

REVITAL GRANAS

2008年9月10日

～ 成長をやめない女性たちへ ～ 新ブランド 資生堂「リバイタル グラナス」誕生

資生堂は、自分の可能性を信じ、輝きつづけることに貪欲な 30 代以降のニューラグジュアリー層※1の女性たちに向けた新ブランド 資生堂「リバイタル グラナス」【全 13 品目 23 品種 1,800 円～15,000 円（税込み 1,890 円～15,750 円）】を、2008 年 10 月 21 日（火）から株式会社資生堂インターナショナルを通じて発売します。

資生堂「リバイタル グラナス」は、人口ボリュームが際立つ団塊世代 Jr. 層である 30 代の新たな消費意識に着目し、伸張する高価格帯化粧品市場※2 でカウンセリングを通じた高付加価値販売を行うリレーショナル領域の中核ブランドとして誕生します。「リバイタル グラナス」は、「肌を成長させるスキンケア」と「美しさを強調するベースメーキャップ」で構成され、単なる肌悩み対応にとどまることなく、精密な美しさをめざし「美人の肌」に導くブランドです。当ブランドは、資生堂が得意とする人を介したカウンセリングを通じてお客さまとの強い絆づくりをベースに展開する領域でありながら、お客さまとの出会いを創出する大規模なプロモーションを展開する「リレーショナル・マス※3」マーケティングを推進します。

- ※1 ニューラグジュアリー層：トレンドに敏感でこだわりが強く、自分の価値観に合った商品やサービスなら出費を惜まず贅沢品を購入する層のこと。「リバイタル グラナス」は、この層の中でも美に対して積極的に関与し、自分を磨いてこそ美しさは手に入れられるという意識を持つ女性を「ブラチナム・ウーマン」と名付け、その対象に向けたコミュニケーションを展開します。
- ※2 高価格帯化粧品市場：小売価格 5,001 円以上の化粧品を対象とした市場を指す。なお、中価格帯化粧品は 2,001 円以上 5,000 円以下、低価格帯化粧品は 2,000 円以下と定義しています。
- ※3 リレーショナル・マス：人を介したカウンセリングを通じて、お客さまとの関係性を深めていくと同時に、お客さまとの出会いの創出をマス宣伝で大々的に行っていく資生堂が名付けたマーケティング手法です。



ブランド導入の背景

2007年(1月-12月)の高価格帯化粧品市場は、化粧品市場全体が横ばい傾向の中、2005年対比で104%と伸張しており、低価格帯化粧品市場の107%とともに市場を牽引しています。(資生堂調べ)

資生堂の調査では、30代女性で高価格帯スキンケアユーザーの2人に1人は、必ずしも「20代の時の肌が一番美しかった」とは思っておらず、加齢による肌変化を認めつつも「30・40代だからこそ得られる肌の美しさ」を求めるポジティブな意識があることがわかりました。同時にこうした女性たちは、手間をかけ、自分を磨くことでもっと美しさを高めることができるという美容意識を持ち化粧品に高い期待を持っていることから、自分にとって相応しいものならば高額品でも購入する傾向にあります。また化粧品を購入するスタイルとして、販売員とのやりとりによって、商品選択の楽しみや購買の達成感を謳歌する傾向があり、積極的にカウンセリングを楽しみたいと考えていることもわかりました。(資生堂調査/2007年/30代女性 N=150)

そこで資生堂は、美肌をあきらめない30代以降の女性に向けた高価格帯化粧品として新ブランド「リバイタル グラナス」を発売します。併せて、商品を効果的に使っていただくための美容時間を提案する美容法「充時間美容」や、肌悩みの対応だけでなく、お客さまお一人おひとりの長所を引き出す独自の手法により商品の満足感を一層高めるカウンセリング販売を実践します。

商品特長

「リバイタル グラナス」のスキンケアは、600種以上の植物由来成分の精査を重ね8年の歳月をかけて開発した新成分「美容豆(ビヨウトウ)エキス※4」など、厳選された成分を最新の技術で配合し、ハリ感に満ちた美しい肌に導きます。とろりとした濃密な美容液が肌の上でみずみずしくさらっとした感触に変わる独特な使用感を持つ「リバイタル グラナス セラム」を中心に、化粧水・乳液・クリームなど、1品1品の使用感触が特徴的な商品(全8品目8品種)を配置します。

ベースメイクアップでは、精密なきめ肌に仕上げ、重ねづけすることで理想の美肌に近づくファンデーションなどを配置(全5品目15品種)し、デジタル処理を施した画像のような、隙のない美しい肌を演出します。

※4 美容豆エキス:シカクマメ種子エキスとグリセリンの複合保湿成分

宣伝展開

ターゲット女性を象徴する言葉「女は成長をやめない。」をキャッチコピーに、TVCM、雑誌広告をはじめとした宣伝展開を10月下旬より実施します。モデルには、女優の鈴木京香(すずき きょうか)さん、世界的なバイオリニストの諏訪内晶子(すわない あきこ)さん、当社の企業広告にも出演している女優のマイコさん(五十音順)を起用します。

(以下余白)