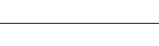


		重要課題	目標	指標(2030年)	指標の進捗(2021年実績)	2030年までのグローバル共通施策	貢献するSDGs	
E	最重要課題	サステナブルな地球環境への取組み推進	WEB	事業所活動におけるCO ₂ 排出量の削減を目指します。	・事業所CO ₂ 排出量⇒2017年比で55%削減(絶対量)	・7%削減(2017年比)	・省エネ活動でエネルギー使用量を削減します。 ・購入電力を再生可能エネルギー化します。	
				ライフサイクルにおけるCO ₂ 排出量の削減を目指します。	・ライフサイクルCO ₂ 排出量⇒2017年比で30%削減(絶対量)	・10%増加(2017年比)	・環境フレンドリー製品・サービスの提供とエコの習慣化の促進により、生活者の使用場面で排出されるCO ₂ を削減します。 ・サプライヤー・エンゲージメントを推進し、CO ₂ 排出量の少ない原材料を購入することにより、調達段階のCO ₂ を削減します。	
				自社の排出量を上回るCO ₂ 削減により、社会におけるカーボンネガティブを目指します。	・自社の排出量を上回るCO ₂ 削減貢献(国内)	・今後、アクションプランを策定し効果検証予定	・業界や他社との協業により、社会全体で排出されるCO ₂ を削減します。 ・環境フレンドリー製品・サービスの提供により、家庭で排出されるCO ₂ を削減します。	
				3R(Reduce(削減)、Reuse(再利用)、Recycle(再資源化))とRenewable(持続可能な資源の活用)を積極的に推進します。	・石化由来のプラスチック使用率⇒70%以下	・95%(国内)	・製品・容器包装への再生プラスチック及びバイオマス材料の使用を拡大し、石化由来材料の使用量を削減します。 ・製品・容器包装へのプラスチック使用量の削減(Reduce)・再利用(Reuse)を継続して推進します。	
				ライフサイクルにおける水使用量の削減を目指します。	・ライフサイクル水使用量⇒2017年比で30%削減(売上高原単位)	・2%削減(2017年比)	・節水型製品の提供により、生活者が使用する水を削減します。	
S	健康な生活習慣づくり	WEB	すべての人が必要な時に、いつでも、オーラルケアを行える機会を提供し、誰もが健康でいられるよう、オーラルケアの習慣化を目指します。	・健康な生活習慣づくりに貢献する製品・サービス、及び情報を提供した人数⇒10億人 ＜オーラルケア 5億人、清潔・衛生 5億人＞	＜オーラルケア 1.5億人＞ ・電動ハブラシ向け「ジェルハミガキ」新発売(クリニカ/システム) ・美白ケア「Lighteeハミガキ」新発売 ・オフィスでの「昼歯みがき」習慣を提案 ・NPOと協働で経済的困難家庭の子どもたちに向けた「おうちからだPJT」活動を開始(インクルーシブ・オーラルケア) ・コロナ禍における「口閉じ歯みがき」の仕方を動画で公開 ・正しい歯みがき習慣が身につく歯みがきのうた「イ〜ハ〜」を公開	・オーラルケアのより良い習慣づくりに向けた製品・サービスを拡大します。 ・「予防歯科」「オーラルケア習慣」の定着に向けた普及啓発活動を強化します。 ・オーラルケアを通じて、人や社会の課題に取り組む活動を推進します。(インクルーシブ・オーラルケア)		
			日常生活のあらゆるシーンの中で、菌・ウイルスの体内侵入を防ぎ、誰もが健康でいられるよう、清潔・衛生行動の習慣化を目指します。	＜清潔・衛生 1.2億人＞ ・暮らしの中の菌・ウイルス対策『青のキレイキレイシリーズ』新発売 ・外出先でも使用できる『キレイキレイ薬用泡ハンドソープ携帯用』新発売 ・非接触ニーズに対応した『キレイキレイ泡ハンドソープ専用オートディスペンサー』新発売 ・清潔衛生環境づくりを支援する「キレイのリレー」プロジェクト活動を開始 ・教育機関に対して「みんなでつなごうキレイの習慣! Produced by キレイキレイ」を開始 ・手洗いによるキレイの輪を促進する「ばくがてをあらったら〜つながる手洗い歌〜」を公開	・毎日の手指の清潔・衛生習慣づくりを支える製品・サービスを提供します。 ・日常のあらゆる場所・場面において、菌やウイルスから生活者を守る製品・サービスにより、新たな顧客体験を提供します。 ・あらゆる生活シーンにおける清潔・衛生行動の習慣化に向けた普及啓発活動を実施します。			
	ダイバーシティ&インクルージョンの推進	WEB	多様な価値観や考えを持った人材が、個性や能力を存分に発揮して活躍することを目指します。	・女性管理職比率⇒30%以上 ・「多様な価値観を持った従業員が活躍できている」と思う従業員の割合⇒80%以上	・女性管理職 ⇒ 20% ・従業員割合 ⇒ 56%(国内)	・従業員が多様な価値観について理解を深める機会を提供します。 ・多様な人材が活躍できる制度や仕組みを整備します。		
	ワークライフエンリッチメントの推進	WEB	従業員一人ひとりが、ワークとライフの相乗作用により、人生のWILLを実現できる環境を目指します。	・「仕事以外の生活(家庭での役割や社外活動等)が仕事に良い影響を与えている」と思う従業員の割合⇒75%以上	・54%(国内)	・従業員一人ひとりが描くライフプランとライフスタイルを実現できる環境を整備します。		
	人材開発	WEB	従業員一人ひとりが、多彩な能力を最大限に発揮し挑戦できる環境を整備することで、変革を実現するダイナミズムを創出する人材の育成を目指します。	・一人ひとりのスキル習得と能力開発に対応した多彩な教育プログラム(ライオン・キャリアビレッジ)を受講している従業員の割合⇒100%	・56%(国内) ※海外は、順次プログラムの導入を推進中	・e-ラーニングの仕組みと受講コンテンツを海外グループ会社のニーズも加味して導入します。 ・継続的に活用する仕組みを整備して、学習機会のコンテンツを提供します。		
	従業員の健康増進	WEB	従業員の心と身体のヘルスケアを支えることで、人材力の強化につなげ、持続可能な企業成長を目指します。	・歯科健診の受診率⇒100% ・アブセンティズム⇒2021年比改善	・歯科健診受診率 ⇒ 56%(国内、緊急事態宣言中は中止) ※海外は、歯科健診の受診支援 ・0.7%(国内) ※海外は、算出方法を検討中	・日常のオーラルセルフケア行動、定期的な歯科健診によるPDCAサイクルを全従業員が回せる環境と情報・学習機会を提供します。 ・メンタルヘルスケアのために、管理職へのラインケア及び全従業員へのセルフケア学習の機会を提供します。 ・従業員のヘルスリテラシーを向上させるために、自身の健康状態や将来リスクを理解し、日々の生活の中で予防的な行動が取れる情報を提供します。		
	労働安全管理体制の充実	WEB	労働安全衛生に関する法令遵守及び安全意識の向上が徹底され、従業員及び事業所内で働く外部パートナーが、安全、安心に働けることを目指します。	・安全に関する教育・研修の受講⇒事業所・拠点における計画(100%)実施 ・労働安全衛生に関する法令遵守 重大事故・災害件数⇒ゼロ	・研修受講 ⇒ 計画に対して100%実施 ・重大事故・災害件数 ⇒ ゼロ	・安全・防災に関する教育の機会提供や、安全基本活動の理解促進につながる活動を実施します。 ・安全に関する情報交換の仕組みを構築するとともに、労働災害発生頻度の管理により安全な職場環境への到達状況を積極的に開示します。		
	人権の尊重	WEB	「ライオン人権方針」に沿って、事業活動によって影響を受けるすべてのステークホルダーの人権を尊重します。	・重要な人権問題に対する人権デューディリジェンスの対応実施率⇒100%	・人権侵害リスクの評価方法を検討中	・人権問題に対応する仕組みを構築します。 ・重要な人権リスクを特定し、そのリスクについて、受け手側がどのような負の影響を受けるか検証します。 ・特定した人権リスクについて対応策を実行し、状況をモニタリングします。 ・人権デューディリジェンス対応状況を積極的に開示します。		
	責任あるサプライチェーンマネジメントの構築	WEB	「持続可能な原材料調達方針」や「ライオングループサプライヤーCSRガイドライン」に沿って、児童労働や強制労働等の人権・労働問題や環境破壊等を許さない持続可能な調達を目指します。	・認証紙・パルプ(FSC、PEFC等)、認証パーム油・パーム核油及びそれらの誘導体(RSPO等)を調達する⇒全量 ・認証紙・パルプ(FSC、PEFC等)、認証パーム油・パーム核油及びそれらの誘導体(RSPO等)は、森林破壊ゼロを支持するサプライヤーから調達する⇒全社	・認証品調達率 国内: 認証紙・パルプ:65%(アイテム比率) 認証パーム油・パーム核油誘導体:93%(主要原料ベース) 海外: 認証紙・パルプ:順次、調達を開始 認証パーム油・パーム核油誘導体:今後、調達を検討 ・森林破壊ゼロ支持サプライヤー率 ⇒ 50%(国内) ※海外は、順次調査を開始	・サプライヤーと連携して持続可能な調達を実現する体制を整備し、推進します。		
	顧客の満足と信頼の追求	WEB	製品・サービスの価値向上や顧客対応品質の向上を通じて、生活者視点に立った事業活動の推進を強化します。	・顧客に選ばれ続けるために、すべての製品・サービスに生活者の意見が活かされている。	・顧客の声(VOC)から早期のイシュートレンド発見を目的に従来月報のほか、「VOC週報」の新規導入(国内、2022年2月)	・顧客対応部門の活動進化への取組みを「現状把握⇒計画の策定⇒活動の推進」のステップで着実に進めます。 ・顧客とのリレーションシップ向上・ソリューション手段拡充のための環境を整備します。 ・製品・サービスに顧客の声を反映させる活動を仕組み化し、実践します。		
G	リスクマネジメントの推進	WEB	リスクの特定ならびに迅速かつ適切に対処する網羅的・総括的なリスクマネジメント体制を構築し、企業の持続的な成長を目指します。	・事業における重要なリスクのモニタリング状況及びその低減に向けた対応策の推進状況の開示⇒年1回以上	・1回開示	・海外グループ会社を含めたマネジメント体制を整備し、周知徹底します。 ・統一フォーマットでリスクを洗い出し、対応策を実施します。 ・対応状況について取締役会に毎年報告し、情報を共有します。		
	コンプライアンスの強化	WEB	コンプライアンス意識定着に向けた実効性のある活動を強化し、社会から信頼される企業を目指します。	・コンプライアンスに関する教育・研修の受講⇒事業所・拠点における計画(100%)実施 ・重大なコンプライアンス違反件数⇒ゼロ	・研修受講 ⇒ 計画に対して100%実施 ・重大なコンプライアンス違反件数 ⇒ ゼロ	・海外グループ会社を含めたコンプライアンス遵守体制を整備し、充実させます。 ・役員・従業員研修、アンケート等の継続的な実施により浸透を図ります。 ・海外グループ会社のコンプライアンス責任者設置、グローバルホットライン構築により、グループ全体の危機察知力向上、対応の迅速化を図ります。		
	ガバナンスの強化	WEB	健全、公正、かつ透明で実効性の高いガバナンス体制を構築し、持続的な企業価値向上を目指します。	・内部統制システムの整備・運用状況の開示⇒年1回以上 ・外部評価機関の評価向上⇒2020年起点での継続向上	・1回開示 ・2020年と同等、評価向上に向けて活動継続	・現在の内部統制システムの運用状況の評価し開示します。 ・海外グループ会社における内部統制システムの整備状況を明確にしたうえで、運用状況の評価を行います。 ・ガバナンスに関わる非財務情報を継続的かつ積極的に開示します。		

* 2021年に公開した内容を見直し、一部追加・修正しています。