2026年12月期
第3四半期 決算説明資料

ライオン株式会社

2026年11月6日

本日のハイライト

2026年度 第3四半期業績サマリー

※（ ）内は前年に対する増減率・変化

売上高	事業利益	EBITDAマージン
3,254.1億円	257.0億円	12.5%
（+6.7%）	（+15.2%）	（+0.8P）

- **増収、事業利益は二桁の増益を継続しマージンも上昇**
- 売上： 国内は好調なオーラルヘルスケアが牽引、海外は高収益事業を展開するベトナム（メラップライオン）、オーストラリア（PNB）の新規連結効果に加え、タイ、中国の売上が回復
- 事業利益： 既存国を含む海外の売上成長や、高付加価値化・値上げによる粗利増が原材料高騰の影響をキャンセルし増益

Key Message

- 中東情勢の影響による原材料価格高騰に対し、価格転嫁やコストリダクション等の構造改革が順調に進捗、**年間業績目標達成へ**
- 2nd STAGEのキャッシュアロケーションの進捗等を踏まえ、市場買付けを含む**総額200億円の自己株式取得・消却**を決定、資本効率の向上と株主還元の一層の強化を目指す

本日の内容

- 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

本日の内容

- 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

2026年度　第3四半期　連結業績

海外事業が牽引し増収、事業利益・営業利益も増益、EBITDAマージン0.8P上昇
四半期利益は、化学品事業子会社の株式譲渡に伴う税金費用の増加により減益

	(単位:億円)	2026年 1−9月	2025年 1−9月	増減 額	増減 率(%)
	売上高	3,254.1	3,049.4	204.6	6.7 為替影響除く 2.7 為替・事業譲渡影響除く 5.7
※1	事業利益	257.0	223.2	33.8	15.2
	事業利益率(%)	7.9	7.3		
	営業利益	312.8	278.2	34.5	12.4
	営業利益率(%)	9.6	9.1		
	親会社の所有者に帰属する四半期利益	179.7	208.1	△28.3	△13.6
	基本的1株当たり四半期利益(円)	64.97	75.25	△10.28	△13.7
※2	EBITDA	408.0	355.9	52.0	14.6
※3	EBITDAマージン(%)	12.5	11.7	—	0.8P

※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。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。

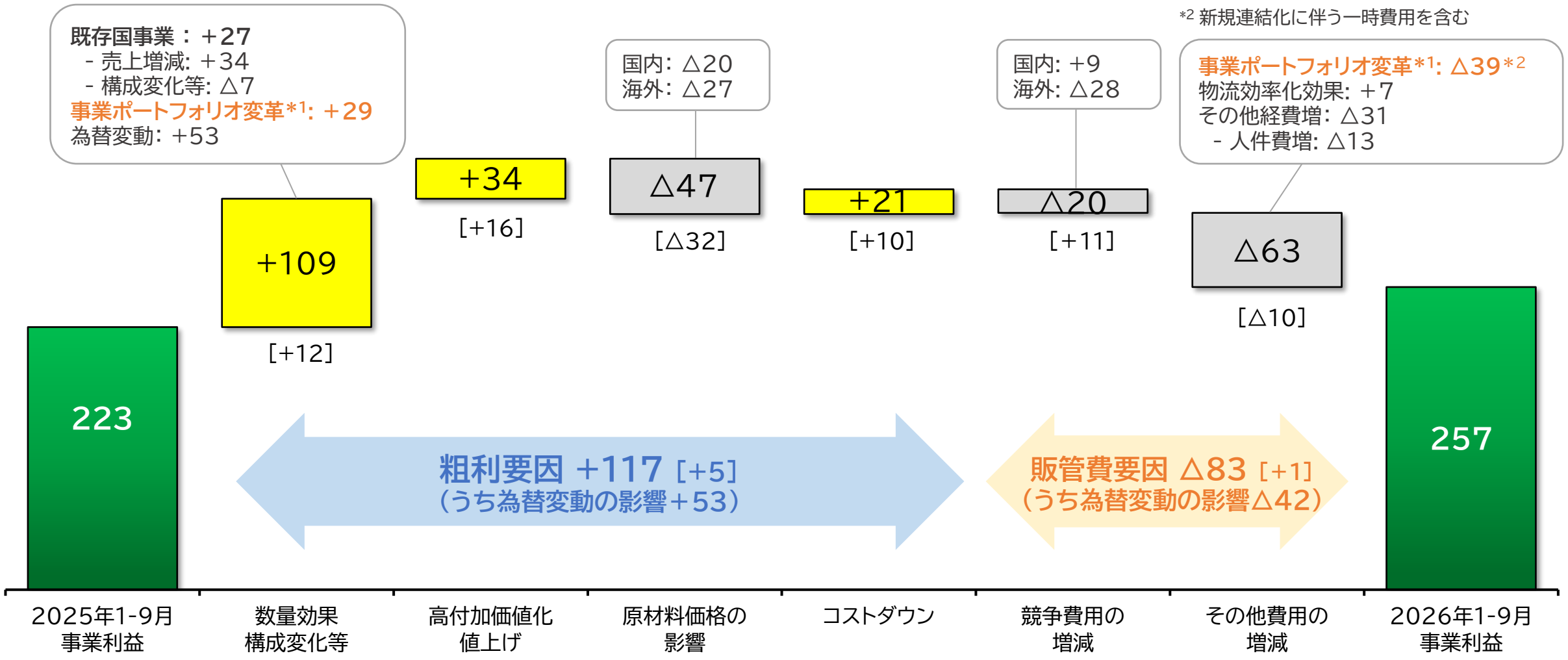
2026年度　第3四半期　事業利益増減要因

原材料価格高騰の影響は当初想定通り発生するも、売上成長や、国内外の高付加価値化・値上げによる粗利増が上回り増益

単位：億円　（＋は益、△は損、[ ]内は7－9月増減）

*1 ベトナム・オーストラリア連結化、化学品事業・調理関連品ブランド譲渡影響を含む

*2 新規連結化に伴う一時費用を含む



2026年度　第3四半期　セグメント別業績

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）

一般用消費財事業　分野別売上高

主要ブランドの高価格ラインをリニューアルしたオーラルヘルスケアが好調を継続

（単位：億円）	総売上高※1				コメント
	2026年 1−9月	2025年 1−9月	増減		
			額	率(%)	
オーラルヘルスケア	616.1	570.2	45.9	8.1	• 上期リニューアルした「システマ」ハミガキの高価格ラインは、前年を大幅に上回る推移を継続（7-9月前年比121%） • 高価格ハミガキ（税込1,000円以上）は2桁成長を継続
ビューティケア	197.3	198.2	△0.9	△0.5	• ハンドソープは高付加価値品「キレイキレイ薬用ハンドコンディショニングソープ」を中心に堅調に推移 • ボディソープはリニューアルに伴うSKU集約の影響もあり減収
ファブリックケア	424.2	436.0	△11.8	△2.7	• 洗濯用洗剤は9月に新発売した液体洗剤「NANOX 深層浸透洗浄」が計画を上回る • 柔軟剤は競争環境の激化もあり減収
リビングケア	147.2	178.0	△30.7	△17.3 △4.8※2	• 昨年10月に調理関連品ブランド「リード」譲渡 • 浴室用洗剤「ルックプラス バスタブクレンジング」は高付加価値品を中心に前年を上回る推移
薬品	172.6	171.6	1.0	0.6	• ニキビ薬「PAIR」は、インバウンド人気に加え、国内需要も高まったことにより好調が継続（前年比1.2倍）
その他	319.0	306.0	13.0	4.3	
合計	1,876.8	1,860.2	16.6	0.9 2.2※2	

※1　本年1月の組織体制の変更にもとづく業績管理区分の見直しに伴い、第1四半期連結会計期間より、従来、一般用消費財事業の「その他の分野」に含まれていたギフト・ノベルティ関連取引およびグループ内の一部内部取引を、商品カテゴリーごとに「オーラルヘルスケア分野」「ビューティケア分野」「ファブリックケア分野」「リビングケア分野」「薬品分野」に組み替えて表示しております。
なお、前第3四半期連結累計期間についても、当該変更を反映したものに組み替えて開示しております。
※2　ブランド譲渡の影響を除く実質増減率

海外事業　地域別業績

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。

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※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）

本日の内容

- 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

2026年度　業績達成に向けたポイント

今日を愛する。LION

1 中東情勢による影響に対する打ち返し策の着実な推進

- 国内の出荷価格引き上げ（10月～）は概ね順調に進捗
- ミックスの改善、追加コストダウン、コスト効率化等の施策も着実に積み上げ

2 一般用消費財の高付加価値化継続

- 主力事業でミックスの改善に貢献する製品アクションを実施



オーラルヘルスケア

高価格帯「デントヘルス」
主力ラインの大幅改良



ファブリックケア

柔軟剤は市場が伸長する
プレミアム価格帯を攻略

3 海外における オーラルヘルスケアを 軸とした成長継続

- タイ、中国ではターゲットに合わせてアップデートしたブランド、チャネル戦略に基づいた施策展開を継続
- ベトナムでオーラルヘルスケア事業の立ち上げ推進

オーラルヘルスケア　海外の成長施策の進捗

主要国において奏功している施策を強化するとともに、アジアにおける展開エリアを拡大

タイ

進捗

- **オーラルヘルスケア 7–9月売上高前年比 106%**
- ターゲット層を明確にしたブランド戦略に基づき、製品開発を具体化、主要販売店での配荷拡大も進展

今後の施策

「SALZ」ハミガキリニューアルに加え、「システマ」ハブラシの高付加価値製品のラインナップを強化



システマ ハブラシ

適切な交換時期を可視化する付加価値品の上市により、市場活性化へ



SALZ ハミガキ

エントリー商品として「Pink Salt」のマーケティングを強化

継続的な製品アクションと配荷拡大を両輪で進め、若年層を中心に新規ユーザー獲得へ

中国

進捗

- 高付加価値化を進め、**粗利増に伴いマージン向上**
- ハミガキはECで**市場を大きく上回る単価増を実現**

今後の施策

ロイヤルユーザー拡大に向けたアクションを強化



獅王（LION）ロゴマーク統一等を通じ、
LION ＝「お口のより良い習慣づくり」イメージ浸透を図る

ベトナム

今後の施策

オーラルヘルスケア立ち上げ

学会等を通じて歯科医師の推奨を獲得し、専門家チャネル（病院・薬局）で浸透を図る



2026年度　連結業績予想

重点施策の着実な実行により中東情勢の影響を打ち返し、年初公表の達成を目指す

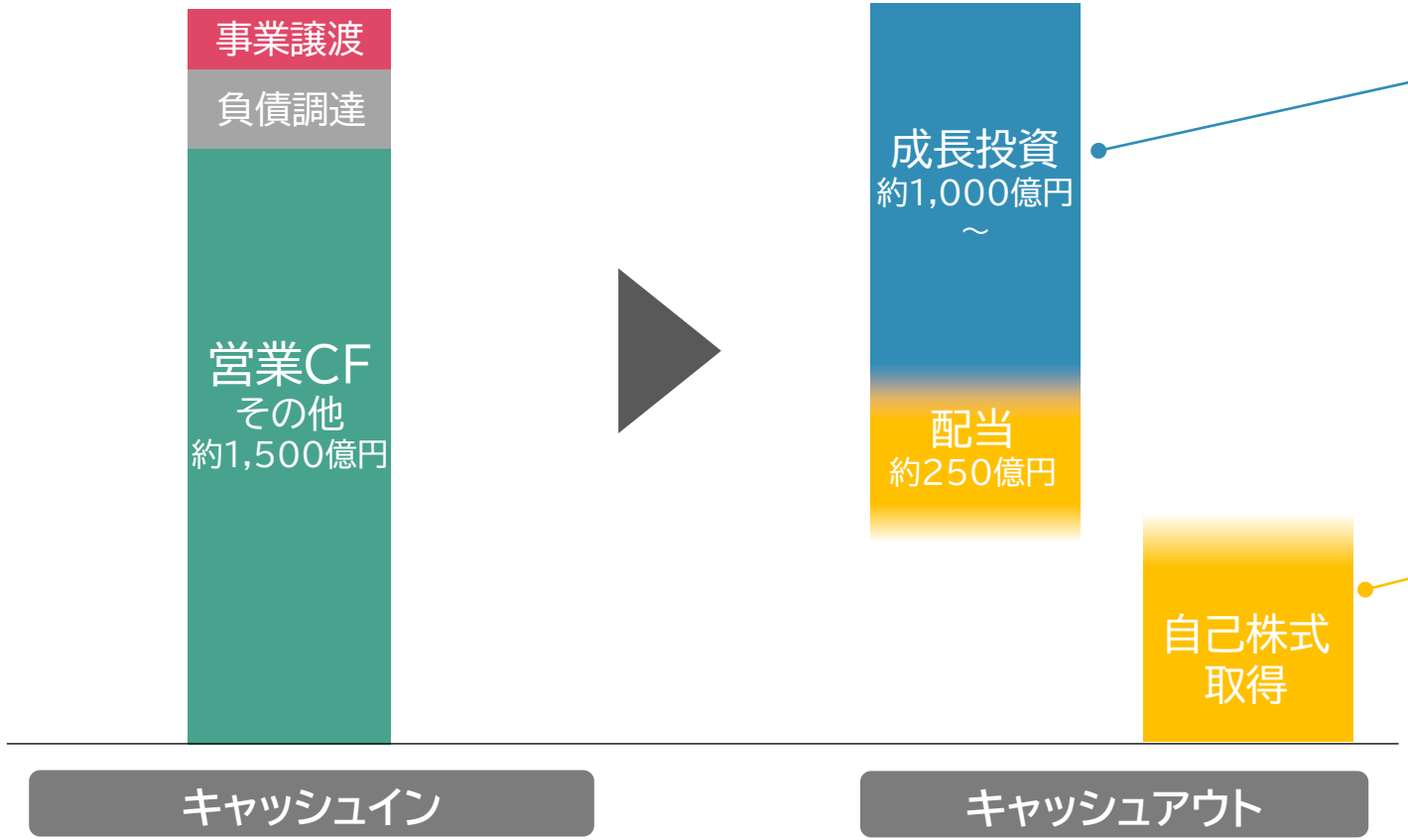
	（単位：億円）	2026年	2025年	増減 額	増減 率(%)
	売上高	4,300.0	4,220.9	79.0	1.9
※1	事業利益	350.0	307.6	42.3	13.8
	事業利益率（%）	8.1	7.3		
	営業利益	400.0	363.6	36.3	10.0
	営業利益率（%）	9.3	8.6		
	親会社の所有者に帰属する当期利益	250.0	275.8	△25.8	△9.4
	基本的1株当たり当期利益（円）	90.38	99.74	△9.36	△9.4
※2	EBITDA	550.0	493.2	56.7	11.5
※3	EBITDAマージン（%）	12.8	11.7	—	1.1P
※4	ROIC（%）	7.0	6.7	—	0.3P
	ROE（%）	7.7	9.0	—	△1.3P

※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。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。

2nd STAGE キャッシュアロケーション　※当初方針から変更なし

2nd STAGE 方針　オーラルヘルスケアを中心とした**規律ある成長投資の推進**と合わせて、**増配継続**、**機動的な自己株式取得**など株主還元を強化

キャッシュアロケーションのイメージ



成長投資の実行

- **オーラルヘルスケア事業**を最優先
（設備投資、M&A等）
- 投下資本に対するリターンを重視した**規律ある投資判断を徹底**
- 投資機会に応じ、**負債も有効活用**

株主還元の強化

- 累進配当の方針に基づき、**毎期の増配**（2016年～12期連続増配）を目指す
- 成長投資、資本効率向上等を考慮し**機動的な自己株式取得を実施**

株主還元の強化

2nd STAGEにおけるキャッシュアロケーションの進捗、今後の資金需要等を踏まえ、自己株式取得・消却を決定、今後も資本効率の向上を意識した株主還元の充実を図る

株主還元強化の施策（2026年）

配当

年初想定どおり

4円増配の34円
11期連続の増配
（配当性向37.6%）

自己株式取得

今回新たに決定

総額200億円、1,600万株（上限）
①**自己株式立会外買付取引**（ToSTNeT-3）による買付け
②東京証券取引所における**市場買付け**
（取得期間：26年11月から27年4月まで）
→それぞれ約100億円で実施予定

引き続き、**中長期の成長機会の獲得に向けた投資を最優先**、
加えて、最適な資本水準、資本構成の検討等、BSマネジメントを強化
➡ EPSやROEのさらなる向上へ

本日の内容

- 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

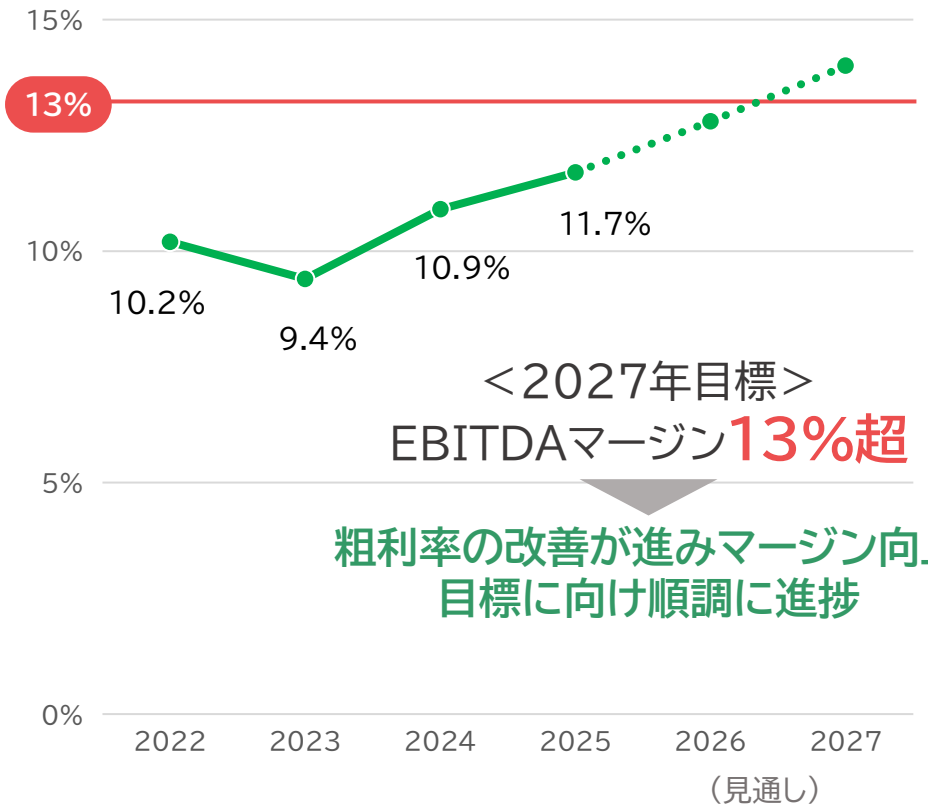
「Vision2030 2nd STAGE」目標達成に向けて

収益基盤は着実に改善、2nd STAGE最終年度に向けた仕込みも進む

2nd STAGE テーマ　**収益力の強靭化**

収益力と資本効率を高め、
高収益な事業基盤の確立と持続的成長を実現へ

EBITDAマージン推移



2027年以降の重点取組み

オーラルヘルスケアの成長加速

- 国内外で高付加価値化を中心に売上・利益を牽引
- プロケア領域での基盤を活かし、
  収益性の高いビジネスモデルを具体化

グループ一体の収益基盤強化

- 国内を中心とした価格転嫁の浸透
- 高付加価値新製品の発売を通じたミックスの改善
- コストマネジメントの継続的な強化

オーラルヘルスケアの成長加速に向けた戦略的パートナーシップ

FDI(世界歯科医師連盟)との連携を通じ、アジアの歯科領域における信頼性構築とプレゼンス強化

パートナーシップの概要

- FDIが推進する世界最大規模の口腔保健啓発活動「World Oral Health Day（WOHD、世界口腔保健デー）」に、2027年から参加
- グローバルパートナーとして、キャンペーン戦略やコンテンツ開発に参画
- アジアに本社を置くコンシューマーヘルスケア企業として初の参画



戦略的意図

プロケア領域の基盤強化

FDIが有する180以上の歯科医師会・
医療関係団体のネットワークを通じ、
アジアをはじめとする各国の歯科医療従事者・
医療関係団体・行政との連携を強化

生活者接点の拡大

アジア各国での口腔保健啓発活動を通じ、
生活者との接点を拡大
企業・ブランドへの信頼と認知度を向上

グローバルな事業基盤の確立へ

今後の展望

習慣化の促進と事業成長の加速

- ✓ オーラルヘルスケア習慣の普及・定着に貢献
- ✓ プロケアとセルフケアの好循環を形成し、
アジアでの持続的な事業成長につなげる



今日を愛する。

LION

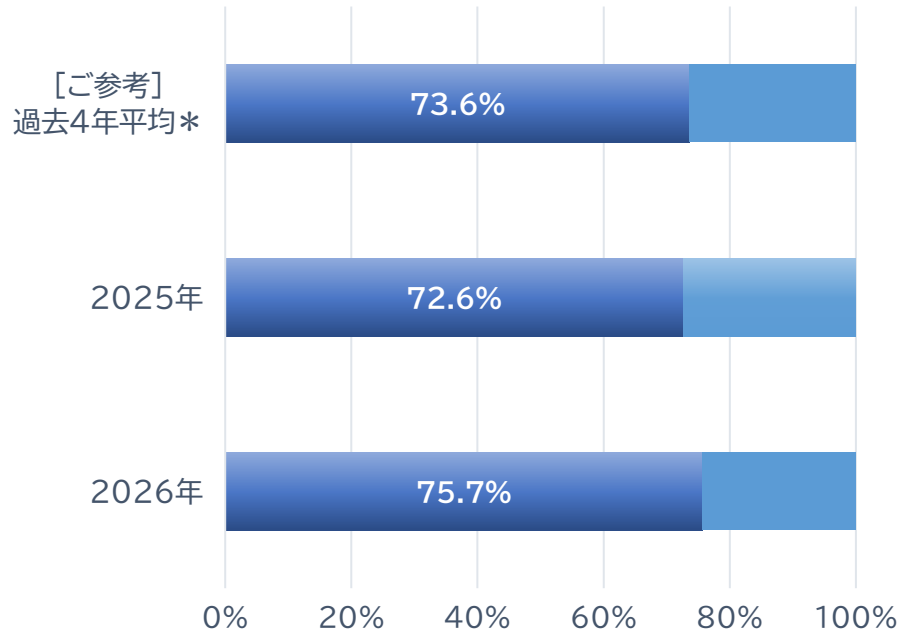
参考資料

2nd STAGE 主要KPIの進捗

テーマ	KPI	2027年目標 （2024年→2027年）	2025年	2026年 1−9月
オーラルヘルスケアの成長加速	グループ合計 オーラルヘルスケア 売上成長率	CAGR 8%水準	5.2% （24年比）	10.7% （前年同期比）
海外成長施策の強化	売上成長率	CAGR 10%水準	3.6% 外部売上高 4.9% （24年比）	19.4% 外部売上高 21.2% （前年同期比）
	EBITDAマージン	+2pt水準	+0.7pt （24年比）	+3.2pt （24年比）
一般用消費財の収益構造改革	EBITDAマージン	+3～5pt水準	+1.4pt （24年比）	+2.1pt （24年比）

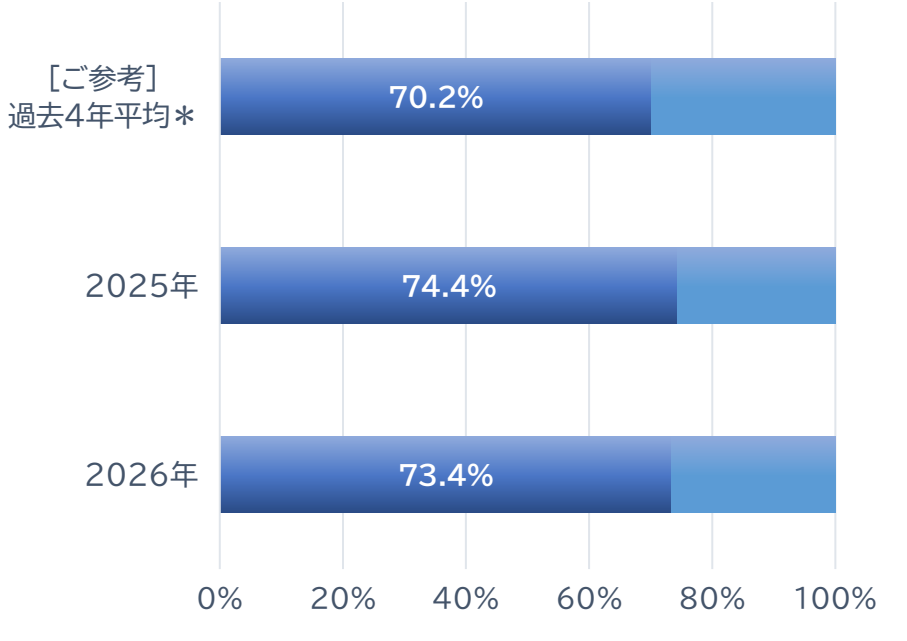
2026年度 年間公表に対する進捗率

売上高　進捗率(対年間公表)



3Q累計 進捗率 75.7%

事業利益 進捗率(対年間公表)

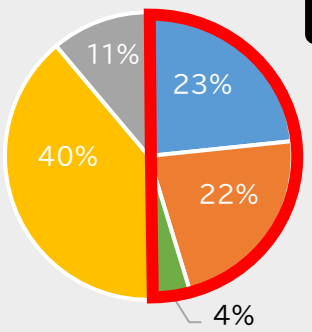


3Q累計 進捗率 73.4%

＊ 2022年から2025年の4年間

海外事業　分野別売上高※1構成比

海外事業　合計

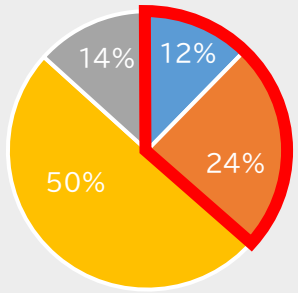


パーソナルケア分野

売上構成比：49.2%

対前年
売上高増減率：20.7%

タイ

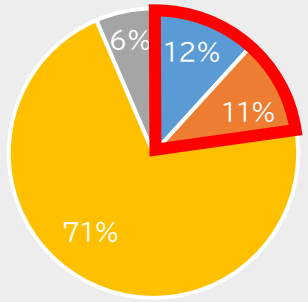


パーソナルケア分野

売上構成比：36.3%

対前年
売上高増減率：6.8%

マレーシア



パーソナルケア分野

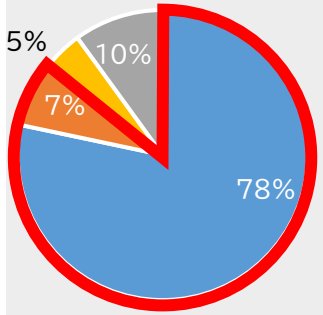
売上構成比：22.4%

対前年
売上高増減率：0.0%

- オーラルヘルスケア
- 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

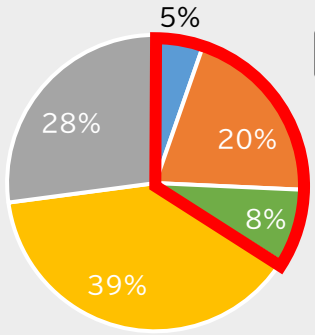


パーソナルケア分野

売上構成比：85.4%

対前年
売上高増減率：△4.0%

韓国



パーソナルケア分野

売上構成比：33.9%

対前年
売上高増減率：4.2%

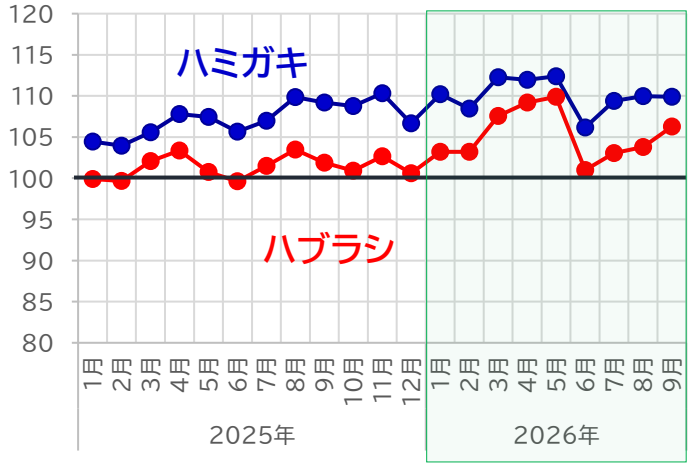
※1 当社出荷金額ベース（2026年1-9月）
※2 青島ライオン
※3 ファブリックケア、リビングケア

市場動向　国内主要カテゴリーの概況

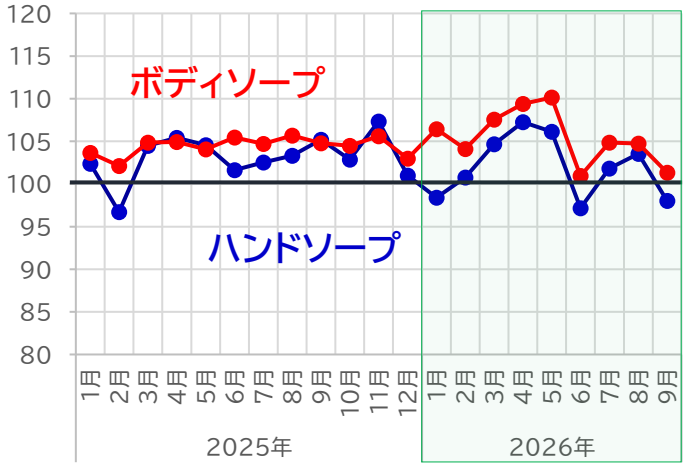
国内一般用消費財市場（店頭販売金額） 前年同月比（%）

出典：㈱インテージ SRI+データ

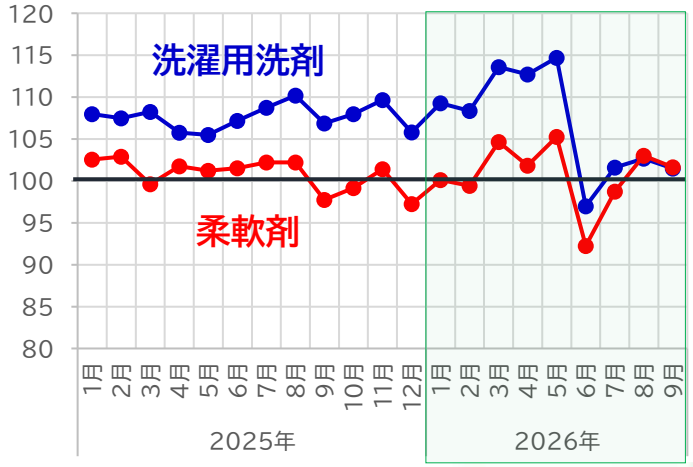
オーラルケア



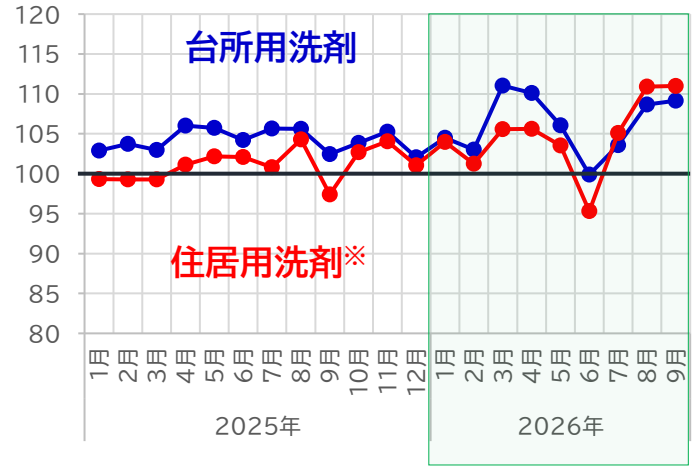
ビューティケア



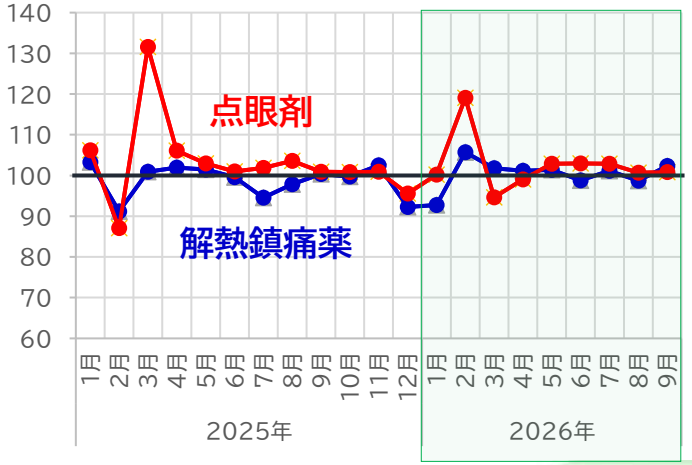
ファブリックケア



リビングケア



薬品



※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

26年1ー9月主要項目比較（%）

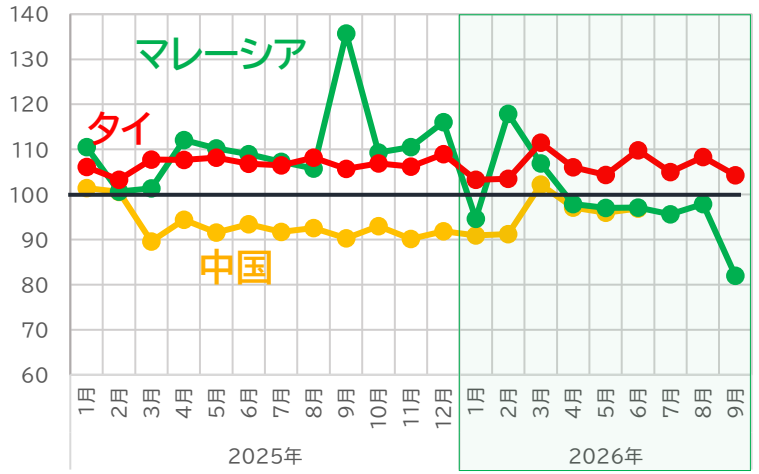
項目	対25年
ハミガキ	110
ハブラシ	105
ハンドソープ	102
洗濯用洗剤	106
柔軟剤	101
台所用洗剤	106
住居用洗剤	105
解熱鎮痛薬	100

市場動向　海外主要カテゴリーの概況

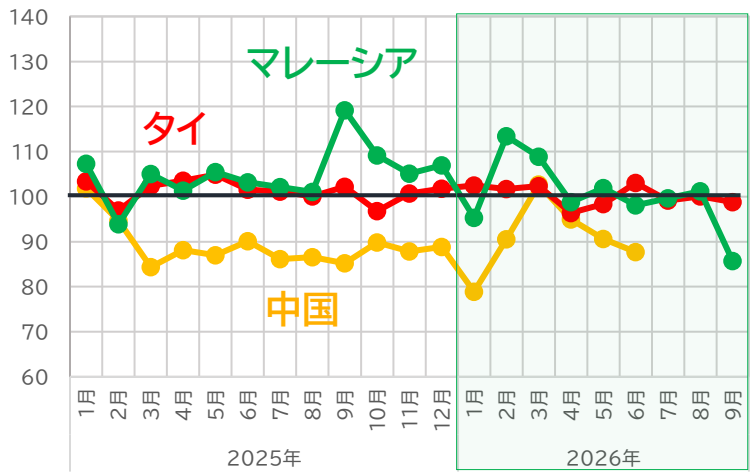
海外一般用消費財市場（店頭販売金額） 前年同月比（%）

※ライオン調べ

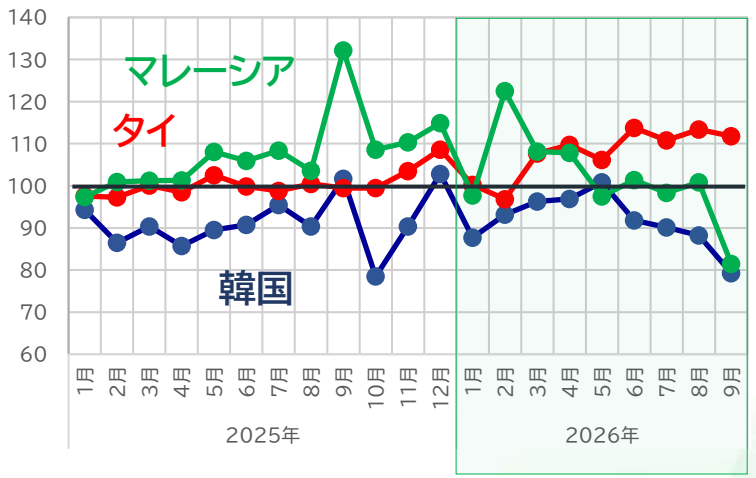
ハミガキ



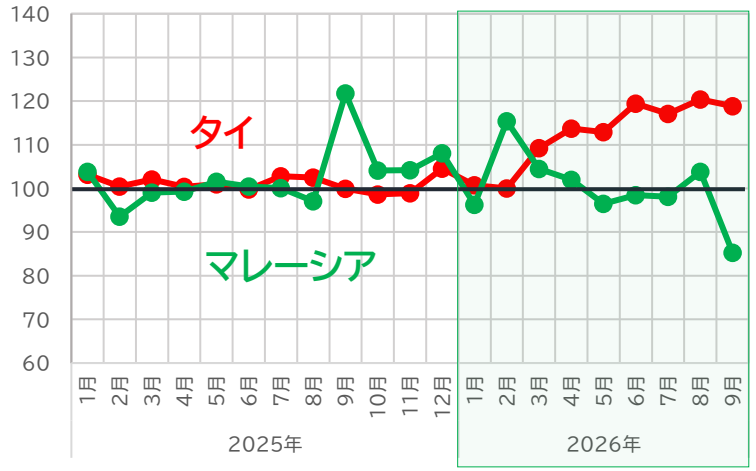
ハブラシ



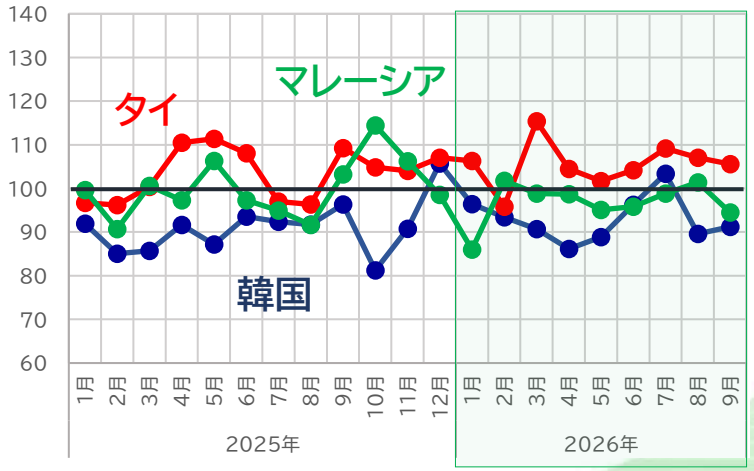
洗濯用洗剤



ボディソープ



ハンドソープ



26年1−9月主要項目比較（%）（対25年）

項目	タイ	マレーシア
ハミガキ	106	98
ハブラシ	100	100
洗濯用洗剤	108	101
ボディソープ	113	99
ハンドソープ	105	97

※1 タイ、マレーシア、韓国は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。
※2 中国は25年1月～26年6月データを掲載
※3 マレーシアの「ハンドソープ」は、ハンドソープを含む石鹸市場全体を示す

国内家庭品・OTC医薬品市場の推移

1)家庭品SRI＋ 当社参入主要23市場※計　前年同期比(%)

	2021年 年計	2022年 年計	2023年 年計	2024年 年計	2025年 年計	2026年 1−9月計
販売金額	95	101	103	107	104	105
販売個数	92	97	96	99	99	99
平均単価	103	104	107	107	105	106

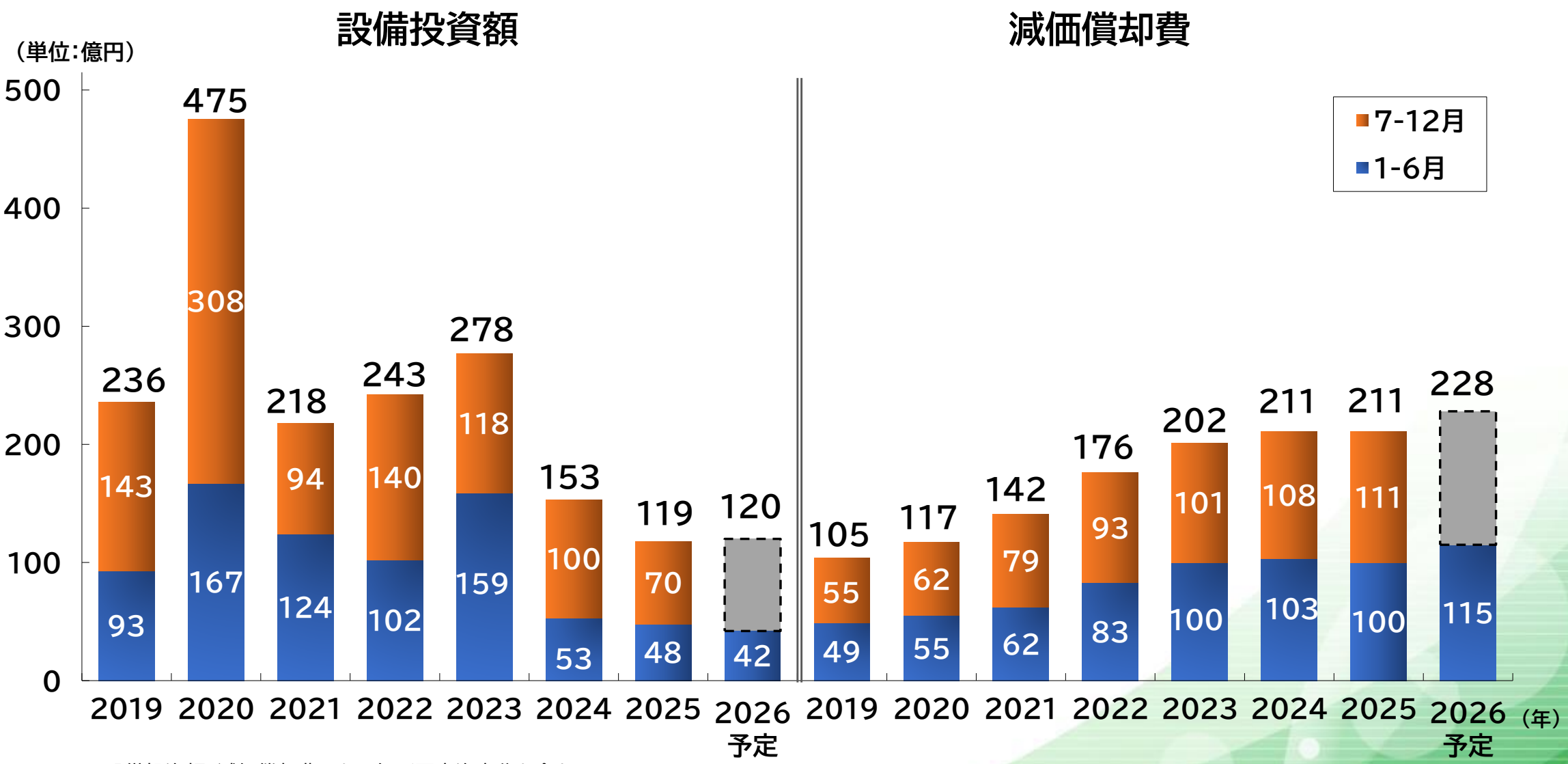
※㈱インテージ SRI＋データ(2021年 当社参入主要38市場計、2022年 当社参入主要37市場計、2023年 当社参入主要35市場計、2024年～2025年 当社参入主要26市場計、2026年～ 当社参入主要23市場計)

2)OTC医薬品SRI＋ 当社参入主要6市場※計　前年同期比(%)

	2021年 年計	2022年 年計	2023年 年計	2024年 年計	2025年 年計	2026年 1−9月計
販売金額	103	103	111	102	101	101
販売個数	101	102	107	99	98	98
平均単価	102	101	103	103	103	103

※㈱インテージ SRI＋データ(2021年～2023年 主要7市場計、2024年～ 主要6市場計)

設備投資額・減価償却費



※設備投資額、減価償却費ともに無形固定資産分も含む。

2026年　経営環境　原料価格・為替の前提　※第2四半期に見直し

今日を愛する。LION

原料価格の前提

	ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
2026年間 見直し後	85$/BBL	90,000円/KL	4,500RM/t

為替の前提

	米ドル	タイバーツ
2026年間 見直し後	160円	4.9円

◇ご参考

	ドバイ原油	国産ナフサ	粗パーム油
2026年 年初想定	70$/BBL	66,000円/KL	4,400RM/t

	米ドル	タイバーツ
2026年 年初想定	155円	4.7円

2026年7－9月　連結業績

	（単位：億円）	2026年 1－6月	2026年 7－9月	前年同期増減 額	前年同期増減 率（%）
	売上高	2,168.3	1,085.7	30.9	2.9
※1	事業利益	153.3	103.7	6.9	7.1
	事業利益率（%）	7.1	9.6		
	営業利益	207.0	105.8	△38.6	△26.8
	営業利益率（%）	9.5	9.7		
	親会社の所有者に帰属する四半期利益	108.4	71.3	△40.7	△36.3
	基本的1株当たり四半期利益（円）	39.20	25.78	△14.72	△36.3
※2	EBITDA	254.9	153.0	11.2	8.0

※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。キャッシュベースの収益力を示す指標です。

2026年7－9月　セグメント別業績

（単位：億円）	売上高※1				事業利益			
	2026年1－6月	2026年7－9月	前年同期増減		2026年1－6月（率(%)）	2026年7－9月（率(%)）	前年同期増減	
			額	率(%)			額	率(%)※2
一般用消費財	1,236.4	640.3	△2.4	△0.4	97.8（7.9）	66.5（10.4）	△0.6	△1.0（△0.1P）
	1,067.4	543.0	△8.5	△1.5				
産業用品	275.7	84.9	△62.2	△42.3	14.5（5.3）	2.6（3.1）	△5.6	△68.2（△2.5P）
	191.3	48.2	△50.0	△50.9				
海外	1,008.5	541.5	85.4	18.7	52.7（5.2）	46.7（8.6）	22.5	93.3（+3.3P）
	904.3	489.4	86.1	21.4				
その他	38.3	25.6	0.8	3.3	△0.7（△2.0）	1.0（4.2）	1.8	—
	5.2	5.1	3.2	178.1				
調整額	△390.8	△206.7	9.3	—	△11.1	△13.2	△11.1	—
	—	—	—	—				
連結計	2,168.3	1,085.7	30.9	2.9	153.3（7.1）	103.7（9.6）	6.9	7.1（+0.4P）

※1　売上高：上段は総売上高、下段は外部売上高
※2　（）内は事業利益率の変動

2026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			
	2026年 1－6月	2026年 7－9月	前年同期増減	
			額	率（%）
オーラルヘルスケア	405.3	210.8	10.3	5.2
ビューティケア	131.1	66.2	△1.1	△1.7
ファブリックケア	282.8	141.4	△5.4	△3.7
リビングケア	100.0	47.2	△10.2	△17.8 △5.9*
薬品	113.9	58.7	△3.3	△5.5
その他	203.2	115.8	7.3	6.8
合計	1,236.4	640.3	△2.4	△0.4 0.8*

＊ブランド譲渡の影響を除く実質増減率

2026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			
	2026年1－6月	2026年7－9月	前年同期増減			2026年1－6月（率(%)）	2026年7－9月（率(%)）	前年同期増減	
			額	率(%)	[参考]実質率(%)※1			額	率(%)※2
東南・南アジア／オセアニア	648.7	344.8	55.2	19.1	11.0	40.2（6.2）	32.5（9.5）	11.6	55.4（+2.2P）
北東アジア	359.8	196.7	30.2	18.2	8.3	12.5（3.5）	14.1（7.2）	10.9	340.1（+5.3P）
合計	1,008.5	541.5	85.4	18.7	10.0	52.7（5.2）	46.7（8.6）	22.5	93.3（+3.3P）

※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

連結損益計算書

(単位:億円)	2026年 1−9月	2025年 1−9月	増減	
			額	率(%)
売上高	3,254.1	3,049.4	204.6	6.7
売上原価	1,745.2	1,657.5	87.6	5.3
売上総利益	1,508.9	1,391.9	117.0	8.4
販売費及び一般管理費	1,251.8	1,168.6	83.1	7.1
事業利益	257.0	223.2	33.8	15.2
その他の収益	83.1	59.7	23.3	39.1
その他の費用	27.3	4.6	22.6	483.4
営業利益	312.8	278.2	34.5	12.4
金融収益	22.7	9.9	12.7	127.6
金融費用	8.5	11.8	△3.2	△27.6
持分法による投資利益	10.7	21.5	△10.8	△50.3
税引前四半期利益	337.7	297.9	39.7	13.3
法人所得税費用	128.3	65.8	62.4	94.9
四半期利益	209.3	232.1	△22.7	△9.8
非支配持分に帰属する四半期利益	29.6	23.9	5.6	23.5
親会社の所有者に帰属する四半期利益	179.7	208.1	△28.3	△13.6

販売費及び一般管理費

（単位：億円）	2026年 1−9月		2025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	1,251.8	38.5	1,168.6	38.3	83.1	7.1
販売手数料	44.2	1.4	41.7	1.4	2.5	6.0
販売促進費	329.6	10.1	312.3	10.2	17.2	5.5
広告宣伝費	121.0	3.7	121.0	4.0	△0.0	△0.0
運賃・保管料	148.4	4.6	155.6	5.1	△7.2	△4.6
研究開発費	84.2	2.6	85.9	2.8	△1.7	△2.0
その他	524.2	16.1	451.9	14.8	72.3	16.0

連結財政状態計算書

（単位：億円）		2026年 9月末	2025年 12月末	増減額
流動資産		2,404.5	2,539.6	△135.0
	現金及び現金同等物	779.5	880.9	△101.4
	営業債権及びその他の債権	713.7	808.7	△95.0
	棚卸資産	598.4	541.3	57.1
非流動資産		2,917.5	2,746.3	171.2
	有形固定資産	1,180.5	1,252.3	△71.8
	のれん	344.0	195.8	148.2
	無形資産	342.1	315.0	27.0
	使用権資産	298.6	288.3	10.2
	その他の金融資産	323.8	291.5	32.3
資産合計		5,322.1	5,285.9	36.1

連結財政状態計算書

（単位：億円）		2026年9月末	2025年12月末	増減額
流動負債		1,243.3	1,361.9	△118.6
	営業債務及びその他の債務	983.8	1,141.3	△157.5
	リース負債	24.2	20.6	3.5
	その他の流動負債	92.4	93.6	△1.2
非流動負債		464.2	439.8	24.4
	退職給付に係る負債	41.7	47.5	△5.7
	リース負債	276.8	261.8	14.9
資本		3,614.4	3,484.1	130.2
	資本金	344.3	344.3	—
	資本剰余金	314.7	314.1	0.5
	自己株式	△32.8	△33.0	0.1
	その他の資本の構成要素	301.4	279.8	21.5
	利益剰余金	2,427.6	2,321.9	105.7
負債及び資本合計		5,322.1	5,285.9	36.1

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:億円)	2026年 1−9月	2025年 1−9月	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	146.2	103.2	42.9
投資活動によるキャッシュ・フロー	△79.7	△377.7	297.9
財務活動によるキャッシュ・フロー	△168.4	△113.3	△55.0
現金及び現金同等物に係る換算差額	0.5	△9.3	9.8
現金及び現金同等物の増減額	△101.4	△397.1	295.7
現金及び現金同等物の期首残高	880.9	1,022.4	△141.4
現金及び現金同等物の期末残高	779.5	625.2	154.2

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。