



## 消費者課題

### 目指す姿

# 安全で安心な商品づくりによる お客様満足への追求

## 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、製品企画、製品開発、生産、販売、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。

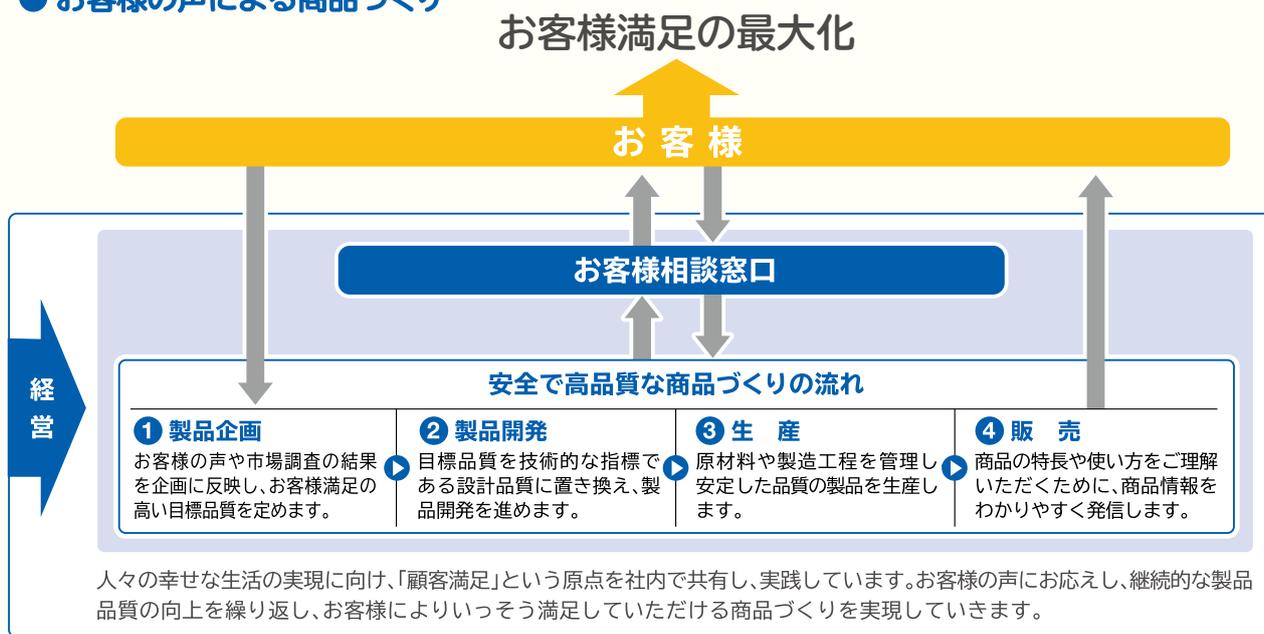
お客様からいただいた貴重なご意見などをもとに、ニーズをしっかりと把握して製品を企画し、製品開発

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品質保証体制の充実

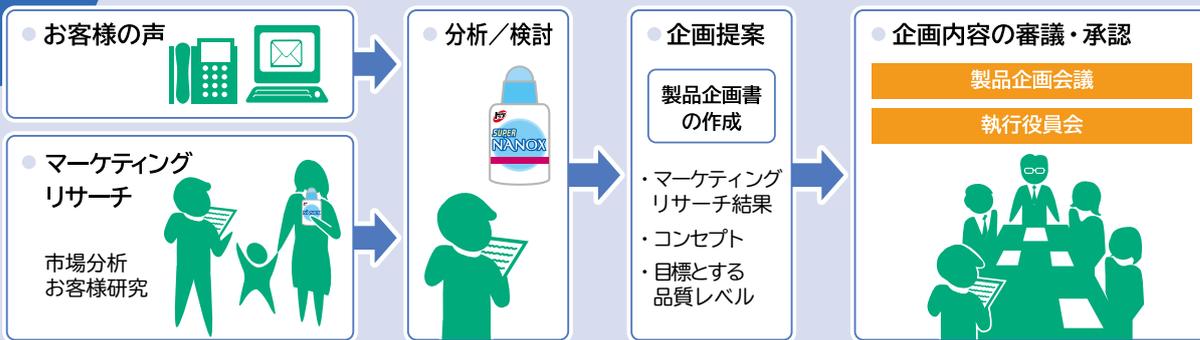
### 国内・海外における、安全で高品質な商品づくりの仕組みの充実

「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、2008年に制定した「品質方針」に基づく品質保証体制を整え、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年に、日用雑貨から医薬品、食品までの広範囲な分野に加え、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

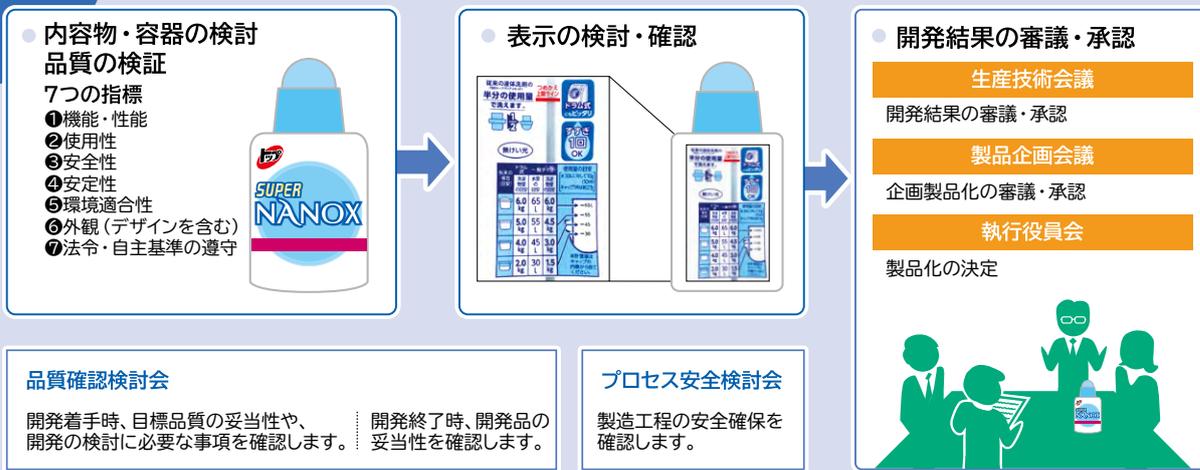
を構築するため、「薬事・品質保証部」（薬事部と品質保証部を一本化）を設立しました。機能性食品事業の伸長や国内外のグループ会社の事業規模の拡大にともなって多様化するお客様の要望や、社会的な品質要求レベルの高まりに応え、安全で高品質な商品をお客様にお届けします。

# ● 安全で高品質な商品づくり

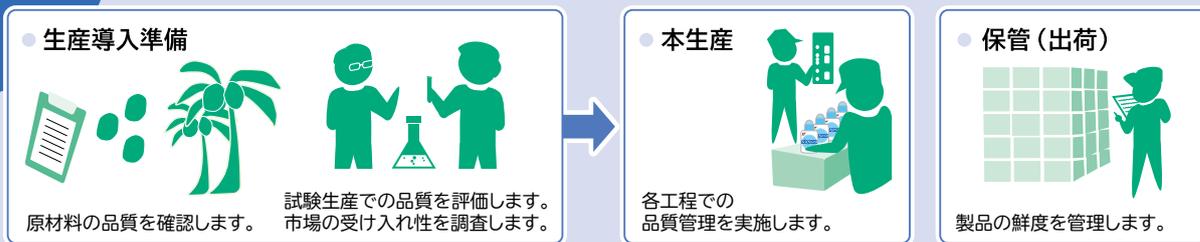
## ① 製品企画 お客様により満足していただける商品を企画



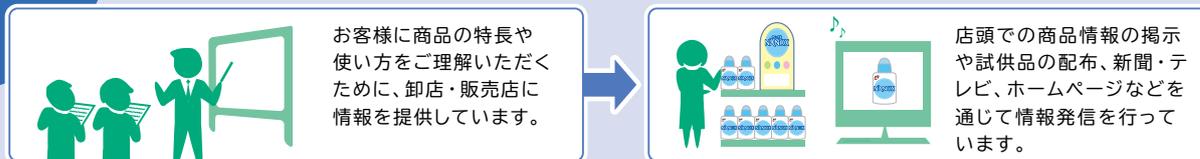
## ② 製品開発 品質・安全に留意した製品の具現化



## 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

お客様に商品を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・食品、医薬部外品・化粧品、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。

### 商品使用時の安全性

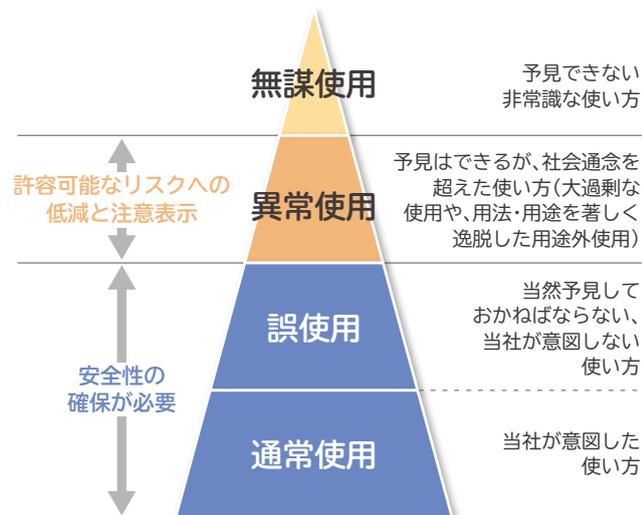
お客様のさまざまな商品の使い方や弱者の方々に配慮し、製品設計にてリスクを回避するという考えのもと、製品の安全性評価を実施しています。

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にて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



## ● 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ると思われるものはVOC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。2015年は240件のVOCデイリーレターを発信しました。また、より積極的にお客様視点を事業活動に活用していくため、新システムを導入し、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などからも生活者の声を幅広く集め、解析が行える環境を整備しました。さらに、お客様の声の解析および発信を専任で行う組織を設け、各部門への情報発信力を強化しました。

[VOC] Voice of Customer(お客様の声)

[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。2016年2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。



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)

### 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『トマト酔生活 トマト酔飲料』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、今後も推進していきます。

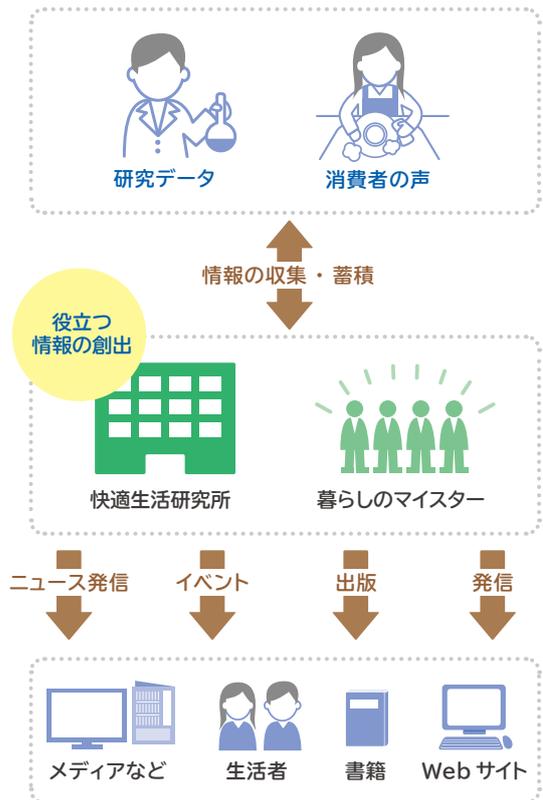
# 暮らしに役立つ生活情報の発信と啓発活動

## 健康で快適な生活に貢献する生活情報づくりと発信

ライオン快適生活研究所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。



お洗濯マスターによる実験の様子



### ● 生活情報サイト「Lidea」を活用したお客様とのコミュニケーション

Lideaは、「日々の暮らしを快適にする」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。

Lideaは2つのコンテンツから成り、専門知識を持つ5人の生活情報のスペシャリスト「暮らしのマスター」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。



ライオン Lidea  検索

URL <https://lidea.today>

#### 暮らしの課題解決コンテンツ

暮らしのアイデア

暮らしのマスターが、日々の暮らしで生じる疑問や悩みを解決する方法をお届けします。

#### みんなのハテナ

暮らしのマスターが、日々の暮らしで生じる疑問や悩みを解決する方法をお届けします。

#### 生活エンタメコンテンツ

新しいライフスタイルの提案や、自治体や企業とのコラボレーションにより、暮らしを彩るアイデアを提供します。

#### 暮らしのマスターが行く!

新しいライフスタイルの提案や、自治体や企業とのコラボレーションにより、暮らしを彩るアイデアを提供します。

### Topics

#### 生活者向けCSRコミュニケーション冊子の発行

生活者向けのCSR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2016年3月に発行しました。この冊子は生活者にライオンのCSRを楽しく、簡単に理解してもらうことを目的に制作しました。生活者の暮らしに密接に関係のあるさまざまな社会課題を、数字を使って示すとともに、ライオンが商品・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。あわせて、生活者の暮らしに役立つ情報を掲載しています。

生活者との接点がある、清潔・健康・快適に関するさまざまなイベントで配付しています。



「数字で見る暮らしのたいせつ」  
URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/report/>



【口腔保健の社会課題】

## 持続可能な社会の発展に貢献する商品・情報の提供

### 社会・環境への負荷の小さい商品の開発と啓発活動

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。

容器・包装材料の削減については、製品のライフサイクルの視点から評価項目を設定した「ライオン エコ基準」の「材料調達」、「物流」、「廃棄」の各段階に、該当する評価項目を定めています。

[ライオンエコ基準]

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



### ● 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、2014年より「ライオン エコ基準」をクリアした商品に、「環境ロゴ」と環境説明を併記した「環境ラベル」を順次付与しています。

[暮らし、まいにち、エコ。] (エコ商品の紹介)

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

### ● 「環境ラベル」付与商品例



『CHARMY Magica』本体



『トップスーパーNANOX』本体・つめかえ



『トッププラチナクリア』



## 情報セキュリティ対策の推進

### 個人情報保護と情報漏えい予防への取り組み

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。

2015年には、社内の情報管理体制の強化を目的に、関連規程の改定や、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-ラーニングを全従業員が実施しました。

[ライオングループ ソーシャルメディアポリシー]

URL <http://www.lion.co.jp/smp.htm>

### 🌐 Webサイトのご紹介

お客様とともに（消費者課題）

<http://www.lion.co.jp/ja/csr/consumer/>

