

外部ステークホルダーからの声

地球環境問題に当社として対応すべき目標を設定するために、環境NGOの専門家とダイアログを実施しました。また、設定した目標をお客様と共有し、ともに達成することを目指し、環境コミュニケーションの専門家とのダイアログを実施しました。(2012年11~12月に実施)

1. テーマ「新環境目標Eco Vision 2020」



社団法人
コンサベーション・インターナショナル・ジャパン
代表

日比 保史様からの主なご意見

ライオンの新しい環境目標「Eco Vision 2020」は、網羅性、先進性が高く、定量性にも配慮されている。

ただし、海外の目標については、期中であっても絶対量目標を含めたより高い目標への見直し、改善を期待する。

ライオンは消費者の行動に影響を与えることができる立場にある。商品などを通じて、環境コミュニケーションをはかることが重要である。

2. テーマ「環境コミュニケーション」



社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
理事 環境委員長

大石 美奈子様からの主なご意見

企業から消費者へのコミュニケーションは、具体的でわかりやすいことが重要、「植物原料だから環境にやさしい」だけでは説明が不十分と思われる。

環境ラベルを活用する場合には、消費者が知らない、気がつかない情報もわかるように表示すること。「商品の一生」の一部だけではなく、すべての段階を考慮したうえで基準を設定することが望ましい。

消費者は共感して初めて行動を変えることができる。RSPO認証油を使うことで森林の生物多様性の保全に貢献できるなど、消費者の選択につながる情報を伝えることは企業の役割であり責任である。

ライオンがこれまで続けてきた教育現場での啓発活動にも期待する。

ステークホルダーダイアログを終えて

今回のダイアログを通じて、社外の方々から大変貴重なご意見をいただくことができました。

まず、新環境目標「Eco Vision 2020」が一定のレベルにあることを確認できました。さらに、今後に向けてのアドバイスとして、期中の目標追加などのご提案もいただきました。国内だけでなく海外での環境への取り組みのレベルアップが期待されていることをあらためて認識するとともに、期待に応えられるよう努めたいと考えています。

また、環境ラベルなどを通じてお客様とのコミュニケーションを深めていくことにより、共感を呼び、環境に配慮する行動につなげることができるというアドバイスがありました。コミュニケーションを強化して、持続的社会的の実現に貢献することが当社の重要な役割であると再認識し、今後いっそう注力していきます。