

「自由区」新イメージキャラクターに“長谷川理恵”を起用! 新たなイメージ広告を8月下旬から展開

株式会社オンワード樫山 第二事業部門(取締役常務執行役員 馬場 昭典)はレディース基幹ブランド「自由区」のイメージキャラクターにモデルの長谷川理恵さんを起用し、新たなイメージ広告を8月下旬から展開します。

「自由区」は、上品・上質・日常着をコンセプトに40歳前後の女性に向けて2000年秋にデビュー。シンプルでベーシックな中にトレンドを取り入れたモダンクロージングとして大人の女性の支持を獲得し、売上規模が約120億円(09年度小売ベース)となるレディース基幹ブランドです。今秋冬で、新たなイメージキャラクターとして長谷川理恵さんを起用して、ブランドイメージの更なる向上と売上拡大を目指します。

長谷川理恵さんは、「Domani」など多くの女性ファッション雑誌の人気モデルとして活躍するかたわら、野菜のソムリエの知識を生かした多くの著書を出版するなど幅広く活動しています。また、マラソンランナーとしての自己ベスト記録(3時間15分36秒)を持つなどアクティブな一面も広く知られ、女性から「美」と「健康」に対する憧れの存在となっています。

このような、自然体でありながら自分をしっかり持ってアクティブに生きる長谷川理恵さんは、「自由区」が目指すブランドイメージに相応しい女性であると考え、この度の起用となりました。

新たなイメージ広告では、「自由区」と「長谷川理恵」との出会いをテーマに映像を制作。8月16日(月)からJR東日本の電車内テレビ(トレインチャンネル)でオンエアされる他、ファッション雑誌、新聞へのタブロイド広告の折込み、ショップカラーコルトン、WEB等の様々な媒体を通じて、新しいブランドイメージ広告を展開していきます。

■2010年秋冬広告ビジュアル



■長谷川理恵 プロフィール

1993年、『Can Cam』（11月号・小学館）に読者モデルとして初登場。

以来、『Oggi』等ファッション誌の人気モデルとして活躍。

また、2000年よりホノルルマラソンに参加。

以来、数々の大会に出場している。（自己ベストタイム-3時間15分36秒）

同時に食に関して興味が芽生え、2002年ベジタブル&フルーツマイスターの『ジュニアマイスター』取得。

2005年には日経BP社「日経ヘルス」（7月号）“ヘルシーイメージタレント”女性部門1位にランキング。

現在、リエズファームを開いて農学に携わったり、ベジフルティーチャーとして小学校に出向き、食の大切さを伝える活動をしている。

【レギュラー出演番組】

「Purerhythm～mmm～」(ピュアリズム～トリプルエム～)

TOKYO FM(毎週日曜 8:00～8:30)

【著書・その他】

☆「Girls! POP RUN」(ワニブックス)

☆「野菜美人」(フジテレビ出版)

☆「Rie's HIGH!」(幻冬舎)

☆「REFRESH～野菜美人Ⅱ～」(フジテレビ出版)

☆「犬の十戒」(日本文芸社)

☆「Rie's CODE」(幻冬舎)

☆ DVD&CD 「NO RUN, NO LIFE」(Victor)

☆「Running Beauty」(ポプラ社)