

2023年12月期
(1月1日~12月31日)

決算説明資料

2024年2月7日

ユニ・チャーム株式会社



ユニ・チャームの高原でございます。
本日はご多忙のおり、ユニ・チャーム株式会社 2023年12月期決算説明に、ご参加を
賜りまして、誠にありがとうございます。

早速ではございますが、
内容の説明に入らせていただきます。

2023年12月期（1月1日～12月31日） 決算概要

本資料には、現在入手している将来に関する、見通し・計画に基づく予測が含まれております。
実際の業績は、競合状況・為替の変動等に関わるリスクや、不確定要因により
記載の計画と大幅に異なる可能性があります。

最初に、2023年12月期決算の概要でございます。

連結

売上高 9,418億円 (YoY +4.9%)
コア営業利益 1,280億円 (YoY +7.0%)

- 売上高、コア営業利益、親会社の所有者に帰属する当期利益、全てにおいて過去最高を更新。
- 業績予想は、増収増益および利益改善が進んだ結果、ボトムラインを達成。

日本

4.6%増収、12.4%増益

- ペットケアは価値転嫁浸透・拡大により、日本の業績を大きく牽引。
- ウェルネスケア（マスク除き）とフェミニンケアの価値転嫁強化により収益性改善が継続。
- ベビーケアは価値転嫁効果で増収増益。安定的な収益性を実現。

海外

5.0%増収、1.7%増益

- アジア地域 増収減益。インドが好調持続で増収増益。東南アジアはフェミニンケア好調持続。減益は中国やタイにおける業績低下、ペットケアなどへの新規投資などが主要因。
- その他地域 増収増益。中東では業績拡大。ブラジルは高成長持続で黒字定着。北米は収益性改善。

株主還元

年間配当40円 22期連続増配

- 自己株式取得について・・・取得上限額170億円を予定どおり取得（3,080千株）。

資料3ページをご覧ください。
こちらが2023年12月期決算の総括になります。

売上高は7年連続で過去最高を更新
 コア営業利益、親会社の所有者に帰属する当期利益も過去最高を更新



● 連結決算ハイライト
 (1-12月)

| | '22/12月期 | '23/12月期 | 増減額 | 増減率 | (業績予想) '23/12月期 | 達成率 |
|-------------------------------|------------------|--------------------------|--------|-------------------|--------------------|--------|
| 売上高 | 8,980 | 9,418 | +438 | +4.9 % | 9,635 | 97.7% |
| コア営業利益 (利益率) | 1,196 (13.3%) | 1,280 (13.6%) | +84 | +7.0% (+0.3P) | 1,410 (14.6%) | 90.8% |
| 税引前当期利益 (利益率) | 1,157 (12.9%) | 1,323 (14.0%) | +166 | +14.3% (+1.1P) | 1,375 (14.3%) | 96.2% |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率) | 676 (7.5%) | 861 (9.1%) | +184 | +27.3% (+1.6P) | 809 (8.4%) | 106.4% |
| EBITDA 税引前当期利益 +減価償却費及び償却費 | 1,615 | 1,791 | +176 | +10.9% | 1,795 | 99.8% |
| 基本的1株当たり当期利益(円) | 113.61 | 145.42 | +31.81 | +28.0% | 136.71 | 106.4% |
| USDレート(円) | 131.43 | 140.56 | +9.13 | +6.9% | 130.00 | — |
| 中国元レート(円) | 19.48 | 19.82 | +0.34 | +1.7% | 19.20 | — |

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

4

資料の4Pをご覧ください。

連結決算のハイライトでございます。

2023年12月期決算の業績につきましては、

売上高は、9,418億円、4.9%増収となり、7年連続で過去最高を更新し、コア営業利益は1,280億円、7.0%増益と、こちらも過去最高を更新しました。

当期では、7月からの原材料単価の下落はあったものの、ドル高ローカル通貨安の影響もあり、原材料費は高い水準が継続しました。そのような中、引き続き付加価値を付けた新商品やリニューアル商品などで価値を高めた価値転嫁戦略を進めた結果、粗利率は四半期毎に改善が順調に進み、コア営業利益率は0.3P改善し13.6%となりました。

連結業績予想につきましては、表の右端にありますように、2023年度は、各国、地域でステージに合わせた価値転嫁を進めることによって、売上高ならびに利益を大きく改善するという計画でありましたが、目標未達成となりました。

要因としましては、中国経済の成長鈍化にともなう流通在庫の増加や、アジアの出生数の伸び悩み、また新興勢の台頭など影響しましたが、日本などでの価値転嫁戦略が順調に進捗したことで、売上高、コア営業利益ともに、いずれも過去最高を更新しております。また、親会社の所有者に帰属する当期利益については、インドの保険金収入と、子会社における留保税効果の引当金の見直しなどがありましたので、実質負担税

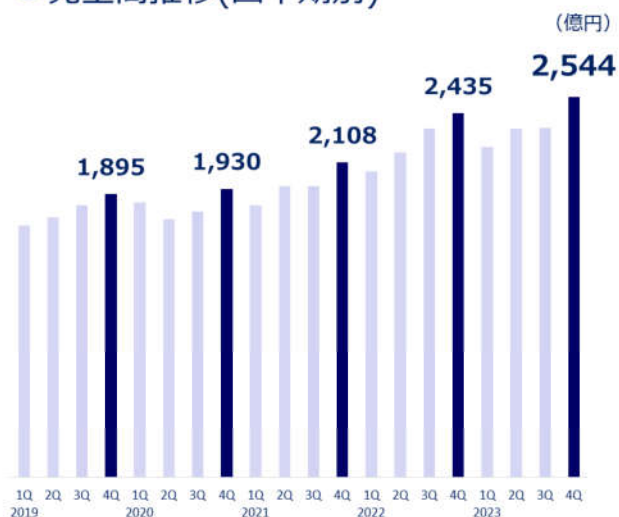
率が減少し、業績予想の達成と過去最高の実績となりました。

それでは業績並びに業績予想進捗の詳細について、次ページ以降にてご説明いたします。

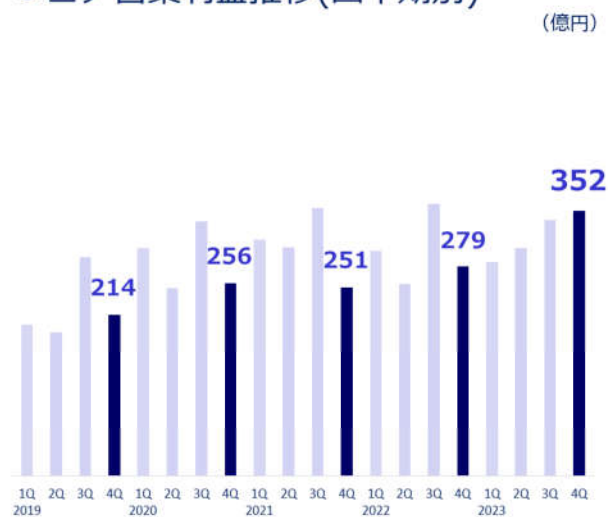
当第4四半期（10-12月）は継続した価値転嫁で安定した売上高成長と収益性の改善を実現し、
四半期単位の売上高は過去最高を更新



● 売上高推移(四半期別)



● コア営業利益推移(四半期別)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

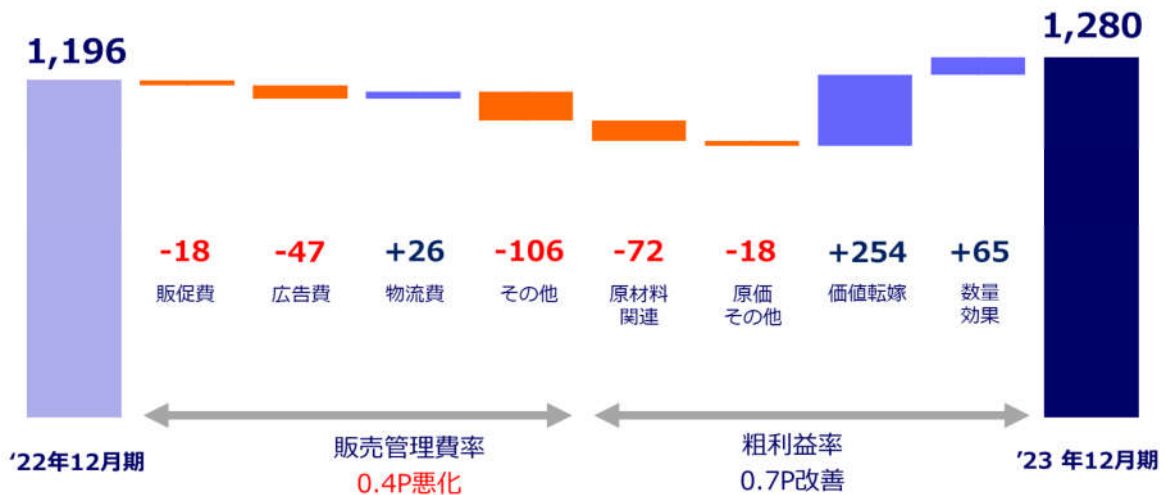
5

資料の5Pをご覧ください。
四半期別の業績推移でございます。

当社が扱う商品は生活必需品であり、継続的に価値転嫁を進めながら安定した売上高成長ができており、当第4四半期は四半期単位で過去最高の売上高となりました。また、コア営業利益につきましては、中国の一時的な業績低下の影響などはありませんでしたが、引き続き日本を中心とした価値転嫁の浸透・拡大と、下期から反転した原材料費のコストダウンなどにより、粗利率は四半期毎に着実に改善し利益額としても拡大することができました。

● コア営業利益増減 (1-12月)

(億円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

資料の6Pをご覧ください。
次に、コア営業利益の増減でございます。

販売管理費については、売上高比率としては0.4P悪化し、また増収に伴い増加した費用の部分もありましたので、販売管理費全体では約145億円増加しました。

その中では、『広告費』が47億円増加となりました。これは価値転嫁を浸透させる過程において、日本や、北米ペットケア、中東、インドネシアなどで更なるブランド認知向上の広告投下を実施したことが主な要因となります。

次に、『その他』の費用項目で106億円増加しているのは、人件費が一番増加し、次に業務委託費、研究開発費、旅費交通費、市場調査費などがその要因でございます。

一方、『物流費』については、売上高比率が0.6P改善したことで減少しております。中でも、日本における価値転嫁効果による物流費率の改善と、関係会社間の輸出入の減少、およびコンテナ運賃の下落が挙げられます。

次に粗利益に関する項目では、

『原材料関連』費用は、現地通貨安が更に進みましたが、7月から原材料単価は下がり下期ではコストダウンとなりました。その結果、粗利益は、上期の約125億円減少から約72億円減少と改善しました。

これら費用を吸収するにあたり、日本やインド、インドネシア、ブラジルなどで、継続的

な付加価値商品の展開によって価値を上げ、価値転嫁が浸透した結果、販管費と原材料関連費用の増加分を吸収できました。

日本では価値転嫁が浸透しペットケアとウェルネスケア、ベビーケアなどが増収増益を牽引
 アジアは中国とタイを除くその他の主要国では増収増益により業績向上
 その他地域は中東の改善とブラジル高成長による黒字定着、北米の価値転嫁効果が業績を牽引



● 所在地別セグメント情報
 (1-12月)

(億円)

| | | '22/12月期 | '23/12月期 | 増減額 | 増減率 | (参考) 実質 ※1 増減率 |
|--------|-----------------|------------------|--------------------------|------|-------------------|----------------------|
| 日本 | 売上高 | 3,076 | 3,218 | +142 | +4.6% | — |
| | コア営業利益 (利益率) | 578 (18.8%) | 650 (20.2%) | +72 | +12.4% (+1.4P) | — |
| アジア | 売上高 | 4,283 | 4,382 | +99 | +2.3% | -1.4% |
| | コア営業利益 (利益率) | 476 (11.1%) | 435 (9.9%) | -41 | -8.7% (-1.2P) | -12.6% |
| その他 ※2 | 売上高 | 1,621 | 1,818 | +197 | +12.1% | +7.0% |
| | コア営業利益 (利益率) | 139 (8.6%) | 191 (10.5%) | +51 | +36.9% (+1.9P) | +27.7% |
| 連結 | 売上高 | 8,980 | 9,418 | +438 | +4.9% | +2.2% |
| | コア営業利益 (利益率) | 1,196 (13.3%) | 1,280 (13.6%) | +84 | +7.0% (+0.3P) | +4.4% |

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース

中国 -9% インドネシア +3% タイ -7% インド +8% ベトナム +4% 中東 +10% 北米 +0% ブラジル +34%

※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率

※2 その他の主な地域は、北米、サウジアラビア、ブラジル、オランダ

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

7

資料の7Pをご覧ください。
 次に所在地別セグメント情報でございませう。

まず日本におきましては、
 売上高は4.6%増収、12.4%増益となり、コア営業利益率は、円安に伴う原材料価格高騰の影響などもありましたが、価値転嫁が浸透した結果1.4P改善し20.2%となりました。下半期に入り、原材料価格の上昇はピークアウトしましたが、2022年と比較して円安が進んだため、高水準なコストが続き、5月にCOVID-19が感染法上で5類へ移行したことから、マスクの売り場が縮小し続け、業績は減退しましたが、ペットケア、ベビーケア、ウェルネスケアなどで2022年から続けている価値転嫁の進行により、増益となりました。なかでもペットケアが10%台後半の増収を上期から継続し、マスクを除いたウェルネスケアも1桁後半の増収、またベビーケアでも同様に1桁後半の増収となり日本の業績を牽引しました。

次にアジア地域についてです。

アジア地域におきましては、

売上高は2.3%増収、コア営業利益は8.7%減益、コア営業利益率は9.9%となりました。

アジア主要国においても、原材料価格の高騰が影響しましたが、ほぼ予定どおりの価値転嫁を進めることはでき、中国、タイを除く主要国では増収増益となり、なかでも順調に規模が拡大しているインドのベビーケアでは市場シェアNO.1を獲得し、フェミニンケアでは初めて黒字化となりました。一方、課題となる中国では、経済成長鈍化による流通

在庫増加に伴う在庫圧縮や、福島処理水問題に伴う販売活動の縮小などで一時的な業績低下がありました。また、タイにおけるベビーケア市場環境の悪化なども影響し、アジアは増収減益となりました。

最後に、その他地域につきましては、売上高は12.1%増収、コア営業利益は36.9%増益となり、コア営業利益率は1.9P改善し10.5%となりました。

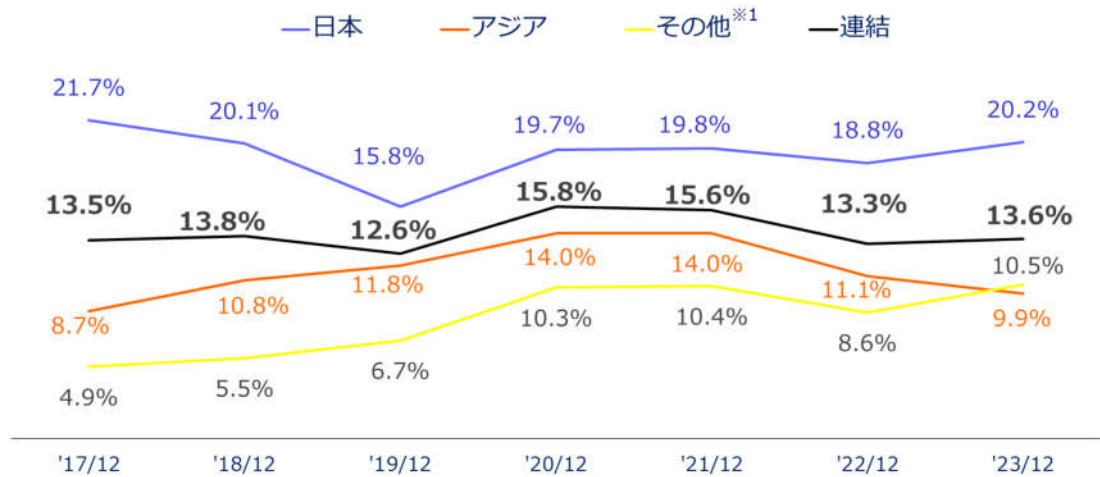
これを牽引したのは、中東とブラジル、北米ペットケアでございます。

中東については、第2四半期から主にベビーケアを中心に競争力のある価値転嫁を実践したことで、第3四半期から大きく改善が進み、サウジアラビア国内並びに、海外輸出ともに成長軌道へ乗せることができました。

ブラジルについては、原材料価格高騰のなか、ベビーケアを中心に広告を積極的に投下し価値転嫁を進めながら配荷を強化した結果、売上高の高成長が継続し黒字が定着しました。

北米のペットケアについては、流通在庫の調整で一時的に売上成長は鈍化しましたが、引き続き、猫おやつなどの価値転嫁商品が好調に推移し収益性は大きく改善できました。

● 所在地別 コア営業利益率（1-12月）



※1 その他の主な地域は、北米、サウジアラビア、ブラジル、オランダ

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

資料の8Pをご覧ください。
所在地別のコア営業利益率推移グラフです。

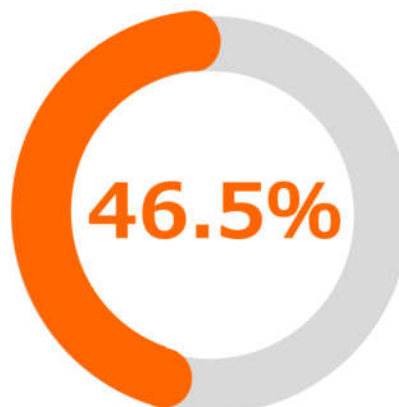
四半期毎の粗利率については、中国の業績低下などの影響はありましたが、原材料価格高騰のピークアウトしたコストダウン効果と、日本を中心とした価値転嫁が進んだことによって、2022年度第4四半期を底に着実に改善し、その結果、コア営業利益率も改善しております。

今後も継続した価値転嫁商品の浸透・拡大により、高い収益性基盤を構築し、2030年の17%の達成に向け改善を進めてまいります。

● 海外売上高比率



● アジア売上高比率



資料の9Pをご覧ください。
海外売上高比率のグラフです。
構成比としては、海外が66.5%(為替影響除き 65.6%)となりました。

パーソナルケアはマスク業績減退や中国業績低下などにもかかわらず、
日本を中心とした好調な事業が業績を牽引し増収増益を達成
ペットケアは日本が価値転嫁の浸透効果持続で増収増益を牽引、中国、東南アジアで投資拡大



(億円)

● 事業別セグメント情報 (1-12月)

| | | '22/12月期 | '23/12月期 | 増減額 | 増減率 |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------------------------|------|-------------------|
| パーソナルケア | 売上高 | 7,649 | 7,938 | +289 | +3.8% |
| | コア営業利益 (利益率) | 1,009 (13.2%) | 1,045 (13.2%) | +36 | +3.6% (±0P) |
| ペットケア | 売上高 | 1,253 | 1,394 | +141 | +11.3% |
| | コア営業利益 (利益率) | 184 (14.6%) | 231 (16.6%) | +47 | +25.8% (+2.0P) |
| その他 ^{※1} | 売上高 | 78 | 85 | +7 | +8.9% |
| | コア営業利益 (利益率) | 4 (4.5%) | 4 (4.8%) | +1 | +16.6% (+0.3P) |
| 連結 | 売上高 | 8,980 | 9,418 | +438 | +4.9% |
| | コア営業利益 (利益率) | 1,196 (13.3%) | 1,280 (13.6%) | +84 | +7.0% (+0.3P) |

※1 その他は産業用資材関連商品等

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

10

資料の10Pをご覧ください。
事業別セグメント情報がございます。

パーソナルケアの増収増益については、

先程、所在地別の中でも述べましたように、原材料価格の高騰などのコスト上昇や、日本におけるマスク業績の減退、中国における一時的な業績低下などがあったにもかかわらず、日本を中心とした好調な国での価値転嫁などが順調に進み、増収増益となりました。

ペットケアについては、今年度は安定した高い成長を実現し増収増益となりました。内容については、こちらも先程述べましたように

日本が価値転嫁を浸透・拡大させたことで、原材料高騰の影響を吸収し大幅な増収増益となり業績を牽引しました。

また引き続き北米が増収増益となりました。

その他では、中長期的には成長の柱となる、中国や、タイ、インドネシアといった東南アジアでも積極的に費用を投下しペットケア商品の販売活動を始めております。

為替変動による影響額は
売上高 約241億円増、コア営業利益 約31億円増



● 通貨別変動推移（1-12月平均レート）

| 通貨 | '22/12期レート | '23/12期レート | 増減率 |
|--------------|------------|---------------|--------|
| 中国(CNY) | 19.48 | 19.82 | +1.7% |
| インドネシア(IDR) | 0.0089 | 0.0093 | +4.5% |
| サウジアラビア(SAR) | 35.06 | 37.52 | +7.0% |
| タイ(THB) | 3.75 | 4.04 | +7.7% |
| インド(INR) | 1.68 | 1.71 | +1.8% |
| ベトナム(VND) | 0.0056 | 0.0059 | +5.4% |
| 米国(USD) | 131.43 | 140.56 | +6.9% |
| オランダ(EUR) | 138.04 | 152.00 | +10.1% |
| 台湾(TWD) | 4.41 | 4.51 | +2.3% |
| 韓国(KRW) | 0.1018 | 0.1078 | +5.9% |
| マレーシア(MYR) | 29.83 | 30.82 | +3.3% |
| オーストラリア(AUD) | 91.01 | 93.34 | +2.6% |
| ブラジル(BRL) | 25.48 | 28.17 | +10.6% |
| エジプト (EGP) | 6.91 | 4.58 | -33.7% |

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

11

資料の11Pをご覧ください。
各通貨の為替変動による影響でございます。

各通貨のレート変動によりまして、
決算レートにおける財務諸表の換算の影響は、
売上高は、対2022年度比で約241億円の増収効果がありました。
またコア営業利益につきましては、約31億円の増益効果がありました。

2024年12月期 業績予想概要

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

次に2024年12月期の業績予想についての概要を、ご説明いたします。

連結

売上高 10,060億円 (YoY +6.8%)
コア営業利益 1,440億円 (YoY +12.5%)

- 売上高、コア営業利益は過去最高更新。
- DX関連費や研究開発費、人件費などの増加により販管費率が0.7P上昇するが、引き続き価値転嫁などの実践により粗利率が1.4P改善し、コア営業利益率も0.7P改善。
- 設備投資額 約450億円（償却費 約420億円）。

日本**5～7%増収、減益**

- ウェルネスケアは大人用排泄ケア用品の価値転嫁浸透で日本の業績を牽引。
- 基幹システム統合や商品開発につながるDX関連費用などの増加。

海外**6～8%増収、増益**

- アジア地域 増収増益。中国はフェミニンケア回復、ベビーケア黒字化でアジアの業績を牽引。インドが高成長を継続し増収増益。東南アジアはウェルネスケアが中心に伸長し増収増益。
- その他地域 増収増益。北米は好調継続。ブラジルは高成長持続で収益性改善。

株主還元**年間配当44円 23期連続増配計画**

- 自己株式取得について・・・取得上限額 約190億円（約450万株）計画。

資料13ページをご覧ください。

こちらが2024年12月期 連結業績予想サマリーとなります。

売上高は、10,060億円、6.8%増収、コア営業利益は、1,440億円、12.5%増益と、それぞれ過去最高を更新する計画でございます。

概要としましては、2024年度は、2023年度下期から原材料関連のコストが改善し、年間では前期比で約77億円のコストダウンを計画しています。

このような環境の中で、引き続き各国や地域での市場と消費者の動向を鑑み、スピーディーな対応力で価値転嫁を促進し、粗利率の改善を進めていきます。

また、持続的な成長を目指し、アジアなどで将来の成長ドライバーであるウェルネスケアとペットケア事業への積極的な先行投資やアフリカなどへの地域拡大のための投資、またDXに関連した投資、研究開発、人材投資などにも積極的に取り組んでまいります。このように、2024年度は、将来を見据えた投資を強化しつつも、原材料関連のコストダウンと価値転嫁の推進などを通じて粗利率を改善し、コア営業利益率は0.7P改善し14.3%を目指す計画となっております。

● 連結業績予想ハイライト
(1-12月)

(億円)

| | '23/12月期 | '24/12月期 | 増減額 | 増減率 | (参考) ※1 実質増減率 |
|---------------------------|------------------|--------------------------------|-------|-------------------------|------------------|
| 売上高 | 9,418 | 10,060 | +642 | +6.8% | +5.8% |
| コア営業利益 (利益率) | 1,280 (13.6%) | 1,440 (14.3%) | +160 | +12.5% (+0.7P) | +12.0% |
| 税引前当期利益 (利益率) | 1,323 (14.0%) | 1,440 (14.3%) | +117 | +8.8% (+0.3P) | |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率) | 861 (9.1%) | 900 (8.9%) | +39 | +4.6% (-0.2P) | |
| 基本的1株当たり当期利益(円) | 145.42 | 152.48 | +7.06 | +4.9% | |
| USDレート(円) | 140.56 | 143.00 | +2.44 | +1.7% | |
| 中国元レート(円) | 19.82 | 19.90 | +0.08 | +0.4% | |

※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率

資料14ページをご覧ください。
2024年12月期の連結業績予想のハイライトでございます。

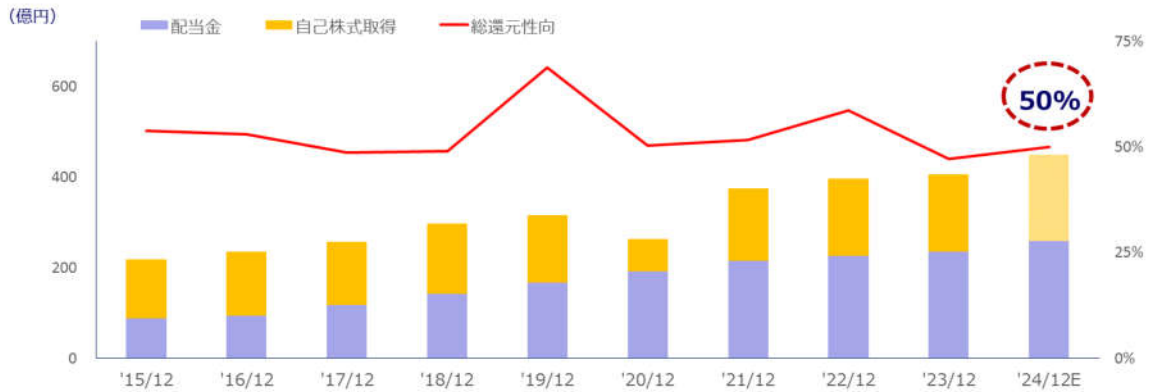
内容については、先程、説明したとおりでございますので説明は割愛いたします。

株主還元政策

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

次に株主還元政策についてご説明いたします。

● 株主還元政策



継続的な成長を実現するための事業投資を優先しつつ、中長期的な連結業績の成長に基づき、安定的かつ継続的な配当を実施し、自己株式の取得に関しても必要に応じて機動的に行うことで、株主配当と自己株式取得と合わせて **総還元性向50%を目標**に利益還元を図っております。

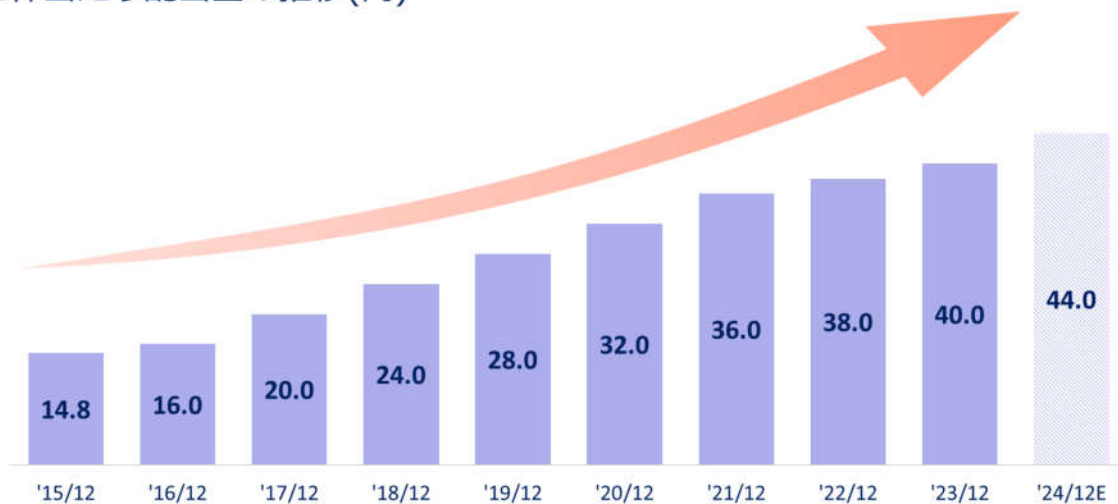
資料の16Pをご覧ください。

当社の株主還元政策については、継続的な成長を実現するための事業投資を優先しながら、配当については、中長期的な連結業績の成長に基づき、安定的かつ継続的な配当を実施し、また、自己株式の取得に関しても必要に応じて機動的に実施することで、2024年度も総還元性向50%の利益還元を計画しております。

1株当たり配当金
23期連続の増配 (年間44円)計画



● 1株当たり配当金の推移(円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

17

資料の17Pをご覧ください。

1株当たり配当金についてですが

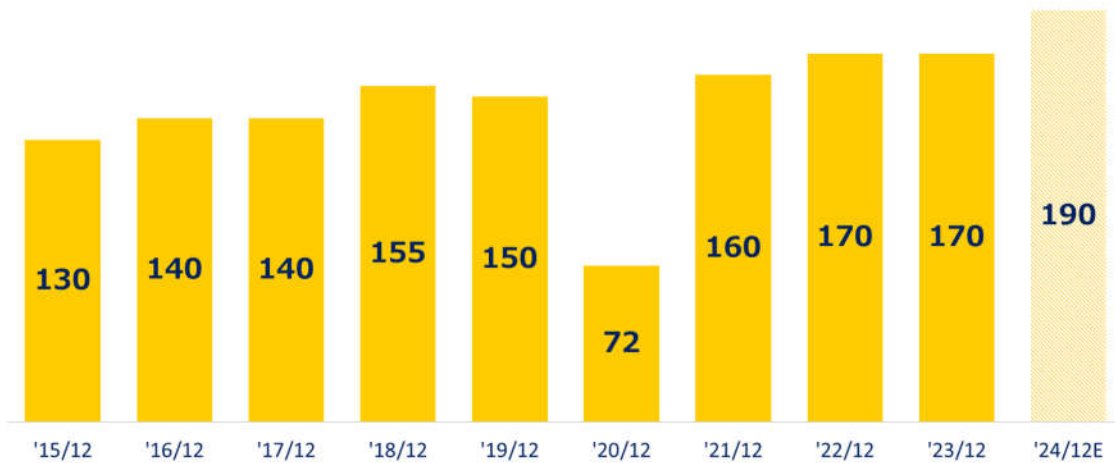
2023年度は、予定どおり年間2円増配の40円を実施する見込みでございます。

2024年度におきましては、第2四半期末1株あたりの配当金は2円増配の22円となり、また期末1株あたり配当金についても2円増配の22円、年間4円増配の44円を実施する計画でございます。その結果、23期連続の増配となります。

キャッシュの状況に応じて機動的に自己株式を取得
2024年度は190億円（450万株）を上限に取得予定



● 自己株式取得の推移(億円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

18

資料の18Pをご覧ください。
自己株式の取得の推移でございます。

2023年度は、2月の取締役会で、上限取得価額170億円 上限390万株の取得を決議し、9月末までに、予定どおりの約170億円を取得しました。

2024年度も、先日の取締役会で、上限取得価額190億円 上限450万株の取得を決議しましたので、機動的に自己株式を取得してまいりたいと思います。

今後も、安定的かつ継続的な配当と自己株式取得を合わせて実施し、株主の皆さまへの利益還元を重要な経営方針のひとつと考え、持続的なキャッシュ・フローの創出による企業価値の向上に努めてまいります。

以上で2023年12月期決算説明を終了いたします。

第12次中期経営計画 財務目標

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

次に2024年度から始まります第12次中期経営計画の財務目標について、ご説明いたします。

2030年度に向け「共生社会」の実現を目指し、世界一の企業になるために
売上高CAGR約7%を照準に2026年度は『1兆1,500億円』を目標



● 財務目標

Kyo-Sei Life Vision 2030

第11次中期経営計画（実績）

第12次中期経営計画



| 指標 | 2023 |
|------|--------------------|
| CAGR | 9.0% ^{※1} |
| COPM | 13.6% |
| ROE | 13.1% |

※1 '20年→'23年

| 指標 | 2026 |
|------|--------------------|
| CAGR | 6.9% ^{※2} |
| COPM | 15.8% |
| ROE | 15.0% |

※2 '23年→'26年

| 指標 | 2030 |
|------|--------------------|
| CAGR | 6.9% ^{※3} |
| COPM | 17.0% |
| ROE | 17.0% |

※3 '23年→'30年

「共生社会」の実現に向けた取り組み

◆2030年をゴールとした20の重要取り組みテーマ



◆ 「共生社会」の実現に向けた20の重要取り組みテーマ

| | |
|----------------------|---|
| <p>私たちの健康を守る・支える</p> | <ul style="list-style-type: none"> 健康寿命延伸/QOL向上 性別や性的指向等により活躍が制限されない社会への貢献 ペットとの共生 育児生活の向上 衛生環境の向上 |
| <p>社会の健康を守る・支える</p> | <ul style="list-style-type: none"> 「NOLA&DOLA」を実現するイノベーション 持続可能なライフスタイルの実践 持続可能性に考慮したバリューチェーンの構築 顧客満足度の向上 安心な商品の供給 |
| <p>地球の健康を守る・支える</p> | <ul style="list-style-type: none"> 環境配慮型商品の開発 気候変動対応 リサイクルモデルの拡大 商品のリサイクル推進 プラスチック使用量の削減 |
| <p>ユニ・チャームプリンシプル</p> | <ul style="list-style-type: none"> 持続可能性を念頭においた経営 適切なコーポレート・ガバナンスの実践 ダイバーシティマネジメントの推進 優れた人材の育成・能力開発 職場の健康と労働安全システムの構築 |

◆私たちの健康を守る・支える

| 重要取り組みテーマ | 指標 | 実績 | | 中長期目標 | |
|--|--|--------|--------|-------|-------|
| | | 2021年 | 2022年 | 目標値 | 目標年 |
| 全ての人が「自分らしさ」を実感し、日々の暮らしを楽しむことができる社会の実現に貢献する商品・サービスの展開を目指します。 | | | | | |
| 健康寿命延伸/QOL向上 | どのようなときも、誰もが“自分らしさ”を実感して暮らすことのできる社会の実現に貢献する商品・サービスの展開比率。 | 100%継続 | 100%継続 | 100% | 2030年 |
| 性別や性的指向等により活躍が制限されない社会への貢献 | 世界中全ての人が、性別や性的指向等によって制限を受けることなく活躍できる社会の実現に貢献する商品・サービスの展開比率。 (一部の国・地域において残る女性への差別解消に貢献する商品・サービスの展開を含む) | 100%継続 | 100%継続 | 100% | 2030年 |
| ペットとの共生 | ペットが、家族はもちろん、地域に暮らす人々から歓迎される社会の実現に貢献する商品・サービスの展開比率。 | 100%継続 | 100%継続 | 100% | 2030年 |
| 育児生活の向上 | 赤ちゃん和家人が、すこやかに、かつ、ほがらかに暮らすことのできる社会の実現に貢献する商品・サービスの展開比率。 | 100%継続 | 100%継続 | 100% | 2030年 |
| 衛生環境の向上 | 一人ひとりの努力で、予防可能な感染症（接触感染、飛沫感染）を抑制する活動に貢献する商品・サービスの展開比率。 | 100%継続 | 100%継続 | 100% | 2030年 |

(私たちの健康を守る・支える)

商品やサービスを通じて高齢者に寄り添い「健康寿命延伸」をサポート



◆健康寿命延伸/QOL向上



2030年目標
100%継続



“自分らしさ”を実感して暮らせる
商品・サービスの展開

▶ ご使用される方のADL（日常生活動作）に合わせた独自性のある商品展開で自立排泄を支援

- 軽い尿モレの方
- お出かけに安心/一人で歩ける方/
介助があれば歩ける方
- 立てる方・座れる方
- 寝て過ごすことが多い方



(私たちの健康を守る・支える)

国や地域の特性に合わせた女性が輝く社会づくりのための活動を展開



◆ 性別や性的指向等により活躍が制限されない社会への貢献



2030年目標
100%継続



性別や性的指向等によって制限を受けることなく活躍できる商品・サービスの展開

➢ 生理について気兼ねなく話せる世の中を目指す
取り組み

#NoBagForMe

話そう、知ろう、生理のこと。



Internet Media AWARDS

日ウーマン 経エンパワメント

ACC

#UNSTEREOTYPE ALLIANCE

TOKYO CREATIVITY AWARDS
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

生理について学ぶ企業向けプログラム

みんなの生理研修

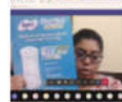
▶ 参加企業数(累計)は2,000社

研修動画提供数:
約430の企業・団体
(2023年12月末時点)

さらけだ荘

TikTok再生回数:
約2,100万回
(2023年12月末時点)

➢ 女性活躍支援をグローバルで推進



初潮教育・月経教育

オンライン含む参加数:
インド約58万名
(2023年12月末時点)



女性起業家創出プロジェクト



文化を考慮した女性専用工場

ピンクリボン活動:
日本2023年で16年目

(私たちの健康を守る・支える)

国や地域の特性に合わせた独自性のある新価値提案



- モレ不安を軽減するショーツ型や、温感に着目したナプキン (中国現法考案)



- ムレを感じにくく、ひんやりとした清涼感のクールタイプや、活性炭配合タイプのナプキン (タイ現法考案)



- 抗菌シートを採用したタイプ (インド現法考案) や、オリーブオイルを配合したナプキン (サウジアラビア現法考案)



- 妊活のタイミングをチェックするおりものシートや、女性のライフスタイルに応じたさまざまなタイプのケア用品 (日本考案)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(私たちの健康を守る・支える)
 独自技術でペットの毎日の健康とオーナー様の心をサポート



◆ペットとの共生



2030年目標
 100%継続



ペットが人々から歓迎される
 商品・サービスの展開

➤ 品質、美味しさ、健康をサポートする
 多様なニーズに応じたフード



➤ 不織布・吸収体の加工・成形技術を活かした
 トイレタリー商品と、愛犬と共にお出かけ
 できるサービス「Go with わんこ」



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

© HOKKAIDO NIPPONHAM FIGHTERS

28

(私たちの健康を守る・支える)

赤ちゃんと保護者の不快を解消し、心地よさを生み出す商品やサービスを通じて
育児環境の向上をサポート



◆ 育児生活の向上



2030年目標
100%継続



赤ちゃんと家族が、すこやかに、かつ、
ほがらかに暮らせる商品・サービスの展開

➤ 保護者と保育士の負担や、感染リスク軽減にも
つながる保育園向けサブスクリプション
(定額課金) サービス「手ぶら登園」



47都道府県
4,600カ所以上導入
(2024年1月時点)

➤ 国や地域のニーズに合わせた独自性のある商品



©Fujiko-pro, Snogakukan, TV-Asahi, Shin-ei, and ADK
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(私たちの健康を守る・支える)
日々の健康を守り、安心して快適な暮らしをサポート



◆ 衛生環境の向上



2030年目標
100%継続



一人ひとりの努力で、感染対策をするための
商品・サービスの展開

➤ つけ心地、機能性、デザインを追求し、
生活者の利用実態やニーズに合わせた商品



➤ 海外においても、高付加価値マスクの展開を強化



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆ 社会の健康を守る・支える

| 重要取り組みテーマ | 指標 | 実績 | | 中長期目標 | |
|--|--|--------|--------|---------------|-------|
| | | 2021年 | 2022年 | 目標値 | 目標年 |
| 提供する商品・サービスを通じて、お客様の安全・安心・満足の向上と、社会課題の解決や持続可能性への貢献の両立を目指します。 | | | | | |
| 「NOLA & DOLA」を実現するイノベーション | さまざまな負担からの解放を促し、生きる楽しさを満足することに貢献する商品・サービスの展開比率。 | 100%継続 | 100%継続 | 100% | 2030年 |
| 持続可能なライフスタイルの実践 | 持続可能性に貢献する社内基準「SDGs Theme Guideline」に適合した商品・サービスの展開比率。 | 100%※ | 10.5% | 50% | 2030年 |
| 持続可能性に考慮したバリューチェーンの構築 | 環境・社会・人権の観点を踏まえ、地域経済に貢献する『地産地消』で調達した原材料を用いた商品・サービスの展開比率。 | 開発継続中 | 開発継続中 | 倍増 (2020年) | 2030年 |
| 顧客満足度の向上 | 消費者から支持を獲得している(=No.1シェア)商品・サービスの比率。 | 23.4% | 23.6% | 50% | 2030年 |
| 安心な商品の供給 | 品質に関する新たな安全性の社内基準を設定し、認証を付与した商品の比率。 | 100%継続 | 100%継続 | 100% | 2030年 |

※ 「持続可能なライフスタイルの実践」の2021年実績については、運用件数から比率に改めました。

(社会の健康を守る・支える)

全ての人々が不自由なく健康的で衛生的に過ごせる
ソーシャルインクルージョンの実現に向けた商品とサービスを展開



◆ 「NOLA & DOLA」を実現するイノベーション



さまざまな負担からの解放を促し、生きる
楽しさが実感できる商品・サービスの展開

➤ 聴覚障がいや、言語障がいのある消費者の声に
耳を傾け、迅速に自社技術を活用したマスク



➤ おむつに蚊を寄せ付けず、デング熱の脅威から
赤ちゃんを守る世界初※の紙おむつに、お手頃価格の
パンツタイプ追加で、感染リスクの高い地域を支援



※ テープ部に香料含有のマイクロカプセルが塗工されている構造。
主要グローバルブランドにおける幼児用使い捨ておむつ対象。
(2020年2月ユニ・チャーム調べ)

◆地球の健康を守る・支える

| 重要取り組みテーマ | 指標 | 実績 | | 中長期目標 | |
|--|---|-------|-------|----------------|-------|
| | | 2021年 | 2022年 | 目標値 | 目標年 |
| 衛生的で便利な商品・サービスの提供と、地球環境をより良くする活動への貢献の両立を目指します。 | | | | | |
| 環境配慮型商品の開発 | 今までにないユニ・チャームらしい考え方で「3R+2R」を実践する商品・サービスの展開件数。 | 開発継続中 | 2件 | 10件以上 | 2030年 |
| 気候変動対応 | 事業展開に用いる全ての電力に占める再生可能電力の比率。 | 7.3% | 11.0% | 100% | 2030年 |
| リサイクルモデルの拡大 | 紙おむつリサイクル設備の導入件数。 | 開発継続中 | 1件 | 10件以上 | 2030年 |
| 商品のリサイクル推進 | 資源を循環利用した不織布素材商品のマテリアル・リサイクルの実施。 | 開発継続中 | 開発継続中 | 商業利用開始 | 2030年 |
| プラスチック使用量の削減 | プラスチックに占めるバージン石化由来プラスチックの比率。 | 開発継続中 | 開発継続中 | 半減 (2020年比) | 2030年 |

(地球の健康を守る・支える)

2050年3つの“ゼロ”を推進

「廃プラスチック“0”、CO₂排出“0”、自然森林破壊“0”」



「環境目標2030」

| 環境目標 2030 | 実施項目 | 原単位 | 基準年 | 2021年 実績 | 2022年 実績 | 2023年 目標 | 2030年 目標 | 2050 ビジョン |
|--------------------------|-------------------------------------|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------|-----------------|--------------------------------------|
| プラスチック 問題対応 | 包装材における使用量削減 | 原単位 | 2019年 ^{※1} | ▲0.2% | ▲12.3% | ▲14.0% | ▲30% | 新たな廃プラス チック“0”社会 の実現 |
| | 石化由来プラスチックフリー商品の発売 | - | - | 開発継続 | 開発継続 | 開発継続 | 10SKU以上 発売 | |
| | 使用済み商品廃棄方法啓発 | - | - | 38% (6カ国・ 地域) | 50% (6カ国・ 地域) | 56% | グループ 全社で展開 | |
| | 販促物でのプラスチック 使用ゼロ | - | 2019年 | ▲8.9% (日本) | ▲81.8% (日本) | ▲30% | グループ全社 で原則ゼロ | |
| 気候変動対応 | 原材料調達時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | 9.7% (日本) | ▲12.6% (日本) | ▲14.3% (日本) | ▲17% | CO ₂ 排出“0” 社会の実現 |
| | 製造時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | ▲26.9% | ▲35.2% | ▲38.6% | ▲34% | |
| | 使用済み商品廃棄処理時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | 23.7% (日本) | ▲11.6% (日本) | ▲14.2% (日本) | ▲26% | |
| 森林破壊に負担 しない (調達対応) | パルプ、パーム油の原産地 (国・地域)トレーサビリティ確認 | 森林由来 原材料 ^{※2} | - | 97% | 97.1% | 98.0% | 完了 | 購入する 木材について 自然森林破壊 “0”社会の実現 |
| | | パーム油 | - | 77.2% | 72.2% | 80.0% | | |
| | 認証パルプ (PEFC・CoC認証) の 拡大 | 認証工場数 比率 ^{※3} | - | 52.0% | 56.0% | 64.0% | 100% | |
| | | 認証材調達比率 | - | 76.0% | 72.3% | 75.0% | | |
| | 認証パーム油 (RSPO) の拡大 | - | - | 77% | 72.2% | 80.0% | 100% | |
| | 紙おむつリサイクル推進 | - | - | 開発継続 | 2件 ^{※4} | 2 | 10以上の 自治体で展開 | |

※1 設定当初、基準年を2016年としていましたが、2020年に再検討し、2019年に改めました。

※2 第三者認証材に加え、原産地(国・地域)トレーサビリティ確認ができた森林由来原材料比率。森林由来原材料は、パルプ、ティッシュ、セパレーター、エアレイドパルプが含まれます。

※3 当社工場におけるCoC認証取得工場数の比率。

※4 2022年は、鹿児島県志布志市と大崎町の2つの自治体でリサイクル設備の運用を実施。(2020年には東大和市、2021年に町田市で使用済み紙おむつの回収に関する実証実験を実施。)

(地球の健康を守る・支える)

SBTi※から新たに「1.5℃目標」としての認定取得を目指す



➤ 2050年CO₂排出“0”（ゼロ）社会に向けた取り組み

| 年度 | 取り組み状況 |
|-------|--|
| 2018年 | ✓ 日本で17番目の「2.0℃目標」設定企業として認証取得 |
| 2020年 | ✓ 「環境目標2030」設定 |
| 2022年 | ✓ 「1.5℃目標」修正に向け検討開始 ✓ スコープ3を含む包括的なGHG排出量可視化プロジェクト開始 |
| 2024年 | ✓ SBTi※へ「1.5℃目標」申請予定 ✓ 「1.5℃シナリオ」に基づき「環境目標2030」修正予定 |

※ SBTi (The Science Based Targets initiative) : 企業に対し、気候変動による世界の平均気温の上昇を産業革命前と比べ1.5℃に抑えるという目標に向けて、科学的知見と整合した削減目標を設定することを推進しています。

(地球の健康を守る・支える)

GHG (Green House Gas) 排出量可視化基盤の構築



➤ CO₂排出実質“0”の達成に向けた製品別GHG排出量開示を目指し、サプライチェーン全体のCO₂を含むGHG排出量可視化基盤の構築と、「気候変動対応」への取り組みをより強力に推進

| 環境目標 2030 | 実施項目 | | 基準年 | 2021年 実績 | 2022年 実績 | 2023年 目標 | 2030年 目標 | 2050 ビジョン |
|--------------|---|-----|-------|---------------|----------------|----------------|-------------|------------------------------------|
| 気候変動 対応 | 原材料調達時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | 9.7% (日本) | ▲12.6% (日本) | ▲14.3% (日本) | ▲17% | CO ₂ 排出 “0”社会の 実現 |
| | 製造時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | ▲26.9% | ▲35.2% | ▲38.6% | ▲34% | |
| | 使用済み商品 廃棄処理時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | 23.7% (日本) | ▲11.6% (日本) | ▲14.2% (日本) | ▲26% | |



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(地球の健康を守る・支える)

工場で使用する電力を再生可能電力へ切り替え、CO₂の削減を目指す



◆気候変動対応



【ユニチャーム各工場 上空写真】



事業展開に用いる
全ての電力に占める再生可能電力の比率

- 再生可能電力比率 11% ('22年12月末時点)
'23年度は約26%の見込み

| 上位5カ国 | 再生可能電力比率 |
|-------|----------|
| ブラジル | 100% |
| アメリカ | 100% |
| 中国 | 約26% |
| 日本 | 約16% |
| ベトナム | 約14% |

- 再生可能電力比率100%の事業所



ブラジル
(ジャグアリウーナ工場)



アメリカ
(Hartzプレゼントプレイン工場)



日本 (九州、豊浜製造所、三重工場、埼玉工場、ペパーレット) 37

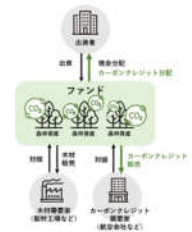


Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

▶ 日本企業10社が出資する森林ファンド
 「Eastwood Climate Smart Forestry Fund I」に参画



| | |
|--------|--|
| 名称 | Eastwood Climate Smart Forestry Fund I |
| 運用資産規模 | 約 600 億円 (約 415 百万 USD) ※1USD=144.46 円 (2023 年 7 月 3 日の為替レートで計算) |
| アセット | 主に北米の森林資産を想定 |
| 運用期間 | 15 年間 |
| 運営 | Eastwood Forests 社 (住友林業グループ) SFC アセットマネジメント株式会社 (住友林業グループ) |
| 組成時期 | 2023 年 6 月 |



▶ 通常の建物に比べてエネルギー消費量を50%以下まで削減したZEB Ready (ゼブレディ) ※認証取得の新オフィスタワーへ移転



※ 4段階のZEB (Net Zero Energy Building (ネット・ゼロ・エネルギー・ビル) の略語) シリーズのひとつ。ZEB Readyの認証基準は、再生可能エネルギーを除き、省エネで基準一次エネルギー消費量から50%以上の一次エネルギー消費量の削減を実現している建築物とされている。



- 太陽光発電の設置
- 明るさセンサー付LED照明の設置
- 冷暖房効率アップの複層ガラスの採用
- 緑被率48%
- 雨水および空調からの排水利用

(地球の健康を守る・支える)

環境配慮と持続可能な物流体制構築の取り組み



- 異業種とのスワップボディコンテナ活用による荷役作業分離や混載輸送、鉄道、船舶によるモーダルシフトの拡大



- 消費地近郊における物流拠点整備



- 自動倉庫設備や、最新倉庫管理システムなどを備えた九州スマートロジスティクス



- 超音波接合特許技術で快適性、圧縮率が改善した商品や、食品ロス削減、長期保存に貢献する商品で物流配送の効率化と温室効果ガス排出量を削減



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

真空パック&吸水台紙 39

(地球の健康を守る・支える)
 “ごみゼロ”の世界を目指す
 「紙パンツから紙パンツへの水平リサイクル」へ挑戦



◆環境配慮型商品の開発



今までにない考え方で「3R+2R」を
 実践する商品・サービスの展開件数

➢ 世界初^{※1}のオゾン技術で処理した再生パルプを
 新たな紙パンツの吸収体の一部に使用した商品を
 発売^{※2}



※1 オゾン処理技術を使用した紙パンツから紙パンツへの水平リサイクル技術について
 (2020年12月UC調べ)
 ※2 九州地区の病院・介護施設様で販売

➢ 「手ぶら登園」導入園^{※3}で、使用済み紙おむつの
 回収を開始



保育園施設から使用済み紙おむつを回収、資源化までの流れ

※3 鹿児島県志布志市で「手ぶら登園」を利用する5つの保育園施設

(地球の健康を守る・支える)

使用済み紙パンツの再資源化でゴミ処理費用削減と環境負荷を低減



◆ リサイクルモデルの拡大



2030年目標
10件以上



紙おむつリサイクル設備の導入件数

➤ 安心と便利さはそのままに、リサイクルがあたり前の未来へ

すべての素材を
再資源化



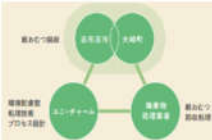
使用済み紙パンツ
衛生材料品質まで
キレイに



オゾン漂白・殺菌は
水も空気も
汚さない



はじまっている
リサイクルが
あたり前の未来



➤ 水平リサイクル (紙パンツから紙パンツへ)



(地球の健康を守る・支える)
使用済み紙パンツのリサイクル推進に向けた取り組み



➤ **使用済み紙パンツのリサイクル推進に向けた自治体や企業との共創**



➤ **使用済み紙パンツ由来の再生プラスチックを配合した回収袋**



➤ **再生パルプを活用した紙パンツ供給量拡大に向けハビックス(株)と再生パルプから紙パンツ用原紙への加工技術を開発し、再生パルプ商業利用開始**



➤ **再生パルプの品質や安全性、環境への配慮などを体験する機会の創出や、SNSを活用した発信**



◆商品のリサイクル推進



資源を循環利用した不織布素材商品の
マテリアル・リサイクルの実施

- ▶ 紙おむつの製品ロスなどを、猫の排泄ケア用品（紙砂®）の原料として二次利用することで
廃棄物削減を推進



ユニ・チャーム生産子会社



ペットケア用品の生産子会社 ベパーレット(株)新工場

◆プラスチック使用量の削減



プラスチックに占めるバージン石化由来プラスチックの比率

➤ 販促物を紙素材へ切り替え、プラスチック使用量削減を推進



➤ 製造過程で排出するプラスチック「トリムロス」再原料化を開始



工場で排出したトリムロス

循環型システム

◆ユニ・チャーム プリンシプル

| 重要取り組みテーマ | 指標 | 実績 | | 中長期目標 | |
|---|--|---------------|---------------|----------------|---------------|
| | | 2021年 | 2022年 | 目標値 | 目標年 |
| 全てのステークホルダーから信頼を得られるような公正で透明性の高い企業運営を目指します。 | | | | | |
| 持続可能性を念頭に おいた経営 | 外部評価機関による評価レベルの維持・向上の推進。 | — | — | 最高レベル | 2026年 から毎年 |
| | バリューチェーンにおける重大な人権違反の 発生件数。 | 発生ゼロ | 1件* (是正済) | 発生ゼロ | 毎年 |
| 適切なコーポレート・ ガバナンスの実践 | 重大なコンプライアンス違反件数。 | 発生ゼロ | 発生ゼロ | 発生ゼロ | 毎年 |
| ダイバーシティ マネジメントの推進 | 女性社員に様々な機会を提供することによる 管理職における女性社員比率。 | 22.5% | 23.2% | 30%以上 | 2030年 |
| 優れた人材の育成・ 能力開発 | 社員意識調査の「仕事を通じた成長実感」における 肯定的な回答の比率。 | 81.4% (日本) | 89.2% (全社) | 80%以上 | 2030年 |
| 職場の健康と労働安全 システムの構築 | 心身ともに社員が健康で安心して働くことができる 職場環境整備による心身の不良を原因とした休職 者の削減比率。 | 6名 (日本) | 4名 (日本) | 半減 (2020年比) | 2030年 |

※ 自社施設およびサプライヤーのSMETA監査のビジネスクリティカルの数（下段には是正対応結果を記載）

(ユニ・チャームプリンシプル)

社会価値・経済価値の最大化に向け、役員評価に続き、
全社員を対象にESG評価制度を導入



◆ 持続可能性を念頭においた経営



私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

➤ ESGに関する評価を役員評価
(取締役※、執行役員)に先行導入

- ✓ 全社業績：全社売上高／全社コア営業利益／親会社の所有者に帰属する当期利益（構成比20%～50%）
- ✓ 担当部門業績：担当部門売上高／担当部門利益（構成比0%～40%）
- ✓ 全社重点戦略：役員自身で実行する優先戦略／ESG評価（専門機関の評価等）（構成比20%～50%）
- ✓ 担当部門重点戦略：担当部門の最優先戦略（構成比0%～40%）

※ 監査等委員である取締役を除く

2026年から毎年
最高レベル



外部評価機関による評価レベルの
維持・向上の推進

➤ ESG評価制度を全社員に導入し、世の中への
貢献内容の可視化と個々の成長を通じた
新たな価値創造を実現

ESG目標

共生社会を実現

人事制度

「個」の成長を促し
世界No.1企業を実現



(ユニ・チャームプリンシプル)
女性の活躍推進に向けた取り組みを更に強化



◆ダイバーシティマネジメントの推進



2030年目標
30%以上



女性社員に様々な機会を提供することによる
管理職における女性社員の比率

➤ キャリア、悩みの共有や、執行役員をメンター
とした対話の場を創出 (日本)

Room L+

安心感と働く意欲を高
める女性コミュニティ

開発部門D&I研修

バイアスを理解し、自分の
無意識の偏見に気づく

エンパワメント制度

執行役員との1on1で
リーダーの力を引き出す

社長・リーダーランチ会

視野視座の拡大とキャリア
パス実現意欲を醸成

➤ 国や地域が抱える課題を克服し、女性の経済的
自立を支援 (海外)

**インド農村部での
女性起業家の創出**



**サウジアラビアの女性達へ
新たな活躍の場を提供**



(ユニ・チャームプリンシプル)
現地に寄り添った独自価値を創出する人材をグローバルで育成



▶ 本部長以上現地化比率



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆優れた人材の育成・能力開発

2023年度 社員満足度 (全社)

5点満点中

4.04

2022年度 4.39 (日本)



2030年目標
80%以上



社員意識調査の「仕事を通じた成長実感」における肯定的な回答の比率

- ▶ 全社ではCPI（消費者物価指数）を超える報酬上昇率を実現



- ▶ 社員の成長を促し、人的資本の強化を図る役割手当を導入

| 役割手当名称 |
|--------------|
| スクラムリーダー手当 |
| ブラザー&シスター手当 |
| キャリアナビゲーター手当 |
| 新入社員初任給変動制手当 |
| スキル手当 |

◆持続可能性を念頭においた経営

- ①各執行役員が、将来の取締役・執行役員候補者に対して、定期的に各候補者のキャリアビジョン・キャリアプランを踏まえた面談を実施し、人材マップを作成・更新。
- ②代表取締役社長執行役員が、各執行役員に対して、四半期ごとに個別面談を実施し、客観的な判定が可能な担当部門および執行役員個人の達成目標を決定するとともに実績を評価し、指導・育成。社外取締役も各執行役員に対して年1回以上、各執行役員と個別面談機会を設定し、各執行役員の執行状況、業務の課題を確認し大所高所からご助言をいただくことにより、課題解決に繋げ、経営者としてより高い視座を得るよう指導・育成。
- ③以上の仕組みの運用状況を定期的に指名委員会および報酬委員会に報告し、審議・討議。
- ④取締役会は、指名委員会における審議の結果を踏まえて、取締役候補者および執行役員を指名。
- ⑤中長期的な取締役および執行役員候補の発掘および育成を目的のひとつとして、代表取締役社長執行役員の直轄人材育成プログラムとして「グローバル15プロジェクト」（部長級幹部を対象とし、15名前後を1期とし、3年間累計18回程度の会合を実施。一般教養を学ぶ体験型研修を実施）や「戦略担当秘書制度」（30歳代の中堅社員を対象とし、2ヶ月間所属部門から経営企画室へ異動し、代表取締役社長執行役員の秘書として活動し、OJTを通じて経営者の思考特性、行動特性を学ぶ）等を実施。

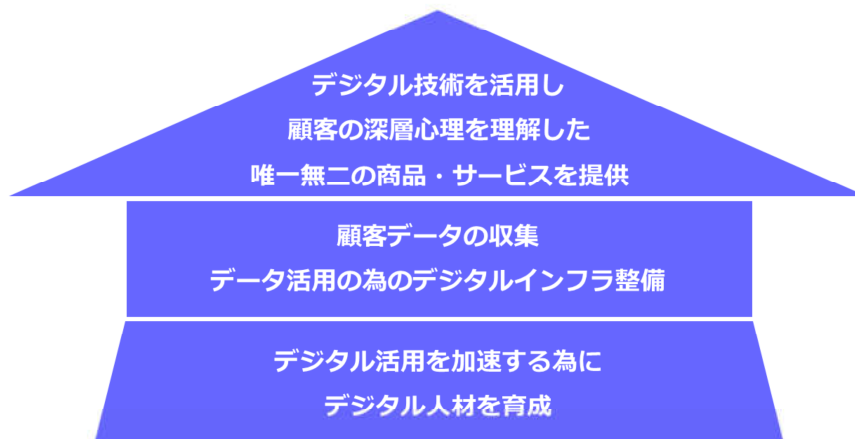
新たな価値創造に向けたデジタル人材（DX人材）の育成

デジタル技術活用により、生活者の絶対価値を創造することで
持続的な企業価値の向上と、競争力強化を実現

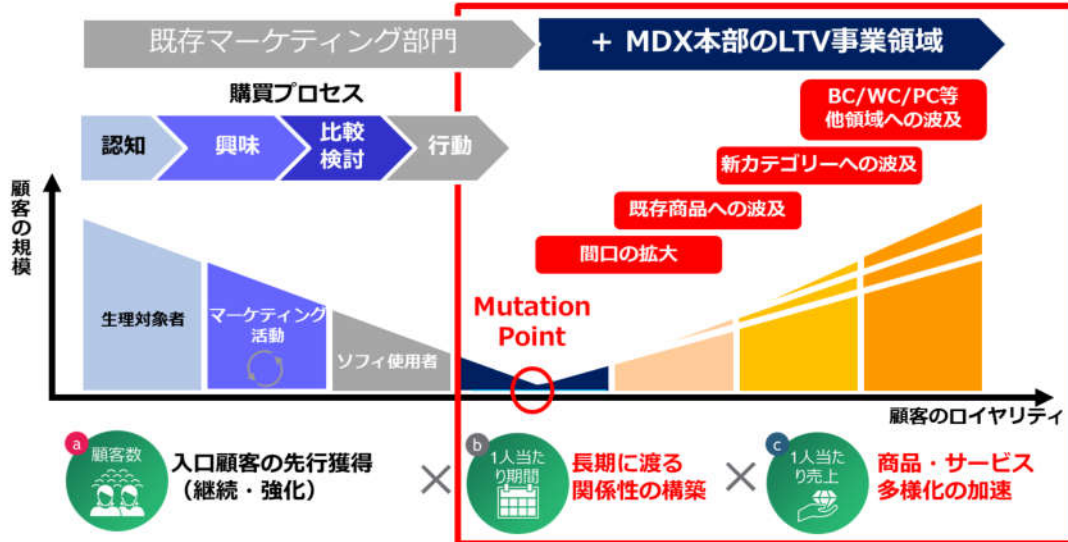


SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS への貢献 「Love Your Possibilities」

「共生社会」の実現



➤ MDX本部（Marketing by DX）のLTV事業領域



顧客のライフタイムバリュー最大化に向けたグローバルでの「DX人材」育成の取り組み



- デジタルの基礎知識を習得する「DX 基礎勉強会」などの研修で専門的学習機会を創出



- グローバルでのオンライン自主学习システム「LinkedIn Learning」で高ログイン、リピート率、自発的な学習を実現

| | 利用者数 | ログイン率 |
|----|---------|-------|
| 海外 | 約2,000名 | 100% |
| 日本 | 約1,000名 | 100% |



- グローバルで活躍出来るEC人材を育成するプログラム「EC研修生制度」



- 時間短縮や、業務の効率化などに繋がるデジタルツールUniChat（ユニ・チャーム版生成AI Chat）を導入



デジタル技術を活用した取り組み事例

デジタル技術を活用したグローバルでの「BOP Ship」を体現できる
「共振人材」育成の取り組み



- 創業当初から受け継がれ、進化するユニ・チャームの企業文化「BOP-Ship」



- 「The Unicharm Way」アプリで
「共振の経営」を浸透



- 人材育成PF「KYOSHIN」で
高い目標へのチャレンジと人材育成力を強化



デジタル技術を活用した国内の取り組み①

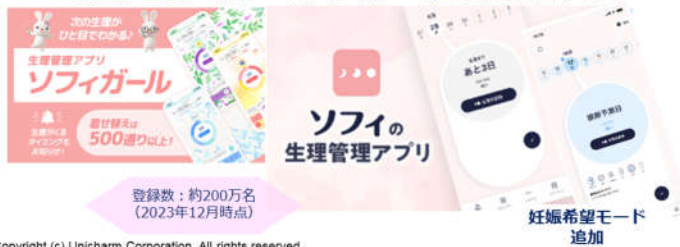


➤ 最適な紙パンツ選びをサポートする
「大人用おむつカウンセリング」



ユーザー数：約2.9万名
(2023年12月末時点)

➤ 生理にまつわる悩みをサポートする
「ソフィガール」「ソフィ」(生理管理アプリ)



登録数：約200万名
(2023年12月時点)

妊娠希望モード
追加

➤ ワンちゃん、ネコちゃんに関するお悩み共有
サービスDOQAT※



※ DOQAT <https://doqat.jp/>

登録数：計4.4万名
(2023年12月末時点)

➤ 出産や育児の不安をサポートする、チームムーニー
「ポイントプログラム」「オンラインムーニー
ちゃん学級」「トイレトレーニングアプリ」



チームムーニー
登録会員数：約194万会員
(2023年12月末時点)

デジタル技術を活用した国内の取り組み②



- (株)RABO※1との資本業務提携で、ネコちゃん健康支援サービスを展開



※1 株式会社RABO <https://rabo.cat/company/>

- (株)ファーストアセント※2との資本業務提携で、健やかな育成環境の実現を加速



※2 子育て環境をより豊かにするため、AIやIoTを駆使した先進的な技術によって新しいサービスを創造し続ける会社

- (株)CHaiLD※3との共同研究で、赤ちゃんの良質な睡眠環境、適切なケアを促進



※3 株式会社CHaiLD <https://c-c-s.jp/>

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

- 保育園向けベビー用紙おむつのサブスクリプション「手ぶら登園」で、保護者と保育士の負担や、感染リスクを軽減

- 店外における来店前のデジタル施策で、価値伝達を進化



- お取り扱い商品「店舗検索システム」で、お客様満足度を向上



- 顧客インサイトの発見に向け、「デジタルスクラムシステム」を開発

<デジタルスクラム 簡略イメージ図>



- 「ダイレクトショップ」の仕組み強化により、全カテゴリーで、お客様のさまざまなニーズに対応

| ユニ・チャームダイレクトショップのサービス | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|
| POINT 1 / メーカー直販で安心! | POINT 2 / いつもの商品が手に入る! | POINT 3 / うれしい価格も! |
| POINT 4 / まとめて購入が便利! 送料も1回限り! | POINT 5 / 平日午後5時までのご注文で翌日お届けに可能! | POINT 6 / 便利なクレジットカード決済も対応! |

▶ 様々な自動設備、IoTを活用した最新鋭のスマートファクトリー（九州）



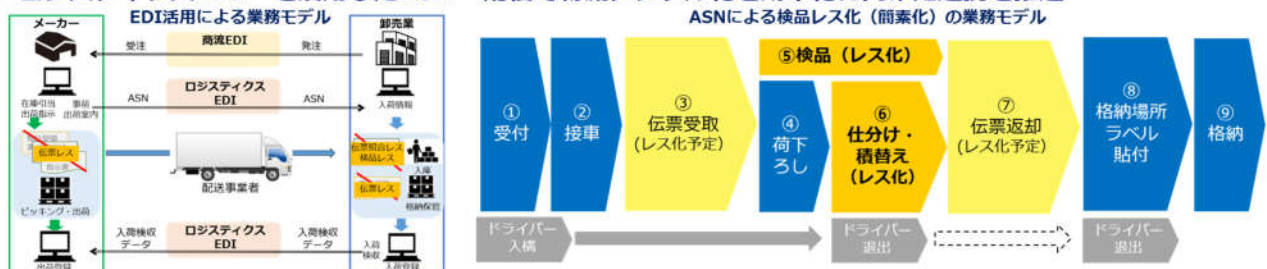
産業用ロボット

SCADA※1

スマートロジスティクス

※1 Supervisory Control And Data Acquisitionの略

▶ ロジスティクスEDI※2を活用したASN※3配信で物流デジタル化と効率化に向けた連携を推進



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved. ※2 Electronic Data Interchangeの略 ※3 Advanced Shipping Noticeの略

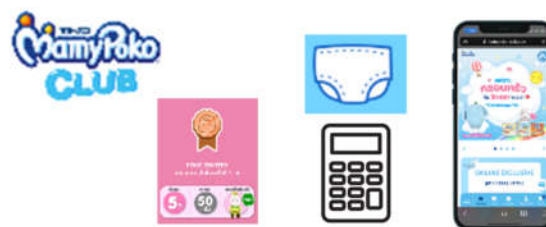
➤ ペットの成長、健康記録ツール+病院紹介、商品購買プラットフォーム「宠本本 (Pet note)」



➤ 女性の生理知識、悩みをサポートするアプリ「Sofy Girl Talk」



➤ ベビー用紙おむつのユニークな顧客体験を実現する「Mamypoko Club」



外部機関からの評価と連携（2023年度上期）



| | |
|----|--|
| 2月 | <ul style="list-style-type: none">✓ 第8回ACAP「消費者志向活動章」を受章✓ 令和4年度 消費者志向経営優良事例表彰「内閣府特命担当大臣表彰」を受賞✓ 「2023年ルームバグ男女平等指数」に3年連続で選定 |
| 3月 | <ul style="list-style-type: none">✓ 「スポーツエールカンパニー」に認定✓ 「健康経営優良法人（大規模法人部門）」に認定✓ 「人的資本リーダーズ2022」に選定✓ 令和4年度みんな子育て応援団大賞「香川県知事賞」を受賞✓ 「CDP2022サプライヤー・エンゲージメント・リーダー」に選定 |
| 4月 | <ul style="list-style-type: none">✓ Institutional Investor「2023 Japan Executive Team Rankings」で「All-Star」に選定✓ 「LinkedIn Talent Awards 2022」の「Learning部門」で最優秀賞を受賞 |
| 5月 | <ul style="list-style-type: none">✓ 第50回環境賞で「優秀賞」を受賞✓ 「デジタルトランスフォーメーション銘柄（DX銘柄）2023」で「DX注目企業2023」に選定 |

外部機関からの評価と連携（2023年度下期）



| | |
|-------------|--|
| 7月 | <ul style="list-style-type: none">✓ 「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に12年連続で選定✓ 「サプライチェーンイノベーション大賞2023」で優秀賞を受賞✓ GPIFが採用する6つのESG投資指数すべての構成銘柄に選定 |
| 9月 | <ul style="list-style-type: none">✓ 第6回エコプロアワードで「優秀賞」を受賞 |
| 10月 | <ul style="list-style-type: none">✓ 国立大学法人 一橋大学大学院 経営管理研究科 国際企業戦略専攻が主催する「ポーター賞 2023」を受賞✓ インドネシア現地法人のPT Uni-Charm Indonesia Tbkが製造・販売する『MamyPoko Royal Soft Organic Cotton』が、インドネシア国立記録博物館の認定を獲得 |
| 12月 | <ul style="list-style-type: none">✓ 「D&I AWARD 2023」で「ベストワークプレイス」に認定 |
| 2024年 1月 | <ul style="list-style-type: none">✓ コスモテックが発売する『フレッシュ・プロ』が「日経優秀製品・サービス賞2023」で最優秀賞を受賞✓ 東京都が推進する「令和5年度 東京都スポーツ推進企業」に認定 |

インデックスへの組み入れおよび評価



2023 CONSTITUENT MSCIジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数

2023 CONSTITUENT MSCI日本株 女性活躍指数 (WIN)

※ 免責事項は以下サイトに掲載しております。
<https://www.unicharm.co.jp/ja/company/news/2023/0725-02.html>

※ ユニ・チャーム株式会社のMSCI指数への組み入れ、および本ページにおけるMSCIのロゴ、トレードマーク、サービスマーク、指数名称の使用は、MSCIやその関係会社によるユニ・チャーム株式会社の後援、推薦あるいはプロモーションではありません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCIおよびその指数の名称とロゴは、MSCIやその関係会社のトレードマークもしくはサービスマークです。



外部機関との連携



地方創生SDGs
官民連携
プラットフォーム
私たちは持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。



Sedex Member



In support of
WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES
Established by UN Women and the UN Global Compact Office



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

外部機関との連携
ユニ・チャーム発祥の地となる愛媛県での地域社会貢献活動



➤ 企業版ふるさと納税を通じた地域の未来を担う子供たちへの支援活動



次世代球児育成事業

四国中央市電子図書館の児童書購入

➤ 「共生社会実現パートナー」として、FC今治の選手・スタッフ・サポーターの皆様とともにスポーツビジネスを通じて、地方創生に貢献

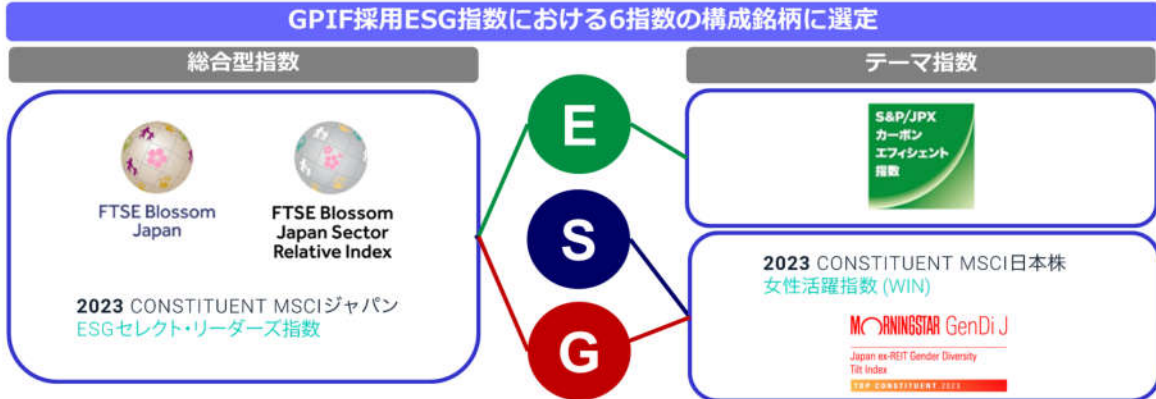


➤ 男子プロテニス協会公認「ユニ・チャーム トロフィー 2023愛媛国際オープン」に協賛



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

GPIF採用ESG指数における6指数の構成銘柄に選定



※ ユニ・チャーム株式会社のMSCI指数への組み入れ、および本ページにおけるMSCIのロゴ、トレードマーク、サービスマーク、指数名称の使用は、MSCIやその関係会社によるユニ・チャーム株式会社の後援、推薦あるいはプロモーションではありません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCIおよびその指数の名称とロゴは、MSCIやその関係会社のトレードマークもしくはサービスマークです。

※ 免責事項は以下サイトに掲載しております。
<https://www.unicharm.co.jp/ja/company/news/2023/0725-02.html>

その他ESG指数



| | | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
|------------------|-------------|---------|-------|---------|-------|--------|
| CDP SCORES | 気候変動 | B | A- | A- | A- | A- |
| | 森林 (木材) | B | B- | B | B | A |
| | 水 セキュリティ | B- | B- | B | B | A |
| MSCI ESG RATINGS | | BBB 5.3 | A 5.3 | BBB 4.7 | A 5.1 | AA 5.7 |
| FTSE ESG RATINGS | | 3.5 | 3.7 | 3.9 | 4.0 | 4.2 |

「Kyo-sei Life Vision 2030」重要テーマに関わる取り組み事例



| 取り組み事例 | 実績 |
|---|---------------------------------|
| 「尿もれケア・排泄ケア」講座 | 尿もれケア：累計176回開催（2023年12月末時点） |
| | 排泄ケア：累計329回開催（2023年12月末時点） |
| 「大人おむつカウンセリング」ユーザー数 | 約29,000名（2023年12月末時点） |
| 「みんなの生理研修」動画提供数 https://www.sofy.jp/ja/campaign/minnanoseirikensyu.html | 約430の企業・団体（2023年12月末時点） |
| 「ソフィガール」（生理管理アプリ）利用者数 https://www.sofy.jp/ja/app/sofygirl.html 「ソフィ」（生理管理アプリ）利用者数 https://www.sofy.jp/ja/app/sofy.html | 合算累計約2,000,000名（2023年12月末時点） |
| TikTok「さらけだ荘」再生数 https://www.tiktok.com/@sofy_official_7days/ | 約2,100万回（2023年12月末時点） |
| 初潮教育・月経教育（オンライン含む） | インド：約580,000名（2023年12月末時点） |
| 初潮教育・月経教育（母娘で学ぶセッション） | インド：計345回 約10,400組（2023年12月末時点） |
| 初潮教育サイト「Charm Girls Talk」登録数 | インドネシア：約82,000名（2023年12月末時点） |
| 「チームムーニーポイントプログラム」登録会員数 https://jp.moony.com/ja/apps/moonypoint.html | 累計約1,940,000会員（2023年12月末時点） |
| 「手ぶら登園」利用施設数 | 47都道府県 4,600カ所以上（2024年1月時点） |
| ペットのQ&Aサービス「DOQAT」登録数 https://doqat.jp/ | 約44,000名（2023年12月末時点） |



私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

