

2015年12月期
第2四半期
決算説明資料

2015年8月5日

ライオン株式会社
代表取締役社長 執行役員
濱 逸夫

本日の内容

- ▶ 2015年第2四半期 業績
- ▶ 2015年下期の
方針・取り組み内容
- ▶ 2015年度 業績予想

2015年第2四半期 業績

連結損益計算書

○第2四半期 過去最高益を達成

(単位：億円)	2015年 1-6月	2014年 1-6月	前年同期増減	
			額	率(%)
売上高	1,802.8	1,766.3	36.4	2.1
営業利益 対売上比(%)	56.9 3.2	39.5 2.2	17.4	44.0
経常利益 対売上比(%)	66.4 3.7	45.0 2.6	21.3	47.4
四半期純利益 対売上比(%)	38.9 2.2	24.6 1.4	14.3	58.1
1株当たり 四半期純利益(円)	14.53	9.19	5.34	58.1

年初公表増減

+22.8(1.3%)

+14.9(35.7%)

+18.4(38.5%)

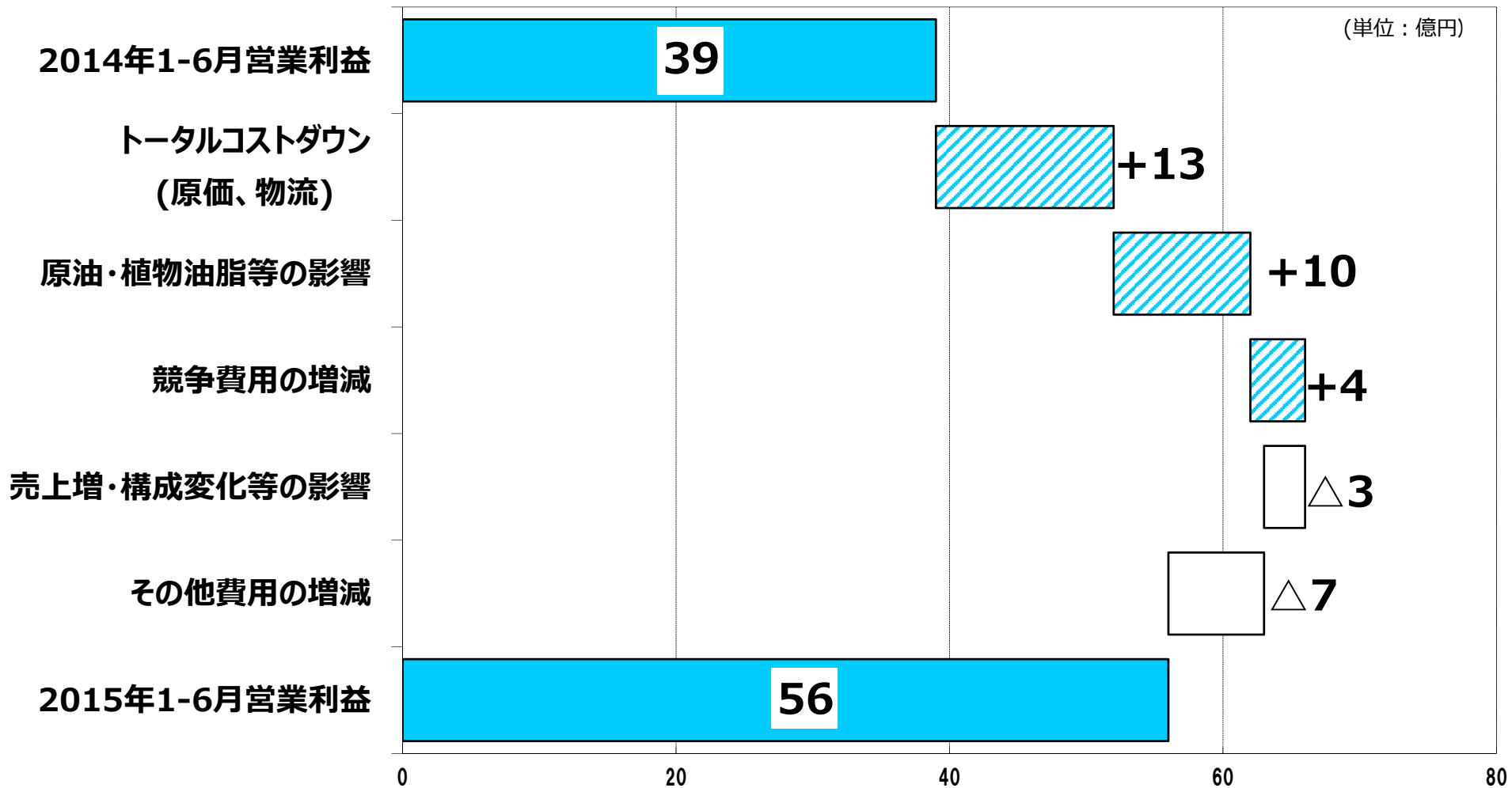
+13.9(55.9%)

セグメント別業績概要

○ 一般用消費財は収益性向上、海外は増収増益

(単位：億円)	売上高				セグメント利益（営業利益）			
	2015年 1-6月	2014年 1-6月	前年同期増減		2015年 1-6月	2014年 1-6月	前年同期増減	
			額	率(%)			額	率(%)
一般用消費財	1,292.9	1,330.5	△37.6	△2.8	25.2	22.7	2.5	11.1
産業用品	290.1	288.4	1.6	0.6	6.9	10.2	△3.3	△32.7
海外	487.4	403.3	84.1	20.9	16.1	3.8	12.2	316.6
その他	143.2	133.6	9.5	7.2	4.9	2.1	2.7	125.5
小計	2,213.7	2,156.0	57.7	2.7	53.2	39.0	14.1	36.2
調整額	△410.9	△389.6	△21.2	-	3.7	0.4	3.2	661.8
連結計	1,802.8	1,766.3	36.4	2.1	56.9	39.5	17.4	44.0

営業利益増減要因



高付加価値品の投入・育成により 市場を上回る成長を獲得



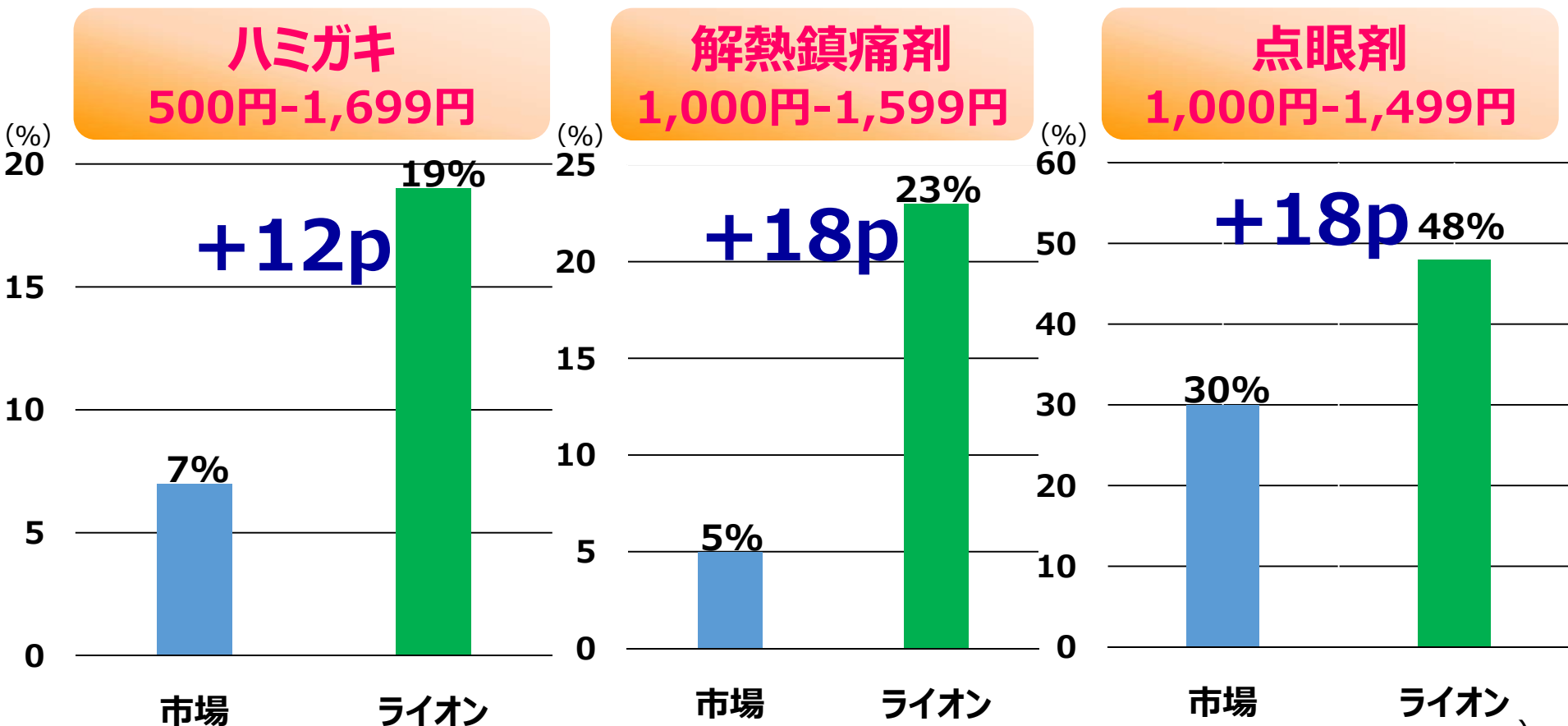
【市場成長を上回ったカテゴリー】

(2015年1-6月前年同期比伸長率)

- ・オーラルケア
- ・柔軟剤、台所用洗剤
- ・解熱鎮痛剤

当社が高価格帯市場を牽引

○ヘルスケア分野 主要市場 価格帯別伸長率



化学品分野

新会社スタートに向けた体制整備

- 高付加価値分野への絞り込み

業務用洗剤分野

事業拡大に向けた顧客開拓

- 衛生管理事業：積極的に顧客層の拡大を実行
- 新規事業：浴場施設向けに差別性の高い新製品導入

中間所得層をターゲットとした パーソナルケア商品の積極投入

- オーラルケア・ビューティケア分野の売上構成が2 p 上昇
(2015年1-6月 前年同期比)



「システム」



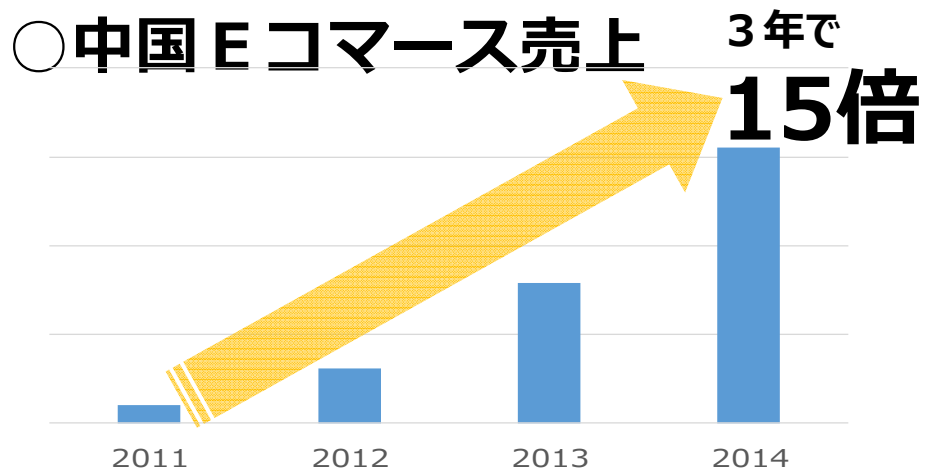
「キレイキレイ」



「KODOMO」



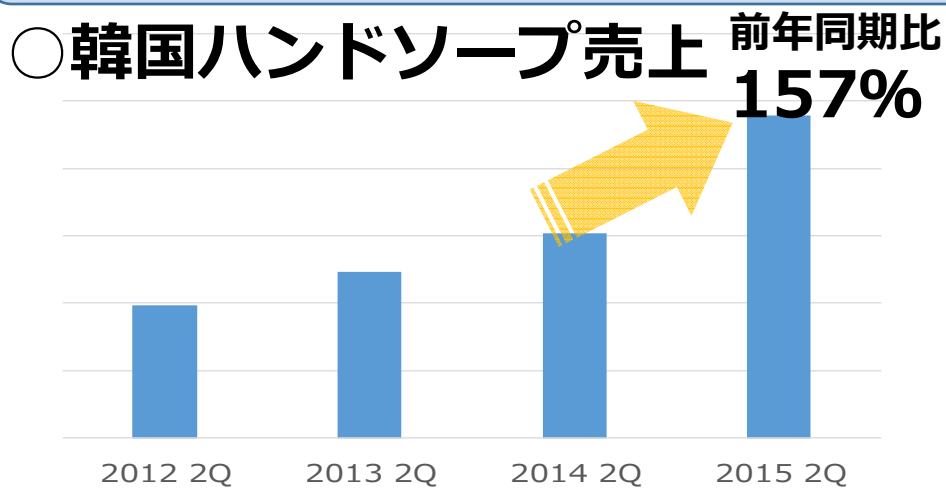
中国 Eコマース市場で売上が急成長



中国の主要なショッピングサイトで

歯ブラシNo.1
(2014年年間、ライオン調べ)

韓国 「キレイキレイ」ブランドの拡大



ハンドソープNo.1
(ライオン調べ)



2015年下期の 方針・取り組み内容

V-2計画で推進する4つの戦略

戦略1・国内事業の質的成長

戦略2・海外事業の量的成長

戦略3・新しいビジネス価値の開発

戦略4・組織学習能力の向上

成長市場への高付加価値品の継続投入

「システマ ハグキプラス」
9月発売

「ソフラン アロマリッチ」
10月発売



○高価格帯(500円以上)歯磨
(市場成長 前年同期比106%)

○高残香柔軟剤
(市場成長 前年同期比111%)
(2015年1-6月、ライオン調べ)

シェアNo.1ブランド化の推進

○ *Magica* の継続育成お客様の
賞賛の声

カレーのお鍋を洗ってみたがとても良く落ちました。友達に宣伝します。

(女性)

ものすごく油汚れが落ちる。この製品は大ヒットだと思う。(男性)

ベタつく油汚れがサラサラとスッキリ落ちた。

手荒れもしない。(女性)



油汚れがサッと落ちて泡切れも良く「マジカ」とびっくりした。(女性)

利益ある成長の推進

事業成長の加速

- ・ グローバルブランドによる新市場の獲得
- ・ Eコマース事業の拡大

収益性の向上

- ・ パーソナルケア分野へのシフト
- ・ グループシナジーの最大化

機能性表示食品制度に伴うプロモーション訴求の強化

○ 「ラクトフェリン」の機能性表示

スカートやベルトのサイズが気になる方へ健康習慣をサポート



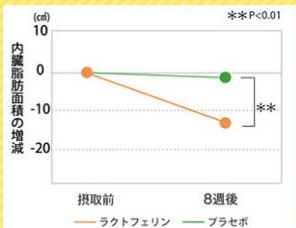
そんな
ラクトフェリン^{※1}に

**「内臓脂肪を減らすのを助け」
「高めのBMIの改善に役立つ」**

効果がある事をライオンが**世界で初めて**^{※2}発見しました!

※1：機能性関与成分をさします
※2：当社調べ

内臓脂肪面積の変化 (平均値)



「ラクトフェリン」を毎日摂取した結果、
腹部の内臓脂肪面積の低減が確認されました。

プラセボと比較し、
**内臓脂肪面積が
12.8cm²低減!**

今日を愛する。
LION

内臓脂肪を減らす
のを助ける機能性表示食品

BMI (肥満度の判定に
使われる数値) が気になる方に朗報!

ライオンの「ラクトフェリン」が
内臓脂肪の低減を助けます。

ラクトフェリンは、乳由来多種糖タンパク質で、世界中の
科学者が注目している成分です。ライオンの「ラクトフェ
リン」は臨床実験により内臓脂肪を減らすのを助け、
高めのBMIの改善に役立つことが確認されました。

NEW
機能性表示食品
消費者庁届出番号 A1

成長投資

- ▶ヘルスケア分野へのR&D投資
- ▶海外R&D、生産体制の拡充

収益構造改革

- ▶新・化学品事業スタート
- ▶国内外生産体制、SCM体制の再構築
- ▶ITインフラの強化

2015年度業績予想

不透明感が強い経営環境が続くと想定

国内	主要な市場における競争が継続
海外	アジア主要国の景気動向が不透明
原材料・ 為替	原材料価格、為替の急激な変動

中計初年度・過去最高益の更新

(単位：億円)	2015年 (7/31修正)	2014年	前年増減	
			額	率(%)
売上高	3,750.0	3,673.9	76.0	2.1
営業利益 対売上比(%)	142.0 3.8	124.0 3.4	17.9	14.5
経常利益 対売上比(%)	157.0 4.2	140.5 3.8	16.4	11.7
当期純利益 対売上比(%)	85.0 2.3	73.6 2.0	11.3	15.4
1株当たり 当期純利益(円)	31.70	27.47	4.23	15.4

◇ **継続的かつ安定的に配当を行うという
基本方針のもと**

2015年度は年間10円配当を継続

○ **今後の考え方**

- ① **成長投資、収益性向上のための投資を拡充**
- ② **V-2計画達成による企業価値の向上**
- ③ **実現した利益による株主還元の充実**

ビジョン達成に向けて

V-2計画
2015-2017年

Vision2020

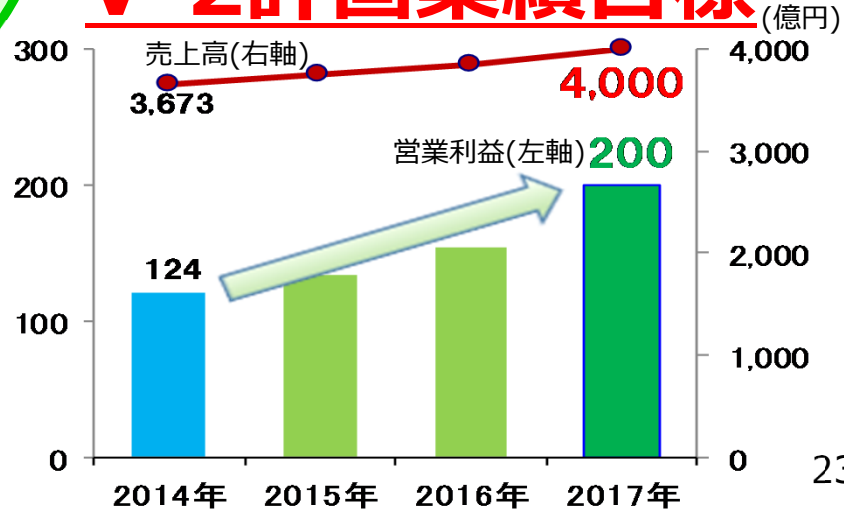
V-3計画
事業成長の更なる加速

構造改革による
収益力向上・
V-3計画への布石

V-1計画

収益体制の
基盤整備

V-2計画業績目標



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。

※金額は表示単位未満切捨てで表示しております。

參考資料

連結損益計算書

(単位：億円)

	2015年 1-6月	2014年 1-6月	増減	
			金額	率 (%)
売上高	1,802.8	1,766.3	36.4	2.1
売上原価	788.4	772.2	16.1	2.1
売上総利益	1,014.3	994.0	20.3	2.0
販売費及び一般管理費	957.3	954.4	2.9	0.3
営業利益	56.9	39.5	17.4	44.0
営業外収益	13.3	11.0	2.3	21.0
営業外費用	3.9	5.5	△1.6	△29.9
経常利益	66.4	45.0	21.3	47.4
特別利益	7.5	6.0	1.4	23.9
特別損失	9.5	2.3	7.1	302.1
税金等調整前四半期純利益	64.4	48.8	15.6	32.1
法人税、住民税及び事業税	13.0	12.4	0.5	4.6
法人税等調整額	6.1	9.1	△2.9	△32.8
少数株主利益	6.3	2.5	3.7	144.4
四半期純利益	38.9	24.6	14.3	58.1

販売費及び一般管理費

(単位：億円)

	2015年1-6月		2014年1-6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	957.3	53.1	954.4	54.0	2.9	0.3
販売手数料	38.9	2.2	39.9	2.3	△1.0	△2.6
販売促進費	422.2	23.4	418.3	23.7	3.9	0.9
広告宣伝費	125.0	6.9	131.9	7.5	△6.8	△5.2
運送費及び保管費	82.4	4.6	82.0	4.6	0.3	0.5
給料及び手当	72.6	4.0	71.0	4.0	1.6	2.3
研究開発費	47.6	2.6	46.1	2.6	1.4	3.2
その他経費	168.5	9.3	165.0	9.3	3.4	2.1

特別利益・特別損失

(単位：億円)

	2015年1-6月		2014年1-6月	
特別利益	固定資産処分益	6.1	固定資産処分益	-
	投資有価証券売却益	1.3	投資有価証券売却益	-
	段階取得に係る差益	-	段階取得に係る差益	4.7
	負ののれん発生益	-	負ののれん発生益	0.9
	その他	-	その他	0.3
	合計	7.5	合計	6.0
特別損失	固定資産処分損	7.8	固定資産処分損	1.4
	減損損失	1.7	減損損失	0.9
	合計	9.5	合計	2.3

連結貸借対照表(抜粋) I

(単位：億円)

	2015年 6月末	2014年 12月末	増 減
流動資産	1,420.9	1,461.7	△40.7
現金及び預金	169.8	180.0	△10.2
受取手形及び売掛金	533.5	590.0	△56.5
有価証券	245.9	244.4	1.4
たな卸資産	419.0	393.6	25.3
固定資産	1,356.0	1,371.7	△15.7
有形固定資産	781.5	792.7	△11.1
無形固定資産	75.0	91.0	△16.0
投資その他の資産	499.4	487.9	11.4
資産合計	2,777.0	2,833.5	△56.4

連結貸借対照表(抜粋)Ⅱ

(単位：億円)

	2015年 6月末	2014年 12月末	増 減
流動負債	1,049.0	1,155.3	△106.2
支払手形及び買掛金	420.7	465.9	△45.1
短期借入金	121.4	126.0	△4.5
1年内返済予定の長期借入金	1.1	1.1	-
未払金及び未払費用	425.7	451.2	△25.5
固定負債	442.3	403.8	38.4
新株予約権付社債	144.9	144.3	0.6
長期借入金	23.8	24.4	△0.6
退職給付に係る負債	222.9	185.2	37.7
純資産合計	1,285.6	1,274.3	11.2
利益剰余金	639.6	660.9	△21.2
自己株式	△168.3	△168.2	△0.0
その他の包括利益累計額	86.2	54.3	31.9
負債純資産合計	2,777.0	2,833.5	△56.4

連結キャッシュ・フロー

(単位：億円)

	2015年 1-6月	2014年 1-6月	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	46.9	9.8	37.1
投資活動によるキャッシュ・フロー	△27.7	△107.4	79.7
財務活動によるキャッシュ・フロー	△19.6	155.9	△175.6
現金及び現金同等物に係る換算差額	△0.2	△1.9	1.6
現金及び現金同等物の増減額	△0.7	56.3	△57.0
現金及び現金同等物の期首残高	381.5	489.4	△107.9
現金及び現金同等物の四半期末残高	380.7	545.7	△165.0

セグメント別業績実績

(単位：億円)

	売上高			セグメント利益(営業利益)		
	2015年 1-6月	前年同期増減		2015年 1-6月	前年同期増減	
		金額	率(%)		金額	率(%)
一般用消費財	1,292.9	△37.6	△2.8	25.2	2.5	11.1
	1,165.4	△40.6	△3.4			
産業用品	290.1	1.6	0.6	6.9	△3.3	△32.7
	148.9	△8.2	△5.2			
海外	487.4	84.1	20.9	16.1	12.2	316.6
	455.2	72.5	19.0			
その他	143.2	9.5	7.2	4.9	2.7	125.5
	33.1	12.8	63.1			
小計	2,213.7	57.7	2.7	53.2	14.1	36.2
連結計	1,802.8	36.4	2.1	56.9	17.4	44.0

◇売上高：上段は総売上高、下段は外部売上高。

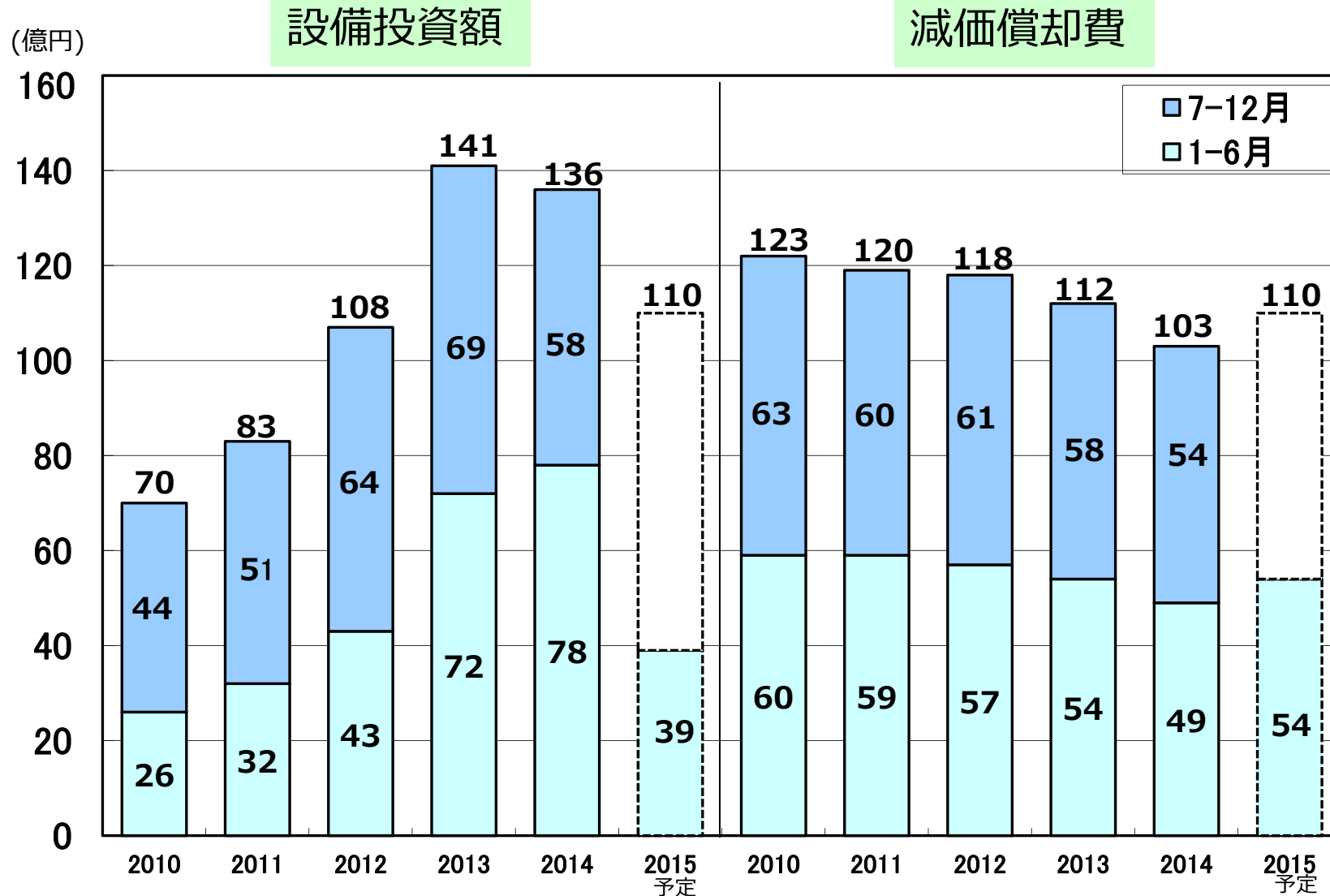
営業利益：小計は連結相殺前セグメント利益、連結計は連結セグメント利益

2015年連結業績予想 セグメント別売上高

【外部売上高】

(単位：億円)	2015年 (8/5修正)	2014年	前年増減	
			額	率 (%)
一般用消費財	2,495.0	2,493.1	1.8	0.1
産業用品	300.0	314.5	△14.5	△4.6
海外	900.0	817.7	82.2	10.1
その他	55.0	48.5	6.4	13.3
合計	3,750.0	3,673.9	76.0	2.1

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。

国内家庭品・OTC医薬品市場の推移

家庭品 当社参入主要40市場計 前期比 (%)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年 1-6月
販売金額	102	101	101	102	102	100
販売個数	103	101	102	102	100	98
平均単価	99	99	99	100	102	102

(株)インテージ SRIデータ
(2010年以前は、当社参入主要44市場
2011～2012年は、当社参入主要42市場)

OTC医薬品 当社参入主要8市場計 前期比 (%)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年 1-6月
販売金額	96	98	98	99	100	100
販売個数	98	98	99	99	98	100
平均単価	98	100	99	100	102	101

(株)インテージ SDIデータ 35

原料価格・為替の想定

		2015年 (年初想定)	2015年 1-6月 (実績)	2015年 7-12月 (想定)
原料	ドバイ原油 (\$/BBL)	65.0	57.0	65.0
	国産ナフサ (円/KL)	60,000	47,500	55,000
	パーム油 (RM/ton)	2,400	2,280	2,400
為替	ドル (円/\$)	118.0	120.5	125.0
	バーツ (円/BT)	3.50	3.65	3.60
	ウォン (円/Won)	0.11	0.11	0.11