

花王は、製品に関する正しい情報を適切にわかりやすくお伝えしていくことが、生活者の正しい選択や快適な暮らしに重要であると考えています。ウェブサイトやさまざまなステークホルダーとの交流の場を通じて、タイムリーに情報を開示しています。

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

現代の社会生活においては、さまざまな面で情報の開示が進むとともに、個人にとって必要なあるいは重要な情報を得たい、というニーズが高まっています。IoTの発達によって、個人は、より多くの情報を手軽に入手できるようになっています。

消費者においては、環境や社会に配慮した製品やサービスを選んで消費する「エシカル消費」が広がりを見せています。また、個々の製品の品質はもちろんのこと、信頼できる企業から製品を購入したいという考えから、企業活動に関わる情報も要求されるようになってきています。

このように企業は、正しい情報を適切に開示することで、消費者や他のステークホルダーとの対話を促進することが求められています。

私たちは、消費者の皆さまが直接触れることが多い製品に関わる情報をお届けすることを第一優先と捉え、活動を進めています。

花王が提供する価値

生活者が正しい情報を入手することで、安全・安心な

商品・サービスを選びやすくなり、快適な暮らしを送ることができます。また、生活者個人の選択が本人が意識することなくSDGsに貢献することになり、これらの活動による環境影響が、地球が許容できる範囲内に留まることが大切だと考えています。

その結果、生活者と社会が互いの信頼に満ちあふれ、持続可能な成長やイノベーションの創出、新しい価値の提供、新しい市場や雇用の創出がなされる世界へとつながります。

貢献するSDGs



方針

透明性に関しては、花王ウェイ、花王 ビジネス コンダクト ガイドラインを基本に、個人・社会・地球に対して正しい選択をするために、必要な人が必要とされる情報を必要な時に簡単に入手できること、そして、その正しい情報をもとに、ステークホルダーとの対話がより発展していけるよう、活動を推進しています。

体制

2019年に、ESG委員会の下部組織であるESG推進会議内に製品情報開示のためのタスクフォースを設置し、活動を開始しました。タスクフォースでは5つのテーマ・ワーキンググループを設け、月1回互いの進捗を確認し、結果をESG推進会議で報告しています。

中長期目標と実績

私たちは、必要な情報(量・質)が入手できるブランドを「透明ブランド」と定義し、2030年までに花王が所有し、販売しているすべての家庭用品ブランドが「透明ブランド」となることを目標としています。そして、消費者の皆さまがより簡単でわかりやすいと感じる情報の開示方法も検討していきます。

2019年は、日本と欧米の連携した体制づくりや、さらなる情報開示に向けた情報の入手、その他、開示に向けた準備、長期ロードマップの作製等を進めました。

具体的な取り組み

ウェブサイト「製品カタログ」や各種商品サイトにおける配慮

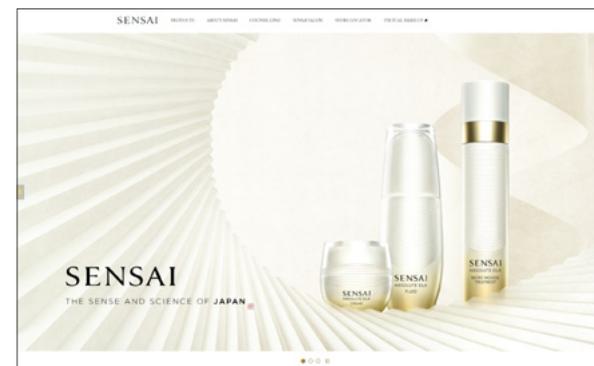
お客さまがこれから購入しようとしている商品や、すでにお手元にある商品が、安心して購入・使用できるかの判断に必要な情報を開示しています。

ウェブサイトにある「製品カタログ」や各種商品サイトを通して、商品の特徴や商品に用いられている成分に関する情報を科学的根拠に基づいて掲示しています。

2019年は、エシカル消費意識の高いお客さまに向けて、欧米のブランドを中心にさらなる情報公開の準備を進めました。



→製品カタログサイト
www.kao.com/jp/products/



プレステージブランド「SENSAL」英国向けサイト

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