



川の水は、つめたくて気持ちいいよ~!!

ライオンCSR報告書  
2011



きれい! つめたい! 気持ちいい!

## 編集方針

当社は、CSR報告書を「CSRへの取り組みを開示し、ステークホルダーの声を取り入れながら、活動をさらに進めていくための重要なツール」と位置づけています。「ライオンCSR報告書2011」は、以下の編集方針に基づいて作成しています。

- 「ライオンCSR報告書2010」の「第三者レビュー」や「ステークホルダー・ダイアログ」でのご意見をふまえ、CSRコミュニケーションツールの役割を再確認しました。情報の網羅性、メッセージ性（ライオンならではのCSR）、視覚性（直感的なわかりやすさ）など、ステークホルダーの目的に応じてツールを選択していただけることを目指しています。
- CSR報告書では、情報の網羅性をホームページで補完した上で、ライオンのCSRの考え方や、事業を通じたCSRの取り組みを中心に、2010年の活動を報告しています。
- 2011年、当社は創業120年を迎えることから、「口腔衛生文化の担い手として」、「清潔衛生文化の担い手として」、これまでの事業を通じたCSRと今後の方向性を特集としてまとめました。

- 報告内容についての客観的な評価を示すため、社外の有識者から第三者レビューを受け掲載しています。
- 冊子制作にあたっては、できるだけ多くの人にわかりやすい情報発信を目指し、カラーユニバーサルデザイン認証を取得しました。

■環境省の「環境報告ガイドライン（2007年度版）」とグローバル・リポーティング・イニシアティブが作成した「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2006」を参考に編集・作成しています。

■報告書の全ページとバックナンバーをホームページで公開しています（GRIガイドライン対照表はホームページに掲載）。

**URL** <http://www.lion.co.jp/ja/csr/report/>


■環境活動に関しては、事業所近隣の方々や見学をされる方々に、事業所ごとの環境への取り組みをご紹介します「サイトレポート」を発行しています。また、海外工場の環境関連データについては、ホームページで開示しています。

**URL** <http://www.lion.co.jp/ja/csr/report/>

## CSRコミュニケーションツールのご紹介



### CSR報告書

当社のCSRとは何かをご理解いただき、また活動の全体像を把握していただくことを目的に、CSRの考え方や活動の概要、2010年の活動実績をおもに記述しています。なお、ホームページにさらに詳しい情報がある記事には  マークを付記しています。



### ホームページ (CSRサイト)

お客様から専門家まで、すべてのステークホルダーの皆様に必要な情報の適時適切な開示を目指しています。冊子より詳細なデータなどの情報とあわせて、より視覚的に編集したコンテンツもご用意しています。

**URL** <http://www.lion.co.jp/ja/csr/>

# CONTENTS

## 【対象組織】

当報告書の社会面に関しては、当社をおもな報告対象としています。環境データに関しては、ライオングループ全体を報告対象としています。

## ライオングループ

ライオン株式会社、ライオンケミカル株式会社、ライオンパッケージング株式会社、ライオンエンジニアリング株式会社、ライオン歯科材料株式会社、ライオン商事株式会社、ライオンハイジーン株式会社、ライオンビジネスサービス株式会社、ライオン・ワールド・マーケティング株式会社、ライオン流通サービス株式会社、ライオンコーディアルサポート株式会社、株式会社イシュー、一方社油脂工業株式会社、ライオン・アクソ株式会社

## 【対象期間】

2010年1月1日～2010年12月31日  
(ただし、活動内容は一部2011年の取り組みを含んでいます。)



## エコパンフレット

お客様をはじめとする、さまざまなステークホルダーの皆様に、当社の環境活動をわかりやすくお伝えすることを目的に、図・イラストを活用したコンパクトな冊子として制作しています。

会社概要	2
トップメッセージ	4

## ライオンのCSR 6

## ステークホルダー・ダイアログ 9

## 特集 10

特集1：口腔衛生文化の担い手として	10
特集2：清潔衛生文化の担い手として	14

## CSRマネジメント 18

コーポレート・ガバナンス／内部統制システムの整備／リスクマネジメント／情報セキュリティ対策／コンプライアンスの推進

## お客様とライオン 20

お客様満足の最大化を目指して／安全・安心への取り組み／お客様の声にお応えする取り組み

## 社員とライオン 24

人材活用に関する考え方／多様な人材の活用／ワーク・ライフ・バランスの推進／人材育成／社員の健康管理／安全防災への取り組み

## 株主・投資家とライオン 30

情報開示とコミュニケーション

## 取引先とライオン 32

持続可能な調達の実現／CSR視点での原材料調達先評価／生産委託先との公正な取引／同業他社との共同配送／卸・小売と連携した売場づくり

## 社会とライオン 34

ライオンの社会貢献活動／雨水利用の推進／ライオン山梨の森 5年のあゆみ／2010年の社会貢献活動／財団を通じた社会貢献活動／商品を通じた社会貢献

## 環境とライオン 38

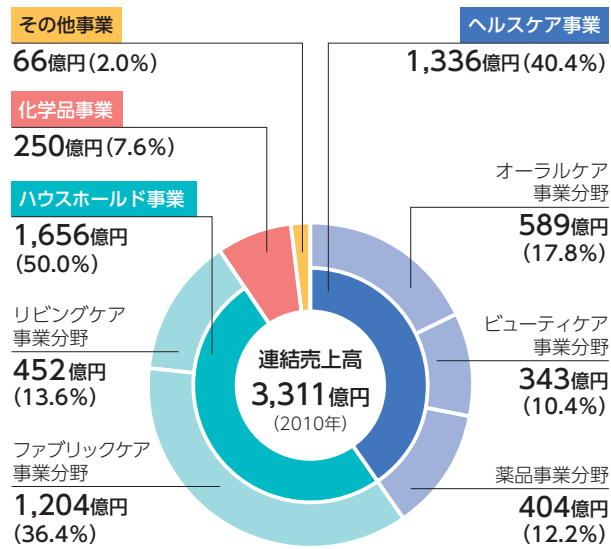
温暖化ガス排出量削減	44
資源の循環的・有効活用	45
商品を通じた環境配慮	46
化学物質の安全管理	50
社内の環境意識醸成と環境コミュニケーション	51
生物多様性への取り組み	52

第三者レビュー	54
編集後記	55

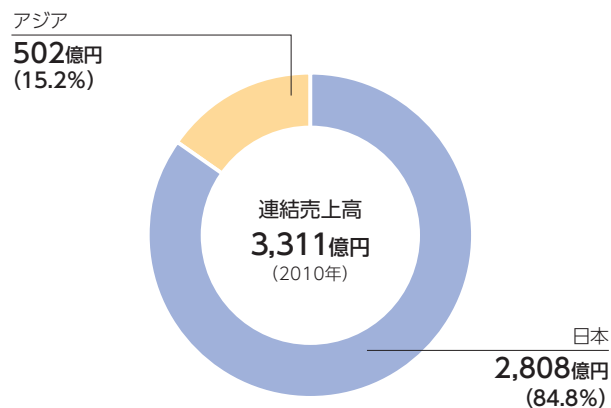
# 会社概要

商号 ライオン株式会社 (Lion Corporation)  
 本社所在地 〒130-8644 東京都墨田区本所一丁目3番7号  
 創業 1891年(明治24年)10月30日  
 資本金 344億3,372万円(2010年12月31日現在)  
 取締役社長 藤重 貞慶  
 従業員数 連結:5,972名  
 個別:2,456名(2010年12月31日現在)  
 売上高 連結:3,311億円  
 個別:2,557億円(2010年12月期)  
 工場 千葉工場(市原市)、小田原工場(小田原市)、  
 大阪工場(堺市)、明石工場(明石市)  
 研究所 平井(江戸川区)、本所(墨田区)、  
 小田原(小田原市)、福島(矢吹町)  
 オフィス 札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、福岡

## ●事業別売上高



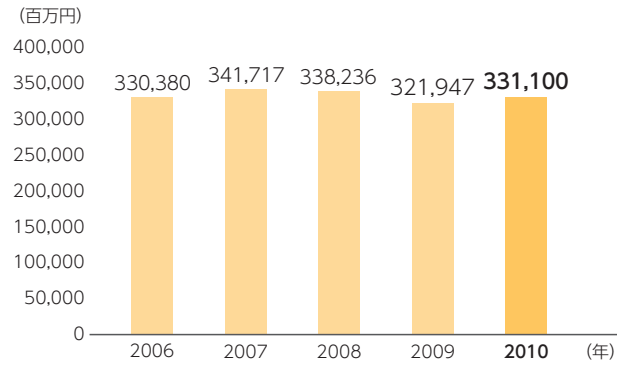
## ●所在地別売上高



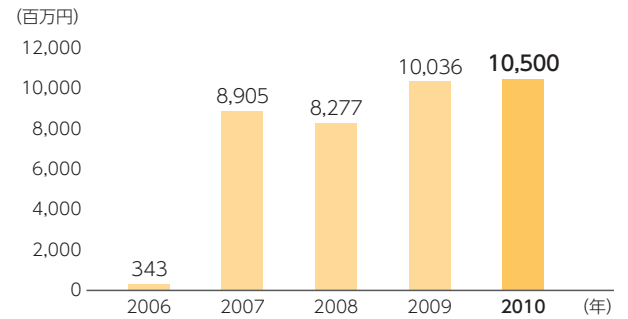
※ 国または地域の区分は地理的近接度によっています。  
 ※ 日本以外の区分に属するおもな国または地域  
 アジア……タイ、韓国、中国

## ●財務状況(連結)

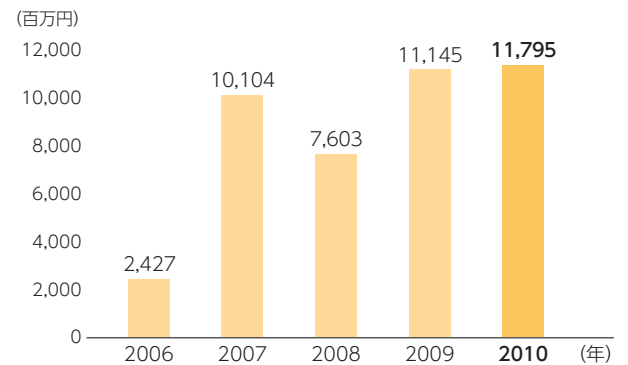
### 売上高



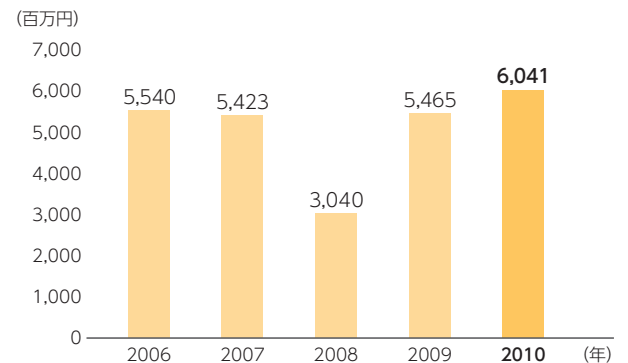
### 営業利益



### 経常利益



### 当期純利益



●おもな事業内容

<p style="writing-mode: vertical-rl;">オーラルケア</p>	<p>お客様の健康な毎日を支える一歩進んだオーラルケアを実現します。</p> <p>主要製品分野 ハミガキ・ハブラシ・デンタルリンス・デンタル用品など</p> 
<p style="writing-mode: vertical-rl;">ヘルスケア事業</p>	<p>ヘアケア&amp;スキンケアで、心身の健康と快適をお届けします。</p> <p>主要製品分野 シャンプー・リンス・ヘアメイクレイ・育毛剤・ハンドソープ・ボディソープ・男性化粧用品・制汗剤など</p> 
<p style="writing-mode: vertical-rl;">薬品</p>	<p>高まるセルフケアのニーズに豊富なブランドでお応えします。</p> <p>主要製品分野 解熱鎮痛薬・かぜ関連品・アイケア剤・歯槽膿漏薬・義歯用品・外用消炎剤・胃腸薬・外用剤・熱救急シート・ドリンク剤・殺虫剤・医療用医薬品など</p> 
<p style="writing-mode: vertical-rl;">ハウスホールド事業</p>	<p>いつも清潔な衣服を気持ちよく着ていただくために、安心して使える製品をお届けします。</p> <p>主要製品分野 衣料用洗剤・オシャレ着ケア・プレケア・漂白剤・柔軟仕上げ剤・アフターケアなど</p> 
<p style="writing-mode: vertical-rl;">リビングケア</p>	<p>お客様の清潔で快適な食・住生活に役立つ製品を提供します。</p> <p>主要製品分野 台所用洗剤・住居用洗剤・調理関連品など</p> 
<p style="writing-mode: vertical-rl;">特販事業</p>	<p>お客様のニーズにマッチしたさまざまなカスタマイズ製品を提供します。</p> <p>主要製品分野 ノベルティ商品・ギフト商品・通販商品など</p> 
<p style="writing-mode: vertical-rl;">化学品事業</p>	<p>界面科学技術を駆使した高機能製品で地球環境の清潔・健康・安全に役立ちます。</p> <p>主要製品分野 界面活性剤・脂肪酸窒素誘導体・グリセリン・脂肪酸メチルエステル・導電性カーボンなど</p>  <p>界面活性剤      精密部品洗浄剤とその洗浄物      導電性カーボンとその応用品</p>

# 人々の新しい「幸せ」のために ライオンのCSRを進めていきます

## 心豊かで安心して暮らせる社会の追求

3月11日の東日本大震災は、我々日本人がこれまでに経験したことのないほどの、大きな被害をもたらしました。ここに謹んで、震災でお亡くなりになられた方々のご冥福をお祈り申し上げます。また、被災をされたすべての皆様に、心からお見舞いを申し上げます。

当社におきましても、倉庫の荷崩れによる製品の破損、工場設備の一部損傷などの被害を受けました。ライ

オンの事業領域は、「トイレタリー」「OTC医薬品」「機能性食品」分野であり、多くの生活必需品を提供しています。商品の供給責任を果たすことがライオンの社会的使命でありますので、全力をあげて復旧に取り組み、4月末までに、商品供給体制はほぼ全面的に回復いたしました。加えて、衛生用品、ハミガキ、洗剤などの商品を含めて、被災地に対して総額1億円相当の義援金・支援物資を提供いたしました。今後も商品提供やボランティア活動への協力など、さらなる支援を継続してまいります。また、夏場の電力不足に対しましては、工場での自家発電稼働やオフィスの休日変更など、積極的に節電対策を実施いたします。

これから日本が取り組まなければならないことは、将来に目を向け、「災害に強く、かつ自然と共生可能な安心して暮らせる社会」の実現と考えます。コンセプトは、「復旧」ではなく「新しい街づくり」です。災害に強いとは、あらゆるリスクを想定し、そのリスクに対して入念な準備を行い、強固な体制とシステムを構築するということであり、自然と共生可能とは、「土」「水」「空気」をクリーンに保った上で成り立つ、安心・安全な循環型社会の実現を意味します。

ライオンは1891年に創業し、当社と関わりのあるすべての皆様に支えられ、本年創業120周年を迎えることができました。ライオンは創業以来、社是として「愛の精神の実践」との考え方のもと、社会への貢献を強く意識した経営に努めてまいりました。世の中の人々に対して、「お役に立ちたい」という強い思いを一貫して持ち続け、新しい生活の提案と革新的な情報発信を行ってきました。

ライオンは、今こそ将来の「安心して暮らせる社会」の実現に向けて、企業活動を根本から見直して「商品づくり」や「事業システム」を再構築し、これまで以上に世の中のお役に立つべく、貢献してまいります。



## ライオンのCSRとは？

～人間と地球の快適をサポート～

ライオンの役割は、心豊かで持続可能な循環型社会の実現に貢献するために、人間の快適と地球環境の快適をサポートすることです。現在、ライオンは、「健康」「快適」「環境」をキーワードに、「新・快適生活産業No.1企業を目指す」「環境対応先進企業を目指す」「企業文化の活性化を推進する」という3つのビジョンを掲げて事業を推進しています。

大震災後の社会において、人はこれまで以上に人生の「質」を重視し、身体の健康だけでなく、家族や社会とのきずなに支えられた心身の健康を、一時の快適だけではなく、環境と調和した将来につながる生活習慣を求めると考えます。

口腔衛生文化および清潔衛生文化の担い手として、これまで120年培ってきた蓄積に加えて、人々の意識・行動の変化を先取りし、新しい価値観に基づく生活提案をし続けることが、ライオンの持続的成長につながるものと確信しています。

### 環境対応先進企業を目指して

ライオンは、2010年から新たな環境目標を設定し、CO<sub>2</sub>排出量削減計画として1990年比で2012年に30%以上削減、2020年に40%以上削減を目指し、2010年も順調に目標を達成しました。パーム油から作る洗剤原料(MES)、ヤシ油から作る洗剤原料(MEE)の工業化に世界ではじめて成功するなど、植物原料の活用と世界への展開を進めています。「ライオン エコ基準」による商品開発を行い、ライオン製品を使うことで節水など毎日のくらしのなかで環境に貢献できることを目指しています。

また、水と関わりの深い事業を行っていることから、水資源保護活動に力を入れています。2011年は国際森林年ですが、ライオンは2006年から水源の保護として、山梨市で森林整備を継続しており、2010年からは生物多様性調査も開始しています。

### 多様な人材の活躍に向けて

将来の「安心して暮らせる社会」の実現に向けて、ライオンが役割を果たすためには、従業員一人ひとりが能力を発揮することが何よりも重要です。現在は「多様性の時代」といわれるように、ライオングループ全体を見渡した場合、そこで働く従業員の年齢、性別、国籍、就業形態などの構成も変わってきています。今後、ライオングループがいつその発展を遂げていくために、また人々のくらしに密接に関連した事業を営むライオンだからこそ、こうした多様な人材の誰もがいきいき働き、存分に活躍できる会社であることが必要です。多様な人材の個性を活かし、ライオンがますます活力あふれる会社として飛躍するために、「多様な人材の活躍推進」に本格的に取り組んでまいります。

## これからのCSR

ライオンは、国内はもとより、海外によりいっそう注力し、とりわけアジア地域において、特にオーラルケア事業、衣料用洗剤事業でNo.1を目指します。

2009年に国連グローバル・コンパクトへの支持を表明しましたが、継続的に支持するとともに、日本だけでなく、海外でのCSR強化にも取り組んでまいります。

今後も、CSRコミュニケーションを重視し、積極的な情報公開と、ステークホルダーとの対話を継続し、社会の要請に応えると同時に、ライオンも成長し続けていくことを目指してまいります。

代表取締役  
取締役社長

藤重貞慶

# 事業を通じて、健康・快適で 持続可能なくらしの実現に貢献します

## ライオンのCSRの考え方

当社のCSRの原点は、「人のため、世のために役立つ仕事」という創業の精神にあり、120周年を迎えた現在

も、社是として受け継がれています。一人ひとりが社是・企業行動憲章に基づき行動し、事業活動を通じて人々の健康・快適で持続可能なくらしに貢献することが、当社の社会的責任だと考えます。

## 社 是

わが社は、「愛の精神の実践」を経営の基本とし、  
人々の幸福と生活の向上に寄与する。

## 経営理念

- 1 われわれは、人の力、技術の力、マーケティングの力を結集して、日々の暮らしに役立つ優良製品を提供する。
- 2 われわれは、創業以来の伝統である「挑戦と創造の心」を大切にし、事業の永続的発展に努める。
- 3 われわれは、企業を支えるすべての人々に深く感謝し、誠意と相互の信頼をもって共栄をはかる。

ライオン企業行動憲章(抜粋)(2003年1月1日制定、2008年1月1日改訂)

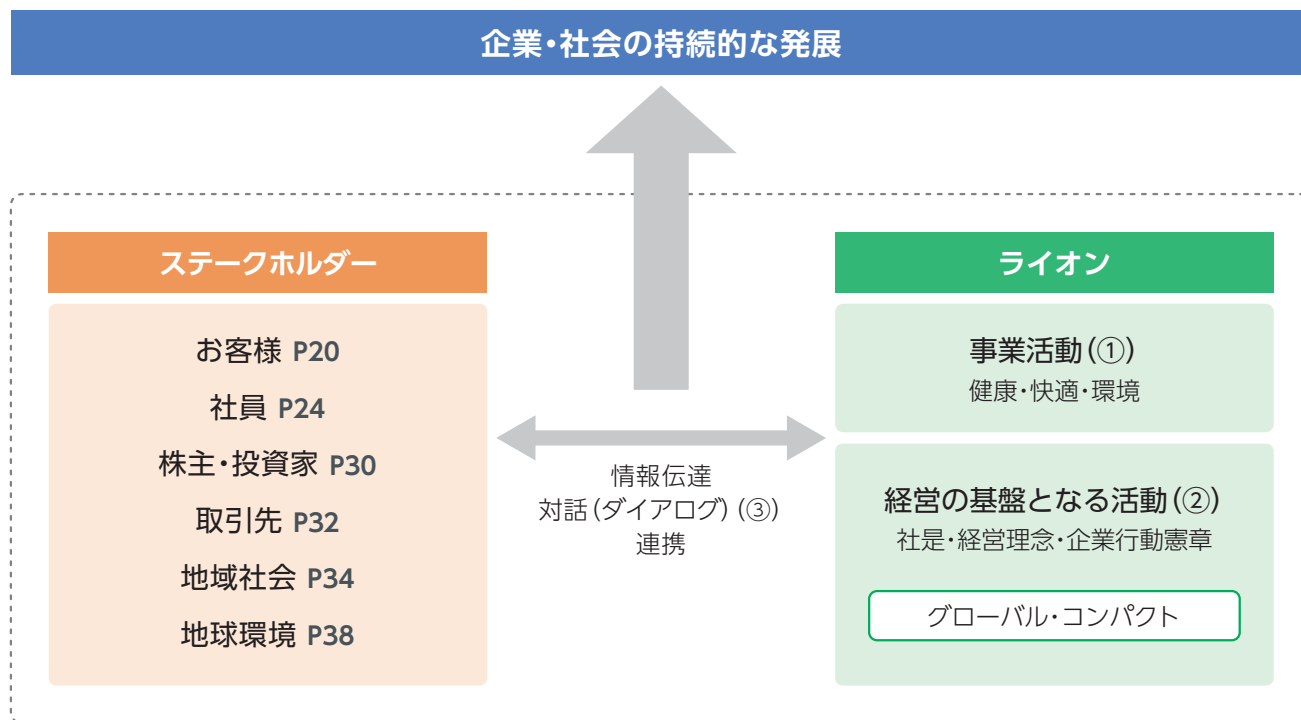
(前文)

私たちライオン・グループは、単に公正な競争を通じて利潤を追求するという経済的主体のみならず、広く社会にとって有用な存在であり続ける。次の10原則に基づき、国の内外を問わず、人権を尊重し、全ての法律、国際ルール及びその精神を遵守し、公共の福祉に反しないよう社会的良識をもって、持続可能な社会の創造に向けて自主的に行動する。

- |              |                 |
|--------------|-----------------|
| 1. 【基本的使命】   | 6. 【社会貢献】       |
| 2. 【社会規範の遵守】 | 7. 【反社会的勢力との対決】 |
| 3. 【情報開示】    | 8. 【海外での貢献】     |
| 4. 【環境対応】    | 9. 【企業倫理の徹底】    |
| 5. 【就業環境の整備】 | 10. 【問題解決】      |



●CSRの枠組み



**事業活動(①)**

事業活動を通じて、人々の健康・快適で持続可能なくらしの実現に貢献することがライオンのCSRの基本です。2011年、ライオンは創業120年を迎えましたが、これまで口腔衛生文化や清潔衛生文化の担い手として、歯みがき、衣類の洗濯、食器・野菜の洗浄などの習慣づくりを通じて、「健康」で「快適」なくらしの実現に取り組んできました。生活者のニーズが、モノの豊かさから心の豊かさへと変化している今、「健康」は身体だけでなく心を含むものへ、「快適」は五感で感じるものだけでなく、くらしや人生における前向きな気持ちにまで拡大しています。ライオンは、心身の健全さや社会・環境も含めた快適さのために、よい生活習慣を積み重ねていくことを提案していきます。本報告書では、創業120周年を機にこれまでの取り組みとこれからを「特集」としてまとめました(詳細はP10~17)。

**経営の基盤となる活動(②)**

ライオンのCSRIは、社是、経営理念、企業行動憲章の考えに基づいています。2009年からは、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組みである「国連グローバル・コンパクト」にも参加しました。参加を機に、社会に対して、これまで以上に責任あるリーダーシップを発揮できるよう、10原則の実現に向けて活動しています。また、社会から信頼される企業であるために、CSR経営の基盤となるコーポレート・ガバナンスおよびコンプライアンス体制の整備に取り組んでいます(詳細はP18)。

**ステークホルダーとの対話(③)**

「お客様」「社員」「株主・投資家」「取引先」「地域社会」「地球環境」をステークホルダーと考えています。ステークホルダーに情報を開示し、対話を行い、社会からの要請に応えることで、当社ならびに社会の持続可能な発展を目指します。

ステークホルダーとの対話は、当社の目指す方向と社会の要請を照らし合わせ、よき企業市民としてのバランス感覚を確認するための貴重な機会ととらえており、さまざまな形で意見交換を行っています。



工場見学(小田原工場)

●ステークホルダーとの対話開催実績2010(抜粋)

対象	内容	ページ
お客様	・ステークホルダー・ダイアログ	P9
社員	・労使協議会	—
株主・投資家	・定時株主総会後の役員との懇談 ・IRイベントへの出展	P30 P31
取引先	・ライオン会総会 ・ライオンマーケティングコミュニケーション2010	P33
地域社会	・工場見学 ・各事業所での交流イベント	P36
地球環境	・環境イベントへの出展 ・環境に関する地域対話	P51

※「地球環境」は地球環境保全に関する対話の開催実績

## 2010年のCSR活動の実績

項目	目標	主要活動の実績
経営	P18~19をご覧ください	
お客様	・コミュニケーションの双方向化 ・海外製品の品質保証体制強化 ・顧客視点の体質化	・コーポレートコミュニケーション部門連携によるCSR広報強化(ステークホルダー・ダイアログ開催(P9)、エコプロダクツ展(P51)など)
社員	・働きやすい職場づくり ・多様な人材の確保	・次世代法第3期行動計画の目標達成(P26)
株主・投資家	・長期株式保有者の拡大 ・個人株主数の増加	・個人投資家向け説明会の実施(のべ約1,700名)(P30) ・IRサイトに関する受賞(2件)(P30)
取引先	・CSR調達の推進	・取引先アンケートの継続と解析(P32)
社会	・口腔保健意識の普及 ・自然保護活動の強化	・学童歯みがき大会インターネット参加校拡大(P36) ・森林整備に生物多様性視点追加(P35)
環境	P38以降をご覧ください	

### 課題

2010年は、設定したステークホルダーごとのおもな目標を中心に取り組みを進めました。「お客様」の項目では、海外製品の品質保証体制強化、顧客視点の体質化、「取引先」の項目ではアンケート定着と調達方針の徹底など、特に海外を中心に、大きな目標に対しての取り組みには課題があると認識しています。

### 今後の進め方

2010年11月には、社会的責任に関する初の国際規格である「ISO26000」が発行されました。当社がこれまで取り組んできたCSR活動は、この考え方と一致するものであり、今後も変わることはありません。そこで、今後はこの「ISO26000」をチェックリストとして活用し、7つの中核課題(企業統治、人権、労働慣行、環境、公正な業務履行、消費者課題、コミュニティ参画および開発)について当社のCSR活動を棚卸しし、取り組みの現状把握と課題の抽出を進めていきます。

# お客様が期待するライオンのCSR活動を知るために

## 開催のねらい

ライオンは、2008年からステークホルダー・ダイアログを開催しています。2009年は「安心・安全」をテーマに、消費生活分野で活躍されている有識者の方々との対話を行いました。さらなる情報開示やコミュニケーションの向上に努める必要を課題と認識し、取り組みを継続しています。

2010年は、当社にとって重要なステークホルダーであるお客様をお招きして、事業所見学や当社の環境保全・社会貢献活動の紹介を実施し、CSR活動に対するご意見をいただきました。

### いただいたご意見・感想(抜粋)

- 理解が深まった。興味がわいた。信頼・親しみがもてた
- ライオンの活動について知ることができてよかった
- せっかくの活動をもっと世間に知らせるべき。テレビやホームページでの情報開示の充実が必要
- 今後も同様のイベントを続けてほしい。機会があればまた参加したい

## ご意見を受けて

今回のダイアログから、お客様は、当社の商品やご自分との接点を通じた環境保全・社会貢献活動への関心が高いことがわかりました。しかしながら、お客様にはライオンの環境保全・社会貢献活動は十分伝わっていないこともわかりました。そこで、お客様との重要なコミュニケーション手段であるホームページのCSRサイトは、これまでCSR報告書の内容に準じたものでしたが、今回のダイアログを受けて、専門的な知識がなくても、視覚的に理解しやすいことを目指した改訂を行いました。CSRサイトのさらなる充実はもちろん、メールマガジンやCM、店頭など、適切な機会を通じてお客様とのコミュニケーションの強化を考えていきます。

### 開催概要

- 日時** 2010年12月4日(土)
- 場所** ライオン株式会社 平井事業所(コミュニケーションセンター)
- 対象者** 当社のメールマガジン「ライオンレター」の読者から募集したお客様65名(70代までの男女、30~50代女性中心)
- 内容**
- ① コミュニケーションセンター見学
  - ② 環境保全活動と社会貢献活動ご紹介
  - ③ 当社に求める活動の順位付け(アンケートによる)
  - ④ 質疑応答・総括

### ライオン出席者

コーポレートコミュニケーション部門(CSR推進部、お客様センター、広報センター)、研究開発本部企画管理部

- テーマ**
- CSRコミュニケーション：CSR活動の情報発信、コミュニケーションなど
  - 環境保全活動：「ECO LION」活動など
  - 口腔の保健：口腔の健康に関する社会貢献活動など



「パファリンかぜ薬」有効成分の溶解性の実験



屋上ビオトープの見学



環境保全・社会貢献活動の紹介



ライオンちゃんグッズの抽選会

## 特集1

# 口腔衛生文化の担い手として

——口腔衛生から全身健康へ、日本からアジアへ——

口腔衛生事業は、ライオンの主力事業です。これまでライオンは、日本人の生活習慣の変化に合わせ、新しい価値を提供するハミガキを開発してきました。

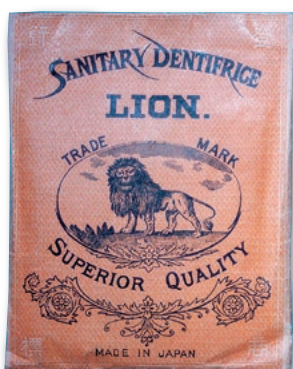
開発とならんで力を入れたのは、「伝える」活動です。日本人に歯みがき習慣を定着させ、歯と口腔衛生に関する正しい知識を発信し、人々の健康増進に寄与してきました。ハミガキなどのオーラルケア製品の歴史は、ライ

オンが口腔の健康に関する情報を人々に伝え続けた歴史でもあります。

オーラルケアのリーディングカンパニーとして、日本人の口腔の健康のために、どのような活動をしてきたのか。そして、今後どのように貢献していくのか。事業の歴史とともにお伝えします。

## 創業期

## 口腔衛生を普及するために



獅子印ライオン歯磨



楽隊による宣伝活動では日本初のCMソングも誕生しました



袋の裏に印刷された「慈善券」

1872年頃、欧米式ハミガキの処方介绍されるようになり、たくさんのハミガキが製造されました。1895年、人々の生活環境は大きく様変わりしていきました。食生活も変わり、口腔衛生への関心が高まるなか、当時のハミガキの品質に関する評判は必ずしもよいものではなく、消費者と販売店は品質がよくて安価なハミガキを求めています。

### ● 高品質で安価な『獅子印ライオン歯磨』を開発・発売

当社の研究陣は参考書を頼りに、国内外のハミガキを集めて成分・配合比など、寝食を忘れて研究し、試行錯誤しながら、1896年に新製品を完成しました。

### ● 楽隊による宣伝活動

1898年、まずはハミガキの品質を知ってもらいたいと、実物見本配布のために音楽隊を組織し、日本各地で巡回パレードを行いました。一大宣伝活動により『ライオン歯磨』の名は全国に知れ渡り、地方の特約店の支持も得て、次第に売り上げを拡大していきました。

### ● 商品を通じた社会貢献活動

1900年からは、当社の社会貢献活動の原点となる『慈善券付ライオン歯磨袋入』を発売しました。袋に印刷された「慈善券」をお客様が孤児院などの慈善施設に贈り、その枚数に応じてライオンが寄付をする仕組みは、全国民に慈善思想を普及し、慈善事業に恒久的な基礎を与えることを目指したもので、20年間続けられました。

### ● 生産体制の確立

1897年には、当初の新宿工場に代わって小石川工場がハミガキ製造の主役となり、1907年頃には日本の代表的なハミガキ工場として知られるようになりました。外国からの視察者も訪れるなど、世界も認める高品質のハミガキが生み出されていきました。

## 成長期

# 子どもの頃からの「歯みがき習慣」を啓発するために



ライオン  
コドモハミガキ  
教育カード

ライオンは、むし歯予防には、子どもの頃から歯みがき習慣を身につけることが大切であると考え、診療活動と啓発活動(情報発信)を展開しました。これらの活動は、現在の公益財団法人ライオン歯科衛生研究所での活動につながっています。

### ●子ども向けの『ライオンコドモハミガキ』発売

1913年、全国向けとしては日本初の子ども用のハミガキ『ライオンコドモハミガキ』を発売しました。

### ●子どもたちへの啓発活動

子どもが好む色や香味などの研究に加えて、絵本や教育カードなどの付録を用いて心理的に子どもに訴える手法も徹底的に研究されました。また、幼児から小学生用を含めた7つのサイズの歯ブラシの完成に合わせて行った、「ネルマヘニ ハヨミガケ」などの習字の懸賞募集には、全国から50万通もの応募が殺到し、「寝る前の歯みがき」の定着につながりました。

### ●「ライオン児童歯科院」を設立

1921年には、児童の歯の清掃・むし歯予防の徹底を目的として、日本ではじめての児童専門歯科「ライオン児童歯科院」を設立しました。診療だけではなく、口腔衛生活動を広める「口腔衛生士」(現在の歯科衛生士)の養成授業も行い、口腔衛生の普及と啓発に積極的に取り組みました。



商品の付録の絵本。「子どもにもわかるように伝える」という現在の口腔衛生活動の原点です



ライオン児童歯科院



ライオン・ヘルスカーでの啓発活動

## 公益財団法人ライオン歯科衛生研究所※の

## 子どものむし歯予防への取り組み実績 (1964年財団設立から2011年3月まで)

※ 設立当時は財団法人。2010年より公益財団法人へ移行。

### 学童歯みがき大会

1932年～2011年3月  
(開始当時は児童歯磨教練大会)

67回開催

のべ740,050名※ 参加

※ 児童の合計

### 母子歯科保健活動

1964年～2011年3月

のべ1,101,689名※ 参加

※ 小児と保護者の合計

### 園・学校歯科保健活動

1964年～2011年3月

のべ23,087,501名※ 参加

※ 子ども・保護者・指導者の合計

大量  
生産期

## 世界に通用する商品を すべての国民に



ホワイト&ホワイト



当時の小田原工場

国際化・貿易自由化の時代を迎え、ライオンが目指したのは世界に通用する品質のハミガキです。市場を拡大し、大量生産、大量販売によりコスト低減をはかりました。

### ●生産体制の増強

日本中に商品を届けるためには、これまでの生産体制では賅いきれないと考え、新たに小田原工場(1964年)、明石工場(1969年)を竣工。生産設備も最新のオートメーション設備を導入しました。

### ●使いやすい容器包装の開発

1970年には歯を美しく輝かせ、汚れを付着しにくくする効果のある『ホワイト&ホワイト』が誕生しました。このハミガキには、品質を長期間保持でき、最後まで使いやすい画期的なラミネートチューブを採用しました。

拡充期

## 口腔の健康を 科学的に、広範囲に



クリニカライオン

1960年代以降、人々のくらしはさらに多様化し、口腔の健康に関する問題も増加していきました。日本人の1/3が歯槽膿漏といわれるようになると、ハミガキに求められる効能も変化し、より科学的な研究に基づいた商品が必要とされるようになりました。

### ●口腔の健康問題に対応する商品開発

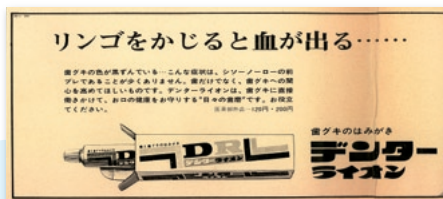
ライオンは歯槽膿漏を予防する『デンターライオン』(1964年)、歯垢を分解する酵素を配合した『クリニカライオン』(1981年)、歯周病予防に適した『デンターシステム』シリーズ(1993年)などを次々と発売しました。

### ●広告を通じた情報発信

商品広告でも「歯槽膿漏」「プラークコントロール」「歯周ポケット」などの口腔衛生に関する知識を伝え、定着させていきました。



デンターライオン



「デンターライオン」といえば、「リングをかじると歯ぐきから血が出ませんか?」。広告で「歯槽膿漏」のセルフチェック方法を伝えました



デンターシステムシリーズ

これから

## 口腔衛生から 全身健康へ

ハミガキを発売して115年、ライオンは口腔衛生普及の担い手として、子どもの歯みがき習慣やむし歯減少の定着に一翼を担ってきました。近年、歯周病が糖尿病や動脈硬化など全身疾患に影響を及ぼすことが明らかになったことから、今後は、口腔衛生と全身健康の知見を、積極的に製品開発に取り込んでいきます。また、口腔が健康なことで、よく笑い、よく噛み、前向きに生きることにつながる、新たな価値の提供を目指していきます。

## 日本からアジアへ

一方アジア地域においては、まだまだ歯みがき習慣が定着していない地域が多くあります。日本での口腔衛生普及活動の蓄積をもとに、アジア地域でも貢献し、オーラルケア事業No.1を目指していきます。



アジアへのハミガキ寄付

ライオンが支援する

### 公益財団法人ライオン 歯科衛生研究所 (LDH) の目指すところ

ライオンは、大正時代から口腔保健活動を進めてきました。この啓発活動を1964年から引き継いできたのがLDHです。設立当初からの「歯みがきの習慣化」と「むし歯予防の啓発活動」に加えて「歯周疾患の予防」へと活動を広げ、乳幼児から高齢者まで、すべてのライフステージを対象に口腔の健康の保持・増進に努めてきました。近年、8020運動の浸透・拡大や歯周病と全身健康との関連性など、「健康な口腔を保つこと」の大切さが改めて認識され

るようになってきました。

LDHでは、「食べる」「話す」「笑う」など生活に大切な役割を果たす口腔に対して人々のケア意識のさらなる向上を目指し、「健康な心と身体はお口から！『健口美』」のコンセプトのもとに活動を展開しています。



### LDHの口腔保健活動を世界へ

歯みがきの大切さや歯科疾患の予防などの口腔保健活動は世界に通じるものです。また、口腔保健指導を必要としている人々も多くいると思われます。

LDHは口腔保健活動の長い歴史を通じ、口腔保健に関わるノウハウや技術を培ってきました。そして、それらは世界の人々の口腔保健の向上に貢献できると確信し

ています。

これからは日本で培った口腔保健活動の技術やノウハウを活用して、積極的に海外で展開し、特にアジアの人々の、口腔の健康を保持・増進することに貢献していきたいと考えています。

## 特集2

# 清潔衛生文化の担い手として

——人の快適から地球の快適まで、日本からアジアへ——

ライオンは、『トップ』などの衣料用洗剤をはじめ、石鹼、シャンプー、住居用洗剤など、さまざまな洗浄剤を提供しています。

創業から120年、世の中の衛生観念が低かった時代から現在まで、製品の提供と啓発活動を通じて、社会の清潔衛生文化の発展に貢献してきました。

社会の発展とともに変化するさまざまな課題に、ライオンの製品がどう対応し、清潔衛生文化の発展に貢献してきたか、そして今後どのような取り組みをしていくのか、ライオンの製品とともにお伝えします。



1891年(創業)~1940年代

## 洗剤で「洗う」ということ (衛生観念の萌芽期)

当社は、1893年に当社としてははじめて石鹼を発売しました。1920年には、洗浄力に優れ、臭みの少ない植物性石鹼『植物性ライオンせんたく石鹼』を発売。植物原料を石鹼に使ったのも、「植物性」とうたったのも日本ではじめてのことでした。



1920年代からは、各地へ出向いて洗濯実習会をはじめました。当時はまだ、洗濯というものが確立していなかったのです。1937年には洗濯についての知見を科学的な視点でまとめた「標準家庭洗濯法」という書物を発行、さまざまな女子学校で教材として採用されました。以降、ライオンは、洗濯の普及のために科学的な視点から洗濯方法の普及啓発も行いました(P17参照)。



1951年には、日本初の高級アルコール系合成洗剤『ライポン』を発売。すすぎが容易で、洗濯や食器洗いなど、何にでも使える万能な洗剤として登場しました。





1950年代

1960年代

1970年代

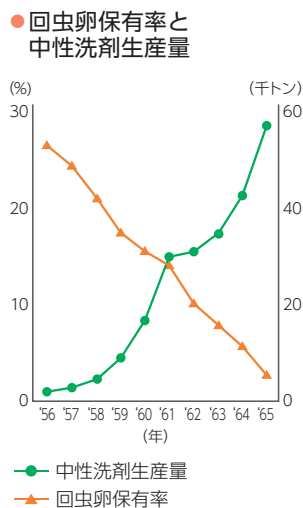
1980年代

## 戦後日本の衛生環境の革新 (寄生虫の撲滅)

1950年代、食の欧米化がはじまり、野菜などを生食するようになってきていました。一方で、食器の洗浄はクレンザー・石鹼で、野菜は水洗いのみでした。当時は残留農薬や有機肥料による寄生虫の卵が野菜に付着していることも多く、回虫卵保有率が約30%という状態でした。

### 1956年

これに対して、中性洗剤で野菜や食器を洗うことを提案したのが『ライポンF』です。日本食品協会の推奨第1号製品となり、同時期に厚生省から出された通達が後押ししたこともあって、『ライポンF』発売後、中性洗剤は爆発的に社会に普及し、10年のうちに回虫卵保有率は約30%から2%台まで減少しました。



### ライポンF



## 水環境問題への対応 (河川・湖沼の発泡問題と富栄養化)

1960年代、電気洗濯機とともに合成洗剤が普及しましたが、当時は生分解されにくい界面活性剤であり、また下水道も完備されておらず、家庭排水の集まる河川で泡が残るとい、いわゆる「河川発泡問題」が発生していました。

また、1970年代には琵琶湖の富栄養化が問題となりました。実際には田畑の肥料や家畜の糞尿、その他の生活排水からの影響も少なくなかったのですが、衣料用洗剤に含まれるリンも原因のひとつでした。

### 1962年、1980年

これに対して、川で分解しやすい生分解性に優れた界面活性剤AOS\*を使用し、すすぎの際にも泡切れのいい『ダッシュ』を1962年に発売しました。

また、1973年には他社にさきがけて無リン洗剤を発売。さらに1980年の『無りんトップ』は、酵素とゼオライトを配合して、無リン化によって低下する洗浄力を大きく向上させ、ヒット商品となりました。業界あげての取り組みにより、河川発泡問題と富栄養化は収束に向かいました。

\* AOS アルファオレフィンスルホン酸塩

### ダッシュ



### 無りんトップ



1990年代

## 石油資源問題・省資源化

1970年代のオイルショックなどに続いて1990年代以降の地球温暖化など、環境問題は身近な生活環境問題から世界的な問題として生活者に認識されました。

石油などの化石資源の使用をいかに少なくするかということに企業も取り組むようになり、洗剤のような日常的に使用する消費財においても、資源の有効活用が意識されるようになりました。

### 1991年、1992年

そうしたなか、ライオンは創業100周年にあたる1991年、植物原料のパーム油から界面活性剤原料を作る新しい工場を香川県坂出市に建設しました。あわせて「植物原料」であることを強くアピールした製品を拡大していきます。それがMES\*1を配合した衣料用洗剤『スパーク』(1991年発売)や石鹼成分を100%植物原料で作った化粧石鹼『植物物語』(1992年発売)です。界面活性剤の3/4を植物由来とした2006年発売の『トップ』では、「第16回地球環境大賞\*2」を受賞しました。

\*1 MES アルファスルホ脂肪酸エステルナトリウム

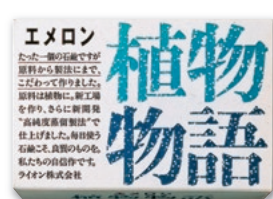
\*2 地球環境大賞

URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/topics/07taisyo.pdf>

### スパーク



### 植物物語



2000年代

## 食中毒の多発による除菌ニーズの拡大

1996年、病原性大腸菌O-157による食中毒が相次いで発生し、除菌に関心が集まりました。90年代から2000年代にかけて、世界では人畜共通感染症など、国境を超えて広がる感染症が生活者の話題となり、現在は新型インフルエンザ対策としても、清潔が生活者の高い関心を集めています。



### 1997年

これに対して、当社は薬用せっけんの新ブランドとして『キレイキレイ』を発売、現在も幅広く支持されています。あわせて、子どもやその母親向けに、手洗いをすすめる絵本や紙芝居を使った啓発活動を展開、新しい手洗いの生活習慣を定着させました。

### キレイキレイ 薬用ハンドソープ

### キレイキレイ 薬用泡ハンドソープ



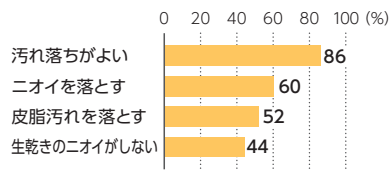
2010年代

これまで120年、そしてこれからも

## 水資源問題・水使用量の大幅削減 におい汚れへの対応

当社の調査では、生活者が洗濯物のニオイに非常に敏感であることがわかってきました。一方で、地球環境問題への生活者の認知も高まり、さらにエコ家電の普及によって、家庭で取り組む省エネや節水にも生活者の関心が高まっています。

### ●洗剤に対して期待する効果・機能



(2009年9月当社調べ、回答者数=824名)

## 2010年

そこで2010年に発売したのが、植物原料を使用した新しい界面活性剤MEE\*を配合した衣料用洗剤『トップNANOX』です。目に見えないナノレベルの汚れを分解し、におい汚れも洗い落とします。泡切れもよく洗浄成分が残りにくいので、すすぎに使う水の量や電力を削減。さらに濃縮することで容器を1/2の大きさにし、容器製造や製品輸送にかかる環境負荷も低減しました。

\* MEE ポリオキシエチレン脂肪酸メチルエステル

### トップNANOX



## 人の快適から地球の快適まで

ライオンはこれまで、さまざまな生活シーンでの洗浄を通じて、くらしの快適に貢献してきました。今後、持続可能な社会の構築がますます重要になるなか、環境負荷の低減はもちろん、持続可能な原料の使用や、水、空気、土などの環境をクリーンにする研究にも取り組んでいきます。

## 日本からアジアへ

2011年4月、韓国のCJライオン(株)は、高濃縮衣料用洗剤『液体パワービート1/3』『粉末パワービート1/2』を発売しました。アジアでも特に衣料用洗剤事業でNo.1を目指します。

また、日本での手洗い啓発活動をアジアにも広げていきます(P37参照)。商品を通じて、啓発活動を通じて、アジアの清潔なくらしにも貢献していきます。



衣料用洗剤『ビート』

## 生活者への啓発活動

ライオンは、洗浄剤の販売だけでなく、それらが十分な効果を発揮する使用法や生活のなかに取り入れる方法など、生活習慣の提案・啓発活動も同時に行ってきました。こうした機能を担ってきたのが研究所です。

また、当社の取り組みが業界へも波及し、石鹼洗剤工業会が環境問題や安全性の問題、生活者の啓発に取り組む際にも、研究データなどの知見の提供を通じて貢献しています。

- 1933年 家庭洗濯相談所開設
- 1936年 洗濯科学研究所設立
- 1957年 家庭科学研究所に改称
- ～現在 生活者行動研究所へ

※ 上記のほか、石鹼洗剤工業会で業界共通の環境問題に取り組んでいます。

# 社会から信頼される企業であるために、 CSR経営の基盤となる活動を強化しています

## コーポレート・ガバナンス

### 基本的な考え方

経営の透明性を高め、監督機能と意思決定の迅速化をはかるとともに、コンプライアンスを確保することが、コーポレート・ガバナンス上の最重要課題と考えています。コーポレート・ガバナンス体制の強化・充実を推進することにより、企業価値の向上を目指しています。

### コーポレート・ガバナンス体制

当社は、経営の意思決定機能と執行機能双方の強化をはかることを目的に、執行役員制を導入し、監査役制度のもとで経営の監督を行っています。

また、独立役員として、東京証券取引所が定めた一般株主と利害相反の生じるおそれのない要件も満たす社外役員4名(社外取締役2名および社外監査役2名)を招へいするとともに、代表取締役社長と社外役員全員との定期的な情報交換も実施し、経営の監督・監視機能の充実に努めています。さらに、社外有識者の評価・意見を経営に反映させるための「経営評価委員会」を2003年10月より設置しています。役員報酬等の客観性および透明性を高めるため、社外役員で構成する「報酬諮問委員会」も2006年12月より設置しています。

なお、当社株式等の大規模買付行為に関する対応策(買収防衛策)については、2009年に定時株主総会の承認を得て導入しています。

## 内部統制システムの整備

会社法および会社法施行規則に基づき、当社グループ各社の業務の適正を確保するための体制を整備しています\*。

また、金融商品取引法に基づく「財務報告に係る内部統制の評価および監査制度」については、2006年7月より当社および当社グループにおける全社レベルの統制、

業務プロセスレベルの統制の整備作業を行い、2008年12月に取締役会にて「財務報告に係る内部統制の基本方針」を決議しています。

内部統制の有効性に関する評価は監査室が行い、結果を取締役社長および監査役に報告するとともに、取締役会でも定期的に報告しています。不備事項があれば該当部門に指摘を行い、是正状況を検証しています。

2010年は評価の結果、当社の財務報告に係る内部統制は有効であると判断し、2011年3月に有価証券報告書と共に内部統制報告書を内閣総理大臣に提出しました。

\* 内部統制システムの基本方針

URL <http://www.lion.co.jp/ja/invest/corporate/>

## リスクマネジメント

当社では、事業を行っていく上で起こりうる重大リスクを想定し、管理体制を構築しています。特に「事故・災害時のリスク軽減」「製品トラブルの予防・トラブル発生時の初動体制」は、経営への影響が大きい課題として取り上げ、検討を進めています。

大規模災害発生時の事業継続については、オフィスビルや工場の耐震補強、災害時の本社機能の代替、他工場での代替生産などの検討を進めています。

2011年3月に発生した東日本大震災では、地震災害対策マニュアルに基づき社長を本部長とする本社災害対策本部を設置し、従業員の安否確認や被災所状況の把握、その後被災工場等の復旧計画の策定と実施を行うとともに、あらかじめ決めていた事業継続計画を実行に移し、早期の商品供給に努めました。

## 情報セキュリティ対策

当社では、「情報取扱に関する基本方針」「情報管理規程」「個人情報管理規程」「情報セキュリティ規程」「情報設備技術管理要領」を定め、情報漏えい対策に取り組んでいます。また、毎年社員にeラーニングを実施し、情



ライオン本社社屋

報漏えい予防のための教育をしています。

## 個人情報保護への対応

個人情報の取り扱いについては、2003年4月施行の「個人情報の保護に関する法律」に基づき、「個人情報保護方針(プライバシーポリシー)\*」および具体的な取り扱いの指針を定め、社内体制整備と周知教育を進め、適正に運用しています。

\* 個人情報保護方針  
 URL <http://www.lion.co.jp/pp.htm>

## コンプライアンスの推進

当社グループでは、企業倫理担当役員を委員長とする企業倫理委員会のもとで、コンプライアンス意識の啓発を積極的に行っています。

コンプライアンスの基盤となる「ライオン企業行動憲章」は、当社グループの全就労者に冊子で配付し、ホームページ上で社外にも公開しています。また、毎年のプログラムに沿って、社員への意識調査アンケートや、e-ラーニング、外部講師の講話、各種研修などの階層別の教育、各職場での教育を定期的を実施しています。

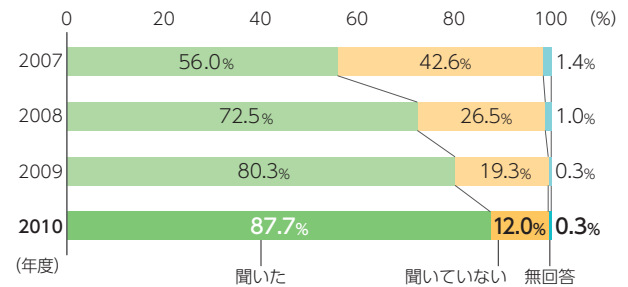
2010年は各種階層別研修のほか、メンタルヘルス関連のe-ラーニングを行いました。社外弁護士および法務部門スタッフを講師に行う法務研修「リーガル・サポート・キャラバン」は部所・部門別に48回実施しています。

## コンプライアンス意識調査アンケート

当社グループ全社員を対象に毎年、「コンプライアンス意識調査アンケート」を実施しています。アンケート結果は経営に報告するとともに、各職場へフィードバックして職場や社内で問題を共有し、コンプライアンス体制の維持・強化につなげています。

2010年度のアンケート(2011年3月実施、対象約4,000名の約94%の社員が回答)では、職場環境の問題などの意見が寄せられました。

## ●アンケート結果のフィードバックを聞いた社員の割合



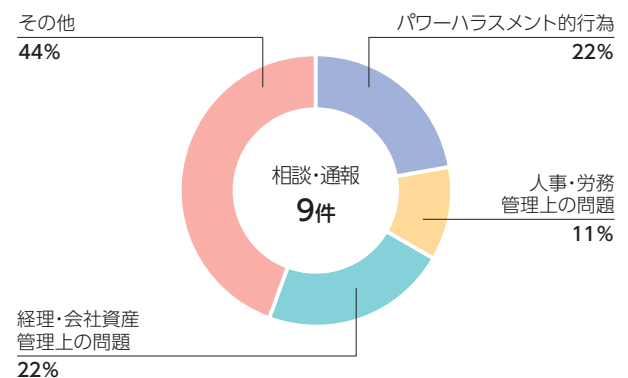
## 従業員相談・通報窓口の運営

社員がコンプライアンスに反する事項を知り、それが通常の職場内での報告に適さない、できない場合の相談窓口として、内部通報制度「AL(オールライオン)心のホットライン\*」を設置。窓口の利用方法と相談・通報者の不利益扱いの禁止などの運用ルールをまとめた冊子を派遣社員などを含めた全就労者へ配付し、周知をはかっています。また、この通報窓口は取引先の方々にもご利用いただけるよう、ホームページでも連絡先を案内しています。

2010年は9件の相談・通報がありましたが、重大な不正行為と判断される事案はありませんでした。

\* AL心のホットライン  
 URL <http://www.lion.co.jp/ja/company/about/hotline.htm>

## ●「AL心のホットライン」への相談・通報内容(2010年)



# お客様のご要望に応える 安全で安心な商品づくりに努めます

## お客様満足最大化を目指して

当社はものづくりのはじめから、お客様が商品を使うまでのすべての段階で品質保証活動を推進し、お客様にご満足いただける商品をお届けします。具体的には、製品企画、製品開発、生産、販売、お客様対応という各段階でポイントを定め、お客様満足を追求しています。

製品企画では、当社に寄せられたお客様の声や、市場調査から得たお客様の意識やニーズを分析・検討、製品コンセプトの作成を行い、お客様にご満足いただける目標品質(目指すべき品質)を設定します。

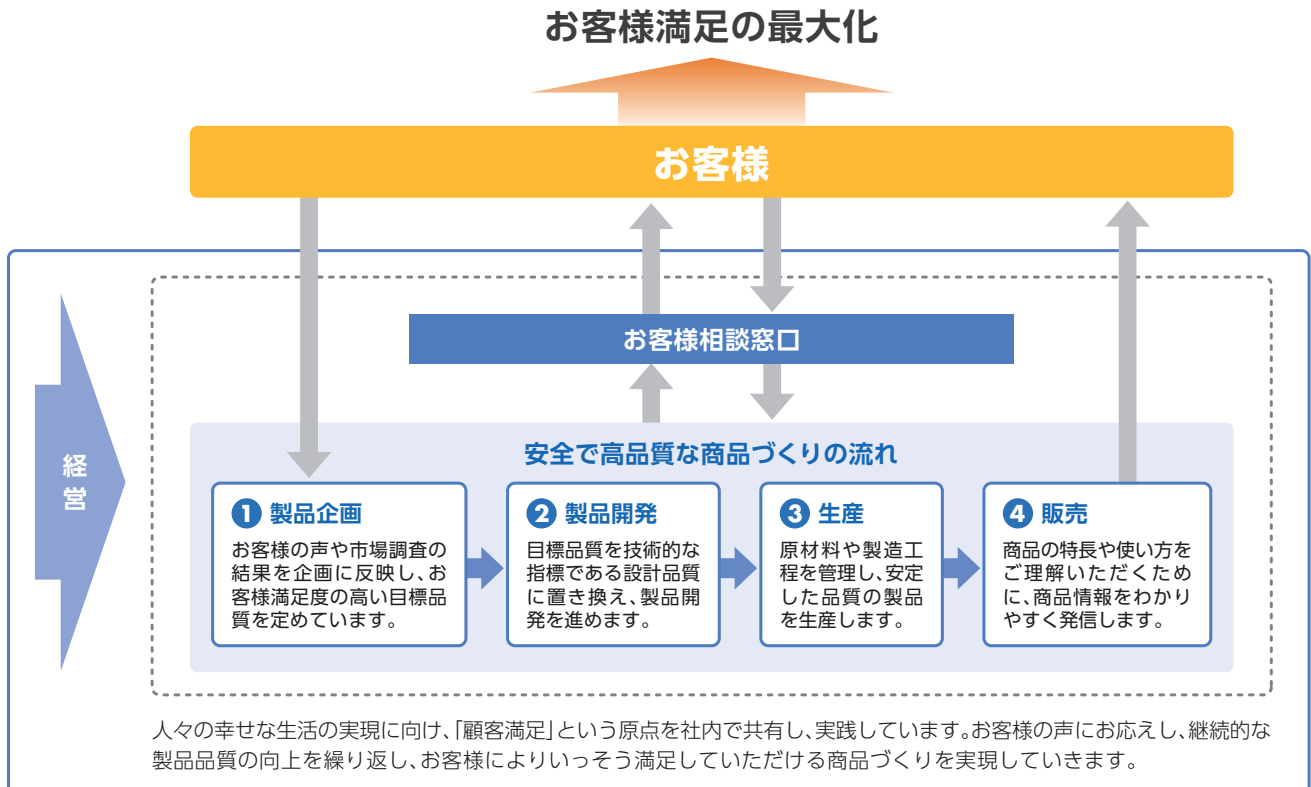
製品開発では、目標品質を技術のことばである設計品質に置き換え、検討します。開発された製品は、①機能・性能、②使用性、③安全性、④安定性、⑤環境適合性、⑥外観(デザインを含む)、⑦法令・自主基準の遵守という7つの指標から品質が検証されます。合わせて、お客様に

製品の特長、正しい使用法をご理解いただくため、「読みやすい」「わかりやすい」表示の検討をします。

生産では、設計品質どおりの製品が生産できるよう規格・標準書を制定し、試験生産では、原材料の品質、製造品質や製造適性、消費者使用テストにより市場の受け入れ性を確認します。本生産では、生産の各工程で品質管理を実施し、規格・標準書に定めた検査に合格したものを製造日や使用した原料などの情報が把握できるロット管理のもと出荷します。生産された製品は倉庫に保管され、出荷の際には「先入れ先出し」を実施し、設定した出荷期限に基づき製品の鮮度管理を行っています。

工場から出荷した製品は、卸店・販売店を通じてお客様にお届けしています。卸店・販売店のご担当者には、商品の特長や使い方といったお客様への情報を提供しています。商品情報の掲示や試供品の配布、新聞・テレビなどを通じて情報発信を行っています。

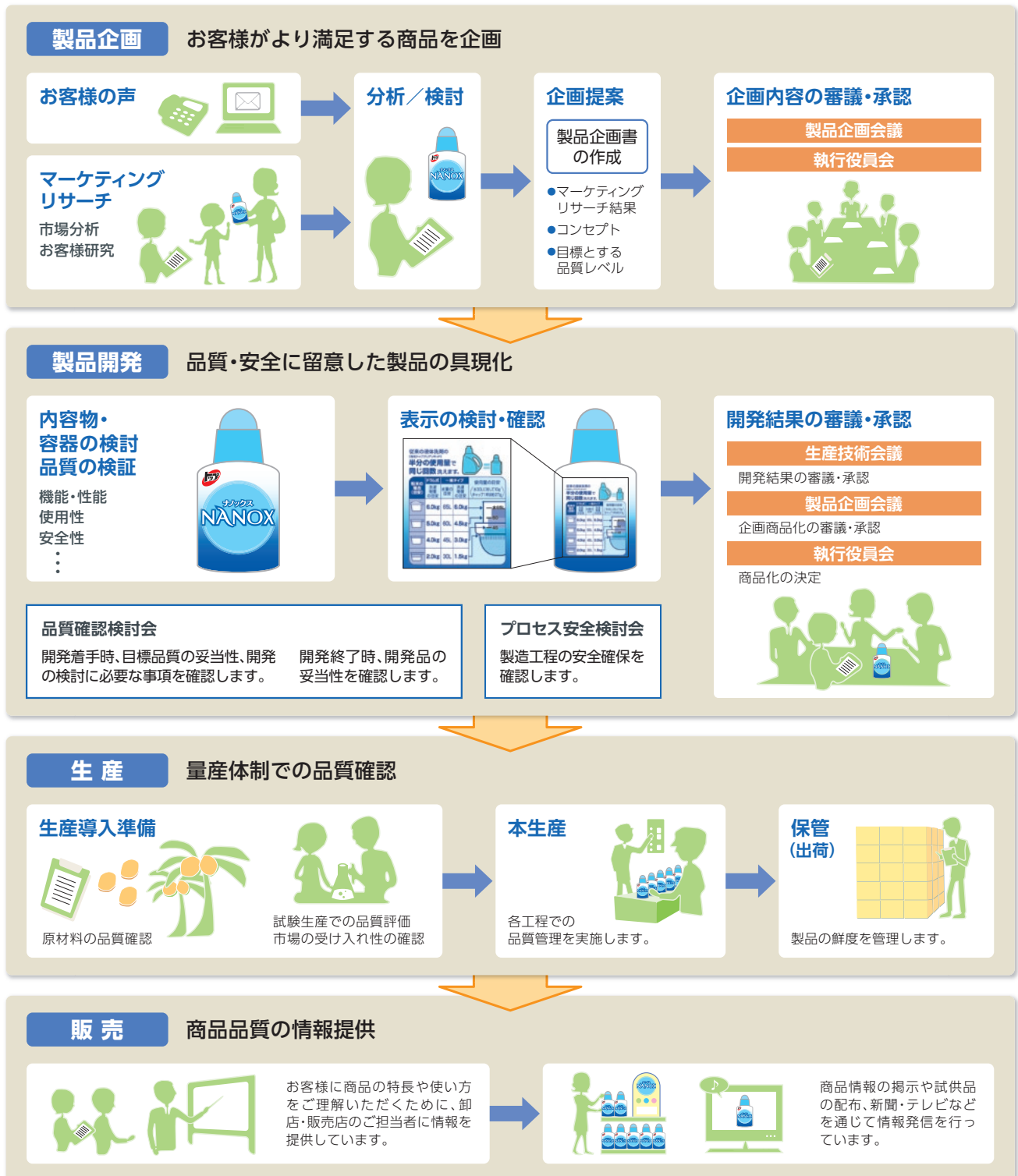
### ●お客様の声による製品開発の流れ





お客様への当社商品の説明(特長・機能)

●安全で高品質な商品づくり



お客様とオンライン

## 安全・安心への取り組み

お客様に商品を安心してお使いいただけるよう、原材料および製品使用時の安全性について評価しています。

### 原材料の安全性

原材料は品質と安定性について、相手先調査や、過去の実績、各種関連法規・業界自主基準や環境適合性などを確認後、使用の可否を決定します。原材料の使用に際しては、医薬品・食品、医薬部外品・化粧品、雑貨に区分し、それぞれの区分に見合った検査項目と試験法に基づいて品質検査を実施後、使用しています。

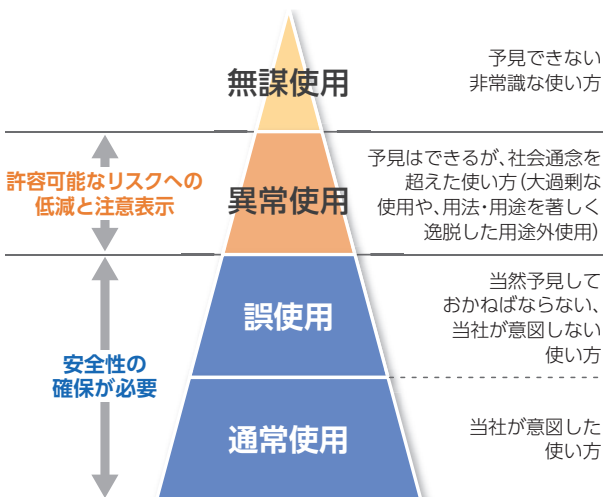
### 製品使用時の安全性

お客様のさまざまな製品の使い方を想定し、製品設計にてリスクを回避するという考えのもと、製品の安全性評価を実施しています。

評価はチェックシートを用いて実施します。その上で「誤使用」までの安全性が製品設計にて確保できているかを確認します。「異常使用」の場合であっても、リスクの低減が可能かどうか、リスクは許容できるかどうかを評価し、必要に応じて注意表示を十分に行うなど製品の安全性確保へ反映させています。

また、他部門からなる品質確認検討会において、商品の使用に関わる被害の防止、安全性を確認すべき項目の抜け防止を目的に、お客様の使用場面を想定した視点から指導・助言を実施しています。

#### ●安全性確保の範囲



## お客様の声にお応えする取り組み

お客様からいただいたご相談は、製品の改良や新しい製品の開発に活かすために、厳重な個人情報管理体制のもとでデータベースに登録した後、個人情報を除いて情報共有化システムにて全社で共有しています。

なかでも特にお客様満足に影響を与えると思われるものは、VOC<sup>\*1</sup>デイリーレターとして経営層に日々報告し、企画部門を中心に改善策の早期検討・早期対応による品質向上に努めています。

なお、2011年1月よりフリーダイヤルでの相談受付を開始しました。電話番号は当社ホームページ<sup>\*2</sup>に記載しています。

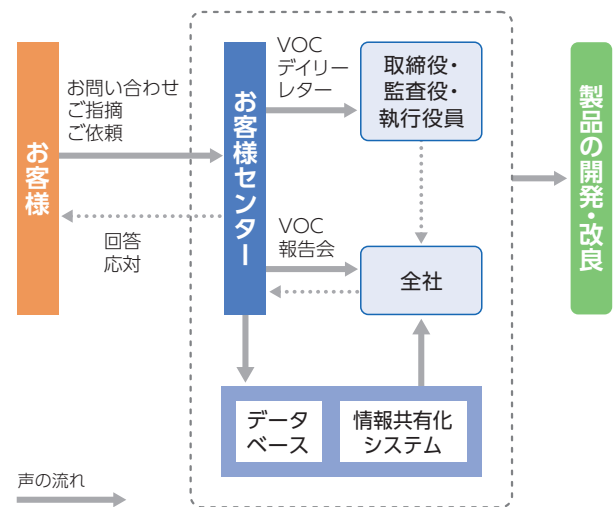
#### \*1 VOC

Voice of Customer (お客様の声)

#### \*2 お問い合わせ一覧

URL <http://www.lion.co.jp/ja/support/contact/>

#### ●お客様対応の流れ



### 2010年の相談概要

2010年は、約9万件の相談がありました(前年比103%)。相談内容の内訳は、製品の使用方法、取扱販売店、安全性などに関するお問い合わせが全体の82%を占め、製品使用後の効果や香り・味に関するご不満などの製品不満が8%、洗剤で床を汚損したなどの製品トラブルが10%でした。お客様からいただいた貴重なご意見・ご連絡は、関連部門に伝え、製品やサービス提供の参考にさせていただいています。



## VOCデイリーレーターによる対応の迅速化

2010年は242件のVOCデイリーレーターを発信しました。内訳は、お問い合わせが103件、製品不満が96件、製品トラブルが43件でした。製品不満・製品トラブルに対しては、担当部門が対策の要否、内容、実施時期などを決定して報告し、その後、品質保証部門が追跡調査をしています。2010年対応が完了した案件は122件でした。

## お客様の声を情報の発信に活かしています

ホームページの「お客様相談窓口」\*1では、よくいただくご質問への回答やトラブルの解決方法、声を受けて改善した事例を掲載し、多くのお客様にご覧いただいています。

また、2010年は小学校高学年以上の子どもたちを対象とした「ライオンキッズ」\*2をリニューアルしました。当社製品に関する知識や、製品が発売されるまでの過程を楽しく学んでいただける内容にし、企業ウェブ・グランプリ事務局が主催する「第4回企業ウェブ・グランプリ」の「スチューデント部門」でグランプリに選ばれています。

今後もお客様のお役に立つ情報を発信していきます。



ホームページの「お客様相談窓口」

### \*1 お客様相談窓口

URL <http://www.lion.co.jp/ja/support/>

### \*2 ライオンキッズ

URL <http://www.lion.co.jp/ja/kids/>

## バルサン氷殺ジェット回収状況

『バルサン 飛び虫氷殺ジェット』『バルサン 這う虫氷殺ジェット』は、引火事故が発生し、2007年8月27日より自主回収を実施しております。

2011年3月末現在、148万本(回収率45.6%)を回収しております。まだ、お手元に当該製品をお持ちの方は、回収にご協力くださいますようお願い申し上げます。

### バルサン氷殺ジェット回収専用お客様相談窓口

フリーダイヤル電話：0120-670-225

受付時間：午前9時から午後5時(土・日・祝日を除く)

## お客様の声を活かす風土の醸成

製品開発部門だけでなく、すべての社員がお客様視点で考え、行動する風土の醸成に取り組んでいます。2010年は前年に引き続き中堅クラスの研究員約10名と、新たに全社部長職級以上の社員約60名が、電話応対を通じてお客様視点で考えることの重要性を学びました。また、お客様センター部員が各部所に出向いて相談状況を紹介し、情報の共有化をはかっています。今後もお客様視点に立った製品、サービスを提供できるよう、さらなる社員の意識改革に努めていきます。



役員による研修の効果検証

## お客様にご満足いただける対応を目指して

### 【施策1：応対やホームページに関するアンケート実施】

ご連絡をいただいた約400名のお客様に、従来のご相談への対応についてのアンケートに加え、2010年は「お客様相談窓口」ホームページに関するご意見をうかがいました。その結果、掲載内容について、おおむねご満足いただけていることがわかりましたが、一部の方から、ホームページで「知りたい情報が掲載されていない」「情報を探せない」とのご意見をいただきました。今後の参考にさせていただきます。今後のご利用いただきやすい内容を検討していきます。

### 【施策2：電話応対向上研修の実施】

製品をより適切に、より快適にお使いいただくために、お困りの状態を的確にうかがいお答えするスキルと、お客様とのコミュニケーションをはかり、ご相談をいただいた経緯や背景を積極的にうかがうスキルの修得を目指して電話応対研修を実施しました。その結果、研修後に実施したアンケートでは約9割以上のお客様に「対応についてご満足いただき、より多くの情報をいただけるようになりました。いただいた情報は製品やサービスの向上に活用していきます。」

# 社員がいきいきと元気に働ける 職場であるために

## 人材活用に関する考え方

創業者の持論に、「従業員は協同者」というものがあります。この考え方は、企業行動憲章の「人権の尊重」「就業者の多様性と人格・個性の尊重」にも表れています。当社は、従業員一人ひとりの人格や個性を尊重し、能力やスキルの向上、心身の健康維持を支援しています。また、行動指針に則り、あらゆる不当な差別を排除し、従業員が仕事の喜びや幸せを感じられるよう努めています。

なお、職場での人権などに関わる問題については、毎年行っているリスクマネジメント活動、コンプライアンス活動の実績や内部監査などを通じて確認しています。

## 公正な人事処遇

当社は、公正な人事処遇制度のなかで、すべての社員が働きがいを持てることを目指しています。人事処遇にあたっては、目標管理制度や自己申告制度を活用し、上長の定期的な評価と面談によるフィードバックを通じて、個人の納得性とモチベーションを高める仕組みを整えています。

## 良好な労使関係のために

当社では、労使の信頼関係を重視し、経営層と社員の対話を定期的実施しています。労使間での協議会では、経営状況に関する報告や職場環境についての意見交換を行い、相互理解を深めています。2009年からは特にワーク・ライフ・バランス(仕事と生活の調和)に関して、労使が協力して積極的に活動することに同意しています。

なお、ライオンと労働組合ではユニオン・ショップ制を採用し、良好な労使関係の維持・向上に努めています。

## 多様な人材の活用

当社は創業当初より、多様な従業員を支援し、個性を活かし、社業発展につなげるという思想を受け継ぎ、従業員を活かす経営を行ってきました。社内の要員構成に大きな変化がみられ、またビジネス環境の変化に迅速に対応する必要から、「ダイバーシティ(人材の多様性)」の考え方の重要性を再確認し、取り組んでいます。社長の宣言によるトップダウンと、従業員を巻き込んだボトムアップの提案を連動することが、企業風土に浸透し実効を生む上で大切と考えています。

## 多様な人材の活躍推進委員会

2010年には、新たに「多様な人材の活躍推進委員会」を設置しました。この委員会には、特に当社が重視する「女性」「定年再雇用者」「臨時雇用者」の3つの分科会を設けています。

「女性」「定年再雇用者」分科会では、それぞれに属する従業員を、「臨時雇用者」分科会ではその管理者を集めて意見交換をします。その内容をもとに、当社で働くさまざまな人材にいっそう活躍してもらうための施策を企画・立案し、委員会を通じて経営に提言、今後の活動に反映していきます。



「女性」分科会活動



## 働きがい相談センターの開設

「働きがい」とは「従業員が能力を発揮できること」ととらえ、自身のキャリアに前向きに取り組んでいけるよう支援する「働きがい相談センター」を2011年2月に設置しました。

当社の社員（関係会社への出向者を含む）、臨時雇用者を対象に、電話での相談を受け付け、必要に応じてアドバイスや情報提供を行っていきます。



働きがい相談センター

## 定年退職者再雇用制度

2006年4月より、「定年退職者再雇用制度」を導入しています。会社が提示する職務リストのなかから自分に合った仕事を選んで応募する「一般型ジョブ再雇用」と、会社にとって不可欠な専門知識や熟練技術を持つ社員を会社が指名する「高度専門型ジョブ再雇用」、マネジメント力を活かし職制を継続する「職制任用型ジョブ再雇用」の3つの制度を整備。現在は定年退職者の約64%がこの制度を利用して働いています。

## 障がい者の積極的な活用

障がいの有無の区別なく、個人の能力を発揮して働いてほしいと考えています。雇用にあたっては、直属の上司が相談係としてケアを行います。職場全体でサポートする風土ができあがっているのも当社の特徴です。

なお、2010年の障がい者雇用率は1.8%です。

## 退職者再雇用制度の整備

一度当社から離れた方々にも、さまざまなキャリア経験や人生経験、知識を活かして、再び当社で活躍していただきたいと考えています。そこで2009年5月、自己

都合により退職した社員を再雇用する制度を導入しました。当社を一度退職した社員に再び活躍してもらう制度で、退職事由や勤続年数、当社退職後の経過年数を問わず応募できます。正社員として再就職する「キャリア・リターン制度」と、常勤嘱託としてより柔軟に働ける「ジョブ・リターン制度」の2種類から選べます。

2010年は、この制度を利用して2名が再び当社社員として働いています。

### ●社員関連データ

		2008年	2009年	2010年
正社員数	(男性)	1,934名	1,883名	1,873名
	(女性)	546名	566名	583名
新入社員数	(男性)	57名	40名	49名
	(女性)	25名	31名	25名
定年退職者再雇用	(人数)	87名	125名	147名
	(率)	3.4%	4.9%	5.6%
臨時雇用者		205名	264名	255名
女性比率		22.0%	23.1%	23.7%
女性管理職	(人数)	32名	32名	34名
	(率)	4.7%	4.8%	5.1%
障がい者雇用	(人数)	45名	48名	44名
	(率)	1.8%	2.0%	1.8%
育児休業取得者	(男性・人数)	3名	5名	3名
	(女性・人数)	36名	38名	35名
育児短時間勤務	(男性)	0名	0名	0名
	(女性)	34名	40名	48名
月平均時間外労働時間		10.7時間	10.3時間	9.9時間
年次有給休暇取得率		45.2%	48.6%	51.9%
入社3年後までの離職	(人数)	8名	6名	5名
	(率)	3.8%	3.0%	2.6%

※1 新入社員には中途入社を含みます。

※2 集計方法の変更により、定年退職者再雇用人数・率の過去の数値を修正しています。再雇用比率＝再雇用者数÷(正社員＋再雇用者)数。

## ワーク・ライフ・バランスの推進

当社では、社員がワーク・ライフ・バランスを重視しながら、仕事の成果を生み出せるようにいきいきと働ける環境の整備を進めています。

育児・介護支援制度



育児介護休業法の2010年6月改正に対応し、介護休暇を新設し、男性には育児休業の再取得を可能にするなどさらなる制度の充実を行いました。

●育児・介護支援制度

出産	産前・産後休暇	・産前6週間、産後8週間[有給]
	特別休暇 妻の出産	・2日間[有給(賞与支給)]
育児	育児休業	・子が3歳に達するまで、最長で18カ月 [初回の連続する2週間は有給] ・父親が出産後8週間以内に育休を取得 した場合、再取得可能とする
	育児短時間勤務	・子が小学校1年の年度末まで、1日2時間 まで短縮可能
	時間外労働の 免除	・3歳に達するまでの子を持つ社員が申 請する場合、時間外労働を免除
	子の看護休暇	・子が就学始期までの間、子のけがや病気の 看護のため1日単位で取得可能[有給] ・未就学の子が1人の場合は年5日、2人 以上の場合は年10日
介護	介護休業・介護 短時間勤務	・介護休業と介護短時間勤務(1日2時間 まで)を合わせて、要介護状態の対象家 族1人につき、93日まで取得可能
	介護休暇	・要介護状態の家族が、1人の場合は年5 日、2人以上の場合は年10日、1日単位 で介護を目的として取得可能
	積立休暇 「近親者の 介護」	・失効した年次有給休暇の積立分(上限60 日)を「近親者の介護」目的で取得可能 ※ 積立休暇はほかに「本人の医療」「ボラン ティア」目的で取得可能

※ このほか、法律に基づき育児・介護のために労働時間を制限できる制度を導入。

制度の拡充と社員への意識啓発の結果、当社の女性の育児休業取得率は高く、近年は100%です。男性の取得についても、2005年より取り組んできた推進施策が効果をあげ、取得者数の着実な増加と、職域の拡大がみられます。

これらの育児・介護施策の拡充は、次世代育成支援対策推進法(次世代法)に基づく行動計画に沿って実施されました。この成果が認められ、2007年より厚生労働省から「仕事と子育ての両立支援に積極的に取り組んでいる企業」として認定を受けています。行動計画の策定にあたっては労使間で協議し、母親・父親社員の意見をとりいれており、2011年4月からの第4期行動計画も同様に策定を進めています。

なお、当社では出産・育児のライフステージに入った場合でも、昇進昇格にあたって影響がないよう、総合的に対応しています。

次世代法第3期行動計画

期間：2009年4月～2011年3月

次世代認定マーク  
「くるみん」



- 目標1** 計画期間内に男性従業員の育児休業等の取得者を7名以上にする。  
→休業経験者の座談会、管理職への説明会、社外講師講演会を実施し9名取得
- 目標2** 09年に年次有給休暇の計画的付与を年間1日実施する。  
→2010年以降も3日に増やして実施
- 目標3** 育児休業中の従業員(希望者)にイントラネットを経由して社内情報を提供する環境を整備する。  
→整備し、現在11名が活用中
- 目標4** 自己都合で退職した社員の再雇用施策を導入する。  
→2009年5月に実施し2名採用

効率的な働き方を目指して

適正な労働環境の整備と効率的な働き方を目指し、労働時間は客観的な記録(タイムカード)をもとに管理しています。また、労働時間削減と省エネルギーを目的に、事業所ごとに週に1日「ノー残業デー」を設定し、早時退社を推奨しています。スタッフ部門・研究部門では「フレックスタイム制度」を採用し、社員の自律性を重視した就業環境の実現に取り組んでいます。

また、「健康でいきいきと働ける職場づくり」の施策を2009年下期より展開しています。2010年は、時間外労働が月60時間超の非管理職はのべ23名(2008年比67.1ポイント減)、所定外在館が月80時間超の管理職数はのべ87名(同53.5ポイント減)と大幅に減少しました。

さらに有給休暇取得率も51.9%(同6.7ポイント増)となり、効率的に働く意識が社員にも浸透しつつあります。

## ボランティア休暇制度

当社には、会社が指定する活動への参加を支援する「ボランティア特別休暇制度(最大年5日)」と、社員が関心を持つ活動への参加を支援する「ボランティア一般休暇制度(積立休暇を利用)」があります。2010年は50名(のべ77日)が特別休暇制度を利用しています。

## 人材育成

### 「挑戦」「創造」「学習」の企業文化

当社の事業活動は、創業より革新によって支えられてきました。経営や技術における課題を解決する革新を引き起こすのは、「挑戦」「創造」「学習」を実践できる従業員一人ひとりの力にほかなりません。当社は、常に課題を克服すべく自ら挑戦し、新しい価値を生み出す人材を育成することで、「挑戦」「創造」「学習」の企業文化の形成を目指しています。

### 研修・教育制度

資格や職位、年齢別、担当業務ごとに行う「階層別研修」「職種別専門研修」を全社員に行っています。

2010年は、これまでの階層別研修に加え、リーダー研修を導入しました。顧客対応力の向上と、一体感の高い職場づくりを目的としたこの研修には、若手・中堅管理職105名が参加しました。

階層別研修のうち、新入社員研修と中堅社員研修参加者にはフォローアップ研修を実施し、研修で学んだ内容の定着度を確認し、さらに向上させるよう努めています。

#### ●基本となる研修

	一般社員	管理職
階層別研修	新入社員研修 中堅社員研修	管理職研修
職種別専門研修	営業部門専門教育 事務・企画部門専門教育 研究・技術部門専門教育 生産部門専門教育	

## 挑戦を支える仕組み

一人ひとりが挑戦と創造の力を大いに発揮できるよう、社員のチャレンジを支える制度を整えています。

高い意欲を持った社員には、基本となる研修のほかに、「選択型研修」「自己啓発支援制度」などの能力開発の機会を提供。特に自己啓発支援制度では、多彩なメニューを揃え、社員が自身の能力を開発できるようにサポートしています。

また、社員が自発的なグループ研究成果を直接経営幹部に発表する場としての「ライオンチャレンジカップ」、事業のグローバル化にともない、海外業務を担える人材を育成するための育成施策を開始しています。

2010年は、新たに営業系管理職を対象とした海外流通視察研修を導入、10名が参加しました。欧米のメーカー・小売の取り組みや流通構造の違いを体感することを目的としています。



海外流通視察研修

#### ●自己啓発支援制度

グローバル人材教育	海外業務研修	海外の企業や研究機関などに派遣し、現地での業務に幅広く携わるなかで現在または将来の業務に関連する知識・技術を修得
	海外学会発表	グローバル化にともなう人材育成の観点より、自己業務および自己啓発による技術・知識を海外の各分野の学会で発表する機会の提供
	海外流通視察研修	グローバル化にともなう流通構造の変化をリアルタイムで体感するため、流通・小売の先進国である欧米・アジアを視察し、視野の拡大を推進
留学	国内留学	ビジネススクールで学び、より高いレベルでの業務遂行能力と経営管理能力を修得
	学習研究サークル	社員主体で業務に関する学習・研究を実施
研究会	ライオンチャレンジカップ	チーム研究を経営幹部に発表する年1回の社内コンテストを開催
	一般通信教育・ビジネススキル・資格取得	挑戦・創造・学習の企業文化の活性化を支援するため、自己啓発費用を積極的に補助

## 社員の健康管理

社員の健康は個人と会社双方にとって最大の財産と考え、健康管理基本方針に基づいて活動しています。この方針は自己管理能力の高い社員を増やすこと、快適な職場づくりを推進することを活動の大きな柱としているため、当社の定期健診受診率および健診後個別面談(保健指導)実施率は、ほぼ100%となっています。産業医・看護職との対話を通じたきめ細かな健康管理活動が、2008年度から法制化された40歳以上の特定健診・特定保健指導の社内展開にもよい効果を生んでいます。

### 特定健診・特定保健指導への対応

2010年からの全社健康管理中期計画(3ヵ年)に基づき、40歳以上の特定健診・特定保健指導について、健康保険組合と協力して健診および保健指導を実施しています。

2008年より実施しているメタボリックシンドロームリスク軽減に向けた予防活動は2010年も継続して実施。活動の結果、従業員の平均年齢がほぼ同じであるにも関わらず、メタボリックシンドローム(学会基準)の有所見率の減少がみられます。

#### ●当社におけるメタボリックシンドローム該当者の割合

	該当者割合
2008年	8.0%
2009年	6.8%
2010年	6.7%

※ 精査の結果、2009年の数値を修正しています。

### 禁煙施策の展開

健康保険組合と共催で禁煙支援策を実施し、2010年2月末から65名の禁煙チャレンジを支援しています。あわせて社内喫煙場所の削減を進めました。これらの施策の結果、全社的に喫煙率の低下がみられています。



禁煙ポスター

### 35才健康セミナー(LIS21\*)について

生活習慣病の未然予防のため、健診による有所見者の増加や健康リスクの増加がみられる前の35歳という年齢に焦点を当てています。若い世代からの健康づくりが将来的な疾病予防につながると考え、自分の健康を振り返り、将来を見据えて実行可能な課題をみつけるための1泊2日の体験型セミナーを、2001年より実施しています。



LIS21セミナーでの森林浴

\* LIS21  
Lion life Innovation Seminar21

#### ●LIS21参加者における1年後の行動変容率

	参加者	生活習慣が変わった者	割合
2005年	110名	99名	94.3%
2006年	120名	111名	92.5%
2007年	86名	79名	91.9%
2008年	91名	82名	90.1%
2009年	91名	89名	97.8%

※ 育児休業などで1年後に看護職と面談を実施しなかった者は、母数から除いて割合を算出。また、精査の結果、2008年の行動変容者数を修正しています。

### メンタルヘルスへの取り組み

心の健康は会社組織の活性化とリスクマネジメントの両面で重要な問題ととらえ、メンタルヘルス疾患の予防活動に注力しています。全社員に対するストレス調査は毎年実施し、心の変化に気づいてもらう機会にしています。その結果は産業医、看護職から一人ひとりに返却し、元気にいきいきと働けるようアドバイスしています。

また心の健康には管理職が果たす役割も大きいと考え、管理職を対象にした教育も毎年継続的に実施しています。2010年は職場での微候把握や部下への対応等、これまでの教育対応の徹底をはかるため、eラーニングを実施しました。

健康面に関わる社内相談は産業医や看護職のほか、精神科医、臨床心理士による対応も行っています。また外部機関とも契約し、家族も含めて手軽に電話相談やカウンセリングを受けられる環境を整えています。

## 安全防災への取り組み



### 安全衛生防災マネジメントの全社展開

全社展開として「安全は、何事にも優先する」を基本に、日頃から安全活動に取り組んでいます。

2009年から関係会社事業所および研究部門ごとに説明会を実施。その後、生産系事業所では事業所責任者自ら内部監査(システム監査)を実施するなど、「安全衛生防災マネジメントシステム」を運用し、安全管理の継続をはかっています。常に安全第一を掲げ、「無事故」「無災害」につなげています。

#### 【労働安全】

2010年は、人および設備に関わる重大事故・重大災害はなく、労働災害は休業0件、不労災害も3件と、前年比で1件減少しました。また、リスク評価を継続して実施し、過去に実施した結果の確認と改善を進めました。「安全衛生防災マネジメントシステム」の構築以降、リスクアセスメントは各事業者の責任のもとで、危険要因の撲滅に向け確実に進んでいます。

今後は、リスク評価項目に漏れのない手順を構築して、よりいっそう安全な職場づくりにつなげていきます。

#### 【設備安全】

外部機関による設備診断を導入し、さまざまな視点から設備安全活動に役立てています。国内外の反応系設備を有する工場では、重要度に応じて定期的に設備を点検し、適切に保全することで設備安全を維持しています。

近年では、関連会社を含む国内全工場を対象に、新たにリスクベースドメンテナンス手法を用いた定量評価に基づいて投資の優先順位を決定。安全確保に必要な設備投資を確実に実施しています。また、設備や運転条件の変更時には、社内ルールに基づいた確認を義務づけ、変更に起因する事故の防止に努めています。

### 緊急事態への対応

就業者の安全を確保し、災害時に速やか、かつ適切に行動できるよう、各事業所でマニュアルを整備するとともに、安否確認訓練、避難訓練、人員掌握訓練、消火訓練、公設消防との合同訓練などを定期的に行っています。

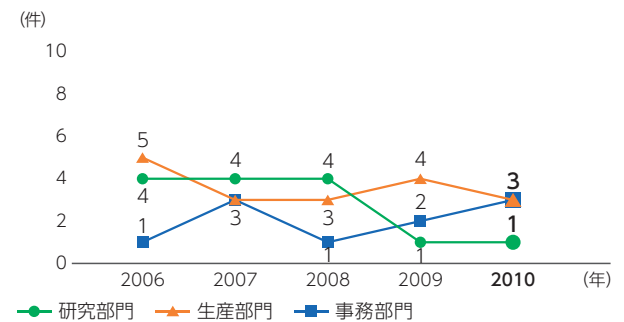
毎年実施している合同防災訓練については、2010年は東海地震での小田原工場の被災を想定し、本社災害対策本部を設置しての迅速な復旧対応等の訓練を実施しました。

2011年3月に発生した東日本大震災では、当社が保有しているオフィスビルや工場等では、耐震補強を実施していたこともあり、倒壊等の大きな被害はありませんでした。また、安否確認システムにより、訓練どおり円滑に就業者全員の安全を確認することができました。

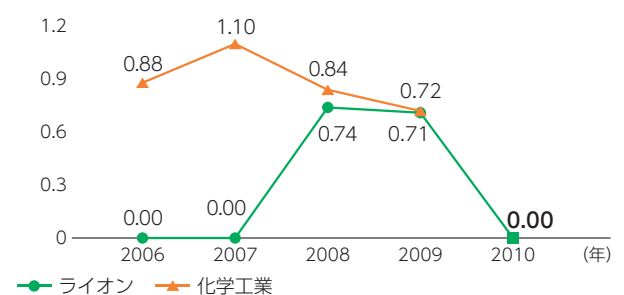
#### ●設備災害発生件数

2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
0	0	0	0	0

#### ●労働災害発生件数(通勤災害を除く)



#### ●生産部門の労働災害度率\*



\* 度数率  
休業災害被災者÷のべ労働時間(百万時間)。生産部門の労働災害強度率はホームページをご覧ください。

URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/employee/prevention/>

#### ●2010年末 無災害労働時間(万時間)

研究部門				生産部門			
平井	本所	小田原	福島	千葉	小田原	大阪	明石
678	55	63	11	301	292	232	84

# コミュニケーションを大切にし、 信頼と期待に応える事業活動を実践します

## 情報開示とコミュニケーション

当社は、IR情報開示方針\*に沿って、情報開示を行っています。

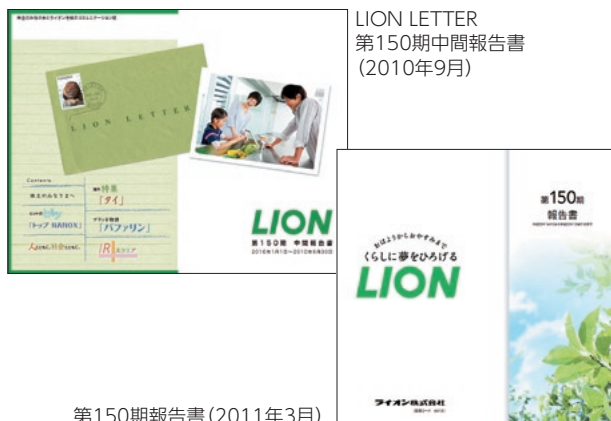
\* IR情報開示方針

URL <http://www.lion.co.jp/ja/invest/policy/>

## 株主の皆様との対話を大切に

毎年3月末に定時株主総会を国技館(両国)で開催しています。2011年は1,490名の方々にご出席いただきました。総会では、株主の皆様から多数のご質問をいただき、終了後は当社役員との懇談の場や新製品紹介のコーナーを設け、当社への理解をより深めていただきました。

また、9月に「LION LETTER」、3月に「報告書」をお届けし、業績のご報告や新製品のご紹介などを通じ、株主の皆様との緊密なコミュニケーションに努めています。



## 情報提供ツールの充実

多くの株主・投資家の皆様に、迅速かつ公平に情報をお届けするために、ホームページに「株主・投資家情報」を設置しています。2010年7月には株主・投資家の皆様が必要な情報にアクセスしやすいよう、全面改良を行いました。

ホームページでは、事業内容や業績の概要と合わせ

て、経営戦略や財務、決算に関する各種資料を掲載して当社の情報が手軽に入手できるように努めています。さらに、IRメール配信サービスや、専用のお問い合わせフォームを設置しています。情報の充実度、使いやすさについては、社外機関からも高く評価\*1されています。

また、より多くの個人投資家の皆様に当社を理解していただくために、「会社概要」や「新製品ご紹介セット」などの情報を掲載した「IRパンフレット」を作成し、個人投資家向けイベントなどでお配りしています。

海外の株主・投資家の皆様には、英文のホームページを提供するとともに、社長メッセージ、セグメントごとの業績、財務データなどを詳細に掲載した英文のアンニュアルレポートを発行しています\*2。

### \*1 IRサイトに関する受賞

ゴメス・コンサルティング(株) IRサイト総合ランキング2010  
優秀サイト

日興アイ・アール(株) 2010年度全上場企業ホームページ充実度  
ランキング調査 最優秀サイト(総合ランキング)

### \*2 アニュアルレポート

URL <http://www.lion.co.jp/ja/invest/library/ar/>

国内の株主・投資家の皆様向けには日本語ダイジェスト版もご用意  
しています。



## 正確かつタイムリーな情報発信

国内外の投資家の皆様に会社情報を正確、公平かつタイムリーに発信するため、さまざまなIRイベントを実施しています。国内の証券アナリスト・機関投資家を対象と





定時株主総会

した決算説明会、事業説明会、新製品説明会などのほか、海外の投資家が多数出席する証券会社主催のイベントにも参加し、海外投資家向け情報発信にも注力しています。

また、個人投資家向けの会社説明会も積極的に実施しています。説明会では事業内容・戦略に加え、環境対応や社会貢献活動、くらしに役立つ生活情報など幅広くお伝えしています。

2010年は、全国各地で計11回の会社説明会を実施し、総計約1,700名の投資家の皆様にご出席いただきました。特に、品質管理など製造現場での取り組みを説明した明石での工場見学会(9月)や、環境をテーマにした投資フォーラム(2月、8月)では、投資家の皆様により深く理解していただけるよう、社長はじめ環境対応や商品開発を担当する社員が直接説明を行いました。



「IRフォーラム2010東京」  
展示ブース(主催：(株)  
ツバルの森、2010.8.28)

## 資本市場の声を社内へフィードバック

株主・投資家の皆様の声を社内に伝えることもIRの大切な役割です。個人投資家向けイベントでいただいたご意見、アンケート結果や、国内外機関投資家の皆様とのミーティング内容などを毎月役員はじめ社内に電子メールにて直接フィードバックし、事業活動に反映しています。

## 株主の皆様への還元

当社は、連結収益力の向上により、株主の皆様への継続的かつ安定的な利益還元を行うことを経営の最重要課題と考えています。2010年は年間配当金を前年同様

1株あたり10円としました。なお、2011年は創業120周年記念配当として期末配当を1円増配し、年間1株あたり11円とする予定です。

## 株主の皆様へ新商品のご紹介

12月31日時点で1,000株以上所有している株主の皆様には、毎年3月に新製品を中心とした自社製品の詰め合わせを進呈しています。株主の皆様にご紹介し、多くの株主様に当社のファンになっていただけるよう努めています。



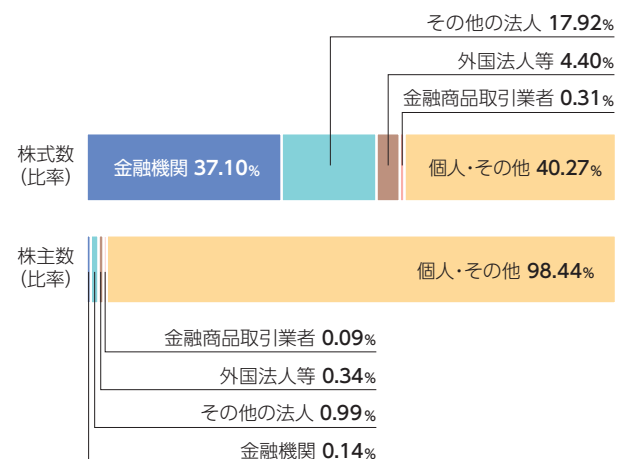
2011年3月進呈の  
新製品ご紹介セット



FTSE4Good

当社はグローバルな社会的責任投資指標であるFTSE4Good Global Indexに選定されています。

### ●株式の状況(2010年12月31日現在)



# 調達から販売までの事業活動全体で、持続可能な社会の実現に取り組んでいます

## 持続可能な調達の実現

### CSR調達の考え方

当社は、「購買に関する基本方針」のもと、原材料や製品の適正な調達を行うとともに、サプライチェーンマネジメントの体制づくりを進めてきました。

2008年には、社会面、環境面への配慮をより明確にしたCSR調達方針として、「調達基本方針」\*を制定しました。取引先へのアンケート調査を定期的に行い、この方針の周知・徹底をはかっています。

\* 調達基本方針

URL <http://www.lion.co.jp/ja/company/about/policy/>

### アンケート調査の実施

当社では、取引先のCSR活動の状況を把握するため、国連の提唱する「グローバル・コンパクト」の10原則に基づくアンケート調査を2008年より実施、活動状況の把握と改善のお願いをしています。

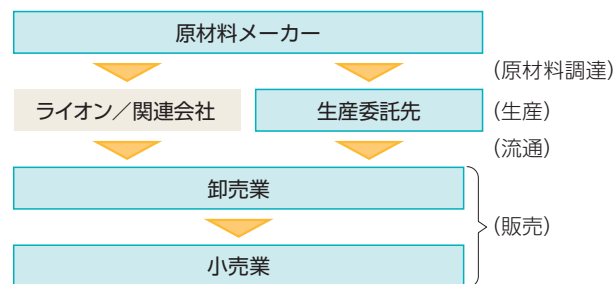
2009～10年に、海外関係会社の主要な取引先や当社グループ企業\*も含めた、国内外の取引先481社に「調達基本方針」を周知し、アンケートを依頼したところ、354社から回答がありました(2010年末の回収率73.6%)。各企業からの回答を評価したところ、ほとんどの企業で問題はありませんでした。3社で若干取り組みが不十分であることがわかりました。

2011年は、この取り組みが不十分な取引先に改善をお願いするとともに、回答をいただいていない取引先に対し、説明と再調査を個別に実施していきます。

\* 調査に参加した当社グループ企業

ライオンケミカル(株)、ライオンパッケージング(株)、ライオン商事(株)、ライオンハイジーン(株)、一方社油脂工業(株)、出光ライオンコンポジット(株)(旧カルプ工業)、ライオン・アクゾ(株)、獅王日用化工(青島)有限公司、獅王工業股份有限公司、泰国獅王有限公司(タイライオン)、サザンライオン有限公司、ピーティライオンウィングス、CJライオン(株)。

### ● サプライチェーンマネジメントへの取り組み



## CSR視点での原材料調達先評価

当社はこれまでも、調達先と相互の信頼関係を築いてきました。CSR調達への要請の高まりを受け、近年では購買・調達に関するセミナーに社員を積極的に派遣するなど、人材育成を進めています。

原材料調達先に対しては、工場の視察も適宜実施。安全性・環境適応性・品質の基準だけでなく、社会面への配慮も考慮し、購入先を選定しています。

## 生産委託先との公正な取引

委託先の選定、取引条件の設定、価格の設定等を公平性・透明性のある話し合いで合意・決定しています。委託先との共存共栄により、公正で良好な取引関係を継続、発展させることで、よりよい品質の製品をタイムリーにお客様にお届けしています。

また、下請代金支払遅延等防止法については、社員に研修を行い、遵守を徹底。さらに、部所担当者が外部の講習会に継続して参加し、内容を社内にフィードバックすることで、正しい知識を社員が共有しています。

## 同業他社との共同配送

当社では競合メーカーと共同して1989年にプラネット物流(株)を設立し、卸店への共同配送を行って



ライオンマーケティングコミュニケーション

います。背景となる理念は「システムは共同で、競争は店頭で」。各メーカーと店頭では公正な競争をしますが、物流は共同で行い、①物流コストの抑制、②物流品質の向上、③環境問題への対応を実現しています。2010年末時点で、メーカー18社が共同配送に参加しています。

共同配送による定時・定量・一括配送・システム化・標準化はお届け先の業務改善、効率化にもつながっています。

## 卸・小売と連携した売場づくり

卸店・販売店とお互いの経営課題を共有化し、解決するための組織として営業開発部を設置し、協力体制を強化しています。

卸売業・小売業との相互理解の取り組みをもとに、当社グループ会社(ライオン・フィールド・マーケティング(株))の店舗担当者が約8,300店の販売店舗を定期的に巡回し、取引先やお客様のニーズを収集することで、新鮮で魅力的な売場づくりに努めています。

## ライオン会総会

当社流通の基盤は、卸店との「共存共栄」にあります。当社の経営戦略、マーケティング戦略、営業戦略を説明すると同時に、意見交換を通じて、お客様満足向上に向けたお互いの役割の認識共有化をはかるために、「ライオン会総会」を開催。2011年1月1日時点で256の卸店が会員として加盟しています。



ライオン会総会

## 春のプレゼンテーション

家庭品から薬品・ギフト用品・ペット用品などの新製品を一堂に紹介する「春のプレゼンテーション」を、毎年開催しています。当社研究員が実験を交えて、わかりやすく商品の長所を説明するとともに、事業部門から販売方法、売場づくりの提案も行っています。

## ライオンマーケティングコミュニケーション

当社のブランド育成計画の実現に向けて、販売店や卸店の共感を得ることを目的に、2010年7月、「ライオンマーケティングコミュニケーション2010」を開催しました。期間中の2日間で、計823名の販売店や卸店の皆様にご来場いただきました。これまでお伝えしてきた商品の長所などに加えて、生活者のトレンドを見据えた、実践的なマーケティングアイデアや情報を提供し、今後のブランド育成計画の店頭実現につなげていきます。

### 【生活者行動研究所による生活研究の事例発表】

最近のお客様の消費意欲を抑えている「心のブレーキ」を緩め、これからの幸せを実現するための生活研究として、「生活の中で感じる加齢・エイジング」と「イマドキの暮らしの心地よさ」という2つの側面からの研究成果を報告しました。



事例発表の様子



# 「健康」「快適」「環境」の分野で、 社会や地域のくらしに貢献していきます

## ライオンの社会貢献活動

当社の事業展開のキーワードである「健康」「快適」「環境」が社会貢献活動においても基本です。各領域で、社員の参画意識醸成を大切にしながら活動を展開しています。なかでも、創業以来取り組んできたオーラルケアの普及・啓発活動や水環境保全活動は、事業活動に直結する活動として、特に積極的に進めています。

オーラルケアの普及・啓発活動については、P10～13に詳しく掲載しています。

## 水資源保護活動

ライオンは「洗うこと」を通じて、常に水と深く関わってきました。製品を通じた環境配慮をはじめ、水環境を守ることは当社の責任と考えています。身近な水資源である「雨水利用の推進」、水源保護としても重要な「ライオン山梨の森」での森林整備活動は、特に積極的に取り組んでいます。

## 雨水利用の推進

世界各地で大洪水や大渇水が頻発し、地球規模で水環境が乱れています。当社は、水循環型社会に向けた解決策のひとつとして、雨水利用の普及に取り組んでいます。

本社のある東京都墨田区は国技館など雨水利用施設を有し、雨水利用の先進地域でもあります。そこで、地域とも協力し、普及活動を行っています。また、当社でも本社ビルをはじめ、平井事業所、マレーシアにあるライオンエコケミカルズ有限公司でも、雨水を散水やトイレの洗浄水、工場の冷却水に利用しています。

## 雨水利用の支援

雨水利用の普及を支援するため、全国的な組織である「雨水ネットワーク会議全国大会」への協賛や、地域での普及啓発活動として雨水タンクの寄贈を行っています。

## 【雨水ネットワーク会議全国大会への協賛】

市民、行政、企業、研究者などが雨水利用に関して情報を共有する全国組織「雨水ネットワーク会議」を2008年に発足しました。ライオンは、毎年開催される「雨水ネットワーク会議全国大会」に第1回から協賛しています。2010年8月に行われた第3回大会では、当社の取り組み事例を発表しました。



雨水ネットワーク会議  
全国大会

## 【両国さかさかさ】

2010年6月、特定非営利活動法人雨水市民の会と連携し、国技館前に雨水タンク「両国さかさかさ」を設置し、墨田区に寄贈しました。かさを逆さにしたようなテント地の屋根で雨をタンクに集め、ライオンの社員ボランティアが周辺の花壇の散水に利用しています。また、道を行く人たちが手押しポンプを使ってタンクに貯まっている水を屋根にポンプアップし、水の循環を体験できるようになっています。市民・行政・企業の3者が協働し、都市のなかで雨水利用に取り組む実践の第一歩として、公共の場に設置されるはじめての事例となりました。今後も、市民、行政と連携し、全国各地域のニーズにあったタンクの寄贈を継続していきます。



両国さかさかさ



「ライオン山梨の森」第Ⅱ期開始時の藤重社長と参加ボランティア

## ライオン山梨の森 5年のあゆみ

森林にはCO<sub>2</sub>を吸収し、きれいな水を作り、洪水を抑える機能があります。当社は2006年から、持続可能な森林経営の活性化と、健全な森林づくりによる水環境の保全効果と従業員の環境意識醸成を目的に「ライオン山梨の森」を開設しました。従業員ボランティアによる森林整備や間伐材の紙への活用を促進しています。

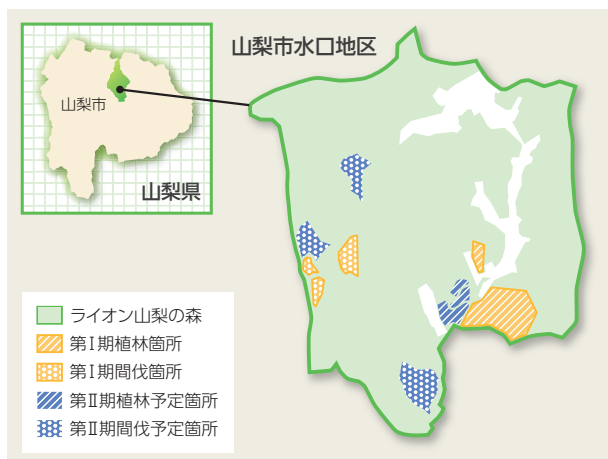
### ライオン山梨の森の活動エリアと森林整備

ライオン山梨の森は、山梨県山梨市にある約65ha（東京ドーム14個分の大きさ）の広大な山林です。山梨県の「企業の森推進事業」の第1号として森林整備協定を結び、開設されました。

2006年から2010年の第Ⅰ期には早急の対応が必要な箇所から間伐や植林、下刈り、歩道づくりなどを実施。森林整備以外にも、間伐材を使ったクラフトワークや、野生生物の調査を行っています。2010年までにボランティア、新入社員研修、運営スタッフとしてのべ約500名が参加しました。

2011年からの第Ⅱ期ではさらに未経験の従業員の参加を増やし、整備地も広げていく予定です。

### ●ライオン山梨の森の森林整備箇所



## 森での生物多様性への取り組み

2010年6月より、生物多様性保全につながる野生生物の痕跡調査を、特定非営利活動法人アースウォッチ・ジャパンと協働で開始しました。生物の痕跡を探索し、位置情報と合わせて記録することにより、森林整備による生物への影響を調べるためのデータを蓄積しています。2010年は2回の調査で、社員ボランティアがのべ12名参加しました。

### 活動実績

#### 【間伐材を印刷物へ利用】

ライオン山梨の森から間伐した木材を3.9ペーパーシステム\*で活用し、当社のCSR報告書や社内報、各種パンフレットを作成しています。2010年は約34トンを使用しました。

#### \* 3.9ペーパーシステム

輸送コストなどが障害となって十分利用されない国産間伐材を、印刷物を作るユーザーがコストを負担して利用する取り組み。

#### 【CO<sub>2</sub>削減への貢献】

ライオン山梨の森での間伐や植林、下刈り活動により、2010年度の1年間で1.7トンのCO<sub>2</sub>が吸収されたとして、2011年3月に山梨県から「やまなしの森づくり・CO<sub>2</sub>吸収証書」を受けました。



やまなしの森づくり・CO<sub>2</sub>吸収証書

### 地元の方々との交流も大切にしています

ライオン山梨の森では、地元の水口地区の皆様との交流も行っており、毎年春に山梨市立八幡小学校の児童と一緒に植林を行っています。また、水口地区婦人部の皆様から郷土料理のほうとうづくりを教わり、昼食会も行っています。2010年9月には、婦人部の皆様から研修で当社本社に来社され、さらに交流を深めました。

## 2010年の社会貢献活動

2010年も、健康・快適・環境分野を中心に、さまざまな活動を行いました。

### ●2010年の社会貢献活動(抜粋)

3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本水環境学会にて年会学生ポスター発表賞(ライオン賞)授与</li> <li>東京と大阪の事業所近隣の小学生とその保護者に手洗いと歯みがき、うがいについて学んでもらう「小学生の春(夏)休み課外授業」を実施(3月、8月)</li> </ul>	
4月	<ul style="list-style-type: none"> <li>千葉工場で第9回「ライオンラグビーフェスティバル」を開催</li> </ul>	
5月	<ul style="list-style-type: none"> <li>予防歯科の学会活動と若手研究者の育成を支援する「ライオンアワード」表彰(5月、7月、9月、10月)</li> </ul>	
7月	<ul style="list-style-type: none"> <li>「第12回日本水大賞」に協賛</li> <li>児童養護施設の子もたちを招いて隅田川花火大会を観賞する「隅田川花火プロジェクト」を実施</li> </ul>	
8月	<ul style="list-style-type: none"> <li>雨水ネットワーク会議全国大会を支援</li> </ul>	
9月	<ul style="list-style-type: none"> <li>江戸川区にて小学生向けの科学教育を実施</li> <li>タイにて子ども向け歯みがき教室を開催</li> </ul>	
12月	<ul style="list-style-type: none"> <li>「夢の課外授業」(子ども夢基金)の活動「チャリティキッズベースボール」での野球を通じた次世代人材育成を支援</li> </ul>	

### ●2010年工場見学の内訳

工場	千葉	小田原	大阪	明石	合計
見学回数	85回	130回	68回	65回	348回
見学者数	2,056名	3,365名	1,815名	1,915名	9,151名

## 財団を通じた社会貢献活動

ライオンが長年にわたってその活動を支援してきたライオン歯科衛生研究所(LDH、1964年設立)は、2010年10月から公益財団法人として新たなスタートを切りました。引き続き歯科医師会、大学、行政などと連携し、口腔保健活動、研究活動、診療活動、情報発信活動の4つの活動を通じて、社会に貢献しています。

### ●2010年の活動実績(抜粋)



#### 母子歯科保健活動

乳幼児とその保護者を対象に「歯と口の健康」を通じた子育て支援活動を行っています。

実施対象:50カ所、50回  
参加者:小児 864名、保護者 1,031名



#### 園・学校歯科保健活動

園児および児童生徒や保護者に対する直接的な啓発活動と、保健指導者の活動に対する支援を行っています。

実施対象:488カ所、618回  
参加者:園児・児童・生徒 44,029名、保護者 2,841名、保健指導者 2,225名



#### 産業歯科保健活動

就業者を対象に、歯周病の予防と歯と口の健康の保持・増進に重点を置いた指導を行っています。

実施事業所:242カ所、502回  
受診者:29,910名



#### 高齢者歯科保健活動

いつまでも自分の歯と口で食べることができるように口腔機能の保持につながる支援をしています。

実施対象:57カ所、57回  
参加者:1,567名



#### 診療活動

リスクコントロール・デンティストリーの考え方にに基づき、専門性が高く、質の高い診療および予防歯科活動を行っています。

受診者:12,964名



#### 学童歯みがき大会

小学生を対象に、口腔保健の重要性や歯みがきの方法などを楽しく学べるイベントを開催しています。

参加校:139校(インターネット参加含む)  
参加者:児童 約10,000名(同上)、歯科衛生士学校学生16校 950名

## 商品を通じた社会貢献

当社はこれまで「健康」「快適」「環境」をキーワードに事業を展開し、社会貢献活動を行ってきました。商品を通じて、お客様と共に社会に貢献する活動にも取り組んでいます。

### 『BATHTOLOGY』でのピンクリボン活動支援

当社は、入浴中から肌をケアし入浴後の乾燥を防ぐインバスケアブランド『BATHTOLOGY』の販売を通じて、乳がんの撲滅を目指す「ピンクリボン活動」を2008年から応援しています。2010年は9月～12月に「乳がんをなくすほほえみ基金」キャンペーンとして、パッケージに活動支援マークを入れ、売上金の一部をピンクリボン活動支援として寄付しました。



『BATHTOLOGY』ボディソープ(左の2品)と入浴剤(右の2品)

### 『トップ』を通じた社会貢献活動

衣料用洗剤『トップ』にちなんだ「トップエコプロジェクト」を展開しています。プロジェクトのひとつは「きれいな川と暮らそう」基金キャンペーンです。『トップ』1箱につき1円を寄付し、河川を守る活動を支援しています。3回目となる2010年は10,095,168円を寄付しました。

もうひとつは、「ぼくの、わたしの、川の絵コンテスト」です。子どもたちに身近な水環境について考えてもらうことを目的に開催、2010年の第3回までに6,413件応募がありました。2010年の最優秀作品は、この報告書の表紙に掲載しています。



支援先である「波佐見・緑と水を考える会」の活動

### キレイキレイ「バイ菌とたたかうプロジェクト」

「バイ菌とたたかうプロジェクト」は、『キレイキレイ』の商品を通じた「手洗い・うがい・消毒」の普及を目指しています。以前から行ってきた衛生習慣の啓発活動を継承し、「身につける」「考える」「伝える」の3つの活動で構成しています。



バイ菌とたたかうプロジェクト

#### 【(幼稚園で)身につける】

幼児期から手洗い・うがい・消毒の習慣を身につけることを目的として、幼稚園児を対象に「みんなでバイ菌をやっつけよう！ラリー」を実施しています。幼稚園にシールやポスターなどが入ったキットを配布、手洗い・うがい・消毒が上手にできたことを楽しくチェックします。2008年以来、のべ5,000園で実施され、2010年末までで100万名以上の園児が参加しました。

#### 【(小学校で)考える】

手洗い・うがいの重要性を考えるきっかけづくりを目的とした『手を洗おう「みんなでキレイキレイ」作品コンクール』を実施しています。全国の小学生以下の子どもを対象に「手洗い・うがい」をテーマにした標語と絵画を募集しています。2010年の第8回までに、のべ263,691点の応募がありました。

#### 【(すべての人に)伝える】

「アジアに広げよう、キレイの輪 キャンペーン」を実施し、キレイキレイ商品1点あたり1円をユニセフに寄付しています。寄付金はミャンマーの小学校での衛生施設の建設や衛生教育などに使われ、2010年度は1,001万3,593円を寄付しました。



©UNICEF Myanmar/WASH/2010

世界手洗いの日に、食事前に手を洗う子どもたち

# 自然と共生する社会の実現のため、 「環境対応先進企業」を目指します

## 環境に配慮した商品づくり

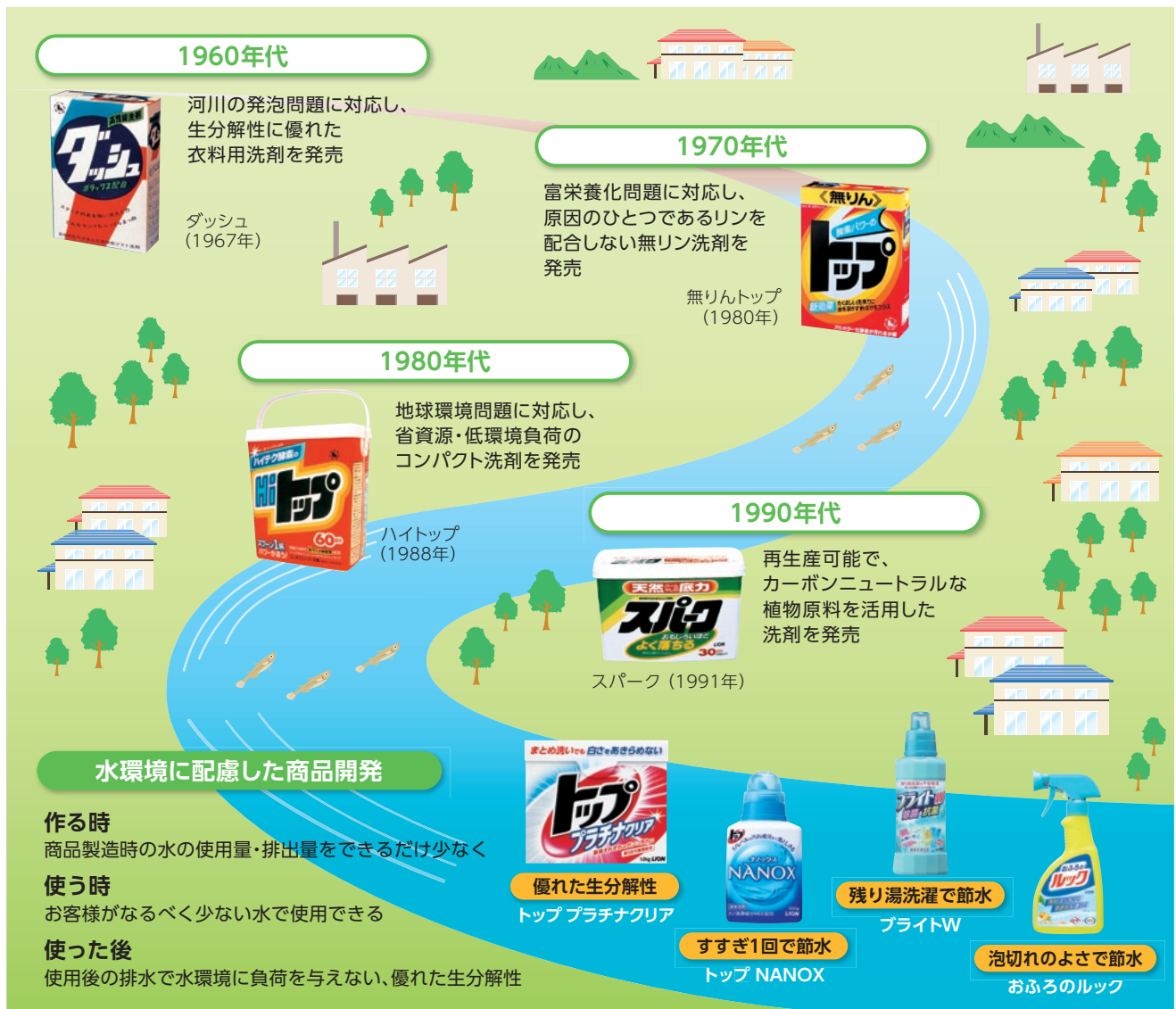
くらしに密着した商品をお届けする当社にとって、環境への取り組みは欠かせない経営課題です。「洗う」ことを通じて、常に水と深く関わりながら事業を展開する当社は、製造段階で水の使用量・排出量を抑えること、使用段階でもできるだけ少ない水でお使いいただけるこ

と、使用後も速やかに分解されて河川や湖沼の水を汚さない商品を作ることを心がけています。

また、当社が取り組む環境保全活動は学術・研究支援や、お客様と共に行う環境活動など、さまざまな分野に広がっています。

今後も環境保全に取り組み、持続可能な循環型社会・低炭素社会の実現・自然との共生を目指してまいります。

### ●環境保全に取り組む続けるライオン







「ライオン山梨の森」

## ライオンの環境保全活動 (ECO LION) 活動

「ECO LION」活動(下図参照)は、研究開発から原材料調達、工場での製造、営業活動、流通、販売、ご家庭での使用・廃棄までを考慮した、当社のすべての事業活動における環境への取り組みです。ここに掲げた5つの取り組みを柱に、ライオングループ全体で環境活動を推進しています。

### 環境方針\*

当社の環境方針は、「経済発展と環境保全が両立する持続可能な社会を創造していくため、自主的、積極的に行動する」という企業行動憲章の精神に基づいて定めています。環境方針には、「ECO LION」活動に取り組む当社の姿勢、環境配慮製品の開発に積極的に取り組むこと、生物多様性や大気・水環境に配慮した事業活動を行うこと、サプライチェーン全体として環境負荷の低減に努めることなどを明文化しています。

\* 環境方針

URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/guide/>

## 環境マネジメントシステム

当社の環境マネジメントシステムは、事業活動、商品やサービスにより、環境に及ぼす影響を把握、評価、是正するとともに、環境保全の継続的な改善活動を実現することを目的としています。そのため、「環境方針」をもとに「Plan」「Do」「Check」「Act」による環境保全の継続的な改善を目指しています。

### 環境管理体制\*

当社では、環境問題に全社員が協力して対応するため、生産部門、事務・営業部門、研究開発部門、本社スタッフ部門からなる環境保全推進委員会を設置しています。環境保全の観点から全社の事業活動を見直し、法令の遵守、自主的な基準・目標の設定とともに、その全社的な推進および達成状況の把握などを行っています。

\* 環境管理体制

URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/management/>

### ●「ECO LION」活動の5つの取り組み



## 法規制の遵守

当社では、環境に関わる法令・条例などの規制の遵守はもちろん、独自の基準に基づき、管理を徹底しています。

廃棄物処理は、各部所の廃棄物排出責任者が「廃棄物管理規程」に定められた委託先選定基準に適合する廃棄物処理業者を選定し、委託しています。さらに、定期的に廃棄物処理委託先の現地調査を実施し、基準への適合性を確認しています。

過去に使用していたポリ塩化ビフェニル(PCB)含有機器については、法に基づき厳重に保管しています。これらの機器は、日本環境安全事業(株)により、順次処理を進めています。

当社平井事業所の研究所建物の使用終了にともない土壌調査を実施した結果、土壌汚染対策法の基準を上回る鉛や砒素などの特定有害物質が検出されました。この結果を東京都に報告しています。今後とも、法に則り行政と協議しながら適切に対応していきます。

日常的な排水の管理においては、排水設備の安定化と工程管理の維持強化および緊急時の対応訓練など、法律で定められた水質基準を超える排水を行うことのないよう、管理を徹底しています。

また、省エネ法<sup>\*1</sup>および温対法<sup>\*2</sup>、ならびに化管法<sup>\*3</sup>、化審法<sup>\*4</sup>の各関連法の改正に応じた体制を整え、適切な対応を行っています。

なお、2010年においても罰金、科料などを課せられるような違反はありませんでした。

- \*1 省エネ法**  
「エネルギーの使用の合理化に関する法律」の略称。
- \*2 温対法**  
「地球温暖化対策の推進に関する法律」の略称。
- \*3 化管法(PTR法)**  
「特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律」の略称。
- \*4 化審法**  
「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律」の略称。

## ISO14001\*認証取得状況

当社は、2001年7月に全工場一括でISO14001の認証を取得しました。2010年5月には日本能率協会審査登録センター(JMAQA)による3年ごとの審査を受けて更新しています。更新審査の結果に基づき、管理システムと環境保全について、継続的な改善を進めています。

**\* ISO14001**  
組織が環境問題に自主的に取り組むための世界共通の規格。



ISO14001登録証

## 内部環境監査

「内部環境監査員養成教育」を受けて資格を得た内部環境監査員が、定期的にISOの要求事項全項目の適合性を調査する「内部環境監査」を実施し、「マネジメントレビュー」を行っています。

不適合な箇所がみつければ当該部所が責任を持って改善し、それを報告します。さらに、環境保全推進委員会委員長である、CSR担当役員による「トップ環境監査」を安全監査とあわせて定期的に行っています。



トップ安全・環境監査

## 環境目標と実績

2009年までの中期3ヵ年計画の結果検証を経て、2010年からは新たな3ヵ年計画を策定しました。

新中期3ヵ年計画の策定にあたっては、事業活動計画との関連性を重視し、次の3つをポイントとしています。

- 低炭素社会の実現
- 環境管理体制の充実・強化
- 水資源の有効活用と生物多様性への取り組み強化

### ●CO<sub>2</sub>削減目標

2012年に

1990年比 **30%以上削減** を目指す

2020年に

1990年比 **40%以上削減** を目指す

### ●環境管理の目標と実績

◎：達成 ○：ほぼ達成 ×：未達成

項目	目標		実績		関連ページ
	2012年	2010年	2010年のおもな施策	2010年の達成度	
CO <sub>2</sub> 排出量削減	事業活動におけるエネルギー由来CO <sub>2</sub> 排出量を1990年比30%以上削減	27%以上削減	衣料用洗剤の生産効率見直しによる省エネルギー対策	◎ (1990年比27%削減)	P44
	物流部門のエネルギー消費原単位を前年比1%以上削減	前年比1%以上削減	大型車の利用拡大	◎ (前年比1%削減)	P44
	海外生産系事業所のCO <sub>2</sub> 排出原単位を年平均1%以上削減 <b>NEW</b>	前年比1%以上削減	環境管理体制の整備	◎ (前年比3%削減)	—
廃棄物削減	廃棄物総発生量を1990年比55%以上削減	53%以上削減	有価物市況悪化による売却量の減少等により前年よりも増加	× (1990年比52%削減)	P45
	ライオングループでゼロエミッション*達成 <b>NEW</b>	—	ライオンの施策を関係会社に展開	(関係会社1社がゼロエミッション*達成)	P45
水資源の有効活用	排水量を2005年比20%以上削減 <b>NEW</b>	17%以上削減	洗浄法改善施策を実施したが、品種切替頻度の増加により洗浄排水が増加	× (2005年比12%削減)	P45
化学物質管理	PRTR物質総排出量を2005年比45%以上削減 <b>NEW</b>	—	法改正にともなう新規指定物質対応準備完了	(2005年比42%削減)	P50
	VOC(揮発性有機化合物)排出量を2000年比75%以上削減	75%以上削減	回収装置導入や製品組成面からの改善	◎ (2000年比78%削減)	P50
環境管理体制の充実	PDCAによる環境管理	海外事業所の環境データ公表	ホームページにて公開	◎	—
	環境債務の把握と会計処理	PCB廃棄物の把握と環境債務への計上	PCB廃棄物計上終了	◎	P40
環境意識醸成とPR	「ECO LION」活動の継続的な推進	生物多様性への取り組み方針策定と公表	環境方針を改訂し明文化	◎	P52~53

※ **NEW** は、2010年~2012年環境中期3ヵ年計画で新たに設定した目標。

\* **当社ゼロエミッションの定義**

廃棄物総発生量の再資源化率を99%以上とする。ただし、再資源化の残滓は含まない。なお、2010年はライオングループの生産系10事業所中9事業所でゼロエミッションを達成。

## 環境会計

環境省のガイドラインに基づき、毎年ライオングループ全体の環境保全コストと環境保全効果、環境保全対策にともなう経済効果(実質効果)について集計しています。集計期間は、当社の会計年度に合わせて2010年1月～12月です。

### ● 2010年環境会計

環境保全コスト(百万円)				環境保全効果			関連ページ
分類	おもな取り組み	投資額	費用額	項目	2010年結果	前年増減	
事業エリア内コスト	公害防止 大気汚染防止、 水質汚濁防止ほか	109	272	NOx排出量(トン) SOx排出量(トン) ばいじん排出量(トン) COD総量(トン)	60 15 6 10	7 △8 △1 △2	P45
	地球環境保全 省エネルギーほか	194	3,705	エネルギー使用量(トン-CO <sub>2</sub> ) 工業用水使用量(m <sup>3</sup> ) 上水使用量(m <sup>3</sup> ) 排水量(m <sup>3</sup> )	105,353 912,708 424,235 729,624	△385 △1,867 19,388 39,766	P44～45
	資源循環 廃棄物処理、 リサイクルほか	2	245	廃棄物総発生量(トン) 廃棄物最終処分量(トン) 再資源化率(%) (再資源化量/社外排出量)	8,432 202 95	321 △89 1	P45
	環境配慮製品 環境配慮製品生産設備ほか	1,220	5,738	植物原料、生分解性原料、コンパクト製品、つめかえ製品、 古紙利用、再生PET樹脂利用など			P46～49
上・下流コスト	容器包装リサイクル法委託料 廃棄物処理ほか	—	524	包装材料使用量(トン) 廃棄物(トン)	65,323 2,292	△4,992 △1,272	P48～49
管理活動コスト	ISO14001更新費用、環境教育、 報告書発行、展示会ほか	1	632				P40、50
研究開発コスト	環境配慮製品開発費用ほか	90	1,735				P46～49
社会活動コスト	地域環境活動、寄付ほか	0	22				P51
環境損傷コスト	汚染負荷量賦課金ほか	0	31				P40
ライオングループ合計		1,616	12,904				

### ● 環境保全対策にともなう経済効果(実質効果)(百万円)

効果の内容	前年比較削減額
省エネルギーによる費用削減額	157
省資源による費用削減額	165
上下水使用料削減額	3
廃棄物処理削減額*	5

※ 有価物売却費を含む。

## 環境効率

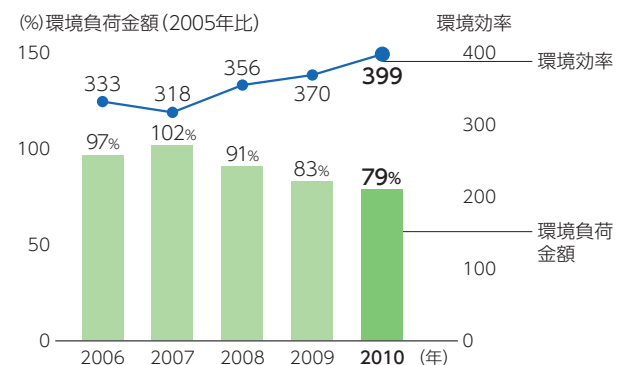
企業活動がどれだけ効率的に行われているかを環境影響の面から評価するために、下記の計算式により環境効率を算出し、その向上に努めています。

LIMEによる環境効率は、おもに環境負荷金額の低減により2010年も向上しました。

$$\text{環境効率} = \frac{\text{事業活動の成果(売上高)}}{\text{環境影響(LIMEにより算出した環境負荷金額)}}$$

※ 環境影響はLIME(Life-cycle Impact assessment Method based on Endpoint modeling: 日本版被害算定型環境影響評価手法)を用いて、環境への影響(被害)を金額に換算して環境負荷金額として算出しています。

### ● 環境効率と環境負荷金額(2005年比)の推移



※ 環境負荷金額は、LIME2の統合化リスト(2010年7月1日版)を用いて算出しました。なお、環境負荷金額は2005年を基準として見直しています。

## 事業活動による環境負荷の全体像

### INPUT

#### エネルギー

エネルギー総使用量 (原油換算)	56,995kL (△434)
電気	103,709千kWh (3,535千)
都市ガス	12,474千m <sup>3</sup> (△1,299千)
その他の燃料 (原油換算)	15,835kL (△192)

#### 物質

原材料(家庭品のみ)	390千トン (47千)
PRTR対象化学物質	97千トン

#### 水資源

水使用量	1,337千m <sup>3</sup> (17千)
上水・地下水使用量	424千m <sup>3</sup> (19千)
工水使用量	913千m <sup>3</sup> (△2千)

**LION**  
(ライオングループ)

### OUTPUT

#### 大気への排出

CO <sub>2</sub> 排出量	105,353トン (△385)
生産活動	96,455トン (431)
非生産活動	8,898トン (△816)
NOx排出量	60トン (7)
SOx排出量	15トン (△8)
PRTR対象化学物質	26,310kg

#### 水域への排出

排水量	730千m <sup>3</sup> (40千)
PRTR対象化学物質	0kg

#### 廃棄物

廃棄物総発生量	8,432トン (321)
再資源化量	4,527トン (△255)
最終処分量	202トン (△89)

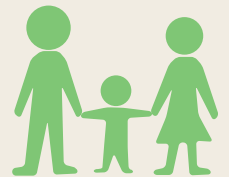
物流



#### 物流

CO <sub>2</sub> 排出量	20,207トン (△643)
---------------------	--------------------

お客様



#### 製品

売上高	3,311億円 (92億)
容器包装排出量	39,079トン (△25)

( )内は前年増減

# 温暖化ガス排出量削減



ポスト京都議定書を視野に入れて、CO<sub>2</sub>排出量の大幅な削減に取り組んでいます。

## 温暖化ガス排出量の削減

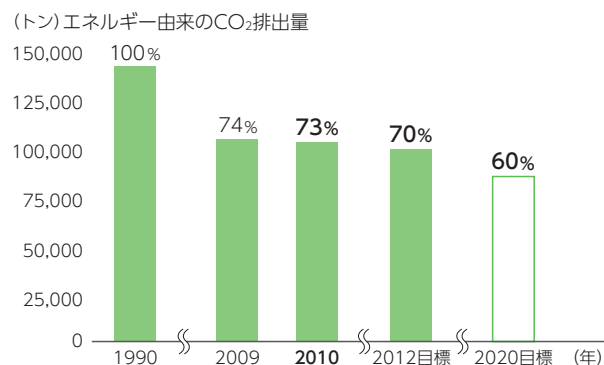
2005年に京都議定書が発効となり、日本は2008年から2012年の間に温室効果ガスを1990年比で6%削減することが義務づけられています。当社は、CO<sub>2</sub>の削減に社員一人ひとりが積極的に取り組んでいます。

### 「事業活動から排出されるCO<sub>2</sub>」の削減

2010年、生産部門においては、衣料用洗剤の生産効率の見直しなどのほか、地道な省エネ施策の実施により、CO<sub>2</sub>排出量削減に取り組みました。一方、関係会社の工場では生産量の増加にともない、CO<sub>2</sub>排出量が増加しました。

オフィス・研究部門では環境省が提唱する地球温暖化防止国民運動「チャレンジ25キャンペーン」施策の推進や、営業車のエコドライブの徹底、低公害車の継続的な導入施策等の実施により、CO<sub>2</sub>排出量削減に取り組みました。この結果、2010年のCO<sub>2</sub>排出量は1990年比27%削減しました。

### ●CO<sub>2</sub>排出量削減の実績と目標



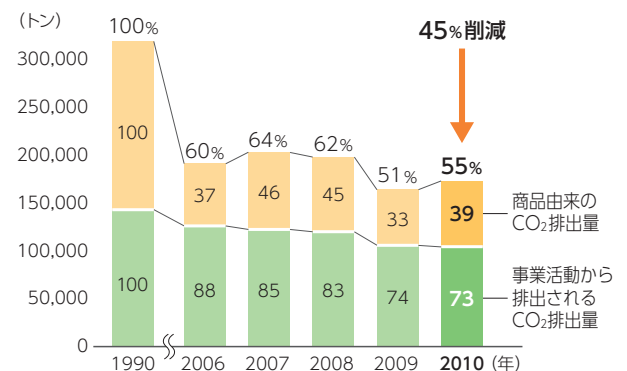
### 「商品使用後に排出されるCO<sub>2</sub>」の削減

当社は、商品使用後に排出されるCO<sub>2</sub>の削減も視野に入れ、商品の研究開発を進めています。具体的には界面活性剤の原料を石油原料からCO<sub>2</sub>の増加につながらない植物原料(カーボンニュートラル:P47参照)へと切

りかえを進め、商品由来のCO<sub>2</sub>量の削減にも取り組んでいます。2010年は、消費者ニーズの変化により商品構成が大きく変化したため、目標どおり削減することができませんでした。

「事業活動におけるエネルギー由来のCO<sub>2</sub>」と「商品使用後に排出されるCO<sub>2</sub>」の両者を合わせた排出量については、2010年は1990年比45%削減となり、前年より増える結果となりました。

### ●事業活動および商品由来トータルのCO<sub>2</sub>排出量推移



### 物流部門における取り組み

工場直送による輸送距離の短縮や、他メーカーとの共同配送などの物流効率化を通じて、CO<sub>2</sub>排出量・エネルギー消費原単位の削減に取り組んでいます。また、トラック輸送から鉄道や船舶輸送に変更するモーダルシフトも積極的に推進しており、2005年には国土交通省認定の「エコルールマーク」を取得しました。

2010年のモーダルシフト化率は、全輸送量の22.0%、距離500km以上の長距離輸送においては、68.7%となりました。物流におけるCO<sub>2</sub>排出量は20,207トンで、前年比3.1%削減しており、エネルギー消費原単位も前年比1.3%減で、改正省エネ法のガイドラインである「対2006年実績で年平均1%以上削減」は、継続して達成しています。

# 資源の循環的・有効活用

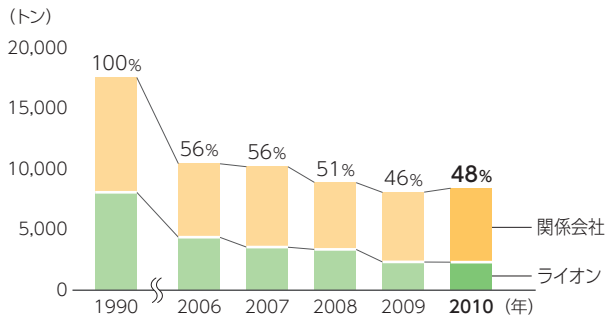
廃棄物の削減・リサイクルの推進とともに、水資源の保護・排水量の削減に取り組んでいます。



## ライオングループの廃棄物総発生量

2010年は、廃棄物総発生量は1990年比48% (2010年目標：47%以下)となりました。有価物市況の悪化による売却量の減少により、廃棄物量が増加しましたが、いっそうの分別の徹底と有価物化を推進し、2012年までに1990年比45%を目指します。

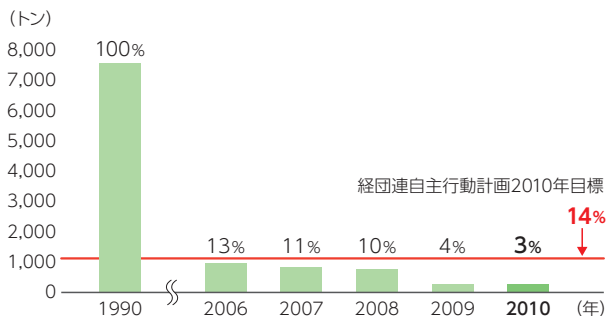
### ●ライオングループの廃棄物総発生量の推移



## ライオングループの最終処分量について

2010年の最終処分量は1990年比97%削減と、日本経済団体連合会の目標値(2010年に1990年比86%以上削減)を大きく上回っています。

### ●ライオングループの最終処分量の推移



また、当社工場は2002年にゼロエミッションを達成し、現在も継続しています。

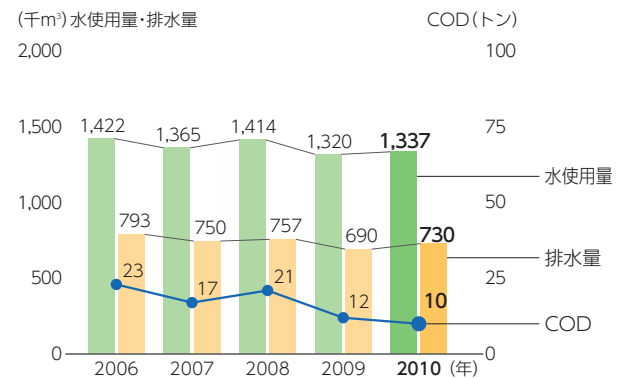
関係会社では、2008年のライオンケミカル(株)オレ

オケミカル事業所、2009年のライオンパッケージング(株)福島工場に続いて、2010年は一方社油脂工業(株)小野工場がゼロエミッションを達成しました。2012年までに残り1事務所のゼロエミッション化を進め、ライオングループ全体でのゼロエミッションの達成を目指します。

## 水資源の保護

水使用量・排水量を継続的に管理し、環境負荷低減と循環使用による使用量の削減に努めています。2012年に、ライオングループ全体の排水量を2005年比80%以下とする目標を新たに設定し、設備洗浄作業の改善、節水を推進しましたが、多品種生産への対応のため、2010年は2005年比88%と前年より増加しました。今後は、さらなるプロセスの改善検討などに取り組み、水資源の保護に努めていきます。

### ●ライオングループの水使用量・排水量とCOD\*の推移



\* COD 化学的酸素要求量。水の汚れを表す指標のひとつで、水中の有機物を酸化して分解するために消費される酸素量。

## グリーン購入

社員が使用する事務用品について、リストの拡充をはかり、全社的にグリーン購入を推進しています。2010年のグリーン購入比率は80%でした(2009年79%)。

# 商品を通じた環境配慮

ライフサイクルアセスメント(LCA)の視点に基づく自主基準を定め、「エコ商品」の開発を進めています。

## ライオン エコ基準\*

商品の「組成(中身)」と「容器・包装」の両面から環境に配慮した商品開発を進めています。ライフサイクルアセスメント(LCA、P49参照)の視点に基づいて策定した「ライオン エコ基準」では、商品の①原料調達、②材料調達、③製造、④物流、⑤使用、⑥廃棄のそれぞれに対応する環境負荷を定量的に評価し、各項目の評価基準をひとつ以上クリアしたものを「エコ商品」と規定しています。

当社は、商品のライフサイクル全般で地球環境への負荷を可能な限り軽減する必要があると考え、今後も環境に配慮した商品の開発に積極的に取り組みます。

\* ライオン エコ基準

URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/lioneco/>

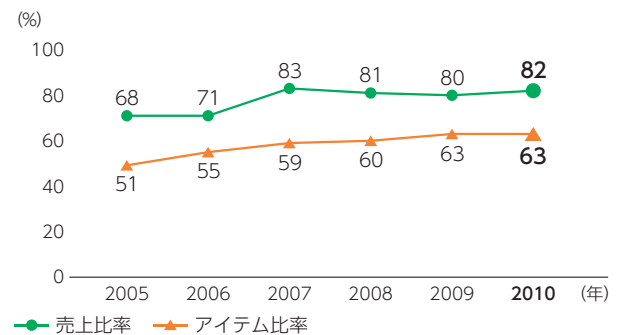
### ●ライオン エコ基準の評価項目

ステージ	評価項目
① 原料調達	植物原料の使用 持続可能な原料の使用
② 材料調達	リサイクル材料の使用 持続可能な材料の使用 植物由来材料の使用 生分解性材料の使用
③ 製造	製造時の省エネルギー 水使用量・排水量の削減 化学物質使用量の削減 廃棄物量減少
④ 物流	コンパクト化、濃縮化
⑤ 使用	使用時の省エネルギー(省電力) 1回あたり有機物負荷発生量 水使用量の削減(節水)
⑥ 廃棄	包材削減、つめかえ 包材等のリユース・リサイクル

## 「ライオン エコ基準」を満たす商品の割合

当社が製造する商品(薬品は含まず)のうち、エコ基準を1項目以上満たした商品は年々増加し、アイテム数で63%、売上比率では82%に達しています。

### ●「エコ商品」のアイテム比率と売上比率の推移



※ ライオン エコ基準をひとつ以上クリアした商品。

## 商品の組成開発での環境配慮

当社では、「地球温暖化防止」や「水環境保全」などに配慮した商品の組成(成分)開発を推進しています。この考え方に基づいて開発した代表的なものが、「MES(アルファスルホ脂肪酸エステルナトリウム)」と「MEE(ポリオキシエチレン脂肪酸メチルエステル)」です。

当社は、「MES」を世界ではじめて工業化し、『トッププラチナクリア』などの衣料用洗剤に配合しています。

また、少ない量でも高い洗浄力を発揮する「MEE」は、『トップ NANOX』に配合しています。

なお、「MES」や「MEE」を配合した製品における環境配慮については、ホームページでもご紹介しています。

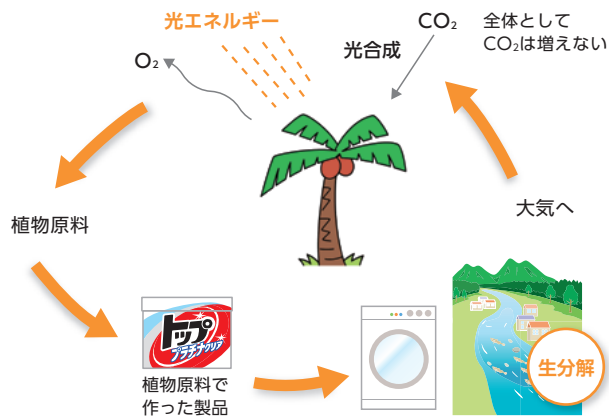


## 「MES」の優れた特長

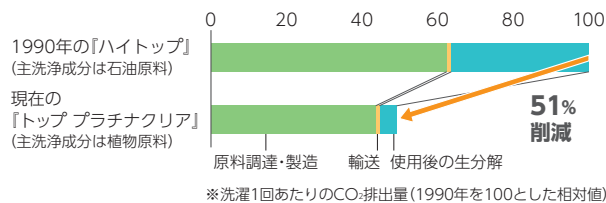
### 1. 大気中のCO<sub>2</sub>を増やさない

界面活性剤は使用後、環境中で分解されて「CO<sub>2</sub>」と「水」になります。植物原料で作られた界面活性剤は、分解されてCO<sub>2</sub>を排出しても、大気におけるトータルCO<sub>2</sub>を増やしません(カーボンニュートラル)。このため植物原料で作られた界面活性剤「MES」は大気中のCO<sub>2</sub>を増やしません。

#### ●カーボンニュートラル



#### ●衣料用洗剤のCO<sub>2</sub>排出量比較



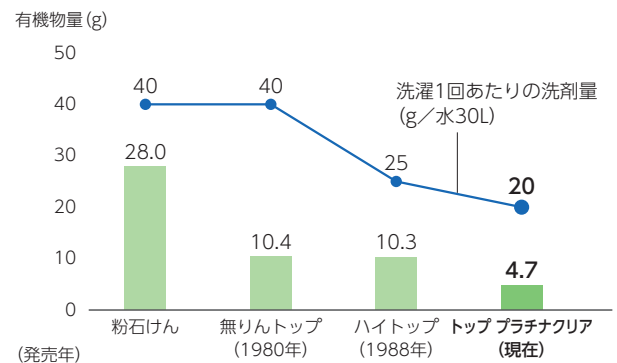
### 2. 良好な生分解性

界面活性剤は、使用後環境中で微生物により分解されます(生分解)。「MES」は、生分解されやすいことから、環境にいつまでも残ることはありません。

### 3. 優れた洗浄力

洗剤の洗浄力を高め、洗濯1回あたりの使用量を削減すれば有機物発生量も減少し、水環境への負荷も低減できます。現在の『トップ プラチナクリア』は優れた洗浄力の「MES」を配合、環境への負荷を低減しています。

#### ●洗濯1回あたりに排出される有機物質



「MES」はこのほかにも、硬水中でも高い洗浄力を保つ、あるいは汚れを分解する酵素との相性がよいなどの優れた特長を有しています。

### 使用後の生態系リスク評価

界面活性剤は使用された後、環境中に排出されます。当社は、日本石鹼洗剤工業会が実施している東京および大阪近郊の河川水域中の4種類の界面活性剤の濃度調査～生態系リスク評価(年4回実施)に参加しています(P52～53参照)。

また、界面活性剤「MES」と「MEE」は当社が開発した物質であることから、独自に同じ公共水域中で濃度を調査して評価し、生態系への影響が小さいことを確認しています。

## 容器・包装削減のための「3R」


容器・包装材料削減のための取り組みとして、3R (Reduce：使用量削減、Reuse：再利用、Recycle：再資源化)を積極的に推進しています。

容器・包装材料の削減については、「ライオン エコ基準」(P46参照)の「②材料調達」「④物流」「⑥廃棄」の各ステージに、該当する評価項目を定めています。

### ●容器・包装材料削減のための3R

## Reduce

リデュース




### 使用量の削減

容器や包装を小さく・少なく

## Reuse

リユース

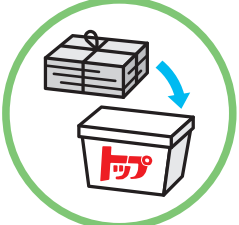


### 再利用

つめかえ用製品を増やす

## Recycle

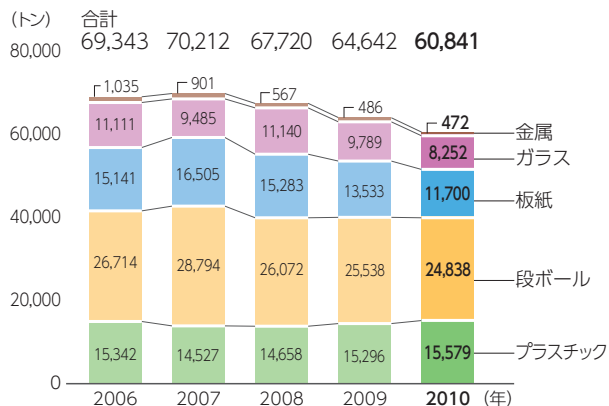
リサイクル



### 再資源化

再生材料を積極的に使う

### ●ライオンの容器・包装材料使用量の推移



## リデュース Reduce 使用量の削減

### 製品のコンパクト化、容器構造の工夫

容器・包装材料を削減するために、衣料用洗剤、台所用洗剤、柔軟剤などを濃縮化し、容器のコンパクト化を推進しています。

2010年の容器・包装材料の使用量は、プラスチックが2009年を上回りましたが、そのほかすべての部材で使用量を削減できたため、総使用量は60,841トンとなり、前年より3,801トン減少しました。

今後も製品のコンパクト化や容器構造の工夫をすることで、容器・包装材料の使用量削減に努めていきます。

### ●コンパクト化のイメージ

**中身を濃縮化することで  
容器をコンパクト化**



従来品  
容器の重さ 118g

=



トップ NANOX  
容器の重さ 76g

- ・使用量は1/2
- ・洗濯できる回数は同じ



## リユース Reuse 再利用

### つめかえ用・つけかえ用製品の拡充

プラスチック製の容器は、中身をつめかえることで本体ボトルを繰り返し使うことができます。また、つめかえ用製品は、本体容器よりも容器の材料が少なくてすみずみ。重量も軽く、容量も小さくなるため、家庭から出るごみの削減にも貢献しています。



つめかえ用製品の例



## リサイクル Recycle 再資源化

### 再生材料の使用

#### 【再生樹脂の活用】

台所用洗剤『CHARMY 泡のチカラ』をはじめ、『チャーミーVクイック』『チャーミーマイルド』などの容器は、飲料用ペットボトルなどからの再生ペット樹脂を20%以上配合しています。さらに粉末衣料用洗剤の計量スプーンには、家電リサイクル法で回収された廃家電の樹脂などの再生樹脂を使用しています。



容器に再生ペット樹脂を使用した製品例

#### 【古紙パルプを配合した再生紙の活用】

ハミガキや洗剤などの容器・包装材料には、古紙パルプを配合した白板紙を使用しています。粉末の衣料用洗剤の容器には「古紙パルプ配合比率70%以上」であることを明記しています。

また、製品輸送用の段ボール箱にも古紙パルプが94%配合されています。



容器に古紙パルプを使用した製品例

### ライフサイクルアセスメント(LCA)への取り組み

商品の原材料調達から廃棄までの各段階における環境負荷を定量的に評価する、ライフサイクルアセスメント(=LCA)の考え方は、ますます重要視されるようになってきています。当社でもカーボンフットプリントやウォーターフットプリントを視野に入れ、関連部署の横断的な取り組みにより、さらなる「エコ商品」の拡充に向けてLCAを積極的に推進しています。

## 化学品事業を通じた環境配慮

### 化学品事業の環境ソリューションビジネス

当社は家庭用以外でも、各種産業向けに多様なニーズに対応した環境配慮製品を提供しています。その役割を担うのが、工業用化学製品を開発・提供する「化学品事業」です。植物由来の油脂誘導体、界面活性剤などの原料だけでなく、情報・エレクトロニクス産業分野での精密洗浄剤や導電性材料、紙・パルプ用品や、土木・建築分野での薬剤など幅広い産業に製品をお届けしています。

このように多岐にわたる産業分野で、高機能の工業用化学製品を国内外に提供し、地球規模での環境負荷低減と、持続可能な循環型社会の形成に貢献しています。

### 環境に配慮した化学製品

#### 【植物原料から生まれた電気絶縁油】

化学製品の大半は石油が原料ですが、当社では工業用化学製品でも再生可能な資源の有効活用に取り組み、植物原料のヤシ油やパーム油を使用した製品を積極的に開発しています。

そのひとつとして工場や変電所の変圧器に使用される高性能電気絶縁油(パーム・ヤシ脂肪酸エステル)の開発に成功しました。この絶縁油は高い生分解性があり、環境ラベル「エコマーク」を取得しています。



変圧器

#### 【環境負荷の少ない水系産業用洗浄剤】

情報電子機器の製造においても環境保全の観点から、フロン系洗浄剤や塩素系溶剤の代わりとなる洗浄剤が求められています。当社は、石油系の溶剤を使用しない「水系洗浄剤」を開発し、提供しています。

# 化学物質の安全管理



製品の開発から使用・廃棄までの全過程で安全と環境に配慮し、化学物質の管理徹底と削減に努めています。

## 化学物質の安全管理の考え方

化学物質は、生活を便利で快適にする上で欠かせないものですが、適切な管理を怠ったり事故が起きた場合、人々の健康や生態系に大きな影響を与えるおそれがあります。当社では、関連法規の遵守はもちろん独自の基準に基づき、製品の開発から使用・廃棄までの各段階で、化学物質の安全管理を推進しています。

### 製品開発

#### 【製品に使用する化学物質の選定】

製品に使用する化学物質の種類と量は、製品開発の段階で選定を行っており、性能の追求だけでなく安全性と環境への影響にも配慮して実施しています。

### 生産

#### 【化管法 (PRTR法) \* への対応】

当社は、化管法の対象となる化学物質の排出量・移動量の届出を毎年実施しています。2010年は、法改正に対応し、新たに届出対象となった物質を含めた排出量・移動量の把握を行いました。

#### \* 化管法 (PRTR法)

「特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律」の略称。

#### 【化審法 \* への対応】

化審法は2009年に大きく改正され、一部の化学物質の製造・輸入のみを対象とされていた届出制度が、2011年の届出よりすべての化学物質を対象とすることにな

りました(ただし、製造・輸入量が年間1トン以上などの規定あり)。当社はこれに従い、対象となるすべての化学物質の製造・輸入量、用途情報等を把握し、届出を行っていきます。

#### \* 化審法

「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律」の略称。

#### 【大気汚染防止への自主的な取り組み】

窒素酸化物 (NOx)、硫黄酸化物 (SOx)、ばいじん、揮発性有機化合物 (VOC) など、大気汚染につながる化学物質の排出量削減にも自主的に取り組んでいます。VOCについては、2010年の排出量は2000年比78%削減でき、目標値である75%以上の削減を達成しています。

### 輸送

#### 【輸送時の安全性情報の提供】

原料や中間製品などを輸送する場合は、万一の事故に備えて、運送者や輸送品に対し「イエローカード\*」や「容器イエローカード\*」を配布・添付して、緊急処置方法などの情報を提供しています。

#### \* イエローカード、容器イエローカード

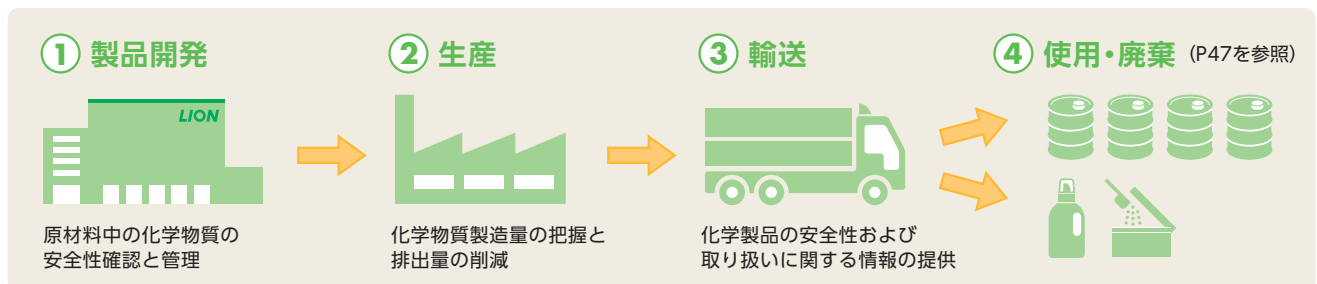
輸送中に化学物質の漏えいなどが発生した場合に備え、その物質の性質や緊急処置方法などを記載した、黄色の緊急連絡カード。前者は運送者が常時携帯するもの、後者は化学物質を入れた容器につけるもの。多くの化学工業会社で決めた自主基準をもとに作成している。

### 使用・廃棄

P47「使用後の生態系リスク評価」をご参照ください。

なお、ライオングループの化学物質管理に関するデータはホームページで公開しています。

### ●ライオンの化学物質管理



# 社内の環境意識醸成と環境コミュニケーション

社員の環境意識の高揚に努めるとともに、社外の皆様にも環境関連情報を積極的に発信しています。

## 社内の環境意識醸成

### 定期的な環境教育と情報発信

全社員に向けて定期的に環境教育を実施しています。

2010年は、新人教育、廃棄物管理担当者教育、化学物質管理担当者教育、内部環境監査員教育などを実施しました。また、新たに8名が「内部監査員養成セミナー」を受講しました。

そのほか、各種社内広報媒体を通じて各部門の環境活動を紹介するなど、社員の啓発と環境に対する意識向上をはかっています。

## 環境コミュニケーション

### 環境イベントなどへの参加

当社の環境への取り組みを多くの方に紹介するため、日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2010」に出展し、商品を通じた環境配慮や水環境保全活動、生物多様性への取り組みなどについて紹介しました。

そのほか、「エコメッセ2010inちば」など、当社事業所所在地で開催される環境展にも出展しました。



「エコプロダクツ2010」

### 地域、各種団体との交流

当社は化学産業界が、化学物質の開発から廃棄までのすべてのライフサイクルにわたり環境・安全面の継続的な改善をはかる「日本化学工業協会レスポンシブル・ケア(RC)委員会」の活動に参加しています。

2010年2月に開催された「第7回レスポンシブル・ケア

堺・泉北地区地域対話」では、大阪工場の見学会を実施したほか、事業内容と環境への取り組みについて紹介しました。また、12月にはRC委員会主催の消費者団体との対話にも参加し、洗剤における環境配慮について発表しました。

### 流通業者に対する環境活動紹介

販売店・卸店に対するマーケティング施策の説明会「ライオンマーケティングコミュニケーション2010」で、サプライチェーン全体で環境配慮に取り組む当社の姿勢をご理解いただくことを目的に、当社の環境活動を紹介しました。また、ライオン会会員卸店向けの機関誌にも水環境保全活動について掲載し、当社の取り組みを紹介しています。



ライオン会会員卸店向け機関誌「共栄」

### ポスターによる環境コミュニケーション

当社のCSR活動を紹介するポスターを作成、社員の環境教育のほか、来社されるお客様などに、当社の環境活動をご紹介するコミュニケーションツールとして活用しています。



CSR活動紹介ポスター (2010年作成)

# 生物多様性への取り組み

事業活動を通じた生物多様性への配慮と希少生物保護の2つの面から、生物多様性保全に取り組んでいます。

## 生物多様性保全の考え方

当社では、事業活動を通じて生物多様性に配慮することを重視し、洗剤の使用と関係のある河川の発泡や富栄養化などの問題に古くから率先して対応してきました。

今後も生物多様性への配慮を最重要課題として、ライフサイクル全体で取り組んでいきます。

### ●ライオンの生物多様性保全



### 持続可能なパーム油の調達を目指して

パーム油は生産性が高く、年間を通じて収穫できることから、その生産量は年々増加しており需要も高まりつつあります。一方で、新規農園開発のための熱帯雨林の伐採や野生生物の生息地の縮小化という問題があります。

当社は2006年から、「持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO\*)」に参画しています。2008年から農園の監査と認証油の流通がはじまっていますが、パーム油の原産国で無秩序な開発が行われないよう、RSPOをはじめとする各種団体と協力し、持続可能なパーム油の調達、認証油の使用に向けて取り組んでいきます。

\* RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil)

持続可能なパーム油のための円卓会議。

URL <http://www.rspo.org/>

### 環境への影響を調査しています

ライオンの商品は、使用後に河川などに排出されるため、製品の開発段階で環境中での安全性を評価・確認しています。さらに、実際に河川でサンプルをとり、洗浄成分の残量を調査し、環境に影響がないかどうかを調べています。これまでの調査では、生物に影響を与えるリスクは極めて小さいことがわかっています。

安全性の評価・確認は当社だけの課題ではありません。国内外における最新の技術情報を収集・活用するとともに、当社からも情報を発信し、安全性の進歩に貢献しています (P47に関連記事)。

## 自然保護活動による社員の意識向上

事業活動と並行して、地域や社会への貢献として、森林の整備や希少生物の飼育などを行っています。これら

の活動には社員がボランティアで参加しており、その経験が本来の事業活動における環境意識の向上につながっています。

### ●ライオンの自然保護活動



#### 「酒匂川水系のメダカ」飼育

小田原工場では、絶滅危惧種の「酒匂川水系のメダカ」の飼育制度に2003年から登録、工場敷地内でメダカを繁殖しています。



#### ホタルの育成

小田原工場では、工場のきれいな水を利用し、ホタルの育成に取り組んでいます。



#### 「ライオン山梨の森」の整備

社員の環境意識醸成のフィールドとして、新人教育などに活用しています。(P35に関連記事)



#### ウミガメ保全活動の支援

NPO法人日本ウミガメ協議会の指導のもと、大阪工場が中心となり、絶滅危惧種に指定されているアカウミガメの保全活動を行っています。



※ 日本石鹼洗剤工業会と同じ地点で当社も試料を採取しています。

### 「エコ・ファースト推進協議会」としての活動

環境省から環境トップランナー企業として認定を受けた企業による自主運営組織「エコ・ファースト推進協議会<sup>\*1</sup>」の活動の一環として、COP10<sup>\*2</sup>パートナーシップ事業「生き物に関わる『エコとわぞ』コンクール」を環境省の後援で実施しました。日本ことわざ文化学会審査・監修のもと、多数の応募作品のなかから「エコ・ファースト推進協議会」優秀賞をはじめ、加盟各企業賞などを選出、同連携事業の「メッセナゴヤ」において表彰式を行いました。また、「生物多様性 公開シンポジウム in 名古屋」を開催し、加盟各企業の生物多様性への取り組みについて紹介しました。

\*1 エコ・ファースト推進協議会

URL <http://www.eco1st.jp/>

\*2 COP10

生物多様性条約第10回締約国会議

## 第三者レビュー

### 開かれたステークホルダー・ダイアログの成長に期待

創業120周年にあたる2011年のCSR報告書の特集テーマは「口腔衛生文化」と「清潔衛生文化」の2つでした。創業当時の貴社のCSRマインドを伝える読み物として楽しく読むことができました。ステークホルダー・ダイアログも、よくある専門家たちのダイアログではなく、一般のお客様を集めて行ったところに、現場でのコミュニケーションを大切にしている姿勢を感じとれます。そんなステークホルダーの声から「ライオンの環境保全・社会貢献活動十分に伝わっていない」ことがわかったとありました。現代社会はICT<sup>®</sup>の成長とともに、コミュニケーションが日々進化しています。そうした進化に敏感な企業経営者の一部は、ネット上での口コミ効果を狙って、Twitterなどのソーシャルメディアで、直接ステークホルダーと対話をし、現在の取り組みなどについて伝えていくことをはじめています。そこに「共感」を見いだす世代が増えているといえるでしょう。テレビや新聞などのマスメディアだけでなく、貴社のステークホルダーが、どんなメディアを活用して情報収集し、くらしに活かしているかを分析し、開かれたダイアログが行われる体制づくりを心がけるとよいでしょう。

### 東日本大震災によって変化する企業のCSR

今春、東日本を襲った大震災は、岩手、宮城、福島太平洋岸に多くの犠牲者を出し、それに続く地震と放射能汚染が復興への道のりを極めて困難なものにしています。その一方、今回の大震災によって市民の社会的意識は大きく高まりました。被災地支援のために多くの方がお金を寄付し、ボランティアで汗を流し、自分に何ができるのかを考えています。阪神淡路大震災をきっかけに、行政サービスの限界をカバーするためにたくさんのNPOが生まれました。今回はそれを遥かに上回る問題が山積んでいます。そういう意味で企業のCSRはこれま

では違った役割が要求されます。まさにトップメッセージで社長が宣言したように、企業活動を根本から見直して「商品づくり」や「事業システム」を再構築していくことが必要となるでしょう。そうした情報にステークホルダーは「共感」します。今回の報告書に盛り込めなかった新しい取り組みについてはCSRサイトを有効活用して、しっかりと公開して行くことを期待します。

### 今夏の節電への取り組みを通してさらなる省エネの見直しを

この震災をきっかけに政府主導による「節電」キャンペーンもはじまりました。社会的な要請にいち早く対応し、エコファースト企業として15%減の「節電」を環境大臣に約束したことは評価に値します。そしてCSRサイトでの公開もよいタイミングだったと思います。今後のことに関していえば、企業として「節電」を進めても、電力消費量の多い時期はCO<sub>2</sub>の排出が多い化石燃料によって電力が補われます。それによってCO<sub>2</sub>排出原単位も変わってきます。今回の大震災は企業の環境対策を根底から変える可能性があります。今後は再生可能エネルギーに対する社会的なニーズも高まってくるでしょう。そうした変化は企業の環境体質を強化する絶好のチャンスです。環境先進企業として、ぜひ、前向きに取り組んでいってください。



NPO法人イオルインターナショナル  
代表理事

上岡 裕

## ライオンから

ライオンは、人々の幸せに対する価値観や考え方がモノの豊かさよりも心の豊かさへ、量より質へ、という転換点に差しかかっていると考えてきました。東日本大震災は、人々の意識を大きく変え、社会や企業活動のあり方が見直されています。震災後、心豊かで持続可能なくらしへの要求はますます高まり、当社も、冒頭社長が宣言しているように「安心して暮らせる社会」の実現に向けて、「商品づくり」や「事業システム」の再構築に取り組んでまいります。

また、被災地支援として、義援金、支援物資の提供に加え、人的な支援を継続して行うための仕組みを整えました。被災地でのボランティア活動を希望する社員を会社としてサポートするため、「ボランティア特別休暇制度」を適用し、交通費・宿泊費を負担しています。すでに社員ボランティアが活動を開始しており、参加した社員の声を社内でも共有し、活動の輪を広げるとともに、社外にも発信してまいります。

今回の震災により、地球温暖化対策など企業に求められる環境への取り組みも、その内容が大きく変化してきていることはご指摘の通りであると認識しています。当社では緊急対応的な節電に取り組むだけでなく、再生可能エネルギーの活用検討や雨水の有効活用などをこれまで以上に進め、持続可能な社会の実現を目指して環境保全活動をいっそう推進してまいります。また、節水や節電につながる商品の開発・提供により、ご家庭での環境配慮、すなわち生活スタイルのエコ化についても積極的にサポートしていく所存です。

当社が社会的責任を果たすためには、ステークホルダーとのコミュニケーションを通じて変化する社会の要請を的確に把握することが重要です。その一環として、お客様と当社のCSR活動について直接対話を初めて行いました。その結果、お客様に対して十分に情報が伝わっていないということがわかり、お客様にはCSRサイトを通じた情報発信の強化が必要と考えています。CSRサイトは、網羅性、迅速性、視覚的な見やすさ、双方向コミュニケーションなど媒体の特徴を活かしてさらに充実してまいります。

当社のCSRの原点は、「人のため、世のために役立つ仕事」という創業の精神にあり、120周年を迎えた現在も、社是として受け継がれています。事業を通じて、健康・快適で持続可能なくらしの実現にお役に立つことが、ライオンのCSRと考え、ステークホルダーの声をいただきながら、さらに取り組みを進めてまいります。



ライオン株式会社

取締役  
コーポレートコミュニケーション部門(広報センター、お客様センター、CSR推進部)・人事部・総務部・IR室担当

太田 修一



## 編集後記

制作の真ただ中で、東日本大震災が起きました。持続可能な社会という言葉が、震災以前よりはるかに実感をともなって突きつけられています。一人ひとりの意識変革はもちろん、企業の果たすべき社会的責任もさらに重くなっています。

公開すべきCSR情報が多くなるなかで、ホームページも活用して網羅性を確保しつつも、「事業を通じて、人々の健康・快適で持続可能なくらしの実現に貢献する」というライオンの顔がみえるCSR報告書にしたいと考え、創業120

周年を機に、CSRの視点から当社の事業の歴史を特集としてまとめました。CSR活動は企業活動そのものです。当社に創業以来受け継がれているCSRの精神を今こそ社員があらためて思い起こし、共有し、社会との対話のなかで、共に持続的に発展していくためのひとつのツールとしてCSR報告書を充実させていきたいと思っています。

ライオン株式会社 CSR推進部

\* ICT Information and Communication Technology (情報通信技術)

┌

### 「エコパンフレット」2011年度版

皆様楽しく読んでいただけるよう、コンパクトにまとめました。  
「CSR報告書」とあわせて、ぜひご覧ください。  
※「エコパンフレット」はカラーユニバーサルデザイン認証の対象外です。

└

表紙

LION トップ エコプロジェクト「ぼくの、わたしの、川の絵コンテスト」最優秀作品

「川の水は、つめたくて気持ちいいよ〜!!」 静岡県 大串 碧海

「きれい!つめたい!気持ちいい!!」 京都府 安藤 理恵



**ライオン株式会社**

発行

2011年6月30日

ライオン株式会社 CSR推進部

お問い合わせ先

ライオン株式会社 CSR推進部

社会責任推進チーム/環境保全推進室

〒130-8644 東京都墨田区本所1-3-7

☎03-3621-6611 FAX 03-3621-6269

ホームページ <http://www.lion.co.jp/>

次回発行予定

2012年6月

