

2020年12月期(1月1日~12月31日) 決算説明資料

2021年2月15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。

2020年12月期(1月1日~12月31日) 決算概要

◆資料内の表記

WC: ウェルネスケア関連商品

FC: フェミニンケア関連商品

BC: ベビーケア関連商品

PC: ペットケア関連商品

● 連結業績

- 売上高7,275億円(1.9%増収)、コア営業利益1,147億円(27.8%増益) 共に過去最高更新
- コア営業利益率 12.6%⇒15.8%

● 日本業績(6.8%増収、32.6%増益)

- COVID-19の影響でBCやFCなどの市場回復の弱さはあるが、マスクなどの衛生関連商品とPCの需要拡大で増収増益

● 海外業績(1.2%減収、22.9%増益) ⇒ 為替変動を除くと1.8%増収、25.4%増益

- アジアの減収(実質増収)はインドやインドネシア、タイなどの一部地域でロックダウン影響と、インド工場火災による供給課題で減収
- 中国FC好調維持や、アジアWCで2桁成長、北米PC、中東などが伸長し、業績を牽引

● 株主還元

- 1株当たり配当金・・・当初予定どおり4円増配とし、年間配当金は32円
- 自己株式取得・・・総額72億円、179万株を取得

4期連続で売上高は過去最高を更新 初のコア営業利益1,000億円突破

■ 連結決算ハイライト(1-12月)

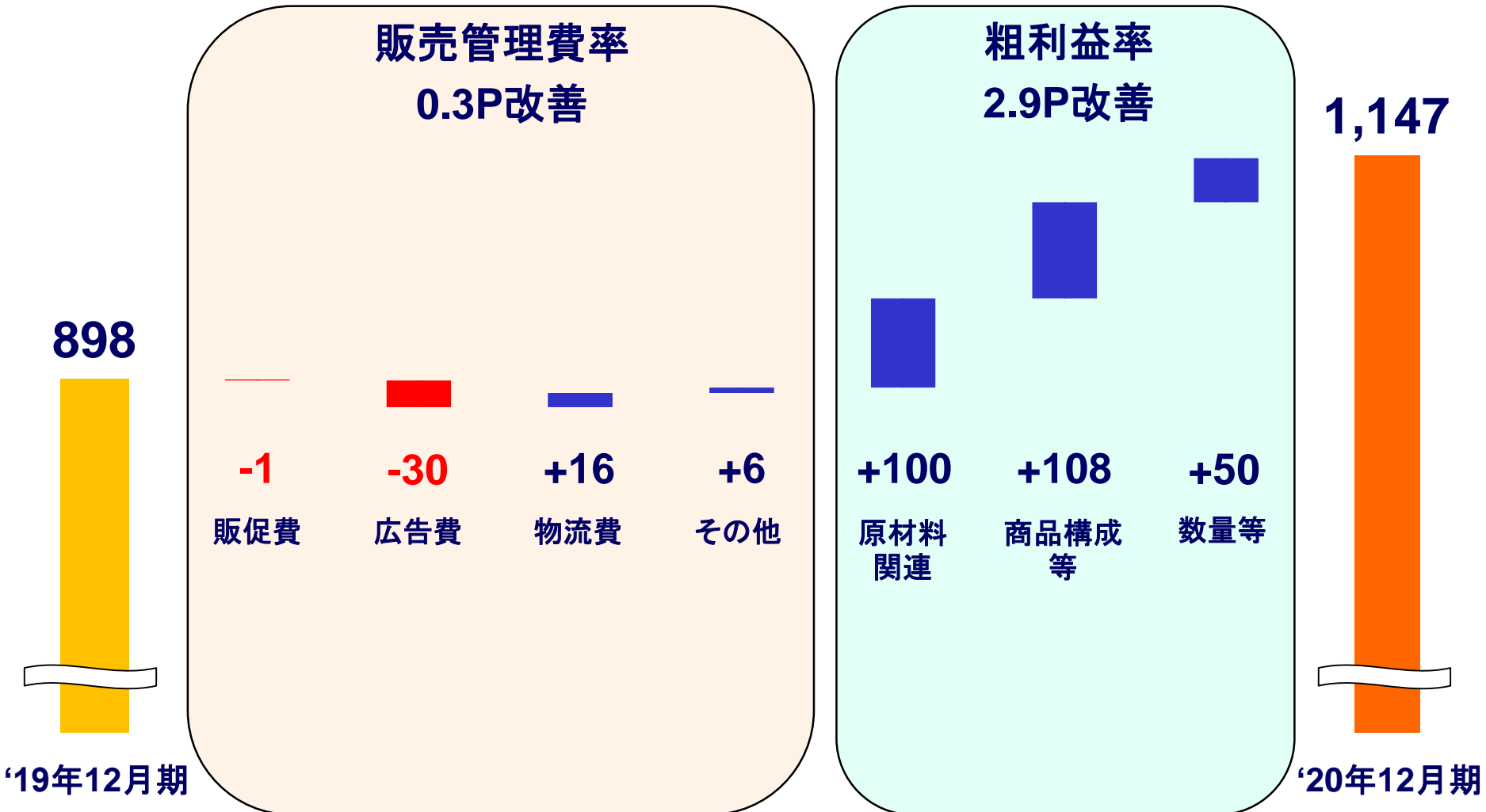
(億円)

	'19/12月期	'20/12月期	増減額	増減率	(業績予想) '20/12月期	達成率
売上高	7,142	7,275	+132	+1.9%	7,600	95.7%
コア営業利益 (利益率)	898 (12.6%)	1,147 (15.8%)	+250	+27.8% (+3.2P)	1,000 (13.2%)	114.7%
税引前当期利益 (利益率)	695 (9.7%)	958 (13.2%)	+263	+37.8% (+3.5P)	980 (12.9%)	97.8%
親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率)	461 (6.5%)	523 (7.2%)	+62	+13.5% (+0.7P)	630 (8.3%)	83.1%
EBITDA (税引前当期利益+減価償却費 及び償却費+減損損失+火災損失)	1,279	1,479	+201	+15.7%	1,365	108.4%
基本的1株当たり当期利益(円)	77.53	87.60	+10.07	+13.0%	105.66	82.9%
USDレート(円)	109.05	106.82	- 2.23	- 2.0%	109.00	—
中国元レート(円)	15.78	15.48	- 0.30	- 1.9%	15.50	—

高粗利商品であるWCとFCの構成比の上昇と原価改善が寄与し250億円増益

■ コア営業利益増減(1-12月)

(億円)



COVID-19の影響から日本ではマスクなどの衛生関連商品やPCの需要が拡大、海外では中国と北米PCが牽引も一部地域での市場縮小とインド工場火災による供給課題が発生



■ 所在地別セグメント情報(1-12月)

(億円)

		'19/12月期	'20/12月期	増減額	増減率	(参考) 実質※1 増減率
日本	売上高	2,738	2,924	+186	+6.8%	—
	コア営業利益	434	575	+141	+32.6%	—
	(利益率)	(15.8%)	(19.7%)		(+3.9P)	
アジア	売上高	3,299	3,231	-68	-2.1%	+0.7%
	コア営業利益	388	452	+64	+16.4%	+18.7%
	(利益率)	(11.8%)	(14.0%)		(+2.2P)	
その他※2	売上高	1,105	1,119	+14	+1.3%	+5.2%
	コア営業利益	74	116	+42	+57.0%	+60.9%
	(利益率)	(6.7%)	(10.3%)		(+3.6P)	
連結	売上高	7,142	7,275	+132	+1.9%	+3.7%
	コア営業利益	898	1,147	+250	+27.8%	+29.1%
	(利益率)	(12.6%)	(15.8%)		(+3.2P)	

【主要国 売上高 実質増減率】※管理会計ベース

中国 +10% インドネシア -2% タイ +3% インド -20% ベトナム +2%

中東 +3% 北米 +16% ブラジル +23%

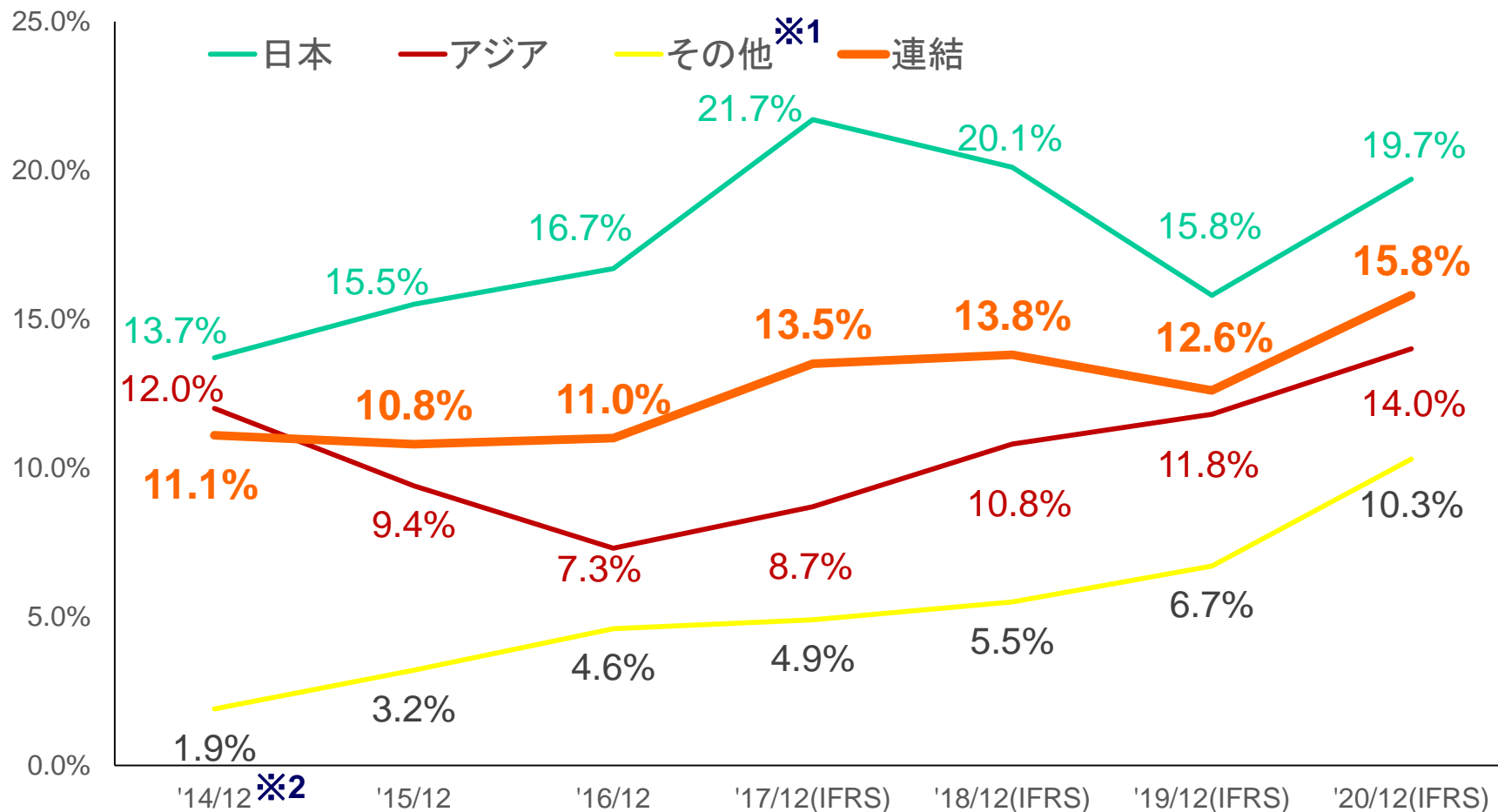
※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率

※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

日本では衛生関連商品需要の高まりによりWCとPCで改善
 アジアではFC改善、その他は中東と北米PC、ブラジル黒字化で改善



■ 所在地別 コア営業利益率(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

※2 決算期変更により変則的な決算期間

パーソナルではWCが成長を牽引
PCでは北米で重点商品が高成長を継続、日本も好調に推移

■ 事業別セグメント情報(1-12月)

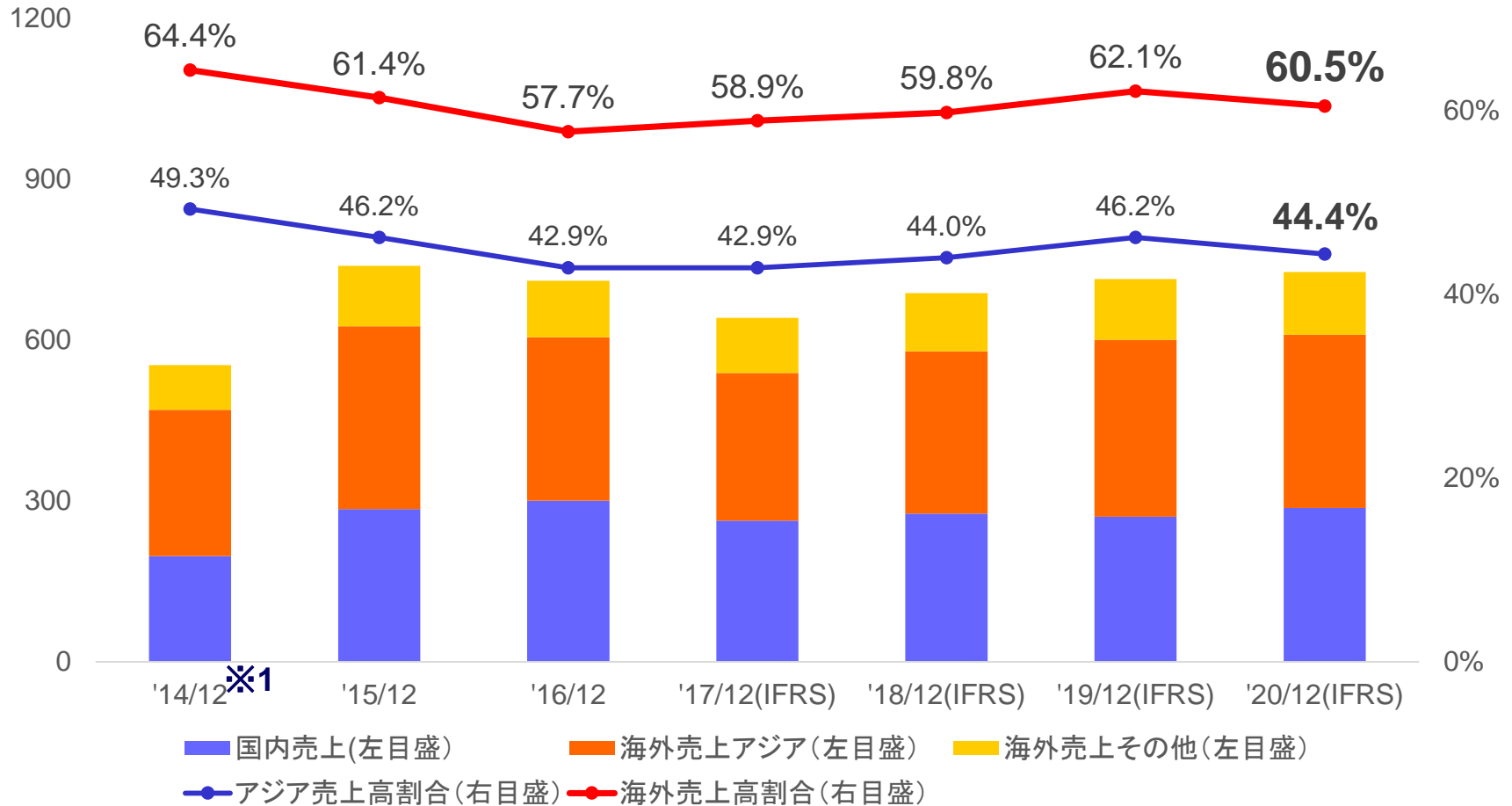
(億円)

		'19/12月期	'20/12月期	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	6,207	6,248	+40	+0.6%
	コア営業利益	789	1,000	+211	+26.8%
	(利益率)	(12.7%)	(16.0%)		(+3.3P)
ペットケア	売上高	870	957	+87	+10.0%
	コア営業利益	107	142	+35	+32.9%
	(利益率)	(12.3%)	(14.8%)		(+2.5P)
その他 ^{※1}	売上高	65	70	+5	+7.8%
	コア営業利益	2	6	+3	+157.6%
	(利益率)	(3.4%)	(8.0%)		(+4.6P)
連結	売上高	7,142	7,275	+132	+1.9%
	コア営業利益	898	1,147	+250	+27.8%
	(利益率)	(12.6%)	(15.8%)		(+3.2P)

※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

日本の高成長により海外売上高構成比は1.6P低下し60.5% (為替影響を除くと61.2%)

■ 国内・海外売上高推移(1-12月) (十億円)



※1 決算期変更により変則的な決算期間

為替変動の影響額は 売上高 約134億円減、コア営業利益 約12億円減

■ 通貨別変動推移(1-12月平均レート)

通貨	'19/12期レート	'20/12期レート	増減率
中国(CNY)	15.78	15.48	-1.9%
インドネシア(IDR)	0.0077	0.0074	-3.9%
サウジアラビア(SAR)	29.12	28.51	-2.1%
インド(INR)	1.56	1.45	-7.1%
タイ(THB)	3.52	3.42	-2.8%
ベトナム(VND)	0.0047	0.0046	-2.1%
米国(USD)	109.05	106.82	-2.0%
台湾(TWD)	3.53	3.63	+2.8%
韓国(KRW)	0.0938	0.0907	-3.3%
オーストラリア(AUD)	75.83	73.67	-2.8%
マレーシア(MYR)	26.33	25.43	-3.4%
ブラジル(BRL)	27.69	20.92	-24.4%
オランダ(EUR)	122.07	121.81	-0.2%
エジプト(EGP)	6.48	6.73	+3.9%

積極的な投資活動によって事業の拡大を進め、
継続的なフリー・キャッシュ・フローの最大化から
持続的な企業価値向上を図る

■ フリー・キャッシュ・フロー(1-12月)

(億円)

	‘19/12月期	‘20/12月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	849	1,503	+653
上記のうち投資関連科目 (減価償却費及び償却費+減損損失+火災損失)	583	521	-62
投資活動によるキャッシュ・フロー	-692	-417	+275
上記のうち投資関連科目 (有形固定資産及び無形資産の取得)	-440	-355	+85
フリー・キャッシュ・フロー※	157	1,086	+929

使途

持続的な成長に向けた投資

株主還元

※ フリー・キャッシュ・フロー = 営業活動によるキャッシュ・フロー + 投資活動によるキャッシュ・フロー

2021年12月期 業績予想概要

2021年度の取組み／連結業績予想サマリー

- 連結(売上高7,700億円 5.8%増収、コア営業利益1,190億円 3.7%増益)
 - SDGsに貢献することを「purpose」とし、持続的成長に向けた投資を継続
 - DXを活用しニューノーマルにマッチした商品や、販売、生産、研究開発などの変革を推進
 - 原材料価格の変動による影響は、年間25億円利益減を想定
 - 設備投資額・・・500億円(インド工場など) 減価償却費・・・400億円を計画
- 日本(1～5%増収、収益性若干悪化)
 - マスクなどの衛生関連商品の高需要に対し増産で対応、BCとFCは緩やかに回復
- アジア(5～10%増収、収益性改善)
 - 主要国の売上高伸長率(現地通貨ベース)
中国+10%超 インド+30%超 インドネシア+10%超 ベトナム+5～10% タイ+1～5%
- 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36円 配当性向約29% 20期連続増配を計画
 - 自己株式取得について決議(取得上限額160億円、取得上限株数400万株)

2021年度業績予想は全ての項目で過去最高を更新

■ 連結業績予想(1-12月)

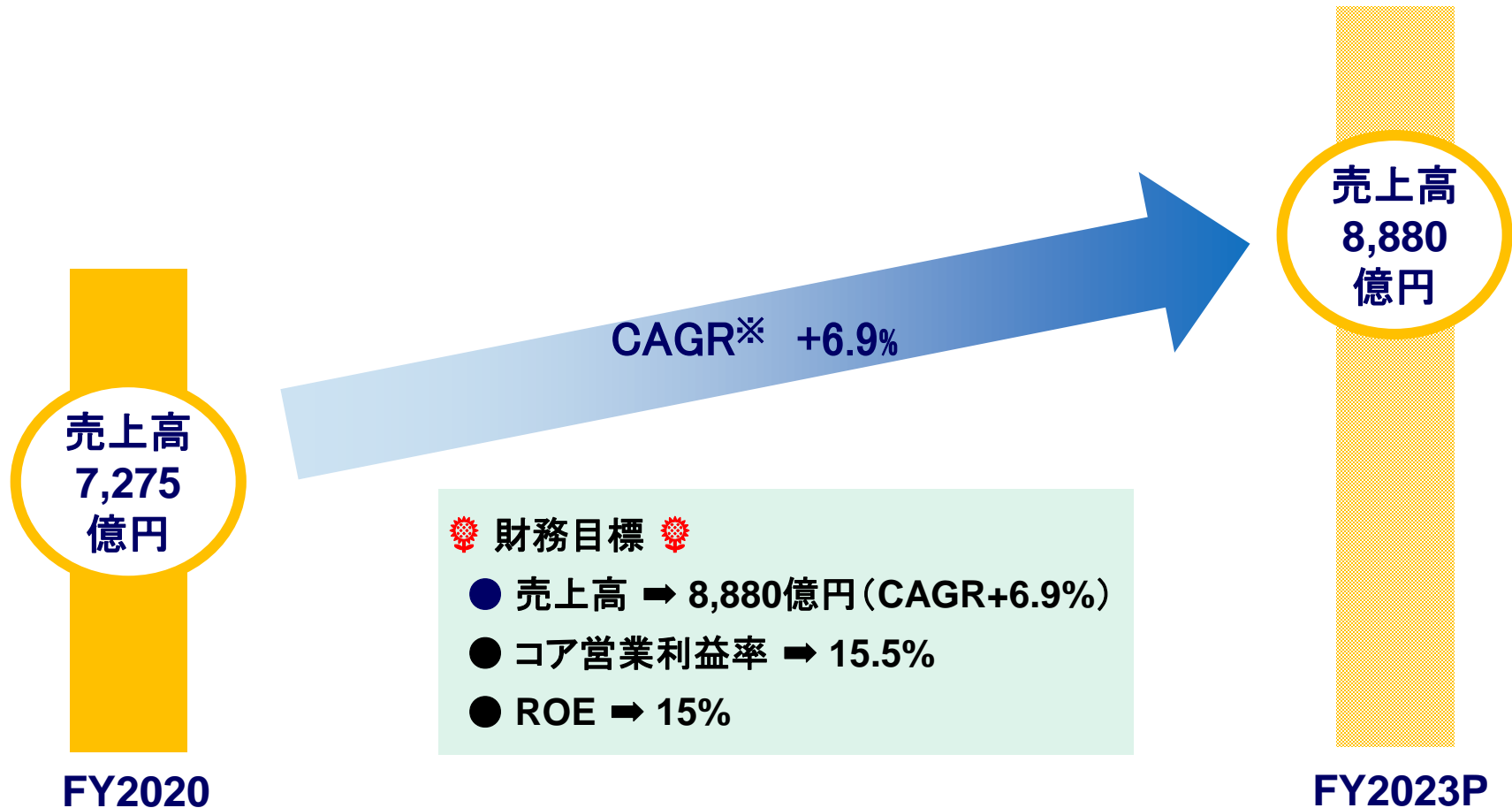
(億円)

	'20/12月期	'21/12月期	増減額	増減率	(参考) 実質増減率
売上高	7,275	7,700	+425	+5.8%	+6.7%
コア営業利益 (利益率)	1,147 (15.8%)	1,190 (15.5%)	+43	+3.7% (-0.3P)	+4.0%
税引前当期利益 (利益率)	958 (13.2%)	1,170 (15.2%)	+212	+22.1% (+2.0P)	—
親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率)	523 (7.2%)	750 (9.7%)	+227	+43.3% (+2.5P)	—
基本的1株当たり当期利益(円)	87.60	125.19	+37.59	+42.9%	—
USDレート(円)	106.82	103.50	-3.32	-3.1%	
中国元レート(円)	15.48	15.80	+0.32	+2.1%	

第11次中期経営計画(2021年～2023年)財務目標

2023年度は
売上高8,880億円、コア営業利益率15.5%、ROE15%を計画

■ 第11次中期経営計画



※ CAGR(年平均成長率)は、為替変動の影響を除く

■ 2030年ありたい姿

共振人材を世界中で育成し、
現地主体の経営へ移行



顧客の心をつかんだ商品展開で
ライフタイムバリューの最大化



究極のGENBAを実現
(全体最適・スマート化・改善集団)



不織布吸収体ビジネスで
市場シェア世界 No.1を獲得



社会課題を解決し、地球との共生



■ 第11次中期経営計画戦略

戦略①

人材育成の強化、浸透

戦略②

DX活用で顧客の深層心理
を探索しブランド強化

戦略③

モノづくりの原理を徹底的に
分解し最適なプロセスを構築

戦略④

新たな成長の柱へ重点集中

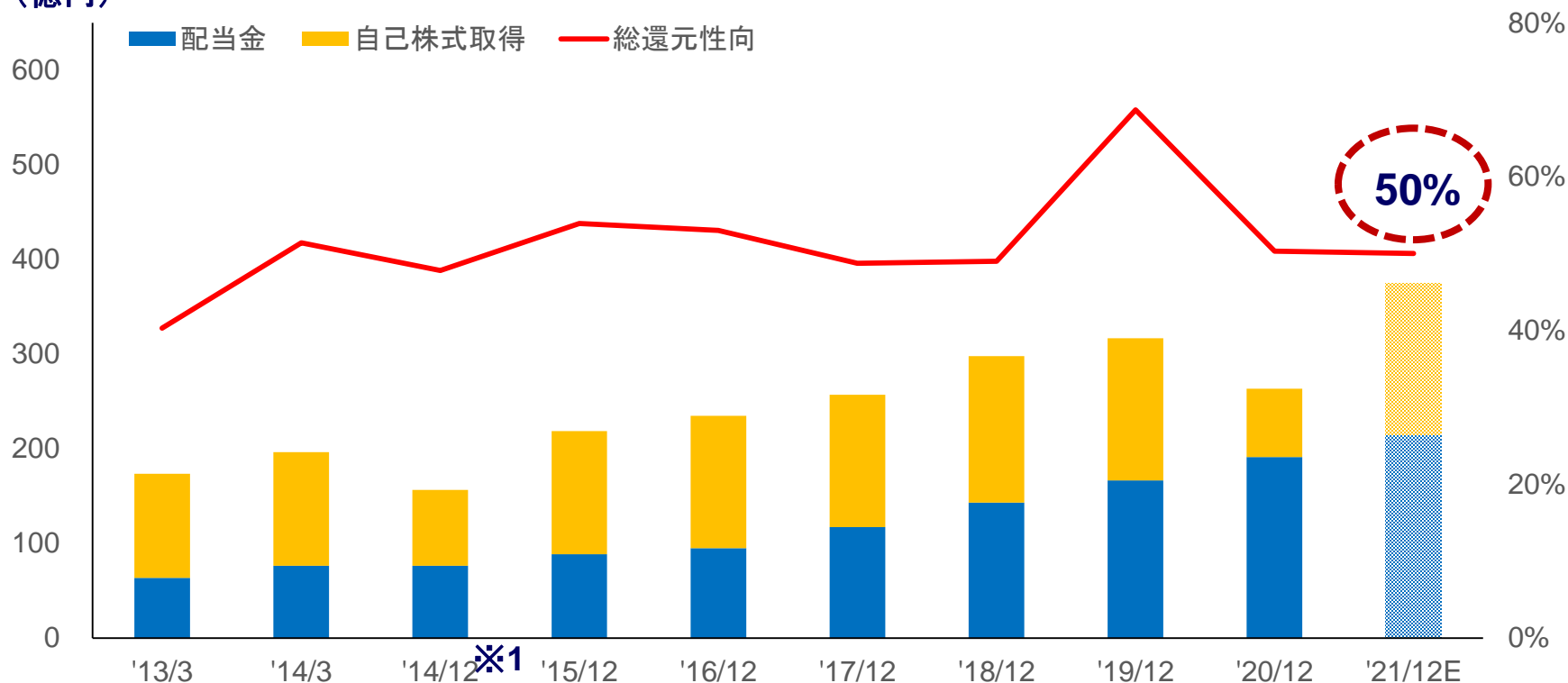
戦略⑤

循環型バリューチェーンの構築

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 2021年度も総還元性向50%を計画

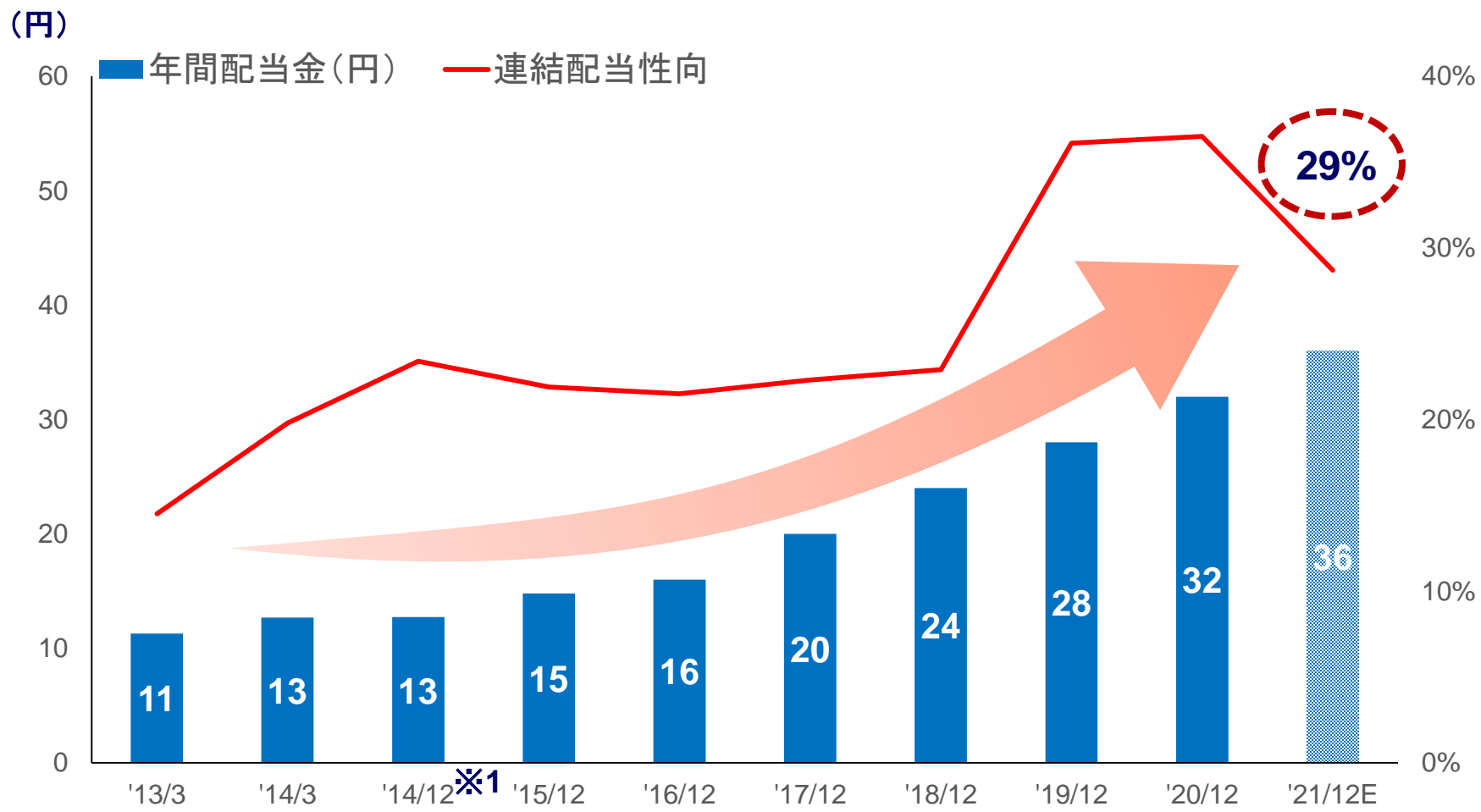
株主還元政策 (億円)



※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。

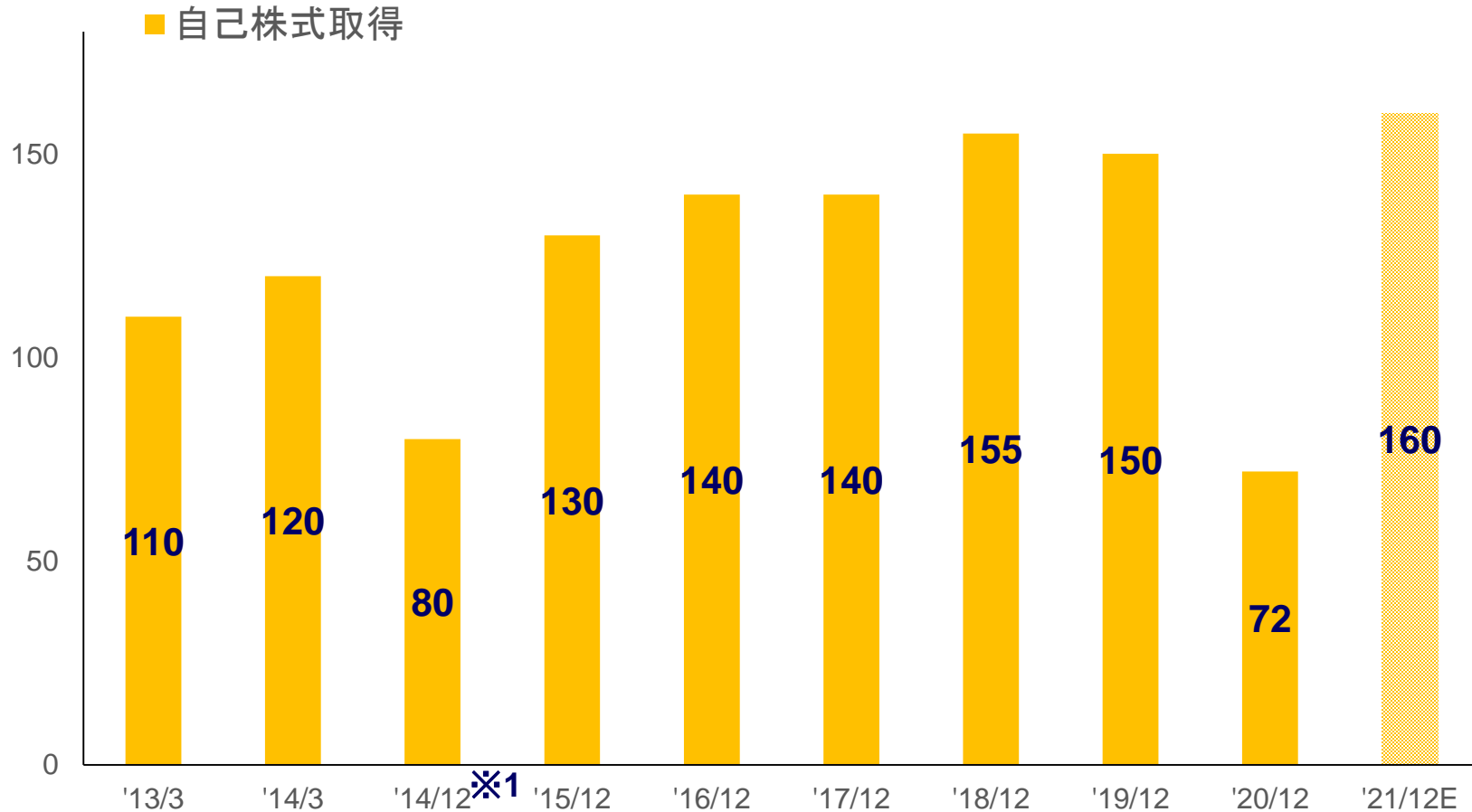
■ 1株当たり配当金の推移



※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 ‘21年は160億円(400万株)を上限に取得予定

■ 自己株式取得の推移 (億円)



※1 会計年度9ヶ月の変則決算

「共生社会」の実現に向けた取り組み

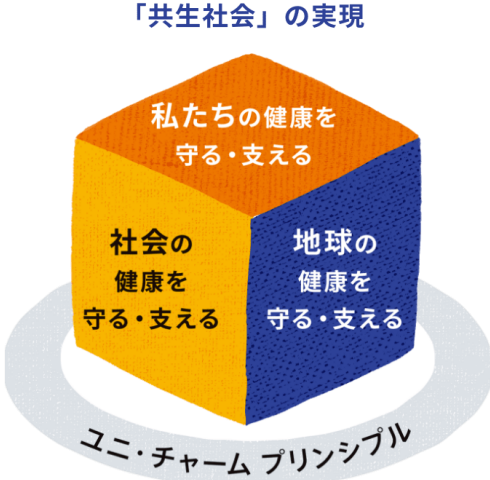
◆2030年をゴールとした20の重要取り組みテーマ

私たちの健康を守る・支える

<p>目指す方向</p> <p>全ての人々が「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。</p>	<p>重要取り組みテーマ</p> <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 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

<p>目指す方向</p> <p>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。</p>	<p>重要取り組みテーマ</p> <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
---	---



<p>目指す方向</p> <p>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。</p>	<p>重要取り組みテーマ</p> <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
---	---

地球の健康を守る・支える

<p>目指す方向</p> <p>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。</p>	<p>重要取り組みテーマ</p> <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
--	--

中長期ESG目標「Kyo-sei Life Vision 2030」を策定

◆「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

- 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

- 「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

- 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

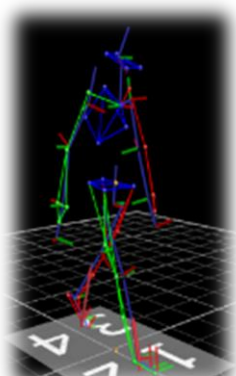
- 持続可能性を念頭においた経営
- 適切なコーポレート・ガバナンスの実践
- ダイバーシティマネジメントの推進
- 優れた人材の育成・能力開発
- 職場の健康と労働安全システムの構築

(私たちの健康を守る・支える)

COVID-19禍での運動不足をサポート



◆体幹を支え“歩行”の自立を科学的に追求した『ライフリー 歩行アシストパンツ』と「家ナカ体操」でADL(日常生活動作)を維持



◆『グラン・デリ』おやつシリーズを用いた新しいコミュニケーション「おやつエクササイズ」で愛犬の運動不足を解消

クンクンゲーム(ノーズワーク)



ワンカップ(脳トレ)



ワンワンレース(足腰運動)



(私たちの健康を守る・支える)

世界初※ 蚊をおむつに寄せつけない ベビー用紙おむつでデング熱感染を抑制



◆世界初※ 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』をマレーシア、シンガポールで発売

※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)



デング熱の危険性や予防策について専門医とのパネルセッションの実施や、
“デング熱から子を守る宣言”を「MamyPoko」の動画を通して発信

<https://www.youtube.com/watch?v=X34Zu0jQhs4>

(私たちの健康を守る・支える)

中国尤妮佳(ユニジャ)史上最高ランクのベビー用紙おむつ



◆「パールエキス添加シート」「金色箔押し」を施したプレミアム紙おむつ(テープタイプ) 『尤妮佳(ユニジャ)moony緻皇家(チュファンジャ)』



SNS(小紅書より)

珍珠贝, 且每一片上面的皇冠都采用独特的压印技术。
独特便是奢华
「パールが入り、金エンブレムがついているのは、
独特の技術であり、他に無い贅沢な紙オムツです」



EC(京東書き込みより)

纸尿裤柔软细滑, 添加了珍珠精萃, 非常舒服。
金皇冠Logo好亮眼, 很漂亮! 一直喜欢尤妮佳的纸尿裤,
这款最爱!
「紙オムツは、柔らかくて滑らかであり、
パールエキスも入っていて、非常に気持ちが良い。
金の王冠のエンブレムキラキラして非常に綺麗。
尤妮佳の紙オムツを愛用していて、緻皇家がもっとも好き」

(私たちの健康を守る・支える)

中国で生理痛に着目した新たな価値提案



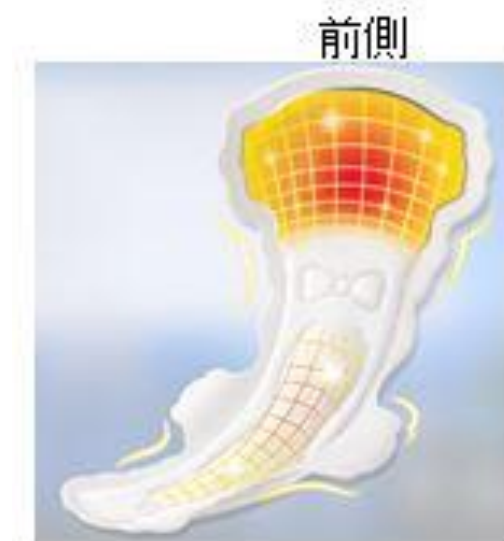
◆ 温感部分に芍薬(しゃくやく)・ヨモギを配合したナプキン
『苏菲(ソフィ)HOT(ホット)暖(ダン)℃』



軽温感



強温感



ナプキンの前側部分を長くし、
温感部分に芍薬とヨモギを配合

(私たちの健康を守る・支える)

『ソフィ』ブランド内で“嬉しい声の数1位※”



◆手軽さ、安心感、簡便性を兼ね揃えたナプキンと一緒に使うタイプの生理用品
『ソフィ シンクロフィット』



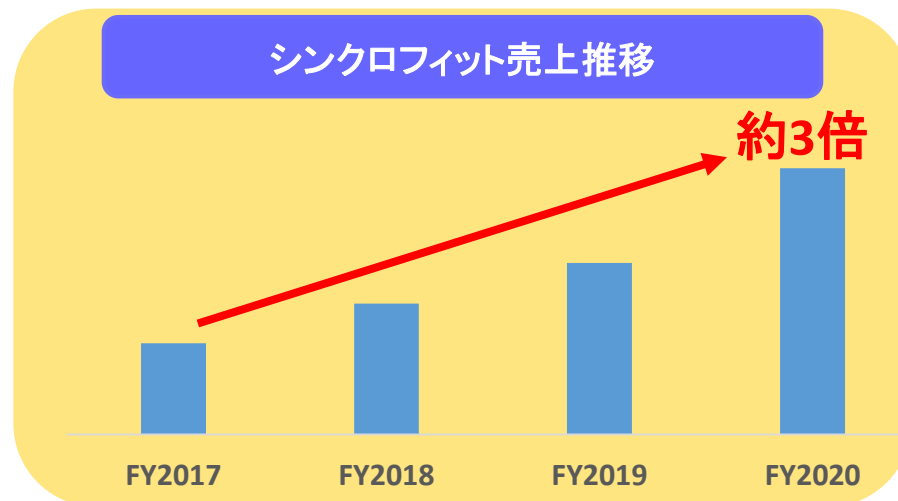
約2時間分の
吸収力をプラス！



トイレに流せる！



コンパクトで
持ち運びに便利



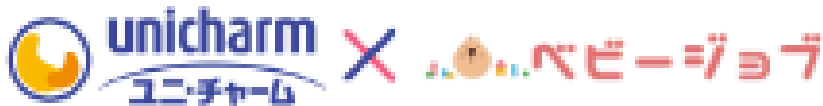
※ 期間:2020年1-8月、ユニ・チャームお客様相談センターに寄せられた嬉しい声 ソフィのブランド内で1位

(社会の健康を守る・支える)

新しい生活様式で保護者と保育士の負担と COVID-19感染リスクを軽減



◆保育園向けベビー用紙おむつのサブスクリプション(定額課金)サービス「手ぶら登園※1」が
“第1回日本子育て支援大賞※2”と“日本サブスクリプションビジネス大賞2020※3”にて
グランプリを受賞



保護者の買い物の頻度の減少や、家庭と保育園間での紙おむつのやり取りを抑制することでCOVID-19感染リスクの軽減につながる可能性がある点が評価

※1 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

※2 子育て中のママやパパ、さらにはその祖父母が実際に“役立った”モノやコトを大いに評価する賞

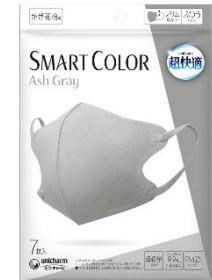
※3 サブスクリプション型のサービスを振興するとともに、新たなサブスクリプションサービス創出のきっかけづくりを目的として、一般社団法人日本サブスクリプションビジネス振興会が主催するアワード

(社会の健康を守る・支える)

COVID-19禍の感染予防、衛生意識の高まりによる マスク、ウェットティッシュの需要拡大に対応

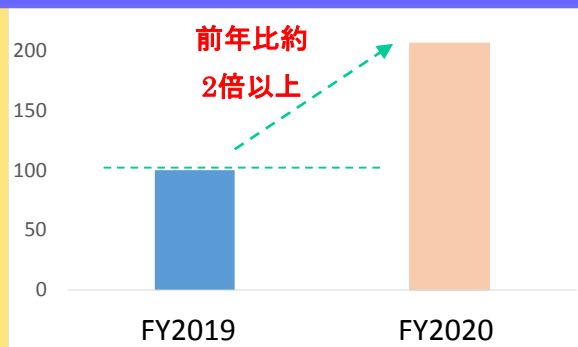


◆2020年1月からの24時間体制での生産から、更に20%増産へ
ソーシャルインクルージョンの実現に向けた新商品も発売予定



◆売上No.1※1 の『シルコット ウェットティッシュ』の生産量を2019年比、約2倍増産へ

ウェットティッシュ市場規模(金額ベース)※2



用途に合わせて

選べるラインナップ!



指定医薬部外品

※1 インテージSRI調べ：一般用ウェットティッシュ市場 累計販売金額2009年1月～2020年10月ブランドランキング

※2 ユニ・チャーム調べ

(社会の健康を守る・支える)

お客様のハピネスの実現に向けて商品機能をさらに進化



◆『ナチュラル ムーニー』がキッズデザイン協議会※1 会長賞を受賞

おしっこで濡れるとおむつに「ありがとう」「だいすき」とポジティブなメッセージが現れる



※1 次世代を担う子供たちの健やかな成長発展につながる社会環境の創出のために、様々な企業・団体が業種を超えて集いあうNPO

◆『ウェーブ フロアワイパー』がグッドデザイン賞※2 を受賞

手軽く簡単に今まで諦めていた狭いすき間の奥までお掃除ができる新構造



※2 1957年に創設されたグッドデザイン商品選定制度を発端とする、総合的なデザイン評価・推奨の活動。今日では国内外の多くの企業や団体などが参加する世界的なデザイン賞。

◆顧客の生活実態や習慣、パートナー・アニマル(ペット)の行動をリモートで観察し、商品開発手法を高度化

【通信回線イメージ】

臨場感のある現場の情報から
新たな気づきや情報を得る

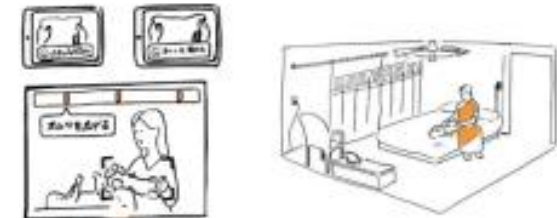


調査実施

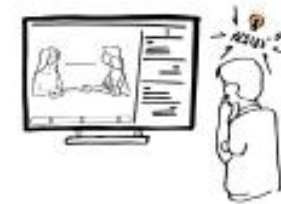
調査後

情報共有の
高質化

Data活用



振り返りたい・今まで観ることのできなかった方が
過去にさかのぼれる
現場で起きている事実を
共有できる



蓄積されたBigDataを基に
評価精度を上げることができる
新たな法則や価値を見つける

◆被災地支援の取り組み

- 被災地支援と節電活動を組み合わせたマッチングファンド※を2011年より継続
スーパークールビズ/ウォームビズ参加人数は延べ20,971名
- 「令和2年7月豪雨」被災地への物資支援



※ 「被災地支援」と「節電推進」を目的に、社員が着用するオリジナルポロシャツなどを社内で販売し、社員の購入した代金相当額と同額を寄付する制度

◆COVID-19禍における支援

- 中国では感染拡大防止のため、北京市・深圳市・成都市などへマスクを寄付
- 中国 武漢から帰国した皆様とクルーズ船ダイヤモンドプリンセス号の乗客の皆様へ、マスクなどの商品を寄付
- 緊急事態宣言が出された北海道エリアへマスクを供給
- 日本では病院施設向けにもマスクを供給
- インドネシアではジャカルタとカラワンにある複数の病院に対して大人用紙おむつと生理用品を寄付
- 韓国では感染拡大防止のため、亀尾地域内へマスクなどを寄付



◆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 ₂ 削減	2016年	原単位▲17%	CO ₂ 排出“0”社会の実現
	製造時CO ₂ 削減	2016年	原単位▲34%	
	使用済み商品廃棄処理時CO ₂ 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。

(地球の健康を守る・支える)

持続可能な資源を使用したベビー用紙おむつ



◆日本初※1 国際的な森林認証制度※2 であるPEFC森林認証プログラム※3 の「CoC認証※4」を生産子会社であるユニ・チャームプロダクツ(株)の5工場で取得



※1 PEFC「CoC認証」の取得は、紙おむつや生理用ナプキンを製造するメーカーとしては日本初

※2 適正に管理された森林から産出した木材などに認証マークを付けることによって、持続可能な森林の利用と保護を図ろうとする制度

※3 国際的な森林認証制度

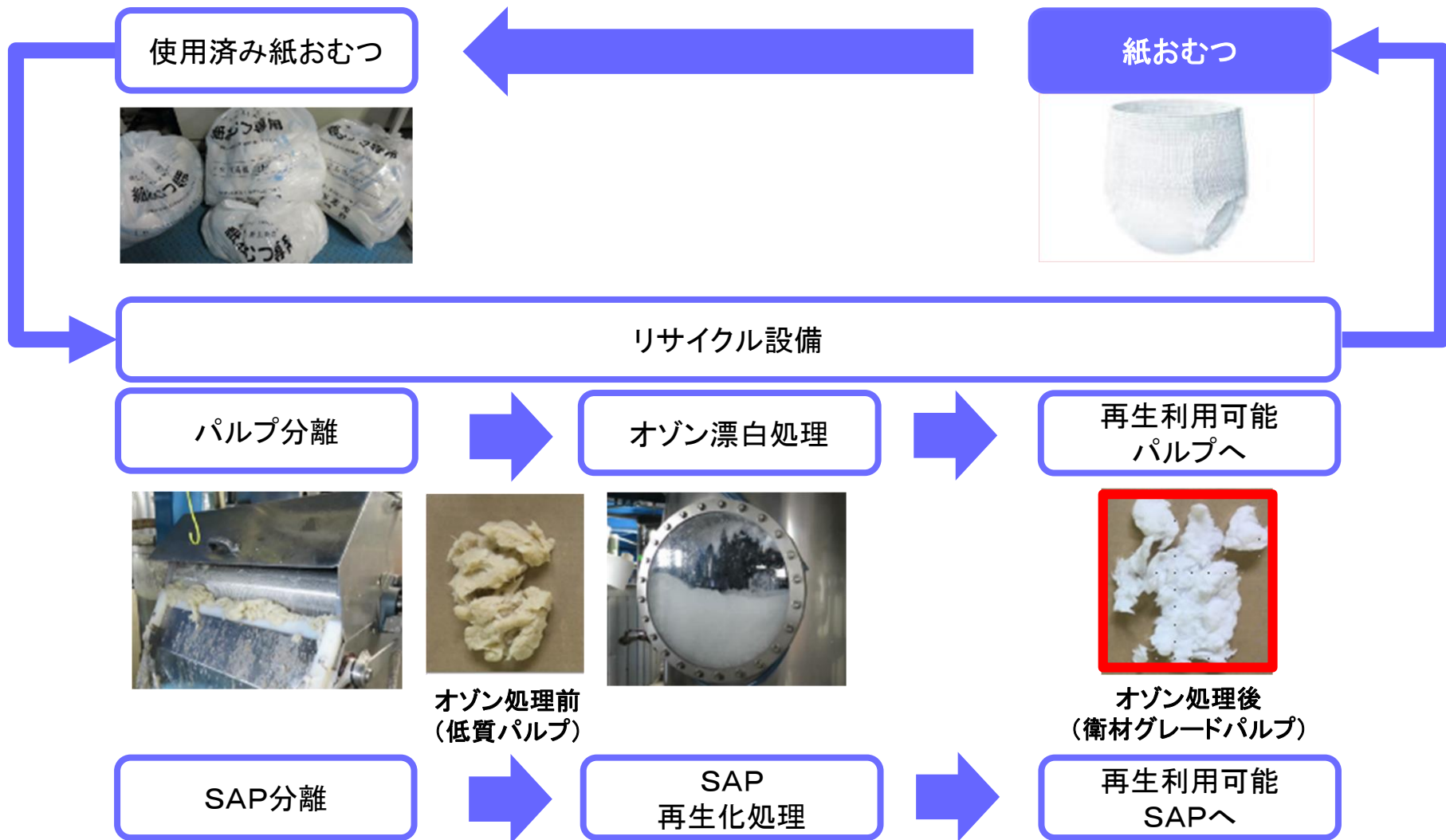
※4 FM(森林管理)認証を受けた森林から産出された木材・紙製品を、適切に管理・加工していることを認証する制度。FM認証を受けた森林から最終製品になるまでの間、製品の所有権をもつ全ての事業者が対象。

(地球の健康を守る・支える)

世界初の「使用済み紙おむつ再資源化技術」



◆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



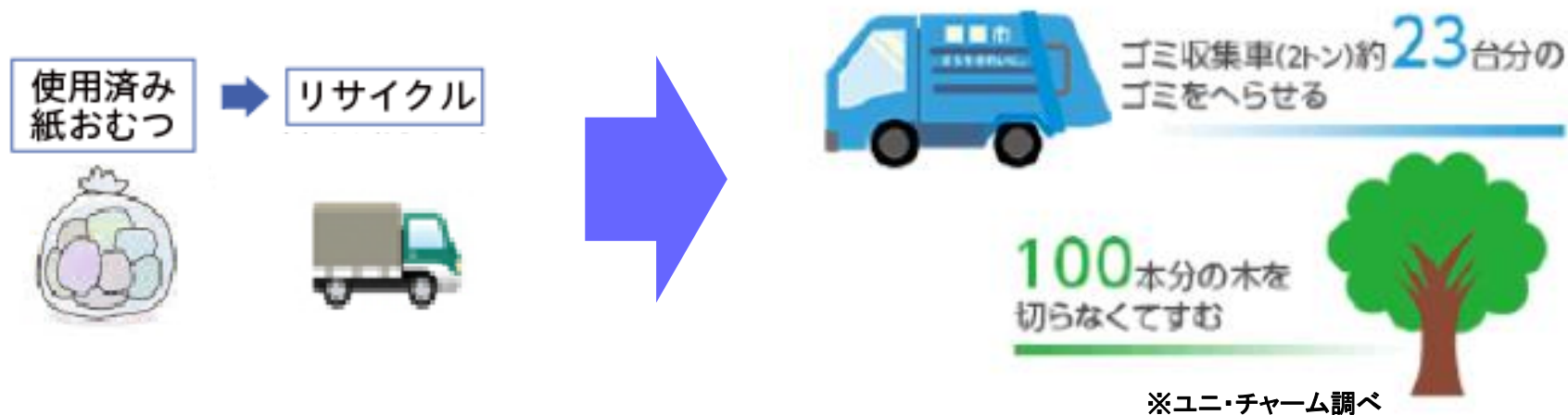
(地球の健康を守る・支える)

使用済み紙おむつの再資源化で試作品を製作 ゴミ処理費用削減と環境負荷低減にも貢献

◆紙おむつや災害備蓄品、トイレトペーパー、メモ帳、紙製ファイルなどの試作品を製作



◆大人用紙おむつを100人が1年間リサイクルした場合の効果



(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、回収会社等とともに
分別回収の実証実験を開始



東京都



【高齢者施設・保育園等】



使用済み紙おむつを分別

【回収】



使用済み紙おむつを回収
(使用済み紙おむつのみを分別回収)

【((仮想)リサイクル処理場】



使用済み紙おむつを搬入
(使用済み紙おむつのみを搬入)

(上記写真についてはイメージであり、実際の実証事業とは異なります)

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

(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※1 へ切り替え 二酸化炭素の削減を目指す



◆九州工場で二酸化炭素(年間約5,000ton-CO₂)の削減※2 を目指す

九州工場
年間使用電力(980万kWh)の
全てを切り替え



※1 風力や太陽光、バイオマス、小規模水力などの自然エネルギーや再生可能エネルギーで発電された電力のこと

※2 家庭1,400世帯が1年間に排出する二酸化炭素(CO₂)量に相当

◆タイ工場で二酸化炭素(年間約4,300ton-CO₂)の削減※3 を目指す

タイ工場
年間使用電力の11%
(900万kWh)を切り替え



※3 タイの家庭で排出する二酸化炭素(CO₂)量、約4,400世帯に相当

◆ベトナム工場で二酸化炭素(年間約3,600ton-CO₂)の削減※4 を目指す

ベトナム工場
年間使用電力の22%
(1,020万kWh)を切り替え



※4 ベトナムの家庭で排出する二酸化炭素(CO₂)量、約5,100世帯に相当

◆COVID-19禍に適応したBCP(事業継続計画)を策定

2020年 4月

5月

6月

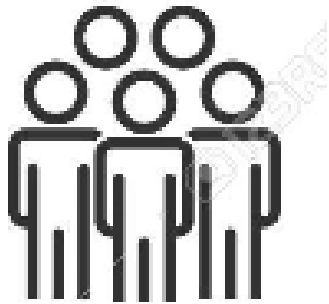
7月 ~ 12月

HQ統制機能を強化

生産性の維持・改善

自立を促す「働き方」で
「働きがい」を最大化

COVID-19クライシスマネジメントチーム(CMT)立ち上げ



COVID-19対策
ガイドライン
(計4回)発信

生産部門
COVID-19
対策規定
(日・英)発信

開発部門
COVID-19対策
ガイドライン発信

COVID-19
対応マニュアル
(日・英)発信

BCP体制
(各リモート
混合体制)
確認項目策定

一人ひとりの
生産性アップ・安心感の醸成



三密が発生しないよう
「働く場所」を自分で選択できる
「リモートワークの推進」
「働く時間」を自分で選択できる
「コアタイムの撤廃」

◆女性のエンパワーメント原則 (Women's Empowerment Principles、以下WEPs※1) 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

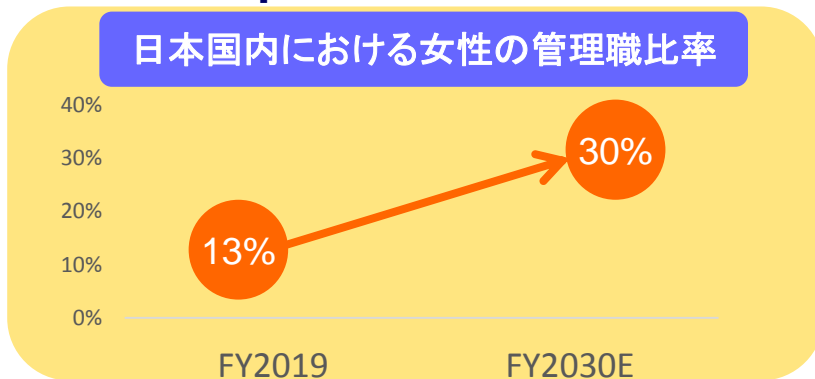
WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office

※1 WEPsは、2010年に国連グローバルコンパクト(UNGC)とUN Womenが共同で作成した「女性の活躍推進に積極的に取り組むための行動原則」で、以下の7原則で構成。

1. トップのリーダーシップによるジェンダー平等の推進
2. 機会の均等、インクルージョン、差別の撤廃
3. 健康、安全、暴力の撤廃
4. 教育と研修
5. 事業開発、サプライチェーン、マーケティング活動
6. 地域におけるリーダーシップと参画
7. 透明性、成果の測定、報告

◆女性の活躍支援を目指す「30% Club Japan※2」へ加盟



◆全ての社員が輝き、働きがいのある職場を目指して「男性育休100%宣言」に賛同



※2 「30% Club」(取締役会を含む企業の重要意思決定機関に占める女性比率を30%以上に引き上げる事を目指す企業の団体)2010年に英国で発祥し、現在14か国で展開。この団体の日本での活動が「30% Club Japan」。

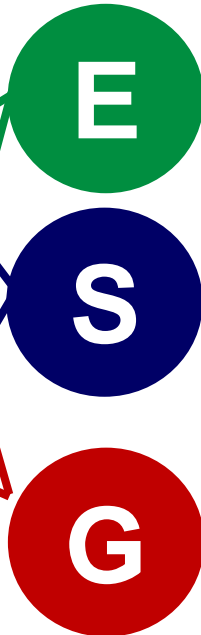
GPIF採用ESG指数における3指数の構成銘柄に選定

総合型指数

テーマ指数

FTSE Blossom Japan

MSCI | MSCI ジャパンESG
セレクト・リーダーズ指数



S&P/JPX
カーボン
エフィシエント
指数

その他SRI指数

FTSE4Good

Bloomberg
Gender-Equality
Index
2021

外部機関からの評価と連携

■ Science Based Target



- ✓ 2018年6月、日本で17番目の目標設定企業として認証
- ✓ CO₂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)



- ✓ 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

■ 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

■ CDPジャパン500



- ✓ 森林資源管理のPDCAサイクルが高いレベルで機能し、B評価を獲得

■ SOMPO

サステナビリティ・インデックス



- ✓ 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9年連続で選定

外部機関からの評価と連携

■ 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の登録を完了

■ エコレールマーク



■ ホワイト500



- ✓ 健康維持・増進に向けた取り組みや、働き方改革の取り組みが評価され、2020年度も継続認定

■ グリーン物流パートナーシップ会議「国土交通大臣表彰」を共同受賞



グリーン物流パートナーシップ会議 表彰式の様子
赤羽 国土交通省大臣(写真左)と
鵜飼 執行役員(写真右)

■ DX銘柄2020



- ✓ 「中国デジタルイノベーションセンター(DIC)での消費者インサイトシステム稼働」や「九州工場スマートファクトリー化」などの取り組みが評価され選定

■ ソフィ「#NoBagForMe Project」が「日経ウーマンエンパワーメント広告賞」を受賞





私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

