News Release
花王株式会社

kao
きれいを こころに 未来に

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10　www.kao.com/jp/

＜発表資料＞　2022 年 12 月 15 日　22122

花王、製造業から「UX創造企業」への変革をめざして
生活者と直接つながる双方向デジタルプラットフォーム『My Kao』スタート

花王株式会社（社長・長谷部佳宏）は、2022年12月15日より、生活者と直接つながる双方向のデジタルプラットフォーム『My Kao』を立ち上げ、運用を開始します。お客さま一人ひとりのKirei-Lifeを共創することを目的に、花王のDX（デジタルトランスフォーメーション）知見と資産を結集し立ち上げる、花王初の双方向デジタルプラットフォームです。

『My Kao』は、「知る」「体験する」「買う」「創る」の4つの機能からなります。また、One-IDでお客さまとつながり、お客さまを深く理解することで、さまざまなUX（顧客体験）を提供してまいります。2022年12月時点では、生活者研究やモノづくりを通して得た知見をもとに、毎日のくらしに役立つ情報を発信することに加えて、『My Kao』内に、ビューティに関する双方向型のコミュニティサイト「Kao Beauty Brands Play Park」、化粧品からスタートするEC機能「My Kao Mall」をオープン。今後、順次拡充を図ってまいります。

花王は、この双方向デジタルプラットフォーム『My Kao』の立ち上げにより、パーソナライズされた体験価値提供の強化を図り、製造業から「UX創造企業」へと変革をめざします。

＊『My Kao』 はこちら　https://my.kao-kirei.com/jp/
＊ビューティコミュニティサイト「Kao Beauty Brands Play Park」はこちら
https://member.kao-kirei.com/jp/kbbplaypark/

1. 背景

情報が氾濫し、情報の信頼性への不信が広がる昨今、企業が発信する情報への期待が大きくなってきています。また、一方では IoT 技術の進化、ウェアラブル端末の出現により、あらゆるものがデータ化されるようになってきています。さらに生活者自身が作り手となり発信するプラットフォームなど、クリエイターエコノミーが急成長し、モノづくりの主体が生活者に移りつつあります。

このような生活者と世の中の変化を踏まえて、花王は生活者と直接つながる双方向デジタルプラットフォーム『My Kao』を立ち上げ、お客さまと対話し、多くのデータからお客さまを深く理解することで、一人ひとりの Kirei-Life を共創してまいります。

2. 概要

新プラットフォーム『My Kao』では、くらしのお役立ち情報や、サステナブルなくらし・社会に向けた、花王の「もったいないを、ほっとけない。」取り組みの紹介、花王の各ブランドの旬な情報などを集約して発信していきます。併せて、『My Kao』内に、お客さまとの共創の場となるコミュニティを開設。まずは、ビューティ領域でお客さまとつながる「Kao Beauty Brands Play Park」からオープンします。さらに、EC機能の実装となる「My Kao Mall」を開設します。そして、これらのサイトは、「My Kao ID」という共通のOne-IDで、会員サービスを展開します。

『My Kao』には、「①知る」「②体験する」「③買う」「④創る」という4つの機能を実装していきます。

① 知る：生活者研究やモノづくりを通して得た、エビデンスに基づく知見やお役立ち情報を届けます。

② 体験する：花王ならではのモニタリング体験を通じ、一人ひとりに最適な解決方法を提供します。

③ 買う：EC 機能の実装と位置情報に基づいた最寄りの取扱店検索機能により、購入体験の向上を図ります。

④ 創る：多種多様なコミュニティをつくり、これまでになかった新しい商品やサービスをお客さまと一緒に創ります。

お客さまとOne-IDでつながりながら、これら4つの機能の体験をしていただくことで、多くのお客さまの“くらし”に関するさまざまなデータが日々集まります。花王は、これを「くらしビッグデータ」と名付けています。このデータにより、お客さまをこれまで以上に深く理解することが可能となり、新しい商品やサービスの開発に活用することができるようになります。そして、生活者や社会が抱えるさまざまな課題解決を通して、「くらしビッグデータ」を生活者や社会に還元していくことをめざしてまいります。

3. ビューティコミュニティサイト「Kao Beauty Brands Play Park」について

「Kao Beauty Brands Play Park」は、ビューティの領域でお客さまと直接つながる双方向コミュニティサイトで、ブランド横断コンテンツとブランドサイトで構成されます。

●主要なコンテンツ

【プロに聞く】

お客さまが投稿した質問がサイト上に公開され、それに対して社内外の美容の専門家が回答する「みんなのQ&A」と、電話やメール、さらにオンライン通話を用い、個別にお客さまの美容に関する悩みや疑問に答えていく「1対1で相談」の2つのコンテンツを用意しています。お客さま一人ひとりの異なる悩みや興味、ライフスタイルに寄り添い、One to Oneコミュニケーションを行ないます。

【きれいのレシピ】

スキンケアやメイクに関する美容情報を動画を交えながら総合的に発信します。独自性のあるKao Beauty Brandsの最新情報、エビデンスに基づくわかりやすいハウツー情報、Play Park編集部が、社内外の美容の専門家や「Play Parkフレンズ」と呼ぶインフルエンサーと一緒に創る情報、Play Parkに寄せられたお客さまの声をもとに創る情報など、共創型のコンテンツを展開します。また、これらのコンテンツへの閲読を通じて、それぞれのブランドとのセレンディピティ（偶然の素敵な出会い）を創出。お客さまは、サイト内で出会った商品を「My Kao Mall」で購入することができます。（一部ブランドを除く）

【肌レコ】 ※2023年3月公開予定

AIを活用した肌測定コンテンツです。花王の皮膚科学研究、メイクアップ研究の知見を学習させたAIと外部技術を掛け合わせ、独自の測定ロジックを構築しています。お手持ちのスマートフォンで顔画像を自撮りするだけで、合計13指標のスコアを測定することが可能になります。“続けたくなる肌測定”をめざし、ゲーム的な要素も取り入れながら、一人ひとりの“きれい”に寄り添います。

また、各ブランドサイトにおいては、会員限定コンテンツを用意することで、各ブランドとお客さまが直接つながり、双方向でコミュニケーションできるようになります。まずは、「KATE」「CuréI」「SOFINA iP」「DEW」「Primavista」からサービスを開始し、順次ブランドを増やしていきます。各ブランドとお客さまが直接つながり双方向でやり取りしながら、新しい絆を創っていきます。

『My Kao』は、今後もさらなる充実化を図っていきます。2024年までには、「Kao Beauty Brands Play Park」に続く新たなコミュニティサイトをオープン。化粧品からスタートするEC機能「My Kao Mall」は、取り扱いカテゴリーを順次拡張していきます。

花王は、DXという手段により、これまでの“モノを作る”に留まらず、“体験を創る”ことをめざします。『My Kao』を、「多種多様な生活者に向けた幅広い体験づくり」を提供する、生活者との“体験共創プラットフォーム”として進化させ、製造業から「UX創造企業」への変革を加速させてまいります。