

株主のみなさまへ

花王株式会社 事業報告書

1999.4.1～

2000.3.31



さらなる成長・発展をめざして

2000年3月期 決算報告

当期の連結売上高は、8,469億円(前期比91.6%)となりました。前期に撤退を完了した情報関連事業の売上げの減少(484億円)及び円高による海外売上高の目減り(301億円)が主な要因です。海外事業の売上高は、米国を中心に現地通貨ベースで前期を下回りましたが、国内事業については、単独の売上高が情報関連事業の減少分を除けば1.9%増と堅調に推移しました。

連結営業利益は991億円(前期比108.2%)となりました。国内事業の営業利益は、合理化やコストダウンの効果と円高の影響により、利益率も向上し、増益となりましたが、海外事業の営業利益は、米国の家庭用製品事業の利益の減少、円高の影響などにより大幅に減少しました。また、連結純利益は、特別損失の減少などにより521

億円(前期比150.2%)と大幅な増益となり、EVAについても当初予想値を上回る実績となりました。なお、当期中に自己株式1千万株を295億円で買い受け、消却いたしました。また、当期の年間配当金は当初の予定通り、前期に対して4円増配の1株当たり20円とさせていただきます。

今後の経営施策

以上のように、当社は当期も所期の目標をほぼ達成し、過去最高益をあげることができました。しかし、この現状に甘んじることなく、今後、さらなる成長・発展をめざして、以下に掲げる諸施策を力強く実行してまいります。

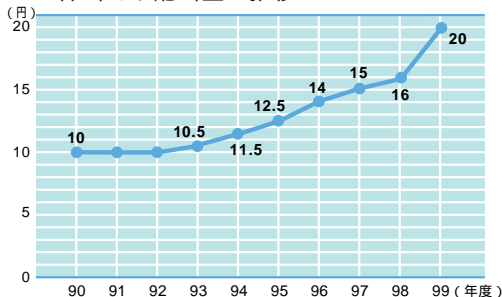
(1) 企業価値の最大化

この課題につきましては、昨年4月から導入しておりますEVAを最大限に活用してまいります。EVAは、企業がどれだけの経済的価値を生み出したかを測る経営指標で、税引き後の営業利益から、投下した資本にかかるすべてのコストを控除して算出されるものです。当社は、このEVAの永続的な増加こそが企業価値の最大化につながる道であると確信しており、今後ともあらゆる企業活動の原点に据えてまいります。

(2) 経営体制と意思決定システムの革新

昨今のグローバル競争の激化に伴う経営環境の激しい変化に迅速に対応し、経営の意思決定

1株当たり配当金の推移



を速やかに行う体制をつくるとともに、コーポレートガバナンスの強化をめざして、代表取締役の交代や経営諮問委員会の設置など、経営体制の刷新を図りました。さらに、社内カンパニー制の導入による権限と責任の委譲についても前向きに検討を進めております。

(3) 重点事業・新規事業への経営資源の集中

当社は、今後、当社のコアとなる事業及び新規事業に、持てる経営資源を集中的に活用してまいります。当社のコア事業とは、家庭用製品事業、化粧品事業、工業用製品事業の3つの分野であり、これらの分野において、既存事業のさらなる強化・発展を図ると同時に、それらのプラットフォームの拡大を通して、新規事業の開発にも取り組んでまいります。新規事業分野としては、世の中の健康志向の高まりに照準を合わせて、食品や医薬品を含めたヘルスケア関連分野に注力してまいります。

また、海外事業につきましては、今後ともアジアを最重点地域と位置づけ、とりわけ中国に注力してまいります。また、米国においてはパーソナルケア事業の強化をめざし、欧州においては引き続きヘアケア事業中心の展開を行います。

さらに、従来より進めている他企業との提携またM&A等につきましても、前向きに検討してまいります。



平成12年6月

花王株式会社

取締役社長 後藤 卓也

当社は、以上のような諸施策の実行によって、新たな成長・発展を期するとともに、社会と共にある企業として自然環境に配慮し、また企業倫理についても厳しく自らを律して、広く社会から支持される企業であることをめざします。

この点に関しましては、当期の中間期に、化粧品の販売子会社において、過度の押し込み販売という事態が発生しました。これに対して、社内の倫理規程に照らして厳しく対処し、再発防止策を講じるとともに、自発的に中間決算の訂正を行いました。「倫理に基づく行動」をさらに徹底させていく所存であります。

株主各位におかれましては、こうした当社の活動にご理解をいただき、今後ともご支援いただきますようお願い申し上げます。

事業レポート

家庭用製品部門

売り上げは減少するも、営業利益は日本のコスト削減が貢献し増加。

家庭用製品の分野においては、日本では売り上げが堅調に推移し、営業利益も順調に増加しましたが、海外の売上高、営業利益は米国の売り上げの減少や円高の影響により、減少しました。当期の連結売上高は6,324億円、営業利益は860億円となり、当期から別区分としております化粧品部門と合計すると、売上高は7,033億円（前期比96.3%）、営業利益は883億円（前期比103.0%）となりました。

日本 市場環境は、需要が前期を下回る厳しい状況が続きましたが、ブランドパワーをさらに高めるような新製品の追加や製品改良に努めたことにより、前期を上回る売り上げを確保することができました。

また、前期に引き続きコストダウンや費用の効率化を進めたことに加え、円高などによる原材料価格の下落もあり、営業利益も順調に増加しました。

パーソナルケア製品分野では、シャンプー・コンディショナーの「ビュール」やスキンケア製品の「ピオレ 毛穴すっきり洗顔料」、「ピオレ さらさらパウダーシート」などの新製品

ブラシを使った新しい洗髪習慣を提案した「ビュール」。



新しい付加価値が支持された「ピオレ 毛穴すっきり洗顔料」と「ピオレ さらさらパウダーシート」。

すずらんの香りが好評、市場に定着した「ニュービーズ」。



売上高構成比

家庭用製品

6,324億円
74.7%

パーソナルケア製品

化粧石けん、洗顔料、全身洗淨料、シャンプー、リンス、ヘアケア製品、ヘアカラー、入浴剤、歯みがき・歯ブラシ

1,752億円
26.3%

ハウスホールド製品

衣料用洗剤、台所用洗剤、住居用洗剤、洗濯仕上剤、掃除用紙製品

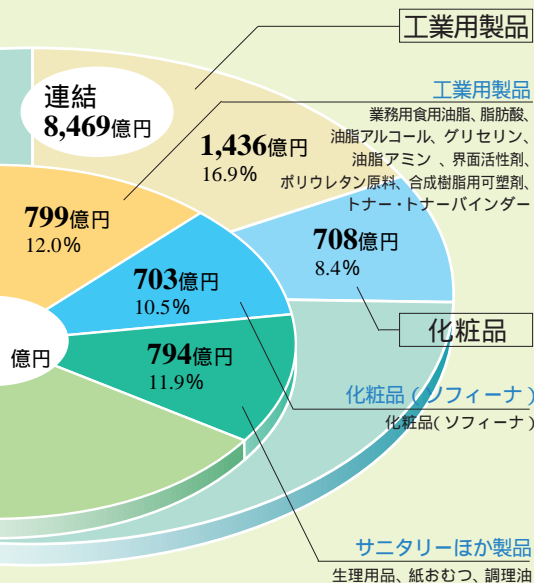
単独
6,671
2,621億円
39.3%



「モレない、ムレない、はかせやすい」と好評の「スーパーメリーズパンツ」。



「ロリエ」は、アジア各国で幅広く支持されています。



工業用製品

工業用製品

業務用食用油脂、脂肪酸、
油脂アルコール、グリセリン、
油脂アミン、界面活性剤、
ポリウレタン原料、合成樹脂用可塑剤、
トナー・トナーパウダー

化粧品

化粧品(ソフィーナ)

化粧品(ソフィーナ)

サニタリーほか製品

生理用品、紙おむつ、調理油

が好評でした。

ハウスホールド製品分野では、衣料用洗剤の新製品「ニュービーズ」、柔軟仕上剤の「フローラル ハミング1/3」が好調だったほか、米国S.C.ジョンソン社が「プレッジ」ブランドで北米・欧州で販売しているお掃除用シートと道具(「クイックルワイパー」)の輸出が予想を上回る売り上げとなりました。

サニタリーほか製品の分野では、子供用紙おむつ「スーパーメリーズ」が、市場が拡大している大人用紙おむつ「リリーフ」とともに売り上げ拡大に寄与しました。生理用品は、対象人口の減少に伴って市場が停滞しており、売り上げは前期を下回りました。

また、体に脂肪が付きにくい食用油「健康 エコナクッキングオイル」は、特長のある新製品として、消費者の方々から高いご支持をいただき、好調に売り上げを伸ばすことができました。

アジア グローバルな企業間での激しい競争の中、洗顔料の「ピオレ」、生理用品の「ロリエ」、衣料用洗剤の「アタック」、ヘアケア製品の「ラビナス」、シフォネ」を注力ブランドと定め、その育成に努めましたが、中国での流通在庫の圧縮や円高の影響により、売り上げは減少しました。



米国アンドリュー・ジャージェンズ社の「ビオレ」シリーズが一層充実。

欧米 米国では、前期に大きく売り上げが拡大した「ビオレ」の「毛穴パック」の需要が一巡し、当期の売り上げは減少しましたが、洗顔料などの新製品を発売し、「ビオレ」ブランドのさらなる育成に努めました。

欧州では、美容サロン向けのヘアケア製品を扱うゴールドウェル社の売上高、営業利益とも堅調に推移しましたが、大幅な円高の影響を受けました。

熟年世代を中心に支持されている「グレイスソフィーナ」。



化粧品部門

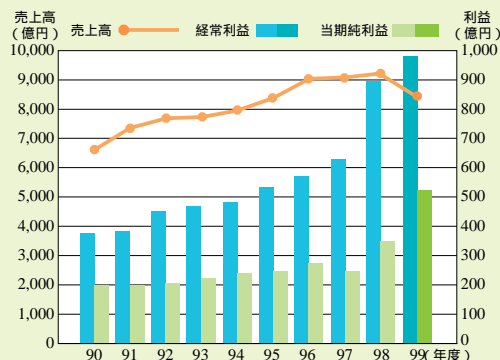
化粧品（ソフィーナ）の売上高は708億円、営業利益は22億円となりました。対象市場のプレステージ化粧品市場全体が大幅に縮小する中、基本ケア品では、若年肌向けの「ベリーベリー」、熟年肌向けの「グレイスソフィーナ」が好調でしたが、洗顔料や一部のスペシャルケア品などの売り上げは減少しました。

工業用製品部門

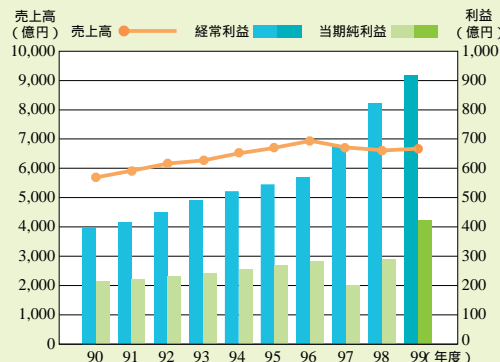
情報関連事業からの撤退で減収増益。国内は堅調な動きに。

工業用製品の売上高は1,436億円（前期比74.0%）、営業利益は108億円（同184.4%）となりました。前期に撤退を完了した情報関連事業を除

連結売上高・利益の推移



単独売上高・利益の推移



スペインの花王コーポレーション S.A. の香料生産設備。



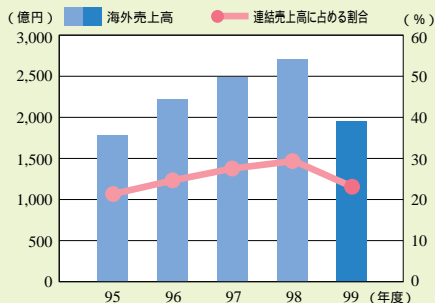
高級アルコールの原料となるパームの実。



品質が高く評価されているトナー。



海外売上高の推移



いた売上高は、前期比98.7%、営業利益は、同130.7%となりました。

日本 需要が上向きに転じたことや、欧米や東南アジア向けの輸出の増加により、売上げが伸長しました。トナー及びトナー関連製品や香料のほか、業務用食用油脂が好調に推移したほか、各種界面活性剤も前期を上回る売上げとなりました。

また、営業利益も生産・販売部門の合理化などにより、前期を大幅に上回りました。

アジア アジア各国の景気回復に伴い、現地の事業は順調に推移しましたが、円高の影響などにより、売上げ、営業利益ともに前期を下回りました。

欧米 米国、スペインのトナー及びトナー関連製品、ドイツの油脂アミン、スペインの香料は引き続き好調で、現地通貨ベースでの売上げは伸長しましたが、情報関連事業からの撤退と円高の影響から、円ベースでの売上げは減少しました。

営業利益は、情報関連事業の損失がなくなり、増加しました。

また、欧州の統合に対応して、欧州工業用製品事業運営の一体化を進めました。

財務報告の要約

連結

損益計算書

(単位:億円)

科 目	当 期	前 期
	平成11年4月1日から 平成12年3月31日まで	平成10年4月1日から 平成11年3月31日まで
売 上 高	8,469	9,245
売 上 原 価	3,811	4,364
販売費及び一般管理費	3,665	3,964
営 業 利 益	991	916
営 業 外 損 益	11	17
経 常 利 益	980	898
特 別 損 益	48	294
税金等調整前当期純利益	931	604
法人税、住民税及び事業税等	405	248
少 数 株 主 損 益	(減算)4	(減算)8
当 期 純 利 益	521	347

- (注) 1. 1株当たりの当期純利益 当期 83円45銭 前期 55円98銭
2. 株主資本当期純利益率 当期 11.3% 前期 7.9%

連結子会社は60社、持分法を適用した子会社・関連会社は13社です。
前期に撤退を完了した情報関連事業の売り上げの減少と円高による海外売上高の目減りなどにより、前期に比べ、売上高は8.4%減少しましたが、経常利益は9.1%増加しました。また、当期純利益は、情報関連事業のリストラ費用がなくなったことなどにより、50.2%の大幅な増加となりました。海外売上高の連結売上高に占める割合は23.0%で、前期に対して6.2ポイント減少しました。

貸借対照表

(単位:億円)

資 産 の 部	当 期	前 期
	平成12年3月31日現在	平成11年3月31日現在
流 動 資 産	3,313	2,890
現金及び預金	210	377
売 掛 債 権	889	932
有 価 証 券	1,371	609
た な 卸 資 産	678	825
そ の 他	163	145
固 定 資 産	3,738	4,299
有形固定資産	2,829	3,221
建物及び構築物	991	1,124
機械装置及び運搬具	1,043	1,258
土 地	610	575
そ の 他	183	262
無形固定資産	466	571
その他の資産	443	506
為替換算調整勘定他	448	327
資 産 合 計	7,500	7,517

負債、少数株主持分及び資本の部	当 期	前 期
	平成12年3月31日現在	平成11年3月31日現在
流 動 負 債	2,063	2,031
買 掛 債 務	743	729
未 払 金	169	207
未 払 費 用	537	562
そ の 他	613	532
固 定 負 債	630	914
社債及び長期借入金	589	869
そ の 他	40	44
負 債 合 計	2,693	2,945
少 数 株 主 持 分	56	54
資 本 金	851	791
資 本 準 備 金	1,086	1,026
連結剰余金等	2,812	2,700
資 本 合 計	4,749	4,517
負債、少数株主持分及び資本合計	7,500	7,517

- (注) 1. 有形固定資産の減価償却累計額 当期 6,710億円 前期 6,773億円
2. 従来「その他の資産」に含めていた「ソフトウェア」は、当期、前期とも「無形固定資産」に組み替えております。

単独

損益計算書

(単位:億円)

科 目	当期	前期
	平成11年4月1日から 平成12年3月31日まで	平成10年4月1日から 平成11年3月31日まで
売 上 高	6,671	6,615
売 上 原 価	2,888	2,962
販売費及び一般管理費	2,872	2,854
営 業 利 益	910	797
営 業 外 損 益	7	25
経 常 利 益	917	822
特 別 損 益	175	286
税引前当期純利益	742	536
法人税、住民税及び事業税等	316	245
当 期 純 利 益	425	290
前 期 繰 越 利 益	75	58
過年度税効果調整等	167	-
中 間 配 当 額 等	69	54
利益による自己株式消却額	295	-
当 期 末 処 分 利 益	303	294

利益処分(平成12年3月期)

(単位:億円)

当期末処分利益	303
圧縮記帳積立金取崩額等	18
合 計	322
これを次のとおり処分いたします。	
利益準備金	6
利益配当金 (1株につき10円)	62
役員賞与金等	1
次期繰越利益	252

- (注) 1. 当期から税効果会計を適用しております。
 2. 1株当たりの当期純利益 当期 68円02銭 前期 46円87銭
 3. 株主資本当期純利益率 当期 9.4% 前期 6.8%

前期に比べ売上高は0.9%の増加にとどまりましたが、コストダウンや経費の効率化並びに資本の効率化に努めたことにより、経常利益は11.5%増加しました。また、特別損失として欧米の工業用製品事業の再編に伴う既存子会社の株式及び出資金評価損を計上しましたが、前期の情報関連事業の整理に伴う特別損失を大幅に下回ったことと減税の効果などにより、当期純利益は46.2%の増加となりました。

貸借対照表

(単位:億円)

資 産 の 部	当期	前期
	平成12年3月31日現在	平成11年3月31日現在
流 動 資 産	2,701	2,027
現金及び預金	136	226
売 掛 債 権	571	557
有 価 証 券	1,300	563
た な 卸 資 産	454	544
そ の 他	237	136
固 定 資 産	4,060	4,490
有形固定資産	2,248	2,465
建物及び構築物	821	905
機械及び装置	715	845
土 地	572	531
そ の 他	139	182
無形固定資産	175	207
その他の資産	1,636	1,817
関係会社株式・出資金	1,344	1,496
そ の 他	291	321
資 産 合 計	6,761	6,518

負 債 及 び 資 本 の 部	当期	前期
	平成12年3月31日現在	平成11年3月31日現在
流 動 負 債	1,602	1,452
買 掛 債 務	623	595
未 払 金	153	173
未 払 費 用	404	398
そ の 他	421	284
固 定 負 債	514	674
社債及び長期借入金	504	664
そ の 他	10	9
負 債 合 計	2,117	2,126
資 本 金	851	791
資本準備金	1,086	1,026
利益準備金	119	108
その他の剰余金	2,587	2,465
資 本 合 計	4,644	4,391
負 債 及 び 資 本 合 計	6,761	6,518

- (注) 1. 有形固定資産の減価償却累計額 当期 5,993億円 前期 5,956億円
 2. 従来「その他の資産」の「その他」に含めていた「ソフトウェア」は、当期、前期とも「無形固定資産」に組み替えております。

特集

「健康エコナクッキングオイル」が大好評。



ヘルスケア関連分野への事業拡大へ大きな一歩。

予想を上回るヒット商品となった「健康エコナクッキングオイル」は、食用油市場を活性化し、「健康油」という新しいカテゴリーを確立。花王が注力していくヘルスケア関連分野への事業拡大に向けて、今後の期待をふくらませる、大きな一歩を踏み出しました。



市場全体を活性化した、
斬新なコンセプト。

99年2月に新発売した「健康エコナクッキングオイル」は、世界で初めての「体に脂肪がつきにくい食用油」という画期的なコンセプトが受け入れられ、ヒット商品となりました。従来的一般食用油の主成分である「トリアシルグリセロール」に比べ、体に脂肪がつきにくい性質を持つ「ジアシルグリセロール」を主成分としており、今までにはない、明確な特長を持った食用油として、現在も好調に売り上げを伸ばし続けています。

お使いいただいた消費者の方々からは、「使い続けたら、体脂肪が減った」、「今まで控えていた油料理が安心して食べられるようになった」など感謝の声が数多く寄せられています。

また、「健康エコナ」は、流通業界の方々からも強いご支持をいただいております。従来の食用油市場を活性化して、「健康油」という新しいカテゴリーを確立し、食用油売り場全体の利益率向上につながったことが高く評価されたからです。



「健康油」の構成比が高まる食用油の売り場。

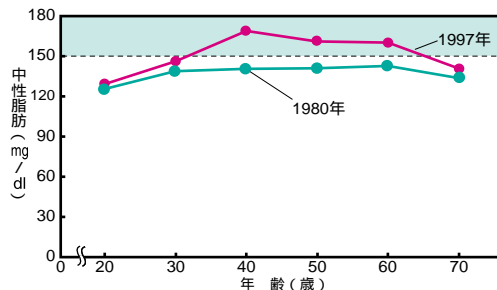
日本人の中性脂肪値は上昇し、生活習慣病への危機意識が高まる。

「健康エコナ」の商品コンセプトが受け入れられた背景には、健康志向の高まりが挙げられます。ご存知のように、日本人の食生活は欧米化し、脂肪の摂取量が年々増えてきました。その結果、肥満が増加し、血液中の中性脂肪値が30歳以上の男性では危険域に達している方が4割を超える、という状況にあります。中性脂肪値の上昇は、動脈硬化の原因となり、「狭心症」、「心筋梗塞」や「脳梗塞」などの「成人病」を引き起こす危険性を高めます。

厚生省では、この「成人病」という名称を「生活習慣病」と改め、警鐘を鳴らしてきました。その影響もあり、今は健康であっても「生活習慣病」を未然に防ぎたい、という意識が高まっておりますが、現在、日本における「生活習慣病」の患者はおよそ600万人、生活習慣病予備軍ともいわれる「肥満」の方は、1,700万人にもなります。

その一方で、食用油は揚げ物や炒め物など毎日の調理には欠かせません。体にとっても、脂質はなくてはならない重要なエネルギー源であり、栄養素でもあります。こ

日本人男性の中性脂肪値



「高脂血症診療のてびき」(厚生省・日本医師会編、日本醫事新報社)より

日本人男性の中性脂肪値は、危険域である150mg/dlを超えてきています。

こうした背景から、食生活は変えずに中性脂肪を抑えたい、という新しいニーズが生まれてきました。そこで、花王は「体に脂肪がつきにくい食用油」を商品化することで、そのニーズにお応えしたのです。

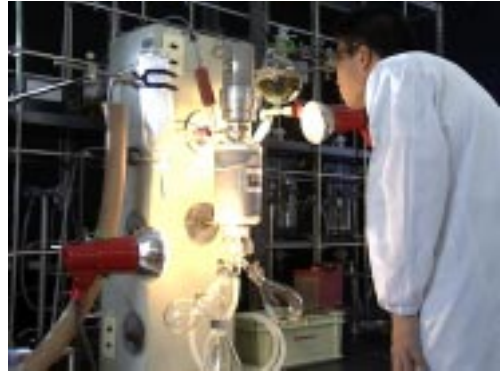
シーズを捉える研究知見から付加価値の高い商品が誕生。

花王が家庭用食用油市場に本格参入したのは10年前ですが、業務用食用油においては70年以上の歴史があり、食用油に関する多くの知見を持っています。

15年前から、花王は独自の視点で、食用油の成分である「ジアシルグリセロール」の研究を進めてきました。

一般食用油の主成分となっているのは「トリアシルグリセロール」です。「ジアシルグリセロール」も少量含まれていますが、どちらも天然の油脂で、おいしさや栄養の点でも変わりはありません。しかし、2つの成分は分子構造が違うため、異なる性質を持っています。

「トリアシルグリセロール」は、十二指腸で分解されてから、小腸で吸収された後、



長年の歴史をもつ食用油の研究。科学ビデオ「初めての食用油脂の誕生」より

分解された分子は小腸で再び元の形に戻り、体脂肪となって体に蓄積されます。これに対して「ジアシルグリセロール」は、小腸で吸収されるまでは同じですが、約半分が分

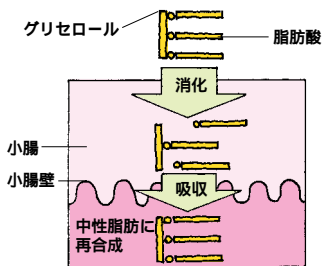
解されたまま元の形に戻らず、主として体内で燃焼してしまうことが判明しました。

その後の実験で、「ジアシルグリセロール」主体の油を摂取した場合は、血中の中性脂肪の上昇を抑えられ、摂取し続けると副作用もなく体脂肪の蓄

15年前から続けている分子構造の研究。

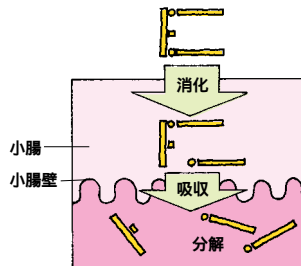


普通の食用油(トリアシルグリセロールが主成分)



「トリアシルグリセロール」は、中性脂肪に再合成されて血液に入り込み、体脂肪として蓄積されます。

健康エコナ(ジアシルグリセロールが主成分)



「ジアシルグリセロール」は、中性脂肪に再合成されにくく、肝臓や全身の筋肉で燃えてしまいます。



発売前の記者発表会でも、大きな反響を呼び、発表後の試食では「さっぱりした味」が好評でした。



積が抑制されるという結果が出ました。

また、胃にとどまっている時間が短いため、「胃にもたれない」という特長も併せ持っていることが明らかになりました。実際にお使いいただいた消費者の方々からも「さっぱりしている」、「揚げ物を食べたあと、胃に重たい感じが残らない」といった声が数多く寄せられています。

さらに、花王独自の酵素技術を駆使することで、一般食用油には8%程度しか含まれていない「ジアシルグリセロール」の比率を83%にまで引き上げることに成功しました。

その後も長期にわたる臨床実験ののち、厚生省から食用油では初めて「特定保健用食品」として、「体に脂肪がつきにくい」、「他の食用油と比べて血中中性脂肪が上昇しにくい」といった効果について表現することを許可されました。このため、商品コンセプトを明確にお伝えすることが可能となり、消費者の方々にも、流通の方々にも、ご満足いただける付加価値の高い商品として、市場に送り出すことができました。



長期間に及んだ臨床実験。科学ビデオ「初めての食用油脂の誕生」より

業務用から海外展開まで、
すそ野は大きく広がっていく。

「健康エコナ」は、「99年日経優秀製品・サービス賞優秀賞」をはじめ、数々の賞を受



99年日経優秀製品・サービス賞優秀賞を受賞。

賞し、各方面から高い評価をいただいたほか、「日本人間ドック学会」からの初めての推薦商品にもなりました。

花王は、「健康エコナ」の優れた機能をさらに幅広く役立てたいという願いから、有力食品メーカー向けに「健康エコナ」を原料としても供給しており、食用油はもちろん、食用油を使用した加工食品を通じて「健康エコナ」ブランドを大きく育ててまいります。

また、「ジアシルグリセロール」に関する特許については、欧米への事業展開も視野に入れ、日本はもとより、欧州及び最大の市場である米国でも取得しています。

「健康エコナ」のヒットによって、花王のヘルスケア関連分野への事業拡大に向けて、大きなはずみをつけることができました。花王ではすでに敏感肌向けのスキンケア製品「キュレル」シリーズを発売しており、また世界における医薬品大手のノバルティス社と日本でのコンシューマーヘルスケア製品事業で、提携することになりました。今後、食品や医薬品を含めたヘルスケア関連分野に、さらに注力してまいります。

花王は、消費者の方々の「真の健康」とは何かを考え、これからも理想の商品の研究開発に取り組んでまいります。



「健康エコナ」を使用した製品。

（雪印乳業株式会社の「ネオソフトEブレンド」
はごろもフーズ株式会社の「シーチキンLフレーク」
山崎製パン株式会社の「ヤマザキEロール」）

新製品のご紹介

プローネ[®] 薰りヘアカラー(医薬部外品)

ヘアカラーのニオイがハーブの薰りに



色は、明るいブラウン系5色を揃えています。

「プローネ 薰りヘアカラー」は、新処方の炭酸アルカリオン(無臭)の働きで、染毛力がアップして*しっかりきれいに染まります。ヘアカラーのイヤなニオイもハーブのさわやかな薰りに変わり*、待っている間もリラックスした気分で染められます。必要な量だけ、何回にも分けて使えるクリームタイプです。

*「プローネクリームヘアカラー」との比較。

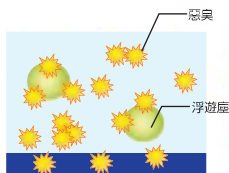
WiLL[®] 空気を洗うミスト

空気の汚れを「洗って」すっきり

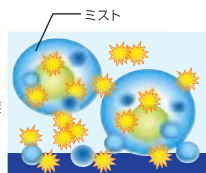
「WiLL 空気を洗うミスト」は今までになかった消臭・芳香清涼スプレーです。ウォーターミストが、空气中に漂うニオイの微粒子そのものを包み込んで、お部屋にこもった空気などの「雾困気臭」をすっきり解消します。



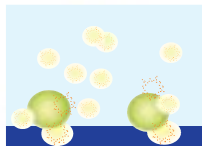
空間清涼メカニズム



空間では、悪臭は分子状や分子の固まり、あるいは浮遊しているチリやホコリなどに吸着して存在します。



ミストが包み込んで空気を清浄し、浮遊している悪臭を消臭します。



科学的中和分解消臭/消臭成分による無臭化
↓
消臭成分は揮発し、あとに残りません。

あとに香りが残らないタイプ(天然ハーブ)とほのかに香りが残るタイプ(森のフィトンチッド)

フロアクイックル® ウェットタイプ

水ぶき感覚 さっぱり仕上げで除菌もできる

フローリングやビニール床の汚れをさっぱり落とす、洗浄剤を含んだお掃除シートが「フロアクイックルウェットタイプ」です。「クイックルワイパー」に装着するだけで、床のお掃除が立ったままラクにできます。特殊洗浄成分の働きで、砂ボコリや皮脂汚れがすっきり、しかもふいた後はさらっと仕上がります。除菌効果もあり、部屋中を清潔に保ちます。



シート構造

表面層

繊維自由度の大きな不織布

砂ボコリ・皮脂汚れをしっかり吸着するとともに、髪の毛・綿ボコリなどもからめとります。

エンボス加工
軽い操作性を実現



洗浄剤保持層

洗浄液を保持しながら徐々に放出します。

3層構造

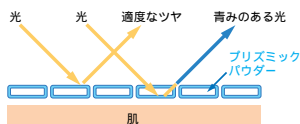
ソフィーナ® レイシャス®

狙った以上にキレイになれるベースメイクシリーズ



素肌を生かして、肌そのものを美しく見せたい方のために、「ソフィーナ レイシャス」は誕生しました。パウダーメイクアップは、新開発のプリズミックパウダー配合で、どんな距離・角度からも肌がきれいに見える光環境

肌断面のモデル図



青みのある光と適度なツヤが、肌がきれいに見える光環境をつくりだします。

をつくりだし、美しい透明感を実現します。ほかに肌の悩みに合わせて選べる化粧下地2種とコンシーラーが揃っています。

衣料用洗剤「アタック」が 国際綿花評議会の認定を受ける。

99年7月、「アタック」が、衣類を傷めず綿製品を最も白く洗い上げる優れた洗剤として、国際綿花評議会（本部：米国ワシントン）の認定を受けました。

衣料用洗剤で白く洗い上げる力について、この認定を受けたのは、世界でも「アタック」が初めてで、花王独自の技術から生み出された酵素「バイオテックス」による洗浄メカニズムが認められたものです。「アタック」のパッケージには認定の証である「コットンUSAマーク」が表示されています。



握手を交わす、ハウスホールド事業本部長と国際綿花評議会委員。



川崎工場

川崎工場隣接用地を取得し、 基幹工場としての生産体制強化。

2000年3月、花王は川崎工場隣接地を取得しました。

これにより川崎工場はパーソナルケア分野とハウスホールド分野の生産拠点としての能力を増強し、首都圏供給工場としてより一層効率の高い生産をめざします。

この川崎と和歌山、栃木工場を基幹工場として、酒田、鹿島、東京、豊橋工場などは機能を特化した工場として再編成し、柔軟性と収益性の高い生産体制へと構造改革を図ってまいります。



制作の段階から、視覚障害者の皆さんに試していただき、内容の充実を図りました。

音声CD「商品と暮らしのボイスガイド2000年版」



視覚障害者向けに、「商品と暮らしの花王ボイスガイド」発行。

99年12月、花王は視覚障害者向けに、花王の全商品と生活情報をセットにしたCD「商品と暮らしの花王ボイスガイド2000年版」を発行しました。

このCDは、今までのテープ版ではできなかった「聴きたいところへ瞬時に飛べる」という国際標準の録音図書規格(DAISY)で製作されており、400点以上の花王商品の個別情報や生活場面で役立つ情報が簡単にすばやく取り出せます。

このボイスガイドは、全国の点字図書館や福祉団体を通じての貸し出しと、個人利用を希望する方々への無料での提供によって利用されており、今までにない「聴きやすい情報」と好評です。

「エコプロダクツ1999」で“よきモノづくり”をテーマに出展。

99年12月に開催された第1回「エコプロダクツ1999」で、花王は“環境に配慮したよきモノづくり”をテーマに、コンパクト化商品と詰め替え品の拡充による省資源やゴミ削減への取り組みを紹介しました。この展示会は、日用品や自動車などの生活関連企業約280社が参加した環境調和型商品関連の最大規模のものでした。

花王は、「容器包装リサイクル法」施行以前から、87年発売のコンパクト型衣料用洗剤「アタック」をはじめ、容器や包装材料の使用量削減に取り組んできました。今回の出展を通じ、来場者の方々に、コンパクト化商品や詰め替え品が身近な環境調和型商品であることへの理解を深めていただきました。



環境調和型商品に高い関心を示す来場者。

会社概要 (平成12年3月31日現在)

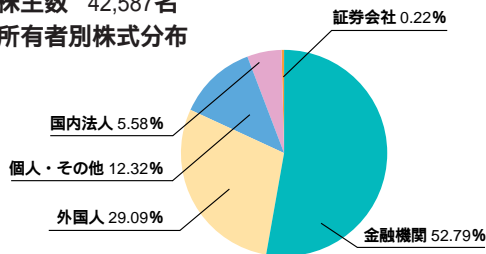
商号 花王株式会社 (Kao Corporation)
本店所在地 東京都中央区日本橋茅場町一丁目14番10号
創業 明治20年6月19日
設立 昭和15年5月21日
資本金 85,146,572,472円
従業員数 6,086名

株式の状況 (平成12年3月31日現在)

発行済株式の総数 620,433,369株

株主数 42,587名

所有者別株式分布



大株主 (上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー	22,673	3.65
日本生命保険相互会社	20,636	3.32
三菱信託銀行株式会社(信託口)	20,149	3.24
株式会社住友銀行	18,707	3.01
株式会社富士銀行	18,707	3.01
東京海上火災保険株式会社	18,389	2.96
全国共済農業協同組合連合会	17,155	2.76
千代田生命保険相互会社	16,941	2.73
住友信託銀行株式会社(信託口)	16,392	2.64
ザ チェース マンハッタン バンク エヌエイ ロンドン	11,890	1.91

役員 (平成12年6月29日現在)

代表取締役 取締役社長	後藤 卓也	取締役	北原 正敏
代表取締役 専務取締役	星野 敏雄	取締役	松本 忠雄
代表取締役 常務取締役	香川 尊彦	取締役	渡邊 邦明
常務取締役	坂田 正憲	取締役	樋口 信厚
常務取締役	蜂谷 國彦	取締役	高石 尚武
常務取締役	出光 保夫	取締役	井上 巖
取締役	平坂 敏夫	取締役	今村 哲也
取締役	村田 守康	常勤監査役	岡本 暉公彦
取締役	鶴岡 昭男	常勤監査役	平岡 勝彦
取締役	山田 重生	監査役	田嶋 孝
取締役	田中 省三		

株主メモ

定時株主総会権利行使株主並びに

利益配当金支払株主確定日 3月31日

中間配当金支払株主確定日 9月30日

公告掲載新聞 日本経済新聞

名義書換代理人 中央三井信託銀行株式会社
株式に関するお問い合わせ先

〒168 0063 東京都杉並区和泉2 8 4

中央三井信託銀行株式会社 証券代行事務センター
TEL(03)3323 7111(代)

清潔で美しくすこやかな毎日をめざして

花王株式会社