「花王統合レポート2017」を発行

花王

花王は、「花王統合レポート２０１７」を発行し、ウェブサイトにて公開した。

花王グループは、２０１７年度より「自ら変わり、そして変化を先導する企業へ」をスローガンに掲げた4カ年の中期経営計画「K20」（目標＝売上高2・5兆円、営業利益率17％、ROE20％）をスタートさせ、持続的な「利益ある成長」と、事業活動を通じた社会的課題の解決や社会貢献活動による「社会のサステナビリティへの貢献」を両立させることで、「グローバルで存在感のある会社」となることを目指しているが、今回、新たな中期経営計画のスタートを機に、財務情報と非財務情報を統合した冊子「花王統合レポート２０１７」を発行するに至った。

「花王統合レポート２０１７」では、持続的な「利益ある成長」に向けた事業戦略と、それを支える基盤、「社会のサステナビリティへの貢献」に向けた活動を関連づけて簡潔に報告することで、株主・投資家をはじめとするステークホルダーに、花王の企業価値や中長期的な成長性をわかりやすく開示している。

レポート内のインタビューにおいて澤田道隆社長は、「こだわり」「総合力」「変化に対する『自己変革力』」の3点が花王の強みであり、成長を支えてきた源泉であると総括。今後に向けては、花王らしさを端的に表す言葉「きれい（KIREI）」を用いて、持続的成長の一番の源泉である「特長ある企業イメージを醸成する」とともに、やや立ち遅れていた「化粧品事業」（K20目標＝売上高3000億円、営業利益率10％以上、施策＝ブランディングや差別化など）、「食品事業」（施策＝メタボケアやロコモ対応など）、「海外事業」（施策＝中国、インドネシアを核にしたアジアでの事業拡大、欧米での利益率引き上げ、新規国への積極展開などの売上・収益性を向上させることにより、「利益ある成長」を継続し、財務的価値を一段と高める方針を改めて示した。

暑さ対策日本一の熊谷市でプロジェクト始動

花王 バブ

花王の薬用入浴剤「バブ」は、埼玉県熊谷市と6月30日より「きもちいいぞ！熊谷プロジェクト」をスタートする。

同プロジェクトは、暑さ対策日本一を謳う埼玉県熊谷市と、「おうちで炭酸バブプールつくっちゃお！」というキャッチフレーズのもと、汗ばむ季節のだるい疲れにクールダウン浴を提案している炭酸入浴剤「バブ」が手を組んで行うもの。

熊谷市民に対し、だるい疲れを感じやすい暑い夏を気持ち良く過ごしてもらうことを目指すプロジェクトで、暑さ対策の情報発信と「バブクール」「バブ メディケイティッド冷涼クール」を活用した夏場のおすすめ入浴法「クールダウン浴」を紹介していく。

6月30日に熊谷駅正面口で行われる「きもちいいぞ！熊谷プロジェクト」発足式を皮切りにプロジェクトを始動する。

熊谷市役所内（1階ホール（南）まちなかオアシス隣）に2週間限定で暑さ対策専門の課「きもちいいぞ！熊谷課」（発足式終了後～7月14日）を創設し、「暑さ対策の情報提供」や「市報にて配布した『バブ クールルダウン浴』引換券』の交換など、市民へ暑さ対策の情報や熱中症の啓発活動を実施する。

また、熊谷市で行われる様々な夏のイベント会場で、暑さ対策情報や「クールダウン浴」を啓発していく。合わせて「バブ クール」や「バブ メディケイティッド冷涼クール」を配布する。

私の H＆B 日記

「母の日」遅れてごめん

その日、私は忘れていた。「母の日」のことを。忘れたまま1日外出し、帰宅して一息ついてテレビを見ていた夜10時、「母の日」に関するニュースが流れ、母親の目の前ではたと思い出した。平謝りするほかなかった。

翌日、仕事の合間を縫って百貨店に向かった。「母の日」を忘れると言っていた今話題の抗シワ用美容液を贈ることに決めた。しかし、いざ化粧品売場に来てみると気になる商品が揃っているので目移りしてしまい、当日ギフトコーナー」があるという情報を入づてで聞いた。実際に検索してみると、かなりの件数がヒットした。しっかり需要があるらしい。

「母の日」が終わった百貨店には、当然「母の日特別ギフトコーナー」などあるわけなく、プレゼントセンスのない私にとっては右往左往することになった。

迷うこと10分、自分は化粧品に関しては情報量が豊富だったことを思い出し、母も気になると言っていた今話題の抗シワ用美容液を贈ることに決めた。しかし、いざ化粧品売場に来てみると気になる商品が揃っているので目移りしてしまい、当かいますよ」とのこと。親不孝者が私のほかにもいるらしい。少しホッとした。

こうした状況を受けてなのか、大手通販サイトの楽天市場では、「遅れてごめんね母の日ギフトコーナー」が初の予定とは違うブランドにたどり着いてしまった。

「母の日」を忘れたために、1日遅れでプレゼントを買いにきた旨を美容部員さんに説明すると、「毎年何人かあるとのこと。

こうした状況を受けてなのか、大手通販サイトの楽天市場では、「遅れてごめんね母の日ギフトコーナー」が初の予定とは違うブランドにたどり着いてしまった。

「母の日」を忘れたために、1日遅れでプレゼントを買いにきた旨を美容部員さんに説明すると、「毎年何人

た後も、「母の日」に関連したキャンペーンアイデアが生まれる企画力の高さと商売に対する情熱に感心しつつ、記念日商戦で用意する商品の在庫管理の大変さを、このキャンペーンを通じて知ってしまい、複雑な気分になった。

来月は「父の日」がある。次回は忘れないよう、しっかりとカレンダーに赤丸を描きこんで、「遅れてごめんね父の日ギフトコーナー」を、できる限り利用しないようにしたい。（中）

神奈川県と未病対策推進に関する連携協定を締結

サンスター

サンスターは4月27日、神奈川県と未病対策推進に関する連携協定を締結した。

同協定は、未病対策を推進することにより、県民の健康寿命の延伸を図り、誰もがいきいきと暮らせる社会の実現に資することを目的としている。

具体的な取り組みは、「歯及び口腔を中心とした未病改善の正しい知識の普及啓発」「児童・生徒のむし歯予防など、子どもの未病対策の推進」「オーラルケアを通じた、未病女子対策の推進」「糖尿病と歯周病の関連など、生活習慣病の未病対策の推進」「オーラルフレイル概念の普及など、高齢者のフレイルの未病対策の推進」などの6項目で、親子向けイベントや県が大学等と連携して行うセミナーへの協力、災害時のオーラルケアに関する普及啓発などを行っていく。

期間は2018年3月31日までで、両者から協定終了の申し出がない場合はさらに1年間延長するという。

（左から）サンスター池元淳東日本支社支社長、濱田和生取締役会長、黒岩祐治神奈川県知事