

2016年(平成28年)12月期

2016年1月1日～2016年12月31日

決算説明会資料

花王株式会社

2017年2月2日



KaO

自然と調和する 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。

■ 2012年度から12月決算に変更

2012年度実績の連結対象期間

- ・ 3月決算であったグループ会社※: 2012年4月～12月
- ・ 12月決算のグループ会社: 2012年1月～12月

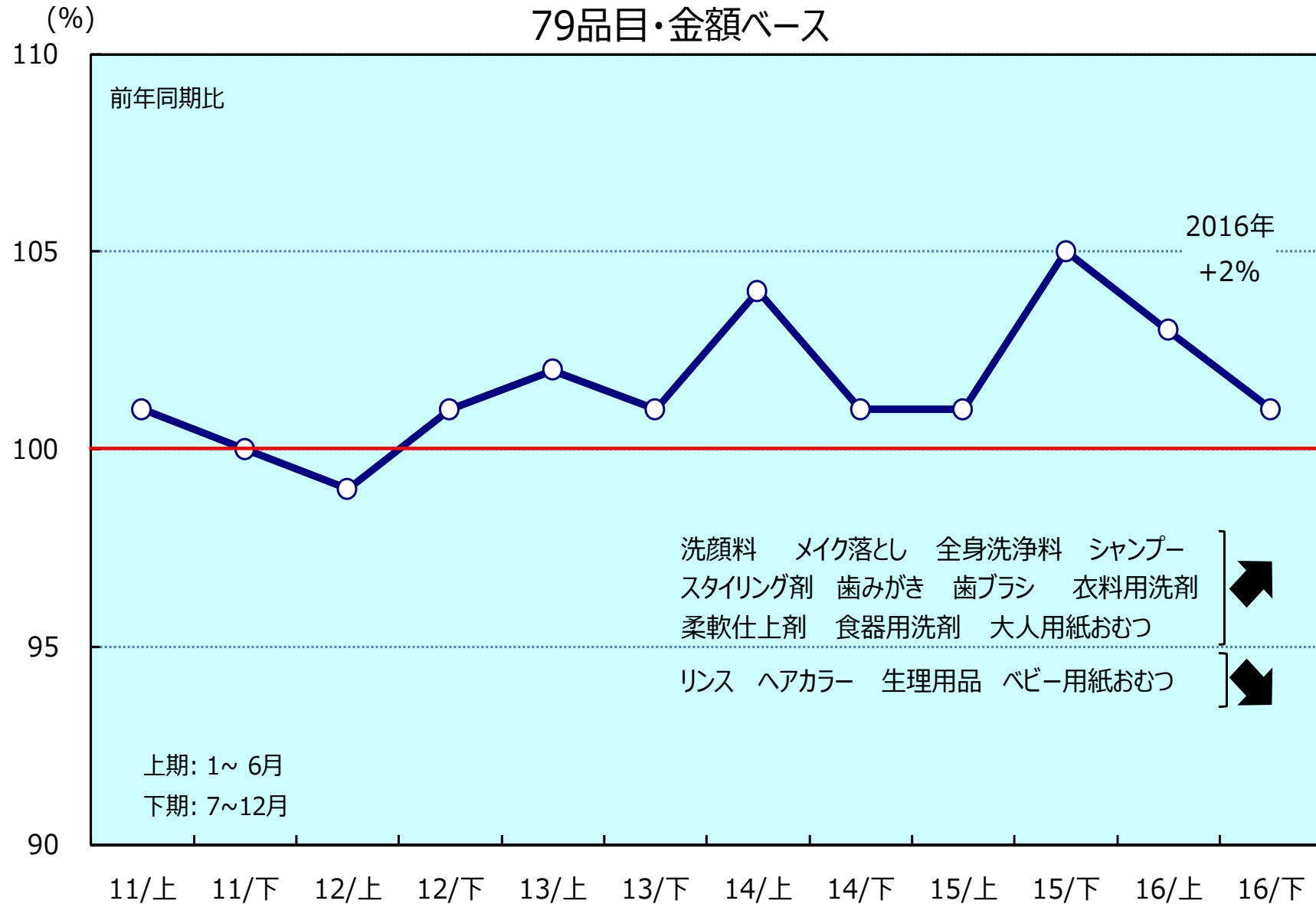
※ 3月31日が決算期の花王株式会社および同一決算期の連結子会社

■ 2016年度から国際会計基準(IFRS)に変更

■ 資料のカッコ()内の数字はマイナス

当期の事業環境

国内トイレタリー※1市場伸長率

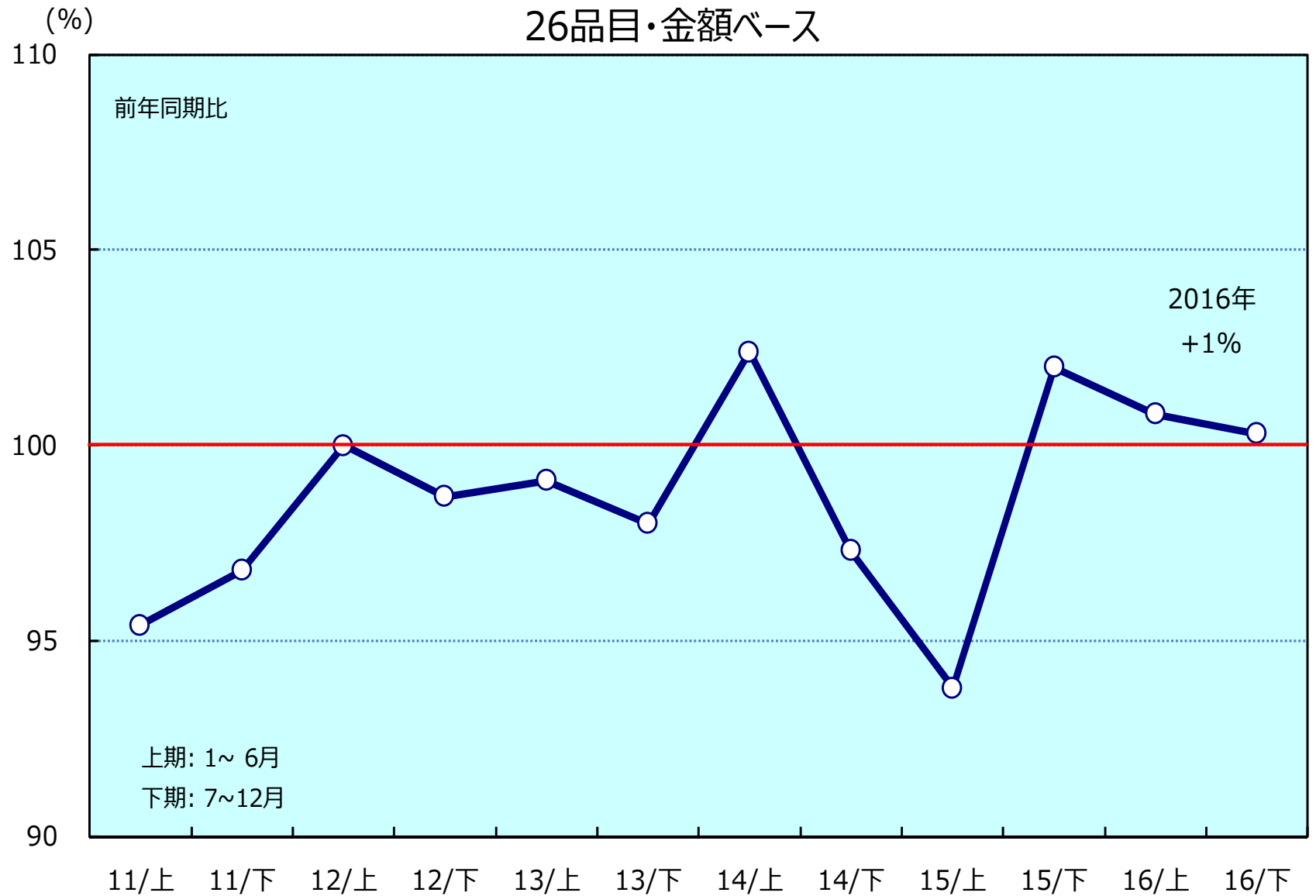


※1 トイレタリー：化粧品を除くコンシューマープロダクツ

[(株)インテージSRI調べ]

※2 2014年4月1日に日本の消費税率が5%から8%に引き上げられたため、市場に影響がありました。

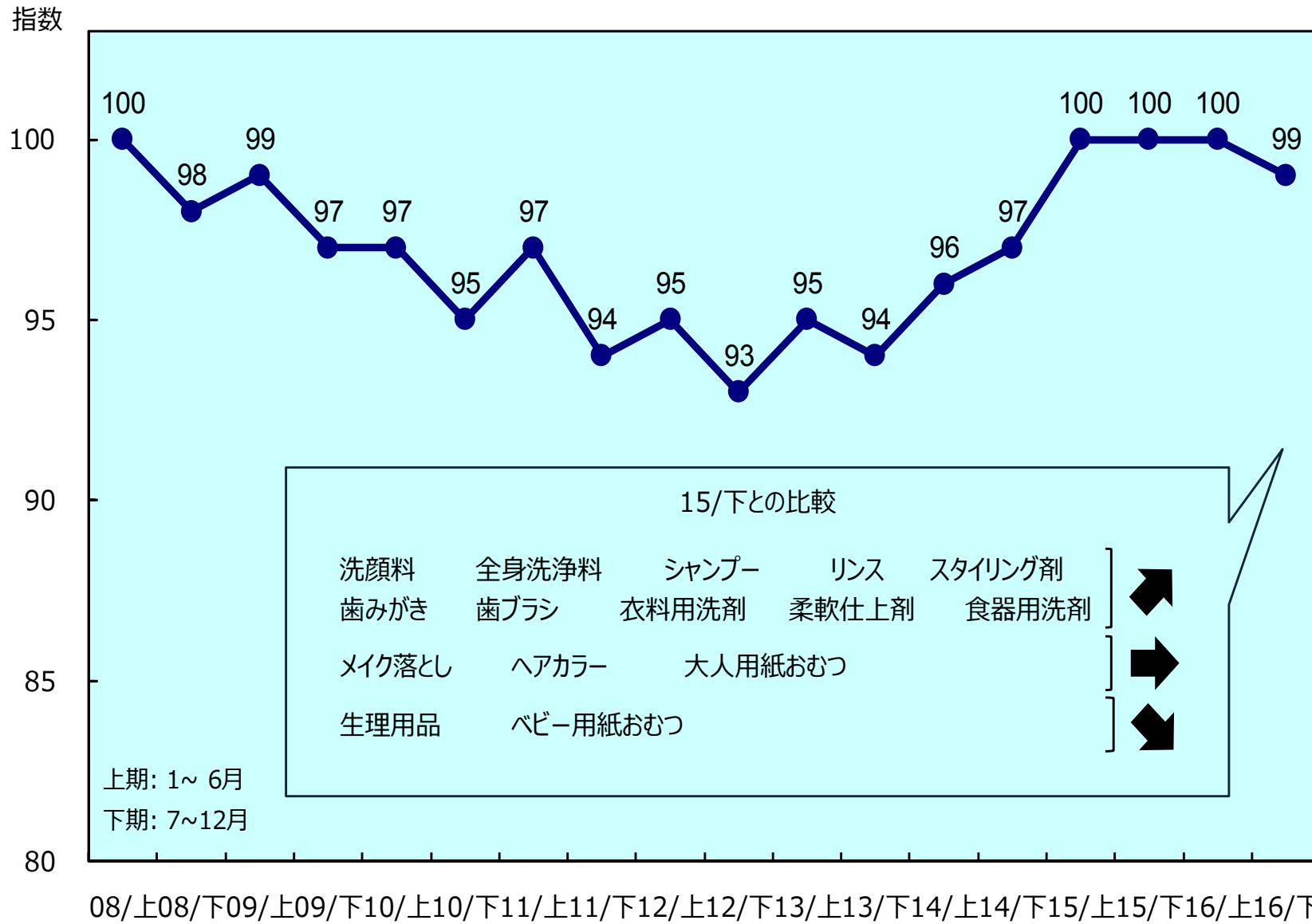
国内化粧品市場伸長率



[(株)インテージSLI調べ(花王定義にて集計)(インバウンド分は調査対象外)]

※ 2014年4月1日に日本の消費税率が5%から8%に引き上げられたため、市場に影響がありました。

国内トイレタリー15品目消費者購入単価の推移



[(株)インテージSRI調べ]

当期の連結業績

2016年度連結決算のポイント

【億円】	2015年度	2016年度	前年比%	前年差	公表差	2016年公表予想
売上高	14,746	14,576	(1.1)	(169)	(224)	14,800
		為替による影響	(4.3)	(639)	-	
		為替を除く実質	+3.2	+470	-	
営業利益	1,673	1,856	+10.9	+183	+16	1,840
売上高比	11.3%	12.7%	-	-	-	
税引前利益	1,660	1,834	+10.5	+174	+4	1,830
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,052	1,266	+20.3	+214	+66	1,200
EBITDA(営業利益+減価償却費+償却費)	2,247	2,367	+5.3	+119	-	
ROE	16.1%	18.6%	-	-	-	
基本的1株当たり当期利益 (円)	209.82	253.43	+20.8	+43.61	+13.12	240.31
1株当たり配当金 (円)	80.00	94.00	+17.5	+14.00	+2.00	92.00

フリー・キャッシュフロー ^{※2}	957 億円
キャッシュ・フロー 配当金の支払額 ^{※3}	451 億円
自己株式の取得 ^{※4}	500 億円

※1 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。2016年為替レート: 米ドル=108.76円 / ユーロ=120.31円 / 中国元=16.38円

※2 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

※3 非支配持分への支払額を含む。

※4 単元未満株の買取を除く

エグゼクティブサマリー

■ 花王グループ中期経営計画「K20」の準備の年として取り組んだ2016年度は充実した1年となった

- 営業利益は公表予想※¹を上回り、4年連続の過去最高益更新※²
- 花王グループ中期経営計画「K20」を発表
- 将来に向けての準備

■ 株主還元

- 2016年度通期1株当たり配当金は公表予想より2円増やし、14円増配の94円、27期連続増配の予定
- 自己株式の取得：500億円

※1：2016年2月3日公表

※2：2016年度からIFRS適用（従来は日本基準）

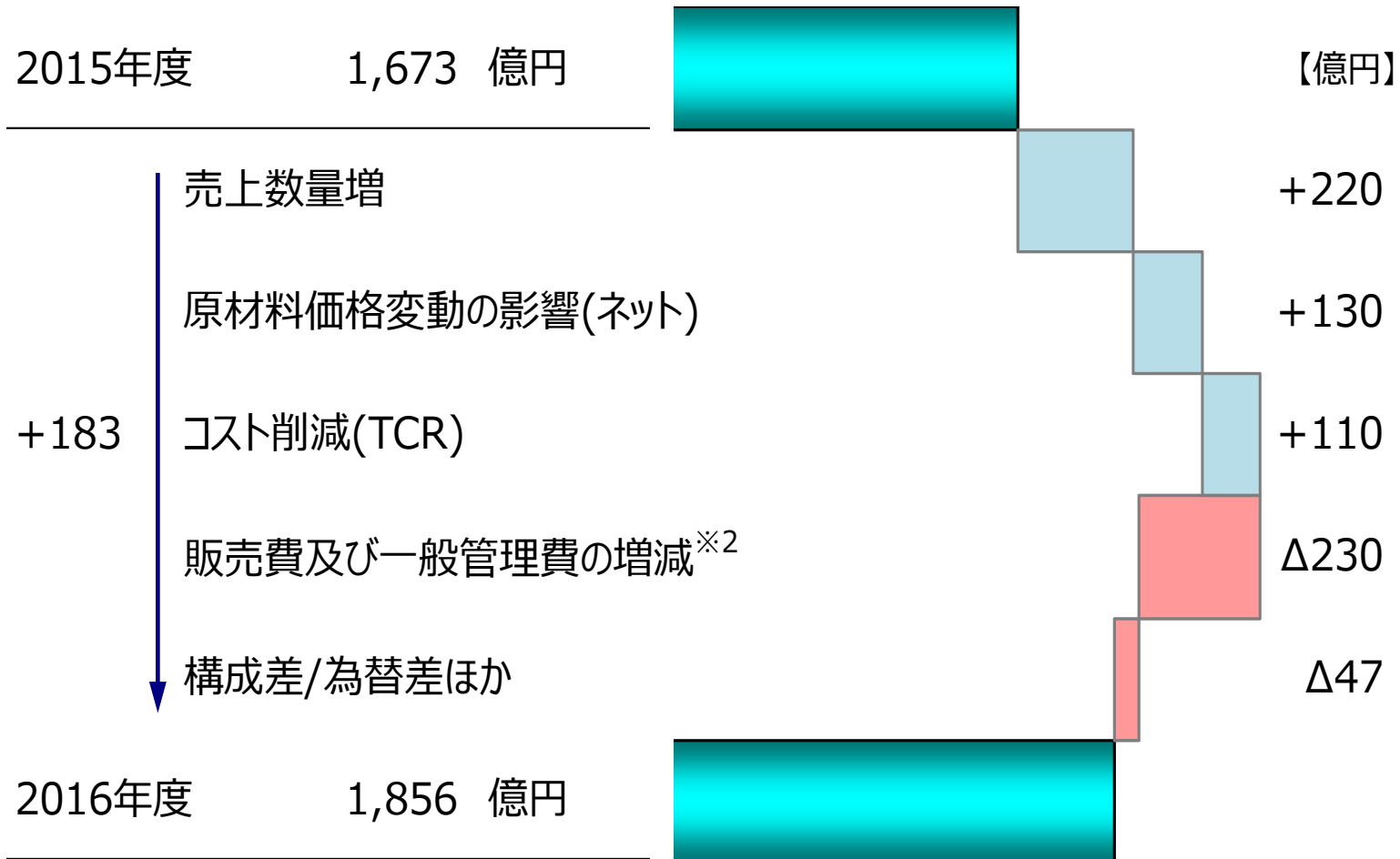
連結損益計算書

【億円】	2015年度		2016年度		増減
		売上高比%		売上高比%	
売上高	14,746	100.0	14,576	100.0	(169)
売上原価	(6,589)	44.7	(6,375)	43.7	214
売上総利益	8,157	55.3	8,201	56.3	44
販売費及び一般管理費	(6,427)	43.6	(6,334)	43.5	94
その他の営業収益及び費用	(56)	0.4	(12)	0.1	45
営業利益	1,673	11.3	1,856	12.7	183
金融収益及び費用	(28)	0.2	(40)	0.3	(12)
持分法による投資利益	15	0.1	19	0.1	4
税引前利益	1,660	11.3	1,834	12.6	174
法人所得税	(601)	4.1	(555)	3.8	45
当期利益	1,060	7.2	1,279	8.8	219
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,052	7.1	1,266	8.7	214
非支配持分に帰属する当期利益	8	0.1	13	0.1	6

※ 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。

2016年度連結営業利益増減分析

営業利益^{※1}



※1 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。

※2 為替差を除く。

セグメント別概況

【億円】		2015年度		2016年度		増減	増減率
		売上高比%		売上高比%			%
ビューティケア事業	売上高	6,086	-	6,016	-	(70)	(1.1)
	営業利益	379	6.2	511	8.5	132	34.7
ヒューマンヘルスケア事業	売上高	2,817	-	2,731	-	(86)	(3.1)
	営業利益	334	11.8	259	9.5	(74)	(22.2)
ファブリック&ホームケア事業	売上高	3,353	-	3,452	-	99	2.9
	営業利益	661	19.7	781	22.6	120	18.1
ケミカル事業	売上高	2,885	-	2,738	-	(147)	(5.1)
	営業利益	286	9.9	297	10.8	11	3.8
連結	売上高	14,746	-	14,576	-	(169)	(1.1)
	営業利益	1,673	11.3	1,856	12.7	183	10.9

※ 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。セグメント売上高・営業利益はセグメント間取引消去前。

ビューティケア事業内訳

【億円】

		2015年度		2016年度		増減	増減率
		売上高比%		売上高比%			%
ビューティケア事業	売上高	6,086	-	6,016	-	(70)	(1.1)
	営業利益	379	6.2	511	8.5	132	34.7
化粧品	売上高	2,548	-	2,550	-	1	0.0
	営業利益	(97)	(3.8)	40	1.6	137	-
スキンケア・ヘアケア(マス) および美容サロン向け	売上高	3,538	-	3,467	-	(71)	(2.0)
	営業利益	477	13.5	471	13.6	(6)	(1.2)

※ 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。

コンシューマープロダクツ事業の状況

【億円】	売上高				営業利益		売上高比(%)	
	2015年度	2016年度	増減率%	実質%	2015年度	2016年度	2015年度	2016年度
日本	9,238	9,430	2.1	2.1	1,155	1,320	12.5	14.0
アジア	1,827	1,808	(1.1)	13.0	123	158	6.7	8.7
米州	897	801	(10.7)	(0.5)	37	28	4.1	3.6
欧州	899	781	(13.1)	(0.8)	70	37	7.8	4.7
内部売上消去等	(605)	(622)	-	-	(11)	8	-	-
コンシューマープロダクツ事業計	12,256	12,198	(0.5)	3.0	1,374	1,551	11.2	12.7

主要な国の売上高伸長率 (実質)	中国: 24%	台湾: 5%	ベトナム: 24%
	インドネシア: 19%	タイ: 1%	

※ 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。実質%は為替変動の影響を除く増減率。

次期の見通し

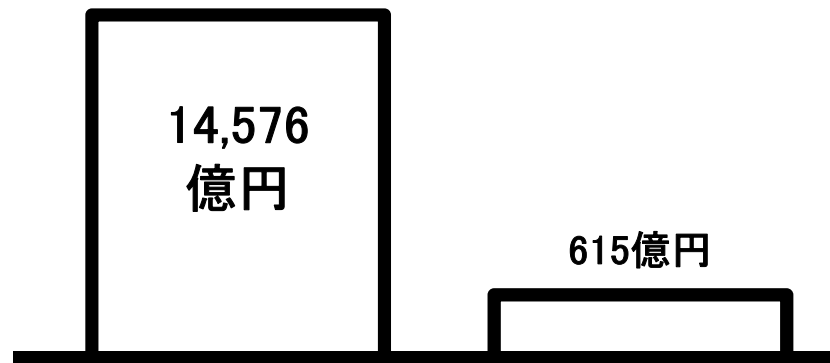
IFRS第15号適用および販売制度改定の影響

2016年度売上高に影響概算額を反映

2017年度より売上高の計上基準が変更

- IFRS第15号「顧客との契約から生じる収益」の早期適用
- 国内コンシューマープロダクツ事業の販売制度改定

2017年2月2日公表 2016年度

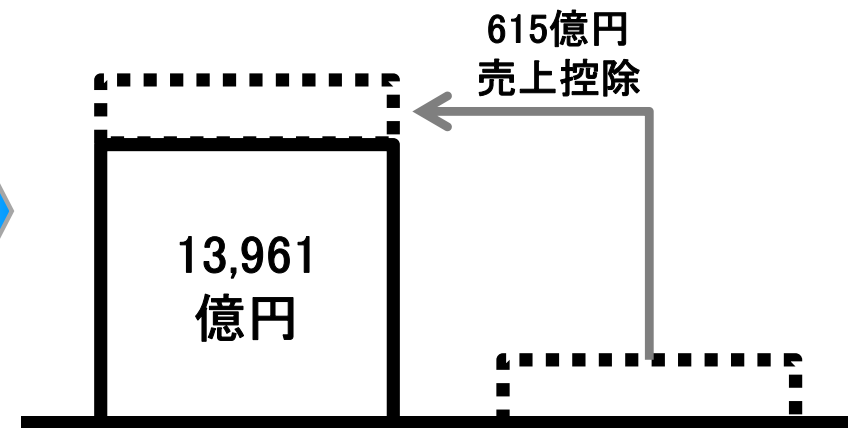


売上高

該当費用

営業利益率 12.7%

影響概算額反映後 2016年度



売上高

該当費用

営業利益率 13.3%

連結業績予想のポイント

■ 国内トイレタリー※1市場伸長率	+1%	
■ 国内化粧品市場伸長率※2	前年並み	
			<u>増減率</u>
■ 売上高：		+5.3%	14,700億円
・ 為替の変動による影響	+0.6%	+80億円
・ 実質増加額	+4.7%	+659億円
			<u>損益への影響</u>
■ 原材料価格変動の影響	・ グロス：	△10億円
		・ ネット：	△10億円
■ コストダウン活動 (TCR)		+70億円
■ 設備投資・減価償却費+償却費	・ 設備投資額：	800億円
		・ 減価償却費+償却費：	550億円

予想為替レート	米ドル	=	110円	(2016年度実績[単純平均]	108.76円)
	ユーロ	=	123円	(2016年度実績[単純平均]	120.31円)
	元	=	16.8円	(2016年度実績[単純平均]	16.38円)

※1 化粧品を除くコンシューマープロダクツ。

※2 インバウンド分は対象外。

連結業績予想

【億円】	2016年度			2017年度予想※2	
		増減率%	増減 ※1		増減率%
売上高	14,576	(1.1)	13,961 Δ 615	14,700	+5.3
営業利益	1,856	+10.9		2,000	+7.8
対売上比	12.7%			13.6%	-
税引前利益	1,834	+10.5		1,990	+8.5
対売上比	12.6%			13.5%	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,266	+20.3		1,380	+9.0
対売上比	8.7%			9.4%	-
基本的1株当たり当期利益 (円)	253.43	+20.8		280.00	+10.5
ROE	18.6%			19.1%	-
EBITDA(営業利益+減価償却費+償却費)	2,367	+5.3		2,550	+7.7
1株当たり配当金(円)	94.0	+17.5		108.0	+14.9

※1 2017年12月期より日本のコンシューマープロダクツ事業における販売制度改定およびIFRS第15号の早期適用を予定。2016年度実績を同様の基準で算定した概算値。

※2 予想為替レート: 110円/米ドル・123円/ユーロ・16.8円/元

2017年度セグメント別売上高予想

増減率 ※1

連結売上高 14,700 億円 5.3%

【億円】

セグメント別※2			参考：所在地別※2		
		増減率 ※1			増減率 ※1
ビューティケア	6,010	5.3%	日本	10,300	3.7%
ヒューマンヘルスケア	2,800	8.7%	アジア	2,790	6.1%
ファブリック&ホームケア	3,400	2.9%	米州	1,300	4.7%
ケミカル	2,840	3.9%	欧州	1,500	10.1%

※1 2017年12月期からの日本のコンシューマープロダクツ事業販売制度改定およびIFRS第15号早期適用を考慮した増減率。

※2 売上高：セグメント・所在地間の消去前。

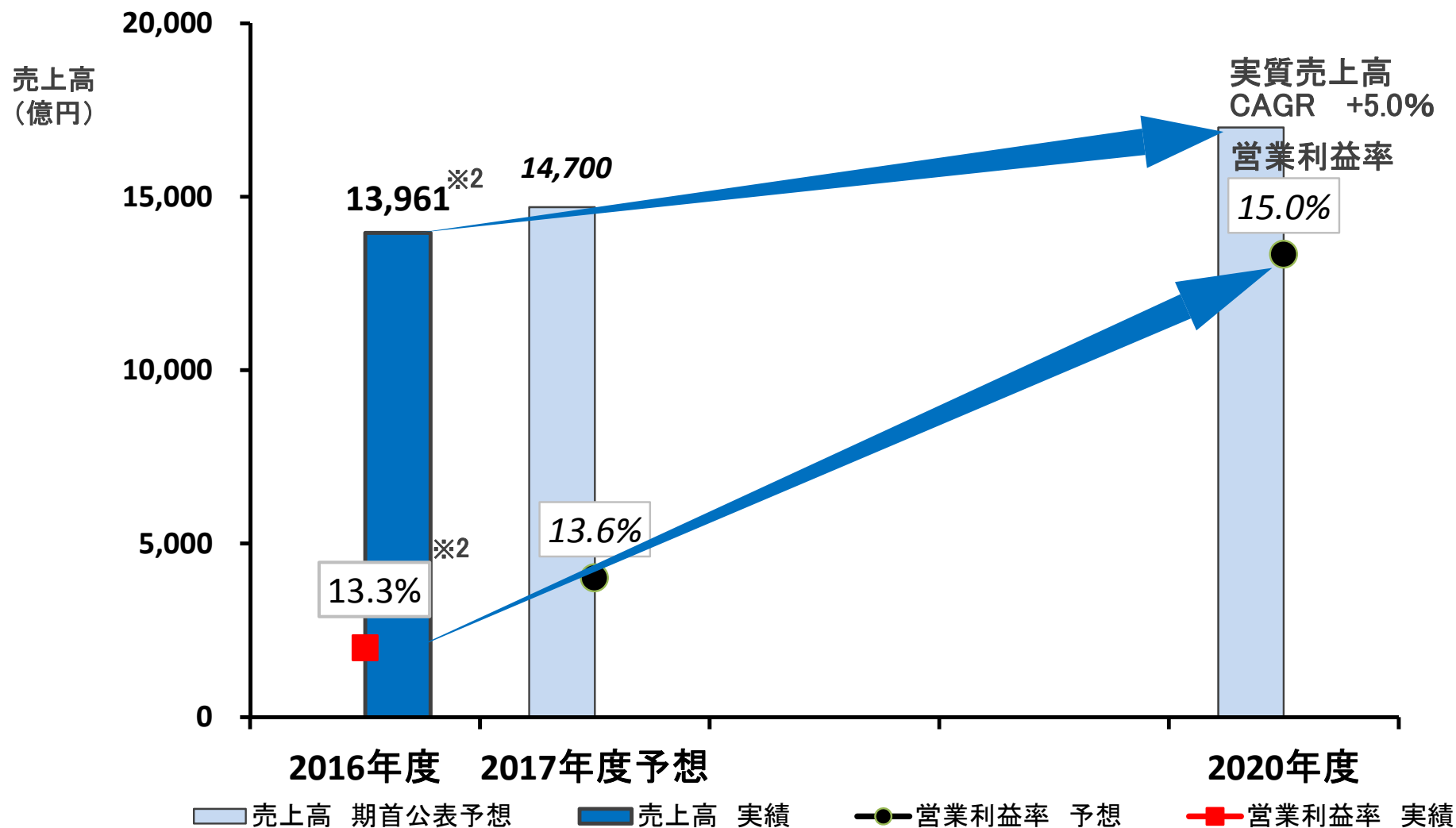
「K20」売上高・営業利益

実質売上高^{※1}CAGR: +5.0%

(実質^{※1}伸長率: 12年度 +1.1%、13年度 +2.1%、
14年度 +4.7%、15年度 +2.8%、16年度 +3.2%)

営業利益率改善: +1.7 ポイント

(2012~2016年度: +0.9ポイント)



※1: 為替変動の影響を除く

※2: IFRS第15号適用および販売制度改定を反映した調整後 20

KaO

自然と調和する ころ豊かな毎日をめざして

キャッシュ・フロー[※]の使途と株主還元

EVA視点で安定的に創出されるキャッシュ・フローを
下記優先順位で有効活用し、さらなる成長を目指す

1. 将来の成長に向けての投資
(設備、M&A等)

2. 安定的・継続的な配当(配当性向40%目標)

3. 自己株式の取得と借入金などの有利子負債
の早期返済

※営業活動によるキャッシュ・フロー

企業価値向上のためのESGの取り組み

- 循環型社会の実現に向け、つめかえやすさを追求した商品を発売
業界を上げて普及に努め、プラスチック削減に貢献

1995年から20年間で、業界全体で詰替え製品比率※1が10%→79%
2016年 花王の詰替え比率※2は84%

- 1990年シャンプー・リンスの識別からスタートした
ユニバーサルデザインは、2016年90%を超える新製品・改良品で展開※3

- すすぎ1回で済む衣料用洗剤(アタックNeo)、
泡切れの良い食器用洗剤(キュキュット)など節水カテゴリーを提案

2016年 環境評価NPO 英CDP 「CDPウォーター2016 Aリスト企業」に選定

- 中国の節水習慣啓発のため、中国政府と協力し“節水キャンペーン”を
2012年より継続展開

- 日本で初めて、FSC®認証(森林認証)を受けた段ボールを導入
2016年末、新規段ボールの50%を FSC®認証を受けたものに切り替え完了

- 健康経営の推進

2016年 2年連続で「健康経営銘柄」に選定

- コンパクトな取締役会で、監督機能強化と中長期視点での議論継続

2016年 10年連続で「World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)」に選定



シャンプーのきざみ



※1:業界の詰替え製品比率:日本石鹼洗剤工業会公表
※2:詰替え比率:花王製品の詰替え用製品販売数量比率(本数ベース)
※3:日本消費者向け新製品・改良品ベース

外部機関からの評価

■ 東京証券取引所主催の第5回(2016年度)「企業価値向上表彰」で大賞を受賞

EVA®※を主指標とし、投下資本コストを意識した経営を継続し、企業価値の増大に努めてきたことが評価される



■ 「コーポレートガバナンス・オブ・ザ・イヤー®2016表彰企業」に選定

コーポレートガバナンス・オブ・ザ・イヤーは、一般社団法人日本取締役協会が開設をした表彰制度で、日本で活動する企業のコーポレートガバナンス向上によって、経営の効率化、企業の中長期にわたる成長を後押しすることを目的にしている

■ パーソナル製品産業で「Bronze Class 2017」に選定

RobecoSAM社が毎年、世界の主要企業を対象に経済・環境・社会の3つの側面から企業のサステナビリティへの取り組み実績を評価し、年次報告書で発表



ROBECOSAM
Sustainability Award
Bronze Class 2017

※EVA®は、米国コンサルティング会社のスターン・スチュワート社の登録商標です。

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

MEMBER OF

**Dow Jones
Sustainability Indices**

In Collaboration with RobecoSAM



MSCI



2016 Constituent
MSCI Global
Sustainability Indexes

<https://www.msci.com/esg-integration>

FTSE4Good



CSR関連の外部機関からの評価



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

[2017年2月2日現在]

KaO

自然と調和する ころ豊かな毎日をめざして

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

2016年度売上高:6,016億円
(実質増減率:+2.9%/売上構成:41.3%)

美容サロン向け製品
化粧品
スキンケア
ヘアケア



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

2016年度売上高:3,452億円
(実質増減率:+4.7%/売上構成:23.7%)

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



消費者起点

ヒューマンヘルスケア

2016年度売上高:2,731億円
(実質増減率:+1.3%/売上構成18.7%)

飲料
オーラルケア
入浴剤・温熱シート
サニタリー製品



コンシューマープロダクツ事業

ケミカル

2016年度売上高:2,738億円
(実質増減率:+2.5%/売上構成:16.3%)

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。実質増減率は為替変動の影響を除く。売上構成比は外部顧客に対する売上高で算出。

花王グループ中期経営計画 K20

「自ら変わり、そして変化を先導する企業へ」

K15

- ・コンシューマープロダクツ事業のグローバル拡大
- ・ファブリック&ホームケア事業の磐石化とビューティケア事業とヒューマンヘルスケア事業の利益ある成長の加速
- ・ケミカル事業の強化

K20

目標

- ・ 特長ある企業イメージの醸成へのこだわり
- ・ 「利益ある成長」へのこだわり
- ・ ステークホルダー還元へのこだわり

「利益ある成長」2020戦略

- ・ 「正道を歩む」を貫く
- ・ 花王グループの資産の最大活用 Stage II
- ・ 資産の最大化
- ・ 新しい資産の構築

グローバルで存在感のある会社

- ・ 特長ある企業イメージ
- ・ 高収益グローバル消費財企業
- ・ ステークホルダーへの高レベル還元

企業価値向上 ↑

「社会のサステナビリティへの貢献」と持続的な「利益ある成長」の両立
 花王らしいESGの取り組み
 コーポレートガバナンスの絶えざる革新
 花王ウェイ

	2013	2015	2017	2020	2030年
・売上(海外)		目標 1.4兆円	実績 1.47兆円	実質CAGR +5%	2.5兆円超
		30%以上	35.0%		1兆円超
・利益		営業利益 1,500億円	1,644億円	営業利益率 15% 過去最高益更新の継続	営業利益率 17%超
・ROE			14.8%		20%超
・配当性向			40.6%	40%	
・1,000億円ブランド(強いグローバルブランドの確立)				3ブランド(メリーズ・アタック・ビオレ)	5ブランド

2030年までに達成したい姿

グローバルで存在感のある会社 「Kao」

■ 特長ある企業イメージ

■ 高収益グローバル消費財企業

● 売上高	2.5兆円 (海外1.0兆円)	} を超える
● 営業利益率	17%	
● ROE	20%	

■ ステークホルダーへの高レベル還元

「K20」は、2030年までに達成したい姿を実現するための重要な通過点

「K20」の目標（3つのこだわり）

1. 特長ある企業イメージの醸成へのこだわり

生活者の気持ちにそっと寄り添える企業でありたい

候補案：「きれい（KIREI）」 Company = Kao

2. 「利益ある成長」へのこだわり

- 過去最高益更新の継続
- 実質※1売上高 CAGR※2 +5%、営業利益率15%を目指す
- 売上高1,000億円ブランドを3つ
（メリーズ、アタック、ビオレ）

3. ステークホルダー還元へのこだわり

- 株主：連続増配継続（配当性向40%目標）2016年度27期連続（予想）
日本で最長
- 社員：継続的な処遇アップ、健康サポート
- 顧客：Win-Winの最大化
- 社会：社会的課題への先進的取り組み

※1：為替の変動・販売制度改定などの影響を除く

※2：年平均成長率

「利益ある成長」2020戦略と「K20」推進プロジェクト

1. 特長ある企業イメージの醸成へのこだわり
2. 「利益ある成長」へのこだわり
 - 過去最高益更新の継続
 - 実質^{※1}売上高 CAGR^{※2} +5%、営業利益率15%を目指す
 - 売上高1,000億円ブランドを3つ(メリーズ、アタック、ビオレ)
3. ステークホルダー還元へのこだわり

「利益ある成長」2020戦略

- 「正道を歩む」を貫く
- 花王グループの資産の最大活用 Stage II
- 資産の最大化
- 新しい資産の構築

「K20」推進プロジェクト

- これまでのやり方、あり方、考え方改革
- 特長ある企業イメージ醸成
- 花王グループの未来創造
- 社員・家族の健康維持
- 最新技術、最新インフラの活用

※1: 為替の変動・販売制度改定などの影響を除く

※2: 年平均成長率

「利益ある成長」2020戦略

1. 「正道を歩む」を貫く

- 花王グループの企業理念「花王ウェイ」の実践
- 徹底した品質管理、消費者対応、コンプライアンス遵守など
高度な危機管理レベルの維持と変化対応

2. 花王グループの資産の最大活用 Stage II

- 人財強化と人財活性化
- 高利益率事業の継続的強化
- アジアコンシューマープロダクツ事業の拡大と利益率UP

3. 資産の最大化

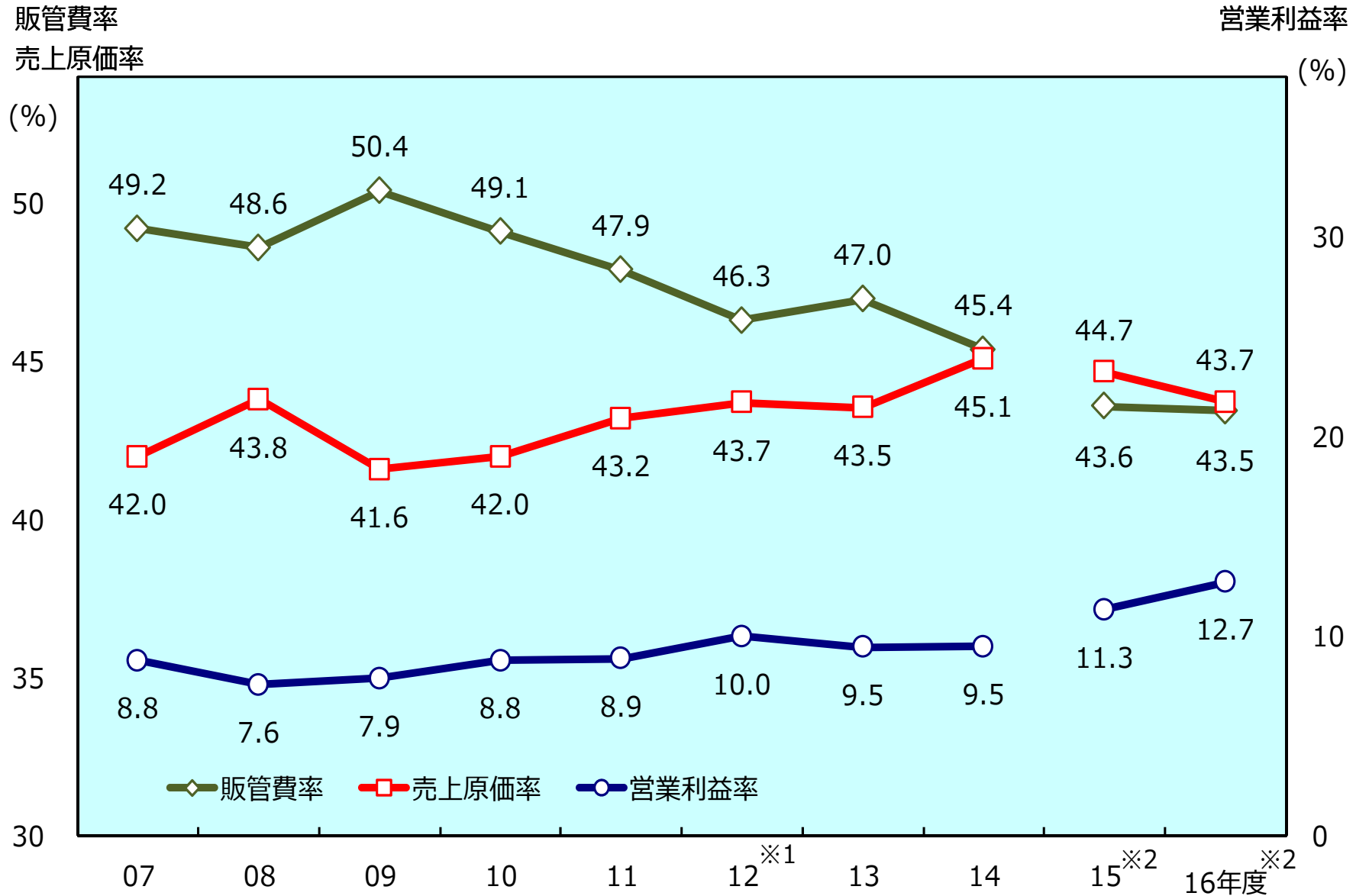
- 化粧品を成長の柱に
- 欧米コンシューマープロダクツ事業の高利益化（営業利益率10%）
- ケミカル事業の高付加価値化の加速

4. 新しい資産の構築

- 新規事業の創出
- 食品事業の再挑戦
- M&Aによる新しい資産の獲得

財務データ

売上原価率・販管費率の推移



※1 2012年度より決算期変更。(詳細はスライド2参照)

※2 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。

所在地別概況

【億円】		2015年度		2016年度		増減	増減率
		売上高比%		売上高比%			%
日本	売上高	10,198	-	10,357	-	159	1.6
	営業利益	1,278	12.5	1,451	14.0	174	13.6
アジア	売上高	2,848	-	2,815	-	(33)	(1.1)
	営業利益	209	7.3	228	8.1	20	9.5
米州	売上高	1,378	-	1,247	-	(132)	(9.6)
	営業利益	78	5.6	72	5.8	(6)	(7.4)
欧州	売上高	1,544	-	1,372	-	(171)	(11.1)
	営業利益	121	7.8	94	6.8	(27)	(22.3)
連結	売上高	14,746	-	14,576	-	(169)	(1.1)
	営業利益	1,673	11.3	1,856	12.7	183	10.9

※ 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。所在地別売上高・営業利益は所在地間取引消去前。

連結財政状態計算書

【億円】	2015年12月	2016年12月	増減		2015年12月	2016年12月	増減
資産				負債及び資本			
流動資産				負債			
現金及び現金同等物	3,099	3,030	(69)	流動負債			
営業債権及びその他の債権	2,107	2,085	(22)	営業債務及びその他の債務	2,068	2,169	101
棚卸資産	1,513	1,652	139	社債及び借入金	3	303	299
未収法人所得税	21	15	(6)	未払法人所得税等	322	326	4
その他の金融資産	51	130	80	その他の金融負債	69	82	12
その他の流動資産	380	238	(142)	引当金	168	114	(54)
小計	7,170	7,150	(21)	その他の流動負債	1,254	1,311	57
売却目的で保有する非流動資産	13	3	(10)	流動負債合計	3,884	4,304	420
流動資産合計	7,184	7,153	(30)				
非流動資産				非流動負債			
有形固定資産	3,380	3,708	328	社債及び借入金	1,202	904	(299)
のれん	1,383	1,378	(5)	退職給付に係る負債	757	948	191
無形資産	157	147	(10)	その他の金融負債	118	117	(2)
持分法で会計処理されている投資	42	47	5	引当金	177	138	(39)
その他の金融資産	293	255	(39)	その他の非流動負債	49	53	3
その他の非流動資産	177	185	8	繰延税金負債	3	5	2
繰延税金資産	495	509	15	非流動負債合計	2,307	2,164	(143)
非流動資産合計	5,927	6,230	303	負債合計	6,191	6,468	278
資産合計	13,111	13,383	272	資本			
				資本金	854	854	-
				資本剰余金	1,087	1,076	(10)
				自己株式	(82)	(571)	(489)
				その他の資本の構成要素	(42)	(218)	(176)
				利益剰余金	4,993	5,657	664
				親会社の所有者に帰属する持分合計	6,810	6,798	(12)
				非支配持分	110	116	6
				資本合計	6,920	6,915	(5)
				負債及び資本合計	13,111	13,383	272

※ 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年12月はIFRSに基づき算定。

連結キャッシュ・フロー計算書

【億円】	2015年度	2016年度	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,817	1,843	26
投資活動によるキャッシュ・フロー	(741)	(886)	(145)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(208)	(950)	(743)
現金及び現金同等物の増減額(減少)	868	6	(862)
現金及び現金同等物の期首残高	2,290	3,099	810
現金及び現金同等物に係る為替変動による影響	(58)	(75)	(17)
現金及び現金同等物の期末残高	3,099	3,030	(69)
社債及び借入金期末残高	1,205	1,206	1
フリー・キャッシュ・フロー	1,075	957	(119)

※ 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。

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

【投資活動によるキャッシュ・フロー】

[設備投資]

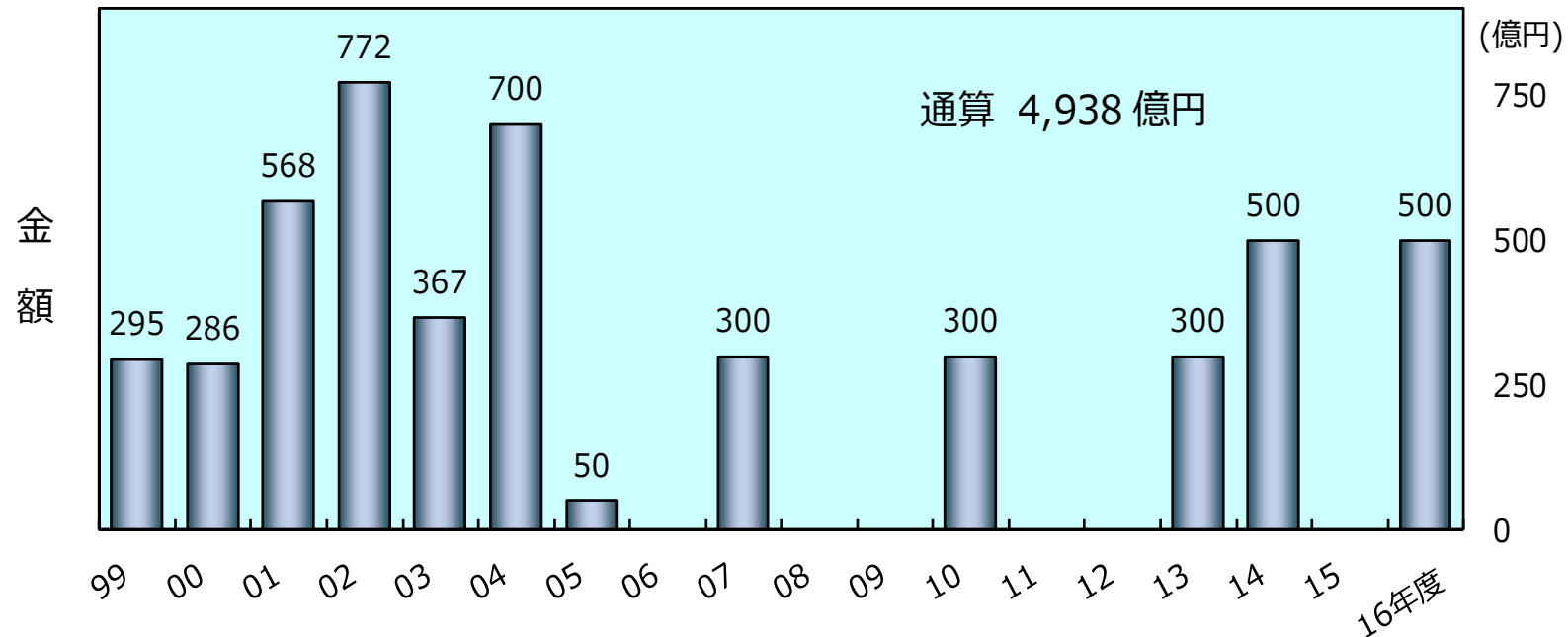
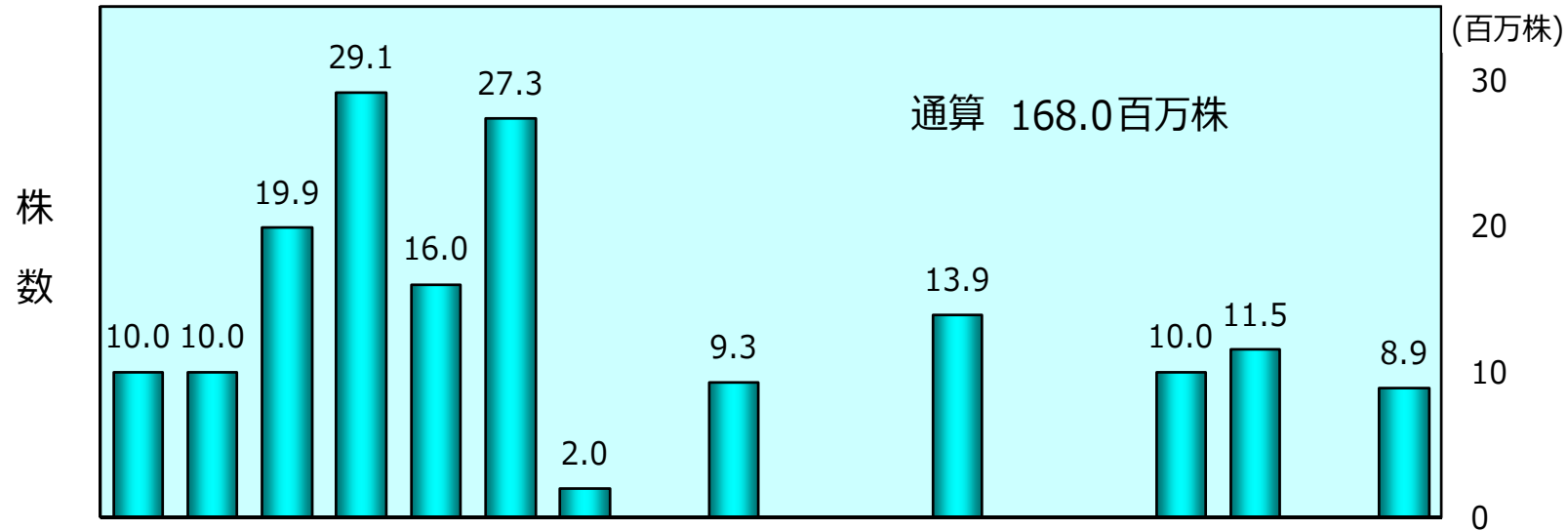
- 国内サニタリー製品製造設備増強
- 国内ファブリック&ホームケア製品製造設備増強
- 小田原事業場再配置
- インドネシア コンシューマープロダクツ製造設備増強

【財務活動によるキャッシュ・フロー】

配当金の支払額(非支配持分への支払額を含む) 451億円

自己株式の取得(単元未満株の買取を除く) 500億円

自己株式取得の状況



※単元未満株の買取を除く。2016年12月期末発行済株式数(自己株式を含む)は504.0百万株。

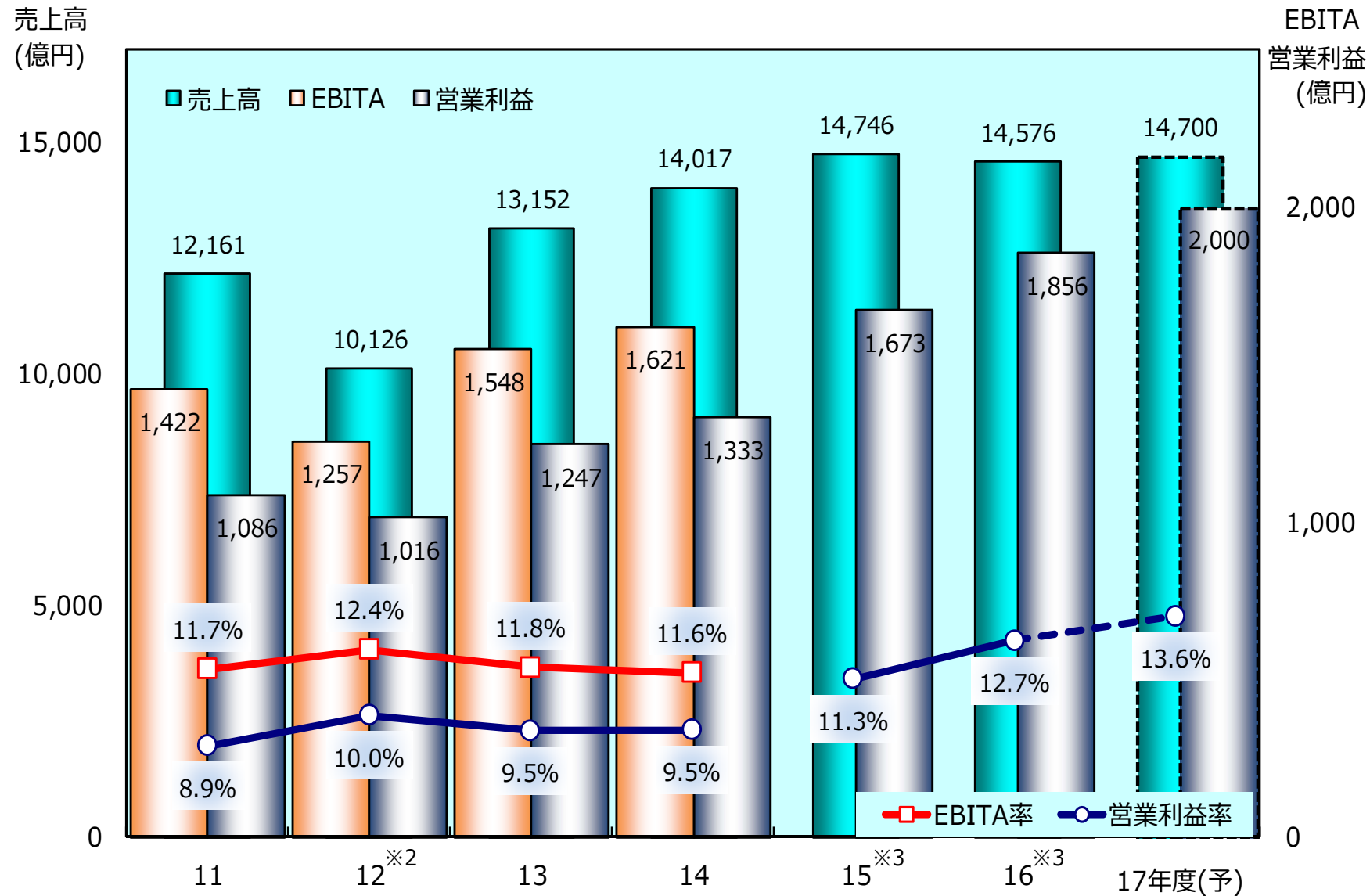
2017年度国内コンシューマープロダクツ事業売上高予想

【億円】	上期				年間			
	2016年度		2017年度		2016年度		2017年度	
	実績	※1	予想	増減率% ^{※2}	実績	※1	予想	増減率% ^{※2}
ビューティケア	2,025	1,900	1,990	4.7	4,253	4,010	4,200	4.7
ヒューマンヘルスケア	1,036	1,003	1,010	0.7	2,153	2,085	2,190	5.0
ファブリック&ホームケア	1,338	1,295	1,340	3.5	3,023	2,919	2,980	2.1
コンシューマープロダクツ事業計	4,399	4,198	4,340	3.4	9,430	9,013	9,370	4.0

※1 2017年12月期より日本のコンシューマープロダクツ事業における販売制度改定およびIFRS第15号の早期適用を予定。2016年度実績を同様の基準で算定した概算値。

※2 2017年12月期からの日本のコンシューマープロダクツ事業販売制度改定およびIFRS第15号早期適用を考慮した増減率。

連結売上高/EBITA※1/営業利益

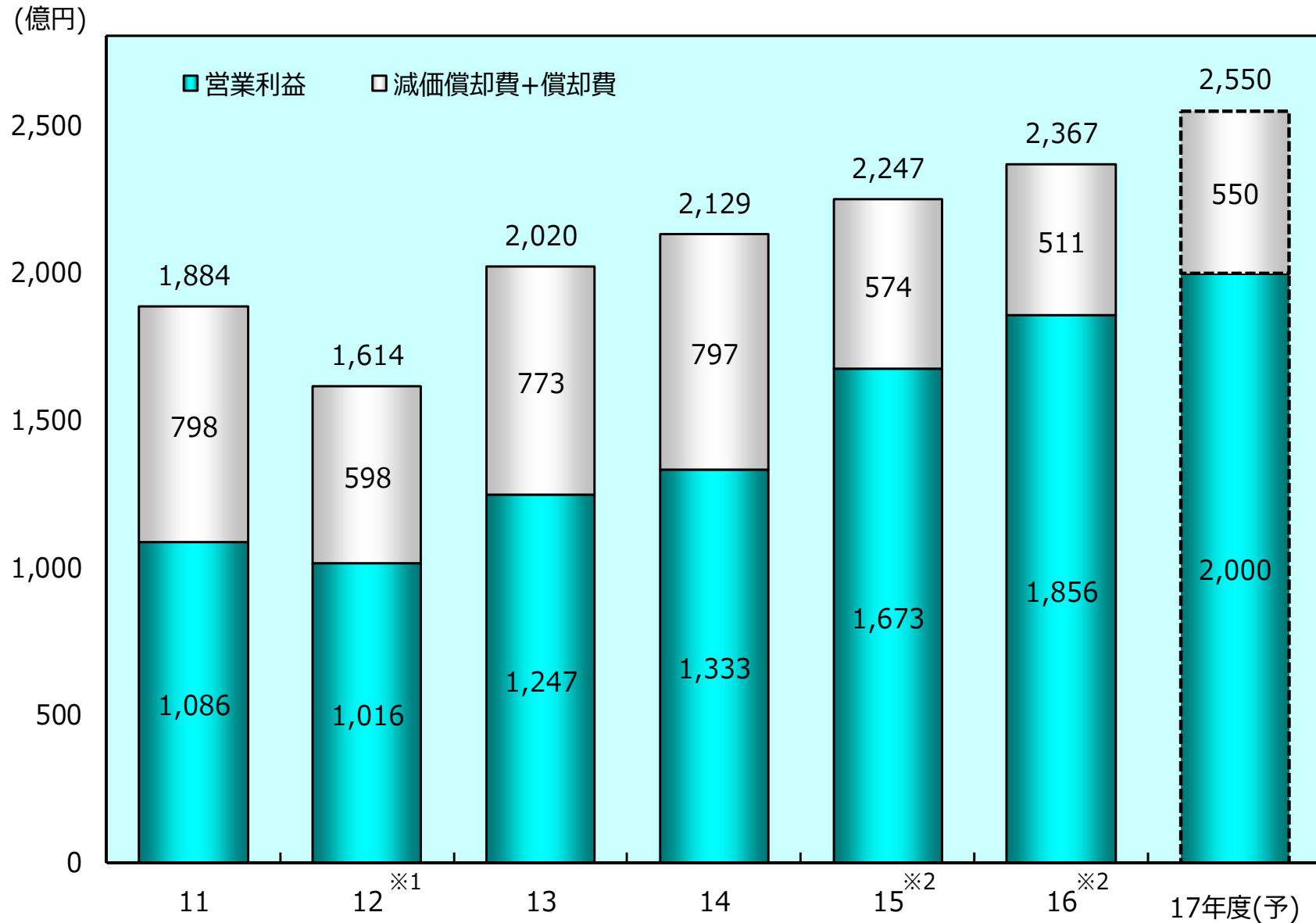


※1 M&Aに関連するのれんおよび知的財産権償却前利益。

※2 2012年度より決算期変更。(詳細はスライド2参照)

※3 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。IFRSではのれんの償却を停止しているため、EBITAを表示しておりません。

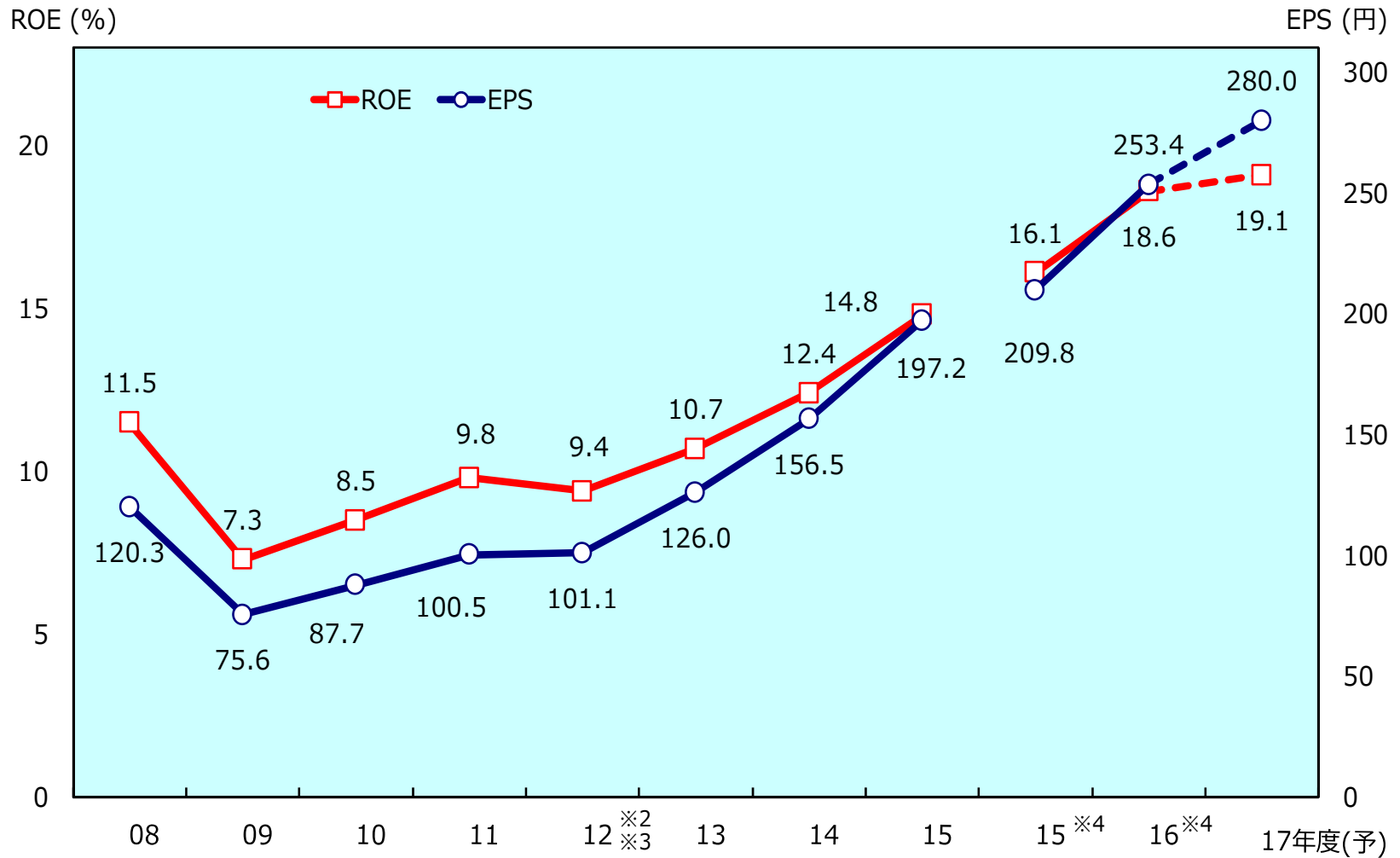
EBITDAの推移



※1 2012年度より決算期変更。(詳細はスライド2参照)

※2 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。

ROE / EPS※1の推移



期中平均株式数 (百万株)	536.1	536.0	533.0	521.9	521.8	513.9	508.7	501.4	501.4	499.4	499.4	
当期純利益[日本基準] (億円)	644.6	405.1	467.4	524.3	527.7	647.6	795.9	988.6				
親会社の所有者に帰属する当期利益[IFRS] (億円)										1,052.0	1,265.5	1,380.0

※1 1株当たり当期純利益[日本基準] / 基本的1株当たり当期利益[IFRS]

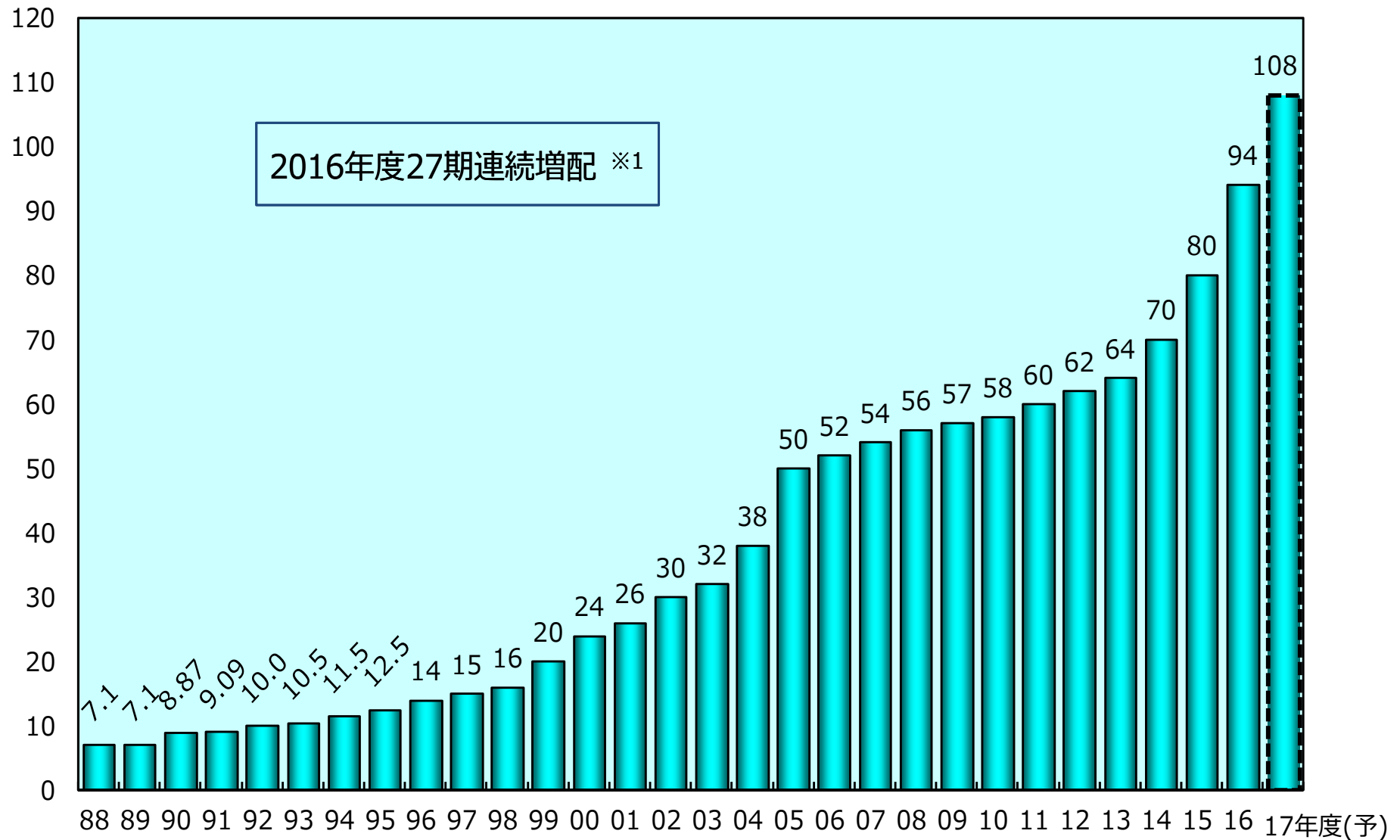
※2 2012年度より決算期変更。(詳細はスライド2参照)

※3 2012年度のROEは決算期変更に伴う経過期間の数値。

※4 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度をIFRSに基づき算定。

1株当たり配当金の推移

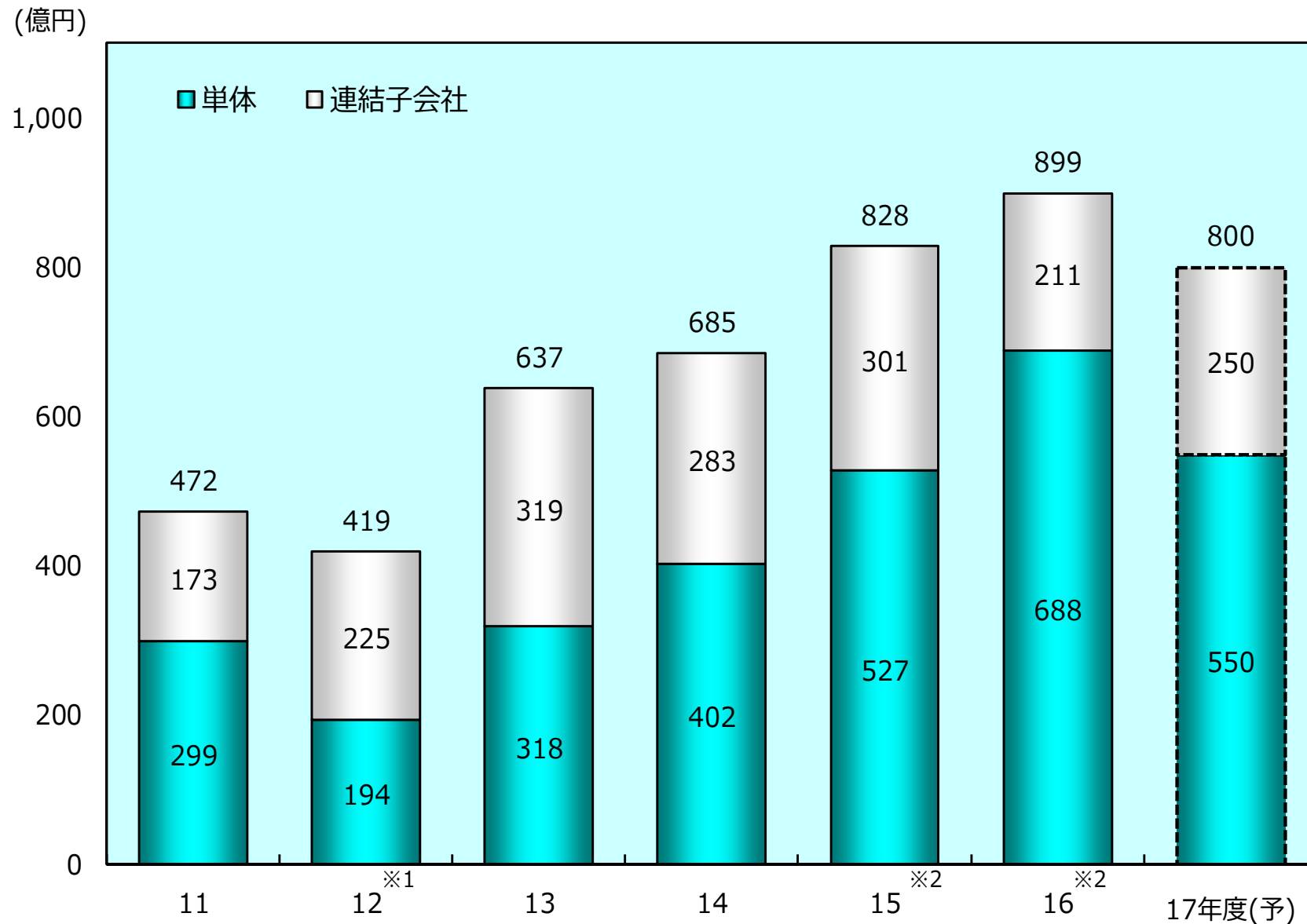
1株当たり配当金 (円)



※1 定時株主総会にて正式に決定。

※2 株式分割の影響を補正しています。

資本的支出の推移



※1 2012年度より決算期変更。(詳細はスライド2参照)

※2 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度をIFRSに基づき算定。

KaO

自然と調和する 心豊かな毎日をめざして