

VI. 「エテュセ」使用後の印象の変化と今後の使用意向について

(1) 指定購入商品（ファンデーション、化粧下地）について

a. ファンデーションのタイプ N=10

	学生	社会人	計
1. ファインビュアパクト	2名	4名	6名
2. オイルフリービュアファンデーション	3名	0名	3名
3. エッセンスモイスタファファンデーション	0名	1名	1名

◆ファインビュアパクトのケース N=6

	学生	社会人	計
1. 多段式（黒）	0名	1名	1名
2. 多段式（白）	1名	0名	1名
3. 並列式（黒）	0名	1名	1名
4. 並列式（白）	1名	2名	3名

b. 色番 N=10

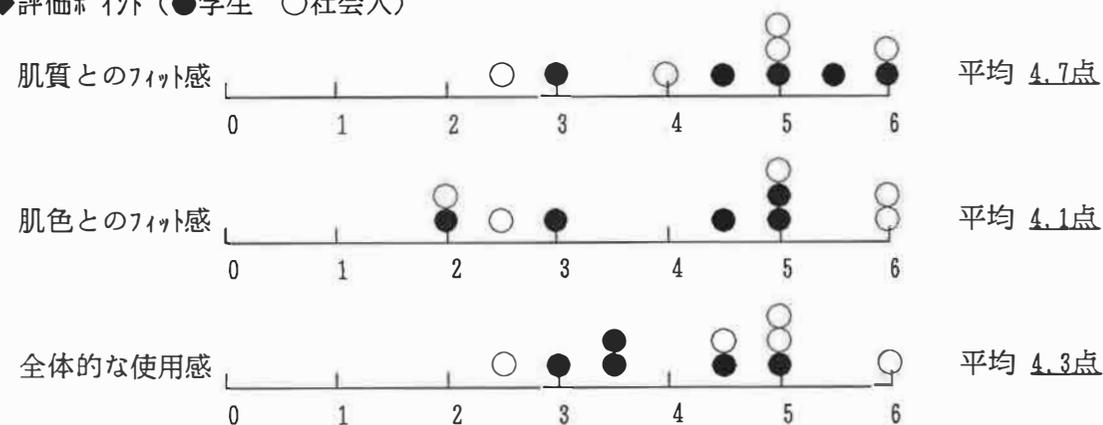
	学生	社会人	計
11. アイボリー	0名	0名	0名
12. ピンクスキン	0名	1名	1名
21. クリームハーフ	0名	0名	0名
22. ナチュラルハーフ	2名	1名	3名
31. イエローカー	2名	2名	4名
32. シンモン	0名	1名	1名
42. アンバー	1名	0名	1名

c. ファンデーション別選択下地 N=10

ファンデーション	下地	人数	モニターNO
1. ファインビュアパクト	1. 薬用オイルプロテクトベース	2名	B2, B5
	2. オイルプロテクトプレメーク	4名	A1, A5, B1, B3
2. オイルフリービュアファンデーション	1. 薬用オイルプロテクト	3名	A2, A3, A4
3. エッセンスモイスタファファンデーション	3. ドライプロテクトプレメーク	1名	B4

※アンダーラインは肌にフィットしたモニター（Step1 p.12より）

◆評価ポイント（●学生 ○社会人）



d. ベースメイク選びシステムに対する満足感（肌質・肌色とのフィット感）

②は人数 ○はマッチ又は肯定意見 ●マッチ又は否定意見 ・ニュートラル意見

ベースメイク選びシステムについて（自分の肌とのマッチング）	<ul style="list-style-type: none"> ●楽しいがお店の人に選んでもらう方が安心できる(A4) ・知識の豊富な人といっしょに選びたい(A1) ○システムが他になくおもしろい(B2) ・皮脂チェックができなかったのでキメチェックで判断(B4) ●テストをしてファンデーションを選んだが少し白すぎた(B1/ファインビュアパクト12番) ○テストで試したので合っていると思う(A2/薬用オイルプロテクトベース、ファインビュアパクト)
使用感想	<ul style="list-style-type: none"> ○オイリー肌なのでオイルフリーのものが使い心地がサッとしている(A5/オイルプロテクトプレメーク) ②○肌質に合っていてびっくり(A1/オイルプロテクトプレメーク、ファインビュアパクト、B3/オイルプロテクトプレメーク、ファインビュアパクト) ②○肌質にも肌色にも合っている(B4/ドライプロテクトプレメーク、エッセンスモイスタファファンデーション31番、B5/薬用オイルプロテクトベース、ファインビュアパクト31番) ○色が黒いので黒いファンデーションはとてもうれしい(A5/ファインビュアパクト42番) ●顔が真っ白になりファンデーションの選び方をまちがえた(A1/ファインビュアパクト31番) ●色を選びまちがえた(B3/ファインビュアパクト32番) ・少し色が暗かったかもしれない(A2/オイルフリービュアファンデーション31番) ○色が合っている(A3/オイルフリービュアファンデーション22番) ○色が自然で満足(B2/ファインビュアパクト22番) ○薄づきで素肌っぽくて良い(A3/オイルフリービュアファンデーション) ●薄づきで化粧した感じにならなくて物足りない(B4/エッセンスモイスタファファンデーション) ○くずれない(A3/オイルフリービュアファンデーション) ●Tゾーンは以前のものより脂うきが目立つ(B1/オイルプロテクトプレメーク、ファインビュアパクト) ●いつものことだが、翌日顔にニキビができた(A3/薬用オイルプロテクトベース、オイルフリービュアファンデーション) ○肌が弱いが今のところトラブルなし(B2/薬用オイルプロテクトベース、ファインビュアパクト) ○エテュセを使用して改善されたような気がする(B5)
商品に対する個別意見	○とても気に入った(B4/ドライプロテクトプレメーク)

(2) 現使用ファンデーションとの使用比較

a. 現使用ファンデーションと今後のアイテムの使用意向

モニターNO: アイテム肌タイプ別選択商品 N=10(13点)

学	A1	オイル°ロテクト°レメ-ク・フラインビ°ュア°クト	クリニック°サマ-メイクアップ°	併用
	A2	薬用オイル°ロテクト°レ-ス・オイルフリー°ヒ°ュア°ファンデ°-ション	資生堂°イ°ニ-ズ°DR°ケース	アイテム
	A3	薬用オイル°ロテクト°レ-ス・オイルフリー°ヒ°ュア°ファンデ°-ション	カネボウ°エフィ°ネビ°ユ-	アイテム
生	A4	薬用オイル°ロテクト°レ-ス・オイルフリー°ヒ°ュア°ファンデ°-ション	花王°ソフィ°ナラスティク°UV	現使用品
	A5	オイル°ロテクト°レメ-ク・フラインビ°ュア°クト	ランコム°リキッド°・ランコム°パ°ウダ-	併用
社	B1	オイル°ロテクト°レメ-ク・フラインビ°ュア°クト	カネボウ°ナビ°レ°ユ- カネボウ°ナビ°レ°ユ-リキッド°フィニッシュ	現使用品
	B2	薬用オイル°ロテクト°レ-ス・フラインビ°ュア°クト	資生堂°イ°ニ-ズ°	併用
	B3	オイル°ロテクト°レメ-ク・フラインビ°ュア°クト	NOV II	アイテム
人	B4	ド°ライ°ロテクト°レメ-ク・エッセンス°モイスタ°ファンデ°-ション	資生堂°ブルミ°エスキ°ケア°リキッド° ファンデ°-ション アル°ソリ°ハ°ステリ°キッド°ファンデ°-ション	併用
	B5	薬用オイル°ロテクト°レ-ス・フラインビ°ュア°クト	資生堂°ワ°チュ-ン	アイテム

<現使用商品>

パ°ウダ°-タイプ°	: 8 品	学生	価格 3000円~5000円	→ 平均 3800円
リキッド°タイプ°	: 5 品	社会人	価格 3500円~4000円	→ 平均 3700円

b. アイテムファンデーションの使用意向別にみる理由

②は人数 ○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ()はモニターNO

	理 由
1. 今後はアイテムを使用 (4名)	<ul style="list-style-type: none"> ○大変肌に合っていた(B5/薬用オイル°ロテクト°レ-ス、フラインビ°ュア°クト) ○色が合う(A3/オイルフリー°ヒ°ュア°ファンデ°-ション22番) ○うすづき(A3/オイルフリー°ヒ°ュア°ファンデ°-ション) ○くずれない(A3/オイルフリー°ヒ°ュア°ファンデ°-ション) ・どのメーカーでもニキビ°が出るので、たまにしかファンデ°-ションは使わない(A3) ○リキッド°タイプ°が気に入った(A2/オイルフリー°ヒ°ュア°ファンデ°-ション) ○パ°-スメ-ク°などいろいろ選べるので積極的に取り入れたい(B3) ・今まで姉から借りており、初めて自分のものを購入した(A2) ・池袋は遠いので近くにアイテムがあれば切り換えたい(B5)
2. 今後も現使用品を使用 (2名)	<ul style="list-style-type: none"> ・自分に合っているし、UVカットの効果があるから(A4/花王°ソフィ°ナラスティク°UV) ・下地で使っている同メーカー°(カネボウ°)の美容液が肌に合う(B1) ・一番気になるツ°-ソ°のてかりが現使用品の方がまし(B1/カネボウ°ナビ°レ°ユ-)
3. 両方ともよいので併用 (4名)	<ul style="list-style-type: none"> ○肌に対して本当にやさしい(A1/オイル°ロテクト°レメ-ク、フラインビ°ュア°クト) ○肌に合う(B4/ド°ライ°ロテクト°レメ-ク、エッセンス°モイスタ°ファンデ°-ション) ○毛穴が目立たない(B4/ド°ライ°ロテクト°レメ-ク、エッセンス°モイスタ°ファンデ°-ション) ●色が今ひとつ(A1/フラインビ°ュア°クト31番) ・現使用品は捨てがたいほど使いやすく愛着がある(A1/クリニック°サマ-メイクアップ°) ・現使用品がとても良いのでアイテムには変えられない(A5/ランコム) ③・様子を見て肌に合う方にきめる(A5, B2, B4)

(3) ファンデーション以外の購入商品の使用評価

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ()はモニターNO N=3

商品名	使用感想
オイル°ロテクト°レメ-ク 薬用オイル°ロテクト°レ-ス メ-ク&ソ-パ°ム°ア°ジ°ェル	<ul style="list-style-type: none"> ○なかなか良い<4点(B3)> <6点(B5)> ○メ-クがスツ°と浮き上がり落ちたと実感できる。スッキリ感がある<5点(B1)>

(4) パンフレットについて

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 →要望 ()はモニターNO

<p>エッセイコーナー (ロスマリ-池袋店) との整合性</p>	<p>エッセイコーナーとの イメージ 整合性</p>	<p>④○合っている (A1, A2, A4, B3) ○まあまあ合っている (B4) ○コーナーは白っぽく、パンフレットの淡い色なので合う (B2) ・両方のイメージはそこそこ (A5) ○ファンデーションや基礎化粧品に匂いをおいている点で、コーナーと統一されていてとても良い (A3) ●きれいだが見先にパンフレットを見ているとコーナーの地味さにかかりすぎるかもしれない (B5)</p>
	<p>パンフレット個別 感想</p>	<p>○シンプルで見やすい (A2) ○好印象を与え、何気なく手に取ってしまう (A5) ○優しい雰囲気 (B1) ○健康的で清潔 (B1) ●のってない商品がある (カラーコントロール、フェイスファンデーション) (B4) →2冊とも似た内容なので、スキンケアとメイクを分けた方が良い (B4) ・大きさは手ごろだが文庫本サイズだと持ちやすい (B2)</p>
<p>商品説明に ついて</p>	<p>⑤○わかりやすい (A1, A3, A4, B3, B4) ○丁寧でわかりやすい (A2) ○見やすい (A5) ②○商品の写真の上に説明が書いてあり見やすい (A5, B5) ○説明 (トラブルの原因など) がくわしい (A1) →使い方や適量など細かく書いてあると良い (B2) ○スキンケア、メイク、UVケアとイメージ毎に分かれていて見やすい (B2) →2冊とも似た内容なのでスキンケアとメイクを分けるとわかりやすくなる (B4) ○スキンケアに関して具体的事例を挙げていてわかりやすい (B1) ○特に「肌色さがし、肌色づくり」のテクニックの説明が良い (A3)</p>	
<p>関心を 持った内容 又は商品</p>	<p>関心のある 内容</p>	<p>○「肌色テクニックを覚えましょう」 — 使い方のわからなかったカラーコントロールの使い方が詳しく書いてあった (A3) ○なじみ色 — 今まで色のついたイメージをどのように使ったらよいか分からなかった (A4) ・SEBUM BOOKのACNEのところ一部分的教材-&ニキで悩んでいるので (A3)</p>



○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 →要望 ()はモニターNO

<p>関心を 持った内容 又は商品 (続き)</p>	<p>関心を持った 商品 イメージコントロール (4名) イメージスムザー (1名) イメージフェクトクリーム (1名) イメージアクネクリアエッセンス (1名) イメージオイルコントロール エッセンス (1名) イメージホワイトエッセンス (1名) イメージアクネクリアソープ (1名)</p>	<p>○実際にモデルを使い、トラブル別の対応が描かれていて良い <イメージコントロール(A1)> ○使用した場合と使用しない場合が写真で明確に表わされている <イメージコントロール(B1)> ○効果が写真でわかりやすい<イメージコントロール(B3)> ○今まで興味があったのだが、つけ方がわからなかったので 詳しい解説が参考になった<イメージコントロール(A5)> ○使用方法が簡潔に説明されている<イメージコントロール(B1)> ○一色ずつきちんと説明されていて良い<イメージコントロール(B3)> ・ニキで悩んでいるので<イメージアクネクリアソープ、イメージアクネクリアエッセンス(B2)> ・毛穴を目立たなくしたい<イメージスムザー(B4)> ・固形の石鹸が良いと聞いたことがある<イメージアクネクリアソープ (B2)> ・現在使用のイメージフェクトクリームとどちらが角栓が取れるか気になった <イメージフェクトクリーム(B2)> ・現使用の物の半額位なので効果の違いを試したい <イメージオイルコントロールエッセンス、イメージホワイトエッセンス(B5)></p>
--	--	---

(5) エッセイの魅力アップのための提案

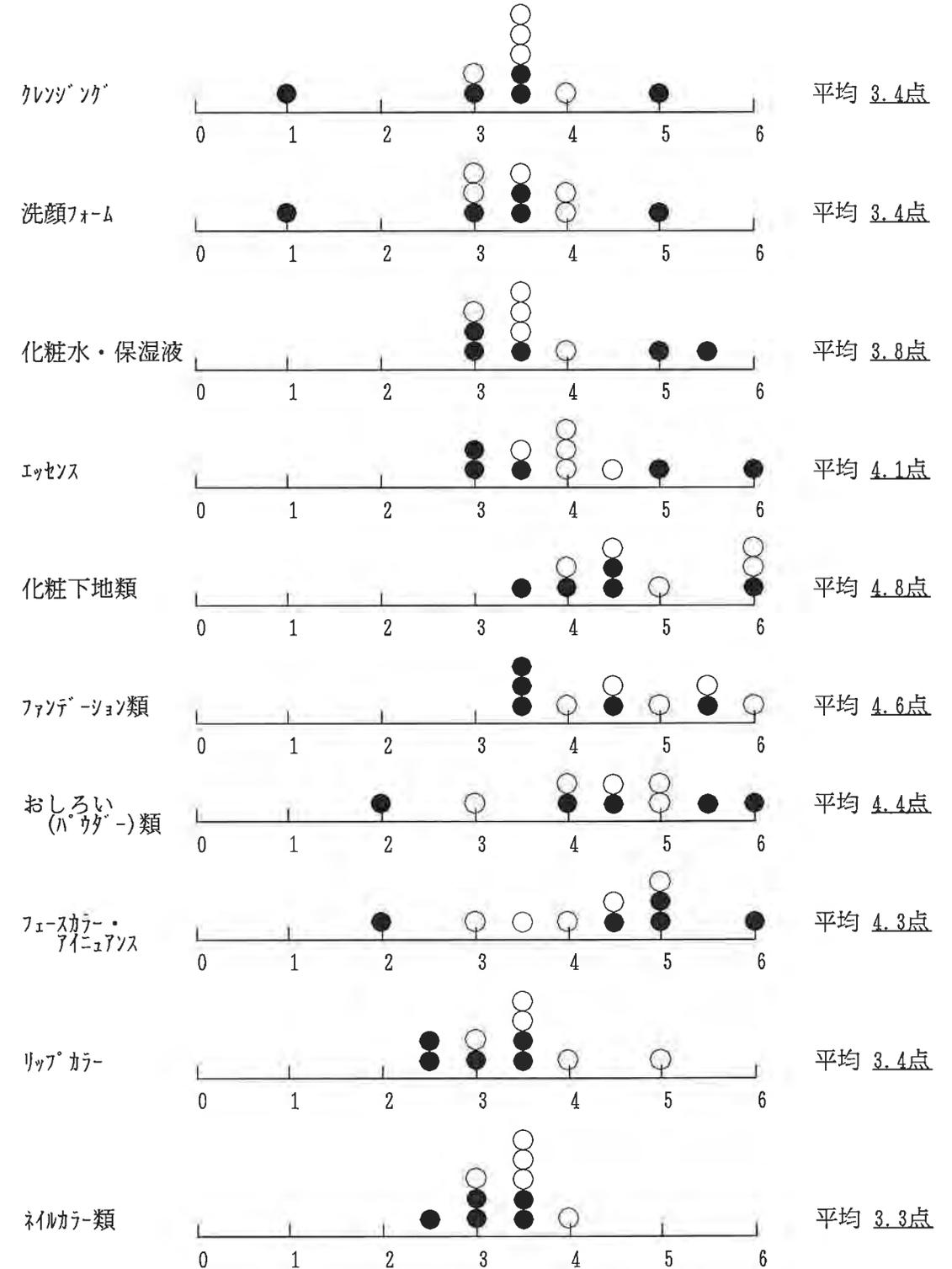
②は人数 ○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 →提案 ()はモニターNO N=9

<p>全体 コミュニケーション について</p>	<p>③→宣伝をして知名度のアップをはかるとよい (A5, B1, B2) →かわいいモデルを使ってCMをやるとよい (A4) ・ファンデーションは、選び方がわからないと、大手か知っているブランドに落ち着くことが多い (B2) →パンフレット内の風景画を前面に出すと、素朴であたたかい特徴が伝わる (A1) →肌質の悩み別に洗顔→イメージス→メイク→クレンジングと、どれをどう使ったらよいか書いてあると良い (A3) ・「大人のニキに重点」というところがあまりアピールされていない (B4)</p>	
<p>店内コーナー について</p>	<p>→コーナーを派手にするとよい (B3) →トライアルサイズを別コーナーに分けて、見やすく、シンプルにするとよい (B4) ②●ティーン向けと思わせるコーナー作り (B4, B5) →対象年齢のわかるコーナー作りをするとよい (B5)</p>	

(6) 各自のコスメイトとエッセに対する統合的な受容性 (使用/ハソフレットチェック後)
 ②は人数 ○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 →提案 ()はモニターNO

全般	<ul style="list-style-type: none"> ○具体的な肌の状況とその対応商品があげてあるのでわかりやすく、ありがたい(B1) ○皮脂に関して充実(B1) ・アイテムが多くて使うとすると全部そろえたくなくなってしまう(B4) ・トライアルサイズがあるので良いと思ったものは試したい(B2) ・他のメーカーのものを買ってエッセと比べてみたい(A2) ・池袋以外で近くにショップがあれば今後気にかけると思う(A2)
メイクアップ	<ul style="list-style-type: none"> ○フェースター、パウダーなど色物類が良い(A1) ○色が豊富で良い(A3) ○アイニュアンス、フェースターは鮮やかな色、パウダーを取り入れたい(A3) ●色物はサツルが見にくくあまり魅力を感じない(B5) ●口紅やマキアはおとなしすぎる(A3) →口紅やマキアはもっと変わった色を出すとよい(A3) ●口紅やマキアはアイニュアンスとのバランスがよくない(A3) ○口紅はよい(B4)
ベースメイク	<ul style="list-style-type: none"> ・ファンデーションや基礎化粧品は、ひとつのメーカーで統一したい(A1) ②○購入したファンデーションが気に入ったので使っていきたい(A2, B5) ○メイクでは色が合っていると嬉しい(B4) ○寒くなったらカートの黄色を使いたい(B4) ・今回のファンデーションを使ってみて肌のようすを見る(B2) ○今回のファンデーションとベースがとても良かったので、少しずつエッセに移行していききたい(B3) ○「ニキビ予防」を前面に出したブランドは少ないので、下地やオイルロケットパウダーは取り込む価値がある(A3) ○毛穴、Tゾーンの脂うき、ニキビなどの悩みを解消できそうなファンデーションが手頃な価格であるので使用してみたい(A5) ○ドライロケットメイクが気に入った(B4) ○ドライロケットメイクは使用感がサラとしているのに乾かない(B4)
スキンケア	<ul style="list-style-type: none"> ○スキンケアが充実しているのでたくさん取り入れていきたい(B1) ③●スキンケアは現行品でつづきたい(A3, B4, B5) ○肌のトラブル用品は単品で、エッセを取り入れる(A1) ○てかりをおさえるためにエッセンスやパックはぜひ試したい(B1) ・ホウキエッセンスなど、他社より低価格のものは試して良かったら切り換えたい(B5)

◆アイテム別受容性評価ポイント (ハソフレットチェック後の取込みたい度) (●学生 ○社会人)



VII. バラエティショップとエッセブランドの整合性

(1) ロズマリ池袋店の印象

②は人数 ○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 →提案 ()はモニターNO

店の全体的な印象	<ul style="list-style-type: none"> ○ちょっと立ち寄るにはよいお店(A1) ○また行ってみたい(A1) ○こういうお店は大好きなのでまた寄りたい(B2) ○今まで素通りしていたのが残念(B4) ②●家から遠いので行かないと思う(A2, A3) ●もう一度行くなら渋谷店に足が向いてしまうと思う(A5) ○明るい(B5) ●目立たないし、目にとまるものがなかった(B1) ○ソープやSHOP INNほどごちゃごちゃしていない(A3) ●少しごちゃごちゃしていて見にくい(A5) ②→もう少し広げればよい(A4, A5)
品揃えについて	<ul style="list-style-type: none"> ○化粧品にターゲットを絞っているの見やすく好感が持てる(A3) ○コスメ商品が充実している(B1) ○化粧品が充実したコーナーなのでまた行きたい(B3) ○小物から化粧品まで幅広く揃っていておもしろい(B4) ○品揃えがよい(B5)
その他	<ul style="list-style-type: none"> ○店員さんの感じが良かった(B3) →迷った時にアドバイスしてもらえるような雰囲気がほしい(B5)

(2) ロズマリ店内におけるエッセコーナーのフィット感

②は人数 ○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 →提案 ()はモニターNO

ロズマリの全体的な印象とのフィット感	<ul style="list-style-type: none"> ③○フィットしている(A3, B3, B4) ②●フィットしていない(A1, A4) ○イパ外はないがなじんでいる(A2) ●エッセだけ浮いている(A1) ●エッセは高級なイメージなので、バラエティショップのようなロズマリにはそぐわない(A5) ●せっかくのもの(エッセのバリエーション)が少し安っぽくなる(A5) ●ロズマリ自体が地味なので、エッセはデパートの一角にあるとよい(B1) ○品揃え豊富な中で選べいろいろ買い揃えられる店にコーナーがあるのは良い(B5)
コーナーの場所広さとのフィット感	<ul style="list-style-type: none"> ○角地にあるのが良い(A2) ●マクドナルドやブルジョアの横の方がすんなり手に取れる(B4)
他ブランドとの比較によるフィット感	<ul style="list-style-type: none"> ○ブルジョアやケイトスペードと比べ、基礎から整えるブランドなので、ロズマリに合っている(A3) →ハウスオブロゼのように独立した店にするとよい(A1)
その他	<ul style="list-style-type: none"> →エッセについていろいろ聞きたい時はデパートのような対面販売が良い(B2) ・20代になると、バラエティショップで化粧品を買う人は少ないのではないか(B2)

(3) ロズマリ池袋店チェック後のエッセイメージの変化

②は人数 ○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 →提案 ()はモニターNO N=7

プラスイメージに変化 (3名)	<ul style="list-style-type: none"> ○前より興味を持った(A4) ○前より身近に感じられ、いろいろ使ってみる気になった(A5) ○こんなにじっくりチェックしたことはなかったので、大変参考になった(A5) ○雑誌や店頭でちょっと見かけたただけだったので今回でいろいろわかった(B2) ○化粧水や保湿液の容器がオシャレで好き(B2)
変わらない (2名)	<ul style="list-style-type: none"> ・特にイメージは変わらない(A1) ・広告を見かけるわりに街中では全く見ない(A1) ・有名なのに有名でない化粧品(A1) ○「白っぽい」「明るい」イメージは変わらない(A3)
マイナスイメージに変化 (2名)	<ul style="list-style-type: none"> ・思っていたより全体的に地味(B3) ・表参道やデパートで見たエッセの方がイパ外があった(B4) ・ロズマリ(池袋)で見たエッセはありふれた感じだった(B4)