

**2022年12月期
第2四半期 (1月1日~6月30日)
決算説明資料**

2022年8月4日

高原 豪久
ユニ・チャーム 株式会社
代表取締役 社長執行役員



NOLA&DOLA
Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities

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 2022年12月期第2四半期 決算説明会に、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。

2022年12月期 第2四半期（1月1日～6月30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、2022年12月期第2四半期決算の概要でございます。

連結

売上高 4,216億円 (YoY +11.8%)
コア営業利益 554億円 (YoY -10.3%)

- 売上高は過去最高更新。利益は原価や物流費などの高騰が影響。
- 業績予想の進捗は、売上高は上振れ傾向、コア営業利益は計画どおりに推移。

日本

2.5%増収、10.7%減益

- 増収はフェミニンケアとウェルネスケア、ペットケアが好調持続。
減益は円安も重なり原価高騰が影響。

海外

17.5%増収、9.8%減益

- アジア地域 増収減益。増収はインドネシアやインド、ベトナムなどが牽引。
減益は中国でのロックダウンやベビーケア高粗利商品シフト加速化が影響。
- その他地域 増収増益。北米は付加価値商品による価値転嫁で好調に推移。

株主還元

年間配当38円 21期連続増配計画

- 自己株式取得について・・・7月末現在90億円取得。

資料3ページをご覧ください。

こちらが2022年12月期第2四半期決算の総括になります。

売上高は過去最高更新
厳しい環境下でも、業績予想進捗は順調



● 連結決算ハイライト (1-6月)	(億円)					
	'21/12月期 2Q	'22/12月期 2Q	増減額	増減率	(業績予想) '22/12月期	進捗率
売上高	3,770	4,216	+447	+11.8%	8,500	49.6%
コア営業利益 (利益率)	618 (16.4%)	554 (13.1%)	-64	-10.3% (-3.3P)	1,270 (14.9%)	43.6%
税引前四半期利益 (利益率)	648 (17.2%)	564 (13.4%)	-84	-12.9% (-3.8P)	1,260 (14.8%)	44.7%
親会社の所有者に帰属する四半期利益 (利益率)	400 (10.6%)	318 (7.5%)	-82	-20.5% (-3.1P)	792 (9.3%)	40.1%
EBITDA 税引前四半期利益 +減価償却費及び償却費	835	772	-63	-7.6%	1,660	46.5%
基本的1株当たり四半期利益(円)	66.77	53.26	-13.51	-20.2%	132.84	40.1%
USDレート(円)	107.69	122.89	+15.20	+14.1%	113.50	—
中国元レート(円)	16.66	18.94	+2.28	+13.7%	17.50	—

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す。

2022年12月期第2四半期決算の業績につきましては、

売上高は、4,216億円、11.8%増収となり、第2四半期累計期間としましては過去最高を更新し、コア営業利益は、554億円、10.3%減益となりました。

昨今のオイル市況の高止まりの影響もあり原材料費が高騰し、また物流費率の高まりなどがあり、コア営業利益率は3.3P悪化し13.1%となりました。

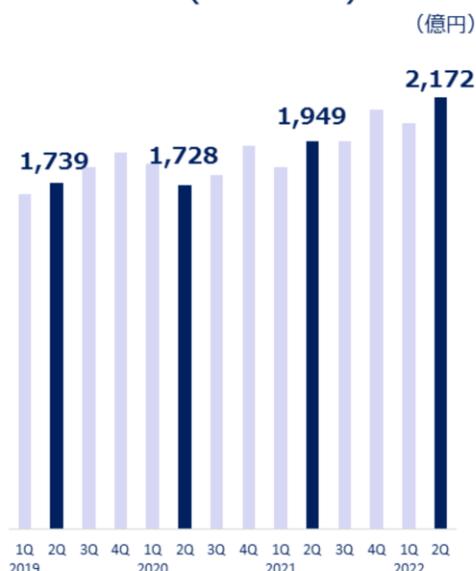
連結業績予想につきましては、表の右にありますように、売上高、コア営業利益、税引前四半期利益は順調に推移し、親会社の所有者に帰属する四半期利益は若干遅れています。その要因は、税金費用の部分で、円安が想定以上に進み、留保利益にかかわる税効果で負担税率が上昇したことが主要因です。

業績の詳細については、次ページ以降でご説明いたします。

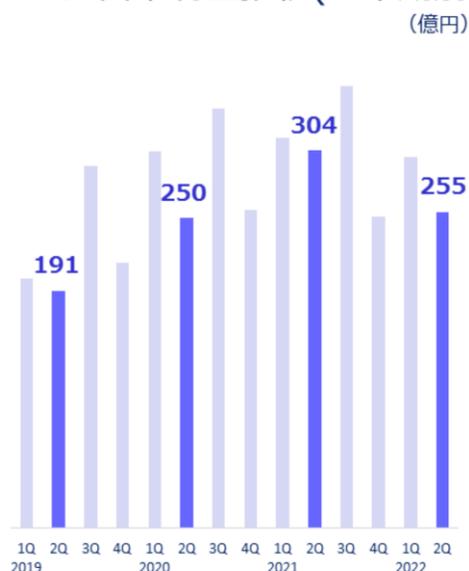
**COVID-19禍でも安定した売上高成長
コスト上昇圧力のなか高い利益水準を確保**



● 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。

2020年からのCOVID-19 禍でも安定した売上高成長は継続しており、当四半期も上海におけるロックダウンの影響はありましたが、その他の各国、各地域で当社が扱う商品カテゴリーの市場は改善し、環境変化に対応しながらトップラインの拡大を進めることができました。

また、当四半期も、更なる原材料や物流費などの高騰がきついなか、高い利益水準を確保できました。

経営環境が厳しいなか、効率的にマーケティング費用を投下し
継続的な付加価値商品拡大による数量効果で原材料高騰を吸収



● コア営業利益増減
(1-6月)

(億円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

6

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。

表の左の項目にある販売管理費については、売上高比率としては0.6P改善しましたが、増収にともない増加した部分もあり約84億円増となりました。

特に、物流費については、昨今のサプライチェーンの混乱やオイル高騰もあり、インドネシアや日本、インド、中国などで増加しました。

また、その他費用の項目で38億円増加している主なものは、人件費、研究開発費、市場調査費、ベトナムでの環境税などとなります。

一方、広告費は、日本を中心に消費者が見る媒体へと効率的な広告投下を実施し15億円減少となりました。

次に、粗利益に関連する原材料関連は昨年下期からの急激な原材料単価の上昇で粗利益が約177億円減少となりました。

これを吸収するにあたり、各国、各地域での継続的な付加価値商品の展開で、消費者へ上手く価値を訴求し、価格と数量の部分でバランスをとりながら、原材料関連の増加を吸収することで粗利益は20億円増加となりました。

コスト上昇のなか、日本では主にフェミニンケアが業績を牽引
海外は中国ロックダウンも影響したが、東南アジア、インド、
北米を中心にトップラインは順調に推移



● 所在地別セグメント情報 (1-6月)		'21/12月期 2Q	'22/12月期 2Q	増減額	増減率	(億円)
						(参考) 実質 ※1 増減率
日本	売上高	1,414	1,449	+35	+2.5%	—
	コア営業利益 (利益率)	290 (20.5%)	259 (17.9%)	-31	-10.7% (-2.6P)	—
アジア	売上高	1,759	2,007	+248	+14.1%	+3.1%
	コア営業利益 (利益率)	260 (14.8%)	225 (11.2%)	-35	-13.3% (-3.6P)	-21.5%
その他 ※2	売上高	596	760	+163	+27.4%	+13.8%
	コア営業利益 (利益率)	66 (11.1%)	69 (9.1%)	+3	+4.2% (-2.0P)	-8.8%
連結	売上高	3,770	4,216	+447	+11.8%	+4.6%
	コア営業利益 (利益率)	618 (16.4%)	554 (13.1%)	-64	-10.3% (-3.3P)	-15.1%

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース

中国 -13% インドネシア +12% タイ +1% インド +31% ベトナム +3% 中東 +1% 北米 +21% ブラジル +6%

※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す。

まず日本におきましては、増収減益で売上高は2.5%増収、10.7%減益となり、コア営業利益率は原材料価格や物流費の高騰などの影響があり2.6P悪化し17.9%となりました。

そのような環境の中、フェミニンケアはプレミアム化が促進し1桁後半の増収となり、増益を達成できました。また、ウェルネスケアの大人用紙おむつとペットケアが、それぞれ増収、マージンは悪化しましたが、高いレベルの収益性は確保できました。またマスクなどの衛生関連商品で高い需要が継続し、それに応えてまいりました。

次にアジア地域についてです。

アジア地域におきましても、増収減益で、売上高は14.1%増収、コア営業利益は13.3%減益、コア営業利益率は11.2%となりました。

アジア各国において、急激な原材料価格や物流費などの高騰の影響を受けておりますが、想定内で順調に推移しております。

増収減益の主要因は、中国が影響しております。

中国では、ベビーケアにおける第1四半期に実施した日本製から中国製プレミアム品へのシフトによる在庫調整を進めたことと、ロックダウンにおける、生産停止による欠品の影響や物流の混乱で、売上高は約134億円 コア営業利益で約30億円ほど全事業において影響を受けたことが主要因です。そんな中でも、フェミニンケアは、プレミアム商品であるオーガニックコットン素材の商品や、ショーツ型ナプキンなどが引き続き好調に推移しました。また、ベビーケアも中国産プレミアム品は順調に伸長しております。

最後に、その他地域につきましては、増収増益で、売上高は27.4%増収、コア営業利

益は4.2%増益。コア営業利益率は9.1%と2P悪化となりました。

増収増益を牽引したのは、北米のペットでございます。

北米のペットケアについては、猫おやつなどで、付加価値を付けながら価値転嫁を実施した結果、21%増収となり、収益性も改善できました。

中東につきましては、サウジアラビア国内が好調に伸長し、eコマースチャンネルでは約3倍の成長や、ウェルネスケアにおける販売チャンネルの開拓、商品では引き続きオリーブオイル配合の紙おむつや、生理用品、またマスクなどの販売強化により増収となりました。

ブラジルについては、1月度のCOVID-19の再拡大の影響で、サプライチェーンが滞った影響もありましたが、第2四半期から市場の回復とともに、ベビーケアで成長基調へ転換できております。また価値転嫁は進めるも、為替環境も悪く、原材料価格高騰の影響もあり吸収できず減益となりました。

海外売上高比率は過去最高レベルまで上昇
圧倒的な海外・アジア売上高比率を継続



● 海外売上高比率



● アジア売上高比率



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

8

資料の8Pをご覧ください。

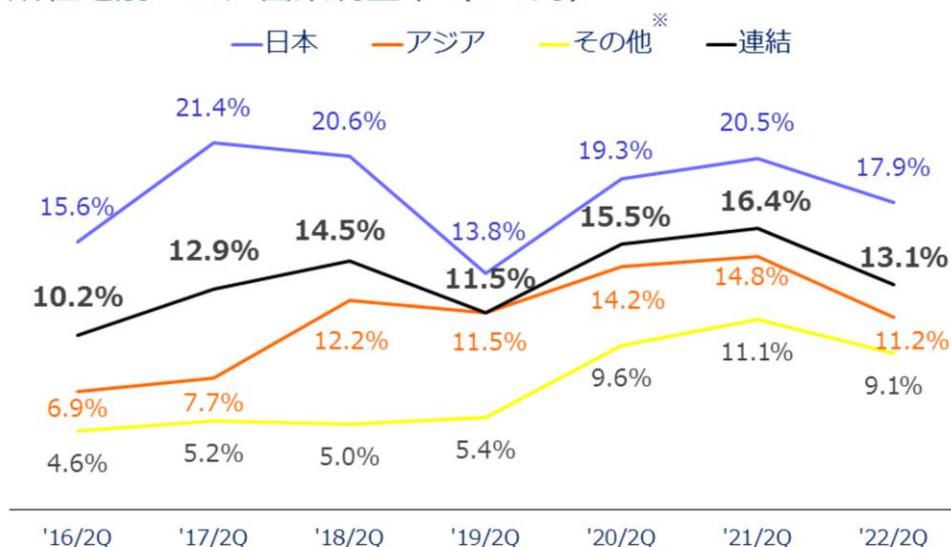
海外売上高比率のグラフです。

構成比としては、海外が66.1%となり、アジアは47.6%まで拡大しております。

急激なコスト上昇や中国ロックダウンなどの影響もあり
収益性は悪化しているが、下期からの付加価値商品展開の
拡大による価値転嫁などで収益性改善を計画



● 所在地別 コア営業利益率（1-6月）



※ 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9P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。

今四半期は、急激なコスト上昇や中国におけるロックダウンなどの影響があり、前期と比較し悪化しておりますが、過去からみても決して低い収益性ではないと思います。

2019年度と比較し、今期は更に原材料が高騰しているにもかかわらず、売上原価率が改善している今般の収益性のベースにあるのは、各国、各地域で継続的に消費者に寄り添い消費者を理解した付加価値商品の投入や、人口動態や経済状況にそった持続的な商品ミックスの改善、生産性の改善などを確実に実行してきた結果が、このような厳しい環境下でも高い収益率が確保できている要因と考えております。

下期から各国、各地域で、新しい付加価値商品などによる価値転嫁を強化しますので、第2四半期を底に、収益性の改善に努めてまいります。

パーソナルケアはフェミニンケア、ウェルネスケアなどが牽引
 ペットケアは北米が価値転嫁で好調持続



(億円)

● 事業別セグメント情報 (1-6月)		'21/12月期 2Q	'22/12月期 2Q	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	3,254	3,610	+356	+10.9%
	コア営業利益 (利益率)	545 (16.8%)	482 (13.4%)	-63	-11.5% (-3.4P)
ペットケア	売上高	486	570	+84	+17.2%
	コア営業利益 (利益率)	69 (14.3%)	70 (12.3%)	+1	+0.9% (-2.0P)
その他※	売上高	30	37	+7	+21.9%
	コア営業利益 (利益率)	3 (10.6%)	2 (4.9%)	-1	-43.7% (-5.7P)
連結	売上高	3,770	4,216	+447	+11.8%
	コア営業利益 (利益率)	618 (16.4%)	554 (13.1%)	-64	-10.3% (-3.3P)

※ 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でございます。

パーソナルケアの増収減益については、

繰り返しとなりますが、急激なコスト上昇と、中国でのロックダウンの影響もあり、ベビーケアが減益となりましたが、フェミニンケアとウェルネスケア、キレイケアがそれぞれ2桁増収で順調に伸長し増益となりました。中でも、フェミニンケアは、日本と東南アジアが貢献し増収増益となりました。

ペットケアについては、増収増益となりました。内容としましては、北米が増収増益で牽引しました。先程、地域別で説明したとおり、価値転嫁を実施し、猫おやつなどが大きく貢献しました。

一方、国内は引き続き売上高は高成長で、4月から価値転嫁を実施し、少しずつ成果は出てきております。収益性については原材料高騰もあり悪化しました。

また、中国でも積極的に費用を投下し事業拡大の準備を進めておりますので費用が先行しております。そして、タイ、インドネシアでも同様に事業拡大を進めております。

為替変動による影響額は
売上高 約274億円増、コア営業利益 約30億円増



● 通貨別変動推移 (1-6月平均レート)

通貨	'21/12期2Qレート	'22/12期2Qレート	増減率
中国(CNY)	16.66	18.94	+13.7%
インドネシア(IDR)	0.0076	0.0086	+13.2%
サウジアラビア(SAR)	28.75	32.81	+14.1%
タイ(THB)	3.50	3.65	+4.3%
インド(INR)	1.48	1.62	+9.5%
ベトナム(VND)	0.0047	0.0054	+14.9%
米国(USD)	107.69	122.89	+14.1%
オランダ(EUR)	129.82	134.25	+3.4%
台湾(TWD)	3.85	4.29	+11.4%
韓国(KRW)	0.0965	0.0997	+3.3%
マレーシア(MYR)	26.29	28.76	+9.4%
オーストラリア(AUD)	83.07	88.32	+6.3%
ブラジル(BRL)	20.03	24.34	+21.5%
エジプト (EGP)	6.85	7.11	+3.8%

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、前期比で約274億円の増収効果がありました。

コア営業利益につきましては、約30億円の増益効果がありました。

2022年12月期 業績予想概要

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

ここからは、今年2月に発表した2022年12月期の業績予想から、色々、外部環境にも変化がございましたので、それについての対応を、ご説明いたします。

連結

売上高	8,500億円	(YoY +8.6%)
コア営業利益	1,270億円	(YoY +3.7%)

【進捗状況】

- 売上高は上振れで推移。コア営業利益は計画どおりに推移。
- 業績予想の変更無し。

【当初想定からの環境変化】

- ウクライナ情勢不安に起因するオイル市況が上昇し高止まり。
- それに伴う原材料関連や物流費などの高騰が継続。
- 中国でのゼロコロナ政策におけるロックダウン。
- 急激な為替変動（円の独歩安）。

【業績予想達成へ向けて】

- 下期からの更なる価値転嫁推進でトップライン上方達成。
- 高粗利商品へのシフトを加速化。
- 更なるマーケティングの効率化や商品スペック改善などによるコストダウン。
- 中国でのロックダウンに対しサプライチェーン強化推進。
- 各通貨に対する安定した円安水準。

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

13

資料13ページをご覧ください。

連結業績予想サマリーでございます。

売上高は、8,500億円、8.6%増収、コア営業利益は、1,270億円、3.7%増益と、当初どおりでございます。

進捗状況としては、売上高は上振れで推移し、コア営業利益は想定線で推移しております。

今回の当初予想は、原材料価格の高騰や物流費率の高止まりなど、ある程度のコスト上昇は見込んでおりましたが、この短期間で様々な環境変化がありました。

そのような中、ウクライナ情勢の先行き不透明に関連して、特に原材料のコストが上昇する見込みとなっております。その原材料関連のコストですと、当初174億円高騰と計画しておりましたが、足元のオイル市況などから約363億円高騰となり、当初比較では189億円の増加となります。

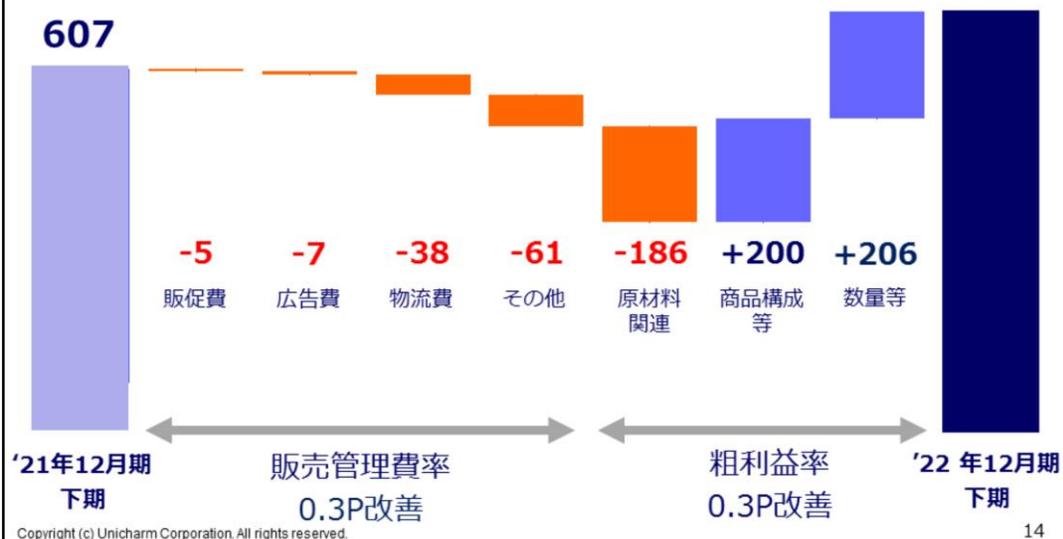
この対応策として、既に上期は、北米ペットケア、インドネシアなどで、付加価値商品による価値転嫁を実施し、順調に成果は出ております。下期は、各国、各地域でも、市場環境をみながら、新たな付加価値商品などにより価値転嫁を強力に推進し、上期の状況からもトップラインを年間通して約300億円程度上方達成したいと考えております。また、販促費や広告費などのマーケティング費用の効率化、生産性改善も引き続き実施することでコスト吸収を進め、業績予想の達成に向けて努めてまいります。

各国、各地域で付加価値商品などによる価値転嫁実践と数量効果で、急激なコスト上昇を吸収し増益を見込む



● コア営業利益増減見込み
(7-12月)

(億円)



資料の14Pをご覧ください。

これが、トップラインを約300億円引き上げた際の下期におけるコア営業利益の増減でございます。

下期109億円増益で、年間業績予想の1,270億円を達成できる見込みとなります。

先程ご説明したとおり、下期は、日本、アジア、中東など、各地で、価値転嫁を様々な方法で実施し、また、継続した商品ミックスの改善やマーケティング費用の効率化、生産性改善などで、原材料や物流費などのコスト上昇を吸収し、業績予想の達成に努めてまいります。

株主還元政策

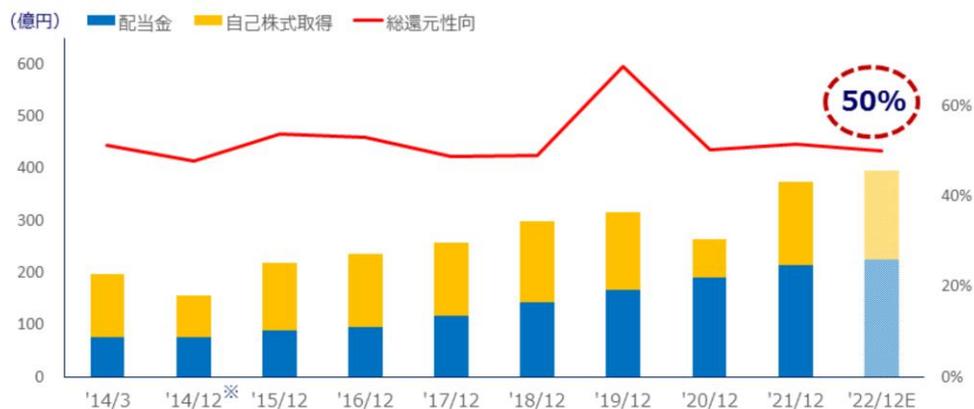
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

次に株主還元政策についてご説明致します。

業績に連動した配当金と自己株式の取得により 2022年度も総還元性向50%を計画



● 株主還元政策



※1: 会計年度9ヶ月の変則決算

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。

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

16

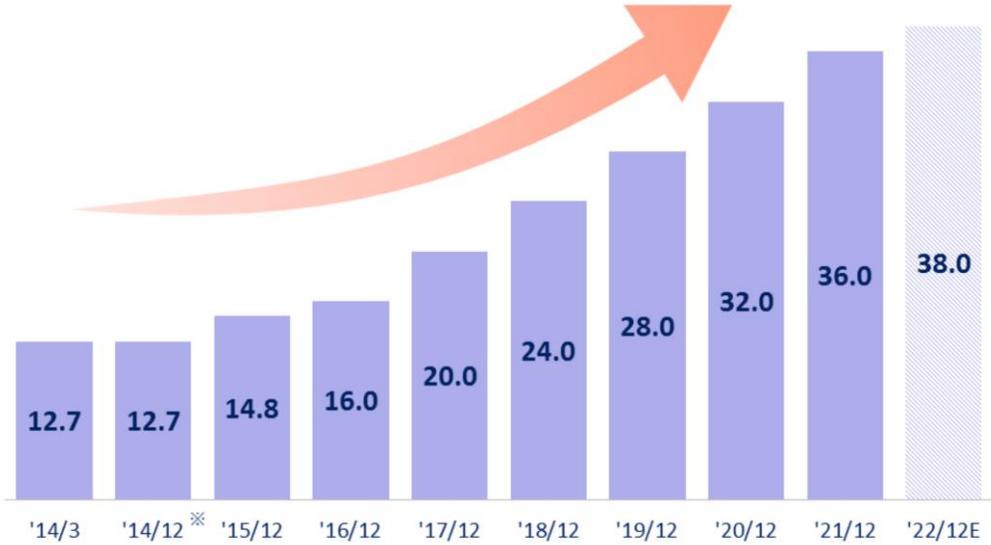
資料の16Pをご覧ください。

当社の株主還元政策については、引き続き、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、2022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 21期連続の増配 (年間38円)計画



● 1株当たり配当金の推移(円)



※ 会計年度9ヶ月の変則決算

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

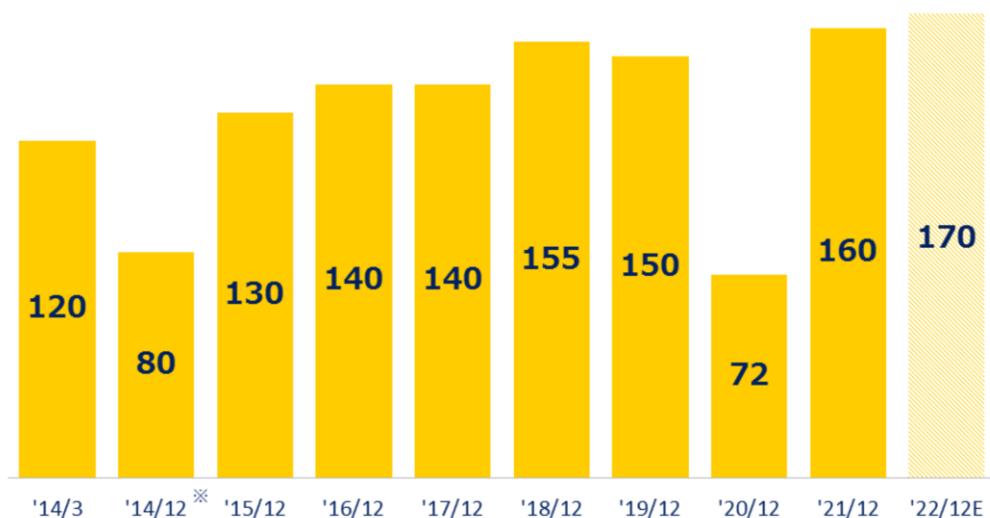
2022年度 第2四半期末1株あたりの配当金が1円増配の19円を予定どおり決議いたしました。

また期末1株あたり配当金についても1円増配の19円を実施する予定でございます。

キャッシュの状況に応じて機動的に自己株式を取得
'22年は170億円を上限に取得予定、7月末現在 約90億円取得



● 自己株式取得の推移(億円)



※ 会計年度9ヶ月の変則決算

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。

2022年度も、2月の取締役会で、上限取得価額170億円 上限420万株の取得を決議しておりますので、機動的に自己株式を取得しています。

7月末現在で、約90億円取得しました。

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。

「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ですが、時間の関係上割愛させていただきます。後ほどご確認いただけましたら幸いです。

◆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。

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。

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

「共生社会」の実現



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

地球の健康を守る・支える

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

- 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

- 「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

- 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

ユニ・チャームプリンシプル

- 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		
		2021年	中長期目標 目標値	目標年
全ての人々が「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%	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	世界中全ての人々が、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%	2030年
パートナー・アニマル（ペット）との共生	パートナー・アニマル（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%	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%	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%	2030年

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(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



1995年“寝たきりゼロを目指して”
 『ライフフリーリハビリ用パンツ』発売



2030年に
 向け拡大



“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）に合わせた商品展開で自立排泄を支援

- 軽い尿モレの方
- 一人で外出できる方
 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年に
 向け拡大



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
 エン
 パワ
 ーメ
 ン
 ト
HRAP: Human Empowerment

ACC
TOKYO CREATIVITY AWARDS

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

> 参加企業募集中心詳しくはこちら

#UNSTEREOTYPE
 ALLIANCE

◆女性活躍支援をグローバルで推進



文化を考慮した
 女性専用工場



女性起業家創出
 プロジェクト



オンラインによる
 初潮教育 24

◆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)



◆手軽さ、安心感、簡便性を兼ね揃えたナプキンと一緒に使うタイプの生理用品 (日本考案)



※ 経血量には個人差があります

(私たちの健康を守る・支える)
**独自技術でパートナー・アニマル（ペット）の
 毎日の健康とオーナー様の心をサポート**



◆パートナー・アニマル（ペット）との共生



2030年に
向け拡大



パートナー・アニマル（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



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

26

(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年に
向け拡大



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

unicharm × ベビージョブ



©Fujiko-Pro, Shogakukan, TV-Asahi, Shin-ei, and ADK

◆ 国や地域のニーズに合わせた差別化商品



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
向け拡大



一人ひとりの努力で、感染対策するための
商品・サービスの展開

◆機能性と、つけ心地を追求し、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.

28

◆ 社会の健康を守る・支える

重要取り組みテーマ	指標	中長期目標		
		実績 2021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%	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。	9案件	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	倍増 (2020年比)	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。	23.4%	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%	2030年

(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年に
向け拡大



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



◆ デングウイルスを媒介する蚊をおむつに
寄せつけず、赤ちゃんをデング熱の脅威
から守る世界初※のおむつ



※ 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)

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

30

◆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	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	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%	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	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	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	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 目標	2021年 実績	2022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	▲3%	▲0.2%	▲6%	▲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	10SKU以上発売	
	使用済み商品廃棄方法啓発	-	-	30%	38% (6力園)	45%	グループ 全社で展開	
	販促物でのプラスチック使用ゼロ	原単位	-	▲10%	▲8.9% (日本)	▲20%	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	▲1.7%	9.7% (日本)	▲3.4%	▲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	▲3.4%	▲26.9%	▲28.0%	▲34%	
	使用済み商品廃棄処理時CO ₂ 排出 量削減	原単位	2016年	▲2.6%	23.7% (日本)	▲5.2%	▲26%	
森林破壊に 加担しない (調達対応)	バルブ、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：98%※2 パーム油：80%	森林由来 原材料：97%※2 パーム油：77%	森林由来 原材料：98%※2 パーム油：80%	完了	購入する木材に ついて自然森林 破壊“0”社会の 実現
	認証バルブ (PEFC・CoC認 証) の拡大	-	-	認証工場数比率： 50%※3 認証材調達比率： 60%※4	認証工場数比率： 56%※3 認証材調達比率： 70%※4	認証工場数比率： 60%※3 認証材調達比率： 75%※4	100%	
	認証パーム油 (RSPO) の拡大	-	-	80%	77%	80%	100%	
	紙おむつリサイクル推進	-	-	-	開発継続	開発継続	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、バルブ、ティッシュ、セパレーター、エアレイドバルブが含まれます。

※3 当社工場におけるCoC認証取得工場数の比率。

※4 第三者認証材の森林由来原材料比率。森林由来原材料は、バルブ、ティッシュ、セパレーター、エアレイドバルブが含まれます。

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(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



◆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を デロイト トーマツと開始

環境目標 2030	実施項目		基準年	2021年 目標	2021年 実績	2022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	▲1.7%	9.7% (日本)	▲3.4%	▲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	▲3.4%	▲26.9%	▲28.0%	▲34%	
	使用済み商品廃 棄処理時CO ₂ 排出量削減	原単位	2016年	▲2.6%	23.7% (日本)	▲5.2%	▲26%	

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排出量可視化基盤を構築し、
「気候変動対応」への取り組みをより強力に推進

◆環境に配慮した商品の開発



2030年目標
10件以上



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

◆100%再生資材を使用した紙パッケージ
商品や、原料の一部に植物由来資源を
使用した商品

◆資生堂ジャパン(株)、(株)ファイントウデイ
資生堂、ライオン(株)と共同で、店頭販促
物のプラスチック使用量削減を宣言



(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



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5%以上の国・地域

国	再生可能電力比率 (2021年12月末時点)
ブラジル	100%
アメリカ	100%
ベトナム	約11%
タイ	約13%
日本	約6%

◆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
 プレイン工場)



日本 (九州工場)



日本 (豊浜製造所)³⁵

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(地球の健康を守る・支える)
**使用済み紙おむつの再資源化で
 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

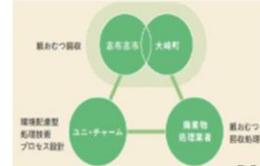
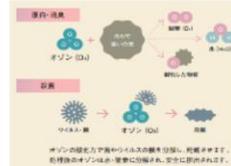
◆安心と便利さはそのままに、リサイクルがあたり前の未来へ

すべての素材を
再資源化

使用済み紙おむつ
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.

(地球の健康を守る・支える)
使用済み紙おむつリサイクル処理の流れ



◆ 水平リサイクル (紙おむつから紙おむつへ)

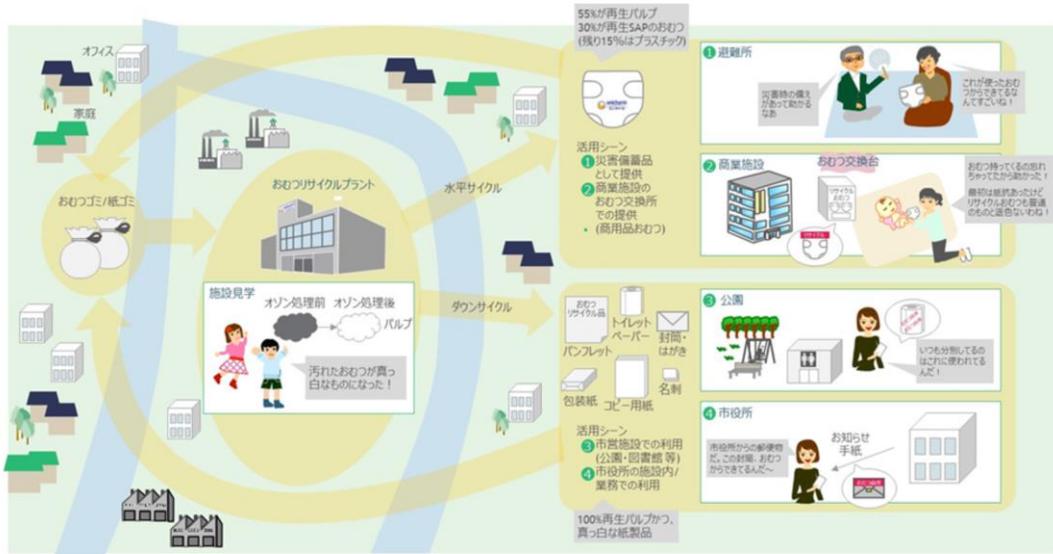


Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(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、
 「紙おむつ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.

◆自治体や小田急電鉄とともに使用済み紙おむつの分別回収の実証実験を推進



<実証実験イメージ図>

【高齢者施設・保育園・一般家庭】

【回収】

【リサイクル】



使用済み紙おむつを分別



自治体や小田急の
効率的な分別回収



ユニ・チャームの
紙おむつリサイクル

これまでの実施地域：志布志市、大崎町、東大和市

当該実証事業を通じて、使用済み紙おむつリサイクル事業を国内及び海外で展開できる循環型モデルの構築を行い、新たな課題を明確にして対策を行う

(地球の健康を守る・支える)

使用済み紙おむつのリサイクル推進に向け

「図解でわかるユニ・チャーム紙おむつリサイクル」を公開



◆小中学生向けに自由研究にも活用できる4つに分けた「研究ノート」で
使用済み紙おむつは、もう“ごみ”じゃないことを図解で説明

研究ノート①

ユニ・チャームが実現した
紙おむつの
循環型リサイクル



- 研究テーマ：循環型リサイクルとは？
- 世界初、ユニ・チャームの紙おむつ循環リサイクル

研究ノート②

紙おむつ
再生の技術



- 研究テーマ：紙おむつの構造を知ろう
- 研究テーマ：オゾン処理でパルプを再生する仕組み
- 研究テーマ：高分子吸水材（SAP）を再生する仕組み

研究ノート③

リサイクルしないと
紙おむつは
どうなるの？



- 研究テーマ：紙おむつをリサイクルしないでごみとして捨てるとうなるの？
- SDGs（持続可能な開発目標）に貢献する紙おむつリサイクル

研究ノート④

紙おむつの
リサイクルで
地球環境を守る



- 研究テーマ：リサイクルでこんなに減る、温室効果ガスの排出量
- 使用済み紙おむつが“ごみ”じゃない世界をみんなと一緒につくろう

<https://www.unicharm.co.jp/ja/csr-eco/education.html>

◆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	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	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	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。	日本14.4% 海外27.8%	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%	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。	6名	半減 (2020年比)	2030年

(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

◆女性活躍を推進に向けて、
「30% Club Japan」への加盟と、
女性のエンパワーメント原則に署名



In support of

**WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office

◆国や地域が抱える課題を克服し、
女性の活躍推進に向けた
取り組みを強化



キャリアや人生の悩みを
共有、相談する機会の創出



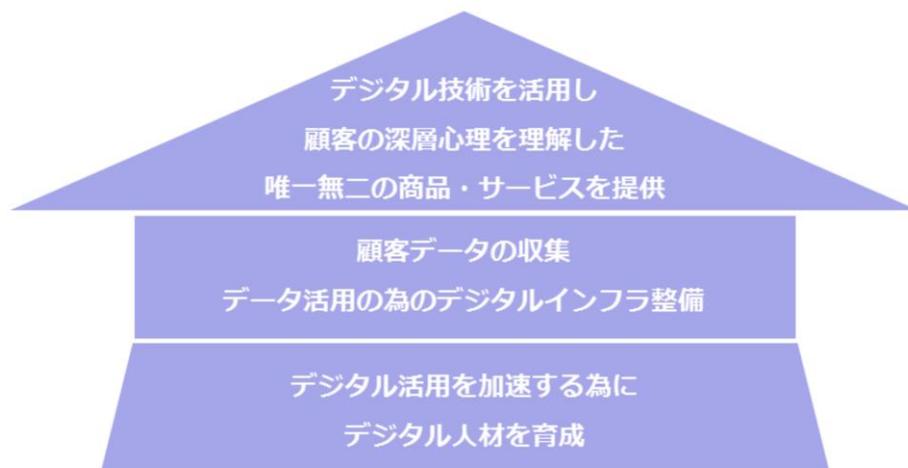
サウジアラビアの文化を
尊重した就労機会の提供

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

「共生社会」 (=ソーシャルインクルージョン)を実現



◆最適な紙おむつ選びをサポートする
「大人用おむつカウンセリング」



◆生理にまつわる悩みをサポートする
「ソフィ生理日管理アプリ」



◆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/>

◆出産や育児の不安をサポートする
「オンラインムーニーちゃん学級」
「ムーニーちゃんとトイレトレーニング
アプリ」



◆(株)RABO※1との資本業務提携で、
ネコちゃんの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.

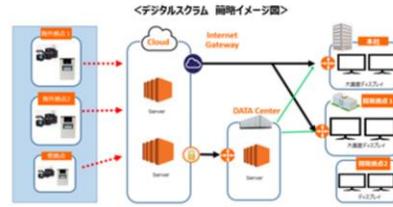
◆保育園向けベビー用紙おむつのサブスク
リプション「手ぶら登園」で、保護者と
保育士の負担や、感染リスクを軽減



◆ 店外における来店前のデジタル施策で、
価値伝達を進化



◆ 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



◆ 様々な自動設備の搭載や、IoTを活用
した最新鋭のスマートファクトリーで、
工場の見える化を推進



◆ 自動倉庫設備や、最新倉庫管理システム
などを導入したスマートロジスティクス
で、省人・省力化を推進



◆ペットの成長記録ツール+O2Oペット病院紹介プラットフォーム
「宠本本 (Pet note)」



宠本本
悉心记录 相伴一生

健康記録



健康相談



健康診断



病院検索



◆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」



◆「The Unicharm Way」アプリで
「共振の経営」を推進



◆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



◆社員の満足度や達成感、仕事に対する意識を確認する継続的な
「社員意識調査」では、高い平均点を維持



※ 5段階評価の平均点

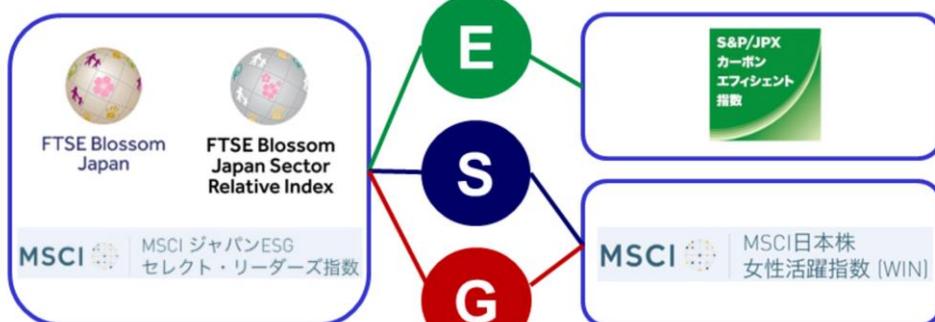
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.



GPIF採用ESG指数における5指数の構成銘柄に選定

総合型指数

テーマ指数



その他ESG指数



外部機関からの評価と連携（2022年度）



2月	<p>「DX認定事業者」に選定 </p> <p>第7回ACAP「消費者志向活動章」を受章</p> <p>「CDP2021サプライヤー・エンゲージメント・リーダー」に選定 </p>
3月	<p>第3回ESGファイナンス・アワード・ジャパン環境サステナブル企業部門「銅賞」を受賞 </p> <p>「健康経営優良法人（大規模法人部門）」に認定 </p>
4月	<p>Institutional Investor「2022 Japan Executive Team Rankings」の「Most Honored Company」に選定</p>
5月	<p>令和3年度 エコシップ・モーダルシフト事業優良事業者 「海運モーダルシフト大賞」を受賞</p>
6月	<p>第4回プラチナキャリア・アワード「優秀賞」を受賞 </p>
7月	<p>「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に11年連続で選定 </p> <p>第23回 物流環境大賞「先進技術賞」を受賞</p>

外部機関からの評価と連携



WE SUPPORT



The mark of responsible forestry
FSC® N002492



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

「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：計4回開催（2021年度）
	排泄ケア：計38回開催（2021年度）
オンライン講座「ライフフリー『今日からはじめよう!認知症予防とケア』」	約4,000名（2021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	計108団体（2021年度）
「ソフィ生理日管理アプリ」登録数 https://jp.sofygirls.com/ja/teens/writer_period/writer_voice_04.html	約1,000,000名（2022年5月時点）
初潮教育・月経教育（オンライン含む）	インド：約35,000名（2021年度）
初潮教育・月経教育（母娘で学ぶセッション）	インド：計163回 約5,300組（2021年度）
初潮教育サイト「Charm Girls Talk」登録数	インドネシア：約25,000名（2022年1月末時点）
「オンラインムーニーちゃん学級」 https://jp.moony.com/ja/campaign/school.html	計10回 約10,000名（2021年12月末時点）
「手ぶら登園」利用施設	1,600カ所以上（2021年7月末時点）
パートナー・アニマル（ペット）のQ&Aサービス「DOQAT」登録数 https://doqat.jp/	約23,000名（2021年12月末時点）



Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities

私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

