

2018年12月3日

「KATE」グローバル新戦略を始動 中華圏で絶大な人気を誇る俳優を専用ブランドモデルに起用 第一弾は「TOKYO RED」



株式会社カネボウ化粧品

カネボウ化粧品は、今般、グローバル戦略ブランドの一つである「KATE」において、中国でのグローバル新戦略を始動しました。その第1弾として、2018年12月から「TOKYO RED」キャンペーンを本格的にスタート。今後、中国で段階的にキャンペーンを実施することにより、中国を起点にアジア全域での存在感の確立を図ります。



「KATE」グローバル新戦略始動

「KATE」は、カネボウ化粧品が、日本を含むアジア 11 の国と地域*で展開するグローバル戦略ブランドです。2014年2月からブランドロゴを「KATE TOKYO」と一新、グローバル展開を本格化しました。現在では、“from TOKYO”を代表するメイクブランドとして、“COOL & SHARP”な世界観と商品の品質が、アジア各国・地域でも高く評価されています。

今般、さらにグローバルでの成長を加速させるため、中国における新戦略を始動しました。これは、「KATE」の世界観を踏襲しながらも、現地ならではのコミュニケーションで、ブランドスローガン“no more rules.”に象徴される“個性を開放する”メイクを提案するというものです。その第1弾として、2018年12月から「ケイト カラーハイビジョンルージュ」を訴求する口紅キャンペーン「TOKYO RED」を本格的にスタートさせました。2020年まで段階的に、戦略アイテムでのキャンペーンを予定しています。

※ 日本、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

グローバル新戦略 第1弾「TOKYO RED」キャンペーン

「TOKYO RED」キャンペーンでは、クールで媚びることなく自ら人生を切り開く力強い女性像を描きながら、「KATE」独自の魅力を最大限に発信します。今回、新戦略を始動するにあたり、中国における初の「KATE ブランドモデル」として、中華圏で絶大な人気を誇り影響力のある俳優の彭于晏 (Peng Yu Yan) 氏を起用。2018年12月から、彭于晏氏を起用



したデジタル広告を中心に、上海をはじめとする中国国内旗艦店周辺での屋外広告なども積極的に実施しています。

また、12月12日には、キャンペーンを盛り上げるイベントも上海で開催します。さらに、ボーダレス化する市場に対応すべく、トラベルリテールの取り組みも強化。成田空港・関西国際空港の免税店や韓国市中免税店でも連動したプロモーションを実施します。

◆ 中国での KATE ブランドモデル ◆

中文名 : 彭于晏 (ポン ユー イェン)
英文名 : Eddie Peng (エディ ポン)
生年月日 : 1982 年 3 月 24 日
職業 : 俳優
星座 : 羊座
血液型 : AB 型



<代表作>

2011 映画「翻滾吧阿信」主演
2015 映画「黄飛鴻之英雄有夢」主演

◆ キャンペーン対象商品概要 ◆

「ケイト カラーハイビジョンルージュ」全 10 色

商品特長 : なめらかにのび、ひと塗りで見たままの色が鮮明に映える高発色ルージュ
発売日 (中国) : 2018 年 9 月 1 日



◆ 主な取扱い店舗 ◆

中国 : 主要百貨店、国際連鎖店(WATSONS、桜工房、ココカラファイン、イオン、その他)、
化粧品専門店、天猫旗艦店
日本 : ドラッグストア、総合スーパー (GMS)、化粧品専門店、
一部オンラインショップ
免税店 : 成田空港 NAA、関西国際空港 AAS、韓国市中免税店

【参考】

花王は、2018 年 5 月に、グループの化粧品事業における新たな成長戦略の柱として、“新グローバルポートフォリオ”を策定しました。カネボウ化粧品、ソフィーナ、キュレル、エキップ、モルトンブラウンの 5 つの化粧品事業体から、グローバルで展開を強化する 11 の戦略ブランド「G11」を選定。花王グループならではの確かなエビデンスと五感に訴える感性美を融合させることで、ブランドの個性を磨き、日本を含むアジア・欧州での育成を加速していきます。

