

資生堂 アリババグループと戦略業務提携を締結

日本企業初の戦略連携オフィスを 中国・杭州に新設

資生堂は3月31日、資生堂(中国)投資有限公司を通じて、世界最大手のeコマース企業の一つである「Alibaba Group Holding Limited」(所在地中国杭州、以下「アリババグループ」と)と、強固な戦略的パートナーシップの実現を目的に戦略業務提携を締結した。さらにこの提携の実行のため、中国浙江省・杭州のアリババグループ本社の近隣に、同社との提携業務に特化した「資生堂×アリババ戦略連携オフィス」を新設した。アリババグループとのパートナーシップを強化するために専用オフィスを開設するのは、日本企業・全世界の化粧品会社で初の試みとなる。

今回の戦略業務提携の1つと消費者インサイトの共同開発商品の第一弾締結によって、資生堂の「タ」と消費者インサイトの共同開発商品の第一弾研究開発力と、アリババの商品開発やブランドマーケティング、eコマース、CRM等の幅広い領域を強化する。

これにより、中国市場向けの「Oil for Sensitive Ends」を2019年9月にアリババグループのTmall(天猫)で独占販売する。

頭皮や枝毛などの悩みに対応するへ、商品にさらに拡充し、ヘアケアの新商品は、アリババグループの天猫新商品開発センター(TMIC)と連携し、7億人近くの消費者のビッグデータを活用した商品開発プロセスにより実現し、0200年までに20名に拡大。今後、共同開発する(大予定)



頭皮護理新时代 净洗露强势来袭

美の横断プログラムを世界に拡大

ポーラ・オルビスグループ

ポーラ・オルビスホールディングスで化粧品の既存の枠を超えた新価値創出を狙う「マルチプルインテリジェンスリサーチセンター(MIRCC)」は、主催するグループ横断プログラム「美を紡ぐ」の活動を世界に拡大する。「美を紡ぐGlobal」と名づけた同プログラムでは、昨年見つけた「日本の美意識」を踏まえつつ世界中の「美」に関する事例と合わせて、自分たち自身に「これからの美とは何か」を問ひかけ、考えていく。

2018年にグループ横断で始めた「美を紡ぐ」では、一人ひとりの美意識や感受性を磨く活動の輪が、京都を舞台に伝統工芸のあり方を手



ト・ビジネス戦略をコンサルティンクする、デンマークのBespoke社(所在地コペンハーゲン)とともに、ポーラ・オルビスホールディングスにおいて世界中の情報収集を担当する。研究員とBespoke社が共同で、世界各国から「美」に関する注目の事例と思想を寄せ集め、デザイン思考を駆使して未来の美を考える。

2019年度はさらに視野を世界にまで広げ、同グループが「世界に対して未来に提供すべき美」について考える活動を行っていく。

同プログラムは、「未来をデザインする」を指針として企業のコンセプト・ビジネス戦略をコンサルティンクする、デンマークのBespoke社(所在地コペンハーゲン)とともに、ポーラ・オルビスホールディングスにおいて世界中の情報収集を担当する。研究員とBespoke社が共同で、世界各国から「美」に関する注目の事例と思想を寄せ集め、デザイン思考を駆使して未来の美を考える。

2019年下期にはグループ各社のメンバーが参加するワークショップを開き、世界事例をもとに各自の視点を持ち寄りディスカッションすることで、同グループが創出すべき新たな「美」の指針を決定する。

ライオン 新価値創造プログラム「NOIL(ノイル)」を始動



ライオンは4月1日、グループ企業の従業員を対象に、新しい価値を有する事業を生み出すプログラム「NOIL(ノイル)」を始動した。

同社は、2030年に「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニー」を掲げ、その実現に向けて2018年より「新価値創造による事業の拡張・進化」や「変革に向けたダイナミズムの創出」等を基本戦略とする中期経営計画「LIVE計画(LION VALUE Evolution Plan)」を推進している。

こうした中、NOILでは、「ヘルスケアの常識を破る事業」をテーマ

ライオンは4月1日、グループ企業の従業員を対象に、新しい価値を有する事業を生み出すプログラム「NOIL(ノイル)」を始動した。

同社は、2030年に「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニー」を掲げ、その実現に向けて2018年より「新価値創造による事業の拡張・進化」や「変革に向けたダイナミズムの創出」等を基本戦略とする中期経営計画「LIVE計画(LION VALUE Evolution Plan)」を推進している。

発見し、これまでにない解決策を生み出す狙いがあり、社員一人ひとりが生活者の課題に向き合い、自分自身の力で解決したいと思える事業アイデアを選定し、事業として実現していく。

募集テーマは、「ヘルスケアの既存概念を破るような事業であること」「生活者の課題視点で発想した事業であること」「将来的に生活者の価値観を委ねる事業であること」「自分自身が成し遂げたい事業であること」に合致するものとして、ワークショップ等でブラッシュアップされた個々のアイデアは、複数回の審査を経て、2019年

企業行動規範を改定

花王グループ

花王は、グループで働く従業員一人ひとりが企業理念「花王ウェイ」を実践するための行動規範を示した「花王ビジネスコンダクトガイドライン」(BCG)を改定し、4月1日より、国内グループ各社に改定版の導入を開始した。海外グループ各社についても年内に、改定版ガイドラインを順次導入していく。

同社は「花王ウェイ」を掲げ、この言葉をコアとなる価値観「コンプライアンスの原点」として、創業者が遺した位置づけ、法と倫理に則って行動し、誠実で清廉

10月に最終選考される。選ばれたアイデアの提案者は、テーマ専任の担当事となり、実証実験等を経て事業化を目指す。

なお、(K)quantu mを同プログラムの推進パートナーとして、プロダクトの設計や企画開発に加え、新しい価値を創

出するワークショップの運営やメンタリングを通じてアイデアブラッシュアップ等を共同で実施する。

可能な経済成長と社会的課題の解決を図ること」「企業活動全体を通じて人権の尊重に取り組むこと」「積極的かつ公正に企業情報を開示し、ステークホルダーとの建設的な対話を行うこと」により、企業価値の向上を図ること」「取引先にもBCGを理解してもらい、ともに取り組んでいただくように働きかけていくこと」の4点を改定した。

同社は「花王ウェイ」を掲げ、この言葉をコアとなる価値観「コンプライアンスの原点」として、創業者が遺した位置づけ、法と倫理に則って行動し、誠実で清廉

「社会に有用で品質の高い商品・サービスを開発・提供し、持続



花王ビジネス コンダクト ガイドライン KAO