

『シード PlusMode 1day Homme』新商品発表会イベントレポート イメージキャラクターの福士蒼汰さんが登場！ 吉本ブサイクランキング殿堂入り、NON STYLE井上さんも登場し 好感度プレゼンショー！

株式会社シード（本社：東京都文京区本郷2-40-2 代表取締役社長：浦壁 昌広）は、この度、1日使い捨てスタイルコンタクトレンズ「シード PlusMode 1day Homme（プラスモード ワンデー オム）」の新商品発表会を開催致しました。

「シード PlusMode 1day Homme」のイメージキャラクターである福士蒼汰さんと、商品にちなんでイベント限定で“ON STYLE”に改名したNON STYLE井上裕介さんが登場。製品スペシャルムービー「新時代。スタイルコンタクト。」を上映し、福士さんから注目してほしいシーンや撮影時に苦労したシーンをお話していただきました。

コンタクトレンズにちなんでの「目」にまつわるトークでは、普段行っているアイケア方法や、仕事でもプライベートでも目の力は非常に大切であるということが語られ、福士さんからは「大切なことは目で決まる。」といった名言も飛び出しました。“ON STYLE”井上さんが終始お得意のポジティブ発言を連発し、会場全体を失笑の渦に巻き込む中、福士さんも楽しげに井上さんとお話され、共に人気の俳優と芸人の異色な掛け合いで会場を沸かせました。

イベントの最後には、お二人で製品スペシャルムービー「新時代。スタイルコンタクト。」のシーンを再現。井上さんが、ジャケットの襟をただしながら「新時代。スタイルコンタクト。」と決め台詞で好感度をアピールするも会場は苦笑い……。井上さんのお手本として福士さんにもシーンを再現いただくと、会場からは感嘆の声が聞かれました。滅多に見ることのできないお二人のコラボレーションで大いに盛り上がるイベントとなりました。



開催概要

- 名称：『シード PlusMode 1day Homme』 新商品発表会
- 日時：2015年4月13日(月) 11:00～11:45
- 会場：ベクトルラウンジ（東京都港区赤坂4-15-1赤坂ガーデンシティ18F）
- ゲスト：福士蒼汰さん、NON STYLE井上裕介さん
- 内容：開会挨拶、主催者挨拶、商品概要説明
イメージキャラクター登場（福士蒼汰さん）
スペシャルムービー上映
ゲストタレント登場（NON STYLE井上裕介さん）
トークセッション、フォトセッション

■イメージキャラクター福土さんの登場！

スペシャルムービー：注目してもらいたいのは「ブラインドを開けるシーン」

イメージキャラクターである福土さんが「シード PlusMode 1day Homme」の「for Private」を着けて、ご登場。会場では、福土さんが演じた製品スペシャルムービー「新時代。スタイルコンタクト。」篇が上映され、映画のような仕上がりにご本人も満足されている様子でした。ムービーの中で特に注目してもらいたいシーンとして、「ブラインドを開けるシーンは、何度も目や光の角度をスタッフチームと研究して撮影したので、見て欲しいですね。」とお話いただきました。また、撮影時の苦労したシーンは、自転車で乗りながら、最後一瞬カメラ目線を決める、という所が難しかったそうです。

福土さんの仕事のスタートは「コンタクトでオンスタイル！」

製品スペシャルムービーの中でも「for Business」では、一日のスタートを再現したストーリーになっており、一日のスタートで大事にしていること、習慣にしていることについては「仕事のスイッチもコンタクトを入れる、入れないでオンオフになるので、コンタクトを入れるとオンスタイルですね！」とお話いただきました。



■ビジネスモードの“ON STYLE”井上さんの登場！

ハイテンションで入場の井上さん

「シード PlusMode 1day Homme」の「for Business」を着け、ビジネスモードになった“ON STYLE”井上さんがご登場。「コンタクトのサイズはバッチリ合っていますが、たすきのサイズが全然合っていないですよ！」と会場をひと笑いさせていました。“ON STYLE”について聞かれると井上さんは、目線をカメラに向け、「仕事をがんばるぞ！スイッチをオンにするぞ！という意味でオンスタイルとしてやってきました！思っている以上に手応えを感じています！」と最初からパワー全開の入場となりました。



CONTACTは瞳に馴染むカラー、おしゃれなパッケージを絶賛

「シード PlusMode 1day Homme」の「for Business」を着けた井上さんは「いつもより黒目が大きくなって、いつもと違うオンスタイルな僕を見て欲しいですね!」という感想。「for Private」を着けた福土さんは、瞳になじむカラーを気に入っていただけた様子。

パッケージに関しても、「カッコいい」、「今までに見たことがない」、「部屋においてあるだけでもおしゃれなパッケージ」と、お二人共に絶賛でした。



■大切なことは目で決まる!? 目にまつわるエピソードトーク

福土流! 井上流! それぞれのアイケア方法を伝授

目にまつわるエピソードで、福土さんは「疲れた時は寝る前に目を温めたり、目のストレッチをします。」とご自身のアイケア方法を語っていただきました。井上さんは「僕も目を温めるのはよくやりますね、あとブルーベリーは多めに食べてますね!」などとお話いただき、笑いを誘いました。

仕事もプライベートも「大切なことは目で決まる。」

アイケア方法に続いて、「目」の力が大切な時についてお話いただくと、福土さんからは「お芝居のときは、セリフのほかに目や表情だけで伝えなければならないこともあるので、大切だと思います。目は口ほどにものを言う、という言葉もありますし、目の力は必要になってきますね。目で想いを伝えるのは難しいと思いますが、お仕事もプライベートも大切なことは目で決まる、と思いますね。」と自身の演技論も交えてお話いただきました。

このコメントに対して井上さんがすかさず割り込み、「大切なことは目で決まる。」とカメラに向けてポーズをしていたいただき、福土さんのコメントを横取りしたことで、会場が盛り上がりました。



■井上さんがスペシャルムービーを再現！福士さんにもムチャブリ！？

福士さん「好感度の高い人は気を使える人」井上さん「かっこいい人はオレ！」

話題は「好感度」「かっこよさ」になり、福士さんは好感度の高い人のイメージは「気を使える人、相手の気持ちを汲み取れる人」で、かっこいい人は「紳士的、ジェントルマンな人」とご回答。これに対して井上さんは「全部僕のことを言ってくれてるんですね！びっくりしました！僕が思うかっこいい人はオレです！」と豪語。かっこいい男を表現して欲しいというリクエストに対して、突如ブラインドを持ち出し、製品スペシャルムービー「デビュー」篇で福士さんが演じているシーンを再現。これには会場も笑いが起きていました。



決め台詞は「新時代。スタイルCONTACT。」

“ON STYLE”井上さんの好感度アピールは続き、シードのイメージキャラクターを希望し、製品スペシャルムービー「新時代。スタイルCONTACT。」篇のシーンを再現することになりました。ジャケットの襟をただしながら「新時代。“スマイル”CONTACT。」と決めるもすかさず福士さんが「すみません…“スタイル”CONTACTですけど。」とつつこみ。再度、カメラ目線でセリフを決めるも、会場は失笑。お手本として福士さんにも決め台詞を言っていただくと井上さんのときとは比べ物にならないくらいのシャッターが切られ、井上さんの「かっこよすぎるやろ！足音から違うやん！」と本気で悔しがる姿に笑いが起き、大盛り上がるのイベントとなりました。



<ご参考> 『シード PlusMode 1day Homme』について

『シード PlusMode 1day Homme』は男性にも使っていただける“スタイルコンタクト”をコンセプトに開発した、1日使い捨てのソフトコンタクトレンズです。

事前調査※からは「シード PlusMode 1day Homme」を装着した瞳は、好感度が約2倍アップするという結果が出ており、より魅力的で自然な表情を引き出してくれます。

また、その日のシーンや気分に合わせてセレクトいただけるように「for Business」、「for Private」の2ラインナップをご用意しております。

「for Business」～一日のスタートに、気持ちのスイッチを～

オフィスで使えるシンプルなデザインで、さりげなく瞳の印象を変えて、精悍な表情を引き出します。

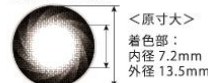
「意思が強そう」「信頼感がありそう」「積極性がありそう」等の印象をあたえます。



Close Up



虹彩カラー：ブラック



Design

オフィスで使える、シンプルなレンズデザイン。
さりげなく瞳の印象を変えて、精悍な表情を引き出

※装着時の見え方には個人差があります。

「for Private」～大切なことは、目で決まる～

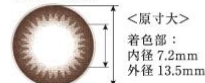
様々なシーンに映える、ベーシックなレンズデザインで瞳に自然になじむカラーが、優しい表情を演出します。「柔軟性がありそう」「優しそう」「センスがありそう」等の印象をあたえます。



Close Up



虹彩カラー：ブラウン



Design

様々なシーンに映える、ベーシックなレンズデザイン。
瞳に自然になじむカラーが、優しい表情を演出します。

※装着時の見え方には個人差があります。

※ネオマーケティング調べ

(20代～60代男性200名、20代～30代女性200名を対象にしたアンケート調査)

『シード PlusMode 1day Homme』ブランドサイト

URL: <http://www.seed.co.jp/plusmode/>