ライオン株式会社

2026 年 12 月期 第 3 四半期 決算説明会

2026 年 11 月 6 日

イベント概要

[企業名]	ライオン株式会社
[企業 ID]	4912
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2026 年 12 月期 第 3 四半期 決算説明会
[決算期]	2026 年度　第 3 四半期
[日程]	2026 年 11 月 6 日
[ページ数]	22
[時間]	17:45 – 18:51 （合計：66 分、登壇：20 分、質疑応答：46 分）
[開催場所]	インターネット配信
[登壇者]	2 名
	代表取締役兼副社長執行役員　福田　健吾（以下、福田）
	経営企画部 IR・SR 室長　谷元　啓太（以下、谷元）

登壇

谷元：定刻になりましたので、ライオン株式会社 2026 年度第 3 四半期決算説明会を始めさせていただきます。皆様、本日はお忙しい中ご参加をいただきまして、誠にありがとうございます。

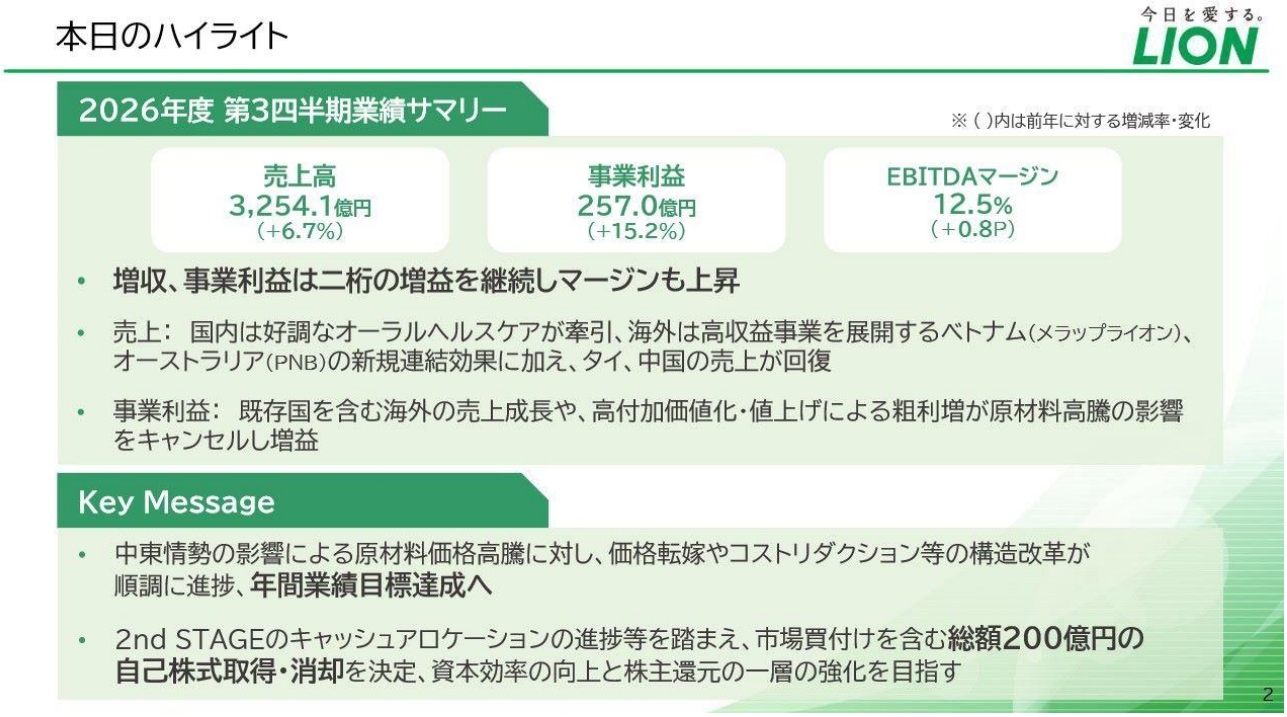
本日は弊社より代表取締役兼副社長執行役員の福田健吾が出席しております。進行は IR・SR 室の谷元が務めさせていただきます。これより、2026 年 12 月期第 3 四半期決算内容につきまして、福田よりご説明した後、質疑応答に移らせていただきます。会議全体の時間は約 1 時間を予定しております。

説明会を始めます前に、皆様にお断り申し上げます。これから行う説明におきまして、現時点の予想に基づく将来の見通しを述べる場合がございますが、それらは全てリスク並びに不確実性を伴っております。皆様には、実際の結果が見通しと異なる場合があることをあらかじめご了承願います。

また、本日の説明会の内容につきましては、質疑も含め、音声を当社のホームページに掲載いたします。ご質問される皆様におかれましては、会社名、お名前、ご質問の音声が原則そのままアップされますので、あらかじめご了承願います。

それでは、第 3 四半期の決算内容につきまして、福田よりご説明いたします。

福田：はい。改めまして、福田でございます。いつも当社の IR 活動を始め、様々な活動にご理解、ご支援を賜っておりまして、誠にありがとうございます。また今日は大変お忙しい中、ちょっと遅い時間のスタートになりますけれども、当社の第 3 四半期の決算説明会にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。

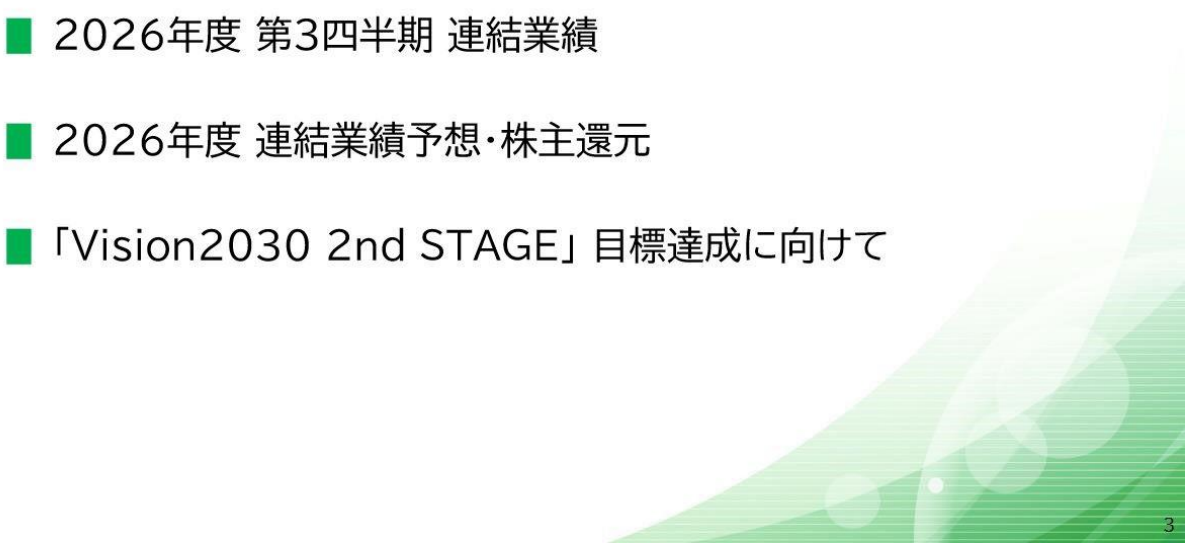


説明会の最初に、本日皆さんに最もお伝えしたい点をハイライトとしてまとめております。

まずは、当第 3 四半期累計期間は増収増益が継続いたしております。国内外でオーラルヘルスケアの付加価値化が進んでおり、海外の主要国も回復基調にあります。

上期の決算説明の際に、7-9 月はコストアップの影響が最も大きく出るので、3Q 単独では減益になる可能性があるとお話をしておりましたけれども、ミックスの改善など付加価値化の進展やコストの効率化などが進み、7-9 月でも増益を確保することができました。事業利益ベースでは 2023 年 10-12 月期以来、12 四半期連続での増益となっております。

もう一つ、今後の資金見通し等の状況も踏まえまして、本日、総額 200 億円の自己株式の取得・消却を決定いたしております。

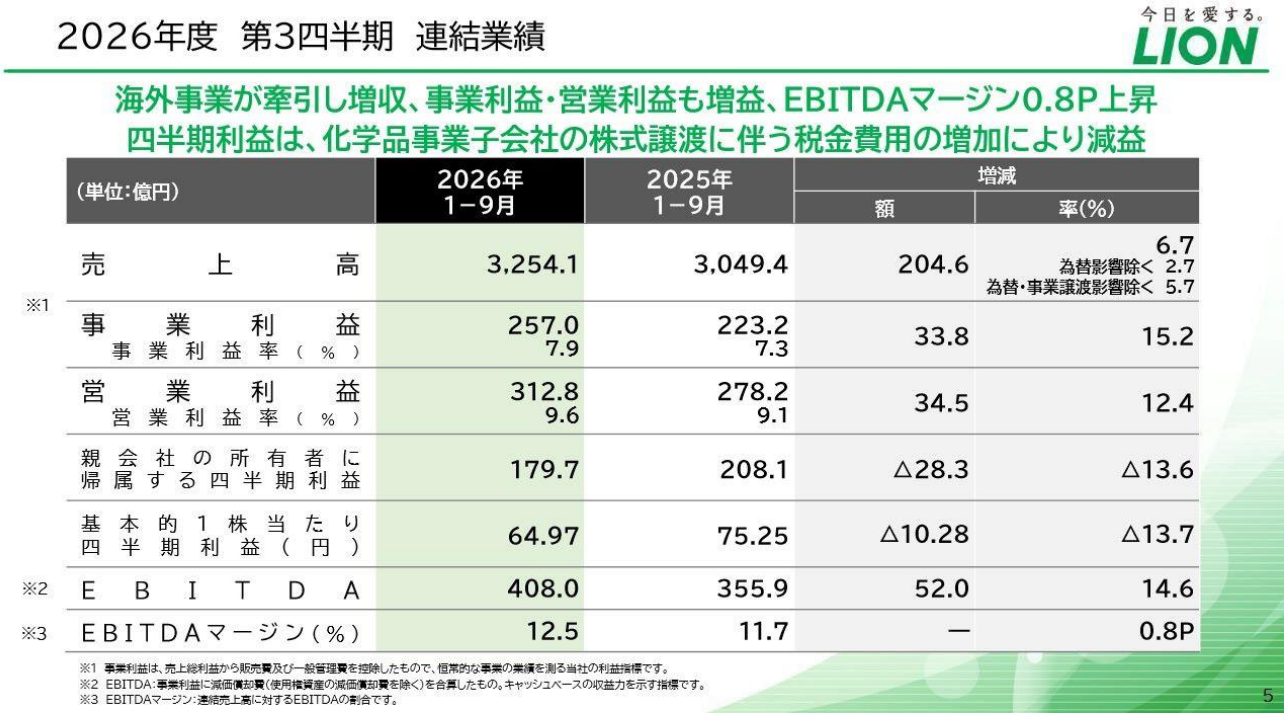


では早速、内容に移ります。本日こちらの 3 点になります。



- 2026年度 第3四半期 連結業績
- 2026年度 連結業績予想・株主還元
- 「Vision2030 2nd STAGE」目標達成に向けて

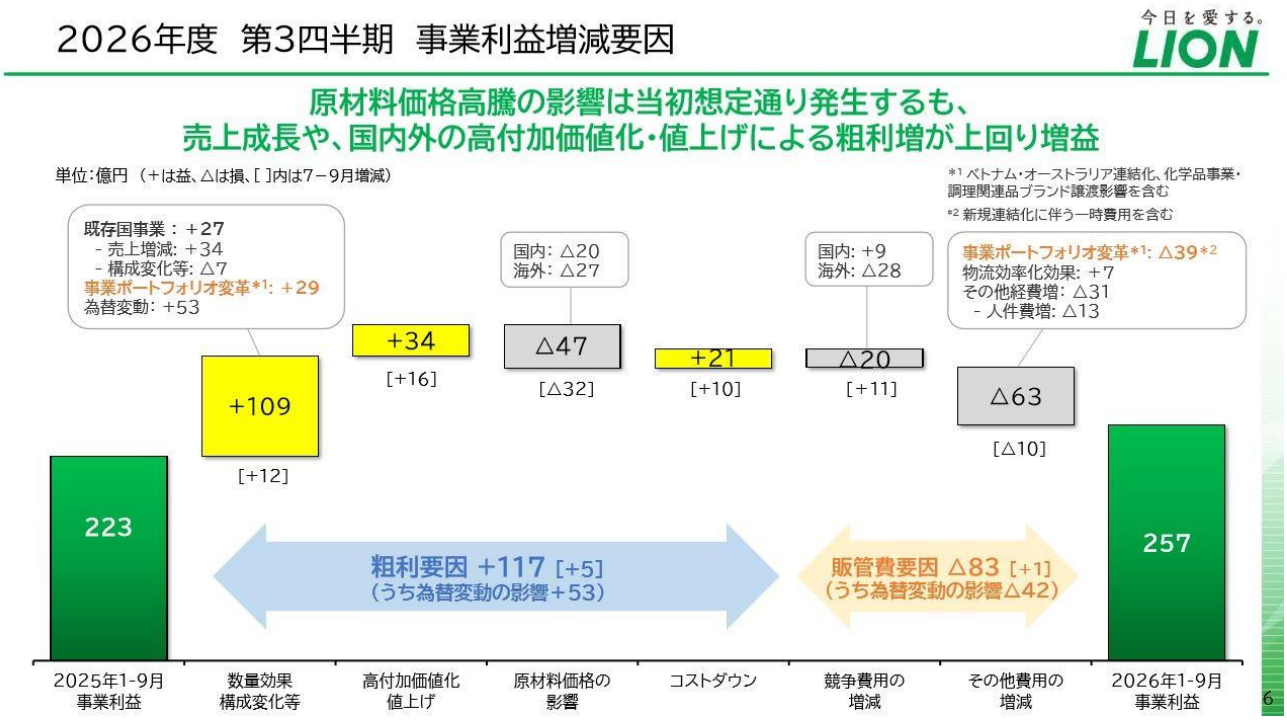
まず第 3 四半期の連結業績からご説明をいたします。



この第 3 四半期は、連結売上高 3,254 億円、プラス 6.7%の成長。為替変動の影響を除く実質ベースではプラス 2.7%の増収となりました。

事業利益は 257 億円。7-9 月も増益が継続し、対前年プラス 34 億円の増益となりました。
EBITDA マージンは 12.5%と、対前年で 0.8 ポイント上昇しています。

なお、親会社の所有者に帰属する四半期利益の減益については、本年 6 月末の化学品子会社の株式譲渡に伴う税金費用の増加によるものでございますけれども、こちらは年間のガイダンスに織り込み済みのものとなっています。



それでは、事業利益の対前年プラス 34 億円の要因についてご説明をいたします。

こちらのブリッジチャートですけれども、いつものように各数字の下に括弧で表示しておりますのは、7-9 月分の寄与分になります。下側に大きな横矢印がございますけれども、粗利益の増加が 117 億円、販管費の増加による利益の押し下げがマイナス 83 億円となっています。

今回、増減要素のうち一番左側、黄色の一番左側ですね、数量効果・構成変化等のプラス 109 億円。それから販管費のうち一番大きい右側のその他費用の増減マイナス 63 億円につきましては、事業の譲渡・取得等がございましたので、このポートフォリオの入れ替え、すなわち昨年 7 月のベトナムの M&A、それから今年 1 月のオーストラリアでの M&A で新規の連結と、それから本年 6 月末の化学品子会社の譲渡による影響を抜き出して別に表示をしております。販管費の増加にはオーストラリアの買収に伴う一時費用も含まれています。

これでご覧いただきますと、数量変化・構成変化等は既存国の事業成長によるものが 27 億円。その内売上増減・構成変化等の内訳はご覧のとおりとなっております。それから、事業の入れ替え、ポートフォリオの入れ替えによるものが 29 億円。また一方海外の為替変動の効果が 53 億円出ている状況になっております。

それからグレーの真ん中のところ、原材料価格の影響でございますけれども、累計で 47 億円。うち 3Q は 32 億円のコスト増でした。従前お伝えしておりましたとおり、中東情勢の影響は下期で

50 億円。そのうち 7-9 月はおよそ 30 億円程度と想定をいたしておりましたので、概ね想定どおりのコストアップが起きた状況でございます。

しかし一方で、セグメント内の付加価値化であったり、競争費用の効率化を進めまして、また 4Q に日本では値上げを考えておりますけども、その前に一部の卸店にて仕入れの増加もあったことで、7-9 月も増益をキープすることができております。

2026年度 第3四半期 セグメント別業績

今日を愛する。LION

一般用消費財、海外事業ともに増収増益、産業用品は事業譲渡影響により減収減益
海外事業は新規連結効果に加え既存国の改善により、マージンが2.1P向上

(単位:億円)	売上高 (上段は総売上高、下段は外部売上高)				事業利益			
	2026年1−9月	2025年1−9月	増減		2026年1−9月 (率(%))	2025年1−9月 (率(%))	増減	
			額	率(%)			額	率(%)
一般用消費財	1,876.8	1,860.2	16.6	0.9	164.4 (8.8)	158.5 (8.5)	5.8	3.7 (+0.3P)
	1,610.4	1,602.0	8.4	0.5				
産業用品	360.7	434.1	△73.4	△16.9	17.2 (4.8)	22.9 (5.3)	△5.6	△24.8 (△0.5P)
	239.5	290.1	△50.6	△17.4				
海外	1,550.1	1,298.4	251.6	19.4	99.5 (6.4)	55.9 (4.3)	43.5	77.8 (+2.1P)
	1,393.7	1,149.5	244.1	21.2				
その他	63.9	77.4	△13.4	△17.4	0.3 (0.5)	△1.1 (△1.5)	1.4	—
	10.3	7.6	2.6	35.0				
調整額	△597.5	△620.8	23.2	—	△24.3	△13.0	△11.2	—
	—	—	—	—				
連結計	3,254.1	3,049.4	204.6	6.7	257.0 (7.9)	223.2 (7.3)	33.8	15.2 (+0.6P)

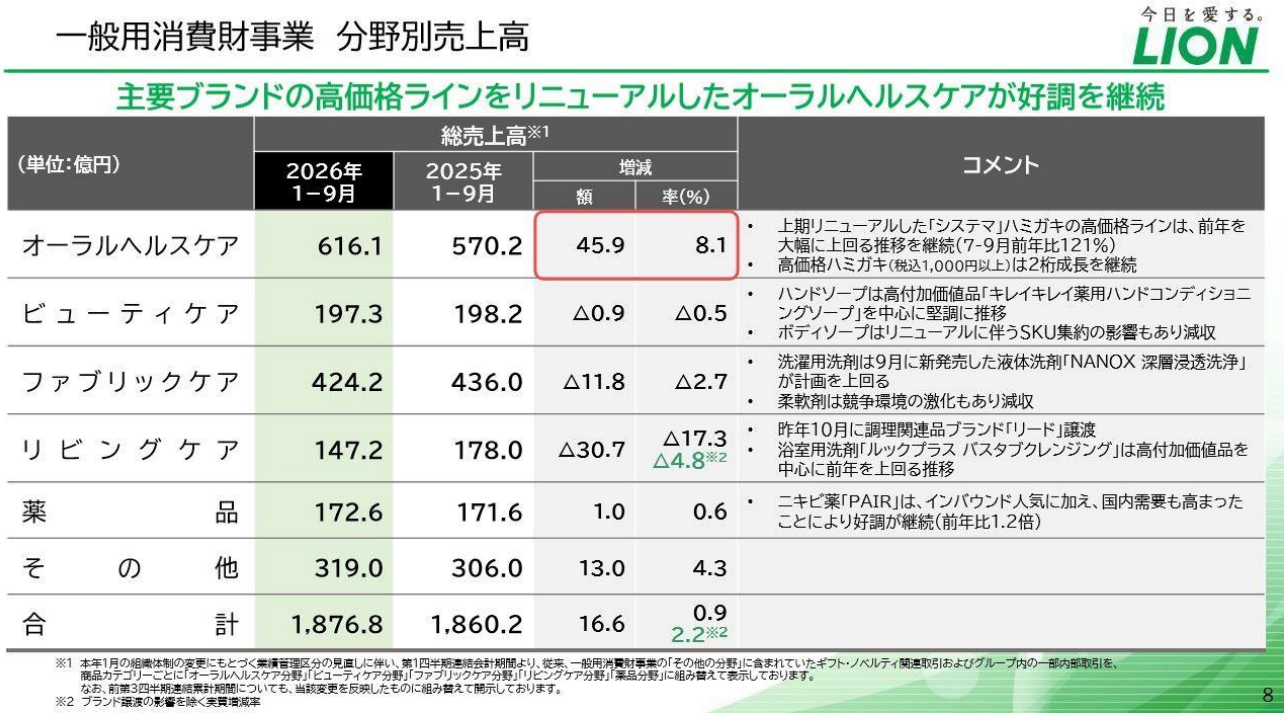
7

続いてセグメント別の業績についてです。

いつものとおり売上高は上段が総売上高、下段がグループ外への売上高を表示しておりますけれども、総売上高でご説明します。一般用消費財はプラス 0.9%の増収、事業利益は 3.7%の増益でございました。7 月は上期に比べて少しペースダウンをしています。この状況については、後ほど分野別に補足をいたしたいと考えています。

それから、産業用品セグメントは 7 月以降、化学品子会社の売上がなくなっておりますので、前年から大きくシュリンクしている状況です。

海外は 19%の増収。新規 2 社の連結に加えて、主要国が回復基調にあります。さらに為替変動の効果もあって大幅な増収増益となっております。なお、今回オーストラリア買収に伴う一時費用は、ここでは全社の調整額に計上いたしておりますので、本年についてはこの調整額が例年に比べて増加しているところでございます。



さて次に、国内の一般用消費財事業について、カテゴリー別の売上状況についてご説明をいたします。

オーラルヘルスケアですが、上期 9.6%の成長であったのに対し、1-9 月累計で 8.1%の成長と、やや 7-9 月は成長が鈍化しているように見えますが、これは昨年の 3Q の末に「デントヘルス」の最高価格帯のハミガキを新発売して出荷をした反動で、内容としては売上成長と高価格帯へのシフトが順調に進んでいると考えています。

一方、ファブリックケア・リビングケアのトップラインは前年を下回って推移をいたしておりますが、4Q に柔軟剤で挽回に向けた高付加価値商品のローンチを控えての状況でございました。

なお、全体で昨年の「リード」ブランド譲渡の影響を除く実質の前年比は、トータルで 2.2%の増収でございました。

海外事業　地域別業績

今日を愛する。LION

東南・南アジア／オセアニアは新規連結効果に加え、タイ、マレーシアが増収増益に貢献
北東アジアは中国の回復もあり、増収増益

(単位:億円)	総売上高					事業利益			
	2026年1−9月	2025年1−9月	増減			2026年1−9月 (率(%))	2025年1−9月 (率(%))	増減	
			額	率(%)	実質率(%)※1			額	率(%)※2
東南・南アジア／オセアニア※3	993.5	805.0	188.5	23.4	12.5	72.8 (7.3)	48.5 (6.0)	24.3	50.1 (+1.3P)
北東アジア	556.5	493.4	63.1	12.8	4.2	26.6 (4.8)	7.4 (1.5)	19.2	258.8 (+3.3P)
合計	1,550.1	1,298.4	251.6	19.4	9.4	99.5 (6.4)	55.9 (4.3)	43.5	77.8 (+2.1P)

※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
※3 本年1月にオーストラリアが加わったことから、従来の「東南・南アジア」の表記を「東南・南アジア／オセアニア」に変更しております。

9

続いて、海外事業のエリア別の状況でございます。

東南・南アジア/オセアニアでございますけれども、新規ベトナムとオーストラリアの 2 社が加わったことに加えまして、タイは昨年の下期からカンボジア向けの輸出がダメージを受けておりましたけれども、その減少幅が縮小したことや、タイ国内の事業の持ち直しにより増収増益になっています。

北東アジアでございますけれども、こちらも再成長の途上にある中国の回復もあり、こちらも増収、大幅な増益になっております。

海外事業　主要進出国の状況

今日を愛する。LION

（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※4 売上構成比(%)
	2026年1−9月	増減				
		額	率(%)	実質率(%)※2		
タイ	518.1	51.0	10.9	1.8	実質増減率：1−6月 △3.4% ➡ 7−9月 13.5% • 強化するオーラルヘルスケア、主力の「植物物語」をリニューアルしたビューティケアが全体を牽引 • 地政学上の問題による輸出の減少は緩和	36.3
マレーシア	234.5	39.5	20.3	4.2	実質増減率：1−6月 10.4% ➡ 7−9月 △4.5% • 昨年の政府による需要喚起施策の反動もあり、7−9月は減収 • 強化する衣料用液体洗剤は前年を大幅に上回る	22.4
中国※3	219.2	25.1	13.0	△0.7	実質増減率：1−6月 △5.6% ➡ 7−9月 10.2% • 1Qに流通在庫水準の適正化を完了 • 大型プロモーションを通じて事業の高付加価値化を進めるオーラルヘルスケアは7−9月前年比111.9%	85.4
韓国	145.2	11.7	8.8	4.2	実質増減率：1−6月 4.2% ➡ 7−9月 4.2% • 新製品を上市したカプセル洗剤や「休足時間」の輸入販売が売上成長を牽引	33.9

※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 実質増減率：為替変動の影響を除く実質増減率
※3 青島ライオン
※4 パーソナルケア分野売上高：オーラルヘルスケア、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）

10

さらに、主要 4 カ国の状況でございます。

詳細について、国ごとには割愛をいたしますけれども、先ほど申しましたようにタイ・中国といった既存国で大きな割合を占める国、コメントのところに 1-6 月の前年比と 7-9 月は前年に比べ、いずれも 7-9 月に回復傾向にあることがおわかりいただけるかと思います。



ここからは今期の業績達成に向けて、業績予想と株主還元についてお話をさせていただきます。



これまでの進捗を踏まえまして、年間の目標達成に向けたポイントは三つであると考えております。

一つは、中東情勢の影響のオフセットに向けて大きな山になりますのは、4Q における国内の出荷額の改定でございます。今のところは概ね想定どおり進んでおりますけれども、年末に向けての消費動向や競争環境には引き続き注視が必要と考えております。

その上で二つ目、成長を担保、カバーするのが 4Q の新製品になります。これらも現在のところは順調に推移をしておりますけれども、これら付加価値品の成否も通期の業績目標の達成に対してのポイントということでございます。

三つ目が海外で、全体の成長は回復基調とご説明をいたしましたけれども、一層のオーラルヘルスケアの育成によって、各国の付加価値構成を変えながら、持続性のある成長の実現に持っていくのがポイントであると考えております。



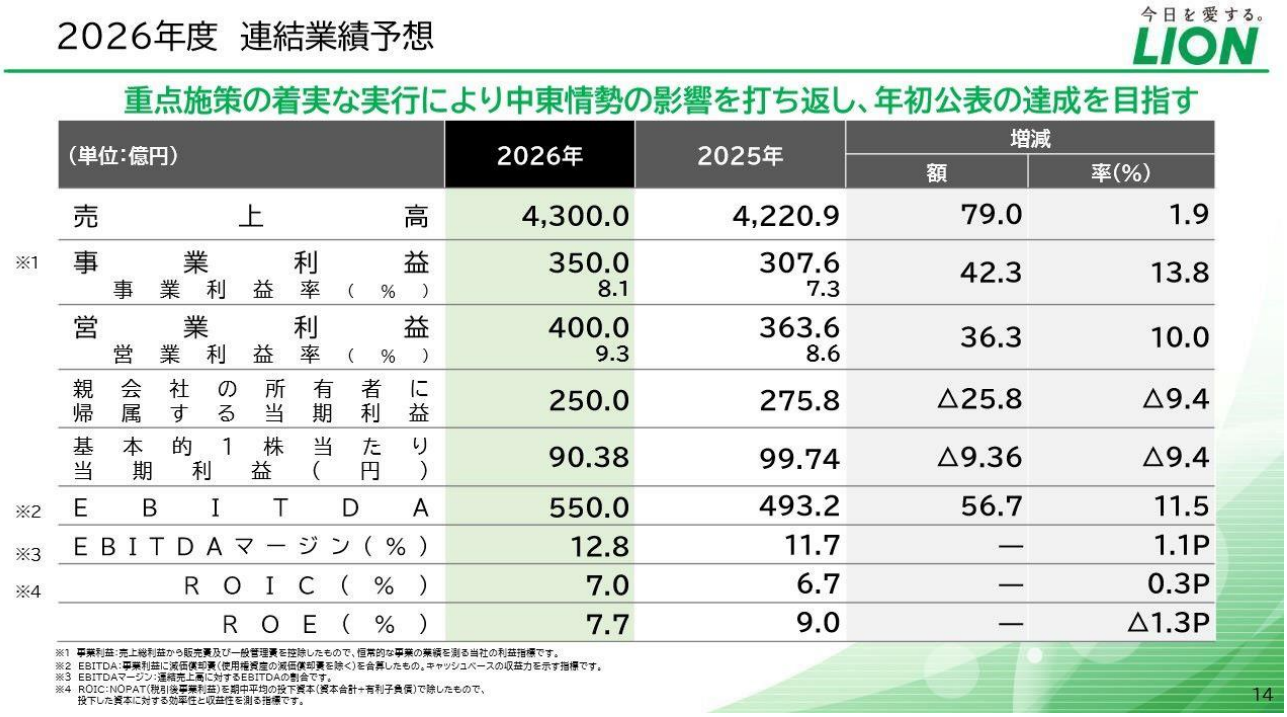
その海外のオーラルヘルスケアですけれども、少し補足をさせていただきます。主要国の状況と今後の取り組みでございます。

まずタイでは、従前お話をしておりますとおり、ローカルブランドを手始めにターゲットマーケティングを強化しております。

また右側中国では、ブランド横断型のキャンペーンを展開し、それぞれこれについても成果が出ております。中国では収益性向上に向けて、今後代理店との取引制度の見直しについても検討を進めたいと考えているところでございます。

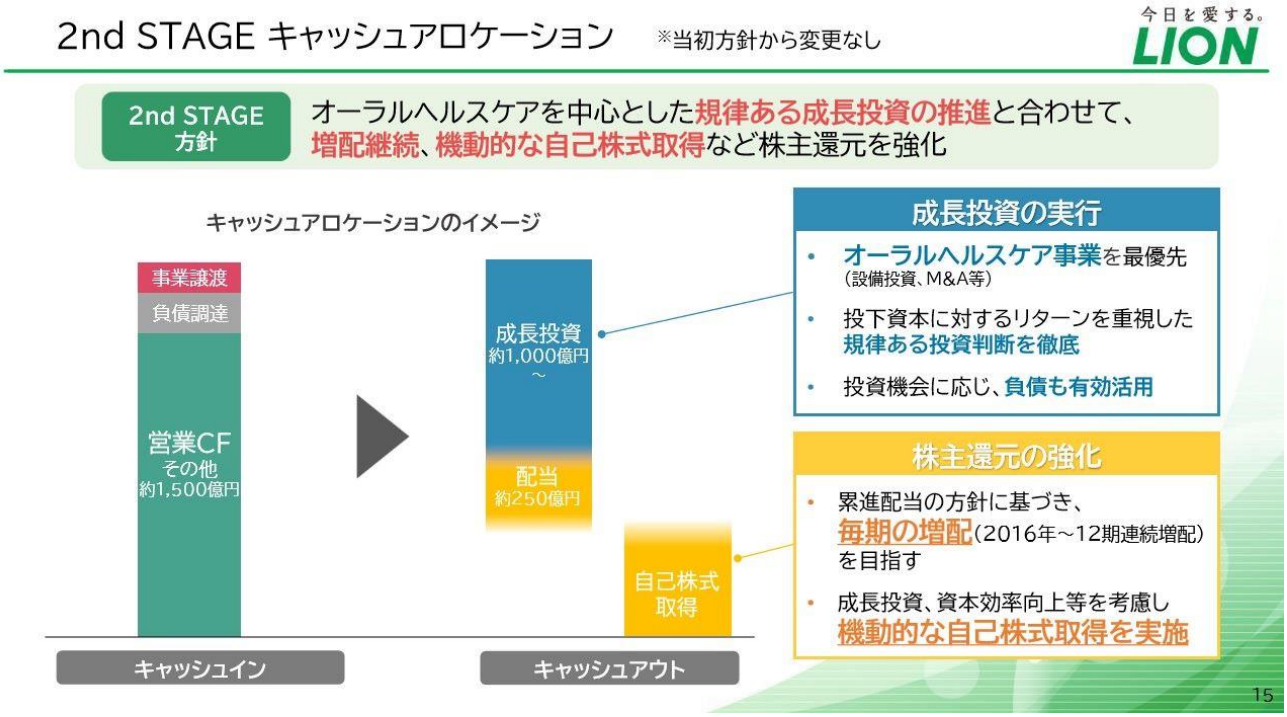
それから右下ベトナムでは、準備に若干時間は要しましたけれども、メラップライオンが持っております専門家推奨事業モデル、これに当社のオーラルヘルスケア領域を乗せることでカテゴリーを拡大して、今後歯科医院ルートの開拓も進めていきたいと考えております。

このように、各国で昨年から進めておりますオーラルヘルスケアの成長施策は、成果が表れつつあり、今後もさらに打ち手を加速してまいりたいと考えている次第です。



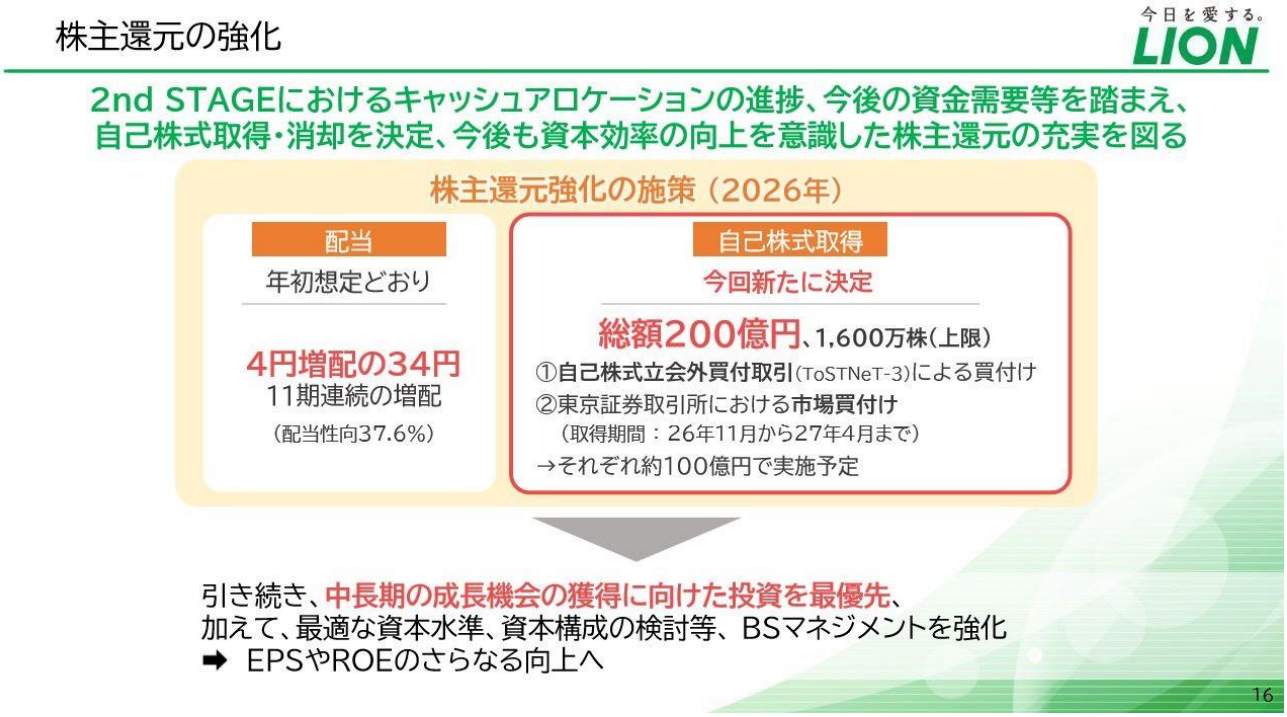
国内外でただいまご説明した施策を着実に進め、年間では当初の業績目標の達成をめざしてまいります。

3Q の利益が当初の想定に対してプラスであった一方、原材料の高止まりや再上昇といった足元の状況も見られ、その吸収策についても一定の難度はあると考えておりますので、現時点で年間の予想は変えておりませんけれども、その実行確度は 2Q のときに比べて高まっていると自信を深めているところでございます。



また、本日の決算発表と併せまして、自己株式の取得・消却についても開示をいたしております。

改めて、2nd STAGE の開始にあたり皆さんにお伝えしていましたキャッシュアロケーションの方針でございますけれども、規律ある成長投資を第一義としながらも株主還元についても強化していくということでございました。その一環として今回、自己株式の取得と消却を決定いたしております。



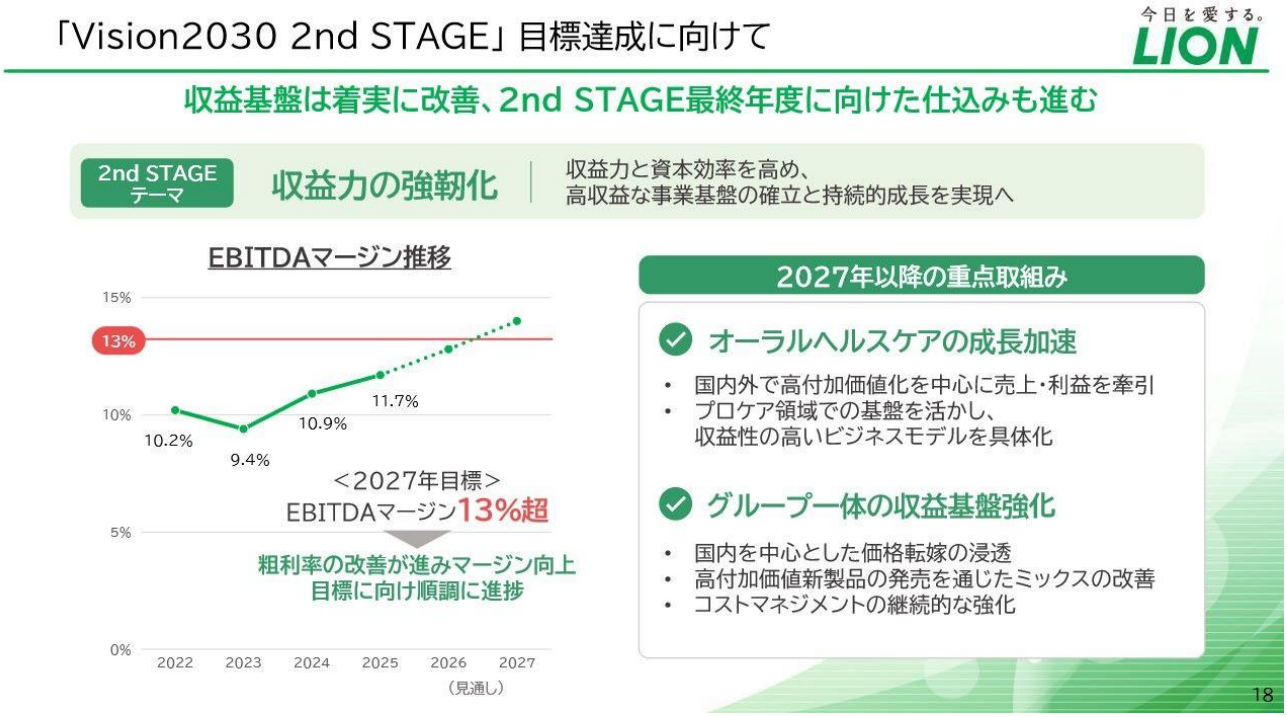
まず、株主還元のもともと予想で出しておりました配当でございますけれども、こちらは年初の想定どおり 4 円増配の 1 株あたり 34 円を予想しております。11 期連続での増配になっております。加えて今回、2nd STAGE の資金需要について一定のめどが立ったことから、自己株式の取得を決めました。

総額 200 億円を上限とし、政策保有株式の受け皿として実施をする ToSTNeT-3 での時間外の買付と、それから市場からの買付、それぞれ 100 億円を取得する予定でございます。

今後につきましては、資本効率向上の観点からバランスシートのマネジメントもより強化し、最適な資本水準、資本構成や、株主還元の考え方についてもアップデートをしまして、明確にしたいと考えてございます。これについては、再来年の 3rd STAGE を待つことなく、来年 2 月、2nd STAGE 最終年の業績目標と合わせてご説明できればと考えておる次第です。

- 2026年度 第3四半期 連結業績
- 2026年度 連結業績予想・株主還元
- 「Vision2030 2nd STAGE」目標達成に向けて

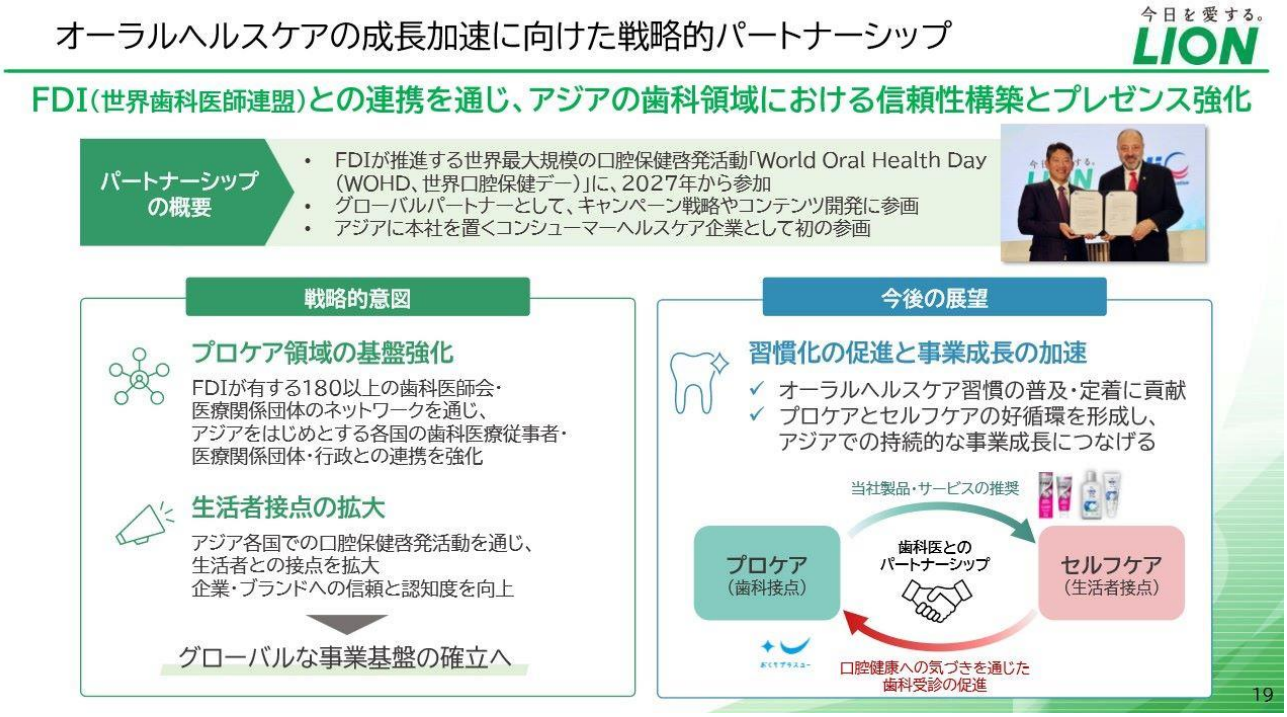
最後に、来年最終年度を迎えます 2nd STAGE の目標達成に向けて、さらにその先も見据えた取り組みについてご説明をいたします。



2nd STAGE では、収益力の強靭化というテーマにぶれずに取り組んでまいりました。目標としております EBITDA マージンにつきましては、年初には想定していなかった、今年の中東情勢によるコストアップ分が年間で 60 億円ございますけれども、これを吸収しながら、さらに収益性を高めることができており、13%超という中計の目標に対して、本年の通期予想で 12.8%。1 年前倒しに近いレベルにまで引き上げることができています。

当社は今年 1 月から、バリューチェーン一貫型でのビジネスユニット制に体制を変えていますが、中東情勢への対応においても原材料調達や価格転嫁等、迅速な意思決定が可能になるなど、組織の機動性を高めた成果でもあると考えています。

また今後の取り組みとしては、インフレの環境下でさらにマージンを高めていくという意味合いを含めて、成長と収益性の両面で鍵になりますオーラルヘルスケアの成長アクションがさらに重要になると考えており、2027 年は、その具体的なアクションを皆さんにお示しすることが必要であると考えております。



最後に、その点についてでございます。

足元の動きとして中間決算の際にもお知らせしたとおり、当社はオーラルヘルスケア領域のスタートアップに特化した米国の VC ファンドに出資をいたしました。また、これも先般お伝えをしましたけれども、世界歯科連盟、FDI が推進しております世界最大規模の口腔保健啓発活動に 2027 年よりグローバルパートナーとして参画をいたします。

こうした動きは、中計発表時にもお示ししたとおり、今後当社がセルフケア製品だけにとどまらず、広く歯科医療や口腔保健の領域に幅を広げていきたい意思の表れでもあるということでございます。

その実現に向けて、現在いくつかのプランを検討して、国内外、他社との間でもビジネスタイアップの具体的な協議を進めているところでございます。皆さんにご説明できる進展があり次第、ご案内したいと考えておりますので、ご期待いただければと思っております。

今日の私からのご説明は以上となります。ご清聴ありがとうございました。

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、株式会社 JPX 総研（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。