Johnson Johnson vision

〈報道関係者各位〉 NEWS RELEASE 2021 年 4 月 30 日 ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニー

コンタクトレンズ「アキュビュー®」新たなブランドコミュニケーションを開始 一 「目の健康をリードする アキュビュー®」新TVCM "ACUVUE® 瞳思いラボ"の "熱血所長"を高橋一生さんが熱演!

「摩擦ゼロ」篇/「コントラスト」篇 5月12日(水)から全国放映開始

毎日を健やかでクリアな視界で、人々のクオリティ・オブ・ビジョンの向上に貢献するコンタクトレンズブランド「アキュビュー®」を提供するジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニー(本社:東京都千代田区 代表取締役プレジデント:森村 純)は、新たなブランドコミュニケーションを開始し、その一環として、新ブランドアンバサダーの高橋一生さんが出演する新 TVCM「摩擦ゼロ」篇、「コントラスト」篇(各 15 秒・30 秒)を 2021 年 5 月 12 日(水)より全国で放映いたします。

「アキュビュー®」は、日本初の使い捨てコンタクトレンズとして 1991 年に発売して以来、常に「目の健康」を考え、さまざまなニーズに応えた製品を開発し続けています。このたびスタートする新ブランドコミュニケーションでは、「目の健康をリードする アキュビュー®」というメッセージの下、「ACUVUE® 瞳思いラボ」という研究所を舞台に、高橋一生さん演じる所長と、その部下の研究員たちが繰り広げる CM シリーズを通じて、目の健康を第一に考えた様々なイノベーションを牽引している「アキュビュー®」の製品づくりへの思いを描いていきます。



新 TVCM「摩擦ゼロ」篇より

■TVCM 概要

タイトル : 「摩擦ゼロ」篇(15 秒・30 秒)/「コントラスト」篇(15 秒・30 秒)

出演 : 高橋一生

放映開始日 : 2021年5月12日(水)

放映エリア : 全国

※ACUVUE® YouTube Channel にて、「摩擦ゼロ」篇と「コントラスト」篇の CM を

4月30日(金)午前10時より公開します。

ワンデー アキュビュー® オアシス® 瞳思いラボ「摩擦ゼロ」篇(15秒)

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=TbnSxmaud64&feature=youtu.be

ワンデー アキュビュー® オアシス® 瞳思いラボ「摩擦ゼロ」篇(30秒)

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=WXJi8hJ46q0&feature=youtu.be

ワンデー アキュビュー[®] オアシス[®] 瞳思いラボ「コントラスト」篇(15秒)

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=8UIsb-w9yFI&feature=youtu.be

ワンデー アキュビュー® オアシス® 瞳思いラボ「コントラスト」篇(30秒)

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=4zMrEiJH6oA&feature=youtu.be

■CMストーリー

「摩擦ゼロ」篇では、所長の高橋さんに「彼女を瞳、彼を瞼(まぶた)だとして…」と紹介された瞳役と瞼役の研究員が、向き合ったまま左右に動き、驚くほど滑らかにすれ違うような"摩擦ゼロ"のアクションを実践。その直後、高橋さんが研究員たちに「目の乾きや疲れの原因となる摩擦をゼロにしたい!」と高らかに宣言し、「一緒に摩擦ゼロを実現しよう!」と呼び掛けます。あまりにも大変な道のりを想像し、一瞬絶句するも、どこまでも瞳思いで熱い所長の思いに応えるべく、次々と賛同の声を上げる研究員たち。そんな頼もしい彼らの心意気に、思わず感極まってしまう高橋さんですが、その時に流した一粒の涙に、"摩擦ゼロ"を実現する重要なヒントが隠されていることを研究員に伝えます。

「コントラスト」篇では、所長の高橋さんが、運びものを手伝ってくれた研究員たちに、「君たちはなかなかのコントラストだね」とコメント。個性の違いがある 2 人を見て、何やら考え始めた高橋さんは「視界もコントラストが大事!」「くっきり見えるカギは、コントラストだ!」と語ります。そこで、研究所のテレビの前にやって来た 3 人。コントラストをリモコンで簡単に調整できるテレビ画面を前にした途端、高橋さんの頭の中に浮かんだ、とあるアイデアとは果たして……。

■TVCM「摩擦ゼロ」篇(30秒) ストーリーボード

1

J サウンドロゴ

9



僕は...!

2



10 集合!



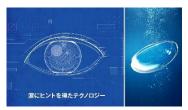
高橋さん) ヒントだ 研究員) え??

3



彼女を目、 彼をまぶた だとして、

11



NA)

涙にヒントを得た テクノロジーで 摩擦ゼロの 滑らかさが持続。

一日中疲れ 知らずな目へ。

4



研究員) 滑らかだ... 高橋さん) 摩擦ゼロ!

12



研究員)

5



目の渇きや 疲れの原因 となる摩擦を ゼロにしたい。

14

13



たしかに

6



目の健康を 摩擦ゼロで 目指そう!



高橋さん) また瞳思いにな れたね。

7



研究員) 摩擦ゼロ やりましょう! 15



NA) 目の健康を リードする

ACUVUE

8



高橋さん) ありがとう...! 頼もしい部下を 持って

16



■TVCM「コントラスト」篇(30秒) ストーリーボード

1

J サウンドロゴ

高橋さん) 僕らならできるさ

2



10

9



NA)



コントラストがアップ。 すこやかでクリアな視界へ ユーザー)

3

4



君たち、 なかなかの コントラストだね

はい?

12

11



高橋さん) またひとつ、 瞳思いになれたね

なるほど、たしかに!

5



視界も コントラストが 大事だ

13



NA) 目の健康をリードする ACUVUE

6



視力だけ じゃなく、 くっきり見える鍵は コントラストだ

7



研究員 A) テレビもコントラストで 見えやすく、

8



高橋さん) …ってコンタクトの 視界もしたいものだなあ 研究員 B) そんなことできますかね?

■スタッフリスト

広告主:ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニー

広告代理店:株式会社 電通

制作会社:株式会社 TYO MONSTER

演出:中西尚人

【ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニーについて】

ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニーは、1991 年に世界初の使い捨てコンタクトレン ズ「アキュビュー®」を日本に導入して以来、常に使い捨てコンタクトレンズ市場をリードし続けてきました。これか らも、全ての人が毎日を健康に明るくクリアな視界で過ごせるよう、人々のクオリティ・オブ・ビジョン(OOV)の 向上を目指して、貢献していきます。

【コンタクトレンズ「アキュビュー®」について】



「アキュビュー®」は、目の健康を一番に考え、「汚れが蓄積する前に新しいレンズに ACUVUE 交換することが、もっとも衛生的なコンタクトレンズの使い方」という発想でつくられたコンタクトレンズです。現在日本国内では、近視・遠視・乱視・老視などの様々な 視力補正ニーズに対応する13種類の多彩な製品をラインナップしています。

※®登録商標

- ◎ コンタクトレンズは高度管理医療機器です。必ず事前に眼科医にご相談のうえ、検査・処方を受けてお求めください。
- ◎ 特に異常を感じなくても定期検査は必ず受けるようお願いいたします。
- ◎ ご使用前に必ず添付文書をよく読み、取扱い方法を守り、正しく使用してください。