

■ V S 店舗から考えるコスメタリーコンセプトの可能性

	ブランドコンセプトの方向性	主要ターゲット及び受容性	競合ブランド、チェックブランド
一般的 品揃えの V S	<ul style="list-style-type: none"> <li>中高生を中心としたヤングトライアルユーザーから、シーズナル、オケーショナルに安定した追加購入、リピート客を見込めるラインナップとしてのメイクアップブランド</li> <li>既存の固定化したバラエティ専門メイクブランドに対抗し得る個性、コンセプトを持つことが大切</li> </ul> <p>◆<u>ケア効果、機能に注目した高ステージ性メイクブランド</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>メイクしながらスキンケア効果の期待できる V S 版「メディア」的ブランド</li> <li>ヤングユーザーのトライアルユースを刺激する高付加価値イメージブランド化することでユーザー心理の高揚感が得られるブランド</li> <li>低刺激性、保湿機能を持ったリップ、ファンデーション等のメイクアイテムを中心に、ケア効果の高いクレンジング、ローションへメイクからスキンケアへとアイテムを広げるブランド</li> </ul>	<p>同じメイクなら低刺激・ブランドイメージの高いものを求めるユーザー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>お洒落に目ざめる都市型中、高校生</li> </ul> <p>↓</p> <p>メイクしたいが肌アレが心配 クレンジング、洗顔がキレイの基本</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>低刺激に関心の高い大学生、ヤング OL 層</li> </ul> <p>↓</p> <p>団魅ジュニアは、低刺激に敏感に反応、こってりメイクより素肌感を生かしたシンプルで安心して使えるメイク＋スキンケアシステムに手が伸びる。季節の変わり目がブランドスイッチ期</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●マリクレール パリ発のお洒落なブランドイメージのもと、ヨーロッパハーブを原料とした低刺激スキンケア&amp;洗練されたメイキャップ</li> <li>●ラサラ ヤングに的を絞ったコンセプトによるトータルケアシリーズ。きれいになりたい恋愛エイジのお洒落心にストレートに訴求</li> <li>●ケサランパサラン メイクアップアーチスト開発の希少イメージあるメイクアップラインアップに、肌のストレスケアを組み込んだスキンケアを組み合わせたメイク＋スキンケアで完成するシステム</li> </ul>
↑ ↓ 特化型 品揃えの V S	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザーを年齢層で区切らず、V S コスメオピニオンとして意識した特化型ブランド</li> <li>対面販売ではないセルフコスメならではの特性を持ちユーザーが自分にフィットするものを自由を選べるスタンスを大切に<u>したステージ性あるスキンケア主軸のブランド</u></li> </ul> <p>◆<u>低刺激、自然派訴求のセルフコンサルテーション機能を持つトータルケアラインアップ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>肌、ボディのパーソナルな悩み、やトラブルに対応する、ニーズで選べるスキンケア、ボディケアシステムブランド</li> <li>シンプルなケアステップ構成の中で、ユーザーが自己の肌、ボディの状態に応じアイテムを自由にセレクトできるセルフの特性を生かしたシステム</li> <li>既存の自然派訴求ブランドにないパーソナルカウンセリング機能に配慮し、悩みや目的別にユーザー自らがラインアップを選択しやすいシステム、情報提供を考えた認知→使用→納得→ステップアップのユーザーマインドを刺激するブランド</li> </ul>	<p>従来の V S コスメでは飽きたらないユーザー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●<u>スキンケア、ボディケアにおけるパーソナルケア意識の活性化するユーザー</u></li> </ul> <p>↓</p> <p>様々なブランドを試しているが、コレットと思うものに行き当たらない</p> <p>自分の肌、ボディの状態をよく把握しており何が必要か、どのように使いたいか、というニーズが明確、不要なものを無理に取り入れられたくない コストより効果、自分の欲しい効果感の得られるブランドを自分の意志で選択したいユーザー</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●NOV 臨床皮膚医学に基づき「低刺激」に着目したトータルケアブランド。肌質に応じセレクトできるアイテム構成がポイント</li> <li>●リンサクライ 皮膚理論から、水分補給によるケア効果に着目したブランド</li> <li>●アストレア PWS πウォーターのケア効果に着目したトータルケアブランド</li> <li>●プロスペクティブ 天然ミネラル成分によるトータルケア効果、目的を重視したアイテム構成に注目</li> <li>●サプリメントリカバー プレメディカルコンセプトの低刺激トータルケア。パッケージも環境保身に配慮</li> </ul>