

K A T E
T O K Y O

今、KATEが振り返る！日本女性の“メイク七変化”!!



“no more rules”でお馴染みの、カネボウ化粧品のメイクブランド『KATE』は、ルールにとらわれず、自分の色（メイク・スタイル）は自分で決めるという、芯が強く自由にメイクを楽しみたい日本女性に向けて、1997年に誕生しました。そして2014年2月、KATEはロゴにTOKYOの名を刻み、『KATE TOKYO』として日本のメイクを世界へ発信していきます。

KATEが誕生したのは、今では懐かしい「コギャル」に代表される“細眉”“ガングロ”などが流行った、90年代後半。この時代は、今までのメーカー主導のトレンド発信から、自分達で自己流アレンジを加えながらトレンドを創り上げる時代への移行期でした。そこから日本女性は、時代の影響を受けながらも、様々な変化を遂げます。

この日本独自の化粧文化は世界でも注目の的。また今や東京のファッションやメイクはアジアを中心にトレンド発信地でもあります。

そんなメイク感度の高い日本女性に支持されながら進化してきたKATEは、KATEが培ってきた技術と経験をベースに、新たにKATE TOKYOとして、日本のハイレベルなメイクを世界に発信していきます。新たな一歩を踏み出すに当たり、今回これまで話題となったKATEのアイテムと共に、当時のトレンド顔を再現しました。

【“メイク七変化”を画像で再現するにあたって】

日本のトレンドメイクの移り変わりは、女性の気分や価値観の変化に大きく左右されてきました。その中で特に東京は、世界の他の国と比較しても、非常に敏感に社会の変化や時代の気分が色濃くファッション・メイクの流行に反映され、独自の価値観を持つ文化が育ちました。

今回“メイク七変化”を再現するにあたって、そういった時代背景やその時の女性達の価値観なども一緒に振り返り、当時のトレンド顔を作り上げました。

ファッションやメイクのトレンドもかつては10年サイクルで変化してきましたが、ITの進化による情報のスピード化・グローバル化などの影響により、そのサイクルも短くなりつつあります。今後も更に進化し、自分自身のセンスを発信・共有する日本女性が増えることで、トレンドの多様化・細分化が進むと考えられます。

東京から、日本そして世界の女性に向けて、もっと自由でもっとメイクを楽しむことを発信し、応援し続けます。



カネボウ化粧品
美容研究所
所長 中島 礼子

◇中島 礼子（右上写真）略歴

カネボウ化粧品 美容研究所 所長。メイクアップブランドのマーケティング、商品開発担当を経て、現在に至る。

◇カネボウ化粧品 美容研究所

1962年設立の社内機関。化粧意識調査やトレンド予測、メイクアップやスキンケアの技術開発・商品開発のサポート、ポスターや雑誌等でヘアメイクを担当する等、幅広く活動しています。

日本女性の“メイク七変化”

1995



コギャル時代の幕開け

バブル崩壊後、トレンド発信の中心はOLから女子高生へ。
細眉・ガングロ・厚底靴…の独自のコギャル文化を築く。

1999



ガングロ×キラキラ

コギャル全盛期。ガングロのピーク。**パール(ラメ)の輝きが大流行**し、ブルーシャドウと白ベージュリップは定番に!

2002



ライナー・マスカラで「目ヂカラ」

黒のラインで目もとを囲み、下まぶた目頭には**白のライン**をしっかりと入れ、**マスカラは複数使い**。“目ヂカラ”メイクブーム。

2005



“モテ系”“愛され系”登場

ITの進化でトレンドが多様化。**コギャル全盛期**は去り、“**白肌・巻き髪**”が増え、その肌に映える**チーク**人気が高まる。

2007



“盛り”な“タレ目”へ

有名人よりも近い、読モブームなどにより、自分が思う可愛いを追及。**つけまつ毛2・3枚・太く目じり長めに引いたライナー・カラコン**必須!

2011



“すっぴん風”へシフト

リーマンショック・東日本大震災を経て、社会不安を反映し、“**カラーレス**”メイクの時代へ。“**素肌美**”“**薄太眉**”など**自然な美しさ**を追求。

2013



赤リップ×ネコ目×黒髪回帰

長く続いてきた目もと中心のメイクから口もとへの意識が戻る。色鮮やかな**赤リップ**をはじめ、目尻を跳ね上げた**ネコ目**アイラインに**黒髪**と、大人っぽいメイクへシフト。

～KATE TREND ITEM HISTORY～

1997

KATE DEBUT!



フラッシュクラッシュ(1999.8)

2色のパール入りアイシャドウとラメ入りアイグロスのセット。当時は“誰でも1つはポーチに入っている”と言われたことも!?



上) スーパーシャープライナー(2003.2)

細くも太くも自在にラインが描けるアイライナーとして登場。



下) グラディカルアイズ(2003.2)

ハイライトが備わったグラデアイシャドウ。



上) ラインスパイシー(2004.11)

アイシャドウでラインを入れる新提案のアイシャドウ。



下) チークカラー(2005.8)

当時めずらしかったラウンドブラシをセットしたチークカラー。



パウダージェルライナー(2007.2)

当時少なかった落ちにくいジェル素材のアイライナー。



ミネラルベースシリーズ(2011.2)

肌へのやさしさと毛穴カバー力を兼ね備えたミネラルベースシリーズ。



左) スリムジェルライナー(2013.2)

漆黒のジェルがペンシルとなって登場。

ゴールドティッシュアイズ(2013.2)

2色のゴールド使いを新提案したアイシャドウ。

*フラッシュクラッシュ・グラディカルアイズ・ラインスパイシーは現在お取り扱いがございません。その他は現在も販売しています。(リニューアル品含む)

■2014年春夏のトレンド顔を発表!

2014



“極ツヤ”×“ナチュラル感”+“エアリー”

色み、大人っぽさを継続しながらも、目もとの輝きが進化。高い輝度から澄んだ透明感と濡れたような“極ツヤ”な光沢感へシフト。跳ねあげた“ネコ目”ラインも引き続きトレンドだが、全体的には作りすぎない“ナチュラル感”がポイント。ヘアも“エアリー”な雰囲気トレンド。

■“極ツヤ”×“ナチュラル感”で叶える大きな目もと『スポットライティングシャドウ』発売中!



誰もが憧れる、主役のための光「スポットライト」。
このアイシャドウはスポットライトのような“極ツヤ”×“ナチュラル感”のある輝きで、大きな目もとを叶えます。
秘密は左上のグロッシェライト。ライトリフレクションパールを配合することで、洗練された透明度の高い輝きを実現。さらに新オイルリッチ製法によるツヤの高い光沢感が、華やかでクールな印象の目もとを演出します。

ケイト スポットライティングシャドウ 全5種 各1,600円(税抜)

■女子3人組でアジアの旅にご招待! KATE TOKYO リポーター募集キャンペーンも実施中!(2/28まで)

KATEがKATE TOKYOへと生まれ変わり、TOKYO発のトレンドメイクを世界へ発信していくことを機に、日本では、台北などで開催されるKATE TOKYOイベントをレポートしていただく「KATE TOKYOリポーター」を大募集! さらに抽選で1,000名様にオリジナルデザインのミラーが当たります。

◇応募期間 2014年2月28日(金)まで

◇応募およびキャンペーンの詳細はKATEブランドサイト <http://nomorerules.net/>
もしくはKATE公式Facebook「KATE TOKYO Facebook」で検索。