

2016年8月3日



2016年第2四半期 決算説明資料

ライオン株式会社 代表取締役社長 執行役員 濱逸夫

本日の内容

- 2016年第2四半期 業績
 - 2016年度 業績予想
 - 「Vision2020」に向けた取り組み
-

2016年第2四半期 業績

2016年第2四半期 業績要約

第2四半期 過去最高益を更新

(単位：億円)	2016年 1-6月	2015年 1-6月	前年同期増減		対公表増減	
			額	率(%)	2/10 公表	5/9 修正
売上高	1,882.4	1,802.8	79.6	4.4	+32.4 1.8%	△17.5 △0.9%
営業利益 対売上比(%)	104.3 5.5	56.9 3.2	47.3 2.3	83.0	+39.3 60.5%	+24.3 30.4%
経常利益 対売上比(%)	113.3 6.0	66.4 3.7	46.9 2.3	70.6	+43.3 62.0%	+23.3 26.0%
親会社株主に帰属 する四半期純利益 対売上比(%)	71.6 3.8	38.9 2.2	32.6 1.6	83.7	+31.6 79.0%	+21.6 43.2%
1株当たり 四半期純利益(円)	24.86	14.53	10.33	71.1		

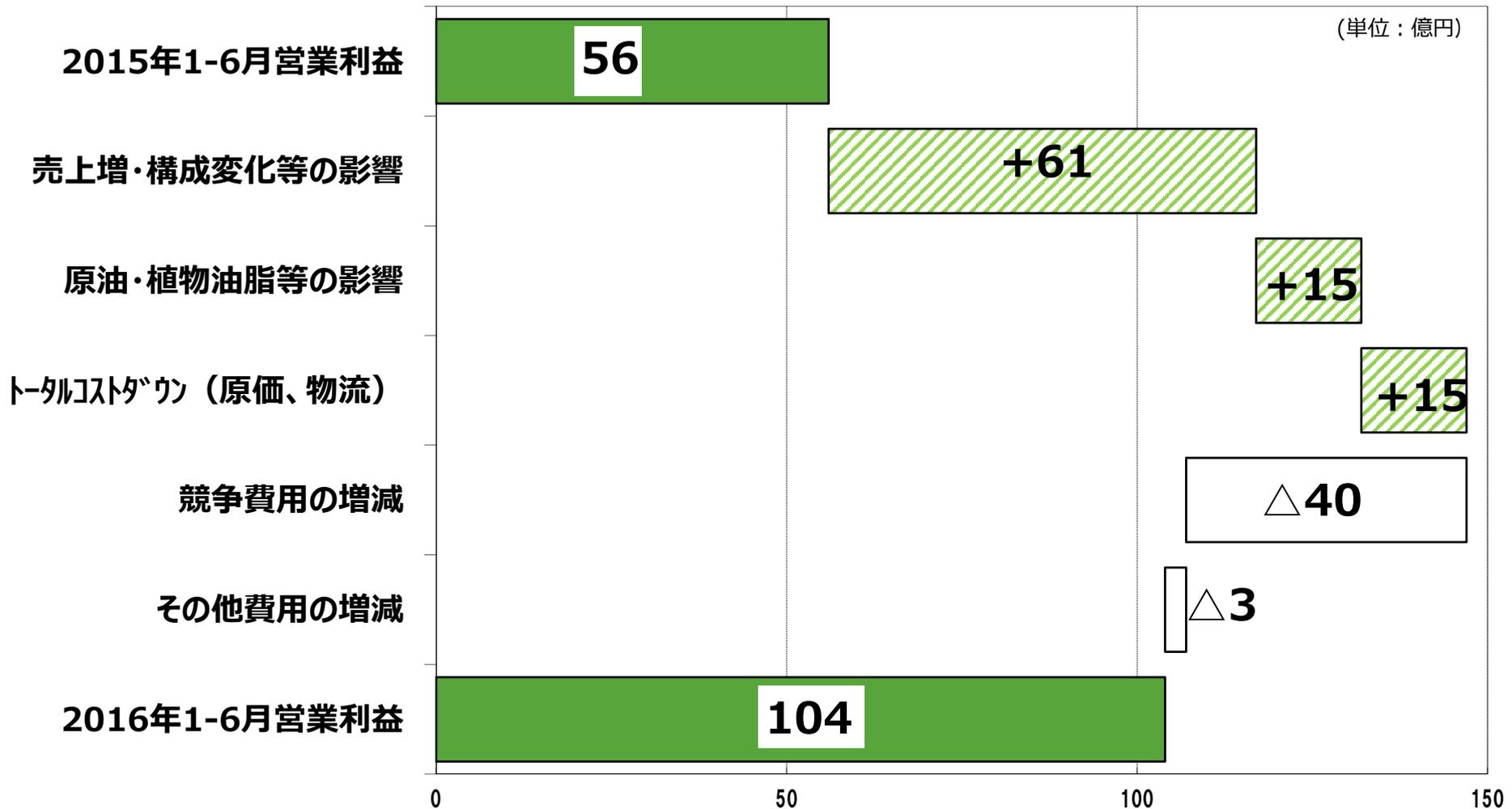
セグメント別 業績概要

国内外ともに収益性が向上

(単位：億円)	売上高				セグメント利益 (営業利益)			
	2016年 1-6月	2015年 1-6月	前年同期増減		2016年 1-6月	2015年 1-6月	前年同期増減	
			額	率(%)			額	率(%)
一般用消費財	1,357.1	1,292.9	64.2	5.0	61.5	25.2	36.2	143.5
産業用品	266.1	290.1	△24.0	△8.3	12.4	6.9	5.5	80.7
海外	551.4	487.4	63.9	13.1	24.6	16.1	8.5	53.1
その他	121.4	143.2	△21.7	△15.2	3.3	4.9	△1.6	△32.6
小計	2,296.1	2,213.7	82.3	3.7	102.0	53.2	48.8	91.7
調整額	△413.6	△410.9	△2.7	-	2.2	3.7	△1.4	△40.2
連結計	1,882.4	1,802.8	79.6	4.4	104.3	56.9	47.3	83.0

営業利益 増減要因

売上成長とコストダウンの両立により利益増



トピックス：オーラルケア分野

個数、単価ともに市場を上回る成長を獲得

市場伸び率と当社伸び率の差
(オーラルケア計)

金額 **+4p**

個数 **+3p**

単価 **+1p**

カテゴリー別
市場伸び率と当社伸び率の差

【ハミガキ】+ 3p
【ハブラシ】+ 5p



高価格帯カテゴリの伸長を牽引

【500円以上ハミガキ】

2016年1-6月 前年同期比

	市場	ライオン
金額	105%	128%
個数	108%	141%

市場伸び率と当社伸び率の差

金額 +23p
個数 +33p

【250円以上ハブラシ】

2016年1-6月 前年同期比

	市場	ライオン
金額	109%	126%
個数	109%	127%

市場伸び率と当社伸び率の差

金額 +17p
個数 +18p

(ライオン調べ)

高価格ラインの拡大により2桁成長を実現

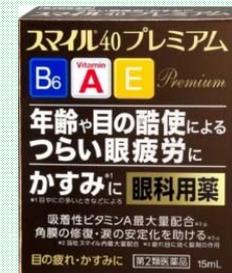
○ 当社売上高伸び率（2016年1-6月 前年同期比）

解熱鎮痛薬 **115%**

中高年用目薬 **110%**

「バッファリンプレミアム」
127%

「スマイル40プレミアム」
123%



高付加価値新製品の投入による収益力の強化

○ 当社売上高伸び率（2016年1-6月 計画比）

超コンパクト液体洗剤
「トップ スーパーNANOX」

108%



台所用洗剤
「CHARMY Magica」

111%



事業統合による収益性の向上

化学品分野

- ・間接コストの低減、費用の効率化
- ・統合によるシナジー効果の発揮

業務用洗剤分野

- ・新規顧客の獲得による事業成長の継続

15年上期 16年上期

産業用品事業の営業利益率： 2.4% → 4.7%

主要国で利益ある成長を継続

○ 売上高伸び率（2016年1-6月 前年同期比、現地通貨ベース）

タイ 110%

オーラルケア分野 : 109%

ビューティケア分野 : 115%



韓国 109%

ビューティケア分野 : 107%

リビングケア分野 : 116%



トピックス：海外事業

GDP成長率を上回る事業成長

○売上高伸び率（2016年1-6月 前年同期比、現地通貨ベース）

中国 Eコマース事業の売上が好調に推移 **114%**

台湾 販売・マーケティング新会社が好調 **138%**

マレーシア 洗濯用洗剤 No.1の地位を磐石化 **119%**

インドネシア 年率 2 桁の事業成長を継続 **128%**

2016年度 業績予想

2016年下期の取り組み

今日を愛する。
LION

成長市場へ高付加価値品の継続投入、育成

国内



「デントヘルス」
ハミガキ、歯間ブラシ



「hadakara」
ボディソープ



「システムハグキプラス」
ナイトケアジェル



海外



タイ
「システム」ハブラシ



中国
「システム」ハミガキ



シンガポール
「トップ NANOX」



インドネシア
「posh」

2016年連結業績予想 売上高・利益

V-2 計画利益目標の前倒し達成を目指す

(単位：億円)	2016年 (7/29修正)	2015年	前年増減		V-2計画 最終目標 (2017)
			額	率(%)	
売上高	3,850.0	3,786.5	63.4	1.7	4,000
営業利益 対売上比(%)	210.0 5.5	163.7 4.3	46.2	28.2	200
経常利益 対売上比(%)	220.0 5.7	180.9 4.8	39.0	21.6	220
親会社株主に帰属 する当期純利益 対売上比(%)	130.0 3.4	106.8 2.8	23.1	21.7	120
1株当たり 当期純利益(円)	44.73	39.35	5.38	13.7	

- 継続的かつ安定的な利益還元を基本とする
- 連結配当性向30%を目安として配当を実施

2016年度は年間11円（1円増配）を予想

「Vision2020」に向けた取り組み

「Vision2020」実現に向けた改革を進める

さらなる
事業成長の加速

収益構造改革の加速
次なる事業成長への布石

収益体制の再構築



(収益規模の推移イメージ)

将来を見据え、強固な事業基盤を構築する

国内

**環境変化を先取りした
利益成長の加速**

海外

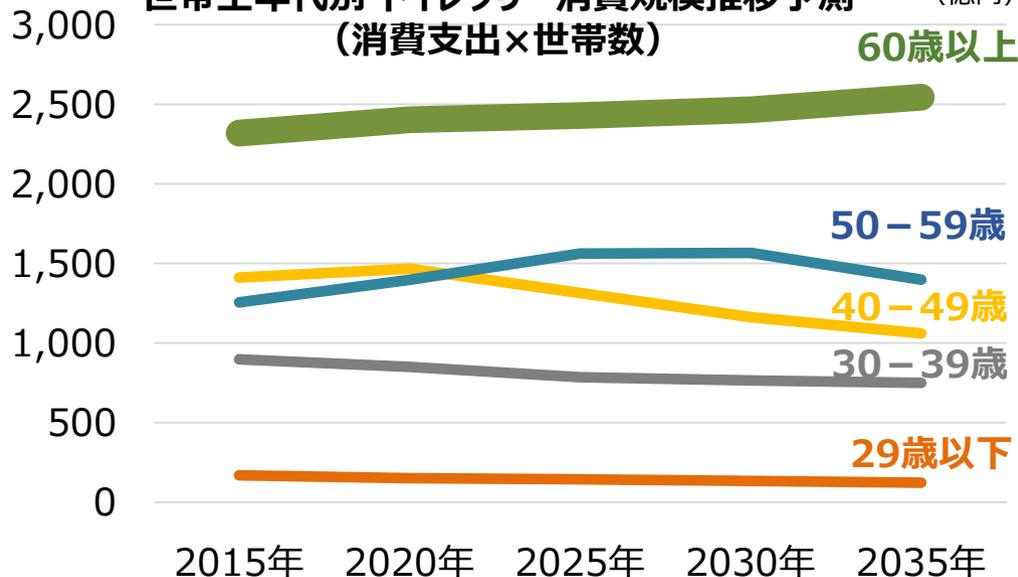
利益ある2桁成長の実現

新規

新たな収益事業の早期確立

国内ヘルスケア市場の成長は継続

世帯主年代別 トイレタリー消費規模推移予測 (億円)
(消費支出×世帯数)



短期：市場成長の継続

- ・世帯数の緩やかな増加
- ・ヘルスケア製品のインバウンド需要は堅調に推移

長期：市場構造の変化

- ・シニア消費の拡大
- ・高付加価値ヘルスケア商品の需要拡大

2015年 2020年 2025年 2030年 2035年

(トイレタリー市場：台所・住居用洗剤、洗濯洗剤、歯磨、歯ブラシ、浴用・洗顔石鹸の合算、ライオン調べ)

高齢者が今後お金をかけたいもの



(博報堂新しい大人文化研究所 調査より)

ヘルスケア

- 高付加価値品の導入
- R&D・新規開発の強化

シニア消費
取り込み

ホームケア

- 重点分野へ投資を集中
- 事業の効率化

収益性の向上

SCM体制の構築

- 物流の構造変化を先取り

販売体制の整備

- 新チャネルの攻略

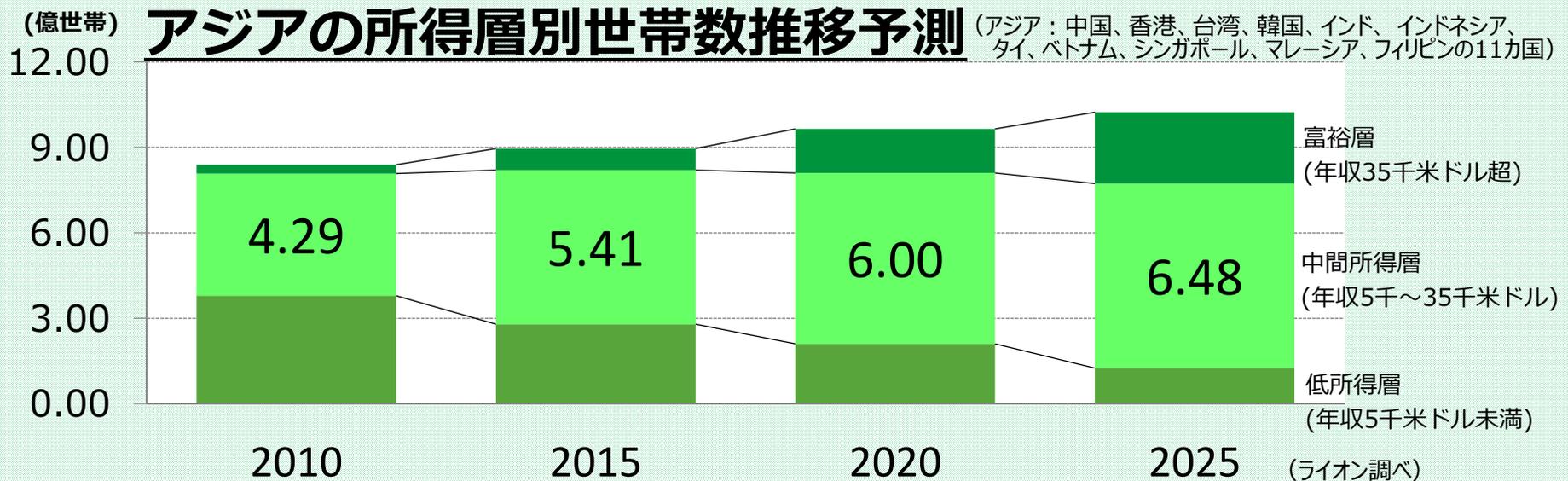
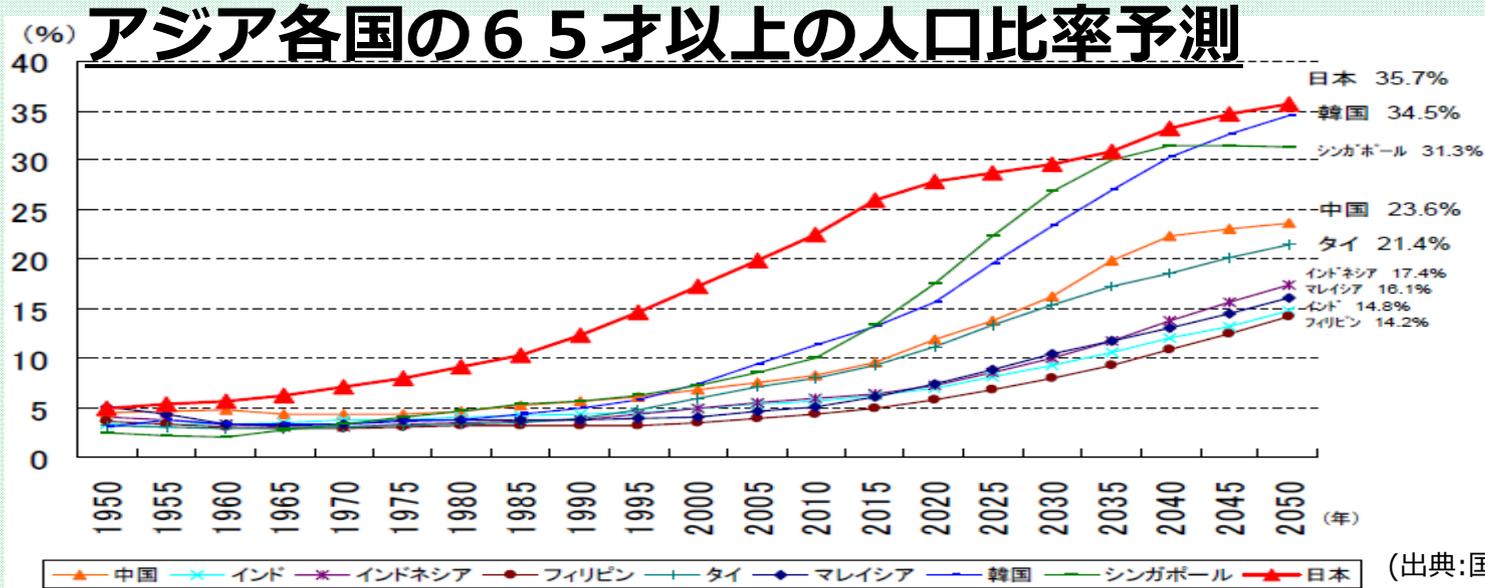
マーケティング力の強化

- デジタルマーケティングの高度化

高収益
事業の
拡大

海外ではさらなる事業チャンス

人口の増加、高齢化の進展、中間所得層の増加



海外の利益ある2桁成長へ挑戦

今日を愛する。
LION

成長ポテンシャルのある分野へ事業を拡大

北東アジア
高齢化の加速

ヘルスケア商品の浸透、拡大

South Korea

China

Taiwan

Hong Kong

Thailand

Malaysia

Singapore

Indonesia

東南アジア
中間所得層の拡大

生活の質を向上させる
高付加価値品の拡充

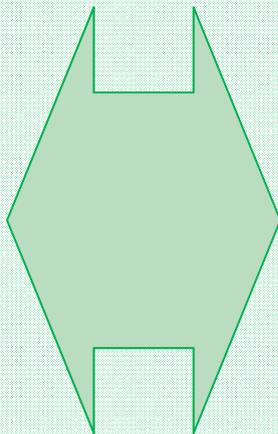
海外の事業成長をスピードアップ

今日を愛する。
LION

ノウハウ水平展開と地域別アクションの両立

グローバルブランドの
育成

パーソナルケア分野
へのシフト



エリア別R&D機能
マーケティング力の
強化

アジアにおける
プレゼンスの向上

新たな収益事業の早期確立

ウェルネス・ダイレクト事業の拡大

機能性表示商品の拡大

新規顧客の獲得

高齢化ニーズに
対する価値提供

クロスセル商品の拡充

既存顧客の活性化

・生活習慣病予防

さらなる事業規模の拡大に向けて

事業インフラの拡充

・QOL向上

プロケア

- 唾液検査システム
- 予防歯科医院のサポート
- 歯科医院向け製品の拡充

新たな オーラル ヘルスケア 事業

予防歯科活動

セルフケア

従来の オーラルケア 事業

- 啓発情報の発信
- 産学・地域における連携活動の充実

さらなる飛躍を目指して

「Vision2020」 実現

国内事業
環境変化を
先取りした
利益成長の
加速

海外事業
利益ある
2桁成長
の実現

新規事業
新たな
収益事業の
早期確立

V-1計画

V-2計画

V-3計画

今日を愛する。 LION

本資料で記述している将来予測および業績予想は、現時点で入手可能な情報にもとづき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、様々な要因の変化により実際の業績は記述している将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることを御承知おき下さい。

※金額は表示単位未満切捨てで表示しております。

参 考 资 料

連結損益計算書

(単位：億円)

	2016年 1-6月	2015年 1-6月	増減	
			金額	率 (%)
売上高	1,882.4	1,802.8	79.6	4.4
売上原価	774.6	788.4	△13.8	△1.8
売上総利益	1,107.8	1,014.3	93.5	9.2
販売費及び一般管理費	1,003.5	957.3	46.1	4.8
営業利益	104.3	56.9	47.3	83.0
営業外収益	11.8	13.3	△1.5	△11.8
営業外費用	2.7	3.9	△1.1	△30.0
経常利益	113.3	66.4	46.9	70.6
特別利益	-	7.5	△7.5	-
特別損失	7.3	9.5	△2.2	△23.5
税金等調整前四半期純利益	106.0	64.4	41.6	64.5
法人税、住民税及び事業税	29.8	13.0	16.8	129.9
法人税等調整額	△1.2	6.1	△7.3	-
四半期純利益	77.4	45.3	32.0	70.8
親会社株主に帰属する 四半期純利益	71.6	38.9	32.6	83.7

販売費及び一般管理費

(単位：億円)

	2016年1-6月		2015年1-6月		増減	
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	金額	率(%)
販売費及び一般管理費	1,003.5	53.3	957.3	53.1	46.1	4.8
販売手数料	40.3	2.1	38.9	2.2	1.4	3.7
販売促進費	443.6	23.6	422.2	23.4	21.4	5.1
広告宣伝費	141.9	7.5	125.0	6.9	16.9	13.5
運送費及び保管費	86.1	4.6	82.4	4.6	3.7	4.5
給料及び手当	73.2	3.9	72.6	4.0	0.5	0.8
研究開発費	47.7	2.5	47.6	2.6	0.1	0.3
その他経費	170.4	9.1	168.5	9.3	1.9	1.2

特別利益・特別損失

(単位：億円)

	2016年1-6月		2015年1-6月	
特別利益	固定資産処分益	-	固定資産処分益	6.1
	投資有価証券売却益	-	投資有価証券売却益	1.3
	合計	-	合計	7.5
特別損失	固定資産処分損	4.3	固定資産処分損	7.8
	減損損失	0.5	減損損失	1.7
	その他	2.3	その他	-
	合計	7.3	合計	9.5

連結貸借対照表(抜粋) I

(単位：億円)

		2016年 6月末	2015年 12月末	増 減
流動資産		1,537.5	1,668.3	△130.7
	現金及び預金	191.3	185.8	5.4
	受取手形及び売掛金	505.9	586.5	△80.5
	有価証券	378.8	459.1	△80.3
	たな卸資産	404.2	375.5	28.6
固定資産		1,110.4	1,156.0	△45.5
	有形固定資産	723.3	750.6	△27.2
	無形固定資産	43.1	59.2	△16.0
	投資その他の資産	343.9	346.2	△2.2
資産合計		2,648.0	2,824.3	△176.3

連結貸借対照表(抜粋)Ⅱ

(単位：億円)

	2016年 6月末	2015年 12月末	増 減
流動負債	1,025.9	1,212.4	△186.5
支払手形及び買掛金	417.1	496.2	△79.0
短期借入金	60.9	97.7	△36.8
1年内返済予定の長期借入金	2.6	2.2	0.4
未払金及び未払費用	431.6	475.2	△43.5
固定負債	157.5	184.5	△26.9
新株予約権付社債	-	24.2	△24.2
長期借入金	16.8	20.8	△3.9
退職給付に係る負債	90.2	87.5	2.7
純資産合計	1,464.5	1,427.3	37.2
利益剰余金	751.4	694.1	57.2
自己株式	△46.4	△68.0	21.5
その他の包括利益累計額	△1.2	33.7	△35.0
負債純資産合計	2,648.0	2,824.3	△176.3

連結キャッシュ・フロー

(単位：億円)

	2016年 1-6月	2015年 1-6月	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	45.2	46.9	△1.7
投資活動によるキャッシュ・フロー	△53.1	△27.7	△25.4
財務活動によるキャッシュ・フロー	△50.6	△19.6	△30.9
現金及び現金同等物に係る換算差額	△17.7	△0.2	△17.4
現金及び現金同等物の増減額	△76.3	△0.7	△75.6
現金及び現金同等物の期首残高	612.7	381.5	231.2
現金及び現金同等物の四半期末残高	536.4	380.7	155.6

セグメント別業績実績

(単位：億円)

	売上高			セグメント利益(営業利益)		
	2016年 1-6月	前年同期増減		2016年 1-6月	前年同期増減	
		金額	率(%)		金額	率(%)
一般用消費財	1,357.1	64.2	5.0	61.5	36.2	143.5
	1,225.9	60.5	5.2			
産業用品	266.1	△24.0	△8.3	12.4	5.5	80.7
	152.0	3.0	2.1			
海外	551.4	63.9	13.1	24.6	8.5	53.1
	491.8	36.5	8.0			
その他	121.4	△21.7	△15.2	3.3	△1.6	△32.6
	12.6	△20.5	△61.9			
小計	2,296.1	82.3	3.7	102.0	48.8	91.7
連結計	1,882.4	79.6	4.4	104.3	47.3	83.0

◇売上高：上段は総売上高、下段は外部売上高。

営業利益：小計は連結相殺前セグメント利益、連結計は連結セグメント利益

海外事業 地域別売上高実績

【総売上高】

(単位：億円)

	2016年 1 - 6月	2015年 1 - 6月	増減額	増減率 (%)
東南アジア	378.1	319.2	58.8	18.4
北東アジア	173.3	168.2	5.0	3.0
合 計	551.4	487.4	63.9	13.1

東南アジア：タイ、マレーシア、シンガポール、フィリピン、インドネシア(一方社)

北東アジア：韓国、中国、台湾、香港

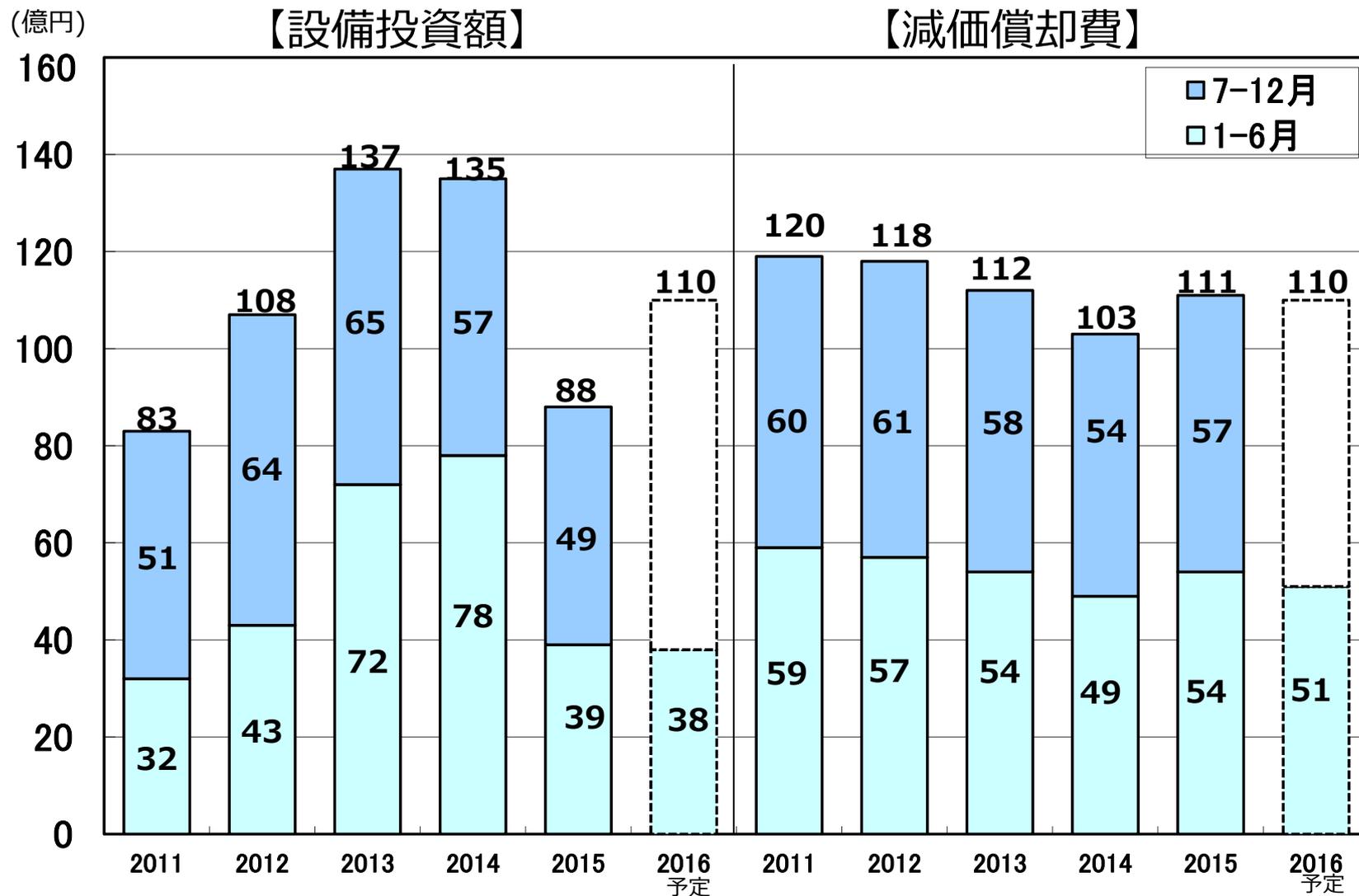
2016年連結業績予想 セグメント別売上高

【外部売上高】

(単位：億円)

	2016年 (8/3修正)	2015年	前年増減	
			額	率 (%)
一般用消費財	2,585.0	2,479.7	105.2	4.2
産業用品	300.0	308.0	△8.0	△2.6
海外	940.0	939.0	0.9	0.1
その他	25.0	59.7	△34.7	△58.1
合計	3,850.0	3,786.5	63.4	1.7

設備投資額・減価償却費



※設備投資額、減価償却費ともに無形固定資産分も含む。

国内家庭品・OTC医薬品市場の推移

【家庭品 当社参入主要38市場計】

(前期比 %)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年 1-6月
販売金額	101	101	102	102	103	105
販売個数	101	102	102	100	100	102
平均単価	99	99	100	102	102	102

(株)インテージ S R Iデータ (2011~2012年は当社参入主要42市場、
2013~2014年は当社参入主要40市場、2015年は当社参入主要39市場)

【O T C 医薬品 当社参入主要8市場計】

(前期比 %)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年 1-6月
販売金額	98	98	99	100	102	100
販売個数	98	99	99	98	101	99
平均単価	100	99	100	102	101	101

(株)インテージ S D Iデータ 42

原料価格・為替の想定

【原料価格の前提】

	ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
2016年 下期想定	\$45/BBL	35,000円/KL	2,600RM/ton

【為替の前提】

	米ドル	タイバーツ	韓国ウォン
2016年 下期想定	105.0円	3.0円	0.092円