

「自分らしい美」を一緒に創り上げるパートナーへ 次なる時代のビューティーコンサルタント、「パーソナルビューティーパートナー」誕生

資生堂は、創業 150 周年を機に、これからの未来に向けて、店頭で対応・接客を行う国内ビューティーコンサルタント（以下、BC）を、「美」をリードする存在として美しくなる方法をお伝えする“コンサルタント”から、お客さまのなりたい「美」を一緒に創り上げる“パートナー”へと進化させます。急速に変化・多様化するお客さまニーズに寄り添い、BC はお客さま一人ひとりの「自分らしい美」の実現を目指します。これに伴い、2022 年 10 月 1 日より、BC の呼称を「パーソナルビューティーパートナー」に変更し、コスチュームも刷新します。



「パーソナルビューティーパートナー」について



新呼称「パーソナルビューティーパートナー」は、全国の BC からの公募により選出し、“お客さま一人ひとりに寄り添い「自分らしい美」を一緒に創り上げるパートナー”になるという意味が込められています。パーソナルビューティーパートナーは、お客さまが持つ様々な情報と“美容のプロフェッショナル”としてのスキルや知識を活かし、これまで以上にお客さまに寄り添い、お客さま一人ひとりにとって特別で記憶に残る体験を提供する対応を通じて、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。

呼称変更となる対象は、国内の化粧品専門店・GMS・ドラッグストア・HC・一部デパート※¹に入店する BC 約 7,000 名です。

※¹ ブランド「SHISEIDO」のデパートカウンター

新コスチュームについて

これまでのコスチュームは、オーダーメイドのコートを着用し女性の憧れの職業を体現した「ミス・シセイドウ」の時代から、その時々々の流行を取り入れたデザインを継承しながら、いつの時代も“美容のプロフェッショナル”としてのあり方を示し進化を遂げてきました。

今回の呼称変更に伴い、コスチュームも統一感ある制服スタイルから、着用する一人ひとりの魅力を引き出し、お客さまからパートナーとして映る多様なスタイルへ刷新※²します。

デザインコンセプトは、「Friends ー友達と会う時のようなおしゃれマインドで、自分らしく、美しく。ー」。全 14 アイテム※³による計 120 通りのバリエーションに加え、私服のアレンジや足元アイテムの選択が可能で、自分だけのコーディネートを組み合わせたことができます。また、資生堂のシンボルカラーであるレッドを基調としたりボンモチーフのブローチをコスチュームの共通アイコンとすることで、資生堂のパーソナルビューティーパートナーであることを示します。

一人ひとりの個性を活かすコスチュームによってパーソナルビューティーパートナー自身が「自分らしい美」を表現することで、よりお客さまにとって親しみや魅力を感じていただける“自分にぴったりのパートナー”となることを目指します。

※² 新コスチュームの着用対象者は、国内の化粧品専門店・GMS・ドラッグストア・HCに入店する BC（デパートは除く）

※³ ジャケット 2 種、カーディガン 1 種、インナー 5 種、ボトムス 4 種、ワンピース 2 種



【多様なコーディネートが可能なコスチュームの着こなし例】



【共通で着用するブローチ】

BCの歴史と「パーソナルビューティーパートナー」誕生の背景

資生堂のBCは、原点である「ミス・シセイドウ」誕生以来、88年にわたって、美しさを追求し続けてきた資生堂のお客さまサービスの中核を担ってきました。

「ミス・シセイドウ」の活動は1934年、240名以上の中から選ばれた9名の第一期生からスタートしました。美顔術・生理学・皮膚科学や、接客マナー・セールストーク、身だしなみ・礼儀作法、芸術などを7か月間にわたり学び、「近代美容劇」という芝居形式で、資生堂が提唱した最新の美容法を提案しました。仕事をする女性がまだ少なかった当時、時代に先駆けて“美の伝道師”として活躍したミス・シセイドウは、女性の憧れの職業となりました。以来、「一人でも多くの方に美しさを届けたい」という彼女たちの想いを受け継ぎながら、お客さまに選ばれ続ける“美容のプロフェッショナル”となるべく、常に時代の変化に合わせて進化し続けてきました。



【ミス・シセイドウ第一期生 1934年】

そして今、急速な時代の変化に伴い、BCの存在意義を生活者起点で見直す新たなフェーズを迎えています。コロナ禍やテクノロジーの進化を経て美容ニーズが多様化する中、お客さまがBCに求める役割も「美しくなる方法を教えてもらうこと」から「自分らしい美しさの実現に向けて一緒に考えてくれること」へ変化していることが分かりました。そこで、お客さまの変化するニーズに応える活動内容と連動して、1990年以来となる32年ぶりの呼称変更を実施します。

<ご参考>

コスチュームのサステナビリティ対応について

資生堂は、企業使命である「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD(美の力でよりよい世界を)」のもと、2030年に向けて「美の力を通じて“人々が幸福を実感できる”サステナブルな社会の実現」を目指しています。

着用期間を終えたコスチュームの廃棄処理については、コークス炉化学原料化法による「ケミカルリサイクル」を2009年より採用しており、無酸素状態で処理するため炉に投入したのからCO₂は排出されないことに加え、炉に投入後の残留物(灰)もゼロとなり、100%再生利用できます。今回の新コスチュームはもとより、新コスチューム導入に伴い破棄される旧コスチュームについても、「ケミカルリサイクル」によるエコ処理対応を行っていきます。