2024 年 5 月 8 日
ライオン株式会社

2024 年度 第 1 四半期 決算説明会
アナリスト質疑応答（要旨）

Q1：計画に対する 1-3 月の連結業績の進捗は？

A1：全体では概ね計画通りの進捗です。海外については、想定を上回る結果となりましたが、産業用品事業は得意先の在庫調整の影響などもあり苦戦しました。一般用消費財事業は、分野ごとに状況が異なるものの、全体としては計画通りとなっています。為替の影響を除く実質の連結売上高は 0.2%の減少となりましたが、2023 年に機能性表示食品事業を終了した影響を除くと増収（＋0.7%）となっています。

Q2：一般用消費財事業のトップラインが弱いように見えるが？

A2：全体的に汎用価格帯商品の販売促進費のマネジメントを進めている影響もあり、成長がやや鈍化していますが、想定の範囲内です。ファブリックケアでは、柔軟剤で競合の価格攻勢の影響を受け、短期的に苦戦していますが、全体としては一般用消費財事業の収益性改善に向け、目指している方向に舵が切れていると考えております。

Q3：一般用消費財事業の収益性改善の進捗は？

A3：価格転嫁や商品の付加価値化などで、1-3 月では対前年で約 10 億円の値上げ効果が出ました。4 月以降出荷価格を引き上げる予定の商品もあり、年間では 40 億円の値上げを目指します。SKU 削減については、短期的には在庫処分なども発生するため、足元の状況とバランスを見ながら進めています。事業分野の峻別については、既に薬品 2 ブランドの譲渡を決定していますが、今後も検討を継続してまいります。

Q4：海外事業は計画以上の成長とのことだが、今後も継続する見込みか？

A4：1-3 月に比べると増収率は落ち着いてくると想定していますが、年間を通じて成長を継続できるとみています。特に、タイは地方部でのパーソナルケア分野の売上拡大、中国は販売エリアの拡大による成長余地があると考えています。

Q5：競争費用は、年間で対前年 15 億円増加の想定に対して、1-3 月で 17 億円増加しているが？

A5：海外事業の想定以上の増収に伴い、販売促進費が増加しています。特に中国では販売エリアの拡大に向け、先行投資的に競争費用が増えていますが、セグメント全体では増益を確保するようマネジメントしていきます。

Q6：足元の原材料価格、為替の状況についてどのように捉えているか？

A6：原材料価格等が当社の業績に反映されるまでのタイムラグを考慮すると、下期に数億円程度のリスクがあると想定していますが、コストダウンや販売構成の見直し等で十分にカバーができると考えています。

Q7：事業利益の連結調整が 2023 年 1-3 月の水準と変わっていないが、その内訳は？

A7：主に在庫の増加によりグループ内取引の未実現利益が増加しています。事業効率化に向けて在庫水準の削減に着手しているものの、全体としてはまだ高い水準が続いており、引き続き、削減に向けた施策に取り組んでいく必要があると認識しています。

以上

【注意事項】
本資料で記述している内容は、決算説明会の質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性、完全性を保証するものでなく、今後、予告なく変更される可能性があります。
また、将来予測や業績見通しなどに関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を約束する趣旨のものではありません。
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可能性があることを御承知おき下さい。