

# 検討「ブランド」に対する認識実状とコスメブランドとしてのイメージのサマリー

## ブランド別認知 消費実状から

現所有率が高く、 購入意欲のあるブランド	①ラルフローレン ②CK/DNKY ③ケイ/アン・クライン ④ナラ・カミチ
現所有率はさほど高くないが 購入意欲の高いブランド	①アナスイ/マックス&コー ②ミュー・ミュー/フォリ・フォリ
現所有率は高いが、 購入意欲が低いブランド	①モスキーノ/ジュンコシマダ ※認知率が高いブランドだけに沈下するブランドでも 購入希望率はアナスイ、マックスと同等

- ラルフローレンは、年代・性別を越えて愛される高品質の正統派高級ブランド。高校生の人気ブランドとして認識されている。一部の靴・バッグは、ラルフやスポーツなど、枝分かれしたラインにも注目。所有アイテムは服に次いでバッグ、靴下が多く、バッグは大学生以上で4人に1人が持っている。また、香水はCKに比べるとぐっと少数になるが(21名)、大学生に所有者が多い。持っているのにもう一つ欲しくなるブランド
- CKは、ラルフに比べると認知の割に所有がいまわっていない。高校生には香水のイメージが強く、学生の所有率が特に高く、3~4人に1人が持っている。欲しいアイテムとしてもほとんどが服と香水。OL層では、DNKYと同等の位置づけで、下着やカーゴウェアのイメージがあるシンプルでカッコイイブランド
- DNKYは、コアにインパクトがあり、学生からみるとカッコイイ大人のブランド。憧れはあるが現在の自分と少し離れた印象をもっている。OLからみるとカッコイイアメリカのカジュアルブランド。所有率は年代に比例して高くなる。サングラス、帽子、バッグなど、ファッションアイテムが人気。購入意欲は大学生が最も高くなっている
- ケイは、大学生・ヤングOLの所有率が高く、2~3人に1人が持っている。服に続いて時計、バッグ、アクセとファッション小物が注目されている(特に時計に対する注目度が高い)。フレンチカジュアルで、質と価格が見合っているとの評価が多く、若々しさが認識されておりヤング向けブランドとして定着している
- アン・クラインは、服に次いでアクセの保有率が高い。高校生にはやや距離があるが、大学生・OLは2~3人に1人が持っている。注目されているアイテムもアクセ、時計、バッグとケイに似ている。海外で見る事が多く、スーツ、アクセ、キャリアというイメージがある。アクセに対する印象が強く、ラインナップが充実している。ゴルトリッチ、又はマッドゴルトといったゴルト系の印象がある。女らしさ、カッコよさ、かわいらしさ…offよりはon Timeブランドという認識である
- アナスイは、Tシャツを中心としたNY発カジュアルブランドでカッコよく、カワイイというイメージ。若々しく、個性的。雑誌等の取扱いにより急速に認知率が上がっている。所有率はまだ低く、ヤングで5人に1人、OLでは7人に1人。注目アイテムも服に限るところがあり、マスコット主導のところなど、痕跡がエリートモデルズに似ている

- マックス&コーは、マックス&コーの妹的存在という認識が先行している、イメージはマックス&コーに付帯するだけに比較して買いやすい価格、質は落ちるがその分気軽に手がでるという位置づけ。大学生の所有率が高く、3~4人に1人は持っている。高校生には縁遠く、あくまで大学生の関心度が高い。所有アイテムも注目アイテムも服一色
- ミュー・ミューもマックス&コー同様に大学生を中心に支持を集めているブランド。プラダの妹的存在という認識だが、个性的でカワイイ服、靴、バッグが注目されており、このブランドならではのところでも評価が高い。ヤングのおしゃれマインドをガッチリつかんでいる。所有率はまだまだ低く、15~16人に1人くらいであるが、大学生を中心に服・靴の購入欲が高まっている
- フォリ・フォリは、高校生にはほとんど馴染みがないブランド。大学生以上に大ぶりでボリューム感あるカジュアルなアクセサリ×シルバーが認知されている。所有率は低いが、8人に1人は持っている。関心度も大学生以上で高く、アクセサリへの関心の高さがうかがえる

## コスメブランド想定受容性

- ブランドコスメに対しては、シニアOLの購入意向が沈下しており、高校生~ヤングOLを主力ターゲットと考えることが望ましい  
※アンダーラインは学生(高校生・大学生)の支持が高いブランド

コスメとしてのフィット感	①エリートモデルズ/CK ②DNKY/アナスイ ③マックス&コー ④ミュー・ミュー ⑤ケイ/アン・クライン
メイクブランドとしての期待度	①CK ②マックス&コー ③DNKY/アナスイ ④ミュー・ミュー/エリートモデルズ ⑤ケイ/アン・クライン
コスメとしてのファッション性	①CK/DNKY ②マックス&コー/ミュー・ミュー ③アナスイ
コスメに対する購入意向	①CK ②マックス&コー/ミュー・ミュー ③DNKY/アナスイ ④キャサリンハムネット/ラルフ・ローレン/ケイ ⑤アン・クライン

- CKは、トータルブランド、次いでボデーラインのイメージがある。またラルフローレンは、ボデーラインのイメージが強い。これに対し、DNKY、アナスイ、ケイ、アン・クラインなどは、メイクブランドとしてのイメージが強いブランド。トーンは弱くなるが、ミュー・ミューやフォリ・フォリもどちらかといえばメイクアイテム寄りといえる。また、ラルフ、DNKY、ケイ、CK、アン・クラインはポーチコスメのイメージも持てるブランドである。★マックス&コーは、どれにも振りにくいイメージがあり、具体的なラインが想定しにくい  
★尚、欲しいアイテムの具体的内容は集計レポートP.202~をご参照ください
- 口紅の価格帯でみると、2500円見当がラルフ、マックス&コー、ミュー・ミュー、DNKY。2000~2300円見当がCK、アナスイ、アン・クライン、フォリ・フォリ、ケイである
- チャネルではVS(バラエティ)との整合性という点では、ケイ、アナスイ。百貨店の方がフィット感あるもののVSでも…という点では、CK、DNKY、アン・クライン、ミュー・ミューである。ラルフやマックス&コーは百貨店ブランドのイメージが強い