

FANCL Network News

2014-1

株式会社ファンケル

横浜市中区山下町 89-1 〒231-8528

TEL : 045-226-1230

FAX: 045-226-1202

2014年5月12日

『ファンケルネットワークニュース』は、ファンケルグループ内の旬な話題や“ちょっとした”話題をお届けするニュースレターです。



タッチマークシールを知っていますか？

世の中の“不”をなくすために、ファンケルがしていること、してきたこと。
今回のファンケルネットワークニュースでは、1998年から導入している“タッチマークシール”と「ハンディキャップと地域」をテーマにしたファンケルの社会貢献活動をご紹介します。

「タッチマークシール」2014年5月20日、16年ぶり改良

化粧品に乳液に美容液。毎日のお手入れ時、化粧台には似たような容器が何種類も並んでいます。あなたはどうのように区別をつけていますか？容器の色？形？それともラベルの文字？

でも、もし「見分ける」ということができないとしたら？例えば、コンタクトレンズを外していたら？年齢とともに急速に視力が落ちてきたとしたら？あるいは、何らかの理由で視覚に障がいがあったら？

こんな不便を解消するために、ファンケルではご希望のお客様に、「タッチマークシール」をご用意しています。タッチマークシールとは、製品の名称を黒く大きく書いたシールに、指先で触れて違いが分かるように凹凸のマークを付け、化粧品の区別をやすくするためのもの。1998年の導入以来、一貫して続けてきたサービスですが、今回このタッチマークシールをより見やすく、より区別をやすく改良を加え、2014年5月20日から提供を開始します。

【タイトル写真】

(中央)タッチマークシールが貼られた製品 右が現在のもので左が改良された新しいシール

(左)新シールの拡大写真

(右)製品およびパッケージにシールを貼り付ける工場での様子



「誰にでも使いやすいもの」を目指して

タッチマークシールの導入は1998年。当時の状況について、CSR推進事務局の蜷川絵美は次のように話しています。「まだユニバーサルデザインという考え方がそれほど広がっていなかった当時、化粧品部の企画部門が中心となって、当社理念である『不』の解消のもと、どなたにもご不便なくご利用いただきたいという考えからこのようなシールを考案しました」

当時、取り扱う化粧品の種類が多様化した上に、容器サイズが同じものが多かったため、視力の弱い方や視覚に障がいのある方でも、容器の区別をつけやすくする工夫はないかと調査・検討を始めました。

社会福祉法人日本点字図書館の協力で実施した調査の結果では、全盲で点字を認識できる人の割合は1割程度しかなかったことや、人生の途中で視力を失った人は触覚もそれほど敏感ではないため、複雑で細やかなものの識別は困難であるということが分かりました。こうした結果を踏まえ、点字の識別ができない人に配慮して、独自の凹凸マークを使用したタッチマークシールを開発しました。

開発時に心掛けたのは次のようなことです。

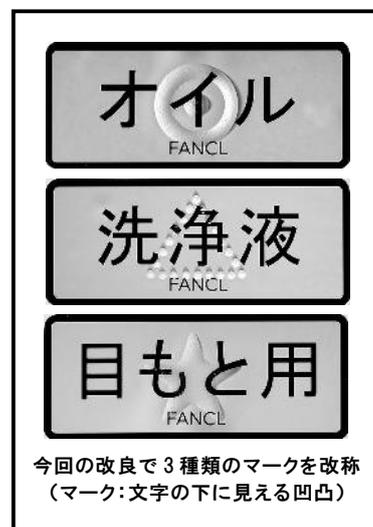
- ・ 同じ容器の製品の識別ができること
- ・ 単純なマークで分かりやすいこと
- ・ 触覚で識別しやすい凹凸がはっきりしていること
- ・ 弱視の方用に、大きな文字も用意すること
- ・ 製品名ではなく、アイテムの役割が分かる名称とすること

こうして出来上がったシールは、4種類。1998年6月から、ご注文をいただくと、工場でも容器と化粧箱にタッチマークシールを貼りつけ、使い方の音声ガイドと一緒にお客様にお送りするというサービスを開始しました。

改良チームには視覚障がいの従業員が参加

その後、製品のリニューアルなどに伴い、シールの内容や対象製品の変更を重ねながらサービスを続けてきましたが、2012年に実施したリブランディングで化粧品の容器が大幅に変更されたこともあり、使いやすさ・見やすさなどを全面的に見直し大幅な改良を加えました。今回の変更で特筆すべきは、1999年に設立されたグループ会社「株式会社ファンケルスマイル(以下、ファンケルスマイル)」に勤務する視覚に障がいのある3人の従業員が改良チームに参加し、具体的なアドバイスや改定案を出したことです。2010年からタッチマークシールは6種類に増えてきましたが、そのうち3種類についてマークを新しくし、さらにすべてのシールの文字を大きくし、貼ってある位置が分かりやすいようにシールに黒い縁取りを付けました。

また、視覚に障がいがある人のインターネット利用率が9割を超えているという時代背景を踏まえ、これまで電話注文や店頭での購入だけが対象だったものを、今回からインターネット通販でも注文できるようにしました。また、使い方の音声ガイドも、インターネットで聴けるようにしました。



自らの体験を生かして改良

タッチマークシールの改良チームに参加したファンケルスマイル従業員の1人である山本佳美は、「自分のハンディキャップが色々な方の役に立てるのがうれしい。私よりも見えない方で、化粧品が欲しくてもシールがなくて分からず使えないという方も中にはいるかもしれません。私たちがシールを改良して、お客様に満足していただけたらとても嬉しいし、このサービスが幅広く伝わることで、不便が解消されたらいいと思います」と話しています。

岩井志保もファンケルスマイルから参加した従業員の1人。「私も自社の化粧品を使っていますが、視力に問題があると、容器の開け方から難しく感じる方もいらっしゃると思うので、音声ガイドのサービスは非常に役に立つと思います」と話しています。

「ハンディキャップを持つ方にとって、思っていた以上に不便の多い社会なのだとこの活動を通じてわかりました。不便を満足に変えるために、私たちがができることはまだまだたくさんあります。活動の輪を広げ、どなた様にもご利用しやすいサービスを提供していくことが大事だと思っています。」(蜷川)

タッチマークシールの需要は年々増加し、昨年は1,000枚近くの受注がありました。さらに認知度を上げるために今後は、神奈川県内の盲学校などを訪問し、シールを贈呈したり、ご要望に応じて開催している「ファンケルセミナー」(4Pコラム参照)などの機会を利用してタッチマークシールを紹介していく予定です。既に、視覚障がいを持つお母さんたちを対象にしたメイク講習でも、タッチマークシールとその経緯についてご紹介することが決まっています。



タッチマークシールの改良チームに参加したファンケルスマイルの従業員
(左から岩井、北構健寿、山本)

特例子会社『ファンケルスマイル』の取り組み、農作業や本社出向も

山本や岩井らが所属するファンケルスマイルは、障がいを持つ方の社会での自立を支援したいという思いから1999年に設立された、特例子会社です。現在の従業員数は47名、ファンケル全体での障がい者雇用率は2.53%となっています(法定雇用率は2.0%)。主な業務は、ダイレクトメールの発送や、サプリメントの包装、化粧品サンプルの結束作業など、ファンケル本社やグループ会社から請け負うさまざまな作業が中心ですが、最近は業務領域を広げ、「スマイル菜園」での野菜の生産を開始しました。



ファンケルスマイルの作業風景

ファンケルスマイルの篠島修社長は「今取り組んでいる業務は、化粧品などの箱詰めや結束といった工程の一部という業務が多いため、最初から最後まで自分たちで汗を流して土をつかって種をまき、そして、収穫して自分たちで販売することで直接お客様から『ありがとう、おいしかった』という言葉が聞ける仕事、そういう喜びを従業員に提供したいという思いから始めました」と話しています。1年半ほど前から近くの農家の方に教えていただきながら、班に分かれて週に2回ほど菜園で作業し、大根、キャベツ、白菜、イチゴなど、季節ごとに3、4種類の作物を育て、ファンケルグループの従業員向けに販売したり、従業員食堂で使ったりしています。

今後のファンケルスマイルの展望として、「1人でも多く雇用を増やしたいと思っています。そして、もっとハンディキャップをもつ人が当たり前のようにファンケルグループ内で活躍している職場環境を作りたいです。そして、ファンケルスマイルの従業員が元気に働く姿を従業員の人たちに見てもらい、自身のやる気の向上やハンディキャップへの理解を深めてほしいし、社会に対しても職場環境のありかたを示していきたいと思っています」と話しています。



「スマイル菜園」での収穫を終えて

ファンケルならではの社会貢献活動

今回、タッチマークシールの改良を担当したCSR推進事務局では、「ハンディキャップと地域」を方針に掲げ、従業員参加型の様々な社会貢献活動を実施しています。

東日本大震災発生後の2011年5月から継続して実施している被災地支援活動では、これまでに被災各地の避難所や関東地方へ避難してきた被災者を対象に、ハンドマッサージや青汁提供、家屋の片付けなど合計で29か所・113回の活動を実施してきました。ボランティアとして参加した従業員は681名に上ります。中でも、ハンドマッサージやメイクサービス、青汁提供、栄養相談などは、ファンケルの事業内容と結びついた「美と健康の Save the 東北プロジェクト」独自の支援メニューです。震災から3年が経過しましたが、今後も被災地支援活動は継続して行っていく予定です。

また、2010年より全国で小中学生向けの野球教室「ファンケル キッズベースボールチャレンジ」を開催し、これまでに全国19会場、延べ7,091名が参加しました。会場では、使用済み野球用具を回収し、用具が不足しているアフリカなどに寄贈しており、回収した用具は17,000点を超えています。2014年度も6回の開催を予定しており、中には、被災地からの避難家族の子供や、目の不自由な子供たちのための野球教室も含まれています。



回収した野球用具は寄贈

蜷川は、「社会貢献活動は、従業員の理解や参加がないとできない活動です。当社の世の中の『不』を解消していくという企業理念により社内には社会貢献活動が浸透しやすい風土があると感じていますが、これからも多くの従業員が参加する社会に貢献できる仕組み作りを行っていきたいです」と語っています。

ファンケルはこれからも「不の解消」という企業理念を、製品やサービスだけではなく、社会貢献にも結び付け、活動の幅を広げていく予定です。



被災地支援活動の様子

数字で見る
FANCL

年間 **120** 回 ……2013年度の『ファンケルセミナー』開催回数

年間120回、日数に換算するとおよそ3日に1度。これは、昨年の「地域およびハンディキャップの方々との交流」をテーマに社会貢献活動の一環として随時開催している『ファンケルセミナー』の2013年度の開催回数です。『ファンケルセミナー』は、当社の地元である横浜にある重度の障がい者との交流から始まりました。毎年徐々に回数を増やしてきましたが、ここ数年開催回数が大きく伸び、2013年度は前年の86回を大幅に上回る120回もの実績を上げています。

特別支援学校や地域のデイケア施設、老人ホームなどでのメイクセミナーが40回、メイク&ハンドマッサージサービスが17回、同じく支援学校の男子生徒などを対象にネクタイの結び方や髪の整え方を講習する身だしなみセミナーが50回などで、2,705名(前年度1,883名)の方々に参加いただきました。セミナーの講師はファンケルの従業員。185名(前年度172名)が講師として参加しています。



本件に関する報道関係者様からのお問合せ先
株式会社ファンケル 社長室 IR・広報グループ
TEL:045-226-1230 FAX:045-226-1202