



小さなハートは、ともに集い、やがて世界を変えていく

# 株主のみなさまへ

花王株式会社

2022.1.1～2022.6.30



## トップメッセージ

# 強くてしなやかな 新生花王への変貌を急ぐ

代表取締役  
社長執行役員

長谷部 佳宏

## 株主の皆さまへ

株主の皆さまには、日頃、花王グループの企業活動に格別のご理解、ご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

世界は今も混沌の中にあります。地政学的な緊張の高まりに伴う人々の分断、パンデミック、そして深刻さを増す環境問題です。一方、人々が生きていくためには経済活動は必要です。人命と経済、環境と経済など、天秤にかけた議論が長らく続いています。しかし、その両方が成り立つ世界を21世紀は実現しなければなりません。このような混迷の時代だからこそ、花王は「豊かな共生世界の実現」をパーパスに定め、中期経営計画「K25」において「未来のいのちを守る ~ Sustainability as the only path」をビジョンに掲げました。そして、既存事業の再生をめざす「Reborn Kao」と、新事業の創成をめざす「Another Kao」というコンセプトで両輪の改革を推進しています。

第2四半期累計期間（2022年1月から同年6月まで）の経営成績は、原材料価格高騰や中国での都市封鎖などの影響を受け非常に厳しい結果となり、花王グループの売上高は、前年同期に対し8.7%増の7,339億円、営業利益は537億円（対前年同期169億円減）となりました。中間配当金は期初公表通り、1株当たり74円で2円増配としました。

第3四半期以降についても、原材料価格高騰の影響や物流費の上昇、インフレによる景気減速懸念などで、厳しい事業環境が続くことが予想されます。戦略的値上げをグローバルに実施するとともに、コスト構造改革などを徹底して実行するなど、全社一丸となって取り組んでまいります。

株主の皆さまには、花王グループの企業活動に引き続きご理解いただき、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

## 「K25」の2年目を迎えて花王の課題認識は何でしょうか？

新型コロナウイルス感染症の蔓延や原材料価格高騰などの外的因子の影響の中で、再び成長路線に戻すためには、事業改革のスピードを上げなければなりません。2018年から昨年にかけて企業価値の指標であるEVA<sup>®\*</sup>（経済的付加価値）が低下した要因は、①国内でのマスマーケティングからの脱却の遅れ、②ベビー用紙おむつのインバウンド需要の消失、③コロナ禍による化粧品市場の縮小の3つだと認識しています。

\*EVAは、スターン・スチュワート社の登録商標です。

## 「Reborn Kao」（既存事業の再生）ではどのような改革を行ないますか？

「Reborn Kao」において大至急進めるのが、モノづくりとマーケティングの改革です。最小限の消費で最大限の価値（Maximum Value with Minimum Waste）を実現するための「ESG視点でのよきモノづくり」を加速させています。カテゴリーリーディングブランドを強化するためのメリハリある投資を実行すると共に、お客さまとの絆を重視するロイヤリティ・マーケティングにシフトします。グローバル化に関しては、競争に巻き込まれにくいオンリーワン価値を追求すると共に、現地製造を基本とした地産地消モデルへの転換を図ります。そして、もうひとつ進めるのは、高収益事業への抜本改革です。高利益率で事業基盤を支える「安定収益領域」、効果的な投資で成長を加速させる「成長ドライバー領域」、高利益率を維持・強化するためのビジネスモデル変革を急ぐ「事業変革領域」の3つに事業を分けし、投資方針を明確にしました。

## 「Another Kao」（新事業の創成）で実現したいことは何でしょうか？

「Another Kao」は、今までの花王がやらなかったこと、やれなかったことをテーマにしており、その目標は「未来への5つの約束」です。その中のひとつ、「プレジジョン・ライフケア一違いに寄り添い、精確にケアする。」において、具体的な取り組みを始動させました。対象の状態を精確に同定するモニタリング技術を駆使し、原因を的確に解決するソリューションを提供するビジネスモデルです。皮脂RNAモニタリングや歩行モニタリングなど、簡単に入手できるデータから因果関係を割り出すプラットフォームを活用していきます。同時に、相関関係を推定することで多様なニーズに汎用的に応える「仮想人体生成モデル」の実用化もスタートさせました。志を同じくする多くのパートナーとの協業を通じて、これらをさまざまな分野に展開していきます。

## 最後に一言お願いします

花王は、消費を前提としたモノづくりから、資源を循環させるモノづくりへと変革していきます。「数」と「量」の線形型経済から、「質」と「絆」の循環型経済への移行です。そのため、発展する循環型のビジネスモデルの構築をめざします。今後も厳しい環境の中での事業改革になると予想されます。しかし、この混沌を意識改革の好機と捉え、花王グループ社員の活力を最大化し、強くてしなやかな新生花王への変貌を急ぎます。



**Leave No One Behind**  
誰ひとり取り残さない、着実な一歩。

## 安心忌避技術で、デング熱からアジアの子どもたちを守る

### ▶ 未来のいのちを守る

蚊は人間にさまざまな病気を媒介することで「世界で最もヒトを殺す生き物」といわれており、蚊が媒介する感染症のひとつであるデング熱は、東南アジア諸国などにおいて長年の社会問題となっているほか、地球温暖化の影響で世界中に広がりつつあります。



花王は、日頃取り組んでいる研究成果をこのような社会的課題解決に役立てるため、「肌の表面を蚊が嫌う性質に整えることで、蚊に刺されなくする」という新しい発想の忌避技術を開発しました。蚊から未来のいのちを守るグローバルプロジェクト「GUARD OUR FUTURE」は、「K25」に掲げた「未来のいのちを守る」具体的な取り組みの第一弾です。蚊による感染症・デング熱被害削減の取り組みを本格的に進めていきます。

WEB 蚊が媒介する感染症・デング熱の被害から未来のいのちを守る取り組み GUARD OUR FUTURE  
[www.kao.com/jp/corporate/news/stories/dengue/](http://www.kao.com/jp/corporate/news/stories/dengue/)



タイ保健省および花王インダストリアル(タイランド)社関係者  
花王は2022年2月、タイ保健省に製品を含む650万パーツを寄付

### ▶ タイにおけるデング熱蔓延抑制の取り組み

タイでは毎年、多くの方がデングウイルスに感染しています。重症化するデング出血熱を発症する患者の多くは子どもで死に至ることもあり、感染者数はさらに増加傾向にあります。花王インダストリアル(タイランド)社は、タイ保健省疾病対策局媒介感染症課(DVBD)、タイ工業団地公社(IEAT)、タイ国立電子コンピュータ技術研究センター(NECTEC)、アマタ・コーポレーションと2021年6月に、デング熱被害削減を目的として、タイ政府と官民一体の共同事業を立ち上げました。本事業では、協業者および地域コミュニティと共に、デング熱に関する啓発活動や、ボウフラの発生を減らすための適切な廃棄物処理システムの整備など、さまざまな取り組みを展開していきます。

また、NECTECが開発した、デング熱に関する最新情報を発信するモバイルアプリ「RooTan」への協賛を通じて、人々に正しい知識を提供し、デング熱被害削減に取り組んでいます。このアプリは、デング熱の発生とリスクに関する情報をリアルタイムで提供するほか、最新の健康関連情報も発信、さまざまな情報を得ることができます。

これらの活動の成果については、DVBD、NECTECと連携し適宜検証を進めます。また、タイでの実態調査やフィールドワークを共同で行っている、マヒドール大学のラウィワン・スリサワット先生、パチャラ・スリウィチャイ先生らと、実証実験も行なう予定です。

花王は今後も、東南アジアを中心とした対象エリアのデング熱被害削減に貢献するとともに、これにより新たに得た知見を他のエリアの取り組みにも活用していきます。



「Bioré GUARD Mos Block Serum」  
(ビオレガード モスブロックセラム)  
2022年6月からタイにて販売開始

タイでのフィールドワークの様子



**Zero Waste**  
何ひとつ、無駄にさせない。

## プラスチックのリサイクルイノベーション

### ▶ ポジティブリサイクル：廃PETから高耐久道路へ

社会インフラの老朽化は深刻な社会問題となっており、特に道路は2033年までに約6割が築50年以上になるといわれています。さらに昨今は、廃プラスチック削減による海洋資源の保全、安全・安心・強靱な社会インフラの整備といった、持続可能な社会の実現の機運が一層高まっており、道路舗装においてもヒトと環境に配慮した舗装づくりが求められています。廃PET<sup>※</sup>を原料とするアスファルト改質剤「ニュートラック 5000」は、アスファルト舗装の耐久性を向上し、補修頻度を減らすことで環境負荷と維持コストを抑えるとともに、舗装からの粉じん発生を抑制するほか、従来と比較して黒さをより維持できることから、白線を確認しやすく安全走行にも寄与すると考えられます。

花王はこの事業を通じて、コンシューマー業界の課題である廃PETのリサイクルと、建設業界の脱炭素ニーズを結びつけて解決を図るとともに、道路を通じて安全・安心な暮らしと社会への貢献をめざします。

※廃棄処分されるポリエチレンテレフタレート素材

 **「花王の顔」：廃PETアスファルト**  
[www.kao.com/jp/kaonokao/kaonokao/004\\_wastepet/](http://www.kao.com/jp/kaonokao/kaonokao/004_wastepet/)



施工から3年経過した駐車場の様子

「ニュートラック 5000」の特徴と期待される価値

#### 自動運転社会への貢献

- 同じ場所を車が通るため、道路の耐久性が重要
- 車の走行位置を把握するため、白線の視認性が重要



(花王調べ)



**Precision Life Care**  
違いに寄り添い、精確にケアする。

## プレジジョン・ライフケア

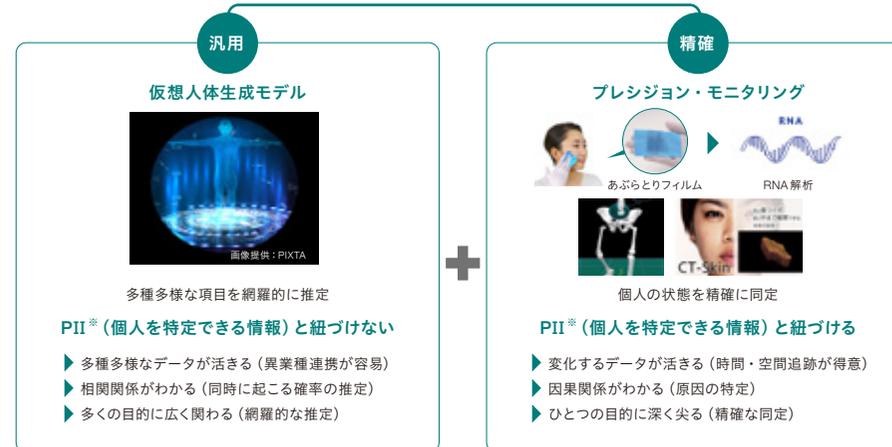
### ▶ 一人ひとりに合った最適なライフケアを

人生100年時代において自分らしい生活を長く送るためには、身体的に健康であるだけでなく、生活全般の質も良好に保たれていることが必要です。そのために花王は、自分自身の体やライフスタイル、さらに性格傾向、嗜好性なども併せてより精緻に把握し、今の状態に合わせて的確に対応する、一人ひとりに合った最適なライフケアが重要であると考えています。

プレジジョン・ライフケアは、個人の状態を精確に同定する「プレジジョン・モニタリング」と、1,600を超える多種多様な項目を網羅的に備え、これらがどのようなパターンで現れるのかを推定する「仮想人体生成モデル」のふたつのコア技術で構成されています。これらを単独、または組み合わせることで、今まで得られなかったさまざまな情報を知ることができます。これらの情報を適切に活用することで、一人ひとりに合わせた精確無比なケアが可能になります。

 **プレジジョン・ライフケア構想説明会 (2022/03/16)**  
[www.kao.com/jp/corporate/investor-relations/library/business-strategy-presentations/](http://www.kao.com/jp/corporate/investor-relations/library/business-strategy-presentations/)

#### プレジジョン・ライフケアのコア技術と特徴



※Personally Identifiable Information の略

# 企業広告シリーズ「もったいないを、ほっとけない。」の展開を開始

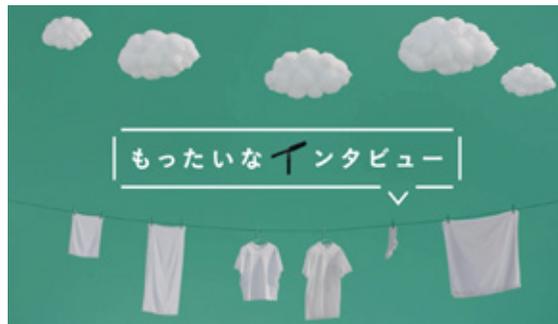
循環型社会に貢献する「ESG視点でのよきモノづくり」に根ざしたイノベーションや企業姿勢をお伝えするため、「もったいないを、ほっとけない。」というメッセージで企業広告シリーズの展開を開始しました。テレビCM第1弾は、2022年7月16日より全国にて放映スタート。花王の商品に関連するTシャツやフライパンなどが登場し、「もったいない」ということをインタビュー形式で楽しくユーモラスにご紹介しています。

世界は今、大規模に、そして急速に変化しています。ますます深刻さを増す環境問題、さまざまな要因による物価高騰など、私たち生活者を取り巻く社会環境も厳しさを増しています。このような時代だからこそ、花王は、日々の生活の中における「もったいない」ことに目を向け、「もったいないを、ほっとけない。」を呼びかけ、生活者の皆さまにも社会にもお役立ちしたいと考えています。

花王はこれまで、生活の中にある小さな「もったいない」を解決するための研究・技術開発を重ねてきました。例えば、1987年に発売した粉末タイプのコンパクト衣料用洗剤「アタック」では、製品の性能を高めることで従来の洗剤に比べ約1/4の小型化を実現し、包装材料の省資源化や生産・物流面での消費エネルギー削減などの環境負荷低減に貢献。さらに、2009年発売の超濃縮液体衣料用洗剤「アタックNeo」では、さらなるコンパクト化に加え、すすぎ1回の実現による節水・節電につなげました。

また、社員が一人の生活者として「もったいないを、ほっとけない。」を実践していくため、本企業広告のスタートを機に、あらためて社員に呼びかけ、使用済みつめかえパックの社内リサイクル活動の推進を加速します。

そして、この企業広告をきっかけに、生活者の皆さまが生活の中の小さな「もったいない」に気づき、その解決に向けたアクションを起こすきっかけとなること、さらに、その輪が社会全体に広がることをめざしていきます。



2022年7月16日オンエア開始

 **花王 もったいなインタビュー Tシャツさん篇/くっ下さん篇 60秒 CM**  
youtu.be/e5AbX9MP0k8



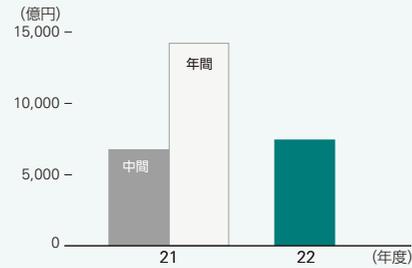
 「もったいないを、ほっとけない。」特設サイト  
www.kao.com/jp/mottainai/

## 売上高

**7,339**億円

前年同期比 **+8.7%**

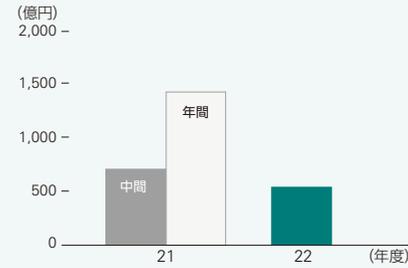
為替変動の影響を除く実質増減率は+4.2%



## 営業利益

**537**億円

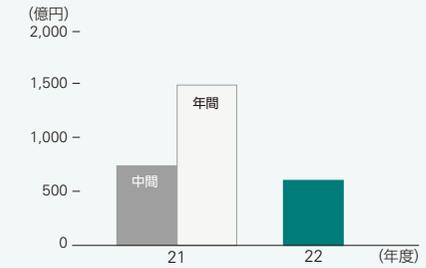
前年同期比 **△23.9%**



## 税引前利益

**605**億円

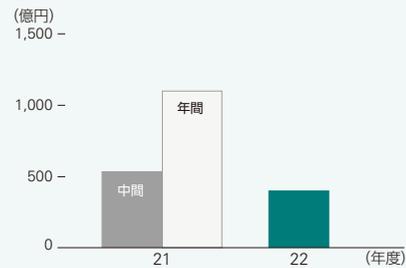
前年同期比 **△18.4%**



## 当期利益

**398**億円

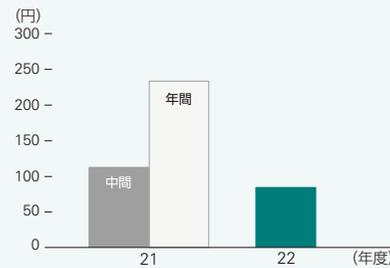
前年同期比 **△25.6%**



## 基本的1株当たり当期利益

**82.17**円

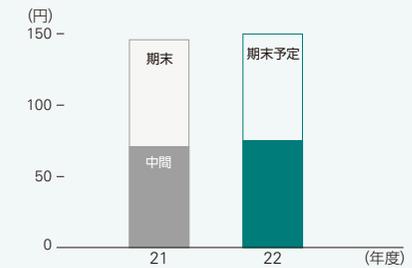
前年同期比 **△25.4%**



## 1株当たり配当金

**74**円

前年同期比 **2円増配**



### 【自己株式の取得】

当社は、2022年5月11日開催の取締役会において、資本効率の向上と株主様への一層の利益還元のため、2022年5月12日から8月31日の期間に、取得価額の総額500億円または当社普通株式1,200万株を上限とする自己株式の取得を決議しました。2022年7月31日現在で取得価額の総額約346億円、当社普通株式約650万株の取得を実施しました。

## 事業セグメントと主な製品カテゴリー

**ハイジーン & リビングケア 事業**

- 衣料用洗剤
- 洗濯仕上げ剤
- 台所用洗剤
- 住居用洗剤
- 掃除用紙製品
- 生理用品
- 紙おむつ



**ヘルス & ビューティケア 事業**

- スキンケア製品
- ヘアケア製品
- ヘアサロン向け製品
- 入浴剤
- オーラルケア製品
- 温熱用品



**ライフケア 事業**

- 業務用衛生製品
- 健康飲料



**化粧品 事業**

- カウンセリング化粧品
- セルフ化粧品



**ケミカル 事業**

- 油脂製品
- 機能材料製品
- 情報材料製品



## 売上高

**2,383億円**  
前年同期比  $\Delta 1.4\%$   
構成比 32.5%

**1,768億円**  
前年同期比  $\Delta 2.9\%$   
構成比 24.1%

**258億円**  
前年同期比  $+1.0\%$   
構成比 3.5%

**1,160億円**  
前年同期比  $+1.0\%$   
構成比 15.8%

**1,991億円**  
前年同期比  $+25.1\%$   
構成比 24.1%

● ファブリックケア製品は、ほぼ前年並みに推移。日本では、原材料価格高騰の影響を最小化するため、衣料用洗剤の改良品の発売に合わせて戦略的な値上げを実施するとともに、マーケティング活動を強化したことにより順調に推移。アジアでは、4月に始まった中国での都市封鎖の影響を受け、売り上げは前年同期を下回った。

● ホームケア製品は、日本では、市場縮小の影響を受け売り上げは前年同期をわずかに下回ったが、食器用洗剤「キュキュット」や浴室用洗剤「バスマジックリン」でシェアを大きく伸長。

● サニタリー製品は、前年同期を上回った。生理用品「ロリエ」が、インドネシアで好調に推移し、日本では前年同期を上回った。ベビー用紙おむつ「メリーズ」は、前年同期を下回った。インドネシアでは、販売促進活動の強化により好調に推移。日本では、4月からの値上げを実施し計画通り進んでいる。一方、中国では市場縮小や現地生産品の育成不足により、売り上げは前年同期を下回った。

● スキンケア製品は、売り上げは前年同期を下回った。日本では早い梅雨明けと猛暑の影響もあり、UVケア製品などのシーズンの売り上げは順調に伸長。一方、手指消毒液は、市場縮小が続き売り上げは減少したが、シェアは上がった。また、米国では物流の混乱は徐々に回復傾向。

● ヘアケア製品は、売り上げは前年同期を下回った。欧米のヘアサロン向け製品は好調を維持。米国の「ORIBE」は、コアのサロンチャンネルでの伸長に加えeコマースを中心に好調に推移。日本のマス向け製品は厳しい競争環境が続いている中、抜本的な事業変革を進めていく。

● パーソナルヘルス製品の売り上げは、前年同期を下回った。「めぐりズム」は順調に売り上げを伸ばしたが、入浴剤は前年同期を下回った。

● 業務用衛生製品は、日本では市場が前年同期に比べて大きく回復。特に、外食産業や宿泊施設などで厨房用洗浄剤や客室消耗品の需要が高まり、売り上げは伸長。米国では好調な経済に支えられ対象業界が伸長し、売り上げは前年同期を上回った。

● 健康飲料は、特定保健用食品「ヘルシア」で、eコマースでのロイヤルユーザー拡大が進むが、既存量販店での落ち込みをカバーするまでには至らず、売り上げは前年同期に比べて減少。

● 日本では、市場の回復が想定を下回る中、「SUQQU」や「KATE」などのグローバル戦略ブランド「G11」の新製品が順調に推移。固定費削減やメイク事業の構造改革を順調に進めている。中国では、都市封鎖の影響で物流が滞り大きな影響を受けた。欧州では、「SENSAI」や「モルトブラウン」が市場を大きく上回る伸長。

● 油脂製品では、天然油脂価格の上昇に伴う販売価格の改定に継続して努めたことも貢献し、売り上げは伸長。

● 機能材料製品は、自動車関連分野での需要減の影響を受けたが、原料価格上昇に伴う販売価格の改定を進めて、売り上げは伸長。

● 情報材料製品では、トナー・トナーバインダーは需要の回復を着実に捉えて伸長し、ハードディスク関連製品も堅調に推移。

(注1) 前年同期比は、為替変動の影響を除く実質増減率。

(注2) ケミカル事業の売上高は、事業間の内部売り上げを含み、構成比は外部顧客に対する売上高で算出。

## ▶ 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> <li>・マイナンバーに関するお届け・お問い合わせ</li> </ul>	お取引のある証券会社	右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>	右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

東京都千代田区丸の内一丁目4番1号  
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)

# 花王株式会社

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10

[www.kao.com](http://www.kao.com)