

一日で100万 View を突破!

SK-II新プロモーション動画「婚活マーケットを乗っ取ろう」

「残りものの女性」と呼ばれるプレッシャーに立ち向かう勇気をサポート。

「私たちは『残り物』ではなくて、単に独身なだけです。」

中国の女性は結婚しなければならないというプレッシャーと戦っている。

「運命を、変えよう。~#changedestiny~」キャンペーンを展開するスキンケアブランド SK-II が新たに制作した「婚活マーケットを乗っ取ろう」が、公開から瞬く間に一日で 100 万 view、5 日間で 300 万 view を突破し、各国で話題となっています。

動画は、女性は結婚しないと半人前とみなされる中国社会において、現在最も議論を呼んでいるテーマのひとつ「剩女（残りものの女性）」について、キャリアを築き自立しながらも 27 歳ころまでに結婚をしなければならないプレッシャーと戦う独身女性たちとその家族の姿を追い、インタビューとともにドキュメンタリー形式で展開します。

動画の最後では、葛藤と重圧に苦しみながらも前向きに生きる彼女たちからのあつと驚くような仕掛けが、両親や友人たちへ用意されています。

動画はこちらからご覧下さい。: <https://www.youtube.com/watch?v=irfd74z52Cw>

『剩女（残りものの女性）』とは

「剩女とはまさに『残り物の女性たち』と訳すことができるでしょう。」

「この言葉は 25 歳以上の未婚女性を意味します。」

ニューヨーク・タイムズ紙によれば、この表現は 2007 年に中華全国婦女聯合会によって広められ、「残りものの女性」として訳されています。BBC、ニューヨーク・タイムズ、チャイナデイリーでも報道されたように、この表現は本当の愛のために結婚したい女性たちを非難する言葉として使用されてきました。



しかし動画でも指摘されている通り、実際に愛のために結婚することは口で言うほど簡単なことではありません。

中国の多くの都市部には「マリッジマーケット（婚活マーケット）」という場所が存在し、そこでは両親が自分たちの息子や娘の身長や体重、給与から性格までも記載した個人広告を掲示したり、その逆で釣り合う人を見つけようと婚活広告を一枚一枚比較している光景がよく見られます。時には、両親が婚活マーケットに自分の広告を出したことさえも女性本人が知らない場合もあるのです。



婚活マーケットは、2つの世代間における結婚への異なる考え方を象徴するシンボルで、さらに独身女性たちにとってこれは両親や家族からの大きな重圧となっています。この動画では、インタビューを受けた多くの女性たちが、家族を築くことで両親の期待に応えたいと思う一方、自分の進む道は自分で選びたいと思う、自身の葛藤について語っています。

女性たちは『婚活マーケット』を逆手にとることに決めた。

「たとえ独身であっても、私は幸せで、自信に満ちあふれ、素晴らしい人生を送っています」

動画の後半、女性たちは上海の人民公園の婚活マーケットを乗っ取るという行動にでます。

新たに設置された美しいオブジェは、これまで掲示されていた実際の結婚広告ではなく、自分の運命は自分で決めたい、と願う何百人もの女性からのメッセージを「結婚広告」を逆手にとって作られたものです。

ついに女性たちは自身の思いを声にし、運命を変えるための強い思いをメッセージとして伝えることが出来たのです。

ここで展示された女性たちの自信に満ちた幸せな姿のポートレート写真は、しばしば描かれる剩女の必死なイメージとは正反対です。彼女たちは、自分たちがどのように自身を見ているかを伝えると同時に、世界に対しても同様により一層の理解を求めているのです。



現在の女性へのプレッシャー「結婚のためだけに結婚したくありません、それでは幸せになれません」

ここ数年「剩女」という言葉が使われるようになり、社会や家族、友人たちからの増大するプレッシャーを身をもって感じてきた彼女たちは、個人の考えを述べ理解を得ることは非常に困難でした。

多くの女性にとって、未婚は社会的な不名誉とみなされ、未婚でいることが大きな不安定要素となっているのです。しかし彼女たちは自分自身の教育やキャリア、自立は彼女たちにとって最も大切なことと考え、必要性から結婚を決めるのではなく、純粋に愛のために結婚する機会を待つことを望んでいるのです。

今回インタビューした多くの女性たちは、いかに今自身が幸せで満たされているか、を答える一方で、両親や友人たちに自分の生き方を受け入れてもらうよう説得することはできていませんでした。



人生を選択する権利は自分にある。

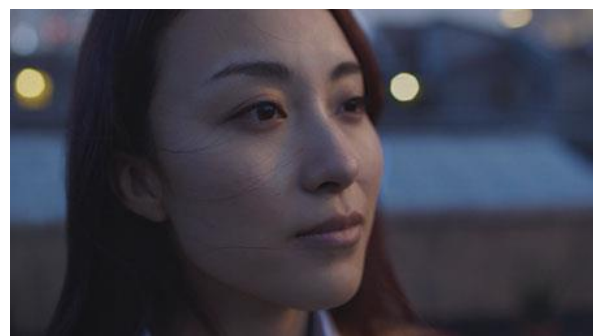
「独立していることは素晴らしいライフスタイルであり、私が希望している人生そのもの」

今回動画に登場する女性たちは、結婚する相手もタイミングも自分で決める権利をつかみ、「剩女」の意味に挑戦して社会の認識を変えるために、参加を決断してくれました。

古い慣習に従うのではなく、女性にとって成功や独立は誇るべきことであると考えている彼女たちは、賢く、才能があり、自立し、実は結婚で得られるステータス以上のものをすでに持っているのです。

今回の動画は、SK-IIの「運命を、変えよう。」キャンペーンのメッセージのもと、社会やしきたりにとらわれず、自分の人生は自分で勝ち取りたいと願い努力するそんな中国の独身女性たちの協力のもと制作されました。

彼女たちは世代を超えてお互いを敬う関係を再度築き、人生を自由に選び、運命を自分で決める女性の権利、その社会の理解をさらに高めたいと考えているのです。



SK-IIは「運命を、変えよう。 - #changedestiny」のキャンペーンのもと、人生を前向きに切り開く全ての女性を応援し引き続きメッセージを発信してまいります。

参考

【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）

<公式ホームページ URL>

<http://www.sk-ii.jp/ja/index.aspx>

『運命を、変えよう。～#changedestiny～』キャンペーン

多くの女性は、「運命は変えられない」「人生はそう簡単に変えることはできない」と思っているかもしれません。しかし、SK-IIは誕生して36年の間で、女性たちが肌を変え、自信を持ち、人生を変えてきた姿を見てきました。その経験のもと、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、メッセージを発信してまいります。

SK-II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、女性の皆様に応援してまいります。

<キャンペーンサイト URL>

PC: <http://www.sk-ii.jp/ja/changedestiny.aspx>

SP: <http://m.sk-ii.jp/ja-JP/changedestiny>

<報道関係者のお問い合わせ先、取材のご依頼 等>

SK-II PR事務局 (株)プラップジャパン 東出・高橋

TEL:03-4580-9103 FAX:03-4580-9129 MAIL:sk2_prap@ml.prap.co.jp