

MAROは次のステージへ
新イメージキャラクターに斎藤工さんが就任！
キービジュアルを4月15日(月)より解禁



株式会社ネイチャーラボ（本社:東京都渋谷区）は、メンズケアシリーズ「MARO(マーロ)」のイメージキャラクターに、新しく俳優の斎藤工さんを起用し、2019年4月15日(月)より新キービジュアルを解禁いたします。

MAROシリーズは、メンズブランドの中でもよりプレミアムな体験を提供し「こういった商品が欲しかった!」という便利なプロダクトを提供するだけでなく、オトコステイタスをワンランクアップさせるブランドとして商品開発をしまいにしました。今後はさらに国内男性用No.1シャンプー、そしてアジアNo.1シャンプーを目指して、世代や国を越えたブランドとして展開してまいります。

この度、その新たなスタートに合わせてブランドイメージを一新。世代を問わず多くの方々からの人気を誇る俳優の斎藤工さんをイメージキャラクターに起用し、赤富士や侍の衣装といった、メイドインジャパンを彷彿させる世界観を全面的に取り入れたキービジュアルで、コトバの壁を越えて強烈なインパクトを伝えていきます。

【斎藤工さんプロフィール】

1981年生まれ、東京都出身。パリコレ等モデル活動を経て2001年に俳優デビュー。主な出演作に『明日泣く』(11)、『愛と誠』(12)、『虎影』(15)、『無伴奏』『団地』(16)、『昼顔』(17)、『去年の冬、きみと別れ』『のみとり侍』(18)、日仏シンガポール合作『家族のレシピ』、日露合作『ソローキンの見た桜』、『麻雀放浪記2020』、『Dinner ダイナー』、『万力』（企画、プロデュース、主演）(19)などがある。斎藤工名義でFILMMAKERとしても活躍し、初長編監督作『blank13』(18)では国内外の映画祭で8冠を獲得。エリック・クー監督がショールランナーを務めるHBO ASIAのオムニバスホラードラマ『FOLKLORE』の一編『TATAMI』を監督し、同企画第二弾『FOODLORE』でも引き続き日本の代表監督としての参加が決定、日本のコンプライアンスをテーマにした映像作品『COMPLY+-ANCE』を製作するなど意欲的に映像制作に携わっている。白黒写真家として「Figaro japan」で連載中。

昨年末、パリのルーブル美術館で展示された白黒写真作品『守破離』が銅賞を受賞。被災地をはじめ劇場体験が難しい地域の子供たちに映画を届ける移動映画館「cinéma bird」を主催するなど活動は多岐にわたる。



MAKE YOUR DAY WITH
MARO

MAKE YOUR DAY WITH
MARO

MAROとは

Make your day better Admire and Respect yourself Outstanding

—今日という日をキメようじゃないか、自分を称賛しリスペクトする史上最高の自分になる—
MAROはプレミアムなステージで使用いただくメンズブランドとして誕生しました。オールインワンでボリュームアップを実現する3Dシャンプー、オトコのニオイに効果のあるデオドラントシリーズなど、「こういう商品が欲しかった！」という便利なプロダクトを提供するだけでなく、オトコステイタスをワンランクアップさせるブランドとして商品開発を行っています。



MARO公式ブランドHP : <http://www.maro-men.jp>

■ **商品ラインナップ**

ヘアケア



ボディケア



洗顔



フェイスシート



ボディシート

