

MAQUILLAGE

資生堂 マーケティング改革 第3弾ブランド

「マキアージュ」は新しいステージへ。

資生堂 新生「マキアージュ」より
美容オイル生まれの口紅「ドラマティックルージュ」
2014年11月21日(金) 発売

資生堂は、2014年度より社長に就任した魚谷雅彦(うおたに まさひこ)のもと、ブランド力、マーケティング力を強化するためのマーケティング改革に取り組んでいます。その第3弾として、メーキャップブランド「マキアージュ」を新生「マキアージュ」として進化させます。顧客の意識調査、トレンド分析を徹底し、サイエンスを活用した、ワンランク上の美しさを提案するメーキャップブランドへと生まれ変わります。その皮切りとして美容オイル生まれの口紅「ドラマティックルージュ」【全1品目10品種】を2014年11月21日(金)より発売します。今後、2015年1月21日(水)にはチーク&フェースカラーとフレグランス、2月21日(土)にはファンデーションを発売、3月21日(土)には「ドラマティックルージュ」の色調追加を行い、新生「マキアージュ」の間断ない市場導入を予定しています。

新生「マキアージュ」が提案する女性像「レディ」

マキアージュは進化するにあたり、女性の意識調査を実施しました。それによると、理想の女性像は、単なる「可愛さ」だけではなく、「華やか」、「艶っぽい(セクシー)」を取り入れた「ほのかな艶」を感じさせる女性へと変化していることがわかりました。

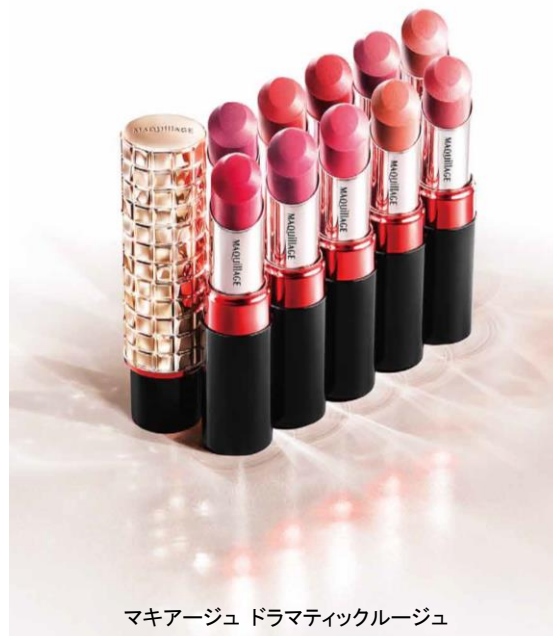
そこで、マキアージュは、「ほのかな艶」をいち早く取り入れた、20~30代の美容やファッションに対して感度の高い女性をメインターゲットと設定し、時代の変化とともに浮かび上がった新しい女性像を「レディ」と名付けました。

※2013年6月 マキアージュ調べ n=400

マーケティング実行力の強化

常に変化するお客さまのニーズに応えるため、「お客さまインサイト」に基づいた「一気通貫型」のマーケティング実行力を強化します。また、商品企画・開発から生産、販売までブランドマネージャーがすべての責任と権限を持ち統括する「ブランドマネジメント制」を導入し、ブランド別収益管理を徹底していきます。

2014年7月に始動させた、企画部門と販売第一線が一体となり集中的に市場導入を展開するプロジェクト「ICHIGAN Project(イチガンプロジェクト)」では、2014年9月~11月にかけて、主要エリアにおける新生「マキアージュ」の商品体験イベントの実施を予定しています。また、併せて、11月18日(火)~20日(木)には、全国約1万店の店頭陳列を3日間で行う「3DAYS 店頭施策」を実行し、お客さまへの早期の価値伝達を図ります。



マキアージュ ドラマティックルージュ

発売の背景

ターゲット女性に理想の口紅となりたい女性像について調査したところ、スティック形状口紅への不満点として、「色が落ちやすい」(40%)、「唇がある」(33%)が挙げられました。また、なりたい女性像になるための阻害要因として、「カサカサにあれた唇」(62%)、「くすみ」(57%)が挙げられ、スティック形状口紅への不満点が、なりたい女性像への阻害要因となっていることがわかりました。

また、スティック形状口紅へのニーズとしては、第1位は「塗り心地がなめらか」で、以下「高いうるおい・あれない」、「発色がよい」、「落ちない・持続」が続きました。

そこで、マキアージュは、ターゲット女性が実感している悩みである「パサつき」、「乾燥」、「艶が落ちる」、「唇の縦じわ」に対応し、なめらかな塗り心地と乾燥ケア、色、艶、うるおいの持続を実現させる、美容意識の高い女性たちに人気の「美容オイル」に着目しました。

※2010年 マキアージュ調べ n=200

美容オイル生まれの口紅

美容オイルから生まれた口紅「マキアージュ ドラマティックルージュ」は、艶・保湿・持続の3つの効果を叶えました。下唇に2秒ほど当ててから全体に塗り広げることで、贅沢な美容オイルがとろけ出し、なめらかな美艶がつづきます。

『美容オイル』の良さをそのままスティックに!

艶・保湿・持続効果を実現するオイルと美容成分を最適なバランスで配合

*当社スティック形状口紅比較

資生堂独自の相分離技術によって、それぞれのオイルのよさが最大化

唇にのせると...

つけた瞬間、体温で美容オイルがとろけ、あれや縦じわを厚みのある艶膜で包み込む

目安は2秒!

美容オイルが2層に分かれ、色・うるおいを含んだ層が唇側に密着。その上をつややかな層でラッピングして唇と一体化する

美艶発色

乾燥をケア・つけるたびに美しく補整

色も艶もうるおいも、よれない・薄れない

プロモーション展開・販売

モデルは、「水原 希子(みずはら きこ)」さんの継続起用に加え、新たに「長谷川 潤(はせがわ じゅん)」さんを起用します。「レディにしあがれ。」をキャッチコピーに2014年11月中旬よりテレビCM、雑誌広告、WEB広告を展開します。

店頭では、全国のドラッグストア、GMS、化粧品専門店、デパートの約11,000店で販売します。併せて、資生堂ウェブサイト「ワタシプラス」でも販売します。さらにアジアの9の国と地域(韓国、シンガポール、タイ、台湾、香港、フィリピン、ベトナム、マレーシア、中国)でも発売し、日本のみならずアジア市場においても愛用者を拡大していきます。

【商品一覧】

全1品目10品種

| 商品名 | 分類 | 容量 | 色数 | 価格 |
|-----------------------|----|------|-----|------------|
| マキアージュ ドラマティックルージュ | 口紅 | 4.1g | 10色 | ノープリントプライス |

※お客さまからのお問い合わせは「資生堂お問い合わせ先 フリーダイヤル 0120-30-4710」でお受けしています。

| 商品名・容量 | 商品特長 |
|---|---|
| マキアージュ ドラマティックルージュ <口紅> 4.1g ノープリントプライス | <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>美容オイル生まれのルージュ とろけて密着、うるんだ艶続く 官能の唇</p> </div> <p>○艶・保湿・持続を叶えた贅沢な美容オイルが唇でとろけ出し、なめらかな美艶がつづきます。</p> <p><美容オイルが叶える3つの効果></p> <ol style="list-style-type: none"> ひと塗りで美艶発色 リッチな艶で彩りを包み込みます。 乾燥をケア、つけるたび美しく かさつきや縦じわをカバーしてなめらかに補正します。 -保湿美容成分配合(水溶性コラーゲン、スーパーヒアルロン酸(アセチル化ヒアルロン酸 Na)、グリセリン、ケイ酸(Na/Mg)、α-g ヘスペリジン) 色、艶、うるおい続く たっぷりの艶膜がびたっと密着します。 <p>○天然ローズオイル配合です。 ○唇色を明るく見せ、印象を高めます。 -ムードアップパール配合 ○華やかで女らしさを誘う香りです。 -摘みたて天然エッセンシャルアロマローズ配合</p> <p><使用法></p> <p>○紅先を2~3mmほどくり出し、直接唇に塗布してお使いください。 ○美容オイルのとろける心地よさをより実感いただくため、下唇中央に2秒ほど当ててから全体に塗り広げてください。</p> |



ま^と
 やわらかな光を纏った、女度高まるカラー

| | ベージュ・オレンジ系 | レッド系 | ピンク系 | ローズ系 |
|--|--|--|--|--|
| より明るい発色 ↑ 発色 ↓ よりリッチな発色 |  OR221 キラーキス みずみずしいサーモンオレンジ |  RD324 レッドベルベット やさしさを感じるレッド |  PK227 トラップピンク 明るくピュアなピンク | |
| |  BE322 ハニーベージュ フレッシュなベージュ |  RD425★ イノセントグラマー 艶っぽいシアアで鮮やかなレッド |  PK728 ピンクタブー ドレッシーなフェミニンピンク |  RS329 ローズランデヴァー 気品のあるりりしいローズ |
| |  BE723 ビターキャラメル 落ち着いたアーバンベージュ |  RD526 メルティレッド 品のある深いレッド | |  RS530 ローズプリリアント 深みのあるリッチなローズ |

★メインカラー