

# ライオンCSR報告書 2010

LION

おはようからおやすみまで  
くらしに夢をひろげる



かゆで"あず"あそび"



カマメのいる川

# 社 是

わが社は、「愛の精神の実践」を経営の基本とし、  
人々の幸福と生活の向上に寄与する。

## 経営理念

- 1 われわれは、人の力、技術の力、マーケティングの力を結集して、  
日々の暮らしに役立つ優良製品を提供する。
- 2 われわれは、創業以来の伝統である「挑戦と創造の心」を大切に、  
事業の永続的発展に努める。
- 3 われわれは、企業を支えるすべての人々に深く感謝し、  
誠意と相互の信頼をもって共栄をはかる。

1980年1月1日

# 編集方針

当社はCSR報告書を、「CSRへの取り組みを開示し、ステークホルダーの声を取り入れながら、活動をさらに進めていくための重要なツール」と位置づけています。「ライオンCSR報告書2010」は、当社が考える社会的責任と、当社が社会から信頼される企業であるために行っている取り組みについて、以下の編集方針に基づいて報告しています。

- 「ライオンCSR報告書2009」の「第三者レビュー」や「ステークホルダー・ダイアログ」でのご指摘(情報発信の重要性、生物多様性)に応えるよう、安全・安心をテーマとしたステークホルダー・ダイアログと生物多様性への取り組みの2つを特集に取り上げました。
- 人権を含め、当社の人材活用に関する考え方をより明確に記述するとともに、開示情報の拡充をはかりました。
- CSR調達への考え方と取り組みをより明確に記述するために、構成内容を見直しました。
- 海外での活動も合わせたグローバルな情報開示に向けた第一段階として、海外工場の環境関連データをホームページで開示しています。  
**URL** <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/report/>
- 報告内容についての客観的な評価を示すため、社外の有識者から第三者レビューを受け掲載しています。
- 冊子制作にあたっては、できるだけ多くの人にわかりやすい情報発信を目指し、カラーユニバーサルデザイン認証を取得しました。

■環境省の「環境報告ガイドライン(2007年度版)」とグローバル・リポーティング・イニシアティブが作成した「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2006」を参考に編集・作成しています。

■報告書の全ページとバックナンバーをホームページで公開しています(GRIガイドライン対照表はホームページに掲載)。

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

■環境活動に関しては、お客様によりわかりやすくご紹介するために、手帳サイズの「エコパンフレット」を発行し、巻末に添付しています。また、事業所近隣の方々や見学をされる方々に、事業所ごとの環境への取り組みをご紹介する「サイトレポート」を発行しています。

## 【対象組織】

当報告書の社会面に関しては、当社をおもな報告対象としています。環境データに関しては、(財)ライオン歯科衛生研究所を含めたライオングループ全体を報告対象としています。

## ライオングループ

ライオン株式会社、ライオンケミカル株式会社、ライオンパッケージング株式会社、ライオンエンジニアリング株式会社、ライオン歯科材株式会社、ライオン商事株式会社、ライオンハイジーン株式会社、ライオンビジネスサービス株式会社、ライオン・フィールド・マーケティング株式会社、ライオン流通サービス株式会社、レオフィールド株式会社、ライオンコーディアルサポート株式会社、株式会社イシュア、一方社油脂工業株式会社、ライオン・アクゾ株式会社、財団法人ライオン歯科衛生研究所

※ 2010年1月、レオフィールド株式会社とライオン・フィールド・マーケティング株式会社が合併、新会社名はライオン・フィールド・マーケティング株式会社。

## 【対象期間】

2009年1月1日～2009年12月31日

(ただし、活動内容は一部2010年の取り組みを含んでいます。)

# CONTENTS

会社概要	2
トップメッセージ	4

<b>特集</b>	<b>6</b>
ステークホルダー・ダイアログ	6
生物多様性への取り組み	8

<b>ライオンのCSR</b>	<b>10</b>
ライオンのCSRの考え方／コーポレート・ガバナンス／内部統制システムの整備／財務報告に係る内部統制の評価／リスクマネジメント／情報セキュリティ対策／コンプライアンスの推進／ライオンの2009年CSR活動の実績と課題	

<b>お客様とライオン</b>	<b>16</b>
安全・品質の考え方／品質保証体制／安全・品質を重視した製品づくり／お客様の声を活かして／お客様への対応	

<b>社員とライオン</b>	<b>22</b>
多様な人材の活用／ワーク・ライフ・バランスへの取り組み／人材育成／社員の健康管理／安全防災への取り組み	

<b>株主・投資家とライオン</b>	<b>28</b>
情報開示とコミュニケーション	

<b>取引先とライオン</b>	<b>30</b>
持続可能な調達の実現／原材料調達先との公正な取引／生産委託先との公正な取引／同業他社との共同配送／卸・小売と連携した売場づくり	

<b>社会とライオン</b>	<b>32</b>
ライオンの社会貢献活動／財団を通じた社会貢献活動／「口腔の健康の大切さ」を伝えるために	

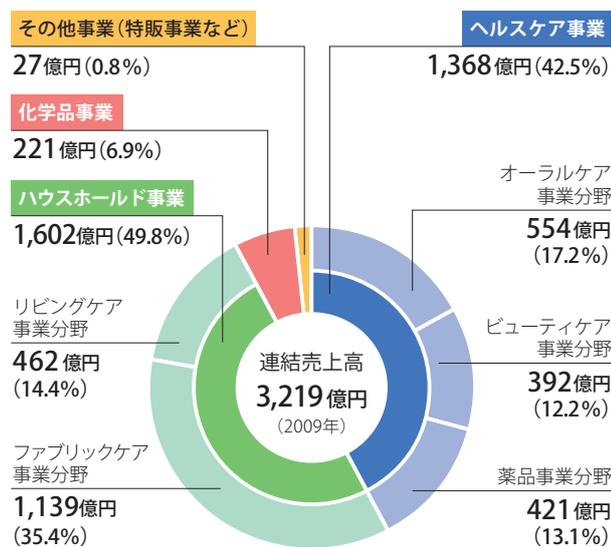
<b>環境とライオン</b>	<b>36</b>
「環境対応先進企業」を目指して	36
環境管理・推進体制	38
環境管理の目標と実績	40
環境会計・環境効率	42
事業活動による環境負荷の全体像	44
温暖化ガス排出量削減	45
資源の循環的・有効活用	46
商品を通じた環境配慮	47
化学物質の安全管理	52
社内の環境意識醸成	54
環境コミュニケーション	55

第三者レビュー	56
編集後記	57

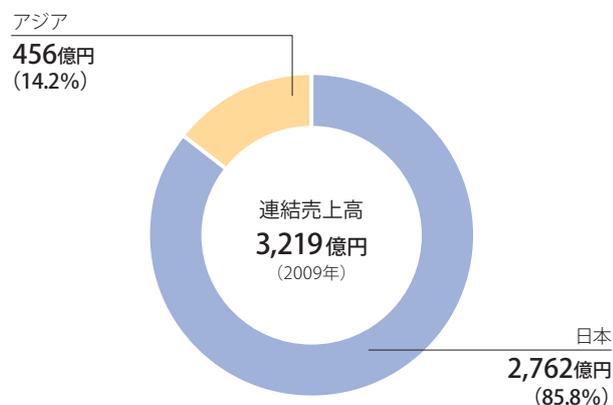
# 会社概要

商号 ライオン株式会社 (Lion Corporation)  
 本社所在地 〒130-8644 東京都墨田区本所一丁目3番7号  
 創業 1891年(明治24年)10月30日  
 資本金 344億3,372万円(2009年12月31日現在)  
 取締役社長 藤重 貞慶  
 従業員数 連結:5,750名 個別:2,449名(2009年12月31日現在)  
 売上高 連結:3,219億円 個別:2,556億円(2009年12月期)  
 工場 千葉工場(市原市)、小田原工場(小田原市)、大阪工場(堺市)、明石工場(明石市)  
 研究所 平井(江戸川区)、本所(墨田区)、小田原(小田原市)、福島(矢吹町)  
 オフィス 札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、福岡

## ●事業別売上高



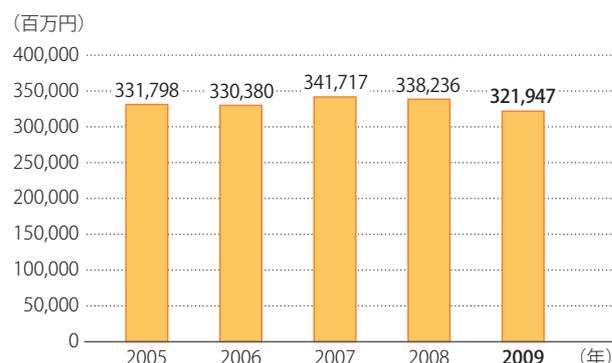
## ●所在地別売上高



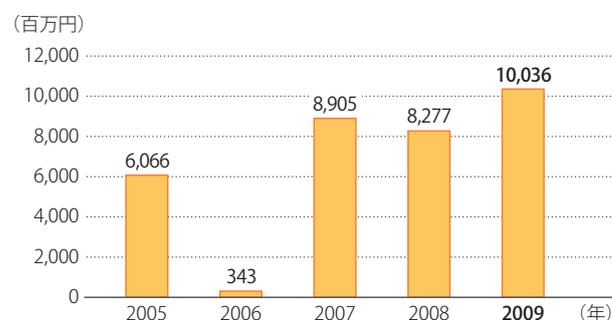
※ 国または地域の区分は地理的接近度によっています。  
 ※ 日本以外の区分に属するおもな国または地域  
 アジア……中国、韓国、タイ

## ●財務状況(連結)

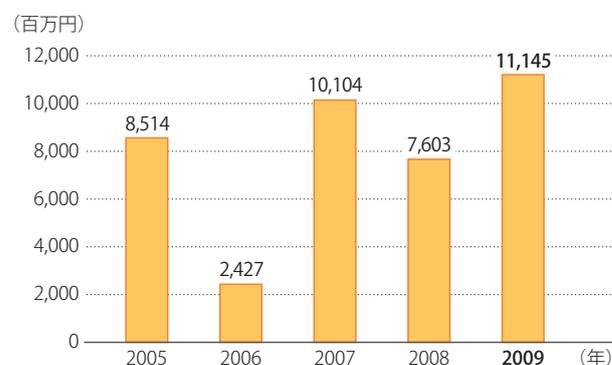
### 売上高



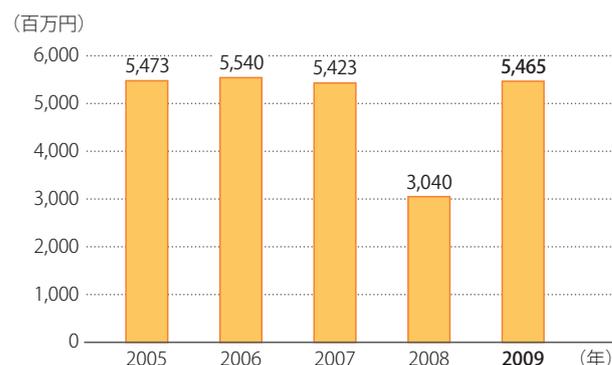
### 営業利益



### 経常利益



### 当期純利益



●おもな事業内容

オーラルケア	<p>お客様の健康な毎日を支える一歩進んだオーラルケアを実現します。</p> <p>主要製品分野 ハミガキ・ハブラシ・デンタルリンス・デンタル用品など</p> 
ビューティケア	<p>ヘアケア&amp;スキンケアで、心身の健康と快適をお届けします。</p> <p>主要製品分野 シャンプー・リンス・ヘアメイクレイ・育毛剤・ハンドソープ・ボディソープ・男性化粧用品・制汗剤など</p> 
薬品	<p>高まるセルフケアのニーズに豊富なブランドでお応えします。</p> <p>主要製品分野 解熱鎮痛薬・かぜ関連品・アイケア剤・歯槽膿漏薬・義歯用品・外用消炎剤・胃腸薬・外用剤・熱救急シート・ドリンク剤・殺虫剤・医療用医薬品など</p> 
ファブリックケア	<p>いつも清潔な衣服を気持ちよく着ていただくために、安心して使える製品をお届けします。</p> <p>主要製品分野 衣料用洗剤・オシャレ着ケア・プレケア・漂白剤・柔軟仕上げ剤・アフターケアなど</p> 
リビングケア	<p>お客様の清潔で快適な食・住生活に役立つ製品を提供します。</p> <p>主要製品分野 台所用洗剤・住居用洗剤・調理関連品など</p> 
特販事業	<p>お客様のニーズにマッチしたさまざまなカスタマイズ製品を提供します。</p> <p>主要製品分野 ノベルティ商品・ギフト商品・通販商品など</p> 
化学品事業	<p>界面科学技術を駆使した高機能製品で地球環境の清潔・健康・安全に役立ちます。</p> <p>主要製品分野 界面活性剤・脂肪酸窒素誘導体・グリセリン・脂肪酸メチルエステル・導電性カーボンなど</p>  <p>界面活性剤      精密部品洗浄剤とその洗浄物      導電性カーボンとその応用品</p>

# 人々の新しい「幸せ」のために ライオンのCSRを進めていきます

## 「21世紀型の幸せの方程式」とは？ ～モノの豊かさから心の豊かさの追求へ～

ここ数年来、今までにない経済環境の大変動が起こっています。この原因は、世の中にモノとお金があふれて金融主導型の経済を膨張させ、破綻に至らしめたということだと思いますが、真の原因は、「モノの豊かさが幸せにつながる」という「20世紀型の幸せの方程式」が行き詰まってきたことにあるのではないかと感じています。現在は、新しい「21世紀型の幸せの方程式」を模索している段階ではないでしょうか。

人々の、幸せに対する価値観や考え方が、モノの豊かさよりも心の豊かさ、量よりも質へと、大きな転換点に差し掛かっているのだと思います。人生の「質」を重視する考え方、そして自然との共生・調和を目指す考え方は、その現れだといえるでしょう。

人生の「質」を表わす指標のひとつに「健康寿命」があります。日本では長寿社会が到来し、健康寿命を伸ばすこと、歳を重ねても健康でいられることが大切である、という価値観の時代になってきました。

一方で、世界規模の人口増加・経済拡大によるエネルギーや食糧の不足が懸念されるなか、地球環境とバランスをとりながら人々のニーズ・期待に応える産業が求められています。

このような時代背景から、当社の「健康」「快適」「環境」をキーワードにした事業展開は、新しい時代、新しい社会での、人々の心の豊かさにつながるものと考えています。

## ライオンのCSRとは？ ～人間と地球の快適をサポート～

当社は、「新・快適生活産業No.1企業を目指す」「環境対応先進企業を目指す」「企業文化の活性化を推進する」という3つのビジョンを掲げて事業を展開しています。

1つ目のビジョンの「新・快適生活産業No.1」とは、新しい生活価値に対し、大きな事業の軸を作り上げNo.1になるということですが、言い換えるとビューティフル・エイジングの実現を目指す、ということです。ビューティフル・エイジングとは、心と身体の健康を維持し、美しく歳を重ねていくということです。そのために、生まれた時から歳をとった時まで、ライフステージごとにより習慣を提案し、充実した毎日のくらしづくりをサポートする商品・サービスの提供に努めていきます。

代表取締役  
取締役社長

藤重貞慶

2つ目のビジョンの「環境対応先進企業」とは、事業を通じて「土・水・空気」をクリーンにすることに組み込んでいくということです。

ライオンの役割は、「人間の快適サポート」と「地球の快適サポート」の2つといえますが、これこそライオンのCSRそのものであると考えています。

そして、3つ目のビジョンの「企業文化の活性化」とは、挑戦・創造・学習の3項目を行動の規範として強い企業文化を作り上げていくことです。そのための「人材活性化」は、当社のCSRを支えるものとしても、とても重要なファクターです。会社は、人を幸せにするためにあります。人を、社会を幸せにするためには、まず従業員が幸せであることが前提です。

当社は2009年に「国連グローバル・コンパクト」への参加を表明いたしました。「人権」「労働基準」「環境」「腐敗防止」の4分野10原則に則り、人権やCSR調達、公平で公正な処遇、労働安全などの人に関する問題や、環境への取り組みについて、グローバルに水平展開をはかってまいります。

## 環境対応先進企業を目指して

当社は、環境方針に基づき、3年ごとに目標を設定して環境への取り組みを進めています。

2009年は中期3ヵ年計画の最終年でしたが、CO<sub>2</sub>排出量に関しては、事業活動として1990年比26%削減と計画を大きく上回る進捗で達成いたしました。2010年1月に当社は政府の掲げる「チャレンジ25キャンペーン」への参画を表明しましたが、2020年の国のCO<sub>2</sub>排出量目標値25%削減をすでにクリアしています。また、商品由来のCO<sub>2</sub>削減も重視し、当社独自の「ライオンエコ基準」に基づき、環境に配慮した商品開発を進めています。

2010年10月に開催される国連生物多様性条約第10回締約国会議(COP10)を前に、生物多様性への注目が集まっています。「Birds today, people tomorrow」という言葉があるように、今日鳥に起きていることは明

日人間に起きることです。生物多様性に配慮することは、ひいては明日の人々の暮らしを守ることにつながると考えています。当社では、従来から生物多様性に配慮した事業活動を行ってきましたが、その姿勢を明文化するため、環境方針の改訂を行いました。

当社は今後も環境対応先進企業としての責任を果たしてまいります。

## 誠実なコミュニケーションを目指して

商品やサービスが多様化し、企業の活動も環境や社会とのつながりが重視されるなか、企業が持つ情報をステークホルダーにきちんと伝えていくことがより重要になってきています。

当社は2010年から、コーポレートコミュニケーション部門を作り、全社コミュニケーション戦略の充実強化に取り組んでいます。当社は従来からお客様の声を経営層に届ける仕組みを持っていますが、新しい体制のもと、企業情報、生活情報の発信力強化とお客様対応の迅速化、情報共有化をさらに進めてまいります。この成果は次年度以降に見えてくると思いますが、誠実なコミュニケーション活動を通じて、ステークホルダーとさらに強い絆を結ぶことと期待しています。

## 人と環境の未来のために

当社は、今年で創業119年を迎えますが、ライオンという会社が人々の健康で幸せな生活を実現するためであるということは、昔も今も変わりません。幼児期からの口腔ケアや手洗いの啓発はその一例ですが、普段の清潔活動を小さい頃から習慣づけることが、本当に豊かな人生を過ごすための礎づくりになると思っています。これからも「革新的な生活価値の提案」を継続していくことがライオンの社会的責任です。「人が一生を充実して快適に過ごせるようサポートすること」、そして「土と水と空気をクリーンにすること」を軸に、今後も社会へ貢献し続けてまいります。

## お客様へ安全・安心を届けるライオンであるために

当社は、ステークホルダーとの対話を「当社の目指す方向と社会の要請を照らし合わせ、よき企業市民としてのバランス感覚を確認できる貴重な機会」として重視しています。そのひとつが有識者の方との意見交換です。2007年、「報告書を読む会」にはじまった対話は、2008年からは「ステークホルダー・ダイアログ」として、より活発なディスカッションの場へと進化しています。

### 開催にあたって

2008年に開催した第1回ステークホルダー・ダイアログでは、CSR報告書を題材に、当社のCSR活動全般について幅広く意見交換を行い、いただいたご意見を、2009年の報告書制作に反映しました。

第2回目となる2009年からは、ステークホルダーの皆様とより深い対話を実施したいと考え、テーマを絞って開催することとしました。

2009年は、9月の消費者庁発足など、消費者が安心して豊かな消費生活を営むことができるような社会づくりに注目が集まった年でした。当社は、企業も製品のライフサイクル全体で安全・安心を追求することが必要であると考えて事業活動を行ってききましたが、こうした社会的要請を背景に、今回のテーマを「すべてのお客様へ、安全・安心を届けるライオンであるために」と定めることにし、特に消費生活分野で活躍されている有識者の方々にご参加いただきました。

### スケジュール

- **コミュニケーションセンター見学**  
2009年に竣工したばかりの施設で、社外の皆様と交流ができるオープンスペース、ピオトープなどをご覧いただきました。
- **趣旨説明**  
今回のダイアログの目的やテーマについて説明しました。
- **参加者自己紹介**
- **ライオンの取り組み紹介**  
2009年のCSR報告書をもとに、当社の品質、安全・安心に対する取り組みを説明しました。
- **意見交換会**  
今回のテーマに基づいて、活発な意見交換が行われました。
- **まとめ、閉会挨拶**

### 開催概要（肩書き・役職は開催当時のもの）

**開催日** 2009年11月9日（月）

#### ご参加いただいた有識者の皆様

板倉 ゆか子様	消費生活アナリスト、元独立行政法人国民生活センター総務企画部 調査役
大石 美奈子様	(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 環境委員会副委員長
麴谷 和也様	グリーン購入ネットワーク 専務理事、事務局長
村田 一郎様	NPO法人品質安全機構 理事長
(ファシリテーター)	
福島 隆史様	(株)サステナビリティ会計事務所 代表取締役

**開催場所** ライオン株式会社 平井事業所

#### ライオン出席者

山田 哲夫	代表取締役 専務取締役
永合 一雄	CSR推進部長
稲葉 美穂子	お客様相談室 副主席部長
松本 道夫	ビューティケア事業部 企画担当部長
原田 房枝	環境・安全性評価センター 所長





コミュニケーションセンターでの製品説明



屋上ビオトープの見学



雨水を利用した「三角池」

## 板倉 ゆか子様 からのご意見



消費生活相談員のような中立的な立場の方々から客観的な根拠を持つデータなど、基礎知識になる情報の提供をすべき。このような情報は工業会から提供するだけでなく、企業にも直接問い合わせられる窓口を設けてほしい。製品原料の化学物質に関しては、環境負荷なども含め、重曹やクエン酸などを使った場合と比較した情報を提供して、消費者を安心させることが必要だと思う。

## 大石 美奈子様 からのご意見



企業が情報を開示しないと消費者はコミュニケーションがとれないので、積極的に開示してほしい。サプライチェーン全体を見るには、カーボンフットプリントに取り組むのもよい。どこにどれだけ負荷がかかっているのが把握できる。サイレント・マジョリティ（もの言わぬ多数派）の声をどのようにして吸い上げ、製品の安全性に活かすかが大きなポイント。消費者が一番商品と接する店頭で、声を収集するシステムをいかに構築していくかがひとつの課題である。

## 麴谷 和也様 からのご意見



やっている活動を開示することはリスク回避につながる。また、影響や効果を予測しながら情報開示することが、安全・安心を与える重要なポイント。グリーン調達などは一朝一夕には結果は出ない。サプライヤーにも共通の目標を持ってもらう必要があるので、具体的な方向感を示すとよい。社長に消費者の声が届くVOCデイリーレターはよい仕組みだが、PDCAがうまく回るかどうかは行司役したい。うまく活用して積極的に情報発信してほしい。

## 村田 一郎様 からのご意見



事故はほぼ家庭で起きているのだから、製品を使う現場としての「家庭」という存在をもっと重視すべき。製品の利便性を追求していくことによって、一方で使う人の使用力を落とすことがある。一番大切なのは、製品の機能が100%発揮できるような使い方を、どのようにしてお客様に情報提示していくかである。知識というのは企業のなかであって、一般の人はほとんど知らないことが多いのだと認識してほしい。

## ステークホルダー・ダイアログを終えて(ライオンより)

今回で参加いただいた皆様に共通していたのは、当社からの情報発信が不足しているというご意見でした。消費生活分野の専門家との間にさえ、情報や認識の大きなギャップがあるということを改めて実感でき、当社にとっても大変有意義でした。ご指摘いただいた内容は、このCSR報告書にも反映しています（VOCデイリーレターの活用はP21、グリーン調達も含めたCSR調達に対する当社の取り組みはP30をご覧ください）。

今後は、この報告書も含め、より細やかで充実した情報開示を行い、消費者の皆様とのコミュニケーションの向上に努めたいと考えています。

※ 今回のステークホルダー・ダイアログの詳細は、当社ホームページにて公開しています。

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

ホーム > CSR > ライオンのCSR > ステークホルダー・ダイアログ

# 人といきものたちが共に生きられるように地球の環境を守っていきます

近年注目が高まっている生物多様性について、ライオンは、以前から環境に配慮した製品づくりを実践することで対応してきました。これからも、事業活動を通じた生物多様性への配慮について、取り組みを進めていきます。

## ライオンと生物多様性

「生物多様性」とは、さまざま(多様)な生物が生きられる環境を維持することで、人のくらしにも良好な環境を維持し、自然の恵みを将来にわたって受けることができるという考え方です。

当社では、事業活動を通じて生物多様性に配慮することを重視し、洗剤の使用と関係のある河川の汚染や富栄養化などの問題に率先して対応してきました。それは工場での環境負荷削減はもちろんのこと、世界に先駆けて無リン洗剤を開発する、河川で早く分解する生分解性の高い植物原料を使用するなど、使用後の廃棄までを考えた、ライフサイクル全体での取り組みです。

当社では、従来から行動指針などに生物多様性の考え方を盛り込んできましたが、2010年4月に環境方針のなかにも明文化し、企業として明確に打ち出しました(P38

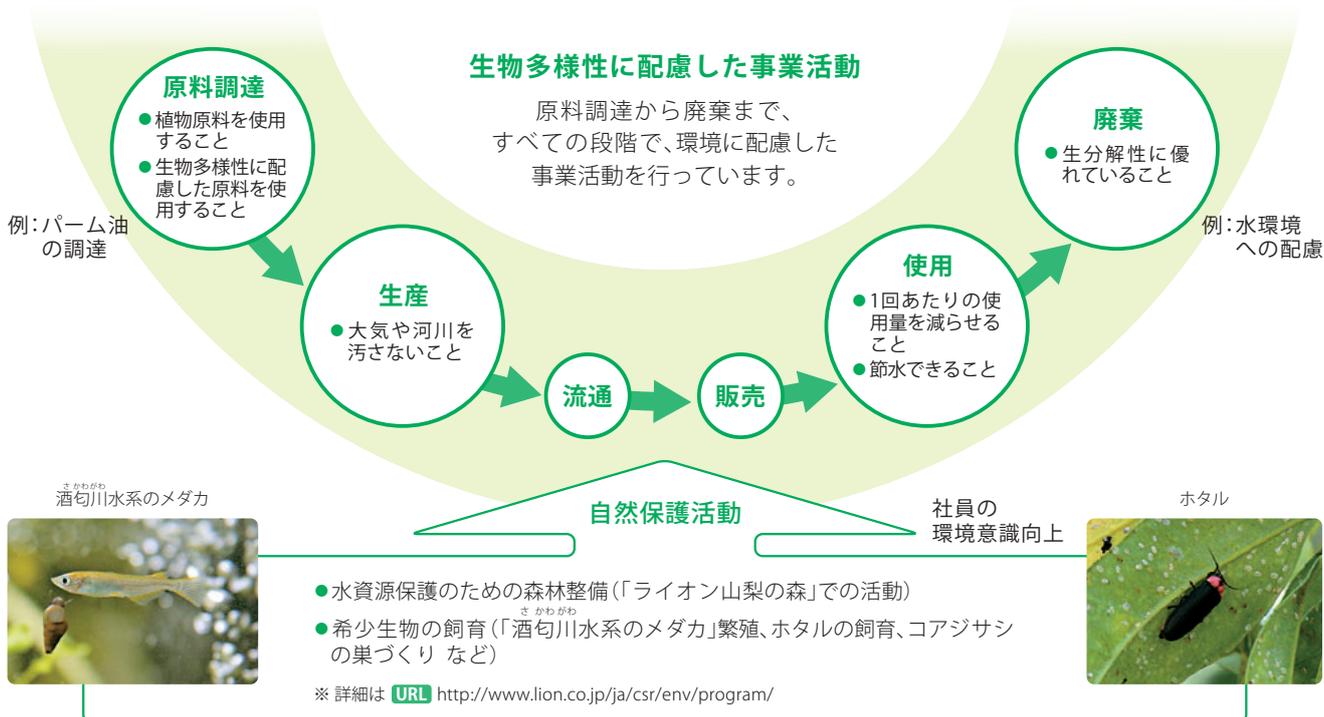
参照)。また、製品開発時に使われるエコ基準でも、間接的な表現だった生物多様性への配慮を明確にしました。

## 生物多様性保全への取り組み

当社では、事業活動に関わる生物多様性保全活動として、パーム油の調達に関する国際組織への参画や、植物原料による生分解性への配慮、河川での洗剤成分の継続的なモニタリングなど、さまざまな取り組みを行っています。

さらに、事業活動に直接はつながらないものの、地域や社会への貢献として、森林の整備や希少生物の飼育などを行っています。これらの活動には社員がボランティアで参加しており、その経験が本来の事業活動における環境意識の向上につながっています。

### ●ライオンの生物多様性保全

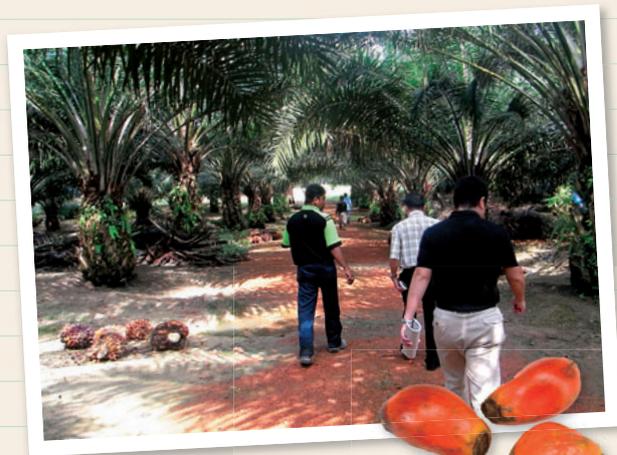


## 持続可能なパーム油の調達を 目指しています

パーム油は生産効率がが高く、計画的に生産できて1年中収穫できることから、年々需要が高まりつつあります。一方で、新規農園開発のための熱帯雨林の伐採や野生動物の生息地の縮小化という問題があります。

当社は2006年から、「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO\*)」に参画しています。2007年にはRSPOで「持続可能なパーム油生産のための原則と基準(農園管理基準)」が採択され、2008年から農園の監査と認証油の流通がはじまっています。当社では、これに先駆け2007年5月に調達先の農園に対する自主的な監査を実施しました。

今後も、パーム油の原産国で無秩序な開発が行われないう、RSPOをはじめとする各種団体と協力し、持続可能なパーム油の調達、認証油の使用に向けて取り組んでいきます。



パーム農園での監査

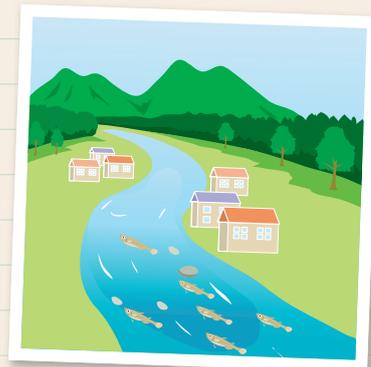


パームの実

## いきものに影響がないように徹底して調べます

ライオン製品は使用後に河川などに排出されるため、環境中での安全性を評価・確認しています。実際に河川でサンプルをとり、洗剤成分の残量を調査し、環境に影響がないかどうかを調べています。これまでの調査では、生物に影響を与えるリスクは極めて小さいことがわかっています(P53に関連記事)。

安全性の評価・確認は当社だけの課題ではありません。国内外における最新の技術情報を収集・活用するとともに、当社からも情報を発信し、安全性評価の進歩に貢献しています。



## 社員と共に自然保護活動に 取り組んでいます

「ライオン山梨の森」は、山梨市の市有林約65haの整備と間伐材の運搬費を支援する活動です(P32に関連記事)。当社にとって、生物との共生を目指した意識を社員に醸成するフィールドとしても大切な活動の場になっており、「ボランティア休暇制度」を活用して社員が森林整備を行っています。2009年は、のべ60名が参加しました。「ライオン山梨の森」の間伐材から作った用紙は、この報告書にも活用しています。



「ライオン山梨の森」での森林整備活動

注釈

\* RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) 持続可能なパーム油のための円卓会議。 URL <http://www.rspo.org/>



ライオン本社社屋

## 人のため、世のために役立つ仕事を通じて、より豊かなくらしの実現に貢献します

企業活動を通じて、社会への責任を果たしていく—それが、当社のCSR活動の基本的な考え方です。ステークホルダーとのコミュニケーションを深め、社会からの要請に応えていきます。

### ライオンのCSRの考え方

当社のCSRの原点は、「人のため、世のために役立つ仕事」という創業の精神にあり、100年を超えた現在も、社会として受け継がれています。一人ひとりが社是・企業行動憲章に基づき行動し、事業活動を通じて人々により習慣を提供し、日々のくらしに夢をひろげることが当社の社会的責任だと考えます。

このような基本的な考え方に基づき、経営の基盤となる体制を整備し、信頼性・透明性の高い企業経営を実践し続けるとともに、事業展開における3つのキーワードである「健康」「快適」「環境」を重要なテーマとして取り組んでいます。

また、ステークホルダーとのコミュニケーションは当社の活動が時代に適合しているかを確認できる貴重な機会と考え、対話・連携・情報提供を積極的に行っています。社会から信頼され、存在を期待される企業となるために、世間の声に耳を傾け、社会の変化に合わせた活動を推進していきます。

### グローバル・コンパクト\*への参加

国際社会において積極的に責任を果たしていくため、2009年6月に、国連が提唱する「グローバル・コンパクト」に参加を表明しました。

参加にあたっては、社内報や説明会などを通じて、社員および取引先への情報発信や啓発活動を行い、理解浸透に努めました。

今後は、グローバル・コンパクトの10原則に基づき、海外の取引先を含めたサプライチェーン全体でのCSR浸透に取り組んでいきます。



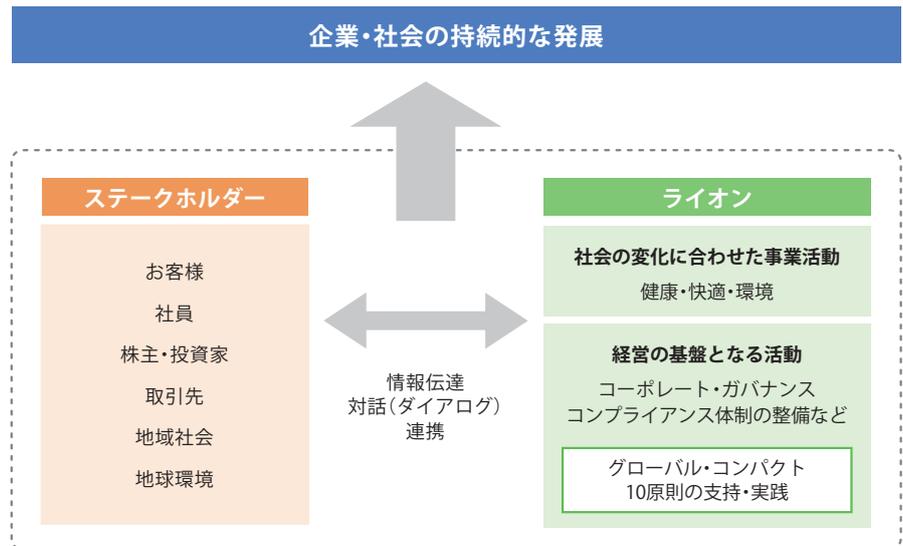
注釈

\*グローバル・コンパクト 1999年1月の世界経済フォーラムでコフィー・アナン国連事務総長(当時)が提唱した。2000年7月、国連本部で正式に発足した。「グローバル・コンパクトの10原則」 URL [http://www.unic.or.jp/globalcomp/glo\\_02.htm](http://www.unic.or.jp/globalcomp/glo_02.htm)

## ●ライオンのCSR活動展開

経営の基盤となる活動として、引き続きコーポレート・ガバナンスおよびコンプライアンス体制の整備を重要な課題として取り組みます。

社会の変化に合わせた事業活動では「健康」「快適」「環境」のキーワードに合致するものを基本とした上で、ステークホルダーとの対話によって導き出される社会からの要請にも応えていきます。



## ライオン企業行動憲章

### (前文)

私たちライオン・グループは、単に公正な競争を通じて利潤を追求するという経済的主体のみならず、広く社会にとって有用な存在であり続ける。次の10原則に基づき、国の内外を問わず、人権を尊重し、全ての法律、国際ルール及びその精神を遵守し、公共の福祉に反しないよう社会的良識をもって、持続可能な社会の創造に向けて自主的に行動する。

### 1.【基本的使命】

私たちは、日々の暮らしに役立つ優良で安全な製品・サービスを提供し、お客様(消費者及びユーザーの皆様)の満足と信頼を獲得する。

### 2.【社会規範の遵守】

私たちは、関連法規を遵守し、公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引を行う。また、政治、行政との関係においても、健全で正常な関係を維持する。

### 3.【情報開示】

私たちは、社会に開かれた企業として、株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを積極的に行い、企業経営全般にわたる情報を適時適切に開示する。

### 4.【環境対応】

私たちは、経済発展と環境保全が両立する「持続可能な社会」を創造していくため、自主的、積極的に行動する。

### 5.【就業環境の整備】

私たちは、就業者の多様性と人格・個性を尊重した公正な処遇を実践するとともに、就業者のゆとりと豊かさを実現するために安全で働きやすい環境を確保する。

### 6.【社会貢献】

私たちは、社会の一員として、積極的に社会貢献活動を行う。

### 7.【反社会的勢力との対決】

私たちは、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力、団体との対決姿勢を貫く。

### 8.【海外での貢献】

私たちは、海外においても、国際ルールや関連する国の法律の遵守はもとより、現地の文化及び慣習を尊重し、誠意と相互の信頼をもって現地の発展に貢献する。

### 9.【企業倫理の徹底】

経営者は、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、ライオン・グループ全体に周知徹底する。また、社内外の声を常時把握し、意思疎通を深め、実効ある社内体制整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図る。

### 10.【問題解決】

本憲章に反する事態が発生したときには、経営者自らが問題解決にあたる姿勢を内外に表明し、その事実関係を明確にし原因の究明と再発の防止に努める。また、社会への迅速かつ的確な情報公開と説明責任を遂行し、社会にも十分理解される形で事態の解決を図り、権限と責任を明確にした上で、自らを含めて厳正な処分を行う。

制定：2003年1月1日

改訂：2008年1月1日

## コーポレート・ガバナンス

### 基本的な考え方

経営の透明性を高め、監督機能と意思決定の迅速化をはかるとともに、コンプライアンスを確保することが、コーポレート・ガバナンス上の最重要課題と考えています。コーポレート・ガバナンス体制の強化・充実を推進することにより、企業価値の向上を目指しています。

### コーポレート・ガバナンス体制

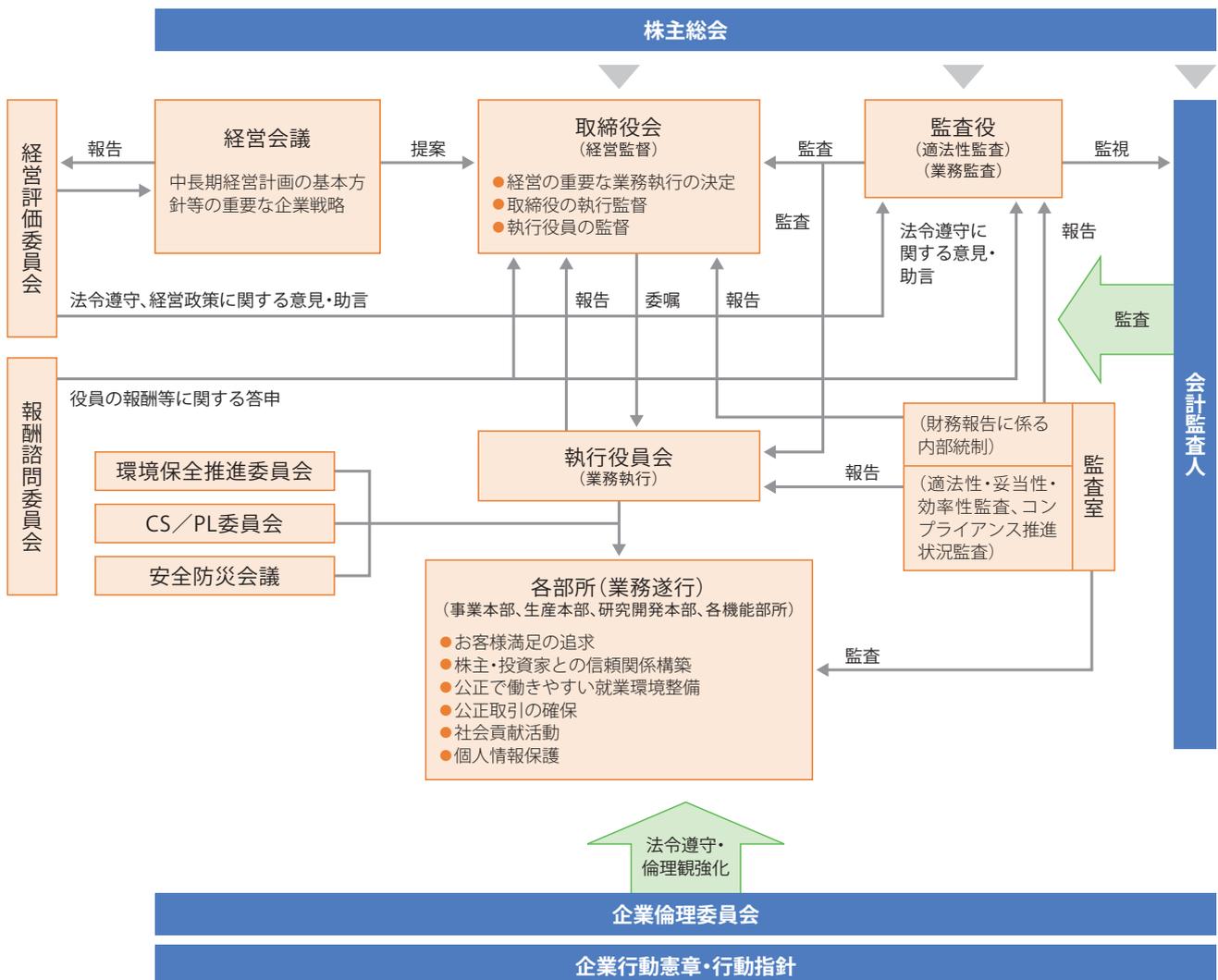
当社は、監査役制度のもとで経営の監督を行っています。2004年3月より執行役員制度を導入して、それまで取締役会が担ってきた機能を区分し、取締役会は「経営の意思決定および監督機能」を担い、執行役員会が「業務執行機能」を担うこととしました。

取締役会については、その活性化および機動性の向上をはかるために、取締役員数を削減しました(執行役員制度導入前19名、現在10名)。また、独立役員として、東京証券取引所が定めた一般株主と利害相反の生じるおそれのない要件も満たす社外役員4名(社外取締役2名および社外監査役2名)を招へいするとともに、代表取締役社長と社外役員全員との定期的な情報交換も実施し、経営の監督・監視機能の充実に努めています。さらに、社外有識者の評価・意見を経営に反映させるための「経営評価委員会」を2003年10月より設置しています。

また、当社株式等の大規模買付行為に関する対応策(買収防衛策)を2009年3月27日に開催した定時株主総会の承認を得て導入しました。

役員報酬等の客観性および透明性を高めるため、社外役員で構成する「報酬諮問委員会」を2006年12月より設置しています。

#### ●CSR推進体制図



## 内部統制システムの整備

会社法および会社法施行規則に基づき、当社グループ各社の業務の適正を確保するため、下記の項目について体制整備を行いました。<sup>\*1</sup>

1. 取締役・使用人の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制
2. 取締役の職務の執行に係る情報の保存および管理に関する体制
3. 損失の危険の管理に関する規程その他の体制
4. 取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制
5. 株式会社並びにその子会社からなる企業集団における業務の適正を確保するための体制
6. 監査役がその職務を補助すべき使用人を置くことを求めた場合における当該使用人に関する事項および当該使用人の取締役からの独立性に関する事項
7. 取締役および使用人が監査役に報告するための体制  
その他監査役への報告に関する事項
8. 監査役が監査が実効的に行われることを確保するための体制
9. 財務報告の信頼性を確保するための体制
10. 反社会的勢力を排除するための体制

## 財務報告に係る内部統制の評価

金融商品取引法に基づく「財務報告に係る内部統制の評価および監査制度」については、2006年7月より当社および当社グループにおける全社レベルの統制、業務プロセスレベルの統制の整備作業を行い、2008年12月に取締役会にて以下の事項を明記した「財務報告に係る内部統制の基本方針」を決議しています。

- 内部統制の整備上の要点
- 内部統制の整備・運用に係る責任と役割
- 内部統制の評価範囲および評価方法
- 内部統制の有効性評価
- 内部統制の評価手続における役割

2009年1月からは、取締役社長直轄の評価機関である監査室が内部統制の有効性に関する評価を行い、評価結果を取締役社長および監査役に報告するとともに、定期的に取り締り会でも報告しています。

また、不備事項があれば該当部門に指摘を行い、是正状況を検証しています。

2009年は評価の結果、当社の財務報告に係る内部統制は有効であると判断し、2010年3月に有価証券報告書とともに内部統制報告書を内閣総理大臣に提出しました。

## リスクマネジメント

当社では、事業を行っていく上で起こりうる重大リスクを想定し、管理体制を構築しています。特に「事故・災害時のリスク軽減」「製品トラブルの予防・トラブル発生時の初動体制」は、経営への影響が大きい課題として取り上げ、検討を進めています。

大規模災害発生時の事業継続については、オフィスビルや工場の耐震補強、災害時の本社機能の代替、他工場での代替生産などの検討を進めています。

2009年の新型インフルエンザの世界的流行にあたっては、2008年に制定した対応要領に基づく対応を行い、その実効性を確認することができました。

## 情報セキュリティ対策

当社では、「情報取扱に関する基本方針」「情報管理規程」「個人情報管理規程」「情報セキュリティ規程」「情報設備技術管理要領」の各規程を定め、情報漏えいに対する取り組みを行っています。

また、毎年情報漏えいの一般的な事例やその原因と対策、内容理解度の確認テストを交えたわかりやすいe-ラーニングを実施し、情報漏えいを防ぐために必要な知識の習得をはかっています。

## 個人情報保護への対応

個人情報の取り扱いについては、2003年4月施行の「個人情報の保護に関する法律」に基づき、「個人情報保護方針(プライバシーポリシー)<sup>\*2</sup>」および具体的な取り扱いの指針を定め、社内体制整備と周知教育を進め、適正に運用してきました。今後も、会社の重要な財産である情報を適正に管理し、ステークホルダーの皆様の信頼に応えるため、情報の適切な管理に努めます。

注釈

\*1 「内部統制システムの基本方針」 URL <http://www.lion.co.jp/ja/invest/corporate/>\*2 「個人情報保護方針」 URL <http://www.lion.co.jp/pp.htm>

## コンプライアンスの推進

当社グループでは、「ライオン企業行動憲章」を基盤に、企業倫理担当役員を委員長とする企業倫理委員会のもとで、コンプライアンス意識の浸透活動を積極的に推進しています。「ライオン企業行動憲章」については、当社グループの全就労者に冊子を配付し、研修時に通読と遵守意識を確認しています。また、ホームページ上で社外にも公開しています。

コンプライアンス活動は毎年のプログラムに沿って、社員への意識調査アンケートや、e-ラーニングによる教育、ならびに経営層への外部講師の講話、新入社員や新任管理職の研修などの階層別の教育、各職場での教育を定期的実施しています。2009年のe-ラーニングは役員を含めた当社グループの全社員を対象に、ハラスメントに関して実施しました。

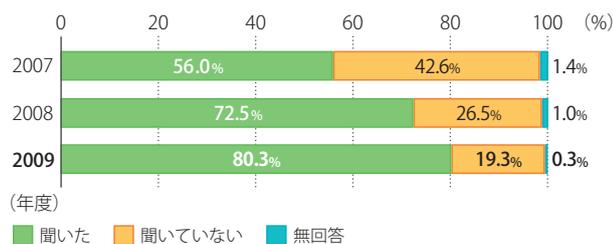
また、社外弁護士および法務部門スタッフを講師に、職種・部門別に企業倫理や関連する法令の遵守意識を高めるための法務研修「リーガル・サポート・キャラバン」を2008年からはじめ、2009年は21部門で実施しました。

## コンプライアンス意識調査アンケート

コンプライアンス体制の有効性や、社員のコンプライアンス意識をモニタリングするために、当社グループ全社員を対象に毎年、「コンプライアンス意識調査アンケート」を実施しています。

2009年度のアンケート（2010年2月実施、対象約4,000名の94%程の社員が回答）では、就業環境の問題など、多くの意見が寄せられました。結果を経営に報告するとともに、部所長を通じて各職場へフィードバックすることで、職場や社内で問題を共有し、コンプライアンス体制の維持・強化につなげています。

### ●アンケート結果のフィードバックを聞いた社員の割合

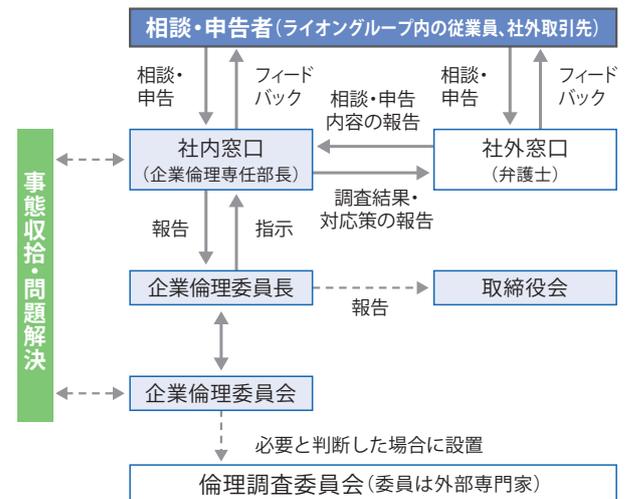


## 従業員相談・通報窓口の運営

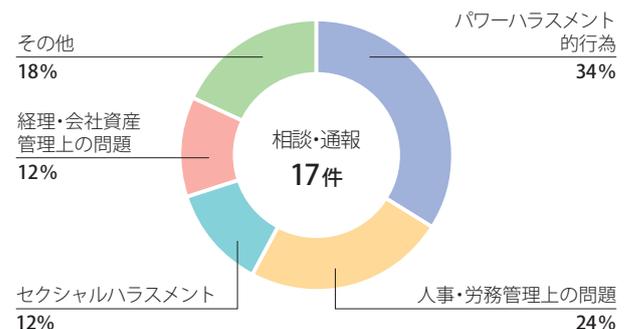
当社グループでは、社員が法令やライオン企業行動憲章への違反行為などコンプライアンスに反する事項を知った場合、まず部所長などの上司に相談・報告することを基本にしていますが、それが適さない、できない場合の相談窓口として、内部通報制度「AL(オールライオン)心のホットライン\*」を設置しています。運用にあたっては、窓口の利用方法と相談・通報者の不利益扱いの禁止などの運用ルールをまとめた冊子を作成し、派遣社員などを含めた全就労者へ配付しています。アンケートの結果、社員の認知率は96%となっていますが、引き続き理解を求め、信頼性の向上につながる活動を続けていきます。なお、この通報窓口は取引先の方々にもご利用いただけるよう、ホームページでも連絡先を案内しています。

2009年は17件の相談・通報すべてに迅速に対応し、解決にあたりました。重大な不正行為と判断される事案はありません。

### ●「AL心のホットライン」の仕組み



### ●「AL心のホットライン」への相談・通報内容(2009年)



注釈

\*「AL心のホットライン」 URL <http://www.lion.co.jp/ja/company/about/hotline.htm>

## ライオンの2009年CSR活動の実績と課題

項目	目標	主要活動の実績	今後の課題
経営	ガバナンス体制の強化	・報酬諮問委員会の答申に基づく役員報酬体系の一部改定	
	内部統制システムの強化	・財務報告に係る内部統制の評価・監査制度の運用開始 ・内部統制システムの改訂	・改善・見直し ・内部統制の評価・監査制度の適正な運用の継続
	コンプライアンス体制の維持・強化	・PDCAサイクルに沿ったコンプライアンス(年間)活動プログラムの確立 ・e-ラーニング「ハラスメントについて」の実施	・コンプライアンス活動プログラムのPDCA展開の定着 ・「AL心のホットライン」の信頼性の維持・向上
	リスクマネジメントの強化	・事業継続計画(受発注、生産)の一部見直し ・新型インフルエンザ対応要領の周知と弱毒性インフルエンザへの柔軟な適用	・計画の定期的見直し
お客様	コミュニケーションによるコーポレート・レピュテーションの向上	・コーポレート・コミュニケーションの体制整備 ・安全・安心に関するステークホルダー・ダイアログ開催	・コミュニケーションの双方向化
	安全・安心な商品の提供	・「製品マネジメントシステム」の国内関係会社への適用 ・「お客様の声活用研修」を全部所新任副主任に拡大	・海外製品の品質保証体制強化 ・顧客視点の体質化
社員	働きやすい職場づくり	・次世代法第3期行動計画の策定 ・保健指導の充実(ヘルシーメニューなど)	・自己都合退職者の再雇用などによる多様な人材の確保 ・社員研修・教育制度の強化
株主・投資家	長期株式保有者の拡大	・個人投資家向け説明会実施(のべ1,300名)、環境や女性投資家をテーマとするイベントの実施 ・IRサイト受賞3件	・個人株主数の増加
取引先	CSR調達の推進	・CSR調達方針の取引先への通達 ・アンケートカバー率の向上	・アンケートの定着化と調達方針の徹底
社会	口腔保健意識の普及	・「学童歯みがき大会」インターネット配信開始	・ネット参加校の拡大
	自然保護活動の強化	・新入社員に森林整備体験を実施	・森林整備と生物多様性の関係評価
環境	環境に関してはP36以降をご覧ください。		



コミュニケーションセンターでの商品の紹介

## お客様に安心してお使いいただくために、商品の安全性を最優先に考えています

「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。

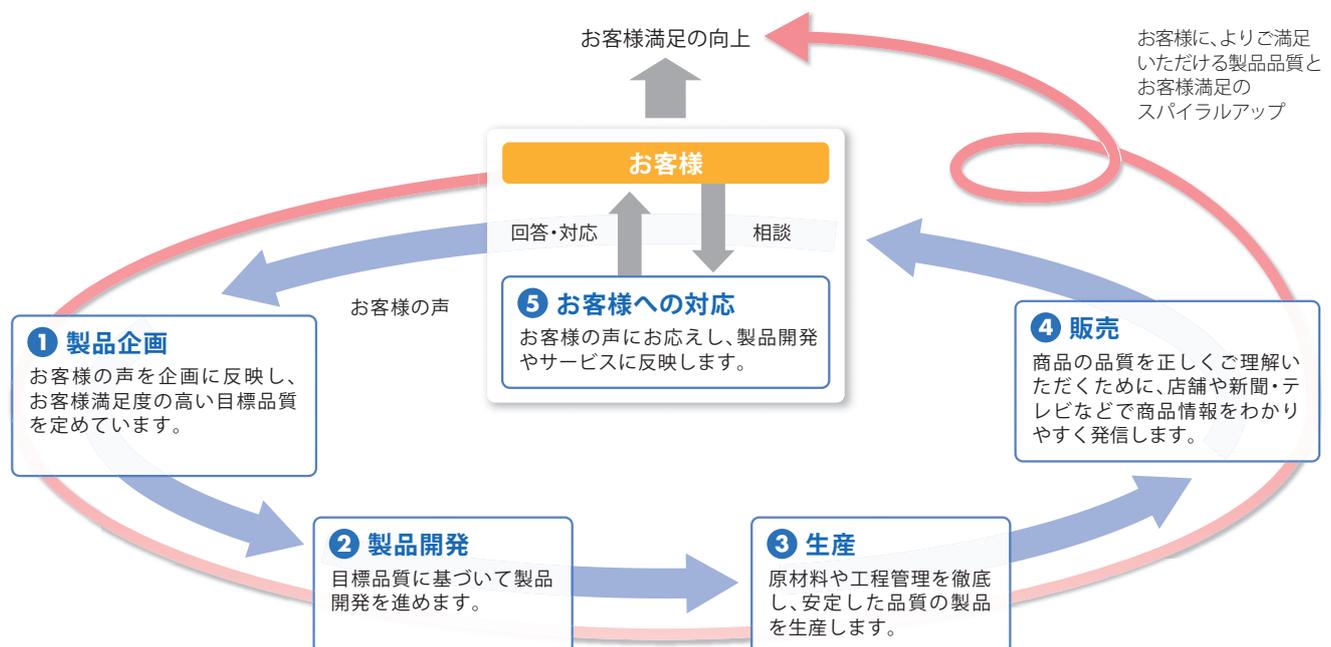
### 安全・品質の考え方

当社は製品企画、製品開発、生産、販売、お客様への対応のすべてのステージで品質保証活動を推進し、お客様

にご満足いただける製品をお届けします。

お客様の声をうかがい、その声に応えていくことで、継続的な製品品質の向上を繰り返し、お客様によりいっそう満足していただける製品づくりを実現していきます。

#### ●安全・品質への取り組み



## 品質保証体制

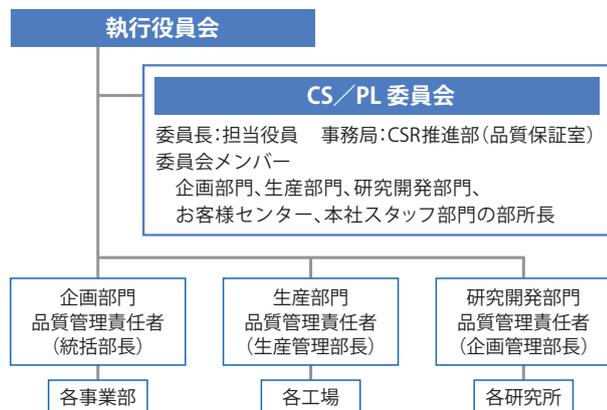
### 品質保証体制の強化

品質保証活動を全社で推進するために、品質方針を定め、「CSR推進部(品質保証室)」「お客様センター」および「企画部門」「生産部門」「研究開発部門」「スタッフ部門」から構成される「CS/PL<sup>\*1</sup>委員会」を設置しています。本委員会は当社の品質保証活動を統括するもので、法令の遵守、自主的な基準・目標の設定、優良製品の開発に関して、品質保証の観点から全社的な推進と課題への対応状況の把握などを行っています。

当社は薬事品<sup>\*2</sup>も製造・販売していることから、品質保証体制もその基準に則ったものとなっています。

また、万が一当社製品に重大な問題が発生した場合に、事故および被害にあわれた方への対応、行政およびお客様への情報開示、製品回収、再発防止策の策定などの一連の対応を迅速に行う体制を構築しています。

#### ●品質保証体制



### 製品マネジメントシステムの運用

品質方針に基づいて「日々の暮らしに役立つ優良製品」を着実にかつ合理的に開発するために「製品マネジメントシステム」を運用しています。「製品マネジメントシステム」は、ISO9001(JISQ9001)に準拠し、製品の開発ステップ(戦略～企画～開発～生産～販売～改良・廃止)に関わる品質保証プロセスの流れや仕組み、果たすべき事項を規定化し、運用しています。特に、お客様の要望する品質の妥当性を確認するため、開発段階で「品質確認検討会」を開催し、品質を厳しくチェックしています。

## 品質監査の実施

監査責任者および監査メンバーにより、自社および委託先の品質監査を定期的の実施し、その都度改善指導を行っています。2009年も調査対象となる自社および委託先のなかから、前回調査の実施時期、評価内容などを考慮して実地調査を行いました。

### 社員への品質・製品安全意識の徹底

優良製品の開発を推進するため、社員に品質教育と研修を実施し、製品品質・製品安全への意識を向上させています。

2005年から実施している「お客様の声活用研修」は、普段お客様と接する機会のない社員が、お客様の声を直に聞ける場でもあります。これまでは事業部と開発研究所を受講対象としていましたが、2009年は対象を全部所の新任の副主任に拡大しました。

#### 品質方針

日々の暮らしに役立つ優良な製品・サービスを提供し、お客様の満足と信頼を獲得することは当社の使命です。私たちは、たゆまぬ品質保証活動を実践し、お客様満足の向上に努めます。

#### 1. お客様との対話を大切にします。

お客様の声を真摯にお聴きし、商品・サービスに反映いたします。品質に関する情報の収集に努めるとともに、正確でわかりやすい情報を提供いたします。

#### 2. 安全と機能を徹底的に追求します。

安全性の徹底追求と、機能性の向上に積極的に取り組みます。

#### 3. 地球環境に配慮します。

製品・サービスの地球環境への影響を減少させ、「持続可能な社会の創造」を目指します。

#### 4. 法令等を遵守します。

関連法令及び社内規程類を遵守し、品質保証活動を向上します。

#### 5. 新鮮な驚きのある商品・サービスを提供します。

魅力的品質の創造にたゆまず取り組み、お客様満足の向上に努めます。

2008年3月28日

注釈

\*1 CS Customer Satisfaction(お客様満足)  
PL Product Liability(製造物責任)

\*2 薬事品 薬事法の対象となる医薬品、医薬部外品、化粧品および医療機器を指す。

## 安全・品質を重視した製品づくり

当社はお客様の声を基点とする品質保証体制を構築し、事業活動におけるすべてのステージで品質と安全性について検討・評価することで、より安全で高品質な製品の提供に努めています。

### ① 製品企画

お客様がより満足する商品を企画

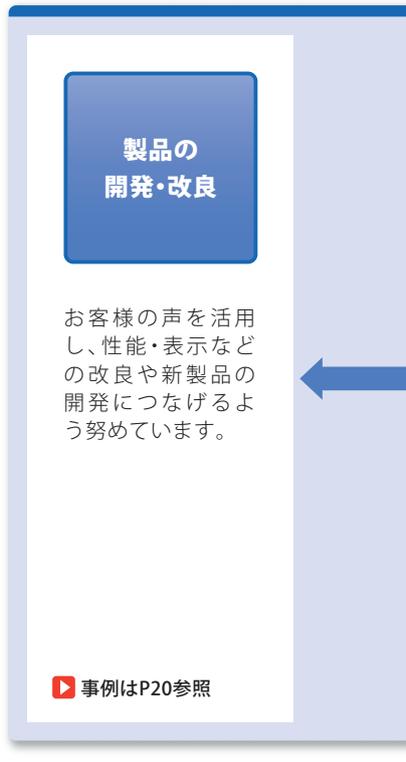


お客様

製品企画へ

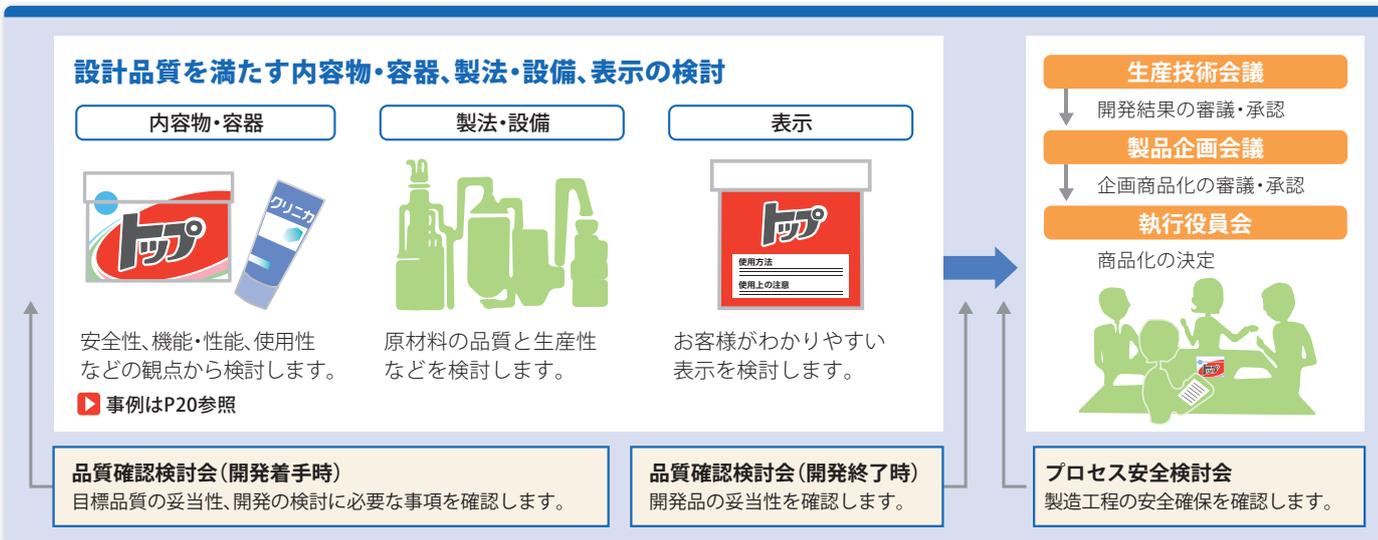
### ⑤ お客様への対応

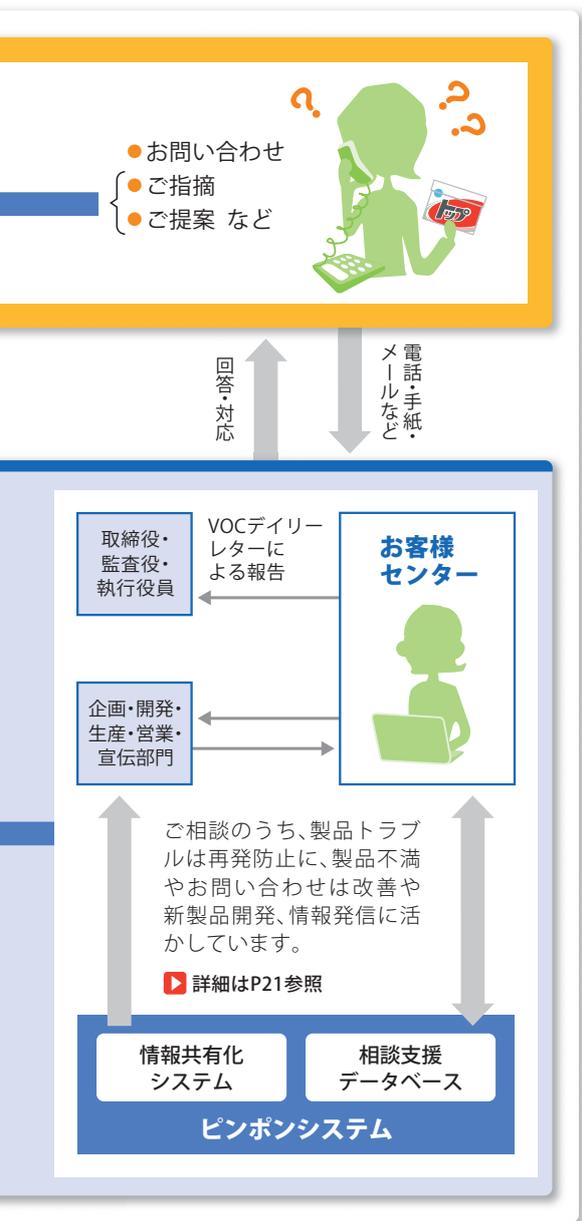
お客様の声による品質向上



### ② 製品開発

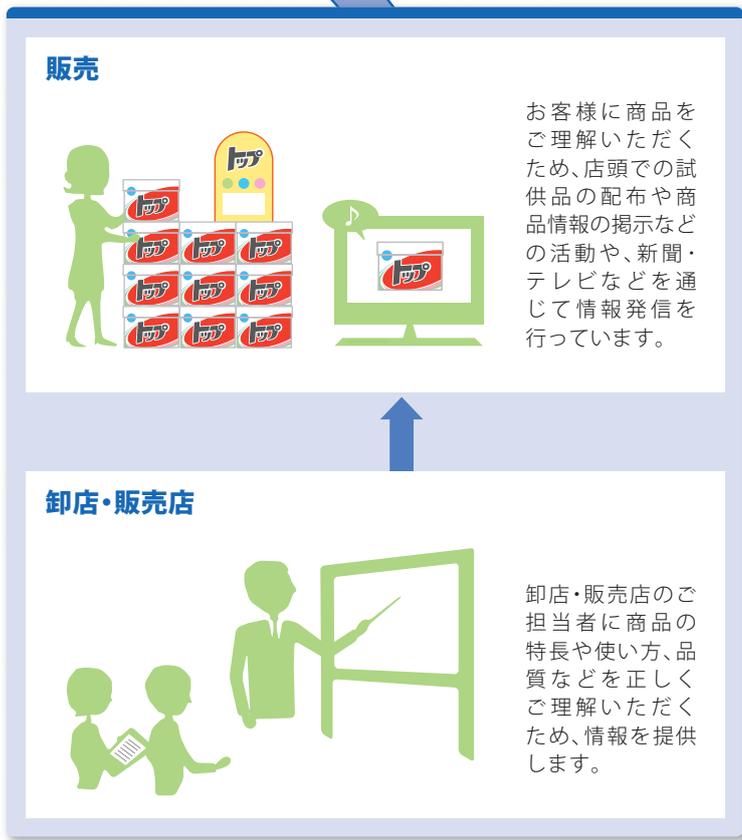
品質・安全に留意した製品の具現化





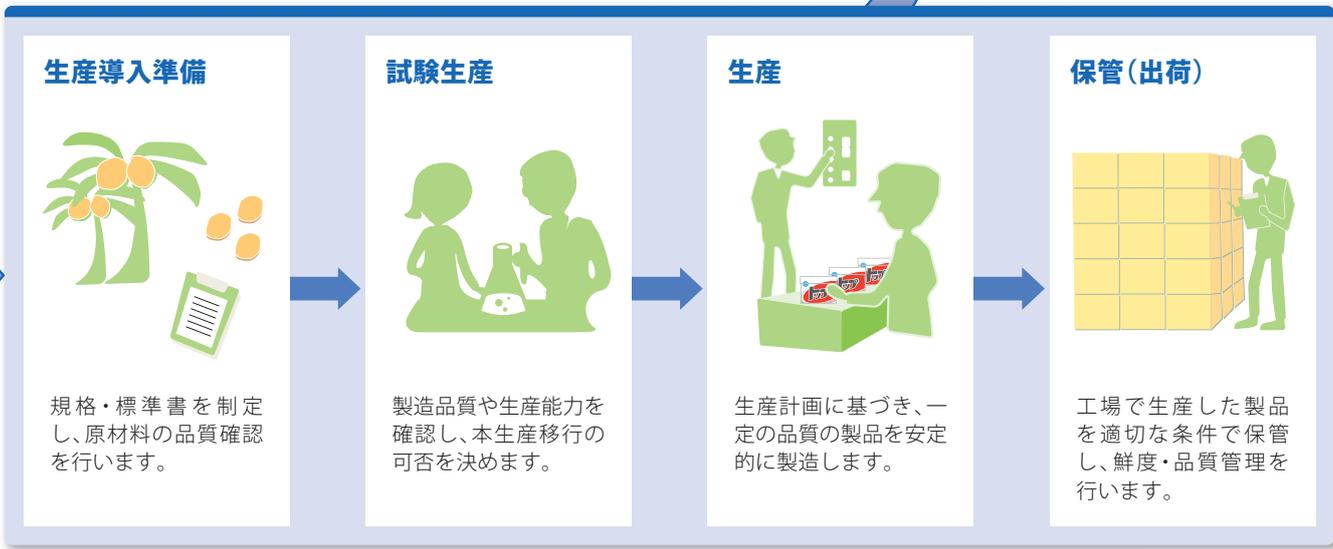
### 4 販売

商品品質の情報提供



### 3 生産

量産体制での品質確認



## お客様の声を活かして

当社の製品づくりでは、お客様の声を重視しています。お寄せいただくお客様の声はもちろん、お客様の

行動を調査することで声なき声を拾い上げ、新製品の開発や既存製品の改良に活用しています。

以下にその事例を紹介します。

### 『トップ NANOX』製品企画

### お洗濯で「しょうがない」とあきらめていた「落とせないニオイ残り」を解決

洗剤の機能で生活者が最も重視するのは、汚れ落ちがいいこと。また、乾いた洗濯物のニオイを嗅ぐ生活者は約9割、そのうち多くの生活者がニオイを嗅いで汚れ落ちを確認していることもわかりました。これからの洗剤には「ニオイのもとまで残さず落とす洗剤」が求められているのです。

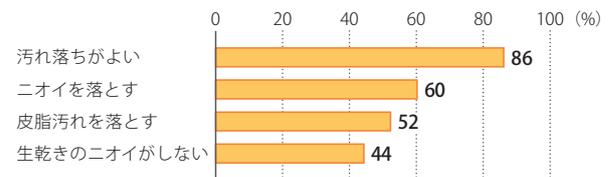
『トップ NANOX』は独自の洗浄成分「MEE」配合で、落ちていなかったニオイ

ハウスホールド事業本部  
ファブリックケア事業部  
**松井 尚子**



のもとまで分解して落とす「ナノ洗浄」を実現しました。これからも次世代のキレイを提供する洗剤の開発で、お客様に「驚き」と「感動」を与えたいと思います。

#### ●洗剤に対して期待する効果・機能



(2009年9月当社調べ、回答者数=824名)

### ライオン製品の安全性確認

### お客様のさまざまな使い方を想定し、安全性を評価

科学的な見地からいうと、世の中に「どんな使い方しても絶対に安全」という物質はありません。だからこそ、世界中で発行されている学術論文や各種技術文書から安全性情報を集め、製品に配合される成分の一つひとつを検証しています。

同時に、お客様が製品を使用する場面にあわせてさまざまな使い方を想定し、分子生物学や生理学などの生物系技術なども駆使して、実際の生活のなかでも安心して

研究開発本部  
環境・安全性評価センター  
**武井 俊晴**



使っていただける成分かどうかを丹念に確認していきます。私の願いは、よい製品でお客様が喜ぶ姿を見ること。家族や大切な人の顔を思い描きながら、開発陣が産み出したライオン製品を安全にお使いいただくため、しっかり評価していきます。



培養細胞を用いた安全性試験

### 『キレイキレイ携帯用』開発

### お客様のご要望に応じて、「いつでもどこでも」を実現

お客様の清潔意識と病気感染への不安の高まりから開発した『キレイキレイ薬用泡で出る消毒液』。2008年10月の発売当時、手指消毒剤は認知されているものの使用率はまだ数%程度でした。『キレイキレイ』発売後は、商品に関するお客様からのお問い合わせが多数寄せられましたが、2009年の新型インフルエンザ流行ですらに拍車がかかり、消毒剤の使用率が上昇(20%)するとともにお問い合わせが急増、そのほとんどが「つめかえ用」や携

ヘルスケア事業本部  
ビューティケア事業部  
**今井 竜司**



帯用の発売を望む声でした。

毎日複数回使うお客様が増え、消毒行為が習慣化したこと、また「いつでもどこでも使いたい」というお客様のご要望もあったことから、2009年11月につめかえ用、2010年3月には携帯用を発売しています。



指定医薬部外品

販売名:ライオンハンドフォーム  
効能:手指・皮膚の洗浄・消毒

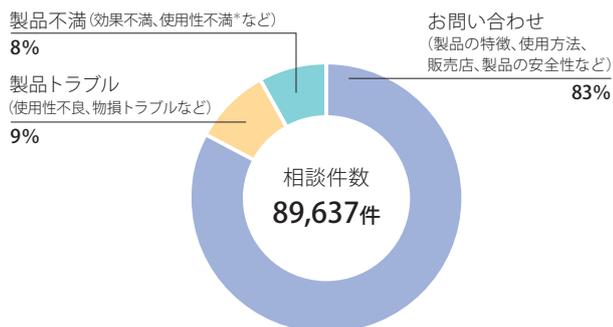
## お客様への対応

### お客様からの相談状況

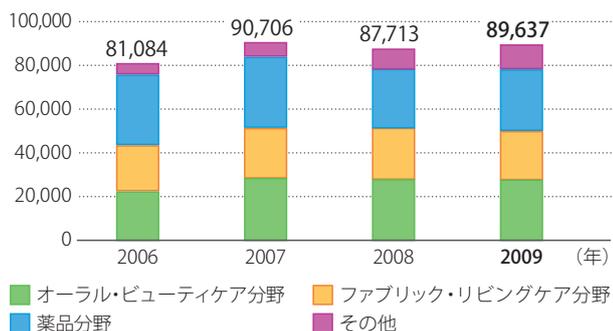
2009年にお客様相談室に寄せられたご相談は、約9万件でした(前年比102%)。相談内容の内訳は、製品の使用方法、販売店、安全性などに関するお問い合わせが全体の83%を占めました。

2008年までは、お問い合わせいただいたお客様のなかから、お答えいただける方を対象に、当社の対応へのアンケートをお願いしていました。2009年は、より客観性を高めるため、無作為にアンケートを実施しました。138名中128名が、「満足」「やや満足」と回答し、高い評価をいただいています。今後は「やや不満」「不満」と回答した方の不満点を解析し、さらなる改善をはかっていきます。

#### ●相談内容内訳(2009年)



#### ●お客様相談室への相談件数の推移



※ 2009年の報告書に誤りがあり、薬品分野とファブリック・リビングケア分野の過去の数値を修正しています。

## 情報発信

当社ホームページでは、製品やキャンペーン、製造終了品に関する情報のほか、洗濯や口腔内のお手入れ方法など、くらしのなかで役立つ情報を発信していま

す。また、よくいただくお問い合わせの回答や誤って製品を飲み込んでしまった場合の対処方法などについても掲載しています。

また、視覚障がいのある方々にも安心して製品をお使いいただけるよう、点字・SPコード・大活字による「ライオン製品情報」や、音声ソフトで読みとりできるくらしに役立つメールマガジン「ライオン製品&生活情報「音メール」」を発行し、希望者に無料でお届けしています。

### VOC(Voice of Customer) デイリーレター

お客様の声に迅速に対応するために、2008年より「VOCデイリーレター」を導入しています。これは、お客様のご相談内容のうち、特にお客様満足に大きな影響があると考えられるものを取り上げ、製品企画執行役員会のメンバーに直接報告するシステムです。

2009年は309件のメッセージを発信しました。また、2009年からは、より確実にPDCAが回るように、各部署が対策の要否、対策内容、実施時期などを決定し、その結果を経営と品質保証部門に報告し、その後を品質保証部門が追跡調査しています。今後、この体制をさらに強化し、社内のお客様感度の向上に努めてまいります。

### お客様相談窓口の機能強化

2010年1月、これまでCSR推進部に設置していたお客様相談室を「お客様センター」として独立させました。これは、お客様相談窓口の機能強化を目的として実施したもので、お客様の声にさらに耳を傾け、適切な対応とコミュニケーションを強化していくための体制が実現しました。また、お寄せいただいたお客様の声を社内に反映させていく仕組みも強化しています。

### 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。

2010年3月末現在、148万本(回収率45.6%)を回収しております。まだ、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

フリーダイヤル電話：0120-670-225

受付時間：午前9時から午後5時(土・日・祝日を除く)

注釈 \*使用性不満 製品自体の異常ではない部分で、お客様が不満を感じたもの。



新入社員研修でのグループワーク

## 社員がいきいきと元気に働ける 職場であるために

ライオンは社員の人格・個性を尊重した公正な処遇と人材育成を実践しています。  
社員が心身共に健康で働けるように、安心して仕事に従事できる職場環境づくりに取り組んでいます。

### 多様な人材の活用

#### 人材活用に関する考え方

創業者の持論に、「従業員は協同者」というものがあります。この考え方は、企業行動憲章の「人権の尊重」「就業者の多様性と人格・個性の尊重」にも表れています。当社は、従業員一人ひとりの人格や個性を尊重し、能力やスキルの向上、心身の健康維持を支援しています。また、行動指針に則り、あらゆる不当な差別を排除し、従業員が仕事の喜びや幸せを感じられる職場環境を実現していきます。

なお、職場での人権などに関わる問題については、毎年行っているリスクマネジメント活動、コンプライアンス活動の実績や内部監査などを通じて確認していますが、2009年は重大な不正行為となる案件はありませんでした。

### 公正な人事処遇

当社は、公正な人事処遇制度のなかで、すべての社員が働きがいを持てる職場環境づくりを目指しています。人事処遇にあたっては、目標管理制度や自己申告制度を活用し、上長の定期的な評価と面談によるフィードバックを通じて、個人の納得性とモチベーションを高める仕組みを整えています。

### 良好な労使関係のために

当社では、労使の信頼関係を重視し、経営層と社員の対話を定期的実施しています。労使間での協議会では、労働条件や職場環境に関する意見交換や報告を行い、相互理解を深めています。2009年は特にワーク・ライフ・バランスに関して、労使が協力して積極的に活動することに同意しています。

なお、当社ではユニオン・ショップ制を採用しています。

## 職場のダイバーシティ推進

出産・育児のライフステージに入った場合でも、昇進昇格にあたって影響がないよう、総合的に人事考課を行っており、女性管理職比率は増加傾向にあります。

障がい者雇用は積極的に採用活動を行い、2007年末に法定雇用率の1.8%に達し、2009年は2.0%です。

派遣社員、パート社員は、多様で柔軟な働き方として業務内容に応じて活用しており、全体に対する比率は、それぞれ約8%、約9%です。

## 定年退職者再雇用制度

2006年4月より、「定年退職者再雇用制度」を導入しました。会社が提示する職務リストのなかから自分に合った仕事を選んで応募する「一般型ジョブ再雇用」と、会社にとって不可欠な専門知識や熟練技術を持つ社員を会社が指名する「高度専門型ジョブ再雇用」、マネジメント力を活かし職制を継続する「職制任用型ジョブ再雇

用」の3つの制度を導入しています。

制度発足から5年ですが、定年退職者の約65%がこの制度を利用し、今までに培ってきた技術、知識、経験を活用していきいきと働いています。

## 退職者再雇用制度の整備

当社は、育児や介護などの理由で一度当社から離れた方々にも、さまざまなキャリアを活かしながら再び活躍していただきたいと考えています。

そこで2009年5月より、自己都合により退職した社員を再雇用する制度を導入しました。これは、当社を一度退職した社員に再び活躍してもらうための制度で、退職事由や勤続年数、当社退職後の経過年数を問わず、応募することができます。

働き方は、正社員として再就職する「キャリア・リターン制度」と、常勤嘱託としてより柔軟に働くことができる「ジョブ・リターン制度」の2種類から選べ、育児や介護との両立に役立ちます。

2010年2月に2名が、この制度を利用してはじめてとなる再就職を果たしています。

### VOICE

#### 「これまでの経験を活かせる職場」が応募の決め手

私は2009年に定年を迎えましたが、「定年退職者再雇用制度」の一般型ジョブ再雇用に応募し、現在も定年前と同じ職場で同じ仕事、販売管理システムなどを設計する仕事をしています。

入社以来、マーケティング関連の仕事に17年、販売管理を中心としたシステム関連の仕事に18年携わって、社内で開発されるシステムを使ってきましたが、現在の部所でシステムを作ることになったのは、定年のほんの2年前でした。とはいえ、長くシステムを使っていたから、どのようなシステムがユーザーにとって使いやすいかは、手に取るようにわかります。自分の経験を活かせるまたとない職場だと感じていましたから、再雇用制度には必ず応募しようと思っていました。再雇用された現在も、非常にやりがいを感じて仕事をしています。

従来とは責任と権限の面で立場が異なりますが、これまでの経験を活かし、ユーザー志向のシステム開発を心がけていきたいと思っています。



統合システム部  
彌吉 吉紀

#### ●社員関連データ

		2007年	2008年	2009年
正社員数	(男性)	1,965名	1,934名	1,883名
	(女性)	531名	546名	566名
新入社員数	(男性)	55名	57名	40名
	(女性)	35名	25名	31名
定年退職者再雇用	(人数)	51名	78名	117名
	(率)	2.0%	3.1%	4.8%
女性比率		21.3%	22.0%	23.1%
女性管理職	(人数)	30名	32名	32名
	(率)	4.3%	4.7%	4.8%
障がい者雇用	(人数)	45名	45名	48名
	(率)	1.8%	1.8%	2.0%
育児休業取得者	(男性・人数)	3名	3名	5名
	(率)	5.5%	4.4%	7.0%
	(女性・人数)	38名	36名	38名
	(率)	100%	100%	100%
育児短時間勤務	(男性)	0名	0名	0名
	(女性)	33名	34名	40名
月平均時間外労働時間		9.2時間	10.7時間	10.3時間
年次有給休暇取得率		43.0%	45.2%	48.6%
入社3年後までの離職	(人数)	9名	8名	6名
	(率)	4.1%	3.8%	3.0%

※ 新入社員には中途入社を含みます。また精査の結果、「入社3年後までの離職」の2008年の数値を修正しています。

## ワーク・ライフ・バランスへの取り組み

### 次世代育成の支援

少子高齢化が進むなか、次世代の育成は重要な課題です。当社は次世代育成支援対策推進法に則って策定した行動計画を達成し、「仕事と子育ての両立支援に積極的に取り組んでいる企業」として2007年から厚生労働省の認定を受けています。この間、育児短時間勤務を「子どもが小学校1年の年度末」まで延長し、フレックスタイム勤務などの柔軟な働き方も促進しています。

女性の育児休業取得率は高く、100%で推移しています。男性の取得も着実に増加するとともに職種も研究やスタッフ部門から拡大しており、2009年には生産部門での取得がありました。取得の仕方も人事部門への相談・支援による取得から、自発的な申請へと変化しており、職場への定着がみられます。2009年4月からの取得は、2010年5月末までに7名となり、約1年で第3期行動計画の目標「2年間に7名以上」を達成しました。

2009年からの第3期行動計画については労使間で協議し、母親・父親社員の意見を取り入れながら、以下のとおり策定しています。

#### 次世代法第3期行動計画

期間：2009年4月～2011年3月

次世代認定マーク  
「くるみん」



- 目標1. 計画期間内に男性従業員の育児休業等の取得者を7名以上にする。
- 目標2. 09年に年次有給休暇の計画的付与を年間1日実施する。
- 目標3. 育児休業中の従業員（希望者）にイントラネットを經由して社内情報を提供する環境を整備する。
- 目標4. 自己都合で退職した社員の再雇用施策を導入する。

### 効率的な働き方を目指して

適正な労働環境の整備と効率的な働き方を目指し、労働時間は客観的な記録（タイムカード）をもとに管理しています。また、労働時間削減と省エネルギーを目的に、

事業所ごとに週に1日「ノー残業デー」を設定し、早時退社を推奨しています。スタッフ部門・研究部門では「フレックスタイム制度」を採用し、社員の自律性を重視した就業環境の実現に取り組んでいます。

2009年は年次有給休暇の計画的付与に取り組み、4月からの半年間で、全社員がそれぞれ1日の有給休暇を取得しました。2010年も引き続き有給休暇の計画的付与を実施する予定です。

### ボランティア休暇制度

当社のボランティア休暇制度には、会社が指定する活動への参加を支援する「ボランティア特別休暇制度（最大年5日）」と、社員が関心を持つ活動への参加を支援する「ボランティア一般休暇制度（積立休暇を利用）」があります。2009年は39名（のべ75日）が特別休暇制度を利用しています。

#### 社内報を通じて男性の育児休業を支援

当社では、男性の育児休業の取得促進を行うことが、男女共に仕事と生活の両立がしやすい職場風土につながると考え、積極的に推進しています。

社内調査によると、対象となる男性社員の4人に1人は「育児休業を取りたい」との意見でした。しかし、実際には「上長を含めた職場や社会の理解」がないと育児休業を取りにくいのが実情です。このため、全社的な理解を得るために、2006年から社内報「たてがみ」でワーク・ライフ・バランスや男性の育児休業に関する記事を連載しています。

2009年には育児休業を取得した6名の男性社員による座談会を特集し、取得前の悩み、育児休業を通じて得た家族の絆や、育児と家事への参画による顧客視点の発見や業務効率化のアイデアなど仕事面でのメリットについても話し合いました。男性は実際の取得者のアドバイスを聞いてから取得することが多く、社内報の特集を続けることで、全社に取得が広がることを期待しています。



座談会の様子



## 人材育成

### 「挑戦」「創造」「学習」の企業文化

当社の事業活動は、創業より革新によって支えられてきました。経営や技術における課題を解決する革新を引き起こすのは、「挑戦」「創造」「学習」を実践できる従業員一人ひとりの力にほかなりません。当社は、常に課題を克服すべく自ら挑戦し、新しい価値を生み出す人材を育成することで、「挑戦」「創造」「学習」の企業文化の形成を目指しています。

### 研修・教育制度

当社では、資格や職位、年齢別、担当業務ごとに行う「階層別研修」「キャリア開発研修」「職種(部門)別研修」を全社員に行っています。

#### ●基本となる教育・研修

	一般社員	管理職
業務遂行能力強化	新入社員研修	管理職研修
階層別研修	中堅社員研修	
国際人材	国際人材派遣教育制度	
職種別専門教育	営業部門専門教育	
	事務・企画部門専門教育	
	研究・技術部門専門教育	
	生産部門専門教育	

### 挑戦を支える仕組み

一人ひとりが挑戦と創造の力を大いに発揮できるよう、社員のチャレンジを支える制度を整えています。

高い意欲を持った社員には、基本となる研修のほかに、「選択型研修」「自己啓発支援制度」などの能力開発の機会を提供。特に自己啓発支援制度では、多彩なメニューを揃え、社員が自身の能力を開発できるようにサポートしています。

また、社員が自発的なグループ研究成果を直接経営幹部に発表する場としての「ライオンチャレンジカップ」、事業のグローバル化にともない、海外業務を担える人材を育成するための国際人材派遣教育制度や海外関連企業での業務研修、海外学会発表などの育成施策を実施しています。

#### ●自己啓発支援制度

グローバル人材教育	海外業務研修	海外の企業や研究機関などに派遣し、現地での業務に幅広く携わるなかで現在または将来の業務に関連する知識・技術を修得
	海外学会発表	グローバル化にともなう人材育成の観点より、自己業務および自己啓発による技術・知識を海外の各分野の学会で発表する機会の提供
	自主企画海外研修	グローバル化にともなう流通構造の変化をリアルタイムで体感するため、流通・小売の先進国である欧米を視察し、視野の拡大を推進
留学	国内留学	ビジネススクールで学び、より高いレベルでの業務遂行能力と経営管理能力を修得
	学習研究サークル	社員主体で業務に関する学習・研究を実施
研究会	ライオンチャレンジカップ	チーム研究を経営幹部に発表する年1回の社内コンテストを開催
	一般通信教育・ビジネススキル・資格取得	挑戦・創造・学習の企業文化の活性化を支援するため、自己啓発費用を積極的に補助

### 革新を生み出すライオンチャレンジカップ

社員が商品や事業に関する自由なテーマについてチームで研究し、社長をはじめとする経営幹部に直接発表するコンテスト「ライオンチャレンジカップ」を1999年より毎年1回開催しています。

このコンテストは、当社の経営理念にも掲げる「挑戦と創造の心」を実践する場です。参加者のプレゼンテーション能力の向上をはかるとともに、日頃関わることの少ない他部門とのコミュニケーションを行い、知識を深めるなど、自らの視野を拡大するチャンスとして活用されています。このコンテストをきっかけに、新たな製品も生まれています。

選考はイントラネットを通じた社員投票と、社長および経営層の審査からなり、提案に参加しなかった社員も、各提案への投票を通じて「挑戦と創造の心」を醸成することができます。2009年開催のコンテストには105の応募があり、7つの提案が受賞しました。



表彰式の様子

ライオンチャレンジカップがきっかけとなって製品化された『プロテクヘッドウォッシングブラシ』



『プロテクヘッドウォッシングブラシ』

## 社員の健康管理

### 社員の健康は会社の財産

社員の健康は個人と会社双方にとって最大の財産と考え、健康管理基本方針に基づいて活動しています。この方針は自己管理能力の高い社員を増やすこと、快適な職場づくりを推進することを活動の大きな柱としているため、当社の定期健診受診率および健診後個別面談(保健指導)実施率は、ほぼ100%となっています。産業医・看護職との対話を通じたきめ細かな健康管理活動が、2008年度から法制化された40歳以上の特定健診・特定保健指導の社内展開にもよい効果を生んでいます。

### 特定健診・特定保健指導への対応

2008年度から法制化された40歳以上の特定健診・特定保健指導について5ヵ年計画を立案し、健康保険組合と協力して健診および保健指導を実施しています。

2008～2009年度は、これまで健診後に全員を対象に実施してきた個別面談を活かし、メタボリックシンドロームリスク軽減に向けた予防活動に力を注ぎました。

また、全事業所の安全衛生防災計画のなかに、全員を対象とした環境整備案を盛り込み、全事業所でひとつ以上の改善を継続することで、メタボリックシンドローム該当者と予備軍の削減にも努めています。

これらの活動の結果、従業員の平均年齢がほぼ同じであるにもかかわらず、メタボリックシンドローム(学会基準)の有所見率の減少がみられます。

#### ●被保険者への取り組み例(2008～2009年度)

##### メタボリックシンドロームのリスク軽減

- ・ホームページ、集団指導による啓発活動
- ・動機づけ支援の実施率80%以上(動機づけ支援レベル+積極的支援レベルの対象者、関係会社を含む) など

##### メタボリックシンドローム該当者および予備軍の削減

- ・社内食堂でのヘルシーメニュー導入や提供回数の増加
- ・清涼飲料水自動販売機のカロリー表示
- ・喫煙所の削減
- ・ウォーキングキャンペーン など

#### ●当社におけるメタボリックシンドローム該当者の割合

	該当者割合
2008年	8.0%
2009年	6.7%

## 35才健康セミナー(LIS21<sup>\*</sup>)について

当社では生活習慣病の未然予防のため、健診所見や健康リスクの増加がみられる前の35歳という年齢に焦点を当てています。若い世代からの健康づくりが将来的な疾病予防につながると考え、自分の健康を振り返り、将来を見据えて実行可能な課題をみつけるための1泊2日の体験型セミナーを、2001年より実施しています。

#### ●LIS21参加者における1年後の行動変容率

	参加者	生活習慣が変わった者	割合
2005年	110名	99名	94.3%
2006年	120名	111名	92.5%
2007年	86名	79名	91.9%
2008年	91名	81名	89.0%

※ 育児休業などで1年後に看護職と面接を実施しなかった者は、母数から除いて割合を算出。

## メンタルヘルスへの取り組み

こころの健康は会社組織の活性化とリスクマネジメントの両面で重要な問題として、こころの変調の早期発見と予防を重視し、産業医や看護職のほか、精神科医、臨床心理士による社内相談も行っています。また、外部機関と契約し、家族も含めて手軽に電話相談やカウンセリングを受けられる環境を整えています。メンタルヘルスでは管理職が果たす役割も大きいと考え、管理職への教育を行って職場のサポートを強化しています。

### VOICE

#### 65歳まで元気に働ける健康管理を目指す

2010年からは新たな3ヵ年の健康管理中期計画を策定しています。その方針では、昨今の就業環境を考慮し、65歳までモチベーションを高くいきいきと元気に働ける健康管理を目指しています。新たな施策としては、将来の疾病予防や受動喫煙防止の観点から全事業所建物内禁煙の推進や禁煙支援策を行います。またこれまでの活動に加え、健康保険組合とも協力し、医療費分析を実施した上で効率的効果的なセミナーなどの施策を展開していきたいと考えています。



統括産業医  
西莖植 規秀

注釈

\*LIS21 Lion life Innovation Seminar 21

## 安全防災への取り組み

### 安全衛生防災マネジメントの全社展開

当社では「安全は、何事にも優先する」を基本に、労使が協力して安全の確保に努めています。2003年には「安全衛生防災マネジメントシステム」を構築し、リスクアセスメントを中心とした従業員教育を事業所ごとに行ってきました。2006年改訂の厚生労働省「労働安全衛生マネジメントシステム」を取り込みながら2009年には当社システムを大幅に見直し、現在はこのシステムのもと、「無事故」「無災害」の達成に取り組んでいます。

#### [労働安全]

当社では労働安全を第一に、社内外講師による安全教育と指導を日頃から実施しています。2009年は人と設備に関わる重大な事故災害はありませんでした(休業災害は1件、不休災害は6件発生)。2009年は人と化学物質に関するリスクアセスメントを重点施策として改善を進めた結果、薬傷災害はなくなりましたが、まだ対応が十分とはいえません。この取り組みは、今後も継続していきます。

#### [設備安全]

当社は、外部機関の診断による化学プラントの安全確認を進めています。2005年に千葉工場プラントの安全確認を終え、同手法をライオンケミカル(株)、ファインケミカル事業所、海外関係会社(韓国・マレーシア・タイ)のプラントにも適用・診断し、2008年に不具合の改修を終了しました。また、化学プラントでは日頃の点検も重要であると認識し、定期点検を計画的に行っています。計画の作成では、RBM(リスクベースドメンテナンス)手法を新たに導入し、定量的・効率的な管理を進めています。生産設備での条件変更などにおいては、変更管理基準を明確にし、設備安全を強化しています。

経営者によるレビューを計画的かつ確実に実施し、すべての従業員が丸となって取り組むことで、いっそう充実した労働安全・設備安全につなげていきます。

### 緊急事態への対応

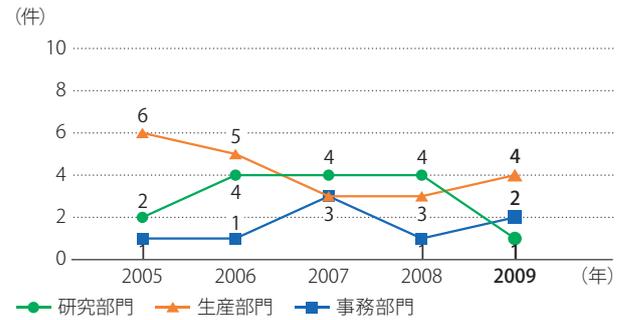
就業者の安全を確保し、災害時に速やか、かつ適切に行動できるよう、各事業所でマニュアルを整備すると

もに、安否確認訓練、避難訓練、人員掌握訓練、消火訓練、公設消防との合同訓練などを定期的に行っています。

#### ●設備災害発生件数

2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
0	0	0	0	0

#### ●労働災害発生件数(通勤災害を除く)



#### ●生産部門の労働災害度数率\*



#### ●2009年末 無災害労働時間(万時間)

研究部門				生産部門			
平井	本所	小田原	福島	千葉	小田原	大阪	明石
605	39	40	9	276	243	180	48

2009年は、南海地震により大阪工場と大阪オフィスが被災したことを想定し、早期事業復旧訓練を行いました。訓練ではテレビ会議システムを活用し、本社が被災地の現地災害対策本部を支援する際の対応を確認しました。

また、災害発生時に社員の安否を素早く適切に把握するため、部所、事業所単位で安否確認システムの訓練を適宜実施しています。

当社グループで所有するオフィスビルの耐震補強工事は完了しています。工場の耐震診断、耐震補強工事についても順次実施しており、千葉、小田原、明石の各工場では完了し、大阪工場の補強工事を順次行っています。

注釈 \*度数率 休業災害被災者÷のべ労働時間(百万時間)。  
生産部門の労働災害強度率はホームページをご覧ください(URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/employee/prevention/>)。

## 第149期 定時株主総会

質疑応答

株主の皆さまからのご質問、  
ご意見をお受けいたします。

おはようからおやすみまで  
くらしに夢をひろげる

LION

質疑応答

株主の皆さまからのご質問、  
ご意見をお受けいたします。



定時株主総会

# 株主の皆様とのコミュニケーションを大切にし、 信頼と期待に応える事業活動を実践します

企業価値向上による安定的な利益還元と、各種情報ツールやイベントによる迅速・正確・公平な情報発信に努めています。ご意見は的確かつ速やかに社内へフィードバックし、事業活動に活かしています。

## 情報開示とコミュニケーション

### 正確かつタイムリーな情報発信

当社では、国内外の投資家の皆様に会社情報を正確、公平かつタイムリーに発信するため、さまざまなIRイベントを実施しています。国内の証券アナリスト・機関投資家を対象とした決算説明会、事業説明会、新製品説明会などのほか、海外の投資家が多数出席する証券会社主催のイベントにも参加し、海外に向けた情報発信にも注力しています。

また、個人投資家向けの会社説明会も積極的に実施しています。説明会では事業内容・戦略に加え、環境対応や社会貢献活動、くらしに役立つ生活情報など幅広くお伝えしています。

2009年は、全国各地で計12回の会社説明会を実施し、1,300名を超える投資家の皆様にご出席いただきました。特に、品質管理など製造現場での取り組みを説明した千葉(6月)と大阪(11月)での工場見学会や、環境を

テーマにした投資フォーラム(8月)では、投資家の皆様からより深い理解が得られるように、社長はじめ環境対応や商品開発を担当する社員が直接説明を行いました。

今後もさまざまなイベントを通して、投資家の皆様と積極的にコミュニケーションをはかります。



「IR×ECO」フォーラム  
展示ブース(主催:(株)  
ツバルの森、2009.8.9)

### 情報提供ツールの充実

多くの投資家の皆様に、迅速かつ公平に情報をお届けするために、ホームページに「株主・投資家情報」を設置しています。

このコンテンツでは、当社の現状がひと目で確認いただけるよう、事業内容や業績の概要を説明してい

注釈

\*1 IRサイトに関する受賞 2010ゴメス・コンサルティング(株) IRサイト総合ランキング 優秀サイト  
2009大和インベスター・リレーションズ(株) インターネットIRサイト優秀企業(6年連続選出)  
2009日興アイ・アール(株) 総合ランキング 優秀サイト

ます。あわせて経営戦略や財務、決算に関する各種資料を掲載。更新情報をお知らせするIRメール配信サービスや、専用のお問い合わせフォームを設置するなど、投資家の皆様に当社情報を手軽に入手していただける環境づくりに努めています。情報の充実度、使いやすさの観点では、社外機関からも高い評価<sup>\*1</sup>をいただいています。

また、「会社概要」や「新製品ご紹介セット」などの情報を掲載した「IRパンフレット」を作成し、より多くの個人投資家の皆様に当社を理解していただくために、イベントなどでお配りしています。

海外の株主・投資家の皆様向けには、英文のホームページを提供するとともに、社長メッセージ、セグメントごとの業績、財務データなどを詳細に掲載した英文のアンニュアルレポートを発行しています<sup>\*2</sup>。



ホームページの株主・投資家情報

### 株主の皆様との対話を大切に

当社では、株主の皆様との対話を大切にしています。毎年3月末に定時株主総会を国技館(両国)で開催しており、2010年は1,365名の方々にご出席いただきました。当社への理解をより深めていただくため、終了後に当社役員との懇談の場や新製品紹介のコーナーを設けています。

また、9月に「LION LETTER」、3月に「報告書」をお届けし、業績のご報告や新製品のご紹介などを通じ、株主の皆様との緊密なコミュニケーションに努めています。



第149期報告書(2010年3月)

### 株主の皆様への還元

当社は、連結収益力の向上により、株主の皆様への

永続的かつ安定的な利益還元を行うことを経営の最重要課題と考えています。2009年は年間配当金を前年同様1株あたり10円としました。

### 株主の皆様へ新製品のご紹介

12月31日時点で1,000株以上所有している株主の皆様には、毎年3月に新製品を中心とした自社製品詰め合わせを進呈しています。株主の皆様には、多くの株主様に当社のファンになっていただけるよう努めています。



2010年3月進呈の新製品ご紹介セット

### 資本市場の声を社内へフィードバック

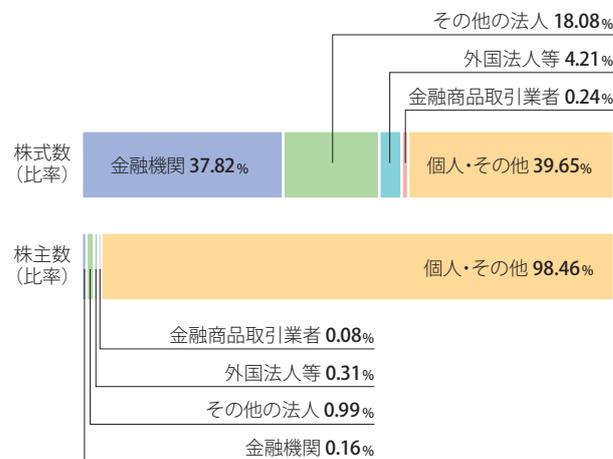
株主・投資家の皆様の貴重な声を社内に伝えることもIRの大切な役割です。国内外機関投資家の皆様とのミーティングや、個人投資家向けイベントでいただいたご意見、アンケート結果などを毎月役員はじめ社内にフィードバックし、事業活動に反映しています。また、イントラネットのIRサイトでは、いつでもわかりやすい最新のIR情報にアクセスできるよう工夫するなど、社員のIR意識を高めるための取り組みを進めています。



FTSE4Good

当社はグローバルな社会的責任投資指標であるFTSE4Good Global Indexに選定されています。

#### ●株式の状況(2009年12月31日現在)



<sup>\*2</sup> アニュアルレポート URL <http://www.lion.co.jp/ja/invest/library/ar/>  
国内の株主・投資家の皆様向けには日本語ダイジェスト版をご用意しています。



流通業の皆様対象の「春のプレゼンテーション」

## 調達から販売までの事業活動全体で、 持続可能な社会の実現に取り組んでいます

調達先における法令遵守、品質、環境保全、労働・人権などにも関心を持ち、  
取引先と共に持続可能な社会の実現に向けた責任を果たしていきたいと考えています。

### 調達基本方針

当社は、創業以来、快適で健やかな生活に役立つ優良で安全な商品・サービスの提供に努めています。原材料や製商品などの調達においては、お取引先様のご協力をいただきながら、以下の方針に従って進めてまいります。

1. 法令・社会規範を遵守し、公平・公正・透明で自由な競争の下、すべてのお取引先と適正かつ合理的な取引を行います。
2. 品質・コスト・納期などから合理的に取引先を選定し、お客様への責任を果たしていきます。
3. 持続可能で健やかな社会の実現をめざすため、地球環境保全や労働・人権などの社会的責任に配慮して調達を行います。
4. お取引先の機密情報や知的財産を尊重し、不正な取得や使用は行いません。
5. 不当な利益の取得を目的とした、お取引先との接待・贈答・金銭などの授受は行いません。
6. お取引先との共存共栄の下、ともに社会的責任を果たしていきます。

制定：2008年10月1日

### 持続可能な調達の実現

#### CSR調達の考え方

当社は、「購買に関する基本方針」のもと、原材料や製品の適正な調達を行うとともに、サプライチェーンマネジメントの体制づくりを進めてきました。

2008年には、社会面、環境面への配慮をより明確にしたCSR調達方針として、「調達基本方針」を制定しました。この方針を周知・徹底するため、定期的な取引先へのアンケート調査を行っています。また、その結果分析を実施するとともに周知策を検討していきます。

#### アンケート調査の実施

当社では、取引先のCSR活動の状況を把握するため、国連の提唱する「グローバル・コンパクト」の10原則に基づくアンケート調査を2008年より実施しており、活動状況の把握と改善のお願いを行っています。2009年は海外関係会社の主要な取引先にもアンケートを実施し、当社グループ企業も含めた\*1国内外の取引先481社に

対して、「調達基本方針」の周知とアンケートを依頼し、353社から回答がありました(回収率73.4%、2010年4月現在)。各企業からの回答を評価したところ、大きな問題のある企業はありませんでした。

#### ● サプライチェーンマネジメントへの取り組み



## 原材料調達先との公正な取引

当社は、これまで、すべての調達先と相互の信頼関係を築いてきました。近年はCSR調達への要請の高まりを受け、購買・調達に関するセミナーに社員を積極的に派遣するなど、人材育成を進めています。その上で、原材料調達先の工場見学も適宜実施しており、安全性・環境適応性・品質の基準だけでなく、社会面への配慮も考慮し、購入先を選定しています。

## 生産委託先との公正な取引

当社では、製品の生産委託先の皆様との公正な取引を推進するため、委託先の選定、取引条件の設定、価格の設定等を公平性・透明性のある話し合いで合意・決定しています。委託先との共存共栄により、公正で良好な取引関係を継続、発展させることで、よりよい品質の製品をタイムリーにお客様にお届けしています。

特にコンプライアンスの面では、下請代金支払遅延等防止法の遵守徹底をはかるため、社員の継続的な外部の講習会への参加、および社内へのフィードバックを通じて受講内容の共有化を進め、社員への教育を行っています。

## 同業他社との共同配送

当社では競合メーカーと共同して1989年にプラネッ

ト物流(株)を設立し、卸店への共同配送を行っています。共同配送の背景となる理念は「システムは共同で、競争は店頭で」。各メーカーと店頭では公正な競争をしますが、物流は共同で行い、①物流コストの抑制、②物流品質の向上、③環境問題への対応といった課題に対処しています。2009年末時点で、メーカー19社が共同配送に参加しています。

共同配送による定時・定量・一括配送・システム化・標準化はお届け先の業務改善、効率化にもつながっています。

## 卸・小売と連携した売場づくり

当社流通の基盤は、卸店との「共存共栄」にあります。卸店とのコミュニケーション組織のひとつとして開催している「ライオン会」には、2010年1月1日時点で259の卸店が会員として加盟しており、当社の経営戦略、マーケティング戦略、営業戦略を説明すると同時に、意見交換を通じて、お客様満足向上に向けたお互いの役割の認識共有化をはかっています。

2009年には、卸売業や小売業とお互いの経営課題を共有化し、解決していけるように営業開発部の新設を行いました。

また、流通業の皆様を対象に毎年開催している「春のプレゼンテーション」では、家庭品から薬品・ギフト用品などの新製品を一堂に紹介しています。当社研究員が実験を交えて、わかりやすく商品の特長を説明するとともに、事業部門から販売方法、売場づくりの提案も行っています。

このような卸売業・小売業との相互理解の取り組みをもとに、当社グループ会社<sup>\*2</sup>の店舗担当者が約8,600店の販売店舗を定期的に巡回し、取引先やお客様のニーズを収集することで、お客様にとって新鮮で魅力的な売場づくりに努めています。



ライオン会総会

注釈

\*1 調査に参加した当社グループ ライオンケミカル(株)、ライオンパッケージング(株)、ライオン商事(株)、ライオンハイジーン(株)、一方社油脂工業(株)、出光ライオンコンポジット(株)(旧カルプ工業)、ライオン・アクゾ(株)、獅王日用化工(青島)有限公司、獅王工業股份有限公司、泰国獅王有限公司(タイライオン)、サザンライオン有限公司、ピーティライオンウイングス、CJライオン(株)。

\*2 ライオン・フィールド・マーケティング(株)。2010年1月にレオフィールド(株)と合併。



「ライオン山梨の森」での地元小学生との植林活動(4月)

## 快適で健やかな社会の実現をテーマに、 地域に根ざした社会貢献活動を実践します

当社の事業活動のテーマである「健康」「快適」「環境」につながる分野で、社会や地域の皆様のくらしをよりよくするために活動していきます。

### ライオンの社会貢献活動

当社の事業展開のキーワードである「健康」「快適」「環境」が社会貢献活動においても基本です。各領域において、社員のボランティア精神醸成を大切にしながら活動を展開しています。

なかでも、創業以来取り組んできたオーラルケアの普及・啓発活動や、水環境保全活動は、事業活動に直結する活動として、特に積極的に進めています。

### ライオン山梨の森

森林にはCO<sub>2</sub>を吸収し、きれいな水を作り、洪水を抑える機能があります。当社は2006年に、持続可能な森林経営の活性化と、健全な森林づくりによる環境保全効果を目的に「ライオン山梨の森」を開設。森林整備や間伐材の紙への活用を促進しています。

森林整備には社員のボランティア参加を奨励しており、2009年までにのべ200名以上が参加しています。また、2009年は新たにこの森林整備体験を新入社員研修

に取り入れ、63名の新入社員が参加しました。

こうした活動が評価され、間伐推進中央協議会による2009年度「間伐・間伐材利用コンクール」で「間伐推進中央協議会会長賞」を受賞しました。

また、「ライオン山梨の森」での活動により2009年度の1年間で3.67トンのCO<sub>2</sub>が吸収されたとして、2010年3月に山梨県から「やまなしの森づくり・CO<sub>2</sub>吸収証書」\*を受けました。



間伐推進中央協議会会長賞受賞式  
(2009.10.15)



やまなしの森づくり・CO<sub>2</sub>吸収証書  
(2010.3.30交付)

注釈

\*「やまなしの森づくり・CO<sub>2</sub>吸収認証制度」 URL <http://www.pref.yamanashi.jp/midori/co2kyushu.html>

## 雨水利用の推進

地球規模での水危機の解決のため、雨水の有効利用に期待が寄せられるなか、当社は2008年から雨水利用推進活動を支援しています。

支援活動のひとつとして、NPO法人雨水市民の会が行っている「雨の恵みプロジェクト」があります。2009年は子どもたちに雨の恵みや、雨を活かすことを知ってもらうために、「すみだ環境ふれあい館」にて実施された小学生対象の「夏休み土曜日ワークショップ」(全4回)と、幼児対象のプログラム(全1回)を支援しました。このイベントの参加者は、保護者を含めてのべ120名以上にもなりました。

そのほか、「雨水ネットワーク会議」の支援も継続しています。また、本社ビルや平井事業所では、雨水を植物への散水などに利用しています。



雨水を利用して草木染めにチャレンジ(2009.8.1)

## 工場見学の開催

工場見学は、お客様と当社を結ぶ大切な接点です。当社の製品や、安全・環境保全の取り組みを知っていただくよい機会と考え、積極的に見学を受け付けています。

見学する皆様に当社製品に対して親しみや安心感を持っていただけるように、見学コースやプログラムを見直しながら活動を続けています。



小学生の工場見学(千葉工場)(2009.2.27)

### ●2009年工場見学の内訳

工場	千葉	小田原	大阪	明石	合計
見学回数	109回	147回	37回	45回	338回
見学者数	2,691名	3,211名	1,162名	1,540名	8,604名

### ●2009年の社会貢献活動(抜粋)

3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本水環境学会に年会学生ポスター発表賞(ライオン賞)創設</li> <li>「キッサニア甲子園」に歯科医院パビリオンを出展</li> </ul>	
4月	<ul style="list-style-type: none"> <li>予防歯科の学会活動と若手研究者の育成を支援する「ライオンアワード」表彰(4月、5月、9月、10月)</li> <li>千葉工場で「ライオンラグビーフェスティバル」を開催</li> </ul>	
5月	<ul style="list-style-type: none"> <li>平井事業所の新研究施設の屋上にビオトープを設置</li> </ul>	
6月	<ul style="list-style-type: none"> <li>「第66回学童歯みがき大会」をインターネット配信により開催(P35参照)</li> <li>LION トップ エコプロジェクト「きれいな川と暮らそう基金」支援団体を決定し、2年目の活動を展開(第2回「ぼくの、わたしの、川の絵コンテスト」実施)(6~8月)</li> <li>小田原地区の社員と家族がクリーンさかわ(酒匂川の清掃)に参加</li> <li>「第10回日本水大賞」に協賛</li> </ul>	
7月	<ul style="list-style-type: none"> <li>児童養護施設の子どもたちを招いて隅田川花火大会を觀賞する「隅田川花火プロジェクト」を実施</li> <li>江戸川区にて小学生向けの科学教育を実施(7~8月)</li> </ul>	
8月	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業所近隣の小学生とその保護者に手洗いと歯みがき、うがいについて学んでもらう「小学生の夏休み課外授業」を実施</li> <li>雨水ネットワーク会議全国大会を支援</li> </ul>	
9月	<ul style="list-style-type: none"> <li>スマトラ島沖地震に義援金100万円を贈呈</li> </ul>	
11月	<ul style="list-style-type: none"> <li>香港で「学童歯みがき大会」を開催</li> </ul>	
12月	<ul style="list-style-type: none"> <li>「夢の課外授業」(子ども夢基金)の活動「チャリティキッズベースボール」での野球を通じた次世代人材育成を支援</li> </ul>	

## 財団を通じた社会貢献活動

### ライオンの口腔保健活動

ライオンは「企業活動で得た利益を社会に還元する」という理念を掲げ、創業時よりオーラルケアの普及・啓発活動を行ってきました。その口腔保健活動を引き継ぎ、口腔保健の研究と普及を目的に1964年に設立されたのが(財)ライオン歯科衛生研究所(LDH\*)です。

LDHは歯科医師会、大学、行政などと連携し、口腔保健活動、研究活動、診療活動、情報発信活動の4つの活動を通じて口腔保健の最前線で社会に貢献しています。

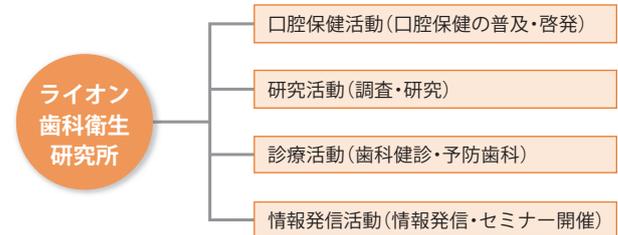
### 健康な心と身体を作る「健口美」

LDHでは「健口美」の考え方のもとに、諸活動を展開しています。「健口美」とは、「口腔の健康」「コミュニケーション」「口腔の美しさ」の3つの要素が機能し、かつ調和している状態を表しています。LDHでは、この3つの要素を保持・増進することで、口腔だけでなく身体や心も健康にし、ひいては生活者の生活の質(QOL)の向上につなげていくことを目指しています。

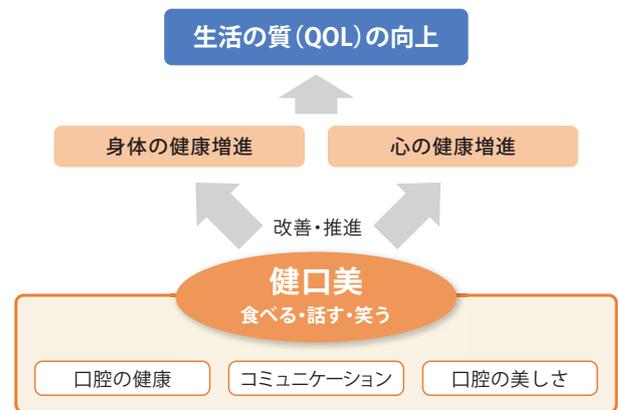
「健口美」の考え方のもとに、乳幼児から高齢者まで、

すべてのライフステージの生活者に対応した口腔保健活動を実践しています。

#### ●LDHの4つの活動



#### ●LDHが目指す「健口美」の考え方



#### ●2009年の活動実績(抜粋)



#### 母子歯科保健活動

乳幼児とその保護者を対象に「歯と口の健康」を通じた子育て支援活動を行っています。

実施対象：31ヵ所、31回  
参加者：小児780名、保護者584名



#### 高齢者歯科保健活動

いつまでも自分の歯と口で食べることができるように口腔機能の保持につながる支援をしています。

実施対象：48ヵ所、54回  
参加者：1,354名



#### 園・学校歯科保健活動

園児および児童生徒や保護者に対する直接的な啓発活動と、保健指導者の活動に対する支援を行っています。

実施対象：404ヵ所、526回  
参加者：園児・児童・生徒39,097名、  
保護者1,712名、保健指導者2,070名



#### 診療活動

リスクコントロール・デンティストリーの考え方にに基づき、専門性が高く、質の高い診療および予防歯科活動を行っています。

受診者：13,357名



#### 産業歯科保健活動

就業者を対象に、歯周病の予防と歯と口の健康の保持・増進に重点を置いた指導を行っています。

実施事業所：244ヵ所、518回  
受診者：30,515名

#### さわってわかる歯みがきの本

視覚に障がいのある方にも役立つ「触図」入りユニバーサルデザイン健康読本『さわってわかる歯みがきの本』(大日本印刷(株)とライオンで2004年より共同発行)をLDHが監修しています。



注釈

\*LDH The Lion foundation for Dental Health

## 「口腔の健康の大切さ」を伝えるために

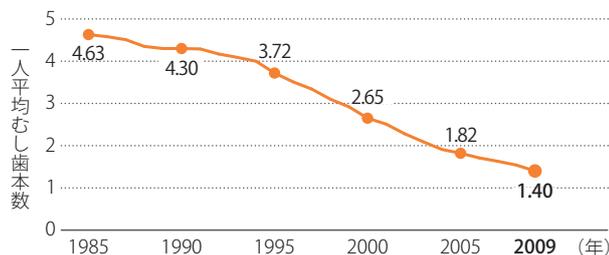
### 学校歯科保健活動での取り組み

ライオンは1913年(大正2年)の第1回ライオン講演会以来、「口腔の健康の大切さ」を伝える口腔保健活動に取り組んできました。そのひとつが児童を対象とした学校歯科保健活動です。歯みがきの習慣形成は、子どもの頃からの指導が大切との考えから、口腔の健康や歯みがきの動機づけを目的に講話や指導を行ってきました。

近年、健康意識の高まりとともに子どものむし歯も大きく減少し、LDHも時代の変化に対応しながら活動を進化させてきました。現在は、むし歯予防に加え、「食べる」ことなどをテーマに口腔の健康が全身の健康を保つ上で重要であることを啓発しています。

児童への直接指導に加え、児童に日常的に接する養護教諭などの保健指導者に対して、口腔保健や指導用教材活用に関する講習会などを行い、活動を支援しています。

#### ●12歳児の永久歯の一人平均むし歯本数の推移



※ 喪失歯および処置歯を含む。資料：学校保健統計調査(文部科学省)

## VOICE

### わかりやすい教材で子どもたちの行動にも変化が

子どもたちへの歯科保健指導では、実践に活かせる正しい知識を与えるのがポイント。その点で「学童歯みがき大会」はぴったりの教材でした。映像を見ながらクイズに参加したり、おせんべいを使って実習することが子どもたちには新鮮で、歯と口の健康を楽しく学べたようです。「家庭での歯みがきが変わった!」と保護者の皆様からも好評でした。インターネット環境の準備には苦労しましたが、他の授業に影響なく1時間で学習できるのは嬉しいですね。今後もぜひ参加したいと思います。

埼玉県川口市立本町小学校  
養護教諭  
宮崎 尊子先生



## 「学童歯みがき大会」はネット配信で新たな一歩

1932年(昭和7年)から続く「学童歯みがき大会」は、LDHとライオンの口腔保健活動を象徴するイベントで、毎年6月4~10日の「歯の衛生週間」に東京都内の小学生をおもな対象として、両国国技館で開催しています。大会では、口腔保健の重要性や歯みがきの方法などを楽しく、わかりやすく学べるように工夫しています。

2009年6月4日に開催した第66回大会では、インターネット配信という新たな一歩を踏み出し、韓国の日本人学校を含む25校、約2,000名の児童がインターネットを介して参加しました。

インターネット配信にあたっては、歯みがき大会を学校の授業時間に合わせて開催するように工夫しました。これによって全国各地で授業として参加しやすくなり、多くの児童がリアルタイムで口腔保健の重要性や歯みがきの方法などを歯科衛生士と一緒に勉強できるようになりました。

これからも、学童歯みがき大会を通じて多くの児童に口腔保健の重要性を伝える活動を続けていきます。



国技館ステージからインターネット配信



インターネットを通して学校から大会に参加する児童たち

### 韓国から学童歯みがき大会にネット参加

2009年6月4日、韓国のソウル日本人学校小学部の児童約30名が「学童歯みがき大会」にインターネット参加し、国技館の会場と双方向でのやり取りを行いました。おせんべいを使った実習では、噛むことの大切さを実感でき、歯みがきの方法では鏡を使いながら楽しく学ぶことができました。



おせんべいを使った「食べる実習」



ライオン山梨の森

## 「環境対応先進企業」を目指して

くらしに密着した商品をお届けする当社にとって、環境問題への取り組みは欠かせない経営課題です。循環型社会・低炭素社会の実現・自然との共生に貢献するべく、地球環境保全活動に積極的に取り組んでいます。

### ライオンの環境保全活動 （「ECO LION」活動）

「ECO LION」活動は、研究開発から原材料調達、工場での製造、営業活動、流通、販売、ご家庭での使用・廃棄までを考慮した、当社のすべての事業活動における環境への取り組みです。この5つの取り組みを柱に、全社的な環境活動を推進しています。

の製造、営業活動、流通、販売、ご家庭での使用・廃棄までを考慮した、当社のすべての事業活動における環境への取り組みです。この5つの取り組みを柱に、全社的な環境活動を推進しています。

#### ●「ECO LION」活動の5つの取り組み



## 環境保全に取り組み続ける

当社は、「洗う」ことを通じて、常に水と深く関わりながら事業を展開しています。使用後に河川や湖沼の水を汚さない商品を作ることが、当社の「事業を通じた環境保全活動」の歴史でもあります。

近年、当社が取り組む環境保全活動は学術・研究支援や、お客様と共に行う環境活動など、さまざまな形に変化し広がっています。

今後も環境保全に取り組み、持続可能な循環型社会・低炭素社会の実現・自然との共生に貢献していきます。

### ●ライオンの環境保全活動



## 環境管理・推進体制

当社は、環境管理体制を整備し、ライフサイクル全体での環境活動を実践しています。  
環境マネジメントシステムの運用と社員の環境意識の向上により、活動のスパイラルアップをはかっています。

### 環境方針

当社の環境方針は、「経済発展と環境保全が両立する持続可能な社会を創造していくため、自主的、積極的に行動する」という企業行動憲章の精神に基づいて定めています。環境方針には、「ECO LION」活動に取り組む当社の姿勢、環境配慮製品の開発に積極的に取り組むこと、サプライチェーン全体として環境負荷の低減に努めることなどを明文化しています。

2010年4月には、当社の現在の活動および、今後の活動の方向性により即した形に改訂しました。特に、水環境保全活動や生物多様性に対する姿勢を、より明確に表現しています。

この新しい環境方針に基づいて、今後も全社的な環境保全活動に取り組んでいきます。

### 環境マネジメントシステム

当社の環境マネジメントシステムは、事業活動、商品やサービスにより、環境に及ぼす影響を把握、評価、是正するとともに、環境保全の継続的な改善活動を実現することを目的としています。そのため、「環境方針」をもとに「Plan」「Do」「Check」「Act」による環境保全の継続的な改善を目指しています。

### 環境管理体制

当社では、環境問題に全社員が協力して対応するため、生産部門、事務・営業部門、研究開発部門、本社スタッフ部門からなる環境保全推進委員会を設置しています。環境保全の観点から全社の事業活動を見直し、法令の遵守、自主的な基準・目標の設定とともに、その全社的な推進および達成状況の把握などを行っています。

### 環境方針

製品の開発から原材料などの調達、製造、流通、販売、お客様の使用・廃棄までのすべての過程で「地球温暖化防止」、「資源の循環的・有効活用」、「人々の健康や自然生態系、生物多様性」に配慮し、地球環境への影響を可能な限り減少させるよう、自主的・積極的に行動します。

#### 1. 持続可能な社会をめざす

環境マネジメントシステムを推進し、継続的な維持、改善により、地球環境の保全を行う。

#### 2. 法的およびその他の要求事項の遵守

環境保全に関する法規制や取り決めに遵守し、自主的な行動基準を設定して実行する。

#### 3. 環境目的、目標の設定と実施の検証

企業活動の環境影響を的確に捉え、技術的・経済的に可能な範囲で、改善の目的および目標を設定するとともに、環境マネジメントプログラムを策定、実施し、その実施状況を定期的に検証する。

#### 4. 環境配慮製品の開発

ライフサイクルアセスメントの視点に基づき自ら定めた「ライオン エコ基準」に則り、環境に配慮した製品開発を積極的に推進する。

#### 5. お取引先との連携による環境負荷の低減

原材料調達先や外部生産委託先、販売先とのグリーンサプライチェーンを構築し、仕入れからお客様への商品提供に至るまでのあらゆる段階で、環境負荷の低減に努める。

#### 6. 自然との共生

生物多様性や大気・水環境に配慮した事業活動を行うとともに、自然環境保護活動に積極的に取り組む。

#### 7. 全従業員への周知と環境保全活動の推進

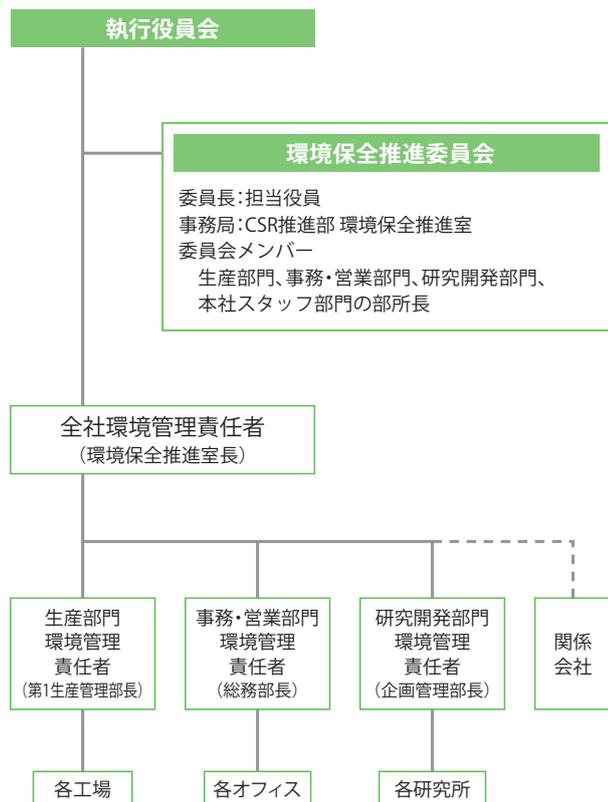
関係会社を含め全従業員に環境方針を周知し、環境保全への意識高揚に努め、全従業員一体となって環境管理活動を推進する。

#### 8. 情報公開の推進

事業を取り巻くすべてのステークホルダーとのコミュニケーションの推進に努める。また、この環境方針は自由な閲覧を可能にして、要望する全ての人々に提供する。

2010年4月1日改訂

●環境管理体制



法規制の遵守

当社では、環境に関わる法令・条例などの規制を遵守しています。

廃棄物処理は、各部所の廃棄物排出責任者が「廃棄物管理規程」に定められた委託先選定基準に適合する廃棄物処理業者を選定し、委託しています。さらに、定期的に廃棄物処理委託先の現地調査を実施し、基準への適合性を確認しています。

日常的な排水の管理においては、排水設備の安定化と工程管理の維持強化および緊急時の対応訓練など、法規制を超える排水を行うことのないよう、管理を徹底しています。

2009年において罰金、科料などを課せられるような違反はありませんでした。

なお、過去に使用していたポリ塩化ビフェニル(PCB)含有機器は、法に基づき厳重に保管しています。これらの機器については、日本環境安全事業(株)により、順次処理を進めています。

ISO14001\* 認証取得状況

当社は、2001年7月に全工場一括でISO14001の認証を取得しました。2004年および2007年5月には日本能率協会審査登録センター(JMAQA)による3年ごとの審査を受けて更新しています。2009年には維持審査を受けました。その結果に基づき、管理システムと環境保全について継続的に改善を進めています。



ISO14001登録証

内部環境監査

「内部環境監査員養成教育」を受けて資格を得た内部環境監査員が、定期的にISOの要求事項全項目の適合性を調査する「内部環境監査」を実施し、「マネジメントレビュー」を行っています。

不適合な箇所がみつければ当該部所が責任を持って改善し、それを報告します。さらに、CSR担当役員による「トップ安全・環境監査」を定期的を実施しています。



トップ安全・環境監査

ライオングループでの廃棄物管理体制を強化

当社では、2009年7月に新たな廃棄物管理システムを導入し、運用を開始しました。今回のシステムは、ネットワークを活用してグループ全体(本社・関係会社約60事業所)で共通のデータベースを利用することで、廃棄物に関するあらゆる情報を一元管理するものです。

今後はこのシステムを活用し、さらなるコンプライアンス徹底、廃棄物リスク管理強化に取り組んでいきます。

\*ISO14001 組織が環境問題に自主的に取り組むための世界共通の規格。

注釈

## 環境管理の目標と実績

中期3カ年計画の最終年となった2009年も、各分野での活動目標をおおむね達成することができました。2010年からの新中期3カ年計画では、さらに具体的で高度な目標を掲げ、一人ひとりの取り組みを促します。

### ● 2007～2009年環境目標と2009年実績(中期3カ年計画)

◎：達成 ○：ほぼ達成 ×：未達成

項目	目標	実績		関連ページ
	3カ年計画当初目標 ( )内は修正目標	2009年のおもな施策	達成度	
CO <sub>2</sub> 排出量削減	CO <sub>2</sub> 排出量を1990年比10%以上削減 (18%以上削減)	粉末衣料用洗剤の生産効率見直しによる省エネルギー対策を実施	◎ (1990年比26%削減)	P45
	物流部門のエネルギー消費原単位を前年比1%以上削減 (前年比2%以上削減)*	モーダルシフト等の対応を進めるが、新型インフルエンザ流行にともないトラック輸送増加	○ (前年比102%、2006年比97%=年平均1%削減)	
廃棄物削減	廃棄物総発生量を1990年比40%以上削減 (50%以上削減)	有価物化の拡大と包装材料のロス削減に取り組む	◎ (1990年比54%削減)	P46
	最終処分量を1990年比90%以上削減	グループ全体でのゼロエミッションを推進	◎ (1990年比96%削減)	
商品を通じた環境配慮	商品由来のCO <sub>2</sub> 排出量*1を1990年比15万トン=85%以上削減(1990年比10.5万トン=60%以上削減)	引き続き植物原料の活用を推進し、CO <sub>2</sub> 排出削減に取り組む	◎ (1990年比67%削減)	P45
	家庭品8分野のプラスチック容器包材使用量原単位を1995年比30%以上削減	製品のコンパクト化と容器構造の工夫による使用量削減を実施	◎ (1995年比40%削減)	P50～51
化学物質管理	VOC(揮発性有機化合物)排出量を2000年比40%以上削減(65%以上削減)	回収装置導入や製品組成面からの改善により達成	◎ (2000年比73%削減)	P52～53
環境管理体制の充実	連結子会社およびライオン・アクゾ(株)の環境データを公表	従来の100%子会社に加え、一方社油脂工業(株)とライオン・アクゾ(株)の数値データを公開。海外関係会社のデータ公開の準備を完了	◎	—
環境意識醸成とPR	定期的な環境教育と情報発信各事業所での活動推進	各事業所でチーム・マイナス6%に関する独自施策を実施	—	P54

\* CO<sub>2</sub>排出量削減における物流部門の修正目標は2009年における単年目標であり、中期3カ年計画の目標は、年平均1%以上削減のままとしています。

### 中期3カ年計画の総括

2009年は、2007年に設定した「環境中期3カ年計画」の最終年となる年でした。2009年はすでに達成していた項目に新たな目標を設定し、さらに高い成果を上げることができました。

一方、商品由来のCO<sub>2</sub>排出量削減に関しては、当初目標を事業活動の状況に応じて修正しましたが、その推進をはかることができました。

当社は、使用・廃棄の段階で発生する環境負荷も含め、商品のライフサイクル全体を考慮した事業活動が重要であると考えており、なかでも商品由来のCO<sub>2</sub>の削減は

重要な課題といえます。商品開発における環境配慮基準である「ライオン エコ基準」などを活用しながら、今後も積極的な取り組みを進めていきます。

また、環境マネジメントおよび活動報告はこれまで国内関係会社のみを対象としてきましたが、グローバルな環境対応を目指して体制の充実をはかってきた結果、海外関係会社のデータを把握し、公開の準備を整えました。2010年からは、海外データについても当社ホームページにて公開しています\*2。

注釈

\*1 商品由来のCO<sub>2</sub>排出量 商品使用後に排出されるCO<sub>2</sub>の量。

\*2 海外関係会社の環境データ URL <http://www.lion.co.jp/ja/csr/env/report/>

## ●2010～2012年環境目標(新中期3ヵ年計画)

項目	2012年の目標
CO <sub>2</sub> 排出量削減	事業活動におけるエネルギー由来のCO <sub>2</sub> 排出量を1990年比30%以上削減 物流部門のエネルギー消費原単位を年平均1%以上削減 海外生産系事業所のCO <sub>2</sub> 排出原単位を年平均1%以上削減
廃棄物削減	廃棄物総発生量を1990年比55%以上削減 ライオングループでゼロエミッション達成(現在10事業所中8事業所達成)
水資源の有効利用	排水量を2005年比20%以上削減(新規設定)
化学物質管理	PRTR物質総排出量を2005年比45%以上削減(新規物質については別途設定) VOC(揮発性有機化合物)排出量を2000年比75%以上削減
環境管理体制の充実	海外事業所の環境データを公表 環境債務の把握と会計処理の実施
環境意識醸成とPR	生物多様性の方針策定と環境方針への明記、「ECO LION」活動の継続的な推進

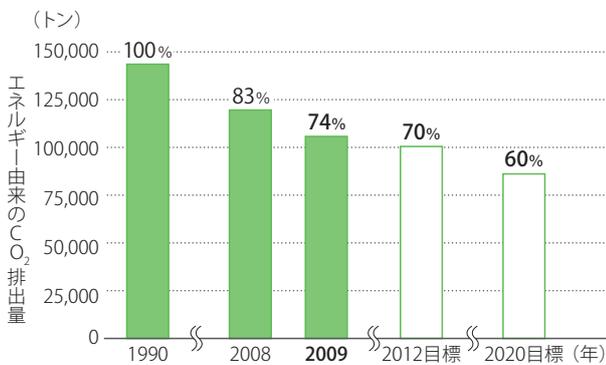
## ●CO<sub>2</sub>排出量削減計画

2012年に

1990年比 **30%以上削減** を目指す

2020年に

1990年比 **40%以上削減** を目指す



## 新中期3ヵ年計画の概要

2009年までの中期3ヵ年計画の結果検証を経て、2010年からは新たな3ヵ年計画を策定しました。

新中期3ヵ年計画の策定にあたっては、事業活動計画との関連性を重視し、次の3つをポイントとしました。

- 低炭素社会の実現
- 環境管理体制の充実・強化
- 水資源の有効活用と生物多様性への取り組み強化

### [低炭素社会の実現]

環境中期3ヵ年におけるCO<sub>2</sub>排出量削減目標は、国の目標に合わせて事業活動にともなうエネルギー由来のCO<sub>2</sub>削減に絞った形で策定しました。2012年に1990年比30%以上削減、2020年には40%以上削減と、日本が目指す2020年に1990年比25%削減を上回る意欲的な目標を掲げています。

また、商品由来のCO<sub>2</sub>削減についても「エコ・ファーストの約束」に基づいて引き続きいっそうの削減に努めていきます。

### [環境管理体制の充実・強化]

2010年からの3年間は、海外における環境マネジメントを本格的に推進していきます。アジア地区での活動拡大は事業課題のひとつでもあることから、海外事業所における環境目標も設定し、PDCAによる円滑な運営を進めていきます。

### [水資源の有効活用と生物多様性への取り組み強化]

2010年4月には、生物多様性や水環境に配慮した事業活動を行うという企業としての姿勢を明文化し、環境方針に盛り込みました。改訂したエコ基準にも生物多様性の考え方を取りいれています。

また、新たに排水量の削減目標を設定し、これまで以上に水資源保護に取り組んでいきます。

# 環境会計・環境効率

環境会計は環境保全活動を効率的・継続的に推進するための重要な指標です。今後も環境会計を活用して環境活動の全体像を把握し、改善に努めます。

## 環境会計

### ライオングループの環境会計

毎年、環境省のガイドラインに基づき、ライオングループ全体の環境保全コストと環境保全効果、環境保全対策にともなう経済効果(実質効果)について集計しています。集計期間は、当社の会計年度に合わせて2009年1月～12月です。

環境保全コストとは、事業活動に関連して生じる環境負荷の発生防止、抑制・回避、または発生した被害の回復への取り組みなどに要した投資額および費用額を表したものです。

当社では製品の環境配慮に重点を置き、環境保全コ

ストの事業エリア内コストに、独自に「環境配慮製品」の項目を設けています。環境配慮製品のコストは、「ライオン エコ基準」をもとに評価・係数化した製品の「環境配慮係数」を、個別設備への投資額と費用額に掛けて算出しています。ただし、ひとつの設備で複数の製品を生産している場合は、生産量に応じた比率で配分しています。なお「ライオン エコ基準」は、社内で運用し環境に配慮した製品開発に役立てています(P47参照)。

環境保全効果とは、環境保全に関わる取り組みによる効果を物量単位で表したものです。

また、環境保全対策にともなう経済効果(実質効果)としては、P43の表に掲げる4項目について、前年比との削減金額を算出しています。

### ●2009年環境会計

環境保全コスト(百万円)				環境保全効果			関連ページ
分類	おもな取り組み	投資額	費用額	項目	2009年結果	前年増減	
事業エリア内コスト	公害防止 大気汚染防止、 水質汚濁防止ほか	75	197	NOx排出量(トン) SOx排出量(トン) ばいじん排出量(トン) COD総量(トン)	53 23 7 12	△26 △2 △8 △9	P46 P52～53
	地球環境保全 省エネルギーほか	904	3,871	エネルギー使用量(トン-CO <sub>2</sub> ) 工業用水使用量(m <sup>3</sup> ) 上水使用量(m <sup>3</sup> ) 排水量(m <sup>3</sup> )	105,738 914,575 404,847 689,858	△13,836 △89,189 △5,370 △67,113	P45～46
	資源循環 廃棄物処理、 リサイクルほか	0	332	廃棄物総発生量(トン) 廃棄物最終処分量(トン) 再資源化率(%) (再資源化量/社外排出量)	8,111 291 94	△895 △473 25	P46
	環境配慮製品 環境配慮製品生産設備ほか	1,127	3,454	植物原料、生分解性原料、コンパクト製品、つめかえ製品、古紙利用、再生PET樹脂利用など			P47～51
上・下流コスト	容器包装リサイクル法委託料 廃棄物処理ほか	—	630	包装材料使用量(トン) 廃棄物(トン)	70,315 3,564	△2,445 △463	P50～51
管理活動コスト	ISO14001更新費用、環境教育、 報告書発行、展示会ほか	32	628				P38～39 P54～55
研究開発コスト	環境配慮製品開発費用ほか	93	1,637				P47 P50～51
社会活動コスト	地域環境活動、寄付ほか	0	15				P54～55
環境損傷コスト	汚染負荷量賦課金ほか	0	2				P53
ライオングループ合計		2,231	10,766				

## 2009年の環境会計のまとめ

### [環境保全コスト]

2009年の投資額合計は、約22億円となり、2008年より約7億円増加しました。これは、2009年に新研究施設の建設による投資が発生したためです。また、費用額合計は約108億円となり、2008年とほぼ同じ金額となりました。

### [環境保全効果]

エネルギー使用量(トン-CO<sub>2</sub>として表示)は、製造プラントで使用している電気使用量の削減や乾燥工程に用いる燃料使用量の削減により、約14,000トン-CO<sub>2</sub>減少しました。工業用水使用量は、水を多量に使用する冷却工程や製造プラントでの使用量削減により、約90,000m<sup>3</sup>減少しました。上水使用量は、新研究施設へ雨水利用の仕組みを取り入れたこと、2008年に施設の建設工事にともない一時的に増えた分が2009年は工事終了でなくなったことから、約5,400m<sup>3</sup>減少しました。また廃棄物総発生量は、有価物化の推進により、約900トン減少しました。

### [経済効果(実質効果)]

省エネルギーによる費用削減は、約10億円でした。これは、粉末洗剤から液体洗剤への生産移行にともない、エネルギー消費が減少したためです。省資源による費用削減額は、約1億円でした。これは段ボール箱の形状変更、製品貼付シールの共通化、包装フィルムの無地化などによるものです。また上下水使用料削減額は、節水等の削減効果によるものです。廃棄物処理費については削減できませんでした。

### ●環境保全対策にともなう経済効果(実質効果)(百万円)

効果の内容	前年比較 削減額
省エネルギーによる費用削減額	1,005
省資源による費用削減額	100
上下水使用料削減額	8
廃棄物処理費用削減額	—

## 環境効率

### 環境効率向上

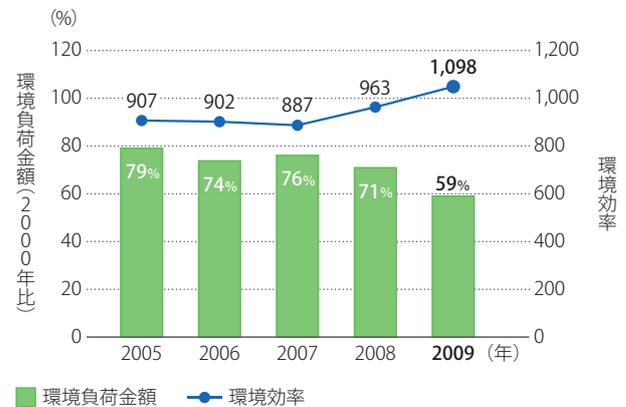
企業活動がどれだけ効率的に行われているかを環境影響の面から評価するために、下記の計算式により環境効率を算出し、その向上に努めています。

$$\text{環境効率} = \frac{\text{事業活動の成果(売上高)}}{\text{環境影響(LIMEにより算出した環境負荷金額)}}$$

環境負荷金額はLIMEを用いて算出しました。なお、LIMEで算出されたデータがない物質については、それらを製造するためのエネルギーや原料などから類推しています。環境負荷金額については、2000年を基準にしています。

環境負荷金額(2000年比)は、CO<sub>2</sub>や大気汚染物質の削減などにより2008年より減少し、2000年比59%となりました。また、LIMEによる環境効率は2008年より上昇傾向にあり、2009年も環境負荷の低減により向上しました。

### ●環境効率と環境負荷金額(2000年比)の推移

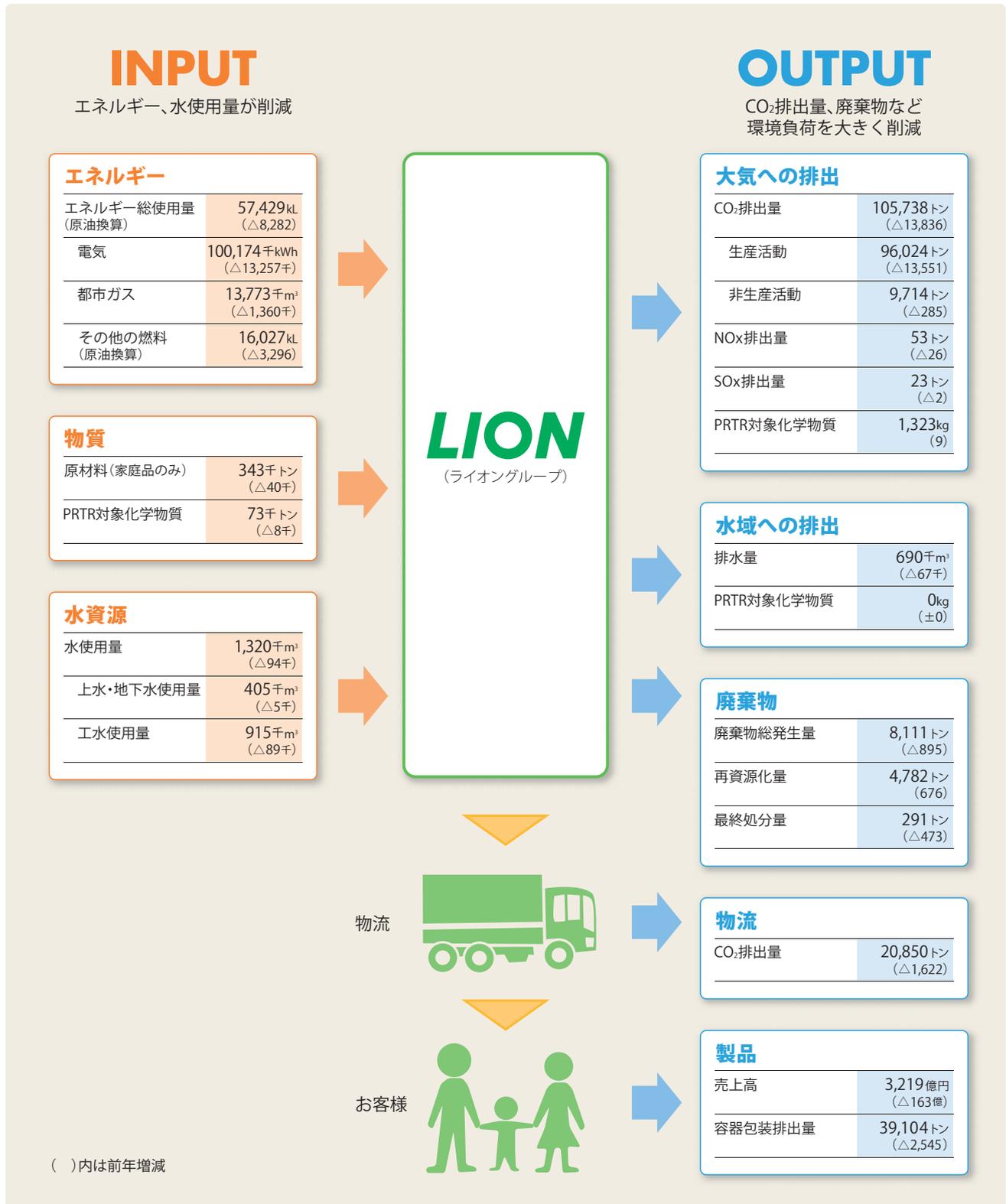


### LIME(Life-cycle Impact assessment Method based on Endpoint modeling)

経済産業省のプロジェクト「製品等ライフサイクル環境影響評価技術開発(LCAプロジェクト)」による日本版の被害算定型環境影響評価手法のこと。地球温暖化、オゾン層破壊、有害化学物質、資源消費などの11項目の領域に影響を与える約1,000物質それぞれについて、環境にどのくらい被害を与えるか算出している。これらは金額換算されており、環境負荷金額として表される。

# 事業活動による環境負荷の全体像

原材料調達から廃棄まで商品のライフサイクル全体で、環境負荷の削減に努めています。  
2009年は、CO<sub>2</sub>排出量、廃棄物発生量を大きく削減しました。



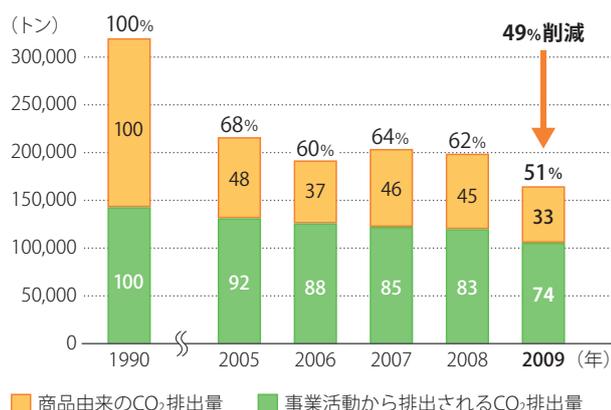
# 温暖化ガス排出量削減

地球温暖化防止のため、ポスト京都議定書まで視野に入れ、「事業活動から排出されるCO<sub>2</sub>」(エネルギー由来)と「商品使用後に排出されるCO<sub>2</sub>」(商品由来)の両者を合わせた、排出量の削減に取り組んでいます。

2005年に京都議定書が発効となり、日本は2008年から2012年の間に温室効果ガスを1990年比で6%削減することが義務づけられています。また、2050年には世界のCO<sub>2</sub>排出量を50%削減しなくてはならないといわれています。こうした状況のなかで、当社はポスト京都議定書までも視野に入れ、CO<sub>2</sub>の削減に社員一人ひとりが積極的に取り組んでいます。

2009年には、「事業活動におけるエネルギー由来のCO<sub>2</sub>」と「商品使用後に排出されるCO<sub>2</sub>」の両者を合わせた排出量を1990年比49%削減することができました。

## ●事業活動および商品由来トータルCO<sub>2</sub>排出量推移



## 「事業活動から排出されるCO<sub>2</sub>」の削減

2009年、生産部門では、粉末衣料用洗剤の生産効率の見直しや、機械の運転効率化などの省エネルギー対策を通じたCO<sub>2</sub>排出量削減に取り組みました。オフィス・研究部門では、「チーム・マイナス6%」の推進や営業車のエコドライブ徹底、低排気量車への変更、カーシェアリングの実施による車両台数の削減などを実施し、CO<sub>2</sub>排出量削減に取り組みました。この結果、2009年のCO<sub>2</sub>排出量は1990年比26%削減し、「環境中期3カ年計画」の2009年目標「1990年比82%以下(18%以上削減)」を達成することができました。

2010年より海外の工場におけるCO<sub>2</sub>排出量もホームページで公表し、2012年までに年平均1%削減(原単位)を目標に掲げ、施策を進めていきます。

## 「商品使用後に排出されるCO<sub>2</sub>」の削減

当社は、商品使用後に排出されるCO<sub>2</sub>の削減も視野にいれ、商品の研究開発を進めています。具体的には界面活性剤の原料を石油原料からCO<sub>2</sub>の増加につながらない植物原料(カーボンニュートラル:P48参照)へと切り替えを進め、商品由来のCO<sub>2</sub>量の削減にも取り組んでいます。

## 物流部門における取り組み

工場直送や他メーカーとの共同配送などの物流効率化を通じて、CO<sub>2</sub>排出量・エネルギー消費原単位の削減に取り組んでいます。モーダルシフトも積極的に推進しており、2005年には国土交通省認定の「エコルールマーク」を取得しました。2009年のモーダルシフト化率は、全輸送量の20.2%、距離500km以上の長距離輸送においては64.8%となりました。2009年はインフルエンザ対策関連商品の緊急輸送対応のためのトラック輸送増などにより、エネルギー消費原単位は対前年2%増となりましたが、改正省エネ法のガイドラインである「対2006年実績で年平均1%以上削減」は達成しました。

## 「エコ・ファースト推進協議会」設立

当社は2008年6月、中長期環境保全目標を「エコ・ファーストの約束」として宣言し、環境大臣より製造業としてはじめて「エコ・ファースト企業」に認定されました。2009年6月には、藤重社長が経過報告会に出席しました。

さらに、2009年12月にエコ・ファースト制度のさらなる発展を目指して、23社からなる「エコ・ファースト推進協議会」を発起人の1社として設立、生物多様性に関する勉強会を実施するなど、企業間の連携を進めています。この協議会での活動を通じて、環境行政との連携および、環境保全活動のさらなる充実を目指していきます。

「エコ・ファースト推進協議会」

URL <http://www.eco1st.jp/>

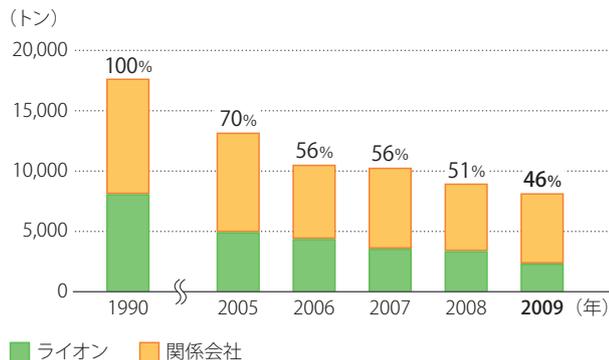
# 資源の循環的・有効活用

「循環型社会形成推進基本法」の理念に従い、廃棄物の削減・リサイクルを推進しています。これまでに廃棄物総発生量、最終処分量とも1990年に比べ大幅な削減を達成しています。

## ライオングループの廃棄物総発生量について

2009年は、生産部門では不要になったフレキシブルコンテナ、パレットの有価物化を継続するとともに、混合廃棄物の徹底した分別により、有価物化を推進しました。また、製造工程における包装材料のロスの削減なども継続的に実施しています。研究部門でも分別の精度向上をはかり、有価物化の拡大に取り組みました。その結果、廃棄物総発生量は1990年比46%となり、2009年目標(50%以下)を達成しました。2012年までに1990年比45%を目指します。

### ●ライオングループの廃棄物総発生量の推移



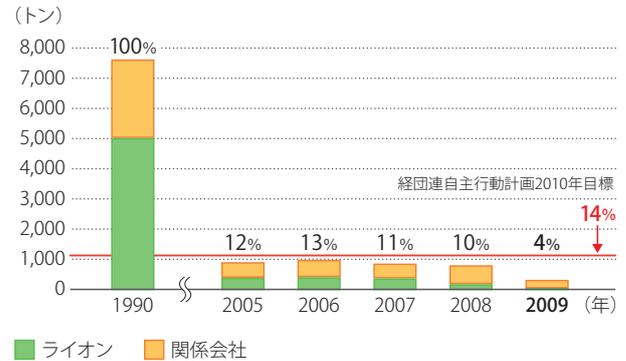
## ライオングループの最終処分量について

最終処分量<sup>\*1</sup>は、日本経済団体連合会の目標値(2010年に1990年比86%以上削減)をすでに達成しています。2010年はさらなる削減に取り組んでいきます。

当社工場は2002年にゼロエミッション<sup>\*2</sup>を達成し、現在も継続しています。

関係会社では、2009年はライオンパッケージング(株)福島工場がゼロエミッションを達成しました。今後もライオングループ全体のゼロエミッション化に向けて取り組んでいきます。

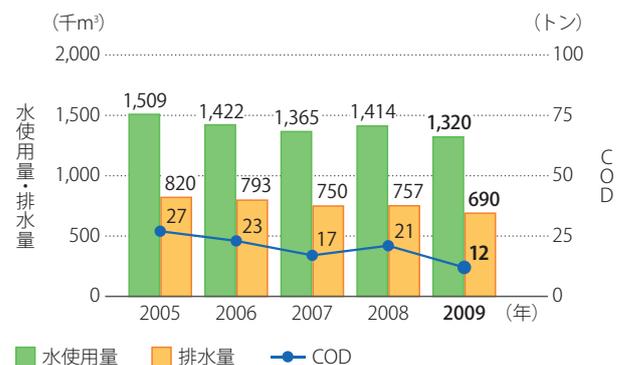
### ●ライオングループの最終処分量の推移



## 水資源の保護

水使用量・排水量を継続的に管理し、環境負荷低減と循環使用による使用量の削減に努めています。2012年は、ライオングループ全体の排水量を2005年比80%以下とする目標を設定し、設備洗浄作業の改善、節水を進めます。

### ●ライオングループの水使用量・排水量とCOD<sup>\*3</sup>の推移



## グリーン購入

社員が使用する事務用品について、リストの拡充をはかり、全社的にグリーン購入を推進しています。2009年のグリーン購入比率は79%と、前年の66%から大きく向上しました。

注釈

\*1 最終処分量 再資源化されずに残った廃棄物の量。  
 \*2 当社ゼロエミッションの定義 廃棄物総発生量の再資源化率を99%以上とする。ただし、再資源化の残滓は含まない。  
 \*3 COD 化学的酸素要求量。水の汚れを表す指標のひとつで、水中の有機物を酸化して分解するために消費される酸素量。

# 商品を通じた環境配慮

商品の原料調達から廃棄までの環境負荷を定量的に評価するライフサイクルアセスメント(LCA)の視点に基づいて「ライオンエコ基準」を策定し、「エコ商品」の開発に取り組んでいます。

## 環境に配慮した商品開発

商品の「組成(中身)」と「容器・包装」の両面から環境に配慮した商品開発を進めています。「ライオンエコ基準」では、商品のライフサイクル①原料調達、②材料調達、③製造、④物流、⑤使用、⑥廃棄のそれぞれに対応する環境負荷を定量的に評価し、各項目の評価基準をひとつ以上クリアしたものを「エコ商品」と規定しています。

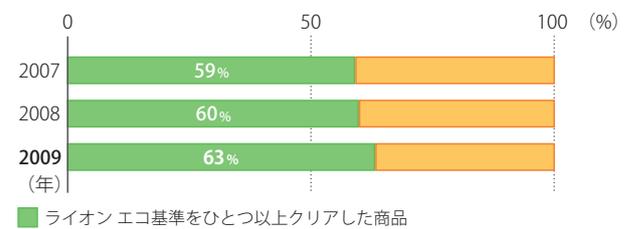
2010年は環境方針の改訂に合わせてエコ基準も見直し、水環境保全や生物多様性にも配慮した指標であることをわかりやすく表現しました。さらに、より具体的で判断しやすい指標に変更しています。

当社は、商品のライフサイクル全般で地球環境への負荷を可能な限り軽減する必要があると考え、今後も環境に配慮した商品の開発に積極的に取り組みます。

## 「ライオンエコ基準」の評価項目と評価基準

「ライオンエコ基準」の評価項目と基準は、以下のとおり定めています。当社が製造する商品(薬品は含まず)のうち、エコ基準を1項目以上満たした商品は年々増加、アイテム数で63%、売上比率では80%に達しています。

### ●全商品数に占める「エコ商品」の比率



ステージ	評価項目	評価基準
<b>1 原料調達</b>	植物原料の使用 持続可能な原料の使用	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 組成有機物中の植物原料の比率が50%以上であること</li> <li>● 生物多様性に配慮した原料を使用していること</li> </ul>
<b>2 材料調達</b>	リサイクル材料の使用 持続可能な材料の使用 植物由来材料の使用 生分解性材料の使用	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 再生材(プラスチック等)を使用していること</li> <li>● 板紙の場合は、古紙または間伐材、認証林パルプの使用比率が94%以上であること(経済産業省/紙製造業における2010年目標値)</li> <li>● 植物系樹脂や生分解性樹脂を使用していること</li> </ul>
<b>3 製造</b>	製造時の省エネルギー、 水使用量・排水量の削減 化学物質使用量の削減 廃棄物量減少	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 製造時の使用エネルギー、水使用量、排水量、化学物質使用量、あるいは廃棄物量を20%以上削減できていること</li> </ul>
<b>4 物流</b>	コンパクト化、濃縮化	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 従来品より20%以上コンパクト化または濃縮化されていること</li> </ul>
<b>5 使用</b>	使用時の省エネルギー(省電力) 1回あたり有機物負荷発生量 水使用量の削減(節水)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 使用時のエネルギー消費を20%以上削減できていること</li> <li>● 使用量の有機物負荷発生量を20%以上削減できていること</li> <li>● 使用時の水使用量を20%以上削減できていること</li> </ul>
<b>6 廃棄</b>	包材削減、つめかえ 包材等のリユース・リサイクル	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 容器包材量が市場主流品より15%以上削減できていること</li> <li>● つめかえ用パウチ、つめかえ用ボトルで、本体重量の50%以下であること</li> </ul>

※ 有害化学物質を含まないことや生分解性が良好であることは当然クリアすべきポイントであるため、「ライオンエコ基準」の評価には入れていません。

## 商品の組成開発での環境配慮

当社では、「地球温暖化防止」と「水環境保全」などに配慮した商品の組成(成分)開発を推進しています。この考えに基づいて開発した代表的なものが、現在『トップ』などの衣料用洗剤に配合している「MES(アルファスルホ脂肪酸エステル塩)」です。

## 「MES」による環境への配慮

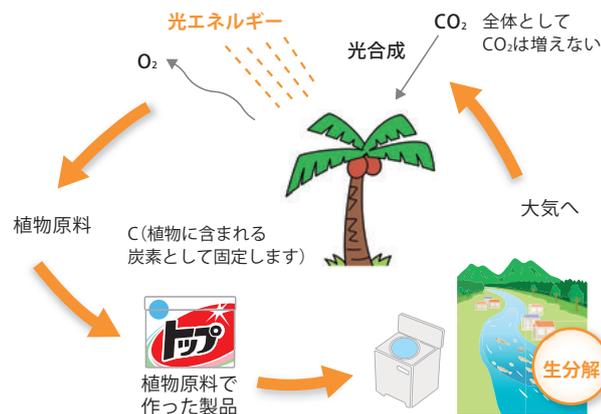
当社は、洗浄力と生分解性に優れた植物原料の界面活性剤「MES」を世界ではじめて工業化し、『トップ』などの衣料用洗剤に配合しています。「MES」にはライオンの組成開発の考え方に沿った優れた特長があります。

### 「MES」の優れた特長

#### 1. カーボンニュートラル

界面活性剤は使用後、環境中で分解されて「CO<sub>2</sub>」と「水」になります。植物原料で作られた界面活性剤は、分解されてCO<sub>2</sub>を排出しても、大気中におけるトータルCO<sub>2</sub>を増やしません(カーボンニュートラル)。このため植物原料で作られた界面活性剤「MES」は大気中のCO<sub>2</sub>を増やしません。

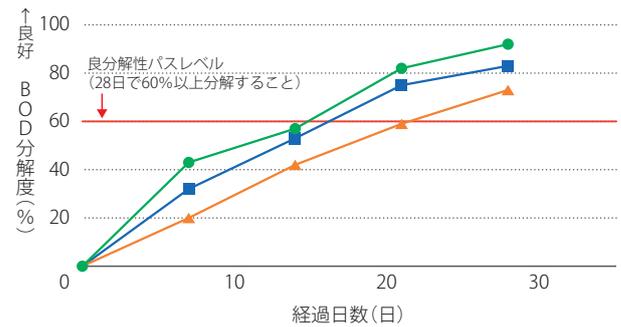
#### ●カーボンニュートラル



#### 2. 良好な生分解性

界面活性剤は、使用後環境中で微生物により分解されます(生分解)。「MES」は、生分解されやすいことから、環境にいつまでも残ることはありません。

#### ●界面活性剤の生分解性

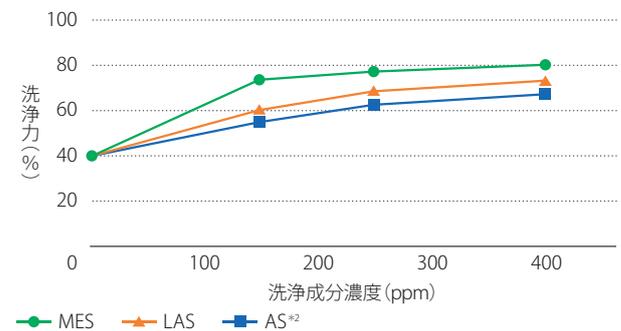


※ 試験方法：OECD(経済協力開発機構)試験ガイドライン 301C。 化審法データベースより作成。

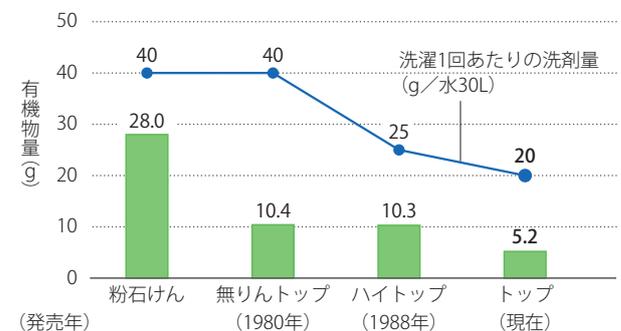
#### 3. 優れた洗浄力

洗剤の洗浄力を高め、洗濯1回あたりの使用量を削減すれば有機物発生量も減少し、水環境への負荷も低減できます。現在の『トップ』は優れた洗浄力の「MES」を配合。1回あたりの有機物量は5.2gと、大幅に削減しています。

#### ●洗浄力の比較



#### ●洗濯1回あたりに排出される有機物質



「MES」はこのほかにも、硬水中でも高い洗浄力を保つ、あるいは汚れを分解する酵素との相性がよいなどの優れた特長を有しています。

注釈

\*1 LAS 界面活性剤の一種で、直鎖アルキルベンゼンスルホン酸塩の略。  
\*2 AS 界面活性剤の一種で、アルキル硫酸エステル塩の略。

## 化学品事業を通じた環境配慮

### 化学品事業の環境ソリューションビジネス

当社は家庭用以外にも、各種産業向けに環境負荷の低減につながる化学製品を開発しています。その役割を担うのが、工業用化学製品を開発・提供する「化学品事業」です。お客様の目に見えないところでも、持続可能な循環型社会を支えています。

### 植物生まれの化学製品

化学製品の大半は石油が原料ですが、当社では工業用化学製品でも再生可能な資源の有効活用に取り組み、植物原料のヤシ油やパーム油を使用した製品を積極的に開発しています。

#### ●植物原料から生まれた電気絶縁油



パームの実



電気絶縁油

そのひとつとして、工場や変電所の変圧器に使用される高性能電気絶縁油(パーム・ヤシ脂肪酸エステル)の開発に成功しました。この絶縁油は高い生分解性があり、2008年3月には環境ラベル「エコマーク」を取得しています。



エコマーク  
認定番号  
第07110003号



変圧器

### 環境負荷の少ない水系産業用洗浄剤

情報電子機器の製造では何度も洗浄工程があり、使用される洗浄剤には高度な洗浄性が求められます。一方、環境保護の観点からはフロン系洗浄剤や塩素系溶剤の代わりとなる洗浄剤が求められています。

そこで当社は、独自の「マイクロエマルジョン技術」を用い、石油系の溶剤を使用しない「水系洗浄剤」を開発

し、提供しています。水を主剤とするため危険物に該当せず、環境や人体に対する安全性も高く、環境負荷の少ない洗浄剤です。光学レンズや液晶画面の製造工程などで使用され、電機・電子メーカーのみならず、自動車メーカーなどの環境対策も支えています。

#### ●水系洗浄剤での洗浄効果



未洗浄レンズ

レンズ表面拡大



洗浄後レンズ

レンズ表面拡大

このほかにも高機能の工業用化学製品を国内外で提供し、地球規模での環境負荷低減に貢献しています。

### ライオンエコケミカルズ竣工

2009年、マレーシアにライオンエコケミカルズの新工場が完成しました。この工場では、『トップ』などの衣料用洗剤に配合されている「MES」を生産します。MESはパーム油を原料とする植物由来の高機能界面活性剤で、廃棄後の環境負荷が少ない物質です(詳細はP48)。新工場が稼働することにより、アジアをはじめとする海外にも、MESを供給できるようになります。

12月には竣工式を行い、主賓のマレーシアプランテーション一次産品省のタンスリ・ドンポック大臣をはじめ、政府高官、海外パートナー企業やグループ各社などから総勢160名の方々にご出席いただきました。

会場にはMESの優れた洗浄力や生分解性、カーボンニュートラルに関する説明パネルを展示し、現地従業員による説明を実施しました。お客様からは環境性能に対し、高い評価をいただきました。



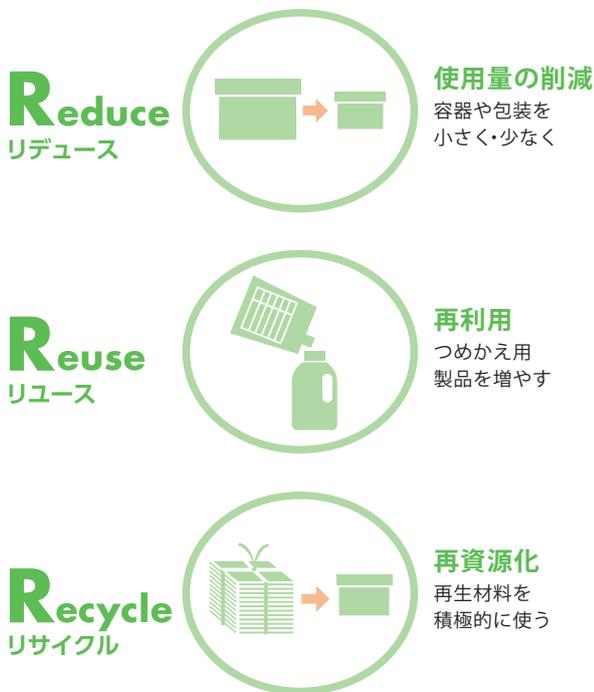
新工場竣工式の様子

## 容器・包装削減のための「3R」

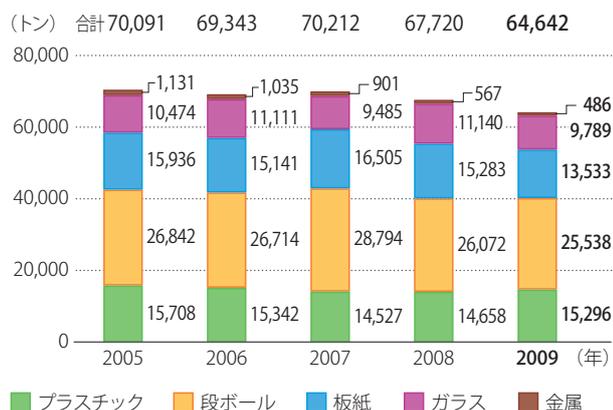
容器・包装材料削減のための取り組みとして、3R (Reduce: 使用量削減、Reuse: 再利用、Recycle: 再資源化) を積極的に推進しています。また、日本石鹼洗剤工業会の2010年目標「製品重量あたりのプラスチック使用量を30%削減する(1995年比)」を前倒しで実現するために、自主行動計画に則り、容器・包装材料削減のためのさまざまな取り組みを行っています。

容器・包装材料の削減については、「ライオン エコ基準」(P47参照)の「②材料調達」「④物流」「⑥廃棄」の各ステージに、該当する評価項目を定めています。

### ●容器・包装材料削減のための3R



### ●ライオンの容器・包装材料使用量の推移



## Reduce 使用量の削減

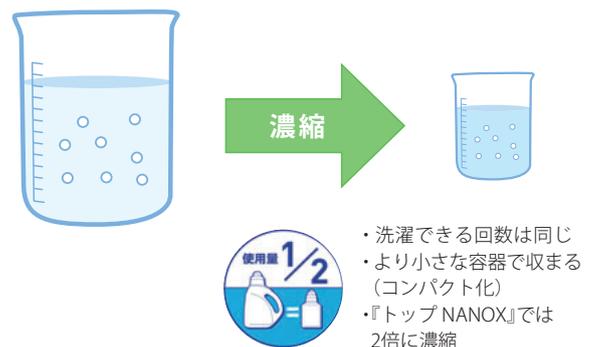
### 製品のコンパクト化、容器構造の工夫

容器・包装材料を削減するために、衣料用洗剤、台所用洗剤、柔軟剤などを濃縮化し、容器のコンパクト化を推進しています。

2009年の容器・包装材料の使用量は、プラスチックが2008年を上回りましたが、そのほかすべての部材で使用量を削減できたため、総使用量は64,642トンとなり、前年より3,078トン減少しました。また、日本石鹼洗剤工業会が定める家庭品8分野における製品生産量あたりのプラスチック使用量は、1995年比60%となりました。

今後も製品のコンパクト化や容器構造の工夫をすることで、容器・包装材料の使用量削減に努めていきます。

### ●コンパクト化のイメージ



### 『トップ NANOX』における環境配慮

2010年1月に発売した『トップ NANOX』は、高い洗浄力と環境への配慮を実現しました。

- 主洗浄成分に植物由来の界面活性剤「MEE(ポリオキシエチレン脂肪酸メチルエステル)」を配合しています。
- 泡切れがよく洗浄成分が残りにくいので、すすぎを1回にして節水・節電にもなります。
- 容器のプラスチック使用量削減や、生産輸送の効率向上などにより、洗濯1回あたりのCO<sub>2</sub>排出量を削減しました。





## Reuse 再利用

### つめかえ用・つけかえ用製品の拡充

台所用洗剤やシャンプーなどのプラスチック製の容器は、中身をつめかえることで本体ボトルを繰り返し使うことができます。また、つめかえ用製品は、本体容器よりも容器の材料が少なくすむため、家庭から出るごみの削減にも貢献しています。

当社は、1992年よりつめかえ用製品の拡充に努めており、シャンプーや柔軟剤など、多くの製品につめかえ用製品を品揃えしています。また、スプレー式容器の場合は、つめかえ用またはつけかえ用製品を品揃えしています。つめかえ用・つけかえ用製品においても、お客様が使いやすいように容器の形状などを工夫しています。今後もつめかえ用製品をさらに拡充するとともに、お客様が使いやすいように工夫した容器の開発にも努めていきます。



## Recycle 再資源化

### 再生材料の使用

#### 【再生樹脂の活用】

容器メーカーと共同で再生PET樹脂を使用する技術を開発し、1989年、他社に先駆けて再生PET樹脂を使用した台所用洗剤『ママポケットティ』を発売しました。その後、さらに技術開発を進め、従来難しいとされていた透明ボトルに再生PET樹脂を使用する技術を開発しました。

台所用洗剤『CHARMY 泡のチカラ』をはじめ、『チャーミーVクイック』『チャーミーマイルド』などの容器は、飲料用ペットボトルなどからの再生PET樹脂を20%以上配合しています。さらに粉末衣料用洗剤の計量スプーンには、回収された洗濯機などの家電製品の再生樹脂などを使用しています。



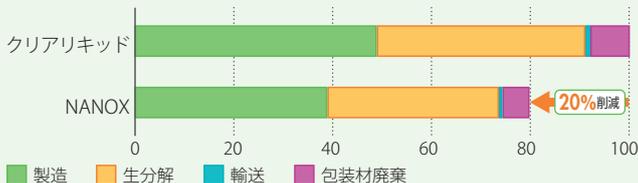
#### 【古紙パルプを配合した再生紙の活用】

ハミガキや洗剤などの容器・包装材料には、古紙パルプを配合した白板紙を使用しています。粉末の衣料用洗剤の容器には「古紙パルプ配合比率70%以上」であることを明記しています。

また、製品輸送用の段ボール箱にも古紙パルプが94%配合されています。



#### ●洗濯1回あたりのCO<sub>2</sub>排出量



※『トップクリアキッド』のCO<sub>2</sub>排出量を100として指数化、洗濯1回は水30ℓの場合とする(みずほ情報総研によるLCA結果)。

#### ●製品の輸送時でも環境負荷削減(洗濯回数は同じ)

	NANOX	クリアキッド
内容量(g/本)	500	1,000
容器重量(g/本)	76	118
輸送 (同じ本数を運ぶのに必要なトラックの台数)	1台	2.4台

※ 輸送に必要な燃料を削減。店舗でも同じスペースに、より多く陳列できるので、配送回数も減らせます。

# 化学物質の安全管理

製品の開発から使用・廃棄までの全過程で安全と環境に配慮し、化学物質の管理徹底と削減に努めています。また、当社独自の界面活性剤については、水環境への影響を自主的に調査し、確認しています。

## 化学物質の安全管理の考え方

化学物質は、私たちの生活を豊かで快適にする上で不可欠なものです。しかし、適切な管理を怠ったり事故が起きた場合、人々の健康や生態系に大きな影響を与えるおそれがあります。当社では、関連法規の遵守はもちろんのこと、製品の開発から使用・廃棄までの各段階で、化学物質の管理徹底に努めています。

### 製品開発

#### [製品に含まれる化学物質の管理]

製品中の化学物質は、原料の段階から法規制および独自の基準に基づき、安全に管理しています。

#### [化学物質の安全性確認]

当社は「OECD/HPVプログラム<sup>\*1</sup>」の国際コンソーシアムに参加し、「LAS」「ME(脂肪酸メチルエステル)」「AOS(アルファオレフィンスルホン酸塩)」の安全性確認作業に協力しています。

また「Japanチャレンジプログラム<sup>\*2</sup>」では「MES」に関してスポンサー表明し、国と協力して安全性確認作業を進め、すでに国への報告を終了しました。

さらに「日本アーティクルマネジメント推進協議会<sup>\*3</sup>」の活動にも参加しています。

### 生産

#### [PRTR法<sup>\*4</sup>への対応]

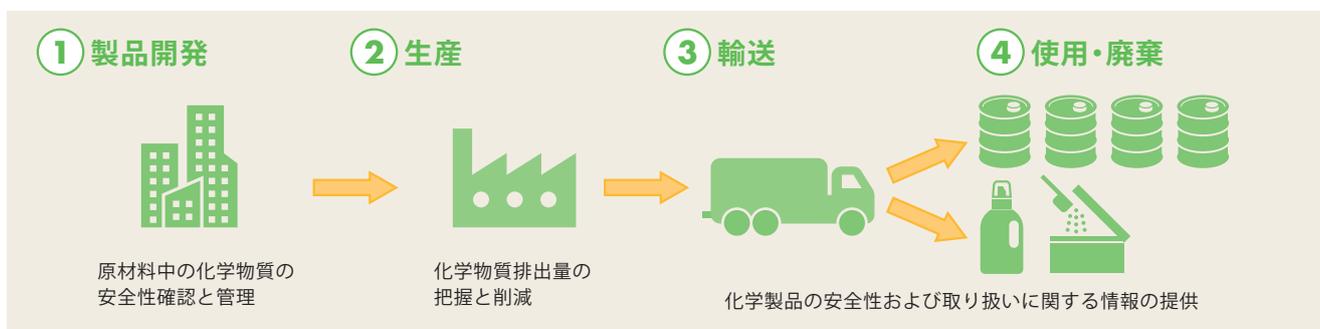
生産部門および研究部門では、PRTR法の対象となる物質の排出量・移動量の届出を、毎年実施しています。2009年度は、2008年度に届け出た物質のうち2物質が対象外となり、取扱量が増えた4物質が新たに届出対象となったことから、39物質について排出量、移動量を届け出ました。また「直鎖アルキルベンゼンスルホン酸及びその塩(LAS)」の大気への排出量は集じん設備の改善などにより220Kgから14Kgと、2008年度より大幅に減少しました。

PRTR法は2008年に改正され、2011年4月からは改正法に基づいた届出が始まります。改正後の新しい対象物質も含め、これからも生産現場からの排出量削減に取り組んでいきます。

#### [化審法<sup>\*5</sup>への対応]

化審法は2009年5月20日に改正され、2010年4月からは環境中での難分解物質に加え良分解物質も対象となりました(対象となった化学物質を製造・輸入していた場合、製造数量等の届出が必要)。さらに、2011年4月からは一般化学物質の製造・輸入量等の届出(製造・輸入した化学物質が1トン以上であった場合、製造数量等

### ●ライオンの化学物質管理



注釈

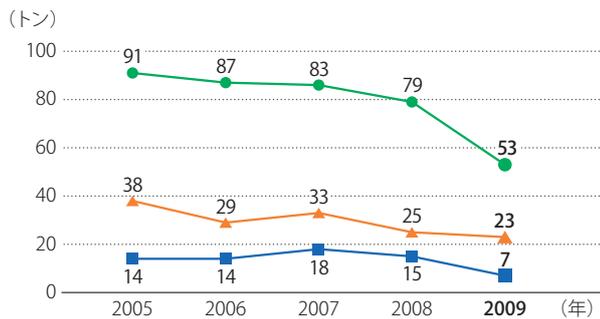
- \*1 OECD/HPVプログラム OECD(経済協力開発機構)が進めているHPV(高生産量化学物質:年間1,000トン以上生産される物質)を対象とする環境・健康への影響などのデータ整備と結果の公表を行う取り組み。
- \*2 Japanチャレンジプログラム 産業界と国が連携して、既存化学物質の安全性情報の収集を加速し、化学物質の安全性について広く国民に情報発信するプログラム。
- \*3 日本アーティクルマネジメント推進協議会(JAMP) 製品に含まれる化学物質の管理とサプライチェーンへの情報開示・伝達のための仕組みを作り普及させるために設立された協議会。

の届出が必要)がはじまります。当社はこれらの新しい規制にも適切に対応していきます。

### [大気汚染防止への自主的な取り組み]

窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)、ばいじん、揮発性有機化合物(VOC)など、大気汚染につながる化学物質の排出量削減にも自主的に取り組んでいます。VOCについては、2009年の排出量は2000年比73%削減でき、目標値である65%以上削減を達成しています。

### ● NOx、SOx、ばいじんの排出量推移(ライオングループ)



● NOx ● SOx ● ばいじん

## 輸送

### [輸送時の安全性情報の提供]

原料や中間製品等を輸送する場合は、運送者や輸送品に対し「イエローカード<sup>\*6</sup>」や「容器イエローカード<sup>\*6</sup>」を配付・添付して、その化学物質の性質や緊急処置方法などの情報を提供しています。

## 使用・廃棄

### [商品使用後に排出される化学物質の生態系リスク評価]

製品に配合されている界面活性剤は、各家庭で使用された後、環境中に排出されます。

当社では、日本石鹼洗剤工業会が実施している東京および大阪近郊の河川水域中の4種類の界面活性剤の濃度調査～生態系リスク評価(年4回実施)に参加しています。

また、界面活性剤「MES」は当社が開発した物質であることから、独自に同じ公共水域中で濃度を調査して評価し、生態系への影響が小さいことを確認しています。

さらに、「MEE」についても、2010年から新たにモニタリングをはじめています。

今後も、さらなる環境へのリスク低減に努めていきます。

### ● 河川水の試料採取地点



※ 日本石鹼洗剤工業会と同じ地点で当社も試料を採取しています。

## VOICE

### 製品使用後の水環境への影響にも配慮

当社製品の多くは毎日家庭で使われ、役目を終えると川や海などの水環境に排出されるため、そのまま残ってしまうと水の中にすむ生物に悪い影響を与えるおそれがあります。そこで、製品を設計する段階で、洗剤などの成分が環境中で速やかになくなるかどうかを確認しています。製品が発売された後は、洗剤などの成分が河川水中にどのくらい残っているか科学的に調査し、水中の生物に影響がない濃度であることも厳しくチェックしています。これからもお客様に安心してお使いいただくために、当社製品の水環境への影響を自主的に調査・確認していききたいと思います。



研究開発本部  
環境・安全性評価センター  
吉田 浩介

注釈

\*4 PRTR法 特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律。人の健康や生態系に有害なおそれがある化学物質について、事業者が自主的に環境中への排出量や事業者外への移動量を把握して行政へ報告するよう定められている。

2009年度のPRTR対象物質の排出量・移動量(ライオングループ)はホームページをご覧ください。

URL <http://www.lion.co.jp/csr/env/ecolion/safety-detail.htm>

\*5 化審法 化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律。化学物質による人や動植物への悪影響を防止するために、化学物質の製造または輸入に際して性状を審査し、製造・輸入・使用の規制を行う。

\*6 イエローカード、容器イエローカード 輸送中に化学物質の漏洩などが発生した場合に備え、その物質の性質や緊急処理方法などを記載したものです。

## 社内の環境意識醸成

「ECO LION」活動に取り組む社員一人ひとりの環境意識を向上させ、自発的な環境行動を促すために、環境教育を行い、環境活動の場を提供しています。

### 定期的な環境教育と情報発信

全社員に向けて定期的に環境教育を実施しています。

2009年は、新人教育、廃棄物管理担当者教育、化学物質管理担当者教育、内部環境監査員教育などを実施しました。

内部環境監査員は、2009年時点ではのべ46名(社外教育修了者1名追加)、社内の教育修了証取得者はのべ399名です。また、社内報を通じて各部門の環境活動を紹介するなど、社員の啓発と環境に対する意識向上をはかっています。



社内報「たてがみ」に掲載した環境保全に関する啓発記事

### 新入社員の環境教育

当社では、「ライオン山梨の森」での社員ボランティアによる森林整備活動を、環境教育の場としても活用しています。2009年は、新入社員研修のカリキュラムにはじめて取りいれました。この研修を通じて、自らの環境保全に対する考え方や行動を振り返り、環境対応先進企業を目指す当社の姿勢を実感してもらうとともに、環境活動への積極的な参加を促すことを目的としています。



「ライオン山梨の森」での新入社員研修

### エコアイデアを社内公募

2006年から、「環境にやさしい」アイデアや「くらしに役立つ」商品アイデアを広く社員から募集する「エコライオン提案キャンペーン」を実施しています。2009年の応募総数は、2,852件でした。「カーシェアリング」などの提案がこのキャンペーンにより実現し、成果を上げています。

今後も、キャンペーンを通じて社員の環境意識の向上をはかっていきます。

### 「チーム・マイナス6%」から「チャレンジ25」へ

2010年1月、当社は、環境省が提唱する地球温暖化防止国民運動「チャレンジ25キャンペーン」にチャレンジャー企業として参画しました。チャレンジ25は、これまで国民運動として実施されてきた「チーム・マイナス6%」から生まれ変わったもので、地球と日本の環境を守り、未来の子どもたちに引き継ぐことを目指して、よりいっそうのCO<sub>2</sub>削減を実現しようとするものです。当社は2005年より「チーム・マイナス6%」に参画し、全社で環境保全活動を展開してきましたが、このたび、当社の地球温暖化防止への取り組みも「ライオンチャレンジ25」と銘打って、これまで以上に積極的にCO<sub>2</sub>削減に挑戦していきます。

「ライオンチャレンジ25」では、冷暖房の温度管理、節電・節水、エコドライブなどに代表される各事業拠点での温暖化防止活動はもとより、社員一人ひとりも個人チャレンジャーとして「チャレンジ宣言」を行い、環境に配慮した生活スタイルへの転換を目指して積極的に活動しています。



キックオフイベントで当社の取り組みを宣言する藤重社長



当社のチャレンジ25宣言

# 環境コミュニケーション

ライオンの環境保全活動を社会の皆様幅広くご理解いただくために、積極的なコミュニケーション活動を展開しています。

## 地域、各種団体との交流

化学産業界が、化学物質の開発から廃棄までのすべてのライフサイクルにわたり環境・安全面の継続的な改善をはかる「日本レスポンシブル・ケア協議会(JRCC)」の活動に参加しています。

2009年2月に開催された第7回レスポンシブル・ケア千葉地区地域対話集會には、ライオン社員を含む153名が参加しました。また、12月にはJRCC主催の消費者団体との対話にも参加し、商品を通じたCO<sub>2</sub>削減について当社の取り組みを発表しました。

## 環境イベントなどへの参加

当社の環境への取り組みを多くの方に紹介するため、各地域で開催される環境イベントなどに参加しています。

2009年は、日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2009」に出展し、植物原料の活用や3Rへの取り組みなど商品を通じた環境配慮や、当社の水環境保全活動などについて紹介しました。

2010年1月には、企業とNPOとの継続的な協働を目指した「企業とNPOとの交流サロン小田原2009」に参加し、小田原工場での社会貢献・環境活動の事例を報告しました。そのほか、「エコメッセ2009 in ちば」、「エコフェアいちばら」などにも出展しました。



エコプロダクツ2009  
(2009.12.10~12)



エコメッセ2009 in ちば  
(2009.9.6)

## カーボンフットプリント\*試行

当社は、ライフサイクルを通じたCO<sub>2</sub>排出量の「見える化」にも取り組んでおり、2008年に経済産業省が主催する「カーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会」に参加しました。2009年3月には、研究会の活動の一環として試行品のテスト販売も実施しました。現在、PCR(商品種別算定基準)の策定に向けて、各工業会と共に検討を進めています。



2009年3月にテスト販売した「デンタークリアMAX」とプロセス別算定結果

## 環境に関するレポートを発行

「CSR報告書」や「環境レポート」と事業所ごとの「サイトレポート」を作成し、環境に関する取り組みを紹介しています。さらに、当社の環境活動をよりコンパクトにまとめた内容の「エコパンフレット」を作成しています。このパンフレットはCSR報告書の巻末に添付しているほか、各種展示会や当社工場を見学いただいた際に、お客様に配布しています。

### ホームページで「環境活動」の情報を発信

当社ホームページ内の「CSR(環境・社会)」のサイトでは、当社の環境保全活動「ECO LION」活動の詳細や、環境に関するレポート(CSR報告書、環境レポート、エコパンフレット、サイトレポート)を掲載しています。新しい情報に随時更新することで、タイムリーな情報発信に努めています。

また、子ども向けのページ「ライオンキッズ」では、小学生にもわかるように環境に関する情報を提供しています。

「ライオンキッズ」 URL <http://www.lion.co.jp/kids/>

注釈

\*カーボンフットプリント 商品の原材料調達から生産、販売、使用、廃棄までのライフサイクルで排出されるCO<sub>2</sub>量を商品に表示すること。

## 第三者レビュー

### 特集に表された積極的な情報開示の姿勢に好感

ライオンCSR報告書2010は「ステークホルダー・ダイアログ」と「生物多様性への取り組み」を特集として掲げています。事業活動に深い関わりを持つステークホルダーの「声」に誠実に耳を傾け、定期的な河川調査から自然に関わる情報を入手しようとするライオンの企業姿勢を明らかにする意思が感じられます。前者の場合、「知っているつもり」「伝えているつもり」の思いこみが、コミュニケーションを阻害する要因となります。自分たちには当たり前のようなことでも丁寧に情報を伝え続ける姿勢が望まれます。後者の場合、自然が何らかの意思表示をした時にはすでに深刻な自然破壊が起きたことを意味します。そうしたことが起こる前から自然の微かな変化に耳を貸す姿勢を持ち、環境負荷を低減し続けることが重要です。ぜひ、現在の姿勢を継続する努力を怠らないでください。

### 「国連グローバル・コンパクト」への参加で深まったライオンのCSR

企業によってはCSRの推進にあたってブランド戦略を意識するケースが見られます。利益を追求する企業にそうした意識を持つ社員がいること自体は当たり前のことだと思えます。ただし、その優先順位を誤るとブランドを大きく毀損する危険性があることを常に念頭におかねばなりません。しっかりとした透明度の高いCSRの取り組みがあってこそその企業ブランド。そういう意味で最も近く最も遠くにいるステークホルダーが「社員」だといえるでしょう。彼らとの関係をCSRの枠組みのなかでしっかりと位置づけられるかが企業のCSRに対する本気度を測る試金石だともいえます。今回の報告書を読んで、そうした社員たちに対する「人権」や「労働環境」に配慮した情報が多くなっていることに前向きな変化を感じとれます。「国連グローバル・コンパクト」への参加によって、よい影響が出てきたのだと推察しています。

## ライオンから

「ステークホルダーの声を取りいれながら、CSRの取り組みを進化させる」、その前提となる情報開示ツール・CSR報告書では、当社の考え方や活動を正確に伝えることが必要です。ステークホルダー・ダイアログでは、「伝えているつもりが伝わっていない」ことに改めて気づかされました。今年の報告書では、「より丁寧な情報開示を目指す」当社の意思が感じられるとのコメントをいただきました。今後も、2010年に発足したコーポレートコミュニケーション部門を核に、企業情報、生活情報の発信力強化とお客様対応の迅速化など、誠実なコミュニケーションを継続してまいります。

社会の持続的発展なくして、企業の持続的発展はありません。当社は、「人間の快適サポート」と「地球の快適サポート」に取り組むことで、社会課題解決の一翼を担うことができると考えています。取り組みの主体は、社員一人ひとりであり、常に課題を克服すべく自ら挑戦し、新しい価値を生み出す人材の育成に努めてまいります。冒頭で社長も申しておりますように、会社は人を幸せにするためにあり、人が、社会が幸せであるためにはまず社員が幸せであることが必要です。国連グローバル・コンパクトへの参加も推進力として、社員の就労環境の整備を一步步、かつ着実に進めたいと考えています。

また、従来から国内では積極的に取り組んできたCO<sub>2</sub>の削減などの環境対応について、海外工場のデータをはじめホームページで公開

### 評価される地球温暖化防止への取り組みと今後の課題

ライオンが自主的に掲げた環境管理の「中期3カ年計画」が終了しました。その結果、CO<sub>2</sub>の排出量において90年比26%の削減を達成したことは大きな評価に値します。低炭素社会に向けた取り組みは待たなしです。このまま積極的に取り組み続けることが重要です。その一方、日本を取り巻く経済環境が変化し、海外での事業展開を抜きに企業の生き残りを考えることが難しくなっています。それにともなってCO<sub>2</sub>の排出が日本から他国に移転していくことが大きな問題としてクローズアップされています。これからは国内のみならず事業全体から生まれる環境負荷をどのようにとらえていくかが問われる時代に入ります。海外の事業所のCO<sub>2</sub>の排出量について原単位方式をとって目標を設定することはそうした一歩だともいえるでしょう。今後の課題としては、グループ全体の環境負荷を総量的な意識でどう管理していくかが大きなポイントとなってきます。企業活動を通して事業所や工場が増え、温室効果ガスの排出が増えるのは致し方ないことです。そうした増加分をいかに再生可能エネルギーなどで相殺していくかという情報を、積極的に開示していく姿勢こそ望まれるのだと思います。



NPO法人イオルインターナショナル  
代表理事

上 岡 裕

しました。CSR調達については、海外関係会社やその取引先に対しても、国連グローバル・コンパクトへの参加により、明確な意思表示ができたと考えています。

今後は国連グローバル・コンパクトの原則に則り、人権やCSR調達、公平で公正な処遇、労働安全などの人に関する問題や、環境への取り組みについて、グローバルに取り組んでまいります。

当社のCSRの原点は、「人のため、世のために役立つ仕事」という創業の精神にあり、社是として受け継がれています。一人ひとりが、社是・企業行動憲章に基づき行動し、事業活動を通じて人々によい習慣を提供することが、当社の社会的責任と考えています。当社の取り組みをCSR報告書などを通じて正確に開示し、ステークホルダーからの声をいただきながら、さらにCSRへの取り組みを進めてまいります。



ライオン株式会社

取締役  
コーポレートコミュニケーション部門(広報センター、お客様センター、CSR推進部)・人事部・総務部・IR室担当、ライオンビジネスサービス(株)代表取締役社長

太 田 修 一

## 編集後記

今年、国連グローバル・コンパクトへの進捗報告としてふさわしいCSR報告書となるよう、GRIガイドラインを指標に正確な情報開示を目指しました。そのなかで、当社の現状レベルや課題の把握、今後の取り組みの方向性について、社内関連部門との間での共有化が少しずつ進んできま

した。今後も、CSR活動を強化するためのツールとしてのCSR報告書を、より充実させたいと思います。

ライオン株式会社 CSR推進部

「

### 「エコパンフレット」2010年度版

皆様に楽しく読んでいただけるよう、コンパクトにまとめました。「CSR報告書」とあわせて、ぜひご覧ください。  
※「エコパンフレット」はカラーユニバーサルデザイン認証の対象外です。

」

表紙

LION トップエコプロジェクト「ぼくの、わたしの、川の絵コンテスト」最優秀作品

「かわでみずあそび」 福岡県 大野 恵睦さん

「ヤマメのいる川」 福井県 佐々木 大吾さん



ライオン株式会社

発行

2010年6月30日

ライオン株式会社 CSR推進部

お問い合わせ先

ライオン株式会社 CSR推進部

社会責任推進チーム/環境保全推進室

〒130-8644 東京都墨田区本所1-3-7

☎03-3621-6611 FAX 03-3621-6269

ホームページ <http://www.lion.co.jp/>

次回発行予定

2011年6月

