

株主さま向け会社説明会 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 2019 年の業績進捗、技術イノベーション、ESG の取り組みなどについて説明した後、株主さまからのご質問にお答えしました。



開催概要

日時: 2019 年 11 月 16 日 (土) 14 時~16 時

開催場所: 花王株式会社 本社

出席者数: 抽選の結果、ご当選された株主さま 93 名

出席役員: 代表取締役 社長執行役員 澤田 道隆 他 取締役及び執行役員 6 名

主な質疑応答の要旨

1. 最先端技術「ファインファイバーテクノロジー」は今後、医療分野などに展開できる可能性はあるか？

先日、社外発表したとおり、まずは化粧品分野から始める。医療分野も視野に入れているが、その場合は医療機器としての申請や基礎研究をさらに深めることなどが必要となる。これら以外にもさまざまな用途が考えられ、今後の幅広い分野への展開が期待できる。

2. ESG に関し、E (Environment : 環境) の部分の取り組みをお聞きたい。

当社は ESG 戦略として「Kirei Lifestyle Plan」を発表し、サステナブルなライフスタイルを手助けしていきたいと考えている。プラスチック容器問題については、従来のつめかえパウチに加え、スマートホルダーや開発中の薄いフィルムの革新的な容器によって、お客さまの使い勝手を損なうことなく、環境に優しい商品開発の努力をしている。また、衣料用洗剤アタックゼロに配合されている洗浄基材バイオ IOS は、従来有効に利用されていなかった原料油脂から作られているので、世界人口が増加し、より多くの方が洗浄剤を求める時代になっても森林破壊削減の面で貢献できる。花王全体では、2030 年までに二酸化炭素排出量 22%削減 (基準年 2017 年) を目指しており、これは SBT (Science-based Targets) イニシアチブ (SBTi) の認定も受けている。

3. 衣料用洗剤の「すすぎ 1 回」は洗濯時間を短くし、インパクトがある。食器洗い洗剤の泡スプレーも細かいところの汚れが落ち、よい商品と思う。時短をもっとアピールできれば、多くの人によさが伝わるのではないか？

当社は、長い年月をかけて研究開発部門から技術が出てくるため、優れた製品性能をどのように伝えるかという技術視点の議論からスタートしがちであった。しかし、現在は、モノからコト、コトからトキの消費時代と言われており、お客さまのライフスタイルに合わせて、時短などの価値をいかに提供できるかが重要となっている。例えば、入浴剤バブでは、忙しい毎日の短め入浴という生活価値を訴求したところ、売り上げが伸長したという事例もある。今後もお客さまが求める価値の視点で商品特長を伝えるような活動を行っていく。

4. 今後の日本経済は少子高齢化で元気がなくなる。良い製品であれば海外でも売っていくべきだ。中国、インド、アフリカなどへの展開を具体的にどう取り組んでいるか？

今後、海外売上高比率を更に高めるには、インド、アフリカ、中東への展開が重要と認識しているが、まず、やらねばならないのはアジアの更なる拡大。また、ケミカル事業を行っているものの、家庭品を展開していないフィリピンとメキシコでは、ある程度原料の現地調達ができるので、まずは、これらの地域に進出したい。インドについては代理店経由でメリーズをEコマースで出している程度だが、人口 13 億のうち、1 億人がハイクラスの方々であり、また、中東は高付加価値品の受け入れ性が高いため、大きなチャンスがある。アフリカにも展開していかなければならない。今後もチャレンジを続けていく。

5. 「女性が活躍する会社ベスト 100」（日経 WOMAN）で第 1 位となったが、その詳細をお聞きたい。

花王では、1990 年代初頭に女性活躍のための推進担当機能を設置し、初の女性部長が生まれた。その後、育児をする社員向けに「メリーズタイム」という時短勤務制度をいち早く導入すると同時に、女性が結婚・出産後も働くという認識が弱かった男性の意識改革を行った。その後、イコールパートナーシップ推進活動を開始し、多様性の重視、介護支援や人財活性化プロジェクトとしてダイバーシティ&インクルージョンに取り組んだ。このような過去からの取り組みをご評価いただけたと考えている。

以上