

プレジョン・ライフケア構想説明会

Kao

きれいを ところに 未来に

2022年3月16日

花王株式会社

代表取締役 社長執行役員

長谷部 佳宏

このプレゼンテーション資料はPDF形式で当社ウェブサイトの『投資家情報』に掲載しています。

www.kao.com/jp/corporate/investor-relations/library/business-strategy-presentations/

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

プレジジョン・ライフケア の定義

未解決課題に最適なソリューションを提案する「**プレジジョン・ライフケア**」へ
(生命・生活・生態)

診断

プレジジョン・モニタリング

- ・人体
- ・活動
- ・環境

原因を**精確**に同定



製品

プレジジョン・ソリューション

- ・美・健康用品
- ・生活用品
- ・産業分野

原因を**的確**に解決

これからのお客様との絆づくり

多品種大量の商品

花王のジレンマ

花王の未来選択

厳選された商品

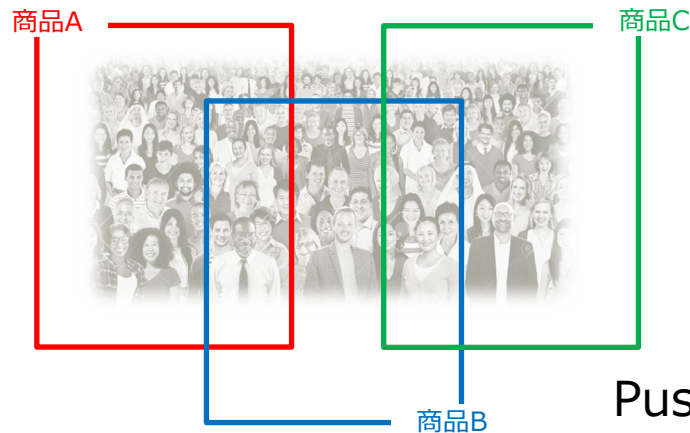
大量の宣伝費用

自社商品をうまく見せる競争

的確に合う信頼情報

自分に合うで選ばれる競争

生活者



Push-oriented



Pull-oriented



大量の在庫・廃棄商品



低価格を保証する
後退するモノづくり



廃棄商品の大幅削減



さらに個性に合う
進化するモノづくり

プレシジョン・ライフケア構想 協業先の事例



ウェブサイト企業様との取り組み



ヘアサロン様との取り組み



通信事業者様との取り組み



【RNA肌型×@コスメ】 自分の肌に合う化粧品との出会い

これまでの化粧品選び

- @cosmeの月間ユニークユーザー数

1,630万人（'21/12）

- 日本No.1の美容プラットフォーム

- ✓ 美容メディア MAU:**1,430**万人
- ✓ 美容専門EC サイト 商品数:**45,000**sku
- ✓ 化粧品専門店 年間売上**104**億円

これからの化粧品選び

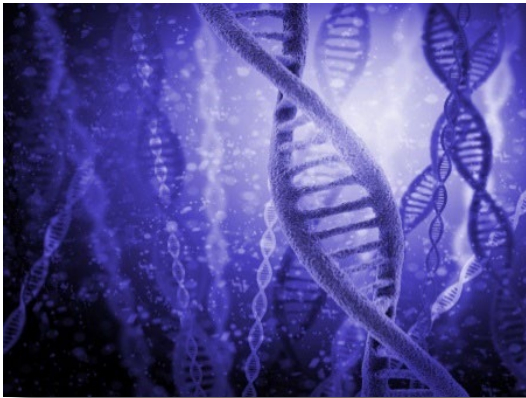
ビューティ、ヘルスケアのプラットフォームへ

- エビデンスに基づいた、お客様が自分のタイプを知る場としてのウェブサイト
 - ✓ 遺伝子レベルでの**自分肌を同定**する
 - ✓ ビューティ+ヘルスケアで**適合群**を知る
 - ✓ **進化する**推奨モデル

皮脂RNAモニタリング

RNAは、皮膚の健康と美の解説書。しかし、RNAはすぐに分解されるというのが常識だった。

DNA



その人固有の設計図であり
変化しない

RNA



環境要因によって変化する
(食生活、運動、ストレス、紫外線 etc.)

皮脂RNAモニタリング

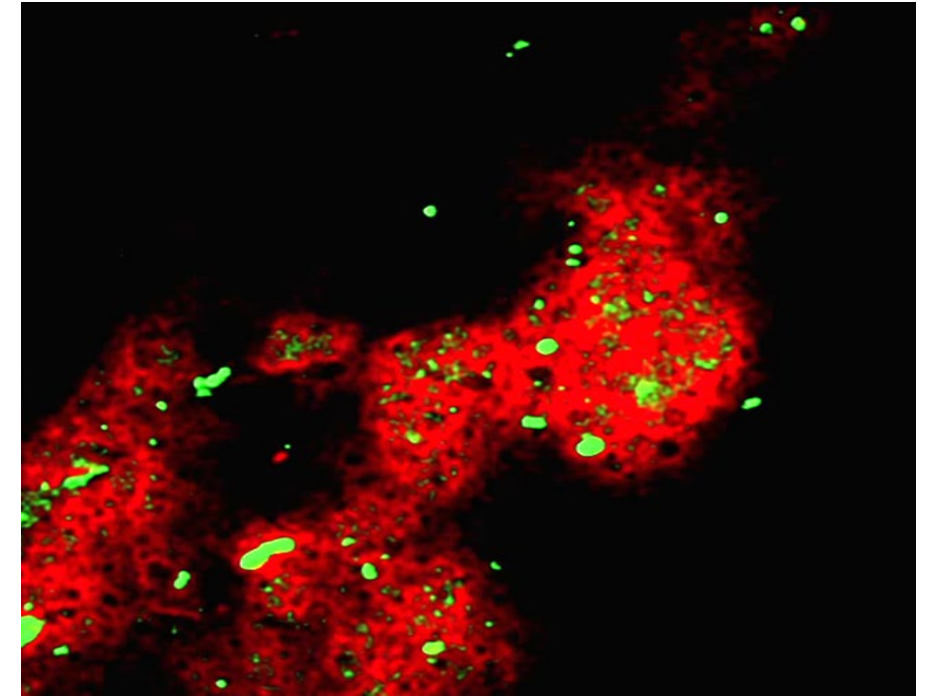
独自の解析技術「RNAモニタリング」を開発

<https://www.kao.com/jp/corporate/news/rd/2019/20190604-001/>

皮膚科学研究を長年続けた中での**偶然の発見**



ヒト皮脂を蛍光染色



赤：脂質

緑：RNA

13,000種のRNA＝遺伝子発現情報

“いつでも、どこでも、誰でも”採取可能

「世の中にあるけど出会えない」を叶える RNA肌型マッチングシステム構築



あわないモノとの出会い

RNA肌型マッチング



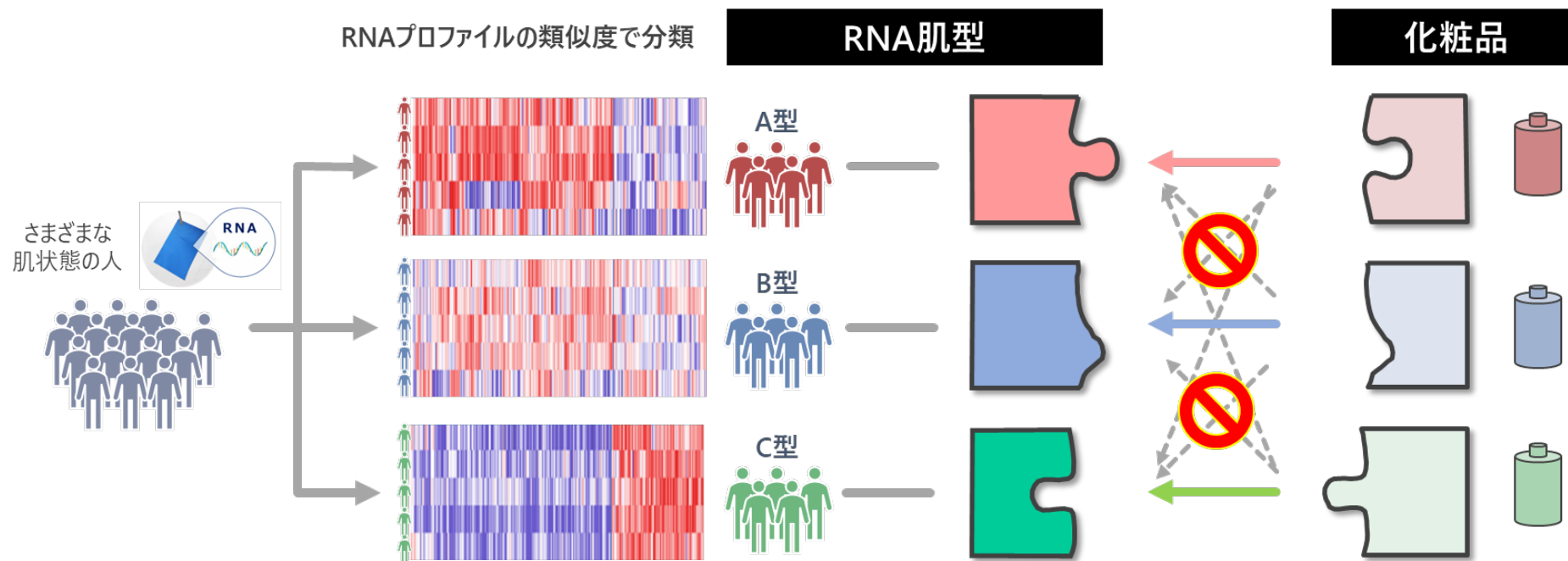
あうモノとの出会い・楽しみ・経験



あわないモノは捨てられる

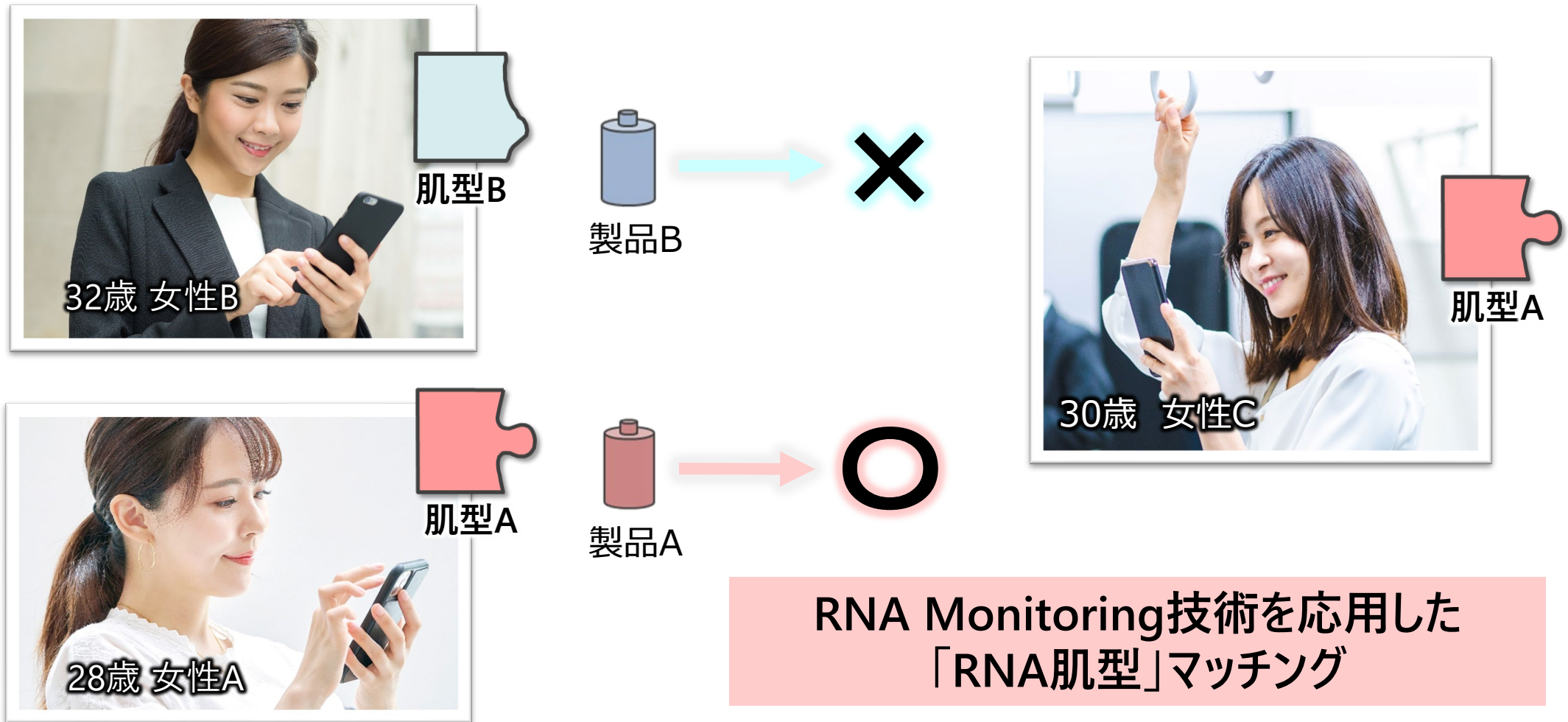


「RNA肌型」により、自分の肌に合う化粧との出会う仕組みを創出



RNA肌型を用いた化粧品のマッチングイメージ

「世の中にあるけど出会えない」を叶えるRNA肌型マッチングシステム構想



気になる商品が自分にあうかがわかるUIの提案



アイスタイル様との取り組みについて

2022年～

データベース構築



検査キットによる採取
10000人規模

KaO

×

istyle

RNA肌型によるグルーピング×投稿されたクチコミ評価



好まれる化粧品との関連性を検討

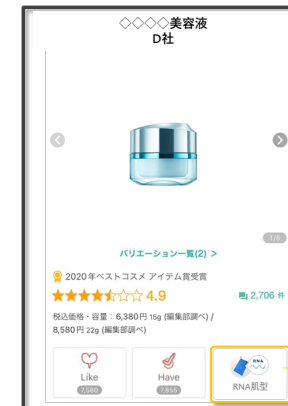
2024年予定～

サービスへの実装

@cosme商品レビューUI

気になる商品のRNA型別商品評価が手軽にわかる

カメラ機能などでの即時RNA肌診断
(予定)



@cosme
商品レビューUI

RNA型別商品評価UI

RNA A型	★★★★★	6.1
RNA B型	★★★★☆	2.8
RNA C型	★★★☆☆	2.1



即時RNA診断
(予定)

プレシジョン・ライフケア構想 協業先の事例



ウェブサイト企業様との取り組み



ヘアサロン様との取り組み



通信事業者様との取り組み

これからのヘアサロンでの絆づくり

KaO × m i l b o n

【RNA×ヘアサロン】美容室をプラットフォームとしたヘルスケア

これまでの美容室

- 日本全国に**17万軒**（コンビニ：5万6千軒）
- 継続的・定期的にお客様が訪問する場*
 - ✓ 年間**4.5回**訪問
 - ✓ **66.4%**のお客様が、決まったサロンを利用
- 平均滞在時間が**約1.5時間***。お客様とスタイリスト様とのコミュニケーションも活発

* (株)リクルート ホットペッパービューティーアカデミー調べ（20年上期）

これからの美容室

ビューティ、ヘルスケアのプラットフォームへ

- 継続的・定期的にお客様にカウンセリングができる場としてのサロン
 - ✓ 遺伝子レベルでの**最適商材**のレコメンド
 - ✓ ビューティ+ヘルスケアの領域から**総合提案**
 - ✓ 将来、アレルギーが出にくいヘアカラー商材の推奨、高齢化時代に対応する未病・予防分野等、ソリューションを拡大する

安定・良質なデータによるプレシジョン・ライフケア

KaO × m i l b o n

ミルボン様顧客サロンで、RNAモニタリングサービスを提供。
お客様に最適な商材を、遺伝子レベルでレコメンドする仕組みを共同で構築する

例

・非酸化型ヘアカラー
(DHI、Rainbow)

KaO

RNAモニタリング
サービスの提供



ヘアケア技術・商品の提供

m i l b o n

例

・最適最高の商品
(プレミアムブランド)

ビューティヘルスケア
商品開発・販売



蓄積される消費者データ
(Digital Platform)



サロン様

RNAモニタリングに基づく
商品・サービスのレコメンド



お客様

例

・アレルギーポテンシャル同定
(進行度、適合性)

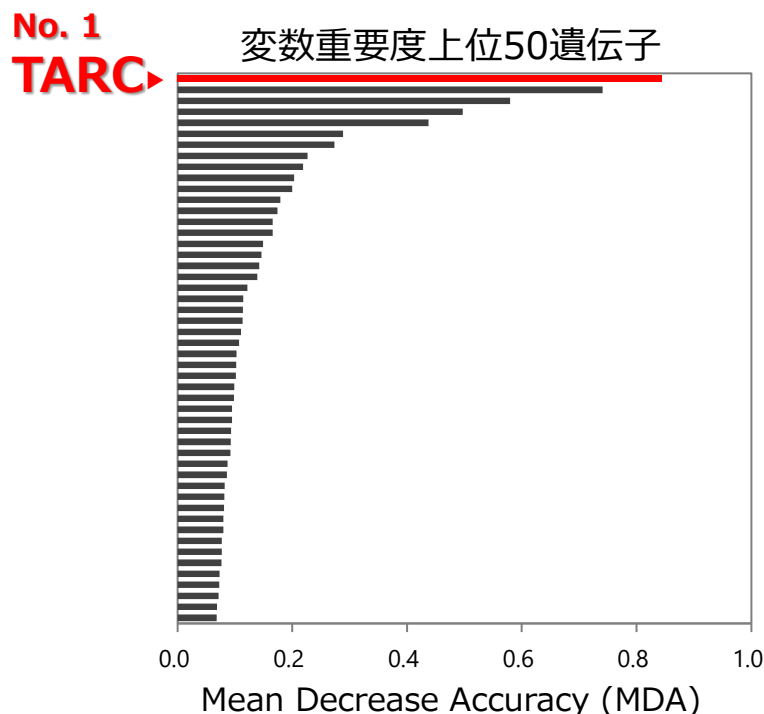
乳幼児アトピー性皮膚炎診断の高精度可能性

花王におけるこれまでの取り組み

判別に重要なRNA分子の探索

機械学習により変数重要度を算出

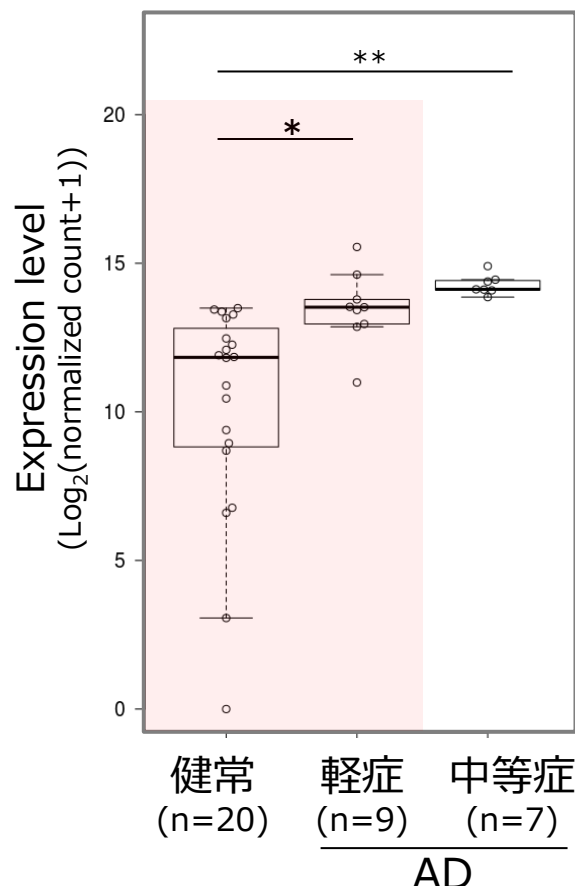
重要度**高い** = 分類への**寄与大**



TARCが最も分類への寄与大

SSL-TARC mRNA発現量

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ by Tukey's test



軽症ADとの違いも検出

健常とADの判別精度

閾値 13.5 予測クラス

	健常	AD
正解クラス		
健常	20	0
AD	4	12

100%
健常人を同定

75%
ADを同定

世界最高レベルの判別精度

皮脂RNA中のTARC単独で精度よくADを判別できる可能性

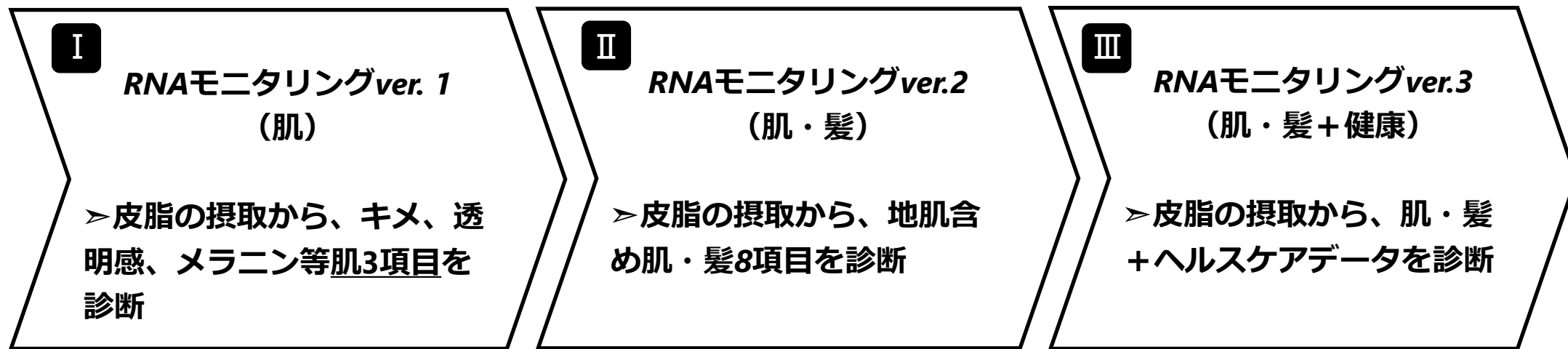
乳幼児アトピー性皮膚炎で皮脂RNA分子の変化を確認
<https://www.kao.com/jp/corporate/news/rd/2020/20201016-001/>

安定・良質なデータによるプレジジョン・ライフケア

KaO × milbon

肌・髪等ビューティ・ヘルスケア領域から実証実験を開始。
ヘアカラーアレルギーや未病・予防領域への拡大を目指す

2022～ 実証実験の開始



RNAモニタリングに基づく、プレジジョンな商品レコメンド

ミルボン様 ビューティヘルスケア商材



花王が商品開発・技術支援

プレシジョン・ライフケア構想 協業先の事例



ウェブサイト企業様との取り組み



ヘアサロン様との取り組み



通信事業者様との取り組み

一人ひとりに最適なソリューションを提案する「**プレジジョン・ライフケア**」へ
(生命・生活・生態)

汎用

仮想人体生成モデル

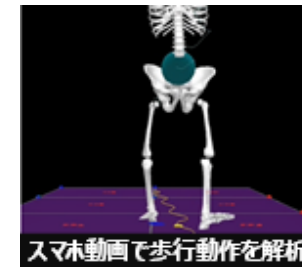
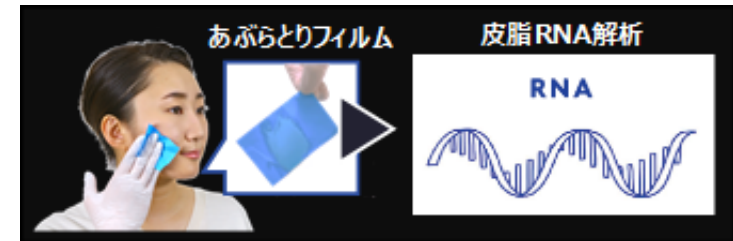


多種多様な項目を網羅的に推定

+

精確

プレジジョン・モニタリング



個人の状態を精確に同定

プレジジョン・ライフケアのコア技術





【仮想人体生成モデル×dヘルスケア】 一人ひとりに最適なヘルスケアソリューション

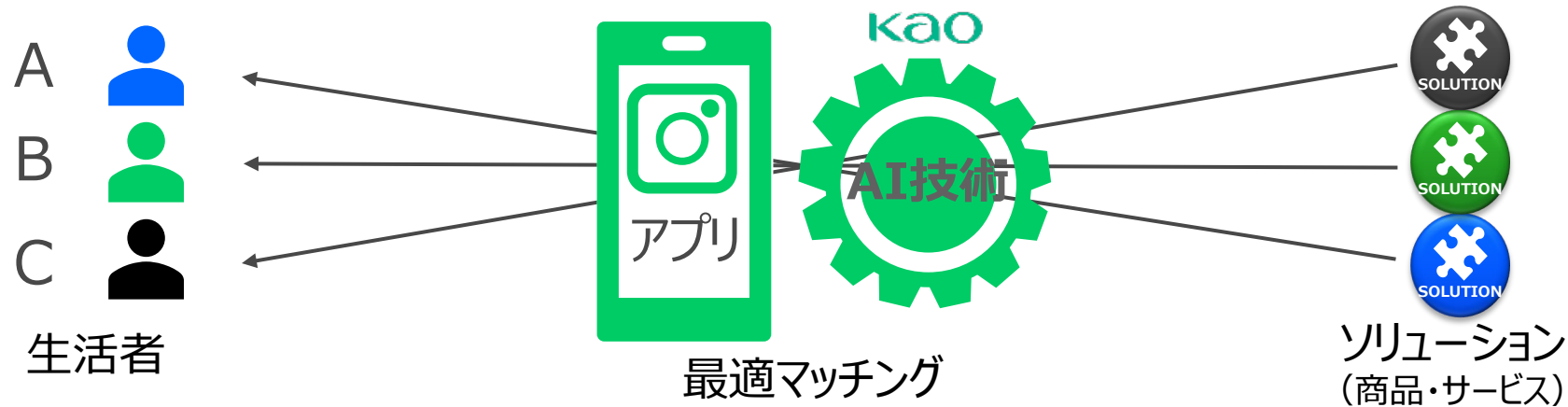
現状のヘルスケア・アプリ

- 様々な商品・サービスがあるが、**どれが自分に合うか分からない**
- 結果が実感できないと、**続かない**。続かないと結果に繋がらない、という悪循環
- **自社顧客の囲い込み**で、ソリューションの幅が結果的に狭くなってしまいがち

理想的なライフケア・アプリ

- スマホひとつで、**多くの角度、相関関係から自分の欲しい（商品・サービス）を選定**
- ユーザーとの密接なタッチポイントで、**日常的に続けられる**ソリューションへ（dヘルスケア連携等）
- 自社だけでなく、**様々な企業が活用**できる汎用性がある

データ集積と価値モデルの中心としてのスマートフォン



プレジジョン・モニタリング
心と体とライフスタイル
のデータを取得

健診

動作
歩行

表情
音声

血流
臭気

プレジジョン・ソリューション
最適なものとマッチング
させてお届け

食事

運動

化粧品
ケア

医薬

事例紹介



※1: 花王とPreferred Networks社と共同開発

花王の「仮想人体生成モデル」※1 とドコモの「dヘルスケア」アプリやデジタル技術を
組み合わせ、一人ひとりに最適なヘルスケアソリューションを提供

NTT
docomo



ヘルスケアサービスの提供

AI推定技術の提供

1,000万ダウンロード
(22年1月28日時点)



Kao



仮想人体生成モデルの提供

ライフケア関連商品
・サービスの提供

1,600項目の健康データを推定
(22年2月28日発表)

お客様とのタッチポイント
×
網羅的な健康状態推定

一人ひとりに適した健康行動アドバイス
×
ライフケア関連商品・サービスの提案



お客様



お客様



未解決課題に最適なソリューションを提案する「**プレジジョン・ライフケア**」へ
(生命・生活・生態)

診断

プレジジョン・モニタリング

- ・人体
- ・活動
- ・環境

原因を**精確**に同定



製品

プレジジョン・ソリューション

- ・美・健康用品
- ・生活用品
- ・産業分野

原因を**的確**に解決

未解決課題に最適なソリューションを提案する「**プレジジョン・ライフケア**」へ
(生命・生活・生態)

診断

プレジジョン・モニタリング

- ①**道路**： 道路の**健康状態**
- ②**農業**： 病害被害の**早期発見**
- ③**感染**： 病害発生**のエリア特定**

製品

プレジジョン・ソリューション

- ①**道路**： **超耐久道路**の選択
ケミカル事業：廃PET活用アスファルト舗装
- ②**農業**： 予知散布による**集中防除**
ケミカル事業：超減農薬アグロケミカルズ
- ③**感染**： 先回りの**予防衛生**
業務品・CP事業：パンデミック抑制

K25における全体の収益構造

(現時点での予定)

「プレジョン」活用事業拡大

既存事業での基本成長
(Reborn Kao)

- 高収益コア事業への集中投資
(メリハリ投資)
- パーパストリブンのブランド育成
(ロイヤルティ重視)
- オンリーワン価値提供の追求
(非競争領域)

営業利益
2,000億円
(売上高 15,000億円)

既存事業での活用
(Reborn Kao)



営業利益
200億円
(売上高 1,500億円)

新領域事業での活用
(Another Kao)



営業利益
300億円
(売上高 1,500億円)

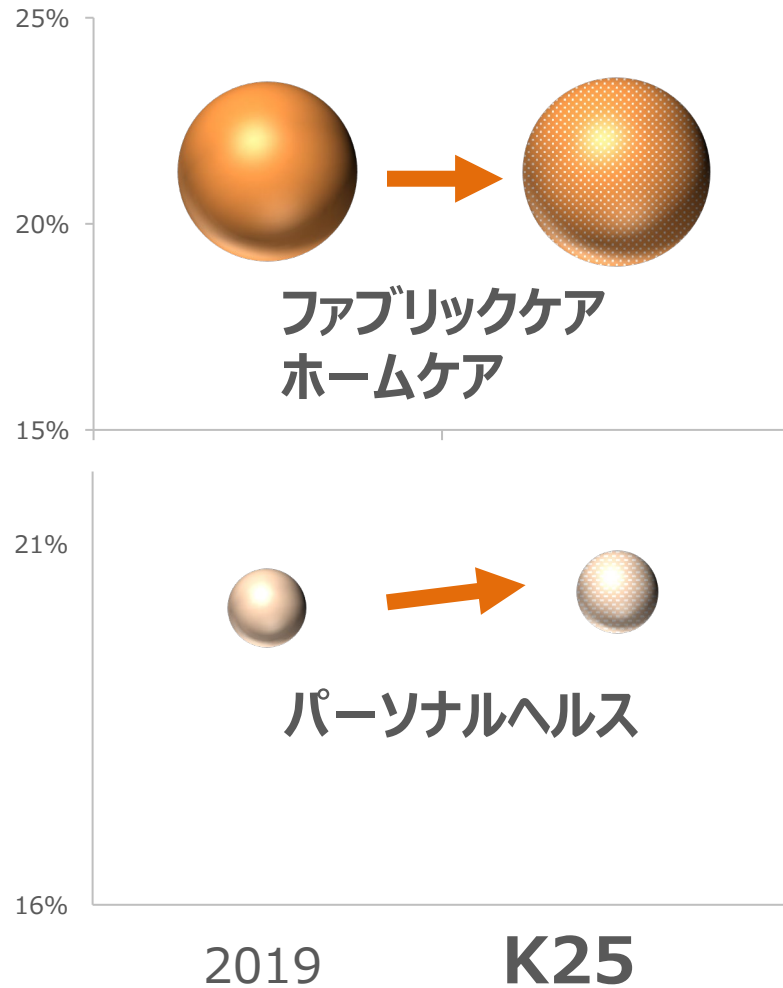
本日の説明事例

K25におけるReborn Kaoの目安

(Anotherを除いた予定)

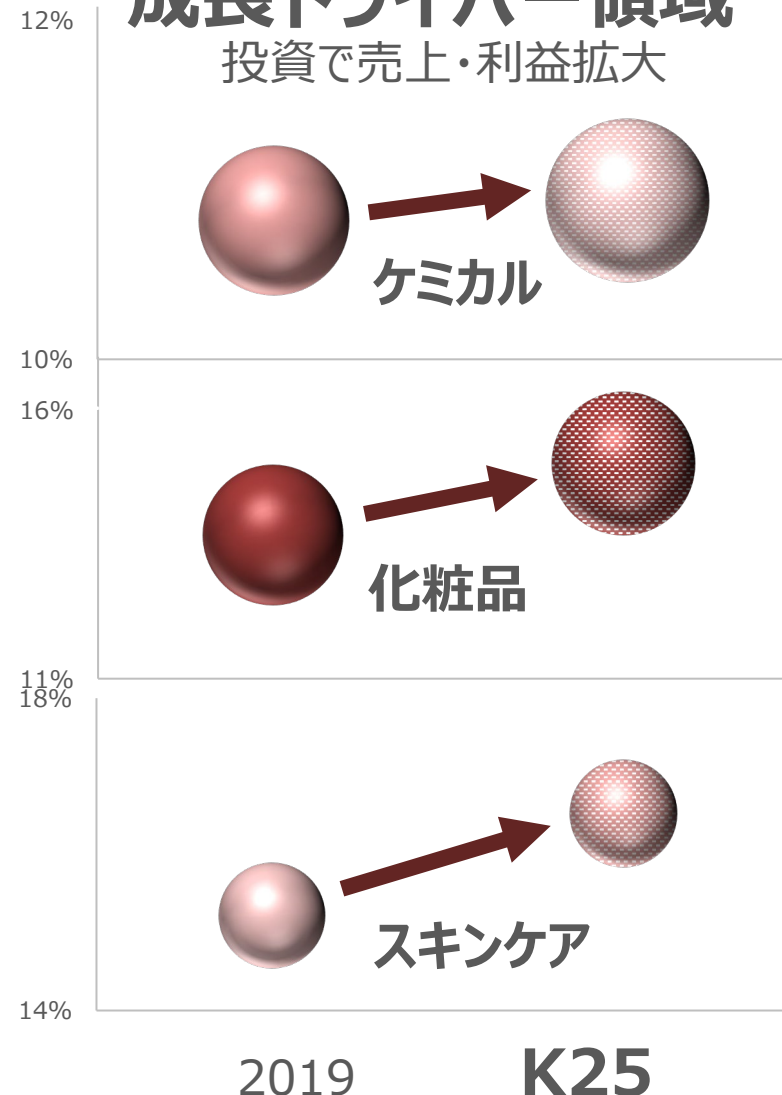
安定収益領域

高収益コア事業・利益貢献



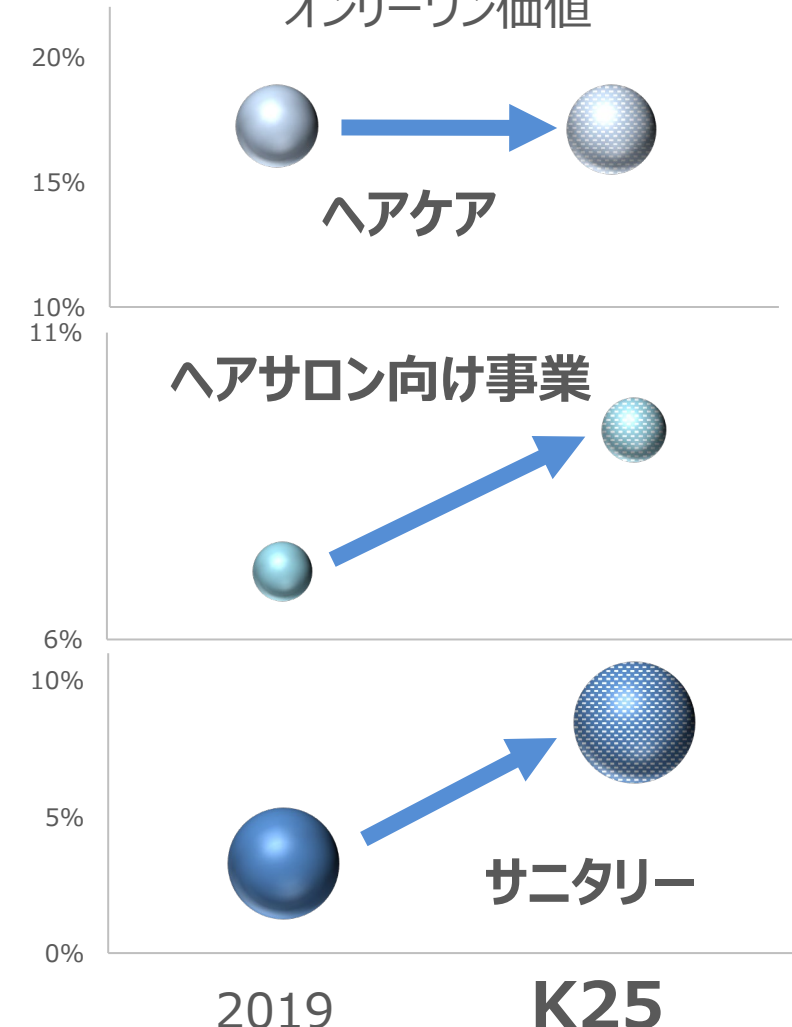
成長ドライバー領域

投資で売上・利益拡大



事業変革領域

オンリーワン価値

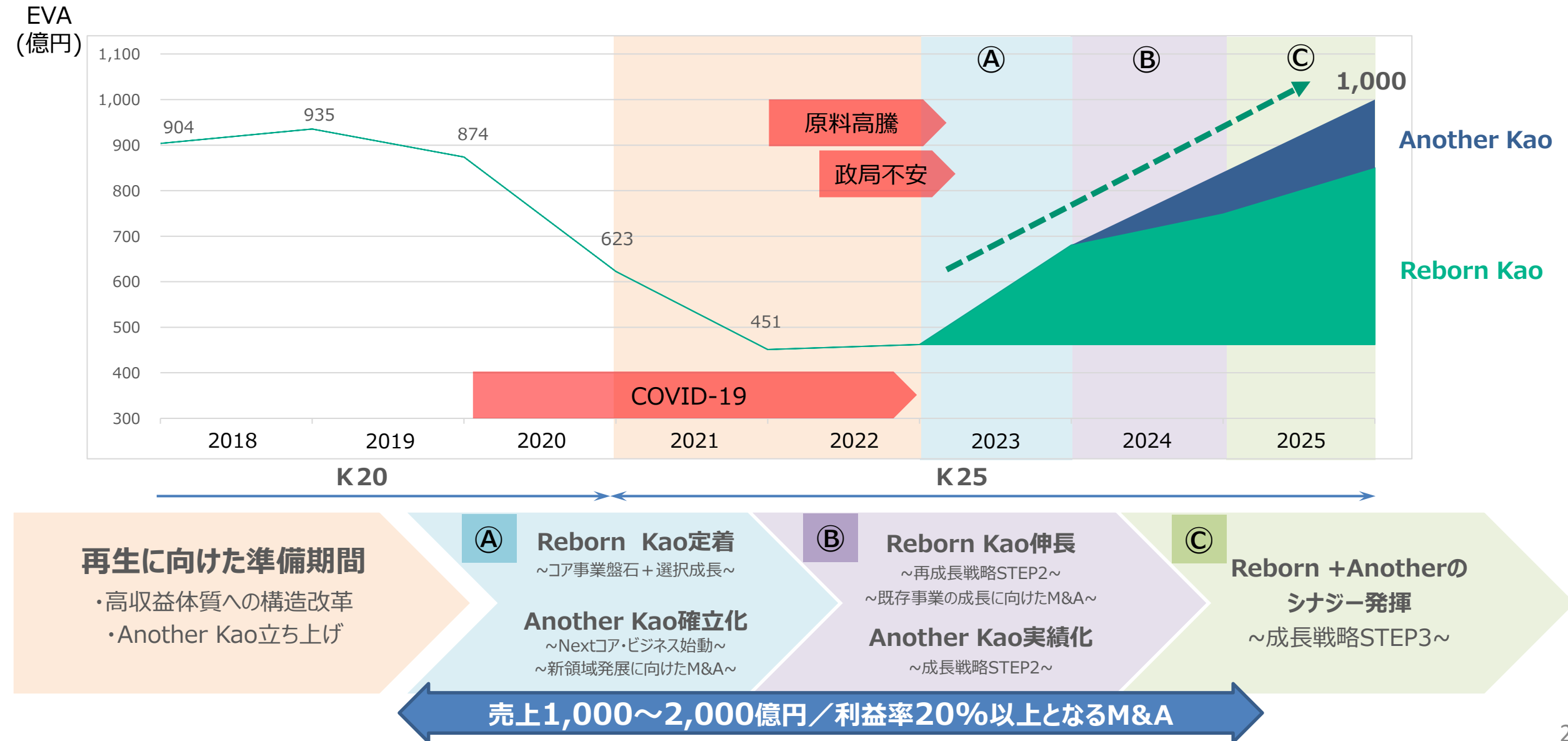


縦軸：営業利益率/バブルの大きさ：売上高（各領域ごとにスケールを合わせている）

※コロナ禍の特殊要因を除くため2019年を基準

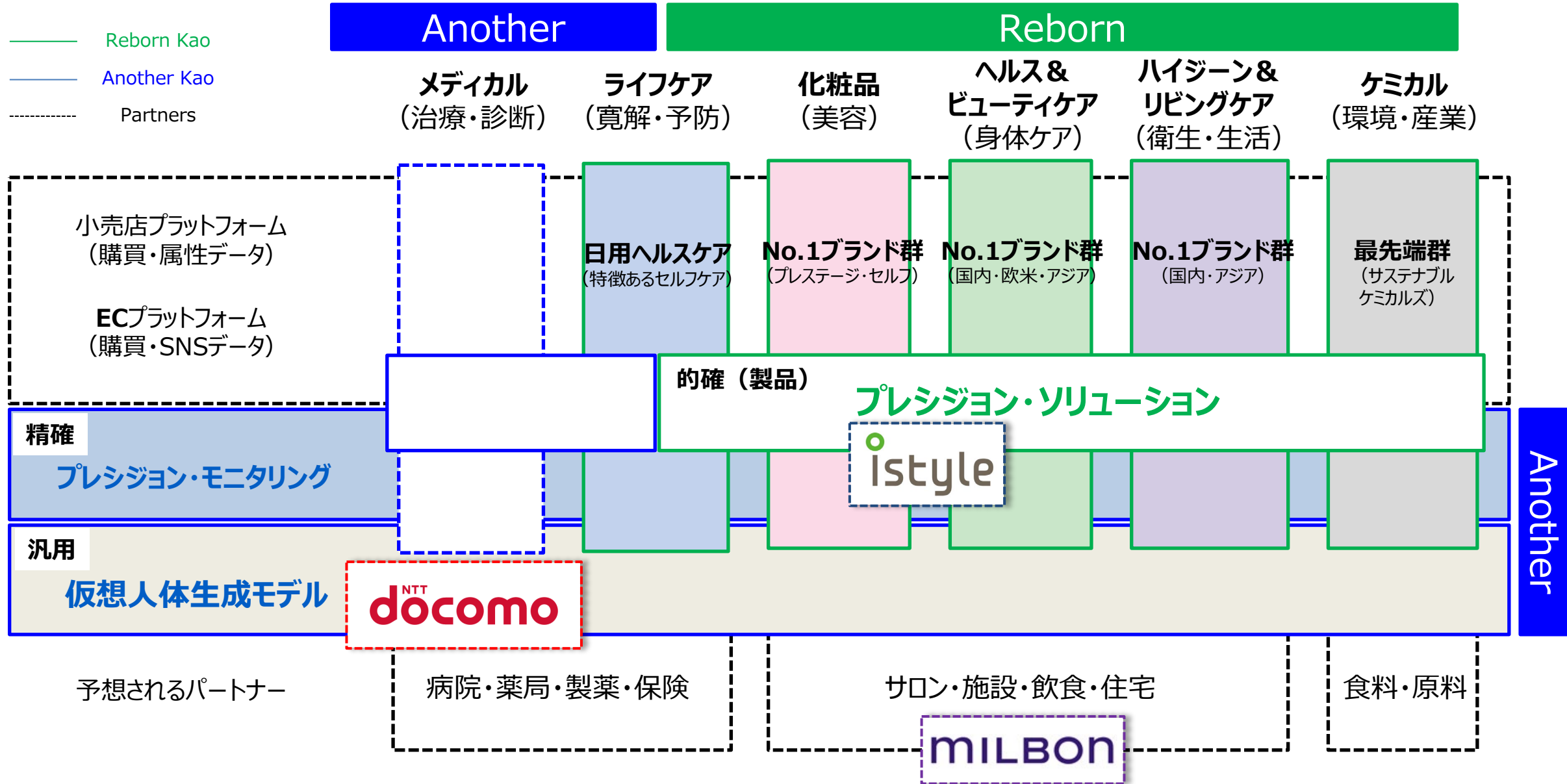
K25達成に向けたロードマップ

2021年度のEVAを底として、K25を達成して再び成長軌道へ



花王事業改革構想 と 重要なパートナー

デジタル・ライフ・プラットフォーム



花王は、なぜプレジジョンの道を選択するのか？

人々が**真実**を共有し、**最高**に巡り合うために
多くの**本物**が貢献できる「**プレジジョンの世界**」を目指す

プレジジョン・モニタリング

社会にとって有益な
疑う余地のない公平な
ものさし

原因を**精確**に同定



プレジジョン・ソリューション

社会にとって有益な
無駄のないベストな
解決策

原因を**的確**に解決

