

第114期 定時株主総会

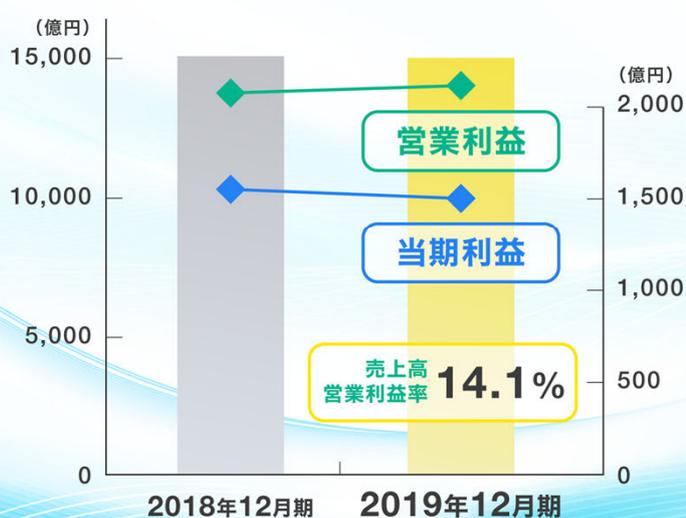
事業報告

会計財務を担当しております山内でございます。

事業の経過及びその成果

私からはすでにお配りしている招集ご通知の中の事業報告について、簡単にご報告させていただきます。

連結業績



売上高
1兆5,022億円 対前期 $\Delta 0.4\%$
 実質* $+0.7\%$

営業利益
2,117億円 対前期 $+40億円$

当期利益
1,503億円 対前期 $\Delta 50億円$

基本的1株当たり当期利益
306円70銭 対前期 $\Delta 7円55銭$

*為替変動の影響を除いた増減率を以降、「実質」として表現しています。

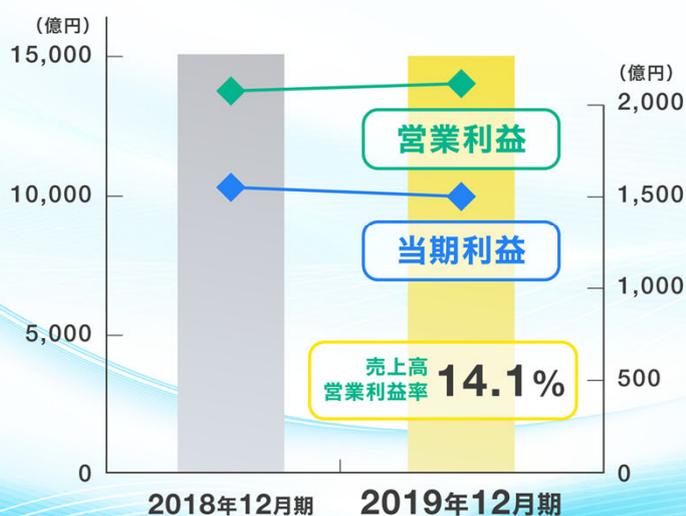
まず初めに当期の売上高は、1兆5,022億円、0.4%減、為替の影響を除く実質0.7%の増加となりました。

営業利益は前期に対して40億円増加し2,117億円、営業利益率は14.1%となりました。

当期利益は、前期に対して50億円減の1,503億円となりました。

基本的1株当たり当期利益は前期より7円55銭減少し、306円70銭でした。

連結業績



売上高
1兆5,022億円 対前期 $\Delta 0.4\%$
 実質* $+0.7\%$

営業利益
2,117億円 対前期 $+40$ 億円

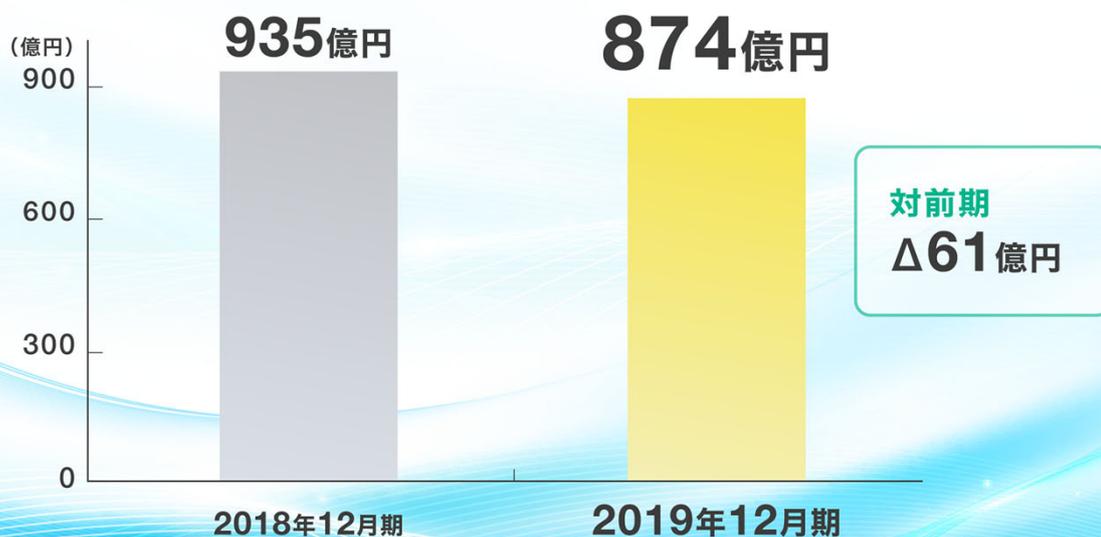
当期利益
1,503億円 対前期 $\Delta 50$ 億円

基本的1株当たり当期利益
306円 70銭 対前期 $\Delta 7$ 円55銭

10期連続増益 7期連続営業最高益更新

連結業績は残念ながら公表予想を下回りましたが、10期連続の営業増益、7期連続の営業最高益は達成することができました。

EVA (経済的付加価値)



*EVAは、スターン・スチュワート社の登録商標です。

経営指標としているEVA、経済的付加価値は、税引後営業利益が減少し、61億円減の874億円となりました。

事業別の概況

化粧品事業

スキンケア・ヘアケア事業

ヒューマンヘルスケア事業

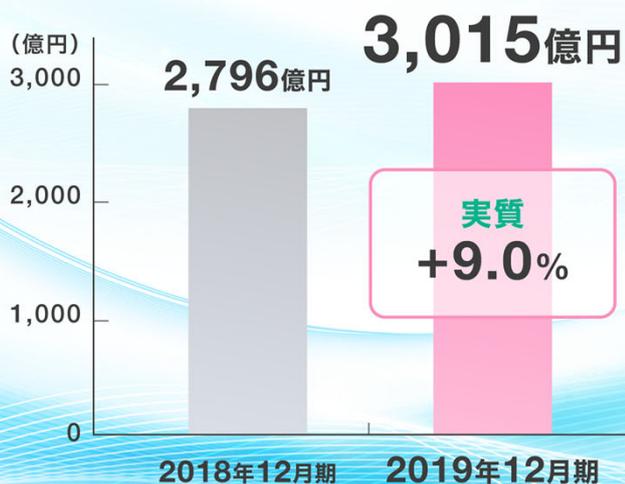
ファブリック&ホームケア事業

ケミカル(化学品)事業

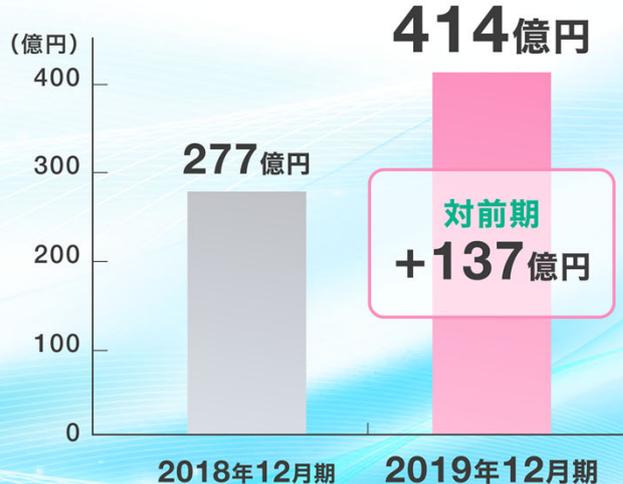
次に、事業別に概況をご説明いたします。

化粧品事業

売上高



営業利益



まず初めに化粧品事業ですが、売上高は前期に対して実質9.0%増の3,015億円となりました。営業利益は、増収効果等により、137億円増の414億円となりました。

グローバルポートフォリオ

G11

SENSAI

R M K SUQQU

ath
le
tis est KANEBO

SOFINA
iP MOLTON
BROWN
LONDON

KATE TOKYO freepus Curél

R8

LUNASOL

OTWANY LISSAGE

ALBLANC

Primavista COFFRET D'OR

ALLIE media

カネボウと花王が持っているブランドを整理し、グローバル戦略ブランドとして選定した11のブランドG11と日本を中心に育成していく8つのブランドR8が好調に売り上げを伸ばしました。

化粧品事業

キュレル



ソフィーナiP



SENSAI



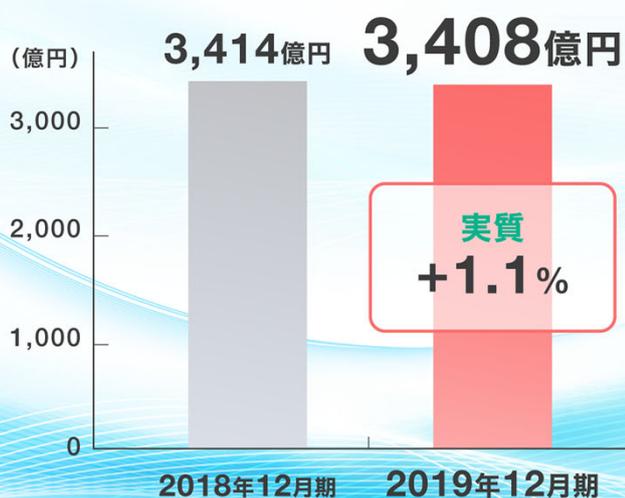
est バイオミメシスヴェール
 (「ファインファイバーテクノロジー」を応用)



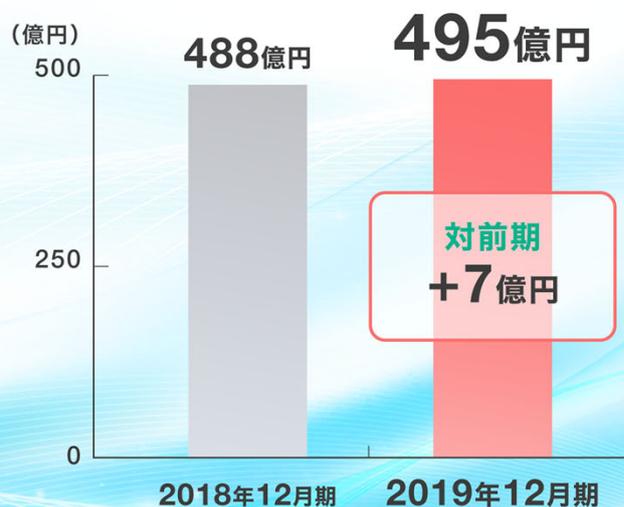
インバウンド需要に減速感が見られる中、特に「キュレル」や「フリープラス」、さらに「SUQQU」や「ソフィーナiP」が日本や中国市場で好調に推移しました。さらにハイプレステージ領域の「est」と「SENSAI」を強化し、12月には「ファインファイバーテクノロジー」を応用した製品を発売しました。また、伸長しているEコマースやトラベルリテールを強化するとともに、デジタルマーケティングへのシフトを進めました。

スキンケア・ヘアケア事業

売上高



営業利益



次にスキンケア・ヘアケア事業では、売上高は、3,408億円、実質1.1%増となりました。営業利益は、対前期7億円増加し、495億円となりました。

スキンケア・ヘアケア事業

ビオレu ザ ボディ

エッセンシャル フラット

Oribe

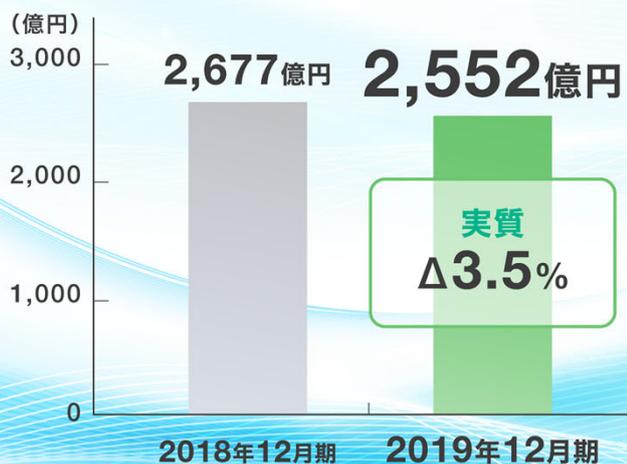


スキンケア製品の売り上げは、日本では上半期に天候不順の影響を受けましたが、全身洗浄料の新製品「ビオレu ザ ボディ」が順調に売り上げを伸ばし、前期を上回りました。また、アジアでもビオレuが堅調に推移しましたが、米州では競合の激しい攻勢を受け、売り上げは減少しました。

ヘアケア製品の売り上げは、リーゼ泡カラーや米州の高級ヘアサロン向けブランドの「Oribe（オリベ）」が好調に推移し、日本ではプレミアム価格帯のシャンプー・コンディショナー「エッセンシャル flat」等の新製品を発売しましたが、普及価格帯のマス市場が縮小している影響は大きく、ヘアケア製品全体では前期並みとなりました。

ヒューマンヘルスケア事業

売上高



営業利益



続いてヒューマンヘルスケア事業全体の売上高は、2,552億円、実質3.5%減少しました。営業利益は、ベビー用紙おむつ「メリーズ」の売り上げ減少や為替の中国元安の影響により前期に対して107億円減少し172億円となりました。

ヒューマンヘルスケア事業

メリーズ



バブ 薬用メディキュア



ロリエ しあわせ素肌

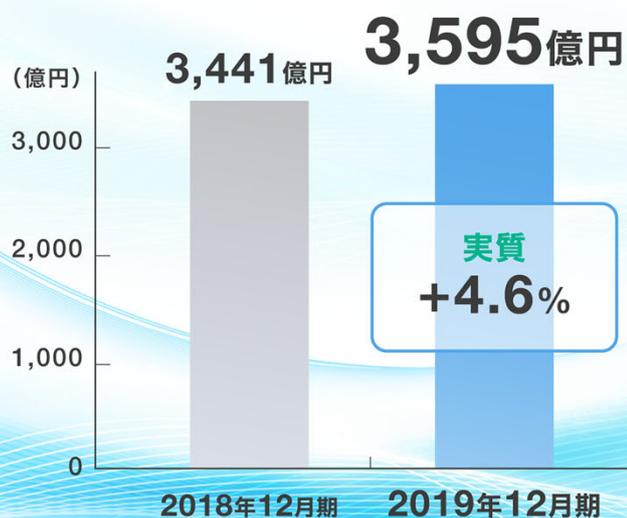


「メリーズ」は日本では、中国市場への転売を目的とした需要が大幅に減少し売り上げを落とし、中国市場でも、回復傾向にはあるものの、売り上げは前期を下回りました。一方、インドネシアでは、現地生産品が好調に推移しました。生理用品「ロリエ」は、日本では高付加価値品が好調で、花王中国では新規取扱店の拡大やEコマースを強化して売り上げを伸ばしました。

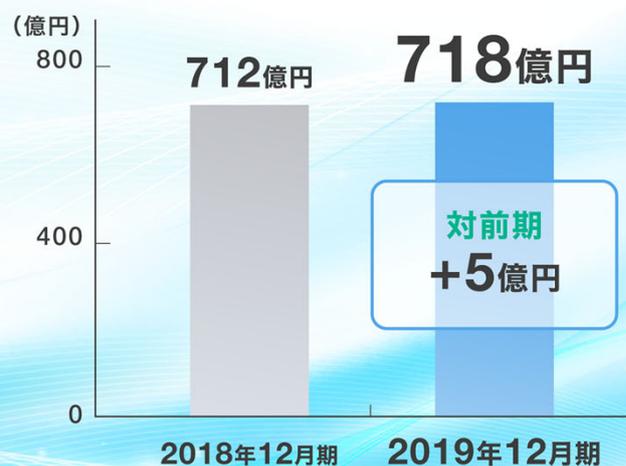
パーソナルヘルス製品は、歯磨きの「ピュオーラ」や「ディープクリーン」、入浴剤の「バブ」が順調に推移しました。

ファブリック&ホームケア事業

売上高



営業利益



続きまして、ファブリック&ホームケア事業全体の売上高は、3,595億円、実質4.6%の増加となりました。営業利益は、新製品の発売によりマーケティング費用が増加しましたが、増収効果により前期に対して5億円増の718億円となりました。

ファブリック&ホームケア事業

アタック ZERO

キュキュット
リラクステイズ

クイックル ジョアン

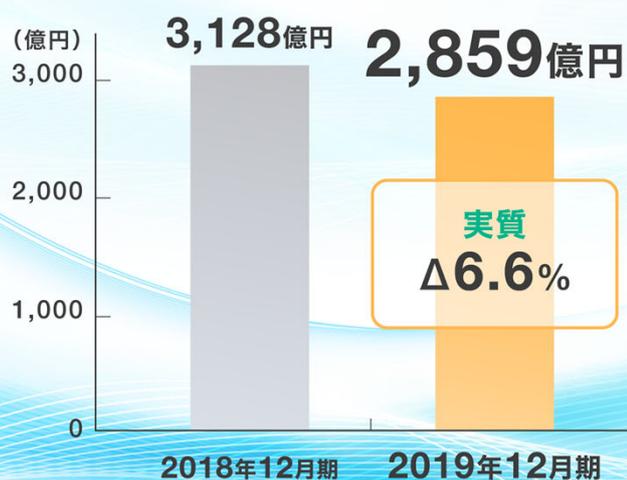
ドラム式専用



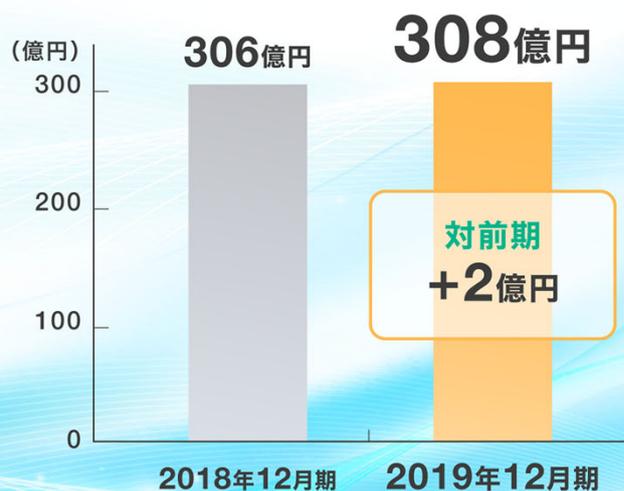
ファブリックケア製品は、革新的な衣料用洗剤「アタック ZERO」を日本で発売し、衣料用洗剤の売り上げは前期に比べて伸長しました。ホームケア製品は、食器用洗剤の「キュキュット」が引き続き好調を維持し、住居用では、素肌にやさしいすまいの除菌シリーズ「クイックルJoan」を発売しました。

ケミカル(化学品)事業

売上高



営業利益



最後に、ケミカル事業全体の売上高は、2,859億円、実質6.6%減となりました。営業利益は、高付加価値化により、前期に対して2億円増加の308億円となりました。

ケミカル(化学品)事業



油脂製品
(油脂アルコール)



機能材料製品
(道路用薬剤)



スペシャルティケミカルズ製品
(水性インクジェット用顔料インク)

油脂製品では、天然油脂価格の下落に伴う販売価格の下落の影響が大きく、さらに需要減の動きもあり、売り上げは減少しました。機能材料製品やスペシャルティケミカルズ製品でも、特に海外での需要停滞の影響を受け、売り上げは減少しました。

以上が事業別の概況ですが、全事業総じて申し上げますと、メリーズが前年に引き続き低調で、それを化粧品がカバーした一年でした。



自然と調和する ところ豊かな毎日をめざして

以上、花王グループの事業報告の概略についてご報告申し上げます。

なお、連結計算書類及び計算書類につきましては、お手元の招集ご通知56ページ以降をご覧くださいようお願い申し上げます。