

---

# 消費者志向経営自主宣言

---

## 2019年活動報告

花王株式会社

2020年10月

詳細な活動内容は以下の参考資料に記載

- ・Kirei Lifestyle Plan Progress Report 2020 (KLP)
- ・花王サステナビリティ データブック 2020 (SDB)
- ・花王生活者コミュニケーションセンター活動報告書2020 (CCC)

The Kao logo is displayed in a teal color, featuring the letters 'Kao' in a stylized, rounded font.

取組方針(要約)	活動実績(概要)	参考資料
<b>経営トップのコミットメント</b>		
・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2,300人が参加 ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」の理解浸透のための社員エンゲージメントを実施	KLP: p.40 KLP: p.19
・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	<b>2019年4月ESG 戦略「Kirei Lifestyle Plan」を公表し、9月には、ESGを経営の根幹に据えることを改めて宣言 部門責任者が参加する「ESG 推進会議」を活用し、各部門の活動目的や目標、進捗管理の体制を構築し、社員一人ひとりが自ら進んで取り組めるように活動</b>	KLP: p.4, 7 KLP: p.6
・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、 <b>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</b> 。品質保証担当役員は経営の重要課題全般の審議に参画	SDB: p.28
<b>コーポレート・ガバナンスの確保</b>		
・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	「 <b>花王 ビジネス コンダクト ガイドライン</b> 」をより <b>社会の要請</b> に応え、また <b>社員にわかりやすくするために改定</b> 。改定説明会を約36,000人に実施 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 <b>コンプライアンス研修</b> に約11,000人が参加 <b>コンプライアンス推進体制を整備</b> 。経営会議で年4回報告。海外に加え、日本においても匿名による通報・相談窓口を設置、運用開始 「 <b>World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)</b> 」に、2007年の創設以来 <b>14年連続選定</b>	KLP: p.138  KLP: p.143
・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監督官庁、認証機関などの <b>外部監査</b> および自己点検により、基準順守を確認	SDB: p.28, 30
<b>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</b>		
・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	<b>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</b> 消費者志向の全社品質保証マネジメント体制 <b>サステナブルな洗浄基剤「バイオIOS」を開発し、「アタックZERO」から実用化</b> 。「アタックZERO ワンハンドタイプ」は、テコの原理を利用し、軽い力で液を出しやすい容器を採用 <b>プラスチックボトルレス化加速のため、つめかえを飛躍的に簡単にする「ラクラクeco パック」を本体として使うことを広く展開</b> 。濃縮化と容器包装プラスチックの削減活動が評価され、 「 <b>3R推進功労者等表彰</b> 」で「 <b>内閣総理大臣賞</b> 」受賞 「手洗い講座」で覚えた正しい手洗い法を、積極的に自宅でも実践してもらうために、使って楽しい「 <b>ビオレU 泡スタンプハンドソープ</b> 」発売 2019年の新製品・改良品における <b>UD視点での改良実施率は、日本で77%</b> (856アイテム)。ヘアスプレー「 <b>ケープ</b> 」は、テコの原理を利用して軽い力でも押せるよう改良 「 <b>消費者部門設立85周年記念展</b> 」として生活者の生の声と想いを体感する社内イベント開催、社員の共感力向上のため「 <b>がん暮らしフェア2019</b> 」参加、 <b>高齢者体験ワークショップ</b> 実施	KLP: p.62, 54 KLP: p.62, 207  KLP: p.49 KLP: p.53 KLP: p.55 53
・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 「 <b>化学物質総合管理システム</b> 」により、全原料・化学物質を継続管理。「 <b>JIPS賞</b> 」 <b>大賞を受賞し、3年連続の受賞</b> 生産・物流現場での <b>QCサークル活動</b> で、 <b>314件のテーマ</b> について改善実施 <b>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</b> を約2,100人、 <b>化粧品GMPや各種ISOなどの教育</b> を468回実施	SDB: p.28 KLP: p.201 SDB: p.29
<b>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</b>		
・正確・迅速・親切なお客様対応	<b>ISO 10002／ JIS Q 10002自己適合宣言</b> を行ない、あらためて相談部門としての <b>基盤を構築</b> 。Q&Aサービス(Yahoo!知恵袋)への回答数は約1,500件、閲覧数は約130万件	SDB: p.65, 62
・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	<b>電話相談窓口において、英語・中国語・韓国語の3言語での消費者相談対応を開始</b> 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「 <b>カスタマーリアルボイス研修</b> 」を法務部門、研究部門、生産部門で実施	CCC: p.6 SDB: p.66
・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	<b>品質向上検討会</b> を国内外のグループ会社で <b>202回</b> (国内111回、海外91回)実施 (2019年改良事例)	SDB: p.29
・重大問題に対する迅速・適切な対応	2019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	SDB: p.29
<b>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</b>		
・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	大人用紙おむつ「 <b>リリーフ</b> 」では、電話での相談に加えて、 <b>24時間即時対応が可能なAIチャットボット「リリーフ お悩みサポート」を開始</b> 「ワンハンドボトルは視覚障がい者に便利」という声から、世田谷区の <b>視覚障がい者交流会</b> で <b>アタックZEROを紹介</b> 。筑波大学付属視覚特別支援学校で「 <b>水回りのおそうじ講習</b> 」実施 浦安市・市民活動センターで <b>シニア男性を対象とした掃除、洗濯、衛生の「家事講座」を実施</b>	SDB: p.65 KLP: p.53 SDB: p.67
・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、 <b>環境ワークショップ</b> や <b>体験型見学会</b> 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 <b>学校教育支援</b> 清潔習慣定着のための <b>手洗い啓発活動</b> 、 <b>初経教育の継続的な支援</b> 。ピンクリボンキャンペーンでの「 <b>がん教育プロジェクト</b> 」支援 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	SDB: p.78, 79, 80 SDB: p.77, 75, 73 SDB: p.66