



女性向け



編集機能

ACTION

東京新聞
企画反響レポート

資生堂ライフクオリティーマーキャップの活動を紹介！！

HEART & DESIGN FOR ALL ~誰もが暮らしやすい社会の実現へ 「化粧のちから」で誰もが笑顔に



東京新聞のT発面での記事がきっかけだった。それは資生堂が視覚障害者向けに全国で美容セミナーを実施している、という内容。CSRの担当者に詳細を尋ねたところ、資生堂は創業以来「一人ひとりの美の実現」という理念のもと、障害の有無に関わらず、多くの方々がスキンケアやメイクアップを楽しめるように、様々な活動に取り組んでいることを知った。また今年1月に、資生堂は社会価値をさらに推進していこうと「社会価値創造本部」を新たに立ち上げた。その理念は、東京新聞「HEART&DESIGN FOR ALL」の「誰もが暮らしやすい社会の実現」というコンセプトに等しく、賛同を得ることができた。

同本部の重点活動の一つが、肌に深い悩みを持つ方を化粧で応援する「資生堂ライフクオリティビューティーマーキャップ」。今回、がんサバイバーを支援する「ラベンダーリング」のイベントでは、満開の桜のもと、たくさんの明るい笑顔があふれていた。その笑顔はきっと、底知れない感情の葛藤を経験してきた証。そして「化粧のちから」が大輪の笑顔を見事に引き出していた。日本の美容界においてトップランナーである資生堂が放つ、きめ細やかでありながら優しく、力強さに心を打たれた。

資生堂には今回の紙面を見て反響が寄せられているという。本企画を通し、肌に悩みを持つ方はもちろん、そうでない方も、前向きに社会で生きていくきっかけになれば幸いだ。

(東京本社広告一部/高橋 郁子)

2018年11月1日東京新聞朝刊
TOKYO発



視覚障害者向け
資生堂の
美容セミナー
記事を元に
広告企画を提案

紙面掲載後
読者から
反響多数！

「ラベンダーリング」
イベントをレポート！

がんサバイバーを支援するプロジェクトに、
資生堂がメイク&ヘアセットなどを行い、
参加者を笑顔に！



2019年4月20日東京新聞朝刊
「HEART&DESIGN FOR ALL」特集