

**2024年12月期
第3四半期 (1月1日~9月30日)
決算説明資料**

2024年11月8日

ユニ・チャーム株式会社



unicharm
Love Your Possibilities

2024年12月期 第3四半期（1月1日~9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 7,221億円 (YoY +5.0%)
コア営業利益 1,036億円 (YoY +11.7%)

- 売上高、コア営業利益において過去最高を更新。
- 継続した価値転嫁の効果や原価低減などにより、粗利率が順調に改善。

日本

6.2%増収、10.8%増益

- ペットケアは価値転嫁一巡感。一方、パーソナルケアでは価値転嫁が浸透・拡大し日本業績をけん引。
- 対象人口が減少するなか、ベビー・フェミニンケアにおける更なる価値転嫁により、高成長を継続。

海外

4.5%増収、13.3%増益

- アジア地域 減収減益。ベビーケアは競争環境が厳しく市場縮小の影響などにより回復遅延。一方、フェミニンケアは中国の回復遅れるもインドや東南アジアなどで順調に拡大。ペット市場開拓推進。
- その他地域 増収増益。中東は好調持続で業績をけん引。北米はペットフードの高成長継続により収益性改善。ブラジルは収益性改善が進行。ケニアをはじめとするアフリカ市場開拓を積極的に推進。

株主還元

年間配当44円 23期連続増配

- 自己株式取得について・・・予定どおり 約190億円取得（約390万株）。

売上高は7年連続で過去最高を更新
 コア営業利益も価値転嫁推進や原価低減などにより過去最高を更新



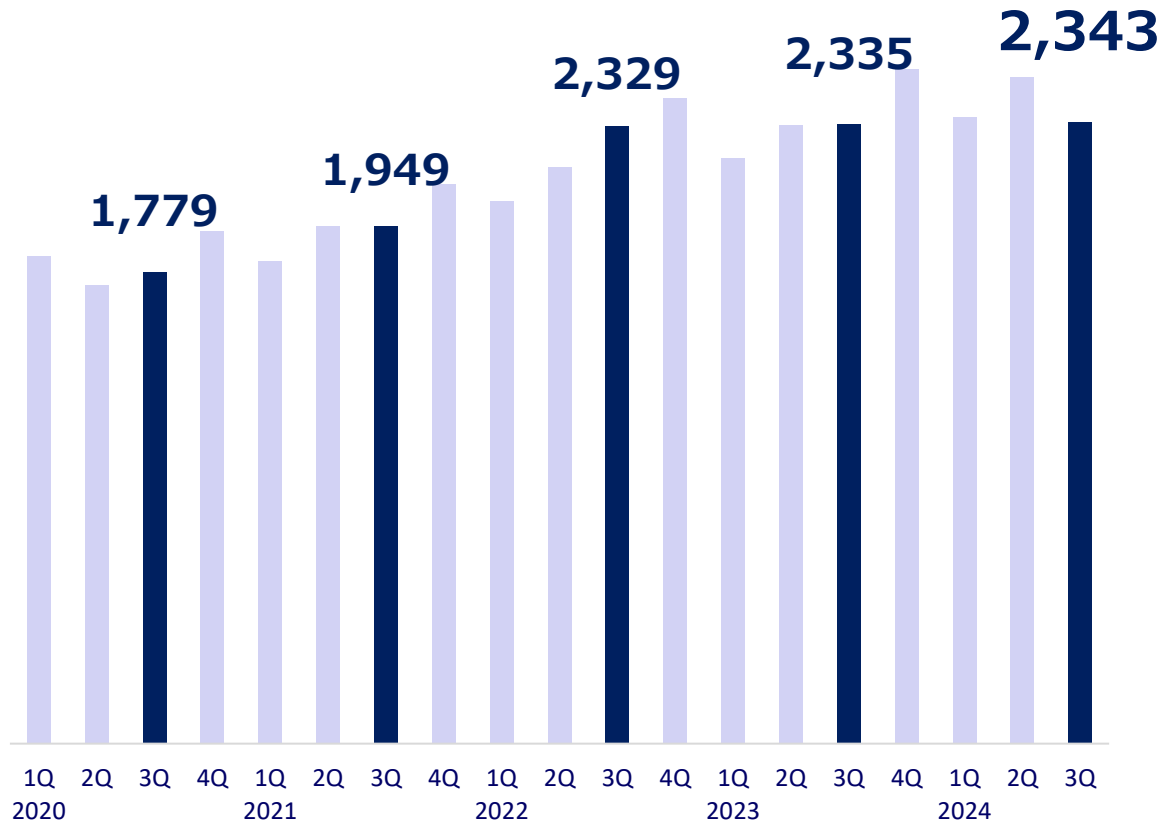
● 連結決算ハイライト (1-9月)	(億円)					
	'23/12月期 3Q	'24/12月期 3Q	増減額	増減率	(業績予想) '24/12月期	進捗率
売上高	6,874	7,221	+346	+5.0%	10,060	71.8%
コア営業利益 (利益率)	927 (13.5%)	1,036 (14.3%)	+109	+11.7% (+0.8P)	1,440 (14.3%)	71.9%
税引前四半期利益 (利益率)	1,010 (14.7%)	1,008 (14.0%)	-3	-0.3% (-0.7P)	1,440 (14.3%)	70.0%
親会社の所有者に帰属する四半期利益 (利益率)	610 (8.9%)	596 (8.2%)	-14	-2.4% (-0.7P)	900 (8.9%)	66.2%
EBITDA 税引前四半期利益 +減価償却費及び償却費	1,328	1,356	+28	+2.1%	1,860	72.9%
基本的1株当たり四半期利益(円)	102.99	101.23	-1.76	-1.7%	153.49	66.0%
USDレート(円)	138.11	151.29	+13.18	+9.5%	143.00	—
中国元レート(円)	19.61	20.97	+1.36	+6.9%	19.90	—

第3四半期（7-9月）では過去最高の売上高を達成
 戦略的先行投資や物流費、DX関連コスト、人件費などが増加したが安定的に収益確保



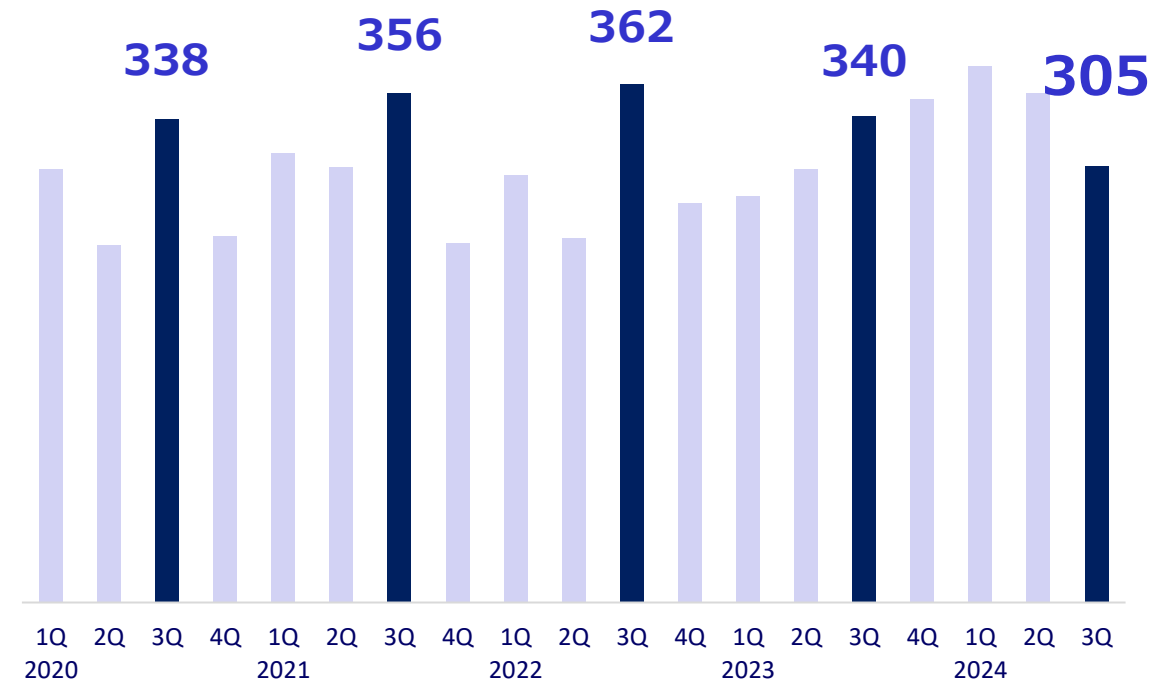
● 売上高推移(四半期別)

(億円)



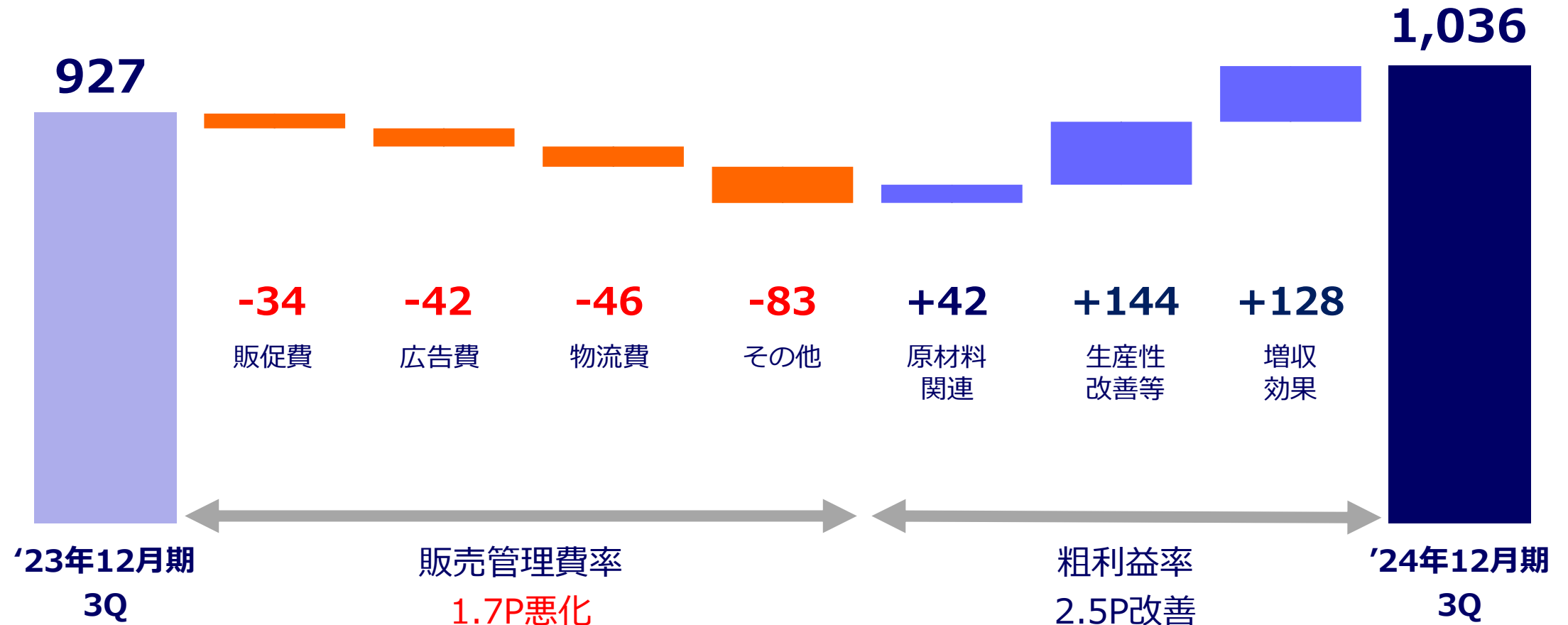
● コア営業利益推移(四半期別)

(億円)



(億円)

● コア営業利益増減 (1-9月)



日本では価値転嫁の浸透・拡大が更に進行し好調持続

アジアはインド好調のなか、東南アジア・中国ベビーケア回復遅延、ペットケア先行投資拡大

その他地域は中東の高成長持続と北米の好調持続などが業績をけん引、ブラジルも増益貢献



● 所在地別セグメント情報
(1-9月)

(億円)

		'23/12月期 3Q	'24/12月期 3Q	増減額	増減率	(参考) 実質 ※1 増減率
日本	売上高	2,307	2,450	+143	+6.2%	—
	コア営業利益 (利益率)	452 (19.6%)	500 (20.4%)	+49	+10.8% (+0.8P)	—
アジア	売上高	3,247	3,245	-2	-0.1%	-5.7%
	コア営業利益 (利益率)	335 (10.3%)	330 (10.2%)	-5	-1.4% (-0.1P)	-6.9%
その他 ※2	売上高	1,320	1,526	+205	+15.6%	+7.9%
	コア営業利益 (利益率)	138 (10.5%)	206 (13.5%)	+68	+49.0% (+3.0P)	+36.6%
連結	売上高	6,874	7,221	+346	+5.0%	+0.9%
	コア営業利益 (利益率)	927 (13.5%)	1,036 (14.3%)	+109	+11.7% (+0.8P)	+7.9%

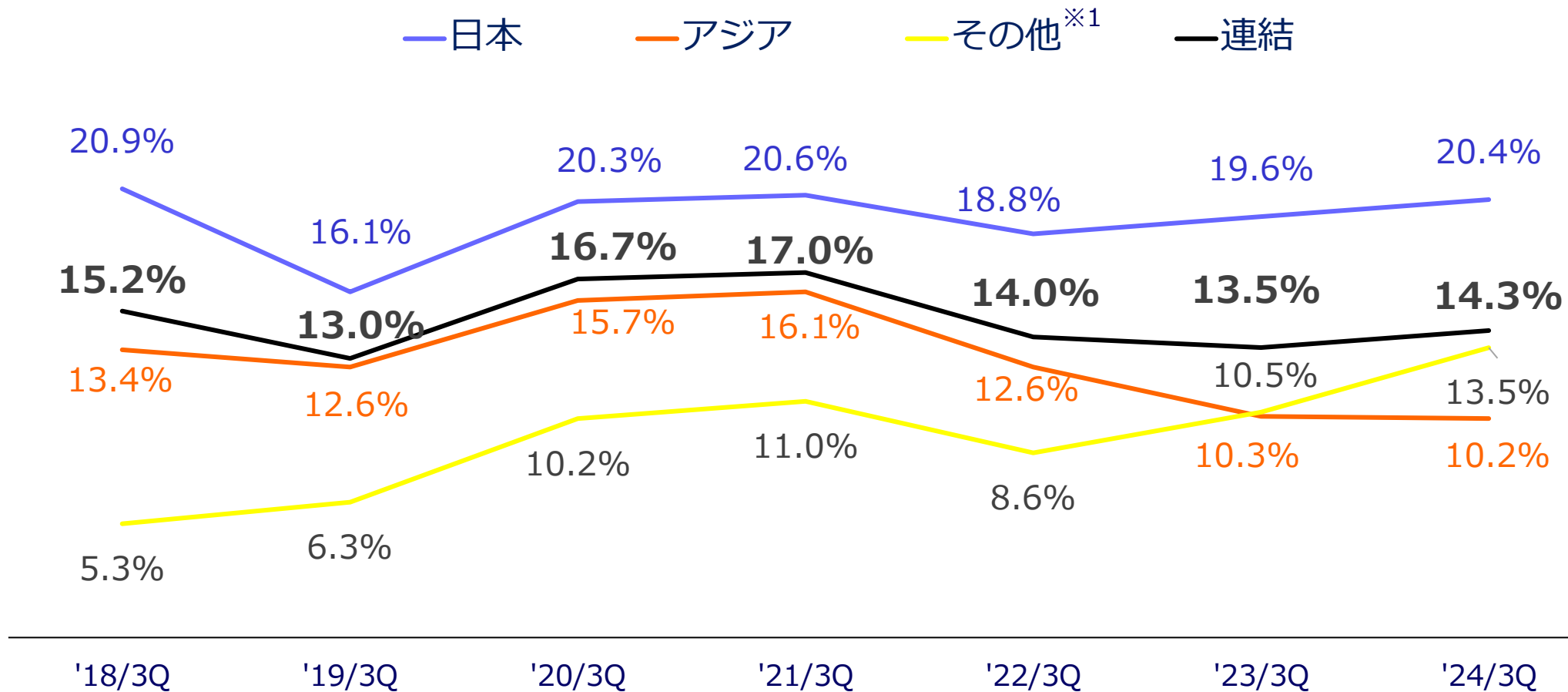
【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース

中国 -9% インドネシア -5% タイ -12% インド +4% ベトナム -6% 中東 +10% 北米 +7% ブラジル -6%

※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率

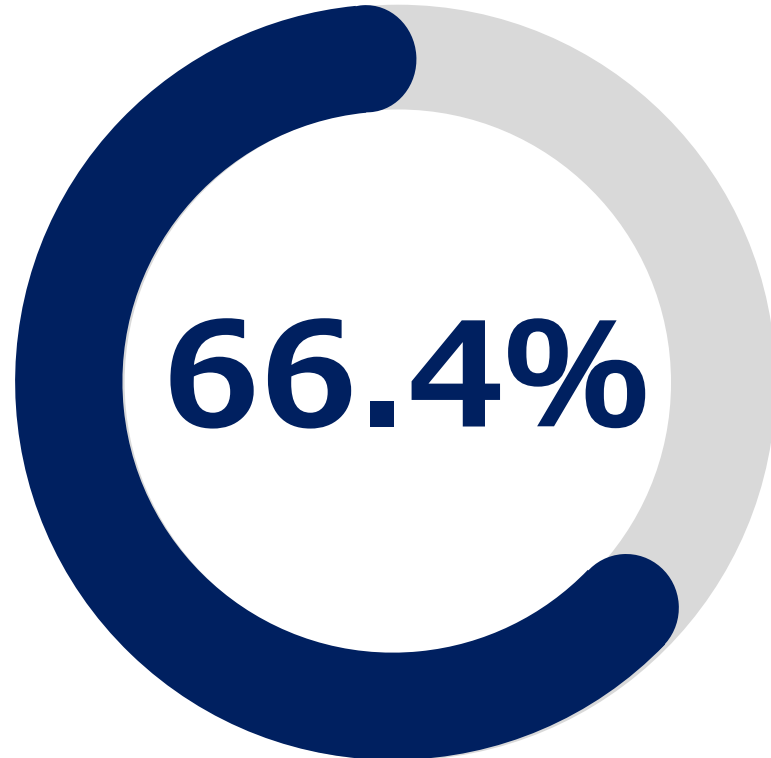
※2 その他の主な地域は、北米、サウジアラビア、ブラジル、オランダ

● 所在地別 コア営業利益率（1-9月）

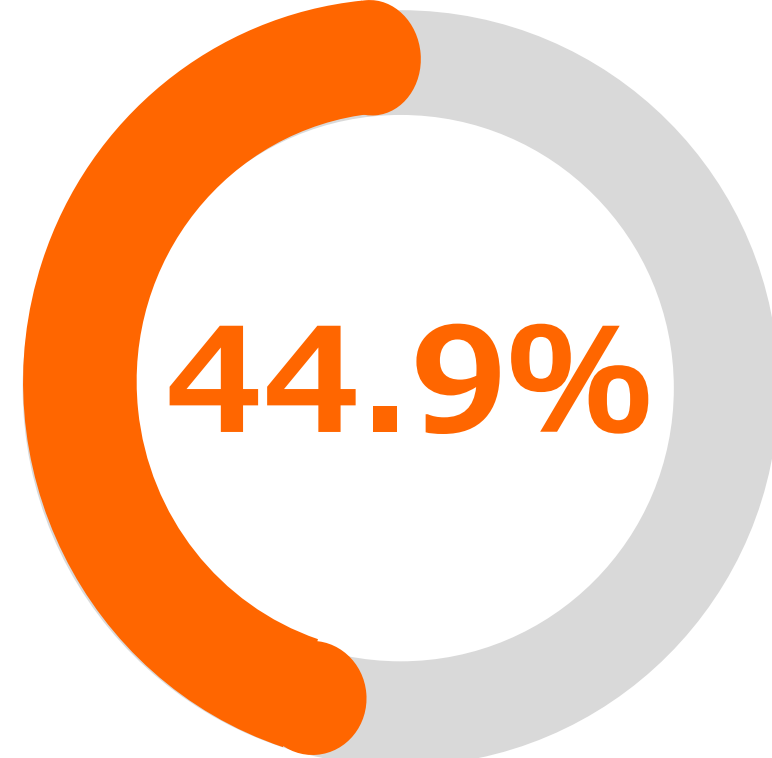


※1 その他の主な地域は、北米、サウジアラビア、ブラジル、オランダ

● 海外売上高比率



● アジア売上高比率



パーソナルケアは日本を中心に全事業で収益性改善が進み事業ミックスの改善も持続
 ペットケアは北米が価値転嫁の浸透・拡大効果の持続で増収増益をけん引



● 事業別セグメント情報 (1-9月)

(億円)

		'23/12月期 3Q	'24/12月期 3Q	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	5,767	6,041	+274	+4.8%
	コア営業利益 (利益率)	743 (12.9%)	823 (13.6%)	+81	+10.8% (+0.7P)
ペットケア	売上高	1,013	1,079	+66	+6.5%
	コア営業利益 (利益率)	175 (17.3%)	201 (18.6%)	+26	+14.8% (+1.3P)
その他 ^{※1}	売上高	95	101	+6	+6.7%
	コア営業利益 (利益率)	10 (10.1%)	12 (11.5%)	+2	+21.7% (+1.4P)
連結	売上高	6,874	7,221	+346	+5.0%
	コア営業利益 (利益率)	927 (13.5%)	1,036 (14.3%)	+109	+11.7% (+0.8P)

※1 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283億円増、コア営業利益 約36億円増

● 通貨別変動推移（1-9月平均レート）

通貨	'23/12期3Qレート	'24/12期3Qレート	増減率
中国(CNY)	19.61	20.97	+6.9%
インドネシア(IDR)	0.0092	0.0096	+4.3%
サウジアラビア(SAR)	36.87	40.39	+9.5%
インド(INR)	1.69	1.82	+7.7%
タイ(THB)	4.01	4.24	+5.7%
米国(USD)	138.11	151.29	+9.5%
ベトナム(VND)	0.0058	0.0060	+3.4%
オランダ(EUR)	149.62	164.40	+9.9%
台湾(TWD)	4.47	4.73	+5.8%
マレーシア(MYR)	30.59	32.63	+6.7%
ブラジル(BRL)	27.62	28.90	+4.6%
オーストラリア(AUD)	92.36	100.13	+8.4%
韓国 (KRW)	0.1063	0.1120	+5.4%
エジプト (EGP)	4.51	3.55	-21.3%

2024年12月期 業績予想進捗概要

連結

売上高 **10,060億円** (YoY +6.8%)
コア営業利益 **1,440億円** (YoY +12.5%)

【進捗状況】

- 売上高、コア営業利益は上期の堅調な推移により想定線で推移。
- 第4四半期（10-12月）は増収増益により、年間業績予想の達成を目指す。

【第3四半期トピックス】

- 全体
 - 第4四半期以降の成長に向け先行的に戦略的なマーケティング費用を投下。
 - 為替の影響により当初想定よりも原価低減効果は減少。
- 国別
 - 日本はコスト増加傾向もパーソナルケアにおける更なる価値転嫁の浸透・拡大で想定以上に吸収し増収増益。
 - インドはベビーケア・フェミニンケア共に積極的な販売活動により店頭販売が好調に推移し収益性も改善。
 - 中東は政情が不安定のなか好調を持続し想定以上の成長。
 - 北米ペットケアは猫おやつが好調を持続し想定以上に収益性改善。
 - 東南アジア・中国におけるベビーケアでは市場縮小と競争要因の影響により回復遅延。
 - 中国フェミニンケアでは既存品の競争力に課題も新商品は順調に伸長、クイックコマース業態で拡大進行。

「Kyo-Sei Life Vision 2030」 進捗

2030年目標

相対的価値

売上高	コア営業利益率	ROE	世界シェア
1.5 兆円	17 %	17 %	No.1

絶対的価値



当社にしか生み出せない商品・サービスを通じた
サーキュラーエコノミーの創出



課題：アジア事業成長鈍化

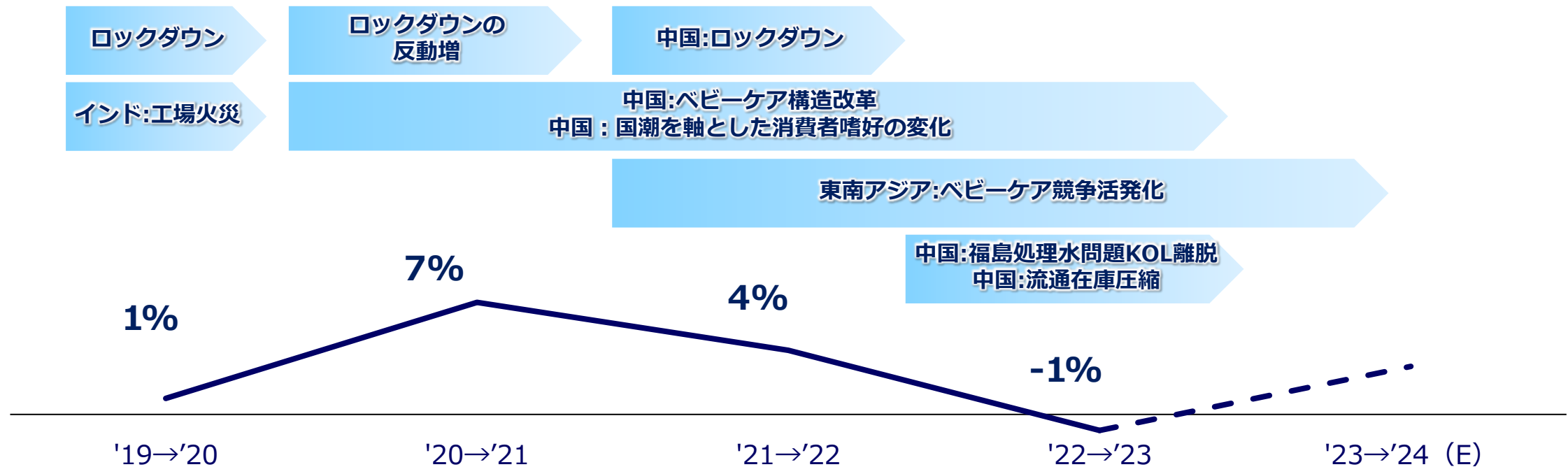
アジアのベビーケアは、これまでアジア業績をけん引し、高シェアを維持しているものの、対象人口減少や競合の攻勢などの影響により売上高成長率が鈍化し、アジア全体業績に影響



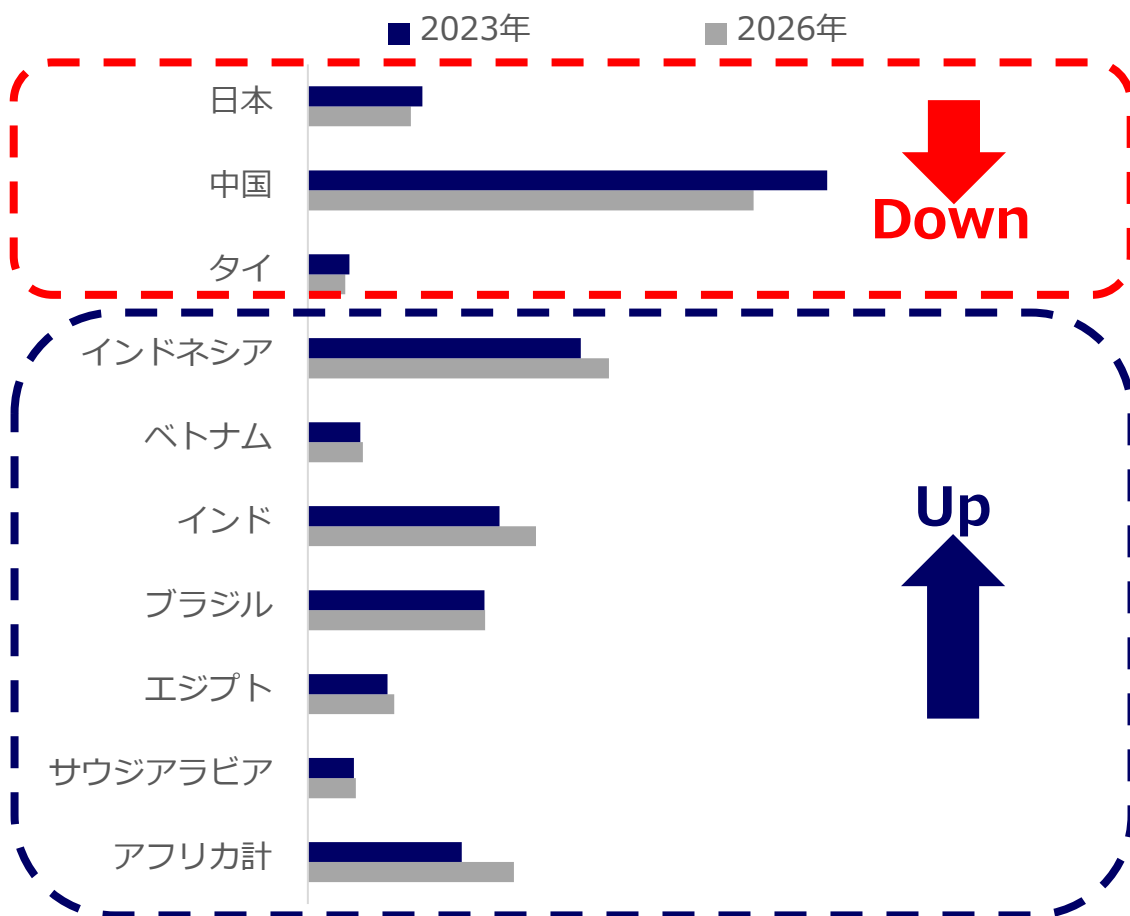
● アジア事業売上高成長率（実質）

【主要因】

- ✓市場シェアが高いなか出生数減少でベビーケア市場縮小
- ✓特にベビーケアにおいて新興企業の攻勢で低価格品拡大
- ✓消費者マインド変化や購買行動変化への対応遅れ
- ✓中国経済不透明感からの流通在庫圧縮が継続
- ✓中国ウェルネスケアなど新規カテゴリー顕在化の遅れ
- ✓日本、海外の成長カテゴリーをさらに伸ばし切れていない



● アジアベビーケア数量市場規模予測



Data Source : Euromonitor、ユニ・チャーム調べ

● アジアベビーケア市場環境変化予測

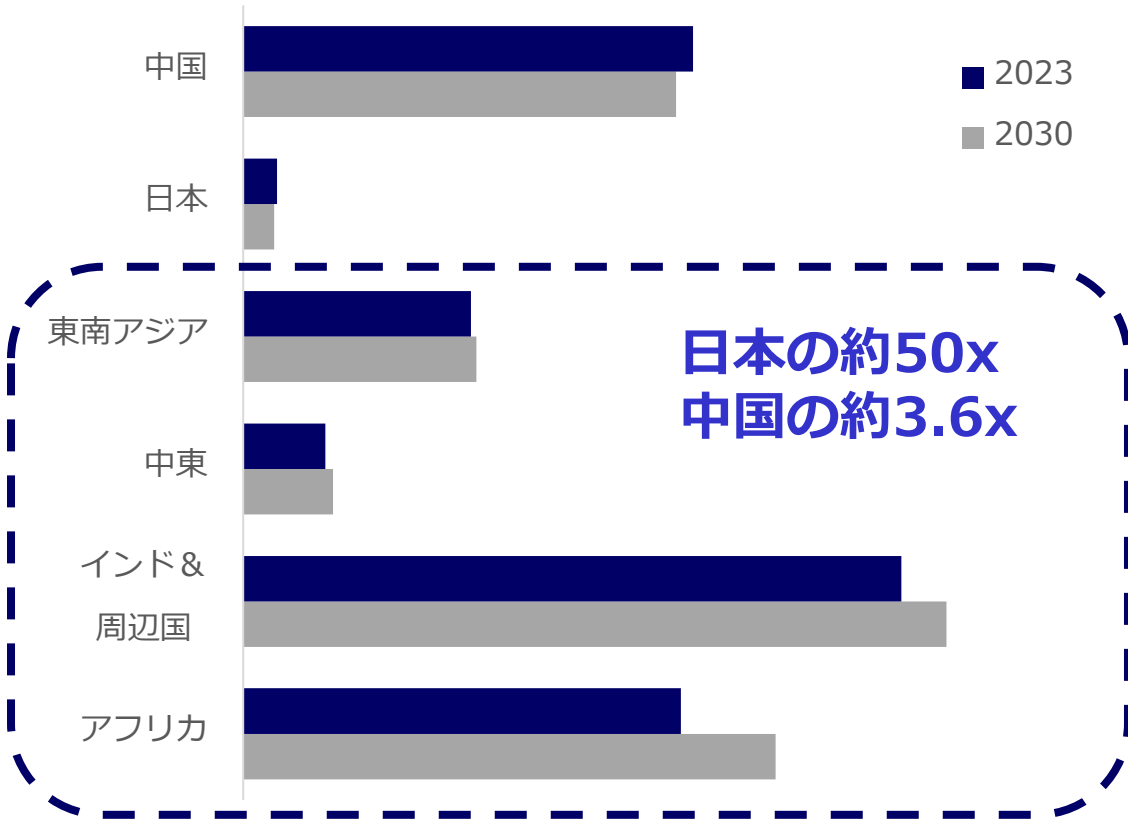
- ✓ 出生数減少国がある一方、将来的にはインドやインドネシアなどの成長市場において、出生数増加や普及に伴い使用枚数が増加し、数量減少をカバー
- ✓ 高価格志向と低価格志向の2極化が進行

● アジアベビーケア施策

2ブランドの強みを活かし、
顧客インサイトを捉えた目で見てもわかる
独自価値とコスト競争力を強化



● 地域別ターゲット人口推移予測



Data Source : ユニ・チャーム調べ

● アジアフェミニンケア市場環境予測

- ✓ 中国、日本での対象人口減少をインドやインド周辺国、東南アジアなどの成長市場でカバーし市場拡大
- ✓ 安心・感覚・健康・環境ニーズが増大
- ✓ 新興販売チャネルの成長が加速

● アジアフェミニンケア施策

市場初 & 独自性ある新商品を各国、地域で
スピード感をもって連続投下

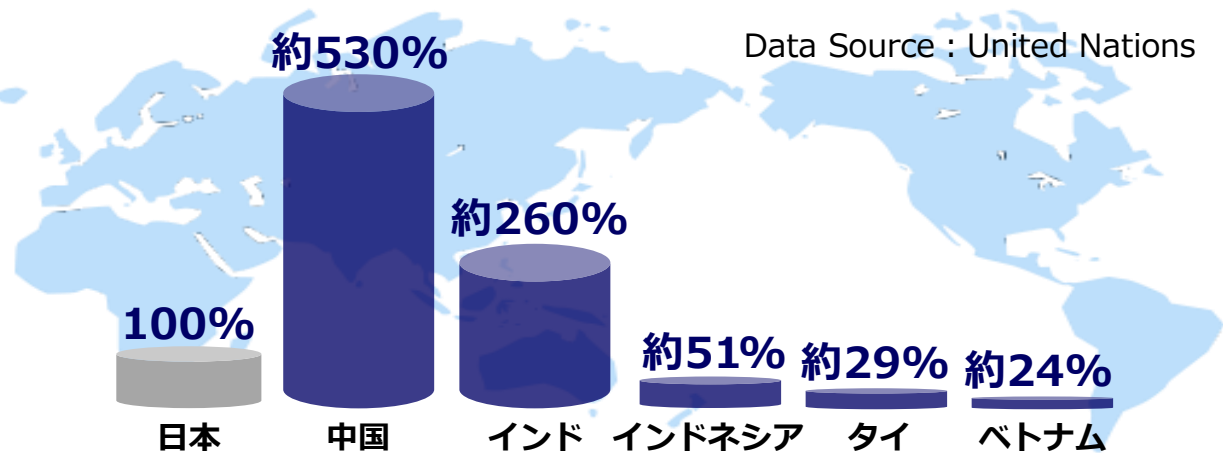


アジアウェルネスケア基本戦略：

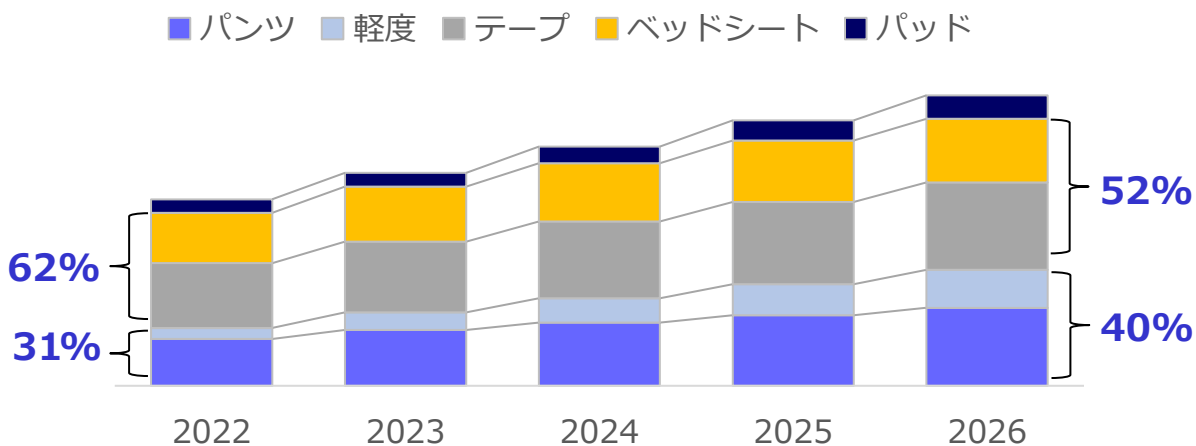
先行する東南アジアにおいて積極的なマーケティング活動により更なる普及を促進し成長加速
中国ではスピード感をもって業績の顕在化を目指す



● 65歳以上人口推計 (対、日本比)



● 中国ウェルネスケアタイプ別数量市場規模



Data Source : ユニ・チャーム調べ

● アジアウェルネスケア市場環境変化予測

- ✓ 東南アジアでは、高齢者人口増加や普及にともない使用枚数増加
- ✓ またパンツ浸透によるユーザー拡大に加え新興企業の攻勢でテープなどの低価格品も拡大しケア用品の普及加速
- ✓ 中国都市部中心に自立や健康志向の高い介護者層増加

● アジアウェルネスケア施策

独自性ある商品価値提供と価値伝達力強化により
大人用排泄ケア用品の普及と浸透を加速



アジアペットケア中期基本戦略：

犬・猫飼育頭数増加が見込める市場で、現地ニーズに合った日本で培った技術を搭載した商品と販売チャネルの開拓で市場の活性化と成長を目指す



● 犬・猫 飼育頭数予測



中国



タイ



インドネシア



ベトナム



■ 2022年

■ 2026年予測



日本



USA

Data Source : Euromonitor、ユニ・チャーム調べ

● アジアペットケア市場環境変化予測

- ✓ 今後、継続して犬・猫ともに飼育頭数増加
- ✓ 市場成長ポテンシャルの高さから新規参入が増加
- ✓ 新興販売チャネルが東南アジアで拡大
- ✓ ベビーケア市場減少分をカバーできる市場成長ポテンシャル

● アジアペットケア施策

副食品など、競争優位性のある商品ラインアップを強化し、成長を加速



既存国成長カテゴリーであるフェミニンケア・ウェルネスケアにおいて価値転嫁商品の連続投下 2024年度下期後半から2025年度に掛けて各戦略の効果顕在化による業績拡大



● 日本：価値転嫁商品連続投下による好調持続

- ✓ フェミニンケアでは肌ケア、夜用でラインアップ拡充
- ✓ ウェルネスケアでは軽度・中度失禁商品を中心にラインアップ拡充



● 中国：独自性ある商品とクイックコマース伸長

- ✓ フェミニンケアでは昼用ショーツ型ナプキンや抑菌など新市場創造と若年層をターゲットにお手頃価格商品強化
- ✓ クイックコマースを強化
- ✓ ウェルネスケアでは通気に拘った商品中心にラインアップ拡充



● タイ：新市場創造で市場成長をけん引

- ✓ フェミニンケアではクールタイプの夜用ショーツ型ナプキンやフェムテック関連商品でラインアップ拡充
- ✓ ウェルネスケアではソフィブランドを活かし軽度失禁商品強化



● ベトナム：店頭販売は着実に伸長

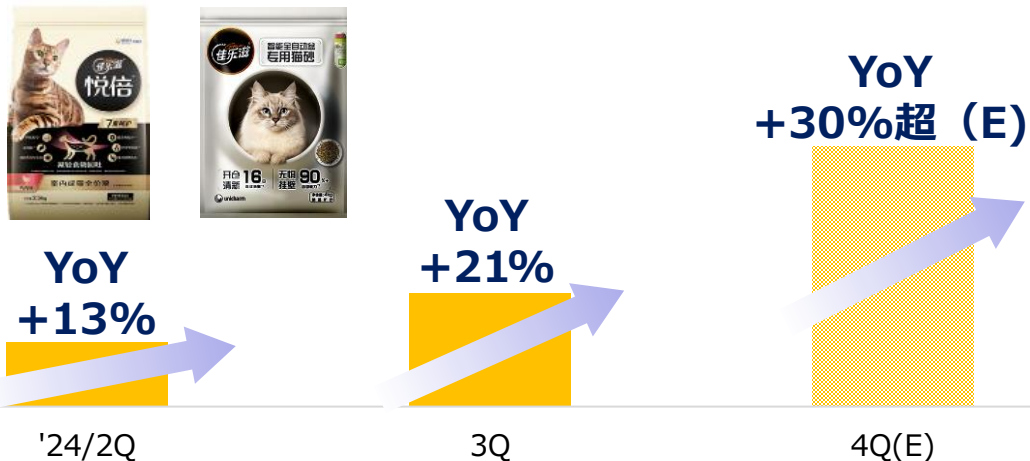
- ✓ フェミニンケアでは夜用ショーツ型ナプキンで配荷拡大
- ✓ ウェルネスケアではお手頃価格の中度失禁商品を中心にラインアップ拡充し、普及促進



高い市場成長が期待できるアジアペットケア市場において、日本の技術をベースに各国、地域のニーズに合わせた商品でラインアップを拡充し、着実に売上高を伸長

● 中国：消費者ニーズに合った商品と販売チャネルの開拓、JIA社とのシナジー効果で高成長を実現

- ✓ フード・トイレタリーで商品ラインアップ拡充
- ✓ クイックコマースやECチャネルを強化



● タイ：プレミアム商品展開で高成長を実現

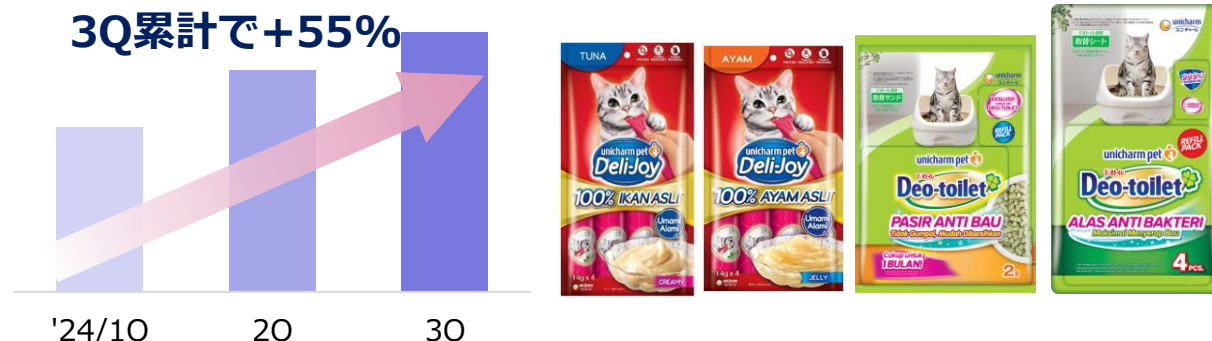
● インドネシア：店頭露出強化で売上規模拡大

- ✓ フード・トイレタリー商品ラインアップ充実と配荷拡大

- ✓ フード・トイレタリーで商品ラインアップ拡充

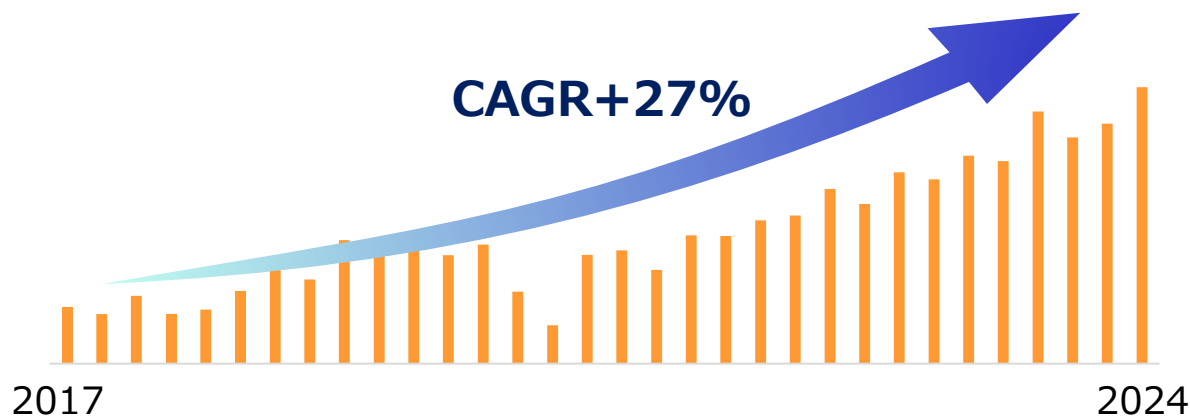
3Q累計で約2倍

3Q累計で+55%



生理用品普及率の低いインド・アフリカにおいて、未使用者が手に取れる価格帯の商品を展開することで普及を促進し、新たな成長基盤を着実に構築

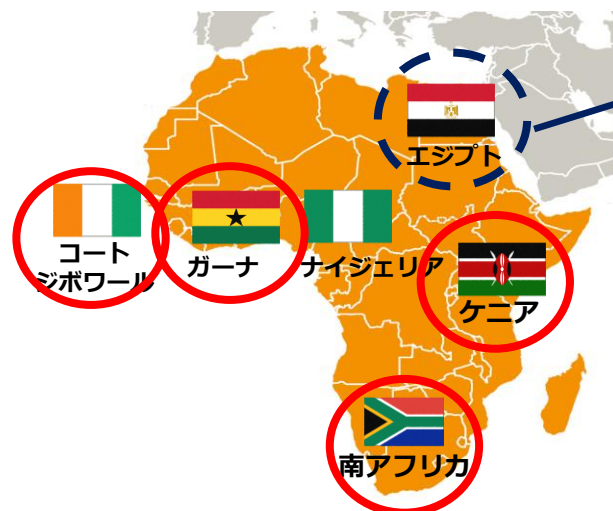
● **インド：独自性ある商品と普及を高める活動により高成長を継続**



- ✓お手頃価格の生理用品の展開で普及促進
- ✓現地のニーズに合った独自性ある商品の展開
- ✓農村部では生理教育や女性活躍を支援



● **アフリカ：持続的成長に向け、着実に販売エリアを拡大**



2010年子会社設立

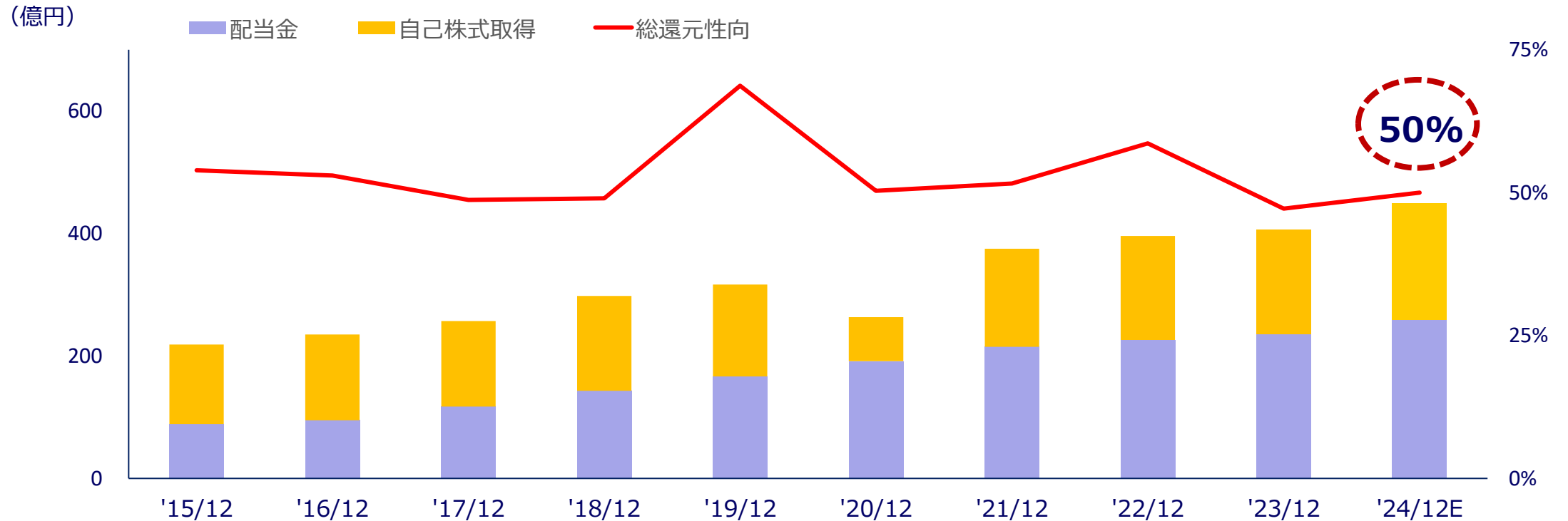
- ✓先行展開しているエジプトでは高成長を継続
- ✓ケニア、ガーナ、コートジボワールなどで販売開始



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 2024年度も総還元性向50%を計画

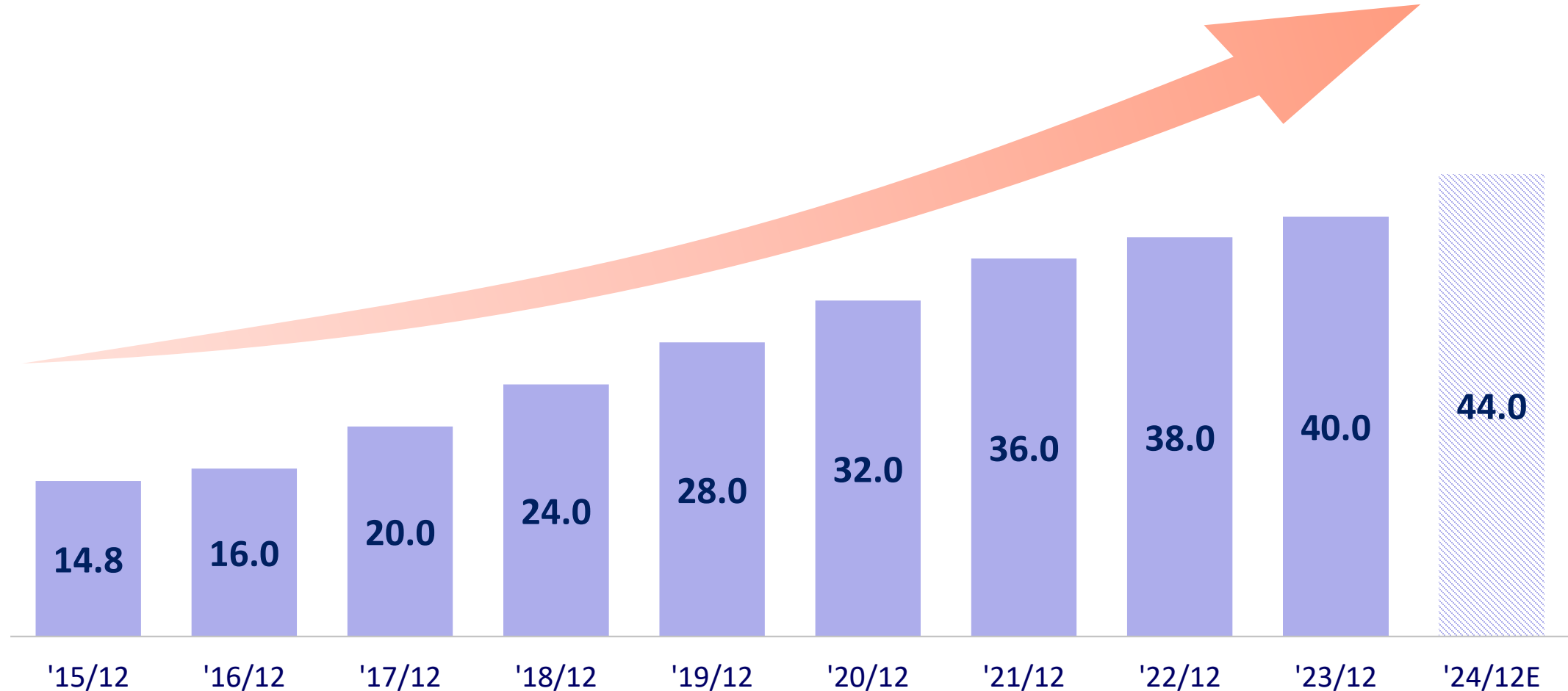
● 株主還元政策



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、自己株式の取得につい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。

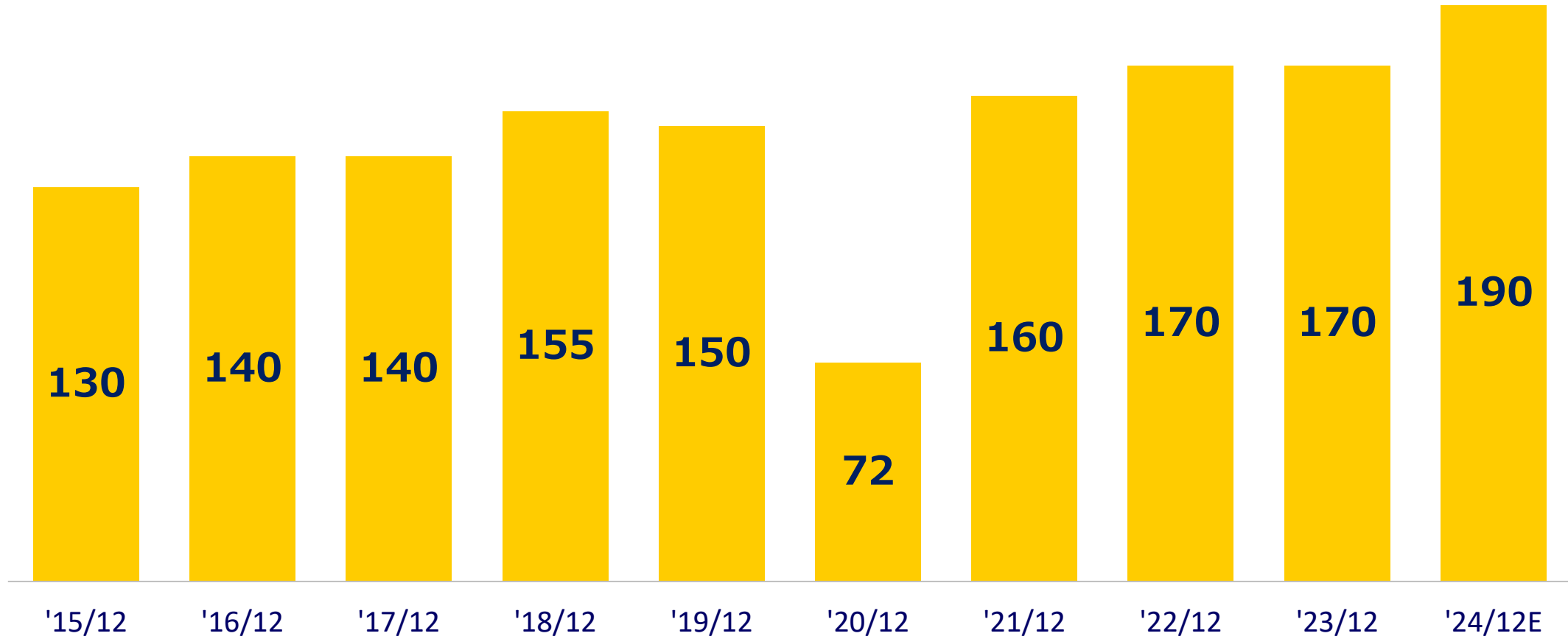
1株当たり配当金 23期連続の増配 (年間44円)計画

● 1株当たり配当金の推移(円)



キャッシュの状況に応じて機動的に自己株式を取得
2024年度も予定どおり約190億円（約390万株）を取得

● 自己株式取得の推移(億円)



「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

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

社会の健康を守る・支える

「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
- 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	2022年	2023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%継続	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%継続	100%継続	100%	2030年
ペットとの共生	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%継続	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%継続	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%継続	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



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



研修動画提供数：
約490の企業・団体
(2024年6月末時点)



TikTok再生回数：
約3,200万回
(2024年6月末時点)



TOKYO CREATIVITY AWARDS

➤ 女性活躍支援をグローバルで推進



初潮教育・月経教育

オンライン含む参加数：
インド約64万名
(2024年6月末時点)



ピンクリボン活動：
日本2024年で17年目



インド女性起業家
創出プロジェクト



文化を考慮した
サウジアラビアの
女性専用工場

- **モレ不安を軽減するショーツ型ナプキン
 (中国現法考案)**



- **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)**



- **妊活タイミングをチェックできるおりものシートや、
 女性のライフスタイルに応じたさまざまなタイプの
 ケア用品 (日本考案)**



◆ペットとの共生



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、健康に拘った
 多様なニーズに応じたフードとおやつ

➤ 不織布・吸収体の加工・成形技術を活かし、
 快適性、利便性に拘ったトイレタリー商品

デオトイレ 脱臭ファンサ



New



(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



2030年目標
100%継続



赤ちゃんが、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「手ぶら登園®」



47都道府県
5,230カ所以上導入
(2024年6月末時点)

➤ 国や地域のニーズに合わせた独自性のある商品



◆ 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

➤ つけ心地、機能性、デザインを追求し、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	2022年	2023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、生きる楽しさに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%継続	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。	100%※	10.5%	5.9%	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	開発継続中	開発継続中	倍増 (2020年度比)	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。	23.5%	23.7%	23.2%	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%継続	100%継続	100%	2030年

※ 「持続可能なライフスタイルの実践」の2021年実績については、運用件数から比率に改めました。

(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



- おむつに蚊を寄せ付けず、デング熱の脅威から
赤ちゃんを守る世界初※の紙おむつに、お手頃価格の
パンツタイプ追加で、感染リスクの高い地域を支援



※ 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

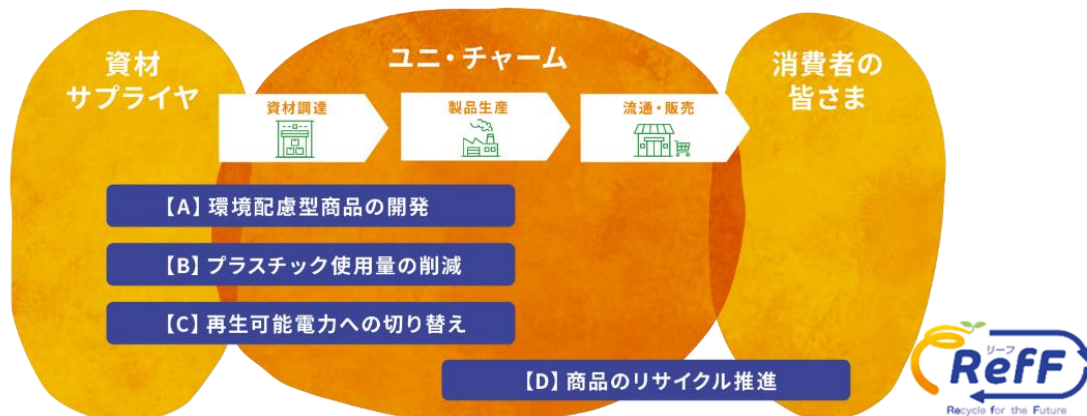
重要取り組みテーマ	指標	実績			中長期目標	
		2021年	2022年	2023年	目標値	目標年
衛生的で便利な商品・サービスの提供と、地球環境をより良くする活動への貢献の両立を目指します。						
環境配慮型商品の開発	今までにないユニ・チャームらしい考え方で「3R+2R」を実践する商品・サービスの展開件数。	開発継続中	2件	2件	10件以上	2030年
リサイクルモデルの拡大	紙パンツ（紙おむつ）リサイクル設備の導入件数。	開発継続中	1件	1件	10件以上	2030年
気候変動対応	事業展開に用いる全ての電力に占める再生可能電力の比率。	7.3%	11.0%	22.8%	100%	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	開発継続中	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	開発継続中	開発継続中	半減 (2020年度比)	2030年

- 持続可能な社会の実現を目指すグローバルでの取り組みを伝え、一緒に歩む「えらぶ つかう めぐらせる」Webサイトを公開

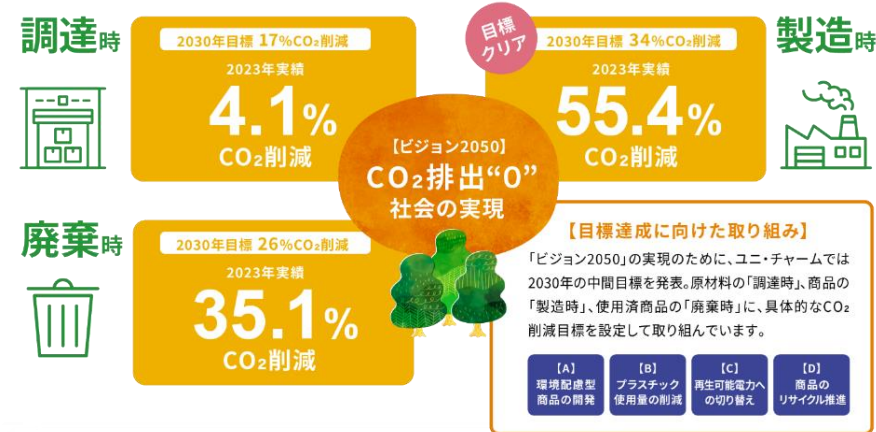


<https://www.unicharm.co.jp/ja/csr-eco/ghg.html>

- 資材調達、製品生産、流通・販売すべての工程でCO₂削減活動を推進



- 2050年CO₂排出“0”を目指す「ビジョン2050」実現に向け、中間目標「環境目標2030」を推進



- 各国、各地域で環境負荷低減商品を展開



バージン石化由来プラスチック削減紙配合パッケージ

(地球の健康を守る・支える)
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”」



➤ 「環境目標2030」

環境目標 2030	実施項目		基準年	2021年 実績	2022年 実績	2023年 実績	2024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	▲0.2%	▲12.3%	▲18.4%	▲21.1%	▲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	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	-	-	38% (6カ国・地域)	50% (8カ国・地域)	56% (9カ国・地域)	63% (10カ国・地域)	グループ 全社で展開	
	販促物でのプラスチック 使用ゼロ	-	2019年	▲8.9% (日本)	▲81.8% (日本)	▲86.9% (日本) ▲76.5% (中国)	▲88.8% (日本) ▲79.9% (中国)	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	9.7% (日本)	▲12.6% (日本)	▲4.1%	▲5.9%	▲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	▲26.9%	▲35.2%	▲55.4%	▲57.8%	▲34%	
	使用済み商品廃棄処理時CO ₂ 排出量削減	原単位	2016年	23.7% (日本)	▲11.6% (日本)	▲35.1%	▲37.0%	▲26%	
森林破壊に負担 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※2	-	97.0%	97.1%	99.2%	100%	完了	購入する 木材について 自然森林破壊 “0”社会の実 現
		パーム油	-	77.2%	72.2%	68.0%	95%		
	認証パルプ (PEFC・CoC認証) の拡大	認証工場数比率※3	-	52.0%	56.0%	64.0%	72%	100%	
		認証材調達比率※4	-	76.0%	72.3%	72.6%	73%		
	認証パーム油 (RSPO) の拡大※5	-	-	77.2%	72.2%	68.0%	95%	100%	
	紙パンツ (紙おむつ) リサイクル 推進	-	-	開発継続	2件※6	2件	2件	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 (パルプ) 比率

※3 当社工場におけるCoC認証取得工場数の比率

※4 調達比率の計算方法を「100%PEFC由来の主張が付されたパルプの仕入れ重量/パルプ全体の仕入れ重量」とし、船積み重量ベースから仕入れ重量ベースに変更

※5 認証パーム油は、マスマランス方式によるRSPO認証油

※6 2022年度より、鹿児島県志布志市と大崎町の2つの自治体でリサイクル設備を運用。(使用済み紙パンツの回収に関する実証実験については、2020年度に東大和市、2021年度に町田市で実施。)

➤ 2050年CO₂排出“0”（ゼロ）社会に向けた取り組み

年度	取り組み状況
2018年	✓ 日本で17番目の「2.0℃目標」設定企業として認証取得
2020年	✓ 「環境目標2030」設定
2022年	✓ 「1.5℃目標」修正に向け検討開始 ✓ 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開始
2023年	✓ RE100加盟
2024年	✓ GHG排出量可視化プロジェクトの海外展開を開始（ASEAN） ✓ 製品別カーボンフットプリント算定ルール of 第三者承認を取得 （パーソナル製品算定ルールはSuMPOの『Internal-PCR』制度に準拠） ✓ SBT「1.5℃目標」認定取得

※ SBTi (The Science Based Targets initiative) : 企業に対し、気候変動による世界の平均気温の上昇を産業革命前と比べ1.5℃に抑えるという目標に向けて、科学的知見と整合した削減目標を設定することを推進しています。

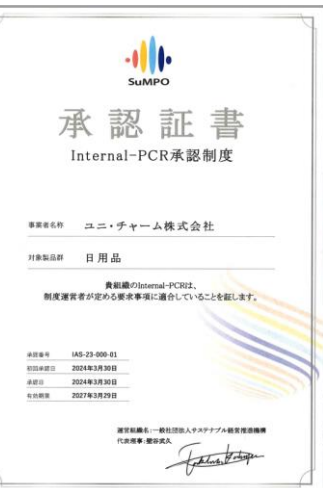
➤ CO₂排出実質“0”の達成に向け、製品別カーボンフットプリント値を算定、スコープごとの排出状況を把握し、具体的な削減策をステークホルダーと協働で推進

グローバルルールに則った算定規定整備

一般社団法人サステナブル経営推進機構(SuMPO)が提供する「Internal-PCR制度」において、製品別カーボンフットプリント(CFP) 社内算定ルールの「承認」を取得

精度・鮮度高い一次データへの移行

- 2024年9月27日にGX/GHGに関するタウンホールミーティングを開催し、FMCG業界のGHG一次データ流通実証に関する対外的発信を実施
- 脱炭素に向け、より正確な排出量を測定するため、効率的で安全にデータを流通できるプラットフォームの構築を目指す



2024年04月04日

ユニ・チャーム、SuMPOの「Internal-PCR承認」を取得
～製品別カーボンフットプリントの算定ルールを対象～

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)は、2024年3月30日に一般社団法人サステナブル経営推進機構(代表理事:陸谷 宗久、以下/SuMPO)が提供する「Internal-PCR承認制度」において、製品別カーボンフットプリント(CFP)社内算定ルールの「承認」を取得したことをお知らせいたします。

「カーボンフットプリント」について

「カーボンフットプリント」とは、商品・サービスのライフサイクルの各過程で排出された「温室効果ガスの量」を遡訪した結果、得られた全体の量をCO₂量に換算して表示したものです。

「Internal-PCR (Product Category Rule) 承認制度」について

SuMPOが提供する「Internal-PCR承認制度」は、信頼性と妥当性の高いInternal-PCRを構築・運用することにより、カーボンニュートラルへ向かうための自社製品の環境情報の可視化と環境情報であるカーボンフットプリントを用いた社内外コミュニケーションの促進を目的とするものです。

2024年09月27日

サプライチェーン上のGHG排出量算定を産業界全体で効率化する
「一次データ流通基盤」共同実証実験を開始
～日用品メーカー、資材メーカー、IT企業等が参画～

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)は、同業他社や資材メーカーと共同で、脱炭素社会に向けた「一次データ[※]流通基盤」の構築に向けた実証実験(以下「本実証実験」)を開始します。なお、「一次データ流通基盤」の構築は、国内の日用品業界において初めての試みです。

今回の実証実験は、GHG排出量の算定に必要な一次データを共通のプラットフォーム上で流通させることを目的として行うものです。資材購買等で取り引きのある日用品メーカーと資材メーカーによる安全なデータ流通を目指しています。

本実証実験およびその後の実装に向けた取り組みを通じて、デジタル技術を活用して一次データの流通を促進し、GXやDXによってGHG排出量の削減を推進します。

※算定主体である事業者が自らの責任で収集した自社で測定したデータ(例:自社製品製造の消費電力量等)や、外部ステークホルダーへの聞き取り調査を通じて収集したデータ(例:取引先の自社関連排出量の直接把握)などのこと

本件リリース
<https://www.unicharm.co.jp/ja/company/news/2024/0404-01.html>

本件リリース
<https://www.unicharm.co.jp/ja/company/news/2024/0927-01.html>

(地球の健康を守る・支える)
 “ごみゼロ”の世界を目指す
 「紙パンツから紙パンツへの水平リサイクル」へ挑戦

◆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

➤ 世界初※1のオゾン技術で処理した再生パルプを吸収体の一部に使用した商品を大手小売業様で発売

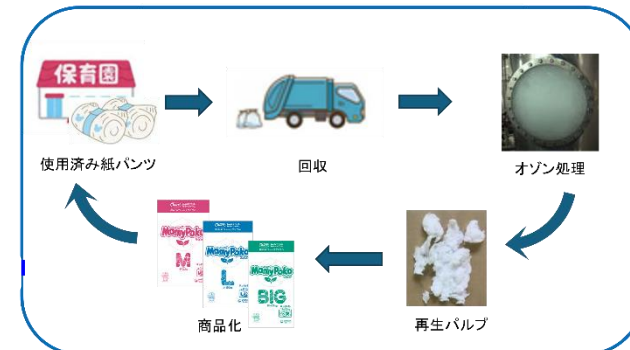


※1 オゾン処理技術を使用した紙パンツから紙パンツへの水平リサイクル技術について (2020年12月UC調べ)

➤ 「手ぶら登園®」導入園※2でも施設専用『マミーポコパンツRefF (リーフ)』を導入

鹿児島県志布志市・大崎町
 使用済み紙パンツの回収と専用品導入

神奈川県横浜市の
 全公立保育園に専用品導入



※2 鹿児島県志布志市で「手ぶら登園」を利用する保育施設と横浜市公立保育園全国 45

プロジェクト発足からこれまでの軌跡



<処理前：低質パルプ> <処理後：衛材グレードパルプ>



テスト使用開始
『ライフリーRefF (リーフ)
横モレ安心テープ止め』



「手ぶら登園®」導入園※向けに導入開始
『マミーポコパンツRefF (リーフ)』
※鹿児島県志布志市で「手ぶら登園」を利用する
保育施設と横浜市公立保育園全国

紙パンツリサイクル技術
開発開始

「衛生物品に利用可能なレベルにまで再生
する技術の構築」と、「再資源化した原材
料を用いた紙おむつ等の試作品」が完成

2010年

2016年

2018年

2019年

2020年

2021年

2022年

2023年

2024年

実証実験開始

2016年：鹿児島県志布志市とそおりサイクルセンター
2018年：鹿児島県曾於郡大崎町も加わる



自治体や企業との共創

2020年：東京都・東大和市
2021年：東京都・小田急電鉄・町田市



九州地区で発売
『ライフリーRefF (リーフ)
横モレ安心テープ止め』



S サイズ24枚

L サイズ20枚

九州地区で発売
RefFマーク付き商品



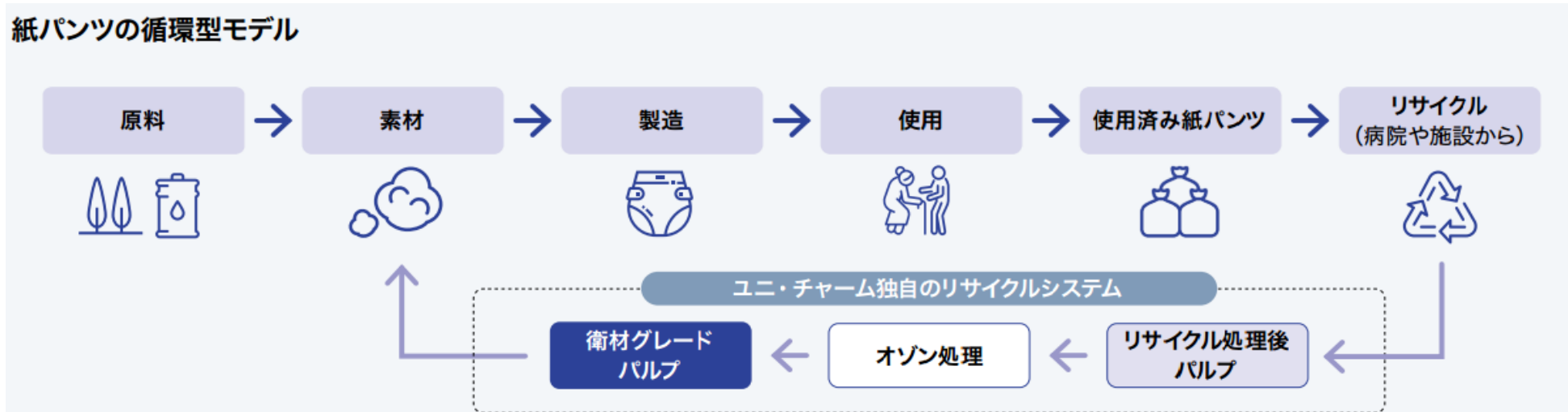
◆ リサイクルモデルの拡大



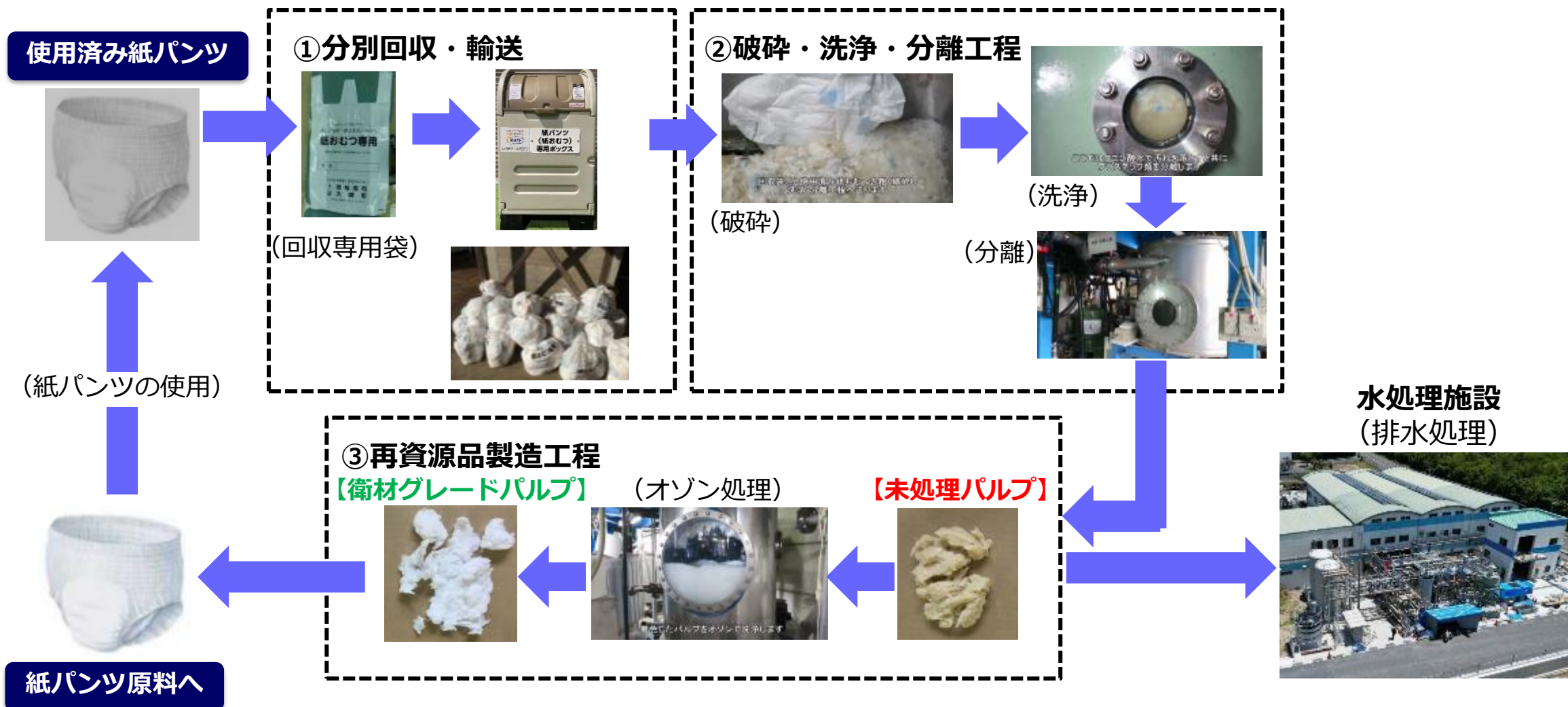
紙パンツ（紙おむつ）リサイクル設備の
導入件数

➤ 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

紙パンツの循環型モデル



▶ 水平リサイクル (紙パンツから紙パンツへ)



(地球の健康を守る・支える)
使用済み紙パンツのリサイクル推進に向けた取り組み

- 再生パルプの品質や安全性、環境への配慮などを体験する機会の創出や、SNSを活用した発信



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

https://note.com/unicharm_reff

<https://e-nepia.com/learn/reff2406.html>



- 再生パルプを活用した紙パンツ供給量拡大に向けハビックスと再生パルプから紙パンツ用原紙への加工技術を開発し、再生パルプ商業利用開始

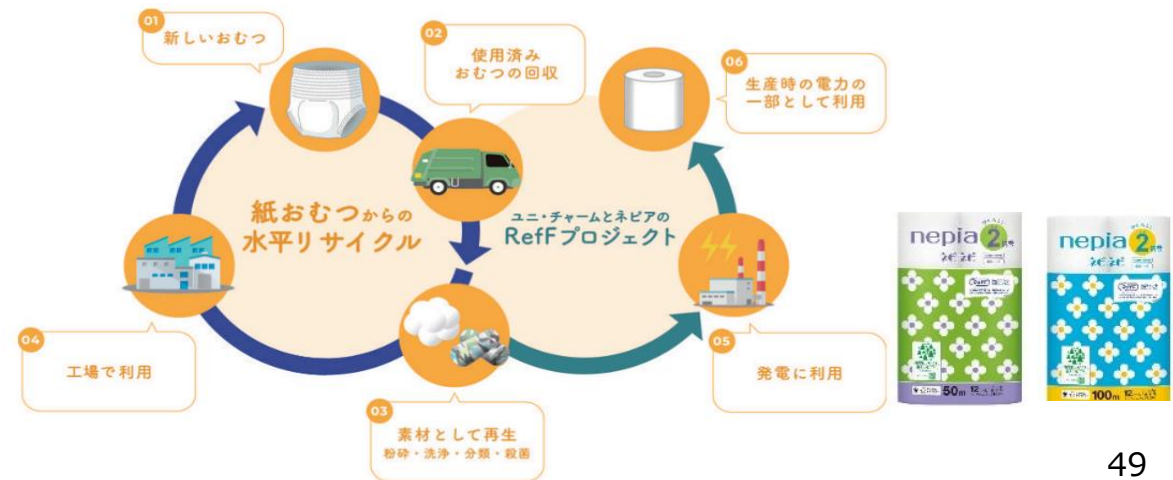


- 使用済み紙パンツ由来の再生プラスチックを配合した回収ボックスと回収袋



プラスチックリサイクルのイメージ図

- 王子ネピアが、使用済み紙パンツ由来のRPFを活用したRefFマーク付きトイレットロールを販売



◆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 23% ('23年12月末時点)**
'24年度は約30%の見込み

上位5カ国	再生可能電力比率
ブラジル	100%
アメリカ	100%
中国	約57%
日本	約30%
マレーシア	約21%

- **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プレザントプレーン工場)



日本 (UCP三重・伊丹・埼玉・九州・豊浜、UC国光ノンウーヴン川之江・豊浜・国光、コスモテック、ペパーレット、金生プロダクツ)

(地球の健康を守る・支える)
環境配慮と持続可能な物流体制構築の取り組み

➤ **異業種とのスワップボディコンテナ活用による荷役作業分離や混載輸送、鉄道、船舶によるモーダルシフトの拡大**



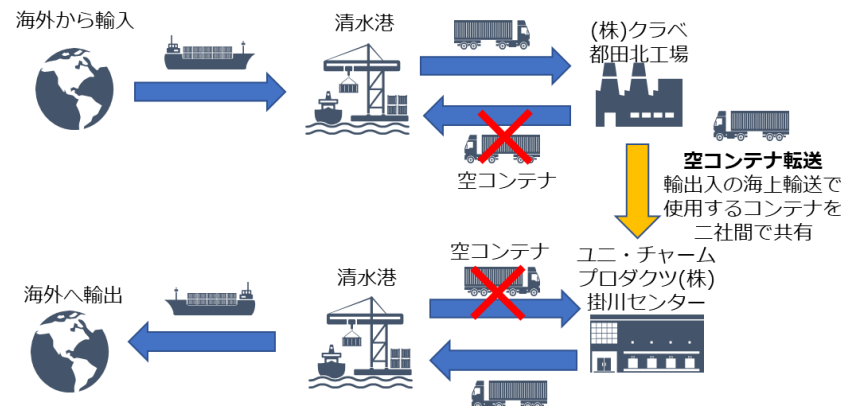
➤ **消費地近郊の物流拠点整備による輸送効率化で、トラックの総走行距離を削減**

大阪

埼玉



➤ **お取引先各社とのラウンド輸送※による共同物流**

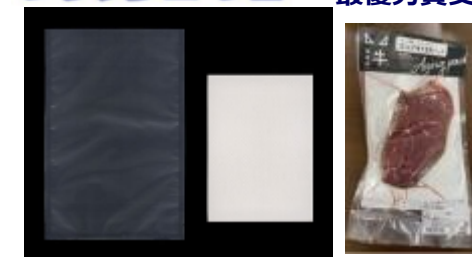


※ 品物を降ろしたトラックが空荷で走らず、別の品物を積み込んで出発地まで戻ることによって積載率を高める輸送形態

➤ **超音波接合特許技術で快適性、圧縮率が改善した商品や、食品ロス削減、長期保存に貢献する商品で物流配送の効率化と温室効果ガス排出量を削減**



コスモテック
フレックロ・ポ
 「日経優秀製品・サービス賞2023」
 最優秀賞受賞



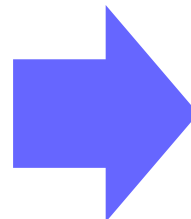
真空パック&吸水台紙 52

◆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

- 紙おむつの製品ロスなどを、猫の排泄ケア用品（紙砂®）の原料として二次利用することで廃棄物削減を推進



ユニ・チャーム生産子会社

ペットケア用品の生産子会社 ペパーレット(株)新工場

◆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

➤ 販促物を紙素材へ切り替え、プラスチック使用量削減を推進



販促物でのプラスチック使用量削減率※ (2023年度実績)	
日本	▲86.9%
中国	▲76.5%

※ 基準年：2019年度

➤ 製造過程で排出するプラスチック「トリムロス」再原料化を開始



工場で排出したトリムロス

循環型システム

◆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	2022年	2023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年度から 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	1件 (是正済)	1件 (是正済)	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	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	女性社員にさまざま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。	22.5%	23.2%	24.7%	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% (日本)	89.2%	88.7%	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。	7名 (日本)	7名 (日本)	9名 (日本)	半減 (2020年度比)	2030年

(ユニ・チャームプリンシプル)
社会価値・経済価値の最大化に向け、役員評価に続き、
全社員を対象にESG評価制度を導入

◆ 持続可能性を念頭においた経営



私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

➤ 役員評価（取締役※、執行役員）へ
ESGに関する評価を2020年導入

- ✓ 全社業績：全社売上高／全社コア営業利益／親会社の所有者に帰属する当期利益（構成比20%～50%）
- ✓ 担当部門業績：担当部門売上高／担当部門利益（構成比0%～40%）
- ✓ 全社重点戦略：役員自身で実行する優先戦略／ESG評価（専門機関の評価等）（構成比20%～50%）
- ✓ 担当部門重点戦略：担当部門の最優先戦略（構成比0%～40%）

※ 監査等委員である取締役を除く



外部評価機関による評価レベルの
維持・向上の推進

➤ 2023年からESG評価制度を全社員に導入し、
世の中への貢献内容の可視化と個々の成長を
通じた新たな価値創造を実現

ESG目標

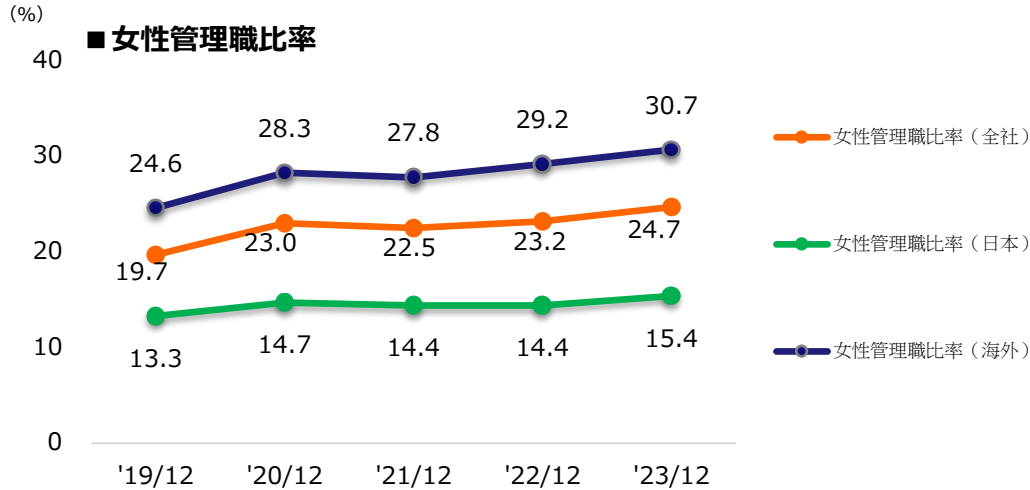
共生社会を実現

人事制度

「個」の成長を促し
世界No.1企業を実現



◆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

➤ 主体的に自身のキャリアが描ける制度や仕組みで
社員一人ひとりの多様な人生設計を支援（日本）

Room L+	メンタリングや座談会を通じて キャリアやライフの悩みを払拭・解消
エンパワーメント制度	女性部門長・役員候補者への個別支援として、 役員と1対1の面談を実施し役員候補者を育成
産休育休 Room L+	産休や育休からの復帰を準備する社員を対象 とし、復職後の安心感を醸成
卵子凍結あんしん バンク	社員一人ひとりの多様な人生設計を支援する べく、卵子凍結保管を可能とするサービスを 福利厚生制度に導入



➤ 国や地域が抱える課題を克服し、女性の経済的
自立を支援（海外）

インド農村部での
女性起業家の創出

サウジアラビアの女性達へ
新たな活躍の場を提供



◆優れた人材の育成・能力開発

2023年度 社員満足度（全社）

5点満点中

4.42

2022年度 4.39（全社）



2030年目標
80%以上



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

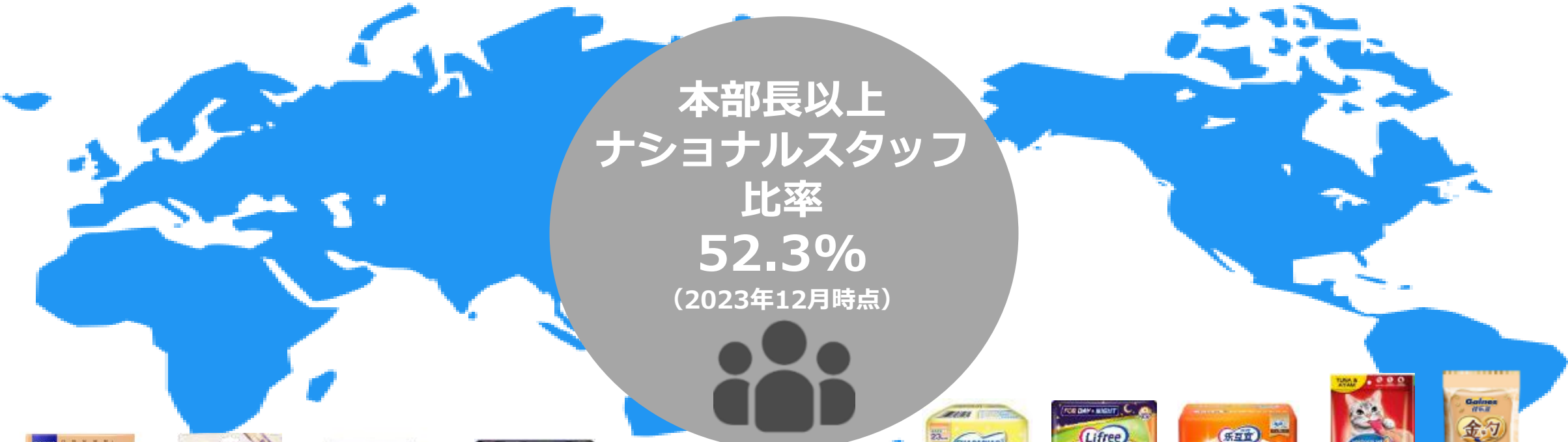
➤ **グローバルでCPI（消費者物価指数）を超える報酬上昇率を実現**



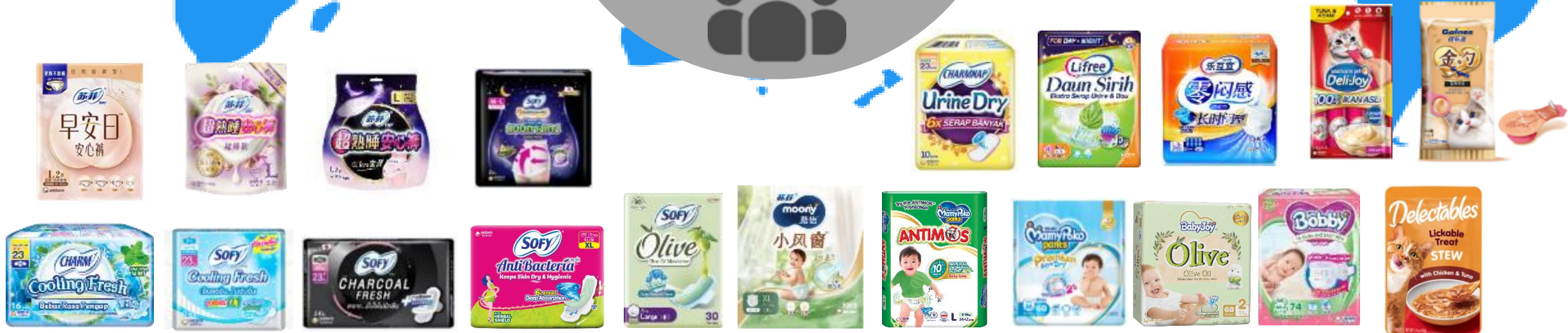
➤ **社員の成長、働きがいを重視した人事制度や、人的資本の強化を図る役割手当を導入（日本）**

年収の引き上げ	資格ごとの報酬レンジを引き上げ
初任給の改定	入社前より自助努力を促進
評価制度の改定	年齢や社歴にかかわらず高い目標に挑戦し、成果を上げた社員を評価
役割手当	スクラムリーダー手当、ブラザー＆シスター手当、キャリアナビゲーター手当、新入社員初任給変動制手当、スキル手当

➤ 消費者のニーズを掘り起こし、イノベーションをリード「共振人材」をグローバルで創出



本部長以上
ナショナルスタッフ
比率
52.3%
(2023年12月時点)



◆持続可能性を念頭においた経営

- ①各執行役員が、将来の取締役・執行役員候補者に対して、定期的に各候補者のキャリアビジョン・キャリアプランを踏まえた面談を実施し、人材マップを作成・更新。
- ②代表取締役社長執行役員が、各執行役員に対して、四半期ごとに個別面談を実施し、客観的な判定が可能な担当部門および執行役員個人の達成目標を決定するとともに実績を評価し、指導・育成。社外取締役も各執行役員に対して年1回以上、各執行役員と個別面談機会を設定し、各執行役員の執行状況、業務の課題を確認し大所高所からご助言をいただくことによって、課題解決に繋げ、経営者としてより高い視座を得るよう指導・育成。
- ③以上の仕組みの運用状況を定期的に指名委員会および報酬委員会に報告し、審議・討議。
- ④取締役会は、指名委員会における審議の結果を踏まえて、取締役候補者および執行役員を指名。
- ⑤中長期的な取締役および執行役員候補の発掘および育成を目的のひとつとして、30歳代の中堅社員を対象とし、2ヶ月間所属部門から経営企画室へ異動し、代表取締役社長執行役員の秘書として活動し、OJTを通じて経営者の思考特性、行動特性を学ぶ「戦略担当秘書制度」を実施。また、2024年からは、全般的経営能力を発揮し経営の中心を担う上級幹部社員を2030年までに50名以上育成する次世代グローバルリーダー育成プログラムとして、「グローバル30プログラム」（各国・地域から代表者1名が集い、集合研修や代表取締役社長執行役員との直接のコミュニケーションを通じて一般教養を身に付けUnicharm Spiritsを伝承する3年サイクルのプログラム。終了時には各法人の中期経営計画立案に繋げる。）を実施。

新たな価値創造に向けたデジタル人材（DX人材）の育成

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



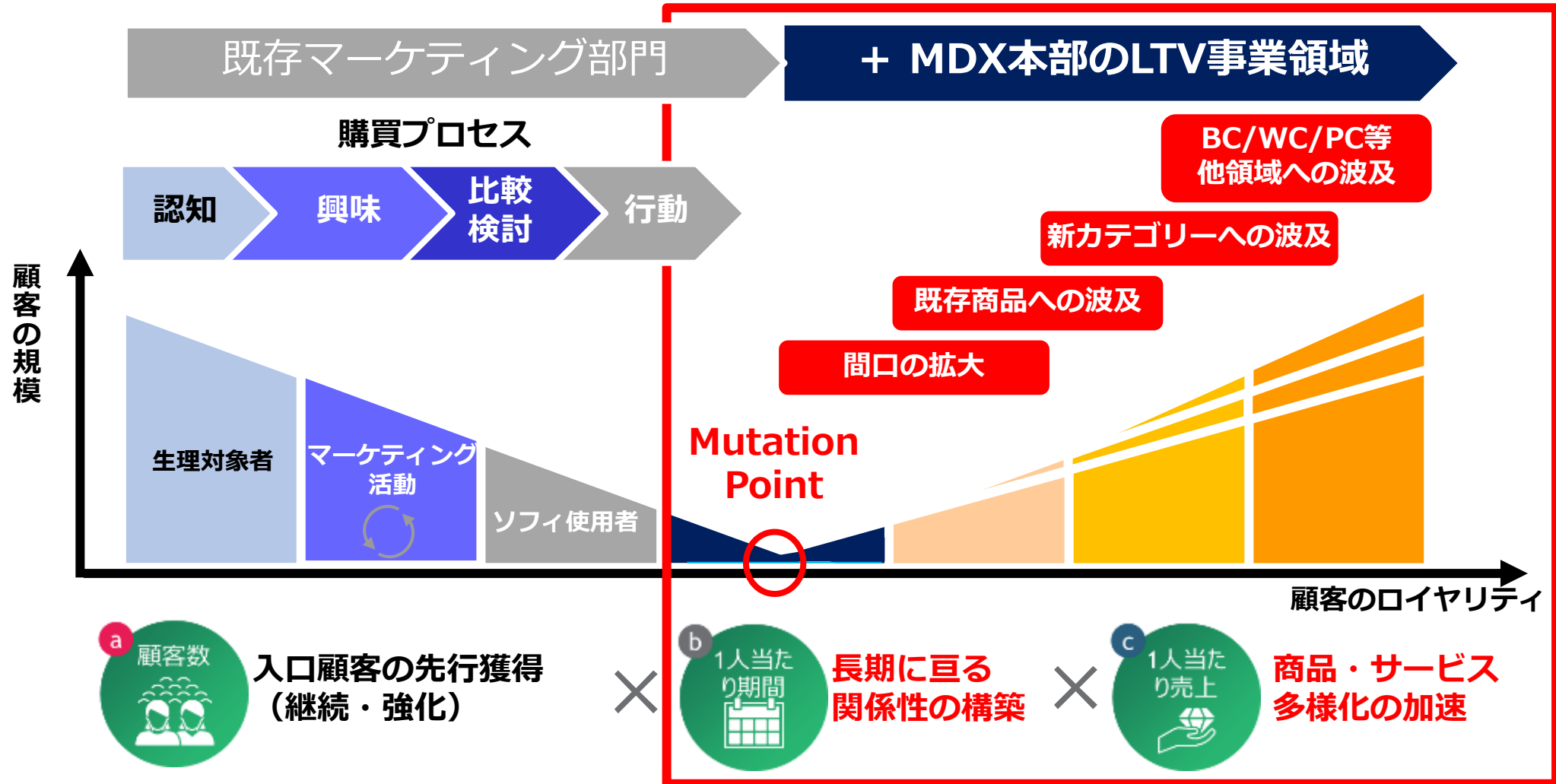
デジタル技術を活用し
顧客の深層心理を理解した
唯一無二の商品・サービスを提供

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

女性を基点にLife Time Value (LTV) 最大化モデル構築 長期に亘る顧客との関係性構築と商品・サービスの多様化加速

➤ MDX本部 (Marketing by DX) のLTV事業領域



女性を基点にBCやWCなどへの事業横断によるLTVの最大化

➤ MDX本部の具体的な取り組み事例



顧客のライフタイムバリュー最大化に向けたグローバルでの「DX人材」育成の取り組み

- デジタルの基礎知識を習得する「DX 基礎勉強会」などの研修で専門的学習機会を創出



- グローバルで活躍出来るEC人材を育成するプログラム「EC研修生制度」



- グローバルでのオンライン自主学習システム「LinkedIn Learning」で高ログイン、リピート率、自発的な学習を実現

	利用者数	ログイン率
海外	約2,000名	100%
日本	約1,000名	100%



- 時間短縮や、業務の効率化などにつながるデジタルツールUniChat（ユニ・チャーム版生成AI Chat）を導入



デジタル技術を活用した取り組み事例

デジタル技術を活用したグローバルでの「BOP Ship」を体現できる 「共振人材」育成の取り組み

- 創業当初から受け継がれ、進化するユニ・チャームの企業文化「BOP-Ship」



- 「KYOSHIN」システムを活用し「The Unicharm Way」の浸透を図り、
「共振の経営」を通じて人材育成力をグローバルで強化



➤ 基幹システムの刷新により業務品質レベルの向上や効率化、管理数値精度を高め、市場競争力を強化



顧客サービスレベルの向上

- ✓ 納期回答レベルの向上
- ✓ 営業員負荷削減
- ✓ D2Cの拡充
- ✓ 新たな売上の創出など

業務品質の向上

- ✓ 原価管理強化
- ✓ 企業、事業間基幹業務標準化
- ✓ マスターデータ一元化によるグローバル横串での実績把握など

業務の効率化による 付加価値業務へのシフト

- ✓ ペーパーレス、インプットレス化
- ✓ 自動化、効率化による工数削減
- ✓ 受注、生販在庫調整業務の削減など

プロフィットマネジメントの 実現

- ✓ 損益管理、販売予実管理の精度向上
- ✓ 幹線輸送の効率化など

ESG強化のための基盤強化

- ✓ 企業間連携による物流効率化
- ✓ 非財務データ、マスターの一元化
- ✓ ガバナンス強化
- ✓ 多言語対応など

すべての人が秘めている限りない可能性を信じ、慈愛にあふれた利他の心を
発揮することで互いに支え合う「共生社会」の実現に貢献



➤ コーポレート・ブランド・エッセンス「Love Your Possibilities」につながる唯一無二の商品・サービス提供



なんでもできそう。いつでも、いつまでも。

Love Your Possibilities



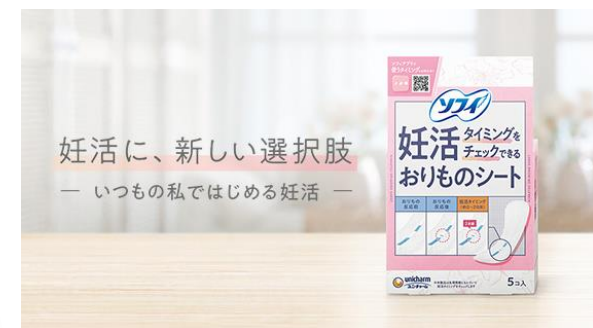
コーポレート・ブランド・エッセンス「Love Your Possibilities」を創造する デジタル技術を活用した国内の取り組み①



- ▶ 生理にまつわる悩みをサポートする「ソフィガール」と『ソフィ 妊活タイミング※をチェックできるおりものシート』の最適な使用開始日をお知らせする機能を追加した生理管理アプリ「ソフィ」



登録数：約235万名
(2024年6月時点)



※ 妊活に適したタイミングである「約6日間」のこと

- ▶ 生理と向き合い続けた『ソフィ』が提案する一歩先の体調管理（AIに相談できるホルモンケア）アプリ

「ソフィBe」

ホルモンの波を乗りこなそう

ホルモンと体調の関係がわかる

生理管理アプリ

ソフィBe

ホルモンの波を乗りこなそう

ときどき原因がわからないところやからだの浮き沈みがある

1. 生理日を記録するだけでホルモンの波がグラフでわかる

2. AIチャットからあなたにぴったりなアドバイスがもらえる

3. ふたりで一緒に妊活をサポート

生理痛やPMSが辛いのもって私だけ？なかなか相談できないし対策もわからない

パートナーと一緒に妊活に取り組みたい！でもどうやって進めたらいいのかな..

かんたんに生理管理

聞きにくいことも相談できる

パートナーにシェアできる

➤ 最適な紙パンツ選びをサポートする「大人用おむつかウンセリング」



ユーザー数：約3万名
(2024年6月末時点)

➤ ワンちゃん、ネコちゃんに関するお悩み共有サービス「DOQAT※1」



国産原材料にこだわった、おいしくて栄養バランスのとれたウェットフードを発売して欲しい！

超小型犬や子犬の体形に適切なサイズが欲しい！

※1 DOQAT <https://doqat.jp/>

登録数：計5万名
(2024年6月末時点)



➤ 出産や育児の不安をサポートする、チームムーニー「ポイントプログラム」「オンラインムーニーちゃん学級」「トイレトレーニングアプリ」



チームムーニー
登録会員数：約204万会員
(2024年6月末時点)

➤ AIを活用してネコちゃんが喜ぶフードをご提案する「ごはんマッチング※2」サービス



※2 ごはんマッチング
https://jp.unicharmpet.com/ja/food_matching/index.html

デジタル技術を活用した国内の取り組み③

- (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



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

- (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/>

- (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

- 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



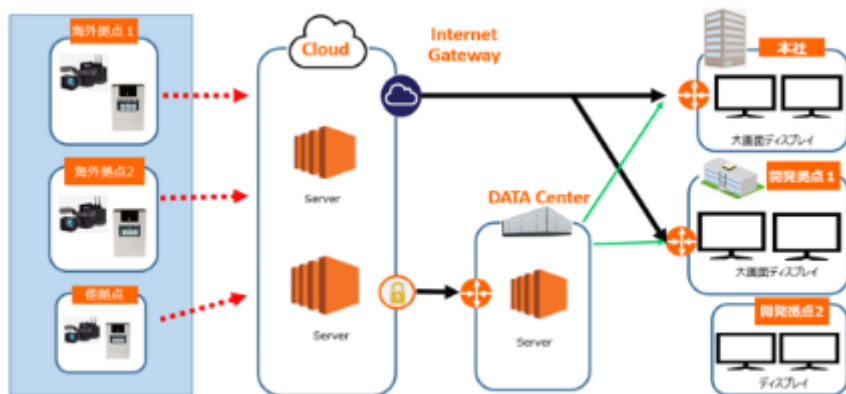
47都道府県
5,230カ所以上導入
(2024年6月末時点)

- 店外における来店前のデジタル施策で、価値伝達を進化



- 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

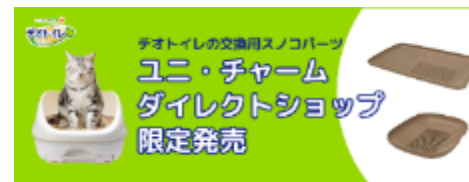
<デジタルスクラム 簡略イメージ図>



- お取り扱い商品「店舗検索システム」で、お客様満足度を向上



- 「ダイレクトショップ」の仕組み強化により、全カテゴリーで、お客様のさまざまなニーズに対応



ユニ・チャームダイレクトショップのサービス		
POINT 1 / unicharm direct shop メーカー直販で安心!	POINT 2 / いつもの商品が子に入る!	POINT 3 / うれしい特典も!
POINT 4 / VO まとめて3,980円以上 お買い上げで送料無料	POINT 5 / 平日午後3時まで ご注文で翌々朝日に発送	POINT 6 / 便利なクレジットカード 代金引換も対応 （一部商品・ご注文の状況 によりご利用不可です）

▶ 様々な自働設備、IoTを活用した最新鋭のスマートファクトリー（九州）



産業用ロボット



SCADA※1

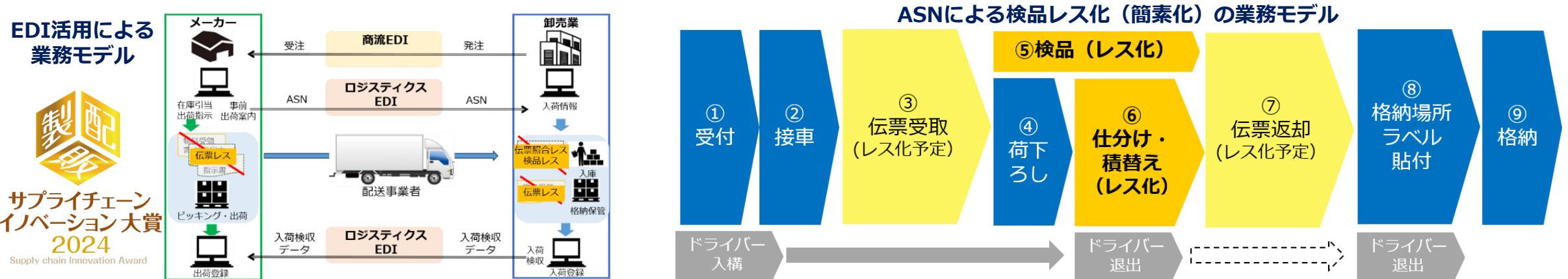


スマートロジスティクス



※1 Supervisory Control And Data Acquisitionの略

▶ 日用品メーカー13社で「日用品サプライチェーン協議会」を設立し、ロジスティクスEDI※2を活用したASN※3配信など、サプライチェーン全体の最適化と効率化を推進



➤ ペットの成長、健康記録ツール+病院紹介、商品購買プラットフォーム「宠本本（Pet note）」



➤ 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」



外部機関からの評価と連携（2024年度）

1月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ コスモテックが発売する『フレッシュ・プロ』が「日経優秀製品・サービス賞2023」で「最優秀賞」を受賞 ✓ ユニ・チャーム ブラジルの工場に森林認証PEFCの「CoC認証」を取得 ✓ 東京都が推進する「令和5年度 東京都スポーツ推進企業」に認定 ✓ スポーツ庁が推進する「スポーツエールカンパニー2024+（プラス）」に認定
2月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ CDPの2分野で最高評価の「Aリスト」を獲得 ✓ 「人的資本経営品質2023 ゴールド賞」に選定 ✓ 「第5回ESGファイナンス・アワード・ジャパン」の「環境サステナブル企業」に選定 ✓ 令和5年度 消費者志向経営優良事例表彰「消費者庁長官賞」を受賞
3月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「女性の健康経営®アワード」で「推進賞」を受賞 ✓ 「健康経営優良法人2024(ホワイト500)」に認定
4月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 製品別カーボンフットプリントの算定ルールにおいて、SuMPOの「Internal-PCR承認」を取得 ✓ 第32回地球環境大賞で「日本経済団体連合会会長賞」を受賞 ✓ 経済産業省と東京証券取引所が選出する「SX銘柄2024」に選定
6月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日経トレンディ「ペット用品大賞」において『マナーウェア』が衛生部門で「大賞」を受賞 ✓ 「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に選定
7月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 第25回 物流環境大賞で「特別賞」を受賞 ✓ 「サプライチェーンイノベーション大賞2024」において、当社を含む日用品メーカー13社と物流事業者12社協働で「大賞」を受賞
8月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ GPIFが採用するすべてのESG指数の構成銘柄に選定
9月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 愛媛県『ひめボス宣言事業所』として認定

インデックスへの組み入れおよび評価



DX注目企業2023
Digital Transformation

FTSE Blossom
Japan

FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

FTSE4Good



2024 CONSTITUENT MSCI ジャパン
ESGセレクト・リーダーズ指数

2024 CONSTITUENT MSCI 日本株
ESGセレクト・リーダーズ指数



※ 免責事項は以下サイトに掲載しております。
<https://www.unicharm.co.jp/ja/company/news/2024/0816-01.html>

Sompo Sustainability Index

2024 CONSTITUENT MSCI 日本株
女性活躍指数 (WIN)

※ ユニ・チャーム株式会社のMSCI指数への組み入れ、および本ページにおけるMSCIのロゴ、
トレードマーク、サービスマーク、指数名称の使用は、MSCIやその関係会社によるユニ・チャーム
株式会社の後援、推薦あるいはプロモーションではありません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。
MSCIおよびその指数の名称とロゴは、MSCIやその関係会社のトレードマークもしくはサービスマークです。



EcoPro Awards



外部機関との連携

WE SUPPORT



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



地方創生SDGs
官民連携
プラットフォーム



私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

国連が提唱する「国連グローバル・コンパクト」の10原則を支持し、2006年5月から参加。



DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION
BUSINESS AMBITION FOR 1.5°C

GHG排出量総量削減目標
基準年:2021年 目標年:2031年
スコープ1,2:46.20%削減
スコープ3:27.50%削減



STANDARD 100



JAPAN CLIMATE INITIATIVE



JCLP



CLIMATE GROUP RE100



Re-Style

限りある資源を未来につなぐ。今、僕らにできること。

Green x Digital Consortium

Myじんけん宣言
Declaration of Human Rights



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



こどもまんなが



認証事業所

➤ 企業版ふるさと納税を通じた地域の未来を担う子供たちへの支援活動



次世代球児育成事業



四国中央市電子図書館の児童書購入

➤ 「共生社会実現パートナー」として、FC今治の選手・スタッフ・サポーターの皆様とともにスポーツビジネスを通じて、地方創生に貢献



➤ 男子プロテニス協会公認「ユニ・チャーム トロフィー 2023愛媛国際オープン」に協賛



GPIF採用ESG指数における6指数の構成銘柄に選定

総合型指数



FTSE Blossom
Japan



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

2024 CONSTITUENT MSCI日本株
ESGセレクト・リーダーズ指数

E

S

G

テーマ指数



2024 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

MORNINGSTAR GenDi J

Japan ex-REIT Gender Diversity
Tilt Index

TOP CONSTITUENT 2024

※ ユニ・チャーム株式会社のMSCI指数への組み入れ、および本ページにおけるMSCIのロゴ、トレードマーク、サービスマーク、指数名称の使用は、MSCIやその関係会社によるユニ・チャーム株式会社の後援、推薦あるいはプロモーションではありません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCIおよびその指数の名称とロゴは、MSCIやその関係会社のトレードマークもしくはサービスマークです。

。 ※ 免責事項は以下サイトに掲載しております
<https://www.unicharm.co.jp/ja/company/news/2024/0816-01.html>

その他ESG指数



FTSE4Good



		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
CDP SCORES	気候変動	B	A-	A-	A-	A-
	森林 (木材)	B	B-	B	B	A
	水 セキュリティ	B-	B-	B	B	A
MSCI ESG RATINGS		BBB 5.3	A 5.3	BBB 4.7	A 5.1	AA 5.7
FTSE ESG RATINGS		3.5	3.7	3.9	4.0	4.2

「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
「排泄ケア」講座	累計340回開催（2024年6月末時点）
「大人おむつカウンセリング」ユーザー数	約30,000名（2024年6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	約490の企業・団体（2024年6月末時点）
ソフィアプリ： https://s.sofy.jp/sofybeapp 「ソフィガール」（生理管理アプリ） / 「ソフィ」（生理管理アプリ） 「ソフィBe」（ホルモンと体調の関係がわかる生理管理アプリ）	合算累計約2,350,000名（2024年6月末時点）
TikTok「さらけだ荘」再生数 https://www.tiktok.com/@sofy_official_7days/	約3,200万回（2024年6月末時点）
初潮教育・月経教育（オンライン含む）	インド：約635,000名（2024年6月末時点）
初潮教育・月経教育（母娘で学ぶセッション）	インド：計361回 約11,000組（2024年6月末時点）
初潮教育サイト「Charm Girls Talk」登録数	インドネシア：約83,600名（2024年6月末時点）
「チーム ムーニーポイントプログラム」登録会員数 https://jp.moony.com/ja/apps/moonypoint.html	累計約2,040,000会員（2024年6月末時点）
「手ぶら登園」利用施設数	47都道府県 5,230カ所以上（2024年6月末時点）
ペットのQ&Aサービス「DOQAT」登録数 https://doqat.jp/	約50,000名（2024年6月末時点）



unicharm
Love Your Possibilities

私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

