

**2021年12月期**  
(1月1日~12月31日)

## 決算説明資料

2022年2月15日

高原 豪久  
ユニ・チャーム 株式会社  
代表取締役 社長執行役員



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

ユニ・チャームの高原でございます。  
それでは早速、ご説明に入らせていただきます。  
お手元の資料の3ページをご覧ください。

## 2021年12月期（1月1日～12月31日） 決算概要

本資料には、現在入手している将来に関する、見通し・計画に基づく予測が含まれております。実際の業績は、競合状況・為替の変動等に関わるリスクや、不確定要因により記載の計画と大幅に異なる可能性があります。

**連結**

**売上高** **7,827億円** (YoY +7.6%)  
**コア営業利益** **1,225億円** (YoY +6.7%)

- 売上高は5年連続で過去最高更新。コア営業利益、当期利益も過去最高更新。
- 業績予想は、売上高、コア営業利益、税引前当期利益が達成。
- 第11次中期計画の売上高進捗は、為替効果はあるが、順調に成長。

**日本**

**0.8%増収、1.4%増益**

- ウェルネスケアとペットケア、フェミニンケアが高付加価値化促進で好調持続。
- 商品ミックスの改善で収益性向上。

**海外**

**12.1%増収、12.5%増益**

- アジア地域 増収増益。中国は安定成長。インドはベビーケアが回復し好調。東南アジアはフェミニンケア、ウェルネスケアも順調に拡大。
- その他地域 増収増益。北米は猫副食が好調持続。中東は輸出含め好調。

**株主還元**

**年間配当36円 20期連続増配**

- 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）。

こちらが2021年12月期の決算の総括になります。

売上高7,827億円、昨対7.6%のアップ。

営業利益は6.7%アップの1,225億円と、ともに過去最高となります。

日本も増収増益、海外も増収増益。

株主還元も20期連続の増配を計画し、実施いたします。

5年連続で売上高は過去最高更新  
厳しい環境下でも、高い収益性を保持



● 連結決算ハイライト (1-12月)	(億円)					
	'20/12月期	'21/12月期	増減額	増減率	(業績予想) '21/12月期	達成率
売上高	7,275	<b>7,827</b>	+552	+7.6%	7,700	101.7%
コア営業利益 (利益率)	1,147 (15.8%)	<b>1,225</b> <b>(15.6%)</b>	+77	+6.7% (▲0.2P)	1,190 (15.5%)	102.9%
税引前当期利益 (利益率)	958 (13.2%)	<b>1,220</b> <b>(15.6%)</b>	+261	+27.3% (+2.4P)	1,170 (15.2%)	104.3%
親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率)	523 (7.2%)	<b>727</b> <b>(9.3%)</b>	+204	+39.0% (+2.1P)	750 (9.7%)	97.0%
EBITDA 税引前四半期利益 +減価償却費及び償却費+火災損失	1,479	<b>1,647</b>	+167	+11.3%	1,570	104.9%
基本的1株当たり当期利益(円)	87.60	<b>121.78</b>	+34.18	+39.0%	125.19	97.3%
USDレート(円)	106.82	<b>109.80</b>	+2.98	+0.7%	103.50	—
中国元レート(円)	15.48	<b>17.03</b>	+1.55	+7.9%	15.80	—

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved. 4

4ページをご覧ください。

こちらは決算のハイライトになります。

2021年12月期決算の業績につきましては、売上高は先ほど申し上げました7,827億円、7.6%の増収。コア営業利益は1,225億円、6.7%の増益で過去最高です。

また第3四半期に入り、原材料のコストが上がりましたが、併せて物流費も上がり、結果的にコア営業利益率が0.2ポイント悪化しましたが、利益率は15.6%と比較的高い収益性を維持できたと思います。

要因としては、特に商品ミックスが改善したことです。ほとんど全ての市場で実現できたことが大きく寄与しました。

税引前当期利益、そして親会社の所有者に帰属する当期利益の増益幅が大きな理由は、2020年度はその他費用で、インドの工場火災の損失が159億円ほど計上されており、それが主要因となります。

連結業績予想につきましては、表の右側にありますように、売上高、コア営業利益、税引前当期純利益は達成しましたが、親会社の所有者に帰属する当期利益が未達となりました。未達の要因としては、オーストラリア現地法人ののれんの減損損失を約47億円計上したことによります。そして税金費用の観点で、負担税率が上昇したことが主な要因です。

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費用増を吸収し77億円増益



● コア営業利益増減  
(1-12月)

(億円)



業績の詳細につきましてご説明させていただきます。

5ページをご覧ください。まずコア営業利益の増減です。

表の左側の項目からご説明します。販管費についてです。広告費につきましては、まず中国、中東が新製品の投入で増加しました。

物流費については、中国、インド、インドネシアで増加しています。

その他費用については、人件費、デジタル関連の外注費用、そして研究開発費などが増えました。

次に原材料関連です。第3四半期に入り、原材料コストが急速に上がり、粗利益が83億円程度、減少しました。

商品構成につきましては、年間を通じて、高付加価値の商品を投入することによって改善いたしました。

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  
アジアでは中国と東南アジアが安定成長、インドは回復し好調



● 所在地別セグメント情報 (1-12月)		'20/12月期	'21/12月期	増減額	増減率	(億円) (参考) 実質 ※1 増減率
日本	売上高	2,924	<b>2,949</b>	+25	+0.8%	—
	コア営業利益 (利益率)	575 (19.7%)	<b>583</b> <b>(19.8%)</b>	+8	+1.4% (+0.1P)	—
アジア	売上高	3,231	<b>3,637</b>	+406	+12.6%	+6.7%
	コア営業利益 (利益率)	452 (14.0%)	<b>510</b> <b>(14.0%)</b>	+58	+12.9% (+0.0P)	+6.4%
その他※2	売上高	1,119	<b>1,242</b>	+122	+10.9%	+7.5%
	コア営業利益 (利益率)	116 (10.3%)	<b>129</b> <b>(10.4%)</b>	+13	+11.0% (+0.1P)	+7.8%
連結	売上高	7,275	<b>7,827</b>	+552	+7.6%	+4.5%
	コア営業利益 (利益率)	1,147 (15.8%)	<b>1,225</b> <b>(15.6%)</b>	+77	+6.7% (-0.2P)	+3.9%

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース  
中国 +6% インドネシア +9% タイ +6% インド +31% ベトナム +3% 中東 +6% 北米 +8% ブラジル +1%

※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

6ページをご覧ください。所在地別です。

日本におきましては、売上高0.8%増収、1.4%増益となりました。

特にコロナの再拡大によってマスク、衛生関連のウェットワイプスが高い需要となり、それに応えてまいりました。

また、大人用の紙おむつ、ペットケアといった成長セグメントでもそれぞれ高い成長となりました。

フェミニンケア、生理用品に関しましても、市場は規模的にシュリンクしていきますが、高付加価値商品の拡売によって増収増益に貢献しました。

マスクに関しましては、マスク市場が2020年の反動もあり、市場自体が縮小する中で、ユニ・チャームはマスクの売上を約12%増収することができました。

アジアにつきましては、売上高12.6%増収、営業利益12.9%増益となり、利益率は14%と若干の改善になりました。

全ての主要国で増収増益になりましたが、特に中国の業績改善が全体をけん引しています。

その中国ですが、コロナの影響によるロックダウンで工場が停止する期間が若干ありましたが、最終的には約6%増収となりました。

特にベビーケアが増収増益と、2021年度に入ってから四半期ごとに業績が改善しています。

この要因としては、2019年度に発売した、中国産のムーニーブランドが順調に拡大し、これまでの日本製のムーニー、そして中国産のスタンダードタイプのマミー

ポコの減収分をカバーできているためです。

その他のアジアについても、同じくコロナが拡大している中で、ベトナム、タイでは若干影響がありました。インドネシアを含め順調に成長しました。

また、インドについては工場火災前の水準にほぼ生産キャパシティが戻ったことで、インド全土に対する商品の拡大が進み、約31%増収、利益についても黒字化を実現しました。

シェアについても、工場火災前の水準まで戻り、約35%となっております。

最後に、その他地域です。売上高10.9%増収、営業利益は11%の増益です。

北米のペットケアが非常に好調を継続しました。コンテナ不足の影響による欠品で販売チャンスをロスしたこともありましたが、ペットの副食や、日本からのトイレタリーといったカテゴリーが成長し、約35億円増収、7億円の増益という状況です。

中東エリアにつきましては、サウジアラビア国内でEコマースが成長しており、そこに積極的に取り組んだ結果、増収が実現しました。また、市場シェアにつきましてもトップをキープしております。

中東はベビーケアのみならず、フェミニンケアについても輸出を含め好調を維持しており、約22%増収となりました。

ブラジルはコロナの拡大の影響により、特に第4クォーターからサプライチェーンが滞る状況が多くなったため、微増収となり、為替環境も悪化した結果、コストアップも相まって減益、約2億円程の赤字となりました。

● 海外売上高比率



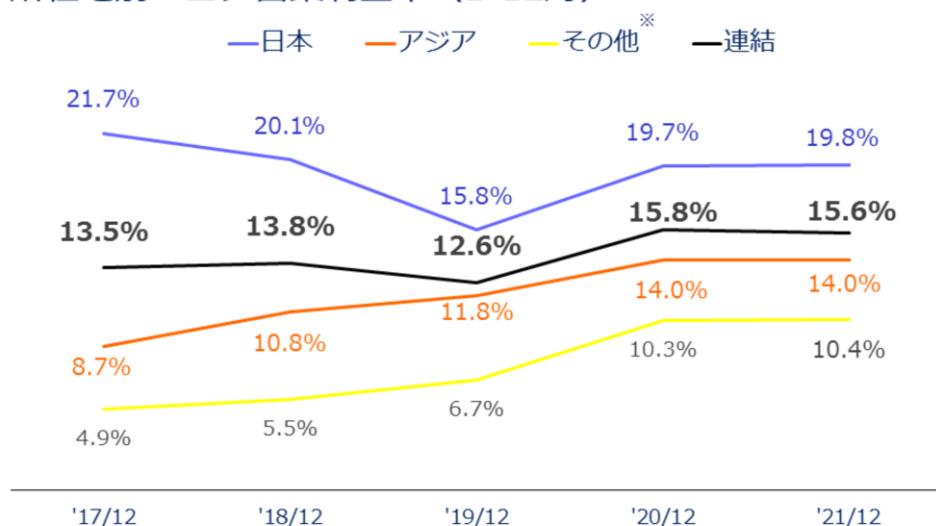
● アジア売上高比率



7ページをご覧ください。

アジアの売上高比率が連結の46.5%と大きく成長しています。

● 所在地別 コア営業利益率（1-12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。こちらはコア営業利益率の推移です。

コロナ前の2019年12月期からコロナの2年間、全てのエリアでほぼ着実に利益率を改善、維持できています。

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  
 (1-12月)

(億円)

		'20/12月期	'21/12月期	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	6,248	<b>6,720</b>	+473	+7.6%
	コア営業利益 (利益率)	1,000 (16.0%)	<b>1,073</b> <b>(16.0%)</b>	+73	+7.3% (-0.0P)
ペットケア	売上高	957	<b>1,045</b>	+88	+9.2%
	コア営業利益 (利益率)	142 (14.8%)	<b>146</b> <b>(14.0%)</b>	+4	+3.1% (-0.8P)
その他※	売上高	70	<b>61</b>	-9	-12.5%
	コア営業利益 (利益率)	6 (8.0%)	<b>5</b> <b>(8.8%)</b>	-0	-4.1% (+0.8P)
連結	売上高	7,275	<b>7,827</b>	+552	+7.6%
	コア営業利益 (利益率)	1,147 (15.8%)	<b>1,225</b> <b>(15.6%)</b>	+77	+6.7% (-0.2P)

※ その他は産業用資材関連商品等

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

9

9ページをご覧ください。事業別のセグメントのご説明になります。パーソナルケア、ペットケア、その他です。

繰り返しになりますが、まずパーソナルケアの増収増益のポイントは、フェミニンケアの2桁増収、そしてベビーケアの1桁台半ば、約6%の増収です。

特に、フェミニンケアにおける中国事業が好調を継続しています。また、中国においてはベビーケアについても、先ほど申し上げたように、中国産のおむつが好調です。

そして、インドの生産キャパシティの回復が増収増益に貢献しています。

一方、クリーン&フレッシュは除菌用ウエットが特需の反動で、19%減収となり、約15億円程度の減収です。

ただし、コロナ前の2019年と比較すると、約20%を超える成長がクリーン&フレッシュ事業はできています。

ペットケア事業については、売上高で初めて1,000億円を超える事業になり、増収増益です。

北米は約8%、日本は約9%の増収と、大きく貢献に結びついています。

コロナによって、アメリカも日本も室内飼育、そして猫の飼育率が増えたことによって、業績が回復、改善しています。

為替変動による影響額は  
売上高 約229億円増、コア営業利益 約33億円増



● 通貨別変動推移 (1-12月平均レート)

通貨	'20/12期レート	'21/12期レート	増減率
中国(CNY)	15.48	<b>17.03</b>	+10.0%
インドネシア(IDR)	0.0074	<b>0.0077</b>	+4.1%
タイ(THB)	3.42	<b>3.44</b>	+0.6%
サウジアラビア(SAR)	28.51	<b>29.32</b>	+2.8%
ベトナム(VND)	0.0046	<b>0.0048</b>	+4.3%
米国(USD)	106.82	<b>109.80</b>	+2.8%
インド(INR)	1.45	<b>1.50</b>	+3.4%
台湾(TWD)	3.63	<b>3.94</b>	+8.5%
オランダ(EUR)	121.81	<b>129.89</b>	+6.6%
韓国(KRW)	0.0907	<b>0.0961</b>	+6.0%
オーストラリア(AUD)	73.67	<b>82.48</b>	+12.0%
ブラジル(BRL)	20.92	<b>20.37</b>	-2.6%
マレーシア(MYR)	25.43	<b>26.50</b>	+4.2%
エジプト (EGP)	6.73	<b>6.98</b>	+3.7%

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

10

10ページをご覧ください。こちらは各通貨の為替変動による影響です。

2020年度比で、売上高で約229億円の増収効果、営業利益で約33億円の増益効果がありました。

## 2022年12月期 業績予想概要

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

11ページ以降で、2022年12月期、今期の業績予想、業績計画をご説明します。

**連結**

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

- 売上高は6年連続、コア営業利益は3年連続で過去最高更新。
- 原材料関連の高騰（約174億円）や物流費率高止まり等による費用増を、新価値提案で市場を牽引し収益拡大。
- 積極的にDXを実践し、顧客の深層心理を理解した商品開発の推進。
- 設備投資額…約460億円（償却費 約400億円）。

**日本****1桁前半増収、微増益**

- ウェルネスケアとペットケア、フェミニンケアが増収増益。

**海外****10%超増収、増益**

- アジア地域 増収増益。中国が増収増益を牽引。インド、東南アジア好調維持。その他地域 増収増益。北米は増収増益。中東はウェルネスケアなど高成長。

**株主還元****年間配当38円 21期連続増配を計画**

- 自己株式取得について・・・取得上限額 約170億円（約420万株）計画。

12ページをご覧ください。

売上高は8,500億円、8.6%の増収、コア営業利益は1,270億円、3.7%の増益で、それぞれ過去最高を更新する計画を立てています。

増収増益については、海外がけん引する計画になっています。

原材料価格の高騰の影響はさらに高まり、結果、収益性は若干悪化しますが、10%を超える増収効果によって、増益となる計画です。

特にアジアにおいては、中国のフェミニンケアとベビーケアの増収増益がけん引。また、インドのベビーケアの高成長のほか、ヘルスケア、フェミニンケアについても好調を継続する計画です。

また、インドのみならず、東南アジアについても好調を維持する計画を立てています。

その他地域につきましても、北米のペットで引き続き好調を計画しています。

そして中東についても大人用の紙おむつや、マスクといったウェルネスケアの高成長を見込んでいます。

日本においては、1桁前半の増収を計画しています。

それぞれのカテゴリで高付加価値商品の展開を強化することで、原材料高騰の影響を吸収し、その結果、微増益を計画しています。

引き続きウェルネスケアや、ペットケア、フェミニンケアが、ベビーケアの減収分をカバーする計画となります。

別途DX関連費用で7億円程度を計画していますが、こちらはヘッドクォーター費用

の増加の中に含めております。

売上高6年連続で過去最高更新  
主に海外の増収効果で費用増を吸収し増益確保



(億円)

● 連結決算ハイライト  
(1-12月)

	'21/12月期	'22/12月期	増減額	増減率	(参考) 実質増減率 ※1
売上高	7,827	<b>8,500</b>	+673	+8.6%	+6.5%
コア営業利益 (利益率)	1,225 (15.6%)	<b>1,270</b> <b>(14.9%)</b>	+45	+3.7% <b>(-0.7P)</b>	+2.0%
税引前当期利益 (利益率)	1,220 (15.6%)	<b>1,260</b> <b>(14.8%)</b>	+40	+3.3% <b>(-0.8P)</b>	
親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率)	727 (9.3%)	<b>792</b> <b>(9.3%)</b>	+65	+8.9% (+0.0)	
基本的1株当たり当期利益(円)	121.78	<b>132.85</b>	+11.07	+9.1%	
USDレート(円)	109.80	<b>113.50</b>	+3.70	+3.4%	
中国元レート(円)	17.03	<b>17.50</b>	+0.47	+2.8%	

※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率  
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

13

資料の13ページをご覧ください。

連結決算のハイライトです。先ほどご説明したとおりでございますので、割愛いたします。

## 株主還元政策

次に、株主還元政策についてです。

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



### ● 株主還元政策



※1: 会計年度9ヶ月の変則決算

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

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

15

15ページをご覧ください。

当社の株主還元政策です。

引き続き継続的な成長を実現するための事業投資を優先しながら、総還元性向50%を目指すことを計画しています。

## 1株当たり配当金 21期連続の増配 (年間38円)計画



### ● 1株当たり配当金の推移(円)



※ 会計年度9ヶ月の変則決算

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

16

16ページをご覧ください。

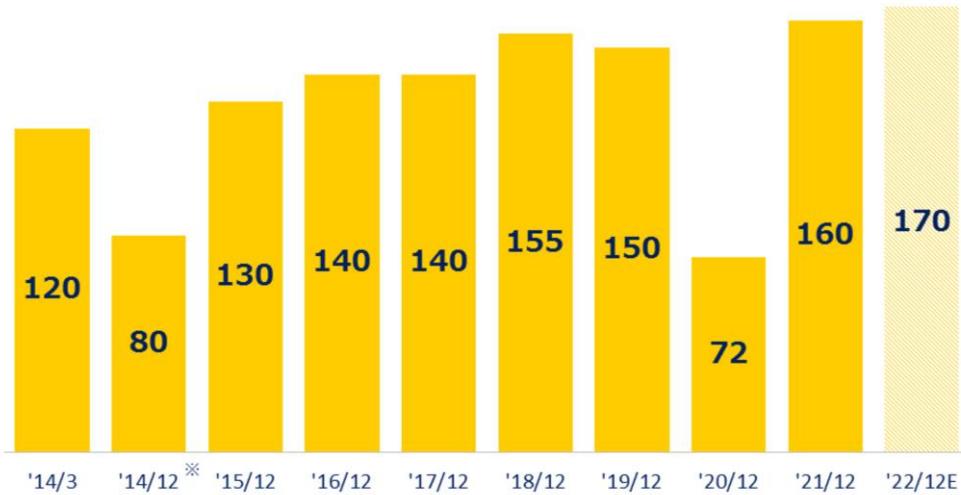
1株当たりの配当金につきましては、2021年度も増配し、2022年度も同じく年間2円増配の38円と、21期連続で増配を計画しております。

配当性向は計画上28.5%になります。

キャッシュの状況に応じて機動的に自己株式を取得  
'22年は170億円（420万株）を上限に取得予定



● 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.

17

17ページをご覧ください。

自己株取得の推移になります。

今期2022年12月期も170億円を上限取得価格として、自社株買いを実施する計画です。

上限420万株の取得を本日の取締役会で決議いたしましたので、実施させていただきます。

## 「共生社会」の実現に向けた取り組み

---

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

18ページ以降は先般来ご説明させていただいてきた、中長期のESG目標についてです。

19ページ以降から数ページにわたってご説明しておりますが、少し割愛させていただいて、40ページをご覧ください。

◆ 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

私たちの健康を守る・支える

- 健康寿命延伸/QOL向上
- 性別や性的指向等により活躍が制限されない社会への貢献
- パートナー・アニマル（ペット）との共生
- 育児生活の向上
- 衛生環境の向上

社会の健康を守る・支える

- 「NOLA&DOLA」を実現するイノベーション
- 持続可能なライフスタイルの実践
- 持続可能性に考慮したバリューチェーンの構築
- 顧客満足度の向上
- 安心な商品の供給

地球の健康を守る・支える

- 環境配慮型商品の開発
- 気候変動対応
- リサイクルモデルの拡大
- 商品のリサイクル推進
- プラスチック使用量の削減

ユニ・チャームプリンシプル

- 持続可能性を念頭においた経営
- 適切なコーポレート・ガバナンスの実践
- ダイバーシティマネジメントの推進
- 優れた人材の育成・能力開発
- 職場の健康と労働安全システムの構築

◆私たちの健康を守る・支える

重要取り組みテーマ	指標	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	赤ちゃん和家人が、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、対策によってまた改善できる状態のこと

(私たちの健康を守る・支える)  
**国や地域の特性に合わせた  
 女性が輝く社会づくりのための活動を展開**



◆性別や性的指向等により活躍が  
 制限されない社会への貢献



2030年に  
 向け拡大



性別や性的指向等によって制限を受ける  
 ことなく活躍できる商品・サービスの展開

◆生理について気兼ねなく話せる世の中を  
 目指す取り組み

#NoBagForMe  
 話そう、知ろう、生理のこと。



TOKYO CREATIVITY AWARDS

生理について学ぶ企業向けプログラム  
**みんなの生理研修**  
 > 参加企業募集中心詳しくはこちら



◆初潮教育や「ピンクリボン活動」を  
 グローバルで支援

Pink Ribbon  
 Peduli Kanker Payudara  
 Bersama CHARM



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆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



(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.

25

(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.

◆衛生環境の向上



2030年  
向け拡大



一人ひとりの努力で、感染対策するための  
商品・サービスの展開

◆機能性とつけ心地を追求し、生活者の  
利用実態やニーズに合わせた商品展開

◆海外においても、高付加価値マスクの  
展開を強化



◆社会の健康を守る・支える

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

◆ 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

◆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”、CO<sub>2</sub>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 <sub>2</sub> 削減	2016年	原単位▲17%	CO <sub>2</sub> 排出“0”社会の実現
	製造時CO <sub>2</sub> 削減	2016年	原単位▲34%	
	使用済み商品廃棄処理時CO <sub>2</sub> 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%再生資材を使用した紙パッケージ  
商品や、原料の一部に植物由来資源を  
使用した商品

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



(地球の健康を守る・支える)  
**工場で使用する電力をグリーン電力へ切り替え  
 CO<sub>2</sub>の削減を目指す**



◆気候変動対応



2030年目標  
100%



事業展開に用いる  
全ての電力に占める再生可能電力の比率

◆再生可能電力比率5%以上の国・地域

国	再生可能電力比率
ブラジル	100%
ベトナム	約13%
タイ	約8%
日本	約5%

◆再生可能電力比率100%の事業所

ブラジル  
ジャグアリウーナ工場



日本  
九州工場



(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

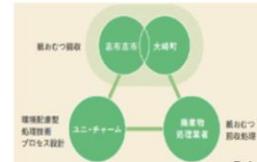
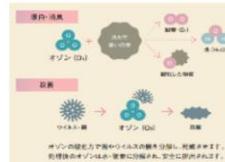
◆安心と便利さはそのままに、リサイクルがあたり前の未来へ

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**

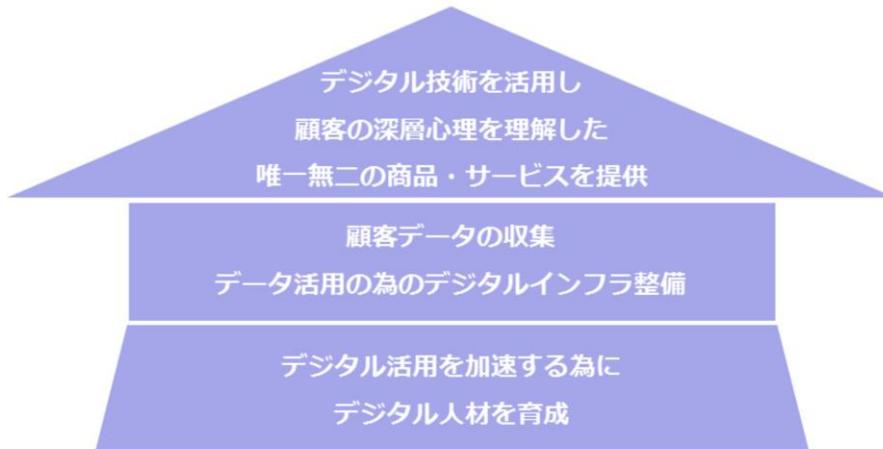
Established by UN Women and the  
UN Global Compact Office

デジタル技術活用により、生活者の絶対価値を創造することで  
持続的な企業価値の向上と、競争力強化を実現



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALSへの貢献

「共生社会」 (=ソーシャルインクルージョン)を実現



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

40

ユニ・チャームがデジタル技術を活用することについて、少しご説明させていただきます。

ユニ・チャームのDXの目的は、商品開発に活かすことを主軸において考えています。

◆最適な紙おむつ選びをサポートする  
「大人用おむつカウンセリング」



◆ワンちゃん、ネコちゃんに関する  
お悩み共有サービスDOQAT※



※ DOQAT <https://doqat.jp/>

◆生理にまつわる悩みをサポートする  
「ソフィ生理管理アプリ」



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



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

41

具体的には41ページをご覧ください。

左上は、大人用の分野において、着衣のまま、おむつの適正なサイズをスマホで測れたり、その隣り、右上は、ペットを飼う飼い主様同士のコミュニケーションサイトです。ペットの飼い主様同士でペットの健康に対してコミュニケーションするツールをつくり、その内容を商品開発に活かすことに取り組んでいます。

左下はソフィの生理管理アプリです。右下は、オンラインムーニーちゃん学級と、ムーニーちゃんをキャラクターにしたトイレのトレーニングをするアプリになります。

## デジタル技術を活用した国内の取り組み②



◆(株)RABO※1との共同で、ネコちゃんの  
体調管理をサポート



with  
Catlog



※1 株式会社RABO <https://rabo.cat/company/>

◆(株)ファーストアセント※2との資本業務  
提携で、健やかな育成環境の実現を加速



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

◆(株)CHaiLD※3との共同研究で、赤ちゃんの  
良質な睡眠環境、適切なケアを促進



※3 株式会社CHaiLD <https://c-c-s.jp/>  
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

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



42

42ページをご覧ください。

左上は、ネコちゃんの健康、体調管理をデジタルでサポートする会社と提携したデオトイレwith Catlogです。

その隣、右上は、赤ちゃんの睡眠を科学することによって睡眠の質を向上させて、育児の品質も向上させることで、紙おむつの改善に活かしております。

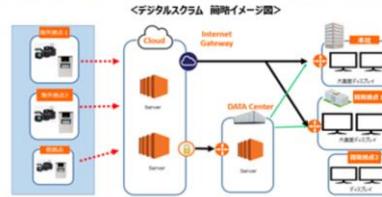
左下のCHaiLDとの提携も同様です。

右下は、ユニ・チャームのサブスクリプションモデルの手ぶら登園です。採用している保育園、幼稚園の数が順調に増えています。

◆ 店外における来店前のデジタル施策で、  
価値伝達を進化



◆ 顧客インサイトの発見に向け、  
「デジタルスクラムシステム」を開発



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



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



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

43

43ページをご覧ください。

左上は、店外における来店前のデジタルで商品情報をインプットすることによって、より効率的に購買ができるような仕掛けとなります。

右上は、顧客のインサイトの発見に向けて、このコロナ環境下においても、リモートで実際のユーザーさんのご自宅、あるいは使用の現場に直接アクセスすることで、効率と効果を維持しようとする取り組みです。

コロナ環境下で直接出張はできませんが、このようなかたちでデジタル技術を活かすことによって、しっかり新製品を開発しています。

左下は、スマートファクトリーです。九州の工場でも着実にIoT技術を活用し、工場のコンディションの可視化で生産性向上に活かしています。

右下は自動ラックです。こちらもユニ・チャームとしては積極的に取り組んでおり、省人・省力化を推進しています。

◆ペットの成長記録ツール+O2Oペット病院紹介プラットフォーム

「宠本本 (Pet note)」



宠本本  
悉心记录 相伴一生

健康記録



健康相談



健康診断



病院検索



◆女性の生理知識、悩みをサポートする  
アプリ「Sofy Girl Talk」



◆ベビー用紙おむつのユニークな顧客  
体験を実現する「Mamypoko Club」



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

44

44ページをご覧ください。

上段は、中国の事例でPet noteです。

中国のペットカテゴリーも非常に大きくなっており、積極的にPet noteというアプリで健康診断からO2Oでペットの病院紹介プラットフォームへと取り組んでいます。

左下は、女性の生理知識、悩みをサポートするソフィアプリです。

右下は、ベビー用紙おむつのユニークな顧客体験を実現し、UI/UXを双方に向上させるMamypoko Clubの事例です。



45ページ以降は、先般来ご説明しております、外部機関からの評価と連携です。  
GPIF採用のESG指数、全てに選定いただきました。

以降は、これまで外部機関からご評価いただいている内容について、ご紹介しているページですので、後ほどまたご確認いただければと思います。

ちょうど20分で説明が終わりましたので、これからご質疑の方、宜しくお願いいたします。

■ 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
- ✓ CO<sub>2</sub>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
- ✓ 4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、マレーシア、日本などの

※1 FM (森林管理) 制度を受け、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

■ 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®



✓『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

※2 2020年1月 (ユニ・チャーム調べ)

■ 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を締結

### ■ 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

### ■ 「2022年 ブルームバーグ男女平等指数」に2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



### ■ 「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

- 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3回日経SDGs経営大賞において「SDGs戦略・経済価値賞」を受賞

✓長年に渡る世界規模での女性支援の取り組みや、実証実験中の「使用済み紙おむつのリサイクル」などの活動が評価

- 第2回SCA賞～20代に薦めたい「次世代型人材」創出企業～を受賞

Career  
SelectAbility  
AWARD 2021

- 令和3年度グリーン物流パートナーシップ会議※1において「物流DX・標準化表彰」を共同受賞

✓ユニ・チャームプロダクツ(株)が住友精化(株)、(株)日立物流、井本商運(株)、(株)パンテックと共に海外向け製品輸出コンテナを国内資材輸送へ転用した取り組みが評価

※1 国土交通省・経済産業省等が持続可能な物流体系の構築に関し、特に顕著な功績のあった事業者に対して表彰するもの

- 第13回マザーズセレクション大賞2021※2において『ムーニーおしりふき』シリーズが受賞



※2 子育て支援・母親支援の一環としてママたちからの投票の結果で選出し表彰するアワード

- 第37回「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

