

研究開発基盤



基本方針と推進体制

当社研究開発の基本方針を「『次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ』の成長エンジンとしてイノベーション創出に貢献する」としています。新たな生活価値や体験価値を創出するため、保有技術を社内外の技術と融合し、新規市場の創出と新たなサービス型事業開発に挑戦してまいります。また、国内のみならず海外事業との連携を強化し、国内外での事業成長に貢献してまいります。

研究開発体制のイメージ図



ライオンの研究開発の強み

ライオンの研究開発の強みは、日々の暮らしの中で使用される数々の製品を通して、生活者との接点を持ち、生活を理解していることです。生活者に密着した「快適で健康な暮らし」の提案に加え、今後は様々なテクノロジーやサービスを取り入れつつ、一人ひとりの「心と身体のヘルスケア」の実現に向けた研究開発を強化することで、ヘルスケアリーディングカンパニーを目指してまいります。

ライオンの重点分野



モノ・コト創りの研究開発

ライオンの新製品がお客様に受け入れられた要因は、研究開発スタイルの変革が挙げられます。例えば、「クリニカキッズ歯ブラシ」は、曲がるハンドルにすること(モノ創り)で歯磨き中の転倒時リスクを軽減するだけでなく、歯磨き嫌いのお子様に向き合い、親子で楽しく歯磨きする習慣(コト創り)を提案いたしました。当社の研究開発は、今後も社内外でモノ・コト創りを重視してまいります。

先進技術活用によるイノベーションへの挑戦

先進技術の活用により、イノベーションの創出に挑戦してまいります。外部機関が持つビッグデータの解析技術やIoT技術、人工知能技術、iPS技術と、当社が保有する口腔科学技術を融合させることで、One to Oneヘルスケアを実現し、新たなサービス型事業開発の創出を進めてまいります。



One to Oneヘルスケアの事例
～唾液検査システム～

マーケティング基盤



習慣をリ・デザインする

今日、メーカーは、「優良製品を開発し、それを提供してさえいれば良い」という時代は終焉を迎えています。お客様の生活に「良いインパクト(優良な体験)」をもたらし、その対価として製品が購入されるというような構図をつくらなければなりません。

ライオンは、LIVE計画において、日用消費財ビジネスに対する論理を再構築してまいります。そして、新たに示すライオンの存在意義である「習慣をリ・デザインする。」を体現することによって、この「良いインパクト」を生み出してまいります。

人を健やかにする習慣を、もっとさりげなく、楽しく、前向きなものに変えていく

ライオンのブランドはすべて、お客様の人生や日常生活において成し遂げたいという想いの実現に貢献していくことを目指しています。

オーラルケアブランドの「クリニカ」は、日常に「褒められる瞬間」を増やすことで、前向きな気持ちや行動が習慣化する社会づくりを目指しています。

清潔衛生ブランドの「キレイキレイ」は、多くのワーキングママが持つ「働くことへの罪悪感」、すなわち「旧来の母親像」という価値観から母親を解放し、“今の家族のカタチのままが良い”と自信を持てる社会をつくることを目指します。

ライオンの価値創造モデルとは、まさしくこれらを目指し、実現していくことであると考えています。

テクノロジーがもたらす新たな顧客体験の創造への挑戦

わたしたちのお客様に対するすべての提案は、お客様の生活文脈の中に自然と受け入れられるものでなければならぬと考えており、その実現に向けてわたしたちは、LIVE計画においてデータ利活用の高度化を飛躍的に進めることで、顧客理解を深めようとしています。

そして、ライオンが保有する生活情報メディア「Lidea」において、お客様のあらゆる生活シーンにおける関心事や、製品使用にかかわる体験、生活スタイルの情報を共有し、お客様との関係性を強化してまいります。