

2018年 Highlight

Highlightページでは、中期経営計画「LIVE計画」の基本戦略に沿って、初年度に推進した「オーラルケア習慣のReDesign」と、その実行を担う人材づくりのうち、特長的な「働きがい改革」を紹介します。

ReDesign

Highlight 1 オーラルケア習慣のReDesign (リ・デザイン)

関連するSDGs



ライオンの取り組みの背景:LIVE計画①新価値創造による事業の拡張・進化
オーラルケアからオーラルヘルスケアへ

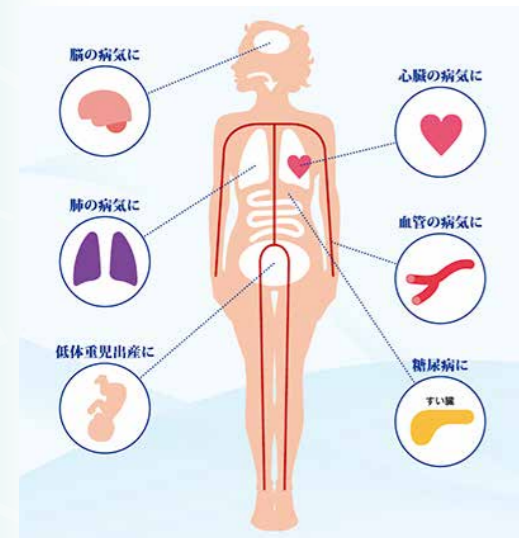
全身の健康はお口の健康から

歯周病は全身の健康に影響することが、報告されています(※図1)。また、定期的な歯科健診の受診により、医療費低減効果も報告されています(※図2)。

歯の残存数が少ないと楽しく話すことや美味しく食べることが困難になり、毎日のQOL(Quality of Life:生活の質)の低下にもつながります。

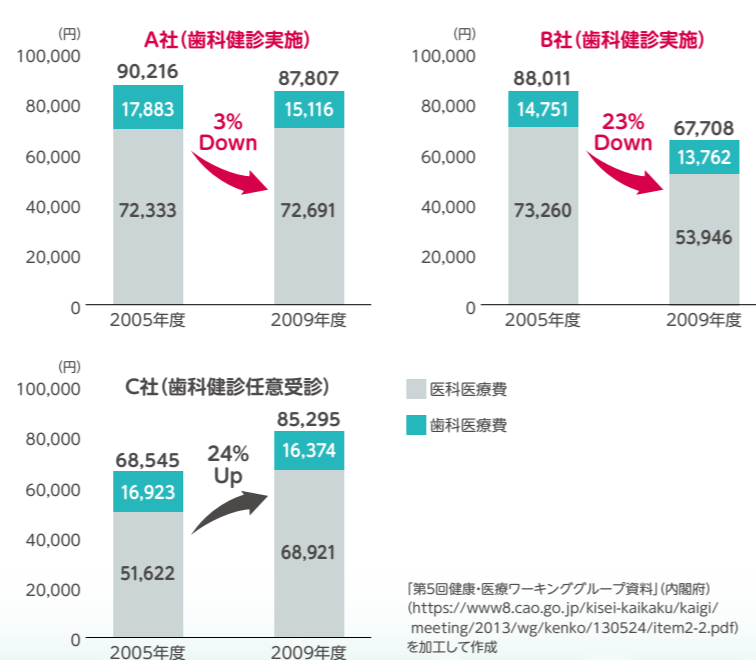
ライオンは、口腔内を健康な状態に保つことが、「健康寿命の延伸」や「Well-Beingな毎日」の実現に寄与するという考えのもと、オーラルケアを口腔衛生にとどまらず、オーラルヘルスケアを通じて、人々の全身の健康のお役に立ち一人ひとりの「心と身体のヘルスケア」を実現したいと考えています。

※図1 歯周病と全身の健康との関連



参考:8020推進財団発行小冊子「歯とお口のケアからはじまる健康長寿」
<https://www.8020zaidan.or.jp/pdf/care.pdf>

※図2 歯科健診による医療費低減効果



オーラルケア習慣の定着化に向けた取り組み

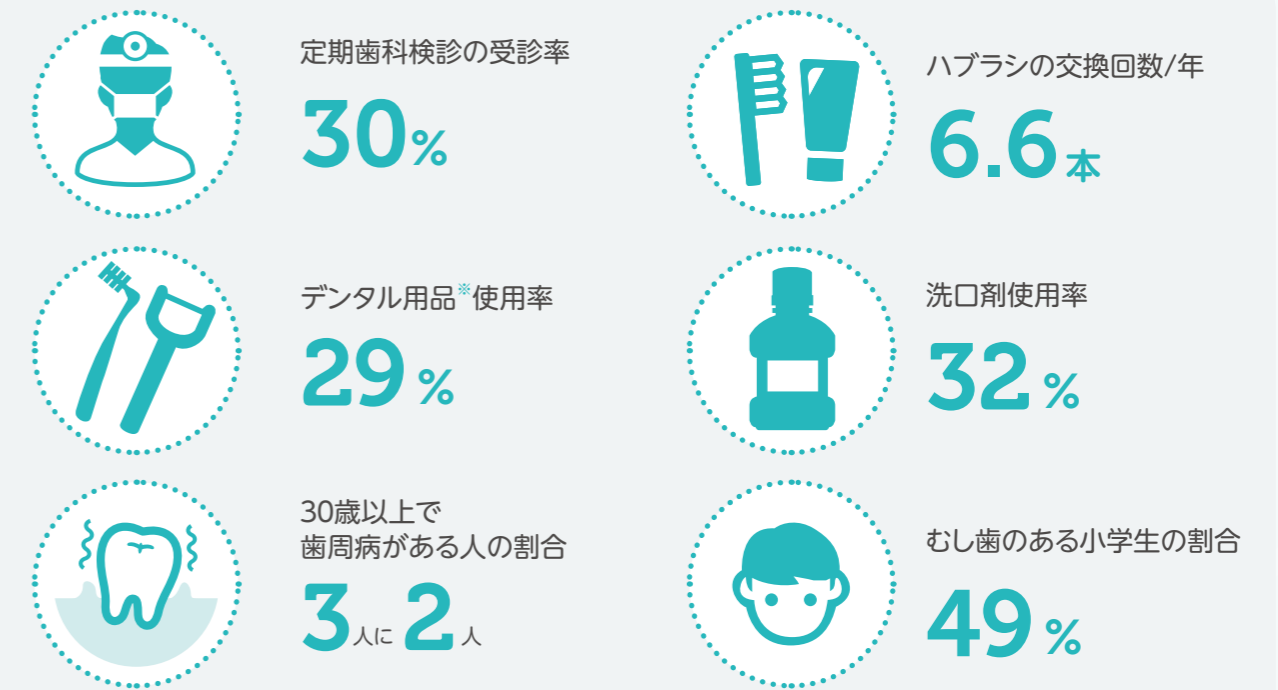
習慣化のために必要なこと

ライオンは、オーラルケアに関する現状(※図3)を改善し、一人ひとりの「心と身体のヘルスケア」を実現するためには、オーラルケア習慣の定着が何よりも重要と考えています。

「1日3回歯を磨きましょう」などの義務的な伝え方では定着しにくいので、まずはその習慣を身に付けることの意義や大切さを理解してもらうことが第1ステップであり、そのためのコンテンツや根拠を分かりやすく発信しています。

第2ステップは習慣の定着化です。ライオンは毎日の習慣を簡単で、さりげなく、そして楽しくて思わずやりたくなるような「習慣のリ・デザイン」に取り組んでいます。

※図3 オーラルケアに関する生活者の現状



出典:厚生労働省「平成28年歯科疾患実態調査」、文部科学省「平成28年度学校保健統計調査」、当社「2017年オーラルケア実態調査」より
※デンタルフロス、歯間ブラシなどの歯間清掃用具

「予防歯科」の推進

健康な口腔そして身体づくりの源は「予防」すなわち「健康な生活習慣の定着」にあると考え、ライオンは1896年の歯みがき事業開始以来、国民の口腔環境の改善のため、オーラルケア習慣の文化創りを進めてきました。

近年では、オーラルケア習慣の普及・定着を目指し、ハブラシやハミガキに限らず、相対的に使用率の低い洗口剤やデンタル用品などの開発・使用促進、行政や歯科医院と連携した啓発活動などを通じて、「予防歯科」の考え方(※図4)を社会へ提唱してきました。歯科医院での「プロケア」と歯科医師などの指導に基づく「セルフケア」を組み合わせることで、口腔内の健康レベルをより高い次元での維持を目指しています。



※図4 ライオンの予防歯科の考え方

「予防歯科」とは、むし歯などになってから治療するのではなく、なる前の「予防」を大切に考える考え方です。歯科医院などでの「プロケア」と毎日の「セルフケア」の両方を継続して実践することが大切です。

デンタルフロス使用促進

2018年は「あなたの予防歯科を一步前へ」をテーマに、デンタルフロスやコミュニケーション、啓発活動を推進し、予防歯科の必要性や効果を伝えていく取り組みを一層進めました。

●デンタルフロス使用率の向上

多くの歯科医師や歯科衛生士が、デンタルフロスを習慣的に使用することを積極的に推奨しています。しかし、日本国内でのデンタルフロス使用者は約3割に留まっています*。

「うまく使えるか分からない(30%)」「挿入しづらそう(24%)」などの不安理由から、使用をためらったり、使用を止めてしまう人がいるため、この不安やイメージを払拭する必要があります(2017年当社調べ)。

*デンタルフロス使用率(糸巻きタイプ:25%、ホルダータイプ:15%)
当社「オーラルケア実態調査」2018年 女性のみ



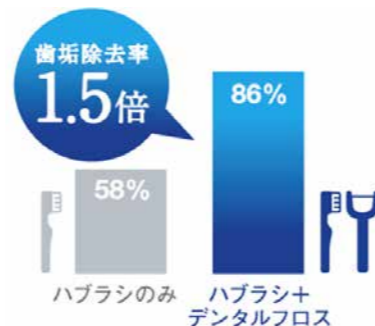
デンタルフロス

●ハブラシとデンタルフロス併用の必要性の啓発

セルフケアのポイントの一つに、「歯垢を残さず落とすこと」があります。歯と歯の間の歯垢は、ハブラシのみでは約6割しか落とせません(※図5)。しかし、ハブラシとデンタルフロスを併用することで、歯垢除去率が1.5倍に向上します。

そこで当社は、歯間にスルッと通って初心者にも使いやすいデンタルフロスを開発しました。同時にデンタル用品の使用を促進するため、新しいコミュニケーションを開始しました。

※図5 ハブラシのみの歯垢除去率



出典: 山本ほか:日歯周誌、1975

大人へのアプローチ施策

デンタルフロスって「なんだかむずかしそう…」と感じているフロス初心者の方に対して、「使いやすい(糸が挿入しやすい)」にこだわった初心者向けの商品を発売(2018年7月)。あわせて、お笑い芸人を活用したSNS話題化施策を展開して、1日で100万回を超える動画再生を達成し、一人でも多くの方にフロスに興味をもていただく活動をスタートしました。



子どもへのアプローチ施策

ライオンは1932年から「全国小学生歯みがき大会」を毎年開催し、健康的な生活習慣を身につける大切な時期である小学生に対して、歯と口の健康づくりを応援しています。実習を通じて楽しく学び、歯並びに合わせた歯の磨き方やデンタルフロスの使い方が身につきます。今後も小学生に生活習慣の改善により、健康は自分自身の行動と関連しているという意識を育て、望ましい習慣を継続することの大切さの理解浸透をはかっていきます。

コラム

オーラルケアの新しい体験型アクティビティ「Kid's 歯ッカソン」



「Kid's 歯ッカソン」とは、「お口のケアや歯みがき」をテーマに課題の発見と解決に向けて、児童が「主体的・協働的」に学ぶための取り組みで、これまでに、札幌市と東京の小学校で実証実験を行ってきました。このプログラムを通して、歯と口の健康についてはもとより、それ以外のことでも自発的に考え、解決策を考える姿勢が身につくことを目的としています。子どもの頃に身についたよい健康習慣は、一生の財産になると考え、ライオンはこれからも取り組んでいきます。



<https://www.lion-hackathon.jp/>

定期的なハブラシ交換とリサイクルの促進

●「お口がいい!」と「環境にもいい!」の実現でSDGsにも貢献

当社は、オーラルケアのリーディングカンパニーとして、創業以来、生活者のオーラルケア習慣の普及定着活動に取り組んできました。近年では、海洋プラスチック問題などへの対応が大きな社会課題となっており、リサイ

クルはメーカーである当社の課題でもあります。当社事業の中で製品プラスチックの使用量が一番多いハブラシを通じて、生活者の健康な習慣づくりと同時に、環境負荷低減にもつながる仕組みに取り組んでいます。



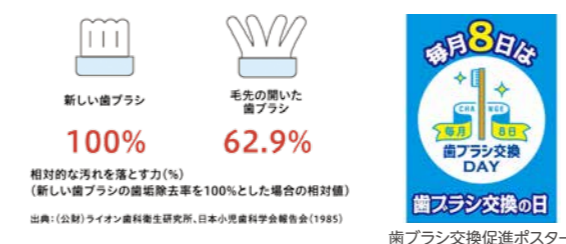
人と地球の健やかな未来に向けて

●ハブラシ交換デーの制定

ハブラシは使い続けると毛先がひらき、刷掃力が低下します(※図6)。当社調べによると、ハブラシを毎月1回交換する生活者は約4割しかいません。交換しない理由として、「まだ使える」「もったいない」や「刷掃力が低下することを知らない」などが上げられます。

※個人差はありますが、交換は月1回を目安とすることをおすすめしています。

※図6 ハブラシの毛の開き具合と歯垢除去率



歯ブラシ交換促進ポスター

2018年2月より毎月8日を「歯ブラシ交換デー※」とし、毎月1回定期的にハブラシを交換することを呼びかける活動をスタートしました。

この取り組みを広げるため、お取引先様と連携し、店頭で毎月8日にハブラシ交換を知らせるPOPを展開したり、歯科医院に定期的なハブラシ交換を推奨するポスターを掲示するなど、毎月1回のハブラシ交換を促しています。活動初年度での「歯ブラシ交換デー」の認知率は7%(当社調べ)になりました。

今後も、ライオンは月1回のハブラシ交換が当たり前の習慣となるよう、お取引先様や歯科医院などとともに、ハブラシ交換を促進させる活動を継続していきます。

※2017年12月27日、一般社団法人日本記念日協会の認定を受け、新たな記念日として制定されています。



店頭イメージ

●ハブラシリサイクルの推進

ハブラシ交換の普及により、ハブラシの交換頻度が増えることは、廃棄物の増加につながる懸念があります。

そこで、ライオンは近年の海洋プラスチック問題にも配慮し、テラサイクル社と協働して、今までごみにしかならなかった使用済みハブラシを回収してリサイクルする「ハブラシ回収リサイクルプログラム」*をアジアではじめて開始しました。ハブラシリサイクルに協力いただける生活者一人ひとりも大事なパートナーという考えのもと、「資源循環型社会」を目指して回収拠点数 455拠点(2019年5月末時点)歩を進めています。

※「ハブラシ回収リサイクルプログラム」とは

- プログラムへの参加はとても簡単且つ無料です。
- ①個人・学校・団体などの単位で事前にアカウント登録
- ②回収ボックスなどを設置し、使用済みのハブラシを集める
- ③発送依頼をすると、翌々営業日までに指定運送業者が集荷
- ④埋立地や焼却所に送られることなく、植木鉢などの新しいプラスチック製品に生まれ変わります



特典として、回収協力者には、発送したハブラシの重量に応じてポイントが付与されそのポイントを利用して、テラサイクルのリサイクルプログラムで実現したプラスチック製品との交換や、任意のチャリティー(NPO法人等の慈善事業団体)に寄付金として寄付することができます。

<https://www.lion.co.jp/ja/company/press/2015/1440>

今後も、「お口がいい!」「環境にもいい!」の実現により、人と地球の健やかな未来に向けて取り組んでいきます。

ライオンのサステナビリティ
2018年 Highlight
環境
人権
労働慣行
公正な事業慣行
消費者課題
コミュニティへの参画
組織統治

テクノロジー活用による口腔状態の見える化

デジタル技術が目覚ましい発展を見せる中、ライオンではAI(人工知能)等を取り入れた新しいオーラルケア習慣の創出とサービスの向上を目指し、「口腔状態の見える化」に取り組んでいます。

こうした技術を活用するメリットは、スマートフォン等を通じ、より多くの生活者が、いつでも簡単に使用できることです。「口腔状態の見える化」により、適切なオーラルケアの方法や知識の理解を深め、正しいオーラルケアの習

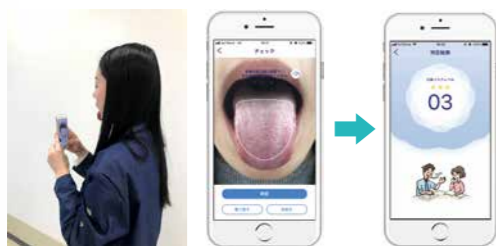
① 口臭ケアサポートアプリ「RePERO」



● 舌の画像解析で口臭リスクを判定

口臭は自分では気がつきにくく不安なもので、コミュニケーション上の妨げにもなりかねません。そこでライオンは口臭予防のための新習慣として、口臭ケアサポートアプリ「RePERO(リペロ)」を開発しました。

スマートフォンで舌を撮影すると、口臭の研究で蓄積した当社のデータをもとに、舌の色などの要素をAIが複合的に、口臭リスクを5段階で判定します。判定結果とともに口臭ケアの方法や口臭に関する豆知識を提供しています。



※当社が保有するデータをもとに、AIベンダーである「富士通クラウドテクノロジーズ株」のAI活用支援のサービスとヘルスケアに関するアプリを開発している「株式会社エムティアイ」のサービスを利用して開発しました。

慣化をサポートすることができると考えています。

2018年は、AIやIoTの展示会などにも積極的に出展し、開発中のサービスをお試し頂きました。また、予防歯科の推進に向けて、多項目・短時間唾液検査システム「SMT」の更なる導入をすすめてきました。ライオンでは、こうした体験を契機としたオーラルケアの習慣の定着を「習慣のリ・デザイン」とし、日々の生活習慣をもっとさりげなく、楽しく、前向きなものにするため積極的に推進し、QOLの向上につなげています。

● 目指すのはコミュニケーションの活性化

口臭ケアにはまず口臭に対して「気付き」を得て、オーラルケアを習慣化することが大切です。口臭リスクの可視化により適切に対処でき、対人関係における口臭に対する不安が軽減されることが期待できます。それによって、接客時や商談・会議時、また親子や祖父母・孫間等のコミュニケーションが活発にはかれることによる心の満足に貢献していきます。

● 「BtoB」事業化に向けて

2018年10月より約1ヵ月間、口臭ケアが売上などに直結する接客業に従事する方々を対象に試作した「RePERO」の実証実験を行いました。検証の結果、有効と判断したため、今後は本アプリを主に接客業等を対象に「BtoB」事業として実用化を目指します。

② Webコンテンツ「歯ぐきチェックツール」



Webコンテンツ「歯ぐきチェックツール」[※]は、スマートフォンなどで撮影した画像を、AIで解析し、歯ぐきの状態をチェックできるコンテンツです。

歯ぐきのチェックと同時に、オーラルケアに関する知識や方法、自分に合ったブランドやアイテムのアドバイスなども提供し、予防歯科への関心を高めることを目指しています。

これにより、歯ぐきの状態変化に早く気づき、セルフケアの実践だけでなく、歯科医院での受診率を高めることなどが期待できます。今後も、技術の向上につとめ、サービス開発・実用化を目指します。

※2019年8月以降に開始予定です



ライオンが進める新たな価値の創出に向けて② 「No Maps」への出展

2018年10月、ライオンは「No Maps」[※]で、開発中の「歯ぐきチェックツール」などの新サービスの実証実験を行いました。お客様に体験頂き意見を頂くことで、商品やサービスのスピーディかつ効率的な価値開発を狙いとしています。お客様からは想定外の反応があったり、改善のヒントを頂くなど、新たなサービスの開発やビジネス化に繋がる多くのご意見を頂きました。

※クリエイティブな発想や技術で、次の社会を創ろうとする人たちのためのコンベンション(人・情報・知識・モノなどの交流の場)。

Sapporo Creative Convention



「歯ぐきチェックツール」を体験いただいている様子

③ 多項目・短時間唾液検査システム「SMT(Salivary Multi Test)」

SMTは3mlの蒸留水で洗口することで唾液を採取し、歯や口の健康に関係する6つの項目(むし歯菌、酸性度、緩衝能、白血球、タンパク質、アンモニア)を5分間で測定することができる装置です。そのため、歯科健診などを行う際、歯科医師や歯科衛生士はその場で患者に結果をフィードバックできます。また患者は自分の口の中の状態がわかることで、予防歯科に取り組むきっかけとなります。

更に、ライオンの特長的な施策として、社内での歯科健診に取り入れ、従業員のオーラルケア習慣の定着に活用しています。



唾液を採取



洗口吐出液を試験紙に点着して測定



検査システムの結果シート

今後もライオンは、AIやIoTに象徴されるデジタル技術の劇的な進歩による人々の生活の著しい変化の中で、時代の先端を行くさまざまなテクノロジーやサービスの新結合により、口腔状態の見える化をはかることで、「習慣のリ・デザイン」を推し進めていきます。

ライオンが進める新たな価値の創出に向けて①

「CEATEC JAPAN 2018」[※]への出展

2018年10月、「CEATEC JAPAN 2018」で、口臭ケアサポートアプリ「RePERO」を展示し、お客様に本アプリのプロト版を実際に体験頂きました。

お客様からは、「自身の口腔状態がすぐに分かり、口臭ケアの豆知識も発信してもらえるため使ってみよう」など、多くのご好評の声を頂きました。アプリの体験を通してお客様のオーラルケア習慣が定着し、口臭不安のない豊かな、コミュニケーションの創出につなげていきます。



「RePERO」の操作方法を紹介している様子

※毎年10月に開催されるアジア最大級の規模を誇るIT技術とエレクトロニクスの国際展示会

ライオンの取り組みの背景:

LIVE計画②グローバルライゼーションによる海外事業の成長加速

海外ライオングループの オーラルケア習慣の普及に向けた取り組み

ライオンは「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニー」の実現を目指し、「グローバルライゼーション」による海外事業の成長加速に全力を注いでいます。特に、当社の強みであるオーラルケア活動により、アジアの人々の歯とお口の健康維持・改善やQOLの向上に取り組んでいます。

※グローバル化とローカル化の融合のことで、各国・地域の生活者ニーズにしっかりと対応しながら事業のグローバル展開を推進。

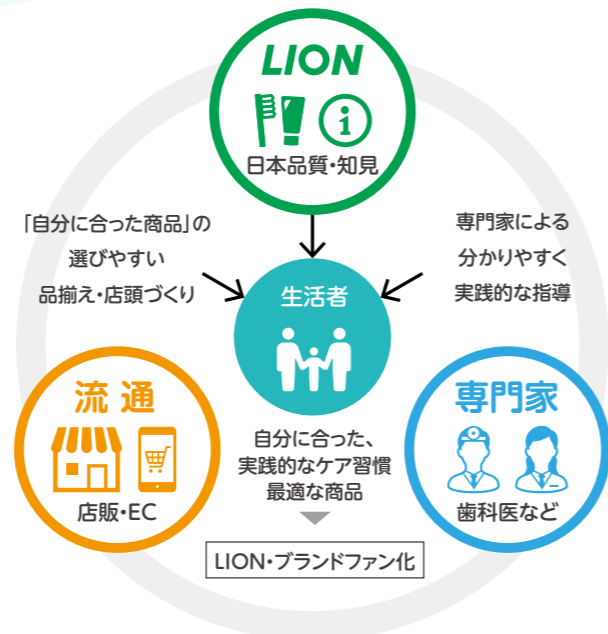


● Preventive Dentistry 活動の推進

オーラルケアの習慣や普及状況は国によって異なります。特に、当社が事業展開しているアジア(※図1)では、習慣の普及状態にバラつきがあり、むし歯や歯周病罹患率が高い国や地域もあります。ライオンは2018年から海外グループ各社とともに、日本の「予防歯科」をコンセプトにした啓発活動「Preventive Dentistry活動」(※図2)を推進しています。

※図1 当社が事業展開しているアジア

※図2 予防歯科の啓発活動「Preventive Dentistry活動」



「Preventive Dentistry活動」とは、生活者との接点である①歯科・育児の専門家、②流通、③ライオンの3者が連携して、お客様に新しい価値を提供する取り組みです。歯科・育児の専門家や歯科医とライオンの共通メッセージである「予防歯科」の重要性について、店頭等のさまざまな接点を通じて発信し、自分に合ったケアに最適な商品の情報を分かりやすく提供しています。さまざまなオーラルケア情報を伝えることで、オーラルケア習慣を定着化させ、ライオン商品を身近に感じ「ライオン・ブランド」のファンになってもらうことが目的です。

「Preventive Dentistry活動」の推進にあたっては、今後の経済発展、高齢化、健康志向の高まりが見込まれるマレーシア、中国からスタートしました*。

※ その他の国の取り組み活動についてはWEBをご覧ください
<https://www.lion.co.jp/ja/csr/community/overseas/>

プラークコントロールによる オーラルケア

課題: 歯周病罹患率 94%
出典: マレーシア保健省 2014

マレーシアでの歯周病罹患率は94%ですが、生活者の罹患認知はまだ低いと言われており、歯科専門家とともに歯周病の認知を上げ、正しいオーラルケアを伝えていくことが必要であると私たちは考えています。

マレーシアにある当社の海外グループ会社・サザンライオンは、歯周病予防を訴求するブランドとして「Systema」を商品展開しています。歯周病の認知を生活者に高めていくためには、歯科専門家との密接な協力関係を築くことが不可欠と考え、マレーシア歯科学会(MDA)が主催する歯科専門家向けの展示会等に「Systema」のブースを継続的に出展しています。2018年1月の展示会では、3日間で約1,000名の歯科専門家が来場し「Systema」のサンプリングと商品説明を通じて、機能と価値を伝えることができました。

また、生活者と直に接することができる店頭においては、日本とマレーシアのマーケティング部門が共同で制作したPOPや情報発信ツールの活用や、推奨販売員を通じた歯周病予防などのセルフケアの啓発・促進活動を行っています。



Systemaカラーで統一したスタッフとブース



店頭でのお客様へのさまざまなアプローチ



幸せは歯から

課題: 歯周病罹患率 91%
出典: 「第四次全国口腔健康流行病学调查报告」
中华口腔医学会編(実査2015年)



オーラルケア情報を発信している冊子 © Benesse Corporation



© Benesse Corporation



現地で販売している子ども・大人用クリニカハミガキ

中国の歯周病罹患率は91%にもなりますが、人口一人当たりの歯科医院の数は日本の1/5であり、むし歯や歯周病に対する正しいケア方法を知らない人が多いという課題があります。

中国では近年、EC(インターネットを介した購入)市場の拡大に伴い、商品の購買場所が店頭からECへと移行しています。更に、長年続いていた一人っ子政策の影響により、子一人にかかる教育費等が高く、子ども向け通信教育も浸透しつつあります。子どもの頃から、通信教育を通じて正しいオーラルケア習慣を身につけることで、むし歯や歯周病の罹患率を下げることが期待できます。

このような背景から、青島ライオンは、育児・教育を専門事業とする民間企業と連携し、商品情報に加え、正しいオーラルケア定着を促す情報を幼児のいる家庭にネット配信しています。ECプラットフォームを流通のパートナーとし、日本のブランドとして信頼性・親和性が高く、大人用と子ども用に品揃えがある「クリニカ」を活用して、予防歯科活動を推進しています。

日本発のオーラルヘルスケア習慣をアジアへ

ライオングループは、今後も日本で培った製品開発や啓発活動の知見を活かし、流通、専門家との連携強化をはかりながら「Preventive Dentistry活動」を進化させ、アジアの人々の口腔と全身の健康の向上を目指して活動していきます。