

安心・安全な商品のために

サステナビリティ重要課題10 顧客の満足と信頼の追求



※ このページでは、卸店に出荷する前のものを「製品」、出荷後のものを「商品」と使い分けて、記載しています。

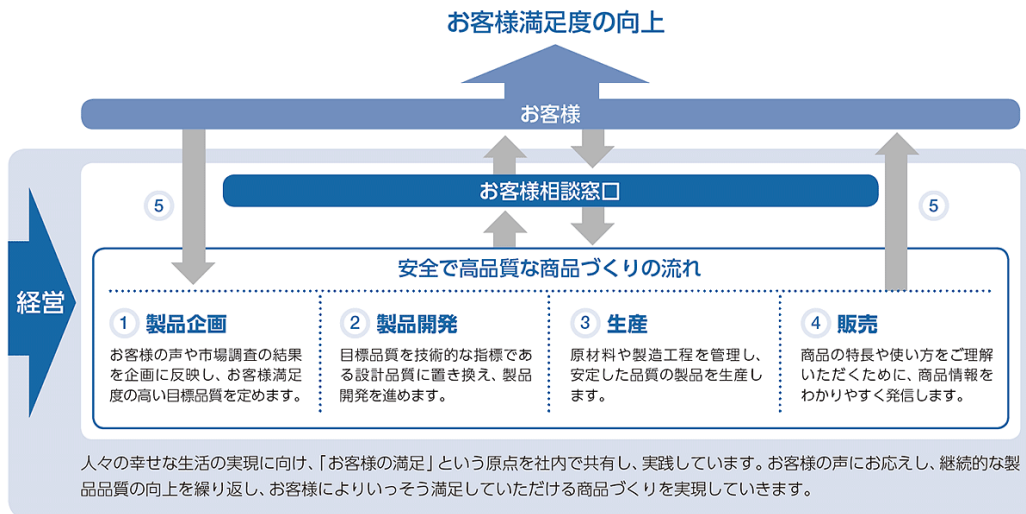
基本的な考え方

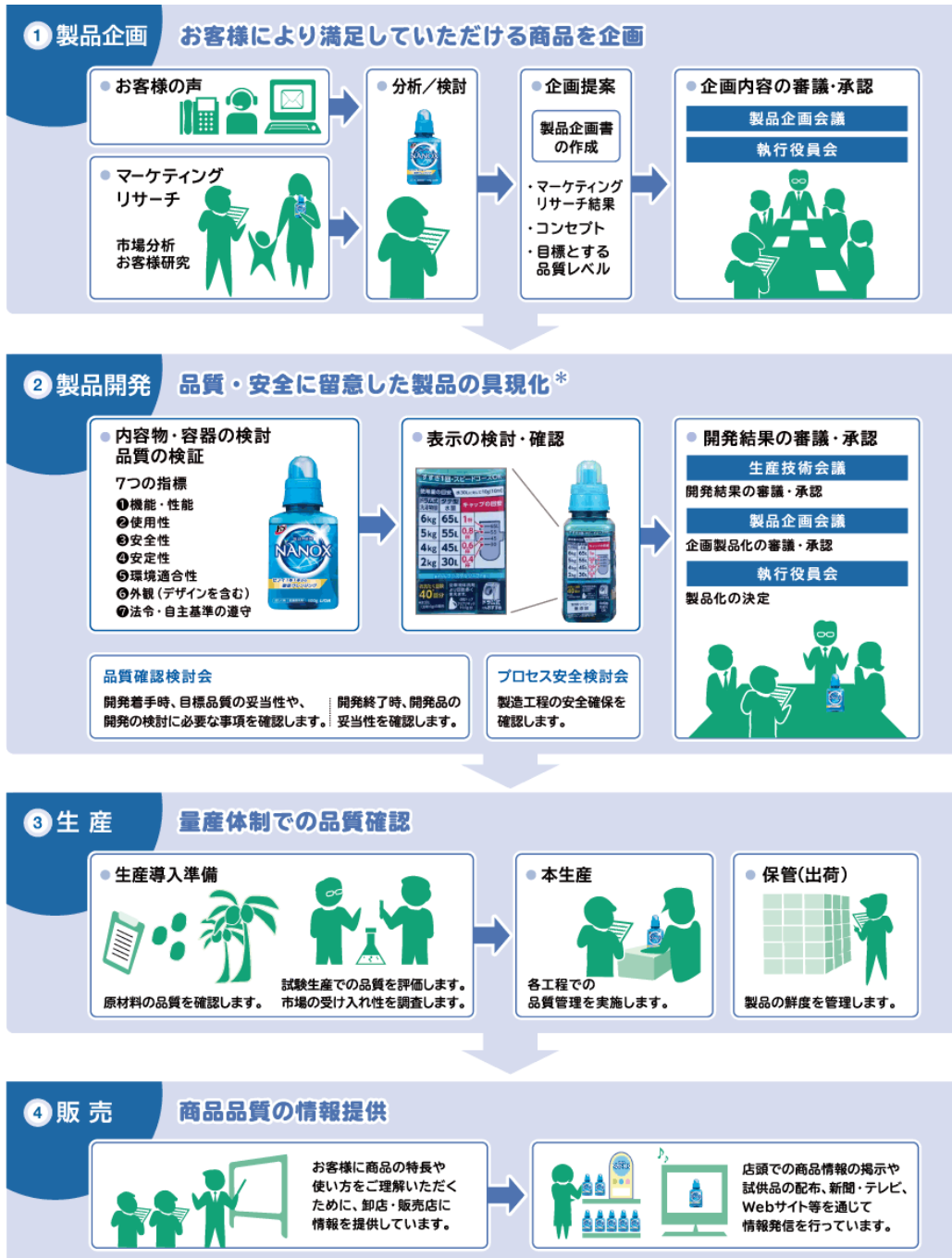
ライオンは、ものづくりのはじめから、お客様が商品を使い終わるまでのすべての段階で品質保証活動を推進し、お客様に満足していただける商品をお届けします。具体的には、①製品企画②製品開発③生産④販売⑤お客様対応という企業活動のすべての段階においてポイントを定め、お客様満足を目指しています。

お客様からいただいた貴重なご意見等をもとに、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・性能等の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等を通じて、様々な情報を発信しています。

全体像

お客様の声による商品づくり





* 「研究開発」については、[こちら](#)をご覧ください。

取り組み



品質保証、安心・安全への取り組み



お客様の声にお応えする取り組み



お客様への情報提供の強化



品質保証、安心・安全への取り組み

- ✓ 考え方
- ✓ 品質方針
- ✓ ライオングループの信頼性保証体制
- ✓ 品質保証への取り組み
- ✓ 安心・安全への取り組み
- ✓ 責任ある表示・広告の取り組み
- ✓ 薬品安全性に関する外部イニシアチブへの参画
- ✓ 動物実験に対する方針

※ このページでは、卸店に出荷する前のものを「製品」、出荷後のものを「商品」と使い分けて、記載しています。

考え方

より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する優良な製品・サービスを提供し、お客様の満足と信頼を獲得することはライオンの使命であると考えています。

品質方針

当社は「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。

ライオングループの信頼性保証体制

2018年、サプライチェーン全体を対象に「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強化を目的に「信頼性保証部」を設置しています。

品質保証活動を全社で推進するために、この「信頼性保証部」を事務局とし、「企画部門」「生産部門」「研究開発部門」「お客様センター」「本社スタッフ部門」から構成される「CS/PL*委員会」を設置しています。本委員会は当社の品質保証活動を統括するもので、法令の遵守、自主的な基準・目標の設定、優良製品の開発に関して、信頼性保証の観点から全社的な推進と課題への対応状況の把握等を行っています。当社は日用雑貨から医薬品まで製造・販売していることから、品質保証体制もその基準に則ったものとなっています。また、万が一当社製品に重大な問題が発生した場合に備え、事故および被害に遭われた方への対応、行政およびお客様への情報開示、製品回収、再発防止策の策定等の一連の対応を迅速に行う体制を構築しています。



* CS Customer Satisfaction (お客様満足)
PL Product Liability (製造物責任)

品質保証への取り組み

「製品マネジメントシステム」の整備・運用

当社は、「品質方針」に基づいて「より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する優良製品」を着実にかつ合理的に開発するために、製品開発の各段階での業務プロセスや品質保証を定めた規程である「製品マネジメントシステム」を整備しています。

このシステムは、品質マネジメントシステム(QMS:Quality Management System)の国際規格であるISO9001(JISQ9001)に準拠し、製品の開発ステップ(戦略～企画～開発～生産～販売～改良・廃止)に関わる品質保証プロセスの流れや仕組み、果たすべき事項を規定し、運用しています。なお当社は、本社、札幌オフィス、仙台オフィス、名古屋オフィス、大阪オフィス、福岡オフィス、研究所(平井研究所・小田原研究所)、工場(千葉工場、小田原工場、大阪工場、明石工場)において、「ISO9001」の認証を取得しています。

製品含有化学物質管理

当社は化学物質の適正使用を強化するために、「化学物質情報管理システム」を国内関係会社も含めた研究開発部門と購買部門に2018年1月より順次導入し、原料及び製品含有化学物質の管理に取り組んでいます。

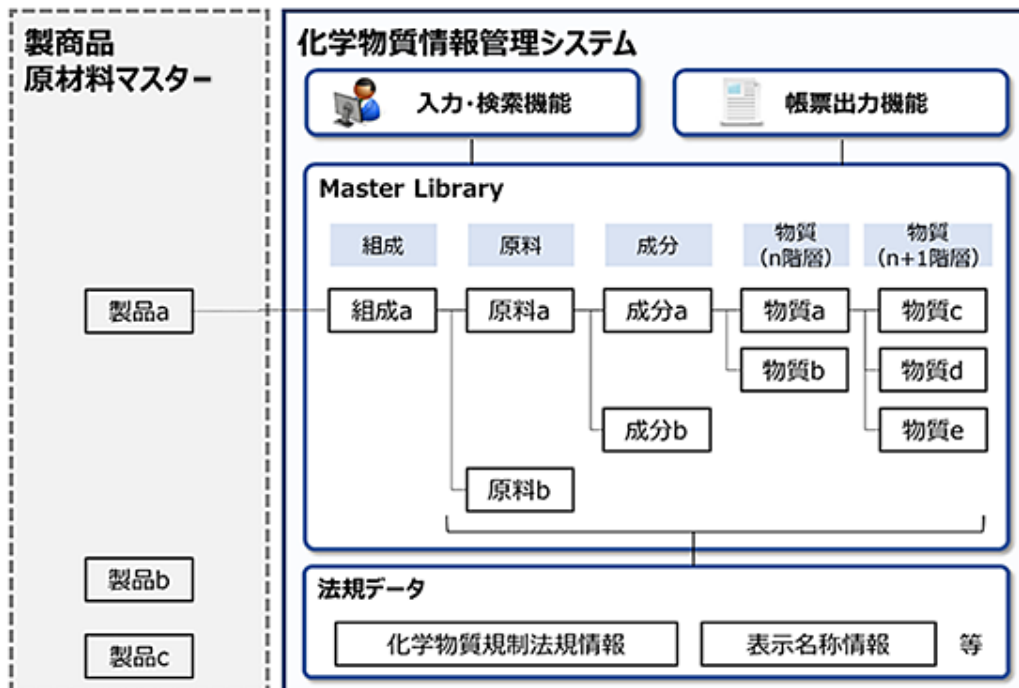
本システムは、「原料、製品組成に関するデータ」「法令情報データ」のデータベースと「製品組成開発支援機能」で構成されています。導入により、全事業分野での自社製品開発において、使用する化学物質に関する法令遵守体制を強化するとともに、蓄積される組成データから上市後の製品に含まれる化学物質を即時検索することが可能となりました。これにより情報管理レベル向上とトレーサビリティの確保、コンプライアンス対応力の強化を実現していきます。

併せて、化学品部門においては、アーティクルマネジメント協議会(JAMP)の会員として製品中の含有化学物質についてJAMP共通書式の「chemSHERPA*¹」による顧客への情報提供をしています。また、REACH SVHC*²に関する情報提供にも取り組んでおります。

*1 chemSHERPA: サプライチェーンにおける製品含有化学物質の情報伝達のスキーム。

*2 SVHC: SVHCとは、高懸念物質(substances of very high concern)のことで、REACH規則の附属書XIVに記載される認可対象物質の候補になる物質です。

「認可対象」とはREACH規則の「登録、評価、認可、制限」の「認可」の部分に当たります。



「化学物質情報管理システム」のイメージ

品質監査

監査責任者および監査メンバーにより、自社および委託先の品質監査を定期的を実施し、その都度改善指導を行っています。調査対象となる自社および委託先の中から、前回調査の実施時期、評価内容等を考慮して実地調査を行います。

海外グループ会社間の品質管理ネットワークの強化

ライオングループは、「より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する優良な製品・サービスの提供」をアジアで展開しています。近年は、当社海外グループ会社間の輸出入ビジネスが拡大する一方で、国際的潮流として規制強化の動きも活発になり、これまで以上に各国の品質管理担当者の連携が重要になっています。

そこで2018年から、海外グループ各社の輸出入、品質管理担当者が一同に会する「アジアQA (Quality Assurance: 品質保証) 会議」を毎年開催しています。2022年(2020年以降はオンライン開催)も継続し、ライオングループの品質保証体制強化を目的に、現地での業務における現状や課題、今後の連携体制の構築等を中心に意見交換を行っています。

今後もこのような取り組みを重ね、各国のお客様によりよい製品・サービスをお届けできるよう、努めていきます。



「アジアQA会議」の様子(2018年)

安心・安全への取り組み

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

原料および材料の安全性

原料については、まず既知のデータ・情報をもとに、その原材料がどのような物理化学的な特徴をもっているか、有害な性質等がないか(有害性評価)、開発予定の製品の原料として安全に使いこなせるのか(リスク評価)を確認します。当社製品をお使いいただいている幅広い層のお客様のことを考えながら、国際機関の安全性レポート、国内外の規格基準等も参考に配合の可否を判断しています。また健康面の確認だけでなく、商品が家庭で使用された後の環境に対する影響についても、同様に、最新の科学的評価に基づいて検討しています。総合的に注意を要すると判断した物質については、一覽管理を徹底しています。

既知のデータだけでは判断が難しい場合には、公定法等の客観的な評価法を用いて安全性試験を行います。試験を行うときには製品としての使い方も考えて、その原料が安全に使える範囲を見極めるようにします。最終的に使用可能と判断できた原料については医薬品・食品、医薬部外品・化粧品、雑貨等の用途に応じた規格を定めて、この規格に適合する原料を生産に用いるようにしています。

製品の内容物を格納する容器・包装や成形品等の材料についても、原料と同様に、適切な規格に適合するものを採用しています。

製品を上市した後も、使用している原料および材料に関する研究情報を解析し、継続使用に問題がないことを確認しています。

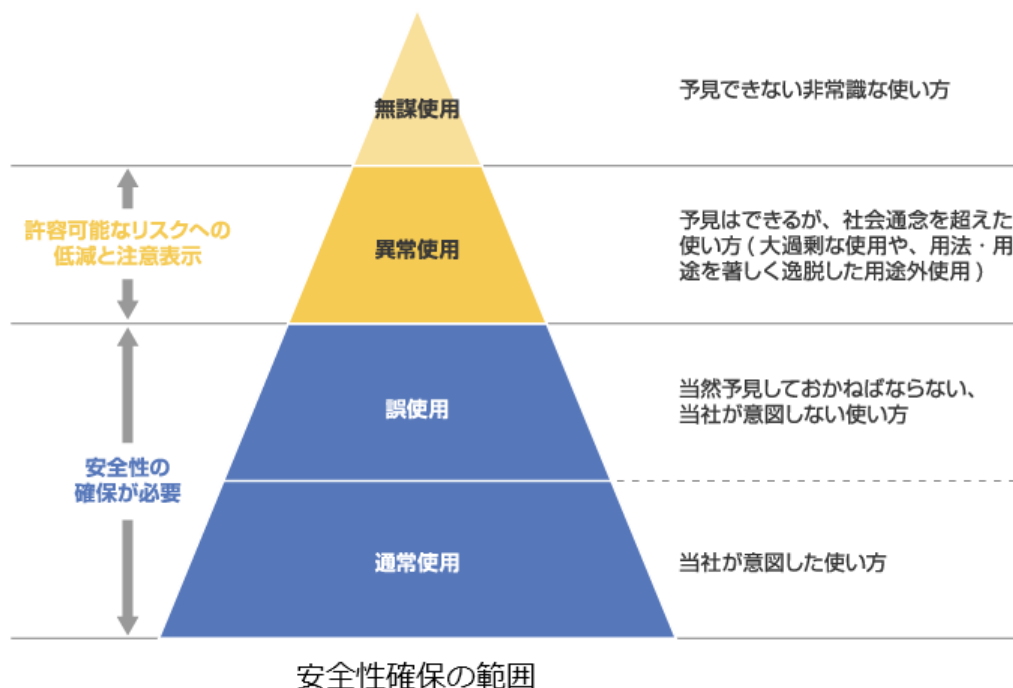
また、原料に由来したり、製造プロセスで生じる微量の不純物が、製品に含まれることがあります。健康上の懸念がない場合であっても、当社は合理的に達成可能な限り不純物を低減できるよう、原料購入段階や生産段階での品質管理を進めています。一例として、2012年に国から「非意図的にポリ塩化ビフェニル(PCB)を含有する可能性がある有機顔料」に関する発表が行われた際の対応を挙げます。この時も当社では遅滞なく製品の安全性に何ら問題のないことを確認しました。その後も国の指導方針に従い、「利用可能な最良の技術」(BAT)が適用された原料を購入・使用しております。このように、当社製品に含有され得る不純物の量は、お客様と環境に安全なものとなっています。

> 香りに関する方針

商品使用時の安全性

お客様の様々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等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、製品リコール等が迅速にできるよう社内体制を整備しています。

身体トラブル情報の一元管理体制

事業者には、お客様からの身体トラブル情報をいち早く収集して集中的に管理し、適切な対応を迅速にとることが求められています。当社の商品を使用されたお客様からの身体トラブル情報は、お客様センターに集約し一元管理をしています。いただいた内容は複数の専門部所と共有し、経営トップへの報告も含めて、すぐに適切な対応を実施できる体制となっています。

今後も情報の一元管理の重要性を対応者に教育し、情報の収集と管理を継続します。

責任ある表示・広告の取り組み

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、医薬品医療機器等法、景品表示法、健康増進法等の関連法規遵守はもちろんのこと、お客様の視点を考慮し誤解や不快感を起こさない、正確で節度ある広告・宣伝を行っています。

販売するすべての製品（食品・医薬品等含む）の表示・広告の品質向上に向けて、基本的な考え方を明確にし、「製品マネジメントシステム」の製品開発の各ステップにおいて、的確かつ適切な表示作成を行うためのガイドラインである「表示作成マニュアル」を定めています。このガイドラインは、当社がお客様を対象に販売する製品（試供品を含む）のパッケージ、形状の他、取扱説明書、パンフレット、セールスハンドブック、広告宣伝等の表現のすべてに適用されます。

当社製品の表示・広告はこのガイドラインに従い、表示・広告確認専任スタッフによる厳しいチェックや適宜外部専門家（弁護士等）による確認を行う等、徹底した管理体制によりお客様にとってわかりやすく認識しやすい表示の推進をしています。

表示・広告確認専任スタッフは、行政主催の講習会や各種外部セミナーへの参加や適宜外部専門家へのヒアリング、行政相談を実施することで、最新の法解釈、行政動向や社会動向の変化を的確にとらえた表示品質の判断、助言ができるよう、専門能力の向上維持に努めています。

OTC医薬品*事業における表示・広告

医薬品に表示すべき内容は医薬品医療機器等法に定められています（法定表示）。一方、医薬品広告の適正化については、法的規制として、医薬品医療機器等法、医薬品等適正広告基準が、また、業界の自主規制として日本一般用医薬品連合会による「OTC医薬品等の適正広告ガイドライン」があります。

医薬品は、人の生命と健康を守るものであり、その広告については、マーケティングとしての情報だけでなく、お客様に医薬品の適正使用を促すための情報であって、誤用を招いたり、安易な使用による乱用・連用を促すようなものであってはならないと考えます。

当社では、医薬品の法定表示については、「医薬品原稿シート」を、広告については、医薬品等適正広告基準に基づいて策定した「広告チェックシート」を制作部門、表示・広告確認部門で共有しています。医薬品医療機器等法に定められた表示や広告規制の共通理解に基づく作成、管理により、効率のかつ的確な適正表示の推進に取り組んでいます。

日本一般用医薬品連合会では「広告審査会」を設置し、医薬品広告の事後審査を行っています。「広告審査会」は、第三者委員とOTC医薬品メーカーから選出された委員にて構成され、医薬品の広告表現を適正化し、その信頼性を一層高めることを目的に活動を行っています。当社は企業側の委員として参加し、OTC医薬品の広告の適正化に貢献しています。

* OTC医薬品：薬局・薬店・ドラッグストア等で処方せん無しに購入できる医薬品

（出典：日本OTC医薬品協会）

食品事業における表示・広告

食品に表示すべき内容は食品表示法、食品表示基準に定められています(法定表示)。一方、当社が扱う健康食品*の適正化については、法的規制として、景品表示法、健康増進法等が、公正競争規約として特定保健用食品の表示に関する公正競争規約及び同施行規則が、業界自主規制として「機能性表示食品適正広告自主基準」等があります。

食品には、三つの基本的な機能があります。その一つが最も重要な栄養機能(一次機能)であり、次が感覚・嗜好機能(二次機能)、そして三つ目が健康の維持や向上に関与する生体調節機能(三次機能)です。当社が販売する食品は、この三次機能の役割を果たす健康食品であり、健康への効果が期待される反面、医薬品との誤認や過大な効果が得られるかのような誤認がないよう適切なマーケティング活動が求められると考えます。

当社は、健康食品の法定表示については、「食品原稿シート」を、広告については、関連法規、業界自主ルールに基づき策定した「食品広告チェックシート」を活用しています。さらに、健康食品の広告チェックでは、お客様への適切な情報提供を目的に、第三者的な視点として、外部専門家(弁護士等)チェックを広告確認ステップに設定しています。

業界団体である公益財団法人日本健康・栄養食品協会では、機能性表示食品の広告表現の適正化と向上を目的として、「機能性表示食品広告部会」と「機能性表示食品広告審査会」が設置されています。「機能性表示食品広告審査会」は、第三者委員とメーカーから選出された委員にて構成され、事後審査を行っています。当社は、「機能性表示食品広告部会」の部会員として参画し、機能性表示食品の適正化に貢献しています。さらに当社は、特定保健用食品公正取引協議会の運営委員、広告研究会メンバーとして参画し、特定保健用食品の不当表示や誇大広告の防止と事業者間の公正な競争の確保に貢献をしています。

* 健康食品

一般的に、健康に良いことをうたった食品全般のことをいいます。健康食品のうち、国が定めた安全性と効果に関する基準等に従って機能性が表示されている食品は「保健機能食品」といい①「機能性表示食品」②「特定保健用食品」及び③「栄養機能食品」の3種類があります。

①「機能性表示食品」

事業者の責任において、科学的根拠に基づいた安全性や機能性等の情報を販売前に消費者庁長官に届け出て、機能性を表示した食品

②「特定保健用食品」

安全性及び健康の維持増進に役立つ効果について国が審査し、消費者庁長官が保健機能の表示を許可している食品

③「栄養機能食品」

人での効果の科学的根拠が認められている栄養成分(ビタミン等)を一定の基準量含まれ、事業者の自己認証により国が定めた栄養機能が表示されている食品

消費者庁からの広告表示に関する勧告について

2015年9月15日から11月27日までの間に日刊新聞紙に掲載した、当社商品『トマト酢生活 トマト酢飲料』の広告表示において一般消費者の誤認を引き起こす広告を掲載したとして、消費者庁より勧告を受けました。

当社は、この勧告を真摯に受け止め、広告出稿時の管理体制をより一層強化し、今後も再発防止策を着実に推進していきます。

適正使用に向けた取り組み

当社の健康食品、中でも錠剤形状等の加工食品については、手軽に摂取できる反面、過剰摂取等のリスクがあります。当社は、摂取目安量を製品表示の前面に大きく表示する等、生活者が適切に健康食品を使用できるようわかりやすい表示を心がけています。

アレルギー表示

当社では、アレルギー物質として食品表示基準で表示義務となっている特定原材料7品目と、特定原材料に準ずるもの21品目について、原料メーカー・サプライヤーに使用の有無を確認しています。特に機能性関与成分(機能性表示食品)や関与成分(特定保健用食品)については、適宜試験を実施することで適切な表示に努めています。

特定原材料(7品目):卵、乳、小麦、そば、落花生、えび、かに

特定原材料に準ずるもの(21品目):りんご、オレンジ、大豆、ごま 等

また、当社食品安全チームを中心に、アレルギー表示に関する法令の見直し等の動きについての情報を社内で共有しています。

食生活のバランスの啓発

健康の保持・増進には、運動、休養そして食生活のバランスが重要です。食品表示基準等では、機能性表示食品、特定保健用食品、栄養機能食品において、「食生活は主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。」の表示が義務化されています。当社では、一般的な健康食品を含むすべての食品に同表示を行い、健康的な食生活の啓発を行っています。

販売地域の言語での表示

お客様が商品の特長等を正確に理解できるよう、販売地域の法令に従い、使用方法、成分等を現地の言語で表示しています。

『キレイキレイ ハンドソープ』の表示例



タイ語



韓国語



中国語

従業員の教育・研修

製品の表示・広告に関わる関連法規(医薬品医療機器等法、景品表示法等、健康増進法等)に関するコンプライアンスの徹底を図るため、全従業員へe-ラーニング研修を、そして関連する部門へ学術研修を法規教育の一環として実施しています。

OTC医薬品

当社では、安全性情報の取扱いや適正使用の知識習得のため、GVP省令(医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器及び再生医療等製品の製造販売後安全管理の基準に関する省令)に基づき、年2回、医薬品等の企画・販売に従事する従業員へ安全性に関する教育を行っています。この際、定められた広告・宣伝に係る教育手順により、適正なプロモーション活動のための教育を実施しています。本教育の中で、関連法規及び適切な表示・広告に関する教育を実施しています。

健康食品

当社は、食品事業に従事する従業員に、年2回、健康増進法や景品表示法等の表示・広告に関する規制について教育を実施し、担当者の法令遵守の徹底に努めています。

薬品安全性に関する外部イニシアチブへの参画

医薬品の安全性に関する活動

日本では医薬品や医薬部外品等を製造販売するには、医薬品医療機器等法により、製造販売業許可を取得していることが必要となります。法律では、医薬品等の品質保証と製造販売後安全管理に関して、これらを適正に運営する体制を整備し、「総括製造販売責任者」、「品質保証責任者」、「安全管理責任者」を設置し、管理監督を行うことが義務化されています。

当社では、医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療機器の製造販売業者として法令を遵守して適正な製造販売体制を運営しております。安全管理業務は、GVP省令を遵守するよう手順書を制定してこれに従って業務を行い、「安全管理責任者」がこれら安全管理業務を管理しています。また、安全管理責任者は、安全管理部門の運営を行い、更に「総括製造販売責任者」が適正な運用を監督しながら、製造販売後安全管理を実施しています。安全管理部門は、当社が販売している製品の市販後安全対策を実施し、医薬品等の安全性情報の集積とその評価、それに伴い必要に応じて安全対策を取る等社内の業務手順書に従って業務を実施しています。

安全管理実施部門へは、安全管理部門が年2回の教育研修を実施し、医薬品等の適正な使用の推進に向けて対応しています。

関連する業界団体への参画

当社は、販売する医薬品のさらなる安全性向上のため、1978年より日本OTC医薬品協会に加盟しており、当社は副会長会社として同協会の活動に参画しています。日本OTC医薬品協会では、OTC医薬品の正しい使い方の広報活動、薬の添付文書の読みやすさやわかりやすい表現方法の研究等、OTC医薬品についてのあらゆる問題を取り上げ、検討しています。当社の、「安全管理責任者」が定期的に委員会に参加し、医薬品の安全性に関する最新情報を収集し、安全管理業務に役立てています。

また、当社は医薬品の安全性向上のため、多言語化の共通ガイダンスの作成にも携わり、外国人のお客様にも対応できるよう、医薬品添付文書の多言語化(英語・中国語・韓国語)に向けたガイダンスの作成を推進しました。

当社では、日本OTC医薬品協会の他、医薬品では東京医薬品工業協会の会員会社として、医薬部外品や化粧品では日本歯磨工業会、日本化粧品工業会に参画して活動し、医薬品等の製造及び品質管理並びに製造販売後安全管理・適正使用の推進に向け、規制等に関する調査や施策の提案、お客様への適正使用の啓発活動を行っています。

動物実験に対する方針

ライオングループは、動物実験における国際的な3Rの原則(Replacement, Reduction, Refinement)を遵守するとともに動物福祉の理念に賛同しております。

多様な製品・サービスをお客様にお使いいただくために、私どもは安全性の徹底追求と機能性向上に積極的に取り組んでいます。化粧品(薬用化粧品含む)の商品開発に際しては、安全上の課題や法規制対応の必要がある場合を除き、動物実験を実施しないことといたしております。その他の分野においても、根拠となる科学的データの精度や再現性に影響がない限り、代替法を活用しております。代替法がなく止むを得ず動物実験を行わなければならない場合は、3Rの原則ならびに各国法に従った適正な実施に努めております。

ライオン株式会社では一般社団法人日本化学工業協会Long-range Research Initiativeや日本動物実験代替法学会等への参画を通じて関連研究にも注力して参りました。今後も動物実験代替法の開発に積極的に取り組み、皆さまの健康増進と動物福祉向上の双方に資する事業活動を推進いたします。

3Rの原則：①Replacement(代替法の活用)、②Reduction(動物数の削減)、③Refinement(苦痛の軽減)

お客様の声にお応えする取り組み

サステナビリティ重要課題10 顧客の満足と信頼の追求



考え方

ライオンでは、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下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。

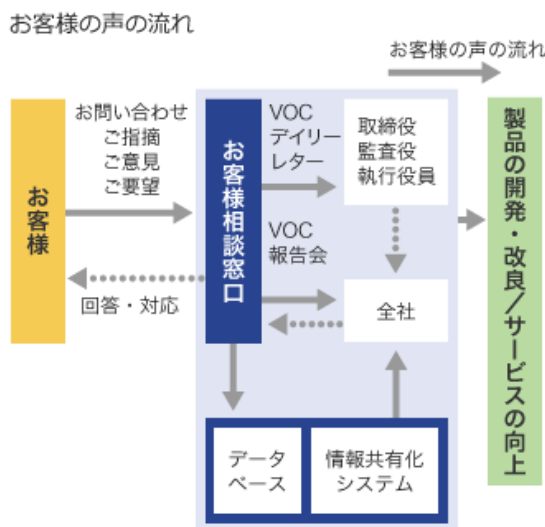
中でもお客様満足に影響を与えられるものや、商品を直接ご利用いただくお客様の声からの気づきをVOC^{*1}デイリーレターとして経営層や開発関連部門に日々報告し、お客様視点の把握や改善策の早期検討・早期対応による品質向上に努めています。2022年は240件のVOCデイリーレターを発信しました。

また、電話やメール等で寄せられるお客様の声だけでなく、SNS^{*2}等の生活者の声を幅広く把握し、解析をしています。さらに、お客様視点に立って事業活動を推進していくため、専任組織(お客様センター)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(Twitter, Instagram等)

全体像



「お客さまの声を形に」については、[こちら](#)をご覧ください。

消費者志向自主宣言

当社は、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さらなる充実を図り、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を目指しています。現在、行政機関、消費者団体、事業者団体が一体となり、企業の消費者志向経営の取り組みを促進していますが、当社においても、2017年1月、消費者志向経営への積極的な取り組みを自主宣言し、その進捗をホームページで公開するとともに消費者庁に報告しています。また、消費者志向自主宣言は、2021年に導入した新企業理念を主軸にした内容に改定し、2022年3月にホームページに公開しました。

「消費者志向自主宣言」については、[こちら](#)をご覧ください。

『消費者志向経営優良事例表彰』を2年続けて受賞

当社は、消費者庁が主催する「消費者志向経営優良事例表彰」において、令和2年度は「内閣府特命担当大臣表彰」を、令和3年度は花王(株)とともに「選考委員長表彰」を受賞しました。この賞は、「消費者志向自主宣言」を公表し、宣言に基づいて優れた取り組みを行っている企業を表彰するものです。

この受賞を励みとし、今後も消費者志向経営を推進し、持続可能な社会への貢献を果たしていきます。



> ニュースリリース:『消費者志向経営優良事例 内閣府特命担当大臣表彰』を受賞 [PDF](#)

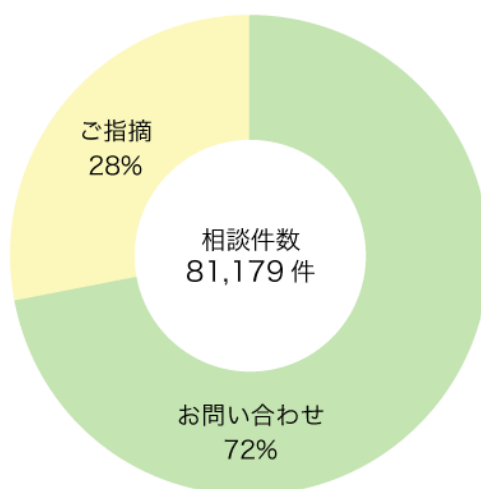
> ニュースリリース:花王とライオン、消費者志向経営優良事例表彰において新設の『選考委員長表彰』を受賞 [PDF](#)

2022年の相談概要

お客様センターには、毎年多くのお客様からの声が寄せられます。2022年は、約81,000件の相談があり(通販部門を除く)、前年比95%でした。相談内訳は、製品の使用方法、取扱販売店、品質や安全性等に関するお問い合わせが全体の7割強を占め、製品使用時のご不満や、トラブル等のご指摘が約3割でした。今後もお客様が相談しやすい環境づくりを目指すとともに、相談には誠意をもって迅速に対応します。お電話やメールでのお問い合わせ先は「[お問い合わせ*](#)」にも記載しています。

「*お問い合わせ先一覧」については、[こちら](#)をご覧ください。

相談内容内訳(2022年)



お客様の声を活かした情報の発信

ホームページの「製品Q&A」では、よくいただくご質問への回答やトラブルの解決方法、お客様の声を受けて改善した事例等を掲載し、多くのお客様にご覧いただいています。また、当社からお手紙をお送りするお客様には、質問の多い内容や、季節に応じたテーマについて「暮らしのマイスター」等のアドバイスを取り入れた「季節のおすすめLidea記事」等をお送りしています。今後もお客様のお役に立つ情報を発信していきます。



ホームページの「製品Q&A」



お客様にお届けしている「季節のおすすめLidea記事」

お客様の声を反映した製品開発・改良事例については、[こちら](#)をご覧ください。

従業員の積極的活動

当社は、お客様にとってより革新的で価値の高い製品・サービスを創造するため、必要な人材を採用・育成し、自由闊達に物の言える企業風土を醸成します。

お客様の声を活かす風土の醸成

すべての従業員がお客様視点で考え、行動する風土の醸成に取り組んでいます。新入社員や新任の製品開発者等を対象に、対応の音声記録を聴くことや、お客様と直接の電話対応をする「お客様の声を聴く体験会」を行っています。対応接点の重要度を理解するとともに、お客様視点で業務を考える機会にしています。さらに、関連部署の定例会や事業所（オフィス、研究所、工場）の朝礼等でも相談状況を報告し、情報の共有化を図っています。

今後もお客様視点に立った商品、サービスを提供できるよう、さらなる従業員の意識改革に努めていきます。



従業員による電話対応の体験

顧客視点の理解を行動変革に

お客様の立場になって考え、行動する「顧客視点風土醸成」を目的に、超高齢社会への対応として、当社では、「高齢者疑似体験セット」をお客様センターに常備しています。実際に高齢のお客様からのお申し出の声を聴くこと、疑似体験セットを装着した上で、製品の表示を見たり、容器を持ったりすることで、お客様への理解を深め、「心遣い」や「相互理解」の気持ちを育み、高齢者に優しい人材を育成し、「製品開発」や「お客様対応」「情報発信」等に活かしています。

製品開発担当者だけでなく、電話対応のコミュニケーターや情報発信を担う「暮らしのマイスター」等にも対象を広げています。



「暮らしのマイスター」による高齢者疑似体験の様子

お客様にご満足いただける対応を目指した取り組み

電話対応のコミュニケーターが相談をいただいたお客様のお困りの状態を伺い、迅速かつ確にお応えできるスキルと、製品や付随する幅広い知識の習得を目的とし、電話対応研修を実施しています。様々な事例について対応者が議論し、お互いのスキルを高める研修や、製品の背景となる健康や暮らしに関する勉強会、お客様とのコミュニケーション力向上のために聞き取りやすい発声や言葉使いのトレーニングを実施しています。こうした活動の成果は第三者評価で確認し、お客様により満足していただける対応ができるように努めています。また、24時間365日、いつでもどこでもお客様のお悩みを解決できるよう、[製品取扱店舗検索](#) サービス(2021年2月)とチャットボット(2021年4月)を導入しました。

更なる製品・サービスの品質改善およびお客様満足の向上を目指して

当社は、リサーチ会社を通じて、企業ブランドの浸透状況を把握しています。以下の調査において「企業の製品・サービスを利用している推奨意向、自分必要度や共感度等」(当社製品のユーザー:16歳以上の一般生活者男女)の結果を定点でみています。

これからもお客様からの評価を客観的に把握することで、質の高い製品・サービスの提供につなげていきます。

	2018年	2019年	2020年*1	2021年	2022年
アンケート全体回答者数(人)	752	784	783	773	783
うち現ユーザー回答者数(人)	644	641	664	628	640
回答率(%) *2	85.6	81.8	84.8	81.2	81.7
推奨意向(%) *3	43.6	43.1	47.6	40.0	44.7

日経リサーチ「ブランド戦略サーベイ」調べ

*1 コロナ禍の影響により、衛生用品提供企業は全体的にスコアが上昇

*2 アンケート全体回答者のうち、現ユーザーであると回答した人数の割合

*3 現ユーザーの中で推奨意向があると回答した人の割合

Lion Corporation (Korea) のお客様対応の取り組み

海外グループ会社においても、お客様対応窓口やマーケティング部門によりお客様の声に対応する仕組みを整備しています。

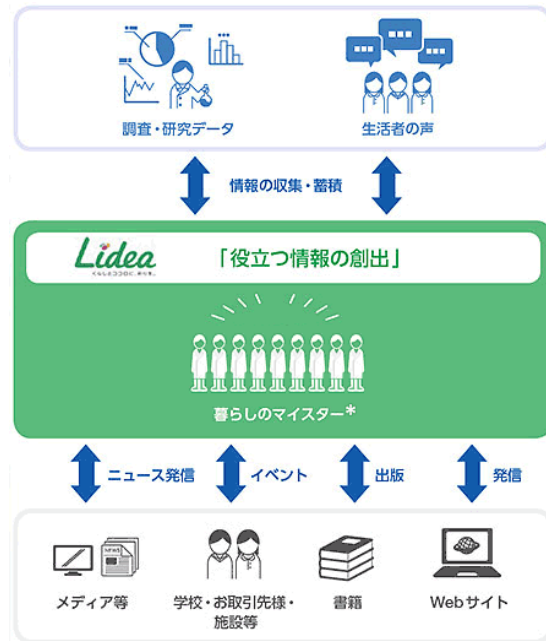
Lion Corporation (Korea) では、2004年より、お客様相談部門が窓口としてお客様相談規程に従ってお客様の声やご要望に対応しています。毎四半期ごとに、定期的に経営層に報告し、さらに重大要望については即時経営層に報告しています。

お客様への情報提供の強化

※ このページでは、卸店に出荷する前のものを「製品」、出荷後のものを「商品」と使い分けて、記載しています。

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図っています。



* 快適で健康な生活を送るための情報を研究・発信するスペシャリスト

「暮らしのマイスター」の活動紹介

当社には「オーラルケア(歯とお口の健康について)」「ヘルスケア(からだの健康、美容について)」「衛生」「お洗濯」「リビングケア(すまいの清潔について)」の分野で、研究キャリアと専門知識を持つ暮らしのマイスターが活動しています。暮らしのマイスターは、毎日を健やかで快適にするために役立つ生活情報を研究しており、さまざまなメディアやイベントを通じて、くらしを彩るアイデアを発信しています。

講習会を通じたお客様とのコミュニケーション



小中学校でのオールケア講習会
(2022.6.17)



消費生活セミナーでの洗濯講習会
(2022.10.5)



Kaji×Kajiハッピーシェア
LION・明石市共催
家事シェアセミナー(2022.10.9)



飲食店の情報サイトとコラボした
衛生セミナー(2022.10.19)



イベントでのヘルスケア・リビングケア
分野横断で実施したセミナー
(2022.10.28)

生活情報メディア「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、ライオンの製品やそこに詰まった技術、生活への考え方を通して、暮らしへの好奇心や、毎日を慈しむ気持ちをプラスしていく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、皆様の暮らしに寄り添った確かな情報を提供しています。当社はLideaを通じて暮らしに役立つ生活情報をお伝えするとともに、「Lidea」に蓄積された情報を活用して、様々な形でお客様とのコミュニケーションを深めていきます。



[\[Lidea\]https://lidea.today/](https://lidea.today/)

サステナビリティ コミュニケーション冊子の発行

当社は生活者の皆様に、ライオンのサステナビリティへの取り組みを楽しく、簡単に理解してもらうことを目的にコミュニケーション冊子「数字で見る 暮らしのたいせつ」を制作しています。皆様の暮らしに密接に関係のある様々な社会課題を、数字を使って示すとともに、ライオンが商品づくり・啓発活動・情報発信を通じてその解決に取り組んでいることを紹介しています。生活者の皆様との接点がある、健康、清潔・衛生、エコ(地球環境)に関する様々なイベントで配付しています。



視覚障がい者の皆様へ

視覚障がい者の方々に

さまざまなメディアで各種の情報を提供

情報提供のはじまり

ライオンでは洗剤やハミガキ、ハブラシ、シャンプー、住居用洗剤など毎日家庭で身近に使用される家庭用品を全国に提供しており、すべてのお客様に製品とその情報を提供する事が当社の使命と考えております。



> [情報提供のはじまり](#)

「さわってわかる歯みがきの本」のご紹介

ライオンでは、大日本印刷株式会社と共同で、“触図”入りユニバーサルデザイン健康読本「さわってわかる歯みがきの本」を発行しています。



> [「さわってわかる歯みがきの本」のご紹介](#)

製品のバリアフリー

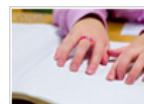
“バリアフリー”の視点を取り入れて開発した製品や、視覚障がいの方が実際に使ってみて便利に感じた製品をご紹介します。



> [製品のバリアフリー](#)

活動の履歴

これまで行ってきた視覚障がい者向け活動の内容を時系列に掲載しています。



> [活動の履歴](#)