

# 平成21年3月期第2四半期累計 のハイライト

2008年10月27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、2008年10月27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安定要因により実際の業績が記載の数値予想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金額は切捨てで表示しています。また、四半期会計基準等の適用初年度のため、増減額および増減率は参考として記載しています。  
このプレゼンテーションでは「第2四半期累計」を以下、「上期」と記述する。

- 2008年度上期サマリー
- 事業別トピックス
- 2008年度予想

# 2008年度上期サマリー

# 2008年度上期決算のポイント

## 事業環境

1. 消費者心理は冷え込んできているが、国内トイレタリー市場および化粧品市場は横ばいで推移。
2. トイレタリー15品<sup>※1</sup>消費者購入単価は横ばい。
3. 原材料市況は4～6月のピークから脱したものの、前年同期を上回る。

## 上期業績のハイライト

1. 売上高:	0.5%増	6,579億円
	為替の変動による影響	△140億円
	実質増加額	+175億円
2. 事業別売上高増減 (対前年同期)	増加: アジアコンシューマープロダクツ、ケミカル 減少: 欧米コンシューマープロダクツ	
3. 国内コンシューマープロダクツ <sup>※1</sup> の新製品比率		9%
4. 原材料価格上昇の影響 <sup>※2</sup> :		△210億円
5. 価格改定:		+150億円
6. コストダウン活動(TCR):		+40億円
7. 営業利益:	8億円減	547億円

※1: プレステージ化粧品を除く

※2: 為替の影響を含む

# 2008年度上期概況

■ 想定を上回る原材料価格上昇と景気が減速する中、商品の高付加価値化、マーケティング費用効率化および日本を含むアジア一体運営の強化により概ね公表予想<sup>(※1)</sup>通りの売り上げ・利益に到達。

		売上高比	前年同期比
売上高:	6,579億円		(+0.5%)
EBITA <sup>(※2)</sup> :	737億円	(11.2%)	(Δ3.3%)
営業利益:	547億円	(8.3%)	(Δ1.5%)
経常利益:	549億円	(8.4%)	(Δ0.1%)
当期純利益:	323億円	(4.9%)	(+10.5%)
EBITDA:	980億円	(14.9%)	(Δ2.9%)
1株当たり 当期純利益:	60.42円		(+12.4%)
自己株式の消却:	9.3百万株		

※1: 2008年4月23日公表2008年度上期予想: 売上高 6,600億円、営業利益 540億円、経常利益 530億円、当期純利益 310億円

※2: M&Aに関連するのれんおよび知的財産権償却前利益



# 2008年度上期事業別概況

		億円	増減
ビューティケア	売上高	3,001	△3.7%
	営業利益	94	△5億円
ヒューマンヘルスケア	売上高	976	+3.1%
	営業利益	70	+4億円
ファブリック&ホームケア	売上高	1,389	+0.9%
	営業利益	262	△36億円
ケミカル	売上高	1,409	+11.4%
	営業利益	119	+30億円
連 結	売上高	6,579	+0.5%
	営業利益	547	△8億円



		億円	増減
プレステージ化粧品	売上高	1,468	△4.7%
	営業利益	△86	△18億円
プレステージ化粧品を除くビューティケア	売上高	1,532	△2.7%
	営業利益	181	+12億円

## 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事業での成長の加速
- 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ケミカル事業への注力



# ビューティケア事業

## トータルビューティの提案

### 2008年度上期のトピックス

- プレステージ化粧品の売り上げは前年同期を下回る。国内では新製品を投入したが、中価格帯市場低迷の影響を受け前年同期を下回る。
- プレミアムスキンケアはビオレおよびビオレuの新製品が寄与し、引き続き売り上げを拡大。
- プレミアムヘアケアの売り上げは横ばいで、ほぼ計画の範囲内で推移。シャンプー・コンディショナー市場シェアNo.1(※)の地位を強化。
- アジアでは洗顔料の品揃え充実と改良によりビオレブランドの強化を図るなど既存汎アジアブランドが好調。欧米では消費者心理の冷え込みと厳しい競争の影響を受けた。

### 2008年度下期のトピックス

- プレステージ化粧品はカネボウ化粧品・花王ソフィーナともに新ブランドの育成および既存注カブランドを強化。
- プレミアムスキンケア・プレミアムヘアケアは新製品により商品ライン拡充。
- 欧米ビューティケアはプレミアムヘアケアのJohn FriedaおよびKMSなど既存ブランド強化策を推進。

#### 主な新製品



ソフィーナ  
ポーテ



ブランシール  
スペリア



エッセンシャル  
ダメージケア



ビオレu



ビオレコットン  
化粧水



中国のビオレ  
ディープフリー



ブローネ  
泡カラー



ソフィーナ  
プリマヴィスタ

# ビューティケア事業(プレステージ化粧品)

## 2008年度上期のトピックス

- 国内プレステージ化粧品市場:前年同期並み。2,000円~5,000円の中価格帯が低迷する一方で、低価格帯および高価格帯が伸長。
- カネボウ化粧品:売上高 1,100億円弱(Δ2%<sup>※1</sup>) 営業利益率<sup>※2</sup> 6%強  
国内で重点ブランドの育成・強化を図ると同時に、チャネル別・年代別ブランドフォーメーションでセルフおよびカウンセリングの注カブランドを強化。海外では中国を中心に順調に売り上げを拡大。
- 花王ソフィーナ:ブランド再構築はソフィーナボーテに次いで、9月にソフィーナプリマヴィスタを発売し、第2ステップに入る。

## 2008年度下期のトピックス

- カネボウ化粧品:国内はカウンセリング 3重点ブランド(コフレドール、DEWスペリア、ブランシール スペリア)と、専門店専用ブランド(トワニー、リサーチ)等の積極的商品拡充と重点投資により、ブランドの育成強化を図る。  
中国では店数拡大よりも、1店当たりの売上拡大を優先する。  
欧米ではプレステージブランドSENSAIの強化で売上拡大を図る。
- 花王ソフィーナ:スキンケア、ベースメイクの強化に続き、全面刷新するポイントメイクのオーブクチュールを12月に発売。
- コストシナジー:前年度から継続しているメディアバイイングに加え、物流効率化で計画通り発現。

※1: 参考売上伸長率:前年を国内4~9月期、海外1~6月期で比較した伸長率

※2: ロイヤリティ控除前営業利益率

### 主な新製品



ブランシール  
スペリア



コフレドール



エビータ



インプレスIC



ソフィーナ  
ボーテ



ソフィーナ  
プリマヴィスタ



DEWスペリア



オーブ  
クチュール



# ヒューマンヘルスケア事業

## デイリーヘルスケア商品の開発・上市

### 2008年度上期のトピックス

- フード&ビバレッジ製品ではメタボリックシンドローム対策強化によりヘルシアの売上減少は止まりつつあり、エコナは前年同期並みの売り上げを確保。
- メリーズは改良を機に実質値上げを実施。通気性の改善などによりブランド価値が認められ引続き売上拡大。
- ロリエは国内でスーパーガードが好調、アジアでも売上伸長に寄与。
- パーソナルヘルス製品はヘアケアを中心に男性用化粧品サクセスが貢献し、売り上げが伸長。
- 健康ソリューションサービスの強化のためにヘルスケア・コミッティー社の株式取得。

### 2008年度下期のトピックス

- 特定健康診査・特定保健指導と連動した活動によってロイヤルユーザー層を増やすことに引続き努め、エコナおよびヘルシアの売上拡大。
- 生理用品では肌ストレスの軽減と安心感を提供するロリエエフの新製品・改良品の発売によりブランド力をさらに強化。
- 血行促進機能を応用しためぐリズムの改良品投入。

#### 主な新製品



ヘルシアウォーターアセロラ味



メリーズ



中国のロリエ  
スーパースリムガード

ロリエ  
スーパーガード



ロリエエフ



めぐリズム



# ファブリック&ホームケア事業

## 家事の楽しさ・快適さの提案

### 2008年度上期のトピックス

- ファブリックケア製品は国内では厳しい市場競争と贈答品市場縮小の影響を受けたが、売り上げは前年同期並み。アタックは洗浄力をさらに高め、改良を機に内容量の見直しによる実質値上げを実施するも売り上げは順調に推移。
- アタックは中国で販売体制の強化およびエリア拡大で売上伸長。アタックイージーはタイでの成功に続き、インドネシアでも好調。

### 主な新製品



アタック



ワイドハイター  
EXパワー



インドネシアのアタックイージー



リセッシュ



ニュービーズ



ガラス  
マジックリン

### 2008年度下期のトピックス

- 国内の衣料用洗剤では、アタックに続き9月にニュービーズを改良し、内容量も見直し。
- アジアでは手洗い用、柔軟効果入り、色柄もの洗い用などアタックの品揃えの充実でブランド力をさらに強化し、引続き売上拡大を目指す。
- ホームケア製品はメガブランド化の一環としてマジックリンブランドの新製品で住居用洗剤を活性化。





# ケミカル事業

## グローバルに特徴ある強いケミカル事業への注力

### 2008年度上期のトピックス

- 経済が成長するアジア地域では油脂アルコールを中心に売上数量増加。原料価格の高騰に対応した価格改定を国内外で実施。
- 日本ではハードディスク用研磨剤などスペシャルティケミカルズのさらなる高付加価値化および売上拡大策を推進。
- 欧米ではトナーバインダーなど高付加価値商品に注力。

### 2008年度下期のトピックス

- カラートナーなど高付加価値製品であるスペシャルティケミカルズに引続き注力。
- 機能材料事業では環境調和型のポリ乳酸樹脂など顧客の環境ニーズの高まりに対応した製品開発の推進。
- 需要が増加している三級アミン設備をフィリピンで増設。



油脂アルコール



ハードディスク用研磨剤



カラートナー



三級アミン

# フリー・キャッシュ・フロー<sup>\*</sup>の用途

EVA視点で年間1,000億円レベルのフリー・キャッシュ・フローを有効活用し、さらなる成長を目指す。

## 1. 将来の成長に向けての設備投資およびM&A

## 2. 連結配当性向40%程度を目処に安定的・継続的な配当

2008年度  
(予定)

■ 1株当たり配当金: 56円 19期連続増配  
■ 配当性向: 43.5%

## 3. 自己株式の取得と借入金などの有利子負債の返済

2008年度  
上期

■ 長期借入金の返済: 220億円

※【フリー・キャッシュ・フロー】=【営業活動によるキャッシュ・フロー】+【投資活動によるキャッシュ・フロー】



# 2008年度予想

# 2008年度予想の前提

## 1. 事業環境:

- ・国内トイレタリー市場および化粧品市場は横ばい。
- ・トイレタリー15品<sup>※1</sup>消費者購入単価は横ばい。

2. 売上高:	0.9%増	13,300億円
為替の変動による影響	△1.9%	△260億円
実質増加額	+2.8%	+375億円
3. 原材料価格上昇の影響 <sup>※2</sup> :		約△360億円
4. 価格改定:		約+220億円
5. コストダウン活動(TCR):		約+80億円

※1: プレステージ化粧品を除く

※2: 為替の影響を含む



# 2008年度予想

さらに不透明な世界景気の先行きおよび原材料価格動向の中、  
商品の高付加価値化で“利益ある成長”を目指す。

		売上高比	前年比
売上高:	13,300億円		(+0.9%)
EBITA <sup>(※)</sup> :	1,550億円	(11.7%)	(Δ1.6%)
営業利益:	1,170億円	(8.8%)	(+0.6%)
経常利益:	1,150億円	(8.6%)	(+0.7%)
当期純利益:	690億円	(5.2%)	(+3.7%)
EBITDA:	2,050億円	(15.5%)	(Δ2.2%)
ROE:	11.8%		(+0.1ポイント)
1株当たり 当期純利益:	128.73円		(+5.1%)
株主還元			
1株当たり配当金:	56円		(+2円)
配当性向:	43.5%		

※ M&Aに関連するのれんおよび知的財産権償却前利益



# 補足資料

# 事業セグメントと主な製品カテゴリー

コンシューマープロダクツ事業

## ビューティケア

2008年度上期売上高: 3,001億円  
(前年比:▲3.7%/売上構成:45.7%)

サロン向け製品  
プレステージ化粧品  
プレミアムスキンケア  
プレミアムヘアケア



## ヒューマンヘルスケア

2008年度上期売上高: 976億円  
(前年比:+3.1%/売上構成:14.8%)

機能性食品・飲料  
オーラルケア  
血行促進製品(入浴剤・温熱シート等)  
サニタリー製品



コンシューマープロダクツ事業

消費者起点

コンシューマープロダクツ事業

## ファブリック&ホームケア

2008年度上期売上高: 1,389億円  
(前年比:+0.9%/売上構成:21.1%)

衣料用洗剤、洗濯仕上剤  
キッチン・バス・トイレ、リビングケア



## ケミカル

2008年度上期売上高: 1,409億円  
(前年比:+11.4%/売上構成:18.4%)

油脂  
機能材料  
スペシャルティケミカルズ



ケミカル事業

※売上高には事業間の内部売上を含む。売上構成比は外部顧客に対する売上高で算出。

# 花王の化粧品メガブランド

(ビューティケア事業)

化粧品メガブランド  
(年間売上高100億円超)  
2007年度



REVIEW



BLANCHIR



TWANY



FINE-FIT



KATE



SALA



EVITA



MOLTON BROWN  
LONDON



LISSAGE



RMK



SENSAI



