

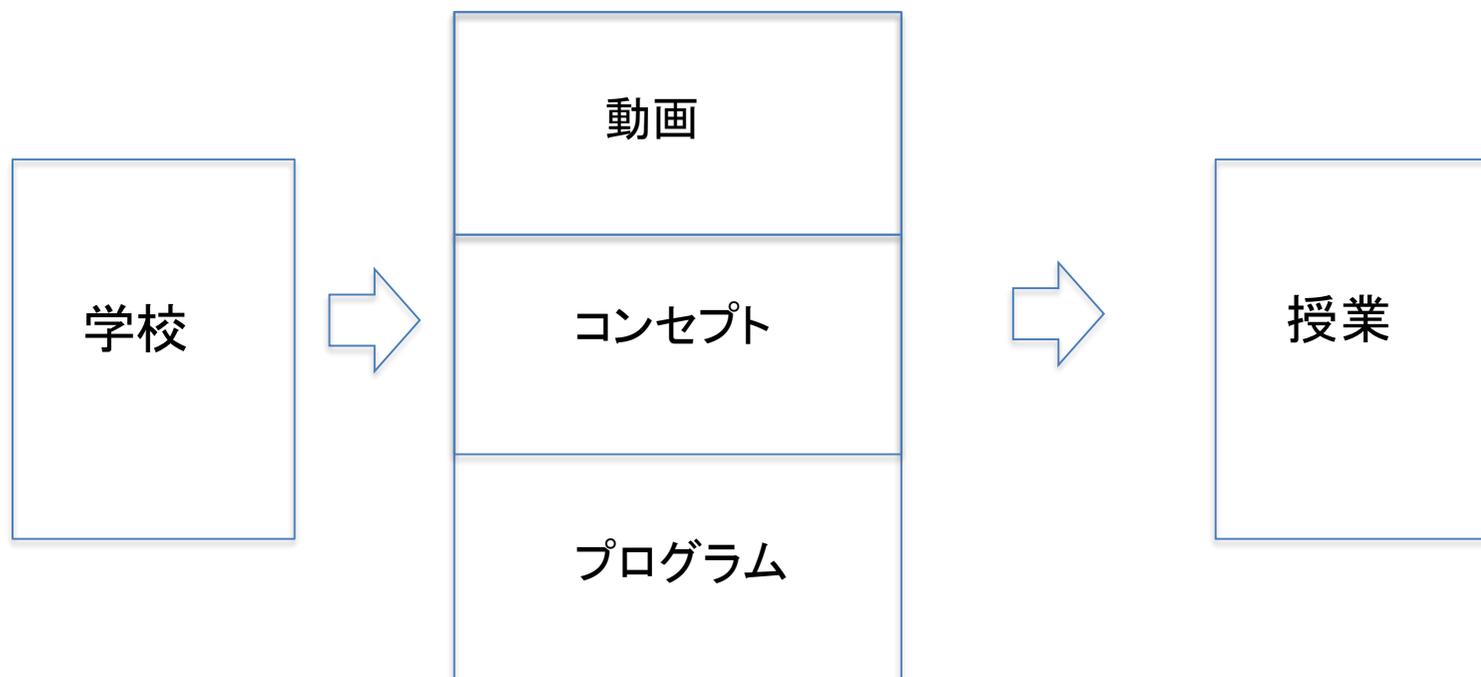
ブランドエクスペリエンス		コーポレート・団体	
広告主名	株式会社 資生堂	期間	2018年9月1日 ~ 2020年3月31日（継続）
コーポレート・団体ブランド名	同上	地域	全国（授業は横浜市の小学校）
施策名	MY CRAYON PROJECT	使用媒体	website
<h3>1. 施策を行った背景や課題</h3> <p>日本に住む外国人住民の比率は約2%。グローバル化が進み、ダイバーシティがますます重要な価値になっていく中で、多くの日本の小学生は人種の多様性について知らないまま育っていくことが多い。</p> <p>いじめ、などの問題も単一的な価値観に偏り、多様性を認められないことから発生することも考えられる。</p> <p>子どもたちがもっと多様性について考えるきっかけをつくれないうか。</p>		<h3>3. 結果</h3> <p>社内のボランティアプログラムであるため多くの回数をこなしているわけではないが、横浜を中心に400人近くの子供達がこの授業を受け、先生、生徒たちにも好評を博している。</p> <p>またこのアイデアはコーポレートコミュニケーションのアイデアとしてOne show, Clio, andyaward, spikesなど多くのアワードを受賞している。</p>	
<h3>2. 解決方法（SOLUTION）</h3> <p>日本には「肌色」という言葉があり、多くの人はいまだに「薄だいたい色」のことだと考えている。「本当の肌色とはなんだろう」その疑問から生まれたのが「MY CRAYON PROJECT」世界の肌を研究してきた資生堂は、一人一人の肌の正確な色を測定し、一人一人の肌の色のクレヨンを制作。それぞれの名前のが書かれたクレヨンはその人だけのオリジナルな「肌色」だ。</p> <p>このプロジェクトは実際のプログラムとなり、資生堂の出前プロジェクトとして実際に行われている</p>		<h3>4. 企画のポイント</h3> <p>○肌から考えるダイバーシティ。肌を研究し続けてきた資生堂だから実現できるソリューション。</p> <p>実際の出前授業としてプログラム化。</p>	

【フリースペース】 全員提出



【URL概要説明用 フリースペース】 URL提出の方のみ提出

Site構成



<https://corp.shiseido.com/mycrayonproject/jp/>