

製造業から 「UX創造企業」へ

花王は、2018年から、AIなどの先端技術を活用した業務の能率化や働き方の改革を進めてきました。2021年から事業のDX推進に本格的に乗り出し、2023年1月には社内のDX機能を統合して「DX戦略部門」を新設しました。

現在、我々が最優先で進めている事業DXの取り組みは、お客さまと直接つながる双方向プラットフォーム「My Kao」を構築して、お客さまとの絆を深めていくことです。そのために2つの花王らしいアプローチを進めています。1つは、単なるモノの提供にとどまらず、花王が得意とするモニタリング技術を活用したユニークなUX（顧客体験）を提供していくこと。そしてもう1つは、花王ならではの幅広い事業領域を武器に、一人ひとりに寄り添った商品やサービスの提供により、顧客のKirei Lifeを実現することです。

そして、言うまでもなく、このプラットフォームは、花王の「よきモノづくり」のデジタル化に大きく貢献します。日々蓄積されるビッグデータは顧客理解をバージョン



村上 由泰
Yoshihiro Murakami

常務執行役員
DX戦略部門統括

アップし、商品開発やマーケティングに活かされていくこととなります。

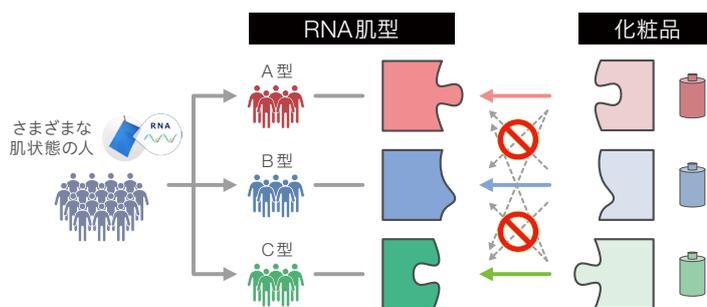
「モノづくり」にとどまらず、「最高の体験」を提供する企業へ。つまり、製造業から「UX創造企業」への変革が、花王DXのチャレンジです。

UX創造と ビジネスモデルの変革

花王ならではのUXの切り口は、「モニタリング」と「ソリューションマッチング」のふたつです。

例えば、モニタリングは、自分の身体の状態や変化、自分に似合うメイクや髪型、あるいは、家の中の衛生状態などを、お客さまに目に見えるかたちで示すことができます。その上で、自分に合う最高のソリューションと出会う喜びと、使い続けたい体験をお届けする。これが花王のめざすUXです。

▼ 株式会社アイスタイルとの協業による化粧品ビジネスの進化



RNA肌型に基づいて人をグループピング。各グループに属する人の@cosmeの口コミを分析し、そのグループに合う化粧品を推定する。

双方向デジタルプラットフォームをグローバルで展開

2022年12月にお客さまと直接つながる双方向デジタルプラットフォーム「My Kao」をローンチしました。My Kaoの機能は、「知る・体験する・買う・創る」の4つです。One-IDで顧客とつながり、深く理解することで、さまざまなUXを提供していきます。

中国や欧米でもすでにD2Cビジネスを開始しています。エリアごとのナレッジを共有し、グローバルで双方向プラットフォームの拡充を進めています。



- ▶ 日本「My Kao」: my.kao-kirei.com/
- ▶ 米国 ブランドサイト: www.kao.com/americas/en/brands/
- ▶ 欧州 ブランドサイト: www.kao.com/emea/en/brands/
- ▶ 中国 ECサイト: www.kao.com/cn/e-commerce/

	2022年度実績	2025年度チャレンジ
e-コマース	11% (5%)	25% (15%)
e-コマース内自社EC構成比	4% (8%)	15% (20%)

()は日本国内

ウェブアクセシビリティの向上

WEB 花王ウェブアクセシビリティ方針
www.kao.com/jp/web-accessibility/policy/

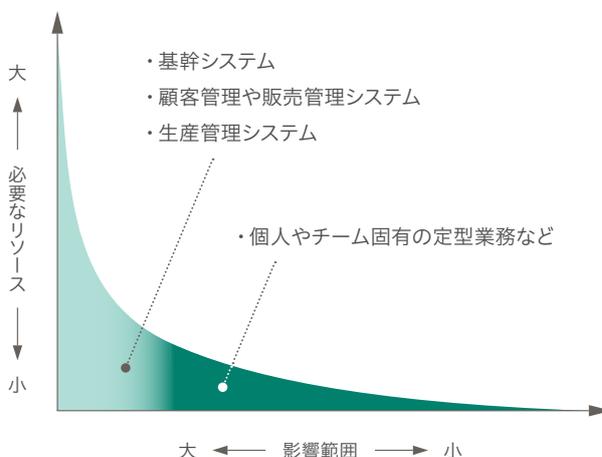
こころ豊かな暮らしの実現をめざし、環境や社会に配慮した活動の一環として、ウェブサイトで提供される情報や機能の利用しやすさ（ウェブアクセシビリティ）の向上を推進しています。この取り組みを通じ、花王製品を選択したり使用したりするために必要な情報を誰もが手軽にストレスなく得られる「人にやさしいデジタル情報発信」を進めています。

「UX創造企業」の土台となるDX人財育成とインターナルDX

「UX創造企業」を支えるDX人財には、IT技術やデータサイエンス、デジタルマーケティングなど、ITとビジネス双方の幅広い知識・スキルが必要です。花王では、デジタルスキル学習サービスの活用を始め、ウェブ解析の資格取得の支援やデータアナリスト教育などを通じて、DX人財の育成に取り組んでいます。

働き方や業務プロセスの改善においてもDX人財の育成は重要です。基幹システムなどに比べて影響範囲が限定的な個人やチーム固有の案件に対応するために、現場の課題とニーズを理解した社員を「シズン・ディベロッパー」として育成・支援する体制を構築しました。その結果生み出される多くの小規模インターナルDXを積み重ねることで、業務の能率化を着実に進めています。

▼ インターナルDXの2つのアプローチ



重要度の高い案件は積極的に投資し、重要度が低い案件には社員のリスクキングで対応する。シズン・ディベロッパーの人数は、2023年2月時点で673名。