

第三者所見

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

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

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

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

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

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

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

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

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



環境専門家
ESGアドバイザー

山口真奈美

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

ライオンから



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

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

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

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

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



常務取締役
CSR担当役員

笠松 孝安

編集後記

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

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

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



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

