

◆商品概要◆

* ノープリントプライス

商品名・品種	商品特長
コフレドール ビューティラスティング パクト UV 全7色	肌の質をグレードアップしたような、純度の高い透明肌を演出する パウダーファンデーション 
コフレドール パクト用ケース・全1種	コフレドールのファンデーションが セットできるパクト用ケース 
コフレドール ビューティラスティング リクイド UV 全7色	肌の質をグレードアップしたような、純 度の高い透明肌を演出するリクイドフ ァンデーション 
コフレドール ビューティラスティング ヴェール UV 全1種	軽やかなみずみずしい感触で、内側から 輝くような透明感のある肌を持続させる 化粧下地 
コフレドール メイクアップコンシーラー 全2色	クマや、シミ・ニキビあとなど気になる肌 悩みを自然にカバーして、肌と一体化する コンシーラー 
コフレドール メイクアップパウダー 全1種	シルクのようなしなやかな感触で、キ メ・毛穴の整った透明肌を持続する仕上 げ料 
コフレドール メイクアップパウダー用ケース 全1種	メイクアップパウダーをセットできる 専用ケース 
コフレドール プリズマルブラッシュ 全4色	パフとパウダーがセットされ、ワンタッ チで肌に輝きのある発色と立体感を演 出する、新スタイルフェースカラー 

◆発売日◆ 2008年3月1日

(お客様からのお問い合わせは ☎ 0120-518-520 にてお受けしております。)

<参考：カネボウ化粧品、第二次ブランド改革を推進>

カネボウ化粧品は、2004年の新社設立以来、「強いブランドづくり」を最重点課題に、「第一次ブランド改革」に取り組んできました。チャネル別・年代別・市場別に20強の重点ブランドに絞り込み、宣伝・販促費等のマーケティング投資を集中化させた結果、国内化粧品市場がほぼ横ばいで推移する中で、重点ブランドに関しては大変高い成果を挙げることができました。

さらに2010年に向けて、現状の課題、市場環境の変化等を踏まえ「第一次ブランド改革」をブラッシュアップし、「第二次ブランド改革」を推進。その第1弾が、2007年10月16日発売の高級スキンケアブランド「DEW スペリア」、第2弾が2007年12月16日発売のトータルメイクアップブランド「COFFRET D'OR (コフレドール)」となります。