

\*本メールは、関東更生支援ネットワークにご登録いただいた方々にbccで一斉配信しております。

~~~~~

目次

- 1 今月の再犯防止トピックス  
「8～9月の再犯防止・更生支援関連イベントのご紹介！」
- 2 関東甲信越・静岡地域の再犯防止・更生支援関係機関紹介  
その2「関東地方更生保護委員会ってどんな機関？」
- 3 更生コラム「アスキザス」Vol.2 ～狭き門～
- 4 お知らせコーナー  
「関東更生支援ネットワークのウェブサイトができました！」

~~~~~

- 
- 1 今月の再犯防止トピックス  
「8～9月の再犯防止・更生支援関連イベントのご紹介！」

新型コロナウイルスの猛威は未だ収まることを知らず、今年の夏休みも「ステイホーム」か、と残念に思われている方も多いのではないのでしょうか。

そんな「ステイホーム」の時間に、「ホーム（法務）省」のこと、もっと知ってみませんか？

ということで、「こども霞が関見学デー」のご案内です。

例年、東京都は霞が関にある法務省赤レンガ庁舎で実施されていたこのイベント、本年度はオンラインで実施されます！

期間は8月18日～9月18日の1か月間、「こども」と銘打っているだけに、お子様向けのイベントも多数ありますが、大人が見ても、「へー、そうだったのか」となるようなイベントも盛りだくさんです！

なかなか中に入ることのできない「東日本少年矯正医療・教育センター」のバーチャル見学ツアーや、更生保護の関係者にはおなじみ、更生ペンギンの「ホゴちゃん」のかわいい描き方教室などなど、どなたでも、どこからでも、もちろん無料でご参加（ご視聴）いただけます。

気になった方は、ぜひ以下のアドレスをクリックして、法務省こども霞が関見学デー・特設ページにアクセスしてみてくださいね！

[https://www.moj.go.jp/hisho/kouhou/hisho06\\_00288.html](https://www.moj.go.jp/hisho/kouhou/hisho06_00288.html)

\* \* \*

9月11日（土） 茨城県立カシマサッカースタジアムにて、  
鹿島アントラーズ対アビスパ福岡戦に合わせ、

- ・「社会を明るくする運動」の啓発グッズ配布
- ・大型ビジョンでの「社会を明るくする運動」のショートアニメーション放映が予定されています！

当日観戦のためにカシマサッカースタジアムへ足を運ばれる方は、是非ご注目ください！

---

~~~~~  
2 関東甲信越・静岡地域の再犯防止・更生支援関係機関紹介 その2  
「関東地方更生保護委員会」ってどんな機関？

第2回目の今回は、更生アスワの創刊号で紹介のあった東京矯正管区と共に本ネットワークを立ち上げました関東地方更生保護委員会についてご紹介いたします。

「委員会」という名称のため、一体どんな機関なのか、おおよそ想像がつかないかもしれませんが、東京矯正管区と同じく、さいたま新都心にある合同庁舎2号館にあり、主に関東地方（1都10県）の刑務所や少年院に収容されている者の仮釈放等を決定する機関です。

仮釈放等の決定を行うのは合議体のため、名称に「委員会（英訳で「parole board=仮釈放委員会）」とついている訳です。ちなみに、関東地方更生保護委員会には仮釈放等の決定を行う委員以外にも、保護観察官や法務事務官等、約80名強の職員が勤務しています。

関東地方更生保護委員会の保護観察官は、刑務所等に出向いて収容されている本人と面接をして、仮釈放等を定めるために必要な事前調査をしたり、出所後に本人が帰る先の環境について調整をしている関東管内の11庁の保護観察所と情報共有をしたり、帰る先が決まっていない人について、保護観察所や収容先の刑務所等と協議をして帰る先が確保されるよう働きかけをする、いわば橋渡しの仕事をしています。

それ以外にも、管轄内の民間協力者に関する業務、「社会を明るくする運動」をはじめとする犯罪予防活動の推進、犯罪被害者等の方々のための施策、保護観察所に対する指導監督、再犯防止推進計画に関する業務及び心身喪失の状態等で重大な他害行為を行った者に対する医療観察に関する業務等、多岐に亘っています。

罪を犯した人はいずれ社会に戻ります。更生保護の業務は罪を犯した人が再び犯罪に走ることをないように、円滑な社会復帰ができるようサポートするものです。そのため、国の機関だけではなく、本人が帰る先の地方公共団体、地域事情に精通し日頃から本人と面接をして指導する民間ボランティアの保護司、様々な理由から帰る先のない人を一時的に保護する更生保護施設や自立準備ホーム、刑務所等に収容されている高齢者・障害等のある人が出所後に福祉的な支援を受けられるよう帰る先を調整する各県の地域生活定着支援センター、女性や若者の立場から罪を犯した人のサポートをする更生保護女性会・BBS会、罪を犯した人の過去を承知で雇用をする協力雇用主等、本人を取り巻く様々な人達や機関が手を組んで、本人への息の長い支援を実現できるようにする必要があります。

新型コロナウイルスの感染拡大の長期化によって、人と人とのつながりがますます希薄になりつつありますが、本ネットワークの会員の皆様とのつながりが更に大きな「輪」となり、末永く続いていきますよう、引き続きのご協力を、どうぞよろしくお願いいたします。

更生保護についてもっと知りたい！という方は是非以下のホームページをご覧ください。

関東地方更生保護委員会：[http://www.moj.go.jp/hogo1/soumu/hogo\\_k\\_kanto\\_kanto.html](http://www.moj.go.jp/hogo1/soumu/hogo_k_kanto_kanto.html)  
保護局フロントページ：[http://www.moj.go.jp/hogo1/soumu/hogo\\_index.html](http://www.moj.go.jp/hogo1/soumu/hogo_index.html)

~~~~~  
3 更生コラム「アスキザス」Vol.2 ～狭き門～

「狭き門」。アンドレ・ジッド。中学高校時代の夏休みの課題図書を連想する人も多いだろう。読書感想文だけでなく、推薦入試での小論文の課題図書にする大学もある。

学術誌に論文が掲載されるのは、かなりの「狭き門」である。研究者が「一生のうちに一度でも」と掲載を夢見る学術誌がある。科学全般の雑誌としては Nature と Science、それに生命医学系に特化した Cell を加えた御三家は頭文字をとって CNS と呼ばれる。CNS は医学用語で中枢神経という意味である。学術雑誌に権威と信頼性をもたらすプロセスに査読がある。同じ研究分野に詳しい専門家が論文を読み、掲載基準をクリアしているか査読を行う。

出版業界のなかでも雑誌の低迷がいわれるが、時代の息吹を鮮明に見せた神話的な雑誌がある。non-no は今年 60 周年になる。1 年先駆けた an-an とともにポップカルチャーをつくった。男性版には POPEYE (ポパイ) と Hot-Dog-Press があった。時代に先駆けた企画としてアイテム別のカタログ的特集があった。編集部の感度鋭い「査読」があったはず。

2018 年、POPEYE に刑務作業製品が掲載された。「特集・クラフツマンシップ。確かにこれは職人技だ！」である。取り上げられたのは、千葉刑務所の紳士靴 S 型。「受刑者の技術は高い」と紹介された。雑誌とは別の場で、「千葉刑務所謹製 6600 円くらいだった。安い。履くのが楽しみ」と購入者がコメントを寄せている。ネット上の書き込みも興味深い。「刑務所作業品もオンラインストアで購入可能なんです。部分汚れ用洗濯石鹸はかなり人気が高いようです。ブルスティック 3 本組 (横須賀)。アマゾンより安い。「で、びっくりしたのが、中野に常設のショップがあるそうです！」。

POPEYE の編集者だった都築響一さんは、「刑務所良品 Made in PRISON」を上梓している。「105 円のティッシュケースから 100 万円の神輿まで日本全国の 54 刑務所が贈る高品質&低価格の逸品 280 点を一挙紹介」という刑務所作業製品への熱量が溢れんばかりの本だ。

このところのコロナ禍で自粛中だが、矯正展も幅広い人気がある。2018 年の東京拘置所での矯正展では、DA PUMP が「U. S. A」を披露。大勢の来場者で盛り上がった。人気の「マル獄」シリーズの前掛けを置く函館少年刑務所のブースに長い人波ができた。拘置所や刑務所と同じレシピの「プリズンカレー」のブースにも列ができた。

誠実なものづくりの評価と根強い支持がある。矯正展での物珍しい物産展示即売にとどめず、存在意義のさらなる浸透を図るには、刑務所作業製品のブランド化が考えられる。そこから矯正世界への新たな接点を発信できる。

ブランドを形づくるための活動であるブランディングは、品物が持つ価値を分かりやすく知ってもらうことが第一である。文章の構成要素に 5W1H があるが、ブランディングの場合は、「Why」から始めるが重要なのだという。「Why (なぜそれをやっているの?)」はストーリー性の訴求力を生む。刑務所作業製品は、生来的に、ブランディング活動で優先度の高いオンリーワンの要素を持っている強みがある。

ブランド作りは品物のアピールで完結しない。ブランドの価値をよく理解してくれる人、その価値を周りの人に広めてくれる人、これから先も一緒に歩んでくれる人の存在が欠かせない。この人たちは「ブランドパートナー」と呼ばれる。

共感を得たブランドパートナーには、常々その声を聞きに行く。知らず知らずに自分たちの価値を自分たちで固定してしまいがちだからだ。ギャップがあれば埋める。一連の活動をアップデートして付加価値を積み重ねていくことができる。新しい価値を創り出す仕組みもつくれる。不断のリニューアルである。

ヤンマーは創業 100 年にあたり次の 100 年を見越したブランディング戦略を乗り出した。天気予報の「ヤン坊・マー坊」や農作業機械のイメージを刷新し、グローバル市場に挑んでいる。

マツダの専務執行役員は 2016 年に苦しい経営をめぐって「What や How ではなく、Why が重要であることに気がついた」と語った。ブランドというものを顧客にとっての「価値」や「ブランド体験」に置いている。いわばモノからコトへシフトしている。このブランド価値経営で立ち位置を確固なものとした。

ブランディングは短期間では促成しない。ただ、ブランド構築に至る狭き門をくぐる扉があるとすれば、その扉は叩く者だけに開かれるのに違いない。

~~~~~

#### 4 お知らせコーナー

「関東更生支援ネットワークのウェブサイトができました！」

このたび、法務省東京矯正管区のホームページ上に、関東更生支援ネットワークのウェブサイト  
を立ち上げました！（[https://www.moj.go.jp/kyousei1/kyousei24\\_00006.html](https://www.moj.go.jp/kyousei1/kyousei24_00006.html)）

素人の作成したサイトですので、文字ばかりで、まだ掲載情報も少ないですが、今後、再犯  
防止・更生支援関係のイベント情報や、本メールマガジンのバックナンバー掲載など、ウェブサ  
イトも通じて発信していきたいと考えています。

ブラウザから「関東更生支援ネットワーク」で検索いただければ、トップに表示されます！こ  
ちらもどうぞよろしく願いいたします。

\* \* \*

本ネットワークの発足から2か月が経ち、おかげさまで持ちまして、70名を超える方にご参  
加をいただいております。矯正・保護の関係者に加え、地方自治体、学生、教職員関係、NPO  
や一般企業の方などなど、様々な方にご参加をいただいております、事務局一同非常にありがたく感  
じております。

このお知らせコーナーでは、参加会員の皆様からも、セミナーや研修会の開催情報など、他の  
会員にお知らせしたい情報を募集しております。

再犯防止・更生支援に関連して何か耳寄りな情報などありましたら、ぜひ事務局までお寄せく  
ださい。本コーナーへの掲載を検討させていただきます。

~~~~~

最後まで読んでいただきありがとうございました。

本メールマガジンの配信を止めたい方は、事務局（下記連絡先）まで、件名に「アスワ配信停  
止」と記載したメールを送信してください。本文の記載は不要です。

関東更生支援ネットワーク事務局 東京矯正管区更生支援企画課

Mail : [1.toukyoukyousei.j7u@i.moj.go.jp](mailto:1.toukyoukyousei.j7u@i.moj.go.jp)

会員の皆様からのご意見・ご感想もお待ちしております！

~~~~~