



株主のみなさまへ



花王株式会社 事業報告書



2004.4.1—2005.3.31



商品の高付加価値化による

2005年3月期 連結決算報告

当期の売上高は、9,368億円(前期比103.8%)となりました。国内においては、積極的な事業展開によって家庭用製品及び工業用製品が順調に推移し、化粧品(ソフィーナ)も堅調に推移しました。一方、海外においては、家庭用製品がアジアで伸び悩んだものの、欧米での新製品の発売の効果や、工業用製品がアジア及び欧米で好調に推移したこともあり、全体では順調な売り上げとなりました。

営業利益は、1,213億円(前期比101.4%)となりました。国内事業は、販売価格の低下や原

目次

ご挨拶	2
～商品の高付加価値化による「利益ある成長」の達成～	
事業レポート	6
・家庭用製品事業	
・化粧品(ソフィーナ)事業	
・工業用製品事業	
財務報告の要約	12
・連結貸借対照表	
・連結損益計算書	
・連結キャッシュ・フロー計算書	
特集	14
～商品の付加価値を高めて、 多様化する消費者のニーズに応える～	
新製品のご紹介	20
・キーピング スタイルケア	
・ブローネ シャイニングヘアカラー スタイリッシュ ブローネ ニュアンスアップグロス	
KAO NEWS	21
・「知財功労賞 経済産業大臣表彰」を受ける	
・災害被災地への支援を実施	
取締役、執行役員及び監査役	22
会社概要、株式の状況等	23

1株当たり当期純利益の推移



“利益ある成長”の達成

料価格の高騰などを、新製品の発売による売り上げの増加やコストダウンなどで吸収し、増益となりました。海外事業は、欧米の事業が好調に推移したものの、アジアにおいて、家庭用製品の売り上げが伸び悩んだことから、減益となりました。

当期純利益は、721億円(前期比110.4%)となりました。日本において外形標準課税制度が導入されたことなどにより、税効果会計適用後の法人税等の負担率が下がりました。

営業活動によって得られた順調なキャッシュ・フローを背景に、当期におきましても自己株式



平成17年6月

花王株式会社

代表取締役
社長執行役員

尾崎 元規

1株当たり配当金の推移



の市場買付を実施し、2,734万株を取得しました。この結果、2000年3月期から当期末までの累計の取得株数は、1億1,234万株となりました。この効果も含め、1株当たり当期純利益は131円16銭(前期比110.2%)と順調に増加しました。また、当期の年間配当金は、前期に対して6円増配の1株当たり38円とさせていただきました。

今後の経営施策

当社を取り巻く事業環境は、今後も厳しい状

況が続くと考えておりますが、当社は、「商品の高付加価値化による“利益ある成長”の達成」を花王グループ全体の旗印として掲げ、以下の3点の施策に焦点を絞り込んで、より積極的な事業展開を図ってまいります。

(1)国内家庭用製品事業の強化とシェアの拡大

既存事業につきましては、パーソナルケア、ハウスホールド、サニタリーの各事業分野においてブランドの高付加価値化を図ることによって、さらなる競争優位性を獲得し、市場シェアの拡大に努めてまいります。2003年秋に発売したヘアケアブランドの「アジエンス」は、西洋人も憧れを抱くようなアジアの女性の髪の美しさの実現と、東洋的な“情緒性”の表現によって、数多くの消費者の皆さまから高いご支持を得ており、高価格帯の商品でありながら、好調に売り上げを伸ばしております。今年春には、この「アジエンス」から、「美髪水」及び「美髪美容液」を発売し、商品ラインアップを一層充実させております。

また、新規事業分野の開拓におきましては、消費者の“健康価値”重視の傾向にしっかりと

焦点を絞ったヘルスケア事業がここ数年大きく成長しており、当社の経営の重要な柱の一つとなってまいりました。一昨年、昨年のヒット商品となったお茶飲料の「ヘルシア緑茶」は、体脂肪が気になる方を中心に高いご支持を得て、今では実に100万人を超える継続飲用者を獲得しております。今年春には、新しく「ヘルシア烏龍茶」を発売し、さらなる飲用者の増加を図っております。



発売以来売り上げが好調の「ヘルシア緑茶」と今年春発売の「ヘルシア烏龍茶」

(2)海外家庭用製品事業の成長の加速

欧米においては、米国の「ジャーゲンス」、ジョン・フリーダ」、そしてドイツの「グール」を柱として事業を統合し、昨年9月に社名を変更した花



プレミアムビューティケアカンパニーを
めざす花王ブランド社



「ジョン・フリーダ」ブランドのヘアケア製品
「プリリアント プルネット」

王ブランド社が、プレミアムビューティケアに的を絞った事業展開を行っております。同社は、ヘアケア製品では、「プリリアント プルネット」、「ラディアント レッド」などの「ジョン・フリーダ」ブランドを中心に好調な実績を示しております。

一方、アジアにおいては、アセアン地域、中華圏とともに、消費者及び市場の変化が激しく、またメーカー間の競争も激化しております。こうした中ではありますが、この地域は、将来にわた

る成長市場であると見込んでおり、ここに花王グループの総力をあげて、事業の再構築、そして新たなる成長・発展をめざしてまいります。

(3)工業用製品事業のグローバル展開の充実

工業用製品事業は、花王グループの中でも最もグローバル展開の進んだ事業であり、売上高も、国内、海外がほぼ半々の状況で推移しております。当社は今後とも、このグローバル展開を一層充実させ、油脂、機能材料、及びトナー・トナーバインダーなどのスペシャルティケミカルズを中心に、世界中の顧客に高付加価値で高機能の製品を提供してまいります。

最後になりますが、当社は、以上のような積極的な事業活動を図るとともに、企業の社会的責任(コーポレート・ソーシャル・レスポンス/イニシアチブ:CSR)を一層強く認識し、法や企業倫理にかなった行動はもとより、自然環境への配慮や、製品の安全性の徹底についても全力を尽くしてまいります。

株主の皆さまにおかれましては、こうした当社の姿勢に何卒ご理解を賜り、今後とも一層のご支援をいただきますようお願い申し上げます。

事業レポート

家庭用製品事業

売り上げは日本が寄与して増加 営業利益は堅調に伸長

家庭用製品の売上高は、海外では為替レートの換算差の影響を受けて減少しましたが、日本では前期に比べて4.4%の増加、全体では6,900億円(前期比102.9%)となりました。営業利益は、アジアで減少したものの、日本及び欧米で増加したことから、全体では925億円(前期比100.4%)となりました。

日本

市場では、販売価格が引き続き下落し、金額ベースで前期を下回る状況が続きました。こうした中、マーケティング部門と販売部門が一体となった流通チェーンごと、地域ごとの活動を積極的に進め、新製品や改良品を発売して市場の活性化を図りました。営業利益は販売価格の下落や、原料価格の高騰などの減少要因がありましたが、新製品の発売による販売数量の増加や、コストダウン活動などにより増加しました。

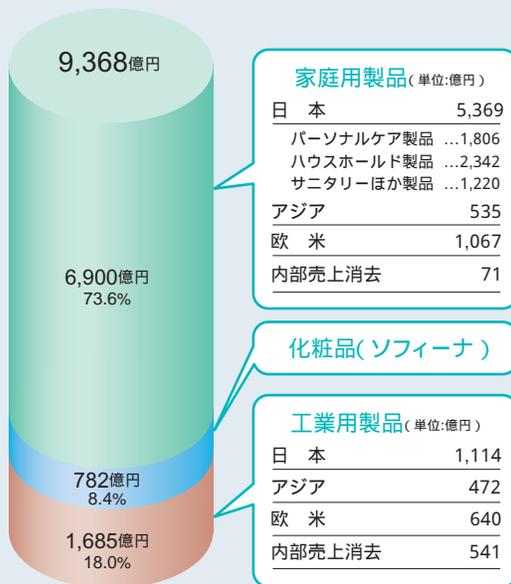
パーソナルケア製品分野では、成熟した市場の中で、消費者の価値観の多様化に対応し



プレミアムブランドとして定着した「アジエンス」



連結売上高構成比



(注)1. 記載金額は、億円未満を切り捨てて表示しております。
2. グラフの売上高は、外部顧客に対する売上高を表示しております。



弱酸性がコンセプトの
全身洗剤「ビオレ」と
「ビオレ」泡で出てくるハンドソープ」



キャラクターを使ったテレビCMも好評の「ファミリー キュキュット」



新しい機能が加わった液体洗剤
「液体ニュービーズ ウォッシュ&ケア」

た商品が増加し、さらに激しい競争が続きました。こうした中で、花王グループは、市場における地位のさらなる強化に努めました。ヘアケア製品では、プレミアムブランドの「アジエンス」が引き続き好調に推移し、売り上げは大幅に増加しました。また、「ビオレ」が総合スキンケアブランドとして消費者のご支持を得て、売り上げの増加に貢献しました。以上の結果、売り上げは前期を上回りました。

ハウスホールド製品分野では、デフレ傾向に歯止めがかからず、販売価格の下落が一段と進み、贈答品市場も縮小しました。このような中で、花王グループは消費者の生活環境の変化に合わせた商品の提案を積極的に行いました。食器用洗剤では、すすいだ瞬間に汚れ落ちを実感できる「ファミリー キュキュット」が、発売直後から好調に推移しました。衣料用洗剤では、衣料のからみを防いで、傷みや洗濯ジワも抑える「液体ニュービーズ ウォッシュ&ケア」を発売しましたが、市場競争の激化などの影響もあり、売り上げは伸び悩みました。以上の結果、売り上げは前期を下回りました。

サニタリーほか製品の分野では、少子高齢化の影響を受け、大人用紙おむつは伸長したものの、子供用紙おむつは縮小傾向にあります。このような中、子供用紙おむつ「メリーズ」が、

基本性能の高さにより消費者のご支持を得て、売り上げは前期を大きく上回りました。また、生理用品の市場においては対象人口が減少傾向にある中、女性の肌ストレスを軽減するため、高い吸収力とやさしい感触を両立させた「ロリエ エフ」を発売し、売り上げの増加に貢献しました。

ヘルスケア製品では、お茶飲料の「ヘルシア」が、体脂肪が気になる方を中心に高いご支持を得ております。「エコナ」関連製品の売り上げも、特に贈答品市場において、引き続き大幅に増加しました。以上の結果、サニタリーほか製品の売り上げは、前期を大きく上回りました。

アジア

消費者の生活水準の向上により市場に大きな変化が起きている中、長期的な成長をめざして強いブランドの構築に経営資源を集中しました。スキンケアブランドの「ビオレ」では、洗顔料を強化するとともに基本ケア品の育成を図り、生理用品の「ロリエ」では、特長ある商品を発売しました。売り上げは、アセアン地域では横ばいに推移しましたが、中国では再構築を図るため事業を展開する都市を大幅に絞り込んだこ



肌にやさしいと好評の「ロリエ エフ」



お茶飲料の市場を活性化した「ヘルシア緑茶」



アセアン地域で消費者の高いご支持を得ている「ロリエ」





「ジョン・フリーダ」ブランドの新ヘアケア製品
「ラディアント レッド」

アジア地区業務標準化・改善プロジェクト

成長市場であるアジア各国では、欧米のメーカー及び小売業の参入で、競争が激化しています。こうした環境の下では、花王グループ各社が一体となった広域運営が必要でした。

そのため、2000年秋から各社固有の業務プロセスの改善及び標準化を進め、新しい業務運営システムの導入を推進し、今年春完了しました。

情報インフラが整備されたことにより、日本を含めた一体運営で花王グループの総合力を発揮し、アジア各国での事業拡大につなげていきます。



新たに導入された
システムを活用する社員

とにより、利益は改善したものの売り上げは前期を下回り、アジア全体でも前期を下回りました。

欧米

個人消費が回復基調にあり、雇用情勢は厳しいながらも改善が続いています。昨年9月に社名を変更した米国の花王ブランド社は、商品の高付加価値化によってブランド力を高めることをめざしました。プレミアムヘアケアブランド「ジョン・フリーダ」は新製品の発売により、売り上げが大幅に増加し、スキンケアブランドの「ビオレ」シリーズも全面的な改良により順調に推移しました。ドイツのKPSS - 花王プロフェッショナル・サロン・サービス社も、新製品が好調だったことなどから、売り上げが増加しました。以上の結果、売り上げは前期を上回りました。

化粧品(ソフィーナ)事業

プレステージ化粧品市場は、個人の消費支出の引き締めや異常気象の影響もあり厳しい状況が続きましたが、売上高は、782億円(前期比100.8%)となりました。「ソフィーナ」ブランドでは、基本ケア品やファンデーション、メイクアップ品などで積極的に改良を行いました。

デパート専用ブランドの「エスト」は基本ケア品の改良など、継続して積極的なマーケティング活動と販売活動を実施しました。また、顧客獲得の施策として、ドラッグストアや総合スーパー・スーパーマーケットの中でも、カウンセリングを重視する販売店に向けた薬用スキンケアシリーズの「アルブラン」を発売し、通信販売限定のスキンケアシリーズの「オリエナ」の全国展開を開始しました。さらに、成長市場である中国では、昨年春より上海において事業展開を開始しています。営業利益は、76億円(前期比103.6%)となりました。

工業用製品事業

売り上げ、営業利益ともに増加

引き続き、コア分野である油脂、機能材料及びスペシャルティケミカルズを中心に事業拡大に努めました。その結果、売上高は、家庭用製品等の原料として使用した分の内部売上を含め、1,969億円(前期比108.5%)となりました。営業利益は、原料価格の高騰などがありました。売上数量の増加やコストダウンなどにより、206億円(前期比103.6%)となりました。



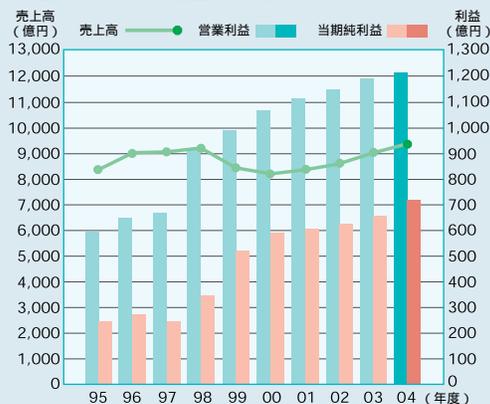
改良新発売のファンデーション「ソフィーナ ファインフィット」



昨年秋発売の薬用スキンケアシリーズ「アルブラン」



連結売上高・利益の推移





製品特長が高く評価されているインクジェットプリンターインク用色材



マレーシアの油脂アルコール製造設備



ドイツのコンクリート用高性能減水剤の製造設備

連結ROE(株主資本利益率)



日本

特長のある製品や新規開発製品の拡充に努めました。情報材料では、トナー・トナーバインダーの売り上げが大幅に増加し、特にカラートナーが市場の拡大とともに大幅に増加しました。また、インクジェットプリンターインク用色材は、製品特長が高く評価され、当期も順調に推移しました。

アジア

油脂アルコール製品は、安定した供給体制と品質が評価され、売り上げが大幅に増加しました。また、アセアン地域では、タイ、インドネシアを中心に界面活性剤が好調に推移しました。

欧米

トナー・トナーバインダーは、日本、米国及び欧州でのグローバルな事業運営体制を一層強化し、好調に推移しました。また、ドイツではコンクリート用高性能減水剤の製造設備が稼動し、売り上げの増加に貢献しました。

財務報告の要約

(記載金額は、億円未満を切り捨てて表示しております。)

連結貸借対照表

(単位:億円)

資産の部	当期	前期	負債、少数株主持分 及び資本の部	当期	前期
	平成17年3月31日現在	平成16年3月31日現在		平成17年3月31日現在	平成16年3月31日現在
流動資産	2,891	3,072	流動負債	2,115	2,098
現金及び預金	320	724	支払手形及び買掛金	709	684
受取手形及び売掛金	1,035	973	未払金	191	218
有価証券	403	368	未払費用	632	645
たな卸資産	817	718	未払法人税等	196	195
その他	314	287	その他	385	355
固定資産	3,996	4,165	固定負債	217	640
有形固定資産	2,602	2,599	社債及び長期借入金	14	318
建物及び構築物	899	920	その他	203	322
機械装置及び運搬具	801	834	負債合計	2,333	2,739
土地	625	641	少数株主持分	74	221
その他	276	202	資本金	854	854
無形固定資産	862	983	資本剰余金	1,095	1,088
商標権	443	515	利益剰余金	2,993	3,998
その他	418	468	その他有価証券評価差額金	35	43
投資その他の資産	532	582	為替換算調整勘定	397	379
			自己株式	98	1,328
繰延資産	1	0	資本合計	4,482	4,277
資産合計	6,889	7,238	負債、少数株主持分及び資本合計	6,889	7,238

(注)有形固定資産の減価償却累計額
当期 7,615億円 前期 7,554億円

株主資本比率 当期 65.1% 前期 59.1%
自己株式消却 当期 5,000万株(1,277億円)

ポイント

総資産は、前期末に比べ349億円減少しました。流動資産では自己株式の市場買付を行ったことなどにより、現金及び預金が減少しました。有形固定資産は、設備投資による増加と、減価償却費や除売却などによる減少で前期末とほぼ同額でした。また、無形固定資産は、商標権などの償却が進んだことにより減少しました。そのほか、投資その他資産に含まれる繰延税金資産が減少しました。

ポイント

負債は、転換社債の転換や企業年金基金への拠出の増加などにより、前期末に比べ406億円減少しました。少数株主持分は、花王販売株式会社を株式交換の方法により完全子会社化したことで減少しました。株主資本は、自己株式の市場買付による減少もありましたが、当期純利益が順調であったほか、上記の転換社債の転換や株式交換などにより前期末より204億円増加しました。

連結損益計算書

(単位:億円)

科 目	当期	前期
	平成16年4月1日から 平成17年3月31日まで	平成15年4月1日から 平成16年3月31日まで
売 上 高	9,368	9,026
売 上 原 価	4,048	3,777
販売費及び一般管理費	4,106	4,051
営 業 利 益	1,213	1,197
営 業 外 損 益	39	29
経 常 利 益	1,253	1,226
特 別 損 益	56	55
税金等調整前当期純利益	1,196	1,171
法人税、住民税及び事業税等	471	504
少数株主利益(減算)	3	13
当 期 純 利 益	721	653

(注)1株当たり当期純利益 当期 131円16銭 前期 119円06銭

連結子会社は77社、持分法を適用した子会社・関連会社は10社です。
前期に対する伸長率

売上高 3.8%(海外売上高の換算為替差を除くと4.8%)

営業利益 1.4%

経常利益 2.2%

当期純利益 10.4%

株主資本利益率(ROE)は16.5%で、前期に比べて1.0ポイント増加しました。

海外売上高の連結売上高に占める割合は、26.6%で、前期に比べて0.3ポイント減少しました。

ポイント

売上高は、前期に比べ342億円増加しました。営業利益は、販売価格の低下や原料価格の高騰などを、売上高の増加やコストダウンなどで吸収し、16億円増加しました。当期純利益は、日本での外形標準課税制度の導入などにより、法人税等の負担率が下がったこともあり、68億円増加しました。1株当たり当期純利益は、自己株式の市場買付を行った効果もあり当期も順調に増加しました。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:億円)

科 目	当期	前期
	平成16年4月1日から 平成17年3月31日まで	平成15年4月1日から 平成16年3月31日まで
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,095	1,179
税金等調整前当期純利益	1,196	1,171
減 価 償 却 費	567	581
売上債権の増減額(増加:)	59	44
たな卸資産の増減額(増加:)	97	13
仕入債務の増減額(減少:)	26	88
退職給付引当金の増減額(減少:)	130	83
法人税等の支払額	426	535
そ の 他	18	12
投資活動によるキャッシュ・フロー	544	373
有形固定資産の取得による支出	507	395
無形固定資産の取得による支出	39	89
その他資産増減額(増加:)	3	111
財務活動によるキャッシュ・フロー	906	493
社債・借入金の増減額(減少:)	3	49
自己株式の取得による支出	716	371
配 当 金 の 支 払 額	205	182
そ の 他	12	11
現金及び現金同等物に係る換算差額	12	24
現金及び現金同等物の増減額(減少:)	367	287
現金及び現金同等物の期首残高	1,071	756
新規連結子会社の現金及び現金同等物の期首残高	0	26
現金及び現金同等物の期末残高	704	1,071

ポイント

営業活動による収入と、有形固定資産の取得を主とした投資活動による支出との差額では551億円の余剰となりましたが、財務活動においてこれを上回る自己株式の市場買付を行ったことなどにより、現金及び現金同等物の期末残高は前期末より367億円減少しました。



のニーズに応える

花王はこれまでも「スプーン1杯で驚きの白さに」のキャッチフレーズで圧倒的なご支持をいただいた衣料用洗剤の「アタック」や、体に脂肪がつきにくい健康機能油の「エコナ クッキングオイル」などの革新的な商品で、消費者のニーズに的確にお応えしてきました。

絶えず変化し、多様化する消費者のニーズを捉え、これに応える付加価値の高い商品をタイムリーに提供していくことが、今後も重要であると考えています。

変化する消費者のニーズを すばやく捉える

消費者の生活様式の変化に伴い、ニーズも多様化しています。

例えば、洗濯や掃除などの家事にこだわりを持ち、時間をかけてでもしっかり行いたい方から、できるだけ簡便に済ませて子供や自分のために使う時間を大切にしたいという意識を持つ方までいらっしゃいます。

一方、ヘアケア製品や化粧品などにおいては、個人の趣味、嗜好や感性に合った商品が求められています。

こうした多様化にお応えするためには、消費者のニーズの変化をすばやく把握しなければなりません。このため、消費者相談センターに



消費者の家事の実態を聞く担当者

寄せられる様々なご意見やご要望の分析に加え、アンケート調査や消費者へのグループインタビューや、時にはマーケティング担当者が消費者のご家庭に出向き、生活の現場で行動観察をし、その背景にある意識などを探ります。

今回は、花王が新たに発見した消費者のニーズと、それにお応えするために開発した商品の例をいくつかご紹介します。

機能にもキメ細やかな配慮

消費者のニーズが多様化する中で、機能に関しても、今まで以上にキメ細やかな配慮が必要となります。



店頭でも引き立つデザインの「キーピングスタイルケア」

例えば、洗濯の実態については、通常のアンケート調査で捉えきれない面も多く、実際に衣類を見せていただきながら、洗濯から乾燥、着用に至るまでの行動を観察します。そこから分かった一例に、消費者の生活様式の変化がありました。若い方は、家にいるときから外出す

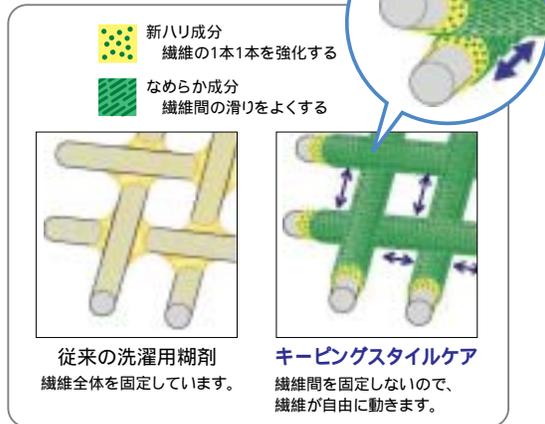
るときまでカジュアル服を幅広く活用している傾向があります。

洗濯については、洗い方に関しては大きな差はありませんが、干し方は若年層ほど簡略化が進んでいるため、衣類が形よく仕上がっていない場合が多く見られました。



こうした実態を踏まえ開発したのが、今年春発売の「キーピングスタイルケア」です。新ハリ成分の開発によって、柔軟剤と同じように洗濯機に入れることで、Tシャツ、カットソー、ジーンズなどのカジュアル服が干している間にシワなく形

繊維の表面の様子



ととのう、衣類のスタイリング剤です。商品のボトルも洗練されたデザインに仕上げました。ご使用いただいた方からは、「形はしっかりしてるのに、やわらかさも残っている」、「シワなくキレイになった」などご好評をいただいています。

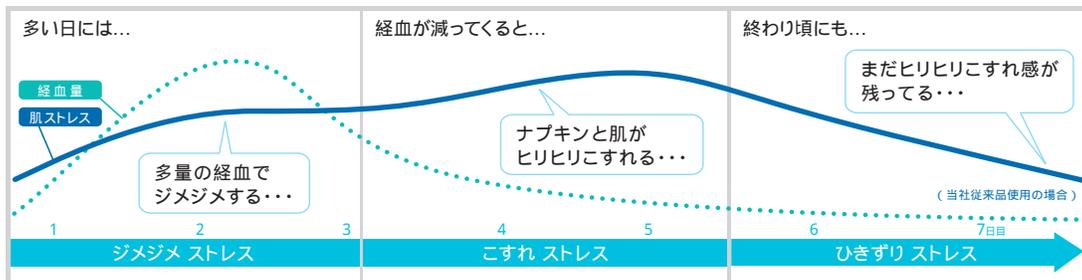
機能プラス の商品で悩みを解決

消費者のニーズの中には、生理用品に対するご要望のように、他人には話にくいものもあります。このような場合には、1対1のインタビューにより、潜在化している悩みなどを引き出すようにしています。



高い吸収力とやさしい感触を併せ持つ生理用品で快適に

肌ストレスの周期



お聞きしたご意見の中で、これまでの商品では違和感や不快感といった肌ストレスによる悩みが深刻であることがわかりました。この悩みを軽減するためには、高い吸収力だけでなく、やさしい感触との両立が必要でした。

昨年秋に発売した「ロリエ エフ」は超吸収ファイバーの開発により、その両立を可能にした商品で、ご使用いただいた方からは、「つけていないみたいに自然」、「やわらかくて心地良い」というご感想をいただいています。

消費者の“心の満足感”を満たすために

高価格帯のヘアケア製品においては、機能性に加えて高級感やイメージによる消費者の心の満足感が重視されます。

2003年10月に発売した「アジエンス」の開発にあたっては、各部門のメンバーから構成されたプロジェクトチームを結成しました。まず商品のコンセプトについて議論を繰り返し、徹底的に検討しました。



商品の具体化に向けて、議論を繰り返すプロジェクトメンバー

こうして決まったコンセプトは、「アジアン・ビューティ」、「世界が嫉妬する髪」でした。機能性では花王独自の技術の応用により、結んでも跡がつかない髪を実現しました。情緒性でも、オリジナリティのある花果実の香り、高級感を感じさせるゴールド、ボトルの形状の斬新さなどにもこ

だわり、妥協することなく当初のコンセプト通りに完成しました。

その結果、「アジエンス」は発売直後から大きな反響を呼び、ヘアケア製品の 카테고리で「メリット」、「エッセンシャル」と並ぶ三本柱の一つに成長しました。



2003年秋の発売以来、大きく成長した「アジエンス」



欧米は、プレミアムビューティケアをコンセプトに事業展開

欧米の家庭用製品事業では、昨年9月に社名変更した花王ブランド社がプレミアムビューティカンパニーとしての確固たる地位の確立をめざしています。花王ブランド社は、スキンケア

製品とヘアケア製品に特化し、「ジョン・フリーダ」[®]「ジャーゲンス」[®]「ピオレ」[®]「グール」といったブランドを柱として一体運営を進めています。

それぞれのブランド価値を高めるための一体運営を進めるきっかけとなったのは、2002年9月にジョン・フリーダ社が花王グループに加わったことでした。もともとカリスマ美容師であった同社の創業者のジョン・フリーダ氏は、ニューヨークでもファッションやヘアスタイルに敏感な方を主な顧客とし、接客を通じて、顧客の悩みを美容室で直接聞ける環境にありました。なかでも特に多かったのはくせ毛に関する悩みでした。こうした悩みを解決するには、美容技術だけでなくヘアスタイリング剤の開発も必要と感じたこと



「ジョン・フリーダ」の代表ブランド
「シア プロンド」の生産ライン

消費者の高い支持を得ている
「フリッズ イーズ」



により、「ジョン・フリーダ」ブランドの商品が誕生しました。くせ毛に関する悩みを持つ消費者のために開発された「フリッズ イーズ」は高いご支持を得ました。

現在は、高い評価を得ている「ジョン・フリーダ」のブランド力と花王のヘアケア技術のシナジー効果を最大限に生かして、商品の付加価値を高めています。

花王は今後も、多様化する消費者のニーズをいち早くとらえ、付加価値を高めた商品でそれにお応えし、快適な生活の実現に少しでもお役に立てるよう、努めてまいります。



ヘアケア製品の開発の打合せをする花王ブランド社の研究員

新製品のご紹介

キーピング® スタイルケア

干してる間にシワなく形ととのう

「キーピング スタイルケア」は、柔軟剤と同じように洗濯機に入れるだけで、衣類の形をととのえる新しい仕上げ剤です。新ハリ成分が繊維の1本1本を強化し、しなやかで自然なハリを与えます。また、なめらか成分が繊維間の滑りをよくするので、干している間に自然にシワなく形がととのいます。いつもきれいに着ていたい、Tシャツ、カットソー、ジーンズなどのカジュアル服に最適です。



ブローネ® シャイニングヘアカラー スタイルッシュ ブローネ® ニュアンスアップグロス

カラーと質感で楽しむ、大人の髪色おしゃれ

髪色のおしゃれを積極的に楽しみたい大人の女性へ、「ブローネ」から新アイテムが誕生です。「ブローネ シャイニングヘアカラー スタイルッシュ」(全11色/医薬部外品)は、独自の高脱色処方で黒髪をきちんと明るくすることによって、光が髪の内層まで透過し、軽やかで冴えた髪色に染め上げます。「ブローネ ニュアンスアップグロス」(全3色)は、カラーリングした髪に輝きをプラスして、髪色をさらに美しく見せます。毛先までつるんとしなやかにまとまるので、傷みやパサつきが気になりにはじめた髪にも効果的です。



「知財功労賞 経済産業大臣表彰」を受ける



「知財功労賞」とは、特許庁が産業財産権制度を有効に活用し、円滑な運営・発展に貢献した企業に対して、「産業財産権制度活用優良企業等表彰」として毎年行っているものです。花王は、それぞれの商品イメージに合わせてブランドを使い分けるなど「戦略的商標活用策を実践する」とともに、通常、安定性を重視するコーポレート・ロゴについても、“月のマーク”を時代の変化に応じて変更するなど「柔軟に商標を活用している」ことが評価され、平成17年度の表彰を受けました。

災害被災地への支援を実施

国内外で起きたさまざまな災害によって被害を受けた方とご家族に、心からお見舞いを申し上げます。

花王では、義援金の寄付や救援物資の提供などの支援を行っています。新潟県中越地震では、現地28市町村の災害本部と直接連絡をとりながら、被災された方々の生活に必要な製品をお届けしました。また、スマトラ島沖大地震では、花王をはじめとする世界各地の花王グループ各社が、被災地それぞれの状況に合わせて、復興への支援を行いました。



被災地支援活動の様子(インド)

取締役、執行役員及び監査役（平成17年6月29日現在）

取締役		執行役員	
取締役会長	後藤卓也	執行役員	木村昭雄 研究開発部門副統括
代表取締役社長執行役員	尾崎元規	執行役員	三田慎一 会計財務部門統括
代表取締役専務執行役員	星野敏雄	執行役員	高橋辰夫 花王販売株式会社代表取締役専務執行役員
代表取締役常務執行役員	香川尊彦	執行役員	広田雅人 化粧品事業本部長
取締役常務執行役員	鶴岡昭男	執行役員	中谷吉隆 生産技術部門副統括、パーソナルケア生産センター長
取締役常務執行役員	樋口信厚	執行役員	平井良育 家庭品マーケティング推進部門統括
取締役常務執行役員	高石尚武	執行役員	沼田敏晴 研究開発部門副統括
取締役執行役員	中川俊一	執行役員	平峰伸一郎 サニタリー事業本部アセアン統括、泰国花王実業株式会社取締役社長、泰国花王商業株式会社取締役社長
取締役執行役員	高山外志夫		
		監査役	
取締役執行役員	高木憲彦	常勤監査役	江尻恒男
取締役執行役員	後藤卓雄	常勤監査役	大竹正一
取締役執行役員	神田博至	監査役	那須弘平 弁護士
取締役執行役員	西藤俊秀	監査役	伊東敏 公認会計士
取締役	岡田明重		
取締役	橋・フクシマ・咲江		

(注)1.取締役 岡田明重及び橋・フクシマ・咲江の両氏は、商法第188条第2項第7号ノ2に定める社外取締役であります。

2.監査役 那須弘平及び伊東 敏の両氏は、「株式会社の監査等に関する商法の特例に関する法律」第18条第1項に定める社外監査役であります。

会社概要（平成17年3月31日現在）

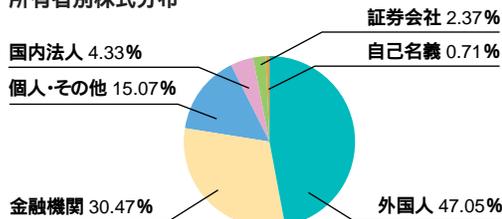
商号 花王株式会社 (Kao Corporation)
 本店所在地 東京都中央区日本橋茅場町一丁目14番10号
 創業 明治20年6月19日
 設立 昭和15年5月21日
 資本金 85,424,265,916円
 従業員数 花王グループ 19,143名(当社 5,600名)

株式の状況（平成17年3月31日現在）

発行済株式の総数 549,443,701株

株主数 46,557名

所有者別株式分布



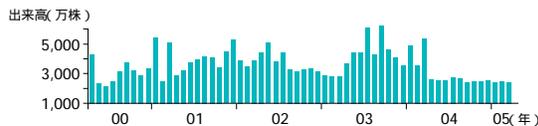
大株主(上位10名)

株主名	持株数(千株)	出資比率(%)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	27,391	4.98
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 505103	26,961	4.90
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	22,901	4.16
モックスレイ・アンド・カンパニー	19,859	3.61
日本生命保険相互会社	17,752	3.23
東京海上日動火災保険株式会社	17,402	3.16
全国共済農業協同組合連合会	16,246	2.95
ザ チェース マンハッタン バンク エヌエイ ロンドン エス エル オムニバス アカウント	10,239	1.86
メロンバンク エエ-アズエーネットフォー イッツ クライアント メロン オムニバス ユーエス ベンション	9,111	1.65
ビー・エヌ・ビー・パriba・セキュリティーズ(ジャパン)リミテッド(ビーエヌビーパriba証券会社)	9,086	1.65

株価及び出来高の推移

株価と出来高

(東京証券取引所 / 期間:2000年4月~2005年3月)



株主メモ

株式に関するお問い合わせ先(名義書換代理人)

〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
 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)

お手続き用紙のご請求について

住所変更、名義書換請求、単元未満株式買取・買増請求及び配当金振込指定等に必要の各用紙のご請求は、名義書換代理人の下記のフリーダイヤル及びホームページにて24時間受け付けております。

☎ 0120-87-2031(自動応答)

http://www.chuomitsui.co.jp/person/p_06.html

(注)証券保管振替制度をご利用の場合は、お取引のある証券会社にお申し出下さい。

ホームページのご案内

下記の当社ホームページでは、決算や新製品に関するお知らせなど、さまざまな情報を提供しております。ぜひご覧下さい。

<http://www.kao.co.jp>



清潔で美しくすこやかな毎日をめざして
花王株式会社

この印刷物は、再生紙を使用しております。