

2020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

2020年4月27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/corporate/investor-relations/library/presentations/>

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、2019年12月期第1四半期よりIFRS第16号「リース」を適用しています。
- 資料のカッコ()内の数字はマイナス

# 2020年1-3月の概況と今後の見通し

## 【2020年1-3月の概況】

新型コロナウイルス感染症拡大により、インバウンド需要の減少などの影響を受けた化粧品事業と、店舗閉鎖の影響を受けた欧米ヘアサロン向け事業が減収減益。一方、日本とアジアで衛生関連製品が伸長し、連結では増収(実質ベース)・増益を確保。

**化粧品：** インバウンド需要の減少、外出制限によるメイクアップ製品売上減、店頭でのカウンセリング活動の制限、欧米での店舗閉鎖などの影響を受け、減収減益。花王中国は3月から復調。グローバル戦略ブランドG11の売上は対前年同期△2%、リージョナル戦略ブランドR8は△13%。

**スキンケア・ヘアケア：** 衛生意識の高まりを受け、「ビオレ」ハンドソープや、手指の消毒液の売上が大きく伸長。外出制限の影響を受けて、UVケア製品などのシーズン品の売上が減少。米州マス向け事業に新型コロナウイルス感染症拡大の影響に伴う特需があるが、ヘアサロン向け事業では欧米で店舗閉鎖が影響し売上・利益が減少。

**ヒューマンヘルスケア：** 日本で生理用品「ロリエ」の高付加価値品が好調、一部で特需が発生し、売上・シェアが大きく伸長。ベビー用紙おむつ「メリーズ」は、インドネシアで引き続き好調、日本・花王中国では前年同期を下回った。パーソナルヘルス製品は堅調に推移。

**ファブリック&ホームケア：** 衛生意識の高まりにより、日本で漂白剤やキッチン回り洗浄剤、食器用洗剤の売上が大きく伸長。アジアでも、衛生関連製品の売上が大きく伸長。

**ケミカル：** 一部の対象業界で需要が減少したものの、衛生関連製品向け油脂製品が堅調。利益は前年同期並みを確保。

## 【今後の見通し】

- ・第2四半期は事業環境の悪化が続いているため、売上・利益ともに厳しい状況になる見込み。
- ・感染症拡大の収束時期や各国の状況を予測することは困難であり、景気回復にも時間がかかる模様。
- ・下半期は日本で前年9月に消費税率引き上げによる駆け込み需要があったことからハードルが高く、事業環境は予断を許さない状況が続く。
- ・今後は、原油価格の低下に伴うコスト低減が見込め、さらに、あらゆる施策や経費の見直しを行っていくことにより、公表数値達成を目指す。現時点では連結業績予想を据え置き、第2四半期終了時に状況を見て検討。

# 連結決算のハイライト

市場<sup>※1</sup> (2020年1-3月)

- ・国内トイレタリー市場伸長率<sup>※2</sup>: SRI+9ポイント/SCI +6ポイント
- ・国内化粧品市場伸長率<sup>※3</sup>: 前年を大きく下回る
- ・国内トイレタリー15カテゴリー消費者購入単価<sup>※4</sup>: +2ポイント

## 連結経営成績 第1四半期連結累計期間 (1-3月)

【億円】	2019年度	2020年度	前年比%	前年差
売上高	3,469	3,378	(2.6)	(91)
		為替の影響 <sup>※5</sup>	(0.9)	(31)
		売上高の認識方法変更の影響 <sup>※6</sup>	(2.3)	(81)
		上記の影響を除く実質	+0.6	+21
営業利益	382	393	+2.8	+11
営業利益率	11.0%	11.6%	-	-
税引前利益	386	373	(3.4)	(13)
当期利益	270	272	+0.6	+2
親会社の所有者に帰属する当期利益	264	267	+0.9	+2
EBITDA(営業利益+減価償却費+償却費) <sup>※7</sup>	541	563	+4.0	+22
基本的1株当たり当期利益(円)	54.33	55.45	+2.1	+1.12

※1 SRI: 全国約3千店の小売店POSデータによる推計 / SCI: 全国約5万人の消費者モニターによる購入実績データ / SLI: 全国約4万人の女性モニターによる化粧品・スキンケア・ヘアケア製品の購入実績データ [(株)イメージが実施するパネル調査]

※2 化粧品を除くコンシューマープロダクツ / 対前年同期比 [SRI/SCI調べ]

※3 対前年同期比 [SLI調べ] (花王定義にて集計・インバウンド分は調査対象外)

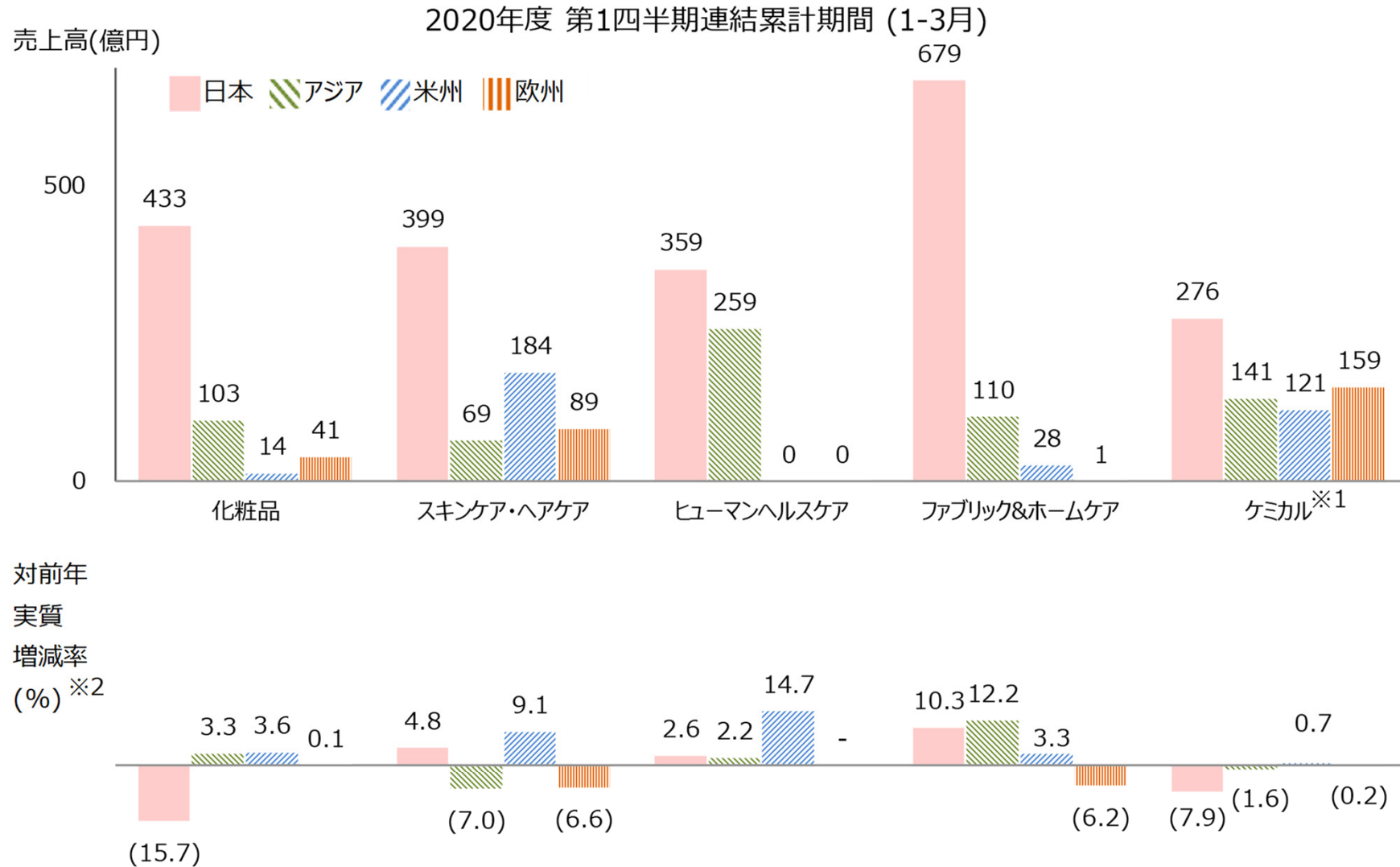
※4 対前年同期比 [SRI調べ]

※5 為替レート: 米ドル=108.95円 / ユーロ=120.18円 / 中国元=15.61円

※6 2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しています

※7 使用権資産の減価償却費を除く

# 販売実績



※1 ケミカル事業の売上高はセグメント間取引を含んでいます

※2 為替変動の影響を除く実質増減率

また、スキンケア・ヘアケア事業については、2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しており、その影響も除いています

地域別の売り上げは販売元の所在地に基づき分類しています

# セグメントの業績

第1四半期連結累計期間 (1-3月)

【億円】	売上高				営業利益			営業利益率 %	
	2019年度	2020年度	増減率 %	実質 <sup>※1</sup> %	2019年度	2020年度	増減	2019年度	2020年度
化粧品事業	673	592	(12.1)	(11.4)	62	1	(60)	9.2	0.2
スキンケア・ヘアケア事業	806	741	(8.1)	3.1	107	113	7	13.2	15.3
ヒューマンヘルスケア事業	611	619	1.3	2.5	29	51	22	4.7	8.3
ファブリック&ホームケア事業	743	818	10.0	10.2	110	153	42	14.9	18.7
コンシューマープロダクツ事業	2,834	2,769	(2.3)	1.3	308	318	11	10.9	11.5
ケミカル事業 <sup>※2</sup>	734	698	(5.0)	(3.4)	77	78	1	10.5	11.1
小計	3,568	3,467	(2.8)	0.3	385	396	11	-	-
セグメント間消去又は調整	(99)	(89)	-	-	(3)	(3)	(1)	-	-
合計	3,469	3,378	(2.6)	0.6	382	393	11	11.0	11.6

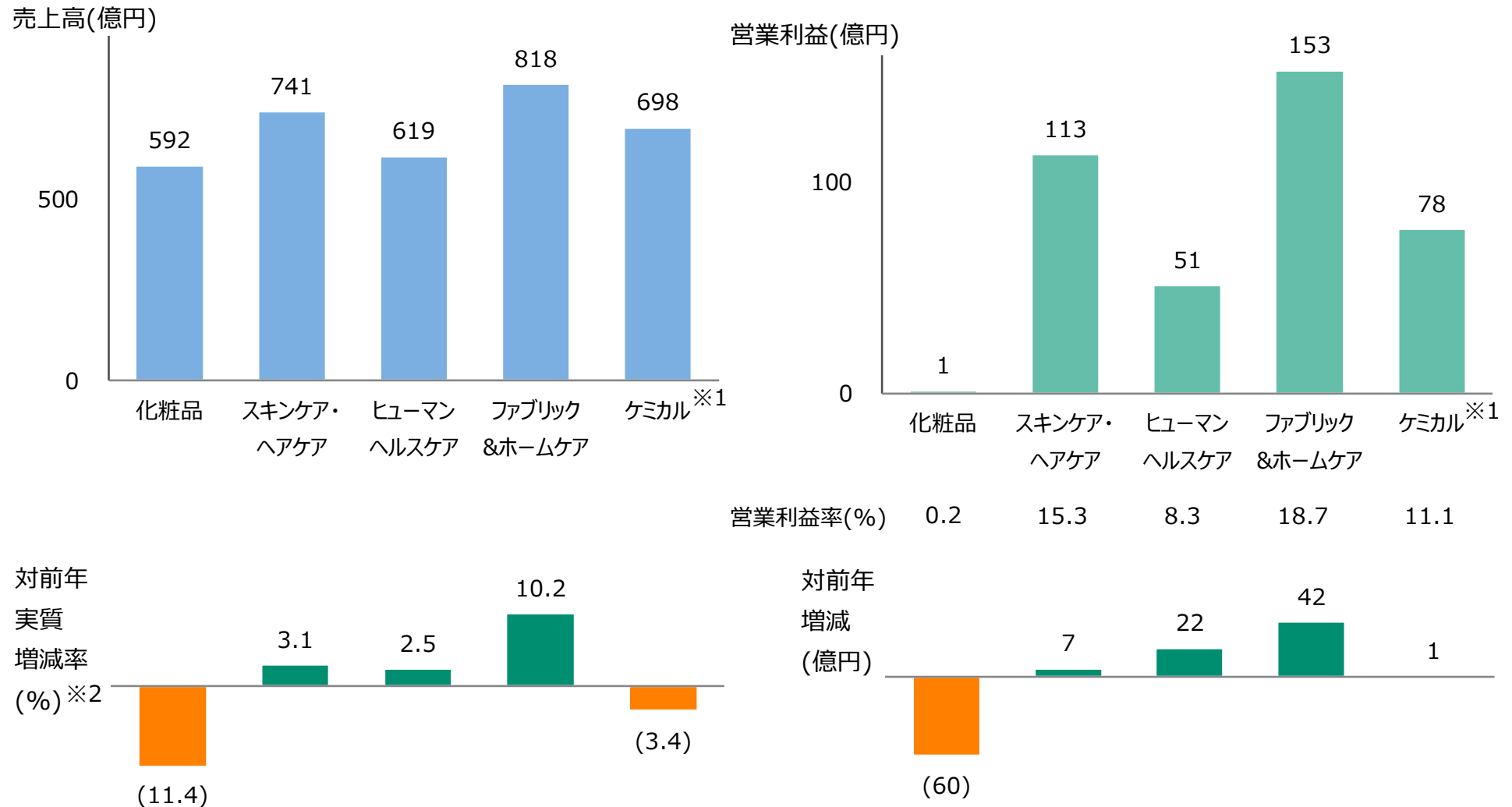
※1 為替変動の影響を除く実質増減率

また、スキンケア・ヘアケア事業については、2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しており、その影響も除いています

※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んでいます

# セグメントの業績

2020年度 第1四半期連結累計期間 (1-3月)



※1 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んでいます

※2 為替変動の影響を除く実質増減率

また、スキンケア・ヘアケア事業については、2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しており、その影響も除いています

# 連結営業利益増減分析

【億円】

第1四半期連結累計期間 (1-3月)

2019年度

382

売上数量増

0

原材料価格変動の影響(ネット)

+10

コスト削減(TCR)

+20

+11

販売費及び一般管理費の増減※

+20

運送費/物流費

Δ 20

構成差/為替差ほか

Δ 19

2020年度

393

※ 為替変動の影響を除く実質増減



KaO

自然と調和する ころ豊かな毎日をめざして