

花王 生活者コミュニケーションセンター 活動報告書2022

2021.1.1-2021.12.31



KaO

きれいを ころに 未来に

生活者に寄り添うコミュニケーションから “ESGよきモノづくり”を

新型コロナウイルス感染症は、好むと好まざるにかかわらず、私たちの生活に新しいルールと生活様式をもたらしました。感染予防のための行動規制や制限ができ、仕事や社会、人との関わり方も大きく変化しました。この2年でWeb会議やテレワークが私たちの生活に当たり前となり、ウィズコロナの新しい生活に適応しつつあるように感じています。また、コロナ禍とあいまって、SDGsの「誰一人取り残さない」という認識が広がり、ESG（環境・社会・ガバナンス）の視点で環境や社会の課題、地球全体の課題に取り組むことが重要視されています。

私たちも2021年の活動として、ウィズコロナ対応とESG視点を中心とした取り組みを積極的に行いました。相談対応では、2020年に公開した感染対策Q&Aが多くの方々にご利用いただけたことから、いつでもどこでも、どの世代の「お困りごと」にも対応できることの必要性を強く感じ、自己解決に向けた情報発信ツールを強化

しました。製品カタログや製品Q&Aの内容拡大・充実に加えて、チャットBotも導入し、さらにデジタルを活用する若年層が気軽に相談できるチャンネルとして新たに有人チャットも始めました。

ESG視点では生活者と商品のタッチポイントを意識し、相談者のお声に耳を傾けました。その様々なつながりから、選びやすさ、使いやすさ、つめかえや廃棄などへの多くの生活者の想いを感じとり、“ESGよきモノづくり”として提案し、実現することができました。

生活者の願う持続可能でこころ豊かな暮らしの実現のために、私たちは相談を通じた生活者に寄り添うコミュニケーションで、これからも貢献してまいりたいと思います。

生活者コミュニケーションセンター（以下、生活者CC）の2021年活動をまとめた本報告書をご一読いただき、ご意見・ご感想をいただければ幸いです。

ごあいさつ	1
生活者に寄り添うコミュニケーションから“ESGよきモノづくり”を／ 「花王ウェイ」／「Kirei Lifestyle Plan」／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	3
生活者の声を集約する花王エコシステム/役割と活動/多様なコミュニケーションチャンネルを提供	
2 生活者との多様なコミュニケーション	5
2021年の相談概況／生活者の自己解決に向けた情報発信	
Topics 公開情報の充実とコミュニケーションチャネルの多様化	7
生活者の自己解決に向けた取り組み	
Caution 正しく廃棄、安全に廃棄	9
廃棄に関する相談は約3千件、前年比150%、2019年比でも139%と増加	
3 “ESGよきモノづくり”	11

花王グループの企業理念「花王ウェイ」

www.kao.com/jp/corporate/about/our-story/kaoway/



「花王ウェイ」は花王グループ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。
(2021年改訂)



「Kirei Lifestyle Plan」

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



花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」は、生活者が願うより持続可能でこころ豊かな暮らし-Kirei Lifestyleの実現にどう応え、サステナブルな社会に貢献できるかという視点でまとめたものです。そのため「Kirei Lifestyle

Plan」は、生活者を主役とし、花王の「ESGビジョン」と、それを実現するための2030年までの3つのコミットメント、そして19個の重点取り組みテーマで構成されています。

消費者志向経営

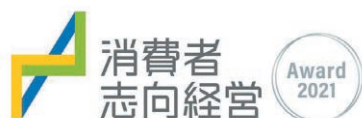
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/customer-first/



花王は2017年1月、「消費者志向宣言」を公表いたしました。

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

平成30年度、令和元年度の表彰に続き、令和3年度消費者志向経営優良事例表彰 選考委員長表彰を受けました。
(新設:複数事業者での協働取り組みに対するもの)



ニュースリリース:www.kao.com/jp/corporate/news/business-finance/2022/20220311-001/

使用済みつめかえパックの回収と再生を行う「リサイクリエーション」で、「資源循環型社会の実現」という社会課題の解決を、競合同士であるライオン株式会社様とともに協業して取り組みを進めている活動が評価されました。



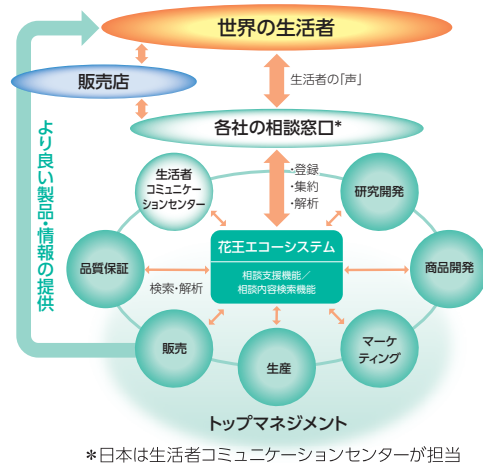
生活者の声を活かした“ESGよきモノづくり”と、
生活情報の発信を通じて、
社会のお役に立つ活動を推進しています

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の相談窓口へ寄せられる製品やサービスに対する様々なご指摘、お問い合わせ、ご意見に対しては、生活者の気持ちに寄り添い、真摯に受け止めています。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的な相談対応を行うように心がけています。

こうして得られた生活者の様々な声は、花王エコシステムの中に集約し、全社で活用されることで、花王グループの“ESGよきモノづくり”を支えています。

生活者の声を集約する花王エコシステム



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、事業活動や、情報探索/発信、品質保証、交流/啓発といった活動を通じて、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、豊かな共生社会をめざし誰一人取り残さない、“ESGよきモノづくり”を通じて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

「生活者に寄り添う誠実な対応」「花王製品と生活の情報提供」を通じ、
生活者から高い満足と信頼を得られる部門活動の推進

相談対応の現場起点が基本

事業活動



花王に寄せられる生活者の声の解析から、生活価値を提供して生活者の想いに解を出せる商品開発や改良、表示、広告等のMK活動に提言

情報探索／発信活動



花王サイトを通じ、商品や生活に関わるお困りごとをいつでもどこでも解決する情報提供。DX活用による必要情報の探索および幅広い生活者支援の推進

品質保証活動



生活者起点の予知予防と品質改善を推進。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課題解決

交流／啓発活動



行政機関や消費者団体、他企業、工業会など外部ステークホルダーとの情報交流。講座やイベント等による商品と生活情報の提供や啓発活動

豊かな
共生社会をめざし
誰一人取り残さない

“ESG
よきモノづくり”

多様なコミュニケーションチャネルを提供しています

生活者CCに寄せられるご相談は、電話、メール、販売店経由が主なチャネルです。2021年には若年層が気軽に利用できるよう、有人チャットも始めました。また、「お

困りごと」を365日24時間、自己解決できるよう、製品カタログや製品Q&Aに加え、チャットBotも導入しました。

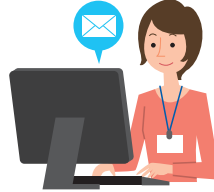
● 電話相談

ご相談の約8割と最も多い方法です。会話を通じて生活者に寄り添い、対応しています。通訳を介した英中韓の3ヶ国語のご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ご利用いただける方法で、ご相談の約1割あります。メールならではの熱心なご意見がいただけます。



● 手話相談

手話通訳士を介した同時通訳で、聴覚障がいのある方がご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ご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

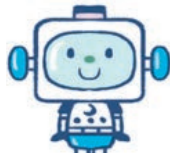
約1割にあたる全国の販売拠点に入のご相談には、販売現場と密接に連携し、迅速に対応しています。



NEW

チャットBot

公式ウェブサイト内の製品Q&Aサイト、お問い合わせサイト上に設置しています。家庭用品に関するご相談に対応しています。



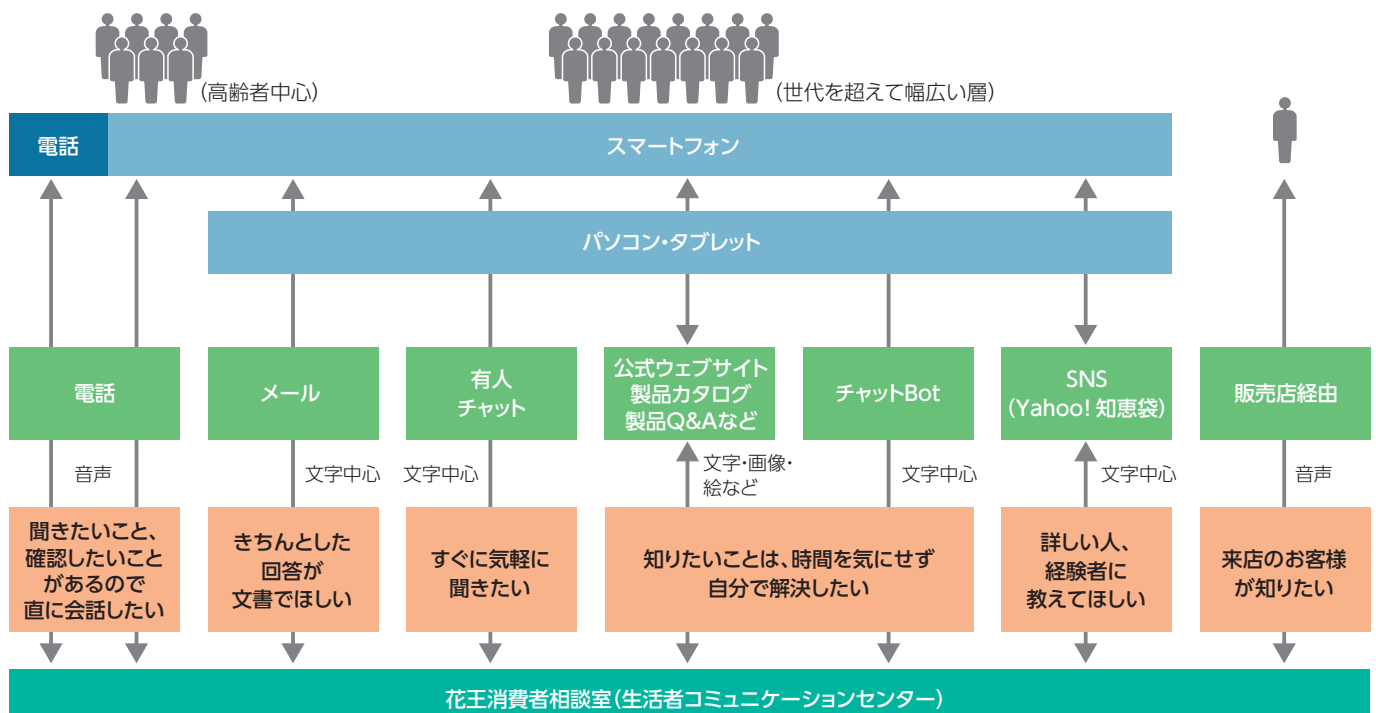
NEW

有人チャット

チャットBotと同じ入口からアクセスできます。担当者がリアルタイムでお答えしています。



コミュニケーションチャネルの概要



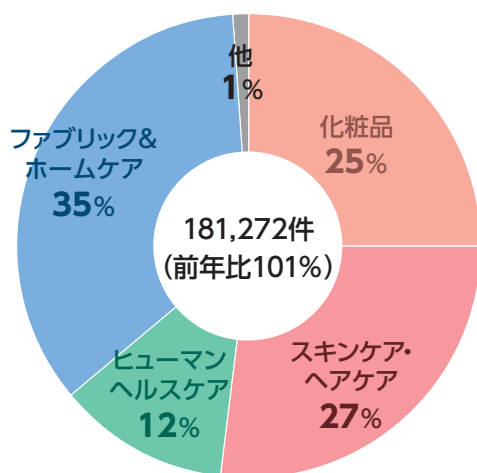
2021年に寄せられた相談件数は、 約18万1千件(前年比101%)でした

新型コロナウイルス関連の相談は大きく減少

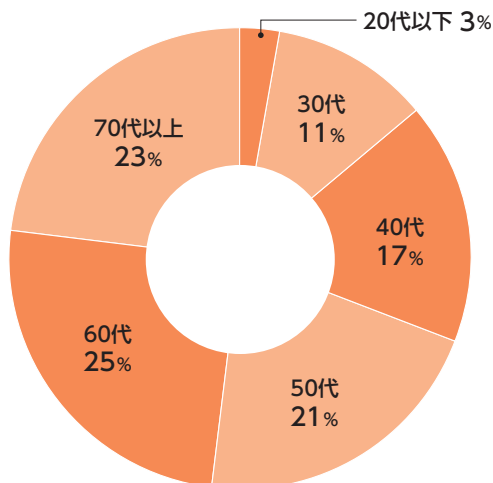
2021年8月まで感染拡大防止のため、相談窓口の時間短縮を行った影響もあり、相談件数(電話、メール、投書のほか、販売店経由の相談などを含む)は、2ヶ月間の電話窓口閉鎖があった2020年とほぼ同数でした。

相談者の年代別構成比は前年と大きな変化はなく60代以上が48%と約半数を占めています。

相談件数のユニット別構成比



相談者の年代別構成比



*年代は推定を含む、不明分は除く

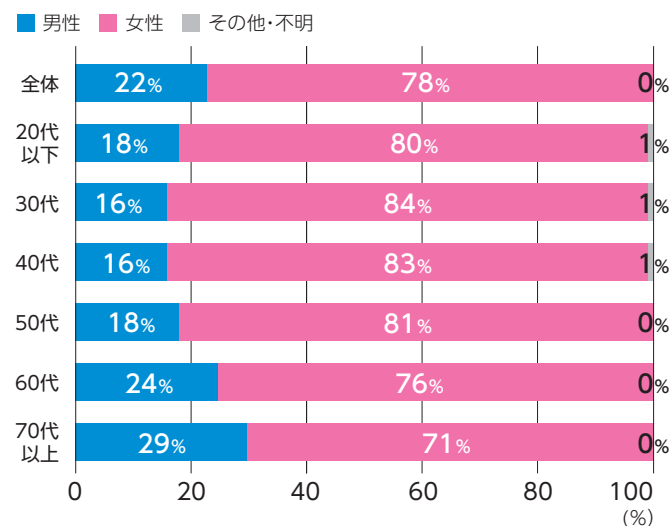
新型コロナウイルス関連の相談は、前年に引き続き衛生関連商品の特長や効果効能、ホームケア製品の使い方、選び方について多く寄せられましたが、前年に比べて大きく減少しました。また、衣料用洗剤への相談、製造終了した商品や、人気で品薄になった口紅の入手方法に関する相談が多く寄せられました。

電話とメール相談者の年代構成は大きく変わらず、電話は50代以上が74%を占めシニア層が利用しているのに対し、メールは20代から50代が約90%を占め幅広い年代からご相談が寄せられています。

相談方法別構成比は、対前年比で電話が増加し、メールが減少しました。これは、2020年は電話窓口を2ヶ月間閉鎖したことによるメール相談の構成比の増加が主な要因と考えています。また、化粧品を中心とした販売店経由の相談は前年と同等でしたが、2019年と比較すると若干減少しました。

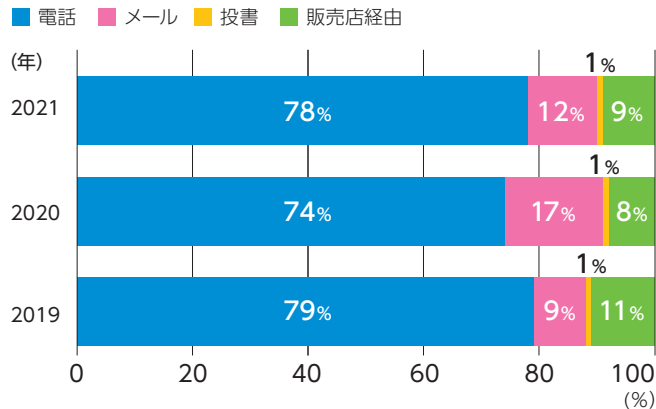
年代別性別構成比は、昨年同様シニア層の男性が他の年代よりも高い傾向でした。

相談者の年代別性別構成比

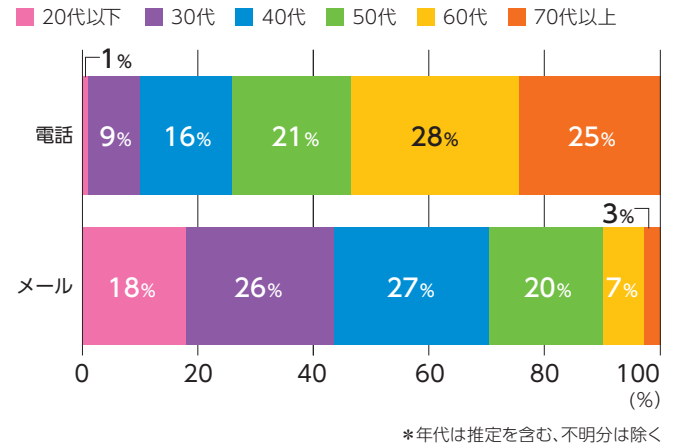


*年代と性別は推定を含む
2021年ジェンダーに配慮した相談フォームに変更

相談方法別構成比の推移



相談方法別年代構成比



製品Q&Aサイトへのアクセスは前年比125% (感染対策まとめサイト除く)
Yahoo!知恵袋の年間閲覧数は約155万でした

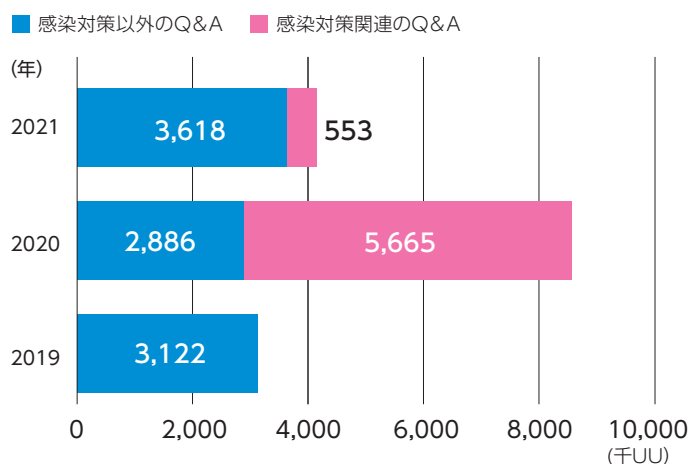
生活者の自己解決に向けた情報発信

● 製品Q&Aへのアクセス

消毒やウイルス除去に対する生活者の意識が一般化したことで、窓口でのウイルス関連の相談が減少したのと同様に、感染対策に関連する製品Q&Aサイトの閲覧も落ち着きました。「感染対策に関して最近増えたお問い合わせ」としてまとめたサイトへのアクセス数は、2021年は2020年の約1割まで大きく減少したことで、2021年の製品Q&Aのアクセス数は約4百万UU* (前年比48%) となりました。一方、感染対策以外の製品Q&Aアクセス数は、前年比125%と増加しています。

*ユニークユーザー (Unique User) の略。特定期間内にサイトを訪問したユーザーの数を表す。

HP製品Q&Aアクセス数推移



● Yahoo!知恵袋での花王公式サポート

生活者が投稿したお悩みに回答する活動を2015年より開始し、2021年は約900件に新規回答しました。回答内容が継続公開されるため、同じ疑問を持つ方に閲覧されています。過去の全回答 (約7,800件) への2021年1年間の閲覧数は約155万でした。比較的若い年齢層の問い合わせが多いため、花王に直接問い合わせいただく電話やメールの相談とは異なるお悩みやお困りごとへの回答が上位ランクで閲覧されています。

2021年の回答で閲覧上位

- 1位 フレア フレグランスのCMで図書館にいる男性は誰か
- 2位 ハミングneoの廃番を知らず探し回っていた。代わりは何かいいか
- 3位 リーゼ泡カラーダークネイビーはブリーチなしの黒髪でも使用できるか

過去回答で2021年の閲覧上位

- 1位 朝起きると前髪がバタバタで割れている、乾かし方に問題あるか
- 2位 ショートボブからミディアムまで何カ月で伸びるか
- 3位 前髪巻いてケープしてもマスクで巻きが取れてぺちゃんこになる。どうすれば巻きをキープできるか

生活者の「お困りごと」自己解決への取り組み

生活者から寄せられるご相談には、電話やメールで直接お尋ねいただくことで解決する相談と、生活者の方が公開している情報にアクセスいただくことでご自身で解決できる相談があります。また、好きな時間に公開情報に

アクセスすることで、「お困りごと」の解決が可能になります。2021年は公開情報の充実とコミュニケーションチャネルの多様化に取り組みました。

製品Q&Aの充実

生活者から寄せられるご相談に合わせて、Q&Aを追加しています。

生活者の“快適な自己解決の実現”のために、相談窓口に寄せられたご相談や、これまで形式化されていなかった知見やノウハウをもとに、製品Q&Aの充実を図りました。

た。動画で使い方をわかりやすく紹介、また、新規で評価機能、関連するQ & A機能を導入しました。生活者からの声をいち早くキャッチし改善を行っています。

この情報で解決されましたか？

はい どちらともいえない いいえ

関連するQ&A

- 【使用方法】「バスマジックリン エアジェット」を使っていると、途中で液が出なくなったのですが？
- 【使用方法】使用中で「バスマジックリン エアジェット」のミストが泡になったり、ぼたぼたと液がたれるようになってしまったのですが？
- 【使用方法】「バスマジックリン エアジェット」を初めて使うのですが、レバーを引いても液が出ないのはなぜ？

Q. 【使用方法】「バスマジックリン エアジェット」の『連射ミスト』の上手な使い方は？

- A. 「バスマジックリンエアジェット」のスプレーは、レバーを引いて手を離してもミストが約1秒間出続ける構造です。そのため、ミストが止まりきる前のタイミングで、一定のリズムでレバーを繰り返し引くことで、ミストを途切れることなくほし続けることができます。このことを「連射ミスト」と表現しています。



取扱店検索機能の導入

お問い合わせしなくても、お探しの商品を取り扱っている近くの店舗を調べられるようになりました。

2021年3月に製品カタログを改訂。Web上で各製品の取扱店検索ができるようになりました。

※一部の製品、店舗は検索できない場合があります。

洗たく用洗剤

アタックZERO 本体 400g



> 旧パッケージを見る

ココ

ゼロ洗浄で「落ちにくい汚れ」「生乾き臭」「洗剤残り」ゼロへ。洗った衣類がよみがえる。アタックZERO液体史上最高の洗浄力で、汚れが落ちにくい化学繊維でも高い洗浄力を発揮します。24時間部屋干し臭を防ぐ。ウイルス除去※。洗たく槽の防カビも。すすぎ1回でもOK。蛍光増白剤無配合。リーフィブリーズの香り(微香)。※すべてのウイルスを除去するわけではありません。※エンペローブタイプのウイルス1種で効果を検証

洗たく用洗剤
400g

● 本品は、航空便で送る際、航空法で定められた航空危険物に該当しません。



マークが取扱のある店舗

※在庫状況は、直接店舗にご確認をお願いいたします。

海外輸送のための情報

書類が必要な場合はダウンロードできます(めぐりズム、日やけ止め)。

製品カタログには、海外輸送時の、航空法上の危険物に該当するか否かの情報公開をしています。新たに、必要な場合は、航空輸送に関する書類をダウンロードできるようにしました(一部の製品)。

温かい蒸気が出るアイマスク

めぐりズム 蒸気でホットアイマスク 無香料 12枚入



心地よい蒸気が働き続けた目と目を温かく包み込み、気分リラックスするアイマスク。それはまるで風呂のような心地よさ。快適温度約40℃、快適時間約20分。一日の緊張感から解き放たれ、気分まで奥からじんわりはぐれていきます。開封するだけで温まるので、手軽に使えて外出先でも便利。やわふわタッチで肌ざわりが気持ちいい。どんな姿勢でも使いやすい耳かけつきます。

温かい蒸気が出るアイマスク
12枚

● 本品は、航空便で送る際、航空法で定められた航空危険物に該当しません。

航空法上の危険物の該当

めぐりズム 蒸気でホットアイマスク 無香料 12枚入



容量 12枚
梱内容 12
サイズ 84×125×139
梱箱箱ITFコード 14901301348026

JANコード 

PDF 航空輸送関連資料はこちら
輸送用MSDS

ダウンロードファイルはこちら

チャットBot、有人チャット

花王家庭用品のチャットサービスを実施中です。

2021年10月より、お洗たく用品からチャットBot、有人チャットの受付を開始しました。現在は花王家庭用品に関する相談に対応しています。チャットBotは365日24時間稼働し、有人チャットは、チャット担当者が相談窓口時間内で実施しています。また、サイトからのご意見、ご感想の内容をもとに、製品Q&Aの改善にもつなげています。



kaio Japan | 日本語 Kao Worldwide

企業情報 製品カタログ 製品Q&A お問い合わせ

製品Q&A

チャットでのお問い合わせ

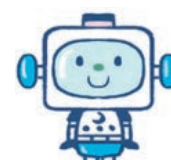
花王チャットサポート

花王製品の相談窓口

下の項目からお選びください

- 製品から探す
- 目的から探す
- 販売店を探す
- 製造終了品を調べる
- ♪製品のご感想はこちら
- チャット担当者につなぐ

キーワードを入力 送信



チャットBot案内役の
ポツちゃん



チャット担当者の花さん
(担当者イメージ)

チャットBot・有人チャット機能、
感想投稿機能を搭載

廃棄に関する相談は約3千件、前年比150%、 2019年比でも139%と増加

SDGsへの理解や、環境問題への関心が高まり、使い切れなかった製品の処理方法や、容器の分別・廃棄の相談が増加しています。中でも、「まぜるな危険」と書かれた塩素系漂白剤やカビ取り剤の廃棄方法のお問い合わせが多くありました。

2020年には、感染予防のために物品を消毒するアルコール製品や消毒液の供給不足から、厚生労働省が代用として塩素系漂白剤の使用を推奨しました。その後、消毒液の供給不足が解消したことから、家庭内で使わなくなった商品の処分に困り、相談が増えたものと思われます。

これまでに寄せられたご相談をもとに、 製品を廃棄する際に、間違いやすい事例をご紹介します

Q1

古い塩素系漂白剤を使わなくなったので、
ビニール袋にいった新聞や布などに吸わせて燃えるごみに出してもいいの？

A1

×

解説

自治体によってはOKとしていますが、液モレで、酸性のものとの反応によるガスの発生、肌に付いた場合の葉傷、衣類の脱色、運搬や焼却設備の腐食などの心配があるため、大量の水と一緒にシンクやトイレに流すことをおすすめします。

また、製品を一度に大量に流すと浄化槽に影響がでる場合があります。小分けして流しましょう。



ハイター、キッチンハイターの
廃棄についてはここ



Q2

洗剤のボトルにPETとあったので、ラベルをはがして、
飲料のPETボトルと一緒にリサイクルに出してもいいの？

A2

×

解説

リサイクルできるPETは、右の三角に1と入ったマークの飲料、特定の調味料と決められています。洗剤や柔軟剤等のPETは、プラのマークのプラスチック製包装容器に分別されます。

プラスチック製包装容器では、ラベルがはがせないものがあったり、注ぎ口の部分が外せないものがあります。無理に外そうとはせず、軽く洗ってから分別しましょう。



PETとしてリサイクル



プラスチック包装容器として分別



Q3

換気扇を回せば、台所のシンクの中で
少し残っていた制汗剤(エアゾール缶)のガス抜きをしても大丈夫?

A3**×****解説**

台所に限らず、室内でのガス抜きは危険ですので、お控えください。必ず火の気のない、風通しのよい屋外で行ってください。
ガスは空気より重いので、シンクなどの低いくぼんだところにとどまりやすく、すぐに拡散しません。電気製品のスイッチのオン、オフや布が擦れるなどの静電気で引火して、火災などの原因になる場合があります。

また、缶への穴開けは必要ないところが増えてきています。お住まいの自治体の廃棄方法を確認しましょう。

**Q4**

ポンプやスプレーは同じプラスチックなので、ボトルと一緒にごみに出せる?

A4**×も○もあり****解説**

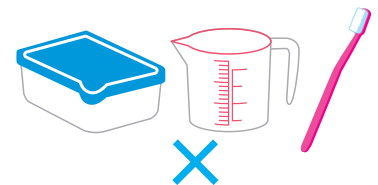
ボトルと同じく、プラスチック製包装容器に分別されますが、自治体によってはさらに分別しているところがあります。

※製品そのものがプラスチックのハブラシやクイックルワイパーのシートなどは、プラスチック製品に分別されます。包装に材質表示はありますが、容器リサイクル法のプラスチックの識別マークは付きません。プラスチック製包装容器とプラスチック製品は一緒に回収するところと、分別するところがあります。



ボトル:PET,PP
ポンプ:PP,PE
ストッパー:PP

プラスチック製品の例



包装容器ではないので、識別マークは付けられません。

Q5

化粧品のガラス瓶はリサイクルできないので燃えないごみ?

A5**×も○もあり****解説**

ガラスとして回収できる自治体もありますので、お住まいの自治体の分別方法をご確認ください。

他にも化粧品のガラス瓶は燃えないゴミとするところ、また化粧品でもマニキュアやリップグロスには洗えないので除外して燃えないゴミとするところがあります。

※リサイクルするのはソーダ石灰ガラスです。高級なガラス食器や装飾品などに使われるクリスタルガラスやティーポットやサイフォンに使われる耐熱ガラスはリサイクルできません。



ソーダ石灰ガラス

色別に回収するところと一緒のところがあります。



クリスタルガラス 耐熱ガラス

リサイクルしません。リサイクルしません。



トワニー ミッドナイトコート
再生ガラス使用の表示があります

※化粧品のガラス容器
キャップにはプラスチックの表示はありますが、ボトルがガラスの場合、材質表示がない場合があります。

生活者と商品のタッチポイントからの“ESGよきモノづくり”

SDGsやコロナ禍などによって、生活者にも社会にも大きな変化が見られました。生活者と商品のタッチポイントごとの意識も変わっています。今のお客様の声に耳を

傾け、“ESGよきモノづくり”に反映することで、人と人、人と地球、人と社会とのつながりを強め、持続可能な社会に貢献します。



知る

開封防止シールによる注意喚起

キッチン泡ハイター、強力カビハイター

塩素系スプレー製品は、店頭でのいたずらや保管時の誤操作を防止するため、ロックが動かないように開封防止シールを貼付しています。2021年春より、この開封防止シールに事故防止のための注意喚起情報を追加しました。塩素系スプレー製品は、使用中の容器の劣化や保管時の無理な荷重によって液がもれ、肌や物品へのトラブルにつながる恐れがあります。使用上の注意はボトル本体にも表記されていますが、たくさんの情報の中に埋もれてしまっているため、見落としがちです。ご購入時にわかりやすいよう、正面から見える開封防止シールに保管時の注意、買い替え時の目安を入れました。



保管、持ち運びでの注意点

スプレー交換の目安

※花王は、2020年春に商品に添付しているアテンションツール「プラスチック製アイキャッチシール」の順次廃止を発表しました。塩素系スプレー製品は、開封防止を兼ねているため、シールは残っています。

プラスチック製アイキャッチシールを廃止 ▶





選ぶ・買う

デジタル体験で楽しく色を選んで、廃棄物削減も
ケイト リップモンスター

2021年5月発売のケイト リップモンスターは、色を選ぶ新たな取り組みとして、LINEで色比較ができるスウォッチ*動画や自身の顔画像で試せるバーチャルテスター機能を充実させました。店頭テスターは口紅の質感見本の1品(代表色05)のみを設置し、最終的に廃棄物となる店頭テスターを削減しました。

*主に化粧品の発色を手などで試した写真、色見本



選ぶ

強い香りが苦手な方へ

ハミング素肌おもい 無香料

強い香りが苦手な方に愛用されていた無香性のハミング LINNEが2021年3月に製造終了となりました。以降、弱い香りを嗜好される方に紹介できる柔軟剤が限定されていましたが、2021年10月に柔軟剤では初めての無香料を発売しました。「においが気になる人たちにはすごい製品だと思います。これからも色々な人に役立つ製品を作ってください」との声も寄せられています。

また、「ハミング」シリーズおよび「フレア フレグランス」シリーズの柔軟剤では、香りの強さの目安を製品Q&Aサイトにまとめて紹介しています。



柔軟仕上げ剤の香りの強さの目安一覧

香りの様式	無香料	★	★★★	★★★★	★★★★★					
製品	ハニング 無香料	ハニング フローラルブーケの香り	ハニング オリエンタルローズの香り	ハニング真実実樹 ジャスミン・カシヤの香り	ハニング濃密サハラローズ アフリカンローズの香り	スリム フレグランス ロゼイブーク	スローニ&ホワイト	スリム フレグランス ASPORTS ロシヤントロピカル	スリム フレグランス INDIA モディカルフロー	スリム フレグランス INDIA アミューズメント
										
		ハニング 		ローズ・チンの香り 	スプッシュェーションの香り 	アサリハーモニ 	ササリハーモニ 	スプッシュェーション 	シニアブルーム 	ハニオ・ハーモニ 
				ユニークアンタニシ ゾーンの香り 	スプッシュェーションの香り 	シメントアーク 				

香りの強さの
目安一覧はこちら





使う

こすらないで洗える

バスマジックリン エアジェット

2021年9月に、連射ミストの新スプレーを採用した「バスマジックリン エアジェット」を発売しました。ミストが薄くムラなく広がり、浴槽の四隅のガンコなヌルつきまでこすらず30秒で落とせます。

「軽く握って連射できるので、手が不自由な方にも使えると思います」「指を骨折してギプスをつけている私にも使えます。重宝しており、すでに3本目です」「腰が痛いため、かがむのが大変でこするのにも力が入りませんが、この商品は立ったままスプレーでき、こすらなくてもキュッキュッと音がするほど汚れが落ちます」等、好評の声が多数寄せられています。



使う

片手でも使える

ビオレu泡スタンプハンドソープ

2019年に、「楽しく手洗い習慣を定着させる」ことを目的に花の形で泡が出るタイプを発売しました。押す力の弱い高齢者や子供が使うと、力がうまく伝わらず倒してしまうことがあったため、2021年9月、容器の安定性を高め、より確実にスタンプできるように改良しました。

「神経痛のため利き手が不自由な義母に『これなら片手で押して泡が出るよ』とプレゼントしたら大喜び。使いやすいと気に入ってとても助かっています」と、通院後の手洗いを本人にもしっかりさせたいと願う、介護をしている方からお礼の声をいただきました。



つめかえる

今までのボトルにつめかえOK

アタックZERO つめかえ用

製品の改良時には「従来ボトルにつめかえて良いか」という相談を多くいただきますが、改良による商品特長や性能を十分に発揮することができないことから改良製品のボトルへの買い替えを推奨していました。一方で「エコではない」等、企業姿勢に対する指摘も寄せられていました。そこでESG視点から、改良のつめかえ用を従来のボトルにもつめかえていただけるよう、ご案内を変更し、アタックZEROのつめかえ用にも表示を追加いたしました*。今後、他の製品でも増やしていきます。

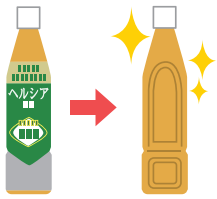


従来ボトルにつめかえ可能とお伝えする製品が増えてきました。

*必ず中身を使い切って、容器が空の状態、同じ種類の「アタックゼロ」(レギュラーとドラム式専用があります)をつめかえてください。なお、つめかえ用のパックは、お問い合わせの際に必要な場合があるため、保管しておいてください。

Q. 【つめかえ】「アタックゼロ」のつめかえ用は、デザインの異なる従来のボトルにつめかえてもいいの？

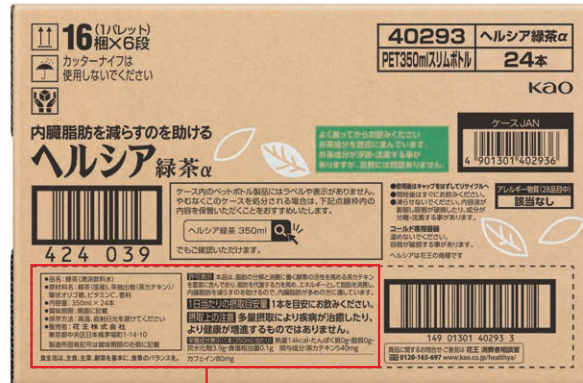
A. 従来の「アタックゼロ」のボトルにつめかえても、使用上の問題は、発生しません。ただし、中身が残った状態で、新しいつめかえ用を継ぎ足しすると、液量にふれる「アタックゼロ」の性能を十分に発揮できない場合があります。必ず中身を洗い切って、容器が空の状態、同じ種類の「アタックゼロ」をつめかえてください。なお、つめかえ用のパックは、お問い合わせの際に必要な場合があるため、保管しておいてください。保管の際には内容物がもれないようにご注意ください。



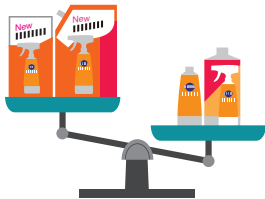
ごみに出す

ラベルなしでエコ推進 ヘルシア

プラスチック使用量削減と分別処理が必要ないラベルレスボトル飲料が、2020年春頃より各社から発売され、ヘルシアでも発売を希望する声が寄せられました。トクホの伝えるべき情報を、配達伝票を貼り付けない梱包側面に記載することで発売に至りました。消費者からは「ラベルなしを直接購入したい」という賛同の声の一方、「成分がわからない」「正規品か不安」との声も寄せられており、積極的な情報発信が求められています。



トクホの情報が記載



ごみに出す

プラボトルはもったいない キュキュットクリア泡スプレー

食器用洗剤の泡スプレーは、新しいカテゴリーの製品であることや、つめかえ間違いがあると噴霧できなくなってしまうことから、当初は、つめかえパウチではなく、つけかえボトルで発売しました。また、認知度の上昇とともに大容量ボトルも追加発売してきました。しかし、「空ボトルを捨てるのがもったいない」との声が寄せられてきたことや、食器用洗剤として十分に定着したことから、プラスチック削減のため、識別性に配慮しながら、つめかえはパウチに変更しました。



つけかえボトルに対し、1回つめかえパウチは約1/5、大容量つめかえボトルに対し、大容量パウチは約1/3のプラスチック使用量になりました。

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。お問い合わせ先は公式ウェブサイトにも掲載されています。

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。



お問い合わせ先はこちら



電話番号表示

チャット	●チャットボットは24時間 ●日本語のみの対応 ●チャット担当者(有人)による受付時間 9:00～12:00/13:00～16:00 ※(土曜・日曜・祝日を除く) チャットサポートは、製品Q&Aサイトまたは花王家庭用品・化粧品に関するお問い合わせサイトからご利用ください。
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	<花王家庭用品・化粧品(ソフィーナ・エスト)> ssl.kao.com/jp/soudan/ <化粧品(カネボウ化粧品・トワニー)> ssl.kao.com/jp/kanebo-soudan/ ※花王家庭用品・化粧品に関するお問い合わせサイト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 <花王家庭用品・ソフィーナ・エスト> 花王株式会社 生活者コミュニケーションセンター 消費者相談室あて <カネボウ化粧品> 花王株式会社 生活者コミュニケーションセンター内 カネボウ化粧品消費者相談室あて
手話 Skype (スカイプ) 対応 <日本手話> <日本語対応手話>	Skype ID : 花王/カネボウ化粧品/ニベア花王 KaoG@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.)

公式ウェブサイト

花王	www.kao.com/jp/
カネボウ化粧品	www.kanebo-cosmetics.co.jp/
花王家庭用品・化粧品に関するお問い合わせ (消費者相談室)	www.kao.com/jp/support/products/ 掲載内容 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2022

発行月: 2022年5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

