

2021年12月期 第3四半期 決算説明資料

ライオン株式会社
2021年11月5日

■ 2021年度 第3四半期連結業績

第3四半期は増収減益

売上高(増収)

- ・一般用消費財は、ハンドソープの減収をハブラシ、柔軟剤、解熱鎮痛薬等でカバーし、ほぼ前年並
- ・海外は、東南アジアが厳しい市場環境の中堅調に推移するとともに、中国の好調が継続し増収
- ・産業用品は、市況回復により化学品分野が牽引し増収

事業利益(減益)

- ・トータルコストダウンを推進するも、競争費用の増加や原材料価格の上昇等により減益

営業利益・親会社の所有者に帰属する四半期利益(減益)

- ・事業利益の減に加えて昨年固定資産(本社土地)譲渡益等があったことから減益

国内外市場環境は概ね想定通りも、原材料市況の影響については想定以上

8月時点で前提としていた環境認識の状況について

<業績への影響の前提(8月4日時点)>

□新型コロナウイルス感染症の収束は、年末以降

- ・在宅時間増加に伴う巣ごもり需要継続による売上増
- ・ワクチン副反応対応に伴う需要継続による売上増
- ・ハンドソープ・衛生関連品は、想定下回り売上減
- ・東南アジアは消費減退の継続による売上減、競争費増

□自動車産業等の市況回復に伴う化学素材の需要増

- ・産業用品事業は化学品分野の売上増

□原材料価格の想定以上の高騰

- ・原価上昇による粗利減

<状況>

▶ 国内外市場は概ね想定通り

- ・国内は台所用洗剤、住居用洗剤、解熱鎮痛薬等の需要増が継続
- ・東南アジアは消費減退により市場縮小
- ・産業用品は化学素材の需要増が継続

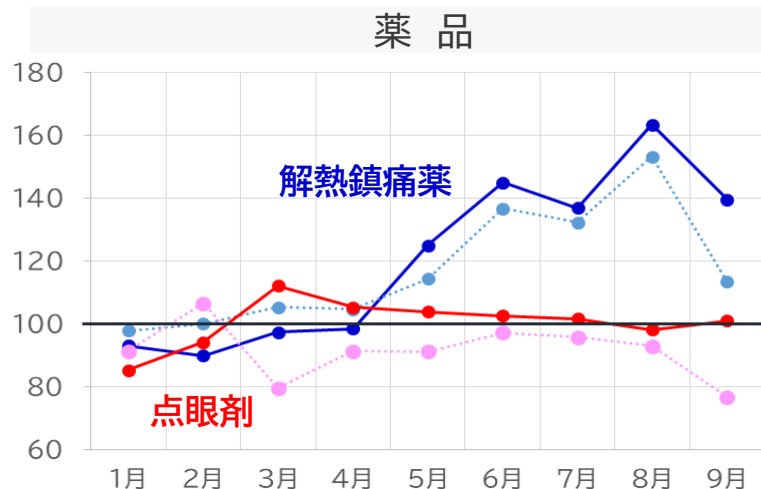
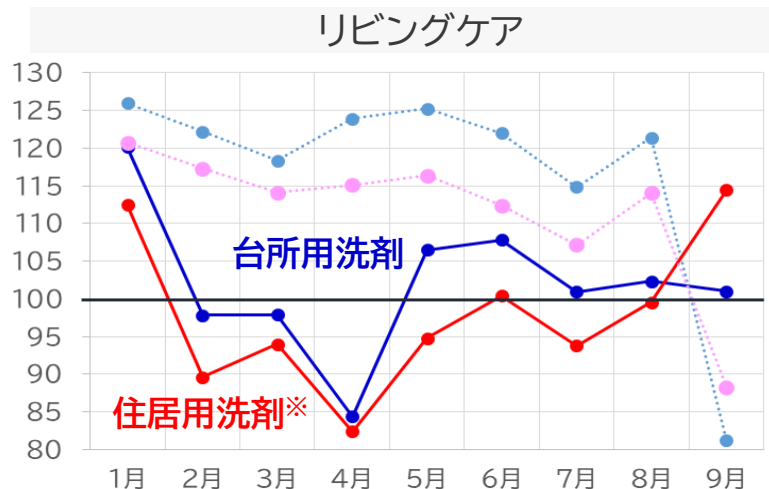
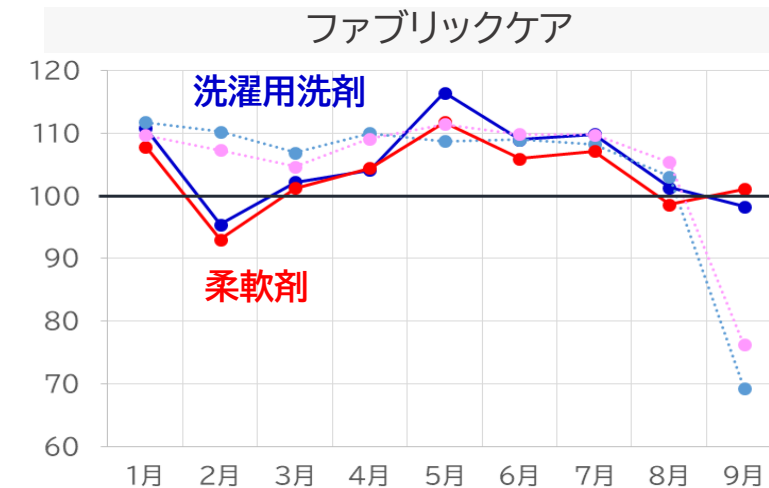
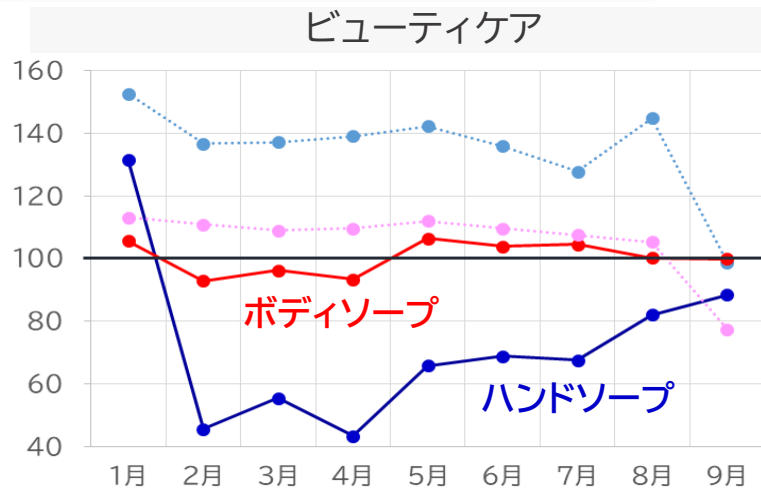
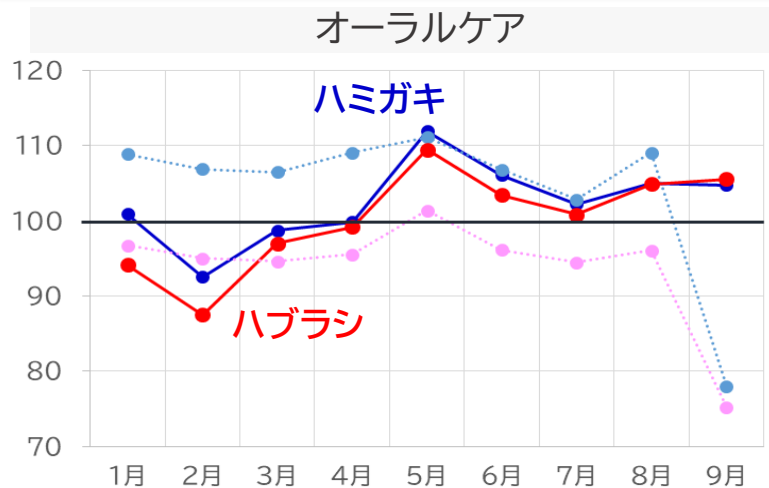
▶ 原材料価格上昇の影響は想定以上

- ・海外(特に東南アジア)を中心に想定を上回る

1-9月は20年比ではハンドソープ等を除き前年並、19年比では多くの分野で市場拡大

国内一般用消費剤市場(店頭販売金額) 前年同月比(%)

出典:(株)インテージ、SRI+



□参考値として前々年比を点線グラフで記載(1-9月)

- ・ハブラシは前年並みも前々年比では93%
- ・ハンドソープは19年比140%前後で安定推移
- ・解熱鎮痛薬は5月以降コロナワクチン接種に伴う需要増
- ・点眼剤はインバウンド需要減により19年比では縮小

※19年9月は消費税増税前の駆け込み需要により需要が増加

※住居用洗剤は、「住宅用洗剤」「浴室用洗剤」「トイレ用洗剤」を合算した数値を示す

消費低迷傾向は続くも、ハンドソープは19年比で拡大

出典: Nielsen

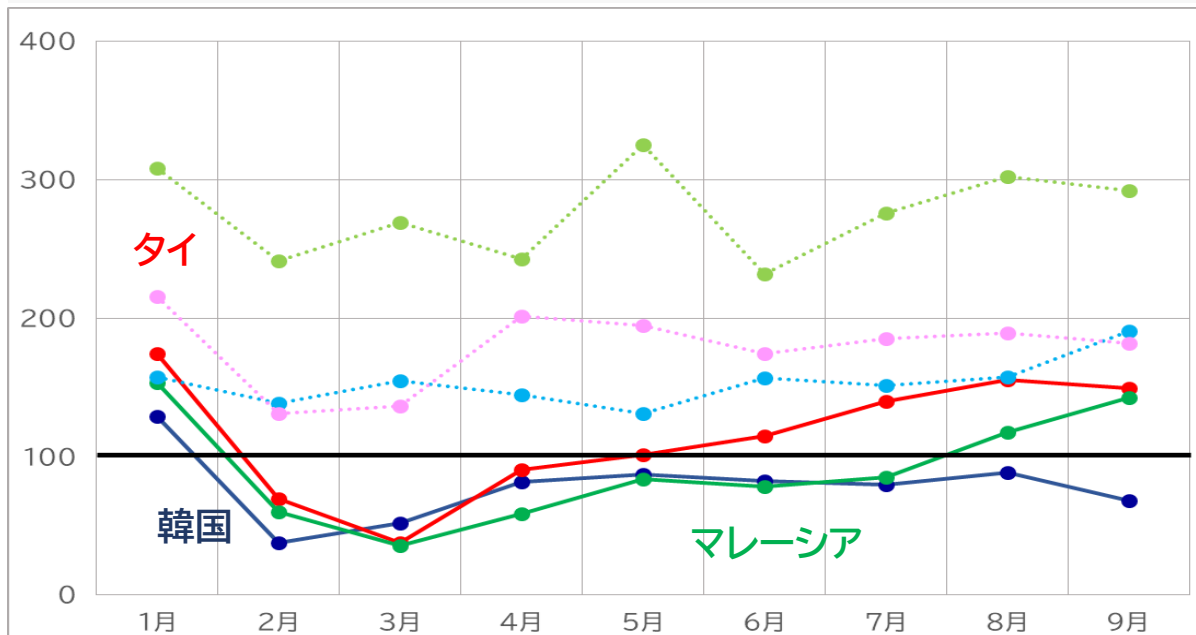
ハンドソープ 国別 販売金額比較(21年1月-9月)

	タイ	マレーシア	韓国
対20年	100%	77%	69%
対19年	178%	277%	153%

洗濯用洗剤 国別 販売金額比較(21年1月-9月)

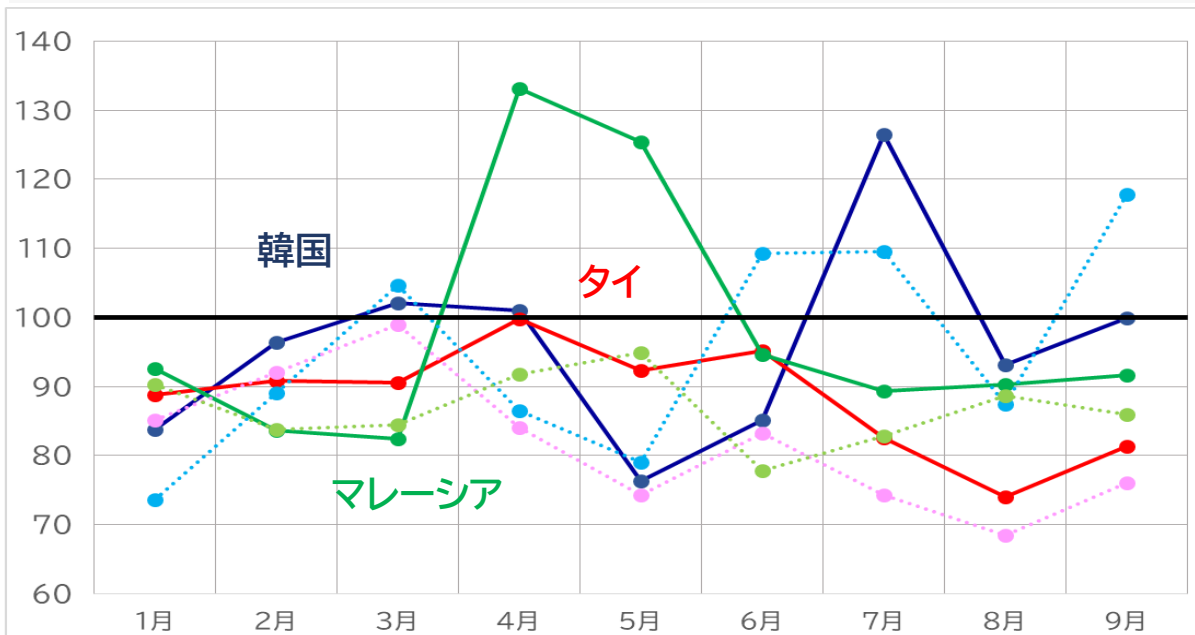
	タイ	マレーシア	韓国
対20年	88%	96%	95%
対19年	82%	87%	95%

ハンドソープ



※マレーシアについてはハンドソープを含む石鹸市場全体を示す

洗濯用洗剤



参考値として前々年比を点線グラフで記載(1-9月)

市場動向まとめ(国内1-9月、海外1-9月)

期間: 2021年1月-9月 出典: (株)インテージ、SRI+

国内主要分野 市場	トイレタリー38市場はハンドソープや住居用洗剤等の反動による個数減が影響し、 金額前年比94%
オーラルケア	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ハミガキは衛生意識の高まりに伴う単価上昇が継続 【ハミガキ:102%(金額前年比※以下同様)】 ✓ ハブラシは単価上昇継続に加え8,9月は個数増、1-9月は前年並みに回復 【ハブラシ:100%】
ビューティケア	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ハンドソープは昨年の反動による個数の大幅減も、19年比では約1.4倍 【ハンドソープ:66%】
ファブリックケア	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 洗濯用洗剤・柔軟剤はまとめ買い需要に伴う大型化で単価上昇 【洗濯用洗剤105% / 柔軟剤103%】
リビングケア	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 台所用洗剤は使用頻度の向上に伴う大型化により単価上昇 【台所用洗剤:101%】 ✓ 住居用洗剤は昨年の反動による個数減 【住居用洗剤:97%(※住宅用洗剤、浴室用洗剤、トイレ用洗剤の合算)】
薬品	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 解熱鎮痛薬はコロナワクチンの副反応に伴う需要増により個数増 【解熱鎮痛剤:121%】 ✓ 点眼剤はインバウンド需要の消失が一巡し、前年並み 【点眼剤:100%】

期間: 2021年1月-9月 出典: Nielsen

海外主要分野 市場	ハンドソープは19年比では市場拡大、洗濯用洗剤は消費低迷の影響を受け前年割れ続く
--------------	--

売上は前年を上回るも、競争費用の増加、原材料価格の上昇等により減益

(億円)	2021年 1-9月	2020年 1-9月	増減	
			額	率(%)
売上高	2,675.9	2,620.4	55.4	2.1 (1.0*)
※1 事業利益 (事業利益率(%))	253.9 (9.5)	298.7 (11.4)	△44.7	△15.0
営業利益 (営業利益率(%))	254.7 (9.5)	382.4 (14.6)	△127.6	△33.4
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	190.2	272.3	△82.0	△30.1
基本的1株当たり 四半期利益(円)	65.46	93.69	△28.23	△30.1
※2 EBITDA(億円)	356.2	382.3	△26.1	△6.8
※3 EBITDAマージン(%)	13.3	14.6	-	△1.3P

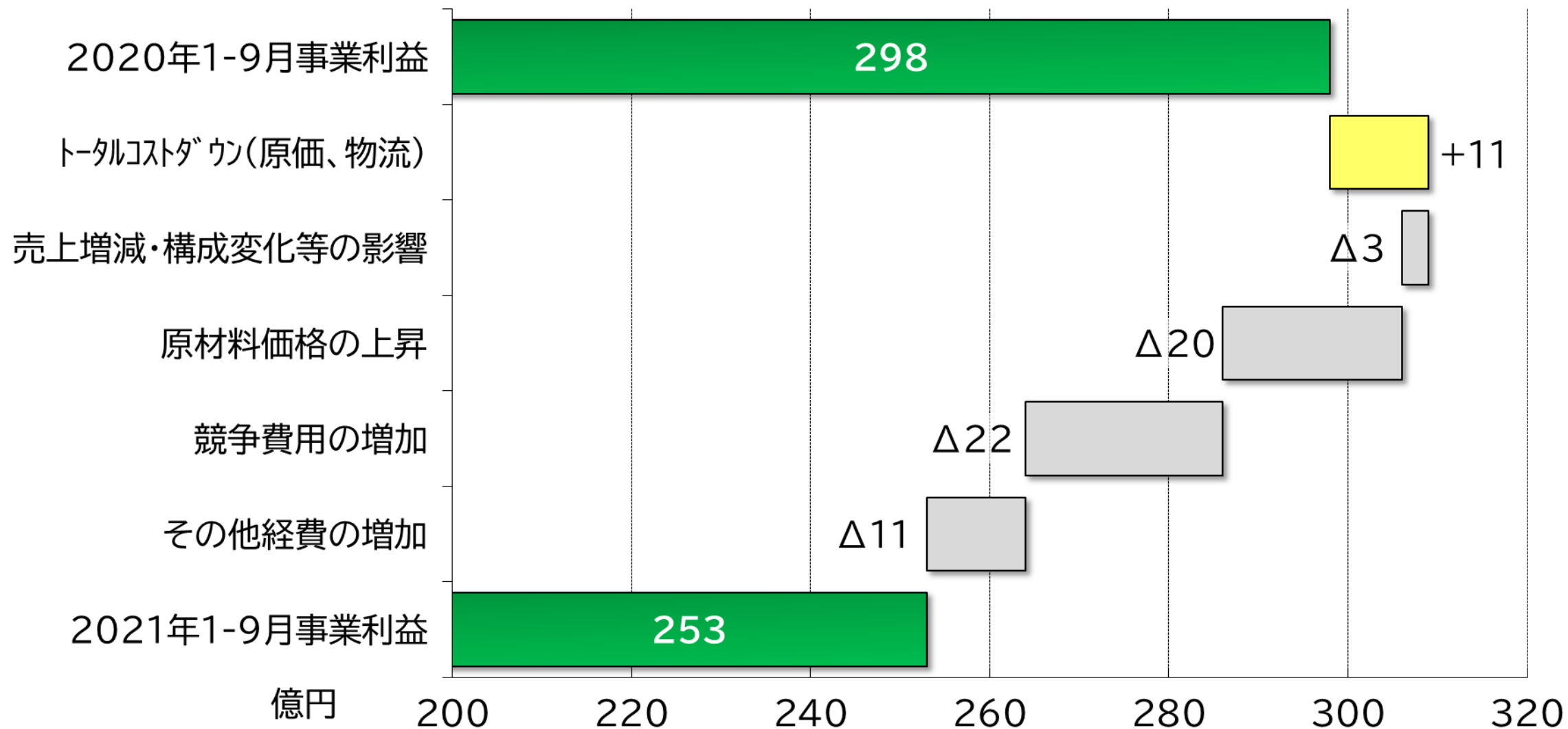
※1 事業利益は、売上総利益から販売費及び一般管理費を控除したもので、恒常的な事業の業績を測る当社の利益指標です。

※2 EBITDA:事業利益に減価償却費を合算したものであり、キャッシュベースの収益力を示す指標です。

※3 EBITDAマージン:連結売上高に対するEBITDAの割合です。

* 為替変動の影響を除く実質増減率。

事業利益増減要因



産業用品、海外で増収も、競争費用等の増加で一般用消費財が大幅減益

(億円)	売上高				セグメント利益 (事業利益)																																																											
	2021年 1-9月	2020年 1-9月	増減		2021年 1-9月 (率(%))	2020年 1-9月 (率(%))	増減																																																									
			額	率(%)			額	率(%)																																																								
一般用消費財	1,804.4	1,799.7	4.6	0.3	166.6 (9.2)	220.0 (12.2)	△53.4	△24.3																																																								
	1,669.4	1,683.8	△14.3	△0.9					産業用品	434.3	402.0	32.3	8.0	16.9 (3.9)	14.3 (3.6)	2.6	18.7	251.9	228.2	23.7	10.4	海外	814.0	767.1	46.9	6.1	47.7 (5.9)	55.4 (7.2)	△7.6	△13.9	736.2	686.7	49.5	7.2	その他	228.2	244.3	△16.1	△6.6	17.4 (7.7)	14.9 (6.1)	2.5	17.1	18.8	21.7	△2.9	△13.5	調整額	△605.1	△592.8	△12.3	-	5.0 -	△6.0 -	11.1	-	△0.6	△0.1	△0.5	-	連結計	2,675.9	2,620.4	55.4
産業用品	434.3	402.0	32.3	8.0	16.9 (3.9)	14.3 (3.6)	2.6	18.7																																																								
	251.9	228.2	23.7	10.4					海外	814.0	767.1	46.9	6.1	47.7 (5.9)	55.4 (7.2)	△7.6	△13.9	736.2	686.7	49.5	7.2	その他	228.2	244.3	△16.1	△6.6	17.4 (7.7)	14.9 (6.1)	2.5	17.1	18.8	21.7	△2.9	△13.5	調整額	△605.1	△592.8	△12.3	-	5.0 -	△6.0 -	11.1	-	△0.6	△0.1	△0.5	-	連結計	2,675.9	2,620.4	55.4	2.1	253.9 (9.5)	298.7 (11.4)	△44.7	△15.0								
海外	814.0	767.1	46.9	6.1	47.7 (5.9)	55.4 (7.2)	△7.6	△13.9																																																								
	736.2	686.7	49.5	7.2					その他	228.2	244.3	△16.1	△6.6	17.4 (7.7)	14.9 (6.1)	2.5	17.1	18.8	21.7	△2.9	△13.5	調整額	△605.1	△592.8	△12.3	-	5.0 -	△6.0 -	11.1	-	△0.6	△0.1	△0.5	-	連結計	2,675.9	2,620.4	55.4	2.1	253.9 (9.5)	298.7 (11.4)	△44.7	△15.0																					
その他	228.2	244.3	△16.1	△6.6	17.4 (7.7)	14.9 (6.1)	2.5	17.1																																																								
	18.8	21.7	△2.9	△13.5					調整額	△605.1	△592.8	△12.3	-	5.0 -	△6.0 -	11.1	-	△0.6	△0.1	△0.5	-	連結計	2,675.9	2,620.4	55.4	2.1	253.9 (9.5)	298.7 (11.4)	△44.7	△15.0																																		
調整額	△605.1	△592.8	△12.3	-	5.0 -	△6.0 -	11.1	-																																																								
	△0.6	△0.1	△0.5	-					連結計	2,675.9	2,620.4	55.4	2.1	253.9 (9.5)	298.7 (11.4)	△44.7	△15.0																																															
連結計	2,675.9	2,620.4	55.4	2.1	253.9 (9.5)	298.7 (11.4)	△44.7	△15.0																																																								

※売上高: 上段は総売上高、下段は外部売上高

昨年の反動を受けたビューティケア以外は増収

(億円)	総売上高			
	2021年 1-9月	2020年 1-9月	増減	
			額	率(%)
オーラルケア	498.8	475.3	23.4	4.9
ビューティケア	185.0	244.3	△59.2	△24.2
ファブリックケア	440.2	431.7	8.4	2.0
リビングケア	183.1	173.8	9.3	5.4
薬品	184.8	178.3	6.4	3.6
その他	312.3	296.1	16.2	5.5
合計	1,804.4	1,799.7	4.6	0.3

東南アジアは消費低迷が続くも洗濯用洗剤の販促強化により増収、北東アジアは中国が牽引し増収

(億円)	総売上高			
	2021年 1-9月	2020年 1-9月	増減	
			額	率(%)
東南アジア	512.4	497.1	15.3	3.1
北東アジア	301.5	270.0	31.5	11.7
合計	814.0	767.1	46.9	6.1

※為替変動の影響を除く実質増減率

東南アジア: 1.0% (タイ:△0.4%、マレーシア:4.1%)

北東アジア: 3.4% (中国:17.1%、韓国:△7.1%)

合計: 1.8%

■ 2021年度 連結業績予想

2021年度 連結業績予想

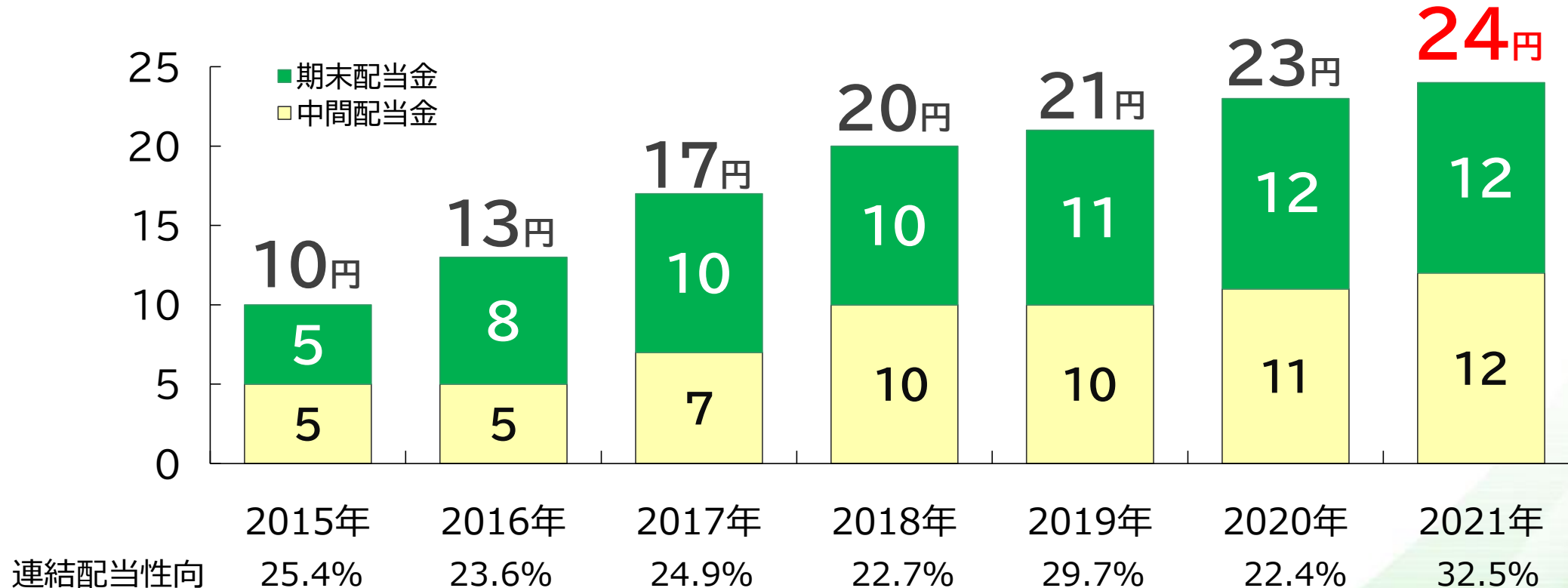
(億円)	2021年 (7/30修正)	2020年	増減	
			額	率(%)
売上高	3,650.0	3,553.5	96.4	2.7
※1 事業利益 (事業利益率(%))	300.0 (8.2)	359.3 (10.1)	△59.3	△16.5
営業利益 (営業利益率(%))	300.0 (8.2)	440.7 (12.4)	△140.7	△31.9
親会社の所有者に 帰属する当期利益	215.0	298.7	△83.7	△28.0
基本的1株当たり 当期利益(円)	73.95	102.75	△28.80	△28.0
ROE(%)	9.0	13.6		△4.6P
ROIC(%)	8.5	10.7		△2.2P
※2 EBITDA(億円)	435.0	476.6	△41.6	△8.7
※3 EBITDAマージン(%)	11.9	13.4		△1.5P

※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:事業利益に減価償却費を合算したものであり、キャッシュベースの収益力を示す指標です。

※3 EBITDAマージン:連結売上高に対するEBITDAの割合です。

配当は年間**24円**を予定(**6期連続**で増配)



【配当の基本方針】

継続的かつ安定的な利益還元を行う(目安として連結配当性向30%)

参考資料

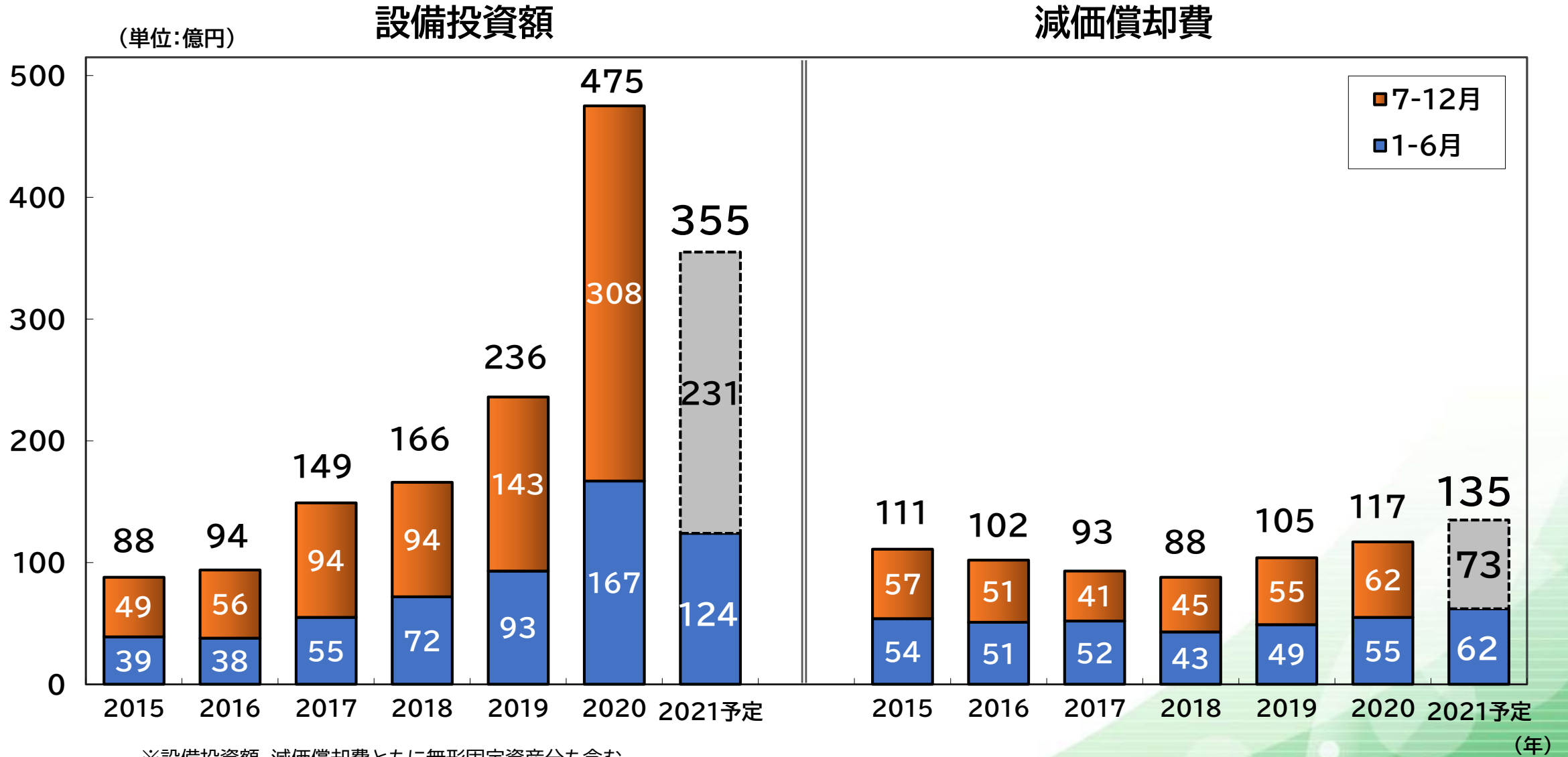
(単位:億円)	2021年 1-9月	2020年 1-9月	増減	
			金額	率(%)
売上高	2,675.9	2,620.4	55.4	2.1
売上原価	1,343.6	1,284.3	59.3	4.6
売上総利益	1,332.2	1,336.1	△3.9	△0.3
販売費及び一般管理費	1,078.3	1,037.4	40.8	3.9
事業利益	253.9	298.7	△44.7	△15.0
その他の収益	8.3	119.4	△111.0	△93.0
その他の費用	7.5	35.7	△28.1	△78.8
営業利益	254.7	382.4	△127.6	△33.4
金融収益	5.5	5.3	0.1	3.1
金融費用	1.0	1.1	△0.0	△7.8
持分法による投資利益	17.5	10.4	7.1	68.5
税引前四半期期利益	276.8	397.1	△120.2	△30.3
法人所得税費用	73.7	109.9	△36.2	△32.9
四半期利益	203.0	287.1	△84.0	△29.3
非支配持分に帰属する四半期利益	12.7	14.7	△1.9	△13.5
親会社の所有者に帰属する四半期利益	190.2	272.3	△82.0	△30.1

(単位:億円)	2021年 1-9月		2020年 1-9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	1078.3	40.3	1,037.4	39.6	40.8	3.9
販売手数料	72.4	2.7	68.5	2.6	3.9	5.8
販売促進費	204.1	7.6	194.3	7.4	9.7	5.0
広告宣伝費	183.4	6.9	175.4	6.7	7.9	4.5
運賃・保管料	147.7	5.5	139.4	5.3	8.3	6.0
研究開発費	81.1	3.0	76.6	2.9	4.5	5.9
その他	389.2	14.5	383.0	14.6	6.2	1.6

(単位:億円)		2021年 9月末	2020年 12月末	増減額
流動資産		2,132.2	2,454.1	△321.9
	現金及び現金同等物	790.8	1,215.3	△424.5
	営業債権及びその他の債権	621.5	624.2	△2.6
	棚卸資産	555.0	451.5	103.4
非流動資産		1,948.9	1,900.8	48.1
	有形固定資産	1,189.7	1,183.7	5.9
	無形資産	244.5	189.2	55.3
	使用権資産	64.2	48.7	15.5
	その他の金融資産	208.0	248.5	△40.4
資産合計		4,081.1	4,355.0	△273.8

(単位:億円)		2021年 9月末	2020年 12月末	増減額
流動負債		1,255.4	1,666.2	△410.8
	営業債務及びその他の債務	1,095.0	1,412.5	△317.4
	リース負債	15.3	13.8	1.4
	その他の流動負債	85.9	87.1	△1.1
非流動負債		241.1	240.1	0.9
	退職給付に係る負債	117.8	130.0	△12.2
	リース負債	61.7	46.8	14.9
資本		2,584.6	2,448.5	136.0
	資本金	344.3	344.3	-
	資本剰余金	350.5	349.8	0.6
	自己株式	△47.3	△47.3	0.0
	その他の資本の構成要素	81.5	100.7	△19.2
	利益剰余金	1,728.6	1,569.6	159.0
負債及び資本合計		4,081.1	4,355.0	△273.8

(単位:億円)	2021年 1-9月	2020年 1-9月	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△50.0	181.4	△231.4
投資活動によるキャッシュ・フロー	△281.7	△136.1	△145.5
財務活動によるキャッシュ・フロー	△96.3	△85.4	△10.9
現金及び現金同等物に係る換算差額	3.6	△8.9	12.5
現金及び現金同等物の増減額	△424.5	△49.1	△375.3
現金及び現金同等物の期首残高	1,215.3	1,104.0	111.2
現金及び現金同等物の期末残高	790.8	1,054.9	△264.1



1) 家庭品SRI, SRI+ 当社参入主要38市場※計 前年同期比(%)

	2016年 年計	2017年 年計	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 1-9月
販売金額	104	99	102	102	112	94
販売個数	102	98	100	100	105	91
平均単価	102	102	102	102	106	103

※(株)イメージ SRIデータ(2016年は当社参入主要38市場、2017年は当社参入主要37市場、2018年~20年当社参入主要38市場)

SRI+データ(2021年当社参入38市場)

2) 家庭品SCI 当社参入主要14市場※計 前年同期比(%)

	2016年 年計	2017年 年計	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 1-9月
販売金額	105	103	102	105	108	102
販売個数	101	101	100	102	101	95
平均単価	104	102	103	104	106	107

※(株)イメージ SCIデータ(2016年~2019年は当社参入主要15市場、2020年~当社参入主要14市場)

●SRI+:全国約3千店の小売店POSデータによる推計、SCI:全国約5万人の消費者モニターによる購入実績データ

3) OTC医薬品SDI、SRI+ 当社参入主要7市場※計 前年同期比(%)

	2016年 年計	2017年 年計	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 1-9月
販売金額	104	103	102	100	93	104
販売個数	102	101	101	99	89	102
平均単価	101	102	101	101	105	102

※(株)インテージ SDIデータ(2016~2018年 主要8市場計、2019~2020年 主要7市場計)、SRI+データ(2021年~ 主要7市場計)

※2019年1月よりパネルデータが変更。2016年まで遡ってデータを取得

4) OTC医薬品SCI 当社参入主要2市場計 前年同期比(%)

	2016年 年計	2017年 年計	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 1-9月
販売金額	104	103	104	104	102	112
販売個数	102	100	102	102	99	108
平均単価	102	103	102	102	103	103

※(株)インテージ SCIデータ

原料価格の前提

	ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
2021年 下期想定	70.0\$/BBL	52,000円/KL	4,000RM/ton

為替の前提

	米ドル	タイバーツ
2021年 下期想定	110.0円	3.40円

◇ご参考

	ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
2021年 年初想定	56.0\$/BBL	35,000円/KL	3,800RM/ton

	米ドル	タイバーツ
2021年 年初想定	104.0円	3.40円

今日を愛する。
LION