ミルボン

美容室向けEC事業を本格始動

美容室向けヘア化粧品で日本最大手のミルボンは、美容室専売品をオンラインで購入できるEC事業（ミルボンプロフェッショナルEC）を本格始動する。２０１７年よりコーセーと業務提携しスタートしたスキンケアブランド「IMPREA／インプレア」（２０１９年９月１日販売開始）を皮切りに、順次取扱ブランドを拡大させ、サイトの利便性向上を目指す。

ミルボンは、美容室での対面カウンセリングによって店販品（シャンプー、スタイリング剤など）を販売する来店顧客に限定した販売を行っている。

美容室の売上には、カットやカラーなどの技術売上と店販（物販）売上があり、人口減少により美容室の総客数の増加を見込むのが難しい中、美容室においては技術メニューのみで生産性を高めることは容易ではなく、店販ビジネスの活性化は今後の美容室、ひいてはミルボンにとって大きな経営課題となっていた。

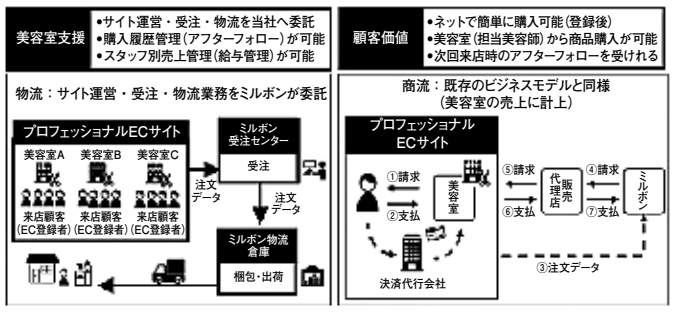
一般的に、1年以内に美容室のヘアケア商品を購入したことがある人のうち、商品の離脱客は60％程度と言われており、リピートしない理由の30％が「美容室に買いに行くのが面倒」という買場ストレスによるものだと考えられている。

こうした中、美容室専売品であるミルボンの商品は、これまで美容室でしか購入できず、継続率の面で課題があった。しかし、EC環境を整えることで顧客は、店頭で担当の美容師から購入していた商品をネットで購入できるようになり、美容室の来店タイミングとは関係なく、欲しいタイミングで購入可能になる。また、購入履歴は全て美容室が管理するため、ヘアカットやヘアカラーなどでの次回来店の際に、的確なアフターフォローを受けることができる。

美容室にとっては、サイト運営・受注・物流業務をすべてミルボンが受託することで、負担なくEC販売に参入が可能になる。

現状でも、メーカーが顧客に直接販売して、手数料を美容室に還元する仕組みのECは存在するが、ミルボンプロフェッショナルECは、顧客が通っている美容室から購入するECの仕組みのため、美容室側で販売管理し、美容室の売上になるビジネススキームである点がこれまでのECとは大きく異なっている。

ミルボンプロフェッショナルECは、「BtoBtoC」という新たな形のECプラットフォームとして、信頼性・利便性の高いサロン店販商品の購入環境を整備することにより、リピート促進から店販購入客比率を上昇させ、美容室の生産性向上に寄与し、市場の成長を目指していく。



担当の美容師から商品をネットで購入できる

私のH＆B日記

無駄な移動

週末には都内をランダムに散歩していることが多く、無目的に歩いている瞬間が幸せだと感じるが、結局、地図アプリで移動距離を確認しながらほくそ笑んでいると、我ながら寂しい尺度で物事を判断していると情けなくなる。普段、運動をする習慣が全くないが、若さにかまけて不摂生を繰り返していたら、いつか痛い目にあうのだろうか。

だからといって散歩に精を出している訳ではない。「今のうちから、太らないように気をつけよう」などという建設的な思考は無く、むしろ「無目的な移動」のためには、自転車が最適だと考えているが、急に面倒くさくなって電車に乗り込むことが大半なので、徒歩という移動手段を選んでいる。

先日は渋谷駅から文化村通りを上って、MEGAドン・キホーテを横目にそのままオーチャードロードと呼ばれる狭い道を真っ直ぐ歩いていた。このあたりは小さな飲食店やセレクトショップが多く、歩いているだけでも面白い。高級住宅街である松濤にも近く、以前、個性をはき違えて、アロハシャツでインターンシップの面接に臨んだ会社も近くだと、思い出していた。

結局その日は代々木八幡から幡ヶ谷まで抜け、さらにそこから中野、高円寺まで歩みを進めた。さぞ歩いたろうと、後で調べてみると移動距離は約7・5kmで、電車だと30分足らずで移動できてしまう距離だ。

幡ヶ谷から北上していると、中野富士見町あたりで不意に地域の祭りに遭遇し、疎外感と一体感の不思議な気持ちを味わった。

商店街にずらっと出店が並び、あらゆる良い香りで道行く人の食欲をくすぐっていた。

ちょうどその日は高円寺でも阿波踊りが開催されており、18時に到着した時にはすでに街全体の熱気が高まっていた。太鼓や鈴の音が響いており、大勢の見物人が阿波踊りを見ようと押し合い、それを制止する警察官の姿が印象的だった。

また、その光景は夕方の商店街の祭りとは対照的だった。（間）

資生堂

「teamLab Borderless Shanghai」公式パートナーに

資生堂は、中国地域本社の資生堂（中国）投資有限公司を通じて、11月5日より中国・上海で開催される「境界のないアート」をテーマとした「teamLabBorderless Shanghai」の公式パートナーになると発表した。

6600㎡の巨大スペースに、上海オリジナルの作品を含め50件の作品が展示される。今回は、2017年7～10月の「資生堂 presents チームラボ かみさまがすまう森のアート展」、2019年5月よりシンガポールのチャンギ空港で開催している「SHISEIDO FORESTVALLEY」のアートインスタレーション「SENSE」に続き、資生堂とチームラボにとって3度目のコラボレーションとなる。

同社は、今年から「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD」という企業使命を掲げ、ビューティーイノベーションを起こしてよりよい世界に貢献することを目指しており、最新のデジタルテクノロジーを駆使したアート創造により、世界に驚きと感動を与える新たな価値を提供するチームラボをサポートしていく。

花王

「スマートフォンの利用実態調査」を実施

花王は、8月23日～26日にかけて、20～50代のスマートフォン利用者800名を対象に「スマートフォンの利用実態調査」を実施した。

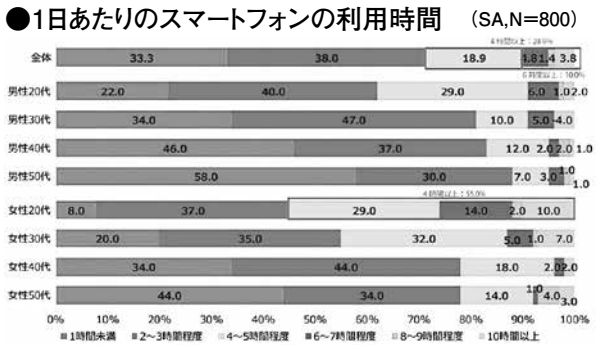
その結果、1日のスマートフォンの利用時間として、「2時間以上」と答えた人が66・7％で、「4時間以上」と答えた人は全体の約3割（28・9％）いることがわかった。

また、スマートフォンの利用タイミングは、全体では約半数（50・1％）が「就寝時」まで利用すると答え、1日4時間以上の長時間利用者では、71・3％もの人が「就寝時」までと回答した。

スマートフォンの用途についての質問では、1日4時間以上の長時間利用者の「LINEなどのメッセージアプリ」（80・4％）、「SNS」（67・0％）、「動画視聴」（56・1％）、「ゲーム」（49・1％）などが全体より特に高い数値を示した。

1日4時間以上の長時間利用者の約75％が就寝前もスマートフォンを「30分以上」利用しており、自由回答欄には「動画を見ていたら朝になっていた」「朝までゲームやマンガに熱中していた」といった声が寄せられた。

●1日あたりのスマートフォンの利用時間　(SA,N=800)



大分県と「香りに関する連携協定」を締結

小川香料

小川香料は8月23日、大分県と「香りに関する連携協定」、大分県佐伯市と「研究所設置協定」をそれぞれ締結した。

「香りに関する連携協定」では、カボス、ユズをはじめとする大分県産農作物を利用した天然香料（精油）、香りにこだわった食品（水・エキス）の販売を促進する。

大分県産農産品由来の香料を配合した製品を通じ、農産品の認知度向上を図るとともに観光客の誘客につなげ、地方経済の活性化に貢献していく狙いだ。

「研究所設置協定」では、大分県の農産物を利用した香りの研究開発を推進し、2024年を目途に大分県産のレモン天然香料の販売を目指す。

今後は、国産和柑橘を利用した天然香料、食品の開発にも注力していく方針で、シークヮーサーやスダチについても国内農業関係者と連携し、2020年より天然香料・食品の販売をスタートする。

「和柑橘や和素材を利用した天然香料・食品の開発を推進することで、日本の素晴らしさを世界に発信していきたい」（同社）

GICが日経ニューオフィス賞

資生堂「経済産業大臣賞」受賞

資生堂の新研究開発拠点「資生堂グローバルイノベーションセンター（GIC）」は、日本経済新聞社と一般社団法人ニューオフィス推進協会が共催する第32回日経ニューオフィス賞にて、応募総数132件の中から毎年1件のみに贈られる「経済産業大臣賞」を受賞した。

受賞に際して島谷庸一副社長は、「昨今、『イノベーション』という文字を見ない日はないほど、世の中の関心は高まっている。私たちもイノベーションを創出するためにどうすべきかを徹底的に考えてきた。化粧品は機能的価値に加え、情緒的価値を併せもつことが大きな特徴であり、技術的な構成要素は多岐にわたる。これまで以上に生活者を理解する必要があると考え、都市型オープンラボを選択した。GICの愛称を『S／PARK』とし、アイディアがスパークする場所、人が集まる資生堂の公園、という意味を込めた。この場所で、当社の研究員が生活者や外部研究機関など様々な人々と交流をしながら、新たなイノベーションを起こしていく」とコメントした。

中嶋 章義氏（なかじま・あきよし＝元カネボウ（現クラシエホールディングス）社長・会長）は、8月25日4時5分に膵臓がんのため死去、69歳。兵庫県出身。通夜、葬儀は近親者で行った。

中嶋氏は、慶應義塾大学時代ラグビー部に所属。その後のコーチ時代、後輩たちを叱咤する時にかけた「突破」という言葉を信条にしていた。その突破力が買われ、2004年に債務超過で経営難となり、産業再生機構の支援を仰いだカネボウの社長・会長に就任し、再建に努めた。

その後、2007年にクラシエホールディングス代表取締役会長執行役員、2009年取締役会長に就任し、2014年に退任した。