

## 報道用資料

2014年4月7日  
【2014-C-04】

ユニリーバ・ジャパン  
〒153-8578 東京都目黒区上目黒2-1-1



「強さは美しい」という価値観を提案する、新ライフスタイルマガジン

# CLEAR MAGAZINE

2014年4月9日(水)発刊

創刊号は、宮崎あおいさん、クリスティアーン・ロナウドさんの両面表紙



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しました。この新ブランドのPRの一環として、クリアの「強さは美しい」というブランドメッセージを表現する雑誌「CLEAR MAGAZINE」を、ROCKET BOOKS より発刊、4月9日(水)に全国の書店、コンビニエンスストアにて発売します。

「CLEAR MAGAZINE」は、「強さは美しい」をテーマにしたライフスタイルマガジンです。想定する読者層の年代は30代～40代。バブル経済崩壊後、「ソコソコの幸せ」で満足していると言われがちな世代の中で、現状に物足らなさを感じ、ソコソコのマインドや暮らしから抜け出して、自分自身や世の中が決めた枠や殻を破りたいと志向する男女をターゲットに考えています。編集長は、これまで時代を牽引する数々の雑誌の編集長を歴任してきた編集者、斎藤和弘が、つとめ、ターゲット男女の好奇心や向上心を刺激し、読後、今までの自分自身をクリアしようと前向きな気持ちになれる雑誌を目指します。

創刊号では、クリアの広告キャラクターである宮崎あおいさんとクリスティアーン・ロナウドさんが両面表紙を飾ります。巻頭グラビアでは、「宮崎あおいは、強い女ですか？」という企画を実施し、“強く美しいオンナ”をテーマに、宮崎あおいさんの新たな一面を撮りおろしました。今までのかわいらしい雰囲気とは一変した、大人の凛とした強く美しい表情は必見です。

「CLEAR MAGAZINE」は、全3号の発刊を予定。全3号を通じ、「強い女は、美しい。美しい男は、強い」というキーワードのもと、今の時代の男女論を、新たな視点で取り上げ、「強さは美しい」という価値観を提案していきます。

\*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)

## CLEAR MAGAZINE概要

雑誌タイトル	CLEAR MAGAZINE
発売日	創刊号 2014年4月9日(水) ※2号、3号 2014年初夏以降予定
発行元	ROCKET BOOKS
販売元	日販IPS
チャンネル	全国書店/CVS
発行部数	創刊号 50,000部 ※2号及び3号 未定
価格	創刊号 390円(税込) ※2号及び3号 未定
仕様	128P オールカラー ※2号及び3号は未定 創刊号は、クリアのサンプル付き(男性用、女性用各1個)



なお、「CLEAR MAGAZINE」は、雑誌発売と同時に電子版も、iBooks Store、Google Play Storeにて配信予定です。(創刊号:税込100円)

### ●編集長プロフィール

斎藤 和弘

編集者/明治大学特任教授

1955年山形市生まれ。

大学卒業後、雑誌「太陽」(平凡社)の編集者になる。その後マガジンハウスで「平凡パンチ」「BRUTUS」「POPEYE」編集部勤務。1996年から「BRUTUS」編集長、1998年に「Casa BRUTUS」を創刊。2001年にコンデナスト・パブリケーションズ・ジャパンの代表取締役社長に就任。「VOGUE」「GQ」の編集長も兼務する。2009年末をもって退社。現在は、トキドキ編集者、タマタマ大学教授。

## 【ご参考】クリア / クリア フォーメンについて

### ～ “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

ユニリーバ・ジャパンは、頭皮の奥3層\*3まで浸透し、髪本来の強さ\*4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、日本で販売開始しました。

「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\*1、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\*5、世界第3位のシャンプー売り上げ\*2を誇るヘアケアのメガブランドとなっています。



\* 医薬部外品

\*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)

\*3 頭皮の奥3層=角質層内の上・中・下層

\*4 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

\*5 売上実績1,000億円=ユニリーバ調べ 1ユーロ=130.56896円