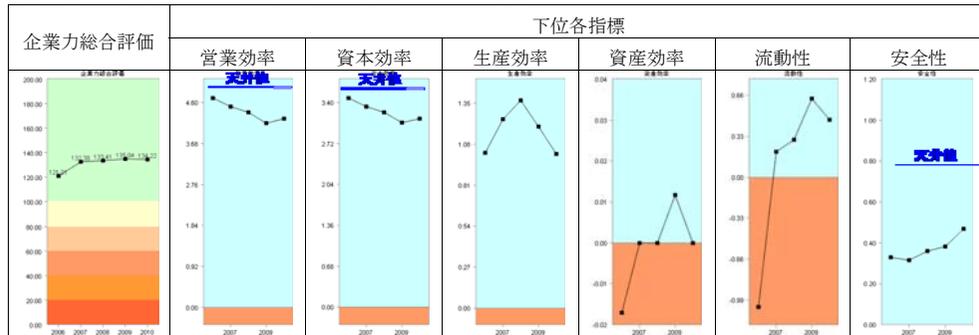


今回は、花王株式会社を分析してみましょう。花王(株)と言えば、「花王石鹸」の記憶をお持ちの方も多と思います。しかし現在は、化粧品やスキンケア、ヘアケアなどの「ビューティケア」事業、健康機能性食品やサニタリー製品などの「ヒューマンヘルスケア」事業、また衣料用洗剤や住居用洗剤などの「ファブリック&ホームケア」事業で、一般消費者に向けたコンシューマープロダクツ事業を展開しています。また「ケミカル」事業においては、産業界のニーズにきめ細かく対応した工業用製品を展開しています。



企業力総合評価は 2007 年から 130 点前半で安定してきました。営業効率(儲かるか)、資本効率(資本の利用度)は 2009 年まで悪化し 2010 年改善に転じました。生産効率(人の利用度)は 2008 年を頂点に下落してきました。資産効率(資産の利用度)は改善トレンドです。流動性(短期資金繰り)は、赤信号領域から大きく飛び出しました。安全性(長期資金繰り)は、青信号領域を着実に改善トレンドになっています。

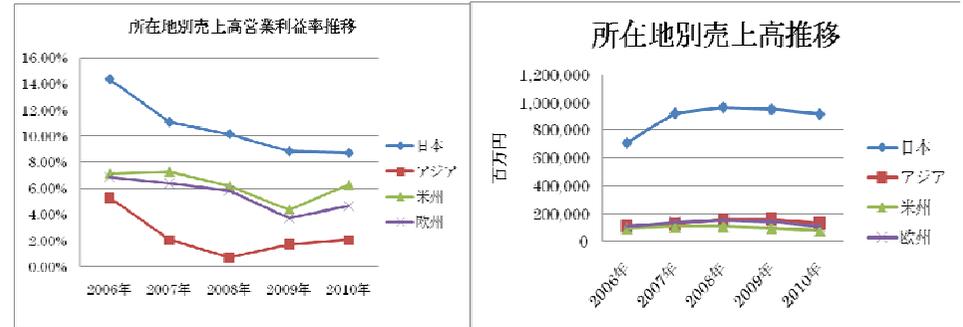
営業効率の下位指標を見てみましょう。

単位:百万円・%

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
売上高合計	971,230	1,231,808	1,318,513	1,276,316	1,184,384
売上総利益	543,496	728,537	764,360	717,328	691,380
売上高総利益率	55.96	59.14	57.97	56.2	58.37
営業利益	120,135	120,859	116,253	96,801	94,033
売上高営業利益率	12.37	9.81	8.82	7.58	7.94
経常利益	121,957	120,177	114,224	94,611	93,572
売上高経常利益率	12.56	9.76	8.66	7.41	7.9
当期利益	71,142	70,530	66,562	64,465	40,507
売上高当期利益率	7.32	5.73	5.05	5.05	3.42
売上高増加率	0.00	26.83	7.04	-3.20	-7.20
経常利益増加率	0.00	-1.46	-4.95	-17.17	-1.10

2007 年増収減益、2008 年増収減益、2009 年減収減益、2010 年減収減益です。イメージでは、もっと良いと考えておられた方も多と思いますが、意外ですね。

4 期連続減益でも企業力が下らないのは、流動性、安全性を上げたからです。



4 期連続減益の理由は、売上ボリュームの高い日本の営業利益率が悪化の一途を辿っているためです。それでも所在地別営業利益率は日本が一番高いため、日本の売上増を狙っていたのでしょう。

しかし、日本の営業利益率の悪化トレンドを見れば、今後、花王(株)は日本をあきらめ、海外に出ていきます。所在地別資産額推移のように、日本での投資は減る一方です。



人員リストラで企業の業績が良くなっても、日本の優良企業はどんどん日本を出て行ってしまいます。雇用が減り、所得の減った日本人は外国企業の安い製品を輸入し、日本製を買わない。外貨は出ていき景気は良くならない。出ていく体力のない企業は疲弊していく。花王(株)の分析は、「日本の縮図」を見るようですね。

日本のインフレ率(消費者物価指数)は 180 カ国中 177 位(2009 年)の 99.6%です。つまり、デフレです。財政政策は随分しましたが、やはり効果が少ないのでしょうか。適切な金融政策を望みます。

まとめ

花王(株)は石鹸会社からはじめ、今では、ビューティケア事業の売上高 547,943 百万円、営業利益率 0.87%、ヒューマンヘルスケア事業 183,151 百万円・4.89%、ファブリック&ホームケア事業 276,917 百万円・21.90%、ケミカル事業 207,834 百万円・9.46%の営業利益率を上げるようになりました。経営として素晴らしいと思います。

編集後記 企業の業績アップ→雇用増加・賃金上昇→消費拡大となるために、なんとかデフレの悪循環を逆行させるきっかけとパワーが欲しいです。倒れるわけにはいきません。ふんばれ！

日本！！ 文責 MS

〒556-0005 大阪市浪速区日本橋 4-9-21 SARUKI ビル 4F 猿木真紀子税理士事務所
Tel 06-6631-4570 fax 06-6631-7970 http://www.saruki-tax.jp info@saruki-tax.jp