

2015年9月17日

## 「KATE」から強いまなざしを演出する “黒”にこだわったアイライナーとマスカラを発売



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セルフメイクブランド「KATE（ケイト）」から、2015年11月1日に、強いまなざしをつくる鮮やかな黒い発色が特徴のアイライナーとマスカラを発売します（2品目2品種・1,400円～1,500円＜税抜＞）。日本での発売以降、導入各国・地域※1で順次発売します。

※1 中国、香港、台湾、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

### 商品特長

今回、より KATE らしい強くインパクトのあるまなざしを叶えるため、これまで以上に“黒”にこだわったアイライナーとマスカラを開発しました。どちらも、くっきりと濃くツヤのある発色が特徴の黒顔料を高配合※2。鮮やかな黒い発色で強い目もとを演出することに加え、お湯で落とせる機能も持たせ、仕上がりの美しさと使いやすさを両立させています。

「ケイト デジタルメモリーライナー」は、鮮やかな黒さでくっきりラインが描ける、にじみにくい極細平筆アイライナーです。鮮やかな黒顔料に加え、性質の異なる2種類のポリマーをブレンドして配合。汗・水・皮脂に強く、にじみにくさと落ちにくさを実現しました。極細の平筆のため、細いラインも太いラインも自在に描けます。また、落ちにくいながらも、40℃程度のお湯で簡単に落とすことができます。

「ケイト バーチャルロングラッシュ」は、鮮やかな黒さとロング繊維で、まつ毛の一本一本をくっきり黒く長く仕上げるマスカラです。マスカラ液には、鮮やかな黒顔料と併せて、ストレート形状とカーブ形状の2種類の繊維を配合。小さめブラシがまつ毛を根元からキャッチしてマスカラ液を絡ませ、より強い印象の濃く長いまつ毛に仕上げます。まつ毛のカールをキープし、汗・水・皮脂に強くにじみにくいのに、40℃程度のお湯でスルッと簡単に落とすことができます。

※2 KATE 従来品比



### プロモーション

「BLACK SHOCK」と題したプロモーションでは、TVCM や電車内広告をはじめ、2アイテムを同時に陳列できる販売台やポスターなどでCM と連動した店頭展開を行い、強いまなざしをつくる“KATE の黒”を訴求していきます。



◆ 商品概要 ◆

日本・アジア共通発売

価格は全てメーカー希望小売価格です

| 商品名・品数・価格                          | 商品特長   |
|------------------------------------|--|
| ケイト デジタルメモリーライナー<br>全1色・1,400円<税抜> | 鮮明な黒さでくっきりラインが描ける、にじみにくい極細平筆アイライナー。汗・水・皮脂に強く、にじみにくいのには40℃程度のお湯で落とせます。    |
| ケイト バーチャルロングラッシュ<br>全1色・1,500円<税抜> | 鮮明な黒さとロング繊維で、まつ毛の一本一本をくっきり黒く長く仕上げるマスカラ。汗・水・皮脂に強く、にじみにくいのに40℃程度のお湯で落とせます。 |

◆ 発売日 ◆

2015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

◆ 日本での主な取り扱い店 ◆

ドラッグストア、量販店など

<参考>

No. 1※3ブランド「KATE」

「KATE」は、カネボウ化粧品が、トレンドに敏感な女性に向けて展開するセルフメイクブランドです。ブランド誕生以来、Cool&Sharpな世界観の中で、“目を大きく見せたい”という女性のニーズを捉えた商品をラインアップし、数々のヒット商品を生み出してきました。

2014年2月には、グローバルブランドとしての成長を目指し、ブランドロゴを「KATE TOKYO」に変更、TOKYO発のトレンドメイクを日本はもちろんアジア各国地域に向けても発信しています。ニーズを捉えた商品展開と積極的なプロモーションにより、2014年出荷実績は海外も含め前年比二桁増に。また日本のセルフメイク市場におけるシェアは、13年連続No. 1※3となっています。

※3 インテージSRI調べ（セルフメイク市場2002年1月-12月～2014年1月-12月 販売金額）