

**2021年12月期
第3四半期 (1月1日~9月30日)
決算説明資料**

2021年11月5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

1

ユニ・チャームの近藤でございます。

本日はご多忙の折、ユニ・チャーム株式会社2021年12月期第3四半期決算ウェブカンファレンスにご参加を賜りまして誠にありがとうございます。

まず最初に、島田から決算内容についてご説明申し上げて、その後Q&Aを実施いたします。

トータルで1時間を予定しております。30分間説明といったところで、そのあとはQ&Aにさせていただきます。よろしくお願いいたします。

それでは島田からご説明いたします。

**2021年12月期
第3四半期（1月1日～9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.

ユニ・チャームの島田でございます。

本日はご多忙のおり、ユニ・チャーム株式会社 2021年12月期第3四半期決算 Webカンファレンスにご参加を賜りまして、誠にありがとうございます。

最初に、2021年12月期 第3四半期決算の概要でございます。

連結

売上高 5,719億円 (YoY +7.0%)
コア営業利益 974億円 (YoY +9.3%)

- 売上高は4年連続で過去最高更新。コア営業利益率も過去最高更新。
- 業績予想の進捗は順調に推移。利益進捗は想定以上。

日本

1.4%増収、3.2%増益、コア営業利益率改善

- ウェルネスケアとペットケア、フェミニンケアが増収を牽引。
- 商品ミックスの効果で収益性改善。

海外

10.6%増収、15.1%増益、コア営業利益率改善

- アジア地域 増収増益。中国好調。東南アジアやインドなどで回復基調継続。
- その他地域 増収増益。北米は好調持続。中東は安定成長。

株主還元

年間配当36円 20期連続増配を計画

- 自己株式取得について・・・予定どおり約160億円取得（約362万株）。

3ページをご覧ください。
総括を記載しております。

第3四半期累計期間業績は過去最高更新



● 連結決算ハイライト (1-9月)	(億円)					
	'20/12月期 3Q	'21/12月期 3Q	増減額	増減率	(業績予想) '21/12月期	進捗率
売上高	5,345	5,719	+374	+7.0%	7,700	74.3%
コア営業利益 (利益率)	891 (16.7%)	974 (17.0%)	+83	+9.3% (+0.3P)	1,190 (15.5%)	81.9%
税引前四半期利益 (利益率)	727 (13.6%)	1,017 (17.8%)	+290	+39.9% (+4.2P)	1,170 (15.2%)	86.9%
親会社の所有者に帰属する四半期利益 (利益率)	401 (7.5%)	619 (10.8%)	+219	+54.6% (+3.3P)	750 (9.7%)	82.6%
EBITDA 税引前四半期利益 +減価償却費及び償却費+火災損失	1,158	1,300	+142	+12.2%	1,570	82.8%
基本的1株当たり四半期利益(円)	67.12	103.64	+36.52	+54.4%	125.85	82.4%
USDレート(円)	107.59	108.50	+0.91	+0.8%	103.50	—
中国元レート(円)	15.37	16.78	+1.41	+9.2%	15.80	—

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

4

4ページをお願いいたします。

連結決算のハイライトでございます。

2021年12月期第3四半期決算の業績につきましては、売上高は5,719億円、7.0%増収、コア営業利益は974億円、9.3%増益とそれぞれ過去最高を更新しております。

第3四半期に入り原材料の高騰や、また物流費率の高まりなどもありましたが、コア営業利益率は0.3ポイント改善し17%となりました。

第3四半期累計期間としましては、過去最高の利益率となっております。原材料の高騰、物流費の高まりなどございましたけども、それを上回る持続的な商品ミックスの改善や生産性の改善などで、粗利益率が0.5ポイントを改善したことが大きく寄与しております。

税引前四半期利益と親会社の所有者に帰属する四半期利益の増益幅が大きい理由としましては、前期に、その他費用でインドの工場火災損失約160億円が計上されていることが主要因でございます。

連結業績予想の進捗につきましては、表の右側にありますように、売上高、コア営業利益ともに順調に推移しており、特にコア営業利益については想定以上の進捗で推移しております。

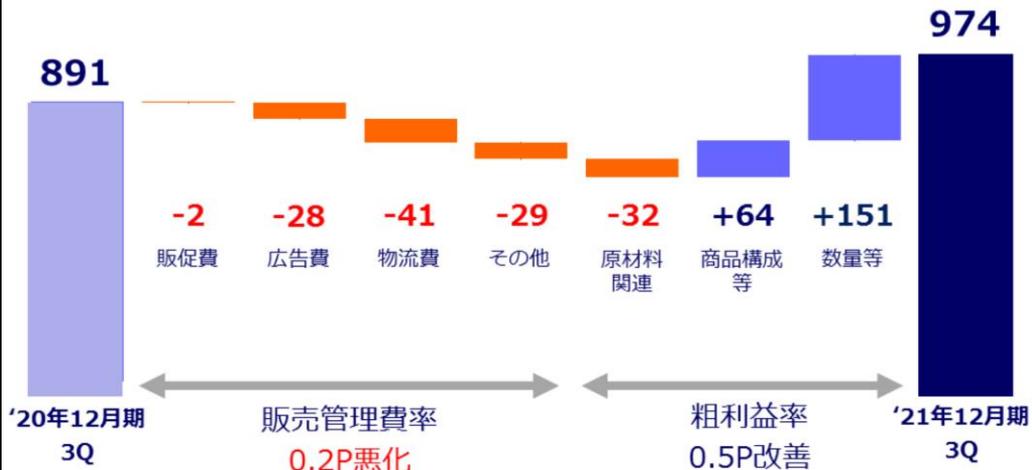
業績の詳細につきましては、次のページ以降でご説明いたします。

商品ミックスが持続的に改善
中国を中心とした増収による数量増効果等で83億円増益



● コア営業利益増減
(1-9月)

(億円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

5

5ページをご覧ください。

コア営業利益の増減でございます。

83億円増益の内訳をご説明いたします。

まず、表の左の項目から説明します。販売管理費について、広告費は日本ではペットケア関連商品における健康機能食「ALLWell」や中国では主にフェミニンケア関連商品のソフィ新商品。ヘルスケア関連商品のライフリーブランドの認知拡大など。また中東では、ベビーケア関連商品でオリーブを配合した新商品の発売やフェミニンケア関連商品ソフィブランド認知拡大などで、積極的に広告を投下した結果、28億円の増加となりました。

物流費については、中国やインドネシアなどが増加しました。中国は前期のCOVID-19の影響で物流がストップしたことの反動による増加。インドネシアはインドへの輸出が増加したこと、またコンテナ不足もあり、物流費率の悪化などが主な要因となり41億円、物流費が増加しました。

その他の主なものは、人件費10億円、デジタル関連で4億円、研究開発費で2億円など合わせて29億円の増加となったことで、販売管理費率は0.2ポイント悪化いたしました。

原材料関連では、第3四半期に入り原材料価格の単価上昇で、粗利益が約32億円減少となり、商品構成などの部分では高収益商品の多いフェミニンケア関連商品が1.3ポイント上昇、その他、ヘルスケア関連商品が0.3ポイント構成比が上昇。逆に、収益率の低いベビーケア関連商品の構成比が低くなったことで、商品ミックスが改善されました。また、ベビーケア関連商品自体も収益率が改善し、その結

果、商品構成などで64億円、粗利益が増加いたしました。

数量などの部分では151億円増加した主な要因は、中国や日本、東南アジア、インドなどの増収によって数量が増加したことが主要因であります。よって、前期と比較し販売管理費が約100億円増加し、粗利益が約183億円増加したことにより83億円の営業増益となりました。

日本ではウェルネスケアとペットケア、フェミニンケアが好調
アジアでは中国が好調維持、東南アジアとインド回復基調



● 所在地別セグメント情報 (1-9月)		'20/12月期 3Q	'21/12月期 3Q	増減額	増減率	(億円) (参考) 実質 ※1 増減率
日本	売上高	2,100	2,130	+30	+1.4%	—
	コア営業利益 (利益率)	425 (20.3%)	439 (20.6%)	+14	+3.2% (+0.3P)	—
アジア	売上高	2,403	2,684	+281	+11.7%	+6.9%
	コア営業利益 (利益率)	376 (15.7%)	433 (16.1%)	+57	+15.2% (+0.4P)	+9.2%
その他※2	売上高	842	905	+63	+7.5%	+5.8%
	コア営業利益 (利益率)	86 (10.2%)	99 (11.0%)	+13	+15.1% (+0.8P)	+14.0%
連結	売上高	5,345	5,719	+374	+7.0%	+4.6%
	コア営業利益 (利益率)	891 (16.7%)	974 (17.0%)	+83	+9.3% (+0.3P)	+6.6%

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース
中国 +8% インドネシア +8% タイ +7% インド +35% ベトナム +3% 中東 +7% 北米 +6% ブラジル +10%

※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.

6

次に6ページをご覧ください。

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、売上高は2,130億円、1.4%増収。コア営業利益は439億円、3.2%増益となり、コア営業利益率は0.3ポイント改善し20.6%となりました。

COVID-19の再拡大によって、感染予防意識の高まりから引き続きマスクなどの衛生関連商品の需要が拡大いたしました。中でも大人用紙オムツとペットケア関連商品がそれぞれひと桁後半で成長し、増収増益に貢献いたしました。

また、フェミニンケア関連商品も市場シェアを伸ばし、一桁前半で成長し、増収増益に貢献しました。

マスク市場が昨年の反動もあり縮小する中、当社のマスク事業につきましては、一桁後半の成長を継続できております。

次に、アジアの地域についてです。

アジア地域におきましては、売上高は2,684億円、11.7%増収。コア営業利益は433億円、15.2%増益。コア営業利益率は16.1%と、前期と比べ0.4ポイント改善しました。主要国においては、第3四半期に入り、COVID-19再拡大や原材料価格の高騰の影響もありましたが、全ての国で増収増益となりました。

その主な要因は中国については江蘇省などで、COVID-19の拡大で一時的なロックダウンの影響が若干ございましたが、約8%増収と好調を継続し、中でもフェミニンケア関連商品については、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、夜用ナプキンなどが好調に推移し、約10%増収と高い成長が継続し、高い収益率もキープすることができました。

ベビーケア関連商品については、引き続き日本製需要の減退と戦略的に減少させている中国産スタンダード商品が影響し若干減収ではございましたが、2019年に発売した中国産ムーニーが順序に拡大。引き続き、プレミアム市場の活性化を進めております。それによって、中国製ムーニーの構成比が高まることで、収益率は順調に改善できました。

その他のアジア地域では、7月から9月でCOVID-19の再拡大があり、ベトナム、タイで若干影響はありましたが、資料の下段に示してありますようにインドネシアを含め順調に成長ができました。

課題となっておりますインドについては、COVID-19の再拡大で、生産現場などでは一時的に困難な状況もございましたが、第2四半期より供給面については、工場火災前の水準までほぼ戻り、35%増収となり、黒字化することができました。

最後に、その他の地域についてです。売上高は905億円、7.5%増収。コア営業利益は99億円、15.1%増益。コア営業利益率は11.0%と、前期と比べ0.8ポイント改善しました。

北米のペットケアにつきましては、主力商品の猫おやつがコンテナ不足の影響で欠品となっておりますが、第2四半期より欠品は改善方向にあり、順調に成長できました。その他では、犬用トイレタリー市場のシェア拡大などにより増収増益となりました。

中東につきましては、サウジアラビア国内ではeコマースの成長により増収となり、輸出も引き続き好調に推移した結果、増収増益となりました。

ちなみにベビーケア関連商品では、現地の文化や習慣に合わせたオリーブオイル配合の新商品を投入し、積極的なマーケティングを実施。市場シェアNo.1をキープしました。また積極的に進めているフェミニンケア関連商品は、輸出の好調で高い成長を継続しています。

ブラジルにつきましては、COVID-19拡大の影響で市場が縮小する中、第3四半期は為替変動を除けば10%増収と高い成長を継続し、為替環境の悪い中、黒字を確保し増益となりました。

● 海外売上高比率



● アジア売上高比率



資料の7ページをご覧ください。

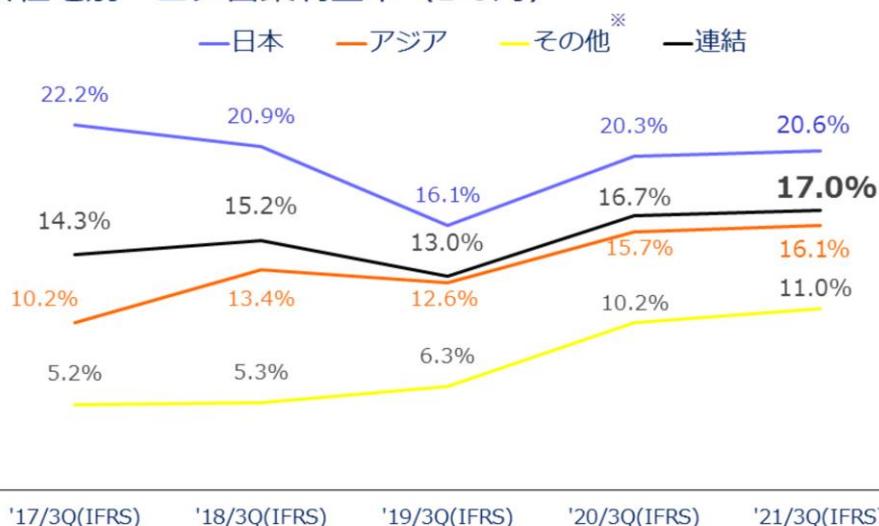
海外売上高比率のグラフでございます。

今期は、海外売上高比率は、継続して60%を超え63.3%となりました。為替の影響を除きますと62.5%でございます。

中国フェミニンケアなどの商品ミックスが上昇し
連結コア営業利益率は過去最高更新



● 所在地別 コア営業利益率（1-9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.

8ページをご覧ください。

コア営業利益率のグラフでございます。

連結では、第3四半期累計期間としては過去最高の17%となりました。この主な要因は、高収益セグメントである、特に中国や日本などのフェミニンケア関連商品や日本と北米のペットケア関連商品、日本と東南アジアの大人用の紙オムツなどの構成比が高まったことです。

パーソナルケアはフェミニンケア、ベビーケアなどが牽引
 ペットケアは日本と北米が好調持続、アジアでは投資拡大



● 事業別セグメント情報
 (1-9月)

		'20/12月期 3Q	'21/12月期 3Q	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	4,604	4,927	+323	+7.0%
	コア営業利益 (利益率)	782 (17.0%)	862 (17.5%)	+80	+10.2% (+0.5P)
ペットケア	売上高	689	748	+59	+8.5%
	コア営業利益 (利益率)	105 (15.2%)	108 (14.5%)	+3	+3.1% (-0.7P)
その他※	売上高	52	44	-8	-14.8%
	コア営業利益 (利益率)	4 (8.5%)	4 (9.3%)	-0	-5.8% (+0.8P)
連結	売上高	5,345	5,719	+374	+7.0%
	コア営業利益 (利益率)	891 (16.7%)	974 (17.0%)	+83	+9.3% (+0.3P)

※ その他は産業用資材関連商品等

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

9

資料の9ページをお願いいたします。

事業別セグメント情報でございます。

パーソナルケアの増収増益につきましては、一部COVID-19の再拡大による影響はありましたが、フェミニンケア関連商品とベビーケア関連商品、ヘルスケア関連商品は順調に伸長し、中でも中国のフェミニンケア関連商品が増収増益に一番貢献いたしました。

またベビーケア関連商品でも、インドの回復、東南アジアの安定的な成長により、増収増益に貢献することができました。

一方、C&F関連商品は特需の反動もあり、ウェットティッシュが二桁の減収、また業務用マスクなども減収となり、こちらは減収減益となりました。

ペットケアにつきましては日本が増収増益で牽引しました。引き続き、室内飼育が増加中である猫関連商品が好調に推移しております。北米では、先ほど地域別で説明しました通り、第2四半期に入り、欠品は徐々に解消し増収増益となりました。

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。そしてタイでも同様に、ペットケアに関し事業拡大を進めているところでございます。

為替変動による影響額は
売上高 約129億円増、コア営業利益 約23億円増



● 通貨別変動推移 (1-9月平均レート)

通貨	'20/12期3Qレート	'21/12期3Qレート	増減率
中国(CNY)	15.37	16.78	+9.2%
インドネシア(IDR)	0.0075	0.0076	+1.3%
タイ(THB)	3.42	3.45	+0.9%
サウジアラビア(SAR)	28.71	28.97	+0.9%
ベトナム(VND)	0.0046	0.0047	+2.2%
米国(USD)	107.59	108.50	+0.8%
インド(INR)	1.46	1.48	+1.4%
台湾(TWD)	3.62	3.88	+7.2%
オランダ(EUR)	120.90	129.83	+7.4%
韓国(KRW)	0.0898	0.0960	+6.9%
オーストラリア(AUD)	72.78	82.36	+13.2%
ブラジル(BRL)	21.44	20.37	-5.0%
マレーシア(MYR)	25.43	26.28	+3.3%
エジプト (EGP)	6.76	6.90	+2.1%

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

10

資料の10ページをご覧ください。

各通貨の為替変動による影響でございます。

決算レートにおける財務諸表の換算の影響は、売上高は対前期比で約129億円増加いたしました。

コア営業利益につきましては約23億円、利益の増加となりました。

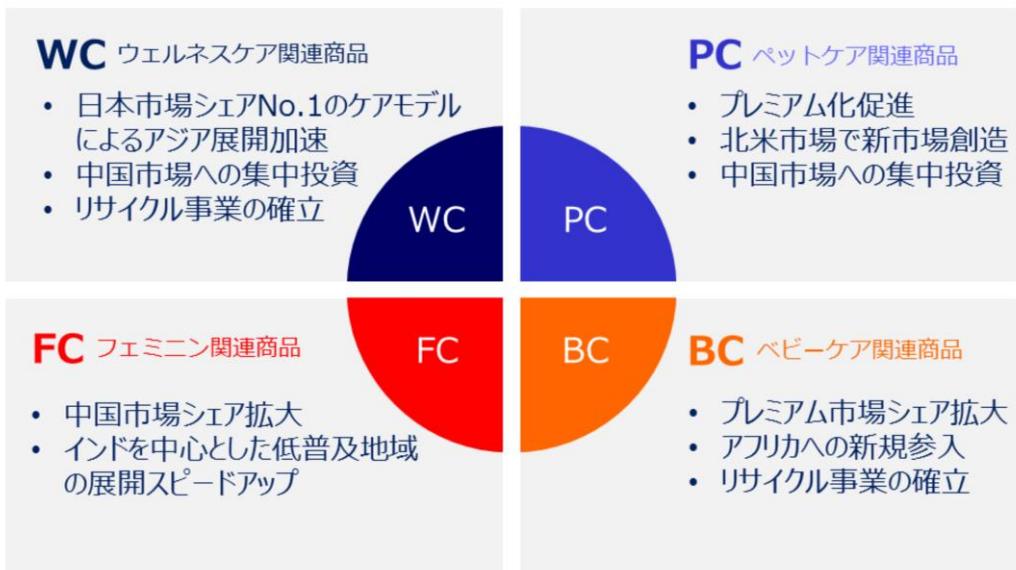
中・長期戦略・財務目標（2023年・2030年）

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

資料11ページをご覧ください。

前回は掲載いたしました中・長期戦略と財務目標について再度共有させていただきたいと思います。

2030年に向けSDGsをPurposeとした 成長し続ける為の重点戦略概要



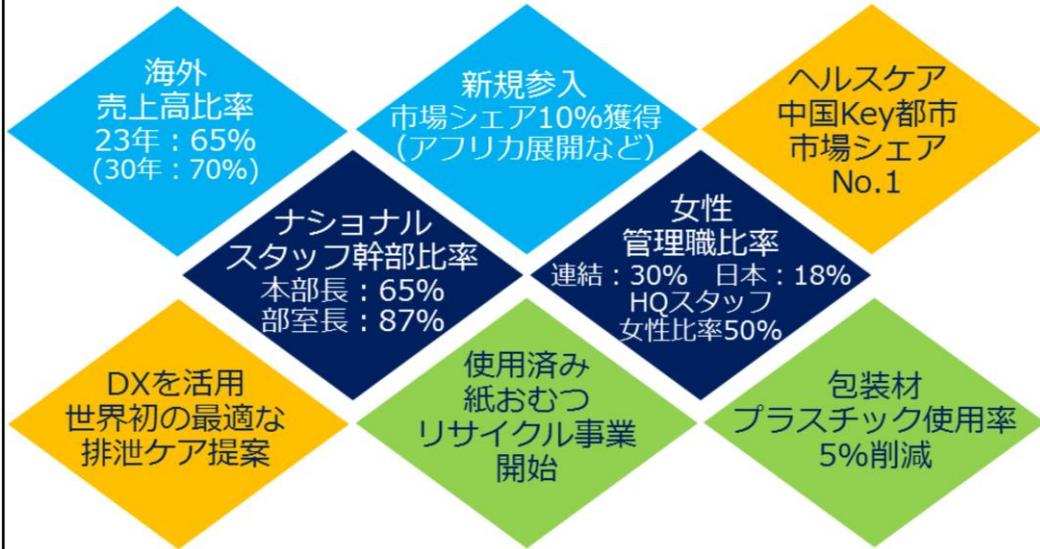
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

12

12ページをご覧ください。

2030年に向けた各セグメントの戦略の概要でございます。今回の第11次中期経営計画は、SDGsに貢献することをPurposeとして、共生社会の実現に向けた戦略を策定しています。

つまり、ユニ・チャームだからこそできる成長戦略として、当社は赤ちゃんからお年寄り、ペットまで多くの人々との接点を持っています。その利点を生かし、少子高齢化が進む地域や出生数が継続して伸びる地域など、人口動態に沿った事業アロケーションでSDGsの貢献に繋がる戦略を策定しております。よって、当社としてはSDGsに貢献することが我々のミッションである「共生社会」の実現に繋がると考えております。



資料13ページをご覧ください。2023年における目標でございます。

これ以外にも、SDGsに関連する様々なKPIを設定し、その達成に向け着々と戦略を遂行しております。

Kyo-Sei Life Vision 2030

第11次中期経営計画
2021~2023

売上高
CAGR +6.8%

COPM
17%

売上高
CAGR +6.9%

COPM※
15.5%

2023年
売上高
8,880億円

2030年
売上高
1兆4,000億円

※ COPMはコア営業利益率

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

14

14ページをご覧ください。

先ほどの重点戦略を実践することで、2023年は売上高8,880億円。コア営業利益率は15.5%、そしてその先の2030年には売上高1兆4,000億円と、コア営業利益率17%の達成を目指しております。

今期は、新しい中期経営計画の開始初年度ですが、ニューノーマルな環境下でも今回の決算にもありますように、順調なスタートが切れていると思います。引き続き厳しい環境下ではありますが、迅速に環境変化を捉え、戦略を確実に実践してまいります。

株主還元政策

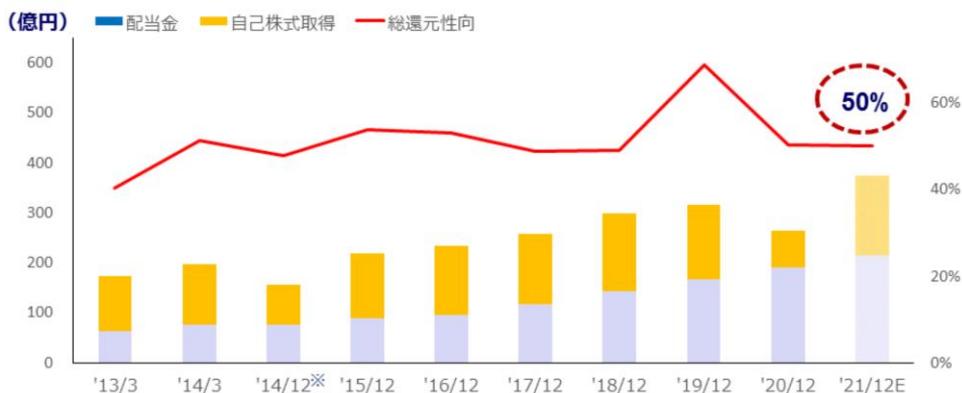
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

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 2021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

16ページをご覧ください。

当社の株主還元政策につきましては、親会社の所有者に帰属する当期利益の50%を還元することを方針のもと、継続的な成長を実現するための事業投資を優先しながら、配当については、中長期的な連結業績の成長に基づき安定的かつ継続的な配当を実施し、また、自己株式の取得に関しますと、必要に応じて機動的に実施することで総還元性向50%の利益還元を図っております。

1株当たり配当金 20期連続の増配 (年間36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

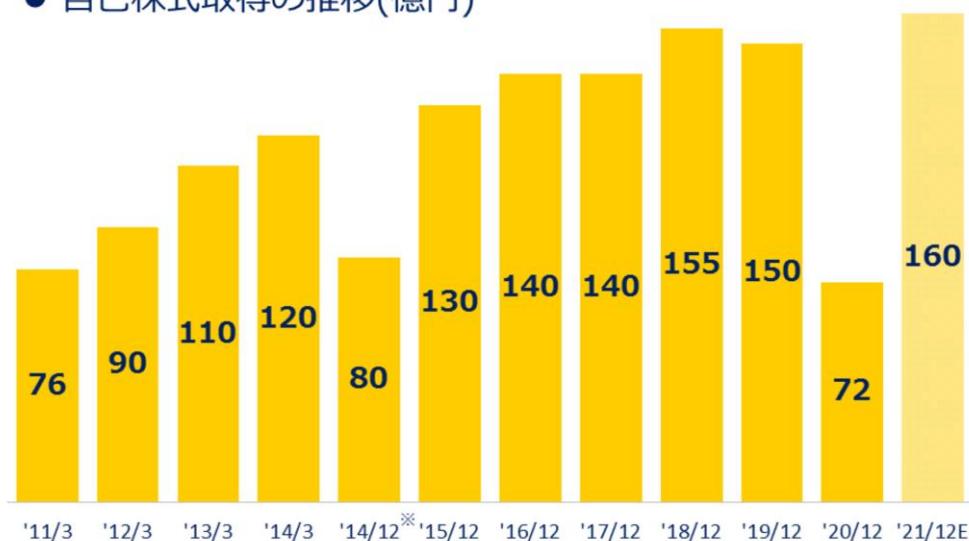
17ページをお願いいたします。

1株当たり配当金についてです。21年度におきましては、第2四半期末、1株当たりの配当金は予定通り2円増配の18円を実施し、期末の1株当たり配当金も2円増配の18円、年間4円増配の36円を計画しております。

当初予定どおり
自己株式 約160億円(約362万株)を取得



● 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18ページをご覧ください。

自己株式の取得の推移でございます。

2021年度は、2021年2月15日の取締役会で上限取得額160億円。上限400万株の取得を決議し、6月末までに予定通りの160億円の自己株式を取得いたしました。

今後も安定的かつ継続的な配当と自己株式取得を併せて実施し、株主の皆様への利益還元を重要な経営方針の一つと考え、持続的なキャッシュフローの創出による企業価値の向上に努めてまいります。

「共生社会」の実現に向けた取り組み

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

資料の19ページ以降につきましては、共生社会の実現に向けた取り組みをご紹介します。こちらについては、時間のある時にゆっくりご覧いただけたらと思います。

少し早いですが、私からの説明は以上でございます。

◆ 2030年をゴールとした20の重要取り組みテーマ

私たちの健康を守る・支える



◆「共生社会」の実現に向けた20の重要取り組みテーマ

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

◆私たちの健康を守る・支える

重要取り組みテーマ	指標	目標値	目標年
全ての人が「自分らしさ」を実感し、日々の暮らしを楽しむことができる社会の実現に貢献する商品・サービスの展開を目指します。			
健康寿命延伸/QOL向上	どのようなときも、誰もが“自分らしさ”を実感して暮らすことのできる社会の実現に貢献する商品・サービスの展開比率。	100%	2030年
性別や性的指向等により活躍が制限されない社会への貢献	世界中全ての人が、性別や性的指向等によって制限を受けることなく活躍できる社会の実現に貢献する商品・サービスの展開比率。（一部の国・地域において残る女性への差別解消に貢献する商品・サービスの展開を含む）	100%	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%	2030年
育児生活の向上	赤ちゃんが家族が、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%	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%	2030年

(私たちの健康を守る・支える)
**商品やサービスを通じて高齢者に寄り添い
 「健康寿命延伸」をサポート**



◆健康寿命延伸/QOL向上



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

◆ご使用される方のお身体の状態に
 合わせた商品展開



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆フレイル※対策で認知症リスク低減を
 目指す



※ 身体的側面、精神・心理的側面、社会的側面などが混在して虚弱化が進んでいく状態で、対策によってまだ改善できる状態のこと

(私たちの健康を守る・支える)
**国や地域の特徴に合わせた
 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。



TMWV 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

◆初潮教育や「ピンクリボン活動」を
 グローバルで支援



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新価値提案



◆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



※ 経血量には個人差があります

◆ナプキンとショーツがひとつになった
ショーツ型や温感に着目したナプキン



◆ムレを感じにくく、ひんやりとした
清涼感のクールナプキン



◆バクテリア増殖を99.9%抑える抗菌
**シートを使用。漏れやにおいにも安心な
 ナプキン**



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(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



赤ちゃん和家人が、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

◆成長に合わせたきめ細かな設計で
肌へのやさしさと安全性に拘った商品



◆国や地域のニーズに合わせた差別化商品



※ 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.

(私たちの健康を守る・支える)

赤ちゃんの気持ちに寄り添い、安心して育児を楽しめるような
感動体験創出に向け (株)ファーストアセント[※]と資本業務提携



◆赤ちゃんの「泣き声」の分析に基づいた紙おむつの開発や、
子育て支援サービスの拡充に向け、(株)ファーストアセントとパートナーシップを構築



あらゆる世代の人々が互いに自立し、
ほどよい距離感で助け合いながら共存する
「共生社会」の実現



First Ascent

子育てのDXを推進
「テクノロジーで子育てを変える」



育児環境の向上

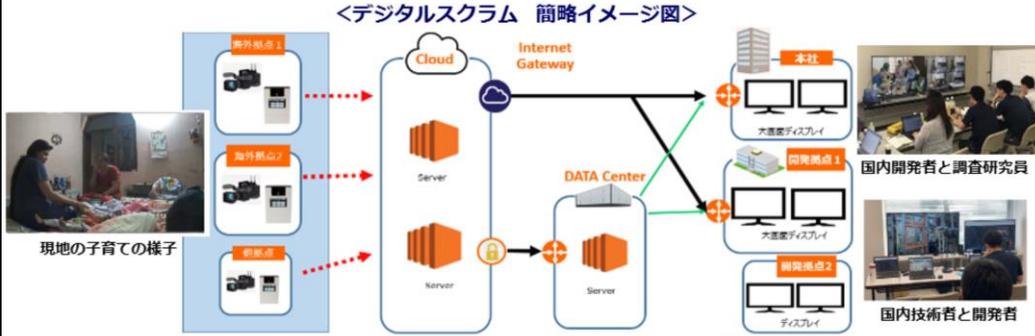
※ 子育て環境をより豊かにするため、AIやIoTを駆使した先進的な技術によって新しいサービスを創造し続ける会社
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(私たちの健康を守る・支える)

顧客インサイトの発見に向け、最新のデジタル技術を駆使した「デジタルスクラムシステム」を開発



- ◆遠隔地からでもリアルタイムに現地の文化や生活習慣、製造現場を監視することで品質の安定性と顧客インサイトを考察



3現主義（現場・現物・現時点）+ デジタルスクラムシステム

関係者がタイムリーに支援可能な体制を推進

(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、感染対策をするための
商品・サービスの展開

◆海外においても、高付加価値マスクの
展開を強化



◆「日本産業規格 (JIS T9001)」
適合番号を一部商品で取得※



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

※ 未取得の製品に関しても適合番号取得を目指します

30

◆社会の健康を守る・支える

重要取り組みテーマ	指標	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%	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。	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。	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。	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%	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開放を促し、生きる
楽しさが実感できる商品・サービスの展開

◆ 保護者と保育士の負担や、感染リスク軽減につながる「手ぶら登園※」導入施設へ
保育士と子供たちの意思疎通を改善するため『unicharm 顔がみえマスク』販売



【長引くマスク生活による影響】

- * 保育士さんの表情から感情を読み取りにくく、喜怒哀楽を学べない。
- * 保育士さんの口の動きを読み取れず、話している内容が正しく理解できない。
など

※ 保護者の紙おむつの準備や、かさばる荷物を持って登園する負担を軽減する為に開始した、保育園向けベビー用紙おむつの定額制サービス
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆地球の健康を守る・支える

重要取り組みテーマ	指標	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。	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。	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。	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。	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。	半減（2020年比）	2030年

◆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”」

環境課題 c	実施項目	基準年	2030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	2019年※	原単位▲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	—	10SKU以上発売	
	使用済み商品廃棄方法啓発	—	全LMUで展開	
	販促物でのプラスチック使用ゼロ	—	全LMUで原則ゼロ	
気候変動対応	原材料調達時CO ₂ 削減	2016年	原単位▲17%	CO ₂ 排出“0”社会の実現
	製造時CO ₂ 削減	2016年	原単位▲34%	
	使用済み商品廃棄処理時CO ₂ 削減	2016年	原単位▲26%	
森林破壊に加盟しない (調達対応)	パルプ、パーム油の原産地(国・地域) トレーサビリティ確認	—	完了	購入する木材について 自然森林破壊“0”社会 の実現
	認証パルプ(PEFC・CoC認証)の拡大	—	100%	
	認証パーム油(RSPO)の拡大	—	100%	
	紙おむつリサイクル推進	—	10以上の自治体で展開	

※ 設定当初、「包装材におけるプラスチック使用量削減」の基準年を「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。

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆環境配慮型商品の開発



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%再生した資材を使用した
紙パッケージ商品



◆原料の一部に植物由来資源を使用した
商品



(地球の健康を守る・支える)
工場で使用する電力をグリーン電力へ切り替え
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

◆再生可能エネルギーで発電されたグリーン電力へ切り替え

工場名	再生可能エネルギー比率	電力量換算 (kWh/年)
タイ	約11%	900万
ベトナム	約22%	1,020万
ブラジル	100%	16,032万
九州	100%	980万
四国工場豊浜製造所	100%	500万
伊丹	約3%	27万

(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

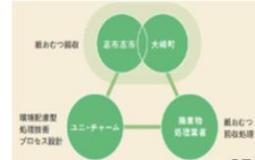
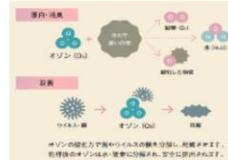
◆安心と便利さはそのままに、リサイクルがあたり前の未来へ

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)

世界初※

オゾン技術を活用した、使用済み紙おむつの再資源化



◆使用済み紙おむつを水溶化により破碎、分離、オゾン処理することで再資源化を実現

環境に負担をかけずに 安全・安心の材料へ



※ オゾン処理技術を使用した紙おむつから紙おむつへの水平リサイクル技術について (2020年12月UC調べ)
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



◆小中学生向けに夏休みの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で一緒につくろう

<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	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	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	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。	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。	80%以上	2030年
職場の健康と労働安全システムの構築	心身ともに社員が健康で安心して働くことができる職場環境整備による心身の不良を原因とした休職者の削減比率。	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

◆女性の活躍支援を目指す
「30% Club Japan」へ加盟



◆女性のエンパワーメント原則
(Women's Empowerment Principles) の趣旨に賛同し、同原則に基づき行動するためのステートメントに署名

In support of

**WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office

GPIF採用ESG指数における3指数の構成銘柄に選定

総合型指数



テーマ指数



その他SRI指数



■ Science Based Target



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

- ✓ 2018年6月、日本で17番目の目標設定企業として認証
- ✓ CO₂総量削減目標設定済み

■ JCI
(日本気候変動イニシアティブ)



- ✓ 初期メンバーとして先進グループのベストプラクティスを展開

■ CDPジャパン500



- ✓ 気候変動に対する取り組みや情報開示が優れた企業として「A-」評価取得

■ TCFD
(気候関連財務情報開示タスクフォース)



- ✓ 「TCFD提言」に賛同
- ✓ TCFDコンソーシアムに参加

■ FSC®
(Forest stewardship council®)



The mark of
responsible forestry
FSC® N002492

- ✓ 森林認証で一番厳しい認証基準をクリアした森林資源を優先して使用
- ✓ 3年連続でFSCジャパンの普及キャンペーンに協賛

■ RSPO



- ✓ 責任あるパーム油の調達を目指し、2018年より認証パーム油（マスバランス）の使用を開始

■ PEFC森林認証プログラム
「CoC認証※1」



✓タイ、インドネシア、韓国、北米、日本の工場を取得

■ 障がい者インクルージョン
推進の国際イニシアチブ
「The Valuable 500」に
加盟



■ STANDARD100 by
OEKO-TEX®



✓ベビー用紙おむつで『ナチュラルムーニー（テープタイプ）』が日本で初めて※2認証取得
✓グローバルで安全・安心な商品の拡充を推進

■ 法務省が推進する
プロジェクト
「Myじんけん宣言」に
署名



■ Sedex



✓グローバル規模で持続可能なサプライチェーン構築の拡充に向けAB会員に加入
✓国内外グループ会社工場自己評価アンケート回答完了
✓2021年12月末までに資材サプライヤー、OEM生産委託先の約50%とリレーションシップ締結見込み

※1 FM（森林管理）認証を受けた森林から産出された木材・紙商品を、適切に管理・加工していることを認証する制度。FM認証を受けた森林から最終商品になるまでの間、商品の所有権をもつ全ての事業者が対象。
※2 2020年1月（ユニ・チャーム調べ）

■ SOMPOサステナ
ビリティ・インデックス

2021



Sompo Sustainability Index

- ✓ ESGに関する取り組みが評価され、「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に10年連続で選定

■ スポーツ庁が認定する
「スポーツエールカンパニー
2021」に認定



■ 第2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
「特別賞」を受賞



■ 第37「企業広報賞」に
おいて「企業広報功労・
奨励賞」を受賞

- ✓ コロナ禍でマスク不足が社会問題となるなか、「安心・安全で信頼できるユニ・チャームのマスク」の認知度を高める様々な広報活動を展開し、企業価値を大きく引き上げることに貢献

■ 「DX銘柄）2021」において
「DX注目企業2021」に選定

- ✓ コロナ禍で遠隔地からでも顧客の生活実態や習慣、行動などが観察可能な「デジタルスクラムシステム」を開発
- ✓ デジタルを活用したサブスクリプションモデル「手ぶら登園」で紙おむつ等を提供
- ✓ 九州工場の「スマートファクトリー化」などを推進



私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

