

◆データベースについて当社収集資料の状況

商品特長 ➡ 消費者に伝えたいメッセージの掲載から、消費環境の変化を読み説く。

制度品 一般品ブランド	主に高額スキンケアブランドのラインナップとして展開されている ex. リサーチ、ディシラ、イグニス、コスメデコルテ セルフのヘアケア専用ブランドの資料は少ない (セグレタ、ツバキ、スティーブンノル、ロリアル等、限られる)
通販ブランド	カタログ中のラインナップとしてヘアケアラインを揃えている
医薬品メーカー メディカルブランド	敏感肌、皮膚科やドクターからのアプローチをコンセプトにした ブランドのヘアケアライン
自然派ブランド	もともと自然派のヘアケア資料は充実していたが、この2～3年の間に 収集しているものが多い。当社の保有資料も倍近くなった。 旧来から、日本市場にあったブランドも勢いをつけており、美容アーク ストブランドの中でも自然派を打出す傾向がある。

◆予算 (案)

・活動計画、作成フレームの作成	5万
・資料ベース情報の抽出・整理	15万
・データ資料によるディスクリサーチ	
・トレンドレポート	
合計(税別)	20万

* 商品パンフレットコピーは、別途実費となります。@30/枚
* デジタルデータにて納品も可能です。

◆活動ステップとスケジュール

