

すみれさん、パティシエコンクール優勝！？ 「明日が変わる」夢を叶えたパティシエを熱演！

「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」新CM「パティシエ」篇
2013年3月2日(土)より、全国でオンエア開始！

ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニー



「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」新CM「パティシエ」篇

2013年3月2日(土)より、全国でオンエア開始

目の健康を考えた使い捨てコンタクトレンズを提供する、ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケアカンパニー(住所:東京都千代田区、代表取締役プレジデント:デイビッド・R・スミス)は、裸眼にかぎりなく近い健康な瞳を目指した、次世代素材「シリコンハイドロゲル」の1日使い捨てコンタクトレンズ「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」の新CMを、2013年3月2日(土)より、全国でオンエアいたします。

新CMでは、「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」のイメージキャラクターすみれさんが「パティシエ」を演じます。コンタクトレンズ装用中に、長時間に渡るパティシエの細かい作業のため、目の不調を感じる主人公が、眼科で裸眼に近いコンタクトレンズと出会い、ついにコンクールで優勝し、夢をかなえるというストーリーです。実際にコンタクトレンズを使用しているすみれさんの目に違和感を感じている表現と、コンクール優勝シーンでの喜び一杯の表情の対比から、「明日が変わる」というポジティブなメッセージが伝わるCMになっています。「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」で、よりナチュラルで豊かな表情の「すみれさん」と「瞳」にご注目ください。

「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」は、世界で初めて※1酸素透過性の高いシリコンハイドロゲル素材を採用した、1日使い捨てコンタクトレンズです。裸眼時の98%もの酸素※2が瞳に届くシリコンハイドロゲルの素材に、独自の「うるおい成分」を組み込むことで、1日中裸眼でいるような心地よさ※3を実現しました。

※1Johnson & Johnson社は世界で初めてのシリコンハイドロゲル素材を1日使い捨てタイプに採用しました。Johnson & Johnson関連会社により世界63カ国ですでに発売されています。(2011年8月時点)

※2酸素流量率=コンタクトレンズ装用時に角膜に届く酸素の量/裸眼時に角膜に届く酸素の量 A model of Oxygen Flux:Brennan2001(開眼時)に基づく(レンズ中心部における測定)

※3装着感には、個人差があります。

■ CM概要

タイトル : 「パティシエ」篇 30秒、15秒
放映期間 : 2013年3月2日(土)～2013年3月29日(金) 予定
放映エリア : 全国



■ CMのストーリー ※ストーリーボードは次頁をご覧ください。

コンクールに向けてパティスリーでの夜の作業。
集中力が必要な場面で、コンタクトをしている目に不調が。
そんな時、眼科の医師から「裸眼に近いコンタクト」があるとすすめられ
出会ったのが「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」!

コンクールの表彰式。
優勝は、すみれさんが演じるパティシエのチームに!
驚きと喜びの表情の中に、いつまでも潤いを保つ瞳が。
明日が変わる。



■ CMの見どころ

長時間の作業で目に違和感を感じている表情や、コンクール優勝時の喜びの表情など、すみれさんの演技力が随所に発揮されています。「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」の目指す、裸眼に限りなく近い健康な瞳と、すみれさんの持つナチュラルな魅力がぴったりと合ったCMとなっています。喜怒哀楽の表情豊かなすみれさんの瞳にぜひご注目ください。

また、今回のCMでは、“裸眼への挑戦”、“酸素流量率”などの製品特長を、映画の予告編のように短くインパクトのあることばで表現しており、より消費者にメッセージが伝わりやすいように工夫しています。

■ すみれさんコメント

「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」のイメージキャラクターとして、テレビCMに出演することになりました、すみれです。今回は、自分の夢に向かって日々奮闘しているパティシエの女性を演じます。パティシエの細かい作業で目の負担を感じながらも頑張っている彼女の、裸眼に近いコンタクトレンズ「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」との出会いと、夢をかなえるストーリーです。是非ご覧になってください！」

ストーリーボード（30秒）

①		♪	⑪		NA 裸眼時の約98%の酸素と、
②			⑫		NA 涙のうるおいが もたらすものは・・・。
③		すみれさん あ、	⑬		
④		すみれさん 失敗。	⑭		
⑤		すみれさん まだコンタクトはずせない。	⑮		NA コンタクトは、
⑥		すみれさん これって、 目によくないんだろうな・・・。	⑯		NA ここまで裸眼に近づいた。
⑦			⑰		NA 「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」。
⑧		すみれさん 裸眼！？	⑱		
⑨		NA 世界初新素材ワンデー。	⑲		NA ジョンソンエンドジョンソン。
⑩		すみれさん 「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」?	⑳		♪

ストーリーボード（15秒）



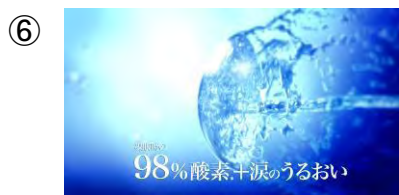
すみれさん
まだコンタクト
はずせない。



NA
「ワンデーアキュ
ビュートゥルーアイ」。



すみれさん
「ワンデーアキュ
ビュートゥルーアイ」？



NA
98%の酸素と、
涙のうるおい。



NA
コンタクトは、
ここまで裸眼に近づいた。

CM撮影レポート

■ 明るく丁寧に撮影スタート！

今回初のコンタクトレンズのCM撮影となるすみれさん。スタジオに入るとスタッフ一人一人と笑顔で挨拶を交わり、現場の緊張感を和らげてくれました。初めてとなる瞳の接写では、どうしてもまばたきをしてしまい、「ごめんなさい！」と真剣に謝る場面も。演技に対して真摯なすみれさんでした。



【瞳の撮影での裏技】

すみれさんの頭にペットボトルが！

決してふざけているわけではなく、瞳の撮影の時に頭が動かないようにする裏技だそうです。



■ パティシエに初挑戦！

夜のパティスリーでの1コマ。長時間の細かい作業が必要なパティシエの女性を演じています。生クリーム絞り袋の角度を料理担当の方に教えてもらい、真剣な表情のすみれさん。集中力が伝わってきます。慣れないコック帽にも悪戦苦闘。見事な八頭身のすみれさんの頭には少し大きかったようです。



■ リアルな演技力に、「大丈夫!？」

長時間の作業で、コンタクトの瞳への不安を表現するシーンでは、演じる女性の疲れや不安などをリアルに表現するため、何度も手の位置や首の角度をチェック。あまりのリアルさに「本当に目がつらいのでは？」と周囲が心配するほどでした。撮影の合間の笑顔とのギャップに、すみれさんの魅力が伝わってきます。



■ 「明日が変わる!」、溢れる表情に注目！

最後は、コンクール優勝決定シーンの撮影。「ワンデーアキュビュー トゥルーアイ」に出会い、より一層頑張った主人公の努力が花開くという場面です。現場に用意された、紙吹雪用のバズーカが発射されると、その音の大きさに、すみれさんも初めは驚きの表情を浮かべていましたが、本番の撮影が始まると一転、素敵な笑顔がたくさんみせてくれました。すみれさんの豊かな喜びの表情にご注目ください。

【ステージ上では】

帰国子女のすみれさん。エキストラの外国人の方と造作なく会話を楽しんだり、ステージを使ってタップダンスを披露するなど、名門カーネギーメロン大学演劇科にトップレベルで合格した、才女であることがよく分かる場面でした。



すみれさんプロフィール



すみれ (Sumire)

1990年7月15日生まれ。

2011年秋、超大物アーティスト、イル・ディーヴォのアルバム「WICKED GAME」に参加し、「クライング」で歌手デビュー。その後、舞台、テレビ、CMで活躍中。

ハワイで育った彼女のナチュラルなスタンスは、年齢、性別問わず、幅広い支持を得ています。その透明感、自然体の姿が、裸眼に近いコンタクトレンズ「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」のイメージにもぴったり。すみれさんのように、透明感あるオーラを放つには、まず瞳から健康に。

スタッフリスト

- | | |
|-----------|------------------------------------|
| ■ 広告主 | : ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニー |
| ■ 広告代理店 | : 株式会社マックカンエリクソン |
| ■ 制作会社 | : 株式会社東北新社 |
| ■ 監督 | : 栗原 康 |
| ■ 撮影 | : 浅川 英郎 |
| ■ 照明 | : 兼康 武和 |
| ■ 美術 | : 舟橋 葉子 |
| ■ スタイリスト | : 菅原 麻里・中村 薫 |
| ■ ヘアメイク | : 山口 恵美・八角 恭 |
| ■ クッキング | : 山崎 慎也 |
| ■ CG | : 二瀬 具洋・岡本 良麻 |
| ■ 音楽 | : 山田 勝也 |
| ■ キャスティング | : 薄 昌代・舩屋 樹里 |

製品情報

■「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」製品概要

製品名	「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」
価格	オープン価格
内容	1箱30枚入り
承認番号	22200BZX00226000



- ◎ コンタクトレンズは高度管理医療機器です。必ず事前に眼科医にご相談の上、検査・処方を受けてお求めください。
- ◎ ご使用前に必ず添付文書をよく読み、取扱い方法を守り、正しく使用してください。

<ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニーについて>

ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニーは、1991年に世界初の使い捨てコンタクトレンズ「アキュビュー」を日本に導入して以来、常に使い捨てコンタクトレンズ市場をリードし続けてきました。現在、様々なユーザーのニーズにお応えするため、12種類のタイプの異なる使い捨てコンタクトレンズをラインアップしています。

※この情報は発表時点での情報です。