

当社初『ピンクオクトーバー』キャンペーン 海外拠点も同時開催 人気モデルの期間限定色を販売開始 売上の一部を寄付 10 月の「乳がん啓発月間」に向けて 9 月 1 日より

保護メガネブランド「ボレー・セイフティ」を展開する日本法人、ボレー・ブランズ・ジャパン株式会社（本社：東京都文京区、代表取締役社長：ピーター・アンソニー・スミス）は、人気モデル『RUSH+』の期間限定カラーの販売を開始し、その売上の一部を乳がん研究団体に寄付する『ピンクオクトーバー』キャンペーンを、2022 年 9 月 1 日（木）～10 月 31 日（月）に実施します。

■10 月の「乳がん啓発月間」に向けた当社初の社会貢献活動 海外拠点も同時開催

当社初となる『ピンクオクトーバー』キャンペーンとは、「ボレー・セイフティ」ブランドのフラッグシップモデルとして人気の『RUSH+(ラッシュプラス)』の期間限定カラー、ピンク&ホワイトの発売を開始し、その売上 1 本につき 70 円を「乳がん研究財団 BCRF」をはじめ 3 つの乳がん研究団体に寄付することで、乳がん研究をサポートします。

10 月は「乳がん啓発月間」で、乳がん検診の普及啓発や乳がんに対する理解・支援を目指して、世界的に「ピンクリボン運動」が展開されます。当社も、日本だけでなく海外拠点（アメリカ、オーストラリア、フランス）にて『ピンクオクトーバー』キャンペーンを同時開催し、10 月の「乳がん啓発月間」に向けたグローバルな取り組みとして、世界中の乳がん患者及び研究者をサポートしたいと考えています。

この取り組みは当社にとって新しいステップであり、女性の健康をサポートするとともに、全ての方の公平な幸せのお手伝いをしたいと考えています。



キャンペーン対象商品は
フラッグシップモデル『RUSH+』の
期間限定カラー ピンク&ホワイト

当社はこれからも、高いクオリティとスタイリッシュなデザインを兼ね備えた保護メガネを提供し、目の健康を守るために安全でより快適な「視生活」を提案するとともに、『ピンクオクトーバー』キャンペーンを皮切りに、世界中の乳がんに関する研究を長期間にわたり支援することで、ライフスタイル全般に関わる「well-being（ウェルビーイング）」な取り組みに貢献します。

【キャンペーン概要】

キャンペーン名：ボレー・セイフティ ピンクオクトーバーキャンペーン

実施期間：2022 年 9 月 1 日（木）～10 月 31 日（月）

実施内容：「ボレー・セイフティ」のフラッグシップモデルとして人気の『RUSH+(ラッシュプラス)』の期間限定色ピンク&ホワイト（ユニセックス）の販売を開始。当商品の売上 1 本につき 70 円を「乳がん研究財団 BCRF」をはじめ 3 つの乳がん研究団体に寄付します。またこの取り組みは日本だけでなく、海外拠点（アメリカ、オーストラリア、フランス）でも同時開催し、世界中の乳がん患者及び研究者をサポートします。

対象商品：『RUSH+(ラッシュプラス)』期間限定カラー ピンク&ホワイト（ユニセックス）

販売価格：2,100 円（税込 2,310 円）

販路：アマゾン、楽天市場などのネットショップにて販売

【会社概要】

社名 : ボレー・ブランズ・ジャパン株式会社
代表取締役社長 : ピーター・アンソニー・スミス
本社所在地 : 東京都文京区湯島 2-21-2 湯島メディカルセンタービル 4F
TEL : 03-5844-2040
URL : <https://www.bolle-safety.jp/>
設立 : 2007 年 10 月
資本金 : 1,000 万円
従業員数 : 10 名
事業内容 : フランス発祥のブランド「ボレー・セイフティ」の『保護メガネ』を製造・販売

【ボレー・ブランズ・ジャパンとは】

“プラスチックバレー”の異名で知られるフランスの町「オヨナックス」で 1888 年に創業した「ボレー」。誕生してから 130 年、独自の加工技術を生かしたアイウェアは、世界中のトップアスリートをはじめ多くの人々に愛用されています。

「ボレー・セイフティ」はその「ボレー」から派生した、『保護メガネ』を専門に扱うブランド。究極の『保護メガネ』を追求し開発を続けて 60 年以上、使用者の安全と装着感を第一に考え、常に先進的技術を採用し、デザイン性の高い『保護メガネ』で業界をリードし続けています。

＜沿革＞

1888 年 : セラフィム・ボレーが「ボレー」を設立
1936 年 : プラスチックの加工技術を活かしセルロイドなどを原材料にサングラス・眼鏡の製造を開始
1946 年 : ナイロンの射出成型成形に成功。業界でのパイオニアとしての地位を確立
1950 年 : 保護目的のゴーグル型、メガネ型プロテクター第一号の誕生
1960 年 : スキーヤー向けにデザインされたサングラスの製造を開始。これを機にスポーツ業界へ参入。
同時に保護メガネ部門が「ボレー・セイフティ」ブランド化され、フランス陸軍、海軍、航空宇宙部門と共同開発を行う
2004 年 : コントラストテクノロジー リリース。保護メガネのスペシャリストとしての認知を広め、ヨーロッパでのシェアを広げる
2007 年 : 日本法人設立

【乳がん研究財団 BCRF とは】



「乳がん研究財団 BCRF」とは、世界最大規模の乳がん研究財団です。ピンクリボンをシンボルに、世界中で乳がん患者や乳がん研究をサポートする乳がん研究基金です。

URL <http://www.bcrf.org>

【ボレー・セイフティ副社長（VP）/Anne-Sophie Francois からのコメント】



製造業界は、長い歴史の中、男性中心社会で、女性は軽視されることが多くありました。ボレー・セイフティでは、製造現場で働く“全ての方”が安全に働けるように、快適でプレミアムな様々な『保護メガネ』の開発に取り組んでいます。顔の大きさや形は人それぞれ違うため、ボレー・セイフティでは『RUSH+』のように、フィット感がよく、万人に合うような製品開発に取り組んでいます。

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先

ボレー・ブランズ・ジャパン広報事務局 担当：福土

MOBILE : 080-6538-6292

TEL : 03-5411-0066 FAX:03-3401-7788

E-mail : pr@netamoto.co.jp