



報道用資料

2014年4月7日
【2014-C-03】

ユニリーバ・ジャパン
〒153-8578 東京都目黒区上目黒2-1-1

ユニリーバ・ジャパン 13年ぶりの新・大型ヘアケアブランド
「クリア」の広告キャラクターに、宮崎あおいさんが決定
4月9日(水)から、新作TVCM 放映開始
「クリア フォーメン」の広告キャラクターには
クリスティアーノ・ロナウドさんを起用
ロナウドさんの新作TVCMは、4月24日(木)から放映開始



ユニリーバ・ジャパンは、世界47か国で展開*1し、世界第3位のシャンプーの売上を誇る*2、革新的なヘアケアのメガブランド、「クリア」「クリアフォーメン」を、2014年4月7日(月)より、日本で販売開始いたします。この新ブランドの発売に際し、「クリア」の広告キャラクターとして女優の宮崎あおいさんを起用し、4月9日(水)から新作CM「到来篇」を、4月14日(月)から「卒業篇」を全国でオンエアいたします。同時に、「クリアフォーメン」のCMキャラクターには、トップサッカープレイヤーのクリスティアーノ・ロナウドさんを起用。4月24日(木)より、「科学篇-男のための毛髪・皮膚科学の融合-」をオンエアいたします。

「クリア」は、「強さは美しい」というブランドコンセプトのもと、男性と女性では異なる頭皮の特徴を徹底的に追求し、日本人の男女それぞれが求める「髪本来の強さ*3と美しさ」を実現するためのヘアケアを10年以上かけて研究*4して誕生しました。女性用製品(クリア)4アイテム、男性用製品(クリアフォーメン)3アイテムを、同時に発売いたします。

CMでは、「クリア」のコンセプトの通り、“強さと美しさ”を兼ね備えた圧倒的な存在感を持ち、ブランドのターゲットである30~40代の男女に支持を得ている宮崎あおいさんとクリスティアーノ・ロナウドさんにより、新しい美の概念「強い美しさ」を、スタイリッシュな映像で訴求していきます。

「クリア」は、TVCMを中心に、約1,000万人への試供品サンプリングや街頭でのPRイベント等、プロモーション活動を大規模に展開。「強さは美しい」という新しい価値観を提案するとともに、「クリア」のブランド認知につとめていきます。

*1 展開国数=2013年12月現在

*2 世界第3位の売り上げ= Nielsen調べ。シャンプー市場での39カ国(日本を除く)における売り上げ金額をもとにユニリーバが算出。
対象期間:2013年6月-8月までのデータ取得可能な直近12カ月(データ取得可能な期間は国により異なる)

*3 髪本来の強さ=シャンプー、コンディショナー、トリートメント:切れ毛を防ぐ/育毛剤:育毛効果による

*4 10年以上の研究期間=2003年から2013年までの期間

クリア CM 「到来篇」

■CM概要

タイトル 「到来篇」 15秒/30秒
出演タレント 宮崎あおい
放映開始 2014年4月9日(水)
放映エリア 全国
楽曲 Awakening (オリジナル楽曲)

■CMストーリー

- 新しい美の到来 -

宮崎さんの“強さと美しさ”を、近未来的な建物に囲まれた、光輝く夜の都会の中に堂々と表現したCMです。

躍動する街中を、力強く歩き、我々を新しい何かへと導く宮崎さん。凜とした表情と動きから、彼女の奥深くに流れる芯の通った強さが伺えます。

角をまがると、そこには強く新しい美のブランド「CLEAR」が。ビルよりも巨大なパッケージが現れ、頭皮の奥3層*1まで浸透。髪本来の強さ*2と美しさが解き放たれていく様子が描かれます。

そして、肥沃な大地が木に必要なように、頭皮の奥*1が、強く*2美しい髪に必要なことを象徴するクリアのシンボルとして、ピンク色の木が現れます。

強く*2美しい髪を手にいれた宮崎さんが、内から溢れでる強さと美しさを表し、堂々と「CLEAR」の誕生感を表しています。

■ストーリーボード (30秒版)



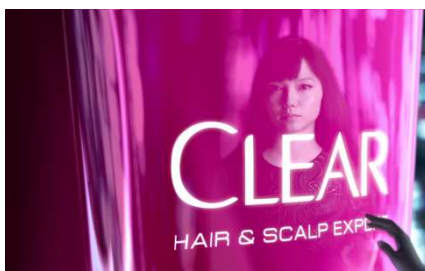
NA: (宮崎あおいさん)
到来。



NA:
頭皮の奥3層*1まで浸透。
木のように、土台から、
髪本来の強さ*2と美しさ
を解き放つ。



NA:
頭皮の奥*1からはじまる
革新ヘアケア。



NA: (宮崎あおいさん)
誕生。
新ブランド、クリア。



NA: (宮崎あおいさん)
強さは美しい。
革新ブランド、クリア。

*1 頭皮の奥3層=角質層内の上・中・下層
*2 髪本来の強さ=シャンプー、コンディショナー、トリートメント:切れ毛を防ぐ

クリア CM 「卒業篇」

■CM概要

タイトル 「卒業篇」 15秒/30秒
出演タレント 宮崎あおい
放映開始 2014年4月14日(月)
放映エリア 全国
楽曲 Awakening

■CMストーリー

- カワイイからの卒業 -

「私は、カワイイから卒業する。」という言葉が印象的で、クリアを手に入れた宮崎さんが、カワイイから卒業して、強く美しい自分を手に入れるというCMです。

“強さ”と“美しさ”のあふれる、凜とした表情を見せる宮崎さん。「カワイイから卒業する。」と語りかけ、髪をほどくと、凜とした髪が解き放たれます。

従来の「カワイイ」という概念から解放され、「強さは美しい」という新たな美の到来を伝えます。

宮崎さんは自信に満ちた表情でCLEARを選びます。頭皮の奥3層*1まで浸透。髪本来の強さ*2と美しさを解き放ちます。

そして、肥沃な大地が木に必要なように、頭皮の奥*1が、強く*2美しい髪に必要なことを象徴するクリアのシンボルとして、ピンク色の木が現れます。

最終カットでは、強く*2美しい髪を手に入れた宮崎さんが、内から溢れでる強さと美しさを表現しています。

■ストーリーボード(30秒版)



NA: (宮崎あおいさん)
私は、カワイイから卒業する。
髪に、強い美しさが欲しい。



NA:
濃厚ノンシリコン*3。
頭皮の奥3層*1まで浸透。
木のように土台から、
髪本来の強さ*2と美しさを解き放つ。



NA:
それは、頭皮の奥深く*1から。



NA: (宮崎あおいさん)
私の選択、クリア。



NA: (宮崎あおいさん)
強さは美しい。
革新ブランド、クリア。

*1 角質層内の上・中・下層
*2 髪本来の強さ=シャンプー、コンディショナー、トリートメント:切れ毛を防ぐ/育毛剤:育毛効果による
*3 濃厚ノンシリコンシャンプー=当社従来品比

CMメイキングエピソード/宮崎あおいさんコメント

クリアのCM撮影は、タイで行われました。日本の女優 宮崎あおいさんと、フランス人のCMディレクターにフランス人のムービーカメラマン、オーストラリア人のヘアスペシャリスト、シンガポール人のプロデューサー、タイの制作クルー、スチール撮影はニューヨークのファッションフォトグラファーが手掛けるという、まさにインターナショナルで、スペシャルなコラボレーションが実現した撮影となりました。

世界のトップクリエイターが集結した撮影に挑戦した宮崎さんは、撮影について「とにかく刺激的だった。」とコメント。「初日は緊張している部分もあり、言葉がどれだけ伝わるのか、監督とのやりとりがスムーズに行くのか、全く分らなかった。」と語る宮崎さん。撮影中は、耳を大きくして、みんなが言っていることを聞きながら、監督が何を求めているかを汲んでいったそうです。

よりよいCMに仕上げるため、4日間かけての本格的な撮影が行われました。スチール撮影も含めると5日間。長時間の撮影にも関わらず、制作スタッフにも気を遣い、常にプロフェッショナルだった宮崎さん。撮影中の見事な集中力と、いつも明るく笑顔を絶やさない宮崎さんの姿に、海外スタッフからは「Amazing!」との声が出るほどでした。

最終的には、スタッフが感嘆するような出来に仕上がり、「何度も何度もやっても、上手い出来ないこともあったが、上手いいったときの達成感、満足感がすごく得られた5日間で、とても楽しかった。」と話して頂きました。

クリア CM制作スタッフリスト

Agency	: Arcade Pte Ltd
Executive Creative Director, Global	: Gary Tranter and Matt Cullen
Group Creative Director, Japan	: Ryan Barton
Creative Director, Japan	: 里 才門 (Simon Sato), 逢坂 芳郎 (Yoshiro Osaka), 西村大助 (Daisuke Nishimura)
Production Agency	: Lime Production Bangkok (Film) Finito Films co., Ltd (Post Production) Song Zu Singapore (Audio & Music)

宮崎あおいさんプロフィール

宮崎あおい
AOI MIYAZAKI

生年月日: 1985/11/30

出身地: 東京都

血液型: A型

オフィシャルWEBサイト: <http://www.aoimiyazaki.jp/>



クリア フォーメン CM

「科学篇-男のための毛髪・皮膚科学の融合-」

CM概要

タイトル	「科学篇-男のための毛髪・皮膚科学の融合-」	15秒/30秒
出演タレント	クリスティアーノ・ロナウド	
放映開始	2014年4月24日(木)	
放映エリア	全国	
楽曲	Awakening	

CMストーリー

- 男のための毛髪・皮膚科学の融合 -

“毛髪科学”と“皮膚科学”という科学的根拠によるアプローチを訴求するため、スタイリッシュかつ洗練された近未来的な研究所を舞台にしたCMです。

サッカー場に現れたクリスティアーノ・ロナウドがクリアを推薦します。

強く*1美しい髪のコツは、“毛髪科学”と“皮膚科学”という二つの科学的根拠による革新的アプローチから生まれることを訴求。男の頭皮に必要な補給成分*2配合処方*3が頭皮の奥3層*3まで浸透します。

そして、肥沃な大地が木に必要なように、頭皮の奥*3が、強く*1美しい髪に必要なことを象徴するクリアのシンボルとして、ピンク色の木が現れます。

クリスティアーノ・ロナウドが登場し、新しく手に入れた強さと美しさを、髪の鮮やかさと躍動感を表現します。

ストーリーボード(15秒版)



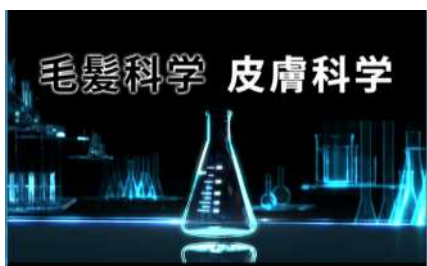
NA:
革新。
クリア。



NA:
頭皮の奥3層*3まで
浸透。



髪本来の
強さ*1と美しさへ。



毛髪科学と
皮膚科学の
融合。



600人の
皮膚科学者*4が
認めた。

*1 髪本来の強さ=シャンプー、コンディショナー、トリートメント:切れ毛を防ぐ/育毛剤:育毛効果による
 *2 補給成分=アミノ酸(パリン)、ビタミンE誘導体、タウリン:保湿・整肌成分(シャンプー、コンディショナーに配合)
 *3 頭皮の奥3層=角質層の上・中・下層
 *4 世界約190カ国で展開するユニリーバ内の研究開発者

クリスティアーノ・ロナウド プロフィール

クリスティアーノ・ロナウド
CRISTIANO RONALDO AVEIRO DOS SANTOS

国籍:ポルトガル
生年月日:1985/02/05



【ご参考】

CLEAR

強さは美しい



★ 医薬部外品

～ “強さは美しい”をコンセプトにした、新ヘアケアブランド～ クリア / クリア フォーメン 2014年4月7日(月)発売 WEBサイト <http://www.clearhaircare.jp/>

ユニリーバ・ジャパンは、頭皮の奥3層*2まで浸透し、髪本来の強さ*1と美しさを実現する、革新的なヘアケアブランド「クリア」「クリア フォーメン」を、2014年4月7日(月)より、日本で販売開始いたします。

「クリア」は、性別によって異なる頭皮・毛髪の特徴やニーズを基に開発され、2005年に本格発売を開始。以来、ヘアケアブランドとして急成長を遂げています。現在は世界47カ国で展開*3、2012年7月30日を起点として1年間遡ったときの世界46カ国での年間売上合計額は1,000億円を超え*4、世界第3位のシャンプー売り上げ*5を誇るヘアケアのメガブランドとなっており、いよいよ4月7日(月)に、日本に上陸します。

髪本来の強さ*1と美しさを生み出す根源に着目した「クリア」のブランドコンセプトは、「強さは美しい」です。今後、強く美しい女性を応援する、ヘアケアブランドとして、様々なプロモーションを展開してまいります。

- *1 髪本来の強さ=シャンプー、コンディショナー、トリートメント:切れ毛を防ぐ / 育毛剤:育毛効果による
- *2 頭皮の奥3層=角質層内の上・中・下層
- *3 展開国数=2013年12月現在
- *4 売上実績1,000億円=ユニリーバ調べ 1ユーロ=130.56896円
- *5 世界第3位の売り上げ=Nielsen調べ。シャンプー市場での39カ国(日本を除く)における売り上げ金額をもとにユニリーバが算出。
対象期間:2013年6月-8月までのデータの取得可能な直近12カ月(データ可能な期間は国により異なる)

〈クレジット表記、および一般のお客様からのお問合せ先〉

ユニリーバ お客様相談室



0120-500-513 受付時間 9:00-17:00(土・日・祝日を除く)