

## KAIビューティーアンバサダーの内田理央が表現 敏感肌用カミソリで「きりひらくあたらしい私」 貝印「Pretty（プリティー）」ブランドのイメージビジュアルを刷新 2月22日より、公式サイト他で順次公開

女性用使い捨てカミソリ国内トップシェアの貝印株式会社(本社：東京都千代田区、代表取締役社長：遠藤 宏治)は、2019年2月より、KAIビューティーアンバサダーである内田理央さんを起用した「Pretty（プリティー）」ブランドの新しいイメージビジュアルを公式ウェブサイトや雑誌、新聞広告にて順次公開いたします。

イメージビジュアルに用いられている「プリティー 敏感肌用フェイスL」は、高まる敏感肌意識を受けて、女性用使い捨てカミソリ市場で売り上げNo.1※1ブランドのPretty（プリティー）より、2018年3月にリニューアル発売した女性用L型カミソリです。

公式ウェブサイトURL：<https://www.kai-group.com/products/kamisori/product/pretty.html>

※1 インターネットSRIデータ女性用使い捨てカミソリ市場 2008年10月～2017年9月 累計販売金額



### イメージビジュアルのポイント

#### ■コンセプト

コンセプトは「New me あたらしい私 きりひらくしていく」。「プリティー 敏感肌用フェイスL」で剃った頬から、ポップでキュートな世界が広がるイメージです。内田理央さんのかわいさと、ユニコーンカラーを用いた幻想的な世界観のビジュアルとなっています。「剃る」という行為の直接的表現に固執せず、世界観の表現を重視することで、遊びどころ溢れる楽しいイメージを作り出しました。

#### ■込められた思い

口周りを剃ること＝自らを洗練させることです。さりげなく自分をキレイに整えるものがこのカミソリ。「もっとかわいくなりたい、キレイになりたい」という女性の気持ちに寄り添う存在でありたいから。昨日よりちょっと洗練された自分で、明日への一歩を踏み出してほしいから。Pretty（プリティー）の存在を知っている人も知らない人も、内田さんのかわいらしさをきっかけに、改めてその良さに気づいてもらいたい。そんな思いを込めています。

#### ■クリエイター

今回のヴィジュアルはクリエイティブユニットHARMONIZE《フォトグラファー北田理純、スタイリスト角藤智美、ヘアメイクAsami Horie》によるもの。日常生活からは馴染みが減ってきている着物を、もっと気軽に、ファッションの一部として取り入れ、スタイリングできたらという思いから、HARMONIZEの活動が始まりました。彼らは常に固定概念にとらわれない自由な発想で着物の着方や異素材との組み合わせを提案しています。今回はシェービング後の触りたくなるような肌の柔らかさ、ワクワク感をユニコーンカラーのオーガンジー素材とスワロフスキーを組み合わせて、女の子の気持ちを表現しています。

## 内田理央さんからのコメント

今回のイメージビジュアルのお気に入りポイントはキュートな世界観です。キラキラとしていて、まさにユメカワな感じ。布を使ったりして、撮影自体も楽しかったです！Pretty（プリティー）は、実はみなさんの身近にあるアイテムですが、このイメージビジュアルを通して、改めてその良さに気付いてほしいと思っています。また、とてもかわいいビジュアルなので、特に若い方たちの目にとめていただき、Pretty（プリティー）を初めて使う美容アイテムとして選んでいただけたらうれしいです。

Pretty（プリティー）との出会いは覚えていないくらい前ですね。小学生くらいのころに初めて使ったのがPretty（プリティー）だったと思います。それ以来、ずっとそばにあって、馴染みの深いアイテムとなっています。かわいい色とデザインがお気に入りです。

## 「プリティー 敏感肌用フェイスL」製品特長

### POINT①スムーズヘッド

プロの理容師向け製品に採用されている、肌との接地面が少ない形状を応用。クリームなどの抜けがよく、皮膚の貼り付きを防ぐので、なめらかな使用感に。

### ガードアップ

### POINT②世界最小※2ガード

現行品に比べてガード部分の間隔が小さく、刃が触れる際の肌表面の凹凸を軽減。より柔らかな肌あたりを実現しました。

### POINT③ヒップアップ形状のハンドル

持ちやすさを考えて、ハンドルは後端に向けて上向きに角度を付けました。模様を彫刻のように凹凸を付けることによって、デザイン性だけでなくグリップ力もUP！

※2 2017年10月現在 貝印調べ

## KAIビューティーアンバサダー 内田理央

雑誌「MORE」専属モデル。

2010年4月に日本テレビ「アイドルの穴～日テレジェニックを探せ！～」でデビュー。

同年6月に日テレジェニック2010に選ばれる。

「仮面ライダードライブ」（テレビ朝日系）にてヒロイン役を演じ知名度を上げ、映画『血まみれスケバンチェーンソー』で映画初主演。今年、2018年は「海月姫」（フジテレビ系）、「おっさんずラブ」（テレビ朝日系）等に出演し注目を集める。

2017年7月より「KAIビューティーアンバサダー」に就任。

貝印のオウンドメディアである『KAI BEAUTY PRESS』(<http://kaibeauty.jp/>)での定期的な情報発信、イベントやCM出演等を通じて、シンプルなツールでかわいいをつくることのできる貝印の魅力を発信している。



## 【貝印株式会社】

1908年、刃物の町として有名な岐阜県関市に創業。現在、生活に密着した刃物を中心とするカミソリ、メンズグルーミング、ツメキリなどの身近なみやビューティーケア、包丁をはじめとする調理・製菓、医療用など1万アイテムにもおよぶ商品を展開し、商品の企画開発から生産、販売、物流までの一連を行っている総合刃物メーカー。

本社：東京都千代田区岩本町3-9-5 代表取締役社長：遠藤宏治 <http://www.kai-group.com/>