

# 平成22年3月期第2四半期累計 のハイライト

2009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.com/jp/corp\\_ir/presentations.html](http://www.kao.com/jp/corp_ir/presentations.html)

このプレゼンテーション資料には、2009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。

# ご説明項目

- 2009年度上期業績サマリー
- 2009年度通期予想サマリー
- 将来のさらなる成長に向けて

# 2009年度上期業績サマリー

# 2009年度上期サマリー

- 国内トイレタリー※<sup>1</sup>は堅調。一方、消費者の購買行動が変化した影響を受けている国内プレステージ化粧品は低迷。
- アジアコンシューマープロダクツの売上高は為替の影響を除き会社計画を上回る伸長。
- ケミカルは大幅に売上数量が減少したが、ほぼ想定線上で推移。
- 利益は公表予想を若干上回る。

		対前年同期増減	対公表予想※ <sup>2</sup>
売上高:	5,990億円	△ 8.9%	△ 49億円
EBITA※ <sup>3</sup> : (売上高比)	633億円 (10.6%)	△ 14.2%	
営業利益: (売上高比)	455億円 (7.6%)	△ 16.7%	+25億円
当期純利益: (売上高比)	252億円 (4.2%)	△ 22.1%	+22億円
1株当たり当期純利益:	47.08円	△ 22.1%	+4.17円

※1: プレステージ化粧品を除くコンシューマープロダクツ

※2: 2009年4月24日発表の公表予想

※3: M&Aに関連するのれんおよび知的財産権償却前利益

## 国内トイレタリー

高付加価値新製品が寄与し、国内トイレタリーは堅調。



ブローネ泡カラー



ヘルシアスパークリング



アタックNeo



## 国内プレステージ化粧品

国内で消費者心理の冷え込み、流通の店頭在庫圧縮および厳しい市場競争の影響でプレステージ化粧品は低迷。

4～9月国内化粧品市場※ 〔金額ベース前年同期比〕	△ 3.9%
○高価格帯(5,000円超):	△ 6.7%
○中価格帯(2,000円～5,000円):	△ 5.4%
○低価格帯(2,000円未満):	+3.4%

○当社売上増減率: 約△ 10%

※ SLI調べ : 全国10,175女性パネルモニター消費者トラッキングサービス

# プレステージ化粧品の新しいビジネスモデル作りをめざして

消費者の購買意識が変化する市場で、グループトータルでのシナジーをさらに発揮し、グローバルに成長をめざす。

## ブランド、モノづくりの改革

- ブランドの役割、ポジショニングの明確化
  - ◆ カネボウおよびソフィーナの各ブランドの注力領域の再定義
  - ◆ 国内における市場セグメントに即したブランドポートフォリオの再構築と汎アジアブランドの育成
- 市場変化への対応
  - ◆ 多様化し拡大し続ける低価格帯市場でカネボウのセルフ化粧品のプレゼンス強化
  - ◆ 消費者ニーズに即したPP・NPP※カウンセリング化粧品の提供
- 効率化の推進
  - ◆ SKUの見直しによる在庫の最適化とブランド投資のさらなる集中

## 売り方の改革

- ドラッグストアでの変革
  - ◆ 取引先従業員への推奨教育の充実
  - ◆ 店舗の顧客特性に応じた品揃え提案とサポート
- 新しい顧客接点の開発
  - ◆ インターネット等を活用した新しいコミュニケーション体制の構築
- 新しい販売チャネルでの対応
  - ◆ 駅ナカ等の新業態での展開や進化を続ける通販事業の強化

※ 商品やパッケージに標準小売価格、メーカー希望小売価格などの価格を表示してる商品 (PP:Print Price)、表示していない商品 (NPP:No Print Price)





# エコナ製品関連の影響

エコナ関連製品およびその主成分であるジアシルグリセロールの安全性については、これまで世界的に標準とされる試験法で多くの評価を重ねている。今後、科学的根拠と客観的な評価に基づき、食品としての安全性を確保して新生エコナとして新規に申請をめざす。

## 消費者の安全と安心の両立

- ⇒ 9月16日※1  
油脂中に含まれるグリシドール脂肪酸エステル(GE)の安全性に対する懸念・不安に配慮してエコナ関連製品の一時販売自粛
- ⇒ 10月8日※2
  - GE含有量を一般食用油と同等レベルに低減する製造技術の確立をめざす
  - 従来のエコナ関連製品について特定保健用食品の許可の失効届を提出
  - GEの影響について究明を急ぐ
  - 関連データ等の準備が整い次第、新生エコナとして、消費者庁へ特定保健用食品の新規申請を開始し、再出発をめざす

## 2009年度の損益への影響

上期 ○売上原価および特別損失での年間影響額：  $\Delta$  59億円

下期 ○エコナ関連の減収見込み額： 約  $\Delta$  100億円

⇒ 販売などエコナ関連の経営資源最大活用による増収で減収見込み額の低減努力

※1: 2009年9月16日付発表資料「エコナ関連製品の一時販売自粛について」をご覧ください。

(URL: [http://www.kao.com/jp/corp\\_news/2009/20090916\\_002.html](http://www.kao.com/jp/corp_news/2009/20090916_002.html))

※2: 2009年10月8日付発表資料「エコナ関連製品に関する弊社の対応について」をご覧ください。

(URL: [http://www.kao.com/jp/corp\\_news/2009/20091008\\_001.html](http://www.kao.com/jp/corp_news/2009/20091008_001.html))

# フード&ビバレッジの成長の方向性

今日を健やかに、心ゆたかな明日をめざして  
～無理なく、楽しく、生涯継続できる健康生活習慣づくりのお手伝い～

健康生活のためのサポートプログラムと生活習慣病の予防に役立つ機能性食品を  
融合させたユニークな健康ソリューション事業

## 日本における健康ソリューション・プログラム

特定健診・保健  
指導制度の導入



健康保険組合向けプログラムとして  
実績のあるヘルスケア・コミッティ社

- ◆ 保健指導サービス
- ◆ 食品の安全も含めた情報提供サービス
- ◆ 生活改善の自己継続支援サービス



健康の維持



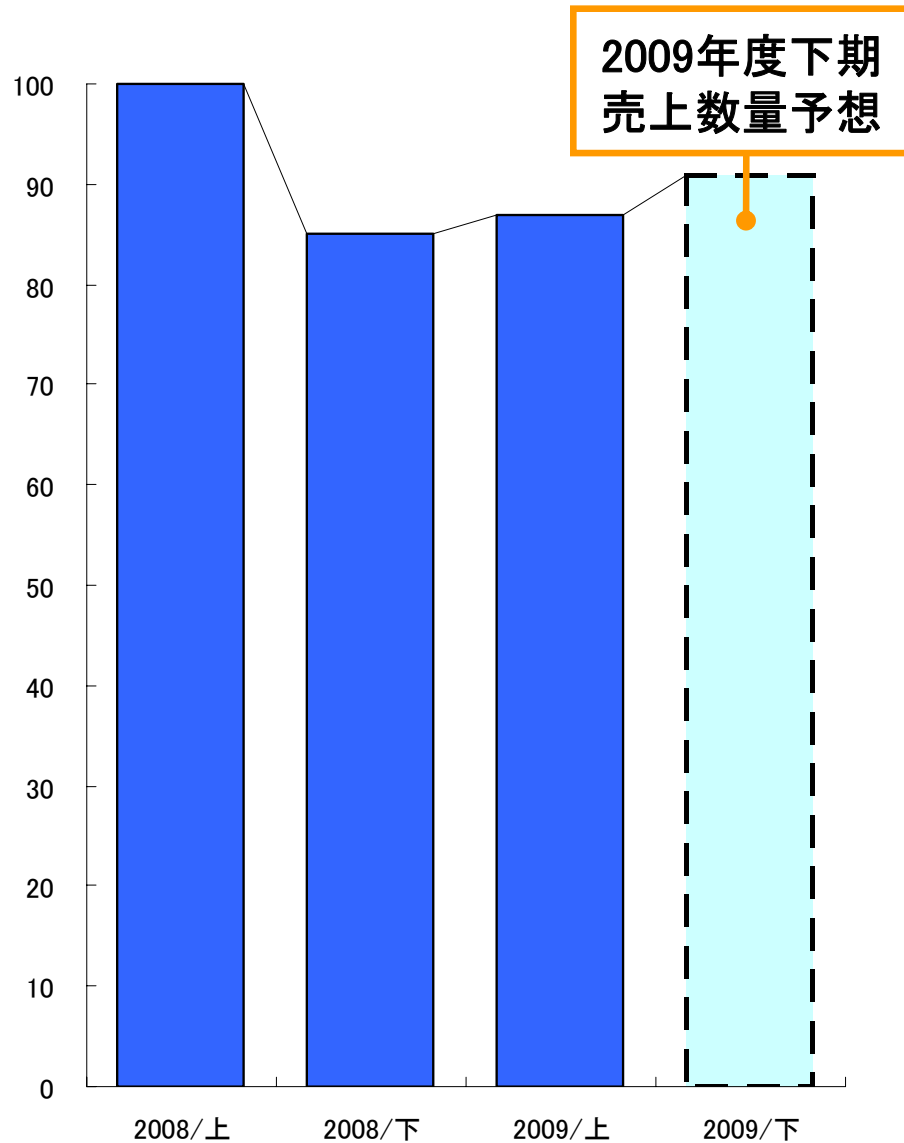
## 生活習慣病の予防に役立つ機能性食品

- ヘルシア: 脂肪を消費しやすくする飲料
- 新生エコナ: 身体に脂肪が付きにくい食事
- 研究開発中の機能性食品

メーカーとして食品の安全に関する情報提供

# 2009年度上期ケミカル事業

上期は想定線上で推移。不透明感は残るが下期も回復傾向。



※ 2008年上期売上数量を基準(100)とする

想定を上回る回復	
<b>製品</b> ハードディスク用研磨剤 プラスチック用添加剤	<b>主な対象業界</b> 電子材料 家電
想定通りの回復	
<b>製品</b> プラスチック用添加剤 トイレタリー製品原料 香料、食用加工油脂	<b>主な対象業界</b> 自動車 } 生活消費財
想定を下回る回復	
<b>製品</b> トナー・トナーバインダー 脱墨剤 鉄鋼用低温洗浄剤 コンクリート用高性能減水剤	<b>主な対象業界</b> オフィス消耗材 } 紙パルプ・鉄鋼 建設

# 2009年度通期予想サマリー

# 2009年度下期予想に影響を及ぼす事業環境要因

## 2009年度上期の特殊要因

- 予想を上回る国内トイレタリー市場の伸び
  - ・定額給付金効果
  - ・天候要因(特に、4~6月は好天に恵まれた)

## 2009年度下期の不透明要因

- 経済環境の見通し
  - ・グローバルに見て2009年1月~3月で底打ち感があるものの、二番底懸念もある
- 不透明感が残る市場
  - ・国内化粧品市場
  - ・ケミカル事業のグローバル対象市場
  - ・欧米ビューティケア対象市場
- 上昇傾向にある原材料市況の影響

# コストダウン活動の徹底強化

## 2009年度計画

□ コストダウン活動(TCR): 60億円

## 追加のコストダウン活動でさらなる利益の創出

□ 売上原価率(変動費比率)の改善

- ・処方コストの見直し
- ・歩留りの向上

□ 固定費構造の見直し

- ・部門間重複業務の効率化
- ・商品開発コストの効率化

# 2009年度予想サマリー

- 不透明な事業環境が続く中、新製品の発売や固定費構造の見直しによる“利益ある成長”の基盤強化に注力。
- エコナ関連の経営資源の最大活用により、エコナ製品販売自粛による下期減収の影響吸収に努める。
- エコナ関連、プレステージ化粧品の低迷および為替の影響により、売上高・利益予想を修正。

		前年比
売上高:	11,850億円	△7.2%
EBITA※: (売上高比)	1,245億円 (10.5%)	△7.5%
営業利益: (売上高比)	890億円 (7.5%)	△8.1%
当期純利益: (売上高比)	410億円 (3.5%)	△36.4%
1株当たり当期純利益:	76.49円	△36.4%
ROE:	7.3%	△4.2ポイント
<b>株主還元</b>		
1株当たり配当金:	56円	±0円
連結での配当性向:	73.2%	

※ M&Aに関連するのれんおよび知的財産権償却前利益



# フリー・キャッシュ・フロー<sup>\*</sup>の用途

EVA視点で安定的に創出されるフリー・キャッシュ・フローを有効活用し、さらなる成長をめざす。

1. 将来の成長に向けての設備投資およびM&A

2. 安定的・継続的な配当

2009年度  
(予定)

■ 1株当たり配当金: 56円  
■ 連結での配当性向: 73.2%

3. 自己株式の取得と借入金などの有利子負債の返済

※【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】



将来のさらなる成長に向けて

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

# 中長期的な3つのメガトレンド

極めて大きな転機であると同時に、  
花王グループにとって一大飛躍の絶好の機会。

## □ 経済の中心のシフト

⇒ BRICsをはじめとした新興国が巨大な市場を形成

## □ 新しい消費者の出現

⇒ Web等のデジタルメディアに強く依存する消費者や  
先進国に増大するシニア層

## □ 環境問題への関心の高まり

⇒ 資源の枯渇や地球温暖化への懸念

# 中長期的な大きな飛躍に向けて

従来からの『こころ豊かな生活文化の実現』に加え

1. エコロジー経営へのシフト

2. 事業のグローバルな成長加速

⇒ 既存展開地域の強化とBRICsをはじめとする  
新興国への一層の注力



*エコロジーを経営の根幹に据え、清潔・美・健康の分野で  
世界の人々の“豊かな生活文化の実現”に貢献する。*

# 中長期的な大きな飛躍に向けて

## 自然と調和する 心豊かな毎日をめざして

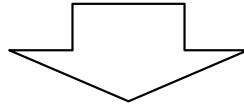
新コーポレートメッセージ

- **新CI(コーポレート・アイデンティティ)**
  - グローバルで花王という会社の姿勢・考え方への理解を深め、人々の幅広い支持・深い信頼を獲得
  
- **環境宣言**
  - いっしょにeco
  - 2020年中期目標
  - エコテクノロジーリサーチセンター新設

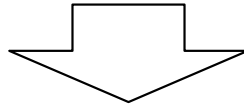


# 花王環境宣言：『いっしょにeco』

□ 花王の製品＝お客さまにご家庭で毎日使っていただく製品



□ お客さまが、製品使用時に、無理なく行なえるエコの提案



□ 原材料調達や生産、物流、販売から使用、廃棄にいたる  
LCA※視点で、それぞれのステークホルダーといっしょに実行  
できるエコの提案



3つの『いっしょにeco』

※LCA:ライフサイクルアセスメント

# 花王環境宣言

## 3つの『いっしょにeco』

### ●お客さまと“いっしょにeco”

製品をとおして、日常的に無理なく続けていただくeco。環境に配慮し、節約にもつなげる製品を提案します。

- ◆節水・省エネ型製品
- ◆詰め替え・つけ替えなど省資源型製品
- ◆コンパクト化、濃縮化による省資源型の製品

### ●パートナーと“いっしょにeco”

原材料調達、生産、物流、販売などのビジネスパートナーの皆さまと共にすすめるecoを提案します。

- ◆回収PETボトルの樹脂の使用
- ◆製品の配送の効率化（配送頻度の低減、梱包材料の省資源化）
- ◆植物系原料など持続可能な原料への転換の加速

### ●社会と“いっしょにeco”

ひろく社会全体の環境活動と連携したeco活動を積極的に行なっていきます。

- ◆環境保全活動の支援（みんなの森づくり活動）
- ◆業界、行政、および関連団体と共にすすめる環境活動

# 花王環境宣言

## 2020年中期目標

CO<sub>2</sub>: 消費者向け製品 35%削減〔国内〕  
(全ライフサイクルベース、売上高原単位、2005年基準)

水 : 製品使用時の水 30%削減〔国内〕  
(売上高原単位、2005年基準)

化学物質: SAICM(国際化学物質管理戦略)に沿って、  
積極的に化学物質の管理に努めます。

生物多様性: 原材料の調達などの面で、その保全に  
努めます。

---

\* 産業界向け製品についても、顧客企業と共に  
CO<sub>2</sub>削減、省資源などに努めてまいります。

\* 上記目標をファーストステップとして設定し、今後順次、  
よりレベルアップした環境活動に努めてまいります。

『環境コミュニケーションマーク』





# “いっしょにeco”を具現化した第一弾の商品



**世界初※1 ウルトラ濃縮液体洗剤  
アタックNeoを発売。**

## 新洗淨成分アクアダブルライザー配合

- 世界初※1 2.5倍※2濃縮
- 少量でも、抜群の洗淨力を発揮
- センイに残りにくいので、すすぎ1回を実現



### □節水・節電・時短

- エコロジー
- エコノミー
- 家事負担低減

### □軽量・コンパクト

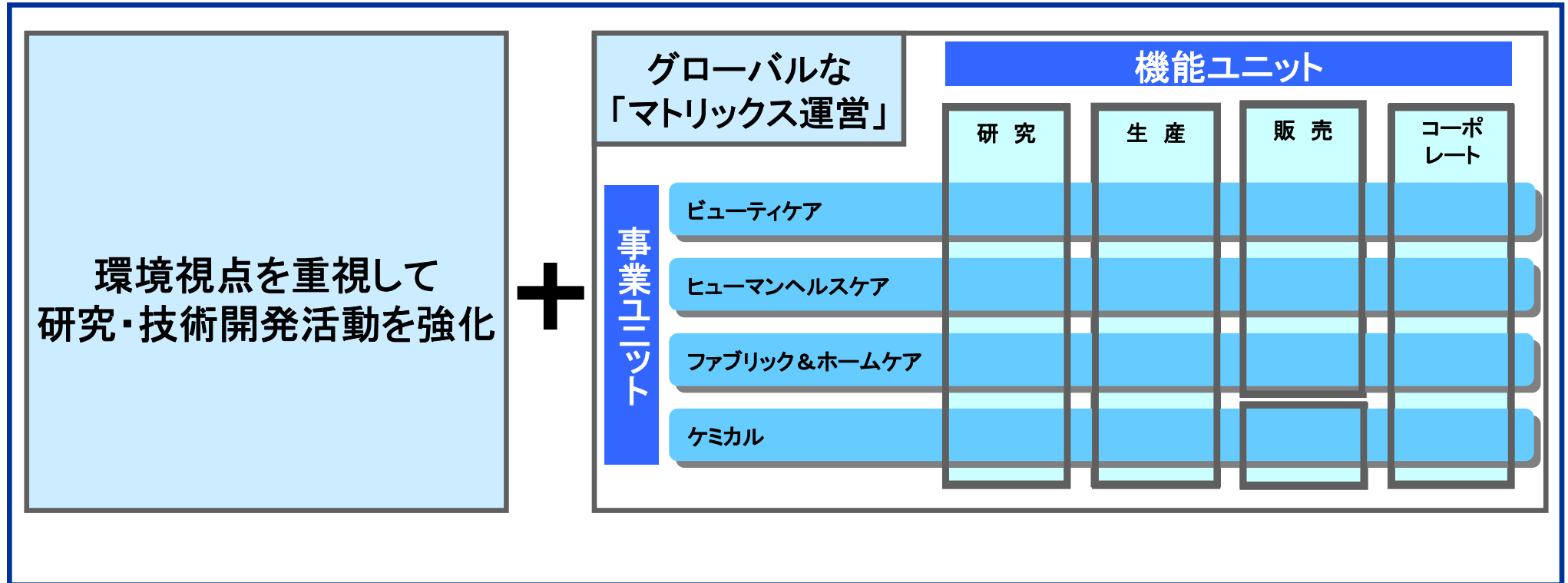
- 持ち運び便利
- 省スペース

※1 界面活性剤濃度65%以上かつ、低温(-5℃)でも透明で固化しない衣料用液体洗剤について、MINTeL社製品データベースを用いた調査結果。(2009年6月 花王調べ)

※2 当社液体洗剤比



# 事業のグローバルな成長加速



- グローバルな事業と機能の「マトリックス運営」を実現
  - ◆ グローバルビューティケア一体運営2010年にスタート
- BRICsをはじめとする新興国への一層の注力

# 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

2009年度上期売上高: 2,756億円  
(前年同期比:▲8.1%/売上構成46.0%)

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

2009年度上期売上高: 979億円  
(前年同期比:+0.3%/売上構成:16.4%)

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

2009年度上期売上高: 1,410億円  
(前年同期比:+1.5%/売上構成:23.5%)

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

2009年度上期売上高: 1,006億円  
(前年同期比:▲28.6%/売上構成:14.1%)

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。



# 2009年度上期ビューティケア事業内訳

		億円	増減
ビューティケア	売上高	2,756	△ 8.1%
	営業利益 <sup>※1</sup>	11	△ 83億円
	営業利益率	0.4%	△ 2.8ポイント
プレステージ化粧品	売上高	1,307	△ 11.0%
	営業利益 <sup>※1</sup>	△ 170	△ 82億円
	営業利益率	△ 13.0%	△ 7.0ポイント
プレミアムマス及び サロンビジネス	売上高	1,449	△ 5.4%
	営業利益 <sup>※1</sup>	181	△ 1億円
	営業利益率	12.5%	+0.6ポイント

## カネボウ化粧品

- 売上高: 約1,000億円
- EBITA率<sup>※2</sup>: 約2%

※1: M&Aに関連するのれんおよび知的財産権償却費を含む。(ビューティケア全体で総額176億円)

※2: ロイヤリティ控除前営業利益率

# 現状の花王の国内スキンケア・メイクアップブランドポートフォリオ

		デパート	ドラッグストア GMS	専門店
カウンスリング化粧品	ハイ プレステージ	Impress CHICCA e:s:t LUNASOL R M K		TWANY LISSAGE
	プレステージ		ALBLANC DOLTIER SOFINA Primavista beauté FINE-FIT GRACE AUBE SOFINA MEDICATED couture Kanebo BLANCHIR SUPERIOR DEW SUPERIOR freepus suisai COFFRET D'OR	
セルフ化粧品			EVITA Frēshel WHITE C KATE Lavshuca media	
プレミアムマスキング パーソナルケア製品			Bioré. Curel <small>DERMATOLOGICAL SKINCARE</small>	

# 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)  
2008年度



COFFRET D'OR



BLANCHIR SUPERIOR



FINE-FIT



KATE



EVITA



TWANY



MOLTON BROWN  
LONDON



LISSAGE



R M K



SENSAI



# SRIインデックスおよび外部機関からのCSR関連評価

## 花王が組み入れられているSRIインデックス



## CSR関連の外部機関からの評価



[2009年10月27日現在]

※ CSR: Corporate Social Responsibility (企業の社会的責任)  
SRI: Socially Responsible Investment (社会的責任投資)



