

**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

## 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。

## 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）

## 第2四半期累計期間業績は過去最高更新



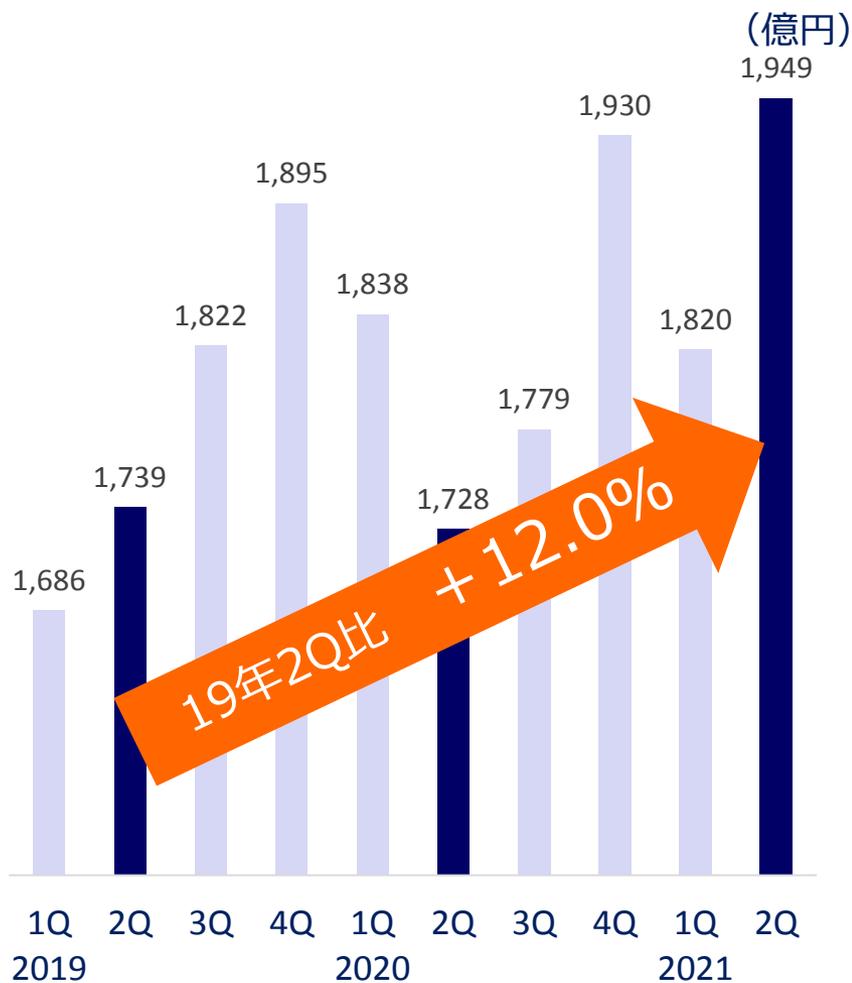
(億円)

### ● 連結決算ハイライト (1-6月)

|                                     | '20/12月期<br>2Q | '21/12月期<br>2Q               | 増減額    | 増減率                | (業績予想)<br>'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<br>(利益率)                     | 553<br>(15.5%) | <b>618</b><br><b>(16.4%)</b> | +65    | +11.7%<br>(+0.9P)  | 1,190<br>(15.5%)   | 51.9% |
| 税引前四半期利益<br>(利益率)                   | 391<br>(11.0%) | <b>648</b><br><b>(17.2%)</b> | +257   | +65.6%<br>(+6.2P)  | 1,170<br>(15.2%)   | 55.3% |
| 親会社の所有者に帰属する四半期利益<br>(利益率)          | 193<br>(5.4%)  | <b>400</b><br><b>(10.6%)</b> | +207   | +107.3%<br>(+5.2P) | 750<br>(9.7%)      | 53.3% |
| EBITDA 税引前四半期利益<br>+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              | —     |

# 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)



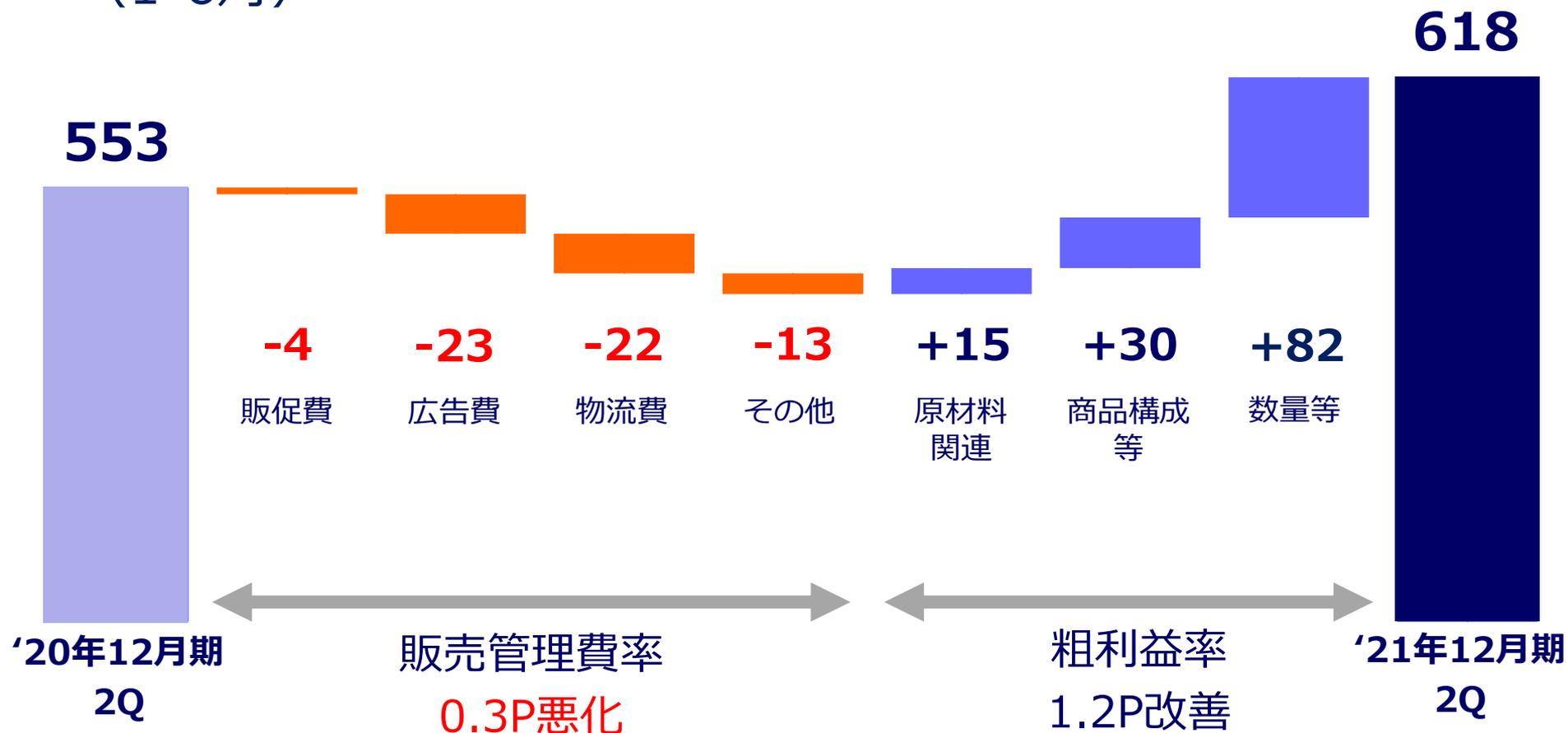
## ● コア営業利益推移(四半期別)



# 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

(億円)

## ● コア営業利益増減 (1-6月)



# 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<br>2Q | '21/12月期<br>2Q | 増減額  | 増減率     | (億円)<br>(参考)<br>実質 ※1<br>増減率 |
|-------|--------|----------------|----------------|------|---------|------------------------------|
| 日本    | 売上高    | 1,376          | <b>1,414</b>   | +38  | +2.8%   | —                            |
|       | コア営業利益 | 266            | <b>290</b>     | +24  | +9.1%   | —                            |
|       | (利益率)  | (19.3%)        | <b>(20.5%)</b> |      | (+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 | 229            | <b>260</b>     | +30  | +13.2%  | +7.6%                        |
|       | (利益率)  | (14.2%)        | <b>(14.8%)</b> |      | (+0.6P) |                              |
| その他※2 | 売上高    | 570            | <b>596</b>     | +26  | +4.6%   | +4.3%                        |
|       | コア営業利益 | 55             | <b>66</b>      | +11  | +20.2%  | +20.8%                       |
|       | (利益率)  | (9.6%)         | <b>(11.1%)</b> |      | (+1.5P) |                              |
| 連結    | 売上高    | 3,566          | <b>3,770</b>   | +204 | +5.7%   | +3.6%                        |
|       | コア営業利益 | 553            | <b>618</b>     | +65  | +11.7%  | +9.4%                        |
|       | (利益率)  | (15.5%)        | <b>(16.4%)</b> |      | (+0.9P) |                              |

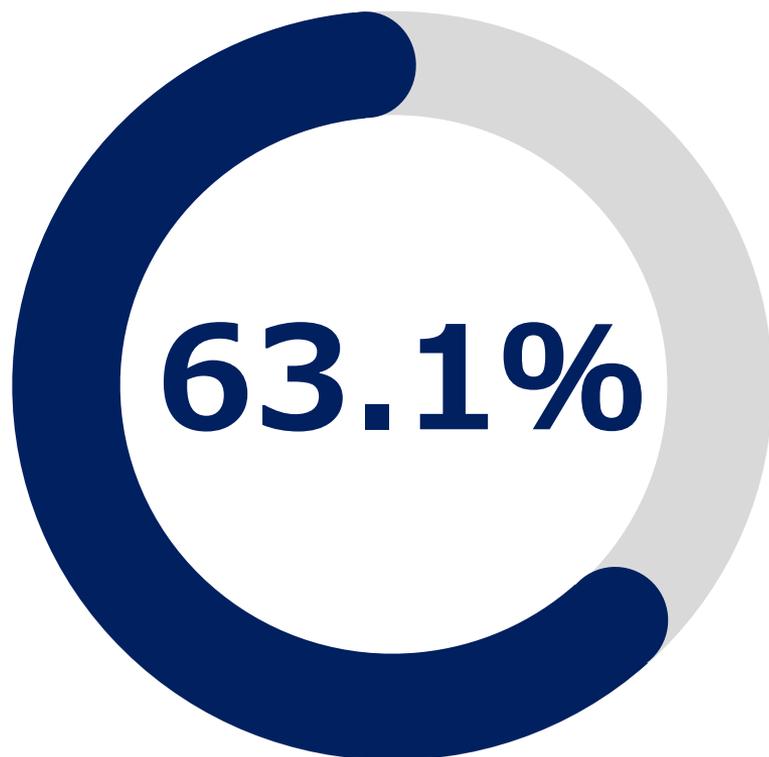
【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース

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%

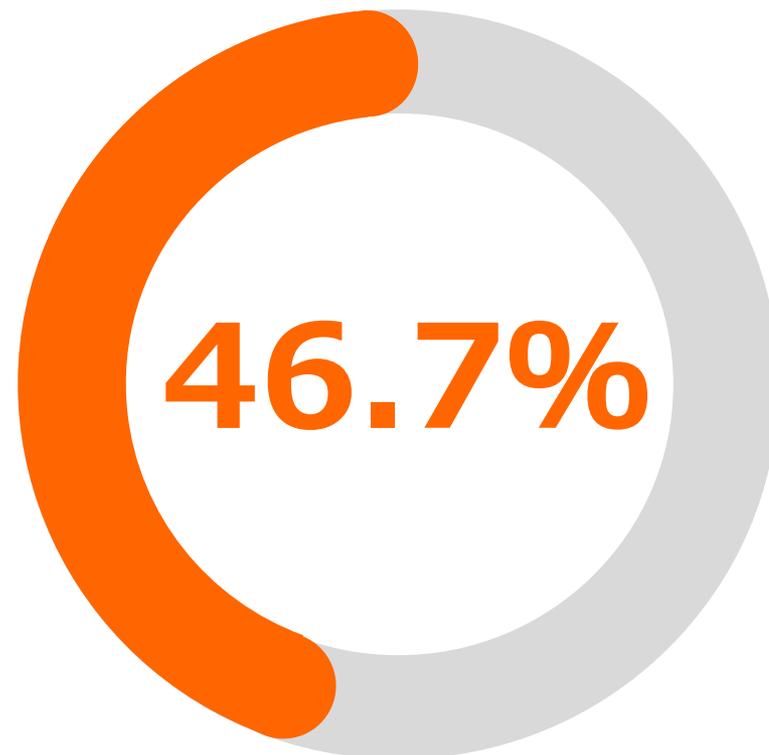
※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率

※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

- 海外売上高比率

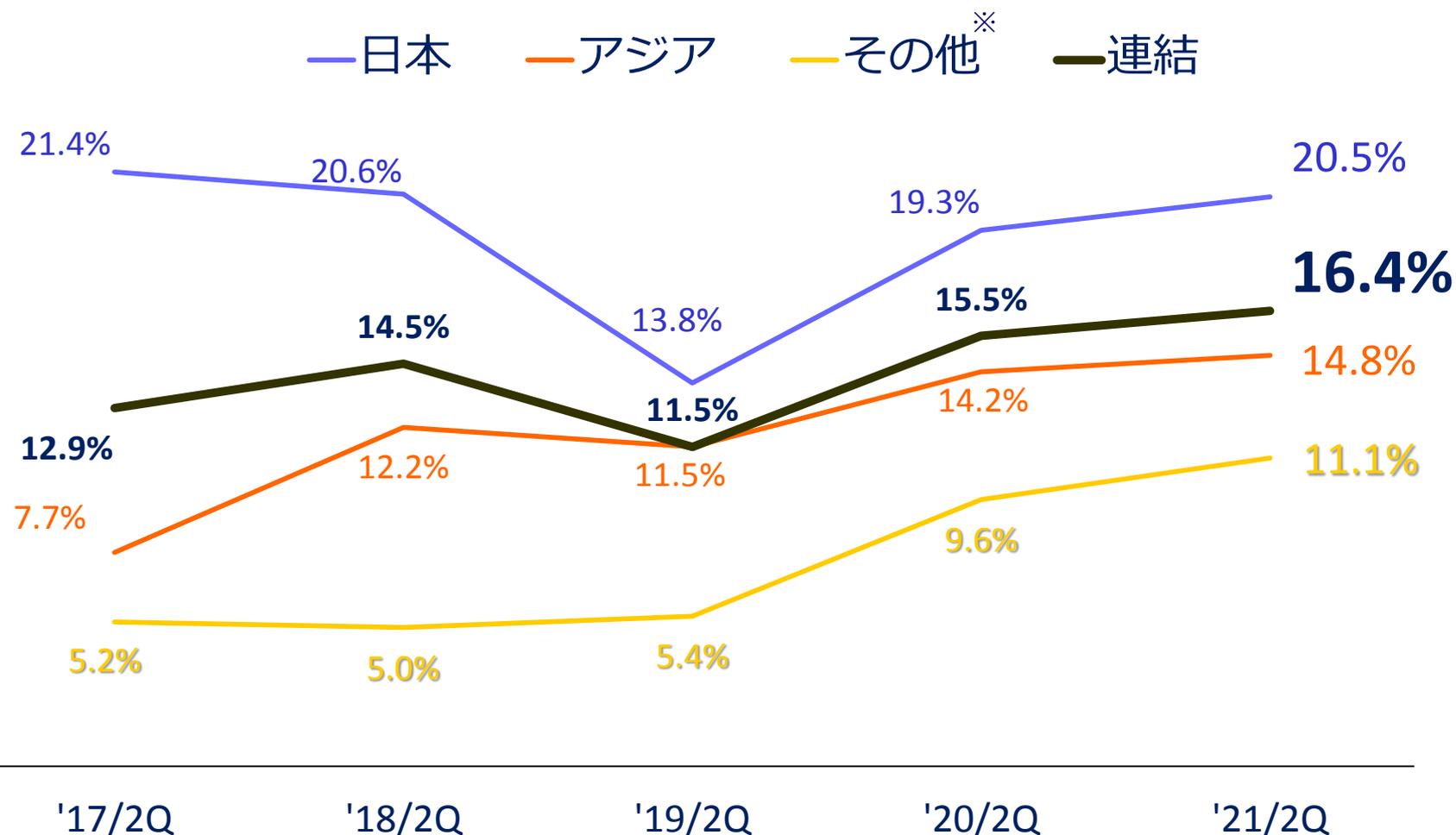


- アジア売上高比率



# 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

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

※ その他は産業用資材関連商品等

# 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%  |

## 中・長期戦略・財務目標（2023年・2030年）

---

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

## WC ウェルネスケア関連商品

- 日本市場シェアNo.1のケアモデルによるアジア展開加速
- 中国市場への集中投資
- リサイクル事業の確立

WC

## PC ペットケア関連商品

- プレミアム化促進
- 北米市場で新市場創造
- 中国市場への集中投資

PC

## FC フェミニン関連商品

- 中国市場シェア拡大
- インドを中心とした低普及地域の展開スピードアップ

FC

BC

## BC ベビーケア関連商品

- プレミアム市場シェア拡大
- アフリカへの新規参入
- リサイクル事業の確立

海外  
売上比率  
23年：65%  
(30年：70%)

新規参入  
市場シェア10%獲得  
(アフリカ展開など)

ヘルスケア  
中国Key都市  
市場シェア  
No.1

ナショナル  
スタッフ幹部比率

本部長：65%  
部室長：87%

女性  
管理職比率

連結：30% 日本：18%  
HQスタッフ  
女性比率50%

DXを活用  
世界初の最適な  
排泄ケア提案

使用済み  
紙おむつ  
リサイクル事業  
開始

包装材  
プラスチック使用率  
5%削減

## Kyo-Sei Life Vision 2030

第11次中期経営計画  
2021~2023

売上高  
CAGR + 6.9%

COPM\*  
15.5%

売上高  
CAGR + 6.8%

COPM  
17%

2023年  
売上高  
8,880億円

2030年  
売上高  
1兆4,000億円

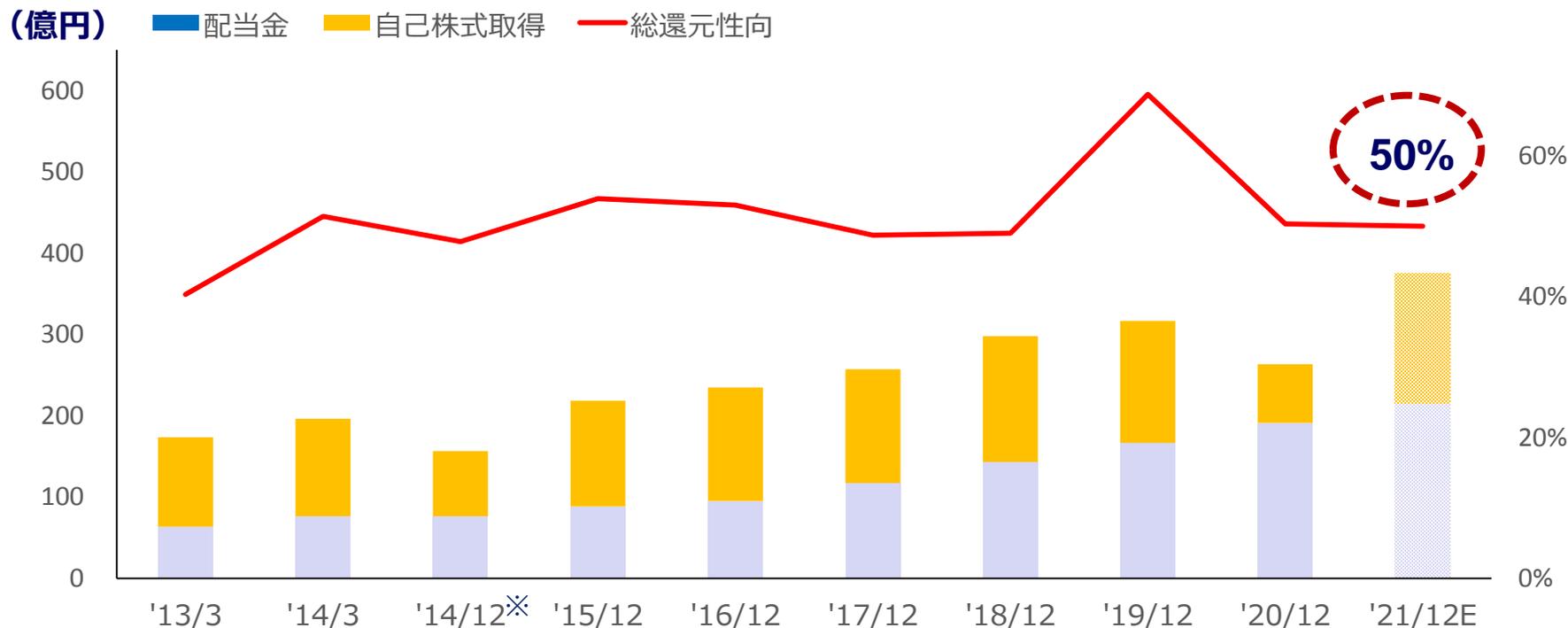
※ COPMはコア営業利益率

## 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

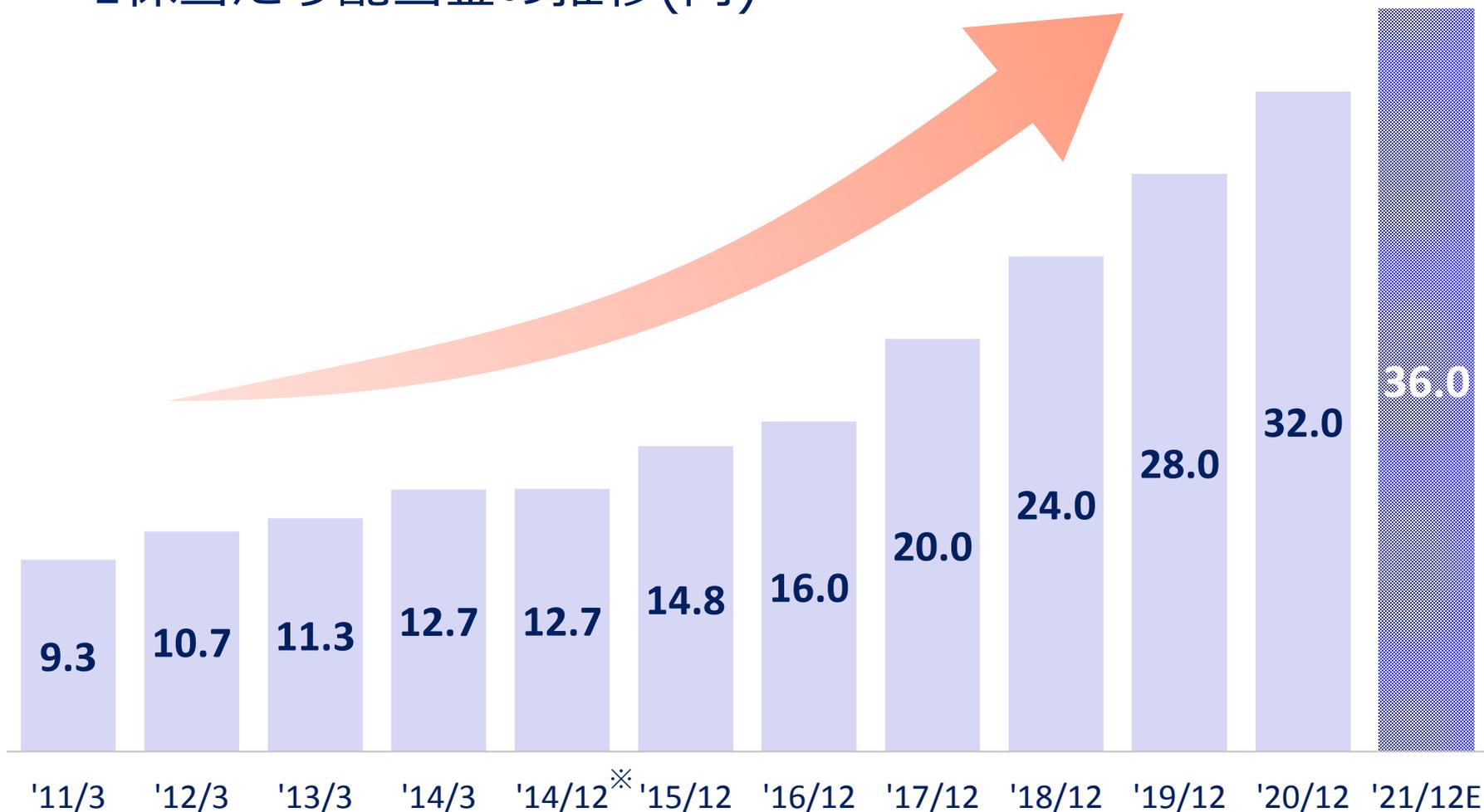


※1: 会計年度9ヶ月の変則決算

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 20期連続の増配 (年間36円)計画

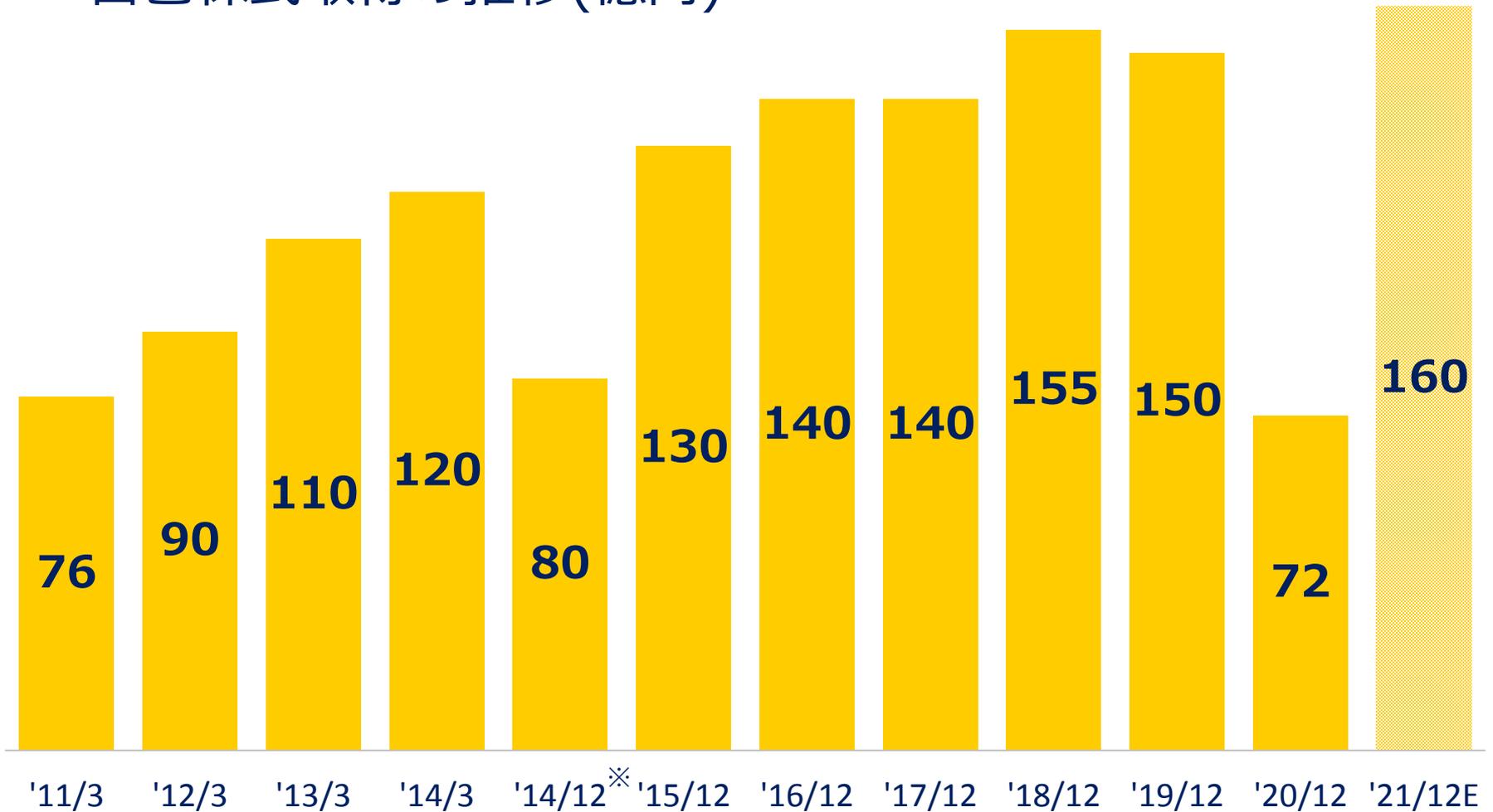
## ● 1株当たり配当金の推移(円)



※ 会計年度9ヶ月の変則決算

# 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

## 「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

### 目指す方向

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。

### 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

社会の健康を守る・支える

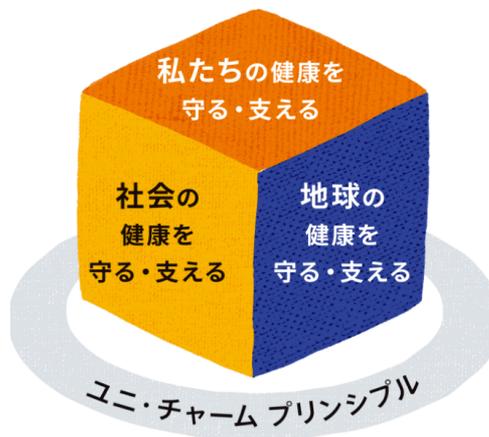
### 目指す方向

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

地球の健康を守る・支える

### 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

- 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

| 重要取り組みテーマ  | 指標  | 目標値  | 目標年   |
|--|---|------|-------|
| <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> |   |      |       |
| 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   | 世界中全ての人々が、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 |

(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

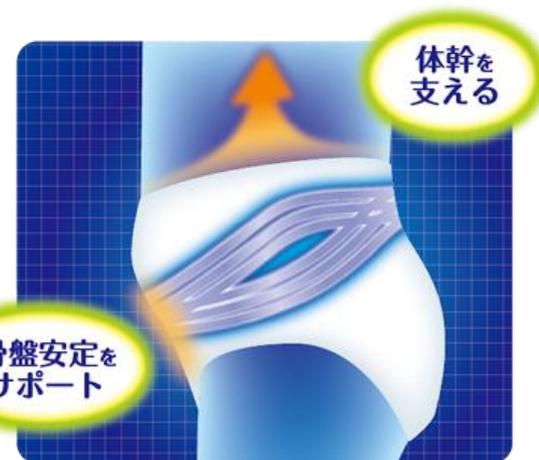


1995年“寝たきりゼロを目指して”  
『ライフリーリハビリ用パンツ』発売



“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』



(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



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



(私たちの健康を守る・支える)  
**国や地域の特徴に合わせた新価値提案**



◆ **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**



◆ **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**



◆ **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)℃』**



軽温感

強温感

◆ **細菌増殖を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**



(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』



(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



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 Dengue Virus 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)

(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



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



# First Ascent

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.

(私たちの健康を守る・支える)  
日々の健康を守り、安心して快適な暮らしをサポート



◆ 衛生環境の向上



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



## ◆ 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 |

(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

## ◆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 |

◆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<br>(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)  
安全性と環境に配慮した取り組み



◆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で発売



責任ある森林管理  
のマーク



(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



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)     |

(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



紙おむつリサイクル設備の導入件数

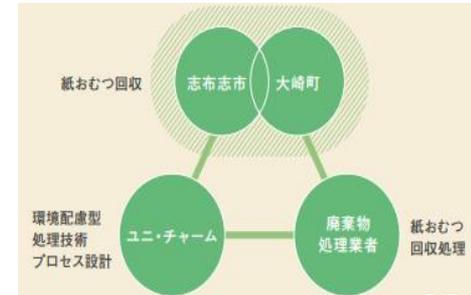
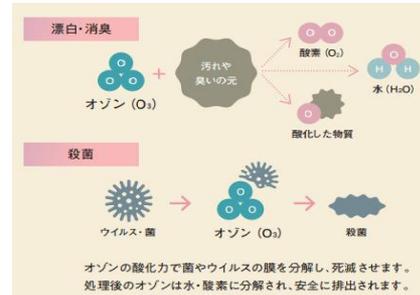
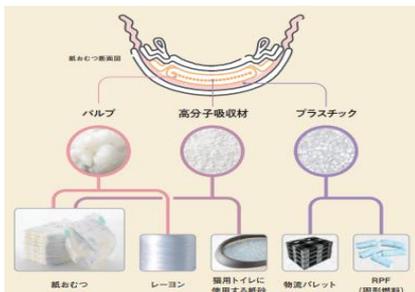
## ◆安心と便利さはそのままに、リサイクルがあたり前の未来へ

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**



# 「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)

(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



## 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

◆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

### 研究ノート①

ユニ・チャームが実現した  
紙おむつの  
循環型リサイクル



- 研究テーマ：循環型リサイクルとは？
- 世界初、ユニ・チャームの紙おむつ循環リサイクル

### 研究ノート②

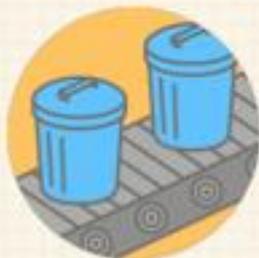
紙おむつ  
再生の技術



- 研究テーマ：紙おむつの構造を知ろう
- 研究テーマ：オゾン処理でパルプを再生する仕組み
- 研究テーマ：高分子吸水材（SAP）を再生する仕組み

### 研究ノート③

リサイクルしないと  
紙おむつは  
どうなるの？



- 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？
- SDGs（持続可能な開発目標）に貢献する紙おむつリサイクル

### 研究ノート④

紙おむつの  
リサイクルで  
地球環境を守る



- 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
- 使用済み紙おむつが“ごみ”じゃない世界をみんなと一緒につこう

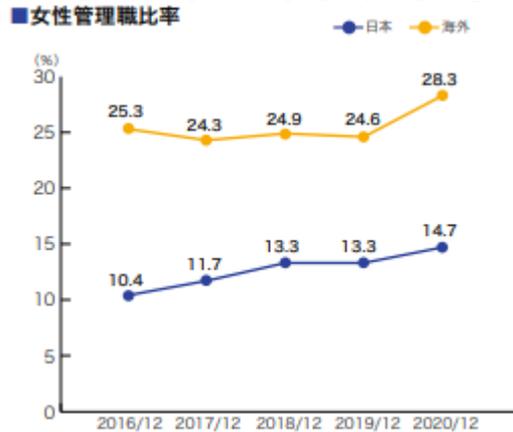
<https://www.unicharm.co.jp/ja/csr-eco/education.html>

## ◆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  |

(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

## 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

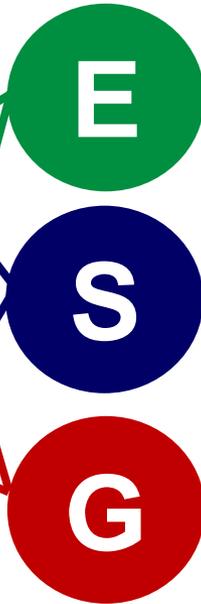
### テーマ指数



FTSE Blossom  
Japan



MSCI 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

## ■ Science Based Target



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

## ■ 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

## ■ 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

## ■ 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

## ■ FSC

(Forest stewardship council)



The mark of  
responsible forestry  
FSC® N002492

- ✓ 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

## ■ 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

## ■ 「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

## ■ 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

## ■ 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



## ■ 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

## ■ 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。

