

報道関係者各位

エスティ ローダー グループ 2022 乳がんキャンペーン

2022年のテーマは「30年の絆。乳がんを終わらせるために」
「乳がんを終わらせる」願いの声を “行動” のチカラに
SNSキャンペーン「Pink Ribbon Voices」を開始
 ～グローバルイルミネーション、支援製品販売も実施～

エスティ ローダー グループ（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長：ジェームズ・アクリナ）は、毎年10月を「乳がんキャンペーン」月間と定め、ピンクのリボンをシンボルとして、乳がんのない世界実現のための情報発信や、支援製品の収益金による寄付活動を通じて、乳がん研究をサポートしています。

活動開始から30年目を迎える今年、「30年の絆。乳がんを終わらせるために」をテーマとし、「乳がんを終わらせるための願い」を声で吹き込みSNSでシェアすると乳がん研究や乳がんに関する知識教育の支援につながる「Pink Ribbon Voices」を展開いたします。また、この活動に賛同する清水寺、東京スカイツリー®がピンク色に点灯されるイベントや、収益金の一定金額が支援につながる限定製品の販売も開始いたします。

特設サイトURL：<https://www.elcompanies.jp/ja-JP/our-commitments/the-breast-cancer-campaign>

乳がんキャンペーンの歩みと30年の歴史

●エスティ ローダー グループと乳がんキャンペーンの歩み

1992年、故エヴリン H. ローダー（元エスティ ローダー グループ シニア コーポレート ヴァイス プレジデント）が創設した「乳がんキャンペーン」。それは「命を救いたい」という30年前の願いからはじまりました。女性一人ひとりに乳房を思いやる心を伝えるピンクのリボンを象徴とし、今では世界で60以上の団体をさまざまな形で支援し続け、現在までに寄付金総額1億800万ドル以上、そのうち8600万ドル以上が「米国乳がん研究基金（BCRF）」を通じて、321件の医療プロジェクトに活用されています。

エスティ ローダー グループは、この活動で世界中の人々に対して広く働きかけてきました。乳がんと闘うための意識を高め、募金活動を通して、一人ひとりにとって意義ある行動を呼び起こしてきたのです。

エスティ ローダー グループの過去30年間の乳がんキャンペーン活動

- 医療へのアクセスが限られている社会的弱者のための、マンモグラフィーや検診を含む医療資源、サービス、センターへの資金提供
- 乳がんコミュニティや医師などの専門家との意見交換を活発にし、乳房の健康教育や早期発見の重要性についての先進的な議論を展開
- 乳がん患者とその家族の生活向上を図るために、治療やカウンセリングプログラムを支援
- 乳がんに関する知識啓蒙のための教材や、1億8千万本以上のピンクリボンを配布

▼2022年キャンペーンビジュアル





活動開始から30年目を迎える今年、「乳がんのない世界を創る」という創設当初からの願いを叶えるために、この活動に賛同する世界中のすべての皆様との絆を力に、さらに連携していきたいと考えます。そして、以下のミッションを実行していきます。今こそ、#TimeToEndBreastCancer 乳がんのない世界を実現しましょう。

エスティ ローダー グループが取り組むミッション

- エスティ ローダー グループの18ブランドを通じて支援を表明し、乳がん研究基金（BCRF）や世界各地のがん関連団体へ寄付
 ※参加ブランドは市場によって異なります。日本においての支援製品販売ブランドは下記7ブランド
 アヴェダ、ボビイ ブラウン、クリニーク、エスティ ローダー、ジョー マローン ロンドン、ドゥ・ラ・メール、トム フォード ビューティ
- 乳がんの専門家や支援団体と協力し、乳がんに関する正しい知識と重要なメッセージを啓蒙
- 認知度向上・寄付・支援参加を促進するために、参加型の取り組みをSNS等を通じて展開
- 乳がん啓発資料やピンクリボンの制作・配布を世界各地で継続的に実施
- 白人女性と黒人女性の間に見られる乳がん格差の問題をなくし、すべての乳がん患者の健康状態を改善するために、キャンペーンの取り組みをさらに強化
- 乳がんに対する意識を高めるため、ニューヨークのエンパイアステートビル、パリのエッフェル塔、清水寺、そして東京スカイツリー®など、世界中の建物や記念碑、ランドマークをピンク色にライトアップするキャンペーンの伝統的な取り組みを継続

● 30年の歴史

1992年	エヴリン H. ローダー夫人は、『Self』誌の編集長アレクサンドラ ペニー氏と共同でピンクリボンを発案。エヴリンは乳がん早期啓発（BCA）キャンペーンを開始し、1993年に乳がん研究基金（BCRF）を設立。
1995年	200万個を超えるピンクリボンが、世界中のエスティ ローダー グループのビューティカウンターで配布される。
1997年	エリザベス ハーレーがエスティ ローダー グループ乳がんキャンペーンのスポークスマンに就任。
2000年	エヴリン H. ローダー夫人が、乳房の健康とがん早期発見の重要性に注意を喚起するグローバル ランドマーク イルミネーションを開始。22か国で26箇所のランドマークが明るいピンクにライトアップされる。
2001年	40名を超える世界のファーストレディやセレブリティが、世界のランドマークを明るいピンクにライトアップするグローバル ランドマーク イルミネーションの点灯式に参加。
2008年	新しいイニシアチブで、各国と各地域に、乳がんのない世界のために支援するワールド ピンクリボン アンバサダー（WPRA）の任命を奨励。世界のファーストレディやセレブリティが、アンバサダーに任命される。
2012年	乳がんキャンペーンは20周年記念を迎え、創設者エヴリン H. ローダーの人生と功績を讃える。乳がんキャンペーン広告に初めて男性が含まれ、アメリカでの乳がん罹患率のおよそ1%が男性であることを反映。
2017年	キャンペーンは25周年を迎え、800万ドルという過去最大の募金目標と、これまで以上に強い世界規模のコミットメントを提示：「乳がんのない世界を実現する時」BCAキャンペーンは「エスティ ローダー グループ 乳がんキャンペーン」へと改名。

● エスティ ローダー グループの活動紹介ビデオ

活動開始から30年目を迎えるエスティ ローダー グループが今まで世界各国で行ってきた、乳がんのない世界を創るための取り組みの一部を紹介しています。

URL : <https://www.youtube.com/watch?v=9g4ofDANn4A>



東京スカイツリー®と京都 清水寺でグローバルイルミネーションを実施

乳がんへの意識を高め、この病気に関係するすべての人たちに敬意を表して、世界中で1,000回以上のイルミネーションが行われています。今年、日本では、9月30日(金)から京都 清水寺、10月1日(土)には東京スカイツリー®がピンク色に点灯されます。

● 東京スカイツリー®

10月1日 18:15~22:00

● 京都 清水寺

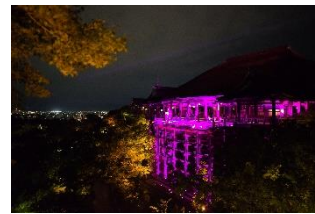
9月30日 19:00~22:00 (仁王門、西門、三重塔)

10月1日 18:30~22:00

(本堂内陣、本堂舞台上、仁王門、西門、三重塔)

10月2日~10月23日 19:00~22:00 (仁王門、西門、三重塔)

▼2022年イメージ



乳がんを終わらせるための願いを吹き込む「Pink Ribbon Voices」キャンペーン

活動開始30年目となる今年は、乳がんを終わらせるための願いを声で吹き込む「Pink Ribbon Voices」キャンペーンを開始いたします。乳がんを終わらせるという「願い」は声に出すことで「行動」のチカラとなる、という思いから「Pink Ribbon Voices」は生まれました。また、吹き込まれた願いの声はアート画像に変換され、「#TimeToEndBreastCancer」と「#乳がんのない世界へ2022」のハッシュタグをつけてSNS上でシェアすることで、乳がん研究や乳がんに関する知識教育の支援につながります。

● 参加方法

1. スマホで特設サイトへアクセス
特設サイトURL : <https://pink-ribbon-voices.jp>
2. あなたの「乳がんを終わらせるための願い」を声で吹き込んで、
ピンクリボンのアート画像をつくらう
3. 願いのこもったピンクリボンのアート画像をInstagramフィードやTwitterに
2つの指定ハッシュタグをつけて投稿
4. エスティ ローダー グループが乳がん支援団体に1投稿につき10円を寄付

● 指定ハッシュタグ

TimeToEndBreastCancer

乳がんのない世界へ2022

▼特設サイト



▼アート画像イメージ



キャンペーン支援製品をエスティ ローダー グループの7ブランドで展開

「乳がんキャンペーン」が始まる10月1日(土)より、エスティ ローダー グループ7ブランド (アヴェダ、エスティ ローダー、クリニーク、ジョー マローン ロンドン、ドゥ・ラ・メール、トム フォード ビューティ、ボビィ ブラウン) にてキャンペーン支援製品の販売を開始します。収益の一部は、米国乳がん研究基金 (BCRF) やJBCRG (Japan Breast Cancer Research Group) 等を通して医療研究に役立てられます。

※一部限定製品は、無くなり次第終了となります。



【アヴェダ】
ピンクリボン シャンピユア
ハンドクリーム 100mL
2,970円(税込)



【エスティ ローダー】
アドバンス ナイト リペア
SMR コンプレックス 50mL
16,170円(税込)



【クリニーク】
モイスチャー サージ
ジェルクリーム 100H
<限定デザイン> 50mL
6,710円(税込)



【ジョー マローン ロンドン】
ピオニー & ブラッシュ
スエード コロン 100mL
19,030円(税込)



【ドゥ・ラ・メール】
クレーム ドゥ・ラ・メール 30mL
24,200円(税込)



【トム フォード ビューティ】
リップ カラー
7,370円(税込)



【ボビィ ブラウン】
ブラウドトゥビー ピンク クラッシュド オイル
インフューズド グロス デュオ 6mL×2本
5,500円(税込)

月に1度はセルフチェックを！乳がんの60%はセルフチェックで見つかっています。※

日本の乳がんの60%以上は、セルフチェックによって見つけられています。月に一度のセルフチェックを習慣化し、自分の乳房の変化や違和感を見つけることが、乳がんの早期発見と生存率向上への近道になります。

※日本乳癌学会全国乳がん患者登録調査より



鏡の前に立ち、目で確かめます。乳房に「腫れ」や「ひきつれ」はありませんか？ 乳房の形や大きさ、乳頭の向きや陥凹に、右と左に差はありませんか？



入浴中に、人差し指、中指、薬指の3本の指を使って、つままずに調べます。乳房に固まりやしこりはありますか？ 乳首をつまんで、血液混じりの分泌がないかも調べます。



あおむけや横に寝た状態で調べると、より分かりやすい場合があります。