

**2024年12月期  
第1四半期 (1月1日~3月31日)  
決算説明資料**

2024年5月7日

ユニ・チャーム株式会社



ユニ・チャームの島田でございます。  
本日はご多忙のおり、ユニ・チャーム株式会社 2024年12月期 第1四半期決算説明  
Webカンファレンスに、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。

## 2024年12月期 第1四半期（1月1日～3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。

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

最初に、2024年12月期第1四半期決算の概要でございます。

## 連結

売上高 **2,363億円** (YoY +7.0%)  
コア営業利益 **375億円** (YoY +32.1%)

- 売上高、コア営業利益、税引前四半期利益において過去最高を更新。
- 継続した価値転嫁の効果や原価低減などにより利益率が大幅改善。

## 日本

**9.6%増収、31.9%増益**

- 全事業における価値転嫁浸透・拡大により、想定以上の増収増益を達成。
- ウェルネスケアは更なる価値転嫁推進により日本業績を牽引。
- 先行的に価値転嫁を進めていたペットケアでは効果一巡も高成長を継続。

## 海外

**5.8%増収、34.4%増益**

- アジア地域 増収増益。インドが好調持続で中国などの回復途上をカバーし増収。インドの収益性改善と中国やタイなどで改善が緩やかに進み増益。
- その他地域 増収増益。中東では業績拡大。北米は収益性改善。ブラジルは黒字定着。

## 株主還元

**年間配当44円 23期連続増配**

- 自己株式取得について・・・4月末現在、約59億円を取得（1,289千株）。

まず、概要でございます。資料の3ページをご覧ください。こちらが2024年12月期第1四半期決算の総括になります。  
この内容について説明させていただきます。

売上高は3年連続で過去最高を更新  
 コア営業利益も価値転嫁推進や原価低減などにより過去最高を更新



● 連結決算ハイライト  
 (1-3月)

	'23/12月期 1Q	'24/12月期 1Q	増減額	増減率	(業績予想) '24/12月期	進捗率
売上高	2,208	<b>2,363</b>	+154	+7.0%	10,060	23.5%
コア営業利益 (利益率)	284 (12.9%)	<b>375 (15.9%)</b>	+91	+32.1% (+3.0P)	1,440 (14.3%)	26.1%
税引前四半期利益 (利益率)	282 (12.8%)	<b>347 (14.7%)</b>	+65	+23.0% (+1.9P)	1,440 (14.3%)	24.1%
親会社の所有者に帰属する四半期利益 (利益率)	165 (7.5%)	<b>178 (7.5%)</b>	+13	+7.9% (±0P)	900 (8.9%)	19.8%
EBITDA 税引前四半期利益 +減価償却費及び償却費	385	<b>458</b>	+73	+18.9%	1,860	24.6%
基本的1株当たり四半期利益(円)	27.84	<b>30.21</b>	+2.37	+8.5%	152.49	19.8%
USDレート(円)	132.34	<b>148.61</b>	+16.27	+12.3%	143.00	—
中国元レート(円)	19.34	<b>20.63</b>	+1.29	+6.7%	19.90	—

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

4

資料の4ページをご覧ください。

連結決算のハイライトでございます。

第1四半期決算の業績につきましては、売上高は2,363億円、7%増収、第1四半期としましては3年連続で過去最高を更新し、コア営業利益は375億円、32.1%増益と、こちらも過去最高を更新することができました。

当期では1月からの原材料単価の下落によって、粗利率を1.1ポイント改善する効果や、引き続き付加価値をつけた新商品、リニューアル商品などで価値を高めた価値転嫁の浸透、拡大などを進めた結果、粗利率は2022年第4四半期を底に四半期ごとに改善が順調に進みまして、コア営業利益率は3ポイント改善し、15.9%となりました。

連結業績予想に対しましては、表の右端にありますように売上高、コア営業利益については、日本を中心に良いスタートが切れているのではないかと考えております。

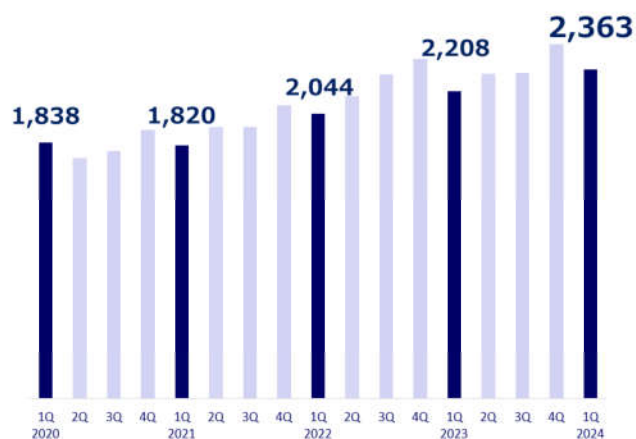
一方、親会社の所有者に帰属する四半期利益につきましては、エジプトにおける通貨切り下げに伴い、親子ローンの評価において為替差損が発生し、それに対する繰延税金資産が未計上となったことなどで、法人税率が上昇したため、進捗が遅れている状況となりましたが、第2四半期以降は徐々に想定していた法人税率まで下降する予定です。

当第1四半期（1-3月）は継続した価値転嫁による安定した売上高成長と収益性改善を実現し  
 四半期単位のコア営業利益は過去最高を更新



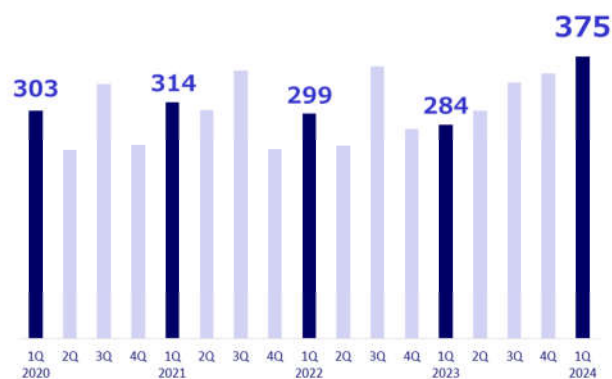
● 売上高推移(四半期別)

(億円)



● コア営業利益推移(四半期別)

(億円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

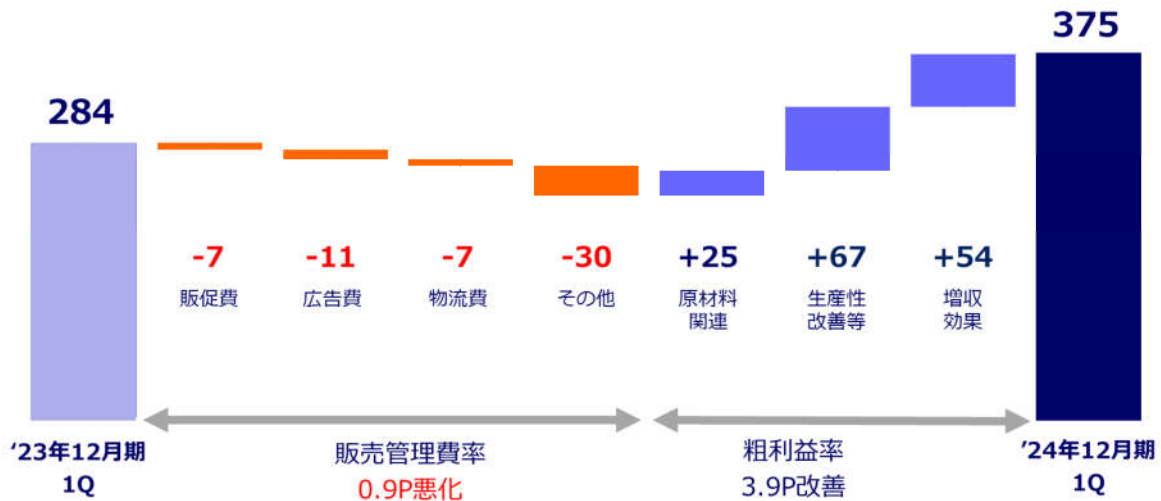
5

資料の5ページをご覧ください。  
 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1四半期は同期間において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、四半期単位で過去最高を更新できました。これは、引き続き日本を中心とした価値転嫁の浸透・拡大や、中国など回復途上のなか増益となったこと、また原材料費のコストダウンなどによるものです。

● コア営業利益増減（1-3月）

(億円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

6

資料の6ページをご覧ください。

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0.9ポイント悪化し、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55億円増加しました。

その中では、広告費が11億円増加となりました。これは価値転嫁を浸透、拡大させる過程において、北米ペットケアでは猫用のメディア広告や、中東ではベビーケア、フェミニンケアにおけるオリーブ配合商品の認知拡大、また中国、インドでもフェミニンケアにおける新商品などのさら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、物流費については、売上高比率が0.2ポイント改善したものの、増収に伴い7億円増加いたしました。

販促費については、7億円増加しておりますが、これは主にタイ、インドネシア、ブラジルにおける新規販売チャネルでの販促費が増加したことが主要因となります。

その他の費用項目で30億円増加しているのは、人件費が一番増加し、次に主にシステム関連費の業務委託費、減価償却費、市場調査費、旅費交通費などがその増加の要因です。

次に粗利益に関する項目では、原材料関連の費用につきましては原材料を仕入れる際の為替がネガティブな影響となりましたが、当四半期では原材料単価は下がり、25億円のコストダウンとなりました。

加えて、日本を中心とした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、拡大し、また、事業ミックスの改善が進んだ結果、増収効果と生産性改

善などで粗利益が拡大し、販管費増加分を吸収し、91億円の営業利益の増益となりました。

日本では価値転嫁が浸透・拡大し全事業で増収増益  
 アジアはインドが好調持続、中国は回復基調となり増益、タイは事業ミックス改善により増益  
 その他地域は中東の業績拡大と北米の収益性改善、ブラジルの安定成長などが業績を牽引



● 所在地別セグメント情報  
 (1-3月)

(億円)

		'23/12月期 1Q	'24/12月期 1Q	増減額	増減率	(参考) 実質 ※1 増減率
日本	売上高	711	780	+68	+9.6%	—
	コア営業利益 (利益率)	134 (18.8%)	177 (22.6%)	+43	+31.9% (+3.8P)	—
アジア	売上高	1,087	1,093	+6	+0.5%	-7.1%
	コア営業利益 (利益率)	112 (10.3%)	131 (12.0%)	+19	+17.2% (+1.7P)	+8.6%
その他 ※2	売上高	410	490	+81	+19.7%	+6.9%
	コア営業利益 (利益率)	36 (8.7%)	67 (13.7%)	+32	+88.0% (+5.0P)	+66.4%
連結	売上高	2,208	2,363	+154	+7.0%	+0.9%
	コア営業利益 (利益率)	284 (12.9%)	375 (15.9%)	+91	+32.1% (+3.0P)	+26.0%

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース  
 中国 -4% インドネシア -9% タイ -12% インド +8% ベトナム -27% 中東 +14% 北米 +3% ブラジル +3%

※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7ページをご覧ください。

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9.6%増収、31.9%増益となり、引き続きマスクの業績減退はありましたが、全事業において増収増益を達成することができました。

また、コア営業利益率は、これまでの継続した価値転嫁の浸透拡大や原材料価格のコストダウンの効果、事業ミックスの改善などもあり、その結果3.8ポイント改善し、22.6%と過去最高レベルとなりました。中でもマスクなどを除いたウェルネスケアの価値転嫁の浸透、拡大が進み、2桁増収、大幅増益となり、日本全体の業績を牽引しました。

その他でも、フェミニンケアも同様に高い成長となり、ペットケアでは前期高成長にもかかわらず、1桁後半の増収と高成長を継続することができ、ベビーケアにおいても同様に国内向けは2桁増収となりました。

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0.5%増収、コア営業利益は17.2%増益、コア営業利益率は1.7ポイント改善し、12%となりました。

アジアの主要国につきましては、インドでは前期のハードルが非常に高い中、ベビーケア、フェミニンケアともに好調を維持し、アジア業績を牽引しました。また、中国ではフェミニンケアが予定どおり新商品などを投入し、販売を強化したことによって回復基調となり、増益となりました。タイについては、引き続きベビーケアの市場環境は厳しい状況ではありますが、フェミニンケア、ウェルネスケアの構成比が上昇し、増益となりました。

一方、主要国の中で、唯一減収減益となったベトナムですけれども、前期末の新商品を絡めた納品拡大の反動が影響いたしました。店頭での販売活動は順調に進み、



市場シェアは安定しております。

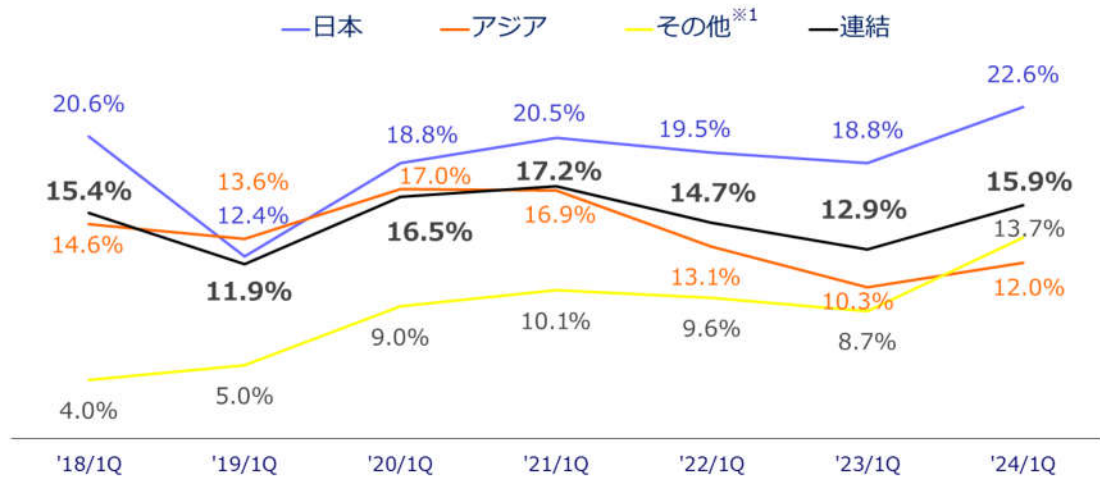
最後に、その他の地域につきましては、売上高は19.7%増収、コア営業利益は88%増益となり、コア営業利益率は5ポイント改善し、13.7%となりました。これを牽引したのは中東と北米ペットケア、ブラジルです。

中東については、前期からのベビーケア、フェミニンケアにおける価値転嫁の浸透、拡大が継続し、サウジアラビア国内で高成長となりました。また、海外輸出においても、情勢が不安定の中、成長となりました。

北米のペットケアにつきましては、引き続き猫おやつの広告費の増加はありましたが、価値転嫁効果、原価改善などによってそれを吸収し、収益性は大きく改善いたしました。

ブラジルについては、前期のハードルが高いこともあり増収率は低く見えておりますが、ベビーケアを中心に広告を積極的に投下しながらも、収益性は大きく改善することができました。

● 所在地別 コア営業利益率（1-3月）



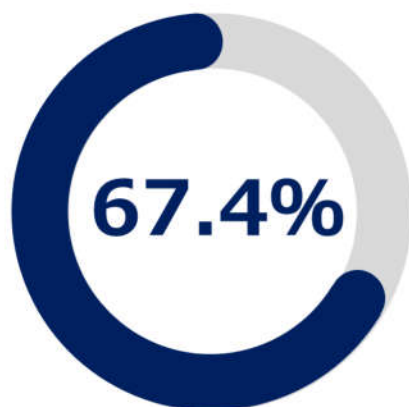
※1 その他の主な地域は、北米、サウジアラビア、ブラジル、オランダ

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

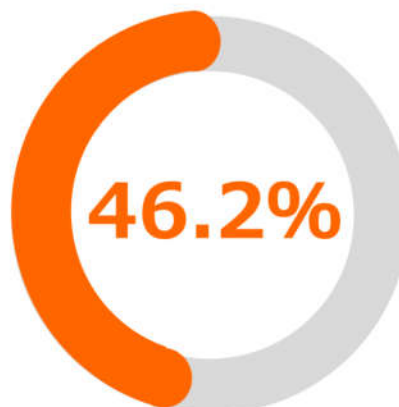
資料の8ページをご覧ください。  
所在地別のコア営業利益率推移グラフです。

四半期ごとの粗利率については、日本を中心とした価値転嫁の浸透、拡大が進んだことや、原材料価格のコストダウン効果によって、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。  
今後も現地ニーズに合わせた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年の営業利益率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9ページをご覧ください。  
海外売上高比率のグラフです。  
構成比としては、海外が67.4%となりました。

パーソナルケアは日本を中心に全事業で収益性改善が進み事業ミックスも改善  
 ペットケアは日本と北米が価値転嫁の浸透・拡大効果の持続で増収増益を牽引



● 事業別セグメント情報 (1-3月)

(億円)

		'23/12月期 1Q	'24/12月期 1Q	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	1,858	<b>1,985</b>	+127	+6.8%
	コア営業利益 (利益率)	231 (12.4%)	<b>303</b> <b>(15.3%)</b>	+73	+31.6% (+2.9P)
ペットケア	売上高	309	<b>343</b>	+33	+10.7%
	コア営業利益 (利益率)	55 (17.8%)	<b>73</b> <b>(21.2%)</b>	+18	+32.1% (+3.4P)
その他 <sup>※1</sup>	売上高	41	<b>35</b>	-6	-14.1%
	コア営業利益 (利益率)	-1 (-3.5%)	<b>-1</b> <b>(-2.2%)</b>	1	— (+2.3P)
連結	売上高	2,208	<b>2,363</b>	+154	+7.0%
	コア営業利益 (利益率)	284 (12.9%)	<b>375</b> <b>(15.9%)</b>	+91	+32.1% (+3.0P)

※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10ページをご覧ください。

事業別セグメント情報でございます。

パーソナルケアの増収増益につきましては、先ほど所在地別の中でも述べましたように、日本におけるマスク業績の減退はありましたが、価値転嫁の浸透・拡大が進んでいる日本を中心に、全事業で収益性改善が進み、さらに収益性の高い事業ミックスが向上いたしました。

ペットケアにつきましては、今期も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、こちらも先ほど触れましたように、日本が価値転嫁を浸透・拡大させた効果によって、増収増益となり、業績を牽引しました。

また、引き続き北米においても同様に、これまでの価値転嫁の効果によって、増収増益となりました。

為替変動による影響額は  
売上高 約136億円増、コア営業利益 約17億円増



● 通貨別変動推移（1-3月平均レート）

通貨	'23/12期1Qレート	'24/12期1Qレート	増減率
中国(CNY)	19.34	<b>20.63</b>	+6.7%
インドネシア(IDR)	0.0087	<b>0.0095</b>	+9.2%
サウジアラビア(SAR)	35.30	<b>39.68</b>	+12.4%
インド(INR)	1.62	<b>1.80</b>	+11.1%
タイ(THB)	3.91	<b>4.17</b>	+6.6%
米国(USD)	132.34	<b>148.61</b>	+12.3%
ベトナム(VND)	0.0056	<b>0.0061</b>	+8.9%
オランダ(EUR)	142.10	<b>161.31</b>	+13.5%
台湾(TWD)	4.36	<b>4.73</b>	+8.5%
マレーシア(MYR)	30.20	<b>31.44</b>	+4.1%
ブラジル(BRL)	25.49	<b>29.98</b>	+17.6%
オーストラリア(AUD)	90.64	<b>97.66</b>	+7.7%
韓国 (KRW)	0.1041	<b>0.1119</b>	+7.5%
エジプト (EGP)	4.41	<b>4.31</b>	-2.3%

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

11

資料の11ページをご覧ください。  
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、売上高は対前期比で約136億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117億円の増益効果となりました。

## 2024年12月期 業績予想進捗概要

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%)

## 【進捗状況】

- 売上高は想定線、コア営業利益は上振れで推移。
- 第2四半期（4-6月）は増収増益を見込み、年間業績予想達成を見込む。

## 【第1四半期トピックス】

- 日本は全事業における前期からの価値転嫁効果が持続し上振れ基調。
- インドではベビーケア、フェミニンケアが好調に推移しアジア業績を牽引。
- 中国フェミニンケアでは新商品の展開、新販売チャネル強化などによって予定どおり回復基調。
- 中東、北米ペットケアは好調を維持し上振れで推移。
- タイ、ベトナム、中国におけるベビーケアでは市場縮小と競争要因の影響はあるが想定内で推移。

## 【業績予想達成に向けて】

- 第2四半期以降における価値転嫁浸透・拡大を確実に実践。
- 商品価値（価格）と数量のバランスをとりながらトップライン伸長。
- 日本、インド、中東、北米の好調持続。
- 中国フェミニンケアは上期新発売した商品の効率的なマーケティング投資と配荷拡大。
- 東南アジアにおけるフェミニンケアとウェルネスケアの成長加速。
- 下期は資源価格の上昇によるコスト増が想定されるなか、価値転嫁浸透・拡大によってコスト増を吸収。

資料13ページをご覧ください。

こちらが2024年12月期 連結業績予想進捗サマリーとなります。

第1四半期業績は、売上高は想定線、コア営業利益は上振れで推移し、良いスタートが切れていると感じております。今回の第1四半期業績の状況から、この好スタートを活かし、第2四半期においても増収増益を見込んでおります。上期の業績予想は公表しておりませんが、上期は売上高、コア営業利益ともに上振れが期待できるのではないかと考えております。

年間業績予想の達成に向けては、下期にかけて足元の資源価格の状況を鑑みると、コスト増が想定されますが、これまでの価値転嫁の浸透、拡大がさらに進むことや、課題であった中国では、新商品などの効果で回復基調にあり、回復が見えてきていること、また、東南アジアにおけるフェミニンケア、ウェルネスケアの成長加速を実践することなどで、当初想定していなかったコスト増も下期の中で吸収していきたいと考えております。

● 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	<b>10,060</b>	+642	+6.8%	+5.8%
コア営業利益 (利益率)	1,280 (13.6%)	<b>1,440</b> <b>(14.3%)</b>	+160	+12.5% (+0.7P)	+12.0%
税引前当期利益 (利益率)	1,323 (14.0%)	<b>1,440</b> <b>(14.3%)</b>	+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%)	<b>900</b> <b>(8.9%)</b>	+39	+4.6% <b>(-0.2P)</b>	
基本的1株当たり当期利益(円)	145.42	<b>152.49</b>	+7.07	+4.9%	
USDレート(円)	140.56	<b>143.00</b>	+2.44	+1.7%	
中国元レート(円)	19.82	<b>19.90</b>	+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。



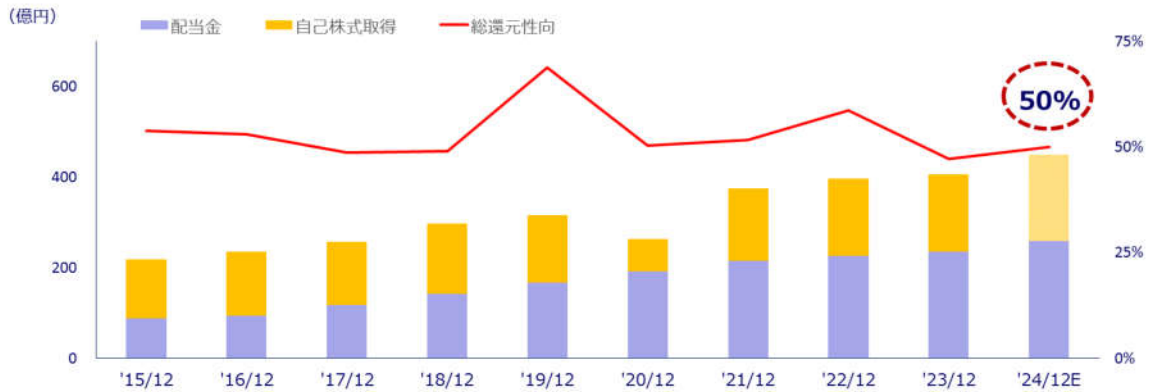
## 株主還元政策

---

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



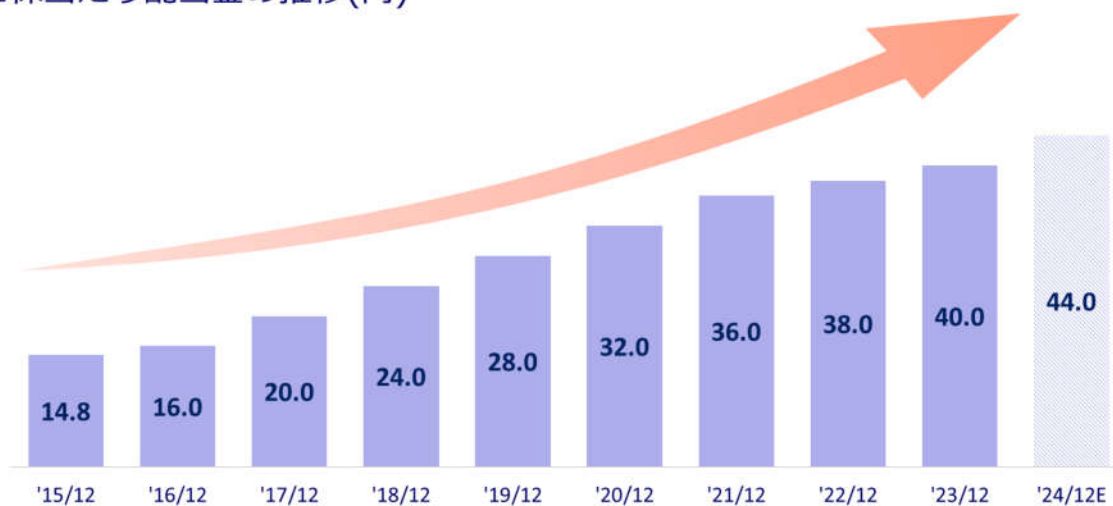
継続的な成長を実現するための事業投資を優先しつつ、中長期的な連結業績の成長に基づき、安定的かつ継続的な配当を実施し、自己株式の取得に関しても必要に応じて機動的に行うことで、株主配当と自己株式取得と合わせて**総還元性向50%を目標**に利益還元を図っております。

資料の16ページをご覧ください。

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)

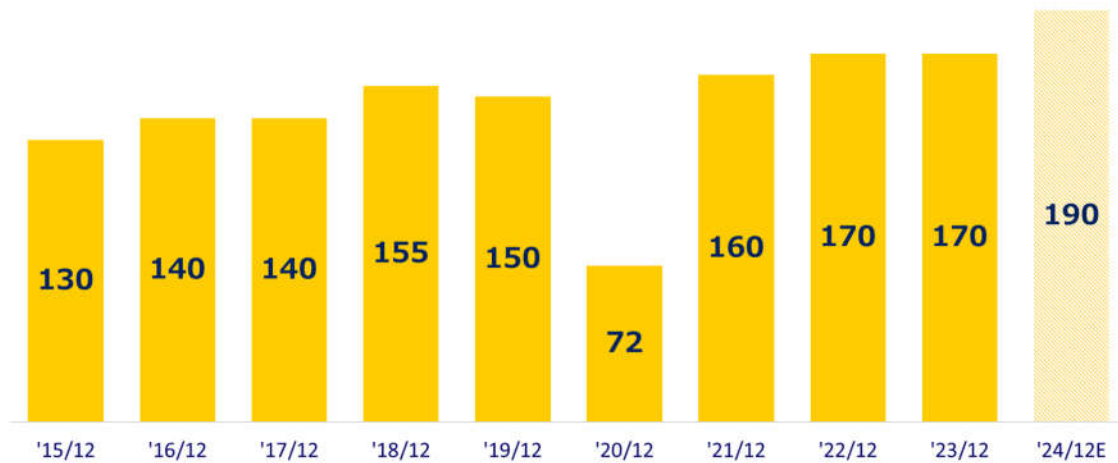


資料の17ページをご覧ください。

1株当たり配当金についてですが

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。

● 自己株式取得の推移(億円)



資料の18ページをご覧ください。

自己株式の取得の推移でございます。

2024年度は2月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、4月末までに約59億円を取得いたしました。5月以降も機動的に自己株式の取得を進めてまいりたいと考えております。今後も、安定的かつ継続的な配当と自己株式取得に合わせて実施し、株主の皆様への利益還元を重要な経営方針の一つと考え、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。

## 「共生社会」の実現に向けた取り組み

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

資料の19P以降、こちらも、これまでご説明させていただいてきた、中長期ESG目標についての取り組み状況の進捗についてですが、時間の関係上、割愛させていただきます。

以上で2024年12月期 第1四半期決算説明を終了いたします。

◆2030年をゴールとした20の重要取り組みテーマ

私たちの健康を守る・支える

**目指す方向**  
全ての人が「自分らしさ」を達成し、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。

- 重要取り組みテーマ**
- 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
  - パートナー・アニマル（ペット）との共生
  - 育児生活の向上
  - 衛生環境の向上

社会の健康を守る・支える

**目指す方向**  
提供する商品・サービスを通じて、お客様の安全・安心・満足の上昇と、社会課題の解決や持続可能性への貢献の高立を目指します。

**重要取り組みテーマ**

- 「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



地球の健康を守る・支える

**目指す方向**  
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。

**重要取り組みテーマ**

- 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

**目指す方向**  
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。

- 重要取り組みテーマ**
- 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

◆ 「共生社会」の実現に向けた20の重要取り組みテーマ

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

◆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	2023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%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%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%継続	100%	2030年
育児生活の向上	赤ちゃんと家族が、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%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%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



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(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2,500社

研修動画提供数:  
約430の企業・団体  
(2023年12月末時点)

さげだ荘

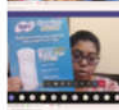
TikTok再生回数:  
約2,100万回  
(2023年12月末時点)

➢ 女性活躍支援をグローバルで推進



インド女性起業家  
創出プロジェクト

文化を考慮した  
サウジアラビアの女性専用工場



オンライン含む参加数:  
インド約58万名  
(2023年12月末時点)

エジプト約3,000名  
(2023年度)



ピンクリボン活動:  
日本2023年で16年目

初潮教育・月経教育

24

(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.

◆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、健康に拘った  
 多様なニーズに応じたフードとおやつ



➤ 不織布・吸収体の加工・成形技術を活かし、  
 快適性、利便性に拘ったトイレタリー商品



(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,Shogakukan, TV-Asahi,Shin-ei,and ADK  
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆ 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



◆ 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	2023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、生きる楽しさに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%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%	5.9%	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・人権の視点を踏まえ、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	開発継続中	倍増 (2020年度比)	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。	23.5%	23.7%	23.2%	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%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



2030年目標  
100%継続



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	2023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	2件	10件以上	2030年
リサイクルモデルの拡大	紙パンツ（紙おむつ）リサイクル設備の導入件数。	開発継続中	1件	1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%	22.8%	100%	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	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	開発継続中	半減 (2020年度比)	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”、CO<sub>2</sub>排出“0”、自然森林破壊“0”」**



➤ 「環境目標2030」

環境目標 2030	実施項目	基準年	2021年 実績	2022年 実績	2023年 実績	2024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%	▲18.4%	▲21.1%	▲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	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% (8カ国・地域)	56% (9カ国・地域)	63% (10カ国・地域)	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)	▲86.9% (日本) ▲76.5% (中国)	▲88.8% (日本) ▲79.9% (中国)	グループ全社 で原則ゼロ	
気候変動対応	原材料調達時CO <sub>2</sub> 排出量削減	原単位	2016年	9.7% (日本)	▲12.6% (日本)	▲4.1%	▲5.9%	▲17%	CO <sub>2</sub> 排出“0” 社会の実現
	製造時CO <sub>2</sub> 排出量削減	原単位	2016年	▲26.9%	▲35.2%	▲56.3%	▲58.7%	▲34%	
	使用済み商品廃棄処理時CO <sub>2</sub> 排出量削減	原単位	2016年	23.7% (日本)	▲11.6% (日本)	▲35.1%	▲37.0%	▲26%	
森林破壊に負担 しない (調達対応)	パルプ、バーム油の産産地 (国・ 地域) トレーサビリティ確認	森林由来原材料※2	-	97.0%	97.1%	99.2%	100%	完了	購入する 木材について 自然森林破壊 “0”社会の実 現
		バーム油	-	77.2%	72.2%	68.0%	95%		
	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%	72%	100%	
		認証材調達比率※4	-	76.0%	72.3%	72.6%	73%		
	認証バーム油 (RSPO) の拡大※5	-	-	77.2%	72.2%	68.0%	95%	100%	
	紙/パルプ (紙おむつ) リサイクル 推進	-	-	開発継続	2件※6	2件	2件	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、産産地 (国・地域) トレーサビリティ確認ができた森林由来原材料 (パルプ) 比率

※3 当社工場におけるCoC認証取得工場数の比率

※4 調達比率の計算方法を「100%PEFC由来の主張が付されたパルプの仕入れ重量/パルプ全体の仕入れ重量」とし、船積み重量ベースから仕入れ重量ベースに変更

※5 認証バーム油は、マスバランス方式によるRSPO認証油

※6 2022年度より、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を運用。

(使用済み紙/パルプの回収に関する実証実験については、2020年度に東大和市、2021年度に町田市で実施。)

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(地球の健康を守る・支える)

## SBTi<sup>※</sup>から新たに「1.5℃目標」としての認定取得を目指す



### ➤ 2050年CO<sub>2</sub>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 <sup>※</sup> 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。

➤ CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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 実績	2024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 <sub>2</sub> 排出量削減	原単位	2016年	9.7% (日本)	▲12.6% (日本)	▲4.1%	▲5.9%	▲17%	CO <sub>2</sub> 排出 “0”社会の 実現
	製造時CO <sub>2</sub> 排出量削減	原単位	2016年	▲26.9%	▲35.2%	▲56.3%	▲58.7%	▲34%	
	使用済み商品 廃棄処理時CO <sub>2</sub> 排出量削減	原単位	2016年	23.7% (日本)	▲11.6% (日本)	▲35.1%	▲37.0%	▲26%	



(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  
 吸収体の一部に使用した商品を大手小売業様で発売



※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)

➤ 「手ぶら登園」導入園※2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

※2 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



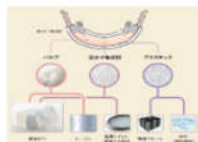
2030年目標  
10件以上



紙パンツ（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

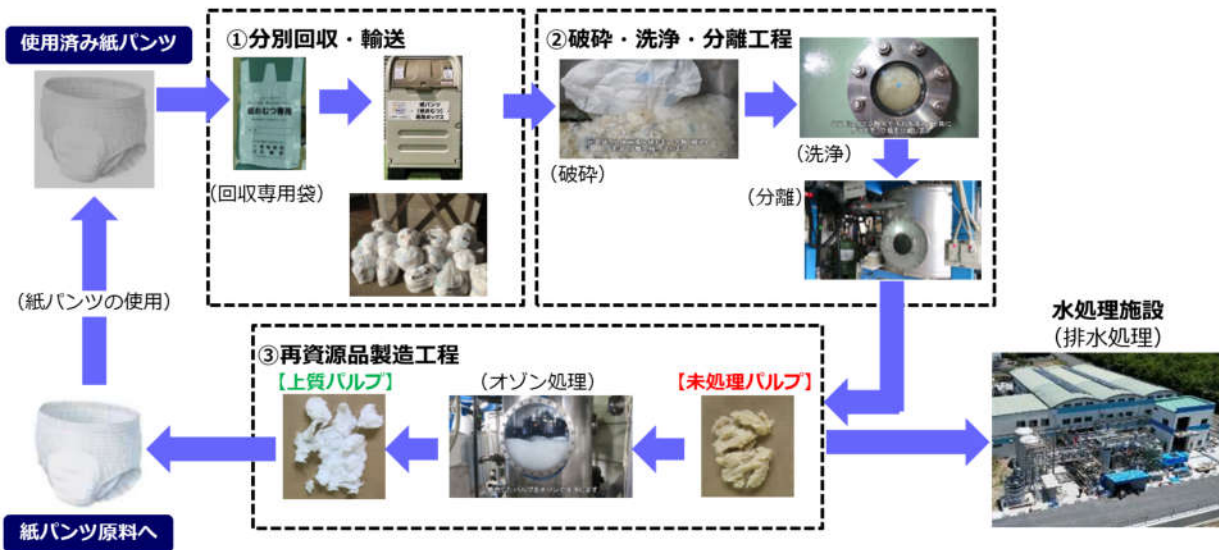


はじまっている  
**リサイクルが  
あたり前の未来**



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

▶ 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



志布志市



大崎町



odakyu

小田急電鉄



そおりサイクルセンター



東京都



町田市

### 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



### 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ボックスと回収袋



### 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

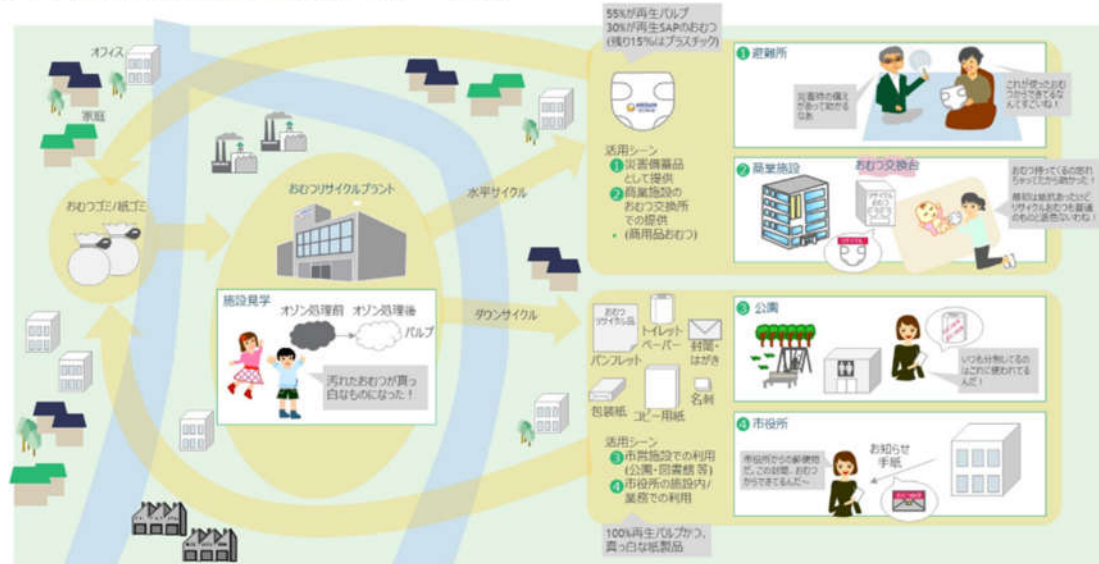




(地球の健康を守る・支える)

# リサイクルに触れる機会を増やし、 「紙パンツのリサイクルは当たり前」の社会を形成

## リサイクル資材を活用した将来像 (イメージ図)



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、CO<sub>2</sub>の削減を目指す



◆ 気候変動対応



2030年目標  
100%



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 23% ('23年12月末時点)  
'24年度は約30%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57%
日本	約30%
マレーシア	約21%

➤ 再生可能電力比率100%の事業所



日本 (UCP三重・伊丹・埼玉・九州・豊浜、UC国光ノンワーヴン川之江・豊浜・国光、コスモテック、ペパーレット、金生プロダクツ)

(地球の健康を守る・支える)

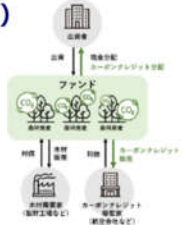
### 気候変動対応に向けたカーボンニュートラルの取り組み



- 日本企業10社が出資する森林ファンド「Eastwood Climate Smart Forestry Fund I」に参画し、ノースウェーエリア (USA) を取得 (年間36~67ktCO<sub>2</sub>e※のカーボンクレジット創出予定)



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



※ 二酸化炭素換算数値

- 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



- 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

※ 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。

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(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 42

◆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



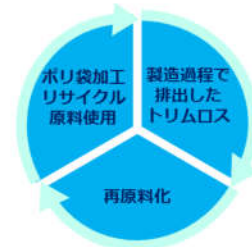
販促物でのプラスチック使用量削減率※ (2023年度実績)	
日本	▲86.9%
中国	▲76.5%

※ 基準年：2019年度

➢ 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	2023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年度から 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)	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	発生ゼロ	毎年
ダイバーシティ マネジメントの推進	女性社員にさまざま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%	24.7%	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%	88.7%	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退職者の削減比率。	7名 (日本)	7名 (日本)	9名 (日本)	半減 (2020年度比)	2030年

(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。

➤ 役員評価(取締役※、執行役員)へ  
ESGに関する評価を2020年導入

- ✓ 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

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.



外部評価機関による評価レベルの  
維持・向上の推進

➤ 2023年から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





(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

**エンパワーメント制度**

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**



◆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

4.42

2022年度 4.39 (全社)



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

➤ グローバルでCPI (消費者物価指数) を超える報酬上昇率を実現



➤ 日本では社員の成長を促し、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

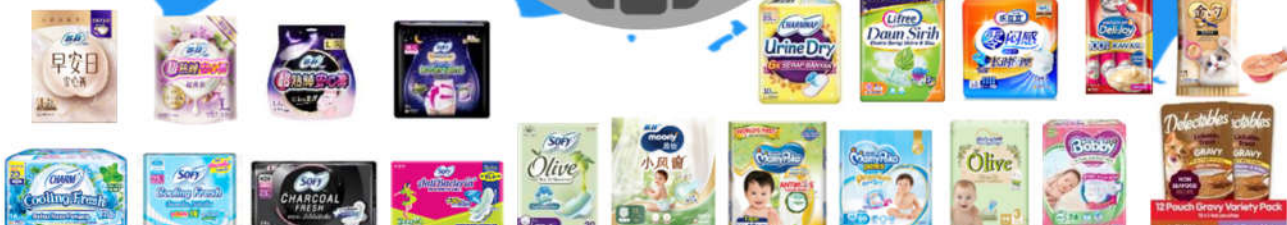


Motivation

(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



➤ 消費者のニーズを掘り起こし、イノベーションをリード「共振人材」をグローバルで創出



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆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って、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、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「戦略担当秘書制度」を実施。  
また、2024年からは、全般的経営能力を発揮し経営の中心を担う上級幹部社員を2030年までに50名以上育成する次世代グローバルリーダー育成プログラムとして、「グローバル30プログラム」（各国・地域から代表者1名が集い、集合研修や代表取締役社長執行役員との直接のコミュニケーションを通じて一般教養を身に付けUnicharm Spiritsを伝承する3年サイクルのプログラム。終了時には各法人の中期経営計画立案に繋げる。）を実施。

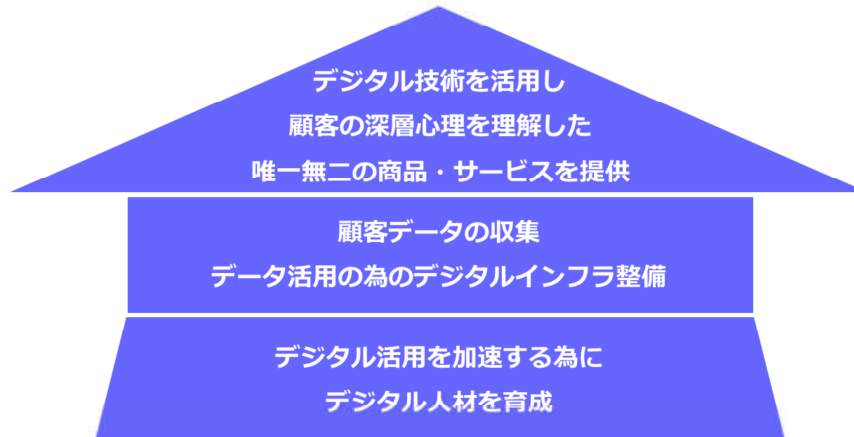
## 新たな価値創造に向けたデジタル人材（DX人材）の育成

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



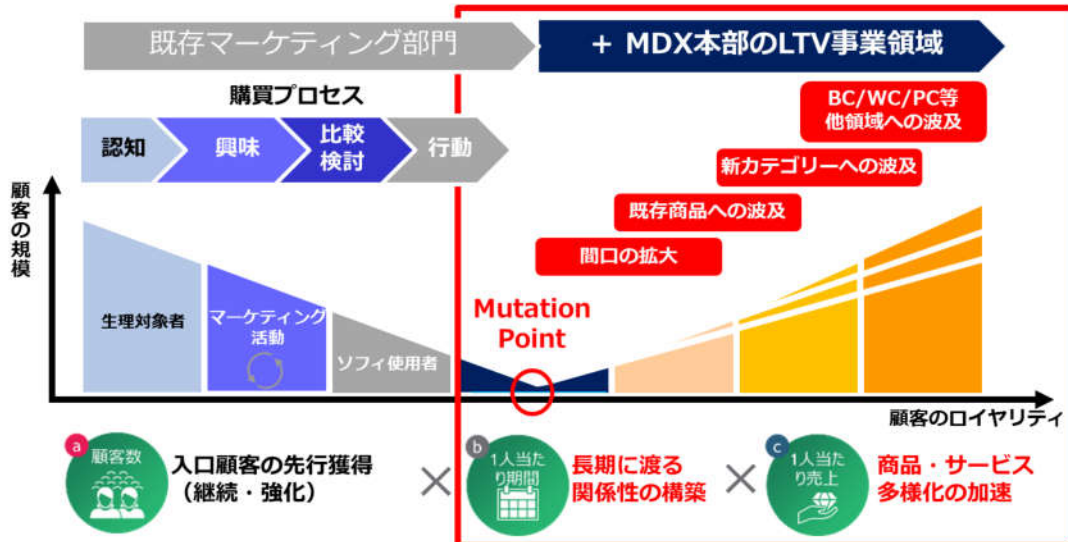
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS への貢献 「Love Your Possibilities」

## 「共生社会」の実現



女性を基点にLife Time Value (LTV) 最大化モデル構築  
 長期に亘る顧客との関係性構築と商品・サービスの多様化加速

➤ MDX本部 (Marketing by DX) のLTV事業領域



女性を基点にBCやWCなどへの事業横断によるLTVの最大化

➤ MDX本部の具体的な取り組み事例





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」で高ログイン率、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」



- 「KYOSHIN」システムを活用し「The Unicharm Way」の浸透を図り、「共振の経営」を通じて人材育成力をグローバルで強化



➤ 基幹システムの刷新により業務品質レベルの向上や効率化、管理数値精度を高め、市場競争力を強化



- 顧客サービスレベルの向上

  - ✓ 納期回答レベルの向上
  - ✓ 営業員負荷削減
  - ✓ D2Cの拡充
  - ✓ 新たな売上の創出など
- 業務品質の向上

  - ✓ 原価管理強化
  - ✓ 企業、事業間基幹業務標準化
  - ✓ マスターデータ一元化によるグローバル横串での実績把握など
- 業務の効率化による付加価値業務へのシフト

  - ✓ ペーパーレス、インプットレス化
  - ✓ 自動化、効率化による工数削減
  - ✓ 受注、生販在庫調整業務の削減など
- プロフィットマネジメントの実現

  - ✓ 損益管理、販売予実管理の精度向上
  - ✓ 幹線輸送の効率化など
- ESG強化のための基盤強化

  - ✓ 企業間連携による物流効率化
  - ✓ 非財務データ、マスターの一元化
  - ✓ ガバナンス強化
  - ✓ 多言語対応など

➤ 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/>

- 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



**手ぶら登園**   
47都道府県  
4,600ヵ所以上導入  
(2024年1月時点)

- 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



- 「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 / 3割引き販売！
POINT 4 / ネット限定商品も取り扱っています！	POINT 5 / 季節限定商品や特別価格商品も取り扱っています！	POINT 6 / 専用アプリでポイント還元！

▶ 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）



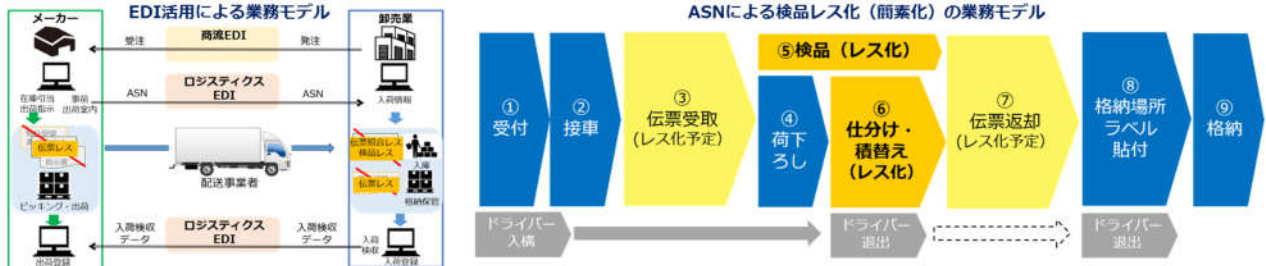
産業用ロボット

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（2024年度上期）



1月	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 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</li><li>✓ ユニ・チャーム ブラジルの工場で森林認証PEFCの「CoC認証」を取得</li><li>✓ 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</li><li>✓ スポーツ庁が推進する「スポーツエールカンパニー2024+（プラス）」に認定</li></ul>
2月	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ CDPの2分野で最高評価の「Aリスト」を獲得</li><li>✓ 「人的資本経営品質2023 ゴールド賞」に選定</li><li>✓ 「第5回ESGファイナンス・アワード・ジャパン」の「環境サステナブル企業」に選定</li><li>✓ 令和5年度 消費者志向経営優良事例表彰「消費者庁長官賞」を受賞</li></ul>
3月	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 「女性の健康経営®アワード」で「推進賞」受賞</li><li>✓ 「健康経営優良法人2024(ホワイト500)」に認定</li></ul>
4月	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ ユニ・チャームの製品別カーボンフットプリントの算定ルールにおいてSuMPOの「Internal-PCR承認」を取得</li><li>✓ 第32回地球環境大賞で「日本経済団体連合会会長賞」を受賞</li></ul>

# インデックスへの組み入れおよび評価



DX注目企業2023  
Digital Transformation



FTSE Blossom  
Japan



FTSE Blossom  
Japan Sector  
Relative Index



FTSE4Good



2024 CONSTITUENT MSCIジャパン  
ESGセレクト・リーダーズ指数

2024 CONSTITUENT MSCI日本株  
ESGセレクト・リーダーズ指数

※ 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>

2024 CONSTITUENT MSCI日本株  
女性活躍指数 (WIN)



Sampo Sustainability Index



※ 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。



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

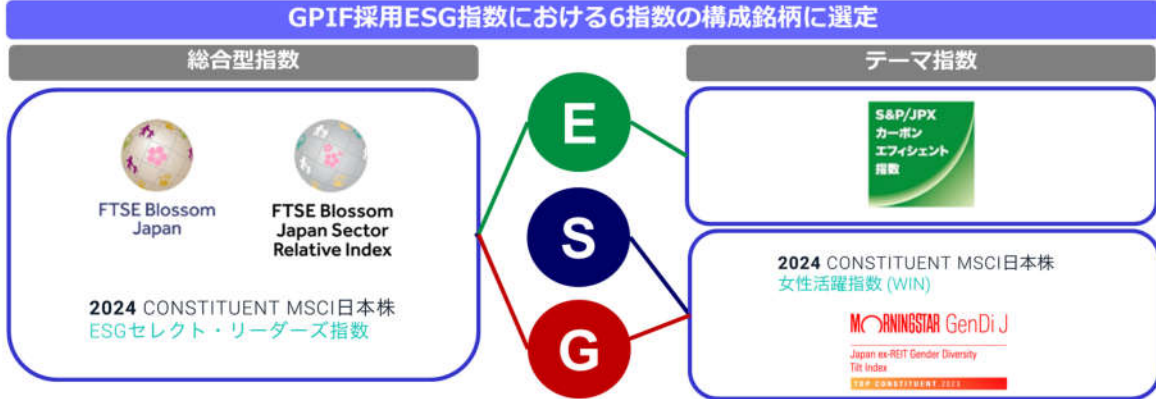


➤ 男子プロテニス協会公認「ユニ・チャーム トロフィー 2023愛媛国際オープン」に協賛



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



FTSE4Good



		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 <a href="https://www.sofy.jp/ja/campaign/minnanoseirikensyu.html">https://www.sofy.jp/ja/campaign/minnanoseirikensyu.html</a>	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 <a href="https://www.sofy.jp/ja/app/sofygirl.html">https://www.sofy.jp/ja/app/sofygirl.html</a> 「ソフィ」（生理管理アプリ）利用者数 <a href="https://www.sofy.jp/ja/app/sofy.html">https://www.sofy.jp/ja/app/sofy.html</a>	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 <a href="https://www.tiktok.com/@sofy_official_7days/">https://www.tiktok.com/@sofy_official_7days/</a>	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 <a href="https://jp.moony.com/ja/apps/moonypoint.html">https://jp.moony.com/ja/apps/moonypoint.html</a>	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 <a href="https://doqat.jp/">https://doqat.jp/</a>	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。