



## 生活者に寄り添うコミュニケーションを通じて、 より良い暮らし、社会へ

暮らしの環境は日々変わり、新型コロナウイルス、地政学的なリスク、SDGs意識のさらなる高まりなど、2022年も生活者の意識や暮らしに大きな変化がありました。また、花王は2022年も暮らしに変化をもたらす、多くの新製品を発売しています。生活者は、意識や暮らしが変わると、様々な不安や疑問が生じます。それは、生活者の「暮らしをより良くしたい」という思いです。

私たちは、生活者の「暮らしをより良くしたい」という思いに寄り添い、応えていくことが、生活者がより安心して、自信をもって暮らせることにつながると信じております。また、いただいたお声をしっかりと花王の企業活動・ESGよきモノづくりに活かし、生活者が願う持続可能でこころ豊かな暮らし、持続可能な社会になるよう、活動をしていきたいと考えます。

2022年の生活者コミュニケーションセンター（以下、生活者CC）の活動報告書をまとめました。今年度は、生活者の自己解決に向けて、チャットの対応カテゴリ拡大、Q & Aの充実 に力をいれて活動をしてまいりました。ご一読いただけますと幸いです。

2023年4月

花王 生活者コミュニケーションセンター

ごあいさつ .....	1
生活者に寄り添うコミュニケーションを通じて、より良い暮らし、社会へ 「花王ウェイ」／消費者志向宣言／コーポレートスローガンにこめた想い	
1 生活者コミュニケーションセンターの役割と活動 .....	3
生活者の声を集約する花王エコシステム/役割と活動/多様なコミュニケーションチャネルを提供	
2 生活者との多様なコミュニケーション .....	5
2022年の相談概況／生活者の自己解決に向けた情報発信	
Topics 洗濯について .....	7
お洗濯の基本／よくいただくお問合せ	
Caution 保管時の注意 .....	9
商品を購入・持ち運び・保管する際の注意点	
3 “ESGよきモノづくり” .....	11

# 花王グループの企業理念「花王ウェイ」

詳しくは [www.kao.com/jp/corporate/about/purpose/kaoway/](http://www.kao.com/jp/corporate/about/purpose/kaoway/)

「花王ウェイ」は、花王グループの企業活動の拠りどころとなる、企業理念(Corporate Philosophy)です。中長期にわたる事業計画の策定から、日々のビジネスにおける一つひとつの判断にいたるまで、「花王ウェイ」を基本とすることで、グループの活動は一貫したものとなります。



## 消費者志向宣言

創業から消費者志向の活動を継続してきた花王グループは、社会情勢や自然環境が大きく変わる中、ESGを経営の根幹に据え、ESG視点での“よきモノづくり”を通して、持続可能な社会の実現に貢献する方針を明確に打ち出し、活動を開始しました。

花王では、消費者が求める持続可能な暮らしを「Kirei Lifestyle」とし、それを実現するためのESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」を公表しています。「Kirei Lifestyle Plan」は、人々のこころ豊かな暮らしにつながる3つの柱、「快適な暮らしを自分らしく送るために」、「思いやりのある選択を社会のために」、「よりすこやかな地球のために」と、それらの基盤である「正道を歩む」で構成されています。今後は、消費者志向経営の活動も、この「Kirei Lifestyle Plan」に沿って推進してまいります。

詳しくは [www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/customer-first/](http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/customer-first/)

花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」  
[www.kao.com/jp/corporate/sustainability/klp/](http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/klp/)

### コーポレートスローガンにこめた想い

**KaO**

きれいをこころに 未来に

花王グループは、これまで以上に地球環境や人の生命に目を向け、「未来の命を守る」企業として、社会に欠かすことのできない存在になることをめざす姿勢を示すため、コーポレートスローガンを改定し、スローガン付きロゴマークに変更しました(2021年10月)。

花王製品(グループ会社等一部製品は除く)には、新しいロゴマークが採用され、「月のマーク」の入っていない花王製品が市場に出ています。



「月のマーク」については、今後も花王のシンボルマークとして、様々な機会で使用していきます。

詳しくは [www.kao.com/jp/corporate/purpose/logo-symbol/](http://www.kao.com/jp/corporate/purpose/logo-symbol/)

# 1 生活者コミュニケーションセンターの役割と活動

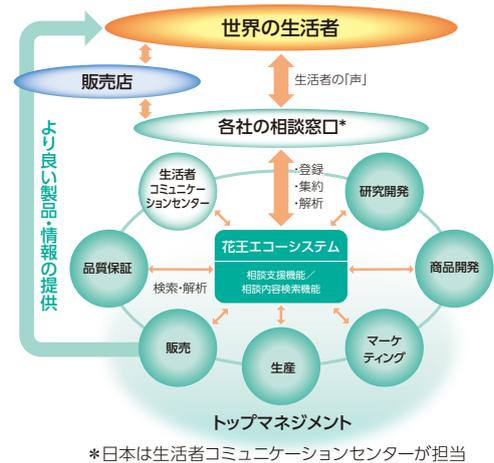
生活者の声を活かした“ESGよきモノづくり”と、生活情報の発信を通じて、社会のお役に立つ活動を推進しています

## 花王グループの“ESGよきモノづくり”を支えています

生活者CCの相談窓口寄せられる製品やサービスに対する様々なご指摘、お問合せ、ご意見に対しては、生活者の気持ちに寄り添い、真摯に受け止めています。相談にいたった想いや生活現場の状況、背景にある意識や習慣などを感じとるため、メンバー全員が直接相談対応を行うように心がけています。

こうして得られた生活者の様々な声は、花王エコシステムの中に集約し、全社で活用されることで、花王グループの“ESGよきモノづくり”を支えています。

生活者の声を集約する花王エコシステム



## 4つの活動で生活者へ提供する製品やサービスの向上をめざします

ESG視点とユニバーサルデザイン視点を重視し、事業活動や、情報探索/発信、品質保証、交流/啓発といった活動を通じて、製品の改良や新製品の開発、サービスの向上をめざしています。こうした私たちの活動が、豊かな共生社会をめざし誰一人取り残さない、“ESGよきモノづくり”を通じて生活者と社会のお役に立つことを願っています。

### 生活者コミュニケーションセンターの役割と活動

「生活者に寄り添う誠実な対応」「花王製品と生活の情報提供」を通じ、生活者から高い満足と信頼を得られる部門活動の推進

相談対応の現場起点が基本

#### 事業活動



花王に寄せられる生活者の声の解析から、生活価値を提供して生活者の想いに解を出せる商品開発や改良、表示、広告等のMK活動に提言

#### 情報探索／発信活動



花王サイトを通じ、商品や生活に関わるお困りごとをいつでもどこでも解決する情報提供。DX活用による必要情報の探索および幅広い生活者支援の推進

#### 品質保証活動



生活者起点の予知予防と品質改善を推進。相談情報から重大リスクの早期発見、関連部門と連携した迅速な対応と課題解決

#### 交流／啓発活動



行政機関や消費者団体、他企業、工業会など外部ステークホルダーとの情報交流。講座やイベント等による商品と生活情報の提供や啓発活動

豊かな共生社会をめざし誰一人取り残さない

“ESGよきモノづくり”

多様なコミュニケーションチャネルを提供しています

花王 消費者相談室に寄せられる相談は、電話、メール、販売店経由や有人チャットが主なチャネルです。また、製品Q&AサイトやAIチャットボットで、365日24時間「お困りごと」が自己解決できるように対応しています。

● 電話相談

相談の約8割と最も多いチャネルです。会話を通じて生活者に寄り添い、対応しています。通訳を介した英中韓の3ヶ国語の相談にも対応しています。



● メール相談

時間に関係なく利用いただけるチャネルで、全相談の約1割を占めます。気軽な問合せから熱心なご意見まで様々な内容をいただきます。



● 販売店に相談された方にも対応

約1割にあたる全国の販売拠点に入る相談には、販売現場と密接に連携し、迅速に対応しています。



● ファクシミリ、手紙での相談

聴覚障がいがある方など、ファクシミリや手紙を重要な連絡手段とされる方からも相談をいただいています。



● 手話相談

聴覚障がいなどがあるお客さまにご不便をおかけしないよう、相談できる窓口を案内しています。



● チャットボット

公式ウェブサイト内の製品Q&Aサイト、お問合せサイト上に設置して、家庭用品に関する相談にAIで対応しています。

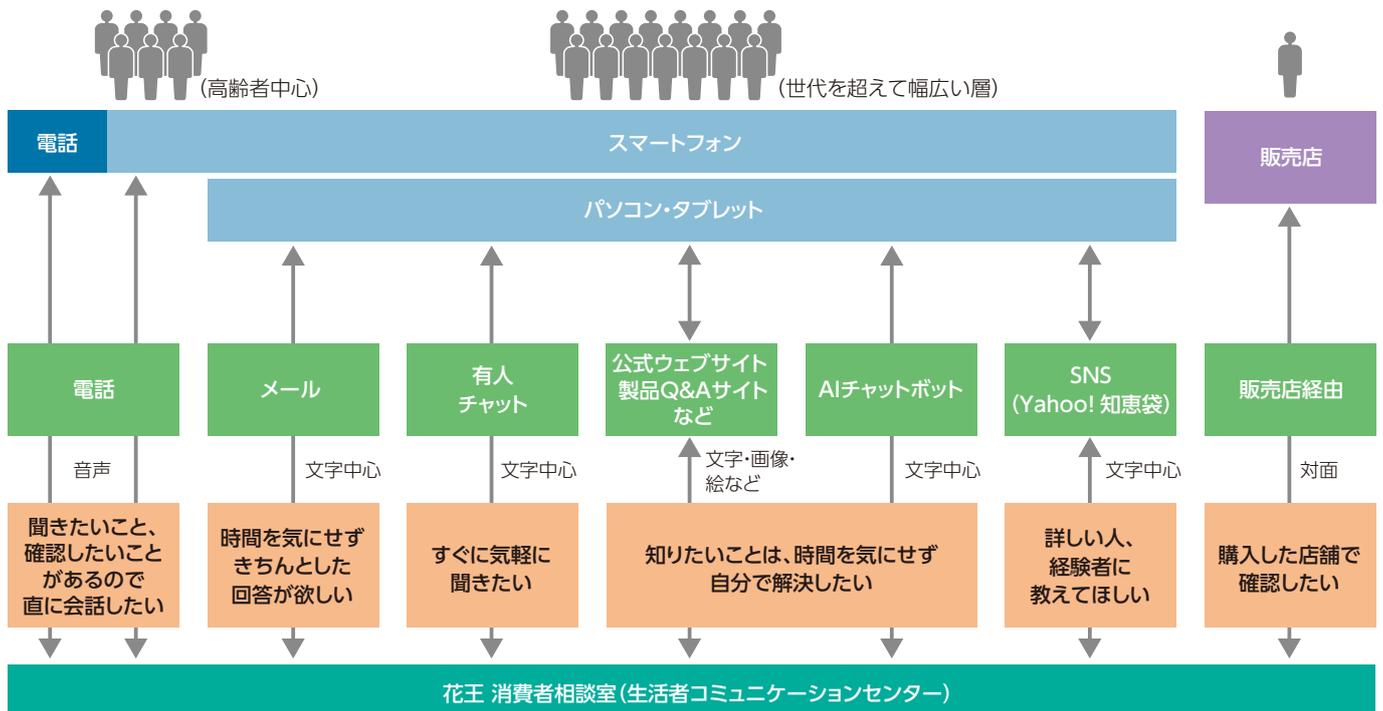


● 有人チャット

気軽・スピーディに疑問を解決したい方や電話相談が難しい・電話が苦手な方には、担当者がリアルタイムでお答えしています。



コミュニケーションチャネルの概要



2022年に寄せられた相談件数は、約17万3千件(前年比96%)でした

### ウェブでの自己解決数は大きく増加、相談件数は減少傾向

2022年の相談件数は前年比96%と減少しました。一方、ウェブサイトでのQ&Aのアクセス数は前年比111%と大きく伸ばしていることから、相談者の自己解決率が高くなっているものと思われます。

ユニット別構成比では、それぞれの割合は通年と大きく変わらないものの、スキンケア・ヘアケアでは、手指用消毒剤などで問合せの多かった新型コロナウイルス関連の相談が、前年に比べて約半数と大きく減少したため、構成比は3%減少しました。

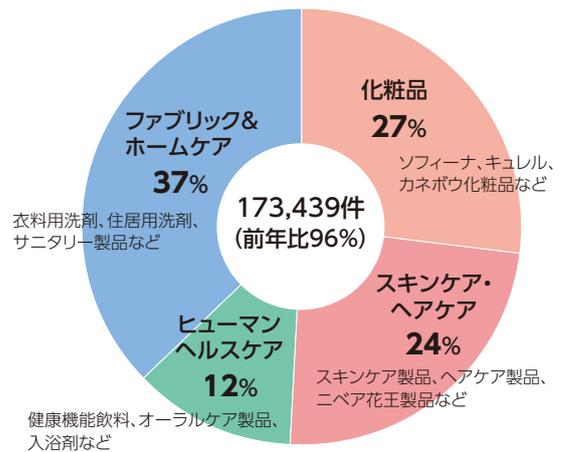
一方、ファブリック&ホームケアでは、洗たく用のり剤や粉末洗剤などが、化粧品では男性用化粧品などの長年続いたブランドの廃止に関する相談が増加。また新製品や改良品の発売に伴う使い方・選び方に関する相談が多く寄せられたため、構成比もそれぞれ2%程度、前年より増加しました。

相談者の年代別構成比は、60代以上が全体の半数近くを占め高齢化が進んでいます。

相談方法別構成比は、電話による相談は相談件数全体の減少に伴い件数は減少していますが、構成比は79%と前年とほぼ同等でした。

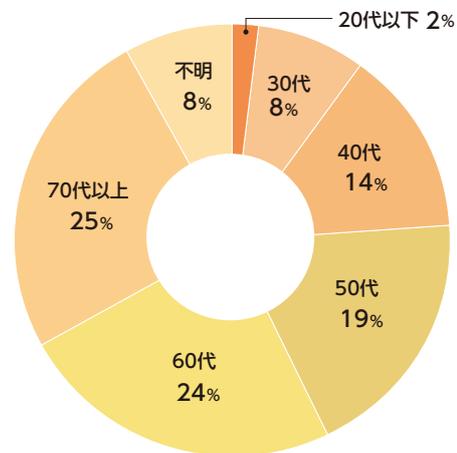
2021年より開始した有人チャットによる相談は1%の構成になりましたが、一方でメールの構成比が前年よりも減少しました。インターネット環境を持つ生活者は、ウェブサイト等で自己解決を行うか、チャット等で気軽に問合せようになってきていると推測しています。化粧品を中心とした販売店経由の相談は、コロナ禍から日常を取り戻す過程の中で徐々に増加しています。

相談件数のユニット別構成比



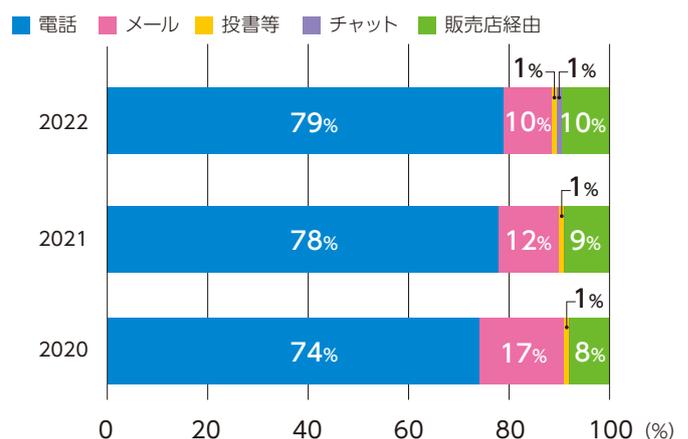
相談者の年代別構成比

★年代は推定を含む、一般の方のみ



相談方法別構成比の推移

◇チャットは2021年10月から



## 製品Q&Aサイトへのアクセスは前年比111%

### 生活者の自己解決に向けた情報発信

#### ● 製品Q&Aサイトへのアクセス

2022年8月に化粧品Q&Aサイトを公開し、家庭用品と化粧品合わせて1,650個のQ&Aを公開しています。アクセス数は460万UU\*／年で前年比111%となりました。年間を通して、「白い衣類をハイターで漂白したらピンク色に着色したときの回復法」など、トラブル解決型のQ&Aがよく閲覧されています。また、衣類や住まいの製品の選び方・使い方・お手入れに関するQ&Aへのアクセスが高い傾向です。応急処置・使用期限・成分・容器の材質に関するQ&Aもよく見られているコンテンツです。

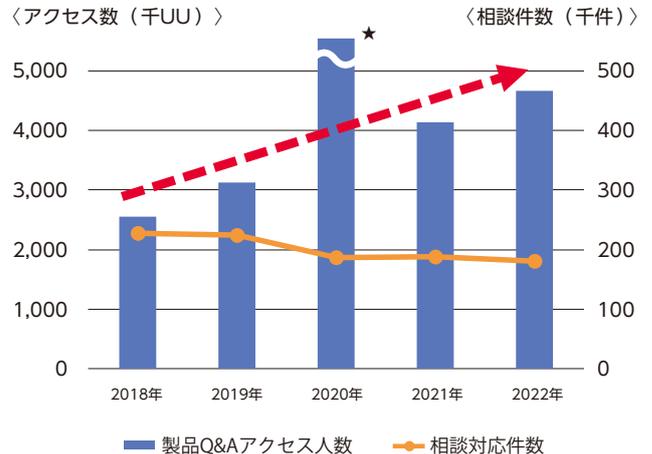
#### ● チャットボットにAIエンジンを搭載

2021年から新規チャネルとしてチャットボットを開始し、2022年には、チャットボットにAIエンジンを搭載。自然文による検索で、迅速に質問に適した回答ができるようになりました。また、知りたい情報が搭載されているだけでなく、名前などの個人情報を入力せずちょっとした意見を気軽に投稿できるフォーム「♪製品のご感想はこちら♪」を用意しています。10~40代の女性を中心に、愛用者だからこそのご意見として、「花王に直接伝えたい」「ここをなんとかしてほしい」「こんなデザインや機能があれば嬉しい」といった声が多く寄せられています。

#### ● Yahoo!知恵袋での花王公式サポート

生活者が投稿したお悩みに回答する活動を2015年より開始し、2022年は約700件に新規回答しました。回答内容が継続公開されるため、同じ疑問を持つ方に閲覧されています。過去の全回答(約9,000件)への2022年1年間の閲覧数は約355万でした。

2022年は、引き続きマスクで崩れてしまう前髪の悩みが多く見られました。また、アホ毛と呼ばれる浮き毛の悩みや顔や頭が脂っぽくベタベタする悩みへの回答が多く閲覧されました。



#### 2022年閲覧数ベスト3

- 1位 朝起きると前髪がベタベタで割れている、乾かし方に問題あるか
- 2位 ショートボブからミディアムまでは何か月で伸びるか
- 3位 前髪巻いてケープしてもマスクで巻きが取れてぺちゃんこになる。どうすれば巻きをキープできるか



花王には、お洗濯に関する疑問や不安に思うことのお問合せや衣類のトラブルなどの相談が毎年1万件ほど寄せられています。  
お洗濯の基本や、よくお問合せいただく内容についてご紹介します

### 洗剤の選び方と漂白剤

- 衣類についている取扱い表示を確認しましょう。  
素材や加工など衣類によって洗濯方法が異なります。

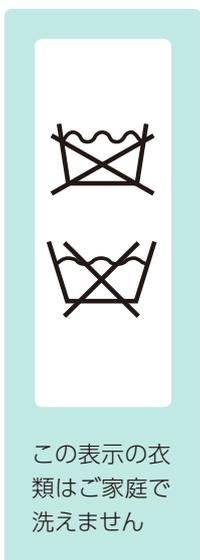
取扱い表示一覧⇒ [www.kao.com/jp/qa/detail/28056/](http://www.kao.com/jp/qa/detail/28056/)



#### 1) 洗剤の選び方



おしゃれ着用  
洗剤



この表示の衣類はご家庭で洗えません

これらの表示があったらおしゃれ着用洗剤で洗いましょう

#### 2) 漂白剤



○塩素系  
○酸素系



×塩素系  
○酸素系



漂白剤は使えません



塩素系漂白剤



酸素系漂白剤

- 蛍光増白剤(蛍光剤)は、漂白剤ではありません。肌着やワイシャツなど白物衣類の多くに使用されている蛍光増白剤ですが、洗濯によって脱落しやすいので、これを補う目的で配合されています。
- 淡色の綿・麻衣料は白っぽくなることがあるので、蛍光剤無配合の洗剤を使いましょう。

### お洗濯のコツ

- 洗濯機に詰め込み洗いは避けましょう

1度でお洗濯を終わらせたいからと思って大量の洗濯物を詰め込むのは、汚れが落ちなかったり、ニオイのもとになったりします。また、洗濯機への負担ともなります。洗濯物を入れすぎず、洗濯機の容量の8割程度を目安にしましょう。



詰め込みすぎ



8割程度

### 自動投入機能付き洗濯機

液体洗剤や柔軟仕上げ剤を洗濯のたびに計量することなく洗濯ができる、自動投入機能付き洗濯機の普及とともに、それに関する相談も増加しています。  
便利に使えるよう、洗濯機の取扱説明書や製品の裏面にある使用量を確認し正しく設定しましょう。

もれることがあるので、持ち運びや保管時にご注意ください。

**つめかえた後は、ボトルの表示をよく読んでお使いください。**

品名	洗濯用合成洗剤	液性	中性	用途	綿・麻・合成繊維用	正味量	850 g
成分	界面活性剤 [51%、高級アルコール系(非イオン)、ヒドロキシアルカンサルホン酸塩、高級アルコール系(陰イオン)、脂肪酸系(陰イオン)]、安定化剤、酵素						
使用量の目安	水30 Lに対して10 g(10 ml)						

【使用上の注意】

アタックZEROつめかえ用の裏面の使用量

## 『製品Q&amp;A』でアクセスが多い内容を紹介します

## 衣類トラブル

**Q** 白いTシャツを塩素系漂白剤で漂白したら、袖の部分がピンク色になってしまったのだけれど？

**A** 首や腕に日やけ止めを使用している場合、日やけ止めが付着したと思われる箇所のみがピンクに変色(着色)していました。日やけ止めに含まれる成分の一部が塩素系漂白剤と反応してピンクに変色したものと考えられます。生地自体が変色したわけではありません。



塩素系漂白剤

回復方法、予防方法など詳しくはこちら ⇒

[www.kao.com/jp/qa/detail/16991/](http://www.kao.com/jp/qa/detail/16991/)



## 漂白剤について

**Q** 漂白剤は使った方がよいの？  
塩素系と酸素系はどう違うの？

**A** 漂白剤は汚れやシミに含まれる色素を分解することで、汚れを落とします。また、除菌もでき、気になるニオイも分解します。漂白剤には、白物専用の「塩素系」や、色柄物に使える「酸素系」などがあります。下記の一覧表をご参考ください。

～塩素系漂白剤と酸素系漂白剤の違い～

	酸素系(白物・色柄物にも)		塩素系(白物専用)
剤型	液体	粉末	液体
液性	酸性	弱アルカリ性	(強い)アルカリ性
使えるもの	水洗いできるすべての繊維	(毛・絹を除く)水洗いできる 綿・麻・化学繊維	綿・麻・ポリエステル・ アクリル(白物専用)
使えないもの	含金属染料で染めたもの の表示がある衣料 には使えません	毛・絹とその混紡品含金属染料で染めたもの の表示がある衣料 には使えません	色柄物・毛・絹・ナイロン・ アセテート・ポリウレタン とその混紡品
	金属の付属品	金属の付属品	金属の付属品 樹脂加工の一部

取扱い表示を確認して衣類に合った漂白剤を使いましょう。

## その他、お役に立つ情報

お洗濯のポイントに  
関するQ&Aはこちら ⇒

[www.kao.com/jp/qa/  
cloth\\_care/](http://www.kao.com/jp/qa/cloth_care/)



衣類のトラブルの原因と対策に  
関するQ&Aはこちら ⇒

[www.kao.com/jp/qa/cloth\\_tribleshooting/](http://www.kao.com/jp/qa/cloth_tribleshooting/)



近年は、生活スタイルの変化などを受け、生活用品をネット通販でまとめ買いして、製品を長期間ご自宅で保管する方も増えてきました。

製品を購入・保管する際に、気をつけていただきたいことをまとめました



### 自宅に到着したら、まず中身を確認

通販などで購入した製品は、配送途中の扱い方によっては、容器が破損してしまうことがあります。製品が届いたらそのまま保管せず、必ずすぐに箱を開封して中身を確認しましょう。

店で購入した時も、そのままにせず、すぐに確認しましょう。



### 製品は直射日光が当たらない室内で保管

極端な高温や低温になる場所に保管しないようにしましょう

#### 高温になる環境での保管



直射日光が当たる家の中や自動車内はもちろん、暖房機器の近くも温度が上昇します。

#### 低温での保管



屋外の物置や倉庫などは、冬季に思わぬ低温になることがあります。

万が一、液体洗剤などが凍結してしまった場合は、ゆっくりと室温に戻しましょう。

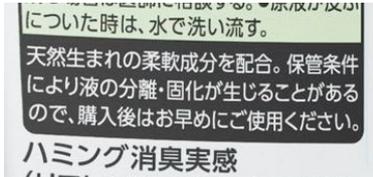
冷蔵庫での保管は、出し入れで急激な温度変化を繰り返すので、品質の劣化につながります。冷蔵庫保管を推奨する化粧品以外はおすすめできません。





## 計画的に使い切れる量を購入・保管しましょう

製品によっては、保管条件により品質が劣化するものもあります。



柔軟仕上げ剤の表示例

### 開封した化粧品の保管は

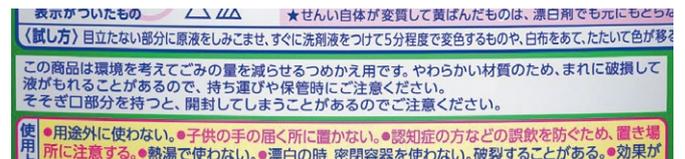
いったん開封してしまった化粧品は、早めに使い切るようにしましょう。来シーズンに再度使用したい場合は、高温多湿や温度変化の大きい場所は避け、日の当たらない場所で保管することをおすすめします。



## つめかえ用の袋(パウチ)の取り扱いは気をつけて

つめかえ用パウチは、環境に配慮してごみの量を減らせる容器です。本体容器に比べ強い圧迫や衝撃が加わると破損しやすいものです。

持ち運び時や保管状況によっては、思わぬ力がかかってしまうことがあります。破損して液がもれたりすることがないように、取り扱いには十分にご注意ください。



つめかえ用パウチに記載の表示例 (液体漂白剤)

### 注意していただきたいこと

- 買い物袋と一緒に詰めたものや袋の外に、パウチを傷つけそうな尖ったものやかたいものがないか
- 一緒に保管するものに、パウチを傷つけそうなものはないか
- パウチを折り曲げて保管していないか
- パウチを高いところから落とすと破損することがあります



傷つけない



折り曲げない



落とさない

### つめかえ用パウチを保管いただく時

万一液もれをしても広がらないように、横倒しにしたり積み重ねたりせず、プラスチックケースの中などに立てて保管することをおすすめします。



## 生活者と商品のタッチポイントからの“ESGよきモノづくり”

SDGsやコロナ禍などによって、生活者にも社会にも大きな変化が見られました。生活者と商品のタッチポイントごとの意識も変わっています。今の生活者の声に耳を傾け、“ESGよきモノづくり”に反映することで、人と人、人と地球、人と社会とのつながりを強め、持続可能な社会に貢献します。



知る

## 手指消毒液の新型コロナウイルスに対する効果

「この製品はウイルスに効果があるの?」といった相談は多数寄せられていますが、2022年の厚生労働省の情報公開の規制緩和に伴い、消毒液の効果に関する論文を公開しました。併せて、「新型コロナウイルス、インフルエンザウイルスにも効く」ことを製品Q&Aサイト、ビオレu、ビオレガードのサイトに掲載しました。

目的に合った製品を選ぶための判断材料となる情報提供が、生活者の安心感につながるものと考えています。

**Q** ビオレuなどの消毒液は、新型コロナウイルスやインフルエンザウイルスに有効なの?

**A** 「ビオレu 手指の消毒液」・「ビオレガード 薬用消毒スプレー」は、有効成分としてベンザルコニウム塩化物を0.05w/v%配合し、手指・皮膚の洗浄・消毒の効能・効果を承認された指定医薬部外品です。添加物(溶剤)としてエタノール(アルコール)が、65vol%(体積パーセント)配合されています。

「ビオレu 手指の消毒液」・「ビオレガード 薬用消毒スプレー」については、新型コロナウイルス・インフルエンザウイルスに対する有効性を確認しました※。用法・用量を守って正しくお使いください。



詳しくはこちら ⇒

[www.kao.com/jp/qa/detail/28199/](http://www.kao.com/jp/qa/detail/28199/)


※有効性データはこちら ⇒

[www.kao.co.jp/content/dam/sites/kao/www-kao-co-jp/bioreu/cmn/pdf/data1.pdf](http://www.kao.co.jp/content/dam/sites/kao/www-kao-co-jp/bioreu/cmn/pdf/data1.pdf)



選ぶ

父親へのプレゼントにぴったりの日やけ止め  
**KANEBO ヴェイル オブ デイ**

化粧品ブランドのKANEBOはジェンダーインクルーシブ視点の商品づくり\*をめざしています。

2022年春に発売された日中用美容液「カネボウ ヴェイル オブ デイ」について、父親のプレゼントを探しに来店したお嬢さまから、ステキな声をいただきました。「外勤が多い父へ日やけ止めをプレゼントしたい。カネボウ ヴェイル オブ デイを自分自身で使ってとても気に入っています。父には、良いものを使ってほしいと思い、買いに来ました」男性が持っていてもしっかりする黒色のデザインもプレゼント選びのポイントになったのだらうと感じます。

\*KANEBOは、性別で区切られてきたコスメの常識を超えて、どんな人にも寄り添う商品開発をめざしています。



買う

うっかり買い間違いを防ぐ、わかりやすいデザインに  
**アタックZERO**

アタックZEROは、主にタテ型洗濯機でお使いいただける『レギュラー』タイプと、『ドラム式専用』タイプの2アイテムがあります\*。

2019年の発売以降、「タテ型洗濯機だが、間違えてドラム式専用を買ってしまったが使えるか」「アタックZEROに2種類あることは知っていたが、急いでいたのでうっかり買い間違えた」等のご相談が多く寄せられていました。

そこで、お客さまがどこを見て商品を選んでいたのかなど、購入時の選択ポイントを相談が寄せられたお客さまの声から解析し、2022年改良品の発売時には、ロゴ周りやデザインを工夫し、2品の違いがわかりやすくなるように改善いたしました。

\*2023年2月現在：『部屋干し』を含む3アイテムを発売中



レギュラー



ドラム式専用

ロゴ周りにドラム式洗濯機のイラストと「ドラム式専用」の商品名を大きく入れました



## 使う

長年のご要望にお応えして新サイズを追加

## ロリエ朝までブロック安心ショーツゆったりL

「ロリエ朝までブロック安心ショーツ」は、生理期間も安心して過ごせるとご好評をいただいておりますが、ワンサイズ展開であったため、「もっと大きいサイズを発売してほしい」というお声を多くいただいております。

ご要望の声にお応えし、2022年、『ゆったりL』サイズを発売したところ、「体が大きいので、はいていると左右のゴムが切れたりすることがあった。これは、ゆとりのある感じも触った時の柔らかさも、とても良かった」など、ゆったり感を実感した喜びの声が寄せられています。



M～Lサイズ



新サイズ追加  
ゆったりLサイズ



## ごみに出す

## ガラス容器への材質表示を始めました

化粧品の容器にはガラスを使用している商品があります。ガラスであることが表示されていないため、使用后廃棄する時にガラスなのかプラスチックなのか、材質がわからず分別に困るという声が寄せられていました。スムーズに廃棄できるように、ガラスには材質表示の義務はないのですが、可能な商品から、箱や本体に記載を始めました。





ごみに出す

## エアゾール製品のガス抜き ブローネ 美髪ヘアマニキュアの廃棄サポート

染毛料の入ったボトルにクシ部を取り付けて使用するブローネ 美髪ヘアマニキュア。

ヘアカラーではないため、一般的なヘアカラー（ジアミン系）が使えない方でもお使いいただけ、繰り返し染めても、髪を傷めず、長らくご愛用いただける商品です。

このボトルはエアゾール製品なので、クシ部がないと中身が出せない構造になっています。もちろん、クシ部は使い終わったら取り外して洗い、繰り返しお使いいただけますが、しばらく使わなかったり、家族の持ち物だったり、といった事情から、「クシ部を失くしてしまい、液が出し切れず、廃棄できない」というご相談が時々寄せられます。

そこで、お客さまが使い切れなかった製品をスムーズに廃棄できるように、クシ部をお届けするサポートサービスを開始いたしました。

「ボトルに穴を開けられなくて困っていたが、ガス抜きして捨てられた」「家の片づけをしたら、使いかけのものが3本も出てきて、捨てるに捨てられず困っていた。ガス抜き

して、無事に処分できた」と、お住まいの地域のごみ出しのルールに沿って捨てることができたことと喜びの声をいただいています。

小さなお困りごとを解消するこの取り組みを広げ、お客さまをサポートする体制を整えていきたいと考えています。



- ごみに出す時は、火気のない戸外で容器を逆さまにしてボタンを押し、ガスを抜いてください。（容器はプラスチック製です）  
\*泡も多少飛び散ることがあるので、ご注意ください。
- ボトルに穴を開けないでください。
- 容器は分解しないでください。泡が飛び散り、衣類などを汚すおそれがあります。



説明書の表示内容



### エアゾール製品をごみに出す時は

- エアゾール製品は、必ず使い切ってからごみに出しましょう。中身が残っているエアゾール製品をごみに出すと、ごみ回収の時や、廃棄物処理施設で作業している時に引火して、火災事故の原因になることがあります危険です。
- 使い切る前にやむを得ずごみに出す場合は、必ず火気のない風通しの良い屋外で、シューッという音がしなくなるまで噴射ボタンを押して、中身を完全に出し切りましょう。  
中身が残っているエアゾール製品に穴を開けると、引火事故を起こすことがあるので避けましょう。

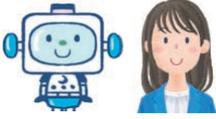


使いかけのエアゾール製品の中身やガスの排出方法 ⇒

[www.kao.com/jp/qa/detail/16574/](http://www.kao.com/jp/qa/detail/16574/)



## 製品に関するお問い合わせ先（花王消費者相談室）

<p>電話</p> 	<p><b>0120-165-690</b></p> <p>●受付時間 9:00～17:00（土・日・祝日を除く）</p> <p>※製品ごとに、お問い合わせ電話番号は異なります。電話番号は、製品や公式ウェブサイトに表示・掲載しています。</p> <p>※誤飲・誤食などの緊急を要する相談には夜間や休日でも上記の番号から対応できる体制をとっています。</p> <p>※お客さまとのお電話は、お問い合わせなどへの適切な対応のため、録音させていただいています。</p>	 <p>電話番号表示</p>
<p>チャット</p> 	<p>製品Q&amp;Aサイトまたは花王家庭用品・化粧品に関するお問い合わせサイトからご利用ください。</p> <p>●<b>チャットボットは24時間</b> ●日本語のみの対応</p> <p>●チャット担当者(有人)による受付時間 9:00～12:00 / 13:00～16:00（土・日・祝日を除く）</p>	
<p>メール</p> 	<p>花王家庭用品・化粧品に関するお問い合わせサイト内のメールフォームからご利用ください。</p> <p><b>ssl.kao.com/jp/soudan/</b></p>	
<p>English・中文・한국어 Call Center</p> 	<p>03-6837-5778 9:00～17:00 (Except for Saturdays, Sundays, Public holidays and other holidays specified by Kao Corporation)</p>	
<p>ファクシミリ</p>	<p>03-5630-9380</p>	
<p>手紙の送付先</p> 	<p>〒131-8501 東京都墨田区文花2-1-3 花王株式会社 生活者コミュニケーションセンター 消費者相談室あて</p>	
<p>聴覚障がい などがある お客さまへ</p> 	<p>手話または文字チャットで通話できる電話リレーサービスをご利用ください。 総務大臣指定 電話リレーサービス提供機関（一財）日本財団電話リレーサービス Tel: 03-6275-0912 FAX: 03-6275-0913 手話・文字チャット <a href="https://nftrs.or.jp/contact/">https://nftrs.or.jp/contact/</a></p>	

※各受付時間は場合によって変更されることがあります。(Business hours may vary with an inevitable reason.)

## 公式ウェブサイト

<p>花王</p>	<p><a href="http://www.kao.com/jp/">www.kao.com/jp/</a></p>	
<p>お問い合わせ</p>	<p>花王家庭用品・化粧品に関するお問い合わせ(消費者相談室) <a href="http://www.kao.com/jp/support/products/">www.kao.com/jp/support/products/</a></p> <p>生活者コミュニケーションセンターのご案内、お客さまからの声を活かした取り組みの事例、ツールごとのお問い合わせ先などをご紹介します。</p>	
<p>家庭用品・化粧品 製品Q&amp;A</p> 	<p>花王製品についてお客さまから多く寄せられるご質問への回答集です。 ブランド、カテゴリー、目的、誤飲などの応急処置からお探しいただけます。</p> <p><a href="http://www.kao.com/jp/qa/">www.kao.com/jp/qa/</a></p>	

## 「活動報告書」など資料のご請求は

[consumer@kao.co.jp](mailto:consumer@kao.co.jp)

個人情報について 生活者コミュニケーションセンターでは多くの個人情報を取り扱っております。個人情報は生活者の方々の大切な資産であると認識し、花王の「個人情報保護指針」を遵守しております。

個人情報保護指針についての詳細 [www.kao.com/jp/corporate/privacy.html](http://www.kao.com/jp/corporate/privacy.html)

## 花王株式会社

花王 生活者コミュニケーションセンター活動報告書2023

発行月：2023年4月

発行：花王株式会社 生活者コミュニケーションセンター

発行責任者：野村由紀

