

メーカー別ブランドポジショニング (ラインナップ×ブランドコンセプト)

◇メーカー側から見たブランドコンセプトにもとづき、各ブランドを位置づけるものである。

主なブランドコンセプトの意味

- ニュートラル……………フルラインブランドであり、ボリュームの大きいポピュラーブランド。
- トラディショナル……かつてニュートラルブランドであったが、時代の流れとともに縮小したブランド。
しかし、定番的な位置づけで健在している。
- ポストブランド……………ブランドを全面に押しだし、現在積極的なコミュニケーション活動を行っているブランド。
- ハイセンス……………行動的な女性、働く女性など、現代的な女性のイメージを押しだしているブランド。

資生堂

※は、フルラインブランド





