

**2024年12月期
第2四半期 (1月1日~6月30日)
決算説明資料**

2024年8月6日

ユニ・チャーム株式会社



ユニ・チャームの高原でございます。
本日はご多忙のおり、ユニ・チャーム株式会社 2024年12月期 第2四半
期決算説明会に、ご参加を賜りまして、誠にありがとうございます。

2024年12月期 第2四半期（1月1日～6月30日）決算概要

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

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

最初に、2024年12月期第2四半期決算の概要でございます。

連結

売上高 **4,877億円** (YoY +7.4%)
コア営業利益 **731億円** (YoY +24.4%)

- 売上高、コア営業利益、税引前中間利益において過去最高を更新。
- 継続した価値転嫁の効果や原価低減などにより、粗利率が大幅に改善。

日本

6.7%増収、15.7%増益

- 全事業における価値転嫁浸透・拡大により、順調に増収増益を達成。
- ウェルネスケアはさらなる価値転嫁推進により、日本業績をけん引。

海外

7.8%増収、33.1%増益

- アジア地域 増収増益。フェミニンケアが好調に推移しアジア業績をけん引。インドの収益性改善と中国やタイ、ベトナムなどで改善が緩やかに進み増益に貢献。
- その他地域 増収増益。中東は好調持続。北米はペットフードの高成長継続により収益性を改善。ブラジルは収益性改善が進行。

株主還元

年間配当44円 23期連続増配

- 自己株式取得について・・・予定どおり 約190億円取得（約390万株）。

3ページをご覧ください。こちらが総括をしたものになります。内容については次のページでご説明いたします。

売上高は8年連続で過去最高を更新
 コア営業利益も価値転嫁推進や原価低減などにより過去最高を更新



● 連結決算ハイライト
 (1-6月)

	'23/12月期 2Q	'24/12月期 2Q	増減額	増減率	(業績予想) '24/12月期	進捗率
売上高	4,539	4,877	+338	+7.4%	10,060	48.5%
コア営業利益 (利益率)	587 (12.9%)	731 (15.0%)	+144	+24.4% (+2.1P)	1,440 (14.3%)	50.8%
税引前中間利益 (利益率)	610 (13.4%)	734 (15.0%)	+124	+20.3% (+1.6P)	1,440 (14.3%)	50.9%
親会社の所有者に帰属する中間利益 (利益率)	347 (7.6%)	396 (8.1%)	+50	+14.3% (+0.5P)	900 (8.9%)	44.0%
EBITDA 税引前中間利益 +減価償却費及び償却費	816	962	+145	+17.8%	1,860	51.7%
基本的1株当たり中間利益(円)	58.47	67.27	+8.80	+15.1%	153.48	43.8%
USDレート(円)	134.85	152.25	+17.4	+12.9%	143.00	—
中国元レート(円)	19.45	21.05	+1.6	+8.2%	19.90	—

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

4

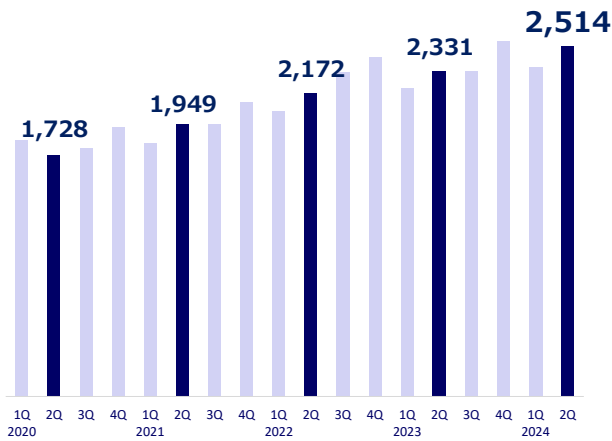
4ページをご覧ください。こちらが連結決算のハイライトになります。
 第2四半期として売上が8年連続で過去最高を更新し、コア営業利益についてこちらも過去最高を更新しています。各国そして各地域において基本的には付加価値を評価していただき、実質的に値上げをさせていただいたところが浸透したというところが、売上と利益の増加要因のポイントになります。営業利益率につきましても2.1ポイント改善をして15%となりまして、こちらのコア営業利益も過去最高になりました。
 予想につきましては、こちらの表の右のほうにありますが、売上高、コア営業利益について順調に進捗しております。一方で、親会社の所有者に帰属する中間利益について、3月にエジプトでの通貨の切り下げが発生しまして、それによって法人税率が上昇したために進捗が遅れている状況となります。

第2四半期（4-6月）では過去最高の売上高とコア営業利益を達成
 継続した価値転嫁により四半期ごとに粗利率の改善を実現



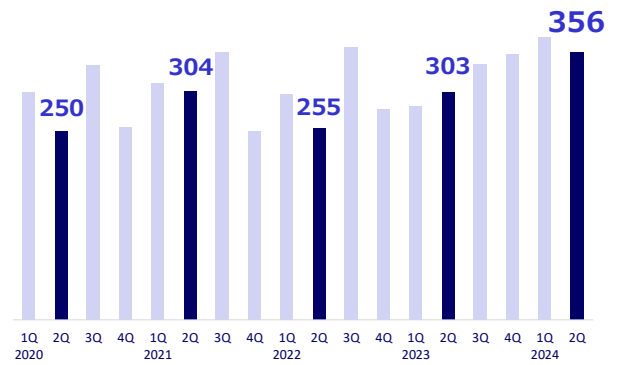
● 売上高推移(四半期別)

(億円)



● コア営業利益推移(四半期別)

(億円)

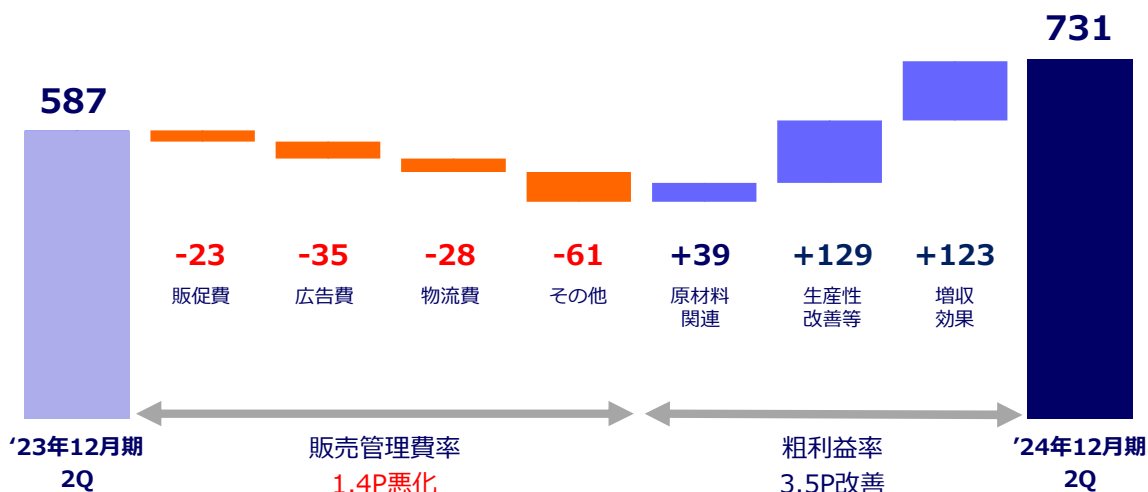


Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

5ページ目をご覧ください。こちらが四半期別の業績推移になります。
 継続的に価値転嫁を進めながら安定した売上の成長ができています。こちら
 についても、先ほど申し上げましたが過去最高の売上高、コア営業利益に
 なっています。

● コア営業利益増減（1-6月）

(億円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

6

6ページをご覧ください。コア営業利益の増減になります。

まず、販売管理費につきまして、販管費全体では約147億円増えました。特にその中で広告費が35億円増えています。物流費については28億円増えていますが、この28億円のうち20億円が日本での増加分です。ご案内のように、4月からの2024年問題に対する対応で増えている部分がほとんどです。

販促費について23億円増えています。これは主に新商品、リニューアル品の発売に伴う販促費が増加しています。中国、日本、中東、ブラジル、それぞれ増えています。

その他の費用項目で61億円増えています。最もこの中で増えているのが人件費になります。その次にシステム関連の業務委託費が増加し、減価償却費、研究開発費、市場調査費の順で増加となっています。

次に粗利益に関する項目ですが、まず原材料関連費用が、39億円のコストダウンとなっています。加えて、日本を中心にした付加価値商品の展開をしながら、利益ミックスの改善が進んでいます。またその増収効果と生産性の改善と合わせて粗利益が増え、販管費の増加分を吸収した結果、144億円の営業利益増となりました。

日本では物流費などのコストアップを価値転嫁の浸透・拡大で吸収し増収増益
 アジアはインドが安定成長持続、東南アジアは回復基調のなか増益、中国は想定線に推移し増益
 その他地域は中東の好調持続と北米の高成長などが業績をけん引、ブラジルも増益貢献



● 所在地別セグメント情報
 (1-6月)

(億円)

		'23/12月期 2Q	'24/12月期 2Q	増減額	増減率	(参考) 実質 ※1 増減率
日本	売上高	1,510	1,610	+101	+6.7%	—
	コア営業利益 (利益率)	279 (18.5%)	323 (20.1%)	+44	+15.7% (+1.6P)	—
アジア	売上高	2,186	2,248	+62	+2.8%	-4.8%
	コア営業利益 (利益率)	225 (10.3%)	271 (12.1%)	+46	+20.5% (+1.8P)	+11.8%
その他 ※2	売上高	843	1,018	+175	+20.7%	+8.8%
	コア営業利益 (利益率)	81 (9.6%)	135 (13.3%)	+55	+68.1% (+3.7P)	+48.7%
連結	売上高	4,539	4,877	+338	+7.4%	+1.5%
	コア営業利益 (利益率)	587 (12.9%)	731 (15.0%)	+144	+24.4% (+2.1P)	+18.4%

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース

中国 -7% インドネシア -5% タイ -7% インド +5% ベトナム -7% 中東 +11% 北米 +7% 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.

7

続きまして、7ページをご覧ください。こちらが所在地別のセグメント情報です。

まず、一番上の行の日本におきましては、売上高が6.7%の増収で、営業利益は15.7%増益となりました。この主要因は、大人用排泄ケア、ベビーケア、フェミニケアの順で、価値転嫁の浸透拡大が進み、それぞれ二桁の増収増益となったことです。

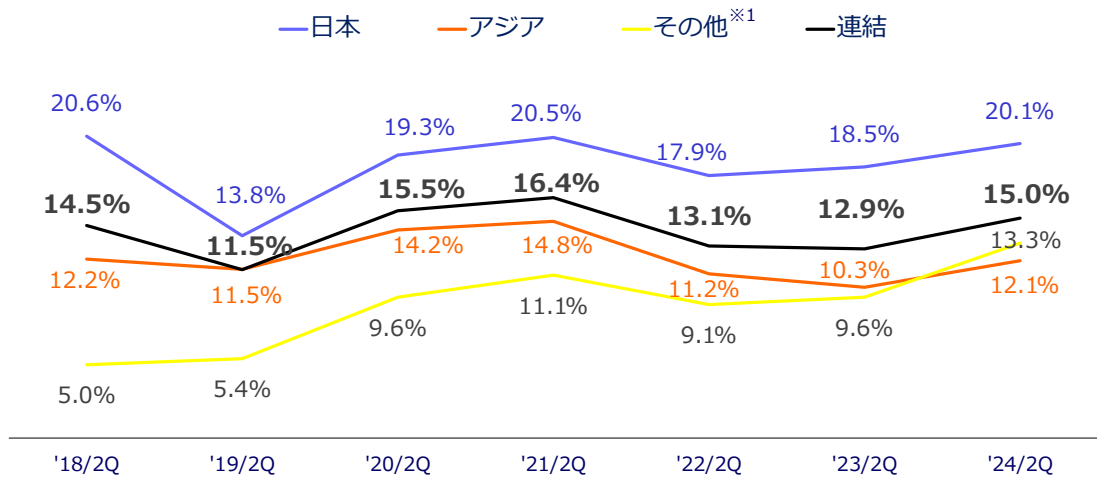
次にアジア地域ですけれども、売上高で2.8%の増収。営業利益は20.5%の増益。利益率は1.8ポイント改善をし、12.1%となっています。

アジアの主要国については、インドは前期のハードルが高いなか、非常に成長が続いており、ベビーケアが成長し、特にフェミニンケアの成長が実現できました。

そして、タイについて後ほどまたご質問もあろうかと思えますけれども、マーケット自体が成熟が進んでおりまして、市場の規模自体がシュリンクしておりますが、そういった中でもアンチモス、蚊を寄せ付けないという付加価値を訴求し、プレミアムなセグメントで独自性のある商品を投入することで回復基調にあります。

最後に、その他地域につきまして、売上高は20.7%の増収。コア営業利益は68.1%の増益となりました。営業利益率は3.7ポイント改善し、13.3%となりました。これを牽引しているのは中東と北米のペットケア、そしてブラジルということになります。

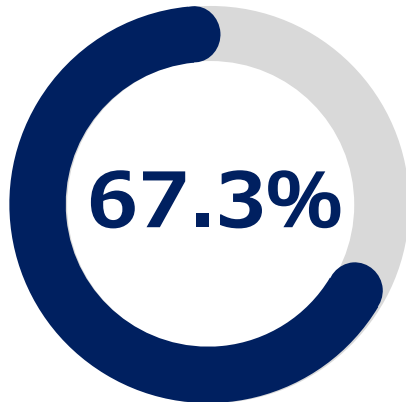
● 所在地別 コア営業利益率（1-6月）



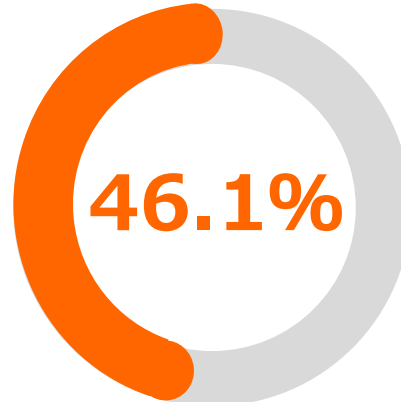
※1 その他の主な地域は、北米、サウジアラビア、ブラジル、オランダ

8ページをご覧ください。こちらがコア営業利益率の比率の推移グラフを所在地別に示しております。直近のコア営業利益率が改善できておりますのは、日本を中心とした価値転嫁の浸透拡大が進んだ結果になります。

● **海外売上高比率**



● **アジア売上高比率**



9ページをご覧ください。
連結売上に占める海外の売上高比率が約7割、アジアが約5割という状況になっています。

パーソナルケアは日本を中心に全事業で収益性改善が進み事業ミックスの改善も持続
 ペットケアは北米が価値転嫁の浸透・拡大効果の持続で増収増益をけん引



● 事業別セグメント情報（1-6月）

（億円）

		'23/12月期 2Q	'24/12月期 2Q	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	3,824	4,099	+275	+7.2%
	コア営業利益 (利益率)	477 (12.5%)	594 (14.5%)	+116	+24.4% (+2.0P)
ペットケア	売上高	651	711	+59	+9.1%
	コア営業利益 (利益率)	105 (16.1%)	129 (18.2%)	+24	+23.3% (+2.1P)
その他 ^{※1}	売上高	64	68	+4	+6.3%
	コア営業利益 (利益率)	5 (8.5%)	8 (12.2%)	+3	+52.3% (+3.7P)
連結	売上高	4,539	4,877	+338	+7.4%
	コア営業利益 (利益率)	587 (12.9%)	731 (15.0%)	+144	+24.4% (+2.1P)

※1 その他は産業用資材関連商品等

10ページをご覧ください。

こちらは事業別セグメント情報になりますが、こちらはパーソナルケアとペットケアとその他の三つに分かれますが、パーソナルケアは日本を中心に全事業で収益性の改善が進み、事業ミックスの改善も継続しました。ペットケアは北米が価値転嫁の浸透、マーケットの拡大効果の継続ということで、増収増益をペットケアセグメントで牽引してくれました。

為替変動による影響額は
売上高 約269億円増、コア営業利益 約35億円増



● 通貨別変動推移（1-6月平均レート）

通貨	'23/12期2Qレート	'24/12期2Qレート	増減率
中国(CNY)	19.45	21.05	+8.2%
インドネシア(IDR)	0.0090	0.0096	+6.7%
サウジアラビア(SAR)	35.99	40.65	+12.9%
インド(INR)	1.65	1.84	+11.5%
タイ(THB)	3.95	4.21	+6.6%
米国(USD)	134.85	152.25	+12.9%
ベトナム(VND)	0.0057	0.0061	+7.0%
オランダ(EUR)	145.79	164.60	+12.9%
台湾(TWD)	4.42	4.79	+8.4%
マレーシア(MYR)	30.27	32.19	+6.3%
ブラジル(BRL)	26.63	29.92	+12.4%
オーストラリア(AUD)	91.21	100.20	+9.9%
韓国 (KRW)	0.1043	0.1129	+8.2%
エジプト (EGP)	4.43	3.79	-14.4%

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

11

11ページをご覧ください。

通貨別の変動推移になりますが、為替変動による影響は売上高で約269億円相当が増え、コア営業利益で35億円相当が増えました。

2024年12月期 業績予想進捗概要

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

次に2024年12月期の業績予想の進捗について、13ページをご覧ください。

連結

売上高 10,060億円 (YoY +6.8%)
コア営業利益 1,440億円 (YoY +12.5%)

【進捗状況】

- 売上高は想定線、コア営業利益は上振れで推移。
- 下期（7-12月）は増収増益。年間業績予想の達成を見込む。

【第2四半期トピックス】

- 日本は全事業における価値転嫁の効果が持続し上振れ基調。
- インドネシア、インド、タイなどのフェミニンケアが好調に推移しアジア業績をけん引。
- 中国フェミニンケアでは新商品の展開、新販売チャネル強化などを進め予定どおり進捗。
- 中東、北米ペットケアは好調を持続し上振れで推移。
- タイ、ベトナムにおけるベビーケアでは市場縮小と競争要因の影響はあるが想定内で推移。

【業績予想達成に向けて】

- 下期も価値転嫁の浸透・拡大を推進。
- 商品価値（価格）と数量のバランスを科学的アプローチで最適化しトップライン伸長。
- 日本はトップラインの好調を維持しながらコストアップを吸収し増収増益。
- インド、中東、北米などの好調持続。
- 中国フェミニンケアは上期新発売した商品の効率的なマーケティング投資と配荷拡大。
- 東南アジアにおけるフェミニンケアとウェルネスケアの成長加速。

こちらが連結業績予想進捗サマリーになります。下期においては、想定以上のコストアップ、円が高くなったり変動をしているわけですが、想定していたものと調整をしながら進め、下期も増収増益を見込んでいます。

● 連結業績予想ハイライト
(1-12月)

(億円)

	'23/12月期	'24/12月期	増減額	増減率	(参考) ※1 実質増減率
売上高	9,418	10,060	+642	+6.8%	+5.8%
コア営業利益 (利益率)	1,280 (13.6%)	1,440 (14.3%)	+160	+12.5% (+0.7P)	+12.0%
税引前当期利益 (利益率)	1,323 (14.0%)	1,440 (14.3%)	+117	+8.8% (+0.3P)	
親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率)	861 (9.1%)	900 (8.9%)	+39	+4.6% (-0.2P)	
基本的1株当たり当期利益(円)	145.42	153.48	+8.06	+5.5%	

※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率

次に14ページをご覧ください。こちらが連結の業績予想になります。売上高で1兆60億円、コア営業利益で1,440億円、税引前当期利益で1,440億円、純利益で900億円ということを見込んでいます。

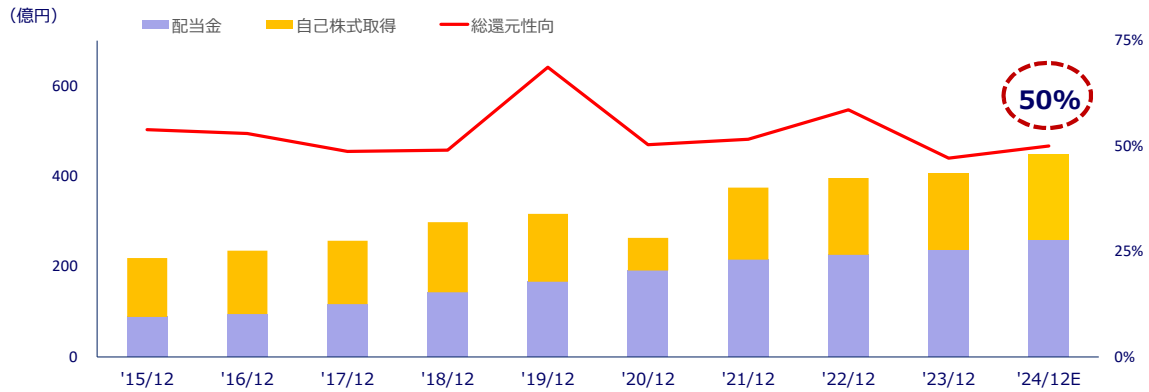
次のページ以降、株主還元政策についてです。

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いたします。

● 株主還元政策



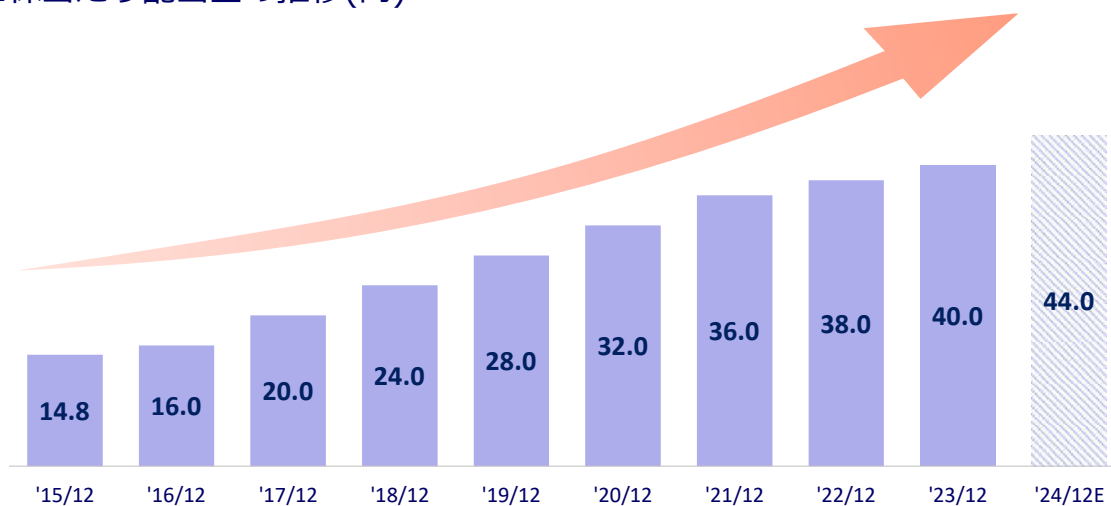
継続的な成長を実現するための事業投資を優先しつつ、中長期的な連結業績の成長に基づき、安定的かつ継続的な配当を実施し、自己株式の取得についても必要に応じて機動的に行うことで、株主配当と自己株式取得と合わせて **総還元性向50%を目標**に利益還元を図っております。

16ページをご覧ください。
引き続き2024年度も総還元性向50%を計画して参ります。

1株当たり配当金
23期連続の増配 (年間44円)計画



● 1株当たり配当金の推移(円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

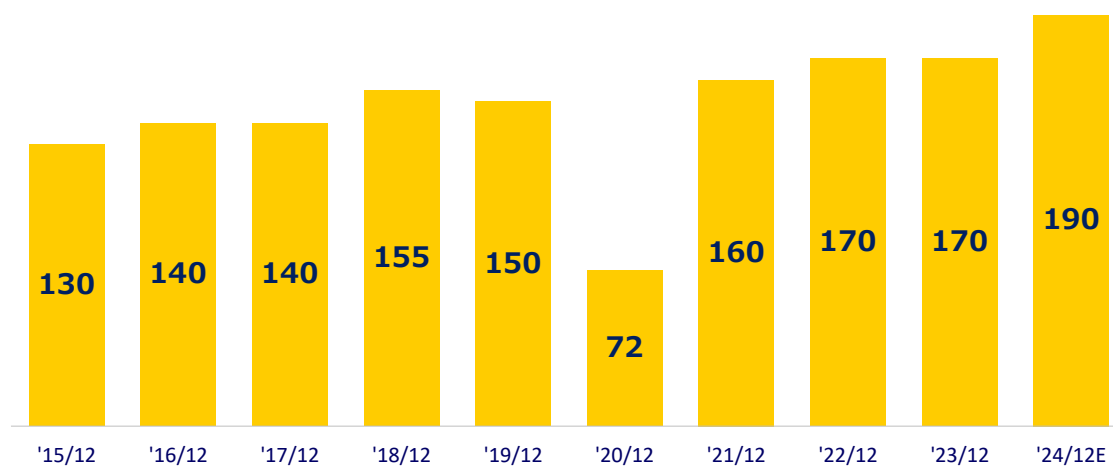
17

17ページをご覧ください。こちらが配当金の推移になりますが、こちらも1株当たりの配当金は23期連続の増配、年間44億円を計画しております。

キャッシュの状況に応じて機動的に自己株式を取得
2024年度も予定どおり約190億円（約390万株）を取得



● 自己株式取得の推移(億円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

18

18ページをご覧ください。自己株式取得の推移です。今季は既に予定どおり約190億円の自己株取得を実施済みです。
以上が、この中間期についての決算のご説明のポイントでございました。

「共生社会」の実現に向けた取り組み

◆2030年をゴールとした20の重要取り組みテーマ

私たちの健康を守る・支える

目指す方向
 全ての人が「自分らしさ」を実感し、日々の暮らしを楽しむことができる社会の実現に貢献する商品・サービスの展開を目指します。

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

社会の健康を守る・支える

目指す方向
 提供する商品・サービスを通じて、お客様の安全・安心・満足の上昇と、社会課題の解決や持続可能性への貢献の高立を目指します。

重要取り組みテーマ

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



地球の健康を守る・支える

目指す方向
 衛生的で便利な商品・サービスの提供と、地球環境をより良くする活動への貢献の高立を目指します。

重要取り組みテーマ

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

目指す方向
 全てのステークホルダーから信頼を得られるような公正で透明性の高い企業運営を目指します。

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

◆ 「共生社会」の実現に向けた20の重要取り組みテーマ

私たちの健康を守る・支える	<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	<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
地球の健康を守る・支える	<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
ユニ・チャームプリンシプル	<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	実績			中長期目標	
		2021年	2022年	2023年	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%継続	100%継続	100%継続	100%	2030年
性別や性的指向等により活躍が制限されない社会への貢献	世界中全ての人が、性別や性的指向等によって制限を受けることなく活躍できる社会の実現に貢献する商品・サービスの展開比率。 (一部の国・地域において残る女性への差別解消に貢献する商品・サービスの展開を含む)	100%継続	100%継続	100%継続	100%	2030年
ペットとの共生	ペットが、家族はもちろん、地域に暮らす人々から歓迎される社会の実現に貢献する商品・サービスの展開比率。	100%継続	100%継続	100%継続	100%	2030年
育児生活の向上	赤ちゃんと家族が、すこやかに、かつ、ほがらかに暮らすことのできる社会の実現に貢献する商品・サービスの展開比率。	100%継続	100%継続	100%継続	100%	2030年
衛生環境の向上	一人ひとりの努力で、予防可能な感染症（接触感染、飛沫感染）を抑制する活動に貢献する商品・サービスの展開比率。	100%継続	100%継続	100%継続	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



2030年目標
100%継続



“自分らしさ”を実感して暮らせる
商品・サービスの展開

➢ ご使用される方のADL（日常生活動作）に合わせた
排泄ケアパターンから最適なケアをご提案

- 軽い尿モレの方
- お出かけに安心/一人で歩ける方/
介助があれば歩ける方
- 立てる方・座れる方
- 寝て過ごすことが多い方



➢ 不織布・吸収体の加工・成形技術で商品機能を
維持・向上しつつ、原材料の使用量を削減



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(私たちの健康を守る・支える)

国や地域の特性に合わせた女性が輝く社会づくりのための活動を展開



◆ 性別や性的指向等により活躍が制限されない社会への貢献



2030年目標
100%継続



性別や性的指向等によって制限を受けることなく活躍できる商品・サービスの展開

➢ 生理について気兼ねなく話せる世の中を目指す
取り組み

#NoBagForMe

話そう、知ろう、生理のこと。



Internet Media AWARDS

日ウーマン
誌エンパワーメント
NIPON WOMAN EMPOWERMENT

ACC

#UNSTEREOTYPE ALLIANCE

TOKYO CREATIVITY AWARDS
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

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

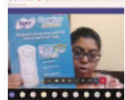
参加企業数累計約1,100社

研修動画提供数：
約490の企業・団体
(2024年6月末時点)

さらけだ荘

TikTok再生回数：
約3,200万回
(2024年6月末時点)

➢ 女性活躍支援をグローバルで推進



初潮教育・月経教育

オンライン含む参加数：
インド約64万名
(2024年6月末時点)



ピンクリボン活動：
日本2024年で17年目



インド女性起業家
創出プロジェクト



文化を考慮した
サウジアラビアの
女性専用工場

(私たちの健康を守る・支える)

国や地域の特性に合わせた独自性のある新価値提案



- モレ不安を軽減するショーツ型ナプキン (中国現法考案)



- ムレを感じにくく、ひんやりとした清涼感のクールタイプや、活性炭配合タイプのナプキン (タイ現法考案)



- 抗菌シートを採用したタイプ (インド現法考案) や、オリーブオイルを配合したナプキン (サウジアラビア現法考案)



- 妊活タイミングをチェックできるおりものシートや、女性のライフスタイルに応じたさまざまなタイプのケア用品 (日本考案)



(私たちの健康を守る・支える)
独自技術でペットの毎日の健康とオーナー様の心をサポート



◆ペットとの共生



2030年目標
100%継続



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、健康に拘った
多様なニーズに応じたフードとおやつ



➤ 不織布・吸収体の加工・成形技術を活かし、
快適性、利便性に拘ったトイレタリー商品



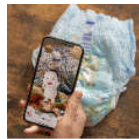
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(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年目標
100%継続



赤ちゃんと家族が、すこやかに、かつ、
ほがらかに暮らせる商品・サービスの展開

➤ 保護者と保育士の負担や、感染リスク軽減にも
つながる保育園向けサブスクリプション
(定額課金) サービス「手ぶら登園」



47都道府県
5,230カ所以上導入
(2024年6月末時点)

➤ 国や地域のニーズに合わせた独自性のある商品



©Fujiko-Pro, Shogakukan, TV-Asahi, Shin-ei, and ADK
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(私たちの健康を守る・支える)

日々の健康を守り、安心して快適な暮らしをサポート



◆ 衛生環境の向上



2030年目標
100%継続



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

▶ つけ心地、機能性、デザインを追求し、
生活者の利用実態やニーズに合わせた商品



▶ 海外においても、高付加価値マスクの展開を強化



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆ 社会の健康を守る・支える

重要取り組みテーマ	指標	実績			中長期目標	
		2021年	2022年	2023年	目標値	目標年
提供する商品・サービスを通じて、お客様の安全・安心・満足の向上と、社会課題の解決や持続可能性への貢献の両立を目指します。						
「NOLA & DOLA」を実現するイノベーション	さまざまな負担からの解放を促し、生きる楽しさに満足することに貢献する商品・サービスの展開比率。	100%継続	100%継続	100%継続	100%	2030年
持続可能なライフスタイルの実践	持続可能性に貢献する社内基準「SDGs Theme Guideline」に適合した商品・サービスの展開比率。	100%※	10.5%	5.9%	50%	2030年
持続可能性に考慮したバリューチェーンの構築	環境・社会・人権の観点を踏まえ、地域経済に貢献する『地産地消』で調達した原材料を用いた商品・サービスの展開比率。	開発継続中	開発継続中	開発継続中	倍増 (2020年度比)	2030年
顧客満足度の向上	消費者から支持を獲得している(=No.1シェア)商品・サービスの比率。	23.5%	23.7%	23.2%	50%	2030年
安心な商品の供給	品質に関する新たな安全性の社内基準を設定し、認証を付与した商品の比率。	100%継続	100%継続	100%継続	100%	2030年

※ 「持続可能なライフスタイルの実践」の2021年実績については、運用件数から比率に改めました。

(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



さまざまな負担からの解放を促し、生きる
楽しさが実感できる商品・サービスの展開

➤ 聴覚障がいや、言語障がいのある消費者の声に
耳を傾け、迅速に自社技術を活用したマスク



➤ おむつに蚊を寄せ付けず、デング熱の脅威から
赤ちゃんを守る世界初※の紙おむつに、お手頃価格の
パンツタイプ追加で、感染リスクの高い地域を支援



※ 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)

◆地球の健康を守る・支える

重要取り組みテーマ	指標	実績			中長期目標	
		2021年	2022年	2023年	目標値	目標年
衛生的で便利な商品・サービスの提供と、地球環境をより良くする活動への貢献の両立を目指します。						
環境配慮型商品の開発	今までにないユニ・チャームらしい考え方で「3R+2R」を実践する商品・サービスの展開件数。	開発継続中	2件	2件	10件以上	2030年
リサイクルモデルの拡大	紙パンツ（紙おむつ）リサイクル設備の導入件数。	開発継続中	1件	1件	10件以上	2030年
気候変動対応	事業展開に用いる全ての電力に占める再生可能電力の比率。	7.3%	11.0%	22.8%	100%	2030年
商品のリサイクル推進	資源を循環利用した不織布素材商品のマテリアル・リサイクルの実施。	開発継続中	開発継続中	開発継続中	商業利用開始	2030年
プラスチック使用量の削減	プラスチックに占めるバージン石化由来プラスチックの比率。	開発継続中	開発継続中	開発継続中	半減 (2020年度比)	2030年

(地球の健康を守る・支える)

地球環境にとっても「こちよい」を加速し、今できるサステナブルを推進

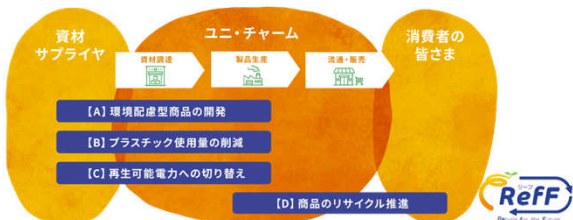


- 持続可能な社会の実現を目指すグローバルでの取り組みを伝え、一緒に歩む「えらぶ つかう めぐらせる」Webサイトを公開



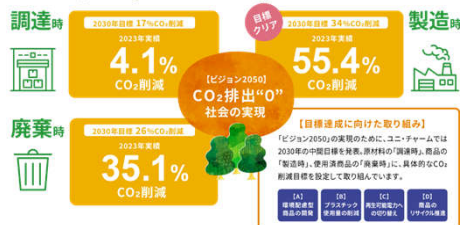
<https://www.unicharm.co.jp/ja/csr-eco/ghg.html>

- 資材調達、製品生産、流通・販売すべての工程でCO₂削減活動を推進



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

- 2050年CO₂排出“0”を目指す「ビジョン2050」実現に向け、中間目標「環境目標2030」を推進



- 各国、各地域で環境負荷低減商品を展開



(地球の健康を守る・支える)
2050年3つの“ゼロ”を推進
「廃プラスチック“0”、CO₂排出“0”、自然森林破壊“0”」



➤ 「環境目標2030」

環境目標 2030	実施項目	基準年	2021年 実績	2022年 実績	2023年 実績	2024年 目標	2030年 目標	2050 ビジョン	
プラスチック 問題対応	包装材における使用量削減	原単位	2019年 ^{※1}	▲0.2%	▲12.3%	▲18.4%	▲21.1%	▲30%	新たな廃プラ スチック“0” 社会の実現
	石化由来プラスチックフリー 商品の発売	-	-	開発継続	開発継続	開発継続	開発継続	10SKU以上 発売	
	使用済み商品廃棄方法啓発	-	-	38% (6カ国・地域)	50% (8カ国・地域)	56% (9カ国・地域)	63% (10カ国・地域)	グループ 全社で展開	
	販促物でのプラスチック 使用ゼロ	-	2019年	▲8.9% (日本)	▲81.8% (日本)	▲86.9% (日本) ▲76.5% (中国)	▲88.8% (日本) ▲79.9% (中国)	グループ全社 で原則ゼロ	
気候変動対応	原材料調達時CO ₂ 排出量削減	原単位	2016年	9.7% (日本)	▲12.6% (日本)	▲4.1%	▲5.9%	▲17%	CO ₂ 排出“0” 社会の実現
	製造時CO ₂ 排出量削減	原単位	2016年	▲26.9%	▲35.2%	▲55.4%	▲57.8%	▲34%	
	使用済み商品廃棄処理時CO ₂ 排出量削減	原単位	2016年	23.7% (日本)	▲11.6% (日本)	▲35.1%	▲37.0%	▲26%	
森林破壊に 加担しない (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	森林由来原材料 ^{※2}	-	97.0%	97.1%	99.2%	100%	完了	購入する 木材について 自然森林破壊 “0”社会の実 現
		パーム油	-	77.2%	72.2%	68.0%	95%		
	認証パルプ（PEFC・CoC認証） の拡大	認証工場数比率 ^{※3}	-	52.0%	56.0%	64.0%	72%	100%	
		認証材調達比率 ^{※4}	-	76.0%	72.3%	72.6%	73%		
	認証パーム油（RSPO）の拡大 ^{※5}	-	-	77.2%	72.2%	68.0%	95%	100%	
	紙/パンツ（紙おむつ）リサイクル 推進	-	-	開発継続	2件 ^{※6}	2件	2件	10以上の 自治体で展開	

※1 設定当初、基準年を2016年としていましたが、2020年に再検討し、2019年に改めました

※2 第三者認証材に加え、原産地（国・地域）トレーサビリティ確認ができた森林由来原材料（パルプ）比率

※3 当社工場におけるCoC認証取得工場数の比率

※4 調達比率の計算方法を「100%PEFC由来の主張が付されたパルプの仕入れ重量/パルプ全体の仕入れ重量」とし、船積み重量ベースから仕入れ重量ベースに変更

※5 認証パーム油は、マシバランス方式によるRSPO認証油

※6 2022年度より、鹿児島県志布志市と大崎町の2つの自治体でリサイクル設備を運用。（使用済み紙/パンツの回収に関する実証実験については、2020年度に東大和市、2021年度に町田市で実施。）

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(地球の健康を守る・支える)

SBTi※から新たに「1.5℃目標」としての認定取得を目指す



➤ 2050年CO₂排出“0”（ゼロ）社会に向けた取り組み

年度	取り組み状況
2018年	✓ 日本で17番目の「2.0℃目標」設定企業として認証取得
2020年	✓ 「環境目標2030」設定
2022年	✓ 「1.5℃目標」修正に向け検討開始 ✓ スコープ3を含む包括的なGHG排出量可視化プロジェクト開始
2023年	✓ RE100加盟
2024年	✓ GHG排出量可視化プロジェクトの海外展開を開始（タイ・インドネシア） ✓ 製品別カーボンフットプリント算定ルール of 第三者承認を取得 （パーソナル製品算定ルールはSuMPOの『Internal-PCR』制度に準拠） ✓ SBTiへ「1.5℃目標」申請

※ SBTi (The Science Based Targets initiative) : 企業に対し、気候変動による世界の平均気温の上昇を産業革命前と比べ1.5℃に抑えるという目標に向けて、科学的知見と整合した削減目標を設定することを推進しています。

➤ CO₂排出実質“0”の達成に向けた製品別GHG排出量開示を目指し、サプライチェーン全体のCO₂を含むGHG排出量可視化基盤の構築と、「気候変動対応」への取り組みをより強力に推進

環境目標 2030	実施項目		基準年	2021年 実績	2022年 実績	2023年 実績	2024年 目標	2030年 目標	2050 ビジョン
気候変動 対応	原材料調達時 CO ₂ 排出量削減	原単位	2016年	9.7% (日本)	▲12.6% (日本)	▲4.1%	▲5.9%	▲17%	CO ₂ 排出 “0”社会の 実現
	製造時CO ₂ 排出量削減	原単位	2016年	▲26.9%	▲35.2%	▲55.4%	▲57.8%	▲34%	
	使用済み商品 廃棄処理時CO ₂ 排出量削減	原単位	2016年	23.7% (日本)	▲11.6% (日本)	▲35.1%	▲37.0%	▲26%	

スコープ3を含む包括的なGHG排出量可視化プロジェクトを日本から開始
(ペットケア事業、海外は2024年に見える化)



2022年



GHG排出量の見える化

2023年



シナリオ分析
製品別カーボンフットプリント
社内算定ルール策定

2024年



手が打てる
対策導入
「SuMPO※ / Internal-PCR承認制度」
では初の承認取得

※ 一般社団法人サステナブル経営推進機構

(地球の健康を守る・支える)
“ごみゼロ”の世界を目指す
「紙パンツから紙パンツへの水平リサイクル」へ挑戦



◆環境配慮型商品の開発



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

▶ 世界初※1のオゾン技術で処理した再生パルプを
 吸収体の一部に使用した商品を大手小売業様で発売



※1 オゾン処理技術を使用した紙パンツから紙パンツへの水平リサイクル技術について
 (2020年12月UC調べ)

▶ 「手ぶら登園」導入園※2で、使用済み紙おむつの
 回収と専用品導入を開始



保育園施設から使用済み紙おむつを回収、資源化までの流れ

※2 鹿児島県志布志市で「手ぶら登園」を利用する保育施設

(地球の健康を守る・支える)

使用済み紙パンツ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



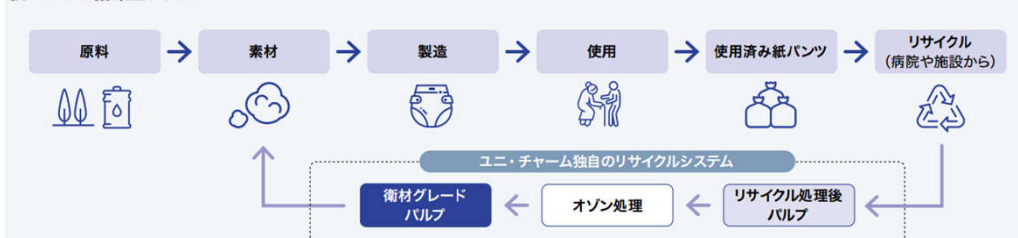
2030年目標
10件以上



紙パンツ（紙おむつ）リサイクル設備の
導入件数

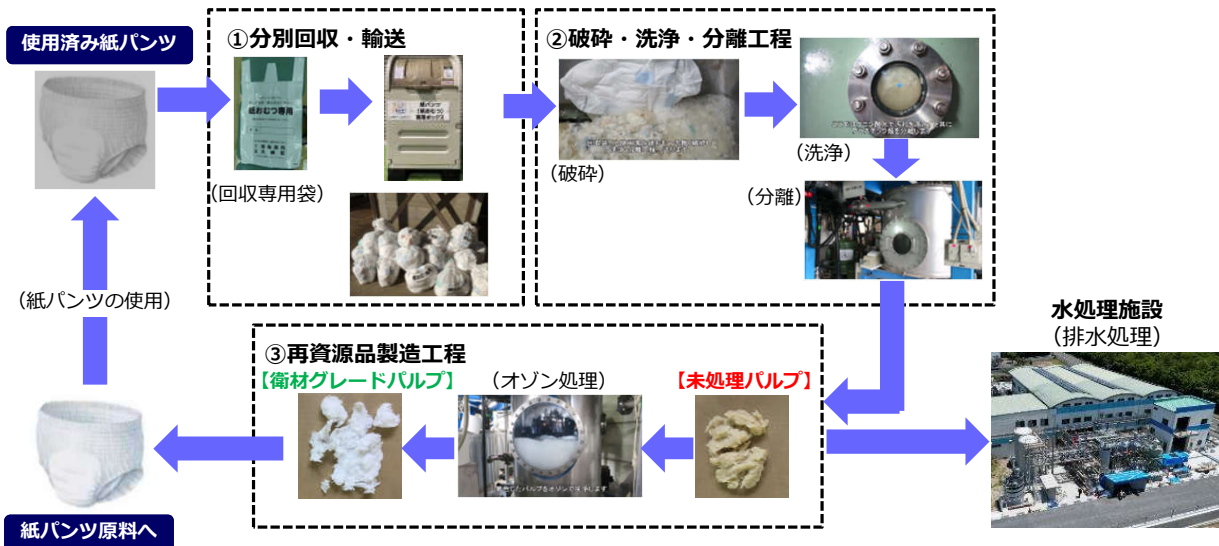
➤ 安心と便利さはそのままに、リサイクルがあたり前の未来へ

紙パンツの循環型モデル



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

➤ 水平リサイクル (紙パンツから紙パンツへ)



(地球の健康を守る・支える)

使用済み紙パンツのリサイクル推進に向けた取り組み



➤ 使用済み紙パンツのリサイクル推進に向けた自治体や企業との共創



志布志市



大崎町



odakyu

小田急電鉄



そおリサイクルセンター



東京都



町田市

➤ 再生パルプを活用した紙パンツ供給量拡大に向けハビックス(株)と再生パルプから紙パンツ用原紙への加工技術を開発し、再生パルプ商業利用開始



➤ 使用済み紙パンツ由来の再生プラスチックを配合した回収ボックスと回収袋



プラスチックリサイクルのイメージ図

➤ 再生パルプの品質や安全性、環境への配慮などを体験する機会の創出や、SNSを活用した発信



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



https://note.com/unicharm_refp

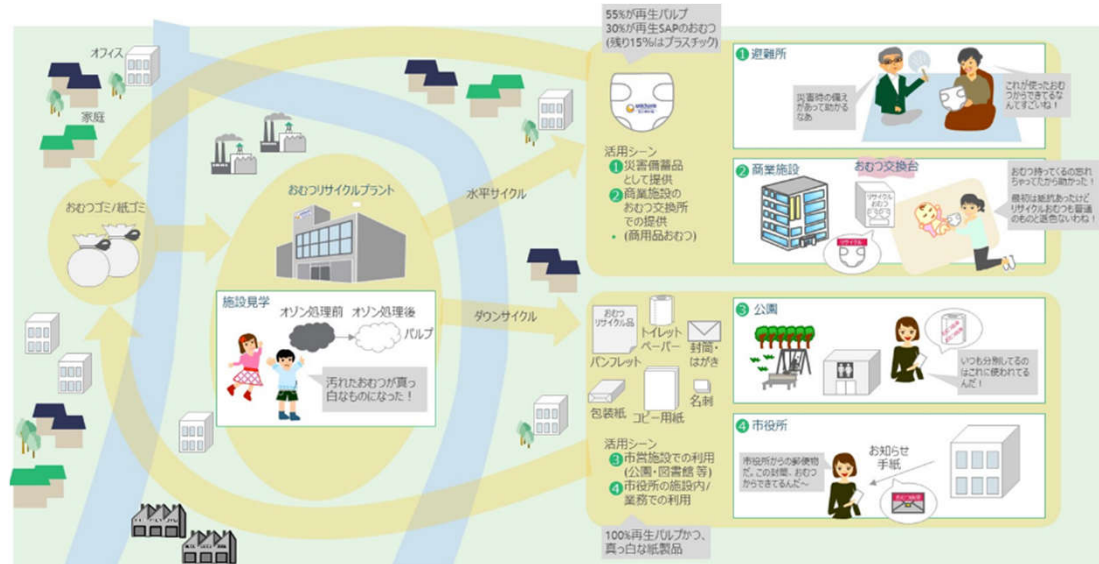


(地球の健康を守る・支える)

リサイクルに触れる機会を増やし、 「紙パンツのリサイクルは当たり前」の社会を形成



リサイクル資材を活用した将来像 (イメージ図)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(地球の健康を守る・支える)

工場で使用する電力を再生可能電力へ切り替え、CO₂の削減を目指す



◆気候変動対応



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 23% ('23年12月末時点)
'24年度は約30%の見込み

上位5カ国	再生可能電力比率
ブラジル	100%
アメリカ	100%
中国	約57%
日本	約30%
マレーシア	約21%

➤ 再生可能電力比率100%の事業所



日本 (UCP三重・伊丹・埼玉・九州・豊浜、UC国光ノンウーヴン川之江・豊浜・国光、コスモテック、ペパーレット、金生プロダクツ)

(地球の健康を守る・支える)
環境配慮と持続可能な物流体制構築の取り組み



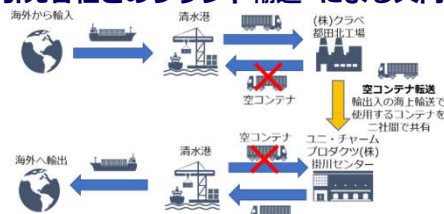
➤ **異業種とのスワップボディコンテナ活用による荷役作業分離や混載輸送、鉄道、船舶によるモーダルシフトの拡大**



➤ **消費地近郊における物流拠点整備**



➤ **お取引先各社とのラウンド輸送※による共同物流**



※ 品物を降ろしたトラックが空荷で走らず、別の品物を積み込んで出発地まで戻ることによって積載率を高める輸送形態

➤ **超音波接合特許技術で快適性、圧縮率が改善した商品や、食品ロス削減、長期保存に貢献する商品で物流配送の効率化と温室効果ガス排出量を削減**



真空パック&吸水台紙 42

◆商品のリサイクル推進



2030年目標
商業利用開始



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

- ▶ 紙おむつの製品ロスなどを、猫の排泄ケア用品（紙砂®）の原料として二次利用することで
廃棄物削減を推進



ユニ・チャーム生産子会社



ペットケア用品の生産子会社 ペパーレット(株)新工場

◆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

➢ 販促物を紙素材へ切り替え、プラスチック使用量削減を推進



販促物でのプラスチック使用量削減率※ (2023年度実績)	
日本	▲86.9%
中国	▲76.5%

※ 基準年：2019年度

➢ 製造過程で排出するプラスチック「トリムロス」再原料化を開始



工場で排出したトリムロス



循環型システム

◆ユニ・チャーム プリンシプル

重要取り組みテーマ	指標	実績			中長期目標	
		2021年	2022年	2023年	目標値	目標年
全てのステークホルダーから信頼を得られるような公正で透明性の高い企業運営を目指します。						
持続可能性を 念頭においた経営	外部評価機関による評価レベルの維持・向上の推進。	—	—	—	最高レベル	2026年度から 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	1件 (是正済)	1件 (是正済)	発生ゼロ	毎年
適切な コーポレート・ガバナンス の実践	重大なコンプライアンス違反件数。	発生ゼロ	発生ゼロ	発生ゼロ	発生ゼロ	毎年
ダイバーシティ マネジメントの推進	女性社員にさまざま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。	22.5%	23.2%	24.7%	30%以上	2030年
優れた人材の 育成・能力開発	社員意識調査の「仕事を通じた成長実感」における肯定的な回答の比率。	81.4% (日本)	89.2%	88.7%	80%以上	2030年
職場の健康と 労働安全システムの構築	心身ともに社員が健康で安心して働くことができる職場環境整備による心身の不良を原因とした退職者の削減比率。	7名 (日本)	7名 (日本)	9名 (日本)	半減 (2020年度比)	2030年

(ユニ・チャームプリンシプル)
**社会価値・経済価値の最大化に向け、役員評価に続き、
 全社員を対象にESG評価制度を導入**



◆ 持続可能性を念頭においた経営



私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

➤ 役員評価（取締役※、執行役員）へ
 ESGに関する評価を2020年導入

✓ 全社業績：全社売上高／全社コア営業利益／親会社の所有者に帰属する当期利益（構成比20%～50%）

✓ 担当部門業績：担当部門売上高／担当部門利益（構成比0%～40%）

✓ 全社重点戦略：役員自身で実行する優先戦略／ESG評価（専門機関の評価等）（構成比20%～50%）

✓ 担当部門重点戦略：担当部門の最優先戦略（構成比0%～40%）

※ 監査等委員である取締役を除く

2026年から毎年
最高レベル



外部評価機関による評価レベルの
維持・向上の推進

➤ 2023年からESG評価制度を全社員に導入し、
 世の中への貢献内容の可視化と個々の成長を
 通じた新たな価値創造を実現

ESG目標

人事制度

共生社会を実現

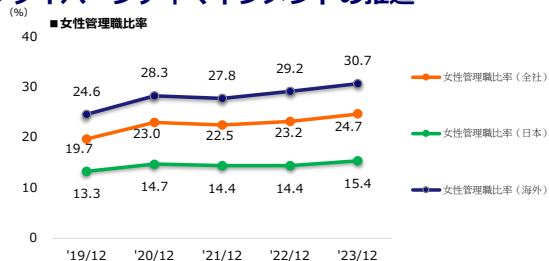
「個」の成長を促し
 世界No.1企業を実現



(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

➤ 主体的に自身のキャリアが描ける制度や仕組みで
社員一人ひとりの多様な人生設計を支援 (日本)

Room L+	メンタリングや座談会を通じて キャリアやライフの悩みを払拭・解消
エンパワーメント制度	女性部門長・役員候補者への個別支援として、 役員と1対1の面談を実施し役員候補者を育成
産休育休 Room L+	産休や育休からの復帰を準備する社員を対象 とし、復職後の安心感を醸成
卵子凍結あんしん バンク	社員一人ひとりの多様な人生設計を支援する べく、卵子凍結保管を可能とするサービスを 福利厚生制度に導入

➤ 国や地域が抱える課題を克服し、女性の経済的
自立を支援 (海外)

インド農村部での
女性起業家の創出

サウジアラビアの女性達へ
新たな活躍の場を提供



◆優れた人材の育成・能力開発

2023年度 社員満足度 (全社)

5点満点中

4.42

2022年度 4.39 (全社)



2030年目標
80%以上



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

➤ グローバルでCPI (消費者物価指数) を超える報酬上昇率を実現



➤ 社員の成長、働きがいを重視した人事制度や、人的資本の強化を図る役割手当を導入 (日本)

年収の引き上げ	資格ごとの報酬レンジを引き上げ
初任給の改定	入社前より自助努力を促進
評価制度の改定	年齢や社歴にかかわらず高い目標に挑戦し、成果を上げた社員を評価
役割手当	スクラムリーダー手当、ブラザー&シスター手当、キャリアナビゲーター手当、新入社員初任給変動制手当、スキル手当

(ユニ・チャームプリンシプル)
現地に寄り添った独自価値を創出する人材をグローバルで育成



➤ 消費者のニーズを掘り起こし、イノベーションをリード「共振人材」をグローバルで創出



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆持続可能性を念頭においた経営

- ①各執行役員が、将来の取締役・執行役員候補者に対して、定期的に各候補者のキャリアビジョン・キャリアプランを踏まえた面談を実施し、人材マップを作成・更新。
- ②代表取締役社長執行役員が、各執行役員に対して、四半期ごとに個別面談を実施し、客観的な判定が可能な担当部門および執行役員個人の達成目標を決定するとともに実績を評価し、指導・育成。
社外取締役も各執行役員に対して年1回以上、各執行役員と個別面談機会を設定し、各執行役員の執行状況、業務の課題を確認し大所高所からご助言をいただくことによって、課題解決に繋げ、経営者としてより高い視座を得るよう指導・育成。
- ③以上の仕組みの運用状況を定期的に指名委員会および報酬委員会に報告し、審議・討議。
- ④取締役会は、指名委員会における審議の結果を踏まえて、取締役候補者および執行役員を指名。
- ⑤中長期的な取締役および執行役員候補の発掘および育成を目的のひとつとして、30歳代の中堅社員を対象とし、2ヶ月間所属部門から経営企画室へ異動し、代表取締役社長執行役員の秘書として活動し、OJTを通じて経営者の思考特性、行動特性を学ぶ「戦略担当秘書制度」を実施。
また、2024年からは、全般的経営能力を発揮し経営の中心を担う上級幹部社員を2030年までに50名以上育成する次世代グローバルリーダー育成プログラムとして、「グローバル30プログラム」（各国・地域から代表者1名が集い、集合研修や代表取締役社長執行役員との直接のコミュニケーションを通じて一般教養を身に付けUnicharm Spiritsを伝承する3年サイクルのプログラム。終了時には各法人の中期経営計画立案に繋げる。）を実施。

新たな価値創造に向けたデジタル人材（DX人材）の育成

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



共生社会の実現

デジタル技術を活用し
顧客の深層心理を理解した
唯一無二の商品・サービスを提供

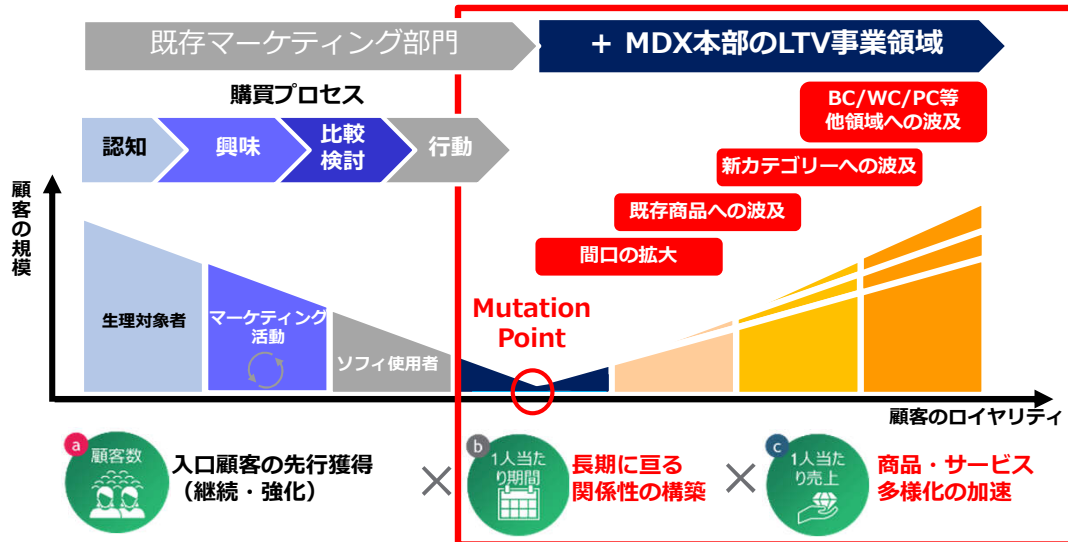
顧客データの収集
データ活用の為のデジタルインフラ整備

デジタル活用を加速する為に
デジタル人材を育成

女性を基点にLife Time Value (LTV) 最大化モデル構築
 長期に亘る顧客との関係性構築と商品・サービスの多様化加速



➤ MDX本部 (Marketing by DX) のLTV事業領域



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

女性を基点にBCやWCなどへの事業横断によるLTVの最大化



➤ MDX本部の具体的な取り組み事例



生理



妊活



妊娠



出産



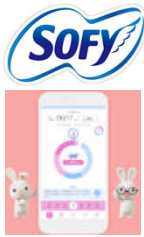
産後



育児



更年期



顧客のライフタイムバリュー最大化に向けたグローバルでの「DX人材」育成の取り組み



- デジタルの基礎知識を習得する「DX 基礎勉強会」などの研修で専門的学習機会を創出



- グローバルでのオンライン自主学習システム「LinkedIn Learning」で高ログイン、リピート率、自発的な学習を実現

	利用者数	ログイン率
海外	約2,000名	100%
日本	約1,000名	100%



- グローバルで活躍出来るEC人材を育成するプログラム「EC研修生制度」



- 時間短縮や、業務の効率化などにつながるデジタルツールUniChat（ユニ・チャーム版生成AI Chat）を導入



デジタル技術を活用した取り組み事例

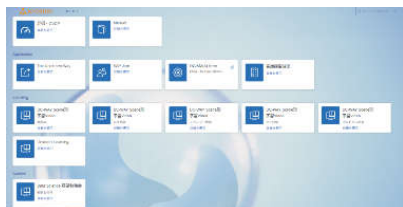
デジタル技術を活用したグローバルでの「BOP Ship」を体現できる 「共振人材」育成の取り組み



- 創業当初から受け継がれ、進化するユニ・チャームの企業文化「BOP-Ship」



- 「KYOSHIN」システムを活用し「The Unicharm Way」の浸透を図り、「共振の経営」を通じて人材育成力をグローバルで強化



➤ 基幹システムの刷新により業務品質レベルの向上や効率化、管理数値精度を高め、市場競争力を強化



- 顧客サービスレベルの向上

 - ✓ 納期回答レベルの向上
 - ✓ 営業員負荷削減
 - ✓ D2Cの拡充
 - ✓ 新たな売上の創出など
- 業務品質の向上

 - ✓ 原価管理強化
 - ✓ 企業、事業間基幹業務標準化
 - ✓ マスターデータ一元化によるグローバル横串での実績把握など
- 業務の効率化による付加価値業務へのシフト

 - ✓ ペーパーレス、インプットレス化
 - ✓ 自動化、効率化による工数削減
 - ✓ 受注、生販在庫調整業務の削減など
- プロフィットマネジメントの実現

 - ✓ 損益管理、販売予実管理の精度向上
 - ✓ 幹線輸送の効率化など
- ESG強化のための基盤強化

 - ✓ 企業間連携による物流効率化
 - ✓ 非財務データ、マスターの一元化
 - ✓ ガバナンス強化
 - ✓ 多言語対応など

すべての人が秘めている限りない可能性を信じ、慈愛にあふれた利他の心を
発揮することで互いに支え合う「共生社会」の実現に貢献



➤ コーポレート・ブランド・エッセンス「Love Your Possibilities」につながる唯一無二の商品・サービス提供



なんでもできそう。いつでも、いつまでも。

Love Your Possibilities



コーポレート・ブランド・エッセンス「Love Your Possibilities」を創造する
デジタル技術を活用した国内の取り組み①



生理にまつわる悩みをサポートする「ソフィガール」と『ソフィ 妊活タイミング※をチェックできるおりものシート』の最適な使用開始日をお知らせする機能を追加した生理管理アプリ「ソフィ」



登録数：約235万名
(2024年6月時点)



妊娠希望モード追加



※ 妊活に適したタイミングである「約6日間」のこと

生理と向き合い続けた『ソフィ』が提案する一歩先の体調管理（AIに相談できるホルモンケア）アプリ「ソフィBe」



ホルモンの
波を乗り
こなそう

ホルモンと体調の
関係がわかる

生理管理アプリ

ソフィBe



デジタル技術を活用した国内の取り組み②



➤ 最適な紙パンツ選びをサポートする
「大人用おむつカウンセリング」



ユーザー数：約3万名
(2024年6月末時点)

➤ 出産や育児の不安をサポートする、チームムーニー
「ポイントプログラム」「オンラインムーニー
ちゃん学級」「トイレトレーニングアプリ」



チームムーニー
登録会員数：約204万会員
(2024年6月末時点)

➤ 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/>

登録数：計5万名
(2024年6月末時点)

国産原材料にこだわった、
おいしくて栄養バランスのとれた
ウェットフードを
発売して欲しい！

超小型犬や子犬の体形に
適切なサイズが欲しい！



デジタル技術を活用した国内の取り組み③



- (株)RABO※1との資本業務提携で、
ネコちゃんの健康支援サービスを展開



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

- (株)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.

- (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

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

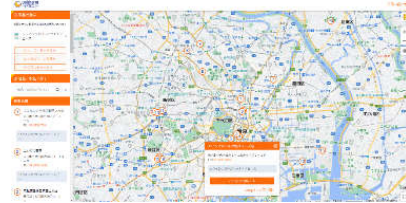


47都道府県
5,230ヵ所以上導入
(2024年6月末時点)

- 店外における来店前のデジタル施策で、価値伝達を進化

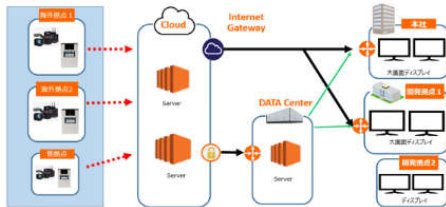


- お取り扱い商品「店舗検索システム」で、お客様満足度を向上



- 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

<デジタルスクラム 簡略イメージ図>



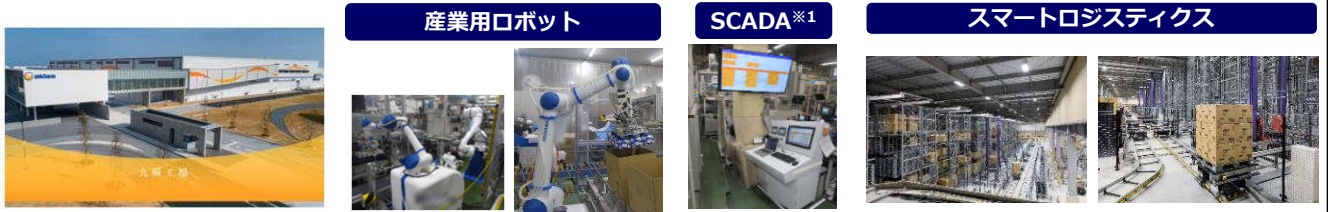
- 「ダイレクトショップ」の仕組み強化により、全カテゴリーで、お客様のさまざまなニーズに対応



ユニ・チャームダイレクトショップのサービス

POINT 1 / ユニチャーム ダイレクトショップ メーカー直販で安心！	POINT 2 / いつでも商品が手に入る！	POINT 3 / うれしい特売も！
POINT 4 / まとめてお買上げで送料無料	POINT 5 / 平日午後5時までのご注文で翌日発送	POINT 6 / 便利なクレジットカード お会計後お電話 ⇒お振替口座 ⇒お振替口座

▶ 様々な自動設備、IoTを活用した最新鋭のスマートファクトリー（九州）



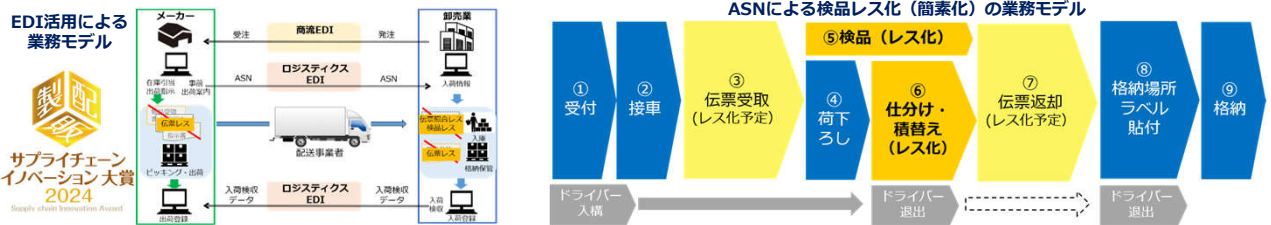
産業用ロボット

SCADA※1

スマートロジスティクス

※1 Supervisory Control And Data Acquisitionの略

▶ 日用品メーカー13社で「日用品サプライチェーン協議会」を設立し、ロジスティクスEDI※2を活用したASN※3配信など、サプライチェーン全体の最適化と効率化を推進



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved. ※2 Electronic Data Interchangeの略 ※3 Advanced Shipping Noticeの略

デジタル技術を活用した海外の取り組み



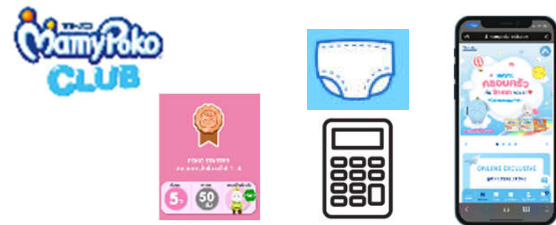
➤ ペットの成長、健康記録ツール+病院紹介、商品購買プラットフォーム「宠本本（Pet note）」



➤ 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」



外部機関からの評価と連携（2024年度）



1月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ コスモテックが発売する『フレッシュ・プロ』が「日経優秀製品・サービス賞2023」で「最優秀賞」を受賞 ✓ ユニ・チャーム ブラジルの工場で森林認証PEFCの「CoC認証」を取得 ✓ 東京都が推進する「令和5年度 東京都スポーツ推進企業」に認定 ✓ スポーツ庁が推進する「スポーツエールカンパニー2024+（プラス）」に認定
2月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ CDPの2分野で最高評価の「Aリスト」を獲得 ✓ 「人的資本経営品質2023 ゴールド賞」に選定 ✓ 「第5回ESGファイナンス・アワード・ジャパン」の「環境サステナブル企業」に選定 ✓ 令和5年度 消費者志向経営優良事例表彰「消費者庁長官賞」を受賞
3月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「女性の健康経営®アワード」で「推進賞」受賞 ✓ 「健康経営優良法人2024(ホワイト500)」に認定
4月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 製品別カーボンフットプリントの算定ルールにおいて、SuMPOの「Internal-PCR承認」を取得 ✓ 第32回地球環境大賞で「日本経済団体連合会会長賞」を受賞 ✓ 経済産業省と東京証券取引所が選出する「SX銘柄2024」に選定
6月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日経トレンディ「ペット用品大賞」において『マナーウェア』が衛生部門で「大賞」を受賞 ✓ 「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に選定
7月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 第25回 物流環境大賞で「特別賞」を受賞 ✓ 「サプライチェーンイノベーション大賞2024」において、当社を含む日用品メーカー13社と物流事業者12社協働で「大賞」を受賞

インデックスへの組み入れおよび評価



2024 CONSTITUENT MSCIジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数



2024 CONSTITUENT MSCI日本株 ESGセレクト・リーダーズ指数

※ 免責事項は以下サイトに掲載しております。
<https://www.unicharm.co.jp/ja/company/news/2023/0725-02.html>

2024 CONSTITUENT MSCI日本株 女性活躍指数 (WIN)



※ ユニ・チャーム株式会社のMSCI指数への組み入れ、および本ページにおけるMSCIのロゴ、トレードマーク、サービスマーク、指数名称の使用は、MSCIやその関係会社によるユニ・チャーム株式会社の後援、推薦あるいはプロモーションではありません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCIおよびその指数の名称とロゴは、MSCIやその関係会社のトレードマークもしくはサービスマークです。



外部機関との連携



WE SUPPORT



地方創生SDGs
官民連携
プラットフォーム



TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES

私たちは持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

国連が提唱する「国連グローバル・コンパクト」の10原則を支持し、2006年5月から参加。



SCIENCE BASED TARGETS
DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION



JCLP



JAPAN CLIMATE INITIATIVE

Sedex

Member



CLIMATE GROUP RE100



Plastics Smart



エコレーベルマーク
認定企業 T19-006

Re-Style

限りある資源を未来につなぐ。今、やらなければならないこと。

Green x Digital Consortium

Myじんけん宣言
Declaration of Human Rights



30% Club
GROWTH THROUGH DIVERSITY

In support of

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES
Established by UN Women and the UN Global Compact Office



こどもまんなか

The Valuable 500



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

外部機関との連携

ユニ・チャーム発祥の地となる愛媛県での地域社会貢献活動



- 企業版ふるさと納税を通じた地域の未来を担う子供たちへの支援活動



次世代球児育成事業

四国中央市電子図書館の児童書購入

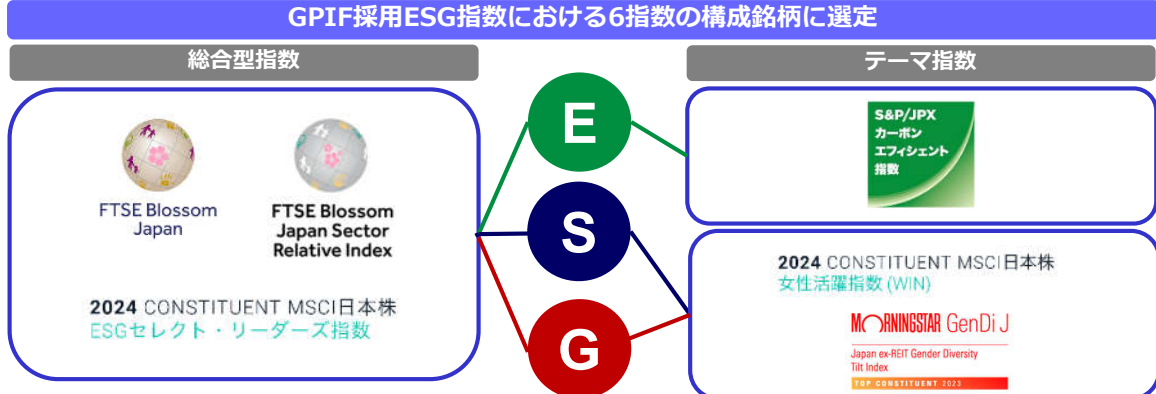
- 「共生社会実現パートナー」として、FC今治の選手・スタッフ・サポーターの皆様とともにスポーツビジネスを通じて、地方創生に貢献



- 男子プロテニス協会公認「ユニ・チャーム トロフィー 2023愛媛国際オープン」に協賛



GPIF採用ESG指数における6指数の構成銘柄に選定



※ ユニ・チャーム株式会社のMSCI指数への組み入れ、および本ページにおけるMSCIのロゴ、トレードマーク、サービスマーク、指数名称の使用は、MSCIやその関係会社によるユニ・チャーム株式会社の後援、推薦あるいはプロモーションではありません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCIおよびその指数の名称とロゴは、MSCIやその関係会社のトレードマークもしくはサービスマークです。

※ 免責事項は以下サイトに掲載しております。
<https://www.unicharm.co.jp/ja/company/news/2023/0725-02.html>

その他ESG指数



FTSE4Good



		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
CDP SCORES	気候変動	B	A-	A-	A-	A-
	森林 (木材)	B	B-	B	B	A
	水 セキュリティ	B-	B-	B	B	A
MSCI ESG RATINGS		BBB 5.3	A 5.3	BBB 4.7	A 5.1	AA 5.7
FTSE ESG RATINGS		3.5	3.7	3.9	4.0	4.2

「Kyo-sei Life Vision 2030」重要テーマに関わる取り組み事例



取り組み事例	実績
「排泄ケア」講座	累計340回開催（2024年6月末時点）
「大人おむつカウンセリング」ユーザー数	約30,000名（2024年6月末時点）
「みんなの生理研修」動画提供数 https://www.sofy.jp/ja/campaign/minnanoseirikensyu.html	約490の企業・団体（2024年6月末時点）
「ソフィガール」（生理管理アプリ）利用者数 https://www.sofy.jp/ja/app/sofygirl.html 「ソフィ」（生理管理アプリ）利用者数 https://www.sofy.jp/ja/app/sofy.html	合算累計約2,350,000名（2024年6月末時点）
TikTok「さらけだ荘」再生数 https://www.tiktok.com/@sofy_official_7days/	約3,200万回（2024年6月末時点）
初潮教育・月経教育（オンライン含む）	インド：約635,000名（2024年6月末時点）
初潮教育・月経教育（母娘で学ぶセッション）	インド：計361回 約11,000組（2024年6月末時点）
初潮教育サイト「Charm Girls Talk」登録数	インドネシア：約83,600名（2024年6月末時点）
「チームムーニーポイントプログラム」登録会員数 https://jp.moony.com/ja/apps/moonypoint.html	累計約2,040,000会員（2024年6月末時点）
「手ぶら登園」利用施設数	47都道府県 5,230ヵ所以上（2024年6月末時点）
ペットのQ&Aサービス「DOQAT」登録数 https://doqat.jp/	約50,000名（2024年6月末時点）



私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。