花王 生活者コミュニケーションセンター 活動報告書2021 __

2020.1.1-2020.12.31































どんな時も生活者に寄り添う、よきパートナーとして

2020年1月20日、新型コロナウイルス感染症対策に関する初めての相談が生活者コミュニケーションセンター(以下、生活者CC)に寄せられました。消毒液や除菌、拭き掃除製品の品揃えがあるため、「新型コロナに効果はありますか」という声が日を追うごとに増えていきました。未知のウイルス、対処法不明、世界で拡大という事実は誰にとっても不安でしかありません。電話の向こうの真剣なお声に対し、まずは正しい手洗いで清潔を保つこと、消毒液の活用、政府の推奨する希釈した次亜塩素酸ナトリウムでの拭き掃除などを丁寧に紹介し、少しでもご安心いただけるようにと応対しました。

刻々と変わる感染状況、政府の会見やマスコミ報道により、相談者の問い合わせ内容もさまざまに変化していきました。私たちは「今、生活者は何を知りたいのか、何にお困りなのか」を常に考えて相談情報を解析し、衛生に関する社内研究の情報を得て、関連部門と検討を重ねて適切な回答を用意するよう努めました。4月には政府の緊急事態宣言が発出され、やむなく在宅勤務となり電話

相談を停止。せめてメールで相談にお答えしたいと機材を準備し、体制を変更して在宅対応を行いました。自己解決を図る方のために『感染対策に関して最近増えたお問い合わせ』として暮らしに役立つQ&Aを随時作成し、花王ホームページから次々と公表しました。なかには過去最高となる1日数万件の閲覧があるQ&Aもあり、感謝のお声も寄せられて、私たちは素直にお役に立てたことを喜びあいました。

私たちは、"365日、24時間、世界中で「生活者のよきパートナー」となる"ことをビジョンとして掲げています。生活者を取り巻く環境の大きな変化のなか、生活者の気持ちに深く寄り添いお応えする企業としての役割、大切さをコロナ禍で改めて確信しました。自分たちにできることが2021年にはもっとある、と考えています。持続可能な社会に貢献する"ESGよきモノづくり"のため、どんな時も生活者に寄り添い、生活者視点の活動をこれからも展開してまいります。

花王 生活者コミュニケーションセンター 活動報告書2021 | 目次

ごあいさつ	··· 1
どんな時も生活者に寄り添う、よきパートナーとして/花王のESG戦略/消費者志向経営	
1 生活者コミュニケーションセンターの役割と活動 役割と活動/相談者とのさまざまなコミュニケーション/役立つ情報発信	3
2 生活者との多様なコミュニケーション	··· 5
Topics ·····	7
新型コロナウイルス感染症拡大のお客様相談への影響/感染防止対策に関するホームページでの情報発信 感染症対策に関する花王グループの活動紹介	
Caution 感染予防に関わる情報発信と注意喚起 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	9
3 ESG視点でのよきモノづくり	11

1

花王のESG戦略 — Kirei Lifestyle Plan —

花王は、1887年の創業以来、消費者起点を基本に企業活動を展開してきました。消費者視点でモノづくりを推進することは、花王の企業理念の礎です。絶えざる革新への挑戦、細部にまで配慮した製品の開発、そして一歩進んだ提案や取り組み、それらすべてが、消費者のニーズに応えることをめざしています。

花王のESG(環境・社会・ガバナンス)戦略であるKirei Lifestyle Planは、消費者起点のもと、世界中の人々の「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策定されました。こうした、人々が望む暮らしを、「Kirei Lifestyle」と定義し、こころ豊かに暮らすことができるよう、事業のあらゆる面で革新を進め、さらなる社会への貢献をめざしてまいります。

詳しくは www.kao.com/jp/corporate/sustainability/

消費者志向経営

花王は2017年1月、「消費者志向宣言」を公表いたしました。

今後は、消費者志向経営の活動も、「Kirei Lifestyle Plan」に沿って推進してまいります。





消費者 売向経営



詳しくは www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/customer-first/

ISO 10002/JIS Q 10002自己適合宣言

花王グループは国内コンシューマー事業部門*において、消費者対応に関わる取り組みがISO 10002:2014(JIS Q 10002:2015)「品質マネジメント-顧客満足-組織における苦情対応のための指針」に適合することを2019年5月に宣言いたしました。

私たちは、消費者起点の行動原則のもと、消費者の「声」を真摯に受け止め、製品やサービスに関するご意見やご要望をうかがうだけでなく、その背景にある意識や習慣などの生活現場の状況、生活者の想いをも機敏に感じとり、「正確・迅速・親切」に対応することをめざします。私たちは、"ESG視点でのよきモノづくり"をめざし、消費者の声に耳を傾け、企業として解決できることはないかを考え、積極的に社内に提言し、消費者のお役に立つ製品、サービス、情報の提供に努めてまいります。

*(花王株式会社のコンシューマープロダクツ事業、ニベア花王株式会社、株式会社カネボウ化粧品)

花王グループは国内コンシューマー事業部門において、消費者相談対応の基本方針・行動指針を設定し、それを実行するための行動規範として、ISO 10002:2014(JIS Q 10002:2015)に則った「花王グループ消費者対応基本規定」を制定しました。

生活者コミュニケーションセンターの役割と活動

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、 社会のお役に立つ活動を推進しています

花王グループの"ESGよきモノづくり"を支えています

生活者CCの相談窓口には、製品やサービスに対するさ まざまなご指摘、お問い合わせ、ご意見が寄せられます。 これらの「声」を真摯に受け止めるとともに、相談に至っ た想いや生活現場の状況、背景にある意識や習慣などを

感じとるため、メンバー全員が直接の相談対応を行うよ うに心がけています。相談者の気持ちを理解し、解決を 図るだけでなく、その背景の理解に努めることで、花王 の"ESGよきモノづくり"を支えています。

4つの活動で生活者へ提供する製品やサービスの向上をめざします

ESG視点とユニバーサルデザイン視点を重視し、事業支 援、情報探索/発信、品質保証活動、交流活動といった4 つの活動を通じて、製品の改良や新製品の開発、サービス の向上をめざしています。こうした私たちの活動が生活 者と社会のお役に立つことを願っています。

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

生活者の声を活かしたESG視点

事業支援

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

品質保証活動

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

ユニバーサル デザイン

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



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



相談者とのさまざまなコミュニケーション

● 電話相談

最も多くご相談いただく方法です。電話の声から状況や想いを受け止め、対応しています。通訳を介した英中韓の3ヶ国語の相談にも対応しています。



● メール相談

時間を気にされることなく、相談していただける方法です。相談者の熱心な生の声をいただいています。



● 手話相談

聴覚障がいのある 方が、手話通訳士を 介した同時通訳*に より、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

聴覚障がいのある方など、ファクシミ リや手紙を重要な連絡手段とされる 方からも相談をいただいています。



● 販売店に相談された方にも対応

全国の支社ごとに担当者を配置して おり、販売現場との密接な連携により 迅速な対応を行っています。



快適な暮らしに役立つ情報を積極的に発信しています

● 花王ウェブサイトでの情報発信

疑問点の自己解決にお役に立てるよう、花王ホームページからの情報発信を充実しました。

「製品カタログ」「製品Q&A」「お問い合わせ」では、商品の詳細情報や快適な暮らしに役立つ情報を提供しています。特に社会的関心の高い出来事が発生した際は、生活者の不安の解消や疑問解決につながるよう、「お問い合わせ」からの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

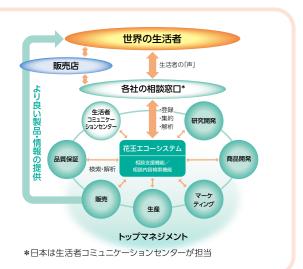
花王公式サポートとして、Q&Aサイト『Yahoo!知恵袋』上にある、生活者の家事や美容に関する疑問に対し、回答しています。回答は質問者に限らず多くの方に閲覧されています。 特に閲覧数の多い回答については、花王ホームページ「製品Q&A」でも情報発信しています。



※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

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

生活者から寄せられた声は、花王エコーシステムに登録され全社で共有し、"ESGよきモノづくり"に活かしています。日本国内だけでなく、海外の花王グループに寄せられた生活者の声も同じエコーシステムに集約されています。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。



生活者との多様なコミュニケーション

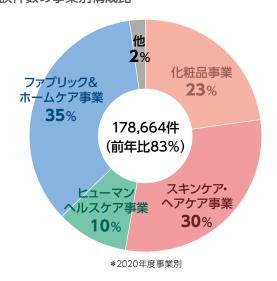
2020年に寄せられた相談件数は、 約17万9千件でした

新型コロナウイルス感染症拡大により、相談体制を変更し、相談件数減少

2020年は電話相談窓口を4月上旬から約2ヶ月間閉鎖 したことや、その後の相談受付時間の短縮など相談体制 を変更した影響で、相談件数全体(電話、メール、手紙の ほか、販売店経由の相談などを含む) は前年比83%、約 17万9千件でした。

コロナ禍において、マスク着用、手洗い手指消毒の徹底、 テレワークの普及拡大など、さまざまな場面で新しい生 活習慣が取り入れられました。このような生活の変化を

相談件数の事業別構成比*



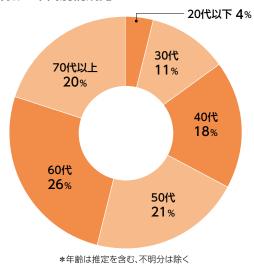
相談が増加しました。事業別の構成比を見ると、化粧品 関連の相談が23%(前年30%)と減少し、ハンドソープや 手指消毒液を含むスキンケア・ヘアケア関連の相談は 30%(前年24%)に増加しました。 相談者の年代別構成比は、昨年と大きな変化はなく、60 代以上が46%と約半数を占めています。

反映し、手指や住環境の消毒に関する相談や、自宅で過

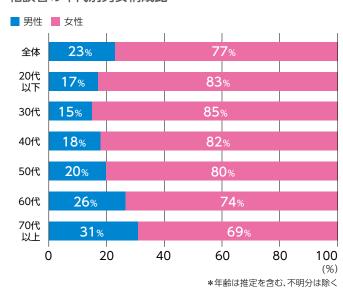
ごすことが増えたことにより、ヘアカラーや掃除関連の

電話相談窓口を閉鎖した期間においてもメール相談は在宅勤務で対応しました。この間、平常時の約2~3倍のメール相談が寄せられ、その後も前年同月比で130~140%で推移したことにより、メール相談件数は約3万4千件、前年比150%と増加しました。このため相談方法に占めるメールの比率が18%(前年10%)に増加、一方、販売店経由で寄せられた相談比率は8%(前年11%)に減少しました。

相談件数の年代別構成比



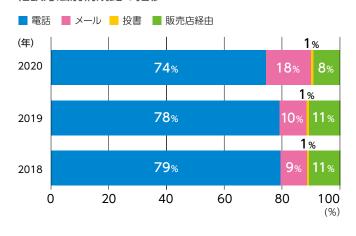
相談者の年代別男女構成比



電話およびメールの相談者の年代構成比を見ると、メール相談では40代以下が66%を占めながらも、幅広い年代に利用されているのに対し、電話相談では50代以上が74%を占めています。この傾向は例年と同様で、シニア

にとっては依然電話が重要な相談手段となっていることがわかります。今後は電話、メールに続く新たな相談 方法の検討など、コミュニケーション手段のさらなる充実をめざします。

相談方法別構成比の推移



相談方法別 年代構成比



*年齢は推定を含む、不明分は除く

生活者の自己解決に向けた情報発信

2020年は、感染対策に関するQ&Aを花王ホームページに積極的に公開しました。その結果、製品Q&Aには前年の3倍を超えるアクセスがありました。また、日本在住の外国人に向けて英語版も作成し、公開しました。

花王の調査では、企業に電話相談される方の7割以上の 方は、事前に企業のホームページで情報収集をしていま す。今後、まず自分で調べるという生活者が増加することが見込まれます。2020年12月には、製品Q&Aページを改訂し、「キーワード検索機能」を追加しました。お問い合わせページも改訂し、製品Q&A、応急処置、製品カタログの入口を集約して、目的の情報にアクセスしやすい環境を整えました。

花王消費者相談室のお知らせの画面



製品Q&Aの画面



Topics Preyox

新型コロナウイルス感染症拡大のお客様相談への影響

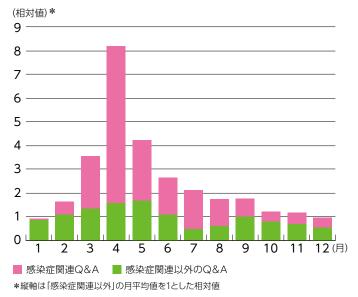
2020年1月27日に厚生労働省が新型コロナウイルス感染症の予防策として、皮膚の消毒には濃度70%以上のアルコール消毒液を、また物品表面の消毒には濃度0.1%の次亜塩素酸ナトリウム水溶液が有効であることを公表したことをきっかけに、ウイルスへの効果や、アルコール消毒液への相談が急増しました。ピーク時の3月には1ヶ月5.000件を超える新型コロナウイルス感染症

関連の相談が寄せられました。4月~5月にかけて電話相談窓口を一度閉鎖させていただきましたが、窓口再開後も7月には3,000件を超える新型コロナウイルス感染症関連の相談が、12月になっても第3波の影響で1,000件を超える相談が寄せられました。その結果、新型コロナウイルス感染症関連の相談は累計で約27,000件となり、2020年の全相談件数の約15%を占めました。

感染防止対策に関するホームページでの情報発信

窓口への相談が増加する一方で、生活者の疑問や困りごとの解決や不安の解消につながるように、2月から手指消毒液や次亜塩素酸ナトリウム水溶液に関するQ&Aの発信を積極的に行いました。その後も、厚生労働省や、経済産業省、製品評価技術基盤機構(NITE)、北里研究所と北里大学から、新型コロナウイルスの感染防止対策に関するQ&Aやウイルスの不活化試験結果などが公表されるごとに、新たなQ&Aの追加や既存Q&Aの見直しを行いました。緊急事態宣言が発出された4月には、ハイターの希釈方法や、アルコール消毒液の新型コロナウイルスへの効果などを中心に過去最高となる非常に多くのアクセスをいただきました。

ホームページのQ&Aへのアクセス件数



相談窓口の状況

2020年4月7日、7都府県に緊急事態宣言が発出されました。会社の方針として、私たち消費者相談部門も初めて電話相談窓口を閉鎖することになりました。4、5月はメール相談のみを在宅で実施し、緊急性の高い相談のみ一部の社員が出社して電話対応を行いました。その間もフリーダイヤルにはたくさんの着信履歴が残されており、対応することができなかったことを大変申し訳

なく思っています。電話窓口再開後も、受付時間を短縮した運用のため電話がつながりにくく、ご迷惑をおかけしました。また一方、コロナ禍で相談窓口を開いていることへの労いのお言葉も多数いただき、改めて電話相談窓口を継続することの重要性を再認識いたしました。

感染症対策に関する 花王グループの活動紹介

暮らしのきれいを守ろう! プロテクトJAPAN

プロテクトJAPANは、花王グループとして、今、社会に 役立てることは何かを考えた取り組みの一つです。衛生 的な暮らしを守り、気分まで健やかになるような生活の

提案など、科学的知見に基づき、最新の衛生情報と、製品 を無償でお届けする取り組みを行っています。

今、必要な衛生情報を紹介しています

「花王の衛生情報」サイトでは、ウイルス除去までできるお掃除方法や、動画で上手な手の洗い方や手指の消毒液の使い方を紹介しています。また、一時期の不織布マスクの入手困難により、布マスクの着用機会が増えたことにともない、白もの、色柄ものの布マスクの洗い方それぞれについても紹介しています。

花王の衛生情報



www.kao.com/jp/new-hygiene/

医療従事者のみなさまに花王グループ製品をお届けしています

日々、最前線で活動している医療従事者の方々に向け、 束の間でもほっとした時間を過ごしていただくことを 願って、花王の製品セットを無償で提供する取り組みを

行っています。1回目は、2020年4月下旬から466医療機関、約4万人の従事者にお届けし、2021年1月に2回目を実施しました。

花王衛生科学研究センターのウェブサイト開設

一般の方向けに、「花王衛生科学研究センター」サイトで、家の中や外出先など生活シーンごとに、ふだんの生活における感染防止策を考える上で役立つ情報を公開しています。衛生関連の研究者や医療従事者などの専門家の方向けには、論文などの専門的知見に基づき、感染防止策の情報も提供しています。

花王衛生科学研究センター www.kao.com/jp/hygiene-science/general/







手指の消毒液の増産による需要増への対応

新型コロナウイルス感染症の拡大が懸念された2020年 1月頃から、手洗いや手指の消毒が感染予防として推奨されたため、一気に手洗いや消毒関連製品が、品薄となりました。このような市場の状況や政府などからの要請を受け、花王では、手指の消毒液の大幅な増産体制を整え、手指用消毒液の生産量は、前年比で約20倍以上とな りました。供給が安定するに従い、「いつも利用するスーパーで、コロナ後初めて棚にびっしり並んでいるのを見て、売場で思わず涙ぐんでしまった。先は見えないまま何も変わっていないと思っていたが、少しずつ一歩ずつ前に進んでいると感極まった」(2020年7月)など嬉しいお声も相談窓口に届くようになりました。

Caution 感染予防に関わる情報発信と注意喚

感染予防には正しい情報の入手と製品の適切な使用が大切

感染予防には、日常の対策がとても大切です。厚生労働省と経済産業省、消費者庁とが合同で、消毒・除菌方法を取り まとめ公表しています。信頼できるところから正しい情報を入手し、目的にあった製品を、正しく選び、正しい方法で 使用しましょう。

参照)新型コロナウイルスの消毒・除菌方法について (厚生労働省・経済産業省・消費者庁特設ページ)

www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/syoudoku_00001.html

手や指などからの感染を予防



手洗いは石けんやハンドソープで

手や指についたウイルスへの対策は、洗い流すことが最も重要です。手や 指に付着しているウイルスの数は、流水による15秒の手洗いだけで1/100 に、石けんやハンドソープで10秒もみ洗いし、流水で15秒すすぐと1万分 の1に減らせます。手洗いの後、さらに消毒液を使用する必要はありませ ん(厚生労働省・経済産業省・消費者庁特設ページ)。石けんやハンドソープ が手元になければボディソープも使えます。洗浄剤をつけたら、手のひら、 手の甲、指の間、爪の間、親指、手首の順にしっかりと洗います。ぜひ動画で もごらんください。ポスターもダウンロードできます。



手あらいのうた&ビデオ



www.kao.co.jp/ bioreu/family/hand/song/



アルコール消毒液も有効

手洗いがすぐにできない状況では、アルコール消毒液(濃度70%以上95%以下のエタノール)も有効で、入手困難な 場合には、60%台のエタノールを使用した消毒でも差し支えないと厚生労働省が紹介しています。使用方法に従っ て適切にご使用ください。なお、アルコールに過敏な方は使用にご注意ください。



アルコール消毒液の取り扱いに注意、引火や変色などの可能性があります

アルコール消毒液に含まれているエタノールは、引火性があります。火気の近くでの使用は危険ですのでおやめくだ さい。日や呼吸器に入ると危険ですので、空間に噴霧することも絶対にやめてください。また、製品とは異なる容器へ のつめかえもお控えください。使用時に飛び散るなど、思わぬトラブルになります。アルコール消毒液は身体に使う ためのものです。衣類に使っての脱色や変色、フローリングに飛び散っての白化などのトラブルが増えています。製 品の表示を確認し、十分に注意して使用しましょう。



空間噴霧・火気注意(ガスコンロそば×)



必ず、本体容器につめかえる

塩素系漂白剤には次亜塩素酸ナトリウムが含まれています

塩素系漂白剤には、テーブル、ドアノブなどの感染予防に有効といわれる次亜塩素酸ナトリウムが含まれています。 花王では、ハイター(衣類用)、キッチンハイター(台所用)などが相当します。

消毒剤ではありませんので、正しい情報をもとに、十分取り扱いに注意してお使いください。



塩素系漂白剤の有効な濃度への薄め方は、購入してからの期間で変わります

厚生労働省から、モノに付着したウイルス対策として、「テーブル、ドアノブなどには、0.05%の『次亜塩素酸ナトリウム』が有効です。」と公表されたことなどから、次亜塩素酸ナトリウムの希釈方法や使用方法に関するご相談が多く寄せられました。 花王では、次亜塩素酸ナトリウムが、

花王では、次亜塩素酸ナトリウムが、ゆっくりと分解して濃度が低下していく性質があることを考慮して、購入してからの期間にあわせた希釈の目安を公開しています。

「ハイター」と「キッチンハイター」の希釈の目安 (直射日光にあたる場所や高温での保管をしていない場合)

	0.02% (200ppm) 以上*	0.05% (500ppm) 以上*	0.1% (1000ppm) 以上*
生産時の 濃度6%の場合	水3リットルに キャップ約0.4杯 (10ml)	水3リットルに キャップ約1杯 (25ml)	水3リットルに キャップ約2杯 (50ml)
購入から 3ヶ月以内	水3リットルに キャップ約1/2杯 (12ml)	水1リットルに キャップ約0.4杯 (10ml)	水1リットルに キャップ約0.8杯 (20ml)
購入から 1年以内	水3リットルに キャップ約0.7杯 (18ml)	水1リットルに キャップ約0.6杯 (15ml)	水1リットルに キャップ約1.2杯 (30ml)
購入から 3年以内	水3リットルに キャップ約1.2杯 (30ml)	水1リットルに キャップ約1杯 (25ml)	水1リットルに キャップ約2杯 (50ml)





www.kao.com/jp/ qa/detail/18916/

(キャップ1杯は約25ml) *次亜塩素酸ナトリウム濃度



塩素系漂白剤を加湿器に入れるのは危険です 次亜塩素酸水と次亜塩素酸ナトリウムは違います

「ハイター」「キッチンハイター」を薄めた液を加湿器や空気清浄機に入れることは、大変危険ですのでおやめください。呼吸器に異常をきたすことや、目に入ると失明のおそれもあります。また、機器の動作不良や故障の原因になる場合もあります。



塩素系漂白剤は手指の消毒に使ってはいけません

非常にアルカリ性の強い製品であり、薄めた液でも皮膚を傷めるおそれがあります。手指などへのご使用はおやめください。皮膚についた時はすぐに水で十分洗い流しましょう。



手指には使えません



脱色や腐食に注意

塩素系漂白剤は、非常にアルカリ性の高い製品であり、 薄めた液でも使用する材質によっては変色や腐食を起 こす場合があります。拭いた後は必ず清潔な布や紙を用 いて、しっかりと水拭きしましょう。使用の際には、製品 の表示を確認しましょう。



布マスクの洗い方

花王では、洗剤で洗った後、衣料用漂白剤で除菌する方法をウェブサイト「花王の衛生情報」の中でご紹介しています。



花王の衛生情報

www.kao.com/jp/new-hygiene/

ESG視点でのよきモノづくり



プラスチック資源削減の取り組み

プラスチックの包装容器は製品の中身を保護し輸送や 使用の際に重要な役割を果たしますが、一方でその過度 な使用は、地球環境への影響が懸念されるため、花王に とっても、また、生活者にとっても、解決すべき共通の課 題となっています。

花王はプラスチック資源の削減に努め、包装容器の根本 的な革新をめざしていきます。

「私たちのプラスチック包装容器宣言」

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/plastic-packaging-001.pdf

プラスチック製アイキャッチシール廃止などの取り組み

商品(パッケージ)に添付している「アイキャッチシール」は、似たような製品が並ぶ店頭で、消費者に商品特長や正しい使い方などの情報を素早く的確に伝達し、選択しやすくする役割を担ってきました。プラスチック製であったのは、製造時の作業性がよく、運搬時にも丈夫なためです。

2020年、セグレタ、リーゼ、ケープなどの一部の商品はプラスチック資源削減の取り組みとして、パッケージデザインを大幅に変更し、アイキャッチシールを廃止しました。その後、相談状況を確認をしていますが、間違って購入してしまったなどの声は寄せられておりません。また、箱に入れて販売している商品の品質や印刷表示を

保護する目的の透明シュリンクフィルムについても、廃止可能なものはないか積極的に見直しを進めました。化粧品のKANEBOなどの一部商品でも、現在はフィルムのない包装での販売を始めています。





店頭販促物廃止の取り組み<ヘアカラー毛束見本>

2020年10月新発売の白髪染めブローネルミエストへアカラーは色選び支援アプリ「髪色シミュレーション」を導入し、プラスチック量の多い毛束見本の店頭設置をやめました。スマホやPCで、楽しみながら似合う髪色を選べるこのシステムを、商品の外箱や店頭POP、ホームページで積極的に紹介し、ご自身の写真を用いて似合う髪色選びにご利用いただいています。「イメージチェンジしたくて、いろいろシミュレーションしてみた。これまでとは違うすてきな仕上がりで満足できた」(60代女性)といったお声が寄せられています。





■髪色シミュレーション■



ヘアカラーを安全に使っていただくための取り組み

「泡カラー」にパッチテスト用スティック添付

ヘアカラー(医薬部外品で、酸化染毛剤と呼ばれる)は髪色を明るくしたり白髪を染めたりと、 手軽に美しい髪色にできるヘアケア製品です。一方、まれに頭皮にかぶれを起こす方もいま す。安全かつ安心してお使いいただけるように皮膚アレルギー試験(パッチテスト)の重要性 を表示で伝えるなど、従来から普及に取り組んできました。



パッチテスト用ボード&スティックシート

クリームタイプのヘアカラーのように少量を取り出すのが難しかった泡カラーに、2020年6月より、パッチテスト用 ボードとスティック(1液用、2液用)の添付を開始しました。





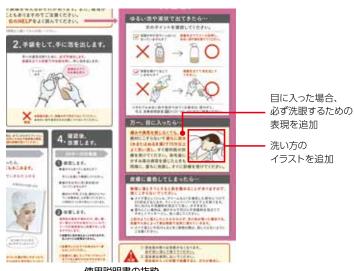
◆パッチテスト用混合液の作り方◆



「初めてちゃんと混合液が作れた気がする。本当にすてきな改良だと思う」と ご愛用者から喜びの声が寄せられています。

使用説明書の改定

ヘアカラーの混合液や混合クリームの液性はアルカ リ性のため、目に入ると、目に損傷を与える懸念があ ります。よりいっそう安全にお使いいただくために、 使用説明書の表現を丁夫しました。



使用説明書の抜粋

3

ESG視点でのよきモノづくり

軽い力で押すだけで一定量の液が出せる、環境にも優しい容器で発売しました 「ビオレu ザ ボディ ぬれた肌に使うボディ乳液」 らくらくスイッチ

2020年9月に、お風呂場の中で吊り下げて使う「ビオレu ザボディ ぬれた肌に使うボディ乳液」を発売しました。この製品は、粘度の高い内容液でもつめかえやすいラクラク ecoパックに入っており、軽く押すだけで一定量の液が出せるらくらくスイッチとフックをセットで使うことで、置き場所を取らず、衛生的に、ムダなく使い切ることができます。また、らくらくスイッチは洗って繰り返し使え、ポンプ容器やボトルにつめかえる手間も不要です。

「吊り下げて使うので、お風呂場がスッキリした」「容器の底

が床に触れず汚れない」「軽い力で出せる。ポンプのように倒れることもない」 「幼児でも、量の調節ができて使いやすい」と、幅広い年代の方から、好評の声が寄せられています。







らくらくスイッチをとりつけて



フックをかけて



吊り下げて軽く押すだけ

無香料シリーズを発売し、より幅広い方にお使いいただけるようになりました 「バブ無香料シリーズ」

炭酸ガスが温浴効果を高めて血行を促進し、疲労、肩こりなどに効果があるバブは、多くの方にご愛用いただいております。香りが苦手な方や香りのないものを好む方などから、香りのないタイプを要望する声が増加傾向にありました。また、コロナ禍の生活変化で、入浴が体を温めるだけでなく気分転換や健康維持の場としても見直される中、幅広い方にお湯質*のよさをじっくり体感いただきたいという思いから、2020年8月に無香料シリーズ「クリアタイプ(無着色・無香料)」「ミルキータイプ(乳白・無香料)」を発売しました。発売直後から、「炭酸入浴剤を使いたかったが、香料に弱く長年諦めていた。今は毎日の入浴が楽しみで仕方がない」「家族の香りの好みがバラバラで使いたい時に使えなかったが、これは本当に助かる」など、こんな製品を待っていたと喜ばれています。





※湯ざわり

食後すぐ洗えない時、かけておくだけであとで洗うのがラクになりました 在宅勤務中の家事にも役立っています

「キュキュット あとラクミスト」

増加する共働き世帯では、忙しい日々、食器洗いの負担は大きくなっています。2020年4月、すぐに洗えない時の負担を解消する、ミストをかけておくだけの食器用プレ洗剤を発売しました。あとで洗う時、短時間で汚れを簡単に落とせるので、時間がない時、ゆっくりしたい時、まとめ洗いをしたい時におすすめです。

「食後すぐに洗いものをしたくない自分にとって、救世主のような存在」「洗いものはあまり好きではないので、家事・育児のストレスが少し減りました」などの声をいだだいております。

また、コロナ禍で在宅勤務が増えた方からは「子の送迎で忙しくても、水だけかけておく洗いものの放置は嫌でした。CMを見て、これだ!と思った」「昼ごはんの後もお皿を洗えず放置することが増えたので、あとラクミストに出合えてよかったです」など、新たな好評の声も寄せられています。





狭いトイレの床掃除もかがまずにラクになりました

「クイックルミニワイパー」

クイックルワイパー愛用者から、「かがんで掃除をするのが大変」「便器の後ろ側まで届く、クイックルワイパーの小さい版を作ってほしい」「トイレの床で使用する専用のモップのようなものがほしい」という声が寄せられていました。2020年10月、トイレの狭い空間でも、かがむことなく、便器の後ろ側まで掃除できるクイックルミニワイパーを発売しました。ミニワイパーのニュースリリースが公開されると「発売はいつか」など、商品の発売を待ち望む声が寄せられ、発売後も「待っていた商品」「トイレ掃除がラクになった」という嬉しい声をいただいています。





製品に関するお問い合わせ先

電話 花王消費者相談室 0120-165-690

製品ごとに、お問い合わせ電話番号は異なります。

お問い合わせ電話番号は、製品に表示されておりますので、ご参照ください。

電話受付時間 9:00~17:00★(土曜・日曜・祝日を除く)

※誤飲・誤食などの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)	
メール	<花王・二ベア花王> 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 消費者相談室	
手話 Skype (スカイプ) 対応 <日本手話> <日本語対応手話>	Skype ID : 花王/二ベア花王 kao@shur.jp カネボウ化粧品 kanebo@shur.jp 受付時間 9:00~17:00★(土曜・日曜・祝日を除く)	

★各受付時間は場合によって変更されることがあります。(Business hours may vary with an inevitable reason.)

ホームページ				
花王	www.kao.com/jp/			
カネボウ化粧品	www.kanebo-cosmetics.co.jp/			
家庭用品・化粧品に 関するお問い合わせ (花王消費者相談室)	www.kao.com/jp/support/products/ 製品Q&A/誤飲・製品が目に入った時の応急処置 家庭用品製品カタログ/化粧品製品カタログ など			

「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2021

発 行 月: 2021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







