

# 参考情報

# 連結損益計算書

(単位:億円)	2018年	2017年	前期比 (%)
売上高	1,674	1,567	106.8%
売上総利益	1,031	955	108.0%
率	61.6%	60.9%	
営業利益	262	229	114.7%
率	15.7%	14.6%	
経常利益	273	241	113.2%
率	16.3%	15.4%	
当期純利益	180	158	113.6%
率	10.8%	10.1%	

# 販売費及び一般管理費

(単位:億円)	2018年	2017年	前期比
販売費及び一般管理費	768	725	105.8%
販売促進費	119	111	108.0%
広告宣伝費	236	223	105.9%
運賃保管料	63	58	108.0%
給料手当及び賞与	110	100	109.6%
退職給付費用	8	8	101.7%
租税公課	6	6	103.5%
減価償却費	7	7	96.9%
のれん償却費	4	5	74.0%
賃貸料	15	14	102.7%
支払手数料	57	55	103.7%
研究開発費	70	72	97.1%
その他	67	61	109.8%

# 連結貸借対照表①

(単位:億円)	2018年	2017年
<b>流動資産</b>	<b>1,550</b>	<b>1,423</b>
<b>現金及び預金</b>	<b>744</b>	<b>649</b>
<b>受取手形及び売掛金</b>	<b>533</b>	<b>500</b>
<b>有価証券</b>	<b>83</b>	<b>83</b>
<b>たな卸資産</b>	<b>136</b>	<b>132</b>
<b>固定資産</b>	<b>759</b>	<b>764</b>
<b>有形固定資産</b>	<b>190</b>	<b>182</b>
<b>無形固定資産</b>	<b>48</b>	<b>47</b>
<b>投資その他の資産</b>	<b>520</b>	<b>534</b>
<b>資産合計</b>	<b>2,309</b>	<b>2,188</b>

## 連結貸借対照表②

(単位:億円)	2018年	2017年
<b>流動負債</b>	<b>552</b>	<b>542</b>
<b>支払手形及び買掛金</b>	<b>177</b>	<b>175</b>
<b>短期借入金</b>	<b>5</b>	<b>1</b>
<b>未払金</b>	<b>251</b>	<b>244</b>
<b>固定負債</b>	<b>95</b>	<b>107</b>
<b>純資産合計</b>	<b>1,662</b>	<b>1,538</b>
<b>資本剰余金</b>	<b>41</b>	<b>41</b>
<b>利益剰余金</b>	<b>1,598</b>	<b>1,467</b>
<b>自己株式</b>	<b>-117</b>	<b>-122</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>2,309</b>	<b>2,188</b>

## 連結キャッシュフロー/投資

(単位:億円)	2018年	2017年	増減
営業活動による キャッシュフロー	200	223	△23
投資活動による キャッシュフロー	△80	70	△151
財務活動による キャッシュフロー	△42	△91	48
フリーキャッシュフロー	119	293	△174

(単位:億円)	2019年 (予測)	2018年	2017年	増減
設備投資	43	37	34	4
減価償却 (のれん償却含む)	36	34	35	△1

# 為替

(単位:円)	2019年 (予測)	2018年	2017年
米ドル	108.0	110.4	112.2
中国元	16.0	16.7	16.6

## セグメント別業績(国内家庭用品製造販売事業)

(単位:億円)	2018年	2017年	前期比 (%)
売上高	1,303	1,234	105.6%
売上総利益	800	749	106.7%
率	61.4%	60.7%	
営業利益	242	213	113.7%
率	18.6%	17.3%	
広告宣伝費	184	175	105.3%
率	14.2%	14.2%	
販売促進費	73	70	103.8%
率	5.6%	5.7%	



# セグメント別業績(国内家庭用品製造販売事業)

(単位:億円)	売上高		前期比 (%)
	2018年	2017年	
ヘルスケア	615	581	105.9
医薬品	343	317	108.3
食品	78	75	105.1
オーラルケア	192	188	102.1
日用品	552	523	105.5
衛生雑貨品	149	137	108.4
芳香消臭剤	360	344	104.7
家庭用品	43	41	103.2
スキンケア	65	60	109.0
カイロ	69	69	100.3

# セグメント別業績(海外家庭用品製造販売事業)

(単位:億円)	2018年	2017年	前期比 (%)
売上高	256	217	117.8%
売上総利益	142	119	119.3%
率	55.4%	54.7%	
営業利益	11	9	118.1%
率	4.3%	4.3%	
広告宣伝費	22	17	129.1%
率	8.8%	8.1%	
販売促進費	39	33	120.0%
率	15.4%	15.2%	

# セグメント別業績(海外家庭用品製造販売事業)

(単位:億円)	売上高		前期比 (%)
	2018年	2017年	
米国	98	85	114.9%
中国・香港	89	67	132.6%
中国	64	43	149.5%
(店頭)	36	24	147.5%
(本土EC)	23	16	143.0%
(越境EC)	4	1	239.4%
(EC比率)	43.2%	42.4%	
香港	25	24	103.1%
東南アジア	40	36	110.1%
シンガポール	2	3	75.5%
マレーシア	9	8	114.9%
タイ	10	9	116.4%
インドネシア	3	3	100.3%
フィリピン	4	4	85.2%
台湾	9	7	132.1%
その他	28	27	101.1%

## セグメント別業績(通信販売事業)

(単位:億円)	2018年	2017年	前期比 (%)
売上高	102	101	100.6%
売上総利益	75	73	103.8%
率	74.1%	71.9%	
営業利益	1	△0	-
率	1.4%	-	
広告宣伝費	29	30	97.2%
率	28.8%	29.9%	
販売促進費	7	7	99.5%
率	7.7%	7.7%	