

グローバル会計・経営基盤を刷新

プロセスの標準・自動化、ガバナンス強化で
迅速な意思決定を促進

ポーラ・オルビスホールディングスは、会計・経営管理情報をグループで統一して管理し、オペレーション業務を効率化し、多くの事業やブランドのポートフォリオ管理や投資対効果を分析することで、戦略的な意思決定ができるよう、日本一B Mとともにグローバル会計・経営管理基盤の導入と業務変革を進めた。2019年1月から取り組みを開始し、2022年1月から稼働を開始している。

また、将来を見据えた
経営強化を目的として、
基幹システムについては、
日本オラルのクラウド
ERPを導入した。企業
の基盤となるマスター・
データの共通化により、
グループ共通会計フラッ
トフォームを構築し、ガ
バナンスの強化、業務の
効率化を実現する。

同社では、個性豊かな
ブランドによる「マルチ
ブランド戦略」にて、グ
ループ各社が会計・経営
管理情報を独自の方法や
ルールで管理していた
が、国内外の事業拡大に
より、ブランドをまたが
るグループ経営やグルー
プ間でのシナジー創出の
ために、グループ全体で

基幹システムもオンプレミス
からオフプレミスへ

同社では従来より、基
幹システムについては財

系の最適化とマスター・
データの一元化、販売・
入金処理の統合を実現
し、ガバナンス強化と業
務効率を可能にする会計
業務のDXを推進する基
盤が構築された。

今後は、この基盤をグ
ループ全体で活用し、経
営管理のさらなる精度向
上やプロセス・組織体制
の合理・標準化や自動化
を進め、DXの実現を目
指す。また、サプライチ
ェン領域への拡大も視
野に、さらに迅速な経営
判断やグループ全体の最
適化を目指す。

複数のERPソリュー
ションを比較検討した結
果、クラウドネイティブ
の純粋なSaaSソリュー
ションであること、新
たな法的要件に対応する

デジタルメイクアップサービスを欧州で開始

AIが画像解析と回答情報をもとに
フルメイクアップリストを提供

資生堂は、グローバルプレスステー
ジブランド「SHISEIDO」にて、
AIビューティプラットフォームを提
供するReview O.V.と共同で、
AIメイクアップアドバイザーをヨーロッパ
地域の消費者に向けて開始する。

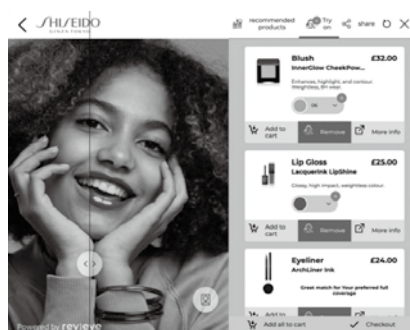
AIメイクアップアド
バイザーは、資生堂が掲
げるビジョン「BEAU
TY INNOVATION
イノベーション」の一環として、
AIメイクアップアド
バイザーをヨーロッパ
地域の消費者に向けて開始する。

このサービスは、最新のテク
ノロジーを迅速に採り入
れること、運用にお
ける負荷軽減が可能であ
るといった理由から、日
本オラルのクラウドE
RPを採用した。

SHISEIDO

資生堂は、グローバルプレスステー
ジブランド「SHISEIDO」にて、
AIビューティプラットフォームを提
供するReview O.V.と共同で、
AIメイクアップアドバイザーをヨーロッパ
地域の消費者に向けて開始する。

分析結果とユーザ
ーの回答情報を
AIメイクアップ
アドバイザー
が分析し、その
人に合ったアイ
カラー、フェイ
スカラー、リッ
プを含むフルメ
イクアップリス
トを提供する。
またオンライン上で購入
前に商品を試したり、気
になった商品をショッピ
ングカートに入れるな
ど、オンラインでの購買
体験を支援する。
具体的には、消費者が
資生堂のWebサイトか
ら直接メイクアップアド
バイザーにアクセスし、
顔画像をアップロードし
て美容に関する個々の質
問に回答すると、画像解
析結果とユーザ
ーの回答情報を
AIメイクアップ
アドバイザー
が分析し、その
人に合ったアイ
カラー、フェイ
スカラー、リッ
プを含むフルメ
イクアップリス
トを提供する。
またオンライン上で購入
前に商品を試したり、気
になった商品をショッピ
ングカートに入れるな
ど、オンラインでの購買
体験を支援する。
具体的には、消費者が
資生堂のWebサイトか
ら直接メイクアップアド
バイザーにアクセスし、
顔画像をアップロードし
て美容に関する個々の質
問に回答すると、画像解



析結果とユーザ
ーの回答情報を
AIメイクアップ
アドバイザー
が分析し、その
人に合ったアイ
カラー、フェイ
スカラー、リッ
プを含むフルメ
イクアップリス
トを提供する。
またオンライン上で購入
前に商品を試したり、気
になった商品をショッピ
ングカートに入れるな
ど、オンラインでの購買
体験を支援する。
具体的には、消費者が
資生堂のWebサイトか
ら直接メイクアップアド
バイザーにアクセスし、
顔画像をアップロードし
て美容に関する個々の質
問に回答すると、画像解

「Maison KOSÉ」サイトに
衝動買い促すAIを導入

コーセー

コーセーは、総合美容情
報サイト「Maison K
OSÉ(メゾンコーセー)」にA
Iマーケティングソリューション
「awoo AI(アウーエー
アイ)」を導入した。

awoo 体験を提供する。商品デ
AIは衝動 ータ集積基盤である「a
買い体験を woo PDP」を通じ
DX化する て、1つ1つの商品特
というビジ 徴をAIが理解し、商品
ョンを持つ ごとに最適なキーワード
AIマーケ をハッシュタグとして付
ティングソ 与する。そして「a
リューショ Woo AMP」を
ンで、リア 通じてハッシュタグ
ル店舗特有 をリアルタイムに最
の消費行動 適化し、あらゆるマ
である「衝 ーケティングチャネ
動買い」を ルに活用できるよう
デジタルで にすることで、偶発
実現するこ 的な商品との出会い
とで、より を増やす。この一連
良い買い物 の仕組みによって、



SEOとCXを同時に改
善することができ、新規
流入増加とサイト内エン
ゲージメント強化をツ
ールで実現する。
例えば、クレンジングカ
テゴリページを訪れた
顧客の「何か自分に合っ
たアイテムはないか」と
いった漠然とした動機に
対して、awoo AI
が生成したハッシュタグ

ユニ・チャーム

RABO社と
資本業務提携

ユニ・チャームを「DOLA」と位置づ
け、特に「DO
ボ」と資本業務提
携を締結し、行動解析か
ら愛猫の体調変化を予測
した健康支援サービスを
展開すること合意した。

同社は、コーポレート・
ビジョンに「NOLA&
DOLA」を掲げ、生活
者の様々な負を解消する
ことを「NOLA」、生
活者の夢をかなえること
が提供する「C



atlog Board
(キャットログ ボード)
を組み合わせた猫の体調
管理について共同で研
究・開発を続け
てきた。
このような取
り組みを強化
し、RABO社
が有する、40億
件を超える猫の
行動データから
感情や体調を予
測する高い技術
力と、同社が長
年培った猫用フ

このように取
り組みを強化
し、RABO社
が有する、40億
件を超える猫の
行動データから
感情や体調を予
測する高い技術
力と、同社が長
年培った猫用フ

国内5工場で再生可能電力へ切り替え

ユニ・チャーム

ユニ・チャーム 500ton-CO₂の
削減を目指す。
は、電力契約の更
新を迎えた5つの
工場(埼玉工場、
三重工場、ペー
レット静岡県内3
工場)にて、トラ
ッキング付き非化
石証書を活用した
再生可能電力へ切
り替える。

これにより、国
内5つの工場の年
間使用電力量の約
2200万kWh
を、再生可能電力
へ切り替え、工場
から排出される二酸化炭素
の削減量
は、グループ全体で年間
約2万7000ton-
CO₂を見込んでいる。
同社では、2020年
10月に中期ESG目標
「Kyosei Life
e Vision 203
0」を公表し、重要取
組みテーマの1つに「気
候変動対応」を掲げ、2
030年までに事業展開
で用いる全ての電力に占
める再生可能電力の比率
100%を目指している。

