



2018年12月期 決算短信〔IFRS〕（連結）

2019年2月4日

上場取引所 東

上場会社名 花王株式会社
 コード番号 4452 URL www.kao.com/jp/
 代表者 (役職名) 代表取締役 社長執行役員 (氏名) 澤田 道隆
 問合せ先責任者 (役職名) 会計財務部門 管理部長 (氏名) 牧野 秀生 TEL 03-3660-7111
 定時株主総会開催予定日 2019年3月26日 配当支払開始予定日 2019年3月27日
 有価証券報告書提出予定日 2019年3月26日
 決算補足説明資料作成の有無：有
 決算説明会開催の有無：有（証券アナリスト、機関投資家向け）

（百万円未満四捨五入）

1. 2018年12月期の連結業績（2018年1月1日～2018年12月31日）

（1）連結経営成績

（%表示は対前期増減率）

	売上高		営業利益		税引前利益		当期利益		親会社の所有者に帰属する当期利益		当期包括利益合計額	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2018年12月期	1,508,007	1.2	207,703	1.4	207,251	1.4	155,331	4.5	153,698	4.5	123,247	△31.5
2017年12月期	1,489,421	2.2	204,791	10.4	204,290	11.4	148,607	16.2	147,010	16.2	179,890	91.1

	基本的1株当たり当期利益	希薄化後1株当たり当期利益	親会社所有者帰属持分当期利益率	資産合計税引前利益率	売上高営業利益率
	円 銭	円 銭	%	%	%
2018年12月期	314.25	314.12	18.9	14.4	13.8
2017年12月期	298.30	298.09	19.8	14.8	13.7

（参考）持分法による投資損益 2018年12月期 2,082百万円 2017年12月期 2,007百万円

（2）連結財政状態

	資産合計	資本合計	親会社の所有者に帰属する持分	親会社所有者帰属持分比率	1株当たり親会社所有者帰属持分
	百万円	百万円	百万円	%	円 銭
2018年12月期	1,460,986	835,509	822,360	56.3	1,689.82
2017年12月期	1,427,375	819,364	806,381	56.5	1,636.41

（3）連結キャッシュ・フローの状況

	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	財務活動によるキャッシュ・フロー	現金及び現金同等物期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2018年12月期	195,610	△157,895	△108,579	265,978
2017年12月期	185,845	△96,146	△53,244	343,076

2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額（合計）	配当性向（連結）	親会社所有者帰属持分配当率（連結）
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計			
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	百万円	%	%
2017年12月期	-	54.00	-	56.00	110.00	54,293	36.9	7.3
2018年12月期	-	60.00	-	60.00	120.00	58,493	38.2	7.2
2019年12月期（予想）	-	65.00	-	65.00	130.00		39.1	

3. 2019年12月期の連結業績予想（2019年1月1日～2019年12月31日）

（%表示は、対前期増減率）

	売上高		営業利益		税引前利益		親会社の所有者に帰属する当期利益		基本的1株当たり当期利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	1,580,000	4.8	225,000	8.3	225,000	8.6	162,000	5.4	332.88

※ 注記事項

- (1) 期中における重要な子会社の異動（連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動）：有
新規 1社（社名）－、除外 1社（社名）花王カスタマーマーケティング(株)

(注) 詳細は、決算短信【添付資料】22ページの「4. 連結財務諸表及び主な注記（7）期中における重要な子会社の異動」をご参照ください。

- (2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更

- ① IFRSにより要求される会計方針の変更：無
② ①以外の会計方針の変更：無
③ 会計上の見積りの変更：無

- (3) 発行済株式数（普通株式）

- ① 期末発行済株式数（自己株式を含む）
② 期末自己株式数
③ 期中平均株式数

2018年12月期	；	488,700,000 株	2017年12月期	；	495,000,000 株
2018年12月期	；	2,043,272 株	2017年12月期	；	2,225,561 株
2018年12月期	；	489,089,471 株	2017年12月期	；	492,832,099 株

※ 決算短信は公認会計士又は監査法人の監査の対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

(将来に関する記述等についてのご注意)

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。

業績予想の前提となる仮定及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等については、添付資料2ページから9ページの「1. 経営成績・財政状態に関する概要」をご参照ください。

○添付資料の目次

1. 経営成績・財政状態に関する概要	2
(1) 経営成績に関する概要	2
(2) 財政状態に関する概要	8
(3) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当	9
2. 経営方針	10
(1) 会社の経営の基本方針	10
(2) 目標とする経営指標	10
(3) 中長期的な会社の経営戦略	10
(4) 会社の対処すべき課題	11
3. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	11
4. 連結財務諸表及び主な注記	12
(1) 連結財政状態計算書	12
(2) 連結損益計算書	14
(3) 連結包括利益計算書	15
(4) 連結持分変動計算書	16
(5) 連結キャッシュ・フロー計算書	18
(6) 連結財務諸表に関する注記事項	19
(7) 期中における重要な子会社の異動	22
(8) 継続企業の前提に関する注記	22

1. 経営成績・財政状態に関する概要

(1) 経営成績に関する概要

(当期の経営成績)

注：以下、() 付きの数字はマイナス表示であり、「実質」とは為替変動の影響を除く増減率を表示しています。

	売上高 (億円)	営業利益 (億円)	営業利益率 (%)	税引前利益 (億円)	当期利益 (億円)	親会社の 所有者に帰属する 当期利益 (億円)	基本的 1株当たり 当期利益 (円)
2018年12月期	15,080	2,077	13.8	2,073	1,553	1,537	314.25
2017年12月期	14,894	2,048	13.7	2,043	1,486	1,470	298.30
増減率	1.2% 実質1.3%	1.4%	-	1.4%	4.5%	4.5%	5.3%

1) 当期における業績全般の動向

世界景気は、貿易問題の動向、中国を始めアジア新興国等の経済の先行き、また欧米での政策に関する不確実性の影響等により不透明な状況にあります。

当社グループの主要市場である日本のトイレタリー（化粧品を除くコンシューマープロダクツ）及び化粧品市場は、小売店の販売実績や消費者購入調査データによると、2018年1月から12月において、金額では堅調に推移しました。いずれのカテゴリーも、Eコマースチャネルの構成がさらに高まり、トイレタリー商品の平均単価は、前期に対して1ポイント上昇しました。

このような中、当期は、2017年から2020年までの4か年にわたる花王グループ中期経営計画「K20」の2年目を終了しました。AI、IoT等の技術革新とともに流通構造や購買行動等がグローバルで、スピーディーに変化し、消費者の価値観も多様化しています。当社グループは、将来に向けて積極的に投資を行い、これらの変化に対応した新製品・改良品の発売やマーケティング、販売活動の強化等に取り組みました。その結果、連結業績は、9期連続の営業利益及び当期利益の増益、6期連続の営業最高益を達成することができました。親会社の所有者に帰属する当期利益を除き、連結業績予想に到達しませんでした。今後も「K20」達成に向けて全社を挙げて取り組んでいきます。

売上高は、前期に対して1.2%増の1兆5,080億円（実質1.3%増）となりました。コンシューマープロダクツ事業では、日本において、新製品・改良品の発売及び販売促進活動のさらなる強化等に取り組みましたが、売り上げはわずかに減少しました。海外では、売り上げは前期を上回りました。ケミカル事業では、天然油脂価格の下落に伴う販売価格改定等が影響しましたが、高付加価値化を進め、前期を上回りました。

利益面では、減価償却費等が増加しましたが、マーケティング費用の効率化やアジアのコンシューマープロダクツ事業の増収効果等により、**営業利益**は2,077億円（対前期29億円増）、**営業利益率**は13.8%となり、**税引前利益**は2,073億円（対前期30億円増）となりました。**当期利益**は、1,553億円（対前期67億円増）となりました。

基本的1株当たり当期利益は314.25円となり、前期の298.30円より15.95円増加（前期比5.3%増）しました。

当社グループが経営指標としているEVA（経済的付加価値）は、NOPAT（税引後営業利益）が増加し、前期を31億円上回り935億円となりました。

なお、2018年4月27日開催の取締役会において、資本効率の向上と株主への一層の利益還元のため、自己株式の取得を決議し、総額500億円の自己株式を取得しました。また、9月14日に自己株式の消却630万株を実施しました。

当期の海外連結子会社等の財務諸表項目（収益及び費用）の主な為替の換算レートは、次のとおりです。

	第1四半期 (1-3月)	第2四半期 (4-6月)	第3四半期 (7-9月)	第4四半期 (10-12月)
米ドル	108.44円[113.71円]	109.08円[111.13円]	111.44円[110.97円]	112.82円[112.92円]
ユーロ	133.23円[121.13円]	130.09円[122.28円]	129.62円[130.35円]	128.76円[132.95円]
中国元	17.04円[16.50円]	17.11円[16.19円]	16.39円[16.63円]	16.31円[17.07円]

注：[]内は前期の換算レート

2) 当期のセグメント別の動向

〔セグメント別の概況〕

当期より以下の変更を行っています（参照P.19 (6) 連結財務諸表に関する注記事項 1.セグメント情報）。

- 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。
- 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、前期の売上高及び営業利益を組み替えて表示しています。
- 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、前期の営業利益を組み替えて表示しています。

セグメントの業績

	売上高				営業利益				増減 (億円)
	通期		増減率		通期				
	2017年 12月期 (億円)	2018年 12月期 (億円)	(%)	実質 (%)	2017年 12月期		2018年 12月期		
					(億円)	利益率 (%)	(億円)	利益率 (%)	
化粧品事業	2,662	2,796	5.0	5.0	130	4.9	277	9.9	147
スキンケア・ヘアケア事業	3,329	3,414	2.6	2.7	493	14.8	488	14.3	(5)
ヒューマンヘルスケア事業	2,812	2,677	(4.8)	(4.4)	345	12.3	279	10.4	(65)
ファブリック&ホームケア事業	3,357	3,441	2.5	2.6	762	22.7	712	20.7	(50)
コンシューマープロダクツ事業	12,160	12,329	1.4	1.6	1,730	14.2	1,757	14.3	27
ケミカル事業	3,103	3,128	0.8	0.5	303	9.8	306	9.8	3
小計	15,263	15,457	1.3	1.3	2,033	-	2,063	-	30
セグメント間消去又は調整	(369)	(377)	-	-	15	-	14	-	(1)
合計	14,894	15,080	1.2	1.3	2,048	13.7	2,077	13.8	29

販売実績

(億円、増減率%)

通期		日本	アジア	米州	欧州	合計
化粧品事業	2017年	2,150	254	63	195	2,662
	2018年	2,177	347	64	208	2,796
	増減率	1.3	36.7	1.9	6.6	5.0
	実質	1.3	36.6	3.5	5.5	5.0
スキンケア・ヘアケア事業	2017年	1,919	279	689	442	3,329
	2018年	1,958	285	728	443	3,414
	増減率	2.1	2.0	5.7	0.2	2.6
	実質	2.1	3.4	7.8	(2.6)	2.7
ヒューマンヘルスケア事業	2017年	1,845	967	0	-	2,812
	2018年	1,716	960	1	-	2,677
	増減率	(7.0)	(0.8)	109.9	-	(4.8)
	実質	(7.0)	0.5	118.9	-	(4.4)
ファブリック&ホームケア事業	2017年	2,948	388	21	-	3,357
	2018年	2,987	396	57	1	3,441
	増減率	1.3	2.0	174.4	-	2.5
	実質	1.3	2.7	179.6	-	2.6
コンシューマープロダクツ事業	2017年	8,862	1,888	773	638	12,160
	2018年	8,839	1,987	850	652	12,329
	増減率	(0.3)	5.3	10.0	2.3	1.4
	実質	(0.3)	6.3	12.1	0.1	1.6
ケミカル事業	2017年	1,239	696	526	642	3,103
	2018年	1,266	675	518	669	3,128
	増減率	2.2	(3.0)	(1.5)	4.3	0.8
	実質	2.2	(3.3)	0.7	1.1	0.5
セグメント間売上高の消去	2017年	(318)	(34)	(1)	(16)	(369)
	2018年	(329)	(31)	(1)	(16)	(377)
売上高	2017年	9,782	2,550	1,298	1,264	14,894
	2018年	9,776	2,631	1,368	1,305	15,080
	増減率	(0.1)	3.2	5.4	3.3	1.2
	実質	(0.1)	3.8	7.5	0.6	1.3

注：コンシューマープロダクツ事業は、外部顧客への売上高を記載しており、ケミカル事業では、コンシューマープロダクツ事業に対する売上高を含めています。地域別の売上高は、販売元の所在地に基づき分類しています。

売上高に占める海外に所在する顧客への売上高の割合は、前期の37.0%から37.7%となりました。

コンシューマープロダクツ事業

売上高は、前期に対して1.4%増の1兆2,329億円(実質1.6%増)となりました。

消費者の価値観の多様化に対応した新製品・改良品の発売や購買行動の変化に合わせたEコマースの強化等、より効果的なマーケティング・販売活動に取り組みました。

日本の売上高は、前期に対してわずかに減少し、0.3%減の8,839億円となりました。

アジアでは、順調に伸長し、売上高は5.3%増の1,987億円(実質6.3%増)となりました。

米州の売上高は、10.0%増の850億円(実質12.1%増)となり、欧州の売上高は、2.3%増の652億円(実質0.1%増)となりました。

営業利益は、1,757億円(対前期27億円増)となりました。

当社は、【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】を総称して、コンシューマープロダクツ事業としています。

【化粧品事業】

売上高は、前期に対し5.0%増の2,796億円(実質5.0%増)となりました。

2018年5月に新たな成長戦略を発表し、ブランドポートフォリオの最適化やマーケティングの強化等に取り組み、一定の成果を上げることが出来ました。重点戦略ブランドを決め、選択と集中を進めるとともに、消費者の購買行動の変化に対応して、デジタルマーケティングの強化を図りました。

デパートチャンネルで展開しているカウンセリング化粧品の「SUQUU」や「RMK」、セルフ化粧品では、低刺激で和漢植物エキスを配合した「フリープラス」、乾燥性敏感肌ケア「キュレル」の売り上げは、好調に推移しました。また、2018年9月に改良した土台美容液「ソフィーナiP」は、多くの消費者に受け入れられ、順調に売り上げを伸ばしました。好調なアジアでは、中国を中心に売り上げは大きく伸長しました。今後も着実に構造改革を進めながら、新成長戦略を実行し、化粧品事業をさらに発展させていきます。

営業利益は、好調なブランドやアジア事業の増収効果等により、277億円(対前期147億円増)と大きく改善しました。

【スキンケア・ヘアケア事業】

売上高は、前期に対し2.6%増の3,414億円(実質2.7%増)となりました。

スキンケア製品では、「ビオレ」が日本、アジアで順調に売り上げを伸ばしましたが、米州では、競合品の激しい攻勢を受けました。ハンド&ボディローションの「ジャーゲンス」は米州で順調に推移しました。

ヘアケア製品では、日本で、革新的な次世代型の白髪ケア「リライズ」ブランドを立ち上げ、好調に推移しましたが、シャンプー・リンスは、拡大するプレミアム市場への対応が遅れたことや、マス市場の縮小が影響し、売り上げは前期を下回りました。欧州ではヘアケアブランド「ジョン・フリーダ」が厳しい市場競争の影響を受けました。

また、2018年1月にスーパープレミアム価格帯のヘアサロン向けブランド「Oribe(オリベ)」を所有するOribe Hair Care, LLC(米国)が連結子会社になり好調に推移しました。

営業利益は、日本やアジアのスキンケア製品の増収効果がありましたが、欧米の構造改革費用を計上したこと等により、488億円(対前期5億円減)となりました。

【ヒューマンヘルスケア事業】

売上高は、前期に対して4.8%減の2,677億円(実質4.4%減)となりました。

ベビー用紙おむつ「メリーズ」は、日本では製品の改良を行い、サンプリング等の販売促進活動を強化して、消費者からの支持は拡大しましたが、2019年1月から中国で施行の新電子商取引法の影響等で、中国での転売を目的とした需要が大きく減少し、売り上げは前期を下回りました。また中国では、価格競争の激化や現地メーカーの攻勢等により、売り上げは前期に比べて減少しました。一方、インドネシアでは、中間所得層向けの現地生産品が好調に推移し、また、ロシアやその周辺国でも、消費者に広く受け入れられ、シェアを伸ばしました。

生理用品「ロリエ」は、日本、中国等で高付加価値品が好調に推移し、大人用紙おむつは、日本で下着らしさにこだわった超薄型紙パンツの「リリーフ まるで下着」が、順調に売り上げを伸ばしました。

パーソナルヘルス製品の売り上げは、順調に推移しました。オーラルケアや入浴剤では、高機能品が順調に推移しました。蒸気の温熱シート「めぐりズム」は、改良品の発売やデジタルマーケティングを強化したこと等でロイヤルユーザーが拡大し、売り上げが伸長しました。

フード&ビバレッジ製品では、事業構造改革を進め、収益構造が改善しました。

営業利益は、ベビー用紙おむつの売り上げ減少や原材料価格の上昇、減価償却費の増加等により、279億円(対前期65億円減)となりました。

【ファブリック&ホームケア事業】

売上高は、前期に対して2.5%増の3,441億円（実質2.6%増）となりました。

ファブリックケア製品は、日本で厳しい競争環境の中、売り上げは、堅調に推移しました。衣料用洗剤「アタック」は、「洗たく水を抗菌水に変える」という価値伝達の強化を図り、柔軟仕上げ剤では、高付加価値商品の市場拡大が続く中、「フレア フレグランス」を改良しシェアを伸ばしました。

ホームケア製品は、売り上げは、堅調に推移しました。日本では、泡スプレータイプの食器用洗剤「キュキュット」を改良して新たな使用者を開拓し、順調に推移しました。

アジアでは、タイ等で高付加価値品の投入と店頭展開の強化を進め、売り上げは堅調に推移しました。また、海外での業務品事業を強化する目的で、2018年8月にWashing Systems, LLC（米国）の買収を完了し、連結子会社になりました。

営業利益は、厳しい競争環境の中、石化原料等の価格上昇の影響等により、712億円（対前期50億円減）となりました。

ケミカル事業

売上高は、前期に対して0.8%増の3,128億円（実質0.5%増）となりました。

油脂製品では、海外での需要は堅調でしたが、天然油脂価格の下落に伴う販売価格調整の影響により、売り上げは減少しました。機能材料製品では、インフラ関連分野での拡販の貢献もあり、売り上げを伸ばしました。スペシャルティケミカルズ製品では、トナー・トナーバインダーは顧客の需要減の影響を受けたものの、ハードディスク関連製品は順調に推移しました。

営業利益は、海外での油脂製品の伸長と高付加価値化により、最高益を更新し306億円（対前期3億円増）となりました。

(次期の見通し)

	売上高 (億円)	営業利益 (億円)	営業利益率 (%)	税引前利益 (億円)	親会社の 所有者に帰属する 当期利益 (億円)	基本的 1株当たり 当期利益 (円)
2019年12月期 (予想)	15,800	2,250	14.2	2,250	1,620	332.88
2018年12月期 (実績)	15,080	2,077	13.8	2,073	1,537	314.25
増減率	4.8% 実質※ 5.8%	8.3%	-	8.6%	5.4%	5.9%

※「実質」は、為替変動の影響を除く。以下、同様に記載。

1) 次期における業績全般の見通し

2019年度は、花王グループ中期経営計画「K20」の目標達成のための勝負の年と位置付けています。「K20」のスタートから2年間で見えてきた課題にしっかりと取り組み、得られた成果や蓄積してきた技術、知見を最大限に活かしていきます。そのためには、企業理念である「花王ウェイ」の基本となる価値観にある「正道を歩む」を貫きながら、「K20」に掲げるスローガン「自ら変わり、そして変化を先導する企業へ」を高い次元で実践していかなければなりません。

コンシューマープロダクツ事業では、デジタルマーケティングを駆使して価値伝達の方法の転換を図りながら、これまで以上に新製品・改良品を投入していきます。2019年10月に実施される日本での消費増税の対応をしっかりと行うとともに、化粧品事業改革のさらなる進展、ベビー用紙おむつ及び欧米コンシューマープロダクツ事業の再活性化等を中心に、事業活動を進めていきます。

ケミカル事業では、原料価格の変動に左右されない高付加価値製品の開発や、環境負荷の低減に対応したエコケミカル製品の強化に取り組んでいきます。

売上高は1兆5,800億円(増減率4.8%増/実質増減率5.8%増)を予想しています。販売数量は、多様な嗜好や価値観に対応した新製品・改良品を積極的に投入すること等によって市場の活性化を図り、増加すると見込んでいます。

原材料価格は、天然油脂や石化原料の価格は比較的安定した水準で推移し、紙パルプ等の市況が上昇すると予想しており、グループ全体では前期に比べ値上がりを見込んでいます。当社グループの持続的成長を支えるTCR (Total Cost Reduction) 活動やマーケティング、販売活動の革新等にも継続して取り組んでいきます。

これらを前提として、営業利益は2,250億円(増減率8.3%増)、営業利益率は14.2%、税引前利益は2,250億円(増減率8.6%増)、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,620億円(増減率5.4%増)を予想しています。

EVA(経済的付加価値)は、NOPAT(税引後営業利益)の増加とともに、資産の最大活用による投下資本のさらなる効率的な運用を目指し、増加させていきます。

2) 次期におけるセグメント別の見通し

コンシューマープロダクツ事業は、日本では、トイレットリー及び化粧品市場(インバウンド含む)は、金額ベースで若干の伸長を予想しています。海外市場は、アジアでは中国、インドネシアを中心に成長が続き、欧米では緩やかな成長を見込んでいます。販売チャネルではEコマースが、引き続きグローバルに伸長すると見込んでいます。

化粧品事業は、2018年5月に発表した新たな成長戦略をさらに進展させ、G11やR8の重点戦略ブランドをより強化していきます。独自の技術を活かした商品の高付加価値化に取り組む一方で、重点ブランドを明確にして一つ一つのブランドを磨き上げ、伸長しているEコマースやトラベルリテールチャネルを強化して、戦略的なブランドポートフォリオを構築していきます。また好調な中国を中心にアジアの一層の強化を図りながら、同時に日本の構造改革をさらに進めていきます。

以上により、当事業の売上高は、2,900億円(実質増減率4.5%増)を見込んでいます。

スキンケア・ヘアケア事業は、消費者の価値観や生活習慣の変化を見極めながら、商品の高付加価値化を進め、当社グループならではの独自性と魅力のある提案によって、市場の活性化を図ります。そして、細分化していく市場への対応や新しいエリアやカテゴリーに積極的にチャレンジしていきます。スキンケア製品では、マイクロレベルの間隙まで塗りムラを防ぐ世界初の処方※を採用したUVケア商品を「ビオレ」から発売します。欧米の事業では、「モノづくり」の体制を強化するため組織を再編し、事業の立て直しを図ります。また消費者の購買行動の変化に合わせたマーケティング活動や売り方の改革等も推進していきます。

以上により、当事業の売上高は、3,570億円(実質増減率5.7%増)を見込んでいます。

※ 独自製法により、ベヘン酸グリセリル、ジステアリン酸ソルピタンを含む両親媒性成分(水にも油にもなじむ性質)からなる「UV防御剤内包カプセル」を配合した日やけ止め処方(先行技術調査及びMintel Japan社データベース内2018年7月当社調べ)

ヒューマンヘルスケア事業は、心と体の両面からのヘルスケアに着目した商品開発を推進していきます。サニタリー製品では、肌へのやさしさ・快適さと安心感を高める商品づくりを目指していきます。ベビー用紙おむつの「メリーゾ」では、2018年に成長が鈍化した中国で、伸びているEコマースチャネルでの戦略的取り組みを一層強化する等、再活性化させていきます。また生理用品では、商品の高付加価値化を進め、事業を拡大していきます。パーソナルヘルス製品では、毎日続けられる健康生活習慣となる商品を通じて当社グループ独自の新しい提案を継続し、より一層のブランド価値の向上に努めていきます。フード&ビバレッジ製品では、「ヘルシア」独自の訴求を強化し、事業構造改革を進めるとともに、新しい分野への道筋をつけていきます。

以上により、当事業の売上高は、2,860億円（実質増減率7.8%増）を見込んでいます。

ファブリック&ホームケア事業は、変化する消費者の生活スタイルを的確に捉え、さまざまな生活シーンで清潔、快適、楽しさを提供する、より付加価値の高い商品を開発し、ブランド力の強化とともに豊かな生活文化の創造を提案していきます。日本では、ファブリックケア製品で、2018年11月の技術イノベーション説明会で公表した技術の製品化の第一弾として、洗たくの概念を変える革新的な技術を搭載した洗たく用洗剤「アタック ZERO（ゼロ）」を発売します。ホームケア製品では、生活スタイルや家事意識、家族像の大きな変化を捉え、家事の負担を圧倒的に解消するような高付加価値商品の提案等を行っていきます。また販売店と協働して、衣料用濃縮液体洗剤や柔軟仕上げ剤、住居用洗剤等の詰替え品で、商品のライフサイクル全体での環境負荷低減を目指した啓発活動に取り組む等、当社グループの環境宣言のスローガンである「いっしょにeco」を引き続き推進していきます。

以上により、当事業の売上高は、3,710億円（実質増減率8.0%増）を見込んでいます。

ケミカル事業は、幅広い産業界の多様なニーズに対応した、高付加価値で特長あるケミカル製品の供給をグローバルに推進していきます。油脂製品では、アジアを中心に天然油脂原料をベースにした油脂アルコール・油脂アミン及びより付加価値の高い誘導体の比率をより高めていきます。また、機能材料製品では、海外での伸長や日本でのインフラ需要の増加等、ソリューションビジネスを拡大していきます。スペシャルティケミカルズ製品では、情報材料関連製品の販売の拡大を図るとともに、顧客の動向を見据えた製品対応に取り組めます。さらに、世界的な地球環境に対する関心の高まりを受け、環境負荷低減に貢献する独創的な技術による新製品、新素材の開発を強化していくとともに、成長が見込まれる新興国市場の開拓を進めて、売り上げの拡大に取り組んでいきます。

以上により、原料価格変動に対応した販売価格の改定も含め、当事業の売上高は、3,110億円（実質増減率0.9%増）を見込んでいます。

社会環境が大きく変化し、価値観の多様化が急速に進む中、これまで成功してきたやり方だけでは、さらに成長し続けることは難しくなっています。当社グループは、これまでとは異なる視点で、社会に役立つ新たな提案を続けていきます。また2018年11月に発表した5つの技術イノベーション（「Fine Fiber（ファインファイバー）※1」、「RNA Monitoring（RNAモニタリング）※2」、「Created Color（クリエイティッド カラー）※3」、「Bio IOS（バイオIOS）※4」、「Package RecyCreation（パッケージ リサイクリエーション）※5」）の実用化や新規事業の立ち上げを進めていきます。

※1 肌表面に、極細の繊維からなる積層型極薄膜を直接形成する技術

※2 日々変動する皮膚状態を反映する遺伝子発現情報「RNA（リボ核酸）」を顔の皮脂から単離し、分析する技術

※3 より安心して利用でき、より魅力的な発色を実現するカラーリング剤の開発技術

※4 アブラヤシの多くを占める果肉部から抽出する油脂を、洗浄用途に適した成分に転換した界面活性剤の技術

※5 海洋プラスチックごみゼロ、再生プラスチック100%活用、残液ゼロを目指すエアインフィルムボトルの開発技術

3) 次期の業績予想値算出の前提条件

主要な為替レートは、110円/米ドル、125円/ユーロ、16円/中国元と想定しています。

なお、天然油脂や石化原料の価格は変動する可能性があります。その前提は当社グループが現在入手している情報に基づいています。

(2) 財政状態に関する概要

(資産、負債、資本及びキャッシュ・フローの状況に関する概要)

1) 当期における資産、負債、資本及びキャッシュ・フローの状況に関する概要

(連結財政状態)

	前連結会計年度 2017年12月末	当連結会計年度 2018年12月末	増 減
資産合計 (億円)	14,274	14,610	336
負債合計 (億円)	6,080	6,255	175
資本合計 (億円)	8,194	8,355	161
親会社所有者帰属持分比率	56.5%	56.3%	-
1株当たり親会社所有者帰属持分 (円)	1,636.41	1,689.82	53.41
社債及び借入金 (億円)	1,206	1,208	2

(連結キャッシュ・フローの状況)

	通期		増 減 (億円)
	2017年12月期 (億円)	2018年12月期 (億円)	
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,858	1,956	98
投資活動によるキャッシュ・フロー	(961)	(1,579)	(617)
フリー・キャッシュ・フロー (営業活動+投資活動)	897	377	(520)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(532)	(1,086)	(553)

資産合計は、前期末に比べ336億円増加し、1兆4,610億円となりました。主な増加は、棚卸資産137億円、有形固定資産231億円、のれん416億円、無形資産297億円、主な減少は、現金及び現金同等物771億円です。

負債合計は、前期末に比べ175億円増加し、6,255億円となりました。主な増加は、退職給付に係る負債199億円です。

資本合計は、前期末に比べ161億円増加し、8,355億円となりました。主な増加は、当期利益1,553億円、主な減少は、市場買付けによる自己株式の取得500億円、配当金575億円、その他の包括利益321億円です。

以上の結果、親会社所有者帰属持分比率は、前期末の56.5%から56.3%となりました。親会社所有者帰属持分当期利益率 (ROE) は18.9%となり、引き続き高い水準を維持することができました。

また、2018年9月14日に自己株式の消却630万株を実施しました。

営業活動によるキャッシュ・フローは、1,956億円となりました。主な増加は、税引前利益2,073億円、減価償却費及び償却費607億円、退職給付に係る負債の増減額207億円であり、主な減少は、営業債権及びその他の債権の増減額126億円、棚卸資産の増減額157億円、法人所得税等の支払額517億円です。

投資活動によるキャッシュ・フローは、△1,579億円となりました。主な内訳は、日本の生産拠点の能力増強に加え、伸長著しいアジアでも積極的に設備投資を行ったことによる有形固定資産の取得による支出803億円、既存事業とのシナジー効果が期待されるヘアサロン向け事業や業務品事業等における企業結合による支出739億円です。

営業活動によるキャッシュ・フローと投資活動によるキャッシュ・フローを合計したフリー・キャッシュ・フローは、377億円となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、△1,086億円となりました。安定的かつ継続的な配当を重視しており、またEVA視点から資本効率の向上を目的として、自己株式の取得及び消却も弾力的に行っています。当期の主な内訳は、非支配持分への支払いを含めた支払配当金576億円、自己株式の取得による支出500億円です。なお、適正な資本コスト率の維持及び成長投資のための財務基盤の強化を目的に、社債の発行と償還を行い、その内訳は社債の発行による収入251億円、社債の償還による支出249億円です。

当期末の現金及び現金同等物の残高は、為替変動による影響を含めて前期末に比べ771億円減少し、2,660億円となりました。

2) 次期における資産、負債、資本及びキャッシュ・フローの見通し

営業活動によるキャッシュ・フローは、利益の増加もあり、約2,300億円を見込んでいます。なお、2019年度から適用予定のIFRS第16号「リース」の影響が含まれており、それを除くと、営業活動によるキャッシュ・フローは、約2,100億円となる予定です。

投資活動によるキャッシュ・フローは、生産能力の増強及び合理化、物流効率化等を含む、さらなる成長のための積極投資等を予定しており、約1,000億円を見込んでいます。

財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払い等を予定しています。

以上の結果、現金及び現金同等物の期末残高は、当期から約400億円増加し、約3,100億円を予想しています。

(3) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当

当社グループは、EVA（経済的付加価値）を経営の主指標としており、その視点で安定的に創出されるキャッシュ・フローの使途を下記のとおり明確に定めています。株主還元はその一部で、将来の資金需要や金融市場の情勢を考慮して実行しています。

キャッシュ・フローの使途

- ・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等の有利子負債の早期返済

この方針のもと、当期の期末配当金は、前期に比べ4円増配の1株当たり60円とさせていただく予定です。この結果、年間配当金は前期に比べ10円増配の1株当たり120円、連結での配当性向は38.2%となります。

また、次期の配当金については、利益配分に関する基本方針に基づき、フリー・キャッシュ・フロー等を考慮し、当期に比べ10円増配の1株当たり130円の配当（配当性向39.1%）とさせていただく予定です。これにより、30期連続増配を目指します。

2. 経営方針

(1) 会社の経営の基本方針

当社グループは、消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“よきモノづくり”を行い、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）に貢献することを使命としています。

私たちは、企業理念である「花王ウェイ」をすべての活動の根幹に据え、グループ全員でこれを共有し、考え方や行動の拠り所として日々、実践していきます。そして、当社グループ全員の熱意と力を合わせ、資産の最大活用をさらに進めて、清潔で美しくすこやかな暮らしに役立つ商品と、産業界の発展に寄与する工業用製品の分野において、消費者・顧客とともに感動を分かち合う価値ある商品とブランドを、これからも提供し続けていきます。

社会情勢や自然環境は大きく変化しており、当社グループが今後も持続的に成長をしていくためには、自ら変わり、変化を先導する企業にならなければなりません。本質研究をさらに深化させ、社会にインパクトを与えるようなレベルのイノベーションを積極的に提案していきます。

さらに財務面だけでなく、非財務面での戦略や取り組みも経営上の最重要課題と位置づけ、「Kirei Action」と名付けたグループのグローバルなESG活動を本格化させていきます。世界中の人々が目指すべき未来の形成のために、「持続可能な開発目標（SDGs : Sustainable Development Goals）」で掲げられた社会課題と真摯に向き合い、環境に関する法規制の強化や消費者のエンシカル（倫理的）な志向等に対応し、花王らしいアプローチで取り組んでいきます。そして利益ある成長と高いレベルでのステークホルダーへの還元を実現しながら、2030年までにグローバルで存在感のある企業グループになっていきます。

ESGの中でもガバナンスは、経営の想いや夢を「攻め」と「守り」の両面からサポートし、企業価値を継続的に向上させていくための最重要の経営基盤と考えています。そのために、迅速で効率よく、健全かつ公正で透明性の高い経営が実現できるよう、絶えざる革新を図るとともに、経営の執行においては内部統制をさらに充実させていきます。

(2) 目標とする経営指標

当社グループは、投下資本のコストを考慮した真の利益を表すEVAを経営の主指標としています。その本質は、株主等の資金提供者の視点を持って、資本を効率的に活用し利益を生み出すことにあります。EVAを継続的に増加させていくことが企業価値の増大につながり、株主だけでなく全てのステークホルダーの長期的な利益とも合致するものと考えています。そして事業規模の拡大を図りながら、EVAを増加させることを事業活動の目標としており、個別事業の評価、設備や買収等の投資評価、年度ごとの業績管理や報酬制度等に活用しています。

(3) 中長期的な会社の経営戦略

1. 長期経営戦略

当社グループは、上記の経営の基本方針に基づき、2030年までに達成したい姿として、持続的な利益ある成長と、事業活動を通じた社会的課題の解決や社会貢献活動による社会のサステナビリティへの貢献との両立により、『グローバルで存在感のある会社「Kao」』を目指します。この実現のために、強みである既存事業の一層の磐石化及び未来を創造する研究開発力を活かしたグローバル視点での新しい市場の創造を推進するとともに、より高いレベルの安全・安心を目指した基本的な活動を実践します。

世界中で起きているさまざまな変化は、スピード、大きさ、変化の方向等、あらゆる面で予見することが難しくなっています。このような状況に対処していくために、「自ら変わり、そして変化を先導する企業へ」をスローガンに、当社グループの総合力を発揮し、目標の実現を目指していきます。

2030年までに達成したい姿として、以下を掲げています。

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
 - 「生活者の気持ちにそっと寄り添える企業」
- 高収益グローバル消費財企業
 - ・ 売上高2.5兆円（海外1兆円）を超える
 - ・ 営業利益率17%を超える
 - ・ ROE20%を超える
- ステークホルダーへの高レベル還元

2. 中期経営計画

当社グループは、2020年までの中期経営計画を「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と位置付け、企業価値の増大に向けて、2017年から2020年までの4ヵ年を対象とした花王グループ中期経営計画「K20」を策定し、2016年12月12日に公表しました。そして、企業理念である「花王ウェイ」に掲げる「正道を歩む」を貫くことを全員で共有・実践しながら、本質研究を深化させ、ESG活動を一層強化していきます。2018年7月にはESG部門を新設し、グローバルにESG活動を推進していく体制が整いました。また、AIやIoT、ロボット等の先端技術を駆使し、より次元の高い資産の最大活用を通じて、高いレベルの利益ある成長と新しい資産の創造を行い、以下の目標を達成していきます。

「K20」の目標 (3つのこだわり)

■ 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

- ・ 過去最高益更新の継続
- ・ 実質売上高CAGR*+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
(ペーパー紙おむつ「メリーズ」、衣料用洗剤「アタック」、スキンケア製品「ピオレ」)

※ 実質：為替の変動・販売制度変更等の影響を除く

CAGR：年平均成長率

■ 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)
- ・ 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

さらに「K20」では「2030年までに達成したい姿」を実現するために、その礎をしっかりと築いておかなければなりません。それは、積極的な投資を活かしながら稼ぐ力を生み出し、利益ある成長を達成していくという「脱デフレ型成長モデル」を進化させるということです。そのためには、これまでのやり方、あり方、考え方を抜本的に見直し、より高いレベルで当社グループの資産の最大化、そしてその最大活用をしていかなければなりません。当社グループは「K20」の「自ら変わり、そして変化を先導する企業へ」というスローガンを、「正道を歩む」を貫くことにこだわりながら実践していきます。

(4) 会社の対処すべき課題

市場競争の激化や市場構造の変化、原材料市況や為替の変動等事業環境は不透明な状況が続いています。消費者の環境や健康等に関する意識の変化やそれに伴う購買意識の変化、さらには高齢化社会の進行や衛生等の社会的課題も増大しています。また、事業がグローバルに拡大し、さまざまな分野で構造的変化が進む中、事業を取り巻くリスクの変化に対応していかなければなりません。このような中、当社グループは、変化の半歩先を行く「よきモノづくり」を通して、利益ある成長と社会のサステナビリティへの貢献の両立を進めていきます。そのために以下のような課題に対し適切に対処していきます。

- ・ 事業を取り巻くリスクの変化に対応するため、経営への影響が特に大きく対応の強化が必要なリスクをコーポレートリスクと定め、管理体制を一層強化することで、グループ全体の企業価値を損なわないように取り組んでいきます。
- ・ 技術革新に伴う価値観の多様化、それに伴う購買行動や流通構造の変化等が急速に進む現状において、これまで効率良く進めることが出来ていたマスを対象にしたビジネスモデルを、研究開発、生産、物流、販売、マーケティング等あらゆる方面から見直す必要があります。これらの課題を解決するため本質研究の強化やAIやIoT、ロボット等の先端技術の活用を積極的に進めていきます。
- ・ 海洋プラスチック等のごみ問題、気候変動、水資源の枯渇、持続可能で責任ある調達等の環境保全・資源保護や安全、人権等の社会的課題に適切に対応し、持続的に企業価値を向上させていかなければなりません。そのため、これまで実施してきたESGに関する取り組みを、ESG部門を中心にグローバルに進展、加速させ、それをチェック・管理していくような経営管理体制を強化していきます。なお、2018年10月に「私たちのプラスチック包装容器宣言」を公表しました。

3. 会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社グループは、グループ内の会計基準を統一することが、グループ経営管理の品質向上に寄与するものと判断し、国際会計基準(IFRS)を2016年12月期より任意適用しています。この適用に伴い、グループ各社・各事業に対して統一された仕組みや情報に基づくマネジメントが可能となり、グローバル企業として企業価値増大に向けた経営基盤強化を図っていきます。また、資本市場における財務諸表の国際的な比較可能性の向上に貢献すると考えています。

4. 連結財務諸表及び主な注記

(1) 連結財政状態計算書

	前連結会計年度 (2017年12月31日)	当連結会計年度 (2018年12月31日)	増減
	百万円	百万円	百万円
資産			
流動資産			
現金及び現金同等物	343,076	265,978	(77,098)
営業債権及びその他の債権	216,507	223,102	6,595
棚卸資産	183,921	197,571	13,650
その他の金融資産	14,914	15,146	232
未収法人所得税	2,653	2,066	(587)
その他の流動資産	28,162	22,449	(5,713)
小計	789,233	726,312	(62,921)
売却目的で保有する非流動資産	147	-	(147)
流動資産合計	789,380	726,312	(63,068)
非流動資産			
有形固定資産	395,800	418,935	23,135
のれん	138,735	180,286	41,551
無形資産	16,829	46,549	29,720
持分法で会計処理されている投資	7,682	7,931	249
その他の金融資産	27,345	23,540	(3,805)
繰延税金資産	40,918	49,158	8,240
その他の非流動資産	10,686	8,275	(2,411)
非流動資産合計	637,995	734,674	96,679
資産合計	1,427,375	1,460,986	33,611

	前連結会計年度 (2017年12月31日)	当連結会計年度 (2018年12月31日)	増減
	百万円	百万円	百万円
負債及び資本			
負債			
流動負債			
営業債務及びその他の債務	224,893	225,560	667
社債及び借入金	25,262	40,488	15,226
その他の金融負債	7,739	6,880	(859)
未払法人所得税等	34,255	34,198	(57)
引当金	4,822	2,873	(1,949)
契約負債等	17,296	18,387	1,091
その他の流動負債	107,404	102,452	(4,952)
流動負債合計	421,671	430,838	9,167
非流動負債			
社債及び借入金	95,322	80,339	(14,983)
その他の金融負債	10,091	9,506	(585)
退職給付に係る負債	64,694	84,552	19,858
引当金	10,617	12,175	1,558
繰延税金負債	435	2,864	2,429
その他の非流動負債	5,181	5,203	22
非流動負債合計	186,340	194,639	8,299
負債合計	608,011	625,477	17,466
資本			
資本金	85,424	85,424	-
資本剰余金	107,980	108,245	265
自己株式	(9,593)	(11,282)	(1,689)
その他の資本の構成要素	(12,315)	(30,029)	(17,714)
利益剰余金	634,885	670,002	35,117
親会社の所有者に帰属する持分合計	806,381	822,360	15,979
非支配持分	12,983	13,149	166
資本合計	819,364	835,509	16,145
負債及び資本合計	1,427,375	1,460,986	33,611

(2) 連結損益計算書

	注記	前連結会計年度	当連結会計年度	増減
		(自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	(自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)	
		百万円	百万円	百万円
売上高	1	1,489,421	1,508,007	18,586
売上原価		(834,107)	(853,989)	(19,882)
売上総利益		655,314	654,018	(1,296)
販売費及び一般管理費	2	(452,666)	(444,845)	7,821
その他の営業収益		14,909	14,288	(621)
その他の営業費用		(12,766)	(15,758)	(2,992)
営業利益	1	204,791	207,703	2,912
金融収益		1,452	1,717	265
金融費用		(3,960)	(4,251)	(291)
持分法による投資利益		2,007	2,082	75
税引前利益		204,290	207,251	2,961
法人所得税		(55,683)	(51,920)	3,763
当期利益		148,607	155,331	6,724
当期利益の帰属				
親会社の所有者		147,010	153,698	6,688
非支配持分		1,597	1,633	36
当期利益		148,607	155,331	6,724
1株当たり当期利益				
基本的1株当たり当期利益 (円)	3	298.30	314.25	
希薄化後1株当たり当期利益 (円)	3	298.09	314.12	

(3) 連結包括利益計算書

	前連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	当連結会計年度 (自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)	増減
	百万円	百万円	百万円
当期利益	148,607	155,331	6,724
その他の包括利益			
純損益に振り替えられることのない項目			
その他の包括利益を通じて公正価値で測定 される金融資産の純変動	1,166	(2)	(1,168)
確定給付負債(資産)の純額の再測定	21,260	(15,524)	(36,784)
持分法適用会社におけるその他の包括利益 に対する持分	317	(345)	(662)
純損益に振り替えられることのない項目合計	22,743	(15,871)	(38,614)
純損益に振り替えられる可能性のある項目			
在外営業活動体の換算差額	8,541	(16,140)	(24,681)
持分法適用会社におけるその他の包括利益 に対する持分	(1)	(73)	(72)
純損益に振り替えられる可能性のある項目合計	8,540	(16,213)	(24,753)
税引後その他の包括利益	31,283	(32,084)	(63,367)
当期包括利益	179,890	123,247	(56,643)
当期包括利益の帰属			
親会社の所有者	178,020	122,324	(55,696)
非支配持分	1,870	923	(947)
当期包括利益	179,890	123,247	(56,643)

(4) 連結持分変動計算書

前連結会計年度(自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)

	親会社の所有者に帰属する持分						
	資本金	資本剰余金	自己株式	その他の資本の構成要素			
				新株予約権	在外営業活動 体の換算差額	キャッシュ・ フロー・ヘッ ジの公正価値 の変動額の有 効部分	その他の包括 利益を通じて 公正価値で測 定される金融 資産の純変動
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	
2017年1月1日残高	85,424	107,648	(57,124)	911	(29,761)	4	7,025
当期利益	-	-	-	-	-	-	-
その他の包括利益	-	-	-	-	8,221	(0)	1,472
当期包括利益	-	-	-	-	8,221	(0)	1,472
自己株式の処分	-	-	49,373	(165)	-	-	-
自己株式の取得	-	-	(1,842)	-	-	-	-
株式に基づく報酬取引 配当金	-	332	-	-	-	-	-
子会社に対する所有者 持分の変動	-	(0)	-	-	-	-	-
その他の資本の構成要 素から利益剰余金への 振替	-	-	-	(15)	-	-	(7)
その他	-	-	-	-	-	-	-
所有者との取引等合計	-	332	47,531	(180)	-	-	(7)
2017年12月31日残高	85,424	107,980	(9,593)	731	(21,540)	4	8,490

	親会社の所有者に帰属する持分					
	その他の資本の構成要素		利益剰余金	合計	非支配持分	資本合計
	確定給付負債 (資産)の純 額の再測定	合計				
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	
2017年1月1日残高	-	(21,821)	565,715	679,842	11,621	691,463
当期利益	-	-	147,010	147,010	1,597	148,607
その他の包括利益	21,317	31,010	-	31,010	273	31,283
当期包括利益	21,317	31,010	147,010	178,020	1,870	179,890
自己株式の処分	-	(165)	(48,914)	294	-	294
自己株式の取得	-	-	-	(1,842)	-	(1,842)
株式に基づく報酬取引 配当金	-	-	-	332	-	332
子会社に対する所有者 持分の変動	-	-	-	(50,265)	(369)	(50,634)
その他の資本の構成要 素から利益剰余金への 振替	(21,317)	(21,339)	21,339	-	-	-
その他	-	-	-	-	(139)	(139)
所有者との取引等合計	(21,317)	(21,504)	(77,840)	(51,481)	(508)	(51,989)
2017年12月31日残高	-	(12,315)	634,885	806,381	12,983	819,364

当連結会計年度(自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)

	親会社の所有者に帰属する持分						
	資本金	資本剰余金	自己株式	その他の資本の構成要素			
				新株予約権	在外営業活動 体の換算差額	キャッシュ・ フロー・ヘッ ジの公正価値 の変動額の有 効部分	その他の包括 利益を通じて 公正価値で測 定される金融 資産の純変動
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	
2018年1月1日残高	85,424	107,980	(9,593)	731	(21,540)	4	8,490
当期利益	-	-	-	-	-	-	-
その他の包括利益	-	-	-	-	(15,492)	(5)	(338)
当期包括利益	-	-	-	-	(15,492)	(5)	(338)
自己株式の処分	-	(99)	48,345	(167)	-	-	-
自己株式の取得	-	-	(50,034)	-	-	-	-
株式に基づく報酬取引 配当金	-	364	-	-	-	-	-
その他の資本の構成要 素から利益剰余金への 振替	-	-	-	(18)	-	-	(1,694)
その他	-	-	-	-	-	-	-
所有者との取引等合計	-	265	(1,689)	(185)	-	-	(1,694)
2018年12月31日残高	85,424	108,245	(11,282)	546	(37,032)	(1)	6,458

	親会社の所有者に帰属する持分					
	その他の資本の構成要素		利益剰余金	合計	非支配持分	資本合計
	確定給付負債 (資産)の純 額の再測定	合計				
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	
2018年1月1日残高	-	(12,315)	634,885	806,381	12,983	819,364
当期利益	-	-	153,698	153,698	1,633	155,331
その他の包括利益	(15,539)	(31,374)	-	(31,374)	(710)	(32,084)
当期包括利益	(15,539)	(31,374)	153,698	122,324	923	123,247
自己株式の処分	-	(167)	(47,961)	118	-	118
自己株式の取得	-	-	-	(50,034)	-	(50,034)
株式に基づく報酬取引 配当金	-	-	-	364	-	364
その他の資本の構成要 素から利益剰余金への 振替	15,539	13,827	(13,827)	-	-	-
その他	-	-	-	-	(11)	(11)
所有者との取引等合計	15,539	13,660	(118,581)	(106,345)	(757)	(107,102)
2018年12月31日残高	-	(30,029)	670,002	822,360	13,149	835,509

(5) 連結キャッシュ・フロー計算書

	前連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	当連結会計年度 (自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)
	百万円	百万円
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前利益	204,290	207,251
減価償却費及び償却費	54,508	60,662
受取利息及び受取配当金	(1,295)	(1,578)
支払利息	1,339	1,256
持分法による投資損益(益)	(2,007)	(2,082)
有形固定資産及び無形資産除売却損益(益)	3,111	4,531
営業債権及びその他の債権の増減額(増加)	(3,464)	(12,591)
棚卸資産の増減額(増加)	(15,349)	(15,677)
営業債務及びその他の債務の増減額(減少)	14,637	3,951
退職給付に係る負債の増減額(減少)	(30,886)	20,740
その他	14,476	(21,437)
小計	239,360	245,026
利息の受取額	1,069	1,273
配当金の受取額	2,047	2,312
利息の支払額	(1,329)	(1,293)
法人所得税等の支払額	(55,302)	(51,708)
営業活動によるキャッシュ・フロー	185,845	195,610
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	(26,673)	(26,768)
定期預金の払戻による収入	25,349	26,987
有形固定資産の取得による支出	(83,663)	(80,295)
無形資産の取得による支出	(6,273)	(7,703)
企業結合による支出	(2,906)	(73,915)
その他	(1,980)	3,799
投資活動によるキャッシュ・フロー	(96,146)	(157,895)
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の増減額(減少)	(59)	230
長期借入による収入	30,000	-
長期借入金の返済による支出	(30,090)	(67)
社債の発行による収入	-	25,060
社債の償還による支出	-	(24,939)
自己株式の取得による支出	(1,842)	(50,035)
支払配当金	(50,299)	(56,838)
非支配持分への支払配当金	(369)	(745)
その他	(585)	(1,245)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(53,244)	(108,579)
現金及び現金同等物の増減額(減少)	36,455	(70,864)
現金及び現金同等物の期首残高	303,026	343,076
現金及び現金同等物に係る為替変動による影響	3,595	(6,234)
現金及び現金同等物の期末残高	343,076	265,978

(6) 連結財務諸表に関する注記事項

1. セグメント情報

(1) 報告セグメントの概要

当社グループの報告セグメントは、当社グループの構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、当社の取締役会が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために、定期的に検討を行う対象となっているものであります。なお、取締役会は、売上高及び営業利益を主要な指標として、各セグメントの業績評価を行っております。

当社グループは、コンシューマープロダクツ事業部門を構成する4つの事業分野（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）及びケミカル事業部門の5つの事業を基本にして組織が構成されており、各事業単位で、日本及び海外の包括的な戦略を立案し、事業活動を展開しております。

従って、当社グループは、「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」及び「ケミカル事業」の5つを報告セグメントとしております。

当社グループは、2018年1月1日付の組織変更に伴い、当連結会計年度より、従来「ビューティケア事業」、「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」及び「ケミカル事業」の4区分としていた報告セグメントを、「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」及び「ケミカル事業」の5区分に変更しております。前連結会計年度のセグメント情報については、変更後の区分方法により作成したものを記載しております。

なお、当社グループの売上高の10%以上にあたる単一の外部顧客との取引がないため、主要な顧客に関する情報の記載を省略しております。

各報告セグメントの主要な製品は、以下のとおりであります。

報 告 セ グ メ ン ト		主 要 製 品	
コンシューマー プロダクツ事業	化粧品事業	化粧品	カウンセリング化粧品、セルフ化粧品
	スキンケア・ヘアケア事業	スキンケア製品	化粧石けん、洗顔料、全身洗浄料
		ヘアケア製品	シャンプー、リンス、ヘアスタイリング剤、ヘアカラー、メンズプロダクツ
	ヒューマンヘルスケア事業	フード&ビバレッジ製品	飲料
		サニタリー製品	生理用品、紙おむつ
ファブリック&ホームケア事業	パーソナルヘルス製品	入浴剤、歯みがき・歯ブラシ、温熱用品	
ケミカル事業	ファブリックケア製品	ファブリックケア製品	衣料用洗剤、洗濯仕上げ剤
		ホームケア製品	台所用洗剤、住居用洗剤、掃除用紙製品、業務用製品
	ケミカル製品	油脂製品	油脂アルコール、油脂アミン、脂肪酸、グリセリン、業務用食用油脂
	機能材料製品	界面活性剤、プラスチック用添加剤、コンクリート用高性能減水剤	
	スペシャルティケミカルズ製品	トナー・トナーバインダー、インクジェットプリンターインク用色材、香料	

(2) 報告セグメントの売上高及び業績

前連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)

	報告セグメント						調整額 (注1)	連結財務諸表 計上額	
	コンシューマープロダクツ事業					ケミカル 事業			合計
	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	小計				
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円		
売上高									
外部売上高	266,214	332,872	281,201	335,709	1,215,996	273,425	1,489,421	-	
セグメント間の内部 売上高及び振替高	-	-	-	-	-	36,860	36,860	(36,860)	-
(注2)									
売上高合計	<u>266,214</u>	<u>332,872</u>	<u>281,201</u>	<u>335,709</u>	<u>1,215,996</u>	<u>310,285</u>	<u>1,526,281</u>	<u>(36,860)</u>	<u>1,489,421</u>
営業利益	<u>12,989</u>	<u>49,329</u>	<u>34,453</u>	<u>76,247</u>	<u>173,018</u>	<u>30,299</u>	<u>203,317</u>	<u>1,474</u>	<u>204,791</u>
金融収益									1,452
金融費用									(3,960)
持分法による投資利益									2,007
税引前利益									<u>204,290</u>

その他の情報

減価償却費及び償却費	10,333	7,730	15,822	8,884	42,769	11,479	54,248	260	54,508
資本的支出(注3)	11,267	16,450	23,596	12,676	63,989	15,245	79,234	121	79,355

(注1) 営業利益の調整額1,474百万円には、セグメント間取引に係る棚卸資産の調整額等の消去のほか、各報告セグメントに配分していない全社費用が含まれております。

(注2) セグメント間の内部売上高及び振替高は、主に市場価格や製造原価に基づいて算出しております。

(注3) 資本的支出には、有形固定資産及び無形資産への投資が含まれております。

当連結会計年度 (自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)

	報告セグメント						調整額 (注1)	連結財務諸表 計上額	
	コンシューマープロダクツ事業					ケミカル 事業			合計
	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	小計				
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	
売上高									
外部売上高	279,635	341,419	267,702	344,105	1,232,861	275,146	1,508,007	-	
セグメント間の内部 売上高及び振替高	-	-	-	-	-	37,661	37,661	(37,661)	-
(注2)									
売上高合計	<u>279,635</u>	<u>341,419</u>	<u>267,702</u>	<u>344,105</u>	<u>1,232,861</u>	<u>312,807</u>	<u>1,545,668</u>	<u>(37,661)</u>	<u>1,508,007</u>
営業利益	<u>27,710</u>	<u>48,827</u>	<u>27,907</u>	<u>71,249</u>	<u>175,693</u>	<u>30,631</u>	<u>206,324</u>	<u>1,379</u>	<u>207,703</u>
金融収益									1,717
金融費用									(4,251)
持分法による投資利益									2,082
税引前利益									<u>207,251</u>

その他の情報

減価償却費及び償却費	10,908	9,593	17,602	10,299	48,402	12,000	60,402	260	60,662
資本的支出(注3)	11,597	17,021	19,259	18,107	65,984	23,032	89,016	81	89,097

(注1) 営業利益の調整額1,379百万円には、セグメント間取引に係る棚卸資産の調整額等の消去のほか、各報告セグメントに配分していない全社費用が含まれております。

(注2) セグメント間の内部売上高及び振替高は、主に市場価格や製造原価に基づいて算出しております。

(注3) 資本的支出には、有形固定資産及び無形資産への投資が含まれております。

(3) 地域別に関する情報

外部顧客への売上高及び非流動資産（金融資産、繰延税金資産及び退職給付に係る資産を除く）の地域別内訳は、以下のとおりであります。

外部顧客への売上高

	前連結会計年度	当連結会計年度
	(自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	(自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)
	百万円	百万円
日本	938,074	939,463
アジア	288,087	295,714
うち中国	134,751	135,629
米州	134,219	140,637
うち米国	102,763	110,783
欧州	129,041	132,193
合計	1,489,421	1,508,007

(注) 外部顧客への売上高は、顧客の所在地に基づき分類しております。

非流動資産（金融資産、繰延税金資産及び退職給付に係る資産を除く）

	前連結会計年度	当連結会計年度
	(2017年12月31日)	(2018年12月31日)
	百万円	百万円
日本	431,673	448,357
アジア	85,290	88,843
米州	22,610	96,426
欧州	28,935	27,184
合計	568,508	660,810

2. 販売費及び一般管理費

販売費及び一般管理費の内訳は、以下のとおりであります。

	前連結会計年度	当連結会計年度
	(自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	(自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)
	百万円	百万円
広告宣伝費	89,935	80,274
販売促進費	58,940	55,308
従業員給付費用	147,007	148,220
減価償却費	8,870	9,186
償却費	4,784	6,860
研究開発費	56,703	57,673
その他	86,427	87,324
合計	452,666	444,845

3. 1株当たり利益

(1) 基本的1株当たり当期利益の算定上の基礎

	前連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	当連結会計年度 (自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)
親会社の所有者に帰属する当期利益 (百万円)	147,010	153,698
親会社の普通株主に帰属しない金額 (百万円)	-	-
基本的1株当たり当期利益の計算に使用する 当期利益 (百万円)	147,010	153,698
加重平均普通株式数 (千株)	492,832	489,089
基本的1株当たり当期利益 (円)	298.30	314.25

(2) 希薄化後1株当たり当期利益の算定上の基礎

	前連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	当連結会計年度 (自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)
基本的1株当たり当期利益の計算に使用する 当期利益 (百万円)	147,010	153,698
当期利益調整額 (百万円)	-	-
希薄化後1株当たり当期利益の計算に使用する 当期利益 (百万円)	147,010	153,698
加重平均普通株式数 (千株)	492,832	489,089
普通株式増加数		
新株予約権 (千株)	337	199
希薄化後の加重平均普通株式数 (千株)	493,170	489,289
希薄化後1株当たり当期利益 (円)	298.09	314.12
希薄化効果を有しないため、希薄化後1株当たり 当期利益の算定に含めなかった潜在株式の概 要	—————	—————

4. 重要な後発事象

該当事項はありません。

(7) 期中における重要な子会社の異動

当社の特定子会社であった花王カスタマーマーケティング(株)は、2018年1月1日付で実施した花王グループカスタマーマーケティング(株)を存続会社とする吸収合併により消滅会社となりました。そのため、当連結会計年度より、連結の範囲から除外しております。

(8) 継続企業の前提に関する注記

該当事項はありません。