

2018年2月9日

各 位

会 社 名 ライオン株式会社
代 表 者 代表取締役 社長執行役員
濱 逸 夫
(コード番号 4912 東証第一部)
問 合 せ 先 コーポレートコミュニケーションセンター部長
藤 澤 靖
(TEL 03-3621-6661)

新経営ビジョン「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」および 中期経営計画「L I V E計画 (L I O N Value Evolution Plan)」の策定のお知らせ

ライオン株式会社(代表取締役 社長執行役員・濱 逸夫)は、2012年より経営ビジョン「V i s i o n 2020」のもと、中期経営計画「V-1計画(2012年~2014年)」「V-2計画(2015年~2017年)」を推進してまいりました(詳細については、P5.「V-2計画の評価について」をご参照下さい)。

この度、外部環境の中長期的な変化を踏まえ、将来に向けた変革を加速させるために、2030年に向けた新経営ビジョンとその実現に向けた新中期経営計画を策定しましたので、お知らせいたします。

I. 新経営ビジョン「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」

1. 新経営ビジョン策定の背景

当社グループは創業以来、「愛の精神の実践」を社是として、「より良い生活習慣づくり」を通じて、人々の毎日の健康や快適な暮らしに役立つ企業を目指してまいりました。

今後の当社グループを取り巻く経営環境は、デジタルトランスフォーメーションの進展等により、想像を超えるスピードで大きく変化することが想定されます。

また、国内外において、QOL(クオリティ・オブ・ライフ)の向上や健康寿命の延伸などヘルスケアに対するニーズは益々高まることが予想され、毎日の暮らしに身近な存在である当社の役割は、今後一層大きくなると考えています。

当社グループは「V i s i o n 2020」のもと、業績の向上に取り組んできましたが、今後激変する環境下においても、常に社会およびお客様から必要とされ、持続的に企業価値を向上させるためには、ライオングループの進むべき方向性を明確にし、変革に向けた動きを加速させることが必要であると考え、2030年までに実現したい姿として、新経営ビジョンを『次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ』と設定しました。

2. 経営ビジョン

「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」

「健康、快適、清潔・衛生を通じた新たな顧客体験価値の創造」により、毎日の習慣を、もっとさりげなく、楽しく、前向きなものへ“リ・デザイン”することで、一人ひとりの「心と身体のヘルスケア」を実現します。

当社グループは、次世代ヘルスケアの提供により、新しい視点から人々の幸せづくりをリードすることで、サステナブルな社会に貢献し、企業価値の向上を目指します。

2030年に向けて

次世代ヘルスケアの リーディングカンパニーへ

「健康、快適、清潔・衛生を通じた新たな顧客体験価値の創造」により、
毎日の習慣を、もっとさりげなく、楽しく、前向きなものへ
“リ・デザイン”することで、一人ひとりの
「心と身体のヘルスケア」を実現する。



II. 中期経営計画「LIVE計画(LION Value Evolution Plan)」について

経営ビジョンの実現に向けて、2018年～2020年の3ヵ年を期間とする中期経営計画「LIVE計画(LION Value Evolution Plan)」(ライブ計画)を推進します。

1. LIVE計画の目的

「次世代ヘルスケアカンパニーへの進化」をテーマとし、国内・海外において将来を見据えた成長のための取組みや体制整備を進めるとともに、経営効率の向上を更に加速させ、収益体質の強化を目指します。

2. ビジョン実現に向けた戦略フレーム

(1) 新価値創造による事業の拡張・進化

様々なテクノロジーやサービスとの新結合により、一人ひとりの「心と身体のヘルスケア」を実現する新しい事業価値を創出します。

①Oral-to-Body Solution

口腔ケアから全身健康ケアにつながる「オーラルヘルスケア事業」への拡張・進化を目指します。

②Daily Self-Care Enhancement

日常生活をQOL向上に向けた健康習慣へと“リ・デザイン”するヘルスケア事業への進化を図ります。

③Infotech Health Support

先端テクノロジー (IoT や AI 等) を活用した新たなヘルスケアビジネスモデルを創出します。

(2) グローライゼーションによる海外事業の成長加速

成長するアジア市場を中心に、グローバル化とローカル化の融合を図り、独自の競争優位を創出し、事業規模の拡大と参入エリアの拡張を推進します。

- ①リージョナルマネジメント強化によるグループ経営の進化を図ります。
- ②E Cチャネルの活用やM&A等を起点としたビジネスエリアの拡大を目指します。

(3) 事業構造改革による経営基盤の強化

環境変化を先取りした経営インフラの整備や事業ポートフォリオの見直し等により、持続的な事業成長を可能とする経営基盤の強化に取り組みます。

- ①事業成長を牽引する柔軟且つ効率的な生産インフラへの投資を強化します。
- ②先進的でサステナブルなサプライチェーンの整備を進めます。
- ③グループ経営高度化に向けて、情報システム基盤を強化します。
- ④事業分野・グループ体制の見直しを進め、経営資源・事業活動の効率化を図ります。

(4) 変革に向けたダイナミズムの創出

“多様でオープンな”人材・組織・文化で、グローバル競争に勝ち抜く企業力の醸成を目指します。

- ①多様な人材活用による人のダイナミズムを創出します。
- ②オープンイノベーションによる挑戦・創造する組織のダイナミズムを創出します。
- ③E S G（環境・社会・ガバナンス）への取組みや健康経営の強化による経営のダイナミズムを創出します。



3. 財務目標(IFRS 基準)

※当社グループは、2018年度より国際財務報告基準（IFRS）を任意適用いたします。

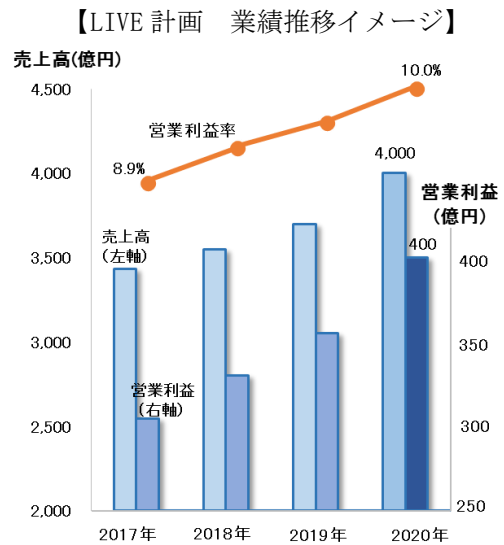
(1) 連結業績目標

(億円)	2020年目標		
		売上比	増減額 (対2017年)
売上高	4,000	100.0%	+570
営業利益	400	10.0%	+95
親会社の所有者に帰属 する当期利益	280	7.0%	+72
R O E	12%水準	-	-

【計画の前提条件】

	ドバイ原油	パーム油
原材料価格	67(\$/BBL)	2,700(RM/MT)

	米ドル	タイバーツ	韓国ウォン
為替水準	112.0円	3.5円	0.10円



(2) 事業セグメント別売上高目標（外部顧客向け）

(億円)	2017年実績		2020年目標		年平均 成長率
	売上高	構成比	売上高	構成比	
一般用消費財	2,151	62.7%	2,500	62.5%	5.1%
産業用品	326	9.5%	350	8.8%	2.4%
海外	911	26.6%	1,125	28.1%	7.3%
その他	40	1.2%	25	0.6%	△15.2%
計	3,430	100%	4,000	100%	5.2%

*2017年IFRS実績は概算値であり、会計監査人による監査を受けておりません。

(3) 株主還元方針

配当については「継続的かつ安定的な利益還元を行う」という基本方針のもと、連結配当性向30%を目安とした株主還元の充実に努めてまいります。

(4) その他

①業績目標の変動要因となるリスク

- ・為替の急激な変動、原材料価格水準の大幅な変動、事業展開国の政情不安等の不測要因等

②その他変動要因

- ・税制や会計基準の変更等、大幅な事業再編や連結範囲の変更等

※本資料に記載されている業績目標等の将来に関する記述は、現時点の事業環境ならびに一定の前提にもとづいており、今後の事業環境の変化等によっては、実際の業績が目標と異なることや予告なしに目標を変更する可能性がありますので、予めご了承ください。

以上

<参考資料>

—「V-2計画の評価について」(2015年～2017年)—

「V-2計画」では「収益力の向上」を最優先テーマと定め、「連結営業利益率5%」の実現に向けて、「Vision 2020」の4つの基本戦略にもとづき、諸施策に取り組みました。

(1) 国内事業の質的成長

- ・一般用消費財事業については、積極的なマーケティング投資により、主力分野の重点育成と高付加価値化に取り組みました。また、店頭管理体制の強化、物流体制の見直し、生産体制の集約化等を行い、事業基盤の強化に努めました。
- ・産業用品事業では、化学品事業において、グループ全体のシーズ集積とシナジー発揮を目指して事業体制の再編を行いました。

(2) 海外事業の量的成長

- ・グローバルブランドの育成やEC事業の強化等により、事業規模の拡大を図るとともに、サザンライオン有限公司（マレーシア）の連結子会社化、台湾事業の再編を行いました。
- ・フィリピン事業については、競争環境を踏まえ、現地企業との合弁事業を解消し撤退しました。

(3) 新しいビジネス価値の開発

- ・機能性食品等を中心とした自社通信販売事業では、マーケティング投資を強化し、事業規模の拡大と商品カテゴリーの拡充に努めました。
- ・「予防歯科」習慣を拓げる活動の実践として、唾液検査システムを歯科医院やドラッグストア、健診センターなどに向けて販売を開始しました。

(4) 組織学習能力の向上

- ・働き方改革やダイバーシティの推進の一環として、ショートタイムフレックス制度の導入や介護休業期間の拡大など制度の拡充を実施しました。

これらの諸施策を推進した結果、業績面では過去最高を更新*するとともに、「V-2計画」の業績目標を全て達成いたしました。

*「売上高」「営業利益」：4期連続、「経常利益」：5期連続、「親会社株主に帰属する当期純利益」：2期連続

◇「V-2計画」の連結業績（日本基準）

(億円)	V-1計画	V-2計画							14年→17年		(ご参考) V-2計画 目標
	2014年	2015年		2016年		2017年			増減額	増減率	
		実績	前年比	実績	前年比	実績	前年比	目標達成率			
売上高	3,673.9	3,786.5	103.1%	3,956.0	104.5%	4,104.8	103.8%	102.6%	430.9	+11.7%	4,000
営業利益	124.0	163.7	132.0%	245.0	149.6%	272.0	111.0%	136.0%	148.0	+119.3%	200
経常利益	140.5	180.9	128.7%	262.9	145.3%	291.2	110.8%	132.4%	150.7	+107.2%	220
親会社株主に帰属する 当期純利益	73.6	106.8	144.9%	159.5	149.4%	198.2	124.3%	165.2%	124.6	+169.1%	120
営業利益率	3.4%	4.3%		6.2%		6.6%			+3.2P		5.0%
R O E	6.2%	8.5%		11.2%		12.2%			+6.0P		10.0%

以上