

MIRC

東大×博報堂の特別プログラムに協力

ポーラ・オルビスホールディングスで化粧品の新価値創造を狙う「マールチア」の特別プログラムに協力する。同プログラムに「東大×博報堂」(MIRC)は、共創のスキームを体験するプログラム「東京大学×博報堂プログラム」をキーワードに、東大と博報堂が実施する特別プログラムで、参加者は発想と議論を繰り返して、社会に役立つアクションのアイデアを創造する。



参加者は、東大教養学部1~2年生、東京藝術大学学生、社会人などで、プログラムではプロジェクティブチームを構成し、現役広告会社社員とのファシリテーションのもと、ポーラ・オルビスグループ向けの新たなブランドのアイデアを創出する。

多様なリサーチや議論を通し手ざわりを多面的に捉え直すことで、化粧品の枠にとらわれない新たなブランドコンセプトを構築し、実際のサービスマネジメントなどのアイデア創出を行う。

MIRCは、グループ会社であるポーラ化成工業のフロンティアリサーチ

「MIRC」では、国内全業種の中から約400~5000に及ぶ主要企業・ブランドのSNSアカウントの投稿内容を過去13カ月に遡って検索・分析できるクラウドツールを展開している。

この企業では、国内で、AIによる自動判定の画像レコメンド機能が実現できると、今後の課題になる」と語り、国内最大級の「アプリのメインユーザーは、メイクや化粧品に興味を持ち始める10代が圧倒的に多い。しかし、こうしたAIの活用によって20代~30代の年代にも合ったコスメアプリを開発・運営している。

こうした膨大なデータベースをもとに、データ分析やマーケティングなどのAI技術を掛け合わせることで「いいね」が多かった投稿と画像の関連性を数値化すること

統合レポート2018を公開

花王は4月17日、株主・投資家をはじめとするすべてのステークホルダーに向けて「花王統合レポート2018」をウェブサイトに公開した。なお、冊子版については、日本語、英語版とも5月に発行する予定だ。

2017年より「自らの変化を先取りする」という新たなキーワードを掲げ、変革を先取りする。また、グローバルで企業イメージを醸成するための新たなキーワード「ESG活動」に積極的に取り組む。

「花王」では、持続的な利益ある成長に向けた事業戦略と、それを支える基盤、社会のサステナビリティへの貢献に向けて報告した活動を関連づけて報告することで、花王の企業価値や、中長期的な成長戦略をわかりやすく伝えることを目指した。



「未来に。」と設定。今後は、このメッセージのもとで花王らしいESG活動を推進していく。「花王統合レポート2018」では、持続的な利益ある成長に向けた事業戦略と、それを支える基盤、社会のサステナビリティへの貢献に向けて報告した活動を関連づけて報告することで、花王の企業価値や、中長期的な成長戦略をわかりやすく伝えることを目指した。

愛媛工場太陽光発電設備の運用を開始

花王グループの愛媛工場は、昨年より準備を進めてきた太陽光発電設備の運用を1月22日より開始した。

2017年に竣工した生産棟の屋根にパネル発電容量334kWの太陽光発電設備を導入したものであり、年間約337MWhの発電により年間約195トンのCO₂削減を見込んでいる。

本件は環境省の補助事業案件であり、花王の地域特性に合わせた再生可能エネルギーの普及拡大や、再生可能エネルギー設備への投資促進方針が評価された。



私のH&B

つい最近、SNSマーケティングの支援企業とコスメアプリの開発・運営を行う企業を取材する機会に恵まれ、両社から今後のAI活用に関する興味深い話を聞くことができた。

今や最も旬なSNSと言っても過言ではない。多数の大手メーカーをクライアントに持つ前述のSNSマーケティング支援企業は、「今ちょうど実験段階」と前置きしつつ、「近い将来にはAIの活用でインスタ映えする画像が自動判定できるようになるだろう」と語ってくれた。

AI活用

この企業では、国内全業種の中から約400~5000に及ぶ主要企業・ブランドのSNSアカウントの投稿内容を過去13カ月に遡って検索・分析できるクラウドツールを展開している。

この企業では、国内で、AIによる自動判定の画像レコメンド機能が実現できると、今後の課題になる」と語り、国内最大級の「アプリのメインユーザーは、メイクや化粧品に興味を持ち始める10代が圧倒的に多い。しかし、こうしたAIの活用によって20代~30代の年代にも合ったコスメアプリを開発・運営している。

こうした膨大なデータベースをもとに、データ分析やマーケティングなどのAI技術を掛け合わせることで「いいね」が多かった投稿と画像の関連性を数値化すること

「雪肌精」SEKKISEIが中国で馳名商標に認定

「雪肌精」SEKKISEIは、年より日本製「雪肌精」の販売を中国で開始している。

今回、馳名商標として認定されたことについて、同社は、「雪肌精」の20年以上に及ぶ中国でのマーケティング活動にもとづく、中国全域の消費者へのブランド価値の浸透が評価されたもの」と説明している。

コーセー

コーセーは、中国において、2017年12月20日付で、「雪肌精」(中国商標登録第68992993号、10086870号)と「SEKKISEI」(中国商標登録第13252654号が馳名商標)の商標として認定された。

同社は、1987年に中国に進出し、1995