



一人ひとりの「自分らしい快適でこころ豊かな暮らし」の実現の貢献をめざして、製品やサービス、情報の提供をしていきます。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

生活者のQOLを低下させる社会的課題には、気候変動に伴う紫外線増加などの地球環境に関わるものだけでなく、社会環境の変化も含まれると考えます。花王は「温暖化」「衛生環境変化」「女性の活躍」「高齢化社会」「多様化社会」の5つがQOLに関わる社会的課題ととらえています。

衛生的な生活習慣の定着により生活者の衛生意識は年々上昇していますが、グローバル化の進展により、国や地域を越えて国際社会全体の感染症リスクが増加しています。

また、女性の社会進出が進み共稼ぎ世帯が増加する一方で、仕事と家庭の両立がうまくいかず精神的、肉体的ストレスが増加し、健康被害を及ぼすケースもみられます。

世界に先駆けて超高齢社会となった日本においては、高齢者の社会的孤立や介護者の負担増加なども課題となっています。また、高齢者だけでなく外国人、障がい者など社会的弱者と呼ばれる方々も含めたすべての人が、サービスや製品を通じて、快適な生活を送っているわけではありません。

このような社会的課題により、多くの生活者は日常

生活でさまざまなQOL低下リスクにさらされています。

花王をとりまく5つの社会的課題と生活者のQOL低下リスク

温暖化	衛生環境変化	女性の活躍	高齢化社会	多様化社会
紫外線増加による肌の過乾燥	菌・ウイルス増加 免疫力低下	仕事と家事育児の両立による ストレス増加と健康への影響	介護負担、介護による 社会的孤立、いきがいの喪失	人種差別、障がい者など 社会的弱者への配慮不足

花王が提供する価値

生活者に対し、花王は「自分らしい快適でこころ豊かな日常生活」の実現に貢献していきます。それは「製品提供」だけでなく、花王の総合力を生かした横断的な消費者啓発も含まれます。さらにはステークホルダーとも協働することで、サステナブルなQOL向上に取り組んでいきます。

花王ではQOL向上の活動を通じて実現したい「自分らしい快適でこころ豊かな日常生活」を活動ベースに落とし込むために、22の実現したい生活価値を設定しました。今後は生活価値の実現度を毎年確認し、PDCAサイクルを回して活動をブラッシュアップしていきます。

実現したい22の生活価値

清潔な生活	衛生的な生活	健康な生活	あなたの美を守る・育む生活
安全・安心な生活	ワクワクする生活	安定した・穏やかな生活	
エコに配慮した生活	自然・ナチュラルな生活	家族を大切に生活	
人や社会に役立つ生活	人や社会とつながる生活		
性別による役割に偏りのない生活	やりたいことができる自由な生活		
人に頼らない自立した生活	新しいもの・流行を取り入れた生活		
シンプルなものを持たない生活	快適な心地よい生活	簡単・便利な生活	
節約できる・経済的な生活	時間的にゆとりのある生活	こころ豊かな生活	

貢献するSDGs

3 すべての人に健康と福祉を	5 ジェンダー平等を実現しよう	12 つくる責任 つかう責任	17 パートナースHIPで目標を達成しよう
----------------	-----------------	----------------	-----------------------



方針

社会課題や社会環境変化によって起こりうる5つのQOL低下リスクと、それを解決するためのテーマを決めて活動しています。

解決テーマにはアクションを設定し、全社で推進するもの、カテゴリー横断で推進するもの、ブランドごとに個別で推進するものの3つに分類して推進しています。

1. 全社 ESG テーマ

新技術を用いた新商品／新分野でQOL向上に取り組む活動

2. カテゴリー横断テーマ

既存の複数ブランドについて、カテゴリー横断で新たにQOL向上に取り組む活動

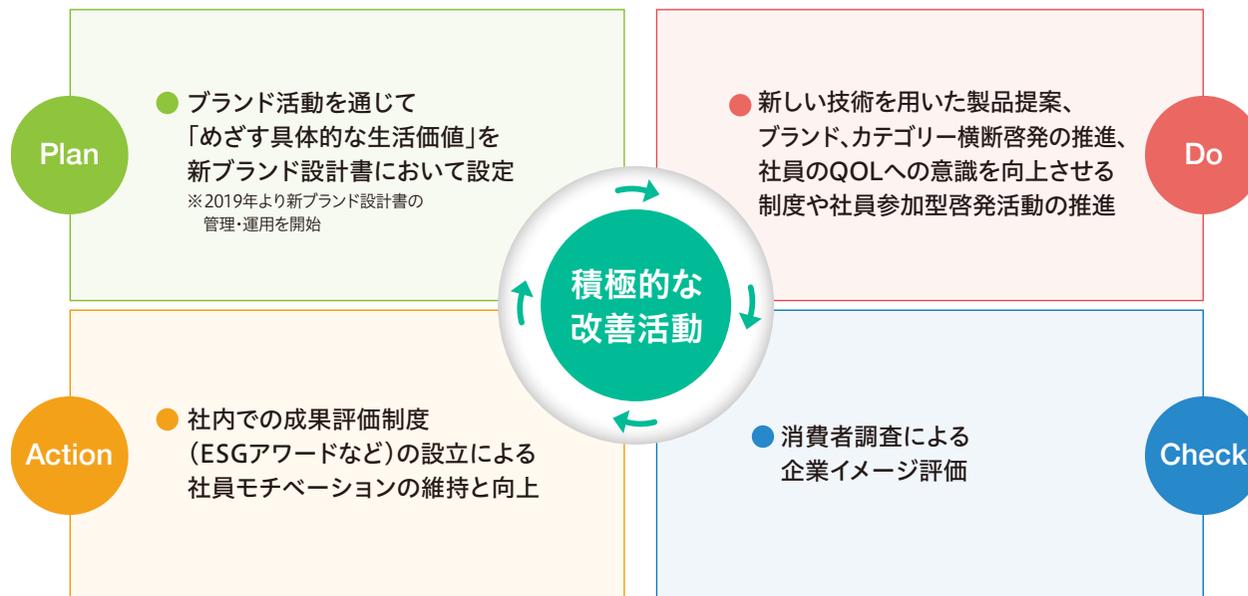
3. 個別テーマ

ブランド単位でQOL向上に取り組む活動

教育と浸透

新しい技術を用いた製品の提案、社員や生活者をはじめとするさまざまなステークホルダーとの協働、幅広い社内外への情報発信、第三者機関からの評価取得などでPDCAサイクルを回し、活動テーマの随時見直し、拡大を図ります。

QOLの向上に向けたPDCAサイクル



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

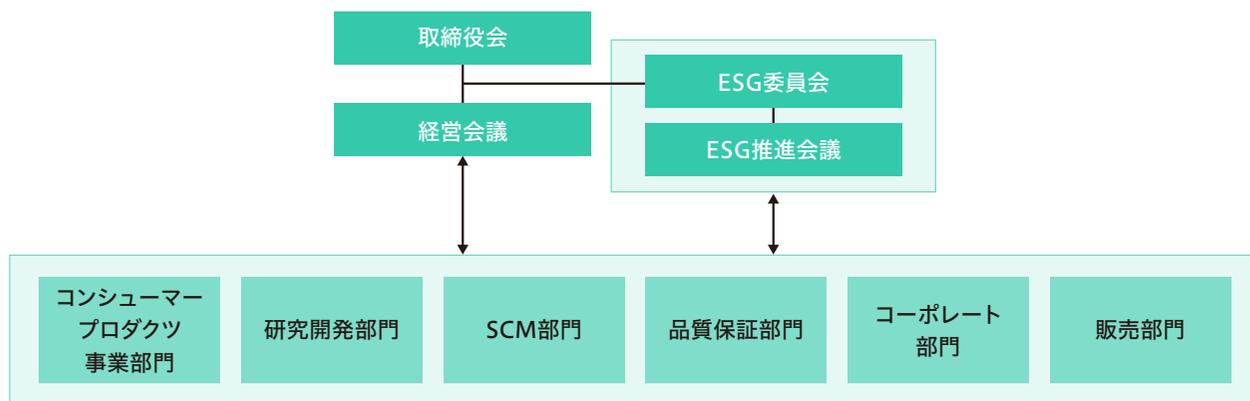
よりすこやかな
地球のために

正道を歩む



体制

Kirei Lifestyle Planの19のアクションのうち、「QOLの向上」「清潔で美しくすこやかな習慣」「ユニバーサル プロダクト デザイン」「サステナブルなライフスタイルの推進」「パーパスドリブんなブランド」は、以下の共通の体制のもと推進されています。



※2019年12月現在

中長期目標と実績

2030年長期目標

QOLを向上させる新製品数の増加

中長期目標を達成することにより期待できること

社会的インパクト

将来的にQOLを向上させる新製品数が増加することにより、ブランドの認知率と使用率の拡大が見込まれ、さらにはQOL向上に取り組む企業イメージとして花王の存在感を増大させることが期待できます。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

QOLの低下は肉体的・精神的な苦痛を招き、健康被害にもつながります。QOL低下を防ぐためには、商品やサービスの活用だけでなく、「予防啓発」「未病緩和啓発」が今後ますます重要になってきます。

また年齢・性別・ライフスタイル・ライフステージの違いによって啓発内容も啓発の場も違ってくるため、花王は生活者との接点の高いステークホルダーとの協働によりQOL向上を推進していきます。

次世代啓発

- ・学校教育機関への文科省の教育指導要領に沿った教育カリキュラム提案

高齢社会啓発

- ・高齢者にとって身近な相談先である地方自治体との取り組み

女性健康支援

- ・未病ケア商品の買い場であるドラッグストア(薬剤師)やカウンセリングとしての婦人科との取り組み
- ・学校保健師や企業保健師への生理痛緩和手段の啓発など

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

正道を歩む



具体的な取り組み

ピンクリボン活動を通じて女性の活躍を支援

女性の社会進出が進み、女性の就業率の増加、女性管理職の増加など女性が活躍しやすい社会になってきています。しかし一方では晩婚化や妊娠・出産経験者の減少により、女性特有のがんの罹患率増加が社会課題となっています。そこで花王では、乳がんの早期発見の大切さを呼びかける世界的な運動「ピンクリボン」に賛同し、2007年から「花王グループ ピンクリボンキャンペーン」を実施してきました。また、QOL向上に関連する商品の開発にも取り組んでいます。



現在は次の3つの活動を軸に女性の健康支援を実施しています。

1. 花王のリソースを生かした予防啓発／寄付活動

2007年より日本とアジアを中心に、ソフィーナ、エスト、カネボウ化粧品の店頭カウンターで、乳がんの早期発見の大切さを直接お客さまにお伝えする活動を実施してきました。

2019年は化粧品ブランド「KANEBO」の店頭にて、「カネボウ スキン グロス オイル ウォーター」を使用したセルフチェックの方法をご紹介しました。

生理用品ブランド「ロリエ」では、ピンクリボン限定デザインのミニパックを数量限定で発売しました。これら該当商品やブランドの売上の一部を、「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」に寄付しました。



カネボウ スキン グロス オイル ウォーター

ロリエ ピンクリボン限定デザインのミニパック

2. ピンクリボンアドバイザーによる次世代育成活動の支援

2018年度より「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)を支援しています。

がんを経験したピンクリボンアドバイザーが講師となり中学校・高校を訪問。自身のがんの体験談を通して、子どもたちががんの正しい理解を深め、未来の検診受診率向上、さらには家族、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。



ピンクリボンアドバイザーによる講話

※ ピンクリボンアドバイザー
認定NPO法人 乳房健康研究会が主催する認定制度で、乳がんや検診、治療などについて学び、試験を受けて認定される。乳がんから自分を守る、家族や友人と乳がんについて話す、仕事仲間に検診を勧めるなど、乳がんに立ち向かう社会をめざして、全国で約7,000人が啓発活動に取り組む。



3. QOL向上の商品提案

在宅で過ごされる乳がん患者の方の、患部のニオイが気になって外出できない、いつもと同じような生活がしたいといった声に応え、ニオイの緩和をお手伝いする消臭パッド「ヒーリアデオドラントパッド」を2019年8月花王プロフェッショナル・サービス(株)より発売しました。

ニオイの強い創の消臭性に優れ、やわらかくクッション性もあるため、患部への装着時に肌あたりが良く、ズレ落ちにくい設計となっています。病院向けのほか一般消費者向けにも花王の公式通販サービス(花王ダイレクト販売サービス)で販売しています。

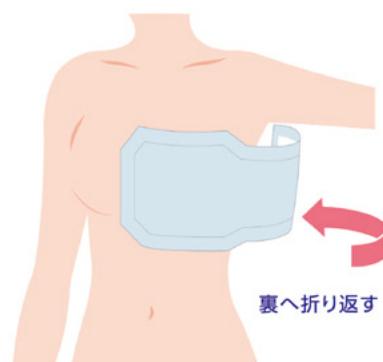
2019年9月には日本がんサポーターブケア学会学術集会で花王の感覚科学研究所から当商品のポスター発表を行ないました。がん・感染症センター都立駒込病院、順天堂大学医学部附属練馬病院との共同発表です。

医師、看護師の方からは「困っている方も多く、とてもよい商品だと思う。できるだけ広く紹介していきたい」との言葉をいただいています。今後も病院の医師や看護師を通じて悩みの深い方のQOL向上に貢献していきます。



使用例

〈胸部の場合〉



裏へ折り返す

消臭パッド「ヒーリアデオドラントパッド」



→社会貢献活動：ピンクリボンキャンペーンを通じてがん教育を支援

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=73