

# 花王の成長戦略と カネボウ化粧品とのシナジー

2006年7月26日

花王株式会社  
社長執行役員  
尾崎 元規

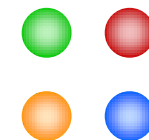


この資料は、7月26日におこなわれた電話会議で使用した資料です。



このプレゼンテーション資料には、2006年7月26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・金利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。

# ◇ 企業価値増大に向けた2010年度までの目標



## 花王の成長戦略

1. **ビューティケア**とヘルスケアの事業領域での成長の加速
2. 基盤事業であるファブリックケア&ホームケア事業のさらなる強化・発展
3. グローバルに特徴ある強い工業用製品事業への注力



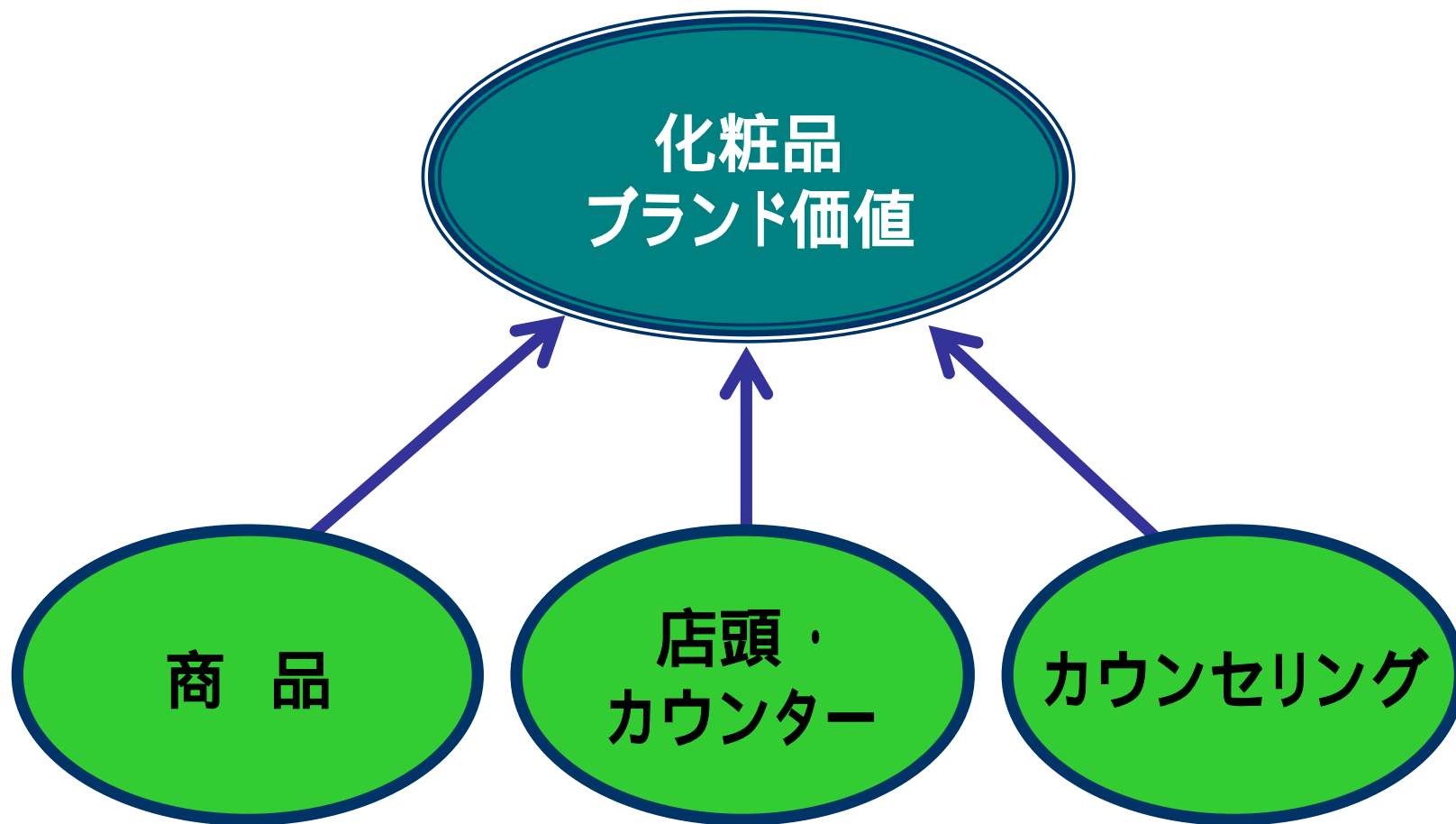
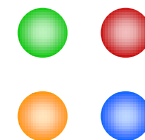
## 連結での成長を加速

- 売上高：  
2010年度には  
1兆4,000～1兆5,000億円
- フリー・キャッシュ・フロー：  
200億円以上増加
- 一株当たり当期純利益：  
2005年度の130円から  
2010年度には170～190円

### 増加するフリー・キャッシュ・フローの用途：

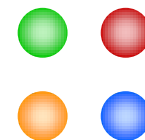
- ◆ 成長のための投資
- ◆ 有利子負債の返済
- ◆ 配当性向40%目標を継続
- ◆ 余剰資金による自社株買入れ

# ◆化粧品事業の特徴



各ブランドの特長を活かして価値を高める

# ◆カネボウ化粧品の実業概要



## 企業価値

- 評価： 4,100億円
- 期待される税効果： 1,000億円

## 事業概況（2006年度予想\*）

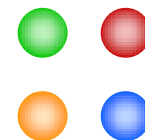
- 売上高： 約2,000億円 前年比 実質+1～2%
- 償却前営業利益率： 約10%

\*花王連結対象11ヵ月分



花王の成長ドライバーであるビューティケア事業を  
カネボウ化粧品の取得により加速させる

## ◇国内化粧品市場の状況



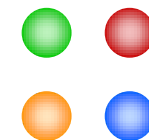
### 市場規模と傾向 (2005年度)

- 対前年成長率： 1.4% (S LI 小売りベース)
- 市場規模： 1兆5,000億円 (経済産業省 化学工業統計)
- 商品の傾向： 5,000円 以上の高価格品が伸長
- チャンネルの傾向： ドラッグストアを中心とする量販店での販売額が増加



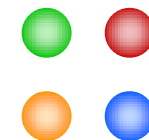
ブランドの特長を活かし、付加価値を高めた  
新しい提案により、成長が期待される




# ◆国内化粧品事業のチャネル・ブランド体制



		デパート	ドラッグストア GMS	専門店
カウンセリング	ハイ プレステージ	   		  
	プレステージ		 	 
セルフ	マス			

# ◆ 海外化粧品事業展開



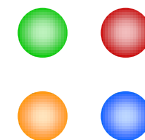
	アジア	欧米
花王ソフィーナ 	香港、台湾、上海のデパートで展開	
カネボウ 	アジア11カ国・地域に進出	プレステージブランド「SENSAI」を中心に27カ国で展開
モルトン・ブラウン 		英国を中心に、世界70以上の国・地域で販売



化粧品事業売上高の約10%を占める



# ◆化粧品事業のブランド価値向上に向けた諸施策



利益の拡大とさらなる  
成長に向けた積極投資

ブランド価値の向上

売上拡大

## 商品力の強化

- 花王、カネボウ化粧品の技術開発力を相互に最大限活用

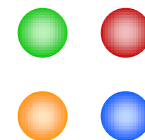
## チャネル別の品揃えと店頭・カウンセリングの充実

- オール花王の総合力を発揮して、チャネルごとのプレゼンス強化

## 海外事業の強化・拡大

- 重点強化地域に特化したブランド戦略：  
中国での事業拡大 2010年度には売上高200億円超を目指す
- モルトン・ブラウンとの連携

# ◆化粧品事業の売上目標



シナジーの発現による売上の拡大

100億円超ブランド： 8 倍増へ

2001～2005年度

売上成長率

1～2% /年

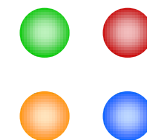


2006～2010年度

売上成長率  
加速

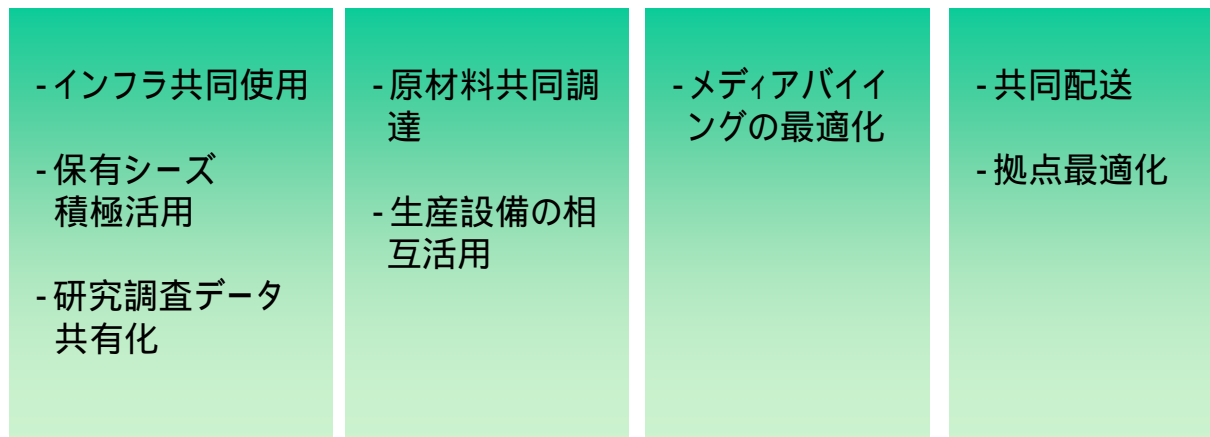
4～6% /年

# ◆化粧品事業のコストシナジー



## サプライチェーンにおけるシナジーの発現

- ステークホルダーとの関係を重視しつつ、業務統合・分担化推進による効率化を実施



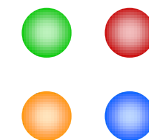
累計コストシナジー  
(~2010年度)

100~150億円

利益成長



# ◆化粧品事業の売上・利益目標



## シナジーの発現による売上の拡大

売上  
成長率

2006～2010年度  
4～6% /年

## 売上成長を上回る利益成長の実現

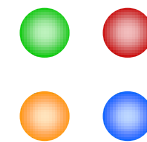
営業利益  
成長率

2006～2010年度  
8～10% /年

注：カネボウ化粧品取得による減価償却費を除いた営業利益

# ◆カネボウ化粧品取得による

## フリー・キャッシュ・フローの増加



### 主な資金の増減額(2006年度予想)

	増減額
➤ 税引前営業利益(カネボウ化粧品営業利益 - 減価償却費) :	50億円
➤ 商標権等知的財産権償却費(税効果あり) :	170億円
➤ 知的財産権償却費税効果(支払い税金の減少) :	69億円
(実効税率:40.54%)	
➤ のれん償却費(税効果なし) :	100億円
➤ 運転資本増減、設備投資等	⋮

フリー・キャッシュ・フローの増加 : 200億円以上

さらなる成長への投資