

花王 生活者コミュニケーションセンター 活動報告書2020

2019.1.1-2019.12.31



自然と調和する
こころ豊かな毎日をめざして

kaO

ESG視点で生活者に寄り添う 生活者コミュニケーションセンターへ

1934年に二代目社長・長瀬富郎により設立された「家事科学研究所」として産声を上げてから85年。2019年は私たち生活者コミュニケーションセンター（以下、生活者CC）にとって、アクティブかつチャレンジに富んだ多くの活動が展開できた1年でした。

生活者CCのビジョン“365日、24時間、世界中で「生活者のよきパートナー」となる”を実現するため、これまでとは異なる選択肢や変更にも積極的に挑戦し、幾つもの課題解決に取り組みました。

5月、顧客対応及び苦情対応の国際標準規格ISO10002の自己適合宣言を行い、あらためて相談部門としての基盤を構築できました。企業理念の「花王ウェイ」に則った、グローバル標準となる花王らしい消費者相談対応ガイドラインを作成し、海外子会社の相談部門とも共有しました。7月には花王製品に対する生活者の生の声と思いを体感する社内イベント「生活者CC85周年記念展」を開催。参加した社員からは、「これまで以上のお客さま満

足やよきモノづくりの実践を決心した」との感動メッセージが数多く寄せられました。中でも、「生活者の声を聴く機会がもっと欲しい」という要望は、私たち相談業務に携わる者にとっては大きな励みとなります。相談者の花王に対する声をしっかりと受け止め、その想いをいきいきと社内に伝えることこそが私たちの使命、とあらためて痛感しています。秋には、相談業務の効率化とお客さま満足向上を目的に新しい販売店紹介システム、Q&Aアプリを導入しました。これらは近い将来、企業に相談せずに自己解決を図ろうとする生活者が、自ら活用できる仕組みへと更新いたします。日本在住の外国人やインバウンド消費への対応として、英語、中国語、韓国語による電話対応もスタートしました。これら2019年の活動をまとめた本報告書をご一読いただき、ご意見・ご感想を頂戴できれば幸いに存じます。

2020年も、ESG視点で生活者に寄り添い、人と社会と地球の未来に貢献する生活者CCを目指してまいります。

花王 生活者コミュニケーションセンター 活動報告書 2020 | 目次

| | |
|---|----|
| ごあいさつ | 1 |
| ESG視点で生活者に寄り添う生活者コミュニケーションセンターへ／花王ウェイ／ESGビジョン／ 「消費者庁長官表彰」を受賞 | |
| 1 生活者コミュニケーションセンターの役割と活動 | 3 |
| 役割と活動／役だつ情報発信／相談者とのさまざまなコミュニケーション／“ESGよきモノづくり”に活かすしくみ | |
| 2 相談概況と生活者との多様なコミュニケーション | 5 |
| 2019年の相談概況、電話・eメール／英語・中国語・韓国語での電話相談開始 | |
| Topics | 7 |
| 災害発生時に寄せられた相談から／無香料の化粧品に寄せられた相談から | |
| 3 ESGよきモノづくり | 9 |
| Caution 安全・安心のための普及活動 | 13 |
| 手軽で便利、でも使用は注意！ | |

花王グループの企業理念「花王ウェイ」

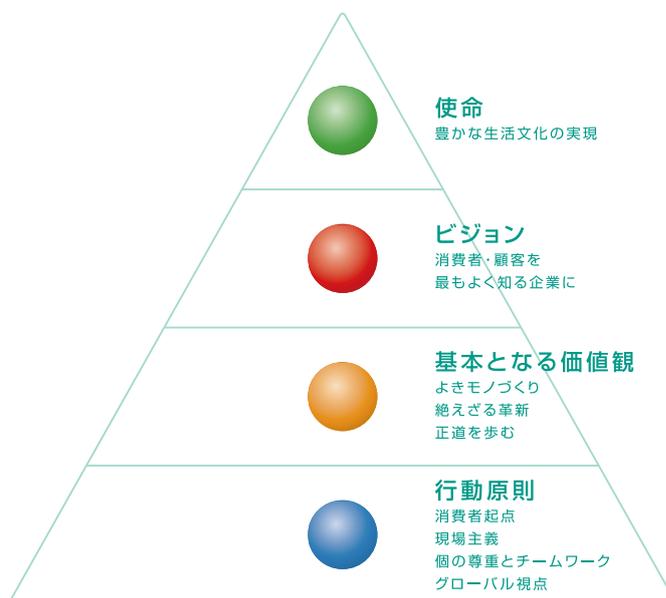
グループ・社員一人ひとりの拠りどころ

「花王ウェイ」は、花王グループの企業活動の拠りどころとなる企業理念(Corporate Philosophy)です。中長期にわたる事業計画の策定から、日々のビジネスにおける一つひとつの判断にいたるまで、「花王ウェイ」を基本とすることで、グループの活動は一貫したものになります。

常に消費者の立場で行動する

「花王ウェイ」では、実践すべき行動原則として消費者起点と現場主義がうたわれています。特に消費者起点は、行動原則の第一番目に記されており、極めて重要なものといえます。花王グループは、この行動原則に基づき、常に消費者・顧客の立場で、心をこめた“よきモノづくり”に努めています。

花王ウェイ



詳しくは www.kao.com/jp/corporate/about/policies/kaoway/

花王グループのESGビジョン

Kirei Lifestyle Plan

花王のESGは、生活者の持続可能なライフスタイルを送りたいという思いや行動に応えることをめざしています。

- ・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

ESG (環境・社会・ガバナンス)

詳しくは

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/

消費者志向経営優良事例表彰で
「消費者庁長官表彰」を受賞



花王は、消費者庁が主催する「消費者志向自主宣言」を公表し、宣言に基づいて優れた取り組みを行っている企業として表彰されました。前年度の「内閣府特命担当大臣表彰」に続き、2年連続の受賞となります。

今回の受賞は、ESGへの率先した取り組みや持続可能な社会への対応が評価されたものです。

(具体的には、ESG経営に大きく舵を切ったことや、プラスチックの使用量削減やリサイクルに向けた活動を強化した点などが挙げられています)

消費者志向宣言

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/declaration/customer-first/

生活者の声を活かした“ESGよきモノづくり”と、生活情報の発信を通じて、社会のお役にたつ活動を推進しています

生活者の「声」を真摯に受け止め、誠実に対応しています

相談窓口には、製品に関するご意見、ご要望、ご指摘等さまざまな「声」が届きます。その声を真摯に受け止め、背景にある意識や習慣などの生活現場の状況や想いを、同じ目線で敏感に感じとるため、メンバー全員が相談対応

を行います。また、ご相談いただいた疑問や不満に対しては、必要な情報提供や製品調査、原因回答等、「正確・迅速・親切」をモットーに、ご理解いただけるまで対応しています。

花王グループの“ESGよきモノづくり”を担っています

花王グループでは、これまで進めてきた消費者起点での“よきモノづくり”を、商品設計の最初の段階からESG視点を念頭においた“ESGよきモノづくり”へと高め、花王らしいアプローチで世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリ

ティへの貢献に取り組んでいます。生活者CCは、寄せられる真の声を社内で共有し、“ESGよきモノづくり”に繋がる提言を行っています。

生活者コミュニケーションセンターの役割と活動

「誠実な対応」「生活情報の提供」を通じ、生活者から高い満足と信頼を得られる相談対応の推進

消費者相談:メンバー全員が行うことが基本

事業支援



生活者の声を活かしたESG視点の製品の開発や改良提案、広告や製品表示の改善、海外の相談部門の活動支援

情報探索／発信



ホームページを通じた商品や生活に関わる積極的な情報提供、SNSアクティブサポートを通じた幅広い生活者支援

品質保証活動



生活者視点にたった予知予防活動、相談情報から重大リスクの早期発見、関連部門と連携した迅速な対応と問題解決

交流活動



行政機関や消費者団体、関連企業等との情報交流、講座やイベント等による情報提供や啓発活動

ESG
よきモノづくり



ユニバーサル
デザイン

快適な暮らしに役立つ情報を発信しています

● 花王ホームページでの情報発信

電話やeメール相談といった直接のコミュニケーションだけでなく、花王ホームページの「製品カタログ」「製品Q&A」「お問い合わせ」等を通じ、生活者のお役にたつ情報を発信しています。近年、『航空輸送上の危険物に該当するか』とのお問い合わせが増加したため、関連情報を「製品カタログ」に掲載しています。また、社会的関心の高い出来事が発生した際は、「お問い合わせ」に情報を追加し、生活者の不安の解消や疑問の解決に繋がるよう、迅速な情報発信に努めています。



● 『Yahoo!知恵袋』花王公式サポート

Q&Aサイト『Yahoo!知恵袋』上にある生活者の家事や美容に関する疑問に回答しています。閲覧数の多い回答は、花王ホームページ「製品Q&A」でも、情報発信しています。



※実際のやり取りをご理解いただけるように、サポートイメージを紹介しています

相談者とのさまざまなコミュニケーション

● 電話相談



電話の声から“想い”を受け止め、対応しています。

● eメール相談



直接お話をうかがう必要がある場合は、電話対応に切り替えて対応しています。

● 手話相談



手話通訳士を介した同時通訳*による、聴覚障がいのある方が相談できる窓口を設けています。

*遠隔手話通訳システム：株式会社シュアール提供

● ファクシミリ、手紙での相談

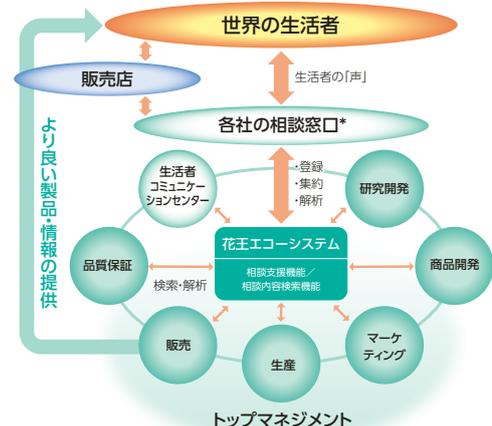


● 販売店にお申し出のあった相談にも対応



花王グループでは、世界の生活者から寄せられた声を全社で共有し、“ESGよきモノづくり”に活かしています

世界中の生活者から寄せられた声は、花王エコシステムに集約され全社で共有し、“ESGよきモノづくり”に活かしています。生活者の声を各部門がそれぞれの視点で解析し、グローバルな品質向上活動、製品開発、情報開発等に活かしています。生活者CCは海外の消費者相談対応部門とも連携し、グローバルな相談対応品質向上を推進しています。



*日本は生活者コミュニケーションセンターが担当

2019年に寄せられた相談件数は、約21万4千件でした

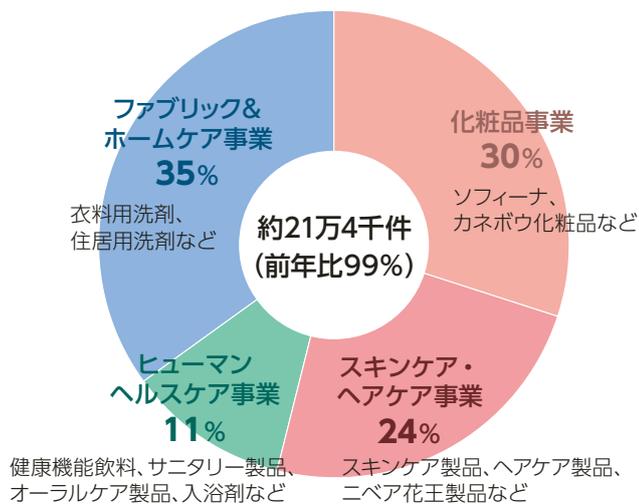
電話での相談件数は減少、eメールでの相談件数は増加

2019年は電話、eメール、手紙のように直接寄せられる相談に加え、販売店経由の相談を含めて、約21万4千件（前年比99%）の相談が寄せられました。相談方法の約8割を占める電話での相談は前年比97%と減少しましたが、eメールでの相談は、前年比107%と増加しました。多く寄せられた相談は商品の入手方法や使用期限についてのお問い合わせです。また、新製品アタックZEROから初めてドラム式専用の洗剤が発売になったことも

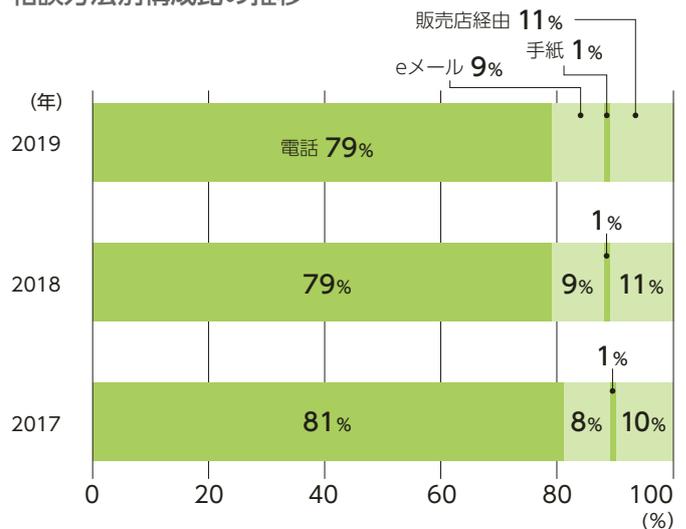
あり、選び方や使い方などの相談が多く寄せられ、ファブリックケア事業の相談が増加しました。また、インバウンドの影響と思われるUV製品やめぐりズムなどの「製品を海外に送りたい」等の航空輸送に関する相談も、依然増加しています。

相談者の年齢は、60歳代以上の割合が年々増加しており、2019年の構成比は48%でした。

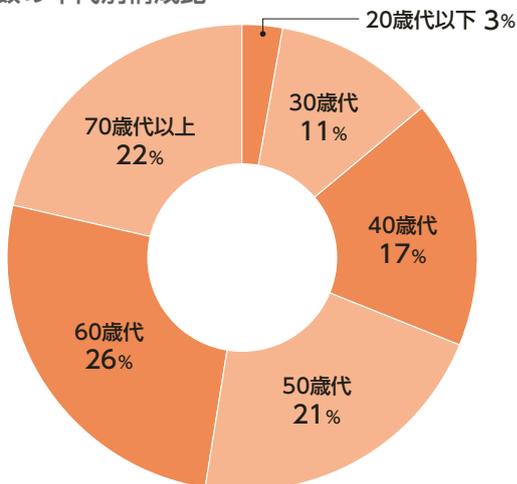
相談件数の事業ユニット別構成比



相談方法別構成比の推移

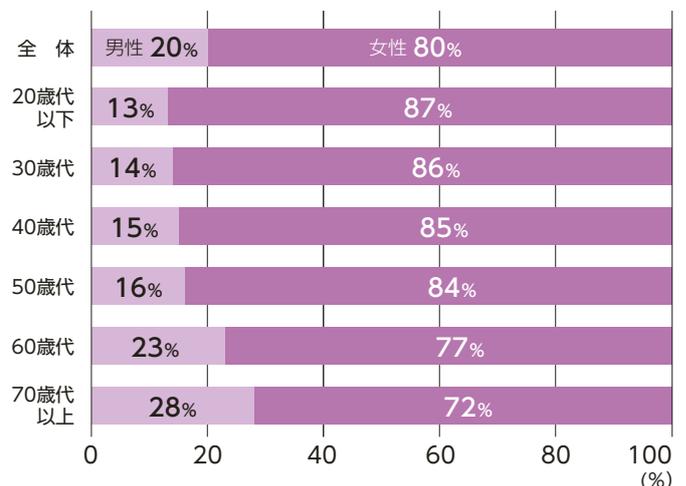


相談件数の年代別構成比



*年齢は推定を含む、不明分は除く

相談者の年代別男女構成比



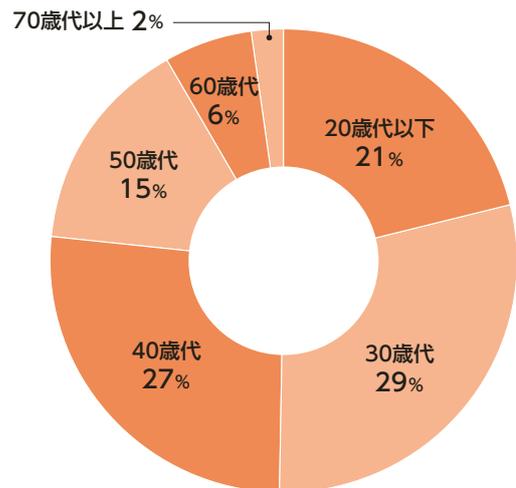
*年齢は推定を含む、不明分は除く

幅広い年代から寄せられるeメール相談

2019年に寄せられたeメール相談は約2万件(前年比107%)。ホームページのお問い合わせフォームから、いつでも投稿できるeメール相談は、年々増加傾向にあります。

eメールは、平日の日中は就労で電話相談できない人、小さいお子さまがいて忙しい人、また、電話が苦手な人でも気軽に意見や感想を伝えることができる相談ツールです。そのため、相談者の年代には偏りが少なく、幅広い層からさまざまな声が寄せられます。商品についてのちょっとした疑問や感想・ご意見、入手方法やコマースのお問い合わせ、さらに企業活動についての声等も寄せられます。中には、切実で真剣な想いが綴られているものもあります。一つひとつ、相談者の顔を想像しながら、気持ちに寄り添う対応を心掛けています。

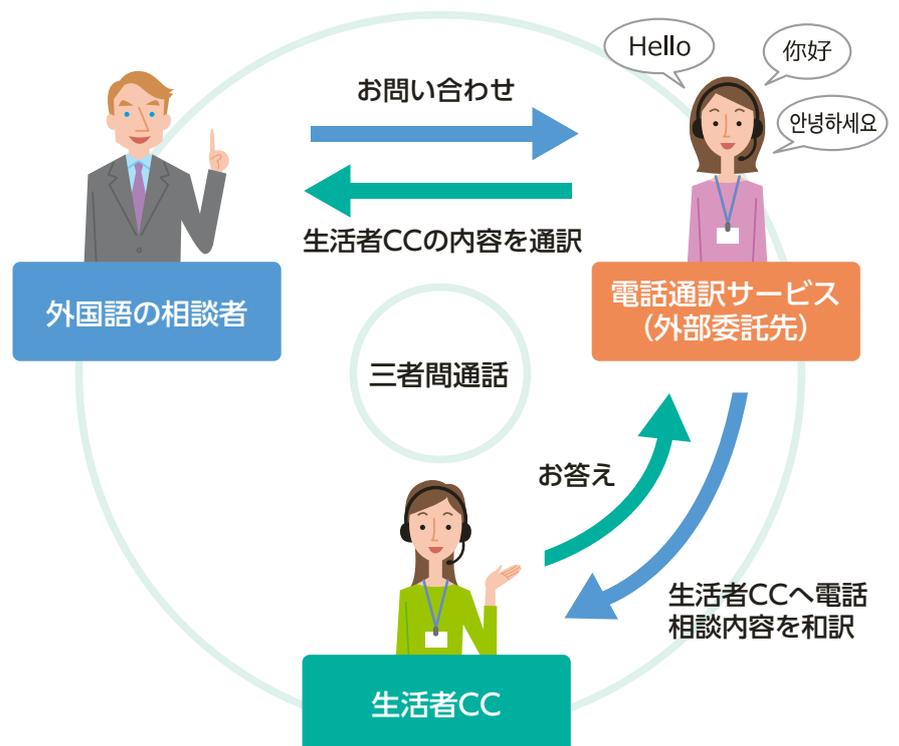
eメール相談件数の年代別構成比



*年齢は推定を含む、不明分は除く

英語・中国語・韓国語での電話相談開始

eメール相談では英語での相談にも対応しています。また、2019年より電話の相談窓口において英語・中国語・韓国語の三言語での対応を開始しました。今後も増加が見込まれる訪日観光客や日本在住の外国人を対象としています。この相談窓口は、通訳を介した三者間通話で製品に関する質問や疑問を解決します。相談窓口開設以来、「製造年月日を教えて欲しい」「海外に輸送できるのか」「日本と海外で販売されている商品に違いはあるのか」「どこで購入できるか教えて欲しい」等の相談が寄せられています。



＞ 災害発生時に寄せられた相談から

｜ 殺菌・消毒に関連した相談が多く寄せられました

2019年は、9月から10月にかけて大型台風による洪水・浸水の甚大な被害が広域で続発したことで、掃除、洗浄、殺菌・消毒、使用期限等、さまざまな相談が寄せられました。中でも塩素系漂白剤を用いた殺菌・消毒に関するものが相談の半数を占めました。厚生労働省など行政がホームページ等で感染症対策として使用を奨励したこと

が背景にありました。

災害への備えについての関心も高まり、製品のまとめ買いに関連して使用期限についての相談も増加しました。他にも、紙おむつ、ハミガキ等の支援要請の声や節水するための製品の使い方等の相談も寄せられました。

｜ 保管は3年を目安に

花王の家庭用品(食品等、一部の製品を除く)は、未開封の状態適切に保管する場合、少なくとも製造から3年間は品質が保たれるように設計されています。高温多湿

の場所や直射日光のあたる場所を避け、開封後は早めに使い切るようお願いしています。口に入れるハミガキ製品では、製造年月日の記載を始めています。

｜ 災害には普段の備えが大切です

日頃から、非常用持ち出し品をまとめておき、避難生活に必要なものはいつでもすぐに持ち出せるよう備えましょう。避難生活では、身の回りを清潔に保つことが感染予防になります。中でも手洗いが一番大切です。石けんやハンドソープ、水が使えないときのためにウェット

ティッシュや消毒液があると役立ちます。

花王ホームページでは、避難生活における清潔情報を中心に、災害に備える工夫やいざというときに役立つ日用品などについてご紹介します。



そなえる

災害時に備える清潔情報

監修：特定非営利活動法人 全国災害ボランティア支援団体ネットワーク (JVOAD)

01

普段からの
備え

02

災害時の
過ごし方

03

災害時にも役立つ
花王製品

04

災害支援団体からの
メッセージ

詳しくは www.kao.co.jp/hisaiji/

➤ 無香料の化粧品に寄せられた相談から

「無香料なのに香りが気になる」との声が寄せられます

乾燥性敏感肌を考えたキュレルでは、すべての商品で香料を使用していません。初めてキュレルをお試しになった方から、「無香料なのに、においがする」といったお問い合わせをいただくことがあります。無香料にはにおいが無いという認識で商品を使ってみると、無臭ではない

ため、商品に異常があるのではと不安に思われていることがうかがえます。実は、商品によっては、配合される原料自体のにおい(原料臭)を感じる場合があります。香料が入っていないのに香りを感じるのはこのためで、品質には問題ないことをお伝えしています。

「香りを感じても安心してお使いいただくために

キュレルの美白ケアシリーズは、「愛用している商品なのに、いつもと違うにおいがする」といった相談が寄せられることがあります。天然ハーブ由来の成分を使用しているため原料臭に幅があり、愛用者は、わずかなにおいの違いを感じていると考えられます。このような声から、2019年よりキュレルの美白ケアシリーズは、天然

ハーブ由来の美白有効成分を使用していること、天然ハーブはカモミールであることを、ブランドサイトでお知らせしています。もし、原料臭を感じたとしても、お客さまが香りをイメージでき、安心してお使いいただけるように、商品のパッケージにも情報を記載していきます。

「無香料と無香性の違い

化粧品に使用する成分は、植物から得るエキス成分などさまざまな成分が使われ、特有のにおいを持つことがあります。こうした成分を配合した化粧品において、香り成分をバランスよく入れて特有のにおいを感じにくくし

て「無香性」と表示した製品があります。一方、成分のにおいはあるものの香料を使用しない「無香料」の製品もあります。



カモミール(イメージ)



シミ・ソバカスも防ぎたい乾燥性敏感肌にキュレル 美白ケアシリーズ



『つめかえいらず』という新しい発想 スマートホルダー

「ラクラクecoパック」は、簡単に、こぼさず詰め替えられ、環境にもやさしい製品として2016年に発売しました。2017年4月に発売した「スマートホルダー」は、『詰め替えない』という新しい発想で開発した「ラクラクecoパック」の専用ホルダーです。「ラクラクecoパック」をホルダーにセットして、ポンプを差し込むだけなので、詰め替える手間が省けます。また、独自のエアレスポンプを採用しているため、中身の残りもほとんどありません。発売以来、「ラクラクecoパックは便利だが、やっぱり詰め替えるのは手間だった。これは本体容器も無駄になら

ず画期的」「ストレスフリー、エコで衛生的」等の声をはじめ、高齢の方々からは、「家事が軽減できるので孫にも使わせたい」「10年くらい前から詰め替える手間がすごく面倒だと思っていた。若い人と違い、年をとればとるほど、いろいろな動作が面倒になる。これからの超高齢化社会に向けて、今後もこのような発想で商品を開発して欲しい」といった好評の声やご要望など『詰め替えない』ことに新たな期待も寄せられています。



花王のエコへの取り組み ～プラスチック容器の資源循環を目指して～

使用済みつめかえパックがブロックに再生されるまでのしくみ



リサイクリエーション www.kao.com/jp/environment/

ユニバーサルデザインに配慮した アタックZEROワンハンドタイプ



2019年4月に発売した「アタックZEROワンハンドタイプ」は、テコの原理を利用し、軽い力で液を出しやすい容器を採用しています。片手に持って軽い力でプッシュするだけで、簡単に適切な量を出すことができます。

新発売の記事を見た方から、「ワンハンドボトルは視覚障がい者に便利だと思うので、ぜひ紹介したい」と相談が寄せられ、世田谷区の視覚障がい者交流会にてアタックZEROの紹介と、洗濯に関する情報提供を行いました。交流会では「1プッシュで5gを計量できるのは便利。計量時に手につかないのでとても良い」「容器の口部が広いので詰め替えが簡単にできそう」等の声をいただきました。

また、発売後に使用したお客さまからも「毎日洗濯をしているが、片手で洗剤が投入でき、本当に便利でらく」「娘に視覚障がいがある。この容器なら万が一自分がいなくなっても娘が一人で洗濯できるので、とても良いと思う」等の多くの好評の声が相談窓口寄せられています。今後も、多くの皆さまが当たり前のように接しやすく、使いやすく、安全に使える製品の開発に努めてまいります。



アタックZERO
ワンハンドタイプ



従来のボトルタイプも
あります



他にも多くの好評の声が寄せられています -----

90歳の母でもこの容器なら使える

片手で投入できるのはらく。
毎日の洗濯が楽しかった

高齢になり目が悪くなってきて計量するのが
大変だったが、この容器なら簡単に計量できる

右手を怪我した時も、片手で使えてよかった



1プッシュ5g 片手で簡単に計量

はきやすい、はかせやすい大人用紙パンツに小さいサイズができました 「リリーフ安心のうす型SS～Sサイズ」

大人用の紙パンツは、はきやすさと動きやすさに特長がありますが、全体のゴムの伸縮によって体にフィットさせているため、テープタイプのように脚まわりやウエストのサイズを調整することができません。相談窓口には、「病気で脚まわりが細くなった。もう少し細く設計してくれないか」等、脚まわりの尿もれのため小さいサイズを要望する声が多く寄せられていました。中には「障がいがあるため紙パンツが必要だが、ベビー用では小さく大人用では大きい」といったジュニアを対象とした相談もありました。2019年8月にリリーフ安心のうす型(尿吸収量3回分)から、SS～Sサイズ(ウエスト45～75cm)が通信販売限定(現在はアマゾンでのみ販売)で発売されました。購入者からは「障がいのある子供に利用している、子供用では小さかったので、我が家にとって救世主のような存在」との声が寄せられています。



だれでも使いやすいスプレー容器になりました ヘアスプレーケープ『らくらくテコ式新ボタン』

1976年に誕生したケープは、2019年8月のリニューアル時に“らくらくテコ式新ボタン”を採用しました。従来とは大きく形状が変わり、ボタンの後方を押さえる仕様になり、軽い力で押せるようになりました。また、ボタンの押す位置にくぼみを付け、指を置く向きを安定させることで、見えない後頭部も狙い通りにスプレーしやすくなりました。さらに、使い切った後は、フックに指をかければ簡単に取り外せます。お客さまからは「従来品は量の加減が難しかったが、新しいボタンに変わって調節しやすくなった」「右手の第2関節が人工関節になり、以前のボタンでは押せなかったが、新しいケープは人工関節の私でも軽く押すことができるとてもうれしい。周りには指が曲がっている方、指先に力が入らない方が沢山いるから、このケープを勧めたい」といった声が寄せられています。



ボタンの進化



軽い力で押せる

くぼみがあるので
指が安定

取り外しも簡単

手洗いを楽しく。新しいハンドソープです ビオレu泡ハンドソープ

力の弱いお子さまでも、らくに押せて“お花”の形の泡が出てくるポンプタイプのハンドソープを2019年に発売しました。衛生的にお使いいただくために、バイ菌を増やさない抗菌加工のポンプヘッドを採用しました。楽しく手洗いすることで、お子さまの手洗い習慣をサポートしたい。そんな気持ちから作られた商品です。だれでも*簡単に手のひらで押すだけで、楽しい立体の泡が出てくるため、お子さまばかりではなく、「左腕を骨折して、従来品が使いにくくなり、これに替えた。片手で軽くプッシュするだけで簡単に出てくる、花型ソープに心が和む。手洗いのストレスがなくなった」といった声が、大人の方からも寄せられています。

*適齢は4歳ころから



やさしさ処方で除菌に安心です

クイックルJoan すまいの除菌スプレー/除菌シート

除菌商品は、アルコールが主成分のものが多いため、「においがきつい」「手肌が荒れそう」「子供やペットがいるのでやさしい成分のものが欲しい」等の声が寄せられていました。そこで、天然由来成分である発酵乳酸を抗菌成分に配合したやさしさ処方で“除菌(JO)に安心(AN)”のクイックルJoanを2019年11月に発売。素肌と同じ弱酸性で抗菌性能を発揮する花王の新しい技術の商品です。除菌スプレーは食卓やキッチン家電、子供用品などに、直接スプレーし、きれいな布等で拭きとります。除菌シートはサッと取り出してそのまま拭くことができ、手指・口元にも直接使用できます。発売後は、赤ちゃんや小さなお子さまがいらっしゃるご家庭から「プレイマットやおもちゃに使っても大丈夫か」等の相談が多く寄せられています。



<除菌スプレー>

<除菌シート>

Caution

安全・安心のための普及活動

手軽で便利、でも使用は注意！

塩素系の漂白剤や洗剤の相談は、「目に入った」「手が荒れた」「吸い込んで気分が悪くなった」等の身体トラブルが多いのが特徴です。主成分の次亜塩素酸ナトリウム

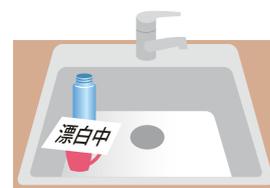
は、広く除菌にも用いられています。強アルカリ性であり、独特のにおいもあるので、使用時は換気をして、マスク、手袋、目の保護のためメガネ等を着用しましょう。

薄めるタイプ



キッチンでの誤飲に注意

誤飲の相談で最も多いのが塩素系の台所用漂白剤です。キッチンは、飲食物と一緒に置かれる場所なので、特に注意が必要です。漂白中はシンク内に置く、大きく目印をつけるなど、誤飲の危険性を減らす工夫が有効です。



混ぜるな危険

塩素系の漂白剤や洗剤は、酸性の物質と混ぜると有毒な塩素ガスが発生するため、必ず単独で使用しましょう。市販されているトイレ用や住居用の洗剤には酸性の製品もありますので混ぜないようにご注意ください(花王の洗剤に酸性タイプのものはありません)。必ず、製品の裏面にある注意表示をよく読んでからご使用ください。



薄めた液の作り置きはしない

主成分の次亜塩素酸ナトリウムは、長期の保管や高温・直射日光等によって、ゆっくりと分解していきます。古い製品の使用は避けましょう。また、薄めた塩素系の漂白剤も、時間の経過とともに、次亜塩素酸ナトリウムの濃度が低下してしまいます。作り置きをしていると十分な効果が得られないことがありますので、必要な時に必要な量だけ作るようにしましょう。



応急処置で被害を小さく

- **目に入った場合** 失明するおそれがあります。すぐに流水で15分以上洗い流し、製品を持参して、ただちに受診してください。
- **飲んでしまった場合** すぐに口の中を水ですすいであら、コップ1~2杯の牛乳か水を飲ませ、無理に吐かせずに、速やかに受診してください。牛乳には胃壁を保護し、成分の影響を弱める働きがありますので、可能であれば牛乳を飲みましょう。無理に吐きだそうとすると窒息や誤嚥性肺炎をおこす可能性がありますので避けてください。
- **においで気分が悪くなった場合** すぐに作業を中止してその場を離れ、新鮮な空気を吸ったり、うがいをしましょう。回復しない場合は、製品を持参して受診してください。

応急処置SOS www.kao.com/jp/soudan/aid/

スプレータイプ



目より高い位置には絶対にスプレーしない

目線より上に向かって吹きかけると、自分に降りかかるおそれがあるため危険です。高い位置はモップにつけて拭くなど、飛散しない工夫をして掃除をしましょう。



市販の容器には移し替えない

スプレー容器は、空気中に舞いあがらないよう泡で出るように設計されています。別のスプレー容器に詰め替えたり、異なる製品をスプレー容器に詰め替えると、泡にならず液が舞って危険です。また、変質して効果がなくなったり、容器の材質に影響して液もれするのでやめましょう。

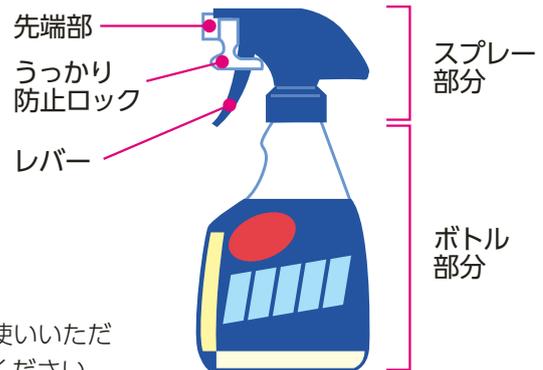


スプレー容器には寿命があります

液だれしたり、泡にならない等の不具合が出てきたら、スプレー本体ごとの買い替えをお勧めします。

スプレー容器劣化のサイン

- 泡になりにくくなる
- 液が出なくなる
- レバーを伝って液がもれるようになる
- レバーが戻らなくなる、折れる、外れる
- 先端部が外れる
- 予期せぬ方向に液が飛ぶ
- スプレー部分がボトルから抜けて外れる



このような不具合が出たら、劣化のサインです。商品を安全にお使いいただくため、劣化のサインが出たら、新しいスプレー品に買い替えてください。

漂白剤、カビとり剤にはこのような安全図記号が表示されています。



他の容器に移し替えない



目に注意



子供に注意



必ず換気

安全図記号とは? www.senjozai.jp/0a_anzenzukigou.html

製品に関するお問い合わせ先

| | | |
|----|-------------------------|--------------|
| 電話 | ヘアケア・スキンケア用品 | 0120-165-692 |
| | ニベア・8×4(エイトフォー) | 0120-165-699 |
| | ソフィーナ・エスト | 0120-165-691 |
| | キュレル | 0120-165-698 |
| | 洗たく用洗剤・仕上げ剤・そうじ用品・食器用洗剤 | 0120-165-693 |
| | ハミガキ・洗口液・入浴剤・温熱シート・サクセス | 0120-165-696 |
| | 紙おむつ・生理用品・サニーナ | 0120-165-695 |
| | 飲料(ヘルシア) | 0120-165-697 |
| | 健康食品(リファイン) | 0120-665-455 |
| | sonae(そなえ) | 0120-824-450 |
| | ペットケア | 0120-165-696 |
| | カネボウ化粧品 | 0120-518-520 |

電話受付時間 9:00～17:00(土曜・日曜・祝日を除く)

※ 誤飲・誤食など緊急を要する相談には、夜間や休日でも上記の番号から対応できる体制をとっております。

※ お客さまとのお電話は、お問い合わせなどへの適切な対応のため、録音させていただいております。

| | |
|-------------------------------|---|
| English・中文・한국어 Call Center | 03-6837-5778 9:00～17:00(Except for Saturdays, Sundays, public holidays and other holidays specified by Kao Corporation) |
| eメール | <花王・ニベア花王> ssl.kao.com/jp/soudan/ <カネボウ化粧品> ssl.kao.com/jp/kanebo-soudan/ ※ホームページ「お問い合わせ」内のメールフォーム |
| ファクシミリ | 03-5630-9380 |
| 手紙の送付先 | 〒131-8501 東京都墨田区文花2-1-3 花王株式会社 生活者コミュニケーションセンター 消費者相談室 |
| 手話 | 対応ソフト : Skype (スカイプ) 対応言語 : 日本手話、日本語対応手話 Skype ID : 花王/ニベア花王 kao[at]shur.jp カネボウ化粧品 kanebo[at]shur.jp 受付時間 9:00～17:00(土曜・日曜・祝日を除く) |

ホームページ

| | |
|-----------------------|--|
| 花王 製品カタログ 製品Q&A | www.kao.com/jp/ www.kao.com/jp/products/ www.kao.com/jp/qa/ |
| カネボウ化粧品 | www.kanebo-cosmetics.co.jp/ |
| ニベア花王 | www.nivea-kao.jp/ |

「活動報告書」など資料のご請求は

consumer@kao.co.jp

個人情報について 生活者コミュニケーションセンターでは多くの個人情報を取り扱っております。個人情報は生活者の方々の方々の大切な資産であると認識し、花王の「個人情報保護指針」を遵守しております。

個人情報保護指針についての詳細 www.kao.com/jp/corporate/privacy.html

花王株式会社

花王 生活者コミュニケーションセンター活動報告書2020

発行月：2020年4月

発行：花王株式会社 生活者コミュニケーションセンター

発行責任者：大竹正子

