

第13次中期経営計画（FY2026～FY2030）

2026年2月12日
ユニ・チャーム株式会社

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。

- **第12次中期経営計画（2024年～2025年）の振り返り**
- **2030年ありたい姿**
- **第13次中期経営計画（2026年～2030年）**
- **2030年財務目標**
- **ROE17%への道筋**



第12次中期経営計画（2024年～2025年）の振り返り

◆資料内の表記

WC：ウェルネスケア関連商品

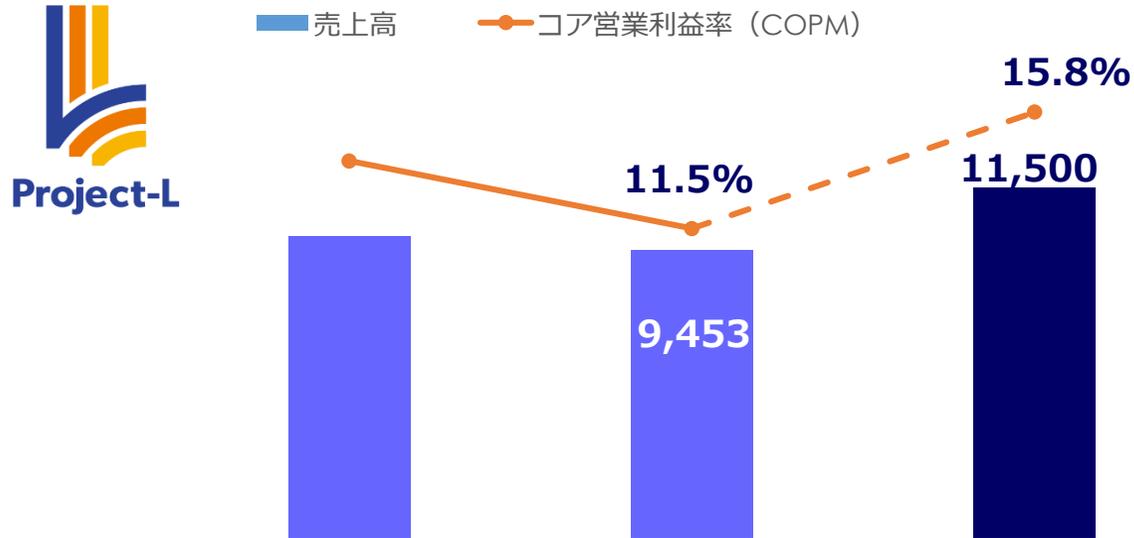
FC：フェミニンケア関連商品

BC：ベビーケア関連商品

PC：ペットケア関連商品

第12次中期経営計画（2024年～2025年）の振り返り

➤ 第12次中期経営計画 総括



	2024 (実績)	2025 (実績)	2026 (第12次中期経営計画)
売上高	9,890	9,453	11,500
CAGR※	5.0%	-4.4%	6.9%
COPM	14.0%	11.5%	15.8%
ROE	11.1%	8.3%	15.0%

※売上高年平均成長率（2024年と2025年は前期比）

主な成果

- ① : 顧客のLTVを最大化するモデルを構築
- ② : 中国、東南アジアなどのPC成長基盤構築
- ③ : アフリカなど次の成長エンジンへの種まき
- ④ : 循環型社会実現に向けた活動は着実に伸展

主な課題

- ① : WC、PCの成長加速不足
- ② : 商品・ブランド優位性、差別性縮小
- ③ : EC・デジタルチャネル対応の遅れ
- ④ : 価格戦略やサプライチェーンの機動力不足

- 消費者の価値観やチャネルの変化、競合との競争激化に対し、競争優位性が不足

消費者ニーズの変化



新興チャネル・新興企業の台頭



グローバルとローカルの強みを融合させた
戦略・組織体制への転換が必要

2030年ありたい姿

- ▶ 世界No.1の価値創造を追求し、独自の商品・サービスを通じて、「共生社会」の実現と企業価値の向上を目指す。

相対価値

売上高 **1.5** 兆円

COP率 **17** %

ROE **17** %



絶対価値目標

世界 **No.1**

「共生社会」の実現

相対価値目標

時価総額 **4** 兆円

絶対価値



手ぶら登園



コーポレート・ブランド・エッセンス
「Love Your Possibilities」



なんでもできそう。いつでも、いつまでも。

Love Your Possibilities



unicharm
ユニ・チャーム

第13次中期経営計画（2026年～2030年）



絶対価値目標

世界 No.1

共生社会の実現

相対価値目標

時価総額 4 兆円

【Renaissance】

AI×感性が導く「人間中心」への回帰

【Rebirth】

新興市場を制する「脱・製造業」への新生

【Resonance】

顧客・社会との「共創価値」の「最大化」

➤ 「3つのR」によるライフタイムパートナーへの変革

Renaissance

AI×感性が導く
「人間中心」への回帰

AI活用で人の痛みや不快に
寄り添い、潜在的不快を解消し
ヒットの再現性を最大化

他社が模倣できない
「絶対的価値」の創造

Rebirth

新興市場を制する
「脱・製造業」への新生

OEM活用による「最適生産」へ転換。
圧倒的なスピードとコスト競争力で
新興国の成長（ボリュームゾーン）獲得

新興市場での「シェア向上」と
「収益改善」両立

Resonance

顧客・社会との
「共創価値」の「最大化」

Love Your Possibilitiesに基づき
社会課題解決を成長エンジンへ昇華

企業価値（PBR）の最大化と
持続的成長

「3つのR」による構造変革で、「非連続な成長」を実現



【Renaissance】
AI×感性が導く「人間中心」への回帰

【Rebirth】
新興市場を制する「脱・製造業」への新生

【Resonance】
顧客・社会との「共創価値」の「最大化」

- ▶ ライフサイクルインサイトによる競争優位性を確立

SBU横断データ基盤



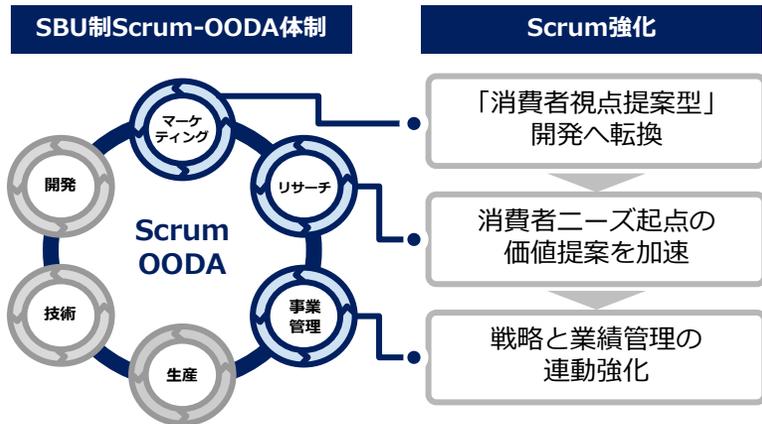
Baby Care

Feminine Care

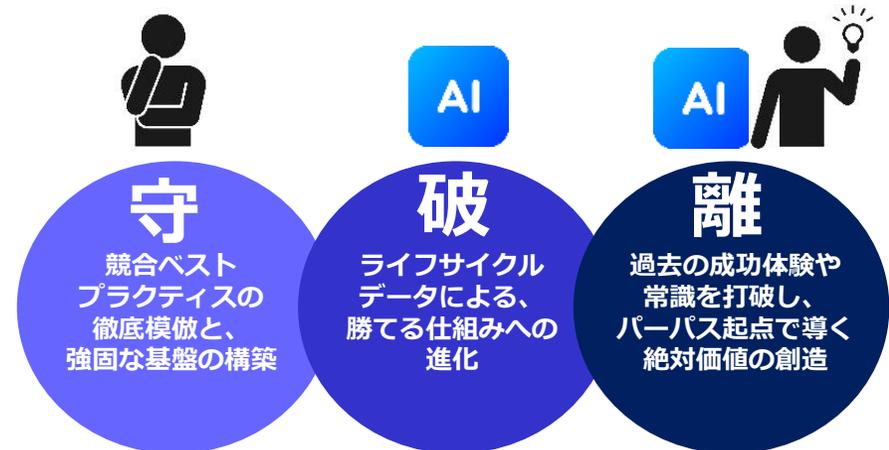
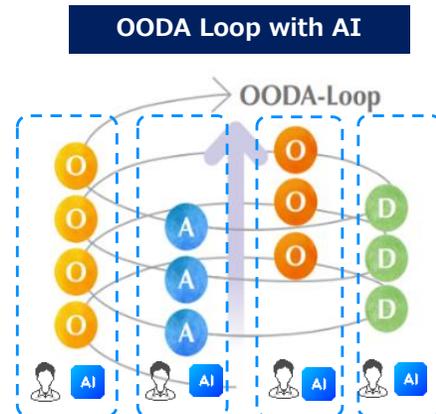
Wellness Care

Pet Care

- ▶ SBU制への移行で俊敏なOODA Loopを実現



- ▶ AIを活用した「守・破・離」の考えに基づく意思決定で戦略実行スピードを加速

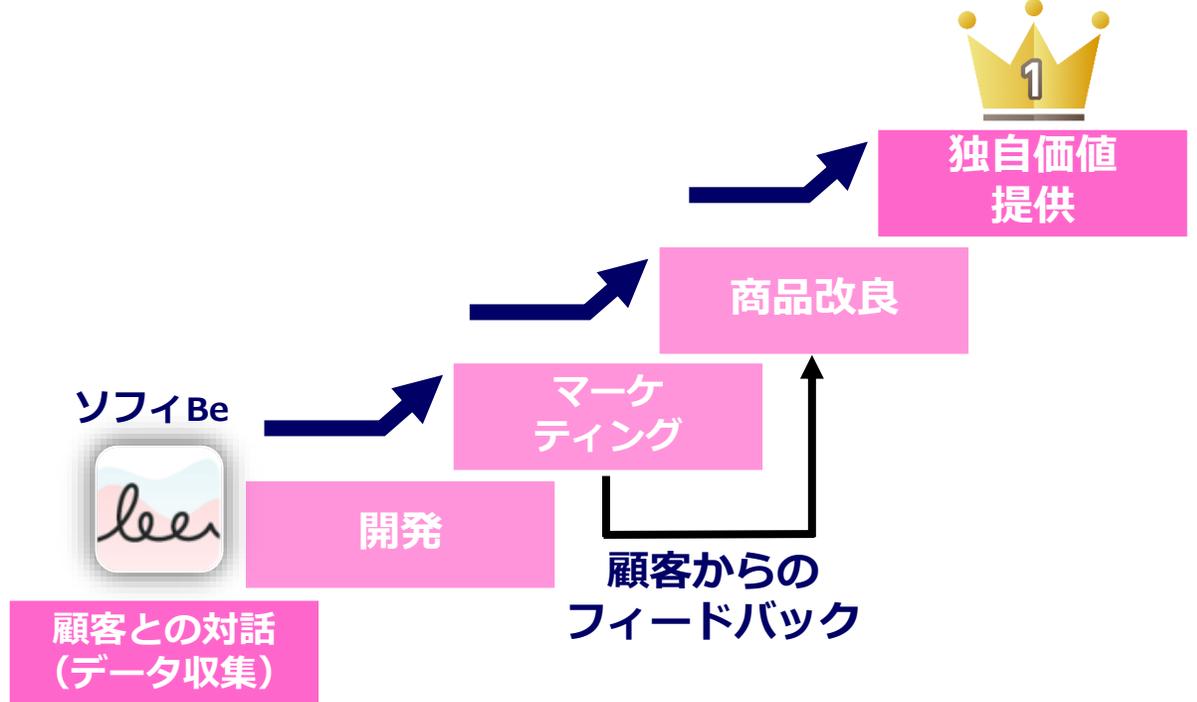


➤ 顧客との接点・深層心理の理解と領域拡張

接点を「点」から「線（日常）」へ広げ、顧客解像度を向上
個々に寄り添う「パーソナライズ製品」で、高収益なプレミアム市場を開拓

AIエージェント「ソフィBe」

顧客との「共創」関係の構築





【Renaissance】
AI×感性が導く「人間中心」への回帰

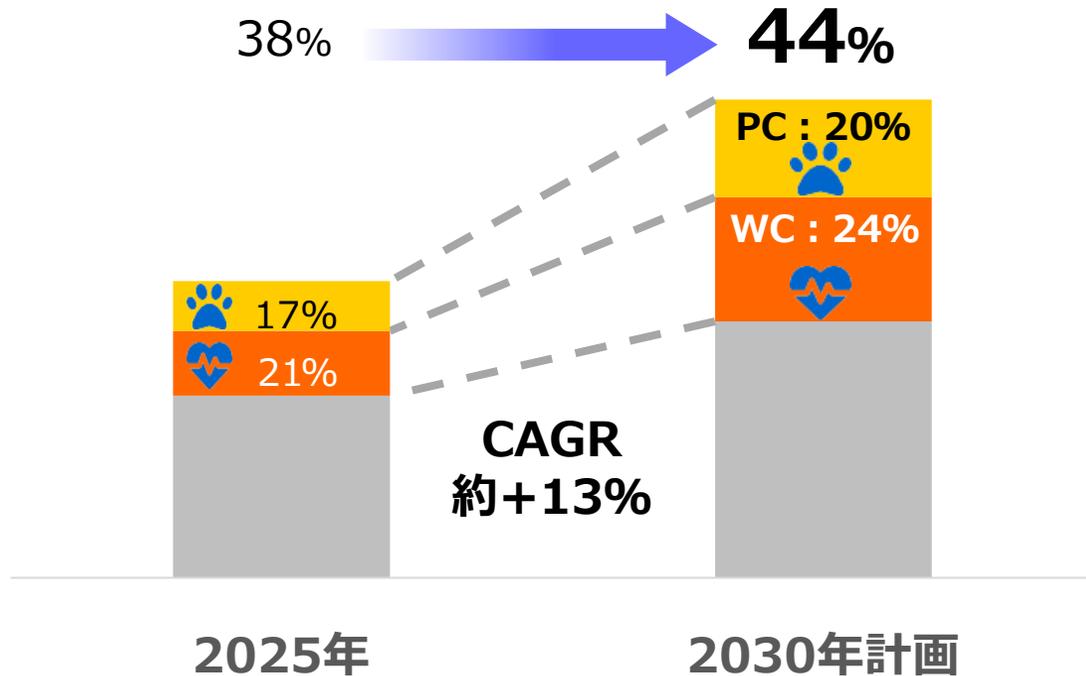
【Rebirth】
新興市場を制する「脱・製造業」への新生

【Resonance】
顧客・社会との「共創価値」の「最大化」

➤ 継続的な事業ポートフォリオ改革

成長牽引役であるPC・WCへ経営資源を集中し、OEMの戦略的活用による収益性向上と、成功モデルの横展開・新市場創造によるトップライン成長を同時に実現

PC・WC売上高構成比計画



PC 

- ✓ 成功モデルの横展開
- ✓ EC組織体制の構築
- ✓ JIA PETSやOEMの活用

WC 

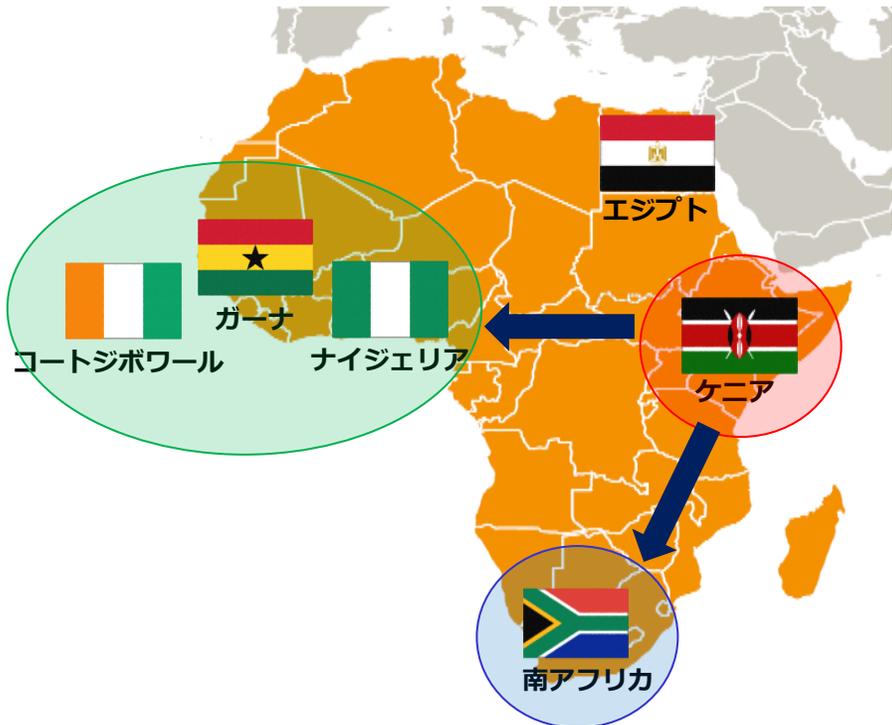
- ✓ OEMの戦略的活用
- ✓ 軽度市場創造
- ✓ 自立排泄支援



➤ グローバルサウス展開加速

OEM/ODMによる「スピード・コスト競争力」と「独自価値」を武器に、
 FC・BCの約6,000億円市場を攻略

アフリカ展開



インド・ブラジル周辺国展開

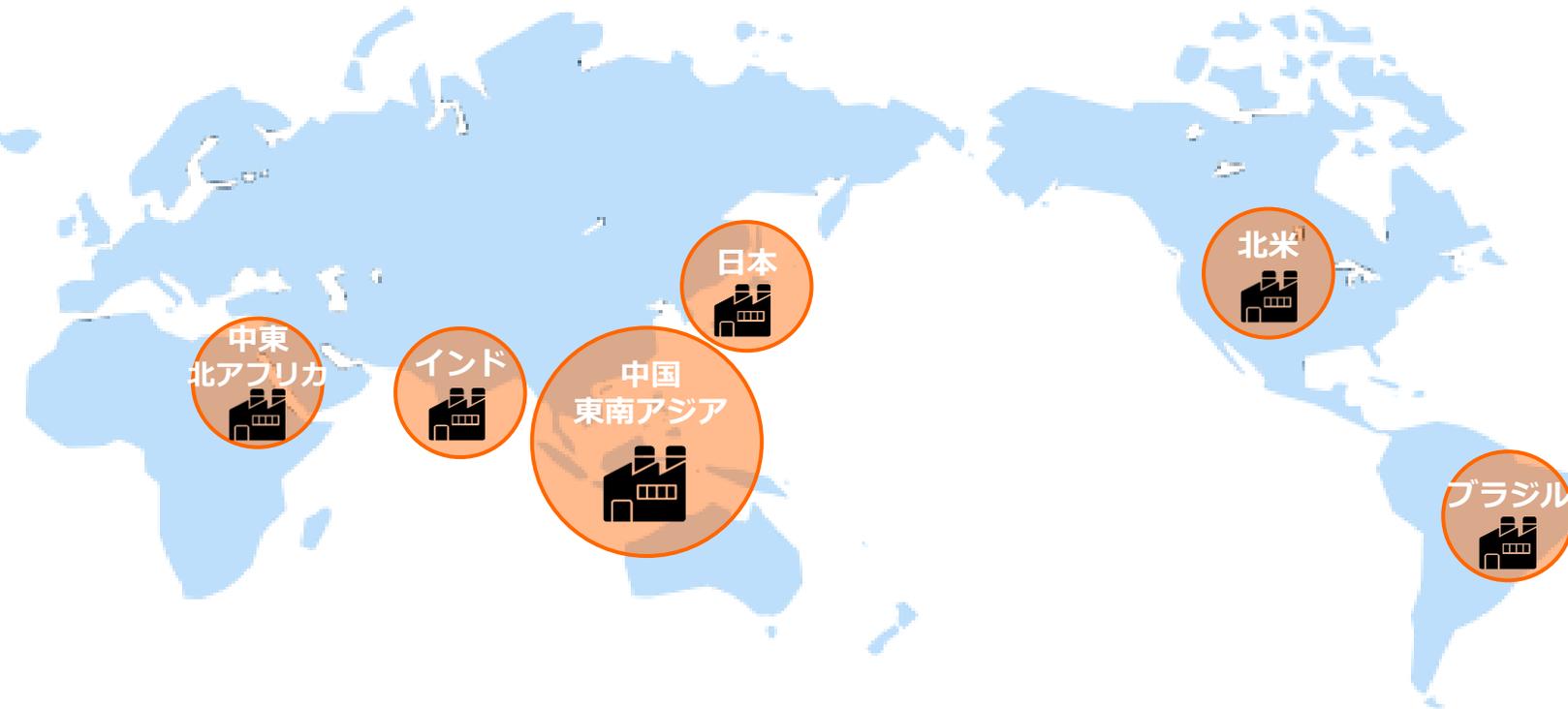


FC・BC市場規模（金額）



➤ コスト構造の最適化とサプライチェーン改革

OEM/ODMの戦略的活用と、AI・データ連携による
エリア毎の最適化で、圧倒的なコスト競争力とスピードを実現



- ① : 生産性・品質コスト競争力向上
地域特性への最適化
- ② : 調達～配送コスト削減
- ③ : リードタイム短縮
- ④ : ROI向上

AI

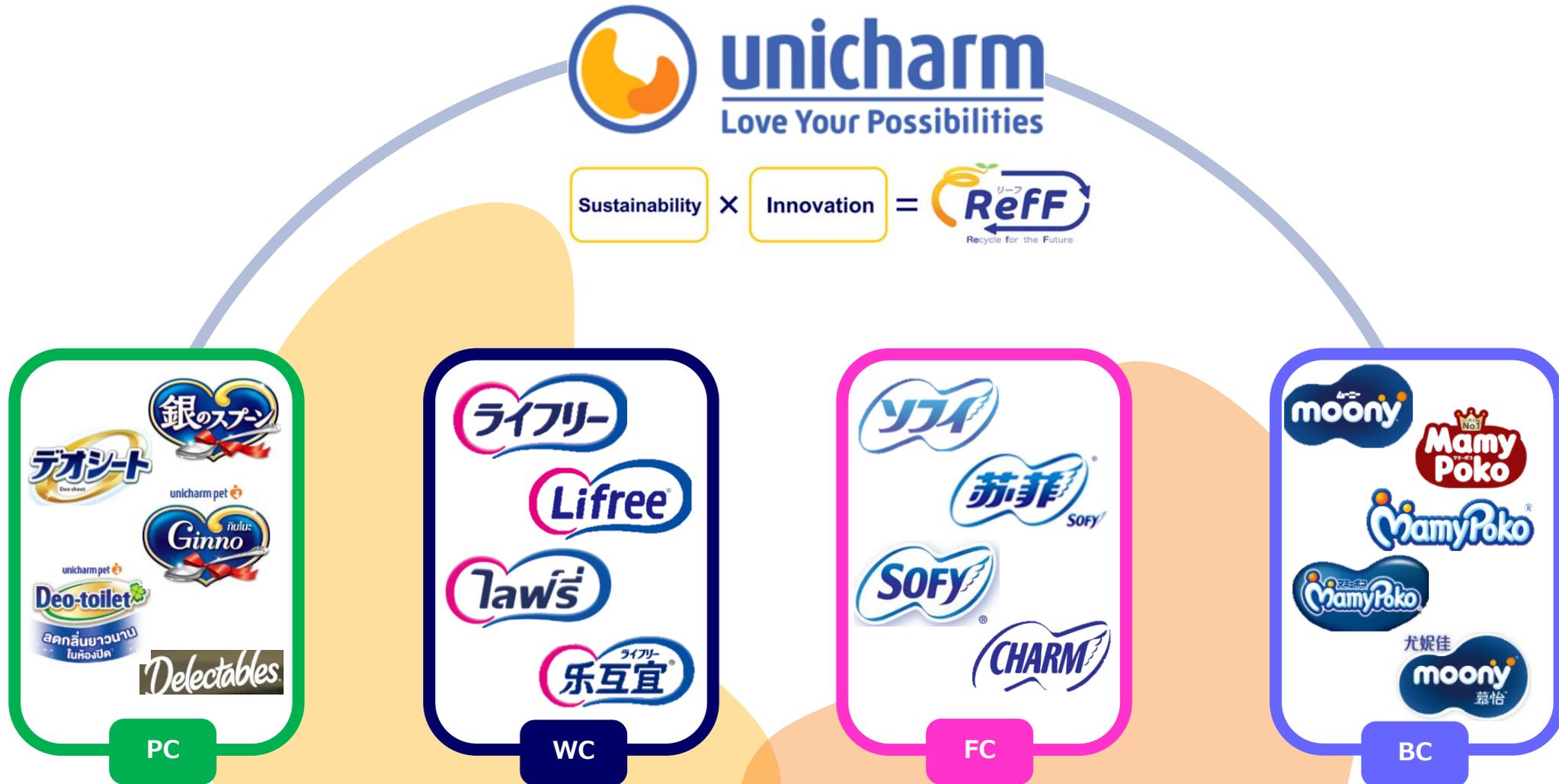


【Renaissance】
AI×感性が導く「人間中心」への回帰

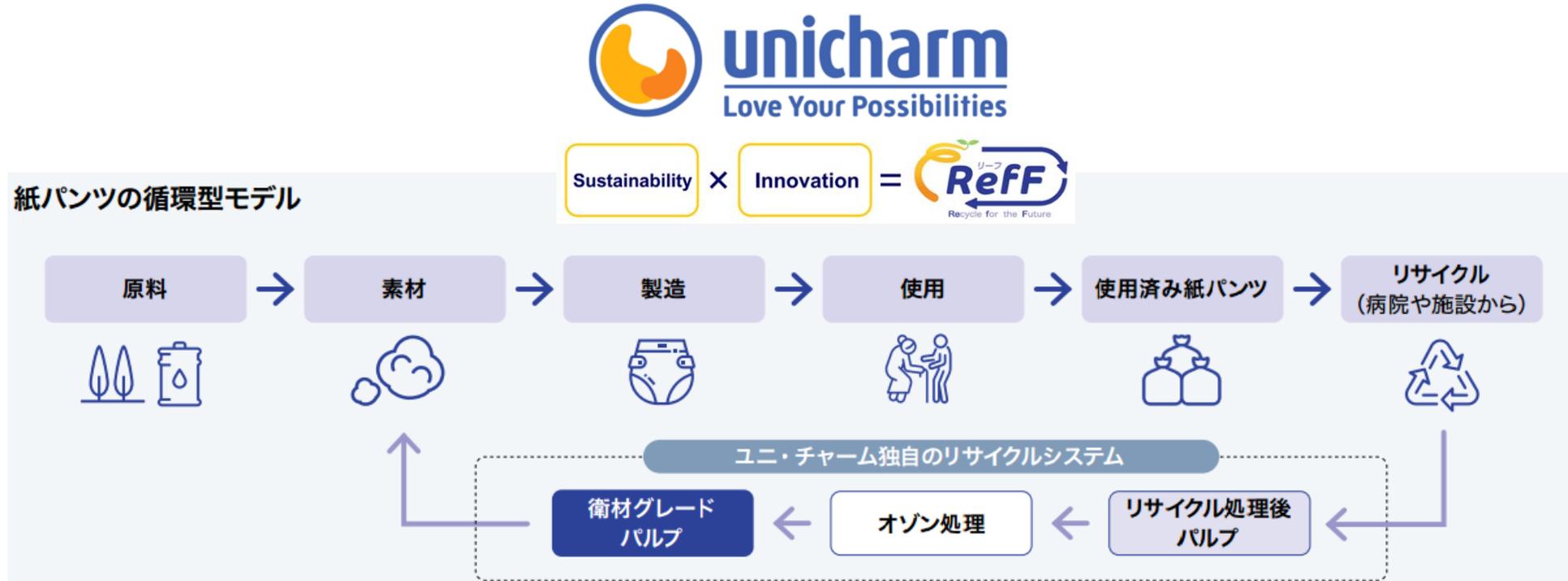
【Rebirth】
新興市場を制する「脱・製造業」への新生

【Resonance】
顧客・社会との「共創価値」の「最大化」

- 国内外各事業の核にLYPsの思想を据えることで、顧客との強い絆を構築



➤ RefF商品拡張により、国内外で「LYPs」を体現するブランドイメージを確立





全SBU・全機能部門を横断する戦略実行プロジェクト発足



2030年財務目標

売上高**1.5兆円**、ROE**17%**という「**世界NO.1への試金石**」となる高い目標を掲げ
トップティアの収益性と資本効率を目指す

コミットメント

売上高：**1.3兆円**（CAGR7%程度※）

コア営業利益率：**15%**

ROE：**15%**

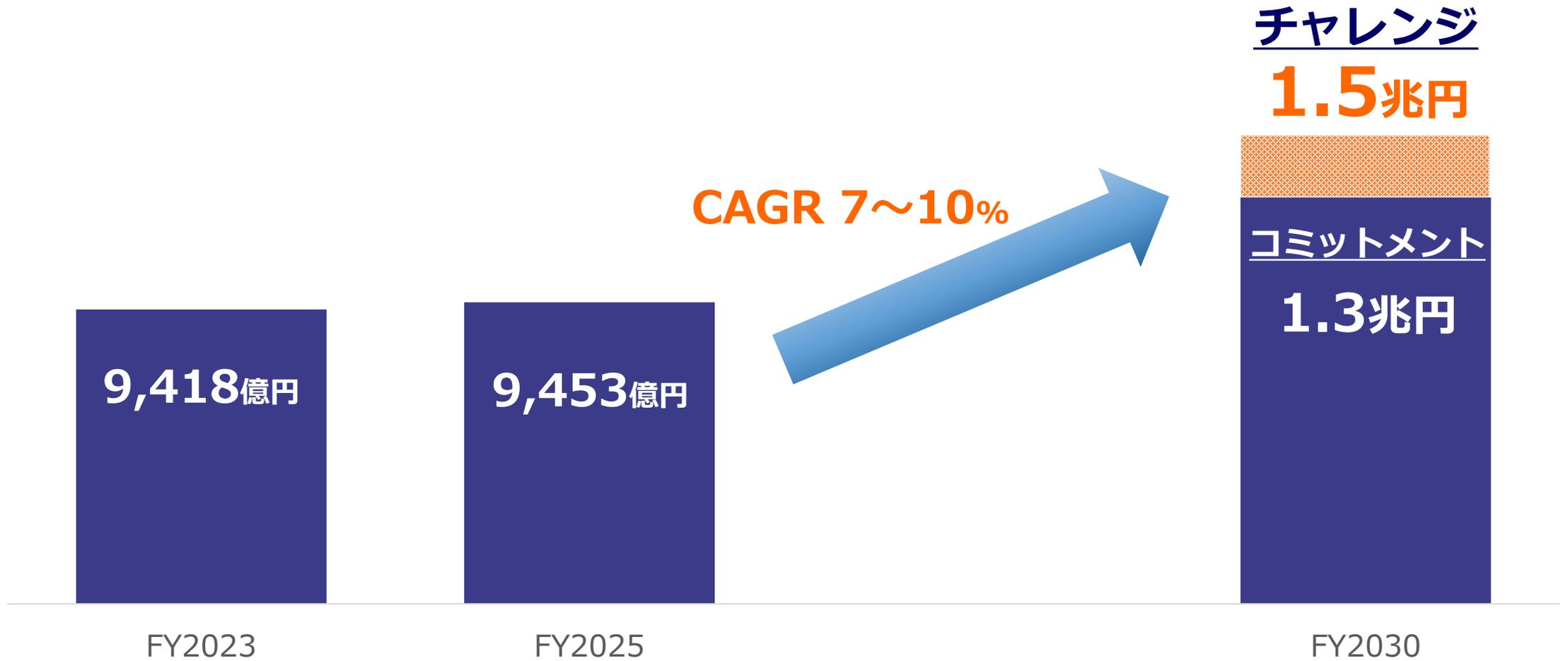
チャレンジ

売上高：**1.5兆円**（CAGR10%程度※）

コア営業利益率：**17%**

ROE：**17%**

※ '25年→'30年における年平均成長率



**ROE17%への道筋：
事業成長と資本政策の再構築が導く、Financial Renaissance**

PBR最大化への指針：

事業成長に加え、資本政策の再構築（Rebirth）の両輪で企業価値のV字回復を実現する



総還元性向を「50%→65%」へ引き上げ、純資産（分母）を抑制しつつ、ROEの構造的な向上を図る

従来の資本政策

総還元性向

50%以上

- ・ PBR2倍で停滞
- ・ ROE10%程度

Rebirth
(抜本的見直し)

第13次中期経営計画 資本政策指針

総還元性向

65%以上

(5年間継続)

DOE

4.5%超

(連続増配継続)

資本効率の最大化/PBR向上

具体的なAction : 増配見通しの透明化と機動的な自己株式取得

固定的な配当負担の急増を避けつつ、分母（株式数）を減少させ
EPS（1株当たり当期利益）成長スピードを加速させる

Action 1 : 増配スケジュール



Action 2 : 機動的な自己株式取得

- 総還元性向65%と配当総額の「差分（約25～30%）」を、すべて自己株式取得に充当。
- 2026年は、さらに株式市場の動向を注視し、機動的な追加取得も柔軟に検討。

キャッシュ・フロー・アロケーション： 「着実な利益成長」への再投資と、資本構成の最適化

営業キャッシュ・フロー（C/F）は将来の利益拡大に向けた**成長投資へ最優先で配分**
一方、**総還元性向65%（指針）**により、純資産を抑制

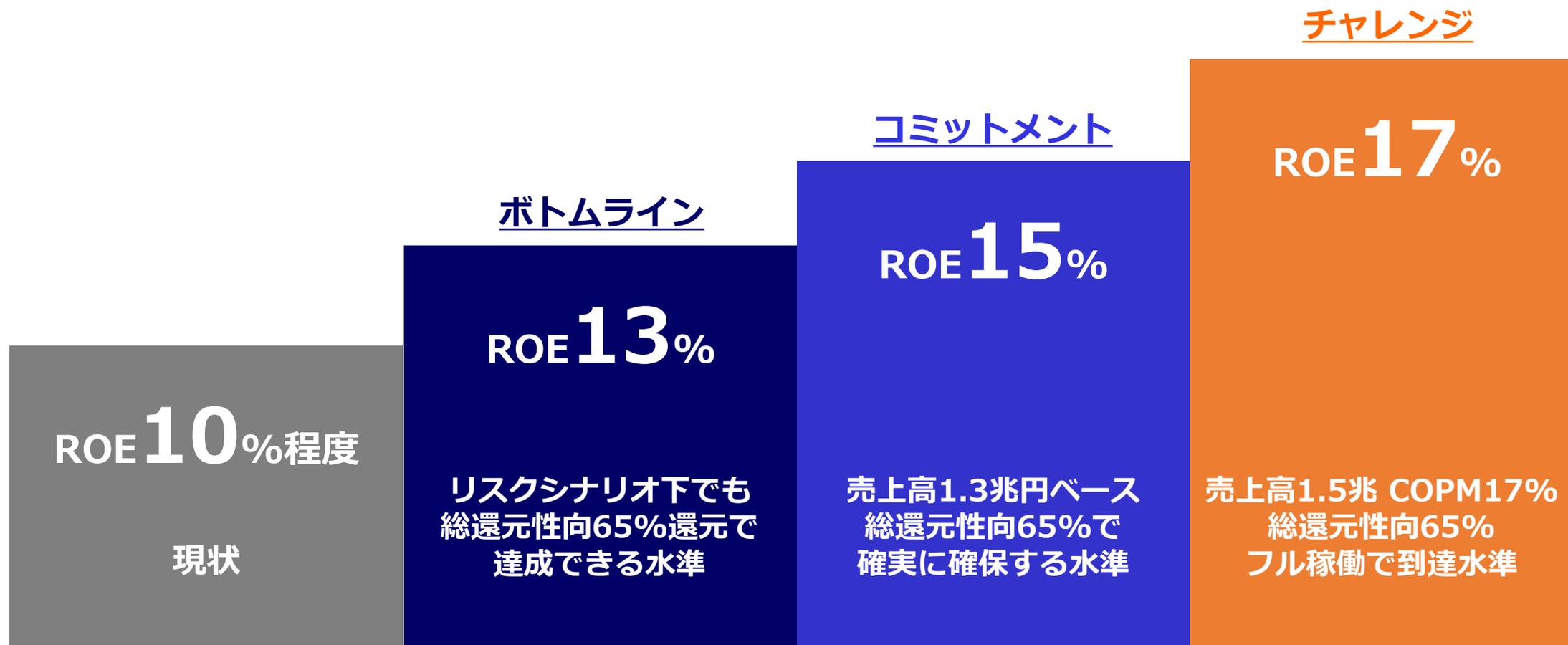


ROE 17%への『新生 (Rebirth)』シナリオ：

「事業成長」×「総還元性向65%」で実現する、ROE17%への確かな道筋



「事業成長 (分子)」を最優先し、総還元性向65%による「資本 (分母) の適正化」を徹底
この両輪を回しきること、チャレンジ目標であるROE 17%への到達を目指す



1. 事業成長：

売上高 **1.5兆円**・コア営業利益率 **17%**へのチャレンジ

2. 資本政策：

(5年間指針) 総還元性向 **65%**・DOE **4.5%超**によるROE引き上げ

3. 結果：

第13次中期経営計画期間を「事業成長と資本適正化の集中期間」と位置づけ
PBRの再評価と株主価値の飛躍的向上を実現する



unicharm
Love Your Possibilities

私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

