

平成24年12月期第2四半期累計 のハイライト

2012年10月23日

花王株式会社

社長執行役員

澤田 道隆



KaO

自然と調和する ところ豊かな毎日をめざして

このプレゼンテーション資料はPDF形式で当社
ウェブサイトの『投資家情報』に掲載してあります。
URL: http://www.kao.com/jp/corp_ir/presentations.html

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在
入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、
その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業
績等は様々な要因により大きく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、従来、表示単位未満を切り捨てて記載していましたが、2012年度より表示単位未満を四捨五入で記載しています。

ご説明項目

- 2012年度上期業績サマリー
- 2012年度通期予想サマリー
- 今後の花王の方向性

2012年度上期業績サマリー

2012年度上期業績サマリー

- 欧州の信用不安、中国を含むアジアの輸出大幅減少等により、世界景気の先行き不透明感が増大。
- 日本においても、景気回復の見通しが見えず、将来に対する不安等により、デフレが継続し、消費マインドが低下。

		前年同期比	公表予想※2
売上高	6,090億円	△ 1.0%	6,150億円
EBITA※1 (売上高比)	697億円 (11.4%)	△ 6.2%	
営業利益 (売上高比)	534億円 (8.8%)	△ 7.2%	530億円
当期純利益 (売上高比)	359億円 (5.9%)	+16.6%	330億円
1株当たり当期純利益	68.72円	+16.7%	63.24円
株主還元 1株当たり配当金	31円	+2円	31円

※1: M&Aに関連するのれんおよび知的財産権償却前利益

※2: 2012年7月25日公表

■ 上期業績はほぼ公表予想※1通りに推移。

- 売上高:前年同期比 $\Delta 1.0\%$ となったが、実質※2 $+0.5\%$ 。
- 営業利益:前年同期と比べ、第1四半期 $\Delta 29.1\%$ 、第2四半期 $+15.5\%$ で、上期は $\Delta 7.2\%$ となったが、公表予想通りに推移。

■ 株主還元として、予定通り2円増配し、第2四半期末の1株当たり配当金は31円。

- 期末配当金は31円を予定しており、2012年度通期配当金は2円増配の62円を予定。

※1: 2012年7月25日公表

※2: 為替変動の影響を除く前年同期比

2012年度上期セグメント別売り上げサマリー

■ コンシューマープロダクツ事業:

高付加価値商品の発売や育成により、前年同期比+0.2% (実質※+1.2%) で、全体として堅調に推移。

- ビューティケア事業: 前年同期比 Δ 1.7% (実質 Δ 0.3%)

プレステージ化粧品は堅調。プレミアムスキンケア製品ではビオレやジャーゲンスが売り上げを伸ばした。プレミアムヘアケア製品では日本でシャンプー・リンス並びにヘアカラーが苦戦したが、海外で泡タイプのヘアカラーが好調。

- ヒューマンヘルスケア事業: 前年同期比+3.5% (実質+4.0%)

サニタリー製品は好調に推移したが、ビバレッジ製品やオーラルケアは競争激化のため売り上げは前年を下回る。

- ファブリック&ホームケア事業: 前年同期比+1.9% (実質+2.4%)

日本で柔軟仕上剤や衣料用漂白剤が好調、アジアでもアタックブランドの新製品を発売し、ファブリックケア製品は堅調。また、ホームケア製品は好調。

■ ケミカル事業:

対象業界の需要減や原料価格の大幅低下に伴う価格改定等により、前年同期比 Δ 6.4% (実質 Δ 2.9%) となり、想定を上回る厳しい状況。

※為替変動の影響を除く前年同期比

2012年度予想サマリー

2012年度から12月決算に変更

経過期間となる2012年度決算連結対象

- 3月決算のグループ会社※: 2012年4月～12月
- 12月決算のグループ会社: 2012年1月～12月

2012年度配当基準日

- 中間配当: 2012年9月末日
- 期末剰余金の配当: 2012年12月末日

調整後前年比

3月決算のグループ会社の2011年度業績を9ヶ月(2011年4月1日～2011年12月31日)の期間に合わせて2012年度通期予想と比較したものです。

※3月31日が決算期の花王株式会社および同一決算期の連結子会社

2012年度予想サマリー

		調整後前年比※2
売上高	10,200億円	+1.2%
EBITA※1 (売上高比)	1,238億円 (12.1%)	△0.2%
営業利益 (売上高比)	1,000億円 (9.8%)	+1.6%
当期純利益 (売上高比)	600億円 (5.9%)	+16.1%
1株当たり当期純利益	114.98円	+16.0%
ROE※3	10.9%	-
株主還元 1株当たり配当金 (連結での配当性向)	62円 (53.9%)	+2円

【達成のリスク】

- 新興国の成長鈍化等によるケミカル事業のさらなる事業環境悪化。
- 日本における景気低迷、デフレ継続等による消費マインドの低下、選択的な消費。
- 日本のコンシューマープロダクツ事業における年末に向けた競争激化。

※1: M&Aに関連するのれんおよび知的財産権償却前利益

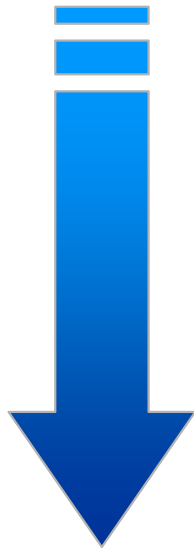
※2: 決算期変更の影響を除いた前年比(スライド8参照)

※3: ROE予想は決算期変更に伴う経過期間の数値です。

今後の花王の方向性

花王グループの目指すべき姿

グローバルで存在感のある会社



「絶えざる革新」

- 挑戦する気持ち
- 市場創造できるような魅力ある製品やサービスの提供
- 花王グループの総合力の発揮

持続的な「利益ある成長」と「社会への貢献」の両立

花王グループの企業理念(The Kao Way)

世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献する

持続的な利益ある成長

1. コンシューマープロダクツ事業のグローバル拡大

- 成長市場：伸びゆく中間所得層をターゲットにした「清潔商品」の提案により大幅な事業拡大
- 成熟市場：高付加価値商品投入により成長加速

2. ビューティケア事業およびヒューマンヘルスケア事業の利益ある成長の加速

- 「健康」、「高齢化」をテーマに新しい切り口で、商品やサービスを提案

3. ケミカル事業の強化

- 「エコ」研究をテコに、エコケミカル事業体への飛躍
- コンシューマープロダクツとのさらなる連携

アジアにおける生産体制の強化

グローバルでの成長加速に向けた設備投資:総額約280億円

コンシューマー プロダクツ事業

中国 新工場

安徽省合肥市

初期投資額:約60億円、2012年末稼働予定

インドネシア 新工場

Karawang, West Java

投資額:約100億円、2013年末稼働予定

ケミカル事業

インドネシア 新工場

Karawang, West Java

投資額:約40億円、2013年1月稼働予定

フィリピン 生産能力増強

Luz Banzon, Jasaan

投資額:約30億円、2013年8月稼働予定

中国 新工場

上海市金山区

投資額:約50億円、2014年稼働予定

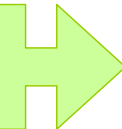
フリー・キャッシュ・フロー^{*}の用途

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
下記優先順位で有効活用し、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

2012年度
(予定)



■ 1株当たり配当金:	62円
■ 連結での配当性向:	53.9%

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】

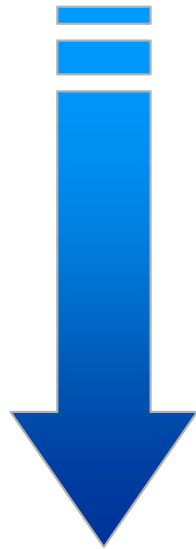
持続的な社会への貢献

- 社会の公器としての役割をしっかりと果たす
 - 雇用、納税など
- 社会的課題の解決に貢献する
 - 環境、高齢化や健康など
- 社会貢献活動を継続・強化する
 - 環境・教育・コミュニティの領域で次世代に向けた取り組み、災害支援など
- グローバルコミュニティとの連携
 - グローバル・コンパクト参加
 - RSPO※への参画と持続可能なパーム油の調達

※ 熱帯雨林の伐採による生態系の破壊や、農園での厳しい労働環境などパーム油生産に関する課題解決をめざす国際的なNGO「持続可能なパーム油の円卓会議(Roundtable on Sustainable Palm Oil)」。

花王グループの目指すべき姿

グローバルで存在感のある会社



「絶えざる革新」

- 挑戦する気持ち
- 市場創造できるような魅力ある製品やサービスの提供
- 花王グループの総合力の発揮

持続的な「利益ある成長」と「社会への貢献」の両立

花王グループの企業理念(The Kao Way)

世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献する

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

2012年度上期売上高: 2,672億円
(前年同期比: Δ 1.7% / 売上構成 43.9%)

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

2012年度上期売上高: 938億円
(前年同期比: +3.5% / 売上構成: 15.4%)

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

2012年度上期売上高: 1,460億円
(前年同期比: +1.9% / 売上構成: 24.0%)

衣料用洗剤、洗濯仕上げ剤
キッチン・バス・トイレ、リビングケア



ケミカル

2012年度上期売上高: 1,199億円
(前年同期比: Δ 6.4% / 売上構成: 16.7%)

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。

2012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	2,672	△1.7%
	営業利益 ^{※1}	73	+3億円
	営業利益率	2.7%	+0.1ポイント
プレステージ化粧品	売上高	1,252	△0.1%
	営業利益 ^{※1}	△102	+24億円
	営業利益率	△8.1%	+2.0ポイント
プレミアムマス及び美容サロン向けビジネス	売上高	1,420	△3.1%
	営業利益 ^{※1}	175	△21億円
	営業利益率	12.3%	△1.1ポイント

カネボウ化粧品

■ 売上高:	900億円強
(2011年度上期)	900億円強)
■ EBITA率 ^{※2} :	約5%
(2011年度上期)	約3%)

※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: 163億円

-プレステージ化粧品: 142億円

-プレミアムマス及び美容サロン向けビジネス: 21億円

※2: ロイヤリティ控除前営業利益率

国内プレステージ化粧品ビジネスの構造改革

施策:

□ブランドの改革

↳ ブランドの絞込み

□マーケティングの改革

↳ マーケティング投資の効率化

□売り方の改革

↳ 人材の最適配置

↳ 花王カスタマーマーケティングとカネボウ化粧品
販売の営業活動におけるシナジー

2012年度上期実績

花王ソフィーナ・カネボウ化粧品における費用の効率化

↳ マーケティング費: 前年同期比 Δ 1.1%

↳ 人件費: 前年同期比 Δ 2.1%

2012年度上期 国内プレステージ化粧品

国内化粧品市場

〔金額ベース前年比〕

'12年4月～'12年9月 '11年4月～'12年3月

市場全体

+0.4%

△3.5%

高価格帯(5,000円超)

+0.2%

△4.4%

中価格帯(2,000円～5,000円)

△1.1%

△4.2%

低価格帯(2,000円未満)

+2.8%

△1.2%

花王グループ計

(カネボウ化粧品+花王ソフィーナ)

+3.3%

+1.6%

※金額ベース前年比は(株)インテージSLI調べ(全国40,060名の女性パネルモニター消費者トラッキングサービス)

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



FTSE4Good



CSR関連の外部機関からの評価



[2012年10月23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)

KaO

自然と調和する 心豊かな毎日をめざして