

株主のみなさまへ

花王株式会社 2019.1.1～2019.6.30



KaO

きれいを、ここに。未来に。

日本の“きれい”という言葉は、「美しさ」や「清潔」というだけではなく、
こころの状態や、生きる姿勢までも表しています。

暮らしの中で“きれい”を感じる瞬間は、
こころを満たし、前を向く力を与えてくれる。

たとえば、清潔なシーツのこころよい感触に包まれるとき。
すこやかな赤ちゃんのしあわせな笑顔を見るとき。
自分らしい美しさが引き出されて、自信が持てたとき。

そして、満たされたこころは、周りへと伝わり、
誰もが気持ちよく暮らせる社会へとつながっていく。

すべての人のこころに、暮らしに、社会に、
“きれい”を満たすものづくりを通して、
人と地球の未来に、花王は貢献していきます。



利益ある成長とともに ESG 活動を重視し、 “ グローバルで存在感のある会社 ” 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、厚く御礼申し上げます。

当第2四半期累計期間(2019年1月から同年6月まで)において、当社グループの主要市場である日本のトイレタリー(化粧品を除くコンシューマープロダクツ)および化粧品市場は、小売店の販売実績や消費者購入調査データによると、金額では堅調に推移しました。いずれのカテゴリーにおいても、Eコマースチャネルの構成がさらに高まっています。

このような状況の中、化粧品事業は好調に推移しましたが、ベビー用紙おむつは回復途上にあり、ケミカル事業では天然油脂価格下落に伴う販売価格調整の影響を受け、売上高は、前年同期に対して1.0%減の7,214億円(実質0.2%減)、営業利益は864億円(対前年同期44億円減)となりました。なお、中間配当金は、前年同期に対して5円増配の1株当たり65円といたしました。厳しい環境ではありますが、公表業績予想の達成をめざしていきます。

当社グループは、2030年までに、①特長ある企業イメージの定着、②高収益グローバル消費財企業(売上高2.5兆円(うち海外1兆円)、営業利益率17%、ROE20%をそれぞれ超える)、③ステークホルダーへの高レベル還元という目標を達成させ、グローバルで存在感のある会社「Kao」へ、さらにステップアップしたいと考えています。

社会情勢や自然環境が大きく変わる中、当社グループは、財務面だけでなく、非財務面での戦略や取り組みも経営上の最重要課題のひとつと位置づけ、生活者が求める暮らしを実現

するためのESG戦略として「Kirei Lifestyle Plan」を策定し2019年4月に発表しました。世界中の人々のめざすべき未来の実現のために「持続可能な開発目標(SDGs: Sustainable Development Goals)」で掲げられた社会的課題と真摯に向き合い、環境法規制の強化や消費者のエシカルな動きなどを認識し、花王らしいアプローチで取り組んでまいります。そして企業理念である「花王ウェイ」に掲げる「正道を歩む」を貫くことを全員で共有・実践しながら、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推進してまいります。

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。

2019年8月



花王株式会社
代表取締役
社長執行役員

澤 田 道 隆

ESG 戦略

Kirei Lifestyle Plan

花王の ESG は、持続可能なライフスタイルを送りたいという、生活者の思いや行動に応えるものです。生活者が求める暮らしを Kirei Lifestyle と呼び、それを実現するために、ビジョン、コミットメント、アクションからなる

Kirei Lifestyle Plan を ESG 戦略として策定しました。
花王は Kirei Lifestyle Plan の実行を通して、未来に続く社会に貢献していきます。

花王の ESG ビジョン

Kirei Lifestyle とは、こころ豊かに暮らすこと。
Kirei Lifestyle とは、すべてにおもいやりが満ちていること。
自分自身の暮らしが清潔で満ち足りているだけでなく、
周りの世界もまたそうであることを大切にすること。
Kirei Lifestyle とは、こころ豊かな暮らしが、
今日だけではなく、これからも続くことと安心できること。
日々の暮らしの中で、たとえ小さなことでも、
正しい選択をして、自分らしく生きるために。

花王はこうした Kirei Lifestyle が
何よりも大切だと考えています。
だからこそ、決して妥協をせず、
正しい道を歩んでいきます。
世界中の人々のこころ豊かな暮らしのために、
私たちは革新と創造に挑み続けます。

花王の ESGコミットメントとアクション



- 実効性のある
コーポレート
ガバナンス
- 徹底した
透明性
- 人権の尊重
- 受容性と多様性の
ある職場
- 社員の
健康増進と
安全
- 人材開発
- 責任ある
化学物質管理

正道を歩む

新製品のご紹介



フリープラス ウォータリークリーム

敏感肌の方には、クリームの重たさやベタつきが苦手だけれど保湿はしたいというニーズがあります*。そうしたニーズに応えるために「フリープラス」から「水感クッションクリーム」を発売しました。肌にのせた瞬間、水のように変わって軽い力で伸び広がり、和漢植物美容成分MC（保湿）がすぐに角層に浸透し、ベタつかず、みずみずしいなめらかな肌に導きます。

* 2017年1月 カネボウ化粧品調べ



担当者からのひとこと

児玉 淳希

高保湿であることはもちろん、使い心地のよさにもこだわったクリームを開発しました。クリームを愛用していない方にも乾燥対策としてお試しいただきたい1品です。



ビオレ UV アスリズム

日本の夏は気候変動に伴って、日差しは強く、ますます高温多湿な環境になると予測されています。炎天下の屋外で、働く、運動する、レジャーを楽しむといった際には、長時間、紫外線にさらされ続けます。そんな実態に着目し、過酷な環境*¹にも耐える最高クラス*²の日焼け止め「ビオレUV アスリズム」を発売しました。肌になじんだあとの感触、汗・擦れに強く、落ちにくい高い耐久性が特長です。

*¹ 高温多湿環境（40℃、湿度75％）

*² ビオレUV シリーズ内における、UV カット効果（SPF50+ PA++++）及び高温多湿環境での塗膜の落ちにくさ



担当者からのひとこと

宿野部 淳

長時間、紫外線から避けられない過酷な環境で活動する方の挑戦をサポートしたい。そんな思いを、赤いパッケージに込め、アスリズムは生まれました。ぜひ紫外線対策にお使いください。

新製品のご紹介



ヘルシア 茶カテキンの力／クロロゲン酸の力

「ヘルシア」から「内臓脂肪が気になる方」「血圧が高めの方」、それぞれに向けて機能性表示食品「ヘルシア」粉末シリーズを発売しました。持ち運びや、家でのストックに便利なスティックタイプです。飲み方もお好みに合わせて、ホットでもアイスでも楽しめるので、日々の健康習慣に手軽に取り入れていただけます。

担当者からのひとこと

杉本 沙穂

「ヘルシア」から、健康の悩みが増える50代以降に寄り添う商品を発売し、ご好評の声をいただいております。新しいタイプの溶かして飲む粉末「ヘルシア」で、皆さまの健康の支えとなることをめざします。



アタックZERO

お洗濯環境や消費者の変化を見据え、「アタック」ブランドを刷新し、新時代の洗剤として「アタックZERO」を発売しました。花王史上最高の洗浄基剤「バイオ IOS」を主成分とし、衣類がよみがえる「ゼロ洗浄」を実現。花王初となるドラム式専用タイプや、片手でも計量しやすいワンハンドプッシュをラインアップに加えました。

担当者からのひとこと

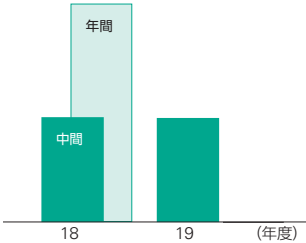
野原 聡

「ゼロ洗浄」による汚れ・ニオイ落ち、またワンハンドプッシュの使いやすさに若い方から年配の方まで幅広く、多くの皆様に、高い評価をいただいております。今後もお洗濯に対する悩みを解決していきます。

連結業績ハイライト (2019年1月1日～6月30日)

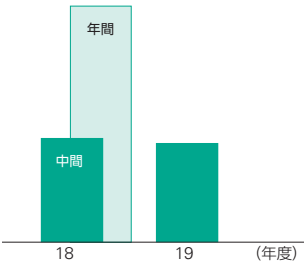
売上高

7,214億円
前年同期比 **1.0%減**
為替の影響を除く実質増減率は0.2%減



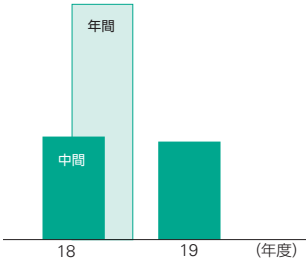
営業利益

864億円
前年同期比 **4.8%減**



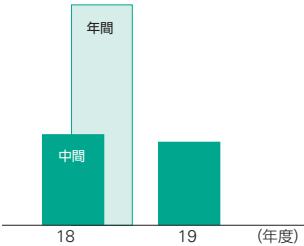
税引前利益

855億円
前年同期比 **4.9%減**



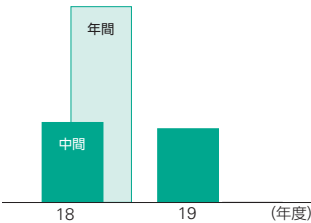
当期利益

582億円
前年同期比 **8.3%減**



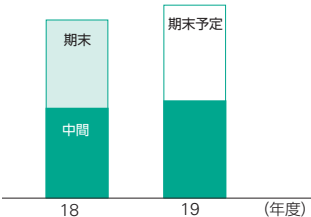
基本的1株当たり
当期利益

117.98円
前年同期比 **7.7%減**



1株当たり配当金

65円
前年同期比 **5円増配**



【自己株式の取得と消却】

当社は、資本効率の向上と株主様への一層の利益還元のため、2019年5月7日から6月13日の期間に、取得価額の総額約500億円にて当社普通株式約580万株の市場買付を実施し、これらを含めた670万株を2019年7月12日に消却しました。

(注) 記載金額は、億円未満を四捨五入して表示しております。

セグメント別事業概況

化粧品事業



売上高

1,400 億円
前年同期比 9.3%増
構成比 19.4%

- グローバル戦略ブランドとして選定した 11 ブランド「G11」と日本を中心に育成していく 8 ブランド「R8」は、好調に売り上げを伸長
- 特にグローバル戦略ブランドの「キュレル」や「フリープラス」が日本や中国で売り上げが好調に推移
- 伸びている販売チャネルである E コマースやトラベルリテールを強化するとともに、デジタルマーケティングへのシフトを推進

スキンケア・ヘアケア事業



1,686 億円
前年同期比 1.3%減
構成比 23.4%

- スキンケア製品は、「ビオレ」から UV ケアの新製品・改良品を発売し、前年同期に比べて売り上げ・シェアを伸長したが、天候不順による市場縮小の影響を受け、計画を下回る。アジアでは売り上げが堅調に推移。米州では競合品の攻勢が続く
- ヘアケア製品では、日本のヘアカラーや米州サロン向けのスーパープレミアム価格帯ブランドは好調に推移したが、シャンプー・コンディショナーはマス市場縮小の影響を受け、売り上げは前年同期を下回る

ヒューマンヘルスケア事業



1,249 億円
前年同期比 8.3%減
構成比 17.3%

- ベビー用紙おむつ「メリーズ」の売り上げは第 2 四半期から回復傾向。インドネシアでは売り上げが好調に推移し、ロシアやその周辺国でもシェアを伸長
- 生理用品「ロリエ」は、日本で高付加価値品が好調でシェアを伸ばすとともに、中国では展開都市の拡大や E コマースを強化することなどで売り上げを伸長
- パーソナルヘルス製品の売り上げは、ほぼ前年同期並みに推移

ファブリック & ホームケア事業



1,623 億円
前年同期比 6.0%増
構成比 22.5%

- ファブリックケア製品では、日本では、革新的な衣料用洗剤「アタック ZERO」を発売し、前年同期に比べて売り上げは伸長。柔軟仕上げ剤では、厳しい競争環境の中、売り上げは堅調に推移。また、昨年 8 月に買収した Washing Systems, LLC（米国）は、計画どおり推移
- ホームケア製品では、競合の攻勢を受けたが、売り上げは堅調に推移

ケミカル事業



1,461 億円
前年同期比 7.9%減
構成比 17.4%

- 油脂製品では、天然油脂価格の下落に伴う販売価格調整の影響が大きく、売り上げは減少
- 機能材料製品では、特に海外での経済成長の鈍化に伴う需要停滞の影響を受ける
- スペシャルティケミカルズ製品では、ハードディスク関連製品の売り上げは需要減の影響を受けたが、トナー・トナーバインダーは前年同期を上回る

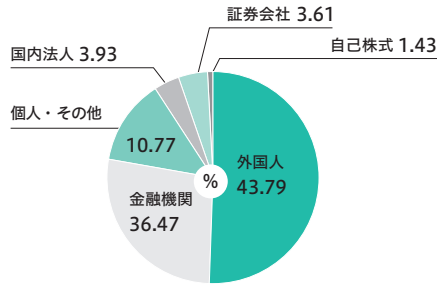
(注) ケミカル事業の売上高は、事業間の内部売上を含み、構成比は外部顧客に対する売上高で算出しています。

株式の状況 (2019年6月30日現在)

■ 発行済株式の総数 488,700,000 株
2019年7月12日に自己株式6,700,000 株の消却を行いました。
消却後の当社の発行済株式の総数は 482,000,000 株です。

■ 株主数 56,411 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)	49,563	10.29
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	33,978	7.05
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	13,095	2.72
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口7)	10,023	2.08
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口5)	9,531	1.98
ジェーピー モルガン チェース バンク 380055	8,104	1.68
ジェーピー モルガン チェース バンク 385151	7,993	1.66
ステート ストリート バンク ウェスト クライアント トリーディー 505234	7,784	1.62
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	6,880	1.43
日本生命保険相互会社	6,691	1.39

- (注) 1. 上記の株主の持株数には、信託業務または株式保管業務に係る株式数が含まれている場合があります。
2. 上記の株主の持株比率は、発行済株式の総数から自己株式数を控除した数を基準にして計算しております。
3. 当社は、自己株式7,006千株を有しておりますが、上記の表には記載しておりません。

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 ・マイナンバーに関するお問い合わせ	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
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)

株主様向け特別企画のご報告

会社説明会



2019年6月8日（土）大阪で会社説明会を開催しました。社長をはじめとする経営幹部が出席し、事業の概要などについて説明した後、株主様からのご質問にお答えしました。

参加株主様の声

- ・株主総会とは異なり、身近に社長のお話が聞ける場なので、とても良いと思いました。
- ・いろいろな研究や事業の取り組みについて聞くことができ、非常に有意義な時間でした。

会社施設見学会



2019年6月に花王エコラボミュージアム（和歌山県）、川崎工場（神奈川県）、花王ミュージアム（東京都）で開催し、合計377名の株主様が参加されました。

参加株主様の声

- ・花王の環境と地球にやさしい取り組みを知り、今後の製品選びに役立てたいです。
- ・自動化の進んだ清潔な工場で製品が丁寧に製造されていることに感銘を受けました。
- ・企業理念が素晴らしいと思いました。とても楽しい見学会でした。

株主様向け会社説明会のご案内

2019年11月16日（土）に株主様向け会社説明会を東京にて開催いたしますので、下記のとおりご案内申し上げます。当日は、社長のプレゼンテーションに続き、皆様と当社役員との質疑応答の時間を設けます。皆様のご応募をお待ちしております。

開催日時 2019年11月16日（土）14:00～16:00

会場 花王株式会社 本社（東京都中央区日本橋茅場町 1-14-10）

内容 社長による事業概況等の説明及び当社役員との質疑応答

募集人数 120名（ご応募多数の場合には抽選を行わせていただきます。）
※株主様ご本人のみご出席いただけます。

参加費 無料（会場までの往復交通費は、各自でご負担をお願いいたします。）

応募方法

同封の応募はがきをご投函ください。
ご住所、お名前をご記入いただく必要はございません。

応募締切

2019年9月13日（金）必着

当選連絡

抽選結果にかかわらず、ご応募いただいた株主様全員に
郵送にてお知らせいたします。（2019年10月10日頃発送予定）

問い合わせ先

花王株式会社 電話 03-3660-7111（代）
※「株主様向け会社説明会の件」とお申し出ください。

【個人情報の取り扱いについて】

本説明会にご応募いただきました株主様の個人情報は、本説明会の運営にのみ使用させていただきます、第三者に提供することはありません。

Kao

自然と調和する ころ豊かな毎日をめざして



本冊子は、SDGsと紐づくGold Standard CDMクレジット(インドネシアにおける水力発電設備の改修・効率化事業)を用いてライフサイクル全体のカーボン・オフセットをしました。

UD
FONT
by MORISAWA

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