

お客様の多様なニーズにお応えする取り組み

アイスタイルは、1999年の創業以来「生活者中心の市場創造」をビジョンに掲げ、事業展開をしてまいりました。クチコミを集めてデータベースを活用することで、メーカーの商品開発への反映、化粧品店舗の開発、ECサイトの導入などコスメブランドとの出会いの場づくり等を実現してきました。

新型コロナウイルスの影響により生活スタイルや価値観が変化し、安全性やウェルビーイング、サステナビリティを意識するニーズが強まっています。

アイスタイルはそうしたニーズをいち早く汲み取り、サービスに反映し、メンバーのみなさまとコスメブランドの出会いを創出します。

取り組み実績

■お客様のニーズに沿った「マイコスメ」との出会いの創出

@cosmeは、生活者が自分にぴったりの「マイコスメ」と出会えるプラットフォームとして、美に関する様々な情報や体験をお届けしております。

新型コロナウイルスの影響等、消費者の生活スタイルや価値観が変わっていく中、引き続き@cosmeを心地よくご利用いただけるよう、サービスの改善や、新規サービスのリリースを検討、実施してまいります。

【直近の主な実績】

・ BEAUTY SDGs WEEK powered by @cosmeを開催（2021年4月）

近年、SDGsをはじめとしたサステナブルな社会に向けた機運が高まっており、BEAUTY業界でも様々な取り組みがなされています。

消費者にとっても、新型コロナウイルスの出現による生活スタイルの変化や、SNS等からの情報、脱プラスチックのためのマイバック普及等により、地球環境を配慮した消費行動を心がける「サステナブル消費」の意識が高まっています。2021年3月中旬に@cosmeメンバー12,679人に実施したアンケートにおいて、「SDGsやサステナビリティなど、人や環境にやさしい美容を意識していますか？」という質問に対し、「意識している」と回答した人は17%、「意識していないが興味はある」と回答した人は42%でした。

そうした背景から、アイスタイルは、@cosmeのプラットフォームを介してパートナー企業のサステナブルな活動やエシカルブランドの認知を広げ、消費者のSDGsに対する更なる理解浸透や、サステナブル消費の促進を目指し、2021年4月14日～27日までの2週間、「BEAUTYからSDGsを考えよう」をテーマに、「BEAUTY SDGs WEEK powered by @cosme」を開催いたしました。



【取り組み内容】

1. コスメ・美容の総合サイト「@cosme」での取り組み
 - ・ 特設サイトの開設
 - ・ 特別コンテンツの配信
 - ・ インスタライブ配信
2. 化粧品専門店「@cosme STORE」「@cosme TOKYO」での取り組み
 - ・ 空き容器回収・リサイクルの取り組み（@cosme TOKYOのみで実施）
 - ・ 「お買い物袋いりません」で寄付（国内の@cosme STORE全店舗 & @cosme TOKYOで実施）
 - ・ ポップアップスペースでのSDGs特設コーナー展開（@cosme TOKYOのみで実施）
3. 化粧品EC「@cosme SHOPPING」での取り組み
 - ・ 特設サイトの開設
 - ・ 対象商品お買い上げ件数に応じて寄付
4. その他の取り組み
 - ・ @cosme for BUSINESSでのウェビナー開催

• @cosmeアプリのアップデート（2021年4月）

お客様自身がお気に入り商品登録「Like」をした商品や、閲覧履歴をすぐにご確認いただけるように変更いたしました。また、Likeした商品一覧、およびMyメニュートップにて、登録商品のお得情報を確認できるようにいたしました。

メンバーのみなさまのご要望などのお声を活かして、メンバーのみなさまの利便性向上のため、今後も適宜改善や新しいサービスのリリースを行ってまいります。

• ECスペシャルイベント「@cosme BEAUTY DAY」連動企画、1日10時間のライブ配信「ワタシ何買ったらいいの？教えて！美容部員さん」を開催（2021年12月）

新型コロナウイルスの影響により、オンラインでの購入件数が増えるなど、着実にデジタル化が進んでおります。

2018年より、毎年実施している@cosme公式通販「@cosme SHOPPING」のスペシャルイベント「@cosme BEAUTY DAY」においても、新たな試みとして1日10時間のライブ配信「ワタシ何買ったらいいの？教えて！美容部員さん」を実施いたしました。

オフライン（店頭）のみならずオンラインでも美容部員にご相談いただき、メンバーのみなさまが「マイコスメ」に出会えるよう、お手伝いいたします。



• インフルエンサー、クリエイターのコスメブランド立ち上げを支援「@cosme creator support program」の提供を開始（2021年8月）

株式会社アイスタイルは、カラーコスメ OEM 大手の株式会社トキワとの協働事業として、インフルエンサー、クリエイターのコスメブランドの立ち上げを、商品の企画・生産から販売まで一気通貫でサポートするリレーションパッケージ「@cosme creator support program」の提供を開始いたしました。

日本のカラーコスメ受託製造で10年連続No.1のトキワとともに、アイスタイルのオンライン・オフラインを通貫する美容プラットフォームを活用し、消費者から支持の高いインフルエンサーやクリエイターの方々のコスメブランド立ち上げを支援いたします。

• YouTube LIVE「メンズ美容の教科書」の配信を開始（2021年3月）

株式会社講談社が運営する美容誌のパイオニアである「VOCE(ヴォーチェ)」とのコラボレーション企画として、近年盛り上がりを見せている「メンズ美容」をテーマに YouTube LIVE「メンズ美容の教科書」の配信を開始いたしました。

毎回、美容家、アーティストなど、メンズ美容に精通するゲストをお招きし、VOCE ウェブサイト副編集長の VOCE 編集部 澁さんと@cosme STORE のメンズスタッフ第 1 号として入社後、10 年以上店頭での化粧品販売からスタッフ教育、店舗運営まで携わっている@cosme TOKYO マネージャーの村上とのトークを通して、男性に必要な美容の知識とテクニックを、基本のキから丁寧にわかりやすく解説していきます。



- ・ 「メンズビューティサポーター #メンズ美容100日間チャレンジ」の実施（2021年4月～8月）

化粧品メーカーからメンズコスメブランドやメンズシリーズ、男性（またはユニセックス）のためのメイクアップ製品が続々と発売されており、盛り上がりつつある男性向け美容市場。

美容に興味・関心があっても「なにから始めたら良いかわからない」という9名の参加者に、美容に親しむきっかけ作りとして、100日間の間にさまざまなプログラムを体験いただきました。

また、参加者がプログラムを体験する様子は、@cosme上で随時コンテンツとして紹介いたしました。



- ・ 性別選択欄に「その他・答えたくない」を追加

ユーザーの皆様の多様性を尊重するため、サービス利用時にご登録いただく性別選択欄に、「男性」、「女性」に加え「その他・答えたくない」を追加いたしました。

■ご要望を踏まえたサービス改善

お客様からのお問い合わせやご意見、SNS上からのご要望などを参考にし、VOC（Voice Of Customer）として集約。サービスや運用の改善、満足度向上を目指した新しいサービスのリリースなど、お客様のお声を活かした活動を行っております。

【主な改善実績】

- ・ チャットボットの改良

お急ぎのお客様には、メール・電話以外にチャットでの有人対応を行っております。

また、営業時間外はチャットボットにて承っており、お客様からいただいたフィードバック、ヒットしなかった内容などを元に、日々修正、カテゴリの追加をし解決率向上に努めています。

お客様の声を反映した取り組み

アイスタイルではお客様のニーズをいち早く汲み取りサービス提供を行うため、社内で活発に情報交換を行っております。

社員全員がアクセス可能な掲示板・チャットシステムを通じ、お客様の声を社内に発信することで、素早くサービスが提供できるような体制を構築しております。

取り組み実績

■ 社内共有の充実及び事業への反映

いち早く商品・サービス化を実現するため、@cosmeを通じて頂いたお客様の声を社内のシステムを通じて共有することで、お客様の希望を最大限実現する体制を整えております。

また、海外のお客様の声を察知し事業に反映できるよう、社内で連携しております。

【直近の主な実績】

・ 中国における@cosmeベストコスメアワードの実施（2019年12月）

当社は中国においても事業を展開しており、中国のトップEC企業アリババグループが展開する「Tmall」を通じて、日本の化粧品を販売しております。

毎年日本でも生活者に支持を受けたコスメを発表する@cosmeベストコスメアワードの受賞商品のうち、Tmallで人気の商品を「@cosmeベストコスメアワード with Tmall 2019」として発表いたしました。日本のみならず、中国の消費者にも支持いただき、多くのお客様に日本の化粧品をご利用いただけるよう取り組みを強化してまいります。



・ 「おうち美容」企画の実現（2020年5月）

新型コロナウイルスの影響で店舗の一時閉鎖や外出自粛が続き、家に居ながら美容が楽しめる企画を立案いただきたいという要望がありました。

社内で共有を行い、要望を頂いてからわずか3週間で企画を実現させ、多くのお客様へサンプルをお届けすることができました。

お客様の声を事業に反映しいち早く実現するため、今後も検討と実施を繰り返してまいります。



・ 非対面接客ソリューションの提供を開始（2020年7月）

新型コロナウイルスの影響により、マスクの着用やパーテーションの設置が必須となり、従来の店頭における接客様式に変化が現れております。また、オンラインでの購入件数が増えるなど、着実にデジタル化が進んでおります。

接客様式の変化に合わせ、オンラインで接客ができる人材育成の支援を開始いたしました。美容領域に特化した人材事業を持つ当社ならではの強みを活かし、クライアント企業が抱える美容部員のオンラインコミュニケーションを支援することで、新しい形のサービス提供を行ってまいります。

・化粧品に関するアンケートの実施（2020年8月）

新型コロナウイルスの拡大に伴い、化粧品の購入に関するユーザーアンケートを実施いたしました。化粧品業界はコロナ渦において大きな影響を受けましたが、消費者の購買行動を明らかにすることにより、化粧品メーカーの商品開発に活かされるよう公表しました。また、複数のメディアに取り上げられ、消費者の声を世の中に伝えることにもつながりました。

お客様に安心してサービスをご利用頂くための施策

アイスタイルが運営する@cosmeでは、みなさまに安全にご利用いただけるよう細心の注意を払い運営しております。

当社がブログや口コミをチェックし、不適切なものを削除する等の措置を取ることで、多くのお客様に安心してサービスをご利用いただけるよう運営体制を整えております。

取り組み実績

■ 投稿物の品質管理

アイスタイルが運営する@cosmeでは、従前からお客様の投稿をパトロールしておりましたが、それに加え企業の投稿に関する不適切な投稿がないかのチェックも強化し、より健全なサービス運営を行っております。

【直近の主な実績】

・クライアント企業様の投稿をパトロール（2018年）

多くの企業様にご利用いただいております。日々多くの情報を発信いただいております。多くの企業様からご投稿頂くことでお客様との接点が広がり、マーケティングや商品開発等に参考となるサービスを展開しております。一部の投稿においては、著作権侵害のリスクが高い投稿も見受けられるため、画像は全て確認する等対応を講じており、引き続き多くの企業様に安心かつ安全にご利用いただけるサービスを構築してまいります。

・ブログにおける営利目的記事の監視強化（2020年1月）

当社が運営する@cosme上のブログにおいて、数多くのお客様にブログを投稿頂く事で、信頼性の高いサービスの提供に繋がっております。しかしながら、その中の一部には営利目的の投稿が含まれており、お客様から改善の要望をいただいております。投稿頂いたブログの日次管理に加え、投稿する際のセキュリティ強化を実施し、営利目的記事の投稿件数は大幅減少いたしました。

これからもお客様にサービスを安心してご利用いただけるよう、日々改善してまいります。

メンバーのみなさまとの情報交換における取り組み

アイスタイルではさまざまなイベントや調査・企画を通して、サービスを身近に感じていただけるようメンバーのみなさまと情報交換をしております。

オンラインでは、満足度（NPS）調査とご意見フォームを常時設置し、いただいたコメントのすべてに目を通しサービスへの反映と品質の向上に努めています。オフラインでは、不定期にメンバーのみなさまと直接情報交換できる機会も設けております。

その他にも、「ソーシャルリスニング」による@cosmeおよびアイスタイルのサービスに対する外部の声も収集しております。

取り組み実績

■ご要望を踏まえたサービス改善

オンラインオフラインさまざまな方法で収集した、メンバーのみなさまのご要望などのお声を活かしてメンバーのみなさまの利便性向上のため、適宜改善や新しいサービスのリリースを行っております。

【主な改善実績】

・リアルタイムサポート体制

今までに多かったご要望の「リアルタイム対応」について、すべてのデバイス（PC、スマートフォン、アプリ）において、メール・電話に加えて新たにチャットによるお問い合わせ対応を開始いたしました。



・サイトの表示速度改善

かねてより、サイトの表示速度に対する改善のご要望をいただいております。大きな要因である「ポイント」に関連するシステムデータベースのリニューアルにより、改善を実施しました。その後は、満足度調査においても改善を実感いただけた結果となりました。

また、商品情報・クチコミ一覧・クチコミ詳細における速度についても順次改善に着手し、対応を行っております。

・サイト内の検索精度

サイト内の情報における検索の精度についてのご要望にお応えすべく、検索に関する表示条件の改善を実施。お探しの情報によりたどり着きやすいよう日々、検討と実施を繰り返し改善を続けています。

・お問合せが多い情報についての発信

新しくリリースしたサービスの機能や、操作方法などについてのお問合せも多くいただきます。そのようなお声にお応えできるよう『@cosmeカスタマーサポートブログ』において、実際の画面の画像付きで操作のご案内など情報を発信しています。また、メンバーさん向けの定期メールマガジンでもご紹介しています。

<@cosmeSP版内 カスタマーサポートブログ> <(例) @cosmeアプリでのポイント後付け機能のご紹介>



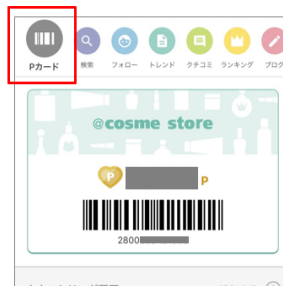
こんにちは！@cosmeカスタマーサポートです。
いつもご覧いただき、ありがとうございます(^^)

アットコスメストアのポイントカードが「@cosmeアプリ（以下、アプリ）」に移行してから、早1年！皆さん、ポイントカード機能はご活用いただいていますでしょうか(´・ω・´)？

今回のブログでは、新しく追加された「アットコスメストアのポイント後付け機能」についてご紹介いたします♪

1. お手元にレシートをご用意いただき、「@cosmeアプリ」を起動してください。
(※レシートは上下2つにバーコードがあるものをご確認ください！)

続いて、左上の「Pカード」をタップして、ポイントカードの画面を開いてください。



公正性、中立性のあるコミュニティ運営についての取り組み

アイスタイルの事業基盤であるコミュニティサイト、「@cosme」においてメンバーのみなさまが安心してご利用いただけるサイトであるために、私たち運営者は『@cosme宣言』を掲げております。『@cosme宣言』は、クチコミや商品データベースを中心とした公正なコミュニティを運営するにあたり、その運営方針を明確にして広く宣言するものです。

また、アイスタイルはWOMマーケティング市場の健全な発展を目指すWOMマーケティング協議会（WOMJ）にも加盟しており、WOMマーケティングガイドラインに則った運営をしています。

取り組み実績

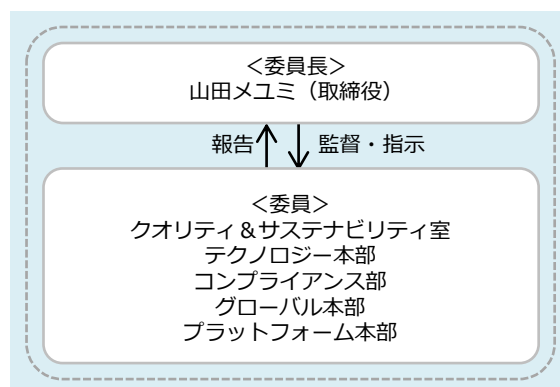
■アイスタイルグループ内に『ランキング公正運営委員会』を設立

2018年9月に、社内に第三者機関である「ランキング公正運営委員会」を設立しました。『@cosme宣言』をもとに健全なサイト・公正なランキング運営を目指し、みなさまに安心してご利用いただくことを目的としたものです。

【主な目的と活動】

- ・ランキング及び運営ポリシーに関する検討と決議
- ・上記のグローバル展開の方針決定
- ・上記に関する社内相談窓口

<ランキング公正運営委員会 組織図>



■全従業員への運営ポリシー教育を強化

公正性、中立性に基づいた運営ポリシーに関する意識の醸成および共通認識の徹底をすべく、グループ会社を含む全従業員への教育を実施いたしました。

経営ビジョンとして掲げる、「生活者中心の市場創造」の実現をはじめ消費者志向経営と関連の皆さまとてよいかたちで繋げ、“共に創る”という共創の精神を浸透させて参ります。

ユーザーデータに基づいた購入機会の提供についての取り組み

オンラインとオフラインを融合させ、@cosmeのランキング等ユーザーデータを活用し、@cosmestore（店舗）及び@cosmeshopping（ECサイト）を運営しています。従来の常識にとらわれない購入体験を提供し、メーカーと消費者との出逢いを実現しています。

取り組み実績

2018年12月3日、初の試みとなる「24時間限定の化粧品ECスペシャルイベント」『@cosme Beauty Day』を開催いたしました。



ブランドと生活者が出逢える新しい機会として、@cosmeでお買い物ができるという体験を提供しました。

ブランドにとっては「1日だけなら」「限定品だけなら」参加してみようという動機づけ、生活者にとってはオトクなお祭りに参加していただくことで「購入する」という行動にもつながり、ブランドや商品と生活者の新たな接点となりました。

実際に、今回日本最大級のECイベントとして、1900ブランド、35,000アイテム以上の豊富なラインナップが実現し、結果として総額4億円を超える、過去最高の1日あたり流通総額を記録しました。

1999年12月3日に開始した@cosmeは、2019年に20周年を迎えます。

2019年はグローバルでの開催も視野に入れ、12月3日を『日本だけでなく世界で最も化粧品が売れる日』にできるよう、引き続き新しい体験の提供を検討して参ります。

コーポレートガバナンス強化についての取り組み

アイスタイルの事業基盤であるコミュニティサイト「@cosme」は、生活者であるメンバーのみならず「中立的で信頼できる」との評価を得ることが基本的な成立要件であり、生活者の評価を高めるうえで、信用向上は欠かせない要件であると考えております。そのため、経営の健全性、機動性、透明性及び客観性の向上を目的とするコーポレート・ガバナンスの強化は、当社が外部環境変化の著しいインターネット業界に属する点からも、重要な経営課題であると認識し積極的に取り組んでおります。

取り組み実績

■アイスタイルグループ内に『メディア倫理委員会』を設立

アイスタイルは企業姿勢を「Market Design Company」と名付け、生活者の視点から未来を想像し、マーケットの仕組みに反映していくことを大切にしています。変化の著しいインターネット業界において、マーケットそのものをデザインするうえでの社会的責任を果たすべく、2017年12月に設立しました。アイスタイルグループ全体のメディア品質維持・向上に取り組んでいます。

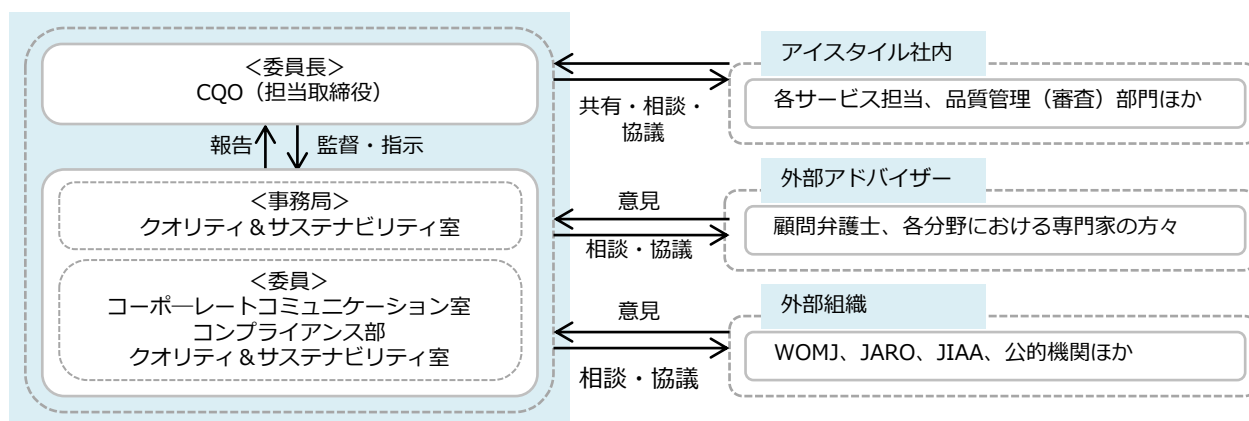
【主な目的と活動】

- ・アイスタイルグループの全メディアを、みなさまに安心してご利用いただくためのチェックおよび対策
- ・アイスタイルグループ全メディアの品質を統一、向上させるための取り組み
- ・法令の改正をはじめ業界トレンドや社会情勢を踏まえ、メディアとしてのあるべき姿を描く
また、課題に対してはグループ全体として捉え統一した方針のもとに解決を図る



※2018年7月時点

<メディア倫理委員会 組織図>



クオリティ & サステナビリティ室の運営と社内関連部署、経営トップとの連携についての取り組み

2017年、アイスタイルグループ全体の品質向上とサステナブルなサービス提供のため、Chief Quality Officer (CQO) を設置、またクオリティ & サステナビリティ室を設立するなど組織の強化と体制の構築を行っています。

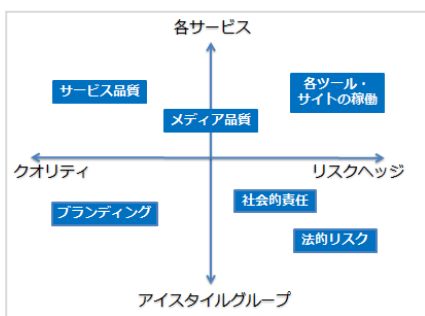
みなさまよりいただいた貴重な声は、同室にて集約し社内システムに蓄積のうえ関連する部門への共有および経営トップへの報告が迅速に行われる体制を構築しています。

取り組み実績

■ 事業における品質・リスクの可視化と経営トップへのレポートを開始

国内外のアイスタイルグループ全サービスにおいてサステナブルなサービス提供を行うため、品質及びリスクの可視化と経営陣へのレポートを開始しました。

<国内外の品質・リスクをカテゴライズしたマッピング (例) >



<定期レポート (例) >



品質及びリスクを定点観測できる体制を構築するとともに、グループ内のサービスにおいて常に改善に向けた活動が行われるプロセスを確立しました。また、消費者志向自主宣言により、従業員の消費者志向経営への意識も醸成することができました。

ユーザーデータに基づいた購入機会の提供についての取り組み

オンラインとオフラインを融合させ、@cosmeのランキング等ユーザーデータを活用し、@cosme store (店舗) 及び@cosme shopping (ECサイト) を運営しています。従来の常識にとらわれない購入体験を提供し、メーカーと消費者との出逢いを実現しています。

取り組み実績

2018年は@cosme store (店舗) と@cosme shopping (ECサイト) にて以下の取り組みを実現しました。

・ シームレスな購入体験の促進

化粧品において、流通チャネルの隔たりなく百貨店ブランド・専門店ブランド・通販ブランドの価格帯を問わない購入 (出会い) の機会と、ワンストップで購入できるシームレスな購入体験を提供いたしました。

・ 品揃えの拡大

「@cosme」をはじめとするデータの活用により、生活者のニーズに基づき、これまで実現できなかったブランドの取り扱いを実現しました。

・ 海外展開

購入機会の提供を、国内だけでなく海外 (台湾、香港) でも展開することができました。

アイスタイルは、今後も「生活者中心の市場創造」のビジョンの実現に向け国内外で「新たな接点」「出会い」「つながり」を引き続き創出してまいります。

情報交換における取り組みについて

アイスタイルではさまざまな調査やイベントを通して、サービスを身近に感じていただけるよう、メンバーのみなさまと情報交換をしております。
オンラインでは、満足度調査・ご意見フォームを常に設置し、そのすべてに目を通しサービスへの反映と品質の向上に努めています。オフラインでは定期的にメンバーのみなさまと直接情報交換できる機会を設けております。その他にも、「ソーシャルリスニング」による@c o s m e 及びアイスタイルのサービスに対する外部の声も収集しております。

取り組み実績

■ 座談会

@c o s m e や関連サービスをご利用のメンバーのみなさまに、ご要望、ご意見、印象や疑問点などをお話しいただき、より良いサービスに改善していくための活動です。

北海道から九州まで全国各地で開催し、これまでに50名以上のメンバーのみなさまと直接お会いしました。忌憚ないお声をお聞きできるよう、各回少人数で実施しています。



いただいたご要望やご意見は、サービスの改善や機能追加などに活用しています。

また、座談会当日の様子は@c o s m e ブログでご紹介しています。 <https://www.cosme.net/beautist/article/2183794>

■ メンバー参加型のリアルイベント 「Hello! @c o s m e」

サービスの利用者同士また、コスメ・美容との素敵な出会いが生まれてほしいという想いを込めて「Hello!」と名付けたイベント。メンバー同志の交流やコスメブランドとメンバーの交流など、参加型イベントならではのつながりを提供しています。

一例として、商品を実際にタッチアップできるほか商品の魅力のすべてを知るブランド担当者と直接コミュニケーションもできるスペシャルブースや、トレンドメイクの講座などもご用意し、楽しいビューティ体験の機会を提供しました。

参加された方々がSNS等でイベントの情報発信をしてくださり、新たな出会いの更なる創出に繋がっています。



開催日	開催地	ご招待人数	イベントのレポート
2017年7月1日	東京	50名	http://www.cosme.net/matome/I0008320
2017年12月9日	東京	50名	http://www.cosme.net/feature/I0010286
2018年3月17日	東京	40名	http://www.cosme.net/feature/hello_20180317_eventreport

■メンバーとブランドをつなぐイベント

普段は集まることのない複数のブランドを一堂に会し、ユーザー向け情報発信イベントをプロデュースしています。通常流通チャネル別に展開しているブランドが一堂に集結することで、メンバーのみなさまは横断的に全てのブランドを自由に見て試すことができ、ブランドや販路の垣根を超えた「新たな出会い」を実現しました。

今後もメーカーの既存の単独店舗だけでは実現できない「新たな接点」「出会い」「つながり」を創出する場を企画・運営していきます。



2013年の第1回から第3回は東京にて開催、2016年からは大阪をはじめ全国各地にて開催しており、これまでに延べ約6万人以上のお客様に来場いただきました。

開催期間	開催地	ご来場人数	
2016年9月10~11日	大阪	約3,500名	http://www.istyle.co.jp/press/2016/07/20160711.html
2017年9月29~10月1日	福岡	約4,000名	http://www.istyle.co.jp/press/2017/10/20171019.html
2018年2月16~18日	広島	約4,200名	http://www.istyle.co.jp/press/2018/02/20180220.html
2018年6月1~3日	札幌	約5,100名	http://www.istyle.co.jp/press/2018/06/0604.html
2018年6月16~17日	東京	約2,000名	

■ビューティアワード

生活者に支持されたコスメをランキング形式で発表する「@cosmeベストコスメアワード」、@cosmeのサロン予約サイト@cosmeサロン掲載店舗の中で最も支持された美容サロンを表彰する「ベストサロンアワード」、美を通じて世の中の人々に共感され、その年最も輝いた女性に贈られる「ベストビューティストアワード」の3賞からなる、日本最大級の美容アワードです。

@cosmeサービス開設当初より毎年発表しており、メンバーさんのクチコミなどアイスタイルならではの生活者視点に立ったアワードです。

<http://www.cosme.net/beautyaward/2017>



「生活者中心の市場創造」のビジョンの実現に向けた消費者志向経営の取り組みとして、オンラインだけでなくオフラインの情報交換の機会を、日本全国各地で大小さまざまな規模で設けることによりみなさまとの情報交換を通じた「新たな接点」「出会い」「つながり」を引き続き創出してまいります。