

Twitter、facebook であなたのオリジナル曲をシェアしよう！
イチニイチ
出会いの季節、オンナのホンネ♪『ヒトミリズム1:2:1』リニューアルオープン
～1日誰とでも過ごせるなら“元カレ”より“初対面のイケメン”！～

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:デイビッド・R・スミス)は、レンズのふちにくっきりラインの入った1日使い捨てコンタクトレンズ「ワンデーアキュビュー ディファイン」のスペシャルサイト『ヒトミリズム1:2:1』を、2012年4月2日(月)に、リニューアルオープンいたします。

『ヒトミリズム1:2:1』は、一般女性の“本音”を“音色(リズム)”に乗せエンタテインメント化して紹介するほか、“本音診断”に答えるとオリジナルの『ヒトミリズム』を作ることができるスペシャルサイトです。2011年7月のオープン以来、約45万人もの訪問者数を記録するなど、多くの女性に好評を博し、世界3大広告賞の一つである、クリオヘルスケア賞*のインタラクティブカテゴリーでも銀賞を受賞しました。

今回のリニューアルでは、ユニークなインターフェースはそのままに、出会いの季節に気になる“オンナのホンネ”を新たに公開します。さらに、SNS機能を強化し、作ったオリジナルミュージックをより簡単に Twitter や facebook でシェアできるようになりました。また、サイト上から SNS(Twitter, facebook)アカウントに接続すると、自分や友人のプロフィール画像があなたの『ヒトミリズム』に登場します。新しく製品情報も加え、より分かりやすく、内容も充実したリニューアルサイトで、引き続き「ワンデー アキュビュー ディファイン」の魅力を伝えてまいります。

※クリオヘルスケア賞とは、「カンヌ国際広告賞」、「The One Show」と並ぶ、世界3大広告賞の一つであるクリオ賞のヘルスケア部門が独立してできた賞です。

【さらに楽しく、使いやすくなった『ヒトミリズム1:2:1』】

●「あなたの本音」からタイトル付きオリジナル『ヒトミリズム』が作れるジェネレートモードが、SNS 強化でさらに楽しく♪

サイト上で7問の“本音診断”に答えると、自分のニックネームが曲タイトルに盛り込まれたあなただけのオリジナルミュージック『ヒトミリズム』ができあがります。サイト上から SNS(Twitter, facebook)アカウントに接続すると、自分や友人のプロフィール画像があなたの『ヒトミリズム』に登場し、あなただけのヒトミリズム画面にカスタマイズできます。また、出来上がったオリジナル『ヒトミリズム』は、自動的に SNS(Twitter, facebook)でシェアされます。

●恋やキレイに対するオンナのホンネが明らかに♪

～1日誰とでも過ごせるなら“元カレ”より“初対面のイケメン”！～

「ワンデー アキュビュー ディファイン」を装着しているユーザー121人(18歳～39歳/女性)に、恋やキレイに対するリアルな「みんなの本音」を聞いた“本音診断”結果を大公開。初対面の男性、まずどこを見る？という質問では、やっぱり顔(73%)と一般的な回答が多かった一方で、1日誰とでも過ごせるとしたら“今カレ(36%)”でも“元カレ(13%)”でもなく“初対面のイケメン(51%)”という驚きの回答となりました。

～好きな人ができたら、受け身と見せかけて密かに攻め込む策略系女子が半数！～

また、好きな人ができたら？という質問では、“受け身の草食系女子(22%)”や“ガンガン攻める肉食系女子(22%)”ではなく“受け身と見せかけて密かに攻め込む策略系女子”が半数以上(56%)という結果になり、恋やキレイに対する女性のしたたかさが浮き彫りとなりました。『ヒトミリズム 1:2:1』オリジナルの曲にのせて121人の顔写真がウインクをしながら画面を流れ、回答結果(%)を紹介していきます。



＜曲の生成後、facebook, Twitter でログインした画面＞



＜みんなの本音が見られる画面＞

●検索機能がより分かりやすくなって、気になるタイプを簡単にチェックできるように！

本音診断に回答した「ワンデー アクビュー ディファイン」のユーザー121人を、“目の大きさ”、“目のタイプ”、“レンズデザイン”などで絞って表示したり、自分に似たタイプの人や、気になるレンズデザインを探すことができるサーチモードが分かりやすくなり、知りたいプロフィール項目で簡単に検索できるようになりました。さらに、121人それぞれの“ワンデー アクビュー ディファイン”装用中”の写真や、「瞳の黄金比率®1:2:1」など「ワンデー アクビュー ディファイン」のこだわりポイントも見やすくなりました。



＜プロフィール画像＞



＜製品情報ページ＞

『ヒトミリズム1:2:1 ~第二章~』サイト概要

- URL(PC): <http://hitomi121.dayacuvuedefine.jp/>
- 開設時期: 2012年4月2日(月)～2012年9月30日(日)
- 本音診断回答者: 「ワンデー アクビュー ディファイン」を装用している、18歳～39歳の一般女性121人
- サウンドクリエイター: 佐々木 亨(ハンサムトラックス)

※サイト名『ヒトミリズム 1:2:1』、および一般ユーザー121名への本音診断は、よりかわいく見える「瞳の黄金比率®1:2:1」にちなんでいます。



「瞳の黄金比率[®]1:2:1」とは？

日本人の瞳の平均的な白目と黒目の比率は「1:1.5:1」と言われています。しかし、平均より黒目が+10%大きい「1:2:1」が、よりかわいく見える「瞳の黄金比率[®]」といわれています。「ワンデー アクビュー ディファイン」なら黒目が大きく見え、「瞳の黄金比率[®]」に近づきます。



■「ワンデー アクビュー ディファイン」製品概要

製品名	「ワンデー アクビュー ディファイン」<アクセント スタイル> 「ワンデー アクビュー ディファイン」<ヴィヴィッド スタイル> 「ワンデー アクビュー ディファイン」<ナチュラル シャイン™>
価格	オープン価格
内容	1箱 30枚入り
販売名	「ワンデー アクビュー ディファイン a」
承認番号	21700BZY00541000

[効能・効果:視力補正、虹彩又は瞳孔の外観(色、模様、形)を変えること] 登録商標



ACCENT STYLE
アクセント スタイル



VIVID STYLE
ヴィヴィッド スタイル



NATURAL SHINE™
ナチュラル シャイン™

- ◎ 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上、検査・処方を受けてお求め下さい。
- ◎ 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。

<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「アクビュー」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。現在、様々なユーザーのニーズにお応えするため、12種類のタイプの異なる使い捨てコンタクトレンズをラインアップしています。