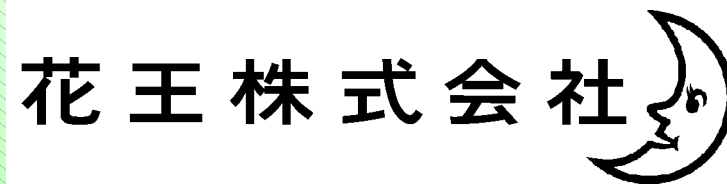


2002年度 上半期のハイライト



2002年10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、2002年10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。)

経営課題

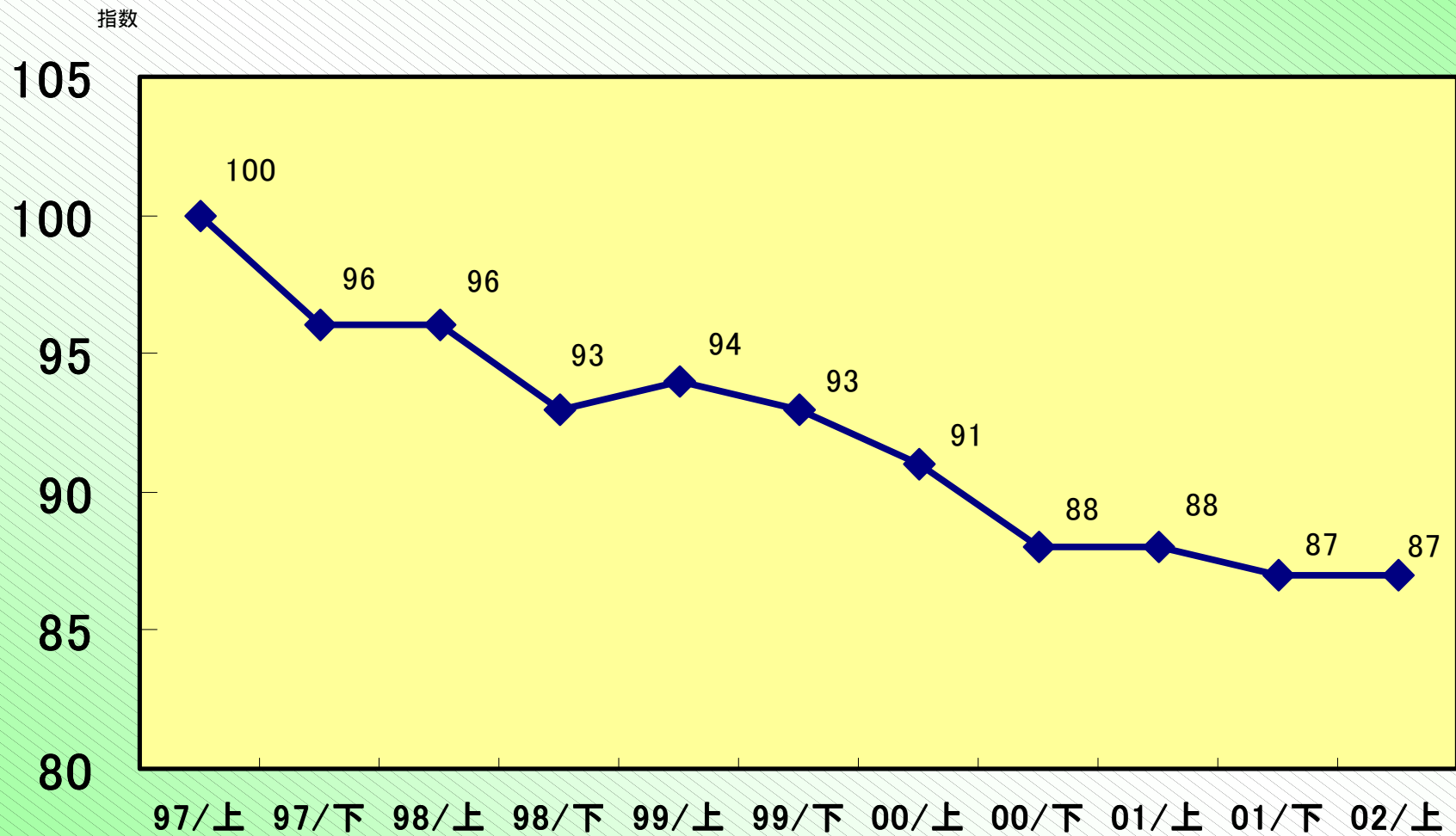
- 1 . 基幹ブランドの市場シェアの維持・拡大
- 2 . 新たな市場を創造するような新製品の開発
- 3 . 新規事業の開拓・育成
- 4 . 海外事業の強化・拡大
- 5 . 経営効率の改善

国内家庭用製品事業

攻めの姿勢

1. MK費・販売促進費の積極投入
2. 付加価値の高い新製品発売
3. カテゴリーマネジメント・店頭支援活動強化

トイレタリー-14品消費者購入単価の推移



(花王調べ)

主な家庭用製品新製品（国内）



アタック
シュツと泡スプレー



ファミリーピュア
キッチンクリーナー



ハミングフレア



カーペット用
クイックルワイパー



ロリエ生理用ナプキン



バブ かりんの香り

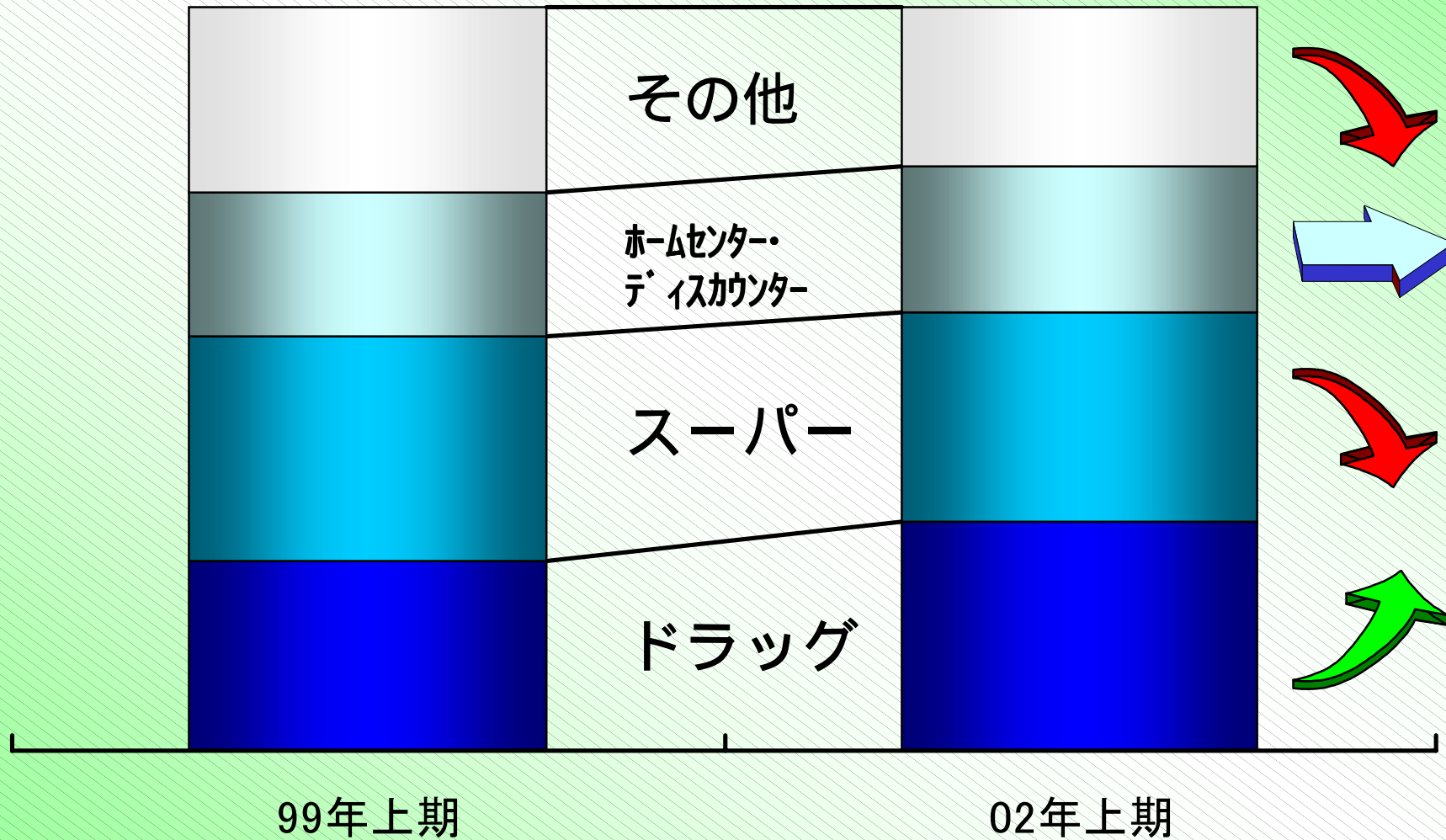


クリアクリーン
プラス



健康エコナ
マヨネーズタイプ

チャンネル別売上構成 (当社国内家庭用製品)

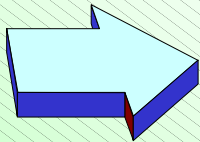


国内マーケットシェア

【継続店ベース;花王調べ】



入浴剤、歯磨き、全身洗剤料
バスクリナー、柔軟仕上剤
食器用洗剤、大人用紙おむつ

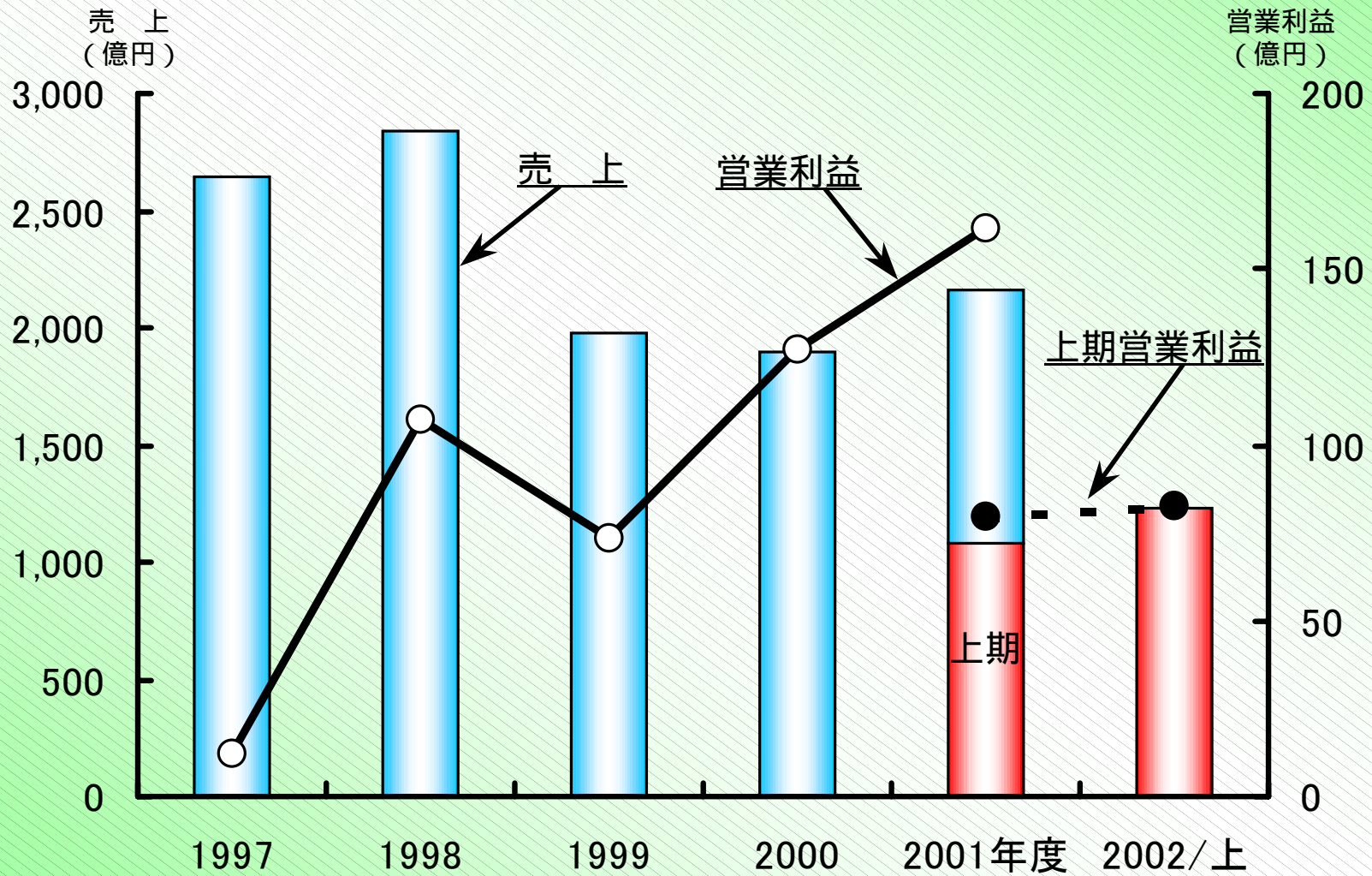


シャンプー
衣料用洗剤



ヘアカラー
生理用ナプキン、子供用紙おむつ

海外事業収支推移



花王の家庭品海外事業展開

	M & A	J V 他
1988	ジャーゲンズ社	
1989	ゴールドウェル社	
⋮	⋮	
1998	キュレル	
1999		SCジョンソン社と提携
2000	バン	
2001		ADM花王
2002	KMSリサーチ社 ジョン・フリーダ社	中国投資公司

主な家庭用製品新製品（海外）

ジャーゲنز



Bioré Beyond Smooth
Daily Facial Moisturizer



Ban Beautiful Smooth
Soft Solid



Curél Smooth
Legs Lotion

ゴールドウェル



ELUMEN（ヘアカラー）

アジア



フェザー
(シャンプー・コンディショナー)



シフォネ

買収ブランド



KMS
(サロン用ヘアケア製品)



John Frieda
(プレミアムヘアケア製品)

工業用製品事業

1. 技術に優れた油脂アルコール増産対応
2. 付加価値の高いトナー・トナーバインダー、香料増産対応

	<u>日本・アジア</u>	<u>米 州</u>	<u>欧 州</u>
トナー	○	◎	◎
トナーバインダー	◎	○	◎
香 料	○		◎
油脂アルコール	◎		

◎: 新增設

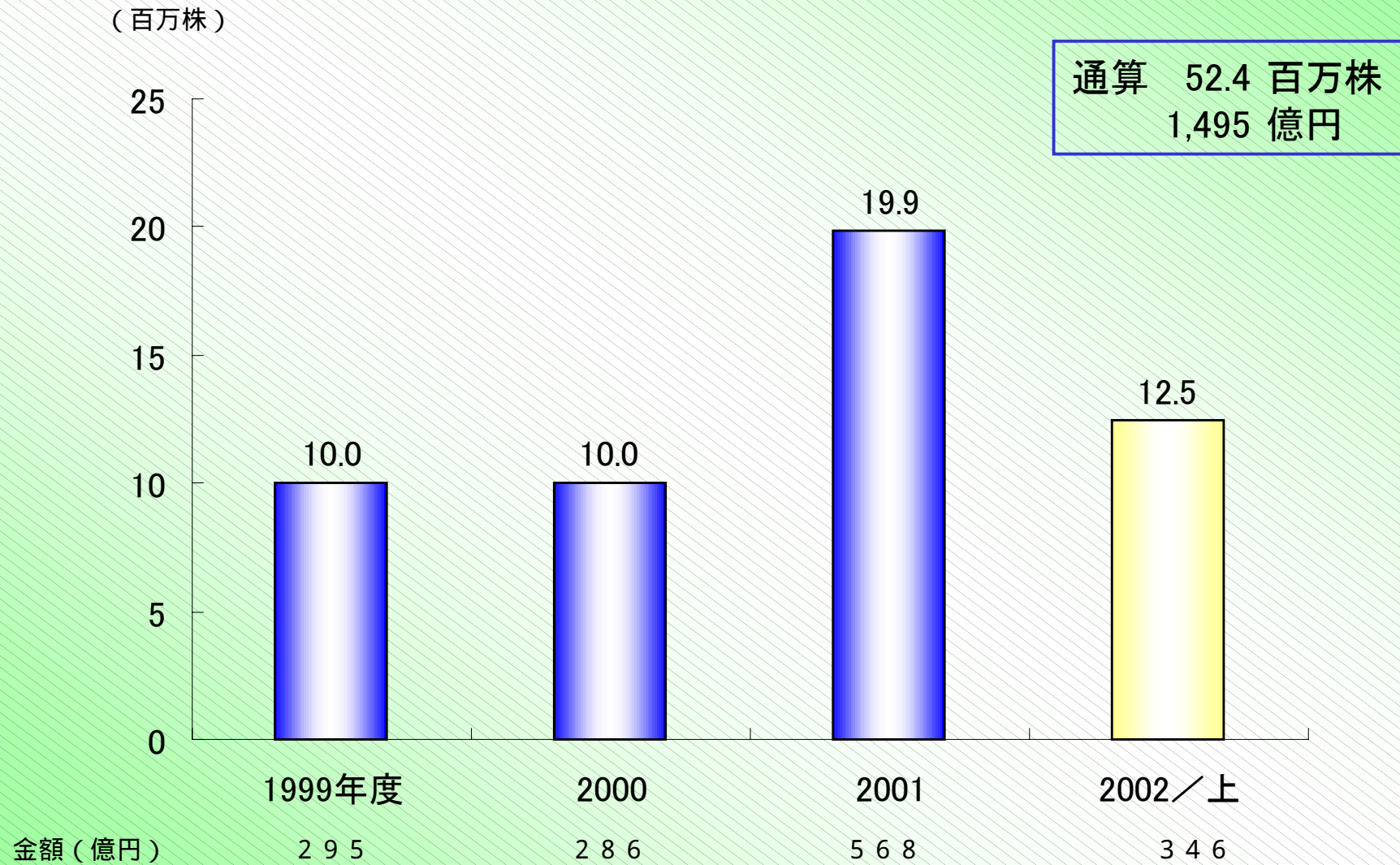
事業環境の変化に伴う対応

1. 台湾：生理用品・化学品の生産停止
2. マレーシア：家庭品生産停止
3. 花王ケミカルス・アメリカ：繊維ビジネス売却

・ 経営改革への取組み

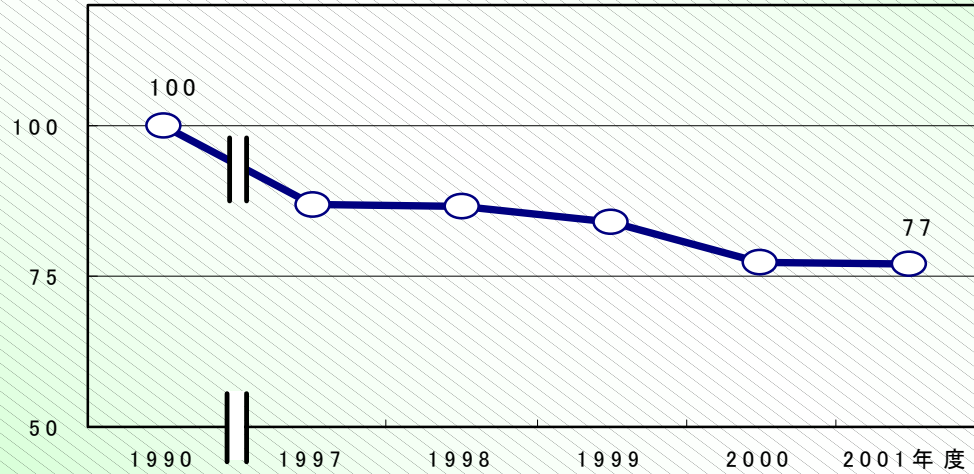
1. 社外取締役、執行役員制度
2. スtockオプション制度
3. 自社株買入れ
4. 環境・安全に関する活動
5. 企業行動倫理

自社株買入れの状況

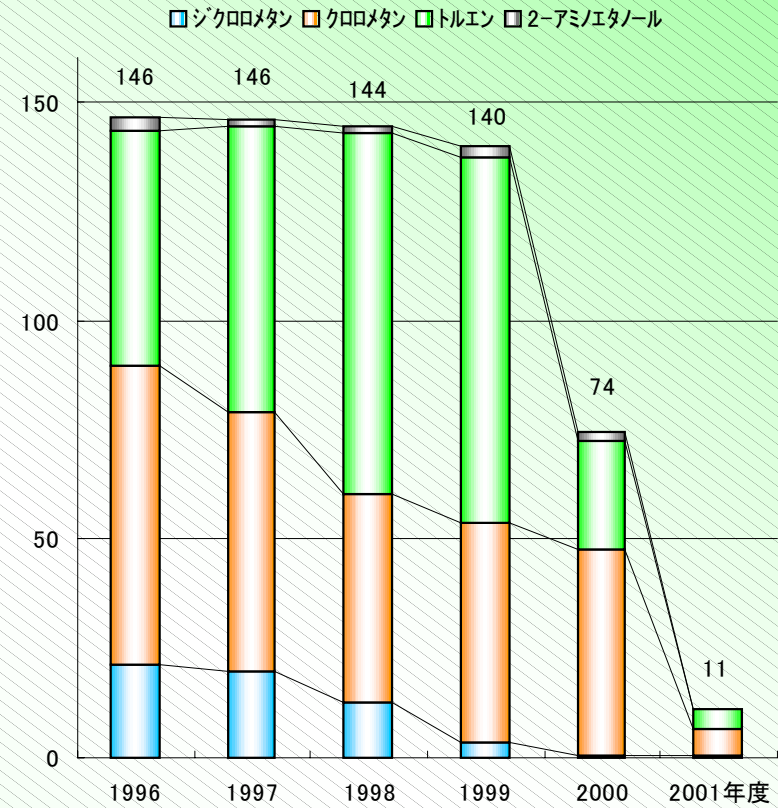


環境保全活動

エネルギー使用量の推移 (付加価値原単位指数)



主なPRTR対象物質の大気への排出量推移



CO₂排出量の推移

