

バラエティショップ「コスメブランド」の認知・購入状況のサマリー

コスメブランド別認知・購入実状から

- 後発ブランドの中での認知率は、ファッション系のプライベートレベルが高い
全くの無名だったエッセも認知率を伸ばしている。メイサージュやマノ・マノはほとんど知られていない
- VS(バラエティショップ)定番ブランドの中では、レブロン、メイリンの購入経験、現使用率が高く、実用ブランドとして定着している。又、購入率の高い背景には、取扱い店舗(業態)が幅広いこと、VSだけでなく、特に量販のドラッグやスーパー、又、ファッションビルの中の複数のショップが取扱っているケースもあり、店舗の多さが、量を稼ぎだしているといえる。また百貨店でも取扱われており、品揃えの一つとして欠かせない位置づけを確保している
- 一方、百貨店系に寄せて、やや高級感(ステータス感)を打出しているブランドとしては、マリークワント、ケサラン・パサラン、エッセである。又、百貨店側も若者の取込みを意識して、VS系ブランドを積極的に取扱う様子もうかがえる(プライベートレベル、クルージュなどの扱い)

コスメブランド別評価

- 高校生・大学生はVSコスメに対する関心が高く、全般的に評価が高くなっている
※アンダーラインは学生(高校生・大学生)の支持率が高いブランド

全体的な魅力	①マリークワント	②ケサラン・パサラン	③エッセ	④レブロン
買いやすさ	①メイリン	②レブロン	③マリークワント	
新しさ	①エッセ	②マリークワント	③ケサラン・パサラン	
品質感	①ケサラン・パサラン	②エッセ	③マリークワント	
パッケージがよい	①マリークワント	②ケサラン・パサラン	③エッセ	④ブルジョワ
好感度	①マリークワント	②ケサラン・パサラン	③エッセ	④ブルジョワ/レブロン
値頃感	①メイリン	②レブロン	③マリークワント/ブルジョワ	

- マリークワントは好感度が高く、品質もさながら「パッケージ」に対する評価が魅力に結びついている。色数豊富なアソートシステム+品質は、時代を越えて支持されている。またシーズン別な情報発信やモード系の色なども充実しているなど「新しさ」を感じさせており、今も高校生・大学生のコスメニーズをピッチリと捉えている

- ケサラン・パサランは、マリークワントに比べると少し年代が高い層(大学生・ヤングOL)に支持される。高校生・大学生からみると、マリークワントとケサラン・パサランは価格が高く、憧れのブランドでもある。「新しさ」や「パッケージ」の魅力度は、マリークワントに劣るものの、価格の高さから品質がよい、というイメージが定着している。価格的に手軽に買えないことが保有率にひびいている
- エッセは、学生を中心に認知者の中で人気が高い。まだ知名度が半数程度でもあり、今後の伸びも期待できる。新しさと品質感で支持されている。スキンケアのラインナップもあるトータルブランドであるため、捉えているイメージが人によりずいぶん異なっている。ヤングの細やかなニーズや悩みに対応した一品が評価されているイメージ
- レブロンは、口紅とマニキュアでここまできた、グローバルブランドとしてのイメージが定着している。色数を揃えたいヤングにとっては、手頃な価格で有難い存在。シディ・クロフォードの起用はイメージアップに一役かっている
- メイリンは、安価な割に品質的にもうなずける実用ブランド。気負わず「つい買ってしまう」ものが多い。特にダイヤモンドマスクをはじめとするマスクに定評・神話がある。口紅やマニキュアもデビューコスメとして手頃。最近では中学生からの馴染みブランドとなっている
- ブルジョワは、色・アイテムの豊富さ以外にさしたる特長が伝わっておらず、他ブランドの情報発信力に押され気味である。しかしメイリンよりクラスは上、という認識があり、好感度はレブロンと並ぶ
- ブランド力、認知率の割に魅力度が弱いブランドはクルージュ、マリークワント。色が豊富だけでは魅力薄となっており、商品特性が伝わりにくい。このブランドは似た位置づけ。「ただブランドがついているだけ」では支持されない