日本サスデアノルに私品級共成権、代表 昭和女子大学現代ビジネス研究所研究員 化粧品業界に長く、早くから「環境×化粧品」を提唱。業界・企業・一般に化品の環境・社会課題について解く。サステナブル美容の専門家としても活躍し、 に生物多様性と産業について研究。講演や執筆、大学での講義などで幅広く活躍。 bttp://www.icisable.comp.org/

VOL.23

長井美有紀

日本サステナブル化粧品振興機構 代表

https://sustainable-cosme.org/ 論文 福井大学共同論文、昭和女子大学紀要

チャットボット 」で美容部員の顧客体験を革新

Xを加

ロジェクトとして開発され、トライアル期間を経て2025年7月より本 生堂インタラクティブビューティー、アクセンチュアの3社による共同プ タル技術とヒューマンタッチを融合させた新しい接客の形を目指すものだ。 格的に稼働を開始している。この取り組みは、PBPの業務効率を飛躍的 に高め、高度化する顧客ニーズに応えるための戦略的な一手であり、デジ トを導入したことを発表した。この新システムは、資生堂ジャパン、資 ブレット (B-TAB)」に、 資生堂ジャパンは、 パートナー(PBP) が使用する情報検索端末 「ビューティー・タ 店頭の美容部員であるパーソナルビューティ 生成A-を活用した独自のチャットボ れる。

現場の課題に対応 化する顧客ニーズと

は、必要な情報を探し出

従来の方法で

問い合わせたりする必要

者や内勤スタッフに都度

の詳細について営業担当

社内のルールや施策

た。

るという課題を抱えてい 部門の業務負担につなが のロスやバックオフィス があり、これが接客時間

報の提供や、質の高い美 の肌質やライフスタイル せている。単に製品を購 容体験を求める傾向がま に合ったパーソナルな情 入するだけでなく、自身 い多様化と高度化を見 今日の化粧品市場にお 顧客のニーズは著 中 れる膨大な商品知識、ブ PBPには、日々更新さ すます強まっている。 提案をすることが求めら ョン内容を正確に把握 ランド情報、 このような市場環境の 顧客と直接向き合う 個々の顧客に最適な プロモーシ の課題を解決するために ャットボットは、これら すのに時間がかかった

「接客品質の向上AIがもたらす「

業務効率

化

今回導入されたAIチ



淍

刊

般的に、これまで化

することから、より注目 ューティーの思想に直結 られる機会がなかった。 が高まっている。 近年クリーンビューティ 粧品や日用品における社 働搾取・フェアトレード 会問題はあまり多くを語 が台頭し、クリーンビ 化粧品や日用品にお (2)ジェンダー平 (1) する。 搾取されていないかどう 性・子供たち、東南アジ る。 確認することが必要であ 産者がいないかどうかを 働条件に置かれている生 などアフリカや南米の女 パーム油生産において 原料調達において発生 特にカカオやハーブ 低賃金や過酷な労

y

における社会問題

ウォッシング、(5)アクシ 等と女性のエンパワメン スビリティと格差、⑥多 報の非対称性とグリーン まず(1)労働搾取・フェ ③文化的盗用、4情 レードの問題は、 主 行われてることである。 海外ブランドでは、 ば、これのほかに、鉱物 代表的な労働問題といえ かなどである。化粧品で に排除されている傾向に 資源の採集に児童労働が ②ジェンダー平等と女 国内大手でも児童 すぐ

速に回答を提示する。 の要素を含む複雑な検索 製品は?」といった複数 めの、保湿効果が高い新 時に入手できる。例えば、 AIに質問を投げかける だけで、必要な情報を瞬 一敏感肌の3代におすす AIが的確かつ迅 資生堂の化粧品容器リサ

を受ける側の社員の対応 だけでなく、問い合わせ 問い合わせたりしていた 場所を探したり、社内へ 組織全体の生産性向上に 業務も削減されるため、 る。これまで資料の格納 業務効率を劇的に改善す 間が大幅に短縮される この機能は、PBPの

常的に使う自然な言葉で 開発された。PBPは「B -TAB」を通じて、日 上」という革新 顧客サービスに充てるこ を って生み出された時間 大の目的は、効率化によ このシステム導入の最 より付加価値の高い

平等や、女性の教育・就 どである。近年、働く女 労支援を行っているかな 性のエンパワメントで は、企業内における男女 できるようになる。

されやすい化粧品業界で 視した商業利用がされて 材を現地文化の文脈を無 社会にアピールしていく は先進事例として、日本 いないかと見なくてはな ルなど伝統的文化や、素 ドのアーユルヴェーダや ことが重要だ。 する企業も増えてきてお 性のメンタルケアへ対応 モロッコのアルガンオイ (3)文化的盗用は、 (4)情報の非対称性とグ 女性がフューチャー イン 費者にとって企業やブラ やすくするように企業が することがいえる。クリ を、広く消費者が購入し まだ高価格であること 認証が有効といえる。 どうかということである。 リーンウォッシングとは、 向けになりがちなところ で、ターゲットが富裕層 に反映させてないように 慮化によりその製品価格 格差については、環境配 明確な根拠とは、第3者 ても明確な根拠があるか 「投資」を行うことが必 ーンビューティー製品が 「クリーン」と名乗って **企業努力とみなされ、** 5アクシスビリティと すいが、 改革が必要である。

にする、人だからこそで とにある。資生堂が大切 きる顧客への共感、 商品 てなしにPBPが集中で を実際に試すといった体 験の提供、心からのおも 顧客満足度の向上を図る。 きる環境を整えること で、接客の質を一層高め、

シャネル・ファンケル参画で拡

ng(ビューリング)」が、10月1日より新たなパートナーを迎え プラスチック製化粧品容器の循環型プロジェクト「BeauRi 品業界全体で資源循環の輪を広げる取り組みを加速させる。この て拡大した。今回、シャネルとファンケルが新たに参画し、 現在の横浜市内2箇所から4箇所に増加する。 拡大により、使用済みプラスチック製化粧品容器の収集拠点は、

容器の回収だけでなく、 収集BOX「BeauR 別したりする必要なく、 ing BOX」へ投函 の4社の使用済み容器 身近な場所に設置された このプロジェクトは、 中身を洗浄したり分 ネル、ファンケル 堂、ポーラ、シャ 生活者は、 を再生エタノール化する 先進的なリサイクル技術 の関係会社である積水バ ラスチック製化粧品容器 業、住友化学との3社協 の実証も進めている。 実証試験に成功した。 ど、収集した使用済みプ 業による循環モデルの検 証を進めており、このほ これは、積水化学工業 資生堂は、積水化学工

スジェンダーやインバ 年齢への配慮、トラン 、ドの信頼性が高まる。 (6)多様性の不足と 肌の色やタイプ、

ことで、広い消費者に ある。化粧品や日用 業によってバラつきが 女性向けと認識されや 訴えかけることができ た化粧品の場合だと、 不足である。肌の色は グローバルレベルでの 人種も関係される。ま イナリーの配慮などの んけにとどまらない、 この6つのカテゴリ への対応は、まだ企 多様性をもつ タルケア」を提供するこ に設立された。同社のミ セルフケアまで、 見を融合し、2019年 ケアから肌トラブルの ションは、日々のスキ カーのマルホが持つ知 のコーセーと医薬品メ 同社は、化粧品メーカ 4態に合わせた 「ト ヒフニック」

供給する保水有効が

能に重要な角層ラメラ構

ークなルーティンを紹介

H D

は、マルホが唯一



証プラントにて、同社が イオリファイナリーの実 られた容器をガス化

向上に伴い容器の収集量

は順調に増加しており、

体を募り、資源循環の輪

を広げることで、美の力

来、プロジェクトの認知

での課題解決を目指す。 ng」を通じて業界横断

今後も参画企業や自治

実証試験を開始して以

ど、製品開発段階から環

課題があった。資生堂は、

単一素材での容器設計な

難しいという業界共通の

使用され、リサイクルが

境負荷軽減に取り組むと

ともに、「BeauRi

ル技術」を活用して実現 所有する「BRエタノー されたものだ。この技術 マルホファー マ 可燃ごみとして集め ヒフニック

類医薬品。冒頭の挨拶で サつき、ひび割れ、粉ふ 本田社長は「コーセーグ を本気で治すための第2 きといったつらい乾燥肌 と述べた。 は『保水パフォーマンス の高い保水効果を当社で 湿持続性を実現する。こ (保スパ)』と名付けた」

ティング企画・開発部の ており、「肌のバリア機 リン類似物質」を配合し は国内最高濃度の「へパ 西田氏は、「ヒフニック」 アを選択できるようにな から肌の悩みに応じたケ TC医薬品であり、ユー った」と語った。 ザーは予防と治療の両面 ープとして初めてのO 続いて登壇したマーケ を走って行うというユニ く寝るために家事や準備 をこなすせっかちな性格 のいい状態をキープする 容法について語り、「肌 は、多部さんが自身の美 であることを明かし、早 事とプライベートを両立 には保湿がとても大事 するため、分刻みで予定 だ」と述べた。また、仕 トークセッションで

乾燥肌あれ治療クリーム 2類医薬品)である乾燥 肌あれ治療ジュレ「メデ カルC. HD L」と 新ブランドの第1弾と 一般用医薬品(第

種多様なプラスチックが

保護やデザイン性から多

化粧品容器は、中身の

の構築を目指す。 び化粧品容器の原料 生ポリオレフィンの 使い、住友化学が再 製造試験へと移行す 済み化粧品容器が再 となる循環サイクル 2023年4月に これにより、使用

れた。 を持つ再生エタノー された再生エタノー 生成されることが確認さ で、従来品と同等の 微生物触媒を利用し 今後の計画では、 ノールへ転換するもの ルを てエ

約1・9倍に達し、生活

20カ月目には開始当初の

が根づきつつある可能性

社会の実現に貢献してい

く構えだ。

感できるサステナブルな を通じて人々が幸福を実

者の間にリサイクル行動

コーセーマルホファーマは9月25日 新CM発表会を開 を示している。

既存ブランド「カルテHD」について説明した。 への思いや自身の美容法を語った。 優の多部未華子もゲストとして登場し、 続いて、両ブランドのミューズに就任した俳 開発部の西田紘子氏が登壇し、新製品・ の新CM発表会を開催した。本田英二社 長が挨拶した後、マーケティング企画 乾燥肌治療薬の新ブランド「ヒフニック 製 京作がとう

(現する肌の と「カルテHD ŀ ータルケア

個々の スキンケアを目的と 製剤技術を融合させた 肌荒れを防ぐ日常的 と、コーセーが培っ 医薬部外品だ。乾燥 に支持されてきた。 へパリン類似物質HD」 多くの消費 造の回復を促し、高い保

ヒフニック」 今回新たに発売 ヒフニック

主力ブランド

一カルテ

リーム」の2製品を展開 メディカルC. HD ク している。