

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

2015.1.1～2015.6.30

“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”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、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立った“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るとともに、コストダウン活動などに取り組みました。

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、日本の売り上げはほぼ前年同期並みでしたが、海外の売り上げがアジアを中心に伸長しました。ケミカル事業では、原料価格変動に伴う販売価格の改定及び一部の対象業界での需要減の影響を受け、減収となりました。利益面では、主に、日本のヒューマンヘルスケア事業及びアジアのコンシューマープロダクツ事業の増収の効果により、伸長しました。

また、当中間期の配当金は、前年同期に対して4円増配の1株当たり38円といたしました。

当期は「花王グループ中期3カ年計画（K15）」の最終年にあたりますので、当社グループをあげてその達成に努めてまいります。また、次の中長期の成長のために脱デフレ型成長モデル（積極投資による利益ある成長）を進め、サニタリー製品をはじめとする生産設備増強のための投資や海外拠点における投資を積極的に行ってまいります。

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



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（持続可能性）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。

また、コーポレートガバナンス・コードに定める原則に対する当社の実施状況を踏まえた「コーポレートガバナンスに関する報告書」を7月1日に更新し、公表いたしました。今後も企業価値や稼ぐ力の向上に向け、監督と執行の分離及び迅速な意思決定を進め、健全で透明性の高い経営を実現できるようコーポレートガバナンスの充実を図ってまいります。

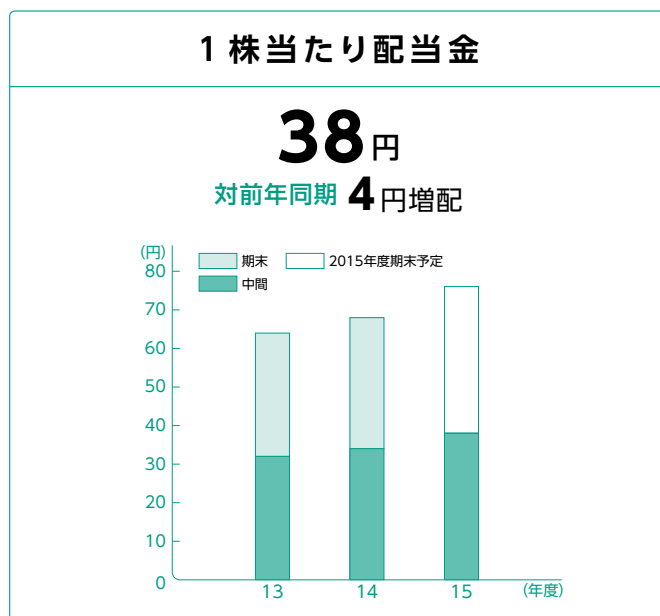
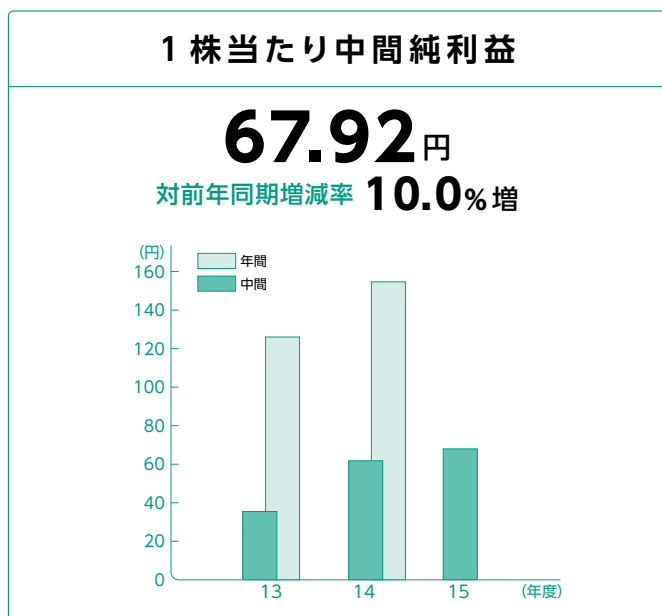
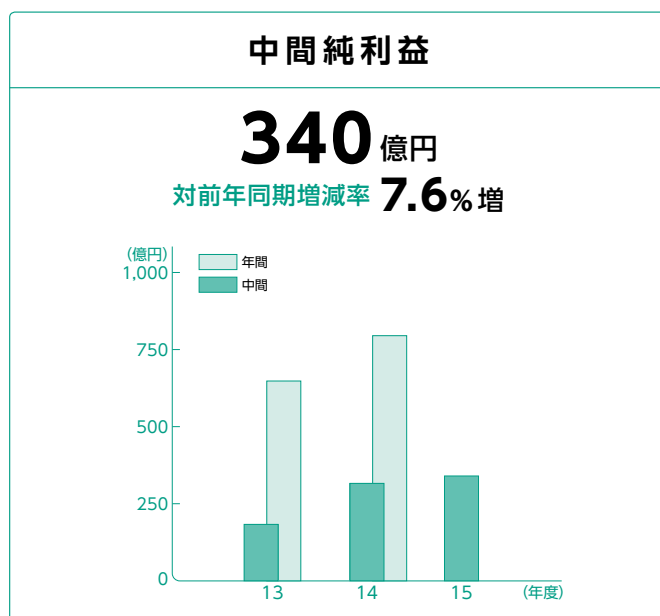
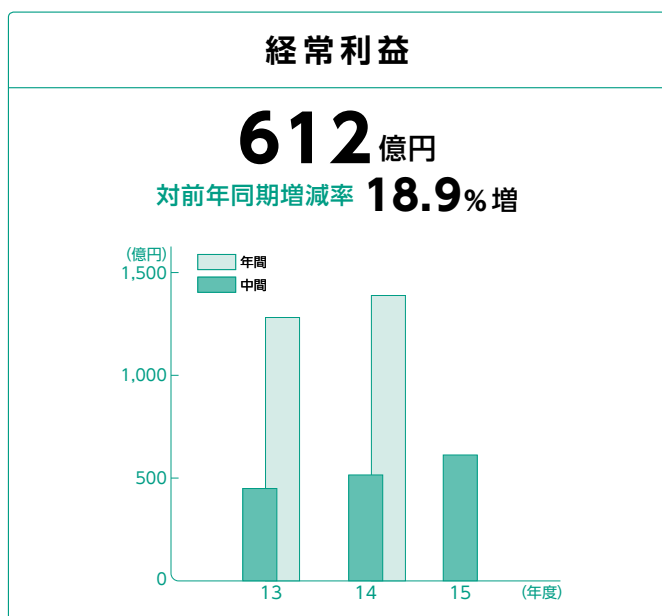
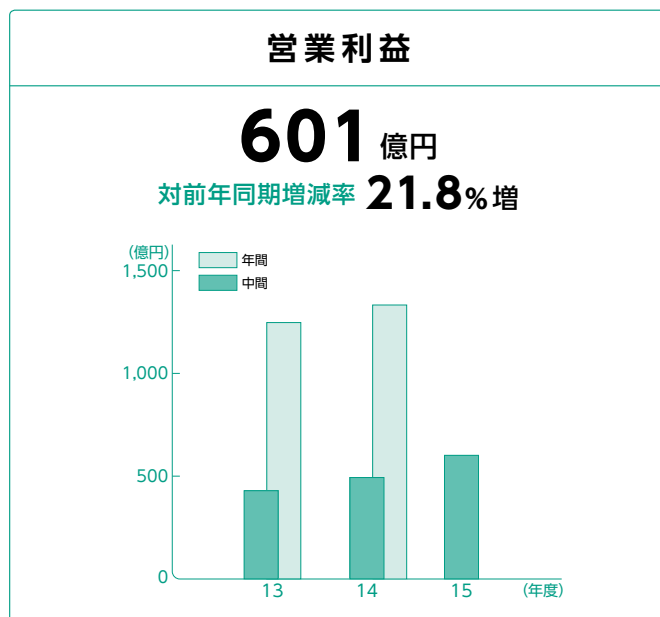
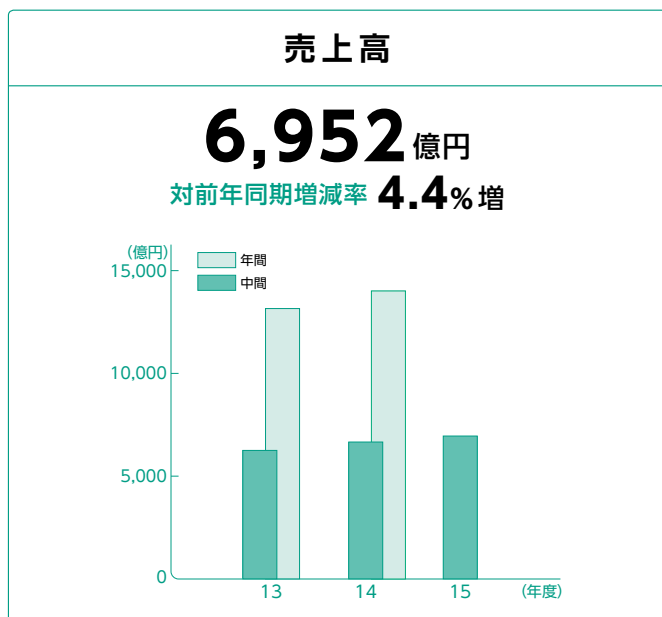
株主の皆さまには、こうした当社グループの事業活動・企業活動に引き続きご理解をいただき、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2015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 (2015年1月1日～6月30日)



(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

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



洗うたびにキメが整う「ビオレ スキンケア洗顔料」

トピックス

- 化粧品の売り上げは、前年同期を下回る。日本では、「ソフィーナ プリマヴィスタ」がシェアを維持し、「suisai」「KATE TOKYO」が好調に推移。海外では「KATE TOKYO」の売り上げが伸長したことなどにより、前年同期を上回る
- 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、「ビオレ」「キュレル」の売り上げが伸長。アジア及び米州でも、「ビオレ」の売り上げが順調に推移
- ヘアケア製品の売り上げは、前年同期を上回る。日本では、シャンプー・リンスの新製品が順調に推移しシェアが伸長。アジアでは、ブランドの絞り込みにより、売り上げが前年同期を下回る。米州で「ジョン・フリーダ」、欧州でサロン向け製品が堅調に推移したこと、売り上げは欧米ともに前年同期を上回る

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

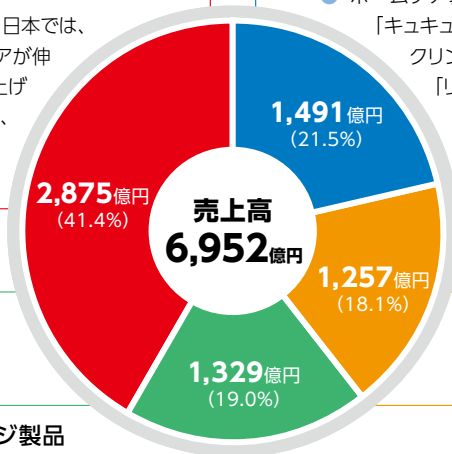


菌のエサまで落として強力洗浄「アタック 抗菌EX スーパークリアジェル」

トピックス

- ファブリックケア製品の売り上げは、前年同期を下回る。日本では、粉末洗剤市場縮小や市場競争の影響を受け、前年同期を下回る。衣料用液体洗剤では、「アタック 抗菌EX スーパークリアジェル」を発売。柔軟仕上げ剤では、「ハミング」「ハミングファイン」の改良を実施。アジアでは、「アタックJaz1 (ジャズワン)」の貢献もあり、売り上げが伸長
- 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、「キュキュット」が昨年の改良品発売以降好調に推移。「マジッククリン」「クイックル」が順調に推移。また、全面改良した「リセッシュ」の売り上げは前年同期を上回る

(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



生理中の敏感肌に「ロリエ エフしあわせ素肌」

トピックス

- フード&ビバレッジ製品の売り上げは、前年同期を下回る。「ヘルシア」の緑茶では高濃度茶カテキンの機能訴求を強化したが、コーヒーとともに市場競争激化の影響を受ける
- 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 エフしあわせ素肌」「ロリエ スリムガード」などの高付加価値商品の売り上げ伸長によりシェアを拡大し、アジアでも順調に売り上げが伸長。「メリーズ」は、生産設備の増強を行っている日本では、売り上げが引き続き好調に推移。中国及びインドネシアでも中間所得層向けの現地生産品の売り上げが伸長
- パーソナルヘルス製品の売り上げは、前年同期を上回る。「めぐりズム」の「蒸気でホットアイマスク」を中心に訪日外国人による需要も含め大きく伸長

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



プリンター・複写機用トナー

トピックス

- ケミカル製品の売り上げは、前年同期を下回る。日本の対象業界の一部に需要減の動きが見られ、海外の一部の対象業界では、ユーロ安に伴う輸出需要の伸びが見られた一方、公共投資減少によって需要が減少
- 油脂製品では、原料価格変動に伴う販売価格の改定に努めたものの、対象業界の需要減の影響を受ける。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た結果、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たものの、顧客ニーズに即した製品対応を行い、高付加価値製品の売り上げが伸長

■ 新製品のご紹介



「メリット」は誕生から45年。「家族一人ひとりの地肌の清潔価値の提供」という信念を貫いてきました。「メリット ピュアン」は、エチケット意識が高まる10代後半～20代の女性がメインターゲット。皮脂汚れを含む老廃物*が簡単に落ちやすい技術を採用し、地肌クレンジングで洗いたてのようなキレイが続きます。

*古くなった角質、酸化した皮脂、汗

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

大屋 日向子

洗うことで、女性のありのままのピュアなキレイを引き出します。“洗いたて”のようなキレイが続くことで、いつでも自信を持って過ごしたいと願う女性を応援します。

COFFRET D'OR

MAKE YOUR TRUE BEAUTY



6月の新製品「コフレドール ソフトグラマラスアイズ」は、目もとにさりげない色気を漂わせる“たくらみシャドウ”です。長めに引いた目尻ライナーカラーの上に、なじみシャドウを重ねることで、ラインがなじみ、目尻に自然な陰影をつくります。ぱっちりなのにほんのり色気のある目もとに仕上がります。

担当者からのひとこと



カネボウ化粧品

本多 陽子

トレンドメイクが絶妙に仕上がる。そんな、コフレドールのエッセンスがぎゅっと詰まったアイシャドウです。“たくらみシャドウ”でつくるほんのり色気をぜひお楽しみください。

■ ブランドヒストリー

Bioré

家族みんなの清潔で美しい素肌のために

「ビオレ」は、ブランド誕生から今日まで、常に“消費者起点”で商品を開発・改良し、洗浄からケアまでのスキンケア商品を提供し、年代、性別を問わず国内外で愛されるブランドに進化と成長を遂げてきました。

まだ、固型石けんでの洗顔が主流だった1973年当時、より肌にやさしい洗顔料ができないかと研究を開始し、1980年にペースタイプの洗顔料「ビオレ洗顔フォーム」が発売となりました。使用後のつっぱり感が少ない特長が好評を得て、固型石けんに代わる新しい洗顔習慣が定着しました。この「素肌にやさしい独自の洗顔技術」は液体全身洗浄料にも生かされ、1984年に「ビオレU」として発売。どちら



左から
「ビオレ スキンケア洗顔料」
「ビオレU ボディウォッシュ」

も市場を急成長させ、その後もメイク落とし、毛穴パックなど市場を牽引する商品を継続的に提案することで成長し続けてきました。

2011年には花王独自の画期的な肌浄化技術SPT*を採用し、「洗浄を核として、清潔ですこやかな美しい素肌へ導くこと」というブランドのコア価値の強化を図りました。

また、海外では1982年より販売を開始し、現在では、世界49カ国のスキンケア市場で当社を代表するグローバルブランドの一つとして認知されています。

「ビオレ」は、これからも、「洗浄」を大切にしながら、肌にやさしく、家族みんなの気持ちに寄りそう商品をお届けしていきます。

* Skin Purifying Technology

ディープクリーン



「ディープクリーン ひきしめ塩 薬用ハミガキ」(医薬部外品)は、歯と歯ぐきのための4つの薬用成分に加えて、歯ぐきのひきしめ成分を新配合。大粒の“ひきしめ塩”で歯周病(歯槽膿漏・歯肉炎)によるハレを防ぎ、歯槽膿漏・歯肉炎を予防します。合わせてハブラシは“極細毛束”をぎっしり1.5倍*植毛した「ディープクリーンハブラシ ぎっしりプレミアム」をご提案します。

*当社「ディープクリーンハブラシ(コンパクト)」との比較

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

巴里 暢宏

いつまでも元気な歯と歯ぐきで、おいしく食べたい。そんな思いに応える前向きな歯ぐきケアのご提案で、健康で豊かな生活の実現を応援します。



超濃縮タイプの衣料用液体洗剤「ウルトラアタックNeo(ネオ)」は、洗浄力と抗菌力をパワーアップして生まれ変わります。洗浄成分ウルトラクエン酸C*配合で皮脂や雑菌が絡み合った「密着汚れ」まで一気に洗浄。くすみやニオイを防ぎ、未体験の白さをかなえます。まるで繊維が呼吸するような洗い上がりです。

*界面活性剤とクエン酸の複合成分

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

加藤 安友実

アタック液体タイプ史上最強の洗浄力がさらに進化しました! 真っ白に洗い上がった衣類で気持ちまで前向きに。未体験の白さをかなえる高洗浄力で気持ちのいい暮らしを応援します。

1980

中性タイプで肌にやさしい「ビオレ洗顔フォーム」



1984

液体全身洗浄料「ビオレU」



1995

男性用洗顔フォーム「メンズビオレスクラブウォッシュ」



1996

毛穴の角栓を取るシート状パック「ビオレ 毛穴すっきりパック」



1997

お部屋でメイクが落とせる「ビオレメイク落としふくだけコットン」



1999

簡単に汗のニオイやベタつきを解消する「ビオレさらさらパウダーシート」



2004

子どもにも使いやすい「ビオレU泡で出てくるハンドソープ」



2011

肌清浄化技術SPTを採用した「ビオレスキンケア洗顔料」



サステナビリティ トピックス

ユニバーサル デザインへの取り組み

～字幕付きテレビコマーシャルの普及活動～

花王の“よきモノづくり”の基本は消費者起点であり、すべてのお客さまにとって、わかりやすく、使いやすい製品をお届けできるよう、ユニバーサルデザインの考え方を大切にしています。

その一環として、花王は字幕付きテレビコマーシャルの普及に取り組んでいます。字幕を付けることは、聴覚に障がいのある方に製品の情報をお伝えするだけでなく、家族や友人との共通の話題を提供するなど、社会とのつながりを強くする役割も果たします。さらに、耳の間聞こえづらい高齢者や音を出せない場所など、暮らしの中のさまざまな場面で必要とされるサービスです。

花王は、2011年にトライアル放送を開始してから、関連団体と協力しながら本格放送化をめざした取り組みを



字幕付きテレビコマーシャル

行っています。2014年には、これまでの活動が評価され、第64回「電波の日」総務大臣表彰を受賞。また、「字幕付きテレビコマーシャル普及推進協議会」が発足するなど、本格放送の実施へ向けた準備が進められています。

今後も花王は、関連業界と連携しながら、この取り組みを続けていきます。

※字幕付きテレビコマーシャル普及の取り組みについては、当社ウェブサイトに掲載されていますので、下記URLよりご覧ください。
<http://www.kao.co.jp/corp/ad-cm/index.html>

花王社会起業塾

～若手社会起業家への支援～

花王では、持続可能な社会を次世代に引き継ぎたいと考え、「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマに社会貢献活動を推進しています。2010年には特定非営利活動法人エティック(ETIC.)と連携して、社会課題をビジネスの手法で解決しようとする若手社会起業家の育成を支援する「花王社会起業塾」を開始しました。特に、家族を取り巻く社会課題の解決に目を向けている起業家を毎年支援しています。「子どもの貧困と教育格差」「ワーク・ライフ・バランス」「障がい者の自立」「がん患者へのサポート」など、現代社会が抱えるさまざまな課題に挑む社会起業家を、2014年度には新たに3組支援し、これまでに15組を輩出してきました。

そして、2015年度はこれまでの5年間の活動を振り

返し、社内向けの活動報告会や社会起業家との交流会を開催したほか、「花王社会起業塾活動報告書」を発行するなど、社内外に広く発信しています。



5年間の取り組みをまとめた「花王社会起業塾活動報告書」

※「花王社会起業塾活動報告書」は、当社ウェブサイトに掲載されていますので、下記URLよりご覧ください。
http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_04_18.html

「なでしこ銘柄」 「健康経営銘柄」に選定



花王は、女性活躍推進に優れた企業として「なでしこ銘柄」に、また、健康経営に優れた企業として「健康経営銘柄」に選定されました。

「なでしこ銘柄」は、政府が「成長戦略の中核」とする「女性活躍推進」の取り組みを加速させるために、女性が働き続けるための環境整備を含め、女性人材の活用を積極的に進めている企業を選定するという経済産業省と東京証券取引所の共同企画です。花王は2度目の選定となりました。さまざまな取り組みの中、「女性のキャリア支援」においては、属性によらない、意欲・能力に応じた評価と登用の推進が女性社員の役割拡大につながり、女性管理職比率は10.1%^{*1}（国内グループ）となっています。

また、「健康経営銘柄」は、日本再興戦略による取り組みの一環として、従業員などの健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する「健康経営^{*2}」を積極的に進めている企業を経済産業省と東京証券取引所の共同企画で選定するものとして、2015年に開始されました。花王では、社員が健康であって初めて“よきモノづくり”が実現でき、会社が発展し社会に貢献できるとの考えのもと、健康課題の改善に向け、さまざまな組織的な取り組みを行ってきました。

今後も多様性から生まれる活力を最大限に発揮していくとともに、健康的な風土づくりに取り組んでいきます。

^{*1} 2014年12月31日時点

^{*2} 「健康経営」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

「コーポレート ガバナンス・コード」に 対する実施状況を公表

安倍内閣による日本企業の「稼ぐ力」向上策の一環として「コーポレートガバナンス・コード」（以下、「CGコード」）が東京証券取引所より発表されました。これまで、コーポレートガバナンス（企業統治）は、リスクの回避・抑制や不祥事の防止の側面が強調されてきましたが、CGコードでは「会社の迅速・果断な意思決定を促すことを通じて、いわば「攻めのガバナンス」の実現をめざす」ことを目的としています。

花王は、これまでも企業価値増大のために、社外取締役・社外監査役の増員、執行役員制度による監督と執行の分離などコーポレートガバナンス向上に向けた取り組みを実施してきました。CGコードの目的はこれらの取り組みに合致するものであり、CGコードの内容を高く評価しています。

上場各社はCGコードに記載された原則の実施状況を「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」に記載して公表する必要がありますが、花王では、よりわかりやすく伝えるためにCGコードの記載順にかかわらず、コーポレートガバナンスに対する取り組みを体系的に整理したうえで、2015年7月1日に公表しました。

花王は今後も引き続き、持続的な発展と中長期視点での企業価値の最大化をめざして、コーポレートガバナンスのさらなる向上および事業環境に応じた見直しを行っていきます。

^{*1} 「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」は、当社ウェブサイトに掲載されていますので、下記URLよりご覧ください。
http://www.kao.com/jp/corp_info/governance.html

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"> 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
<ul style="list-style-type: none"> 特別口座から証券会社の一般口座への振替請求 		
<ul style="list-style-type: none"> 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

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

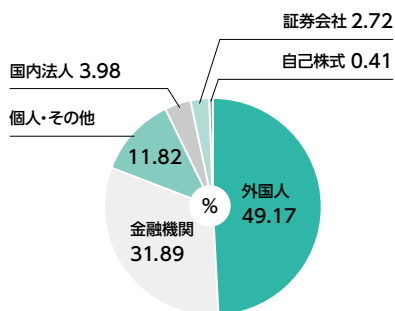
☎ 0120-782-031 (受付時間：平日 9:00～17:00)

会社概要 (2015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

株式の状況 (2015年6月30日現在)

- 発行済株式の総数 504,000,000株
- 株主数 53,259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)	29,708	5.89
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	28,695	5.69
ジェーピー モルガン チェース バンク 380055	19,773	3.92
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	19,206	3.81
東京海上日動火災保険株式会社	8,442	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	7,713	1.53
ステート ストリート バンク ウェスト クライアント トリーティ 505234	7,443	1.48
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	7,026	1.39
ザ バンク オブ ニューヨーク メロン エスエーエヌバイ 10	6,963	1.38
日本生命保険相互会社	6,691	1.33

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/>

