

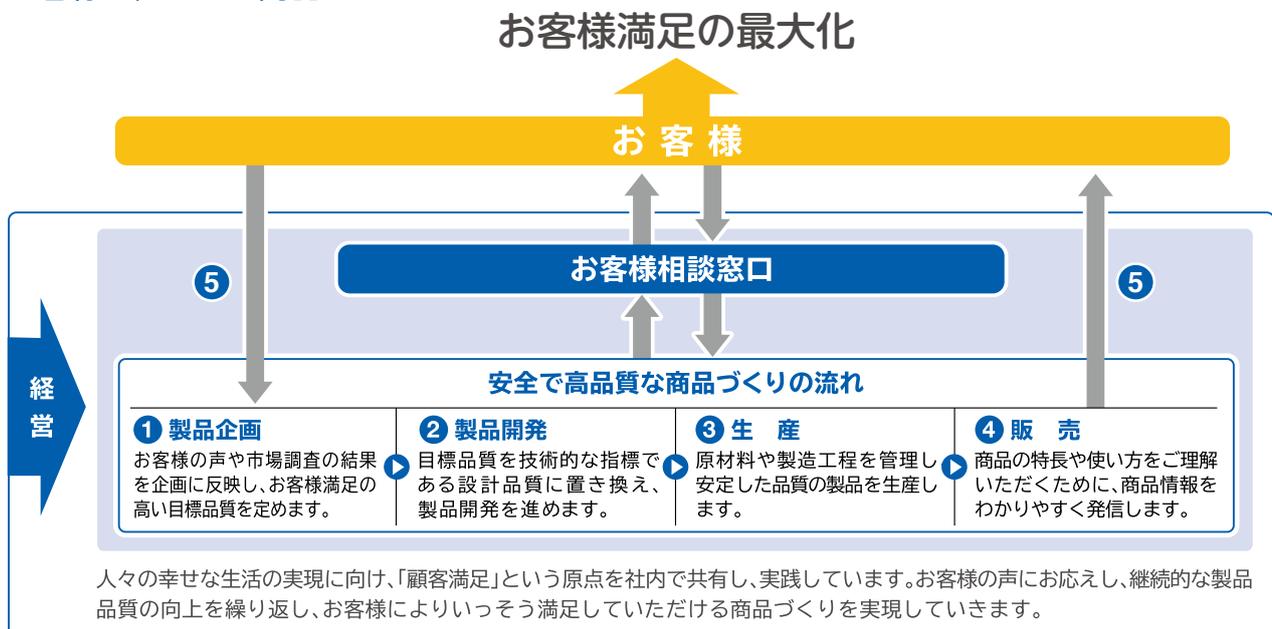


基本的な考え方

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、①製品企画、②製品開発、③生産、④販売、⑤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

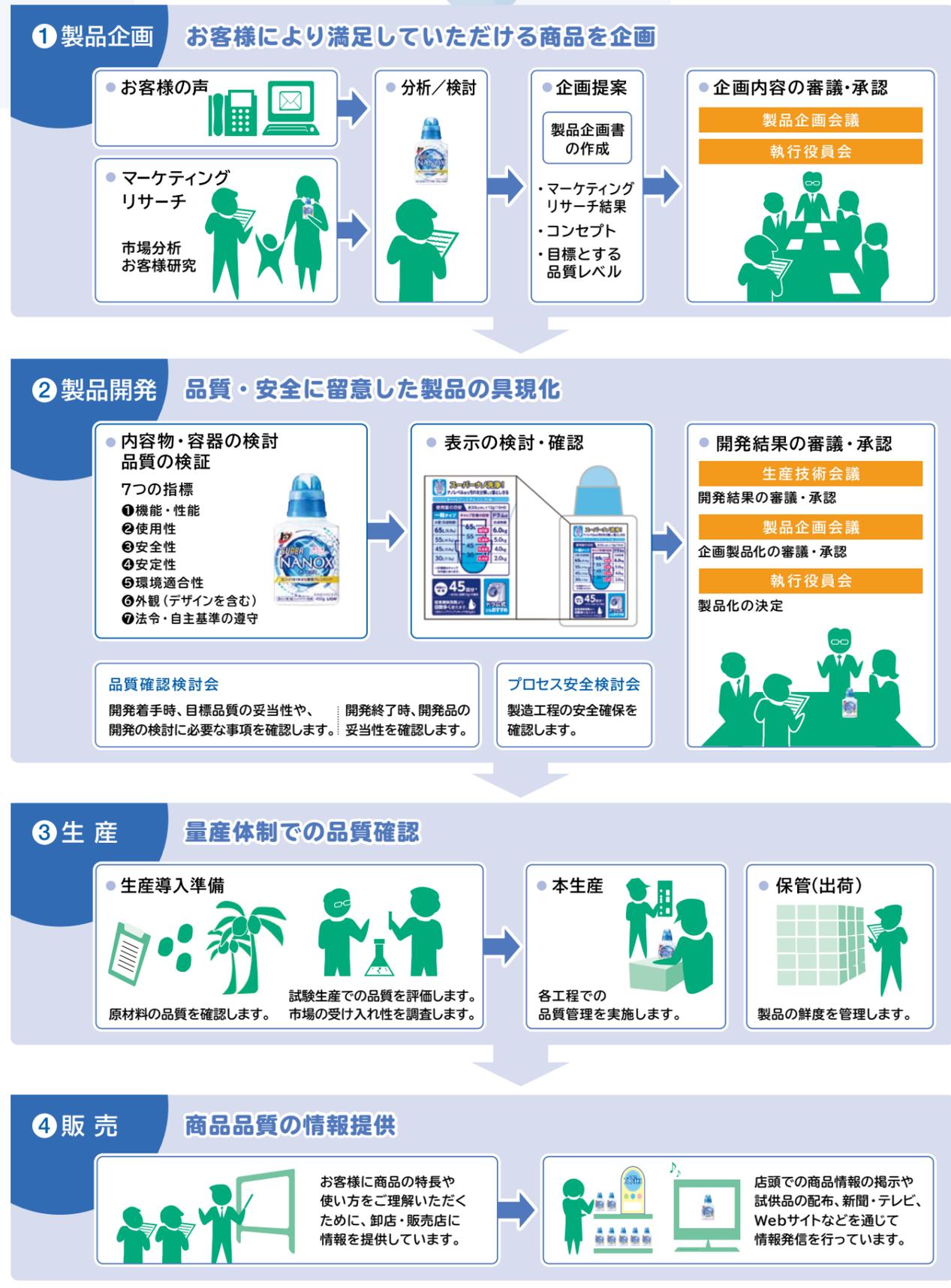


ライオングループの信頼性保証体制

「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、「品質方針」に基づき、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年設立の「薬事・品質保証部」では、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の構築を推進してきましたが、2018年より、サプライチェーン全体を対象として製品マネジメントシステムを

軸としたさらなる品質保証を目的に「信頼性保証部」を設立しました。

今後も、社会的な品質要求レベルの高まりや国内外のグループ会社の業容の拡大に伴って多様化するお客様の要望に応え、安全で高品質な製品をお客様にお届けします。



安全・安心への取り組み

お客様に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。

●原料及び材料の安全性

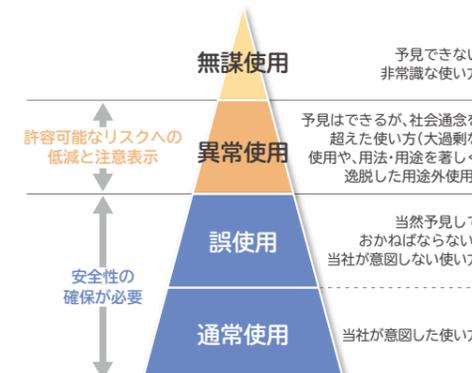
原材料は、まず安全性を調査確認した上で、さらに一定の品質を確保するためにサンプル評価や相手先調査などを実施後、使用の可否を決定します。使用に際しては、医薬品、医薬部外品・化粧品、食品、雑貨に区分し、それぞれの区分に見合った検査項目と試験法に基づいて品質検査を実施後、使用しています。

[www](https://www.lion.co.jp/ja/csr/consumer/quality/#area03) 原料及び材料の安全性
https://www.lion.co.jp/ja/csr/consumer/quality/#area03

●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社会的弱者の方々に配慮し、製品設計の段階で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の段階で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



広告管理体制の強化

当社は、販売するすべての商品(食品・医薬品含む)における責任ある宣伝・広告活動を目指し、広告管理体制の強化を推進しています。

- ①食品を含む当社全製品分野の広告チェック体制の強化
 - ②消費者庁などの行政相談の適宜実施
 - ③社員への法規教育の徹底
- 今後も責任ある広告活動推進に向けて広告管理体制の強化に努めます。

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や、日々接するお客様の声からの気づきをVOC※1デイ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。2018年は240件のVOCデイレターを発信しました。また、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※2などからも生活者の声を幅広く集め、解析をしています。さらに、お客様視点を事業活動に活用していくため、専任組織がお客様の声を分析し、社内の各部門へ積極的に情報発信しています。

※1 [VOC] Voice of Customer (お客様の声)
※2 [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。2018年12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。
※当社は2018年12月28日をもって殺虫剤ブランド「バルサン」をレック株式会社に譲渡いたしました。当該製品の自主回収につきましては引き続き当社が対応いたします。
https://www.lion.co.jp/ja/products/information/200708_01.php

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)

ライオンの
サステナビリティ
HighLight
2018年
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

暮らしに役立つ生活情報の発信と啓発活動

ライオン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。



暮らしのマスターによる、オールラウンドセミナー



生活者情報メディア「Lidea」(リディア)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。専門知識を持つ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。



Lideaに蓄積された情報を利用して、さまざまな形で生活者とのコミュニケーションを深めていきます。

生活情報を紙面にまとめ、生活者に提供



知って情報
生活者からお寄せいただくお問い合わせ内容などを分析し、ニーズに合わせた生活情報を紙面にまとめて提供しています。

生活者との双方向コミュニケーション



夫婦円満都市推進プロジェクト
イベントなどを開催し、生活者に対して直接情報を発信したり意見交換を行っています。

メディアを通じた情報発信の拡大



生活情報懇談会
TV・新聞・雑誌・Webなどの記者・編集者に対して、定期的に生活情報セミナーなどを開催しています。

海外の生活者への情報発信



海外グループ会社Webサイト
各国・地域の生活習慣に合わせた生活情報を海外グループ会社のWebサイトに掲載しています。

持続可能な社会の発展に貢献する商品・情報の提供

3Rの推進

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。

[www](https://www.lion.co.jp/ja/csr/ecolion/#sec2) [ライオン エコ基準] <https://www.lion.co.jp/ja/csr/ecolion/#sec2>



Renewable(持続可能な資源の活用)の推進

当社は、世界的な環境問題となっている「海洋プラスチック問題」への取り組みとして、容器・包装材料のプラスチック削減に向け、Renewable(リニューアブル:再生材および再生可能材の使用)と3Rとともに推進していきます。

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、製品ライフサイクルの視点から評価項目を設定しています。

情報セキュリティ対策の推進

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。従業員への教育として、ソーシャルメディアのリスク、情報セキュリティ、

目を設定した当社独自の「ライオン エコ基準」をクリアした商品に、「環境ロゴ」と環境に配慮した点を併記した「環境ラベル」を2014年より付与しています。

[www](https://www.lion.co.jp/ja/csr/ecolion/#sec4) [暮らし、まいにち、エコ。] (エコ商品の紹介) <https://www.lion.co.jp/ja/csr/ecolion/#sec4>

「環境ラベル」付与商品例



暮らし、まいにち、エコ。
すすぎ1回で節水。くわしくはWebへ。



暮らし、まいにち、エコ。
本体容器につめかえて使うことで、廃棄プラスチック量を約81%削減できます。(本体450gの容器との比較。重量比)

「トップスーパー-NANOX」本体・つめかえ



暮らし、まいにち、エコ。
容器に再生プラスチックを約10%(重量比)使用しています。

「CHARMY Magica」本体



暮らし、まいにち、エコ。
内容物(有機成分)中に植物由来成分を約67%使用しています。くわしくはWebへ。

「トップ プラチナクリア」

情報管理体制に関するe-ラーニングを毎年実施しており、2018年は全従業員が受講しております。また、海外グループ会社においても、法令に基づき個人情報保護などの情報セキュリティを推進しています。

[www](https://www.lion.co.jp/smp.htm) ライオングループ ソーシャルメディアポリシー <https://www.lion.co.jp/smp.htm>

Webサイトのご紹介
お客様とともに <https://www.lion.co.jp/ja/csr/consumer/>