

Contents

Our Purpose	会長メッセージ.....	P. 2
	習慣づくりによる事業成長の歴史	P. 4
	価値創造プロセス	P. 6
	At a Glance(事業概要)	P. 8
	財務・非財務ハイライト	P.10
Vision & Strategy	社長メッセージ.....	P.12
	Vision2030実現に向けて～中長期戦略～	P.18
	～成長ポイント～	P.22
	財務戦略	P.28
	新中期経営計画「Vision2030 1st STAGE」....	P.31
	一般用消費財事業(国内)	P.32
	海外事業	P.34
	産業用品事業.....	P.36
	研究開発	P.38
	サプライチェーン	P.41
	人材開発	P.44
	サステナビリティ	P.48
Corporate Governance	社外取締役メッセージ.....	P.56
	コーポレート・ガバナンス体制	P.58
	コンプライアンス	P.65
	リスクマネジメント	P.66
	取締役、監査役および執行役員	P.68
Performance/Data	2021年の経営成績および財務分析.....	P.70
	10年間の要約財務データ	P.74
	外部からの評価・社外団体への参加	P.76
	会社情報	P.77

情報開示体系



企業理念

PURPOSE

存在意義

より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する（ReDesign）

BELIEFS

信念

Beliefs は、多様化が進む社会において Purpose を実践するために私たちが携えるべき「信念」であり、「日々の考え方・行動・判断の拠り所」です。ライオンで働くすべての人は、常に Beliefs のもとに暮らしの中に新たな課題を発見し、高いプロ意識を持って仕事に取り組んでいます。



価値は顧客が決める

せっかく新しい習慣を提案しても、世の中から選ばれ続けなければ意味がありません。そして、価値が認められないのであれば、そこにはなんらかの原因があるはず。その提案は、より良い暮らしに本当に必要かといえるのか？自分たちの妥協・事情で本質を見失っていないか？競争意識を欠いて市場に埋もれてしまっていないのか？これからの社会が持続的に求めているものなのか？人々の毎日に貢献するために、選ばれ続けること。「価値は顧客が決める」は、ライオンが何よりも大事にしている視点です。



自分の心に従い、自ら動こう

もし自身を平凡だと思ふなら、それはチャンスです。なぜなら、あなたが本気でいいと思うものは、万人がいいと思うからです。自分の心に耳をすまし、自ら率先して謙虚に大胆に動くこと。私たちはいつも「1人の“やりたい！”という想い」が周囲に伝染することで、新たな習慣をつくってきました。人生は、やらされる仕事をするには短すぎます。ライオンは「失敗を許容し、挑戦を称賛する文化」を大切にしています。



スピードは世界を救う

人々の心身の健康を支える「より良い習慣」は、より早く世の中に広まるべきです。私たちは常に解くべき課題に真摯に向き合い、「高品質な課題解決を、より短時間で達成する」ことに注力しています。闇雲に急ぐのではなく、従来の慣習や常識を疑い、近道を探ること。計画に時間をかけすぎず、まず試し、素早く修正し、最適解に近づくこと。いい仕事を早くやってこそ、プロフェッショナル。変化の時代「運れてくるヒーローに世界は救えない」とライオンは考えます。



化学反応を起こそう

同じ素材を混ぜても化学反応は起きません。それはチームでも同じです。ひとつの目的のもとに、異なるスキルや知見、視点を持つ「素材が違う」メンバーが集まり、率直な意見をぶつけ合うとき、真のブレイクスルーは生まれます。ライオンでは組織や部門、国を越えて、立場・年齢関係なく、常に「自由でオープンな議論」を心がけると同時に、積極的に「社外のパートナーとも手を取り合う」ことで、より創造性あふれるソリューションの開発を目指しています。



変化こそ、私たちを進化させる

世界は今、想像を遥かに超えるスピードで変化しています。技術やライフスタイル、社会環境がめまぐるしく変動する中、突如現れた新参プレイヤーに市場そのものが塗り替えられることも珍しくありません。大切なのは、不確実で予想困難な時代においても、未来に向けて「常に複数のシナリオを描き、柔軟に対応する」こと。そして、その変化に「不安を感じながらも楽しむ」ことだと思います。環境が変化する時こそ、進化できるチャンス。創業以来、私たちは困難に直面するたびに、新たな道を切り拓いてきました。「変わる勇気」こそライオンの成長の原動力です。

DNA

創業から受け継ぐ想い

DNA は、創業から受け継がれてきた想いであり、当社の基盤となるものです。

愛の精神の実践

会長メッセージ



濱 逸夫
代表取締役 会長

ライオンは、創業以来130年の長きにわたり、暮らしを見つめ、より良い習慣づくりを通じて、人々のより良い毎日に貢献してまいりました。毎日の当たり前となった歯みがき習慣は、口腔内の健康だけでなく全身健康の維持にも大きく関わることがわかっています。近年では新型コロナウイルス感染症拡大によって、改めて手洗い習慣の重要性も認識されています。また、深刻化する気候変動や海洋プラスチック問題等の社会課題に対しても、環境に優しい習慣づくりを通じて取り組んできました。多くの人が実践しているすすぎ1回の洗濯は、節水・節電につながり、洗剤等の詰め替え行動は、プラスチック使用量の削減とリサイクルにつながる大切な習慣です。今後は、日本だけでなく、海外でもこのような習慣づくりを拡大してまいります。

このように、当社は毎日の習慣が、人々の心と身体の健康の実現に加え、サステナブルな社会の実現にも大きな役割を果たすという考えのもと、「より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する(ReDesign)」をパーパス(存在意義)に掲げています。そして、従業員一人ひとりがパーパスに共感し、主体的に行動するための判断や行動の拠り所として、新たにビリーフス(信念)を設定しました。ビリーフスに掲げた5つの考えは、ライオンが正しいと信じていることを表現しました。

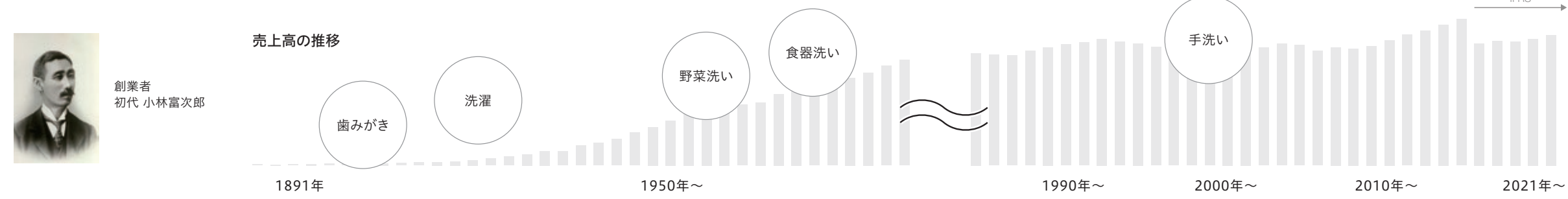
当社は、お客様満足を最優先とする製品開発、サービスの提供、そして、習慣づくりを通じて社会課題の解決にアプローチするというユニークネスを最大限に発揮し、株主、お客様、お取引先、地域・社会、従業員等のすべてのステークホルダーからの期待に応えられる信頼性の高い企業となるべく、企業価値の一層の向上を目指してまいります。そしてこのような期待感と信頼性の高い企業であり続けるために、取締役会を中心として、多様なキャリアを持つ社外役員とのオープンな議論を活性化してコーポレート・ガバナンスの高度化を進めてまいります。

より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する

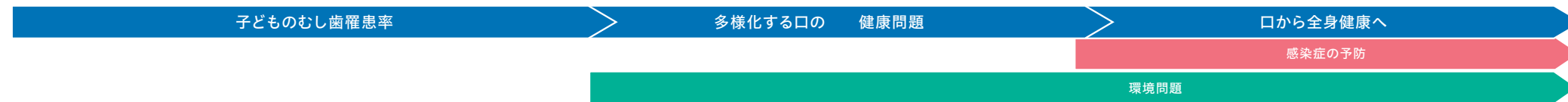
習慣づくりによる事業成長の歴史

石けんとハミガキから始まったライオンは、「愛の精神の実践」を創業からの想いとして受け継ぎ、人々の健康な毎日を目指して、商品の提供とともに、生活者への情報発信や普及啓発活動を推進し、より良い習慣づくりを提案してきました。

また、古くから地球環境の保全が世界共通の課題であることを認識し、環境に優しい商品の開発と習慣の提案にも取り組んできました。社会・暮らしの課題に、より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献することで持続的な事業成長を目指しています。



取り組んだ
社会・暮らしの課題



歯みがき習慣の定着

創業した明治時代、日本には歯みがき習慣が浸透しておらず、子どもたちのむし歯罹患率は96%に達していました。創業者の初代小林富次郎が「このままではむし歯で日本が減びてしまう」という強い危機感を抱いたことで、オーラルケア製品の開発、発売とともに普及啓発活動が始まりました。

多様化する口の健康問題に対応した商品提供とともに、歯みがき習慣を社会に根づかせる活動を行い、人々のお口の健康と、ハミガキ市場の拡大、活性化に貢献してきました。

歯みがきの習慣化

社会価値 人々のお口の健康

経済価値 オーラルケア市場の拡大、活性化



学童歯磨教練体育大会*での正しい歯みがき方法の指導
* 現・全国小学生歯みがき大会



「財団法人ライオン歯科衛生研究所*」を設立（財団を通じたオーラルケアの普及啓発活動）
* 現・公益財団法人ライオン歯科衛生研究所



全国小学生歯みがき大会でフロスの使い方を指導

多様化する口の健康問題への対応

むし歯予防



『ライオンFクリーム』



『ホワイトライオン』



『デンターシステムライオンシリーズ』



『クリニカアドバンテージシリーズ』



『デンターライオン』

手洗い習慣の浸透



1996年、病原性大腸菌O-157による食中毒の集団感染が発生しました。子どもたちをウイルスや菌から守るために、手洗いの習慣化が社会的課題となった翌年に誕生したのが『キレイキレイ』です。

世界的な感染症の拡大等、時代のニーズに合った商品を展開するとともに、学校や家庭における手洗い習慣の普及活動にも力を入れ、清潔に対する意識向上とハンドソープ市場の拡大、活性化に貢献してきました。

手洗いの習慣化

社会価値 清潔に対する意識向上

経済価値 ハンドソープ市場の拡大、活性化



『キレイキレイ 薬用ハンドソープ／せっけん』



正しい手洗い方法の啓発活動

環境に優しい習慣づくりの推進



ライオンは、先進的な技術開発でCO₂削減、プラスチック使用量削減、水使用量削減等、環境負荷低減につながる商品を拡充するとともに、生活者の毎日を環境に優しいものへと変える習慣の提案で、サステナブルな地球環境への貢献と事業成長の両立を図ってきました。

エコの習慣化

社会価値 サステナブルな地球環境への貢献

経済価値 新しい事業機会の創出



節水・節電習慣「すずぎ一回」



詰め替え習慣

これまでの歩みにより
培った強みと
それを支える資本

ライオンの強み

真摯な
モノづくり

より良い習慣の
創造

生活者研究力
×
技術開発力

お客様に幅広く
愛用されている商品

取引先との信頼関係

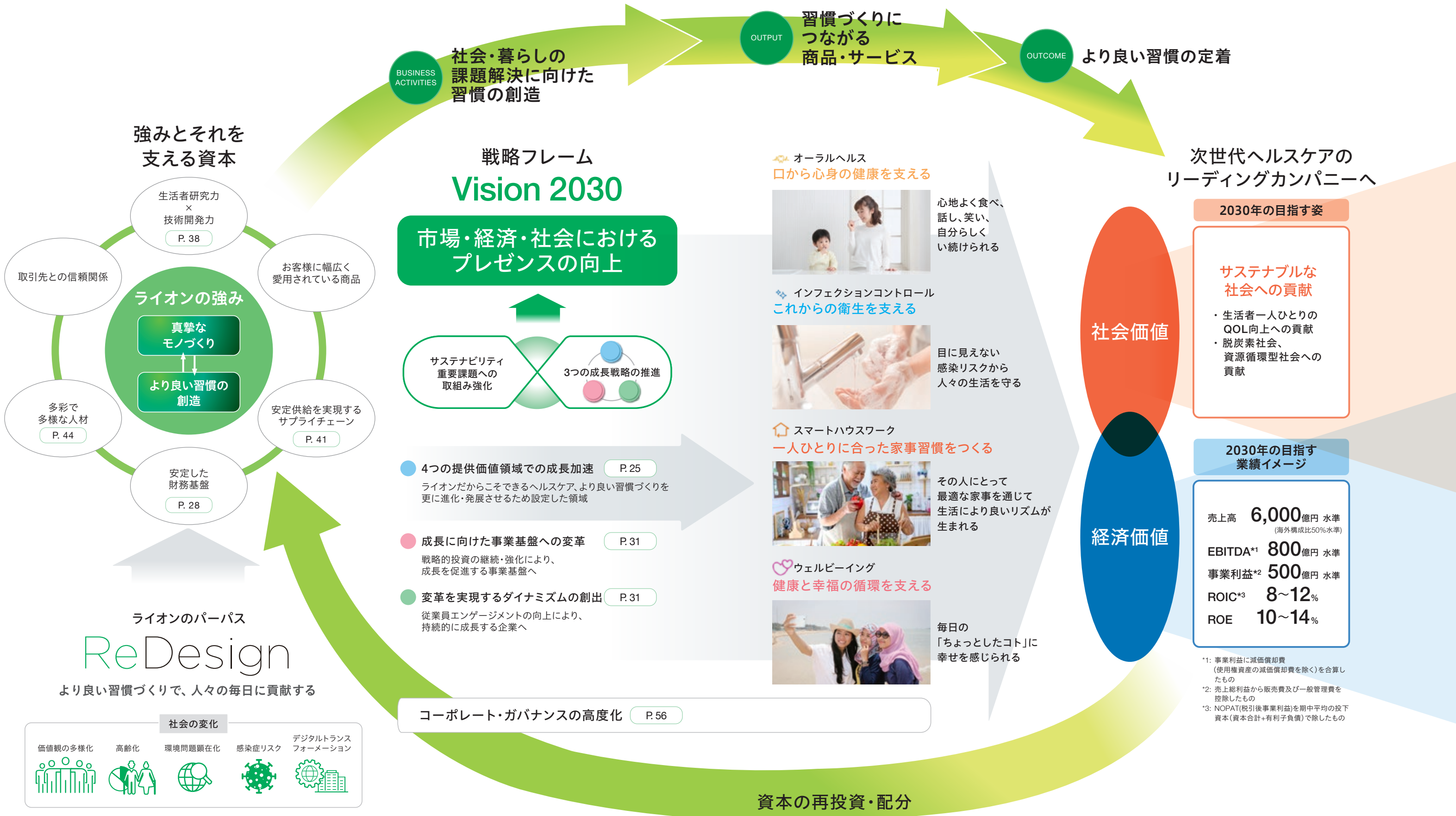
安定供給を実現する
サプライチェーン

多彩で多様な人材

安定した財務基盤

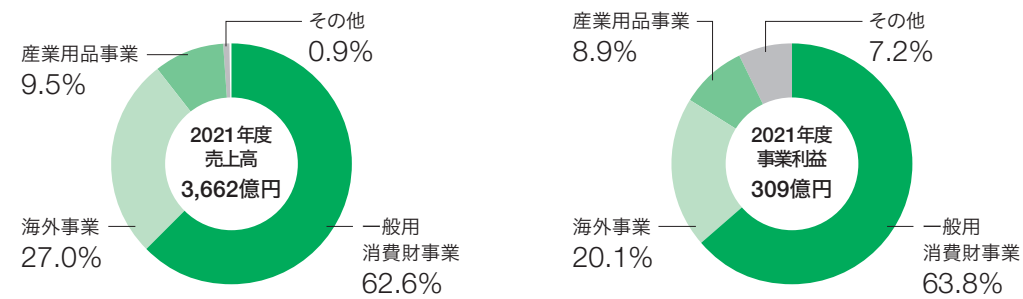
価値創造プロセス

ライオンは、パーパス「より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する(ReDesign)」を経営の根幹に据えています。
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」の実現に向けて、
中長期経営戦略フレーム「Vision2030」のもと、サステナビリティ重要課題へのさらなる取組みの強化と3つの成長戦略を相乗的に推進し、
4つの提供価値領域を中心に成長を加速させることで、社会価値と経済価値を創出し、持続的な企業価値の向上を目指します。



At a Glance(事業概要)

事業別売上高・事業利益構成比



※1 売上高構成比は、各部門の売上高から部門間の内部売上高・振替高を控除した外部顧客への売上高にもとづき算出しています。

一般用消費財事業

国内において「予防から手入れ・快適さにいたるトータルケア」をサポートする、ハミガキ、洗濯用洗剤、OTC医薬品等の幅広い製品・サービスを提供しています。

オーラルケア分野

ハミガキ、ハブラシ、デンタルリンス等



ビューティケア分野

ハンドソープ、ボディソープ、制汗剤等



ファブリックケア分野

洗濯用洗剤、柔軟剤、衣料用漂白剤等



リビングケア分野

台所用洗剤、住居用洗剤、調理関連品等



薬品分野

解熱鎮痛薬、点眼剤、皮膚薬等



その他の分野

機能性表示食品、ギフト品、ペット用品等



海外事業

東南アジア、北東アジアで展開し、文化や言葉を超え、暮らしに役立つ製品を提供しています。

Lion Corporation (Thailand) Ltd.

タイライオン
拠点：バンコク

Southern Lion Sdn. Bhd.

サザンライオン
拠点：ジョホールバル

Lion Corporation (Singapore) Pte Ltd

シンガポールライオン
拠点：シンガポール

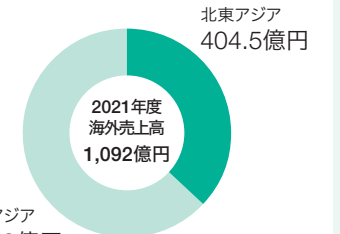
PT. Lion Wings

ライオンウイングス
拠点：東ジャカルタ
(持分法適用会社)

獅王(香港)有限公司

香港ライオン
拠点：香港

地域別売上高



Lion Corporation (Korea)

ライオンコリア
拠点：ソウル

獅王日用化工(青島)有限公司

青島ライオン
拠点：青島

獅王家品股份有限公司

台湾ライオン
拠点：新北

産業用品事業

産業需要向け界面活性剤や導電性カーボンなどを取り扱う化学品分野とホテルやレストランの厨房などに向けて各種洗浄剤やハンドソープなどを販売する業務用洗浄剤分野などで構成されています。

化学品

モビリティ
・ゴム薬剤(防着剤) ・内添剤
エレクトロニクス
・導電性カーボン ・粘着剤
エコケミカル
・コンクリート用湿和剤
ケアケミカル
・各種界面活性剤
・化粧品原料



業務用洗浄剤

食器洗浄機用洗剤 アルコール製剤 ハンドソープ 野菜洗浄システム



その他

国内において当社の子会社が主に当社グループの各事業に関連した事業を行っています。主要業務およびサービスには、建設請負、不動産管理、人材派遣等があります。

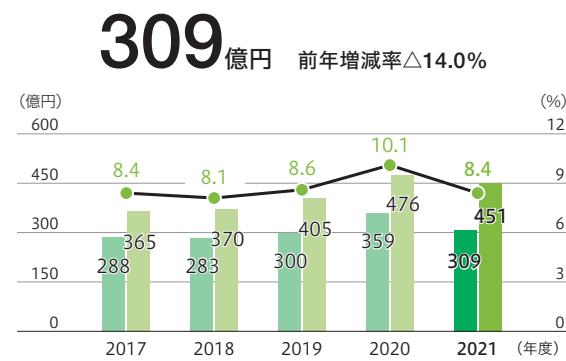
財務・非財務ハイライト

財務ハイライト

売上高

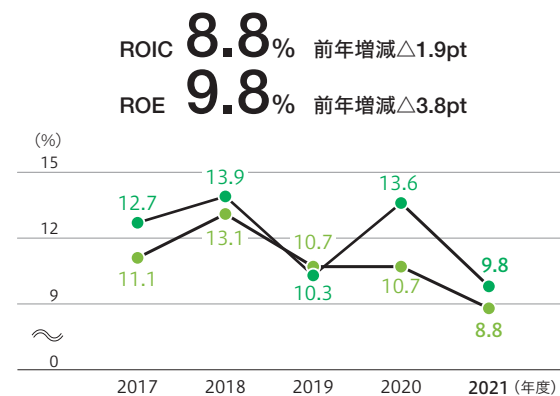


事業利益^{※1}/事業利益率/EBITDA^{※2}



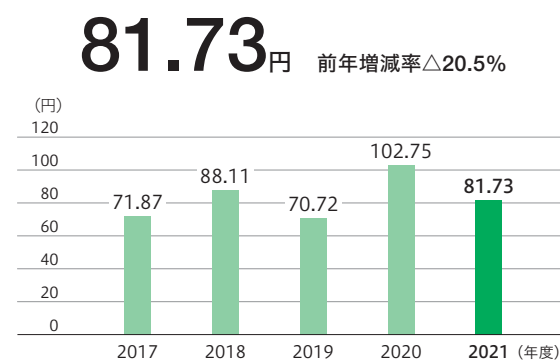
■ 事業利益(左軸) ■ EBITDA(左軸) ● 事業利益率(右軸)
 ※1 事業利益は、売上総利益から販売費及び一般管理費を控除したもので、恒常的な事業の業績を測る当社の利益指標です。
 ※2 EBITDAは、事業利益に減価償却費を合算したもので、キャッシュベースの収益力を示す指標です。

ROIC[※]/ROE



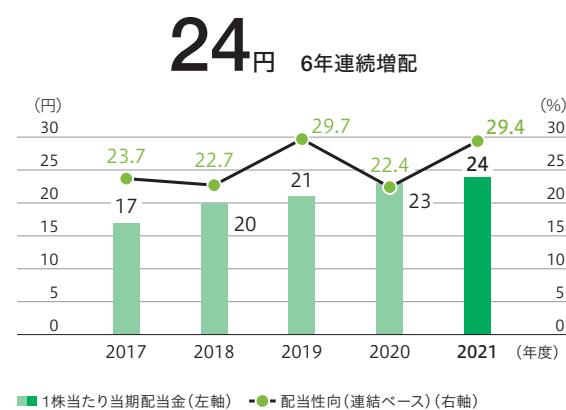
● ROE ● ROIC
 ※ ROICは、NOPAT(税引後事業利益)を期中平均の投下資本(資本合計+有利子負債)で除したもので、投下した資本に対する効率性と収益性を測る指標です。

基本的1株当たり当期利益(EPS)



※ ライオングループは、2018年より国際財務報告基準(IFRS)を任意適用しています。2017年の実績につきましてもIFRSに準拠して表示しています。

1株当たり当期配当金/配当性向



■ 1株当たり当期配当金(左軸) ● 配当性向(連結ベース)(右軸)

非財務ハイライト

環境

事業所活動におけるCO₂排出量削減^{*1}

7%減
 2021年実績

*1 2017年比 絶対量、全事業所内

SDGs:

環境目標「LION Eco Challenge 2050」で掲げた脱炭素社会の実現に向けて、生産部門、事務・営業部門、研究開発部門など全社で省エネ活動と購入電力の再エネ化を推進しました。

環境

ハブラシ・リサイクルプログラム
 使用済みハブラシ回収本数^{*2}

952,711 本

*2 2015～2021年までの回収本数

SDGs:

環境目標「LION Eco Challenge 2050」で掲げた資源循環型社会の実現に向けて、2015年からテラサイクル合同会社と提携し、捨ててしまえばごみとなる使用済みハブラシを回収・リサイクルし、新しいプラスチック製品に生まれ変わらせる活動を行っています。

健康

オーラルケア普及活動
 「全国小学生歯みがき大会」参加者数^{*3}

約**221** 万名

*3 1932年から2021年までの累計

SDGs:

健康な生活習慣づくりを目的として、78回にわたり、子どもたちに正しい歯みがき習慣を指導しています。

健康

手洗い習慣普及活動の参加者数^{*4}

約**36,700** 名

*4 2012年から2021年までの累計

SDGs:

生活者の皆様の清潔・衛生的な毎日を目指して、『キレイキレイ』ブランドを中心とした正しい手洗い習慣の普及活動に取り組んでいます。

人材

女性管理職比率

20%
 2021年実績

SDGs:

多様な人材活用により、創造的な事業活動を拡大することを目的として、積極的に女性が活躍できる風土づくりに取り組んでいます。2030年には女性管理職比率30%以上を目指します。

人材

「多様な価値観を持った社員が活躍できている」
 と思う従業員の割合^{*5}

56%

*5 2021年「従業員意識行動調査」結果(国内)

SDGs:

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ています。