

2006年度上半期のハイライト

2006年10月23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、2006年10月23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。

ご説明項目

- ✧ 2006年度上半期サマリー
- ✧ 成長戦略：進捗と今後
- ✧ 2006年度予想

2006年度上半期サマリー

2006年度上半期概況

繰延税金資産の取崩しを除き、売上・利益ともに計画通り

◇ 売上高:	6,025億円	(+24.7%)
◇ 営業利益:	584億円	(7.4%)
◇ 経常利益:	584億円	(8.1%)
◇ 当期純利益:	295億円	(23.2%)
◇ EBITDA:	1,021億円	(+12.7%)
◇ 1株当たり 当期純利益:	54.26円	(23.3%)
◇ 株主還元		
➤ 1株当たり中間配当:	26円	

カネボウ化粧品関連の影響を除く

5,116億円	(+5.9%)
610億円	(3.3%)
619億円	(2.6%)
304億円	(20.8%)
900億円	(0.7%)

カネボウ化粧品上半期サマリー

< 2006年2～6月 >

売上高:	約900億円
営業利益率:	9%強

成長戦略：進捗と今後

花王の成長戦略

商品の高付加価値化による利益ある成長の達成

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

ビューティケア事業領域

事業セグメント・カテゴリー

トピックス

化粧品

○グローバルでの化粧品事業強化

- シナジー効果発現に向けての活動
- カネボウ化粧品の中国事業展開
- 好調なモルトン・ブラウン

国内パーソナルケア
製品

○ヘアケアカテゴリーの更なる強化

- アジエンス製品ライン拡充
- エッセンシャルリニューアル

欧米家庭用製品

○プレミアムパーソナルケアの拡大

- 花王ブランド: 好調なJergens natural glow
- KPSS: KMSブランド全面リニューアル

◇今後の取り組み

- カネボウ化粧品およびモルトン・ブラウンによる海外化粧品事業拡大
- 欧米プレミアムパーソナルケアの一層の強化

売上100億円超の花王グループ化粧品ブランド

【ビューティケア事業領域】

8ブランド → 2010年度までに16ブランドへ



ファインフィット



テストイモ



レヴュー



ブランシール



モルトン・ブラウン



トワニー



サラ



ケイト

カネボウ化粧品とのシナジー

【ビューティケア事業領域】

消費者のニーズに対応して、注カブランドの価値を高めることが最優先課題

売上拡大のための
積極投資



インプレス



ルナソル

コストシナジー発現に
向けた取り組み

◆注カ28ブランドへの集中

➤ 新・肌測定機器導入による店頭でのカウンセリング強化

◆プレステージ市場での存在感確立による中国事業展開のさらなる強化

➤ 百貨店流通

↳ インプレス・ルナソルの本格的な導入

↳ 2009年取扱い店数約500店(現状200店)

➤ 高級薬局流通

↳ 2009年取扱い店数約1,000店(現状30店)

《短期で効果が見込まれるもの》

◆ コスト削減(原材料・メディアなど)

◆ 生産拠点の相互活用

◆ 共同配送への取り組み

国内ヘアケアカテゴリー

【ビューティケア事業領域】

国内シャンプー・コンディショナーマーケットシェアNo.1

<p>アジエンス</p>  <p>ASIENCE</p>	<p>製品ラインナップの拡充 4月 濃密ヘアマスク新発売 10月 美髪メイクホイップ ・美髪メイクヴェール新発売</p>	
<p>エッセンシャル</p> 	<p>8月 改良新発売 現代の女性に求められる 仕上がり感を追及</p>	
<p>メリット</p> <p>メリット</p>	<p>4月 改良新発売 現代人の頭皮環境にあわ せた地肌ケア</p>	
<p>サラ</p> <p>SALA</p>	<p>8月 改良新発売 コスメティック感のある ヘアケアブランド</p>	

ヒューマンヘルスケア事業領域

事業セグメント・カテゴリー

トピックス

国内サニタリーほか 製品



国内パーソナルケア 製品

○ヘルシア

- ▶ 当初計画を上回るヘルシアウォーターでヘルシアブランド活性化

○エコナ

- ▶ 特保に基づくベネフィット訴求でブランド力強化

○サニタリー

- ▶ 快適性・心の満足を追求したロリエエフ好調持続
- ▶ 通気性のよさに加え、歩きやすさを追求したメリーズパンツ伸長

○オーラルケアの更なる強化

- ▶ 新ブランド・薬用ピュオーラ上市で口内環境改善を提案

◇今後の取り組み

- ▶ 従来の健康機能食品にオーラルケア・サニタリーなどを加え、ヒューマンヘルスケアでの拡大・強化

ファブリック & ホームケア事業領域

事業セグメント・カテゴリー

トピックス

ハウスホールド製品



アタック
ALL in



食器洗い乾燥機専用
ファミリーキュキュット
クエン酸効果



液体ふんわり
ニュービーズ



ハミングフレア
リラックスハーブの香り

○市場を活性化する高付加価値新製品効果で売上拡大

➤衣洗

➡ アタックALL in

➡ 液体ふんわりニュービーズ

➤仕上剤

➡ ハミングフレア リラックスハーブの香り

➤キッチンケア

➡ 食器洗い乾燥機専用ファミリーキュキュット
クエン酸効果

◇今後の取り組み

- 高付加価値の新製品・改良品で原材料価格高騰のインパクトを吸収し、着実な利益創出

工業用製品事業領域

事業セグメント・カテゴリー

工業用製品



油脂アルコール

ハードディスク用
研磨剤



複写機用
カラートナー

トピックス

○注力3事業でのさらなる持続的成長

- 油脂事業
- スペシャルティケミカルズ事業
- 機能材料事業

○積極的な設備投資で継続的売上伸長

- 三級アミン(ドイツ)
- コンクリート用高性能減水剤(ドイツ)
- トナー・トナーバインダー
(アメリカ・スペイン)
- 油脂アルコール(フィリピン)

◇今後の取り組み

- 油脂事業およびスペシャルティケミカルズのさらなるグローバル展開の拡大
- 新設備のスムーズな立ち上げと稼働率アップ

グローバルマネジメント体制の確立

アジア家庭用製品事業の一体運営

- 販売・マーケティングにおける日本と各国の連携
 - ↳ 台湾・香港で展開していたアジエンスをシンガポールに拡大
 - ↳ タイの売上伸長をけん引するアタックイージー
 - ↳ ロリエエフを香港・シンガポールで展開
- グローバルサプライチェーンマネジメント推進
 - ↳ アセアン地域のハブ工場としてのタイ新工場
 - ↳ SAPの活用



アジエンス



アタックイージー



ロリエエフ

中長期的な利益の創出に
つながる売上拡大を目指す



2006年度予想

2006年度予想

EBITDA 2桁伸長、さらなる飛躍に向けたキャッシュフロー拡大

◇ 売上高:	12,200億円	(+25.6%)
◇ 営業利益:	1,170億円	(2.6%)
◇ 経常利益:	1,150億円	(5.7%)
◇ 当期純利益:	680億円	(4.4%)
◇ EBITDA:	2,060億円	(+13.9%)
◇ ROE:	12.8%	(2.1ポイント)
◇ 1株当たり 当期純利益:	124.78円	(4.4%)
◇ 株主還元		
➤ 1株当たり配当:	52円	(+2円; 配当性向 41.7%)

カネボウ化粧品関連の影響を除く

10,200億円	(+5.0%)
1,220億円	(0.8%)
1,230億円	(1.6%)
695億円	(4.8%)
1,800億円	(0.5%)

カネボウ化粧品事業

< 2006年2 ~ 12月 >

売上高:	2,000億円
営業利益率:	約10%

