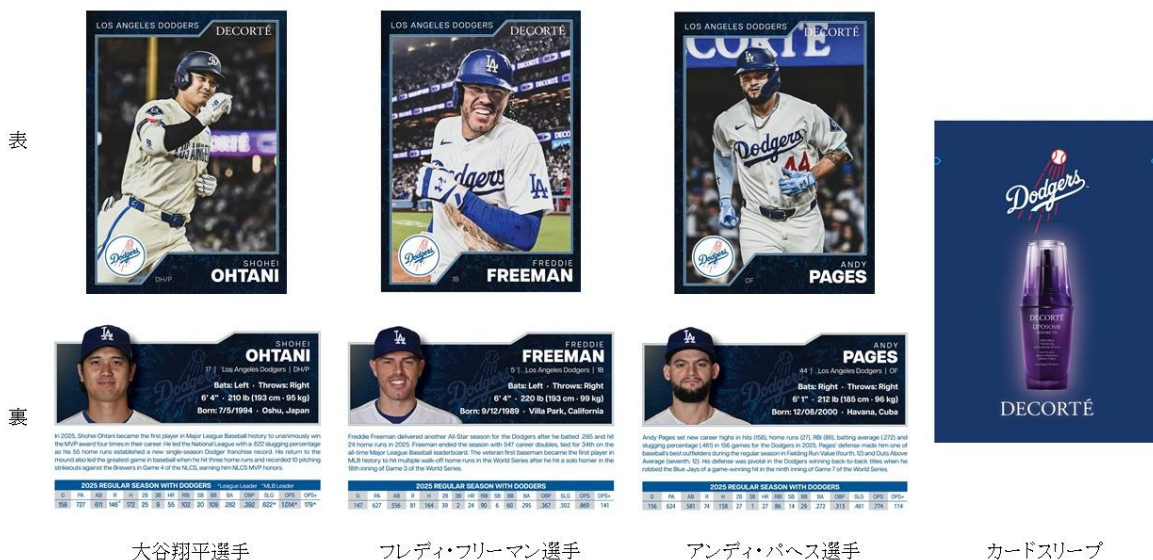


本年も、ドジャーススタジアムのホームゲームにて 観戦者先着 1 万名に「DECORTÉ トレーディングカード」を無料配布

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: 田中 慎二) は、現地時間 9 月 20 日 (日) にドジャーススタジアムで行われるドジャース対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 トレーディングカード」を無料で配布します。

カードには、大谷翔平選手、フレディ・フリーマン選手、アンディ・パヘス選手の試合での活躍シーンがあらわれており、3 枚を 1 セットで提供します。



< DECORTÉ トレーディングカード イメージ >

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キーワードとして、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”を掲げ、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。ドジャースとのパートナーシップ契約は、3G におけるグローバル戦略の強化、そして世界中に笑顔や元気、勇気や希望を届ける取り組みの一つとして 2024 年度に締結。さらに翌年、このパートナーシップを強化し、中長期的な関係性を構築するため、契約を 2029 年度まで延長することを決定しました※1。

2025 年春には、大谷翔平選手が登場する「コスメデコルテ リポソーム アドバンスド リペアセラム」TV-CM のワンシーンが、チームのセレブレーションポーズ“DECORTÉ ポーズ”として流行。大谷選手自身だけでなく他のメンバーも真似るなど、チームのムードメイクにつながりました。2025 年 9 月にはこの“DECORTÉ ポーズ”のトレーディングカードを初めて無料配布し、多くのファンの皆さまからも好評をいただきました。

本年も、選手が躍動する姿を切り取ったカードを配布することで、チームの活躍を応援し、また、その姿を通じて性別や年齢を超えた世界中のファンに、笑顔や元気、勇気や希望をお届けします。選手やファンの皆さまと一体感を共有することで、より一層ドジャース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 9 回、ナショナルリーグ優勝 26 回に輝く、誇りと卓越性を伝統とした球団です。2024 年・2025 年にはワールドシリーズ連覇を達成し、Sports Business Journal の「スポーツチーム・オブ・ザ・イヤー」を受賞。2020 年には ESPN の「スポーツ・ヒューマニタリアン・チーム・オブ・ザ・イヤー」にも選ばれるなど、常に勝てるチームづくり、ドジャースタジアムでの一流かつ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。

メジャーリーグ最高の累計観客動員数を誇り、その歴史の中でさまざまな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グループは、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、80 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、『DECORTÉ』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、63 の国と地域※³ で展開しています。中長期ビジョン「Vision for Lifelong Beauty Partner—Milestone2030」を一層加速させ、グローバルでの競争力強化、グループシナジーの創出やガバナンス強化を図るため、創業 80 周年の節目である 2026 年 1 月に純粋持株会社体制に移行しました。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ても掲げ、あらゆる活動においてその視点を組み込むとともに、多様なバックボーンと向き合い一人ひとりのきれいに寄り添う“アダブタビリティ”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 2025 年 12 月末時点

◇コーセー HP: <https://koseholdings.co.jp/ja/kose/>

DECORTÉ について

1970 年にデビューした『DECORTÉ (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LEGANCE (“気品”= KIHIN) を継承し、世界中のお客さまに「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。『DECORTÉ』は現在、世界 16 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、ベトナム、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美容液「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>