

化粧品ブランド分類について

2016. 2. k

分類		内容	メーカー・ブランド例	
A1	制度品ブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆制度品メーカーの商品かつ化粧品店やドラッグストアの制度品チャネルでかんせりんぐ販売も行われるもの。「資生堂」「カネウ」などメーカー名が打出されているもの ◆メーカーとしては、資生堂、カネウ、コーセー、アルビオン、花王、マックスファクターなどの、主力ブランドで、月間又は、季節毎の美容情報や商品紹介も活性している。 	資生堂/ クレドポー、リバイタル、エリクシール、ディグニータ、ピエヌ、マキアージュ、dプロダラム カネウ/ ブランシール、コフレートル、コーセー/コスメコルテ、ルティーナ アルビオン 花王ソフィーナ マックスファクター ポーラ	
A2	制度品アウトオブブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆制度品メーカーが手掛けるが、冠にメーカー名が打出されていないもの(メーカー名に依存しない方向のもの)。製造元としてメーカー名を表示したものも一部ある。 ◆チャネルは百貨店を皮切りに、化粧品店、バラエティショップに渡り各チャネル対象の専用ブランドと位置づけられるものが多い ※チャネル特性の強いものは「チャネル」による分類を行う 	資生堂/ ティンラ、エッセ、5S カネウ/ リサーチ、トニー コーセー/	
B	制度品セルフ・トイレットブランド	<ul style="list-style-type: none"> ・制度品メーカーが量販品として洗顔やシャンプーなどトイレット分野の商品を投入したのがはじまり。 ・近年は制度品トイレットメーカーとして、スキンケアを手掛けるようになってきている。 ・価格的にもトイレットブランドと制度品セルフブランドの区別がつきにくくなっているため、ここでは包括する 資生堂…FT(エフティ/ファイントイレット)、コスメティ カネウ…コスメット(クラシエ) コーセー……コスメート、コスメエンス ポーラ……ティリーコスメ 	資生堂/ アクアレーベル、ホワイトイア カネウ/ エビータ、フレッシュル コーセー/ソフティモ ポーラ/ヘアエッセ	
百貨店系 ※チャネル特性	C	国内ブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆百貨店専用に展開される国内ブランド。制度品アウトオブブランドも多い(イフサ、アユーラ、アウエイク、カルテ) 	資生堂 /イフサ、アユーラエス カネウ/ ルナソル、インプレス コーセー/ アウエイク、カルテ 花王/ エスト
	D	海外ブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆百貨店で展開する海外ブランド。大別すると、ロレアル、エスティローダー、LVMHグループのブランドが中心 	エスティローダー、ランコム、クラランス、シャネル、クリニーク、ティオール、ゲラン ヘルナルビンスタイン

	分類	内容	メーカー・ブランド例
E	一般品ブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆古くからスーパーなど量販店でセルフ販売されていたもの。捉え方としては、多くのスーパーやドラッグストアなどでセルフ販売されている露出度の高いものとする ◆かつては、バラエティショップなどで取扱われていたが、多くのチャネルで取扱われ量販店でも定番的存在となったものもある。(ex. レブロン) 	桃谷順天館、ジュジュ、オパール、レブロン、キミー、詩留美屋、柳屋、黒龍、リアル、明色
F	バラエティ系セレクトブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆ソニーブランド、ショップインなどバラエティショップやバラエティドラッグ等の定番的ブランド ◆世界的にネームバリューのあるブランドも多い。キャラクター、デザイナーズブランド、アーティスト系ブランドなどもバラエティショップより導入されるケースがほとんど ※キャラクター、デザイナー、アーティストの個性が強いものは「コンセプト特性」による分類を行う 	ブルジョワ、メイベル、エル、ケランパサラン
G	通販・ダイレクトマーケティングブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆通販・訪販・ネットワーク販売などの無店舗ブランド。コンセプトとしては、自然派、メディカル訴求のものが圧倒的に多い。 ◆品質が高く、固定ファンに支えられるものも多い。近年、この分野のブランドが急増、急成長しており、無店舗から店舗展開するケースも見られる。 ※明らかに「ドクターズ」を強調したものののみ「コンセプト特性」分類を行う 	DHC、ファンケル、アテニア、オルビス、アザレ、クロフィル、ポーラ、ニュースキン、アムウェイ *チアシ、折り込み等ダイレクトマーケティングのブランド全て
H	医薬品メーカーブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆スキンケア等「薬粧」を手掛ける医薬品メーカー。興和のアノ、エザイのザネなど、効能をうたうことのできる医薬部外品ブランドが中心。したがって、肌荒れ、保湿対策や美白コンセプトのものが多い 	エザイ、興和、第一三共ヘルシケア、三省製薬、持田、ヒノキ新薬
I	トイレットメーカーブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆石鹸、家庭用品などからスタートしたメーカーのコスメブランド。花王のソフィーナはビッグブランドとなり、制度品扱いだが、その他のブランドは、ここに分類される。 	ブリストルマイヤーズ、P&G、J&J、日本リーバ、ライオン、ニベア花王ロレアル
J	アーティスト、美容家、プロフェッショナルブランド ※コンセプト特性	<ul style="list-style-type: none"> ◆メイクアップアーティスト、写真スタジオ、美容家発の「プロのスキンケア又はメイク」を訴求したブランド ※チャネル特性より強いコンセプトのものを分類 	ハリウッド、シュウエムラ、ステイラ、RMKルミコ、ルビーブラウン、MACアディクション
K	D.Cブランド(デザイナーズ) ※コンセプト特性	<ul style="list-style-type: none"> ◆多くはバラエティショップで展開されるものが多いが、D.Cブランドが前面に打ち出されている 	アルマーニ、アナスイ、クレージュ、ポールジョー、シシアローリー

	分類	内容	メーカー・ブランド例
L	ドクターズ・メデイカルブランド ※コンセプト特性	<ul style="list-style-type: none"> ◆治療イメージの強いブランド、敏感肌やアトピー対応のものから、ドクター〇〇と商品名でうたうものまでである。 ◆チャネルはドラッグストア・バラエティショップやダイレクトマーケティングによるものが多い 	アキセヌ、ノブ、Dr ウィラード、リンサクライ、ロック
M	自然派ブランド ※コンセプト特性	<ul style="list-style-type: none"> ◆自然・ナチュラルを訴求したブランドでブランド=ショップになっているものもある。 ex. ホデイショップ、ハウスオブローゼ、ロクシタン ◆海外ブランドのものも多く、バラエティショップの他百貨店や独自店舗で展開するものもある。 ※通販、ダイレクトマーケティングブランドは除いて分類する 	生協/ハム、COOP、無印良品、H ₂ Oプラス、エビアン、アベンヌ、カレドラ、ビオリズム、オリジンズ *BIO コスメを含む
O	大手メーカー事業開発ブランド	◆ホーウ Cofu 事業 etc	
P	異業種メーカーブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆乳業メーカー、食品メーカーなど異業種メーカーによる化粧品ブランド ex. 明治乳業 すべすべみるる 味の素 ジーノ(JINO) ◆富士フィルム、カントリーなども活性している 	
Q	流通系ブランド	<ul style="list-style-type: none"> ◆ソニープラザ、三越、マツキヨ、ダイエーなど、小売店流通グループのP.B 独自ブランド ※一部、仕入れブランドあり ◆井田ラボラトリー、大山インターナショナルなど、化粧品卸が独自ブランドを開発し投入するケースは、古くからあったが海外ブランドコスメ小売業(ブーツ、セフォラなど)の進出に伴い、国内小売業の化粧品ビジネス参入が活性化 	マノ・マノ・メイサージュ(ソニープラ) フィルナチュラント(三越) エレヌ(ダイエー) ニューヨークロメーキャブ(マツキヨ)
R	手作り化粧品		
S	エステサロンブランド		
N	その他	◆現段階で情報不明のもの	