

2022年12月期 第3四半期 決算説明資料

ライオン株式会社
2022年11月4日

- 2022年度 第3四半期連結業績
- 2022年度 連結業績予想

■ 2022年度 第3四半期連結業績

■ 2022年度 連結業績予想

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、ハブラシ、解熱鎮痛薬等が市場を上回って伸長し、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)

- ・原材料価格の上昇の影響が拡大し、トータルコストダウンや値上げ対応等を推進するも減益

営業利益・親会社の所有者に帰属する四半期利益(減益)

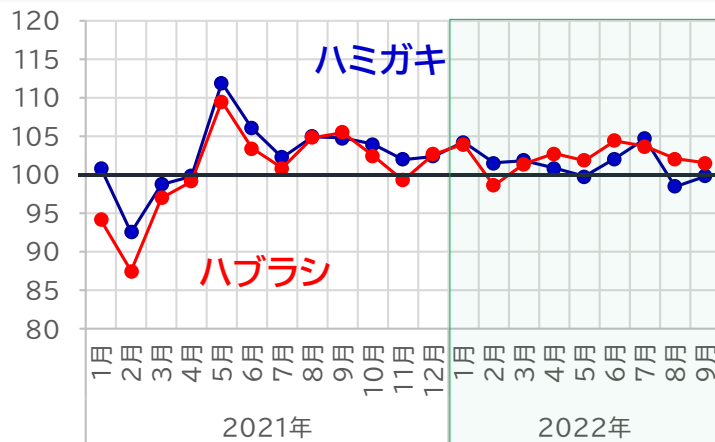
- ・主に事業利益の減少により減益

1-9月は市場全体は概ね堅調に推移

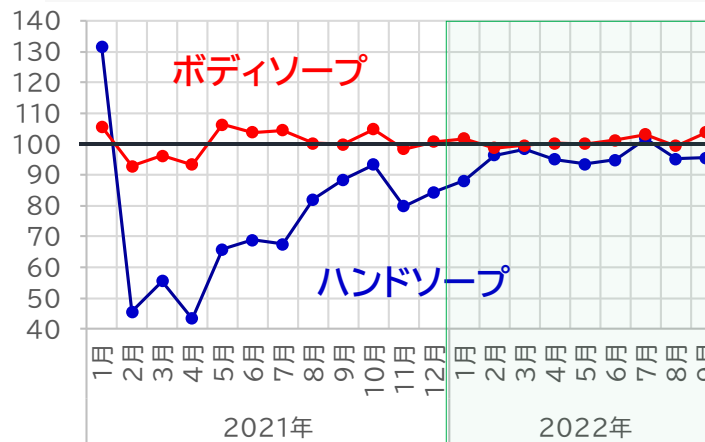
国内一般用消費財市場(店頭販売金額) 前年同月比(%)

出典: (株)インテージ、SRI+

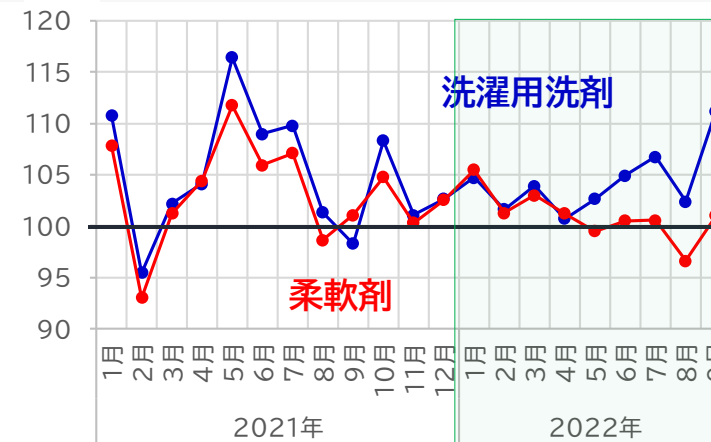
オーラルケア



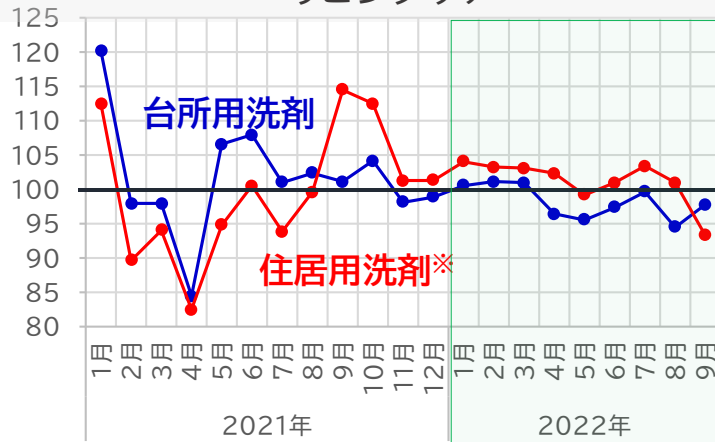
ビューティケア



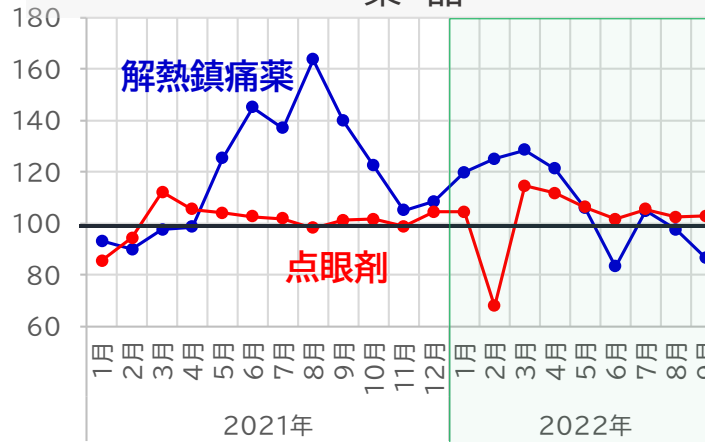
ファブリックケア



リビングケア



薬品



1-9月主要項目比較(%)

項目	対21年	対20年	対19年
ハミガキ	101	104	105
ハブラシ	102	102	96
ハンドソープ	95	63	127
洗濯用洗剤	104	110	107
柔軟剤	101	104	105
台所用洗剤	98	99	113
住居用洗剤	101	98	112
解熱鎮痛薬	106	127	125

※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

ハブラシ、洗濯用洗剤は回復基調

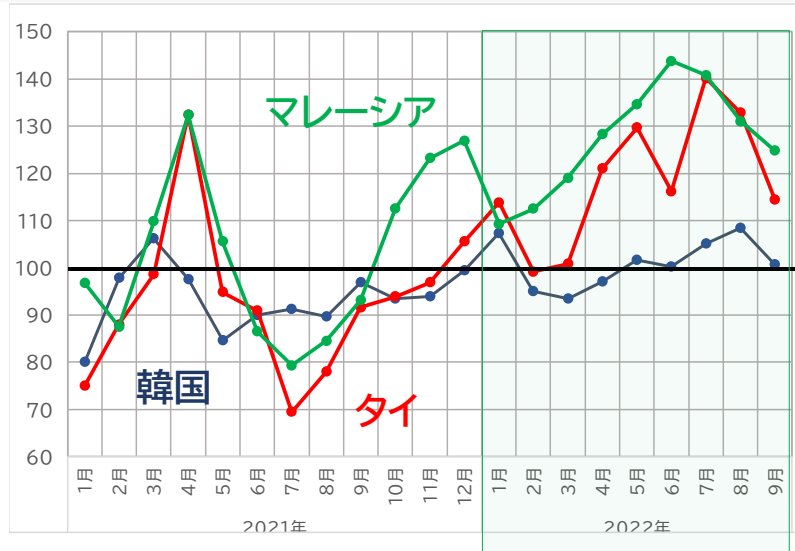
国別カテゴリー別 販売金額比較(%) (22年1-9月)

出典: Nielsen

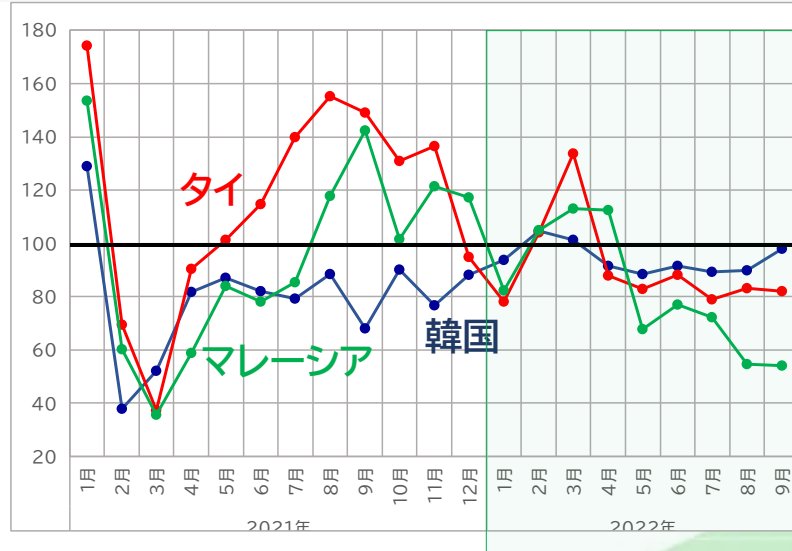
カテゴリー	タイ			マレーシア			韓国		
	対21年	対20年	対19年	対21年	対20年	対19年	対21年	対20年	対19年
ハブラシ	118	105	93	126	121	117	101	93	90
ハンドソープ	89	89	159	80	62	222	95	66	145
洗濯用洗剤	106	93	87	114	109	99	99	94	94

海外市場の動向 前年同月比(%)

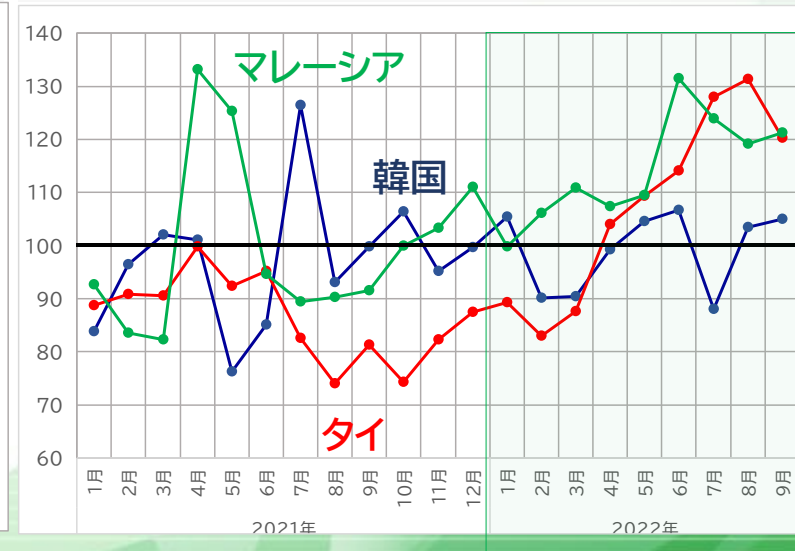
ハブラシ



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

売上高は前年を上回るも、事業利益は原材料価格上昇の影響が拡大し減益

(億円)	2022年 1-9月	2021年 1-9月	増減	
			額	率(%)
売上高	2,861.4	2,675.9	185.4	6.9 3.9*
※1 事業利益 事業利益率(%)	172.2 6.0	253.9 9.5	△81.6	△32.2
営業利益 営業利益率(%)	223.9 7.8	254.7 9.5	△30.8	△12.1
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	171.0	190.2	△19.2	△10.1
基本的1株当たり 四半期利益(円)	60.04	65.46	△5.41	△8.3
※2 EBITDA	287.9	356.2	△68.2	△19.2
※3 EBITDAマージン(%)	10.1	13.3	-	△3.2P

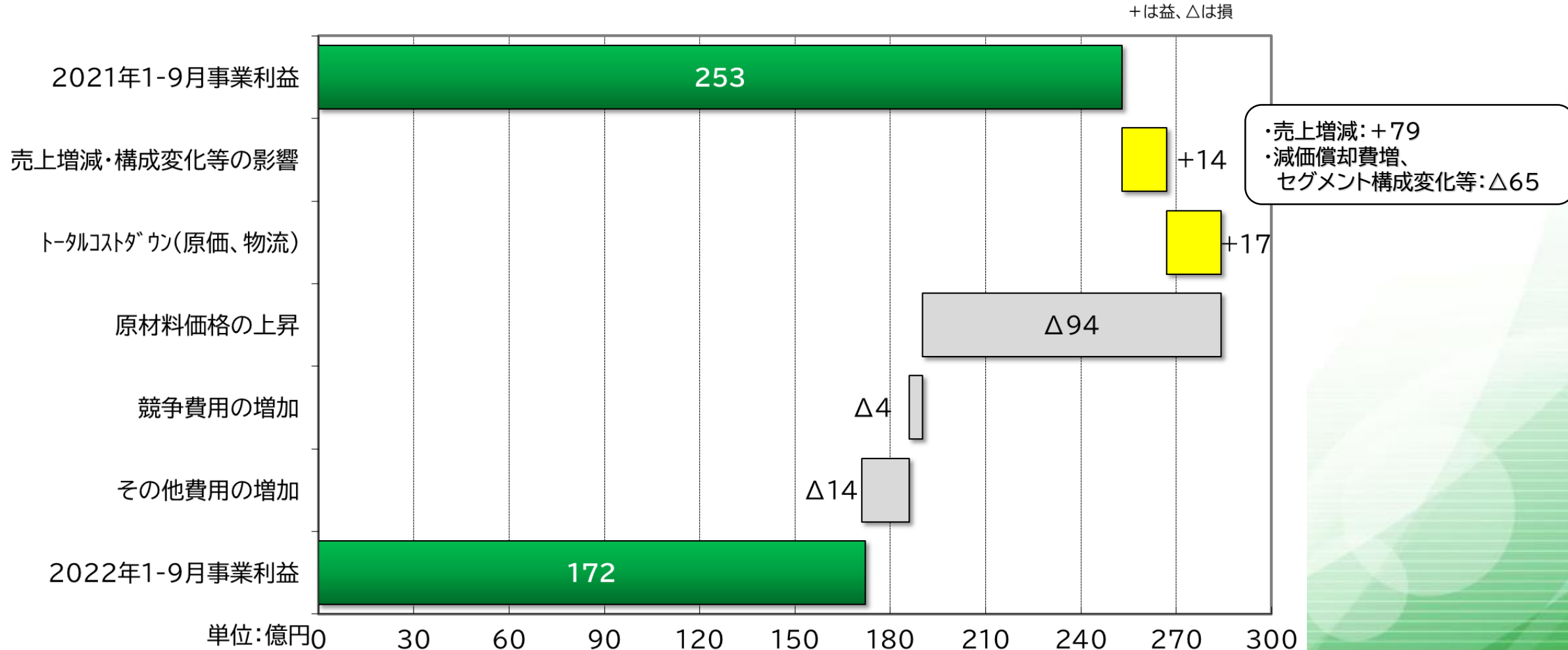
※1 事業利益は、売上総利益から販売費及び一般管理費を控除したもので、恒常的な事業の業績を測る当社の利益指標です。

※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。

店頭価格の引き上げ施策やトータルコストダウンを推進するも、 原材料価格上昇の影響が拡大し、全体では減益



第3四半期の事業利益は年初想定をやや下回る

年間想定との差異
(3Q累計進捗)

原材料価格上昇の影響
 $\Delta 70$ 億円($\Delta 37$ 億円)

当社における対応と効果

値上げ、特売価格・頻度の見直し等
販売促進費のコントロール
 $+ 52$ 億円($+ 31$ 億円)

追加コストダウン、
経費の効率化等
 $+ 35$ 億円($+ 20$ 億円)

セグメント構成変化等

$\Delta 17$ 億円
($\Delta 22$ 億円)

上記合計
 ± 0 億円($\Delta 8$ 億円)

一般用消費財で原材料価格上昇の影響が拡大し、増収減益

(億円)	売上高				セグメント利益 (事業利益)			
	2022年 1-9月	2021年 1-9月	増減		2022年 1-9月 (率(%))	2021年 1-9月 (率(%))	増減	
			額	率(%)			額	率(%)
一般用消費財	1,930.0	1,870.2	59.8	3.2	89.7	159.7	△69.9	△43.8
	1,673.1	1,669.4	3.6	0.2	(4.6)	(8.5)		
産業用品	423.3	368.5	54.7	14.9	23.9	23.9	0.0	0.1
	276.8	251.9	24.8	9.9	(5.7)	(6.5)		
海外	962.6	814.0	148.6	18.3	33.5	47.7	△14.1	△29.7
	881.0	736.2	144.7	19.7	(3.5)	(5.9)		
その他	112.8	228.2	△115.3	△50.5	8.6	17.4	△8.7	△50.3
	30.5	18.8	11.7	62.1	(7.7)	(7.7)		
調整額	△567.5	△605.1	37.5	-	16.3	5.0	11.2	-
	△0.1	△0.6	0.4	-	-	-		
連結計	2,861.4	2,675.9	185.4	6.9	172.2	253.9	△81.6	△32.2
					(6.0)	(9.5)		

※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、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3四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。

オーラルケア、ビューティケアは増収、リビングケアは市場縮小の影響もあり減収
その他は、製造子会社のグループ内部売上高が増加

(億円)	総売上高			
	2022年 1-9月	2021年 1-9月	増減	
			額	率(%)
オーラルケア	520.4	498.8	21.5	4.3
ビューティケア	198.0	185.0	12.9	7.0
ファブリックケア	439.3	440.2	△0.8	△0.2
リビングケア	170.6	183.1	△12.4	△6.8
薬品	179.1	184.8	△5.6	△3.1
その他	422.4	378.1	44.2	11.7
合計	1,930.0	1,870.2	59.8	3.2

東南アジアは市場の回復によりタイ、マレーシアで増収も、原材料価格上昇の影響で減益
北東アジアは中国でEC代理店変更の影響を受けるも、韓国が牽引し、増収増益

(億円)	総売上高				セグメント利益 (事業利益)			
	2022年 1-9月	2021年 1-9月	増減		2022年 1-9月	2021年 1-9月	増減	
			額	率(%)			額	率(%)
東南アジア	611.0	512.4	98.6	19.2	14.8	31.1	△16.2	△52.3
北東アジア	351.5	301.5	50.0	16.6	18.7	16.6	2.0	12.6
合計	962.6	814.0	148.6	18.3	33.5	47.7	△14.1	△29.7

※為替変動の影響を除く実質売上高増減率

東南アジア: 9.1% (タイ: 7.0%、マレーシア: 16.0%)

北東アジア: 5.0% (中国※: △1.3%、韓国: 16.4%) ※青島ライオン

合計: 7.6%

■ 2022年度 第3四半期連結業績

■ 2022年度 連結業績予想

年初想定通り

(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。

1st STAGE(2022~24年)達成に向けて、4つの施策を継続的に推進

1. 高付加価値新商品の導入加速

2. 事業ポートフォリオ組み換えによる収益構造の見直し

3. 値上げ(原材料高騰分の価格転嫁)、特売価格・頻度の見直し等

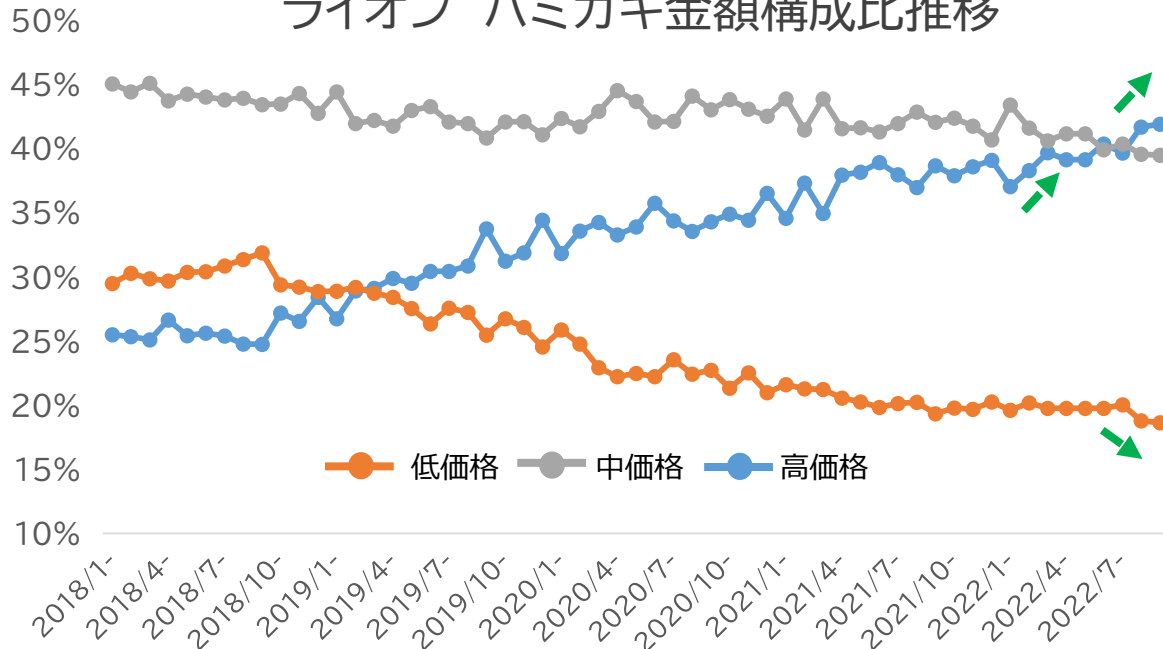
4. 追加コストダウン、経費の効率化

高付加価値品・販促費コントロールによる市場活性化・収益力向上

高付加価値品の導入加速により、成長を継続

高価格帯が伸長し、低価格帯構成を下げる

ライオン ハミガキ金額構成比推移

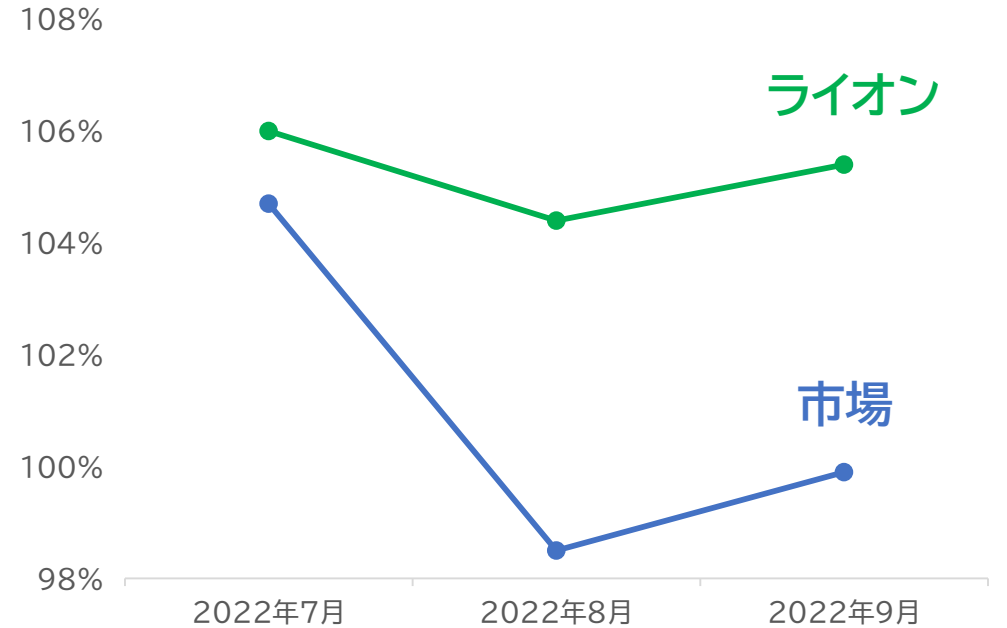


低価格: ~237円 中価格: 238~470円 高価格: 471円~

ハミガキ 平均単価前年比

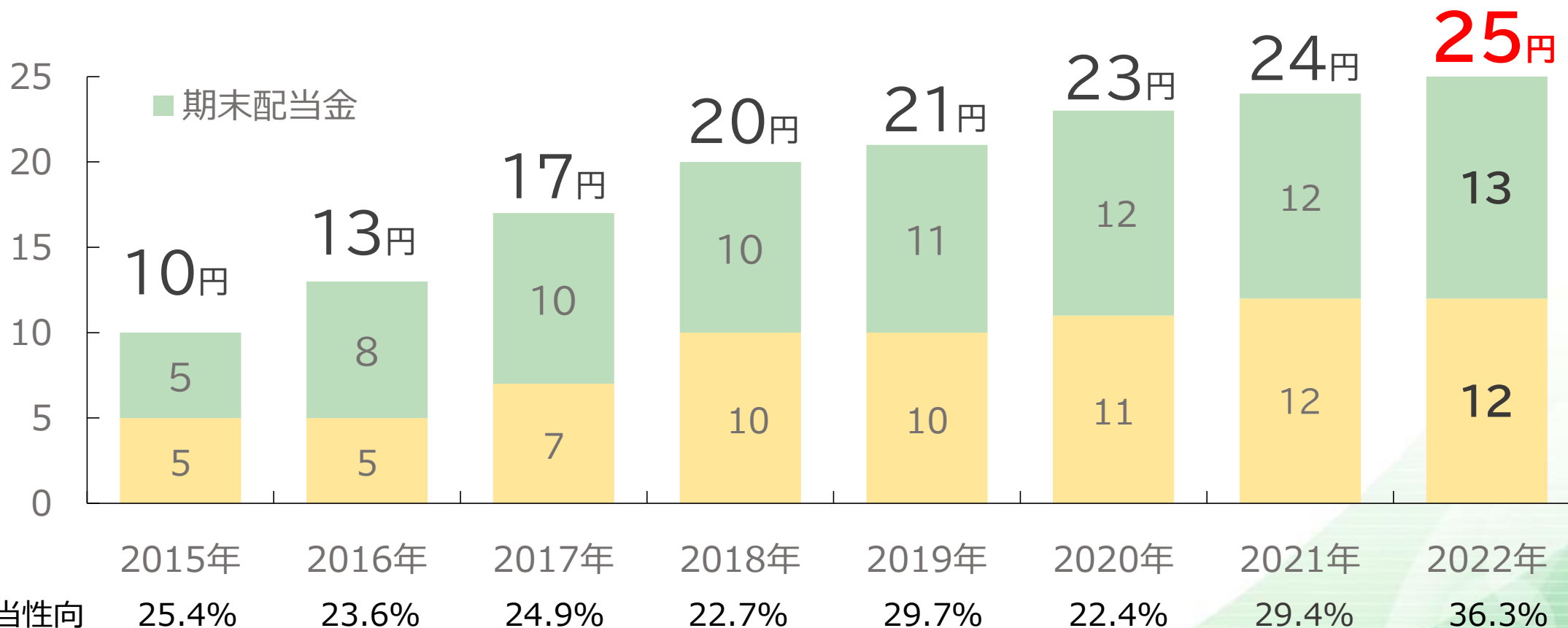
	2022年7月	2022年8月	2022年9月
ライオン	102	105	103
市場	101	103	101

ハミガキ 店頭販売金額前年比



出典: (株)インテージ、SRI+

配当は**1円**増配、年間**25円**を目指す(**7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

(億円)	2022年 1-6月	2022年 7-9月	前年同期増減	
			額	率(%)
売上高	1,851.9	1,009.4	65.7	7.0
※1 事業利益 (事業利益率(%))	90.9 (4.9)	81.2 (8.1)	△32.3	△28.5
営業利益 (営業利益率(%))	142.6 (7.7)	81.2 (8.1)	△31.6	△28.0
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	110.5	60.5	△21.6	△26.3
基本的1株当たり 四半期利益(円)	38.75	21.29	△6.95	△24.6
※2 EBITDA	168.3	119.6	△33.4	△21.9

※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。

2022年7-9月 セグメント業績

(億円)	売上高				セグメント利益 (事業利益)			
	2022年 1-6月	2022年 7-9月	前年同期増減		2022年 1-6月 (率(%))	2022年 7-9月 (率(%))	前年同期増減	
			額	率(%)			額	率(%)
一般消費財	1,255.3	674.7	15.0	2.3	43.0	46.7	△31.9	△40.6
	1,085.1	587.9	△9.8	△1.6	(3.4)	(6.9)		
産業用品	272.0	151.2	22.9	17.9	15.5	8.4	0.1	1.2
	182.8	94.0	8.3	9.7	(5.7)	(5.6)		
海外	611.8	350.7	72.6	26.1	18.8	14.7	1.8	14.3
	556.6	324.4	71.1	28.1	(3.1)	(4.2)		
その他	64.5	48.3	△16.2	△25.1	4.8	3.8	△3.5	△48.0
	29.2	1.3	△5.7	△80.9	(7.5)	(7.9)		
調整額	△351.9	△215.6	△28.6	-	8.7	7.5	1.1	-
	△1.8	1.7	1.9	-	-	-		
連結計	1,851.9	1,009.4	65.7	7.0	90.9 (4.9)	81.2 (8.1)	△32.3	△28.5

※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、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「一般消費財事業」に分離しています。なお、前第3四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。

(億円)	総売上高			
	2022年 1-6月	2022年 7-9月	前年同期増減	
			額	率(%)
オーラルケア	336.5	183.9	6.5	3.7
ビューティケア	125.5	72.5	3.9	5.7
ファブリックケア	289.0	150.3	△3.9	△2.6
リビングケア	114.0	56.6	△10.4	△15.6
薬品	111.7	67.4	△3.2	△4.6
その他	278.5	143.8	22.2	18.3
合計	1,255.3	674.7	15.0	2.3

連結損益計算書

(単位:億円)	2022年 1-9月	2021年 1-9月	増減	
			金額	率(%)
売上高	2,861.4	2,675.9	185.4	6.9
売上原価	1,584.7	1,343.6	241.1	17.9
売上総利益	1,276.6	1,332.2	△55.6	△4.2
販売費及び一般管理費	1,104.3	1,078.3	26.0	2.4
事業利益	172.2	253.9	△81.6	△32.2
その他の収益	62.0	8.3	53.6	639.4
その他の費用	10.3	7.5	2.7	36.9
営業利益	223.9	254.7	△30.8	△12.1
金融収益	8.9	5.5	3.4	62.3
金融費用	0.9	1.0	△0.0	△7.2
持分法による投資利益	15.1	17.5	△2.4	△13.9
税引前四半期期利益	247.0	276.8	△29.7	△10.7
法人所得税費用	69.5	73.7	△4.2	△5.7
四半期利益	177.5	203.0	△25.4	△12.6
非支配持分に帰属する四半期利益	6.4	12.7	△6.2	△49.2
親会社の所有者に帰属する四半期利益	171.0	190.2	△19.2	△10.1

(単位:億円)	2022年 1-9月		2021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	1,104.3	38.6	1,078.3	40.3	26.0	2.4
販売手数料	73.3	2.6	72.4	2.7	0.9	1.2
販売促進費	229.7	8.0	204.1	7.6	25.5	12.5
広告宣伝費	160.7	5.6	183.4	6.9	△22.6	△12.4
運賃・保管料	155.2	5.4	147.7	5.5	7.4	5.0
研究開発費	80.3	2.8	81.1	3.0	△0.8	△1.0
その他	404.8	14.1	389.2	14.5	15.5	4.0

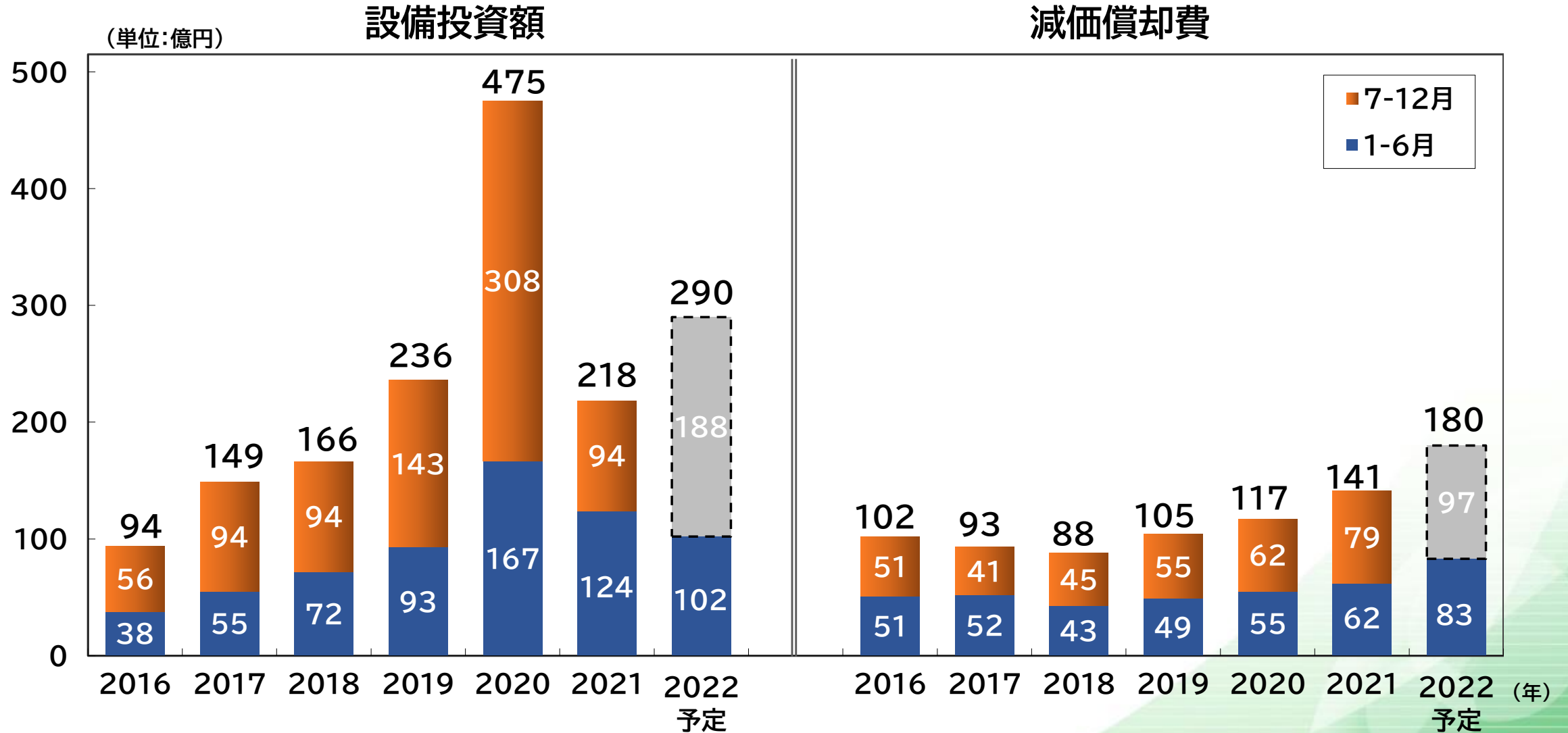
(単位:億円)		2022年 9月末	2021年 12月末	増減額
流動資産		2,171.2	2,321.5	△150.2
	現金及び現金同等物	851.0	972.5	△121.4
	営業債権及びその他の債権	660.0	701.1	△41.1
	棚卸資産	557.4	517.1	40.3
非流動資産		1,999.6	1,958.7	40.8
	有形固定資産	1,256.5	1,206.7	49.8
	無形資産	241.3	239.7	1.5
	使用権資産	49.1	54.1	△4.9
	その他の金融資産	225.7	218.1	7.6
資産合計		4,170.8	4,280.2	△109.4

(単位:億円)		2022年 9月末	2021年 12月末	増減額
流動負債		1,209.4	1,392.1	△182.7
	営業債務及びその他の債務	1,065.7	1,231.4	△165.7
	リース負債	13.3	14.8	△1.4
	その他の流動負債	72.9	81.7	△8.7
非流動負債		247.6	237.9	9.6
	退職給付に係る負債	136.0	126.8	9.2
	リース負債	45.5	50.8	△5.3
資本		2,713.7	2,650.1	63.6
	資本金	344.3	344.3	-
	資本剰余金	309.6	351.8	△42.2
	自己株式	△80.5	△47.3	△33.2
	その他の資本の構成要素	154.5	93.1	61.4
	利益剰余金	1,840.0	1,773.7	66.3
負債及び資本合計		4,170.8	4,280.2	△109.4

(単位:億円)	2022年 1-9月	2021年 1-9月	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	186.5	△50.0	236.5
投資活動によるキャッシュ・フロー	△133.7	△281.7	148.0
財務活動によるキャッシュ・フロー	△192.3	△96.3	△95.9
現金及び現金同等物に係る換算差額	18.0	3.6	14.4
現金及び現金同等物の増減額	△121.4	△424.5	303.1
現金及び現金同等物の期首残高	972.5	1,215.3	△242.8
現金及び現金同等物の期末残高	851.0	790.8	60.2

(単位:億円)	年初想定	8月修正	増減
売上増減・構成変化等の影響	+21	+30	+9
トータルコストダウン(原価、物流費等)	+20	+30	+10
原材料価格の影響	△60	△130	△70
競争費用の増減	△30	△4	+26
その他費用の増減	△30	△5	+25
合計	△79	△79	±0

年初想定を上回る原材料価格高騰の影響を受けるも、トータルコストダウンの推進、値上げ対応、競争費・その他経費の抑制等により吸収し、年初計画の達成を目指す



※設備投資額、減価償却費ともに無形固定資産分も含む。

1) 家庭品SRI, SRI+ 当社参入主要37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 1-9月
販売金額	99	102	102	112	95	101
販売個数	98	100	100	105	92	97
平均単価	102	102	102	106	103	104

※(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年は当社参入主要38市場、2022年は当社参入主要37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 1-9月
販売金額	103	102	105	108	102	102
販売個数	101	100	102	101	96	96
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 1-9月
販売金額	103	102	100	93	103	102
販売個数	101	101	99	89	101	101
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 1-9月
販売金額	103	104	104	102	110	99
販売個数	100	102	102	99	107	98
平均単価	103	102	102	103	103	101

※ (株)インテージ SCIデータ

原材料価格の前提

	ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
2022年 下期想定	105.0\$/BBL	82,000円/KL	5,200RM/ton

為替の前提

	米ドル	タイバーツ
2022年 下期想定	130.0円	3.60円

◇ご参考

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

	米ドル	タイバーツ
2022年 年初想定	110.0円	3.40円

今日を愛する。
LION