

共感とデータの覇権： 日用品業界の次世代戦略

サステナビリティ・AI・インフレ時代の「ハイブリッド経営」への転換

Market Research & Strategic Recommendations: 2025-2030
For Executive Review

エグゼクティブサマリー：危機的「スクイーズ」からの脱却

市場環境：4つの構造変化



1. サステナビリティ
(EU規制/PPWR)



2. インフレ
(コスト増 vs 価格感度)



3. チャンネルシフト
(D2C&リテールメディア)



4. パーソナライゼーション
需要

不可逆的なゲームチェンジ

旧来モデル
「棚の確保」 & 「業務効率」

SHIFT

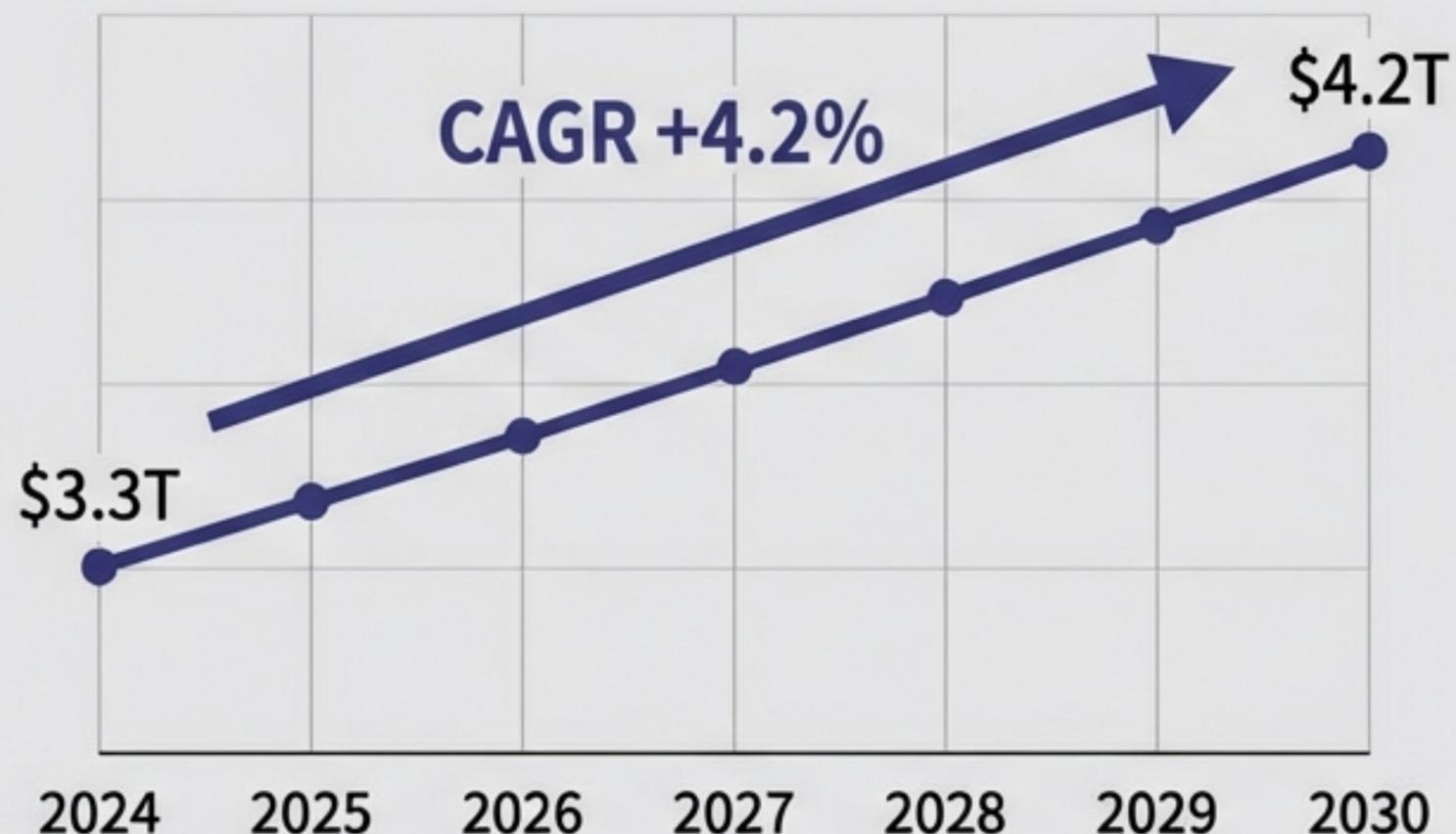
次世代モデル
「顧客共感 (Engagement)」
&
「データ覇権 (1st Party Data)」

4つの戦略的提言

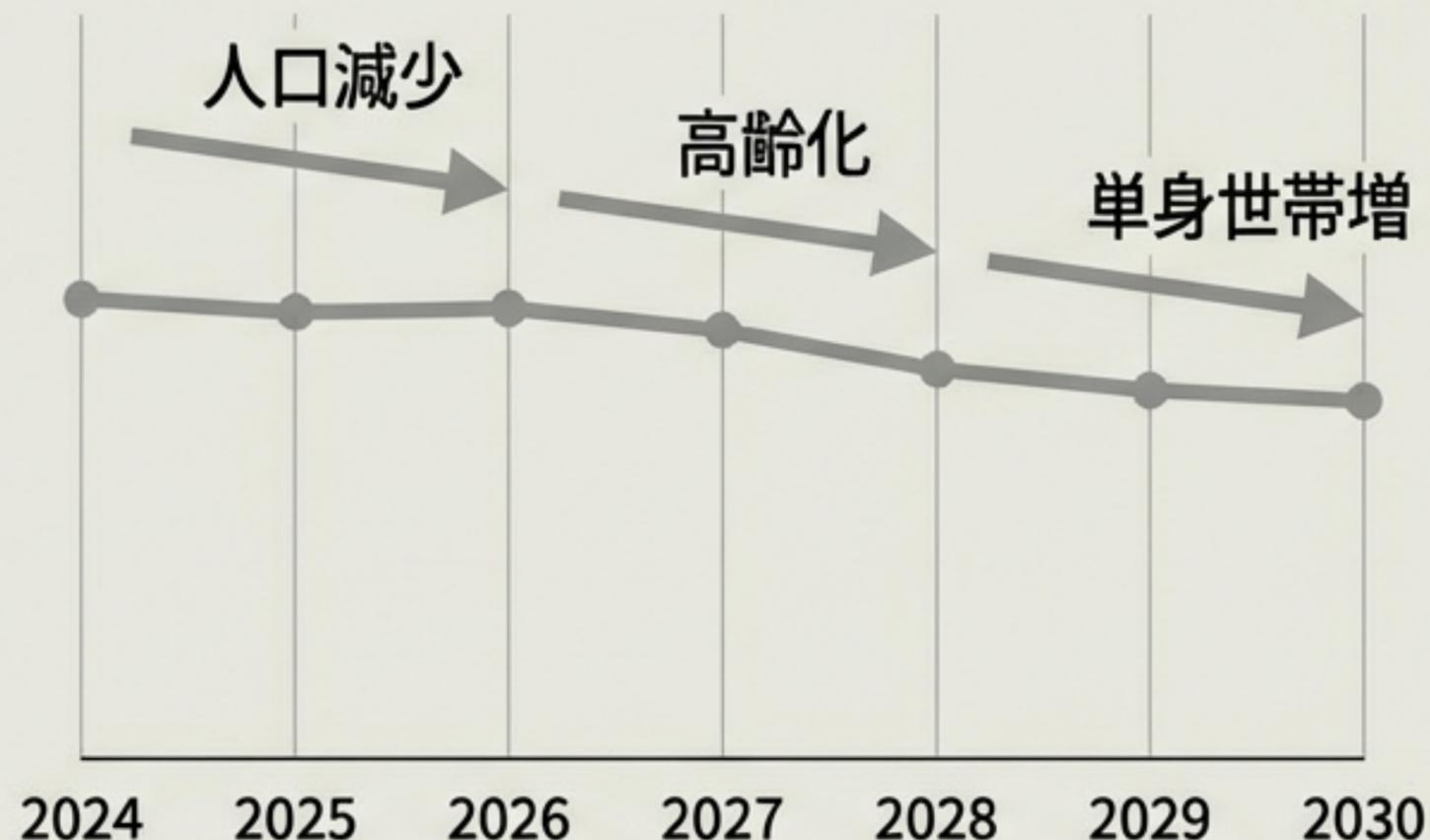
- 1. 【守】 サプライチェーンのAI再武装
(物流2024年問題の解決)
- 2. 【攻】 データ覇権の確立
(D2C×リテールメディア)
- 3. 【価】 サステナビリティの「価値化」
(コストからプレミアムへ)
- 4. 【再】 ポートフォリオの再定義
(中価格帯からの脱却)

市場概観：グローバル成長と国内停滞の「ギャップ」

グローバルCPG市場規模予測 (2024-2030)



国内市場動向 (イメージ)



Key Insight: 量 (Volume) から 価値 (Value) へ

国内マス市場の停滞は明白。「プレミアム化」「ウェルネス化」による単価向上、またはグローバル展開が必須生存条件となる。

外部環境：メーカーを圧迫する「ダブルバインド（二重拘束）」

Rising Expectations
(要求の高度化)

The Squeeze

Rising Costs
(コストの高騰)



インフレ疲れの消費者は、高品質を求めつつも価格にはシビア。この板挟み状態からの脱出が急務。

物流「2024年問題」：コスト増ではなく「断絶」のリスク

【現在】個別最適・多頻度配送



ドライバー残業規制
(960時間/年)
⇒ 輸送能力 **14%不足**

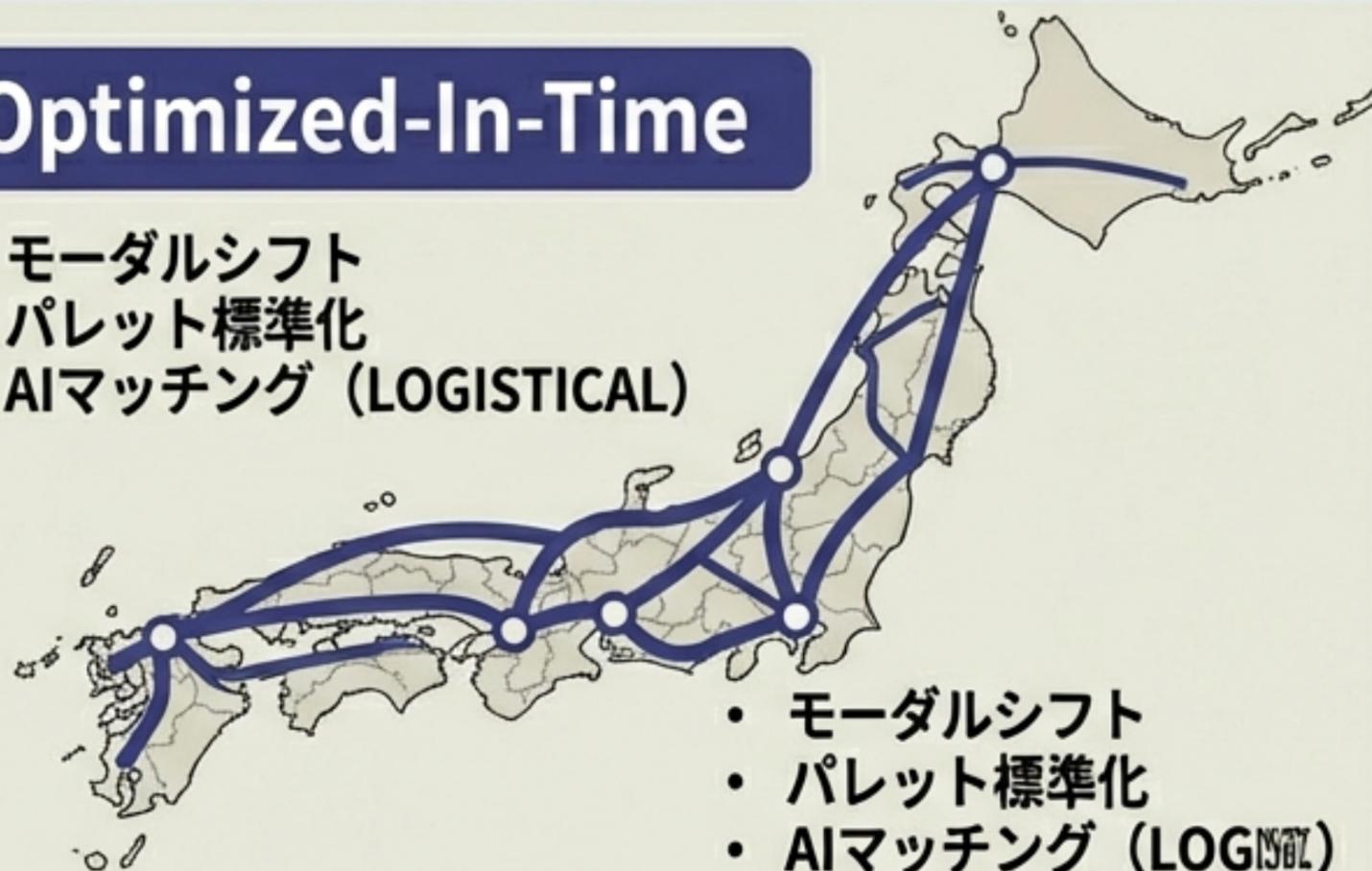


JIT (Just-In-Time) の崩壊

【未来】AI共同配送・標準化

Optimized-In-Time

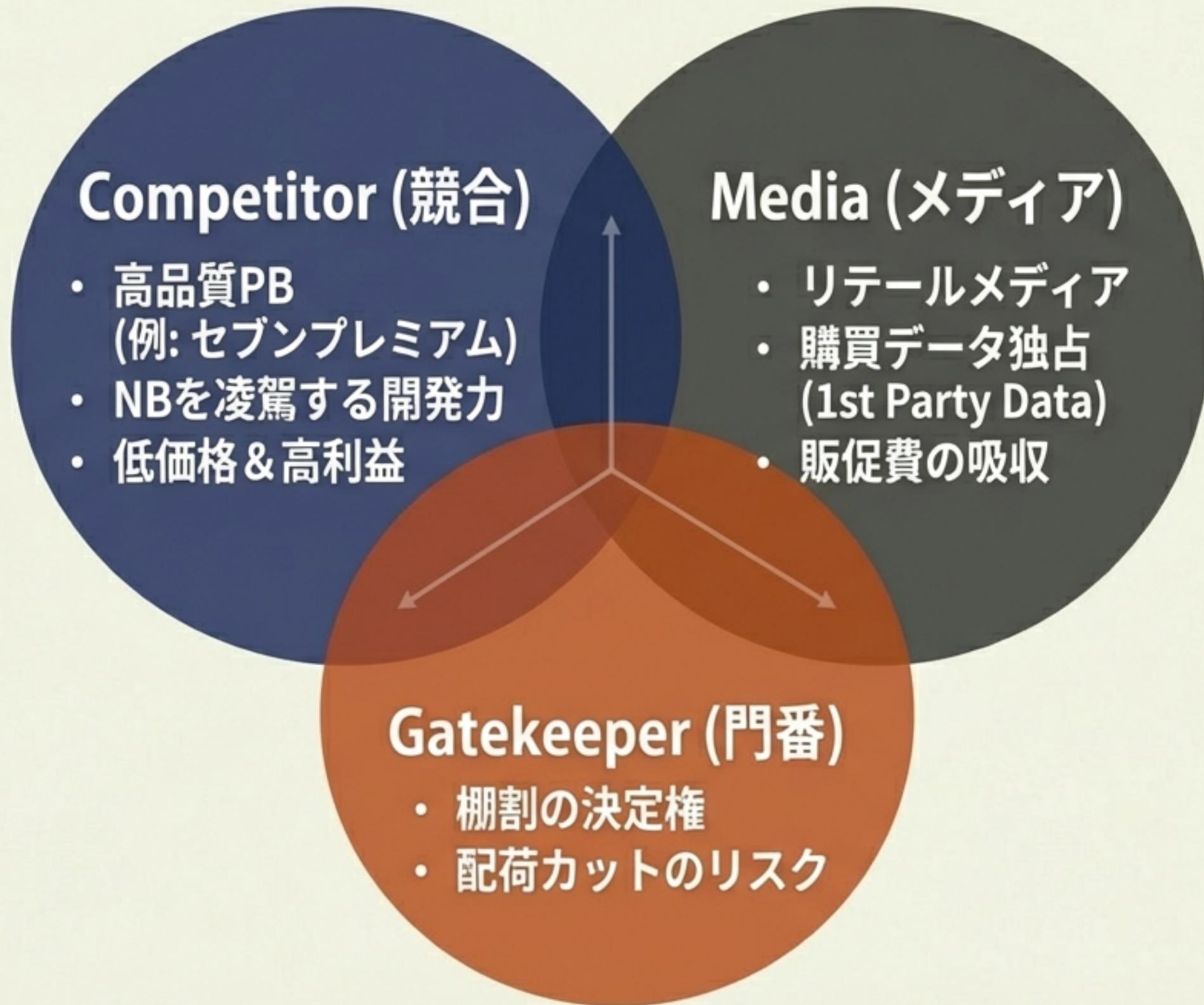
- モーダルシフト
- パレット標準化
- AIマッチング (LOGISTICAL)



- モーダルシフト
- パレット標準化
- AIマッチング (LOGISTICAL)

物流はもはやバックオフィス業務ではない。
C-Suiteが主導すべき経営アジェンダである。

最大の脅威：競合・メディア化する小売（リテラー）



Impact Summary

メーカーは「棚の賃料」に加え、「データの賃料（広告費）」を支払う構造に。

PBとの価格競争は自殺行為。PBが模倣できない「ストーリー」と「技術」が必要。

競争優位の源泉の崩壊と再定義（VRIO分析）

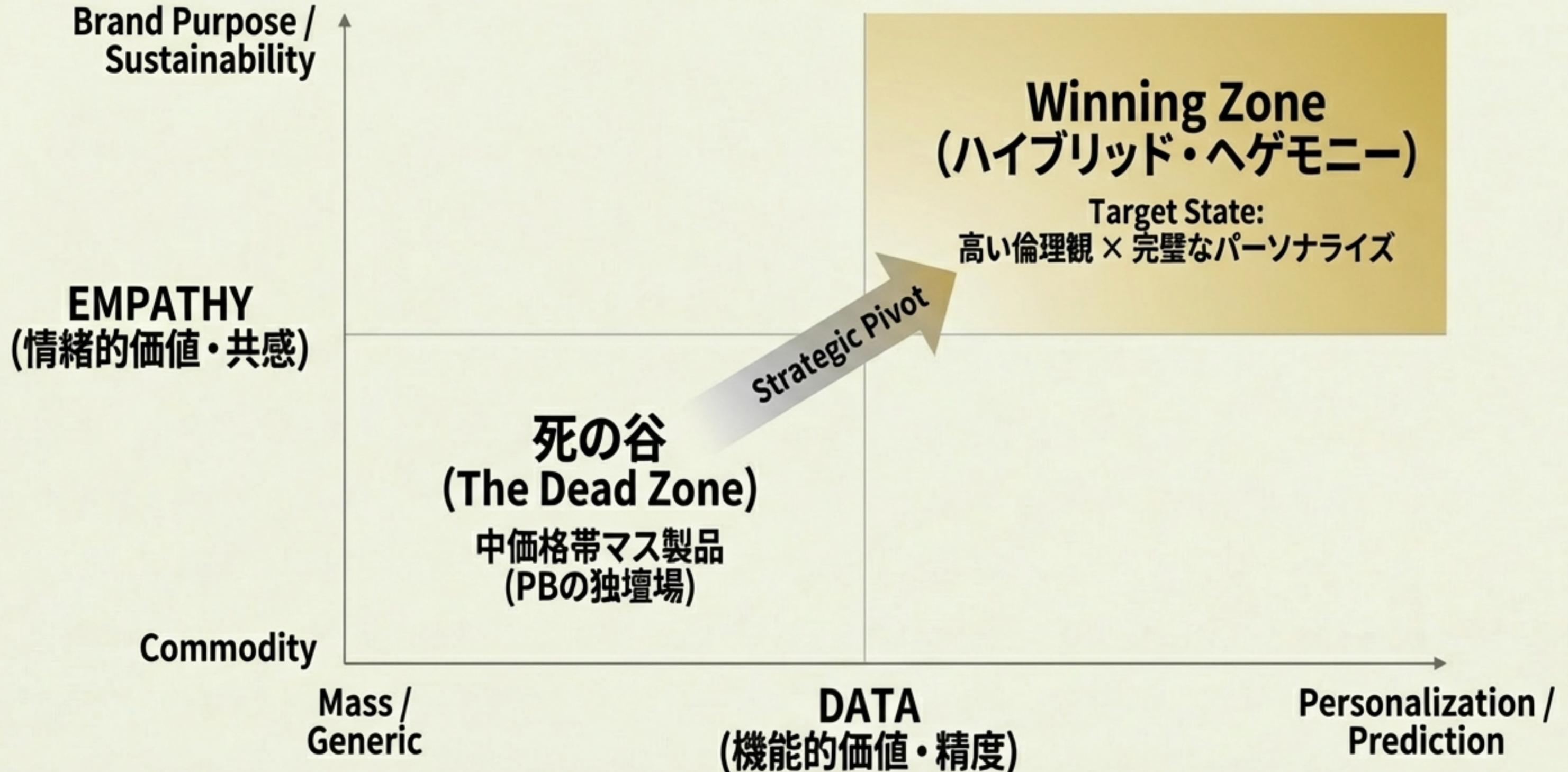
資産 (Asset)	過去の評価 (Past Advantage)	現在の評価 (Current Reality)
流通ネットワーク (Distribution)	持続的優位 (盤石な棚)	無効化 (Neutralized) D2Cによるバイパス、 リテールメディアによる課金化
マス広告・認知 (TV CM)	高いリーチ効率	非効率 (Inefficient) メディア分散化、データなきバラマキ
製造規模 (Scale)	コストリーダーシップ	負債 (Burden) 多品種少量・パーソナライズへの対応遅れ

【新たな競争優位の源泉】

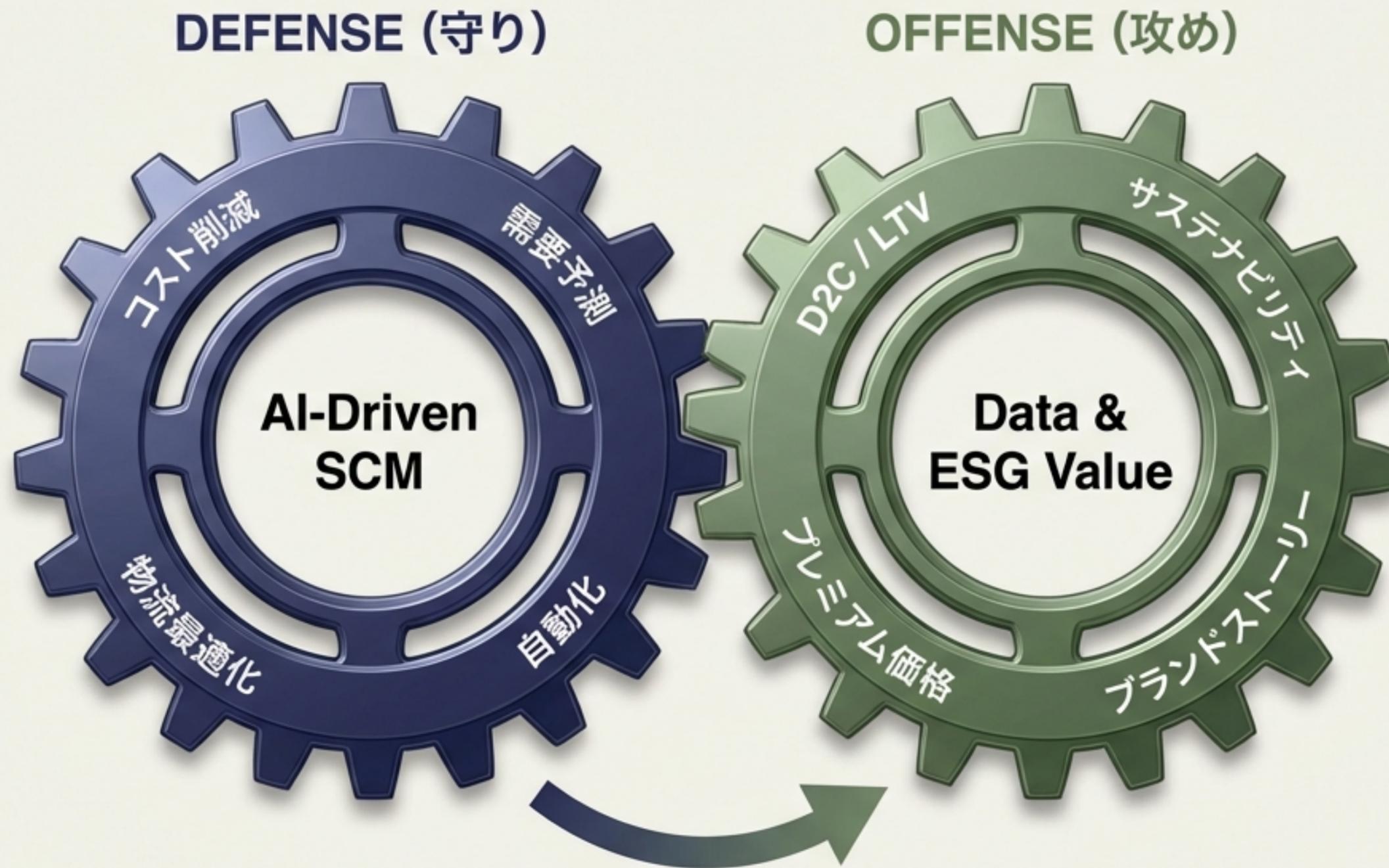
1. 1st Party Data (直接的な顧客との繋がり)
2. ESG Credibility (グローバル基準の信頼性)

新・競争軸：「共感」と「データ」へのシフト

2-Axis Chart

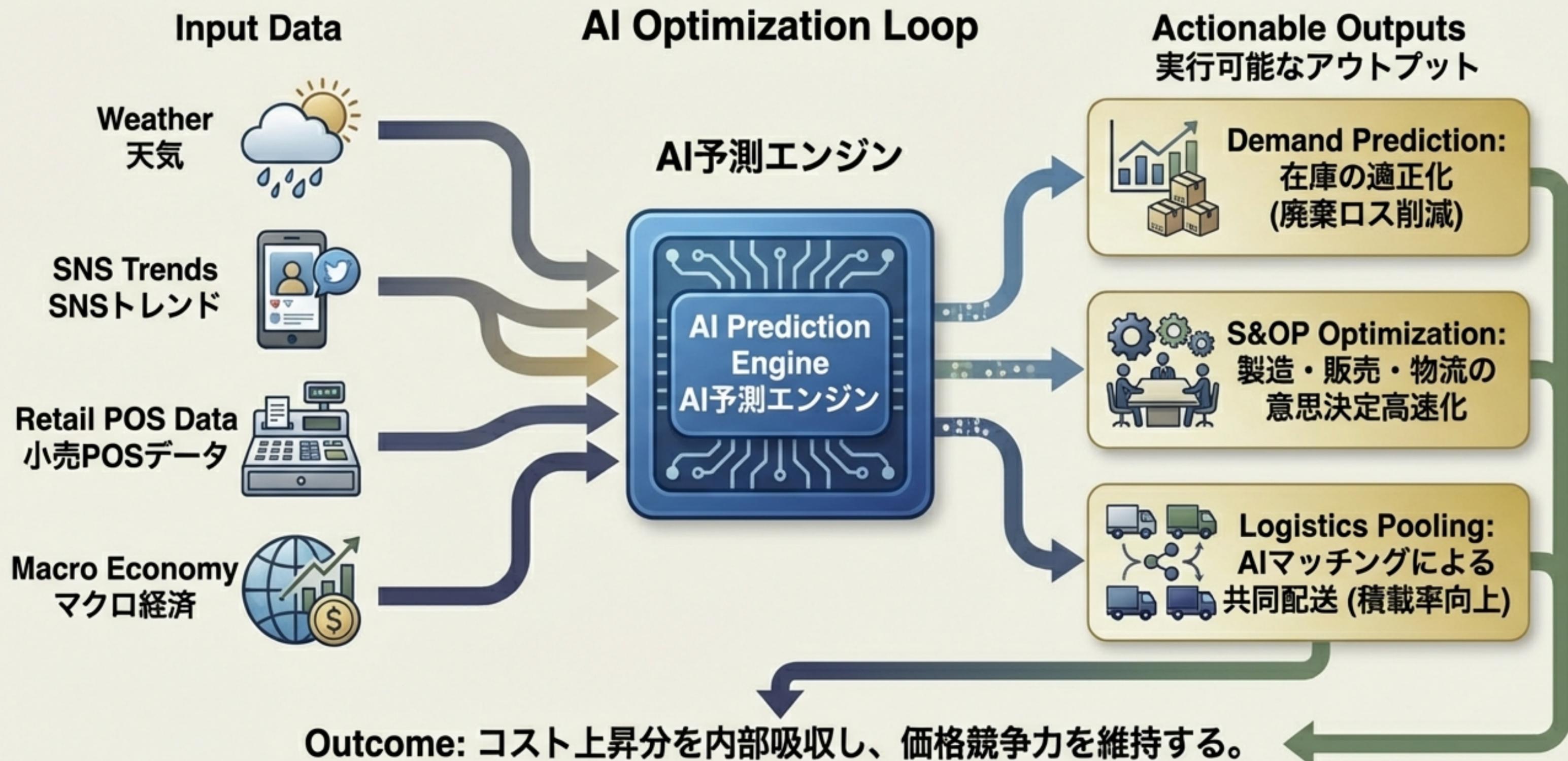


戦略の中核：「ハイブリッド・ヘゲモニー（両利きの経営）」

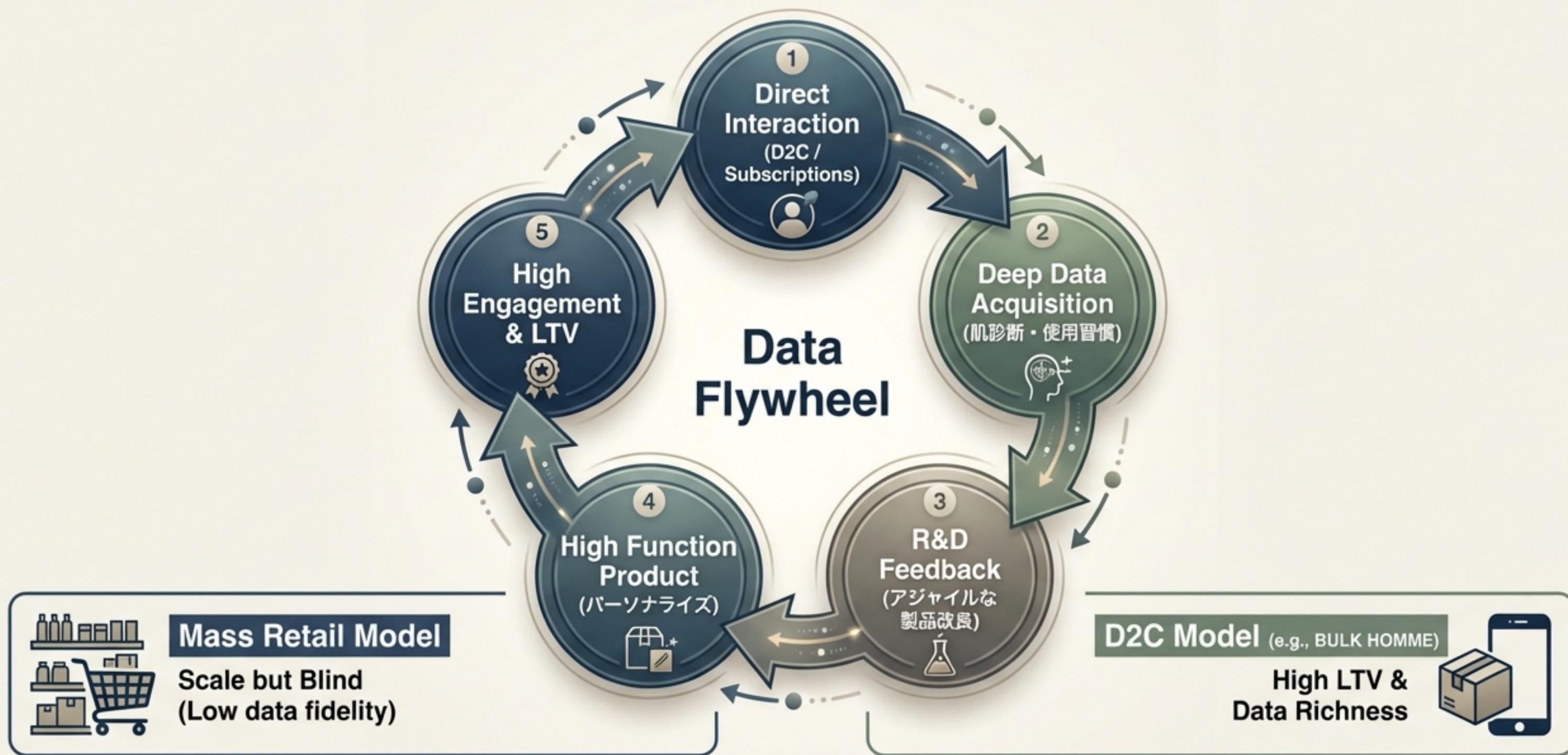


守りで稼いだ原資を、攻めに投資する循環。

【守りの戦略】 AIによるサプライチェーンの再武装



【攻めの戦略A】 データ覇権を巡る戦い (D2C & Retail Media)



D2Cを単なる販路ではなく、「R&Dラボ」兼「データ取得装置」として位置付ける。

【攻めの戦略B】サステナビリティの「価値化」

規制対応：EU PPWR
(包装廃棄物規則) 準拠

Old View

New View



**Compliance Cost
(コスト)**

義務としての対応



**Premium Brand
Value (価値)**

Z世代・ミレニアル世代への訴求
値上げの正当性 (Justification for Premium)



**Biomass/Recycled
Materials**

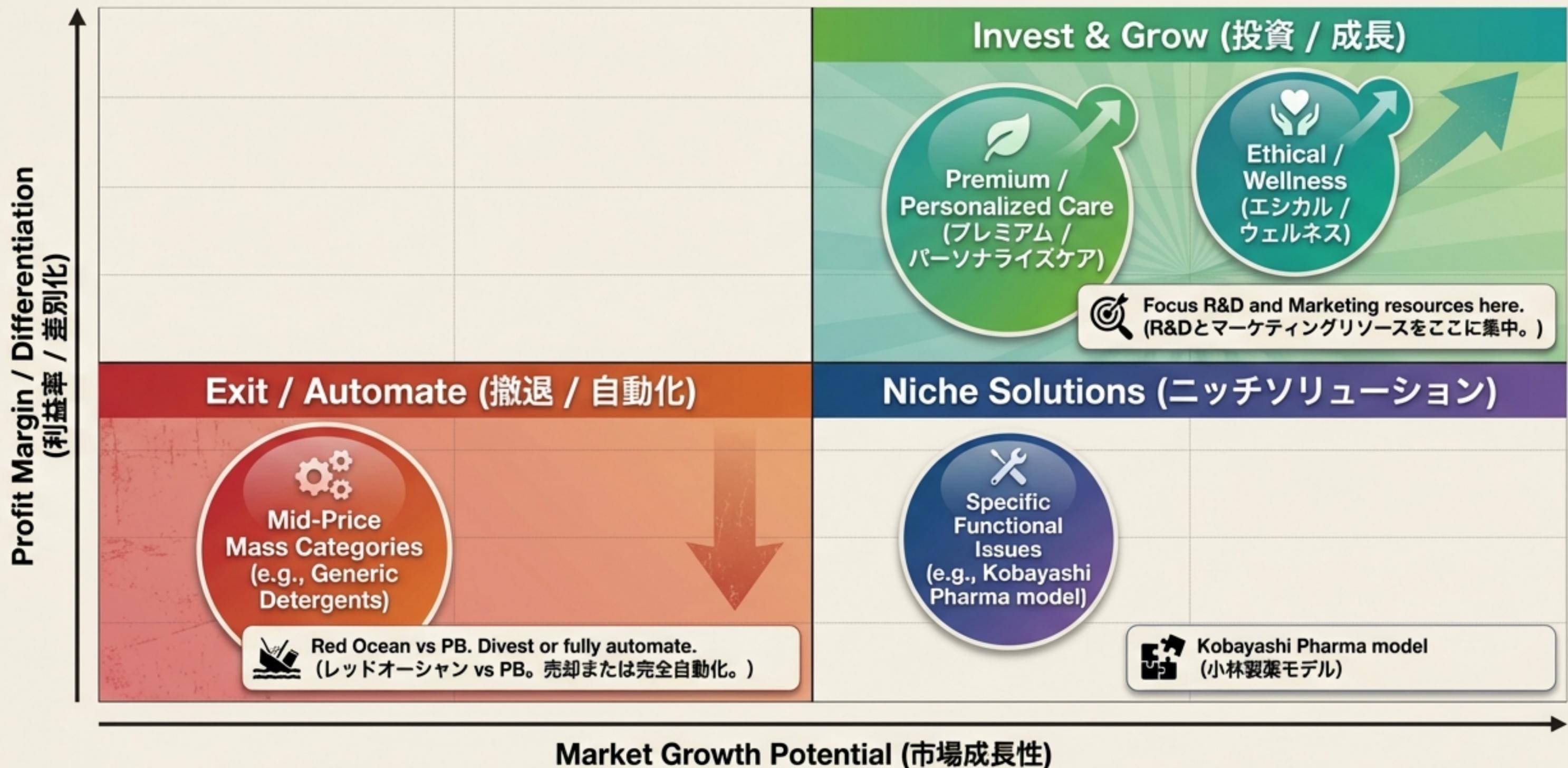


Solid/Concentrate

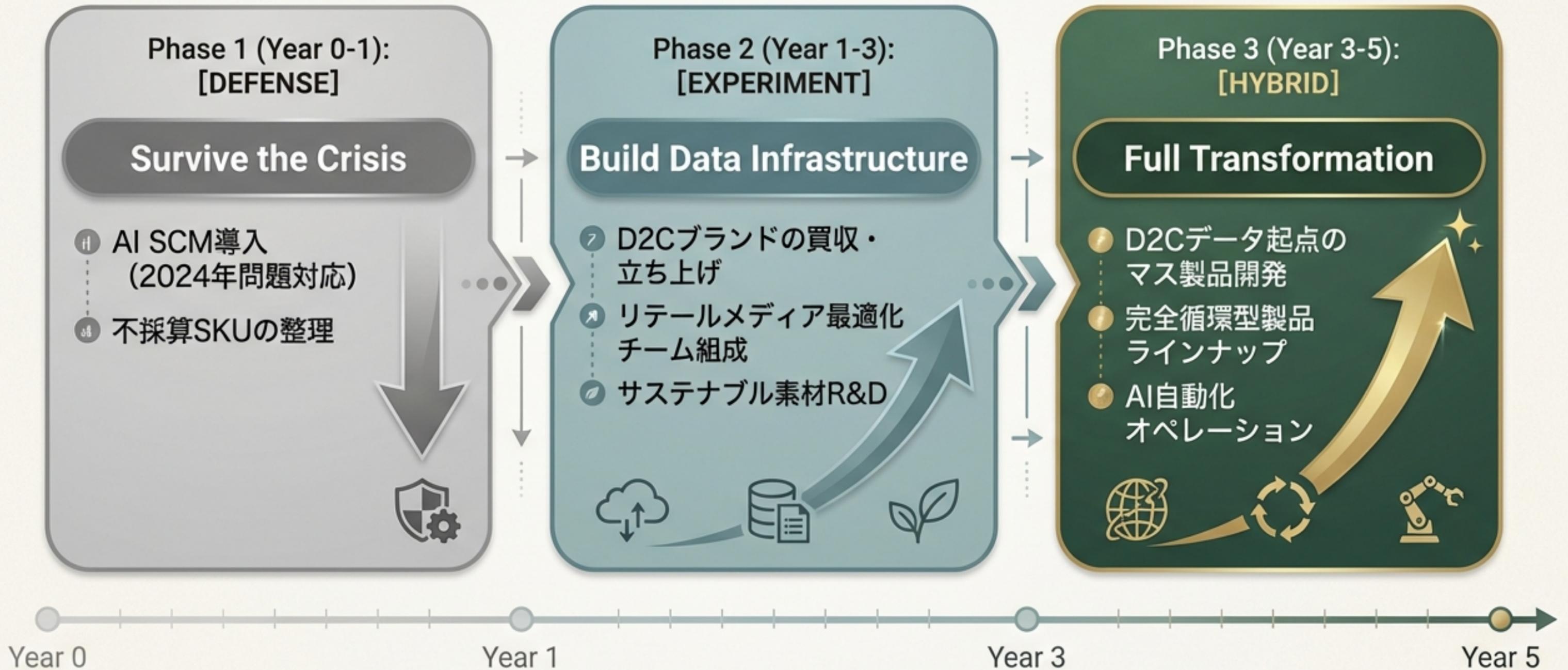


Reuse Model

【攻めの戦略C】 事業ポートフォリオの再定義：死の谷からの脱出



2030年へのロードマップ：3つのフェーズ



結論：コモディティ化による緩やかな死か、再生か

日本の「量」の時代は終わった。
リテラー（PB・メディア）が
支配する市場で生き残る唯一の道は、
「ハイブリッド・ヘゲモニー」
AIで守り、データと共感で攻める。

Transform into a Data/Eco Company.
デジタル効率と人間的共感を統合した企業だけが、2030年の覇者となる。