

平成26年5月8日

平成26年（2014年）12月期
第1四半期決算短信 補足資料

今日を愛する。

LION

ライオン株式会社

1. 2014年第1四半期業績ハイライト

【連結業績】

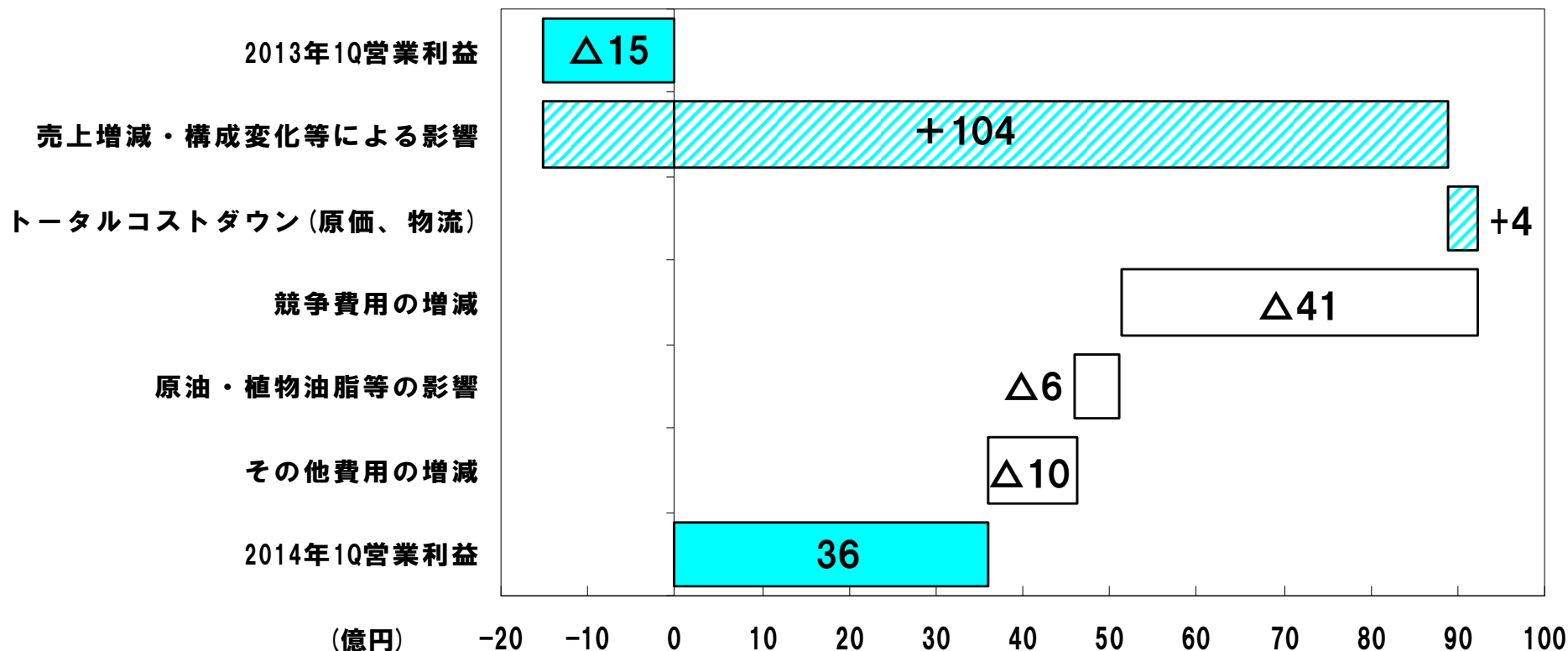
(単位：億円)

| | 2014年 1－3月 | 2013年 1－3月 | 前年同期増減 | |
|--------------------|---------------|---------------|--------|-------|
| | | | 額 | 率 (%) |
| 売上高 | 895.9 | 716.1 | 179.7 | 25.1 |
| 営業利益 対売上比(%) | 36.1 4.0 | △15.1 - | 51.3 | - |
| 経常利益 対売上比(%) | 38.9 4.3 | △11.4 - | 50.4 | - |
| 四半期純利益 対売上比(%) | 23.4 2.6 | △10.1 - | 33.5 | - |
| 1株当たり四半 期純利益(円) | 8.75 | △3.76 | 12.51 | - |

【連結業績の概況】

- 1) 売上高 895.9 億円（前年同期比 +179.7 億円、+25.1 %）
国内は、「クリニカ」や「バファリン」などの新製品が好調に推移するとともに、4月に導入された消費税増税前の駆け込み需要が想定を上回り、前年同期を大幅に上回りました。海外は、タイが伸びなやみましたが、中国と香港が好調に推移し前年同期比 7% 増となりました。
- 2) 営業利益 36.1 億円（前年同期比 +51.3 億円）
売上の増加に伴う粗利増に加え、セグメント構成の変化や国内での販売促進費の効率化により、前年同期と比べ大幅に改善しました。
- 3) 経常利益 38.9 億円（前年同期比 +50.4 億円）
営業利益の改善により、前年同期と比べ大幅に改善しました。
- 4) 四半期純利益 23.4 億円（前年同期比 +33.5 億円）
営業利益の改善により、前年同期と比べ大幅に改善しました。

【営業利益増減要因】



売上高の増加に加え、セグメント構成の変化により、営業利益が大幅に改善しました。

◇売上増・構成変化等の影響：

国内で消費税増税前の駆け込み需要の影響を受けて売上高が大幅に増加したことに加え、一般用消費財事業の構成が上昇し、粗利益額は大幅に増加しました。

◇競争費用の増加：

売上増に伴い競争費用は増加しましたが、国内では競争費（宣伝費や販売促進費・販売手数料）の効率化に取り組み、対売上比率は低下しました。

4. 2014年第1四半期業績ハイライト



【セグメント別】

(単位：億円)

| | 売上高 | | | | セグメント利益（営業利益） | | | |
|--------|---------------|---------------|-------|------|---------------|---------------|------|-------|
| | 2014年 1-3月 | 2013年 1-3月 | 増減 | | 2014年 1-3月 | 2013年 1-3月 | 増減 | |
| | | | 額 | 率(%) | | | 額 | 率(%) |
| 一般用消費財 | 677.7 | 515.6 | 162.0 | 31.4 | 23.9 | △22.5 | 46.4 | — |
| 産業用品 | 131.7 | 110.9 | 20.8 | 18.8 | 5.5 | 0.5 | 5.0 | 994.1 |
| 海外 | 199.1 | 185.7 | 13.3 | 7.2 | 4.4 | 4.3 | 0.1 | 3.0 |
| その他 | 64.5 | 55.5 | 8.9 | 16.2 | 0.5 | 1.0 | △0.5 | △49.3 |
| 小計 | 1,073.1 | 867.9 | 205.2 | 23.6 | 34.4 | △16.6 | 51.0 | — |
| 調整額 | △177.2 | △151.7 | △25.4 | — | 1.7 | 1.4 | 0.2 | 17.5 |
| 連結計 | 895.9 | 716.1 | 179.7 | 25.1 | 36.1 | △15.1 | 51.3 | — |

- ◇一般用消費財事業は、改良した「クリニカ」シリーズや「バファリンプレミアム」などの新製品が好調に推移するとともに、想定を上回る駆け込み需要の影響を大きく受け、売上は前年同期に比べて大幅に上回りました。セグメント利益は、売上の増加に加えて競争費の効率化に取り組み前年同期に比べて4.6億円増加し大幅に改善しました。
- ◇産業用品事業は、洗剤やシャンプーの原料、業務用洗浄剤で駆け込み需要の影響を受けて売上が増加するとともに、利益性の高いカーボン等が好調に推移し、前年同期に比べて増収増益となりました。
- ◇海外事業は、タイの売上が消費低迷・競争激化の影響を受けて伸びなやみましたが、中国や香港の売上が伸張し、前年同期比7.2%の増収となりました(為替変動の影響を除いた実質売上高は同2.2%増)。セグメント利益は、売上の増加やタイでの競争費効率化により前年同期を上回りました。
- ◇その他は、建設請負業で売上が増加しましたが、工事原価の上昇によりセグメント利益は前年同期を下回りました。

5. 2014年第1四半期業績ハイライト

【セグメント別売上高】

(単位：億円)

| | 売上高 | | | |
|--------|---------------|---------------|-------|-------|
| | 2014年 1-3月 | 2013年 1-3月 | 増減 | |
| | | | 額 | 率 (%) |
| 一般消費財 | 677.7 | 515.6 | 162.0 | 31.4 |
| | 616.1 | 464.0 | 152.0 | 32.8 |
| 産業用品 | 131.7 | 110.9 | 20.8 | 18.8 |
| | 81.5 | 68.3 | 13.1 | 19.3 |
| 海外 | 199.1 | 185.7 | 13.3 | 7.2 |
| | 188.7 | 176.4 | 12.2 | 6.9 |
| その他 | 64.5 | 55.5 | 8.9 | 16.2 |
| | 9.5 | 7.2 | 2.2 | 31.7 |
| 売上高計 | 1,073.1 | 867.9 | 205.2 | 23.6 |
| 外部売上高計 | 895.9 | 716.1 | 179.7 | 25.1 |

◇上段：売上高、下段：外部売上高

なお、売上高には、セグメント内およびセグメント間の内部売上高を含んでいます。

6. 2014年の連結業績予想



(単位：億円)

| | 2014年 | 2013年 | 前期増減 | | 2014年 第2四半期 | 2013年 第2四半期 | 前年同期増減 | |
|----------------------|--------------|--------------|------|------|----------------|----------------|--------|-------|
| | | | 額 | 率(%) | | | 額 | 率(%) |
| 売上高 | 3,600.0 | 3,520.0 | 79.9 | 2.3 | 1,710.0 | 1,660.4 | 49.5 | 3.0 |
| 営業利益 対売上比 (%) | 120.0 3.3 | 108.1 3.1 | 11.8 | 10.9 | 30.0 1.8 | 28.7 1.7 | 1.2 | 4.4 |
| 経常利益 対売上比 (%) | 130.0 3.6 | 123.0 3.5 | 6.9 | 5.7 | 35.0 2.0 | 39.1 2.4 | △4.1 | △10.5 |
| 当期純利益 対売上比 (%) | 70.0 1.9 | 60.9 1.7 | 9.0 | 14.8 | 16.0 0.9 | 21.0 1.3 | △5.0 | △23.9 |

第2四半期累計期間および通期の連結業績予想は据え置いております。

7. 連結業績に影響を与える要因

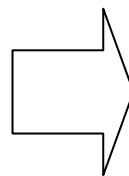
下記の業績変動要因を勘案し、
連結業績見通しは変更しておりません。

第1四半期

第2四半期以降

国内：

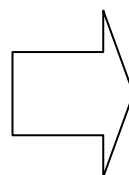
想定を上回る駆け込み
需要の発生



反動の長期化懸念

海外：

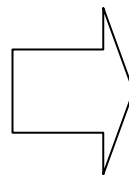
タイの政情不安



アジア市場の不透明懸念

原材料：

国産ナフサ、パーム油が
上昇傾向



原材料価格上昇の見込み

〈参考資料〉

家庭品・OTC医薬品市場、年間推移と2014年第1四半期推移

市場環境（家庭品）

当社参入主要40市場計 前年同期比（%）

| | 2009年 年計 | 2010年 年計 | 2011年 年計 | 2012年 年計 | 2013年 年計 | 2014年 1-3月 |
|------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| 販売金額 | 102 | 102 | 101 | 101 | 102 | 118 |
| 販売個数 | 103 | 103 | 101 | 102 | 102 | 117 |
| 平均単価 | 99 | 99 | 99 | 99 | 100 | 101 |

(株)インテージ S R I 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）

市場環境（OTC医薬品）

当社参入主要8市場計 前年同期比（%）

| | 2009年 年計 | 2010年 年計 | 2011年 年計 | 2012年 年計 | 2013年 年計 | 2014年 1-3月 |
|------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| 販売金額 | 101 | 96 | 98 | 98 | 99 | 106 |
| 販売個数 | 101 | 98 | 98 | 99 | 99 | 103 |
| 平均単価 | 100 | 98 | 100 | 99 | 100 | 104 |

(株)インテージ SDI データ

〈参考資料〉

家庭品市場、2014年1～3月 月別推移

市場環境（家庭品） 当社参入主要40市場計 前年同月比（%）

| | 2013年 年計 | 2014年 1月 | 2014年 2月 | 2014年 3月 | 2014年 1-3月 |
|------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| 販売金額 | 102 | 104 | 104 | 144 | 118 |
| 販売個数 | 102 | 102 | 103 | 142 | 117 |
| 平均単価 | 100 | 101 | 101 | 101 | 101 |

(株)インテージ SRIデータ

～家庭品40市場でみる市場動向～

今回の消費税増税前の駆け込み需要は、2月第3週からスタートしたものとみえています。1～3月の平均単価は前年同期比101%で推移した一方で、販売個数は2月から上昇を始め、3月は同140%を超えました。3月は週を追う毎に販売個数が増加し、ピークを迎えた最終週は前年同期比165%となりました。

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。