

～オンワード'09年春夏広告キャンペーン～
イメージキャラクターに「23区」菅野美穂さん、「自由区」中山美穂さんを
引き続き起用し、3月7日からテレビCMをオンエア

株式会社オンワード樫山(本社:東京都中央区 代表取締役社長:水野 健太郎)は、基幹ブランド「23区」に菅野美穂(かんの みほ)さん、「自由区」に中山美穂(なかやま みほ)さんを引き続きイメージキャラクターに起用して、3月7日(土)から両ブランドのテレビCMを全国主要都市で放映し、百貨店市場における話題性の喚起と売上拡大を目指します。

当社では、経営の基本戦略として基幹ブランドへの経営資源の集中による収益拡大策を推進しています。昨年春から「23区」、秋から「自由区」を重点強化ブランドに位置づけ、商品企画の刷新を図るとともに、テレビCMを主体とした大型広告キャンペーンを実施して、ブランド価値の向上に取り組んでいます。その結果、消費マインドが急速に冷え込む厳しい環境下においても、両ブランドはお客様の支持を得ることができました。

今年も「23区」「自由区」を重点強化ブランドとし、引き続き商品企画の強化と大型広告キャンペーンを展開し、ブランド価値の向上を図っていきます。

「23区」では、昨年春より30歳前後の女性をターゲットにした商品企画を刷新し、イメージキャラクターに菅野美穂さんを起用。女性たちとともに歩むブランドでありたいという思いを込めて“Walk. 23区”キャンペーンを実施しました。

今春夏広告キャンペーンは、モヤモヤした時代の気分も脱ぎ捨てて変化していこうという思いを込めて、キャンペーン名も“着がえよう。”へ進化させたキャンペーンを実施します。テレビCMでは、一歩前へ進んでいこうとする女性を応援するメッセージを、菅野さんによる「シアワセへの誓い」という方法で表現しています。音楽は引き続き、「RIP SLYME(リップ スライム)」が担当し、2月25日(水)発売の新曲で“少しずつでも前へ、上へ進んで行こう!”というメッセージが込められたポジティブソング「STAIRS(ステアーズ)」を採用します。またWEBサイトではオンエアされないバージョンも併せ、10バージョンで「シアワセへの10の誓い」という企画を予定しています。

「自由区」では、昨年秋よりアクティブなアラウンドフォーティー(40歳前後)に向けて、ブランドを刷新し、イメージキャラクターに中山美穂さんを起用。今春夏広告キャンペーンでも、中山さんを通して「自由自在に生きていく、生き様」を表現し、素敵に輝きたいと自分磨きをしている大人の女性を応援する“I WILL 自由区”キャンペーンを継続していきます。テレビCMでは、さまざまな経験を積み重ねてきたからこそ、自由に、自分らしく、鮮やかに生きる現代の女性を代表して躍動感あふれる中山さんが「自由宣言」を行ないます。

テレビCMは3月7日(土)から31日(火)まで、「23区」では2バージョン、「自由区」では1バージョンを放映します。また、ファッション雑誌、店頭でのイメージビジュアル、ブランドのタブロイド紙、WEBサイトなどクロスメディア戦略を展開し、ブランドイメージの浸透と、百貨店への顧客動員を図っていきます。

⇒「23区」のCMの詳細は[こちら](#)からご覧ください。

⇒「自由区」のCMの詳細は[こちら](#)からご覧ください。

▲ページTOPへ