

## 保養品販売における顧客支援システムの提案 Proposal of a Customer Support Web System in Skin Care Sale

武 金萍†  
Kinhei Bu

野地 保†  
Tamotsu Noji

木下 善皓‡  
Yoshihiro Kinoshita

水野 浩孝†  
Hirotaka Mizuno

### 1. まえがき

自分の肌に合っている化粧品はインターネット、テレビや雑誌などで検索できるとは限らない。中国では、「保養品」という言葉があり、日本ではスキンケアを指す。お肌の美しさを保ち養ってくれるもの一切をスキンケアと言い、乳液、クリーム、サプリメントなどがある。人の肌の状態には様々なタイプがあり、そのタイプごとに適したスキンケアを使用することが重要である。本研究では、インターネットで顧客の肌タイプのチェック<sup>(1)</sup>を行い、顧客の肌に合ったスキンケアを選び出す。また、知識データベースを利用し、常に肌タイプにあうスキンケアを選び出させるシステムの研究を行い、販売における顧客支援システムを提案する。

### 2. スキンケアの重要性

スキンケアの重要性をメイクアップ商品とスキンケアの違いから述べる。メイクアップ商品は速く効き目が出る等の効果がある。しかし、メイクアップ商品の化学成分の含有量は高く、お肌に刺激が大きい。スキンケアは多くのお肌に吸収しやすい成分を含み、お肌に保護と改善の効果を持たせる。さらに、化学成分の含有量は低くお肌に優しい。

個人の肌の状態には様々なタイプがあり、そのタイプごとに適したスキンケアを施されることが重要である。より効果的な栄養補給、美白効果等をもたらすために、お肌のタイプに合ったスキンケアを選び使用する重要性がある。

### 3. 従来のスキンケア販売の問題点

従来のスキンケアにおける販売システム例<sup>(2)</sup>を図1に示す。スキンケア商品を購入するまでの顧客側とシステム側の処理の流れは、

- ① 肌タイプを質問形式で分析する
- ② 肌タイプの診断を行う。肌に悩みがある場合は悩みの項目を選択する
- ③ 肌タイプにあったスキンケアを提示するとなる。

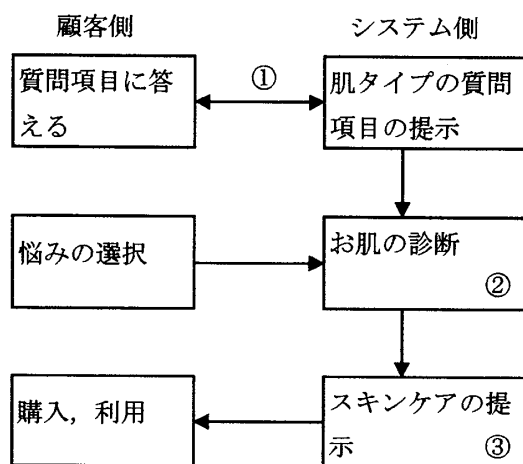


図1 従来のシステム

しかし、従来のシステムでは問題点が2つあり以下に示す。

1つ目は、顧客の肌タイプの診断方法である。質問形式の診断方法では定性的であり、質問数が限られており、顧客の肌タイプを細かく分類することが難しい。

2つ目は、顧客に対して情報の流れが一方通行である。顧客がスキンケアを利用した後、実際の評価がどうであったか分からない。

### 4. 提案する顧客支援システムの特徴

従来の2つの問題を解決するために顧客支援システムを提案する。顧客支援システムの特徴は肌タイプを細かく分類でき、スキンケアを利用した後も含めて顧客と顧客支援システムとの双方向の情報交換、提供を可能とする。

提案する顧客支援システムを図2に示す。1つ目の問題点の解決策を4.1に、2つ目の問題点の

† 東海大学電子情報学部

‡ 東海大学大学院工学研究科

解決策を4.2に、図2の①～⑧の各々の番号に対応させて述べる。

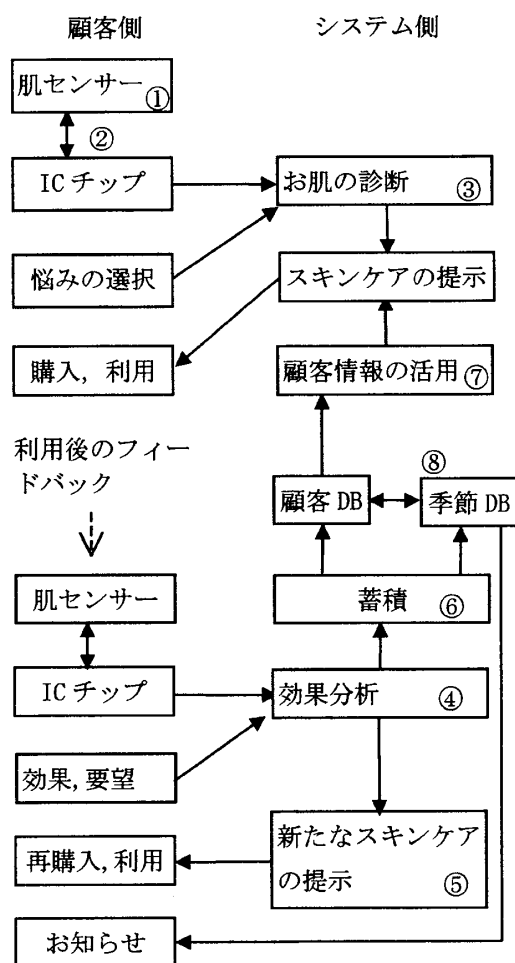


図2 提案する顧客支援システム

#### 4.1 肌センサーにおける肌タイプの診断

質問形式で行う肌タイプの診断方法を改善するために肌センサーを用いる。肌センサーの利用方法を以下に示す。

- ①肌センサーでお肌の状態を調べる。
- ②ICチップに肌データを蓄積する。
- ③蓄積させた肌データを顧客支援システムに送り、診断を行う。

肌センサーとICチップの利用により肌タイプを従来のシステム以上に細かく分類でき、正確な肌タイプの診断ができる。

#### 4.2 フィードバックを中心にした顧客支援システムの構成

情報の一方通行を失くすために、情報のフィードバックを構成する。顧客が商品の使用過程で肌データをICチップに蓄積させる事により、フィードバックがなされる。フィードバックは顧客へ

のフィードバックとデータベースへのフィードバックの2つである。

顧客へのフィードバック手順を以下に示す。

- ④顧客がスキンケアを使った後の効果、要望を聞き、ICチップの肌データとともに効果分析を行う。
- ⑤新たなスキンケアを提示する。

顧客へのフィードバックは常に顧客の肌に合うスキンケアの提示を可能とする。

顧客データベース(DB)へのフィードバックは以下の手順で行う。

- ④顧客がスキンケアを使った後の効果、要望を聞き、ICチップの肌データとともに効果分析を行う。
- ⑥分析結果を顧客支援システムに蓄積する。
- ⑦顧客情報を活用する。

第3者の顧客情報も含めた新しい肌データ情報がシステムに加えられることにより、顧客が望むスキンケアをより正確に提示することが可能となる。

- ⑧季節データベースの構築と活用を図る。

季節毎に肌データベースを分類、構築する。その季節の肌データを予想し顧客にあったスキンケアを知らせる。

このような顧客支援システムを提供することにより顧客はお肌にあった効果的なスキンケアを選び出すことができ、季節変化にも早めに対応できる。

#### 5. むすび

本稿では、リアルタイムで顧客に合ったスキンケアを提示できる顧客支援システムを提案した。

今後の課題として、顧客支援システムの構築を目指すと共に、顧客にとって、さらに使いやすいシステムの研究を進める。

#### 参考文献

- (1) 木下善皓, 佐藤大輔, 池田篤史, イク ケイ, 王 春明, 野地 保: “シャンプーのWeb販売における顧客支援システム”, 2005年電子情報通信学会, pp274 (2005)
- (2) <http://www.genoa.jp/content/type/index.htm>, @ゼノア化粧品通販