

SK-IIの動画『期限なんてない』が、世界中で6,600万回以上再生

「誰かに決められた期限なんてない」と呼びかける動画が 海外、そして日本で大きな話題を呼んでいます

SK-IIが、新キャンペーン『年齢って何だろう』の開始とともに公開した動画『期限なんてない』が、公開から約2週間経過した今、世界中で6,600万回以上再生され、大きな話題になっています。特に、中国、日本、韓国というアジアの3つの国では、メディアやSNSで頻繁に今回の動画が取り上げられています。

(動画はこちらからご覧ください。 <https://youtu.be/8YyiHLyXjs4>)

この動画「期限なんてない」は、夢や目標を阻もうとする3人の女性が、「年齢に対する不安やプレッシャー」を乗り越え、自分の意志で「年齢」に縛られることなく自分らしく輝く人生を選択する、というストーリーです。

今回の動画は、中国では4,800万回以上視聴されています。さらに、中国の人気ウェブサイト『Weibo』のトップトレンドリストに選ばれています。また、中国国内で人気を博しているトーク番組『Qi Pa Shao』において、今回の動画がテーマとして議論される予定です。

日本でも既に700万回以上再生され、年齢へのプレッシャーに対し、SNS上でも大きな話題になっています。「どこの国の人だとか、関係ない。あの人独身だとか、30歳超えたらまるでその人自身の価値がなくなるというような、古い考えがはやく変わりますように。」など“期限なんてない”を象徴するようなコメントも多く届いています。

韓国でも同様に、「見終わったときに、鳥肌が立つくらい感動した。ChangeDestinyが何なのか、よく分かる動画で、ものすごく興奮した！」など、動画に強く共感する女性たちのコメントが寄せられています。

今回のキャンペーン動画には全ての女性に、年齢を重ねることにプレッシャーを感じず、また決められた期限があるように感じたりすることなく、自分らしく輝いて運命を切り開いて欲しいという願いを込めています。37年前のブランド誕生時から、女性たちが肌を変え、自信を持ち、運命を変える姿を見てきたSK-IIは、自分には決められた期限があるように感じ強いプレッシャーを抱えている女性を、「運命を変える力は、あなた自身の中にある。誰かに決められた期限なんてない。」というメッセージと共に、動画を通じて応援したいと考えています。

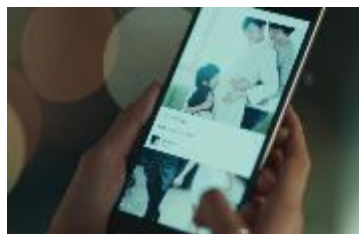


SK-IIは2015年から、グローバルキャンペーンとして#ChangeDestinyという、女性が運命を変える勇気を持つことを応援するキャンペーンを開始しており、『年齢って何だろう』もそのキャンペーンの一環としてスタートしました。動画の中の3人の女性が人生を前向きに切り開く姿は、世界中の女性を勇気づけています。

■ 動画「期限なんてない」内容

動画「期限なんてない」

幼いころは気にすることのなかった「年齢」。東京、ソウル、上海で同じように生まれた彼女たちは、成長をするにつれ自分自身で人生を切り開き充実した生活を送る一方、だんだんと年齢を重ねることへの不安や、プレッシャーを抱え始めます。「30歳までに結婚に目処をたてたい。」「仕事でも30歳までに見通しがほしい。」「このままでいいのだろうか。」と焦りや重圧を感じ苦しむ女性たち。彼らがプレッシャーを感じるの、家族からの期待、結婚を急がせる広告、そして友人のSNSの投稿など。しかし、これまで自ら決断し人生を切り開いてきた自分の姿を思い出した彼女たちは、世間の意見に惑わされず自分の意思で未来を決めていくことが大切だと気が付きます。「運命を変える力は、あなた自身の中にある。誰かに決められた期限なんてない。」笑顔を取り戻した彼女たちは、年齢を期限に感じることなく自分らしく輝き、自信を持って前に進んでいく決断をしました。



SNSでの友人の投稿などで



幼い頃は気にならなかった年齢



年齢に対して葛藤が募る



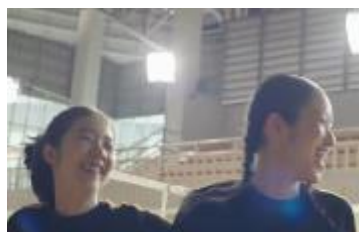
徐々に年齢が気になってくる



人生を謳歌してきた自分の姿を思い出す①



親からのプレッシャーや、



人生を謳歌してきた自分の姿を思い出す②



結婚を急げという広告



自信を持って前に進んでいく決断をする

■「30歳までに見通しがほしい」「期限があるようなプレッシャー」日本だけでなくアジア女性に通じる年齢への葛藤。

SK-II が世界 11 カ国で行った調査*1によると、約 4 割の女性が年齢を重ねることに不安があると回答。アジアでは特に顕著でそのように考える女性は、約 8 割にのぼりました。また、この年齢に関する不安について、30 歳という年齢をひとつの期限のように捉える傾向があり、結婚もその一つの要素のようです。日本では、20 代女性の多くが 30 歳までに結婚の目処を立てたいと考え、また、同じアジアの中国や韓国においては、30 歳未満の半数以上の女性が、ふさわしい結婚相手を見つけられるかどうか、年齢を重ねることへのプレッシャーに関係していると答えています。それとともに年齢への重圧を感じる要因について「自分自身の思考が影響している」とアジアの女性の約 7 割が回答。周囲からの直接的な言葉などに加え、自分へのセルフプレッシャーに苦しむ姿は、社会的な期待に必ずしも従う必要はないと知りつつも、その期待からなかなか逃れることのできない現代女性特有の葛藤を浮き彫りにしています。

*1：2017年5月 日本、韓国、中国、香港、台湾、タイ、マレーシア、インドネシア、アメリカ、イギリス、オーストラリアの女性 4280名、男性 3261人に対して実施

■SK-II からのメッセージ

「SK-II は、運命は変えることができると信じ、多くの女性たちが勇気を持って、運命を変えていくことを応援しています。2016 年からは、この信念を「運命を、変えよう。#changedestiny」というキャンペーンテーマのもと展開してまいりました。昨年公開をした動画「婚活マーケットを乗っ取る」は、中国の女性達が直面する 25 歳までに結婚をしなければならないというプレッシャーや、「残りもの女性」と呼ばれることへの恐れを描き、世界中で話題となりました。この驚くべき現実を受け、SK-II は女性が抱える年齢への不安は中国人女性だけのものではなく、全世界の女性に当てはまることだと考え、今回のキャンペーンを実施することを決めました。新キャンペーン動画「期限なんてない」では、SK-II は動画を通じて「運命を変える力は、あなた自身の中にある。誰かに決められた期限なんてない。」というメッセージをお伝えしたいと思います。そしてこのメッセージについてアジア、さらには世界中の人々に考えていただきたいと思っております。」

(グローバル ブランドディレクター サンディーブ セス)

■SK-II について

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。「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、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。2017 年、SK-II はブランド誕生 37 年目を迎えました。

※ピテラ™：ガラクトミセス培養液（整肌保湿成分）