人がいないと、自分とは関係のないところで起きていることだと思われがちです。でも、本当はそうじゃなくて、この社会で起きている限り、私たち一人ひとりとどこかでつながっています。

どんなシリアスな問題でも、ビジュアルなどデザインはもちろん、読者にリアリティを持ってもらうため「現場性」を大事にし、かつ、真正面から「見つめること」で提案や希望が見えてくるようにしています。実