

お風呂で使えるホームエステブランド「mysé（ミーゼ）」3周年記念

吉田朱里さんをブランドアンバサダーに起用

「お疲れ気味のみなさん！」バスタイムを楽しみながら製品を紹介する新CMも公開

ヤーマン株式会社（代表取締役社長：山崎貴三代、所在地：東京都江東区）は、2022年10月で3周年を迎える、「カンタン、キレイ、お風呂でエステ。」を実現するホームエステブランド「mysé（ミーゼ）」の新ブランドアンバサダーとして吉田朱里さんを起用し、2022年9月30日に吉田さん出演の新CM「リフトケアなら！スカルプリフト」篇「お疲れ気味のみなさん！ニードルヘッドスパリフト」篇の2篇を公開いたします。

「ミーゼ」の美容機器は、全製品が防水コードレスのためお風呂でカンタンに使えるという点が人気の秘密。新CMでは、バスタイムを楽しむ吉田さんが「ミーゼ」製品を使用しながら紹介。大人気のブラシ型美顔器『スカルプリフト アクティブ プラス』とニードル状のブラシで頭皮をもみ出す新製品『ニードルヘッドスパリフト』、その効果実感に思わず浮かべる驚きの表情にも注目です。



CM URL (YouTube) : 「リフトケアなら！スカルプリフト」篇 <https://youtu.be/B5HJCGYb6f4>

「お疲れ気味のみなさーん！ニードルヘッドスパリフト」篇 <https://youtu.be/pQpIGvPPok8>



■ 吉田朱里さん ブランドアンバサダー起用について

お風呂時間を美容時間に、普段から「mysé（ミーゼ）」製品を愛用。

日頃から「お風呂時間」を美容の時間として重視している吉田さん。以前からミーゼ製品を愛用していて、実は過去に自身のYouTube でミーゼの製品を紹介したことも。今回のアンバサダー就任とCM での起用についても、「大好きなブランドのCM でホンマに嬉しい」と感想をコメント。撮影時には、タイミング悪くニキビができてしまったというハプニングエピソードも交えつつ、久しぶりの演技のお仕事に「リアクション取るのが恥ずかしくて」と当日の様子も語ってくれました。

CM 起用の感想や、撮影時の裏話も明かされる YouTube 動画は、吉田さんの公式 YouTube チャンネルにて 10 月 1 日に公開予定です。

■ CM の見どころ

バスタイムを楽しむ吉田朱里さんがグーっとリフトケア*1

今回のCM ではバスタイムシーンを公開した吉田さん。「ミーゼ」のブランドカラーを基調とした世界観の中で、実際に製品を体験しながら、魅力を伝えていく内容となっています。

「リフトケアなら！スカルプリフト」篇では、EMS の刺激で頭も顔もリフトケア*1 できる大人気のブラシ型美顔器『スカルプリフト アクティブ プラス』に、「おお！」と感動する姿もおさめられています。「お疲れ気味のみなさーん！ニードルヘッドスパリフト」篇では、ニードル状のブラシで頭皮をもみ出す新製品『ニードルヘッドスパリフト』の心地よい新体感を紹介。

美容系 YouTuber としても活躍する吉田さんも驚くほどの、製品の納得感がCM を通して伝えられます。

■ ストーリーボード

①「リフトケアなら！スカルプリフト」篇

YouTube URL : <https://youtu.be/B5HJCGYb6f4>

「リフトケアならスカルプリフトにお任せ！」という掛け声とともに、吉田さんが実際に製品を使用して人気のブラシ型美顔器「スカルプリフト アクティブ プラス」の魅力を紹介。「おお！」と驚きの表情にも注目です。



②「お疲れ気味みなさーん！ニードルヘッドスパリフト」篇

YouTube URL : <https://youtu.be/pQpIGvPPok8>

「お疲れ気味のみなさーん！」という掛け声から「ニードルヘッドスパリフト」を紹介。48本のニードルで頭や顔を刺激する“新体感”に吉田さんも太鼓判を押します。



■出演者 プロフィール

吉田 朱里 (よしだ あかり)

1996年8月16日生まれ、大阪府出身。NMB48 1期生として約10年間 NMB48 に所属。アイドル活動と並行して、ファッション誌「Ray」(主婦の友社)の専属モデルを務め、美容系 YouTuber としても活躍中。自身の YouTube チャンネル「#アカリンの女子力動画」は登録者数約91万人を誇り、2019年には自身がプロデュースするコスメブランド『B IDOL』を立ち上げ幅広く活躍。



©showtitle

■CM に登場した製品

●mysé / スカルプリフト アクティブ プラス 税込 59,400 円

頭皮用と顔用の2種類のアタッチメントで、それぞれの筋肉の特徴に合わせた電気刺激により頭皮ケアや表情筋ケアなど様々なお悩みに効率的にアプローチできるとご好評いただき、ヘア・リフトブラシ型美顔器マーケットシェア No.1*2 を達成、数多くのベストコスメを受賞しています。

新モデルではブラシの弾力性を高めることで肌への密着度が向上し、リフト力*3 体感は約144%*4 に進化しました。忙しいけど簡単にキレイを実現したい、という想いに寄り添う、人気ブラシ型美顔器の進化モデルです。



『スカルプリフト アクティブ プラス』製品ページ : <https://www.myse.jp/products/scalp-lift-active-plus.html>

●mysé / ニードルヘッドスパリフト 税込 19,800 円

エステシャンに揉みだされているような心地よい刺激で頭皮のケアから顔のリフトケア*1 まで W アプローチ。デコルテ、首、肩、こめかみなど、顔周りにもお使いいただけます。新開発ニードル型ブラシを採用し、長さ9mmのニードルブラシ48本が硬くなった筋肉にしっかりアプローチし、筋肉への刺激体感*5は約173%に。さらにリフト力*3 体感*5は約170%と、エステを超えるかのような心地よさにパワーアップいたしました。お風呂でも使える防水仕様*6で、お風呂での使用が可能。シャンプー時に落とすきれいな汚れを、「極(きわみ)ニードル」がグイグイかき出し、さらに音波振動で浮き上がらせます。



『ニードルヘッドスパリフト』製品ページ : <https://www.myse.jp/products/needle-headspa-lift.html>

■「mysé（ミーゼ）」のご紹介

エステティシヤンの繊細な指使いや手技を、あてるだけの簡単操作で再現。どなたでも、「カンタン、キレイ、お風呂でエステ。」を実現した自由に楽しめる本格ホームエステをお届けします。

2022年10月で3周年を迎える「ミーゼ」は、おうち時間を有効活用してキレイになりたいという気持ちに寄り添い、全製品が防水コードレスでお風呂でカンタンに使えるという点が人気の秘密。特に2021年に発売したブラシ型美顔器『スカルプリフト』シリーズは大ヒット製品となり、ベストコスメを多数受賞いたしました。

The logo for mysé, featuring the brand name in a lowercase, sans-serif font with an accent on the 'é', set against a light red rectangular background.

ブランドサイト：<https://www.myse.jp/>

Twitter 公式アカウント：@myse_official

Instagram 公式アカウント：@myse_jp（2022年9月30日開設）

■ヤーマン株式会社について

1978年の設立以来、精密電子機器メーカーとしての技術開発基盤を背景に業務用美容機器からはじまり家庭用美容機器へと、美容機器専門メーカーとして革新的な製品をつくることに全力を注いできました。「美しくを、変えていく。」をスローガンに掲げ、これからも先端テクノロジーと常識を変えるアイデアで、美しくなる夢や驚きをお届けしていきます。

コーポレートサイト：<https://www.ya-man.co.jp/>

*1 引き上げるように動かすこと

*2 (株)富士経済『“おうち美容”で注目度の高まる美顔器・美顔ケア家電トレンドデータ』2019～2021年実績

*3 美容機器によって肌が持ち上げられる力のこと

*4 本製品と従来品（MS-80G）のフェイスアタッチメントをそれぞれ使用したときの体感の違いを20代～30代の男女（13名）にアンケート調査した結果（2022年5月実施）

*5 本製品と従来品（MS-30P/N）の頭皮用アタッチメントをそれぞれ使用したときの体感の違いを20代～40代の男女（12名）にアンケート調査した結果（7段階評価の平均値の比較 2022年7月実施）

*6 IPX7

※公開日現在の情報となります。最新の情報と異なる場合がございますのでご了承ください。