

# SK-II

#changedestiny

2016年7月22日

公開から1ヶ月。世界で2500万人の心を動かした話題の動画！  
SK-II 新キャンペーン動画「運命を変えるために。～もう一度夢を見よう～」  
～アジア各国のソーシャルメディアでも注目を集める～



動画はこちらからご覧ください。 <https://youtu.be/LpaWikOSHRy>

世界の女性の半数が夢をあきらめ、自分の生き方に満足していない——この衝撃的なアンケート結果を受けて、SK-IIでは女性がもう一度夢を見ることを応援する動画「SK-II:運命を変えるために。～もう一度夢を見よう～」を制作、今年6月21日に公開しました。公開から1ヶ月間で、YouTubeでの累計再生回数が全世界で2500万回を突破。日本を含むアジア各国のソーシャルメディアでも大きな話題を集めています。

この動画は、1人のカウンセラーが一般女性たちにインタビューを行う様子を撮影したものです。インタビューを受ける彼女たちが子供の頃抱いていた夢、それをいつの間にかあきらめ、夢を見ること自体をあきらめてしまっていたことを、カウンセラーの言葉によって、次第に気付かされるという構成。最後には、実はカウンセラーの正体が子供であることが明かされます。6月21日、万里の長城（北京）やマディソン・スクエア・ガーデン（N.Y.）、ラッフルズプレイス（シンガポール）、渋谷（東京）など、世界10都市で同時開催された「SK-II DREAM AGAIN ～もう一度夢を見よう～」イベントで初公開され、それ以降「今の自分と重なって、ハッとした」、「今からでも夢を追いかけても遅くないんだ」など視聴した多くの女性から感動の声が続々と寄せられています。

また、6月21日から2週間にわたり実施された自分自身の“夢”をシェアするツイッターキャンペーンでも、1400人を超える女性が“夢”を宣言。動画を見て、夢へと一歩踏み出す女性たちを、これからもSK-IIは応援します。

「SK-II:運命を変えるために。～もう一度夢を見よう～」に関するソーシャルメディアの投稿を読むと、動画を見た人たちが子供のころの夢を思い出し、心を揺り動かされている様子がわかります。

<b>中国</b> 「こんな小さな子供たちが私たち大人よりもずっと勇敢なことに驚いた。運命を手にする方法は“夢を追うこと”ね。」 「“DREAM AGAIN”って夢を取り戻すために頑張ろう！って気にさせてくれるよね！！」
<b>韓国</b> 「30 歳間近でまだ夢を追いかけている者として、40 代の人たちに自分たちも夢を忘れてはならないのだということを知ってほしい。自分の心に従い、後悔しないように生きようよ！」 「ただの広告なんだけど、泣けてくる」
<b>台湾</b> 「フィルムを見終わった後、感傷的にならずにいらなかった」 「涙が止まらない……すごく感動的な動画ね」
<b>香港</b> 「あきらめずに夢を追いかけている人ってどのくらいいるんだろう？ もう一度夢を追いかけてみようという気持ちにさせてくれる、素敵な動画」 「こんな斬新なキャンペーンを SK-II がやっているなんて！！」
<b>インドネシア</b> 「ラジオの DJ を夢見ている女の子を見て、私も子供のころの夢を思い出したわ！」 「この動画はとて心があたたかくなる。夢を追い続けることや心を豊かにすること、そして、決して夢をあきらめてはいけな いと教えてくれた。」

### 夢に関するグローバル調査について

この調査は女性が夢を追いかける意欲と、その意欲が生活の質に対する影響についての調査です。当調査は女性達がもう一度夢をもって自分の運命を変えるポジティブな気持ちを思い起こさせたいと願う P&G が、2016 年 5 月、14 カ所（日本、韓国、中国、香港、台湾、シンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア、オーストラリア、英国、米国、ブラジル、南アフリカ）に渡って、18 歳以上の女性 5,484 人を対象に行ったオンライン調査です。

この調査では、世界の女性の半数が夢をあきらめ、自分の生き方に満足していないという衝撃的な結果が明らかになりました。特にこの傾向はアジアの女性たちの中で特に顕著であり、夢を追いかけるのをあきらめたと回答した女性の数が最も多かったのは、日本（81%）、続いて韓国（67%）となっています。具体的な理由としては、金銭的理由・現状を変えることへの恐れ・社会のしがらみといったことが挙げられています。

### SK-II とは

1980 年に日本で生まれた高級スキンケア ブランド。現在日本を含む世界 13 の国と地域へ市場を広げ世界中の人々に愛され続けています。杜氏の手はなぜ美しいのか、という発想から「発酵」に着目して生まれた独自の整肌保湿成分ピテラ™\*を全製品に配合。現在も売上げの一位を誇る基幹製品の化粧水「SK-II フェイシャル トリートメント エッセンス」から始まり、「透明感あふれる美しい肌づくり」をめざした研究開発により、年齢・肌質を問わず多くのお客様からの信頼によって支えられています。現在、製品数は約 50 種に増え、世界で一番厳しい目を持つ日本市場において、トップクラスの高級スキンケア ブランドへと成長。2016 年、SK-II はブランド誕生 36 年目を迎えました。

\* ガラクトミセス培養液（整肌保湿成分）