

商品を通じた新しい環境コミュニケーションの推進

背景

当社では従来より環境への取り組みを積極的に推進してきましたが、生活者や従業員を含めたステークホルダーにさらに伝える必要性を認識しています。2012年に実施した外部の専門家とのダイアログでも、消費者が環境に配慮した商品を選択できるように、企業が十分な説明をすることが期待されるとの意見がありました。

そこで、最も重要なステークホルダーである生活者に、商品を通じて環境配慮の重要性を啓発するため、製品のライフサイクルの視点から評価項目を見直した新しいエコ商品の基準を設定するとともに、エコ商品に付与する環境ロゴと環境ラベルを設定し、新たな環境コミュニケーションを開始しました。

環境ロゴ・環境ラベルの設定

新たに設定した「環境ロゴ」は、企業スローガン「今日を愛する。」の考えに則った環境メッセージ「ライオンの環境への想い」を端的に表した環境スローガン「暮らし、まいにち、エコ。」と環境マークを合わせて表現しています。

なお、「環境ロゴ」に、環境説明文を併記したものを環境ラベルとし、「ライオンエコ基準」を達成した製品に、順次表示しています。

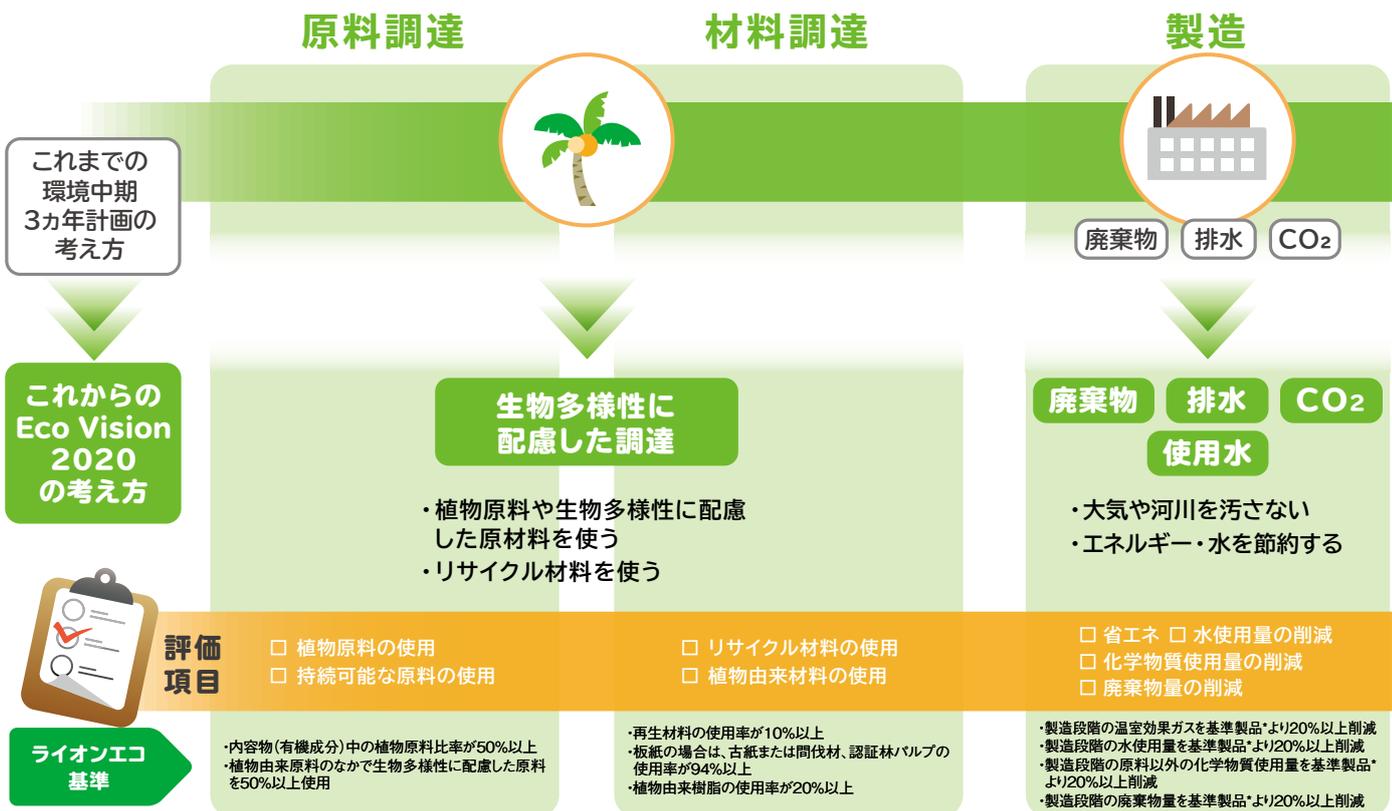


<ライオンエコ基準について>

製品の原材料調達から廃棄までの各段階における環境負荷を定量的に評価する、ライフサイクルアセスメント(LCA)の視点に基づく「ライオンエコ基準」を設定。各項目の評価基準をひとつ以上クリアしたものを「エコ商品」と規定しています。

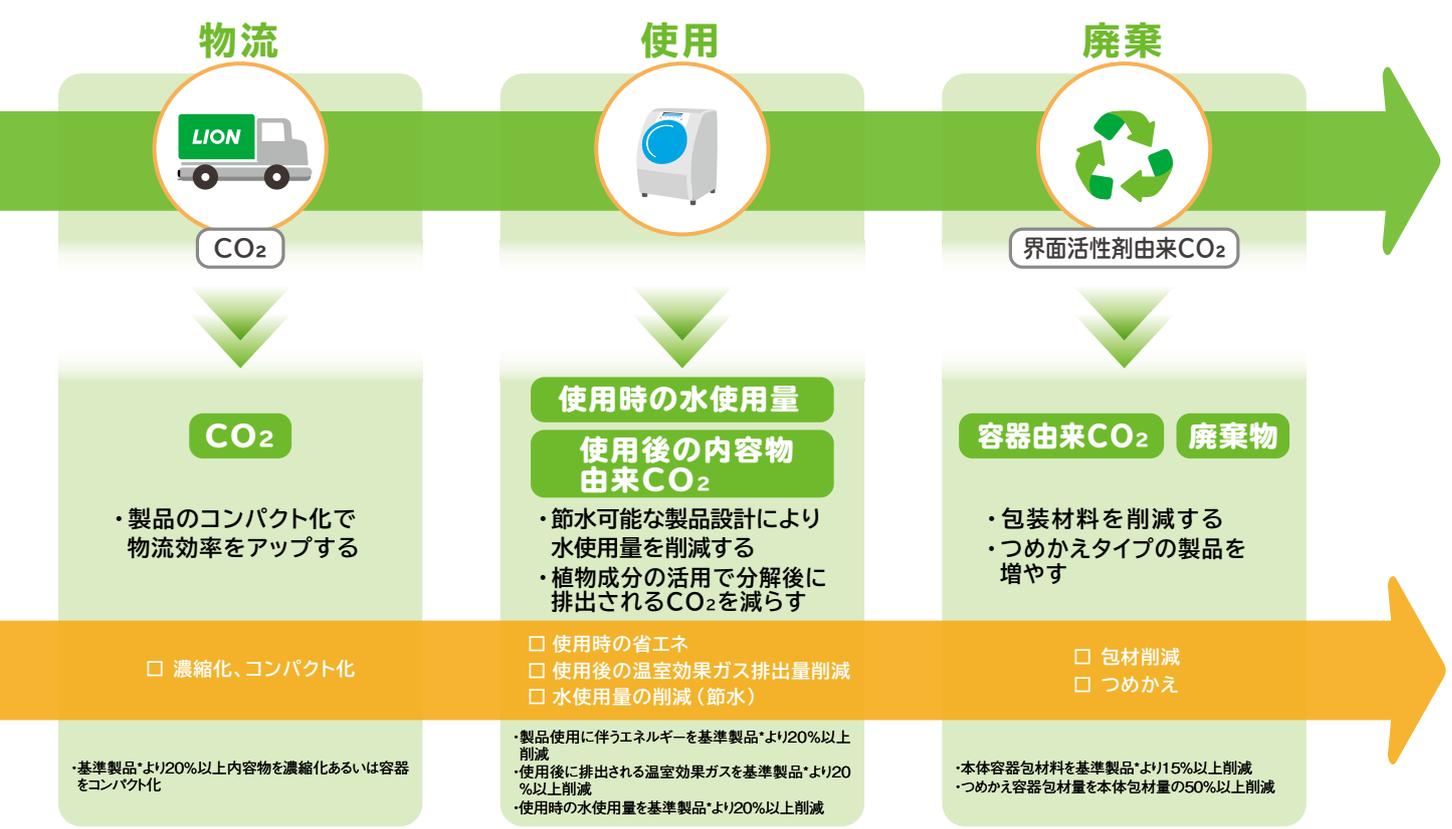
● ライオンエコ基準の評価項目と基準の見直し

～ 製品のライフサイクル視点から項目を設定 ～



環境メッセージ「ライオンの環境への想い」

心地よく暮らすことが、いつのまにか、エコにつながっている。
 暮らしのひとつひとつをエコにすることが、地球のエコにつながっている。
 それが、ライオンの考えるエコの在り方。
 だから私たちは、暮らしにどこかおむエコ製品をつくりつづけています。
 たとえば、CO₂を抑える再生可能な植物由来のモノづくり。
 たとえば、水環境を守り、水の使用量を抑えるモノづくり。
 小さなエコが一日一日積みかさなって、あなたの明日がエコになっていく。
 毎日つづけられるエコを。
 ライオンは、あなたに、地球に、約束します。



*基準製品:「Eco Vision 2020」の目標基準年である、2010年発売の製品

2013年の取り組み

環境アクション

当社は現在、「Vision2020」で掲げる目標の一つである「環境対応先進企業」を実現するため「Eco Vision 2020」を推進中です。同時に、当社の環境への取り組みをさまざまなステークホルダーに認知してもらうため、戦略的な環境コミュニケーション施策を継続的に行うことが重要です。その一環として開催されたイベントを紹介します。

1. 日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2013」に出展

2013年12月、東京ビックサイトで開催された日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2013」に出展しました。「製品の一生を通じた環境配慮」をテーマに、LCA*の考え方に基づき「(原材料を)えらぶ」「つくる」「はこぶ」「つかう」「すてる」の5つのコーナーを設置し、それぞれの段階における環境配慮を紹介しました。また、お客様に環境スローガンと環境ロゴを覚えていただくためのワークショップを実施しました。

当社のブースは、環境への配慮とわかりやすさに優れたブースに贈られる「エコ&デザインブース大賞 最優秀賞」を受賞しました。

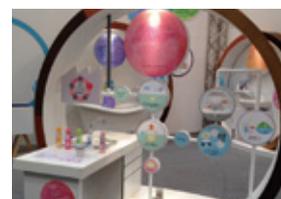
関連情報 P41

*製品の原材料調達から廃棄までの、各段階における環境負荷を定量的に評価する手法

ライオンブース



「えらぶ」のコーナーでは、植物原料の活用について紹介しました



「つくる」のコーナーでは、工場の排水処理設備について紹介。実際に、千葉工場で採取した水を展示しました

2. 「エコ・ファースト企業」3社共同で、環境セミナーを実施

2013年12月、グランフロント大阪で、積水ハウス(株)・ダイキン工業(株)・ライオンの3社による「くらしに役立つ「キレイ」セミナー～キレイなおうちで快適&エコくらしをご提案～」を開催しました。

このセミナーは、3社がともに「エコ・ファースト」認定企業であること、「くらし」や「すまい」に関係する事業を行っていることから実現したものです。各社のノウハウを生かした、家庭で簡単にできるさまざまなテクニックを紹介しました。

エコなお掃除の仕方を紹介するリビングケアマイスター(左)



キャラクター同士もコラボレーションしました

「暮らし、まいにち、エコ。」で、低炭素社会へ。 ～「Fun to Share」に賛同～

Fun to Share

▶URL▶ <http://funtoshare.env.go.jp/>

当社は、新しい環境スローガンを活用し、『暮らし、まいにち、エコ。』で、低炭素社会へ。を宣言し、環境省が提唱する新しい気候変動キャンペーン「Fun to Share」に賛同しました。環境対応先進企業を目指して、これまで以上に低炭素社会の実現に向けた取り組みを積極的に進めます。

<「Fun to Share」とは>

「Fun to Share」とは、これまで実施してきた「チャレンジ25」が生まれ変わったもので、最新の知恵をみんなで楽しくシェアしながら低炭素社会をつくっていこう、というキャンペーンです。2014年3月にはキックオフイベントが開催され、このキャンペーンに賛同する団体や自治体の代表が賛同宣言を行いました。



「Fun to Share」
ロゴマーク



「エコ・ファースト推進協議会」議長として賛同宣言を行う当社の社長 滝逸夫