

2023年12月期 第3四半期 決算説明資料

ライオン株式会社
2023年11月7日

- 2023年度 第3四半期連結業績
- 2023年度 連結業績予想

■ 2023年度 第3四半期連結業績

■ 2023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、大型新製品を投入したファブリックケア、インバウンド需要が旺盛な薬品が増収
- 海外は、東南・南アジアではタイ、北東アジアでは中国が大幅に伸長

事業利益（減益）

- 競争費用の増加や本社移転に伴う費用の発生等により減益

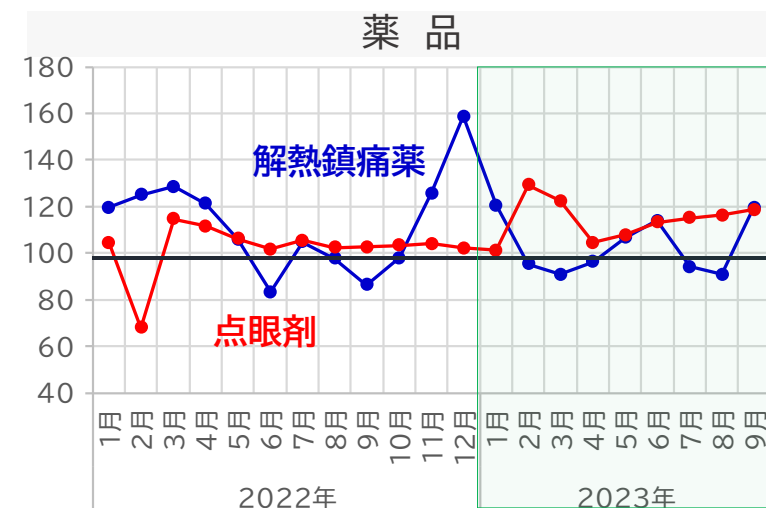
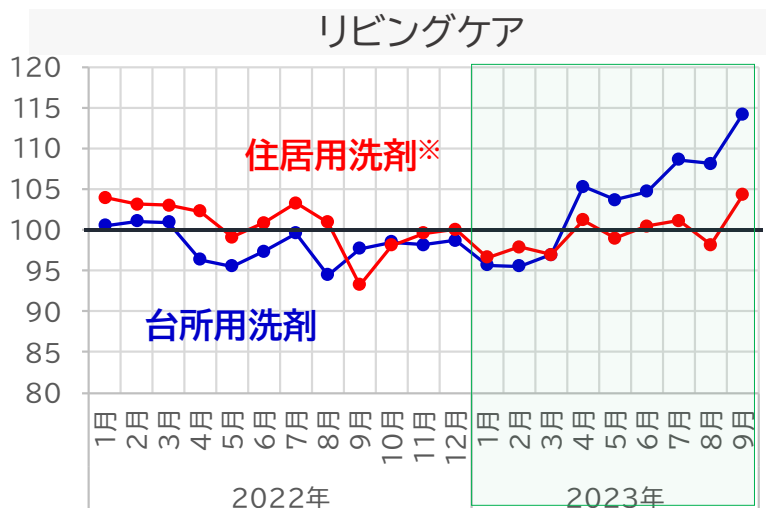
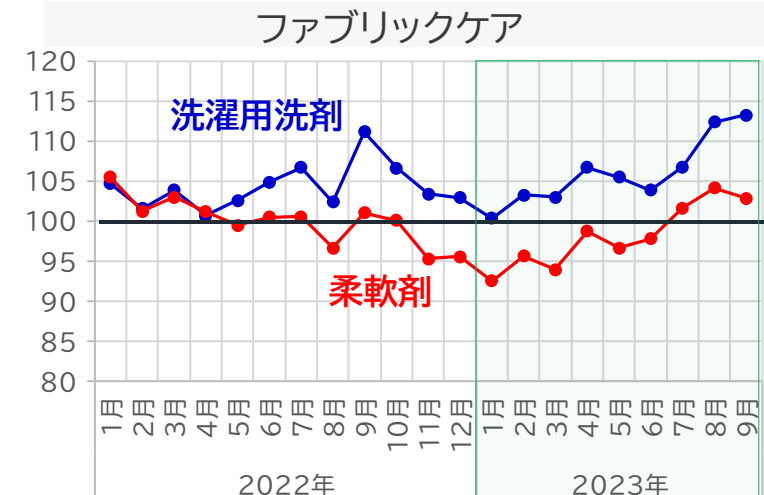
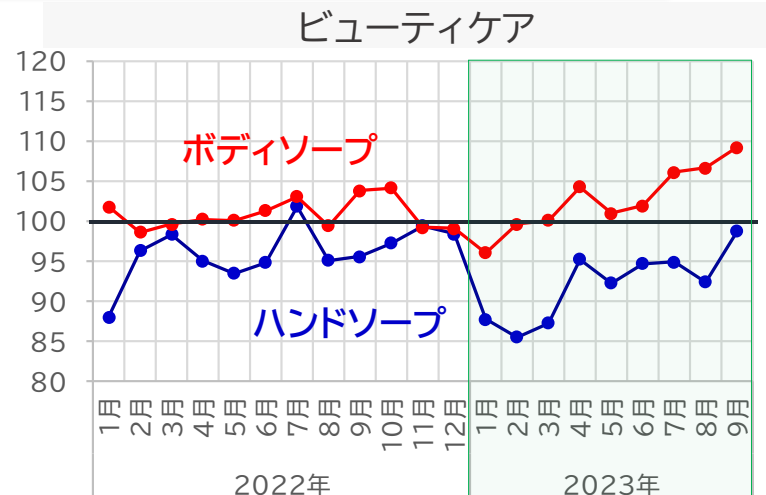
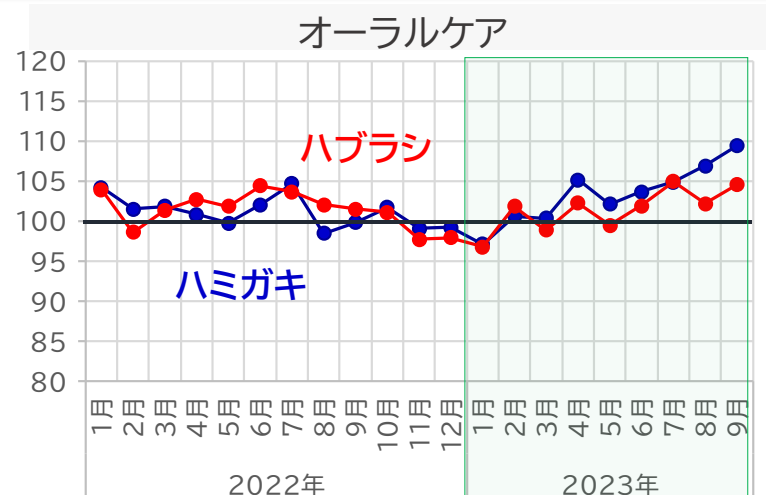
営業利益・親会社の所有者に帰属する四半期利益（減益）

- 事業利益の減益に加え、昨年1月に土地の譲渡益を計上した反動により減益

市場全体は4月以降回復が続き、1-9月では概ね前年同期を上回る

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+



23年1-9月主要項目比較(%)

項目	対22年	対21年	対19年
ハミガキ	103	105	108
ハブラシ	101	104	97
ハンドソープ	92	88	117
洗濯用洗剤	106	111	113
柔軟剤	98	99	103
台所用洗剤	104	102	117
住居用洗剤	100	101	111
解熱鎮痛薬	102	108	127

※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の概況

洗濯用洗剤は前年同期を上回って推移

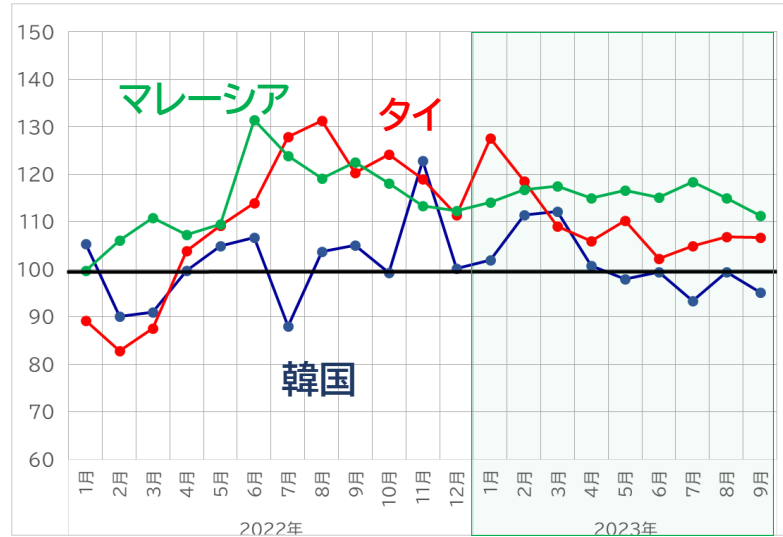
国別カテゴリー別 販売金額比較(%) (23年1-9月)

出典: Nielsen

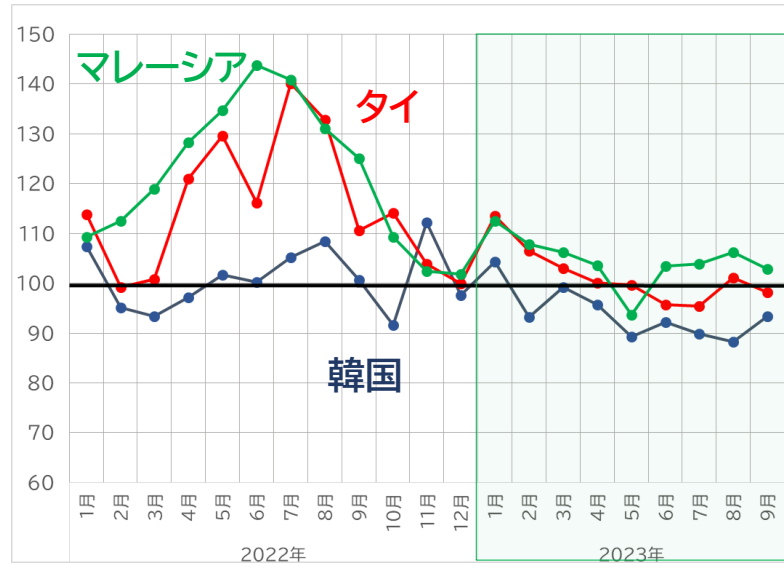
カテゴリー	タイ			マレーシア			韓国		
	対22年	対21年	対19年	対22年	対21年	対19年	対22年	対21年	対19年
洗濯用洗剤	110	116	95	116	132	114	101	100	95
ハブラシ	101	119	94	104	132	122	94	95	84
ハンドソープ	89	79	141	60	48	134	82	77	118

海外市場の動向 前年同月比(%)

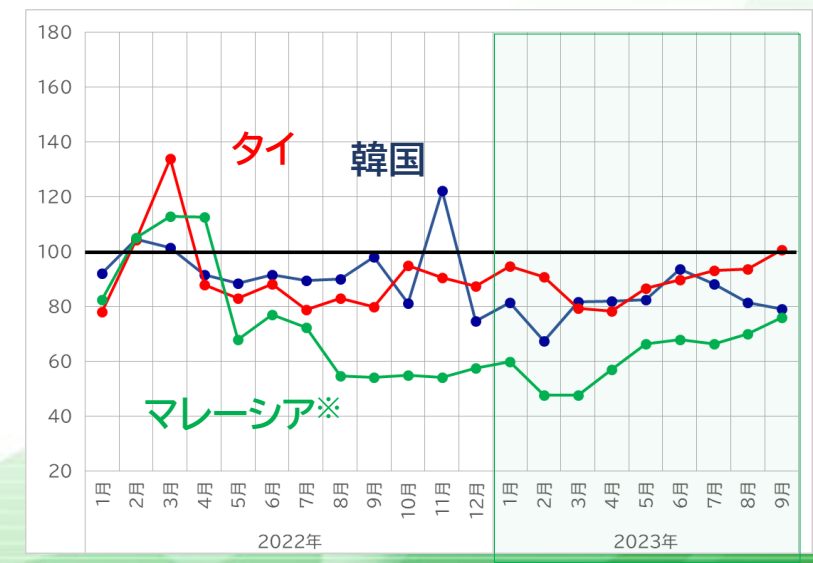
洗濯用洗剤



ハブラシ



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

売上高は前年同期を上回るも、 事業利益は競争費用の増加や本社移転費用の発生等により減益

(単位:億円)	2023年 1-9月	2022年 1-9月	増減	
			額	率(%)
売上高	2,960.9	2,861.4	99.5	3.5 1.5*
※1 事業利益	126.0	172.2	△46.2	△26.8
事業利益率(%)	4.3	6.0		
営業利益	125.1	223.9	△98.8	△44.1
営業利益率(%)	4.2	7.8		
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	88.5	171.0	△82.5	△48.3
基本的1株当たり 四半期利益(円)	31.12	60.04	△28.92	△48.2
※2 EBITDA	260.2	287.9	△27.7	△9.6
※3 EBITDAマージン(%)	8.8	10.1	—	△1.3P

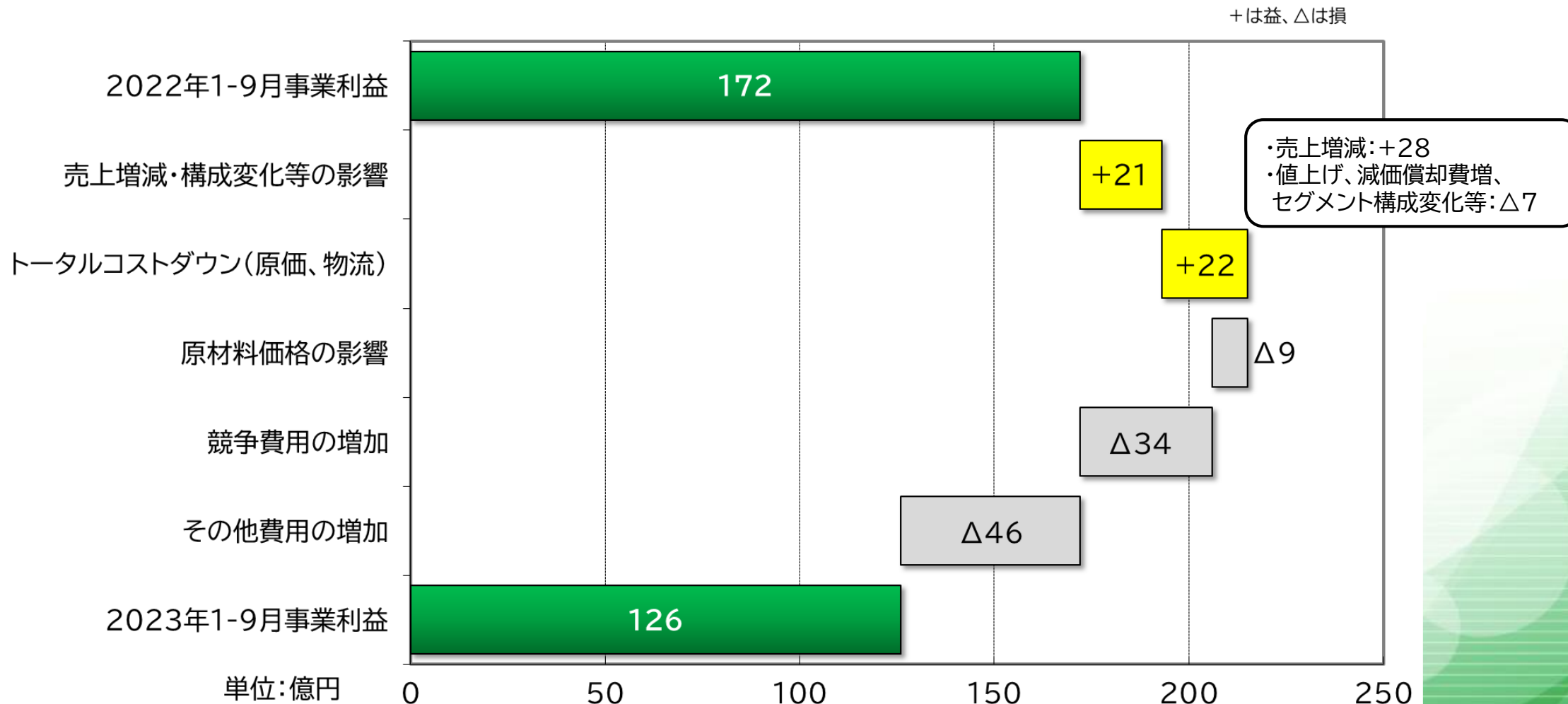
※1 事業利益は、売上総利益から販売費及び一般管理費を控除したもので、恒常的な事業の業績を測る当社の利益指標です。

※2 EBITDA:事業利益に減価償却費(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。

海外を中心とした売上増による粗利増やコストダウンが増益要因となるも、競争費用の増加や本社移転費用の発生等により全体では減益



一般用消費財は増収減益、産業用品、海外、その他は増収増益

(単位:億円)	売上高				セグメント利益 (事業利益)			
	2023年 1-9月	2022年 1-9月	増減		2023年 1-9月 (率(%))	2022年 1-9月 (率(%))	増減	
			額	率(%)			額	率(%)
一般用消費財	1,965.1	1,930.0	35.0	1.8	30.8	89.7	△58.9	△65.6
	1,674.4	1,673.1	1.3	0.1	(1.6)	(4.6)		
産業用品	427.1	423.3	3.7	0.9	25.1	23.9	1.1	4.9
	281.9	276.8	5.0	1.8	(5.9)	(5.7)		
海外	1,096.3	962.6	133.6	13.9	59.7	33.5	26.1	77.9
	991.8	881.0	110.7	12.6	(5.4)	(3.5)		
その他	155.3	112.8	42.4	37.6	9.3	8.6	0.6	7.7
	12.8	30.5	△17.7	△58.1	(6.0)	(7.7)		
調整額	△683.0	△567.5	△115.5	—	0.9	16.3	△15.3	—
	—	△0.1	0.1	—				
連結計	2,960.9	2,861.4	99.5	3.5	126.0 (4.3)	172.2 (6.0)	△46.2	△26.8

※売上高: 上段は総売上高、下段は外部売上高

ファブリックケア、薬品が増収、その他は主に製造子会社のグループ内売上が増加
オーラルケアはハミガキで一部製品出荷停止の影響もあり前年同期比微減

(単位:億円)	総売上高			
	2023年 1-9月	2022年 1-9月	増減	
			額	率(%)
オ ー ラ ル ケ ア	518.9	520.4	△1.5	△0.3
ビ ュ ー テ ィ ケ ア	180.0	198.0	△17.9	△9.1
フ ァ ブ リ ッ ク ケ ア	466.6	439.3	27.3	6.2
リ ビ ン グ ケ ア	158.0	170.6	△12.6	△7.4
薬 品	189.3	179.1	10.1	5.7
そ の 他	452.1	422.4	29.7	7.0
合 計	1,965.1	1,930.0	35.0	1.8

初期出荷は計画を達成、価格帯構成比等も当初想定通りに進捗

◆ 2つの価格帯は狙った構成比で推移

◆ それぞれ高い継続購入割合^{*}を獲得

発売累計 本数シェア



出典: (株)インテージ SRI+
ヘビー洗剤市場 期間: 2023年9月18日-10月15日
NANOX one内個数構成比



68%

72%

67%

出典: SOOパネルデータ
抽出期間1: 2023年9月15日-2023年9月22日
抽出期間2: 2023年9月23日-2023年10月15日
^{*}期間1で対象品を購入された方のうち、期間2でいずれかの衣料用洗剤を購入された方の中で、対象品を継続購入されている人の割合

今後、トライアルユーザーの獲得とリピート拡大により売上拡大を目指す

東南・南アジア、北東アジアともに増収増益

(単位:億円)	総売上高				セグメント利益 (事業利益)			
	2023年 1-9月	2022年 1-9月	増減		2023年 1-9月	2022年 1-9月	増減	
			額	率(%)			額	率(%)
東南・南アジア	668.7	611.0	57.6	9.4	34.0	14.8	19.2	129.5
北東アジア	427.6	351.5	76.0	21.6	25.6	18.7	6.9	37.0
合計	1,096.3	962.6	133.6	13.9	59.7	33.5	26.1	77.9

※前期にバングラデシュ人民共和国に合併会社を設立したことから、従来の「東南アジア」の表記を「東南・南アジア」に変更しております。

※為替変動の影響を除く実質売上高増減率

東南・南アジア: 1.7% (タイ:3.4%、マレーシア:△0.6%)

北東アジア: 17.4% (中国※:33.6%、韓国:7.1%) ※青島ライオン

合計: 7.4%

中国が大幅に伸長、タイ、韓国も前年同期を上回る マレーシアは前年同期比微減も、主力の洗濯用洗剤が回復傾向

タイ +3.4% *実質売上高増減率、他国も同様

- ▶ 洗濯用洗剤は、厳しい競争環境が続くも、値引き販促の抑制により総売上高は増収
- ▶ ボディソープ「植物物語」が好調

パーソナルケア分野売上高

対前年増減率:+7.2% 売上構成比:31.6%

マレーシア Δ 0.6%

- ▶ 厳しい競争環境の中、店頭施策の強化等もあり洗濯用洗剤が前年同期を上回る
- ▶ 利益は大幅に改善

パーソナルケア分野売上高

対前年増減率: Δ 4.7% 売上構成比:19.7%

中国 +33.6%

- ▶ オンライン
2022年のEC代理店変更の影響から回復傾向
- ▶ オフライン
ハミガキ「ホワイト&ホワイト」の現地生産品が好調

パーソナルケア分野売上高

対前年増減率:+43.1% 売上構成比:85.0%

韓国 +7.1%

- ▶ 洗濯用洗剤「Beat」のオフライン販売が好調
- ▶ ハンドソープ市場の前年割れ傾向が続き苦戦

パーソナルケア分野売上高

対前年増減率:+1.4% 売上構成比:29.2%

■ 2023年度 第3四半期連結業績

■ 2023年度 連結業績予想

年初公表から変更なし

(単位:億円)	2023年	2022年	増減	
			額	率(%)
売上高	4,100.0	3,898.6	201.3	5.2
※1 事業利益	250.0	235.5	14.4	6.1
事業利益率(%)	6.1	6.0		
営業利益	250.0	288.4	△38.4	△13.3
営業利益率(%)	6.1	7.4		
親会社の所有者に 帰属する当期利益	175.0	219.3	△44.3	△20.2
基本的1株当たり 当期利益(円)	61.45	77.04	△15.59	△20.2
※2 EBITDA	420.0	399.4	20.5	5.1
※3 EBITDAマージン(%)	10.2	10.2	—	△0.0P
※4 ROIC(%)	5.5	6.0	—	△0.5P
ROE(%)	6.5	8.5	—	△2.0P

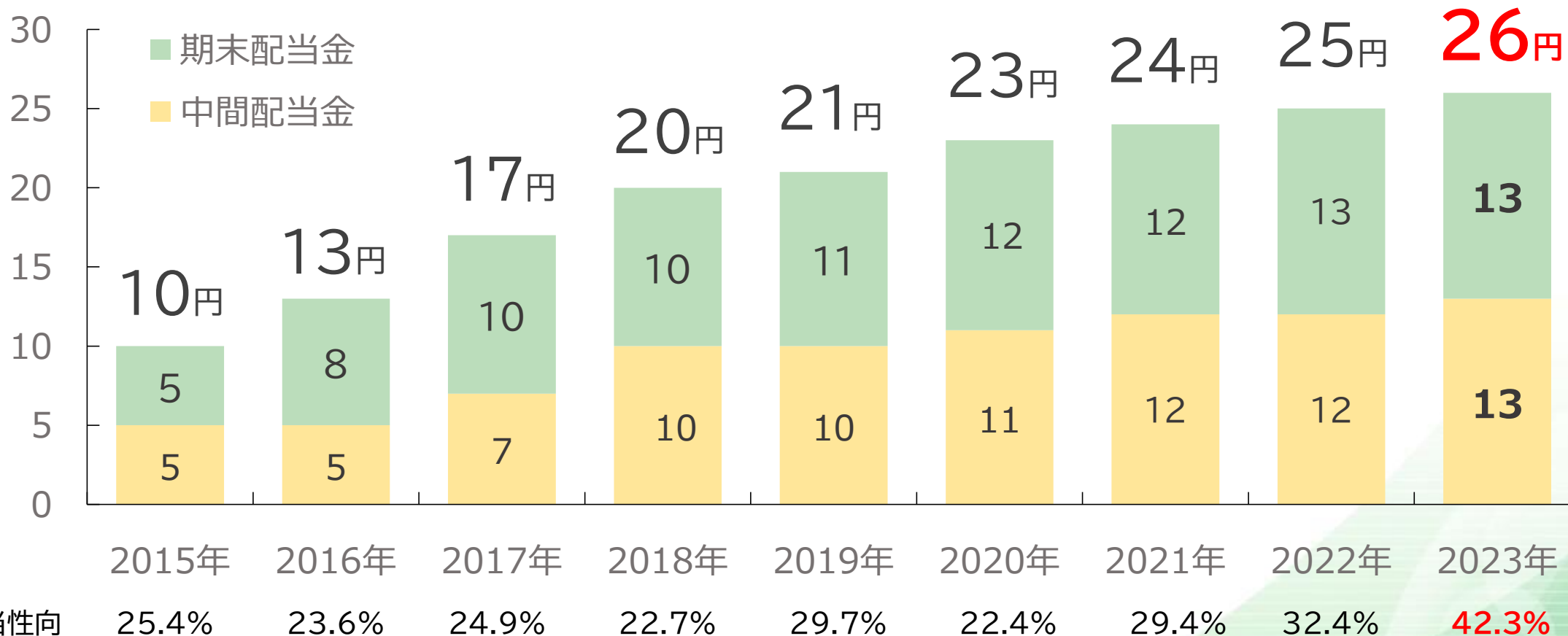
※1 事業利益:売上総利益から販売費及び一般管理費を控除したもので、恒常的な事業の業績を測る当社の利益指標です。

※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(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。

※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。

配当は8期連続増配の年間26円を予定(連結配当性向42.3%)



【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

2023年7-9月 連結業績

(単位:億円)	2023年 1-6月	2023年 7-9月	前年同期増減	
			額	率(%)
売上高	1,928.8	1,032.1	22.6	2.2
※1 事業利益	63.6	62.4	△18.8	△23.2
事業利益率(%)	3.3	6.0		
営業利益	62.4	62.6	△18.6	△22.9
営業利益率(%)	3.2	6.1		
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	42.9	45.5	△14.9	△24.8
基本的1株当たり 四半期利益(円)	15.12	16.00	△5.29	△24.8
※2 EBITDA	149.5	110.6	△8.9	△7.5

※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。

2023年7-9月 セグメント別業績

(単位:億円)	売上高				セグメント利益 (事業利益)			
	2023年 1-6月	2023年 7-9月	前年同期増減		2023年 1-6月 (率(%))	2023年 7-9月 (率(%))	前年同期増減	
			額	率(%)			額	率(%)
一般用消費財	1,287.8	677.3	2.6	0.4	7.3	23.4	△23.2	△49.7
	1,097.4	576.9	△10.9	△1.9	(0.6)	(3.5)		
産業用品	285.0	142.0	△9.2	△6.1	16.7	8.3	△0.0	△0.9
	187.6	94.2	0.2	0.3	(5.9)	(5.9)		
海外	702.5	393.7	43.0	12.3	34.9	24.7	9.9	67.6
	634.1	357.6	33.2	10.3	(5.0)	(6.3)		
その他	109.6	45.7	△2.6	△5.5	7.4	1.9	△1.9	△49.8
	9.6	3.1	1.7	131.2	(6.8)	(4.2)		
調整額	△456.2	△226.7	△11.1	—	△2.8	3.8	△3.6	—
	—	—	△1.7	—				
連結計	1,928.8	1,032.1	22.6	2.2	63.6 (3.3)	62.4 (6.0)	△18.8	△23.2

※売上高:上段は総売上高、下段は外部売上高

2023年7-9月 一般用消費財事業 分野別売上高

(単位:億円)	総売上高			
	2023年 1-6月	2023年 7-9月	前年同期増減	
			額	率(%)
オーラルケア	344.7	174.1	△9.7	△5.3
ビューティケア	119.3	60.7	△11.7	△16.2
ファブリックケア	298.3	168.3	17.9	12.0
リビングケア	108.1	49.8	△6.8	△12.0
薬品	118.9	70.3	2.9	4.4
その他	298.3	153.8	9.9	6.9
合計	1,287.8	677.3	2.6	0.4

(単位:億円)	2023年 1-9月	2022年 1-9月	増減	
			金額	率(%)
売上高	2,960.9	2,861.4	99.5	3.5
売上原価	1,647.4	1,584.7	62.7	4.0
売上総利益	1,313.4	1,276.6	36.8	2.9
販売費及び一般管理費	1,187.4	1,104.3	83.0	7.5
事業利益	126.0	172.2	△46.2	△26.8
その他の収益	10.6	62.0	△51.4	△82.8
その他の費用	11.5	10.3	1.2	11.6
営業利益	125.1	223.9	△98.8	△44.1
金融収益	9.6	8.9	0.7	8.0
金融費用	6.2	0.9	5.2	553.6
持分法による投資利益	13.5	15.1	△1.5	△10.3
税引前当期利益	142.1	247.0	△104.9	△42.5
法人所得税費用	40.0	69.5	△29.4	△42.4
当期利益	102.0	177.5	△75.4	△42.5
非支配持分に帰属する当期利益	13.5	6.4	7.0	109.0
親会社の所有者に帰属する当期利益	88.5	171.0	△82.5	△48.3

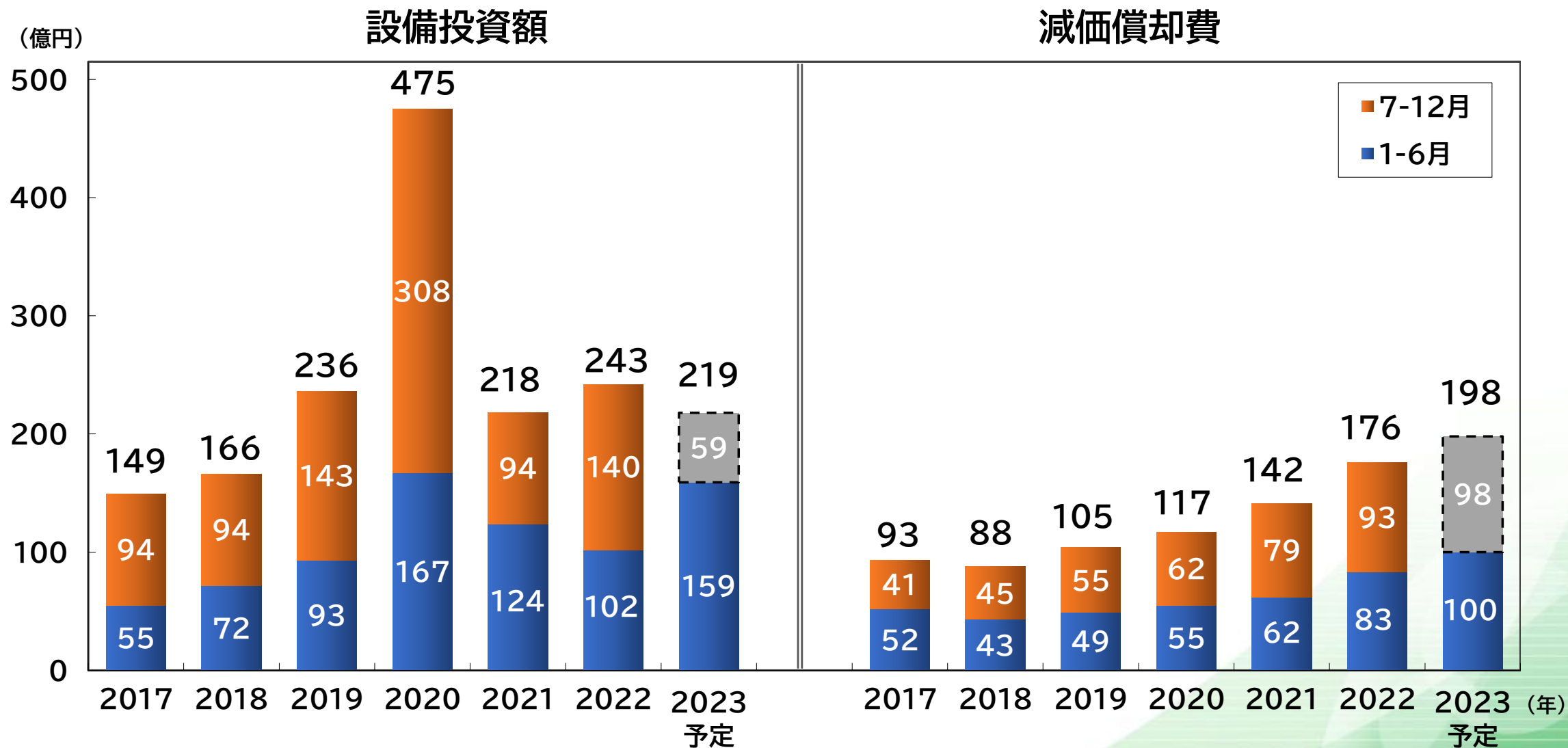
販売費及び一般管理費

(単位:億円)	2023年 1-9月		2022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	1,187.4	40.1	1,104.3	38.6	83.0	7.5
販売手数料	62.8	2.1	73.3	2.6	△10.4	△14.3
販売促進費	275.5	9.3	229.7	8.0	45.7	19.9
広告宣伝費	159.5	5.4	160.7	5.6	△1.1	△0.7
運賃・保管料	157.7	5.3	155.2	5.4	2.4	1.6
研究開発費	81.9	2.8	80.3	2.8	1.5	1.9
その他	449.8	15.2	404.8	14.1	44.9	11.1

(単位:億円)		2023年 9月末	2022年 12月末	増減額
流動資産		2,272.1	2,376.9	△104.7
	現金及び現金同等物	738.3	1,010.7	△272.4
	営業債権及びその他の債権	776.3	712.6	63.6
	棚卸資産	599.4	539.0	60.3
非流動資産		2,516.6	2,315.8	200.8
	有形固定資産	1,383.9	1,301.3	82.5
	無形資産	228.8	239.1	△10.3
	使用権資産	316.9	315.1	1.7
	その他の金融資産	245.4	228.5	16.9
資産合計		4,788.8	4,692.7	96.0

(単位:億円)		2023年 9月末	2022年 12月末	増減額
流動負債		1,411.5	1,415.7	△4.2
	営業債務及びその他の債務	1,251.4	1,260.2	△8.7
	リース負債	21.0	17.4	3.6
	その他の流動負債	77.5	70.6	6.9
非流動負債		459.0	485.3	△26.3
	退職給付に係る負債	60.5	104.3	△43.7
	リース負債	284.3	288.4	△4.1
資本		2,918.2	2,791.6	126.5
	資本金	344.3	344.3	—
	資本剰余金	310.9	310.6	0.2
	自己株式	△78.6	△80.5	1.8
	その他の資本の構成要素	192.2	139.6	52.6
	利益剰余金	1,979.5	1,928.4	51.0
負債及び資本合計		4,788.8	4,692.7	96.0

(単位:億円)	2023年 1-9月	2022年 1-9月	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	131.1	186.5	△55.3
投資活動によるキャッシュ・フロー	△306.6	△133.7	△172.9
財務活動によるキャッシュ・フロー	△110.4	△192.3	81.8
現金及び現金同等物に係る換算差額	13.4	18.0	△4.5
現金及び現金同等物の増減額	△272.4	△121.4	△151.0
現金及び現金同等物の期首残高	1,010.7	972.5	38.2
現金及び現金同等物の期末残高	738.3	851.0	△112.7



※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35市場※計 前年同期比(%)

	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 1-9月
販売金額	102	102	112	95	101	102
販売個数	100	100	105	92	97	95
平均単価	102	102	106	103	104	107

※(株)インテージ SRIデータ(2017年は当社参入主要37市場計、2018年~2020年当社参入主要38市場計)

SRI+データ(2021年は当社参入主要38市場計、2022年は当社参入主要37市場計、2023年1-9月は当社参入主要35市場計)

2) 家庭品SCI 当社参入主要14市場※計 前年同期比(%)

	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 1-9月
販売金額	102	105	108	102	101	99
販売個数	100	102	101	96	96	93
平均単価	103	104	106	107	106	106

※(株)インテージ SCIデータ(2017年~2019年は当社参入主要15市場計、2020年~当社参入主要14市場計)

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

	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 1-9月
販売金額	102	100	93	103	104	113
販売個数	101	99	89	101	102	109
平均単価	101	101	105	102	101	103

※(株)インテージ SDIデータ(2017~2018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。2017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(%)

	2018年 年計	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 1-9月
販売金額	104	104	102	110	101	97
販売個数	102	102	99	107	100	96
平均単価	102	102	103	103	102	101

※(株)インテージ SCIデータ

2023年 経営環境 原料価格・為替の想定

※指標は全て2023年年間平均を示す

◇8/7時点

ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
75\$/BBL	60,000円/KL	3,800RM/ton

為替の前提

米ドル	タイバーツ
138円	4.00円

◇参考 5/9時点

ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
80\$/BBL	62,000円/KL	4,000RM/ton

米ドル	タイバーツ
130円	3.80円

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。

※当社グループは国際財務報告基準(IFRS)を適用しています。
※金額は表示単位未満を切捨てして表示しております。