

参考資料

資生堂、ウェブを活用した新ビジネスモデルを開始

資生堂は、2012年4月からウェブを活用した新ビジネスモデルをスタートし、新たな需要の創造や既存店舗網の活性化を目指します。

背景

資生堂は、1923(大正12)年に、日本初のボランタリーチェーン制度といわれる「資生堂チェーンストア制度」を構築しました。安全で質の高い商品を、より多くのお客さまにお届けすることを目指して、当社の理念に共感していただいた店と契約し、店舗網を構築したこの制度は画期的かつ革新的なものでした。

この制度は当社の市場優位性拡大に大きな効果がありましたが、国内化粧品市場が成熟化し、インターネットや通信機器の飛躍的発展による流通や情報伝達手段が多様化する現在、この状況に対応した新たな取り組みが求められています。

今回、ウェブだからこそ実現可能なサービスと既存の店舗網でのサービスを組み合わせ、今の時代に合った全く新しいビジネスモデルを構築します。

具体的な構造

このビジネスモデルは、二つのサイトと既存店舗網で構成されています。

美と健康に関する企業と専門家によるコラボレーションサイト「Beauty & Co. (ビューティー・アンド・コー)」では、業界の垣根を越えたさまざまな企業が集まり、魅力的で幅広い商品、サービス、情報を紹介することでお客さまとの接点を拡大し、それぞれの企業サイトへと誘導します。

資生堂の企業サイトである「watashi+(ワタシプラス)」では、お客さまのさまざまな美容の要望や期待に応えると共に、新しい需要の拡大を図ります。そして「watashi+」の化粧品販売店紹介サービスを通じて、既存店舗の活性化を目指します。

相互にお客さまを紹介するなど、リンクした活動をおこなうことで、それぞれの魅力を増し、国内市場の活性化につなげてまいります。



ウェブを活用した新ビジネスモデル全体像

美と健康に関する企業と専門家によるコラボレーションサイト「Beauty & Co.」

私のまいにちを、うつくしくする

Beauty & Co.

資生堂は、美と健康に関する企業と専門家によるコラボレーションサイト「Beauty & Co. (ビューティー・アンド・コー)」(www.beauty-co.jp)を2012年4月2日(月)よりスタートします。

美と健康に関する総合的なプラットフォームサイトとして、美しく豊かな人生を送りたいと願う「お客さま」、それをサポートする「企業」、そして中立的立場から専門的な情報を発信する美容ジャーナリストや編集者などの「専門家」の三者がウェブ上で一同に会して魅力的な価値提案を行います。様々な業界から信頼できる28社もの企業(2012年3月29日時点)が参加し、連携することで新たな需要を創造します。

代表的なサイトコンテンツについて

- ① 企画コンテンツ: 「Beauty & Co.」おすすめの特集記事や商品紹介など情報の提供を行う場です。参加企業のコラボレーションによる企画タイアップ記事や情報など、さまざまな業種の魅力ある企業が参加しているからこそ可能となる新たな価値提案を行うことで、お客さまのサイト利用意向を高めます。美と健康をテーマに、内面・外面を美しくする6つの領域(ビューティー、ヘルスケア、メディカル、ファッション、リラクゼーション、インテリジェンス)に該当する企業と連携して、単独の企業サイトでは網羅できない、カテゴリーの壁を越えた、「美と健康」のソリューションを提案し、多くのお客さまの豊かな生活の実現を目指します。(参加企業については別紙参照)
- ② ショッピングモール: お客さまへ商品情報を提供し、各社サイトへと誘引するコンテンツです。商品カテゴリー毎の検索だけでなく、気分(「のんびり」「幸せに」など)、シーン(「オフィス」「休日」など)、人気キーワード(「かわいい」「リラックス」など)による検索機能があり、思いもかけなかったような魅力的な商品との出会いを演出します。「Beauty & Co.」では商品決済をおこなわず、出会った商品は各社ECサイトで購入していただけます。
- ③ ビューティーポイントプログラム: 「Beauty & Co.」独自の会員・ポイント制度です。当サイトを経由して参加企業のECサイトで購入した金額に応じてポイントを付与することで、サイトの魅力を高めます。ポイントの利用先は内面・外面双方の美しさを追求するための体験型企画を中心に、当サイトでしか得られないサービスを提供します。



サイト画像(トップ画面)

参加企業について

- 以下の企業の参加が決定しています。

※ ブランド名のアルファベット順・2011年12月に発表している企業は(※)を記入

ブランドロゴ	企業説明	参加時期
	株式会社 ABC Cooking Studio(※): 友達と遊びに行くような、ごはんを食べに行くような、そんな楽しい雰囲気の中、料理・ケーキ・パンが気軽に学べる初心者にも安心の料理教室。	4月2日
	株式会社アイシーエル(※): 2011年に30周年を迎えた生活雑貨のパイオニアブランド。当時から変わらず新しい発見やシアワセのキッカケとなるような日常のなかのこころのゆとりを提案しています。	4月2日
A N T E P R I M A	株式会社アンテプリマジャパン: 現代に生きる活動的な女性に向けて、クリエイティブ・ディレクター萩野いづみがイタリアから発信するANTEPRIMA。ワイヤーバッグをシグネチャーアイテムとした豊富なコレクションで、個性を輝かせる普遍のスタイルを提案しています。	4月2日
	株式会社アユラ ラボラトリーズ(※): ストレス社会に生きる30代前半を中心とする働く女性をターゲットとし、化粧品を中心に「肌・からだ・心」へ働きかけるアイテムを揃えるホリスティックブランド。1995年より販売を開始し、国内百貨店約80店舗とダイレクトオーダー(通販)で展開中。	4月2日
 A Global Education Company	ベルリッツ・ジャパン株式会社: 1878年に米国で創業。世界70カ国、500拠点に及ぶネットワークで外国語教授・留学、グローバル人材育成に関するサービスを提供している。その独自の教授法や教師の質が世界で高く評価されています。	4月下旬
	株式会社乗馬クラブクレイン: 1971年に発足し、現在は全国31ヶ所のクラブを数える日本最大の乗馬クラブとして展開しています。心身のリフレッシュやシェイプアップ、体を動かす手軽な趣味として、多くの女性に乗馬を楽しんで頂いています。	4月2日
	株式会社デサント: 「すべての人々に、スポーツを遊ぶ楽しさを」を企業理念に、カンパニーブランドの『デサント』をはじめ、『マンシングウェア』、『ルコックスポルティフ』、『アリーナ』など幅広いフィールドで16ブランドを展開中。	4月下旬
	株式会社 エテュセ(※): 1991年設立のコスメブランド。et tu sais(ネ、ネ、知ってる?/仏語)という名のとおり、思わず誰かに伝えたいくなる「カワイイけれどスグレモノ」コスメを通じ、ワクワクする毎日を提供。現在アジアでは5カ国で展開中。	4月2日
	福助株式会社: 足袋装束店として明治15年に創業以来、お客様の足もとを守り続けて130年。ストッキングなどのレッグ・インナーウェアを通じ、『福助』の社名のもと、お客様の幸『福』を手『助』けできる企業を目指している。	5月以降

ブランドロゴ	企業説明	参加時期
	<p>株式会社かねまつ：2012年9月に創業65年目を迎えるオリジナルシューズ&バッグブランド。「銀座かねまつ」「POOLSIDE」「Masumi」ブランドを67店舗展開。“きっと見つかる お気に入りの一足”をテーマに、公式通販サイト『SHOES CONCIERGE』を2010年オープン。</p>	4月2日
	<p>株式会社日比谷花壇：1872年創業。東京・日比谷公園店を一号店として、約180店舗のフラワーショップを展開しているお花の専門店。装花を伴うイベントも行き、より美しく・より豊かな人生が送れるよう花と緑ある生活文化を創造しています。</p>	4月2日
	<p>株式会社 星野リゾート(※)：創業100年のリゾート運営企業。あなただけの「日本旅」をご提供します。心に迫る圧倒的な景色、記憶に残るお料理など、地域にあるさまざまな個性的な魅力を磨いて、日本ならではのおもてなしでお迎えます。</p>	4月2日
	<p>株式会社ジェーシービー：女性向けJCBカードのラインナップ「JCB LINDA」は、アクティブに輝く女性を応援するクレジットカードとして誕生し、今年5月で10周年を迎えます。カードサービスを通じて「キレイ」になれるライフスタイルを提案します。</p>	5月以降
	<p>株式会社 ジェイティービー(※)：JTBグループは2012年3月12日に創立100周年を迎えました。地球を舞台に自然、文化、歴史とのふれあいや人々の交流を創造し、お客様に感動と喜びを提供します。お客様と共に歩んできた100年を大切に、これからも「価値ある出会い」を創造し続けます。</p>	4月2日
	<p>株式会社 講談社(※)：「おもしろくて、ためになる」を出版活動の理念とし、2012年12月に創業103年目を迎える。暮らしの役に立ち、心の豊かさに資すること。そして社会の繁栄と人類の平和への貢献のため、魅力的なコンテンツをより多くの読者にお届けできるよう、新しい時代に即した出版活動を続ける。</p>	4月2日
	<p>ル・クルーゼ ジャパン株式会社(※)：1925年フランスで創業以来、キッチンからテーブルまでをトータルにコーディネートできるキッチンウェアブランドとして、鋳物ホーローウェアを中心に高品質で美しい製品を作り続けている。現在世界60カ国にて展開中。</p>	5月以降
	<p>株式会社デザインフィル：ミドリは、デザインフィルの主要ブランドとして、デザイン性の高いレターや祝儀袋・色紙・シールなどのペーパーコミュニケーションアイテムや、機能性の高いアイデア文具、意匠性を加えたクリップ等のデザイン文具などを展開しています。</p>	4月2日
	<p>株式会社ノンピ：『健康は毎日の食事から』をテーマに、食べて頂く方の心と身体の健康を考え、商品や空間、サービスをご提供。ケータリング、レストラン、カフェ、デリ、パティスリー、キャラクター商品開発運営。</p>	4月2日

ブランドロゴ	企業説明	参加時期
	<p>カンチェーミ・コーポレーション株式会社: ローマを拠点に買い付けた素晴らしい食材を、オリーブ・オリーブオイル専門店「オリーブォ」、イタリアンキッチン「ラ・カンティーナ・カンチェーミ」の運営を通じて、日本に紹介しているトータルフーズカンパニー。</p>	4月2日
	<p>スターツ出版株式会社(※): 1983年に総合生活文化企業スターツグループのメディア部門として設立。女性向け雑誌「オズマガジン」「オズプラス」や女性サイト「オズモール」ほか、「メロミニッツ」「アエルデ」、ケータイ小説を始めとする書籍の発行、小説サイト「野いちご」「Berry'sCafe」の企画運営を行う。</p>	4月2日
<p>Panasonic Beauty</p>	<p>パナソニック株式会社(※): 美容家電の分野では、「ナノケア」ブランドで好評のヘアードライヤーやスチーマーをはじめとする50アイテムを「Panasonic Beauty」シリーズとして幅広くラインアップ。現在、世界約60ヶ国でも美容家電を展開中。</p>	4月2日
	<p>RSN JAPAN株式会社: 250年以上の歴史を誇るオーストリアのワイングラスブランド、リーデル。グラス形状によって味わいが変わることに着目し、ワインの造り手の思いを伝えるグラスの開発を志しています</p>	4月2日
	<p>株式会社 サンエー・インターナショナル(※): ナチュラルビューティーベーシック、キャス・キッドソン等のブランドを展開するアパレル企業。2005年から直営ECサイト“セレクトソニック”を運営。今年6月に東京スタイルと共同でTSIホールディングスを設立。</p>	4月2日
	<p>株式会社資生堂(※): 漢方薬が主流だった1872年、東京・銀座に創業された日本初の洋風調剤薬局が起源。1897年に「高等化粧品 オイデルミン」を発売して以来、化粧品事業に進出。今日では世界87カ国・地域でグローバルに展開中。</p>	4月21日
	<p>株式会社キナリ(※): 日本伝承の自然力を大切に、現代の生活に上手に取り入れていこうという思いを、日本語の「生成り(きなり)」に由来する社名に込めて2001年に設立。自然派化粧品「草花木果(そうかもっか)」を通信販売限定で展開中。</p>	4月2日
	<p>株式会社ザ・ギンザ: 洗練・上質をコンセプトに、オリジナル化粧品の開発・販売、セルジュルタンス フレグランス・ポーテ の総代理店として、直営店・オンラインショップの運営を行っています。</p>	4月2日
	<p>ザ・テラスホテルズ株式会社: 「自然との共存・自然への回帰」をコンセプトに1997年ザ・ブセナテラスをオープン、沖縄を基盤にザ・テラスクラブ アット ブセナなど現在4ホテルにて新たなリゾートライフを提案中。</p>	4月下旬
	<p>株式会社ヴァンドームヤマダ: 1973年の創業時より、アクセサリを通じてお客様と強い絆を育みながら、ジュエリーの「ヴァンドーム青山」を始め、数々のアクセサリブランドの企画・製造・販売を一貫して行っている。</p>	5月以降

次世代型総合美容サービス「ワタシプラス(watashi+)」



資生堂は、これまでの資生堂公式ウェブサイト(<http://www.shiseido.co.jp/>)に、美容に関する要望に応えるために新しく開発したコンテンツを追加し、内容を強化した総合美容サービス「watashi+(ワタシプラス)」を2012年4月21日(土)よりスタートします。この名称にはお客さまに豊かな化粧生活を提案するために、一人ひとりのニーズにあわせて開発した「プラスになるサービス」を提供したいという思いを込めています。

代表的なサイトコンテンツについて

- ① Web カウンセリング：自宅にいながらにして、本格的な美容相談を受けることができるサービス。独自の教育を受けたWeb専任のビューティーコンサルタント(BC・美容部員)が対応を行う「Web BC カウンセリング」とお客さまがセルフで診断できる「ビューティーチェック」に分かれます。
「Web BC カウンセリング」は、電話での会話とWeb BCの映像や説明用の画像を活用する「ウェブビューティーレッスン」と、気軽に相談できる「チャット形式」を用意しました。「チャット形式」ではWeb BCが口頭で発した言葉をそのまま活字化するシステムを開発し、お客さまをお待たせしないカウンセリングが可能です。「ビューティーチェック」は問診形式でご自身にぴったりのスキンケアを選ぶことができるものと、画面上で擬似的にメーキャップを試すことができるものがあります。
- ② オンラインショップ：地理的、時間的な制約からお店に行けない方や気軽に商品を購入したい方に向けた通販機能。一部商品を除いた約2,600品の資生堂化粧品を取り扱います。限定品や先行販売品も順次発売する予定です。
- ③ お店ナビ：取り扱い商品、エリア、サービス内容などの条件を基に、お客さまご自身に合ったお店を検索することができます。商品の試用やエステなど、実際にお店に足を運ぶことで体験できる魅力をお伝えすることで利用意向を高めます。

店舗の活性化に向けて

契約店舗では、顧客の購買行動分析(CRM)やお店独自のメール案内などの、お客さまにご満足いただくための機能を強化します。これにより「お店ナビ」で初めて足を運ばれたお客さまも、昔から常連のお客さまも共にお店の深いファンになっていただくことを目指します。



サイト画像(トップ画面)