

2016年(平成28年)12月期

第2四半期累計

2016年1月1日～2016年6月30日

決算説明会資料

花王株式会社

2016年7月28日



KaO

自然と調和する ころる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

- 2016年度上期の決算概況と
通期の見通し
- 2016年度上期の振り返りと
花王グループの目指すべき方向性

2016年度上期の決算概況と 通期の見通し

花王株式会社

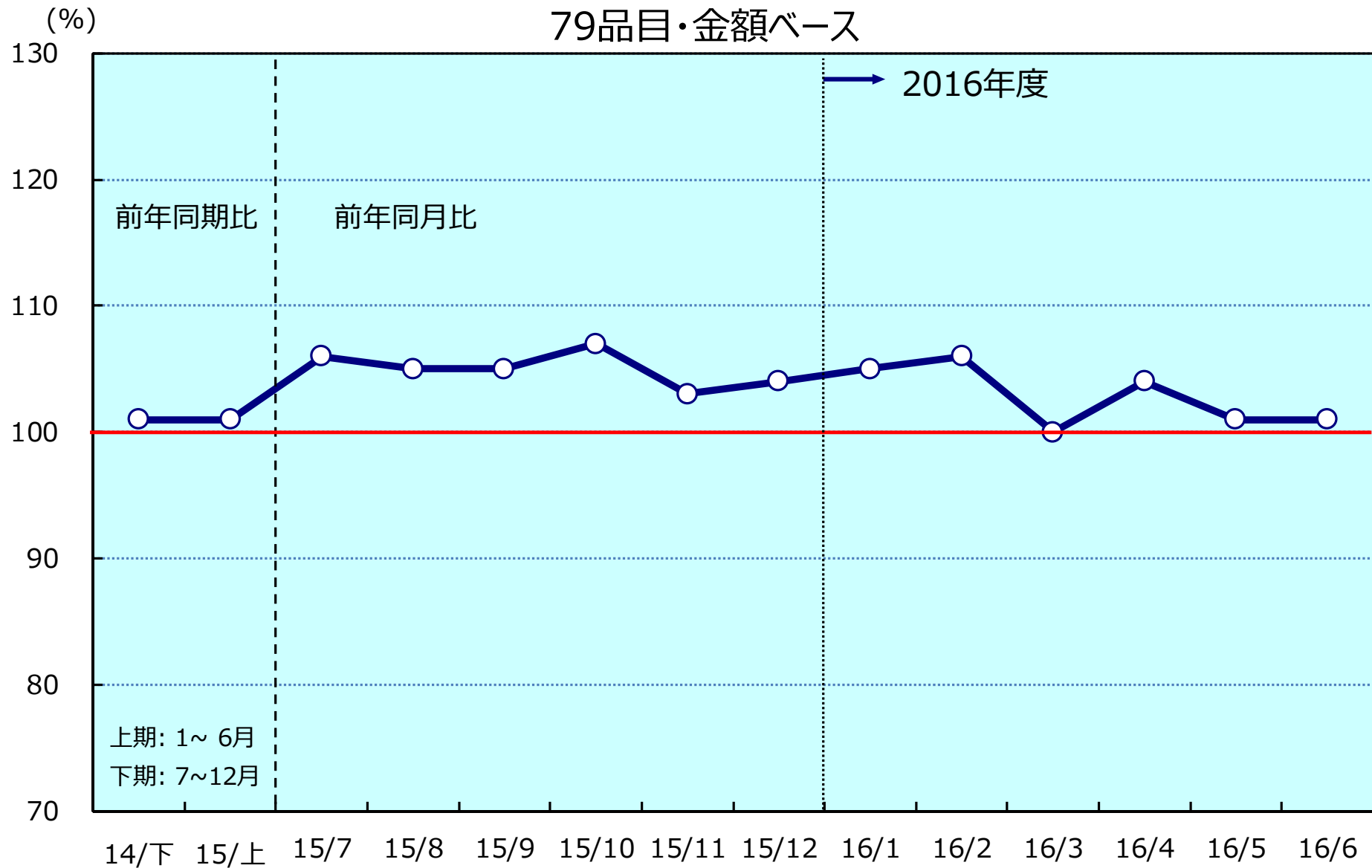
2016年7月28日

会計財務部門 管理部長

山内 憲一

上期の事業環境

国内トイレタリー※1市場伸長率

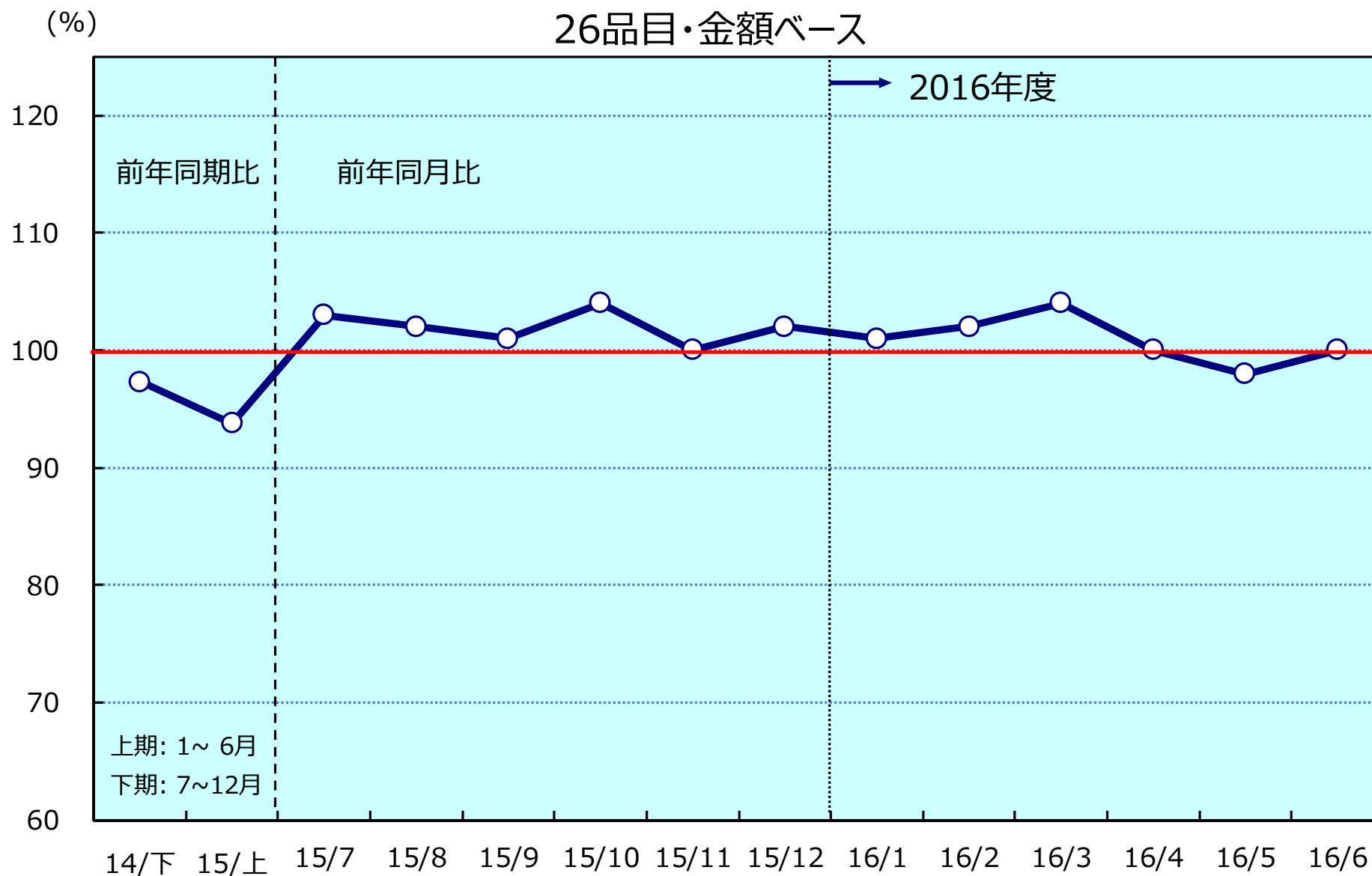


※1 トイレタリー：化粧品を除くコンシューマープロダクツ

[(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。

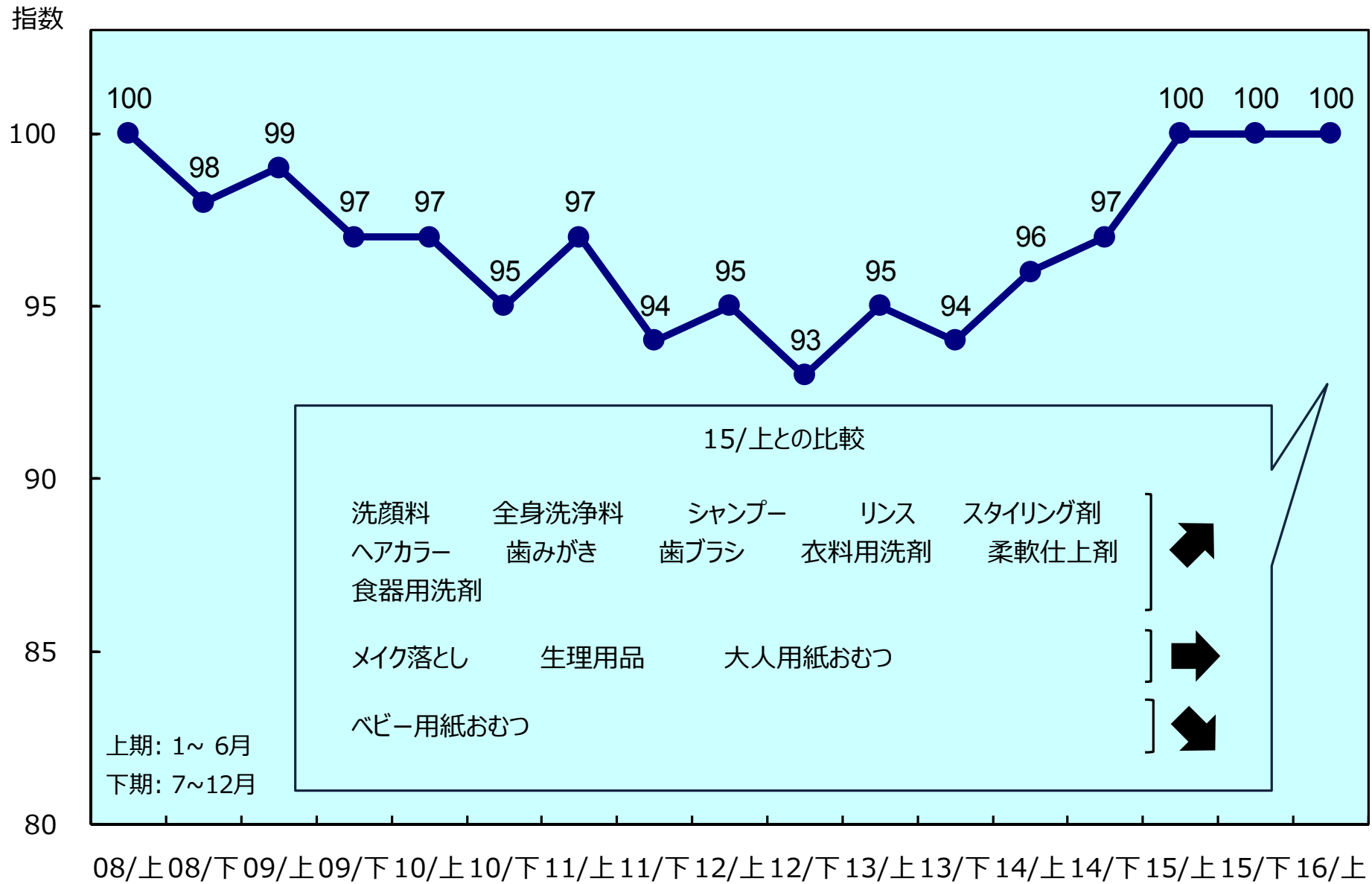
国内化粧品市場伸長率



[(株)イメージ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)イメージSRI調べ]

上期の連結業績

2016年度上期連結決算のポイント

国内売上関連

1. 国内トイレタリー市場伸長率※1 (前年同期比) :	+3%
2. 国内化粧品市場伸長率※2 (前年同期比) :	+1%
3. 国内トイレタリー15品目消費者購入単価※3 (前年同期比) :	横ばい

売上・損益関連

	増減率※4	
1. 売上高 :	+0.4%	6,995億円
・為替の変動による影響 :	Δ3.7%	Δ257億円
・実質増加額	+4.1%	+287億円
2. 営業利益 :	+26.6%	811億円
・増加額		+171億円

キャッシュ・フロー関連

1. フリー・キャッシュ・フロー※5 :	109億円
2. 配当金の支払額※6 :	220億円

※1 : (株)インテージSRI調べ。

※2 : (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)

※3 : 2008年度上期を100とした指数。[(株)インテージSRI調べ]

※4 : 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度IFRSとの比較。

※5 : 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

※6 : 非支配持分への支払額を含む。

連結損益

【億円】

	2015/上	2016/上	増減率%	増減
売上高	6,966	6,995	0.4	29
営業利益	640	811	26.6	171
対売上比	9.2%	11.6%	-	-
税引前利益	628	771	22.9	144
親会社の所有者に帰属する当期利益	369	500	35.6	131
EBITDA(営業利益+減価償却費+償却費)	917	1,070	16.7	153
基本的1株当たり当期利益 (円)	73.57	99.69	35.5	26.12

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

連結売上高〔1〕

【億円】

	2015/上	2016/上	増減率%	実質%
ビューティケア事業	1,918	2,025	5.6	5.6
ヒューマンヘルスケア事業	1,043	1,036	(0.6)	(0.6)
ファブリック&ホームケア事業	1,261	1,338	6.1	6.1
日本計	4,222	4,399	4.2	4.2
アジア	905	929	2.6	15.8
米州	450	412	(8.5)	(0.8)
欧州	420	391	(6.9)	1.2
内部売上消去等	(288)	(316)	-	-
コンシューマープロダクツ事業計	5,709	5,814	1.8	4.9

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

連結売上高〔2〕

【億円】

	2015/上	2016/上	増減率%	実質%
日本	630	608	(3.5)	(3.5)
アジア	544	492	(9.5)	1.8
米州	247	223	(9.8)	2.0
欧州	331	304	(8.1)	(0.9)
内部売上消去等	(314)	(272)	-	-
ケミカル事業計	1,438	1,355	(5.8)	0.0
調整 (消去)	(182)	(174)	-	-
連結売上高	6,966	6,995	0.4	4.1

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

連結損益計算書

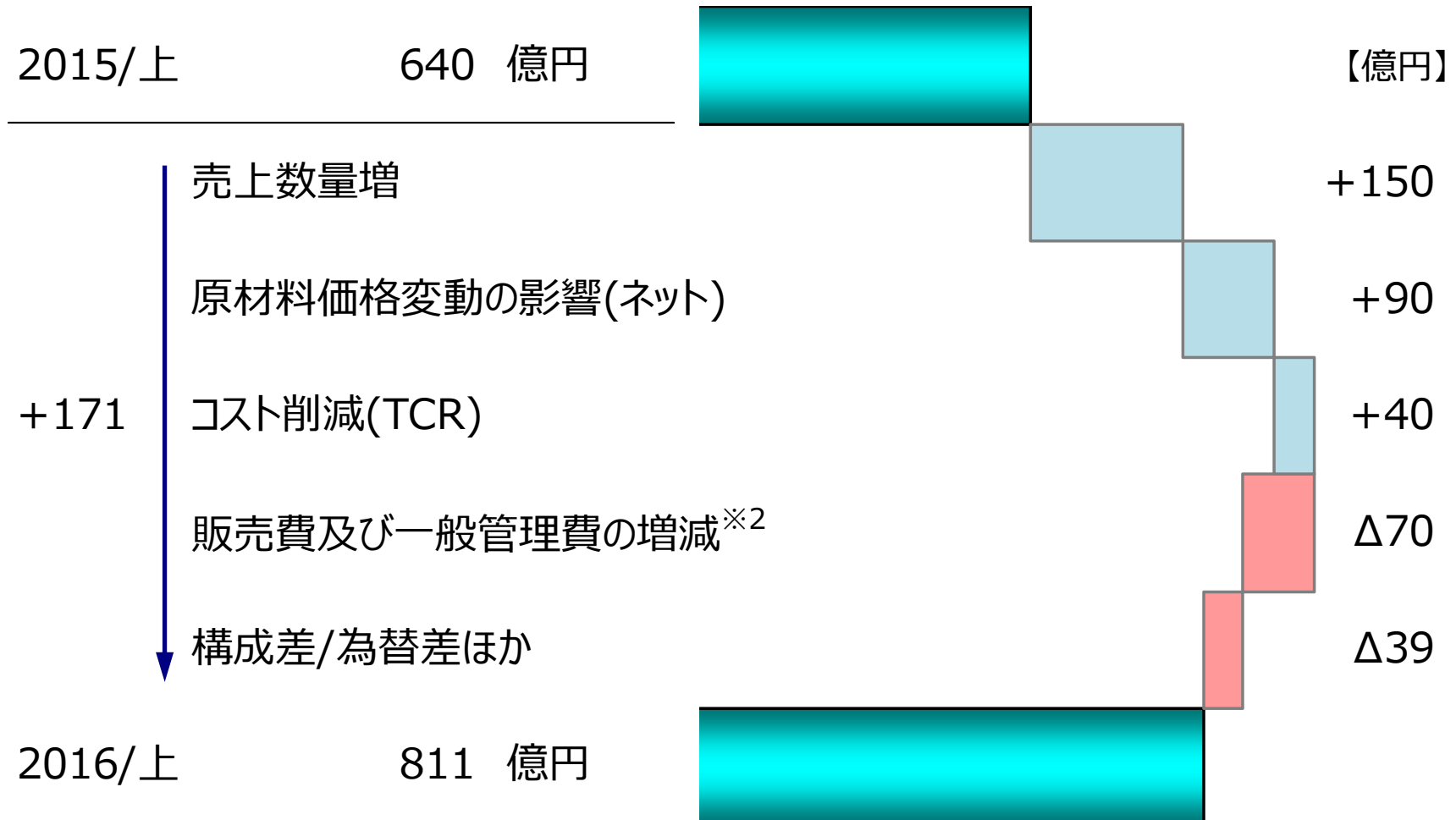
【億円】

	2015/上	売上高比%	2016/上	売上高比%	増減
売上高	6,966	100.0	6,995	100.0	29
売上原価	(3,197)	45.9	(3,086)	44.1	111
売上総利益	3,769	54.1	3,909	55.9	140
販売費及び一般管理費	(3,125)	44.9	(3,104)	44.4	21
その他の営業収益及び費用	(4)	0.1	6	0.1	9
営業利益	640	9.2	811	11.6	171
金融収益及び費用	(20)	0.3	(49)	0.7	(29)
持分法による投資利益	7	0.1	9	0.1	2
税引前利益	628	9.0	771	11.0	144
法人所得税	(259)	3.7	(265)	3.8	(6)
当期利益	369	5.3	506	7.2	138
親会社の所有者に帰属する当期利益	369	5.3	500	7.1	131
非支配持分に帰属する当期利益	(0)	(0.0)	6	0.1	7

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

2016年度上期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/上は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/上		2016/上		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	2,880	-	2,927	-	47	1.6
	営業利益	109	3.8	208	7.1	98	89.9
ヒューマンヘルスケア事業	売上高	1,334	-	1,329	-	(4)	(0.3)
	営業利益	134	10.1	136	10.2	2	1.3
ファブリック&ホームケア事業	売上高	1,496	-	1,558	-	63	4.2
	営業利益	245	16.3	315	20.2	71	29.0
ケミカル事業	売上高	1,438	-	1,355	-	(83)	(5.8)
	営業利益	150	10.4	148	10.9	(2)	(1.2)
連結	売上高	6,966	-	6,995	-	29	0.4
	営業利益	640	9.2	811	11.6	171	26.6

※ 2016年12月期よりIFRSを適用。2015/上は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

[参考]

【億円】		2015/上		2016/上		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	2,880	-	2,927	-	47	1.6
	営業利益	109	3.8	208	7.1	98	89.9
化粧品	売上高	1,148	-	1,190	-	42	3.7
	営業利益	(89)	(7.7)	(29)	(2.4)	59	-
スキンケア・ヘアケア(マス) および美容サロン向け	売上高	1,732	-	1,737	-	5	0.3
	営業利益	198	11.4	237	13.6	39	19.7
カネボウ化粧品	売上高	800億円強		約850億円			
	営業利益率	1%弱		2%強			

※ 2016年12月期よりIFRSを適用。2015/上はIFRSに基づき算定。カネボウ化粧品の営業利益率はロイヤルティ控除前。

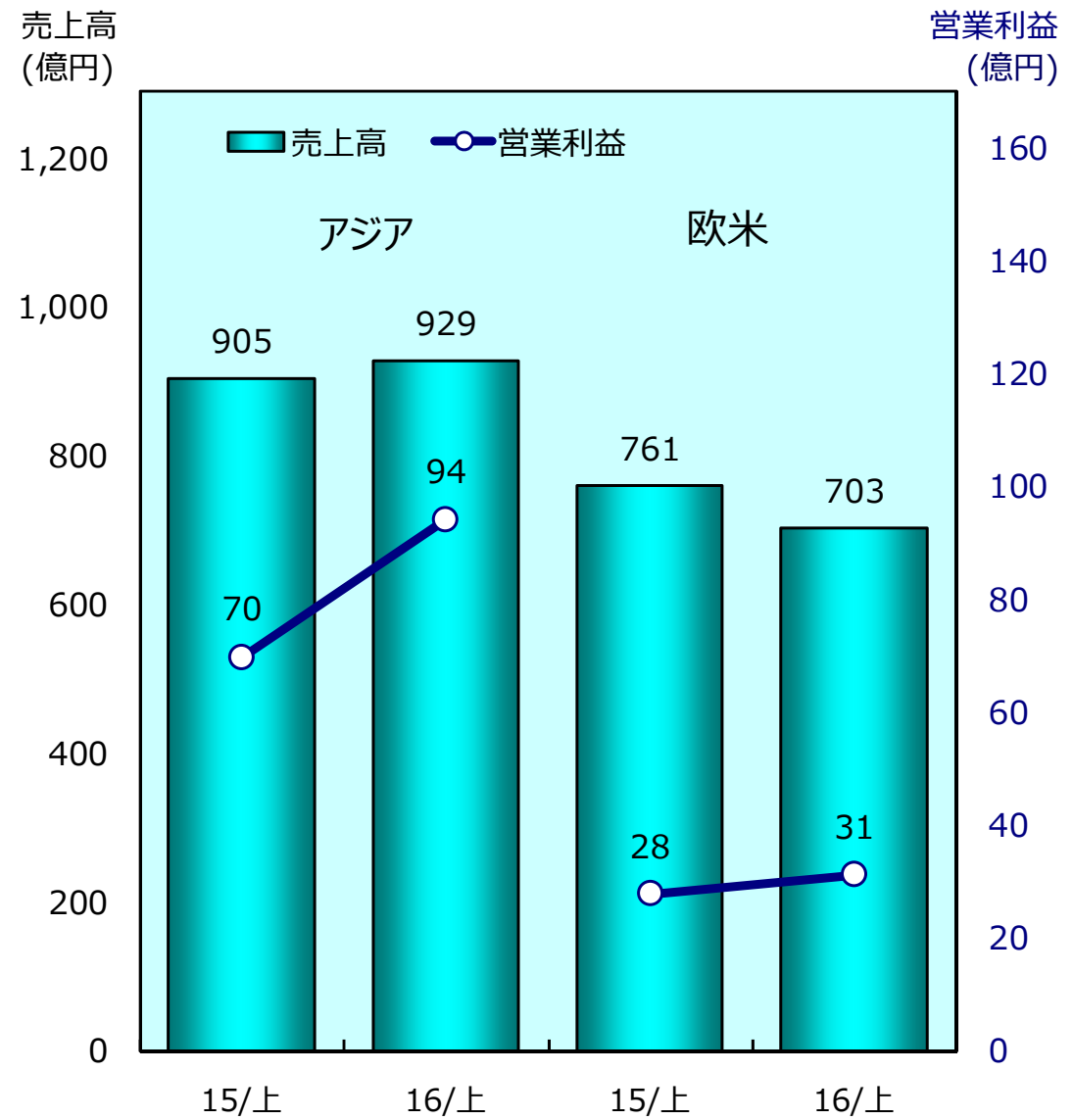
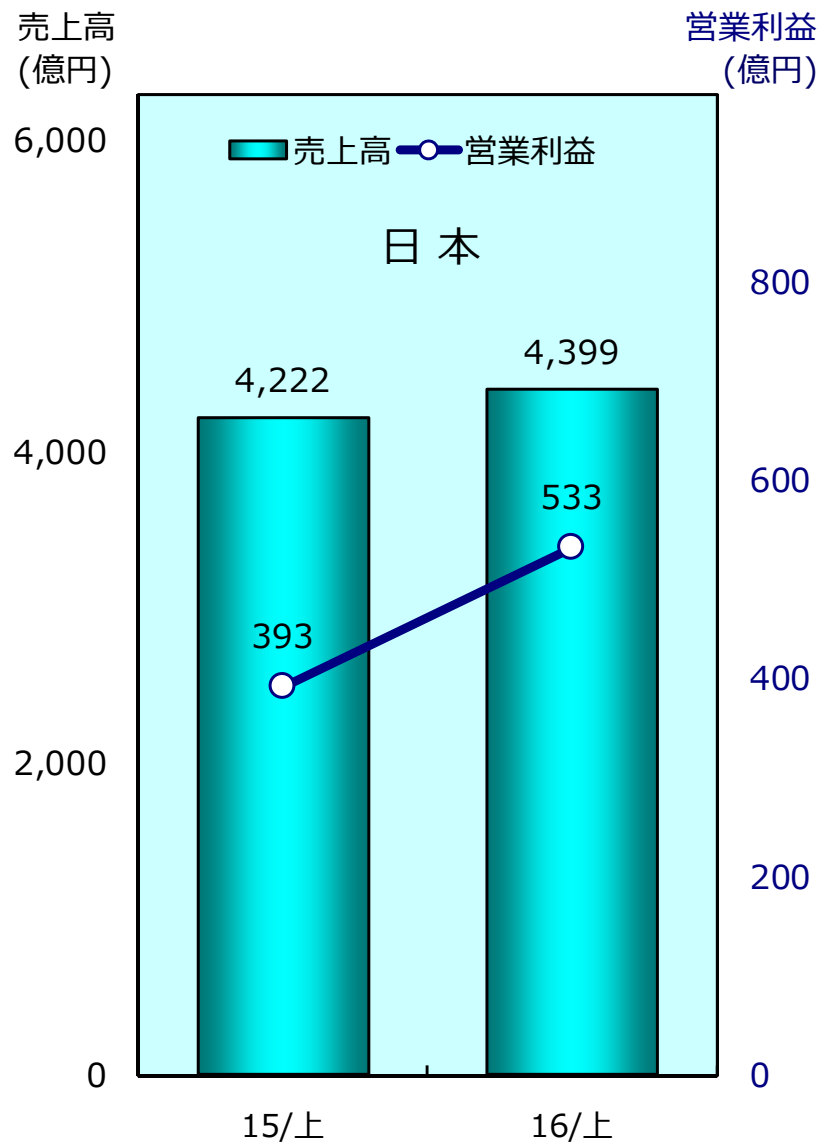
所在地別概況

[参考]

【億円】		2015/上 売上高比%		2016/上 売上高比%		増減	増減率 %
日本	売上高	4,699	-	4,855	-	156	3.3
	営業利益	444	9.5	592	12.2	148	33.4
アジア	売上高	1,430	-	1,406	-	(24)	(1.7)
	営業利益	111	7.8	128	9.1	17	15.2
米州	売上高	696	-	634	-	(62)	(8.9)
	営業利益	32	4.6	26	4.0	(7)	(20.7)
欧州	売上高	750	-	694	-	(56)	(7.4)
	営業利益	58	7.7	51	7.3	(7)	(12.1)
連結	売上高	6,966	-	6,995	-	29	0.4
	営業利益	640	9.2	811	11.6	171	26.6

※ 2016年12月期よりIFRSを適用。2015/上は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。

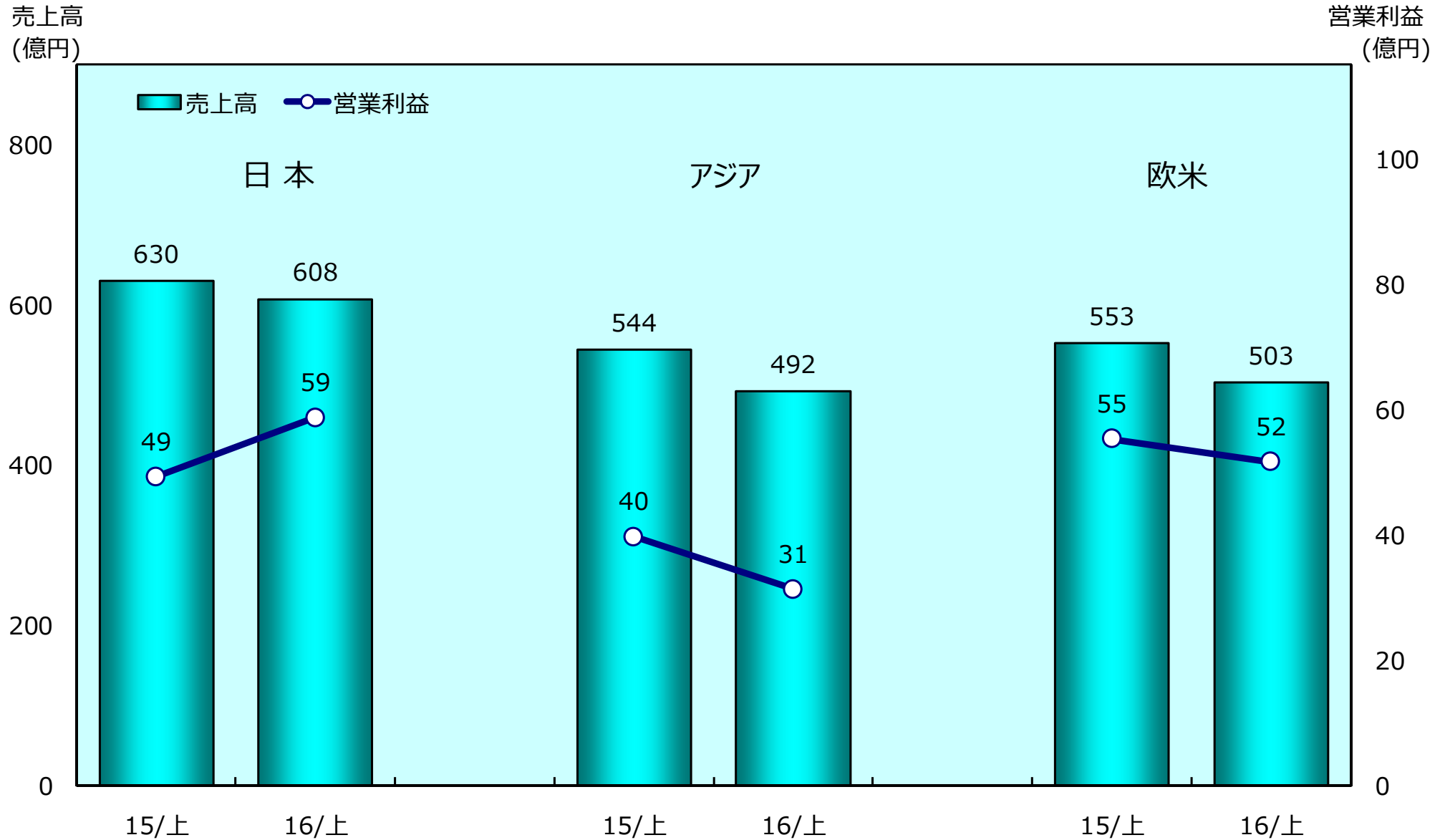
コンシューマープロダクツ事業地域別概況 [参考]



※ 2016年12月期よりIFRSを適用。15/上はIFRSに基づき算定。
セグメント・所在地間の消去前。

ケミカル事業地域別概況

[参考]



※ 2016年12月期よりIFRSを適用。15/上はIFRSに基づき算定。
セグメント・所在地間の消去前。

連結財政状態計算書

[参考]

【億円】	2015年12月	2016年6月	増減		2015年12月	2016年6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	2,866	(233)	流動負債			
営業債権及びその他の債権	2,107	1,680	(428)	営業債務及びその他の債務	2,068	1,906	(162)
棚卸資産	1,513	1,535	22	社債及び借入金	3	103	100
未収法人所得税	21	20	(1)	未払法人所得税等	322	244	(77)
その他の金融資産	51	78	27	その他の金融負債	69	54	(16)
その他の流動資産	380	357	(24)	引当金	168	82	(86)
小計	7,170	6,534	(636)	その他の流動負債	1,254	1,012	(242)
売却目的で保有する非流動資産	13	13	(1)	流動負債合計	3,884	3,400	(484)
流動資産合計	7,184	6,547	(637)	非流動負債			
非流動資産				社債及び借入金	1,202	1,102	(100)
有形固定資産	3,380	3,365	(15)	退職給付に係る負債	757	717	(40)
のれん	1,383	1,346	(37)	その他の金融負債	118	110	(8)
無形資産	157	137	(21)	引当金	177	178	1
持分法で会計処理されている投資	42	35	(8)	その他の非流動負債	49	46	(3)
その他の金融資産	293	263	(31)	繰延税金負債	3	3	(0)
その他の非流動資産	177	152	(25)	非流動負債合計	2,307	2,156	(151)
繰延税金資産	495	491	(3)	負債合計	6,191	5,556	(635)
非流動資産合計	5,927	5,788	(139)	資本			
資産合計	13,111	12,335	(775)	資本金	854	854	-
				資本剰余金	1,087	1,087	-
				自己株式	(82)	(73)	9
				その他の資本の構成要素	(42)	(457)	(415)
				利益剰余金	4,993	5,276	283
				親会社の所有者に帰属する持分合計	6,810	6,686	(124)
				非支配持分	110	93	(17)
				資本合計	6,920	6,779	(141)
				負債及び資本合計	13,111	12,335	(775)

※ 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

[参考]

【億円】	2015/上	2016/上	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	551	510	(41)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(319)	(401)	(82)
財務活動によるキャッシュ・フロー	0	(221)	(221)
現金及び現金同等物の増減額(減少)	232	(113)	(345)
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	(7)	(120)	(113)
現金及び現金同等物の期末残高	2,514	2,866	352
社債及び借入金期末残高	1,219	1,205	(14)
フリー・キャッシュ・フロー	232	109	(123)

※ 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

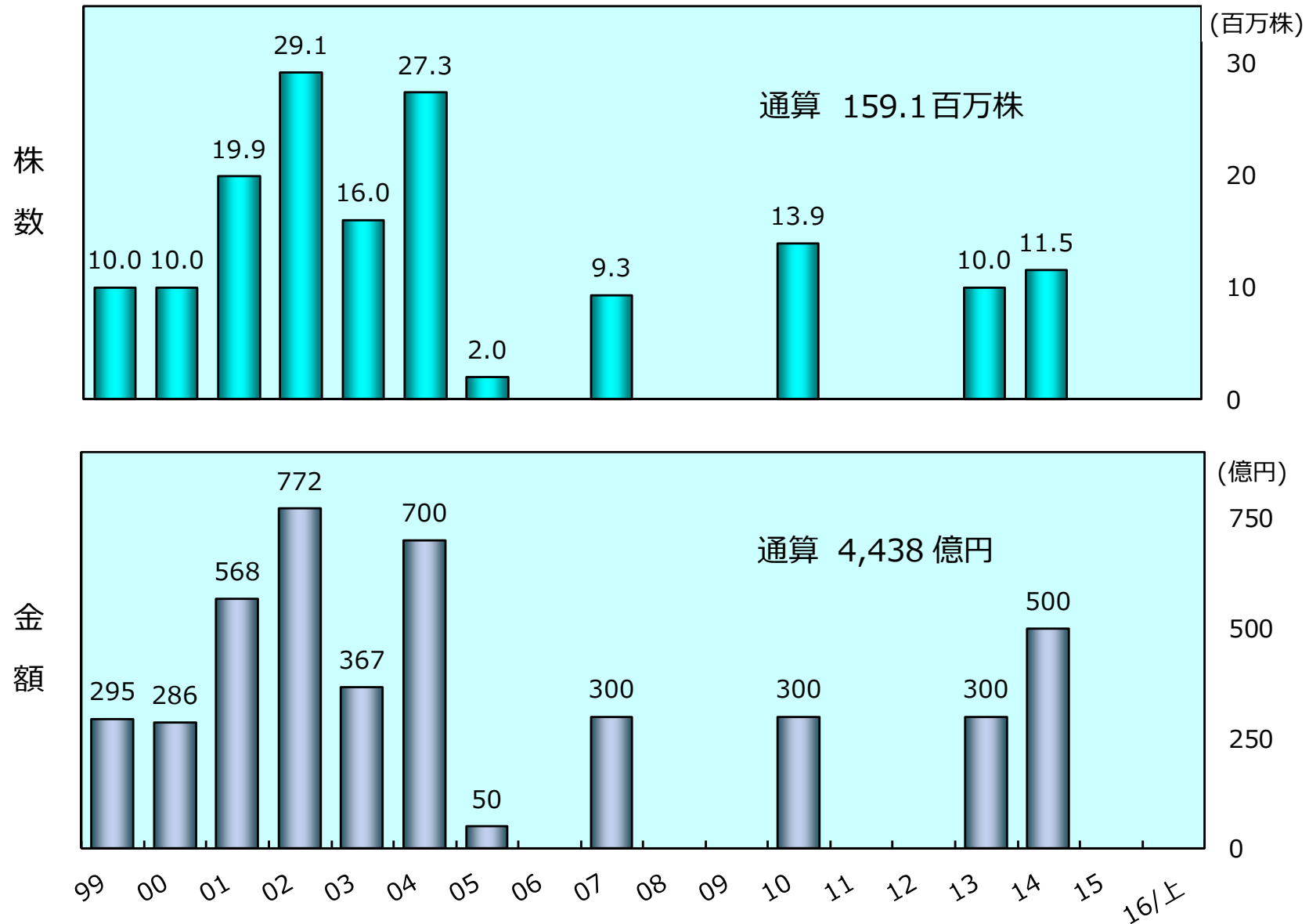
インドネシア コンシューマープロダクツ製造設備増強

【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) 220億円

自己株式取得の状況

[参考]



※市場からの買い入れ分。2016年12月期第2四半期末発行済株式数(自己株式を含む)は504.0百万株。

通期の見通し

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※3</u>
■ 売上高：		+0.4%	14,800億円
・ 為替の変動による影響	Δ4.1%	Δ604億円
・ 実質増加額	+4.5%	+659億円
			<u>損益への影響</u>
■ 原材料価格変動の影響	・ グロス：	+100億円
		・ ネット：	+110億円
■ コストダウン活動 (TCR)		+90億円
■ 設備投資・減価償却費+償却費	・ 設備投資額：	1,000億円
		・ 減価償却費+償却費：	530億円
予想為替レート	米ドル = 108円	(2015年度実績[単純平均]	121.05円)
	ユーロ = 120円	(2015年度実績[単純平均]	134.37円)
	元 = 16円	(2015年度実績[単純平均]	19.27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。

※3 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度IFRSとの比較。

連結業績予想※1

【億円】

	2015年度 ^{※2}	2016年度予想 ^{※3}	増減率%	4/27公表予想
売上高	14,746	14,800	0.4	15,100
営業利益	1,673	1,840	10.0	1,840
対売上比	11.3%	12.4%	-	-
税引前利益	1,660	1,830	10.2	1,830
対売上比	11.3%	12.4%	-	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,052	1,200	14.1	1,200
対売上比	7.1%	8.1%	-	-
基本的1株当たり当期利益 (円)	209.82	239.20	14.0	239.23
ROE	16.1%	17.2%	-	-
EBITDA(営業利益+減価償却費+償却費)	2,247	2,370	5.5	-
1株当たり配当金(円)	80.0	92.0	15.0	92.0

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

予想為替レート: 108円/米ドル・120円/ユーロ・16円/元

※2 カネボウ化粧品(2015年1~12月): 売上高1,800億円弱 / ロイヤルティ控除前営業利益率約2%・カネボウ化粧品関連償却費100億円

※3 カネボウ化粧品(2016年1~12月): 売上高約1,800億円 / ロイヤルティ控除前営業利益率約5%・カネボウ化粧品関連償却費13億円

2016年度セグメント別売上高予想

増減率 ※1

連結売上高 14,800 億円 0.4%

【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	6,090	0.1%	日本	10,490	2.9%
ヒューマンヘルスケア	2,860	1.5%	アジア	2,880	1.1%
ファブリック&ホームケア	3,440	2.6%	米州	1,250	(9.3)%
ケミカル	2,810	(2.5)%	欧州	1,400	(9.3)%

※1 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度IFRSとの比較。

※2 売上高：セグメント・所在地間の消去前。

2016年度国内コンシューマープロダクツ事業売上高予想 [参考]

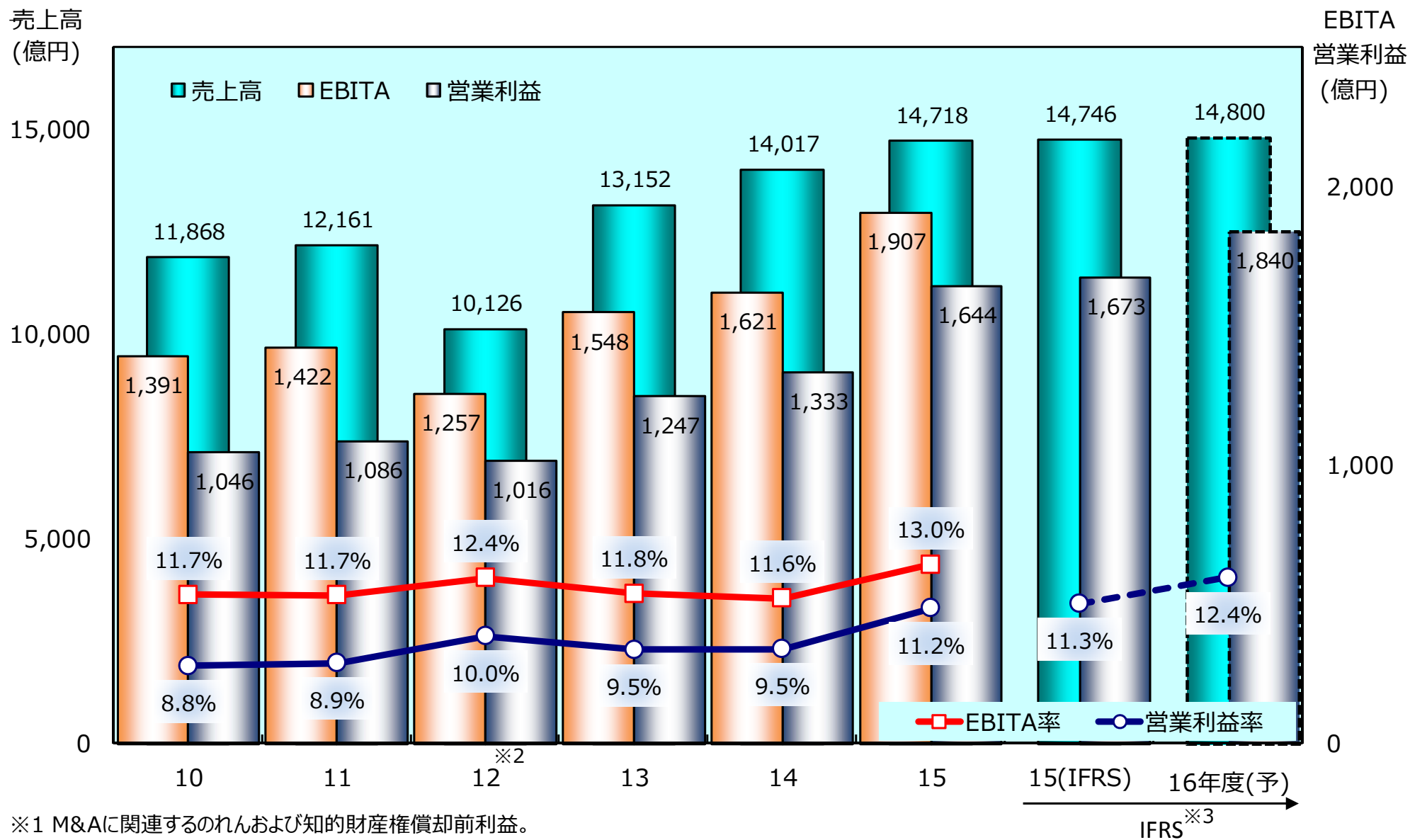
【億円】

	上期			年間		
	2015年度 実績	2016年度 実績	増減率%	2015年度 実績	2016年度 予想	増減率%
ビューティケア	1,918	2,025	5.6	4,123	4,260	3.3
ヒューマンヘルスケア	1,043	1,036	(0.6)	2,227	2,250	1.1
ファブリック&ホームケア	1,261	1,338	6.1	2,888	3,040	5.2
コンシューマープロダクツ事業計	4,222	4,399	4.2	9,238	9,550	3.4

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

連結売上高/EBITA※1/営業利益

[参考]



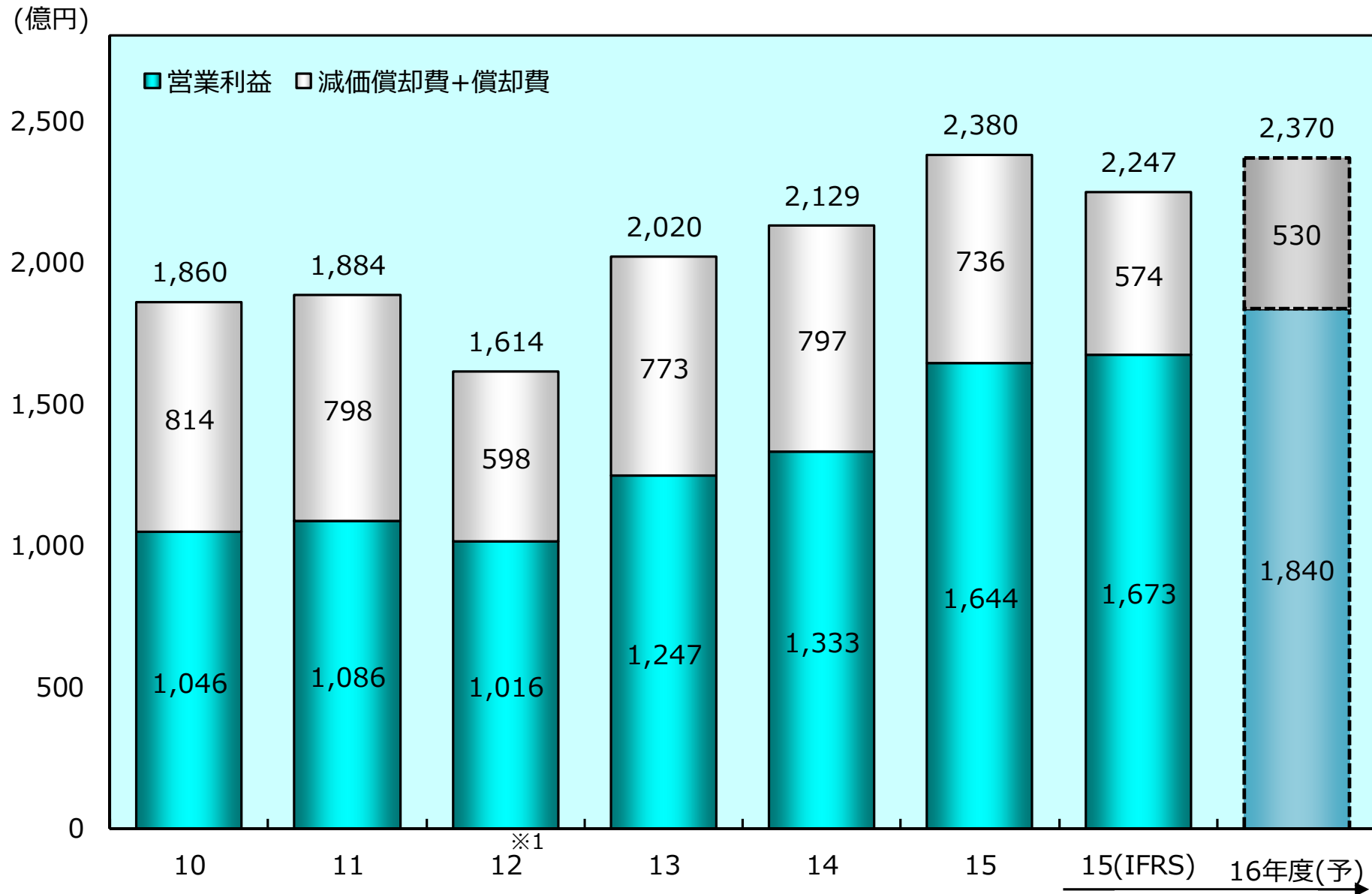
※1 M&Aに関連するのれんおよび知的財産権償却前利益。

※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

[参考]

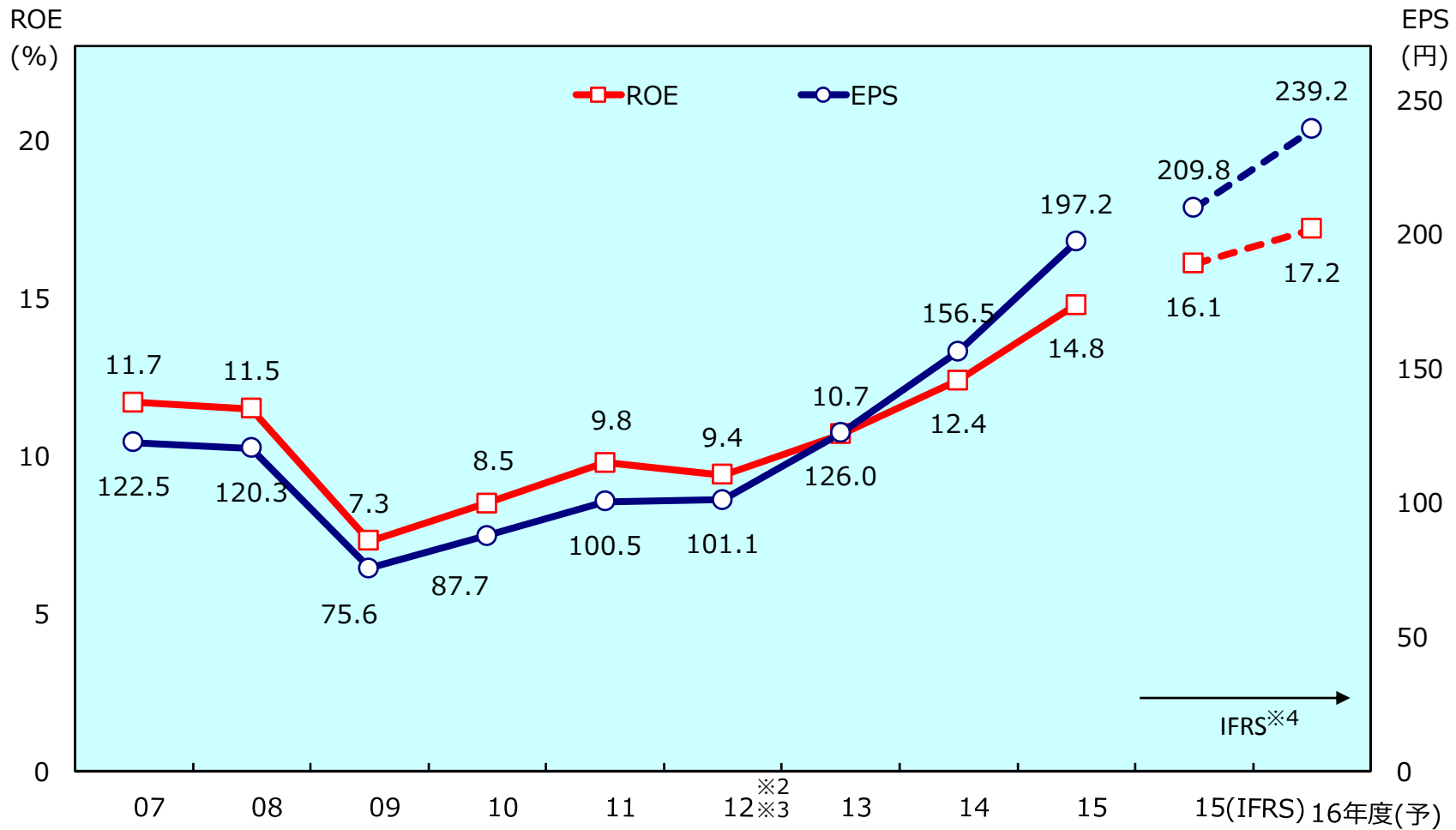


※1 2012年度より決算期変更。(詳細はスライド2参照)

※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

[参考]



期中平均株式数 (百万株)	543.2	536.1	536.0	533.0	521.9	521.8	513.9	508.7	501.4	501.4	501.7
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)	665.6	644.6	405.1	467.4	524.3	527.7	647.6	795.9	988.6	1,052.0	1,200.0

※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)

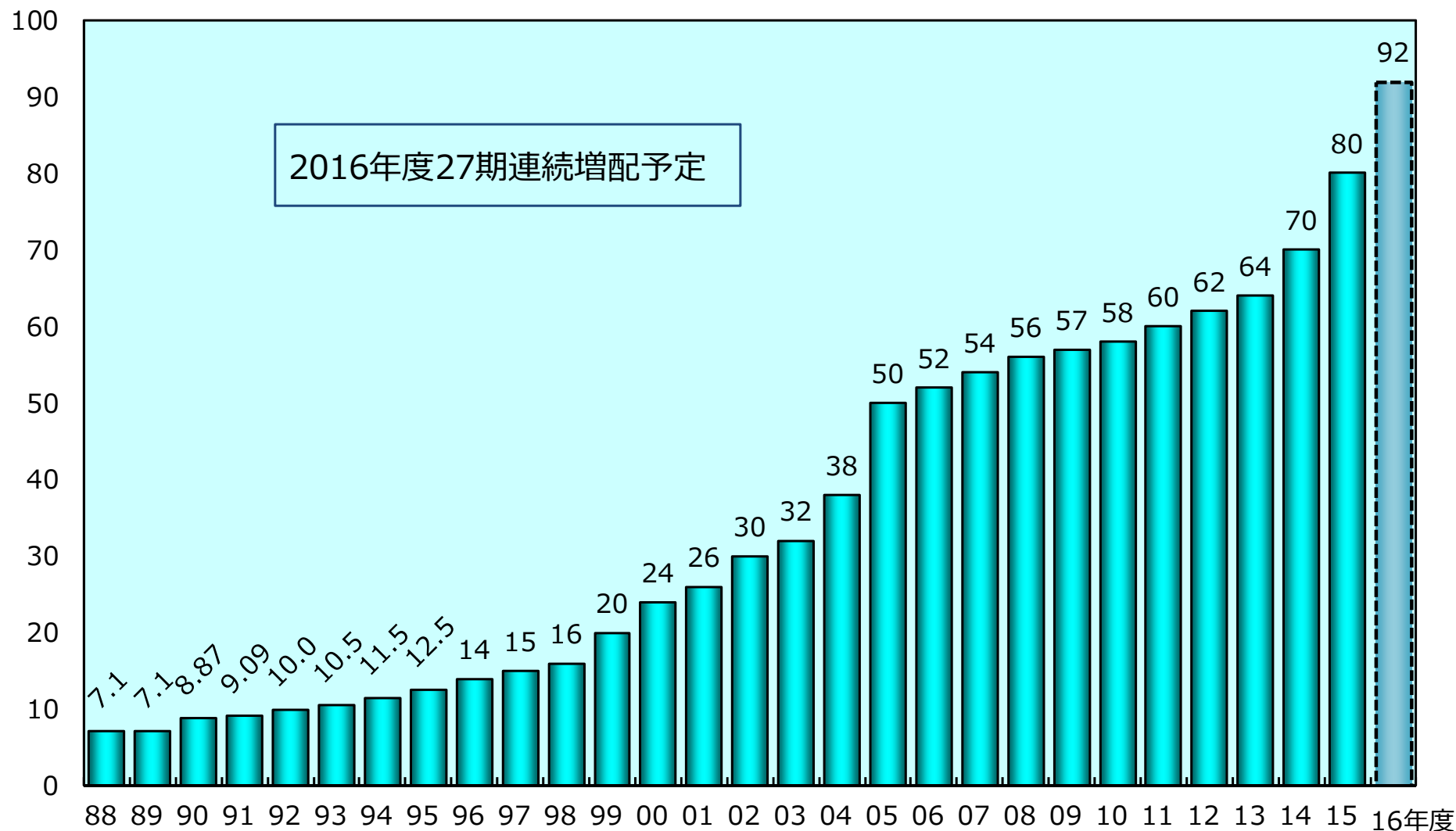
※3 2012年度のROEは決算期変更に伴う経過期間の数値。

※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

[参考]

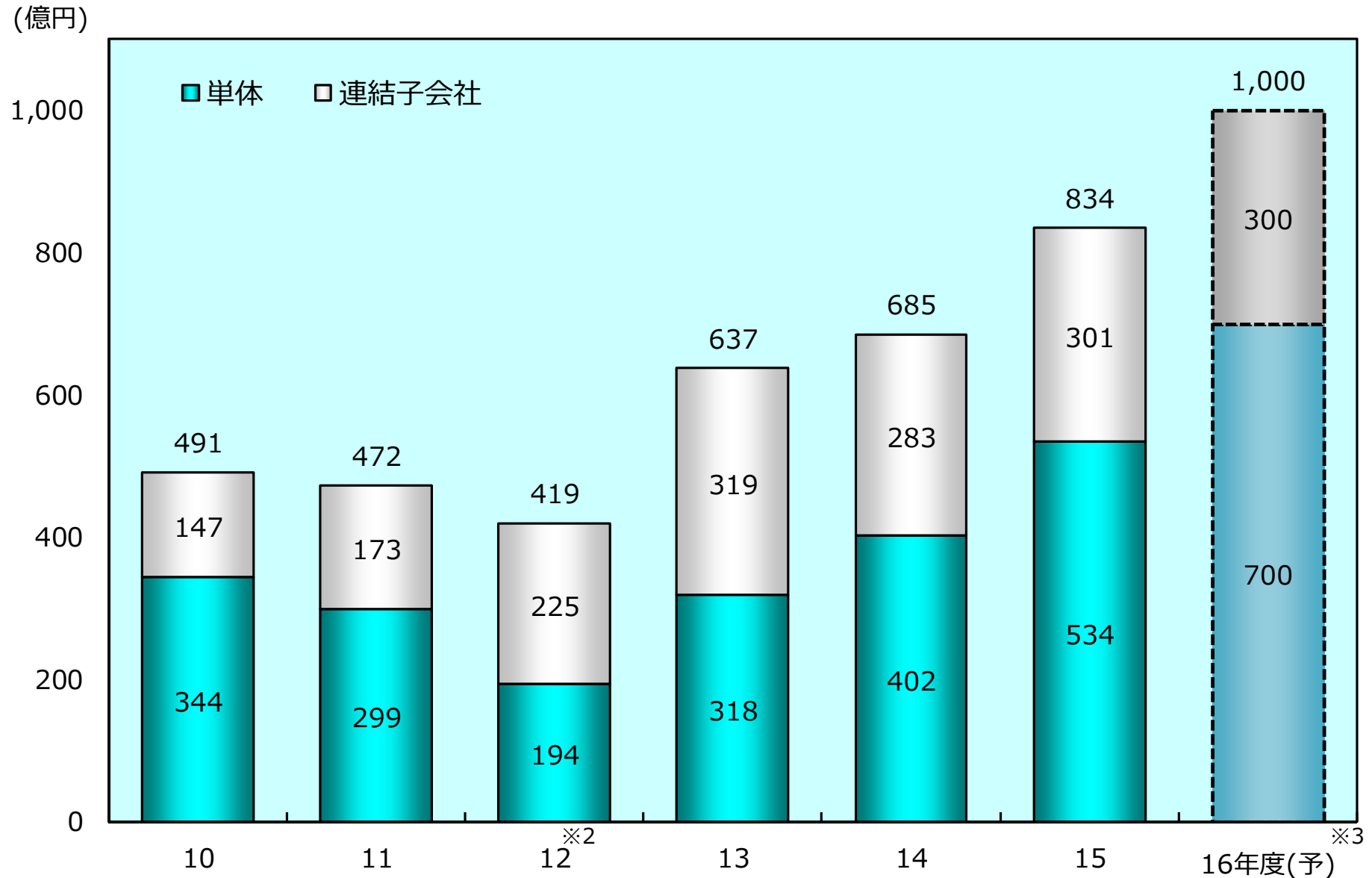
1株当たり配当金 (円)



※ 株式分割の影響を補正しています。

資本的支出※1の推移

[参考]



※1 長期前払費用を含む。

※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。

2016年度上期の振り返りと 花王グループの目指すべき方向性

花王株式会社

2016年7月28日

社長執行役員

澤田 道隆

KaO

自然と調和する ころろ豊かな毎日をめざして

2016年度上期の振り返り

2016年度の位置づけ

成長を続けるための「準備の年」

様々な外部要因の変化に対応できるような
次期中期経営計画K20のための準備をしっかりと行う

1. 7期連続増収増益※、公表予想の達成

- 伸びている事業を更に伸ばす
- 苦戦している事業を成長軌道へ
- 積極的な新製品・改良品の発売
- アジアコンシューマープロダクツ事業の成長加速

2. 今後の成長を支える事業の準備を本格化

- 化粧品ビジネスの大改革遂行
 - 昨年の花王ソフィーナに続き、今年カネボウ化粧品でもスタート
- ヘルシアの立て直しと食品及び健康関連事業への参入準備
- 欧米コンシューマープロダクツ事業の「不連続な成長」の準備
- 衛生等の事業境界領域事業の創出
- M&Aの積極化による事業拡大、事業創造

※ 2012年の決算期変更の影響および2016年度第1四半期からのIFRS適用の影響を除く

エグゼクティブサマリー

- 営業利益は期初公表予想※・前年同期ともに大きく上回る
為替の影響で売り上げは期初公表予想を下回るも、前年同期を若干上回る
- 次期中期経営計画K20のための準備は計画通り進行中
- 株主還元：
 - 2016年度第2四半期末の1株当たり配当金は公表予想通り、8円増配の46円
- ESG(環境・社会・ガバナンス)情報
 - 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
 - ユニバーサルデザインと環境配慮を両立したつめかえ容器の新提案
 - 環境負荷低減に向け、日本で初めて、FSC[®]認証(森林認証)を受けた段ボールの導入を開始

※2016年2月3日公表

環境負荷低減の様々な取り組み

■ ユニバーサルデザインと環境配慮を両立したつめかえ容器の新提案※1

- エssenシャル シャンプー・コンディショナー(2016年1月)、メリット シャンプー・リンス(2016年4月)に続き、他のブランドにも拡大予定



メリット



エssenシャル



■ 環境負荷低減に向け、日本で初めて、FSC®認証(森林認証)を受けた段ボールの導入を開始※2

- 2016年3月以降に新規導入する段ボールから順次実施し、2016年末には段ボールの約50%にFSC®認証 マークが入る予定

【FSC®認証マーク例】



※1: 詳細は2015年11月10日付リリース(http://www.kao.com/jp/corp_news/2015/20151110_001.html)参照ください。

※2: 詳細は2016年3月9日付リリース(http://www.kao.com/jp/corp_news/2016/20160309_001.html)を参照ください。

今後の成長を支える事業の準備進捗状況

化粧品ビジネス大改革

■ スキンケアの強化

- ブランドの特長明確化とカウンセリングのレベルアップ

■ 花王ソフィーナ

- 美を身体全体で捉える化粧品(ホリスティック・ビューティ)
- ソフィーナ*iP*
 - ・ 2015年11月にソフィーナ*iP* 2品を先行発売、2016年1月にデパートチャネル、9月にドラッグストア、総合スーパーに拡大
- 2016年9月に花王ソフィーナの中核となる基本ケアシリーズ刷新



ソフィーナ*iP*



基本ケア

ポーテ
ライン

グレース
ライン

■ カネボウ化粧品

- 美を五感で感じる化粧品
- グローバルブランド *KANEBO*
 - ・ 本質を求め、普遍的な美しさに共感する女性に向けた“ニュープレステージ”ブランド
 - ・ 2016年9月にデパートおよび一部専門店で発売
 - ・ ブランドオリジナルティ: 時間美容
 - ・ スキンケア、ベースメイク、ポイントメイク24品目



KANEBO

今後の成長を支える事業の準備進捗状況

ヘルシアの立て直しと 食品及び健康関連事業への参入準備

■ ヘルシアの立て直し

- 高濃度茶カテキン配合のヘルシアならではの価値伝達強化

- ・ 新しい効能表示: 脂肪を代謝する力を高め、体脂肪を減らすのを助ける
- ・ 茶カテキンのメカニズムを突詰め、分解と消費からなる代謝のメカニズムを発見
- ・ 緑茶のパッケージを7月に刷新

- ヘルシアモルトスタイルを7月に限定先行発売

■ 食品及び健康関連事業への参入準備



ヘルシア緑茶



ヘルシアモルトスタイル

今後の成長を支える事業の準備進捗状況

M & Aの積極化による事業拡大、事業創造

■ 花王の革新的な水性インクジェット用顔料インクにより、印刷の世界を変えることに挑戦

- 世界のデジタル産業印刷市場で環境負荷の低減に貢献
- 花王の技術:独自の顔料ナノ分散技術を応用した世界初のVOC(揮発性有機化合物)レス水性インクジェット用顔料インク※1
- 買収で取得:高度なインク設計技術および欧米での生産設備・販売網



■ 欧米のインク会社2社を買収※2

● Collins Inkjet Corporation社

- ・ 本社: 米国 オハイオ州
- ・ 2016年7月買収完了

● Chimigraf Group

- ・ 本社: スペイン バルセロナ
- ・ 2017年4月買収完了予定



※1: 詳細は2016年3月16日付リリース(http://www.kao.com/jp/corp_news/2016/20160316_001.html) 参照ください。

※2: 詳細は2016年6月20日付リリース(http://www.kao.com/jp/corp_news/2016/20160620_002.html) および

http://www.kao.com/jp/corp_news/2016/20160620_001.html) 参照ください。

花王グループの目指すべき方向性

花王グループの目指すべき方向性

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
によって、グローバルで存在感のある会社を目指す

リーディング・カンパニーとしての役割をしっかりと果たし
企業価値増大を図るために

1. 持続的成長にこだわる

- 連続増収増益
- 売上拡大より利益重視
- 「脱デフレ型成長モデル」の深化とM&Aへの積極投資
- 利益ある新事業の創出、提案

2. ステークホルダーへの持続的な還元

- 社員への還元: 継続的な処遇アップ
- 社会への還元: 納税、雇用、社会貢献
- 株主への還元: 増配の継続

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)

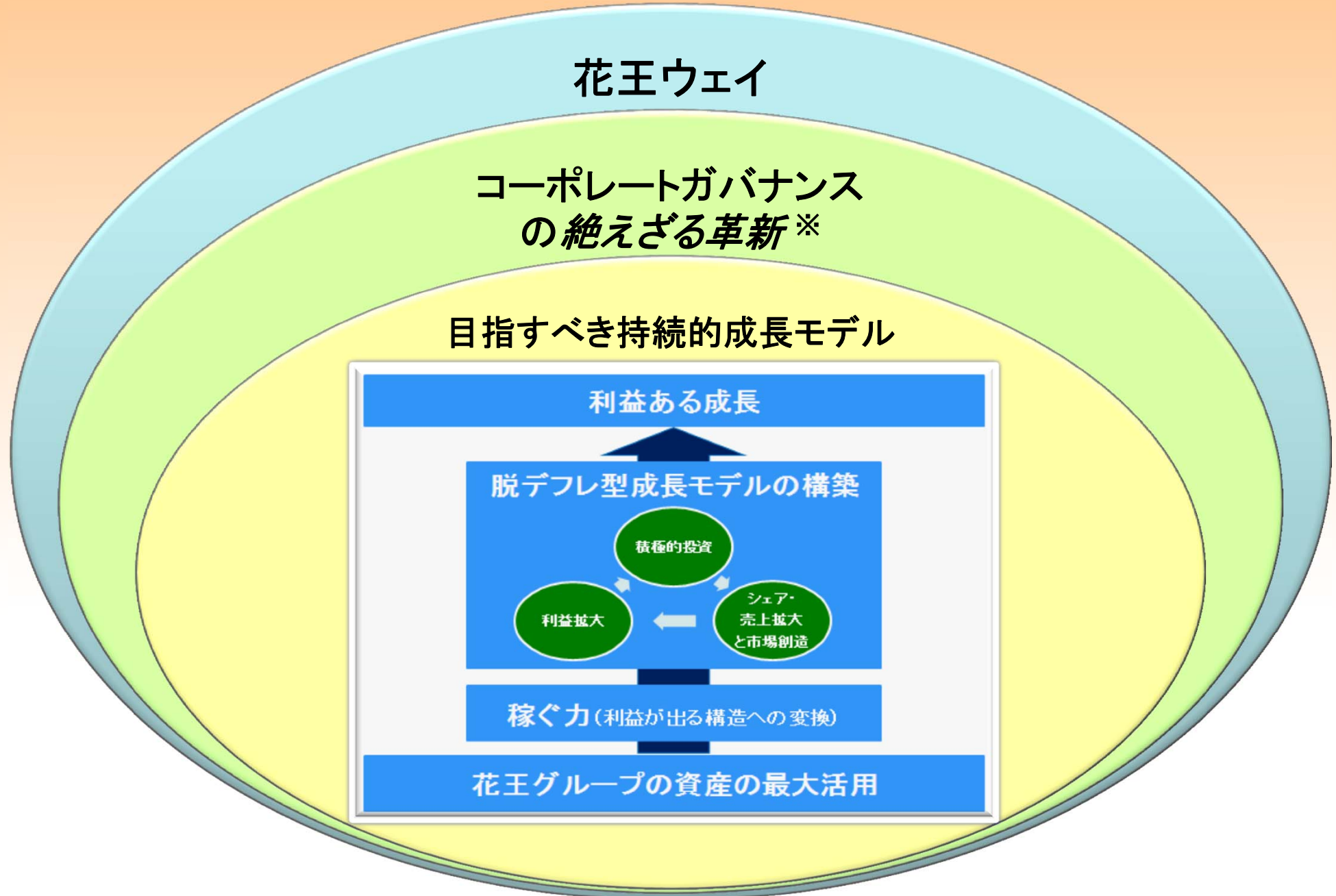
2. 安定的・継続的な配当

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

補足資料

利益ある成長とコーポレートガバナンス



※絶えざる革新は花王グループの経営理念である花王ウェイの基本となる価値観の一つ

社会のサステナビリティへの貢献

事業活動を通じた社会貢献

<重点領域>

エコロジー

コミュニティ

カルチャー

花王ウェイの精神に基づき、社会の公器としての責任を果たす



■ 革新的な商品とサービスを通じ、世界の社会的課題の解決に貢献

環境、健康や高齢化、衛生などに配慮した製品開発

■ 企業市民としての社会貢献活動の継続・強化

ステークホルダーやローカルコミュニティとの連携

■ グローバルイシューに向けた活動

グローバル・コンパクト参加、RSPO※への参加と持続可能なパーム油の調達、ダイバーシティの尊重

※ 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目指す国際的なNGO

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年度上期売上高: 2,927億円
(増減率:+1.6%/売上構成:41.8%)

美容サロン向け製品
化粧品
スキンケア
ヘアケア



ヒューマンヘルスケア

2016年度上期売上高: 1,329億円
(増減率:△0.3%/売上構成19.0%)

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

2016年度上期売上高: 1,558億円
(増減率:+4.2%/売上構成:22.3%)

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

2016年度上期売上高: 1,355億円
(増減率:△5.8%/売上構成:16.9%)

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

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



FTSE4Good



MSCI



2016 Constituent
MSCI Global
Sustainability Indexes

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



CSR関連の外部機関からの評価



Gold Class 2016および
Industry Mover 2016同時受賞



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

[2016年7月28日現在]

KaO

自然と調和する ころ豊かな毎日をめざして

KaO

自然と調和する 心豊かな毎日をめざして