

平成 27 年 2 月 10 日

各 位

会 社 名 ラ イ オ ン 株 式 会 社
代 表 者 名 取 締 役 社 長 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部長 藤澤 靖
(TEL 03-3621-6661)

中期経営計画「V-2計画 (Vision2020 Part-2)」について

当社は経営ビジョン「Vision2020」を掲げ、中期経営計画「V-1計画 (2012年～2014年)」を推進してまいりましたが、この度「V-2計画 (2015年～2017年)」を策定いたしましたので、お知らせいたします。

I. 「V-1計画」の評価

「V-1計画」では、テーマを「将来ビジョンの実現に向けた挑戦の始動」と定め、「Vision2020」の4つの基本戦略に基づく初期施策の推進に取り組みました。

(1) 国内事業の質的成長

一般用消費財事業のマーケティング・営業体制の整備を進め、高付加価値分野の育成と販売マネジメントの高度化に取り組みました。

(2) 海外事業の量的成長

グローバルブランドの育成に取り組むとともに、既存主要国での生産能力増強やフィリピン事業の開始等、事業の拡大に努めました。

(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の拡大とともに、伸張するネットチャネルへの取り組みを進めました。

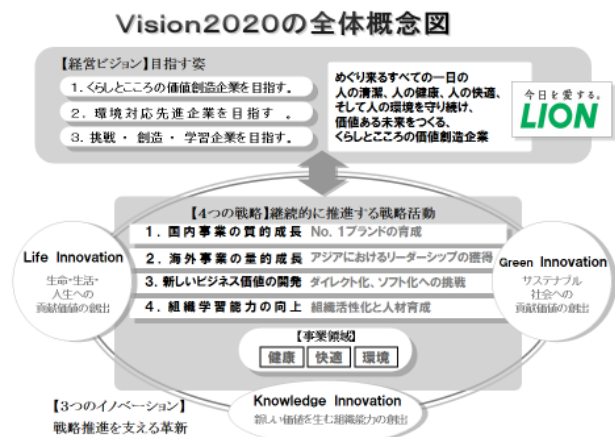
(4) 組織学習能力の向上

新コーポレートメッセージに基づく社内外コミュニケーション活動を積極的に行うとともに、人事諸政策の整備による組織活性化に努めました。

これらの諸施策の推進により将来像に向けた戦略は着実に進捗しており、業績面でも過去最高益を更新 (2013年連結経常利益、2014年連結営業利益・経常利益) する等、体質強化は確実に進んだものと考えていますが、原材料市況や海外進出国の内政事情といった事業環境の変化に加え、先行投資事業の軌道化が遅れたことから、当初の業績目標に対しては未達となりました。

【「V-1計画」期間の業績推移】

(百万円)	2011年			2012年			2013年			2014年			増減額	
	実績		前年比	実績	前年比		実績	前年比		実績	前年比	11→14年	対「V-1計画」	
売上高	327,500	335,171	102%	352,005	105%	367,396	104%	+39,896	+2,396					
営業利益	11,169	7,213	65%	10,819	150%	12,406	115%	+1,237	△ 7,594					
経常利益	12,183	8,564	70%	12,300	144%	14,059	114%	+1,876	△ 6,941					
当期純利益	4,077	4,235	104%	6,097	144%	7,368	121%	+3,291	△ 4,132					



II. 「V-2計画」の骨子

1. テーマと業績目標

「V-1計画」の成果と課題を踏まえ、2015年からの「V-2計画」は4つの基本戦略をさらに推し進めるとともに、その成果を確実に業績として結実することを主眼とし、「V-1計画」で当初目指した業績水準の実現に再チャレンジいたします。また、業績目標達成に向けて「収益力の向上」を最優先テーマと位置付け、収益構造改善のための諸施策を重点的に推進いたします。

「V-2計画」において「収益力の向上」を確実に達成するとともに、「V-2計画」以降の成長に向けた布石を打つことで、経営ビジョン「Vision 2020」の実現へ繋げてまいります。

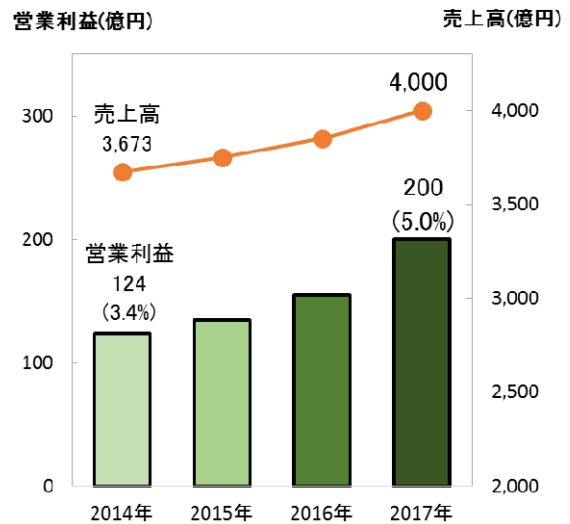
【「V-2計画」連結業績目標】

(百万円)	2017年		
	売上高	売上比	増減額 (対2014年)
売上高	400,000	100.0%	+32,604
営業利益	20,000	5.0%	+7,594
経常利益	22,000	5.5%	+7,941
当期純利益	12,000	3.0%	+4,632
R O E	10%以上		
B E P	90%以下		

【計画の前提条件】

	ドバイ原油	パーム油	
原材料	65\$/BBL	RM2,400/ton	
	米ドル	タイバーツ	韓国ウォン
為替	118円	3.5円	0.11円

【「V-2計画」期間の業績推移イメージ】



2. 基本戦略と重点施策

(1) 国内事業の質的成長

- ① 一般用消費財事業については、主力分野・ブランドの重点育成と高付加価値品の開発を計画的に進めるとともに、生産・供給体制の見直しや資産効率化に取り組みます。
- ② 産業用品事業は、業務用洗浄剤においては衛生診断・管理ビジネスの充実を継続し事業拡大を図るとともに、化学品事業については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進めます（本日発表：会社分割（吸収分割）による連結子会社への化学品事業の事業承継および連結子会社の合併に関するお知らせ）。

(2) 海外事業の量的成長

- ① グローバルブランドの育成強化やパーソナルケア分野の拡充を進め、事業領域の拡大と分野構成の改善により利益ある成長を目指します。
- ② 「V-1計画」期間中の先行投資事業については、新規参入国・新規事業の軌道化と設備活用の向上によって、収益化を確実に進めます。

(3) 新しいビジネス価値の開発

- ① 通信販売事業については、主力の「ナイスリムエッセンス ラクトフェリン」の商品供給体制を整備するとともに、第2・第3の柱となる商品の開発・育成を加速します。
- ② 当社経営資源を活かした新しい事業領域について、ビジネスチャンスの探索を積極的に行います。

(4) 組織学習能力の向上

- ① 人材育成に継続的に取り組むとともに、人材の多様化に対応した就労環境の整備を進めます。
- ② 双方向型のデジタルコミュニケーションを展開し、事業へのフィードバックによるマーケティングの高度化を進めます。

3. 事業セグメント別計画

(1) 一般用消費財事業

- ・国内消費財事業は主力分野・ブランドの重点施策に対して育成資源の集中をさらに進めます。
- ・特に収益分野であるオーラルケア・薬品・機能性食品等の開発を強化します。
- ・事業環境に応じて原料を含む生産設備の効率化を推進します。

(2) 産業用品事業

- ・業務用洗浄剤については、総合衛生管理ビジネスとしての機能充実と顧客開拓を進め、継続的な成長を目指します。
- ・化学品事業については、子会社を含む事業ユニットの統合・再編（2015年7月新会社移行）を行い、顧客密着型体制の強化と海外展開に注力します。

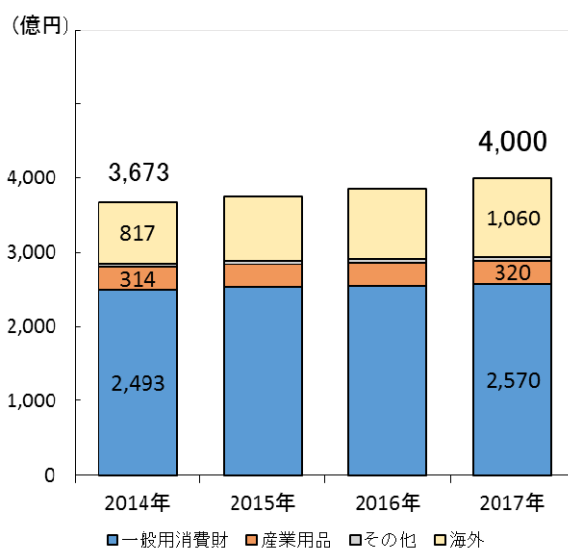
(3) 海外事業

- ・既存展開国については、付加価値型グローバルブランドの強化と事業領域の拡張を進め、規模拡大と事業構成の改善を目指します。
- ・生産拠点については、域内の相互供給による活動と効率化を進めます。
- ・新規事業（フィリピン・M E S 事業等）については軌道化を急ぎ、確実な連結業績への寄与を目指します。

(4) その他

- ・各事業の将来性を見極めるとともに、物流・サービス等グループ内のコストセンターにおける機能の見直しや体制効率化を進めます。

【セグメント別売上高（外部顧客向け）】



(百万円)	2014年		2017年		平均成長率
	売上高	構成比	売上高	構成比	
一般用消費財	249,313	68%	257,000	64%	1%
産業用品	31,455	9%	32,000	8%	1%
海外	81,774	22%	106,000	27%	9%
その他	4,853	1%	5,000	1%	1%
連結計	367,396	100%	400,000	100%	3%

4. 株主還元方針

配当については安定的な水準を継続することを基本方針としておりますが、今後の業績水準に応じて総株主還元の充実を検討してまいります。

5. 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

(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

上記その他の理由により業績目標に変更の必要が生じた場合は、速やかにお知らせいたします。

以 上