

DXPの「勝手にDX」提案《概要版》

花王株式会社のデジタル変革提案 **Bio-Sync**ライフケア・プラットフォームへの転換

株式会社DXパートナーズ

2025年12月23日



デジタル時代の選択

ゲームチェンジャー

既存の競争の枠組みを洗練させる

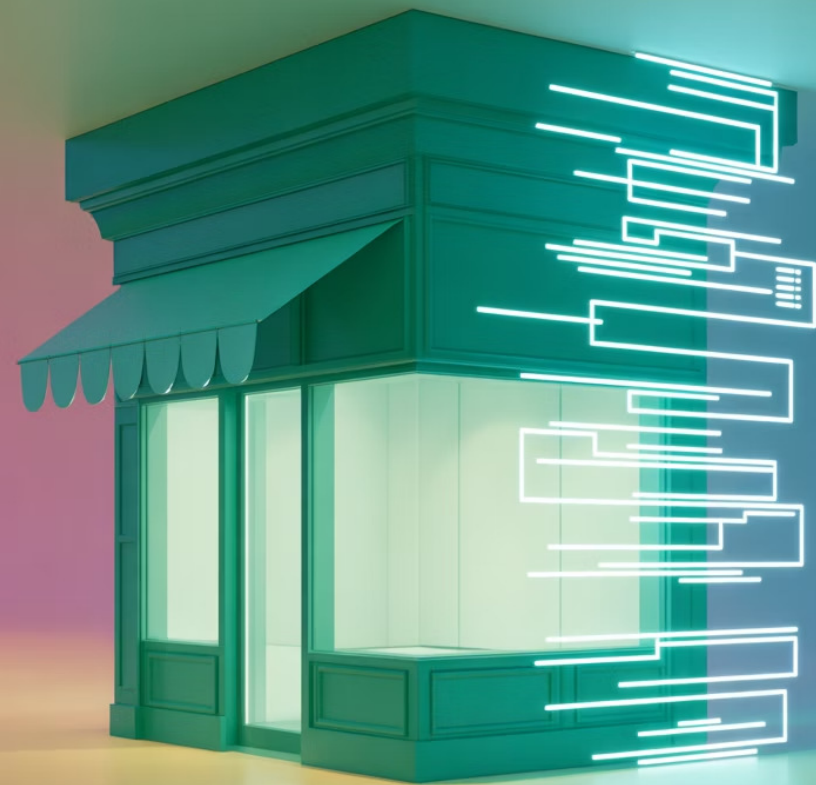
デジタル技術を「活用」「置換」するだけの改善

ルールチェンジャー

競技規則そのものを再定義する

事業の前提を「デジタル」に置き換える真のDX

花王が目指すべきは、単なる業務改善ではなく、ビジネスモデルの根本的な変革です。
「Global Sharp Top」戦略を実現するには、自らを「アナログな製品も売るソフトウェア企業」と定義し直すルールチェンジが必要です。



花王の現状分析

ハイジーン&リビングケア事業の課題

事業規模

売上高の約4割を占める最大の柱

「アタック」「ニュービーズ」「ハミング」などの強力ブランド

技術優位性

界面科学、生物科学で世界トップクラス

「バイオIOS」などの革新的な界面活性剤技術

収益構造の課題

原材料価格高騰と物流費増により利益率が圧迫

2023年度の営業利益率は過去5年で最低水準の4.2%

市場競争

P&Gやユニリーバとの激しいシェア争い

レッドオーシャンでの価格競争

現状ビジネスモデルの判定

アナログ時代の、アナログを前提にしたビジネス

モノ・所有中心

「洗剤という液体・粉末」の販売が主目的
顧客が「所有」「使用」することで完結

リニアな価値創造

一方向かつ線形的なプロセス
問題発見→解決策提供→対価獲得

たまに繋がる関係性

購買時やキャンペーン時のみの接点
日常プロセスに「常に繋がっている」状態ではない

ネットワーク効果の不在

1人の顧客の使用が他の顧客の価値を高めない
自己増幅的な仕組みが組み込まれていない

ルールチェンジしない場合の未来



購買の意思決定権の喪失

AIエージェントが自動的に洗剤を決定・注文する時代へ。ブランドイメージや店頭での「知覚価値」は無効化されます。



デジタル破壊者による中抜き

Amazonの自動補充サービスにより、顧客データという21世紀の石油をプラットフォームに独占されます。



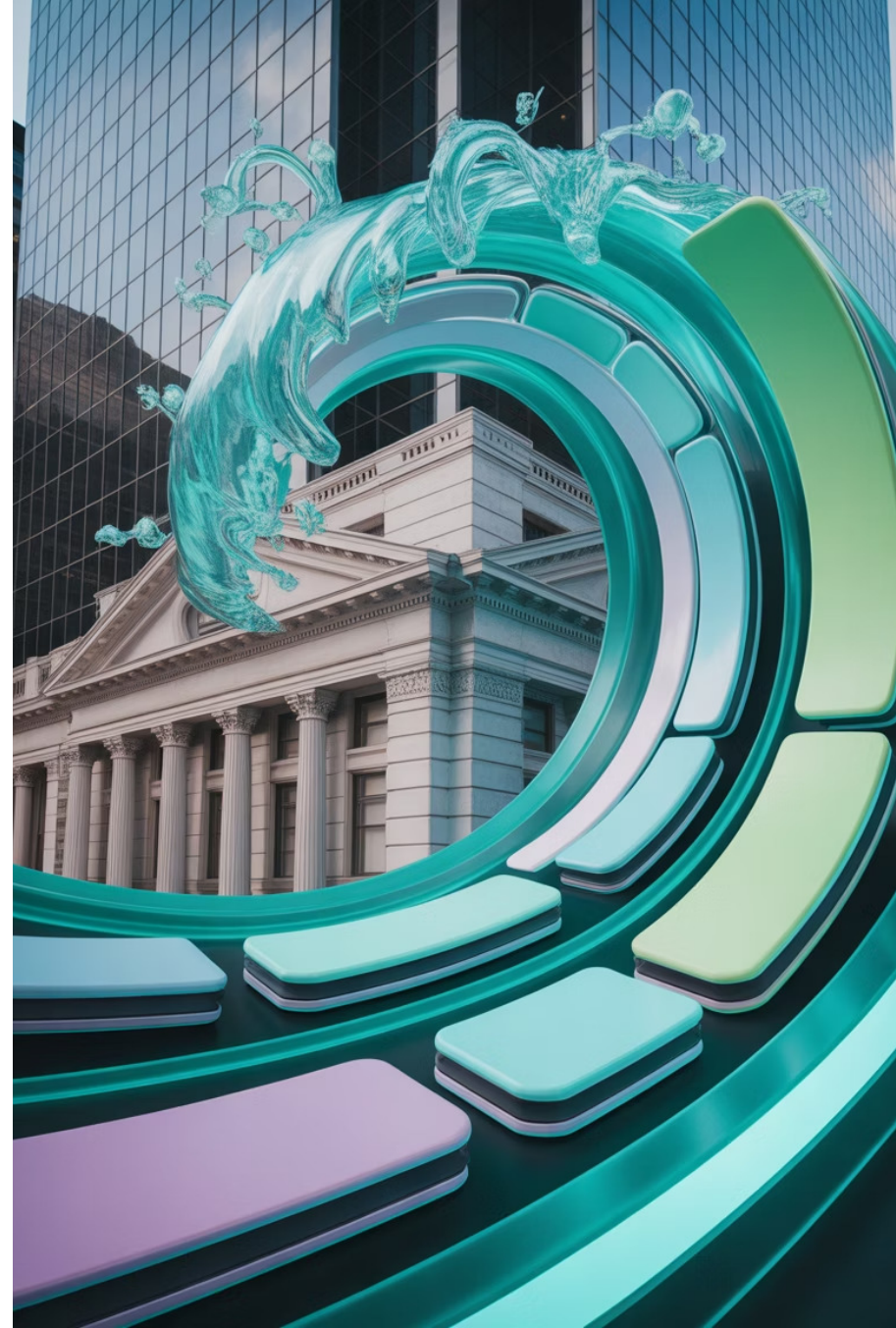
リニアな成長の天井

人口減少、原材料価格の不安定化に対し、リニアなモデルは脆弱。利益率の改善には限界があります。



DTCスタートアップの侵食

デジタルとサステナビリティを前提とした企業が、高収益な優良顧客層をサブスクリプション型で固定化していきます。

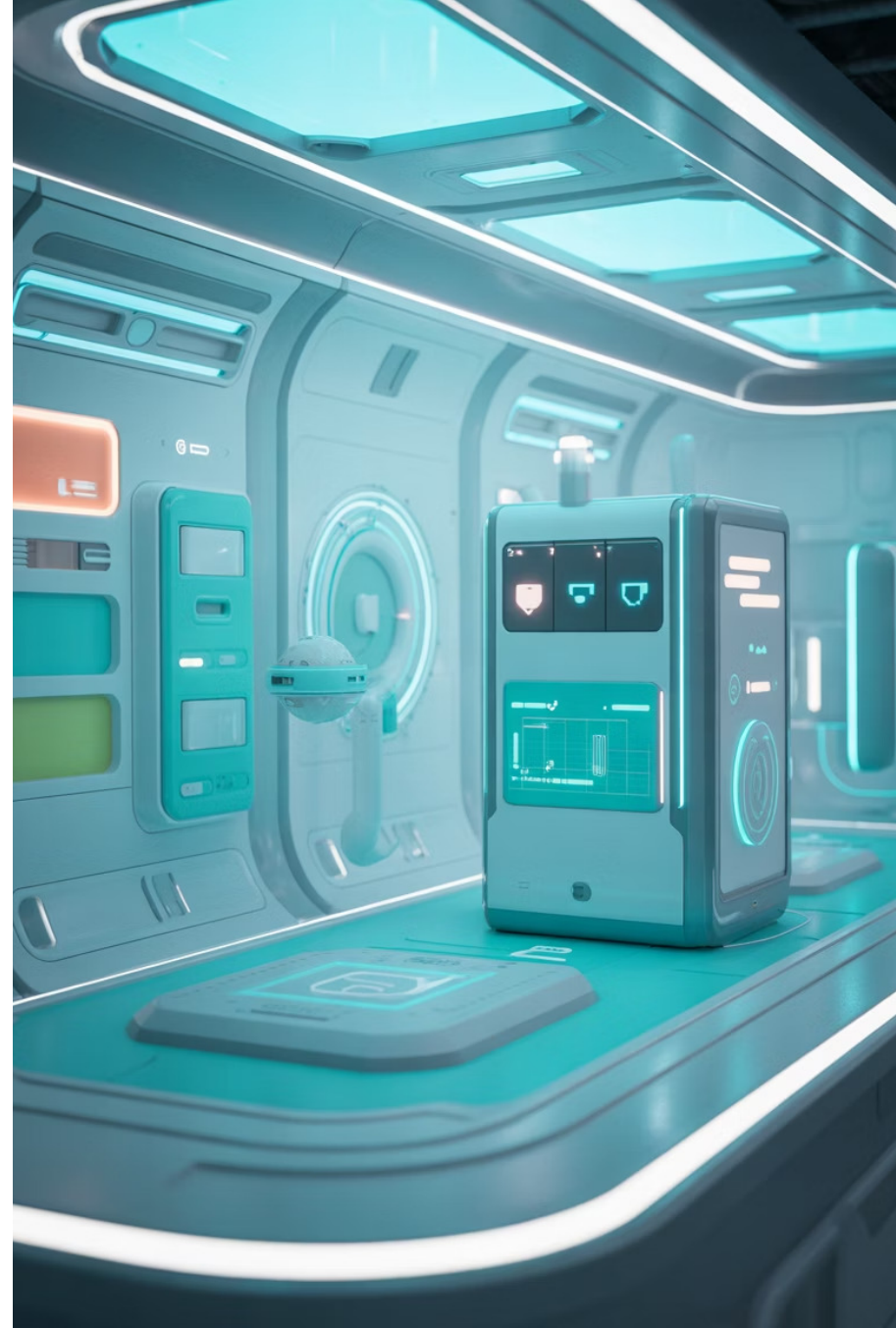


提案するデジタル変革

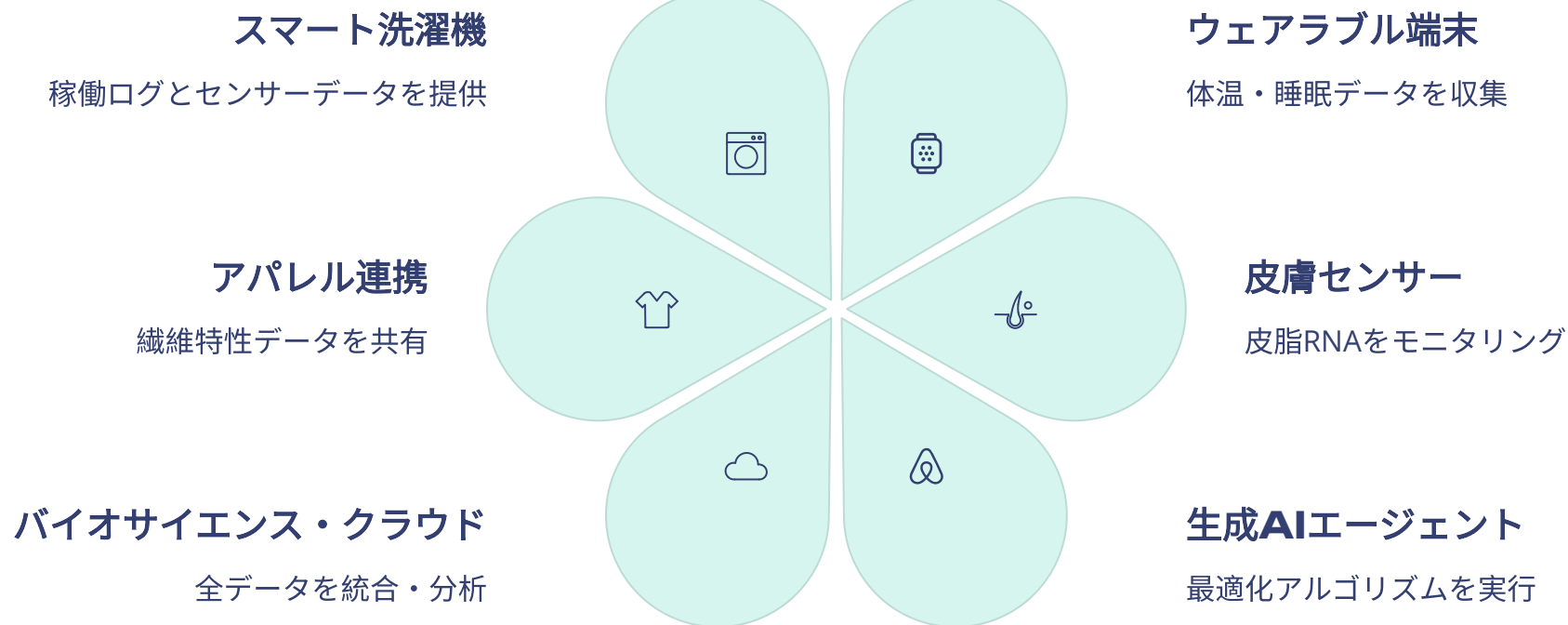
Bio-Sync ライフケア・プラットフォーム

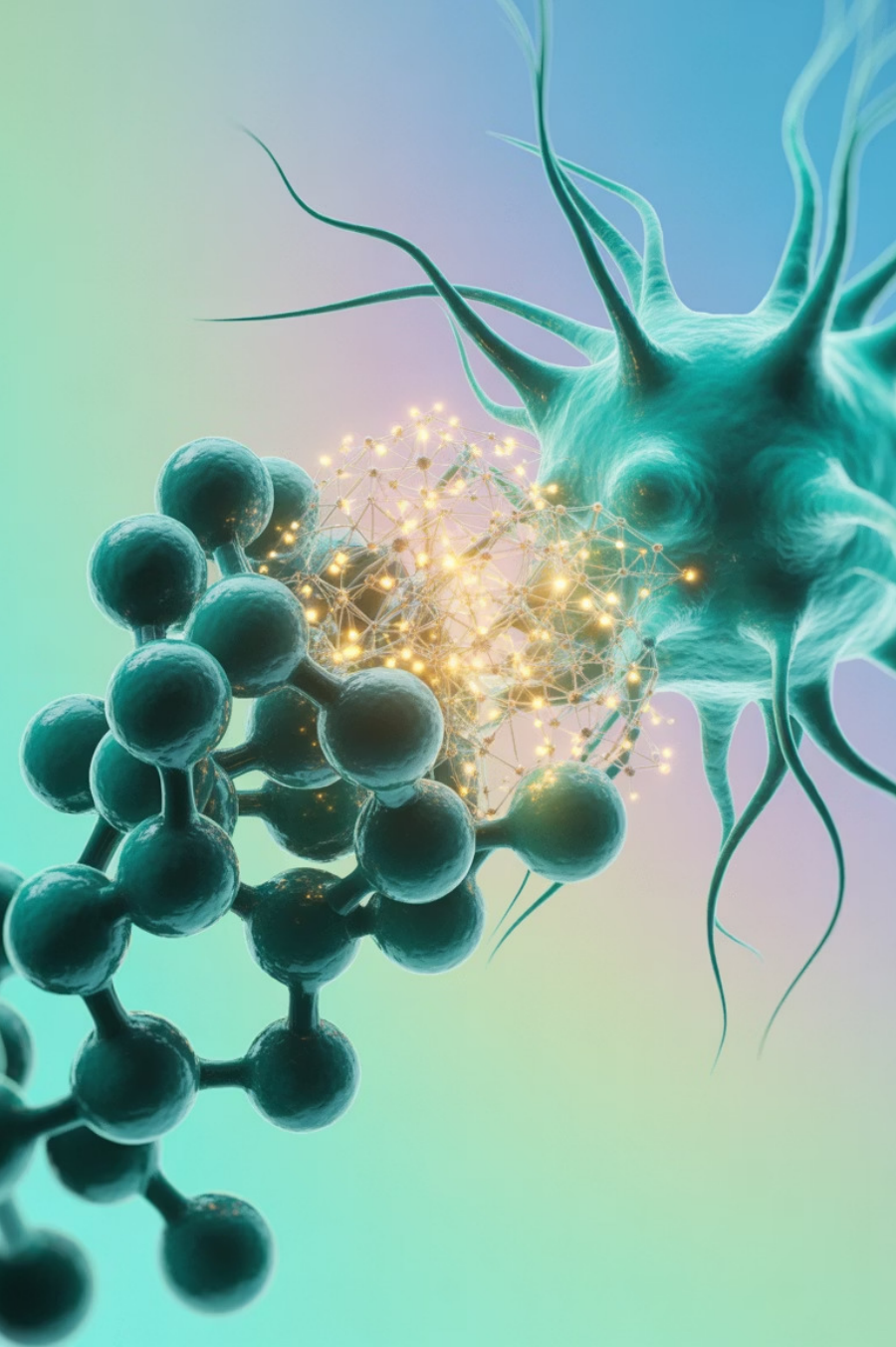
「洗剤を売るビジネス」から、「個人のバイオデータと衣類の状態を24時間同期させ、肌の健康と清潔を全自動で最適化し続けるライフインフラ・サービス」へのルールチェンジです。

洗濯という行為から完全に解放され、常に自分にとって最適な健康状態が維持される体験価値を提供します。



Bio-Syncエコシステムの全体像





戦略思想の核心

プログラマブルな物質

バイオIOS: どのような水質や温度でも、指示通りに汚れを引き剥がす「プログラマブルなナノマシン」として機能します。

環境条件に合わせて物性を調整可能な高度な界面活性剤技術です。

自律型AI執事

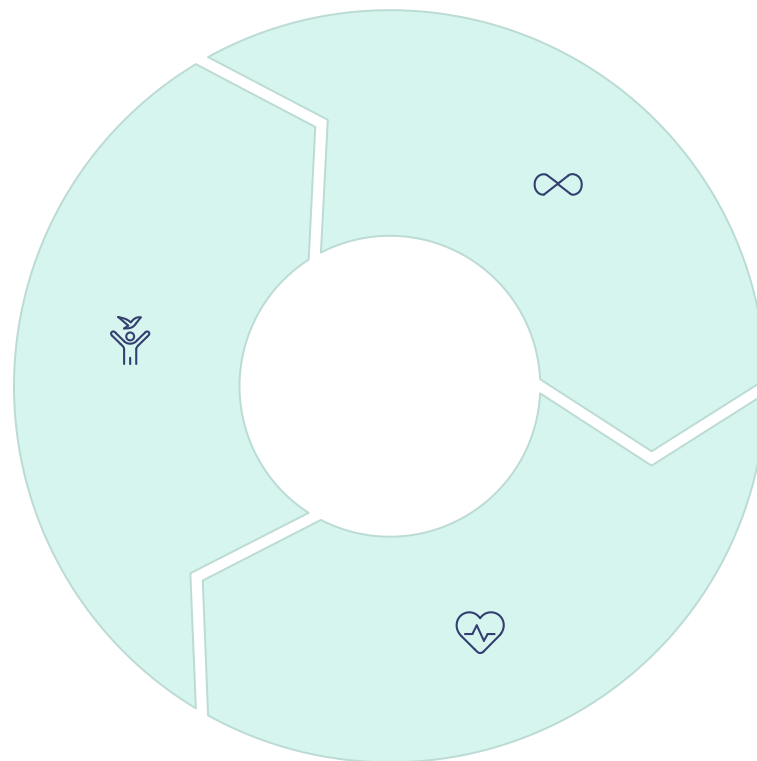
皮脂RNAモニタリング: 顧客自身も気づいていない肌のバリア機能の変動を可視化できます。

顧客の肌の「今の声」を、遺伝子レベルでリアルタイムに取り読み取ります。

顧客価値の転換

共感価値

自身の遺伝子・バイオデータに完全に寄り添う究極のパーソナライズへの信頼感



体験価値

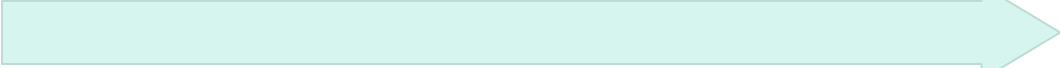
「着る、脱ぐ、洗濯機に入れる」以外の全てのプロセスが自動化されたシームレスな体験

使用価値

皮膚トラブルの低減、衣類の寿命最大化、および創出された自由時間

従来の「使用価値・知覚価値」から、「共感価値・体験価値」へと顧客価値の軸を完全に転換します。

価値変換のメカニズム



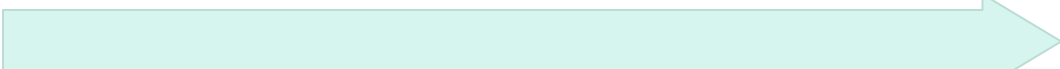
皮脂RNA解析

「皮膚遺伝子モード」を解析し、最適な洗浄・ケアアルゴリズムを生成



精密制御

水の硬度、温度、洗剤投入量をミリグラム単位で精密制御



プログラマブル洗剤

バイオIOSをベースとした配合比率をクラウド経由で洗濯機に指示



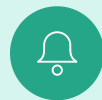
継続的最適化

「前回の汚れ落ち」と「今の肌バリア状態」を照合し、次回を動的に最適化



My Kao AI Butler

生成AIがスマホや音声端末を通じて顧客に寄り添い、承認(Yes/No)を得るだけで全ての最適化を実行します。



プロアクティブな提案

肌の状態変化を検知し、最適なケアを提案



自動補充

洗剤カートリッジを最適なタイミングで自動注文



健康アラート

皮膚疾患の予兆があれば警告を発する

収益モデルの転換



サブスクリプション収益

ライフケア・プラットフォーム利用料の月額課金



従量課金

最適化された洗剤カートリッジの使用量に応じた課金



データ収益

匿名化されたバイオ・行動データのB2B提供

単発の製品販売から、定期的・継続的なリカーリングレベニューへと収益構造を転換します。



データ駆動型の価値創造

収集するデータ

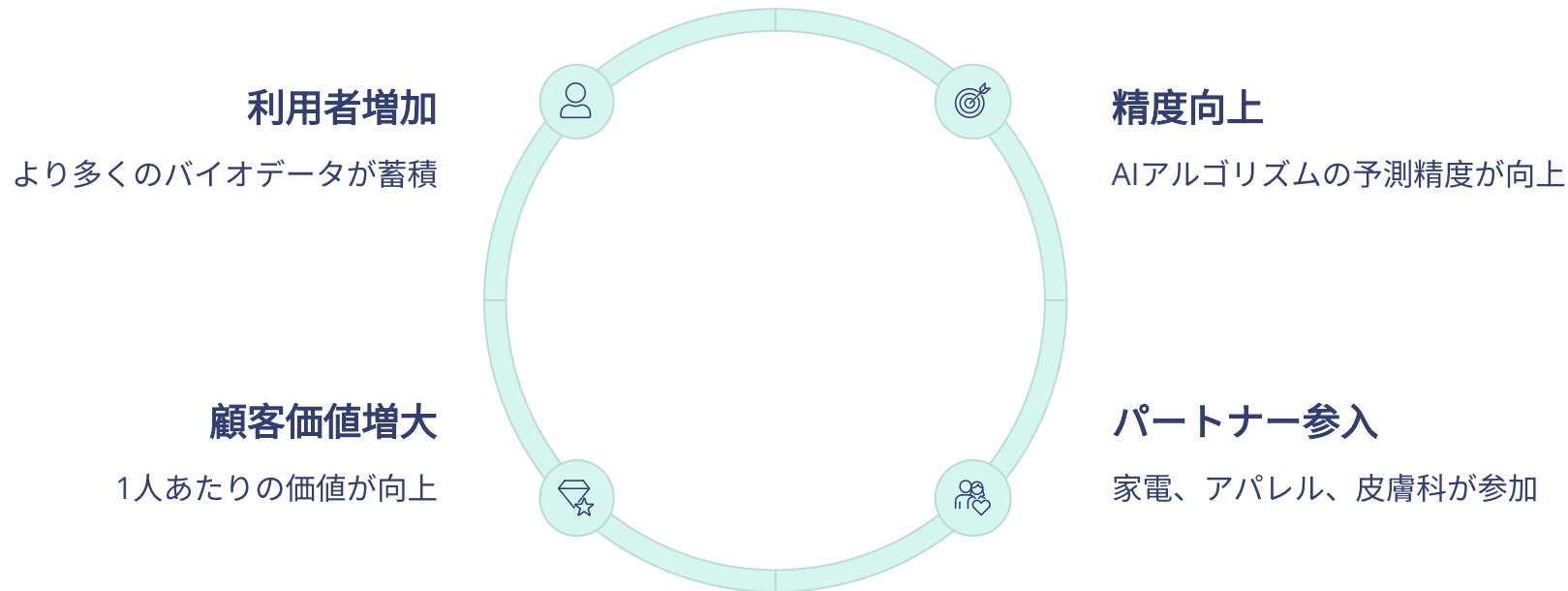
- 皮脂RNA
- 睡眠・体温
- 衣類の着用・洗濯頻度
- 汚れの種類(センサー検知)
- 地域ごとの水質・天候データ

データの価値変換

「前回の洗濯での汚れ落ち」と「今の肌バリア状態」を照合し、次回の洗濯での洗浄成分配合を動的に最適化します。

数百万人のバイオデータと環境データの相関をAIが学習し、全ユーザーの予測アルゴリズムの精度を向上させます。これが「場の学習能力」となり、競合の追随を許さない価値となります。

ネットワーク効果の発揮



クロスサイド・ネットワーク効果により、利用者が増えるほどデータの精度が高まり、さらに多くの有力パートナーが参入する好循環を生み出します。

競合比較分析

評価軸	従来の花王	Amazon	P&G	提案モデル
事業前提	アナログ(モノ売り)	デジタル(物流)	アナログ(ブランド)	デジタル+バイオ
主たる顧客価値	使用価値・知覚価値	利便性・交換価値	知覚価値・使用価値	共感価値・体験価値
意思決定の形	顧客の「選択」	AIの「推薦」	顧客の「選択」	AIの「承認」
データの深さ	浅い(購買)	中(購買・行動)	浅い(購買)	極深(遺伝子)
成長の形	リニア成長	ノンリニア(物流)	リニア成長	ノンリニア(データ)
参入障壁	低(模倣可能)	極高(物流網)	低(広告宣伝)	極高(バイオ・データ)

花王の固有資産の活用

界面科学と生物科学の垂直統合

バイオIOSとRNA技術の両方をトップレベルで保有。ソフトウェアだけのIT企業にも、ハードウェアだけの家電メーカーにも不可能な「ツインターボ顧客価値創造」です。

My Kaoプラットフォーム

既に生活者と直接つながる基盤を保有。28,000人の従業員を「実験の場」として活用し、コールドスタート問題を早期に突破できます。

ESGとサステナビリティの信頼

「Kirei Lifestyle Plan」を通じ、世界で最も環境に配慮した企業としての地位を確立。洗剤の過剰使用を防ぎ、究極の環境価値と経済価値の両立を実現します。

リスクと対策

1

プライバシーとデータ倫理

リスク: バイオデータは究極の個人情報

対策: データの所有権を完全に顧客に帰属させ、透明性の高いガバナンス体制を「My Kao」上で構築。ブロックチェーン技術によるデータの安全性をブランド価値の一部とします。

2

既存流通チャネルとの摩擦

リスク: サブスクリプション化は小売店の売上を奪う可能性

対策: 小売店を「RNA採取・カウンセリングの拠点」として再定義し、プラットフォームの手数料を分配するエコシステムへと再構築します。

3

組織の抵抗

リスク: 「モノづくり」のプライドによる変革への抵抗

対策: 経営トップが「我々は洗剤メーカーではなく、生命の健やかさを制御するソフトウェア企業である」と宣言し、KPIを「出荷量」から「顧客LTV」と「健康改善指標」へ完全に切り替えます。

成長の形の転換

従来のリニア成長



- 新規顧客の獲得
- 製品単価の向上
- 新興国市場への進出
- 他社とのシェア奪い合い

市場全体のパイが限られる中でのレッドオーシャン競争

ノンリニア成長



- データによる「場」の価値増大
- 参入障壁の自動的な向上
- 顧客1人あたりの収益性が指数関数的に向上
- 自らのブルーオーシャンを創出

物理的な「量」ではなく、データによる価値創造

実装ロードマップ

フェーズ1: 基盤構築

My Kaoプラットフォームの拡張
皮脂RNAモニタリング技術の実用化
スマート家電メーカーとの提携

1

2

3

4

フェーズ3: 市場展開

一般消費者向けサービス開始
エコシステムパートナーの拡大
グローバル展開の準備

フェーズ2: パイロット展開

従業員28,000人での実証実験
AIアルゴリズムの学習と最適化
初期顧客の獲得とフィードバック収集

フェーズ4: エコシステム完成

ネットワーク効果の本格発揮
ライフケアプラットフォームの確立
ルールチェンジャーとしての地位確立

経営層へのメッセージ

ゲームチェンジャーではなく、ルールチェンジャーになれ

皆様が守りたいのは、「アタック」という製品でしょうか、それとも「人々の清潔で健やかな暮らし」というパーパスでしょうか。

もし后者であるならば、今すぐ「洗剤を売る」というアナログ時代の古いルールを捨てるべきです。現在の花王は、非常に高いエンジン性能を持ちながら、アナログな地図を見ながら、他社と同じリニアな舗装道路を走っている状態にあります。

「バイオIOS」という物質に、デジタルの命を吹き込みなさい。

「皮脂RNA」という情報に、生成AIという頭脳を与えなさい。

「My Kao」という場を、世界最高の健康共創プラットフォームへと進化させなさい。

「Global Sharp Top」への道は、既存のゲームを上手く戦うことの延長線上にはありません。自らルールを創り、その支配者となる「ルールチェンジャー」への挑戦こそが、花王の未来を創る唯一の戦略的行動です。

将来を待つのではなく、自らの手で創り出そう。今こそ、その決断の時です。