



# 株主のみなさまへ

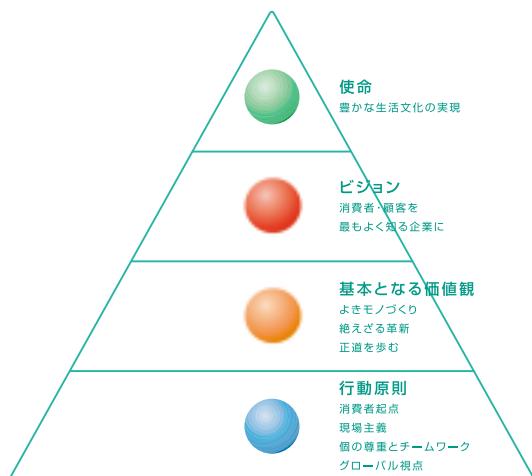
## 花王株式会社 中間報告書

2011.4.1－2011.9.30

自然と調和する  
こころ豊かな毎日をめざして

**Kao**

### 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をご覧ください。  
[http://www.kao.com/jp/corp\\_about/kaoway.html](http://www.kao.com/jp/corp_about/kaoway.html)

東日本大震災により被災された方々に心よりお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復旧・復興をお祈り申し上げます。

ここに、2012年3月期第2四半期累計期間（以下、当中間期）の事業環境及び当社グループの業績と取り組みにつきましてご報告申し上げます。

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。

当中間期の日本市場は、デフレの継続や、本年3月に発生した東日本大震災の影響、円高により、依然として厳しい状況が続きました。

こうした中、当社グループは、生活必需品を供給するメーカーの使命として、震災後の商品の安定供給に努めるとともに、“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、提案型の販売活動などに注力してまいりました。また、欧米のビューティケア事業及びアジアのコンシューマープロダクツ事業においても、各国・各地域の市場や消費者の変化に的確に対応する事業活動を

実践し、さらにケミカル事業につきましても、対象業界の市場動向や顧客ニーズに即した事業活動及び原料価格上昇に対応した販売価格改定に取り組みました。

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、利益面では原料価格上昇の影響を受けた営業利益を除き、前年同期を上回ることができました。

当社グループは、今後とも“自然と調和する とこ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ともに、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。



2011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 (2011年4月1日～2011年9月30日)

- 国内はデフレ、東日本大震災の影響及び円高により、厳しい状況が続きました。海外は引き続きアジアが好調に推移し、米州は緩やかに回復、欧州市場は横ばいが続きました。
- 当中間期は、震災後の商品の安定供給に全力をあげて取り組むとともに、高付加価値商品の発売や育成、コストダウン活動などに注力した結果、前年同期に対して売上高は微増となり、営業利益は原料価格の上昇などにより微減となりました。

売上高

**6,148** 億円

前年同期比  
2.3%増

営業利益

**575** 億円

前年同期比  
0.6%減

経常利益

**588** 億円

前年同期比  
4.3%増

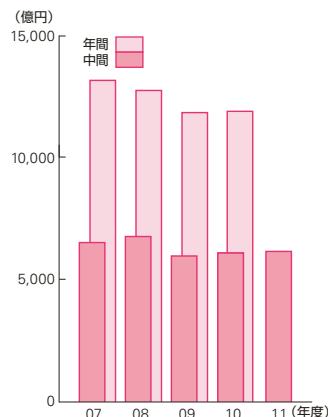
中間純利益

**307** 億円

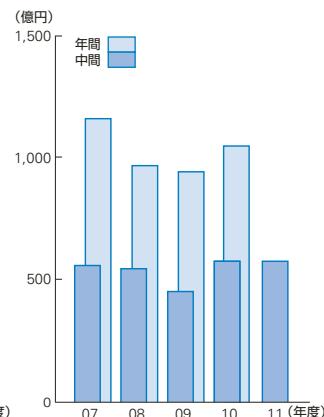
前年同期比  
10.4%増

当中間期の売上高は、前年同期より135億円増加の6,148億円（前年同期比2.3%増）となりました。ビューティケア事業で日本における化粧品市場縮小の影響を受けましたが、ヒューマンヘルスケア事業及びファブリック&ホームケア事業の売り上げは伸長しました。ケミカル事業では、原料価格上昇に対応した販売価格改定などに

売上高



営業利益



(注) 1. 第2四半期累計期間を「中間」と記述しております。  
2. 記載金額は、億円未満を切り捨てて表示しております。

より、海外での売り上げが好調に推移しました。

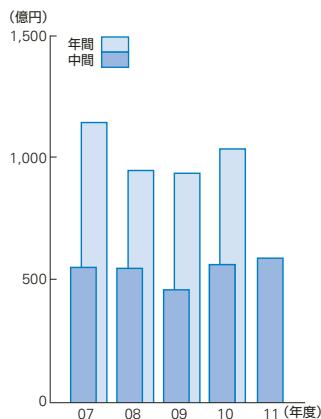
コンシューマープロダクツ事業は、日本では東日本大震災の影響や市場競争の激化、デフレの影響を受けましたが、環境配慮型商品の提案、消費者の生活スタイルの変化に対応した新製品の発売や、提案型販売活動、店頭展開活動の強化などに取り組みました。アジアでは、市場の成長が続く中、販売店との協働取り組みや新製品の投入など積極的な展開を行ないました。欧米では、為替の影響を受けましたが、いずれも新製品が好調に推移しました。ケミカル事業は、日本では震災や円高などに伴う対象業界の需要減の影響を受けましたが、海外での売り上げが大きく寄与し、好調に推移しました。

利益面では、増収効果のほか、コストダウン活動の推進や費用の節減に努めましたが、天然油脂や石油化学原料を中心とした市況の変動を受けて原料価格が上昇したことなどにより、営業利益は575億円（前年同期比0.6%減）となりました。経常利益は588億円（前年同期比4.3%増）となり、中間純利益は東日本大震災関連損失17億円を特別損失に計上しましたが、307億円（前年同期比10.4%増）となりました。

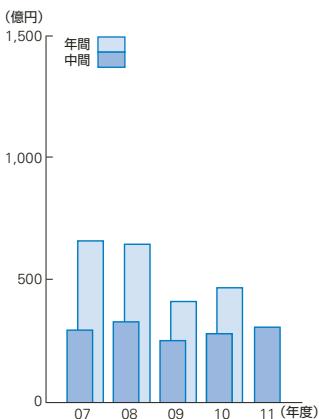
なお、1株当たり中間純利益は前年同期より6.96円増加し、58.89円となりました。

当中間期の配当金は、当初の予定どおり、前年同期と同額の1株当たり29円とさせていただきます。

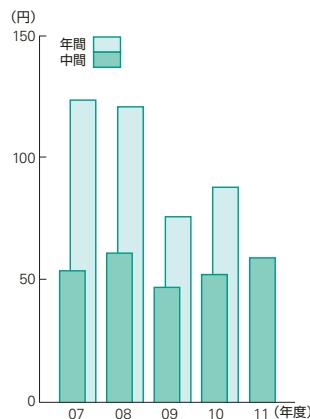
経常利益



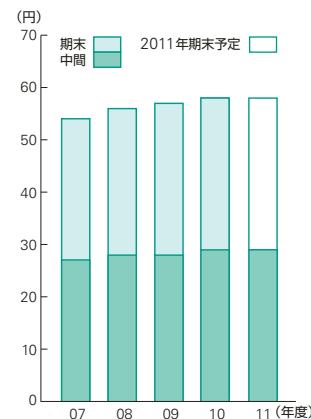
当期純利益



1株当たり当期純利益



1株当たり配当金



# 事業概況 (2011年4月1日～2011年9月30日)

事業区分	事業内容	売上高構成比	トピックス
ビューティ ケア事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● プレステージ化粧品</li> <li>● プレミアムスキンケア製品</li> <li>● プレミアムヘアケア製品</li> </ul>	<p>2,717億円 44.2% 前年同期比 0.3%減</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● プレステージ化粧品は市場縮小の中、シェア拡大</li> <li>● 全面刷新した「ビオレススキンケア洗顔料」やUV製品などが好調に推移</li> <li>● 欧米で「ジョン・フリーダ」の泡タイプのヘアカラーなど新製品が好調に推移</li> <li>● 円高の影響を受け、事業全体では微減</li> </ul>
ヒューマン ヘルスケア 事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● フード &amp; ビバレッジ製品</li> <li>● サニタリー製品</li> <li>● パーソナルヘルス製品</li> </ul>	<p>906億円 前年同期比 1.6%増 14.8%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 健康機能飲料「ヘルシア緑茶」が消費者の皆さまの支持を得て堅調に推移</li> <li>● 改良した生理用品「ロリエ エフ」が順調に推移</li> <li>● 歯みがきや入浴剤「バブ」が好調に推移</li> </ul>
ファブリック & ホームケア 事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ファブリックケア製品</li> <li>● ホームケア製品</li> </ul>	<p>1,433億円 前年同期比 1.6%増 23.3%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 衣料用超コンパクト液体洗剤「アタック Neo 抗菌EXパワー」でNeoシリーズを強化</li> <li>● 香りへの高いニーズに対応した衣料用柔軟剤「フレア フレグランス」を発売</li> <li>● 食器用洗剤「キュキュット」などが順調</li> </ul>
ケミカル事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 油脂製品</li> <li>● 機能材料製品</li> <li>● スペシャルティケミカルズ製品</li> </ul>	<p>1,091億円 前年同期比 10.8%増 17.7%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 日本では東日本大震災や円高などの影響で対象業界の需要が減少したが、海外の売り上げは大幅伸長</li> <li>● 機能材料製品では、環境負荷の低減に対応した高付加価値製品の開発と販売の拡大に注力</li> </ul>

(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。

# 進化する「アタック」



### 「アタックNeo 抗菌EXパワー」

新技術を採用し、洗たく物の「ニオイの問題」に新たな解決策をご提供します。

1987年の発売以来、革新的なコンパクト洗剤として市場をリードしてきた「アタック」。四半世紀にわたる開発の歴史をご紹介します。

「スプーン1杯で驚きの白さに」—— 従来の「大きくて重い」という洗剤のイメージを一新した、発売時の「アタック」のキャッチフレーズです。ご記憶にある方も多いのではないのでしょうか。それまでの洗剤の4分の1のコンパクト性（容積比）と高い洗浄性能を両立させた商品特長が消費者の皆さまに支持されて、「アタック」は瞬間にトップブランドに成長。これを機に、日本の衣料用洗剤は、コンパクト洗剤が主流となりました。

その後も、消費者の生活スタイルや価値観の変化に合わせ、「アタック」は四半世紀にわたって20回以上の改良を重ねてきました。そして発売から22年目の2009年には、衣料用超コンパクト液体洗剤「アタックNeo」が誕生。新洗浄成分の配合により、少量でも抜群の洗浄力を発揮して、同時に「すすぎ

1回」を実現しました。2.5倍ウルトラ濃縮（従来の当社液体洗剤比）によるコンパクト化で環境負荷を低減しただけでなく、すすぎ1回を可能にしたことで節水・節電効果を高めるなど、まさに花王グループが推進している環境への取り組み“いっしょにeCO”を具現化した商品です。

また「アタック」は、アジアを中心とした8つの国と地域で展開しており、2010年には「アタックNeo」の技術を応用した「アタック瞬清」を中国で発売しました。洗たく機洗い、手洗いのどちらにも高い洗浄力とすすぎやすさを発揮する性能が、現地の消費者の皆さまから高い評価を得ています。

「アタック」はこれからも、「革新性」にこだわり、常に消費者の皆さまに新しい価値を提供するブランドとして進化を続けてまいります。

### これまでの主な改良



1987

「アタック」発売。  
「スプーン1杯で驚きの白さに」のキャッチフレーズで、抜群の洗浄力をアピール。



2001

粒に空気を閉じ込めたエアイン構造の「アタックサツ」& 溶けるマイクロ粒子」発売。



2004

吊り手と蓋をなくした紙容器の「アタックバイオ酵素」発売。



2009

少量でも抜群の洗浄力ですすぎ1回を実現した液体洗剤の「アタックNeo」発売。



2006

タイで「アタックイージー」発売。手洗いに負担の少ないすべり感が特長。



2010

中国で「アタック瞬清」発売。すすぎ1回の革新性をアピール。

### グローバル展開

## 新製品のご紹介



### 新提案「洗うスキンケア」 「ビオレ スキンケア洗顔料」

洗顔料のトップブランド「ビオレ」から、大人の肌のために「洗うスキンケア」を提案した新しい洗顔料シリーズを発売。花王が独自に開発した、新洗浄技術「SPT（肌清浄化技術）」を採用し、ほとんど肌に負担をかけずに肌への刺激の一因となる汚れをすっきり落とします。

化粧水や美容液などの肌に補うスキンケアと同様に、肌の刺激となる余分な皮脂や汚れを落とす「洗顔」も、毎日のスキンケアの大切なステップであるという「ビオレ」の思想をさらに進化させた新発想で、洗顔にしかできないスキンケアを実現しました。

「いい素肌を保ちたい」というお客さまのニーズにお応えすることで、洗顔料市場の活性化を図ります。

### 30年目を迎えるヘアケア「SALA」が全面リニューアル 「SALA EXシリーズ」

カネボウ化粧品は、このたび発売30年目の節目に、髪のおしゃれに関心の高い20～30代女性に向けた、プレミアム感の高いコスメティックヘアブランド「SALA（サラ）」のヘアケアシリーズを全面改良し、「EXシリーズ」として発売しました。

新ライン「ローズリペア」には、華やかでやさしい「サラ スウィートローズの香り」を採用。また、「SALA」の強みの一つでもある「仕上がりのよさ」を強化するために、新開発毛髪補修成分<sup>\*1</sup>である密着補修コラーゲン<sup>\*2</sup>を配合し、ダメージケア効果をアップしました。ターゲット層である女性の皆さまがヘアケア製品に求める、ダメージケアと香りへのこだわりを打ち出し、シェア拡大をめざします。

※1. 毛髪補修成分：(トリメチルシリル加水分解コラーゲン/PGプロピルメチルシランジオール)クロスポリマー。

※2. 密着補修コラーゲン：キューティクルに直接はたらきかけ、髪表面をなめらかに整えながら、静電気による広がりを抑え、指どりのよいまとまる髪に整えます。



## ムレ・こすれから肌をいたわる生理用ナプキン 「ロリエ エフ」

2004年の発売以来、「ロリエ エフ」は皮ふ研究に基づく新しい表面材の開発により、生理用ナプキンに新しい価値である「肌ストレス<sup>\*1</sup>」の軽減を提案し、生理用ナプキン市場の創造・育成を図ってきました。このたび、「ムレ」に加え、生理時に多くの女性が気にしている「こすれ」の不快感に着目して、新しい「ロリエ エフ」を改良発売しました。

従来の「凹凸シート(表面材)」に加え、肌とこすれにくい新しい吸収体(「しなやかタッチ吸収体<sup>\*2</sup>」)を採用。「ムレ・こすれから肌をいたわる」という新しい肌ケア発想の価値提供により、ナプキン市場の高付加価値化をリードしていきます。

※1. 肌ストレス: 肌に残った経血や、こすれによる不快感のこと。

※2. しなやかタッチ吸収体: 昼用(20.5cm/22.5cm)、夜用(30cm)に採用。



## 水分や汗を感じるたび、さらに香りわきたつ 「フレア フレグランス」

20～30代の若い世代を中心に、毎日の暮らしの中で香りを楽しみたいというニーズの高まりにお応えし、衣類のフレグランスブランド「フレア フレグランス」が誕生しました。新柔軟剤は花王独自開発の新技術「香りセンサー」のはたらきで、水分や汗を感じるたび、さらに香りがわきたち、新鮮な香りがずっと続きます。また、新感覚の「フレア フレグランス 衣類のリフレッシュミスト」は、毎回は洗わない衣類に軽くスプレーすることで、新鮮な香りをお楽しみいただけます。さらに、シワやニオイもとるので毎日の衣類ケアにも便利です。

「フレア フレグランス」ブランドにより、「香りをもっと楽しむ」という新価値を提案し、柔軟剤市場の活性化と新市場の創造を図っていきます。

## CSRトピックス

### 東日本大震災からの復旧に向けて、花王グループ一丸となった取り組みを推進

東日本大震災では、花王グループの生産・研究・物流・販売拠点も大小さまざまな被害を受けました。とりわけ、東北全体の約7割の出荷量を担う仙台ロジスティクスセンター（LC）は、大津波で製品の流出や出荷用設備の損壊などの被害を受け、機能不全の状況となりました。しかし、「こうした時こそ供給を切らしてはいけない」という生活必需品メーカーとしての使命を果たすため、原材料調達、生産、物流、販売などのサプライチェーン全体にわたり状況を把握し、グループ一丸となって復旧対応に取り組んだ結果、本年3月末までには、東北全県で家庭品・化粧品の納品を再開し、6月20日には仙台LCも出荷を再開しました。

また、洗剤やシャンプーの原料となる界面活性剤など、幅広い工業用製品を生産している鹿島工場も、

設備の浸水、タンクの傾斜、道路の亀裂など、津波と液状化現象による被害が甚大でしたが、お取引先への供給責任を果たすため、社員が総合力を発揮して取り組み、5月初旬にはほとんどの設備が復旧しました。

さらに、被災地への緊急支援として、義援金を拠出し、紙おむつや生理用品、石けんなどの生活物資を被災各県に提供しました。さらに、仮設住宅約5万戸に「生活用品セット」を社員自らお届けしたほか、社員による被災地でのボランティア参加の支援も行なっています。加えて、被災者の心に寄りそう文化活動支援やスクールバスの提供、運動会の実施支援などにも取り組んでいます。

花王グループは、今後も被災地及び被災された方々への支援に努めてまいります。



津波の被害を受けた仙台LC（左）と3カ月後に復旧した同センター（右）



社員が参加した被災地でのボランティア活動の様子（岩手県）

## 「エコテクノロジーリサーチセンター」(和歌山工場)が稼動



「ETRC本棟」と「植物・バイオマス研究棟」

次世代の環境技術開発の拠点となるエコテクノロジーリサーチセンター（ETRC）が、本年6月に和歌山工場内に完成しました。このETRCは中核となる「ETRC本棟」、製品の生産プロセスのスケールアップ研究を行なう「パイロット研究棟」、植物の育種研究を行なう「植物・バイオマス研究棟」の3つの研究施設からなります。

さらに、花王のエコロジー経営のビジョンを、実際のモノづくりで具現化するための「エコイノベーション研究所」を設置。これまで組織横断的に行なわれていた環境に関する研究を集約し、異分野の研究者を



「花王エコラボミュージアム」

環境という軸で融合させることで、エコイノベーション研究を加速させていきます。ここでは、植物由来バイオマスなどの再生可能原料の高度利用、非可食油糧植物の開発や節水型製品を支える基盤技術などの研究に取り組み、水、食料、グリーンケミカルの分野で、将来の事業の核に育つような次世代環境技術の開発をめざしてまいります。

また、ETRC本棟1階には、環境の先端技術を体験できる「花王エコラボミュージアム」を開設し、環境情報発信基地として、社会とのコミュニケーション活動の強化を図ってまいります。

## 会社概要 (2011年9月30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 1887年6月19日
- 設 立 1940年5月21日
- 資 本 金 85,424,265,916円
- 証券コード 4452

## 株主メモ

### ● 諸手続きのご案内・届出用紙のご請求

お手続きの内容	お問い合わせ先	
	証券会社の一般口座で保有される株式の場合	特別口座で保有される株式の場合
・住所、姓名などのご変更 ・配当金の受領方法のご変更 ・単元未満株式の買取、買増請求	お取引のある証券会社	下記の当社特別口座の 口座管理機関
・特別口座から証券会社の一般口座への振替請求		
・払渡し期間経過後の配当金のお支払い ・その他のお問い合わせ	下記の当社株主名簿管理人	

### ● 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/>