

株式会社コーセー
【エスプリーク プレシャス】
新CM イメージキャラクターに『倉木麻衣』を起用
8月22日(土)より放映

株式会社コーセー(本社:東京都中央区)は、トータルブランド『エスプリーク プレシャス』から、ふわりしっとりした、マシュマロのような仕上がりのファンデーションなど、メイクアップ新製品・新色・限定品9品種31品目を8月21日から発売いたします。

この商品特長を共感性を持ってアピールするため、プロモーションでは新たにイメージキャラクターとして歌手の倉木麻衣さんを起用します。

「わたしの、しらない、わたし。～ふわりしっとり、マシュマロベール それは魔法のように～」のキャッチコピーで新CMを8月22日(土)より展開いたします。

1人の女性がさらに美しく変身・変化していくという「変化(進化)感」を見せ、そこに「共感性」を抱いてもらいたいと考え、ブランドのターゲットと同世代である倉木麻衣さんのナチュラルなイメージを、洗練されたスマートビューティへ変化することで表現しております。

‘今まで知らなかった自分’ ‘新しい自分’に出会える可能性を感じさせてくれます。
デビュー10周年を迎えられる倉木さんの初となる化粧品CMにご期待下さい。



エスプリーク プレシャス 新CM「自由の窓」篇より

エスプリークプレシャス「自由の窓」篇（15秒）



エスプリーク プレシャス

内に秘めた美しさを目覚めさせれば、女性はだれだって新しい自分に出会うことができる。そんな、エスプリーク プレシャスの思いを表現した今回のCM。新・イメージキャラクターの倉木麻衣さんも、デビュー10周年という節目に、化粧品のCMという初めての試みでエスプリーク プレシャスに出会い、新しい自分に出会うことができたとのこと。まさに「わたしの、しらない、わたし。」を実体験した女性ならではの美しさと自信が画面全体から伝わってくるような、まるで魔法のように美しいCMが完成しました。

▶ ストーリー

パーティー会場をこっそり抜け出して、サンダルを脱いで素足になって、窓辺でひとりの時間を楽しむ倉木さん。お気に入りのパクトを見つめれば、ジュエルがキラキラ輝いて、まるで魔法にかかったみたい……。誰も見ていない静かな空間で、大人の女性が少女のようにピュアな表情をみせる瞬間。

▶ スタッフリスト

プロデューサー：林映実（EMI）
 アートディレクター：斉藤祐一郎（GALA）
 監督・クリエイティブディレクター：丹下紘希（イエローブレイン）
 コピーライター：Sohtaro
 制作：イエローブレイン
 ヘアメイク：黒田啓蔵
 スタイリスト：後藤仁子

倉木麻衣 プロフィール

▶ 生年月日 1982年10月28日 (26歳)

Michael Jackson の映画を観て、歌を身体とリズムにのせて表現する素晴らしさに感動し、後に Whitney HoustonのLive Videoを見て、本格的にシンガーを目指すようになる。そして、中学2年生の頃から自分でデモテープ作りを始める。

▶ 主な活動

1999	10月 “Mai-K”名義の『Baby I Like』で全米デビュー 12月 倉木麻衣として『Love, Day After Tomorrow』にて日本デビュー デビューからミリオンヒットを立続けに記録し、1stアルバム『delicious way』では400万枚突破。
2000	アルバムセールス第1位となる。
2001	2ndアルバム『Perfect Crime』もダブルミリオンを達成。 全国6ヶ所の1stライブツアーを行う。
2002	1月 全英語詞によるアルバム『Secret of my heart』を全米リリース。 1月～2月に15万人を動員の全国10ヶ所14公演におよぶ全国アリーナツアーを敢行。 10月 3rdアルバム『FAIRY TALE』をリリースし、このアルバムをタイトルにした約8ヶ月に及ぶ全国31ヶ所41公演のホールライブツアーがスタート。
2003	4thアルバム『If I Believe』を発表、オリジナル・アルバム4作連続オリコンチャート初登場1位。
2004	これまでリリースしたシングル17枚、オリジナルアルバム4枚の集大成となる、初のベストアルバム『Wish You The Best』をリリース。全国38ヶ所のライブツアーがスタート。
2005	1月 5周年記念ライブDVDをリリース。 3月 立命館大学卒業 8月 原点を見つめ直し制作された5thアルバム『FUSE OF LOVE』をリリース。 11月 シングル『Growing of my heart』をリリース。
2006	TBS系ドラマ「ガチバカ！」主題歌としてオンエアされたシングル「ベスト オブ ヒーロー」、ライブDVD『Mai Kuraki Live Tour 2005 LIKE A FUSE OF LIVE and Tour Documentary of “chance for you”』をリリース。
2007	2枚のシングル、1枚のLive & Document DVDのリリースの他、中国・台湾・韓国など海外活動やライブ、イベント活動が相次ぐ。
2008	1月 7thアルバム「ONE LIFE」をリリース。 3月 シングル「夢が咲く春／You and Music and Dream」をリリース。
2009	1月 8thアルバム「touch Me!」をリリース。 4月 シングル「PUZZLE / Revive」をリリース。 6月 32枚目となるシングルKOSE COSMEPORT「サロンスタイル」CMソング「Beautiful」をリリース。 7月 幕張メッセでのライブをかわきりに、全国ツアー「10th Anniversary Mai Kuraki Live Tour 2009 “BEST”」がスタート。 9月9日 KOSE「エスプリーク プレシャス」CMソング『わたしの、しらない、わたし。』が収録された10周年記念ベストアルバム「ALL MY BEST」をリリース予定。

『エスプリーク プレシャス』秋冬向けファンデーションを発売

ブランドのコアターゲットである20代後半～30代前半の女性は、ロコミなど幅広い情報の中から、品質、価格を検討し、自分に最適な化粧品を厳しい眼で選択するという特性があります。特に顔全体の印象を左右するファンデーションは慎重に選ぶ傾向があり、コーセーが行ったマスメディア調査によると、ファンデーションに求めることとして最も重視するポイントは「仕上がりが良いこと(見た目)」、次に「肌へのつきが良いこと」を挙げています。



この度発売する代表商品「ドラマティカルベール パクト(モイストチュア)」(7色)は、肌全体のクオリティを高め、肌を主役級に見せることを目指した“スキニアップ発想”のファンデーションです。



“仕上がりのよさ”“肌へのつき”にこだわり、ファンデーションに配合する粉体を、全て乳液でコートするという乳液製法を採用しました。従来の製法では、粉と保湿成分を別々に配合していたのに対し、今回は保湿効果に優れた乳液を、マイクロエマルジョン化技術で通常の1/20サイズ※に微細化し、全ての粉体の表面にコーティングしました。これにより肌へのフィット感が高まり、肌上で粉が均一に並ぶので、キメの1つ1つがふっくら整ったように見えます。

肌に触れる内側はしっとりうるおい、表面はサラサラというマシュマロのような、キメ細かな仕上がりを実現することができました。

※当社比

<本件に関するお問合せ先>

株式会社コーセー 宣伝部 担当:篠原・榎戸
TEL:03-3273-2875 / FAX:03-3281-5902