

## 株主さま向けオンラインイベント 開催概要

株主の皆さまとの対話を目的とした株主さま向けオンラインイベントを開催しました。

### 海外における花王グループのご紹介 花王台湾の取り組み



### 開催概要

日時：2024年6月13日（木）11時00分～11時42分

出席者：花王台湾 董事長兼總經理

花王台湾 工場長

花王台湾 研究所長

執行役員 法務部門統括

長谷川 尚一

劉 建賢

張 壯勇

長谷川 亜希子

説明内容：

1. 花王台湾について
2. 花王台湾のESGの取り組み
3. 花王台湾60周年イベント
4. 花王台湾のモノづくり

### 質疑応答の要旨

- 1. 創業開始から60年経過し、現地化が進んでいるが、総経理以外で日本からの出向者はいるか。**  
かつては10名を超える者が日本から出向していたが、現在は3名のみ。花王台湾は花王グループの中でも社員の現地化が進んでいる。
- 2. 同じ商品でも国によって香りは違うか。**  
各エリアの生活習慣、文化、気候によって、香りの嗜好性が異なる。日本から台湾に輸入している商品は日本と台湾で同じ香りであるが、台湾で研究・開発している商品は、台湾の生活者の嗜好性に合わせて香料を開発している。
- 3. 台湾で製造した製品を日本やその他の国に輸出しているか。また、その割合はどうなっているのか。**  
花王台湾の新竹工場で製造した製品は、台湾内に供給しているが、日本、オーストラリア、香港、シンガポール、マレーシア、タイなどにも輸出している。家庭品の輸出の割合は46%になっている。
- 4. 日本でも添加物の少ないシャンプーは発売予定か。**  
フェザーシャンプーに限らず台湾で生産している商品について、日本で受入性がある商品は、台湾で生産して日本に輸出することも検討している。

**5. 台湾での新商品を日本で販売するなどの相互交流もあるか。**

日本の花王、台湾の花王それぞれでシナジー効果があると考えている。日本の新商品のうち台湾で受入性があるものについては台湾でも発売している。また、台湾で生産している製品の中で、例えば業務用製品で花王プロフェッショナル・サービス(株)のフィエスタや、アルコールスプレーのクイックル Joan は、台湾で生産して日本に輸出している。今後もそういった相互交流は増々盛んになると考えている。

**6. 女性従業員の比率はどれくらいか。また、女性管理職の比率はどうか。**

部門によって異なるが、工場の生産や物流については男性が多い。研究部門については、男性が 3 名程度で、それ以外の 80%は女性となっている。管理職については、総経理と副総経理で 7 名おり、7 名中 3 名が女性で、比率はほぼ半々となっている。

**7. 台湾での競合会社はどこか。また、台湾でのシェアはどれくらいか。**

台湾の市場では、欧米系企業、日系企業、現地企業が主だった構成となる。日用品メーカーで言えば、欧米系企業では P&G やユニリーバ、日系企業では当社や資生堂、その他現地企業が複数ある。シェアは、カテゴリーごとに違いはあるが、約 2 割を花王台湾が占めている。

**8. 花王台湾の商品で最も売れている商品は何か。**

ブランドで答えると、ビオレ、アタック、マジックリンであり、この 3 ブランドは台湾生活者に受け入れられている。また、日本から輸入している商品では、めぐりズム、キュレルが受け入れられているブランドである。全て共通して言えることは、コンセプトと効果実感が得られやすいブランドが受け入れられている。

**9. 花王台湾の ESG の考え方や方針について、その他の国と違いはあるか。**

花王グループとして、Kirei Lifestyle Plan に基づき、環境、社会や人権の考え方については一緒である。ただし、国によって規制が異なるため、そういったところは各国に応じた対応を行っている。台湾について言えば、政府が積極的に ESG 推進を行っており、2025 年までに再生 PET の利用を生産製品の 25%以上とすることが求められているため、政府の指針の半歩先を歩んでいこうという想いで全従業員が ESG 活動に取り組んでいる。

**10. 日本では柔軟剤の香りが話題に上がるが、台湾でもそのような話題は上がるか。**

台湾では、日本と比べ、柔軟剤の香りが話題に上がることは少ないようである。香りの嗜好性は人それぞれ異なり、中には無香の商品を使いたいという方もいる。研究開発において、商品によっても異なるが、どのくらい、どのような香りをつけていけばよいかは、生活者の声を聞いて検討している。

**11. 花王台湾 60 周年記念イベントは、総勢どのくらいの来場者数であったか。**

イベントは約 1 週間開催され、総勢約 1 万 4,000 名の生活者の方にご来場いただいた。ESG への関心の高まりや花王台湾の活動に興味をお持ちいただいた結果、想定 1.3 倍の来場者数であった。このような活動は、今回一回限りにすることなく、今後も、花王グループが行う ESG 活動や目指すべき姿について、ご紹介させていただきたいと考えている。

**12. 花王台湾の就職状況はどんな具合か。毎年採用しているのか。人気はどうか。**

日本とは就職状況が異なり、台湾では、新卒の方を何百名と採用する方式ではない。花王台湾では、要員計画上、人員の不足している部門で最適を考慮して採用をしており、毎年採用は行っている。人気については、花王台湾に就職したいという方は多くおり、そのことを誇りに思うとともに、勇気づけられる。また、だからこそ入社された方に、花王台湾はいい会社だと引き続き思ってもらえるよう、取り組んでいる。

以上