



from Canberra

[Australia]

サ

ンタクロースがサーフボードに乗ってやってくるオーストラリア。

季節は逆でも、クリスマスに贈り物をする習慣は北半球と同じだ。一月になると、街は買い物に奔走する人々にぎわう。

親戚の女の子にプレゼントを贈るとしよう。何を選ぶだろう。玩具売り場のピンクの棚で「エルサ人形」を選ぶだろうか。男の子であれば、青字で「男の子向け」と記された棚で、「トーマス」の線路セットを選ぶかもしれない。

そんな当たり前と思われることに警鐘を鳴らす人がいる。「十二月は男女の区別なく(No Gender December)」という運動の創始者テア・ヒューズさんだ。

「組み立てブロックは男の子向け、台所セットは女の子向けとマーケティングすることで、子どもたちの選択肢が狭められます」ヒューズさんは二年前にウェブサイトで「制限なく遊ぼう(Play

Unlimited)」を立ち上げた。その中で、クリスマス商戦が活発化する一月二月を狙って、性別マーケティングの排除を訴える運動をする。

「性別カテゴリーをなくすと、子どもたちは興味のおもむくままにおもちゃを選ぶことができます」小学校教師のタミ・ビードモアさんも、教育面におけるその重要性を指摘する。

「子どもの遊びは、想像力、思考力、創造性の発達につながります。男女の枠にとらわれない幅広い遊びを通して、様々な経験をするのが大切です」

七歳の息子と六歳の娘の母でもあるビードモアさんは、育児を通して思うことがある。

「おもちゃの台所セットがピンクであれば、対象が女の子に限られがち。もっと中立的な色のものがあれば、男の子でも遊べます。逆に女の子が電気ドリルのおもちゃで遊んだっていいんです」

そんな社会の変化に対し、小売

業界も動き出した。ヒューズさんらの運動にいち早く応じたのは、おもちゃ専門店「トイザラス・オーストラリア」だ。

「性別分けの排除を求めたところ、

数週間後にはウェブサイトでの分類がなくなりました。今ではおもちゃは機能やテーマで分類されています。カタログでも、女の子が電動工具のおもちゃで遊び、男の子が乳母車のおもちゃを押す写真が見られるようになりました」とヒューズさんは運動の成果を語る。

「現在(オーストラリアの)ほとんどの小売店で、性別による分類はなくなりました。たとえば「レゴ」は、『男の子向け』ではなく『組み立て・建設』のカテゴリーに分類されています」

実際に、オーストラリアを代表



するデパート二軒と大型小売店三軒をのぞいてみた。どの玩具売り場でも性別表記は見られなかった。しかし、文字表記は無くとも、棚ごとの男女分けが明確な店もあった。女の子向けと思われる棚はピンクで統一されており、男の子向けと思われる棚は黒っぽいからだ。

「色による男女の区別に関しては、改善の余地があります」とヒューズさんも言う。

「子どもたちは、宣伝メッセージに敏感なのです」このクリスマス、眼鏡を外してプレゼントを選んでみてはどうだろう。

No Gender December

プレゼントも 性別なく



「男の子の遊び」「女の子の遊び」という区別がなければ、男の子も台所のおもちゃで楽しく遊べる。ピンク色ではない台所セットも見られるようになった。