

## オルビス、アプリを核に新たな CRM 戦略を加速 「ORBIS アプリ」の機能拡充により、パーソナライズな美容の成功体験の提供を可能に ビューティを基軸とした生涯伴走型のコミュニケーションで、CX 価値を向上

オルビス株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：小林琢磨、以下：オルビス）は、アプリを核とした CRM 戦略をより加速し、LTV（顧客生涯価値）を向上させるべく、2022 年 11 月 21 日（月）より「ORBIS アプリ」をさらにアップデートさせ、アプリ内サービス『肌カ.ル.テ』を新たに開始します。

オルビスは、1987 年の創業以来「肌が本来持つ力を信じて、引き出すこと」を信念とし、「ここちを美しく。」をブランドメッセージに掲げる、今年 35 周年を迎えたビューティブランドです。ここちよい社会の実現に向け、提供価値である『スマートエイジング®』（自分らしく美しい肌年齢を重ねていくこと）を軸に、お客様一人ひとりに寄り添い、“あなたらしさ”を共に伴走しながら実現することを目指して事業活動を展開しています。オルビスは、継続的に顧客価値を向上していくべく、今後もテクノロジーの進化をユーザーベネフィットに変換し続けていきます。

### ORBIS アプリ内サービス『肌カ.ル.テ』について

『肌カ.ル.テ』は AI の解析による分析コンテンツを通じて、お客様の肌悩みに応じたスキンケアの習慣化を支援。有人チャット機能などを使い、デジタルでありながらもビューティアドバイザー（以下：BA）が店頭で行うような“人肌感”が残るカウンセリングを受けることができる、これまでにない“美容伴走型”のコミュニケーションプログラムです。『肌カ.ル.テ』での肌分析後に導き出されるコースは全 33 コース。3 日に 1 度、約 1 年に渡り悩みに合わせたアドバイスやお手入れ継続の応援メッセージが続きます。チャットでのサポートを含むと、ほぼ無限大のパターンによるパーソナルなコミュニケーションを実現しました。

『肌カ.ル.テ』の詳細について：[https://www.orbis.co.jp/app/hada\\_karte/](https://www.orbis.co.jp/app/hada_karte/)

### 2018 年リブランディング以降、アプリを核に新たな CRM 戦略を加速



オルビスは創業期からのカタログ通販で築いたお客様との関係性・CRM（顧客関係管理）を大切に、EC や店舗などチャンネルを展開しながら成長してきました。すべてのものがデジタルで繋がる昨今の OMO 時代には、店舗や EC などの“どこで購入するか”に関係なく、出荷ラインまで一連のブランド体験を提供することが求められています。2018 年より第二創業期として、リブランディングを背景に、創業期からこれまで重きを置き培ってきたオルビスの強固となる CRM を活用しながら、「ORBIS アプリ」を核としてお客様とのパーソナルな関係性を進化させてきました。2018 年 6 月にローンチした「ORBIS アプリ」は 460 万ダウンロード\*を突破し、月間アクティブユーザー数は 60 万人\*を超えています。2020 年 7 月にはオルビス初の体験特化型施設『SKINCARE LOUNGE BY ORBIS』を表参道にオープンするなど、ブランド体験向上を目指し、実現してきました。また、ライブコマースやオンラインカウンセリングなど、ビューティクリエイターや BA がオンライン上に介在し、デジタルながら寄り添う“人肌感”も大切にしています。

\*2022 年 10 月 31 日時点

### 相関関係ではなく、因果関係までを見出す

従来は、主に「購買データ」から「A を購入されたお客様は B も購入されやすい」といった相関関係を見出してきましたが、「ORBIS アプリ」では肌分析や心理テスト、記事コンテンツなどを提供。それらの分析結果や記事への関心傾向などの「購買以外のデータ」も活用し、お客様の嗜好性まで把握することで、「A を購入されたお客様は“なぜ”B を購入されやすいのか？」といった因果関係までを見出したうえでのコミュニケーションが可能に。商品に限らないブランド体験価値の提供でお客様との関係性構築を強化していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】 オルビス株式会社

【報道関係者】 TEL：03-3788-3937 広報担当：村澤、小川 ([orbis-pr@orbis.co.jp](mailto:orbis-pr@orbis.co.jp))