

コスメに関する小売業とブランドの流れ

◆コスメに関する小売業は、海外小売業の日本上陸もあり、売場自体のコンセプトも多様化。既存店も、より差別性のあるブランド導入＝自店の個性化ということで、一気に多ブランド化の波(ブーム)が押し寄せている。現在のコスメ市場は、**チャネル(小売業) × ブランド(メカ卸・小売)**の超クロスオーバー化現象の真ただ中である。

	活性チャネル	活性ブランド	コスメ市場動向
1980年代後半～	百貨店	<ul style="list-style-type: none"> ・ クリニック ・ イフサ ・ アパックスアイ ・ プリスクリプティブ ※クラランス(ボテイクア) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 個肌対応によるスキンケアブーム。クリニックのコンピュータ診断にはじまり、科学的な肌質分析によるオーダーメイド高額スキンケアのアップックスアイの登場により、行きつくところまでいった。無香料・無着色指向の商品が多数出廻った。 ● プリスクリプティブは初めてのベースメイクカラー、フルオーダーシステムのブランド。男性アーティストを登用し、メイクブームの下地を作った。
1990年前半	バラエティショップ	<ul style="list-style-type: none"> ・ クレージュ、ブルジョワ ・ マリクレール、エテュセ ・ ケサランパサラン、化粧品ブランド ・ イルマキアージュ ・ トクターズコスメ (リン・サクライ、サプリメントリカパー、バイオコロン等) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 多色展開のメイクブランドや敏感肌対応トクターズスキンケアコスメなど、ソニープラザ、ショップイン、ローズマリーなどのバラエティショップを中心にセルフ販売が活性。消費者が自由にテスターで試して、自分で納得して購入する…というスタイルが定着した。百貨店の美容部員の声かけに抵抗のあった若い層を中心にブームになった ● この動向に着目し、資生堂はバラエティショップ向け、セルフブランドの「エテュセ」を導入。(フランチや丸井のパイロット店ではコンサルも実施)
1990年後半	百貨店 第1次多チャネル(海外/通販)ドラッグストア	<ul style="list-style-type: none"> ・ アーラ ・ RMK ルミコ、シックショック ※ティオール(スウェルト) ・ MAC ・ ラロック ・ FACE、IMAN ・ ビオテルム、H2O プラス ※マツキヨブーム 	<ul style="list-style-type: none"> ● 制度品メーカーのアウトオブ戦略の一環として、百貨店専用ブランドが積極的に導入された。特に資生堂は、カウセルとセルフを合体させたはじめての売場構成に加え、電話相談、通販など消費者双方向コミュニケーションにも注力。 ● もう一つの大きなトレンドとして、MACにはじまった海外メイクアップアーティストブランドブーム。制度品メーカーも既存ブランドの新色プロデュースに、アーティストを起用し応戦した。MACやラロックが百貨店でメジャーに展開する中、マイナーメジャーなアーティストブランドも多チャネルで流通。消費者が常にNewな話題のブランドを追いかける…という現象が生まれた(現在も続く傾向) ● どこでも入手できるコスメは、割引特典のあるドラッグストア利用が定着。と同時にドラッグストアにおいても、メイクアップセルフブランドの多ブランド取扱がすすんだ。
1999年～2000年前半	百貨店 第2次多チャネル(海外小売業、セレクトショップ等の台頭)	<ul style="list-style-type: none"> ・ MAC、化粧品ブランド ・ アナスイ ・ スティラ <p>多ブランド化 ショップ＝ブランド化 コスメセレクトショップの台頭</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 百貨店化粧品売場は、メイクアドバイザーを伴うアーティスト系メイクアップブランドに注力。また、消費者を集めるフラッグショップ的な効果を期待して、アナスイやザルサンダーなど、ファッションブランドのコスメ展開にも注目する動きがある。 ● 制度品メーカーも新ブランドのプロデュースにアーティストを起用したり(ルクル)、海外アーティストブランドの販売権を得るなど(スティラ、ラロック、ヴァンセントロンゴ NY)活発だが、MAC、化粧品ブランドの大々的展開に見るように、世界的なブームになっている。 ● ショップ＝ブランド化の新しい動きがある。新規参入の海外小売業のセフォラやブーツは自社P.Bを保有。女性が集まるショッピングゾーン(ガイナスフォート)には、コスメブランド単独店が多くあり、ファッション業界と同様の展開でコスメが取扱われるようになっている。

※化粧品研究 2000