QOLの向上 102-12,102-15,103-1

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。

ESGキーワード　望まれる22の生活価値　商品やサービスの活用によるQOLの向上　予防啓発や未病緩和啓発によるQOLの向上　超高齢社会への対応　女性活躍支援（ピンクリボン活動）　介護支援

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、気候変動に伴う自然災害の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」「超高齢社会」「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。

コロナ禍において生活者の衛生意識は上昇しており、国際社会全体の感染症リスクも増加しています。

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	超高齢社会	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生活者の啓発も含まれます。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、生活者に望まれる22の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。

望まれる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
- 家族を大切にする生活
- 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

QOLの向上 103-2,404-2

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

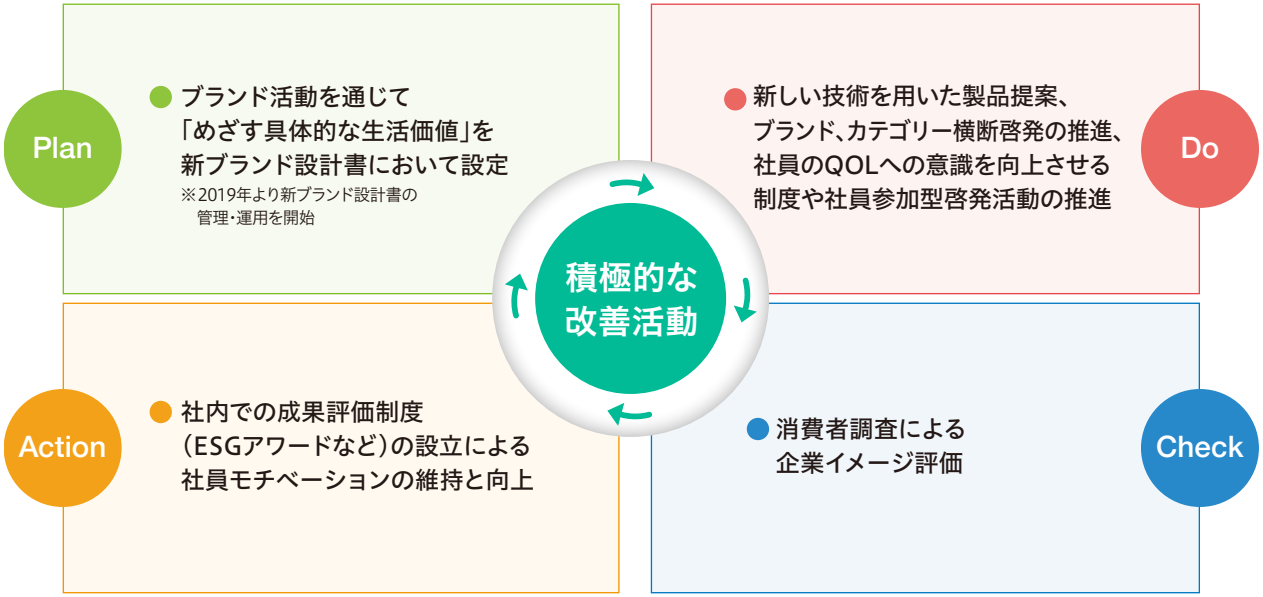
3. 個別テーマ

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



QOLの向上 102-43,103-2,103-3

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が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

・女性の身体に関する主体的なセルフマネジメント強化のための次世代教育など

体制

Kirei Lifestyle Planの推進に向け、ESG部門を筆頭に事業部門、生産部門、物流部門、販売部門まで連携する形でESGを根幹に置いた“モノづくり”を推進しています。それぞれの活動は、花王のKirei Lifestyle Planにおける19のアクションにしたがって、ESG推進部が主催する全社を貫くESG推進部会議にて報告しており、花王内各部門での推進についてはESG推進会議（月1回）にてフォローしています。

➡ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

中長期目標と実績

2030年長期目標

●快適で、美しく、すこやかな暮らしに貢献し、こころに響くQOLに貢献する製品数
2030年目標：70億個

・QOLを向上させる新製品数の増加
・QOLを向上させる行政・自治体との活動取り組み数の増加

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。

2020年の実績

●快適で、美しく、すこやかな暮らしに貢献し、こころに響くQOLに貢献する製品数
2020年実績：47億個

2020年度はコロナ禍の影響により、計画していた自治体との取り組みが実施できず、来年度へと延期されました。

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。

➡ピンクリボンキャンペーン2020
www.kao.com/jp/pinkribbon/

現在は次の2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。

2020年は化粧品ブランド「KANEBO」の店頭や公式サイトなどで、「ボディ リピッド ウェア」を使用したセルフチェックの方法をご紹介するとともに、商品売上の一部をがん教育プロジェクトに寄付しました。

また、生理用品ブランド「ロリエ」では、女性の健康を応援するブランド総合キャンペーンを期間限定で実施しました。キャンペーン期間中、特設サイトにてクリック募金を実施し、女性の健康を支える活動に寄付しました。

カネボウ ボディ
リピッド ウェア

ロリエ しあわせ素肌(左)、ロリエ さらピュア(右)

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。

2020年は5校で訪問授業を実施しました。

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。

QOLの向上 102-43

➡社会貢献活動：ピンクリボンキャンペーンを通じ、がん教育を支援
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=98

QOL向上の商品提案

食器用プレ洗剤『キュキュット あとラクミスト』

食後すぐに食器を洗えない時に使う食器用プレ洗剤『キュキュット あとラクミスト』を2020年4月に発売しました。時間が経つと落としにくくなる汚れも、「あとらくミスト」をかけておけば、水につけおくよりもラクに短時間で洗え、抗菌効果により、置いている間の菌の繁殖も抑えます。

コロナ禍において、在宅勤務が増えた方からは、「在宅勤務中はどうしても昼ごはんのお皿が洗えず放置してしまうことが増えたので、この商品に出会えて良かったです」などのお声をいただいています。時間がない時や家族の食事時間が異なる時、食後、家族との時間を優先したい時など、ミストをかけておくだけであとの食器洗いをラクにし、生活の質の向上に貢献します。

キュキュット あとラクミスト

住居用クリーナー「クイックル ホームリセット」

毎日の気になる汚れも菌※1も、家じゅうこれ1つでキレイにできる住居用クリーナー「クイックル ホームリセット」(泡クリーナー／シートクリーナー)を2020年10月に発売しました。家じゅうのさまざまな汚れを落として、除菌※1・ウイルス除去※1※2まで可能にする商品です。速乾でふき跡も残さず、二度ぶき不要で掃除の負担を減らすことができます。

※1 すべての菌・ウイルスを除去するわけではありません
※2 エンベロープタイプのウイルス1種で効果を検証

クイックル ホームリセット

消臭パッド「ヒーリアデオドラントパッド」

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)で販売しており、大変ご好評いただいています。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。

ヒーリアデオドラントパッド