

平成 24 年 2 月 10 日

各 位

上 場 会 社 名 ラ イ オ ン 株 式 会 社
代 表 者 取 締 役 社 長 濱 逸 夫
(コード番号 4912 東証第一部)
問 合 せ 責 任 者 コーポレートコミュニケーション部長 藤 井 貴 将
(TEL 03-3621-6661)

中期経営計画「V-1計画 (Vision2020 Part-1)」について

当社は、2011年10月28日付『新経営ビジョン「Vision2020」および中期経営計画「V-1計画」ならびに新コーポレートメッセージ策定のお知らせ』にて開示したとおり、このたび2012年～2014年を期間とした中期経営計画「V-1計画」を開始いたしましたので、その内容についてお知らせいたします。

記

I. 「Vision2020」と「V-1計画」

1. 新経営ビジョン「Vision2020」

(1) 背景となる社会的パラダイム（支配的な物事の考え方、価値観）の変化

人々の価値観は物質的な繁栄や利便から精神的な充実へ、くらしや健康に対する考え方も単なる疾病治療や長寿命化から、心身の快適・充実といった質的な充足へ変化していくと考えられます（健康・快適な生き方への願い）。また、社会成長の持続可能性も今以上に重要視され、循環型社会、低炭素社会、自然との共生社会の実現に向けた企業の役割は一層重くなるものと考えます（サステナビリティの実現）。そうした中で、企業に求められる考え方も、社会的な課題の解消や新しい価値の創出を通じて、自らの価値を向上させるような、プラスサム型に変化して行くことが求められています（ゼロサム社会からプラスサム社会への転換）。

こうした社会的パラダイムの変化への認識を踏まえ、2020年の目指す姿と、そこに至る基本戦略を「Vision2020」としてまとめました。

(2) 指す姿

【3つのビジョン】

1. くらしとこころの価値創造企業を目指す
2. 環境対応先進企業を目指す
3. 挑戦・創造・学習企業を目指す

【2020年の企業像】

「めぐり来るすべての一日の人の清潔、人の健康、人の快適、そして人の環境を守り続け、価値ある未来をつくる、くらしとこころの価値創造企業」

(3) ビジョン実現に向けた戦略フレーム

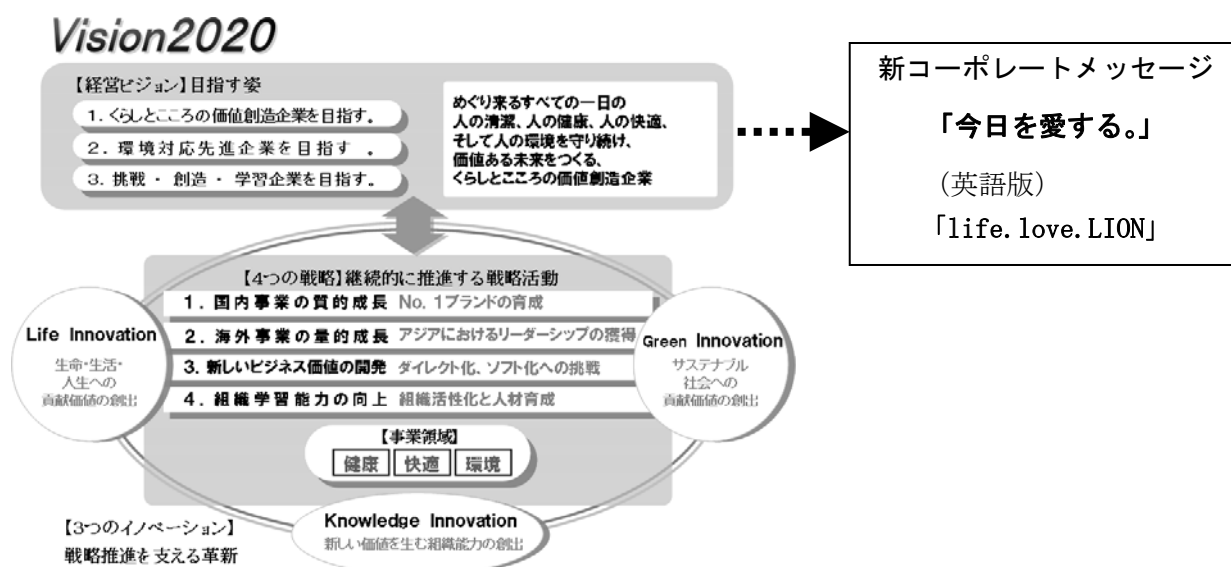
【4つの戦略フレーム】

1. 国内事業の質的成長
2. 海外事業の量的成長
3. 新しいビジネス価値の開発
4. 組織学習能力の向上

【戦略推進のための3つのイノベーション】

Life Innovation (ライフ・イノベーション)
Green Innovation (グリーン・イノベーション)
Knowledge Innovation (ナレッジ・イノベーション)

【Vision 2020の全体概念図】



2. 新中期経営計画「V-1計画」の位置付けとテーマ

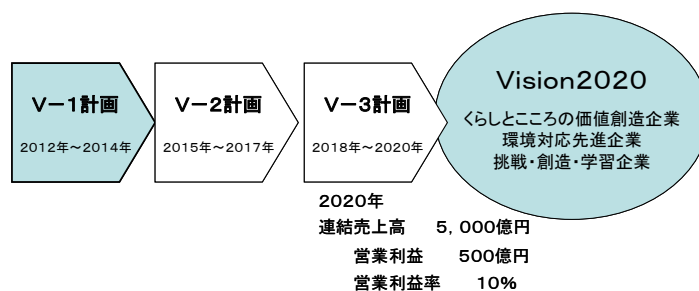
(1) 「V-1計画」の位置付け

「Vision 2020」では、2020年の業績面の姿として連結売上高5,000億円、連結営業利益500億円(売上比10%)をイメージし、その実現に向けた推進工程として、中期3ヵ年計画3回の推進を想定しています。2012年から2014年を期間とした中期経営計画「V-1計画(Vision 2020 Part 1)」は、その最初のパートと位置付けています。

(2) 「V-1計画」のテーマ

「将来ビジョンの実現に向けた挑戦の始動」をテーマとし、「4つの戦略」の具体的施策を始動・加速するとともに、確実な収益性の向上を目指してまいります。

【Vision到達の量的イメージ】



II. 「V-1計画」の基本戦略

1. 国内事業の質的成長

国内消費財事業については、新しい付加価値のある製品開発とあわせ、宣伝投資の増強・重点化を図り、主力ブランドの育成を一層強力に進めます。

そのためにマーケティング機能・営業機能各々の総合力を発揮すべく、ヘルスケア・ハウスホールド両事業を「ヘルス&ホームケア事業」として再編し、総合的な流通力を高め販売促進活動や費用の投下方法の見直しを進めます。

また、第Ⅱ期研究開発・技術センター構想の推進や生活者研究の強化に取り組み、価値の高いブランドで構成された事業を目指します。

2. 海外事業の量的成長

現在進めているタイ・マレーシア・中国での生産能力増強計画とあわせ、製品開発における国内と現地の連携を高め、衣料用洗剤やオーラルケアを中心とした積極的な製品展開を進めます。

また、2012年のフィリピン進出や、化学品事業の海外展開を進めることとあわせ、その他未参入国や未参入分野についても積極的にビジネス機会を開拓し、アジアにおける事業基盤の拡大を目指します。

3. 新しいビジネス価値の開発

通信販売事業については、機能性食品分野においてはラクトフェリンに次ぐ第2の柱となる製品の開発・育成に取り組むとともに、新しい製品分野についても検討を進め、2014年に100億円規模へ育成します。

また、当社の知見や保有資源を活用した新たな事業展開や、外部資源獲得を含めた新規事業機会の探索を意欲的に進めます。

4. 組織学習能力の向上

組織力の向上と活性化を目指し、新コーポレートメッセージの下での統合的な社内外コミュニケーション諸施策を展開するとともに、多様な人材が活躍できる環境づくりや人材育成に取り組めます。

Ⅲ. 「V-1計画」の財務目標

1. 連結業績目標

単位：百万円

	2012年				2013年				2014年			
		売上比	増減額	増減率		売上比	増減額	増減率		売上比	増減額	増減率
売上高	335,000	100.0%	7,500	2.3%	350,000	100.0%	15,000	4.5%	365,000	100.0%	15,000	4.3%
営業利益	12,000	3.6%	831	7.4%	15,000	4.3%	3,000	25.0%	20,000	5.5%	5,000	33.3%
経常利益	13,000	3.9%	817	6.7%	16,000	4.6%	3,000	23.1%	21,000	5.8%	5,000	31.3%
当期純利益	7,000	2.1%	2,923	71.7%	8,500	2.4%	1,500	21.4%	11,500	3.2%	3,000	35.3%

2014年連結ROE（自己資本当期純利益率） 10%

連結BEP（損益分岐点売上高比率） 90%

2. 株主還元方針

永続的且つ安定的に継続することを前提として、業績等を勘案の上株主還元の充実を図る。

※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基づいており、今後の事業環境の変化等によっては、実際の業績が目標等と異なったり、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