

資生堂 ビューティーコンサルタント 80 周年 関連企画を実施

資生堂は、ビューティーコンサルタント(美容部員、以下、BC)の前身「ミス・シセイドウ」誕生 80 周年を記念し、今年度、さまざまな取り組みを行います。現在、資生堂企業資料館(静岡県掛川市)で開催している企画展「美を伝えて 80 年～ミス・シセイドウからビューティーコンサルタントへ～」をはじめ、6 月より資生堂グループ企業情報サイト内に設けた専用コンテンツ「資生堂ビューティーコンサルタント 80 周年」の開設、秋には、BC80 周年の象徴的イベントの開催や BS 局にて BC をモデルとしたドラマの放映を予定しています。

1934 年(昭和 9 年)、9 名の「ミス・シセイドウ」から出発した BC は、現在、全世界で約 22,000 名活動しており、80 年引き継いだ「おもてなし」の心をベースに、高い技術力と知識で愛用者を拡大し、事業の発展に大きな役割を果たしてきました。また、近年では、グローバル化、IT の進化に対応し、世界共通の行動指標の導入や Web BC カウンセリングの導入、IT 機器を活用した接客にも取り組んでいます。

今後、更なる IT の進化や高齢社会の到来により、人と人との触れ合いがますます重要になると予想されます。また、情報があふれ、お客さまの購買行動が多様化する中、お客さまは自分ならではの美しさを求めています。いつの時代においても、お客さま自身が気づいていない美しさを提案してきた BC の本質は普遍ですが、お客さまの肌と心に寄り添い、人生までも豊かにするという一層高いレベルの存在を目指して、この 80 周年を機に、未来の BC の姿を創造していきます。

BC80 周年に関連する主な取り組み

① 美を伝えて 80 年 ～ミス・シセイドウからビューティーコンサルタントへ～

2014 年 12 月 21 日(日)まで、資生堂企業資料館にて、歴代の BC コスチュームや活動用具を展示。各時代の BC の活動映像やポスター、新聞広告を通じて BC の歩みを紹介しています。

② 「資生堂ビューティーコンサルタント 80 周年」WEB サイト

2014 年 6 月 18 日(木)より、資生堂グループ企業情報サイト(<http://www.shiseidogroup.jp/>)に「資生堂ビューティーコンサルタント 80 周年」を立ち上げ、ミス・シセイドウ誕生から 80 年の歴史、BC の仕事など、BC に関する情報を順次公開しています。

③ 「BC 誕生 80 周年」特別イベント

2014 年 10 月 24 日(金)、資生堂銀座ビルにて、放送作家・脚本家 小山薫堂氏の脚本監修による朗読劇や歴代のコスチュームを着用した BC による「RUNWAY SHOW」など、BC によるパフォーマンスを行う予定です。また、イベント終了後、年内には、朗読劇と連動したドラマを BS 局にて放映予定です。

④ キッズニア 資生堂ビューティーサロン パビリオン

将来の顧客となる子供たちに対し、化粧の楽しさ、BC という職業への憧れや親近感の醸成を目的に、2013 年より、職業体験ができるテーマパーク「キッズニア甲子園」「キッズニア東京」に出展しています。今年度は、BC 誕生 80 周年にちなんだイベントを開催しており、今後も随時開催していく予定です。

参考資料

資生堂ビューティーコンサルタント(美容部員、以下、BC)について

【BCのあゆみ】

1934年 BCのルーツ「ミス・シセイドウ」誕生

昭和初期、男性店員による化粧品の販売が一般的だった当時、資生堂は企業のイメージアップを図りながら商品の販売を行うことを目的に、独自のキャンペーンガールを募集しました。

1934(昭和9)年、「良家の子女求む」という新聞広告のもと、250名近い候補者の中から選ばれた9名の「ミス・シセイドウ」は、美容や接客マナー、セールストークだけではなく、皮膚科学、色彩学、文化、芸術、西洋画法、音楽にいたるまで、集中的な教育を受けたあと、全国主要都市にて「近代美容劇」という舞台に立ちました。和装から洋装へと移り変わりつつあった女性の装いにあわせ、分かりやすく最新の美容法と技術を芝居形式で紹介するユニークな舞台であり、劇が終わると、順番を待つお客さまお一人おひとりの美容相談を受けました。テレビ放送がなかった当時、「美の体現者」として動く宣伝広告塔であるとともに、資生堂が提唱する「美容法」を伝える「美の伝道師」でもありました。



ミス・シセイドウたち 「近代美容劇」第5景(1934年)

1959年 ミス・シセイドウから美容部員へ

「ミス・シセイドウ」は、美容法の普及のために全国を飛び回りましたが、戦争のため、第4期生をもって採用が中断されました。しかし、戦後の1948年には採用を再開、1959年にはより活動の場を広めるため、全国の販売会社が独自に採用していたメンバーと合わせ、「美容部員」という呼称を採用しました。その後30年余りに渡って親しまれた「美容部員」という名称は、同業他社も含めてその使用が一般化してきたことから、当社の独自性を前面に出す目的で、1990年に「ビューティーコンサルタント(BC)」に改称しました。

【グローバルに対応した取り組み】

「グローバルBCコンテスト世界大会」の開催

2004年から4年に一度、全世界のBCが参加する「グローバルBCコンテスト」を開催しています。全世界のBCが、美容技術・応対力をグローバルレベルで切磋琢磨し、交流する機会を設けることで、BCの士気と技術の向上を図っています。

2012年に開催した第3回大会では、総勢20,300名の中から中国のBCが最優秀賞を獲得するなど、日本発の「おもてなし」の心をベースにした美容技術・応対力は、全世界のBCに着実に浸透しています。

シセイドウ ビーシー オモテナシ クレド
「SHISEIDO BC OMOTENASHI CREDO」の導入&「ビューティーコンサルタントの誓い」の制定

2009年、全世界共通のBCの活動の指針となる行動指標をまとめました。BCが「おもてなし」の心を添えて店頭で活動するための整容、お客さまへの心地よい向き方・肌の触れ方、美しく見える商品の指し方、提示の仕方など、8つのアクションポイントを26言語に翻訳し、全世界のBCに提供しています。

また、本年、2014年には、BC誕生80周年を機に、国内外のBCやトレーニングマネージャーたちの意見を集約し、BCのあるべき姿や役割、使命を明文化した「ビューティーコンサルタントの誓い」を制定し、国内のBCに配布しました。今後、順次、全世界のBCにも配布する予定です。



「SHISEIDO BC OMOTENASHI CREDO」

ビューティーコンサルタントの誓い

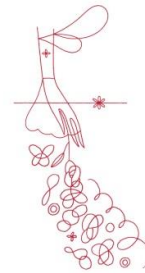
お客さまの笑顔に感謝し、お客さまの心にと寄り添う。
五感を研ぎ磨き、お客さまのご要望と熱い想いを、
時には言葉の裏に隠る熱い心まで心を繋げる。

ここに美生堂の美容師としての誇りと誇りに由来する。
そして最先端を志す科学がある。
それは信頼として商品に結実している。
それは美生堂の誇りと責任として私たちBCに託されている。

自信が、信念が強く美の誇りであり、証明である。
BCの心・知識・経験が、お客さまと美生堂を結ぶ。
恥を遣って、お客さまと美生堂が深い、安心・信頼の絆と喜びが生まれる。
心まで繋がりに、人生まで豊かに生きていく。

一瞬も一生を美しく。

BCは日々磨き、お客さまに研ぎ磨く。
BCは「お客さまの美」を実現する美師のプロフェッショナル。



「ビューティーコンサルタントの誓い」

※「資生堂ビューティーコンサルタント80周年」

WEBサイトでも公開しています。

【ITの活用】

2012年「Web BC カウンセリング」の導入

2012年、資生堂の総合美容サービス「Watashi+（ワタシプラス）」にて、「Web BC カウンセリング」を開始しました。自宅にいながら、独自の教育を受けたWeb専任BCによる本格的なカウンセリングを受けることができるサービスです。気軽に体験できる「ライトチャット」の導入やブランドと連動した施策の積極的な展開などにより、現在、カウンセリング件数は大幅に増加しています。また、7月末からはタブレットPCにも対応していく予定です。

2013年「ビューティー・タブレット(B-TAB)」の導入

2013年6月より、店頭での接客応対の際に用いるタブレット型の携帯情報端末「ビューティー・タブレット」を、国内のBC約11,000名に配布し、活用を開始しました。端末には、スキンケア、メーキャップ、ファンデーションなどの商品選別に役立つアプリケーションが搭載されています。なかでも、独自に開発した「メーキャップシミュレーター」では、お客さまが、化粧を落とすことなく気軽に様々なメーキャップのパターンを体験することが可能になるなど、店頭における化粧品選択の楽しさを実感いただいています。

また、店頭で得られたお客さまの様々な意見やニーズを、「ビューティー・タブレット」を通じて集約、社内へフィードバックすることで、今後、新商品の開発等にも活用していく予定です。



ビューティー・タブレットを活用した接客



Web BC カウンセリング