

ザ・ボディショップとMTV、共同 HIV/AIDS 啓発キャンペーン 2008年3月28日よりスタート

日本から始まった最大規模のグローバルキャンペーン
今年「GET LIPPY ゲット リッピー」!

ザ・ボディショップ(本社:英国)とMTV Networks(本社:米国)は、
深刻化する HIV/AIDS の現状を、新規 HIV 感染者数の急増している若い世代に伝えるため
2007年より、共同啓発キャンペーンを行っています。

日本国内では、ザ・ボディショップ(株式会社イオンフォレスト)とMTV ジャパンが、世界に先駆けて2003年より共同で様々なエイズ啓発キャンペーンを行ってきました。そして2007年、こうした日本での活動が世界に広がることとなりました。(2007年キャンペーン結果は別紙資料2をご参照ください)
第2回目の今回は、「GET LIPPY キャンペーン」を実施します。

HIV/AIDS の現状は深刻で、新規 HIV 感染者は年間約500万人、そのうち25歳以下の若者は全体の半分に及びます。世界中の若者の間に広がるエイズについて「もっと知って」「自分を大切にしよう」というメッセージを伝えるため、世界58カ国で展開するザ・ボディショップと、世界160カ国で、音楽を中心とした総合エンターテインメントブランドを若者に向けて発信するMTV Networks がコラボレーションすることで、日本だけではなく全世界の特に若い世代へ向けて、直接的に、そしてスタイリッシュに HIV/AIDS 問題を投げかけ、意識啓発を目指します。

共同キャンペーンの概要は以下の通りです。



キャンペーン期間 : 2008年3月28日~5月15日 *
(※日本国内の場合。国によって異なる)

キャンペーン目的:

- ①若い世代の AIDS 問題への意識を高め、感染防止に貢献する。
- ②世界中の若者による AIDS 啓発活動をサポートする。

キャンペーンテーマ: GET LIPPY (ゲット リッピー)

「GET LIPPY」とは、「おしゃべりしよう!」「話そう!」という意味の造語で、HIV/AIDS 問題について、隣にいるお友達ともっと話してみようよ!というキャンペーンメッセージが込められています。

キャンペーン内容 :

- ①ザ・ボディショップ店舗にて、
 - 1.コラボレーションリップクリーム「ガラナリップバター」販売。
製品の全利益を「Staying Alive(ステイング アライブ)財団 *」に寄付
*資料1-※1をご参照下さい
 - 2.「コンドーム GET LIPPY バージョン」「レッドリボンピンバッジ」販売。
「コンドーム入りカンケース。」
 - 3.募金箱の設置。
2、3は「HIVと人権・情報センター*」に寄付 *資料1-※2をご参照下さい
 - 4.「GET LIPPY challenge」
GET LIPPY キャンペーンを通じて、一般市民に向けたメッセージ波及に学生団体がチャレンジ。ザ・ボディショップのソーシャルマーケティングの実践体験を共有することで、若者による若者への意識啓発力の底上げをサポートする。
対象:日本国内の学生啓発団体
また、学生の学内での活動、このプログラムの発表の場もサポート。
- ②MTVにて、コラボレーション映像をオンエア
- ③キャンペーンサイト立ち上げ
ザ・ボディショップ <http://www.the-body-shop.co.jp/getlippy>
MTV JAPAN.COM www.mtvjapan.com/getlippy
- ④「GET LIPPY カフェ」オープン
3/28-29の2日間、六本木ヒルズに登場。*詳細は次頁をご覧ください

コラボレーション・リップクリーム「ガラナ リップバター」【限定品】 10ml ¥525 円(税込)



さわやかなベリーの香りとなめらかな使い心地のリップクリーム。
スキンコンディショニング成分ガラナベリーシードエキス、保湿成分シアバター、ミツロウ配合。乾燥やあれを防いで、うるおいのあるしっとりした唇を保ちます。ガラナベリーには、刺激を与え、活力を高める特性があるといわれています。唇にも元気を与え、「HIV/AIDS 問題について、もっと話そう!」という思いを込めました。
★保湿成分シアバター(ガーナ産コミュニティレード原料)、ミツロウ(ザンビア産コミュニティレード原料)配合

この製品の収益は、「ステイグ アライブ財団」を通して、世界中で行われている HIV/AIDS の啓発イベント、オンライン相談窓口の設置などの活動に役立てられます。 ※3月28日発売

☆「GET LIPPY カフェ」オープン!

「GET LIPPY キャンペーン」の一環として、特設カフェをオープン。
期間中、若い世代のお客様を招いたスペシャルイベントも行います。



日時: 3/28(金)~3/29(土) 11時~23時

場所: 六本木ヒルズ ヒルズカフェ/スペース

内容: ザ・ボディショップ×MTVと、ヒルズカフェとのコラボレーションで、店内を「GET LIPPY」ビジュアルに装飾。
ガラナベリーを使ったオリジナルチャリティドリンクの販売や、キャンペーン映像を放映します。

スペシャルイベント: 3/29(土) 14時~15時半 (招待制)

スペシャルゲスト: 参議院議員 川田龍平氏、アーティスト 山田耕平氏

MC: MTV VJ KENNY



参議院議員 川田龍平氏:

東京HIV訴訟(薬害エイズ事件)原告。元松本大学非常勤講師。人権アクティビストの会代表。
血友病の治療に使われた輸入血液製剤によってHIV感染し、その責任を問うた訴訟の原告として実名を公表して闘った。2007年7月29日の参議院選挙に東京都選挙区より無所属で出馬し、68万3629票を得票し初当選した。



アーティスト 山田耕平氏:

1979年、愛知県生まれ。2003年に愛知大学を卒業後、同年12月から2006年3月まで海外青年協力隊、村落開発普及員としてアフリカのマラウイ共和国に赴任。現地でエイズ問題解決のため、歌でエイズ検査普及の活動を行う。「NDIMAKUKONDA(ディマクコンダ)」は、マラウイでヒットチャート1位になり、同国のレコード大賞にもノミネートされた。'06年8月、日本でもCD/DVDが発売される。現在エイズ啓発やアフリカプロモーションのため自らイベントを企画し、テレビ、ラジオ、講演会等でも活躍中。



MTV VJ KENNY:

1982年、フランス人の父と日本人の母の間に生まれる。17歳までパリで生活し、その後日本へ。フランス語が母国語だが、英語、日本語も話せるトリリンガル。現在は、MTV VJとしてMTV Screen、UK Top 10等のレギュラー番組を担当。その他、モデル、イベントオーガナイザーとしても活躍中。

◆ このリリースに関するお問い合わせ先

・ザ・ボディショップ コミュニケーション部 橋本実佳

TEL: 03-5215-6126 FAX: 03-5215-6136 E-MAIL: mika.hashimoto@the-body-shop.co.jp

・MTV Networks Japan(株) コーポレート マーケティング&コミュニケーション部 峯村雅美

TEL: 03-6434-3106 FAX: 03-6434-3160 E-MAIL: pr@mtvn.jp

【資料 1】

※1 Staying Alive(ステイグ アライブ)財団について



1998年より、MTV Networks、UNAIDS(国連エイズ合同計画)、世界銀行などが協力してきた HIV/AIDS の啓発活動「Staying Alive」。

2005年からは、MTV Networks 主催により世界の若者に対する HIV/AIDS 啓発活動を助成する財団となり、HIV/AIDS と戦う若者を支援し、正しい知識・教育の拡大に尽力しています。

※2 特別非営利活動法人 HIV と人権・情報センター(JHC)

HIV/AIDS による偏見・差別に苦しむ人を支援するため、1988年に発足。現在は東京・大阪など全国7か所に支部をもち、感染症の啓発や社会的偏見の克服と共生を目指して活動しています。ザ・ボディショップでは、1997年からのエイズキャンペーンで応援し続けてきました。特に、若者から若者への啓発プログラム、YYSP(ヤング・フォー・ヤング・シェアリング・プログラム)を応援しています。

ザ・ボディショップについて



ザ・ボディショップは、世界各地に古くから伝わるスキンケアの知恵に着目し、ハーブやフルーツ、木の実など、天然原料を使用した化粧品を製造販売しています。

創業は1976年。英国人女性アニー・タ・ロディックにより設立され、現在では58カ国に約2,300店舗以上を展開。

5つの基本理念「バリューズ」(「化粧品の動物実験の反対」「コミュニティレード」「セルフエスティーム」「人権保護」「環境保護」)を大切にしています。バリューズをもとに様々な取り組みやキャンペーンを行い、幅広いお客さまから支持をいただいております。

1997年よりHIV/AIDS 啓発活動にも取り組み、HIV/AIDS に対する偏見や差別をなくし、一人一人の人権が尊重される世界になるようにと、メッセージを送り続けています。「ビジネスと社会貢献を両立する」ことを目指して社会と環境の変革を提言し、お客さまと共に行動を続けています。

MTV Networksについて



MTV Networks は、米 Viacom (NYSE: VIA, VIA.B) グループの一員で、マルチメディア・プラットフォーム向けにコンテンツや番組製作を手がける世界的企業です。MTV Networks は、MTV、ニコロデオ、VH1、COMEDY CENTRAL、SPIKE TVをはじめ計151チャンネルと、310以上のデジタル・メディアを介して、世界160カ国で、33言語を通じ5億1千8百万世帯以上で視聴されています。

MTV Networks 副会長であり、Staying Alive 財団会長を務めるウィリアム・H・ローディは、過去に UNAIDS(国連エイズ合同計画)の大使も務め、若者に支持を得るメディアの代表として HIV/AIDS 問題啓発に積極的に取り組んでいます。日本においても2001年のMTV開局以来、世界エイズデーの12月1日には24時間編成でHIV/エイズ関連番組のみを放送するなど、継続的に日本の若者の意識を啓発し、アクションをサポートする活動を行っています。

【資料 2】

2007 年 ザ・ボディショップ×MTV 共同 HIV/AIDS 啓発グローバルキャンペーン 「Spray to Change スプレイ トウ チェンジ」結果報告

日本で始まった、ザ・ボディショップ×MTV の共同キャンペーンが世界規模に進化し、
2007 年、第 1 回グローバルキャンペーンとしてスタートしました。
「Spray to Change スプレイ トウ チェンジ」キャンペーン結果は下記のとおりです。



【寄付金について】

寄付金付製品「ルージュベリーオードトワレMTVコラボレーションボトル」の日本での収益は、**¥4,451,400**(2007 年 6 月末)になり、ザ・ボディショップインターナショナルを通じてステイニング アライブ財団に寄付しました。世界トータルでは 43 万ポンド(日本円で**約 1 億 320 万円**)になりました。

【助成先について】

ステイニング アライブ財団に申し込みがあった世界各国の約 350 団体から、ケニア、マラウィ、ザンビア、オーストラリア、ブルガリアなど 18 カ国 33 団体が助成先として選ばれ、世界各地で若者への HIV/AIDS 啓発活動に役立てられます。いずれも、自分たちのコミュニティを HIV/AIDS による荒廃から守ろうとする素晴らしい若者たちのグループです。

【主な助成先】

マラウィ、ザンビア

CEPARAM(若年の母親の権利を守る教育センター)のベティと若い女性のチームは、助成金を利用して、マラウィとザンビアの 500 名の十代の母親と 300 名の少女たちを支援する。HIV 感染予防、セルフエスティーム、自立するためのスキルを教え、食糧などを提供する。

彼女たちが、さらに周囲の女性たちに HIV/AIDS についての正しい知識を広めていく。



オーストラリア

青少年のための HIV/AIDS 啓発団体 YEAH のアリーシャ・ロス、高校での HIV 感染予防教育を行っている。学生主体となり、年齢が近い高校生に話しかける「ピア・エデュケーション」という方法をとっているため、受講者たちもリラックスして、HIV/AIDS を自分の問題として受け止めることができる。



その他、日本のザ・ボディショップでは、店頭募金と、期間中のキャンペーン対象商品売り上げの一部で **¥1,139,172** になり(店頭募金・他 ¥916,508、対象商品売上の 5% ¥222,664)、HIV と人権・情報センター(JHC)へ寄付しました。ヤング・フォー・ヤング・シェアリング・プログラム(若者の若者による AIDS 啓発プログラム)や講演を通じて国内の若者への啓発活動に役立てられます。