

2014年9月16日

まつ毛に魔性のインパクトを与える 新マスカラを発売

KATE

TOKYO

株式会社カネボウ化粧品

カネボウ化粧品は、アジアを中心にグローバル展開を加速させている※1セルフメイクブランド「KATE(ケイト)」から、2014年11月1日に、新商品・限定品を発売します(4品目10品種・480円~1,500円<税抜>)。日本、香港、台湾を皮切りに、導入各国・地域で順次発売する予定です。

※1 導入国・・・香港、台湾、中国、韓国、タイ、マレーシア、シンガポール、ベトナム、ミャンマー、フィリピン

新マスカラ発売の背景と商品特長

KATEでは、強みのアイテムであるアイシャドウ、アイライナー、アイブロウに続き、マスカラを基幹アイテムに育成する方針を掲げています。マスカラは、ポイントメイクアイテムの中でも特に機能性が求められ、現在は、まるでまつ毛が増えたかのようなボリューム感と長さが出ること、まつ毛を一本ずつきれいにセパレートさせること、上向きのカールが持続することなどの機能が求められています。

新マスカラ「ケイト ブラックフェザーラッシュ」は、黒鳥の羽のようにふさふさとしたゴージャスな仕上がりが長時間続き、まつ毛に魔性のインパクトを与えるマスカラです。マスカラ液に配合した、短毛でソフトな感触の繊維がまつ毛に絡みつき、一本一本をボリュームアップ。新形状の樹脂製ブラシでまつ毛をしっかりとかしながら塗ることができるため、まつ毛のボリューム感もロング効果も自由自在に叶います。さらにカールアップとキープ力に優れたワックスも配合。ボリュームがありセパレートした上向きまつ毛が長時間持続します。

商品パッケージや広告においては、同商品が実現する仕上がりや機能性を、“黒鳥”をモチーフに KATE の Cool&Sharp な世界観の中で表現。CMを含めた各種プロモーションを展開し、機能性の求められるマスカラカテゴリーでの存在感を高めていきます。



15年前の大ヒットアイシャドウが復活

また、ファッションシーンにおいて、'80~'90年代のファッションが現代のトレンドを取り込みつつリバイバルしていることから、1999年に発売して大ヒットした“伝説の輝きアイシャドウ”「ケイト フラッシュクラッシュ」を復活させます。

「ケイト フラッシュクラッシュ RE」は、フラッシュのような輝きで美しく力強い眼差しを演出する3色セットのアイシャドウ。1999年当時の色と輝きを再現し、数量限定で発売します。

「ケイト フラッシュクラッシュ NEO」(写真右)は、2014年秋冬のトレンドを反映させ、光の反射と拡散によるシャープな輝きで美しい大きな目をつくる3色セットのアイシャドウ。フラッシュのような輝きはそのままに、トレンドと現代女性の好みを反映させた色みと質感の全4種を、取扱い店舗限定※2で発売します。



その他にも、リップケアからナチュラルメイクまで1本で完成する色つきリップクリーム「ケイト CC リップクリーム」を数量限定で発売します。

◆新商品概要◆

価格は全てメーカー希望小売価格です

商品名・品種数・価格	商品特長
ケイト ブラックフェザーラッシュ 全1色・1,500円<税抜>	まつ毛に魔性のインパクトを与え、黒鳥の羽のようにふさふさとゴージャスなまつ毛が長時間続くマスカラ。まつ毛をふさふさにボリュームアップしながら上向きのまつ毛をキープし、汗、涙、皮脂にも強いウォータープルーフタイプ
ケイト フラッシュクラッシュ RE 全1種・1,400円<税抜> 数量限定	15年前に大人気だった色と輝きを再現し、まばゆいフラッシュのようにシャープな輝きで美しく大きな目を演出する3色セットのアイシャドウ
ケイト フラッシュクラッシュ NEO 全4種・各1,400円<税抜> 取扱店舗限定※2	光の反射と拡散によるシャープな輝きで、美しい大きな目をつくる3色セットのアイシャドウ
ケイト CCリップクリーム 全4色・各480円<税抜> 数量限定	リップケアからナチュラルメイクまで1本で完成する、色つきのリップクリーム。1本で「保湿」「色補整」「グロス」「下地」「UVカット (SPF19・PA++)」の5つの効果が叶います

※2 「ケイト フラッシュクラッシュ NEO」は、KATE STATION 導入店のみでの取扱いです

KATEでは現在、ブランド発信力や訴求力の高い売り場づくりを目的とし、通常の2倍の横幅を持つ仕器「KATE STATION」の導入を進めています。「ケイト フラッシュクラッシュ NEO」は、「KATE STATION」導入店（KATE 取扱店のうち限定約2,000店<2014年8月末時点>）のみでの扱いになります。

◆発売日◆

2014年11月1日発売

※アジアでは、導入国・地域によって発売日が異なります

<KATE ブランド概要>

「KATE (ケイト)」は、Cool&Sharpな世界観、トレンドメイクを簡単に実現できる斬新なアイテムを揃えるメイクブランドとして、1997年2月に誕生しました。“no more rules”をブランドスローガンに、時代の先を行く商品展開やメイク提案、情緒性を重視したコミュニケーション戦略などで、10代後半から20代を中心に幅広い年代の女性からの支持を獲得しています。ブランドは11年連続でセルフメイク市場No.1※3の圧倒的な地位を確立、特にアイシャドウやアイライナー、アイブロウは、KATEを代表する強みのアイテムになっています。2014年2月には、ロゴを「KATE TOKYO」に変更。日本をはじめ、10のアジア各国・地域でのグローバル展開を深耕しています。

※3 インテージ SRI 調べ (セルフメイク市場 2003年1月-2013年12月 金額シェア)