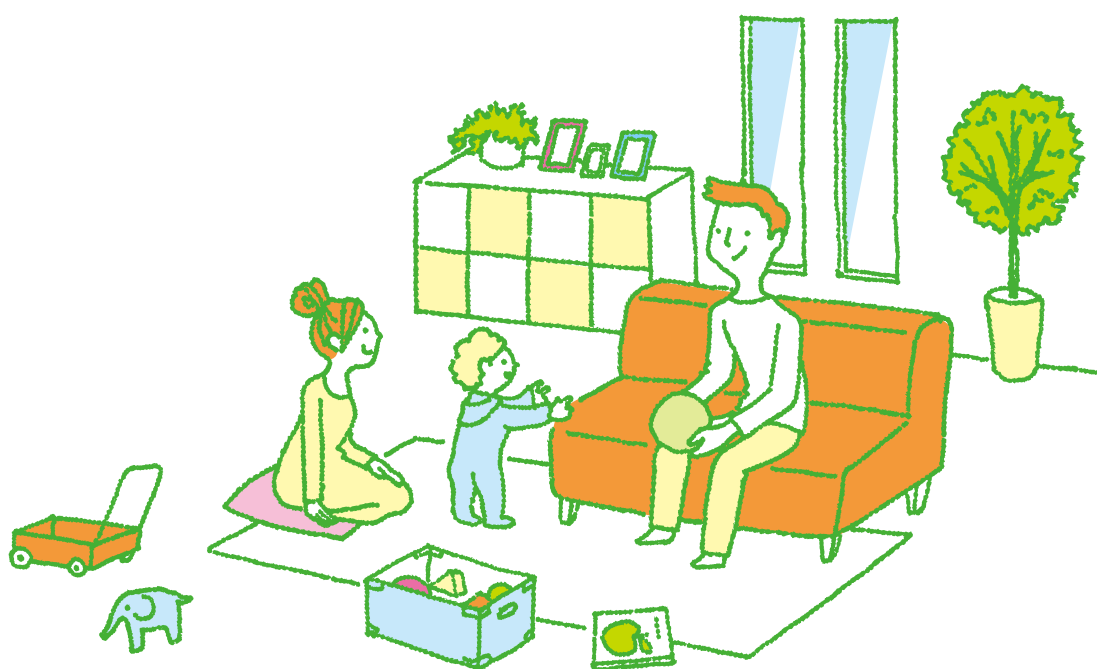




ディノス・セシール CSR トピックス 2016

できることを、きちんと。



Dinos Cecile Co., Ltd.

できることを、きちんと。

ディノス・セシールから皆さまへのお約束

私たちは、ディノス・セシールと関わるお客さま、お取引先さま、ともに働く人たち、さらには社会、とりまく環境とのつながりを大切に考え、すべての事業活動において“できることを、きちんと”実行することを約束します。

- お客さまや社会の声に耳を傾け、感じる心を持ち、事業や地域社会との積極的な関わりを通して、私たちがらしい社会貢献活動に取り組みます。
- 商品、サービス、お客さま対応の向上はもちろん、常に真心を持って速やかに改善に取り組みます。
- どんなときにも、誠実なコミュニケーションを心がけます。
- 国内外の法に従い社会倫理を尊重するとともに、いつも“どうあるべきか”を考え、行動します。
- 私たちの活動が、大切な人や環境を守り、社会課題の解決につながるよう努めます。

ディノス・セシールの従業員一人ひとりがこの「皆さまへのお約束」を胸に刻み、皆さまと想いを共有することで、次世代につながる社会づくりを目指します。

株式会社 ディノス・セシール

ディノス・セシールから皆さまへのお約束	1
ちょっといいディノス・セシールの話 メンズセシール	3
ちょっといいディノス・セシールの話 d-BEAUTY PREMIUM METHOD ...	5
活動ピックアップ H28年熊本地震 緊急支援	7
活動ピックアップ 2015年度 CSR NEWS	8
寄付実績のご報告	9

編集方針

このレポートは、ディノス・セシールの CSR 活動に込めた想いをステークホルダーの皆さまと共有するとともに、自らの活動を整理し、見直していくために発行しました。私たちの活動やレポートに関するご意見等ございましたら、ぜひお寄せください。

株式会社ディノス・セシール CSRの取り組み
<http://www.dinos-cecile.co.jp/csr/>

報告対象
株式会社ディノス・セシール

対象期間
2015 年 4 月～ 2016 年 3 月（一部期間外の内容を含む。）

発行
2016 年 7 月

ディノス・セシールの7つのCSR活動テーマ



子どもと女性と、
地域のために

受けとめよう
支えよう

ディノス・セシールの
ものさし

私たちの進め方

いきいきと
働くために

信頼を
つなぐために

みんなが暮らす
場所だから



それぞれの活動の詳細はHPでご覧いただけます。
<http://www.dinos-cecile.co.jp/csr/>



社内のチャリティイベントや CSR 活動の様子

『メンズセシール』



**コットンから始まった、「エコ」と「生産国支援」。
商品をきっかけに、
新たな“気づき”が生まれたらうれしい。**

メンズ・キッズ本部 メンズ・キッズ部 メンズ・キッズユニット

松本 雄丞（まつもと ゆうすけ）

女性向けのインナー・アパレルのイメージが強いセシールですが、男性向けの商品も充実していて隠れた人気商品があります。今回は『メンズセシール』が大切にする“コットン”を中心とした商品での取り組みについて、商品企画担当の松本 雄丞がお話します。

『メンズセシール』のお客さまには 肌触りや吸水・吸湿性の面で優れる コットンが好まれている

『メンズセシール』はビジネスからカジュアルウエア・靴・インナーまで揃う、男性向けのトータルファッションカタログです。セシールのお客さまがご主人用に購入されるケースが多いので、メンズとはいえ女性の目を意識した商品、紙面づくりを心がけています。商品の特徴で言うと、アイテムに関わらず、肌触りや吸水・吸湿性の面で優れるコットン素材が好まれる傾向があります。他社の同じような価格帯の商品は化学繊維の混率が高いものが多いので、差別化する意味でも『メンズセシール』のTシャツ、パンツ、ビジネスシャツなどの定番アイテムは、綿100%や綿の混率が高いアイテムを必ず揃えるようにしています。長袖のコットンポロシャツのように、長い間売れ続けているヒット商品もありますね。



人気のコットンアイテムで 「エコ」と「生産国支援」の 新しいチャレンジ

この7月に発行する『メンズセシール 2016VOL.3』では、人気のコットンアイテムでエコや社会貢献につながる2つの取り組みにチャレンジします。



『オーガビッツ』のジャケット・シャツ

一つは『オーガビッツ』プロジェクトへの参加です。オーガニックコットンを少しずつ、多くの商品に採用することでより広く知っていただき、トータルで使用量を増やそう、というプロジェクト。インディゴ商品の企画をお願いしていた取引先が、この『オーガビッツ』プロジェクトの運営をしていたんですね。オーガニックコットンは、農業や化学肥料を使わずに栽培するので土壤汚染も減りますし、栽培に関わる人々の健康被害も減らせる。ただコストが上がってしまうので、手ごろな価格の量産品で100%オーガニックコットンは、ハードルが高かったんです。でも『オーガビッツ』は全部ではなく一部（＝bits）を置き換えるので、コストへの影響が少ない。販売側としては導入しやすいし、従来の商品と同等の価格帯で販売できるので、商品企画の一つとして採用しました。

もう一つの『カンボジア・コットン・プロジェクト』は、『メンズセシール』



『カンボジア・コットン・プロジェクト』対象商品の一例



で人気のアイテムのひとつ、コットンパンツの生産国であるカンボジアの支援をするというものです。これも商談の中で、取引先から「カンボジアの荒地を綿花畑にするプロジェクトがある」という情報をもらったのがきっかけです。私たちが安くて良い商品という恩恵にあずかれるのは、生産国のおかげ。その生産国カンボジアでは、内戦の影響などによりもともとは綿花畑があった土地が荒れている…。そんな状況が心に引っかかってしまったので、お客さまの購入に応じた寄付で支援をすることにしました。当社の他のカタログでも同様の寄付の取り組みはありますが、商品の生産国を直接支援するのは初めての事例と聞いています。

社会貢献を優先するのではなく、 それも含めてビジネスとして 成立することが大事

カンボジアはもともと学生時代に旅行したりして、長い歴史と文化があり魅力がある国だと思っていました。商品担当としての関わりもあり、縁がある国なので、カンボジア・コットン・プロジェクトでの支援にトライできたことは、嬉しく思っています。でも自分自身は社会問題に対する意識は、決して高い方ではないんですよ。今回のカンボジア・コットン・プロジェクトも、基本的には社会貢献を優先するのではなく、それも含めてビジネスとして成立することが大事だと考えていました。以前から、これからのビジネスは価格だけでは成り立たないのでは、という危機感は持っていたんです。今の時代は買う楽しみというか、買うに至る経緯、買った理由、買った結果感じ取る満足感、そういった商品の付加価値をお客さまに提案できていないとダメなんだろうな、と。エコカーもそうですけど、ガソリン代というメリットがあってエコでもあることは、商品として必要な付加価値で大前提の時代。僕も一消費者の立場としてはそう感じていますね。仕事では価格を中心に考えていて、今まではその辺を意識できていなかった反省はあるんですけど、でももう、それぐらいのことを考えていかないと商品として負けちゃう、そういう時代かなという気がしています。



好きな商品を買ったら環境や社会に イイコトがあった、 という気づきが生まれたら嬉しい

商品は価格・品質・デザイン・その他の付加価値を含めたトータルの魅力が大事。なので、支援につながる商品だから売れる！という単純な図式にはならないですよ。お客さまが“買いやすい価格”で“好きなコットン素材”だから



買った商品に支援をつけ、その支援が必要な背景をお伝えして、ふとしたきっかけでお客さまが思い出してくださる…そんな“気づき”が広がると嬉しいですね。コットンが好きでコットンを選んでいるお客さまなので、この取り組みにも共感してくださると思います。

ビジネスマンとしても、一人の人間 としても勉強させてもらっている感じ こういう取り組みを スタンダードにしていきたい

今回の取り組みをきっかけに、使われているコットンの原産国の状況や背景、種類、オーガニックとそうでないものとの差、その差が糸としての質にどう影響するのかとか、今まで以上に深く知りたくなりました。今回はカンボジアの支援ですが他の生産国はどうなっているのかとか、『メンズセシル』としてより良い支援の形って何だろうとか。ビジネスマンとしても、一人の人間としても勉強させてもらっている感じですかね。気持ちの入ったビジネスをしたいなあ…と思うようになりました。

『メンズセシル』について言えば、自分の好きなものを買って支援につながるような取り組みを、スタンダードにしていきたいですね。特に発展途上の、成長するための選択肢を選べないような国に対する支援は必要だと思います。そういった国のおかげで、安くて良い商品を販売できるわけですから。いろんな経験値を増やして、今後の仕事に生かして行きたいです。



『メンズセシル 2016 VOL.3』

<http://www.cecile.co.jp/s/men/>

セシルの男性向けトータルファッションカタログ。オンラインショップでは、カンボジア製パンツの特集ページも。

<http://www.cecile.co.jp/sc/cambodiacotton/>

d-BEAUTY PREMIUM METHOD



選択肢の多い時代だからこそ、カタログへの信頼が大切。ココに載っているから買おう！と思えるアイテムを。

BW 本部 美容健康部 コスメ・健食ユニット

武部 恵子 (たけべ けいこ)

アラフィフからの人生を輝かせたいと願う女性向け、商品の提案だけでなく、美容に関するメソッドや情報をお届けするカタログ『d-BEAUTY PREMIUM METHOD』。紙面づくりや商品へのこだわり、自身が考えるアラフィフ女性について、編集長の武部恵子がお話します。

**本当に必要なことだけを伝える。
厳選したアイテム、読みやすいカタログ
へのこだわり。**

今の時代は情報が溢れすぎていて、何を選べばよいのかわからなくなることがありますよね。『d-BEAUTY PREMIUM METHOD』では、自分のスタイルがあり、独自の美意識を持つアラフィフ女性向け、厳選した美容情報やメソッド、商品を発信しています。ですから、コスメなども色々なカラーを載せず、あえてひとつに絞っているんです。例えば表紙。「このモデルの顔、いいでしょ？」と、提案します。それを次のページで、「この」顔になるには、「この」コスメ、「この」色、メイクメソッドは「これ」と、そのスタイルをまるごと紹介するスタイルです。

このカタログは、その分野のスペシャリストと言われるアラフィフ世代のプロたちと一緒に作っています。本誌を読んでくださる



お客さまと同世代のメンバーだからこそ、本当に必要なものが提案できるのかな、なんて思います。ここに載せている全ての製品を皆で試して「これなら大丈夫!」と実感し納得したものだけをセレクトしています。また、紙面づくりをするときも、どうしても多くの情報を載せたいと思いますが、「この情報は本当に必要? こんなに書いてあって読める?」と、普通に会話する感覚で話し合いながら、文字の大きさや行間などにも工夫をして、わかりやすく、読みやすいものにしています。

**トータルなビューティライフを提案。
きれいな生活をしている
アラフィフ女性は美しい。**

本誌のキーワードでもある「40 歳を超えたら“女は見た目”」は、言葉だけ聞くとドキッとしますが、40 歳を過ぎると、お化粧品にこだわり顔だけ一生懸命彩ったとしても、それだけでその人が美しいとは言えない気がして…。大人の美しさは、その人のライフスタイルが関係してくると思うんですよ。美しい人は、食にも興味を持っていますし、体型維持のために何かしらの運動をするなどの努力をしています。年齢を重ねた女性の見た目を作るのは、その人の美意識や生活にも関係していて、それらをひっくるめたすべてが顔に出ちゃう気がするんです。上辺だけをきれいにするのはではなく、毎日を健康で丁寧に生活することが大事になってくる年代なんだって思います。『d-BEAUTY PREMIUM METHOD』では、そんな生き方のお手伝いができるように、美容情報や生活メソッド、美容アイテムなどをトータルに提案しています。

**本当の美しさは、体の基本を整えること。
美ボディをサポートする、毎日
簡単にできるビューティーアイテム。**

美しいアラフィフ女性は、姿勢が美しく、背中がきれいだったります。そんな美しさを作り上げるアイテムとして、例えば「アーチドクター AQ」はお勧めです。



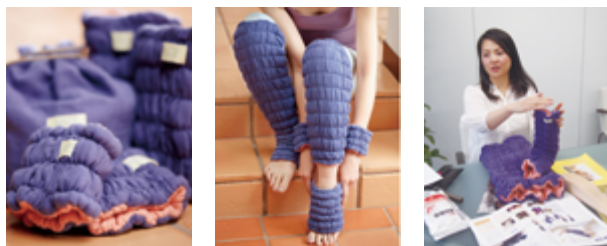
アーチドクター



本誌ならではの「メソッド」も紹介

これは、今話題の体調調整法「足裏リリース」ができます。誰もが体に癖を持っており、その癖を直して整った状態にしなければ、どんなに体を鍛えてもだめなんです。まずは足裏の筋肉を解放してあげること、そして、足裏のアーチを作ることがとても重要です。誰でも簡単にできるので、毎日使っていると自然と足裏のアーチが出来てきますよ。

また、一年中体を温めておくこともとても大切です。そんな冷え対策で好評をいただいているのが「イオンドクター」のウォーマーシリーズです。



イオンドクター

ウエストウォーマーはお腹からお尻までが温められるように丈を長くし、生地は肌に優しい草木染のガーゼ素材を使っています。草木染の染料に選んだ植物にはそれぞれ意味があって、表の生地には薬効があると言われる「シコン」、肌に当たる部分は、ポリフェノールを多く含む「チェリー」にするなど、色々こだわりました。また、手首、足首を温めるだけで体全体が温まるので、手首、足首専用のウォーマーもラインナップに追加しました。締めつけ感がないため、寝ている間に装着していても違和感がなく、朝起きた時にはぽかぽかと体が温まっています。



スキングードの視点からは「粘膜美容」が注目です。日本でも最近耳にするワードですが、ヨーロッパでは昔から知られており、ここで載せている「アンティーム」のようなもので、デリケートゾーンを子どもの頃からケアするのが常識。また、粘膜というとデリケートゾーンを連想し、日本では閉鎖的になりがちな傾向があるのですが、実は、目・鼻・口などにも粘膜はあり、むしろ肌よりもきちんとしたケアが大切で、粘液こそが美と健康の維



アンティーム



持に大きな役割を果たしているのだと…。私自身、もう少し早く知りたかったな、と思うアイテムです。

自然な感覚で取り組みたい。 国連 UNHCR 協会を通じて、 難民女性の自立支援活動へ寄付。

2013 年より、このカタログで 1 回のお買物につき 20 円を、難民支援のため寄付しています。お陰さまで、累計で生理用品（1 年分）604 人分相当の支給に繋がりました。「d-BEAUTY PREMIUM METHOD」のメイン読者でもある 50 代前後の女性は、女性ホルモンの大切さを実感する年代ですね。私たち日本人女性は、当たり前女性ホルモンをケアできる環境にい



ますが、その一方で、難民キャンプにいて、必需品といえる生理用品さえ使えない女性たちがいます。そういう女性達を支援することは、ごく自然なことなのかな、なんて思いますし、そんな自然な取り組みだからこそ、皆さんにも賛同していただいている気がしています。これからもコツコツと続けていくことで、少しでもお役に立てたら…と思っています。

時代の少し先を行く、美容情報やアイテム を届けていきたい。 信頼してもらえるカタログに。

今後時代の変化につれて、お客さまの意識もどんどん移り変わると思いますし、今まで以上にたくさんの情報やモノが溢れていく中で、これからも時代の一歩先を行く情報やメソッド、アイテムを紹介していきたいと考えています。お客さまが「ここが取り上げているメソッドや商品だから、ちょっと試してみようかな」と思えるような、カタログそのものの「信頼」が何よりも大事なんじゃないかと。人間だれもが変化します。その変化に怯えず、その時の自分の状態にあったものを選んでいく力が大切だと思っています。その選び方を迷っているアラフィフ女性の肩を、後ろからちょっと押してあげられるような、そんなカタログになっていけたらいいなと考えています。今の 50 代が素敵だったら、30 代や 40 代の人たちはきっとそこを目指していくのではないのでしょうか。



「d-BEAUTY PREMIUM METHOD No.8」
<http://www.dinos.co.jp/method/>
自分自身の“美容道”を持ちながら、好奇心を忘れず、新しい美容法にも敏感で、意欲的な、美しきマチュア世代の女性たちへお届けする美容情報カタログ。



H28年熊本地震 緊急支援

2016年4月14日以降発生している一連の熊本地震による被害に対し、緊急支援物資のお届けと、ディノス、セシール両事業でのお客さま参加型の取り組みによる支援を実施しました。

2016年 4月

南阿蘇村へ緊急支援物資をお届け

H28年熊本地震により甚大な被害を受けた熊本県南阿蘇村に対し、現地の要望に応じ、下着類および着圧ソックスなど約2,500枚他を緊急支援物資としてお届けしました。

■お届けした商品：

- ・下着類 2,490枚（着圧ソックス・パジャマ・肌着・ショーツ ※子供用含む）
- ・アルファ米 1,700食
- ・マスク 5,000枚

■支援先（お届け先）：熊本県阿蘇郡南阿蘇村（南阿蘇村役場）

■お届け日：2016年4月28日



2016年4～5月

dinos

ディノスの熊本復興支援キャンペーンクーポン

ディノスの下記3つのキャンペーンにおいて、キャンペーンクーポン経由の売上の1%を義援金として熊本地震災害復興支援のために寄付しました。

- ①「Wチャンスキャンペーン第2弾」（2016年4月29日～5月5日）
- ②「3日間限定ガラポン運試しキャンペーン」（2016年5月14日～16日）
- ③「3日間限定ステップアッププラン2倍キャンペーン」（2016年5月28日～30日）

■寄付先：フジネットワーク サザエさん募金

■寄付額：2,735,458円



2016年4～5月

cecile

「セシールスマイルポイント」 熊本地震 災害支援募金

2016年4月28日～5月31日の期間、セシール・ネット・クラブ会員の皆様から、「セシールスマイルポイント」を「1ポイント=1円」として募り、この募金総額に当社からの義援金300万円を加えて、熊本地震災害復興支援のために寄付しました。

■寄付先：フジネットワーク サザエさん募金

■寄付額：4,546,266円

セシールスマイルポイント 熊本地震の災害支援募金について



このたびは熊本地震の被害により、被害を受けた地域の皆様、
関心をお持ちいただきありがとうございます。
一日も早く復旧がなれますよう心よりお祈り申し上げます。

セシールでは、被害を受けた地域の皆様のため、
セシールスマイルポイントによる災害支援募金を受け付けております。

募集いただいたセシールスマイルポイントは、
1ポイント=1円として熊本県を支援するための
被災地の復興支援として、全額寄付いたします。
なお、お振替からの募金に、募金金300万円を加えて寄付いたします。

寄付先：フジネットワーク サザエさん募金
※「フジネットワーク サザエさん募金」は、被災地に被災された方々の生活のための
義援金を募金しており、義援金は、日本赤十字社を通じて被災者へ送られます。
皆様からのご協力をよろしくお願いいたします。

弊社では、6月以降もお客さま参加型の支援を実施していく予定です。

2015年度 CSR NEWS

ディノス・セシールでは、カタログ等でのお客さまの購入に応じた寄付や、商品での環境負荷削減・社会貢献に取り組んでいます。

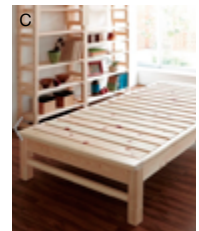
2015年 11月

dinos

国産材家具3シリーズが、 ウッドデザイン賞2015認定商品に



ディノス事業で取り組む国産材家具の主力商品、「国産檜頑丈突っ張りラック」「東濃檜しつけマルチワゴン」「東濃檜高さ調節すのこベッド」の3シリーズが、ウッドデザイン賞運営事務局が主催し、林野庁が後援する国産材利用推進のための顕彰制度「ウッドデザイン賞 2015」のハートフルデザイン部門に入賞、認定商品となりました。ディノスでは認定商品を中心とした国産材商品をディノスオンラインショップ内の特集ページ「木のある暮らし」でご紹介しており、国産材利用の推進に取り組んでいます。



A 国産檜頑丈突っ張りラック
【商品価格】26,000～39,000円（税抜）
B 東濃檜しつけマルチワゴン
【商品価格】24,900～56,900円（税抜）
C 東濃檜高さ調節すのこベッド
【商品価格】31,334～42,762円（税抜）

2016年 1月

dinos

復興支援プロジェクト『東北に春をお届けします。』 5年目の今回より、東北の子どもの教育支援を開始



2011年度にスタートした、ディノスの復興支援活動『東北に春をお届けします。』では、対象カタログ「ディノス ウィズ」「カーラ」「ルール」各冬号でのお客さまのお買いもの一回につき10円を本活動に充てています。

5年目となる今回から東北の子どもたちへの教育支援を、福島への桜植樹とともに新たに東北の未来に向けた活動として開始しました。東北の子どもたちへの教育支援については「ハタチ基金」を通じて各活動団体へ、福島の桜植樹については「ハッピーロードネット」を通じて「ふくしま浜街道桜プロジェクト」へ寄付し、それぞれの活動に役立てていただいています。

2016年3～4月

寄付つきカタログで 継続支援している2団体より 2015年度の取り組みに対し感謝状

2009年11月にディノス初の寄付つきカタログとしてスタートした『DAMA Collection PLUS Christmas Catalog』、2010年8月より寄付を開始した『DAMA Collection』のファッションカタログ2誌は、継続した取り組みにより多くのお客さまが参加しており、大きな支援に繋がったとして支援先団体より感謝状をいただきました。



国連WFP協会（写真・左）より『DAMA Collection』へ



世界のこどもにワクチンを日本委員会（写真・左）より『DAMA Collection PLUS Christmas Catalog』へ

東北の子どもたちを支援しています

復興支援プロジェクト 『東北に春をお届けします。』

東北の子どもたちのために。対象カタログでのお買い物1回ごとに10円を、この活動に充てています。(2011年10月より開始)

植樹した桜の苗木 330本

うち2015年度:100本

子どもの教育支援へ 1,005,715円

うち2015年度:1,005,715円



dinos

『セシール こどもチャリティキャンペーン』

キャンペーン期間中、オンラインショップで対象のキッズ・ティーンズ商品をお買い物一点につき5円を寄付。(2014年5月より開始)

449,600円

うち2015年度:216,435円

寄付先 国際環境 NGO FoE Japan「福島ほかほかプロジェクト」



cecile

『DAMA CASA (ダーマ・カーサ)』

dinos

カタログでのお買いもの1回ごとに、東北の子どもたちへ、お絵かき、工作用品1点相当を寄付。(2011年7月より開始)

お絵かき、工作用品 321,269点相当分

うち2015年度:94,516点相当分

寄付先 公益社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン

その他の子ども支援

『DAMA collection+PLUS (ダーマ・コレクション プリュス)』 特別号 クリスマスカタログ

カタログでのお買いもの1点ごとに、ポリオワクチン1人分を寄付。(2009年12月より開始)

ポリオワクチン 250,321人分

うち2015年度:37,663人分

寄付先 認定NPO法人 世界の子どもにワクチンを日本委員会 (JCV)

dinos



社会貢献の心を育む 『イコトクイズ』

「イコトクイズ」全問正解者は「寄付つきeクーポン」を発行し、クーポンの利用ごとに5円を寄付。(2011年4月より開始)

137,365円

うち2015年度:24,075円

「イコトクイズ」全問正解者のべ人数

61,125人

うち2015年度:9,832人

寄付先 公益社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン



dinos

『DAMA collection (ダーマ・コレクション)』

対象カタログでのお買いもの1回ごとに、給食1人1日相当を寄付。(2010年7月より開始)

給食1日分を 507,989人分

うち2015年度:101,045人分

寄付先 認定NPO法人 国連 WFP協会

dinos



『and moi (アンドモア)』

cecile

カタログでのお買いもの1回ごとに、給食1人1/6日分を寄付。(2015年1月より開始)

給食1日分を 870人分

うち2015年度:870人分

寄付先 認定NPO法人 国連 WFP協会



『DAMA CASA (ダーマ・カーサ)』

カタログでのお買いもの1回ごとに、ベトナムでの図書室設置のため20円を寄付。(2015年6月より開始)

図書室 2.2室分

うち2015年度:2.2室分

寄付先 認定NPO法人 ルーム・トゥ・リード・ジャパン

dinos



お買い物がエコにつながる

家族でチャレンジ！『エコクイズ』

「家族でチャレンジ！エコクイズ」全問正解者に「寄付つきeクーポン」を発行し、クーポンご利用ごとに5円を寄付。(2009年2月より開始)

202,235 円

うち 2015 年度 :24,925 円

「家族でチャレンジ！エコクイズ」全問正解者のべ人数

98,483 人

うち 2015 年度 :10,255 人

寄付先 国際環境 NGO FoE Japan

dinos



エコポイントの交換に伴う寄付「復興支援・住宅エコポイント」

dinos

ディノスの交換商品へのお申し込みに応じ、ポイントの0.5%を寄付。(2013年1月より開始)

191,121 円

うち 2015 年度 :4,004 円

寄付先 国際環境 NGO FoE Japan

女性への支援

『d-BEAUTY PREMIUM METHOD (ディービューティー・プレミアムメソッド)』

カタログでのお買いもの1回ごとに20円を、難民女性の生理用品支援のために寄付。(2013年11月より開始)

830,660 円

うち 2015 年度 :275,280 円

寄付先 国連 UNHCR 協会

dinos



『RicheYou (リッシュユー)』

dinos

冬号でのお買い物1回ごとに10円を、ピンクリボン運動支援のために寄付。(2015年11月から開始)

84,350 円

うち 2015 年度 :84,350 円

寄付先 公益財団法人 日本対がん協会

「乳がんをなくす ぽほえみ基金」



『セシール ピンクリボンキャンペーン』

ブラジャー1点購入につき、5円を寄付。(2012年10月より開始)

887,710 円

うち 2015 年度 :284,695 円

寄付先 公益財団法人 日本対がん協会

「乳がんをなくす ぽほえみ基金」

cecile



『GEMS STUDIO (ジェムスタジオ)』

dinos

カタログでのお買いもの1回ごとに30円を、ピンクリボン運動支援のために寄付。(2012年7月より開始)

903,810 円

うち 2015 年度 :140,520 円

寄付先 公益財団法人 日本対がん協会

「乳がんをなくす ぽほえみ基金」

少女への支援

『せし・ハピクイズ』

途上国の女の子に関連するクイズに答えて、セシールで使えるポイントGET。ポイント利用で5円を途上国の少女支援のために寄付。(2014年5月より開始)

9,435 円

うち 2015 年度 :9,435 円

寄付先 公益財団法人 ブラン・ジャパン

「Because I am a Girl」キャンペーン

cecile



『セシール クリスマス チャリティキャンペーン』

cecile

対象商品のお買いもの1回につき5円を、途上国の少女支援のために寄付。

601,675 円

うち 2015 年度 :330,490 円

寄付先 公益財団法人 ブラン・ジャパン

「Because I am a Girl」キャンペーン



『イメージ 国際ガールズ・デー キャンペーン』

対象商品のお買いもの1点につき5円を、途上国の少女支援のために寄付。

320,735 円

うち 2015 年度 :174,515 円

寄付先 公益財団法人 ブラン・ジャパン

「Because I am a Girl」キャンペーン

cecile



株式会社 ディノス・セシール

〒164-0012

東京都中野区本町 2-46-2 中野坂上セントラルビル

株式会社ディノス・セシール 広報部

TEL : 03-6743-1114

MAIL: pr@dinos-cecile.co.jp

この CSR トピックスの内容は、インターネットでもご覧いただけます。

<http://www.dinos-cecile.co.jp/csr/report/>

2016 年 7 月発行

