

## お客様主語のマーケティング力



### キリングroupにおけるマーケティングのさらなる進化に向けて

キリングroupはイノベーションを実現するマーケティング組織能力を高めるべく、ここ数年、事業会社を基点に「お客様主語のマーケティング」を推進してきました。2022年春からはキリンホールディングスにグループ全体のマーケティングを統括するセントラル機能を設置し、新たな体制の下、さらなる進化を目指します。

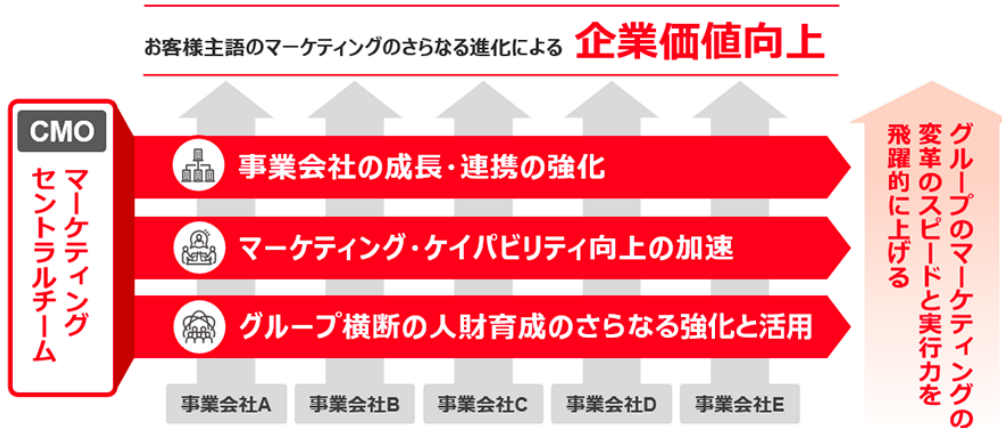


キリンホールディングス株式会社 常務執行役員 ブランド・マーケティング戦略担当  
山形 光晴

2015年、キリンビバレッジ マーケティング部長に就任。2017年よりキリンビール マーケティング部長。  
2022年春より現職。

## マーケティング・セントラル機能を新設

新たな市場・お客様を創造し、持続的な成長を実現していくために、当社グループ各社のマーケティング部門の横串を通すセントラル機能を新設し、変革を加速していきます。CSV経営の根幹となる「お客様理解力」をグループ全体でさらに高いレベルに引き上げるなど、マーケティング組織能力を進化させ続けるとともに、各事業のお客様主語のマーケティングの高度化と成長に向けて、各事業会社に対して直接支援を行い、変革のスピードと実行力を高めます。



## 事業会社の成長・連携の強化

セントラル機能を設置し、横串を通すことにより事業会社に対して以下の支援が可能になります。事業会社へ実践についてのコンサルテーションを行うことで、各種施策の実行度を高め、成長速度を上げていきます。

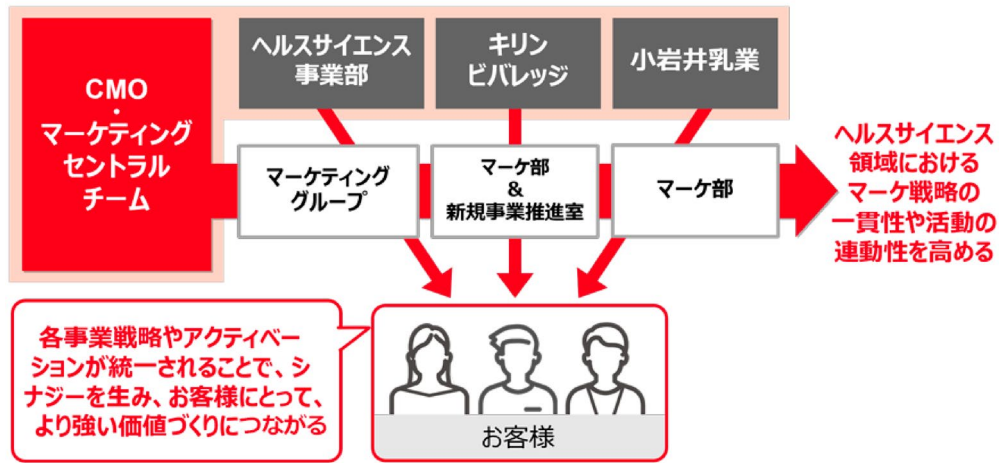
1. お客様にとって一貫性のあるマーケティング活動
2. 事業会社を超えた連携・シナジーの創出
3. 各事業で不足しているケイバリティの強化
4. グループナレッジの活用と浸透の促進

実際に、グループ全体でのお客様基点の価値創造に向けて、国内の食領域に加え、ヘルスサイエンス事業や豪州のライオンの成長に対して直接的な支援を行っています。

### 事例1：ヘルスサイエンス事業の成長支援の取り組み

プラズマ乳酸菌の関連商品は、飲料や乳製品、サプリメントなどをさまざまな事業会社から発売し、マス広告やデジタル・SNSでの情報発信、店頭におけるポスター掲出やキャンペーンなど、お客様に対し、あらゆるタッチポイントで統合的なコミュニケーションを実施しています。こうした活動が発売元の事業会社が異なっても、お客様から見た時に一つの統一した価値になるよう、セントラル機能を発揮してヘルスサイエンス領域における一貫性のある戦略を策定・実行していきます。つまり、各事業会社からお客様へバラバラにアプローチするのではなく、グループが一つになってお客様基点での価値創造を実現します。

## グループが一つになりお客様基点で価値をつくる



### 事例2：ライオンの成長支援の取り組み

豪州では、競争環境の中でブランドの強化を重要課題の一つと位置付けており、ブランド育成を行っていく上で必要なマーケティングシステムの導入など、グループのベストナレッジの活用により、マーケティング組織能力の向上を支援しています。事業のマーケティング担当者との議論を通じた実践的なコンサルテーションを行うことで、取り組みの実行度を高め、成長速度を上げていきます。



## マーケティング・ケイパビリティ向上の加速

---

グループ全体での「お客様主語のマーケティング」を加速するべく、お客様理解の能力強化に最優先に取り組みます。グループ全体の底上げと、新たな仕組みの開発・導入を行い、当社グループにとってお客様理解が圧倒的な強みとなるまで高めていきます。

また、未来を見据え、既存の食領域におけるマーケティング・ケイパビリティだけでなく、新領域となるヘルスサイエンス事業におけるケイパビリティの開発などにも着手しています。

## グループ横断の人財育成のさらなる強化

---

お客様理解をはじめとした、グループ横断のさまざまな育成プログラムを導入し、より強いマーケティング組織に進化させます。

さらに、当社グループはユニークな事業ポートフォリオに適した人財マネジメントの推進も行っています。マネジメントシステムや人財能力開発体系をグループ共通化することで、質の高い人財の早期育成や、配置した人財の即戦力としての活躍が可能になり、経験を積んだ人財のグループ最適の活用や人財基盤の強化も進んでいます。

以上の取り組みを通じて、当社グループ全体でイノベーションの源泉となるお客様主語のマーケティング力とその実行力を高め続け、ブランド・企業価値の向上を実現してまいります。