

# 株主のみなさまへ

自然と調和する  
こころ豊かな毎日をめざして

KAO

花王株式会社

2014.1.1～2014.6.30

“利益ある成長”と“社会のサステナビリティへの貢献”の  
両立を図り、“グローバルで存在感のある会社”に  
なることをめざします。

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\*において、世界の景気は、一部に弱さが見られるものの、緩やかに回復しています。日本の景気は、4月の消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動も和らぎつつあり、緩やかな回復基調が続いています。

こうした中、当社グループは、研究開発を重視し消費者や顧客の立場にたった“よきモノづくり”に基づき、消費者ニーズの変化に対応した高付加価値商品の発売や育成などに努めました。また、消費税率引上げに伴う駆け込み需要には、供給対応に全社をあげて取り組み、消費税率引上げ後には、数多くの新製品・改良品を発売し市場の活性化に努めました。

この結果、当中間期は、売り上げ・利益とも順調に推移しました。コンシューマープロダクツ事業では、日本とアジアの売り上げが伸長し、また、ケミカル事業では、天然油脂原料価格上昇に伴う販売価格の改定及び販売数量の増加に努め、増収となりました。利益面では、原材料価格上昇の影響を受けましたが、主に日本のコンシューマープロダクツ事業の増収効果と、ケミカル事業の増益により、伸長しました。

なお、昨年7月4日に自主回収を公表しました、カネボウ化粧品ロドデノール配合美白製品につきましては、当該製品を徹底回収するとともに、当社グループをあげて再発防止に努めています。また、白斑様症状を発症された方々の回復支援及び補償への対応を真摯に行なっております。

今後、世界・日本ともに不透明な事業環境が続くと見込まれますが、当社グループは、商品の高付加価値化による持

※当中間期:2014年1月1日～6月30日



続的な“利益ある成長”と、事業活動を通じた社会的課題の解決や社会貢献活動による“社会のサステナビリティへの貢献”との両立を図り、“グローバルで存在感のある会社”をめざします。

運営体制につきましても、コンシューマープロダクツ事業のグローバル一体運営を通じ、事業と機能のマトリックス運営を強化するとともに、全社最適の観点から収益構造の改革も進めてまいります。

また、当期は「花王グループ中期3カ年計画（K15）」達成へ向け、グローバルな事業展開を強化するために積極的に費用を投入していきます。

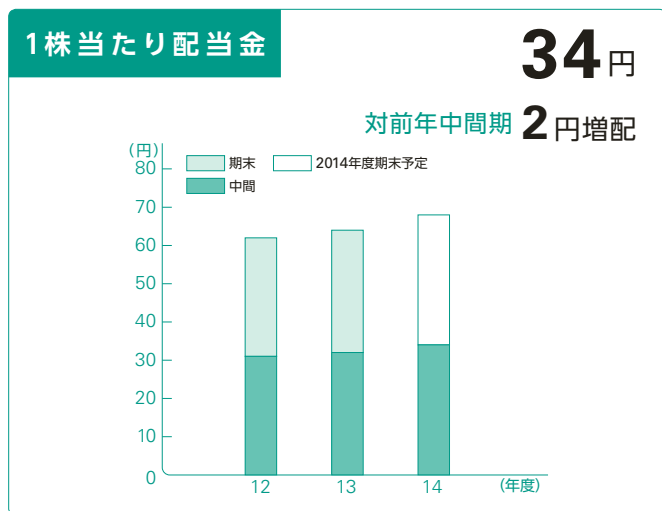
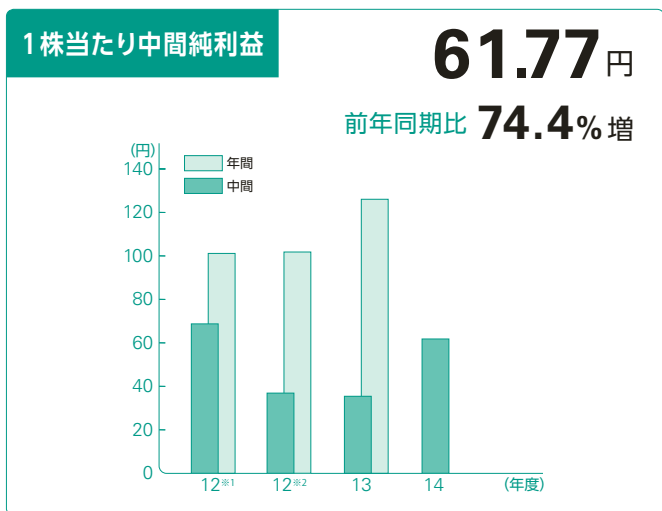
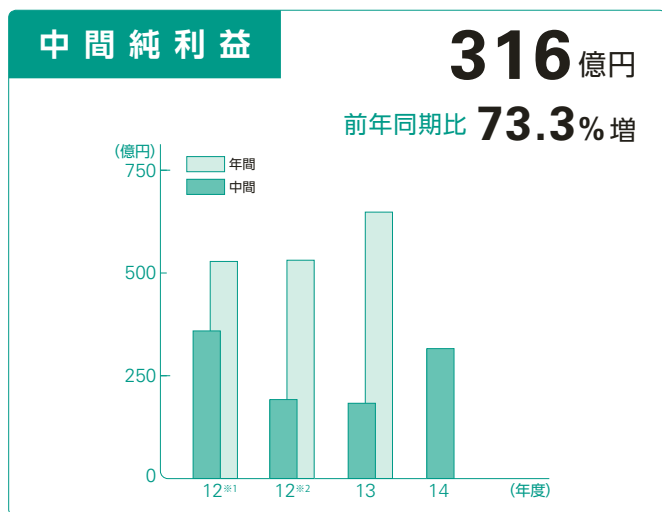
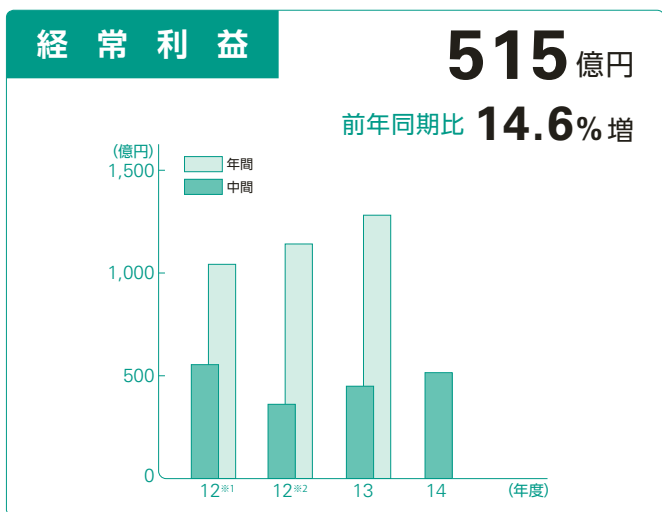
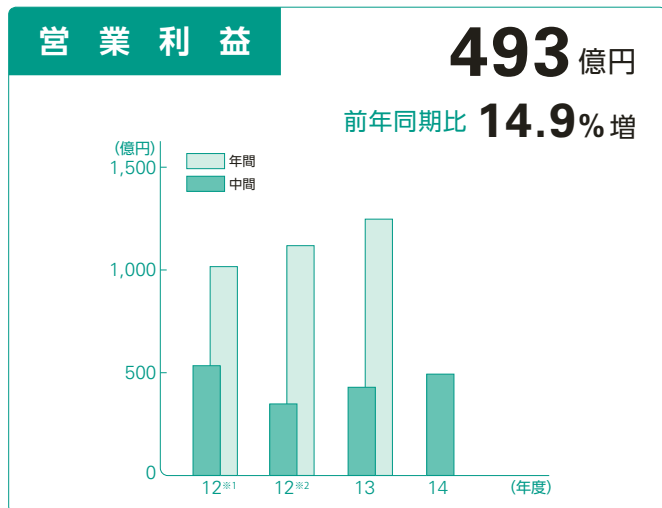
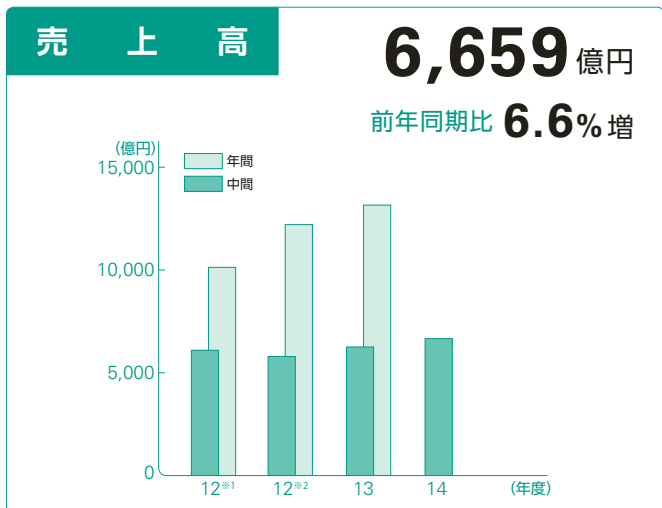
株主の皆さまには、こうした当社グループの事業活動・企業活動に引き続きご理解をいただき、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2014年8月

花王株式会社  
代表取締役  
社長執行役員

澤田道隆

■ 中間連結業績ハイライト (2014年1月1日～6月30日)



自己株式の取得

当社は、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7月30日から10月24日までの間に、1,300万株または500億円を限度とする自己株式の取得を決議し、現在実施しております。

(注) 1. 記載金額は、億円未満を四捨五入して表示しております。

2. 当社は、2012年12月期より事業年度の末日を3月31日から12月31日に変更いたしました。

※1. 中間については、3月決算であったグループ会社は2012年4月1日から9月30日まで、12月決算であったグループ会社は2012年1月1日から6月30日までを連結対象期間としております。年間については、3月決算であったグループ会社は2012年4月1日から12月31日まで、12月決算であったグループ会社は2012年1月1日から12月31日までを連結対象期間としております。

※2. 前年同一期間を示しており、中間については2012年1月1日から6月30日まで、年間については2012年1月1日から12月31日までを表しております。

## ■ セグメント別事業概況

### ビューティケア事業

- 事業内容
- 化粧品
  - スキンケア製品
  - ヘアケア製品



地肌の皮脂に浸透して、洗い落としやすい「メリット」

#### トピックス

- 化粧品は、「ソフィーナ プリマヴィスタ」「オーブ クチュール」、刷新した「ケイト」が売り上げを伸ばすものの、カネボウ化粧品の自主回収に伴う影響もあり、売り上げは前年同期を下回る
- スキンケア製品の売り上げは、前年同期を上回る。日本では、「ピオレ」「ピオレU」「キュレル」が新製品・改良品を含めて好調に推移し、売り上げが伸長
- ヘアケア製品の売り上げは、横ばい。日本では、シャンプー・リンス及びヘアスタイリング剤は、新製品の貢献も含め好調に推移し、売り上げが伸長。アジア、欧米では、厳しい競争環境の中、売り上げは前年同期を下回る

### ファブリック&ホームケア事業

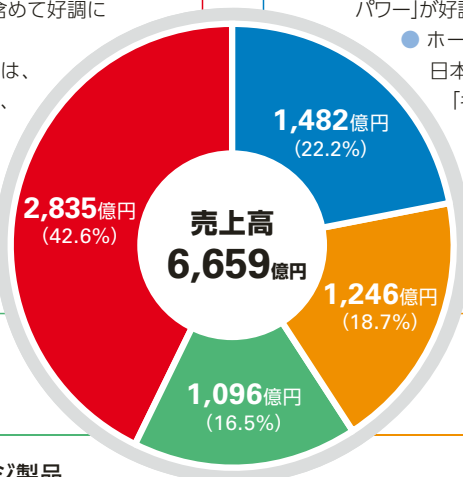
- 事業内容
- ファブリックケア製品
  - ホームケア製品



ニオイ菌・カビ菌までWで防ぐ「アタックNeo抗菌EX Wパワー」

#### トピックス

- ファブリックケア製品の売り上げは、前年同期を上回る。日本では改良した「アタックNeo抗菌EX Wパワー」を発売するなどにより、液体洗剤、粉末洗剤ともに売り上げが伸長。柔軟仕上げ剤の「ハミングファイン」「フレア フレグランス」、衣料用漂白剤では「ワイドハイター EX パワー」が好調に推移。アジアでも、売り上げは前年同期を上回る
- ホームケア製品の売り上げは、前年同期を上回る。日本では、食器用洗剤「キュキュット」や台所用漂白剤「キッチンハイター」が好調に推移。住居用洗剤では、「バスマジックリン 除菌消臭プラス」や「トイレマジックリン 消臭・洗浄スプレー アロマ」「クイックルワイパー」の売り上げが伸長



(注) 1. 記載金額は、億円未満を四捨五入し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。

### ヒューマンヘルスケア事業

- 事業内容
- フード&ビバレッジ製品
  - サニタリー製品
  - パーソナルヘルス製品



働き続けた目にじんわり「めぐリズム」

#### トピックス

- フード&ビバレッジ製品の売り上げは、「ヘルシア」で、緑茶では機能訴求を強化し、コーヒーでは風味を高めた改良品を発売するものの、厳しい市場環境により前年同期を下回る
- サニタリー製品の売り上げは、前年同期を大きく上回る。日本では「ロリエ エフ」「ロリエ スリムガード」などの高付加価値品の売り上げ伸長によりシェアを拡大。アジアでも、順調に売り上げが伸長。ベビー用紙おむつ「メリーズ」は、日本では、売り上げが引き続き好調に推移し、中国及びロシアでも売り上げが伸長
- パーソナルヘルス製品は、オーラルケアと蒸気の温熱シート「めぐリズム」の売り上げが伸長し、前年同期を上回る

### ケミカル事業

- 事業内容
- 油脂製品
  - 機能材料製品
  - スペシャルティケミカルズ製品



コンクリート用高性能減水剤

#### トピックス

- 日本では、円安に伴う輸出関連業界、復興関連など一部の対象業界での需要が増加し、米州の対象業界では堅調な状況が続き、欧州では回復の兆し
- 油脂製品では、昨年設備増強を行った油脂アルコールの販売数量の増加とともに、天然油脂原料価格上昇に伴う販売価格の改定に努める。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努め、堅調に推移。スペシャルティケミカルズ製品では、パソコン市場の構造変化の影響を受け、ほぼ横ばいで推移

## ■ 新製品のご紹介

### エッセンシャル



「エッセンシャル」は、髪のからまりストレスから解放された、真に健康な髪を通じて、現代女性に「笑顔」を届けるブランドへ刷新されました。新技術「ファインキューティクルケア」により、指どおりがさらに高まり、洗いやすく、乾かしやすく、まとまりやすい髪になるので、忙しい毎日でもヘアケアが快適です。

#### 担当者からのひとこと



ビューティケア スキンケア・ヘアケア事業ユニット  
**宿野部 淳**

消費者の皆さまの本音に真摯に向き合い、髪だけでなく、ヘアケアまでも快適にすることで、現代女性を応援します。さらに良くなった指どおりを、是非、お試しください。

### KATE



「KATE」は、シーズンごとにCool & Sharpなメイクを提案し、セルフメイクNo.1ブランドとして市場を牽引し続けています。秋の新商品として、パウダーファンデーションの技術を応用したパウダーで彫りを深く、大きな目に見せる「骨格リメイク・アイシャドウ」など、7品目を発売しました。

#### 担当者からのひとこと



カネボウ化粧品  
**高橋 牧子**

本年2月にロゴを「KATE TOKYO」に変更し、グローバルプロモーションを開始しました。TOKYO発のトレンドメイクを、世界へ向けて積極的に発信していきます。

## ■ ブランドヒストリー

### ヘルシア

暮らしに溶け込んで健康づくりを応援

1990年代に体脂肪と生活習慣病の関係が明らかになり、体脂肪を減らしたいというニーズも高まる中で、花王は、脂質代謝の研究を始め、人々の健康増進につながる商品の開発をめざしました。1999年に、「1日540mgの茶カテキンを毎日継続して摂取すれば体脂肪が低減する」ということが判明。その知見を活かして、2003年に体脂肪を消費しやすくすることを訴求できる特定保健用食品として、「ヘルシア緑茶」を発売しました。

苦みを抑えるためさまざまな茶葉をブレンドして試飲を繰り返し、特定保健用食品の取得には2年を要するなど、発売までの道の



左から  
「ヘルシア緑茶」  
「ヘルシアコーヒー 無糖ブラック」  
「ヘルシアコーヒー 微糖ミルク」

りは平坦ではありませんでしたが、発売後はターゲットの30～50代男性を中心に世の中の大きな関心を集め、2003年度の売り上げは、予想をはるかに上回り、約200億円の大ヒットとなりました。

2000年からはコーヒーポリフェノール研究も進め、コーヒークワロゲン酸が脂肪燃焼促進作用により脂肪を低減させるというメカニズムを発見し、昨年「ヘルシアコーヒー」を発売しました。

「ヘルシア」は、これからも、お茶やコーヒーなど世界で広く親しまれている飲料を軸に、人々の健康で明るい毎日へ貢献していきます。

## ロリエ スリムガード



「ロリエ スリムガード」は、花王独自の「一枚吸収体」と「フルスピード吸収シート※1」による高い吸収力そのままに、やわらかなつけ心地とフィット感がさらにアップしました※2。合わせて、パッケージも、より華やかで洗練されたデザインに刷新しました。

※1 当社比(同一吸収体での比較)

※2 軽い日用はパッケージデザイン変更のみ

### 担当者からのひとこと



ヒューマンヘルスケア事業ユニット  
坂本 紀美名

高い吸収力と薄さを両立したロリエスリムガードが、より軽やかなつけ心地に。どんなときも自分らしく輝きたいと願うアクティブな現代女性を応援します。

## ハミングファイン



「ハミングファイン」は、「ハミング」ならではのふんわり仕上げはそのままに、優れた抗菌・防臭効果を実現しました。「抗菌センサー効果※1」により、ニオイ菌の増殖を抑え、24時間防臭効果が持続します※2。パッケージは、人間工学に基づいて開発した、持ちやすく使いやすいハンドフィットボトルです。

※1 抗菌効果のある天然生まれの柔軟成分を配合。すべての菌に対して効果があるわけではありません

※2 日常生活での着用

### 担当者からのひとこと



ファブリック&ホームケア事業ユニット  
水町 直樹

家族が汗のニオイを気にせず、1日を爽やかに過ごせたらいいのに。そんな思いに応える24時間防臭仕上げです。天然のアロマオイルを使用した上質な香りがほのかに続き、頑張る家族を応援します。

茶カテキン540mgを含む「ヘルシア緑茶」

スポーツ飲料タイプの「ヘルシアウォーター」

炭酸飲料タイプの「ヘルシアスパークリング」

苦味を抑えた味わいの「ヘルシア緑茶 すっきり」

五穀(はと麦、とうもろこし、発芽玄米、大豆、大麦)をブレンドした「ヘルシア五穀めぐみ茶」

コーヒークロロゲン酸270mgを含む「ヘルシアアコーヒー」

2003

2006

2009

2011

2012

2013



# CSRトピックス

## ピンクリボン キャンペーンを 幅広く展開

花王グループでは、2007年より「ピンクリボンキャンペーン」を実施しています。ピンクリボンバッジを着用した美容部員が、店頭で啓発用のリーフレットを配布し、乳がんの早期発見の大切さを伝えています。

海外においても、中国、香港及び台湾などで同様のキャンペーンを行なっています。台湾では、お客さま向けのイベントで、ピンクリボン活動に取り組むNGOの方による講演も行ない、女性の健康を考える機会を提供しました。

また、東日本大震災で被災された方に検診受診機会の支援などを行なう「ピンクリボンでつなぐ絆プロジェクト」(主催:認定NPO法人乳房健康研究会)を支援し、昨年11月には岩手県盛岡市で開催された「ピンクリボンプラザin岩手」に特別協賛しました。これは、2011年の宮城県、2012年の福島県に続いて開催されたもので、医師による乳がんセミナーのほか、健康相談コーナーの設置など乳がんへの理解を深める活動を実施し、400名を超える方々にご来場いただきました。



化粧品売場でリーフレットを配布している様子

## 世界に広がる 出張授業プログラム 「手洗い講座」

花王では、2009年より小学校低学年を対象に、出張授業プログラム「手洗い講座」を実施しています。泡が出て簡単に洗える「ビオレu 泡ハンドソープ」を使って、当社グループ社員自らが講師として、子どもたちに正しい手の洗い方を「あわあわ手あらいのうた」を歌いながら教えています。昨年には34都道府県の小学校106校、約7,000名の児童を対象に、約560名の社員が訪問しました。

このプログラムは、昨年7月、「第7回キッズデザイン賞」を受賞しました。本賞は、子ども目線を持った良質な商品・サービスやプログラムなどを対象として顕彰するもので、「未来の自立した消費者となるべき子どもを育む取り組みでの新しい発想、工夫、手法である」ことを認めていただきました。

また、このプログラムはアジア各国でも実施しています。例えば、一年を通じて高温多湿で、5歳以下の幼児が感染症にかかりやすいタイでは、日本での活動を参考に独自の「あわあわ手あらいのうた」を作成して、手洗い習慣の拡大を積極的に推進しています。



小学校での手洗い講座。歌を歌いながら正しい手洗いを学びます

## 役員 (2014年6月30日現在)

### 取締役及び監査役

代表取締役	澤田 道隆		常勤監査役	石毛 孝幸	
代表取締役	吉田 勝彦		常勤監査役	小林 省治	
代表取締役	竹内 俊昭		監査役	鈴木 輝夫	公認会計士
取締役	門永宗之助	イントリンジクス(Intrinsics)代表	監査役	五十嵐則夫	公認会計士、国立大学法人横浜国立大学成長戦略研究センター客員教授
取締役	長島 徹	帝人株式会社相談役	監査役	早稲田祐美子	弁護士
取締役	奥 正之	株式会社三井住友フィナンシャルグループ取締役会長			

(注) 1. 取締役 門永宗之助は取締役会議長であります。  
 2. 取締役 門永宗之助、長島徹及び奥正之の3氏は、社外取締役であります。  
 3. 監査役 鈴木輝夫、五十嵐則夫及び早稲田祐美子の3氏は、社外監査役であります。

### 執行役員

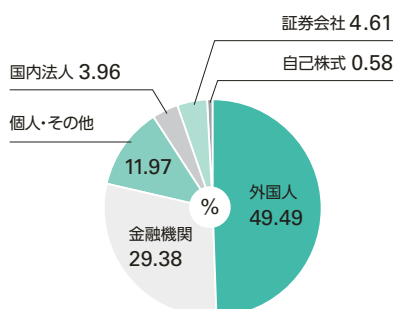
社長執行役員	澤田 道隆	品質保証本部担当	執行役員	内海 実	生産技術部門 ビューティケアSCMセンター長、SCM戦略企画室長、東京工場長
専務執行役員	沼田 敏晴	中国事業本部長、花王(中国)投資有限公司 董事長 総経理、花王(上海)産品服務有限公司 董事長、住麗宝化粧品(中国)有限公司 董事長	執行役員	齊田 喜道	メディア企画部門統括
常務執行役員	吉田 勝彦	コンシューマープロダクツ統括、花王プロフェッショナル・サービス株式会社担当	執行役員	宮脇 賢治	MK開発部門統括
常務執行役員	竹内 俊昭	花王カスタマーマーケティング株式会社 代表取締役社長執行役員	執行役員	青木 和義	会計財務部門統括
常務執行役員	夏坂 真澄	ビューティケア事業担当、ビューティケア化粧品事業ユニット長、株式会社カネボウ化粧品 代表取締役社長執行役員	執行役員	杉山 忠昭	法務・コンプライアンス部門統括、情報システム部門担当
常務執行役員	武馬 吉則	研究開発部門統括、TCR 担当	執行役員	根来 昌一	ケミカル事業ユニット長、Fatty Chemical (Malaysia) Sdn. Bhd. Chairman, Pilipinas Kao, Incorporated Chairman, Kao Chemicals Europe, S. L. Presidente
常務執行役員	森村 元博	生産技術部門統括、和歌山工場長、技術センター長、環境・安全推進本部長、ロジスティクス部門担当	執行役員	齋藤 幸三	コンシューマープロダクツ リージョン統括部統括、Kao USA Inc. Chairman
執行役員	平峰 伸一郎	コーポレートコミュニケーション部門統括	執行役員	田中 秀輝	購買部門統括
執行役員	小柴 茂	経営戦略室統括	執行役員	新藤 武彦	花王カスタマーマーケティング株式会社 代表取締役副社長執行役員
執行役員	安川 拓次	ヒューマンヘルスケア事業ユニットフード&ビバレッジ事業グループ長	執行役員	志田 純	研究開発部門 開発研究第2セクター長
執行役員	青木 寧	人材開発部門統括、株式会社カネボウ化粧品 代表取締役・取締役会議長・常務執行役員・人事総務部門統括、花王グループ企業年金基金理事長、花王健康保険組合理事長	執行役員	和田 康	生産技術部門 川崎工場長、ビューティケアSCMセンター副センター長(スキンケア・ヘアケア担当)
執行役員	呉 尚久	研究開発部門 戦略研究セクター長	執行役員	松田 知春	ビューティケア スキンケア・ヘアケア事業ユニット長
執行役員	青木 秀子	品質保証本部長	執行役員	長谷部 佳宏	研究開発部門副統括、基盤研究セクター長

## 株式の状況 (2014年6月30日現在)

● 発行済株式の総数 516,000,000株

● 株主数 45,864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(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	27,287	5.29
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	26,169	5.07
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 505223	20,581	3.99
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー	12,461	2.41
ノーザン トラスト カンパニー(エイブイエフシー)アカウント ノントリーティー	11,224	2.18
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) RE SILCHESTER INTERNATIONAL INVESTORS INTERNATIONAL VALUE EQUITY TRUST	10,418	2.02
東京海上日動火災保険株式会社	9,109	1.77
メロンバンク エヌエー アズ エージェント フォー イッツ クライアントメロン オムニバス ユーエス ペンション	8,672	1.68
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 505225	8,608	1.67
モックスレイ・アンド・カンパニー・エルエルシー	8,227	1.59

## 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
<ul style="list-style-type: none"><li>住所、姓名などのご変更</li><li>配当金の受領方法のご変更</li><li>単元未満株式の買取、買増請求</li></ul>	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
<ul style="list-style-type: none"><li>特別口座から証券会社の一般口座への振替請求</li></ul>		
<ul style="list-style-type: none"><li>払渡し期間経過後の配当金のお支払い</li><li>その他のお問い合わせ</li></ul>	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  
三井住友信託銀行株式会社  
(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  
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部  
☎ 0120-782-031 (受付時間：平日 9:00～17:00)

## 会社概要 (2014年6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

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/>

