

今日を愛する。
LION

A decorative arrangement of green and brown leaves is positioned around the central title box. One green leaf is at the top right, a cluster of green leaves is at the bottom left, and a single brown leaf is at the bottom center.

ライオンCSR報告書
2015

「今日を愛する。」ことは、

一生を大切にすること。

CONTENTS

- 01 ライオンについて
- 04 トップメッセージ
- 06 **ライオンのCSR**
 - 08 ライオングループの事業活動の歴史
 - 10 ライオングループのCSR管理体制の構築
 - 12 2014年中期目標に対する振り返りと2017年中期目標の設定
 - 16 ライオンの社会・環境貢献活動の全体像
- 17 2014年ハイライト①
予防歯科啓発活動の推進
- 22 2014年ハイライト②
「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクト(手洗い啓発活動)
- 24 **組織統治**
- 27 **人権**
- 28 **労働慣行**
- 32 **環境**
- 38 **公正な事業慣行**
- 40 **消費者課題**
- 45 **コミュニティへの参画および発展**
- 48 第三者所見
- 49 ライオンから／編集後記

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。

CSR報告書2015編集方針

- 2011年から社会的責任に関する国際的な規格であるISO26000に沿ってCSR活動の体系化を進めており、報告書およびホームページのCSRサイトもそれに合わせた構成にしています。
- 重要なCSR課題と当社の経営計画に合わせた2014年中期目標に対する実績・評価と、新たに設定した2017年中期目標を開示しています。
- 進捗した活動を「2014年ハイライト」として詳しく掲載し、重要な活動の状況を把握しやすくしました。
- ISO26000の各中核主題別のページの最後に、活動の詳細が掲載されているCSRサイトのURLを記載しました。
- 当社の主なWebページのURLを二次元コード化(スマートフォン対応サイト)し、アクセスしやすくしました。
- 読みやすさに配慮して開発された「つたわるフォント」を採用しています。
- 客観的な評価を示すため、外部有識者から第三者所見を受け、掲載しています。
- GRI サステナビリティ・レポート・ガイドラインによる標準開示項目の情報が記載されています。

参考にしたガイドライン

- 環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」
- グローバル・レポート・イニシアティブ「G4 サステナビリティ・レポート・ガイドライン」
- 日本規格協会「ISO26000社会的責任に関する手引」

対象組織

ライオン株式会社および国内のすべての連結子会社を基本としています。

*掲載する活動やデータについて範囲が異なる場合は、個々にその旨を明記しています。

対象期間

2014年1月1日～2014年12月31日

(ただし、活動内容は一部2015年の取り組みを含んでいます。)

ライオンについて

● 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(2014年12月31日現在)
 代表者 代表取締役社長 濱逸夫
 従業員数 連結:6,343名
 個別:2,499名(2014年12月31日現在)
 売上高 連結:3,673億円
 個別:2,612億円(2014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)、小田原(小田原市)
 オフィス 札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、福岡

[グループ・関連会社一覧]

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

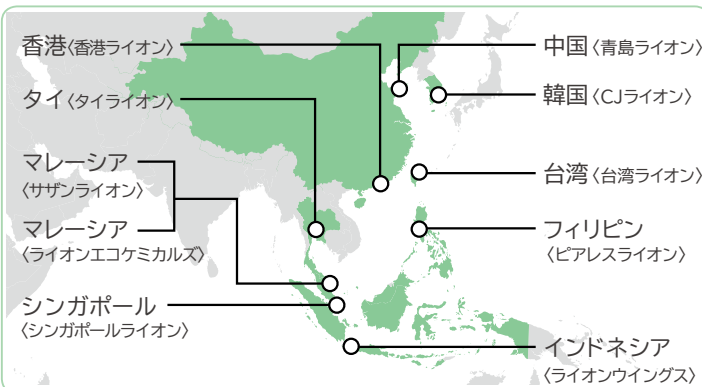
● セグメント別売上高

一般用消費財事業	2,744.2億円
・オーラルケア分野	553.4億円
・ビューティケア分野	204.6億円
・ファブリックケア分野	835.4億円
・リビングケア分野	201.7億円
・薬品分野	381.5億円
・その他の分野	567.3億円
産業用品事業	597.9億円
海外事業	862.0億円
その他	286.8億円
調整額*	▲817.0億円
連結売上高	3673.9億円

*各セグメント内、セグメント間の売上高

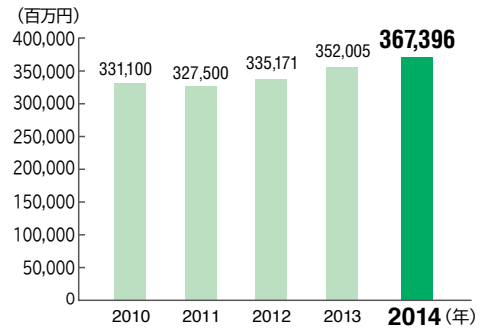
● 海外グループ会社の所在地

海外売上前年比 112% 海外売上構成比(連結) 23%

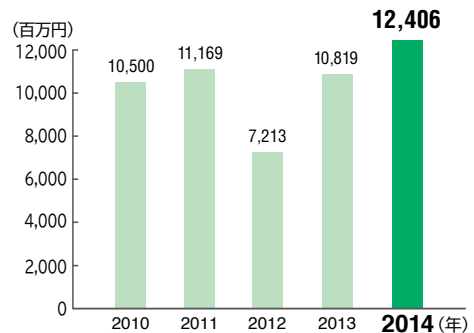


● 業績推移(連結)

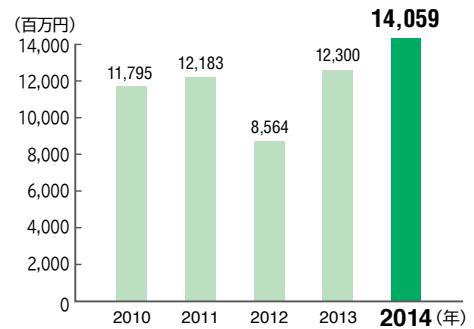
売上高



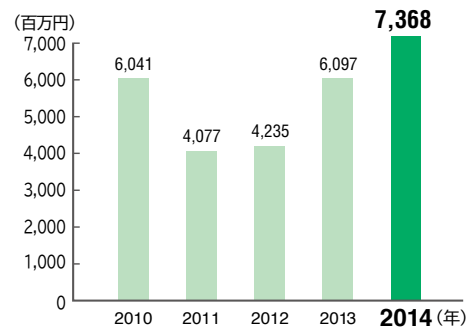
営業利益



経常利益



当期純利益



[IR資料室] URL

<http://www.lion.co.jp/ja/ir/library/>



主な事業内容

【一般用消費財事業商品一覧】 URL
<http://www.lion.co.jp/ja/products/>



一般用消費財事業

オーラルケア

【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

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。



ビューティケア

【主要製品分野】

シャンプー・リンス・ヘアメイク剤・育毛剤・ハンドソープ・ボディソープ・男性用化粧品・制汗剤など

ヘアケア&スキンケアで、心身の健康と快適をお届けします。



ファブリックケア

【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

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。



リビングケア

〔主要製品分野〕
台所用洗剤・住居用洗剤・調理関連品など

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。



薬品

〔主要製品分野〕 解熱鎮痛薬・胃腸薬・止瀉薬・点眼薬・ドリンク剤・
外用消炎鎮痛剤・ニキビ治療薬・殺虫剤・医療用医薬品など

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。



特販・通販

〔主要製品分野〕
ギフト・ノベルティ・機能性食品など

お客様へのさまざまな特別注文製品や、お客様のニーズに対応した
通販専用商品を提供します。



化学品

〔主要製品分野〕 界面活性剤・脂肪酸窒素誘導体・脂肪酸メチルエステル
および誘導体・導電性カーボンブラック・各種産業用洗浄剤など

「地球環境への貢献」を念頭に、界面科学を基盤とした高い技術力と高機能製品で
多様なニーズにお応えします。



パーム・ヤシ脂肪酸エステル電気
絶縁油と使用例(環境対応型変圧器)

導電性カーボンブラックと使用製品
(ICチップなど電子材料の包装材)

産業用洗浄剤と洗浄対象
(自動車部品などの精密部品)



トップメッセージ



代表取締役 取締役会長

藤 重 貞 慶

代表取締役 取締役社長 執行役員

濱 逸 夫

事業を通じて社会のお役に立つ

ライオンは「愛の精神の実践」を社是とし、「健康」「快適」「環境」を事業領域として、日々の暮らしに役立つ優良な製品・サービスの提供につとめています。

現在、東南アジアでは人口爆発が深刻な問題となりつつあり、食糧や水、エネルギーなどが枯渇する懸念がある一方、日本や中国では少子高齢化が問題となっています。ライオンは、このような社会の変化、それにとまなう人々の価値観の変化を認識することが必要と考えています。その上で、ライオンに求められる社会的な役割を的確にとらえ、高齢者の健康寿命を延ばすこと

や、資源の節約や再利用を進める循環型社会の形成に、事業を通じてお役に立つことを目指してまいります。

お客様満足を最優先とする製品開発、サービスの提供に取り組むとともに、環境保全活動の推進やコーポレート・ガバナンス体制の充実をはかり、お客様、株主、お取引先、地域・社会、従業員などのすべてのステークホルダーからの期待に応えられる信頼性の高い企業として、企業価値の一層の向上に努めてまいります。



一人ひとりの 価値ある未来に向けて 「今日を愛する。LION」

ライオンは、「事業を通じて社会の発展に貢献する」という創業の精神のもと、口腔衛生文化、清潔衛生文化の担い手として、商品をお届けするだけでなく、よき生活習慣づくりを提案してきました。これが現在の企業スローガン「今日を愛する。LION」に脈々とつながっています。今日という一日を慈しみ、大切に生きること、それが明るい未来につながる。そのことにライオンはお役に立ちたいという決意が込められています。

ライオンは、経営ビジョン「Vision2020」において、「くらしとこころの価値創造企業を目指す」、「環境対応先進企業を目指す」、「挑戦・創造・学習企業を目指す」を掲げ、健康・快適・環境をキーワードに、新たな価値を提供しつづけることで、社会に貢献することを目指しています。

くらしとこころの価値創造企業を目指して

2014年は、超高齢化社会を見据え、歯科医院などでの定期的な「プロフェッショナルケア」と、毎日の「セルフケア」の両方を継続的に行なう「予防歯科」の啓発に、全社を挙げて取り組みました。セルフケア用のオーラルケア製品を提供するとともに、公益財団法人「ライオン歯科衛生研究所」を通じた口腔保健活動や、予防歯科専門のデンタルクリニックの開設などに取り組んだ結果、「予防歯科」の認知や意識向上につながっています。

また、ウイルスの脅威など、正しい手洗いやうがいの意義が高まる中、ライオンのハンドソープの生産拠点がある香川県坂出市と連携し、市民の皆様へ正しい衛生習慣が定着することを目指した取り組みも始めました。

海外においては、中国でオーラルケアの新工場を稼働させ、生産能力を増強しました。海外での歯みがき啓発活動にも積極的に取り組んでおり、日本だけでなくアジアにおいても、商品をお届けするだけでなく、時代を先取りした、健康で快適な生活習慣づくりにお役に立ち続けたいと考えています。

環境対応先進企業を目指して

ライオンは、「低炭素社会」、「循環型社会」、「自然との共生」の実現に貢献することを目指し、2020年に向けた環境目標「Eco Vision 2020」を策定しています。2014年は中期3ヵ年計画V-1期の最終年でしたが、ライオングループ従業員が一丸となり目標達成に向け取り組んだ結果、温室効果ガス排出量の削減や水使用量の削減など、概ね目標を達成いたしました。また、ライオンは、お客様が毎日の暮らしの中でライオン製

品をお使いいただくことで無理なくエコな生活をする事ができるよう、新しい「ライオンエコ基準」を制定し、2014年から「環境ラベル」の表示を開始しました。お客様のエコな生活の積み重ねが、未来の地球のエコにつながると考えています。

今後も先進的な環境対応技術の開発とステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを通じて、サステナブル社会の実現に貢献してまいります。

挑戦・創造・学習 企業を目指して

2014年は、国内外で果敢に挑戦し、自ら成長する企業組織・人材への改革を進め、挑戦した人が評価される仕組みづくりや、海外での実務を通して即戦力を育成する「グローバル人材育成プログラム」を行ないました。私が全国の事業所で行なっている社長懇談会では、経営ビジョンを繰り返し伝えるとともに、従業員とのミーティングを行い、ビジョン実現のための具体的なテーマを設定して議論しています。また2014年、生活情報メディア「Lidea (リディア)」を開設し、お客様の生活に有用な情報の発信力を強化しました。

これからもお客様のことを最もわかる企業となり、「今日を愛する。LION」という企業スローガンに全社員の強い思いを束ね、一人ひとりの価値ある未来に向けた「今日」に貢献する企業を目指します。

社会から信頼される企業であり続けるためには、CSRが経営に組み込まれていることが必要です。社会的責任の国際規格「ISO26000」に示された社会からの要請を理解したうえで、経営課題とすりあわせ、CSRの重要課題を特定しています。国内グループにおいては、2012年に中期目標を設定して活動に取り組み、2014年までに概ね目標を達成いたしました。2015年からは、海外グループを含めたライオングループ全体で中期目標を設定し、CSRの取り組みを進めます。

ライオンは2009年に、持続可能な成長を実現する世界的な枠組みである「国連グローバル・コンパクト」への支持を表明しました。人権、労働、環境、腐敗防止に関わる10の原則は、「ライオン企業行動憲章」および「行動指針」にも通じており、社員のとるべき行動として共有しています。今後も継続的に支持するとともに、CSR経営に努めてまいります。

ライオンのCSR

事業を通じて、健康で快適な
社会・環境に貢献します。

ライオンの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ます。社是・経営理念に基づいて確固たる経営の基盤を作り上げ、経営ビジョンのもと、CSR重要課題を組み込んで事業活動を推進することで、社会の持続的な発展に貢献します。



企業・社会の持続的な発展

2020年

経営ビジョン (Vision2020)

目指す姿

- ① 暮らしとこころの価値創造企業を目指す
- ② 環境対応先進企業を目指す
- ③ 挑戦・創造・学習企業を目指す

めぐり来るすべての一日の
人の清潔、人の健康、人の快適、
そして人の環境を守り続け、
価値ある未来をつくる、
暮らしとこころの価値創造企業

2017年

V-2計画

快適事業

健康事業

環境対応事業

PDCAの推進

2014年

V-1計画

CSR重要課題

⇒ p12~15参照

経営の基盤

ライオン企業行動憲章・行動指針

社是・経営理念



社是・経営理念

<http://www.lion.co.jp/ja/company/about/management.htm>



ライオン企業行動憲章・行動指針

<http://www.lion.co.jp/ja/company/compliance/indicator.php>

「今日を愛する。」 コーポレートスローガンに込めた想い

「今日を愛する。」とは

“今日”という一日一日の積み重ねがその人の一生であり、人生の一部が“今日”でもあります。未来につながっている“今日”という日々、その瞬間を、いとおしみながら、丁寧に、前向きに生きる。それが、「今日を愛する。」ということです。

日々のくらしの中で、何気ないことに笑ったり、涙したり、勇気づけられたりする。

それらを感じ、受け止めていくことも「今日を愛する。」です。

そこに役立つことを、ライオンの仕事と考え、

一人ひとりの価値ある未来に向けた、新たな提案をしてみたい。

ライオンの使命・目指す姿を表した コーポレートメッセージ

幸せは、名もない一日にまつまっています。
どんなさりげない一日にも、心を澄ませば
感じる幸せが、いっぱいまつまっています。
小鳥の声でめざまめる幸せ。洗いたてのシャツに
腕を通す幸せ。炊きたてのご飯を
噛みしめる幸せ。雲ひとつない青空を
仰ぎ見る幸せ。「行ってらっしゃい」と
家族に送り出される幸せ。誕生日や、
結婚記念日や、クリスマスも大切だけれど、
人生の大半を占める、そんなふつうの
一日一日がどれほど大切か。ライオンは、
そのことを誰よりも知っています。
なぜなら、そこにライオンがいるからです。
そこに、ライオンの仕事の場があるからです。
いつも人のそばにいて、めぐり来る
すべての一日の、人の清潔、人の健康、
人の快適、そして人の環境を守りつづけること。
それこそが、私たちライオンの変わることのない
使命であり、誇りでもある。そう考えています。
幸せは、毎日生まれる。
人のからだやくらしが求める、
希望に満ちた新しい未来を、日本ばかりでなく、
広く世界にも届けられることを大きな
よろこびとしたい、私たちライオンです。

今日を愛する。

LION

生活者の「今日を愛する。」への ライオンの取り組み

製品を通じて

歯みがき、手洗い、掃除、洗濯などの日々の生活を健康で、快適に暮らせるよういつも人の近くで支えていきたい。

そんな想いを込めてライオンは製品を開発しています。



社会・環境貢献活動を通じて

歯みがき・手洗いなどの健康習慣の啓発活動、水資源保護活動。これらを通して健康で快適な社会・環境に貢献したいと私たちは考えます。



ライオングループの 事業活動の歴史

口腔衛生事業

ニーズに対応した機能付加と
口腔衛生普及・啓発活動

口腔衛生事業は、当社の主力事業です。当社は、その時代ごとに新しい機能を付加した製品を開発し、口腔衛生に関する正しい知識を提供することで、人々の生活習慣の改善に寄与してきました。



清潔衛生・環境対応事業

清潔衛生の啓発と地球環境対応

当社は、衣料用洗剤や石けんなど、さまざまな洗浄剤を提供し、世の中の衛生観念が低かった時代から現在まで、清潔衛生文化の発展に貢献してきました。また、製品開発においては水環境問題にはじまり、現在は地球環境問題にも取り組んでいます。



洗濯石けんとハミガキから始まったライオンの事業は、創業以来、口腔衛生文化・清潔衛生文化の担い手として、商品を提供し、よき習慣づくりを提案してきました。それは当社グループの強みとなり、社会的課題として関心の高い「口腔衛生」「清潔衛生」「環境対応」の分野を主な事業領域として取り組みを進めてきました。



拡充期

(1970年代以降)

多様化する口腔の健康問題に、より科学的な研究で対応



クリニカライオン
(ムシ歯予防)



デンターライオン
(歯槽膿漏予防)



デンターシステムシリーズ
(歯周病予防)

現在

口腔衛生から全身健康へ「予防歯科」の推進

クリニカ
アドバンテージシリーズ
(「予防歯科」の推進)



アジア地域での
口腔保健啓発活動

石油資源問題・省資源化への対応
(1990年代)

植物原料の製品を拡大



植物物語



スパーク

食中毒多発による除菌ニーズの拡大への対応
(1990年代~2000年代)

薬用石けんの発売と子どものための啓発活動を展開



手洗いの啓発活動



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

現在

水資源問題・節水への対応



トップ
NANOX

トップ
HYGIA

ルックおふろの
防カビくん煙剤

アジアの清潔な暮らしに貢献



海外NANOX

韓国で販売されている
衣料用洗剤「ビート」

ライオングループのCSR管理体制の構築

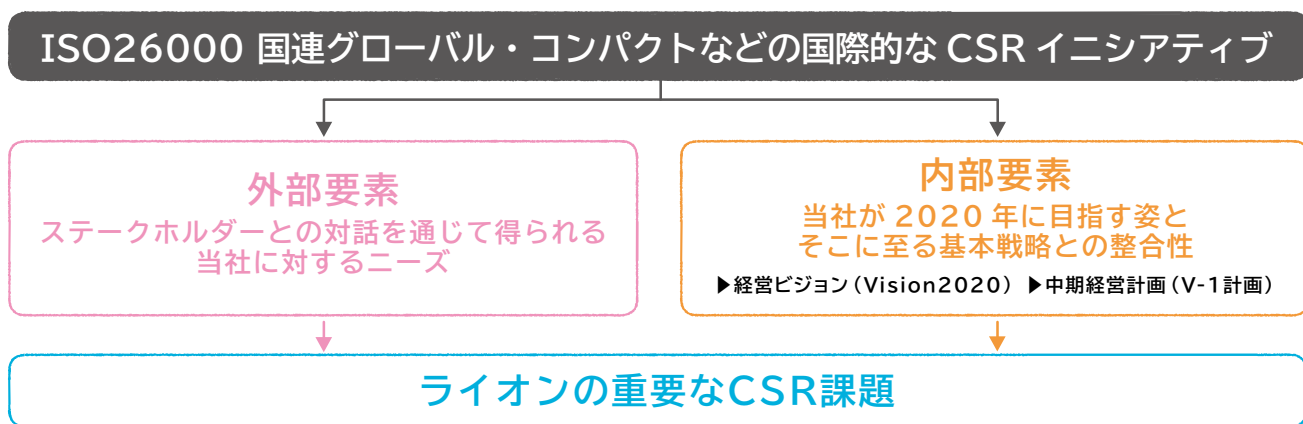
CSR目標の設定と進捗管理

● CSR活動の推進

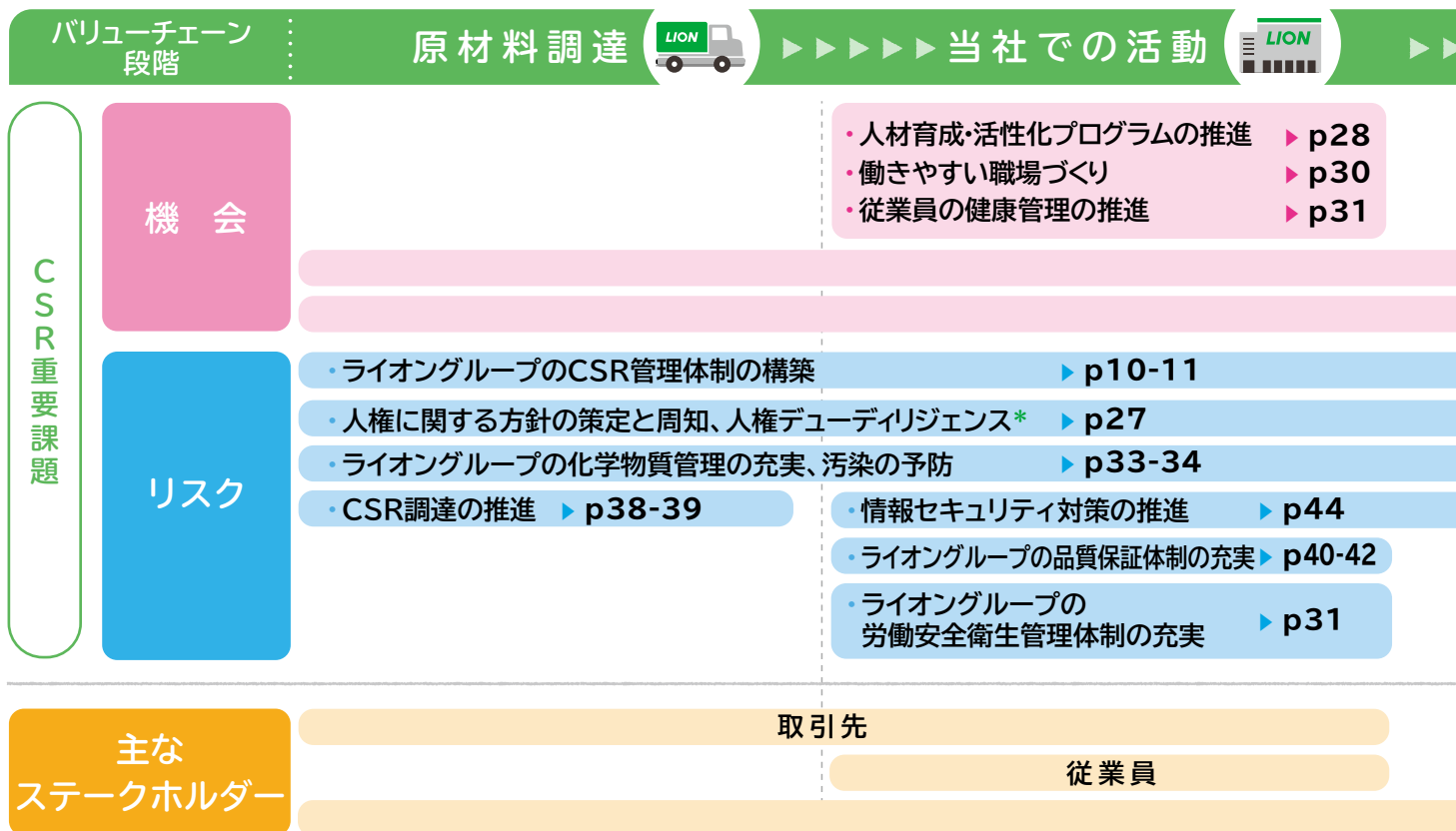
当社は、2011年から国際的な社会的責任の手引きであるISO26000を活用し、第三者機関の意見を参考にしながら、国内グループにおいて対応状況の確認・評価を行ってきました。CSRに関する世界的な動向や当社グループの事業特性、潜在的なリスク・機会と影響度などを検討し、2012年にCSR重要課題を特定しました。

また、重要課題それぞれにおいて、経営計画に合わせた3カ年の中期目標を設定し、PDCAによる改善活動を行っています。海外グループにおいては8社を訪問し、CSRの取り組み状況を把握した上で、中期目標を設定しました。今後は、PDCAによる改善活動を進めます。

重要課題の特定プロセス



● バリューチェーンと重要課題 (2014年の活動を関連ページに記載しています。)



*人権に関連する悪影響を認識し、防止し、対処するために組織が実施すべきステップ。

2014年の実績

2014年は、中期経営計画V-1の最終年度であり、それぞれのCSR重要課題において、目標達成に向けた活動を推進しました。

2017年の目標設定

中期経営計画V-2の開始にともないV-1の評価と課題をふまえ、2017年中期目標を設定しました。

関連情報 p12-15

特に進捗した活動1

～健康で快適な生活習慣づくりに
つながる社会貢献プログラムの充実～
2014年ハイライト①予防歯科の推進

ライオンは生活者の健康で快適な生活習慣づくりを目指し、年間を通して予防歯科啓発活動を実施しました。従業員一人ひとりが「予防歯科」の重要性を認識し、行政・学校・病院・歯科医院などの社外団体との連携を通じて、生活者のライフステージに沿った啓発活動に全社で取り組みました。関連情報 p17-21

特に進捗した活動2

～健康で快適な生活習慣づくりに
つながる社会貢献プログラムの充実～

2014年ハイライト② 「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクト

当社のハンドソープ生産工場がある坂出市で、衛生習慣を浸透・定着させることを目的に、坂出市、ライオン(株)、ライオンケミカル(株)の3者が連携して「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクトを立ち上げました。

関連情報 p22-23

特に進捗した活動3

～暮らしに役立つ生活情報の
発信と啓発活動～

新しい情報発信「Lidea」の開設

暮らしに役立つ生活情報を提供する「ライオン快適生活研究所」が中心となり、くらしとココロを彩るようなIdea(=知恵や情報)を共有する新しい生活情報メディア、「Lidea」をホームページ上に開設しました。

関連情報 p43

消費者による使用



社会・環境



・暮らしに役立つ生活情報の
発信と啓発活動 ▶ p43

・持続可能な社会の発展に貢献する
商品・情報の提供 ▶ p44

・先進的な環境への取り組み ▶ p32-37

・健康で快適な生活習慣づくりにつながる社会貢献プログラムの充実 ▶ p16-23, 45-47

・リスクマネジメントの推進、コンプライアンスの浸透／内部統制 ▶ p24-26

お客様

地域社会

環境

株主・投資家

CSR重要課題に関する

2014年中期目標に対する振り返りと 2017年中期目標の設定

中期経営計画 (V-1: 2012年~2014年) における CSR重要課題への取り組みの振り返り

CSR重要課題それぞれにおいて、2014年中期目標の達成に向けた活動を推進し、概ね達成しました。

【評価基準】 目標どおりに達成: ○ / 進捗したが未達成: △ / 進捗なし: ×

中核主題	目指す姿	重要課題	2014年中期目標
組織統治	社会から信頼され続ける健全な経営体制の維持	ライオングループのCSR管理体制の構築	CSR方針としてのライオン企業行動憲章の浸透 —
		リスクマネジメントの推進*2	目標・KPIの設定と進捗管理 —
		コンプライアンスの浸透/ 内部統制	—
		人権に関する方針の策定と周知	—
人権	人権を尊重する体制の整備	人権 デューデリジェンス*3	人権尊重を確保する仕組みの強化 —
			ホットラインの周知、 相談・通報案件への対応 —
			—

*1 2014年目標を設定していない項目については、実績を記載せず「—」と表記。

*2 これまでの重要課題「事業継続計画の見直し」は、2014年にBCP要綱を設定したことから、「リスクマネジメントの推進」に変更。



次期中期経営計画 (V-2:2015年~2017年)の目標設定

単体および国内連結グループ会社

これまでの活動を継続するとともに、社会動向や当社の経営方針をふまえ、取り組みを強化する必要があると考えたCSR重要課題について目標を設定しました。

海外連結グループ会社

2012年~2014年に実施した各社CSR活動のヒアリングに基づき、目標を設定しました。国や地域によって異なる法律・文化・習慣の違いを考慮し、それぞれグループ企業の状況を踏まえて順次活動を進めます。

2012~2014年実績*1	評価	2017年中期目標
●ライオン企業行動憲章に関するe-ラーニングの実施 (年1回) → 関連情報 p26	○	国内 CSR方針としてのライオン企業行動憲章の浸透 (継続)
-	-	海外 CSRに関する方針の周知徹底
●目標・KPIの設定と公開 (2013年CSR報告書)	○	国内 目標の進捗管理 (継続) 海外 目標の設定と進捗管理
-	-	国内 多面的な想定に基づいた事業継続計画 (BCP) の継続運用
-	-	国内 コンプライアンス意識の啓発 海外 内部統制システムの強化
-	-	国内 人権方針としてのライオン企業行動憲章の浸透 (継続)
●バリューチェーンにおけるライオンの人権への取り組みの全体像の公開と、各活動のPDCA推進 → 関連情報 p27 ●調達基本方針の改訂 ●「ライオングループサプライヤーCSRガイドライン」の制定と公開 ●サプライヤーのCSR活動のセルフチェックと、サプライヤーへの評価結果のフィードバックの実施 → 関連情報 p39	○	国内 サプライヤーによるCSR活動のセルフチェックの推進とフィードバック (継続)
●コンプライアンス意識調査アンケートによる周知 (年1回実施、2014年の周知率96%) ●すべての案件への対応と収拾 → 関連情報 p26	○	国内 ホットラインの周知、相談・通報案件への対応 (継続)
-	-	海外 社内通報・相談窓口の設置と運用

*3 人権に関連する悪影響を認識し、防止し、対処するために組織が実施すべきステップ。

中核主題	目指す姿	重要課題	2014年中期目標
労働慣行	従業員のモラルとモチベーションの向上による意識変革	人材育成・活性化プログラムの推進	人材育成・活性化プログラムの実施
			多様な人材活躍推進プログラムの実施
		働きやすい職場づくり	「次世代法第4期行動計画」の達成
			—
		従業員の健康管理の推進	—
		ライオングループの労働安全衛生管理体制の充実	—
環境	「環境対応先進企業」としての持続可能な社会の発展への貢献	先進的な環境への取り組み	「Eco Vision 2020」の推進と進捗管理
		汚染の予防	—
		ライオングループの化学物質管理の充実	—
公正な事業慣行	バリューチェーン全体でのCSR活動の推進	CSR調達の推進	サプライヤーCSRアンケートの実施とフィードバック
			—
消費者課題	安全で安心な商品づくりによるお客様満足の追求	持続可能な社会の発展に貢献する商品・情報の提供	「Eco Vision 2020」の推進と進捗管理
		暮らしに役立つ生活情報の発信と啓発活動	ライフスタイル・ライフステージに応じた健康で快適な生活に寄与する情報発信の拡充
		ライオングループの品質保証体制の充実	—
		情報セキュリティ対策の推進	—
コミュニティ参画および発展	社会や地域との共存共栄／健康・快適・環境分野での社会の発展への貢献	健康で快適な生活習慣づくりにつながる社会貢献プログラムの充実	口腔衛生活動の推進 ～子どもの歯みがき啓発活動の推進～
			清潔衛生活動の推進 ～子どもの手洗い・うがい啓発活動の推進～

2012～2014年実績	評価	2017年中期目標
<ul style="list-style-type: none"> ●目標達成へのPDCAを廻す取り組みを強化するための目標管理制度の改定と実施 URL http://www.lion.co.jp/ja/csr/employee/development/ ●「グローバル人材育成プログラム」の導入と実施 ●マーケティング適性人材の発掘 → 関連情報 p28 	○	<p>国内</p> <p>目標管理制度の実施によるPDCA推進施策の浸透 グローバル人材の育成</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●社内各部所の業務を知る機会としての「キャリアフォーラム」の開催(年1回以上実施) ●臨時雇用者などの正社員への登用や正社員の多様な働き方の推進を目的とした地域限定社員制度の導入と実施 → 関連情報 p29 	○	<p>国内</p> <p>多様な人材の活躍推進プログラムの充実 ～女性のキャリア形成支援施策実施～</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●「次世代法第4期行動計画」の達成 → 関連情報 p30 	○	<p>国内</p> <p>健康いきいき施策によるワーク・ライフ・バランスの推進</p>
-	-	<p>海外</p> <p>経営と従業員との対話機会の充実</p>
-	-	<p>国内</p> <p>従業員に健康でいきいきと働いてもらうための環境整備</p>
-	-	<p>国内</p> <p>「安全衛生防災マネジメントシステム」に基づく労働安全と設備安全の充実</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●新環境目標「Eco Vision 2020」の策定と進捗管理の実施 → 関連情報 p34-35 	△	<p>国内 海外</p> <p>「Eco Vision 2020」の推進と進捗管理(継続)</p>
-	-	<p>国内</p> <p>汚染予防対策の推進(継続)</p>
-	-	<p>国内</p> <p>化学物質管理体制の充実(継続)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●調達基本方針の改訂 ●「ライオングループサプライヤーCSRガイドライン」の制定と公開 ●サプライヤーのCSR活動のセルフチェックと、サプライヤーへの評価結果のフィードバックの実施 → 関連情報 p39 	○	<p>国内</p> <p>サプライヤーによるCSR活動のセルフチェックの推進とフィードバック(継続)</p>
-	-	<p>国内</p> <p>「Eco Vision 2020」の推進と進捗管理</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●「環境ロゴ」、「環境ラベル」の設定とエコ商品への環境ラベルの表示開始 → 関連情報 p44 	○	<p>国内</p> <p>商品を通じた生活者の環境啓発活動の推進</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●「暮らしのマイスター」による生活情報の創造・蓄積・発信 ●生活者向けの情報交換型イベントの実施 ●新生活情報メディア「Lidea」の開設 → 関連情報 p43 ●新しいオーラルケアソリューションビジネスの推進(ORALYSIS、ORALcom) URL http://www.lion.co.jp/ja/csr/highlight/2013/#sec03 	○	<p>国内</p> <p>ライフスタイル・ライフステージに応じた健康で快適な生活に寄与する情報発信の拡充(継続)</p>
-	-	<p>国内 品質保証管理体制の充実(継続)</p>
-	-	<p>海外 各国規制対応の強化とお客様対応の充実</p>
-	-	<p>国内 情報セキュリティ対策の推進(継続)</p>
-	-	<p>海外 情報セキュリティ管理体制の充実</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●予防歯科啓発活動の推進 → 関連情報 p17-21 ●学童歯みがき大会の実施(年1回実施、2014年:日本国内(1,146校)およびアジア8カ国・地域計16校の、約66,100名の小学生が参加。1932年の第1回大会以降、通算92万名以上の小学生が参加) → 関連情報 p46 ●学校歯科保健活動 	○	<p>国内 海外</p> <p>口腔保健啓発活動の推進 ～予防歯科(セルフケアとプロフェッショナルケアの推奨)の推進、保健指導者向け、子どもへの教育・啓発など～</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●手洗い・うがい啓発活動(坂出市:「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクト) → 関連情報 p22-23 (石巻市・事業所周辺の幼稚園・保育所での啓発活動) 	○	<p>国内 海外</p> <p>清潔衛生啓発活動の推進 ～子どもの手洗い・うがい啓発活動の推進など～</p>

ライオンの社会・環境貢献活動の全体像

一人ひとりの価値ある未来につながっている「今日」という日々のお役に立つため、ライオンは、事業活動だけでなく社会・環境貢献活動を進めています。

事業活動

一人ひとりの価値ある未来につながっている
今日へのお役立ち

経営
ビジョン

社会・環境貢献活動

健康・快適分野

(口腔保健啓発活動)



(衛生習慣啓発活動)



関連情報はp46-47に記載しています。 関連情報はp47に記載しています。

環境分野

(水資源保護活動)



大事にしていること

(地域との共生)

(従業員の参画)

健康・快適分野

ハミガキ、ハブラシなどのオーラルケア商品やハンドソープなどの清潔衛生関連商品など、よりよい生活習慣づくりに役立つ商品の提供とともに、**口腔保健啓発**、**衛生習慣啓発**を行っています。

環境分野

環境に配慮したくらしの実現を目指し、商品の環境負荷を低減させるとともに、衣料用洗剤、ハミガキ、ハンドソープ、台所用洗剤など、「洗うこと」を通じて水との関わりが深い商品が主力品であることから、積極的に**水資源保護活動**を行っています。

大事にしていること

当社の事業を継続するためには、事業所の所在地などゆかりのある地域との共生が必要であることから、地域の住民の方々や行政、市民団体などと連携をはかり、地域社会の課題解決に取り組んでいます。また、事業に関連した社会・環境貢献活動に従業員一人ひとりが参画する機会を増やすことで、高い社会・環境意識をベースに新しい価値を生み出す人材育成につなげます。



予防歯科 啓発活動の推進

予防歯科啓発活動の背景

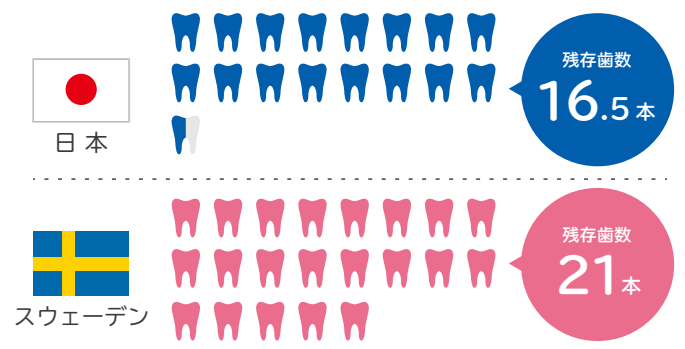
なぜ、今「予防歯科」が重要か

歯や口腔の健康は、口の中にとどまらず全身の健康への影響が大きいことが近年明らかになっています。日本では従来から、生涯にわたって自分の歯を20本以上保つことをスローガンにした「8020運動」が展開されてきました。この運動が功を奏し、高齢者の残存歯数には改善がみられますが、超高齢化社会を見据え、さらなる取り組みが必要とされています。

予防歯科先進国との比較

予防歯科先進国といわれているスウェーデンでは70代の平均残存歯数は21本と、日本とは大きな開きがあります。この差の大きな理由は、「治療」だけでなく「予防」を大切にす「予防歯科」の意識の違いにあると考えられます。1970年代から国をあげて「予防歯科」を推進しているスウェーデンでは、日本に比べて、オーラルケアに対する意識が高いことがわかっています。2013年に実施した当社調査では、「予防歯科に取り組んでいる」という方が、日本では26%のところ、スウェーデンでは69%でした。歯の定期健診受診率や毎日のデンタルフロス・デンタルリンスの使用率も高く、歯の健康づくりが生活習慣として定着しています。

70代の残存歯数の違い



※厚生労働省 平成17年度歯科疾患実態調査 2005 (無歯顎者を除く)

※Hugoson Anders, Koch Goran: Thirty year trends in the prevalence and distribution of dental caries in Swedish adults (1973-2003), Swedish dental journal. 2008

日本を予防歯科先進国へ

近年日本でも、「治療」から「予防」に視点を向けた歯と口腔の健康づくりの取り組みに、国をあげて動き始めています。

2012年に公表された「健康日本21(第2次)*1」では「歯・口腔の健康」に関し、口腔機能の維持・向上、子どものムシ歯の地域格差解消、歯科検診率の増加などが目標とされています。

*1 厚生労働省が定めている国民の健康増進の総合的な推進をはかるための基本的な方針

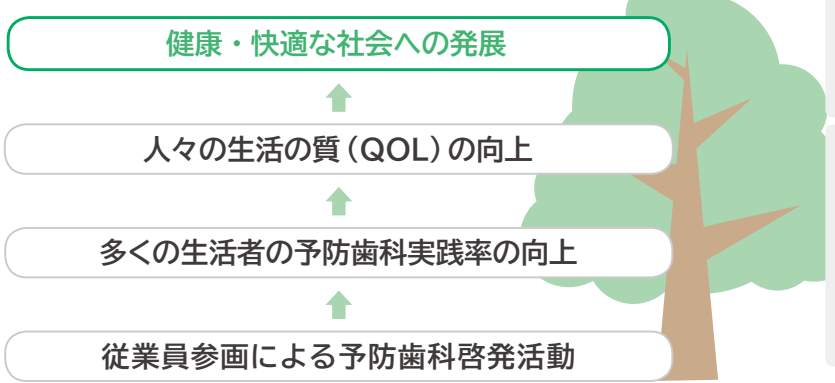
「健康日本21(第2次)」主な目標項目(～平成34年)

過去1年間に歯科検診を受診した者の割合 現状 **34%** → 目標 **65%**

80歳で20歯以上の自分の歯を有する者の割合 現状 **25%** → 目標 **50%**

健康・快適な社会へ

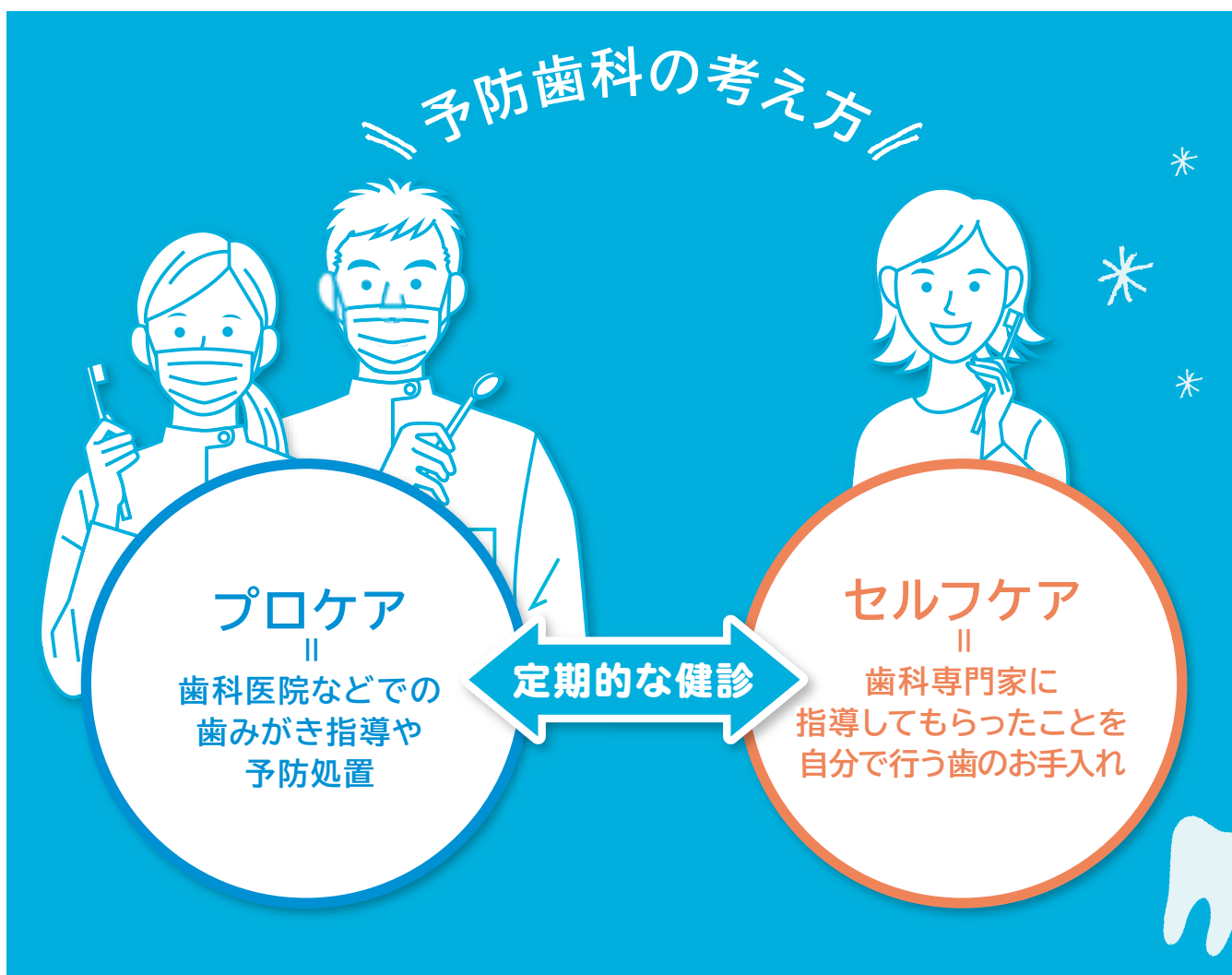
健康に毎日の食事をおいしく味わうためには、20本の歯が必要といわれています。つまり歯の健康状態により将来の生活の質(QOL<Quality of Life>)に差が出てくるのです。ライオンは生活者が生涯にわたり健康で快適な生活を送れるよう、今後も「予防歯科」の啓発を推進します。



「予防歯科」ってなに？

「予防歯科」とは、ムシ歯などになってから治療するのではなく、なる前の「予防」を大切にする考え方のことです。

ライオンは、歯とお口の健康を積極的に守るため、歯科医院などでの定期的な「プロケア（プロフェSSIONナルケア）」と、歯科医師や歯科衛生士の指導に基づいた毎日の「セルフケア」の両方を継続的に行う「予防歯科」を実践することが大切だと考えています。



OPINION

プロケアによって、セルフケアが変わる。

朝田 芳信 先生 | 鶴見大学教授 / 鶴見大学歯学部附属病院 病院長

予防歯科でまず大切なのは、毎日のセルフケアです。しかし医療従事者の指導のもとで行うのと、まるきりの自己流で行うのでは、効果はまったく違ってきます。また、年齢やその人の口腔内の状態によっても、気をつけるべきポイントは異なります。

ですから定期健診を通し、歯科医師からのアドバイスを受け、自分のセルフケアを見直すことが大切です。そして、歯の状態がよくなれば、歯科医師や歯科衛生士にほめられ、自分のセルフケアへの自信にもつながるのです。

このようにセルフケアとプロケアが両輪となって相乗効果を生むことで、予防歯科の目的は達成されます。これがセルフケアとプロケア、両方が重要といわれるゆえんなのです。

「予防歯科」のポイント

「予防歯科」では、毎日の自分の「セルフケア」と歯科医院などでの「プロケア」を実施することが大切です。ここでは「セルフケア」のポイントと、公益財団法人ライオン歯科衛生研究所(LDH)が提供している「プロケア」をご紹介します。

セルフケア

「セルフケア」の3つのポイント

ポイント1

フッ素を口の中に残す



フッ素は歯の健康を守るための大切な成分です。

- 1 フッ素配合のハミガキで歯をみがきます。
- 2 すすぎは1回程度に。

ポイント2

歯垢を残さず落とす



歯垢は口のトラブルの原因となる細菌のかたまりです。

- 1 歯垢をしっかりかき出せるハブラシを選びます。
- 2 デンタルフロスなどを使い、歯と歯の間の歯垢を落とします。

ポイント3

細菌を増やさない



細菌が増えるとムシ歯などになるリスクが高まります。

- 1 殺菌剤配合のデンタルリンスを使います。
- 2 使用するのは就寝前がおすすめです。

一人ひとりに合ったセルフケアを

当社は、生活者のセルフケアの充実を目指し、100種類以上の商品を取り扱うオーラルケアグッズショップ「ORALYSIS」(オーラリス)を展開しています。歯科衛生士の資格を持った「おくちコンシェルジュ」が一人ひとりの口腔状況に合った商品選びをお手伝いしています。

[ORALYSIS] URL <http://oralysis.oralcom.net/>



プロケア

LDH が提供するプロケア

LDHは「予防歯科」の考え方を大切にした歯科診療所を展開しています。

東京デンタルクリニック
<http://www.lion-dent-health.or.jp/meguro/>

大阪予防歯科ステーション
<http://www.lion-dent-health.or.jp/osaka/>

グラントウキョウオーラルヘルスケアステーション
<http://ohcstation.oralcom.net/>

グラントウキョウ
オーラルヘルスケアステーション



東京
デンタルクリニック

ライフステージ別の予防歯科啓発活動

ライオンは生活者の健康で快適な生活習慣づくりを目指し、年間を通して予防歯科啓発活動を実施しました。従業員一人ひとりが「予防歯科」の重要性を認識し、行政・学校・病院・歯科医院などの社外団体との連携を通じて、生活者のライフステージに沿った啓発活動に全社で取り組みました。また、当社はLDHの予防歯科啓発活動を支援しています。

■ 病院・歯科医院との活動

■ ライオンの活動

- 産婦人科にて、オーラルケアの啓発動画を配信。
- 全国の産婦人科にて、「予防歯科」の大切さを伝えるフリーペーパー配布。
- マタニティ歯科相談室サイトを開設し、オーラルケアの悩み相談や予防歯科啓発活動を実施。

[マタニティ歯科相談室] URL <http://www.oralcom.net/maternity/>



Stages of Life

マタニティ

乳幼児

小学生

■ 行政との活動

■ ライオンの活動

- 市町村が実施する1歳6カ月児健診において、乳児期から始める「予防歯科」の大切さを伝達。「親子で予防歯科」リーフレットや子ども向けフッ素配合ハミガキを配付。



■ 中高生への活動

■ LDHの活動

- 中高生からのデンタルフロスの習慣定着に向けた啓発活動を実施。



社内での予防歯科活動の推進

「予防歯科」の大切さを伝えるためには、まずは自分たちが実践することが大切です。ライオンでは、社員の歯と口のケアへの意識向上、実践推進のための取り組みを継続的に行っています。

ライオン社員の歯と口の健康を保つ取り組み「ALOHA」

社員の歯と口の健康を守るための取り組みとして1970年代から社内歯科健診を実施しており、2002年から「All Lion Oral Health Activity (ALOHA)」として全社員対象に毎年行っています。「歯科医院での定期健診」への動機づけをはかり、歯科医師・歯科衛生士による口腔チェックの実施のほか、eメールを活用し歯科に関する意識を高める情報を配信しています。

歯科医院での定期健診を推奨するキャンペーンを実施

予防歯科啓発活動の一環として、2014年に全社員対象に歯科医院での定期健診にかかる一部費用の補助を行うキャンペーンを実施しました。



小学生への活動

LDH ■ ライオンほか共催

- 国内外6万人以上の児童を対象に「学童歯みがき大会」を開催。

LDHの活動

- デンタルフロスの使い方を指導。

ライオンの活動

- 子どもにも使いやすいY字タイプのデンタルフロスを配付。



他企業への活動

LDHの活動

- 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実施。



中高生

成人

高齢者

Stages of Life

高齢者への活動

LDHの活動

- 歯と口の健康を維持するため歯と口の体操を推進。啓発用のパンフレットを配付。



定期健診を促す啓発ポスター・CM

歯科医院向けの啓発ポスターやテレビCMを通して「予防歯科」を啓発。



予防歯科啓発活動の成果

社内での意識向上

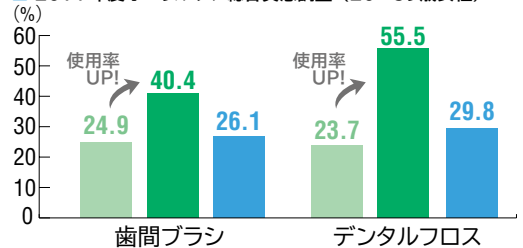
社内での継続的なセルフケア啓発を行った結果、ライオン社員のセルフケアに対する意識も高くなり、みがき残しを減らすために重要な歯間清掃用具(歯間ブラシ・デンタルフロス)の使用率が向上しています。

社外での意識向上

2014年に全社一丸となり予防歯科啓発活動に取り組んだ結果、認知率(「予防歯科」という言葉を知っている)と理解率(「予防歯科」の考え方を理解している)が向上しました。今後もより多くの生活者の皆様へ「予防歯科」の大切さが伝わるよう、取り組みを推進します。

清掃用具使用率

■ ライオン社員 (2002年度) ■ ライオン社員 (2014年度)
■ 2014年度オーラルケア総合実態調査 (20~59歳女性)



予防歯科認知率

2014年3月 **81%** → 2015年3月 **88%**

予防歯科理解率

2014年3月 **52%** → 2015年3月 **61%**

*20代~40代の女性1,000人を対象にライオンが調査。

2014年
ハイライト

2

「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクト

～坂出市、ライオン(株)、
ライオンケミカル(株)の
3者が連携して立ち上げたプロジェクト～



今日を愛する。
& LION

ライオンの手洗い啓発活動の全体像

社会課題

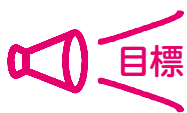
当社は、創業当時より清潔・衛生文化の発展に貢献してきました。現在、『キレイキレイ』ブランドのハンドソープ、うがい薬、消毒液などの商品の提供を通じて、人々の清潔で健康な生活の実現への貢献に取り組んでいます。しかし、正しい手洗い方法はまだ浸透しているとはいえ、社会課題となっています。

国内ハンドソープ売上No.1の企業として、商品販売だけではなく、手洗い習慣の啓発活動を行う責任があると考えています。

手洗い啓発活動の考え方

当社の手洗い啓発活動は、生活者の健康な毎日の実現のため、「従業員が主体で活動すること」を方針として、重点地域*1を設定し、下記の目標を掲げ取り組んでいます。

*1 ハンドソープ製造拠点(坂出市)、全国のライオン事業所所在地、被災地(石巻市)。



2020年には20%、2030年には50%、2050年には100%の
ライオン(株)の社員が手洗い啓発活動に参加している。

2012年～2014年までの累積 ⇒ 参加社員 110名 4%

今までの主な手洗い啓発活動

幼稚園・保育所での活動(「バイ菌とたたかうプロジェクト*2」、「みんなでアラウータン!手洗い体操」)、飲食店・公共施設での活動、『キレイキレイ泡ハンドソープ』設置活動、店頭イベント活動などを行っています。

*2 全国の幼稚園に手洗い・うがいのチェックシールやリーフレット、「手洗い・うがいキット」などを配付。

「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクトとは

『キレイキレイ』ハンドソープを生産する主力工場であるライオンケミカル(株)オレオケミカル事業所は香川県坂出市に立地しています。「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクトは坂出市民へ衛生習慣を浸透・定着させることなどを目的に、坂出市、ライオン(株)、ライオンケミカル(株)の3者が連携して2014年に立ち上げたプロジェクトです。

今後も手洗い啓発を中心とした活動に坂出市民、従業員が主体となり2017年まで取り組みます。

「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクト活動紹介

幼稚園・保育所での活動



子どもたちに楽しく「手洗いの大切さ」や「正しい手洗い方法」を理解してもらうため、紙芝居、手洗い体操などを行っています。

ハンドソープ設置活動



ポスター

アテンションツール

幼稚園・保育所、小・中学校、公共施設などに『キレイキレイ泡ハンドソープ』を設置するとともに、手洗いポスターやアテンションツールを提供しています。

教職員向けの活動



幼稚園・保育所、小・中学校の先生を対象に手洗い教室を開催しています。

市民向けの活動



市民向け手洗い教室などのイベントや『キレイキレイ』の商品提供を継続的に実施しています。

担当者の声

坂出市総務部政策課 玉井修司さん

市が一企業と連携し、活動することはとても珍しいことですがこの度、ライオン(株)、ライオンケミカル(株)と“坂出市民の健康、衛生習慣の浸透・定着”という同じ目的を持ち、一緒にこのプロジェクトを立ち上げました。手洗い体操などで子供たちの楽しそうな笑顔を見ると、非常に大きなやりがいを感じます。

すべては坂出市民のために、今後も全力でプロジェクトを推進していきます！

ライオンケミカル(株)オレオケミカル事業所 小林土満

ライオンケミカル(株)は設立時から地域密着型企業を目指してきました。『キレイキレイ』ハンドソープを生産している私たちにとって、坂出市民のみなさまへの衛生習慣の啓

発は企業としての責務であるともいえます。

プロジェクトの活動を通じた多くの人達との出会いや、感謝の言葉をかけていただいた時、大きな喜びを感じます。

このプロジェクトの成功に向けて、私のすべてを捧げて取り組みます！



左：坂出市総務部政策課 玉井修司さん
右：ライオンケミカルオレオケミカル事業所 小林土満

リスクマネジメントの推進

事業を行う上でのさまざまなリスクに対応する仕組みの整備

当社では、お客様に対して、安心・安全な製品を継続して提供するために、リスク統括担当役員を任命し、当社グループ全体のリスクを網羅的、総括的に管理しています。環境、品質責任、事故・災害に関するリスクについては各種会議体を通じて対応策を検討し、必要に応じて執行役員会で審議しています。天災・事故発生などによる物理的緊急事態が発生した場合は、緊急事態処理システムに従い、発生事実を社長、監査役などへ報告するとともに、対応状況について執行役員会・取締役会へ報告しています。

❖ 事業継続計画（BCP）の強化

当社は大地震や感染症の蔓延（パンデミック）などが発生した場合でも、お客様に商品をお届けできるよう、被害を最小化し早期復旧を果たせるよう原材料調達、生産物流体制の強化を進めています。また、常に経営環境に適した強力なBCPを機能させるために、経営企画部が主体となり、毎年執行役員会でBCPの確認と見直しを実施しています。

2014年には基本方針、優先事業、重点業務などを示した「BCP要綱」を策定し、イントラネットや社内報などで告知社内へのBCPの周知を進めました。

内部統制システムの整備

業務の適正を監査する仕組みの強化

当社は、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、全社レベル・業務プロセスレベルの統制の整備を行っています。

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。

❖ 内部監査

社長直轄の監査室が、健全な業務活動基盤の確立に向けて、各部所の業務について、適法性、妥当性、効率性、リスクマネジメントの視点から監査を行っています。

監査の点検・指摘結果については、社長への報告と、執行役員会にて年2回、監査結果を総括して報告することで、監査業務のPDCA管理と、業務執行部門との情報の共有化をはかっています。

国連グローバル・コンパクト

当社が2009年から参加する国連グローバル・コンパクト（UNGC）は、「人権の保護」、「不当な労働の排除」、「環境への対応」、そして「腐敗の防止」の4つの領域に関わる10の原則の実現を目指す企業・団体の自発的な取り組みです。グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン（GCNJ）にも加入し、参加企業のCSR活動推進を目的とした分科会活動にも定期的に参加しています。

【国連グローバル・コンパクト】URL <https://www.unglobalcompact.org/>

【グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン】URL <http://ungcjin.org/>



コンプライアンスの浸透

法令遵守・倫理観強化への取り組み

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*1」は、当社グループの全従業員に冊子で配付し、ホームページ上で社外にも公開しています。また、毎年、プログラムの沿って、e-ラーニングなどの教育を定期的に行っています。

2014年に実施したe-ラーニングでは、「ライオン企業行動憲章」の閲読と同意に加えて、薬事教育、就労管理の基礎、ソーシャルメディアのリスク、情報セキュリティについて学習しました。

*2 コンプライアンス意識調査アンケート

当社は、グループ全従業員を対象に毎年、「コンプライアンス意識調査アンケート」を実施しており、今回で11回目となります。アンケート結果を経営層に報告するとともに各職場へフィードバックし、コンプライアンス体制の維持・強化につなげています。

2014年度のアンケート（対象約3,932名の約97%の従業員が回答）では、職場環境の問題などの意見が寄せられました。

* ホットラインの周知

当社は、社内・社外の通報制度「AL（オールライオン）心のホットライン」を設置し、派遣社員を含む全従業員への周知をはかっています。

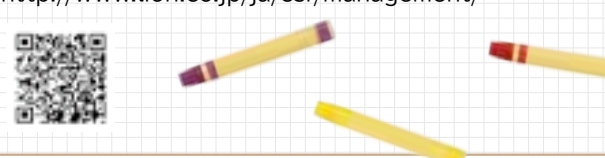
2014年は12件の相談・通報がありましたが、重大な不正行為と判断される事案はなく、すべての事案に適切に対応し、收拾しました。

[AL心のホットライン]

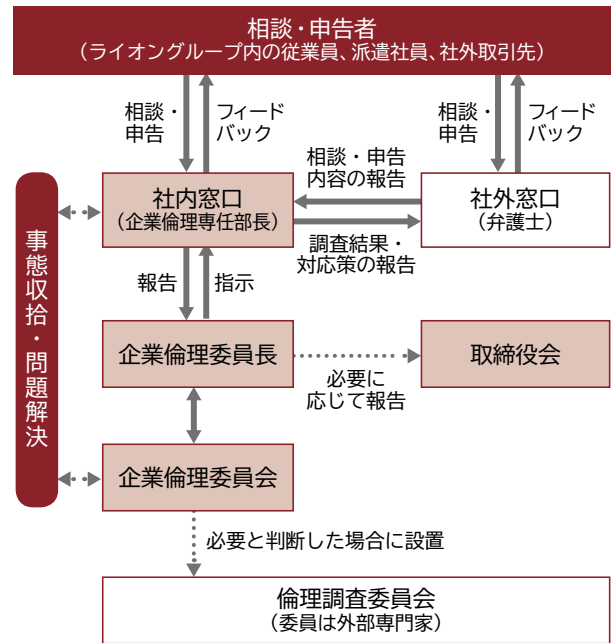
[URL] <http://www.lion.co.jp/ja/company/compliance/index.php>

Webサイトのご紹介

活動を推進する仕組み(組織統治)
<http://www.lion.co.jp/ja/csr/management/>



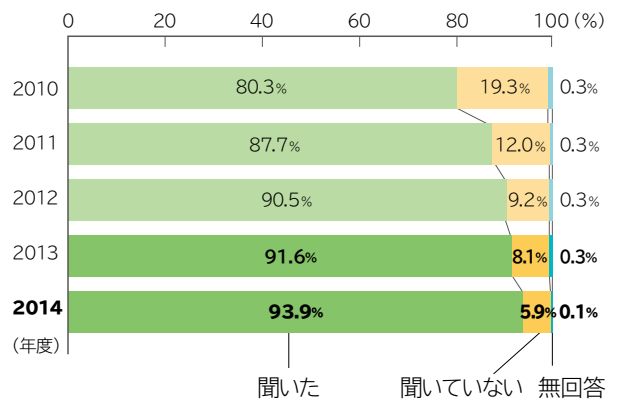
* 「AL心のホットライン」の仕組み



* 「AL心のホットライン」への相談・通報内容(2014年)

ハラスメント的行為	5件
人事・労務管理上の問題	4件
経費・会社資産の管理の問題	1件
その他	2件

* アンケート結果のフィードバックを聞いた従業員の割合



*1 ライオン企業行動憲章の10原則

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

*2 コンプライアンス意識調査アンケート

ライオン企業行動憲章の遵守状況、前年のコンプライアンス意識調査結果に対するフィードバックの有無、ホットラインの認知などを無記名で回答するアンケート。



人権を尊重する体制の整備

基本的な考え方

当社は「ライオン企業行動憲章」において、「人権の尊重」、「全ての法律、国際ルール及びその精神の遵守」を定め、「行動指針」においては、児童労働や強制労働を認めないこと、機会均等な雇用と就業者に対する公正な処遇を行うことや、購入先における人権についても示しています。また、2009年に国連グローバル・コンパクトの10原則の支持を表明しています。

人権に関する方針の周知

ライオン企業行動憲章・行動指針の浸透と定着

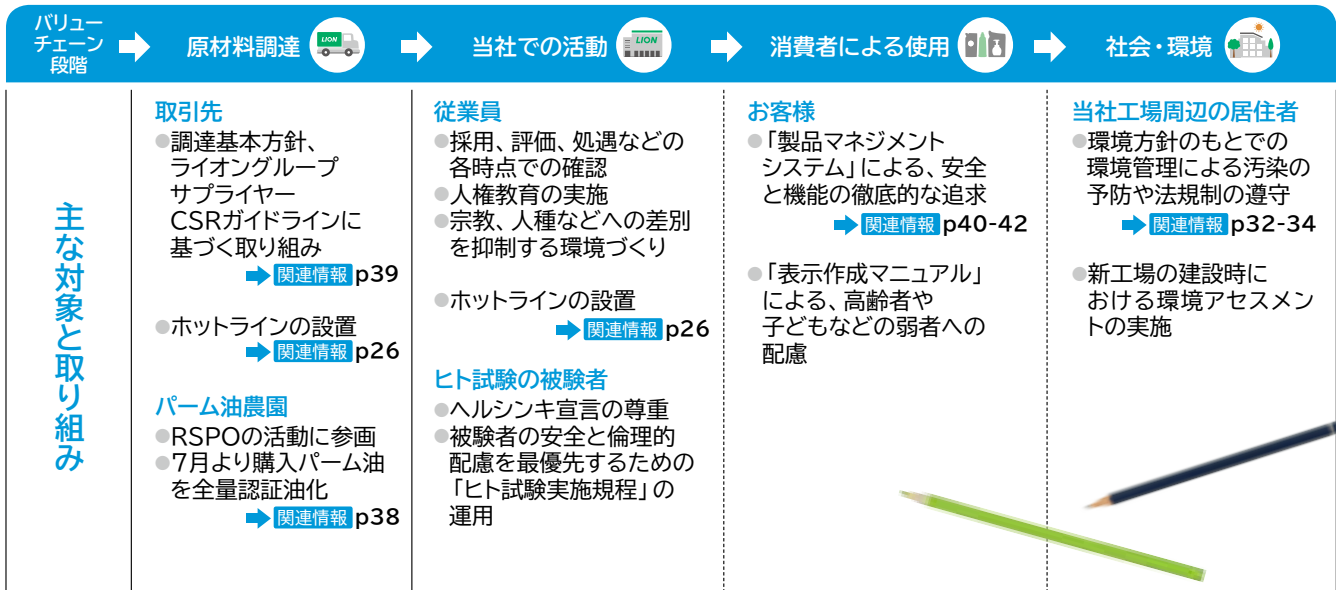
当社は「ライオン企業行動憲章」および「行動指針」において、人権尊重に関する方針を示しています。役員、グループ会社社員、従業員、派遣社員に対する企業行動憲章の周知については、年1回、e-ラーニング、あるいは文書による企業行動憲章の閲読と同意を行っています。また、企業行動憲章の浸透・定着状況を確認するアンケートも年1回行っています。

人権デューディリジェンス

バリューチェーンに沿った人権を尊重する仕組みの充実

当社は、バリューチェーンに沿って当社の活動の人権に対する影響を把握し、報告、是正、フォローする仕組みの充実をはかっています。

❖ 当社の人権に対する取り組みの全体像



Webサイトのご紹介

人を大切にするために(人権)
<http://www.lion.co.jp/ja/csr/humanrights/>





従業員のモラルとモチベーションの向上による意識変革

基本的な考え方

当社は「ライオン企業行動憲章」において、「就業者の多様性と人格・個性を尊重した公正な処遇の実践」と「就業者のゆとりと豊かさを実現するための安全で働きやすい環境の確保」を定めています。また、「行動指針」においては、「ワーク・ライフ・バランスの推進による柔軟な働き方ができるような労働環境の整備」や「優れた専門技術や知識の体得に努め、かつ高い目標に挑戦する就業者に対する最大限の手助け」、「就業者や就業者の代表との誠実な対話と協議」を示しています。



❖ 良好な労使関係のために

当社は、相互の理解と信頼に基づく健全な労使関係の推進と、会社ならびに労働組合の社会的使命と責任の自覚のもとで、企業行動憲章を遵守し、相協力して社業の発展と組合員の労働条件の維持向上をはかることを目的として、労働組合と労働協約を締結しています。

その中で、会社は組合員の正当な組合活動の自由を認め、これを理由として不利益な取扱いをしないことや、会社と組合は、対等な立場で協議するために、労使協議会を設け、定期開催することを定めています。

当社ではユニオン・ショップ制^{*1}を採用し、労使協議会での経営状況の報告や職場環境についての意見交換など労使で積極的に活動し、労使関係の維持・向上に努めています。

人材育成

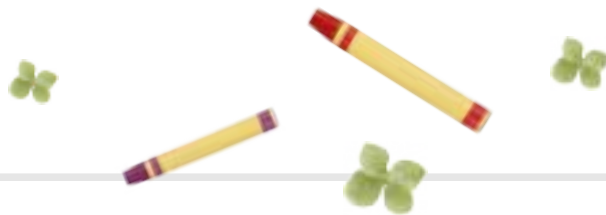
目標管理制度によるPDCA推進とさまざまな研修・能力開発機会の提供

❖ 機能別研修体系の整備

機能別研修においては、各職種における専門性強化に向けて施策を用意しています。2014年は、特にマーケティング部門において強化をはかりました。これまで各部門で活躍している人材からマーケティング部門の要員を配置してきましたが、さらなる強化に向けて、努力と学習を継続する熱意のある人材を発掘するプログラムを設計し運用を開始しました。本プログラムでは、マーケティングの実務的な理論習得や消費者インサイト、競争戦略をふまえた企画設計の体系的な学習機会を提供するとともに、資質判定を行うことにより将来のマーケティング人材の育成を行っています。

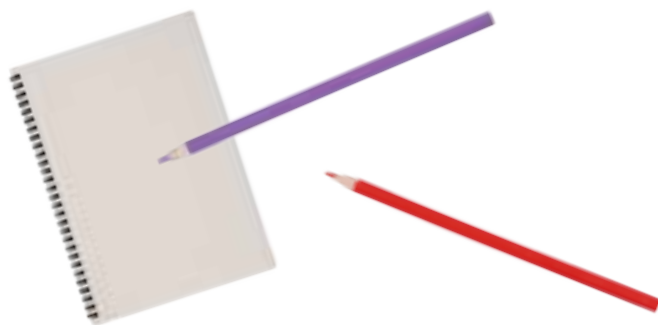
❖ グローバル人材の育成

海外事業の成長に向けて、継続的なグローバル人材育成に取り組んでいます。2011年から2013年までの3年間は、若手から中堅社員を対象とした「グローバル人材強化育成プログラム」を実施し、のべ83名を育成しました。2014年からは、さらなるグローバル人材の強化に向けて、より実践的なプログラムを開始しました。国内での知識習得に加え、約1年の間、海外での実務を通して即戦力を育成します。また、営業管理職を対象とした「海外流通視察研修」や、主に研究分野での育成施策も展開しています。



*1 ユニオン・ショップ制

労働者が会社に雇用された際に、特定の労働組合の組合員になることが条件である労働協約。



多様な人材の活用

ビジネス環境の変化に迅速に対応する人材の活用

当社では、ビジネス環境の変化に迅速に対応する必要性から、「ダイバーシティ（多様な人材の活躍推進）」に取り組んでいます。

2010年に「多様な人材の活躍推進委員会*2」を設置し、さまざまな人材が、より一層活躍するための人事施策を社員参加により企画・立案しています。

❖ 社内の職を知る機会の提供（キャリアフォーラム）

若手のキャリア開発を支援する目的で、「多様な人材の活躍推進委員会」で提案された施策です。テレビ会議システムなどを通じて全国の社員を対象に、シンポジウムや現職担当者による部所・業務内容の説明を行っています。

2014年には営業（家庭品）・営業スタッフ、マーケティング関連（薬品事業部）について実施しました。



❖ 女性活躍推進施策（キャリア開発）の実施

中長期のキャリアプランを自ら設計できる「キャリアプランシート」や、将来輩出が期待されるロールモデルを現実的に表した「仮想ロールモデル」を活用し、女性のキャリア開発支援を進めています。

❖ 働きがい相談センターの活動

2011年より当社の従業員が自身のキャリアに前向きに取り組んでいけるよう、電話・メールでの相談の受け付けや面談などを行っています。これまでに、のべ319名が利用し、意識や行動に前向きな変化が見られました。

❖ 配偶者転勤時サポート制度

2011年より、社内共働き世帯の支援として、配偶者の国内外転勤に際し、「自身が休職して帯同」、「5年以内に再び雇用されることを希望し退職して帯同」、「自身も勤務地変更」の3つの制度を選択できる配偶者サポート制度を導入しています。

❖ 地域限定社員制度の導入

臨時雇用者などの中で貢献度が高い優秀な人材の確保や正社員の多様な働き方の実現を目指し、2013年より地域限定社員制度を導入しています。全国を7ブロックに分けて勤務地をブロック内に留め、処遇や福利厚生は正社員に準じた内容になっています。2013年は10名、2014年は8名が臨時雇用者などから登用されました。

❖ 障がい者の積極的な活用

障がいの有無の区別なく、個人の能力を発揮するため、働く環境の改善や職場全体でサポートする風土を醸成し、積極的な活用を進めています。

❖ 定年退職者再雇用制度の改定

2006年より「定年退職者再雇用制度」を導入していましたが、法改正の1年前倒しで2012年に制度改定を行いました。希望者全員の再雇用、契約期間中の職務変更・業績連動型賞与など、現役同様の働き方ができる環境を整備しました。2014年の定年退職者に占める再雇用者の比率は85%でした。

❖ リターン制度

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もらいたいと考え、自己都合により退職した社員を再び雇用する制度を導入しています。

*2 多様な人材の活躍推進委員会

当社が重視する「女性」、「定年雇用者」、「臨時雇用者」の3者について分科会を設け、それぞれの人材が活躍するための施策を企画・立案し、その内容を経営に促すための委員会。

ワーク・ライフ・バランスの推進

柔軟な働き方により仕事の成果を生み出す就業環境の整備

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、就業環境の整備を進めています。

❖ 健康でいきいきと働ける職場づくり

2010年から長時間労働の削減と有給休暇の取得促進に取り組んでいます。2014年は、週1回の「ノー残業デー」および月1回の「ノー残業週間」を実施しましたが、消費税増税前の社内外対応により、時間外労働が増加しました。労働時間管理に対する理解促進のため、全従業員に対してe-ラーニングを継続しています。また、有給休暇取得を推進するために、労使協定締結のもと、年3日間を計画的に付与する取り組みを実施しました。今後も取り組みを推進します。

❖ 育児・介護支援制度

さまざまな制度の拡充と、社員への意識啓発の結果、女性社員の育児休業取得率は100%、男性社員も、幅広い部所で取得しています。さらに、育児期のキャリア開発を支援する取り組みも行っています。

[育児・介護支援制度]

URL http://www.lion.co.jp/ja/csr/employee/work_life/

❖ 在宅勤務について

2015年2月に、働く場所を職場に限定しない柔軟な働き方として在宅勤務制度を導入しました。在宅で勤務することにより業務の生産性向上が期待できる場合、育児や介護を行う社員に限らず取得できるようにし、従来からの働き方を見直し、ワーク・ライフ・バランスの改善に取り組めます。対象部所など限定して制度を開始し、取得を促進し効果を確かめながら拡充を進めます。



次世代法第4期行動計画

期間：2011年4月～2015年2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17名以上にする。
→計画期間内に17名取得済み。うち営業職1名が2012年3月から1年間取得。

目標2 2011年に社員を対象に「育児のための時間外労働の免除」制度の対象期間を「子が3歳まで」から「子が小学校就学前まで」に延長する。
→2011年6月に制度導入。

目標3 2011年に社員を対象とした「子の看護休暇」を半日単位で取得できるよう制度を変更する。
→2011年6月に制度導入。

目標4 計画期間内に社員を対象にキャリア形成の視点から仕事と子育ての両立支援策を実施する。
→経験者によるシンポジウムを含む育児支援制度説明会を2012年から実施。説明会では当社の育児支援制度の内容、処遇の説明ならびにキャリア形成意識醸成などを実施。

目標5 2011年に共働き世帯（社内結婚）を対象に、海外転勤時支援制度を導入する。
→2011年4月*に国内外転勤を対象に制度導入。

目標6 計画期間内に会社が定めた要件を満たす社員を対象に在宅勤務制度を導入する。
→2012年からテスト実施し、2015年2月制度導入。

*過去のCSR報告書において誤りがあったため修正しました。

❖ 社員関連データ（単体）

		2012年	2013年	2014年
社員数	男性	1,828名	1,854名	1,799名
	女性	614名	643名	619名
新入社員数	男性	51名	67名	68名
	女性	24名	26名	29名
定年退職者再雇用	人数	137名	181名	142名
	率	6.0%	7.9%	6.3%
臨時雇用者		295名	319名	443名
女性比率		25.1%	25.8%	26.6%
女性管理職	人数	42名	44名	50名
	率	6.2%	6.2%	6.9%
障がい者雇用	人数	42名	44名	43名
	率	1.8%	1.9%	1.8%
育児休業取得者	男性	6名	5名	5名
	女性	29名	36名	34名
育児短時間勤務	男性	0名	0名	0名
	女性	49名	43名	49名
月平均時間外労働時間		12.0時間	13.1時間	14.0時間
年次有給休暇取得率		46.2%	48.6%	48.4%
入社3年後までの離職	人数	1名	3名	2名
	率	0.5%	1.3%	1.0%

※ 新入社員には中途入社を含む。 ※毎年12月31日時点のデータ
※ 社員数は正社員に加えて、定年退職者再雇用者を含む
※ 人事制度改定にともない、2013年から時間外労働対象者が拡大

従業員の健康管理の推進

従業員の自己管理の支援と安心・信頼して働ける健康な職場づくり

従業員の健康は「会社の健全な成長を支える経営基盤」との考えを基本とし、さまざまな施策を展開しています。健康指針を柱に、きめ細やかな健康管理活動を行っているのも当社の特徴です。

[健康指針] URL

<http://www.lion.co.jp/ja/company/about/health.htm>

❖ 健康管理への組織的な取り組み

当社は全社健康管理責任者（人事部長）、健康保険組合、健康サポート室との合同会議、「健康管理推進委員会」での議論をふまえて健康管理活動を進めています。その中でPDCA管理を行い継続的に改善をはかりながら、産業保健のノウハウを蓄積します。



❖ メンタルヘルスへの取り組み

当社では2004年に「メンタルヘルス基本方針」を制定し、健康診断後の全員面談や2006年からはストレスチェックを実施するなど、積極的にメンタルヘルス対策に取り組んでいます。2014年は96%の社員がストレスチェック*1を受け、その結果は個人を特定できない形式で部所ごとに集計・分析し、担当役員へのフィードバックや、管理職教育での活用など、組織的なメンタルヘルスへの取り組みを継続しています。

❖ 歯科予防プログラム (ALPHA)

2002年度の定期健康診断より、公益財団法人ライオン歯科衛生研究所 (LDH) と協力して社員全員を対象とした歯科健診を導入し、口腔保健の改善に注力しています。

[ALPHA] All Lion Oral Health Activity

関連情報 p20

ライオングループの労働安全衛生管理体制の充実

労働安全と設備安全を推進する仕組みづくり

当社では、「安全は、何事にも優先する」を基本に、厚生労働省の指針に基づく「労働安全衛生マネジメントシステム (OSHMS) *2」に防災を付加した独自の「安全衛生防災マネジメントシステム」を国内グループ会社も含め、構築しています。

❖ 労働安全

2014年の労働災害件数は関係会社を含め、前年の19件に対して、11件となり8件減少しました。さらに休業災害も昨年の8件から3件と大幅な減少となりました。今後は、海外関係会社も含めた全社体制で、重大災害の防止に向け、安全衛生防災マネジメントシステム運用管理規程、

設備安全設計要領等を基本とした仕組みの強化や生産系設備の安全対策を計画的かつ確実に推進し、より一層、安心・安全な職場づくりに取り組めます。

❖ 設備安全

近年、当社や他社で発生したプラント事故は、安全管理の形骸化や作業員の技能・意識の低さに起因していると考察しています。そのため、当社ではハード（設備管理）とソフト（運転管理）の両面からのアプローチにより、中・長期的な視点で「設備安全の強化」に取り組んでいます。

🖥️ Webサイトのご紹介

社員とともに(労働慣行) <http://www.lion.co.jp/ja/csr/employee/>



*1 ストレスチェック

従業員の心理的な負担を把握するための検査(労働安全衛生法の改定により2015年12月に義務化される)。

*2 労働安全衛生マネジメントシステム (OSHMS)

PDCAにより継続的な安全衛生管理を自主的に進める仕組み。



「環境対応先進企業」としての 持続可能な社会の発展への貢献

基本的な考え方

当社は2011年に経営ビジョン「Vision2020」を発表しました。そのビジョンのひとつである「環境対応先進企業」を目指すための全社方針として、新たな環境目標「Eco Vision 2020」を2013年に策定しました。「低炭素社会の実現」、「循環型社会の実現」、「自然との共生」を目指した目標値の達成と合わせて、商品を通じたお客様への環境啓発などのコミュニケーションにも取り組みます。

環境方針

バリューチェーン全体で進める自主的・積極的な環境保全への取り組み姿勢

当社は環境方針を、「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「ライオン企業行動憲章」の精神に基づいて定めています。

2013年には、「Eco Vision 2020」の策定に合わせて環境方針を改訂しました。「低炭素社会の実現」、「循環型社会の実現」、「自然との共生」に対する当社の姿勢や海外への取り組み姿勢などを、より明確に表現しています。

環境方針

製品の開発から原材料などの調達、製造、流通、販売、お客様の使用・廃棄までのすべての過程で「地球温暖化防止のための低炭素社会の実現」、「資源の循環的・有効活用による循環型社会の実現」、「人々の健康や自然生態系、生物多様性を保全するための自然との共生」に配慮し、地球環境への影響を可能な限り減少させるよう、自主的・積極的に行動します。

1. 持続可能な社会をめざす

環境マネジメントシステムを推進し、継続的な維持、改善により地球環境の保全を行う。

2. 法のおよびその他の要求事項の遵守

環境保全に関する法規制や取り決めを遵守し、自主的な行動基準を設定して実行する。

3. 環境目的、目標の設定と実施の検証

国内外における企業活動の環境影響を的確に捉え、技術的・経済的に可能な範囲で、改善の目的および目標を設定するとともに、環境マネジメントプログラムを策定、実施し、その実施状況を定期的に検証する。

4. 環境配慮製品の開発

ライフサイクルアセスメントの視点に基づき自ら定めた「ライオン エコ基準」に則り、環境に配慮した製品開発を積極的に推進する。

5. お取引先との連携による環境負荷の低減

原材料調達先や外部生産委託先、販売先と連携し、仕入れからお客様への商品提供に至るまでのあらゆる段階で、環境負荷の低減に努める。

6. 自然との共生

生物多様性や大気・水環境に配慮した事業活動を行うとともに、自然環境保護活動に積極的に取り組む。

7. 全従業員への周知と環境保全活動の推進

関係会社を含め全従業員に環境方針を周知し、環境保全への意識高揚に努め、全従業員一体となって環境管理活動を推進する。

8. 情報公開の推進

事業を取り巻くすべてのステークホルダーとのコミュニケーションの推進に努める。また、この環境方針は自由な閲覧を可能にして、要望する全ての人々に提供する。

(2013年1月1日改訂)

*1 省エネ法

「エネルギーの使用の合理化等に関する法律」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

「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。

環境管理体制とマネジメントシステム

部所横断型の環境保全活動を進める仕組み

❖ 環境マネジメントシステム

当社グループの環境マネジメントシステムは、事業活動、製品やサービスが環境におよぼす影響を把握、評価、是正するとともに、環境保全活動を継続的に改善することを目的としています。

また、環境マネジメントおよび活動報告については、グローバルな環境対応を目指して体制の充実をはかっており、海外グループ会社のデータをホームページにて公開しています。

[関係会社工場環境負荷データ(海外)] URL

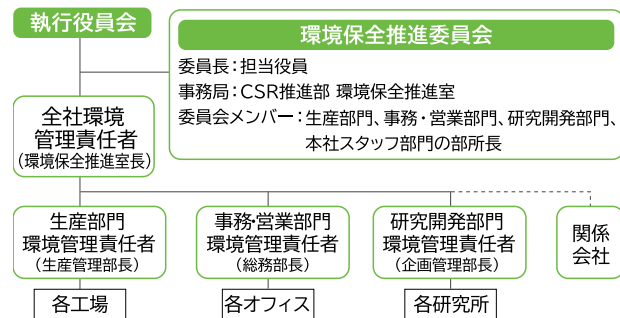
<http://www.lion.co.jp/ja/csr/report/pdf/overseas.pdf>

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。2013年に日本能率協会審査登録センター(JMAQA)による3年ごとの審査に適合し、2014年

の維持審査でも登録認定されました。その結果、マネジメントシステムの維持管理が規格要求事項の基準に適合し、運用が継続されていることが確認されました。国内および海外の生産系関係会社も含めて、全社的にISO14001の取得やISO14001に準じた運用を実践し、管理システムと環境保全活動を継続的に進めています。

❖ 環境管理体制



❖ 法規制の遵守

当社では、省エネ法*1および温対法*2、化管法*3、化審法*4、廃掃法*5など環境関連法規制の改正への対応については、行政や工業会などから提供される情報を環境保全推進室で収集・管理し、関連する部門に周知・徹底するとともに、独自の「廃棄物管理規程」などを定め管理を徹底しています。2014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。

汚染の予防

大気・水質に配慮した生産活動

当社は、窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)およびばいじんや揮発性有機化合物(VOC)などの化学物質の排出量削減にも自主的に取り組んでいます。また、排水処理設備の安定化と定期的な保全により、化学的酸素要求量(COD)の低減にも努めています。

化管法PRTR制度*6に基づく化学物質管理に関するデータは、各国内事業所ごとにホームページ上に公開しています。

[サイトレポート] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/report/>

*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。

*5 廃掃法

「廃棄物の処理及び清掃に関する法律」の略称。

*6 化管法PRTR制度

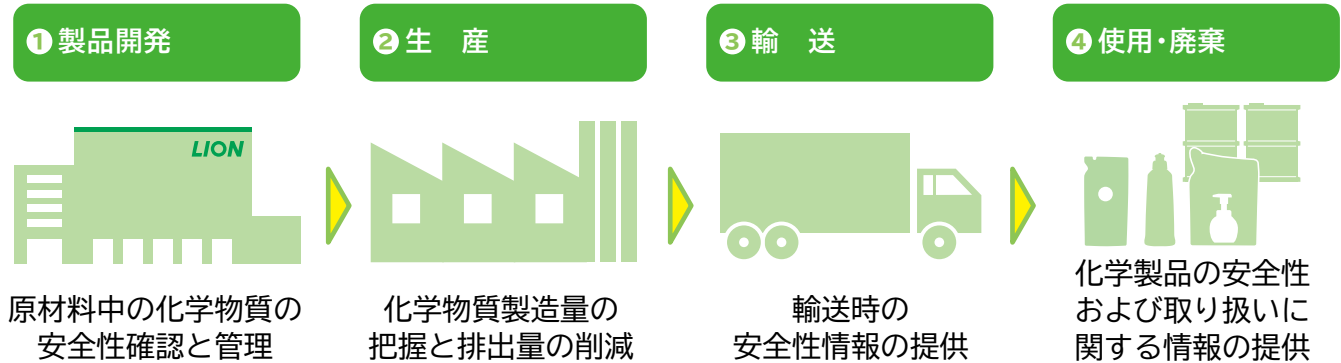
有害性のある化学物質の排出量などを把握し、集計・公表する制度。

ライオングループの化学物質管理の充実

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。

[化学物質の安全管理] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/enhancement/>

❖ 当社の化学物質管理



先進的な環境への取り組み

地球課題をふまえた環境目標の設定と推進

❖ Eco Vision V-1 (2012～2014年)実績とEco Vision V-2 (2015～2017年)計画

Eco Vision V-1 (2012～2014年)計画は、ライオングループ従業員が一丸となり目標達成に向け、施策の検討・推進を行った結果、概ね目標を達成しました。

国内の事業活動からの温室効果ガス排出量

目標：2014年までに40%以上削減(1990年比、売上高原単位)に対し、実績が29%削減(同上)と未達成でした。しかし、使用電力量を温室効果ガス排出量に変換する換算係数の上昇*が未達成の原因であり、2011年の換算係数で計算した場合は、実績が40%削減となり、CO₂の削減目標の達成に相当するエネルギー使用量を削減しています。換算係数の変化はありましたが、2020年の目標を変えずに引き続き温室効果ガスの排出量の削減に取り組めます。

海外の事業活動からの温室効果ガス排出量

目標：毎年1%削減(2010年比、生産量原単位)は、各国政府の目標がない中、日本の省エネ法に準じた高い目標であり、新工場の稼働などの事業変化が想定されていたため3年単位で見直す設定です。

2014年実績は2%増加(同上)となり、未達成でした。生産体制が大きく変化したことによる一時的な増加がその理由です。タイ工場の設備増強による試運転時のエネル

ギー増加や、ライオンエコケミカルズ(マレーシア)の新工場での生産量増加により、温室効果ガスへの影響が大きい化学合成主体の事業の比率が高まったためです。事業成長を視野に入れた新たな目標を設定し、今後も継続して毎年1%削減に取り組めます。

生物多様性に配慮した植物油脂の調達

目標：2015年までに購入パーム油全量をRSPO認証油化に対し、2014年7月より全購入パーム油を認証油に切り替えました。また、新たな2020年目標を設定しました。

その他の項目はすべて目標を達成しています。

Eco Vision V-2 (2015～2017年)計画は、引き続きEco Vision 2020の目標達成に向け、環境保全活動を継続推進する目標を設定しました。

*例) 東京電力
2011年0.375 → 2014年0.530 (kg-CO₂/kWh)

Eco Vision V-1 (2012~2014年) 実績、 Eco Vision V-2 (2015~2017年) とEco Vision 2020目標値表

項目		2014年目標値	2014年実績値	2017年目標値	2020年目標値
低炭素社会の実現	事業所内 ①事業活動からの温室効果ガス削減	売上高原単位 23%削減(2010年比) 40%削減(1990年比) 絶対量 39%削減(1990年比)	売上高原単位 9%削減(2010年比)*1 29%削減(1990年比)*1 絶対量 32%削減(1990年比)*1	売上高原単位 23%削減(2010年比) 40%削減(1990年比) 絶対量 41%削減(1990年比)	売上高原単位 34%削減(2010年比) 49%削減(1990年比) 絶対量 40%削減(1990年比)
	事業所外 ②商品使用後に排出される温室効果ガス削減	売上高原単位 4%削減(2010年比) 51%削減(1990年比) 絶対量 48%削減(1990年比)	売上高原単位 4%削減(2010年比) 51%削減(1990年比) 絶対量 51%削減(1990年比)	売上高原単位 7%削減(2010年比) 52%削減(1990年比) 絶対量 51%削減(1990年比)	売上高原単位 9%削減(2010年比) 53%削減(1990年比) 絶対量 41%削減(1990年比)
	事業所内 ③海外の事業活動からの温室効果ガス削減	生産量原単位 毎年1%削減	生産量原単位 2%増加(2010年比)	生産量原単位 毎年1%削減(2014年比)	生産量原単位 毎年1%削減
	事業所外 ④海外の商品使用後に排出される温室効果ガス削減	-	年間6.7万トン削減	-	年間10万トン削減
循環型社会の実現	事業所内 ⑤事業活動での水使用量削減	売上高原単位 9%削減(2010年比) 30%削減(2000年比) 絶対量 29%削減(2000年比)	売上高原単位 14%削減(2010年比) 33%削減(2000年比) 絶対量 36%削減(2000年比)	売上高原単位 15%削減(2010年比) 34%削減(2000年比) 絶対量 35%削減(2000年比)	売上高原単位 15%削減(2010年比) 35%削減(2000年比) 絶対量 23%削減(2000年比)
	事業所外 ⑥商品使用時の水使用量削減	売上高原単位 14%削減(2010年比) 43%削減(2000年比) 絶対量 39%削減(2000年比)	売上高原単位 14%削減(2010年比) 44%削減(2000年比) 絶対量 45%削減(2000年比)	売上高原単位 15%削減(2010年比) 44%削減(2000年比) 絶対量 44%削減(2000年比)	売上高原単位 17%削減(2010年比) 45%削減(2000年比) 絶対量 33%削減(2000年比)
	廃棄物 ⑦事業所でのゼロエミッション*2	国内生産系全事業所でゼロエミッション化	国内生産系全事業所でゼロエミッション化	-	国内全事業所でゼロエミッション化
	排水 ⑧工場排水*3のリサイクル	-	-	-	複数工場で95%以上排水をリサイクル
自然共生	調達 ⑨生物多様性に配慮した植物油脂の調達	RSPO*4のサプライチェーン認証取得、認証パーム油購入(2015年目標:購入パーム油を全量認証化)	RSPOのサプライチェーン認証取得、7月より購入パーム油を全量認証化	RSPO認証パーム油誘導体の購入開始(2015年)	全購入パーム油誘導体のRSPO認証化
	生物多様性 ⑩生物多様性保全活動の活発化	ライオン単体全工場での実施	ライオン単体全工場での実施	-	国内全事業所での実施
啓発	社会への意識啓発 ⑪お客様への環境啓発活発化	啓発活動へのお客様参加人数1.5倍増(2010年比)	啓発活動へのお客様参加人数1.6倍増(2010年比)	啓発活動へのお客様参加人数1.8倍増(2010年比)	啓発活動へのお客様参加人数倍増(2010年比)

*1 2014年の事業活動からの温室効果ガス削減量については、電力のCO₂換算係数(2011年係数)で算出した場合、以下のとおりとなり、目標は達成するので未達成部分はすべて換算係数上昇分と評価している。

売上高原単位: 23%削減(2010年比)、40%削減(1990年比)、絶対量43%削減(1990年比)。

*2 廃棄物総発生量の再資源化率を99%以上とする。ただし、再資源化の残さは含まない。

*3 生産工程排水。





*4 Roundtable on Sustainable Palm Oil(持続可能なパーム油のための円卓会議)。

❖ 自然との共生

洗剤の使用と関係のある河川の発泡や富栄養化などの水環境問題に、古くから率先して対応してきた当社は、原材料調達から廃棄までのすべての段階で生物多様性に配慮してきました。しかし、将来にわたり生物多様性の恵みを楽しむためには、地域社会などと連携して生物多様性の保全に取り組み、その恵みを使い果たすことのないよう、持続可能な利用を進める必要があります。また、生物多様性に配慮した製品を通して生活者のライフスタイルの変化を促し、自然共生社会の実現に向けて貢献することが重要です。

そこで当社は、バリューチェーンに沿って、事業活動で利用している天然資源や事業の生物多様性への影響を把握し、リスクの低減と機会の拡大につながる生物多様性保全活動を行うことで、事業を通じて持続可能な社会の発展に貢献します。また、環境教育の一環として、従業員一人ひとりが生物多様性保全活動に参画することにより、生物多様性保全に対する意識を全事業所に浸透させます。

当社の生物多様性保全に配慮した事業活動の全体像

当社が依存している生物多様性	原材料生産地の流域*1生態系	各工場が立地する流域生態系	消費者が生活する流域生態系	
対応するバリューチェーン段階	原材料調達 	生産 	消費者による使用 	消費者による廃棄 
当社が利用している主な天然資源	●使用原料となる植物(アブラヤシなど)	●工場で使用する冷却水、設備洗浄水などの原水	●商品使用時の上水	—
当社の活動が生物多様性に与える主な影響	●パーム油農園の自然環境や地域社会への影響(熱帯雨林の違法伐採による水の汚染や野生生物の生息地への影響など)	●工場による地下水などの取水による、周辺の自然環境や地域社会への影響 ●工場からの排水による周辺の自然環境や地域社会への影響 ●工場で使用する光や香りなどによる周辺の自然環境や地域社会への影響	●消費者の取水による自然環境や地域社会への影響	●消費者の排水や包装材料の廃棄物による自然環境や地域社会への影響
生物多様性保全活動	●持続可能なパーム油の調達の推進(RSPOへの参加、RSPO認証油の購入) ➡ 関連情報 p38	●浄化技術を組み合わせた排水の放流による河川などの生態系保全 ●工場廃棄物の削減 ➡ 関連情報 WEB①	●節水型洗剤の開発 ●生分解性の高い洗剤の開発 ➡ 関連情報 WEB②	●界面活性剤の環境への影響調査 ➡ 関連情報 WEB①
	—	●工場が立地する流域での生物生息地の保全とモニタリング(アカウミガメ保全活動、ピオトープなど) ➡ 関連情報 WEB②	●水・自然環境の配慮に関する普及・啓発活動(「ライオンの森」の森林整備、「雨活アイデアコンテスト」の実施、「トップエコプロジェクト*2」による河川の水環境保全、日本水環境学会を通じた水環境研究支援) ➡ 関連情報 p47,WEB③、④	●3Rの推進(つめかえ、内容物の濃縮コンパクト化、再生ペット・薄肉化などの容器の開発) ➡ 関連情報 p44,WEB⑤
リスクの低減につながる活動	—	—	—	—
機会の拡大につながる活動	—	—	—	—

*1 流域:水でつながる森林、河川、里山、干潟、海浜などの生態系。

*2 トップエコプロジェクト:『トッププラチナクリア』1箱につき1円が、「きれいな川をつくろう基金」を通じて川をきれいにする活動に役立てられるプロジェクト。

❖ 低炭素社会・循環型社会の実現

当社は、原材料調達から、廃棄までのすべての段階で、温室効果ガスの排出量削減や資源の循環利用・有効活用を進めています。詳細なデータはWebサイトに開示しています。今後も低炭素社会・循環型社会の実現に向けて取り組みを推進していきます。

当社の低炭素社会・循環型社会の実現に向けた事業活動の全体像



Web① [各事業所での生物多様性保全活動/界面活性剤「MES」、「MEE」などの環境への影響調査]

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

Web② [循環型社会の実現] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/resources/>

Web③ [自然保護活動] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/community/conservation/>

Web④ [ライオンの生物多様性への取り組み] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/biodiversity/>

Web⑤ [容器包装削減のための3R] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/consumer/3r/>

Web⑥ [温室効果ガス削減(国内)] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/climate/>

Webサイトのご紹介

地球環境のために（環境） <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/>
暮らし、まいにち、エコ。 <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/ecolion/>





バリューチェーン全体での CSR活動の推進

基本的な考え方

当社は「ライオン企業行動憲章」、「行動指針」に則り、「公正、透明、自由な競争、ならびに適正な取引」および「政治・行政との関係における健全で正常な関係の維持」に努めるとともに、取引先における法令遵守についても要請しています。さらに、2009年に国連グローバル・コンパクトの10原則の支持を表明し、贈収賄などの腐敗の防止への姿勢を明確にしています。

CSR調達の推進

持続可能な原材料調達とサプライヤーへのCSR活動の働きかけ

当社は、バリューチェーンにおける取り組みにおいて、原材料メーカーや生産委託先との連携を強化することが重要な課題のひとつであると考えています。事業活動の環境や社会に対するマイナスの影響を低減させ、お互いの事業を持続的に発展させるため、取引先と当社とがCSR活動を活性化させることが必要です。

また、当社が独自に開発した植物由来の洗剤原料である環境対応型界面活性剤「MES」に使われているパーム油については、持続可能なパーム油の調達を推進することが重要です。

【「MES」の優れた特徴】

[URL](http://www.lion.co.jp/jp/csr/env/resources/) <http://www.lion.co.jp/jp/csr/env/resources/>

※ 持続可能なパーム油の調達を目指して

当社は、カーボンニュートラルな原料として植物原料の活用を積極的に進めており、その植物原料のひとつとして、世界で最も生産量の多い植物油脂であるパーム油を使用しています。パーム油は主にマレーシアやインドネシアで生産されています。

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生産量は年々増加していますが、生産地においては急激な生産拡大にともない、新規農園開発のための熱帯雨林の伐採やそれともなう野生生物の生息地の縮小などの問題が生じています。また不適切な農園経営による、健康や労働安全への配慮が乏しい劣悪な労働環境や、低賃金、移民労働者の不当な扱い、児童労働など、社会的公正を欠くさまざまな労使問題も指摘されています。

このような問題の解決に向けた「持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO^{*1})」に、当社は2006年から参加しています。2012年には、パーム油が納入されるライオンケミカル(株)オレオケミカル事業所が、RSPO認証パーム油の取り扱いができる工場としてサプライチェーン認証システム審査に合格し、認定を受けました。これに基づいて当社は2012年からRSPOの認証が得られたパーム油の調達を開始しています。当社は2015年末までに、使用するパーム油をすべて認証油に切り換えることを目標に掲げ、2014年7月より購入パーム油を全量認証油化しました。また、2020年に向けた新たな目標を次のとおり設定しました。

2015年：RSPO認証パーム油誘導体の購入開始
2020年：パーム油誘導体全量をRSPO認証化

今後も持続可能なパーム油の調達に向けて取り組みます。



認証油貯蔵タンク

ライオンケミカル(株)の
RSPOサプライチェーン認証

*1 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/) <http://www.rspo.org/>
RSPOでは、「環境に対する責任と資源及び生物多様性保全」「新規プランテーションにおける責任ある開発」「農園、工場の従業員及び、影響を受ける地域住民への責任ある配慮」などの持続可能なパーム油生産に求められる8つの原則と43の基準を定めており、これを満たして生産されるパーム油のみを持続可能なパーム油として認証している。



❖ 原材料メーカーや生産委託先とのCSRの推進

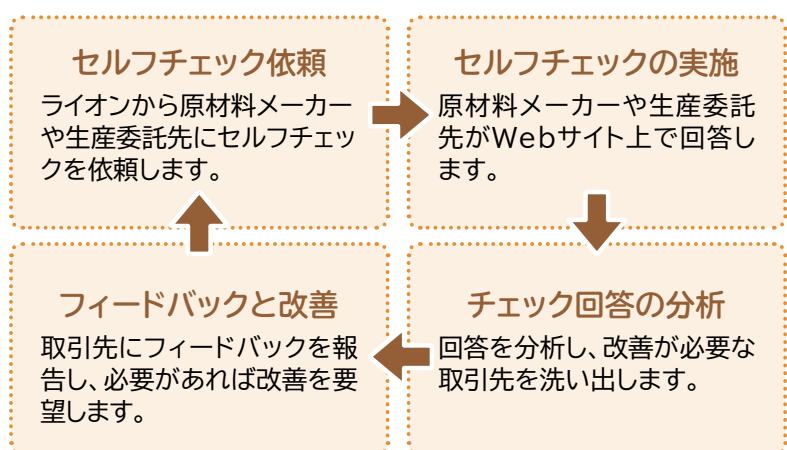
2014年はセルフチェックをすべてWeb上で実施できるようオンライン化し、より効率的に取引先が回答できるようにしました。また、結果のフィードバックを回答いただいた取引先に送り、継続的にCSR調達を推進できる体制を確立しました。今後も取引先とともにCSR活動の取り組みを推進します。

CSR調達の取り組み年表

2005	原材料や製品の適正な調達のための「購買に関する基本方針」を制定。
2008	社会面、環境面への配慮をより明確にした「調達基本方針」を制定。国内外の原材料メーカーや生産委託先にコンプライアンス、製品サービスの品質・安全性、環境配慮、労働・人権、公正な取引に関する企業活動のアンケートを実施。
2013	「調達基本方針」を改訂し、法令遵守、環境保全、人権尊重などからも取引先を選定する姿勢を明確化。原材料メーカーや生産委託先に期待するCSR活動を示した「ライオングループサプライヤーCSRガイドライン*2」を制定し、取引先に自社のCSR活動のセルフチェックを依頼。

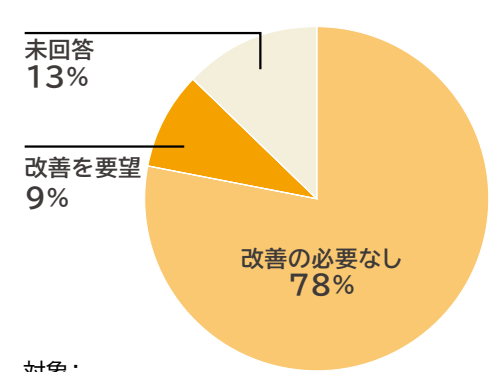
【調達基本方針】URL <http://www.lion.co.jp/ja/company/compliance/procurement.php>
 【ライオングループサプライヤーCSRガイドライン】URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/businesscustom/valuechain/pdf/jpn.pdf>

セルフチェック依頼～フィードバックのフロー



※CSRの重要性を取引先に理解していただくため、セルフチェックの依頼文書において、CSRを取りまく情勢の説明を記載するなど工夫をしています。セルフチェックは取り組みの程度に応じた3段階のチェック基準と用語解説を設けています。

ライオングループサプライヤーCSRガイドラインに基づくセルフチェック全体集計結果



対象：
ライオン国内グループの
原材料メーカー・生産委託先、
計656社（国内：558、海外：98）

結果概要

- すべての項目について改善の必要がない取引先は78%、1つ以上の項目について改善を要望した取引先は9%、未回答は13%でした。
- 未回答の13%の取引先のうち、CSR報告書などで取り組み状況を把握できない46社については、今後協力を要望します。

Webサイトのご紹介

正しい事業活動のために(公正な事業慣行) <http://www.lion.co.jp/ja/csr/businesscustom/>

*2 ライオングループサプライヤーCSRガイドライン

以下に示す5主題、21項目のガイドライン。
 1. 人権・労働
 2. 環境
 3. 公正な事業慣行

URL 日本語 <http://www.lion.co.jp/ja/csr/businesscustom/valuechain/pdf/jpn.pdf>
 英語 <http://www.lion.co.jp/ja/csr/businesscustom/valuechain/pdf/eng.pdf>
 中国語 <http://www.lion.co.jp/ja/csr/businesscustom/valuechain/pdf/cn.pdf>



安全で安心な商品づくりによる お客様満足への追求

基本的な考え方

当社はものづくりのはじめから、お客様が商品を使い終わるまでのすべての段階で品質保証活動を推進し、お客様に満足して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、お客様対応という企業活動のすべての段階においてポイントを定め、お客様満足を追求しています。

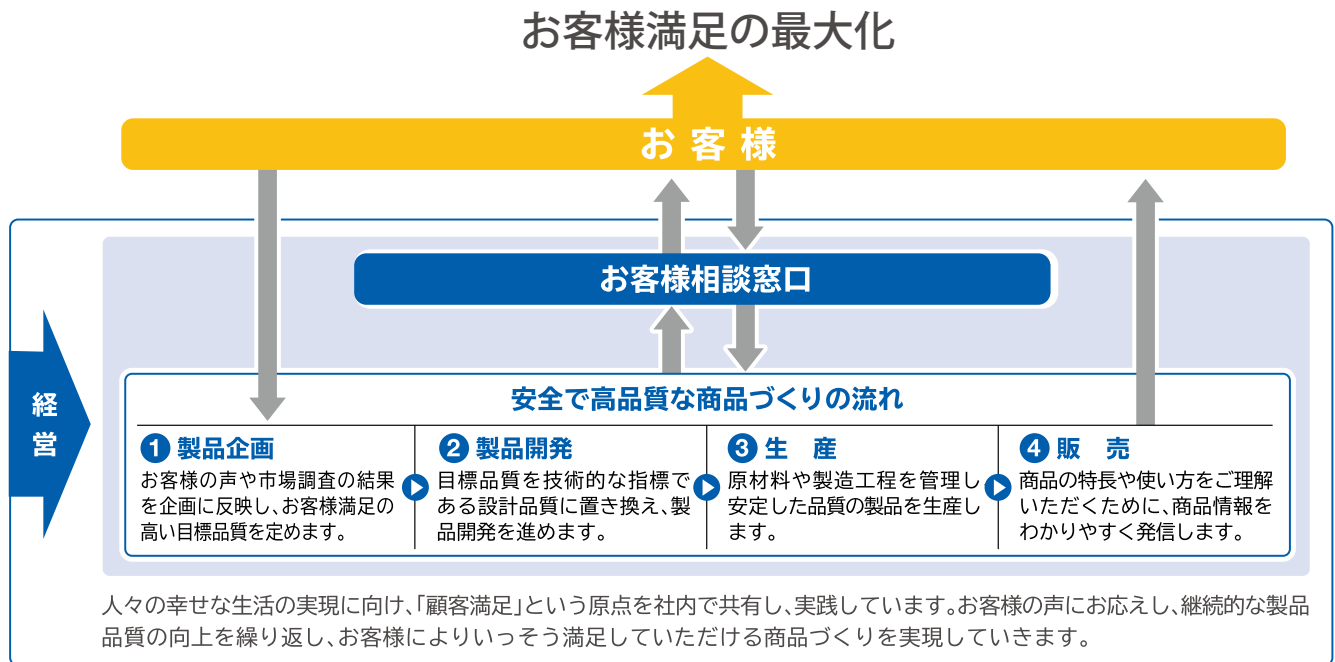
お客様からいただいた貴重なご意見などをもとに、ニーズをしっかりと把握して製品を企画し、製品開発段階では、

機能・性能などの7つの指標で品質を検証するとともに、お客様にとって「読みやすい」、「わかりやすい」表示を検討しています。

生産段階では、各工程で品質管理を徹底し、検査に合格したものを出荷します。出荷の際にはロット管理を徹底し、販売後の管理にも役立てています。

さらに卸店・販売店への商品説明や試供品の配布などを通じて、さまざまな情報を発信しています。

❖ お客様の声による商品づくり



ライオングループの品質保証体制の充実

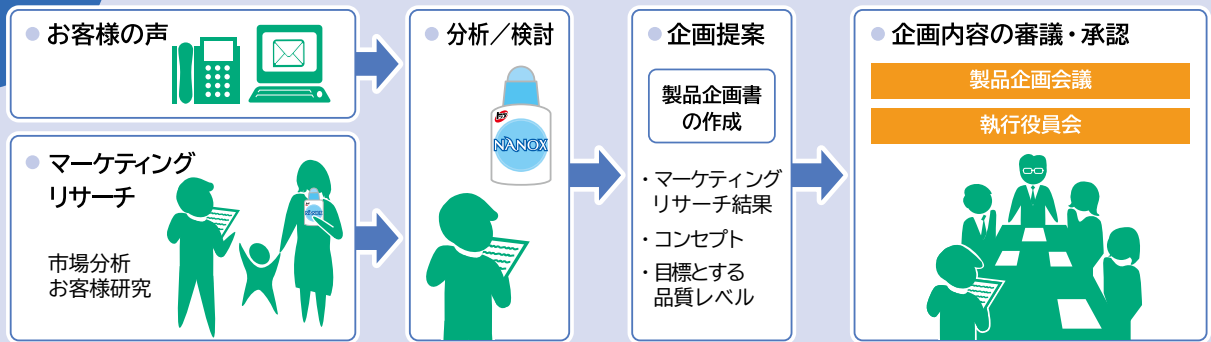
国内・海外における、安全で高品質な商品づくりの仕組みの充実

「日々の暮らしに役立つ優良製品の提供」を実践するために、2008年に制定した「品質方針」に基づく品質保証体制を整え、お客様のご要望に応える安全で高品質な商品づくりを推進しています。2014年は、日用雑貨から医薬品、食品までの広範囲な分野に加え、海外グループ会社を含めたオールライオンの品質保証体制および開発支援

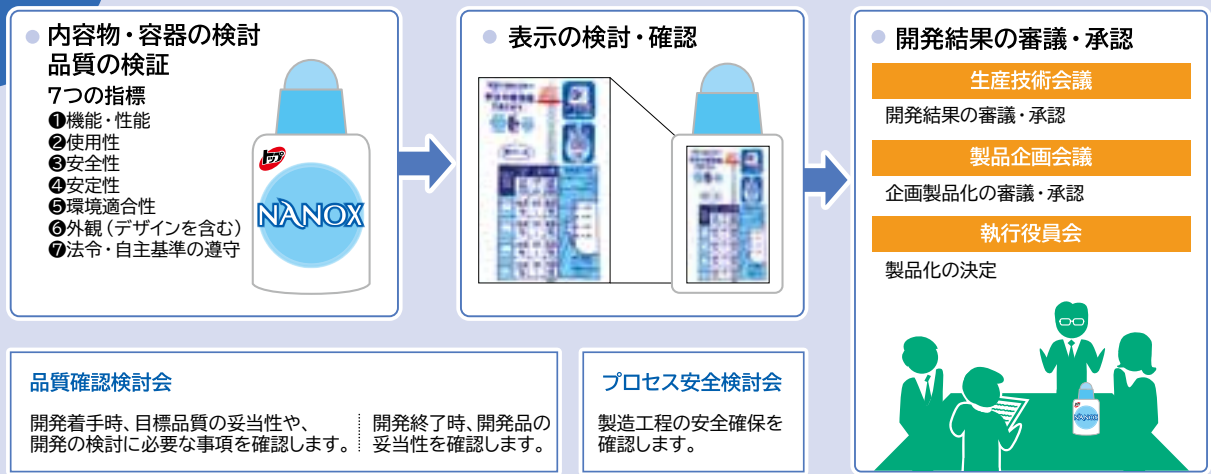
体制を構築するため、「薬事・品質保証部」（薬事部と品質保証部を一本化）を新設しました。機能性食品事業の伸長や国内外のグループ会社の事業規模の拡大にともなって多様化するお客様の要望や、社会的な品質要求レベルの高まりに応え、安全で高品質な商品をお客様にお届けします。

安全で高品質な商品づくり

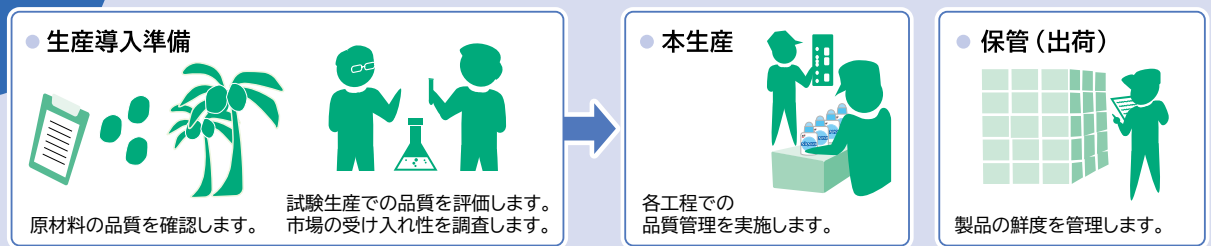
1 製品企画 お客様により満足していただける商品を企画



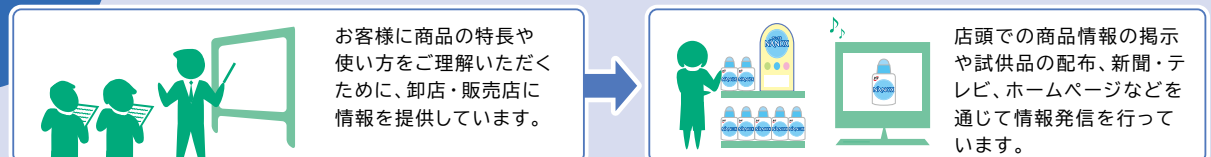
2 製品開発 品質・安全に留意した製品の具現化



3 生産 量産体制での品質確認



4 販売 商品品質の情報提供



❖ 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、原材料および商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、まず安全性を調査確認した上で、さらに一定の品質を確保するためにサンプル評価や相手先調査などを実施後、使用の可否を決定します。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。

商品使用時の安全性

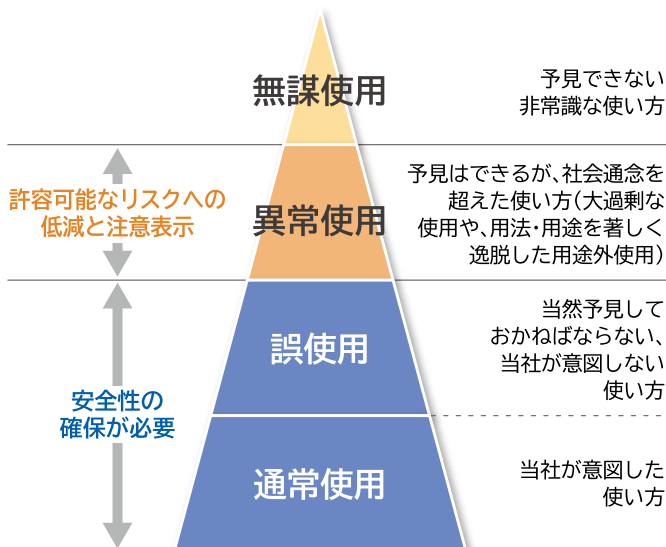
お客様のさまざまな商品の使い方や弱者の方々に配慮し、製品設計にてリスクを回避するという考えのもと、製品の安全性評価を実施しています。

評価はチェックシートを用い、「通常使用」～「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、関連する部門から構成され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のチェックを実施しています。

万が一の製品トラブルが生じた場合に備え、製品リコールなどが迅速にできるよう社内体制を整備しています。

安全性確保の範囲



❖ お客様の声にお応えする取り組み

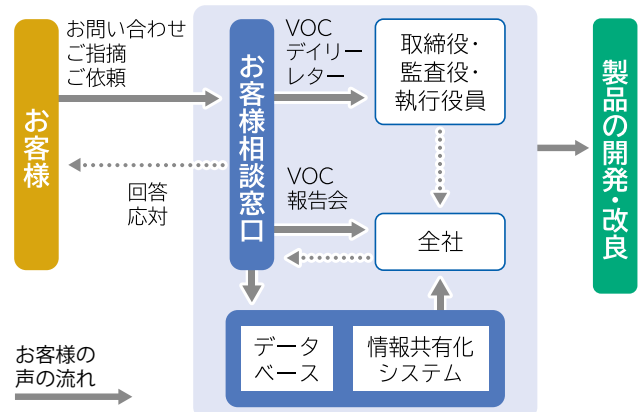
お客様からいただいたお問い合わせやご指摘は、製品の改良や新しい製品の開発に活かすために、厳重な個人情報管理体制のもとでデータベースに登録した後、個人情報を除いて情報共有化システムにて全社で共有しています。

2014年は、より多くの社員がお客様の声に触れることができるよう、情報共有化システムを更新しました。多くの部所の社員が簡単な操作でお客様の声を検索できるようになるとともに、お客様との対応業務の効率化を行ったことで、より多くの「声」をいただくことができるようになりました。

なかでもお客様満足に影響を与えていると思われるものはVOCデイリーレターとして経営層に日々報告し、お客様視点の把握や、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。2014年は240件のVOCデイリーレターを発信しました。

[VOC] Voice of Customer (お客様の声)

❖ お客様対応の流れ



【お客様の声をかたちに】

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

バルサン氷殺ジェット回収状況

『バルサン 飛ぶ虫氷殺ジェット』『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。2015年2月末現在、148万本(回収率45.7%)を回収しております。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、年末年始、夏季休暇を除く)

くらしに役立つ生活情報の発信と啓発活動

健康で快適な生活に貢献する生活情報づくりと発信

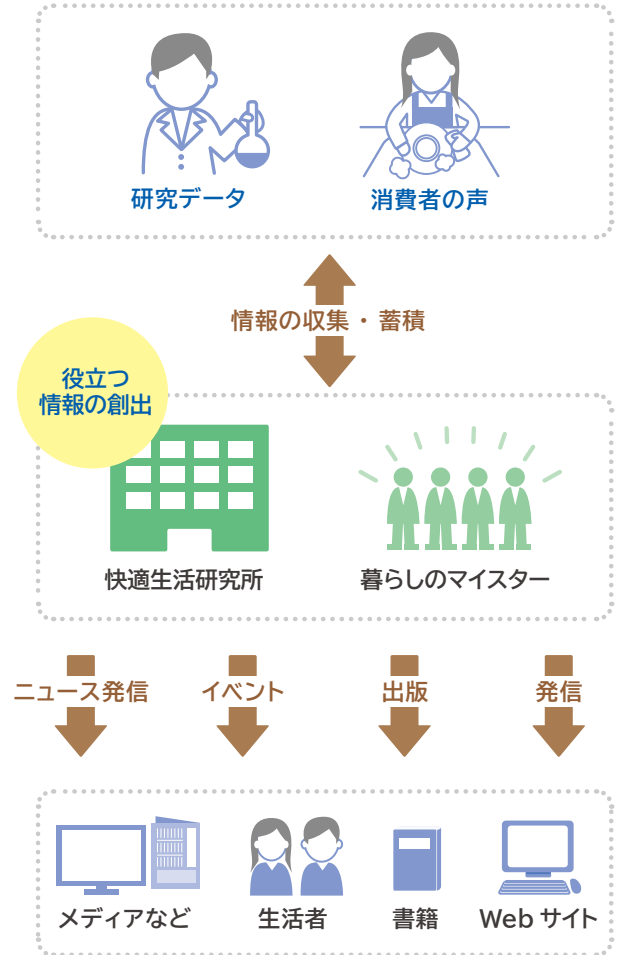
ライオン快適生活研究所では健康で快適な生活に寄与する生活情報づくりと発信の拡大を目指し、生活者の皆様と積極的にコミュニケーションをはかっています。

オーラルケア、ヘルスケア、お洗濯、リビングケアの専門知識をもつ「暮らしのマイスター」が中心となってお客様との接点を持ち、Webサイトの他、イベントや出版物などを通じて多くの生活情報を発信しています。また、これらの活動を通じて得たお客様の声も、生活情報づくりに活かしています。

❖ 「暮らしのマイスター」の活動紹介



『CHARMY Magica』を使ったリビングケアセミナー



担当者の声

Webサイトからの情報発信を強化する「Lidea」開設

ライオン快適生活研究所 Lidea担当 下谷 由紀

Lidea (リディア) は、デジタルメディア全盛の現代社会に対応した、ライオンの新しい生活情報メディアです。「日々のくらしを快適にする」あるいは「ココロが彩られるような楽しい」Idea (=知恵や情報) を皆様と共有することを目的としています。

「洗濯」「掃除」「キッチン」「歯とお口の健康」「からだの健康・美容」「子育て」について、研究キャリアと専門知識を持つ生活情報のスペシャリスト「暮らしのマイスター」が中心となり情報提供をしています。くらしの中で生じる皆様のおさまざまな疑問や関心事をしっかりと調査・検証し、信頼性の高い情報を発信していくのがLideaの特徴です。

Lideaは、当社とお客様とのコミュニケーションの場として、今後ますます双方向性を高めていきたいと考えています。また、他企業とコラボレーションした発信も拡大し、当社と社会をつなぐプラットフォームとしてさらなる充実をはかっていきます。 [URL https://lidea.today/](https://lidea.today/)



持続可能な社会の発展に貢献する商品・情報の提供

社会・環境への負荷の小さい商品の開発と啓発活動

当社は、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、製品のライフサイクルの視点から評価項目を設定した「ライオン エコ基準」の「材料調達」、「物流」、「廃棄」の各段階に、該当する評価項目を定めています。

【ライオンエコ基準】

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



商品を通じた環境コミュニケーションの推進

当社は、生活者に商品を通じて環境配慮の重要性を啓発するため、2014年より「ライオンエコ基準」をクリアした商品に、「環境ロゴ」と環境説明を併記した「環境ラベル」を順次付与しています。

【暮らし、まいにち、エコ】(エコ商品の紹介)

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

「環境ラベル」付与商品例



『CHARMY Magica』 本体



『トップ NANOX』 本体・つめかえ



『トッププラチナクリア』

情報セキュリティ対策の推進

個人情報の保護と情報漏えい予防への取り組み

当社は「個人情報保護法」に準拠した「個人情報管理規程」「情報取扱に関する基本方針」「情報管理規程」「情報セキュリティ規程」のほか、ソーシャルメディア(ソーシャルネットワークサービス、ブログなど)を従業員が利用するにあたり、適切な情報発信に努めるため、「ライオングループ ソーシャルメディアポリシー」および遵守すべき基本的なガイドラインを定め、個人情報保護と情報セキュリティの徹底をはかっています。

【ライオングループ ソーシャルメディアポリシー】 URL <http://www.lion.co.jp/smp.htm>

Webサイトのご紹介

お客様とともに(消費者課題) <http://www.lion.co.jp/ja/csr/consumer/>





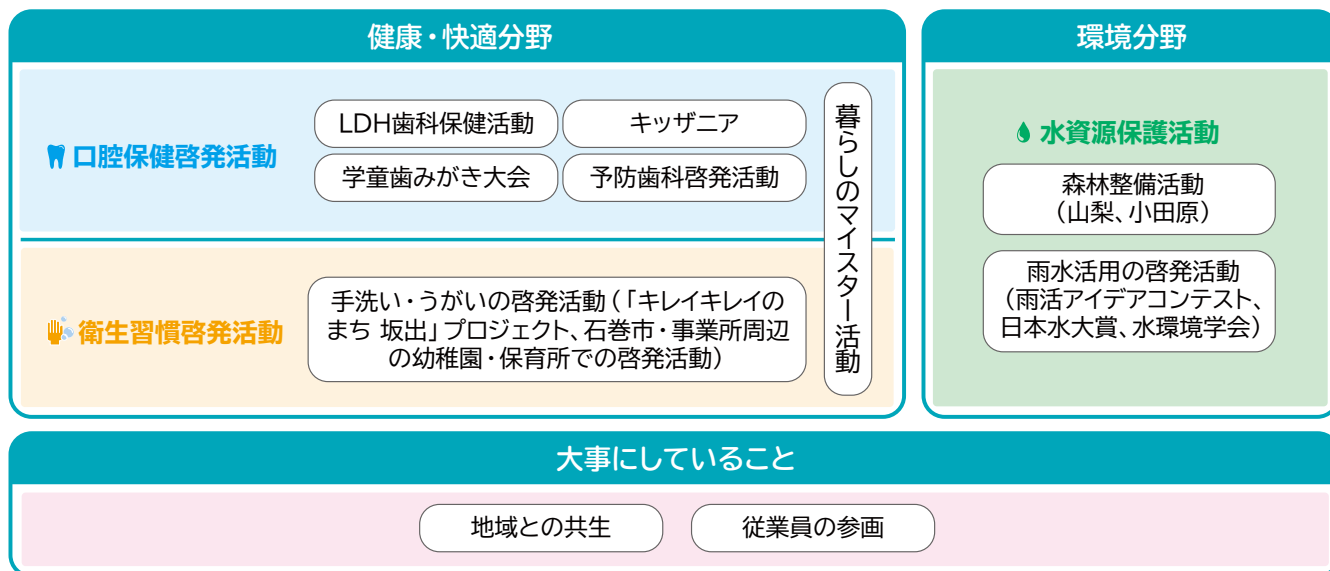
社会や地域との共存共栄 / 健康・快適・環境分野での社会の発展への貢献



基本的な考え方

当社は「事業を通じて社会に貢献する」という創業者小林富次郎の精神を受け継ぎ、一人ひとりの価値ある未来につながっている今日のお役に立つため、健康で快適な社会・環境に貢献する活動に取り組んでいます。また、当社の事業を継続するためには、事業所の所在地などゆかりのある地域との共生が必要であることから、地域の住民の方々や行政、市民団体などと連携をはかり、地域社会の課題解決に取り組んでいます。さらに、事業に関連した社会・環境貢献活動に従業員一人ひとりが参画する機会を増やすことで、高い社会・環境意識をベースに新しい価値を生み出す人材の育成につなげます。

❖ 当社の社会・環境貢献活動



[キッズニア、ライオンアワード] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/community/oral/>

[水資源保護 水環境研究への支援、市民活動への支援] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/community/conservation/>

健康・快適分野

健康・快適な生活習慣づくりに役立つ商品の提供とともに、口腔保健、衛生習慣の啓発活動を行っています。

歯科医院などでの「プロケア（プロフェッショナルケア）」と毎日の「セルフケア」の両方を継続的に行う「予防歯科」の啓発活動、小学生を対象とした「学童歯みがき大会」や、公益財団法人ライオン歯科衛生研究所（LDH）が推進する母子、学校、高齢者などを対象とした歯科保健活動への支援、従業員が参加して実施する「手洗い・うがい啓発活動」などを中心に取り組んでいます。

[2014年のハイライト① 「予防歯科啓発活動の推進」 関連情報 p17-21

[2014年のハイライト②

「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクト(手洗い啓発活動) 関連情報 p22-23

環境分野

当社は「洗うこと」を通じて、常に水との深い関わりの中で事業を展開していることから、「水資源保護活動」に重点を置いています。雨水活用の取り組みによる社会への環境意識の啓発、山梨市や小田原市での森林整備活動などがあります。

[自然との共生] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/biodiversity/>

[東日本大震災におけるライオンの取り組み] URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/reconstruction/>

健康で快適な生活習慣づくりにつながる社会貢献プログラムの充実

❖ 財団を通じた口腔保健啓発活動

当社は、「企業活動で得た利益を社会に還元する」という創業当時から一貫した理念のもとに、1913年から口腔保健の普及・啓発活動を行ってきました。1964年に厚生省（当時）認可の財団法人ライオン歯科衛生研究所（LDH）を設立し、2010年には内閣府から公益移行認定を受け、公益財団法人としてスタートしました。LDHは引き続き、歯科医師会、大学、行政などと連携しながら下記の3つの公益事業を通じ、生活者の歯と口の健康を保持増進し、すべての人々の生活の質の向上に結びつけられるよう口腔保健の最前線で社会に貢献しており、当社はその活動を全面的に支援しています。

• LDHの3つの公益事業 •

1. 口腔保健普及啓発事業

すべてのライフステージでの口腔保健の普及啓発活動

2. 調査研究事業

健康寿命の延伸に向けた口腔保健の重要性に関わる調査研究ならびに各事業や活動を通じて得られた研究成果の専門家や生活者への情報発信

3. 教育研修事業

保健指導者や歯科専門家に対する各種セミナーや講演会を開催

[公益財団法人 ライオン歯科衛生研究所]

URL <http://www.lion-dent-health.or.jp/>



「学童歯みがき大会」に参加したタイの小学校

❖ 学童歯みがき大会

1932年から続いている「学童歯みがき大会」は、小学生を対象に、毎年6月「歯と口の健康週間」の時期（6月4日～10日）に合わせて開催しています。2014年の第71回大会は、歯科医師会館（東京都千代田区）からのライブ配信により、国内に加え、アジア8カ国・地域からの参加を合わせ、計1,162校、約66,100名の小学生が「健康な歯ぐき」について楽しく学びました。

累計 **92万名**

2014年のLDHの主な社会貢献活動



❖ 母子歯科保健活動

妊婦、乳幼児および園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実施。

実施対象：159カ所、161回

参加者：乳幼児・園児 5,325名、
保護者 2,171名

累計 **113万名**



❖ 学校歯科保健活動

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実施。

実施対象：375カ所、458回

参加者：児童・生徒 30,286名、
保護者 917名、
保健指導者 602名

累計 **2,323万名**



❖ 成人（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実施。

実施事業所：323カ所、568回

受診者：33,184名

累計 **201万名**



❖ 高齢者歯科保健活動（2007年～）

いつまでも自分の歯と口で食べることができるよう口腔機能の保持につながる支援を実施。

実施対象：38カ所、45回

参加者：1,009名

累計 **9千名**



❖ 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実施。

受診者：11,876名

累計 **181万名**

累計は財団設立（1964年）からの積算値

[リスクコントロール・デンティストリー]一人ひとりのムシ歯や歯周病のリスクに応じてケアの方法を変えるオーダーメイドの歯科治療。

✿ 衛生習慣啓発活動

当社は、生活者の皆様の健康・快適な毎日を目指して、『キレイキレイ』ブランドを中心に正しい手洗い習慣の浸透活動に取り組んでいます。

全国の事業所の所在地、被災地であり創業者のゆかりの地でもある石巻市、『キレイキレイ』ハンドソープの生産拠点である坂出市などを主な活動地域とし、幼稚園・保育所、飲食店、公共施設などで従業員が一丸となって手洗い啓発活動を行っています。今後も、清潔習慣・衛生習慣の定着に貢献します。



「アラウータン」手洗い体操

【キレイキレイのまち 坂出】プロジェクト 関連情報 p22-23

水資源保護活動

当社は「洗うこと」を通じて、常に水と深く関わってきました。水資源保護活動としての森林整備活動、身近な水資源である雨水の利用の推進・啓発などに、積極的に取り組んでいます。

「ライオン山梨の森」森林整備活動

2006年から「ライオン山梨の森」で従業員の環境意識の醸成を目的に、水源である森林の整備活動を行っています。2014年は新入社員研修と森林整備ボランティア(3回)に、のべ168名の社員が参加しました。

参加社員数 累計 **908**名(のべ)



【ライオン山梨の森】

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

雨活アイデアコンテスト2014の開催

全国の小中学生に、雨水の活用方法を考えることで水の大切さに気付いてもらうことを目的に、2011年から「雨活アイデアコンテスト」を開催しています。個人賞の表彰のほか、優秀な作品を数多く応募していただいた小・中学校各1校に学校奨励賞として雨水タンクの贈呈も行っています。

応募作品数 累計 **24,442**作品



【ライオン 雨の恵みひろば】

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

工場見学への取り組み

工場見学はお客様と当社を結ぶ大切な接点の一つと考えています。当社製品に親しみを持っていただき、安全・環境保全を第一とする操業状況をご覧いただくため、毎年多くの方に工場見学に来ていただいています。

工場	千葉	小田原	大阪	明石	合計	
2014年度 工場見学の 内訳	見学回数	94	138	54	82	368
	見学者数	1,985	3,931	1,534	2,533	9,983



Webサイトのご紹介

地域社会とともに(コミュニティへの参画および発展)
東日本大震災におけるライオンの取り組み

<http://www.lion.co.jp/ja/csr/community/>
<http://www.lion.co.jp/ja/csr/reconstruction/>



第三者所見

私たちの毎日は、多くの身近なアイテムによって支えられています。その中でも必ず手にする石鹸やハミガキなど、ライオングループでは、今の日本社会では当たり前のように習慣となっている口腔衛生や清潔衛生の文化を担い、貢献されてきました。その事業が「くらしとこころの価値創造企業」として、更なる発展への意欲が伺える内容となっています。

まず、トップメッセージにも「社会の変化、それに伴う人々の価値観の変化を認識することが必要」とありますが、時代の変化に伴い直面する課題は様々であり、地球規模での環境・社会問題がまだ解決されていない状況の中、グローバルにどう対応していくのかを考えて事業展開しなくてはなりません。

そのような情勢の中、コーポレートスローガンでもある「今日を愛する。」、そして「人のため、世のために役立つ仕事」という創業の精神にもあるように、どのページも健康・快適な社会の発展への道筋と活動が多く散りばめられています。創業時からの慈善券付き製品など、社会貢献活動の原点から始まり、時代の変化と共に新たなサービスを展開してきておりますが、拡大するCSR課題についてもISO26000やGRIなどを参考に網羅され、バリューチェーンの各段階における取り組みについてもわかりやすく、読者にとっても読みやすい工夫がなされています。

注目すべき部分として、「Vision 2020」に向けた2017年中期目標が設定されました。2014年CSR中期目標の実績と評価の振り返りと共に、次期中期目標では全体的に項目が増え、本業を通じたCSR活動への意欲がうかがえます。2014年までの実績の評価は達成度が高いと思われるので、この次期中期計画によって、海外情報についても企業統治しながら、各中核主題における更なる目標設定への挑戦が始まったと言えるでしょう。

また、温室効果ガス排出量の削減等、継続した活動の発展と共に、特に海外での項目は、法律や異なる習慣の違い等もあり、

日本では実感の湧かない環境・社会的リスクが潜んでいる可能性があります。生物多様性に配慮しつつ、CSR調達ではセルフチェックがなされており評価出来ますが、更に現地での確認機能を強化しながら、詳細に亘る目標の精度を上げ、定量的な分析による報告を今後期待します。

人権や労働慣行では、全体を網羅した取り組みと制度が進められています。詳細は関連するWebでも拝見できますが、その実績の効果や従業員の声などを掲載されると、より浸透の度合いが見えるかもしれません。女性管理職や有給休暇取得率、育児関連など、その数値は少しずつ向上している様子ですが、今度どのように強化されていくのか、具体的な目標を掲げ、それに向けた施策などが反映されると深みが増すのではないのでしょうか。

消費者課題では、薬事部と品質保証部の一本化など、オールライオンとしての安全で高品質な商品づくりの仕組みの充実や、暮らしのマイスターによるLideaでの情報発信、またコミュニティへの参画も活発であり、2014年ハイライトに見られる予防歯科の推進など、より消費者にとって身近な取り組みが多く見られました。その活動も、一過性のものではなくライフステージに合わせた「トータルオーラルヘルスケア」の観点で反映されており、すべての人々への「今日を愛する。」想いが感じられます。

このかけがえのない地球上で共に暮らす世界の人々と、「めぐり来るすべての一日の人の清潔、人の健康、人の快適、そして人の環境を守り続け、価値ある未来をつくる」ためには、自然も動植物も人々の社会も、すべての命が健康であり続けなくては、私たちの未来も輝き続けることは難しいでしょう。いつの時代も地域に、そして人々に寄り添った、愛する毎日を支える素晴らしい活動と製品を提供してきたライオン。新たな価値観のもと、持続可能な社会の形成と発展に貢献されながら、健康で快適な暮らしの実現に向けた活動と「愛の精神の実践」の輪が広がることを期待しています。



環境専門家
ESGアドバイザー

山口真奈美

株式会社 FEM 代表取締役
環境ビジネス総合研究所 理事長
女性未来農業創造研究会 理事

ライオンから



ライオンは、経営ビジョン「Vision2020」のもと、「くらしとこころの価値創造企業」「環境対応先進企業」「挑戦・創造・学習企業」を目指しています。当社が社会から信頼される企業であり続けるためには、CSRが経営の中に組み込まれていることが必要であると認識しており、当社にとって重要なCSR課題について、中期目標に基づくPDCA活動を進めています。第三者所見で評価していただきましたが、2014年中期目標をほぼ達成したことに加え、海外も含めたオールライオンでの2017年中期目標を設定しました。今後、PDCAサイクルを廻して取り組みを進めます。

海外については、日本では実感の湧かない環境・社会リスクが潜んでいる可能性があり、現地での確認機能の強化と目標の精度向上や定量的な分析による報告について指摘をしていただきました。今後は、2017年中期目標の達成に向け、海外グループ各社におけるCSR状況を定期的に把握する仕組みをつくり、国や地域によって異なる法律、文化・習慣の違いを考慮しながら優先順位をつけてCSR活動を進めます。

人権や労働慣行の取り組みについては、実績の効果や社員の声などの掲載によって、浸透の度合いを示すことや、女性管理職や有給休暇取得率、育児関連など、今後の強化の方向性、および目標を掲げることをアドバイスいただきました。当社は、

多様な人材がいきいきと働ける就業環境の整備に取り組んでいます。今後は、女性、介護従事者、障がい者などの活躍を阻害している課題の解決策を検討し、柔軟な働き方の導入を進めます。また、その成果や対象となる社員の意見をCSR報告書やホームページに掲載するなど、施策の浸透度を外部にわかりやすく伝える工夫をするよう努めてまいります。

予防歯科の推進、安全で高品質な商品づくり、暮らしのマイスターによる情報発信、コミュニティ活動など、消費者にとって身近な取り組みについても高く評価していただきました。一人ひとりの価値ある未来に向けて、健康で快適な暮らしを守る活動を続けるとともに、ステークホルダーの皆様との対話により、CSR報告のレベルアップに努め、時代の要請に対応した責任を果たしてまいります。



常務取締役
CSR担当役員

笠松 孝安

編集後記

2014年のCSR活動のハイライトは予防歯科の啓発と「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクトでした。

プロフェッショナルケアとセルフケアの両方を継続して行う「予防歯科」の考え方を社会に浸透させることは、オーラルケアのトップメーカーである当社ならではの社会的責任の1つです。また、当社が進めている手洗い・うがい啓発活動の1つとして、『キレイキレイ』ハンドソープの生産拠点である香川県坂出市と連携したプロジェクトを立ち上げました。

当社のCSRサイトや生活情報メディア「Lidea」などの情報についてもご覧いただき、理解をさらに深めていただければ幸いです。



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。



