

2002年度のハイライト

花王株式会社
後藤 卓也

2003年4月22日



このプレゼンテーション資料はPDF形式で当社ホームページ『投資家情報』に掲載してあります。
URL: <http://www.kao.co.jp/ir/analystmtg/index.html>

このプレゼンテーション資料には、2003年4月22日現在の将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。世界経済・競合状況・為替の変動等にかかわるリスクや不確定要因により実際の業績が記載の予測と大幅に異なる可能性があります。

(このプレゼンテーション資料の数字は切捨てで表示しています。)



ご説明項目

1. 基本事業戦略

国内事業

海外事業

2. 継続する経営改革

～ 良い会社を目指して



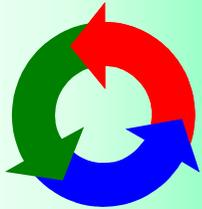
家庭用製品・化粧品 - 日本

~ “攻め”の姿勢 ~

厳しい経済下での
利益ある成長

マーケットシェア
拡大

ニーズ発掘力



シーズ

ユニーク、イノベー
ティブ、高付加価値
製品

新市場創造型製品

積極的MK投資

効果的なサプライ
チェーンマネジメント

カテゴリーマネジメント
/ 店頭支援活動

優れたR & D

製 品

販売 / 物流



ヘルスケア / 機能食品

ブランド

エコナ

ヘルシア

主成分

- ◇ ジアシルグリセロール
- ◇ 植物ステロール

- ◇ 高濃度茶カテキン

効能

- ◇ 体に脂肪がつきにくい
- ◇ コレステロールを下げる

- ◇ 茶カテキンを豊富に含んでいるので、体脂肪が気になる方に適する

製品の
種類

- ◇ クッキングオイル
- ◇ マヨネーズタイプ^(*)
- ◇ ドレッシングソース^(*)

- ◇ 清涼飲料水(緑茶)

(*) 上記マヨネーズタイプ及びドレッシングソース製品はエコナクッキングオイルを使用していますが、上記効能はありません。

新キーケミカルス

キーケミカルス

ブランド

製品特長

MFP(*)/アルカリ顆粒
NaF/キシリトール

クリアクリーンプラス

- ◇ 歯の再石灰化
- ◇ 初期むし歯のうちにむし歯を予防する

セドロール

SOO

- ◇ 気分転換・リラックス

t - フラバノン

サクセス薬用
フラバサイト

- ◇ 髪をより太く、抜けにくく育てる育毛効果

リンゴ酸

クリアクリーンプラス
ホワイトニング

- ◇ 歯の黄ばみを浮かせて落とす

(*) モノフルオロリン酸ナトリウム



家庭用製品 - 海外 (1)

	M&A
1988	ジャーゲنز
1989	ゴールドウエル (KPSS)
⋮	⋮
1998	キュレル
1999	
2000	バン
2001	
2002	KMSリサーチ ジョンフリーダ

提携 / その他
SCジョンソンとの提携
ADM花王
花王(中国)投資有限公司 杭州伝化花王有限公司 <2002年10月>



家庭用製品 - 海外 (2)

~ ブランド・ポートフォリオ ~

	アジア	北米	欧州
スキンケア	Bioré	Jergens, Bioré Ban, Curél	(Bioré)
ヘアケア	Sifoné, Feather	John Frieda	Guhl John Frieda
ヘアサロン向け ヘアケア	Goldwell	Goldwell KMS	Goldwell KMS
ハウスホールド	Attack Magiclean, Haiter		
サニタリー	Laurier, Merries		
機能食品		Enova	



家庭用製品 - アジア

～ 更なる強化・拡大 ～

アセアン

健全な成長

- ❖ コアブランドへの資源集中
- ❖ エリアマネジメントの更なる強化
- ❖ 生産のリアロケーション

中華圏

中国

強固な基盤作り

- ❖ MK先行投資によるブランドロイヤリティ確立
- ❖ 合併を通じた普及品市場への拡大

台湾

回復を目指して

- ❖ リストラ効果の最大活用
- ❖ 利益ある売上拡大に向けてのコア事業強化



家庭用製品 - 中国

~ 市場でのプレゼンス強化 ~

ブランド確立

上海花王

- ビオレ 洗顔料
- アタック 衣料用洗剤
- シフォネ シャンプー
- ロリエ 生理用ナプキン

プレミアムブランド

プレミアム

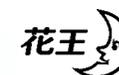
杭州伝化花王

- 伝化 衣料用洗剤
- ・ 食器用洗剤

マスブランド

普及品

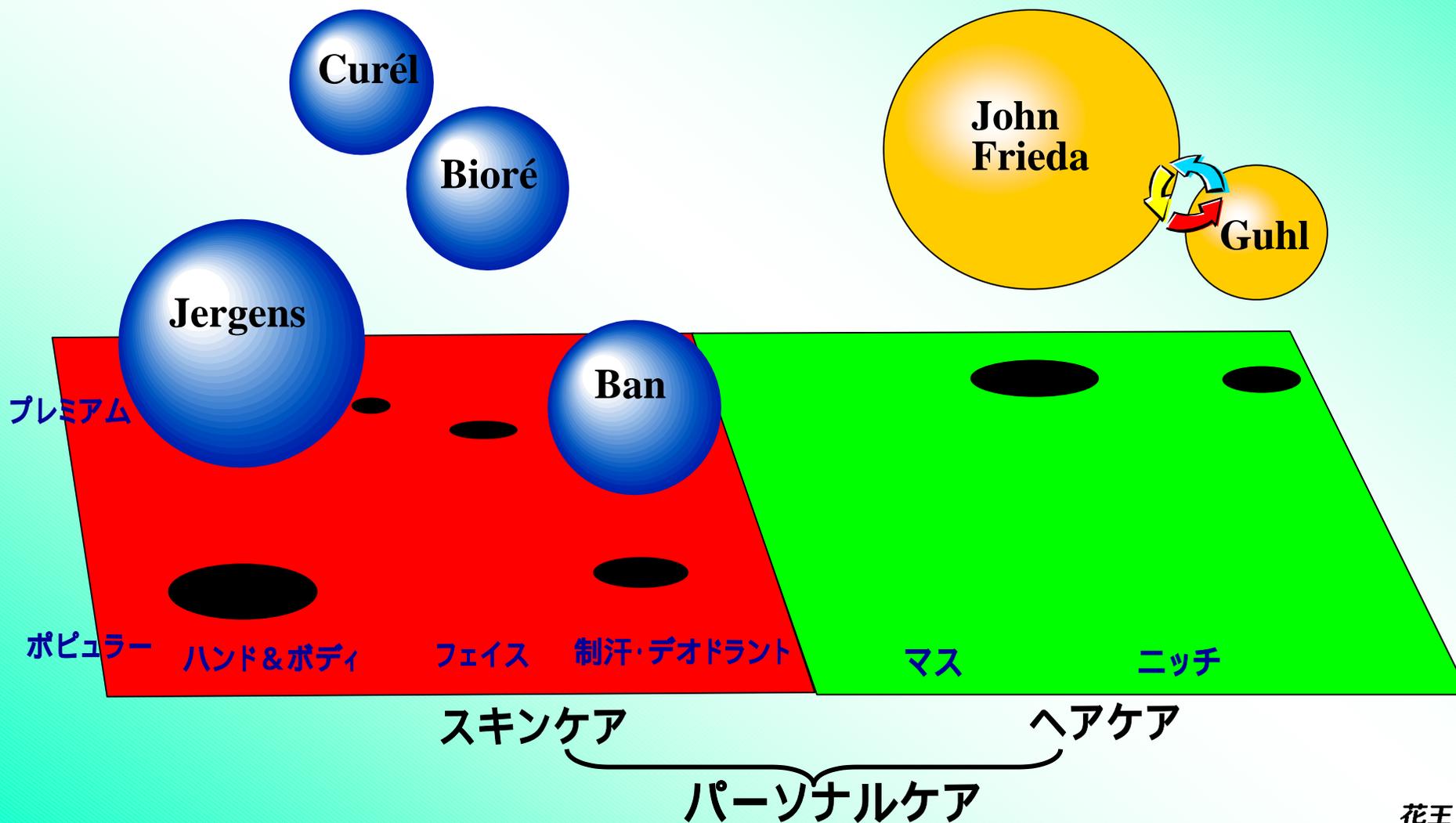
普及品市場への拡大





欧米パーソナルケア

～ トータルパーソナルケアを目指して ～





工業用製品 - 注力分野の強化

~ グローバル生産体制およびマーケット対応製品開発力を生かして ~

油脂化学
界面活性剤

スペシャリティケミカル
トナー・トナーバインダー

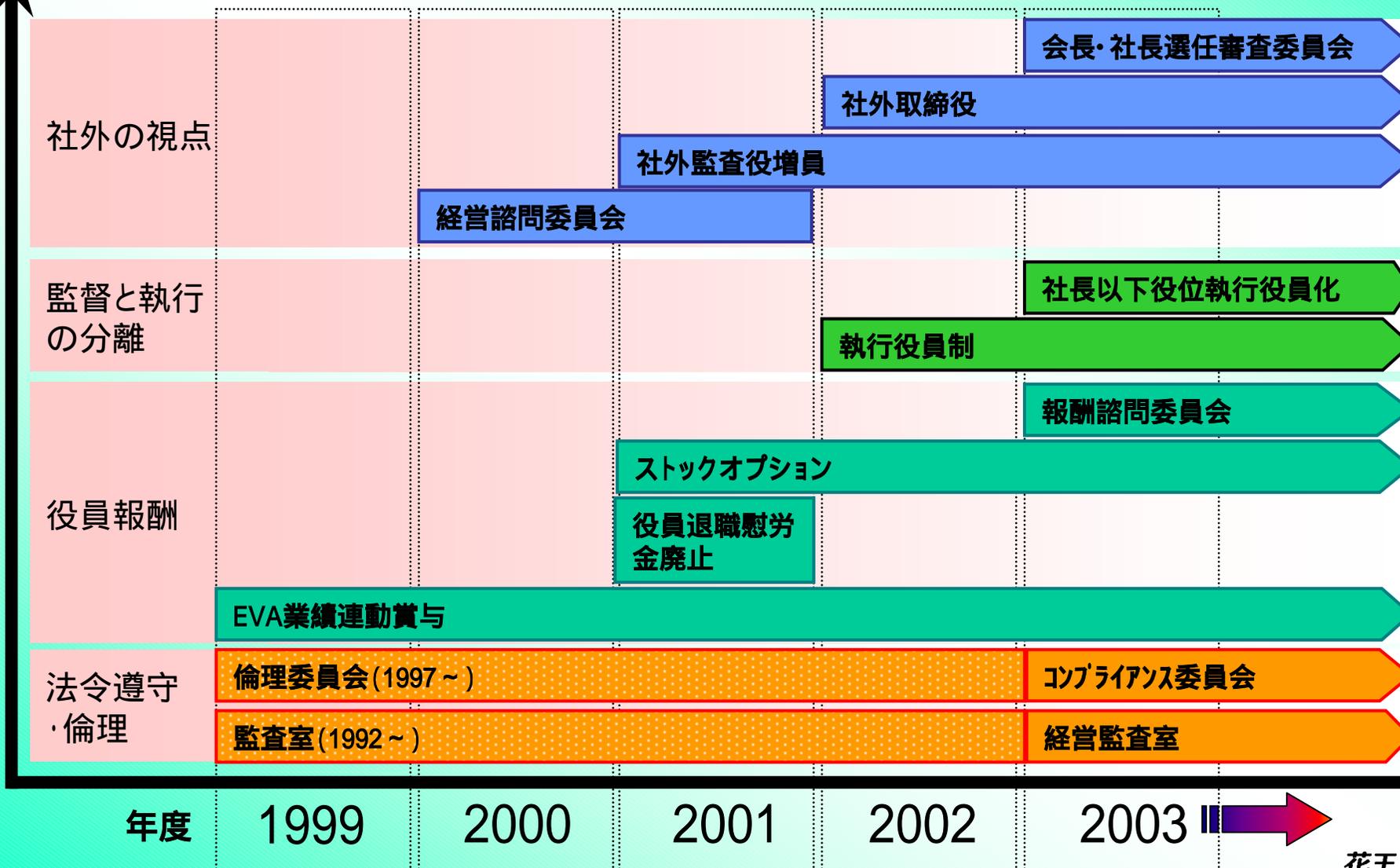
スペシャリティケミカル
香料



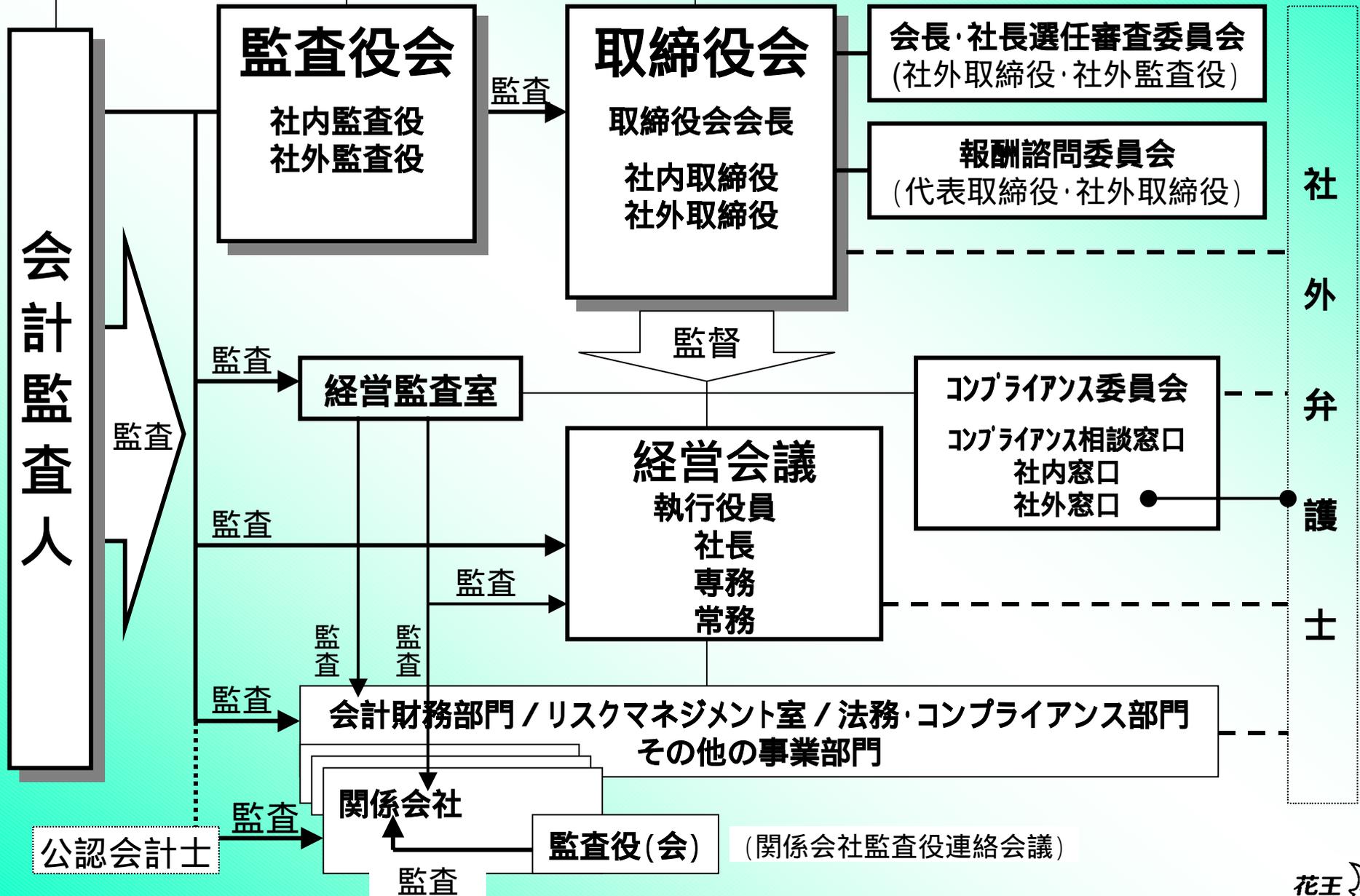
継続する経営改革

～ 強くてよい会社を目指して ～

コーポレートガバナンス

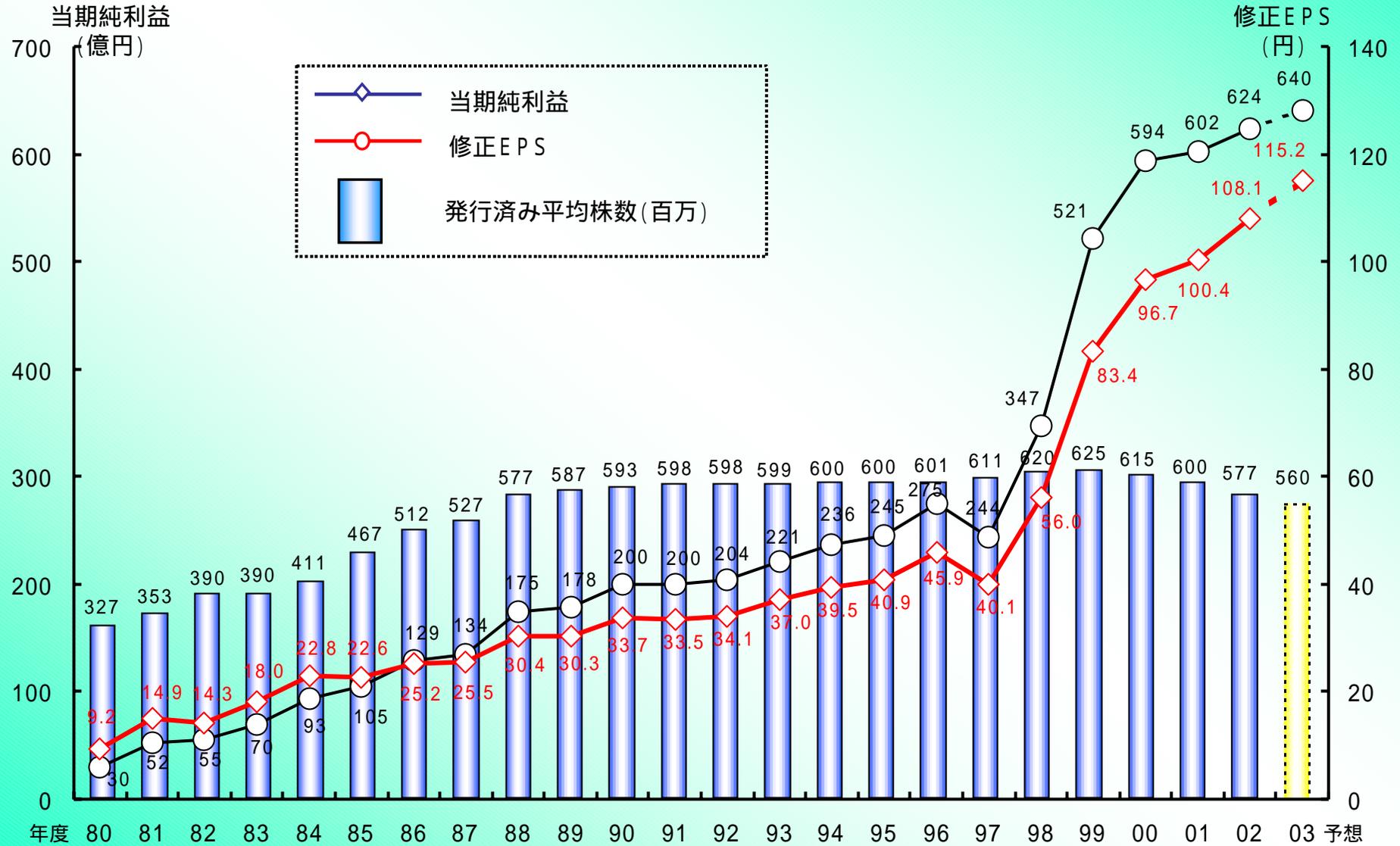


株主総会





修正EPSおよび当期純利益





基本経営戦略

コアブランドのマー
ケットシェア拡大

市場創造型新製品
の開発・新規事業
の育成

継続的な利益ある成長
と企業価値の増大

経営の改革・コーポ
レートガバナンス強化

海外事業の強化・
拡大

