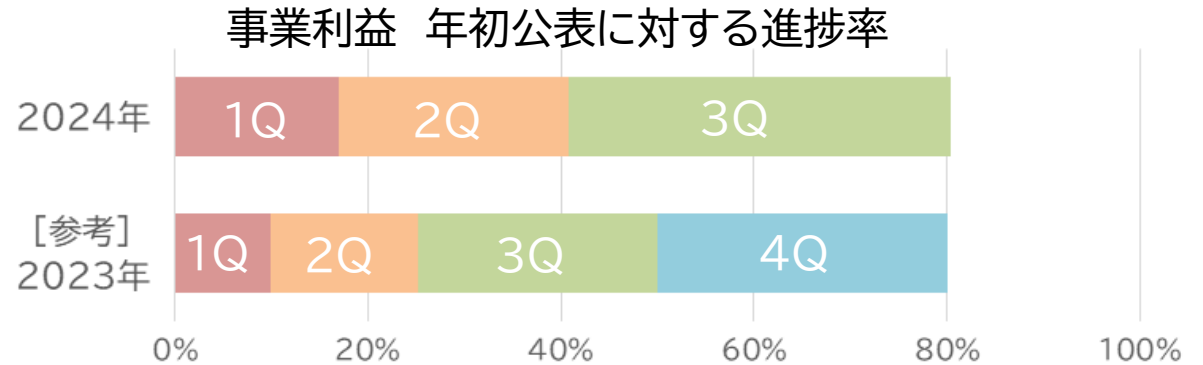
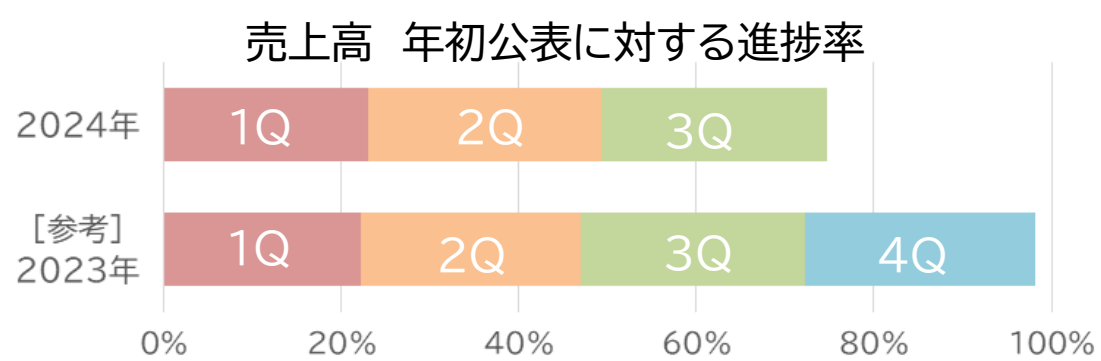


2024年12月期 第3四半期 決算説明資料

ライオン株式会社
2024年11月7日

2024年度 第3四半期決算のサマリー

- 第3四半期(累計)は対前年増収増益
- 年初公表に対する進捗は、売上高は想定通り、事業利益は収益構造改革の効果もあり、想定を上回る



- 一般用消費財のさらなる収益構造改革の加速に向け、課題であった国内ファブリックケア分野を中心に生産品目の集約および生産体制の効率化を推進
それに伴い第3四半期(累計)に減損損失(約62億円)を計上
- 2024年度12月期の連結業績予想は、年初公表から変更なし

- 2024年度 第3四半期 連結業績
- 2024年度 連結業績予想

■ 2024年度 第3四半期 連結業績

■ 2024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、オーラルケアが増収も、ファブリックケアでの昨年新製品の反動減、その他、事業・ブランド譲渡の影響もあり、セグメント全体では減収
- 海外は、主要進出国でそれぞれ増収、特に中国、マレーシアは為替影響除いて2桁成長が継続

■ 事業利益（対前年同期:増益）

- 海外の売上増による粗利増、一般用消費財の収益構造改革の効果（価格転嫁、競争費用効率化）により、大幅増益

■ 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）

- 国内ファブリックケア分野を中心とした事業構造改革に伴い減損損失（約62億円）を計上
- 事業利益の増益や、上期に一部ブランドの譲渡益を計上した影響等により大幅増益

売上高、各利益は前年同期を上回り、事業利益率は1.9P改善 事業構造改革に伴い減損損失を計上

(単位:億円)	2024年 1-9月	2023年 1-9月	増減	
			額	率(%)
売上高	3,011.5	2,960.9	50.6	1.7 為替影響除く Δ0.6 為替・事業譲渡影響除く 0.5
※1 事業利益 事業利益率(%)	186.2 6.2	126.0 4.3	60.1	47.8
営業利益 営業利益率(%)	171.0 5.7	125.1 4.2	45.9	36.7
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	126.6	88.5	38.1	43.1
基本的1株当たり 四半期利益(円)	45.67	31.12	14.55	46.8
※2 EBITDA	325.1	260.2	64.9	25.0
※3 EBITDAマージン(%)	10.8	8.8	—	2.0P

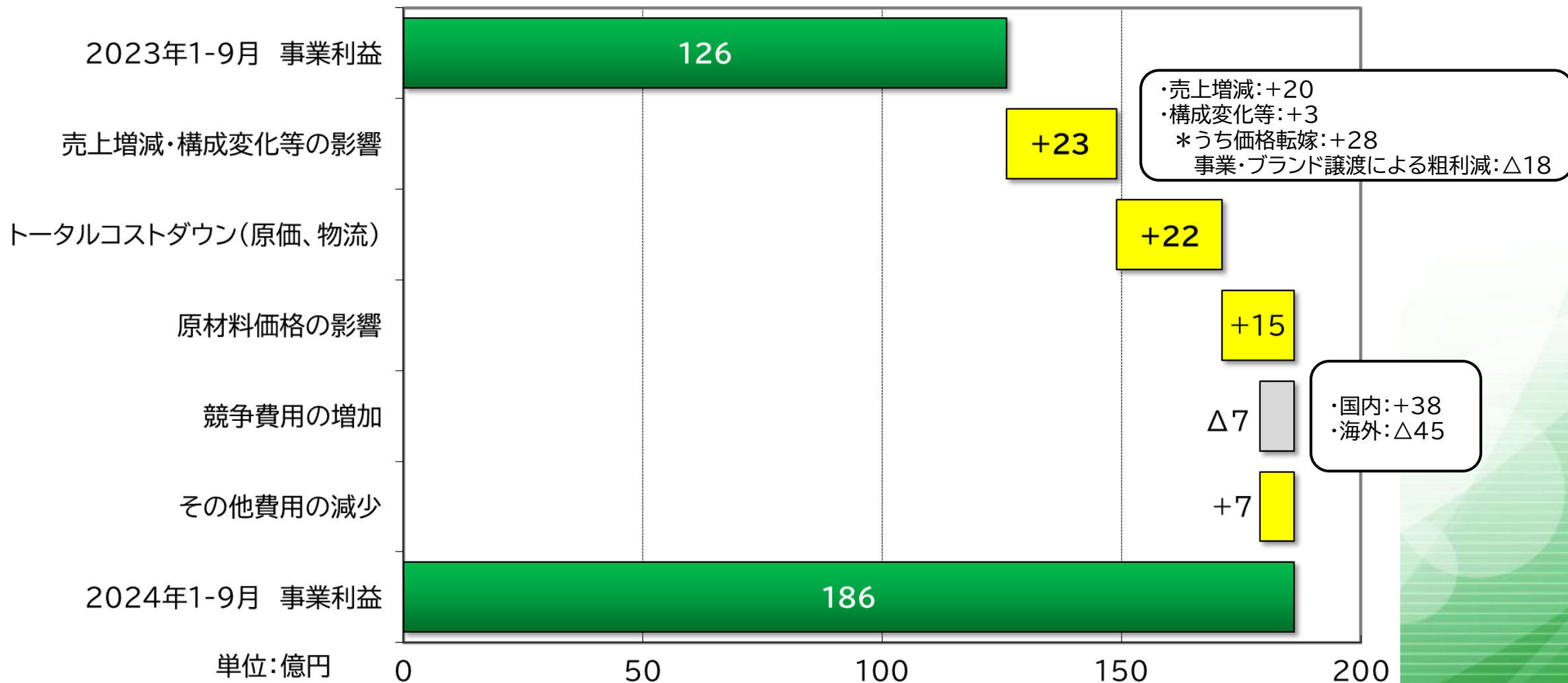
※1 事業利益は、売上総利益から販売費及び一般管理費を控除したもので、恒常的な事業の業績を測る当社の利益指標です。

※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(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。

海外の売上増による粗利増や、一般用消費財の価格転嫁、
トータルコストダウンの順調な進捗等により、大幅増益

+は益、△は損



2024年度 第3四半期 セグメント別業績

一般用消費財は、減収となるも価格転嫁や競争費用効率化等により大幅増益
海外は、大幅増収に加え利益率も上昇

(単位:億円)	売上高*				事業利益			
	2024年 1-9月	2023年 1-9月	増減		2024年 1-9月 (率(%))	2023年 1-9月 (率(%))	増減	
			額	率(%)			額	率(%)
一般用消費財	1,887.8	1,965.1	△77.3	△3.9	83.6	30.8	52.7	171.3
	1,602.7	1,674.4	△71.6	△4.3	(4.4)	(1.6)		
産業用品	402.7	427.1	△24.3	△5.7	22.2	25.1	△2.8	△11.4
	278.6	281.9	△3.2	△1.2	(5.5)	(5.9)		
海外	1,233.1	1,096.3	136.7	12.5	72.5	59.7	12.8	21.5
	1,120.2	991.8	128.4	12.9	(5.9)	(5.4)		
その他	124.4	155.3	△30.8	△19.9	4.0	9.3	△5.2	△56.3
	9.9	12.8	△2.8	△22.4	(3.3)	(6.0)		
調整額	△636.6	△683.0	46.4	—	3.6	0.9	2.7	—
	—	—	—	—				
連結計	3,011.5	2,960.9	50.6	1.7	186.2 (6.2)	126.0 (4.3)	60.1	47.8

※売上高:上段は総売上高、下段は外部売上高



オーラルケア、ビューティケア、薬品(実質*)は増収
ファブリックケアは、昨年発売の新製品の反動もあり減収

(単位:億円)	総売上高			
	2024年 1-9月	2023年 1-9月	増減	
			額	率(%)
オ ー ラ ル ケ ア	543.8	518.9	24.9	4.8
ビ ュ ー テ ィ ケ ア	180.8	180.0	0.7	0.4
フ ァ ブ リ ッ ク ケ ア	410.6	466.6	△56.0	△12.0
リ ビ ン グ ケ ア	150.7	158.0	△7.2	△4.6
薬 品	185.6	189.3	△3.6	△1.9 3.8*
そ の 他	416.0	452.1	△36.0	△8.0 △3.3*
合 計	1,887.8	1,965.1	△77.3	△3.9 △2.3*

*事業譲渡・ブランド譲渡の影響を除く実質増減率

オーラルケア

NONIOの好調が継続
クリニカも市場を上回って推移

前年同期比	金額	個数	単価
オーラルケア 市場※	105%	102%	103%
 予防歯科から生まれた クリニカ	106%	105%	101%
 システマ	102%	100%	101%
口臭科学から生まれた NONIO	112%	114%	98%
ホワイト&ホワイト	105%	100%	105%

※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

キレイキレイ全体は市場を下回るも、
高付加価値アイテムが好調に推移

前年同期比	金額	個数	単価
ハンドソープ 市場	106%	100%	106%
キレイキレイ	101%	96%	105%
 キレイキレイ 薬用ハンドコンディショニングソープ	115%	112%	103%
 キレイキレイ薬用ハンドソープ 専用オートディスペンサー	144%	146%	99%

ファブリックケア・リビングケア

容量単価の引き上げに注力
NANOXは高付加価値ラインの構成比が拡大

前年同期比	金額	個数	単価
ヘビー洗剤 市場	112%	98%	115%※
NANOX	116%	96%	124%※
柔軟剤 市場	105%	94%	108%※
ソフラン	100%	91%	109%※
カビ取り剤 市場	99%	96%	99%※
ルック+ がんばらなくてもキレイ	99%	86%	145%※

※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

解熱鎮痛薬は容量単価アップ
点眼剤は引き続き新製品が牽引し金額も伸長

前年同期比	金額	個数	単価
解熱鎮痛薬 市場	101%	97%	102%※
BUFFERIN	100%	96%	104%※
点眼剤 市場	101%	99%	103%
スマイル[®]	107%	100%	107%

東南・南アジア、北東アジアともに増収増益 特に東南・南アジアはタイが牽引し、利益率も上昇

(単位:億円)	総売上高					事業利益			
	2024年 1-9月	2023年 1-9月	増減			2024年 1-9月 (率(%))	2023年 1-9月 (率(%))	増減	
			額	率(%)	実質率 (%)※1			額	率(%)※2
東南・南アジア	748.9	668.7	80.1	12.0	5.2	45.0 (6.0)	34.0 (5.1)	10.9	32.2 (+0.9P)
北東アジア	484.2	427.6	56.6	13.2	6.6	27.4 (5.7)	25.6 (6.0)	1.8	7.1 (Δ0.3P)
合計	1,233.1	1,096.3	136.7	12.5	5.8	72.5 (5.9)	59.7 (5.4)	12.8	21.5 (+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(%)
	2024年 1-9月	増減額	増減率 (%)	実質 増減率※3 (%)		
タイ	448.9	34.9	8.5	2.3	➤ 主力の洗濯用洗剤や 2Qに新商品を投入したボディソープが牽引	32.4
マレーシア	177.0	32.1	22.1	14.1	➤ 市場で競争力を持つ洗濯用洗剤を中心とした 積極的な店頭展開施策が奏功	22.2
中国※4	201.0	32.5	19.3	11.7	➤ 主力のハミガキに加え、 付加価値品のハブラシ(薄型ワイドヘッド)が伸長	85.8
韓国	149.4	13.7	10.1	5.0	➤ 市場拡大が続くカプセル型洗濯用洗剤において 積極的なマーケティングを展開し大幅増収	30.8

※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

2027年に向けた施策KPI(23年比)

ポートフォリオ改革

- ・事業分野の峻別（重点分野の強化、非注力分野の整理）
- ・高付加価値化・値上げ※（150億円規模）
- ・SKU削減（SKU数 30%削減）
- ・競争費用の効率化（売上高競争費率 $\Delta 2$ pt）

事業構造改革

- ・棚卸資産圧縮（在庫日数 30%短縮）
- ・生産性向上（固定資産の活用・整理、生産拠点・品目の最適化）
- ・間接業務・コスト効率化（組織・機能集約、標準化、デジタル化）

※値上げ＝出荷価格の引き上げ、販売促進費の削減、容量減

ポートフォリオ改革は年初計画オンラインで進捗し、増益要因に

2027年に向けた施策KPI(23年比)

ポートフォリオ改革

・高付加価値化・値上げ（150億円規模）

2024年度目標 約40億円 … **達成見込み**（1-9月実績 28億円）

・SKU削減（SKU数 30%削減 *約270SKU）

2024年度目標 約△50SKU … **達成見込み**

・競争費用の効率化（売上高競争費率 △2pt）

順調に進捗（2024年1-9月 対前年同期 △1.4pt）

国内ファブリックケア分野の収益性向上に向けた事業構造改革を推進

事業構造改革

- 生産性向上(固定資産の活用・整理、生産拠点・品目の最適化)

国内ファブリックケア分野を中心に
生産品目の集約および生産体制の効率化を推進

- 一部生産設備の撤去を決定
- 同分野の回収可能性の見直し



当第3四半期
総額約62億円の減損損失を計上
(来期以降、固定費軽減)

今後の国内ファブリックケア分野の方向性

- 市場で競争力を持つブランド・アイテムに重点化
(NANOX、ソフランアロマリッチ、ソフランプレミアム消臭)
- ➡国内一般用消費財事業の収益性向上への貢献を目指す

■ 2024年度 第3四半期 連結業績

■ 2024年度 連結業績予想

2024年度 連結業績予想

減損損失を計上するも、資産効率向上に向けた資産売却等を検討しており、
年初公表から変更なし

(単位:億円)	2024年	2023年	増減	
			額	率(%)
売上高	4,100.0	4,027.6	72.3	1.8
※1 事業利益	230.0	201.3	28.6	14.2
事業利益率(%)	5.6	5.0		
営業利益	270.0	205.0	64.9	31.7
営業利益率(%)	6.6	5.1		
親会社の所有者に 帰属する当期利益	190.0	146.2	43.7	29.9
基本的1株当たり 当期利益(円)	66.81	51.42	15.39	29.9
※2 EBITDA	410.0	380.0	29.9	7.9
※3 EBITDAマージン(%)	10.0	9.4	—	0.6P
※4 ROIC(%)	5.0	4.7	—	0.3P
ROE(%)	7.0	5.4	—	1.6P

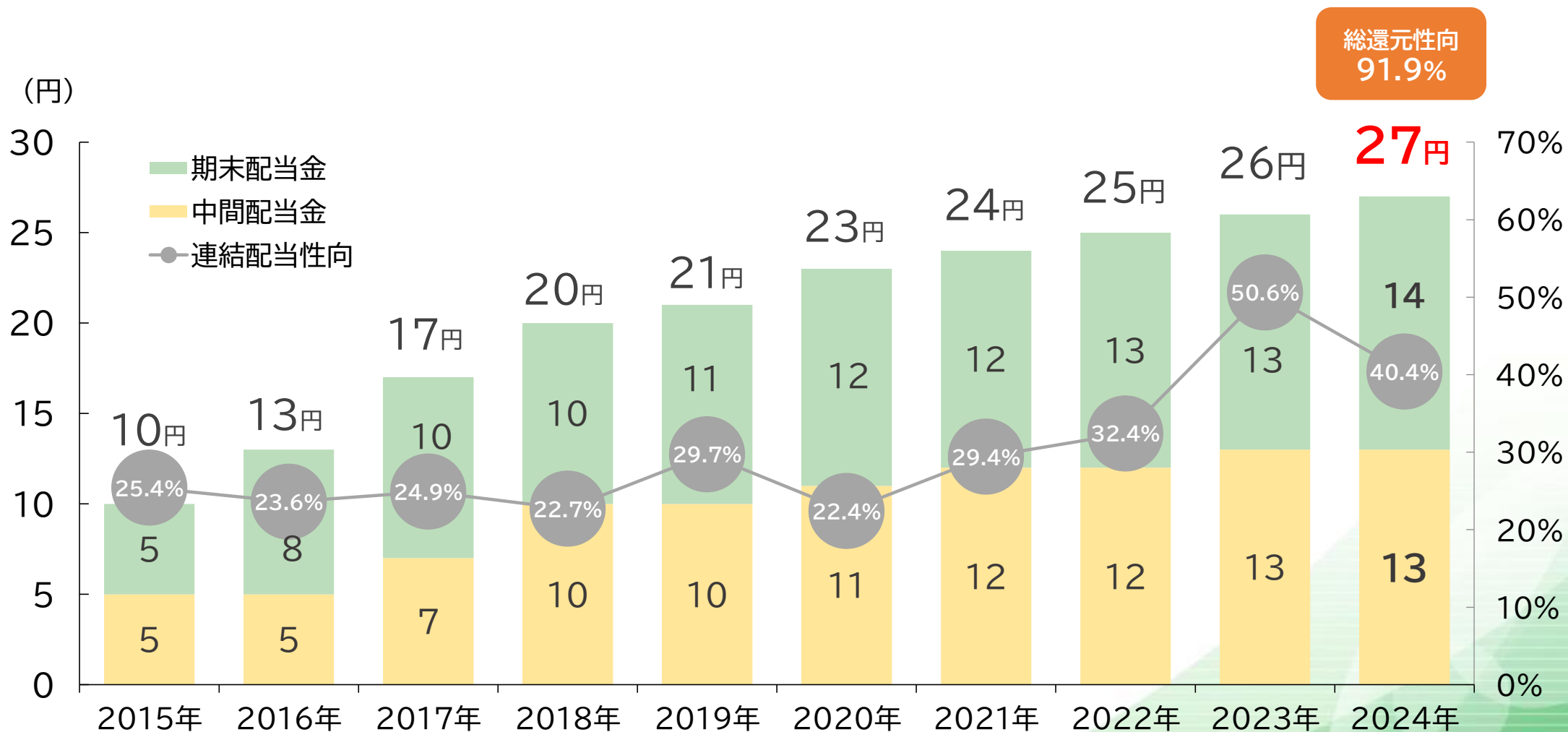
※1 事業利益:売上総利益から販売費及び一般管理費を控除したもので、恒常的な事業の業績を測る当社の利益指標です。

※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9期連続増配の年間27円を予定(年初公表から変更なし)



【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

収益構造改革と成長戦略を加速し、さらなる企業価値向上へ

次期中期経営計画のアジェンダ

1

一般用消費財の
収益力強化

2

海外成長施策の
強化

3

オーラルヘルスケア
成長戦略

4

経営基盤の強化

ジャパン・アクティベーション・キャピタル株式会社との
パートナーシップ契約について

同社保有のリソース・ノウハウ・ネットワーク等の最大限活用により、
戦略・施策の執行を一層強固なものとし、持続的な成長を加速

参考資料

【ご参考】10月10日発表のプレスリリースについて

ジャパン・アクティベーション・キャピタル株式会社(以下、「JAC」と) 企業価値向上に向けたパートナーシップ契約(以下、「本契約」)を締結

本契約締結の目的

JACの保有するリソース、ノウハウ、ネットワーク等を当社が最大限に活用することで、現在推進中の「国内一般用消費財事業の収益構造改革」および「海外事業の成長施策の強化」の実行力と実現力を高め、持続的な成長と企業価値向上を目指す

なお、JACは本契約に基づき10月9日付で当社の株式を取得

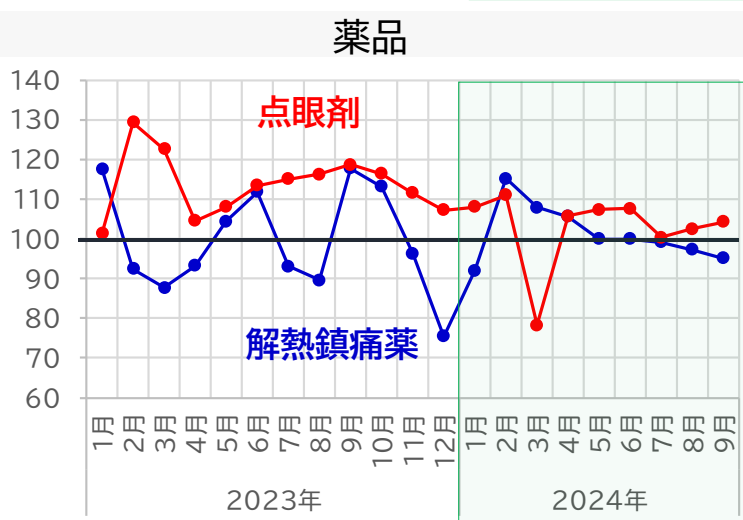
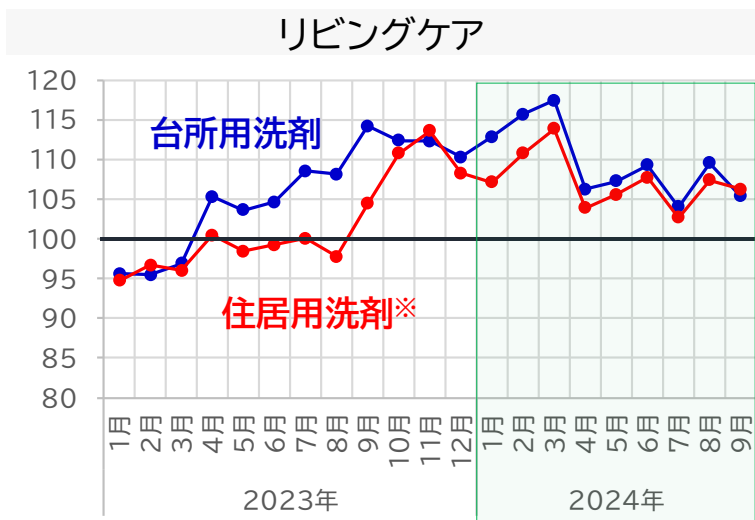
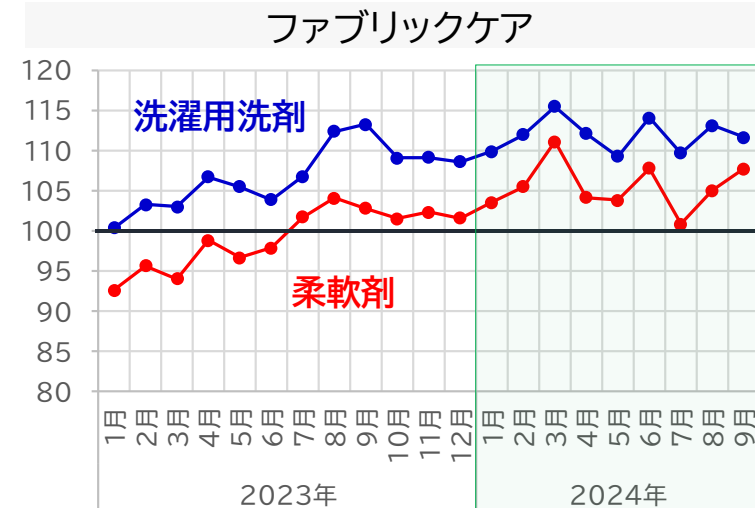
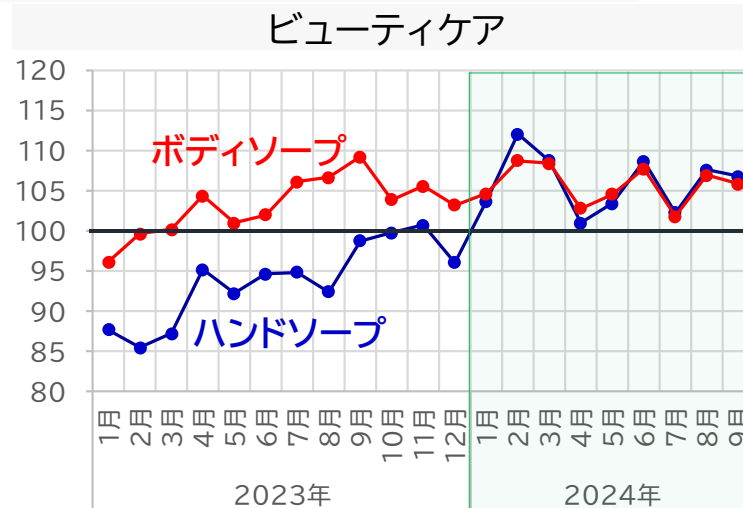
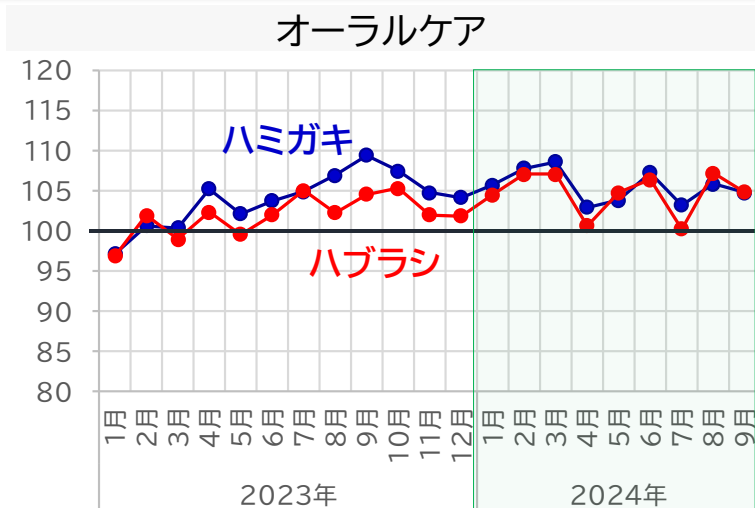
JACの概要

- 投資先の持続的な企業価値の向上に向けて、主要な株主として投資先の経営陣との信頼関係をベースに、中長期的な視点から投資先企業の成長をサポートする上場株ファンド
- 2024年4月に、国内機関投資家より得た資金により1号ファンドの運用を開始

市場動向 国内主要カテゴリーの概況

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+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



24年1-9月主要項目比較(%)

項目	対23年	対22年	対21年
ハミガキ	106	109	111
ハブラシ	105	106	109
ハンドソープ	106	98	93
洗濯用洗剤	112	119	124
柔軟剤	105	104	105
台所用洗剤	109	114	111
住居用洗剤	107	106	107
解熱鎮痛薬	101	101	106

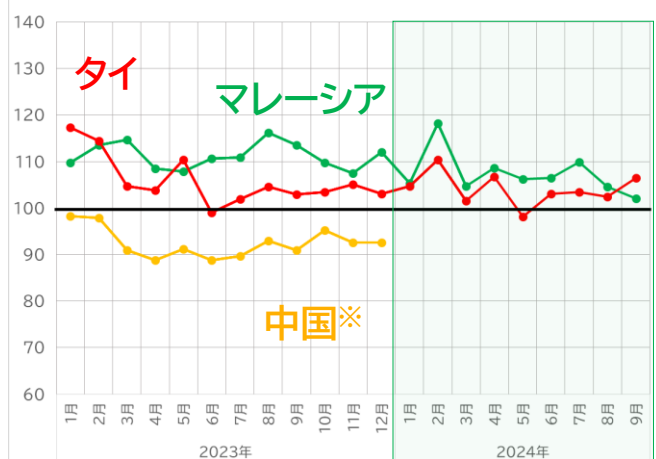
※住居用洗剤は、「浴室用洗剤」「トイレ用洗剤」を合算した数値を示す

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(%)

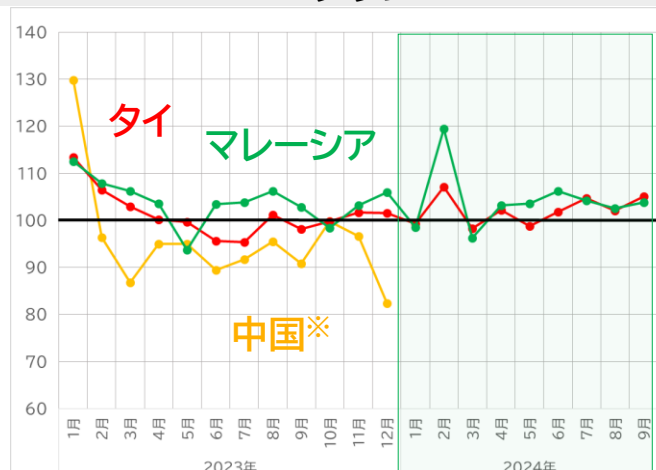
出典: Nielsen

ハミガキ



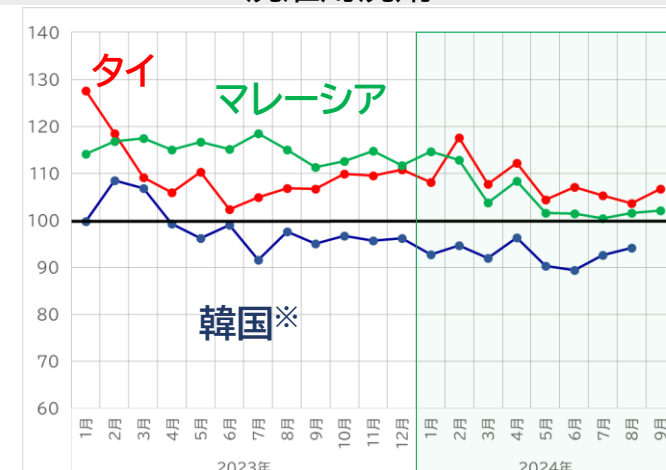
※中国については23年1月～12月データを掲載

ハブラシ



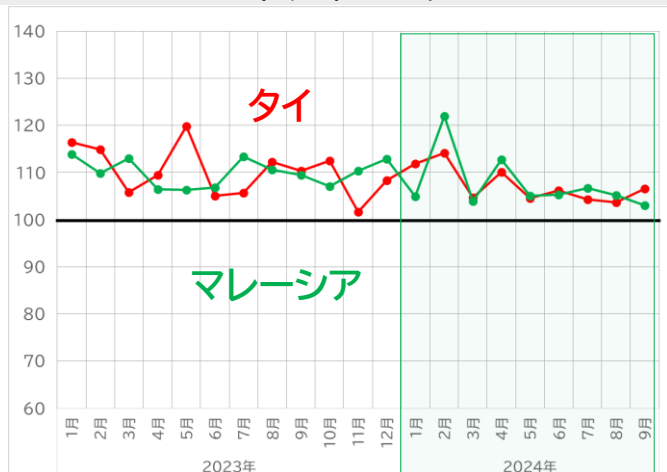
※中国については23年1月～12月データを掲載

洗濯用洗剤

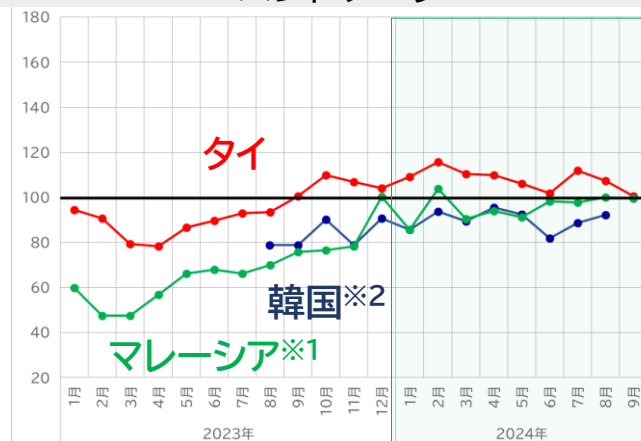


※データの更新があり、過去データも同様に修正した数値を用いています
23年1月～24年8月データを掲載

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
23年8月～24年8月データを掲載

24年1-9月主要項目比較(%) (対23年)

項目	タイ	マレーシア
ハミガキ	104	107
ハブラシ	102	104
洗濯用洗剤	108	105
ボディソープ	107	107
ハンドソープ	108	95

2024年7-9月 連結業績

(単位:億円)	2024年 1-6月	2024年 7-9月	前年同期増減	
			額	率(%)
売上高	1,986.3	1,025.2	△6.8	△0.7
※1 事業利益	95.5	90.6	28.2	45.3
事業利益率(%)	4.8	8.8		
営業利益	133.5	37.5	△25.1	△40.1
営業利益率(%)	6.7	3.7		
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	99.3	27.3	△18.1	△40.0
基本的1株当たり 四半期利益(円)	35.76	9.89	△6.11	△38.2
※2 EBITDA	186.9	138.1	27.5	24.9

※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。

2024年7-9月 セグメント別業績

(単位:億円)	売上高				事業利益			
	2024年 1-6月	2024年 7-9月	前年同期増減		2024年 1-6月 (率(%))	2024年 7-9月 (率(%))	前年同期増減	
			額	率(%)			額	率(%)
一般用消費財	1,262.0	625.7	△51.5	△7.6	36.2	47.3	23.8	101.5
	1,063.4	539.3	△37.6	△6.5	(2.9)	(7.6)		
産業用品	264.7	138.0	△4.0	△2.8	14.9	7.3	△1.0	△12.5
	185.4	93.2	△1.0	△1.1	(5.6)	(5.3)		
海外	806.6	426.4	32.6	8.3	45.4	27.1	2.3	9.5
	730.4	389.7	32.1	9.0	(5.6)	(6.4)		
その他	77.7	46.6	0.9	2.1	2.9	1.1	△0.7	△40.7
	7.0	2.8	△0.2	△8.4	(3.8)	(2.4)		
調整額	△424.9	△211.7	15.0	—	△4.0	7.7	3.9	—
	—	—	—	—				
連結計	1,986.3	1,025.2	△6.8	△0.7	95.5 (4.8)	90.6 (8.8)	28.2	45.3

※売上高:上段は総売上高、下段は外部売上高

2024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			
	2024年 1-6月	2024年 7-9月	前年同期増減	
			額	率(%)
オーラルケア	359.0	184.8	10.6	6.1
ビューティケア	118.4	62.4	1.6	2.7
ファブリックケア	276.4	134.2	△34.0	△20.3
リビングケア	101.8	48.8	△0.9	△2.0
薬品	120.5	65.0	△5.3	△7.6 6.3*
その他	285.7	130.3	△23.4	△15.2 △11.4*
合計	1,262.0	625.7	△51.5	△7.6 △5.4*

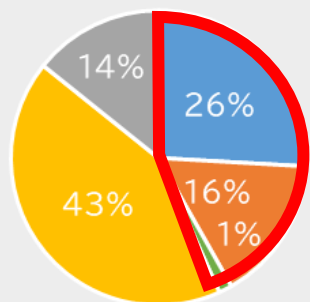
*事業譲渡・ブランド譲渡の影響を除く実質増減率

2024年7-9月 海外事業 地域別業績

(単位:億円)	総売上高				事業利益			
	2024年 1-6月	2024年 7-9月	前年同期増減		2024年 1-6月	2024年 7-9月	前年同期増減	
			額	率(%)			額	率(%)
東南・南アジア	483.3	265.5	23.4	9.7	28.3	16.7	3.0	22.7
北東アジア	323.3	160.9	9.2	6.1	17.0	10.4	△0.7	△6.6
合 計	806.6	426.4	32.6	8.3	45.4	27.1	2.3	9.5

海外事業 分野別売上高※1構成比

海外事業 合計

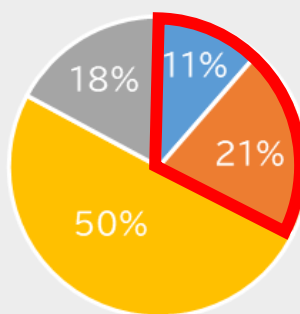


パーソナルケア分野

売上構成比:43.2%

対前年同期
売上高増減率:8.7%

タイ

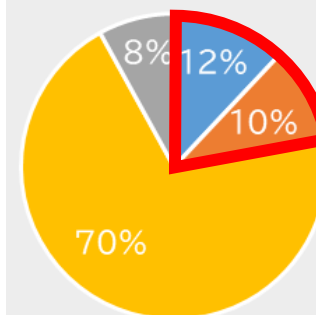


パーソナルケア分野

売上構成比:32.4%

対前年同期
売上高増減率:9.3%

マレーシア



パーソナルケア分野

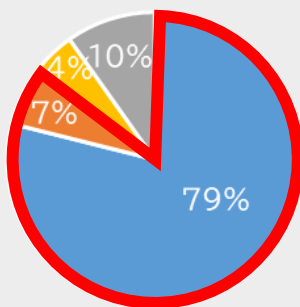
売上構成比:22.2%

対前年同期
売上高増減率:29.5%

- オーラルケア
- 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

中国※2

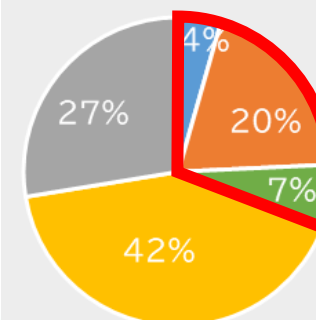


パーソナルケア分野

売上構成比:85.8%

対前年同期
売上高増減率:7.1%

韓国



パーソナルケア分野

売上構成比:30.8%

対前年同期
売上高増減率:7.4%

※1 当社出荷金額ベース(2024年1-9月)

※2 青島ライオン

※3 ファブリックケア、リビングケア

(単位:億円)	2024年 1-9月	2023年 1-9月	増減	
			額	率(%)
売上高	3,011.5	2,960.9	50.6	1.7
売上原価	1,635.3	1,647.4	△12.1	△0.7
売上総利益	1,376.2	1,313.4	62.7	4.8
販売費及び一般管理費	1,190.0	1,187.4	2.5	0.2
事業利益	186.2	126.0	60.1	47.8
その他の収益	56.8	10.6	46.1	433.9
その他の費用	71.9	11.5	60.4	522.5
営業利益	171.0	125.1	45.9	36.7
金融収益	9.8	9.6	0.1	1.4
金融費用	7.0	6.2	0.7	12.8
持分法による投資利益	21.9	13.5	8.3	61.6
税引前四半期利益	195.8	142.1	53.6	37.8
法人所得税費用	49.9	40.0	9.8	24.6
四半期利益	145.8	102.0	43.8	42.9
非支配持分に帰属する四半期利益	19.2	13.5	5.6	41.8
親会社の所有者に帰属する四半期利益	126.6	88.5	38.1	43.1

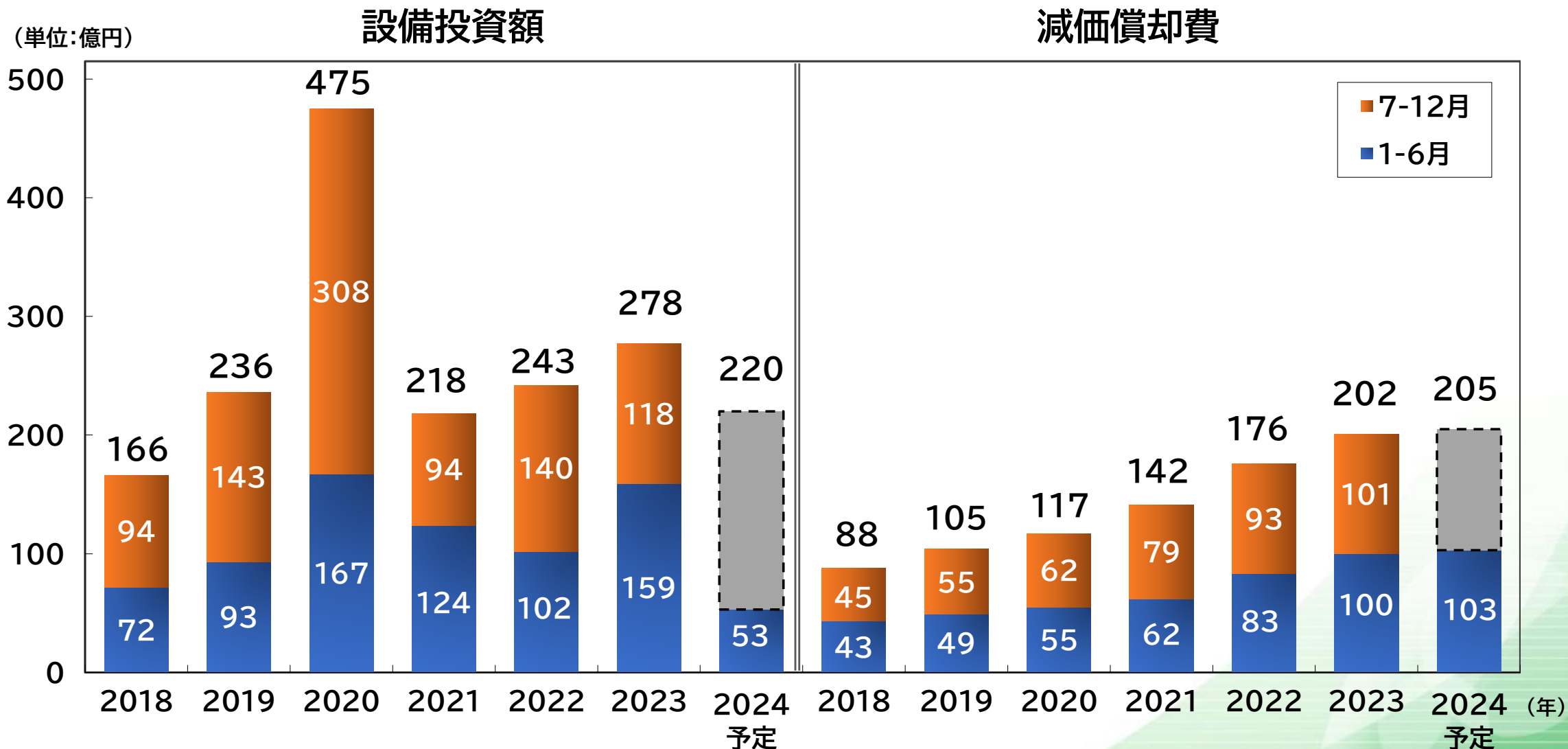
販売費及び一般管理費

(単位:億円)	2024年 1-9月		2023年 1-9月		増減	
	額	構成比 (%)	額	構成比 (%)	額	率(%)
販売費及び一般管理費	1,190.0	39.5	1,187.4	40.1	2.5	0.2
販売手数料	43.3	1.4	62.8	2.1	△19.5	△31.1
販売促進費	320.0	10.6	275.5	9.3	44.5	16.2
広告宣伝費	141.8	4.7	159.5	5.4	△17.7	△11.1
運賃・保管料	160.6	5.3	157.7	5.3	2.9	1.9
研究開発費	82.3	2.7	81.9	2.8	0.3	0.5
その他	441.8	14.7	449.8	15.2	△7.9	△1.8

(単位:億円)		2024年 9月末	2023年 12月末	増減額
流動資産		2,156.9	2,322.7	△165.7
	現金及び現金同等物	749.6	855.2	△105.6
	営業債権及びその他の債権	668.1	752.3	△84.1
	棚卸資産	592.1	560.9	31.2
非流動資産		2,451.1	2,540.8	△89.7
	有形固定資産	1,269.4	1,406.7	△137.2
	無形資産	216.5	227.1	△10.6
	使用権資産	301.2	313.1	△11.8
	その他の金融資産	304.1	254.7	49.4
資産合計		4,608.0	4,863.6	△255.5

(単位:億円)		2024年 9月末	2023年 12月末	増減額
流動負債		1,217.9	1,433.3	△215.4
	営業債務及びその他の債務	982.1	1,261.5	△279.3
	リース負債	20.4	20.4	0.0
	その他の流動負債	80.6	77.1	3.5
非流動負債		385.0	448.9	△63.9
	退職給付に係る負債	27.4	45.3	△17.9
	リース負債	273.2	281.5	△8.2
資本		3,005.1	2,981.3	23.7
	資本金	344.3	344.3	—
	資本剰余金	311.7	311.1	0.5
	自己株式	△87.3	△78.6	△8.6
	その他の資本の構成要素	211.6	183.7	27.8
	利益剰余金	2,024.1	2,042.5	△18.3
負債及び資本合計		4,608.0	4,863.6	△255.5

(単位:億円)	2024年 1-9月	2023年 1-9月	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	157.0	131.1	25.8
投資活動によるキャッシュ・フロー	△63.5	△306.6	243.1
財務活動によるキャッシュ・フロー	△204.7	△110.4	△94.3
現金及び現金同等物に係る換算差額	5.6	13.4	△7.8
現金及び現金同等物の増減額	△105.6	△272.4	166.7
現金及び現金同等物の期首残高	855.2	1,010.7	△155.5
現金及び現金同等物の期末残高	749.6	738.3	11.2



※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(%)

	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 年計	2024年 1-9月
販売金額	102	112	95	101	103	107
販売個数	100	105	92	97	96	100
平均単価	102	106	103	104	107	107

※(株)インテージ SRIデータ(2019年~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1-9月 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(%)

	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 年計	2024年 1-9月
販売金額	105	108	102	101	100	105
販売個数	102	101	96	96	93	97
平均単価	104	106	107	106	107	108

※(株)インテージ SCIデータ(2019年 当社参入主要15市場計、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、SCI: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

3) OTC医薬品SDI、SRI+ 当社参入主要6市場※計 前年同期比(%)

	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 年計	2024年 1-9月
販売金額	100	93	103	103	111	102
販売個数	99	89	101	102	107	99
平均単価	101	105	102	101	103	103

※(株)インテージ SDIデータ(2019~2020年 主要7市場計)、SRI+データ(2021年~2023年 主要7市場計、2024年1-9月 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(%)

	2019年 年計	2020年 年計	2021年 年計	2022年 年計	2023年 年計	2024年 1-9月
販売金額	104	102	110	101	97	99
販売個数	102	99	107	100	96	97
平均単価	102	103	103	102	101	102

※(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
2024年 見直し後	86\$/BBL	77,000円/KL	4,000RM/ton

為替の前提

	米ドル	タイバーツ
2024年 見直し後	153円	4.20円

◇ご参考

	ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
2024年 年初想定	80\$/BBL	71,000円/KL	4,000RM/ton

	米ドル	タイバーツ
2024年 年初想定	145円	4.00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。