

2017年(平成29年)12月期
第1四半期(1月1日～3月31日)
連結決算の概要

花王株式会社

2017年4月26日



KaO

自然と調和する ころろ豊かな毎日をめざして

このプレゼンテーション資料はPDF形式で当社ウェブサイトの『投資家情報』に掲載しています。

http://www.kao.com/jp/corp_ir/presentations.html

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

- 当社グループは、2017年12月期第1四半期より、日本のコンシューマープロダクツ事業において販売制度の改定を行い、併せてIFRS第15号「顧客との契約から生じる収益」などを早期適用しています。
- 資料のカッコ()内の数字はマイナス

2017年12月期第1四半期連結決算サマリー

【2017年のこだわり】

1. モデルの変更：

中期経営計画K15の「脱デフレ型成長モデル／資産の最大活用」を深化させ、さらに「トップダウン推進モデル」を定着させる。

2. 中期経営計画K20必達のための2017年12月期連結業績予想達成

【第1四半期連結決算の概要】

- ・ K20の達成に向けて順調なスタート。2017年12月期連結業績予想達成のために想定内の良好な決算。しかし、通期予想は高いチャレンジ。厳しい競争環境が予想される後半に備えて、上期で昨年実績を少しでも上回ることが重要。
- ・ トップダウンによる費用の効率化・管理は上手く機能している。

2017年12月期第1四半期連結決算サマリー

【戦略と進捗】

- ビューティケア
- 化粧品: 価値観の多様化に伴う多ブランド化の中で、「ソフィーナ」、「カネボウ」それぞれで本格的な改革を昨年より実施。アジアにも順次展開中。第1四半期は日本とアジアがまずまずの結果。日本は下期に新製品・改良品を準備。
- スキンケア・ヘアケア: 多ブランド化の中で、スキンケア製品は特長のある新製品が「ビオレ」、「キュレル」などで好調に推移。一方ヘアケア製品は既存品のプレミアム化を深耕中。第2四半期以降の新製品に期待。
- ヒューマンヘルスケア: ベビー用紙おむつ「メリーズ」は第1四半期は予定以上の進捗。中国の販売改革によるルート変更に伴い、初期配荷のため売上が大きく伸長。日本の売上・シェアも回復傾向。また、アジアの生理用品も事業を牽引。めぐりズムは国内需要が順調。
- ファブリック&ホームケア: 衣料用洗剤は、見える汚れから見えない汚れ(ニオイ)へのニーズが高まり、抗菌タイプが伸長。仕上げ剤も同様のタイプが順調に推移。また、ホームケアも昨年発売の泡で洗うタイプの食器用洗剤が市場の活性化に貢献し、売上が伸長。
- ケミカル: 高付加価値化を推進。天然油脂価格の上昇を踏まえた価格改定や高付加価値製品の伸長で好調に推移。第2四半期以降、天然油脂価格の動向には注意が必要。下期は不透明感が残る。

販売制度改定・IFRS第15号早期適用の連結損益への影響

第1四半期(1-3月)

【億円】	2016年度	2017年度	前年差	販売制度改定 +IFRS第15号	販売制度改定	IFRS第15号
売上高	3,351	3,452	+101	(144)	(48)	(96)
					[売上控除]	[売上控除]
売上原価	(1,503)	(1,968)	(465)	(296)	-	(296)
売上高比	44.9%	57.0%				
売上総利益	1,847	1,484	(364)			
販売費及び一般管理費	(1,506)	(1,103)	+403	+440	+48	+393
						96
						297
					48	
売上高比	44.9%	31.9%				

※ 2017年12月期より日本のコンシューマープロダクツ事業において販売制度の改定を行い、併せてIFRS第15号を早期適用しました。これにより従来、販売費及び一般管理費としていた一部の項目を売上高からの控除や売上原価で会計処理しています。

2017年12月期第1四半期連結決算のハイライト

市場 (2017年1-3月)

- ・国内トイレタリー市場伸長率^{※1}: 横ばい
- ・国内化粧用品市場伸長率^{※2}: 横ばい
- ・国内トイレタリー15品目消費者購入単価^{※3}: +1ポイント

連結決算 [第1四半期(1-3月)]

【億円】	2016年度	2017年度	前年比%	前年差
売上高	3,351	3,452	+3.0	+101
		販売制度改定/IFRS第15号 ^{※4} 為替	(4.3)	(144)
			(1.3)	(42)
		上記を除く実質	+8.6	+287
営業利益	344	386	+12.1	+42
営業利益率	10.3%	11.2%	-	-
税引前利益	329	380	+15.4	+51
当期利益	210	246	+17.0	+36
親会社の所有者に帰属する当期利益	208	242	+16.2	+34
EBITDA(営業利益+減価償却費+償却費)	484	517	+6.8	+33
基本的1株当たり当期利益(円)	41.47	49.03	+18.2	+7.56

※1 化粧品を除くコンシューマープロダクツ。対前年同期比。[(株)イメージSRI調べ]

※2 対前年同期比。[(株)イメージSLI調べ](花王定義にて集計)(インバウンド分は調査対象外)

※3 対前年同期比。(2008年上期を100とした指数ベース) [(株)イメージSRI調べ]

※4 2017年12月期より日本のコンシューマープロダクツ事業において販売制度の改定を行い、併せてIFRS第15号を早期適用しました。

KaO

自然と調和する ところ豊かな毎日をめざして

販売実績

【億円】		第1四半期(1-3月)				
		日本	アジア	米州	欧州	連結
化粧品	2017年度	436	51	6	37	530
	増減率%	(6.5)	7.1	(3.9)	(9.2)	(5.5)
	実質%	0.3	21.6	(2.7)	1.3	2.2
スキンケア・ヘアケア	2017年度	433	75	185	106	799
	増減率%	(2.6)	(7.5)	5.1	(13.3)	(3.0)
	実質%	1.4	8.6	7.6	(9.3)	1.9
ビューティケア事業	2017年度	870	126	191	142	1,329
	増減率%	(4.6)	(2.1)	4.8	(12.3)	(4.0)
	実質%	0.9	13.4	7.3	(6.7)	2.0
ヒューマンヘルスケア事業	2017年度	455	288	-	-	743
	増減率%	3.9	23.5	-	-	10.7
	実質%	7.6	38.2	-	-	18.2
ファブリック&ホームケア事業	2017年度	597	94	5	-	696
	増減率%	0.5	(15.4)	7.8	-	(2.0)
	実質%	3.9	(2.4)	7.1	-	2.9
コンシューマープロダクツ事業	2017年度	1,922	508	196	142	2,768
	増減率%	(1.1)	7.4	4.9	(12.3)	0.1
	実質%	3.3	21.9	7.3	(6.7)	6.2
ケミカル事業	2017年度	296	176	135	160	766
	増減率%	4.7	24.9	20.7	20.1	14.7
	実質%	4.8	27.8	25.6	26.0	17.4
連結	2017年度	2,147	676	330	299	3,452
	増減率%	(0.3)	11.4	10.8	2.2	3.0
	実質%	3.7	23.4	14.1	8.0	8.6

※1 増減率%・実質%は対前年同期比。

※2 実質%は日本のコンシューマープロダクツ事業の販売制度改定とIFRS第15号早期適用、および為替変動の影響を除く実質増減率。

※3 ケミカル事業の売上高はセグメント間取引を含む。

セグメントの業績

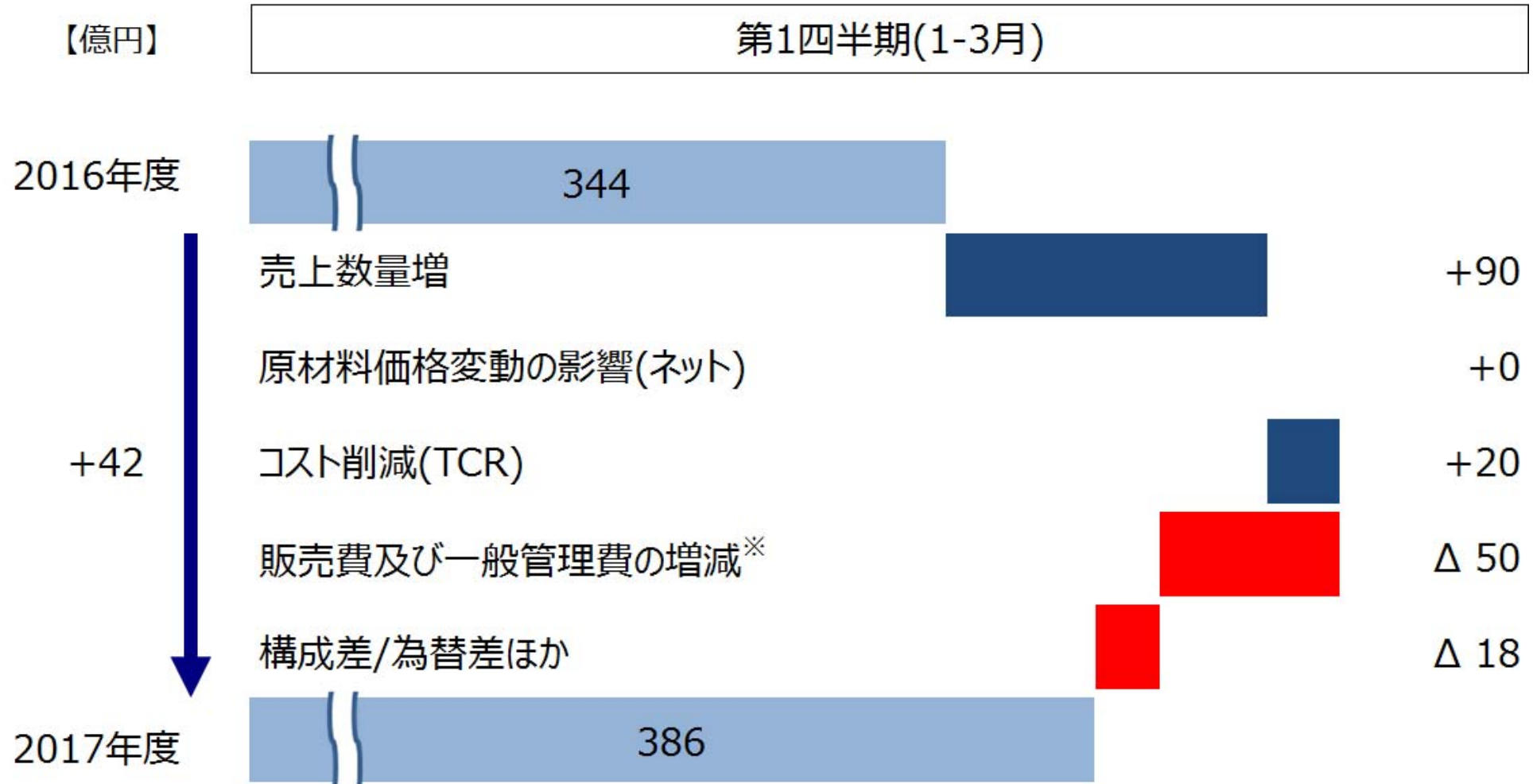
第1四半期(1-3月)

【億円】	売上高				営業利益			営業利益率 %	
	2016年度	2017年度	増減率 %	実質 ^{※1} %	2016年度	2017年度	増減	2016年度	2017年度
ビューティケア事業	1,384	1,329	(4.0)	2.0	68	72	4	4.9	5.4
ヒューマンヘルスケア事業	671	743	10.7	18.2	85	114	30	12.6	15.4
ファブリック&ホームケア事業	710	696	(2.0)	2.9	129	119	(10)	18.2	17.1
コンシューマープロダクツ事業	2,766	2,768	0.1	6.2	282	306	24	10.2	11.0
ケミカル事業 ^{※2}	668	766	14.7	17.4	65	80	15	9.8	10.4
連結	3,351	3,452	3.0	8.6	344	386	42	10.3	11.2

※1 日本のコンシューマープロダクツ事業の販売制度改定とIFRS第15号早期適用、および為替変動の影響を除く実質増減率。

※2 ケミカル事業の売上高・営業利益はセグメント間取引を含む。

連結営業利益増減分析



※ 日本のコンシューマープロダクツ事業の販売制度改定とIFRS第15号早期適用、および為替変動の影響を除く実質増減。