

2004年度上半期のハイライト

2004年10月21日

花王株式会社

社長執行役員

尾崎 元規



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/corp/ir/i07/index.html>

このプレゼンテーション資料には、2004年10月21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。

ご説明項目

- ✧ 2004年度上半期サマリー
- ✧ 2004年度のポイント
- ✧ 経営戦略

2004年度上半期サマリー

2004年度上半期事業別概況

貢献した事業

パーソナルケア

サニタリー

ヘルスケア(機能食品)

化粧品

欧米家庭用製品

工業用製品

苦戦した事業

ハウスホールド

アジア家庭用製品

2004年度上半期トピックス

ポジティブ要因

◇ 成長ドライバー

- アジエンス
- ビオレU
- ファミリーキュキュット
- ヘルシア緑茶
- ジョン・フリーダ



◇ 化粧品事業好調持続

◇ 堅調な工業用製品事業

- 景気回復基調
- 新規開発製品



◇ TCR 80億円 (2004年度年間見通し)

2004年度上半期トピックス

ネガティブ要因

◇ 国内家庭用製品単価の下落

- 2004年上半期： 4ポイント* (対前年同期比)
- 市場競争激化

*花王調べ

◇ 原材料価格上昇

◇ アジア家庭用製品事業競争激化

2004年度のポイント

既存事業

◆ 不透明な事業環境

- 国内家庭用製品市場の競争状況
- 原材料価格の動向

◇ 家庭用製品事業

- シェア拡大による売上数量増

◇ 化粧品事業

- 既存ブランドの強化と新しいチャレンジ

◇ 工業用製品事業

- 新規開発製品の育成

既存事業：化粧品事業

➤ 既存ブランドの強化

➤ 新しいチャレンジ

○より質の高いカウンセリングを
目指すブランド

↳ est

デパート

↳ Alblanc

GMS・ドラッグ

○中国での展開

↳ 上海エリアの充実

○通販事業ノウハウの開拓

↳ Oriena



est



Alblanc



Oriena

新規事業：ヘルスケア（機能食品）

年間売上700億円を目指して

◇ エコナ

- ロイヤルユーザーの拡大による当用製品の伸長
- ギフト市場における順調な売上拡大

◇ ヘルシア

- 1Lペットボトルおよび340g × 6缶パックの全国展開： 10月19日
- ホットタイプ： 10月28日発売
 - ・345mlペットボトル
 - ・CVSチャネルで



海外事業：アジア家庭用製品

◇ アセアン

➤ 注力ブランドの活性化

↳ 新製品投入と品揃えの充実

➤ タイ新工場建設

↳ 2005/春に一部稼動予定



◇ 中国

➤ 2～3年でブレークイーブンを目指す

↳ 事業基盤の再構築

↳ 流通との関係強化

・グローバルリテラーへの対応強化

・サプライチェーンマネジメント

海外事業：欧米家庭用製品

プレミアムビューティケアの強化

◇ 花王ブランド

➤ ジョン・フリーダの更なる強化

新製品Brilliant Brunetteの育成

➤ スキンケアの拡大

Bioréのリステージ

(2004年7月～)



◇ K P S S

(花王プロフェッショナルサロンサービシーズ)

➤ 新製品Color Glowの育成



海外事業：Enova米国展開

◇ 一般家庭用製品事業

➤ MK展開

↳ 健康志向の強い消費者への
啓蒙的宣伝

↳ 専門機関の推奨

➤ 全米へ製品出荷開始

◇ 素材事業

➤ 複数候補企業と商談中



經營戰略

基本戦略

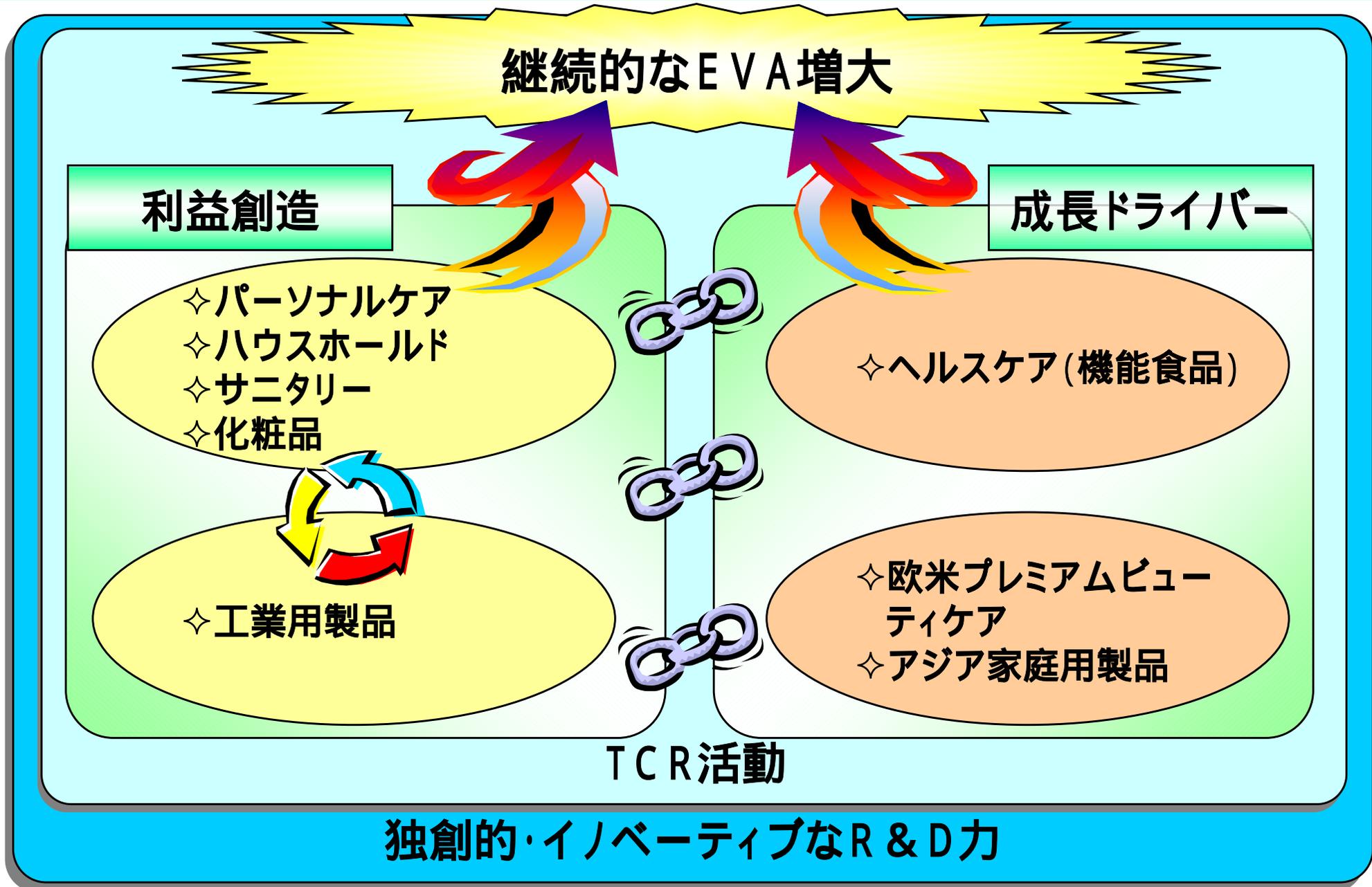
- ◇ 「お客さまと共に感動する会社」を目指して
- ◇ 成長戦略
 - ～ 更なる成長に向けた事業ポートフォリオ
 - 既存事業の強化・発展
 - 新規事業の開拓と早期育成
 - 海外事業の拡大
- ◇ フリーキャッシュフローの使途

「お客さまと共に感動する会社」を目指して

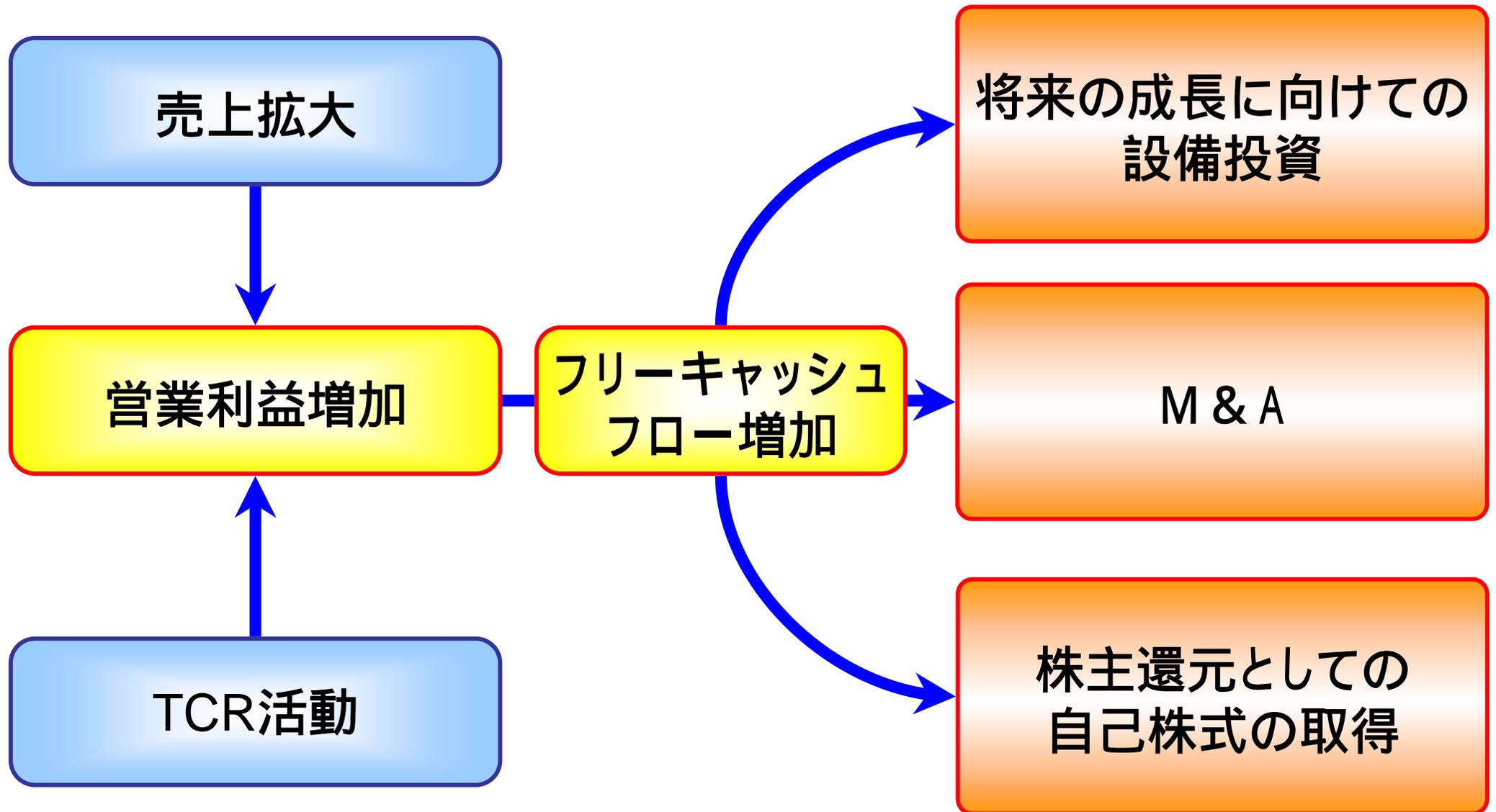
1. よきモノづくり
 - 各部門の専門的な力の結集
2. 絶えざる革新
 - 常に革新的なモノ・しくみづくり
3. 正道を歩む
 - 創業者の精神と一致

CSR委員会およびCSR推進部の設置
CSR推進体制を強化

更なる成長に向けた事業ポートフォリオ



フリーキャッシュフローの用途



事業展開における3つのキーワード

1. 変化への対応

- “機能性” プラス“情緒性”
- “万人型”と“個人型”の峻別

2. 現場主義

- 消費者
- 国・地域

3. スピード

- 創る
- 買ってもらう
- 使ってもらう

サイクルを
速く回す