

## 資生堂オンラインストアにて「アバターPBP」によるライブコマースを開始

～若年層や男性のお客さまへのアプローチを強化～

資生堂ジャパンは、公式 EC サイト「資生堂オンラインストア (SHISEIDO ONLINE STORE)」にて、お客さまの多様な美の価値や購買行動への対応を加速すべく、パーソナルビューティーパートナー（以下、PBP）が持つ美容や接客のノウハウと最新のアバター技術が融合した「アバターPBP」によるライブコマースを 10 月 22 日(水)より試験展開します。

PBP によるアバターを介した接客により、若年層や男性のお客さまへのアプローチを強化し、従来のライブ配信では出会えなかった層への接点拡大と、新しい購買体験を提供します。

本試験展開により、アバターPBP の可能性の検証とノウハウを蓄積するとともに、誰もが気軽にパーソナルな美容体験にアクセスできる環境づくりを推進し、顧客満足の向上と EC 売上拡大を目指します。

**Live** 10.22 (水) 20:00 配信

**アバター美容部員初登場！**

今日から始める、肌に寄り添うケア  
**敏感肌の新アイテム徹底解説**



**FindBeauty**  
LiveShopping

【ライブコマースイメージ画面①】



【ライブコマースイメージ画面②】

### 導入の目的

近年、化粧品業界では EC 購入が一般化する中、単なる商品提供にとどまらず、ブランド体験や接客品質といった「カスタマーエクスペリエンス」の重要性がますます高まっています。こうした市場背景の変化を捉え、当社の強みである PBP が持つリアル店舗やデジタルで培ってきた美容の専門性と接客技術を、最新のアバター技術と掛け合わせて、国内化粧品業界初※の取り組みとして新たな接客スタイルの試験展開を決定しました。

※資生堂調べ

### アバターPBP ならではの価値提供

「キャラクター」という特徴を持つアバターは、単なる“相談相手”にとどまらず“共感者”として受け入れられる傾向があり、人に対して無意識に抱きがちな先入観や緊張感の軽減効果を期待できます。アバターPBP による新たな接客スタイルで、お客さまがより安心してパーソナルな美容相談を受けることができる機会を提供します。特にアバターとの親和性が高い若年層の購買行動が「コト体験」へとシフトするなか、ストーリーテリングやエンタメ性のあるライブ視聴体験を提供することで、若年層との接点拡大を図ります。さらに、男性化粧品市場の急速な成長を背景に、男性のお客さまへのアプローチも強化します。

### アバターPBP について

先輩女性キャラクターの「M!ra(ミラ)」と後輩男性キャラクターの「Rai(ライ)」の 2 名のアバターPBP が、ライブ配信の画面上に登場し、お客さまとリアルタイムで双方向に交流することで、お客さまお一人おひとりに寄り添った最新の美容情報や商品紹介を行います。ライブ中に紹介された商品はライブ画面上に表示され、タップすることで商品購入ページにアクセスでき、お客さまのスムーズな購買体験を実現します。



【M!ra(ミラ)】



【Rai(ライ)】

**M!ra**  
(ミラ)

“M!ra”にはスペイン語で「見る」という意味があり、お客さまの美しさを引き出す PBP としての役割を象徴しています。  
店頭での接客経験を通じて培った安心感と、最新の美容情報を柔軟に取り入れる力が強みです。スキンケアが得意で、肌悩みに寄り添った商品の選び方・使用方法を提案します。

**Rai**  
(ライ)

“Rai”は「来(未来)」をイメージした名前です。未来に新しい価値を届ける存在を象徴しています。明るく元気で、素直な性格です。幅広いお客さまの悩みに真摯に向き合ってきた経験を持ち、ベーシックスキンケア、メンズスキンケア、UV ケアの提案を得意とします。