

“DECORTÉ ポーズ”のドジャーストレーディングカードをお披露目 9月21日のホームゲームで観戦者先着1万名に無料配布 ～公式チームストアで販売するリポソーム購入者にオリジナルカードもプレゼント～

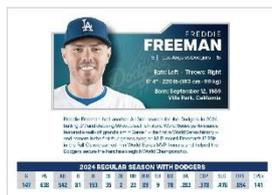
メジャーリーグベースボール (MLB) のロサンゼルス・ドジャース (本拠: カリフォルニア州ロサンゼルス) とパートナーシップ契約を締結している株式会社コーセー (本社: 東京都中央区、代表取締役社長: 小林 一俊) は、現地時間9月21日 (日) にドジャー・スタジアムで行われるドジャース×ジャイアンツのホームゲームにて、観戦者先着1万名に“DECORTÉ ポーズ”のドジャーストレーディングカードを無料で配布します。

本トレーディングカードは、ドジャースチームメンバーのセレブレーションポーズとして今期話題となっている“DECORTÉ ポーズ”を大谷翔平選手、フレディ・フリーマン選手、テオスカー・ヘルナンデス選手がしているので、3枚を1セットで提供します。

表



裏



大谷翔平選手

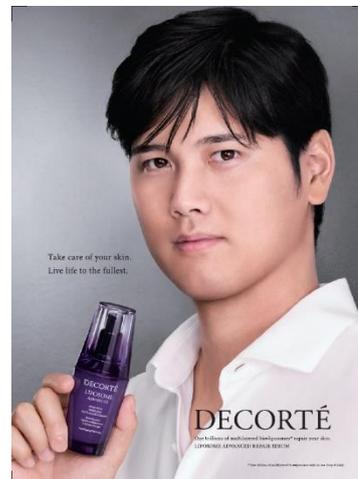
フレディ・フリーマン選手

テオスカー・ヘルナンデス選手

カードスリーブ

さらに、ドジャー・スタジアム内の3つの公式チームストアでリポソームシリーズなどの対象商品を購入すると、『コスメデコルテ』がオリジナルで作成した大谷選手のノベルティカードをプレゼントするキャンペーンを9月中旬から実施します (なくなり次第終了)。

当社は2024年度から3年間、ドジャースとパートナーシップ契約を締結し、2024年ワールドシリーズのドジャース優勝の際は、パレードのバスラッピングの協賛も行いました。選手間では“DECORTÉ ポーズ”が流行し、大谷翔平選手もホームランを放った際に披露するなど、現在ではチームのセレブレーションポーズとして定着し、チームを盛り上げています。



今年 5 月には契約を 29 年度まで延長することを決定^{*1}しました。当社は、中長期ビジョン「Vision for Lifelong Beauty Partner—Milestone2030」の中で掲げる新しいお客さまづくりの取り組みとして、グローバル(Global)・ジェンダー(Gender)・ジェネレーション(Generation)それぞれの頭文字をとった“3G”をテーマに、性別や年齢に捉われず、世界中のお客さまに寄り添いながら顧客の創造に取り組んでいます。ドジャースとの契約延長に際し、チームのセレブレーションポーズをモチーフとしたトレーディングカードを配布することで、大谷選手やドジャースの皆さまの活躍を応援し、また、その姿を通じて性別や年齢に捉われず世界中の皆さまに笑顔や元気、勇気や希望をお届けするとともに、選手やファンの皆さまと一体感を共有することで、より一層チームを盛り上げていきたいと考えています。

※1 2025 年 5 月 30 日リリース:[ロサンゼルス・ドジャースとパートナーシップ契約をさらに 3 年、2029 年まで継続し、ドジャー・スタジアム内の公式ストアで DECORTÉ リポソームシリーズなどを販売](#)

ロサンゼルス・ドジャースについて

ロサンゼルス・ドジャース フランチャイズは、1890 年にニューヨーク州のブルックリンで誕生して以来、ワールドシリーズ優勝8回、ナショナルリーグ優勝 25 回を飾った、誇りと卓越性を伝統とした球団です。MLB の 2020 年ワールド・チャンピオンであるドジャースは、ESPN のスポーツ・ヒューマニタリアン・チーム・オブ・ザ・イヤーに認定され、勝つ野球文化のサポート、ドジャー・スタジアムでの一流のファンフレンドリーな体験の提供、地域社会との強力なパートナーシップの構築に尽力しています。

メジャーリーグ史上最高の観客動員数を誇り、その壁を打ち破ってきたドジャースは、世界で最も愛されるスポーツ・フランチャイズのひとつです。

■ドジャース公式 HP: <https://www.mlb.com/dodgers>

『株式会社コーセー』について

1946 年に創業したコーセーは、英知と感性を融合した独自の美しい価値と文化を創造する「美の創造企業」として、化粧品の製造・販売を中心に事業を展開しています。創業者である小林孝三郎は、戦後まもない時代に、人々に夢と希望を与える化粧品の製造・販売を志し、常に高品質な化粧品を提供することに情熱を注ぎました。その創業の意思を脈々と引き継ぎ、79 年間、化粧品ひとすじにブランドマーケティング・研究開発・品質を追求し、独自性のある安全性の高い製品を世に送り出してきました。常に、“これまでの延長線上にないチャレンジ”を行い、顧客が求める新しい価値提供に取り組んでいます。最先端の技術を結集した高い付加価値を持つ高級化粧品を強みとし、ハイプレステージ領域からコスメタリー^{*2} 領域の全てにおいて、『コスメデコルテ』や『雪肌精』をはじめとする、多彩な提供価値をもつ個性豊かな 38 のブランド^{*3} を保有し、67 の国と地域^{*3} で展開しています。また、コーポレートメッセージ「美しい知恵 人へ、地球へ。」をサステナビリティ方針とし、あらゆる活動においてその視点を組み込むとともに、アダプタビリティの観点でモノづくりを推進しています。

※2 コスメタリー:コスメティックとトイレタリーを組み合わせた造語 ※3 2024 年 12 月末時点

■コーセーHP: <https://corp.kose.co.jp/ja/>

■企業公式X: https://x.com/KOSE_group

DECORTÉ(コスメデコルテ)について

1970年にデビューした『コスメデコルテ』は、当社の持つ先端技術の粋を集めた高付加価値ブランドです。ブランド誕生以来、妥協することなく独自の美を追求してきたクラフトマンシップと真のエレガンス(“気品”= KIHIN)を継承し、世界中のお客様に「誇りある美」を提供しています。カウンセリング販売を行う百貨店・化粧品専門店を中心に、世界の限定された店舗で展開し、専任のアドバイザーによる肌診断と、きめ細かなアドバイスを特長としています。『コスメデコルテ』は現在、世界15の国と地域(日本、中国、香港、台湾、韓国、シンガポール、タイ、マレーシア、イギリス、イタリア、フランス、スペイン、アメリカ、カナダ、オーストラリア)で展開しています。

また2023年より、ブランドを代表する商品「リポソーム アドバンスド リペアセラム」の広告モデルとして大谷翔平選手を起用しています。

■DECORTÉ 公式オンラインブティック:<https://www.decorte.com/>

■Maison DECORTÉ:<https://www.cosmedecorte.com/maison>