

2017年12月期 決算説明資料

2018年2月16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。

2017年12月期 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6,416億円(6.1%増収)、コア営業利益868億円(9.8%増益)。
- ✓ 2017年度業績予想を達成し、第10次中期経営計画において好スタートを切る。

● 日本業績(4.9%増収 13.0%増益)

- ✓ HC…軽度、中度商品における付加価値商品の展開により市場を牽引し収益性を改善。
- ✓ BC…中国への越境ECなどの輸出が拡大し、継続的に収益性を改善。
- ✓ PC…ブランド強化やプレミアム品、市場創造型商品の継続投入で収益性を大きく改善。

● 海外業績(7.0%増収 5.4%増益)

- ✓ アジア… 8.2%増収、6.8%増益。コア営業利益率8.7%。
- ✓ 中国…FCで主要都市を中心に若年層向け商品の展開が好調に推移し中国事業を牽引。BCは、ムーニー(輸入品紙おむつ)の販売強化や、おむつの入口サイズの強化からパンツ型紙おむつへのリレーションを図る為のマーケティング投資等を積極的に実施し、2018年度への成長基盤を整備。販売チャネルのECでは高成長を継続。
- ✓ インドネシア…商品力強化、販路拡大等で収益性を改善し圧倒的な市場シェアを維持。
- ✓ インド… BC、FC共に、売上高の高成長を継続し、黒字化達成。

● 株主還元(16期連続増配と、自己株式取得)

- ✓ 自己株式取得…140億円 511万株を取得。
- ✓ 期末配当金…当初の予定から2円増額の11円とし、年間配当金20円(4円増配)。
- ✓ 増配を継続しながら、配当性向を段階的に引き上げていく。

6.1%増収、9.8%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、利益ともに達成

■ 連結決算ハイライト

(百万円)

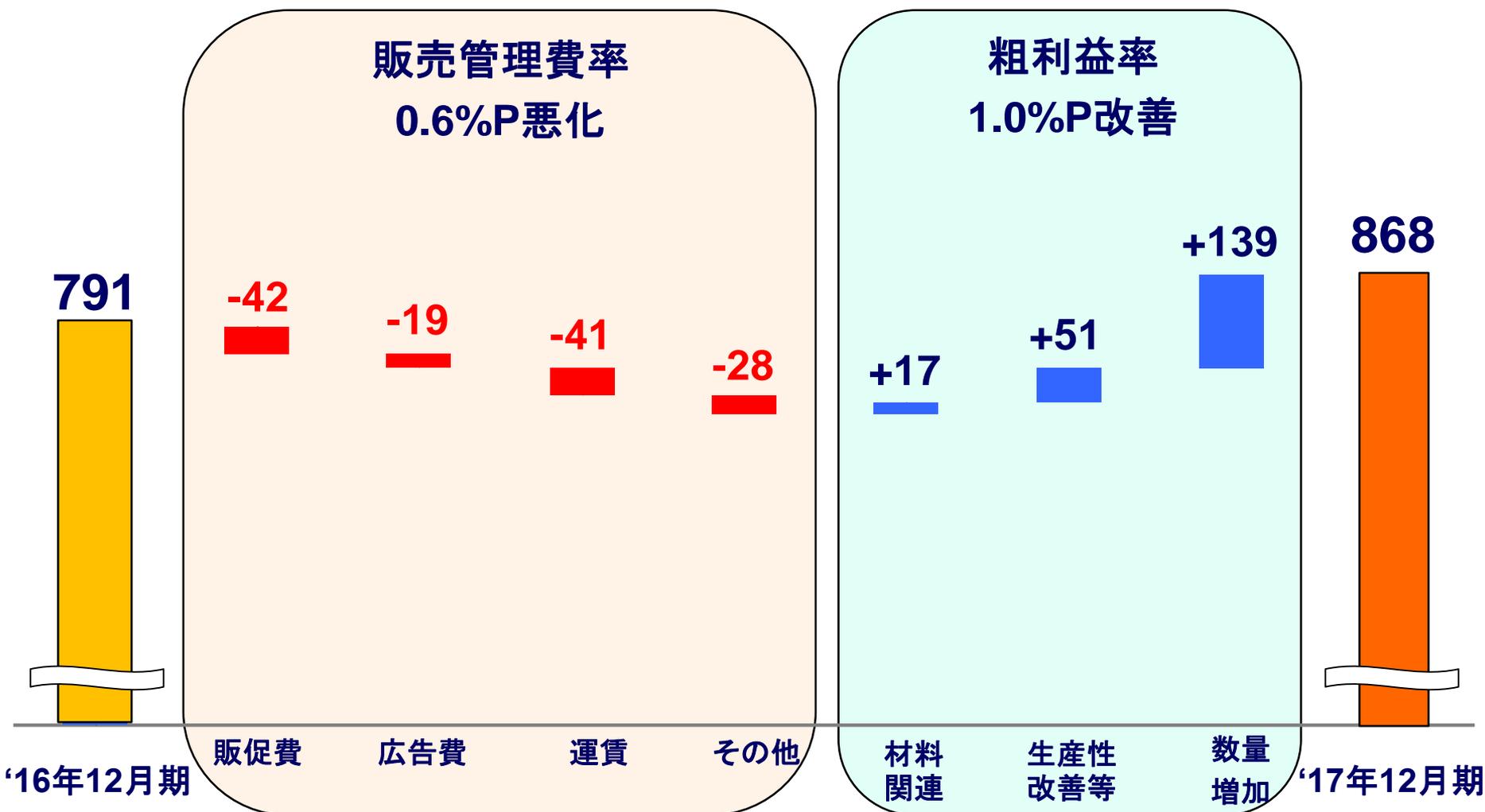
	※1 '16/12月期	※2 '17/12月期	増減額	増減率	(業績予想) '17/12月期	達成率
売上高	604,653	641,647	+36,994	+6.1%	630,000	101.8%
コア営業利益 (利益率)	79,116 (13.1%)	86,838 (13.5%)	+7,722	+9.8% (+0.4%P)	84,000 (13.3%)	103.4%
税引前当期利益 (利益率)	75,835 (12.5%)	92,926 (14.5%)	+17,091	+22.5% (+2.0%P)	77,000 (12.2%)	120.7%
親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率)	46,971 (7.8%)	52,772 (8.2%)	+5,801	+12.3% (+0.4%P)	49,000 (7.8%)	107.7%
基本的1株当たり当期利益(円)	79.06	89.85	+10.79	+13.6%	—	—
USDレート(円)	108.84	112.19	+3.35	+3.1%	110.00	—
中国元レート(円)	16.37	16.63	+0.26	+1.6%	16.30	—

※1:IFRSに基づき算定。 ※2:IFRSを適用。

積極的なマーケティング投資の効果により、販売数量が増加
 商品ミックスの改善、原材料価格変動の好影響等もあり、コア
 営業利益は77億円増加

■ コア営業利益増減

(億円)



日本では、BC、HC、PCが牽引 アジアでは、インド黒字化やインドネシアを中心に収益性改善

■ 所在地別セグメント情報

(百万円)

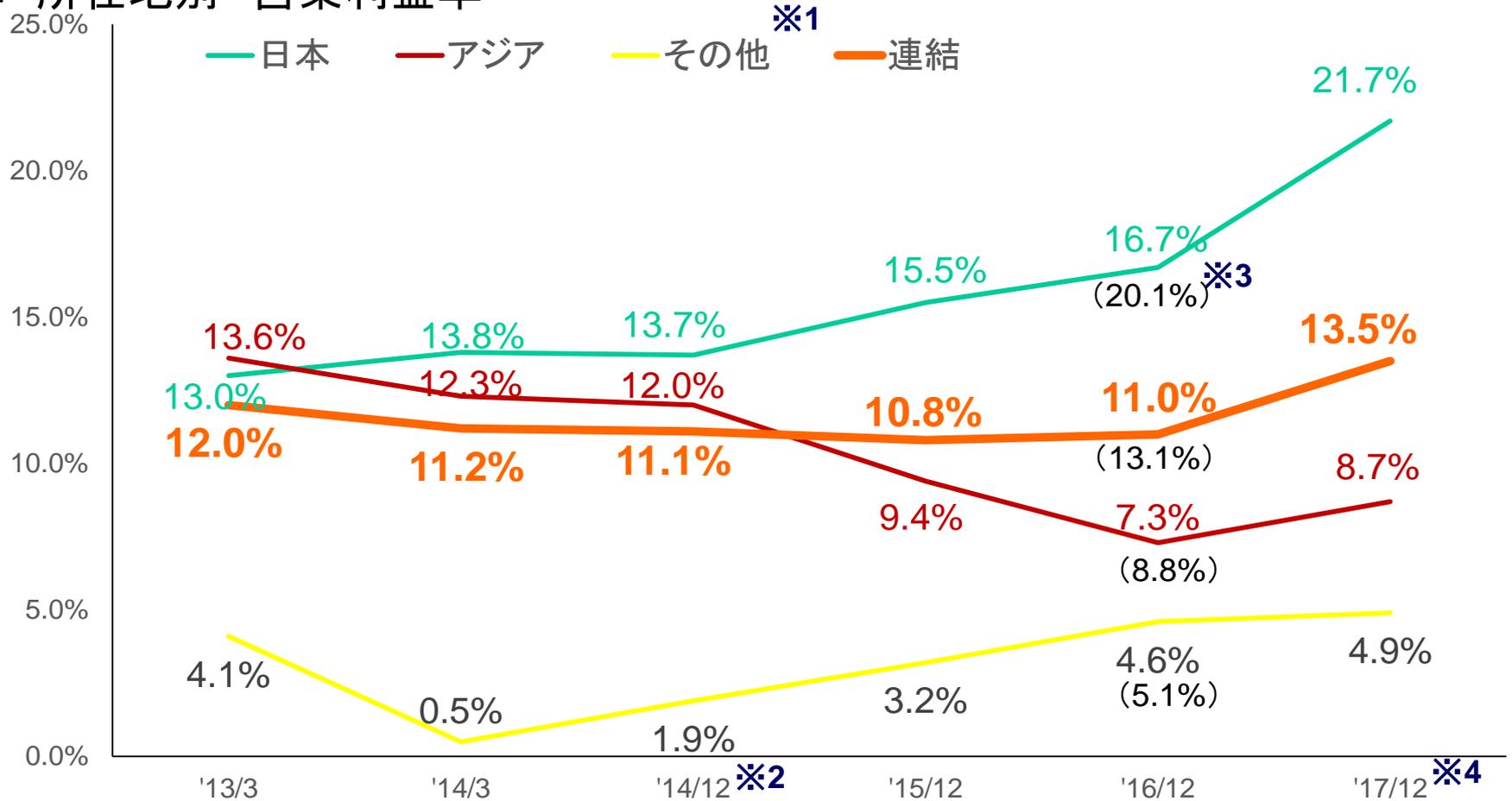
		※1 '16/12月期	※2 '17/12月期	増減額	増減率	(参考)※3 実質増減率
日本	売上高	253,544	266,010	+12,466	+4.9%	—
	コア営業利益	51,082	57,718	+6,636	+13.0%	—
	(利益率)	(20.1%)	(21.7%)		(+1.6%P)	—
アジア	売上高	254,372	275,311	+20,939	+8.2%	+4.5%
	コア営業利益	22,384	23,901	+1,517	+6.8%	+2.4%
	(利益率)	(8.8%)	(8.7%)		(-0.1%P)	—
その他※4	売上高	96,736	100,326	+3,589	+3.7%	+2.6%
	コア営業利益	4,929	4,899	-30	-0.6%	-6.4%
	(利益率)	(5.1%)	(4.9%)		(-0.2%P)	—
調整額等	売上高	—	—	—	—	—
	コア営業利益	720	319	-401	—	—
	(利益率)	—	—		—	—
連結	売上高	604,653	641,647	+36,994	+6.1%	+4.4%
	コア営業利益	79,116	86,838	+7,722	+9.8%	+8.2%
	(利益率)	(13.1%)	(13.5%)		(+0.4%P)	—

※1:IFRSに基づき算定。 ※2:IFRSを適用。 ※3実質増減率は為替変動を除く増減率。

※4: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、高付加価値化を推進 アジアでは、主要国で積極的なマーケティング投資を実施

■ 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。

※3: ()表示はIFRSベースのコア営業利益率。

※4: IFRSベースのコア営業利益率。

PCが収益性を大きく改善

国内PCでは、高付加価値化による単価UPで収益性改善

北米PCでも、高付加価値商品へのシフトが進み収益構造改善



■ 事業別セグメント情報

(百万円)

		※1 '16/12月期	※2 '17/12月期	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	523,116	555,388	+32,272	+6.2%
	コア営業利益	71,355	77,177	+5,822	+8.2%
	(利益率)	(13.6%)	(13.9%)		(+0.3%P)
ペットケア	売上高	75,390	79,847	+4,457	+5.9%
	コア営業利益	7,342	9,684	+2,342	+31.9%
	(利益率)	(9.7%)	(12.1%)		(+2.4%P)
※3 その他	売上高	6,147	6,412	+265	+4.3%
	コア営業利益	419	-23	-443	—
	(利益率)	(6.8%)	—		—
調整額等	売上高	-35	-30	+5	—
	コア営業利益	—	—	—	—
	(利益率)	—	—	—	—
連結	売上高	604,653	641,647	+36,994	6.1%
	コア営業利益	79,116	86,838	+7,722	9.8%
	(利益率)	(13.1%)	(13.5%)		(+0.4%P)

※1:IFRSに基づき算定。 ※2:IFRSを適用。

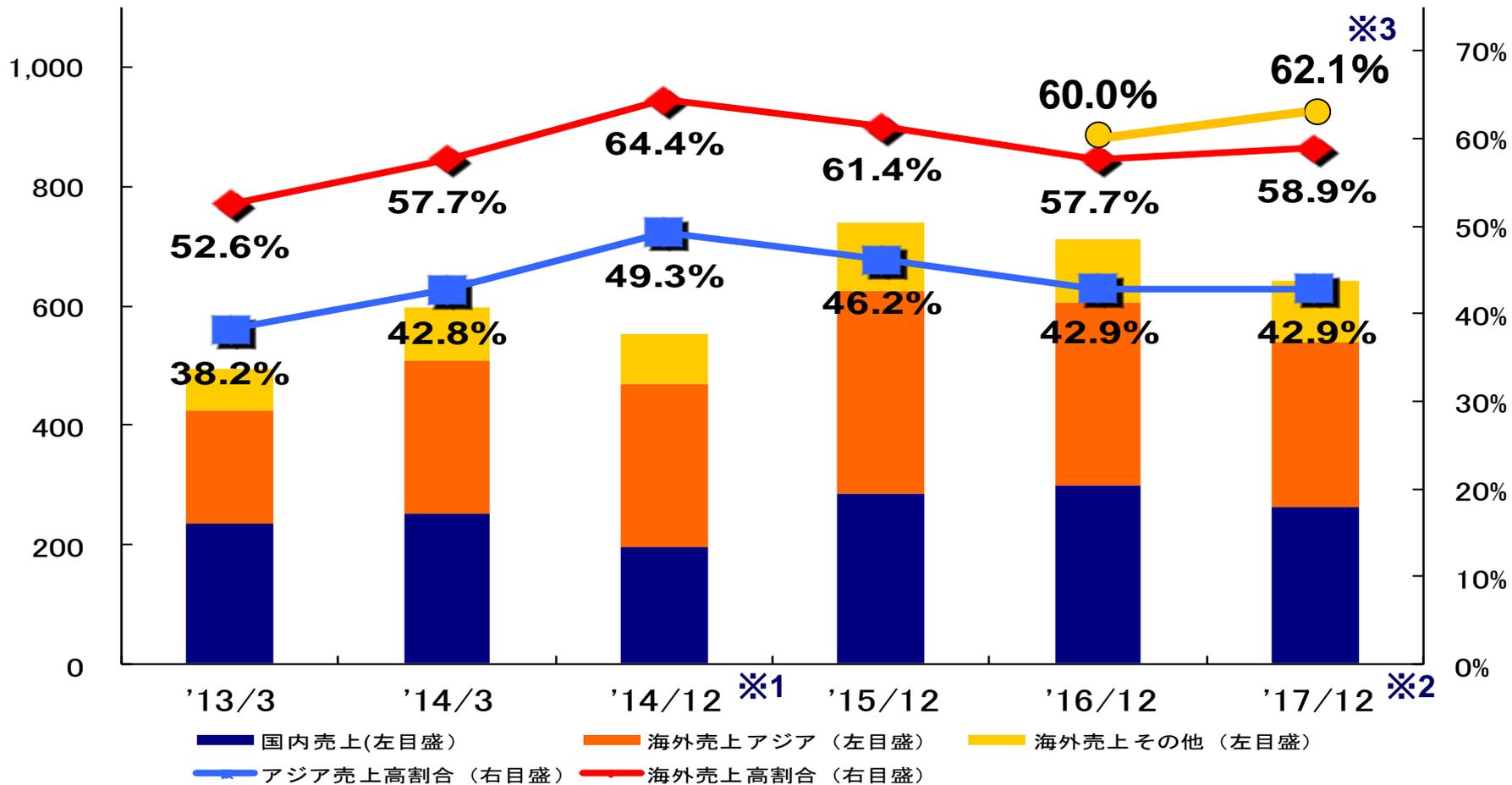
※3:その他は産業用資材関連商品等、育児動画配信サービス。

海外売上高構成比は58.9% (為替影響を除くと58.2%)



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: IFRSを適用。 ※3: 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105億円増、コア営業利益 約13億円増

■ 通貨別変動推移

通貨	'16/12期レート	'17/12期レート	増減率
中国(CNY)	16.37	16.63	+1.6%
インドネシア(IDR)	0.0082	0.0084	+2.4%
タイ(THB)	3.09	3.31	+7.1%
サウジアラビア(SAR)	29.07	29.96	+3.1%
インド(INR)	1.63	1.74	+6.7%
ベトナム(VND)	0.0049	0.0049	±0.0%
米国(USD)	108.84	112.19	+3.1%
台湾(TWD)	3.38	3.69	+9.2%
オランダ(EUR)	120.33	126.67	+5.3%
韓国(KRW)	0.0938	0.0994	+6.0%
オーストラリア(AUD)	80.82	86.01	+6.4%
マレーシア(MYR)	26.27	26.11	-0.6%
エジプト(EGP)	11.60	6.29	-45.8%
ブラジル(BRL)	31.31	35.15	+12.3%
ロシア(RUB)	1.63	1.93	+18.4%

2018年12月期 業績予想概要

第10次中期経営計画(G20)の達成に向けた 2018年度の取り組み



2020年度 売上高 約8,000億円 コア営業利益率15% ROE15%

2018年度の取り組み

● 売上高の成長性CAGR(年平均成長率)約7%を確実にやりきる

- ✓ インドなどの、紙おむつや生理用品の普及率、使用率の低い成長市場で、使用者を増加させる活動をスピードをもって展開し、更に販売エリアを拡大。
- ✓ アジアを中心とした日本製需要への対応として、まずは日中連動の組織体制の強化と、スマートファクトリー化の実現に向けた準備を進め、人にやさしい供給体制の拡充を図る。

● アジアの高齢化に対応した基盤づくり

- ✓ グローバルヘルスケア事業部を発足。
- ✓ アジアでの新たな成長カテゴリーである大人用排泄ケア用品市場で、普及を進める体制を強化することで、ライフタイムバリューの最大化を推進、高成長へ繋げる。
- ✓ 既に、台湾、タイ、インドネシア、ベトナムなどで普及を進め、高成長を継続中。今後はポテンシャルの高い中国でも展開を強化。

● デジタルマーケティングの強化

- ✓ 組織体制を強化し、マーケティング投資の効率化で顧客満足度の更なる向上を図る。

● 売上高・コア営業利益の主なポイント

連結(売上高6,870億円+7.1%、コア営業利益940億円+8.2%、収益性0.2%P改善)

- ✓ 為替変動による影響額は、売上高で29億円減、コア営業利益で2億円減。
- ✓ 原材料価格変動の影響は、年間40億円利益減を想定。

日本(5~10%増収、原料価格の高騰などで収益性悪化)

- ✓ HC...中心に継続的な新価値提案によって安定成長を計画。
- ✓ 主にBC...日本製需要への対応を更に強化(BC高成長を継続、九州工場稼働予定)。

アジア(10~15%増収、収益性改善)

- ✓ 中国BC...更なるプレミアム化の推進やECチャネル、BC専門店を強化し収益性を改善。
- ✓ インドネシア...販路の拡大、販促費の効率化で収益性の改善を計画。
- ✓ インド...更なるエリア拡大と市場シェア獲得で収益安定化。
- ✓ 主要国の売上高伸長率(現地通貨ベース)
 - 中国+10~15% インドネシア+10~15% タイ+5~10%
 - インド+20~25% ベトナム+5~10%

株主還元(総還元性向50%)

- ✓ 1株当たり年間配当金は、4円増配の24円 配当性向約24% 17期連続増配を計画。
- ✓ 自己株式の取得は、機動的に実行。

2020年に向け2018年度も過去最高を更新 収益性は、アジアを中心に改善

■ 連結業績予想

(百万円)

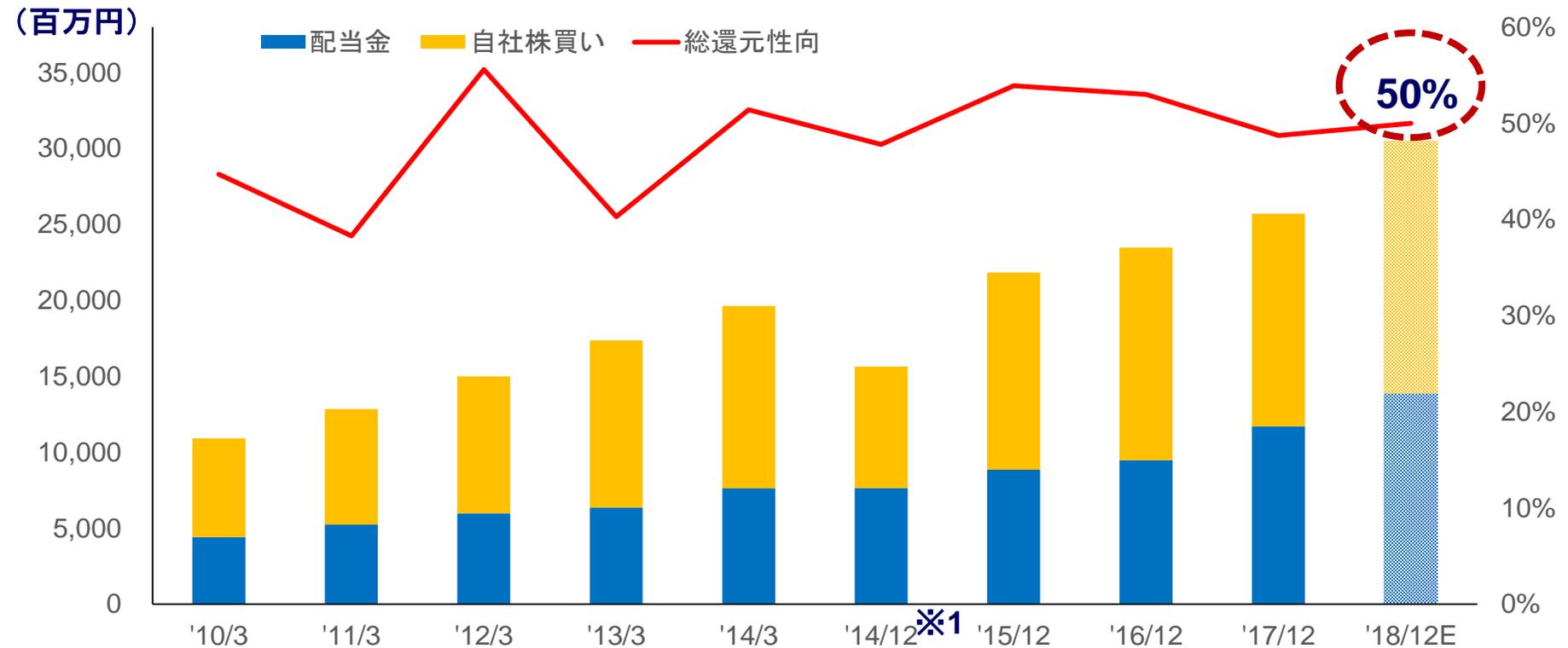
	'17/12月期	'18/12月期	増減額	増減率	※1 (参考) 実質増減率
売上高	641,647	687,000	+45,353	+7.1%	+7.5%
コア営業利益 (利益率)	86,838 (13.5%)	94,000 (13.7%)	+7,162	+8.2% (+0.2%P)	+8.5%
税引前当期利益 (利益率)	92,926 (14.5%)	93,000 (13.5%)	+74	+0.1% (-1.0%P)	—
親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率)	52,772 (8.2%)	59,000 (8.6%)	6,228	+11.8% (+0.4%P)	—
基本的1株当たり当期利益(円)	89.85	100.73	+10.88	+12.1%	—
USDレート(円)	112.19	110.00	-2.19	-2.0%	—
中国元レート(円)	16.63	16.80	+0.17	+1.0%	—

※1: 実質増減率は為替変動を除く増減率。

株主還元政策

業績に連動した配当金と自己株式の取得により 2018年度も総還元性向50%目標

株主還元政策



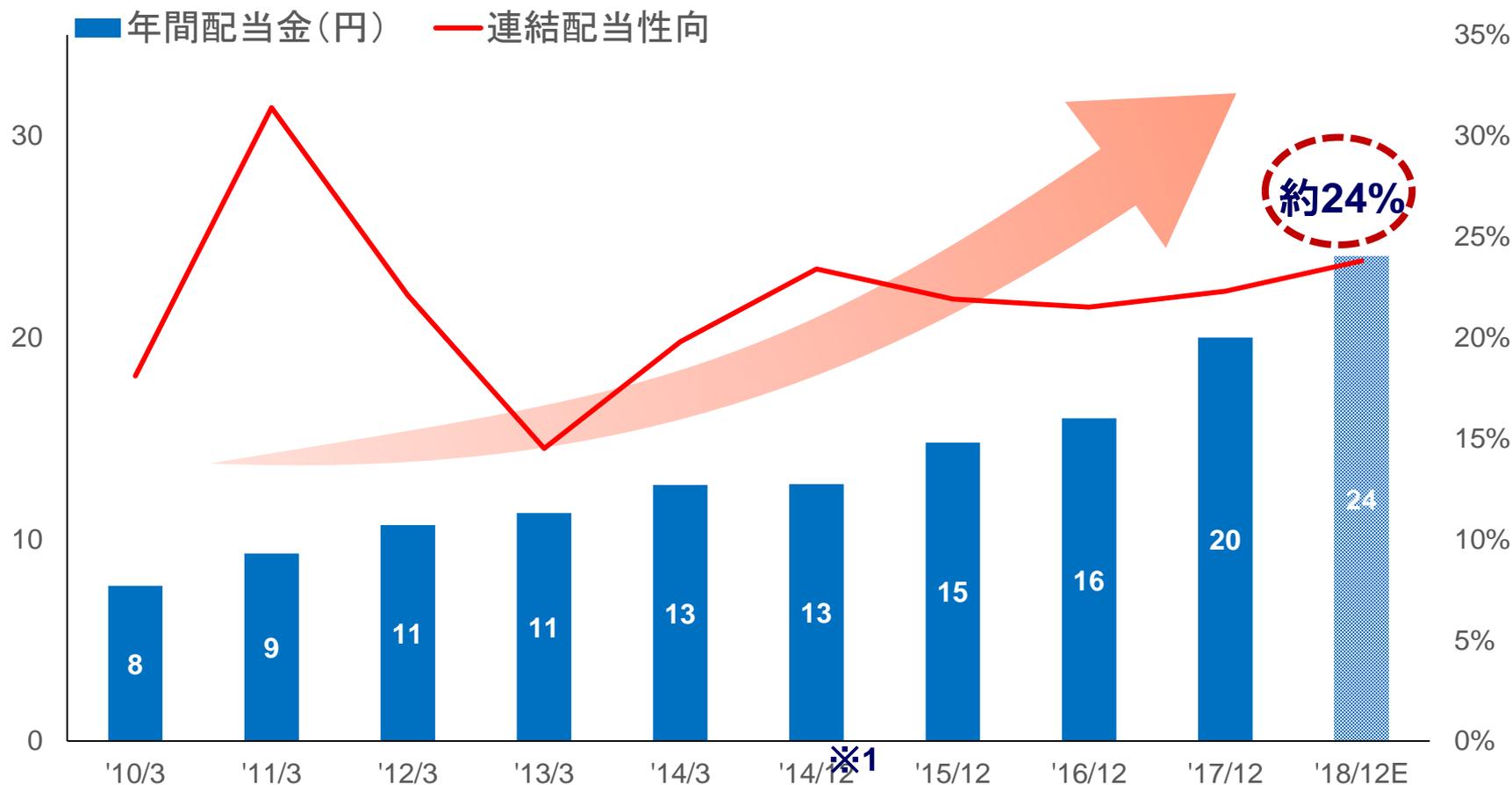
※1 '14/12は、会計年度9ヶ月の変則決算

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ていく

■ 1株当たり配当金の推移

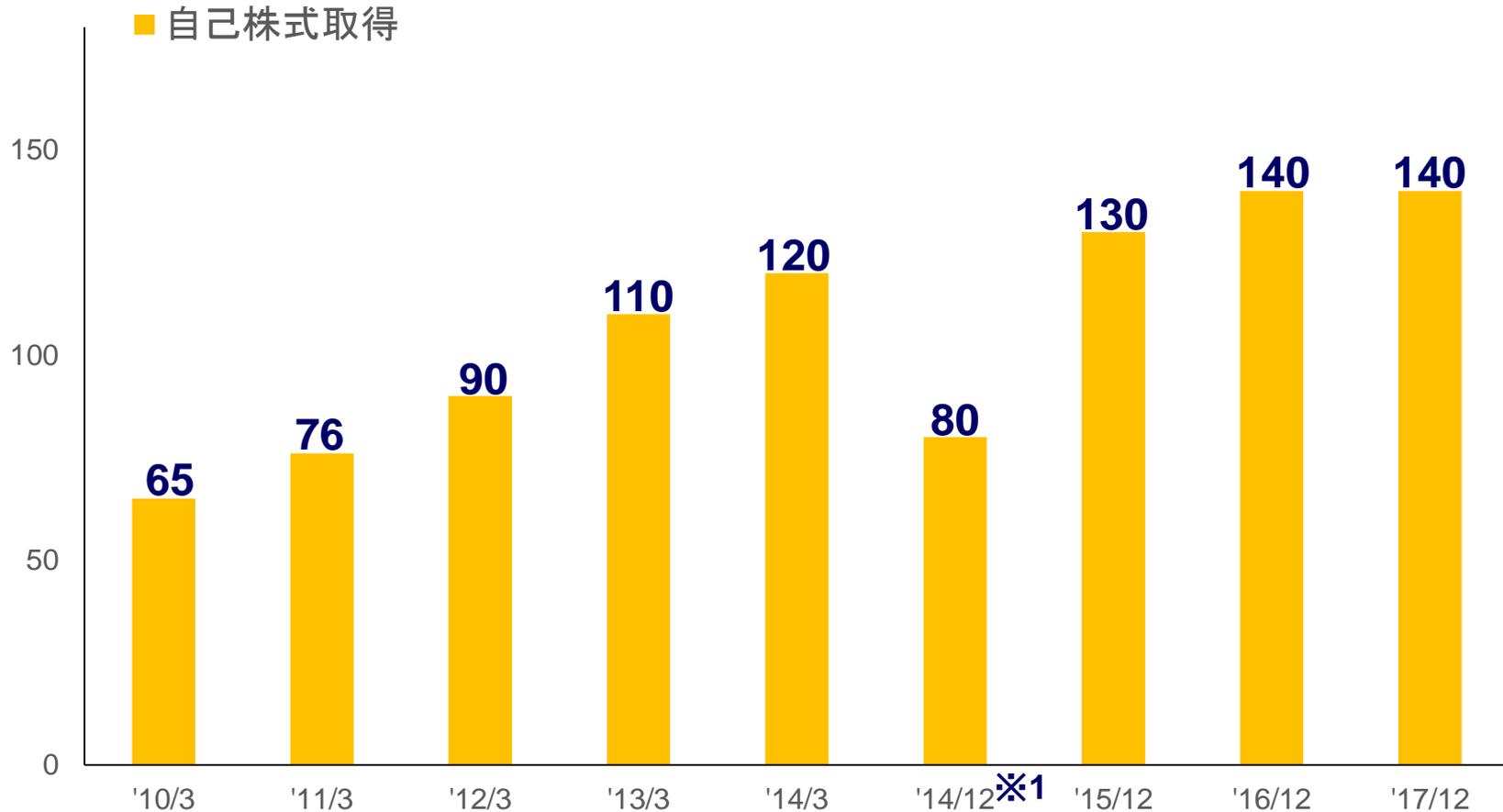
(円)



※1: 会計年度9ヶ月の変則決算。

キャッシュの状況に応じて機動的に自己株式を取得

■ 自己株式取得の推移 (億円)



※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』を推進する

■ ユニ・チャーム 価値創造モデル

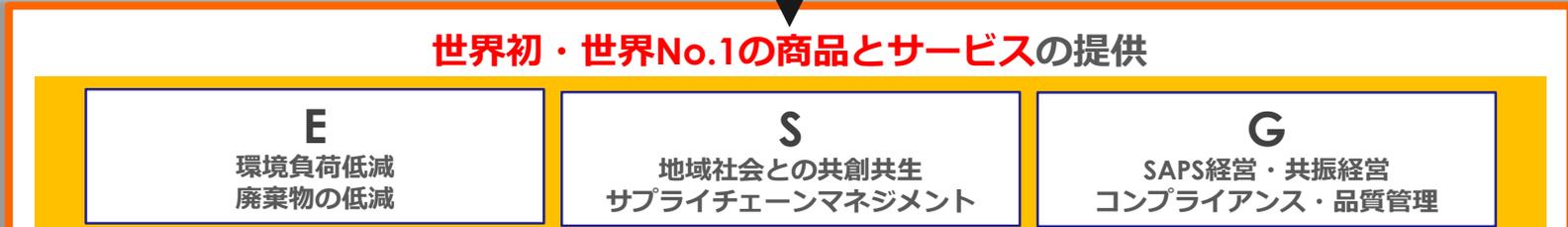
ユニ・チャーム
企業理念

NOLA&DOLA
赤ちゃんからお年寄り・ペットまで、生活者が抱えるさまざまな負担から解放する

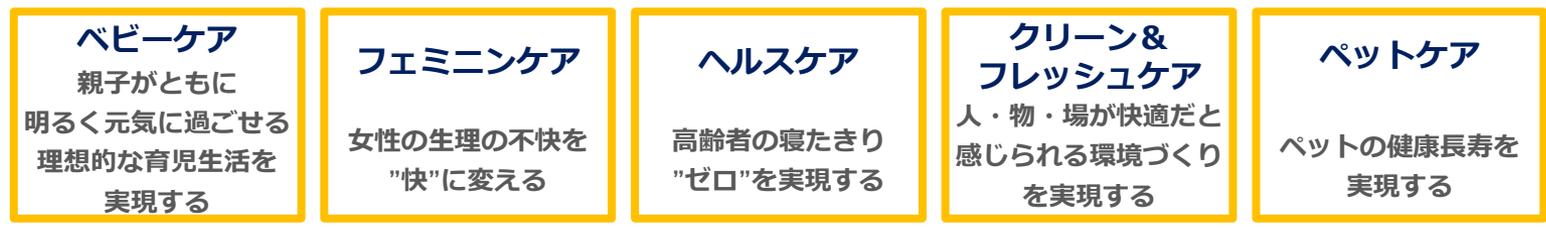
ユニ・チャーム流
6つの資本



価値創造を支える
重要課題



ユニ・チャームの
価値創造



ユニ・チャームが目指す世界
(ユニ・チャームの存在意義)

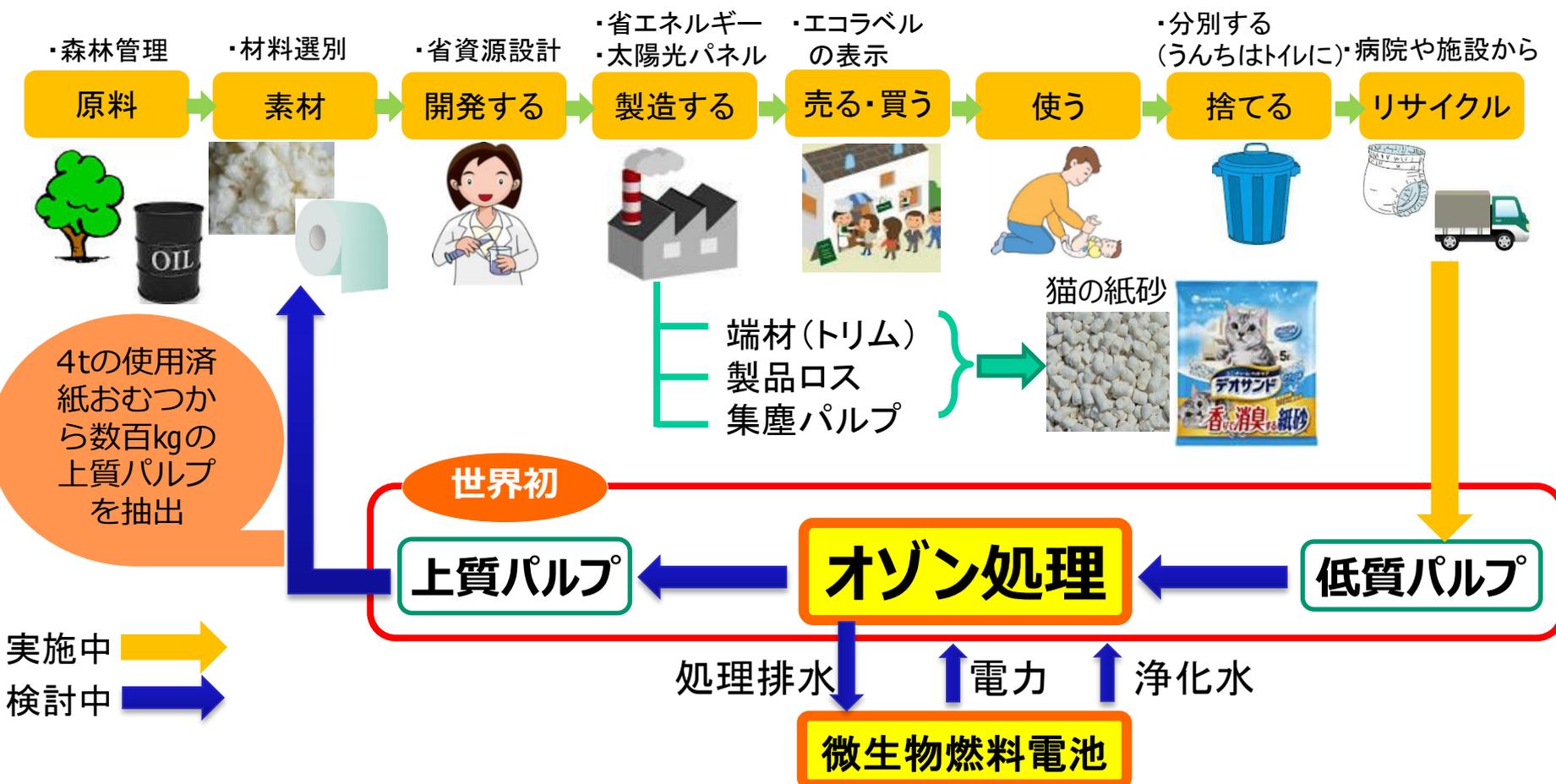


共生社会の実現



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



環境配慮型商品の推進による原価低減



気候変動への対応

原材料の使用量削減を目指した商品づくり



25年前と比べ重さ約3/4



Eco CHARMING



廃棄の削減

廃棄物を使った商品づくり

ECO CHARMING Mark商品比率



Eco CHARMING



Eco CHARMING

※1



※1: 独自の基準で従来品と比較して、環境 負荷を低減しながら 利便性や快適性などの商品価値を向上させることができた商品にのみ表示



持続可能な原材料調達

紙・パルプ

第三者認証材比率



パーム油

- パーム油（核油/フルーツ油）
- 1次加工品（グリセリン等）
- 2次加工品（乳化剤等）年間使用量報告書
- 登記簿謄本に基づく英文会社情報等

提出

2017年3月RSPO加盟



環境負荷低減、環境保全に努め、また生物多様性に配慮したサプライチェーンの管理を推進する

気候変動への対応

環境配慮型商品

【日本】商品を選んだ際のCO₂削減効果の取り組み

ユニチャームでは、環境配慮型の商品開発に取り組んでいます。2005年度を基準年としてライフサイクルで環境負荷削減を進めているが、環境性能が向上した商品が「環境配慮型商品」と定義されています。2018年度は、環境配慮型商品比率が79%に達しました。2017年度は、35%を目標としました。2019年度からは、取引先から商品の環境配慮状況を随時、確認しています。

また、「環境配慮型商品」の選定をさらに厳格な持続可能な社会への機会を創出する上を目的として、「エコチャージング」を定義しています。この基準をクリアした商品も選定されています（本年度より、パルプ・ルックアップ商品に加え、ベビー用品、食品用商品に対しても選定を行いました）。

今後も、環境配慮型商品のさらなる導入による調達先からのCO₂排出削減や、従来品削減時のCO₂排出削減を推進していきます。

「CDP Climate Change」で気候変動情報開示に関する評価を獲得

CDPの気候変動に対する取り組みに賛同し、FTSEジャパンインデックスに該当する企業も基本に選定した90社対象の調査に協力しています。2019年度はA-の高い評価を獲得することができました。これはユニチャーム全体で気候変動に対するROCAのスコアが素晴らしいことで評価されました。これは、気候変動対策の取り組みが評価されたためです。今後も、気候変動対策のさらなる推進を推進していきます。

CO₂削減マネジメントを推進したことでCDPからA-の高い評価を得た

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 豊かになりながら
- 5 ジェンダー平等を

◆BC 親子の理想的な育児生活を実現

トレパンマン ムーニーちゃんと トイトレ トイレトレーニング

お子さまの トイトレトレーニングを 応援するアプリが登場♪

KIDS DESIGN AWARD 2017

App Store
Google Play

トレパンマン アプリ

Natural moony

◆FC 女性の生理の不快を”快”に変える

もうすぐ大人になる 女の子へ♡

はじめて からだナビ

こころとからだのことを勉強して 毎日をハッピーにすごせる 女の子になろう♪

Sofy Pink Ribbon

ソフィのピンクリボン活動は定着しています。

◆HC 高齢者の寝たきり”ゼロ”を実現

ライフリー ソーシャルウォーキング! 社会参加 + 健康歩行

笑顔と意欲を引き出す アニマルセラピー活動

～動物介在活動と動物介在療法のご紹介～

◆PC ペットの健康長寿を実現する

からだ思いラボ

足腰・関節にやさしいベッド

獣医師推奨

Veterinarian recommended



社員の健康維持と生産性向上を 目的とした取り組みを強化

勤務間インターバル制度
約25%改善



健康診断受診率
100%



在宅勤務制度
平均2日/月

報酬制度の改定
賃上げ率約5%



プレミアムフライデー
実施率 約25%



『働き方改革推進室』
『いきいき健康推進室』を
設置し働きやすい環境整備へ

※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年度春の新製品(日本)





ユニ・チャームは
全ての人々が自立と相互扶助によって
輝き続けられる“共生社会”の
実現に寄与するために、
快適と感動と喜びを与えるような
世界初、世界No.1の商品と
サービスを提供しつづけます。