

**2021年12月期  
第2四半期 (1月1日~6月30日)  
決算説明資料**

2021年8月4日

高原 豪久  
ユニ・チャーム 株式会社  
代表取締役 社長執行役員



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

1

ユニ・チャームの高原でございます。

本日はご多忙のおり、ユニ・チャーム株式会社 2021年12月期 第2四半期決算 Webカンファレンスにご参加を賜りまして、誠にありがとうございます。

早速ですが、お手元の資料の2ページをご覧ください。

**2021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.

まず、この第2四半期の決算概要でございます。

## 連結

**売上高** 3,770億円 (YoY +5.7%)  
**コア営業利益** 618億円 (YoY +11.7%)

- 売上高および、全利益項目で過去最高を更新。
- 業績予想の進捗は順調に推移。利益進捗は想定以上。

## 日本

**2.8%増収、9.1%増益、コア営業利益率改善**

- ウェルネスケアとペットケアが増収を牽引。
- 高収益率セグメントのミックス上昇で収益性改善。

## 海外

**7.6%増収、14.6%増益、コア営業利益率改善**

- アジア地域 増収増益。中国好調。東南アジアやインドなどで回復基調継続。
- その他地域 増収増益。ブラジル好調維持。北米は2Qから大幅な業績改善。

## 株主還元

**年間配当36円 20期連続増配を計画**

- 自己株式取得について・・・約160億円取得（約362万株）

資料3ページをご覧ください。

こちらが2021年12月期 第2四半期決算の総括でございます。

## 第2四半期累計期間業績は過去最高更新



● 連結決算ハイライト (1-6月)	(億円)					
	'20/12月期 2Q	'21/12月期 2Q	増減額	増減率	(業績予想) '21/12月期	進捗率
売上高	3,566	<b>3,770</b>	+204	+5.7%	7,700	49.0%
コア営業利益 (利益率)	553 (15.5%)	<b>618</b> <b>(16.4%)</b>	+65	+11.7% (+0.9P)	1,190 (15.5%)	51.9%
税引前四半期利益 (利益率)	391 (11.0%)	<b>648</b> <b>(17.2%)</b>	+257	+65.6% (+6.2P)	1,170 (15.2%)	55.3%
親会社の所有者に帰属する四半期利益 (利益率)	193 (5.4%)	<b>400</b> <b>(10.6%)</b>	+207	+107.3% (+5.2P)	750 (9.7%)	53.3%
EBITDA 税引前四半期利益 +減価償却費及び償却費+火災損失	734	<b>835</b>	+101	+13.8%	1,570	53.2%
基本的1株当たり当期利益(円)	32.30	<b>66.77</b>	+34.47	+106.7%	125.90	53.0%
USDレート(円)	108.27	<b>107.69</b>	-0.58	-0.5%	103.50	—
中国元レート(円)	15.39	<b>16.66</b>	+1.27	+8.3%	15.80	—

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

4

資料の4Pをご覧ください。

連結決算のハイライトでございます。

2021年12月期第2四半期決算の業績につきましては、

売上高は、3,770億円、5.7%増収、コア営業利益は、618億円、11.7%増益となり、それぞれ過去最高を更新いたしました。

また、コア営業利益率は0.9P改善し、16.4%となり、第2四半期累計期間としては過去最高の利益率となりました。

これは粗利率が1.2P改善、内、原材料関連のコストが上期については0.4P改善と大きく寄与したことによります。

税引前四半期利益と親会社の所有者に帰属する四半期利益の増益幅が大きい理由は、前期はその他費用でインドの工場火災損失161億円が計上されたことと、金融費用において、前期は為替差損が計上されましたが、今期は現地通貨高が進み為替差益となり27億円改善したことが主要因となります。

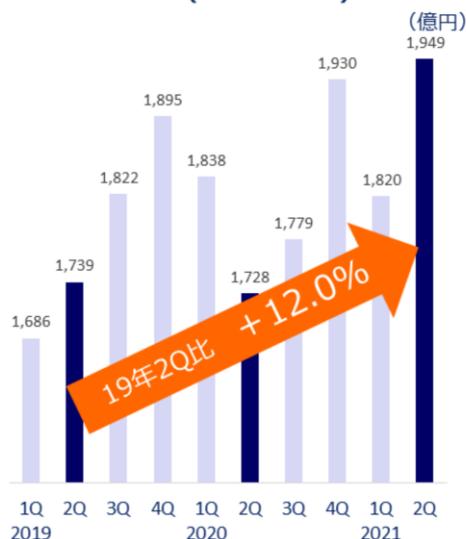
連結業績予想の進捗につきましては、表の右にありますように、売上高、コア営業利益ともに順調に推移しており、特にコア営業利益については想定以上の進捗で推移しています。

業績の詳細につきましては、次ページ以降でご説明いたします。

COVID-19拡大以前の2019年と比較し  
売上高、利益共に安定成長



● 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5Pをご覧ください。

四半期別の業績推移でございます。

アジア地域では再びCOVID-19の拡大があり、また中国は足元、変異ウイルスが発生しておりますが、そういった環境の中でも衛生関連用品というのは日常必需品ということもあまして、大変安定的に推移しています。

COVID-19拡大以前の2019年と比較しても売上高、利益は安定的に成長できております。

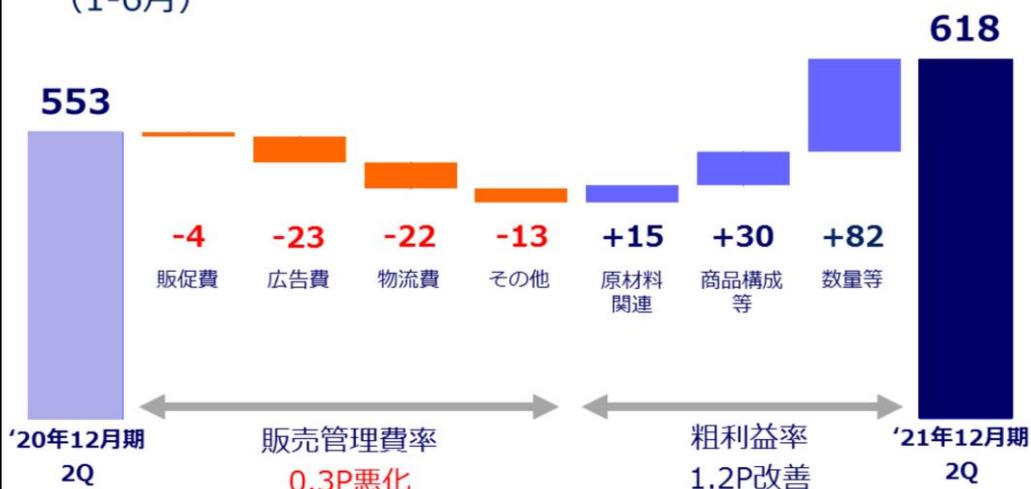
ちなみに四半期の売上高では、2QはIFRSベースで1,949億円と過去最高の売上高を更新しています。

中国や日本などで積極的マーケティング投資を実施し  
増収による数量増効果等で65億円増益



● コア営業利益増減  
(1-6月)

(億円)



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

6

資料の6Pをご覧ください。コア営業利益の増減でございます。

表の左の項目から説明します。販売管理費についてです。

特に『広告費』は、日本、中国、中東でそれぞれ積極的に新製品を中心に広告を投下した結果23億円利益減となりました。

『物流費』については、特にインドネシアや中国などで増加しました。インドネシアは、インド工場火災による供給量の減少に対する対応で輸出が増加。また、グローバル全体でのコンテナ不足もあり物流費率が悪化しました。中国は、前期のCOVID-19の影響で物流がストップしたことの反動などが主要因となり22億円利益減となりました。

『その他』の主なものは、人件費6億円、研究開発費で3億円など、合わせて13億円の利益減となりました。

『原材料関連』では原材料価格の単価下落で粗利益が約15億円増加となっております。

『商品構成等』の部分がポイントとなりますが、高粗利商品の多い、フェミニンケア関連商品や、ヘルスケア関連商品の売上構成比が高まり、逆に粗利率の低いベビーケア関連商品の構成比が低くなったことで商品ミックスが改善されました。その結果、『商品構成等』で30億円粗利益が増加しました。

『数量等』の部分で82億円増加した主な要因は、中国や日本、東南アジアなどの増収によって数量が増加したことなどが主要因であります。

よって前期と比較し販売管理費が約62億円増加し、粗利益が約127億円増加したことにより65億円の営業増益となりました。

日本ではウェルネスケアとペットケアが好調  
アジアでは中国が牽引、東南アジア回復基調



● 所在地別セグメント情報 (1-6月)		'20/12月期 2Q	'21/12月期 2Q	増減額	増減率	(億円) (参考) 実質 ※1 増減率
日本	売上高	1,376	<b>1,414</b>	+38	+2.8%	—
	コア営業利益 (利益率)	266 (19.3%)	<b>290</b> <b>(20.5%)</b>	+24	+9.1% (+1.2P)	—
アジア	売上高	1,620	<b>1,759</b>	+139	+8.6%	+4.1%
	コア営業利益 (利益率)	229 (14.2%)	<b>260</b> <b>(14.8%)</b>	+30	+13.2% (+0.6P)	+7.6%
その他※2	売上高	570	<b>596</b>	+26	+4.6%	+4.3%
	コア営業利益 (利益率)	55 (9.6%)	<b>66</b> <b>(11.1%)</b>	+11	+20.2% (+1.5P)	+20.8%
連結	売上高	3,566	<b>3,770</b>	+204	+5.7%	+3.6%
	コア営業利益 (利益率)	553 (15.5%)	<b>618</b> <b>(16.4%)</b>	+65	+11.7% (+0.9P)	+9.4%

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース

中国 +8% インドネシア +8% タイ +8% インド +7% ベトナム +3% 中東 +5% 北米 +6% ブラジル +16%

※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7P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1,414億円 2.8%増収、コア営業利益は290億円 9.1%増益となり、コア営業利益率は1.2Pと改善し20.5%となりました。

前期はCOVID-19の拡大によって感染予防意識の高まりからマスクなどの衛生関連商品の需要が急拡大し、今期はその反動で減収も想定されましたが、そんな環境下でも、マスクが12%成長と引き続き高い成長を実現し、また大人用紙おむつの店頭は+9%成長、ペットケアは10%を超える成長となりました。

次にアジア地域についてです。

アジア地域におきましては、

売上高は1,759億円 8.6%増収、コア営業利益は260億円、13.2%増益、コア営業利益率は14.8%と前期と比べ0.6P改善しました。

特に中国が約8%増収と好調を継続し、なかでもフェミニンケア関連商品については、プレミアム商品であるショーツ型ナプキンなどが好調に推移しました。ベビーケア関連商品については、引き続き日本製需要は残念ながら減退しておりますが、逆に中国産ムーニーが好調に推移しております。

● 海外売上高比率



● アジア売上高比率



資料の8Pをご覧ください。

海外売上高比率のグラフです。

海外売上高比率は63.1%、その中でアジアが46.7%となります。

高収益セグメントミックス上昇などで  
連結コア営業利益率は過去最高更新



● 所在地別 コア営業利益率



※ 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.

資料の9Pをご覧ください。

コア営業利益率のグラフです。

連結では、第2四半期累計期間としては過去最高の16.4%となりました。

日本が20%を超えて20.5%、アジアも14.8%、その他も11.1%と、それぞれ利益率が改善しています。

パーソナルケアはフェミニン/ベビーケアが牽引  
ペットケアは日本好調、北米回復、アジア投資拡大



● 事業別セグメント情報  
(1-6月)

		'20/12月期 2Q	'21/12月期 2Q	(億円)	
				増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	3,087	<b>3,254</b>	+167	+5.4%
	コア営業利益 (利益率)	489 (15.8%)	<b>545</b> <b>(16.8%)</b>	+57	+11.6% (+1.0P)
ペットケア	売上高	444	<b>486</b>	+42	+9.5%
	コア営業利益 (利益率)	62 (13.9%)	<b>69</b> <b>(14.3%)</b>	+8	+12.4% (+0.4P)
その他※	売上高	35	<b>30</b>	-5	-14.0%
	コア営業利益 (利益率)	3 (8.2%)	<b>3</b> <b>(10.6%)</b>	+0	+11.1% (+2.4P)
連結	売上高	3,566	<b>3,770</b>	+204	+5.7%
	コア営業利益 (利益率)	553 (15.5%)	<b>618</b> <b>(16.4%)</b>	+65	+11.7% (+0.9P)

※ その他は産業用資材関連商品等

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

10

資料の10Pをご覧ください。

事業別セグメント情報でございます。

パーソナルケアの増収増益については、特にアジアの方でCOVID-19の再拡大によるマイナスの影響はありましたが、フェミニンケア関連商品は12%増収、94億円の増収額となりました。

ヘルスケア関連商品は8%増収で、金額は58億円増収となりました。ベビーケア関連商品は3%増収、金額は37億円増収と順調に伸長し、中でも、フェミニンケア関連商品が一番貢献しました。一方、クリーン&フレッシュ関連商品は、マスクと同様にウェットティッシュが前期の特需の反動もあり、ウェットティッシュやお掃除用品などが2桁の減収、13%の減収となり、金額では22億円の減収で、利益も7億円減益となりました。

ただし、ウェットティッシュの売上高は、いわゆる平常期間の2019年と比較しますと30%増収となっていますので、決して悪くなっているわけではありません。

ペットケアの増収増益については、日本が33億円増収と、3億円の増益効果がありました。中でも猫の関連商品が順調に推移しております。

北米は先程、地域別で説明しましたとおり、第1四半期で輸入ができないことによる欠品のマイナス効果が、第2四半期になって回復し、9億円の増収、5億円の増益となりました。

為替変動による影響額は  
売上高 約75億円増、コア営業利益 約12億円増



● 通貨別変動推移 (1-6月平均レート)

通貨	'20/12期2Qレート	'21/12期2Qレート	増減率
中国(CNY)	15.39	<b>16.66</b>	+8.3%
インドネシア(IDR)	0.0075	<b>0.0076</b>	+1.3%
サウジアラビア(SAR)	28.89	<b>28.75</b>	-0.5%
インド(INR)	1.47	<b>1.48</b>	+0.7%
タイ(THB)	3.43	<b>3.50</b>	+2.0%
ベトナム(VND)	0.0046	<b>0.0047</b>	+2.2%
米国(USD)	108.27	<b>107.69</b>	-0.5%
台湾(TWD)	3.61	<b>3.85</b>	+6.6%
韓国(KRW)	0.0899	<b>0.0965</b>	+7.3%
オーストラリア(AUD)	71.21	<b>83.07</b>	+16.7%
マレーシア(MYR)	25.50	<b>26.29</b>	+3.1%
ブラジル(BRL)	22.29	<b>20.03</b>	-10.1%
オランダ(EUR)	119.30	<b>129.82</b>	+8.8%
エジプト (EGP)	6.82	<b>6.85</b>	+0.4%

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

11

資料の11P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75億円増収効果。

コア営業利益につきましては、約12億円の増益効果がありました。

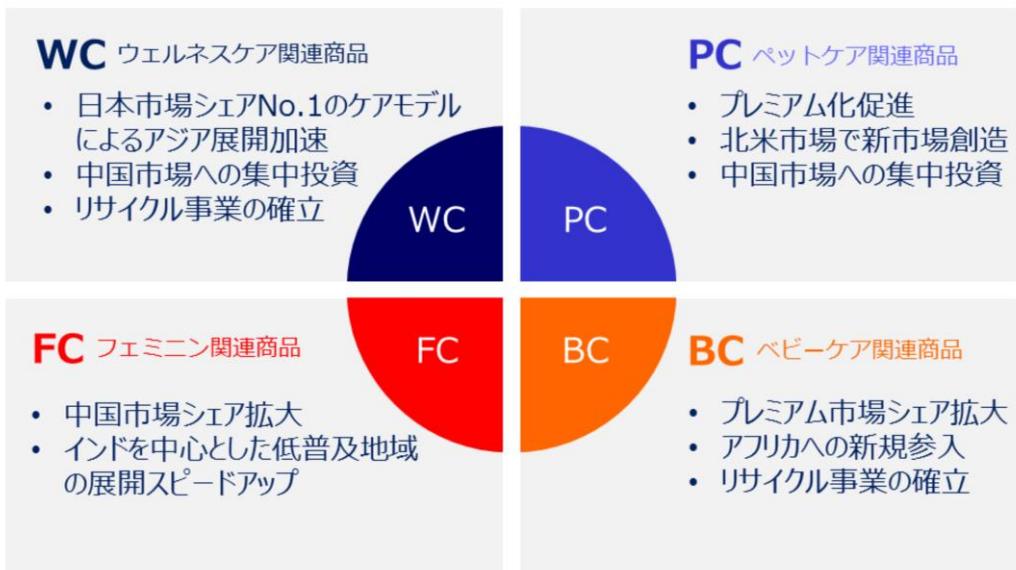
## 中・長期戦略・財務目標（2023年・2030年）

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

資料の12Pをご覧ください。

ここから中長期の戦略と財務目標について、再度ご説明したいと思います。

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



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

13

資料の13Pをご覧ください。

2030年へ向けた、各セグメントの戦略の概要でございます。

今回の第11次中期経営計画は、SDGsに貢献することをユニ・チャームグループのPurposeとして、「共生社会」の実現に向けた戦略を策定しています。

ユニ・チャームだからこそできる成長戦略として、赤ちゃんからお年寄りまで、ペットも含めて、顧客の生活全てに長期にわたって貢献できるということによって、結果的に共生社会をサポートするのが目的です。



資料の14Pをご覧ください。

2023年における目標でございます。

左上から右へご欄いただき、まず海外の売上高比率は63%から、2023年には65%を目標とし、特に新規参入エリア、アフリカ展開などを想定していますが、新規エリアで10%の市場シェアを獲得していきたいと思っています。

また、中国のKey都市では大人用紙おむつのカテゴリーシェアで、市場ナンバーワンになることを目標に置いています。

そして、ユニ・チャームの課題の一つでもある、現地の経営幹部によって経営する体制、現地化を進めるにあたり、ナショナルスタッフ幹部比率は、本部長クラスで65%をKPIとしております。ダイバーシティの観点では、女性管理職比率を連結で30%、日本では18%ということをおいて進めていきます。

下段の左から右へご覧いただくと、デジタルを活用して排泄ケア、ヘルスケアテック、ベビーテック、フェミニンテックもありますけれども、特に世界初の最適な排泄ケア提案というのを、2023年までの目標に置いています。

環境面についての使用済み紙おむつのリサイクル、そして包装材プラスチック使用率を5%削減するという、この環境対応目標も掲げて、2023年の目標として進めてまいります。

## Kyo-Sei Life Vision 2030

第11次中期経営計画  
2021~2023

売上高  
CAGR +6.8%

COPM  
17%

売上高  
CAGR+6.9%

COPM※  
15.5%

2023年  
売上高  
8,880億円

2030年  
売上高  
1兆4,000億円

※ COPMはコア営業利益率

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

15

資料の15Pをご覧ください。

財務目標として2023年には売上高8,880億円、コア営業利益率で15.5%を目指しています。

そして、さらに先の2030年には、売上高で1兆4,000億円、コア営業利益率17%の達成を目指してまいります。

新規の中長期経営計画が始まったばかりですが、KPIをしっかり決めて、まずはこの中間期、順調にスタートが切れたと思っておりますので、環境は常に厳しいですが、引き続き頑張っております。

## 株主還元政策

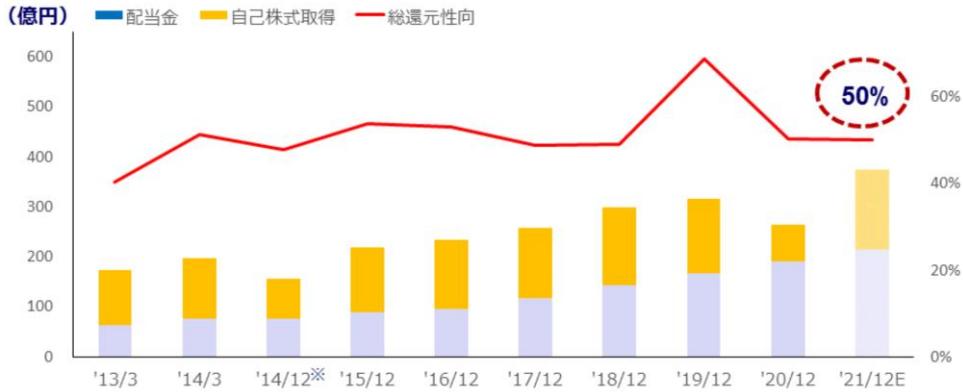
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

16ページ以降は株主様に対する還元政策についてとなります。

## 業績に連動した配当金と自己株式の取得により 2021年度も総還元性向50%を計画



### ● 株主還元政策



※1: 会計年度9ヶ月の変則決算

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

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

17

資料の17Pをご覧ください。

業績に連動した配当金、自己株式の取得によりまして、今期も総還元性向50%を計画しております。

## 1株当たり配当金 20期連続の増配 (年間36円)計画



### ● 1株当たり配当金の推移(円)



※ 会計年度9ヶ月の変則決算

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

18

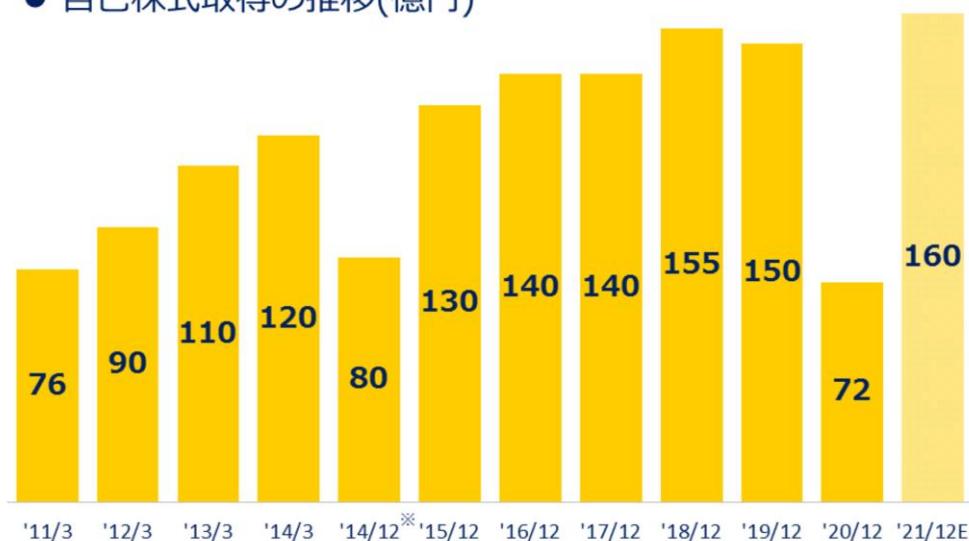
資料の18Pをご覧ください。

1株当たり配当金についてですが、2021年度におきましては、第2四半期末で1株あたり2円増配の18円、年間も同じく1株あたり2円増配、通期で年間4円増配の36円を配当する計画です。

当初予定どおり  
自己株式 約160億円(約362万株)を取得



● 自己株式取得の推移(億円)



※ 会計年度9ヶ月の変則決算

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

19

資料の19Pをご覧ください。

自己株式の取得の推移でございます。

2021年度は、2021年2月15日の取締役会で、上限取得額160億円 上限400万株の取得を決議させていただきましたので、すでに6月末までに予定通り約160億円の自己株式を取得しております。

今後も、安定的かつ継続的な配当と自己株式の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。

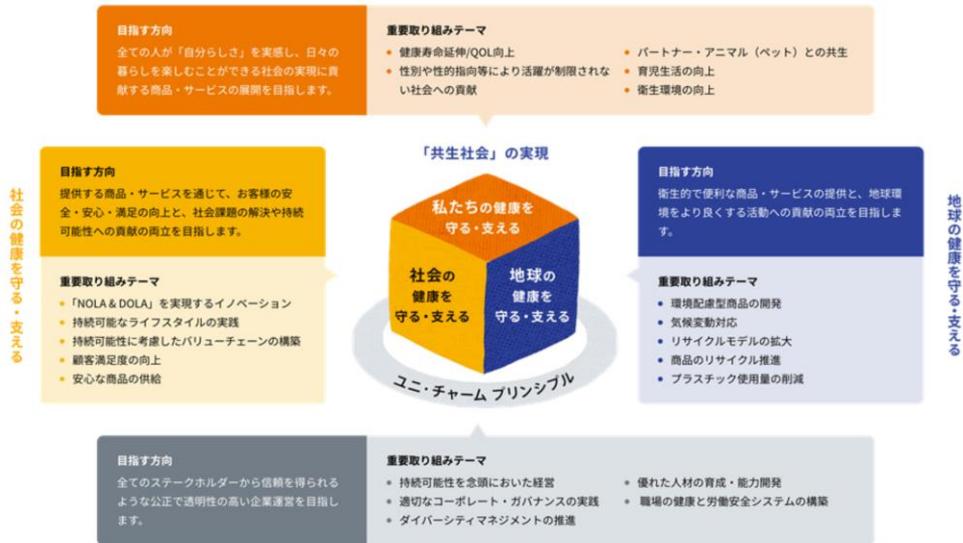
## 「共生社会」の実現に向けた取り組み

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

資料の20Pからは、共生社会の実現に向けた取り組みとして、具体的な20の最重要テーマを策定いたしました。

◆ 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



資料の21Pをご覧ください。

共生社会の実現に向けて、中長期ESG目標である「Kyo-sei Life Vision 2030」を策定し、2020年10月に発信いたしました。

◆「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"> <li>• 健康寿命延伸/QOL向上</li> <li>• 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</li> <li>• パートナー・アニマル（ペット）との共生</li> <li>• 育児生活の向上</li> <li>• 衛生環境の向上</li> </ul>
社会の健康を守る・支える	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「NOLA&amp;DOLA」を実現するイノベーション</li> <li>• 持続可能なライフスタイルの実践</li> <li>• 持続可能性に考慮したバリューチェーンの構築</li> <li>• 顧客満足度の向上</li> <li>• 安心な商品の供給</li> </ul>
地球の健康を守る・支える	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 環境配慮型商品の開発</li> <li>• 気候変動対応</li> <li>• リサイクルモデルの拡大</li> <li>• 商品のリサイクル推進</li> <li>• プラスチック使用量の削減</li> </ul>
ユニ・チャームプリンシプル	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 持続可能性を念頭においた経営</li> <li>• 適切なコーポレート・ガバナンスの実践</li> <li>• ダイバーシティマネジメントの推進</li> <li>• 優れた人材の育成・能力開発</li> <li>• 職場の健康と労働安全システムの構築</li> </ul>

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

22

資料の22Pをご覧ください。

今回策定した「Kyo-sei Life Vision 2030」なかでは、

2030年のありたい姿を描き、ユニ・チャームプリンシプルの下、私たち、社会、地球、それぞれの健康を守り、支える具体的な20の最重要テーマを策定いたしました。

策定にあたっては、マネージャー以上の幹部約900名や、お取引先、株主、行政機関、NPO、NGOなど32団体へ、アンケートを実施し『ユニ・チャームにとって特に重要だと考える項目』を5つ選択してもらった集計結果と執行役員内でのワークショップから、ステークホルダーの重要度、ユニ・チャームグループの重要度を決め、そこから20テーマを抽出いたしました。

この20テーマを具体的な戦略へ落とし込み、実行した結果を、次のページから、事例を示しております。

◆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

23ページをご覧ください。

これが最重要取り組みテーマの指標・目標の一覧です。

(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



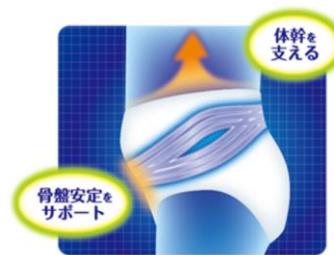
1995年“寝たきりゼロを目指して”  
『ライフリーリハビリ用パンツ』発売

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

◆高齢者の体幹を支え、自立歩行を支援する『ライフリー歩行アシストパンツ』



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

24

24ページをご覧ください。

健康寿命延伸、QOLの向上です。

自立歩行を支援する、ライフリーの歩行アシストパンツです。

具体的に、こういった内容で商品、サービスを開発しております。

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



◆性別や性的指向等により活躍が  
制限されない社会への貢献



2030年に  
向け拡大



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

◆生理について気兼ねなく話せる世の中を  
目指す ソフィ『#NoBagForMe』

#NoBagForMe

話そう、知ろう。生理のこと。

◆インド、ミャンマーなどでの初潮教育



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

25

25ページをご覧ください。

アジアでも性別や性的指向等により活躍が制限されないような社会への貢献をしてまいります。

また、生理について気兼ねなく話せる世の中を目指す#NoBagForMe、こちらも継続して推進してまいります。

インドについても、2014年度から生理の勉強会や初潮教育を進め、累計で34万1,000名を超える生徒さんたちに教育を実施してまいりました。

ミャンマーにおいても、2016年以来、43万7,000人を超える生徒さんたちに初潮教育を実施してまいりました。

◆ナプキンとショーツがひとつになった  
ショーツ型ナプキン



◆生理時の温感に着目したナプキン  
『苏菲(ソフィ)HOT(ホット)暖(ダン)℃』



◆ひんやりとした清涼感でムレを  
感じにくいクールナプキン



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



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

26

26ページは国や地域の特性に合わせた新価値提案です。

こういった、高機能の先進的なフェミニンケア商品を提供していることが商品ミックスを改善しているポイントになります。

左上がショーツ型のナプキン、右上が中国で販売している生理痛に対応する温感機能を持った生理用品です。

左下がASEANにおいて清涼感を感じるクールタイプのナプキン。

右下が菌の発生を抑えて、臭いにも対処するようなタイプのナプキンです。

こういったものが市場の利益、売上を牽引しています。

(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



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

◆全身の重要な筋肉の健康をサポートする  
 カラダづくりフード

『Physicalife - フィジカライフ -』



◆「独自技術の吐き戻し軽減機能」を  
 中心とした7つの機能で猫の心と身体を  
 サポートする健康機能食品『Allwell』



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

27

27ページはペットです。

独自技術でパートナー・アニマルの毎日の健康と、オーナー様の心のケアをすることですが、左下がPhysicalifeという新しいブランドです。今月から発売しており、全身の重要な筋肉の健康をサポートすることができます。

右下、こちらも非常にスマッシュヒットの商品になっていますが、オレンジ色のパッケージのAllwell。7つの機能で健康をサポートする、独自技術で吐き戻し軽減機能を実現して、大ヒットしております。

(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

◆サウジアラビア初※1オリーブオイルを  
配合した肌にやさしいベビー用紙おむつ  
「BabyJoy Olive」発売



※1 サウジアラビア国内の主要ベビー紙おむつにおいて  
(2021年2月ユニ・チャーム調べ)  
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

◆世界初※2 アンチモスカプセル搭載で  
デングウイルスを媒介する  
蚊を寄せつけない  
『MamyPoko  
Extra Dry Protect』



※2 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)

28

28ページです。

赤ちゃんと保護者の不快を解消してサポートするため、左下、中東サウジアラビアでは世界で初めてオリーブオイルを配合した肌に優しいプレミアムタイプのベビー用紙おむつを発売しました。

右下はデングウイルスを媒介する蚊を寄せつけないレモングラスを配合したおむつです。こちらはマレーシアを中心に発売をしています。

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

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

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

子育てのDXを推進  
「テクノロジーで子育てを変える」



育児環境の向上

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

29

29ページです。

ユニ・チャームのベビーテックの具体的な事例となります。

ファーストアセント社に対して提携をしまして、持分法適用会社になりました。

赤ちゃんの泣き声の分析に基づいた、より適切な紙おむつの開発、おむつ替えのタイミング等に対して生かしていこうと、いよいよこれから本格的にスタートする段階にきています。

◆衛生環境の向上



2030年に  
向け拡大



一人ひとりの努力で、感染症対策をするための  
商品・サービスの展開

◆海外においても、高付加価値マスクの  
展開を強化



◆マスクの「日本産業規格 (JIS)」  
制定を受け、認証取得の方針決定



次に、30ページをご覧ください。

「私たちの健康を守る・支える」のテーマの中で、ポストコロナの時代において、マスクの装着が今後も継続されるなか、衛生環境の向上に貢献してまいりたいと思います。

いよいよマスクも品質がより重視される環境になってきましたので、デザイン性、機能性、それぞれの国ごとに、特徴に合った高付加価値タイプのマスクの展開を強化していきます。

JISの制定を受けまして、JISの取得も含めてやってまいります。

◆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

次に、31ページです。

「社会の健康を守る・支える」、重要取り組みテーマになります。

(社会の健康を守る・支える)

全ての人々が不自由なく健康的で衛生的に過ごせるソーシャル  
インクルージョンの実現に向けた商品とサービスを展開



◆ 「NOLA & DOLA」を実現するイノベーション



2030年に  
向け拡大



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

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



【長引くマスク生活による影響】

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

※ 保護者の紙おむつの準備や、かさばる荷物を持って登園する負担を軽減する為に開始した、保育園向けベビー用紙おむつの定額制サービス  
Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved. 32

32ページをご覧ください。

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の具体的事例となる、顔がみえマスク、そして手ぶら登園の導入施設で、そのマスクの拡大を進めています。

◆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

33ページは「地球の健康を守る・支える」ということで、このような重要取り組みテーマで進めてまいります。具体的なKPI、定量的なKPIを決めております。

◆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	実施項目	基準年	2030目標	2050Vision
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	—	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.

34

34ページは「廃プラスチック“0”、CO<sub>2</sub>排出“0”、自然森林破壊“0”」という主要テーマの下に、環境課題を捉えて、目標を決めて進めてまいります。

◆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

◆世界最高水準の安全な繊維製品の証である“STANDARD100 by OEKO-TEX®”を取得したオーガニックコットン配合シートと国際的な森林認証制度で管理された繊維を使用した証である“FSC®認証”を取得したベビー用おしりふきを台湾-大中華圏で発売



35ページをご覧ください。環境配慮型商品の開発、具体的な事例です。

左上、こちらも環境配慮型の資材を使って、すでに商品化して販売をしています。オーガニックコットン配合シート、そして国際的な森林機関で管理された製品を活用した証をFSC認証という形で確保しながら、ベビー用おしりふきを既に台湾-大中華圏で発売しています。

(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  
二酸化炭素の削減を目指す



◆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

◆太陽光や水力などの自然を利用した再生可能エネルギーで発電された  
グリーン電力へ切り替え

タイ工場	年間使用電力の約11% (900万kWh)
ベトナム工場	年間使用電力の約22% (1,020万kWh)
ブラジル工場	年間使用電力の100% (16,032万kWh)
九州工場	年間使用電力の100% (980万kWh)
四国工場豊浜製造所	年間使用電力の100% (500万kWh)
伊丹工場	年間使用量電力の約3% (27万kWh)

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

36

36ページをご覧ください。グリーン電力への切り替えです。

こちらタイ工場から始まって、ベトナム、ブラジル、九州、四国、関西の伊丹。それぞれの年間使用量の電力の中で、グリーンエネルギーへの切り替えを行っています。

(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

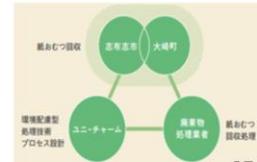
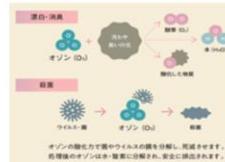
◆安心と便利さはそのままに、リサイクルがあたり前の未来へ

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.

37

37ページをご覧ください。

使用済み紙おむつの再資源化で、ゴミ処理費用の削減と環境負荷の低減を両立させるモデルです。

(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.

38

38ページご覧ください。

ユニ・チャームのリサイクルモデルの特徴は、オゾン処理をすることで、水平リサイクルができることです。衛生用品としてもう一度資材が活用でき、再資源化できるのが特徴となります。

(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  
東京都で収集・運搬手法の実証事業を開始



- ◆高齢者施設・保育園等にて、使用済み紙おむつの分別を行い、自治体とともに分別回収の実証実験を開始



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

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

39

39ページをご覧ください。

東京都でも、使用済み紙おむつを回収して実証実験を行いました。使用済み紙おむつが正確に正しく回収できて、リサイクル工場に回せるかどうかを実証実験させていただきました。

(地球の健康を守る・支える)  
使用済み紙おむつのリサイクル推進に向け  
「図解でわかるユニ・チャーム紙おむつリサイクル」を公開



◆小中学生向けに夏休みの自由研究にも活用できる4つに分けた「研究ノート」で  
使用済み紙おむつは、もう“ごみ”じゃないことを図解で説明

<p>研究ノート①</p> <p>ユニ・チャームが実現した 紙おむつの 循環型リサイクル</p>  <ul style="list-style-type: none"><li>●研究テーマ：循環型リサイクルとは？</li><li>●世界初、ユニ・チャームの紙おむつ循環リサイクル</li></ul>	<p>研究ノート②</p> <p>紙おむつ 再生の技術</p>  <ul style="list-style-type: none"><li>●研究テーマ：紙おむつの構造を知ろう</li><li>●研究テーマ：オゾン処理でパルプを再生する仕組み</li><li>●研究テーマ：高分子吸水材（SAP）を再生する仕組み</li></ul>
<p>研究ノート③</p> <p>リサイクルしないと 紙おむつは どうなるの？</p>  <ul style="list-style-type: none"><li>●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？</li><li>●SDGs（持続可能な開発目標）に貢献する紙おむつリサイクル</li></ul>	<p>研究ノート④</p> <p>紙おむつの リサイクルで 地球環境を守る</p>  <ul style="list-style-type: none"><li>●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</li><li>●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</li></ul>

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

Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

40

40ページをご覧ください。

こちらは、小中学生向けに、夏休みの自由研究にも活用できるような、四つに分けた研究ノートであります。

サイトから入ってご覧いただけますけれども、使用済み紙おむつというのは、もう“ごみ”ではないということ、小中学生向けに説明しています。

分かりやすく、大人も当然、非常に分かりやすい内容になっていて、夏休みの宿題のテーマに上げていただけたらなと思っております。

◆ユニ・チャーム プリンシプル

重要取り組みテーマ	指標	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	職場の健康と労働安全システムの構築	最高レベル	26年から毎
	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

41ページをご覧ください。

こちらは、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すということで、主要テーマを決めて、目標を決めて、納期を決めて公表しております。

◆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

42ページをご覧ください。

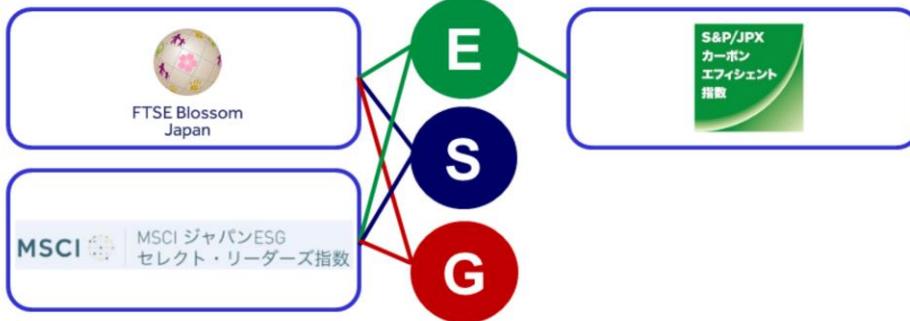
女性の活躍推進に向けた取り組みをさらに深化して強化してまいります。

ダイバーシティも着実に増えておりますし、女性の活躍支援を目指す30% Club Japan、また女性のエンパワーメント原則の趣旨に賛同するという宣言をしております。

GPIF採用ESG指数における3指数の構成銘柄に選定

総合型指数

テーマ指数



その他SRI指数



Copyright (c) Unicharm Corporation. All rights reserved.

43

43ページ以降、終わりのページまでは外部機関からの評価、そして具体的な連携内容をアップデートしたものを掲載させていただきました。

以上が、私からの決算説明となります。ありがとうございました。

■ 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

■ FSC  
(Forest stewardship council)



The mark of  
responsible forestry  
FSC® NO02492

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

■ 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

■ 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

■ PEFC森林認証プログラム  
「CoC認証※」



- ✓ タイ、インドネシア、韓国、日本の工場で取得
- ※ FM（森林管理）認証を受けた森林から産出された木材・紙商品を、適切に管理・加工していることを認証する制度。FM認証を受けた森林から最終商品になるまでの間、商品の所有権をもつ全ての事業者が対象。44

■ 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

■ 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

■ 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登録完了

■ 「DX銘柄）2021」において「DX注目企業2021」に選定

- ✓ コロナ環境下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」開発
- ✓ デジタルを活用し新たなビジネスモデルとして、紙おむつ等を提供するサブスクリプションモデル「手ぶら登園」
- ✓ 「九州工場スマートファクトリー化」など

■ 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



■ 法務省が推進するプロジェクト「Myじんけん宣言」に署名



- 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



- スポーツ庁が認定する「スポーツエールカンパニー2021」に認定



- 第37「企業広報賞」において「企業広報功労・奨励賞」を受賞

✓ コロナ禍でマスク不足が社会問題となる中、「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



私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

