

株主様向け会社説明会 開催概要

株主のみなさまとの対話を目的とした会社説明会を東京で開催しました。社長の澤田から 2018 年の業績進捗、化粧品事業の今後の方向性、非財務活動や研究開発の取組みなどについて説明した後、株主のみなさまからのご質問にお答えしました。

開催概要

日時：2018 年 10 月 27 日（土）午前 10 時～12 時
 開催場所：花王株式会社 本社
 出席者数：応募申込みの中から当選された株主の方 84 名
 出席役員：代表取締役 社長執行役員 澤田 道隆 他
 執行役員 5 名



質疑応答要旨

1. プラスチック容器削減の取組みについて教えてほしい。

本件は花王グループとして最重要課題の一つと認識しており、Reduce、Reuse、Recycle、Replace の 4R を推進している。最近ではラクラク eco パックという、新しいつめかえ用パックを出した。その後、「スマートホルダー」という専用ホルダーにはめて使っていただくという新しい提案もしている。日本ではつめかえ文化の普及でプラスチックを大幅に削減できたので、その技術や成果を世界にアピールしていきたい。

2. インドやアフリカへの進出をどう考えているか？

アジアでは既に中華圏やASEAN 諸国に進出していたが、インドは今夏メリーズを輸出してスタートした。インドは人口が多いので、一度にあらゆる層の人々の役に立つのは難しく、我々の研究技術を活かすためにもプレミアム市場から進めていった方がよいと考えている。アフリカもトップ層だけでも人口が多いので大きい市場だが、まずは中東や東欧、インドなど、既に取り組んでいる地域の周辺地域への進出を目指していきたい。

3. 少子高齢化への取組みについてお聞きしたい。

高齢化と言っても皆さん気持ちは高齢化していないので、体の変調に合わせた商品だけではなく、気持ちが若返るような商品が求められる。心の躍動が最も重要。ヘルスケアやビューティケアにもチャンスがある。少子化についても、晩婚化、ひとりっ子の増加、独身で楽しみたいなど、様々なライフスタイルがあるため、多様化したニーズに応えていきたい。こうした視点でのモノづくりは、今後同様に少子高齢化が進む海外でも活用できると考えている。

4. 近年では服や靴など、消費者 1 人 1 人に合った商品が開発・提供されているが、ケミカル事業での取組みは？

カスタマイズはまさしくケミカル事業が目指す方向性。2つの軸があり、1つ目は以前から行ってきた B to B の取組み。例えば、トナー等は、顧客である OEM メーカー・複写機メーカーが抱える課題を解決するために、ニーズに合わせたモノづくりを行っている。2つ目は B to B to C のカスタマイズ。例えば、当社の水性インクジ

エット用インクは独自の技術により、柔らかいフィルムなどの包装材料にもきれいに印刷できる。これにより顧客である印刷会社が、それぞれの生活者・消費者に向けたカスタマイズを提案できる。近年では特に B to B to C までをふまえた商品開発が重要だ。

5. 洗たく洗剤はすすぎ 1 回でも使えるとのことだが、成分は本当に残ったままにならないのか？また、排水として流れた洗剤は完全に分解されるのか？

すすぎ 1 回と記載のある商品は、1 回ですすぎができる。水になじみやすい界面活性剤を用いており、少量の水の時には泡が立ちやすいが、すすぎの時に大量の水を浴びると、水になじみやすい活性剤が水の方に移行するように作られている。排水として流れて出た洗剤が完全に分解されるかは物質によって異なるため、一概には回答しかねる。現在は社内基準に基づき検査したうえで販売しているが、浄化設備のある処理場の力に頼らなくても、そのまま川に排水を流しても良いレベルの製品をめざしている。

6. 花王の内部通報制度についてお聞きしたい。

当社グループにはグローバルで約 3 万 5 千人の社員がいる。当初は日本のみで通報相談の仕組みを作ったが、これを全世界に広げ、また、取引先にも通報相談の窓口を開いている。年間 200～300 件程度の通報があり、1 件ずつ対応している。当社グループにとって大変な問題に繋がる案件はほとんど無いものの、経営トップにも四半期に一度、通報内容について報告している。それ以外にも、通報者の秘密を守る大原則を前提として、アンテナの感度を高くし、重要な案件をいち早く役員間で共有するようにしている。

以上