

# 資生堂の新ビジネスモデル

資生堂が「創業140周年」「制度品ビジネスモデル誕生90周年」という節目にあたり、Webを活用した新ビジネスモデルを発表した。

2012年4月より国内でかつて前例のない「店舗とネットを融合した大規模な取り組み」をスタートすると発表した。

- ① 女性が美くなるための情報が集まった「企業」と「顧客」を結ぶプラットフォーム「Beauty&Co.」4月2日開設  
→月間利用者数約200万人を目標とし、早期に国内美容系サイトNo.1を目指す。
- ② 資生堂と顧客、店舗をつなぎ、IT技術を活用した次世代サービスを提供する「watashi+」4月21日開設  
→今後5年間で売上高100億円台（初年度数十億円）を目指す。



新ビジネスモデルでは、オンライン売上高100億円超、国内美容系サイトNo.1を目指す。

# 新ビジネスモデルに移行する理由と期待する効果

2012年3月29日 末川社長をはじめ経営幹部が出席し、サービスの概要、今後の展開について発表を行った。

## 新ビジネスモデルに移行する最大の理由

IT技術が進化を遂げ、「世界の3人に1人がネット利用者（約24億人）」となっている。

情報量が拡大し、「選択不可能なほどの情報量（1996年からの10年間で531倍）」になっている。

情報の洪水に溺れ、どれが自分に本当に合う化粧品であるか認識できず、店頭でも膨大な商品の中から何を選択すればよいのかわからない現代の女性

あらゆるミスマッチ（情報、店頭、カウンセリング）が生じてきている

## 店頭とネットを融合した新ビジネスモデルの概要

「ビューティー・アンド・コー」で顧客と出会う

Web

「ワタシプラス」で顧客との関係を深める

Web

顧客を取扱店に誘導。お客様に実感していただく

店頭

新ビジネスモデルでは、従来の枠組みの中では獲得できなかった顧客との接点が増えることを期待している。

# 2つのサイトと既存店舗網で構成される新ビジネスモデル

新ビジネスモデルは「ビューティー・アンド・コー」「ワタシプラス」の2つのサイトと、既存店舗網で構成されている。



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する。

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る。

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す。

資生堂はプレスリリースの中で、「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。」としている。

**この度は、資料をご覧いただき誠にありがとうございました。**

**このテーマに関する詳細情報をお知りになりたい場合は、  
当コーナーのお問い合わせフォームをご利用ください。**

※詳細な資料データ解説、社内セミナーのご依頼など、ご要望をお寄せください。

**宜しくお願い申し上げます。**

**株式会社ソフィアリンクス**

※なお、当企画は主に化粧品メーカー様のマーケティング支援を目的としておりますので、広告代理店様、企画会社様からのご要望にはご対応を控えさせて頂いております。何卒、ご理解のほど宜しくお願い申し上げます。