2020年12月期
第2四半期累計（1月1日～6月30日）

決算説明会資料

花王株式会社

2020年7月29日

自然と調和する こ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/

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。

- 当社グループは、2019年12月期第1四半期よりIFRS第16号「リース」を適用しています。
- 文中の▲付きの数字と、表中のカッコ（　）内の数字はマイナス

自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

花王グループ中期経営計画「K20」

（１）特長ある企業イメージの醸成へのこだわり

「ESG経営に大きく舵を切ること」を宣言

リデュースイノベーション
リサイクルイノベーション
ソーシャルイノベーション
「MyKirei by KAO」ブランドの上市

（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　（メリーズ、アタック、ビオレ）

※実質売上高CAGR: 為替の変動・販売制度変更等の影響を除いた売上高の年平均成長率

（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）
- 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

今年は「K20」の最終年として、目標達成を目指しスタートしたが・・・

kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

ESG投資インデックスおよび外部機関からの評価・活動

花王が組み入れられているESG投資インデックス

MEMBER OF Dow Jones Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

2020 MSCI ESG Leaders Indexes Constituent

included in ETHIBEL SUSTAINABILITY INDEX EXCELLENCE Global

EURONEXT vigeoeiris INDICES WORLD 120

S&P/JPX カーボン エフィシェント 指数

FTSE4Good

FTSE Blossom Japan

2020 CONSTITUENT MSCIジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数

2020 CONSTITUENT MSCI日本株 女性活躍指数 (WIN)

ECPI Sense in sustainability

2020 Bloomberg Gender-Equality Index

外部機関からの評価・外部機関との活動

ETHISPHERE WORLD'S MOST ETHICAL COMPANIES 2007-2020

CDP DISCLOSURE INSIGHT ACTION A LIST 2019 CLIMATE

CDP DISCLOSURE INSIGHT ACTION A LIST 2019 WATER

CDP SUPPLIER ENGAGEMENT LEADER 2019

SCIENCE BASED TARGETS DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

TCFD TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES

Corporate ESG Performance Prime RATED BY ISS ESG

GOLD 2019 ecovadis CSR Rating

CLean Ocean Material Alliance

2020 GLOBAL100

SPORTS YELL COMPANY 令和元年度認定

DBJ健康格付 2016

2020 健康経営銘柄 Health and Productivity

2020 健康経営優良法人 Health and productivity ホワイト500

DIVERSITY MANAGEMENT SELECTION 100 2013

NADESHIKO BRAND 2020

プラチナくるみん 子育てサポートしています

NIKKEI Smart Work ★★★★½ 2020 Best 50

kao 自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

※ ESG投資: 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

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】	2019年度	2020年度	前年比%	前年差
売上高	7,214	6,672	(7.5)	(542)
		為替の影響※1	(1.2)	(85)
		売上高の認識方法変更の影響※2	(2.0)	(153)
		上記の影響を除く実質	(4.3)	(304)
営業利益	864	745	(13.8)	(119)
営業利益率	12.0%	11.2%	-	-
税引前利益	855	737	(13.8)	(118)
当期利益	582	515	(11.5)	(67)
親会社の所有者に帰属する当期利益	573	506	(11.7)	(67)
EBITDA(営業利益+減価償却費+償却費)※3	1,184	1,083	(8.5)	(101)
基本的1株当たり当期利益(円)	117.98	105.21	(10.8)	(12.77)
1株当たり配当金 (円)	65.00	70.00	-	+5.00

キャッシュ・フロー	調整後フリー・キャッシュ・フロー※4	276 億円
	配当金の支払額※5	322 億円

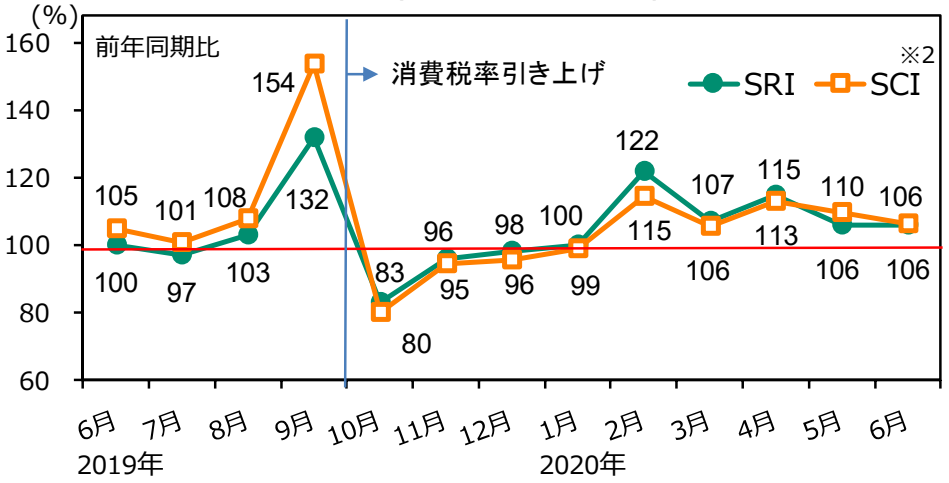
※1 為替レート: 米ドル=108.25円 / ユーロ=119.29円 / 中国元=15.40円
※2 2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しています
※3 使用権資産の減価償却費を除く
※4 調整後フリー・キャッシュ・フロー ＝ 営業活動によるキャッシュ・フローと投資活動によるキャッシュ・フローの合計から、使用権資産の減価償却費等を除いたフリー・キャッシュ・フロー
※5 非支配持分への支払額を含んでいます

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

国内コンシューマープロダクツ市場の状況

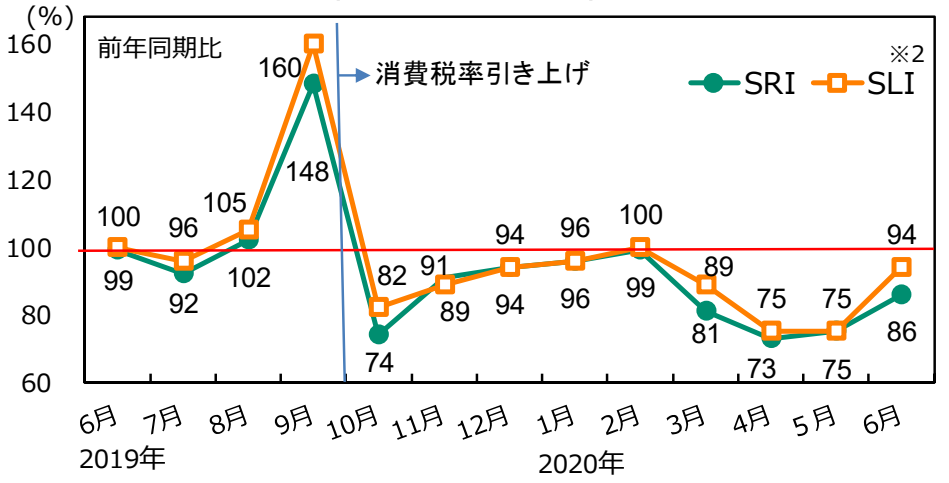
コンシューマープロダクツ市場

・国内トイレタリー※1市場伸長率(82品目・金額ベース)



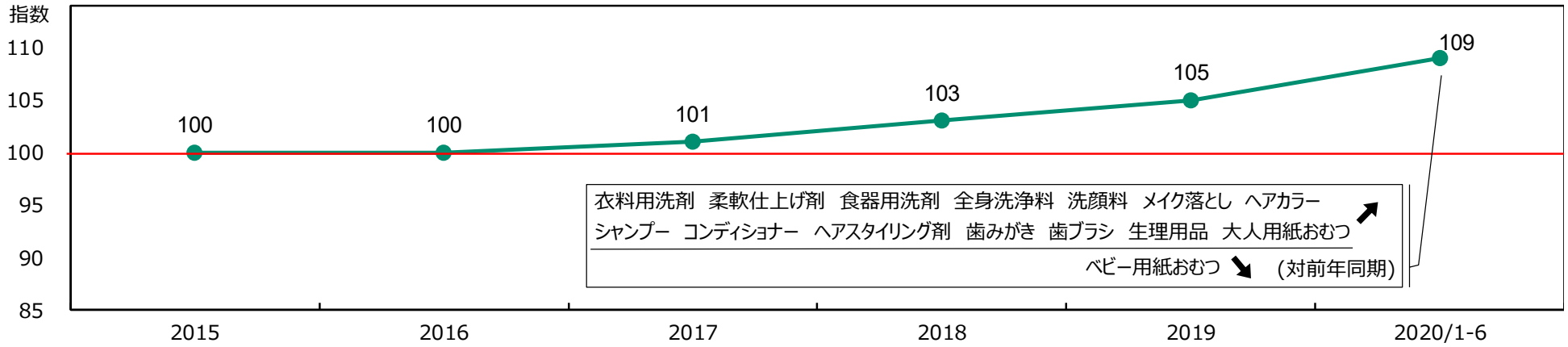
[(株)インテージSRI/SCI調べ]

・国内化粧品市場伸長率(26品目・金額ベース)



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

・国内トイレタリー15品目消費者購入単価※3



[(株)インテージSRI調べ]

※1 化粧品を除くコンシューマープロダクツ

※2 SRI: 全国約3千店の小売店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 2015年1-12月を100とした指数ベース

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

2020年1-6月連結決算の概況

花王グループは、世界中で新型コロナウイルス感染症が拡大する中、社会に役立つモノづくりを担っている社員を守り、感染防止に役立つ製品を迅速かつ大量に提供するとともに、生活者が安心して暮らすことに貢献できる情報を適時、的確に発信することを念頭に入れ、この半年間事業活動を進めてきた。

＜事業の概要＞

・ 売上高6,672億円：実質伸長率（対前年同期）▲4.3%
（コンシューマープロダクツ事業：▲4.1%、ケミカル事業：▲5.2%）
前年差▲542億円：実質▲304億円、認識変更▲153億円、為替▲85億円
営業利益745億円：前年増減率▲13.8%、前年差▲119億円、営業利益率11.2%

・ 衛生関連製品※（ハンドソープ、手指消毒液、ホームケア製品等）は前年を大きく上回って推移した。
一方で、化粧品事業ではインバウンド需要が減少したほか、マスク着用の常態化等によりメイク品が低迷、外出規制や小売店の臨時休業の影響を受け、売上・利益が大幅に減少。欧米サロン向け事業も外出規制や取引先店舗の閉鎖等により大きな影響を受けた。ケミカル事業では、対象業界の不振により売上・利益が前年を下回った。

＜株主還元＞

2020年度中間配当は、2020年4月27日発表の公表予想通り１株当たり５円増配の70円とする。

※ハンドソープおよび手指消毒液は、業務用製品（ファブリック＆ホームケア事業）を含む

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

2020年1-6月連結決算のポイント

・ 当初公表予想では、インバウンド需要をゼロとして下限値を設定（売上高：1兆5,100億円、営業利益：2,200億円）。
実際は、新型コロナウイルス感染症が世界に蔓延、深刻化し、インバウンド需要の消滅以外にもマイナス影響が拡大。
４-6月に状況はさらに悪化。特に日本の化粧品事業、欧米サロン向け事業への影響が大きかった。

＜マイナス要因＞

・ 日本の化粧品市場（SRI：インバウンド込み、Eコマースや百貨店含まず）は、3月から大きく減少し、4月に緊急事態宣言が発出されたこともあり、前年比で　4月：73%、5月：75%、6月：86% ⇒　上期：84%で推移。
花王グループの化粧品事業は、外出自粛等で低迷しているメイク品の売上比率が高く、固定費比率が高い。さらに、 D2Cを含めたECチャネルへの積極展開の遅れ等により、コロナ禍の影響を大きく受け、売上・利益は非常に厳しい状況。
欧米サロン向け事業も4-6月は厳しく、対前年同期比で68%であった。

＜プラス要因＞

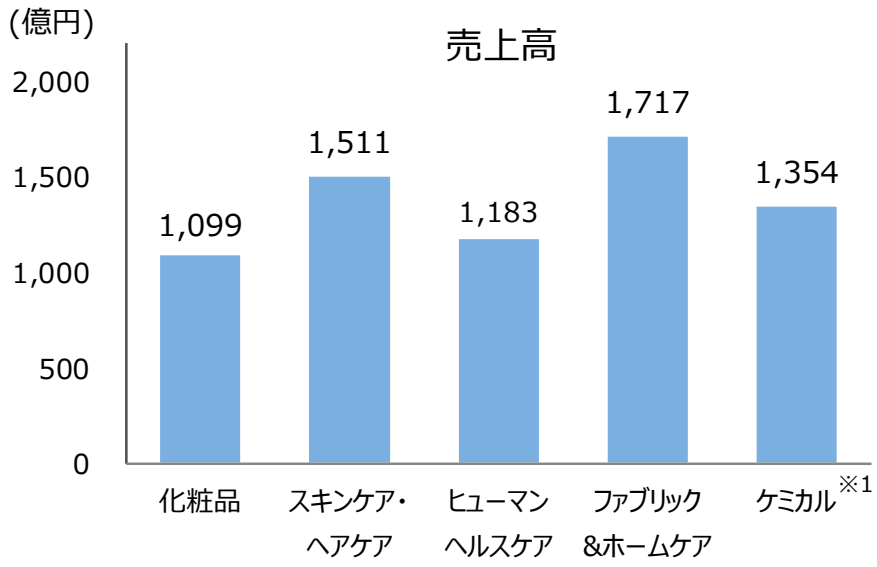
・ 新型コロナウイルス対策で、日本でのハンドソープ市場は約2倍（500億円/年）、手指消毒液の市場は約15倍（500億円/年）に拡大する見込みの中、生産能力を拡充し、シェアも上昇。
今後、海外でも手洗い、手指消毒等の習慣化が見込まれ、花王グループが貢献できる領域が拡大。事業面にもプラスの見込み。

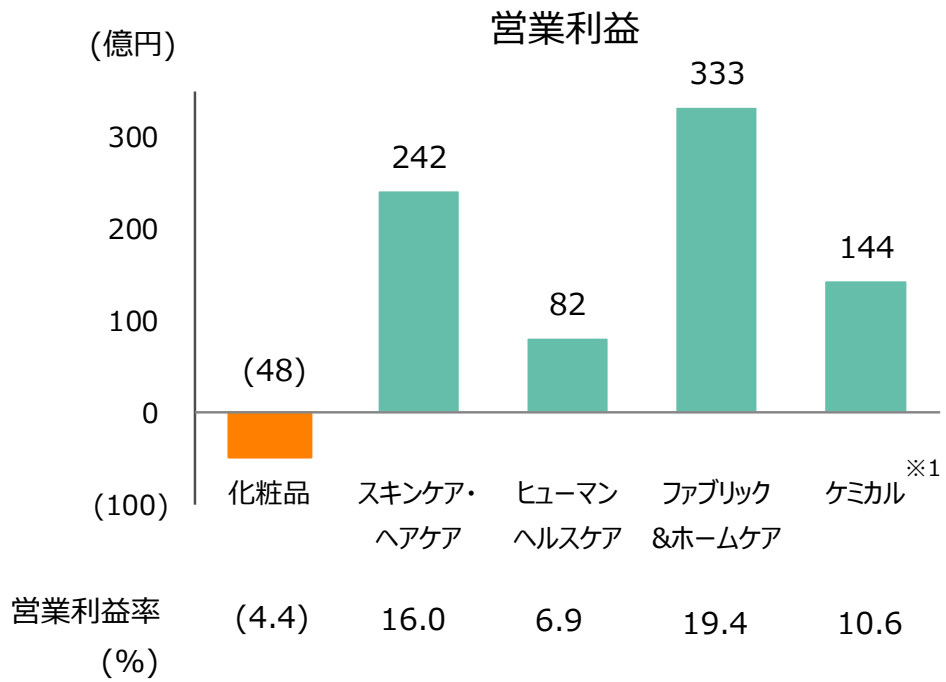
＜新型コロナウイルスの事業への影響：対前年同期＞

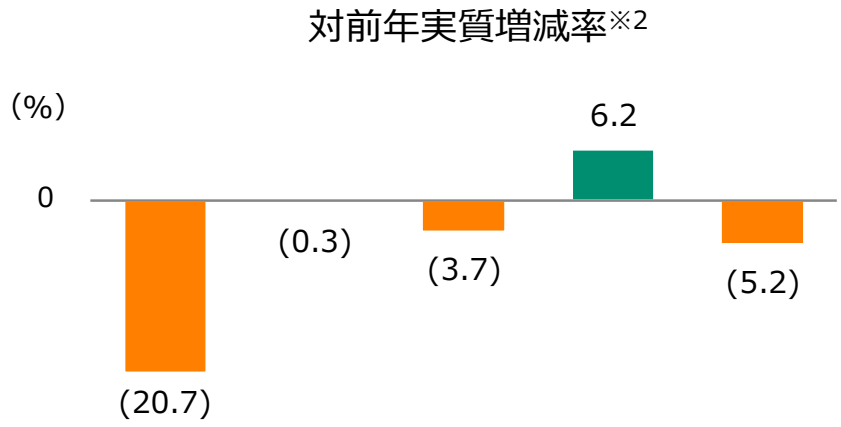
・ スキンケア製品、ホームケア製品、業務用製品の売上は＋169億円、利益は＋110億円。
一方、化粧品事業、欧米サロン向け事業、ケミカル事業の売上は▲470億円、利益は▲242億円。
・ 新型コロナウイルス関連特別支出　▲28億円
- 「社員を守る」給与面での施策である「特別要請手当」　：　▲14億円
- 品薄状態を緩和するためのハンドソープ「緊急空輸」　：　▲12億円
- その他　感染防止対策費用　：　▲　2億円

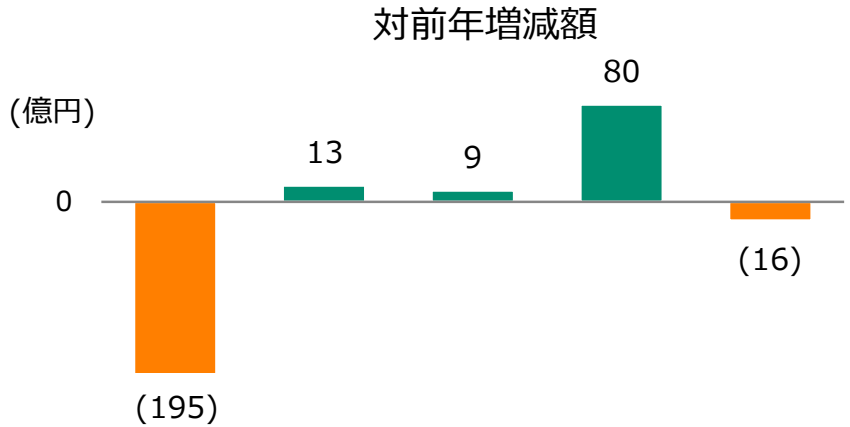
kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

セグメントの業績（2020年1-6月）









※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
また、スキンケア・ヘアケア事業については、2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しており、その影響も除いています

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

2020年7-12月の取り組みと見通し

＜市場の前提＞

・ 6月に入り、日本を含めた一部の国・地域で経済活動正常化の兆しあり。しかし、足元の日本での感染再拡大や、アジア、欧米各国・地域の感染状況をみると回復に力強さはなく、緩やかに正常化に向かう見通し。今後も感染症拡大の状況次第で市場の見通しは変わる。

＜事業のポイント＞

・ 新型コロナウイルスによる影響は、粗利率の最も高い化粧品事業が大きい。今後の回復状況が花王グループ全体の業績を大きく左右する。
・ インバウンド需要の回復が見込めない中、マスクの定着化をうまく捉えた提案やＥコマースでの販売促進（特に花王中国での拡販）等により、売上・利益の減少幅の最小化を目指して、最大限の努力を行う。
・ 衛生関連製品に関しては、サプライチェーン全体での総合力を発揮して、生産能力を増強し、衛生的ですこやかな暮らしを守る製品と情報を迅速かつ大量に提供していくことで社会に貢献し、結果として売上・利益増を目指す。
・ 研究開発の成果を活用して、下期に予定している新製品・改良品のインパクトの最大化を目指す。

＜公表予想の考え方＞

・ 7-9月の売上高は、2019年10月の日本での消費税率引き上げ前の駆け込み需要の反動により前年割れ、10-12月はその逆の前年超えを見込む。厳しい状況が継続する中、下期の売上高は実質前年並み以上を目指す。
・ 利益に関しては、減価償却費や人件費等の固定費増、新型コロナウイルス関連の特別支出※の発生等によるマイナスにより、経費節減、原材料差益、TCR等によるプラスを加味しても、下期も前年の営業利益レベル（1,253億円）を確保することは難しい見通し。
・ 通年では、売上・利益共に、前年を大きく下回る予想であり、通期連結業績予想を見直す。

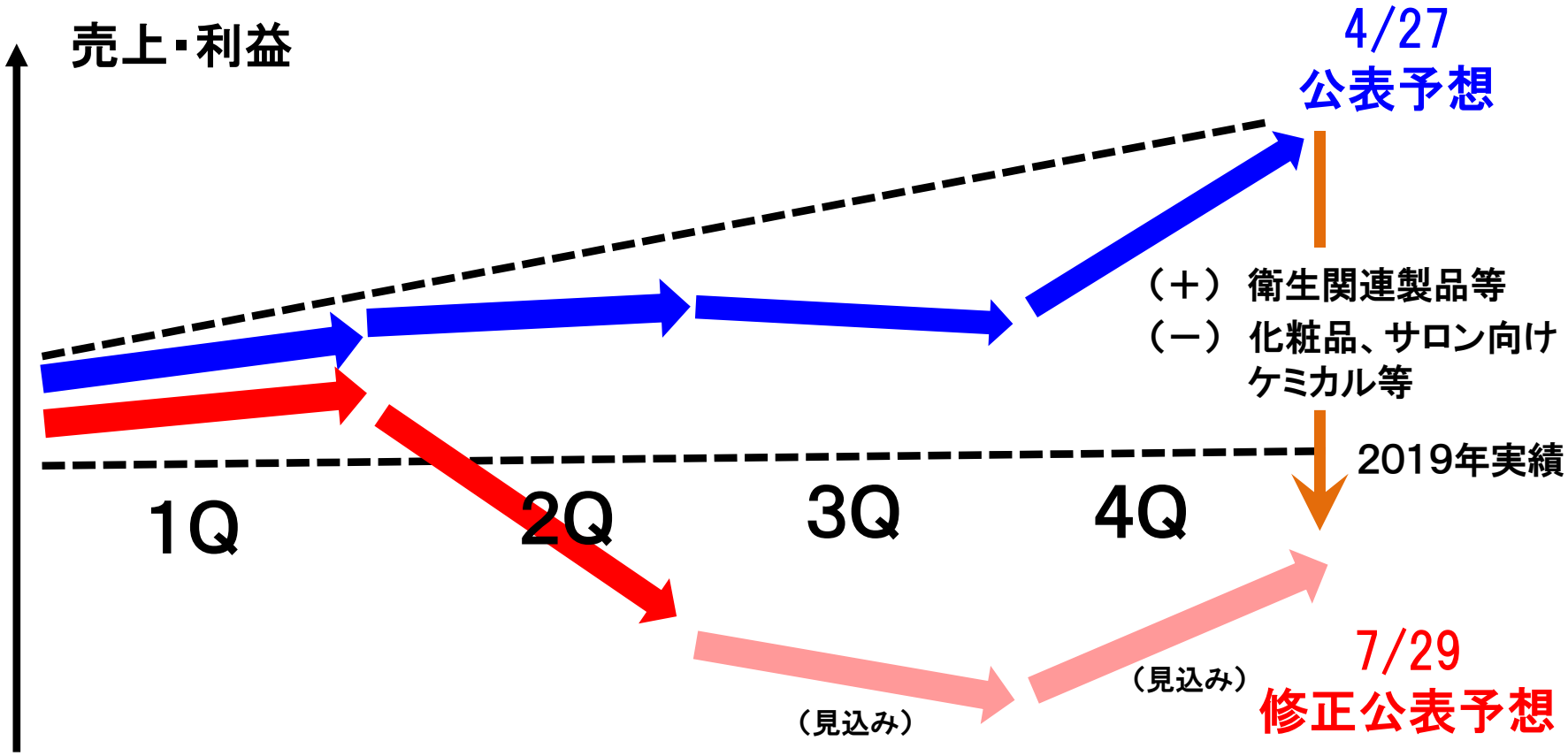
※ 特別支出(下期)▲18億円発生予定 （「特別要請手当」▲1億円、「会社業績連動賞与の特別施策」▲11億円、「緊急空輸」▲５億円、その他▲1億円）

＜公表予想＞

・ 通期連結業績予想　売上高1兆4,300億円（▲4.8%、実質▲1.9%）、営業利益1,900億円（▲10.3%）
親会社の所有者に帰属する当期利益1,340億円（▲9.6%）
2020年12月期の1株当たり配当金は、公表予想通りの10円増配の140円とし、31期連続増配を目指す。

kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

2020年 四半期別業績推移イメージ



kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

2020年12月期連結売上高予想

連結会計年度 (1-12月)

2020年度予想 【億円】	日本	実質増減率(%)※1	連結売上高	実質増減率(%)※1
化粧品事業	1,880	(19.0)	2,590	(13.6)
スキンケア・ヘアケア事業※2	1,800	8.7	3,100	1.7
ヒューマンヘルスケア事業	1,560	(2.7)	2,510	(0.8)
ファブリック&ホームケア事業	3,280	6.6	3,790	5.6
コンシューマープロダクツ事業	8,520	(1.6)	11,990	(1.4)
ケミカル事業※3			2,710	(3.7)
連結売上高			14,300	(1.9)

	連結売上高	実質増減率(%)※1
日本※2	9,310	(2.3)
アジア	2,630	2.8
米州	1,270	(3.2)
欧州	1,090	(6.8)
連結売上高	14,300	(1.9)

※1 為替変動および売上高の認識方法変更の影響を除く実質増減率
※2 2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しています
※3 ケミカル事業の売上高はセグメント間取引を含む

地域別の売上高は販売元の所在地に基づき分類

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

2020年12月期連結業績予想

連結会計年度 (1-12月)

【億円】	2019年度	前年比%	2020年度予想	前年比%	前年差
売上高	15,022	(0.4)	14,300	(4.8)	(722)
			為替の影響※1	(0.7)	(109)
			売上高の認識方法変更の影響※2	(2.3)	(340)
			上記の影響を除く実質	(1.9)	(274)
営業利益	2,117	+1.9	1,900	(10.3)	(217)
営業利益率	14.1%	-	13.3%	-	-
税引前利益	2,106	+1.6	1,890	(10.3)	(216)
対売上比	14.0%	-	13.2%	-	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,482	(3.6)	1,340	(9.6)	(142)
対売上比	9.9%	-	9.4%	-	-
EBITDA(営業利益+減価償却費+償却費)※3	2,772	+3.3	2,590	(6.6)	(182)
ROE	17.6%	-	15.0%	-	-
基本的1株当たり当期利益 (円)	306.70	(2.4)	278.62	(9.2)	(28.08)
1株当たり配当金(円)	130.00	-	140.00	-	+10.00

※1 予想為替レート: 米ドル=108円 / ユーロ=120円 / 中国元=15円
※2 2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しています
※3 使用権資産の減価償却費を除く

kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

2020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 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 前年をやや上回る

■ 国内化粧品市場伸長率 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 前年を下回る

■ 売上高 : ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ・・・・・ 1兆4,300億円

	増減額	増減率
為替の変動による影響	▲109億円	▲0.7%
売上高の認識方法変更の影響※1	▲340億円	▲2.3%
上記の影響を除く実質	▲274億円	▲1.9%

損益への影響

■ 原材料価格変動の影響 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ・グロス : +60億円
・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※2 : 900億円
・減価償却費+償却費※3 : 690億円

予想為替レート

米ドル	=	108円	(2019年度実績[単純平均] 109.02円)
ユーロ	=	120円	(2019年度実績[単純平均] 122.07円)
元	=	15円	(2019年度実績[単純平均] 15.79円)

※1 2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しています
※2 使用権資産を除く
※3 使用権資産の減価償却費を除く

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

どのような事態になっても、諦めず戦い抜く

企業理念を貫き、必ず社会のお役に立てるよう頑張る

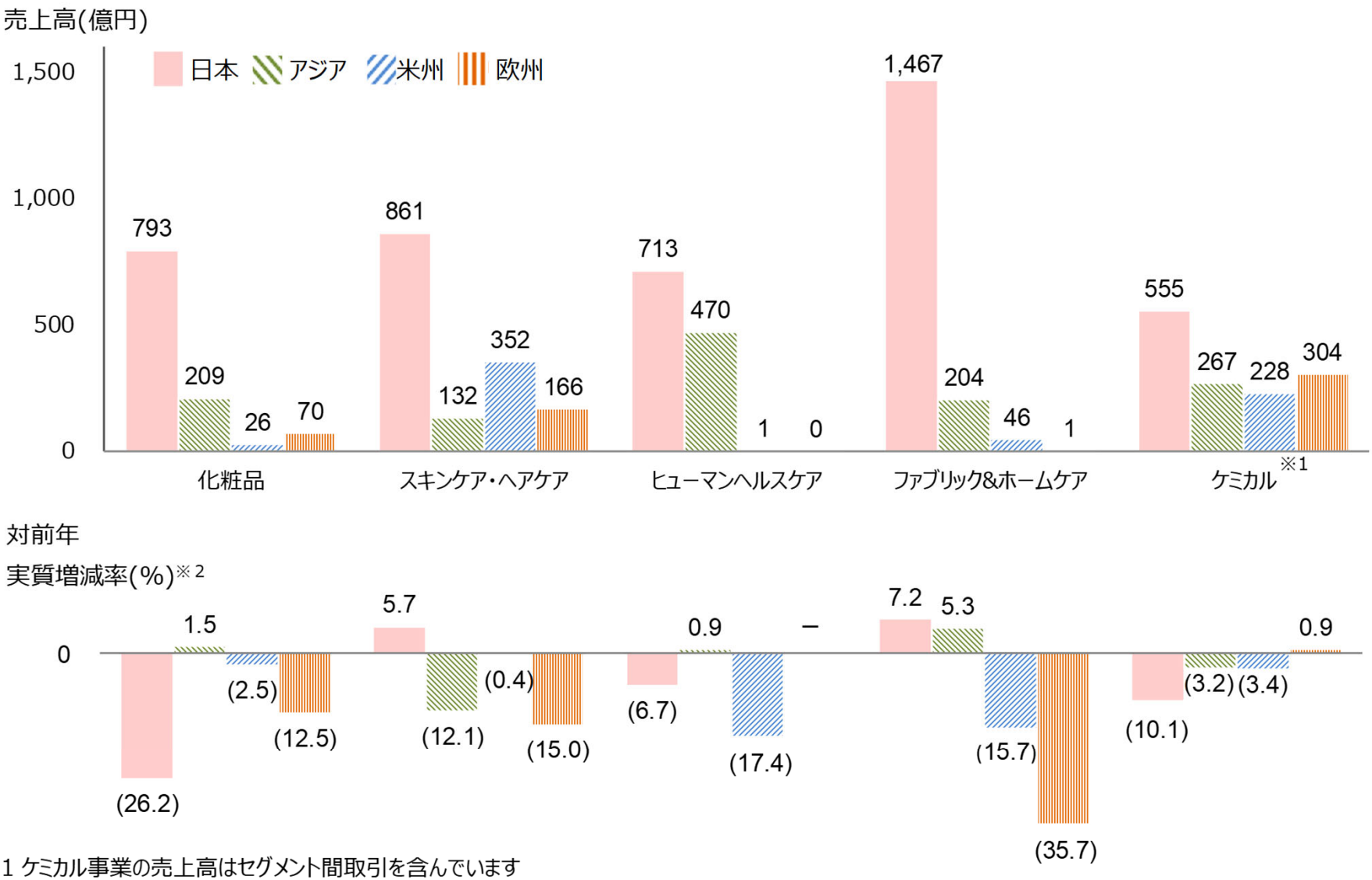
未曽有の危機を大きなきっかけに、変化対応を加速させる

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

第2四半期累計実績詳細・ESG戦略

自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

販売実績（2020年1-6月）



※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
また、スキンケア・ヘアケア事業については、2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しており、その影響も除いています

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

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

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(%)	
	2019年度	2020年度	増減率%	実質%※1	2019年度	2020年度	増減	2019年度	2020年度
日本※2	4,175	3,834	(8.2)	(4.7)	524	415	(109)	12.6	10.8
アジア	1,050	1,015	(3.4)	(0.0)	144	164	20	13.7	16.1
米州	445	424	(4.7)	(2.5)	32	41	8	7.2	9.6
欧州	289	237	(17.8)	(14.3)	2	(12)	(14)	0.6	(5.1)
コンシューマープロダクツ事業計	5,959	5,511	(7.5)	(4.1)	702	608	(94)	11.8	11.0

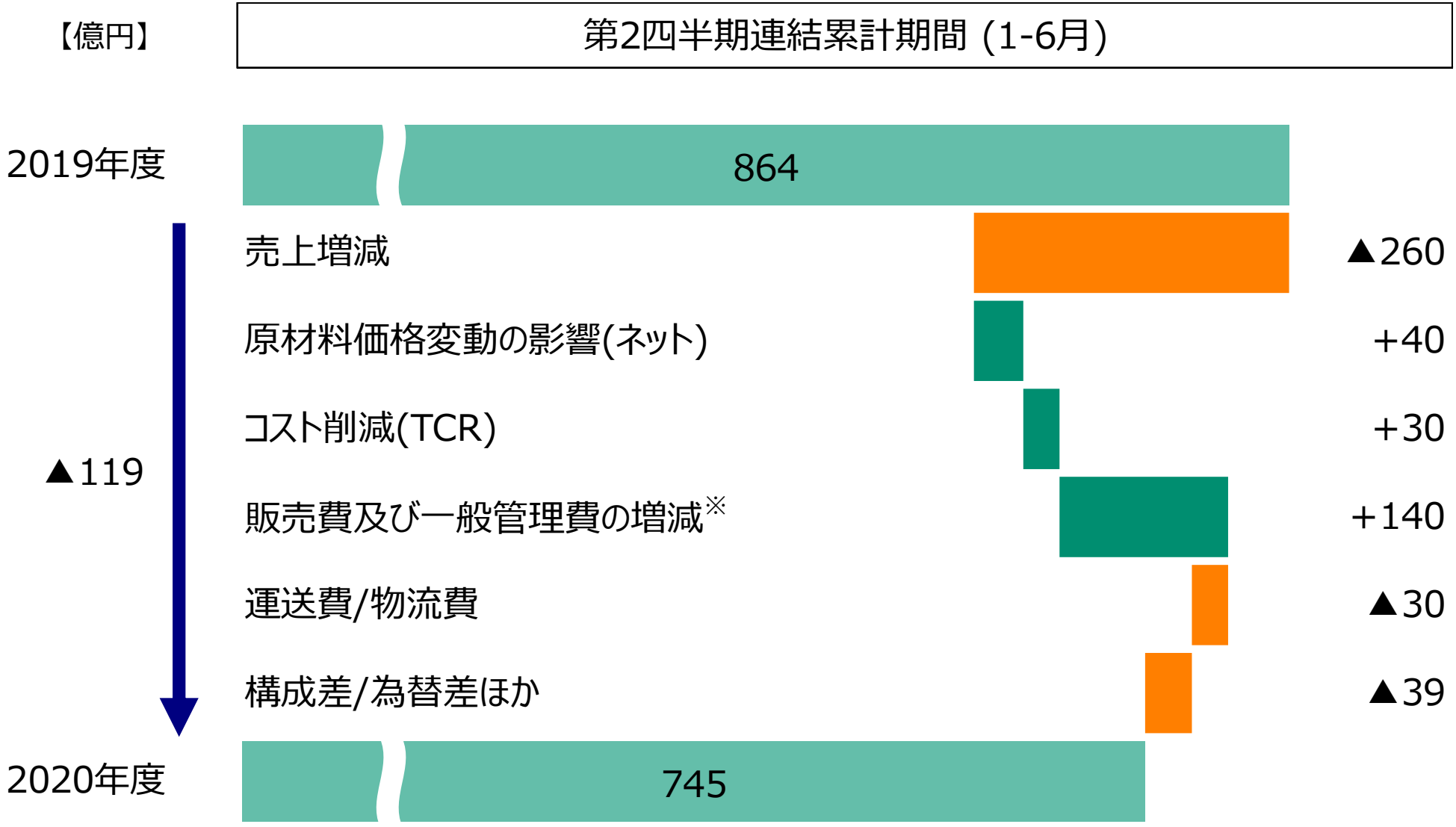
主要拠点の売上高伸長率	花王中国:	8%	花王台湾:	(9)%	花王ベトナム:	(21)%
(実質※1)	花王インドネシア	9%	花王タイ:	(10)%	花王香港:	(23)%

※1 為替変動の影響を除く実質増減率
※2 2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しています

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

kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

連結営業利益増減



※ 為替変動の影響を除く実質増減

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

企業価値向上のためのESGへの取り組み

新型コロナウイルス感染症拡大防止への取り組み

・暮らしのきれいを守る「プロテクトJAPAN by 花王」活動を開始
- 手指消毒液の増産に取り組み、緊急を要する医療機関や高齢者施設等へ優先的に供給。
- ウイルス等に関する専門家向けの情報や、感染予防に関する生活情報を積極的に発信。
- 生活者の暮らしのきれいを守るため、関連商品、すぐに取り組める正しい情報を提供するなど、この活動を日本から開始。今後、地域に応じた取り組みをグローバルに展開していく。

暮らしのきれいを守る取り組み
「プロテクトJAPAN by 花王」

ESG戦略

・ESG経営への決意とともに、“ESGよきモノづくり”を実現する注力アクションを発表
2019年9月26日、「Kirei Lifestyle Plan」を具現化する“ESGよきモノづくり”として注力アクションを発表。第一弾として、プラスチック循環社会に向けた「リデュース／リサイクルイノベーション」と、QOL*1 の向上等に寄与する「ソーシャルイノベーション」に注力していく。

*1 QOL：（quality of life；クオリティ・オブ・ライフ）一人ひとりの人生の内容の質や社会的にみた生活の質のこと

www.kao.com/jp/corporate/news/business-finance/2019/20190926-001/

“ESGよきモノづくり”における注力アクション

パーパスドリブンなブランド

・「Kirei Lifestyle」を体現するブランド「MyKirei by KAO」を米国で新発売
2020年4月より、花王が提案する「Kirei Lifestyle」を体現するブランド「MyKirei by KAO」の販売を開始（3品目6品種）。革新的フィルム容器AFBを導入し、リデュースイノベーションを具現化。日本、ヨーロッパ、その他アジア等で順次展開していく。

www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200407-001/

革新的フィルム容器を活用した製品群

暮らしを変える製品イノベーション

・ソーシャルイノベーションに向け、「ファインファイバーテクノロジー」を応用した化粧品を事業化開始
パナソニック株式会社との共同開発で、肌上に積層型の極薄膜をつくる技術を応用した、新しいスキンケアを提案する化粧品を、2019年12月から販売。様々な分野への事業展開も検討していく。

www.kao.com/jp/corporate/news/business-finance/2019/20191101-001/

ごみゼロ

・リデュースイノベーションの一環として、「プラスチック製アイキャッチシール廃止」を推進
2020年春に発売した「ビオレu」全身洗浄料等から「プラスチック製アイキャッチシール」を順次廃止。2021年末までに全廃する予定。

www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200317-002/

プラスチック製アイキャッチシール廃止

自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

Kirei Lifestyle Plan – 花王のESG戦略

生活者が求める暮らしをKirei Lifestyleと呼び、それを実現するために、ビジョン、コミットメント、アクションからなるKirei Lifestyle PlanをESG戦略として策定。花王はKirei Lifestyle Planを通して、未来に続く社会に貢献していきます。

花王のESGビジョン

Kirei Lifestyleとは、こころ豊かに暮らすこと。

Kirei Lifestyleとは、すべてにおもいやりが満ちていること。
自分自身の暮らしが清潔で満ち足りているだけでなく、
周りの世界もまたそうであることを大切にすること。

Kirei Lifestyleとは、こころ豊かな暮らしが、
今日だけではなく、これからも続くと安心できること。

日々の暮らしの中で、たとえ小さなことでも、
正しい選択をして、自分らしく生きるために。

花王はこうしたKirei Lifestyleが何よりも大切だと考えています。
だからこそ、決して妥協をせず、正しい道を歩んでいきます。
世界中の人々のこころ豊かな暮らしのために、
私たちは革新と創造に挑み続けます。

kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

Kirei Lifestyle Plan – 花王のESG戦略

花王の
ESGコミットメントと
アクション

My
Kirei
Lifestyle

快適な暮らしを
自分らしく
送るために

思いやりの
ある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

2030年 花王の コミットメント	2030年までに 世界中の人々の、 まずは10億人をめざして、 よりこころ豊かな暮らしに貢献します。 より清潔で、健康に、安心して年齢を重ね、 自分らしく生きられるように。	2030年までに より活力と思いやりのある 社会の実現のために、 すべての花王ブランドが、 小さくても意味のある選択を 生活者ができるように提案をします。	2030年までに すべての花王製品が、 全ライフサイクルにおいて、 科学的に地球が許容できる範囲内の 環境フットプリントとなるようにします。

kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

Kirei Lifestyle Plan – 花王のESG戦略

花王の
アクション

- QOLの向上
- 清潔で美しく すこやかな習慣
- サステナブルな ライフスタイルの 推進
- パーパス ドリブンな ブランド
- 脱炭素
- ごみゼロ
- ユニバーサル プロダクト デザイン
- より安全で より健康な 製品
- 暮らしを変える 製品イノベーション
- 責任ある 原材料調達
- 水保全
- 大気および 水質汚染防止

正道を歩む

- 実効性のある コーポレート ガバナンス
- 徹底した 透明性
- 人権の尊重
- 受容性と多様性の ある職場
- 社員の 健康増進と 安全
- 人財開発
- 責任ある 化学物質管理

kao
自然と調和する こ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等の有利子負債の早期返済

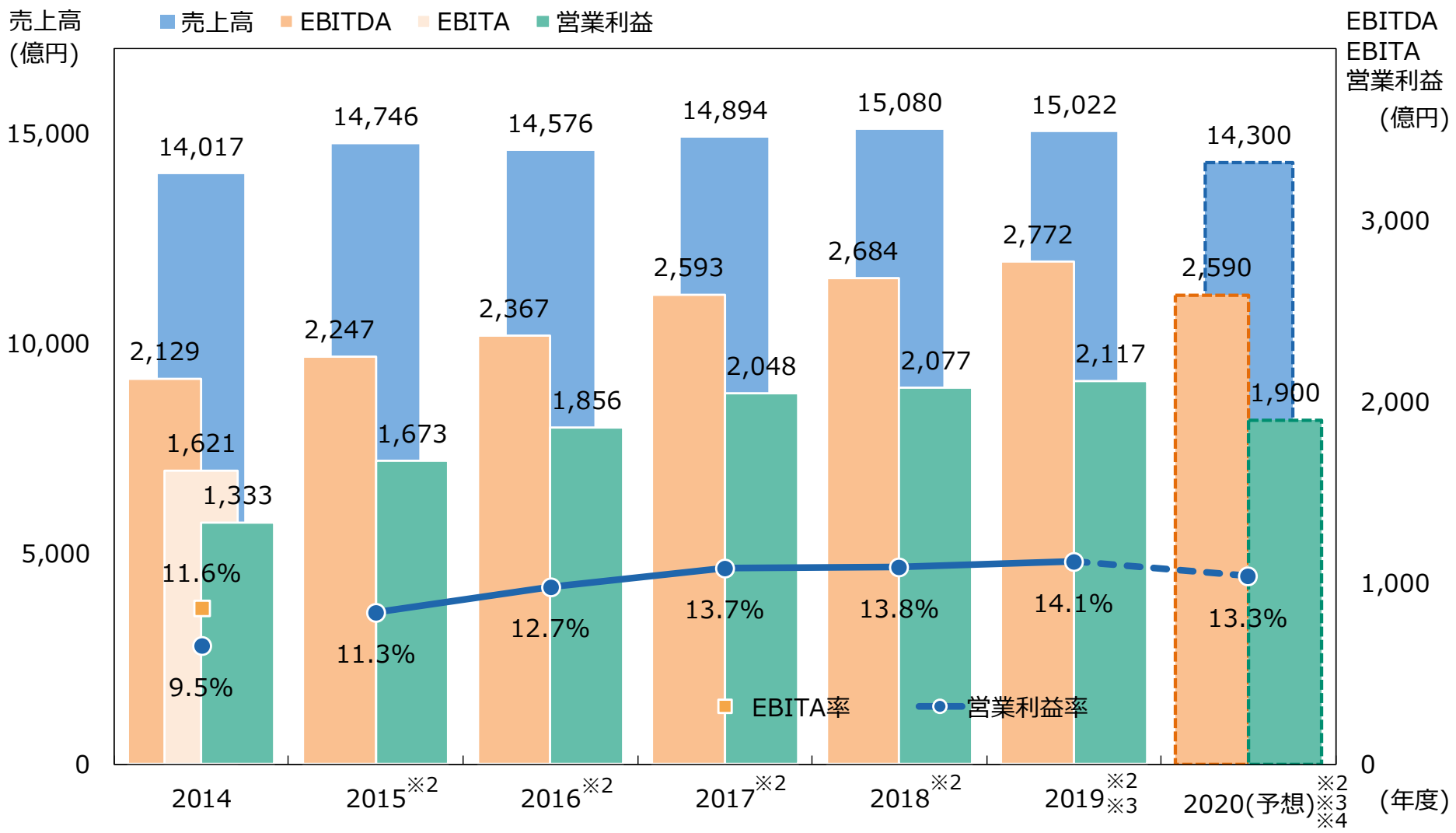
※ 営業活動によるキャッシュ・フロー

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

ヒストリカルデータ

自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

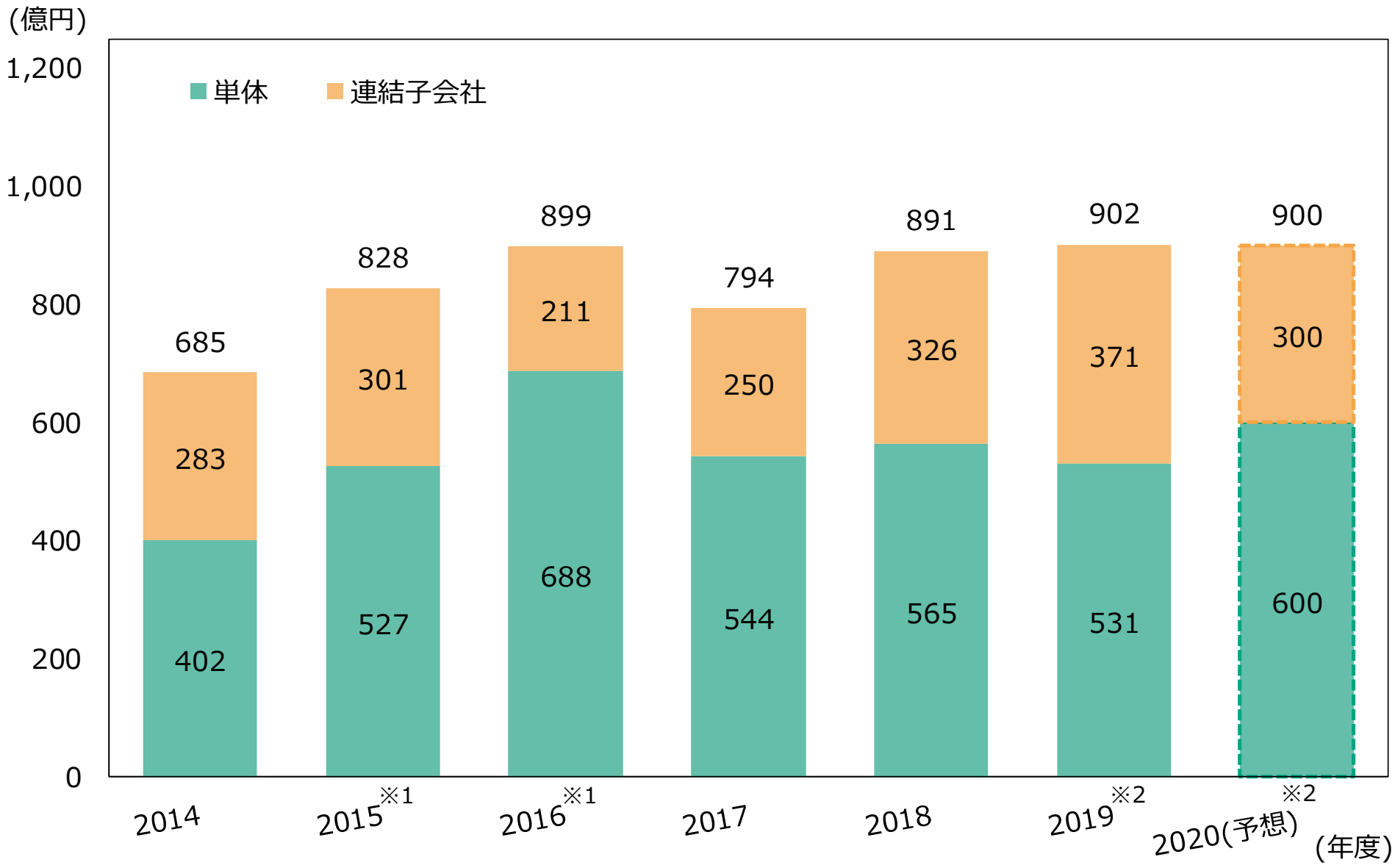
連結売上高/EBITDA/EBITA※1/営業利益



※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 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を表示せず。
※3 EBITDAは使用権資産の減価償却費を除く
※4 2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しています

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

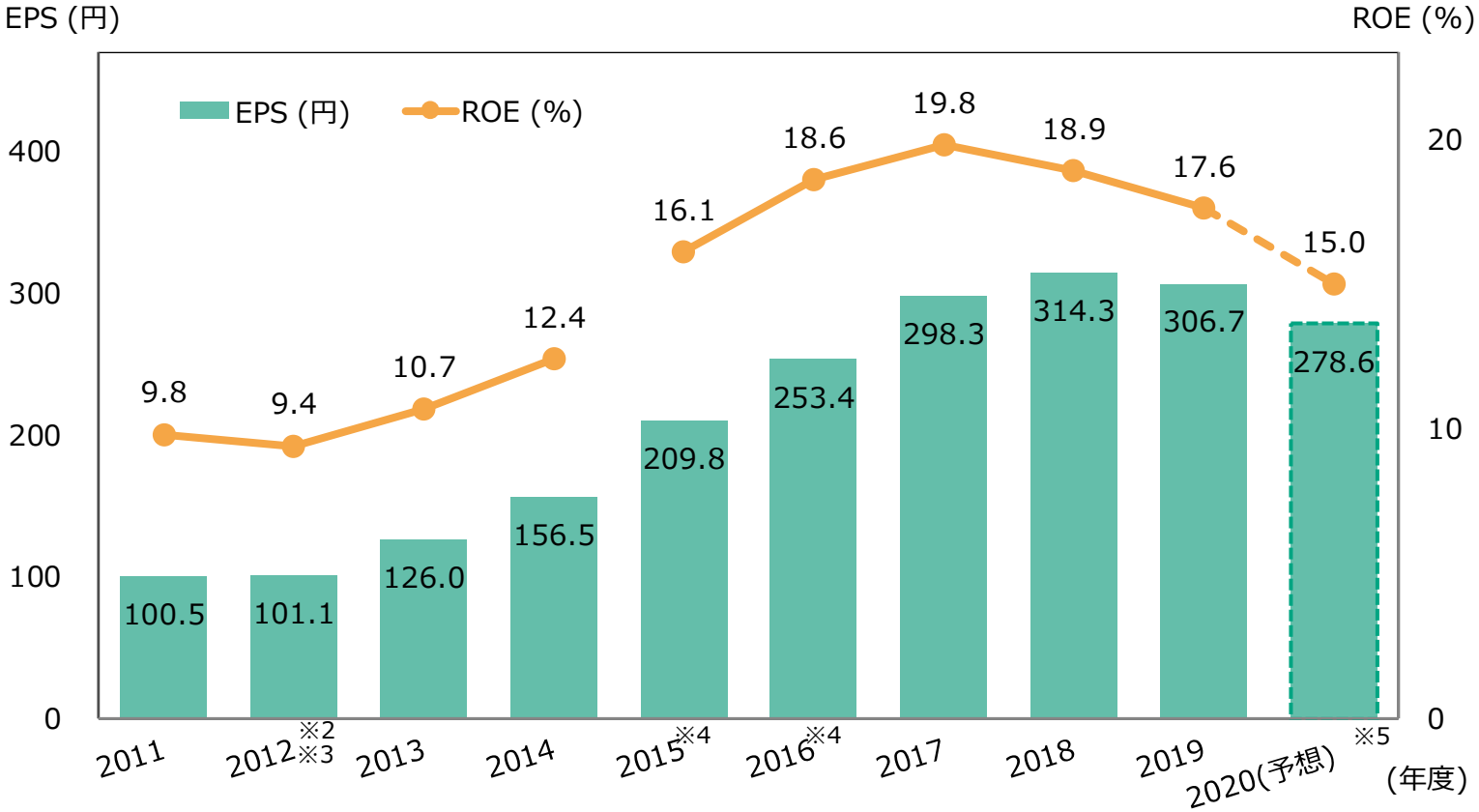
資本的支出の推移



※1 2016年12月期よりIFRSを適用。2015年度はIFRSに基づき算定。
※2 使用権資産を除く

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

ROE/EPS※1の推移

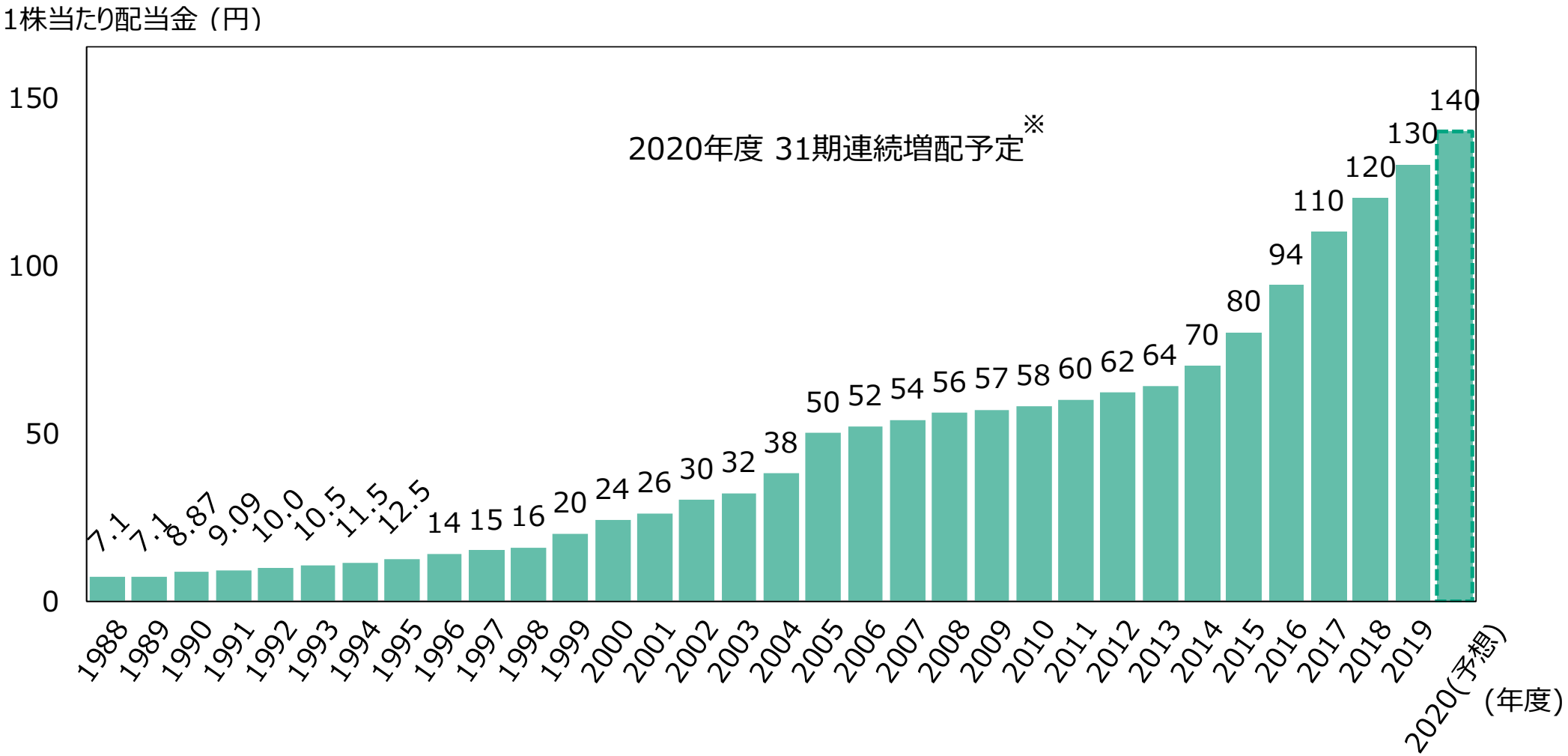


期中平均株式数（百万株）	521.9	521.8	513.9	508.7	501.4	499.4	492.8	489.1	483.3	480.9
当期純利益[日本基準] (億円) / 親会社の所有者に帰属する当期利益[IFRS] (億円)	524.3	527.7	647.6	795.9	1,052.0	1,265.5	1,470.1	1,537.0	1,482.1	1,340.0

※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年度より決算期を3月31日から12月31日に変更 (2012年度の実績は3月決算であったグループ会社は4-12月・12月決算のグループ会社は1-12月)
※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。
※5 2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しています

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

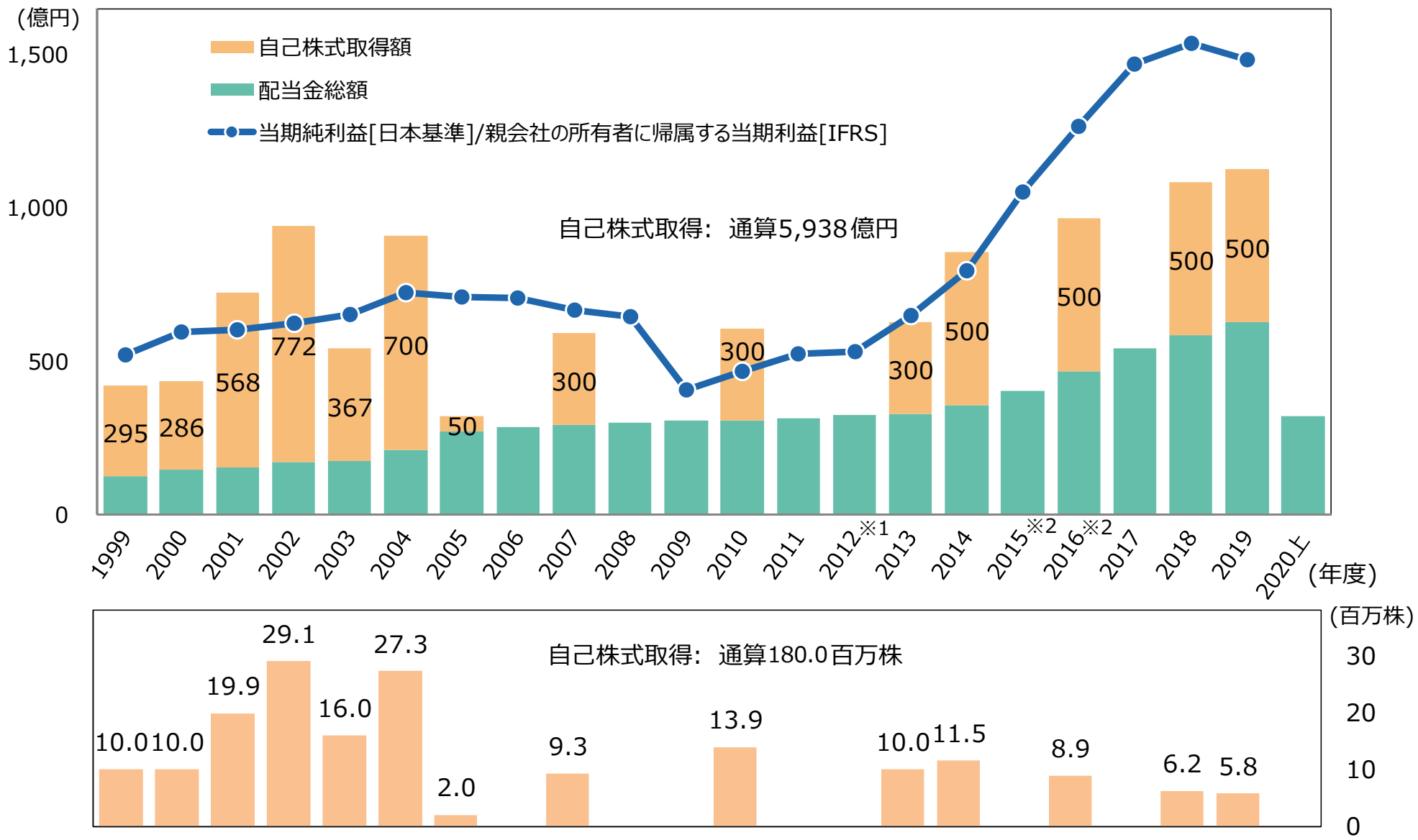
1株当たり配当金の推移



※ 定時株主総会にて正式に決定
株式分割の影響を補正しています

kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

株主還元



※1 2012年度より決算期を3月31日から12月31日に変更 (2012年度の実績は3月決算であったグループ会社は4-12月・12月決算のグループ会社は1-12月)

※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 こころ豊かな毎日をめざして

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

2020年1-6月売上高: 1,099億円
対前年同期実質増減率※1: (20.7)%
売上高構成比: 16.5 %
売上高営業利益率: (4.4)%

スキンケア・ヘアケア事業

スキンケア製品・ヘアケア製品・
ヘアサロン向け製品

2020年1-6月売上高: 1,511億円
対前年同期実質増減率※1: (0.3)%
売上高構成比: 22.7 %
売上高営業利益率: 16.0 %

ヒューマンヘルスケア事業

サニタリー製品・入浴剤・
オーラルケア製品・温熱シート・飲料

2020年1-6月売上高: 1,183億円
対前年同期実質増減率※1: (3.7)%
売上高構成比: 17.7 %
売上高営業利益率: 6.9 %

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・業務用製品

2020年1-6月売上高: 1,717億円
対前年同期実質増減率※1: +6.2%
売上高構成比: 25.7%
売上高営業利益率: 19.4%

ケミカル事業

2020年1-6月売上高: 1,354 億円※2
対前年同期実質増減率※1: (5.2)%
売上高構成比※3: 17.4 %
売上高営業利益率: 10.6 %

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
また、スキンケア・ヘアケア事業については、2020年12月期より一部の取引において売上高の認識方法を総額から純額に変更しており、その影響も除いています
※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

Kao
自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして

自然と調和する
こころ豊かな毎日をめざして