
消費者志向経営自主宣言

2018年活動報告

花王株式会社

2019年7月



取組方針(要約)	活動実績(概要)
経営トップのコミットメント	
・企業理念「花王ウェイ」の全社員への継続的浸透	⇒ 「花王ウェイ」の理解浸透のため、入社時の研修や欧米でのワークショップなど国内外の花王グループで約2,700人が参加 トップ自らが花王グループのあるべき姿や「想い」を伝え、社員と意見交換する「 Genbaラウンドテーブルミーティング 」など15回実施
・中期経営計画の「生活者の気持ちにそっと寄り添える企業」をめざした全社活動の推進	より柔軟で強靱なESG活動を実現するため、 ESG推進体制を刷新（ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」を発表）
・取締役会、経営会議などへの品質保証部門や消費者対応部門による報告	品質保証部門や消費者対応部門は、取締役会、経営会議や内部統制委員会の場で、 定期的な活動報告を行ない、重要課題については適時報告を実施 。品質保証担当役員は経営の重要課題全般の審議に参画
コーポレート・ガバナンスの確保	
・行動規範として「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」を定め、これに反した利益追求をしないことを明言	⇒ 新任マネジャー研修、執行役員による自部門の社員や派遣社員を対象にした コンプライアンス研修 に約11,000人が参加 コンプライアンス推進体制を整備 。経営会議で年4回報告。コンプライアンス通報・社内窓口を利害関係のない弁護士事務所に変更 10月のコンプライアンス月間で「思いやりのある言葉で働きやすい職場を！」のメッセージを掲げ、国内外の活動の浸透を推進 「World's Most Ethical Companies (世界で最も倫理的な企業)」に、2007年の創設以来 13年連続選定
・内部統制委員会下の品質保証委員会で全社品質保証活動の有効性と信頼性を確認	品質保証委員会を4回実施。全社品質保証活動方針を策定、活動の有効性と信頼性を確認。内部統制委員会に報告 国内外の花王グループ会社で 115件 の監督官庁、認証機関などの 外部監査 および自己点検により、基準順守を確認
私たちは、お客様の満足を実現するとともに、社会のサステナビリティに資する商品とブランドを提供する“よきモノづくり”を全員参加で行ないます	
・徹底的な研究開発と消費者ニーズの探索による革新的な商品の提供と、環境・衛生・高齢化などの社会課題を解決する商品の開発強化	お客さま起点の全社品質保証活動をマトリックス運営で継続的に推進 消費者志向の全社品質保証マネジメント体制 ⇒ 「 私たちのプラスチック包装容器宣言 」を公表し、包装容器に使用されるプラスチック資源の削減を推進 ⇒ 「 スマートホルダー 」の普及によるつめかえ・つけかえ用製品の推進。「 環境大臣賞 」、「 経済産業大臣賞 」、「 2018年度グッドデザイン賞 」受賞 VOC(揮発性有機化合物)レス設計で環境負荷を低減した 水性インク「LUNAJET」 の提供開始。「 GSC賞 経済産業大臣賞 」受賞 ⇒ 「黒髪メラニンのもと」だけで染め、簡単に使える 白髪ケア 発売。「チラ見え」しない、より下着らしい へそ下丈の超うす型吸水パンツ 発売 2018年発売の新製品・改良品におけるUD視点での改良実施率は、日本で 83% (915アイテム) ⇒ 社員自らが多様な方々への共感力向上のために「 がん暮らしフェア2018 」参加、「 ユニバーサルマナー検定 」・ 高齢者体験ワークショップ 実施
・商品開発プロセス各段階での品質保証とゲート管理、使用場面を想定した高い安全性と品質の確保	⇒ 商品開発の各段階においてゲート管理を行ない、消費者起点で総合的に評価・確認。消費者対応部門が消費者視点で、表示を確認・承認 「化学物質総合管理システム」により、全原料・化学物質を継続管理。「 JIPS賞 」優秀賞を受賞 生産・物流現場での QCサークル活動 で、 350件 のテーマについて改善実施 品質保証活動方針の浸透・徹底を図るため、省令に基づいた教育 を59回、化粧品GMPや各種ISOなどの教育を398回実施
私たちは、お客様の声を真摯に受け止め、商品やサービスの改善に活かします	
・正確・迅速・親切なお客様対応	⇒ 相談者からの 対応満足度は94% 。電話相談の応対研修を実施。 SNSアクティブサポート への回答数は約2,600件、閲覧数は約159万件
・お客様の声を社内共有する「花王エコーシステム」を情報化に対して拡充	即時アラート機能を強化し、迅速な対応を実現 。 音声認識・テキストマイニング機能活用 により、相談者の想いをより深く正確に社内でも共有 生活者の理解を深めるため、お客さまの声を他部門の社員が聞き・体感する「 カスタマーリアルボイス研修 」に314名参加
・毎月の品質向上検討会でお客様の声を検討、商品・サービスの改善に活用	⇒ 品質向上検討会 を国内外のグループ会社で 223回 (国内119回、海外104回)実施 (2018年改良事例)
・重大問題に対する迅速・適切な対応	2018年は社告を伴う消費者・流通からの商品回収はなし。初動およびリスクマネジメント体制を継続的に強化
私たちは、お客様の立場にたった情報提供や、お客様との交流を積極的に行なっています	
・ユニバーサルデザインやダイバーシティ視点での適切で分かりやすい情報提供	⇒ 健康づくりに役立つ知見「 KaoみんなのGENKIプロジェクト 」をHPに公開し、地域などの健康づくり活動に提供。「 健康経営銘柄 」5年連続選定 ⇒ 航空危険物の該非情報 、災害時に備える 清潔情報「そなえーる」 をHPに掲載。視覚障がい者に向けた容器識別用「 化粧品点字シール 」改訂 ⇒ 気候関連財務情報開示タスクフォース 提言へ賛同表明。「 気候関連財務情報開示に関するガイダンス 」作成に貢献 広告やパッケージ等の人権視点での確認体制強化と社内教育の実施。高齢者などの 誤飲注意喚起のためのシール 提供
・様々なステークホルダーとの双方向コミュニケーションを通じた相互理解	⇒ 次世代育成として、 環境ワークショップ や 体験型見学会 実施、節水がテーマの教材「 いっしょにエコ日記 」が「 2018年度グッドデザイン賞 」受賞 「 エコプロ2018 」や大学生との共創での 体験型SDGs啓発活動 実施。工場やミュージアム見学を通じた社会科単元と連動した 学校教育支援 ⇒ 清潔習慣定着のための 手洗い啓発活動 、 初経教育の継続的な支援 。ピンクリボンキャンペーンでの「 がん教育プロジェクト 」支援開始 ⇒ 循環型社会への提案「 リサイクリーション 」活動を地域や企業と協働で継続。消費生活センターや行政などが開催する地域住民向け講座に協力

経営トップのコミットメント

2018年の取り組み

企業理念「花王ウェイ」浸透のための継続的な取り組み

「花王ウェイ」は、創業以来の事業活動の中で営々と築き上げられてきた、花王グループ独自の「企業文化」「企業精神」のエッセンスを整理し、明示化した花王グループの企業理念です。

2018年は「花王ウェイ」の理解浸透のための新入社員・中途入社社員への研修(参加者:国内外1,711人)、リーダーシップ醸成のための「花王ウェイ・ダイアログ・プログラム」(参加者:海外126人)、グローバルに“よきモノづくり”を実践する組織風土醸成のための「花王ウェイ・フューチャーセッション」(参加者:国内115人)、米州と欧州でのカスタマイズ・プログラム(参加者:約800人)などを実施しました。

サステナビリティデータブック2019年
「企業理念の実践のために」
www.kaō.com/content/dam/sites/kaō/www-kaō.com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-018.pdf



「Genbaラウンドテーブルミーティング」などによる社員との意見交換

「花王ウェイ」では現場主義を掲げており、世界中の花王グループの拠点で、トップ自らが現場で活躍する社員に花王グループのあるべき姿や「想い」を伝え、さまざまな意見交換を行ない、現場の声を経営に反映する「Genbaラウンドテーブルミーティング」などを実施しています。2018年は15回実施しました。



スペインでの
Genbaラウンドテーブルミーティング

消費者起点の全社品質保証体制と重要課題の経営トップへの報告

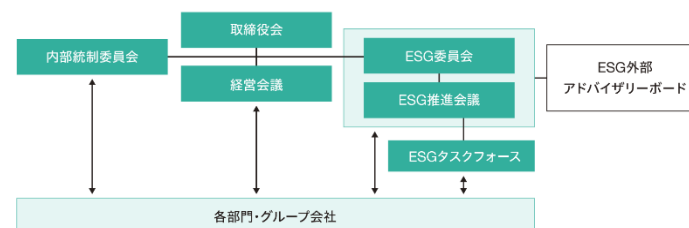
取締役会、経営会議や内部統制委員会の場において品質保証部門や消費者対応部門は、定期的な活動報告を行ない、重要課題については適時報告を行ないました。また、品質保証担当役員は経営の重要課題全般に対する審議に参画しました。

2030年にめざす姿「グローバルに存在感のある会社」を達成するためESG推進体制を強化

花王らしい活動として、思いをこめたモノづくりがコトを創造し、ココロに届く活動と、届けた製品を最後までフォローする活動を推進し、より柔軟で強靱なESG※活動を実現するため、2018年に体制を刷新しました。取締役会の下にESGに関する最高意思決定機関であるESG委員会、社外の視点を反映させるため外部有識者で構成されるESG外部アドバイザリーボード、ESG戦略を遂行するためのESG推進会議、注力テーマについて活動を提案するESGタスクフォースがあり、各部門の活動を推進します。ESG課題について迅速に経営判断を行ない、花王グループ全体で各部門が事業活動に展開することができる体制を構築しています。

※ 環境(Environmental)、社会(Social)、ガバナンス(Governance)の頭文字を取ったもの

ESG推進体制



サステナビリティデータブック2019年「Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-」
www.kaō.com/content/dam/sites/kaō/www-kaō.com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-003.pdf



2019年4月、
花王はESG(環境、社会、ガバナンス)戦略である
「Kirei Lifestyle Plan」を発表しました。



Kirei Lifestyle Plan

花王のESGは、持続可能なライフスタイルを送りたいという、生活者の思いや行動に応えるものです。
生活者が求める暮らしをKirei Lifestyleと呼び、それを実現するために、ビジョン、コミットメント、アクションからなるKirei Lifestyle Planを
ESG戦略として策定しました。花王はKirei Lifestyle Planの実行を通して、未来に続く社会に貢献していきます。

花王のESGビジョン

Kirei Lifestyleとは、こころ豊かに暮らすこと。
Kirei Lifestyleとは、すべてにおもいやりが満ちていること。
自分自身の暮らしが清潔で満ち足りているだけでなく、
周りの世界もまたそうであることを大切にすること。

Kirei Lifestyleとは、こころ豊かな暮らしが、
今日だけではなく、これからもずっと安心できること。

日々の暮らしの中で、たとえ小さなことでも、
正しい選択をして、自分らしく生きるために。

花王はこうしたKirei Lifestyleが
何よりも大切だと考えています。

だからこそ、決して妥協をせず、
正しい道を歩んでいきます。

世界中の人々のこころ豊かな暮らしのために、
私たちは革新と創造に挑み続けます。

花王のESGコミットメントとアクション

生活者のKirei Lifestyleを実現するために、花王の研究資産や知見を活かし、未来に続く暮らしに寄与する
イノベーション創出をめざします。すべての人のKirei Lifestyleの実現に向けて、2030年までの3つの大きな
コミットメントを掲げるとともに、これまで以上に、一歩進んだ取り組みを19個の重点テーマそれぞれで実行し
ていきます。

2030 年
花王のコミットメント 花王のアクション



実効性のあるコーポレートガバナンス 強固した透明性 人権の尊重 受容性と多様性のある職場 社員の健康増進と安全 人材開発 責任ある化学物質管理

正道を歩む



コーポレート・ガバナンスの確保

2018年の取り組み

コンプライアンス意識の醸成と定着のための活動

「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」の継続的な教育や、コンプライアンス通報・相談への適切な対応等の活動を通じて、全社員のコンプライアンス意識を醸成し定着させ、健全な企業風土を維持・改善することをめざしています。

2018年は新任マネジャー研修におけるコンプライアンスリスクの発生原因と防止策についてのディスカッション(参加者:国内約420人)、執行役員による自部門の社員や派遣社員を対象にしたコンプライアンス研修(参加者:国内約11,000人)などの教育活動を実施しました。また、経営会議で年4回、注視が必要な案件の報告を行なう運用を開始したほか、コンプライアンス通報・社内窓口を顧問弁護士事務所から利害関係のない弁護士事務所に変更するなど推進体制を整備しました。コンプライアンス活動を身近に自分ごととしてとらえるきっかけとして、毎年10月をコンプライアンス月間と定め、2018年は「思いやりのある言葉で働きやすい職場を！」のメッセージを掲げ、国内外で活動の浸透を図りました。



コンプライアンス月間ポスターを19言語で作成・掲示



サステナビリティデータブック2019年「インテグリティ」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability-2019-019.pdf



貢献するSDGs
 16
 PEACE
 JUSTICE
 STRONG INSTITUTIONS

「World's Most Ethical Companies (世界で最も倫理的な企業)」に13年連続選定

花王は、透明性、誠実さ、倫理、コンプライアンスに関する優れた成果を挙げる企業を表彰する「World's Most Ethical Companies」に2007年の創設以来13年連続で選定されました。



外部評価
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/recognition/

消費者起点の公正で 透明性の高い企業活動へ つなげる体制

花王グループでは消費者・顧客の声を真摯に受け止め、絶えざる品質向上を追求する全社活動を推進し、常に公正で透明性の高い企業活動を行ない、社会的責任を果たせるように努めています。全社関係部門の代表委員から構成される品質保証委員会は、品質保証活動の基本方針および重要施策を審議・決定するほか、これらの全社品質保証活動の有効性と信頼性を確認しています。

2018年は品質保証委員会を4回実施し、その内容を社長を委員長とする内部統制委員会に報告しました。また、国内外の花王グループ会社はISO9001やGMPの認証を維持するとともに、監督官庁、認証機関などの外部監査を受けています。2018年は国内外の花王グループ会社で115件の外部監査、および自己点検により基準を順守していることを確認しました。



お客さまの満足と社会のサステナビリティに役立つ“よきモノづくり”

環境負荷ゼロへの取り組み

花王グループは、中・長期的な経営戦略として「環境への負荷低減をベースとしたモノづくり」を進め、化学物質を取り扱う企業としての責任を果たしながら、自然と調和するエコロジー経営を推進すべきであるという基本方針があります。原材料調達から開発・生産・販売、輸送、使用、廃棄・リサイクルという製品ライフサイクルの全段階において、さまざまなステークホルダーといっしょに豊かな生活文化の実現と、社会のサステナビリティに貢献の両立を図っています。



花王 環境宣言
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/statement/

2018年の取り組み

「私たちのプラスチック包装容器宣言」を公表

プラスチック包装容器は、汎用性、柔軟性をもつことから、花王の製品において重要な役割を果たしています。同時に、プラスチックの過剰使用は、地球環境への影響の大きさの観点から、花王と生活者にとって共通の懸念であることを認識し、花王は包装容器に使用されるプラスチック資源の削減に努めていきます。2018年10月、この考え方を「私たちのプラスチック包装容器宣言」として公表しました。

私たちのプラスチック包装容器宣言(抜粋)

私たちは、自然環境を損なうことなく、人々の豊かな暮らしを実現する、革新的な提案をしています。

私たちのめざす姿

私たちは、使用するプラスチックの量を、地球が受容できる範囲にとどめるべきであると考えます。

私たちは、プラスチックは、自然界に排出されるべきではないと考えます。また、すべてのプラスチックは、小さなことから、再利用、またはリサイクルされるべきであると考えます。

私たちは、すでに自然界に排出してしまったプラスチックについても、回収され、再生されるべきであると考えます。

花王の取り組み

日々改良を続け、面的なイノベーションを起こすような取り組みを、4Rの視点から推進しています。

Reduce(減らす)

包装容器を薄くしたり、軽量化したりするとともに、製品を濃縮化して容器そのものをコンパクト化することにより、プラスチック使用量を削減します。



Replace(置き換える)

石油由来のプラスチックから、より低炭素で再生可能な植物由来など、持続可能な原料への転換を図っていきます。



Reuse(再利用する)

生活者のみなさんが本体容器を繰り返し使用できるよう、つめかえ・つけかえ用製品などの新しいタイプの包装容器を開発しています。

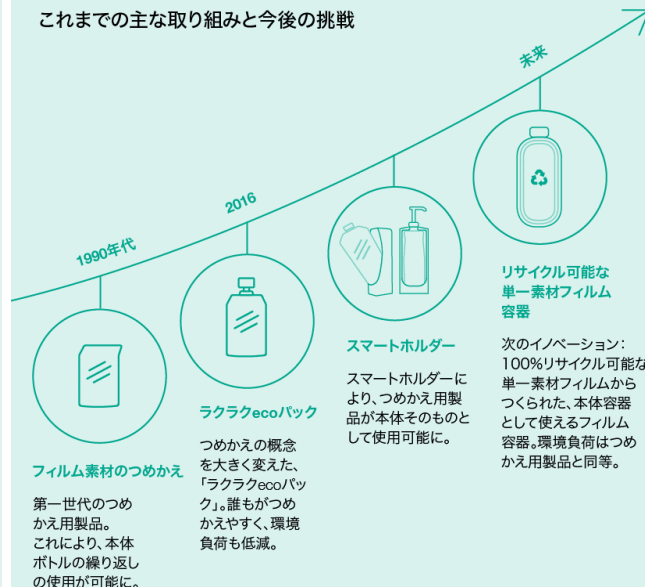


Recycle(リサイクルする)

プラスチック包装容器に再生樹脂を積極的に導入するとともに、暮らしの中でリサイクルしやすい包装容器の開発に取り組んでいます。



これまでの主な取り組みと今後の挑戦



プラスチック包装容器に関する考え方
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/plastic-packaging/



サステナビリティデータブック2019年「容器包装」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-010.pdf

貢献するSDGs



お客さまの満足と社会のサステナビリティに役立つ“よきモノづくり”

環境負荷低減に貢献する商品づくり

2018年の取り組み

「スマートホルダー」の普及によるつめかえ・つけかえ用製品の推進

つめかえやすい「ラクラクecoパック」をつけかえることで、最後までムダなく使える環境対応と、簡単な操作でユーザビリティをさらに向上させた、専用ホルダー「スマートホルダー」を提案しています。これにより、プラスチック製の本品ボトルが不要になります。また、「スマートホルダー」のラベルデザインを自由に選択することで、個々人のライフスタイルに合わせることもできます。

2018年から、大手流通で「スマートホルダー」の販売を開始しました。「ラクラクecoパック」と「スマートホルダー」は、海洋ごみに対する優れた活動を表彰する、海ごみゼロアワード2019のイノベーション部門で「環境大臣賞」、第57回ジャパン パッケージング コンペティション最高賞の「経済産業大臣賞」、「2018年度グッドデザイン賞」を受賞しました。2018年の国内花王におけるつめかえ用製品の転換率は80%強になりました。つめかえ・つけかえ用製品が、すべて本体容器（プラスチック容器に入った製品）であった場合と比較したプラスチック使用量の削減効果は6.0万トン、さらに製品のコンパクト化による削減効果を合わせると、9.3万トン強を削減したことになります。



スマートホルダー



発売されている主なデザイン(2018年4月現在)



サステナビリティデータブック2019年「容器包装」

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-010.pdf

貢献するSDGs



インクジェット用水性インク「LUNAJET」

これまで培ってきた「顔料ナノ分散技術」をさらに応用し、軟包装用フィルム基材への印刷に対して、VOCレス設計※で環境負荷を低減した、世界初のインクジェット用水性インクの開発に成功しました。

2018年は紫外線硬化型インクと同等の画像耐久性を実現した新技術が評価され、「LUNAJET」を使用した包装用印刷が日本の製菓会社の製品包材に採用されました。「インクジェット用水性インクによる軟包装フィルムへの印刷の実現」は、公益社団法人新化学技術推進協会の第18回「グリーン・サステナブルケミストリー (GSC) 賞 経済産業大臣賞」を受賞しました。また、「LUNAJET」で作ったデコシールを使って、世界でたったひとつのスマートホルダーを作る「マイホルダーワークショップ」イベントも開始しました。

※VOC (volatile organic compounds):

揮発性有機化合物

印刷工程において排出されるVOCが(炭素換算で)700ppmC以下のものをVOCレスと定義

改正大気汚染防止法(平成18年)により、VOC排出規制が実施されています



マイホルダーワークショップ



花王の「インクジェット用水性インクによる軟包装フィルムへの印刷の実現」が第18回「グリーン・サステナブル ケミストリー (GSC) 賞 経済産業大臣賞」を受賞

www.kao.com/jp/corporate/news/2019/20190611-001/



お客さまの満足と社会のサステナビリティに役立つ“よきモノづくり”

ユニバーサルデザインの取り組み

近年、高齢化や女性の社会進出、男性の家事・育児参加など、人口構成や生活スタイルの変化により消費者のニーズも多様化しています。そのような状況のなか、花王では、「人にやさしいモノづくり」「“うれしい”をかたちにするモノづくり」「人や社会とつながるモノづくり」からなる「花王ユニバーサルデザイン指針」を策定し、より多くのお客さまへ、製品やサービスに愛着を持って、長く使い続けていただけるよう努めています。



サステナビリティデータブック2019年
「ユニバーサルデザイン」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-015.pdf



2018年の取り組み

「黒髪メラニンのもと」だけで染め、簡単に使える白髪ケア発売

髪に負担をかけることなく、お風呂で簡単に使えて、白髪に黒髪色を取り戻していく「リライズ 白髪用髪色サーバー」を2018年5月に発売しました。黒髪が本来持つ色素「メラニン」に着目し「100%天然由来の黒髪メラニンのもと※」だけで染められて、髪に負担がかかりません。どなたでも清潔に簡単に使えることに配慮し容器の構造も工夫しました。「長年悩んで苦労してきた白髪染めが、手軽にできると思うと気持ちも明るくなった」「ヘアカラーはアレルギーがあり使えず、髪を染めるのはあきらめていたが、自宅で染めたと思えないくらいきれいになった」など多くの反響が寄せられています。※着色成分(ジヒドロキシインドール)



手袋をつけた手にとって簡単に使えます



プッシュ部
親指で押すの力を入れてやすく、押している間、剤が出続けます

指かけフック
濡れた手でもすべりにくく、どなたでも簡単に剤を出すことができます

下着の選択肢として選んでほしい吸水パンツを発売

尿漏れの不安がある方に、下着の選択肢のひとつとしてお選びいただける「リリーフ パンツタイプ超うす型まるで下着ローライズ」を2018年9月に発売しました。体にやさしくフィットする超うす型の伸縮素材でムレにくく、へそ下丈の浅ばきスタイルです。ウエスト部分からはみ出す“チラ見え”を気にせず、おしゃれもスポーツも楽しめます。「履き心地がよく、仕事や遊びに人目を気にせず行けた」といったアクティブシニアの方からの嬉しい声が寄せられています。



女性用

男性用

パンツタイプの介護用紙おむつとの大きさ比較
(リリーフ安心のうす型3回分との比較)

製品におけるユニバーサルデザイン(UD)視点での継続的な改良

花王グループではUD視点での製品改良を継続的に実施しています。

2018年発売の新製品・改良品におけるUD視点での改良実施率※は、日本で83%(915アイテム)、欧米で11%(75アイテム)となりました。

※UD視点での改良品とは、接しやすさ(Accessibility)、安全(Safety)、使いやすさ(Usability)などの視点から改良した製品を表す。改良実施率は、新製品・改良品アイテム全数(品)に占めるUD視点での改良品数(品)比率



お客さまの満足と社会のサステナビリティに役立つ“よきモノづくり”

社員自らが多様な方々への共感力を向上するための取り組み

2018年の取り組み

がん患者の困り事や想いをうかがう活動

がんと向き合う方の日常生活に役立つ製品・情報を紹介するイベントに毎年参加して、闘病中の患者や家族の方、医療関係者などから直接、患者の困りごとや想い、製品についての意見をうかがっています。

2018年10月にはNPO法人キャンサーリボonzが主催する「がん暮らしフェア2018」に参加しました。がんの治療中に口内炎などに悩まされるためにケアが重要とされていることから、「オーラルケア」のブースで「泡で出てくるハミガキ」を紹介しました。医療従事者の方からは「寝たきりの患者に対しても、泡ハミガキは垂れたりむせたりする心配がなく良い」などの意見を、また、患者の方からも「口内炎がひどくて液体はしみてしまうが、泡だとあたりがやさしいので使いたい」といった声をいただきました。他にもスキンケア製品や手軽に使えるお掃除用品などを紹介しました。

治療中の日常生活のQOL維持のために、花王製品を少しでもお役に立てていただきたいとの思いを毎年強くしています。



ブースでの製品紹介



泡で出てくるハミガキ

「ユニバーサルマナー検定」の実施

社員がより広く高齢者を含む多様な方々と向き合うために、「ユニバーサルマナー検定」を初めて受講しました。「ユニバーサルマナー」は、一般社団法人日本ユニバーサルマナー協会によって「高齢者や障がい者、ベビーカー利用者、外国人など、多様な方々へ向き合うためのマインドとアクション」と定義されています。こうした多様な方々が向き合っている課題や心理を理解し、それらを日常生活だけでなく業務にも活かすことをめざしています。

2018年はユニバーサルマナー検定3級を、事業部門、消費部対応部門を中心とした160名が取得しました。



ユニバーサルマナー検定を受講する社員

高齢者体験ワークショップの実施

社員が要介護1に相当する疑似体験装具をつけて、家事などの日常生活を行ったり、日常の買物体験をする高齢者体験ワークショップを実施しています。この体験を通じて、体に不自由さを感じ始めた高齢者に共感するとともに、製品の使い勝手や製品情報の表示の課題を発見して、製品の改良や開発に役立てています。

7年目を迎えた2018年は、事業部門や販売部門などのメンバーを交え計4回実施しました。



実際に装具をつけて買い物に出かける社員

お客さまの満足と社会のサステナビリティに役立つ“よきモノづくり”

安全性と品質保証への取り組み

原料から研究開発、生産、輸送、販売までのすべての段階において、徹底した消費者・顧客視点で、高いレベルでの安全性を追求し、絶えざる品質向上に努めています。

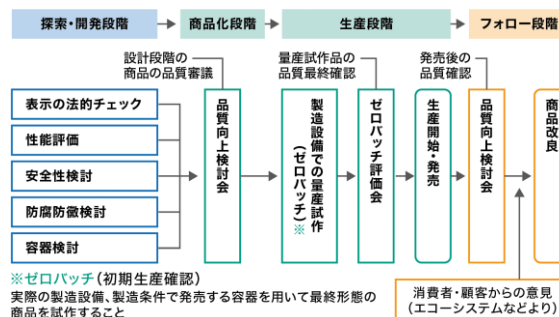


安全性と品質
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/safety-quality/

2018年の取り組み

商品開発段階における品質保証

探索・開発段階において、安全性・機能・性能、保存安定性、防腐・防黴性、法規適合性などを各部門で検討し、消費者対応部門を含む関連部門が参画する各種検討会で、消費者起点での評価・確認を行なっています。最終的に品質向上検討会で総合評価を行ない、商品仕様を決定しています。また、商品の表示は消費者対応部門が確認し、承認しています。これらの活動は2018年も継続して実施しています。



生産・物流における品質保証

商品の製造ロットごとに、使用したすべての原料の品質情報や製品の検査記録・合否判定記録などを一元的に管理しています。物流拠点では、商品に不良が発見された際の管理体制を構築し、水際の品質管理を徹底しています。さらに、生産・物流現場では消費者からの指摘件数を指標とする、花王独自のQCサークル活動を継続しており、2018年は花王グループ会社で350件(国内128件、海外222件)の改善テーマに取り組みました。

原料・化学物質管理における品質保証

花王グループは、使用する原料・化学物質による人の健康と環境への影響を最小化するため、原料選択・製品開発・製造・使用・廃棄に至る一連のサイクル全体にわたって管理し、サステナブルな社会の実現に貢献しています。すべての原料・製品は、「化学物質総合管理システム」や現場活動により、安全性確保・法規制遵守・品質管理を行なっています。

2018年はSAICM※の取り組みとして、化学物質のリスク評価を継続、GPS安全性要約書を累計141件公開し、化学品管理の自主活動で顕著な取り組みであるとして「JIPS賞」優秀賞を受賞しました。

※国際的な化学物質管理のための戦略的アプローチ

品質保証に関する教育と浸透

品質保証活動方針の浸透・徹底を図るため、海外グループ会社も含め、日々の品質保証活動の中や品質向上検討会で、各種の教育や啓発を行なっています。2018年は「医薬品、医薬部外品、化粧品及び再生医療等製品の品質管理の基準に関する省令」などに基づく教育を59回、化粧品GMPや各種ISOなどの教育を398回実施しました。また、優れた品質保証活動に対しては品質保証活動表彰を実施するなど、モチベーションの向上も図っています。



サステナビリティデータブック2019「化学物質管理」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-008.pdf



お客さまの声を活かした取り組み

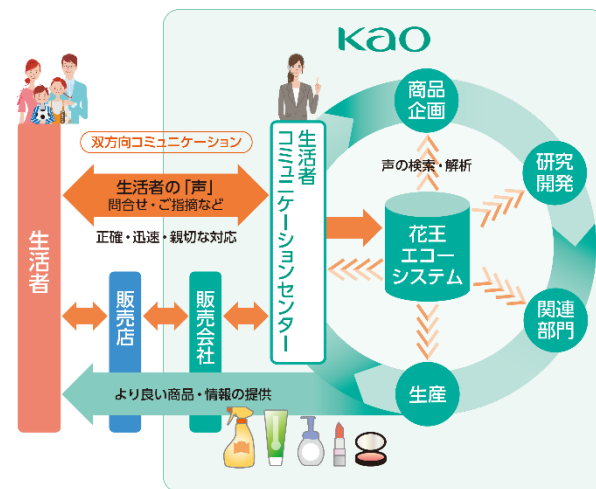
生活者の気持ちに寄り添い、いつでもどこでもよきパートナーであるために

消費者対応部門は、「花王エコシステム」を活用して、相談に必要な商品情報、FAQなどの支援情報を共有し、「正確・迅速・親切」をモットーに、生活者の気持ちに寄り添う相談対応を行なっています。相談窓口にいただいた声は、「花王エコシステム」に集約しており、ここに蓄積された300万件以上の生活者の声を社内全体で共有し、“よきモノづくり”につなげています。各部門がそれぞれに解析して、グローバルな品質向上活動推進、サステナブルな製品の開発、生活者に向けた情報開発などを行なっています。

サステナビリティデータブック2019年
「消費者とのコミュニケーション」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-016.pdf



生活者コミュニケーション
センターの活動
www.kao.com/jp/soudan/consumer.html



生活者の声を“よきモノづくり”に活かすしくみ

2018年の取り組み

- 2018年に寄せられた国内の相談件数は約21万6千件でした。
- 相談者からの対応満足度は94%でした(2018年10月-12月実施の調査において、対応が「とてもよかった」「よかった」と回答いただいた方の割合)。満足度の高い対応を継続的に行なうため、外部による電話相談対応品質調査を実施し、評価をもとに対応研修を行ないました。
- 国内最大級のQ&Aサイト「Yahoo! 知恵袋」上にある生活者の家事や美容に関する疑問に、企業から回答するアクティブサポートを、2015年7月から実施しています。2018年の回答数は約2,600件、閲覧数は約159万件、ベスト・アンサー率は94%と好評を得ています。

「花王エコシステム」の機能強化

2017年11月に改定した「花王エコシステム」を運用し、関連部門への即時アラート機能の強化や、相談内容の即時共有機能により、さらに迅速な対応を実現しました。また、相談の会話の音声認識やテキストマイニング機能による相談内容区分の自動判別などの機能を活用し、効率的に相談者の想いをより深く正確に社内へ伝えるよう強化しました。海外グループ会社での相談対応支援や声の解析のシステム共有化に取り組み、2019年から順次展開していきます。

「カスタマーリアルボイス研修」の実施

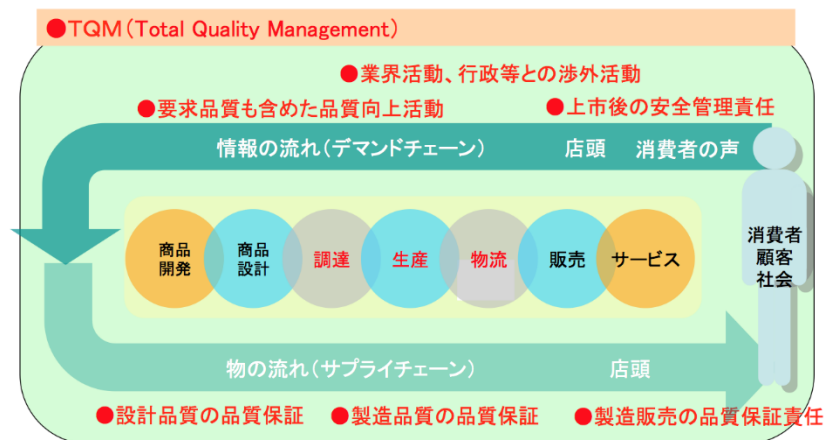
花王グループに寄せられる声を直接聞く窓口業務を他部門の社員が体感することで、生活者の理解を深め、自身の日々の業務に活かす「カスタマーリアルボイス研修」を2015年から実施しています。2018年は商品開発部門や販売部門などの社員を対象に実施し、314名が参加しました。



お客さまの声を活かした取り組み

お客さま起点の全社品質保証活動

花王グループでは、全社品質保証活動における第1の評価軸として、消費者相談に寄せられる声を指標にしています。貴重なお客さまの生の声を商品や企業活動に活かしていく方針から、消費者相談の声を全社で共有して商品改良や表示改善などに活用しています。



2018年の取り組み

開発段階と発売後の商品検討

毎月の品質向上検討会では、マーケティング、商品企画、研究、生産、消費者相談室、品質保証などの商品に関わる各部門の責任者が一堂に会して、新製品・改良品の品質確認を行なうとともに、お客さまの生の声を確認しながら、各部門の活動がお客さまの満足につながるかを広い視野で、また、本質的な視点で、多角的な議論をしながらチェックします。この場で活動の修正や重要な問題についての意思決定を行ない、お客さまの声をもとにした“よきモノづくり”を推し進めます。

2018年は品質向上検討会を国内外のグループ会社で223回(国内119回、海外104回)実施しました。また、紙おむつ「メリーズ」などのサニタリー製品で日中合同の品質向上検討会を開始するなど、さらなる連携強化を図りました。

緊急・重大品質トラブル対応体制

花王グループでは、万一、重大な安全性や品質に関するトラブルが発生した場合には、迅速かつ的確に消費者・顧客の被害・損害を極小化し、顧客への責任を果たすために、緊急・重大品質トラブル対応体制を定めています。これは、安全性を最優先に、消費者起点および透明性・説明責任を基本として、できるだけ迅速に被害を極小化するためのものです。

2018年は社告※を伴う消費者・流通からの商品回収はありませんでした。初動およびリスクマネジメント体制については継続的に強化しています。

※新聞、テレビなどの外部メディアを通じた社告



お客さまの声を活かす取り組み
www.kao.com/jp/quality/



お客さまの声を活かした取り組み

お客さまの声を活かした商品・情報・サービスの改善



これまでの改善事例
www.kao.com/jp/soudan/yokimonodukuri/



花王生活者コミュニケーションセンター 活動報告書2019
www.kao.com/jp/soudan/imgs/consumer_007.pdf

2018年の取り組み(事例紹介)

「ソフィーナ プリマヴィスタ 皮脂くずれ防止化粧下地」から 「超オイリー肌用」アイテムを限定発売

皮脂の分泌が多く、化粧くずれに悩んでいると
 の声が寄せられていました。

“とにかくテカリにくい”に特化した通称「ブラック
 プリマ」を、「ソフィーナプリマヴィスタ 皮脂くずれ
 防止化粧下地」から「超オイリー肌用」として
 2018年5月に限定発売しました。「初めてこれ
 を使った時は驚いて自分の顔を何回も見てしま
 いました」、「人と話す時に今、ベタベタした顔か
 もしれないと思うことがなくなりました」など、皮脂
 によるテカリを何とかしたい、という意識をお持
 ちの方から予想を上回る声が寄せられ、2019年
 4月には一部オンラインショップで定番化してい
 ます。



プリマヴィスタ
 皮脂くずれ防止化粧下地
 超オイリー肌用

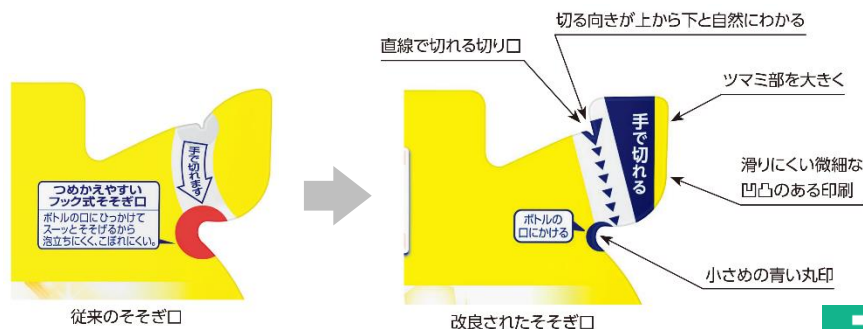


プリマヴィスタ
 皮脂くずれ防止化粧下地

そそぎ口を切りやすく改良 「バスマジックリン 泡立ちスプレー つめかえ用」

バスマジックリンのつめかえ用をお使いの方から、「そそぎ口が
 うまく切れず、つめかえにくい」という声が寄せられていました。
 うまく切れなかった方は、ぬれた手でそそぎ口を切ろうとした時
 に、切り取りの失敗が多いことがわかりました。

2018年に切り口をぬれた手でもつかみやすく滑りにくくするために、ツマミ
 部分を大きくし、微細な凹凸のある印刷を施しました。さらに、切る場所を間
 違えないように「ボトルの口にかける」の表示を青色にして、文字を読みや
 すく改良しました。新しいつめかえ用を使った方から、「今回は切りやすく、
 液をこぼさずにつめかえられた」などの声が寄せられています。



お客さまの立場にたった情報提供やお客さまとの交流

社内から社会へと広がる健康づくり活動

2008年に発行した「花王グループ健康宣言」のもと、社員と家族の健康維持に向けた活動を推進しています。この活動を通して得られた健康維持・増進に役立つ知見を、「KaoみんなのGENKI(げんき)プロジェクト」として、社会に広く情報提供していくとともに、健康づくり活動への協力・支援を積極的に進めています。



サステナビリティデータブック2019年「健康」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-026.pdf



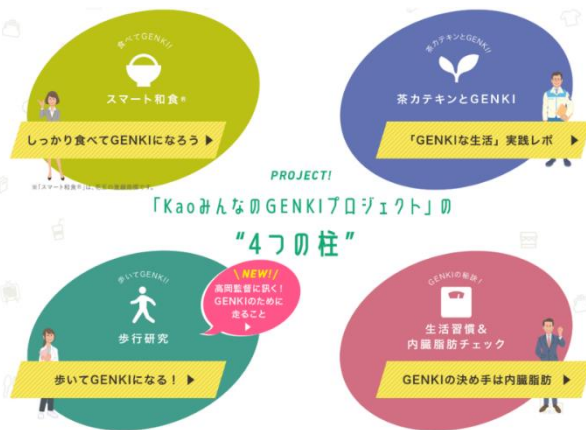
2018年の取り組み

「KaoみんなのGENKIプロジェクト」の公開と社会への提供

これまでの社内で得られた知見は、2018年に健康づくり情報コーナー「KaoみんなのGENKIプロジェクト」として、くらしのコミュニティサイト「Kao PLAZA」の中で公開し、その訪問者数は約9万人、閲覧数は約18万件でした。

地域や花王以外の職場における健康づくりのため、2018年は内臓脂肪と生活習慣の測定会を全国で68回、6,600人実施し、生活改善へのきっかけを提供しました。若々しい歩行を促す歩行計プログラム「ホコタッチ」※1を、128の地域・職場で3,600人が利用しました。しっかり、おいしく食べて内臓脂肪をためない食事プログラム「スマート和食」※2を、全国8つの職場で420人が利用しました。

※1 加速度センサーを内蔵した「専用の歩行計」と、これに蓄積されたデータの結果を印刷する「ホコタッチスポット」を組み合わせた健康支援サービスです
 ※2 「スマート和食」は、花王の登録商標です



KaoみんなのGENKIプロジェクト
member.kao.com/jp/plaza/genki/



食と健康ナビ
 「花王の健康づくり活動」
health-food-bev.kao.com/practicereport/

「健康経営銘柄」に5年連続選定

「花王グループ健康宣言」のもと、社員と家族の健康維持に向けた活動により、2015年から5年連続で経済産業省・東京証券取引所による「健康経営銘柄」の選定を受けました。また、スポーツ庁より2018年度の「スポーツエールカンパニー」に認定されるなど、健康経営のトップランナーとしての評価をいただいています。



「健康経営」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です



内臓脂肪と生活習慣の測定会



歩行計プログラム ホコタッチ
 (青森県のタクシー会社にて)



「スマート和食」のお弁当
 (岩手県にて)



お客さまの立場にたった情報提供やお客さまとの交流

社会や暮らしに役立つ情報の発信

2018年の取り組み

航空危険物(UN(国際連合)危険物)の該非情報を掲載

「海外の友人や知人にこの製品を送りたいが問題ないか」など、海外への航空機輸送に関する問い合わせが増加しています。これまでも、消費者が花王製品を海外へ輸送する際に参考となる情報を確認できるよう、該当するものには「製品を航空便で送る際のご注意」としてホームページに掲載していましたが、2018年は全製品で該非情報がわかるよう掲載しました。また、英語と中国語の製品カタログにも掲載しています。

ブローネ 泡カラー 4: ライトブラウン



全体染め向けの泡タイプのヘアカラー。泡をもみこむだけでムラなく簡単。指の先がなめらか、しっとり質感に染め上がりやす。ローヤルゼリーエキス配合(うるおい成分)、シルクエッセンス*1配合(毛髪保護成分)、キューティクルケア成分*2配合(毛髪保護成分)。ツンとしたにおいをおさえた処方。アフターカラーヘアバックつき。
●セミロングヘア(肩から脇の下くらいの長さ)1回分
●1回使いきりタイプ
●1 水垢シールド
●2 数回リノリン除菌

ヘアカラーでかゆみ、発疹、発赤がでたことのある方は、絶対に使用しないでください。

【白髪用ヘアカラー】
1液40ml、2液60ml、アフターカラーヘアバック8g

関連商品
▼ブローネ 泡カラー ラインアップ
▼カラーバリエーション
▼セット内容
▼成分・使い方・ご注意など

この製品情報を用

航空法上の危険物に該当しない製品にも掲載しました

※本品は、航空便で送る際、航空法で定められた航空危険物に該当しません。

災害時に備える清潔情報「そなえーる」

これまでの被災地支援活動で得た知識や経験から、地震や異常気象などの災害時に、大切な命、家族、生活を守るためには、日ごろから備える防災が重要であると考え、花王グループの事業活動の原点である「清潔」をテーマに、災害時に役立つ物品や工夫などの有用な情報を紹介するサイト「そなえーる」を開設しています。この中で紹介している製品のうち、2018年は「ピュオーラ 歯みがきシート」の製品特長に、「災害など緊急時に」などの情報を追加しました。



そなえーる
www.kao.co.jp/hisajji/



デザインを変更した ピュオーラ 歯みがきシート

「化粧品点字シール」の改訂

日常生活に欠かせない生活用品を提供する企業として、社会に暮らすすべての人が分け隔てなく、快適に豊かに生活していけるよう、特に視覚障がい者や高齢者に向けた情報のバリアフリー活動に取り組んでいます。2018年は視覚障がい者から意見をうかがい、化粧品容器を識別できるように無償配布している「化粧品点字シール」に、使用量や使用順などの記号シールを追加し、より使いやすいように改訂しました。



化粧品点字シール

製品を航空便で送る際の注意
www.kao.com/jp/soudan/topics/topics_103.html

お客さまの立場にたった情報提供やお客さまとの交流

気候変動リスクへの取り組み

2018年の取り組み

「気候関連財務情報開示タスクフォース」 提言へ賛同表明

2019年3月、花王は、金融安定理事会が設置した民間主導のタスクフォース「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」提言への賛同を表明しました。気候変動は、企業が将来にわたり経営を継続していく上で、重要なリスクであるとともに成長の機会であると花王は認識しています。その取り組み情報を開示し、さまざまなステークホルダーと対話を行っていくことは、地球および花王の持続的成長にとって重要な活動であると考えています。

2018年に経済産業省が設置した“グリーンファイナンスと企業の情報開示の在り方に関する「TCFD研究会」”に、花王は委員として参加し、TCFD提言に沿った情報開示を行なうにあたっての解説や参考となる事例の紹介と、業種ごとに事業会社の取り組みが表れる「視点」の提供を目的とした、「気候関連財務情報開示に関するTCFD TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES」の作成に貢献しました。

サステナビリティデータブック2019年
「環境への取り組み」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-005.pdf



サステナビリティデータブック2019年
「GRI/ISO/TCFD対照表 TCFDインデックス」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-037.pdf

公正で適切な広告宣伝への取り組み

2018年の取り組み

広告やパッケージ等の表現における 確認体制の強化と社内教育の実施

花王グループは、常に事実に基づいた公正な内容と適切な表現に努め、消費者・顧客が容易に、確実に理解できるように、商品の特徴を創造的な表現で消費者・顧客にわかりやすく説明し誤解を与えないように努めています。

2018年は外部講師を招いた人権の尊重に関する社内勉強会（参加者：広告作成部を含む7部門から40人）を行ないました。また、日本においては、広告やパッケージ等における人権視点での確認について、自主的にチェックできるしくみを整えた上で、自主的に判断しにくい案件に関しては、事業部門や広告制作に携わる部署、品質保証部門、ESG部門との間で月2回のペースで議論を開始し、広告制作担当者のリテラシー向上に努めました。

サステナビリティデータブック2019年
「人権」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-020.pdf



安全な暮らしのための情報発信

2018年の取り組み

誤飲注意喚起のための シールを作成し提供

洗剤や漂白剤、化粧品などを誤って口にしてしまう事故は、子どもだけではなく、成人でも発生しています。ちょっとした勘違いやうっかりミスによる少量の誤飲がほとんどですが、万一、多量に摂取した場合には、重い症状が出ることもあります。特に高齢者の方や、認知症がある方では、味やニオイを感じにくくなったり、視力が弱くなって気づきにくくなることがありますので、周囲の注意も必要です。

誤飲事故を少しでも減らすため、2018年はご家庭での注意喚起のために、製品に貼付するシールを作成し、提供を開始しました。



高齢者の誤飲注意喚起のためのシール



シールを製品に貼ったイメージ



お客さまの立場にたった情報提供やお客さまとの交流

未来につながる次世代育成①

2018年の取り組み

体験型環境啓発活動

次世代を担う子どもたちが、暮らしの中で環境を考えた行動ができるように、さまざまなプログラムを開発・提供しています。川崎工場のある川崎市や味の素(株)などと協働して、小学生とその保護者を対象とした夏休み3日間の環境ワークショップを行っており、2018年で3年目の実施となりました。和歌山工場にある花王エコラボミュージアムでは、原材料調達から使用、廃棄まで、さまざまな角度から環境について学んでもらう、親子向けの体験・対話型の見学会などを継続して行っており、2018年は16回実施しました。節水をテーマに、小学校4年生の社会科の単元と連動した実践型教材、「いっしょにエコ日記」を開発・提供しています。この教材は、小学校の授業でのアクティブラーニングに適していると高く評価され、「2018年度グッドデザイン賞」を受賞しました。

また、「エコプロ2018」では「人と地球のきれいのために」をテーマに花王の取り組みを紹介し、環境と清潔衛生の大切さを伝え、SDGsを啓発するとともに、次世代の消費を担う小・中学生を対象に、生活を見直すきっかけづくりをめざした、対話型の展示や体験型ワークショップも行ないました。立命館大学の学生が企画する「Sustainable Week 2018」で、体験型SDGs啓発プログラムの開発に花王社員が参画し、学内でのSDGsの啓発を支援しました。環境啓発活動は海外でも展開しており、2018年はインドネシアでNGOと連携して、環境教育と自己肯定教育を行なうプログラムを開発し、25校の中学校で実施、2,800人の子どもたちが参加しました。



川崎工場での環境ワークショップ



サステナビリティデータブック2019年
「環境への取り組み」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-005.pdf

貢献するSDGs



いっしょにエコ日記
www.kao.co.jp/econikki/



立命館大学の学生主催のSDGs体験型イベント
「Sustainable Week 2018」に協賛
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics/sustainability-20181030-001/

工場やミュージアム見学を通じた学校教育支援

生活に身近な製品を提供する企業として、モノづくりの工夫や安全・安心のための努力、環境への配慮などを学んでもらうため、工場やミュージアムの見学を通じた学校教育の支援を行なっています。国内10工場それぞれが、生産品や特徴に合わせた見学プログラムを開発し、2018年は約65,000人(うち学生は約34,000人)の方が工場見学に参加しました。特に小学校3年生と5年生向けには、社会科単元と連動した事前・事後の学習も含めた社会科見学プログラムを国内6工場で開催し、327校、約22,000人が利用しました。プログラムを通じて、子どもたちが社会との結びつきに気づき、自ら考える力を育むことをめざしています。



環境への影響について学ぶ子どもたち



和歌山工場の社会科見学プログラム
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/about/pdf/factories_19_02_002.pdf



お客さまの立場にたった情報提供やお客さまとの交流

未来につながる次世代育成②

2018年の取り組み

子どもの清潔習慣定着を サポートする手洗い啓発活動

清潔習慣は小さい頃から身につけることが大切です。泡立てが苦手な小さな子どもでも楽しく簡単に手洗いができるように、2009年から、オリジナルの手洗い歌とともに、楽しく手洗いが学べる「手洗い講座」をスタートしました。2018年は自発的に講師になった508人の社員が、88校の小学校を訪問し、5,940人の子どもたちがこの講座を受講しました。また、花王プロフェッショナル・サービス(株)は、130の保育園や幼稚園に出向き、手洗い歌や紙芝居などを使った手洗い講習会を行ないました。



小学校での手洗い講座



出張授業

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/society/education/in-classroom/



あわあわ手洗いの歌

www.kao.co.jp/bioreu/hand/song/

初経教育支援活動の拡大

生理用品の発売以来40年以上にわたり、初経を迎える女の子たちとその家族や小学校に向けた、初経教育の支援活動を行なっています。2018年は国内で約74万人、海外で約50万人の小・中学生に、小冊子などの入った初経教育セットを配布しました。さらに、情報が不足しがちな視覚に障がいのある子どもたちに向けて、小冊子を音訳した「からだのノート おとなになるといふこと CD版」を、生活場面に、より具体的に配慮した情報を加え改訂しました。



からだのノート
おとなになるといふ
こと CD版



初経教育教材「からだのノート
おとなになるといふこと CD版」を改訂
www.kao.com/jp/corporate/news/2019/20190131-003/

ピンクリボンキャンペーンで、中学校・高校 での「がん教育プロジェクト」支援を開始

花王グループでは、乳がんの早期発見の大切さを啓発する活動として、2007年からピンクリボンキャンペーンを開始し、現在では日本を含めた9カ国・地域で展開しています。日本では、化粧品の店頭でお客さまへのリーフレット配布などを通じ、乳がんに関する基礎情報やセルフチェックの方法を伝える活動を続けています。2018年は中学校・高校で、がんを経験したピンクリボンアドバイザーが講師として授業を行なう、「ピンクリボンアドバイザーによるがん教育プロジェクト」(主催:認定NPO法人乳房健康研究会)への支援を開始しました。授業を受けた生徒は「ジュニアピンクリボンアドバイザー」に認定され、家族や周囲への健康啓発の役割を担っていきます。このプロジェクトを通じて、子どもやその家族、社会の健康意識の醸成につながることをめざしています。



花王グループ ピンクリボンキャンペーン 特設サイト
www.kao.com/jp/pinkribbon



お客さまの立場にたった情報提供やお客さまとの交流

地域社会、地方行政との交流

2018年の取り組み

地域やパートナー企業との協働による 「リサイクリエーション」活動

循環型社会への新しいシステム・ライフスタイルの提案として、地域の方々やパートナー企業と協働で、洗剤やシャンプーなどの使用済みのつめかえパックを回収し、パックから再生したブロックを提供する実証実験「リサイクリエーション」※を続けています。これまで5つの地域の皆さまといっしょに検証を行ない、鎌倉市における「リサイクリエーション」では、市民の皆さま、学校、行政、パートナー企業の協力のもと、2018年5月までに41,025枚のつめかえパックを回収し、等身大の江ノ電と、鎌倉にゆかりのあるキャラクター「オチビサン」のベンチを制作しました。市民の皆さまとともに完成式典を行ない、地域の資源循環の意識向上に貢献しました。

※「リサイクリエーション」は、花王の登録商標です



鎌倉市における「リサイクリエーション」



サステナビリティデータブック2019年「容器包装」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2019-010.pdf

貢献するSDGs



消費者行政との情報交流

2009年以降、消費者対応部門のメンバー全員で手分けし、関東・関西圏の各消費生活センターを中心に行政機関を訪問し、情報交換を行なっています。花王の取り組みをお知らせするとともに、地域に根付いた広く深い消費者対応の現場活動をうかがうことで、メンバーの学びにもつなげています。2018年は82カ所を訪問しました。

また、毎年行政などが、地域住民向けの啓発活動として開催している、イベントや講座に協力しています。洗濯、掃除をはじめとして感染症予防、オーラルケアなど花王の持つさまざまな知見をもとにした内容で、2018年は関東圏15カ所、関西圏7カ所、合計22カ所で実施しました。



行政主催の消費者イベント

