

QOLの向上

102-12, 102-15, 103-1, 103-2, 103-3

一人ひとりの「自分らしい快適でこころ豊かな暮らし」の実現への貢献をめざして、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

花王は、生活者のQOLを低下させる要因となる因子として「地球温暖化」「衛生環境変化」「女性活躍の阻害」「超高齢社会」「多様性への対応不足」を社会課題と捉えています。

地球温暖化による人体への影響としては、紫外線増加による皮膚へのダメージ、熱中症の増加による健康への影響があります。衛生環境は、感染症が増加している中で、国や地域によって公衆衛生や衛生習慣の定着に格差があります。

一方、超高齢社会においては、高齢者の健康寿命と平均寿命のギャップが介護負担の増加につながります。また、高齢者が社会的に孤立することで、生きがいの喪失につながる課題もあります。

また、女性の社会進出が進む一方で、不平等な家庭内分業や、家族や職場の理解不足によって女性の過大な身体的負担やストレスの増加につながっています。

また、多様性への対応が不十分であれば、生活者は、製品、サービスのベネフィットを公正に享受できず、アクセシビリティも不十分で、誰もがいきいきと豊かな生活ができる社会は実現しません。このような社会課題により、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。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

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

地球温暖化	・紫外線による皮膚へのダメージ ・熱中症の増加
衛生環境変化	・感染症の増加 ・公衆衛生や衛生習慣の格差拡大
超高齢社会	・介護負担の増加 ・高齢者の孤立
女性活躍の阻害	・不平等な家庭内分業 ・家族や職場の理解不足 ・女性への過大な身体的負担、ストレス
多様性への対応不足	・製品、サービスのベネフィットを公正に享受できない ・アクセシビリティが不十分

「2030年までに達成したい姿」に関わるリスク

「地球温暖化」「衛生環境変化」「超高齢化」「女性活躍の阻害」「多様性への対応不足」などの社会課題への取り組みや人々のニーズの変化に対応できなければ、生活者や社会の共感を得られなくなります。その結果、花王の企業価値やブランド価値の低下を招き、収益性やマーケット競争力を低下させる可能性があります。

花王が提供する価値

花王は、すべての生活者が自分らしく輝き、快適でこころ豊かな生活ができるよう、貢献していきます。そのために花王をとりまく5つの社会課題に対して、社会課題の解決に取り組み、生活者のニーズの変化に合わせた製品、サービス、啓発活動をしていきます。

地球温暖化	・UV対策 ・保湿製品 ・涼感、クール製品の提供
衛生環境変化	・感染対策のソリューション提案 ・次世代への手洗い啓発活動 ・衛生製品の提供
超高齢社会	・健康習慣の提案 ・高齢者の自立、いきがいのサポート
女性活躍	・家事、育児シェアの啓発 ・誰もが簡単にできる製品の開発 ・女性の未病やストレスを緩和する製品の開発
多様性	・ダイバーシティに配慮した製品開発とコミュニケーション、啓発活動 ・ウェブアクセシビリティに対応したコンテンツ

貢献するSDGs



QOLの向上

102-43, 404-2

方針

社会課題や社会環境の変化によって起こりうる5つのQOL低下リスクに対して、解決するためのテーマを決めて活動しています。今後もこれらのテーマの課題解決を、生活者とともに、地域社会、行政、取引先などのステークホルダーとの協業を通じて進めていきます。

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。

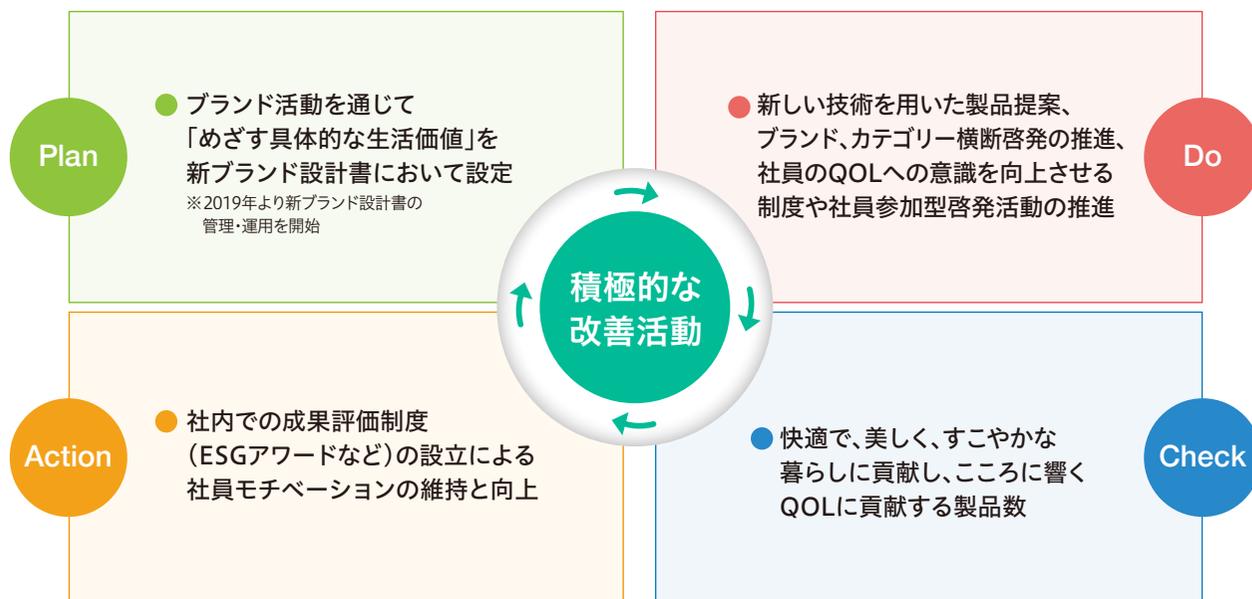
ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

世界の人々のQOL向上のために、花王は特に「地球温暖化」「衛生環境変化」「超高齢社会」「女性活躍」「多様性」の5つのテーマに対して重点的に取り組んでまいります。

そのためには製品の提供、生活者のくらしに役立つ情報や啓発活動が重要です。

- ・取引先への方針説明会(年1回)
- ・取引先とのビジネスプラン検討会(年1回)
- ・取引先とのSDGsに関する情報交換(随時)
- ・地方自治体、教育機関との連携

QOLの向上に向けたPDCAサイクル



QOLの向上

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」「パーパスドリブンなブランド」は、共通の体制のもと推進されています。

取締役会の監督のもと、これらに関する審議を年6回開催するESGコミッティで行なっています。このコミッティの委員長は代表取締役 社長執行役員が務め、ESG、事業、R&D、品質保証、SCM、販売などの責任者が委員を務め、事業との一体運営を行なっています。同コミッティはその活動状況を年1回以上取締役会に報告し、取締役会の監督を受けています。

→ Kirei Lifestyle Plan -花王の ESG 戦略- → ESG ガバナンス体制
P16

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

事業インパクト

ファブリックケア、ホームケア、サニタリー、「メリーズ」、スキンケア、ヘアケア製品の売上実績

社会的インパクト

- ・ 花王への共感度、企業イメージの向上を生活者意識調査での企業イメージ調査などで測定。

2021年の実績

- 快適で、美しく、すこやかな暮らしに貢献し、ここに響くQOLに貢献する製品数
2021年実績:45億個

実績に対する考察

前年に対して2億個の減少となりました。2020年の需要急拡大の反動と度重なる緊急事態宣言による国内コンシューマープロダクツの市場が前年割れした影響を受け、前年を下回る結果となりました。

長引くコロナ禍で化粧品市場の低迷が続いたこと、消毒液などの衛生製品の使用率は上昇しているものの前年に市場が急拡大した反動で減少したことが要因です。今後はまだ衛生行動が不十分な国での衛生製品の展開と啓発活動により、中長期目標の達成をめざしていきます。

QOLの向上 102-43

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りつつあります。しかし一方で、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2つの活動を軸に女性の健康支援を実施しています。



ピンクリボンキャンペーン2021
www.kao.com/jp/pinkribbon/
Web

1. 花王のリソースを活かした予防啓発／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、カネボウ化粧品店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。

2021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 通気超スリム(左)、
ロリエ スリムガード(右)

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/jp/pinkribbon/activities/#shohin
Web

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。

QOLの向上

QOL向上の商品提案

衛生製品の提案

『ビオレガード 髪も洗える薬用ボディウォッシュ』 新発売

衛生意識の高まりを背景に、外で付着するウイルス・細菌の対策として手洗いや手指消毒のほか、全身についても衛生的な意識が高まっていることがうかがえます。(2020年花王調べ)

全身洗浄料「髪も洗える薬用ボディウォッシュ」を2021年4月に発売しました(【医薬部外品】皮膚の清浄・殺菌・消毒)。殺菌成分配合で、肌のウイルス・細菌を除去します。身体の汚れをしっかりと洗い流し、肌をさっぱり洗い上げます。また、髪にもお使いいただくことができます。



『ビオレガード 薬用泡で出る消毒液』 新発売

手指消毒液の使用実態を調査したところ、使用量が少ないことや、両手指全体へのすり込みが足りていないことなどがわかりました。(2021年花王調べ)

そこで今回、生活者の方々の使いやすさを考えた消毒液『ビオレガード 薬用泡で出る消毒液』(【指定医薬部外品】手指・皮膚の洗浄・消毒)を2021年10月に発売しました。泡で出るので、ポンプを押し切ってもこぼれにくく、お子さまやお年寄りでも使いやすい設計です。



健康習慣の提案

『ヘルシアW いいこと巡り』シリーズ 新発売

加齢とともに血圧の悩みを抱える方の割合は増加傾向にあり、特に男性40代以上では、「血圧」を気にしている方の約7割が同時に「脂肪」も気になっていることがわかりました。(2020年花王調べ)

「ヘルシアW(ダブル) いいこと巡り」シリーズは、「高めの血圧を下げるのを助ける」と「内臓脂肪を減らす」の2つの機能性が報告されているコーヒー豆由来クロロゲン酸類を機能性関与成分として配合した機能性表示食品です。

そのままお飲みいただけるボトル入り飲料(ブレンド茶飲料)と、溶かし方のアレンジも可能な粉末飲料(コーヒー風味、黒豆茶風味)の、計3タイプをラインアップ。高めの血圧や内臓脂肪が気になる方に向けて、生活スタイルやお好みに合わせて選べる、続けやすい健康習慣を提案いたします。

