

2018年(平成30年)12月期  
第2四半期累計(1月1日～6月30日)  
連結業績と通期の見通し

花王株式会社

執行役員 会計財務部門統括  
山内 憲一

2018年7月26日



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』に掲載しています。

[www.kao.com/jp/corporate/investor-relations/library/presentations/](http://www.kao.com/jp/corporate/investor-relations/library/presentations/)

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(平成24年)12月期より決算期を3月31日から12月31日に変更しました。

[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(平成28年)12月期より国際会計基準(IFRS)を適用しています。
- 2017年(平成29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いて販売制度の改定を行い、併せてIFRS第15号「顧客との契約から生じる収益」などを早期適用しています。
- 2018年(平成30年)12月期第1四半期より、以下の通り変更しています。
  - 1.ビューティケア事業を化粧品事業とスキンケア・ヘアケア事業に区分し、従来4区分としていた報告セグメントを5区分に変更しています。
  - 2.従来、スキンケア・ヘアケア製品に分類していた乾燥性敏感肌ケア「キュレル」を化粧品事業に、ヒューマンヘルスケア事業に分類していたメンズプロダクツ「サクセス」をスキンケア・ヘアケア事業に組み入れたことにより、前年同期の売上高及び営業利益を組み替えて表示しています。
  - 3.日本のコンシューマープロダクツ事業の販売組織を再編したため、前年同期の営業利益を組み替えて表示しています。
- 資料のカッコ()内の数字はマイナス

# 2018年1-6月 連結決算の概況

## 【2018年の取り組み】

- ・ 好調な事業の継続・課題事業(化粧品・ヘアケア・ビバレッジ)の改善
- ・ 積極的なイノベーション提案及び新規事業創造の準備・M&Aの継続強化
- ・ コンシューマープロダクツ事業の運営体制及び国内販売体制の革新

## 【2018年1-6月の概況】

- ・ 厳しい事業環境の中、全体としては売上高・営業利益は予定線で推移。消費者・市場・流通の変化、競合への対応が複雑になり、事業により課題・進捗は異なる。デジタルマーケティングへのシフトなどにより費用の効率化が進展。
- ・ 今後も厳しい競争環境が続くが、K20達成に向けて2018年12月期連結業績予想達成をめざす。
- ・ 2018年1月オリベヘアケア社買収。

## 【株主還元】

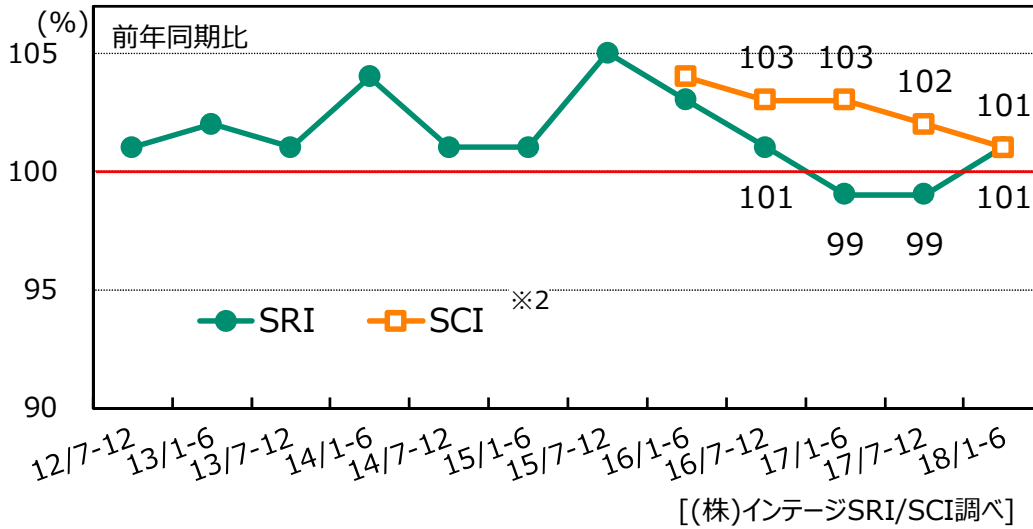
- ・ 自己株式623万株を500億円にて取得。
- ・ 2018年度第2四半期末の1株当たり配当金は、公表予想通り6円増配の60円。

# 事業戦略と進捗

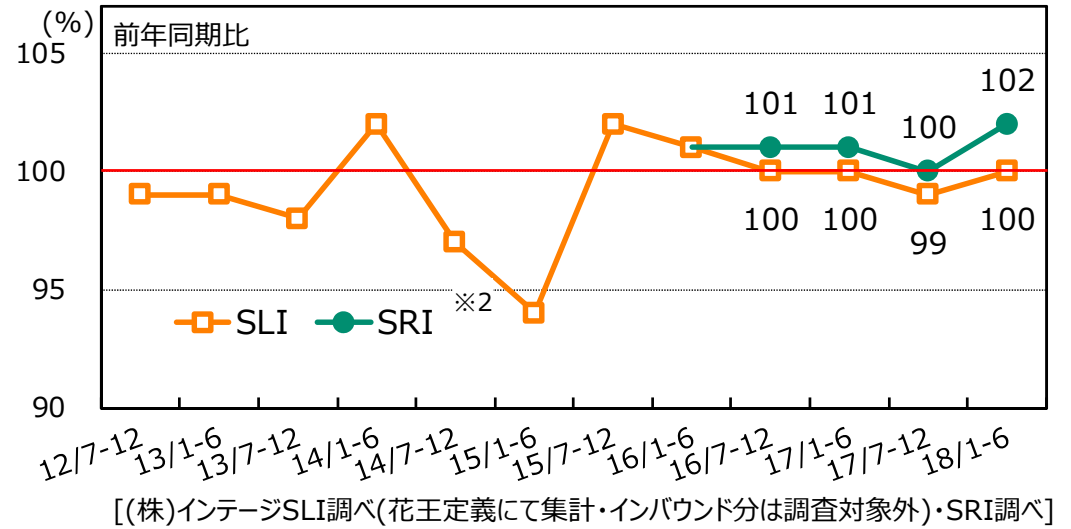
- 化粧品:** 中・高価格帯の構造改革を推進。日本では売上は前年を下回ったが、アジアでは売上・利益を大きく拡大。「SUQQU」、「RMK」、「フリープラス」、「キュレル」が好調。新グローバルポートフォリオを策定し、プレステージ領域の強化、マスブランドのグローバル展開加速、国内ブランド戦略見直しへの取り組みを開始。
- スキンケア・ヘアケア:** スキンケア製品は日本とアジアで好調。米州で「ビオレ」が激しい競合攻勢を受け苦戦。ヘアケア製品はシャンプー・リンスが日本で競争激化、欧米で引き続きプレミアム化に苦戦。日本で次世代型白髪ケア「リライズ」を発売し高付加価値提案を強化。
- ヒューマンヘルスケア:** ベビー用紙おむつ「メリーズ」は、プレミアム維持に取り組んだが、中国で昨年の初期出荷の影響があり、売上は対前年で減少。日本と中国で生理用品「ロリエ」、アイマスク「めぐりズム」が伸長。ビバレッジ「ヘルシア」は構造改革により収益性を改善。「ピュオーラ」から泡タイプの歯磨きをイノベーション提案。
- ファブリック&ホームケア:** ファブリックケア製品は国内で競合攻勢が激しい。衣料用洗剤「アタック」は「洗たく水を抗菌水に変える」という価値伝達で強化をはかる。タイをはじめアジアは伸長。柔軟仕上げ剤は改良品を展開。ホームケア製品は堅調。
- ケミカル:** 海外での需要増加と油脂製品価格の安定により順調。さらなる高付加価値化を推進。

# 2018年1-6月 国内コンシューマープロダクツ市場の状況

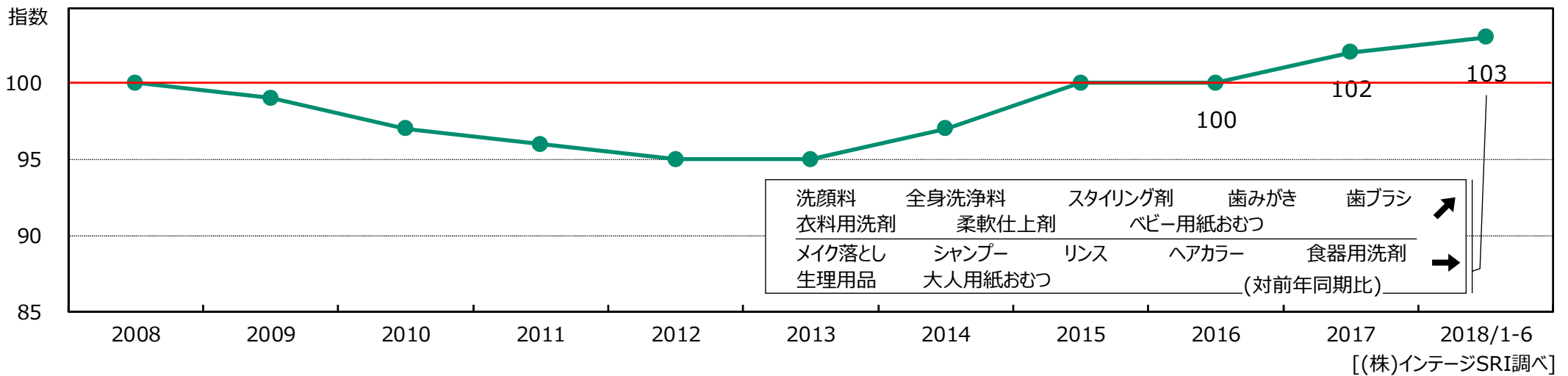
・国内トイレタリ<sup>※1</sup>ー市場伸長率(82品目・金額ベース)



・国内化粧品市場伸長率(26品目・金額ベース)



・国内トイレタリー15品目消費者購入単価<sup>※3</sup>



※1 化粧品を除くコンシューマープロダクツ

※2 SRI: 全国約4千店の小売店POSデータによる推計 / SCI: 全国約5万人の消費者モニターによる購入実績データ / SLI: 全国約4万人の女性モニターによる化粧品・スキンケア・ヘアケア製品の購入実績データ

※3 2008年1-12月を100とした指数ベース

# 連結決算のハイライト

## 第2四半期連結累計期間 (1-6月)

【億円】	2017年度	2018年度	前年比%	前年差
売上高	7,173	7,290	+1.6	+117
		為替の影響 <sup>※1</sup>	+0.6	+44
		為替の影響を除く実質	+1.0	+73
営業利益	874	908	+3.9	+34
営業利益率	12.2%	12.4%	-	-
税引前利益	867	899	+3.7	+32
当期利益	569	635	+11.5	+65
親会社の所有者に帰属する当期利益	565	628	+11.2	+63
EBITDA(営業利益+減価償却費+償却費)	1,139	1,202	+5.6	+63
基本的1株当たり当期利益(円)	114.56	127.76	+11.5	+13.20
1株当たり配当金 (円)	54.00	60.00	-	+6.00

	フリー・キャッシュ・フロー <sup>※2</sup>	(211) 億円
キャッシュ・フロー	配当金の支払額 <sup>※3</sup>	280 億円
	自己株式の取得 <sup>※4</sup>	500 億円

※1 為替レート: 米ドル=108.76円 / ユーロ=131.66円 / 中国元=17.08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

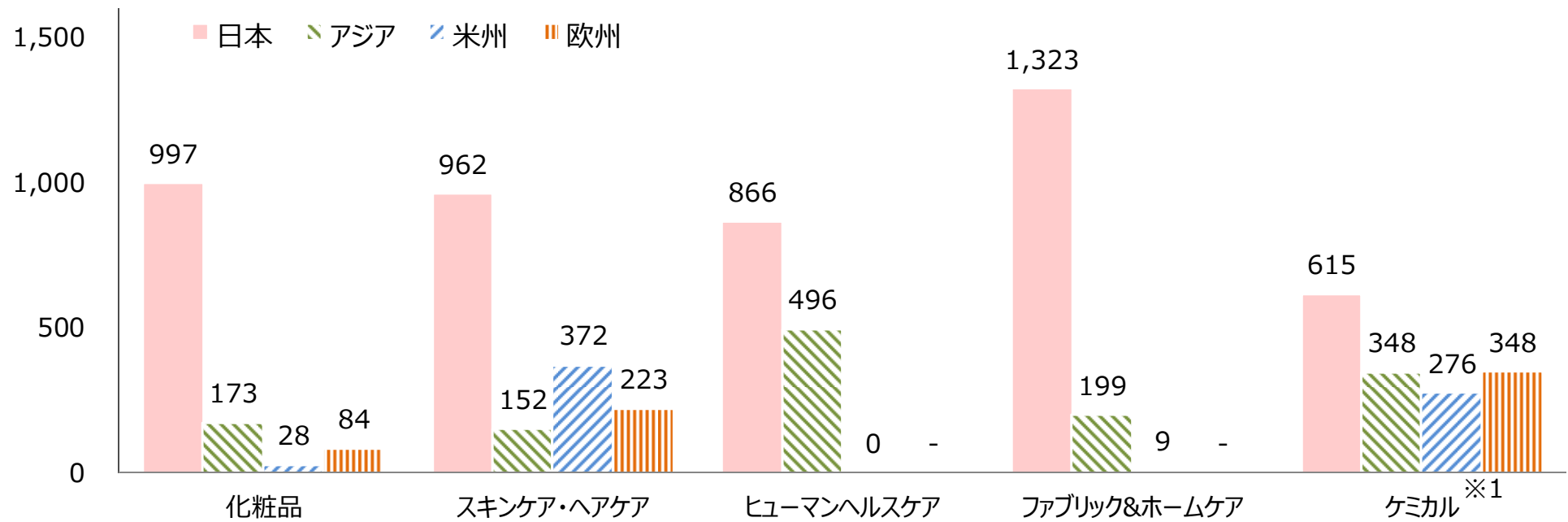
※3 非支配持分への支払額を含んでいます

※4 単元未満株の買取を除いています

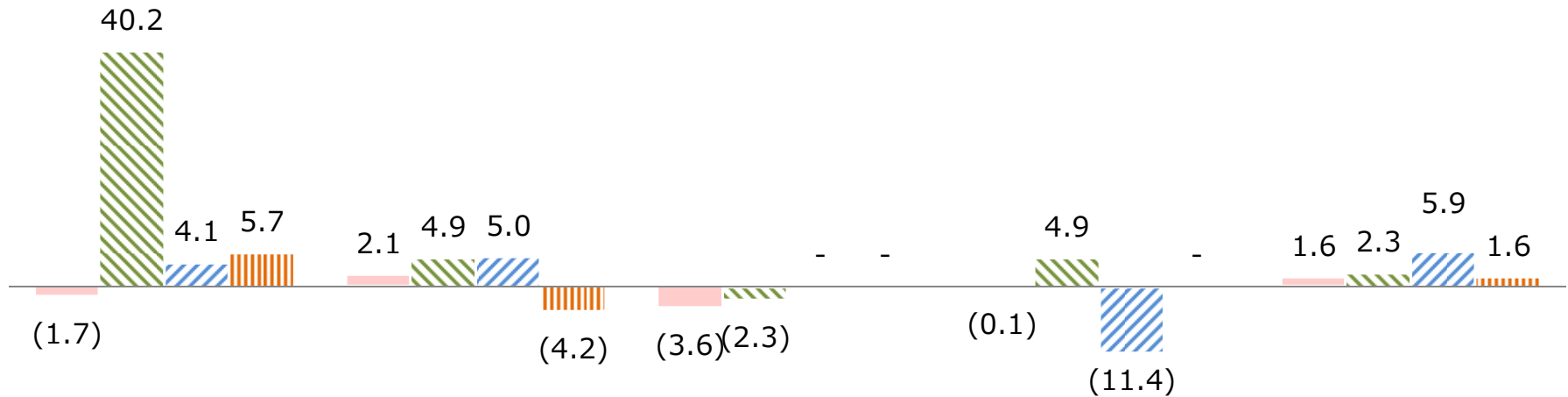
# 販売実績

2018年度 第2四半期連結累計期間 (1-6月)

売上高(億円)



対前年  
実質増減  
率(%)<sup>※2</sup>



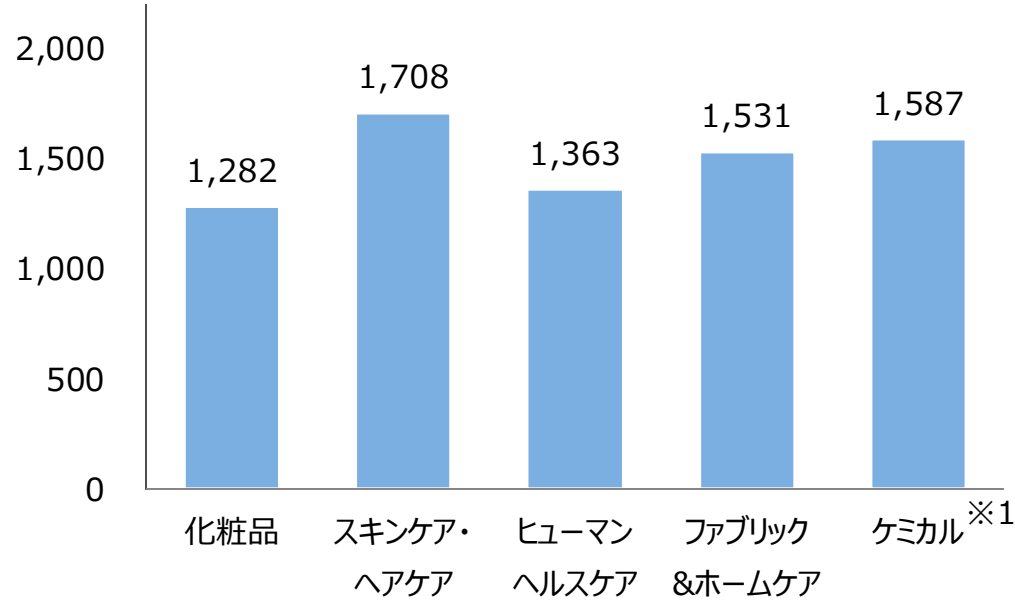
※1 ケミカル事業の売上高はセグメント間取引を含んでいます

※2 為替変動の影響を除く実質増減率

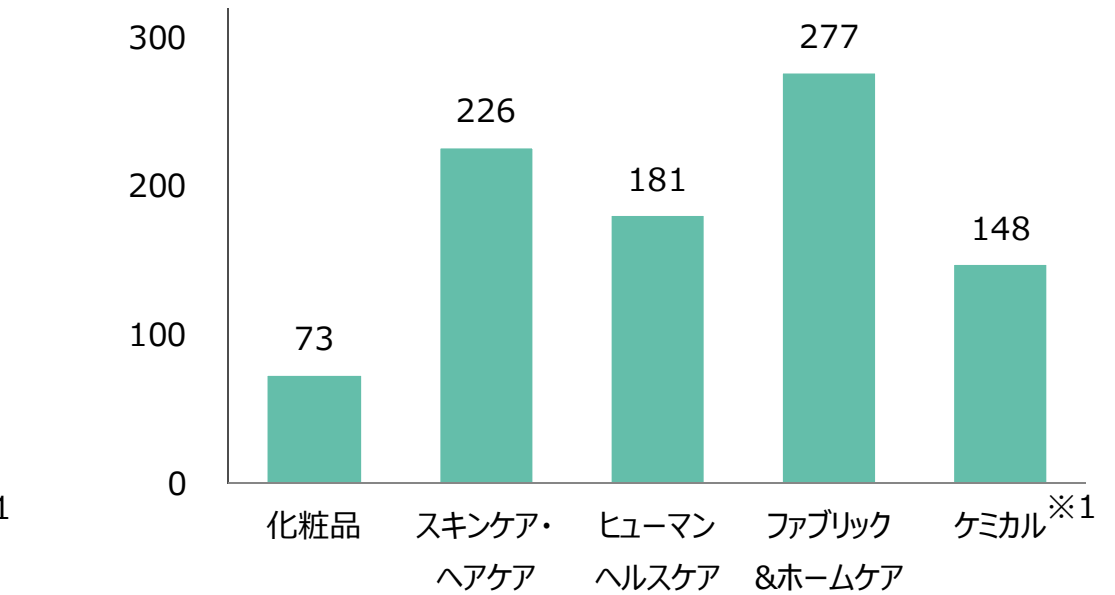
# セグメントの業績

2018年度 第2四半期連結累計期間 (1-6月)

売上高(億円)



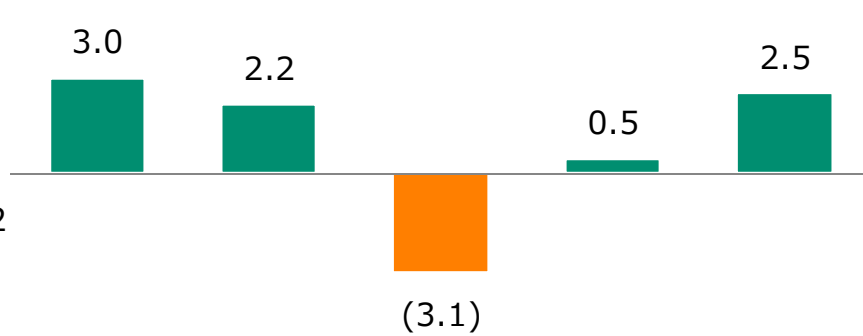
営業利益(億円)



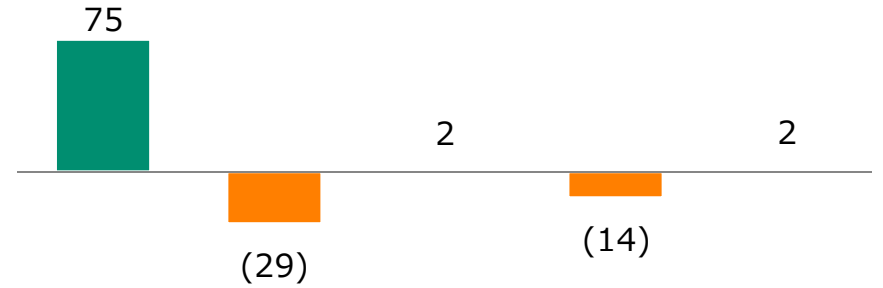
営業利益率(%)

5.7      13.3      13.3      18.1      9.3

対前年  
実質  
増減率  
(%)<sup>※2</sup>



対前年  
増減  
(億円)



※1 ケミカル事業の売上高・営業利益はセグメント間取引を含んでいます

※2 為替変動の影響を除く実質増減率



# コンシューマープロダクツ事業の状況

## 第2四半期連結累計期間 (1-6月)

【億円】	売上高				営業利益			営業利益率(%)	
	2017年度	2018年度	増減率%	実質% <sup>※1</sup>	2017年度	2018年度	増減	2017年度	2018年度
日本	4,179	4,148	(0.7)	(0.7)	584	580	(4)	14.0	14.0
アジア	954	1,020	6.9	5.6	87	159	72	9.2	15.6
米州	404	410	1.5	4.6	39	27	(12)	9.7	6.5
欧州	290	306	5.7	(1.7)	13	(9)	(22)	4.5	(2.9)
コンシューマープロダクツ事業計	5,826	5,884	1.0	0.6	724	757	33	12.4	12.9

主要国・地域の売上高伸長率 (実質)	中国:	5% <sup>※2</sup>	台湾:	(2)%	ベトナム:	7%
	インドネシア:	8%	タイ:	4%	香港:	15%

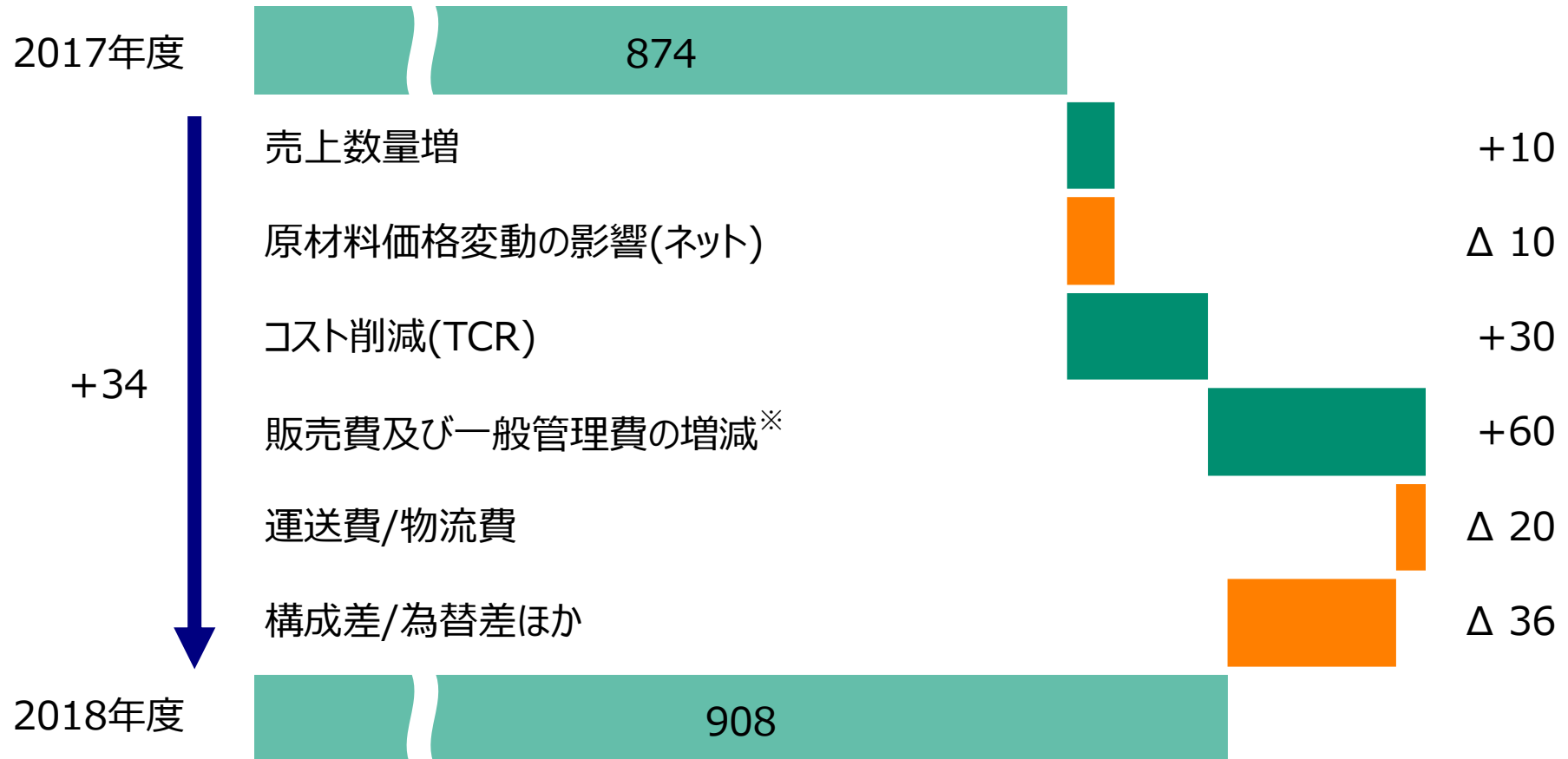
※1 為替変動の影響を除く実質増減率

※2 販売構造改革によるルート変更にとまなう2017年度第1四半期の初期配荷の影響を除く伸長率は14%

# 連結営業利益増減

【億円】

第2四半期連結累計期間 (1-6月)



+34

※ 為替変動の影響を除く実質増減

# 今後の取り組みと見通し

- 化粧品事業は、戦略ブランドへの集中投資による育成と中・高価格帯の構造改革により、2018年に営業利益率6%強、2020年に売上高3,000億円・営業利益率10%をめざす。
- 米州の「ビオレ」は新カテゴリー拡張によるポジショニング強化をはかる。ヘアケア「ジョン・フリーダ」は欧州で国別ニーズにあわせたカスタマイズによりプレミアム化をめざす。日本では、欧州で長く愛されてきたブランド「グール」から、植物美容ヘアケア「グールラボラトリー」を発売し、高付加価値提案を強化。マスカテゴリーでは「エッセンシャル」を改良予定。
- 「メリーズ」は、プレミアム維持の施策を引き続き継続。中国で急速に伸びているパンツタイプに対応することで成長をめざす。また地域・チャネルがボーダレス化している流通への対応に取り組む。「ロリエ」「めぐりズム」は日本・アジアで好調維持をめざす。
- ファブリックケア製品は、日本で衣料用洗剤の競争環境が厳しいが、市場でニーズの高い抗菌タイプを強化し、シェアの維持・拡大につとめる。
- ケミカル事業はさらなる高付加価値化により、収益性を安定させ、4期連続の最高益更新をめざす。

# 2018年12月期連結業績の見通し

- 国内トイレタリー市場伸長率 .....
  - 国内化粧品市場伸長率 .....
- } 前年を少し上回る

■ 売上高:	.....	増減率	
		+3.4%	15,400億円
	・ 為替の変動による影響	+0.2%	+26億円
	・ 対前年実質増減	+3.2%	+480億円

## 損益への影響

■ 原材料価格変動の影響	.....		
		・ グロス:	△40億円
		・ ネット:	△50億円
■ コストダウン活動 (TCR)	.....		+60億円
■ 設備投資・減価償却費+償却費	.....	・ 設備投資額:	900億円
		・ 減価償却費+償却費:	600億円

予想為替レート	米ドル = 110円	(2017年度実績[単純平均])	112.18円)
	ユーロ = 135円	(2017年度実績[単純平均])	126.68円)
	元 = 17.0円	(2017年度実績[単純平均])	16.60円)

# 2018年12月期連結業績予想

連結会計年度 (1-12月)					
【億円】	2017年度	前年比%	2018年度予想	前年比%	前年差
売上高	14,894	+2.2	15,400	+3.4	+506
			為替による影響 <sup>※</sup>	+0.2	+26
			対前年実質増減	+3.2	+480
営業利益	2,048	+10.4	2,150	+5.0	+102
営業利益率	13.7%	-	14.0%	-	-
税引前利益	2,043	+11.4	2,150	+5.2	+107
対売上比	13.7%	-	14.0%	-	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,470	+16.2	1,520	+3.4	+50
対売上比	9.9%	-	9.9%	-	-
EBITDA(営業利益+減価償却費+償却費)	2,593	+9.6	2,750	+6.1	+157
ROE	19.8%	-	18.5%	-	-
基本的1株当たり当期利益 (円)	298.30	+17.7	312.36	+4.7	+14.06
1株当たり配当金(円)	110.00	-	120.00	-	+10.00

※ 予想為替レート: 米ドル=110円 / ユーロ=135円 / 中国元=17.0円

# 2018年12月期連結売上高予想

連結会計年度 (1-12月)							
2018年度予想 【億円】	日本		連結売上高			連結売上高	
		増減率 (%)		実質 <sup>※1</sup> 増減率 (%)			実質 <sup>※1</sup> 増減率 (%)
化粧品事業	2,170	0.9	2,800	4.6	日本	9,970	1.9
スキンケア・ヘアケア事業	2,010	4.7	3,510	5.5	アジア	2,730	6.4
ヒューマンヘルスケア事業	1,850	0.3	2,860	1.5	米州	1,380	8.1
ファブリック&ホームケア事業	3,020	2.4	3,440	2.5	欧州	1,320	1.0
コンシューマープロダクツ事業	9,050	2.1	12,610	3.5			
ケミカル事業 <sup>※2</sup>			3,150	1.1			
連結売上高			15,400	3.2	連結売上高	15,400	3.2

※1 為替変動の影響を除く実質増減率

※2 ケミカル事業の売上高はセグメント間取引を含んでいます

# 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・フローを下記の通り有効活用し、さらなる成長を目指す。

- ・ 将来の成長に向けての投資（設備・M&A等）

- ・ 安定的・継続的な配当（配当性向40%目標）

- ・ 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取り組み例

## 資源循環

- つめかえ製品によるプラスチック削減  
日本において1991年からつめかえ製品を提案し、容器に使われるプラスチック量の削減を推進。
- 環境と使いやすさに配慮した「スマートホルダー & らくらくecoパック」  
に高い評価  
第57回ジャパンパッケージングコンペティション最高賞  
「経済産業大臣賞」受賞
- 新しい考え方「リサイクリエーション」を、複数の地域コミュニティへ提案  
使用済みのつめかえパックを回収、「おかえりブロック」に再生加工し、  
地域で活用することで、資源循環に価値を生み出す研究活動を実施。



つめかえやすい「つめかえらくらくecoパック」を専用容器「スマートホルダー」につけかえて使用



ブロックで女川町公認キャラクターのレリーフを作製する子どもたち

## 清潔と衛生

- 日本やアジアで清潔習慣定着のための啓発活動  
子どもたちが正しい手洗い方法を楽しく学べる手洗い講座を日本やタイ、台湾、インドネシアなどで実施。
- 災害時に備える清潔情報サイト「そなえーる」を開設  
災害時に対する普段からの備えや、被災時に役立つ知識、心がけたい清潔情報を紹介するサイトを公開。



KAO

自然と調和する ころる豊かな毎日をめざして



# 外部機関からの評価

- 世界的なESG投資指標「Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World)」 「Dow Jones Sustainability Asia Pacific Index (DJSI Asia Pacific)」に4年連続で選定

## ESG全体

- 世界的なESG投資指標「FTSE4Good」に11年連続で選定
- 世界最大級の年金基金GPIFが採用している3つのESG指数である「FTSE Blossom Japan Index」、「MSCI ジャパン ESG セレクト・リーダーズ指数」、「MSCI 日本株女性活躍指数 (WIN)」のすべてに選定

## Environmental (環境)

- 環境NPO 英CDP2017年評価 気候変動:A- / ウォーター:A- / 森林:A-

## Social (社会)

- 4年連続で「健康経営銘柄」に選定
- 女性活躍推進企業として「なでしこ銘柄」に3度目の選定
- 「第3回ACAP消費者志向活動表彰」において、「消費者志向活動章」を受章

## Governance (ガバナンス)

- 12年連続で「World's Most Ethical Companies (世界で最も倫理的な企業)」に選定
- 日本取締役協会の「コーポレートガバナンスオブザイヤー大賞」を受賞



左) 一般社団法人日本取締役協会 宮内義彦会長  
右) 花王株式会社 代表取締役 社長執行役員 澤田道隆

# ESG投資インデックスおよび外部機関からの関連評価

## 花王が組み入れられているESGインデックス

MEMBER OF  
**Dow Jones Sustainability Indices**

In Collaboration with RobecoSAM



**FTSE4Good** **FTSE Blossom Japan**

**MSCI**



2018 Constituent  
MSCI ESG  
Leaders Indexes

**MSCI**



2018 Constituent  
MSCI Japan ESG  
Select Leaders Index

**MSCI**



2018 Constituent  
MSCI Japan Empowering  
Women Index (WIN)



EXCELLENCE Global



**TOP 100 COMPANY 2017**

Thomson Reuters  
Diversity & Inclusion Index



## 外部機関からの評価



2018



**ROBECOSAM**  
Sustainability Award  
Bronze Class 2018



※ ESG投資: ESG(E: Environmental [環境] / S: Social [社会] / G: Governance [ガバナンス])の要素を考慮した投資  
SRI: Socially Responsible Investment (社会的責任投資)

# 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

### 化粧品事業

カウンセリング化粧品・  
セルフ化粧品

2018年1-6月売上高: 1,282億円  
対前年同期実質増減率※1: +3.0%  
売上高構成比: 17.6%  
売上高営業利益率: 5.7%



### スキンケア・ヘアケア事業

スキンケア製品・ヘアケア製品・  
美容サロン向け製品

2018年1-6月売上高: 1,708億円  
対前年同期実質増減率※1: +2.2%  
売上高構成比: 23.4%  
売上高営業利益率: 13.3%



### ヒューマンヘルスケア事業

飲料・サニタリー製品・  
オーラルケア製品・入浴剤・温熱シート

2018年1-6月売上高: 1,363億円  
対前年同期実質増減率※1: (3.1)%  
売上高構成比: 18.7%  
売上高営業利益率: 13.3%



### ファブリック&ホームケア事業

衣料用洗剤・洗濯仕上げ剤・  
キッチン/バス/トイレ/リビングケア製品

2018年1-6月売上高: 1,531億円  
対前年同期実質増減率※1: +0.5%  
売上高構成比: 21.0%  
売上高営業利益率: 18.1%



### ケミカル事業

2018年1-6月売上高: 1,587億円※2  
対前年同期実質増減率※1: +2.5%  
売上高構成比※3: 19.3%  
売上高営業利益率: 9.3%

油脂製品・機能材料製品・  
スペシャルティケミカルズ製品

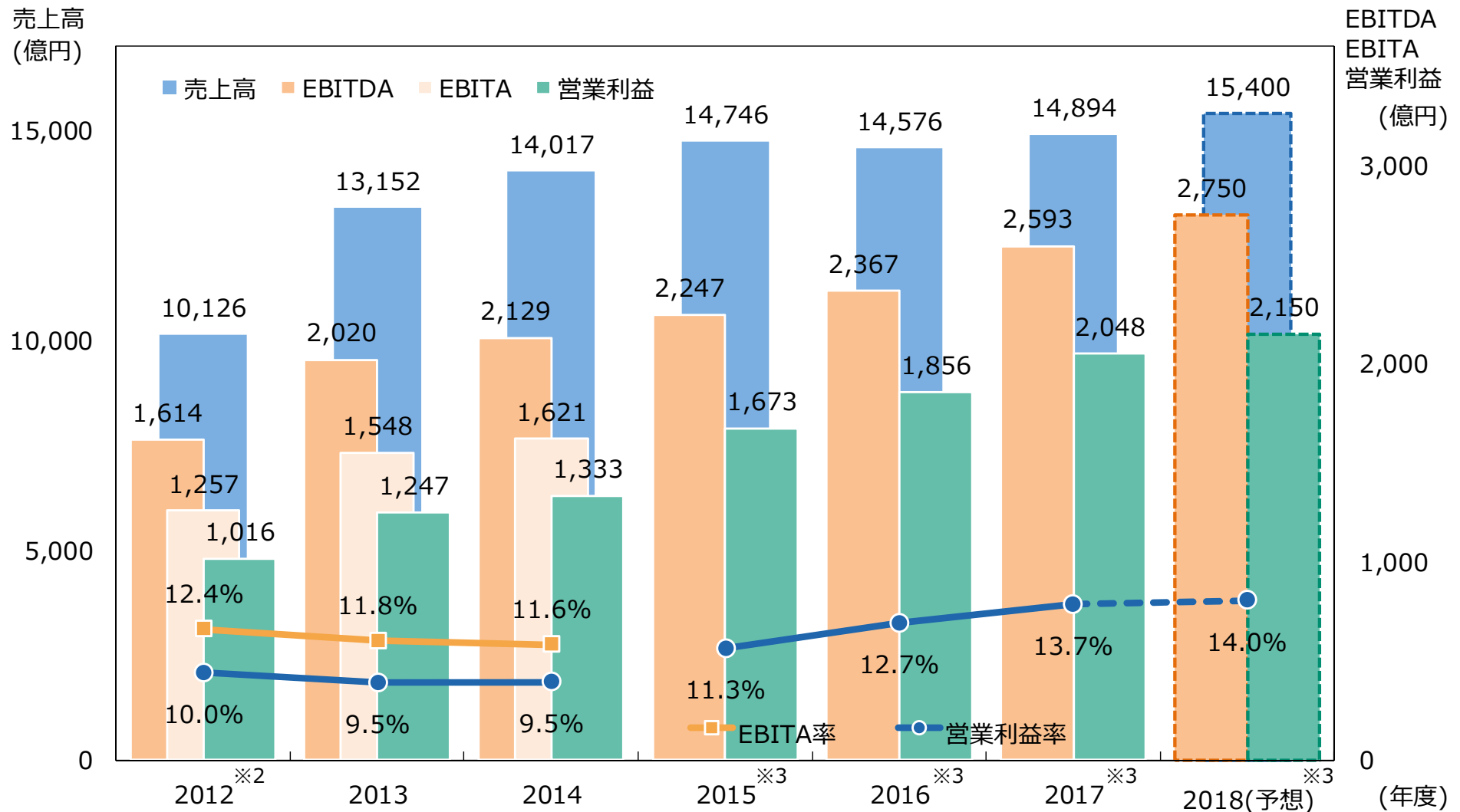


※1 為替変動の影響を除く実質増減率

※2 ケミカル事業の売上高はセグメント間取引を含んでいます

※3 売上高構成比は外部顧客に対する売上高で算出

# 連結売上高/EBITDA/EBITA※1/営業利益



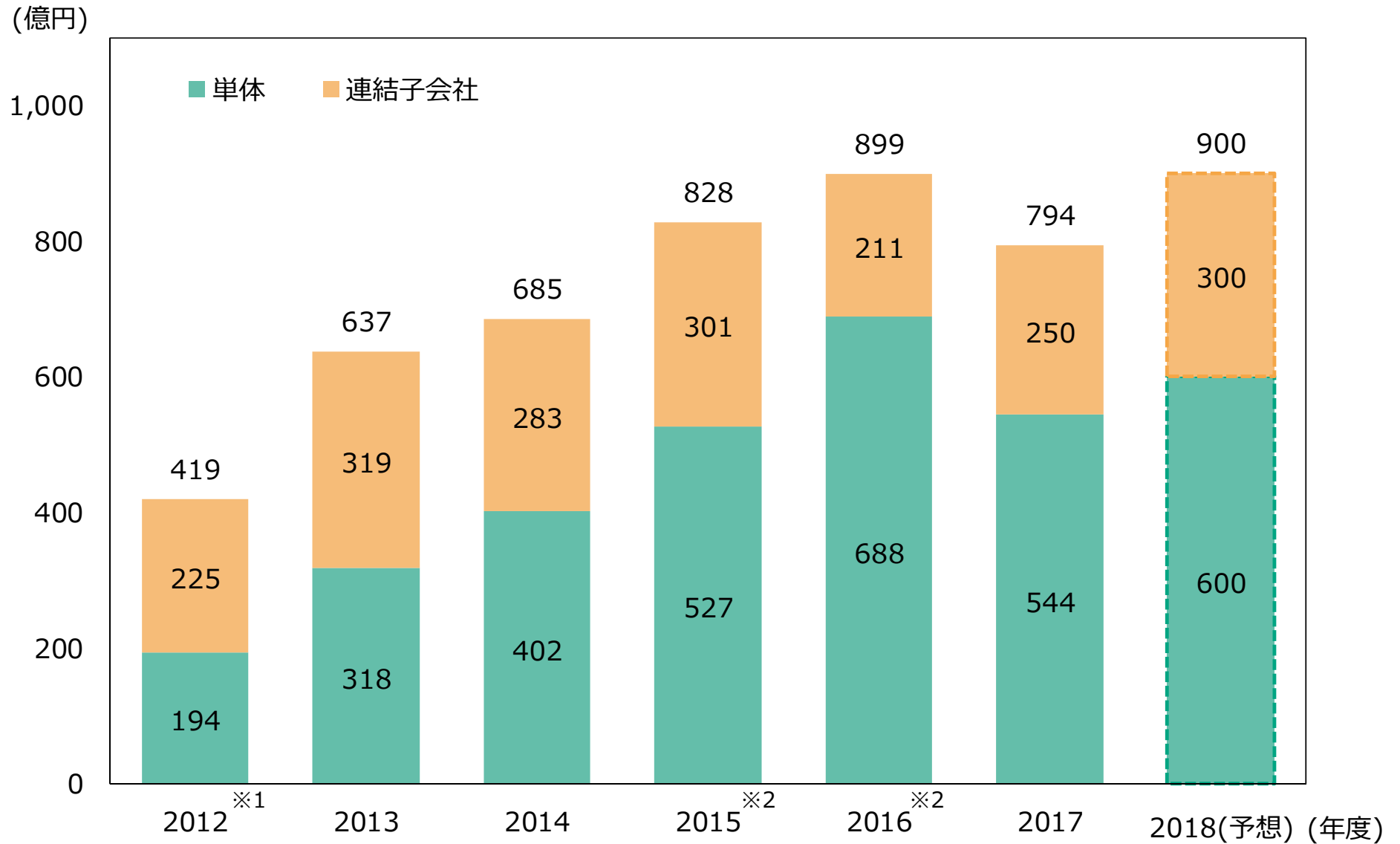
※1 M&Aに関連するのれんおよび知的財産権償却前利益

※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。



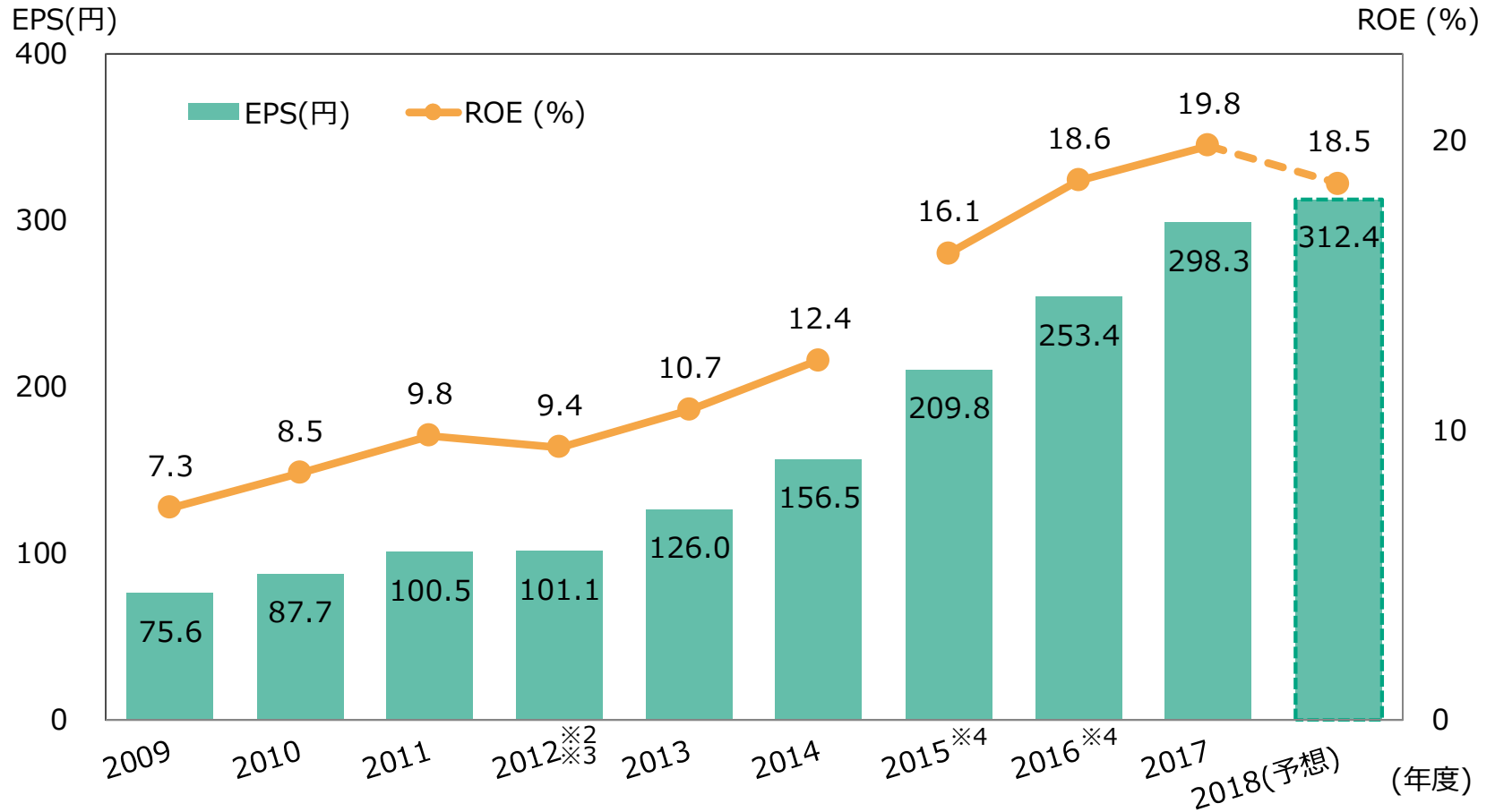
# 資本的支出の推移



※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)	536.0	533.0	521.9	521.8	513.9	508.7	501.4	499.4	492.8	486.6
当期純利益[日本基準] (億円) / 親会社の所有者に帰属する当期利益[IFRS] (億円)	405.1	467.4	524.3	527.7	647.6	795.9	1,052.0	1,265.5	1,470.1	1,520.0

※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]

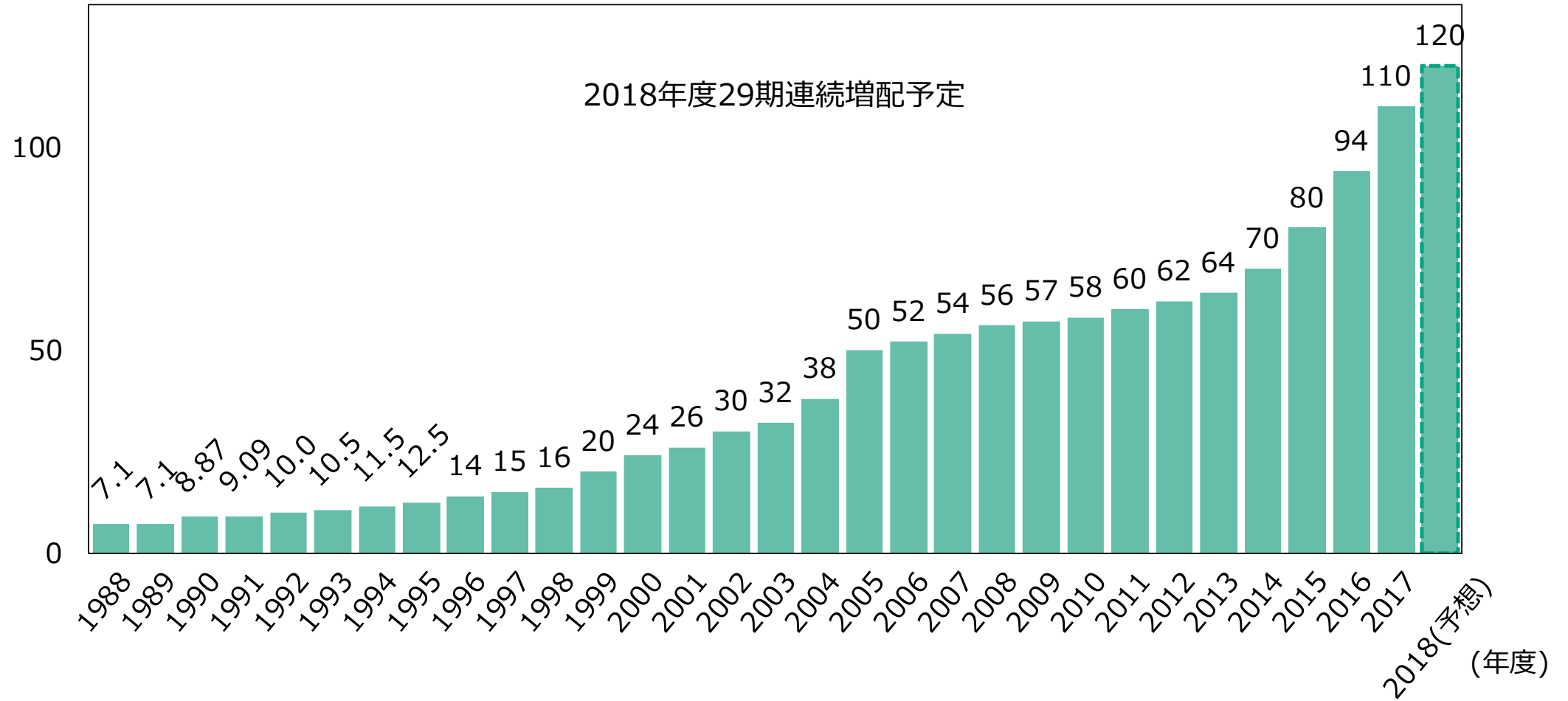
※2 2012年度より決算期変更 (詳細はスライド2参照)

※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年度はIFRSに基づき算定。

# 1株当たり配当金の推移

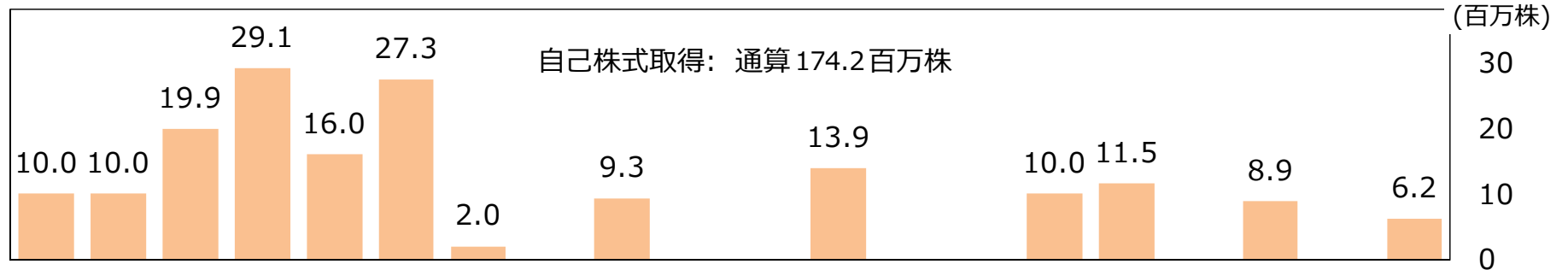
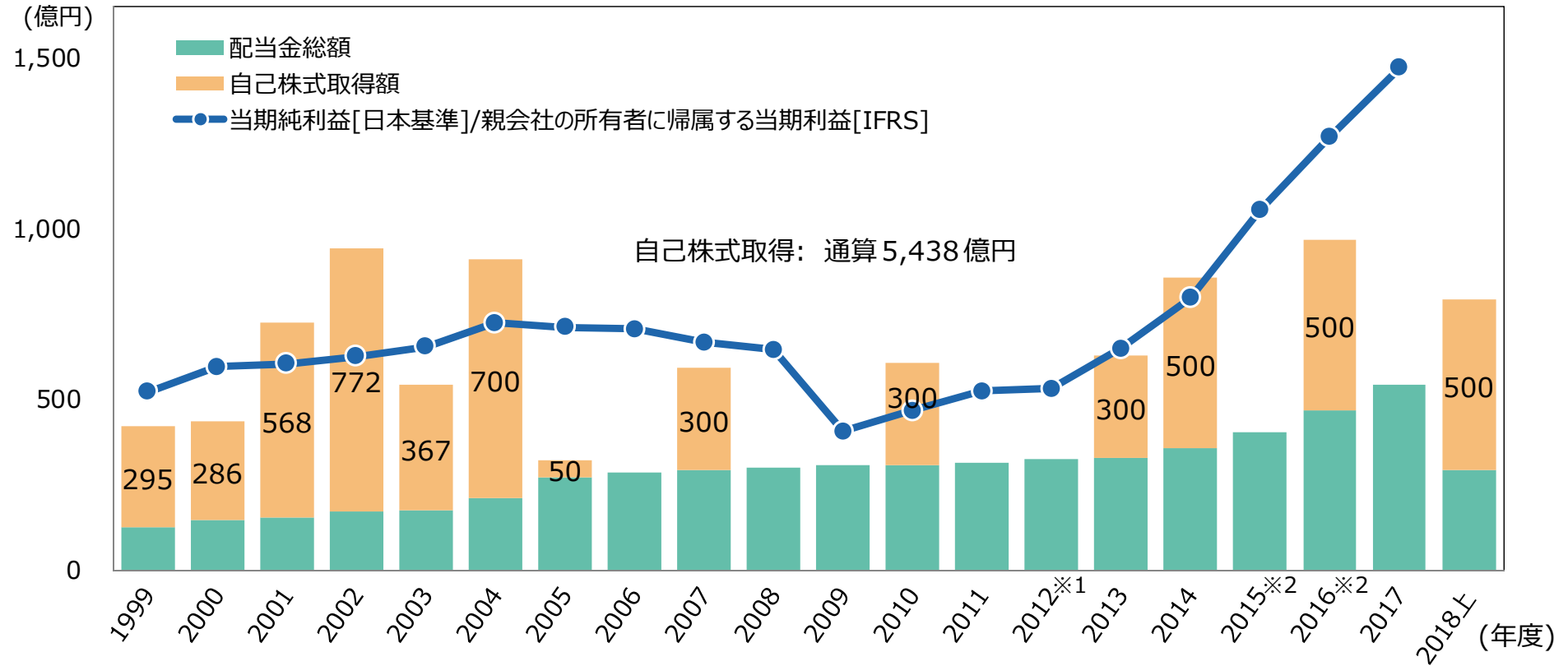
1株当たり配当金（円）



※ 株式分割の影響を補正しています



# 株主還元



※1 2012年度より決算期変更。2012年度の実績は1月1日から12月31日までの期間に調整。(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。

# KaO

自然と調和する 心豊かな毎日をめざして