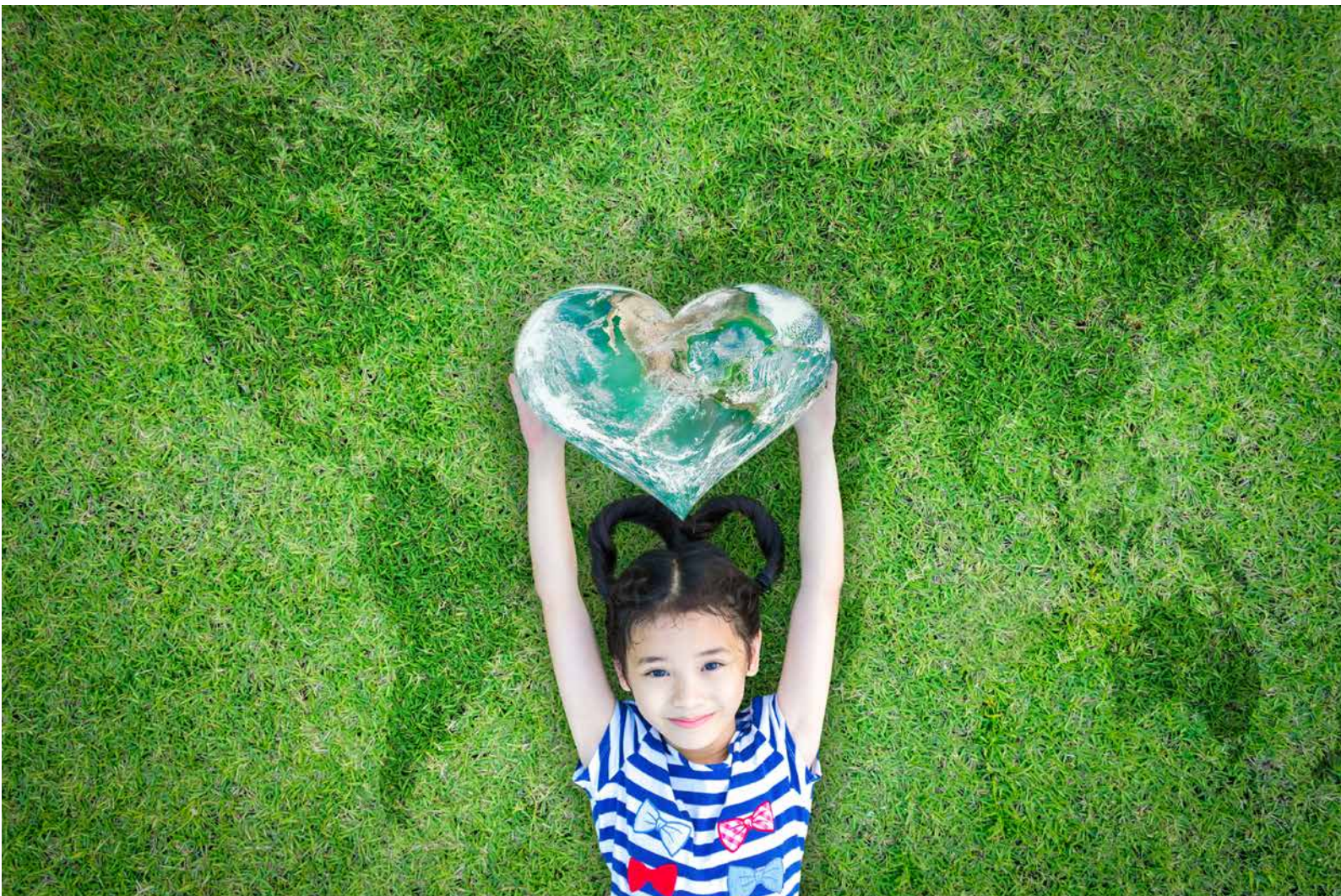


ライオン サステナビリティレポート 2019

「今日を愛する。」ことは、
一生を大切にすること。





編集方針

当社は、サステナビリティ レポートを「サステナビリティ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。

サステナビリティ レポート2019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に沿ってサステナビリティへの取り組みの体系化を進めており、レポートもそれに合わせた構成にしています。
- サステナビリティ重要課題と当社の経営計画に合わせたサステナビリティ中期目標に対する進捗を開示しています。
- 特に進捗した活動を「2018年 Highlight」として詳しく掲載し、その活動内容を把握しやすくしています。
- ISO26000の各中核主題のページの最後に、活動の詳細が掲載されているWebサイトのURLを記載しています。
- 当社の主なWebサイトのURLをQRコード化し、アクセスしやすくしています。
- 読みやすさに配慮して開発された「ユニバーサルデザインフォント」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。
- 当レポートの作成にあたり、「GRIサステナビリティ・レポーティング・スタンダード」を参照しています。
- 当レポートに掲載しきれなかった情報を含め、当社のサステナビリティへの取り組みについては当社のWebサイトで網羅的に掲載しています。

参考にしたガイドライン

- 環境省「環境報告ガイドライン(2018年版)」
- Global Reporting Initiative「GRIサステナビリティ・レポーティング・スタンダード」
- 日本規格協会「ISO26000:2010社会的責任に関する手引」

各種ガイドライン 対照表

URL <https://www.lion.co.jp/ja/csr/guideline/>

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。p.19-22のサステナビリティ重要課題および目標は、海外連結子会社も含まれます。

※掲載する活動やデータについて対象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

2018年1月1日～2018年12月31日

※ただし、活動内容は一部2019年の取り組みを含んでいます。

発行日

2019年6月

次回発行予定

2020年6月



いつも人のそばにいて、めぐり来るすべての一目の、
 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。

CONTENTS

社是・経営理念・ライオン企業行動憲章	03
コーポレートメッセージ	04
企業情報	05
主な事業内容	06
社会課題と向き合ってきたライオングループの歴史	07
経営ビジョンと“リ・デザイン”の考え方	09
トップメッセージ	11
ライオンのサステナビリティ	
ライオンの価値創造モデル	15
経営ビジョン実現に向けたサステナビリティ重要課題(マテリアリティ)の特定と推進	17
中期経営計画「LIVE計画」(2018-2020年)における「2020年サステナビリティ重要課題・目標」と2018年実績	19

2018年 Highlight

1 オーラルケア習慣のReDesign(リ・デザイン)	23
2 働きがい改革	31
E 環境	33
新環境目標「LION Eco Challenge 2050」	39
人権	41
労働慣行	43
S 公正な事業慣行	48
消費者課題	50
コミュニティへの参画および発展	55
G 組織統治	58
第三者所見	61
ライオンから	62

社是・経営理念・ライオン企業行動憲章

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、事業の持続的発展に努める。
- 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

(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】

私たちは、日々の暮らしに役立つ優良で安全な製品・サービスを提供し、お客様(消費者及びユーザーの皆様)の満足と信頼を獲得する。

2.【社会規範の遵守】

私たちは、関連法規を遵守し、公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引を行う。また、政治、行政との関係においても、健全で正常な関係を維持する。

3.【情報開示】

私たちは、社会に開かれた企業として、株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを積極的に行い、企業経営全般にわたる情報を適時適切に開示する。

4.【環境対応】

私たちは、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。

5.【就業環境の整備】

私たちは、就業者の多様性と人格・個性を尊重した公正な処遇を実践するとともに、就業者のゆとりと豊かさを実現するために安全で働きやすい環境を確保する。

6.【社会貢献】

私たちは、社会の一員として、積極的に社会貢献活動を行う。

7.【反社会的勢力との対決】

私たちは、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力、団体との対決姿勢を貫く。

8.【海外での貢献】

私たちは、海外においても、国際ルールや関連する国の法律の遵守はもとより、現地の文化及び慣習を尊重し、誠意と相互の信頼をもって現地の発展に貢献する。

9.【企業倫理の徹底】

経営者は、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、ライオン・グループ全体に周知徹底する。また、社内外の声を常時把握し、意思疎通を深め、実効ある社内体制整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図る。

10.【問題解決】

本憲章に反する事態が発生したときには、経営者自らが問題解決にあたる姿勢を内外に表明し、その事実関係を明確にし原因の究明と再発の防止に努める。また、社会への迅速かつ確かな情報公開と説明責任を遂行し、社会にも十分理解される形で事態の解決を図り、権限と責任を明確にした上で、自らを含めて厳正な処分を行う。

(2003年1月1日制定、2008年1月1日改訂)

コーポレートメッセージ

幸せは、名もない一日につまっています。
どんなさりげない一日にも、心を澄ませば
感じる幸せが、いっばいつまっています。
小鳥の声でめざめる幸せ。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、ライオンの仕事の間があるからです。
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



企業スローガン

今日を愛する。

根底にある想い

LIONは、120年以上にわたり人々のくらしと共に歩んでまいりました。
そこで学んだことは、人の一生は、“今日”という一日一日を積み重ねたものであり、
毎日を、前向きに、充実して生きることこそが、幸せの本質だということです。

“今日”を大切にすることは、一生を大切にすることです。

価値ある未来に向かって、めぐりくる“今日”という一日一日を、この瞬間を、
いとおしみながら、ていねいに、前向きに生きていくこと、そんな一人ひとりの
「今日を愛する。」に役立っていくことが、私たちLIONの使命であると決意し、

この想いをコーポレートメッセージに込めました。

そして、これを一言で表現したのが企業スローガン「今日を愛する。」です。

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10月30日
資本金	344億3,372万円(2018年12月31日現在)
代表者	代表取締役 社長執行役員 堀川 正純
従業員数	連結:6,941名 個別:2,727名(2018年12月31日現在)
売上高	連結:3,494億円[IFRS] 個別:2,645億円(2018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

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

国際財務報告基準(IFRS)の適用

当社グループは、連結財務諸表および連結計算書類等の国際的な比較可能性の向上とグループの経営管理強化を目的に、2018年度より国際財務報告書基準(以下、「IFRS」という。)を任意適用しています。

また、2017年度の財務数値についてもIFRSに準拠して表示しております。

セグメント別売上高

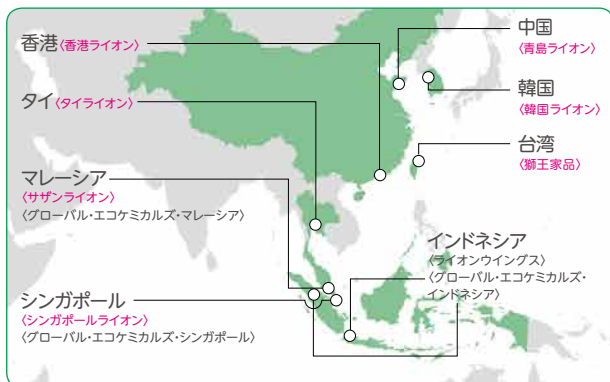
(単位:億円)

一般用消費財事業	2,315.9
●オーラルケア分野	595.0
●ビューティケア分野	210.2
●ファブリックケア分野	597.9
●リビングケア分野	178.9
●薬品分野	292.2
●その他の分野	441.5
産業用品事業	579.5
海外事業	1,050.4
その他	340.6
調整額*	△792.6
連結売上高	3,494

* 各セグメント内、セグメント間の売上高

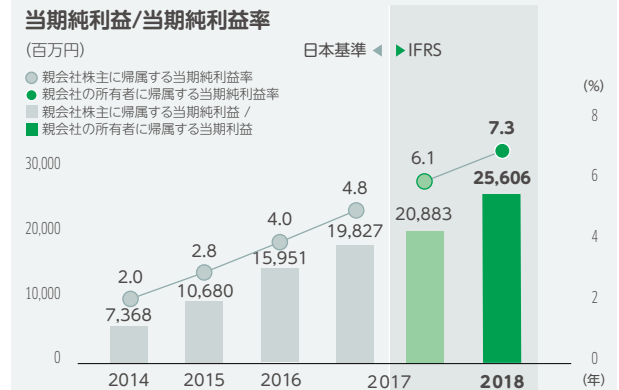
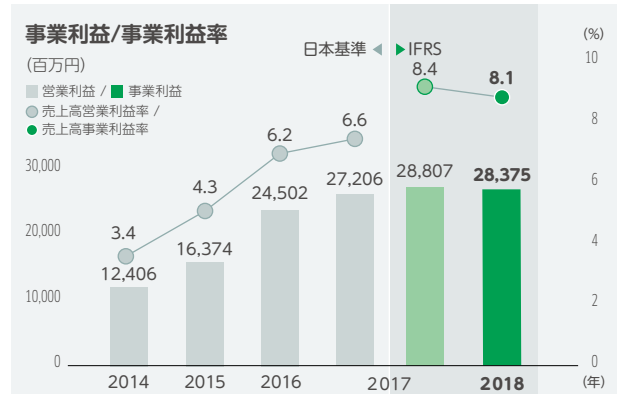
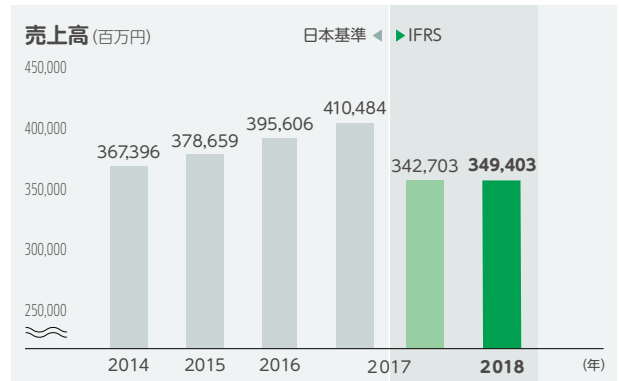
海外グループ会社の所在地

海外売上高前年比 104.5% 海外売上高構成比(連結) 27.1%
(調整額含む)



*赤字は連結子会社

業績推移(連結)



(注)2016年12月期からは【当期純利益】に代わり、【親会社株主に帰属する当期純利益】を記載しております。



IR資料室

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

国内グループ会社一覧

- ライオンケミカル株式会社
- ライオンビジネスサービス株式会社
- ライオン・スペシャリティ・ケミカルズ株式会社
- ライオンハイジーン株式会社
- ライオン商事株式会社
- ライオンエンジニアリング株式会社
- 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
- ライオン歯科材料株式会社
- ライオンともに株式会社
- 出光ライオンコンポジット株式会社

主な事業内容

オーラルケア事業

みなさま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。

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



ビューティケア事業

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。

主要製品分野: ハンドソープ、ボディソープ、制汗剤、シャンプー、リンス、男性化粧品など



ファブリックケア事業

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。

主要製品分野: 衣料用洗剤、柔軟仕上げ剤、漂白剤、衣類ケア剤など



リビングケア事業

みなさまの清潔で快適な食・住生活に役立つ製品を提供します。

主要製品分野: 台所用洗剤、住居用洗剤、調理関連品など



薬品事業

高まるセルフメディケーションのニーズに豊富なブランドでお応えします。

主要製品分野: 解熱鎮痛薬、止瀉薬、胃腸薬、目薬、ドリンク剤など



特販事業

お客様へ各種贈答(ギフト)商品や、お得意先様へ特別注文品を提供します。

主要製品分野: ギフト、ノベルティなど



ペット事業(ライオン商事)

いつも清潔に、ずっと健康に、そして快適に。人とペットが求める幸せな暮らしを支援します。

主要製品分野: サニタリー用品、オーラルケア、ボディケア、ランドリーケア、空間ケアなど



ウェルネス・ダイレクト事業

年齢を重ねても健康で美しい毎日を応援する製品を通信販売で提供します。

主要製品分野: 健康食品、エイジングケア製品など



海外事業

タイ、マレーシア、韓国などアジアの8つの国と地域で展開し、文化や言葉を超えグローバルに、暮らしに役立つ製品を提供します。

主要製品分野: 衣料用洗剤、台所用洗剤、ハミガキ、ハブラシ、ハンドソープ、ボディソープなど



社会課題と向き合ってきたライオングループの歴史

口腔保健

1896年～

口腔保健の普及／
社会貢献活動の原点



獅子印ライオン歯磨



袋の裏の慈善券
(社会貢献活動の原点)

1913年～

子どものための歯みがき習慣の
啓発活動を開始



商品の付録のしおり・絵本
(子どもへの口腔保健活動の原点)



ライオン児童歯科院

1960年代～

市場を拡大し
世界に通用する製品を開発



小田原工場竣工
(生産体制の増強)

ホワイト&ホワイトライオン
(使いやすいラミネートチューブの開発)

多様化する口腔の
健康問題に対応



クリニカライオン
(むし歯予防)



デンターライオン
(歯槽膿漏予防)

清潔・快適

1891年～1940年代

洗剤で「洗う」ということの
普及啓発



標準家庭洗濯法
(洗濯方法の啓発)



ライポン
(日本初の
家庭用鉱油系合成洗剤)

1950年代～

野菜を洗うための洗剤で
寄生虫による
健康被害への対応



ライポンF
(日本食品衛生協会推奨
第一号製品)

1960年代～

人々の多様な
生活ニーズへの対応



ママレモン
(「手に優しい」
食器・野菜用洗剤)



チャーミーグリーン
(「手に優しく、油汚れに強い」
台所用洗剤)

環境対応

1920年代～

植物性原料の使用



植物性ライオンせんたく石鹸
(植物性家庭用洗濯石けん)

1960年代～

水環境問題への対応
湖沼の富栄養化や洗剤の使用と関係のある
河川の発泡に対応



ダッシュ



無りんトップ

石けんとハミガキから始まったライオンの事業は、創業以来人々の健康な毎日を目指して、商品の提供とともに、生活者への普及啓発活動や情報提供を推進し、よりよい習慣づくりを提案してきました。また、古くから地球環境の保全が世界共通の課題であることを認識し、環境に優しい商品の開発など、環境対応に取り組んできました。時代とともに変化する社会課題に対応すべく、よりよい社会と経営ビジョンの実現に向けて、サステナビリティへの取り組みを進めています。

1990年代～

明確な機能をシステムとして
歯周病に対応



デンターシステムシリーズ
(歯周病予防)

2000年代～

口腔保健から全身健康へ
「オーラルヘルスケア」の推進



アジア地域での
オーラルヘルスケア普及活動



クリニカ
アドバンテージシリーズ
(「予防歯科」の推進)

1990年代～

商品とともに手洗い習慣を普及させ、
清潔に対する意識向上に貢献



キレイキレイ薬用ハンドソープ
(殺菌成分配合)

2000年代～

アジアの清潔・快適な暮らしに貢献



手洗い習慣普及活動



海外NANOX
(台湾、香港、シンガポール)



海外キレイキレイ
(中国、香港、韓国、シンガポール、タイ)

1990年代～

植物原料使用商品を拡大



ナテラ
(「天然<ヤシの実>を主原料」
とした食器・野菜用洗剤)

スパーク

2000年代～

商品・コミュニケーションを通じた環境対応



「暮らし、まいにち、エコ。」
マーク
(当社のエコ商品に付与するマーク)



環境配慮型商品の開発

環境目標の推進

経営ビジョンと“リ・デザイン”の考え方

2030年に向けて

次世代ヘルスケアの リーディングカンパニーへ

「健康、快適、清潔・衛生を通じた新たな顧客体験価値の創造」により、
毎日の習慣を、もっとさりげなく、楽しく、前向きなものへ
“リ・デザイン”することで、一人ひとりの
「心と身体のヘルスケア」を実現する。



今後も当社グループが常に社会やお客様から必要とされ、持続的に企業価値を向上させるためには、ライオングループの進むべき方向性を明確にし、変革に向けた動きを加速させることが必要であると考え、2030年までに実現したい姿を設定しました。

ライオングループは、「よりよい生活習慣づくり」を通じて、

習慣を “リ・デザイン”する

「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」の実現に向けて、
ライオンは、人々を健やかにする習慣をもっとさりげなく、
楽しく、前向きなものに“リ・デザイン”していきます。

日々の習慣を「めんどう」から「らくちん」へ。
「やらなくちゃ」から「やりたい」へ。そして、「わざわざ」から「いつのまにか」へ。
今までにない新しい視点から、まだ見たことのない幸せをつくり出し、
人々の「心と身体のヘルスケア」に貢献していきます。
これこそが、ライオンの存在意義「パーパス(Purpose)」であると考えています。

ReDesign

お客様の体験価値を進化させ、お客様に共感や感動を体験いただくことで、ライオンの存在価値を高めることが、事業の持続的な発展につながります。

そのために、事業活動やそこで働く我々の発想や働き方も“リ・デザイン”していきます。

人々の幸せづくりに貢献していきたいと考えています。

トップメッセージ



「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」

「健康、快適、清潔・衛生を通じた新
毎日の習慣を、もっとさりげなく、楽
することで、一人ひとりの「心と
未来のWell-Beingな社

代表取締役 会長

濱 逸夫

経営ビジョン「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」の目指すもの

ライオンは1891年の創業以来、128年の長きにわたり、時代とともに変化する社会課題に対して、事業を通じて応え続けてきました。

近年、当社を取り巻く環境は、高齢化の進行、健康意識の高まり、デジタル技術を活用した商品・サービスの拡大等により急速に変化しています。

昨年はこのような中、日本のみならずアジア各国・地域の社会やお客様から必要とされ、より進化することを目指して、2030年に向けた経営ビジョン「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」を掲げました。

ライオングループは、この経営ビジョンのもと、商品やサービスを通じて、日々の生活の習慣を、もっとさりげなく、楽しく、前向きなものへ「リ・デザイン」することで、一人ひとりの「心と身体ヘルスケア」を実現して、未来のWell-Beingな社会創りに貢献していきます。それこそがライオンのDNAであり、ライオンらしいSDGs(持続可能な開発目標)の実現につながると考えています。

また、その実現を確実に進めるために、2018年から3年間の「LIVE計画(LION Value Evolution Plan)」をスタートさせました。この実行を通じて、さらに事業の成長を加速させるとともに、2030年を見据えた新たな成長エンジンを創出し、サステナブルな経営を進めることが重要であると考えています。

このため、2019年1月から、トップマネジメントを会長(CEO)と社長(COO)の2名体制としました。

会長の役割としては、最高経営責任者としてグループ全体の経営を統括するとともに、中長期視点で社会と事業のサステナブルな価値創造につながる新たな成長エンジンを創出してまいります。社長の役割としては、業務執行全般を担当し、既存事業の成長、サステナビリティへの取り組みを、より加速させ、高いレベルに進化させていきます。

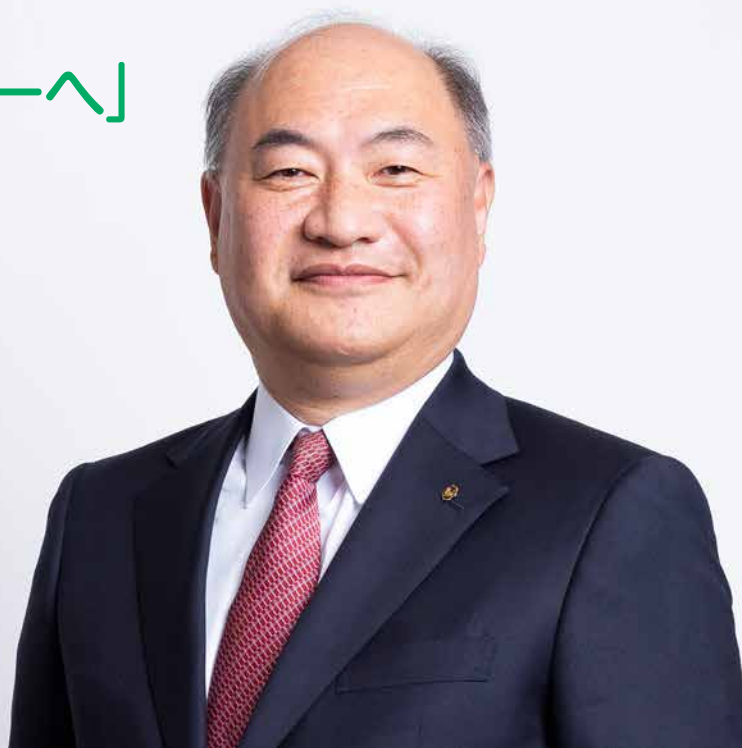
この「両利きの経営」を徹底させることで、社会からの期待に応え続け、企業価値のさらなる向上をはかってまいります。

「リーディングカンパニーへ」

「新たな顧客体験価値の創造」により、
「美しく、前向きなものへ“リ・デザイン”
身体へのヘルスケア」を実現し、
社会創りに貢献します。

代表取締役 社長執行役員

掬川 正純



“生活習慣のリ・デザイン”でWell-Beingな未来へ

経営ビジョン「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」の「次世代ヘルスケア」とは「心と身体の間における健康な状態の実現」に貢献するという価値提供の方向性を表しています。

商品やサービスを通じて世界の人々が日々の暮らしを、明るく快適に過ごすことができる社会にサステナブルに貢献し続けること、それこそがライオングループの使命と考えています。

ライオングループは、その実現に向けて、事業と連動した“人々の暮らしの中の生活習慣”に働きかけていきます。毎日の歯みがき、手洗い、洗濯などの生活習慣は、肉体的な健康維持の重要な要素であるとともに、生活にリズムを与えて明るく楽しいものにしていく精神的な充足や、サステナブルな地球環境保全につながる重要な要素でもあります。こうした生活習慣を商品やサービスを通じて、もっと気軽に楽しく前向きなものへ変えていくこと

によって、より上質な体験に変えていこうというのがライオングループの想いです。これを“生活習慣のリ・デザイン”とよんでいます。

さまざまなテクノロジーやサービス、ステークホルダーとの新結合や異結合によって一人ひとりの「心と身体へのヘルスケア」を実現するための“生活習慣のリ・デザイン”を進め、日本のみならず、グローバルに展開することで、人々の「Well-Beingな毎日」や「サステナブルな社会の実現」に貢献していきたいと考えています。



LIVE計画での取り組み

当社は、2018年から2020年までの中期経営計画であるLIVE計画とサステナビリティ重要課題・目標を連動して推進しています。

その初年度となる2018年は、社会からの期待に応えるべく、さまざまな取り組みを進めてまいりました。

●LIVE計画初年度の振り返り

最重点分野のオーラルケア事業は、「予防歯科」*の普及による健康な生活習慣づくりに取り組みました。

公益財団法人「ライオン歯科衛生研究所」を通じたライフステージ別の口腔保健活動、行政との取り組みを進めた他、最新の技術を活用した口臭ケアサポートアプリや唾液検査システム等、商品・サービスの提供にも挑戦しました。海外においても国別の事情に合った商品・サービスの提供と普及活動を一体化して予防歯科の定着を推進しました。

環境分野では「脱炭素社会」、「資源循環型社会」の実現を目指し、新環境目標「LION Eco Challenge 2050」の策定に取り組み、ここに発表しました。サステナブルな地球環境の実現という未来を見据えた高い目標に取り組めます。

また、経営を支える従業員の働き方の“リ・デザイン”にも取り組みました。変革のダイナミズムを創出するためには、従業員一人ひとりが高いモチベーションを持ち、自ら新しい価値を生み出すことが重要です。単に働き方



を変えるのではなく、「ReDesign FORUM」の開催など、人材育成やダイバーシティ等のさまざまな切り口から“働きがい”に繋がる取り組みを進めました。これからも継続し、確かな成果に繋げてまいります。

*「予防歯科」:むし歯などになってから治療するのではなく、なる前の「予防」を大切に考える考え方。

●LIVE計画達成に向けて

2019年のキーワードは経営のさらなる「スピードアップ」です。その実現に向けて「感度・判断・業務推進」の3つの視点で国内外の改革を推進します。社会環境の変化に対して、リスクやチャンスの芽を早く察知する感度、それに対応する意思決定の早さ、そして行動する際の業務推進そのもののスピード、それぞれに一段高いレベルを目指します。

継続的な事業成長を実現するために、利益ある成長のスピードアップを加速するとともに、社会課題解決にスピードをもって取り組んでLIVE計画を達成し、経営ビジョンの実現を目指します。





サステナブルな経営を目指して

ライオングループは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。社会的責任の国際規格「ISO26000」に示された社会からの要請や、SDGsなどの社会全体の課題を理解したうえで、経営課題とすり合わせ、サステナビリティ重要課題を特定し、海外グループも含めたライオングループ全体で中期目標を設定し、取り組みを進めております。

より強固な経営基盤を目指したESG(環境・社会・ガバナンス)への取り組みに加え、社会・事業の共通価値の創造を目指したCSV^{*}にも積極的に取り組み、機会創出につなげています。このような取り組みが評価され、国内外のさまざまなESGインデックスにも選定いただいています。

また、2019年1月からは従来の「CSV推進会議」と「環境保全推進委員会」を統合して「サステナビリティ推進会議」を設けました。

社長を含む業務執行取締役全員と関連部門を構成メンバーとし、従前より高いレイヤーでのスピード感ある審議・推進を行う体制を整備しました。

「サステナビリティ推進会議」においては、当社のサステナビリティ重要課題の目標進捗管理を行うことはもとより、社会価値・事業価値双方の創出につながる中長期のCSV推進戦略の策定・推進およびその基盤となる環境戦略の策定と推進、実行状況のモニタリングを行い、長期視点の経営を進めていきます。

今後もSDGsの達成や、サステナブルな社会への貢献に向けて、ESG(環境・社会・ガバナンス)の取り組み強化をはかるとともに、グローバルで、事業を通じた社会との共通価値の創出を進め、社会からの期待に応えられる信頼性の高い企業となるよう、企業価値の一層の向上に努めてまいります。

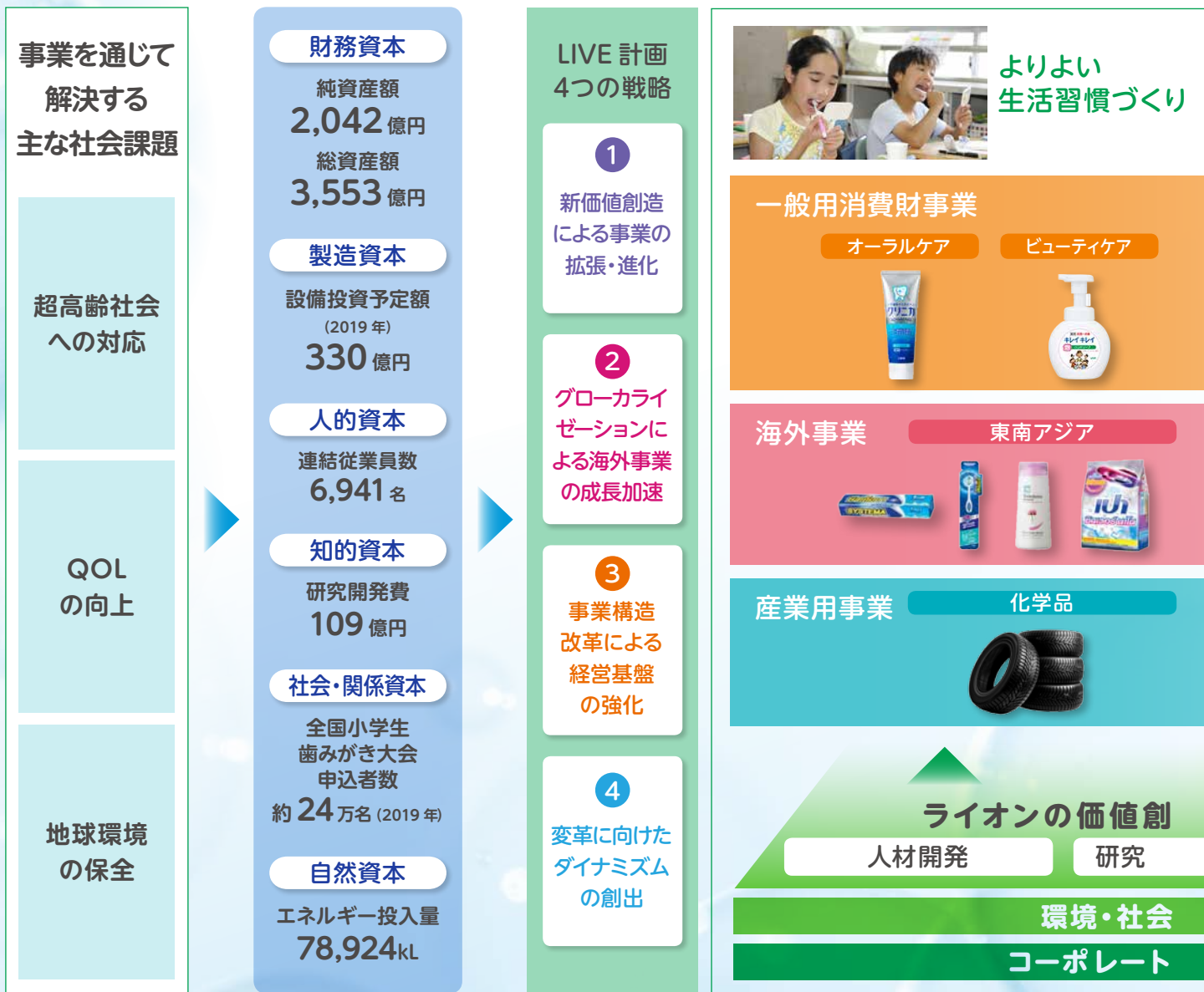
^{*} CSV(Creating Shared Value):社会と事業の共通価値の創造

ライオンのサステナビリティ ライオンの価値創造モデル

ライオンは、創業以来、「愛の精神の実践」を社是として、「よりよい生活習慣づくり」を通じて、人々の毎日の「パニーへ」の実現に向けて、新しい視点から人々の幸せづくりをリードすることで、サステナブルな社会に貢

社会課題解決による

事業活動と



社会課題解決

健康や快適なくらしに役立つ企業を目指してきました。経営ビジョン「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニー」を掲げ、企業価値の向上を目指します。

事業価値・社会価値の創出

戦略



ファブリックケア リビングケア 薬品 (OTC)



北東アジア



業務用洗剤



造を支える基盤

開発

サプライチェーン

への対応

・ガバナンス

共通価値の創造

2020年

グループ目標

中期財務目標
の達成



サステナビリティ
目標の実現



2030年

Vision

次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ

社会価値



健康寿命の延伸



Well-Beingな毎日



サステナブルな
地球環境への貢献



に向けた投資

経営ビジョン実現に向けたサステナビリティ重要課題

基本的な考え方

当社は、経営ビジョン「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」の実現に向けて、中期経営計画「LIVE計画」を推進し、持続可能な社会の発展・事業の成長を目指したサステナブルな経営を進めています。

リスク低減に向けた経営基盤としての重要な取り組み、およびオールヘルスケア・清潔衛生習慣などを通じた一人ひとりの「心と身体のヘルスケア」の実現に挑戦しています。

SDGs(持続可能な開発目標)への貢献

ライオングループは、2030年に向け、次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーとして、商品・サービスを通じて目標3「あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を推進する」の達成に貢献していくとともに、事業プロセスにおいても中期経営計画「LIVE計画」の達成に向けた取り組みを通じて、SDGsが目指す世界の実現に寄与します。



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



サプライチェーンにおけるサステナビリティ重要課題のリスクと機会

サプライチェーン全体及びステークホルダーを網羅的に勘案し、リスクと機会に重要課題を層別しました。また、当社の事業活動を通じて特に貢献しているSDGsの目標と特長的な取り組み(2018年Highlight:P23~32参照)をサプライチェーン上で示しています。



(マテリアリティ)の特定と推進

重要課題の特定

当社は、経営ビジョンの実現やSDGsへの貢献など、2030年を見据えて、2020年までに取り組むべき「サステナビリティ重要課題」を、右記のステップを通じて特定しました。特定にあたっては、サプライチェーン全体およびステークホルダーを網羅的に勘案し、リスクと機会に層別しました。

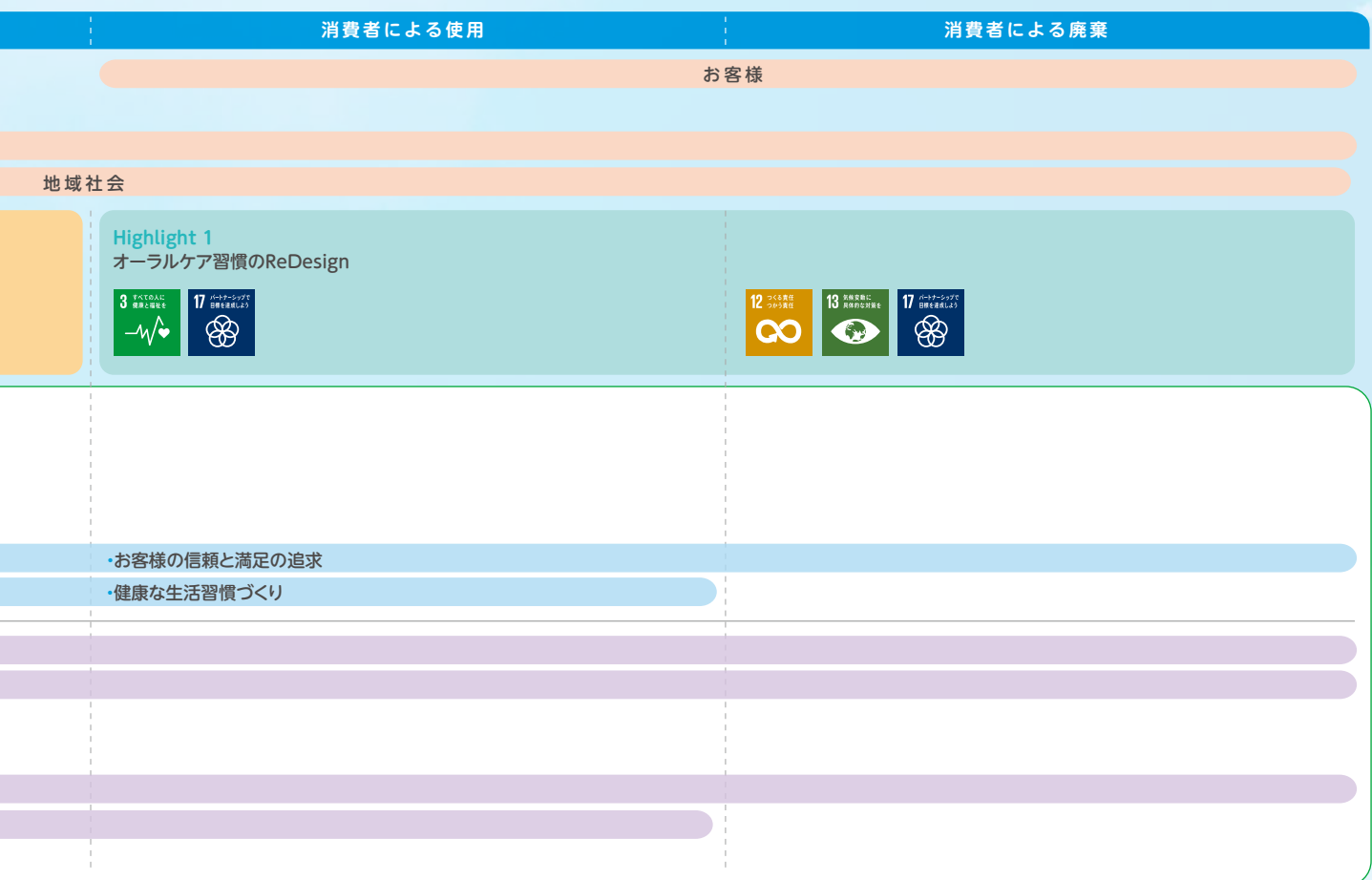
また、各課題の実行において取り組みの方向性を定め、目標およびKPIを設定し、達成に向けて活動しています。

サステナビリティ重要課題の考え方



サステナビリティ重要課題の特定ステップ

- Step 1**
社会的Issueの抽出
ISO26000・SDGs・GRIスタンダード・国連グローバルコンパクト10原則をもとに社会的Issueを39項目抽出しました。
- Step 2**
社会・事業への影響度を確認
Step1のIssueを、それぞれ社会・事業への影響度の視点で、重要度評価を行い、関連部署、サステナビリティ担当役員、取締役でレビューを行いました。
- Step 3**
重要課題の妥当性
第三者機関の視点をふまえながら各項目の妥当性を検討し、見直しをはかりました。
- Step 4**
執行役員会・取締役会にて承認
特定した2020年サステナビリティ重要課題は、執行役員会・取締役会にて承認されました。



中期経営計画「LIVE計画」(2018-2020年)における

<総括>

当社が2018年に特定した「サステナビリティ重要課題2020」において、各課題の解決にむけた活動を推進しました。

重要課題への取り組みにあたり、PDCAで進捗を管理しております。総じて、目標達成に向けて各活動が推進できていることが確認できました。特に海外グループ会社と連携を密にしたグローバルでの活動が進み、今後も更なる取り組みを進めてまいります。

<SDGs(持続可能な開発目標)>



評価基準

達成:2020年目標に対して達成、推進中:2020年目標達成に向け推進中

P(計画)

中核主題	重要課題 (貢献するSDGs)	2020年目標に向けた 取り組みの方向性	2020年目標およびKPI
E 環境	① サステナブルな地球環境のための取り組み推進 6 7 9 12 13 14 15 17	持続可能な社会と事業の発展の両立を目指して、生活者・地域社会とともに、地球環境保全活動を積極的に推進する	・環境経営マネジメントの推進 1)環境目標「Eco Vision 2020」の推進・達成(グローバル) 2)家庭での使用段階も含む製品ライフサイクル全体で環境負荷を最小化する「新環境目標2030」の制定(グローバル) 3)化学物質の適正使用・管理の推進(グローバル) 4)トップ環境監査・サステナビリティ推進会議 ^{※1} における環境マネジメントの進捗状況の確認・見直しの実施(国内)
	② 人権の尊重 5 8 10 16 17	人権を尊重するグループ体制を構築する	・グループ理念に基づく、人権尊重に向けた取り組みの強化 1)オールライオンの人権方針の策定(グローバル) ・社内外通報・相談窓口の拡充 1)心のホットラインの認知率100%(国内)
S 労働慣行	③ ダイバーシティの推進 5 8 10	多様な人材活用により、創造的な事業活動を拡大する	・女性マネジメント層の活躍推進 1)次世代マネジメントを牽引する女性従業員の育成(グローバル) 2)女性マネジメント層比率 20%(国内)
	④ ワーク・ライフ・バランスの推進 3 8	働き方改革により、従業員の躍動感を創出する	・「生産性の高い仕事と生活の調和」に向けたスマートワーク ^{※2} の実現 1)従業員意識行動調査の実施(国内) 2)有給休暇取得率 70%(国内)
	⑤ 人材育成 8 5 10	グローバルステークホルダーの期待に応える多様な豊かな思考を持つ人材育成により、人的ダイナミズムを創出する	自ら学び、行動する人材輩出のための人材開発体系の整備

※1 2018年までは「環境保全推進委員会」として実施

※2 生産性の向上を目指して、密度の高い仕事を進める働き方

「2020年サステナビリティ重要課題・目標」と2018年実績

LIVE計画、連結業績目標

	2020年目標	
		売上比
売上高	4,000億円	-
営業利益	400億円	10.0%
親会社の所有者に帰属する当期利益	280億円	7.0%
ROE	12%水準	-

※2018年より国際財務報告基準(IFRS)を任意適用しています。

D(実行)	C(評価)	A(改善)	
2018年実績	関連情報 ページ	評価	次のアクション
1)環境目標「Eco Vision 2020」に関連した活動を展開し、目標達成に向けて着実に推進 2)新環境目標「LION Eco Challenge 2050」制定に向け海外グループ会社も含め協議、課題を共有化 3)化学物質の適正使用・管理徹底 4)-①取締役による、トップ環境監査を実施： 小田原工場、ライオンケミカル㈱オレオケミカル事業所 ライオン・スペシャリティ・ケミカルズ㈱四日市事業所 4)-②環境保全推進委員会にて、環境マネジメントの進捗状況を確認	P33-40	1)推進中 2)推進中 3)推進中 4)-① 推進中 4)-② 推進中	1)環境目標「Eco Vision 2020」達成に向けた活動を継続 2)2019年5月、取締役会承認のもと、新環境目標「LION Eco Challenge 2050」を制定し、取り組みを進める 3)化学物質の適正使用・管理を継続推進 4)取締役によるトップ環境監査の継続および、「サステナビリティ推進会議」による環境マネジメントの継続
1)国内・海外のライオングループを対象に、「ライオン人権方針」を制定、webサイトで開示 周知と浸透にむけ現地語に翻訳 (英、中国、韓国、タイ、マレー語)	P41-42	達成	1)海外グループ会社の人権に関する取り組み状況の確認と周知を継続(グローバル) 社内浸透に向けて、ライオンの人権の取り組みに関するe-ラーニング研修を実施(国内)
1)心のホットライン認知率:98.5%。「コンプライアンス意識調査アンケート」および、「コンプライアンス教育」を通じて社内に周知		推進中	1)コンプライアンス教育を通じて、認知拡大をはかる海外グループ会社のホットライン機能を強化
1)「次世代経営層人材育成研修」への女性出席比率が向上 2017年:38.6%→2018年:47.6% 2)女性マネジメント層比率:15.8%	P43-47	1)推進中 2)推進中	1)19年「次世代経営層人材育成研修」を実施 2)女性が長期的に活躍できる施策を継続
1)国内グループ会社を含む全従業員に「ライオン意識・行動に関するアンケート」を実施。「やりがいがある」の回答率:61.9% 2)有給休暇取得率:60.3%		1)推進中 2)推進中	1)働きがいに繋がる施策の一環としてプログラムを実装 2)有給休暇の計画付与日数を3日から5日間に増加
・若手従業員と経営陣が直接議論を重ね、全社の課題解決にむけた新たな提案に結びつける「ReDesign FORUM」を開催(ReDesign 活動第1期) ・若手のマーケティング力強化を目的とするマーケティング学習プログラムを実施、適正人材を発掘		推進中	・ReDesign 活動第2期を開始 ・学びのスタイル変化に対応するため、従来実施していた階層別研修を見直し、意欲ある従業員が主体的に学ぶことができる研修プログラム「ライオン・キャリアビレッジ」を2019年1月より運用開始(国内)

中核主題	重要課題 (貢献するSDGs)	2020年目標に向けた 取り組みの方向性	2020年目標およびKPI
S	労働慣行	⑥ 労働安全管理体制の 充実 3 8	グループ全体の労働安全衛生マネジメント体制を強化・徹底する ・労働安全・設備安全の徹底 重大事故0件・重大災害0件(グローバル)
		⑦ 健康経営の強化 3 8 17	次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーに相応しいライオン流健康経営モデルを構築する ・従業員のヘルスケア習慣定着に向けた支援施策の拡充 1)健康診断受診率100%(国内) 2)歯科健診受診率100%(国内) 3)年代別がん検診受診率100%(国内)
	公正な事業慣行	⑧ 責任ある サプライチェーン マネジメントの構築 5 6 7 8 10 12 13 14 15 16 17	サプライチェーンで実効性の高いマネジメントを推進する ・先進的でサステナブルなサプライチェーンの整備 1)調達に関するサプライヤーサステナビリティセルフチェックの実施(グローバル) 2)調達に関するサプライヤーサステナビリティセルフチェック実施率100%(国内)
	消費者課題	⑨ お客様の信頼と 満足の追求 3 10 12	グループ全体でお客様から信頼される企業活動を徹底し、顧客志向経営を進化させる ・サプライチェーンを網羅した信頼性保証体制の強化 ・お客様対応品質強化によるお客様満足度の向上 ・システム構築と管理マネジメント強化による、セキュリティ体制の強靱化
	コミュニケーション および発展	⑩ 健康な生活習慣 づくり 3 4 6 12 17	人々の健康寿命の延伸・Well-Beingな毎日を目指して、オーラルヘルスケア・清潔衛生習慣など、健康な生活習慣づくりに貢献する ・事業活動と連携した、予防歯科・手洗い習慣などのヘルスケア習慣定着に向けた活動の実施 ・「地域との共生」・「従業員の参画」・「パートナーシップの強化」を基本とした社会課題解決への貢献
G	組織統治	⑪ リスクマネジメント の推進	グループ全体のリスクマネジメント体制を強化する 網羅的・総括的なグループ全体のリスク管理推進
		⑫ コンプライアンスの 浸透 5 10 16	グループ全体でコンプライアンス活動の実効性を強化する ・コンプライアンス管理体制の構築 1)企業行動憲章・行動指針の周知拡大(グローバル) 2)コンプライアンスに関する研修受講率100%(国内)
		⑬ グループ・ガバナンスの強化 16	グループ全体のガバナンス強化に取り組む 「コーポレート・ガバナンス基本方針」に則したグループ・ガバナンス体制の整備

※3Voice of Customer(お客様の声)

2018年実績	関連情報 ページ	評価	次のアクション
<ul style="list-style-type: none"> 安全衛生防災会議による安全活動のPDCA推進(年2回実施) 重大事故0件・重大災害0件 	P43-47	推進中	安全衛生防災会議を年2回実施し、PDCA推進を継続
<ul style="list-style-type: none"> 従業員の健康意識の向上、健康行動の習慣化をサポートする取り組みを展開 <ol style="list-style-type: none"> 健康診断受診率:100% 歯科健診受診率:93%。歯科衛生士による保健指導を実施 予防歯科実践の促進策として、歯科医による口腔ケア受診の補助金制度を設置 年代別がん検診受診率:84% 		1)推進中 2)推進中 3)推進中	ライオン流健康経営"GENKI"アクションの展開 <重点施策> <ol style="list-style-type: none"> 個人別健康管理システムの構築 予防歯科習慣の浸透 3大がん*対策の強化*肺がん、胃がん、大腸がん 禁煙への取り組み
<ol style="list-style-type: none"> 韓国ライオンのサプライヤーを対象に、サプライヤーサステナビリティセルフチェックを実施 他国に展開するため「グローバル購買会議」を実施し、CSR調達必要性を伝達 セルフチェック実施率:98%。サプライヤーへの評価結果のフィードバックを実施(年1回実施) 	P48-49	1)推進中 2)推進中	<ol style="list-style-type: none"> 韓国ライオンでのセルフチェックを継続。対象国の拡大を検討 サプライヤーサステナビリティセルフチェックを継続
<ul style="list-style-type: none"> バリューチェーン全体において品質保証体制を強化することを目的に「信頼性保証部」を設立 海外グループ会社の品質担当者と情報交換(QA会議)を実施 VOC**3の多角的分析によるインサイトを発掘し、体験価値創出に繋げるため製品開発部門との情報共有を推進 情報セキュリティ、ソーシャルメディアのリスク、情報管理体制に関するe-ラーニング研修を実施(受講率100%) 	P50-54	推進中	<ul style="list-style-type: none"> 信頼性保証活動を継続的に行うとともに、グループ全体でリスクの低減を目指すQA会議を実施 お客様満足度の向上にむけ、顧客志向経営を継続 18年実施内容のe-ラーニングを継続 海外グループ会社のシステムやガバナンス、セキュリティ対策状況などを確認し、セルフチェックを推進
<ul style="list-style-type: none"> 新しい技術を活用したサービス、顧客体験価値創出に向けた実証実験を開始 当社の事業所所在地やゆかりのある地域の幼稚園や保育所、施設などで、オーラルケアと手洗い習慣の普及活動を推進 若手従業員参画のもと、手洗い習慣普及活動を実施 アジア各国・地域にて、行政・学会、お得意先様と連携して「Preventive Dentistry 活動」や「手洗い習慣普及活動」を推進 	P55-57	推進中	<ul style="list-style-type: none"> 事業と連携した具体的施策、目標・KPIの検討 ライオングループ全体で予防歯科活動を推進・継続 新たなステージで行政との連携をはかる(石巻市、坂出市など)
<ul style="list-style-type: none"> 執行役員会でリスクマネジメントの進捗状況を報告～経営に与える重要リスクの発生は無し(年1回実施) 特に、海外グループ会社の①品質保証体制の整備 ②コンプライアンス体制を構築 	P58-60	推進中	<ul style="list-style-type: none"> 網羅的・総合的にグループ全体のリスク管理を継続推進
<ol style="list-style-type: none"> 企業行動憲章・行動指針を現地語化し、現地従業員に周知(中国、韓国、タイ、マレー語) ①研修受講率:100%。LGBTの研修項目を新規導入し、従業員のコンプライアンス意識を強化 ②パート社員を含む全従業員に「コンプライアンス意識調査アンケート(実施率:95%)」とフィードバックを実施 		1)推進中 2)推進中	<ol style="list-style-type: none"> 海外グループ会社の企業行動憲章・行動指針の周知継続 更なるコンプライアンス体制の構築に向け、ホットラインの周知拡大と相談・通報窓口機能を強化 「ライオン人権方針」「ライオン贈収賄防止指針」に関するe-ラーニング学習を実施
<ul style="list-style-type: none"> 「コーポレート・ガバナンス基本方針」に則して、ガバナンス強化を推進 特に「ライオン人権方針」や「ライオン贈収賄防止指針」を制定し、ガバナンスを強化 		推進中	贈収賄防止ガイドラインを設定することにより、実効性を担保

2018年 Highlight

Highlightページでは、中期経営計画「LIVE計画」の基本戦略に沿って、初年度に推進した「オーラルケア習慣のReDesign」と、その実行を担う人材づくりのうち、特長的な「働きがい改革」を紹介します。



Highlight 1

オーラルケア習慣のReDesign (リ・デザイン)

関連するSDGs



ライオンの取り組みの背景:LIVE計画①新価値創造による事業の拡張・進化
オーラルケアからオーラルヘルスケアへ

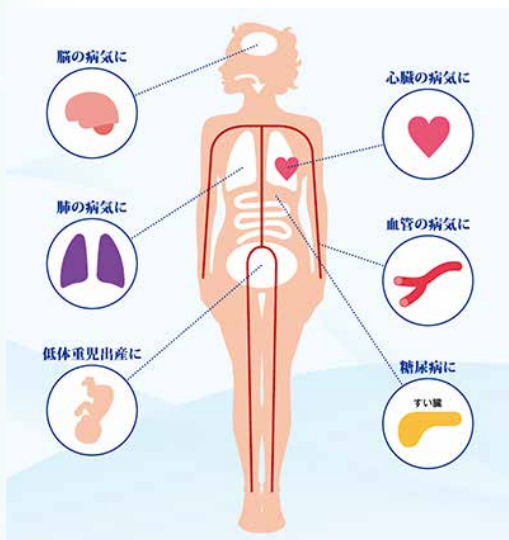
全身の健康はお口の健康から

歯周病は全身の健康に影響することが、報告されています(※図1)。また、定期的な歯科健診の受診により、医療費低減効果も報告されています(※図2)。

歯の残存数が少ないと楽しく話すことや美味しく食べることが困難になり、毎日のQOL(Quality of Life:生活の質)の低下にもつながります。

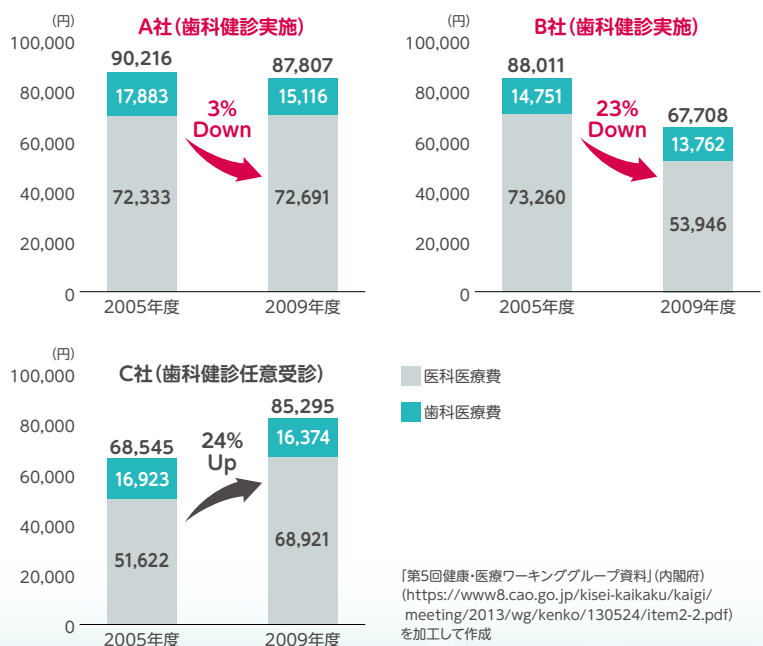
ライオンは、口腔内を健康な状態に保つことが、「健康寿命の延伸」や「Well-Beingな毎日」の実現に寄与するという考えのもと、オーラルケアを口腔衛生にとどまらず、オーラルヘルスケアを通じて、人々の全身の健康のお役に立ち一人ひとりの「心と身体のヘルスケア」を実現したいと考えています。

※図1 歯周病と全身の健康との関連



参考:8020推進財団発行小冊子「歯とお口のケアからはじまる健康長寿」
<https://www.8020zaidan.or.jp/pdf/care.pdf>

※図2 歯科健診による医療費低減効果



「第5回健康・医療ワーキンググループ資料」(内閣府)
<https://www.8.cao.go.jp/kisei-kaikaku/kaigi/meeting/2013/wg/kenko/130524/item2-2.pdf>
 を加工して作成

オーラルケア習慣の定着化に向けた取り組み

習慣化のために必要なこと

ライオンは、オーラルケアに関する現状(※図3)を改善し、一人ひとりの「心と身体のヘルスケア」を実現するためには、オーラルケア習慣の定着が何よりも重要と考えています。

「1日3回歯を磨きましょう」などの義務的な伝え方では定着しにくいいため、まずはその習慣を身に付けることの意義や大切さを理解してもらうことが第1ステップであり、そのためのコンテンツや根拠を分かりやすく発信しています。

第2ステップは習慣の定着化です。ライオンは毎日の習慣を簡単で、さりげなく、そして楽しくて思わずやりたくなるような「習慣のリ・デザイン」に取り組んでいます。

※図3 オーラルケアに関する生活者の現状



定期歯科検診の受診率

30%



ハブラシの交換回数/年

6.6本



デンタル用品*使用率

29%



洗口剤使用率

32%



30歳以上で
歯周病がある人の割合

3人に2人



むし歯のある小学生の割合

49%

出典:厚生労働省「平成28年歯科疾患実態調査」、文部科学省「平成28年度学校保健統計調査」、当社「2017年オーラルケア実態調査」より
※デンタルフロス、歯間ブラシなどの歯間清掃用具

「予防歯科」の推進

健康な口腔そして身体づくりの源は「予防」すなわち「健康な生活習慣の定着」にあると考え、ライオンは1896年の歯みがき事業開始以来、国民の口腔環境の改善のため、オーラルケア習慣の文化創りを進めてきました。

近年では、オーラルケア習慣の普及・定着を目指し、ハブラシやハミガキに限らず、相対的に使用率の低い洗口剤やデンタル用品などの開発・使用促進、行政や歯科医院と連携した啓発活動などを通じて、「予防歯科」の考え方(※図4)を社会へ提唱してきました。歯科医院での「プロケア」と歯科医師などの指導に基づく「セルフケア」を組み合わせることで、口腔内の健康レベルをより高い次元での維持を目指しています。



※図4 ライオンの予防歯科の考え方

「予防歯科」とは、むし歯などになってから治療するのではなく、なる前の「予防」を大切に考える考え方です。歯科医院などでの「プロケア」と毎日の「セルフケア」の両方を継続して実践することが大切です。



デンタルフロス使用促進

2018年は「あなたの予防歯科を一步前へ」をテーマに、デンタルフロスやコミュニケーション、啓発活動を推進し、予防歯科の必要性や効果を伝えていく取り組みを一層進めました。

● デンタルフロス使用率の向上

多くの歯科医師や歯科衛生士が、デンタルフロスを習慣的に使用することを積極的に推奨しています。しかし、日本国内でのデンタルフロス使用者は約3割に留まっています*。

「うまく使えるか分からない(30%)」「挿入しづらそう(24%)」などの不安理由から、使用をためらったり、使用を止めてしまう人がいるため、この不安やイメージを払拭する必要があります(2017年当社調べ)。

*デンタルフロス使用率(糸巻きタイプ:25%、ホルダータイプ:15%)
当社「オーラルケア実態調査」2018年 女性のみ



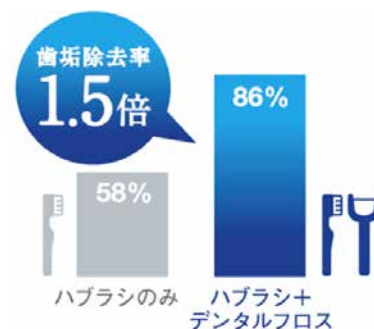
デンタルフロス

● ハブラシとデンタルフロス併用の必要性の啓発

セルフケアのポイントの一つに、「歯垢を残さず落とすこと」があります。歯と歯の間の歯垢は、ハブラシのみでは約6割しか落とせません(※図5)。しかし、ハブラシとデンタルフロスを併用することで、歯垢除去率が1.5倍に向上します。

そこで当社は、歯間にスルッと通って初心者にも使いやすいデンタルフロスを開発しました。同時にデンタル用品の使用を促進するため、新しいコミュニケーションを開始しました。

※図5 ハブラシのみの歯垢除去率



出典: 山本ほか:日歯周誌、1975

大人へのアプローチ施策

デンタルフロスって「なんだかむずかしそう…」と感じているフロス初心者の方に対して、「使いやすさ(糸が挿入しやすい)」にこだわった初心者向けの商品を発売(2018年7月)。あわせて、お笑い芸人を活用したSNS話題化施策を展開して、1日で100万回を超える動画再生を達成し、一人でも多くの方にフロスに興味をもっていただく活動をスタートしました。



子どもへのアプローチ施策

ライオンは1932年から「全国小学生歯みがき大会」を毎年開催し、健康的な生活習慣を身につける大切な時期である小学生に対して、歯と口の健康づくりを応援しています。実習を通じて楽しく学び、歯並びに合わせた歯の磨き方やデンタルフロスの使い方が身につきます。今後も小学生に生活習慣の改善により、健康は自分自身の行動と関連しているという意識を育て、望ましい習慣を継続することの大切さの理解浸透をはかっていきます。

コラム

オーラルケアの新しい体験型アクティビティ「Kid's 歯ツカソン」



「Kid's 歯ツカソン」とは、「お口のケアや歯みがき」をテーマに課題の発見と解決に向けて、児童が「主体的・協働的」に学ぶための取り組みで、これまでに、札幌市と東京の小学校で実証実験を行ってきました。このプログラムを通して、歯と口の健康についてはもとより、それ以外のことでも自発的に考え、解決策を考える姿勢が身につくことを目的としています。子どもの頃身についたよい健康習慣は、一生の財産になると考え、ライオンはこれからも取り組んでいきます。



<https://www.lion-hackathon.jp/>

定期的なハブラシ交換とリサイクルの促進

●「お口がいい!」と「環境にもいい!」の実現でSDGsにも貢献

当社は、オーラルケアのリーディングカンパニーとして、創業以来、生活者のオーラルケア習慣の普及定着活動に取り組んできました。近年では、海洋プラスチック問題などへの対応が大きな社会課題となっており、リサイ

クルはメーカーである当社の課題でもあります。当社事業の中で製品プラスチックの使用量が一番多いハブラシを通じて、生活者の健康な習慣づくりと同時に、環境負荷低減にもつながる仕組みに取り組んでいます。



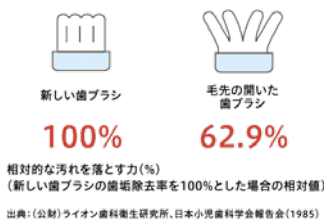
人と地球の健やかな未来に向けて

● ハブラシ交換デーの制定

ハブラシは使い続けると毛先がひらき、刷掃力が低下します(※図6)。当社調べによると、ハブラシを毎月1回交換する生活者は約4割しかいません。交換しない理由として、「まだ使える」「もったいない」や「刷掃力が低下することを知らない」などが上げられます。

※ 個人差はありますが、交換は月1回を目安とすることをすすめています。

※ 図6 ハブラシの毛の開き具合と歯垢除去率



2018年2月より毎月8日を「歯ブラシ交換デー※」とし、毎月1回定期的にハブラシを交換することを呼びかける活動をスタートしました。

この取り組みを広げるため、お取引先様と連携し、店頭で毎月8日にハブラシ交換を知らせるPOPを展開したり、歯科医院に定期的なハブラシ交換を推奨するポスターを掲示するなど、毎月1回のハブラシ交換を促しています。活動初年度での「歯ブラシ交換デー」の認知率は7%(当社調べ)になりました。

今後も、ライオンは月1回のハブラシ交換が当たり前の習慣となるよう、お取引先様や歯科医院などとともに、ハブラシ交換を促進させる活動を継続していきます。

※2017年12月27日、一般社団法人日本記念日協会の認定を受け、新たな記念日として制定されています。



● ハブラシリサイクルの推進 **LION** × **TERRACYCLE**

ハブラシ交換の普及により、ハブラシの交換頻度が増えることは、廃棄物の増加につながる懸念されます。

そこで、ライオンは近年の海洋プラスチック問題にも配慮し、テラサイクル社と協働して、今までごみにしかならなかった使用済みハブラシを回収してリサイクルする「ハブラシ回収リサイクルプログラム」※をアジアではじめて開始しました。ハブラシリサイクルに協力いただける生活者一人ひとりも大事なパートナーという考えのもと、「資源循環型社会」を目指して回収拠点数 **455拠点** (2019年5月末時点) 歩みを進めています。

※「ハブラシ回収リサイクルプログラム」とは

- プログラムへの参加はとて簡単且つ無料です。
- ①個人・学校・団体などの単位で事前にアカウント登録
- ②回収ボックスなどを設置し、使用済みのハブラシを集める
- ③発送依頼をすると、翌々営業日までに指定運送業者が集荷
- ④埋立地や焼却所に送られることなく、植木鉢などの新しいプラスチック製品に生まれ変わります



特典として、回収協力者には、発送したハブラシの重量に応じてポイントが付与されそのポイントを利用して、テラサイクルのリサイクルプログラムで実現したプラスチック製品との交換や、任意のチャリティー(NPO法人等の慈善事業団体)に寄付金として寄付することができます。

<https://www.lion.co.jp/ja/company/press/2015/1440>

今後も、「お口がいい!」「環境にもいい!」の実現により、人と地球の健やかな未来に向けて取り組んでいきます。

テクノロジー活用による口腔状態の見える化

デジタル技術が目覚ましい発展を見せる中、ライオンではAI(人工知能)等を取り入れた新しいオーラルケア習慣の創出とサービスの向上を目指し、「口腔状態の見える化」に取り組んでいます。

こうした技術を活用するメリットは、スマートフォン等を通じ、より多くの生活者が、いつでも簡単に使用できることです。「口腔状態の見える化」により、適切なオーラルケアの方法や知識の理解を深め、正しいオーラルケアの習

慣化をサポートすることができると考えています。

2018年は、AIやIoTの展示会などにも積極的に出展し、開発中のサービスをお試し頂きました。また、予防歯科の推進に向けて、多項目・短時間唾液検査システム「SMT」の更なる導入をすすめてきました。ライオンでは、こうした体験を契機としたオーラルケアの習慣の定着を「習慣のリ・デザイン」とし、日々の生活習慣をもっとさりげなく、楽しく、前向きなものにするため積極的に推進し、QOLの向上につなげています。

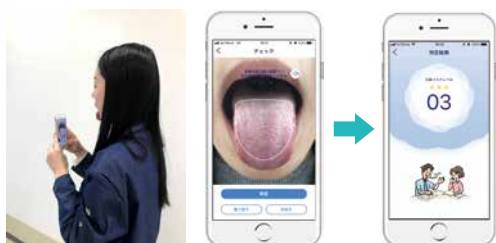
① 口臭ケアサポートアプリ「RePERO」



● 舌の画像解析で口臭リスクを判定

口臭は自分では気がつきにくく不安なもので、コミュニケーション上の妨げにもなりかねません。そこでライオンは口臭予防のための新習慣として、口臭ケアサポートアプリ「RePERO(リペロ)※」を開発しました。

スマートフォンで舌を撮影すると、口臭の研究で蓄積した当社のデータをもとに、舌の色などの要素をAIが複合的に、口臭リスクを5段階で判定します。判定結果とともに口臭ケアの方法や口臭に関する豆知識を提供しています。



※当社が保有するデータをもとに、AIベンダーである「富士通クラウドテクノロジーズ株」のAI活用支援のサービスとヘルスケアに関するアプリを開発している「株式会社エムティアーアイ」のサービスを利用して開発しました。

● 目指すのはコミュニケーションの活性化

口臭ケアにはまず口臭に対して「気付き」を得て、オーラルケアを習慣化することが大切です。口臭リスクの可視化により適切に対処でき、対人関係における口臭に対する不安が軽減されることが期待できます。それによって、接客時や商談・会議時、また親子や祖父母・孫間等のコミュニケーションが活発にはかれることによる心の満足に貢献していきます。

● 「BtoB」事業化に向けて

2018年10月より約1ヵ月間、口臭ケアが売上などに直結する接客業に従事する方々を対象に試作した「RePERO」の実証実験を行いました。検証の結果、有効と判断したため、今後は本アプリを主に接客業等を対象に「BtoB」事業として実用化を目指します。

ライオンが進める新たな価値の創出に向けて①

「CEATEC JAPAN 2018」※への出展

2018年10月、「CEATEC JAPAN 2018」で、口臭ケアサポートアプリ「RePERO」を展示し、お客様に本アプリのプロト版を実際に体験頂きました。

お客様からは、「自身の口腔状態がすぐに分かり、口臭ケアの豆知識も発信してもらえるため使ってみたい」など、多くのご好評の声を頂きました。アプリの体験を通してお客様のオーラルケア習慣が定着し、口臭不安のない豊かな、コミュニケーションの創出につなげていきます。



「RePERO」の操作方法を紹介している様子

※毎年10月に開催されるアジア最大級の規模を誇るIT技術とエレクトロニクスの国際展示会



② Webコンテンツ「歯ぐきチェックツール」

Webコンテンツ「歯ぐきチェックツール」※は、スマートフォンなどで撮影した画像を、AIで解析し、歯ぐきの状態をチェックできるコンテンツです。

歯ぐきのチェックと同時に、オーラルケアに関する知識や方法、自分に合ったブランドやアイテムのアドバイスなども提供し、予防歯科への関心を高めることを目指しています。

これにより、歯ぐきの状態変化に早く気づき、セルフケアの実践だけでなく、歯科医院での受診率を高めることなどが期待できます。今後も、技術の向上につとめ、サービス開発・実用化を目指します。

※2019年8月以降に開始予定です



ライオンが進める新たな価値の創出に向けて② 「No Maps」への出展

2018年10月、ライオンは「No Maps」※で、開発中の「歯ぐきチェックツール」などの新サービスの実証実験を行いました。お客様に体験頂き意見を頂くことで、商品やサービスのスピーディかつ効率的な価値開発を狙いとしています。お客様からは想定外の反応があったり、改善のヒントを頂くなど、新たなサービスの開発やビジネス化に繋がる多くのご意見を頂きました。

※クリエイティブな発想や技術で、次の社会を創ろうとする人たちのためのコンベンション(人・情報・知識・モノなどの交流の場)。

Sapporo Creative Convention



「歯ぐきチェックツール」を体験いただいている様子

③ 多項目・短時間唾液検査システム[SMT(Salivary Multi Test)]

SMTは3mlの蒸留水で洗口することで唾液を採取し、歯や口の健康に関係する6つの項目(むし歯菌、酸性度、緩衝能、白血球、タンパク質、アンモニア)を5分間で測定することができる装置です。そのため、歯科健診などを行う際、歯科医師や歯科衛生士はその場で患者に結果をフィードバックできます。また患者は自分の口の中の状態がわかることで、予防歯科に取り組むきっかけとなります。

更に、ライオンの特長な施策として、社内での歯科健診に取り入れ、従業員のオーラルケア習慣の定着に活用しています。



唾液を採取



洗口吐出口を試験紙に点着して測定



検査システムの結果シート

今後もライオンは、AIやIoTに象徴されるデジタル技術の劇的な進歩による人々の生活の著しい変化の中で、時代の先端を行くさまざまなテクノロジーやサービスの新結合により、口腔状態の見える化をはかることで、「習慣のリ・デザイン」を推し進めていきます。

ライオンの取り組みの背景:

LIVE計画②グローカライゼーションによる海外事業の成長加速

海外ライオングループの オーラルケア習慣の普及に向けた取り組み

ライオンは「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニー」の実現を目指し、「グローカライゼーション※による海外事業の成長加速」に全力を注いでいます。特に、当社の強みであるオーラルケア活動により、アジアの人々の歯とお口の健康維持・改善やQOLの向上に取り組んでいます。

※グローバル化とローカル化の融合のことで、各国・地域の生活者ニーズにしっかりと対応しながら事業のグローバル展開を推進。

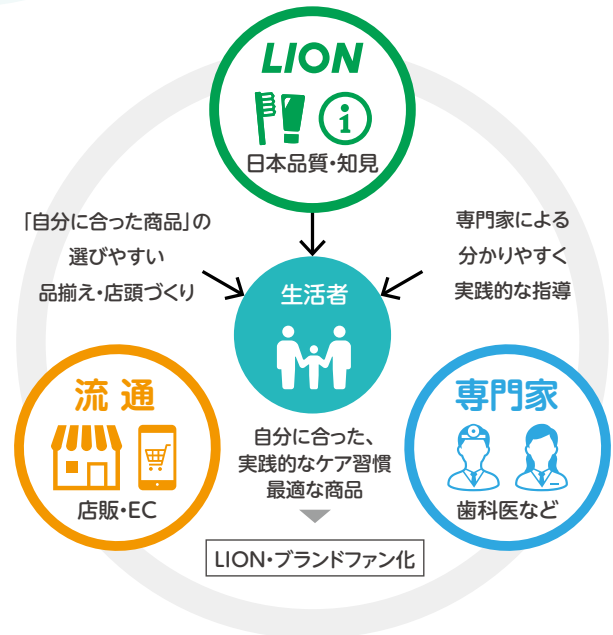


● Preventive Dentistry 活動の推進

オーラルケアの習慣や普及状況は国によって異なります。特に、当社が事業展開しているアジア(※図1)では、習慣の普及状態にバラつきがあり、むし歯や歯周病罹患率が高い国や地域もあります。ライオンは2018年から海外グループ各社とともに、日本の「予防歯科」をコンセプトにした啓発活動「Preventive Dentistry活動」(※図2)を推進しています。

※図1 当社が事業展開しているアジア

※図2 予防歯科の啓発活動「Preventive Dentistry活動」



「Preventive Dentistry活動」とは、生活者との接点である①歯科・育児の専門家、②流通、③ライオンの3者が連携して、お客様に新しい価値を提供する取り組みです。歯科・育児の専門家や歯科医とライオンの共通メッセージである「予防歯科」の重要性について、店頭等のさまざまな接点を通じて発信し、自分に合ったケアに最適な商品の情報を分かりやすく提供しています。さまざまなオーラルケア情報を伝えることで、オーラルケア習慣を定着化させ、ライオン商品を身近に感じ「ライオン・ブランド」のファンになってもらうことが目的です。

「Preventive Dentistry活動」の推進にあたっては、今後の経済発展、高齢化、健康志向の高まりが見込まれるマレーシア、中国からスタートしました※。

※ その他の国の取り組み活動についてはWEBをご覧ください
<https://www.lion.co.jp/ja/csr/community/overseas/>



Malaysia

プラークコントロールによる オーラルケア

課題: 歯周病罹患率 94%
出典: マレーシア保健省 2014

マレーシアでの歯周病罹患率は94%ですが、生活者の罹患認知はまだ低いと言われており、歯科専門家とともに歯周病の認知を上げ、正しいオーラルケアを伝えていくことが必要であると私たちは考えています。

マレーシアにある当社の海外グループ会社・サザンライオンは、歯周病予防を訴求するブランドとして「Systema」を商品展開しています。歯周病の認知を生活者に高めていくためには、歯科専門家との密接な協力関係を築くことが不可欠と考え、マレーシア歯科学会(MDA)が主催する歯科専門家向けの展示会等に「Systema」のブースを継続的に出展しています。2018年1月の展示会では、3日間で約1,000名の歯科専門家が来場し「Systema」のサンプリングと商品説明を通じて、機能と価値を伝えることができました。

また、生活者と直に接することができる店頭においては、日本とマレーシアのマーケティング部門が共同で制作したPOPや情報発信ツールの活用や、推奨販売員を通じた歯周病予防などのセルフケアの啓発・促進活動を行っています。



Systemaカラーで統一したスタッフとブース



店頭でのお客様へのさまざまなアプローチ

Systema



China

幸せは歯から

課題: 歯周病罹患率 91%

出典: 「第四次全国口腔健康流行病学調査報告」
中華口腔医学会編(実査2015年)



オーラルケア情報を
発信している冊子

© Benesse Corporation



クリニカ
歯力佳



© Benesse Corporation



現地で販売している子ども・大人用クリニカハミガキ

中国の歯周病罹患率は91%にもものぼりますが、人口一人当たりの歯科医院の数は日本の1/5であり、むし歯や歯周病に対する正しいケア方法を知らない人が多いという課題があります。

中国では近年、EC(インターネットを介した購入)市場の拡大に伴い、商品の購買場所が店頭からECへと移行しています。更に、長年続いていた一人っ子政策の影響により、子一人にかかる教育費等が高く、子ども向け通信教育も浸透しつつあります。子どもの頃から、通信教育を通じて正しいオーラルケア習慣を身につけることで、むし歯や歯周病の罹患率を下げることが期待できます。

このような背景から、青島ライオンは、育児・教育を専門事業とする民間企業と連携し、商品情報に加え、正しいオーラルケア定着を促す情報を幼児のいる家庭にネット配信しています。ECプラットフォームを流通のパートナーとし、日本のブランドとして信頼性・親和性が高く、大人用と子ども用に品揃えがある「クリニカ」を活用して、予防歯科活動を推進しています。

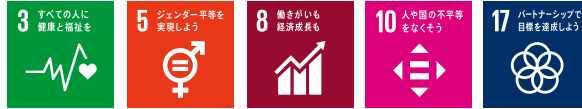
日本発のオーラルヘルスケア習慣をアジアへ

ライオングループは、今後も日本で培った製品開発や啓発活動の知見を活かし、流通、専門家との連携強化をはかりながら「Preventive Dentistry活動」を進化させ、アジアの人々の口腔と全身の健康の向上を目指して活動していきます。

Highlight
2

働きがい改革

関連するSDGs



ライオンの取り組みの背景:

LIVE計画④変革に向けたダイナミズムの創出

人材の成長=企業の成長

● 基本的な考え方

ライオンがサステナブルに成長し、グローバル競争に勝ち抜く企業力を醸成するためには、人材、組織、文化のダイナミズムの創出が不可欠です。当社は、中期経営計画「LIVE計画」の「4.変革に向けたダイナミズムの創出」をテーマに、人材開発基盤の強化をはかっています。

会社は従業員という個の総和で成り立っているため、従業員一人ひとりが自らの意思を持って躍動し、互いが刺激し合い、各部門や会社全体に良い変革の波(=ダイナミズム)がもたらされれば、組織の躍動につながるという考えに基づいています。

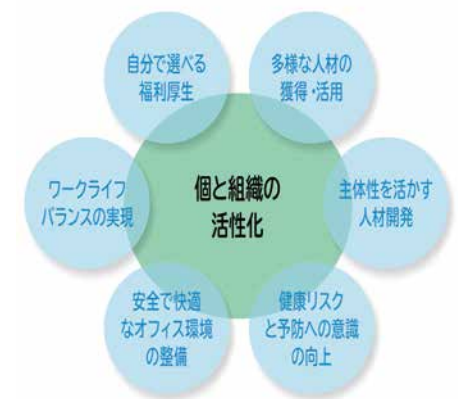
● 働きがいにつながるプログラムの充実

従業員にとっての働きがいとは、従業員自身が成長できる機会が得られることであり、結果的に組織にとっても新たな価値を生み出すことに繋がると考えています。従業員一人ひとりがより高いモチベーションを持ち、仕事を楽しみ、働きがいを感じられるようなプログラムの開発やシステム・制度等の環境整備を行っています。特に、①人材の育成、②ダイバーシティの推進、③各種制度や就労環境の整備、④健康行動の習慣化など多方面での取り組みを進め、“多様でオープンな”人材・組織・企業文化の醸成を目指しています。

	項目	特徴的な取り組み
	①人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ライオンキャリアアビレッジの新設 次世代経営層の育成 ReDesign FORUMの開催
	②ダイバーシティの推進	<ul style="list-style-type: none"> 女性活躍の推進 障がい者の積極的な登用
	③ワーク・ライフ・バランスの推進	<ul style="list-style-type: none"> 仕事・介護両立支援 仕事・育児両立支援 在宅勤務制度の導入
	④健康行動の習慣化	<ul style="list-style-type: none"> “GENKI”アクションの展開 メンタルヘルスへの取り組み

詳細はサステナビリティレポートP43~P47

ダイナミズム創出のための取り組み



「ReDesign FORUM」の開催

ライオンの企業行動を変える本質的課題について、若手従業員が経営と本気の議論を通じて、人・組織・経営にダイナミズム創出を起す活動が必要であると考え、「ReDesign活動」として全社的な取り組みを進めています。

「ReDesign活動」の一環として、特に若手従業員の「会社を変えたい」という熱い想いを直接経営に提案してスピード感をもって実現を果たすことを目的に、2018年度は「ReDesign FORUM」というワークショップを立ち上げました。



ReDesign Forum

内容

2018年度の「ReDesign FORUM」は全3回から構成され、さまざまな部門に属する若手従業員(99名)と経営陣が参加しました。第1回(7月)では、新たな価値を生み出すための改革に資するテーマを3つ選定し、テーマ毎に課題抽出を行いました。

テーマ

- 1:新価値創造を最大化させるための働き方改革
- 2:業務スピード最大化のための業務改革
- 3:人的資源の最大活用・ハイパーフォーマーの開発



演会長を交えたFORUMの様子

ReDesign活動の全体像

その後、施策の試験実装や関係部所や外部の専門家、他企業へのヒアリングなどを通じて課題解決に向けた検討を進め、第2回(10月)にはその中間報告が、第3回(12月)では最終報告が行われ、各チームから提案されたさまざまな施策の実施可否について経営陣が検討しました。

Purposeの実践

人材・組織・経営のダイナミズムの創出

Re Design活動の体質化



結果

全3回の「ReDesign FORUM」を受け、従業員より提案のあった各施策については、2019年から実装段階へ本格的に動き始めており、今後は取り組みを進化させていきます。

更なる「変革に向けたダイナミズムの創出」に向けて

ライオンは今後も、社員の「働きがい」を重視することで、「人のダイナミズム」を創出し、組織としてグローバル競争に勝ち抜く企業力の醸成とサステナブルな成長に繋げていきます。



基本的な考え方

生活者の皆様に、健康、快適、清潔・衛生を通じた顧客体験価値を提供するとともに、人々の健康や暮らしの基盤となる地球環境を守ることは、「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニー」を目指す当社として、重大な責任であると考えています。

当社は2013年に策定した環境目標「EcoVision 2020」のもと、持続可能な地球環境の実現を目指して、低炭素社会の実現、循環型社会の実現、自然との共生、および環境啓発に関する2020年目標の達成に向け取り組んでいます。

昨今では、2015年のパリ協定やSDGsの採択等を背景として、国内外での持続可能な社会に向けた動きが活発化しています。

こうした潮流を踏まえ、2050年に向けた新環境目標「LION Eco Challenge 2050」を2019年に策定しました。今後は、脱炭素社会、資源循環型社会の実現にチャレンジしていきます。



[暮らし、まいにち、エコ。]

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

環境方針

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。環境方針は、当社の環境活動の基盤となっています。

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. 法的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日改定)

環境マネジメントシステムと環境管理体制

●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環境データをWebサイトにて公開しています。



関係会社工場環境負荷データ(海外)

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/report/pdf/environment-management.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。2016年6月には、ISO14001の2015年版への更新を行い、日本能率協会審査登録センター(JMAQA)の審査により、全工場が基準に適合し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。

汚染の予防

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



生産系事業所環境データ

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/report/pdf/domestic.pdf>

※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。

※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。

※5 廃掃法

「廃棄物の処理及び清掃に関する法律」の略称。

●環境管理体制

地球環境への負荷を軽減しながら、事業を成長させるため、2019年からは従来の「環境保全推進委員会」を新設した「サステナビリティ推進会議」に統合して、社長を含む業務執行役員と関係部門で構成されるメンバーで、環境問題への対応方針の審議を行い、推進状況のモニタリングを実施しています。

●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、行政や工業会などから提供される情報を収集後、化学物質関連法情報のイントラネット活用システムに登録し、関連する部門に周知・徹底しています。

また、「廃棄物管理規程」などの社内規程を定め、適切な管理体制を構築しています。2018年においても罰金、科料などを処せられるような違反はありませんでした。

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、Webサイト上に公開しています。今後も、適正な届出と排出量の管理を強化していきます。

2018年度PRTR対象物質の排出量(国内グループ)

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/env/enhancement/pdf/prevention.pdf>

※2 温対法

「地球温暖化対策の推進に関する法律」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。

※6 化管法PRTR制度

化学物質の排出量などを把握し、集計・公表する制度。

Webサイトのご紹介



地球環境とともに
<https://www.lion.co.jp/ja/csr/env/>



暮らし。まいにち。エコ。
<https://www.lion.co.jp/ja/csr/ecolion/#sec4>

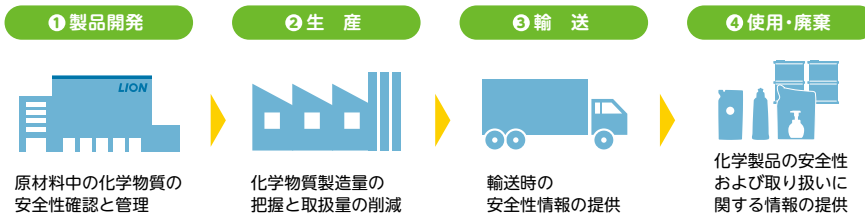
ライオングループの化学物質管理の充実

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、人々の健康や環境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。2018年より、「化学物質情報管理システム」を当社の研究開発拠点で運用しています。

[www](https://www.lion.co.jp/ja/csr/env/enhancement/) 化学物質管理
<https://www.lion.co.jp/ja/csr/env/enhancement/>

● 当社の化学物質管理



ライオングループの環境への取り組み

● 「Eco Vision 2020」 第3期(2018年)の実績

「Eco Vision 2020」は、2012～2020年の9年間で第1～第3の3期3か年に分けて推進しています。2018年は、第3期(2018～2020年)の初年度であり、2020

年の最終年度に向け、ライオングループ従業員が一丸となって環境への取り組みを推進しました。

主要項目(温室効果ガス、水)に関する2018年の主な取り組み内容



国内の事業活動からの温室効果ガス排出量

49%削減

(1990年比、売上高原単位)
 ・生産設備の集約
 ・省エネ活動の推進



国内の商品使用後の温室効果ガス排出量

53%削減

(1990年比、売上高原単位)
 ・商品コンパクト化や植物原料への切替
 ・つめかえ用製品の拡販



海外の事業活動からの温室効果ガス排出量

2%削減

(2017年比、生産量原単位)
 ・各工場の省エネ施策の推進



国内の事業活動での水使用量

48%削減

(2000年比、売上高原単位)
 ・節水活動の推進



工場排水のリサイクル
 千葉工場

製造工程で排水リサイクルを安定稼働中



コラム1

東京オフィス(両国)では、電力使用状況の見える化による効率的な節電対策が優良事業者として「平成30年度エネルギー管理優良事業者等関東経済産業局長表彰」を受賞しました。

また、大阪工場(堺市)と大阪オフィス(大阪市)の2事業所が所在する大阪府が主催する、平成30年度「おおさかストップ温暖化賞」において、温暖化の防止等に、特に優れた取り組みをした事業者として、大阪府知事賞を受賞しました。



エネルギー管理優良事業者等
 関東経済産業局長受賞



おおさかストップ温暖化賞
 大阪知事賞受賞

貢献したSDGs:



●「Eco Vision 2020」第3期(2018年)実績値と目標値表

項目		2018年実績値	2020年目標値	
低炭素社会の実現	温室効果ガス国内	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 35%削減(2010年比) 49%削減(1990年比) 絶対量 48%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 9%削減(2010年比) 53%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)
	温室効果ガス海外	事業所内 ③海外の事業活動*1からの温室効果ガス削減	生産量原単位 2%削減(2017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5.2万トン削減	年間10万トン削減
循環型社会の実現	水	事業所内 ⑤事業活動での水使用量削減	売上高原単位 33%削減(2010年比) 48%削減(2000年比) 絶対量 47%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 29%削減(2010年比) 54%削減(2000年比) 絶対量 52%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	国内全事業所*4でゼロエミッション継続	国内全事業所*4でゼロエミッション化
	排水	⑧工場排水*3のリサイクル	千葉工場における製造工程排水リサイクル安定稼働中	複数工場で工場排水をリサイクル
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*5認証パーム油誘導体の購入継続中	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、関係会社・オフィス系事業所での実施拡大	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の2.2倍増(2010年比)	啓発活動へのお客様参加人数の倍増(2010年比)

*1 対象範囲は2018年12月31日現在の連結子会社

*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 製造工程で発生する排水

*4 千葉工場、小田原工場、大阪工場、明石工場、平井事業所、札幌オフィス、仙台オフィス、本社・東京オフィス、名古屋オフィス、大阪オフィス、福岡オフィス、ライオンケミカル(株)ファインケミカル事業所、ライオンケミカル(株)オレオケミカル事業所、ライオン・スペシャリティ・ケミカルズ(株)四日市事業所、ライオン・スペシャリティ・ケミカルズ(株)小野事業所、ライオンパッケージング(株)福島工場

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

●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

	原材料調達 	当社での活動 	消費者による使用 	消費者による廃棄 
低炭素社会の実現に向けた活動	<ul style="list-style-type: none"> ●植物原材料の使用による石油資源の代替推進 → 関連情報 Web① ●バイオマス由来容器材料の使用による石油資源の削減 	<p>工場</p> <ul style="list-style-type: none"> ●生産プロセスの見直し、設備更新時における省エネ機器導入、商品のコンパクト化などによるエネルギー効率の向上 → 関連情報 p.35 コラム1 <p>オフィス・事業所</p> <ul style="list-style-type: none"> ●事務・営業部門、研究・技術開発部門など全社による省エネ活動 → コラム1 <p>出荷後の流通</p> <ul style="list-style-type: none"> ●商品輸送時のモーダルシフト化率向上 → コラム2 ●積載率向上などによる物流効率の向上 → 関連情報 Web① 	<ul style="list-style-type: none"> ●商品を通じた環境意識の啓発（エコ基準を達成した商品に環境ラベルを付与） → 関連情報 p.54 ●節電型商品による商品使用時の電力使用量の削減（洗濯時のすすぎ回数の減） 	<ul style="list-style-type: none"> ●植物原材料の使用による石油資源の代替推進 ●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 p.54、Web②
循環型社会の実現に向けた活動	<ul style="list-style-type: none"> ●植物原材料の使用 ●リサイクル材料の使用 	<p>工場</p> <ul style="list-style-type: none"> ●事業所でのゼロエミッションの推進 ●製造工程排水のリサイクルや雨水活用による水使用量の削減 → 関連情報 Web② <p>オフィス・事業所</p> <ul style="list-style-type: none"> ●全社的にグリーン購入を推進 → 関連情報 Web② 	<ul style="list-style-type: none"> ●商品を通じた環境意識の啓発（エコ基準を達成した商品に環境ラベルを付与） → 関連情報 p.54 ●節水型商品による商品使用時の水使用量の削減 → 関連情報 Web② 	<ul style="list-style-type: none"> ●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 p.54、Web② ●ハブラシリサイクルプログラムの推進 → 関連情報 Highlight① p.26

Web① [低炭素社会の実現] URL <https://www.lion.co.jp/ja/csr/env/climate/>

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

コラム2

異業種3社往復共同幹線輸送により「国土交通大臣賞表彰」を共同受賞

近年の物流業界では、ドライバー不足、物流費の上昇、CO₂の排出などが深刻な社会課題となっています。このような中、同じ課題を持っていた異業種3社が連携し、2018年8月から、船舶（フェリー）利用によるモーダルシフトの共同幹線輸送を開始しました。

取り組みの結果、空車回送を大幅に削減し実車率の向上^{*1}、長時間運転の解消によるドライバーの労働環境改善、CO₂排出量の削減^{*2}に貢献するなどの効果が得られ、その活動結果として、「平成30年度グリーン物流パートナーシップ会議優良事業者表彰」において国土交通大臣表彰を共同受賞しました。

当社は今後も、業界業種に関わらず、パートナーとなりうる企業と積極的に取り組みを広げ、持続可能な物流網の構築を進めていきます。



平成30年度グリーン物流パートナーシップ会議授賞式



貢献したSDGs:

効果: 拠点のある関東~九州の往復で

※1 実車率99%超の実現





※2 CO₂排出量62%の削減

●自然との共生

湖沼の富栄養化や洗剤の使用と関係のある河川の発泡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享受するためには、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、サプライチェーンに沿って、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ています。

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*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	
	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	<ul style="list-style-type: none"> ●使用原料となる植物(アブラヤシなど) ●包装材料である紙の原料となる木材 	<ul style="list-style-type: none"> ●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	<ul style="list-style-type: none"> ●パーム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野生生物の生息地への影響など) ●紙の原料となる森林環境の損傷 	<ul style="list-style-type: none"> ●工場での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 ●工場からの排水や排ガス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 	●消費者の水使用による自然環境や地域社会への影響	●消費者からの排水や容器包装の廃棄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	リスクの低減につながる活動 <ul style="list-style-type: none"> ●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 p.49 ●森林の保全の推進(第三者認証紙の利用) → 関連情報 p.49 	<ul style="list-style-type: none"> ●工場廃棄物の削減 → 関連情報 Web② ●工場の水使用量の削減 → 関連情報 Web② ●浄化技術を組み合わせた排水の放流による河川、海などの生態系保全 	<ul style="list-style-type: none"> ●節水型商品の開発 ●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 Web③
	機会の拡大につながる活動	—	<ul style="list-style-type: none"> ●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(アカウミガメ保護活動、ビオトープ整備活動、海岸の外来植物駆除活動など) → 関連情報 Web④ 	<ul style="list-style-type: none"> ●水・自然環境の配慮に関する普及啓発活動(「ライオン山梨の森」の森林整備、「日本水環境学会」を通じた水環境研究支援) → 関連情報 p.55 ●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 p.54、Web②

* 流域:水でつながる森林、河川、里山、干潟、海浜などの生態系。

Web③ [自然との共生] URL <https://www.lion.co.jp/ja/csr/env/biodiversity/>

Web④ [生物多様性保全への取り組み] URL <https://www.lion.co.jp/ja/csr/biodiversity/>

ライオンは、創業時から植物油脂を原料とした製品の製造販売を行い、水環境問題や地球規模の気候変動問題に対して、商品やコミュニケーションを通じて、長年にわたり取り組んできました。「サステナブルな地球環境のための取り組み推進」を重要課題と位置づけ、持続可能な社会と事業の発展の両立を目指しています。

世界共通の課題であるSDGs(持続可能な開発目標)やパリ協定が実行段階となってきた2019年6月、ライオングループは、長期的な視点にたち2050年に向けた新環境目標「LION Eco Challenge 2050」を制定しました。

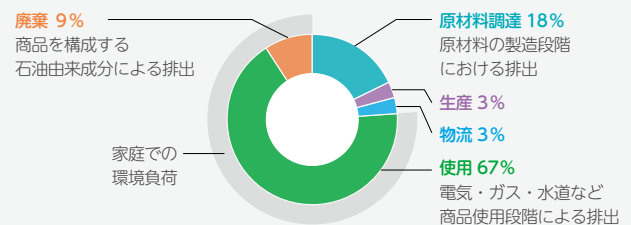
「脱炭素社会」と「資源循環型社会」の実現に向けて

気候変動による異常気象や、水資源の不足、海洋プラスチックごみの問題など、地球環境問題への対応は、喫緊の課題となっています。ライオンの商品は、生活者に身近なところで、快適で便利なくらしに貢献している一方、原材料調達から生産や配送など事業活動にかかわる段階で環境に負荷をかけており、特に、家庭における商品の使用や廃棄の段階の環境負荷が大きくなっています。

「LION Eco Challenge 2050」では、重点的に取り組

む課題を、商品のライフサイクル視点で捉え、「脱炭素社会」と「資源循環型社会」の実現を目指し、脱炭素、プラスチック、水資源の課題解決にチャレンジします。

ライオンの商品ライフサイクルにおけるCO₂排出量(2018年)



「くらすこと」が「エコ」になるように

ライオンは、「毎日の習慣をリ・デザイン」する商品やサービスを、イノベーション(技術革新)やさまざまなステークホルダーとの連携により、生活者の皆様へ提供するとともに、双方向のコミュニケーションにより、「心地

よくくらすことがいつのまにかエコにつながる生活」の実現を目指しています。そして、一人ひとりの生活から地域コミュニティ、更にはグローバルへ展開していきたいと考えています。



人と地球の健やかな未来に向けて

ライオングループは、サステナブルな社会の実現に向けて、事業を通じた社会との共通価値の創出を進めています。「LION Eco Challenge 2050」の達成に向けて活動を推進することは、SDGs(持続可能な開発目標)が目指す世界の実現にも、大きく貢献するものとなります。

「人と地球の健やかな未来に向けて」ライオングループは、すべてのステークホルダーと連携しながら、全社一丸となって取り組んでいきます。

ライオンが環境面で貢献するSDGs



コラム

TCFD提言への賛同

ライオンは、2019年5月「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」提言へ賛同を表明しました。

※TCFDとは、Task Force on Climate-related Financial Disclosures の略で、気候変動がもたらすリスクおよび機会の財務的影響を把握し、情報開示することを目的としています。2019年5月現在、金融機関や企業、政府など世界中の600以上の機関がTCFDの提言に賛同しています。



「LION Eco Challenge 2050」

LION Eco Challenge 2050

「人と地球の健やかな未来に向けて」

ライオングループは、事業成長をはかりながら、脱炭素社会と資源循環型社会の実現に向けて、2050年に目指す方向を掲げ、サステナブルな地球環境に貢献してまいります。

- ① 事業を通じて、「脱炭素(気候変動)」と「資源循環(プラスチック、水資源)」の問題に取り組み、「人と地球の健やかな未来」の実現に貢献します。
- ② 環境に配慮した設計にもとづく商品やサービスの提供により、商品のライフサイクルにおける家庭での環境負荷を削減します。
- ③ 暮らしの中で、ムリやガマンをしなくても自然にエコにつながる商品の提供とともに、生活者の皆さまと双方向のコミュニケーションを行い、「エコの習慣化」を推進してまいります。

脱炭素社会の
実現に向けて



チャレンジ1

2050年までに事業所活動におけるCO₂排出量ゼロを目指します。
2030年目標: 30%削減(対2017年、絶対量)



チャレンジ2

2050年までにライフサイクルにおけるCO₂排出量半減を目指します。
2030年目標: 30%削減(対2017年、絶対量)

資源循環型社会の
実現に向けて



チャレンジ3

2050年までにプラスチックの高度な資源循環を目指します。
2030年目標: 3R(Reduce(削減)、Reuse(再利用)、Recycle(再資源化))および
Renewable(持続可能な資源の活用)の推進
・再生プラスチックおよびバイオマスプラスチックの使用量 倍増(対2017年、絶対量)



チャレンジ4

2050年までに持続可能な水使用を目指します。
2030年目標: ライフサイクルにおける水使用量 30%削減(対2017年、売上高原単位)

解説

ライオングループは、企業スローガン「今日を愛する。」のもと、「一人ひとりの今日という一日」に、商品や事業所活動を通じて、環境負荷低減を推進してきました。

昨今の地球規模で顕在化してきた環境問題は、日々厳しさを増しています。気候変動、資源枯渇、水不足などのさまざまな課題が、相互に関連しながら深刻化し、私たちの健康や生活を脅かしています。

これらの課題を解決するのは、決して容易なことではありません。

ライオングループは、「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニー」として、すべてのステークホルダーとのパートナーシップにより、全力で脱炭素社会、資源循環型社会の実現にチャレンジすることで、「人」と「地球」の双方にとって「健やかな未来」の実現を目指します。

生活者の皆さまにムリやガマンを強いずに、使うだけで自然に「エコの習慣」に結びつく商品やサービスの開発・提供を通して、心地よく健やかに暮らすことが、いつのまにかエコにつながっているような未来を、ライオンは、あなたに、地球に、約束します。



基本的な考え方

ライオングループは、「原材料の調達」から「消費者による使用」に至るサプライチェーン上で発生しうる人権侵害リスクを把握し、「人権の尊重」に対する取り組みが重要であると認識しています。今後もグローバルな事業展開を進めていくにあたり、「人権の尊重」を2020年サステナビリティ重要課題とし、「ライオン人権方針」に基づき事業活動を推進していきます。

人権侵害に対する当社の姿勢やグローバルでの取り組み姿勢などを、より明確にするため、2019年1月、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、「ライオン人権方針」を制定しました。

ライオン人権方針

1 目的と理念

ライオングループは、その経営の基本である「愛の精神の実践」のために様々な施策を実施しています。

その一つとして、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。

人権は、人が生き、幸福と生活の向上を追求するうえで欠くことのできないものであるため、これらの施策に取り組む姿勢をより明確なものとするべく、ここに「ライオン人権方針」を制定しました。

2 人権の尊重

- (1) ライオングループは、国連の「国際人権章典」（世界人権宣言、経済的・社会的及び文化的権利に関する国際規約、市民的及び政治的権利に関する国際規約）、「国連グローバル・コンパクト」及び「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」をはじめとする人権に関する国際規範を支持し、尊重します。
- (2) ライオングループは、その企業活動を通じて人権に悪影響を引き起こし、又は助長することをせず、人権に悪影響が生じた場合には適正に対処します。
- (3) ライオングループは、ライオングループが直接人権に対する悪影響を助長していない場合であっても、取引関係を通じて関係する人権に対する悪影響に対して反対し、その悪影響を軽減するように努めます。

3 人権尊重のためのマネジメントシステム（人権デューディリジェンス）

- (1) ライオングループは、その企業活動を通じて人権に悪影響を引き起こし、もしくは助長していないか、又は、企業活動と直接関係している人権に対する悪影響が生じていないかをモニタリングし、評価します。
- (2) ライオングループ内だけでなく、サプライヤー等ライオングループと深く関わる関係者に人権に対する悪影響を引き起こすリスクがないか情報を収集し、そのリスクの現実化防止に取り組むよう努めます。
- (3) ライオングループは、人権に対する悪影響を把握し、適正に対処するため、内部通報システム等の実効性ある仕組みを維持・発展させるよう努めます。

4 対話と協議

ライオングループは、人権に対する悪影響が生じている場合や悪影響が生じるリスクがある場合、ステークホルダーと対話の機会を持ち、真摯に協議を行うようにします。

5 教育

ライオングループは、人権尊重に関する正しい知識がより広くグループ内に行き渡るよう、従業員に対して継続的に教育を行っていきます。

6 救済

ライオングループは、人権に対する悪影響を引き起こしたこと、又は悪影響を助長したことを発見した場合、適正な手段によって是正するよう努めます。

7 情報開示

ライオングループは、人権尊重に関する自らの取り組み状況などについて、随時そのWEBサイト等で開示し、公開します。

2019年1月1日制定

推進体制

ライオングループでは、企業倫理担当、経営企画部、CSV推進部が中心となって、社会における人権の動向把握に努め、新しく顕在化した問題に対しては、必要に

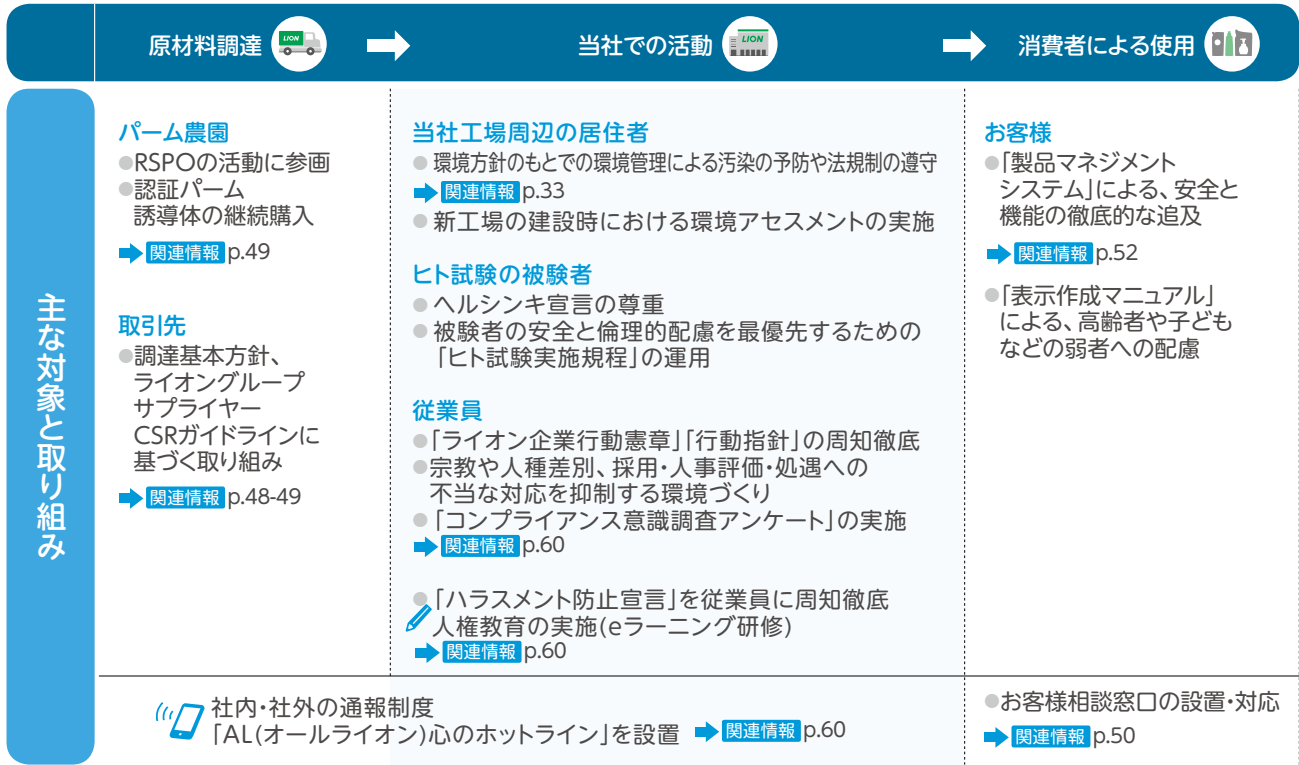
応じて法務部、国際事業本部や購買本部等、関連部門と連携し取り組みを進めています。

人権侵害防止への取り組み:人権デューディリジェンス

当社は「原材料の調達」から「消費者による使用」に至る事業活動を通じて起こりうる人権に対する影響を、ス

テークホルダー別に把握し、報告、是正、フォローする仕組みの充実をはかっています。

当社の人権侵害防止に対する取り組みの全体像



主な対象と取り組み

✍ 人権教育の実施

人権尊重に関する正しい知識がより広くグループ内に行き渡るよう、全従業員に向けて定期的にe-ラーニング研修を実施しています。2017年は「マタニティハラスメント」、2018年は「LGBT」のコンテンツを加え、ハラス

メント発生の防止に向けた取り組みを積極的に行っています。

2019年は「ライオン人権方針」に関するコンテンツを新規導入し、周知をはかっています。

☎ 社内外通報・相談窓口の設置と周知拡大

当社は社内外の通報制度「AL(オールライオン)心のホットライン」を設置しています。年1回、派遣社員を含む全従業員を対象に実施している「コンプライアンス意識調査アンケート」にて、「AL心のホットライン」の認知状況を把握するとともに通報窓口の説明を行っています。

2018年の社員認知率は98.5%でした。

ライオンは今後もこれらの周知徹底を図り、企業活動全体を通じて人権の尊重に取り組んでいきます。(詳細は、P60「コンプライアンスの浸透」をご参照下さい)



海外グループ会社におけるコンプライアンスの取り組み
サザンライオン(マレーシア)ではCSR方針や人権に関する姿勢を記載した「従業員ハンドブック」を全従業員に配布しているほか、このほどライオングループの考え方から重要な項目をとりまとめた「行動規範」を作成し、従業員への浸透をはかっています。

🌐 Webサイトのご紹介

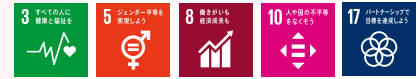
人権の尊重

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/humanrights/duediligence/>



労働慣行

関連するSDGs



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り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。また、海外グループ会社においても、労使協議会などを通じて、よりよい職場環境の実現に向けて従業員と経営のコミュニケーションを積極的にはかり、健全な労使関係の構築・維持に努めています。

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。

人材育成

● 研修体系の整備

ライオン・キャリアビレッジ(LCV)の新設

これまで、個の能力を高め、組織としての強さに結びつけるため、階層別の研修を実施してきましたが、2019年以降の新たな人材開発のあり方を目指し、意欲ある従業員が主体的に学ぶことを支援する環境づくりを進め、「ライオン・キャリアビレッジ(LCV)」として年初から始動しました。学びのスタイル変化に対応しながら、新たな学習機会の創出に向けて階層別プログラムを見直すとともに、個の学習エネルギーを組織に広く波及させることで、高い志とモチベーションを持つ人材が組織の躍動感を生み出す環境を整えています。

マーケティング学習プログラムの継続実施

マーケティング部門において、「マーケティング学習プログラム」を2014年より継続的に実施しています。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の提供に加えて、キャリアパスとも連動したマーケティング人材の育成を行っています。

次世代経営層の育成

ライオングループ、主に海外グループ会社の次世代マネジメント候補を主な対象に、「Lion Management Consortium(LMC)」を開催しています。4回目となる2018年は事業プロジェクトの検討を重ねるプログラムを実施しました。また、海外で開催される学会発表への参画や視察研修など、海外事業の成長加速に向け、人材開発の一環として海外に目を向ける機会を設けています。



サザンライオン
(マレーシア)の
工場見学の様子

●イノベーションを創り出す人材の発掘

[ReDesign FORUM]の開催

若手従業員の「会社を変えたい」という熱い想いを直接経営に提案してスピード感をもって実現を果たすことを目的に「ReDesign FORUM」を開催しました。
(Highlight 2「働きがい改革」をご参照下さい)

ライオンチャレンジカップイノベーションの開催

2018年は、社員自らが、経営陣に「ライオンにとって夢のある提案」を伝えることができる「第4回LION CHALLENGE CUP -innovation」を開催し、32件のエントリーがありました。本選に選ばれたテーマは、提案者

がチーム編成を行い、研究成果を経営陣に直接プレゼンテーションします。ゴールド賞1チーム、ブロンズ賞2チームが選出され、受賞したテーマにおいては、関連部所にて実現可能性を検討する対象になります。

2019年は、当プログラムに代わり、新しい価値を有する事業を生み出すプログラム「NOIL」(ノイル)を始動します。「NOIL」では、当社および国内グループ会社の従業員を対象に、「ヘルスケアの常識を破る事業」をテーマにした事業アイデアを募集し、事業化に向け、外部会社の支援を得てブラッシュアップし、新規事業の創出を目指します。

ダイバーシティの推進

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。

人事部内に担当チームを設置し、経営視点、従業員視点を融合させながらダイバーシティ推進に向けたさまざまな取り組みを行っています。

●地域限定社員制度

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。

登用者数

2016年	2017年	2018年	2019年(4月)
9人	5人	17人	0人

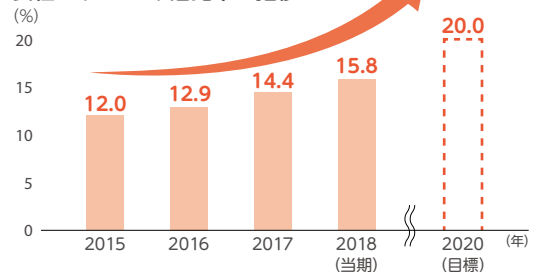
●女性活躍推進の取り組み

当社は、さらなる企業価値向上のためには、女性の活躍が不可欠であると認識しており、積極的に女性活躍推進施策に取り組んでいます。2016年に国会で成立した、女性の職業生活における活躍の推進に関する法律「女性活躍推進法」に基づき、当社においても、長期的に女性従業員が活躍できるよう、育児関連制度の拡充や仕事と育児の両立支援策の実施などを行っています。

また、今後の取り組みにより2020年には国内での

女性マネジメント層^{*}比率20%以上を目指しています。2018年の女性マネジメント層比率は15.8%でした(2017年は14.4%)。女性活躍推進法に基づく当社の行動計画と女性の活躍推進宣言は、厚生労働省委託事業「ポジティブ・アクション(女性活躍推進)情報ポータルサイト」に掲載されています。

女性マネジメント層比率の推移



^{*}管理的地位を担う人材で、役職的には係長以上に相当。



女性の活躍推進宣言

<http://positiveaction.mhlw.go.jp/declaration/>

当社の女性活躍推進法に基づく行動計画

http://positiveaction.mhlw.go.jp/declaration/add/search_detail/?id=1664

●障がい者の積極的な登用

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、積極的に登用しています。2016年3月に特例子会社「ライオンともに(株)」を設立し、障がい者の雇用と活躍を推進しています。「ライオンともに(株)」には26名の従業員および9名の指導員(2018年12月末現在)がおり、社内の連絡便の管理、ライオン(株)全社員の名刺印刷業務などを行っています。

社員関連データ

		2015年	2016年	2017年	2018年
社員数	男性(人)	2,268	2,239	2,203	2,267
	女性(人)	758	775	821	917
女性比率	率	25.0%	25.7%	27.1%	28.8%
新入社員数 ^{※1} (新卒)	男性(人)	57	49	57	63
	女性(人)	28	29	36	33
定年退職者 再雇用	人数	262	250	216	210
	率	8.7%	8.3%	7.1%	6.6%
臨時雇用者	人数	461	467	458	532
女性マネジメント層 ^{※2}	人数	135	149	170	186
	率	12.0%	12.9%	14.4%	15.8%
障がい者 雇用	人数	51	55	63	76
	率	2.0%	2.2%	2.4%	2.8%
育児休業取得者数	男性(人)	5	2	8	16
	女性(人)	33	53	57	53
育児短時間勤務取得者数	男性(人)	0	0	0	0
	女性(人)	58	40	57	60
月平均時間外労働時間 ^{※1}	時間	12.1	12.3	12.5	13.7
年次有給休暇取得率 ^{※1}	率	51.8%	55.1%	50.7%	60.3%
平均勤続年数	男性(年)	19.8	20.3	20.4	19.6
	女性(年)	17.4	18.0	18.0	16.8
入社3年後までの離職	人数	6	4	1	2
	率	2.4%	1.6%	0.4%	0.8%

対象範囲:単体(出向者含む)

※1過去のデータに誤りがあり、数値を修正しました。

※2女性マネジメント層:管理的地位を担う人材で、組織的には係長(女性マネジメント層については単体、出向者除く)

国内グループ会社の社員関連データはWebで開示しています。

URL <https://www.lion.co.jp/ja/csr/employee/various/>

ワーク・ライフ・バランスの推進

当社では、従業員がワーク・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。2018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。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-ラーニングを毎年実施しています。

また、目標である有給休暇取得率70%の達成に向けて、労使協定締結のもと、年3日間を計画的に取得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。

●仕事と介護 両立支援施策

社員が安心して働き続けることのできる環境整備のひとつとして、介護に関わる社員への支援を強化しています。通常の年次有給休暇のほか、医療介護積立休暇(年次有給休暇失効分の積み立て)、介護短時間勤務(ショートタイムフレックス制度)、介護休業365日(1日単位で取

得可能)など、介護に関する制度を整備しています。同時に、40才以上を対象に介護支援Webサイトを導入し、介護に関する情報提供の充実をはかっています。

●在宅勤務制度

2015年より、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、業務の生産性向上とワーク・ライフ・バランスの改善に取り組んでいます。2019年より、制度を拡充し、より多くの従業員が制度を利用できるようにしました。

●次世代育成支援対策推進法への取り組み

当社は、次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画を策定し、従業員が仕事と子育てを両立し、全員が能力を十分に発揮できる環境作りを積極的に行っています。その結果、第1期から第5期まですべて計画を達成し、子育てサポートする企業として「くるみん認定」を受けていますが、第5期ではさらに高い水準の取り組みを行っている企業として厚生労働大臣より「プラチナくるみん」の特例認定も受けました。

今期は、新たに第6期行動計画を策定し、期間を2019年2月～2022年12月に決めました。
今後も、社員が仕事と子育てを両立させることがで

き、能力を発揮できる働きやすい環境づくりに取り組んでいきます。



次世代法第6期行動計画

目標1

計画期間内に育児休業中社員のスムーズな職場復帰のための支援策を実施する

<対策>

- ・ライオン・キャリアビレッジ制度を開始し、育児休業中の自己啓発と復職後のキャリア形成に向けた支援を行う。
- ・復職前セミナーにて、社内講師にてキャリア形成にまつわる意見交換会を行う。また、育休制度取得者の上司向けに育児休業制度説明を継続して行う。

目標2

計画期間内に男性の育児休業取得者を13%以上、または育休1名以上及び特別休暇(妻の出産)を30%以上取得していること

<対策>

- ・出産届出を行なった社員と上司に向けた育児休業制度の紹介と、取得促進のアドバイスを行う。
- ・社内報にて取得事例の紹介を行い、ワーク・ライフ・バランス向上の体験を共有することで、制度利用を促進する。

目標3

計画期間内に在宅勤務制度の理解、利用を促進し制度定着のための支援策を実施する

<対策>

- ・在宅勤務制度の対象部所と対象社員を拡大する。集合説明会、職場説明会、個別相談等で制度の理解と利用を促進する。
- ・社内報にて取得事例の紹介を行い、ワーク・ライフ・バランス向上の体験を共有することで、制度利用を促進する。
- ・職場ごとの制度利用状況や、利用内容の解析結果を受け、制度の改善を行う。

ライオングループの労働安全衛生管理体制の充実

グループ目標である「オールライオン重大事故0件・重大災害0件」に向けて、労働安全衛生管理体制の強化に取り組んでいます。経営トップを議長とした「安全衛生防災会議」を年2回実施し、全社における設備安全、労働安全などに関するリスクの徹底的な排除へ向けた取り組みを継続的に推進しています。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[※])」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2009年から国内グループ会社を含め運用を開始し、安全衛生防災活動の水準の向上に努めています。

また、海外グループ会社に対しても、国内から労働災害の防止に向けた支援を積極的に行っています。2018年から、経営直下に「安全防災推進室」を設置し、ライオングループの労働安全衛生防災管理体制をさらに強化しました。

※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。



従業員とともに

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/employee/>



●労働安全

2018年の労働災害件数は26件(通勤途上災害8件除く)となりました。労働災害に対しては、本社安全管理事務局が現地調査を行い、原因究明と是正対応の徹底をはかっています。労働災害防止のためには、安全管理体制および労働安全意識の強化が重要であり、今後も個人の安全意識や感性をさらに高める施策を推進します。

2018年 危険体感教育(安全研修)に参加した従業員人数(社内教育)

千葉工場	小田原工場	大阪工場	明石工場	合計
436人	51人	122人	58人	667人

●設備安全

当社は、安全を保つための設備点検においては日頃の日常点検や、定修時の保守点検に取り組んでいます。保守点検を確実に行うことにより、故障や事故を未然に防ぐことにつなげています。2018年の設備事故件数は0件でした。今後も、従業員の技術ノウハウの継承や設備教育にも力を入れて取り組んでいきます。

ライオンらしい健康行動の習慣化活動

従業員の健康意識が高く、健全な健康習慣を自発的に身につけようとする行動は、健康の維持・増進と共に仕事のやりがいに満ち溢れた企業人としての自己成長・人生の充実につながります。そして、それは企業の生産性と創造性の向上につながり、持続的な成長を通じて社会全体に貢献できると当社は考えています。

2019年以降、従業員の“健康行動をもっとさりげなく、楽しく、前向きなものにリ・デザインする”をコンセプトに、健康意識の向上、自発的な健康行動の実践を促す

取り組み「ライオン流健康経営“GENKI”アクション」を展開していきます。



ライオン流健康経営“GENKI”アクション

Good life **E**n^Hancement for **(K)**今日を **(I)**愛する。



【重点施策】

1. 個人別健康情報システムの構築

AIを活用した生活習慣病の将来リスクを予測する仕組みの開発に取り組み、自発的に健康習慣を改善する行動に繋がります。

2. 予防歯科習慣の浸透

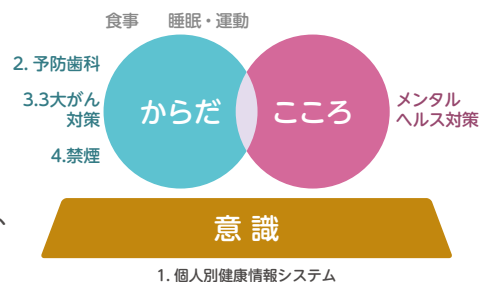
オーラルケアNo.1企業として、セルフケアはもとより歯科医院での定期的な受診等を通じて、全ての従業員が予防歯科を実践する企業を目指します。

3. 3大がん^{*}対策の強化 ※肺がん、胃がん、大腸がん

がん予防のために、年代に応じて定期健康診断時のスクリーニング検査や希望者がより精度の高いがん検査を自主的・定期的に受診できる体制を構築し、早期発見・早期治療に繋がります。

4. 禁煙への取り組み

オンライン禁煙支援プログラムを実施し、禁煙しやすい環境を整備します。



●メンタルヘルスへの取り組み

2004年に「メンタルヘルス基本方針」を制定し「労働者の心の健康の保持増進のための指針」に基づき、心のケアを継続的かつ計画的に推進しています。2018年は99%の社員がストレスチェックを受け、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、組織的な取り組みを継続しています。

●マネジメント体制

社長を筆頭に経営層を巻き込んだ推進体制を構築し、取り組みの強化、施策展開のスピードアップをはかっています。実際の施策展開にあたっては、健康サポート室、産業医・看護職等、ライオン健康保検組合、各事業所の健康管理責任者が連携して進めています。

健康管理活動 「こころ」・「からだ」・「意識」
<https://www.lion.co.jp/ja/csr/employee/health/#program>

●全ての従業員を対象とした歯科健診

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)と協力して従業員全員を対象とした歯科健診を導入し毎年実施しています。近年は多項目・短時間唾液検査システム「SMT」を導入し、口腔カメラを使った口腔保健指導を実施しています。

ライオン従業員 予防歯科関連データ
https://www.lion.co.jp/ja/csr/employee/health/pdf/lion_health.pdf

今後も、一人ひとりの「心と身体のヘルスケア」を実現するために、「こころ」「からだ」「意識」をテーマに、各年代別にさまざまな施策を展開していきます。

「健康経営優良法人2019
 ホワイト500」に選定

当社は、「健康経営優良法人ホワイト500」
 に3年連続で選定されています。



公正な事業慣行

関連するSDGs



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。2009年には、国連グローバル・コンパクトの10原則の支持を表明し、また2019年には「ライオン贈収賄防止指針」を策定し、贈収賄などの腐敗の防止への姿勢を明確にしています。

「ライオン贈収賄防止指針」の制定

ライオングループは、世界各国での贈収賄・腐敗行為に対する法規制強化の流れに鑑み、2019年に「ライオン贈収賄防止指針」を制定しました。

今後も、事業を展開する国および地域の法令等を遵守した事業活動を徹底します。

<骨子>

- ① 企業行動憲章に基づくライオングループとしての贈収賄・腐敗行為防止に対するコミットメント
- ② 贈収賄・腐敗行為等による利益の排除およびビジネスパートナーに対する協力要請
- ③ 贈収賄防止に関する統括責任者の選任とコンプライアンス体制の構築



ライオン贈収賄防止指針

<https://www.lion.co.jp/ja/company/compliance/anti-bribery.php>

サステナブルで責任ある調達にむけて

当社は、サプライ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し、責任あるサプライチェーンマネジメントを構築することが重要な課題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、「調達基本方針」に基づき、取引先と当

社とがサステナビリティを深化させることが必要です。

また、当社の主要な植物油原料であるパーム油において、持続可能な調達を推進することが重要であると認識し、取り組みを進めています。



調達基本方針

<https://www.lion.co.jp/ja/company/compliance/procurement.php>

● 原材料メーカーや生産委託先とのサステナビリティの推進

当社は、原材料メーカーや生産委託先に期待するサステナビリティへの取り組みを示した「ライオングループサプライヤーCSRガイドライン[※]」に基づくセルフチェックを毎年依頼しています。2018年は海外グループ会社であ

る韓国ライオンの取引先162社に対してセルフチェックを開始しました。今後も取引先とともにサステナブルで責任ある調達活動を推進します。

※ライオングループサプライヤーCSRガイドライン及び用語解説

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 4.消費者課題 5.コンプライアンス



日本語 <https://www.lion.co.jp/ja/csr/businesscustom/valuechain/pdf/jpn.pdf>

英語 <https://www.lion.co.jp/ja/csr/businesscustom/valuechain/pdf/eng.pdf>

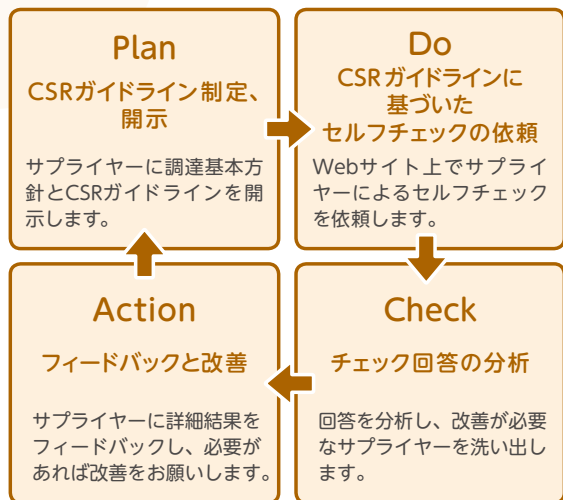
中国語 <https://www.lion.co.jp/ja/csr/businesscustom/valuechain/pdf/cn.pdf>

韓国語 <https://www.lion.co.jp/ja/csr/businesscustom/valuechain/pdf/kr.pdf>

サステナブルで責任ある調達の取り組み年表

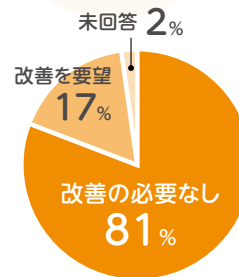
2005年	「購買に関する基本方針」を制定し、原材料や製品の適正な調達を実施。
2008年	社会面、環境面への配慮をより明確にした「調達基本方針」を制定。国内外の原材料メーカーや生産委託先にコンプライアンス、製品サービスの品質・安全性、環境配慮、労働・人権、公正な取引に関する企業活動のアンケートを実施。
2013年	「調達基本方針」を改訂し、法令遵守、環境保全、人権尊重などからも取引先を選定する姿勢を明確化。「ライオングループサプライヤーCSRガイドライン」を制定し、取引先に自社のサステナビリティへの取り組みのセルフチェックを依頼。
2014年	CSRのセルフチェックをすべてWeb上で実施できるようオンライン化。
2019年	「ライオン人権方針」「ライオン贈収賄防止指針」を制定し、サステナブルで責任ある調達への取り組みの姿勢を明確にした。

● サプライヤーサステナビリティ セルフチェックにおけるPDCAサイクル



サステナビリティに取り組む重要性をサプライヤー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、サステナビリティ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。

● サプライヤーサステナビリティ セルフチェック全体集計結果(2018年) とその経過



回答率推移と目標

2016年実績	94%
2017年実績	99%
2018年実績	98%
2020年目標	100%

モニタリング数:

ライオン国内グループの原材料メーカー・生産委託先、計610社(国内:534、海外76)

2018年 結果概要

- 2018年の実施率は98%、平均点は1~3点の3段階で2.67点と、サプライチェーン全体でサステナビリティに取り組んでいることが確認できました。
- 未回答の15社のサプライヤーに対しては、ヒアリングなどを通じて協力をお願いしています。

持続可能なパーム油の調達を目指して

当社は、枯渇することがなく、カーボンニュートラルな原料である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であるパーム油の誘導体を使用しています。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にとま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)」に、当社は2006年から参

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

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、工場の従業員および、影響を受ける地域住民への責任ある配慮」などの持続的なパーム油生産に求められる8原則と基準を定めており、これを満たして生産されるパーム油のみをRSPO認証パーム油としている。

[www https://www.rspo.org/](https://www.rspo.org/)

画しています。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ました。2018年は2020年目標の達成に向けてRSPO認証パーム油誘導体を継続購入しました(認証比率約1割)。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。

目標

2020年:パーム油誘導体全量をRSPO認証化

コラム

持続可能なパーム油プラットフォーム 「Japan Sustainable Palm Oil Network(JaSPON)」への参画

パーム油の主要生産国であるインドネシアとマレーシアにおける環境面など、さまざまな問題を解決することを目指し、日本市場における持続可能なパーム油の調達と消費を加速させるため、「持続可能なパーム油ネットワーク(JaSPON)」が2019年4月に立ち上がりました。当社もパーム油の消費メーカーとして、JaSPONに加入・参画しています。

JaSPON
Japan Sustainable Palm Oil Network

Webサイトのご紹介

お取引先様とともに

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/businesscustom/>



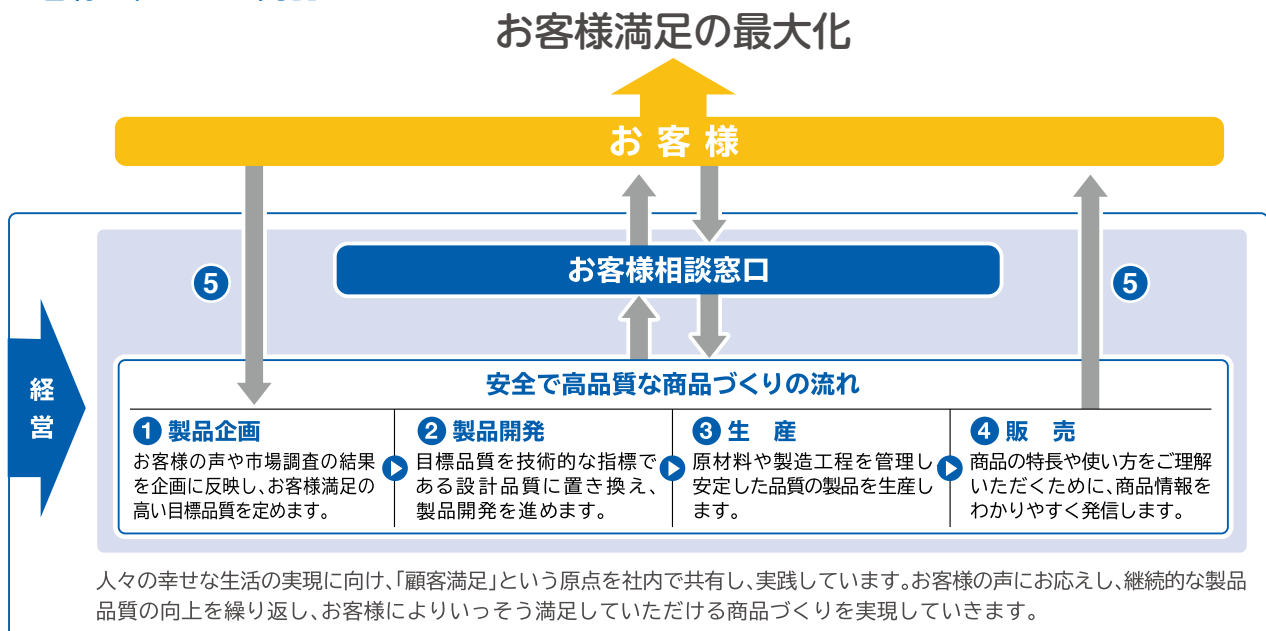


基本的な考え方

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、①製品企画、②製品開発、③生産、④販売、⑤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信頼性保証体制

「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、「品質方針」に基づき、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年設立の「薬事・品質保証部」では、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の構築を推進してきましたが、2018年より、サプライチェーン全体を対象として製品マネジメントシステムを

軸としたさらなる品質保証を目的に「信頼性保証部」を設立しました。

今後も、社会的な品質要求レベルの高まりや国内外のグループ会社の業容の拡大に伴って多様化するお客様の要望に応え、安全で高品質な製品をお客様にお届けします。

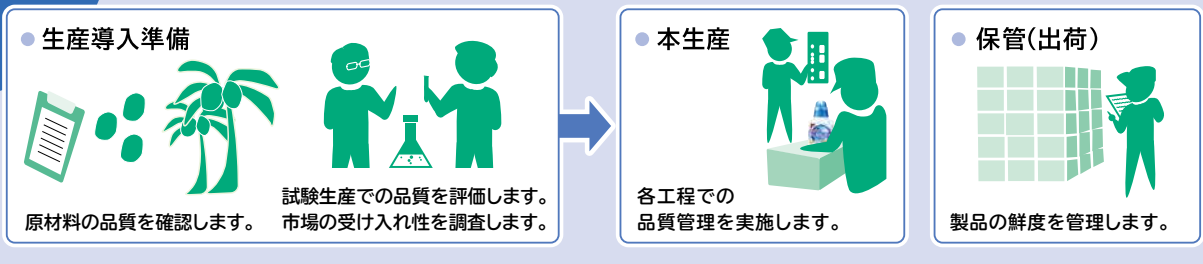
① 製品企画 お客様により満足していただける商品を企画



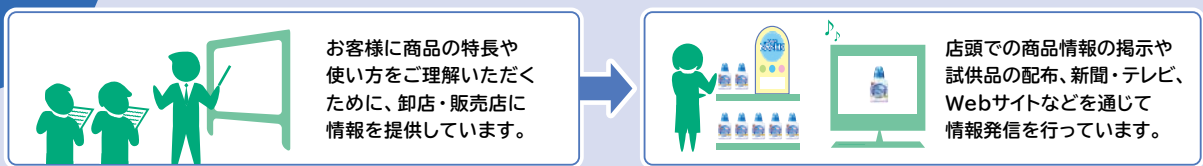
② 製品開発 品質・安全に留意した製品の具現化



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。

●原料及び材料の安全性

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、医薬部外品・化粧品、食品、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。



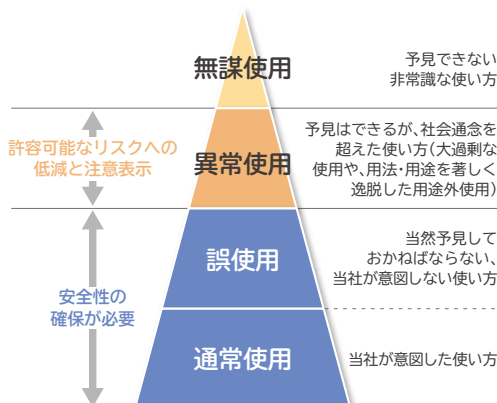
原料及び材料の安全性

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/consumer/quality/#area03>

●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社会的弱者の方々に配慮し、製品設計の段階で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の段階で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



広告管理体制の強化

当社は、販売するすべての商品(食品・医薬品含む)における責任ある宣伝・広告活動を目指し、広告管理体制の強化を推進しています。

- ①食品を含む当社全製品分野の広告チェック体制の強化
- ②消費者庁などの行政相談の適宜実施
- ③社員への法規教育の徹底

今後も責任ある広告活動推進に向けて広告管理体制の強化に努めます。

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、サービスの向上に活かすために、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。なかでもお客様満足に影響を与えられと思われるものや、日々接するお客様の声からの気づきをVOC※1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。2018年は240件のVOCデイリーレターを発信しました。また、電話やメールなどで寄せられるお客様の声のみならず、SNS※2などからも生活者の声を幅広く集め、解析をしています。さらに、お客様視点を事業活動に活用していくため、専任組織がお客様の声を分析し、社内の各部門へ積極的に情報発信しています。

※1[VOC] Voice of Customer (お客様の声)

※2[SNS] Social Networking Service (Facebook、Twitterなど)

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。2018年12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。

※当社は2018年12月28日をもって殺虫剤ブランド「バルサン」をレック株式会社に譲渡しましたが、当該製品の自主回収につきましては引き続き当社が対応いたします。

https://www.lion.co.jp/ja/products/information/200708_01.php

バルサン氷殺ジェット回収専用 お客様相談窓口

電話(フリーダイヤル):

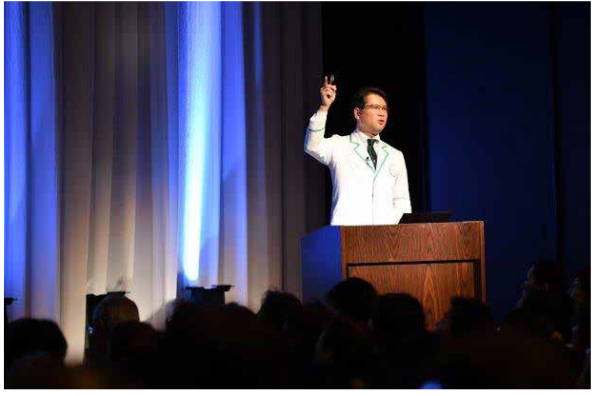
0120-670-225

受付時間:午前9時～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

ライオン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。



暮らしのマイスターによる、オールケアセミナー



●生活者情報メディア「Lidea」(リディア)を活用したお客様とのコミュニケーション

Lideaは、「日々のくらしを快適にする」そして「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」ための生活情報メディアです。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」が中心となって、皆様のくらしに寄り添った確かな情報を提供しています。

Lidea
くらしとココロに、彩りを。

LION + idea = Lidea

[Lidea]

URL <https://lidea.today/>

Lideaに蓄積された情報を利用して、さまざまな形で生活者とのコミュニケーションを深めていきます。

生活情報を紙面にまとめ、生活者に提供



知っ得情報

生活者からお寄せいただくお問い合わせ内容などを分析し、ニーズに合わせた生活情報を紙面にまとめて提供しています。

生活者との双方向コミュニケーション



夫婦丹満都市推進プロジェクト

イベントなどを開催し、生活者に対して直接情報を発信したり意見交換を行っています。

メディアを通じた情報発信の拡大



生活情報懇談会

TV・新聞・雑誌・Webなどの記者・編集者に対して、定期的に生活情報セミナーなどを開催しています。

海外の生活者への情報発信



海外グループ会社Webサイト

各国・地域の生活習慣に合わせた生活情報を海外グループ会社のWebサイトに掲載しています。

持続可能な社会の発展に貢献する商品・情報の提供

●3Rの推進

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。

 [【ライオン エコ基準】
https://www.lion.co.jp/ja/csr/ecolion/#sec2](https://www.lion.co.jp/ja/csr/ecolion/#sec2)



使用量の削減
容器や包装を
小さく・少なく

再利用
つめかえ用
製品を増やす

再資源化
リサイクル材料を
積極的に使う

●Renewable(持続可能な資源の活用)の推進

当社は、世界的な環境問題となっている「海洋プラスチック問題」への取り組みとして、容器・包装材料のプラスチック削減に向け、Renewable(リニューアブル:再生材および再生可能材の使用)と3Rとともに推進していきます。

●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、製品ライフサイクルの視点から評価項

目を設定した当社独自の「ライオン エコ基準」をクリアした商品に、「環境ロゴ」と環境に配慮した点を併記した「環境ラベル」を2014年より付与しています。

 [【暮らし、まいにち、エコ。】\(エコ商品の紹介\)
https://www.lion.co.jp/ja/csr/ecolion/#sec4](https://www.lion.co.jp/ja/csr/ecolion/#sec4)

「環境ラベル」付与商品例



「トップ スーパー-NANOX」 本体・つめかえ



「CHARMY Magica」 本体



「トップ プラチナクリア」

情報セキュリティ対策の推進

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。従業員への教育として、ソーシャルメディアのリスク、情報セキュリティ、

情報管理体制に関するe-ラーニングを毎年実施しており、2018年は全従業員が受講しております。また、海外グループ会社においても、法令に基づき個人情報保護などの情報セキュリティを推進しています。

 [ライオングループ ソーシャルメディアポリシー
https://www.lion.co.jp/smp.htm](https://www.lion.co.jp/smp.htm)

Webサイトのご紹介

お客様とともに
<https://www.lion.co.jp/ja/csr/consumer/>

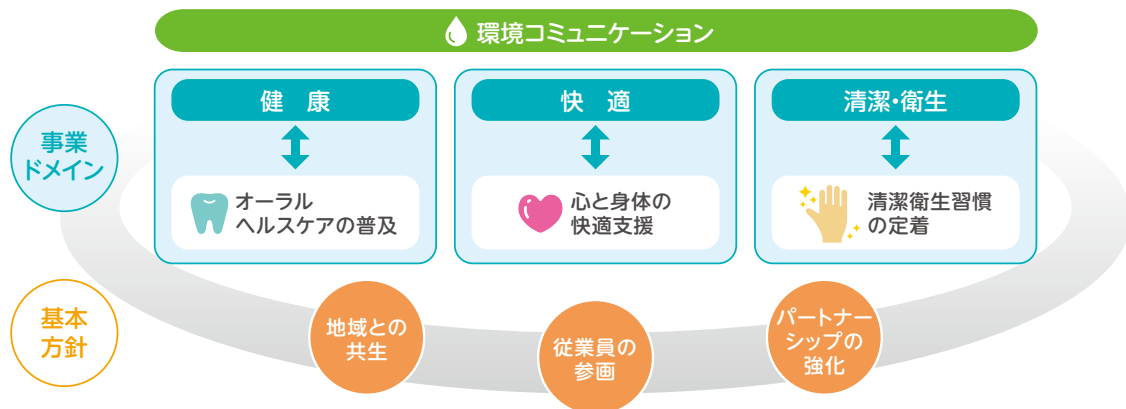




基本的な考え方

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「心と身体のヘルスケア」の実現に向けて、健康、快適、清潔・衛生分野を通じて持続可能な社会の発展および地球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、事業に関連した啓発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。



環境コミュニケーションの取り組み

•「ライオン山梨の森」森林整備活動

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。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。2018年は新入社員研修と森林整備ボランティア(2回)に、のべ170名が参加しました。



参加従業員数累計(のべ) **1,577** 名

[www](https://www.lion.co.jp/ja/csr/social/forest/) ライオン山梨の森
https://www.lion.co.jp/ja/csr/social/forest/

•おさがりプロジェクト

2018年8月、「資源を大切に作る習慣」を広げることが目的に、「おさがりプロジェクト」を実施しました。本プロジェクトは、まだ着られる衣服をクリーニング店「クリーニング専科」の協力のもと『トップ スーパーNANO X』などのライオン商品で洗浄し、認定NPO法人「日本救済衣料センター」を通して、次に着ていただける方へ寄付をする活動です。「人と人との絆」をつなぐ活動で、多くの生活者にご参加頂きました。



おさがり預かり合計 **31,171** 点

[www](https://top.lion.co.jp/products/nanox/osagari/) おさがりプロジェクト
https://top.lion.co.jp/products/nanox/osagari/

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

財団を通じたオーラルヘルスケアの普及活動

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財団法人への移行認定を受け、公益財団法人としてスタートしました。LDHは引き続き、日本歯科医師会、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います。ライオンはその活動を全面的に支援しています。

※ LDH = Lion Foundation for Dental Health

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

● 全国小学生歯みがき大会

1932年から続いている「全国小学生歯みがき大会」は、小学生を対象に毎年「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。2019年の第76回大会は、大会期間内(10日間)に参加校が実施日を



参加小学生数 累計 **169** 万人

設定し、DVD教材を視聴して参加する方式で実施しました。2019年は、アジア6つの国と地域の参加を合わせ総4,255校、約24万名の小学生が参加しました。

● 2018年のLDHの主な活動



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。

参加者: 乳幼児・園児 2,081名

累計 **114万8千名**



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。

参加者: 児童・生徒 4,717名
保健指導者 1,134名

累計 **2,327万7千名**



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。

受診者: 14,316名

累計 **210万6千名**



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。

参加者: 47,012名

累計 **12万名**



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実施。

受診者: 10,482名

累計 **185万8千名**

※ [リスクコントロール・デンティストリー]

一人ひとりのむし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。

累計は財団設立(1964年)からの積算値

清潔衛生習慣の定着活動

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』ブランドを中心とした正しい手洗い習慣の普及活動に取り組んでいます。

当社は「従業員が主体的に活動すること」を方針としており、2050年までには100%の社員が手洗い習慣普及活動に参加していることを目標としています。2012～2018年の間に1,074名の社員が参加しました(累計参加率:39.4%)。

また、同期間において、この活動に参加した園児数は約31,000名となっています。全国の事業所所在地、東日本大震災の被災地であり創業者のゆかりの地でもある宮城県石巻市、『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などを主な活動地域とし、幼稚園・保育所、公共施設などで手洗い習慣普及活動を行っています。また、お取引先様と連携した活動や若手社員の人事研修に幼稚園・保育所での手洗い習慣普及活動を組み入れ、社員の意識向上にもつなげています。さらに、『キレイキレイ』販売国であるアジア各国でも手洗い習慣普及活動を行っています。

行政との連携も推進しており、当社は2014年に、坂出市とハンドソープの生産拠点であるライオンケミカル(株)と連携して「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクトを立ち上げ、継続的に坂出市民の清潔衛生習慣の浸透・定着を目指して活動を推進しています。(2019年4月からは、オーラルヘルスケアの活動も開始しています)

参加園児数累計 **31,000** 名

www

オーラルヘルスケアの普及

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/community/oral/>



清潔衛生習慣の定着

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/community/washing/>



幼稚園児と社員によるアラウータン体験

災害時の清潔健康ケアの取り組み

特に健康に留意することが重要となる災害時の清潔・健康ケア情報の提供にも取り組んでおり、「災害時の清潔・健康ケア」パンフレット・ポスターを作成・配布しています。

2017年より全国事業所所在地の地域の皆様に向けた啓発活動を行っています。

今後も、清潔衛生習慣の定着に貢献します。



www 災害時の清潔・健康ケア情報

<https://www.lion.co.jp/ja/emergency-care/>

工場見学

工場見学は生活者と当社を結ぶ大切な接点のひとつと考えています。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	見学回数(回)	見学者数(名)
千葉	75	1,896
小田原	83	1,838
大阪	45	1,061
明石*	6	163
合計	209	4,958

*建設工事のため、一時工場見학을停止



千葉工場で生産している「CHARMY Magica」の油汚れを実験している様子



基本的な考え方

当社は、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り、コンプライアンスを確保することを、コーポレート・ガバナンス上の最重要課題と位置づけており、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

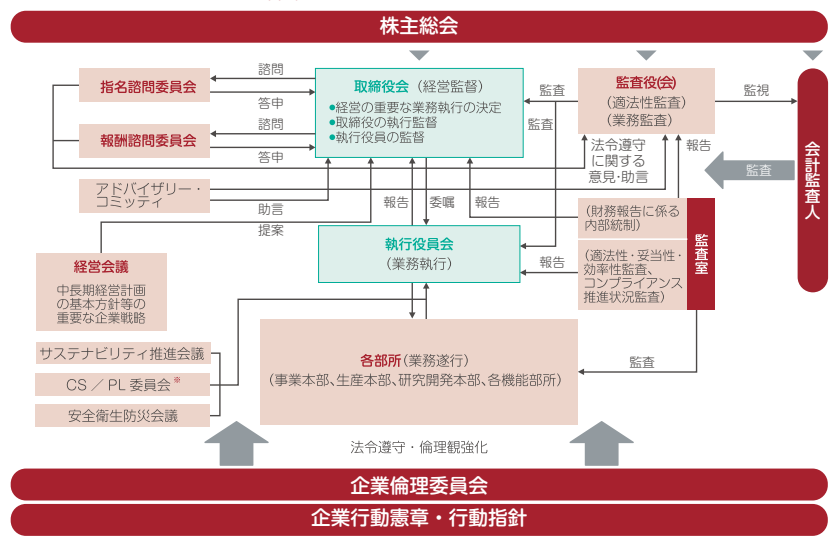
当社は、監査役制度のもとで経営の監督を行っていますが、2004年3月より執行役員制を導入し、それまで取締役会が担ってきた機能を区分し、取締役会は「経営の意思決定および監督機能」を担い、執行役員会が「業務執行機能」を担うこととしました。

取締役会については、その活性化および機動性の向上をはかるため、取締役員数を削減しています(執行役員制導入前19名、現在9名)。また、経営の透明性を高め、コーポレート・ガバナンスの一層の充実をはかるた

め、独立役員としての要件も満たす社外役員5名(社外取締役3名および社外監査役2名)を中心とした指名諮問委員会および報酬諮問委員会を設置するとともに、代表取締役と社外役員全員との定期的(原則として月1回)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、法令遵守および経営政策に関する第三者の意見・助言を経営に反映させるため、社外有識者により構成する「アドバイザリー・コミッティ」を設置しています。

コーポレート・ガバナンス体制 (2019年4月1日現在)



※CS/PL委員会
CS: Customer Satisfaction(お客様満足)
PL: Product Liability(製造物責任)品質保証活動を推進するための部所横断型の委員会。

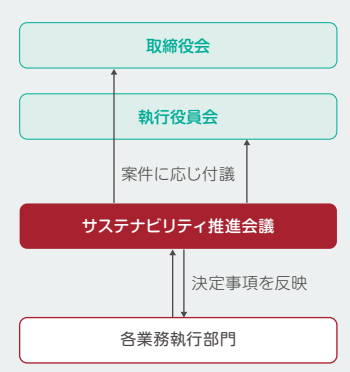
www コーポレート・ガバナンスに関する報告書
https://www.lion.co.jp/ja/company/about/pdf/abo_gov.pdf

サステナビリティ推進会議

地球環境への負荷を軽減しながら事業を成長させていくことが、サステナブルな社会に貢献すると当社は考えています。

2019年1月からは従来の「CSV推進会議」と「環境保全推進委員会」を統合して「サステナビリティ推進会議」を設け、社長を含む業務執行取締役全員と関連部門で構成されるメンバーで全社のCSV戦略・サステナビリティ重要課題・環境問題への対応方針の審議を行い、その推進状況のモニタリングを行っています。

「サステナビリティ推進会議」で決定した内容は、必要に応じて取締役会・執行役員会に付議され、各業務執行部門の事業活動に反映されます。



リスクマネジメントの推進

当社では、お客様に対して、安心・安全な商品を継続して提供するために、リスク統括管理担当役員を任命し、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、リスク管理を行っています。各工場ではISO14001の認証を受け、品質管理および環境保全に積極的に取り組んでいます。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。

また、事業を行っていく上で起こりうるさまざまなリスクのうち、特に投資者の判断に重要な影響をおよぼす可能性のある主な事項として、以下の5点を挙げ、有価証券報告書に明示して公開しています。

1. 製品の品質評価
2. 原材料価格の変動
3. 為替レートの変動
4. 重大な訴訟等
5. 地震等自然災害

内部統制システムの整備

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及び監査制度」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。2018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、2018年3月に有価証券報告書とともに内部統制報告書を内閣総理大臣に提出しました。

 [有価証券報告書](https://www.lion.co.jp/ja/ir/library/yuhou/)
<https://www.lion.co.jp/ja/ir/library/yuhou/>

●事業継続計画(BCP)

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、被害の最小化と業務の継続をはかるための体制づくりを推進しています。地震災害が発生した場合は、「地震災害対策マニュアル」、新型インフルエンザ等感染症によるパンデミックの発生が予見される場合には「新型インフルエンザ等感染症対策マニュアル」にしたがって対策本部を設置し、対応に当たります。災害の規模、被災状況によってBCP発動の是非を判断しますが、BCPが発動された場合は当社事業のうち、一般消費財の供給を最優先とした体制をとることとしています。

経営に重大な影響を与えるリスクについては、対応状況を取りまとめ、毎年執行役員会に報告しています。

●内部監査

健全な業務活動基盤の確立に向けて、監査室が各部所の業務推進状況について、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。監査の対象は2018年からは海外グループ会社にも広がっています。当社の特長として、監査役との密な情報交換と合同監査が行われており、更に連携を深めていきます。監査結果ならびに改善状況については、監査の都度、社長へ報告し、年2回、監査結果を総括し取締役会で報告することで、監査業務のPDCA管理を行っています。また、執行役員会にて報告することで、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](https://www.unglobalcompact.org/)
<https://www.unglobalcompact.org/>
[グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン](http://ungcjin.org/)
<http://ungcjin.org/>



コンプライアンスの浸透

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(p.3)」は、全従業員に冊子で配付し、Webサイト上で社外にも公開しています。

加えて、世界各国での贈収賄・腐敗行為に対する法規制強化の流れを鑑み、2019年1月に「ライオン贈収賄防止指針」を制定しました。

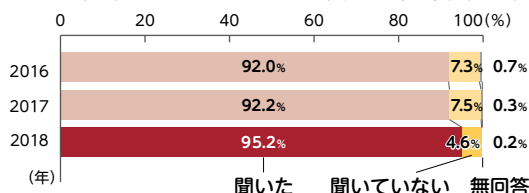
●e-ラーニングによる教育

当社は、半期に一度、e-ラーニングなどの教育を定期的実施しています。2018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、ライオンの品質の考え方、就労管理の基礎、職場のハラスメント(18年より、LGBTのコンテンツを新規導入)、情報セキュリティ、情報管理体制、ソーシャルメディアのリスク、インサイダー取引規制の基礎知識について学習しました。2019年からは「ライオン人権方針」、「ライオン贈収賄防止指針」についても学習しています。

●コンプライアンス意識調査アンケート

当社は、国内全従業員(パート社員含む)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、2018年で15回目となります(対象4,374名のうち約95%の従業員が回答)。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。毎年、アンケートからは職場環境の問題などの意見が寄せられ改善につなげています。

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



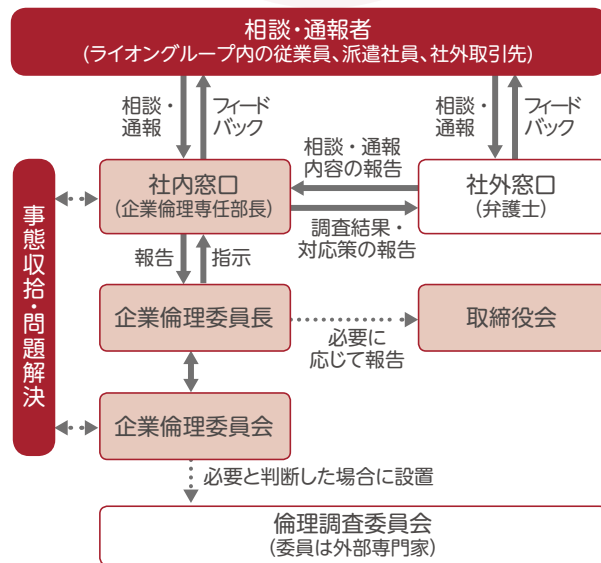
※コンプライアンス意識調査アンケート

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の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。

●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。2018年の従業員認知率は98.5%でした。

「AL心のホットライン」の仕組み



「AL心のホットライン」社内認知率推移

2016年	95.3%
2017年	95.8%
2018年	98.5%

「AL心のホットライン」への相談・通報内容

当ホットラインが社内に認知され相談しやすい環境が整ったため、2018年は23件の相談・通報がありました。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。

相談・通報内容	2016年	2017年	2018年
ハラスメント的行為	3件	9件	15件
人事・労務管理上の問題	9件	5件	6件
その他	4件	4件	2件

www AL心のホットライン

<https://www.lion.co.jp/ja/company/compliance/index.php>

海外グループ会社における コンプライアンスへの取り組み

グループ全体でのコンプライアンスの浸透を目指し、海外グループ会社においても取り組みを進めています。オフィス・従業員ハンドブック・イントラネットを通じて「ライオン企業行動憲章」の浸透をはかるほか、「ライオン贈収賄防止指針」に基づいた腐敗防止に向けた取り組み強化など、海外での取り組みの一部をWebサイトにて紹介しています。



サステナビリティ マネジメント

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/management/>

コンプライアンスの浸透

<https://www.lion.co.jp/ja/csr/management/compliance/>



第三者所見

新経営ビジョン「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」の実現に向けた中期経営計画「LIVE計画」の初年度にあたる2018年度、貴社はサステナビリティ活動を一段と進化させました。本レポートでは、一連の取り組みがさまざまな切り口から紹介されています。

全体を通して、まず印象的に伝わってくるのは、サステナビリティ活動と経営との統合が進んだ点です。具体的には、巻頭のトップメッセージにおいて経営ビジョンに込めた意図やサステナブルな経営への想いがわかりやすく語られています。キーワードである“リ・デザイン”を効果的に用い、生活習慣の改善への貢献を通じた価値創造をグローバルに展開する成長戦略や、重要な経営基盤である従業員の働きがいという後段の主要なコンテンツにつなげていく展開は、ストーリー性に富む秀逸な構成だと思えます。2019年1月に「サステナビリティ推進会議」が設置され、LIVE計画と一体的にサステナビリティ重要課題目標の進捗が管理されるようになったことも、トップのコミットメントをガバナンス面から裏付ける取り組みとして説得力があります。さらに、LIVE計画のスタートに合わせて価値創造モデルが事業活動・戦略と社会価値とのつながりを強調した形で表現された点も、経営との連動性を印象的に伝えるうえで効果的です。

これに続く2018年Highlightは、価値創造モデルを構成する成長戦略と基盤について、より具体的に説明する役割を担っています。価値創造の中核を担うオーラルヘルスケアの意義と貴社の優位性を解き、成長市場であるアジアへの展開につなげる流れは分かりやすく、説得力があります。また、「働きがい改革」の取り組みは、健康経営の実践やグローバル展開にも連なる「人権方針」の策定・公表というコンテンツとも相俟って、価値創造の基盤である「人」に対する貴社の姿勢を端的に示しています。昨年、貴社の強みを示す素材として健康経営での開示充実をご提案した者としては、社外の声に真摯に対応される姿勢に感銘を受けると共に、健康経営の射程を「意識」にまで拡張することで、“リ・デザイン”というコンセプトを徹底している点に貴社らしさを強く感じた次第です。

また、喫緊の課題である環境問題への取り組みとして新環境目標「LION Eco Challenge 2050」を策定し、2050年に向けた気候変動、資源循環に関する長期目標



(株)日本政策投資銀行
執行役員
産業調査本部副本部長

竹ヶ原 啓介

を設定した点も、ESG投資が急速に主流化する中、資本市場が期待するビジネスモデルの持続可能性に関する情報を提供しようとする時宜を得た対応といえます。

ライオンサステナビリティレポート2019は、こうした新しい動きをさまざまな読者層にわかりやすく伝える媒体として着実に進化を遂げつつあります。その延長として今後への期待を幾つか申し上げます。まず、短期的なテーマとして、足下で顕在化している海洋プラスチック問題への対応についての記載をより充実させても良いでしょう。ユーザーである生活者に頼らざるを得ない面もあり、難しい問題ですが、貴社の場合、オーラルヘルスケアの効果を上げるために必要な定期的なハブラシの交換を促すと同時に、回収・リサイクルシステムを構築・運用しています。今日の状態を考えると、こうした側面に光を当てることはリスク管理上重要だと思えます。

中長期的には、従来よりも高いレイヤーでサステナビリティ経営を推進する体制が構築されたことから、貴社の事業活動がもたらす価値創造をより踏み込んだ形で見せていく次の段階を検討してもよいのではないのでしょうか。具体的には、今回試行的に提示したオーラルヘルスケアがもたらす潜在的な医療費削減効果について、まず国内をベースに試算・開示し、グローバル展開に合わせて段階的に拡張していけば、事業活動に伴うポジティブなインパクトの開示として先駆的なものになるでしょう。インパクトの開示は多くの企業にとって中長期的なテーマですが、貴社はこのトレンドを先導出来るポジションにあるように見受けられます。

LIVE計画期間を通してこのレポートが不断に進化することを楽しみにしております。

ライオンから

ライオンは、「事業を通じて社会のお役に立つ」という創業の精神のもと、時代とともに変化する社会課題に対して技術革新で応え続けてきました。当社を取り巻く環境が変化する中、2030年までに実現したい姿として、経営ビジョン「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」を掲げ、推進しております。これからも毎日の習慣を、もっとさりげなく、楽しく、前向きなものへと“リ・デザイン”することにより、一人ひとりの「心と身体のヘルスケア」の実現を目指していきます。

第三者所見で評価いただきましたサステナビリティ活動と経営との統合については、従業員の発想や働き方を変革する“リ・デザイン”活動や働きがい改革を推進し全社的な環境整備を進めると共に、2019年1月より全社のCSV戦略・サステナビリティ重要課題・環境問題への対応に向けた推進力の強化をはかるため、「サステナビリティ推進会議」を設立しました。また、価値創造モデルにおける社会課題解決による事業価値・社会価値の創出を明示し、サステナブルな社会への貢献と事業成長を同時に実現する、より長期視点に立った経営を進めていきます。

海洋プラスチック問題につきましては、当社の事業特性を活かしたハブラシ回収リサイクルの推進により、課題解決に取り組むと同時に、生活者の皆様の健康とリサイクル意識の向上に取り組んでおります。今後は、もっとさ



取締役 上席執行役員
CSV推進部 担当役員

小林 健二郎

りげなく、生活者の皆様の環境意識の向上に貢献できるよう3R(Reduce、Reuse、Recycle)、Renewableを更に推進すると同時に、再生プラスチック使用量の倍増、バイオマスプラスチック使用量倍増など、多様な取り組みを強化し、高度な資源循環を目指していきます。

また、中長期的なテーマとしての事業活動がもたらす価値創造については、オーラルヘルスケアが人の健康にもたらす効果の中長期的に自社内で検証し、因果関係の整理を進め、生活者の皆様の予防意識の向上と定着に向けて本質的に価値ある情報や商品、サービスの提供を行っていきます。

今後もステークホルダーの皆様との双方向のコミュニケーションを通じて、サステナビリティへの取り組みを強化し、SDGsの達成に貢献できる信頼性の高い企業となるよう、経営を進めてまいります。

外部からの評価/社外団体への参加

SRIインデックス組み入れ状況

ライオンは、財務面だけではなく、環境・社会面での課題にも取り組んでおり、代表的なSRI(社会責任投資)インデックスに複数組み入れられています。



THE INCLUSION OF LION CORPORATION IN ANY MSCI INDEX, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT OR PROMOTION OF LION CORPORATION. BY MSCI OR ANY OF ITS AFFILIATES. THE MSCI INDEXES ARE THE EXCLUSIVE PROPERTY OF MSCI. MSCI AND THE MSCI INDEX NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI OR ITS AFFILIATES[C1].



社外団体への参加

評価・認定



習慣をリ・デザインする。

ライオンは、人を嫌やかにする習慣を
もったさりげなく、美しく、前向きなものに変えています。
日々の習慣を、「あんなどう」から「らくちん」へ。
「やらなくちゃ」から「やりたい」へ。
そして、「れまわぞ」から「いつの間にか」へ。
今までにない新しい習慣から、まだ見たことのない幸せをつくり出す。
新しいライオンが動きはじめています。

ライオンは次世代ヘルスケアの
リーディングカンパニーへ。

ReDesign

今日を愛する。
LION



発想方法をリ・デザインする。

新しいアイデアを生み出すために、
今までの発想方法を「リ・デザイン」してみよう。
たとえば、出でた音の新しい楽しみを創出するだけでなく、
さかのぼってその前提となる発想方法も再考し直してみよう。
当たり前だと思っていた「課題」や「前提」が本当に正しいのか、
自分に思い浮かぶことでアイデアの質も向上させるはずだ。
つまり、新しいライオンをつくるのは、私たち自身。

ライオンは次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ。



ReDesign

今日を愛する。
LION

働き方をリ・デザインする。

考えかたのためだけでなく新しい価値を生み出すために、
今までの働き方を「リ・デザイン」してみよう。
最近話題になった職種での「強いつながり」だけに拘泥していないか、
働くてもいいから外の世界とのつながりを多く持つことで、
今までにないやり方を思いつけるかもしれない。
つまり、新しいライオンをつくるのは、私たち自身です。

ライオンは次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ。



ReDesign

今日を愛する。
LION

ライオンの常識をリ・デザインする。

かつてない未知のアイデアを生み出すために、
ライオンの常識を「リ・デザイン」してみよう。
「発想方法」や「働き方」を実践してブレイクスルーできないか、
それは、実績が常識かという問い掛けに答えを思いつけない、
一歩間違えてないやり方で、まだ見たことのない幸せを掴みます。
明日の常識は、今日の常識から生まれるものだから、
つまり、新しいライオンをつくるのは、私たち自身です。

ライオンは次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ。



ReDesign

今日を愛する。
LION

今日を愛する。

LION

発行者

ライオン株式会社

お問い合わせ先

ライオン株式会社 CSV推進部

〒130-8644 東京都墨田区本所1-3-7

<https://www.lion.co.jp/>

03-3621-6275