

### 花王のアプローチ

花王がめざす姿「時代や暮らしの変化を見据え、常に生活者に寄り添う、心をこめた“よきモノづくり”」は、ユニバーサルデザイン(以下、UD)の考えに通じるものがあります。より多くの人にとって、わかりやすく安心して使いやすい「人にやさしいモノづくり」を推進すると同時に、製品を通じて人と人、人と社会をつなぐことに役に立つ「人や社会とつながるモノづくり」をめざしています。

## 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

高齢化やボーダレス化が進み、また価値観が多様化し暮らし方も多様化してきている中で、すべての方が安心・安全な暮らしを営むことは、これまでより難しい時代になってきています。このため、より多様性に配慮したモノづくりが求められています。

### 花王が提供する価値

花王は消費者と顧客の立場にたった“よきモノづくり”で、世界の人々の豊かな生活文化の実現と社会のサステナビリティへ貢献することを使命としています。「誰にでも使いやすい」製品の開発・提供は、消費者起点の“よきモノづくり”の基本の考えです。

そしてこれは、すべての人に使いやすい製品を提供するという多様性への対応でもあります。

### 「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

「誰にでも使いやすい」製品を提供しない場合は、誤使用や安全面のリスクが高くなる可能性があります。また、多様な人々に受け入れられる製品の提供がなけ

れば、製品に対する信頼感が欠落し、ひいては企業全体の信頼の喪失へとつながります。

### 「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

グローバル企業として、世界の人々の豊かな生活の実現をサポートすることにより、企業の信頼感を獲得できます。

### 貢献するSDGs

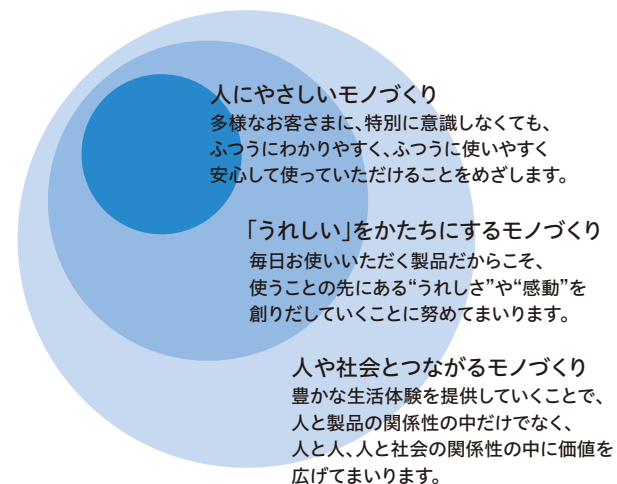


## 方針

花王UD指針、「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」に基づいて、人々の暮らしや思いに配慮した製品やサービスを提供していきます。赤ちゃんから高齢者まで幅広い世代の方々に日々の暮らしの中で使っていただくことで、人々のつながりや、社会へのお役に立てるよう努めています。

このような花王UD指針の思いを花王グループの社員と共有しながら、多様な価値観や文化を持つ人々に対して、日本だけでなくグローバルに展開し、シナジー効果を発揮することをめざします。

### 花王ユニバーサルデザイン指針

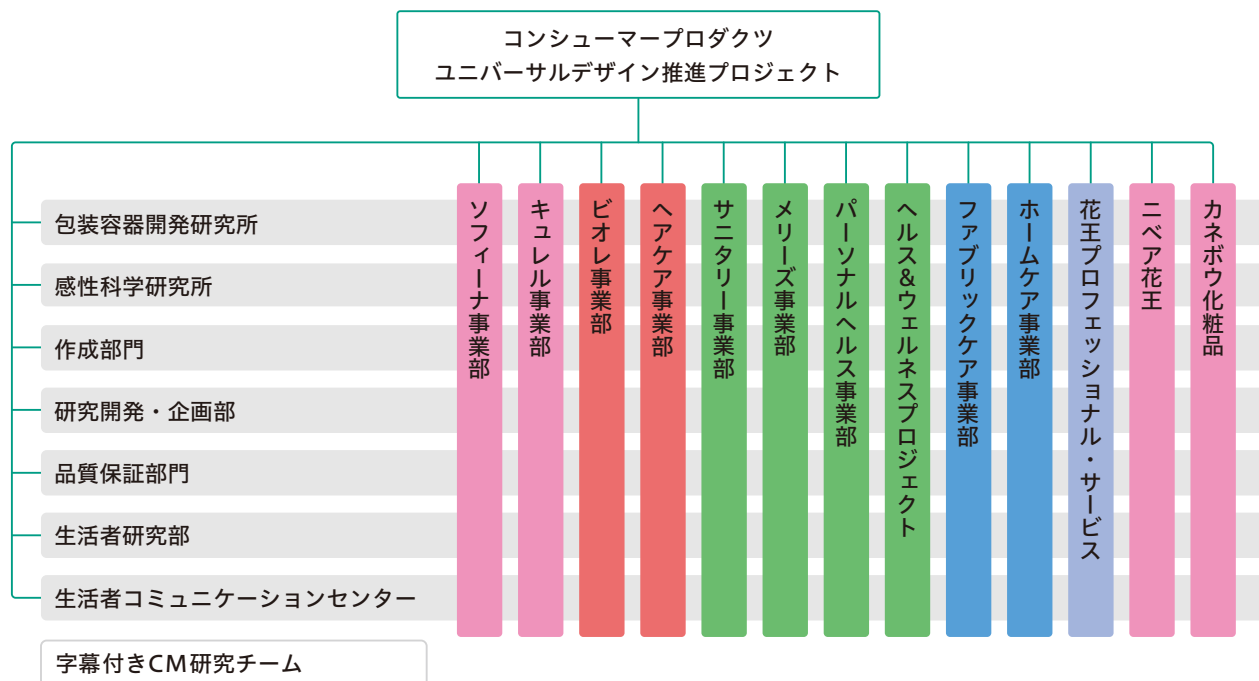


### 体制

UDを推進することは、花王グループの事業活動としてのモノづくりのコアの中に組み込まれた活動です。そのため、製品化への最終的な決定は各事業部で行なわれます。特にUDに特化した活動報告というわけではなく、通常の事業活動の中で、UD視点でのモノづくりを行なっています。

UDの推進については、事業横断的な視点が必要です。お客さまからのご要望やご意見を直接うかがう消費者相談窓口である生活者コミュニケーションセンターを事務局とし、各事業部や関連部門のメンバーで構成されるUD推進プロジェクトにおいて各部門間で改善実施事例を共有し、継続的にUD視点での改善を加えていくよう取り組んでいます。

ユニバーサルデザイン推進プロジェクトの体制



※2018年12月現在

### 教育と浸透

#### 高齢者体験ワークショップの実施

花王グループの社員を対象に、高齢者への共感力の向上を目的として、高齢者体験ワークショップを実施しています。戸建住宅のスタジオで、社員が疑似体験装具をつけて要介護1に相当する状態で家事などの日常生活を行なうものです。半日の家庭生活を通じて、体に不自由さを感じ始めた高齢者の生活を体感し共感するとともに、製品の使い勝手や製品情報の表示の課題を発見します。

- ・2018年に開催した高齢者体験ワークショップ：計4回開催、48人参加

#### 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、一般社団法人日本ユニバーサルマナー協会が主催する「ユニバーサルマナー検定」の受講を推進しました。「ユニバーサルマナー」は、一般社団法人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年のユニバーサルマナー検定3級取得人数：160人

## ステークホルダーとの協働

- ・ すみだ消費生活展などの行政主催のイベントへの参加・協力
- ・ 社会福祉法人日本点字図書館の音声情報誌「ホームライフ」への協力
- ・ 日本石鹼洗剤工業会における製品安全表示図記号の普及推進
- ・ 花王ハートポケット倶楽部を通じた支援



すみだ消費生活展2018

## 中長期目標

### 中長期目標と実績

1. すべての製品において、継続的なUD視点に配慮したモノづくりを実施する。日本だけでなく、グローバルにおいてもUD視点での“よきモノづくり”を展開する。
2. 情報発信や店頭づくりにおいては、発信方法・内容においても、UD視点を考慮する。特に、製品を選択し、使用するために必要な情報については、すべての製品において、誰でも手軽にアクセスして確認できる情報を提供する。
3. 花王グループにおけるUD視点の取り組みを多様な方々にお知らせし、広くステークホルダーに理解いただくことで、世界の人々のより豊かな生活文化の実現と社会のサステナビリティへの貢献をめざす。

### 中長期目標を達成することにより期待できること

#### コスト低減あるいは収益拡大

主に日本から展開を進めている活動ですが、高齢化の問題や多様な消費者への対応は世界共通の課題であり、日本人特有の「きめ細かさ」をもとに世界の多様な人々が使いやすい製品を展開することで、花王グループのグローバルでの存在感を向上させ、収益の拡大にもつながると考えます。

#### 社会に及ぼす効果

年齢、性別、障がい、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に関わりなく、すべての人々が使いやすい製品を提供するという多様性の視点からの発想であるため、「誰一人取り残さない」というSDGsの理念の実現に貢献します。

## 2018年の実績

### 実績

#### 1. UD視点を配慮したモノづくり

- ・新製品・改良品におけるUD視点での改善実施率

日本:83%、915アイテム

欧米:11%、75アイテム

- ・使いやすい泡タイプの製品の拡大

2018年は、泡タイプのハミガキ「ピュオーラ泡で出てくるハミガキ」を発売しました。



→詳細はP107「具体的な取り組み:2018年に新発売した製品におけるユニバーサルデザイン配慮」

#### 2. UD視点到配慮した情報発信

花王グループでは、訪日・在日外国人向けに製品情報の多言語表示を行なっています。2018年末までに花王ウェブサイト内に、約300アイテムの製品情報を中国語と英語で掲載しました。また、店頭に設置する一部の製品情報に二次元コードを付け、その場から中国語や英語の製品情報サイトへアクセスできるようにしました。

#### 3. 社外に向けたUD啓発活動

- ・中学生向けUD講座(1回)
- ・セミナー(2回)、イベント(2回)

UDをテーマとしたイベントやセミナーにおいて、花

王の取り組みをお伝えしました。その他、通常の製品ご紹介の場においても、それぞれのUD視点での取り組みなどを伝えるようにしています。

#### 4. 多様な方々に対する取り組み

##### 視覚に障がいがある方に対する取り組み

- ・国立大学法人筑波大学付属視覚特別支援学校主催の、視覚に障がいのある方のための講習会でお洗濯講座を実施(7月)
- ・大阪市視覚障害者福祉協会主催のイベント「見えない人、見えにくい人のための体験&展示会」に参加(3月)
- ・社会福祉法人日本点字図書館が発行する会員向け音声情報誌「ホームライフ」に、社員ボランティアがナレーターとして録音に参加し、生活情報を提供(7月)

##### 聴覚に障がいがある方に対する取り組み

手話中継による消費者相談窓口をシュアールグループに委託しています。シュアール設立10周年記念イベントにおいて、希望の多かった口腔ケアと洗濯講座を開催しました(11月)。



→詳細はP106「具体的な取り組み:シュアールフェスタ2018で手話での生活講座を実施」

#### がん患者を支える取り組み

NPO法人がんサバイバーズ主催の「がん暮らしフェア2018」に参加し、闘病生活中や、その後の生活に役立つ花王製品の紹介を実施しました(10月)。

#### 5. 日本における字幕CMの普及に向けた活動

2011年から字幕付きCMの本格放送への推進に取り組んでいます。これまでに字幕付きCM(ウェブサイトへの公開を含む)を約1,500本制作。テレビで放送機会のなかった動画も、ウェブサイトで公開しています。



→You Tube 花王公式チャンネル  
字幕付きCMを公開  
[www.youtube.com/user/KaoJapan/](http://www.youtube.com/user/KaoJapan/)

#### 実績に対する考察

日本国内においては2012年から新製品・改良品におけるUD視点での改善に取り組んでおり、既存品におけるUD配慮は、多面的に取り組みを重ねています。

グローバルにおいても、製品を提供している花王グループの社員と共有しながら、多様な価値観や文化を持つ人々に対してUD視点での製品および情報の提供を広げていきます。

### 具体的な取り組み

### 新しい製品安全図記号の普及

日本石鹼洗剤工業会は、消費者にとってわかりやすく、より適切な注意喚起につながる製品安全図記号(10種類)を新たに開発しました(2017年6月公表)。

この安全図記号の使用・適用方法等に関しては、日本石鹼洗剤工業会や洗浄剤・漂白剤等安全対策協議会で自主基準(ガイドライン)を定めています。

花王でも、この安全図記号を2018年2月から漂白剤やかび取り剤などの家庭用製品ラベルに順次適用しています。

#### 花王製品における新しい製品安全図記号の掲載例



変更前

変更後

#### 新たに開発された製品安全図記号 ※注意書きは一例です

##### やってはいけません【禁止】



子供に注意



目に注意



飲むな 危険



他の容器に移し替えない



まぜるな 危険

##### 必ずこうしてください【指示】



使用後は手を  
水でよく洗う



手袋着用



マスク・手袋着用



必ず換気



目に入った時は、  
流水でよく洗う

### シュアールフェスタ2018で手話での生活講座を実施

花王では、聴覚障がいのある方にも気軽に相談を寄せていただけるように、手話での消費者相談窓口を開設しています。動画の中継は、手話とITを融合したサービスの提供を行なうシュアールグループのコールセンターに委託しています。

株式会社シュアールの設立10周年のイベント「シュアールフェスタ」が2018年11月17日に開催され、主催者側からの要望を受け、花王は「おしゃれ着洗いとしみ抜き」「虫歯予防と歯周病予防」の2講座を実施しました。

手話通訳を通して受講者とコミュニケーションをとれるように、クイズ形式なども取り入れた講座内容は好評で、「おしゃれ着の洗いは簡単だということがわかりました」などの感想もいただきました。

聴覚障がい者の方は、テレビなどの媒体から受動的に得られる情報が限られており、聴者との情報格差が生まれてしまうこと、また、能動的にならなければ情報が得られにくいことから、「問い合わせ」をせずにあきらめている場合が多いことなどがわかりました。今回の参加により、企業として情報を届けることの大切さを再認識しました。



手話通訳を通じた生活講座

### 市民向けにUDの取り組みを紹介

UDに関心のある行政などからの依頼を受け、花王のUDの取り組みを紹介する活動を行なっています。

2018年は、すみだ消費生活展などのイベントの他に、町田市のまちだ市民大学、神戸市の市民講座「こうべUD大学」にて実施しました。花王のUD指針の「わかりやすさ」「使いやすさ」「安全」の3つの視点に該当する製品の紹介や、「“うれしい”をかたちにするモノづくり」と“人や社会とつながるモノづくり”という観点での事例などを紹介しました。

講座では実際の製品に多く触れ、体験する機会を設けました。受講者の方々からは「すごい努力と研究をしていると思った。生活の中で当たり前に使っていたが、社員の真剣な努力は製品の使いやすさに活きていると思った」などの感想をいただきました。

このような花王のUDに対する考え方や取り組みを理解いただく活動を、今後も続けていきます。



市民向けUD講座

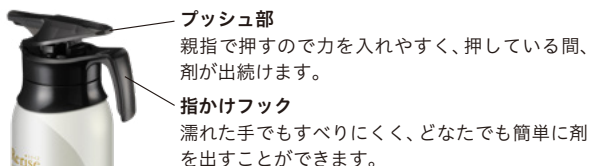
## 2018年に新発売した製品におけるユニバーサルデザイン配慮

さまざまな方が、さまざまなシーンでストレスなく使っていただけるような製品開発を進めています。2018年に新発売した製品におけるUD配慮事例をご紹介します。

### 新しい白髪のお手入れ剤「リライズ髪色サーバー」

人生100年時代を迎える中、髪を傷めずにいつでも白髪のお手入れができる『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。

この製品は、100%天然由来の“黒髪メラニンのもと※”を配合した白髪用染毛料です。シャンプー後に塗布して5分放置し、洗い流すだけで、使うたびに徐々に白髪に自然な黒さを補い、繰り返し使っても髪に負担をかけません。お風呂の中で「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。



染めても染めてものびてくる白髪の悩みや、ヘアカラーを繰り返すことで髪の傷みが気になる方におすすめの製品です。

発売以降、「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、きれいに髪を染めるのは



リライズ髪色サーバー

あきらめていたが、これは肌にも合い、自宅で染めたと見えないうらいきれいになった」等、非常に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)

### 泡で出てきて使いやすい「薬用ピュオーラ 泡で出てくるハミガキ」

『薬用ピュオーラ 泡で出てくるハミガキ』は、「泡」を舌の上に直接のせる泡タイプのハミガキで、2018年4月に発売しました。不快な口臭の原因の一つである“舌の上の菌”に着目し、きめ細かい泡が舌の上に密着することで殺菌し、口臭を防止する新しいタイプのハミガキです。

発売以降、「泡がやさしいし、確かに舌がきれいになる」「使い勝手がとてもいい。口臭も以前に比べて気にならなくなった」といった意見が多く寄せられています。

容器を押して泡を出す使い方から、「リウマチを患い手が痛く、チューブのハミガキを出すのは大変だったが、この容器は、片手で押すだけで使えるので便利」といった、容器の使いやすさの評価もいただいています。

花王では、がんと向き合う方の日常生活のお役に立つ製品・情報を紹介するイベントに2012年から参加しています。2018年10月にはNPO法人キャンサーリボンズが主催する「がん暮らしフェア2018」で、本製品を紹

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は、通常の練りハミガキだとすすぎづらく、洗口液だと垂れたりむせたりするが、泡ハミガキはそのような心配がなく良い」などの意見をいただきました。また、闘病中の患者の方からも「口内炎が酷く、液だとしみてしまうが、泡だと当たりがやさしいので使いたい」といったお声をいただきました。



「がん暮らしフェア2018」で泡ハミガキを紹介