

2023年8月7日
ライオン株式会社

2023年度第2四半期 決算説明会 アナリスト質疑応答（要旨）

【主要セグメントの状況について】

Q：一般用消費財の4-6月の売上は、1-3月と比較するとかなり増加したように見えるが、市場要因か？また、下期の見通しについては？

A：市場要因と新製品効果の両方とみています。市場は1-3月に比べると4-6月は回復傾向となり、加えて高付加価値新製品を発売したオーラルケア、ファブリックケアが売上を伸ばしました。下期については、ファブリックケアの牽引を想定しています。「NANOX one」の発売に加え、上期に発売した「ソフラン エアリス」の成長も加速させ、年初目標の達成を目指します。

Q：4-6月の一般用消費財の事業利益が△3億円となっているが、想定内か？

A：4-6月の事業利益はマイナスでしたが、想定は上回っています。原材料価格の影響に加え、新製品のプロモーション費用、本社移転関連費用などのコスト増が背景にありますが、特売の抑制を進めたことなどにより、マイナス幅は想定よりも抑えられたという認識です。

Q：1-6月の海外事業の事業利益率は約5%だが、今後の考え方は？

A：海外事業においては、ビジネスを拡大して金額ボリュームを確保することを主眼に置きながら、収益性を維持してまいります。原材料価格の低下により、一部の国で価格競争が激しくなっていますが、高価格品の育成等、様々な施策により対応してまいります。

Q：事業利益が上期公表を8億円上振れたが、狙った戦略通りのミックスが実現できた結果であると捉えてよいか？

A：国内では収益性を確保し、海外ではパーソナルケア分野の構成比を高めながら売上を拡大させることが出来たので、戦略通りの結果だと考えております。国内については、新製品を中心に競争費にメリハリを効かせながら、より戦略との合致性を高めていきます。

【値上げの取組みについて】

Q：上期の値上げ効果約 40 億円の内訳を教えてください。

また、下期や来期にさらなる値上げは可能と考えているか？

A：40 億円のうち、出荷価格引き上げによるものが約 27 億円、販売促進の効率化によるものが約 13 億円であり、大部分は国内の施策による成果です。出荷価格の引き上げを行った品目は約 260SKU に渡り、主に業務用洗浄剤やペット用品が対象です。

下期の値上げ、販売促進効率化の効果は、10 億円程度になると見込んでいます。

Q：利益の額は上期より下期の方が多くなる想定だが、一方で値上げ幅が小さくなる要因は？

A：値上げを本格化させたのが昨年下半年で、今年下期はその効果が一巡するため、値上げ効果は相対的に小さくなると想定しています。当社としては、9 月に発売する「NANOX one」など付加価値の高い製品の構成比を高めていくことで利益改善を目指します。また、値上げに関しては、当社の市場ポジションの面からも、出荷価格の引き上げよりも、汎用品の販売促進の効率化といった形で対応していきたいと考えています。

【その他】

Q：インバウンド売上について、上期の実績と通期の見通しを教えてください。

A：上期のインバウンド売上の推計額は約 28 億円で、前年同期の 1.8 倍となりました。

中国からの訪日客が本格化すれば、今後の見通しはポジティブと捉えていますが、あまり大きな期待を持って計画には織り込んでいません。通期の想定は、概ね昨年並みの水準ですが、状況によっては上振れの余地があると考えています。

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。