

花王 生活者コミュニケーションセンター 活動報告書2024

2023.1.1-2023.12.31



KaO

きれいを ところに 未来に

人とつながり、よりよい暮らし、笑顔あふれる未来に

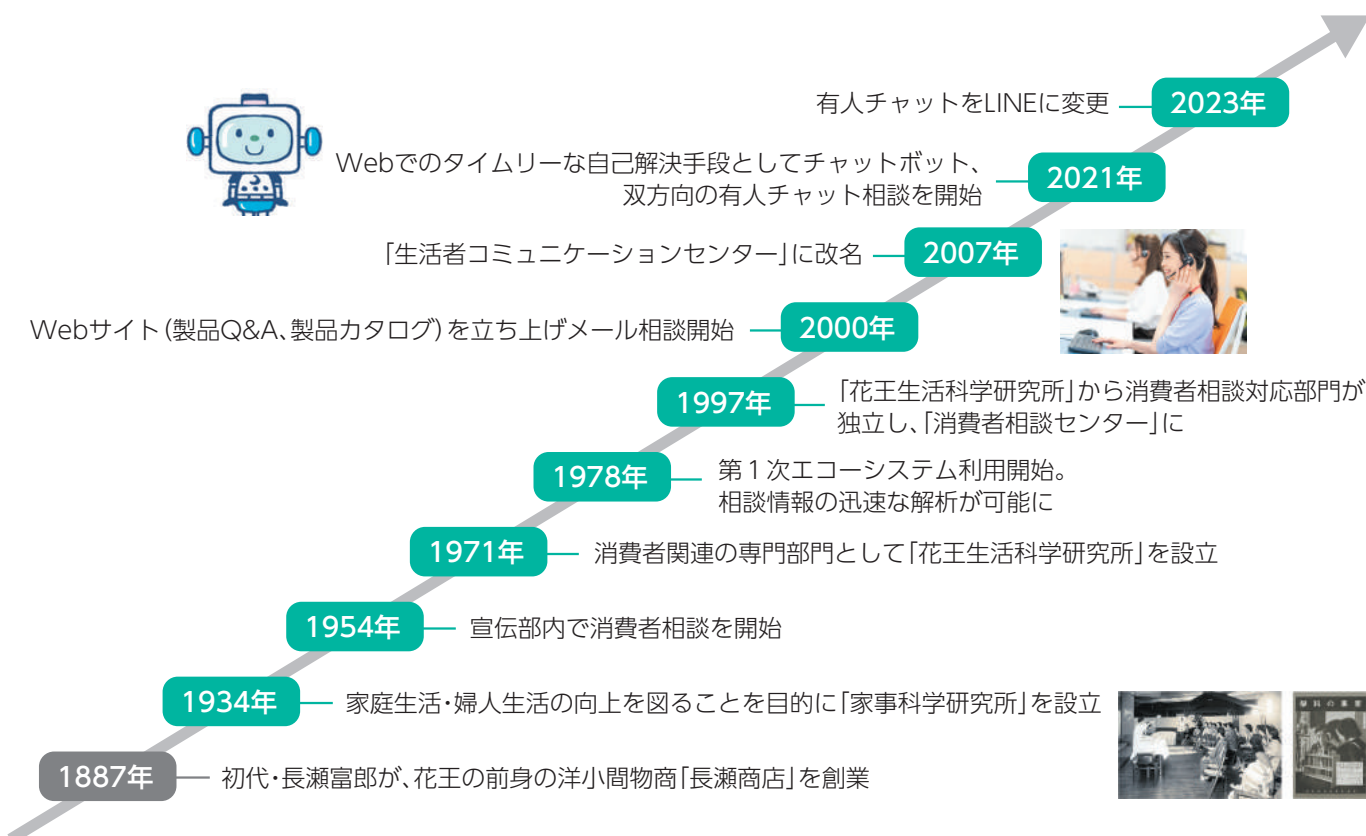
花王と生活者との直接的な関わりは、1934年家事科学研究所の設立時の消費者啓発活動に始まりました。以後、生活者を見つめ続け、今の生活者コミュニケーションセンターがあります。暮らしは変わり人々の気持ちも変化していく中、昨年、私たちは生活者コミュニケーションセンターの存在意義を見つめなおし、活動の指針となるよう、パーパス（存在意義）を設定しました。「**人とつながり、よりよい暮らし、笑顔あふれる未来に**」と設定したパーパスには、生活者の想いに真摯に向き合い、その想いを花王のよきモノづくりにつなげ、生活者の自分らしい未来の暮らしづくりの起点となる想いがこもっています。これからも、生活者とつながり、生活者の笑顔があふれる未来へつなぐ活動をしていきたいと思えます。

2023年は、製品Q & Aの充実やLINE相談の開設など、デジタル時代の生活者の変化に寄り添い、利便性を高める活動をしてまいりました。また、いただいたお声を社内へ届け「よきモノづくり」や「よりよい企業づくり」につなげる活動にも一層力をいれてまいりました。ぜひ、ご一読いただけますと幸いです。

2024年4月
生活者コミュニケーションセンター

消費者対応部門90周年

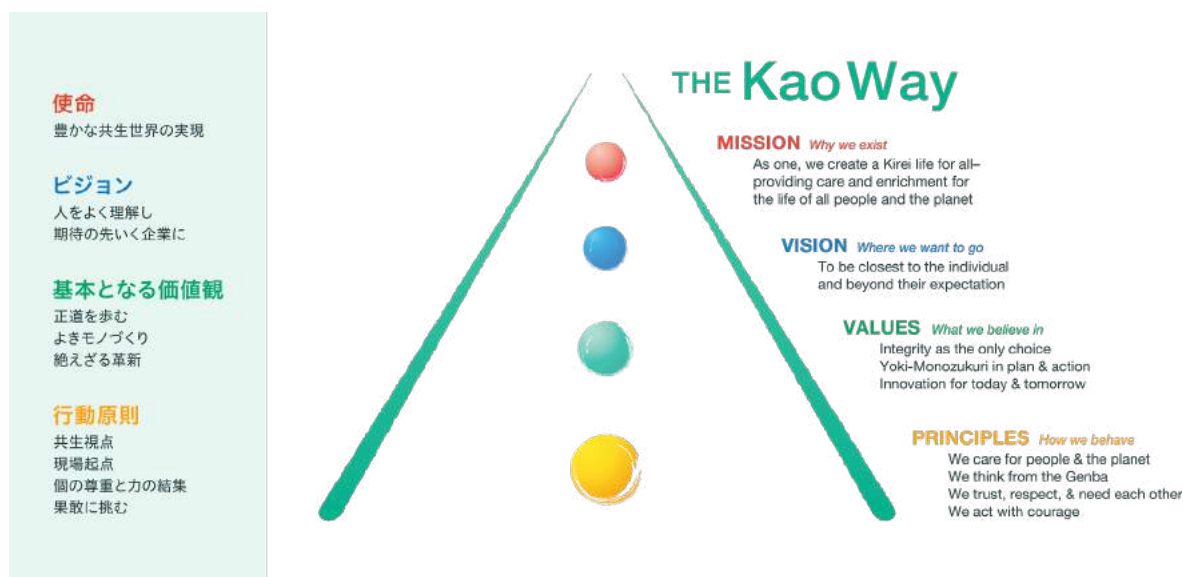
1934年（昭和9年）に産声を上げた花王の消費者対応部門は、2024年に90周年を迎えます。



花王グループの企業理念「花王ウェイ」

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

「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となります。



生活者志向宣言

創業から生活者志向の活動を継続してきた花王グループは、社会情勢や自然環境が大きく変わる中、ESGを経営の根幹に据え、ESG視点での“よきモノづくり”を通して、持続可能な社会の実現に貢献する方針を明確に打ち出し、活動を開始しました。

花王では、生活者が求める持続可能な暮らしを「Kirei Lifestyle」とし、それを実現するためのESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」を公表しています。「Kirei Lifestyle Plan」は、人々のこころ豊かな暮らしにつながる3つの柱、「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」と、それらの基盤である「正道を歩む」で構成されています。

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

2023年9月に消費者志向経営宣言から、ESG戦略にあわせた「生活者志向宣言」に改定しました。

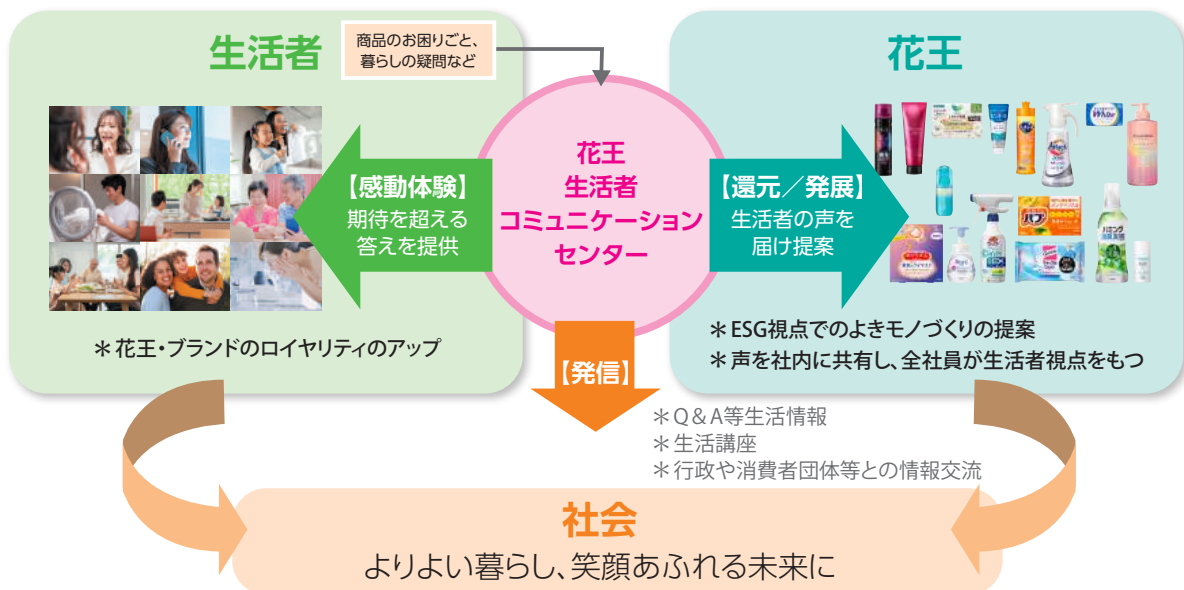
花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」
www.kao.com/jp/sustainability/klp/

生活者志向宣言
www.kao.com/jp/sustainability/klp/policy/customer-first/

1 生活者コミュニケーションセンターの役割と活動

生活者の声に真摯に応える“感動体験の相談活動”と
いただいた声を活かす“ESG視点でのよきモノづくり”、
“生活情報の発信”で、笑顔あふれる未来に貢献します

生活者と花王のダイレクトな接点、対話を通じて、社会に貢献します



生活者コミュニケーションセンターでは、相談にいたった背景や生活者の意識や実態を知り、生活者の視点をもてるよう、メンバー全員が直接相談対応を行っています。

感動体験の相談対応

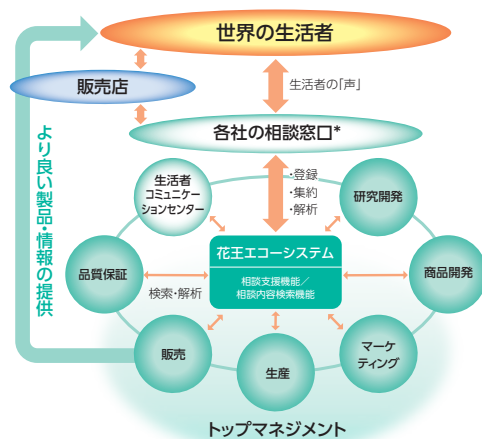
生活者の気持ちに寄り添い、真摯に受け止めるとともに、期待を上回る答えを提供し、ご相談の体験が感動体験にかわるように心がけています。

社内への還元／発展

いただいた貴重なお声は、社内に届け、全社員に生活者の想いを共有します。さらに、お声をもとにした提案でESG視点でのよきモノづくりにつなげていきます。

生活情報の発信

お問合せの多いご相談については製品Q&Aをホームページに公開したり、生活講座を開催する等、生活者を起点とした役に立つ情報発信に努めています。



生活者の声を“ESG視点でのよきモノづくり”に活かすしくみと花王エコシステム

生活者から寄せられた様々な声は、花王エコシステムの中に集約されます。

生活者の声を全社で確認や検索することを可能にし、花王グループの“ESG視点でのよきモノづくり”を支えています。

多様なコミュニケーションチャンネルで展開しています

花王 消費者相談室に寄せられる相談は、電話、メール、販売店経由やLINEが主なチャンネルです。また、製品Q&AサイトやAIチャットボットで、365日24時間「お困りごと」が自己解決できるように対応しています。

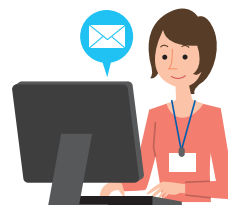
● 電話相談

相談の約8割と最も多いチャンネルです。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ヶ国語の相談にも対応しています。



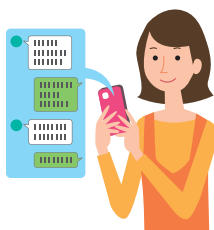
● メール相談

時間に関係なく利用いただけるチャンネルで、全相談の約1割を占めます。気軽な問合せから熱心なご意見まで様々な内容をいただきます。



● LINE相談

2023年10月、WebチャットからLINEへ変更。相談者の年代では、30代以下が4割を占め、迅速に回答を求める若年層の方に活用いただいています。



● チャットボット

公式Web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、家庭用品に関する相談にAIで対応しています。



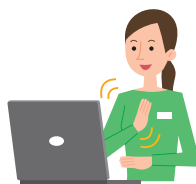
● 手紙での相談

ご意見や好評の声など、手紙での相談も寄せられます。



● 手話相談

聴覚障がいなどがあるお客さまにご不便をおかけしないよう、相談できる窓口を案内しています。



● 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る相談には、販売現場と密接に連携し、迅速に対応しています。



● 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、2023年は約200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9,100件)への2023年1年間の閲覧数は約420万でした。2023年は、昨年に引き続きマスクをすることで崩れてしまう前髪の悩みや、行動制限が解除された影響か、ヘアカラーに関する回答が多く閲覧されました。

2023年閲覧数ベスト3

- 1位 朝起きると前髪がベタベタで割れている、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は何ヶ月で伸びるか
- 3位 もちもちマスコットを洗濯したい場合はどうすればいいか



2023年の相談件数は、約17万8千件(前年比103%)

人流回復により活動が活発化したこともあり、相談件数は微増

2023年の相談件数は前年比103%と微増。2013年をピークとしたダウントレンドが収まり、ここ数年件数は18万件前後で推移しています。

● 相談内容

5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行しました。マスクをはずす場面や外出する機会が増えたことを受け、男性用も含め、日やけ止めや制汗剤、リップケア製品等への相談を多くいただきました。

なお、コロナ禍に買い置きした消毒液の「使用期限」などの相談も増えました。

また、2022年に廃止した洗たく用のり剤の他、ロングセラーブランドの男性化粧品が製造終了となり、長年の愛用者から惜しむ声が多数寄せられました。

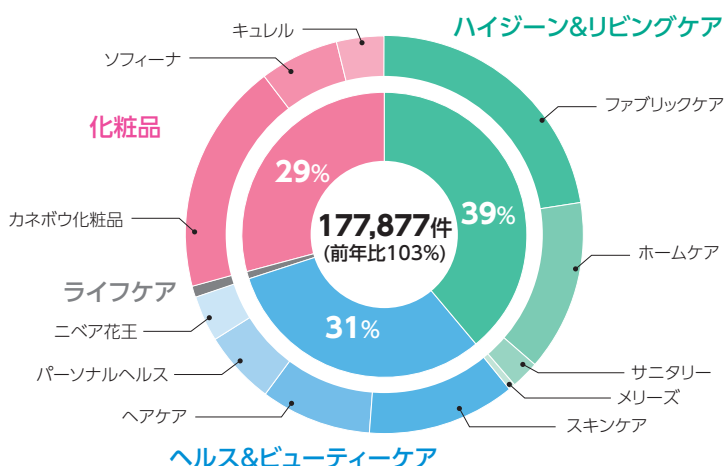
● 相談者の年代

年代別構成比は、前年同様60代以上の方からの相談が全体の半数を占めています。

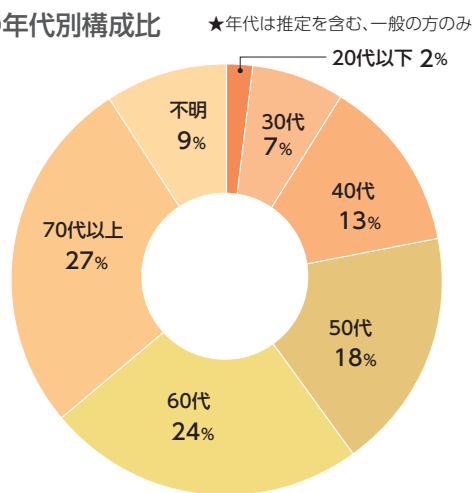
● 相談方法

電話による相談比率・件数はここ数年ほとんど変化していません。10月からサイト上での有人チャットをLINEに変更したことでチャット件数は増加傾向にあり、気軽に問合せができるようになったものと思われます。特に、サニタリー分野等のパーソナルな相談は、メールやチャットでの相談比率が他の製品より高い傾向が見られます。

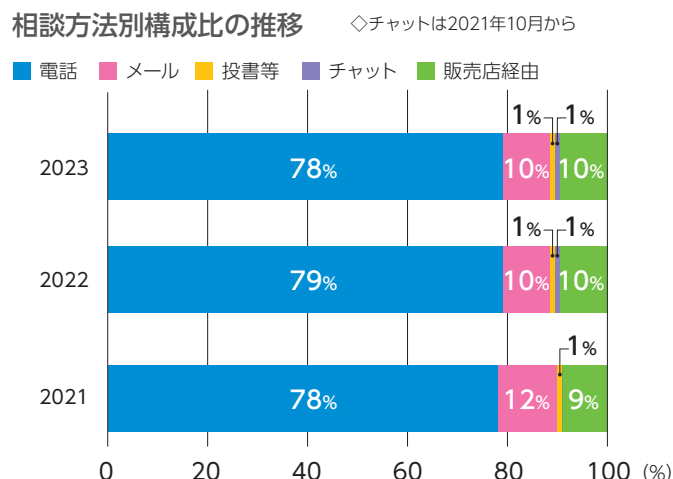
相談件数の事業別構成比



相談者の年代別構成比



相談方法別構成比の推移



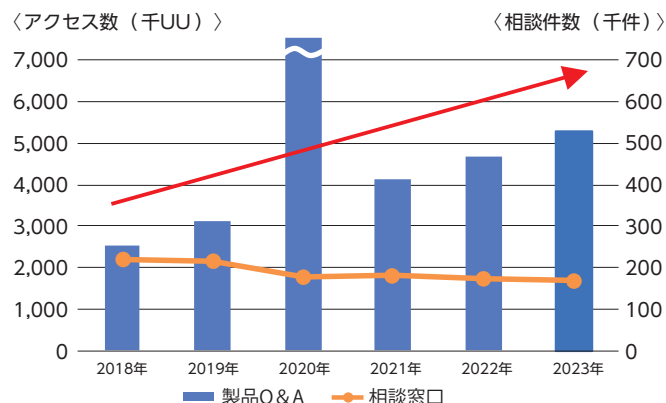
製品Q&Aサイトへのアクセスは、524万UU*(前年比114%)

企業にコンタクトしない生活者へのアプローチを広げる取り組み

● 製品Q&A

新たなQ&Aを追加し、現在2,000個以上のQ&Aを公開しています。

アクセス数は524万UU*／年で前年比114%となりました。新製品・改良品の発売と同時に、想定されるQ&Aを公開することで、相談窓口にお問い合わせない生活者の自己解決に寄与しています。また、新たなコンテンツとして、環境への取り組みなど、企業活動に関するQ&Aも公開しました。



★2020年は新型コロナウイルス感染症対策関連Q&Aの閲覧が増加
*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

● 迅速に適切な回答に導くAIチャットボット

AIチャットボットでは、製品に対する疑問やトラブル、応急処置について、迅速に適切な回答へ導くことができます。

さらに、製品Q&Aサイトには掲載しきれない質問もあらかじめAIに搭載し、自己解決ができるように努めています。

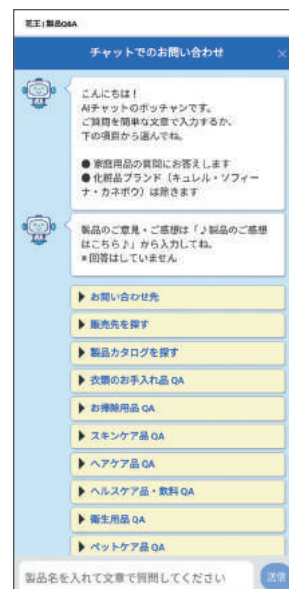
2023年には、製品Q&Aサイトの各ページに搭載することで利用者が増加し、活用場を広げることができました。

● 意見やアイデアを投稿できるフォームを設置

若い世代は、電話やメール等での双方向のコミュニケーションを負担と感じ、企業へのコンタクトを行わなくなってきています。

そのため、若い世代を中心にちょっとした意見やアイデアについて、名前を明かさず気軽に投稿できるフォームをLINEやAIチャットボットに用意しています。

10～40代の女性を中心に、愛用者だからこそのご意見として、「花王に直接伝えたい」「ここをなんとかしてほしい」「こんなデザインや機能があれば嬉しい」といった声が多く寄せられています。



持続可能な社会の実現のために

花王の製品を手にとっていただいた生活者の方々と共に、社会課題の解決に努めていきます。

- 生活者に楽しく、快適にサステナブルな暮らしが送れるような提案をします。
- 意識的に環境に配慮した製品やサービスを選択していただけるよう取り組みます。



知る

計量いらず、スティックをポンと入れるだけ アタックZEROパーフェクトスティック

2023年8月、つまんでポンと洗濯機に入れるだけでお洗濯ができるスティック型洗剤を発売。「液体洗剤は重くて大変だが、これは軽くて持ち運びもラク」「スティックは計量しなくていいから簡単だし、つめかえいらずでとても良い」と好評のお声をいただいています。なお、ブランドサイトには安全にお使いいただくための特設ページを開設し、誤食防止の啓発を行っています。

パーフェクトスティックの正しい使い方 製品を安全にお使いいただくために



詳しくはこちら⇒ www.kao.co.jp/attack/products/perfectstick/notice/



選ぶ

バス・トイレ用洗剤の買い間違い防止へ マジックリン識別性向上への取り組み

バスマジックリンとトイレマジックリンで「パッケージが似ていたのでトイレ用と間違えてバス用洗剤を購入した」等、指摘のお声が多かったことから、バス・トイレ共通でデザインを再検討。2023年にカテゴリー名称を大きく表記、つめかえ用にバス・トイレのイラストを追加。指摘は大幅に減少しました。

バス用

トイレ用



改良前



改良後



改良前



改良後



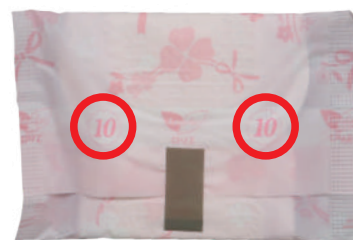
選ぶ

さりげない工夫と配慮で使いやすく ロリエさらピュア吸水 個装に吸収量を表示

吸水ケア品について「使う時間や場所によって使い分けて併用するので個装に吸収量を表示してほしい」とのお声をいただいていた。使っていることに抵抗のある方にも配慮し、2023年4月から個装には吸収量の数字のみ記載し一目でわかりやすくしました。



吸収量の数字のみ記載しました



【個装 吸収量表記】



使う

最後まできれいに使いきれてうれしい

さらに進化した らくらくスイッチ

2016年から多くのアイテムで採用している詰めかえ用製品「ラクラクecoパック」につけて使う、らくらくスイッチは4種類。キャップの色の違いのほか、シャンプー用はスイッチ部分にきざみが、ボディウォッシュ用にはラインのしるしがあり、触っただけで、中身がわかるように工夫しています。

「子どもの力でも使用量の調節ができるので、自分で体を洗うようになりました」「けがで片手しか使えず不自由している中、これがあって助かった」等、うれしいお声が届いています。

ラクラク
ecoパック

ボディケア

専用ノズル らくらくスイッチ

軽い力でカンタン液量調節



きざみ

シャンプー



コンディショナー



ライン

ボディウォッシュ



使う

新しい日やけ止め習慣を創造

ビオレUV アクアリッチ アクアプロテクトミスト

持ち運びしやすいノンガスミストタイプの日やけ止めを2023年2月に発売しました。

「外出先でも使えるので、これまで諦めていた塗り直しができる。UV対策は万全にしたいので、ずっと使い続けたい」「こういう、髪にも使えるUVがほしかった！」等、好評のお声が寄せられています。



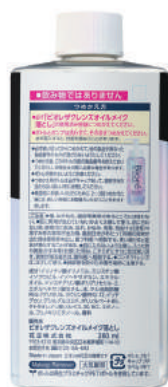


つめかえる

詰め替え時に容器を洗う？ 洗わない？

つめかえ用製品表示の見直し

「手持ちの容器に詰め替えていいかわからない」「まだきれいな容器を捨てるなんて、もったいない」というお客さまの声を受け止め、「容器を洗ってから詰め替える」「容器を洗わずに詰め替える」「同じ販売名のものを詰め替える」「継ぎ足さない」等、商品を安全に衛生的にお使いいただくために、つめかえ用製品それぞれに詰め替え時のルールをわかりやすく表示する取り組みを始めています。



つめかえ方

- 必ず「ビオレザクレンズオイルメイク落とし」の使用済み容器につめかえてください。
- ボトルとポンプは洗わずに、そのままつめかえてください。水が混入すると、性能を損なうことがあります。

つめかえ時のご注意

- 必ず「ビオレ」泡で出てくるボディウォッシュ（フレッシュローラルの香り）の使用済み容器につめかえてください。液体タイプや他の泡タイプハンドソープなどにはつめかえないでください。泡にならない・ポンプが押しにくくなります。
- 必ず使い切ってから全量つめかえてください。●つぎは、新しいでください。
- 他の製品や異なる製造番号のものが混ざらないようにしてください。



ごみに出す

プラスチック削減へ

KANEBO ブライトフューチャーボックス

持続可能な未来を意識した新たなモノづくりへの挑戦！すべてのパーツが「紙」でつくられた、モノマテリアル（単一素材）のアイシャドウを開発しました。

お客さまからは「紙パッケージで軽いし、エコで素敵」「パッケージや中のシートデザインも良く、使うたびにワクワクする」等、好評のお声をいただきました。



「もったいないを、ほっとけない。」

「もったいないを、ほっとけない。」を合言葉に、循環型社会に貢献するESG視点でのモノづくりに根ざしたイノベーションや企業姿勢を発信しています。

「もったいないを、ほっとけない。」特設サイト⇒<https://www.kao.com/jp/mottainai/>

エコと使いやすさを両立した新つめかえ容器

キュキュットつめかえ用で、プラスチック使用量を約40%*削減し、CO₂排出量を削減。環境に配慮した素材を使用し、詰め替えやすさと耐久性を保ちながらボトルの肉厚を薄くする新容器「ecoペコボトル」を開発しました。「やわらかくて、簡単につぶれて捨てるのが楽になった」等、使いやすさも好評を得ています。

*容器について従来品重量比



つめかえ用
700ml



つめかえ用
1250ml



お客さまの手間、配送量や梱包材等のゴミを減らす

生活環境の変化により、タイムパフォーマンスを高めたいとお考えになるお客さまが増え、弊社と商品返送等の手続きを含めた対応を固辞される方が2019年と比べ倍になりました。そのため、お客さまからご指摘いただいた商品の一部は、部品を送付する等、お引き取りを行わないといった対応の新しいルールにしました。

花王がずっと伝えたい 「清潔で美しくすこやかな習慣」のために

快適な暮らしを自分らしく送るために。
新型コロナウイルス感染症は5類感染症に移行しましたが、正しい
手洗いと手指消毒を暮らしの中に取り入れて、感染症対策を習慣
にしましょう。

効果的な「手洗い」と「手指消毒」の手順とポイントをとらえ、
細菌やウイルスをしっかりと洗い流しましょう。

手洗い

30秒ほどかけて、ていねいに

- 帰宅時、トイレの後、食事前だけでなく、こまめに洗いましょう。
- 石けんやハンドソープを使いましょう。
- 指先や爪の間、指の間、手首まで、洗い残しがないようにしましょう。
- 流水でよくすすぎ、清潔なタオルなどで拭いて、しっかりと乾かしましょう。

すみずみまで洗える「手洗い」の方法

6つのステップを30秒以上かけて洗いましょう。

手のひら



手を合わせこするよう

手の甲



手の甲をのばすようにこする

指と指の間



手を組むように洗う

指先と爪



手のひらをひっかくように

親指のつけ根



親指を握り、手のひらをねじる

手首



握るようにまわしながら

赤い部分が
洗い残しが起きやすい箇所



手の甲



手のひら

手指の消毒

外出先など、水がなくて手洗いでできない場合には
手指消毒剤を使用しましょう。

- 両手全体に行きわたる十分な量を使いましょう。
- 手指のすみずみまですりこむようにしましょう。



はじめに両手指先に、
消毒液をすりこむのがポイント！
あとは「手洗い」と同じく
すみずみまで

詳しくはこちら⇒ <https://my.kao-kirei.com/kurashi-labo/health-beauty/healthcare/041/>





漂白中のうっかり誤飲を防ぐために

ここ数年、家庭内での衛生意識もより高まり、食器や調理用具を漂白洗浄する頻度も増えてきました。そのため、食器や調理用具の漂白中に「誤って飲んでしまった」等のうっかり誤飲の相談が花王にも寄せられています。

● うっかり誤飲は、「漂白中」であることがわかりにくいことが原因

便利に使えるスプレータイプの漂白剤は、「洗い桶」の中でつけ置きすることなく、直接、食器や調理用具にスプレーして放置することができます。そのため、時間と共にスプレーした泡が消え、家族が漂白中であることを知らずに食器を使ってしまうたり、本人もつい忘れてすらすらに使うことがあります。

● 漂白中の食器や調理用具は、置き場所に気を付けて

このようなうっかり誤飲を防ぐために、台所での漂白中は、食器等の置き場に注意することが大切です。また漂白中であることがわかるようにメモを置く等し、長時間放置しないようにしましょう。



- ★漂白中はできるだけシンクの中に置く
- ★「漂白中」と書いたメモを置き、同居者も見えてわかるようにする



- ★キッチンカウンターの上、食品や飲料と同じ場所に置かない

万一、誤って口にしてしまった際には、下記の各ホームページで応急処置をご確認ください

製品の誤飲・誤食に関するQ&A

詳しくはこちら↓

www.kao.com/jp/qa/accidental-ingestion/



日本石鹼洗剤工業会 誤飲・誤用の応急処置

www.jsda.org/w/3goingoyou/list.html



アルミ缶破裂事故を受け全国清涼飲料連合会と協働し啓発

2023年5月8日、都内の駅構内でコーヒー缶が破裂し、けが人が出る事故が発生しました。この事故は、アルミ缶に入ったアルカリ性の洗剤が化学反応を起こし、密閉された缶内に溜まった水素ガスで破裂したものと考えられています。

花王はこの事故を受け、5月19日の全国清涼飲料連合会（全清飲）お客様コミュニケーション研究会にて、消費者啓発のためのQ&A新設を提言し、会員全社から賛同を得ました。

6月には花王製品Q&Aサイトに、金属容器や空き缶へのアルカリ性洗浄剤・塩素系漂白剤の詰め替えは不可であることを掲載、8月に全清飲HP「知る・学ぶ」にも同様のQ&Aが掲載され、洗剤および飲料業界双方での啓発に努めております。



コーヒー缶破裂／
券売機付近を調べる捜査員ら
【出典：時事通信】



全清飲HP

清涼飲料水Q&A【開栓後】

ホーム ▶ 知る・学ぶ ▶ 清涼飲料水Q&A ▶ 開栓後 ▶ Q&A

Q. 容器を2次利用しても大丈夫ですか？

A. 清涼飲料水の容器包装です。2次利用は想定しておりません。

- ・衛生面、安全面から水筒代わりの活用はしないでください。
- ・誤飲の危険性がありますので、薬品、農薬、洗剤などは絶対に入れないでください。
- ・ペットボトルに熱いものを入れると、容器が変形し、蓋が閉まりにくくなって漏れるなどの危険があります。
- ・キャップ付きアルミ缶に洗剤や塩素系漂白剤を入れて密閉すると、破裂する可能性があり危険です。絶対に入れないでください。

リンク先：<https://www.youtube.com/watch?v=QC93cd3Yo-k>
東京消防庁 アルカリ性洗剤をアルミニウム缶に投入し、水素を発生させる実験映像

全清飲 清涼飲料水Q&A

Q. 【使用可否】金属容器や空き缶に、アルカリ性の洗浄剤や塩素系漂白剤などをつめかえて使用してもいいの？

A. 本体と異なる製品に、つめかえてのご使用はお控えください。
容器は内容液や使用方法に合わせて作っています。空き缶などの金属容器にアルカリ性の洗浄剤や塩素系漂白剤を入れると、腐食して漏れたり、ガスが発生したりすることがあり、危険です。

お問い合わせ先（生活者コミュニケーションセンター）

花王の家庭用品、化粧品、企業情報に関するお問い合わせ先は、下記公式Webサイトからご確認ください。
www.kao.com/jp/support/

電話	 0120-165-690 ●受付時間 9:00～17:00（土曜・日曜・祝日を除く） ※製品ごとに、お問い合わせ電話番号は異なります。各番号は、製品や公式Webサイトに表示・掲載しています。
LINE	LINEで家庭用品（キュレル・ソフィーナ・カネボウ除く）の質問にお答えします。 スマートフォンやタブレットで二次元バーコードを読み取り、友だち追加してください。 
メール	 お問い合わせサイト内からアクセスしてください。 https://sampleform2.kao.com/n/form/qngb/pkzbKfu69Au7JH665JDLQ
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)
手紙	 〒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

※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.)

聴覚障がいなどがあるお客さまへ

手話または文字チャットで通話できる電話リレーサービスをご利用ください。

総務大臣指定 電話リレーサービス提供機関（一財）日本財団電話リレーサービス

Tel:03-6275-0912 FAX:03-6275-0913 手話・文字チャット <https://nftrs.or.jp/contact/>

公式Webサイト

花王	www.kao.com/jp/
家庭用品・化粧品 製品Q&A 	お客さまから多く寄せられるご質問への回答集です。 ブランド、カテゴリー、目的、誤飲などの応急処置からお探しいただけます。 www.kao.com/jp/qa/ 

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2024

発行月：2024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：野村由紀

