

DXPの「勝手にDX」提案《概要版》

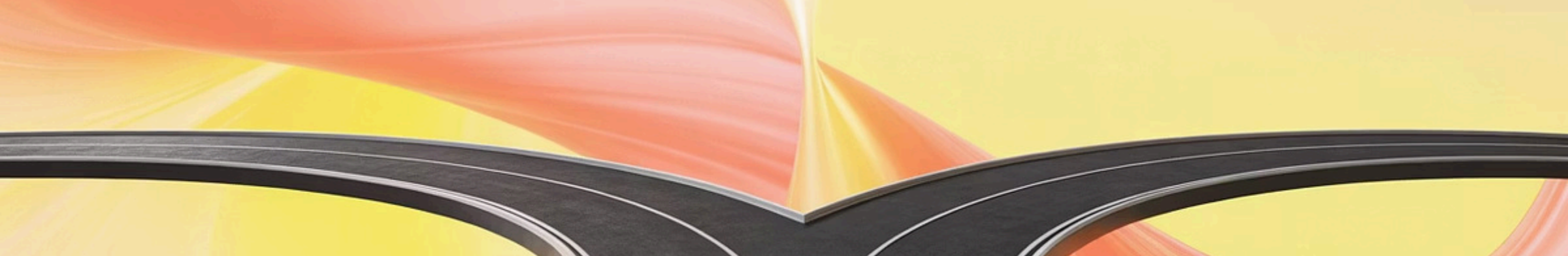
森永製菓のデジタル変革提案

株式会社DXパートナーズによる「勝手にDX」提案です。森永製菓の菓子食品事業を、デジタル時代の「ウェルネス・プラットフォーム」へと進化させる戦略をご提案します。

株式会社DXパートナーズ

2025年12月18日





変革の予兆:絶頂期こそ最大の標的

現在の成功

森永製菓は2030ビジョンで「ウェルネスカンパニー」への転換を宣言し、2025年3月期には売上高2,289億円、営業利益212億円と4年連続で過去最高を達成しています。

潜在的リスク

しかし、この成功はアナログ時代の延長線上にあります。原材料価格の高騰、労働力不足、消費者価値観の断片化という構造的リスクが存在します。

「お買い物のDX」からの脱却

デジタル置換

既存プロセスをデジタル技術で置き換えるだけの「お買い物のDX」では不十分です。

ルールチェンジ

デジタルを「活用」するのではなく、デジタルを「前提」としてビジネスを再構築する必要があります。

新たな定義

モノの所有からコトの利用へ、たまに繋がる関係から常に繋がる関係へと基盤を移行させます。

顧客価値の5次元化

アナログ時代は3種類の価値に限定されていましたが、デジタル前提のビジネスでは5種類すべての価値を提供できます。



交換価値

パーソナライズによる支払意思額の最大化とダイナミックプライシング



知覚価値

AIによるパーソナライズされたコミュニケーションを通じた信頼構築



使用価値

リアルタイムな体調データに基づいた最適な栄養補給機能



体験価値

生成AIによる食べ合わせの提案や、ARを用いた食の演出



共感価値

サステナブルな調達や社会貢献への直接的な参画感の可視化

ツインターボ顧客価値創造エンジン



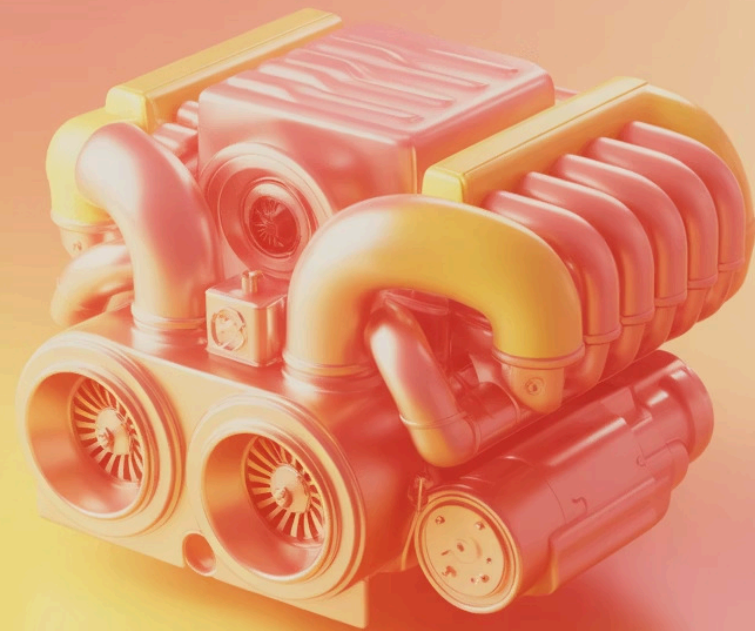
ターボ1:高速実験

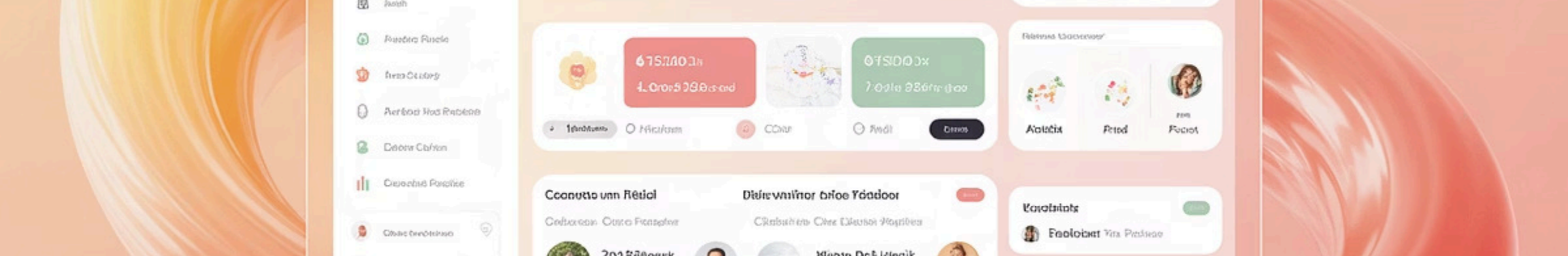
顧客データをAIで解析し、新商品開発サイクルを数ヶ月から数日へ短縮。
失敗コストを最小化し、成功確率を極大化します。



ターボ2:ネットワーク効果

顧客が増えるほどデータが蓄積され、AIの予測精度が向上。一人の顧客が
享受する価値が他の顧客の存在によって増大します。





創造1:場の創造

「ウェルネス・バトラー」としての空間

森永製菓が提供すべき「場」は、単なるECサイトではありません。顧客一人ひとりの人生に寄り添い、その時々的心身の状態に最適な「食」を提案し、共創する「マーケットプレイス/エコシステム/コミュニティ」です。

ミッション: 「地球上で最も個人のウェルネスに寄り添うパートナー」

プラットフォームの7つのパラメータ

01

顧客(価値享受者)

健康寿命の延伸を願い、自身の体調に合わせた「最適な食」を求める全世代の消費者

02

顧客(価値提供者)

森永製菓、提携栄養士、パーソナルトレーナー、地元食材の生産者、他のユーザー

03

顧客価値

データに基づく個別最適化された栄養補給、食の楽しみ、健康状態の可視化

04

対価

サービス利用料、製品代金、バイタルデータの提供、行動フィードバック

05

データ活用

血糖値、睡眠ログ、味の好み。これらをAIで分析し、「予測」と「選択肢」へ変換

06

場の価値

データの集積が個人の健康改善を加速させ、コミュニティの知見が全体のQOLを高める

07

成長戦略

ネットワーク効果を活用し、参加者が増えるほど予測精度が上がるノンリニア成長

創造2:顧客の創造



イノベーターの熱狂

ビジネスの真の目的は「顧客を創造すること」です。まずはテクノロジーへの感度が高く、自身の体調をデータで管理することに価値を感じる「イノベーター」および「アーリーアダプター」を熱狂させます。

- フィットネスアプリのヘビーユーザー
- パフォーマンスを極限まで高めたいエグゼクティブ層
- 「inゼリー」のパーソナライズ版の先行提供
- DNAに基づいた「カスタム・ハイチュウ」

創造3:ジョブ理論による価値創造

顧客が菓子を「雇う(購入する)」理由には、顧客自身も気づいていない「片付けたいジョブ(進歩)」が存在します。

機能的ジョブ



ペイン: 会議中にこっそりエネルギーを補給したいが、音が気になる

ゲイン: AIがスケジュールを検知し、静音性の高いテクスチャーの菓子を推奨

情動的ジョブ



ペイン: ダイエット中だが、甘いものを食べてストレスを解消したい

ゲイン: リアルタイムの血糖値データに基づき、今食べても太りにくい最適な糖質配合の菓子を提案

社会的ジョブ



ペイン: 子供に健康的なおやつをあげたいが、何を信じて良いか選べない

ゲイン: ブロックチェーンでトレーサビリティを担保した、原料から科学的に管理された菓子の提供

創造4:バリュースティックの多次元化

デジタル時代の収益モデルは、顧客の支払意思額(WTP)を押し上げ、同時に供給意思額(WTS)とコストを最小化させる戦略です。

X₁

定額制サブスクリプション

毎月の体調診断と、それに基づいたパーソナライズ菓子の定期配送。リカーリングな収益を確保します。



パーソナライズ・プレミアム

AIによる個別設計に対する付加価値。基本機能をフリーミアム化し、高度な栄養分析をアドオン販売します。



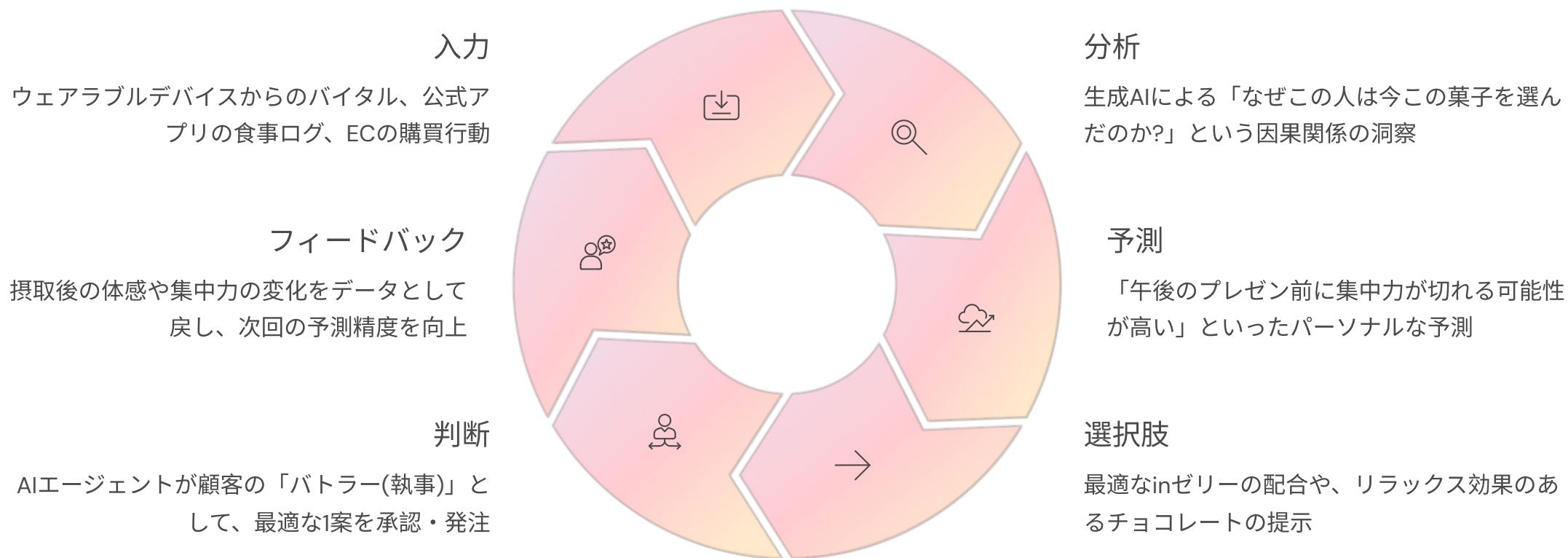
データ・ドリブンなコスト削減

需要予測とスマートファクトリーの連携により、在庫廃棄ロスを極限まで減らし、営業利益率12%以上を達成します。



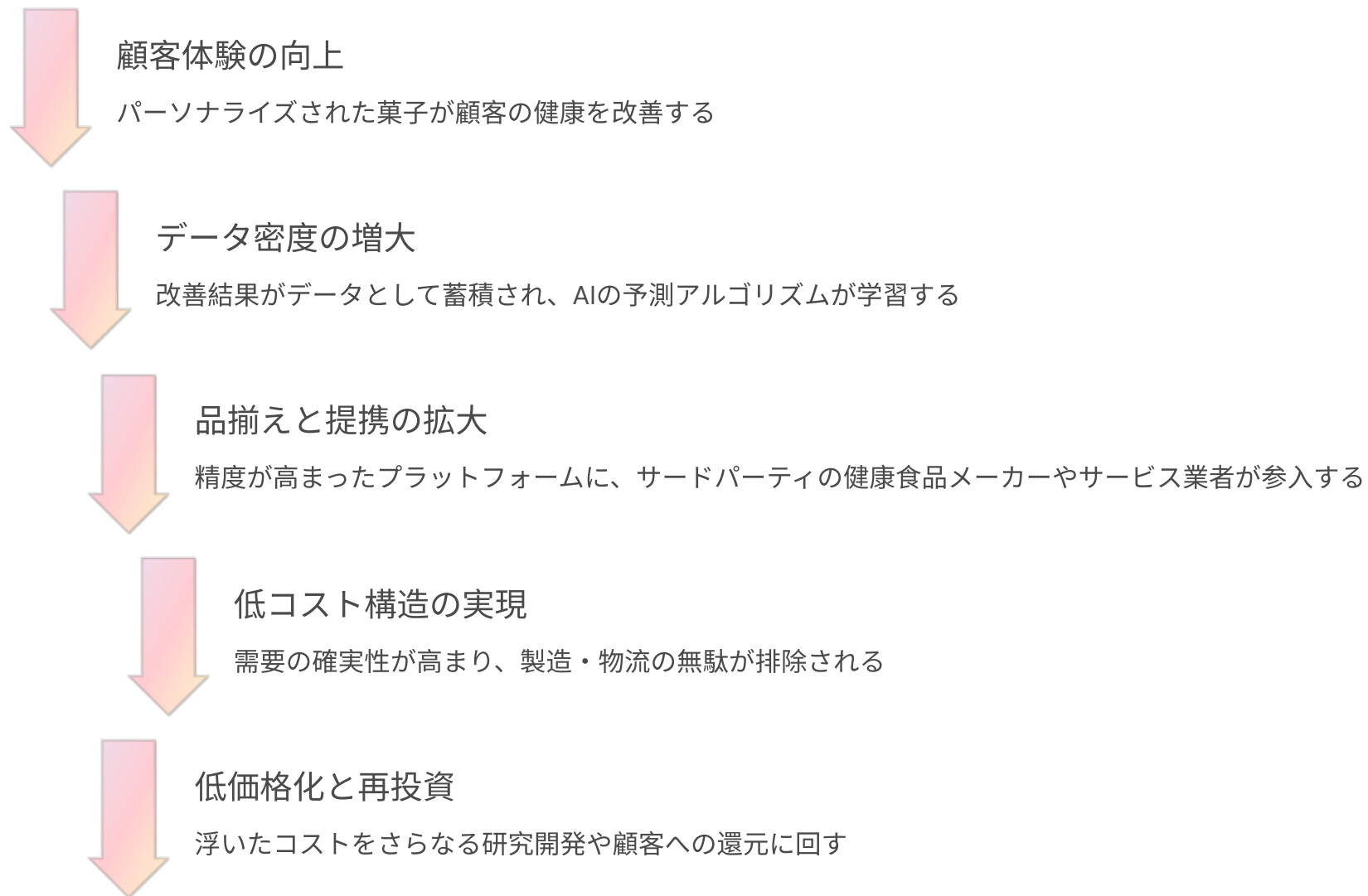
創造5:データの価値変換サイクル

「場」を回すとは、データを顧客価値に変換するサイクルを高速化することです。森永製菓は新商品やサービスの仮説検証をデータに基づいて毎日行う「実験企業」へと脱皮します。



創造6:ハーヴェストループの自己強化

ノンリニアな成長は、構造の中に埋め込まれた自己強化ループによってもたらされます。



4C理論:生成AI時代のアーキテクチャ

Core(コア)

100年以上蓄積された菓子の配合データ、製造ノウハウ、栄養学知見をデジタル化



Container(コンテナ)

顧客のAIエージェントが森永製菓のCoreにアクセスできるプラットフォーム



Contents(コンテンツ)

AIが生成した配合データに基づき、その瞬間に最適な製品を提供



Context(コンテキスト)

「朝のジョギング後」や「深夜のデスクワーク」といった顧客の生活シーン

4C理論の究極形態

パーソナライゼーションの極致

顧客が所有する「AIエージェント」が、森永製菓の提供する「Core」と顧客の「Context」を掛け合わせ、その瞬間に最適な「Contents」を生成します。

3Dフードプリンティング技術と連携すれば、AIが生成した配合データに基づき、自宅で自分だけの栄養菓子が「出力」される世界も実現可能です。

- ❑ 森永製菓は「完成した菓子を届ける会社」から、「菓子の設計図をAIに提供し、最適な食体験を生成させる会社」へと進化します。





無選択型意思決定の時代

今後のデジタル変革において最も破壊的なインパクトをもたらすのは「無選択型意思決定」の普及です。

1

従来のマーケティング

広告を打ち、ブランドイメージを高め、店頭で最後の一押しをする。顧客に「選んでもらう」ための活動。

2

生成AI時代

信頼できる「AIバトラー」が最適な製品を提案し、顧客が「YES」と答えるだけで完結する。

ブランドは「ロゴ」ではなく「アルゴリズムとデータの誠実さ」によって定義されるようになります。

実装ロードマップ:Step 1

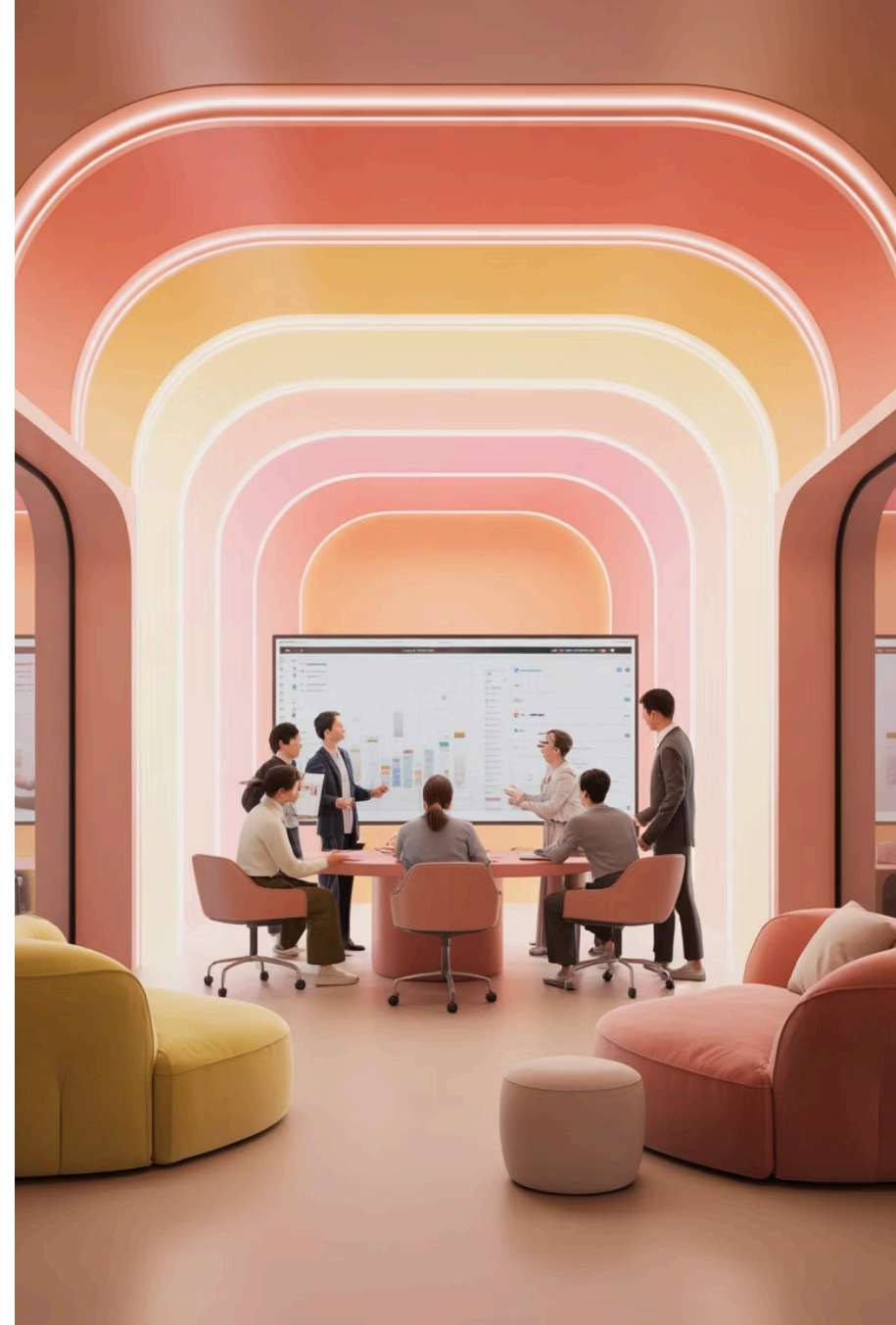
デジタル前提へのマインドセット転換(Think Big)

文化の醸成

社内の全部門が「デジタルを前提」に考える文化を醸成します。製造、物流、マーケティング、R&Dのすべての人間が、「自分たちはソフトウェア企業である」というアイデンティティを持ちます。

思考法の転換

- **5WHY法・WNY法:** 既存事業のペインポイントを徹底的に深掘り
- **逆説思考:** 「健康になるために菓子を食べる」といった逆説から新ビジネスモデルを着想



実装ロードマップ:Step 2

小さな実験とCPF/PSFの検証(Start Small)

1

MVP開発

全ての機能を備える必要はありません。まずは「バイタルデータに連動して特定の菓子が届く」というコアな体験価値が、顧客の行動変容を促すかを検証します。

2

CPF検証

Customer-Problem Fit: 本当に顧客はその健康問題を解決したいと思っているか？

3

PSF検証

Problem-Solution Fit: 提案した菓子とデータ連携のソリューションは、その問題を解決できているか？



実装ロードマップ:Step 3

ハーヴェストループの加速とスケール(Scale Fast)

検証されたモデルを、既存の強力なアセット(inブランド等)に統合し、急速に拡大させます。

ネットワーク効果の発動

会員基盤を拡大し、データが集まるほど価値が上がる仕組みを回します。参加者が増えるほど、全員が享受する価値が高まるノンリニアな成長を実現します。

スマートファクトリーとの連携

需要予測データを工場の稼働計画に直結させ、究極の「受注生産型ウェルネス・デリバリー」を実現します。在庫廃棄ロスを極限まで減らし、持続可能な生産体制を構築します。

期待される成果

12%+

営業利益率

データ・ドリブンなコスト削減により、営業利益率12%以上を安定的に達成

3倍

開発スピード

新商品開発サイクルを数ヶ月から数日へ短縮し、市場投入速度を3倍に

50%

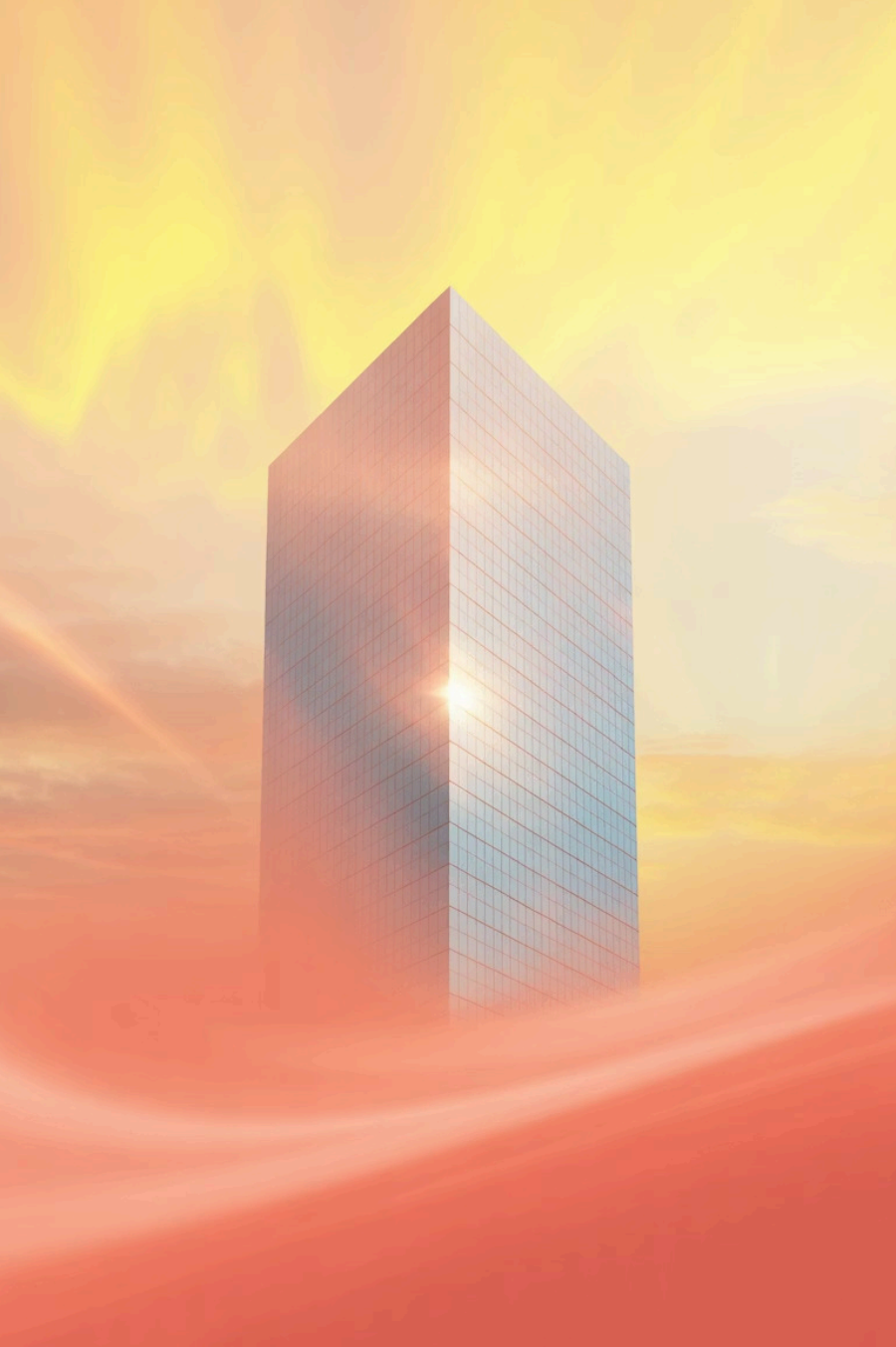
フードロス削減

需要予測精度の向上により、在庫廃棄ロスを50%削減

100万人

プラットフォーム会員

3年以内にウェルネス・プラットフォームの会員数100万人を目指す



100年の歴史を背負ったルールチェンジャーへ

森永製菓の「菓子食品事業」は今、歴史的な分岐点に立っています。過去最高益を更新し続ける現在の姿は、アナログ時代の終焉を飾る華やかなフィナーレなのか、それともデジタル時代の新たな序曲なのか。

「DXの科学」[®]が教えるのは、成功の秘訣は「技術」ではなく「思想」にあるということです。

デジタルを道具として使う「ゲームチェンジャー」に甘んじるか、デジタルの力で世界のルールそのものを書き換える「ルールチェンジャー」になるか。その選択が森永製菓の次の100年を決めます。

菓子は、人を笑顔にする力を持っています。その笑顔を、一時的な享楽から、生涯にわたる健康と幸福へと昇華させること。それがデジタル時代の森永製菓が果たすべき真の社会的使命です。