

2022年12月期 第1四半期 決算説明資料

ライオン株式会社
2022年5月10日

■ 2022年度 第1四半期連結業績

第1四半期は増収減益(事業利益)、計画に対しては概ねオンライン

売上高(増収)

- ・一般用消費財は、ハンドソープ、解熱鎮痛薬等が増収
- ・海外は、東南アジアではマレーシア、北東アジアでは韓国が好調に推移し、増収
- ・産業用品は、化学品分野の需要増が牽引し増収

事業利益(減益)

- ・トータルコストダウンを推進するも、原材料価格の上昇と減価償却費の増加等により減益

営業利益・親会社の所有者に帰属する四半期利益(増益)

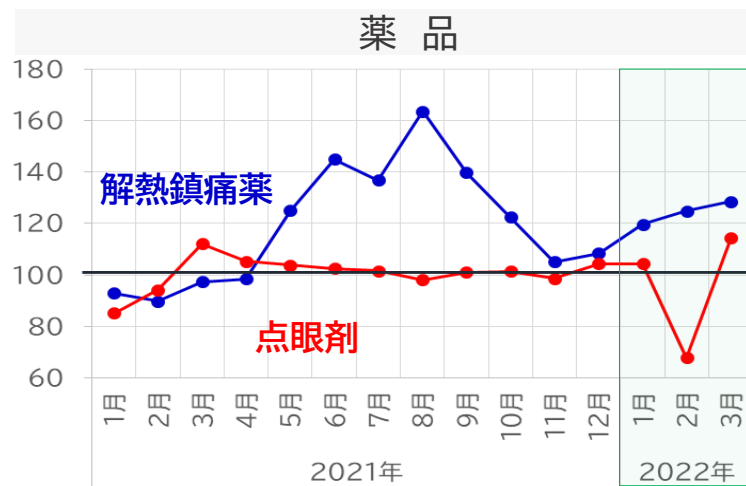
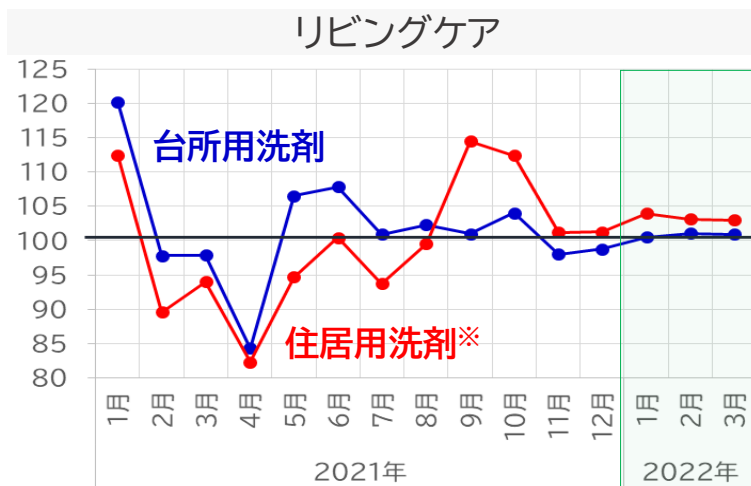
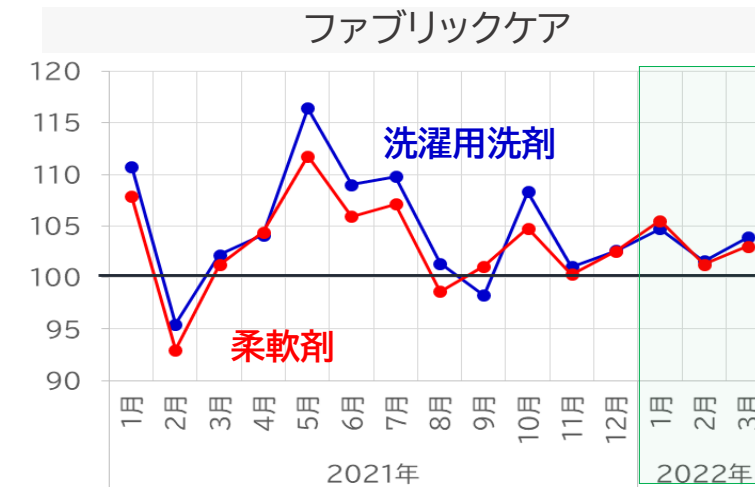
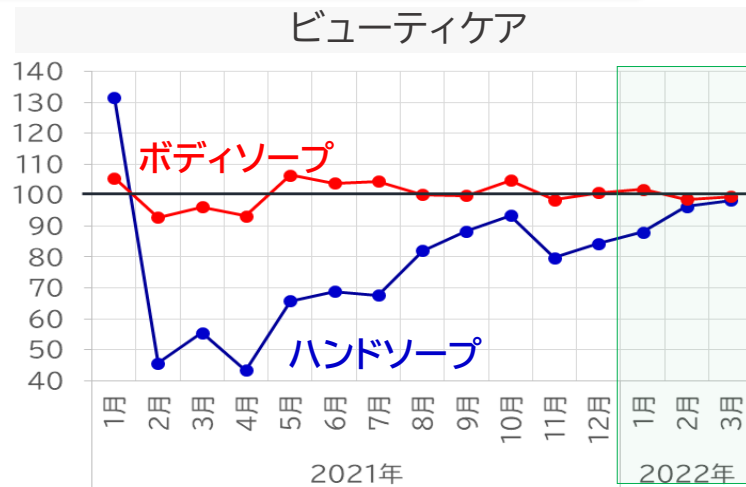
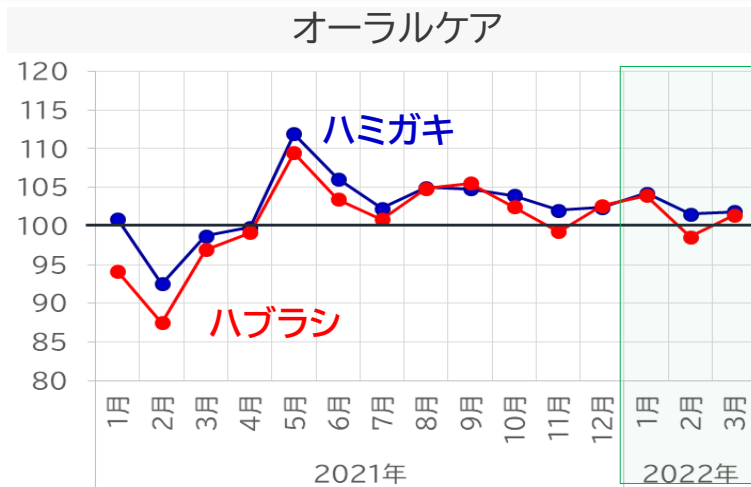
- ・本年1月に連結子会社が所有していた土地の譲渡益を計上したこと等から増益

市場動向 国内主要カテゴリーの概況(1-3月)

1-3月は一部項目を除き、前年を上回る

国内一般用消費財市場(店頭販売金額) 前年同月比(%)

出典:(株)インテージ、SRI+



主要項目 1-3月各年比較(%)			
項目	対21年	対20年	対19年
ハミガキ	103	100	110
ハブラシ	101	94	97
ハンドソープ	94	61	134
洗濯用洗剤	103	106	113
柔軟剤	103	104	111
台所用洗剤	101	105	123
住居用洗剤	103	101	121
解熱鎮痛薬	124	116	126

*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

市場動向 海外主要国カテゴリー別概況

消費低迷傾向は続くもマレーシアは回復基調、ハンドソープは19年比で拡大

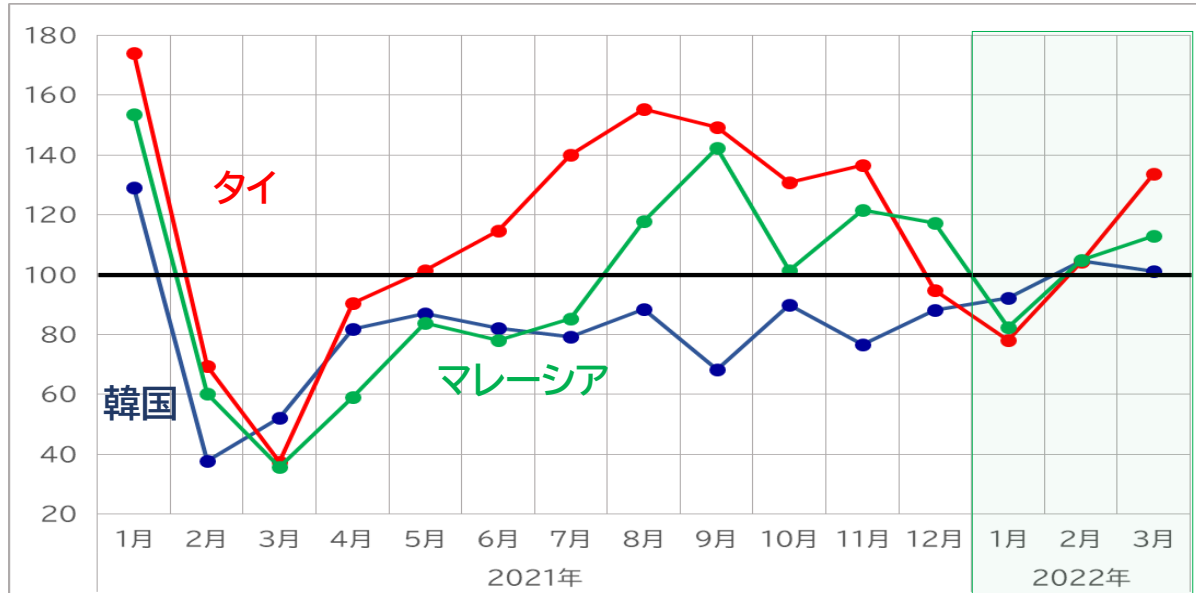
国別カテゴリー別 販売金額比較(%) 【22年1月-3月】

出典: Nielsen

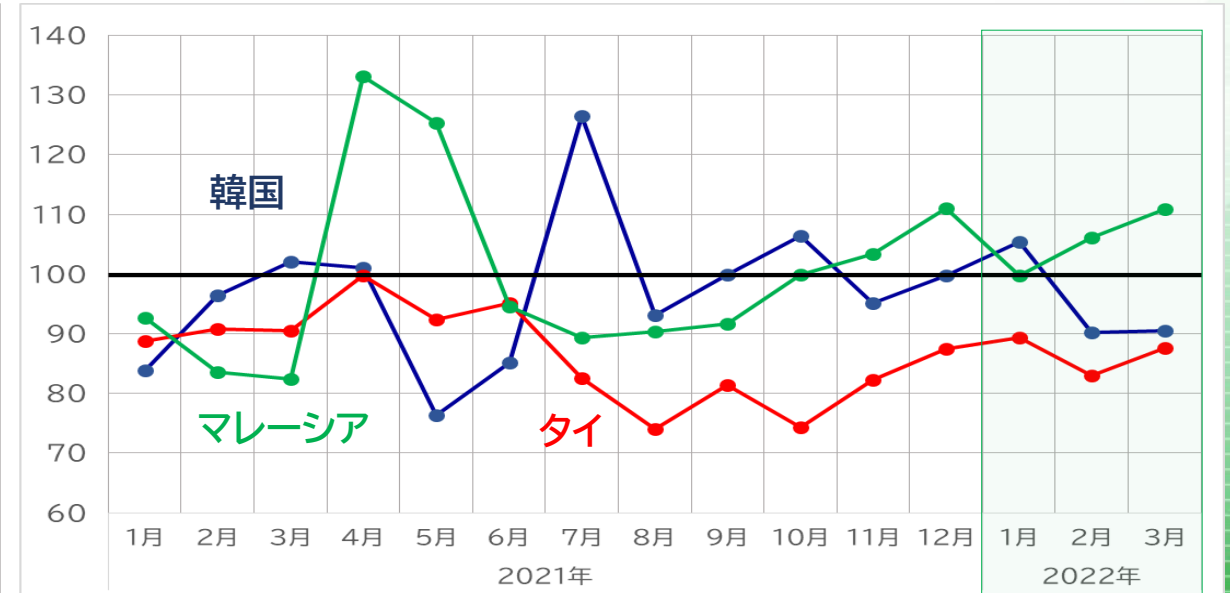
カテゴリー	タイ			マレーシア			韓国		
	対21年	対20年	対19年	対21年	対20年	対19年	対21年	対20年	対19年
ハンドソープ	101	72	161	99	60	270	100	55	149
洗濯用洗剤	87	78	80	105	91	91	94	89	84

海外市場の動向 前年同月比(%)

ハンドソープ



洗濯用洗剤



※マレーシアについてはハンドソープを含む石鹼市場全体を示す

期間:2022年1月-3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手指消毒剤、除菌剤等が個数減となるも、オーラルケア、ファブリックケアの単価上昇による前年増もあり、全体では前年並
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:103%(金額前年比※以下同様)】 ✓ ハブラシは単価上昇継続に加え、個数もほぼ前年並みに推移【ハブラシ:101%】
ビューティケア	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ハンドソープは個数減により前年を下回るも、19年比では約1.3倍【ハンドソープ:94%】
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よる大型化に加えて、付加価値化による高価格帯へのシフトもあり単価上昇は継続【洗濯用洗剤103% / 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%】 ✓ 住居用洗剤は付加価値化により単価上昇【住居用洗剤:103%(※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【解熱鎮痛薬:124%】 ✓ 点眼剤は個数減により前年を下回る【点眼剤:94%】

期間:2022年1月-3月 出典:Nielsen

海外主要分野市場	ハンドソープは、前年並みも手洗い習慣の定着化により19年比では市場拡大 洗濯用洗剤は、タイは消費低迷の影響を受け前年割れ続くもマレーシアは回復基調
タイ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 依然として消費低迷の影響が続いており、市場は前年割れ継続
マレーシア	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 政府主導での対コロナ規制緩和が加速し、店頭販促も再開、市場は前年を上回る
韓国	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 防疫基準緩和などの政策変化やグローバル経済活動の再開等に支えられ回復基調

売上高は前年を上回るも事業利益は原材料価格の上昇、減価償却費の増加等により減益

(億円)	2022年 1-3月	2021年 1-3月	増減	
			額	率(%)
売上高	870.3	824.5	45.7	5.5 (4.2*)
※1 事業利益 (事業利益率(%))	55.2 (6.3)	80.9 (9.8)	△25.6	△31.8
営業利益 (営業利益率(%))	104.8 (12.1)	82.8 (10.0)	22.0	26.7
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	78.9	59.5	19.3	32.5
基本的1株当たり 四半期利益(円)	27.56	20.49	7.07	34.5
※2 EBITDA	92.4	111.7	△19.2	△17.3
※3 EBITDAマージン(%)	10.6	13.6	-	△2.9P

※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(使用権資産の減価償却費を除く)を合算したもの(22年から変更)。キャッシュベースの収益力を示す指標です。

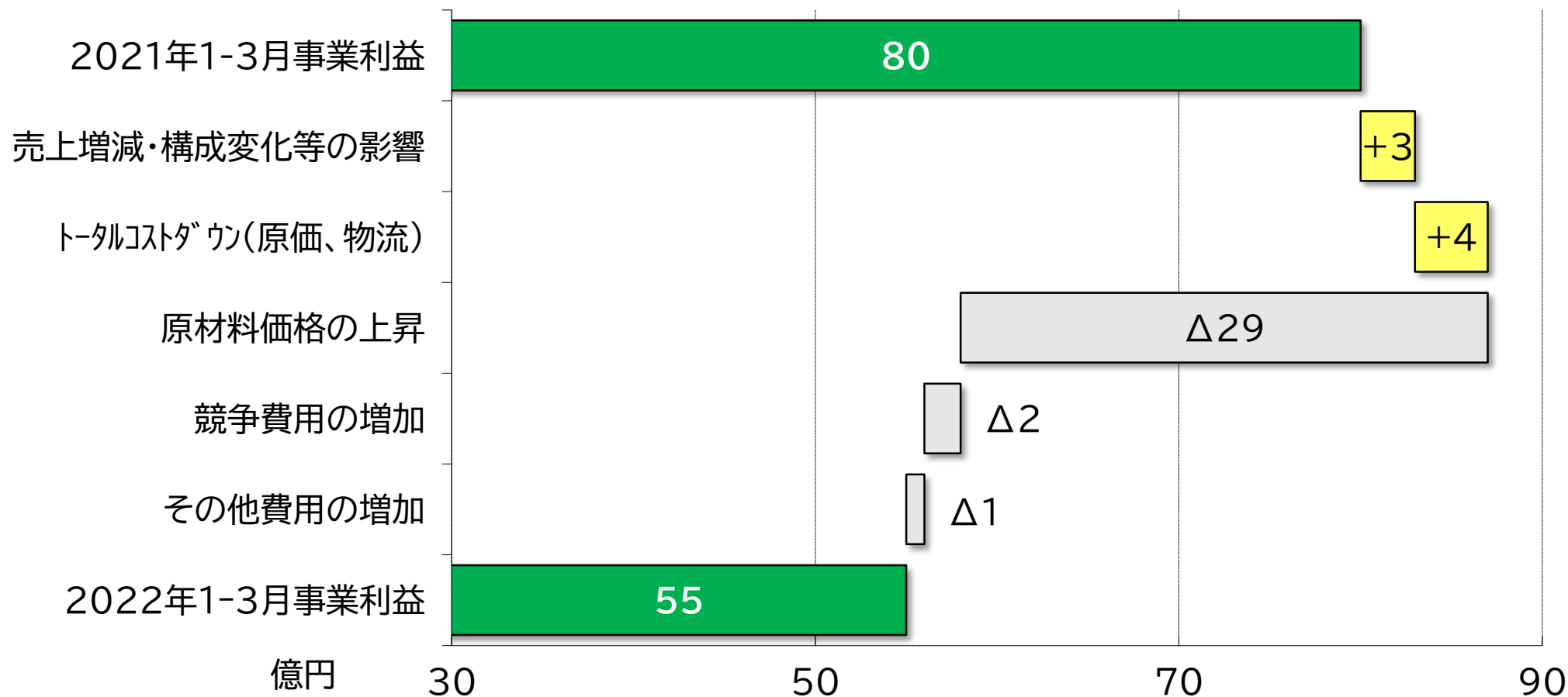
※3 EBITDAマージン:連結売上高に対するEBITDAの割合です。

* 為替変動の影響を除く実質増減率。

トータルコストダウンを推進するも、
原材料価格の上昇に加え、減価償却費の増加等により全体では減益

2022年 1-3月 対前年事業利益増減(連結)

+は益、△は損



その他分野を除き増収も、原材料価格上昇の影響を受け減益

(億円)	売上高				セグメント利益 (事業利益)																																																											
	2022年 1-3月	2021年 1-3月	増減		2022年 1-3月 (率(%))	2021年 1-3月 (率(%))	増減																																																									
			額	率(%)			額	率(%)																																																								
一般用消費財	596.9	574.7	22.1	3.9	36.0 (6.0)	55.5 (9.7)	△19.4	△35.1																																																								
	509.1	503.4	5.7	1.1					産業用品	130.5	118.0	12.5	10.6	7.9 (6.1)	10.1 (8.6)	△2.1	△21.3	86.2	82.4	3.8	4.6	海外	287.6	258.8	28.7	11.1	8.6 (3.0)	16.9 (6.6)	△8.3	△49.1	261.8	233.5	28.2	12.1	その他	25.3	76.8	△51.4	△67.0	0.7 (3.1)	4.3 (5.6)	△3.5	△81.8	12.1	4.5	7.5	164.1	調整額	△170.1	△203.9	33.7	-	1.7	△6.0	7.8	-	0.9	0.5	0.3	59.1	連結計	870.3	824.5	45.7
産業用品	130.5	118.0	12.5	10.6	7.9 (6.1)	10.1 (8.6)	△2.1	△21.3																																																								
	86.2	82.4	3.8	4.6					海外	287.6	258.8	28.7	11.1	8.6 (3.0)	16.9 (6.6)	△8.3	△49.1	261.8	233.5	28.2	12.1	その他	25.3	76.8	△51.4	△67.0	0.7 (3.1)	4.3 (5.6)	△3.5	△81.8	12.1	4.5	7.5	164.1	調整額	△170.1	△203.9	33.7	-	1.7	△6.0	7.8	-	0.9	0.5	0.3	59.1	連結計	870.3	824.5	45.7	5.5	55.2 (6.3)	80.9 (9.8)	△25.6	△31.8								
海外	287.6	258.8	28.7	11.1	8.6 (3.0)	16.9 (6.6)	△8.3	△49.1																																																								
	261.8	233.5	28.2	12.1					その他	25.3	76.8	△51.4	△67.0	0.7 (3.1)	4.3 (5.6)	△3.5	△81.8	12.1	4.5	7.5	164.1	調整額	△170.1	△203.9	33.7	-	1.7	△6.0	7.8	-	0.9	0.5	0.3	59.1	連結計	870.3	824.5	45.7	5.5	55.2 (6.3)	80.9 (9.8)	△25.6	△31.8																					
その他	25.3	76.8	△51.4	△67.0	0.7 (3.1)	4.3 (5.6)	△3.5	△81.8																																																								
	12.1	4.5	7.5	164.1					調整額	△170.1	△203.9	33.7	-	1.7	△6.0	7.8	-	0.9	0.5	0.3	59.1	連結計	870.3	824.5	45.7	5.5	55.2 (6.3)	80.9 (9.8)	△25.6	△31.8																																		
調整額	△170.1	△203.9	33.7	-	1.7	△6.0	7.8	-																																																								
	0.9	0.5	0.3	59.1					連結計	870.3	824.5	45.7	5.5	55.2 (6.3)	80.9 (9.8)	△25.6	△31.8																																															
連結計	870.3	824.5	45.7	5.5	55.2 (6.3)	80.9 (9.8)	△25.6	△31.8																																																								

※売上高:上段は総売上高、下段は外部売上高

※連結子会社であるライオンケミカル(株)の事業構成の変化を踏まえ、当第1四半期連結会計期間より、従来「産業用品事業」に集約していた同社の事業を「産業用品事業」と「一般用消費財事業」に分離しています。なお、前第1四半期連結累計期間のセグメント情報についても、この変更を反映したものに組み替えて表示しています。

リビングケア分野以外は増収を確保

(億円)	総売上高			
	2022年 1-3月	2021年 1-3月	増減	
			額	率(%)
オーラルケア	155.5	152.6	2.8	1.9
ビューティケア	59.4	52.3	7.0	13.5
ファブリックケア	137.7	137.1	0.6	0.5
リビングケア	51.5	55.1	△3.6	△6.6
薬品	53.0	51.2	1.8	3.5
その他	139.6	126.2	13.4	10.6
合計	596.9	574.7	22.1	3.9

東南アジアはマレーシア、北東アジアは韓国が牽引し、それぞれ増収

(億円)	総売上高				事業利益			
	2022年 1-3月	2021年 1-3月	増減		2022年 1-3月	2021年 1-3月	増減	
			額	率(%)			額	率(%)
東南アジア	184.0	167.7	16.2	9.7	3.7	12.3	△8.5	△69.6
北東アジア	103.5	91.0	12.4	13.7	4.9	4.6	0.2	5.3
合計	287.6	258.8	28.7	11.1	8.6	16.9	△8.3	△49.1

※為替変動の影響を除く実質売上高増減率

東南アジア: 6.5% (タイ:1.5%、マレーシア:24.1%)

北東アジア: 6.0% (中国※:△2.2%、韓国:17.1%) ※青島ライオン

合計: 6.3%

■ 2022年度 連結業績予想

対前年で増収減益の計画

(億円)	2022年	2021年	増減	
			額	率(%)
売上高	3,750.0	3,662.3	87.6	2.4
※1 事業利益 (事業利益率(%))	230.0 (6.1)	309.2 (8.4)	△79.2	△25.6
営業利益 (営業利益率(%))	275.0 (7.3)	311.7 (8.5)	△36.7	△11.8
親会社の所有者に 帰属する当期利益	200.0	237.5	△37.5	△15.8
基本的1株当たり 当期利益(円)	68.79	81.73	△12.94	△15.8
※2 EBITDA	400.0	451.7	△51.7	△11.5
※3 EBITDAマージン(%)	10.7	12.3	—	△1.6P
※4 ROIC(%)	5.5	8.8	—	△3.3P
ROE(%)	8.0	9.8	—	△1.8P

※1 事業利益: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(使用権資産の減価償却費を除く)を合算したものの(22年から変更)。キャッシュベースの収益力を示す指標です。21年439.2億円(調整後)

※3 EBITDAマージン:連結売上高に対するEBITDAの割合です。

※4 ROIC: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。

原材料市況は年初の想定を上回っており、追加コストダウン施策の推進や、販促費マネジメントの効率化、海外を中心とする値上げの実施等に対応

原材料価格上昇の影響は想定以上

年初の想定水準を大幅に上回る
(東南アジアを中心に、影響大)

当社における対応

特売頻度の見直しによる
販売促進費のコントロール

追加コストダウン施策の推進

販売価格の値上げ
(主に海外)

経費の効率化

参考資料

(単位:億円)	2022年 1-3月	2021年 1-3月	増減	
			金額	率(%)
売上高	870.3	824.5	45.7	5.5
売上原価	477.3	411.9	65.4	15.9
売上総利益	392.9	412.6	△19.6	△4.8
販売費及び一般管理費	337.7	331.7	6.0	1.8
事業利益	55.2	80.9	△25.6	△31.8
その他の収益	55.1	3.6	51.4	1,413.2
その他の費用	5.4	1.7	3.7	214.0
営業利益	104.8	82.8	22.0	26.7
金融収益	0.3	1.1	△0.7	△66.7
金融費用	0.3	0.4	△0.0	△13.4
持分法による投資利益	5.8	4.9	0.9	18.6
税引前四半期利益	110.7	88.4	22.2	25.1
法人所得税費用	30.4	24.3	6.1	25.1
四半期利益	80.2	64.1	16.1	25.2
非支配持分に帰属する四半期利益	1.3	4.5	△3.2	△70.2
親会社の所有者に帰属する四半期利益	78.9	59.5	19.3	32.5

(単位:億円)	2022年 1-3月		2021年 1-3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	337.7	38.8	331.7	40.2	6.0	1.8
販売手数料	22.3	2.6	21.3	2.6	1.0	4.9
販売促進費	65.4	7.5	59.7	7.2	5.6	9.4
広告宣伝費	48.5	5.6	52.9	6.4	△4.3	△8.2
運賃・保管料	49.4	5.7	46.3	5.6	3.1	6.8
研究開発費	24.5	2.8	24.7	3.0	△0.2	△1.0
その他	127.4	14.6	126.6	15.4	0.7	0.6

(単位:億円)		2022年 3月末	2021年 12月末	増減額
流動資産		2,083.3	2,321.5	△238.1
	現金及び現金同等物	769.2	972.5	△203.2
	営業債権及びその他の債権	591.1	701.1	△110.0
	棚卸資産	569.2	517.1	52.1
非流動資産		1,956.4	1,958.7	△2.3
	有形固定資産	1,197.1	1,206.7	△9.5
	無形資産	245.8	239.7	6.0
	使用権資産	53.7	54.1	△0.4
	その他の金融資産	221.8	218.1	3.7
資産合計		4,039.7	4,280.2	△240.4

(単位:億円)		2022年 3月末	2021年 12月末	増減額
流動負債		1,167.3	1,392.1	△224.8
	営業債務及びその他の債務	1,025.7	1,231.4	△205.6
	リース負債	14.7	14.8	△0.0
	その他の流動負債	54.4	81.7	△27.3
非流動負債		235.6	237.9	△2.2
	退職給付に係る負債	131.6	126.8	4.8
	リース負債	49.2	50.8	△1.5
資本		2,636.7	2,650.1	△13.3
	資本金	344.3	344.3	-
	資本剰余金	309.6	351.8	△42.2
	自己株式	△80.8	△47.3	△33.5
	その他の資本の構成要素	129.4	93.1	36.3
	利益剰余金	1,789.0	1,773.7	15.3
負債及び資本合計		4,039.7	4,280.2	△240.4

2022年 連結業績予想

(単位:億円)	2022年	2021年	前期増減		2022年 第2四半期	2021年 第2四半期	前年同期増減	
			額	率 (%)			額	率 (%)
売上高	3,750.0	3,662.3	87.6	2.4	1,790.0	1,732.2	57.7	3.3
事業利益 売上比(%)	230.0 6.1	309.2 8.4	△79.2	△25.6	76.0 4.2	140.3 8.1	△64.3	△45.8
営業利益 売上比(%)	275.0 7.3	311.7 8.5	△36.7	△11.8	123.0 6.9	141.8 8.2	△18.8	△13.3
親会社の所有者 に帰属する当期利益 売上比(%)	200.0 5.3	237.5 6.5	△37.5	△15.8	90.0 5.0	108.1 6.2	△18.1	△16.8
基本的1株当たり 当期利益(円)	68.79	81.73	△12.94	△15.8	30.96	37.20	△6.24	△16.8

2022年 セグメント別外部売上高予想

(単位:億円)	2022年	2021年	前期増減		2022年 第2四半期	2021年 第2四半期	前年同期増減	
			額	率 (%)			額	率 (%)
一般用消費財	2,350.0	2,295.9	54.0	2.4	1,100.0	1,071.6	28.3	2.6
産業用品	350.0	347.7	2.2	0.6	170.0	166.3	3.6	2.2
海外	1,020.0	987.2	32.7	3.3	500.0	483.0	16.9	3.5
その他	30.0	31.9	△1.9	△6.1	20.0	11.7	8.2	70.7
連結計	3,750.0	3,662.3	87.6	2.4	1,790.0	1,732.2	57.7	3.3

1) 家庭品SRI, SRI+ 当社参入主要38市場※計 前年同期比(%)

	2017年 年計	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 1-3月
販売金額	99	102	102	112	95	100
販売個数	98	100	100	105	92	96
平均単価	102	102	102	106	103	103

※(株)インテージ 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(%)

	2017年 年計	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 1-3月
販売金額	103	102	105	108	102	103
販売個数	101	100	102	101	96	98
平均単価	102	103	104	106	107	106

※(株)インテージ 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)

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

	2017年 年計	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 1-3月
販売金額	103	102	100	93	103	103
販売個数	101	101	99	89	101	102
平均単価	102	101	101	105	102	101

※(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(%)

	2017年 年計	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 1-3月
販売金額	103	104	104	102	110	103
販売個数	100	102	102	99	107	100
平均単価	103	102	102	103	103	103

※ (株)インテージ SCIデータ

原油価格の前提

	ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
2022年想定	75.0\$/BBL	58,000円/KL	5,000RM/ton

為替の前提

	米ドル	タイバーツ
2022年想定	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年実績	69.2\$/BBL	50,017円/KL	4,449RM/ton

	米ドル	タイバーツ
2021年実績	110.3円	3.40円

今日を愛する。
LION