



Unicharm Corporation

Annual Report 2005

ユニ・チャーム株式会社



グローバルな成長を目指して

ユニ・チャームは、1961年の創業以来40年以上にわたり、経営哲学である「尽くし続けてこそNo.1」を

企業文化として大切に育んでまいりました。素材開発、商品機能の充実をはじめとして、

常にお客様の視点で商品開発に取り組んでまいりました。

世界中の赤ちゃんからお年寄りまで、最高の商品とサービスをお届けすることを目指し、

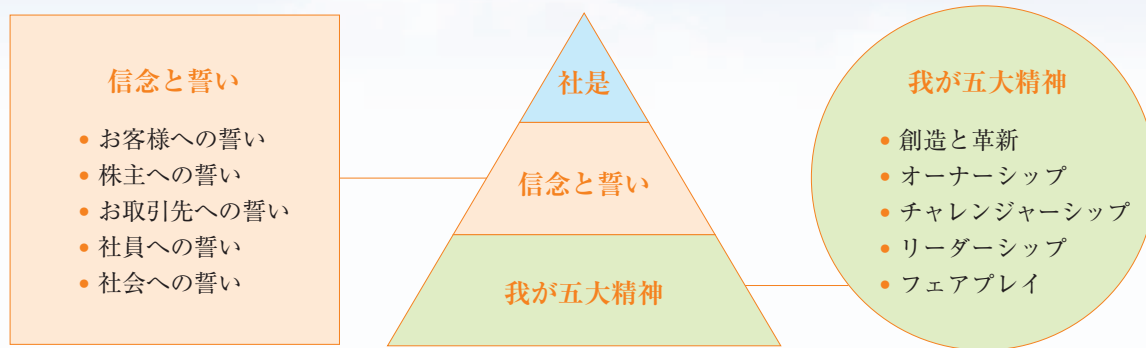
積極的なエリア展開と商品ラインアップの拡大を急速に進めることで、

成長著しいアジア市場におけるカテゴリーリーダーの地位を確立し、

グローバルな成長を目指します。

社是

1. 我が社は、市場と顧客に対し、常に第一級の商品とサービスを創造し、日本及び海外市場に広く提供することによって、人類の豊かな生活の実現に寄与する。
1. 我が社は、企業の成長発展、社員の幸福、及び社会的責任の達成を一元化する正しい企業経営の推進に努める。
1. 我が社は、自主独立の精神を重んずると共に、五大精神の高揚に努め、誠実と和協を旨として、全社員協働の実をあげる。



目次

財務ハイライト	1	取締役／監査役／執行役員	20
株主の皆さまへ	2	財務セクション	21
事業の概略	6	子会社および関連会社	45
部門別の概況	8	投資情報	46
海外事業	13	コーポレート・データ	47
研究開発活動	16		
CSR活動／品質保証体制	18		

見通しに関する注記事項

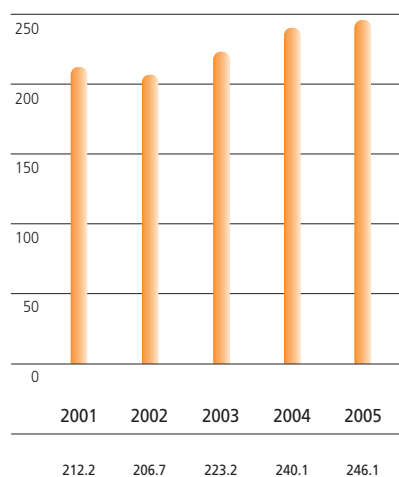
このアニュアル・レポートに記載されている現在の計画、見通し、戦略などは、仮定や確信に基づくものです。これらは、現在入手可能な情報をもとに、ユニ・チャーム経営者の判断によっています。したがって、これらの業績見通しのみに全面的に依拠することは控えるようお願いいたします。実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これらの業績見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。

財務ハイライト

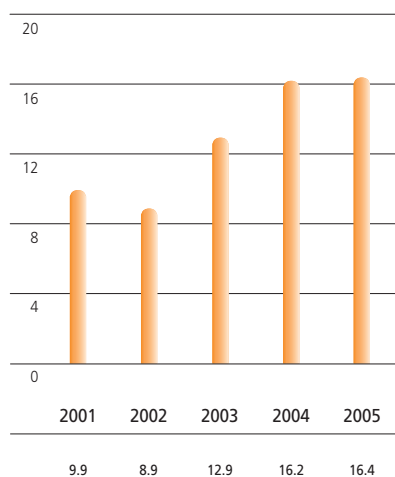
連結決算	単位：百万円			単位：千米ドル
	2005	2004	2003	2005
会計年度				
売上高	¥246,051	¥240,110	¥223,169	\$2,299,542
営業利益	27,285	30,727	25,793	255,000
当期純利益	16,382	16,240	12,879	153,103
設備投資額	13,737	19,050	14,811	128,383
減価償却費	12,330	11,616	11,023	115,234
研究開発費	3,747	4,689	4,529	35,019
会計年度末				
株主資本	¥137,697	¥123,709	¥113,137	\$1,286,888
総資産	215,365	209,002	187,988	2,012,757
1株当たり				
当期純利益	¥244.25	¥240.26	¥185.29	\$2.28
配当金(当該年度分)	30.00	28.00	24.00	0.28

注：本レポート内の米ドル金額は便宜上の数値であり、2005年3月31日現在のレート（107円＝1米ドル）により、日本円を換算しています。
連結財務諸表の注記1を参照してください。

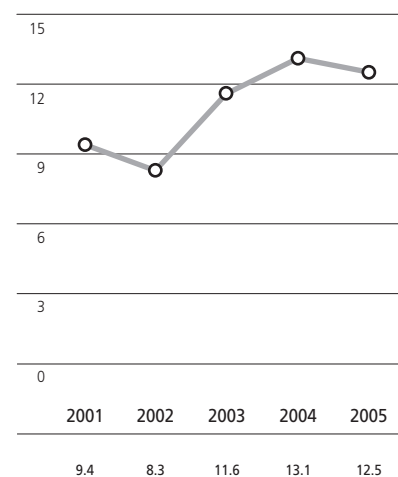
売上高（10億円）



当期純利益（10億円）



ROE (%)





代表取締役 社長執行役員
高原 豪久

2005年3月期の業績

経営環境の概況

2005年3月期の事業環境は、国内においては輸出の増加や企業業績の改善に伴う設備投資の増加などにより景気回復の兆しがみられ、個人消費も底固く推移しています。一方、当社が主に事業を展開しているアジアの経済は、おおむね安定した成長基調で推移いたしました。

売上高

このような環境の中で、当期の連結売上高は、前期に比べ59億円増加し2,461億円（前年同期比2.5%増）と過去最高となる売上高を達成いたしました。所在地別に見ると、国内では成長分野であるヘルスケア事業、ペットケア事業の売上高が順調に拡大し、前期に比べ13億円増加し1,920億円（前年同期比0.7%増）となりました。また、アジアにおける売上高は、アジアの参入各国において積極的なマーケティング活動を継続した結果、中国ならびにタイ、マレーシア、インドネシアといったアセアン諸国の売上高の増大により、前期比19億円増加し346億円（前年同期比5.9%増）となりました。また、その他の地域の売上高は、主にヨーロッパにおいて大人用失禁製品ならびにベビー用紙オムツの売上を伸ばした結果、前期に比べ27億円増加し194億円（前年同期比16.3%増）となりました。この結果、海外法人の外部顧客に対する売上高は、前期に比べ47億円増加し540億円（前年同期比9.4%増）となり、連結売上高中22%の構成を占める規模に拡大いたしました。

営業利益・当期純利益

国内および海外の売上高の増加に伴い、粗利益は増加しました。その一方で、猛暑の影響によるオムツ離れの予想以上の進行や、消費税の総額表示への移行に伴う購買意欲の低下により、国内ベビーケア事業では、メーカー間の競争が激化しました。国内フェミニンケア事業では、一部の製品カテゴリーにおいて価格競争が激化しました。こうした環境の中にあっても、一般管理費の効率化を推進するとともに、ブランドの育成を目的とした国内外における広告宣伝投資を増大し、競争力を強化する目的で販売経費を積極的に投下しました。その結果、営業利益は前期に比べ34億円減少し273億円（前年同期比11.2%減）となりました。当期純利益は厚生年金基金代行返上益などの特別利益により、前期に比べ1億円増加し164億円（前年同期比0.9%増）と過去最高益となりました。

2006年3月期の重点施策

事業環境予測

当社の事業を取り巻く環境をみますと、国内においては成熟市場における競争の激化、少子高齢化の進行による市場の変化が予想されます。一方、グローバルな視野でみますと紙オムツや生理用品などの衛生用品市場は成長しています。その中であってアジアでは経済の成長に伴い市場の拡大が加速する中で、グローバルブランド間の競争がより一層激化するものと予測されます。また、原材料価格の上昇も懸念されます。

このような状況の中、常にお客さまのニーズを的確に捉え、

高いブランド価値と新たな市場を創造するマーケティング活動や、製品開発力および技術力の強化によって、成熟市場の再活性化と成長市場への積極的な事業拡大を図ってまいります。また、サプライチェーントータルのコスト削減や、コストダウンを図りながらも高い品質を実現する製品開発への取り組み、そして経費の効率化等によりコスト構造の抜本的な改革を図り、より一層、収益力を強化したいと考えています。

国内事業の重点施策

国内事業では、ベビーケア事業においては、市場が成熟する中、パンツ化促進によるプレミアム化を加速してまいります。そのため、『ムーニーマン Mサイズ』をリニューアルして、早い時期からパンツタイプの使用を促し市場を活性化してまいります。また、新たに『マミーポコパンツ Mサイズ』をお求め安い価格で提供することによって、価格に対する抵抗をなくし、新たな需要を創造し収益力を強化してまいります。フェミニンケア事業は、『ソフィ ワイドガード』シリーズや『ソフィ ボディフィット 熟睡ガード』『ソフィ ボディフィット 超熟睡ガード』などの夜用ナプキンの機能強化によって、高付加価値セグメント市場でのシェア拡大によって収益力を高めてまいります。さらに、『ソフィ ボディフィット ふわピタスリム』の発売によって昼用プレミアム市場を創造してまいります。また『ソフィ ボディピースセット』の発売によって国内唯一の生理用品フルラインメーカーとしてナプキン・タンポンに次ぐ第3の生理用品市場の創造に取り組み、新カテゴリーの創造による事業成長を図ってまいります。一方、ヘルスケア事業は、日本が高齢社会に突入する中で、市場を上回る2桁の成長を継続してまいりました。シェア拡大の基盤となる『ライフリー』のブランド力をさらに高め、社会の変化を的確に捉え、介護者と被介護者のQOL (Quality of Life : 生活の質) の向上を実現する製品を他社に先駆けて提案してまいります。また、豊富なラインアップを揃えた排泄リハビリシステムを提案することによって競争優位を構築し、付加価値の極大化を図ってまいります。クリーン&フレッシュ事業では、使い捨て紙クリーナー『ウェーブ』シリーズから『アレルケアウェーブ』を発売し、アレルゲンを取り除く新たなお掃除習慣を提案し新市場を創造してまいります。さらにフード&キッチンのカテゴリーからは『クックアップ シャキッと食感シート』を、『シルコット ウェット』シリーズからは『シルコット ウ

ェットティッシュ ハンディウェット』を発売することによって、新たな需要を創造してまいります。

ペットケア事業においては、不織布・吸収体技術を活かしたペットイレタリー用品の高付加価値製品ラインアップを拡充してまいります。ペットフードでは、『室内飼育』『小型化』『高齢化』『肥満化』といった国内特有の飼育環境の変化に対応した高機能製品の投入と、積極的なマーケティング展開の継続によって、売上・利益の成長を加速してまいります。

海外事業の重点施策

海外事業においては、アジア参入各国で『Sofy』ブランドを中心とした夜用高付加価値製品の展開により、フェミニンケア事業の成長をさらに加速させてまいります。ベビーケア事業においては、プレミアムブランドの『Mamy Poko』に集中した積極的なマーケティング展開により、プレミアム市場の拡大を加速させ、ブランドの浸透を強化してまいります。また、業容の拡大に伴い、中国、タイを中心にアジアの生産・供給体制を強化してまいります。ヘルスケア事業においては、大人用紙オムツ『Lifree』ブランドを台湾とタイで積極的に展開し、フェミニンケア、ベビーケアに次ぐ海外事業の第3の柱を育成してまいります。

2006年3月期連結業績予想

2006年3月期の連結売上高は過去最高の2,570億円(当期実績比4.5%増)、営業利益は285億円(当期実績比4.5%増)、当期純利益は140億円(当期実績比14.5%減)を計画しております。この結果、1株当たり当期純利益は208円44銭となり、当期より35円81銭の減少となります。

利益分配に関する基本方針

基本方針

当社は、株主の皆さまへの利益還元を最も重要な経営方針のひとつと考え、キャッシュ・フローの創出による企業価値の増大に努めております。収益力向上のために企業体質を強化し積極的に事業拡大を図りながら、株主配当の安定かつ継続的な増加の方針を堅持してまいります。

フリーキャッシュ・フローの活用

当社は、市場を上回る高い事業成長と市場での地位を高め企業価値を向上させることが、最も有効な株主の皆さまへの利益還元であると考えています。また、国内のヘルスケア事業や成長市場であるアジアでの事業の拡大というチャンスに対して積極的に投資を行い、アジアナンバーワンの地位の獲得を目指す成長力の高い企業であると考えています。

したがって、フリーキャッシュ・フローについては、将来の企業価値増大の観点から、中国ならびにタイを中心とする海外事業や、ヘルスケア等の国内事業の業容拡大、研究開発、情報システム整備等の事業投資に対して重点的に配分することを最優先するとともに、長期的な視点で経営効率を鑑みながら活用してまいります。

利益配分

一方、直接的な株主の皆さまへの還元策として、配当に関しては毎年1円から2円を目処に安定的に増やすことにより、配当性向を高めていくことが重要と考えています。また、配当と自己株式の取得を合わせて当期純利益の50%程度を目安に継続的に株主の皆さまへ還元してまいります。

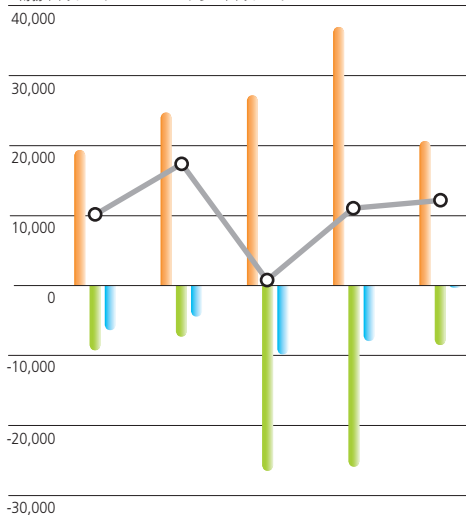
以上のような基本方針に基づき、2005年3月期の年間の配当金につきましては、前期より2円増配の1株当たり30円とさせていただきます、継続的な増配を実現いたしました。2006年3月期の年間配当金も当期より1株当たり2円増配の32円とし、引き続き増配を予定しています。また、株主の皆さまへの一層の利益還元と企業環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行を可能とするため、2005年8月に自己株式を市場買付にて110万株(取得価額49.7億円)取得し、金庫株として保有しております。

コーポレート・ガバナンスの強化

当社のコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方は、社是に掲げているとおり、「企業の成長発展、社員の幸福、および社会的責任の達成を一元化する正しい企業経営の推進に努める」ことであり、その実現のために日々企業活動を推進しています。コーポレート・ガバナンスに対するステイクホルダーの目はますます厳しいものとなり、当社は、常に社是に基づいた「正しい企業経営」を推進し、経営と執行部門が一体となり企業価値の向上と企業の社会的責任を積極的に果たしていくことが重要であると考えています。現在の取締役・監査役という経営

キャッシュ・フロー推移 (百万円)

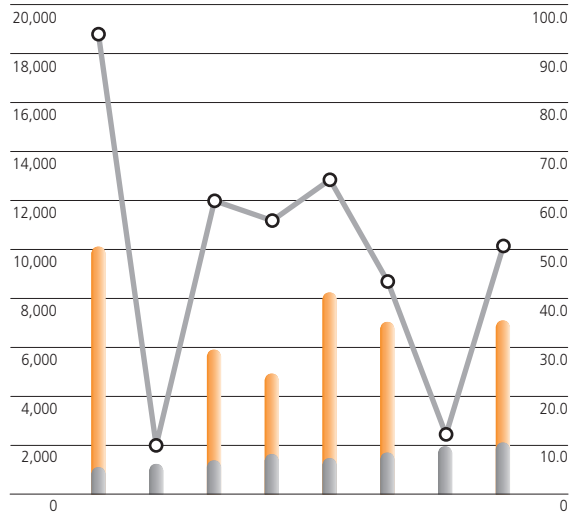
■ 営業キャッシュ・フロー ■ 投資キャッシュ・フロー
■ 財務キャッシュ・フロー ○ フリーキャッシュ・フロー



	2001	2002	2003	2004	2005
■ 営業キャッシュ・フロー	19,370	24,728	27,186	36,916	20,607
■ 投資キャッシュ・フロー	-9,235	-7,262	-26,411	-25,836	-8,437
■ 財務キャッシュ・フロー	-6,344	-4,406	-9,806	-7,933	-208
○ フリーキャッシュ・フロー	10,135	17,466	775	11,080	12,170

利益還元の推移

■ 自社株買い (円) ■ 配当金 (円) ○ 利益還元率 (%)



	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006(見込)
■ 自社株買い (円)	8,983	-	4,512	3,278	6,750	5,324	-	4,973
■ 配当金 (円)	1,147	1,275	1,417	1,678	1,517	1,740	1,994	2,142
○ 利益還元率 (%)	93.9	10.1	59.9	56.0	64.2	43.5	12.2	50.8

形態の中での執行役員制度を一層強化しながら、コーポレート・ガバナンスを充実させてまいります。

当社のコーポレート・ガバナンスに対する経営管理機構の整備については、1999年6月より執行役員制度を導入し、現行は、取締役6名、執行役員20名（取締役兼務者5名）、監査役4名（社内監査役2名）の経営体制を採用しています。取締役の任期は、経営の機動性および柔軟性の向上を図るため、1年としています。

当社の内部統制システムとして、取締役会は、執行役員を兼務しない取締役の中から監督機関の長として取締役会会長を選任することにより、監督と執行の分離を明確にしました。また執行体制は、社長執行役員が執行機関の長として業務執行に当たり、執行役員は、毎年株主総会終了後の取締役会において各執行部門の責任者として専任します。また、業務執行に対する取締役の監督強化と業務執行上の課題に対する迅速な意思決定を可能とするために、取締役兼執行役員を常任メンバーとして構成する業務執行会を設置しています。業務執行会は、代表取締役社長執行役員を議長として、毎月、議長が設定した業務執行上の重要課題について常任メンバーと関連執行部門が会社の経営状況を鑑みとうえで、適切かつ迅速に課題解決に当たっています。

加えて、当社は監査役設置会社として、社内監査役2名、社外監査役2名の合計4名で構成する監査役会の取締役会に対する監査機能の強化を図っています。内部監査を担当する内部監査室は4名体制で執行部門に対して内部監査を実施し、発見事項とその改善案を記載した内部監査報告書を作成しています。報告書の内容は、代表取締役社長執行役員へ報告されるとともに、監査役会および被監査部門に提出され、不備事項が指摘された場合には、改善計画が立案・実行され、内部監査室がその改善結果を監視する体制をとっています。

CSR強化による企業価値向上

当社は、「市場と顧客に対し、常に第一級の商品とサービスを創造し、日本および海外市場に広く提供することによって、人類の豊かな生活の実現に寄与する」ことを社是に掲げています。常に新しい価値創造に努め、ステイクホルダーの皆さまにナンバーワンの価値をもたらすことを目指した企業活動を推

進してまいりました。2004年4月よりスタートした第6次中期経営計画「SAPS計画」においても、日本のみならずアジア市場におけるパーソナルケア事業の展開を加速して、アジアに暮らす20億の人びとの生活に快適と感動と喜びをもたらすことで、企業としての貢献と社会的責任を果たすことを目指しています。

当社の主力製品は、紙オムツや生理用品などお客さまの肌に直接触れるものであるため、早くから製品の安全性や高い品質の向上に努めてまいりました。品質保証・環境対応・安全性確保・薬事法の遵守といった機能の一層の強化を目指し、全社統合的に推進するCSR部を創設した2003年を「CSR元年」として、ものづくりという本業に特化したCSRの推進体制を構築しました。

2005年3月期には、中期経営計画のひとつとして掲げた「企業の社会的責任の達成と成長発展を一元化する公正な企業経営の推進」実現の端緒として企業倫理室を創設し、企業倫理委員会の運営、社員相談窓口「りんりんダイヤル」の開設、企業理念・企業倫理に則った行動を具体的に示した「行動指針」の制定に取り組んでまいりました。社員が安心して働ける職場環境を整え、社員の意識向上を図り、公正な企業経営が実現できる仕組みをつくりました。

2006年3月期には、これらの仕組みを社員に深く浸透させていくとともに、推進対象をグループから海外、そしてお取引先まで拡大してまいります。さらにCSR推進委員会の発足により、CSR経営の一層の充実を図ってまいります。そして、これからも社会にも業界にも潤いを生む責任ある企業であることを決意いたします。

株主ならびに投資家の皆さまには、引き続き一層のご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

2005年9月

代表取締役 社長執行役員

高原 豪久

事業の概略

パーソナルケア事業部門

ベビーケア事業

- ・ベビー用紙オムツ
- ・トレーニングパンツ
- ・おねしょパンツ
- ・おしりふき
- ・ベビー用ウェットティッシュ



DISNEY©

フェミニンケア事業

- ・生理用ナプキン
- ・生理用タンポン
- ・パンティライナー
- ・生理用ショーツ



ヘルスケア事業

- ・大人用紙オムツ
- ・軽度失禁用パッド
- ・軽度失禁ガード専用ショーツ
- ・ケア用品
- ・超立体マスク



クリーン＆フレッシュ事業

- ・ウェットティッシュ
- ・化粧用パフ
- ・使い捨てシートクリーナー
- ・キッチンケアシート



ペットケア事業部門

- ・ドッグフード
- ・キャットフード
- ・ペット用シート
- ・ペット用紙オムツ
- ・ペット用トイレタリー製品



その他部門

- ・業務用食品包材
- ・業務用シートクリーナー



売上高は、27億円増加して2,080億円（前年同期比1.3%増）、営業利益は40億円減少して233億円（前年同期比14.6%減）となりました。

1981年にベビー用紙オムツ『ムーニー』を発売して市場へ参入し、現在では国内ベビー用紙オムツ市場で50%近いトップシェアを獲得しています。独自に開発した製法により、パンツタイプ紙オムツ『ムーニーマン』を世界に先駆けて1992年に発売し、新たな価値を創造するとともに、市場構造を変革しました。また、おねしょ用パンツ『オヤスミマン』やトレーニング用パンツ『トレパンマン』、そして水遊び用のパンツ『ムーニーマン 水あそびパンツ』などの製品を発売することによって、新しいカテゴリーを創造し、市場の拡大と活性化に貢献しています。

東アジアを中心とした海外にも『Mamy Poko』ブランドを積極的に展開し、タイやインドネシアではトップシェアを獲得しています。

1963年に国内で生理用ナプキンの製造販売を始め、「女性の快適を科学して自由を創造する」を事業理念に、国内唯一の生理用品フルラインメーカーとして生理用ナプキンや生理用タンポン、生理用ショーツ、そしてパンティライナーなどフルラインアップで展開しています。年々、高度化するニーズに的確にお応えするため、新開発の機能を備えた製品ラインを提供し続けることで、生理用ナプキン市場で9年間にわたりトップシェアを占めています。

東アジアを中心とした海外にも『Sofy』ブランドを積極的に展開し、台湾、タイではトップシェアを獲得しています。

1987年に大人用紙オムツ『ライフリー』を発売して以来、新たな価値を創造し製品機能を高めた紙オムツの販売を通じて、国内の大人用紙オムツ市場の拡大を牽引してきました。1995年には、『ライフリー リハビリパンツ』を発売することによって排泄リハビリテーションを提唱し、被介護者および介護者双方の肉体的・経済的・精神的な負担の軽減に貢献してきました。また、当社の不織布技術を活かして従来のマスクの不満点を解消した、新しいタイプの立体形状の使いきりマスク『ユニ・チャーム 超立体マスク』を発売しています。

1974年に化粧パフ『シルコット』を発売して以来、当社のコア技術である、不織布・吸収体の製造加工技術を基盤として、清潔・衛生・新鮮な快適環境をもたらす製品を展開しています。現在では、住環境を清潔に保つためのシートクリーナー『ウェーブ』、キッチンケアシート『クックアップ』、肌ケア用のウェットティッシュ『シルコット ウェットティッシュ』、化粧パフ『シルコット』といった製品群によって新しい価値を提案し、新たな需要を創造しています。

売上高は33億円増加して268億円（前年同期比13.8%増）、営業利益は4億円増加して26億円（前年同期比20.6%増）となりました。

1986年に事業参入し、現在は連結子会社ユニ・チャームペットケア株式会社で事業を運営しています。「健康と清潔でペットの暮らし快適に」の事業理念のもと、ドライ・ウェット・ソフトの3タイプのペットフードを、『愛犬元気』、『ねこ元気』、『ゲインズ』の3つのブランドで展開しています。また、当社グループのコア技術である不織布・吸収体の製造加工技術を活用したペットシートや、デオドラント効果のある猫用トイレ砂、ペット用紙オムツなどを販売し、ペットと人のより良い飼育環境のために新しい価値ある製品とサービスを提供しています。

売上高は112億円（前年同期比0.3%減）、営業利益は14億円（前年同期比3.6%増）となりました。

創業以来培ってきた不織布・吸収体の製造加工技術を活かし、スーパーマーケットなどの流通業者を顧客とした、生鮮食品の鮮度管理や衛生管理のためのドリップシート『トレイメイト』を中心とした業務用食品包材事業や、『ウェーブ』ブランドで業務用シートクリーナー事業を展開しています。

Lifestyle Products

パーソナルケア事業部門

84.5%

ベビーケア事業

2005年度営業概況

国内では、少子化の影響により需要が減少する中、消費税の総額表示への移行に伴い消費が低迷し、猛暑等によりオムツ離れが進んだ結果、オムツ対象人口が想定以上に減少しました。これらの影響によって競争が一層激しさを増し市場全体の単価下落を招いた結果、ベビー用紙オムツ市場は想定以上に縮小する結果となりました。このような状況にあって、当社はリーディングカンパニーとして、付加価値の高いパンツタイプ紙オムツの販売構成比を高めることによって単価を引き上げてまいりました。同時に、新製品の積極的な投入と製品リニューアルを行いながら、広告宣伝をはじめとするマーケティング活動を推進することによって、低迷する市場の活性化と収益の拡大に取り組んでまいりました。

紙オムツにおいてはデザイン性を求めるニーズが高まり、それに対応するために情緒的価値を高めた「トイ・スト

ーリー柄」「ディズニー・プリンセス柄」の『ムーニーマン』を発売しました。また、近年ではオムツ離れに対する意識に変化があらわれ、高月齢児の紙オムツ使用率が上昇する傾向にあります。この新たなニーズに対応するために、体重18kg以上のお子さまの体格に合わせた新サイズ『ムーニーマンビッグより大きいサイズ』を発売しました。

さらに、水遊び時に使用できる、水に入ってもふくらむことのない『ムーニーマン水あそびパンツ』を発売し、新たな使用機会の提案によって新たな需要を創造しました。

海外では、東アジア参入各国において、積極的な販売・マーケティング活動を継続し、業容を拡大してまいりました。

この結果、ベビーケア事業の売上高は、前期に比べ26億円減少して984億円となりました。



DISNEY©

2006年度戦略

国内の出生人口の減少が続く中、数量ベースでの市場規模は2%程度縮小すると予測されます。また、紙オムツの価格が緩やかに低下する中、昨年度に続き今年度においても引き続きパンツタイプへの移行を促進してまいります。『ムーニー』、『マミーポコ』の両ブランドは、他社のブランドと比較してパンツタイプ紙オムツ販売構成比が高く、パンツ化による紙オムツ市場のプレミアム化を牽引しています。サイズ別にみると、Lサイズやビッグサイズに比べて、Mサイズはまだパンツ化が進んでいないため、パンツ化を加速する大きな可能性を秘めています。

漏れを防止する機能を高め製品力を大幅に向上させた『ムーニーマン Mサイズ』を投入することによって、プレミアム市場のパンツ化を促進してまいります。また、新たに『マミーポコパンツ Mサイズ』をお買い求めやすい価格で発売することによって、パンツタイプ未使用者の開拓を行ってまいります。

パンツ化を促進する一方で、消費者が選んだパッケージデザインを採用した企画品を展開するなど、売り場の活性化を図り、売上の拡大と収益力の強化を図ってまいります。



フェミニンケア事業

2005年度営業概況

国内では、少子高齢化の影響で生理対象人口が減少する中、市場全体は低調に推移しました。当社は、国内唯一の生理用品フルラインメーカーとして安心と快適を実現する製品の開発・改良に注力し、市場の活性化を図ってまいりました。

当期においては、ワイドタイプの夜用ナプキン『ソフィ ワイドガード』の第2弾として、長さ35cmの『ソフィ ワイドガード 350』を発売し、夜用市場の活性化を図りました。これによって、成長カテゴリーである夜用内でのシェアを伸長しナンバーワンの地位を堅持しました。その中でも特に付加価値の高い「夜用32cm以上カテゴリー」では、カテゴリー内のシェアを大きく伸ばしトップのポジションを確固たるものにしました。昼用市場では、女性のおよそ半数の方が経験する昼間の漏れトラブルを解決するために『ソフィ ワイドガード 250』を発売しました。『ソフィ ワイドガード』シリーズの投入によって、夜間と昼間の女性の身体と心の負担を解消して安心と快適な生活をサポートする、ワイドタイプセグメントを市場

に創造しました。

また、生理用ショーツでは生理中でも自分らしくおしやれに過ごせる、初めてのヒップアップ&美脚生理用ショーツ『ソフィ スリムアップフィット』を発売し、ラインアップを拡大して生理用ショーツ市場を活性化しました。

一方、パンティライナーは、先行する欧米諸国では使用率が60~70%に達しているのに対して、国内では使用率がまだ41%と低く今後さらなる成長が期待できる市場です。そこで「下着だけの気持ちよさ」を実現する、ショーツになじみ装着した瞬間から存在を感じさせない『ソフィ パンティライナーゼロ体感』を発売し、パンティライナー市場に新たなポジションを確立し、市場の成長促進に貢献しました。

海外では、東アジア参入各国において発売した夜用ナプキンの新製品が業績を牽引した結果、各国で売上が拡大し再びシェアは拡大基調となりました。

この結果、フェミニンケア事業の売上高は、前期に比べ1億円減少して562億円となりました。



2006年度戦略

国内市場が成熟する中で、売上と収益の一層の拡大を図るために、夜用ナプキンの機能強化によってブランド力を強化し、高付加価値の成長セグメントの育成によりシェア拡大に取り組んでまいります。『ソフィ ボディフィット』シリーズの夜用ナプキンでは、ナプキンを全体的により柔軟にすることでフィット性を高め、漏れ率を改善し機能を高めてまいります。また、『ソフィ ワイドガード』シリーズの夜用ナプキンでは、マーケティング投資を積極的に行うことによって、ワイドタイプセグメントの確立と成長を促進し、ナプキン市場でのプレゼンスを高めてまいります。

一方、昼用ナプキンにおいてもプレミアム化を推進してまいります。スリムタイプナプキンの使用者が増加傾向にあることに着目し、ボディラインにフィットしてすき

間をつくらない吸収体が、経血をピンポイントで吸収する『ソフィ ボディフィット ふわピタスリム』を発売します。積極的な広告宣伝投資と店頭プロモーションによって、「フィットするスリムナプキン」のポジションを築き、昼用プレミアム市場を創造してまいります。また、夜用タイプを発売することによって、夜用ナプキンの一層の強化を図ってまいります。

さらに、身体につけるピースとシートの組み合わせによって、漏れ率の大幅な改善を実現した第3の生理用品『ソフィ ボディピースセット』の普及促進を図ってまいります。製品パッケージと広告展開によってトライアルを獲得し、新たなカテゴリー創造による成熟市場の再活性化に取り組んでまいります。



ヘルスケア事業

2005年度営業概況

当期における国内ヘルスケア事業は、成長市場における競争が激しさを増す中で、市場成長を上回る売上高成長を実現しました。高齢化が進む中、「生命(いのち)の歓びを追求する」を事業理念に、心と身体の寝たきりゼロを目指して、『ライフフリー』ブランドの開発・改良に注力してまいりました。

重度失禁製品市場では、「座ることから始まるリハビリ」をコンセプトとして、離床を促す新しい尿取りパッドである、施設病院向けの『ライフフリー 座位安心パッド』と、一般小売店向けの『ライフフリー 座っても安心尿とりパッド』が着実に市場に浸透し、介護者と被介護者の双方のQOL(Quality of Life: 生活の質)の向上を実現しました。2桁の成長を続けている尿漏れケア専用品市場においては、『チャームナップ さわやかライナー』少量用、中量用の大パックをお買い求めやすい入り数・価格に変更し、売上を拡大しました。

一方、消費者の排泄介護に関する悩みや相談に専門アドバイザーがお応えする「ライフフリーいきいきダイヤル」サービス、また、当社ホームページ(<http://www.unicharm.co.jp/>)による介護情報の提供、「いきいき生活」事業によるご相談からご購入までの一貫したサービスを提供してまいりました。介護者のメンタルケアにまで踏み込んだ介護支援サービスを展開することで、新たな事業の構築を推進するとともに『ライフフリー』ブランドの価値向上に努めてまいりました。

海外では、台湾に続き、タイにおいても2003年5月に『Lifree』を発売し、ブランドの浸透を加速させてまいりました。また、ヨーロッパを中心とした地域では、大人用のパンツタイプ紙オムツが順調に売上を拡大しました。



2006年度戦略

当社は、成長する国内の大人用紙オムツの小売店頭市場で40%を超えるシェアを獲得し、圧倒的なナンバーワンの地位を確立しています。2005年に高齢化率20%に達し超高齢社会に突入する機会を活かして、さらなる成長を目指してまいります。

「被介護者の残存能力を維持し介護者のゆとりを創出する排泄ケア」や「認知症の特性を考慮した排泄ケア」が期待される中、中重度失禁カテゴリにおいては、この社会変化を的確に捉えたコンセプトの製品を先行投入することで競争優位を構築し、売上高と収益の拡大に努めてまいります。軽度失禁市場では、店頭における製品の視認性を高めることによって、生理用品で培ってきた『チャームナップ』ブランドの強みを活かして、失禁専用製品

の使用者の拡大を図ってまいります。尿漏れケア専用品のトップメーカーとして、さらなる尿漏れケアの啓発と専用品による適切なケアの普及を促進し、360億円の潜在マーケットの顕在化に注力してまいります。

業務用分野においては、パンツタイプや付加価値の高いパッドを使用した交換回数削減の提案によって、既存顧客の深耕を図るとともに、独自の排泄ケアモデルの提案によって新規顧客の獲得を目指します。さらにダイレクト販売「いきいき生活」事業では、顧客とのコミュニケーションを強化することによって新規顧客の獲得を推進してまいります。

また、大人用紙オムツ事業をさらに強化するために関連会社ユニ・チャームメンリッパ社を子会社化しました。両社の事業シナジーをより発揮させることにより、ユニ・チャームグループ全体で病院・介護施設向け大人用紙オムツ事業の拡大を加速してまいります。



クリーン＆フレッシュ事業

2005年度営業概況

当社がこれまで培ってまいりました不織布・吸収体技術を応用した製品を通じて、お客さまへ清潔・安心・新鮮を提供するクリーン＆フレッシュ事業では、一般用ウェットティッシュ『シルコット ウェットティッシュ』において業界ではじめての携帯用のケース付きウェットティッシュ『シルコットウェットティッシュ プチパクト』と『シルコットウェットティッシュ プチパクト安心除菌』を発売し、品揃えの強化による売上拡大を図ってまいりました。また、『ウェーブ』ブランドから、レバーを引くだけで専用液が飛び出し、リビングなどの広いスペースもらくに水拭きができる新型のスプレー式フロアモップ『ウェーブピュピュッとモップ』を発売しました。「床の水拭きは面倒だけど、手早くらくに掃除をしたい」といった主婦の方々のニーズにお応えした製品を提案

することで、お掃除用品市場を拡大してまいりました。さらに、いつものお掃除でアレルギー対策までできる『アレルケアウェーブ ハンディワイパー』、『アレルケアウェーブ のびるワイパー』、『アレルケアウェーブ フロアシート』を発売し、新しいお掃除習慣を提案し売上を拡大しました。

海外では、台湾で発売している『ウェーブ』の販売に注力しました。また、当社が『ウェーブ』のシート技術をライセンス供与し、ザ・プロクター・アンド・ギャンブル社が販売している「スイッファー・ダスターズ (Swiffer Dusters)」は順調に売上を拡大し、ロイヤリティ収入の拡大に貢献しています。



2006年度戦略

新たなお掃除習慣を提案するシートクリーナー『ウェーブ』ブランドに集中して販売を強化し、市場の拡大を図ってまいります。スプレー式フロアモップ『ウェーブ ピュピュッとモップ』では、汗や皮脂、埃といった夏場特有のフロアの汚れに着目し、掃除機やドライタイプのシートクリーナーでは取り除けない汚れを、専用液を用いた水拭きによって清潔にするお掃除方法を提案し、夏場の需要を喚起してまいります。また、『アレルケアウェーブ』では、夏場のダニ繁殖期のアレルギー対策を提案し、競合の提案内容との差別化を図りながら小売店頭の露出を獲得し、売上の拡大を図ります。『ウェーブ』ブランドは、夏場の売上拡大を図りながら、お掃除用品の最需要期である年末に小売店頭の露出を極大化し、新たなお掃除習慣の定着を目指してまいります。



さらに、フード＆キッチンのカテゴリーでは、野菜から出る余分な水分だけを吸収し、菌の繁殖や乾燥から野菜を守る『クックアップ シャキッと食感シート』を発売し、革新的な野菜の保存方法を提案することによって、新たな需要を創出してまいります。

パーソナルウェットティッシュのカテゴリーでは、毎年着実に成長を続けるウェットティッシュ市場に、新たな製品を提案してまいります。消費者の使用実態に着目し、室内外を選ばず簡単に持ち運べて手軽にウェットティッシュを使える『シルコット ウェットティッシュ ハンディウェット』を発売し、市場の成長と売上の拡大に努めます。

Pet Care Products

ペットケア事業部門

10.9%



2005年度営業概況

ペットケア事業は、店頭における価格競争が厳しい市場環境の中、社会の少子高齢化の進行によってペットへの関心はますます増大し、今後の成長に大きな期待が持てる事業となってきています。

ペットフード部門では、毎日食べられるおいしさを目指した猫用グルメフード『ねこ元気 銀のスプーン』、増え続ける高齢犬・猫に対応した犬用フード『愛犬元気 11歳以

上用』、『ゲインズパックスン 11歳以上用』、猫用フード『ねこ元気 11歳以上用』といった差別化されたカテゴリー製品を中心に、マーケティング活動を強化してまいりました。ペットトイレタリー部門では、猫の排泄処理用品『1週間消臭・抗菌デオトイレ』『オシッコのあとに香る砂』等、今後も増加が確実なペットの室内飼育に対応した製品を強化し売上を拡大してまいりました。



2006年度戦略

ペットケア市場のリーディングカンパニーを目指し、その実現のため「付加価値市場の創造」「市場規模の拡大」「拡大市場でのナンバーワン奪取」を基本戦略とし、ペットケア業界の「業界総資産の拡大」をキーワードに事業を展開してまいります。

徹底的な市場調査・分析を行い顧客ニーズにあった付加価値の高い製品を開発・発売し、テレビコマーシャルを中心とする積極的な広告投資により認知を高め、売上を拡大してまいります。

Other Products

その他部門

4.6%

2005年度営業概況

不織布・吸収体の技術を活かした業務用製品分野においては、業務用食品包材である『フレッシュマスター』のスーパーマーケットへの浸透強化と、飲食店ルートへの販売を強化し売上を拡大しました。



2006年度戦略

業務用食品包材事業では、スーパーマーケットなどの流通チャネルとの新たな取引の拡大を図るとともに、外食チャネルなどの新規顧客の獲得を継続して推進してまいります。

また、業務用『ウェーブ』では、小売業種に販売活動を集中することで業務用チャネルでの販売を強化し、業務用ダストコントロール市場で新たな売上の獲得に努めてまいります。



海外事業

当社は、アジアに暮らす20億の人びとのために、快適と感動と喜びを与えるような世界初・世界ナンバーワンの製品とサービスを提供することで、アジア市場でのパーソナルケア事業の成長力を強化し、東アジアにおいて企業価値ナンバーワンのライフサポートインダストリーとなることを目指しています。

1984年に台湾で海外現地法人を設立したのを皮切りに、東アジアを中心に海外事業を展開し、現在では東アジア10カ国にサウジアラビア、オランダを加えた12カ国で展開しています。特に東アジア市場においては、フェミニンケア製品の『Sofy』ブランド、ベビーケア製品の『Mamy Poko』ブランドを中心に、カテゴリーリーダーを目指して事業基盤の拡大を加速しています。



2005年度営業概況

海外全体の売上高は前期に比べ47億円増加し540億円（前年同期比9.4%増）となり、連結売上高に占める海外法人の外部顧客に対する売上高の構成は22%に至りました。営業利益は前期に比べ1億円減少し36億円（前年同期比1.8%減）となりました。特にタイ、インドネシア、マレーシアなどのアセアン諸国と中国で着実に成長を遂げました。

国・地域別	ベビーケア	フェミニンケア	ヘルスケア	C&F	生産	販売
中国	●	●			●	●
台湾	●	●	●	●	●	●
韓国	●	●			●	●
タイ	●	●	●		●	●
インドネシア	●	●			●	●
マレーシア	●	●				●
シンガポール	●	●				●
ベトナム		●				●
モンゴル	●	●				●
フィリピン	●					●
サウジアラビア	●					
オランダ	●		●		●	

サウジアラビアは、ベビーケア製品の技術提携です。

オランダは、技術提携によるベビー用および大人用パンツタイプ紙オムツの生産です。

事業部門別の概況

ベビーケア事業

東アジア参入各国において積極的な販売・マーケティング活動を継続して各国市場の成長を加速させながら、プレミアムブランドである『Mamy Poko』に集中して売上を拡大しました。現在、当社は日本を除くアジア市場で第3位の地位にあり、順調にシェアを伸ばしてきています。特にタイでは50%を超えるシェアを獲得して圧倒的なナンバーワンの地位を確立し、さらなる市場拡大を図っています。また、インドネシアではパンツタイプ紙オムツ『Mamy Poko Pants』の導入により、パンツタイプカテゴリーで80%を超えるシェアを獲得し、紙オムツ市場でナンバーワンのシェアをさらに伸ばしています。一方、市場の成長が加速している中国では、昨年6月にテープタイプ紙オムツ『Mamy Poko』の新製品を投入したことにより、順調にシェアを拡大しました。

フェミニンケア事業

東アジアの参入各国では、生理用ナプキンとパンティライナーを軸に事業を展開し、高機能夜用ナプキンの新製品が業績を牽引し、シェアを拡大しました。台湾ではナンバーワンの地位を堅持し、タイでは拡大基調を維持して40%を超えるナンバーワンシェアを獲得しました。また、インドネシアでは順調にシェアを拡大しました。特に都市部のジャカ

ルタエリアではナンバーワンとなりました。さらに、中国においても夜用ナプキンの新製品が業績に貢献し、上海・北京といった都市部でのナンバーワンの地位を確固たるものとするとともに、全国ベースでもナンバーワンとなりました。

ヘルスケア事業

台湾では順調に業容を拡大し、前期比20%超の売上高成長を達成しました。台湾に次いで2003年に『Lifree』を発売したタイでは、製品ラインを追加しシェア拡大を継続しています。特に重点エリアであるバンコクでは市場浸透が加速しています。ヨーロッパを中心とした地域では、大人用のパンツタイプ紙オムツの売上が順調に拡大しました。

クリーン&フレッシュ事業

アジアの中では、台湾において新しいお掃除習慣を提案する『ウェーブ』を販売しています。また、当社が『ウェーブ』のシート技術をライセンス供与し、ザ・プロクター・アンド・ギャンブル社が販売する『スウィッファー・ダスターズ (Swiffer Dusters)』は、北米ならびにヨーロッパ地域において順調に売上を拡大し、ロイヤリティ収入の増加に寄与しています。

2006年度戦略

海外事業においては、東アジア参入各国で、夜用ナプキンの製品力を強化することによって『Sofy』のブランド力を高め、フェミニンケア事業の拡大を加速してまいります。ベビーケア事業では、『Mamy Poko』ブランドの積極的なマーケティング展開によるブランド認知の向上を図るとともに、アジアでの成長に対応した生産・供給体制の整備・増強を図ってまいります。また、アセアン地区においてはパンツ化を積極的に促進してまいります。ヘルスケア事業においては、台湾・タイにおいて『Lifree』ブランドの強化を図ることによって事業基盤を構築し、引き続き海外事業における第3の柱の育成に取り組んでまいります。

●2006年度アジア主要進出国の重点

中国



マミーポコ
男の子用



マミーポコ
女の子用
©DISNEY



ソフィ サイドギャザー
昼用

前期に成長軌道への回帰を果たし、今期は再び高い成長を目指します。フェミニンケア事業では、上海、北京など都市部でトップシェアを獲得している『Sofy』ブランドをさらに強化し、地方都市への浸透拡大を図ってまいります。生理用ナプキンでは、プレミアムタイプの夜用ナプキンやスリムタイプナプキンの製品力を強化することによって、市場の成長以上の事業成長を図ってまいります。また、昨年11月に発売しました新ブランド『Charm』のトライアル獲得を継続的に行うことにより、普及価格帯の利用者を獲得しさらなる成長を目指します。ベビーケア事業では、他社にはない男女別の製品機能を活かし、プレミアムブランド『Mamy Poko』を強化してまいります。中国の紙オムツ市場は今後も2桁の成長を継続する有望な市場です。製品の価値を正しく使用者に伝えるために広告投資を継続するとともに、主要都市の小売店頭でのお客さまとのコミュニケーションを強化し、プレミアムカテゴリー内のポジションを確立し、さらなるシェア拡大を目指します。

タイ



マミーポコ
パンツ



ライフリー
うす型パンツ



マミーポコ
テープ



ソフィ ボディフィット
昼用

各事業において、ブランド強化と市場の拡大を加速させることによって、さらなる成長を目指します。フェミニンケア事業では、市場の競争環境が激化する中、市場を拡大しながら事業の成長を実現するために、新たな価値を提案し続けてまいります。夜用ナプキンは、サイドギャザーによって漏れに対する最先端の機能を備えるとともに、夜用ナプキンの使用を促すため広告投資を積極的に行ってまいります。また、ライナーにおいては、基本機能を強化した製品を投入することによってさらなる成長を目指してまいります。ベビーケア事業では、圧倒的なナンバーワンブランドである『Mamy Poko』の製品力強化と製品ラインを拡大することによって、使用枚数の拡大を図り市場の拡大を牽引しながらシェア拡大を図ってまいります。また、高付加価値のパンツタイプ紙オムツの市場拡大をさらに推進するために、Mサイズの小売店頭での露出を拡大してトライアルを促進してまいります。ヘルスケア事業では、最大の強みであるケアアドバイザーを活かした店頭での推奨を強化することによって、パンツタイプ紙オムツの売上拡大を図るとともに、テープタイプ紙オムツとサブパッドの併用によるトータルデイリーコストの削減を提案し、サブパッドの市場拡大を図ってまいります。

台湾

市場が成熟する中、ブランド価値を創造することによって差別化を図ってまいります。フェミニンケア事業においては、夜用ナプキンの機能強化を契機に夜用カテゴリーで圧倒的なシェアを獲得することによって、収益性を高めてまいります。ベビーケア事業においては、『Mamy Poko』ブランドのプレミアムとエコノミーの両製品の基本機能を強化し、収益性を高めてまいります。ヘルスケア事業においては、少子高齢化の到来が予測される中で、小売店頭においてフルラインで製品を展開することによって、新たな価値提案に取り組んでまいります。また、クリーン&フレッシュ事業においては、新たに『アレルケアウェーブ』を投入することによって、シートクリーナー市場のシェアを拡大してまいります。

ウェーブ
フロアシートウェーブ
ハンディシートライフリー
うす型パンツライフリー
リハビリパンツライフリー
尿とりパッドウェーブ
マルチワイパー

インドネシア

競争が激しさを増す中、製品の差別化、販売チャネル網の強化によって市場成長以上の事業の成長を目指します。フェミニンケア事業では、夜用ナプキンの製品力を強化して売上を拡大し、夜用ナプキン市場で圧倒的なシェアを獲得してまいります。また、昼用ナプキン市場においては、ギャザー付きスリムタイプナプキンによる新たな価値を提案し、新たにスリムタイプ市場を創造してまいります。ベビーケア事業では、ベビー用紙オムツ市場が2桁成長を続ける中でナンバーワンシェアを拡大していくために、製品力を高めてブランド価値の向上を図ってまいります。テープタイプ紙オムツでは、製品力強化を図りながら新たにXXLサイズを投入して、市場拡大とブランド価値の拡大を図ってまいります。また、パンツタイプでは男女別『Mamy Poko Pants』の導入によりトライアルを促進してまいります。



研究開発活動

当社は、赤ちゃんからお年寄りまで、すべての人びとの快適な毎日のために、不織布と吸収体の成型・加工の技術を競争力の源泉として事業を展開しています。高付加価値製品や市場創造型製品を開発して市場に投入することによって、常に成長し続けたいと考えています。

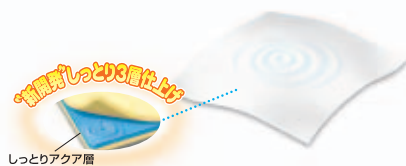
当社の研究開発活動は、「テクノロジーイノベーションで新たな価値を創造し続ける」を基本に、香川県豊浜町のテクニカルセンター、エンジニアリングセンターを中心として、当社の不織布技術、特殊高分子吸収技術、紙・パルプのノウハウを絶えず改良し続け、カテゴリーナンバーワンの製品の開発と、製品開発から市場導入までのリードタイム短縮に挑戦しています。このような取り組みは国内外で展開するすべての事業分野において活かされ、他社の追従を許さない製品開発力を発揮して、市場をリードしています。

2005年度におけるグループ全体の研究開発費は、37億円（連結売上高比1.5%）であり、主な成果は下記のとおりとなります。

パーソナルケア事業

ベビーケア関連

ベビー用紙オムツ市場の拡大を図るため、ゴム跡がつきにくい「やわらかタッチゴム」、夜のおしっこも安心な「ワイド吸収体」を開発し、『ムーニーマン ビッグより大きいサイズ』を発売しました。大きなお子さまでもゆとりをもってはくことができる新サイズの発売により、紙オムツ使用期間の長期化への対応を可能としました。『マミーポコパンツ』では、新たなパンツタイプユーザーを獲得するため、活発な動きに合わせLサイズの約1.2倍の面積をもつ「ウエスト吸収ゾーン」と、軟便漏れを防止する「ダブル立体ギャザー」、そしてムレやかぶれを防ぐ「ダブル通気システム」を開発し、『マミーポコパンツ Mサイズ』を発売しました。エコノミーパンツで初めてのMサイズの発売により、パンツタイプ紙オムツへの転換を加速しました。さらに、中高月齢（9ヶ月以降）の赤ちゃんの便の変化によるニーズの変化に対応するため、3層構造の中間層に水分を含む柔らかい厚手のシートを開発し、『ムーニーマン おしりふき』を発売しました。お肌にこび



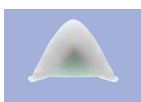
りついた便も浮き上がり、こすらずすっきり拭き取れる新たな価値の提案により、ウェットティッシュ市場の拡大を図りました。

フェミニンケア事業

身体と生理用品の間のすき間と、身体と生理用品の動きのずれを同時に解決するため、「からだにはさむピース&下着につけるシート」の組み合わせという新たな発想をもとに、身体にはさみ込んで経血を直接吸収するピースを開発し、新しいスタイルの生理用品『ソフィ ボディピースセット』を



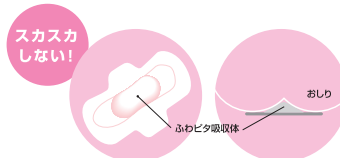
●ななめから見たピース



●正面から見たピース

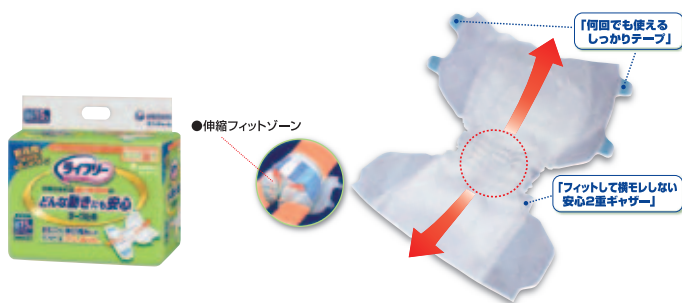


発売しました。経血が流れ出る前に直接吸収することによって、モレと不快感を同時に解決する新しい生理ケアスタイルの提案により新市場を創造しました。一方、生理用ナプキンでは、ボディラインになじむようにフィットしてすき間をつくらぬ新形状「真ん中ふわピタ吸収体」と、経血を広げずピンポイントで吸収する「広がらない吸収シート」を開発し、新しいタイプのスリムナプキン『ソフィ ボディフィット ふわピタスリム』を発売しました。生理中でもより快適に過ごすために機能を強化することによって、スリムタイプナプキン市場の拡大を図りました。さらに、夜用ナプキンのさらなるプレミアム化を推進するため、身体にピタッとフィットする新機能「ふわピタギャザー」と「せきとめでっぱり」を開発し、身体にフィットし、つたい漏れを防止する夜用ナプキン『ソフィ ボディフィット 熟睡ガード』『ソフィ ボディフィット 超熟睡ガード』を発売しました。



ヘルスケア事業

認知症高齢者の特性を考慮したより良い排泄ケアを実現するため、長時間使用しても快適なポリマーを配合し長時間漏れを防ぐ1000ccスーパーロング吸収体を開発し、認知症高齢者の介護品質を高める、『ライフリー 尿取りパッドなしでも長時間安心パンツ』を発売しました。認知症高齢者の増加が見込まれる中、認知症ケア推進を支援し介護品質の向上を図りました。また、新たにパンツ専用の尿とりパッドとして、日常生活動作レベル・吸収量・サイズに応じた機能を開発し、『ライフリー パンツ用尿とりパッド』シリーズ『上げ下げしてもズレずに安心』『長時間座っても安心』『一晩中ズレずに安心』『どんな姿勢でも一晩中安心』の4種を発売しました。テーブ



止めタイプ紙オムツでは、パッドがしっかりフィットした状態を維持しズレずに漏れない「伸縮フィットゾーン」や、フィットして横漏れない「安心二重ギャザー」など新たな機能を開発しました。これらの機能に加え、やさしい肌触りの「全面通気性シート」を採用して、どんな動きにもパッドをフィットし続ける『ライフリー どんな動きにも安心伸縮テープ止め』を発売しました。一方、独自の不織布技術を活かし顔に立体的にフィットしすき間を作らない立体型のマスク『ユニ・チャーム超立体マスク』『かぜ用』『花粉用』から、お子さまや小顔の方までをカバーする「やや小さめサイズ」を発売しました。



クリーン＆フレッシュ事業

シートクリーナー分野では、『ウェーブ』ブランドより手軽にフローリングをさっぱりとお掃除したいというニーズを満たすため、植物由来の成分を配合した除菌もできる専用液と、特殊極細繊維シートを用いた独自技術による多層スポンジ構造の厚手の専用パッドを

開発し、革新的お掃除用品『ウェーブ ピュピュッとモップ』を発売しました。また、アレルギー対策までできる新しいお掃除を提案するため、毛足の長い特殊ファイバーと天然オリーブ由来成分を配合した「アレルケアファイバー」を採用したシートを開発し、ダニ・花粉をキャッチ＆ケアする『アレルケアウェーブ』を発売し、新たなお掃除用品カテゴリーを創出しました。さらに、家庭用キッチン用品市場において新たな食品保存習慣を提案するため、不織布技術を活用して「野菜面フィルム」と「水分キープ層」からなるシートを開発し、食品の鮮度を保つ『クックアップ シャキッと食感シート』を発売しました。野菜の腐敗を進める余分な水分だけを吸収し、野菜の鮮度劣化を防止する新たな野菜保存の習慣を提案し、新市場を創造しました。

以上の結果、当連結会計期間のパーソナルケア事業における研究開発費は、35.7億円となりました。



ペットケア事業

当事業における研究開発活動は、連結子会社ユニ・チャームペットケア株式会社が行っており、同社の事業理念である「健康と清潔でペットの暮らし快適に」をもとに、製品開発および基礎研究を行っています。ペットフード製品は、兵庫県伊丹市にある自社工場内に拠点をもち、ペットイレタリー製品は、香川県観音寺市に拠点をもち、製品の開発・研究に取り組んでいます。ペットフード製品は、ペットが健康で長生きするため、年齢・体格・体調といったそれぞれのペットの特徴に応じて、必要な栄養バランスを実現した製品の研究開発に取り組んでいます。2005年3月期には、『ゲ



インズパックン 11歳以上用』『ねこ元気 11歳以上用』『ねこ元気 銀のスプーン 毛玉ケア』『愛犬元気 銀のさら』『ユニ・チャーム ペットケア サプリメント』といった高機能・高付加価値のペットフード製品を発売しました。また、ペットイレタリー製品は、ペットの清潔とペットと暮らす室内の清潔という、異なるニーズに応えていくための製品の研究開発に取り組んでいます。2005年3月期には、『オシッコのあとに香る砂』と、猫の排泄処理システムトイレである『デオトイレ』の取り替え用消臭サンド『飛び散らない消臭サンド』を発売しました。

以上の結果、当連結会計期間のペットケア事業における研究開発費は、1.4億円となりました。

その他事業

スーパーマーケットなどを顧客とする食品包材事業は、不織布・吸収体技術を活かした食材の鮮度と旨みを保持する保鮮シート『フレッシュマスター』の製品ラインを拡大し、用途に応じた品揃えを提案

しました。

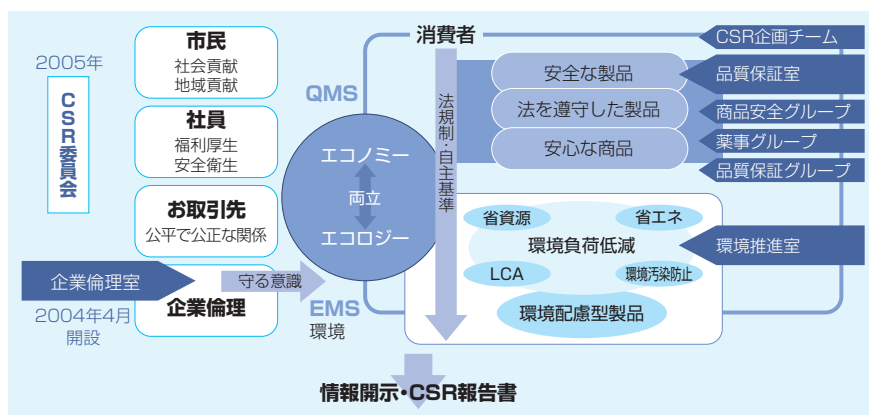
以上の結果、当連結会計期間のその他事業における研究開発費は、0.3億円となりました。

CSR推進体制

当社はCSR部を、2003年4月に設置しました。従来の専門部署を中心に環境推進室、品質保証室、薬事室、商品安全室の4室体制でスタートいたしました。2004年4月には、コンプライアンスに重点を置いた「企業倫理室」とCSRを企画する「CSR企画チーム」を設置し、CSR推進体制を強化しました。

製造業として本業に特化したCSRの推進を優先課題とし、製品の安全、品質保証、環境保全、法令遵守に取り組んでまいりました。2005年度からは全社横断的なCSR委員会を設置し、持続可能な社会の発展に向け、推進活動を他の領域にも広げてまいります。

●2005年度CSR部組織体制



倫理コンプライアンス

企業倫理推進活動

社員が高い倫理観を持ち、企業理念に基づいた行動ができる環境をつくるため、2004年4月、CSR部内に企業倫理室を新設いたしました。これまで、法令遵守に関する問題には知財法務部が対応していましたが、企業倫理室では法令違反ではないが、社員として適切な行動か否かと迷うようなグレーの部分を明確にし、全社員への企業倫理浸透を目指しています。

2004年7月には、社員相談窓口「りりんダイヤル」を設置し、法令・倫理違反行為が発生した時、行動に迷った時に相談ができる環境を整えました。職場風土の問題など、広く社員の声を吸い上げ、働きやすい環境づくりを目指しています。2005年4月には、社員が高い倫理観を持ち企業理念に基づいて行動するために『行動指針』を制定しました。常に社員の拠りどころとなるよう小冊子を作成し携行することとしました。

また、企業倫理の重要性の理解を深めるため、新入社員や中堅社員への倫理教育をスタートさせました。今後も各部門での課題解決への意識を高めるよう取り組んでいきます。

個人情報保護体制構築

お客さまの大切な情報をお預かりしていることを社員全員が再認識し、全社的体制で整備にあたりました。個人情報の洗い出し、個人情報の特定、関与する人員の限定などソフト・ハード面での整備とともに「個人情報保護規程」を設定し、全部門に教育を徹底しました。

CSR会計

2004年度より「CSR報告書」を発行し、CSR推進の透明性と効果的促進の一環としてCSR会計を導入しています。

導入の目的：ユニ・チャームのCSR活動にかかわる費用および効果を把握することを目的とし、「CSR活動とは誠実であること」という理念のもと、透明性が高い事業活動の情報開示を目指しています。

集計方法・集計範囲：今回は、ユニ・チャーム株式会社本体を中心に非上場子会社のユニ・チャームプロダクツ株式会社、ユニ・チャームマテリアル株式会社を対象としました。使用した会計数値は、会計監査を受けたあとの数値です。

今後の展開：現在は、外部の方に当社のCSR活動を理解していただくためのツールとしてCSR会計の情報を開示しています。今後は、効果の指標を明確に定めて費用と効果の関係を明確にすることでさらなる自社のCSRを推進するためのツールとして、役立てていきます。

品質保証体制

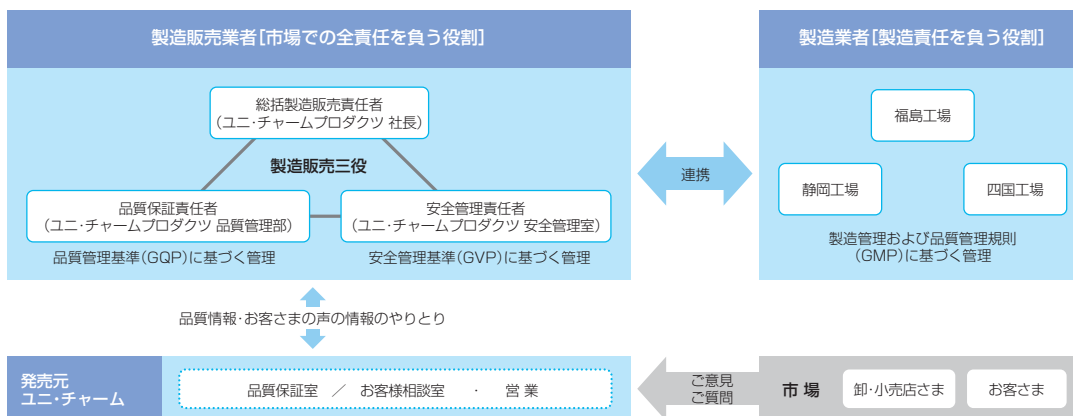
企業倫理推進活動

社是に掲げた「市場と顧客に対し、常に第一級の商品とサービスを創造し、日本および海外市場に広く提供する」を実現するため、製品の品質維持・向上は全事業の生命線といえます。

ISO9001に基づく品質マネジメントシステムをマーケティング段階から納品段階までに適用し、全社品質保証体制を構築しています。「品質マネジメント＝品質経営」という考え方から「品質方針＝中期経営計画」と位置づけ、システム適合性と有効性を確認するために内部監査・外部審査を実施し、是正・予防処置をとりながら継続的改善につなげています。

また、海外の生産工場においてもISO9001を認証取得しており、グローバルで一貫した品質向上に取り組んでいます。

●薬事法に基づくユニ・チャームの品質保証体制



改正薬事法に対応した品質保証体制

製品製造を担うユニ・チャームプロダクツ株式会社では、品質管理の本部機能として品質管理部を置き、各工場に品質管理グループを設けて、品質の確かなつくり込みに取り組んでいます。

また、生理用品・乳幼児用おしりふきは、薬事法による規制を受けており、製品の品質・安全性および有効性を確保しなければなりません。2005年4月の薬事法の改正を前に、総括製造販売責任者・品質保証責任者・安全管理責任者を配置し、品質保証基準・製造販売後安全管理基準の遵守に取り組む体制を構築し、2005年1月より試験運用を実施しています。今後は薬事法対象製品に限らず、全製品において同様の品質保証体制を展開してまいります。

取締役／監査役／執行役員

取締役／監査役（2005年9月30日現在）



代表取締役 取締役会会長
高原 慶一朗



代表取締役
高原 豪久



取締役
岡部 高明



取締役
中野健之亮



取締役
森 信次



取締役
石川 英二

常勤監査役

丸山 茂樹
宮内 毅

監査役

平田 雅彦
竹中 治彦

（注）監査役平田雅彦、監査役竹中治彦は、株式会社の監査等に関する商法の特例に関する法律第18条第1項に定める社外監査役です。

執行役員（2005年9月30日現在）

社長執行役員 高原 豪久
常務執行役員 岡部 高明
常務執行役員 中野健之亮
常務執行役員 森 信次
常務執行役員 石川 英二
常務執行役員 吉原 範純
執行役員待遇 伊賀上隆光
執行役員 高橋 紳哉
執行役員 坂口 克彦
執行役員待遇 向井 正

執行役員待遇 宮林 吉広
執行役員待遇 野村 祝雄
執行役員待遇 井川 和衡
執行役員 森山 重雄
執行役員 高井 正勝
執行役員 木村 幸広
執行役員待遇 里村 治
執行役員待遇 野村 拓功
執行役員待遇 山本 英俊
執行役員 松岡 逸海

Financial Section

6年間の要約財務データ

ユニ・チャーム株式会社及び子会社

単位：百万円（1株当たり金額を除く）

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
会計年度						
売上高	¥210,200	¥212,199	¥206,707	¥223,169	¥240,110	¥246,051
売上原価	115,765	115,823	113,546	123,883	132,074	137,341
当期純利益	12,563	9,904	8,852	12,879	16,240	16,382
対売上高比率	6.0%	4.7%	4.3%	5.8%	6.8%	6.7%
1株当たり当期純利益（旧基準）（円）	¥ 177.29	¥ 139.85	¥ 126.78			
（新基準）		137.75	125.20	185.29	240.26	244.25
1株当たり年間配当金（円）	19.00	24.00	20.00	24.00	28.00	30.00
会計年度末						
総資産	¥181,189	¥177,396	¥187,060	¥187,988	¥209,002	¥215,365
有形固定資産	81,928	69,388	71,412	71,090	77,306	72,799
長期借入債務						
（1年以内返済分を除く）	4,633	3,918	2,953	1,710	1,557	345
株主資本	107,050	104,156	109,306	113,137	123,709	137,697
対総資産比率	59.1%	58.7%	58.4%	60.2%	59.2%	63.9%
経営指標						
営業利益率	11.4%	9.8%	9.2%	11.6%	12.8%	11.1%
当期利益率	6.0%	4.7%	4.3%	5.8%	6.8%	6.7%
売上総利益率	44.9%	45.4%	45.1%	44.5%	45.0%	44.2%
売上販管費率	33.5%	35.6%	35.9%	32.9%	32.2%	33.1%
ROE	12.6%	9.4%	8.3%	11.6%	13.7%	12.5%
ROA	7.2%	5.5%	4.9%	6.9%	7.8%	7.6%

目次

6年間の要約財務データ.....	21	連結株主持分計算書.....	29
マネジメントによる財務分析.....	22	連結キャッシュ・フロー計算書.....	30
連結貸借対照表.....	26	連結財務諸表注記.....	32
連結損益計算書.....	28	独立監査法人の監査報告書.....	44

マネジメントによる財務分析

連結範囲の状況

ユニ・チャームグループは、ユニ・チャーム株式会社、子会社24社および関連会社2社で構成され、ベビーケア関連製品、フェミニンケア関連製品、ペットケア事業等の製造・販売を主な内容として事業活動を行っています。

経営成績

売上状況

2005年3月期の連結売上高は、前期の2,401億円から2.5%増加し2,461億円と過去最高となる売上高を達成しました。所在地別では、日本国内における売上高は、前期に比べ13億円、0.7%増加の1,920億円、全売上高に占める割合は78.0%となりました。これは、ベビーケア事業では、猛暑の影響による予想を上回るオムツ離れの促進、消費税の総額表示への以降に伴う消費者の購買意欲低下とそれに起因する競争激化により減収となり、また、フェミニンケア事業においても、一部の商品カテゴリで価格競争が激化したことにより、減収となりましたが、成長分野であるヘルスケア事業、ペットケア事業においては順調に売上高を拡大したことによるものです。また、アジアにおける売上高は、前期に比べ5.9%増加の346億円、全売上高に占める割合は0.4%増の14.1%となりました。アジアの参入各国においては、フェミニンケア事業、ベビーケア事業ともに参入国でのシェアを拡大しました。また、その他の地域は、主にヨーロッパにおける大人用失禁製品の売上が拡大したことにより、売上高は前期比16.3%増加の194億円となり、全売上高に占める割合は0.9%増の7.9%となりました。

売上原価、販売費及び一般管理費

2005年3月期の売上原価は、売上の増加にともない、前期の1,321億円に比べ52億円増加の1,373億円となり、売上原価率は前期の55.0%から0.8ポイント悪化し55.8%となりました。売上総利益は、前期比0.6%増の1,087億円となりました。販売費及び一般管理費は、前期比5.3%増加の814億円となりました。ブランド育成に向けた広告宣伝費102億円や国内事業での競争力強化のための販売促進費243億円などのマーケティング経費を積極的に投下したこ

とによるものです。なお、販売費及び一般管理費の売上高に対する比率は、0.9ポイント増加の33.1%となりました。

研究開発費

研究開発費は、前年の47億円に対して、10億円減少の、37億円となりました。

セグメント情報

パーソナルケア事業部門の売上高は、前期比1.3%増加の2,080億円、営業利益は前期に比べ14.6%減少の233億円となりました。また、営業利益率は前期比2.1%減少の11.2%となりました。消費財マーケットの価格競争は激しさを増してきており、パーソナルケア製品の市場全般は低迷が続いていますが、こうした環境の中でも、当社はリーディングカンパニーとして新商品や新機能の開発による付加価値の向上に努めました。

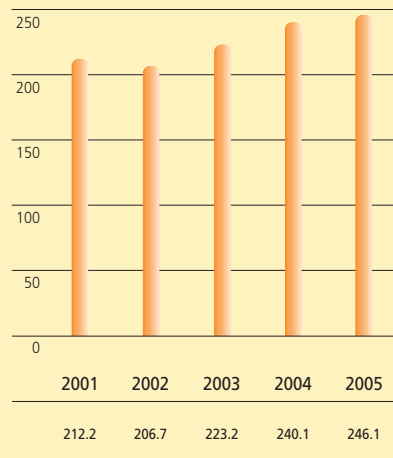
ベビーケア事業では、国内市場は猛暑の影響によりオムツ離れが促進され、オムツ対象人口が想定以上に減少する等の影響により、競争がより一層激しさを増し、市場全体の単価下落を招きました。パンツタイプ紙オムツの市場浸透促進策を中心に、絶え間ない製品のリニューアルと積極的なマーケティング活動を展開して市場の活性化と収益の拡大に努めました。

紙オムツのデザイン性に対するニーズの高まりに対応して、2004年7月には、期間限定の販売促進策として、『ムーニーマン』の男の子用に大人気の「トイストーリー柄」を、女の子用に「憧れのディズニー・プリンセス柄」を新たに採用して発売しました。さらに、2005年2月には、『ムーニーマン Lサイズ、ビッグサイズ』にお子様ที่ชอบ男女別新デザインを採用し、オムツ交換の楽しさを加えました。また、高月齢のお子様の紙オムツ使用率増加に対応して、従来のビッグサイズでは対応できなかった18kg以上の体重のお子様でもゆったりとはける新サイズのカラーデザインの採用など、機能面の充実ととも

所在地別売上高：

	単位：百万円	
	2004	2005
日本	¥190,719	¥192,003
アジア	32,701	34,639
その他	16,690	19,409
合計	¥240,110	¥246,051

売上高（10億円）



部門別売上高：

単位：百万円

	2001	2002	2003	2004	2005
売上高	¥212,199	¥206,707	¥223,169	¥240,110	¥246,051
日用雑貨	179,008	176,512	191,898	205,291	208,016
ペットケア	18,407	18,916	21,918	23,553	26,807
その他	14,784	11,279	9,353	11,266	11,228

にデザインの見直しによるブランド力の強化に取り組み、市場の成長を牽引しました。

フェミニンケア事業では、国内は少子高齢化の影響で生理対象人口が減少する中、市場全体の成長は低調に推移していますが、当社は、国内唯一の生理用品フルラインメーカーとして安心と快適を実現する製品の開発・改良に注力し、市場の活性化を図ってきました。

ワイドタイプナプキンでは、2004年4月に夜用の『ソフィワイドガード350』を発売し、付加価値と成長性が高い夜用でのシェアをさらに伸ばしました。さらに、2004年9月には、女性のおよそ半数の方が経験する昼間の漏れトラブルを解決するため、昼用の『ソフィワイドガード250』を発売しました。2005年3月にはボディラインにフィットするスリムナプキン『ソフィ ボディフィットふわピタスリム』を発売し、多くの女性にご支持いただきました。また、初めてのヒップアップ&美脚生理用ショーツ『ソフィ スリムアップフィット』や、着用を感じさせないパンティライナー『ソフィ パンティライナーゼロ体感』を新発売し、市場の成長に貢献いたしました。さらに2005年3月に、2つのピースを組み合わせて使用する次世代生理用品『ソフィ ボディピースセット』を全国発売しました。

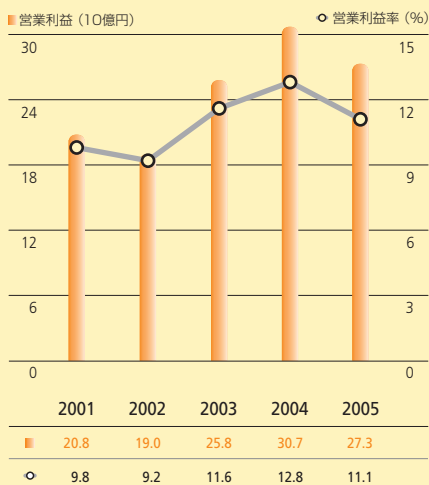
海外では、東アジア参入各国において発売した夜用ナプキンの新製品が業績を牽引した結果、各国で売上が拡大し再びシェアは拡大基調となりました。台湾・タイではナンバーワンの地位を維持しながら、さらにシェアを拡大しました。また、競争環境の激しい中、

インドネシアでも順調にシェアを拡大しました。また、成長著しい中国市場においても、夜用ナプキンの新製品が業績に貢献し、2004年度後半より成長軌道に回帰した結果、再び全国ベースでシェアナンバーワンの地位を獲得しました。

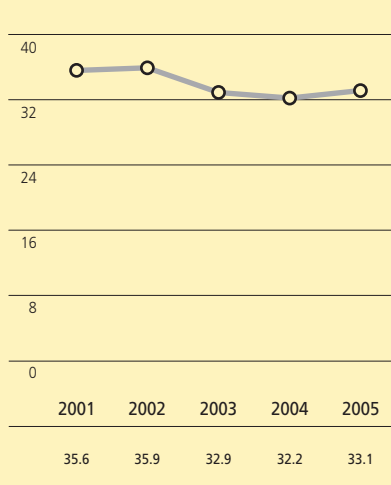
ヘルスケア事業では、国内は成長市場における競争が激しさを増す中で、市場成長を上回る売上高の成長を実現しました。重度失禁製品市場では、「座ることから始まるリハビリ」をコンセプトとして離床を促す新しい尿取りパッドである施設病院向けの『ライフリー 座位安心パッド』と、一般小売店向けの『ライフリー 座っても安心尿とりパッド』が着実に市場に浸透し、介護を受ける人、ケアする人の双方のQOL (Quality of Life: 生活の質) の向上に貢献しました。また、「排泄ケア研究所」や「ライフリーいきいきダイアル」、「いきいき生活」事業などの活動を通して、ブランドの価値向上に努めています。また、2桁の成長を続けている尿漏れケア専用品市場においては、『チャームナップ さわやかライナー』『チャームナップ さわやか超吸収』の全商品パッケージに、日本コンチネンス協会※による「コンチネンスケアマーク」を採用し、普及拡大に努めています。

海外では、台湾に続き、タイにおいても2003年5月に『Lifree』を発売し、両国における『Lifree』ブランドの浸透を加速させるとともに、タイ市場においては、製品ラインの追加によってシェア拡大に取り組みました。また、ヨーロッパを中心とした地域では、大人用のパンツタイプ紙オムツが順調に売上を拡大し、前年比で2桁以上伸びを示

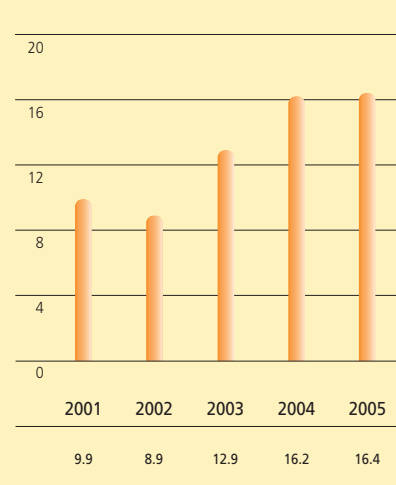
営業利益、営業利益率



売上販管費率 (%)



当期純利益 (10億円)



しています。

※「すべての人が気持ちよく排泄のできる社会」を目指して活動している市民団体。

クリーン＆フレッシュ事業では、当社がこれまで培ってきた不織布・吸収体技術を応用した製品を通じて、お客さまへ清潔・安心・新鮮を提供しています。国内では、業界初の携帯用ケース付きウェットティッシュ『シルコットウェットティッシュ プチパクト』と同「安心除菌」タイプを発売し、品揃えの強化を図りました。また、水拭きができるスプレー式フロアモップ『ウェーブピュピュッとモップ』、ダニ・花粉等のアレルゲン対策ができる『アレルケアウェーブ ハンディワイパー』、『アレルケアウェーブ のびるワイパー』、『アレルケアウェーブ フロアシート』を発売し、新しいお掃除習慣を提案しました。海外では、台湾で発売している『ウェーブ』の販売に注力しました。また、当社が『ウェーブ』のシート技術をライセンス供与し、ザ・プロクター・アンド・ギャンブル社が北米ならびにヨーロッパ地域で販売している「スウィッファー・ダスターズ (Swiffer Dusters)」は順調に売上を拡大し、ロイヤリティ収入の増加に寄与しています。

ペットケア事業部門の売上高は、前期に比べ13.8%増加し268億円、営業利益は4億円増益の26億円となりました。「健康と清潔でペットの暮らし快適に」を事業理念に、連結子会社ユニ・チャームペットケア株式会社にて事業運営しています。ペットケア事業は、少子高齢化の進行によってペット飼育世帯が増加するなど、ペットへの関心がますます増大する見通しがあり、中長期にわたり確実に成長が期待される市場です。フードとトイレタリーの2つの事業部門に特化して、おいしさを追求したペットフードや、室内飼育のニーズを的確に捉えた製品の品揃えの充実・販売促進を図りました。

その他部門の売上高は、112億円と前期に比べ0.3%減少し、営業利益は14億円となりました。スーパーマーケットなどを顧客とする食品包材事業は、不織布および吸収体技術を活かしたトレイマット『フレッシュマスター』が順調に売上高を拡大いたしました。

損益の分析

営業利益率の回復を最重要経営課題として、商品の付加価値の向上を図るとともに、原価低減と経費の効率化に取り組んでおります。しかしながら、国内消費低迷下における競争環境の激化と原材料価格の高騰により、営業利益は、前期の307億円に比べ11.2%減少の273億円となり、売上高に対する比率も前年度の12.8%から11.1%へと1.7ポイント低下しました。

その他の収益(費用)は、前期の10億円の費用から13億円の収益へと転換しました。受取利息及び受取配当金は、前期と同様5億円となり、為替差損3億円から為替差益2億円へと転換し、厚生年金基金代行返上益39億円、減損損失22億円等が発生したことによるものです。

こうした結果、税金等調整前当期純利益は前期比3.7%減の286億円となりました。また、法人税、住民税及び事業税が前期の128億円から80億円へと48億円減少し、法人税等調整額が前期のマイナス7億円から27億円になりました。当期純利益は前期比0.9%増の164億円となり、1株当たり当期純利益は、244円25銭と前期比3円99銭の増加となりました。

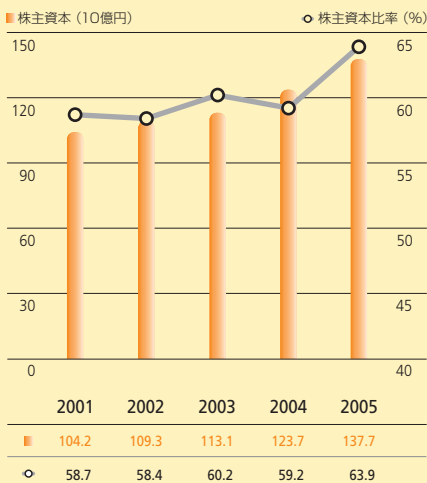
財政状態および流動性

資産および負債・資本の状況

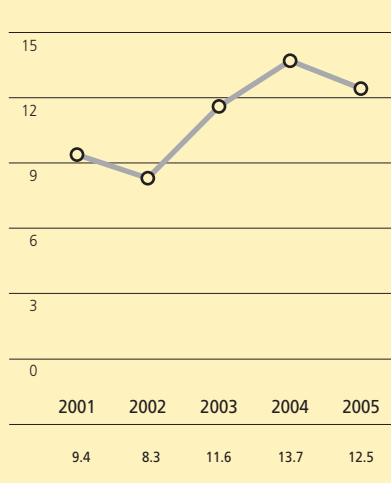
2005年3月期末の総資産は、前期比3.0%、64億円増加の2,154億円となりました。流動資産は、現金および現金同等物が前期比119億円増加の564億円となりました。また、有価証券は前期比20億円減少の19億円となりました。受取手形及び売掛金では、営業債権が前期より1億円増加の291億円となりました。その他の流動資産は9億円増加の33億円となっています。

有形固定資産は、前期比45億円減少の728億円となりました。機械装置は、海外事業の業容の拡大による設備増設や国内主力事

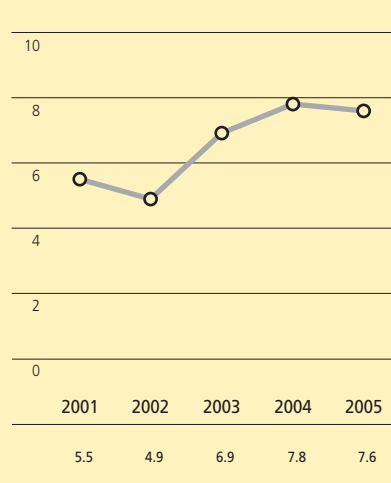
株主資本、株主資本比率



ROE (%)



ROA (%)



業での新製品設備などにより、119億円増加の1,120億となりました。また、建設仮勘定は前期の69億円から大幅に減少し5億円となっています。

投資およびその他の資産は、前期の371億円から微増の379億円となりました。投資有価証券が14億円増加の283億円となり、繰延税金資産が前期の10億円から2億円へと減少し、土地の再評価に係る繰延税金資産が前期の14億円から2億円へと減少しました。流動負債は、前期の669億円から10.7%、71億円減少の597億円となりました。短期借入金13億円増加の56億円となりました。支払手形及び買掛金のうち営業債務が32億円減少の430億円となり、その他の支払手形及び買掛金が1億円増加の8億円となりました。

固定負債は、27億円減少の88億円となりました。退職給付引当金が、11億円減少の60億円となりました。

資本の部では、連結剰余金が12.4%、126億円増加の1,144億円となりました。その他有価証券評価差額金は2億円減少し、39億円となりました。この結果、株主資本は、11.3%増加の1,377億円となり、株主資本比率は4.7%増加し、63.9%となりました。

設備投資および減価償却費

2005年3月期の設備投資は前期の191億円から53億円減少の137億円となりました。主な内訳は、海外事業の業容の拡大による設備増設や国内主力事業での新製品設備、商品改良に伴う設備改造などとなっています。

減価償却費は、前期の116億円から7億円増加の123億円となりました。

キャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは前期より163億円減少し206億円となりました。なお、税金等調整前当期純利益は、前期の297億円から286億円へと減少しています。

投資活動によるキャッシュ・フローは前期の258億円に対して84億円となりました。主な要因として、設備投資額が前期より53億円減少の137億円となったことによるものです。設備投資は、海外事業の業容の拡大による設備増設や国内主力事業での新製品設備、商品改良に伴う設備改造によるものです。

財務活動によるキャッシュ・フローは、前期の79億円から大幅に減少の2億円となりました。以上の結果、当期末における現金及び現金同等物は、前期末より119億円増加の564億円となりました。

今後の見通し

当社を取り巻く事業環境をみますと、国内においては企業業績、個人消費とも堅調に推移しておりますが、競争の激化による厳しい市場環境が依然として予想されます。また、アジアでは、市場拡大の加速につれてグローバルブランド間での競争がさらに激化するものと予想されます。

このような状況の下、第6次48ヶ月経営計画(SAPS計画)の基本方針に基づき、常にお客さまのニーズを的確に捉え、高いブランド価値と新たな市場を創造するマーケティング活動や製品開発および技術力の強化によって、成熟市場の活性化と成長市場へ積極的に事業拡大を図っていきます。また、サプライチェーントータルのコスト削減や経費の効率化により収益構造の抜本的改革を図り、より一層、収益力の強化を図りたいと考えています。

国内事業では、ベビーケア事業は、引き続きパンツタイプへの移行を促進していきます。また、『マミーポコパンツ Mサイズ』を発売し、お買い求めやすい価格でパンツタイプを提供することによって、パンツタイプ未使用者の開拓を行なうことで売上の拡大を図っていきます。フェミニンケア事業は、『ソフィ ワイドガード』シリーズによる新カテゴリーの創造と『ソフィ ボディフィット ふわピタスリム』のマーケティングの積極展開により一層のブランド力強化を行なっていきます。また、ヘルスケア事業においては、パンツタイプの紙オムツ『ライフフリー 尿取りパッドなしでも長時間あんしんパンツ』の発売による、さらなる製品力強化と業界有数の豊富なラインアップ展開により多様なニーズにきめ細かく対応するとともに、排泄リハビリケアシステムの啓発活動を強化し、市場成長を上回るスピードで業容の拡大を図っていきます。また、クリーン&フレッシュ事業では、新たなお掃除習慣を提案するシートクリーナー『ウェーブ』ブランドに集中して販売を強化し、市場の拡大を図っていきます。

ペットケア事業においては、不織布・吸収体技術を生かしたペットトイレタリー用品のライアアップ拡大を図るとともに、「高齢化」「室内飼育」「小型化」「肥満」といった国内ペット市場の変化に対応した高機能・高付加価値製品ラインの拡充と積極的なマーケティング展開を図り、収益の拡大を図っていきます。

海外事業においては、東アジア主要各国において『Sofy』『Charm』両ブランドでフェミニンケア事業の拡大成長をさらに加速します。ベビーケア事業においては、『Mamy Poko』ブランドの積極的なマーケティング展開により市場成長の加速とブランド浸透を進めるとともに、と生産・供給体制の整備を進めていきます。また、ヘルスケア事業においては、大人用紙オムツ『Lifree』ブランドを台湾とタイの2ヶ国で積極的に展開することによって、海外事業における第3の柱を育成していきます。

連結貸借対照表

ユニ・チャーム株式会社及び子会社の2005年、2004年、2003年3月31日現在

資産の部	単位：百万円			単位：千米ドル (注記1)
	2005	2004	2003	2005
流動資産：				
現金及び現金同等物	¥ 56,359	¥ 44,434	¥ 41,568	\$ 526,720
有価証券(注記3)	1,904	3,922	2,852	17,794
受取手形及び売掛金：				
売上債権	29,076	29,016	26,881	271,738
貸倒引当金	(127)	(173)	(267)	(1,187)
たな卸資産(注記4)	12,073	12,421	11,932	112,832
繰延税金資産(注記11)	2,048	2,531	1,820	19,140
その他の流動資産	3,324	2,425	3,713	31,066
流動資産合計	104,657	94,576	88,499	978,103
有形固定資産：				
土地(注記5)	9,930	13,326	13,610	92,804
建物及び構築物	47,063	47,955	47,662	439,841
機械装置	111,990	100,067	92,297	1,046,635
工具・器具備品	4,483	3,824	3,738	41,897
建設仮勘定	511	6,856	2,233	4,776
合計	173,977	172,028	159,540	1,625,953
減価償却累計額	(101,178)	(94,722)	(88,450)	(945,589)
有形固定資産合計	72,799	77,306	71,090	680,364
投資及びその他の資産：				
投資有価証券(注記3)	28,349	26,958	16,032	264,944
関連会社株式	396	352	289	3,701
ソフトウェア	1,845	2,008	2,167	17,243
無形固定資産	492	895	1,142	4,598
繰延税金資産(注記11)	177	1,007	2,829	1,654
再評価に係る繰延税金資産(注記5及び11)	212	1,409	1,402	1,981
その他の資産	7,402	5,533	5,680	69,178
貸倒引当金	(964)	(1,042)	(1,142)	(9,009)
投資及びその他の資産合計	37,909	37,120	28,399	354,290
資産合計	¥215,365	¥209,002	¥187,988	\$2,012,757

連結財務諸表の注記参照

負債及び資本の部	単位：百万円			単位：千米ドル (注記1)
	2005	2004	2003	2005
流動負債：				
短期借入金(注記7)	¥ 5,636	¥ 4,319	¥ 3,616	\$ 52,673
1年以内に返済期限の到来する長期借入債務(注記7)	1,267	252	1,301	11,841
支払手形及び買掛金：				
買掛債務	42,952	46,142	41,566	401,421
その他	793	647	3,452	7,411
未払法人税等	2,847	9,291	2,638	26,607
未払費用	5,250	5,484	5,305	49,065
その他の流動負債	1,000	739	643	9,346
流動負債合計	59,745	66,874	58,521	558,364
固定負債：				
長期借入金(注記7)	345	1,557	1,710	3,224
退職給付引当金(注記8)	6,023	7,151	6,184	56,290
顧客からの受入保証金	1,936	2,112	1,971	18,093
その他の固定負債	472	686	562	4,412
固定負債合計	8,776	11,506	10,427	82,019
少数株主持分	9,147	6,913	5,903	85,486
偶発債務 (注記13及び15)				
資本の部 (注記9及び15)				
資本金、普通株式				
授権株式数：	2005年度 196,390,411株			
	2004年度 196,390,411株			
	2003年度 196,390,411株			
発行済株式総数：	2005年度 68,981,591株			
	2004年度 68,981,591株			
	2003年度 68,981,591株	15,993	15,993	149,467
資本剰余金	18,591	18,591	18,591	173,748
利益剰余金	114,411	101,832	87,463	1,069,262
土地再評価差額金(注記5)	(309)	(2,053)	(2,060)	(2,888)
その他有価証券評価差額金(注記3)	3,934	4,109	1,479	36,766
為替換算調整勘定	(2,799)	(2,654)	(1,554)	(26,159)
合計	149,821	135,818	119,912	1,400,196
自己株式：2005年度2,509,451株、2004年度2,506,594株、 2003年度1,505,849株	(12,124)	(12,109)	(6,775)	(113,308)
資本合計：	137,697	123,709	113,137	1,286,888
負債及び資本合計	¥215,365	¥209,002	¥187,988	\$2,012,757

連結損益計算書

ユニ・チャーム株式会社及び子会社の2005年、2004年、2003年3月31日をもって終了する事業年度

	単位：百万円			単位：千米ドル (注記1)
	2005	2004	2003	2005
売上高	¥246,051	¥240,110	¥223,169	\$2,299,542
売上原価	137,341	132,074	123,883	1,283,561
売上総利益	108,710	108,036	99,286	1,015,981
販売費及び一般管理費 (注記10)	81,425	77,309	73,493	760,981
営業利益	27,285	30,727	25,793	255,000
その他の収益(費用)：				
受取利息及び受取配当金	506	505	320	4,729
支払利息	(315)	(298)	(361)	(2,944)
為替差益(損)	201	(310)	(51)	1,879
投資有価証券評価損		(33)	(391)	
厚生年金基金代行返上益(注記8)	3,886			36,318
退職給付引当金繰入額(注記8)	(951)	(1,224)	(1,224)	(8,888)
減損損失(注記6)	(2,248)			(21,009)
その他—純額	233	340	(1,190)	2,177
その他の費用—純額	1,312	(1,020)	(2,897)	12,262
税金等調整前当期純利益	28,597	29,707	22,896	267,262
法人税等 (注記11)：				
法人税、住民税及び事業税	7,985	12,827	5,946	74,626
法人税等調整額	2,663	(723)	3,024	24,888
法人税等合計	10,648	12,104	8,970	99,514
少数株主利益	1,567	1,363	1,047	14,645
当期純利益	¥ 16,382	¥ 16,240	¥ 12,879	\$ 153,103

	単位：円			単位：米ドル
1株当たり情報 (注記2.q)：				
当期純利益	¥244.25	¥240.26	¥185.29	\$2.28
年間配当金	30.00	28.00	24.00	0.28

連結財務諸表の注記参照

連結株主持分計算書

ユニ・チャーム株式会社及び子会社の2005年、2004年、2003年3月31日をもって終了する事業年度

	単位：百万円							
	普通株式数	資本金	資本剰余金	利益剰余金	土地再評価 差額金	その他有価証 券評価差額金	為替 換算調整	自己株式
2002年4月1日残高	68,981,042	¥15,993	¥18,591	¥80,049	¥(5,857)	¥1,442	¥ (910)	¥ (2)
当期純利益				12,879				
配当金(1株当たり22円)				(1,518)				
役員賞与金				(98)				
土地再評価差額金(注記5)				(3,849)	3,797			
その他有価証券評価差額						37		
為替換算調整勘定							(644)	
自己株式－純額	(5,300)							(23)
自己株式取得額(注記9)	(1,500,000)							(6,750)
2003年3月31日残高	67,475,742	15,993	18,591	87,463	(2,060)	1,479	(1,554)	(6,775)
当期純利益				16,240				
配当金(1株当たり26円)				(1,740)				
役員賞与金				(131)				
土地再評価差額金(注記5)					7			
その他有価証券評価差額						2,630		
為替換算調整勘定							(1,100)	
自己株式－純額	(1,745)							(9)
自己株式取得額(注記9)	(999,000)							(5,325)
2004年3月31日残高	66,474,997	15,993	18,591	101,832	(2,053)	4,109	(2,654)	(12,109)
当期純利益				16,382				
配当金(1株当たり29円)				(1,928)				
役員賞与金				(131)				
土地再評価差額金(注記5)				(1,744)	1,744			
その他有価証券評価差額						(175)		
為替換算調整勘定							(145)	
自己株式－純額	(2,857)							(15)
2005年3月31日残高	66,472,140	¥15,993	¥18,591	¥114,411	¥ (309)	¥3,934	¥(2,799)	¥(12,124)

	単位：千米ドル(注記1)							
2004年3月31日残高	\$149,467	\$173,748	\$ 951,701	\$(19,187)	\$38,402	\$(24,804)	\$(113,168)	
当期純利益			153,103					
配当金(1株当たり0.28ドル)			(18,019)					
役員賞与金			(1,224)					
土地再評価差額金(注記5)			(16,299)	16,299				
その他有価証券評価差額					(1,636)			
為替換算調整勘定						(1,355)		
自己株式－純額								(140)
2005年3月31日残高	\$149,467	\$173,748	\$1,069,262	\$ (2,888)	\$36,766	\$(26,159)	\$(113,308)	

連結財務諸表の注記参照

連結キャッシュ・フロー計算書

ユニ・チャーム株式会社及び子会社の2005年、2004年、2003年3月31日をもって終了する事業年度

	単位：百万円			単位：千米ドル (注記1)
	2005	2004	2003	2005
営業活動によるキャッシュ・フロー：				
税金等調整前当期純利益	¥ 28,597	¥ 29,707	¥ 22,896	\$ 267,262
法人税等の支払額	(14,567)	(4,985)	(10,069)	(136,140)
減価償却費	12,330	11,616	11,023	115,234
厚生年金基金代行返上益	(3,886)			(36,318)
退職給付引当金の増加額	862	1,093	1,051	8,056
投資有価証券評価損		33	391	
固定資産処分損	1,557	910	1,128	14,551
受取手形及び売掛金の増加(減少)額	(60)	(2,135)	1,788	(561)
たな卸資産増加(減少)額	348	(489)	(555)	3,252
支払手形及び買掛金の減少額	(2,134)	(1,789)	(4,001)	(19,944)
その他流動負債の増加(減少)額	(1,045)	3,085	2,523	(9,766)
減損損失	2,248			21,009
その他一純額	(3,643)	(130)	1,011	(34,046)
調整額合計	(7,990)	7,209	4,290	(74,673)
営業活動によるキャッシュ・フロー	20,607	36,916	27,186	192,589
投資活動によるキャッシュ・フロー：				
有価証券の売却による収入	4,103	3,330	721	38,346
有形固定資産の売却による収入	4,647	894	3,115	43,430
有価証券の取得による支出	(1,571)	(2,205)	(3,011)	(14,682)
固定資産の取得による支出	(13,737)	(19,050)	(14,811)	(128,383)
投資有価証券の取得による支出	(3,011)	(10,831)	(10,709)	(28,140)
投資有価証券の売却による収入	1,016	2,076	722	9,495
保険積立による支出			(2,865)	
その他資産の増加(減少)額	116	(50)	427	1,084
投資活動によるキャッシュ・フロー	(8,437)	(25,836)	(26,411)	(78,850)
次頁へ	¥ 12,170	¥ 11,080	¥ 775	\$ 113,739

	単位：百万円			単位：千米ドル (注記1)
	2005	2004	2003	2005
前頁より	¥ 12,170	¥ 11,080	¥ 775	\$ 113,739
財務活動によるキャッシュ・フロー：				
短期借入金の増加(減少)額	1,032	567	(941)	9,645
長期借入による収入	25	50		234
長期借入金の返済による支出	(254)	(1,311)	(296)	(2,374)
配当金の支払額	(1,928)	(1,740)	(1,518)	(18,019)
少数株主の払込による収入	1,256	203		11,738
少数株主からの子会社株式の買入による支出		(79)		
自己株式の取得による支出	(15)	(5,334)	(6,773)	(140)
少数株主への配当金の支払額	(324)	(316)	(278)	(3,028)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(208)	(7,933)	(9,806)	(1,944)
現金及び現金同等物に係る換算差額	(37)	(281)	(187)	(346)
現金及び現金同等物の増加(減少)額	11,925	2,866	(9,218)	111,449
現金及び現金同等物期首残高	44,434	41,568	50,786	415,271
現金及び現金同等物期末残高	¥ 56,359	¥ 44,434	¥ 41,568	\$ 526,720

連結財務諸表の注記参照

連結財務諸表注記

ユニ・チャーム株式会社及び子会社の2005年、2004年、2003年3月31日現在

1. 連結財務諸表の作成基準

添付の連結財務諸表は、日本の証券取引法及びその関連会計規則、ならびに日本で一般に公正妥当と認められた会計基準及び会計実務に従って作成されており、国際会計基準が定める規定の適用および開示方法とは異なる部分があります。

これらの連結財務諸表作成にあたり、海外の読者により読みやすい形式で提示できるよう、国内向けのものにいくつかの組替と再配列を行っています。さらに、2005年の表示方法に合わせるために、2004年、2003年に作成された連結財務諸表の組替えを行っています。

2. 主要な会計方針の概要

a. 連結

この連結財務諸表は、当社とすべての子会社24社（2004年は27社、2003年は26社）（以下総称して「当連結会社」という）の財務諸表を含んでいます。

この実質支配力基準または影響力基準のもとでは親会社あるいは間接的に支配できる会社は全て連結され、その他重要な影響力を及ぼすことができる会社は持分法を適用することになっています。

関連会社2社（2004年及び2003年は2社）に対する投資は、持分法を適用することになっています。

子会社及び持分法適用関連会社への投資額が、それぞれの購入時期において純資産の持分額を超過した場合、その超過額は5年間で償却しています。

連結会社間重要な取引及び債権債務は全て消去しています。当連結会社間の取引によって生じた重要な未実現損益は全て消去しています。

b. 現金同等物

現金同等物は、容易に換金可能で、価値変動リスクがほとんどない短期投資です。現金同等物には、定期預金、譲渡性預金、コマーシャル・ペーパー、証券投資信託が含まれ、すべて取得日から3カ月以内に満期または期日到来するものです。

c. たな卸資産

たな卸資産は主に総平均法による原価法で評価しています。

d. 貸倒引当金

受取債権に対する貸倒引当金は過去の実績に基づいて、回収不能見込額を記載しています。

e. 有価証券及び投資有価証券

取引所の相場のある有価証券及び投資有価証券は保有目的別に以下の通りに区分し評価を行っています。（1）満期保有目的の債券については償却原価法に基づいて評価しています。（2）その他有価証券は時価評価を行い、時価評価に伴う未実現損益は、税効果を考慮し、資本の部の独立項目として表示されています。また、売却原価は移動平均法にて計算しています。

市場性のないその他有価証券は、移動平均法による原価法に基づいて評価していますが、実質価格の著しい下落が生じた場合、その下落が一時的な場合を除いて減損処理を行っています。

この連結財務諸表は、ユニ・チャーム株式会社（以下、「当社」という）が設立され、営業活動をしている国の通貨である日本円で作成されています。日本円金額から米ドル金額への換算は、海外の読者への便宜のために記載され、2005年3月31日現在の概算レート、1ドル＝107円が使われています。これは、日本円金額が同レートあるいは他のレートで、米ドル金額に換算されうることの意味するものではありません。

f. 有形固定資産

有形固定資産は取得原価で表示しています。当社及び国内子会社の有形固定資産は、主として、当該資産の見積耐用年数に基づき、定率法で償却しています。1998年4月1日以降に購入した建物及び海外の子会社の有形固定資産は、主として定額法で償却しています。耐用年数の範囲は、およそ、建物及び構築物は2年から60年、機械装置は2年から15年、工具・器具備品は2年から20年です。

g. 長期性資産

2002年8月に企業会計審議会は「固定資産の減損に係る会計基準の設定に関する意見書」を発表されました。さらに、2003年10月に企業会計基準委員会は企業会計基準適用指針第6号を発表されました。この新しい会計基準は2005年4月1日以降に開始する会計年度から適用となり、2004年3月31日以降に終了する会計年度から早期適用することが可能です。

当社は、2004年4月1日から固定資産の減損会計において、新会計基準を採用しました。新会計基準は長期性資産について環境変化や事象によって、資産または資産グループの帳簿価額の回収が見込めない兆候があれば、減損損失を認識するかどうかの判定を要求されています。減損損失の認識はその帳簿価額が資産または資産グループから得られる割引前キャッシュフローの総額を超える場合に行われる。減損損失の測定はその帳簿価額が資産または資産グループの正味売却価額と使用価値のいずれか高い方を回収可能価額とする金額を超える金額とする。

固定資産の減損に係る会計基準の適用の結果、2005年3月31日までに、税引前当期純利益は2,248百万円減少しました。

h. 新株発行費

新株発行費は発生時に全額費用として処理されます。

i. 退職金及び年金制度

当社および国内子会社は厚生年金制度および退職一時金制度があります。その他の連結子会社には退職一時金制度があります。2000年4月1日より、会社は従業員退職給付についての新しい会計基準を採用し、貸借対照表日の退職給付債務と年金資産にもとづき、退職給付引当金を計上しました。

2000年4月1日に決定した会計基準変更時差異64億5,800万円は5年間で費用処理し、費用処理額は損益計算書ではその他費用として表示されています。当社は、各事業年度末にすべての取締役および監査役が退任した場合に、内規にもとづいて算定される退職金要支給額について引当てをしています。

j. 研究開発費

研究開発費は、発生時に費用処理されます。

k. リース

すべてのリースは、オペレーティング・リース取引と同様に会計処理されています。日本のリース会計基準では、貸借人にリース物件の所有権が移転したとされるファイナンス・リースは資産計上されますが、その他のファイナンス・リース取引は、資産計上した場合と同様の情報を貸借人の財務諸表の注記に開示されている場合には、オペレーティング・リース取引と同様の会計処理をすることが認められています。

l. 法人税等

法人税等は連結損益計算書上の税引前当期純利益に基づいて算定され、資産・負債の帳簿価額と税務申告上の価額との間の一時差異に対する税効果について、資産・負債法により繰延税金資産・負債を認識しています。これらの繰延税金資産及び負債は現行の法人税法に基づいて計算されています。

m. 利益処分

各年度の利益処分は、株主総会の決議に基づいて実施され、翌年度の財務諸表に反映されます。

n. 外貨建債権債務

すべての短期および長期の外貨建金銭債権および債務は、貸借対照表日の為替レートで日本円に換算されます。換算から生じる為替差損益は、それが先物為替予約によってヘッジされていない限り、損益計算書の中で認識されます。

o. 外貨建財務諸表

海外連結子会社の貸借対照表項目は、取得時のレートで換算される資本勘定を除き、各事業年度末の為替レートで日本円に換算されます。換算方法で生じる差異は、添付の連結貸借対照表上、「為替換算調整勘定」として資産もしくは負債の部に表示されていました。

連結決算の海外子会社の収益と費用勘定は、期中平均レートで円に換算されます。

p. デリバティブとヘッジ取引

当連結会社は外国為替の変動を管理するため、デリバティブを利用しています。当連結会社が外国為替先物契約及び通貨オプションを利用するのは、為替リスクを小さくするためです。当連結会社はトレーディングまたは投機の目的ではデリバティブ取引をしません。

デリバティブについての外貨建取引等会計処理基準を採用しました。これらの基準の定めるところによると、a)すべての派生商品は、債権または債務として認識し、時価評価を行い、評価差額は損益計算書に計上します。b)ヘッジ目的で使用されるデリバティブについては、もしデリバティブがヘッジ手段とヘッジ対象との間に高い相関性と効果があり、ヘッジ会計の要件を満たすものであれば、デリバティブの損益は、ヘッジ取引が終了まで繰延されます。為替先物予約及び通貨オプションは、輸入仕入の為替変動をヘッジするために使用されます。外貨建買掛金は、先物予約がヘッジ会計の要件を満たす場合は予約レートで換算されます。予定取引に適用される先物為替予約は時価評価されますが、評価損益は予定取引が実行されるまで繰延られます。為替変動をヘッジするために使われる外貨建長期負債は通貨スワップがヘッジ会計の要件を満たす場合には、契約レートで換算されます。

q. 1株当たりの情報

1株当たり当期純利益は、普通株主に帰属する当期純利益を、期中平均発行済株式数で除すことによって計算されています。

計算に用いた株式数は、2005年3月期は66,473,685株、2004年3月期は66,942,629株、2003年3月期は68,695,197株です。

潜在株式調整後1株当たり当期純利益は、希薄化防止条項がついているため開示しておりません。

添付の連結損益計算書に記載された1株当たり配当金は、事業年度終了後に支払われる配当を含めた当該年度に係る配当金です。

3. 有価証券及び投資有価証券

有価証券及び投資有価証券の内訳は、2005年、2004年及び2003年3月31日現在で、次のとおりです。

	単位：百万円			単位：千米ドル
	2005	2004	2003	2005
短期：				
公社債	¥ 343		¥ 1,990	\$ 3,205
投資信託等	1,561	¥ 3,922	862	14,589
合計	¥ 1,904	¥ 3,922	¥ 2,852	\$ 17,794
長期：				
株式	¥ 9,802	¥10,211	¥ 8,141	\$ 91,608
公社債	15,090	13,465	7,776	141,028
投資信託等	3,457	3,282	115	32,308
合計	¥28,349	¥26,958	¥16,032	\$264,944

2005年、2004年及び2003年3月31日現在の、有価証券及び投資有価証券の帳簿価額と時価総額は、次のとおりです。

	単位：百万円				単位：千ドル			
	2005				2005			
	帳簿価額	未実現利益	未実現損失	時価総額	帳簿価額	未実現利益	未実現損失	時価総額
その他の有価証券(株式)	¥ 2,479	¥7,327	¥ 4	¥ 9,802	\$ 23,168	\$68,477	\$ 37	\$ 91,608
その他の有価証券(債券)	15,537	15	684	14,868	145,206	140	6,393	138,953
満期保有目的の債券	10			10	93			93
合計	¥18,026	¥7,342	¥688	¥24,680	\$168,467	\$68,617	\$6,430	\$230,654

	単位：百万円				単位：百万円			
	2004				2003			
	帳簿価額	未実現利益	未実現損失	時価総額	帳簿価額	未実現利益	未実現損失	時価総額
その他の有価証券(株式)	¥ 2,471	¥7,741	¥ 1	¥10,211	¥2,398	¥2,473	¥34	¥ 4,837
その他の有価証券(債券)	13,100		784	12,316	5,905	87	41	5,951
満期保有目的の債券	10			10	26			26
合計	¥15,581	¥7,741	¥785	¥22,537	¥8,329	¥2,560	¥75	¥10,814

その他有価証券と満期保有目的の債券のうち2005年、2004年及び2003年3月31日現在で時価がないものは、次のとおりです。

	帳簿価額			
	単位：百万円			単位：千ドル
	2005	2004	2003	
その他の有価証券(株式)	¥ 281	¥ 282	¥ 280	\$ 2,626
その他の有価証券(債券)	3,166	3,000	3,000	29,589
満期保有目的の債券	2,126	5,061	4,790	19,869
合計	¥5,573	¥8,343	¥8,070	\$52,084

2005年、2004年および2003年の売却可能な株式の売却額は、9,643百万円（90,122千ドル）、12,310百万円および7,435百万円でした。移動平均法で計算された売却益と売却損は、2005年は24百万円（224千ドル）と12百万円（112千ドル）、2004年は25百万円と7

百万円、2003年は34百万円と162百万円でした。

2005年3月31日現在の債権証券を契約によって売却可能および満期保有で分けたものは、次のとおりです。

	単位：百万円		単位：千ドル	
	売却可能	満期保有	売却可能	満期保有
1年以内満期	¥ 1,585	¥ 329	\$ 14,813	\$ 3,075
1年以上5年までの満期	8,562	904	80,019	8,448
5年以上10年以内	405	903	3,785	8,439
10年超	4,316		40,336	
合計	¥14,868	¥2,136	\$138,953	\$19,962

2005年3月31日までに終了した、宅建取引業供託として担保に供している投資有価証券の簿価は10百万円（93千ドル）となりました。また、2004年および2003年3月31日までに終了したものは25百万円となりました。

4. たな卸資産

たな卸資産の内訳は、2005年、2004年及び2003年3月31日現在で、次のとおりです。

	単位：百万円			単位：千米ドル
	2005	2004	2003	2005
商品及び製品	¥ 7,970	¥ 8,099	¥ 7,460	\$ 74,486
仕掛品	226	257	190	2,112
原材料	3,335	3,631	3,870	31,168
貯蔵品	542	434	412	5,066
合計	¥12,073	¥12,421	¥11,932	\$112,832

5. 土地再評価

「土地再評価に関する法律」（1998年3月31日施行、1999年3月31日及び2001年3月31日改訂）に基づき、2001年3月31日現在の鑑定評価意見により事業用土地の再評価を実施しました。税金相当額を控除後の評価差額は「土地再評価差額金」として資本の部に記載しております。これによる連結損益計算書への影響はありません。今後重要な損失が発生し、減額しない限り土地再評価は一

度しか適用することができません。

土地再評価差額は将来、売却されたり、減損損失が認識された時に、戻されます。

2005年3月31日現在の時価と再評価後の帳簿価額との差額は△428百万円となっています。

6. 長期性資産

当社は、2005年3月31日に終了した時点での減損の兆候がみられる長期性資産を調査しました。レジャー設備、および、それらの設備の継続的な営業損失であるため、帳簿価額を回収可能価額まで減額し、また、将来の使用が見込まれていない香川県の遊休の土地に関しても、帳簿価額を回収可能価額まで減額した。その結果、22億4800万円（21,009千ドル）の特別損失を計上しました。

その土地および施設の回収可能価額は、その使用価値により測定されました。また、将来キャッシュ・フローの現在価値の計算のために使用された割引率は、4.3%です。そしてその、遊休土地に関しては、正味売却価額により測定しており、主に不動産鑑定士からの不動産鑑定評価額に基づいて評価しています。

7. 短期借入債務及び長期借入債務

2005年、2004年及び2003年3月31日現在の短期借入債務の内訳は、銀行借入金及び当座借越です。短期借入金の利率は、2005年、2004年及び2003年3月31日現在で、それぞれ2.0%から3.0%、2.3%

から4.5%、3.6%から4.7%です。

2005年、2004年及び2003年3月31日現在の長期借入債務の内訳は次のとおりです。

	単位：百万円			単位：千米ドル
	2005	2004	2003	2005
2.21%無担保社債（償還期限2003年）			¥ 1,000	
2.35%無担保社債（償還期限2005年）	¥ 1,000	¥ 1,000	1,000	\$ 9,346
銀行及び地方公共団体からの借入金				
（返済期限2010年、利率：2005年で2.0%から2.3%、 2004年で2.0%から3.1%、2003年で2.2%から3.8%の範囲）	612	809	1,011	5,719
合計	1,612	1,809	3,011	15,065
うち1年以内返済期限到来額	(1,267)	(252)	(1,301)	(11,841)
長期借入債務（1年以内返済期限到来額を除く）	¥ 345	¥ 1,557	¥ 1,710	\$ 3,224

2005年3月31日現在の長期借入債務の今後5年間の年度別返済期限到来額の内訳は、次のとおりです。

	単位：百万円	単位：千ドル
2006年度	¥1,267	\$11,841
2007年度	270	2,523
2008年度	20	187
2009年度	30	280
2010年度	25	234
合計	¥1,612	\$15,065

日本の慣行として、当社は、借入先の銀行に対し相当な預金をしています。この預金は、法的にあるいは契約上で、引出しを制限されてはいません。

日本の慣行として、各銀行との基本契約により、特別な事情の下では、銀行の要求があれば担保の追加提供をしなければなりま

せん。また特定の銀行では、すべての期限到来済みの長期及び短期の貸付金及び債権と、さらに破産あるいは特定の事件があればその他すべての債権と、当該銀行にある預金とを相殺する権利を有します。

8. 退職金及び年金制度

当社及び国内の子会社は、従業員、取締役及び監査役のために退職金制度を設けています。

多くの場合、退職者は退職時の給与、勤続年数及びその他の条件に基づいて計算される退職金を受取ることができます。退職金は、当社または特定の子会社からは一時金で、厚生年金基金からは年金で支払われます。

従業員は、もし退職が会社都合であった場合、定年退職

の場合、死亡の場合あるいは定年前の特定の年齢での任意退職の場合には、より多額の支給を受けることができます。

2005年、2004年及び2003年3月31日現在の退職給付引当金は、取締役及び監査役への退職慰労引当金1,178百万円（11,010千ドル）、1,124百万円、1,250百万円を含んでいます。取締役及び監査役への退職金は、株主総会の決議に基づいて支給されます。

2005年、2004年及び2003年3月31日現在の退職給付債務の内訳は、次のとおりです。

	単位：百万円			単位：千ドル
	2005	2004	2003	2005
退職給付債務	¥ 17,854	¥ 25,716	¥ 23,867	\$ 166,859
年金資産	(11,140)	(13,898)	(10,835)	(104,112)
未積立退職給付債務		(1,192)	(2,416)	
未認識数理計算上の差異	(646)	(6,353)	(6,693)	(6,037)
未認識過去勤務費用	(3,334)	1,754	1,011	(31,159)
前払年金費用	2,111			19,729
退職給付引当金	¥ 4,845	¥ 6,027	¥ 4,934	\$ 45,280

2005年、2004年及び2003年3月31日に終了した事業年度の退職給付費用の内訳は次のとおりです。

	単位：百万円			単位：千ドル
	2005	2004	2003	2005
勤務費用	¥ 982	¥1,006	¥1,334	\$ 9,178
利息費用	393	603	561	3,672
期待運用収益	(443)	(433)	(431)	(4,140)
会計基準変更時差異費用処理額	1,191	1,224	1,224	11,131
数理計算上差異費用処理額	3,579	751	442	33,448
過去勤務費用処理額	(1,681)	(427)	(251)	(15,710)
退職給付費用	¥ 4,021	¥2,724	¥2,879	\$ 37,579

2005年、2004年及び2003年3月31日に終了した事業年度の退職給付債務等の計算の基礎に関する項目は次のとおりです。

	2005	2004	2003
割引率	2.0%	2.0%	2.5%
期待運用収益率	4.0%	4.0%	4.0%
数理計算上の差異の処理年数	10年	10年	10年
会計基準変更時差異の処理年数	5年	5年	5年
過去勤務債務の額の処理年数	5年	5年	5年
退職給付見込額の期間配分方法	期間定額基準	期間定額基準	期間定額基準

当社及び連結子会社は、退職給付制度として、厚生年金基金制度及び退職一時金制度の2種類の制度を設けています。厚生年金基金制度は厚生年金保険法に基づき厚生年金の代行部分と会社の上乗せ部分を運用・給付するために設立されました。2002年4月に確定給付年金法の施行に伴い、会社は代行部分による年金資産と給付義務を国に返還することで将来の支給義務が免除されます。

2003年7月25日付で厚生労働大臣から将来分の支給義務免除の認可を受けました。

当年度において、2004年8月1日に厚生労働大臣から過去分の返上の認可を受け、代行返上を適用しました。

実際に給付義務と年金資産の返上は国の承認を得た後に行われます。

2004年8月の認可に基づいて2005年3月31日終了する事業年度に代行返上益を3,886百万円（36,318千ドル）を計上しました。

2004年11月19日に代行部分の給付義務と年金資産を国に返還しました。

9. 株主持分

日本の会社は、商法に従っています。

商法ではすべての株式が無額面株式とされ、株式の発行価額のうち少なくとも50%を資本金に組み入れ、残りは資本準備金に組み入れることが義務付けられています。

取締役会の決議により、株式分割し、無償で既存の株主に新株の発行を行うことができます。このような新株発行の場合、通常、株主資本は増加しません。

配当金及び利益処分としての現金支出額の少なくとも10%相当する額は、利益準備金（利益剰余金の一項目）として、資本準備金と合わせて資本金の25%まで每期積み立てる必要があります。資本準備金と利益準備金の合計のうち資本金の25%を超過した金額は、株主総会の決議により配当することができます。

さらに、取締役会の決議により資本準備金と利益準備金は、資本金に組み入れることができます。

利益剰余金に含まれる利益準備金は2005年、2004年及び2003年

3月31日現在でそれぞれ1,992百万円(18,617千ドル)、1,992百万円、1,992百万円です。

取締役会決議により自己株式の取得及び処分が可能です。

自己株式は配当可能利益（自己株式の取得決議と同じ株主総会において、減資手続、資本準備金及び利益準備金の減少手続を併せて決議した場合には、資本金、資本準備金、利益準備金の減少額を加えた配当可能利益）を超えて取得することはできません。

商法上、配当可能利益は、社外流出に伴う法定準備金の積立、一定の制限が加えられています。

商法の規定によった場合、親会社の会計帳簿に基づいて計算された配当可能利益は、2005年3月31日現在で68,616百万円（641,271千ドル）です。

期末配当は会計年度終了後の株主総会にて承認されます。中間配当は商法における一定の制限のもとに取締役会の決議により行われます。

2003年度中に2002年6月27日に行われた定時株主総会で授権した自己株式1,500千株を取得しました。

2004年度中に2003年6月27日に行われた定時株主総会で授権した自己株式999千株を取得しました。

2003年6月27日の定時株主総会において決議されたストックオプション制度は商法の規定に基づき、当社及び当社の子会社の取締役、監査役、使用人に対し、2006年7月1日から2008年6月30日の期間で普通株式565千株を5,731円で購入できる権利を付与されました。

2004年6月29日の定時株主総会において決議された、ストックオプション制度は商法の規定に基づき、当社及び当社の子会社の取締役、監査役、使用人に対し、2007年7月1日から2009年6月30日の期間で普通株式732千株を5,702円で購入できる権利を付与されました。

ストックオプションは株価が8,200円未満では行使できません。

10. 販売費及び一般管理費

2005年、2004年及び2003年3月31日に終了した事業年度の販売費及び一般管理費の内訳は、次のとおりです。

	単位：百万円			単位：千米ドル
	2005	2004	2003	2005
販売促進費	¥24,310	¥21,411	¥20,672	\$227,196
広告宣伝費	10,219	9,450	9,051	95,505
販売運賃諸掛	13,844	13,561	11,480	129,383
従業員給料	8,763	8,364	8,118	81,897
減価償却費	1,754	2,210	2,273	16,393
その他	22,535	22,313	21,899	210,607
合計	¥81,425	¥77,309	¥73,493	\$760,981

11. 法人税等

当社と国内子会社は、利益に対し日本の国税及び地方税を課税されますが、2005年、2004年及び2003年3月31日現在法定実効税率は約42%です。

海外の子会社は、それぞれが営業活動を行っている国の法人税を課税されます。2005年、2004年及び2003年3月31日現在の重要な一時差異として計上された繰延税金資産及び繰延税金負債の内訳は次のとおりです。

	単位：百万円			単位：千米ドル
	2005	2004	2003	2005
繰延税金資産—流動：				
賞与引当金	¥1,100	¥1,173	¥ 920	\$10,280
未実現利益	52	25	53	486
その他	952	1,333	1,070	8,897
繰延税金資産—流動	2,104	2,531	2,043	19,663
繰延税金資産—非流動：				
投資有価証券	1,030	1,107	1,094	9,626
退職給付引当金	1,641	2,707	2,197	15,336
無形固定資産		244	495	
貸倒引当金	306	319	410	2,860
減損損失	832			7,776
その他	208	189	61	1,944
評価性引当金	(71)	(36)		(664)
繰延税金負債—非流動	3,946	4,530	4,257	36,878
繰延税金資産—流動：				
未払税金	54		101	505
その他	2		122	18
合計	56		223	523
繰延税金負債—非流動：				
その他有価証券評価差額	2,685	2,831	1,008	25,093
留保利益	844	649	409	7,888
その他	240	43	11	2,243
合計	3,769	3,523	1,428	35,224
繰延税金資産の純額—流動	¥2,048	¥2,531	¥1,820	\$19,140
繰延税金資産の純額—非流動	¥ 177	¥1,007	¥2,829	\$ 1,654
繰延税金負債：土地再評価	¥ 212	¥1,409	¥1,402	\$ 1,981

2003年と2005年3月31日に終了した事業年度の法定実効税率と、連結損益計算書上の税効果会計適用後の法人税等の負担率との差異の原因となった項目の内訳は次のとおりです。

	2005	2003
法定実効税率	40.7%	42.1%
交際費等永久に損金に算入されない項目	0.6	0.4
海外税率差	(3.5)	
連結子会社の当期損失	1.0	
研究費等の法人税特別控除	(1.0)	
留保利益	0.7	
住民税均等割等		0.3
評価引当額		(2.5)
実効税率の引き下げ効果		0.3
その他	(1.3)	(1.4)
税効果適用後の法人税等の負担額	37.2%	39.2%

法定実効税率と実行税率の間の調整は、税率の差が2004年及び2002年3月31日を終了した事業年度は5%未満でありますので、開示しておりません。2003年3月31日に「地方税法等の一部を改正する法律」が施行され、2004年4月1日から開始する事業年度から

法定実効税率が42.1%から40.7%に変動します。この変更の結果、2003年3月31日に終了した事業年度の連結損益計算書に計上された法人税等調整額は146百万円です。また、土地再評価差額金、有価証券評価差額金はそれぞれ51百万円、37百万円です。

12. 研究開発費

2005年、2004年及び2003年3月31日に終了した事業年度で、それぞれ3,747百万円（35,019千ドル）、4,689百万円、4,529百万円でした。

13. リース

当連結会社は、特定の機械装置、電算機、事務所及びその他の資産をリースしています。2005年、2004年及び2003年3月31日に終了した事業年度のリース費用は、それぞれ408百万円（3,813千ドル）、585百万円、699百万円でした。このうち、ファイナンス・リースのリース料はそれぞれ254百万円（2,374千ドル）、467百万円、542百万円です。

2005年、2004年及び2003年3月31日に終了する事業年度で、所有権移転外ファイナンス・リースを資産計上した場合の、取得価額相当額、減価償却累計額相当額、未経過リース料期末残高相当額、減価償却費相当額、支払利息相当額は、次のとおりです。

器具備品	単位：百万円			単位：千米ドル
	2005	2004	2003	2005
取得価額相当額	¥1,129	¥1,810	¥1,997	\$10,551
減価償却累計額相当額	861	1,283	1,020	8,047
期末残高相当額	¥ 268	¥ 527	¥ 977	\$ 2,504

取得価額相当額には支払利息相当額が含まれています。

ファイナンス・リースに係わる未経過リース期末残高相当額は、2005年、2004年、2003年、3月31日に終了した事業年度で、次のとおりです。

器具備品	単位：百万円			単位：千米ドル
	2005	2004	2003	2005
1年内	¥177	¥282	¥446	\$1,654
1年超	91	245	531	850
合計	¥268	¥527	¥977	\$2,504

未経過リース期末残高相当額には支払利息相当額が含まれています。

2005年、2004年及び2003年3月31日現在の減価償却費は定額法で計算され、254百万円（2,374千ドル）、467百万円、542百万円ですが、添付の連結損益計算書には反映されていません。

14. デリバティブ

当連結会社は特定の外貨建資産及び負債に関する為替リスクをヘッジするため、為替先物予約、通貨オプションをしています。

すべてのデリバティブ取引は、当社の営業活動に起因する為替リスクをヘッジするためのものです。従って、これらのデリバティブの市場リスクは、基本的にはヘッジされた資産または負債の価額の逆方向への変動により相殺されます。当連結会社が、営業目的として、デリバティブを所有したり発行したりすることはありません。投資有価証券に関するマーケットリスクもまた減少させる目的のためだけにデリバティブ取引を利用する方針です。こ

れらのデリバティブの相手先は海外業務を営む大手金融機関であり、信用リスクから生じる損失の発生はないと考えています。

当社が契約したデリバティブ取引は、決裁権限と与信限度額を定める社内規定に基づいて実施しています。

2005年、2004年及び2003年3月31日に終了した事業年度のヘッジ会計の要件を満たす為替先物予約、通貨オプションは開示の対象から除外しています。

2005年、2004年及び2003年3月31日現在で、貸借対照表に記載されていないデリバティブ取引は、次のとおりです。

	単位：百万円									単位：千ドル		
	2005			2004			2003			2005		
	契約時 想定元本	時価	評価 損益	契約時 想定元本	時価	評価 損益	契約時 想定元本	時価	評価 損益	契約時 想定元本	時価	評価 損益
クレジットデフォルトスワップオプション	¥7,000	¥ 19	¥ 19							\$65,421	\$ 178	\$ 178
通貨スワップ：												
受取円、支払米ドル							¥ 279	¥(7)	¥(7)			
受取米ドル、支払タイバーツ							136					
受取円、支払タイバーツ	599	9	9	¥ 849	¥ 38	¥ 38	1,418	3	3	5,598	84	84
為替予約取引												
買建												
米ドル	1,633	1,523	(110)	3,377	3,126	(251)				15,262	14,234	(1,028)

対応する資産や負債に割り当てられ、貸借対照表に反映されている為替予約については、時価情報を開示していません。上記表に示されているデリバティブの契約元本または名目元本は、当事者間の取引金額を意味せず、また当グループの信用リスク残高や市場リスク残高を示すものでもありません。

15. 偶発債務

2005年3月31日時点の当社の偶発債務は以下のとおりです。

	単位：百万円	単位：千ドル
金融機関から借入金に対する保証債務	¥164	\$1,533

16. 後発事象

当社は2005年6月29日の株主総会にて以下のとおり利益処分が承認されました。

	単位：百万円	単位：千ドル
期末配当金(1株当たり15円(0.1ドル))	¥997	\$9,318
役員賞与金	90	841

17. 関連当事者

2003年、2004年、2005年3月31日における、関連当事者との取引は以下のとおりです。

	単位：百万円			単位：千米ドル
	2005	2004	2003	2005
賃貸料	¥193	¥188	¥228	\$1,804
保険料	159	81	47	1,486

(株)高原興産の議決権は、当社代表取締役社長 高原豪久が20.0%を直接所有、同会長 高原慶一郎が1.0%および、その近親者が44.5%を直接所有し、34.5%を間接所有しています。

また、ユニ・テック(株)の議決権は、当社代表取締役社長 高原豪久が0.7%を直接所有、同会長 高原慶一郎の近親者が1.5%を直接所有、97.8%を間接所有しています。

18. セグメント情報

事業の種類別セグメント、所在地別セグメント、海外売上高の情報は、次のとおりです。

(1) 事業の種類別セグメント情報

a. 売上高及び営業利益

単位：百万円

	2005				
	事業A	事業B	事業C	消去	連結
外部顧客への売上高	¥208,016	¥26,807	¥11,228		¥246,051
セグメント間の売上高	42		18	¥ (60)	
売上高合計	208,058	26,807	11,246	(60)	246,051
営業費用	184,808	24,192	9,876	(110)	218,766
営業利益	¥ 23,250	¥ 2,615	¥ 1,370	¥ 50	¥ 27,285

b. 資産、減価償却費及び資本的支出

単位：百万円

	2005				
	事業A	事業B	事業C	全社	連結
資産	¥126,622	¥16,419	¥25,612	¥46,712	¥215,365
減価償却費	11,625	253	452		12,330
資本的支出	13,169	273	295		13,737

a. 売上高及び営業利益

単位：千ドル

	2005				
	事業A	事業B	事業C	消去	連結
外部顧客への売上高	\$1,944,075	\$250,533	\$104,934		\$2,299,542
セグメント間の売上高	393		168	\$ (561)	
売上高合計	1,944,468	250,533	105,102	(561)	2,299,542
営業費用	1,727,178	226,093	92,299	(1,028)	2,044,542
営業利益	\$ 217,290	\$ 24,440	\$ 12,803	\$ 467	\$ 255,000

b. 資産、減価償却費及び資本的支出

単位：千ドル

	2005				
	事業A	事業B	事業C	全社	連結
資産	\$1,183,383	\$153,449	\$239,364	\$436,561	\$2,012,757
減価償却費	108,645	2,365	4,224		115,234
資本的支出	123,075	2,551	2,757		128,383

a. 売上高及び営業利益

	単位：百万円				
	2004				
	事業A	事業B	事業C	消去	連結
外部顧客への売上高	¥205,291	¥23,553	¥11,266		¥240,110
セグメント間の売上高	42		47	¥ (89)	
売上高合計	205,333	23,553	11,313	(89)	240,110
営業費用	178,111	21,385	9,990	(103)	209,383
営業利益	¥ 27,222	¥ 2,168	¥1,323	¥ 14	¥ 30,727

b. 資産、減価償却費及び資本的支出

	単位：百万円				
	2004				
	事業A	事業B	事業C	全社	連結
資産	¥121,783	¥13,204	¥33,376	¥40,639	¥209,002
減価償却費	10,917	242	457		11,616
資本的支出	18,766	303	419		19,488

a. 売上高及び営業利益（損失）

	単位：百万円				
	2003				
	事業A	事業B	事業C	消去	連結
外部顧客への売上高	¥191,898	¥21,918	¥9,353		¥223,169
セグメント間の売上高	41		127	¥(168)	
売上高合計	191,939	21,918	9,480	(168)	223,169
営業費用	168,360	20,719	8,468	(171)	197,376
営業利益	¥ 23,579	¥ 1,199	¥1,012	¥ 3	¥ 25,793

b. 資産、減価償却費及び資本的支出

	単位：百万円				
	2003				
	事業A	事業B	事業C	全社	連結
資産	¥118,053	¥12,093	¥24,526	¥33,316	¥187,988
減価償却費	10,286	299	438		11,023
資本的支出	14,526	136	149		14,811

注) 事業Aは、ベビーケア関連製品、フェミニンケア関連製品、ヘルスケア関連製品です。

事業Bは、ペットフード製品、ペットケア製品です。

事業Cは、その他です。

(2) 所在地別セグメント情報

a. 売上高及び営業利益

単位：百万円

	2005				
	日本	アジア(日本を除く)	その他の国	消去	連結
外部顧客への売上高	¥192,003	¥34,639	¥19,409		¥246,051
セグメント間の売上高	6,760	2,671		¥(9,431)	
売上高計	198,763	37,310	19,409	(9,431)	246,051
営業費用	175,082	34,225	18,898	(9,439)	218,766
営業利益	¥ 23,681	¥ 3,085	¥ 511	¥ 8	¥ 27,285

b. 資産

単位：百万円

	2005				
	日本	アジア(日本を除く)	その他の国	消去	連結
資産	¥115,830	¥27,892	¥14,114	¥57,529	¥215,365

a. 売上高及び営業利益

単位：千ドル

	2005				
	日本	アジア(日本を除く)	その他の国	消去	連結
外部顧客への売上高	\$1,794,421	\$323,729	\$181,392		\$2,299,542
セグメント間の売上高	63,177	24,963		\$(88,140)	
売上高計	1,857,598	348,692	181,392	(88,140)	2,299,542
営業費用	1,636,280	319,860	176,617	(88,215)	2,044,542
営業利益	\$ 221,318	\$ 28,832	\$ 4,775	\$ 75	\$ 255,000

b. 資産

単位：千ドル

	2005				
	日本	アジア(日本を除く)	その他の国	消去	連結
資産	\$1,082,523	\$260,673	\$131,907	\$537,654	\$2,012,757

a. 売上高及び営業利益

単位：百万円

	2004				
	日本	アジア(日本を除く)	その他の国	消去	連結
外部顧客への売上高	¥190,719	¥32,701	¥16,690		¥240,110
セグメント間の売上高	5,511	1,752		¥(7,263)	
売上高計	196,230	34,453	16,690	(7,263)	240,110
営業費用	169,198	31,379	16,103	7,297	209,383
営業利益	¥ 27,032	¥ 3,074	¥ 587	¥ 34	¥ 30,727

b. 資産

単位：百万円

	2004				
	日本	アジア(日本を除く)	その他の国	消去	連結
資産	¥121,286	¥25,270	¥11,637	¥50,809	¥209,002

a. 売上高及び営業利益

	単位：百万円				
	2003				
	日本	アジア(日本を除く)	その他の国	消去	連結
外部顧客への売上高	¥177,561	¥29,416	¥16,192		¥223,169
セグメント間の売上高	5,665	1,995	383	¥(8,043)	
売上高計	183,226	31,411	16,575	(8,043)	223,169
営業費用	160,110	29,024	16,260	(8,018)	197,376
営業利益	¥ 23,116	¥ 2,387	¥ 315	¥ (25)	¥ 25,793

b. 資産

	単位：百万円				
	2003				
	日本	アジア(日本を除く)	その他の国	消去	連結
資産	¥116,619	¥23,773	¥11,130	¥36,466	¥187,988

(3) 海外売上高

2005年、2004年及び2003年3月31日に終了した事業年度の海外売上高は59,368百万円（554,841千ドル）、55,069百万円及び47,971百万円でした。



ユニ・チャーム株式会社の取締役会へ：

私どもは、ユニ・チャーム株式会社及び子会社の、日本円表示による、2005年、2004年及び2003年3月31日現在の連結貸借対照表並びに2003年3月31日に終了した3年間の各連結会計年度の連結損益計算書、連結株主持分計算書及び連結キャッシュ・フロー計算書について監査を実施しました。これらの連結財務諸表の作成責任は経営者にあり、私どもの責任は、私どもの監査に基づいて、これらの連結財務諸表に対する意見を表明することにあります。

私どもは、日本において一般に公正妥当と認められる監査の基準、手続き及び実務に準拠して監査を実施しました。

これらの監査基準は、連結財務諸表に重要な虚偽の表示がないかどうかの合理的な保証を得るよう、私どもが監査を計画し、実施することを求めています。

監査は、連結財務諸表における金額や開示の基礎となる証拠の試査による検証、経営者が採用した会計方針及びその適用方法並びに経営者が行った重要な見積りの評価、並びに、財務諸表全体の表示に関する評価を含んでいます。

私どもは、監査の結果として意見表明のための合理的な基礎を得たと確信しています。

私どもの意見では、上記の連結財務諸表は、ユニ・チャーム株式会社及び子会社の2005年、2004年及び2003年3月31日現在の財政状態、ならびに2005年3月31日に終了した3年間の各連結会計年度の経営成績及びキャッシュ・フローの状況を、すべての重要な点において日本で一般に公正妥当と認められた会計原則及び会計実務に継続的に準拠して、適正に表示しているものと認めます。

連結財務諸表注記2.gで、述べているように、グループでは、固定資産の減損に関して、2004年4月1日以降から、新会計基準を適用しています。

私どもは、日本円のコличествоから米ドルの金額への換算も、監査の対象にしましたが、私どもの意見では、換算は注記1に記載された基準に従って行われています。同米ドル金額は、日本の国外の読者の便宜のために表示されているにすぎません。

2005年6月29日

デロイト トウシュ トーマツ

子会社および関連会社

2005年3月31日現在

子会社

	会社名	主な事業内容	当社の持分比 (%)
日本	ユニ・チャームプロダクツ(株)	ベビー関連製品、生理用品などの製造	100
	ユニ・チャームマテリアル(株)	不織布などの製造	100
	国光製紙(株)	紙、不織布などの製造、加工および販売	100
	コスモテック(株)	グラビアの印刷、加工および販売	100
	ユニ・チャームペットケア(株)	ペットフードおよびケア用品の製造および販売	41
韓国	Uni-Charm Co., Ltd.	ベビー関連製品、生理用品などの製造および販売	90
台湾	嬌聯股份有限公司	ベビー関連製品、生理用品などの製造および販売	53
中国	上海尤妮佳有限公司	ベビー関連製品、生理用品などの製造および販売	75
	尤妮佳生活用品(中国)有限公司	ベビー関連製品の製造	97
タイ	Uni-Charm (Thailand) Co., Ltd.	ベビー関連製品、生理用品などの製造および販売	94
インドネシア	PT Uni-Charm Indonesia	ベビー関連製品、生理用品などの製造および販売	74
オランダ	Uni-Charm Mönlycke B. V.	持株会社	60
(その他12社)			

関連会社

	会社名	主な事業内容	当社の持分比 (%)
日本	ユニ・チャーム メンリッケ(株)	大人用失禁製品の販売	50
(その他1社)			

投資情報

2005年3月31日現在

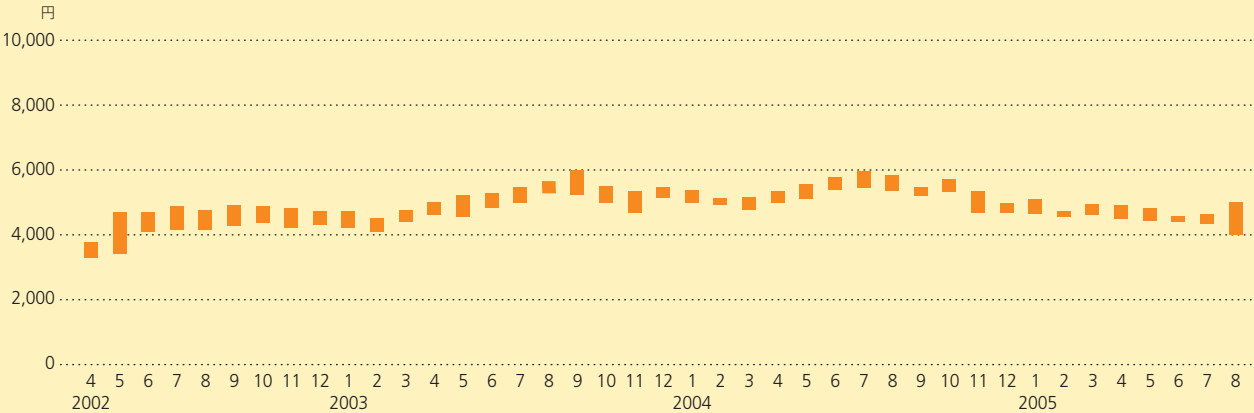
会計年度末	2005年3月31日
年次株主総会	2005年6月29日
発行済普通株式	授權株式数：196,390,411株 発行済株式数：68,981,591株
株主数	24,071名
株式上場日	1976年8月
上場証券取引所	東京証券取引所 市場第1部
名義書換代理人	日本証券代行株式会社 〒103-0025 東京都中央区日本橋茅場町1丁目2番4号

監査人 デロイト トウシュ トーマツ

大株主(上位 10 名)の状況

株主名	持株数(千株)	議決権比率
ユニテック株式会社	12,168	17.64%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	4,125	5.98
ザ チェースマンハッタンバンク エヌエイ ロンドン	3,623	5.25
株式会社高原興産	3,418	4.96
高原基金有限会社	3,120	4.52
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,476	3.59
株式会社広島銀行	1,997	2.90
日本生命保険相互会社	1,934	2.80
株式会社伊予銀行	1,699	2.46
インベスターズ バンク	1,261	1.83

資本政策	2005年7月から8月	商法第211条の3第1項第2号の規定に基づく自己株式取得（取得株式の総数1,100,000株、取得価格の総額4,972,890,000円）
	2003年9月	商法第210条ノ第1項の規定に基づく自己株式買入（買付価格5,330円、株数999,000株）
	2003年1月	商法第210条ノ第1項の規定に基づく自己株式買入れ（買付価格4,500円、株数1,500,000株）
	2002年2月	利益による自己株式買入れ消却（買付価格3,400円、株数964,300株）
	2001年3月	利益による自己株式買入れ消却（買付価格4,900円、株数921,000株）
	1999年7月	国内外における株式の売出し（株数240万株、他にグリーンシュエ30万株） （売出価格：6,128円、売出人：(株)東海銀行、高原振興(株)、(株)富士銀行）
株価の推移	1998年8月	利益による自己株式買入れ消却（買付価格5,210円、株数1,724,289株）



コーポレート・データ

2005年3月31日現在

本店	愛媛県四国中央市金生町下分182番地
本社事務所	〒108-8575 東京都港区高輪三丁目25番23号
設立年月日	1961年2月10日
資本金	15,993百万円
従業員数	1,007名、グループ計5,234名
問合せ先	東京都港区高輪三丁目25番23号 Tel : 03-3449-2858 Fax : 03-3449-7600

ホームページのご案内



ユニ・チャームではホームページによる情報開示を積極的に行っています。財務情報や最新ニュースをはじめとするIRサイトも充実しており、商品情報も含めて随時更新を行っています。

<http://www.unicharm.co.jp/>



ユニ・チャームは、和光堂株式会社、株式会社千趣会との提携により、育児支援サイト「ベビータウン」を開設しています。

妊娠中の女性、3歳未満のお子様をお持ちの母親・父親を対象に、育児に役立つWebマガジンの発行や、さまざまな育児情報の提供、育児に便利なグッズの紹介などを行っています。さらに、会員数の拡大とロイヤルユーザーの獲得のため、「ベビータウンポイントキャンペーン」を実施しています。

育児支援サイト「ベビータウン」

<http://www.babytown.jp/>

