



一人ひとりの「美」に寄りそう、資生堂の新会員サービス「Beauty Key」誕生 ～複数の会員サービスを一つに集約。アプリで実現する自分だけの美容体験～

資生堂は、店舗や EC などの販売チャネルやブランドごとに提供していた会員サービスを一つに集約した新会員サービス「Beauty Key」を、公式スマートフォンアプリ(以下アプリ)を通じて9月12日(月)[※]より、日本市場の化粧品専門店・デパート・GMS・ドラッグストアの一部に導入します。

コロナ禍を経て、お客さまはデジタルを通じて自分にあった情報収集をし、最適なタイミングや場所で購入するなど、パーソナライズされた体験を求めています。お客さまの変化するニーズに応えるため、これまで小売店ごとに把握していたお客さま情報を、One ID でお客さまごとに小売店を横断して把握し、会員サービスを提供する「Beauty Key」を開発しました。名称には、“お客さま一人ひとりのなりたい「美」の扉を開くための鍵”という意味が込められています。「Beauty Key」の One ID 化によって、お客さまは肌測定結果や対応履歴、お気に入りブランドからの美容情報などがアプリ内で一元化されるため、場所や時間を選ばず、自分に合ったシームレスなカウンセリング、美容サービスや会員特典を受けられるようになります。また、小売店ではお客さまの全ての購入履歴を参照することで、お客さまのニーズに寄り添う満足度の高い対応の実現が可能となります。

「Beauty Key」によって得られたお客さまデータを駆使し、店頭対応や施策の精度向上、商品開発力の強化、お客さまが求めている商品の事前予測など、研究開発からマーケティング、営業までをつなげ、お客さま一人ひとりの「美」の実現をフルサポートします。さらに将来的には需給動向や生産・物流などの情報とも連動させ、最適なタイミングや方法での商品・サービス提供を目指します。小売店と共に、いつでも・どこでも・お客さまが欲しい時に「テラーメイドなオンリーワン体験(一人ひとりのニーズにあった美容体験)」を実現することにより、お客さまの満足度を向上させ、お客さまとの長期にわたるエンゲージメントを深めていきます。

当社は、中長期経営戦略「WIN 2023 and Beyond」の一環である「デジタルを活用した事業モデルへの転換・組織構築」を加速するため、デジタルサービスと先端テクノロジーの領域で多くの支援実績を持つアクセントゥア株式会社との合併会社として、資生堂インタラクティブビューティー株式会社(以下 SIB)を2021年7月に設立しました。SIB が開発した「Beauty Key」の導入を契機に、データに基づくオンラインとオフラインを融合したパーソナルな顧客体験を創造・進化させ、「Global No.1 Data-Driven Skin Beauty Company」として、日本市場のビジネスモデルの革新を推進します。

[※]アプリダウンロード開始は9月7日からとなります。



「Beauty Key」のロゴ



アプリと起動画面

■ メニュー画面と主な機能

「Beauty Key」のメニュー画面は、複数の会員情報を集約する「ホーム」、美容アドバイスや購入履歴が確認できる「My ノート」、ブランド情報などが確認できる「美容情報」、お客さまに向けたお知らせを通知・表示する「お知らせ」、会員ステージやポイントなどを表示する「会員情報」の5つの画面から構成されています。



5つのメニュー画面