

2024年12月期
(1月1日~12月31日)

決算説明資料

2025年2月13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。

早速ではございますが、
内容の説明に入らせていただきます。

2024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。

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

最初に、2024年12月期決算の概要でございます。

連結

売上高 **9,890億円** (YoY +5.0%)
コア営業利益 **1,385億円** (YoY +8.2%)

- 売上高、コア営業利益において過去最高を更新。
- 日本、インド、中東、北米が業績をけん引。事業ではフェミニンケア、ウェルネスケア、ペットケアがけん引。

日本

5.6%増収、4.6%増益

- ペットケアは国内向け安定成長。パーソナルケアは価値転嫁が浸透・拡大し2桁増益。
- 対象人口が減少するなか、ベビー・フェミニンケアにおける更なる価値転嫁により、高成長を継続。

海外

4.7%増収、12.3%増益

- アジア地域 増収減益。4Q増収転換。ベビーケアは3Qにおける戦略的先行投資効果で4Q改善。フェミニンケアは中国回復傾向、インドや東南アジアなどで順調に拡大。ペット市場投資拡大。
- その他地域 増収増益。中東は好調持続で業績をけん引。北米はペットフードの高成長継続により業績拡大。ブラジルは収益性改善が進行。エジプト黒字化。ケニアをはじめとするアフリカ市場開拓を積極的に推進。

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）。

資料3ページをご覧ください。
こちらが2024年12月期決算の総括になります。
詳細については、次ページ以降にてご説明いたします。

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
 (1-12月)

	'23/12月期	'24/12月期	増減額	増減率	(業績予想) '24/12月期	達成率
売上高	9,418	9,890	+472	+5.0%	10,060	98.3%
コア営業利益 (利益率)	1,280 (13.6%)	1,385 (14.0%)	+105	+8.2% (+0.4P)	1,440 (14.3%)	96.2%
税引前当期利益 (利益率)	1,323 (14.0%)	1,345 (13.6%)	+22	+1.7% (-0.4P)	1,440 (14.3%)	93.4%
親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率)	861 (9.1%)	818 (8.3%)	-42	-4.9% (-0.8P)	900 (8.9%)	90.9%
EBITDA 税引前当期利益 +減価償却費及び償却費	1,791	1,820	+29	+1.6%	1,860	97.8%
基本的1株当たり当期利益(円)	48.47	46.41	-2.06	-4.3%	50.83	91.3%
USDレート(円)	140.56	151.58	+11.02	+7.8%	143.00	—
中国元レート(円)	19.82	21.02	+1.20	+6.1%	19.90	—

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

4

資料の4ページをご覧ください。

連結決算のハイライトでございます。

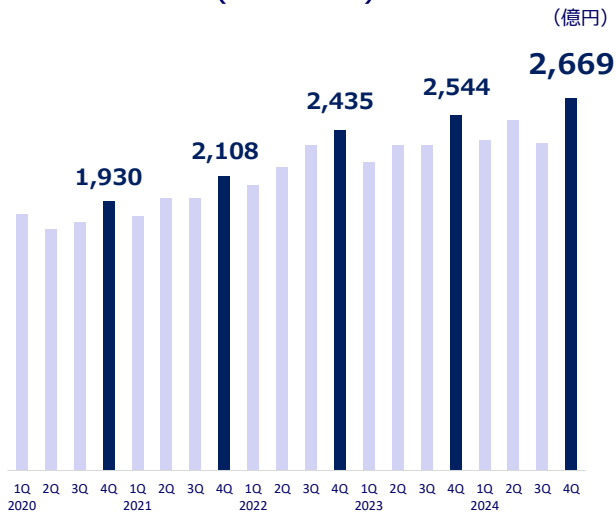
売上高は5%増収により9,890億円。コア営業利益は8.2%増益により1,385億円となり、売上高、コア営業利益ともに過去最高を更新しました。コア営業利益外の項目である、“その他の収益”においては、前年2023年のインドにおける保険金収入の剥落により68億円減少、また“金融費用”において、エジプトの通貨切り下げに伴い、外貨建て債務等から生じる多額の為替差損が大きく影響し、為替差損が51億円増加したものの、コア営業利益が105億円増益となり、利息収入の増加により金融収益が31億円増加したことにより、税引前当期利益は22億円の増益となりました。

また、前年2023年にベトナム子会社の株式移管やインド保険金収入に税務上の欠損金を充当したことによりまして、前期比で実際負担税率が3.3ポイント上昇、これらの結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は818億円と42億円の減益となりました。

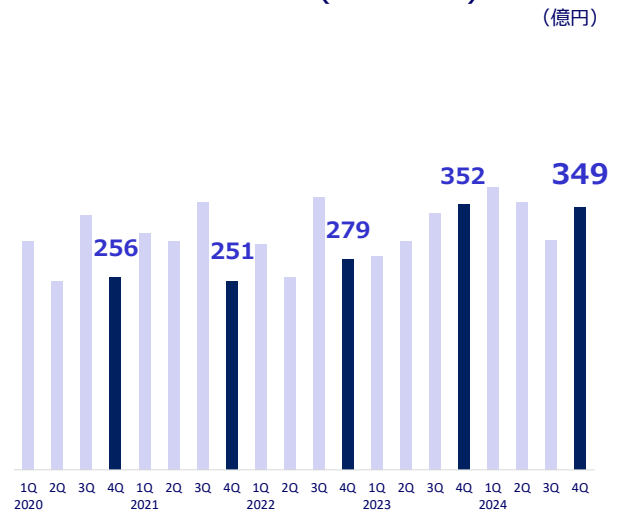
第4四半期（10－12月）は四半期単位では過去最高の売上高を達成
 物流費や人件費などのコスト上昇のなか、継続した価値転嫁により過去最高水準の収益を確保



● 売上高推移(四半期別)



● コア営業利益推移(四半期別)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

5

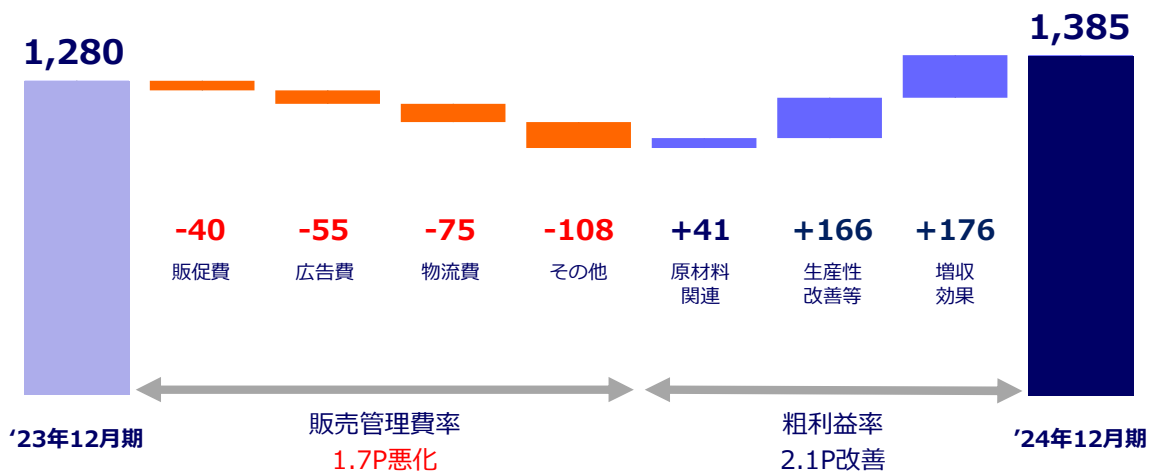
資料の5ページをご覧ください。
 四半期別の業績推移でございます。

当社が扱う商品は生活必需品であり、継続的に価値転嫁を進めながら安定した売上高成長ができており、当第4四半期は、四半期単位において過去最高の売上高となりました。

一方、コア営業利益につきましては、若干減益となりました。これは、アジア中心に戦略的なマーケティング費用の投下や、日本における物流費、DX関連費用の増加、グローバル全体における人件費増加などが影響し減益となりましたが、引き続き日本を中心とした価値転嫁の浸透・拡大や、原価改善などによって過去最高水準のコア営業利益を確保できました。

● コア営業利益増減（1-12月）

（億円）



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

6

資料の6ページをご覧ください。

次に、コア営業利益の増減でございます。

日本を中心とした価値転嫁の浸透・拡大と、原材料関連費用の減少等により、粗利率は37.3%から39.4%へ改善。コア営業利益率は、広告費や物流費、DX関連費用、人件費などの増加により販管費率が1.7ポイント上昇したものの、粗利率の改善により、それらのコストを吸収し、コア営業利益率は14.0%と前期比0.4P改善し、コア営業利益は105億円の増益となりました。

日本ではパーソナルケアにおける価値転嫁の浸透・拡大による高成長持続
 アジアはインド好調継続のなか、中国フェミニンケア改善傾向となり、第4四半期から増収転換
 その他地域は中東と北米の好調持続、ブラジルの増益が業績貢献



● 所在地別セグメント情報
 (1-12月)

(億円)

		'23/12月期	'24/12月期	増減額	増減率	(参考) 実質 ※1 増減率
日本	売上高	3,218	3,399	+181	+5.6%	—
	コア営業利益 (利益率)	650 (20.2%)	680 (20.0%)	+30	+4.6% (-0.2P)	—
アジア	売上高	4,382	4,431	+50	+1.1%	-3.8%
	コア営業利益 (利益率)	435 (9.9%)	429 (9.7%)	-6	-1.3% (-0.2P)	-6.0%
その他 ※2	売上高	1,818	2,059	+242	+13.3%	+8.0%
	コア営業利益 (利益率)	191 (10.5%)	274 (13.3%)	+83	+43.3% (+2.8P)	+33.9%
連結	売上高	9,418	9,890	+472	+5.0%	+1.7%
	コア営業利益 (利益率)	1,280 (13.6%)	1,385 (14.0%)	+105	+8.2% (+0.4P)	+5.2%

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース

中国 -5% インドネシア -4% タイ -15% インド +10% ベトナム -7% 中東 +8% 北米 +9% ブラジル -7%

※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

資料の7ページをご覧ください。
 次に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5.6%増収、営業利益は4.6%増益となりました。マスクの減収はありましたが、これまでの継続的な価値転嫁の浸透・拡大に加え、ライフスタイルに合わせた商品と店頭演出の強化や、事業ミックスの改善などにより、増収増益を達成しました。また、コア営業利益率も20.0%と高い水準を維持しました。

これは主に、大人用排泄ケアにおける価値転嫁の浸透・拡大が進み、店頭だけでなく病院施設でも2桁成長を達成したことや、ベビーケア、フェミニンケアにおいて追加で実施した価値転嫁の拡大が進み、それぞれ高成長を維持し、増収増益と好調を維持したことが要因です。

アジア地域におきましては、売上高は1.1%増収、コア営業利益は1.3%減益、コア営業利益率は9.7%と、第3四半期の減収減益からは回復し、第4四半期は増収に転じております。

アジア主要国について、インドでは、ベビーケアが12月時点で市場シェアNo.1を獲得し、フェミニンケアでは積極的な投資を進める中で黒字化が

定着しました。ともに好調を維持し、高成長を遂げています。

東南アジアと中国では、ベビーケアの市場環境は依然として厳しい状況ですが、現地のニーズに合った独自性の高い商品展開やeコマースでのプロモーション強化などにより、業績は底打ちしてきていると認識しています。中国のフェミニンケアについても、品質問題などの風評被害があり消費環境は厳しい状況でしたが、第4四半期から緩やかに回復傾向にあります。東南アジアのフェミニンケアは順調に成長しました。また、成長カテゴリーであるウェルネスケア、ペットケアカテゴリーにおいては、それぞれの国で実践している戦略の効果が徐々に表れてきており、2025年以降、業績へのさらなる貢献が確認できると考えています。

その他地域につきましては、
売上高は13.3%増収、コア営業利益は43.3%増益となり、コア営業利益率は3.0ポイント改善し13.5%となりました。

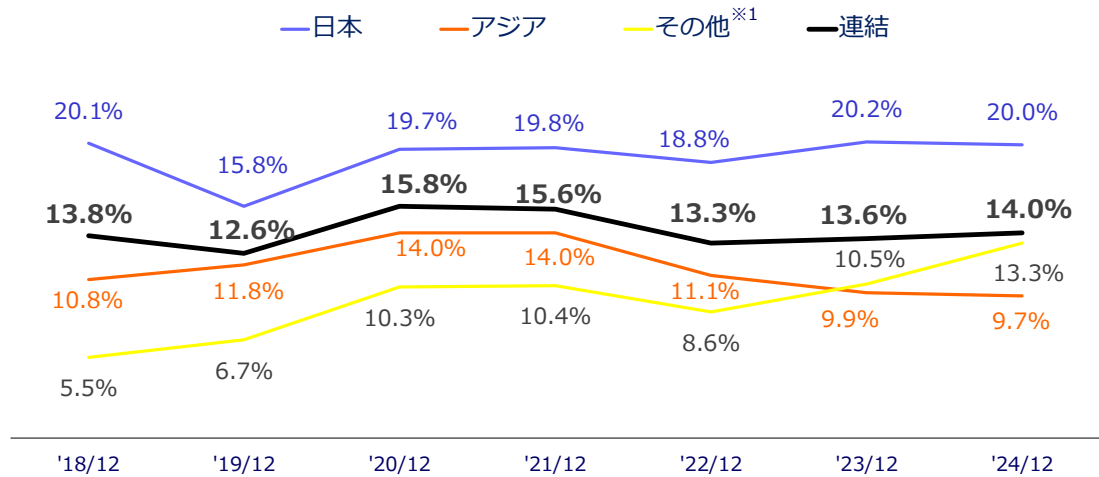
これをけん引したのは、中東と北米ペットケアでございます。

中東については、前期からのベビーケア、フェミニンケアにおける“オリーブオイル配合”による価値転嫁商品のブランド浸透・拡大を進め、サウジアラビア国内で高成長、また海外輸出においても情勢が不安定のなか高成長を実現しました。

北米のペットケアについては、猫おやつので広告費増加はありましたが、価値転嫁効果、原価改善などによってそれを吸収し収益性は大きく改善しました。営業利益が19.2%から22.7%に改善しています。

そのほかでは、ブラジルは徹底したVACDにより増益に貢献しています。

● 所在地別 コア営業利益率（1-12月）



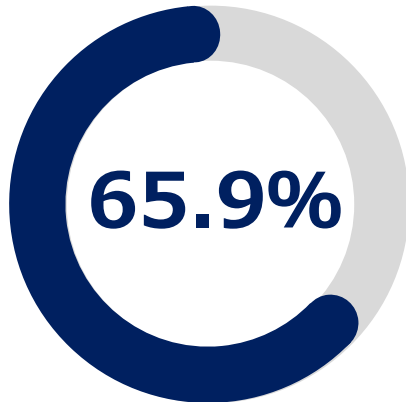
※1 その他の主な地域は、北米、サウジアラビア、ブラジル、オランダ

資料の8ページをご覧ください。
所在地別のコア営業利益率推移グラフです。

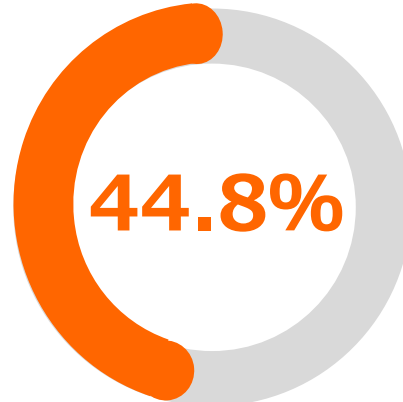
直近コア営業利益率が改善できていますのは、日本を中心とした価値転嫁の浸透・拡大が進んだ効果や、人口動態の変化に対応した事業ポートフォリオ転換によって高粗利な事業の構成比が高まったことなどによって着実に粗利率が改善できていることです。

今後も人口動態に沿った事業ポートフォリオの形成を進め、現地のニーズに合わせて継続した価値転嫁商品の浸透・拡大により、高い収益性基盤を構築し改善を進めてまいります。

● 海外売上高比率



● アジア売上高比率



資料の9ページをご覧ください。
海外売上高比率のグラフです。
構成比としては、海外が65.9%となりました。

パーソナルケアは日本を中心に全事業で増収増益。ウェルネスケア、フェミニンケアがけん引
 ペットケアは北米が価値転嫁の浸透・拡大効果で増収増益をけん引、アジアにおける投資拡大。



● 事業別セグメント情報（1-12月）

（億円）

		'23/12月期	'24/12月期	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	7,892	8,261	+369	+4.7%
	コア営業利益 (利益率)	1,034 (13.1%)	1,109 (13.4%)	+75	+7.3% (+0.3P)
ペットケア	売上高	1,394	1,487	+92	+6.6%
	コア営業利益 (利益率)	231 (16.6%)	258 (17.4%)	+28	+11.9% (+0.8P)
その他 ^{※1}	売上高	131	142	+11	+8.4%
	コア営業利益 (利益率)	15 (11.6%)	17 (12.2%)	+2	+14.3% (+0.6P)
連結	売上高	9,418	9,890	+472	+5.0%
	コア営業利益 (利益率)	1,280 (13.6%)	1,385 (14.0%)	+105	+8.2% (+0.4P)

※1 その他は産業用資材関連商品等

資料の10ページをご覧ください。
 事業別セグメント情報でございます。

パーソナルケア事業におきましては、増収増益となり、コア営業利益率も改善しました。これは、先述したとおり、日本市場ではマスク関連業績の減退が見られたものの、価値転嫁の浸透・拡大が進む日本を中心に、全事業で増収増益となったこと、加えて、収益性の高いウェルネスケアやフェミニンケア事業の構成比が向上したことが要因です。

ペットケアについては、2024年も安定した高い成長を実現し増収増益となりました。特に北米においては、これまでと同様に価値転嫁の効果によって増収増益となりました。

また、日本は、国内向けでは価値転嫁による値上げの一巡感のなか、一部更なる価値転嫁を継続して増収となりました。

為替変動による影響額は
売上高 約311億円増、コア営業利益 約38億円増



● 通貨別変動推移（1-12月平均レート）

通貨	'23/12期レート	'24/12期レート	増減率
中国(CNY)	19.82	21.02	+6.1%
インドネシア(IDR)	0.0093	0.0096	+3.2%
サウジアラビア(SAR)	37.52	40.46	+7.8%
インド(INR)	1.71	1.82	+6.4%
タイ(THB)	4.04	4.30	+6.4%
米国(USD)	140.56	151.58	+7.8%
ベトナム(VND)	0.0059	0.0060	+1.7%
オランダ(EUR)	152.00	163.95	+7.9%
台湾(TWD)	4.51	4.73	+4.9%
マレーシア(MYR)	30.82	33.14	+7.5%
ブラジル(BRL)	28.17	28.20	+0.1%
オーストラリア(AUD)	93.34	99.97	+7.1%
韓国 (KRW)	0.1078	0.1113	+3.2%
エジプト (EGP)	4.58	3.43	-25.1%

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

11

資料の11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。

各通貨のレート変動によりまして、
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311億円の増収効果がありました。
またコア営業利益につきましては、約38億円の増益効果がありました。

2025年12月期 業績予想概要

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

次に2025年12月期の業績予想についての概要を、ご説明いたします。

連結

売上高 10,250億円 (YoY +3.6%)
コア営業利益 1,460億円 (YoY +5.4%)

【連結】

- ✓ 売上高、コア営業利益は過去最高更新。前期為替レート換算による実質成長は5.4%増収、6.2%増益。
- ✓ 原材料関連コストは年間約7億円のコストダウン。
- ✓ 設備投資額600億円、減価償却費470億円。

【日本】5~9%増収、増益

- ✓ 価値転嫁の推進によるウェルネスケアやペットケアなどの高成長が、DX関連や物流費、人件費などのコスト増加を吸収し増益を計画。連結業績をけん引する計画。

【アジア】実質5~9%、増益

- ✓ アジアでは、パーソナルケアにおいて増収増益を計画。ベビーケアでは商品・販売戦略などを修正し底打ち、フェミニンケアでは独自性のある商品の連続展開によって特に東南アジア、インドなどが伸長、ウェルネスケアでは各国・地域で浸透・拡大が進行。ペットケアでは先行投資拡大。

【その他】実質1~5%、増益

- ✓ 中東は好調継続のなか計画は地政学リスクを鑑み保守的に据え置く。北米はトイレタリー商品の拡充と猫おやつブランド認知拡大などによる安定成長を計画。アフリカは投資拡大による成長基盤構築の促進。

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース
 中国+1~5% インドネシア+5~10% タイ+1~5% インド+10%超 ベトナム+5~10%
 中東±0% 北米+1~5% ブラジル+20%超

資料13ページをご覧ください。

こちらが2025年12月期連結業績予想になります。

2025年は、売上高は、3.6%増収 1兆250億円で、初の1兆円越えを狙います。コア営業利益については、5.4%増益 1,460億円を目標とし、コア営業利益率も改善し14.2%となります。計画の為替設定が、2024年よりは円高に設定しておりますので、実質的には、5.4%増収、6.2%増益となります。

引き続き、日本が好調を持続し増収をけん引、増益に関しては、アジアがベビーケアの業績底打ちや、東南アジア、インドを中心としたフェミニンケアの拡大などによって全体をけん引するかたちとなります。

売上高は初の1兆円越えを目指し、全ての利益項目で過去最高更新



● 連結業績予想ハイライト
(1-12月)

(億円)

	'24/12月期	'25/12月期	増減額	増減率	(参考) ※1 実質増減率
売上高	9,890	10,250	+360	+3.6%	+5.4%
コア営業利益 (利益率)	1,385 (14.0%)	1,460 (14.2%)	+75	+5.4% (+0.2P)	+6.2%
税引前当期利益 (利益率)	1,345 (13.6%)	1,420 (13.9%)	+75	+5.5% (+0.3P)	
親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率)	818 (8.3%)	864 (8.4%)	+46	+5.6% (+0.1P)	
基本的1株当たり当期利益(円)	46.41	49.12	+2.71	+5.8%	
USDレート(円)	151.58	150.00	-1.58	-1.0%	
中国元レート(円)	21.02	20.80	-0.22	-1.0%	

※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

14

資料14ページをご覧ください。
2025年12月期の連結業績予想のハイライトでございます。

株主還元政策

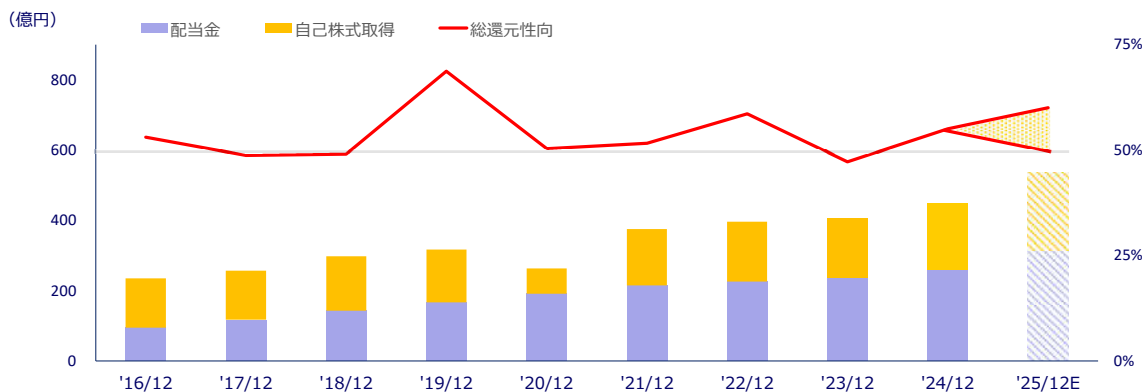
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

最後に株主還元政策についてご説明いたします。

2030年ROE17%目標の達成に向け、2025年度は足元の市場環境や財務状況を総合的に勘案し、これまでの総還元性向50%を上回る水準を計画



● 株主還元政策



基本方針として総還元性向50%を目標に、安定的かつ継続的な配当と、必要に応じた機動的な自己株式取得による利益還元を実施。
 2025年度は、足元の市場環境や財務状況を総合的に勘案し、自己株式取得枠の拡大を図り、総還元性向50%超を目標とした利益還元を計画。

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

16

資料の16ページをご覧ください。

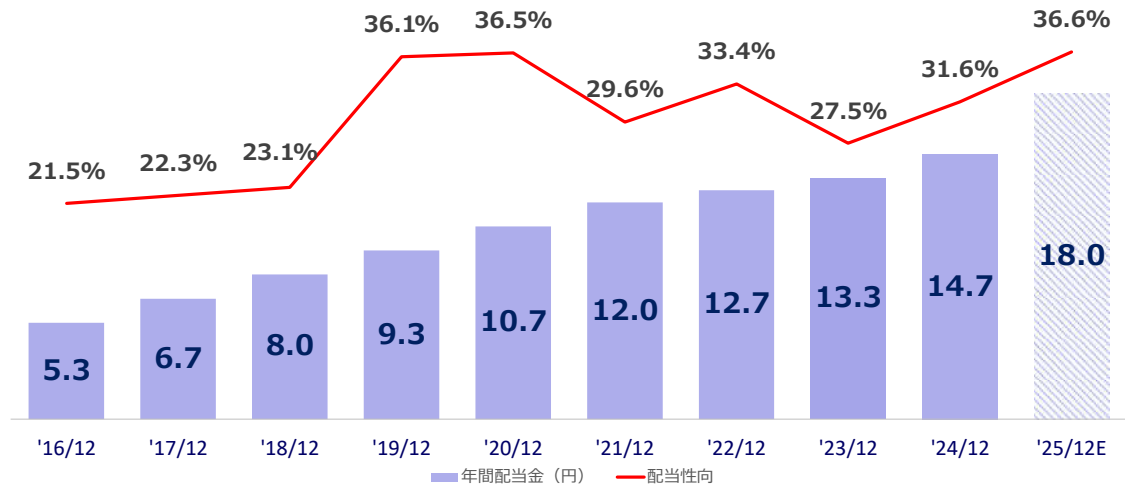
当社は、株主還元政策の基本方針として、配当と自己株式の取得により総還元性向50%を目標としています。

2025年度は、足元の市場環境や財務状況を総合的に勘案し、今回は50%以上、60%程度の利益還元を実施する予定です。

配当性向の目標を30%から35%へ引き上げ
1株当たり配当金は24期連続の増配（年間18円）計画



● 1株当たり配当金の推移(円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

17

資料の17ページをご覧ください。
1株当たり配当金についてです。

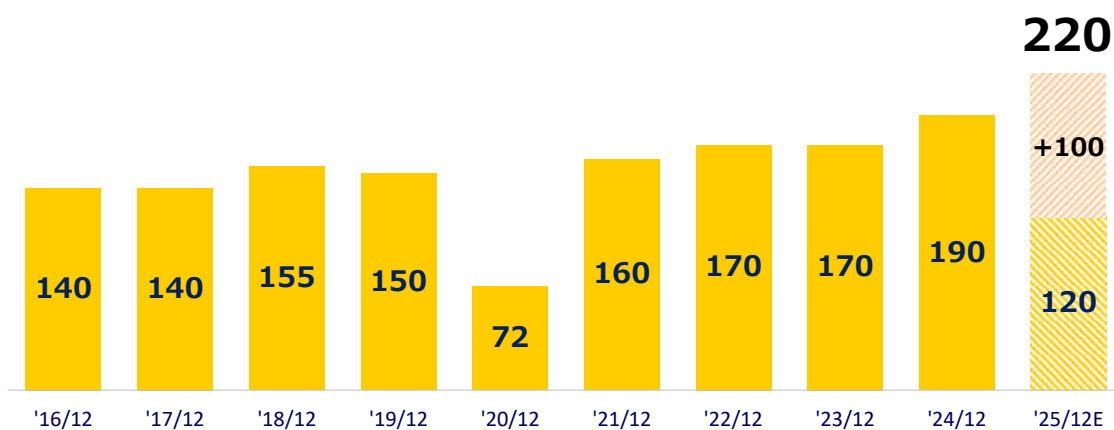
2025年度におきましては、従来の配当性向30%の目標を35%に引き上げ、年間1株当たり3.3円増配の18円にすることを計画しております。

これにより、24期連続の増配となります。

2025年度は通常期の総還元性向50%に見合った自己株式取得120億円プラス100億円を
取得枠として設定し機動的に取得予定



● 自己株式取得の推移(億円)



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。

2024年度は、予定どおり約190億円の自己株式を取得いたしました。
2025年度は、総還元性向50%超を計画するにあたり、足元の株式市場の状況を鑑み、自己株式の取得を増加する計画とし、先日の取締役会において、上限取得価額220億円、上限2,500万株の取得を決議いたしました。自己株式の取得については、機動的に自己株式を取得することで、資本効率の向上と株主価値の向上に努めてまいります。

今後も、安定的かつ継続的な増配と自己株式取得を合わせて実施し、株主の皆さまへの利益還元を重要な経営方針のひとつと考え、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、こちらも、これまでご説明させていただいてきた、中長期ESG目標についての進捗状況ですが、時間の関係上、割愛させていただきます。

以上で2024年12月期 決算説明を終了いたします。

◆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

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

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。

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

「共生社会」の実現



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両立を目指します。

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



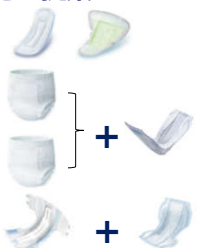
2030年目標
100%継続



“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
JAPAN WOMAN EMPOWERMENT

ACC

#UNSTEREOTYPE
ALLIANCE

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

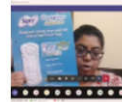


研修動画提供数：
約510の企業・団体
(2024年12月末時点)

さらけだ荘

TikTok再生回数：
約4,888万回
(2024年12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71万名
(2024年12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)



- 抗菌シートや、ごみを出さず長く使えるタイプのナプキン (インド現法考案)、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)

三つ折りタイプ
個包装あり

フラットタイプ
個包装なし



- 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



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



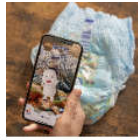
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(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
4,920カ所以上導入
(2024年12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.

◆ 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



◆ 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	2件	2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

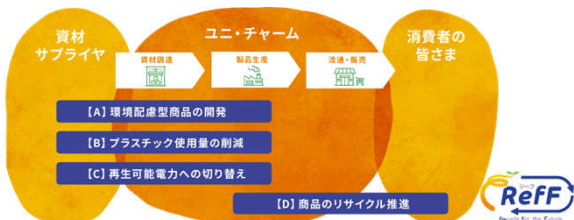


- 持続可能な社会の実現を目指すグローバルでの取り組みを伝え、一緒に歩む「えらぶ つかう めぐらせる」Webサイトを公開



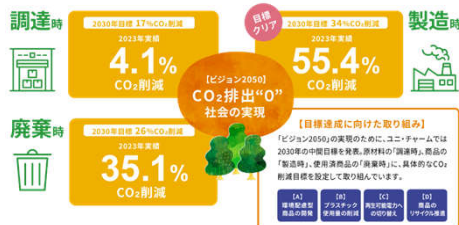
<https://www.unicharm.co.jp/ja/csr-eco/ghg.html>

- 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	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%
	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%
	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
		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/パレット(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/パレット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



➤ 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」設定企業として認定取得
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（ASEAN） ✓ 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） ✓ SBT「1.5℃目標」認定取得

※ 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、製品別カーボンフットプリント値を算定、スコープごとの排出状況を把握し、具体的な削減策をステークホルダーと協働で推進

グローバルルールに則った算定規定整備

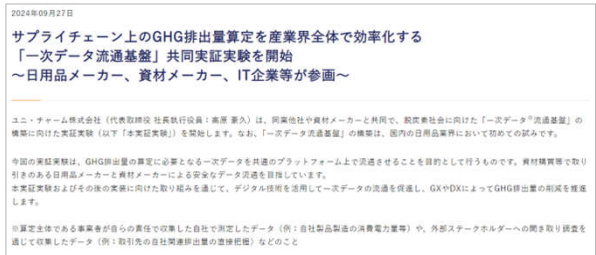
一般社団法人サステナブル経営推進機構(SuMPO)が提供する「Internal-PCR制度」において、製品別カーボンフットプリント(CFP) 社内算定ルール「承認」を取得



本件リリース <https://www.unicharm.co.jp/ja/company/news/2024/0404-01.html>

精度・鮮度高い一次データへの移行

- 2024年9月27日にGX/GHGに関するタウンホールミーティングを開催し、FMCG業界のGHG一次データ流通実証に関する対外的発信を実施
- 脱炭素に向け、より正確な排出量を測定するため、効率的で安全にデータを流通できるプラットフォームの構築を目指す



本件リリース <https://www.unicharm.co.jp/ja/company/news/2024/0927-01.html>

(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

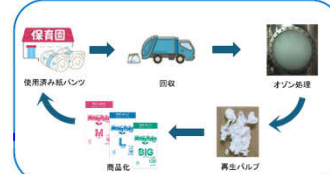
➤ 世界初※1のオゾン技術で処理した再生パルプを
 吸収体の一部に使用した商品を大手小売業様で発売



※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でも施設専用
 『マミーポコパンツReff (リーフ)』を導入

鹿児島県志布志市・大崎町 使用済み紙パンツの回収と専用品導入
 神奈川県横浜市の 全公立保育園に専用品導入



※2 鹿児島県志布志市で「手ぶら登園」を利用する保育施設と横浜市公立保育園全国

(地球の健康を守る・支える)

「紙パンツから紙パンツへの水平リサイクル」挑戦の軌跡



プロジェクト発足からこれまでの軌跡



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

(地球の健康を守る・支える)

2024年：使用済み紙パンツのリサイクル推進に向けた自治体との取り組み



志布志市：

「紙パンツ専用回収ボックス※」を志布志市内の
470ヶ所に設置



※当社とアロン化成株式会社（代表取締役社長：美保 享／以下、アロン化成）が協働開発し、再生プラスチックを回収ボックスに配合する技術を確立。回収ボックスはアロン化成が製造。

浜松市：

使用済み紙パンツのリサイクル実証事業に参画



「回収」「分別処理」「資源の再利用」の各工程で
参画企業・団体が資源循環の検証を実施

◆回収：使用済み紙パンツを回収

収集・運搬

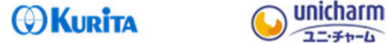


◆分別処理：プラスチックとパルプに分別



◆資源の再利用：

再生プラスチック・パルプ製品を浜松市へ



(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



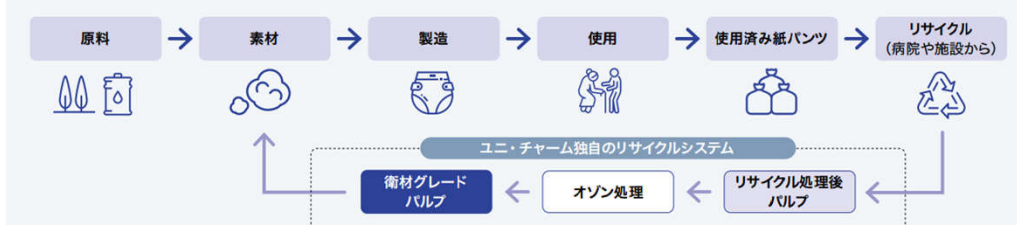
2030年目標
10件以上



紙パンツ（紙おむつ）リサイクル設備の
導入件数

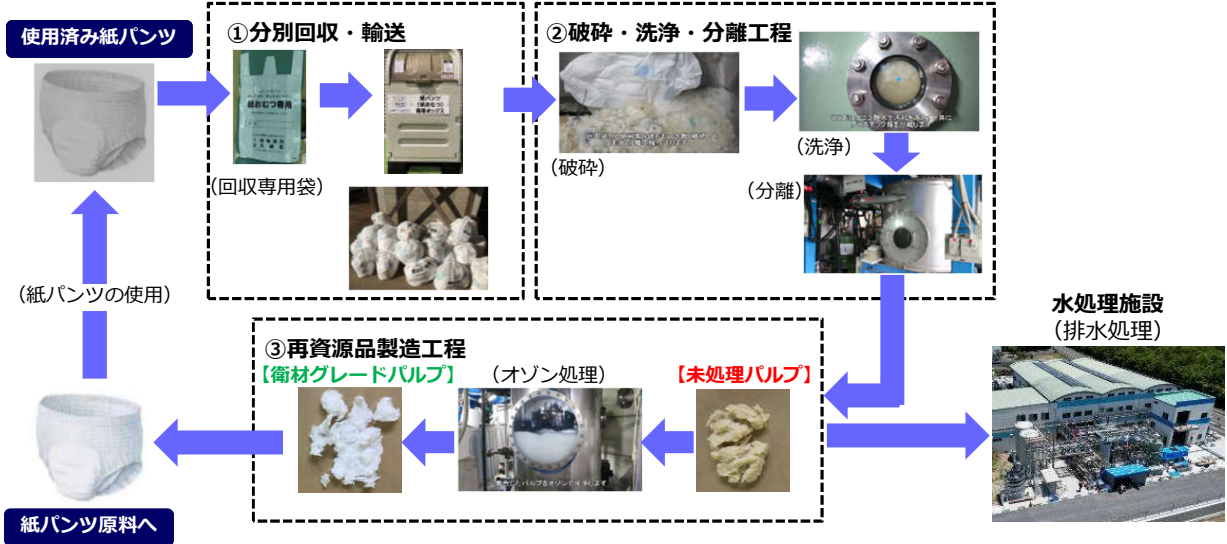
▶ 安心と便利さはそのままに、リサイクルがあたり前の未来へ

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



- **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/reff.html> https://note.com/unicharm_reff <https://e-nepia.com/learn/reff2406.html>



- **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**



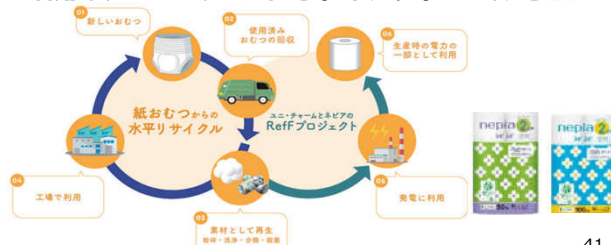
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

- **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

- **王子ネピアが、使用済み紙パンツ由来のRPFを活用したRefFマーク付きトイレットロールを販売**

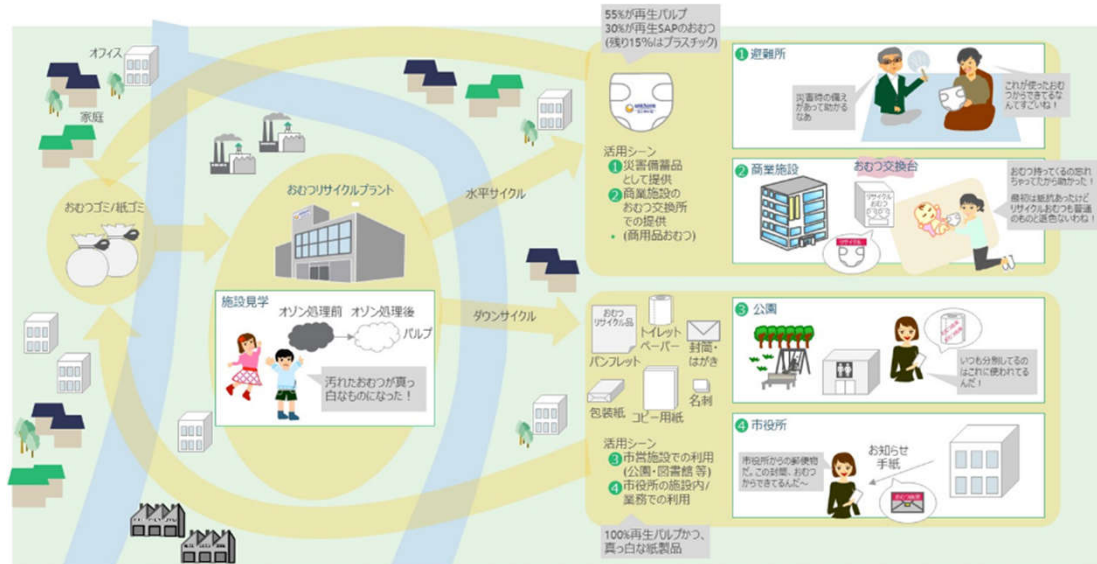


(地球の健康を守る・支える)

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



【ユニチャーム各工場 上空写真】

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 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



ブラジル
(ジャグアリウーナ工場)



アメリカ
(Hartzプレザントブレイン工場)



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



- 消費地近郊の物流拠点整備による輸送効率化で、トラックの総走行距離を削減

大阪

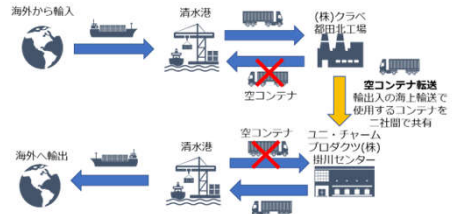


埼玉



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

- 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することで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



◆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



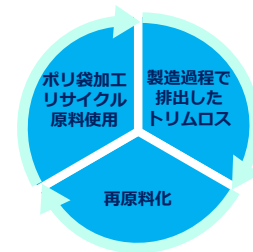
販促物でのプラスチック使用量削減率※ (2023年度実績)	
日本	▲86.9%
中国	▲76.5%

※ 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・チャームグループ 生物多様性対応宣言 2025年2月10日開示

私たちは、企業活動のあらゆる段階において、以下の原則に基づき、生物多様性や自然環境の保全に努めます。

生物多様性への依存と影響の把握:

企業活動と生物多様性との関係性を深く理解し、原材料調達から製造、使用、廃棄にいたるバリューチェーン全体の生物多様性への依存や影響について継続的に把握・評価します。

企業活動における影響の最小化:

商品のライフサイクル全体を通じて、森林伐採、水資源の使用、気候変動への影響など、生物多様性への影響を最小限に抑えるよう努めます。

持続可能な資源の利用:

サプライチェーン全体で、持続可能な方法で調達された原材料を使用します。特に、紙パルプ、パーム油、木材由来繊維など、生物多様性への影響が大きいとされる原材料については、認証制度の活用やトレーサビリティの向上などに取り組みます。

生物多様性の保全活動の推進:

企業活動を行う地域社会と連携し、森林保全、水資源保護、生態系回復などの活動に積極的に取り組みます。

地域生態系への共存:

企業活動を行う地域の生態系に配慮し、生物多様性の損失を招くことなく、地域社会と自然環境との共存を目指します。

共に働く仲間たちへの啓発:

ユニ・チャームグループで共に働く仲間たちと生物多様性や自然環境の保全を推し進めるために、本宣言はもちろん、より良い行動につながるような教育や啓発活動を実施します。

ステークホルダーとの連携:

政府機関、国際機関、NGO・NPO、地域社会、お取引先様など、様々なステークホルダーと連携し、生物多様性や自然環境の保全に向けた協働を推進します。

◆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

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

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

共生社会を実現

人事制度

「個」の成長を促し
世界No.1企業を実現

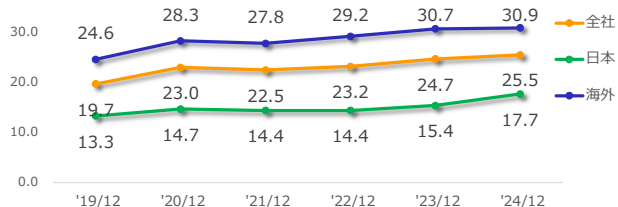


(ユニ・チャームプリンシプル)
女性の活躍推進に向けた取り組みを更に強化



◆ダイバーシティマネジメントの推進

■女性管理職比率



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

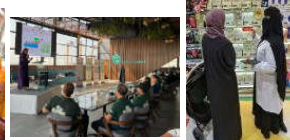
➤ 主体的に自身のキャリアが描ける制度や仕組みで
社員一人ひとりの多様な人生設計を支援（日本）

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

2024年度 社員満足度 (全社)

5点満点中

4.40

2023年度 4.42 (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

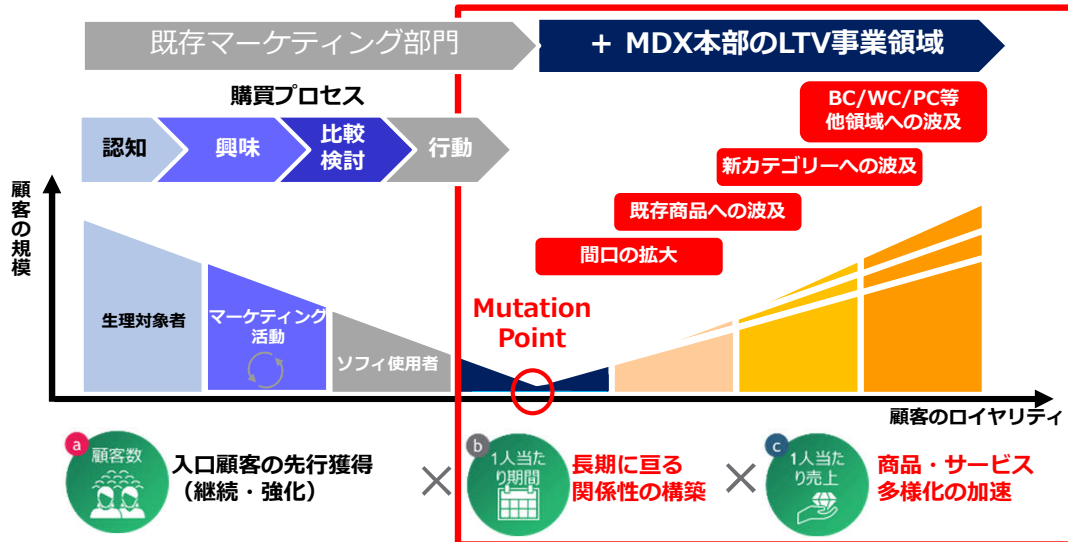
顧客データの収集
データ活用の為のデジタルインフラ整備

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



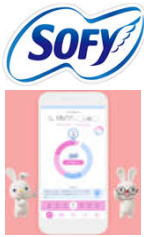
産後



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



➤ デジタルツールUniChat（ユニ・チャーム版生成AI Chat）を導入し、業務の効率化と短縮化を実現



UniChat



Google Cloud Japanが主催する『生成AI Innovation Awards』のファイナリストに選出 ～特許・実用新案公報×生成AI 業務効率化と価値向上への取り組み～	
社内FAQ機能を利用した場合	最大 97% 改善 ※1
特許サマリ生成機能を利用した場合	最大 83% 改善 ※1

※1 利用前と利用後の作業時間の改善事例

➤ 業務における生成AIの効果的な活用の加速に向け、「生成AI勉強会」を実施



600人超が受講※2

※2 2024年12月末時点

➤ グローバルでのオンライン自主学习システム「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%

デジタル技術を活用した取り組み事例

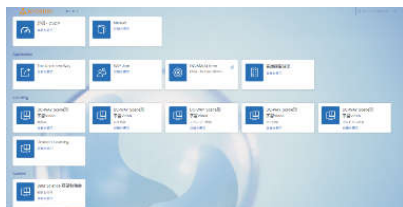
デジタル技術を活用したグローバルでの「BOP Ship」を体現できる 「共振人材」育成の取り組み



- 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  **unicharm**
ユニ・チャーム

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

62

コーポレート・ブランド・エッセンス「Love Your Possibilities」を推進する
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※1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263万名
(2024年12月時点)



妊娠希望モード追加



※1 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生理・体調管理（AIに相談できる）アプリ「ソフィBe」で「ソフィ おまもり保険 女性向け医療サポート※2」の取り扱いを開始



生理管理アプリ

ソフィBe



※2 生理管理アプリ『ソフィBe』からも申し込み可能な、少額短期保険「ソフィ おまもり保険 女性向け医療サポート」（引受少額短期保険業者：アフラック少額短期保険株式会社）

➤ 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5.1万名
(2024年12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※1」

モヤモヤしたらQしよう



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！

※1 DOQAT <https://doqat.jp/>

登録数：計5.5万名
(2024年12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
累計登録会員数：約212万会員
(2024年12月末時点)

➤ AIを活用してネコちゃんが喜ぶフードをご提案する
「ごはんマッチング※2」サービス



※2 ごはんマッチング
https://jp.unicharmpet.com/ja/food_matching/index.html

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
4,920ヵ所以上導入
(2024年12月末時点)

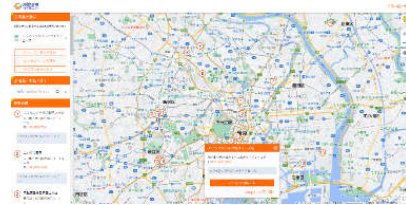
デジタル技術を活用した国内の取り組み④



- 店外における来店前のデジタル施策で、価値伝達を進化

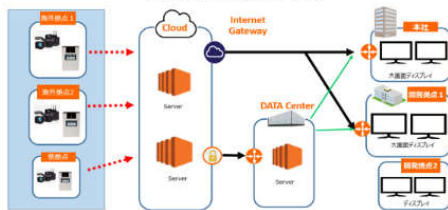


- お取り扱い商品「店舗検索システム」で、お客様満足度を向上



- 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



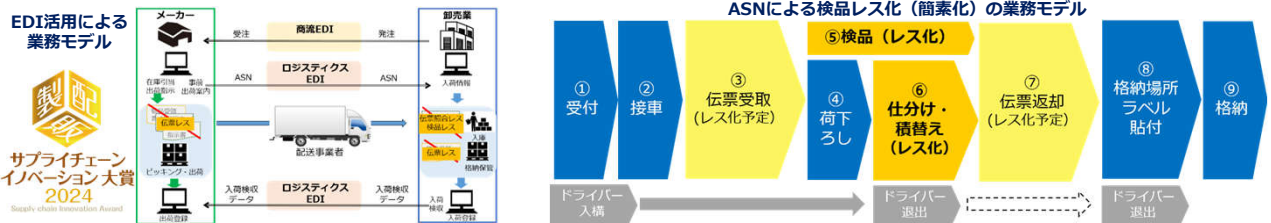
ユニ・チャームダイレクトショップのサービス		
POINT 1 / ユニ・チャーム メーカー直販で安心！	POINT 2 / いつもの商品が手に入る！	POINT 3 / うれしい特売も！
POINT 4 / まとめて3,000円以上 お買い上げで送料無料！	POINT 5 / 平日午後1時までの ご注文で翌日お届け！	POINT 6 / 便利なクレジットカード 現金書留対応 ※一部商品を除く ※一部商品を除く

▶ 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）



※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



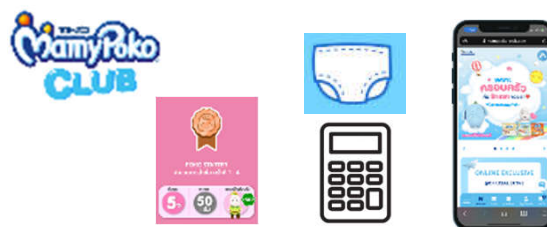
➤ ペットの成長、健康記録ツール+病院紹介、商品購買プラットフォーム「宠本本 (Pet note)」



➤ 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列表彰「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

外部機関からの評価と連携（2024年度）



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
8月	<ul style="list-style-type: none">✓ GPIFが採用するすべてのESG指数の構成銘柄に選定
9月	<ul style="list-style-type: none">✓ 愛媛県『ひめボス宣言事業所』として認定
10月	<ul style="list-style-type: none">✓ 『デオシート キレイパッド』が、2024年度グッドデザイン賞を受賞
12月	<ul style="list-style-type: none">✓ 浜松市の使用済み紙パンツリサイクル実証事業に参画✓ ブラジル工場で「ISO 14001」の認証取得✓ 「緑の募金」で林野庁から感謝状を受領✓ 「D&I AWARD 2024」で「ベストワークプレイス」に認定✓ グリーン物流パートナーシップ会議「特別賞」を受賞

インデックスへの組み入れおよび評価



DX注目企業2023
Digital Transformation

FTSE Blossom
Japan

FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

FTSE4Good



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



※ 受賞事項は以下サイトに掲載しております。
https://www.unicharm.co.jp/content/dam/sites/www_unicharm_co_jp/pdf/csr-eco/report/disclaimer_ms.pdf



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。



人的資本リーダーズ
2023

人的資本経営品質
2023



健康経営優良法人
2024
Health and productivity
ホワイト500



サプライチェーン
イノベーション大賞
2024
Supply chain Innovation Award

外部機関との連携



地方創生SDGs
官民連携
プラットフォーム



私たちは持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。



TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES



DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

BUSINESS AMBITION FIVE

1.5°C

GHG排出量総額削減目標

基準年:2021年 目標年:2031年

スコープ1,2:46.20%削減

スコープ3:27.50%削減



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や被災地支援



- 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

- 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



- 「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



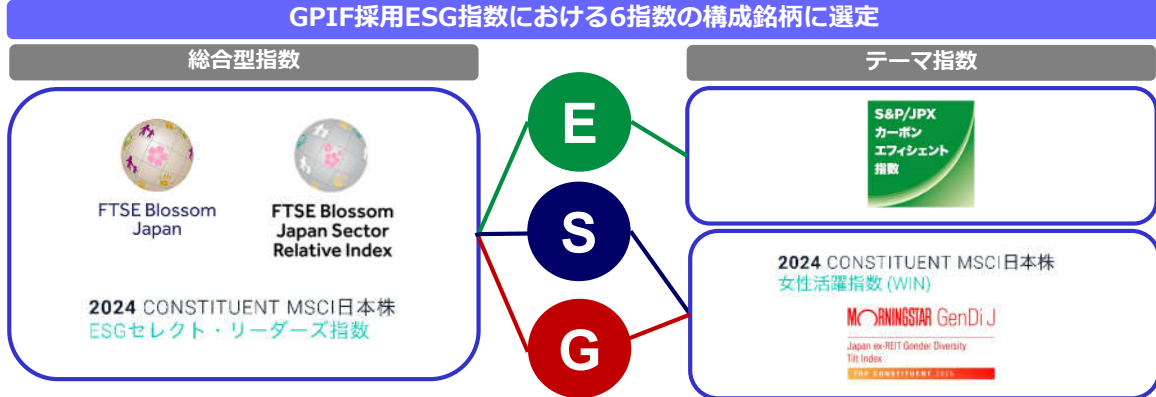
- 社員参加型の被災地支援「マッチングファンド※」を継続



参加社員：のべ28,488名
(2024年12月末時点)

※ 就業中に着用できるオリジナルのポロシャツ、ジャンパーなどを社内で販売し、その購入代金相当額と同額を「マッチングファンド」として被災地へ支援する社員参加型の取り組み

GPIF採用ESG指数における6指数の構成銘柄に選定



※ コニ・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コニ・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/content/dam/sites/www_unicharm_co_jp/pdf/csr-eco/report/disclaimer_ms.pdf

その他ESG指数



FTSE4Good



		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
CDP SCORES	気候変動	B	A-	A-	A-	A-	A
	森林 (木材)	B	B-	B	B	A	A
	水 セキュリティ	B-	B-	B	B	A	A
MSCI ESG RATINGS		BBB 5.3	A 5.3	BBB 4.7	A 5.1	AA 5.7	AA 5.4
FTSE ESG RATINGS		3.5	3.7	3.9	4.0	4.2	4.4

「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353回開催（2024年12月末時点）
「大人おむつカウンセリング」ユーザー数	約51,000名（2024年12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510の企業・団体（2024年12月末時点）
ソフィアプリ： https://s.sofy.jp/sofybeapp 「ソフィガール」（生理管理アプリ） / 「ソフィ」（生理管理アプリ） 「ソフィBe」（ホルモンと体調の関係がわかる生理管理アプリ）	合算累計約282.8万名（2024年12月末時点）
TikTok「さらけだ荘」再生数 https://www.tiktok.com/@sofy_official_7days/	約4,888万回（2024年12月末時点）
初潮教育・月経教育（オンライン含む）	インド：約710,000名（2024年12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395回 約14,250組（2024年12月末時点）
初潮教育サイト「CHARM GIRL'S TALK」登録数	インドネシア：約85,100名（2024年12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	累計登録会員数：約212万会員（2024年12月末時点）
「手ぶら登園」利用施設数	47都道府県 4,920カ所以上（2024年12月末時点）
ペットのQ&Aサービス「DOQAT」登録数 https://doqat.jp/	約55,000名（2024年12月末時点）
社員参加型の被災地支援「マッチングファンド」	参加社員：のべ28,488名（2024年12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。