

## Press Release

**資生堂、「デジタルトランスフォーメーション銘柄 2021」  
「コロナ対応部門(カスタマーケア部門)」に選定**

資生堂は、経済産業省と東京証券取引所が共同で実施する「デジタルトランスフォーメーション銘柄(DX 銘柄) 2021」(<https://www.meti.go.jp/press/2021/06/20210607003/20210607003.html>)において、2021 年より新設された「コロナ対応部門(カスタマーケア部門)」に選定されました。

「DX 銘柄」とは、東京証券取引所に上場している企業の中から、企業価値の向上につながる DX を推進するための仕組みを社内に構築し、優れたデジタル活用の実績が表れている企業を、業種区分ごとに選定して紹介するものです。その中の「コロナ対応部門(カスタマーケア部門)」では、コロナ禍における企業外部に向けた対応として、製品・サービス提供後のお客さまとの接点構築の観点が評価されています。



「SHISEIDO」と三越伊勢丹 EC サイト「meeco」協働のライブコマース



商品イメージを映像で確認できる「ラディアントミラー」

資生堂は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、お客さまの購買行動の変化や新たなニーズに迅速に対応するべく、デジタル技術を駆使した新たな購入体験の提供や非接触型の美容カウンセリング、お客さまの意識変化を捉えた商品開発など、様々な取り組みを実施しています。具体的には、取引先さまとの初のオムニチャネル協働取り組みとして、SNS の動画を通じてリアルタイムでビューティーコンサルタントとコミュニケーションをとりながら商品を購入できるライブコマースや、高度な顔認証技術と AI 技術を利用して開発したバーチャルメイクアップにより商品の色味をお客さまに確認いただける、国内初のオンラインウェブカウンセリング等の取り組みを強化しています。

また、当社は「デジタルを活用した事業モデルへの転換・組織構築」を掲げており、グローバルでのデジタル領域で多くの支援実績を持つアクセンチュア社と戦略パートナーシップを締結し、2021 年 7 月には合弁会社「資生堂インタラクティブビューティー株式会社」を設立(予定)する等、デジタル・IT 専門分野での高度なスキルを持つ人材の育成・採用をより強化し、デジタルトランスフォーメーション(DX)を推進しています。

加えて、基幹業務プロセスの刷新に向けた「FOCUS」プロジェクトも着実に進捗しており、市場の変化に素早く対応できるよう、グローバルで地域間のデータ共有・可視化を加速させています。

**(参考)**

資生堂、消費者の購買意識変化を捉え、ライブコマースを国内で本格スタート

<https://corp.shiseido.com/jp/news/detail.html?n=0000000002941>

国内初 オンライン上でメイクが試せるカウンセリング実施

<https://corp.shiseido.com/jp/news/detail.html?n=0000000002978>

資生堂、アクセンチュアと合弁会社「資生堂インタラクティブビューティー株式会社」を 7 月に設立

<https://corp.shiseido.com/jp/news/detail.html?n=0000000003132>