

2025年12月期 第1四半期 決算説明資料

ライオン株式会社
2025年5月8日

- 2025年度 第1四半期 連結業績
- 2025年度 連結業績予想

■ 2025年度 第1四半期 連結業績

■ 2025年度 連結業績予想

□ 売上高（対前年同期:増収）

一般用消費財は、ブランド譲渡等の影響もあり減収となるも、海外は、マレーシア、中国等が増収となり、連結全体では増収

□ 事業利益（対前年同期:増益）

値上げ・コストダウンの継続、競争費用の効率化等、国内外での収益性向上施策により対前年同期で大幅な増益

□ 営業利益・親会社の所有者に帰属する四半期利益（対前年同期:増益）

事業利益の増益により増益

□ EBITDAマージン（対前年同期:上昇）

事業利益率の向上により1.0ptの上昇

2025年度 第1四半期 連結業績

売上高、各利益は前年同期を上回り、事業利益率は1.3P改善

(単位:億円)		2025年 1-3月	2024年 1-3月	増減	
				額	率(%)
	売上高	942.3	929.6	12.7	1.4 為替影響除く 0.1 為替・事業譲渡影響除く 0.8
※1	事業利益 事業利益率(%)	52.8 5.6	39.9 4.3	12.9	32.4
	営業利益 営業利益率(%)	56.3 6.0	48.9 5.3	7.4	15.2
	親会社の所有者に 帰属する四半期利益	40.2	35.4	4.7	13.5
	基本的1株当たり 四半期利益(円)	14.57	12.72	1.85	14.5
※2	EBITDA	96.9	86.0	10.8	12.7
※3	EBITDAマージン(%)	10.3	9.3	—	1.0P

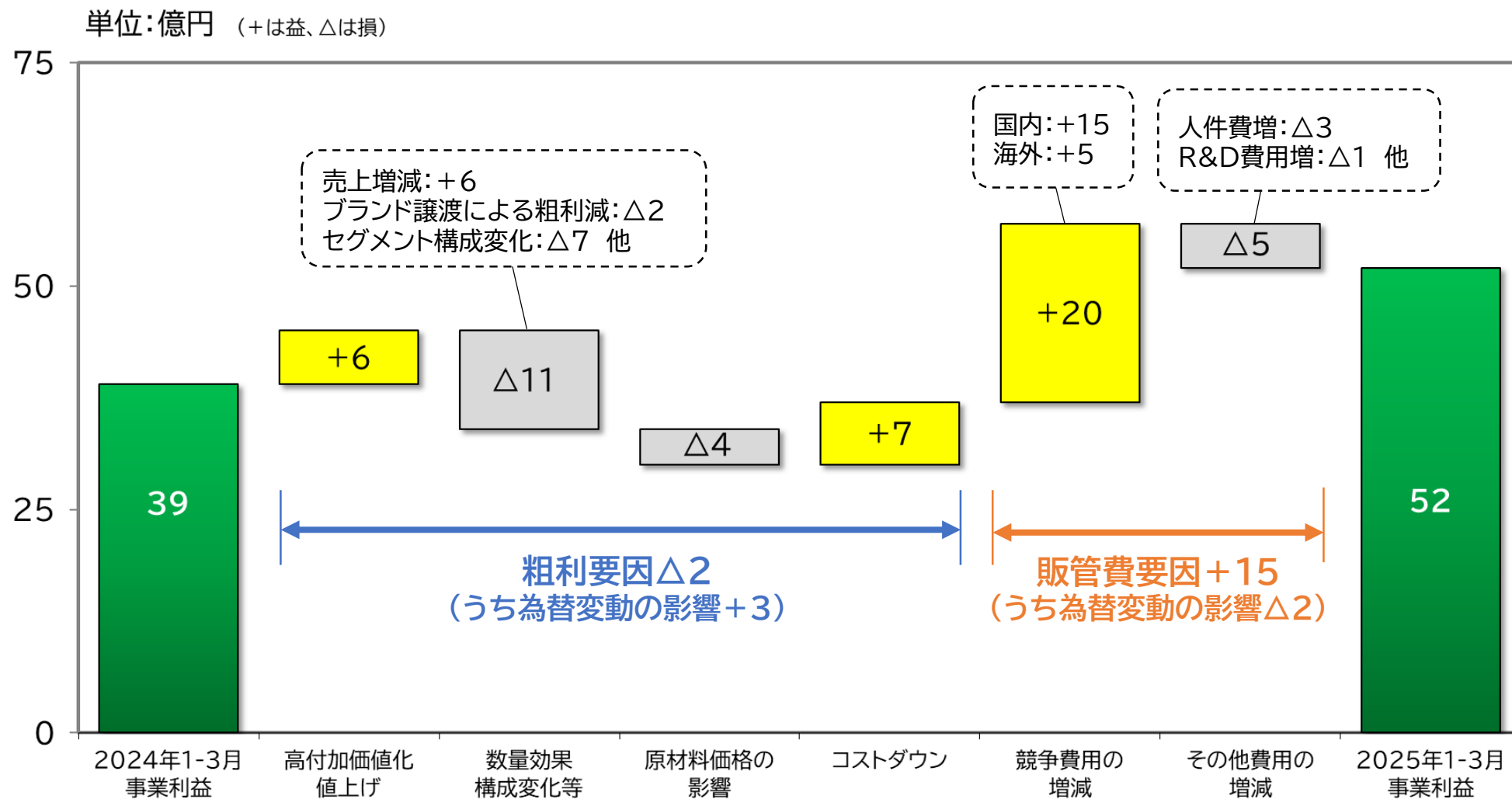
※1 事業利益は、売上総利益から販売費及び一般管理費を控除したもので、恒常的な事業の業績を測る当社の利益指標です。

※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。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。

2025年度 第1四半期 事業利益増減要因

高付加価値化・値上げ、コストダウン、競争費用効率化等の収益性向上施策により増益



収益力の強靱化に向けた3つの基本方針を掲げ、 企業価値向上にフォーカスした経営指標の達成を目指していく

【3つの基本方針】

事業 ポートフォリオ マネジメント の強化

経営資源の配分を先鋭化し、収益性の高い事業ポートフォリオを実現

- オーラルヘルスケアの成長加速
- 海外成長施策の強化
- 一般用消費財の収益構造改革

経営基盤 の強化

サステナブルな事業成長と効率性の高い事業運営のための基盤を強化

- グループR&D体制の強化
- 収益力強靱化を実現するDX
- コーポレートガバナンスの強化

ダイナミズム の創出

戦略推進力の強化に向け、グループ資産を最大活用しダイナミズムを創出

- ブランド資産の活用
- 人的資本価値の向上/組織マネジメントの強化

【テーマ】 収益力の 強靱化

2nd STAGE 重視する 経営指標

<2027年目標>

EBITDAマージン

13%超

ROIC

8~9%

EPS CAGR※

11%超

2025年度 第1四半期 セグメント別業績

一般用消費財は収益構造改革により大幅増益、海外は利益ある成長が継続

(単位:億円)	売上高 (上段は総売上高、下段は外部売上高)				事業利益			
	2025年 1-3月	2024年 1-3月	増減		2025年 1-3月 (率(%))	2024年 1-3月 (率(%))	増減	
			額	率(%)			額	率(%)
一般用消費財	553.8	561.9	△8.0	△1.4	44.1	32.9	11.2	34.1
	471.1	478.5	△7.4	△1.6	(8.0)	(5.9)		
産 業 用 品	141.5	130.4	11.0	8.5	6.5	7.8	△1.2	△16.4
	90.2	86.9	3.2	3.7	(4.6)	(6.0)		
海 外	424.6	414.4	10.1	2.4	18.0	15.1	2.8	18.5
	377.6	360.2	17.4	4.9	(4.2)	(3.7)		
そ の 他	27.6	38.0	△10.4	△27.4	△0.2	1.6	△1.9	—
	3.3	3.8	△0.5	△14.3	(△0.9)	(4.4)		
調 整 額	△205.3	△215.3	10.0	—	△15.6	△17.6	2.0	—
	—	—	—	—				
連 結 計	942.3	929.6	12.7	1.4	52.8 (5.6)	39.9 (4.3)	12.9	32.4

(注)海外事業の重要性の高まりを踏まえ、報告セグメントごとの業績をより適切に反映させるために、当社グループ内の業績管理区分を見直した結果、当第1四半期連結会計期間より、従来、「一般用消費財事業」に含まれていた国内の海外支援部門の関連取引を「海外事業」に含めて表示しております。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、当該変更を反映したものに組み替えて開示しております。

オーラルヘルスケアは順調に成長
ファブリックケア、昨年一部ブランドを譲渡した薬品は減収

(単位:億円)	総売上高			
	2025年 1-3月	2024年 1-3月	増減	
			額	率(%)
オーラルヘルスケア	165.9	156.9	8.9	5.7
ビューティケア	51.8	53.6	△1.7	△3.3
ファブリックケア	121.8	129.3	△7.5	△5.9
リビングケア	44.6	43.7	0.9	2.1
薬品	47.2	56.0	△8.7	△15.6 △6.2*
その他	122.3	122.2	0.0	0.1
合計	553.8	561.9	△8.0	△1.4 △0.4*

*ブランド譲渡の影響を除く実質増減率

東南・南アジアはマレーシアが牽引し増収増益、利益率も上昇
北東アジアは中国が前年同期を上回るも、全体では減収減益

(単位:億円)	総売上高					事業利益			
	2025年 1-3月	2024年 1-3月	増減			2025年 1-3月 (率(%))	2024年 1-3月 (率(%))	増減	
			額	率(%)	実質率 (%)※1			額	率(%)※2
東南・南アジア	261.9	243.1	18.8	7.7	1.2	14.9 (5.7)	11.5 (4.7)	3.4	30.0 (+1.0P)
北 東 ア ジ ア	162.6	171.3	△8.6	△5.1	△2.8	3.0 (1.9)	3.6 (2.1)	△0.6	△17.3 (△0.2P)
合 計	424.6	414.4	10.1	2.4	△0.5	18.0 (4.2)	15.1 (3.7)	2.8	18.5 (+0.5P)

※1 実質率:為替変動の影響を除く実質増減率

※2 ()内は事業利益率の変動

海外事業 主要進出国の状況

(単位:億円)	外部売上高※1				コメント	[参考] パーソナルケア分野※2 売上構成比(%)
	2025年 1-3月	増減額	増減率 (%)	実質 増減率※3 (%)		
タイ	157.3	10.7	7.3	0.6	➤ 店頭プロモーションの強化によりボディソープが好調に推移 ➤ 輸出は前年同期を下回る	32.0
マレーシア	61.7	8.2	15.4	6.5	➤ 積極的な店頭キャンペーンが奏功し洗濯用洗剤、ハミガキが大幅に増収	24.9
中国※4	67.1	2.4	3.8	3.8	➤ 店舗販売チャネルが引き続き増収	89.4
韓国	43.2	△4.8	△10.1	△2.9	➤ カプセル型洗濯用洗剤が好調に推移 ➤ 薬品や輸出の減収により全体では減収	32.1

※1 外部売上高:総売上高よりセグメント内およびセグメント間の内部売上高を除いた売上高

※2 パーソナルケア分野売上高:オーラルヘルスケア、ビューティケア、薬品分野の売上高合計(当社出荷金額ベースで算出)

※3 実質増減率:為替変動の影響を除く実質増減率

※4 青島ライオン

2nd STAGEは順調にスタート

テーマ	KPI	2027年目標 (2024年→2027年)	2025年 1-3月	取組み
オーラルヘルスケアの 成長加速	グループ合計 オーラルヘルスケア 売上成長率	CAGR 8%水準	6.1% (前年同期比)	- 高付加価値品の導入・育成 - 歯科医院向けの新サービスを開始
海外成長施策の強化	売上成長率	CAGR 10%水準	2.4% (前年同期比)	- メラップライオン(ベトナム)の100%子会社化を決議 - パーソナルケア分野強化の継続
	EBITDAマージン	+2pt水準	+0.4pt (2024年度対比)	
一般用消費財の 収益構造改革	EBITDAマージン	+3~5pt水準	+1.4pt (2024年度対比)	価格適正化・SKU削減等収益性向上施策の継続・加速

最重点事業オーラルヘルスケアの成長加速に向けた取組みを推進

<2027年目標>

グループ合計 オーラルヘルスケア売上成長率(CAGR) **8%水準**

オーラルケアからオーラルヘルスケアへの進化

高付加価値化

- 高付加価値品の導入・育成



『クリニカPRO』シリーズに
ラインアップを追加
(3月26日発売)

海外における事業拡大

- メラップライオン(ベトナム)の
100%子会社化を決議

流通網・販売力を活かし
オーラルヘルスケア拡大へ

対象市場の拡張

- 歯科医院を対象とした
新たなサービスを開始

OraCo

『OraCo』
オンラインを通じて
患者の口腔ケア習慣化を
サポートするサービス
(4月~)

コア技術開発強化

- 【口腔衛生】 生体組織、口腔内フローラへのアプローチ
- 【口腔機能】 歯列の健やかな発達、咀嚼機能の維持・向上

■ 2025年度 第1四半期 連結業績

■ 2025年度 連結業績予想

2025年度 連結業績予想

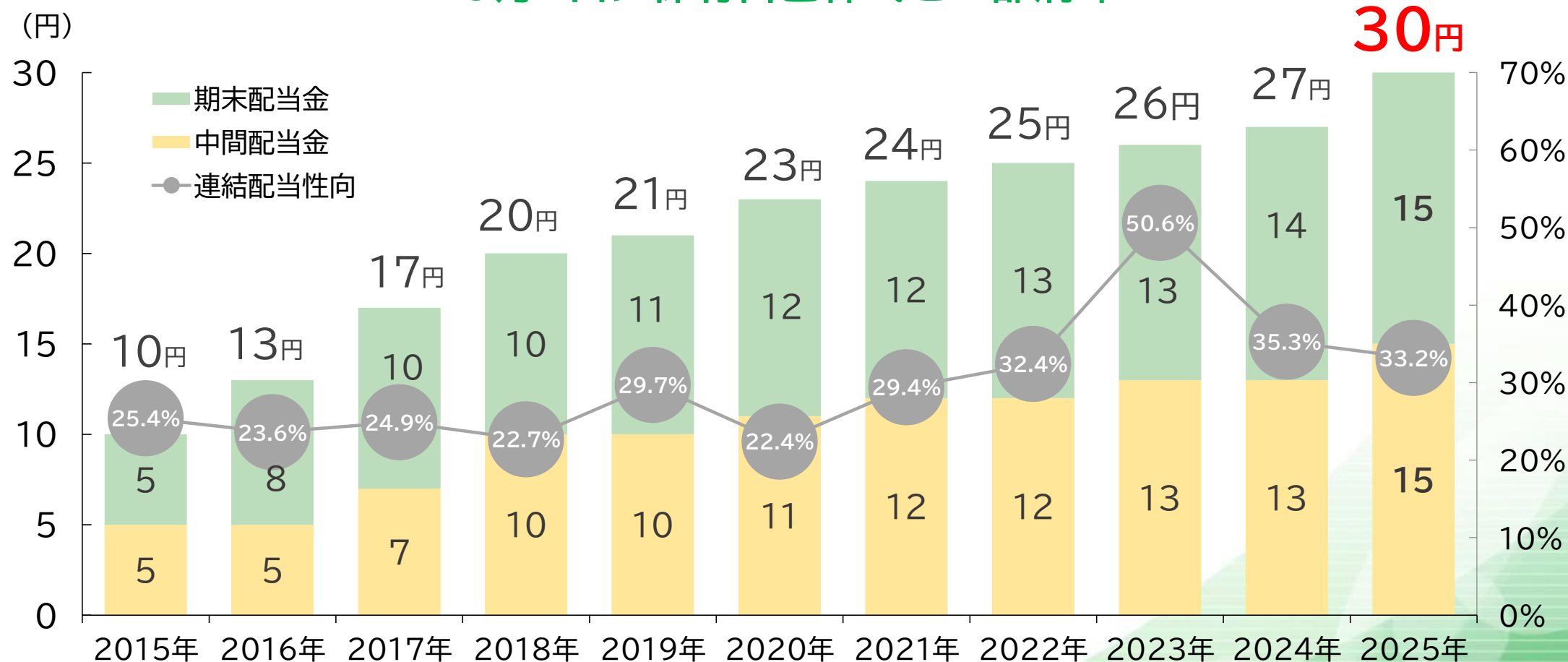
年初公表から変更なし
収益力の強靱化を推進し、対前年で増収増益の計画

(単位:億円)		2025年	2024年	増減	
				額	率(%)
※1	売上高	4,200.0	4,129.4	70.5	1.7
	事業利益率(%)	300.0 7.1	263.3 6.4	36.6	13.9
	営業利益率(%)	350.0 8.3	283.8 6.9	66.1	23.3
	親会社との当期利益に 帰属する1株当たり 基本期的利益(円)	250.0	211.9	38.0	17.9
※2	E B I T D A	490.0	451.5	38.4	8.5
	E B I T D A マージン(%)	11.7	10.9	—	0.8P
※4	R O I C (%)	6.1	5.8	—	0.3P
	R O E (%)	8.3	7.4	—	0.9P

※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。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)で除いたもので、投下した資本に対する効率性と収益性を測る指標です。

年初公表から変更なし
配当は3円増配の年間30円を予定(10期連続増配)
5月7日に保有自己株式を一部消却



【配当の基本方針】 累進配当を基本とし、連結配当性向30%を目安に、収益の向上を通じて増配を実現

今日を愛する。

LION

参考資料

導電性カーボンブラックの増産検討について

2023年度通期 決算説明資料

産業用品事業の成長に向けて

今後の成長に向け、導電性カーボンブラックの増産に向けた新工場建設検討を開始

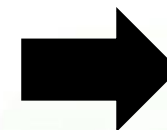
- 当社グループの競争優位性を発揮
- さらなる市場成長への期待
- サステナブルな社会への貢献



導電性カーボンブラックを
重点分野として強化

さらなる供給能力の強化に向け、タイの石油化学大手IRPC社※とMoUを締結
2025年1月を目途に投資判断予定

※IRPC Public Company Limited



市場環境の変化等に鑑み、
投資は見送り

<ご参考> 導電性カーボンブラックについて

当社連結子会社ライオン・スペシャリティ・ケミカルズ㈱が展開する
導電性カーボンブラック「ケッチェンブラック」は、
主に電気自動車のリチウムイオン二次電池用導電助剤、帯電防止剤として採用

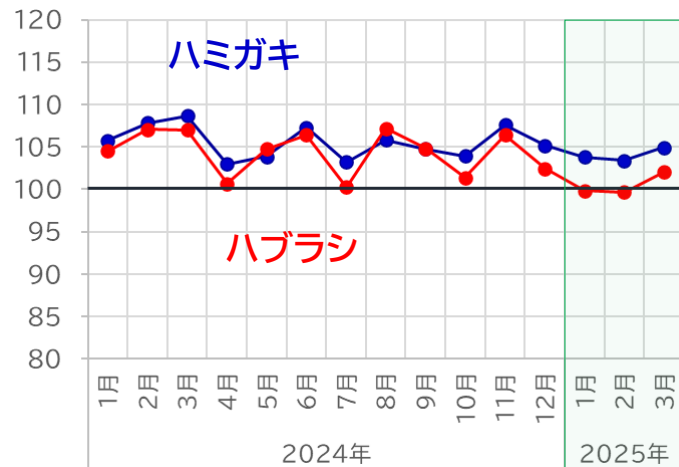


市場動向 国内主要カテゴリーの概況

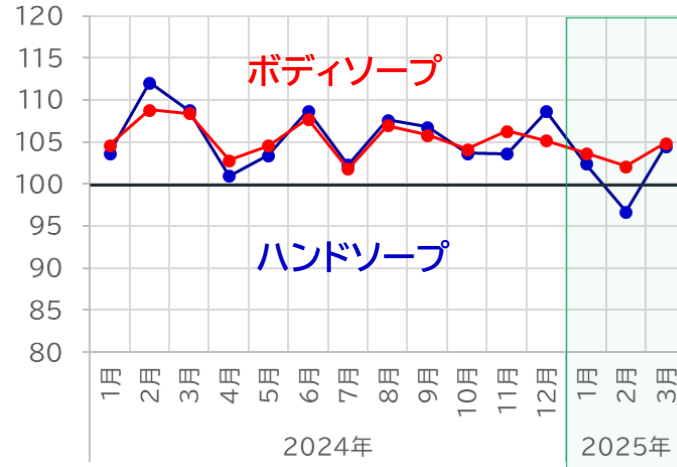
国内一般消費財市場(店頭販売金額) 前年同月比(%)

出典: ㈱インテージ SRI+データ
23年12月にデータの更新があり、過去データも同様に修正した数値を用いています

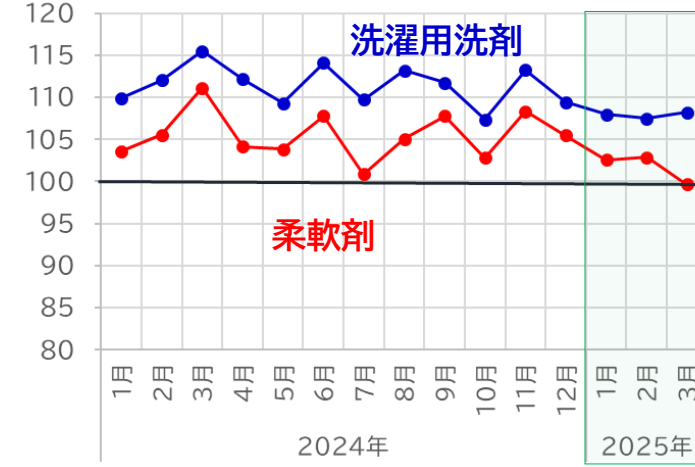
オーラルヘルスケア



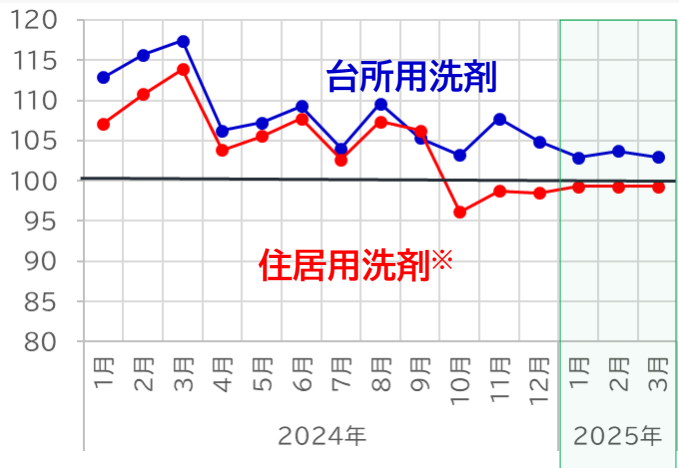
ビューティケア



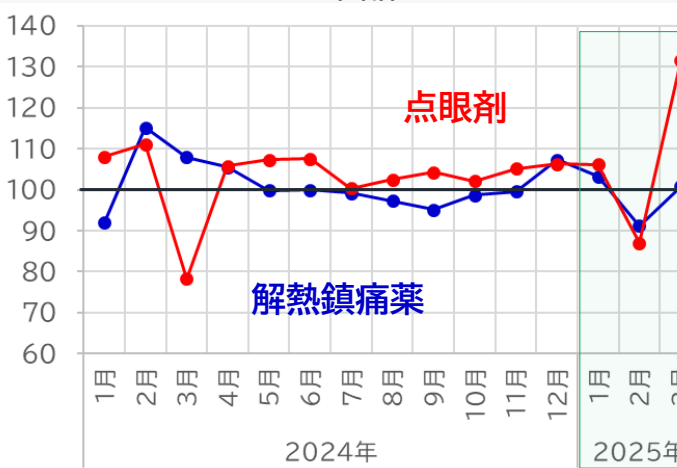
ファブリックケア



リビングケア



薬品



25年1-3月主要項目比較(%)

項目	対24年	対23年	対22年
ハミガキ	104	112	111
ハブラシ	101	107	106
ハンドソープ	101	109	95
洗濯用洗剤	108	121	124
柔軟剤	102	109	102
台所用洗剤	103	119	114
住居用洗剤	99	110	105
解熱鎮痛薬	99	103	101

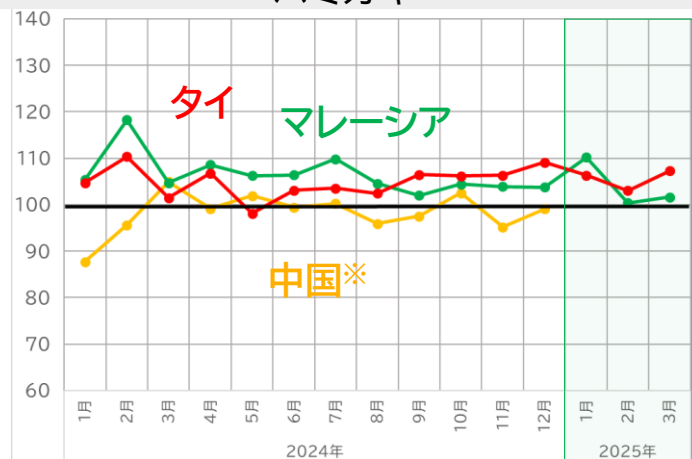
※住居用洗剤は、「浴室用洗剤」「トイレ用洗剤」を合算した数値を示す

市場動向 海外主要カテゴリーの概況

海外一般用消費財市場(店頭販売金額) 前年同月比(%)

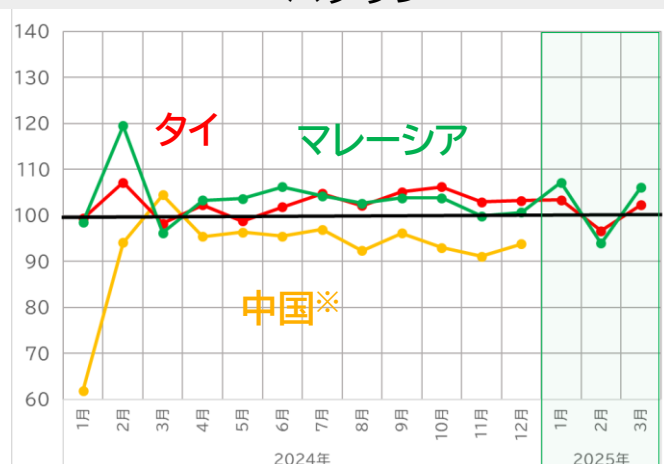
※ライオン調べ

ハミガキ



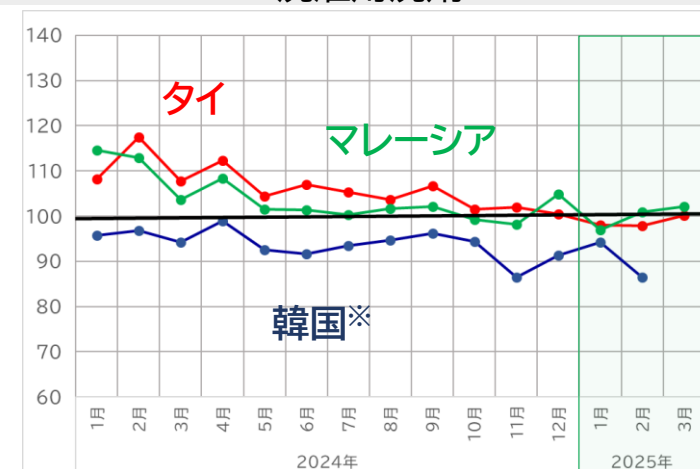
※24年1月～12月データを掲載

ハブラシ



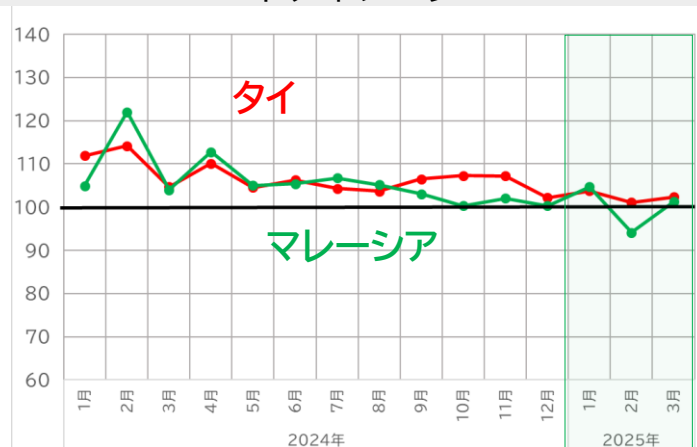
※24年1月～12月データを掲載

洗濯用洗剤

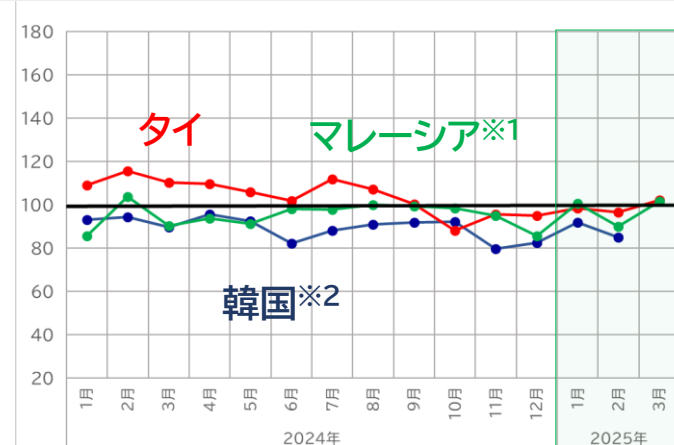


※データの更新があり、過去データも同様に修正した数値を用いています
24年1月～25年2月データを掲載

ボディソープ



ハンドソープ



※1 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
※2 データの更新があり、過去データも同様に修正した数値を用いています
24年1月～25年2月データを掲載

25年1-3月主要項目比較(%) (対24年)

項目	タイ	マレーシア
ハミガキ	106	104
ハブラシ	101	102
洗濯用洗剤	99	100
ボディソープ	102	100
ハンドソープ	99	98

一般用消費財事業 主要ブランド・アイテムの状況（2025年1－3月）

オーラルヘルスケア

前年同期比	金額	個数	単価
オーラルケア 市場※	102%	98%	103%
 クリニカ	100%	100%	100%
 システマ	100%	99%	101%
 NONIO	103%	106%	97%

※ハミガキ、ハブラシ、洗口液、デンタル用品の合計

出典：(株)インテージ SRI+データ

青字・・・当社-市場>3% 赤字・・・当社-市場<-3%

ビューティケア

前年同期比	金額	個数	単価
ハンドソープ 市場	101%	102%	100%
 キレイキレイ	101%	100%	101%
 キレイキレイ 薬用ハンドコンディショニングソープ	181%	180%	101%

一般用消費財事業 主要ブランド・アイテムの状況（2025年1－3月）

ファブリックケア・リビングケア

前年同期比	金額	個数	単価
ヘビー洗剤 市場	108%	101%	108%※
NANOX	92%	75%	110%※
柔軟剤 市場	102%	92%	105%※
ソフラン	93%	83%	103%※
カビ取り剤 市場	101%	96%	107%※
 	108%	89%	123%※

※の場合 容量単価

出典: (株)インテージ SRI+データ

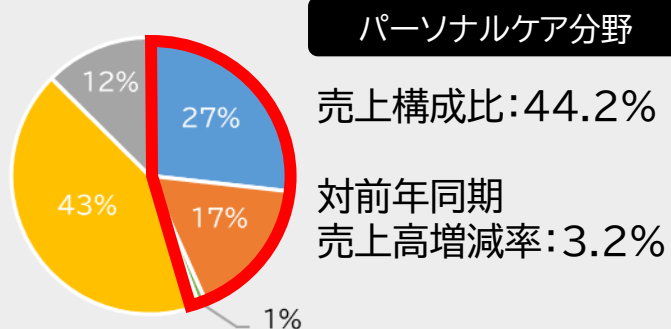
青字・・・当社-市場>3% 赤字・・・当社-市場<-3%

薬品

前年同期比	金額	個数	単価
解熱鎮痛薬 市場	99%	95%	101%※
BUFFERIN	91%	90%	97%※
点眼剤 市場	109%	104%	105%
スマイル [®]	109%	100%	108%

海外事業 分野別売上高※1構成比

海外事業 合計



- オーラルヘルスケア
- ビューティケア
- 薬品
- ホームケア ※3
- 輸出・その他

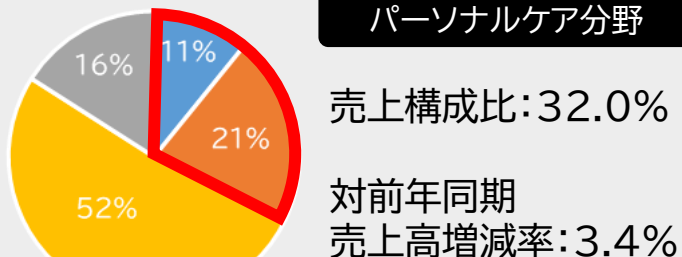
パーソナルケア分野

※1 当社出荷金額ベース(2025年1-3月)

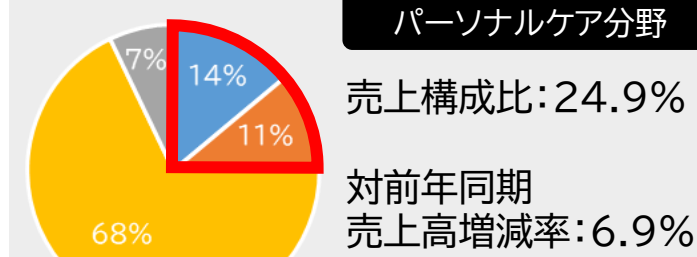
※2 青島ライオン

※3 ファブリックケア、リビングケア

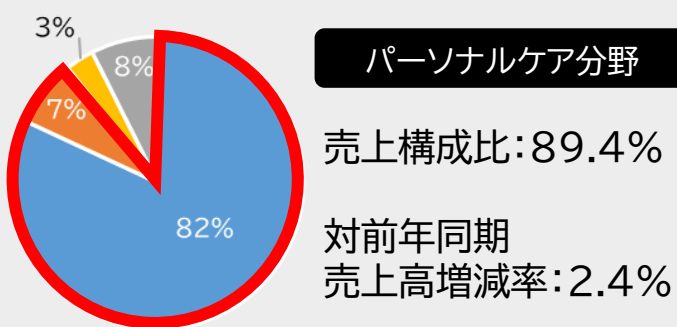
タイ



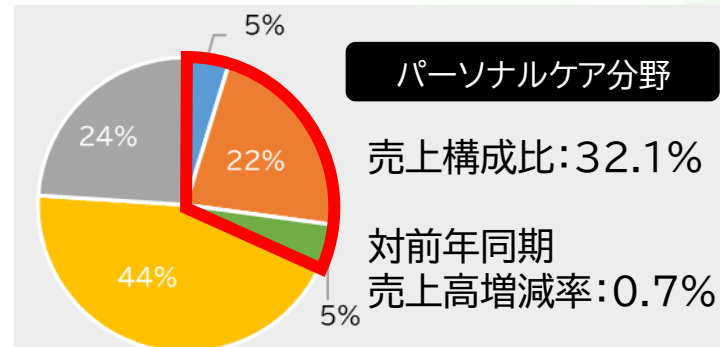
マレーシア



中国※2



韓国



連結損益計算書

(単位:億円)	2025年 1-3月	2024年 1-3月	増減	
			額	率(%)
売上高	942.3	929.6	12.7	1.4
売上原価	522.1	507.3	14.8	2.9
売上総利益	420.2	422.3	△2.1	△0.5
販売費及び一般管理費	367.3	382.3	△15.0	△3.9
事業利益	52.8	39.9	12.9	32.4
その他の収益	5.2	11.4	△6.2	△54.3
その他の費用	1.7	2.4	△0.7	△29.2
営業利益	56.3	48.9	7.4	15.2
金融収益	2.8	4.0	△1.1	△28.7
金融費用	4.0	2.3	1.7	76.0
持分法による投資利益	8.0	7.5	0.5	7.3
税引前四半期利益	63.2	58.1	5.0	8.7
法人所得税費用	15.6	16.1	△0.5	△3.2
四半期利益	47.5	41.9	5.5	13.3
非支配持分に帰属する四半期利益	7.2	6.4	0.7	12.2
親会社の所有者に帰属する四半期利益	40.2	35.4	4.7	13.5

販売費及び一般管理費

(単位:億円)		2025年 1-3月		2024年 1-3月		増減	
		額	構成比 (%)	額	構成比 (%)	額	率(%)
販売費及び一般管理費		367.3	39.0	382.3	41.1	△15.0	△3.9
	販売手数料	12.1	1.3	12.8	1.4	△0.6	△4.9
	販売促進費	99.6	10.6	105.2	11.3	△5.5	△5.3
	広告宣伝費	31.1	3.3	45.1	4.9	△13.9	△30.9
	運賃・保管料	50.4	5.4	52.5	5.7	△2.0	△3.9
	研究開発費	26.0	2.8	25.2	2.7	0.8	3.4
	その他	147.7	15.7	141.4	15.2	6.3	4.5

(単位:億円)		2025年 3月末	2024年 12月末	増減額
流動資産		2,246.0	2,514.2	△268.2
	現金及び現金同等物	808.3	1,022.4	△214.0
	営業債権及びその他の債権	649.9	761.9	△112.0
	棚卸資産	581.0	532.5	48.5
非流動資産		2,388.9	2,457.4	△68.4
	有形固定資産	1,242.1	1,281.4	△39.2
	無形資産	206.8	210.7	△3.9
	使用権資産	303.4	306.6	△3.2
	その他の金融資産	255.1	270.0	△14.8
資産合計		4,634.9	4,971.6	△336.7

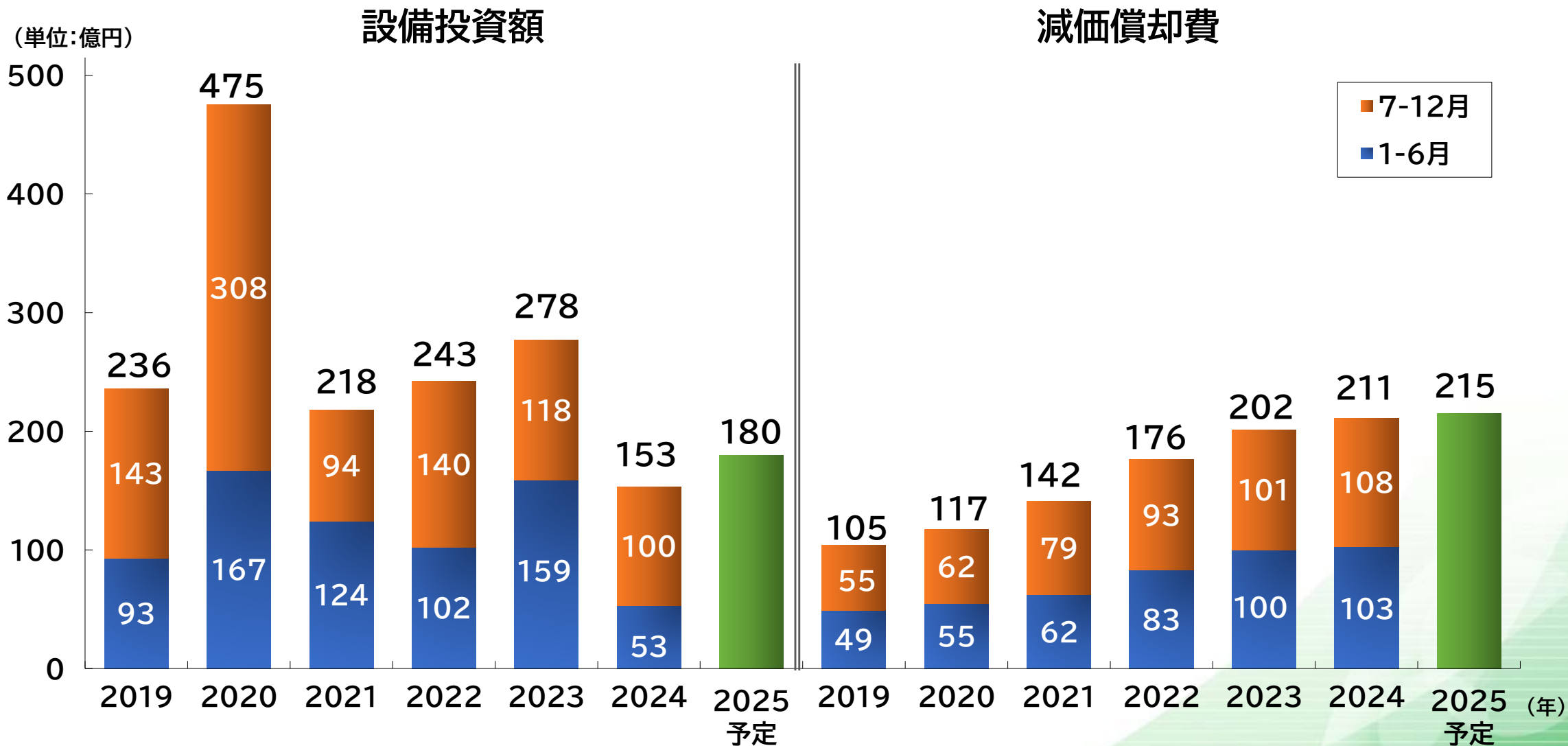
連結財政状態計算書

(単位:億円)		2025年 3月末	2024年 12月末	増減額
流動負債		1,149.9	1,423.7	△273.8
	営業債務及びその他の債務	981.9	1,171.2	△189.3
	リース負債	22.6	20.9	1.6
	その他の流動負債	54.6	84.0	△29.3
非流動負債		378.7	390.9	△12.2
	退職給付に係る負債	20.9	17.3	3.5
	リース負債	271.8	276.3	△4.4
資本		3,106.2	3,156.9	△50.6
	資本金	344.3	344.3	—
	資本剰余金	314.1	313.2	0.8
	自己株式	△86.8	△87.3	0.4
	その他の資本の構成要素	185.6	237.4	△51.8
	利益剰余金	2,133.0	2,129.3	3.6
負債及び資本合計		4,634.9	4,971.6	△336.7

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:億円)	2025年 1-3月	2024年 1-3月	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△101.6	△51.3	△50.3
投資活動によるキャッシュ・フロー	△52.5	△50.8	△1.6
財務活動によるキャッシュ・フロー	△45.3	△142.9	97.6
現金及び現金同等物に係る換算差額	△14.5	7.4	△21.9
現金及び現金同等物の増減額	△214.0	△237.7	23.6
現金及び現金同等物の期首残高	1,022.4	855.2	167.1
現金及び現金同等物の期末残高	808.3	617.5	190.8

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。

1)家庭品SRI、SRI+ 当社参入主要26市場※計 前年同期比(%)

	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 年計	2024年 年計	2025年 1-3月
販売金額	112	95	101	103	107	103
販売個数	105	92	97	96	99	97
平均単価	106	103	104	107	107	106

※(株)インテージ SRIデータ(2020年当社参入主要38市場計)

SRI+データ(2021年 当社参入主要38市場計、2022年 当社参入主要37市場計、2023年 当社参入主要35市場計、2024年～ 当社参入主要26市場計)

2)家庭品SCI 当社参入主要14市場※計 前年同期比(%)

	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 年計	2024年 年計	2025年 1-3月
販売金額	108	102	101	100	105	100
販売個数	101	96	96	93	98	95
平均単価	106	107	106	107	108	105

※(株)インテージ SCIデータ(2020年～ 当社参入主要14市場計)

●SRI:全国約3千店の小売店POSデータによる推計、SRI+:全国約6千店の小売店POSデータによる推計

SCI:2020年～ 全国約5万人の消費者モニター((15-69歳)沖縄除く)による購入実績データ

2025年～ 全国約7万人の消費者モニター((15-79歳)沖縄含む)による購入実績データ

3)OTC医薬品SDI、SRI+ 当社参入主要6市場※計 前年同期比(%)

	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 年計	2024年 年計	2025年 1-3月
販売金額	93	103	103	111	102	103
販売個数	89	101	102	107	99	100
平均単価	105	102	101	103	103	103

※(株)インテージ SDIデータ(2020年 主要7市場計)、SRI+データ(2021年～2023年 主要7市場計、2024年～ 主要6市場計)

4)OTC医薬品SCI 当社参入主要2市場計 前年同期比(%)

	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 年計	2024年 年計	2025年 1-3月
販売金額	102	110	101	97	101	98
販売個数	99	107	100	96	98	97
平均単価	103	103	102	101	103	101

※(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
2025年 想定	80\$/BBL	79,000円/KL	5,000RM/ton

為替の前提

	米ドル	タイバーツ
2025年 想定	152円	4.3円

◇ご参考

	ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
2024年 実績	79.4\$/BBL	73,853円/KL	4,217RM/ton

	米ドル	タイバーツ
2024年 実績	152円	4.3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てして表示しております。