



株主のみなさまへ

花王株式会社 中間報告書

2010.4.1－2010.9.30

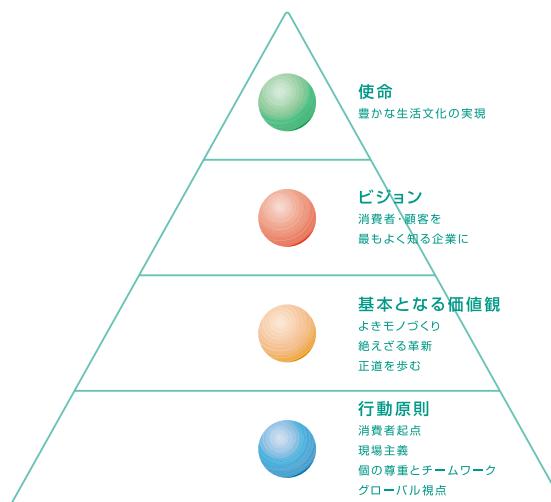
自然と調和する
こころ豊かな毎日をめざして

KaO

目次

● 株主の皆さまへ	3
● 中間連結業績の概要	4
● 製品紹介	6
・ビューティケア事業	
・ヒューマンヘルスケア事業	
・ファブリック&ホームケア事業	
・ケミカル事業	
● CSRトピックス	10

花王ウェイ (企業理念)



“使命”：私たちは何のために存在しているのか

“ビジョン”：私たちはどこに行こうとしているのか

“基本となる価値観”：私たちは何を大切に考えるのか

“行動原則”：私たちはどのように行動するのか

※花王ウェイの詳細は、下記の当社ウェブサイトでご覧いただけます。

http://www.kao.com/jp/corp_about/kaoway.html

株主の皆さまへ

株主の皆さまには、日頃、当社グループの事業活動・企業活動に格別のご理解、ご支援を賜り、誠にありがとうございますとさせていただきます。

当中間期においては、世界の景気は緩やかな回復が続きましたが、日本においては、このところの急速な円高やデフレの影響などにより、回復の速度が弱まりました。当社グループの主要市場である国内トイレタリー市場においても、消費者の生活防衛意識を反映して、商品単価の下落傾向、いわゆるデフレ現象が継続いたしました。

こうした中、当社グループは、“よきモノづくり”の基本姿勢に則って、消費者の皆さまの生活をより豊かにする高付加価値商品の発売や、提案型の販売活動に注力し、また、化粧品ビジネスの構造改革やコストダウン活動などに積極的に取り組んでまいりました。また、アジアのコンシューマープロダクツ事業においては、数年来進めております「日本を含めたアジア一体運営」の業務革新活動を継続・徹底し、売り上げ・利益の向上に努めました。さらにケミカル事業につきましては、対象業界の景気回復もあり、売り上げ・利益共に前年同期に比べ大きく好転いたしました。

この結果、売り上げにつきましては計画に沿って順調に推移し、また利益につきましては、当初の計画を上回る実績を上げることができました。

※第2四半期累計期間を「中間」と記述しております。



当社グループは、昨年6月に新しく制定いたしました「自然と調和する ころろ豊かな毎日をめざして」というコーポレートメッセージのもと、世界中の消費者の皆さまの豊かな生活文化の実現に貢献すると共に、環境保全に配慮したモノづくりによって、社会全体のサステナビリティ(持続可能性)にいささかなりとも貢献してまいります。

株主の皆さまにおかれましては、こうした当社グループの事業活動・企業活動に引き続きご理解をいただき、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2010年11月

花王株式会社

代表取締役 社長執行役員

尾崎元規

中間連結業績の概要

売上高

6,013億円

(前年同期比 0.4%増)

営業利益

578億円

(前年同期比 27.0%増)

経常利益

564億円

(前年同期比 23.1%増)

中間純利益

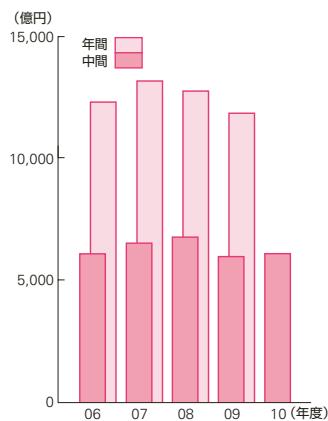
278億円

(前年同期比 10.3%増)

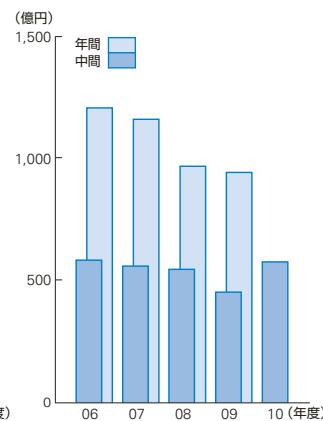
当中間期の売上高は、ビューティケア事業で国内における化粧品市場縮小の影響を受け、また、ヒューマンヘルスケア事業で昨年9月のエコナ関連製品の製造・販売中止により売り上げは減少しましたが、アジアのコンシューマープロダクツ事業が拡大し、また、ケミカル事業で販売数量が回復したことなどにより、前年同期より23億円増加し、6,013億円(前年同期比0.4%増)となりました。

コンシューマープロダクツ事業は、国内では、市場競争が激化する中、消費者の生活スタイルの変化に対応した新製品の発売や、提案型販売活動及び店頭展開活動の強化などに取り組みましたが、エコナ関連製品の製造・販売中止などの影響がありました。アジアでは、市場の成

売上高



営業利益



※第2四半期累計期間を「中間」と記述しております。

長が続く中、販売店との協働取り組みなど、日本を含むアジア一体運営を推進すると共に、新製品の投入など、積極的な展開を行ないました。欧米では、実質の売り上げは増加しましたが、為替変動の影響を受けました。ケミカル事業は、一層のグローバル事業展開を進めており、対象業界の需要回復によるアジアでの伸長、国内や欧米での緩やかな回復基調により、順調に推移しました。

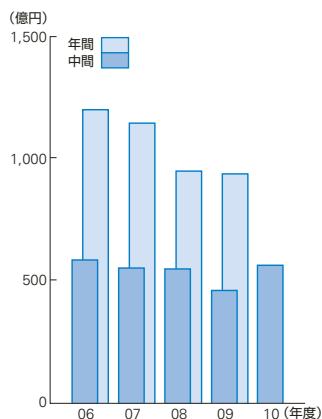
利益面では、天然油脂を中心とした市況の変動を受けて原材料価格が上昇したものの、海外での増収効果のほか、化粧品ビジネスの構造改革、コストダウン活動の推進や広告宣伝費の効率化に引き続き取り組んだことなどにより、営業利益は578億円(前年同期比27.0%増)、

経常利益は564億円(前年同期比23.1%増)、中間純利益は278億円(前年同期比10.3%増)となりました。

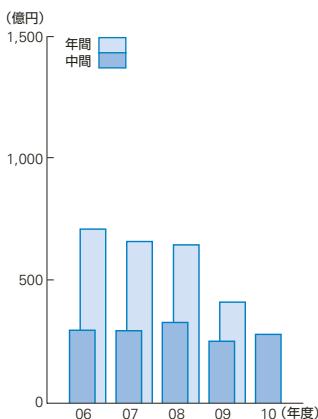
なお、1株当たり中間純利益は前年同期より4.85円増加し、51.93円となりました。

当中間期の配当金は、当初の予定どおり、前年同期より1円増配の1株当たり29円とさせていただきます。また、資本効率の向上と株主の皆さまへの一層の利益還元のため、本年10月27日から12月20日までの間に、850万株または150億円を上限とする自己株式の取得を、本年10月開催の取締役会で決議しました。

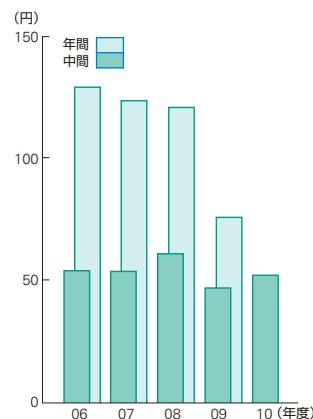
経常利益



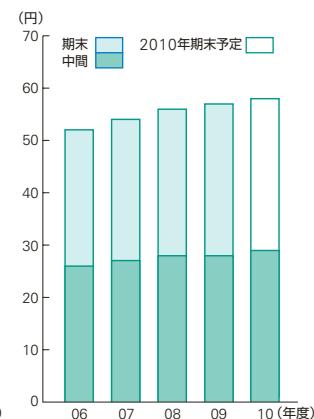
当期純利益



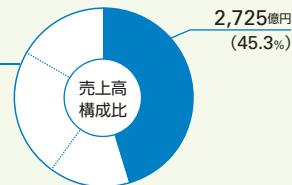
1株当たり当期純利益



1株当たり配当金



プレステージ化粧品（カウンセリング化粧品、セルフ化粧品など）
 プレミアムスキンケア製品（化粧石けん、洗顔料、全身洗浄料など）
 プレミアムヘアケア製品（シャンプー、リンス、ヘアスタイリング剤、ヘアカラーなど）



ソフィーナ ジェンヌ

1982年の発売以来、年代によって変化する肌に応じたお手入れをご提案してきた「ソフィーナ」から、20代向けの新スキンケアシリーズ「ソフィーナ ジェンヌ」を発売いたしました。「20代の肌を、いまより、もっと、きれいにする。」をコンセプトに、パリジェンヌがパリっ娘を意味するように「ソフィーナの若い女の子」というイメージをネーミングに決めました。

20代の肌は角化リズムが早く、水分蒸発量が多いために潤いが逃げやすく、また、個人差はあるものの、皮脂量が多いという特徴があります。水分量が少なく乾燥する肌は、角層内の潤い保持成分「セラミド」が不足しがちで、外部からの刺激を受けやすい状態にあります。このような肌に合わせて開発した「ソフィーナ ジェンヌ」は、肌本来のセラミドの働きを補い、かさつきがちな肌をみずみずしく潤う肌に導きます。

シリーズの中でも特に注目を集めているのが、「ソフィーナ ジェンヌ ジェル乳液」。ノンオイルでベタつかず、クリーム（従来の当社20代向けクリーム）以上の潤い効果があるので、「乳液は



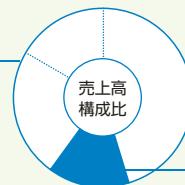
ベタつくから使わない」と敬遠されている方にもおすすめできる使い心地です。実際にご使用いただいた方からも「しっとりするのにベタつかない」「伸びがいい」など、ご好評をいただいています。



ソフィーナブランドの入り口層にあたる20代に向けて、テレビや雑誌だけでなく、ウェブなどの媒体も活用して、最適なスキンケアをご提案していきたいと思っています。

プレステージ化粧品事業グループ
 伊藤 芳明

フード&ビバレッジ製品（飲料など）
 サニタリー製品（生理用品、紙おむつなど）
 パーソナルヘルス製品（入浴剤、歯みがき・歯ブラシ、メンズプロダクツなど）



892億円
 (14.8%)

ロリエ スピードプラス スリムガード／超吸収ガード

女性の生理期間は平均して1か月に一度、5日間程度ですが、これを合計すると、人生の8年分から10年分に相当します。「ロリエ」は、1978年の発売以来、女性にとって非常にデリケートな生理期間をいかに快適に過ごしていただくかを考えて、商品をお届けしています。

「ロリエ スピードプラス スリムガード」と「ロリエ スピードプラス 超吸収ガード」は、いまだ多くの方が悩んでいるモレの改善に向けて開発された商品です。10年来的研究から開発した新しい繊維を用いた「フルスピード吸引シート（従来の当社同一吸収体比）」の採用により、肌へのやさしさは保ちながら、今までにない吸収スピードの実現に成功しました。この吸収スピードの実現により、新しいシートの名称には「吸引」ということばを採用。テレビCMでも吸引する様子をわかりやすくお見せしています。

吸収スピードが速いため、ドッと出た経血も素早く吸い込んで表面で広げずモレを防ぎ、さらにサラサラ感が



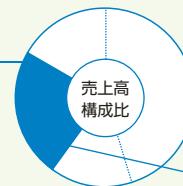
続いて肌も快適です。大規模な実感キャンペーンでは多くの方にご体験いただき、「多い日でも経血がスツとなくなった」「ベタベタする不快感がない」など、うれしい感想をお寄せいただきました。



この発売を機にブランドロゴも一新した「ロリエ」は、生理期間中もアクティブに毎日を楽しみたい国内外の現代女性を応援してまいります。

サニタリー事業グループ
 小西 真砂子

ファブリックケア製品（衣料用洗剤、洗濯仕上げ剤など）
ホームケア製品（台所用洗剤、住居用洗剤、掃除用紙製品、業務用製品など）



1,410億円
(23.5%)

ハミングNeo

肌にやさしい柔軟剤として、衣料をより心地よく仕上げることを追求してきた「ハミング」から、「アタックNeo」に続くNeoシリーズの第2弾として「ハミングNeo」を発売しました。「アタックNeo」は、すすぎ1回を実現したことで環境への配慮を行なった商品ですが、「ハミングNeo」は、環境意識の高まりに伴って、より少ない水で洗う洗たく機の普及に対応した「新世代の柔軟剤」です。

近年、節水型洗たく機の普及により、かなり少ない水の量でもお洗たくが可能となりました。これにより、洗剤だけでなく柔軟剤にも、少ない水の量でも十分な効果を得られることが求められるようになってきました。というのは、これまでの柔軟剤は、使用する水の量が少ないと、柔軟成分が衣料に吸着しにくく、十分な柔軟効果が得られないため、消費者の方々から、「仕上がりがごわごわする」「やわらかく仕上がらない」などといった声があがっていました。

こうしたニーズに応じて開発された「ハミングNeo」は、柔軟補助成分「ポリマーCA」の新配合により、少



ない水でも柔軟成分の吸着率を高めることに成功。従来よりも少しの量でふんわり仕上がり、使うほどに肌触りがやわらかくなっていきます。

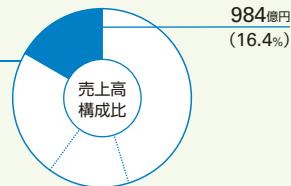
1966年の「ハミング」発売時からご愛用をいた

だしている世代だけでなく、赤ちゃんのいる若いご家族にも、新しい「ハミング」をアピールしていきたいと考えています。

ファブリックケア事業グループ
豊田 正博



油脂製品（油脂アルコール、油脂アミン、業務用食用油脂など）
 機能材料製品（界面活性剤、コンクリート用高性能減水剤など）
 スペシャルティケミカルズ製品（トナー・トナーバインダー、香料など）



トナーバインダー

花王は、1980年にトナーバインダーの生産をスタートして以来、日本とスペイン、アメリカの3カ所に拠点を置き、グローバルな顧客に向けて、事業を展開しています。現在、花王のトナーバインダーのシェアは3割以上で、世界中のプリンターや複写機で印刷されるものの約3枚に1枚は、花王の製品が使われている計算になります。

プリンターや複写機は、トナーと呼ばれる粉末インクを熱で紙に定着させることで、文字や図版などを印刷しています。このトナーは、トナーバインダーが約90%を占め、着色剤やワックスなどの素材と共に構成されています。花王が他社に先駆けて開発したポリエステル樹脂製のトナーバインダーは、トナーに求められる印刷速度、画質、色再現安定性のすべての性能に優れており、加えて以前から使われているスチレンアクリル樹脂製のものと比べ、紙への定着温度を大幅に下げることが可能にしました。

低温での定着が可能になったことで、環境への負荷も大幅に低減しています。定着温度を10°C下げると、プリンターや複写機の消費電力が抑えられ、CO₂排



出量を約10%削減する効果が見込まれています。花王では、さらに改良を進め、より省エネルギー化につながる商品の開発に取り組んでいます。



また、将来に向けて、植物系原料をベースにした、より環境に配慮したトナーバインダーも開発しており、ビジネスパートナーの皆さまと一緒にエコ活動を進めていきたいと思っています。

情報材料事業グループ
野村 佳秀

CSRトピックス

「環境宣言」から1年半。“いっしょにeCO”を推進

花王グループは、エコロジーを経営の根幹に据え、これまで以上に積極的に環境視点での企業活動に取り組んでいくことを、昨年6月の「環境宣言」で発表しました。そして、「お客さまと“いっしょにeCO”」「パートナーと“いっしょにeCO”」「社会と“いっしょにeCO”」の3つをスローガンに掲げ、さまざまな部門において環境負荷低減の取り組みを実践しています。今回は、この1年半の“いっしょにeCO”活動についてご紹介いたします。

お客さまが製品を使用する際にも取り組んでいただける「お客さまと“いっしょにeCO”」

花王は、製品をとしてお客さまにも日常的に無理なくエコ活動に取り組んでいただけるよう、環境にやさしく節約にもつながる製品を提案しています。それを具現化した商品の第1弾として発売した衣料用超コンパクト液体洗剤「アタックNeo」は、少量でも抜群の洗浄力を発揮。また、すすぎ1回によりお洗たくにかかる時間の短縮と節水・節電を実現し、ご好評をいただいています。

また、この秋に改良発売した「ビオレ うるおい弱酸水」では、プラスチックの外箱をやめて、薄いフィルムの簡易包装に切り替え、つめかえ用も発売しました。中身をつめかえて本体容器を繰り返しお使いいただける「つめかえ用商品」と、スプレーなどをつけかえてお使いいただけ



商品の改良と共に、より環境に配慮した包装へと切り替え、つめかえ用の発売もした「ビオレ うるおい弱酸水」

る「つけかえ用商品」は、省資源化だけでなく、ごみの削減にもつながります。花王では、首都圏の9都府県市が進める「容器包装ダイエツト宣言」を行ない、容器包装のさらなる減量化に向けた研究開発にも取り組んでいます。

地道な取り組みで大きなエコを実現する 「パートナーと「いっしょにECO」」

原材料の調達から生産、物流、販売においても、ビジネスパートナーの皆さまのご協力をいただきながら、環境視点での取り組みを強化しています。トイレタリー製品やケミカル製品の主要原料のひとつであるパーム油及びパーム核油においては、生物多様性に配慮した国際的な認証制度の推進を支援しています。

また、他社に先駆けてモーダルシフトも推進してまいりました。モーダルシフトとは、長距離輸送の手段をトラック輸送から、エネルギー効率が高くCO₂の排出量が少ない鉄道や船舶など、環境負荷の少ない輸送手段に切り替えることをいいます。鉄道輸送の推進により、花王は2005年に「エコレールマーク」の第1回認定企業に認定されました。また本年、海上輸送を通じた環境負荷低減への貢献により、川崎工場が「エコシップマーク」の平成22年度第1回認定事業者に選定されました。



製品などが入った荷台部分をフェリーに積み込むトラック



環境に配慮し、地域社会との共存をめざす 「社会と「いっしょにECO」」

事業の領域のみならず、次世代によりよい環境を引き継いでいくために、環境保全活動や業界、行政及び関連団体と共に進める環境活動にも積極的に取り組んでいます。その代表ともいえる「花王・みんなの森づくり活動」は、財団法人都市緑化基金と連携して推進する花王独自の緑化プログラムで、今年で10年を迎えました。このプログラムは、生活の身近な場所で緑を守り育てる市民活動を支援するものです。この10年間で、全国336の市民団体を支援し、これらの活動に参加された市民は17万人、植樹された樹木は10万1000本、保全に取り組んだ面積は約3035ヘクタールとなりました。



沖縄本島中部の中城湾にある人工干潟に、マンングローブを植樹する、支援先団体の活動の様子

花王は、これからも「いっしょにECO」活動を通じて、製品を使っていただくお客さまや、ビジネスパートナーの皆さま、社会全体の環境保全活動と連携しながら、環境問題に真摯に取り組んでまいります。

KaO

自然と調和する ところ豊かな毎日をめざして

●諸手続きのご案内・届出用紙のご請求

住所変更、単元未満株式買取・買増請求等の諸手続きに関しましては、お取引のある証券会社にお申し出ください。

- (注)1. 払渡し期間経過後の配当金のお支払いに関しましては、右記の当社株主名簿管理人にお申し出ください。
2. 上場会社の株券電子化が実施された2009年1月5日以前に、株券を証券保管振替機構にご預託されていなかった株主様につきましては、右記の当社特別口座の口座管理機関にお申し出ください。

〈当社株主名簿管理人・当社特別口座の口座管理機関〉

中央三井信託銀行株式会社

(郵便物送付先・電話照会先)

〒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 証券代行部

☎ 0120-78-2031

(受付時間：平日9：00～17：00)

花王株式会社

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10
<http://www.kao.com/jp/>

