

花王株式会社における「暮らしの質」向上に関連する取組の概要

【花王と「暮らしの質」との関係】

- 企業理念で「消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“よきモノづくり”を行い、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（持続可能性）に貢献すること」を使命
 - ・「豊かな生活文化」の実現は「暮らしの質」の向上と関連
- 事業活動とともに、「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマに「環境」、「教育」、「コミュニティ」の3つの重点領域で社会貢献活動を推進
 - ・2010年より、社会の課題をビジネスの手法で解決しようとする社会起業家を支援

【生活者コミュニケーションセンター】

- 1934年の「家事科学研究所」設立以来、科学的かつ合理的な家事について、全国講習会での説明など消費者に対する直接対話を通じて、新しい生活文化を提案
- 2007年生活者コミュニケーションセンター設立
 - ・消費者を生活者にとらえ、消費者相談に加え、生活情報の発信や啓発活動、学校教育支援活動を実施
- 2013年の相談数は約18万6,000件 （参考資料 P1）
 - ・メールでも受け付けるが多くが電話相談（通常相談は平日9:00~17:00、緊急案件は365日、24時間体制）
 - ・フリーダイヤル化した影響もありこれまでは増えてきているが、相談者の年代構成が高齢化しており、昨年から減少
 - ・商品情報やQ&A、関連する生活情報、販売店情報などこれまでの相談情報をデータベース化し、できる限り直ちに対応。相談内容は関連部門にも即時公開
- WEBでの生活者情報の提供 （参考資料 P2,3）
 - ・特定の製品ブランドとは別に、家事やライフスタイルに関する情報を提供
 - ・例.「暮らしの研究」：ライフスタイルに関する調査レポートと有識者からのアドバイス情報などを提供
 - ・妊婦さんや産婦さんへの情報提供、質問対応のコーナーもある。（参考資料 P4）
 - * 身体に関する専門的な部分の記述、質問への対応は、専門家（医者等）に委託

【ピンクリボン運動への参画】

（参考資料 P5~8）

- 花王グループ合同の社会貢献活動。認定NPO法人乳房研究協会と協力して実施
 - ・期間（10月のピンクリボン月間~11月）に店頭キャンペーン活動を実施
 - ・店頭以外に、セミナー実施、アプリの提供等。
 - * 他の業界の企業と組んだ社会貢献活動例あり

[以上、3月17日に第2分科会事務局として聞き取りしたものを整理]

生活者コミュニケーションセンターとは

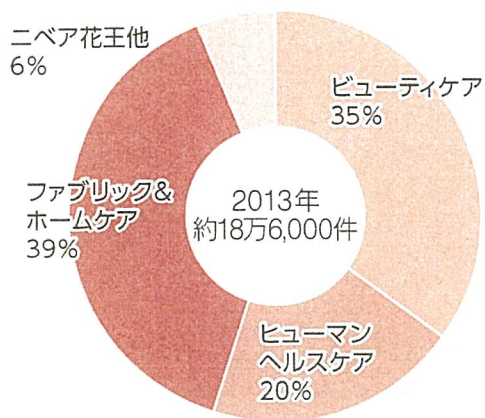
2013年は、約18万6,000件のご相談が寄せられました。

相談件数

2013年に電話やメールなどで花王およびニベア花王に寄せられた相談件数は、約18万6,000件(対前年106%)でした。

花王では初めてのコーヒー飲料である「ヘルシアコーヒー」や「ウルトラアタックNeo」等の新製品の相談が増加しました。また、カネボウ化粧品の一部美白化粧品自主回収に伴い、花王のスキンケア製品の成分や安全性に関する相談も増加しました。

消費者相談件数(花王+ニベア花王)



〈各事業ユニットの内訳〉

ビューティケア事業

- 化粧品
- スキンケア製品
- ヘアケア製品 等

ヒューマンヘルスケア事業

- 健康機能飲料
- サニタリー製品 等

ファブリック&ホームケア事業

- 衣料用洗剤
- 住居用洗剤 等

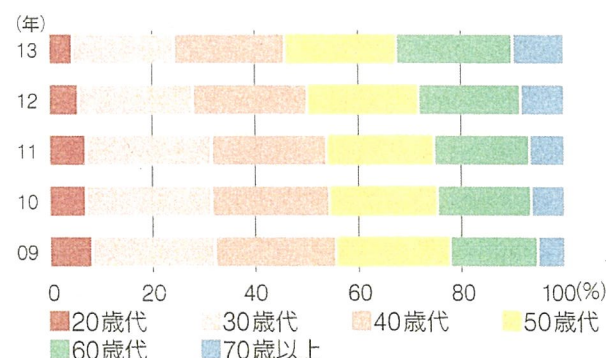
60歳以上の男性の相談が増加

超高齢社会を反映して、高齢者の方からの相談が増加しています。男女の構成比は男性2割、女性8割と過去4年間でほとんど変化はありませんが、高齢になるほど、男性の割合が増加していることもわかりました。

花王では、電話対応だけでなく、目で見て確認できるよう情報シートやサンプルを送付したり、ホームページでゆっくり製品情報を確認していただけるよう情報整備を行なっています。

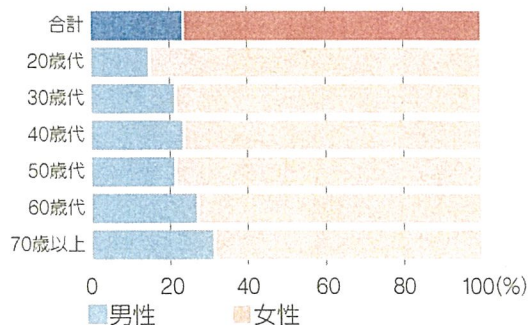
また、ユニバーサルデザイン視点を取り入れ、より多くの方に理解していただけるような商品表示に取り組んでいます。

相談者年代構成比率



2013年 年代別性別構成比率

※年齢は推定を含む



女性の暮らしの向上の一助となる花王のweb情報発信

2015/03/17



日本花王トップ

<http://www.kao.com/jp/>

メリーズ

<http://www.kao.co.jp/merries/>



赤ちゃんともママのための情報

<http://www.kao.co.jp/merries/babycare/index.html>

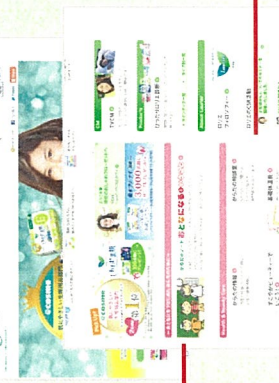
ゴーゴー ピカ★ピカ ママ

<http://www.kao.co.jp/pika/mama/>



ロリエ

<http://www.kao.co.jp/laurier/>



おとなになるということ

<http://www.kao.co.jp/laurier/karada/index.html>

からだの情報/相談室など
(ロリエサイト配下)

<http://www.kao.co.jp/laurier/health/list.html>



吸水セーフティ

<http://www.kao.co.jp/safety/>



花王くらしの研究 (生活者研究センター)

<http://www.kao.co.jp/lifei/>



マイカジスタイル

(F&HC事業ユニット)

<http://mykaji.kao.com/>



くらしの現場レポート

生活者の意識と行動を「生活現場」から調査したレポート

2014年4月 頑張りすぎてヘトヘト？
「お疲れアラサー女子」のライフスタイル考



- 5月 「20代男性のスキンケア」その意識と実態
- 6月 「取扱い絵表示」の利用と洗濯の実態
- 7月 消費税8%増税前後の「購買行動」とその「おもい」
- 9月 20代「こだわり美容男子」の意識と実態
- 10月 生活者の「エコ意識」と「行動」
- 11月 若年主婦の大掃除への「おもい」と実態
- 12月 幼児の手洗い習慣、母親の「おもい」と行動
- 1月 20代ひとり暮らし女性の洗濯
- 2月 誰にでも起こりうる「女性の軽失禁」の実態と「おもい」
- 3月 若年ファミリーの洗濯分担の実態と「おもい」

達人コラム

「くらしの現場レポート」を共有した専門家からのコラム

2014年4月 頑張りすぎる若い女性たちへ
大丈夫！あなたは美しい ～医学博士鈴木眞理先生～



- 5月 男性究家 藤村 岳さん
- 6月 洗濯アドバイザー 中村 祐一さん
- 7月 消費生活アドバイザー 和田 由貴さん
- 9月 男性美容研究家 藤村 岳さん
- 10月 環境カウンセラー 和田 由貴さん
- 11月 生活・料理研究家 門倉 多仁亜さん
- 12月 臨床発達心理士 山口 創先生
- 1月 洗濯アドバイザー 中村 祐一さん
- 2月 コンチネンスアドバイザー 西村 かおるさん
- 3月 (株)ワーク・ライフバランス社長 小室 淑江さん

応援！くらしのキレイ

生活・美・健康のためのお役立ち情報





メリーズのご紹介

プレゼント

赤ちゃん
ママのための情報

うさちゃん's ROOM

ピカ★ママ
コミュニティ

TOP おしっこうんち おむつかぶれ トイレ・トレーニング おねしょ対策 相談室 離乳食 月齢別おすすめ

赤ちゃん&MAMAのための情報

赤ちゃんのおしっこうんち▶

- 月齢別おしっこうんち
- 母乳・ミルク・混合うんちの違い
- 赤ちゃんの「下痢」&「便秘」
- おむつでわかる赤ちゃんの病気



おむつかぶれ▶

- おむつかぶれの基礎知識
- おむつかぶれを防ぐデイリーケア
- かぶれたときの対処法



トイレ・トレーニング▶

- 基本編
- 実践編
- よくあるご質問



おねしょ対策▶

- おねしょの基礎知識
- おねしょを卒業するポイント
- よくあるご質問



赤ちゃん相談室▶

- 新生児の育児
- 母乳育児の不安
- 夜泣きについて
- おむつかぶれ
- 赤ちゃんの便秘
- 赤ちゃんの下痢
- おしっこの気がかり
- うんちの気がかり
- 性器の心配・気がかり
- おしりまわりの心配
- トイレ・トレーニング

小児科医がママの悩みや疑問にお答えしています



- おねしょ
- 産後のママのからだについて
- 発熱のケア
- 冬のかぜ、インフルエンザ対策
- 市販薬の使い方
- お薬の上手な飲ませ方・使い方
- 医師との上手なお付き合いの仕方
- 健診の気がかり
- 発達の心配
- 生活リズムのつけかた
- 気になる子どものくせ



離乳食クッキング▶

- ストック素材で簡単離乳食
- 苦手料理の克服法
- 簡単スピード離乳食
- 具合が悪いときの離乳食



月齢別おすすめ情報▶

月齢に合わせたおしっこやうんちの情報、よくある質問をご紹介します。お子さまの成長に合わせて、ご活用ください。

花王グループピンクリボンキャンペーン

- ◆ 内容
 - 乳がん早期発見、女性の健康のための啓発活動
- ◆ 目的・意義
 - 花王グループ合同の社会貢献活動
 - 乳がんのみならず女性の健康を応援する活動
 - 継続することでの活動の認知
 - 『店頭』という花王グループの持つ強みを活用し、早期発見の大切さを伝える
 - 社員（本人、家族）にも還元できる
- ◆ 協力・資料提供
 - 認定NPO法人 乳房健康研究会
 - 2000年、乳がんによる死亡率低下を願う4人のドクターによって発足した日本初の乳がん啓発団体



2014年化粧品店頭キャンペーン概要

◆ 期間： 2014年10月1日（水）～11月30日（日）

※10月ピンクリボン月間

◆ 内容：

- ソフィーナ・エストBA、KCのBCがピンクリボンバッチ着用
- ソフィーナ・エスト、KCのコーナーにご来店いただいたお客様へ「セルフチェックシート」を配布
- 店頭コーナーにリーフレットスタンドを設置

◆ 実施店舗： BA、BCが入店する店舗

◆ 資料提供・協力： 認定NPO法人乳房健康研究会

※中国、香港、台湾（ソフィーナ）、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、フィリピン（カネボウ）でも展開

乳がん検診受診率50%を目標に



PINK RIBBON
ピンクリボン
CHECK!





2014年化粧品店頭以外の活動（社会・店頭・お客様）

◆ 商品を通じた取り組み

カネボウ化粧品 インプレス IC リバイタライジング ソフニングオイルによるセルフチェックのご紹介と、ご購入1個につき100円を認定NPO法人乳房健康研究会に寄付



◆ ピンクリボンアプリ

iPhone向け無料アプリ「笑顔つながる「ピンクリボンアプリ」」を公開

- 最大4名までのユーザー登録が可能
- セルフチェックや検診受診予定を促すアラート表示
- セルフチェックのやり方のご紹介、医療機関の情報へのリンクあり

セルフチェック実施回数に応じて乳房健康研究会に寄付（期間限定）



2014年化粧品店頭以外の活動（社内）

◆ 早期発見の大切さを伝える活動

ご家族・ご友人などに乳がんの早期発見の大切さをお伝えいただける社員“ピンクリボン・アンバサダー”を募集。

花王グループオリジナルピンクリボンバッジとリーフレットを提供。

受診理由の第一位は、「乳がん発見のために大切だと聞いた」こと。

逆に、検診に行かない理由は、「機会がない」、「症状がなく心配ない」、「家族に乳がんの人がいない」など。⇒ 口コミは大きな力を発揮！



◆ ピンクリボンセミナー

専門医、がん経験者の講演と、産業医による花王グループの現状の紹介

【日時】10月10日（金） 15：00～17：00

【場所】D棟1 2階ホールA B

【内容】乳がんの早期発見の大切さについて（福田護医師）

仕事と治療の両立、職場での支え（栗橋登志さん）

花王グループの現状（花王グループ産業医 森先生）