

**【女性のデジタルリテラシーを高めるランコム支援プロジェクト Write Her Future】
“熱狂”から生まれる！デジタルを使ったトレンド創出の秘訣とは？
ゲストにハヤカワ五味さんが登場！オンライン トークセッション
本日 11月24日（水）20時配信！**

特設サイト：<https://www.lancome.jp/maison-lancome/sustainability-program/write-her-future-jp/>



世界最大の化粧品会社ロレアルグループの日本法人である日本ロレアル株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：ジャン・ピエール・シャリトン）のラグジュアリー化粧品ブランド「ランコム」と、NPO 法人ハナラボ（代表理事：角めぐみ、以下：ハナラボ）は、女性のデジタルリテラシーを高める機会を提供する支援プロジェクト「Write Her Future（女性たちが綴る未来）」を推進しています。その一環として、本日 11月24日（水）20時、ランコム公式 Twitter アカウント（@Lancome_JP https://twitter.com/Lancome_JP）よりオンライン トークセッション「彼女の選択」の第2回を配信します。

全4回の配信を予定している本トークセッションでは、毎回デジタル領域で活躍し、ロールモデルとなるゲストを招き、仕事や人生における重要なターニングポイントについて聞いていきます。

第2回目となる今回のゲストには、消費者のニーズに応えたブランドや商品を数多くプロデュースしている、実業家のハヤカワ五味さんをお招きし、ハナラボの森下晶代さんと共に「“熱狂”から生まれる！デジタルを使ったトレンド創出の秘訣」をテーマにお届けします。ハヤカワさんがプロデュースしたヒット商品誕生の裏側や、SNS上でのユーザーとのコミュニケーション、マーケティング調査の仕方など、デジタルネイティブ世代ならではのトレンド創出やハヤカワさんの想いについて深くお話しいただきます。

デジタルについて学びながら、今日から一歩を踏み出したくなるような、学びの多いトークセッションとなっています。

本トークセッションのアーカイブ映像は配信終了後よりランコム「Write Her Future」特設サイトおよびランコム公式 YouTube チャンネルにて公開します。

◆「熱狂」から生まれる！デジタルを使ったトレンド創出の秘訣」をテーマに ハヤカワ五味さんから学ぶデジタル マーケティングとは？

<ハヤカワ五味さんからのメッセージ>

私は事業で「女性の選択肢を広げる」ことを活動の軸にしています。将来的には、同世代の若い女性のみならず、私の母親世代や、男性、それ以外の方の選択肢も広げるような活動をしたいと思っています。「選択肢を広げること」とは、まず“知る”ことが第一歩だと思います。

知らないことが理由で選択肢が狭まることは多くあると思います。今回のオンライン トークセッションをきっかけにデジタルについて“知る”ことができ、選択肢が広まるのではないのでしょうか。

私自身もより多くの人に情報を届け“知る”機会を、SNS を通じて今後も提供したいです。

“知る”ことは強さだと思います。自分自身や、社会や世界を知ること、自分が今いる“場所”や自分がどういう人間なのかわかります。そうすることで等身大のまま、自然に自信が持てるはずですよ。

まずは、“知る”ことから始めてみてはいかがでしょうか。



売上が予想の約 16 倍に！ランジェリーブランド「feast」ローンチ時に経験した SNS の爆発力 一夜にして爆発的に拡散された理由とは？

高校時代に自身の“ほしい”という想いから商品化した「キリトリ線ストッキング」は、当初一部の友人だけに作っていたのですが、結果的に Twitter 上で拡散、予想以上に大きな反響を呼び、衝撃を受けたというハヤカワさん。また、大学時代に、胸が小さい女性向けのランジェリーブランド「feast」を発表し、当初 30 着ほどを制作する予定で Twitter に載せたところ、一夜にして拡散され、一瞬で 500 着も売り上げるなど、SNS の拡散力を肌で実感されました。

この爆発的な拡散が起きた理由はいったい何だったのか、ご自身の視点で語っていただきます。

また、そうした爆発的な SNS 拡散の原体験から、企業やブランドの情報発信時にも、あるポイントを意識しているそう。一方通行のコミュニケーションにならない、SNS 発信の秘訣についてもお話しいただきました。



これからデジタルを活用したい人へおすすめの SNS とは？ SNS ごとの使い分けのポイント解説も

Twitter や Instagram で多くのフォロワーを抱えるハヤカワさん。しかし、自身や自身のブランドが多くのフォロワーを抱える理由は、あくまで Twitter が普及する前から利用していた先行優位性だと分析。SNS が普及した現代において、ゼロからデジタル活用を始めたい人におすすめの、一発逆転を狙える SNS 活用法についてもアドバイスしてくれました。また、自身が「キュートでクレバーな起業家」というキャッチフレーズをつけている理由や、SNS ごとの特性を踏まえた使い分けのポイントについても解説。SNS マーケティングなど、デジタルを活用したビジネスを考える初心者の方でも、明日から実践できるヒントについて教えてくださいました。



【第2回オンライン トークセッション概要】

日時：2021年11月24日（水） 20時～

配信プラットフォーム：ランコム公式 Twitter アカウント @Lancome_JP (https://twitter.com/Lancome_JP)

ゲスト：ハヤカワ五味さん、森下晶代さん（ハナラボ代表理事）

※事前収録された映像を上記日時にオンライン配信いたします。

※ランコム「Write Her Future」特設サイトおよびランコム公式 YouTube チャンネルでは11月24日（水） 21時よりアーカイブ動画を公開予定です。

特設サイト：<https://www.lancome.jp/maison-lancome/sustainability-program/write-her-future-jp/#archives>

ランコム公式 YouTube チャンネル：<https://www.youtube.com/user/lancomejapan>

ーゲストプロフィールー

ハヤカワ五味さん

1995年東京都生まれ。株式会社 ILLUMINATE 代表取締役社長。高校生の頃からアクセサリ類の製作を始め、プリントタイツ類のデザイン・販売を行う。多摩美術大学グラフィックデザイン学科入学後の2014年4月にワンピースブランド「GOMI HAYAKAWA」、2014年8月にランジェリーブランド「feast」、2017年10月にワンピースブランド「ダブルチャカ」を立ち上げ、Eコマースを主に販売を続ける。

2019年からは、“生理から選択を考える”プロジェクト「ILLUMINATE」を立ち上げ活動している。



■ランコム「Write Her Future」とは

ランコムは、2017年より女性の識字（リテラシー）率向上を目指すグローバル規模の支援プログラム「Write Her Future」を世界各国で展開しています。日本においては、女性の“デジタルスキル不足”という社会課題に注目し、女子学生のキャリア支援を行うNPO法人ハナラボと協働し、デジタルリテラシーの教育機会を提供することで、日本の女性が自信を持って前向きに未来へ向き合えるよう支援するプロジェクトとして開始いたしました。

本プロジェクトでは、デジタル領域で活躍しロールモデルとなるゲストを招いて、オンライン トークセッションを行い、さらにハナラボがリードして、より自分の将来像について考えたい人向けに、デジタル領域で働く可能性を発見できるワークショップや、社会人の先輩、仲間にキャリアの相談ができるデジタル上のコミュニティ活動の機会も提供いたします。

デジタルリテラシー向上のための教育の機会を通じて未来を切り拓いていけるよう、様々な支援を行い女性と社会の両方に貢献してまいります。

特設サイト URL：<https://www.lancome.jp/maison-lancome/sustainability-program/write-her-future-jp/>

■NPO法人ハナラボについて (<https://hanalabs.net/>)

女子学生のリーダーシップや創造力を育み、未来の社会変革の担い手を生み出すための活動をしています。

2008年に母体となる「あたらしい、わたしらしい働きかたと出会う、女子学生のためのWebマガジン ハナジョブ」を立ち


**Write
Her Future**
Empowering Women
LANCÔME
PARIS

2021年11月24日

上げ、2011年からは自治体や企業と協働して「女子大生が社会課題の解決に挑むプロジェクト」をスタート。2012年にNPOとして法人化しました。社会が変化するとき、必ず最初に一步を踏み出して道を切り拓いた人がいます。ハナラボは、その自ら道を切り拓く人を「社会変革の担い手」と定義しています。社会起業家のようにまったく新しい道を切り拓く人もいれば、自分の所属する組織や地域で新しい道を切り拓く人もいるでしょう。付け加えれば、道を切り拓く人を支える人も「社会変革の担い手」だと考えています。ハナラボでは、女子学生たちが社会でより力を発揮できるよう、リーダーシップや創造力を育むためのさまざまなプログラムを提供しています。

■日本ロレアルについて (<http://www.nihon-loreal.jp/>)

世界最大のフランス系化粧品会社ロレアルは 1963 年から日本で事業を開始し、1996 年に日本法人である日本ロレアル株式会社が設立されました。2020 年末時点での社員数は、2,491 人、2021 年 10月現在の取り扱いブランドは 16 です。化粧品の輸入、製造、販売、マーケティングを行っています。

■ランコムについて (<https://www.lancome.jp>)

日本ロレアルが有する人気高級ブランド。

1935年、ランコムは、先見の明を備えたパイオニア、アルマン・プティジャンにより、フレンチ エレガンスの精神とテイストを世界中に伝えることを目指して創立され、瞬く間に美の真髄を体現するブランドへと成長しました。ランコムは今、かつてないほど、すべての女性たちが、年齢や肌の色に関係なく、自らの美しさと女性らしさを花開かせ、その魅力を最大限に発揮できるよう願っています。

ランコムは135ヵ国で事業を展開し、世界各国の販売店で約2万人のビューティーアドバイザーたちが、洗練されたサービスとブランドを象徴する製品をお届けしています。ランコムは、科学の専門知識と女性のニーズを叶える想いをひとつに融合させ、スキンケア、メイクアップ、フレグランスが互いに補完しあうユニークなイノベーションを創造し続けています。

ランコムは、全ての女性が自信を持って輝き、より幸福な未来を切り拓けるように応援しています。この考え方を広く伝えるため、ランコムはこれまでカリスマ性と大きな成功を手に入れた以下の女性たちにブランドの代弁者をお願いしてきました。ジュリア・ロバーツ、ペネロペ・クルス、ルピタ・ニョンゴ、リリー・コリンズ、テイラー・ヒル、イザベラ・ロッセリーニ、ゼンダイヤ・コールマン、アマンダ・サイフリッド。

NGO団体「Care (ケア)」とのパートナーシップにより、ランコムは、グローバル規模の支援プログラム「Write Her Future」をスタートしました。この取り組みは、世界各国における女性の識字（リテラシー）率向上を目指しており、日本においては2021年9月にデジタルリテラシー向上を目指すプロジェクトを開始しました。