

Yahoo! JAPAN、「ピンクリボンキャンペーン2005」実施 ネットを通じて、乳がん早期発見、診断、治療の呼びかけ ～「ピンクリボンデザイン大賞」Yahoo! JAPAN賞も発表～

2005年9月20日

ヤフー株式会社

Yahoo! JAPAN、「ピンクリボンキャンペーン2005」実施 ネットを通じて、乳がん早期発見、診断、治療の呼びかけ

～「ピンクリボンデザイン大賞」Yahoo! JAPAN賞も発表～

「Yahoo! JAPANピンクリボンキャンペーン2005」のアドレス：

<http://pinkribbon.yahoo.co.jp/>

Yahoo! JAPANを運営するヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は、9月26日から10月31日まで、乳がんの早期発見、早期診断、早期治療を啓発する「Yahoo! JAPANピンクリボンキャンペーン2005」特設サイトを公開します。また、10月1日には、Yahoo! JAPANトップページをピンク色にして、同キャンペーンの告知を行っていきます。

Yahoo! JAPANは、社会に役立つインターネット利用の一つとして、2003年よりピンクリボンキャンペーンを実施しています。インターネットの特性を生かしながら、乳がん検診、早期発見の大切さとその知識を全国の人々に広め、乳がんで命を落とす人を一人でも減らすことが本キャンペーンの目的です。

本キャンペーンでは、特設サイト公開に先駆け、「ピンクリボン」をテーマに乳がん検診、早期発見の大切さを呼びかけるポスター、コピーを公募する「ピンクリボンデザイン大賞」（主催：ピンクリボン・フェスティバル運営委員会）の一環として、Yahoo! JAPANのお客様投票により決定する「Yahoo! JAPAN賞」を設け、9月22日までの期間オンライン投票を実施しています。受賞作品は10月1日に特設サイトで発表します。

特設サイトでは、乳がんに関する基本的な情報や、検査設備が整った検診機関リスト、異常

に気づいたときに受診できる乳腺専門の病院・医院の情報を掲載するほか、「Yahoo!グリーンディング」にて、家族や友だち、愛する人たちに「乳がんの早期発見の大切さ」を呼びかけるグリーンディングカードを提供していきます。そのほか「Yahoo!アバター」（※）にて、「ピンクリボン」の活動をお客様に広めてもらうための「ピンクリボンアイテム」（着せ替えアイテムなど）を提供します。アイテムをアバターにつけてくださったお客様の数に応じた金額を、Yahoo! JAPANから日本対がん協会「乳がんをなくす ほほえみ基金」へ寄付します。

また、日本対がん協会、朝日新聞社などが中心となって実施する「ピンクリボンフェスティバル2005」と提携し、「Yahoo!オークション」にて、同フェスティバルの趣旨に賛同する著名人のサイン入りグッズのチャリティーオークションを開催します。そのほか、「ピンクリボンフェスティバル」のアンバサダー（大使）となった「ハローキティ」とともに「ハローキティ」壁紙の購入金額が寄付される「インターネット募金」を行うなどして、同活動を盛り上げていきます。

※【Yahoo!アバターとは】

Yahoo!アバターとは、お気に入りの髪形や、服、靴などのアイテムを組み合わせたキャラクターを作り、個人のYahoo! JAPAN IDを表現するサービスです。Yahoo!アバターをご利用いただくためには、Yahoo! JAPAN IDが必要です。

【Yahoo! JAPANの社会貢献活動について】

Yahoo! JAPANはインターネット企業として、インターネット社会の健全な発展のためにさまざまな貢献活動をしております。Yahoo! JAPANの社会貢献活動の考え方と実績については、サステナビリティレポートで紹介しています。

Yahoo! JAPAN サステナビリティレポート2005：<http://csr.yahoo.co.jp/>

【Yahoo! JAPAN】<http://www.yahoo.co.jp/>

ヤフー株式会社（市場名：東証1部、銘柄コード：4689、本社：東京都港区、設立年月日：1996年1月31日、代表取締役：井上雅博）が運営するYahoo! JAPANは、1か月あたり約4222万人のユニークカスタマー数※と、1日11億9900万ページビューのアクセスを誇るインターネットの総合情報サイトで、検索、コンテンツ、コミュニティー、コマース、モバイルなど多くのサービスを提供しています。Yahoo!のグローバルウェブネットワークは、アメリカ合衆国、ラテンアメリカ、カナダ、ヨーロッパ、アジアなど世界25の国と地域で展開しています。

※2005年8月のNielsen//NetRatings「NetView AMS JP」における家庭からの視聴率86.0%、職場からの視聴率88.0%というデータをもとに、家庭、または職場からのインターネットユーザーを約4904万人（NetRatings Japan「インターネット基礎調査」より）としてYahoo! JAPANのユニークカスタマー数を算出。