

メイクアップブランド『エスプリーク』の新 TV-CM 女性たちに感謝の気持ちと愛を込めて安室奈美恵さんがアカペラで熱唱

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、どんな時にも明るく美しくあろうとする女性たちに、1年間の感謝の気持ちと愛を込めて、“ありがとう”の言葉を伝える TV-CM を制作し 11 月 19 日(土)から放送を開始します。

今回の TV-CM は、メイクアップブランド『エスプリーク』のプロモーションの一環で、11 月 16 日に発売する口紅「メロウフォルミング ルージュ」新色の魅力を訴求するものです。「Love colors(愛される色)」をキーワードに、媒体に合わせてさまざまな広告を展開するうち、TV-CM では圧倒的な存在感を放つイメージキャラクターの安室奈美恵さんが、カメラに向かってアカペラで新曲「arigatou(ありがとう)」を熱唱します。特に 30 秒の「ラブカラー篇」では、ティザー広告の手法でダイレクトな商品訴求は行わず、とろけるような口紅のツヤと、柔らかく透明感のある色を訴求すると共に、この1年の感謝の気持ちと愛を表現しました。



この楽曲には「女性が 1 番美しい瞬間は愛に包まれている時」という思いが込められており、安室さんがシンプルにアカペラで歌い上げることで、より力強くメッセージを表現しました。TV-CM の特性を生かし、聴覚と視覚からダイレクトにターゲット世代へ訴求し、ブランド認知を広めていきます。

■CM放映概要■

- ①放映期間 : 2011年11月19日(土)～12月4日(日)まで
- ②CMタイトル : 「ラブカラー篇」30秒
「ラブカラー ありがとう篇」15秒
「ラブカラー 悲しみには篇」15秒
- ③放送地域 : 全国
- ④楽曲 : 「arigatou」

『エスプリーク』 (<http://esprique.com/>)

30代前半の女性に向けたメイクアップブランド。3月に第1弾としてアイカラー、チーク、口紅のメイクアップ商品3品目19品種(ノープリントプライス)を発売し、その後、ベースメイクアップや、とろける口紅「メロウフォルミング ルージュ」などを発売。11月16日には「メロウフォルミング ルージュ」などの新色・新製品5品目7品種(ノープリントプライス)を発売しました。海外では10カ国・地域(中国・香港・台湾・シンガポール・マレーシア・タイ・ベトナム・インドネシア・フィリピン・ミャンマー)に導入しています。

30代前半の女性は比較的可処分所得が高く、美容意識は高いものの、仕事も遊びもと忙しい世代です。『エスプリーク』は、この世代に向けて短時間で美しい仕上がりを約束する、新しいメイクアップ商品です。“美しい仕上がりに妥協しない、でも手早く仕上げたい”というニーズに応え、ひとつのアイテムにつき、ひとつの動作で“簡単・キレイ”に仕上がる「ワンストローク ビューティ」を提案しています。

<これまでのプロモーション>

- 3月25日～ 新ブランド発売
- 6月16日～ 「厳選ベスト20色国民投票キャンペーン」
Webで新製品口紅人気色の投票。
- 7月1日～11月30日 「ENERGY OF KISS」 (<http://energy-of-kiss.jp/>)
キスのパワーで日本を元気にするロングランのキャンペーンを開始。
“女性の笑顔は日本を明るくする” Web上で女性応援メッセージを募集。
東日本大震災で写真を失った人達に、メイクアップ後写真を撮って贈る活動を支援。
- 4月1日～ iPhone・iPadアプリ「ESPRIQUE」 (<http://esprique.com/app/>)
メイクアップ商品の特長・使い方を動画でも詳しく確認できるアプリを導入。
- 10月17日～ iPhone・iPadアプリ「Girls make」 (<http://esprique.com/app/>)
自分の写真上でメイクアップをシミュレーションできるアプリを導入。

<11月16日発売の新製品・新色>

- エスプリーク フルインプレッション マスカラ(ウォータープルーフ) 1色 [BK001]
- エスプリーク メロウフォルミング ルージュ(グロウ) **新色** 2色 [OR210][BE313]
- エスプリーク メロウフォルミング ルージュ(カラー) **新色** 2色 [BE322][PK821]
- エスプリーク ブレンドディメンショナル アイズ(シャイニー) **新色** 1品種 [A-6]
- エスプリーク ブレンドディメンショナル アイズ(ディープ) **新色** 1品種 [B-6]

※すべてノープリントプライス

