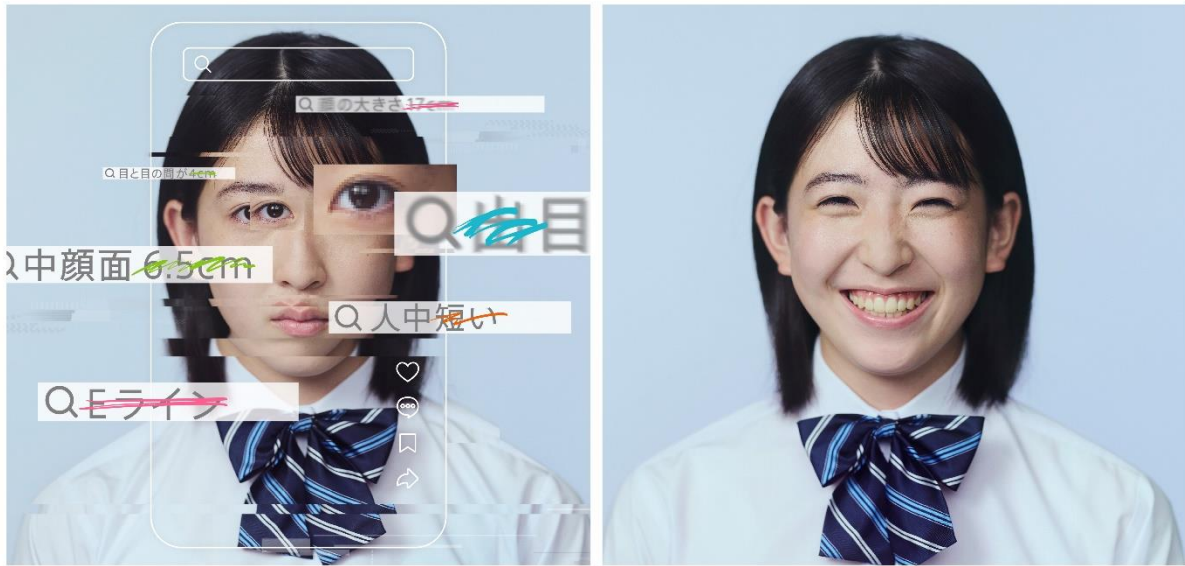


【報道関係者各位】

**【10月11日は国際ガールズデー】**  
**「Eライン」「中顔面 6.5cm」が強いる意味とは？**  
**ダヴがSNS上の画一的な美の基準に異を唱え**  
**“カワイイに正解なんてない”と発信する広告が渋谷駅に登場**  
～2人に1人がSNSを見ているときに自分の容姿や体形に自信がなくなった経験があると回答～

ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社（本社：東京都目黒区、代表取締役 社長：エド・プリオラ、以下「ユニリーバ・ジャパン」）が展開するパーソナルビューティーケアブランド「Dove（ダヴ）」は、10月11日の国際ガールズデーに合わせ、2024年10月7日より、SNSにあふれる、画一的な美しさやカワイイの基準を表し10代女性に刷り込む言葉を“私たちに必要ないカワイイの基準”と題し、そういった基準に異を唱える広告を、JR 東日本 渋谷駅、東急田園都市線 渋谷駅の構内に掲出します。また、掲出に合わせ、10代女性の容姿に関する意識調査結果や、“カワイイに正解なんてない”ということを広めるためのダヴの活動内容を掲載した特設サイトも開設。10月中旬からは、容姿と自己肯定感について学ぶワークショップを都内近郊の中学・高校でユニリーバ・ジャパン社員自ら行うなど、女性が容姿への自信と自己肯定感を高め、自身の可能性を最大限に発揮できるようサポートする活動を続けて参ります。



## #カワイイに正解なんてない

「SNSを見て容姿に自信が持てなくなったことがある。」  
日本の10代の女の子のおよそ2人に1人が、そのように答えています。  
彼女たちがスマホを開けば、そこには「正解」とされる基準の数々。  
それらはいっしょに「こうならなくちゃいけない」という空気変わりつつあります。

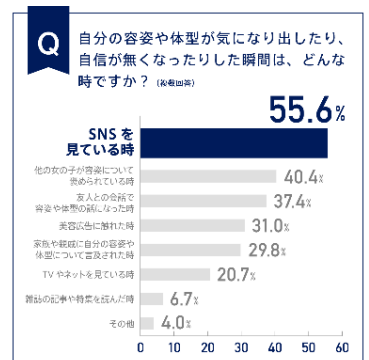
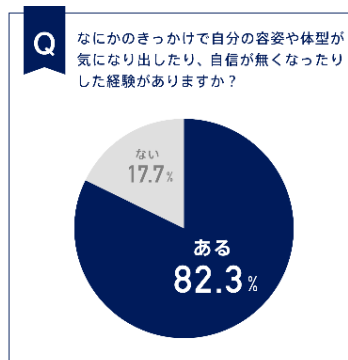
ひとりひとりの声で、美の基準にNOを。



## ダヴセルフエスティームプロジェクト 20周年記念！

10月11日の国際ガールズデーに、10代女性がさらされる“カワイイの正解”に疑問を投げかける広告を渋谷駅構内に掲出

今回16～19歳の女性たちに容姿や体形に関するアンケートを取ったところ、82.3%が何かしらのきっかけで自分の容姿や体形に自信がなくなった経験があると回答し、そのうち半数以上がSNSを見ている時に自信を無くすことがあったということがわかりました。一方で、全体の2人に1人が、SNSで「かわいさ」や「美しさ」の基準を発信するような広告や投稿を目にした時、そのような基準が良いとされている現状が変わるべき・変わってほしいと思っていることも判明し、女性たちがさらされている状況と抱える思いにギャップがあることが明らかになりました。

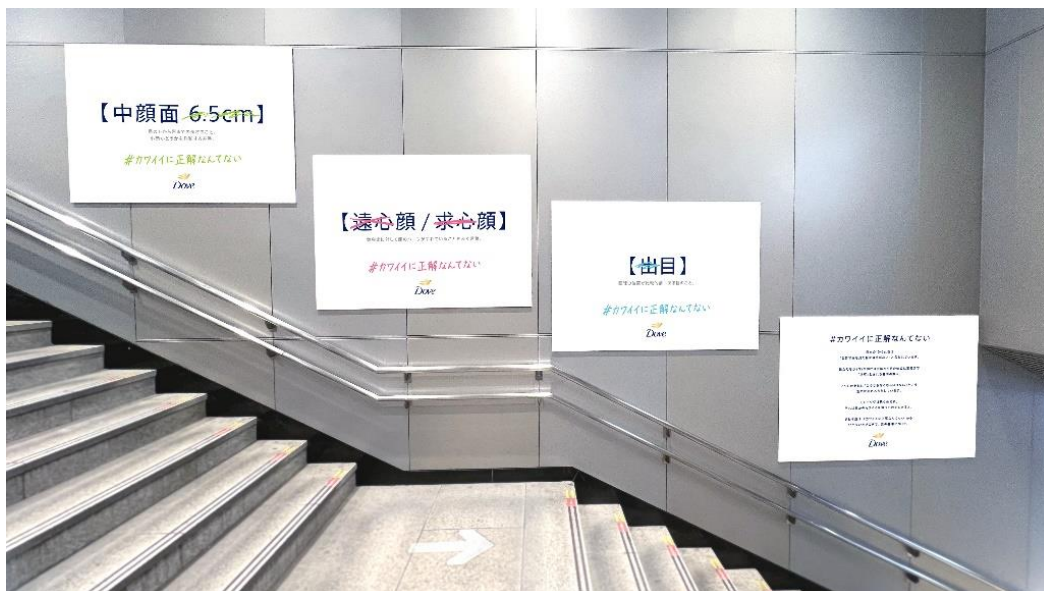


SNSを中心に、現代社会には画一的な“カワイイの基準”を表現する言葉があふれています。調査でも明らかになった通り、そういった言葉を日常的に目にしていて日本の10代女性は、「こういった容姿にならなくてはならない」「こういった容姿が“正解”である」といったことを無意識に刷り込まれ、それによって自己肯定感が下がってしまっています。

そういった課題があることを、10代の女性本人たちはもちろん、彼女たちの親世代にも気づいてもらいたい、そして、世の中の「美」に対する意識を変え、日本の女性の自己肯定感が上がり自信を持てるようになってほしいという思いから、ダヴは“私たちに必要ないカワイイの基準”と題し、その言葉が強い画一的な美しさの意味や危険性を記した広告を、女の子のエンパワーメントの促進を呼びかける日である国際ガールズデーに合わせて渋谷駅構内で掲出します。また、掲出に合わせ、ダヴの思いや“カワイイに正解なんてない”ということを広めるための活動、10代女性の容姿に関する意識調査結果を掲載した特設サイトも開設します。

今回の取り組みをきっかけに、少しでも多くの女性が“カワイイに正解なんてない”ことに気づき、自分の容姿に自信を持てるようになることを願っています。

### ■渋谷駅広告イメージ



・掲出箇所：JR 東日本 渋谷駅改札内 集中貼り／東急田園都市線 渋谷駅 B2F 階段横 臨時集中貼り

※改札内に入るには駅入場券が必要です。

※駅及び、駅係員へのお問い合わせはご遠慮ください。

問い合わせ先：ユニバお客様相談室 0120-110-747 (ダヴパーパス活動担当宛て)

・掲出スケジュール：10月7日(月)～10月13日(日)

## ユニリーバ社員が学校を訪問し、自己肯定感について考えるワークショップ“Dove Day”を今年も開催

グローバルで「ダヴ セルフエスティーム（自己肯定感）・プロジェクト」が始まってから今年で 20 周年を迎えます。この活動をさらに盛り上げていくことをテーマに、日本、アメリカ、イギリスなどを含む世界 25 カ国以上で、学生を対象に“Dove Day”と題したワークショップを今年も実施します。日本では、広告の掲出に合わせ、より多くの学生に自己肯定感の重要性を学んでほしいという思いから、ガールスカウト日本連盟と協働し、国際ガールズデー（10 月 11 日）を皮切りに、11 月末までの約 2 ヶ月間、ユニリーバ・ジャパンの社員・役員らが、複数の学校でダヴセルフエスティームワークショップを行います。現時点（2024 年 10 月 7 日時点）で、昨年の約 2 倍に当たる計 8 校、約 500 人以上の学生を対象に実施予定となっており、セルフエスティーム プロジェクト開始 20 周年を大きく盛り上げて参ります。当日は自己肯定感に関する 3 つのアクティビティを通じて、自身の特徴や相手の魅力を再確認し、自分を受け入れ、肯定感を身につける機会を提供します。



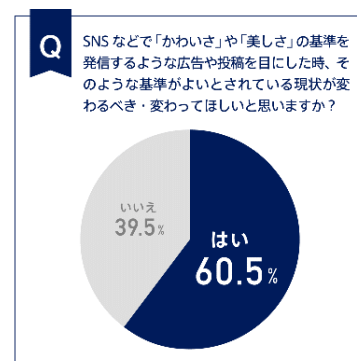
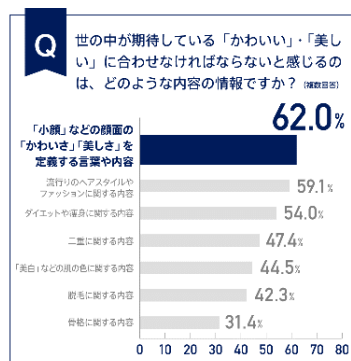
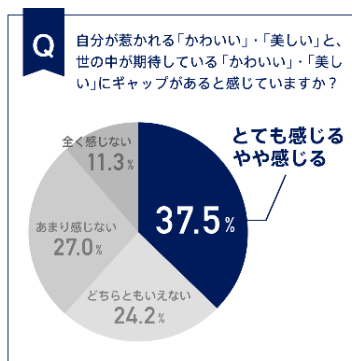
### 【参考】

**10 代の女の子のうち 82.3%がなにかのきっかけで自分の容姿や体型に自信がなくなった経験があると回答。そのうち半数以上が SNS を見ている時に自信を無くしていることが判明。**

ダヴでは、16～19 歳の女性たちに容姿や体形に関するアンケートを実施したところ、82.3%が何かしらのきっかけで自分の容姿や体形に自信がなくなった経験があると回答し、そのうち半数以上が SNS を見ている時に自信を無くすることがあったということがわかりました。また、「小顔」などの顔面の「かわいさ」「美しさ」を定義する言葉に触れた時に世の中が期待している「かわいい」・「美しい」に合わせなければいけないと感じると回答した人は 62%に上り、世の中にあふれる美を定義する言葉が女性たちの価値観を画一的なものにし、自己肯定感の低下につながっていることが考えられます。

一方で、全体の 60%以上が、SNS で「かわいさ」や「美しさ」の基準を発信するような広告や投稿を目にした時、そのような基準がよいとされている現状が変わるべき・変わってほしいと思っていることも判明し、女性たち自身が実際にさらされている状況と心の中で思っていることにギャップが生じ、ジレンマが生まれていることもわかりました。

ダヴでは、そんな世の中、そして女性たちの「美」に対する意識を変え、自己肯定感が上がり自信を持てるような活動を続けて参ります。



### ● 調査概要

- ・調査タイトル：若年層における容姿に関する調査
- ・調査期間：2024 年 9 月
- ・調査対象者：16～19 歳の女性 400 人
- ・調査方法：インターネット
- ・エリア：全国

## あなたらしさが、美しさ。ダヴのブランドパーパス

### ■ ダヴが叶える「本物の美しさを、本物のケアから」

「あなたらしさが、美しさ」をブランドパーパスに掲げるダヴでは、「すべての女性が自分の美しさに気づききっかけをつくること」を使命に様々な活動を行っています。



日本の10代の女の子たちのうち、自分の容姿に自信をもっている人はたった7%<sup>※1</sup>。これは、世界の中でも低い数値です。私たちは、美しさが不安の種ではなく、自信の源となる世界になるべきだと考えています。そして、自分の容姿をより前向きにとらえ、自己肯定感を高めることで、自身の可能性を最大限に発揮してほしいと願っています。その想いは、誰もが手に取りやすく、一人一人の肌や髪的美しさをひきだす製品や、外部機関と連携した自己肯定感の重要性を学ぶ機会の提供、ありのままの美しさを表現するため画像加工を一切しない広告など、事業活動のすべてに及びます。

※1 ユニバーバ調べ ダヴによる女の子たちの美と自己肯定感に関する世界調査レポート(2017年)