

2018年12月期 第1四半期 決算説明資料

2018年5月9日

ユニ・チャーム株式会社

代表取締役 社長執行役員

高原 豪久

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。

2018年12月期 第1四半期 決算概要

◆資料内の表記

BC: ベビーケア事業

FC: フェミニンケア事業

HC: ヘルスケア事業

C&F: クリーン&フレッシュ事業

PC: ペットケア事業

● 連結業績(過去最高を更新)

- ✓ 売上高1,609億円(+10.0%、147億円増収)、コア営業利益247億円(+31.6%、59億円増益)。
- ✓ コア営業利益率 12.8%⇒15.4%、アジアを中心に大幅に改善。

● 日本業績(+9.0% 52億円増収、+6.8% 8億円増益)

- ✓ HC・・・中度、軽度商品における付加価値商品の展開により市場を牽引。
- ✓ BC・・・中国への越境ECが約2.6倍成長。国内では市場成長を上回る成長を継続。
- ✓ PC・・・市場創造型商品等の付加価値商品を継続的に投入し好調に推移。

● 海外業績(+10.7% 95億円増収 +77.8% 51億円増益)

- ✓ アジア・・・+14.2% 91億円増収、+91.1% 51億円増益。コア営業利益率8.7%⇒14.6%へ改善。
- ✓ 中国・・・FCで主要都市を中心に昨年販売した若年層向け商品の展開が好調に推移し高成長。BCは、前4QのECイベントなどの反動から在庫を調整するも、継続したムーニー(輸入品紙おむつ)へのマーケティング投資の効果もあり、越境ECを含めたムーニーの販売は好調に推移。自国生産品についてはパンツ型紙おむつへのシフトを促進。
- ✓ インドネシア・・・商品力強化、販路拡大等で市場成長を上回る成長を継続し収益性を改善。
- ✓ インド・・・前年の火災の影響もあったが、4月に第3工場が竣工し、更なる成長基盤を強化。

● 株主還元

- ✓ 配当金・・・年間配当金は4円増配の24円を予定。17期連続増配を計画。
- ✓ 増配を継続しながら、配当性向を段階的に引き上げ。

+10.0% 147億円増収、+31.6% 59億円営業増益
いずれも過去最高を更新
業績予想に対し、売上高、利益ともに進捗は良好



■ 連結決算ハイライト

(百万円)

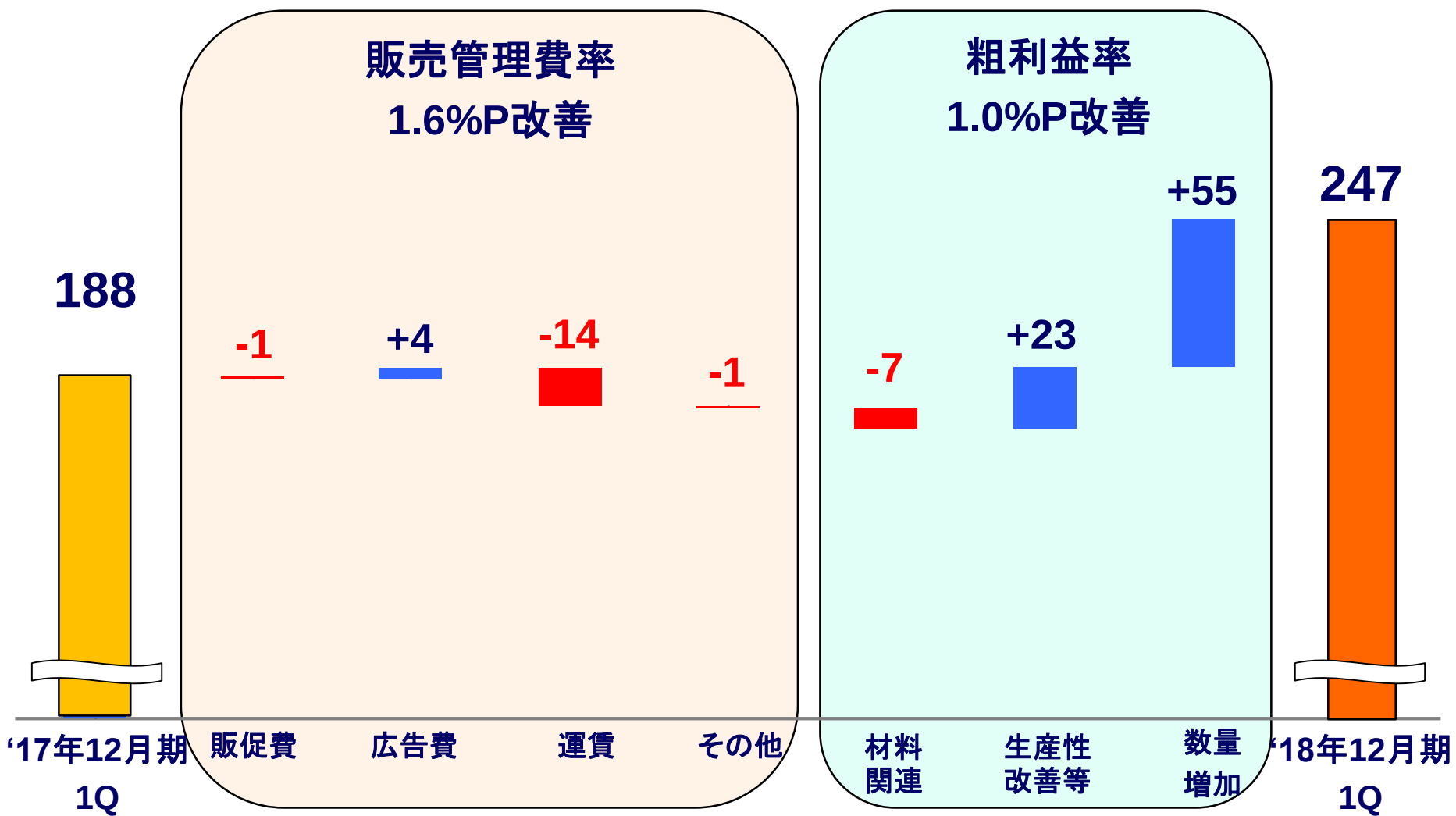
	‘17/12月期 1Q	‘18/12月期 1Q	増減額	増減率	(業績予想) ‘18/12月期 2Q	進捗率
売上高	146,259	160,936	+14,676	+10.0%	322,000	50.0%
コア営業利益 (利益率)	18,793 (12.8%)	24,731 (15.4%)	+5,938	+31.6% (+2.6%P)	42,000 (13.0%)	58.9%
税引前四半期利益 (利益率)	17,993 (12.3%)	21,824 (13.6%)	+3,832	+21.3% (+1.3%P)	41,500 (12.9%)	52.6%
親会社の所有者に帰属する四半期利益 (利益率)	11,589 (7.9%)	14,178 (8.8%)	+2,590	+22.3% (+0.9%P)	26,000 (8.1%)	54.5%
基本的1株当たり四半期利益(円)	19.64	24.21	+4.57	+23.3%	—	—
USDレート(円)	113.64	108.30	-5.34	-4.7%	110.00	—
中国元レート(円)	16.57	17.05	+0.48	+2.9%	16.80	—

継続的なマーケティング投資の効果により、販売数量の増加や商品ミックスの改善等が、原材料価格の上昇等を吸収し、コア営業利益は59億円増加、収益性も大幅に改善



■ コア営業利益増減

(億円)



日本では、BCの越境ECが高成長を継続、他事業も好調を継続 アジアでは、タイ、中国、インドネシア等が収益性改善



■ 所在地別セグメント情報

(百万円)

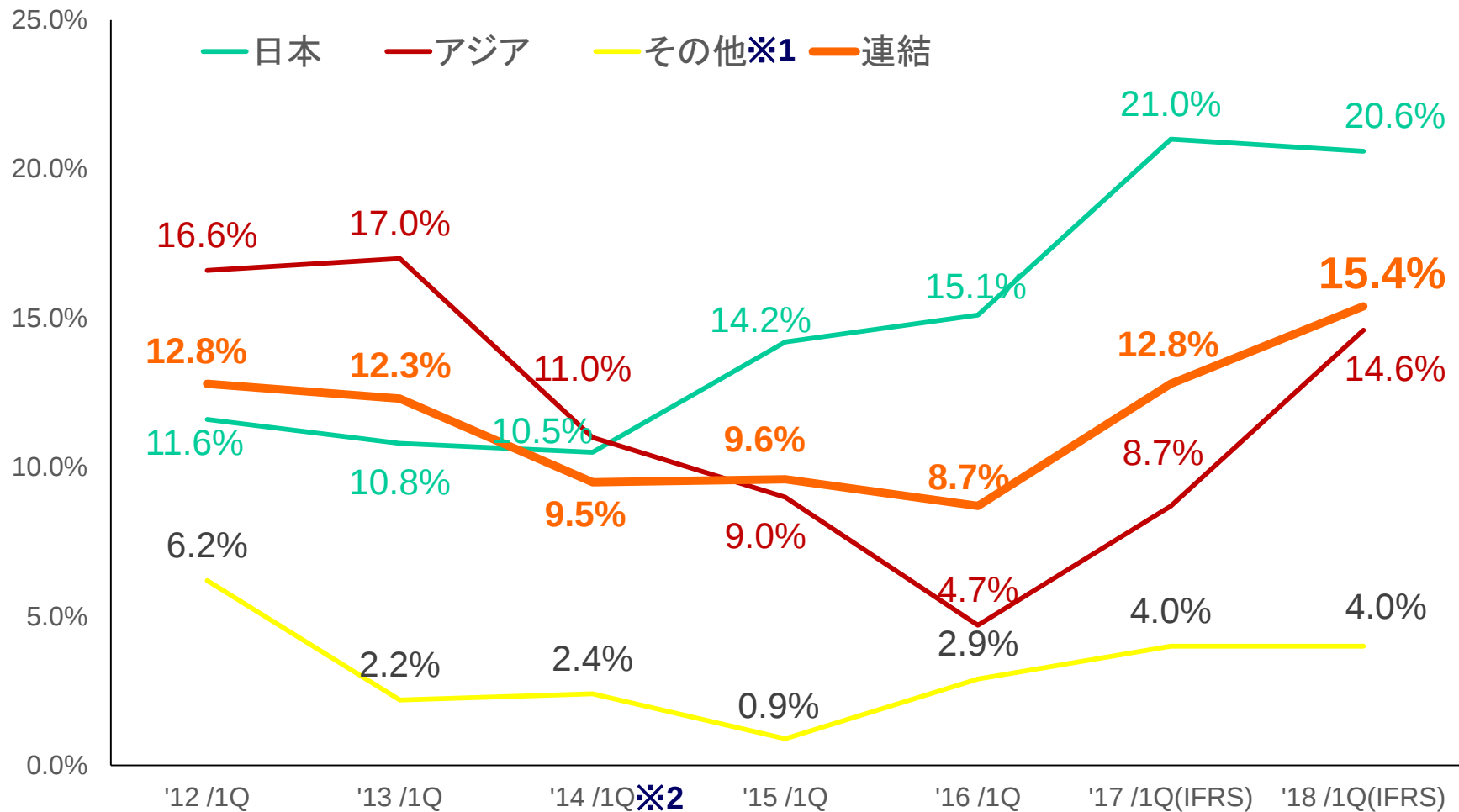
		‘17/12月期 1Q	‘18/12月期 1Q	増減額	増減率	(参考) 実質 増減率 ^{※1}
日本	売上高	57,704	62,872	+5,168	+9.0%	—
	コア営業利益	12,098	12,921	+823	+6.8%	—
	(利益率)	(21.0%)	(20.6%)		(-0.4%P)	—
アジア	売上高	64,300	73,400	+9,100	+14.2%	+14.0%
	コア営業利益	5,603	10,706	+5,103	+91.1%	+89.8%
	(利益率)	(8.7%)	(14.6%)		(+5.9%P)	—
その他 ^{※2}	売上高	24,255	24,663	+408	+1.7%	+3.7%
	コア営業利益	978	994	+16	+1.6%	+6.4%
	(利益率)	(4.0%)	(4.0%)		(±0.0%P)	—
調整額等	売上高	—	—	—	—	—
	コア営業利益	114	110	-4	—	—
	(利益率)	—	—		—	—
連結	売上高	146,259	160,936	+14,676	+10.0%	+10.3%
	コア営業利益	18,793	24,731	+5,938	+31.6%	+31.5%
	(利益率)	(12.8%)	(15.4%)		(+2.6%P)	—

※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、米国、サウジアラビア、ブラジル、オランダ。

日本では、輸出の拡大や高付加価値化を推進し高収益性を維持
 アジアでは、主要国で順調に収益性が改善
 なかでも中国FCやタイFC等が好調

■ 所在地別 営業利益率



※1: その他の主な地域は、米国、サウジアラビア、ブラジル、オランダ。

※2: 決算期変更により変則的な決算期間。

国内PCでは、主にトイレタリー商品等が好調に推移
 北米PCでは、気候の影響で主力品が伸び悩んだが
 商品ミックスの見直しにより収益性が改善

■ 事業別セグメント情報

(百万円)

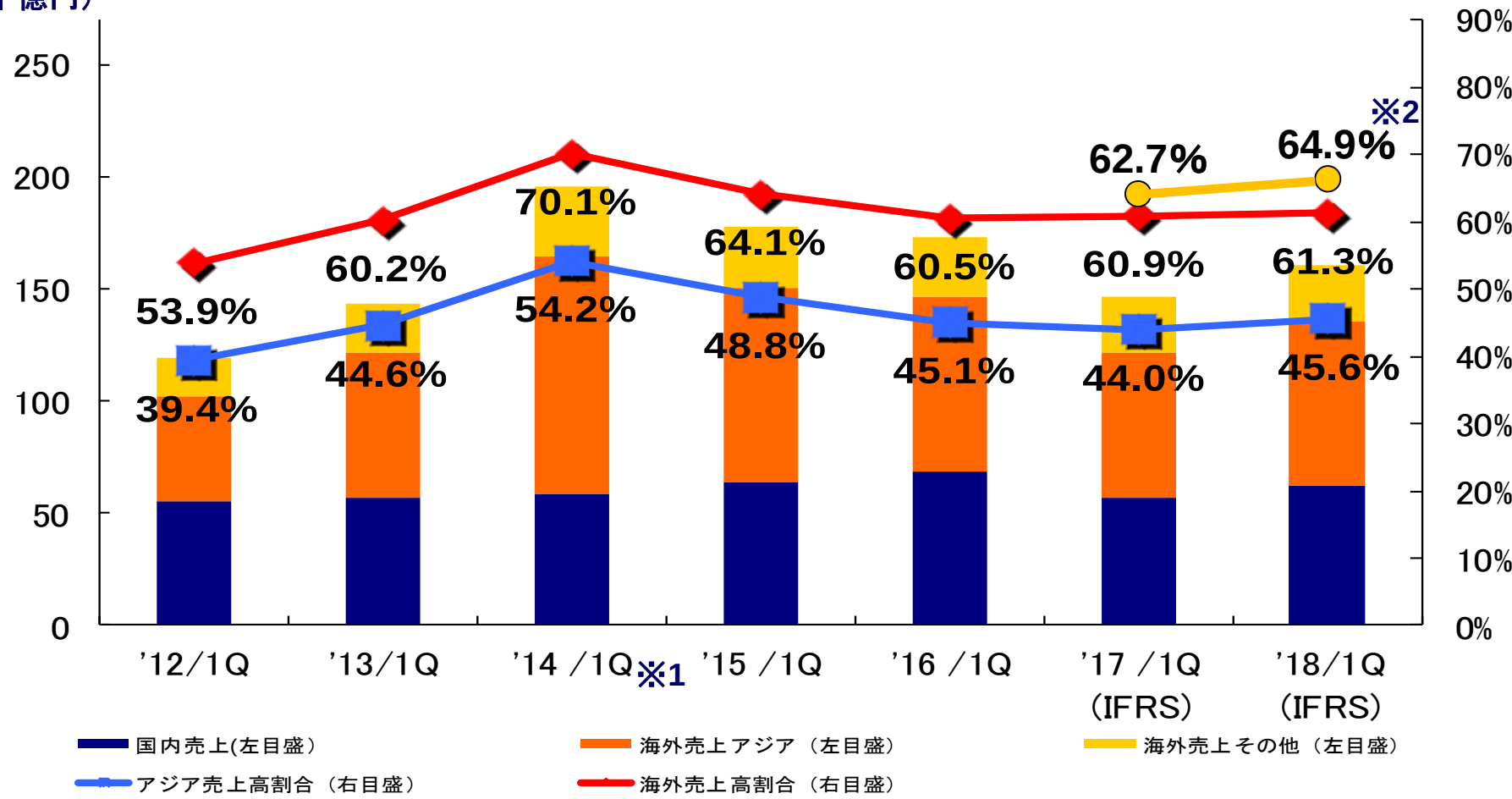
		‘17/12月期 1Q	‘18/12月期 1Q	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	126,732	141,223	+14,491	+11.4%
	コア営業利益	17,148	22,856	+5,708	+33.3%
	(利益率)	(13.5%)	(16.2%)		(+2.7%P)
ペットケア	売上高	17,988	18,039	+51	+0.3%
	コア営業利益	1,843	1,906	+63	+3.4%
	(利益率)	(10.2%)	(10.6%)		(+0.4%P)
※1 その他	売上高	1,546	1,680	+134	+8.7%
	コア営業利益	-198	-32	+166	—
	(利益率)	—	—		—
調整額等	売上高	-8	-6	+5	—
	コア営業利益	0	0	—	—
	(利益率)	—	—	—	—
連結	売上高	146,259	160,936	+14,676	10.0%
	コア営業利益	18,793	24,731	+5,938	31.6%
	(利益率)	(12.8%)	(15.4%)		(+2.6%P)

※1:その他は産業用資材関連商品等、育児動画配信サービス。

海外売上高構成比は61.3%（為替影響を除くと61.4%）



国内・海外売上高推移 （十億円）



※1: 決算期変更により変則的な決算期間。
※2: 日本からの越境EC等の輸出を海外売上高とした場合

為替変動の影響額は 売上高 約4億円減、コア営業利益 約0.2億円増

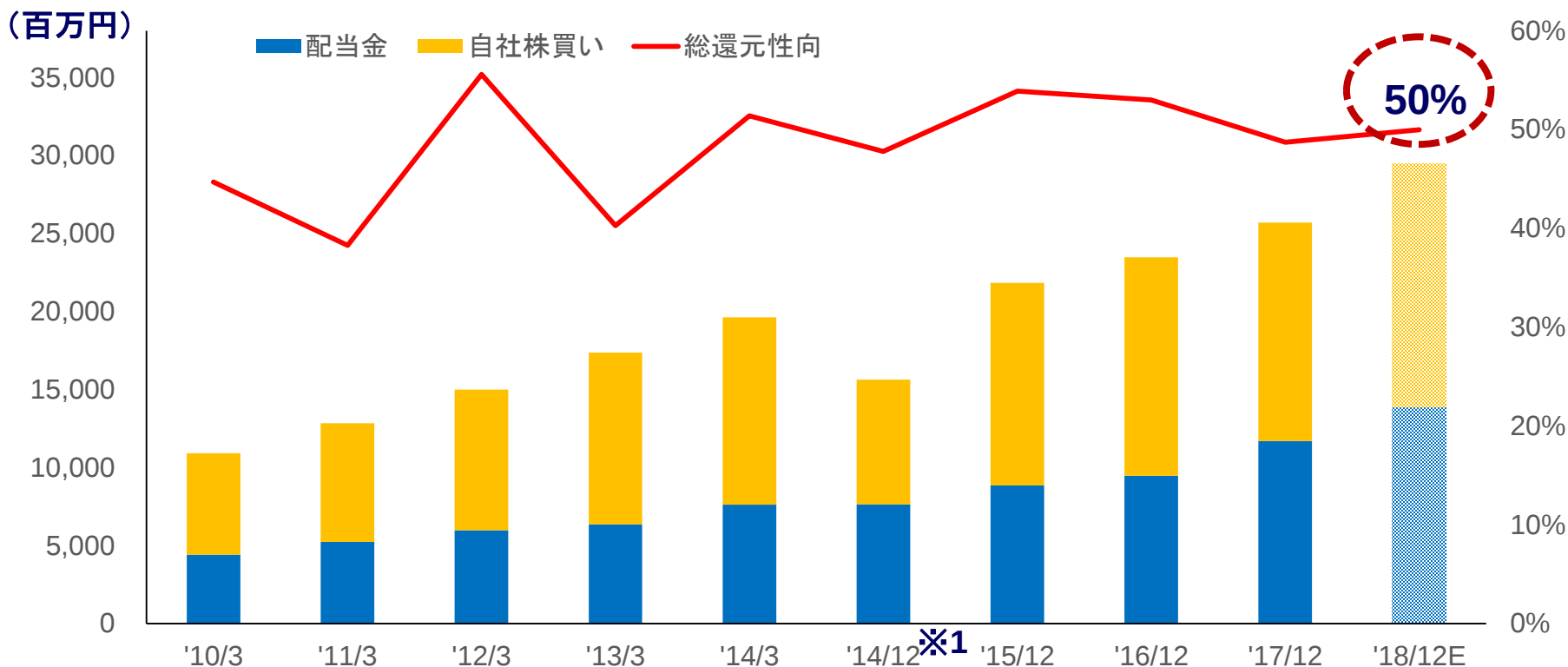
■ 通貨別変動推移

通貨	‘17/12期1Qレート	‘18/12期1Qレート	増減率
中国(CNY)	16.57	17.05	+2.9%
インドネシア(IDR)	0.0085	0.0080	-5.9%
タイ(THB)	3.24	3.44	+6.2%
サウジアラビア(SAR)	30.35	28.92	-4.7%
インド(INR)	1.71	1.70	-0.6%
ベトナム(VND)	0.0050	0.0048	-4.0%
米国(USD)	113.64	108.30	-4.7%
台湾(TWD)	3.66	3.71	+1.4%
オランダ(EUR)	121.08	133.22	+10.0%
韓国(KRW)	0.0988	0.1011	+2.3%
オーストラリア(AUD)	86.16	85.27	-1.0%
マレーシア(MYR)	25.57	27.63	+8.1%
エジプト(EGP)	6.41	6.13	-4.4%
ブラジル(BRL)	36.16	33.37	-7.7%
ロシア(RUB)	1.94	1.91	-1.5%

株主還元政策

2018年度も総還元性向50%を予定

株主還元政策



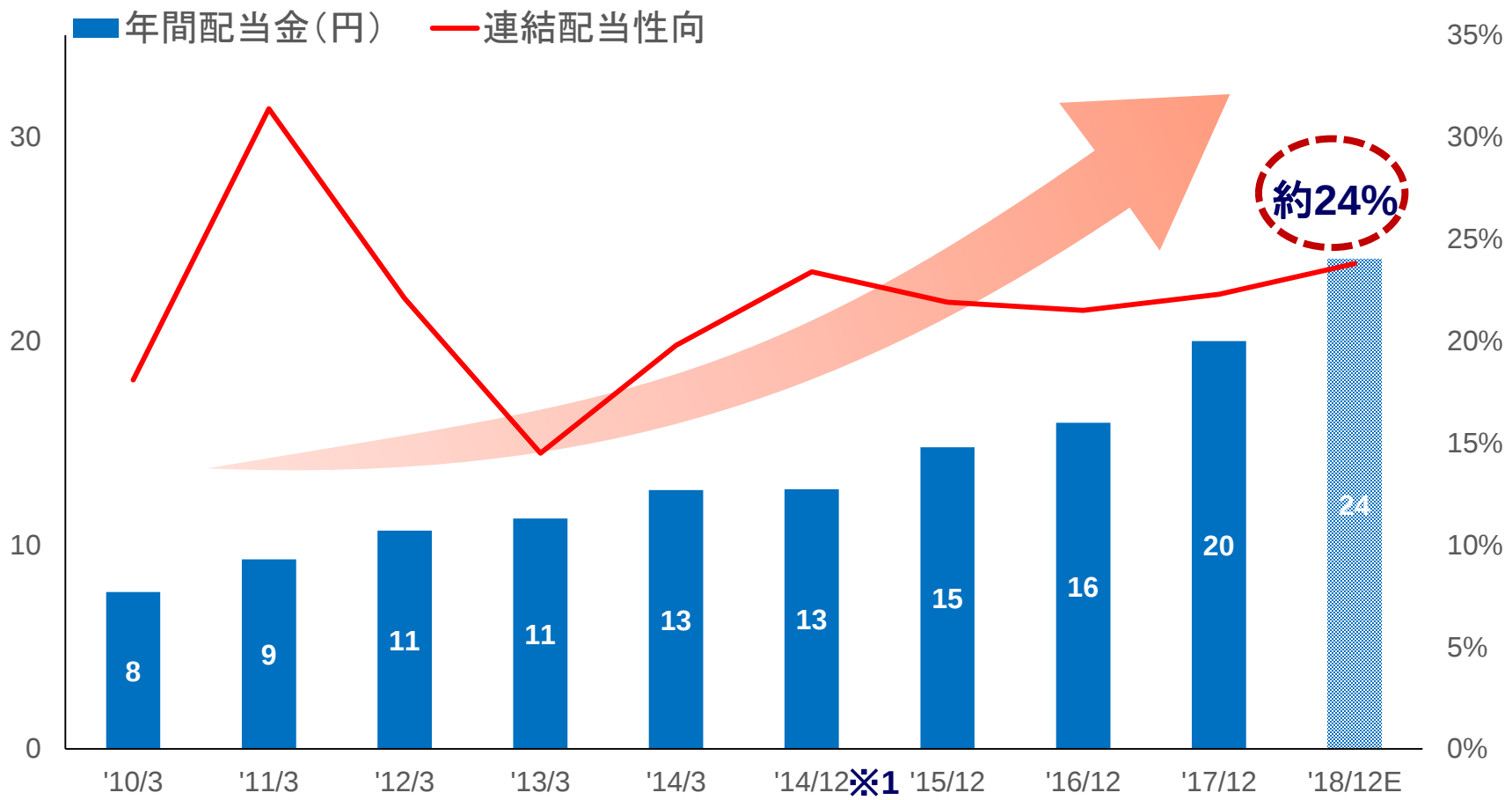
※1 '14/12は、会計年度9ヶ月の変則決算

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**(配当性向は段階的に引き上げる)に利益還元を図っております。

安定的かつ継続的な増配を実施し、17期連続増配を計画 配当性向は段階的に引き上げる



■ 1株当たり配当金の推移 (円)

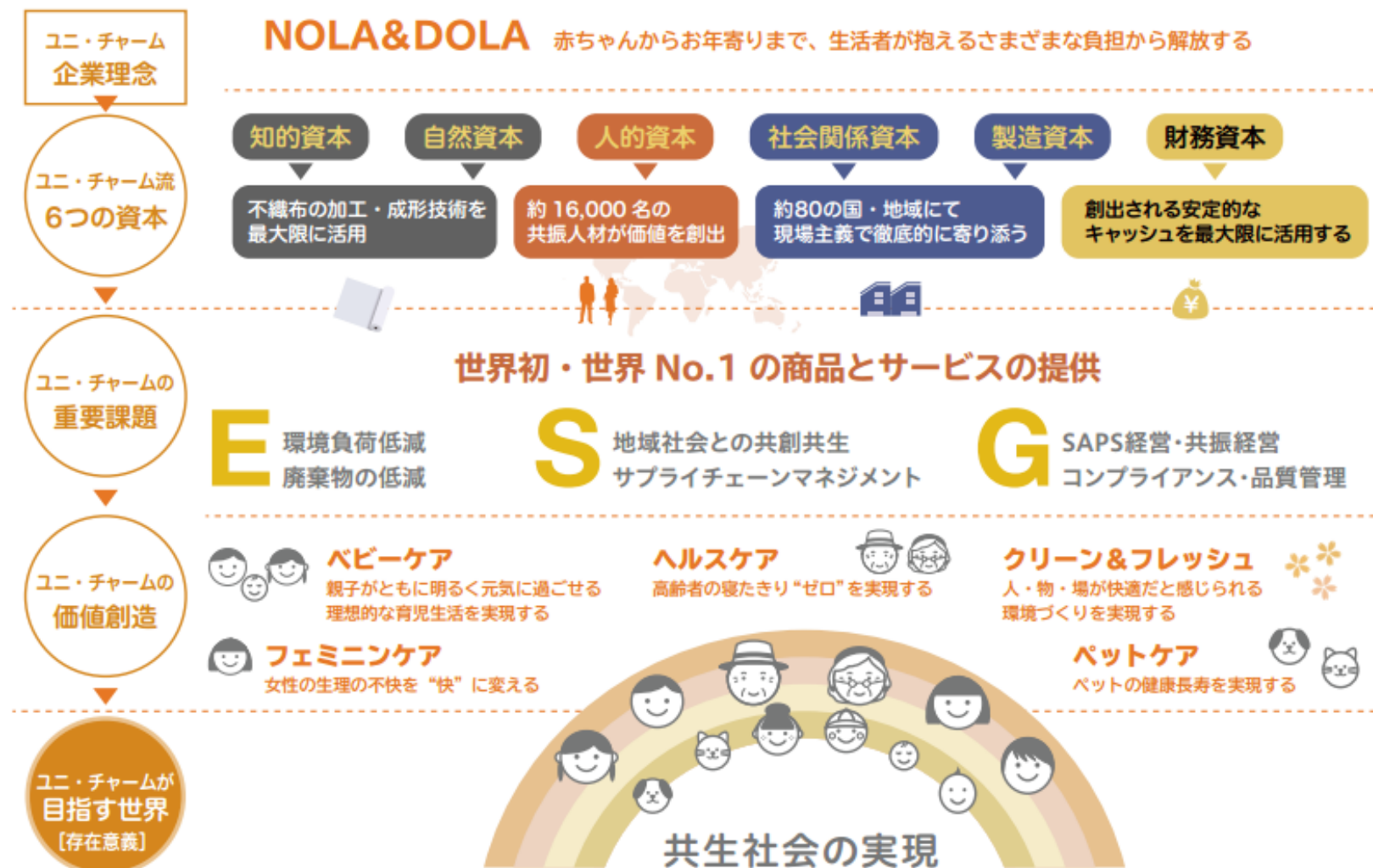


※1: 会計年度9ヶ月の変則決算。

企業価値向上に向けて

UC流6つの資本をもって様々な社会的課題を解決しながら 「稼ぐ力」を高め、『共生社会の実現』を推進

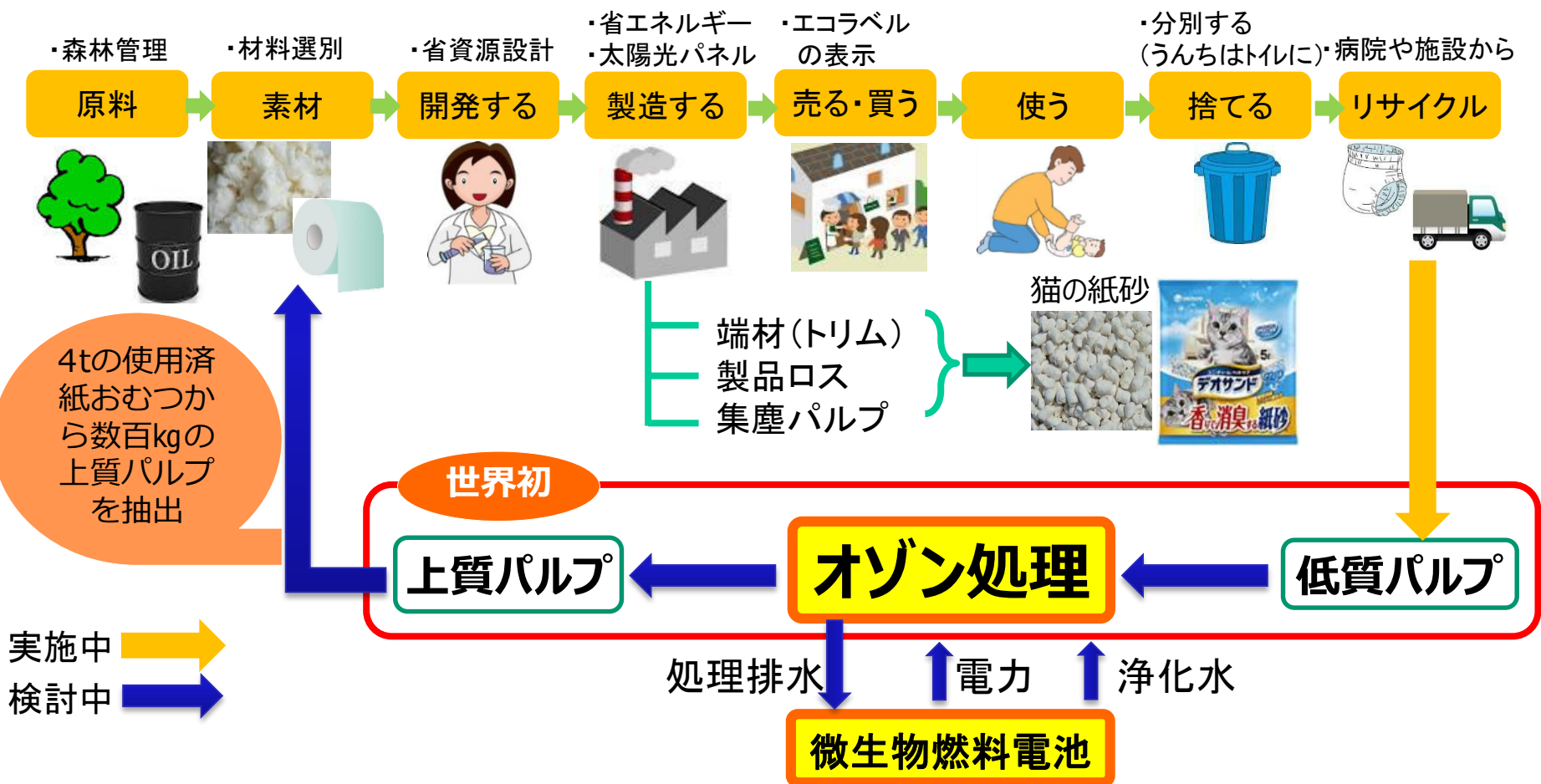
ユニ・チャーム価値創造モデル



地域と協働してリサイクルモデルを推進 ライフサイクル全体で環境にやさしい商品 作りを目指す

廃棄の削減

ユニ・チャームの目指すリサイクルシステム



✓ 紙おむつリサイクル工程で微生物燃料電池を利用して水質浄化と同時に発電が可能な
処理方法に関する特許を取得

廃棄物の削減

紙砂®

ユニ・チャーム工場から出る廃棄物

製品ロス

工場で検査に通らず、
商品にならなかった
おむつ

集塵パルプ・紙粉

工場でおむつを作った時に出る、
とても細かいパルプや高分子吸収材
(おしっこを固める粉)

端材（トリム）

不織布をおむつの形に
切り取った後の切れ端

紙管

工場で使う不織布や
紙を巻いている芯
(サランラップの芯のようなもの)

ユニ・チャーム工場 以外から出る廃棄物

古紙

新聞紙や雑誌など

デオサンド®（固まる紙砂®）

粒を作る

材料を切る



巨大なカッターで材料を切ります

細かくします

細かく切った
材料を固めて
紙砂®の粒を
作ります

まぶす

色をつけた粒に
高分子吸収材や
紙粉をまぶして、
白くします

詰める



袋詰めして、
できあがり！

おむつに
入っていた
高分子吸収材
(おしっこを固める粉)
を分ける

デオトイレ®（シートと一緒に使う猫砂）

溶かす&しぼる



原料(紙管や古紙)を
水で溶かしてドロドロの
状態にします



ドロドロの原料を
しぼって水分を抜きます

粒を作る

しぼった材料
を丸めて
紙砂®の粒を
作っていきます

粒をどんどん
丸くして
いきます

コーティング

乾燥後、粒の中に
おしっこが
しみこまないように
周りをコーティング
します

詰める



袋詰めして、
できあがり！

✓ タイ法人では発生した廃棄物全体の90%以上をリサイクル。国内のリサイクル活動と併せて、埋立廃棄物ゼロを実現。



商品を通じた国内でのCO₂削減の取り組み



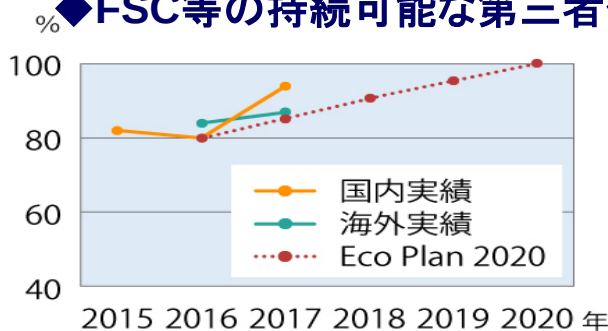
✓ 「エコチャーミング商品」の一例



✓ 環境性能が向上した「環境配慮型商品」の概念をさらに発展させて持続可能な社会への適合を推進する上位商品を「エコチャーミング商品」として定義。基準をクリアした商品は146品目。(2017年12月現在)

生物多様性に配慮したサプライチェーンマネジメントの推進

◆FSC等の持続可能な第三者保証材比率



FSC® N002492

✓ HCVFや、HCSFからの原材料不使用を森林ガイドラインを通じてサプライヤーへ要請。2016年からは対象範囲を海外ローカルサプライヤーへ広げる。

✓ 2020年までに吸収物品に使用される紙・パルプについて、再生紙、または「持続可能森林認証材」への切り替えを目指す。

HCVF : High Conservation Value Forests
HCSF : High Carbon Stock Forests

◆2017年3月RSPO加盟



✓ 持続可能な調達に向けた情報収集とトレーサビリティ確立に向け、RSPOへ加盟

RSPO : Roundtable on Sustainable Palm Oil
(持続可能なパーム油のための円卓会議)

ユニ・チャームらしさを活かした社会貢献活動を実施し、UCファンの拡大へ繋げる

- 1 貧困をなくそう
- 3 すべての人に健康と福祉を
- 4 質の高い教育をみんなに
- 5 ジェンダー平等を実現しよう

◆BC 親子の理想的な育児生活を実現



◆FC 女性の生理の不快を”快”に変える



◆HC 高齢者の寝たきり”ゼロ”を実現



◆PC ペットの健康長寿を実現





『ユニ・チャームグループ人権方針』と 『調達基本方針』を制定

ユニ・チャームグループ人権方針

社員を含むすべてのステークホルダーの人権尊重に向けた取り組みを推進

調達基本方針

「ユニ・チャームグループ サステナブル調達ガイドライン」を新設し、調達における人権、労働、環境、安全面の社会課題に配慮

ユニ・チャームグループ人権方針

ユニ・チャームグループは、企業理念「NOLA&DOLA」に「赤ちゃんからお年寄りまで、生活者がさまざまな負担から解放されるよう、心と体をやさしくサポートする商品を提供し、一人ひとりの夢を叶えたい」という想いを込めており、全ての人にも与えられた基本的権利である人権が尊重される社会の実現を支援していきます。またその前提として、当社は人権尊重の責任を果たす努力を怠りません。

1. 位置づけ

ユニ・チャームグループは、「国際人権宣言」「世界人権宣言と国際人権規約」、「労働における基本的原則および権利に関する国際労働機関（ILO）宣言」、国連グローバル・コンパクトの10原則、および国連の『ビジネスと人権に関する指導原則』に基づき、ユニ・チャームグループ人権方針（以下、本方針）を定め、社員を含むすべてのステークホルダーの人権尊重に向けた取り組みを推進していきます。本方針は、企業理念、行動指針（The Unicharm Way）と補完関係にあり、当該行動指針の人権に係る事項についてユニ・チャームグループがどのように取り組んでいくかを明確にするものです。

2. 適用範囲

本方針は、ユニ・チャームグループで働くすべての役員と社員に適用されます。また、ビジネスパートナーおよびサプライヤーに対しても、本方針を支持し、遵守して頂くことを期待して働きかけ、協働して人権尊重への取り組みを推進していきます。

3. 人権尊重の責任遂行

ユニ・チャームグループは、自らの事業活動において影響を受ける人びとの人権を侵害しないこと、また自らの事業活動において人権への負の影響が生じた場合は是正に向けて適切に対処することにより、人権尊重の責任を果たします。なお、ユニ・チャームグループが直接人権への負の影響を助長していない場合でも、ビジネスパートナーやサプライヤーにおいて人権への負の影響が引き起こされている場合には、適切な対応をとるよう促します。

適用法令の遵守

ユニ・チャームグループは、事業活動を行うそれぞれの国または地域における法と規制を遵守します。但し、各国・地域の法令等と国際的な人権の原則に矛盾がある場合には、国際的な人権の原則を尊重する方法を追求していきます。

人権デュー・ディリジェンス

ユニ・チャームグループは、国連の『ビジネスと人権に関する指導原則』に基づく手順に従って人権デュー・ディリジェンスの仕組みを構築し、人権への負の影響を防止または軽減することに努めます。

救済

ユニ・チャームグループは、直接的または間接的に、人権に対する負の影響を引き起こすようなことがあった場合、対話と適切な手続きを通じてその救済に取り組みます。

教育

ユニ・チャームグループは、本方針が社内外に浸透し効果的に実行されるよう適切な教育を行います。

対話・協議

ユニ・チャームグループは、本方針の一環の取り組みにおいて、ユニ・チャームグループの事業の影響を受ける人びととの有意義な協議を、誠意をもって行います。

報告

ユニ・チャームグループは、人権に関する取り組みについてウェブサイト等で報告します。

制定年月日 2017年 10月 25日

ユニ・チャーム株式会社

代表取締役 社長執行役員

高野 泰久

■ユニ・チャームグループ人権方針

http://www.unicharm.co.jp/csr-eco/employee/philosophy/pdf/human_rights_policy.pdf

調達基本方針

ユニ・チャームグループは、企業の社会的責任を果たし、公正で公平な企業活動をします。

1. 法令・社会規範の遵守

- (1) 購買活動において、関連する法令や社会規範を遵守します。
- (2) 購買活動において、国・税関・税務の両方を問わず公正で公平な競争機会を提供します。
- (3) 購買活動において、知り得た情報の適切な管理を求めます。

2. 人権・労働への配慮

- (1) 購買活動において、人権尊重を重視する企業と取り組みます。
- (2) 購買活動において、非人道的な労働に対し十分な配慮を要する企業と取り組みます。
- (3) 購買活動において、従業員に適正な雇用を推進する企業との取り組みを重視します。

3. 環境への責任

- (1) 購買活動において、環境保全の重要性を理解し、推進する企業を評価します。
- (2) 購買活動において、循環型社会を目指し、環境への影響に配慮した原料を重視します。

4. 安全で安心な製品・資材の調達

- (1) 購買活動において、安全性の確認が取れた製品・資材を選択します。
- (2) 購買活動において、経済的で真の安い資材・製品を選択します。
- (3) 購買活動において、要求を満たす製造・供給能力を重視します。

5. 相互信頼関係の発展

- (1) 社会常識の範囲から逸脱しない、お取引先との関係を構築し、信頼関係を構築します。
- (2) お取引先と必要な情報を交換しあい、相互の業績向上に努めます。

■調達基本方針

<http://www.unicharm.co.jp/csr-eco/partner/procurement/index.html>

「健康経営優良法人2018
～ホワイト500～」に認定※1



※1: 優良な健康経営を実践している法人を、経済産業省と日本健康会議が顕彰する制度

働き方改革の推進

2015年～
アニバーサリー休暇



2017年～
在宅勤務・勤務間インターバル・
資格・評価・報酬制度の改定



2018年～
副業制度・
休日電話・メールの禁止



健康維持・増進に向けた取り組み

2009年～2017年(9年連続)
健康診断受診率100%



2007年～
乳がん・子宮頸部がん
検診会社負担



2015年～
ハイリスク者を対象とした
メタボ研修



※: 全項目、日本勤務者対象

全カテゴリーで、国内市場を活性化

■ 2018年度春の新商品(日本)



