

**2022年12月期
第2四半期（1月1日～6月30日）
決算説明資料**

2022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

2022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 4,216億円 (YoY +11.8%)
コア営業利益 554億円 (YoY -10.3%)

- 売上高は過去最高更新。利益は原価や物流費などの高騰が影響。
- 業績予想の進捗は、売上高は上振れ傾向、コア営業利益は計画どおりに推移。

日本

2.5%増収、10.7%減益

- 増収はフェミニンケアとウェルネスケア、ペットケアが好調持続。
減益は円安も重なり原価高騰が影響。

海外

17.5%増収、9.8%減益

- アジア地域 増収減益。増収はインドネシアやインド、ベトナムなどが牽引。
減益は中国でのロックダウンやベビーケア高粗利商品シフト加速化が影響。
- その他地域 増収増益。北米は付加価値商品による価値転嫁で好調に推移。

株主還元

年間配当38円 21期連続増配計画

- 自己株式取得について・・・7月末現在90億円取得。

売上高は過去最高更新 厳しい環境下でも、業績予想進捗は順調



(億円)

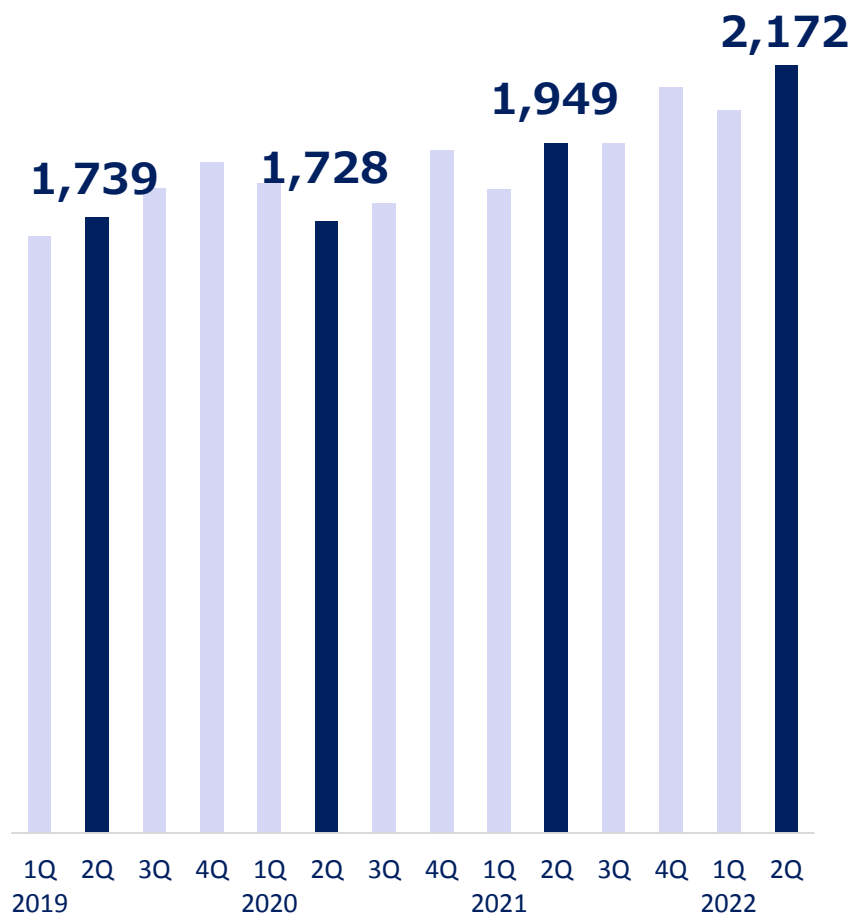
● 連結決算ハイライト (1-6月)

| | '21/12月期 2Q | '22/12月期 2Q | 増減額 | 増減率 | (業績予想) '22/12月期 | 進捗率 |
|--------------------------------|----------------|------------------------------|--------|-------------------|--------------------|-------|
| 売上高 | 3,770 | 4,216 | +447 | +11.8% | 8,500 | 49.6% |
| コア営業利益 (利益率) | 618 (16.4%) | 554 (13.1%) | -64 | -10.3% (-3.3P) | 1,270 (14.9%) | 43.6% |
| 税引前四半期利益 (利益率) | 648 (17.2%) | 564 (13.4%) | -84 | -12.9% (-3.8P) | 1,260 (14.8%) | 44.7% |
| 親会社の所有者に帰属する四半期利益 (利益率) | 400 (10.6%) | 318 (7.5%) | -82 | -20.5% (-3.1P) | 792 (9.3%) | 40.1% |
| EBITDA 税引前四半期利益 +減価償却費及び償却費 | 835 | 772 | -63 | -7.6% | 1,660 | 46.5% |
| 基本的1株当たり四半期利益(円) | 66.77 | 53.26 | -13.51 | -20.2% | 132.84 | 40.1% |
| USDレート(円) | 107.69 | 122.89 | +15.20 | +14.1% | 113.50 | — |
| 中国元レート(円) | 16.66 | 18.94 | +2.28 | +13.7% | 17.50 | — |

COVID-19禍でも安定した売上高成長 コスト上昇圧力のなか高い利益水準を確保

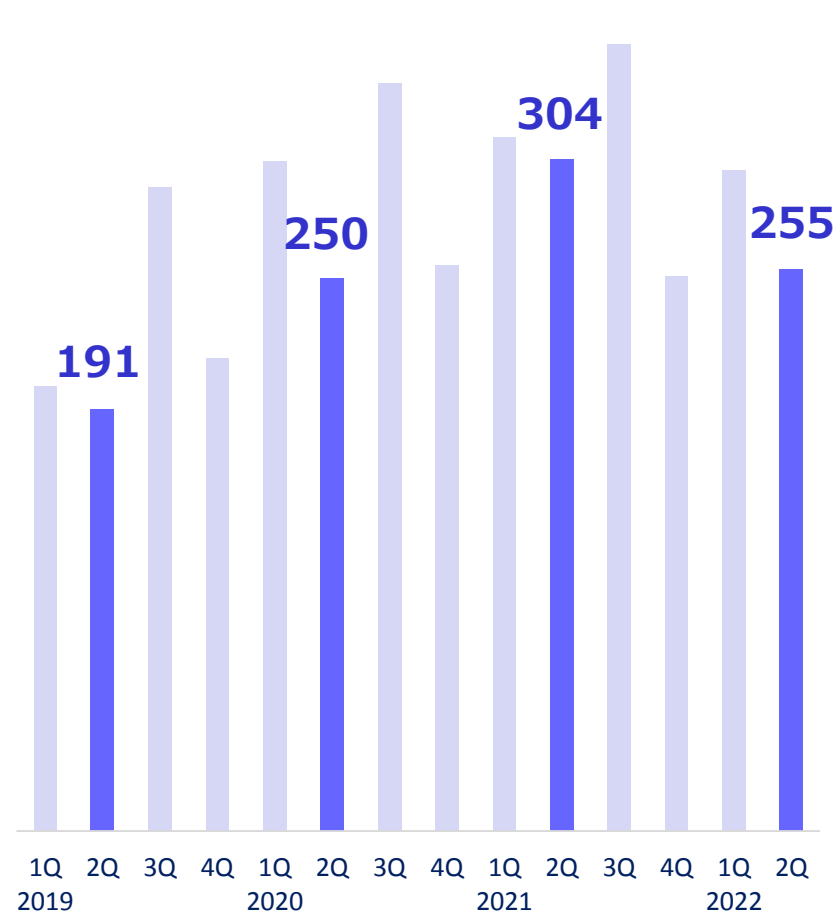
● 売上高推移(四半期別)

(億円)



● コア営業利益推移(四半期別)

(億円)



経営環境が厳しいなか、効率的にマーケティング費用を投下し
継続的な付加価値商品拡大による数量効果で原材料高騰を吸収

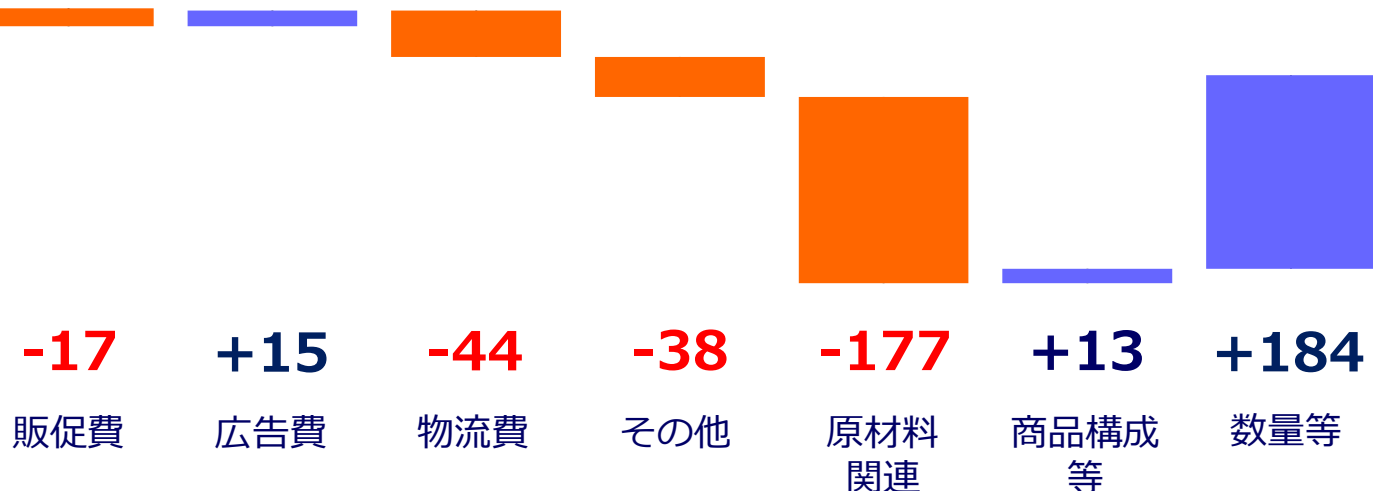


(億円)

● コア営業利益増減
(1-6月)

618

554



'21年12月期
2Q

販売管理費率
0.6P改善

粗利益率
3.9P悪化

'22年12月期
2Q

コスト上昇のなか、日本では主にフェミニンケアが業績を牽引 海外は中国ロックダウンも影響したが、東南アジア、インド、 北米を中心にトップラインは順調に推移



(億円)

● 所在地別セグメント情報 (1-6月)

| | | '21/12月期 2Q | '22/12月期 2Q | 増減額 | 増減率 | (参考) 実質 ※1 増減率 |
|--------|-----------------|----------------|------------------------------|------|-------------------|----------------------|
| 日本 | 売上高 | 1,414 | 1,449 | +35 | +2.5% | — |
| | コア営業利益 (利益率) | 290 (20.5%) | 259 (17.9%) | -31 | -10.7% (-2.6P) | — |
| アジア | 売上高 | 1,759 | 2,007 | +248 | +14.1% | +3.1% |
| | コア営業利益 (利益率) | 260 (14.8%) | 225 (11.2%) | -35 | -13.3% (-3.6P) | -21.5% |
| その他 ※2 | 売上高 | 596 | 760 | +163 | +27.4% | +13.8% |
| | コア営業利益 (利益率) | 66 (11.1%) | 69 (9.1%) | +3 | +4.2% (-2.0P) | -8.8% |
| 連結 | 売上高 | 3,770 | 4,216 | +447 | +11.8% | +4.6% |
| | コア営業利益 (利益率) | 618 (16.4%) | 554 (13.1%) | -64 | -10.3% (-3.3P) | -15.1% |

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース

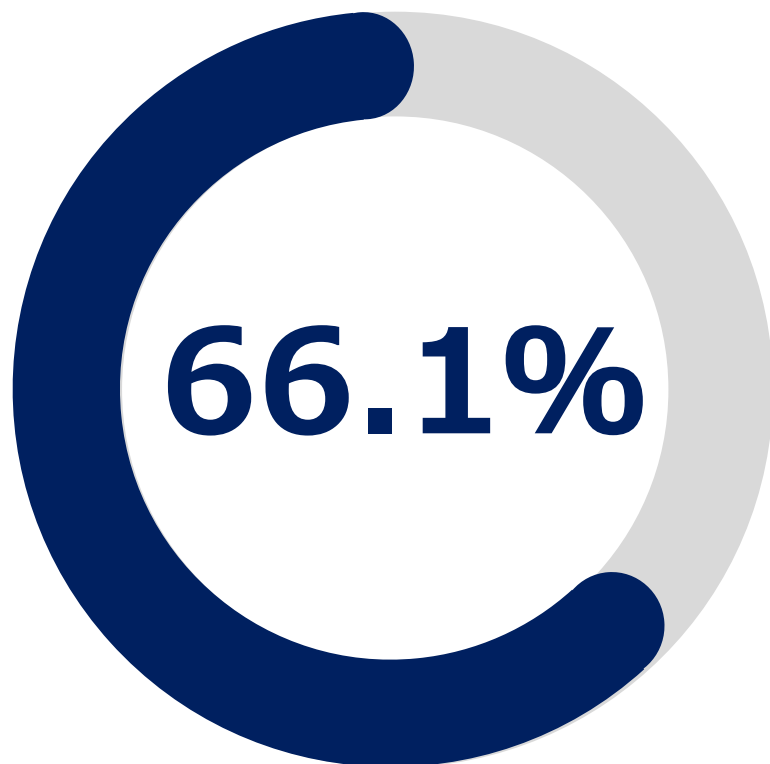
中国 -13% インドネシア +12% タイ +1% インド +31% ベトナム +3% 中東 +1% 北米 +21% ブラジル +6%

※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率

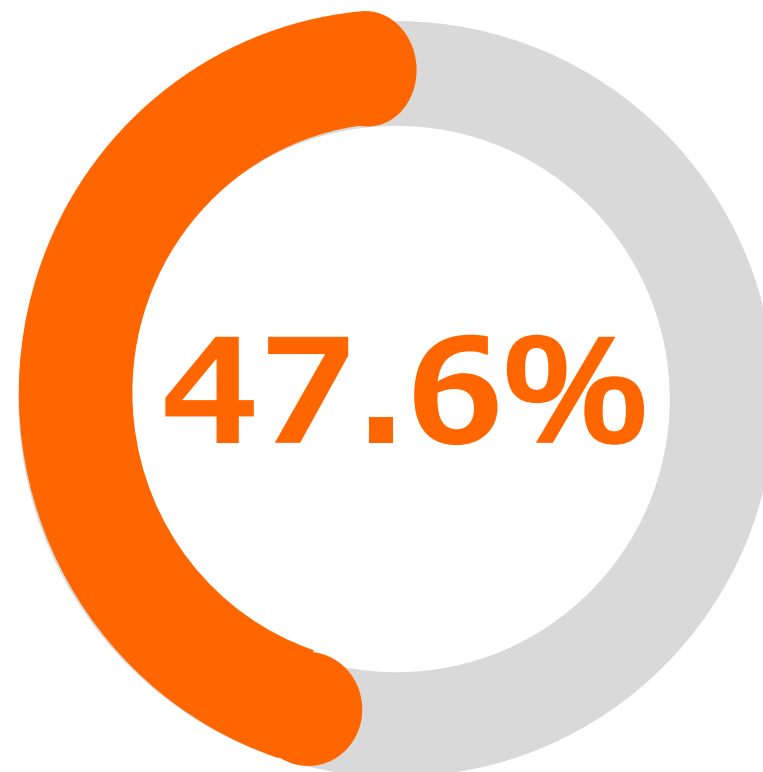
※2 その他の主な地域は、北米、サウジアラビア、ブラジル、オランダ

海外売上高比率は過去最高レベルまで上昇 圧倒的な海外・アジア売上高比率を継続

- 海外売上高比率

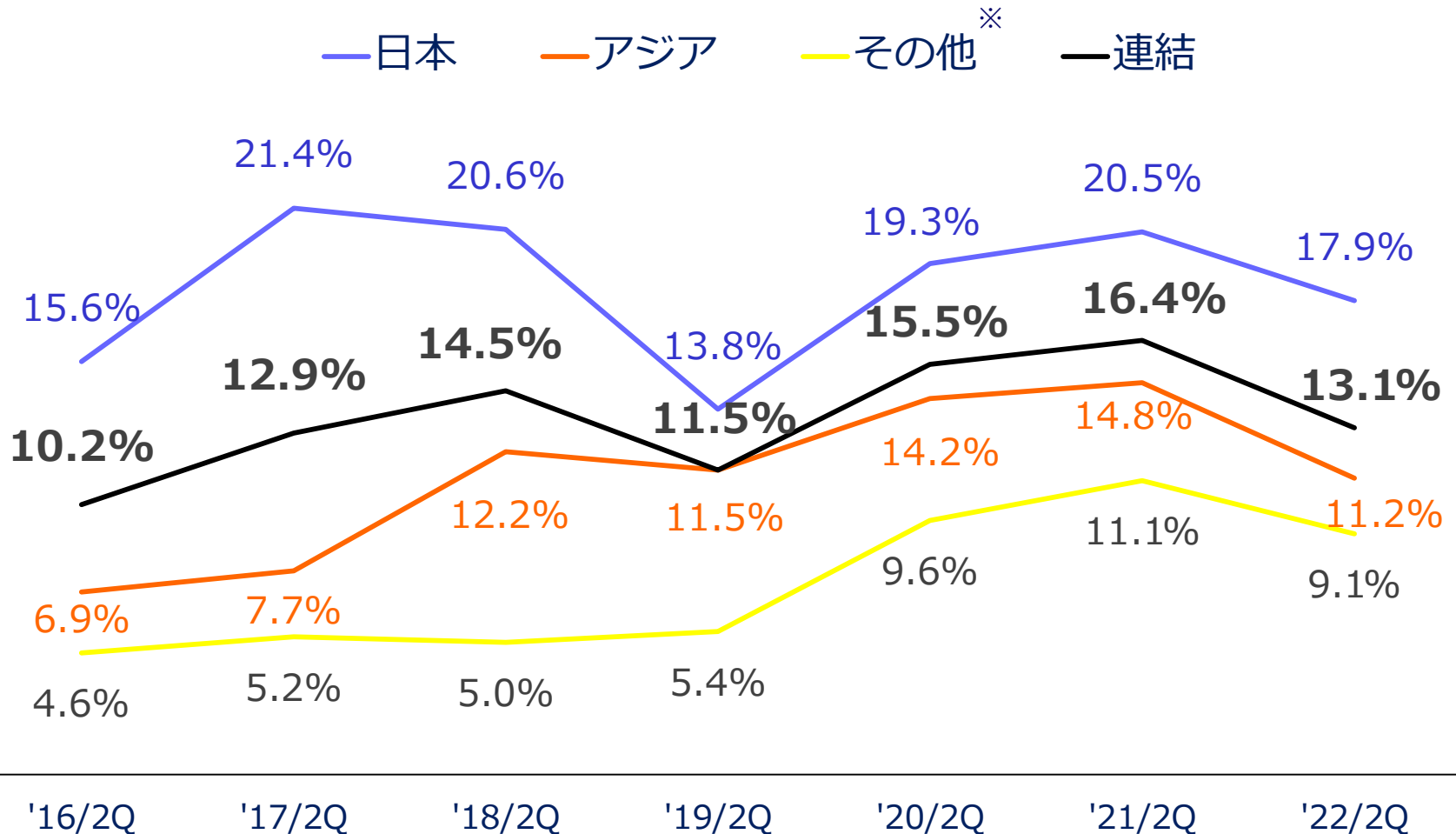


- アジア売上高比率



急激なコスト上昇や中国ロックダウンなどの影響もあり
収益性は悪化しているが、下期からの付加価値商品展開の
拡大による価値転嫁などで収益性改善を計画

● 所在地別 コア営業利益率（1-6月）



※ 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ケア、ウェルネスケアなどが牽引 ペットケアは北米が価値転嫁で好調持続



(億円)

● 事業別セグメント情報 (1-6月)

| | | '21/12月期 2Q | '22/12月期 2Q | 増減額 | 増減率 |
|---------|--------|----------------|----------------|------|----------------|
| パーソナルケア | 売上高 | 3,254 | 3,610 | +356 | +10.9% |
| | コア営業利益 | 545 | 482 | -63 | -11.5% |
| | (利益率) | (16.8%) | (13.4%) | | (-3.4P) |
| ペットケア | 売上高 | 486 | 570 | +84 | +17.2% |
| | コア営業利益 | 69 | 70 | +1 | +0.9% |
| | (利益率) | (14.3%) | (12.3%) | | (-2.0P) |
| その他※ | 売上高 | 30 | 37 | +7 | +21.9% |
| | コア営業利益 | 3 | 2 | -1 | -43.7% |
| | (利益率) | (10.6%) | (4.9%) | | (-5.7P) |
| 連結 | 売上高 | 3,770 | 4,216 | +447 | +11.8% |
| | コア営業利益 | 618 | 554 | -64 | -10.3% |
| | (利益率) | (16.4%) | (13.1%) | | (-3.3P) |

※ 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274億円増、コア営業利益 約30億円増

● 通貨別変動推移 (1-6月平均レート)

| 通貨 | '21/12期2Qレート | '22/12期2Qレート | 増減率 |
|--------------|--------------|---------------|--------|
| 中国(CNY) | 16.66 | 18.94 | +13.7% |
| インドネシア(IDR) | 0.0076 | 0.0086 | +13.2% |
| サウジアラビア(SAR) | 28.75 | 32.81 | +14.1% |
| タイ(THB) | 3.50 | 3.65 | +4.3% |
| インド(INR) | 1.48 | 1.62 | +9.5% |
| ベトナム(VND) | 0.0047 | 0.0054 | +14.9% |
| 米国(USD) | 107.69 | 122.89 | +14.1% |
| オランダ(EUR) | 129.82 | 134.25 | +3.4% |
| 台湾(TWD) | 3.85 | 4.29 | +11.4% |
| 韓国(KRW) | 0.0965 | 0.0997 | +3.3% |
| マレーシア(MYR) | 26.29 | 28.76 | +9.4% |
| オーストラリア(AUD) | 83.07 | 88.32 | +6.3% |
| ブラジル(BRL) | 20.03 | 24.34 | +21.5% |
| エジプト (EGP) | 6.85 | 7.11 | +3.8% |

2022年12月期 業績予想概要

連結

| | | |
|--------|---------|-------------|
| 売上高 | 8,500億円 | (YoY +8.6%) |
| コア営業利益 | 1,270億円 | (YoY +3.7%) |

【進捗状況】

- 売上高は上振れで推移。コア営業利益は計画どおりに推移。
- 業績予想の変更無し。

【当初想定からの環境変化】

- ウクライナ情勢不安に起因するオイル市況が上昇し高止まり。
- それに伴う原材料関連や物流費などの高騰が継続。
- 中国でのゼロコロナ政策におけるロックダウン。
- 急激な為替変動（円の独歩安）。

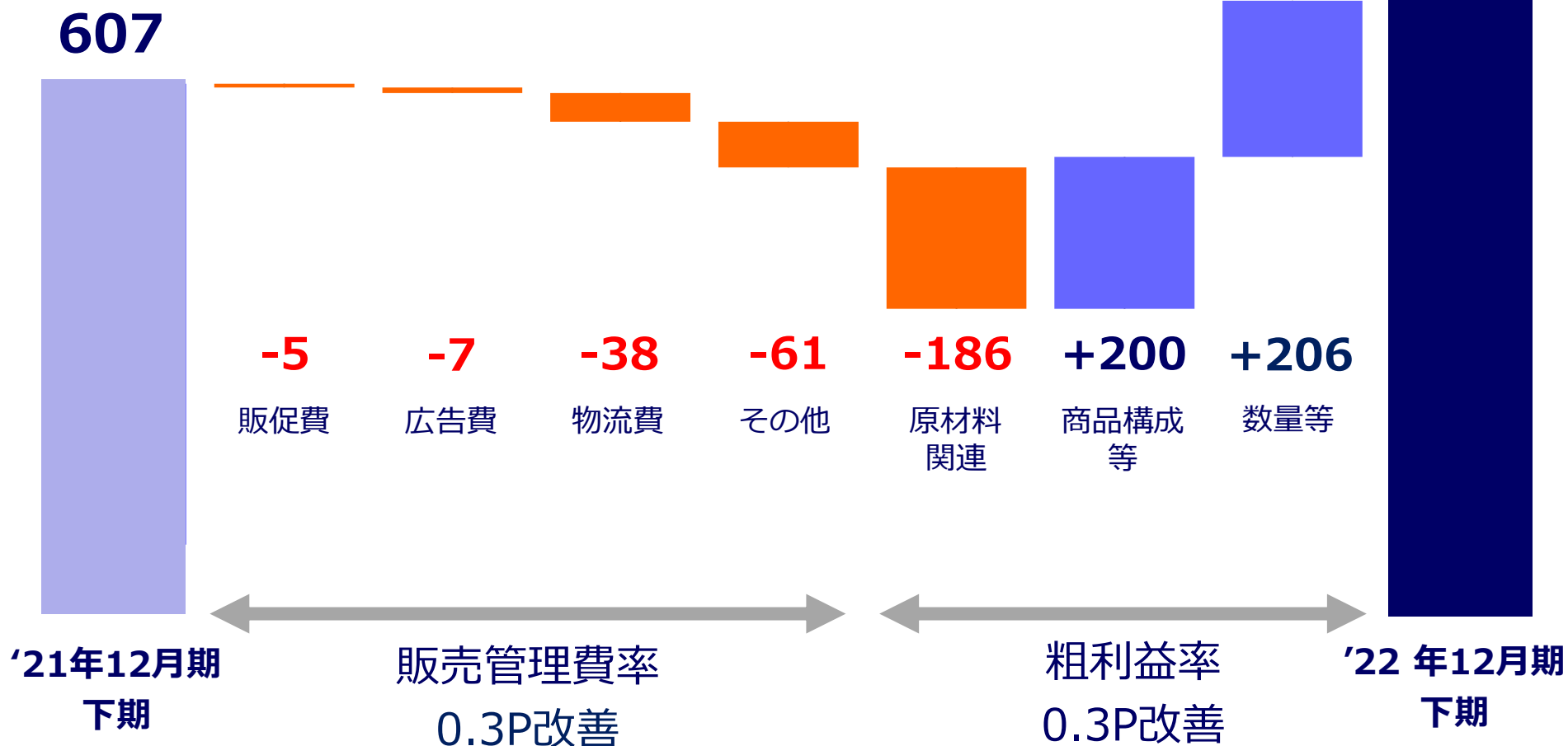
【業績予想達成へ向けて】

- 下期からの更なる価値転嫁推進でトップライン上方達成。
- 高粗利商品へのシフトを加速化。
- 更なるマーケティングの効率化や商品スペック改善などによるコストダウン。
- 中国でのロックダウンに対しサプライチェーン強化推進。
- 各通貨に対する安定した円安水準。

各国、各地域で付加価値商品などによる価値転嫁実践と数量効果で、急激なコスト上昇を吸収し増益を見込む

(億円)

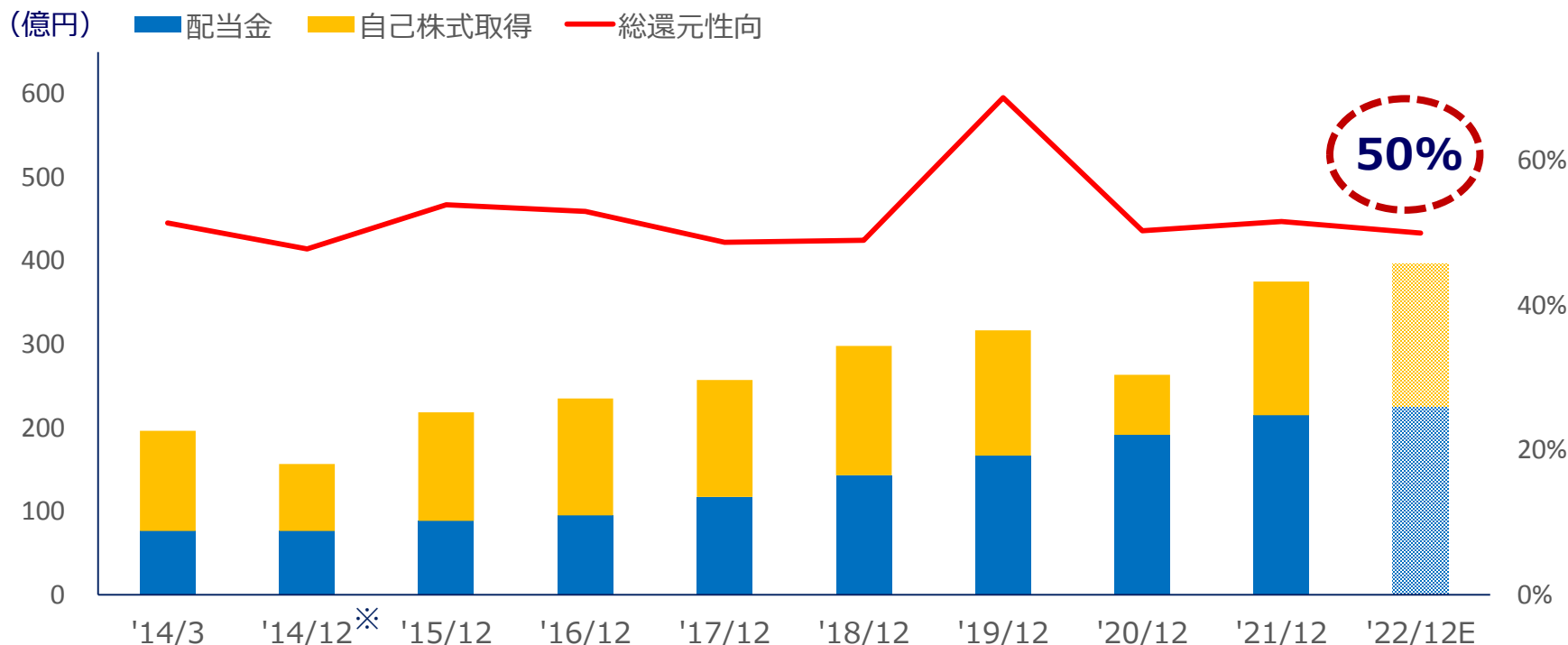
● コア営業利益増減見込み (7-12月)



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 2022年度も総還元性向50%を計画

● 株主還元政策

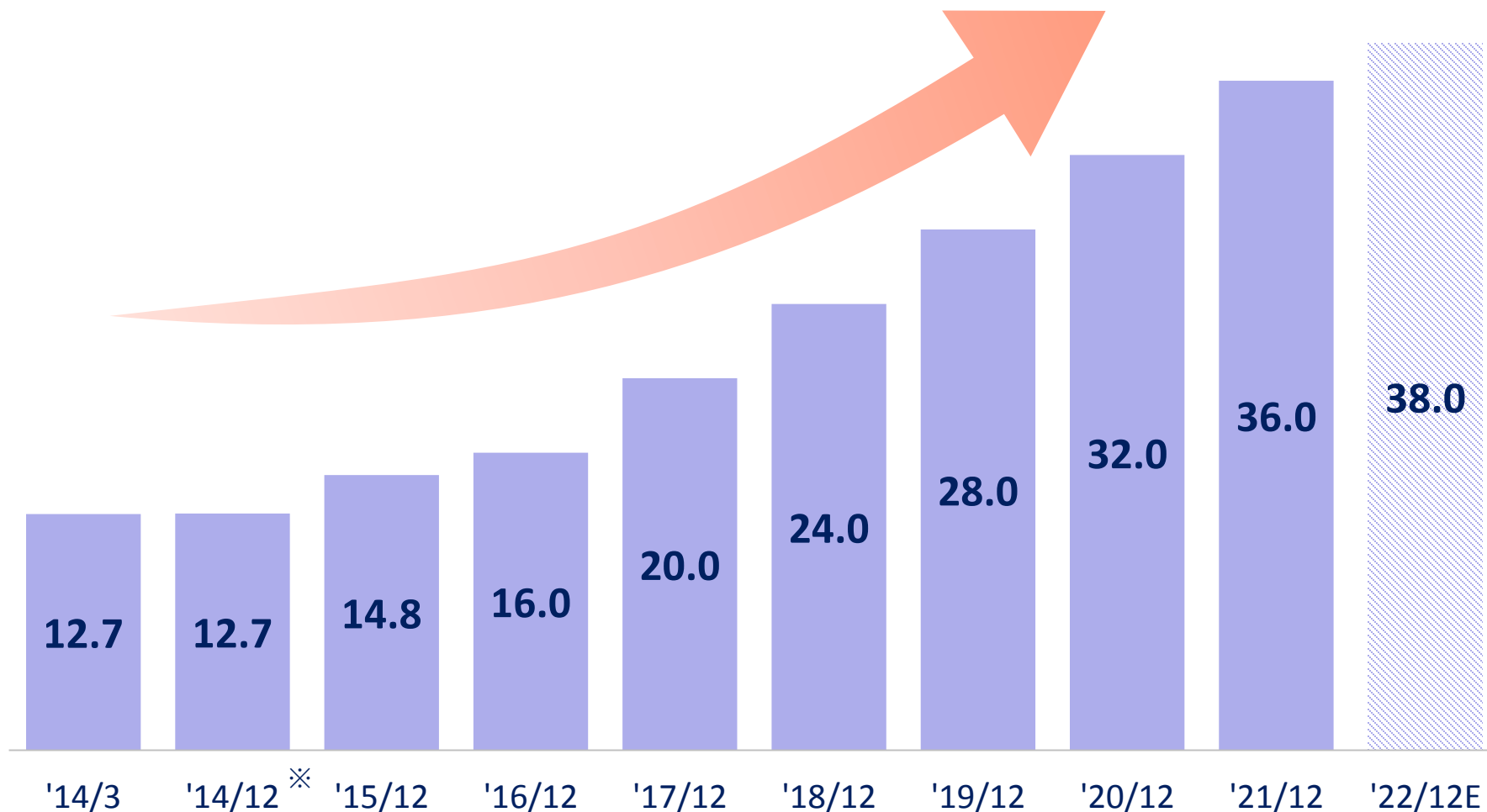


※1: 会計年度9ヶ月の変則決算

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 21期連続の増配 (年間38円)計画

● 1株当たり配当金の推移(円)



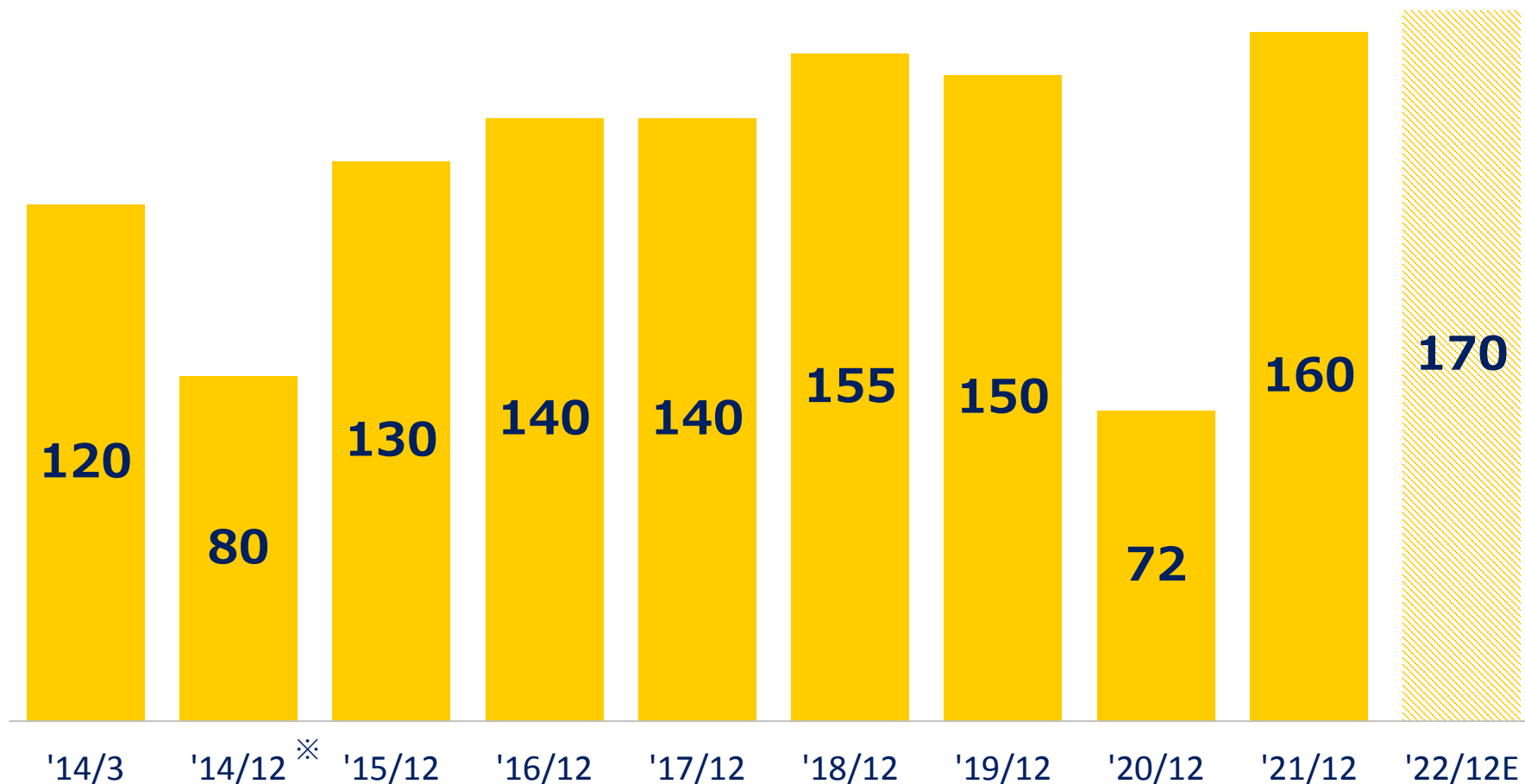
※ 会計年度9ヶ月の変則決算

キャッシュの状況に応じて機動的に自己株式を取得

'22年は170億円を上限に取得予定、7月末現在 約90億円取得



● 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

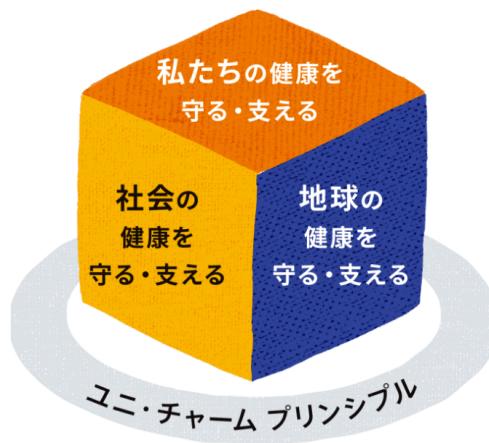
目指す方向

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 | 実績 | 中長期目標 | |
|---|---|--------|-------|-------|
| | | 2021年 | 目標値 | 目標年 |
| 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。 | | | | |
| 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%継続 | 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%継続 | 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%継続 | 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%継続 | 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%継続 | 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**



**“自分らしさ”を実感して暮らせる
 商品・サービスの展開**



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

◆ **ご使用される方のADL（日常生活動作）に合わせた商品展開で自立排泄を支援**

- 軽い尿モレの方**
- 一人で外出できる方
 一人で歩ける方
 介助があれば歩ける方**
- 立てる方・座れる方**
- 寝て過ごすことが多い方**



(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
 目指す取り組み

#NoBagForMe

話そう、知ろう。生理のこと。



TOKYO CREATIVITY AWARDS



生理について学ぶ企業向けプログラム

みんなの生理研修

> 参加企業募集中! 詳しくはこちら

◆女性活躍支援をグローバルで推進



文化を考慮した
 女性専用工場



女性起業家創出
 プロジェクト



オンラインによる
 初潮教育 24

(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



◆ショーツ型や、温感に着目したナプキン (中国現法考案)



軽温感

強温感

◆ムレを感じにくく、ひんやりとした清涼感のクールタイプや、活性炭配合タイプのナプキン (タイ現法考案)



◆抗菌シートを採用したタイプ (インド現法考案) や、オリーブオイルを配合したナプキン (サウジアラビア現法考案)

◆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 (日本考案)



※ 経血量には個人差があります

(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**

◆ **品質、美味しさ、健康をサポートする
 多様なニーズに応じたフード**

◆ **不織布・吸収体の加工・成形技術を活かした
 トイレタリー商品**

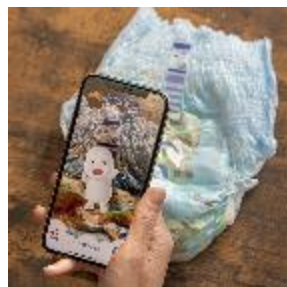


(私たちの健康を守る・支える)

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



赤ちゃん和家人が、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

◆ 保護者と保育士の負担や、感染リスク軽減にもつながる保育園向けサブスクリプション（定額課金）サービス

◆ 国や地域のニーズに合わせた差別化商品



©Fujiko-Pro,Shogakukan, TV-Asahi,Shin-ei,and ADK



◆ 衛生環境の向上



一人ひとりの努力で、感染対策をするための商品・サービスの展開

◆ 機能性と、つけ心地を追求し、生活者の利用実態やニーズに合わせた商品

◆ 海外においても、高付加価値マスクの展開を強化



◆ 社会の健康を守る・支える

| 重要取り組みテーマ | 指標 | 実績 | 中長期目標 | |
|--|--|--------|----------------|-------|
| | | 2021年 | 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%継続 | 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。 | 9案件 | 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。 | 開発継続中 | 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。 | 23.4% | 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%継続 | 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解放を促し、生きる楽しさが実感できる商品・サービスの展開

◆ 聴覚障がいや、言語障がいのある消費者の声に耳を傾け、迅速に自社技術を活用したマスク



◆ デングウイルスを媒介する蚊をおむつに寄せつけず、赤ちゃんをデング熱の脅威から守る世界初※のおむつ



※ 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)

◆地球の健康を守る・支える

| 重要取り組みテーマ | 指標 | 実績 | 中長期目標 | |
|--|---|-------|----------------|-------|
| | | 2021年 | 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。 | 開発継続中 | 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。 | 7.3% | 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。 | 開発継続中 | 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。 | 開発継続中 | 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。 | 開発継続中 | 半減 (2020年比) | 2030年 |

◆「環境目標2030」

| 環境目標 2030 | 実施項目 | | 基準年 | 2021年 目標 | 2021年 実績 | 2022年 目標 | 2030年 目標 | 2050 ビジョン |
|--------------------------|--------------------------------------|-----|---------|--|--|--|-----------------|--------------------------------------|
| プラスチック 問題対応 | 包装材における使用量削減 | 原単位 | 2019年※1 | ▲3% | ▲0.2% | ▲6% | ▲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 | - | - | - | 開発継続 | 開発継続 | 10SKU以上発売 | |
| | 使用済み商品廃棄方法啓発 | - | - | 30% | 38% (6カ国) | 45% | グループ 全社で展開 | |
| | 販促物でのプラスチック使用ゼロ | 原単位 | - | ▲10% | ▲8.9% (日本) | ▲20% | グループ全社で 原則ゼロ | |
| 気候変動対応 | 原材料調達時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | ▲1.7% | 9.7% (日本) | ▲3.4% | ▲17% | CO ₂ 排出“0”社会 の実現 |
| | 製造時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | ▲3.4% | ▲26.9% | ▲28.0% | ▲34% | |
| | 使用済み商品廃棄処理時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | ▲2.6% | 23.7% (日本) | ▲5.2% | ▲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 | - | - | 森林由来 原材料：98%※2 パーム油：80% | 森林由来 原材料：97%※2 パーム油：77% | 森林由来 原材料：98%※2 パーム油：80% | 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 | - | - | 認証工場数比率： 50%※3 認証材調達比率： 60%※4 | 認証工場数比率： 56%※3 認証材調達比率： 70%※4 | 認証工場数比率： 60%※3 認証材調達比率： 75%※4 | 100% | |
| | 認証パーム油 (RSPO) の拡大 | - | - | 80% | 77% | 80% | 100% | |
| | 紙おむつリサイクル推進 | - | - | - | 開発継続 | 開発継続 | 10以上の自治体 で展開 | |

※1 設定当初、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。

※2 第三者認証材に加え、原産地(国・地域)トレーサビリティ確認ができた森林由来原材料比率。森林由来原材料は、パルプ、ティッシュ、セパレーター、エアレイドパルプが含まれます。

※3 当社工場におけるCoC認証取得工場数の比率。

※4 第三者認証材の森林由来原材料比率。森林由来原材料は、パルプ、ティッシュ、セパレーター、エアレイドパルプが含まれます。

GHG (Green House Gas) 排出量可視化基盤の構築

◆スコープ3を含む包括的なGHG排出量可視化プロジェクトを デロイト トーマツと開始

| 環境目標 2030 | 実施項目 | | 基準年 | 2021年 目標 | 2021年 実績 | 2022年 目標 | 2030年 目標 | 2050 ビジョン |
|--------------|---|-----|-------|-------------|---------------|-------------|-------------|------------------------------------|
| 気候変動 対応 | 原材料調達時 CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | ▲1.7% | 9.7% (日本) | ▲3.4% | ▲17% | CO ₂ 排出 "0"社会の 実現 |
| | 製造時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | ▲3.4% | ▲26.9% | ▲28.0% | ▲34% | |
| | 使用済み商品廃 棄処理時CO ₂ 排出量削減 | 原単位 | 2016年 | ▲2.6% | 23.7% (日本) | ▲5.2% | ▲26% | |

CO₂排出実質"0"の達成に向けた、製品別GHG排出量開示を目指し、
サプライチェーン全体のCO₂を含むGHG排出量可視化基盤を構築し、
「気候変動対応」への取り組みをより強力に推進

(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

◆ **環境に配慮した商品の開発**



**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**

◆ **100%再生資材を使用した紙パッケージ
 商品や、原料の一部に植物由来資源を
 使用した商品**

◆ **資生堂ジャパン(株)、(株)ファイントウデイ
 資生堂、ライオン(株)と共同で、店頭販促
 物のプラスチック使用量削減を宣言**



(地球の健康を守る・支える)

工場で使用する電力を再生可能電力へ切り替え CO₂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**

◆再生可能電力比率5%以上の国・地域

| 国 | 再生可能電力比率 (2021年12月末時点) |
|------|---------------------------|
| ブラジル | 100% |
| アメリカ | 100% |
| ベトナム | 約11% |
| タイ | 約13% |
| 日本 | 約6% |

◆再生可能電力比率100%の事業所



ブラジル
(ジャグアリウーナ工場)



アメリカ
(Hartzプレゼント
ブレイン工場)



日本 (九州工場)



日本 (豊浜製造所)³⁵

(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

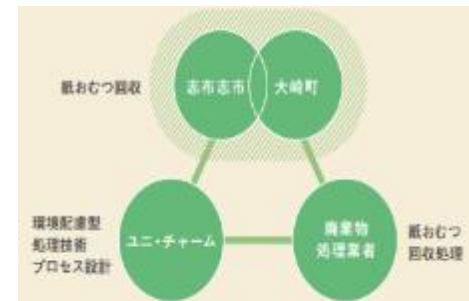
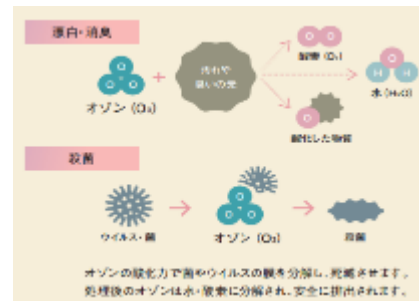
◆安心と便利さはそのままに、リサイクルがあたり前の未来へ

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**



(地球の健康を守る・支える)
使用済み紙おむつリサイクル処理の流れ

◆ **水平リサイクル (紙おむつから紙おむつへ)**

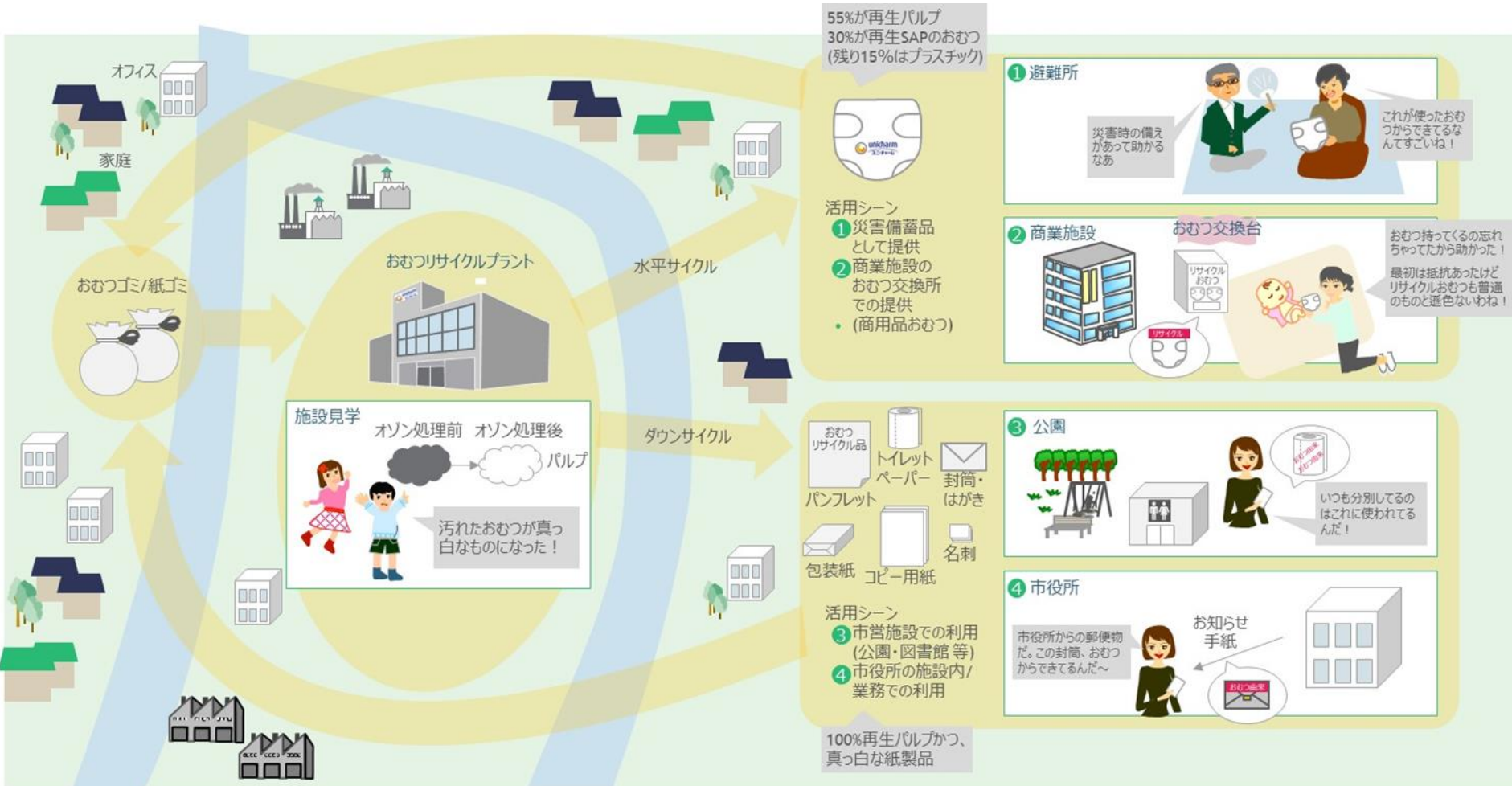


(地球の健康を守る・支える)

リサイクルに触れる機会を増やし、 「紙おむつのリサイクルは当たり前」の社会を形成



◆リサイクル資材を活用した将来像（イメージ図）



(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た実証事業



◆自治体や小田急電鉄とともに使用済み紙おむつの分別回収の実証実験を推進



<実証実験イメージ図>

【高齢者施設・保育園・一般家庭】

【回収】

【リサイクル】



使用済み紙おむつを分別



自治体や小田急の
効率的な分別回収



ユニ・チャームの
紙おむつリサイクル

これまでの実施地域：志布志市、大崎町、東大和市

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)

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

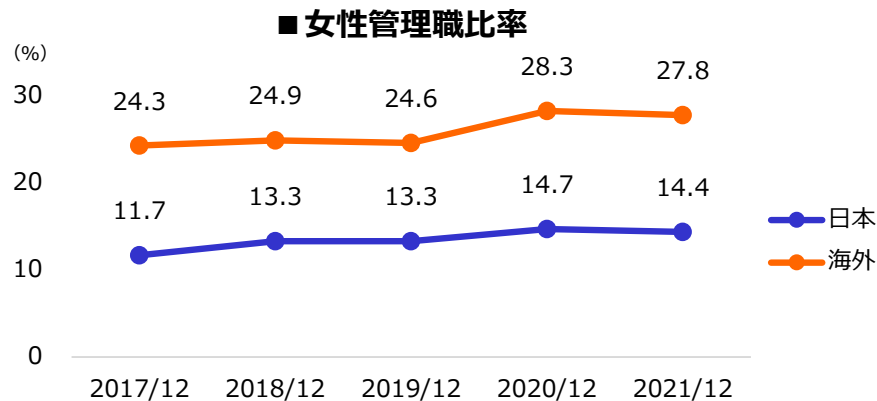
<https://www.unicharm.co.jp/ja/csr-eco/education.html>

◆ユニ・チャーム プリンシプル

| 重要取り組みテーマ | 指標 | 実績 | 中長期目標 | |
|---|--|--------------------|----------------|-----------|
| | | 2021年 | 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 | 外部評価機関による評価レベルの維持・向上の推進。 | — | 最高レベル | 2026年から毎年 |
| | 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 | 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 | 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。 | 日本14.4% 海外27.8% | 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。 | 81.4% | 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。 | 6名 | 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

◆ **女性活躍を推進に向けて、
 「30% Club Japan」への加盟と、
 女性のエンパワメント原則に署名**

◆ **国や地域が抱える課題を克服し、
 女性の活躍推進に向けた
 取り組みを強化**



In support of
WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES
 Established by UN Women and the UN Global Compact Office



**キャリアや人生の悩みを
 共有、相談する機会の創出**



**サウジアラビアの文化を
 尊重した就労機会の提供**

デジタル技術活用により、生活者の絶対価値を創造することで
持続的な企業価値の向上と、競争力強化を実現



SUSTAINABLE DEVELOPMENT **GOALS** への貢献

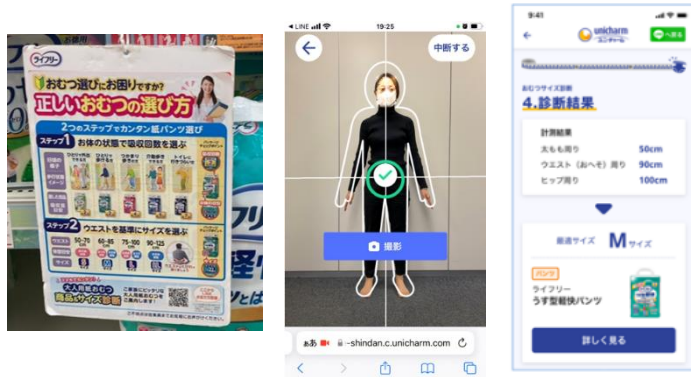
「共生社会」 (=ソーシャルインクルージョン) を実現

デジタル技術を活用し
顧客の深層心理を理解した
唯一無二の商品・サービスを提供

顧客データの収集
データ活用の為のデジタルインフラ整備

デジタル活用を加速する為に
デジタル人材を育成

◆最適な紙おむつ選びをサポートする 「大人用おむつカウンセリング」



◆ワンちゃん、ネコちゃんに関する お悩み共有サービスDOQAT※



※ DOQAT <https://doqat.jp/>

◆生理にまつわる悩みをサポートする 「ソフィ生理日管理アプリ」



◆出産や育児の不安をサポートする 「オンラインムーニーちゃん学級」 「ムーニーちゃんとトイレトレーニング アプリ」



デジタル技術を活用した国内の取り組み②

◆(株)RABO※1との資本業務提携で、ネコちゃんの健康支援サービスを展開



with
Catlog



※1 株式会社RABO <https://rabo.cat/company/>

◆(株)ファーストアセント※2との資本業務提携で、健やかな育成環境の実現を加速



※2 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

◆(株)CHaiLD※3との共同研究で、赤ちゃんの良質な睡眠環境、適切なケアを促進



※3 株式会社CHaiLD <https://c-c-s.jp/>

◆保育園向けベビー用紙おむつのサブスクリプション「手ぶら登園」で、保護者と保育士の負担や、感染リスクを軽減



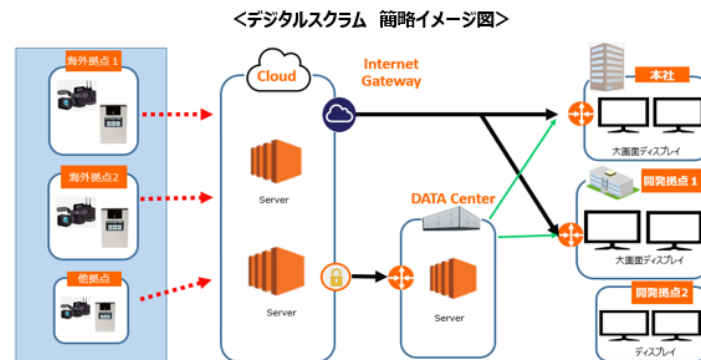
◆ 店外における来店前のデジタル施策で、価値伝達を進化



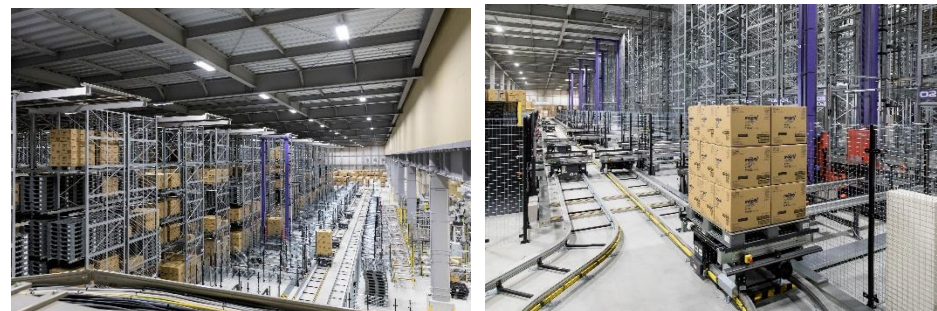
◆ 様々な自動設備の搭載や、IoTを活用した最新鋭のスマートファクトリーで、工場見える化を推進



◆ 顧客インサイトの発見に向け、「デジタルスクラムシステム」を開発



◆ 自動倉庫設備や、最新倉庫管理システムなどを導入したスマートロジスティクスで、省人・省力化を推進



◆ペットの成長記録ツール+O2Oペット病院紹介プラットフォーム 「宠本本 (Pet note)」

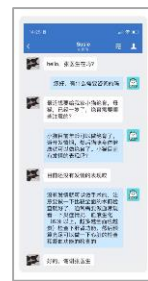


宠本本
悉心记录 相伴一生

健康記録



健康相談



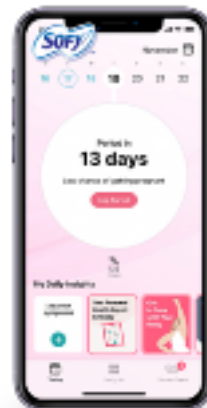
健康診断



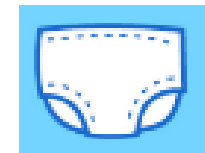
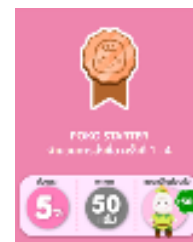
病院検索



◆女性の生理知識、悩みをサポートする アプリ「Sofy Girl Talk」



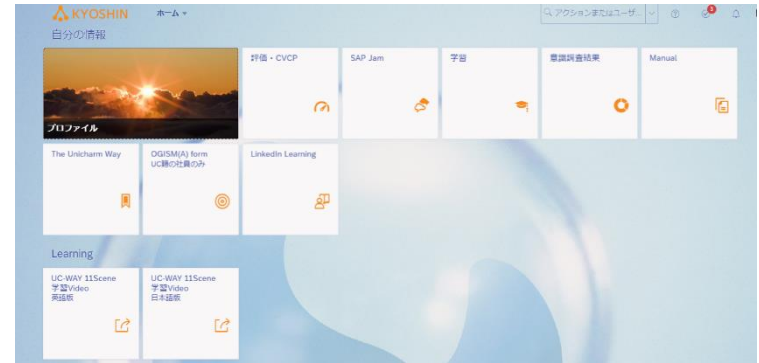
◆ベビー用紙おむつのユニークな顧客 体験を実現する「Mamypoko Club」



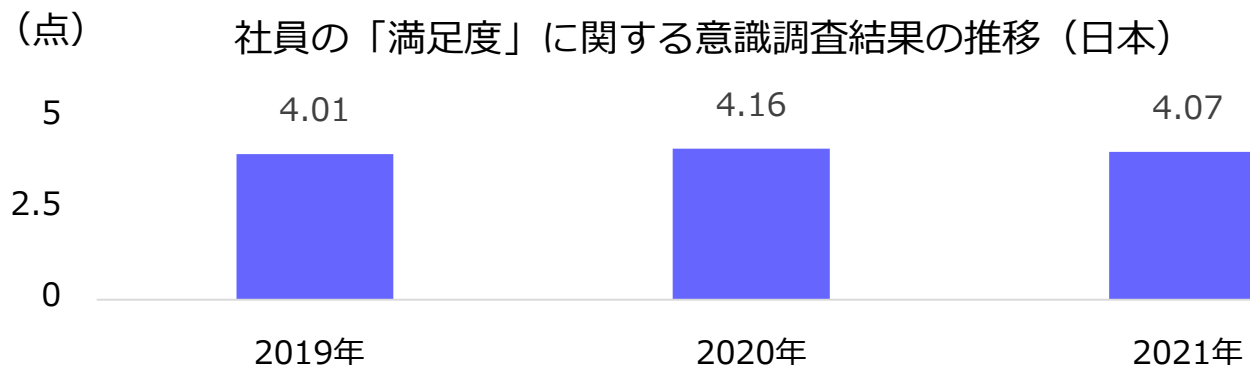
◆「The Unicharm Way」アプリで「共振の経営」を推進



◆人材育成PF「KYOSHIN」で高い目標へのチャレンジと人材育成力を強化



◆社員の満足度や達成感、仕事に対する意識を確認する継続的な「社員意識調査」では、高い平均点を維持



※ 5段階評価の平均点



GPIF採用ESG指数における5指数の構成銘柄に選定

総合型指数



FTSE Blossom Japan FTSE Blossom Japan Sector Relative Index



MSCI | MSCI ジャパンESG
セレクト・リーダーズ指数

テーマ指数



S&P/JPX
カーボン
エフィシエント
指数



MSCI | MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

その他ESG指数



FTSE4Good



Bloomberg
Gender-Equality
Index
2022



2022 MSCI ESG Leaders
Indexes Constituent

外部機関からの評価と連携（2022年度）

| | |
|-----------|--|
| <p>2月</p> | <p>「DX認定事業者」に選定 </p> <p>第7回ACAP「消費者志向活動章」を受章</p> <p>「CDP2021サプライヤー・エンゲージメント・リーダー」に選定 </p> |
| <p>3月</p> | <p>第3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「銅賞」を受賞 </p> <p>「健康経営優良法人（大規模法人部門）」に認定 </p> |
| <p>4月</p> | <p>Institutional Investor「2022 Japan Executive Team Rankings」の「Most Honored Company」に選定</p> |
| <p>5月</p> | <p>令和3年度 エコシップ・モーダルシフト事業優良事業者 「海運モーダルシフト大賞」を受賞</p> |
| <p>6月</p> | <p>第4回プラチナキャリア・アワード「優秀賞」を受賞 </p> |
| <p>7月</p> | <p>「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に11年連続で選定 </p> <p>第23回 物流環境大賞「先進技術賞」を受賞</p> |

外部機関からの評価と連携



WE SUPPORT



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



The mark of responsible forestry
FSC® N002492



In support of

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Established by UN Women and the UN Global Compact Office



「Kyo-sei Life Vision 2030」 重要テーマに関わる取り組み事例



| 取り組み事例 | 実績 |
|---|-----------------------------|
| 「尿もれケア・排泄ケア」講座 | 尿もれケア：計4回開催（2021年度） |
| | 排泄ケア：計38回開催（2021年度） |
| オンライン講座「ライフリー『今日からはじめよう!認知症予防とケア』」 | 約4,000名（2021年12月末時点） |
| 「みんなの生理研修」動画提供数 https://www.sofy.jp/ja/campaign/minnanoseirikensyu.html | 計108団体（2021年度） |
| 「ソフィ生理日管理アプリ」登録数 https://jp.sofygirls.com/ja/teens/writer_period/writer_voice_04.html | 約1,000,000名（2022年5月時点） |
| 初潮教育・月経教育（オンライン含む） | インド：約35,000名（2021年度） |
| 初潮教育・月経教育（母娘で学ぶセッション） | インド：計163回 約5,300組（2021年度） |
| 初潮教育サイト「Charm Girls Talk」登録数 | インドネシア：約25,000名（2022年1月末時点） |
| 「オンラインムーニーちゃん学級」 https://jp.moony.com/ja/campaign/school.html | 計10回 約10,000名（2021年12月末時点） |
| 「手ぶら登園」利用施設 | 1,600カ所以上（2021年7月末時点） |
| パートナー・アニマル（ペット）のQ&Aサービス「DOQAT」登録数 https://doqat.jp/ | 約23,000名（2021年12月末時点） |



私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

