

2014年3月期 決算説明資料

2014年4月30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

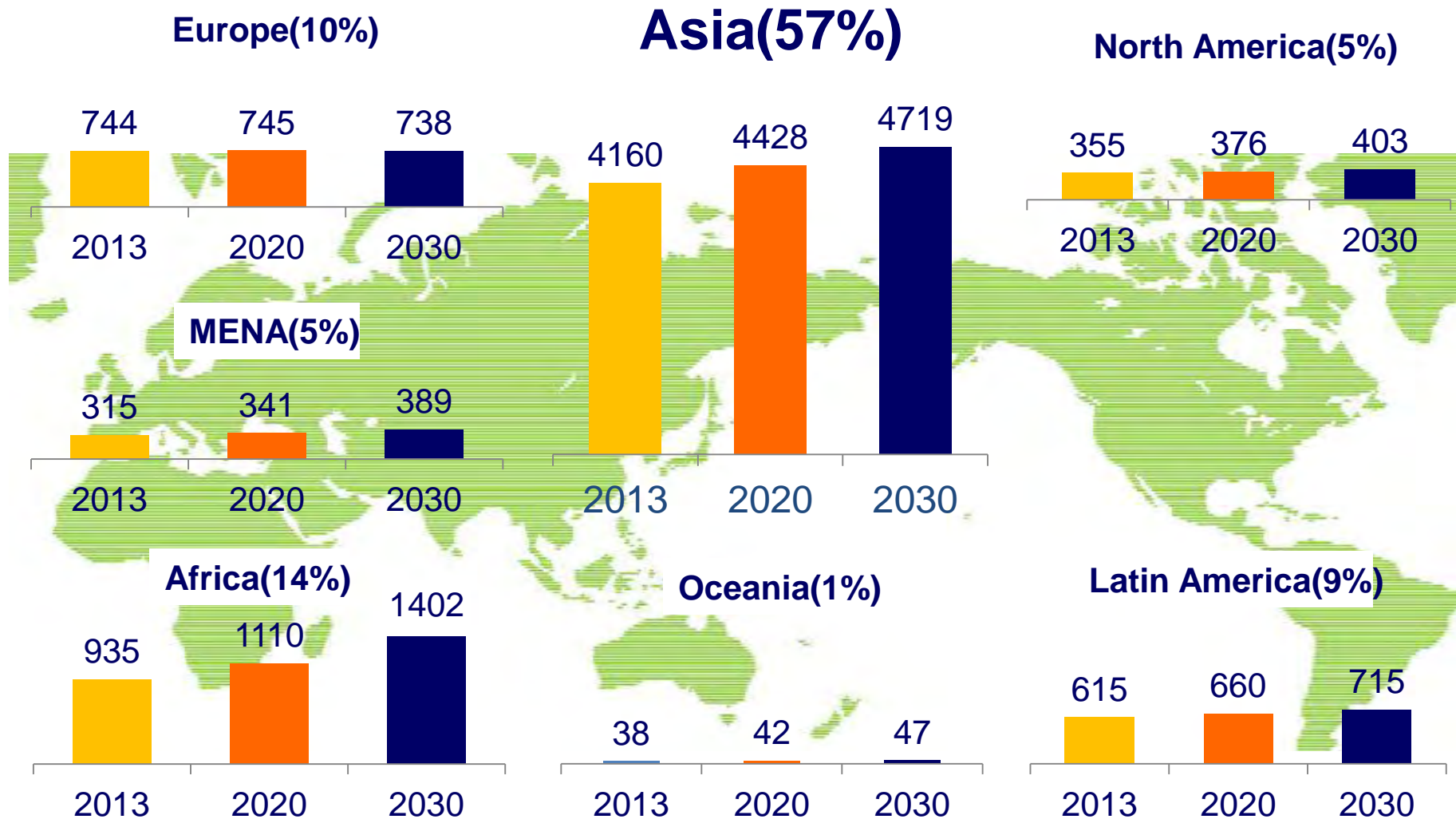
この資料には、2014年4月30日現在の将来に関する、前提・見通し・計画に基づく予測が含まれております。実際の業績は、競合状況・為替の変動等に関わるリスクや、不確定要因により記載の計画と大幅に異なる可能性があります。

世界シェア10%へ

アジアNo.1の強みを活かし成長を加速
新興国を中心に積極的に戦略投資

マーケットシェア	2013 (前期比)	
世界	 No.3	8.6%(+0.4%)
アジア	 No.1	27.2%(+0.6%)

2020年までの人口増加が 最大のエリア・・・アジア+2.7億人



単位:百万人 ():世界人口構成比

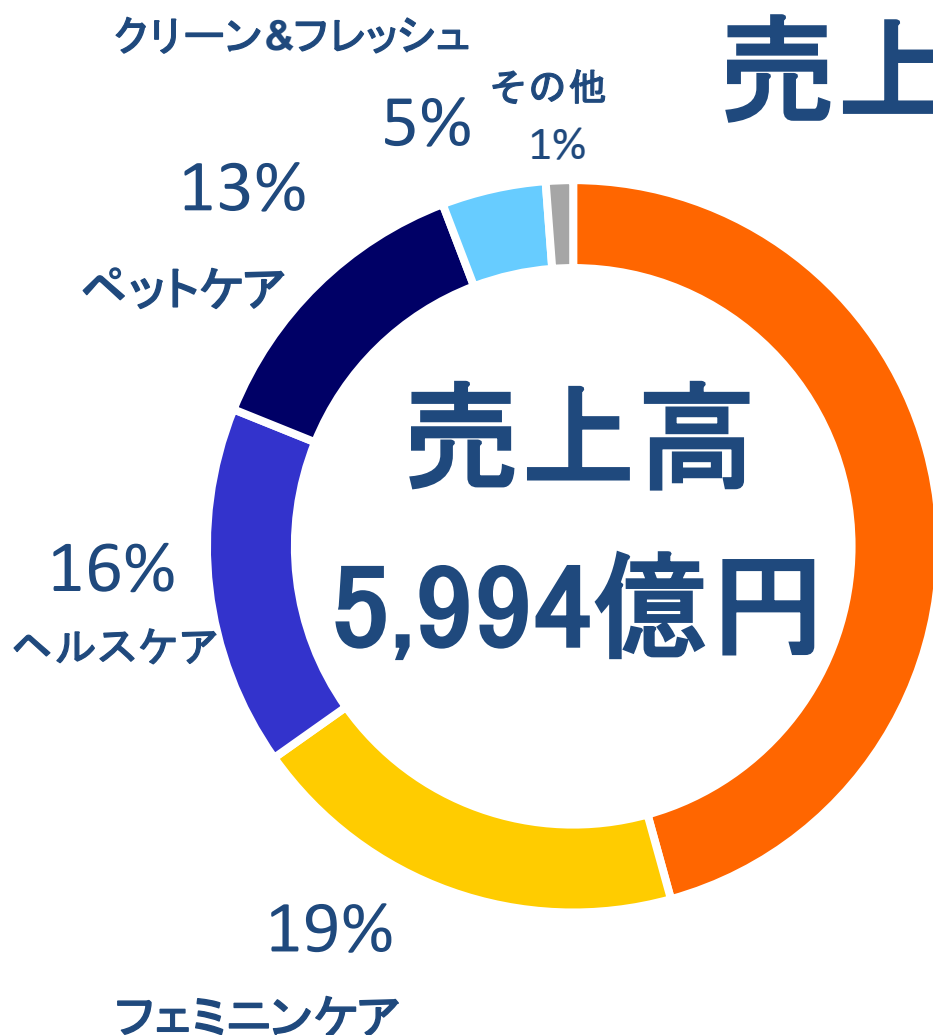
人口:UN(World Population Prospect 2010 Rev.)、197ヶ国

2014年3月期 決算概要

12期連続で過去最高売上高更新



売上高 5,994億円 (前期比 +20.9%)



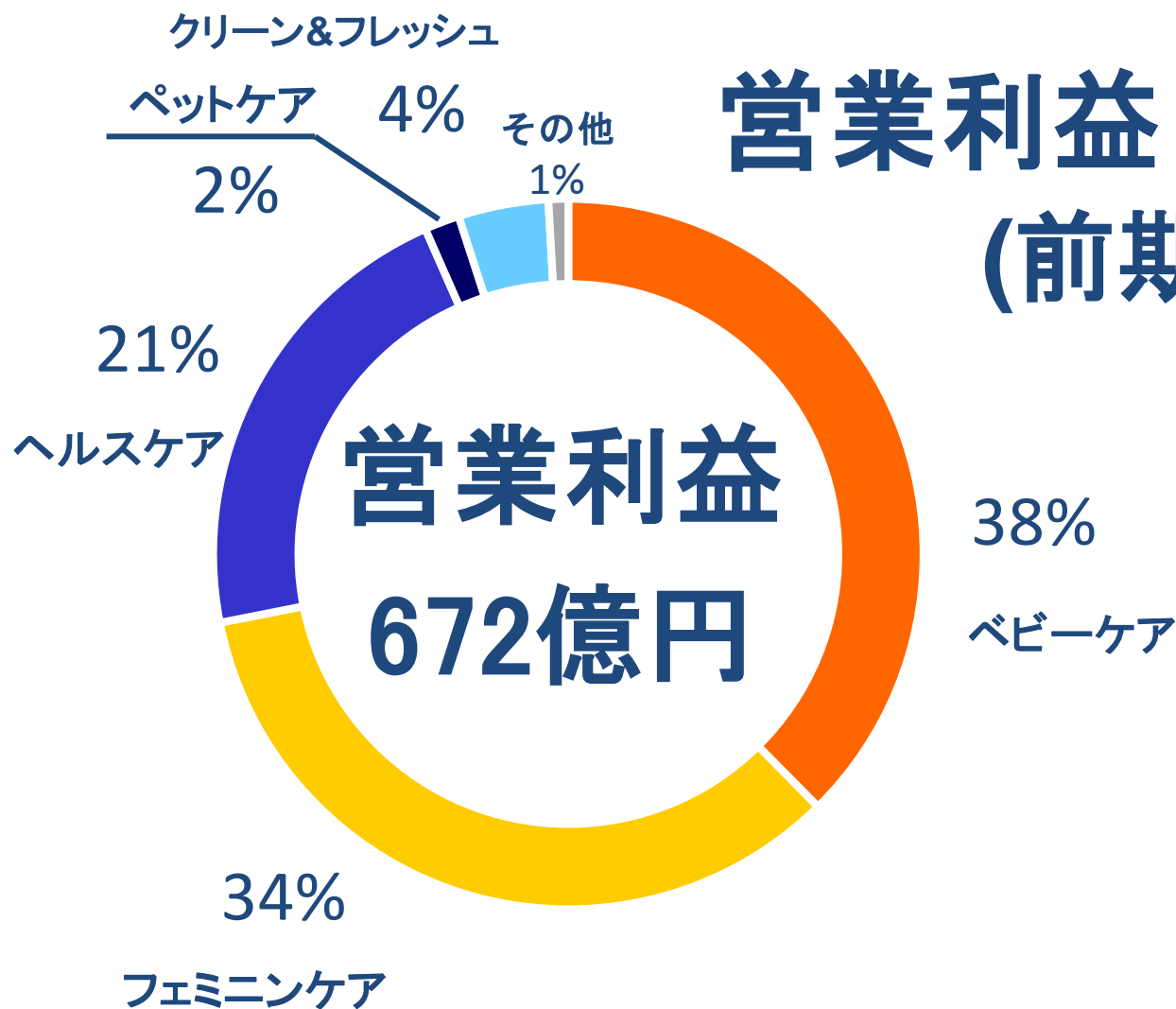
46%
ベビーケア



7期連続で過去最高営業利益更新



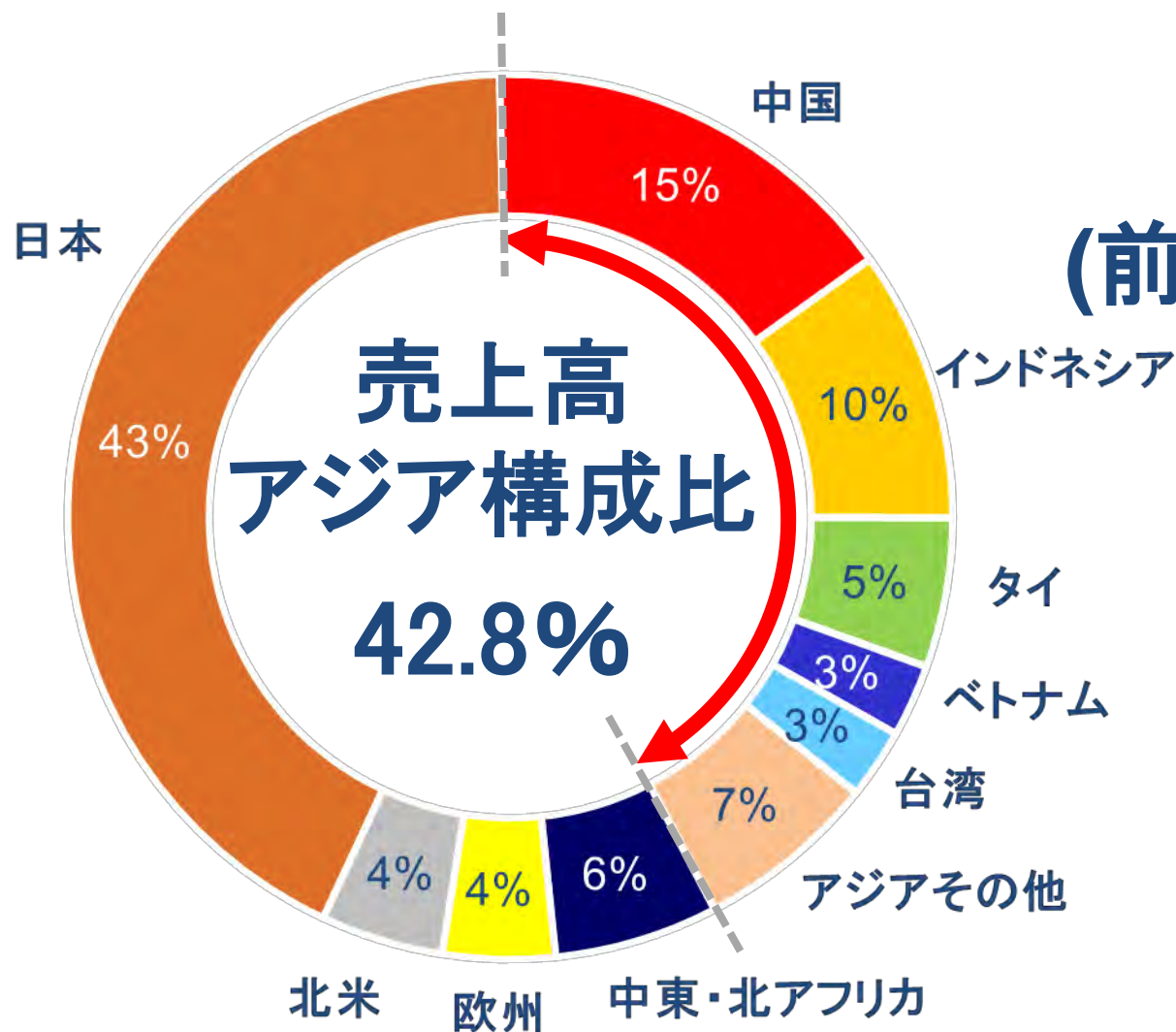
営業利益 672億円 (前期比 +13.0%)



アジア売上高構成比 過去最高更新

42.8%

(前期比+4.6%P)



2014年3月期 経営環境レビュー

為替差益減、実効税率UPを吸収し 経常利益、当期純利益は公表値を上回る

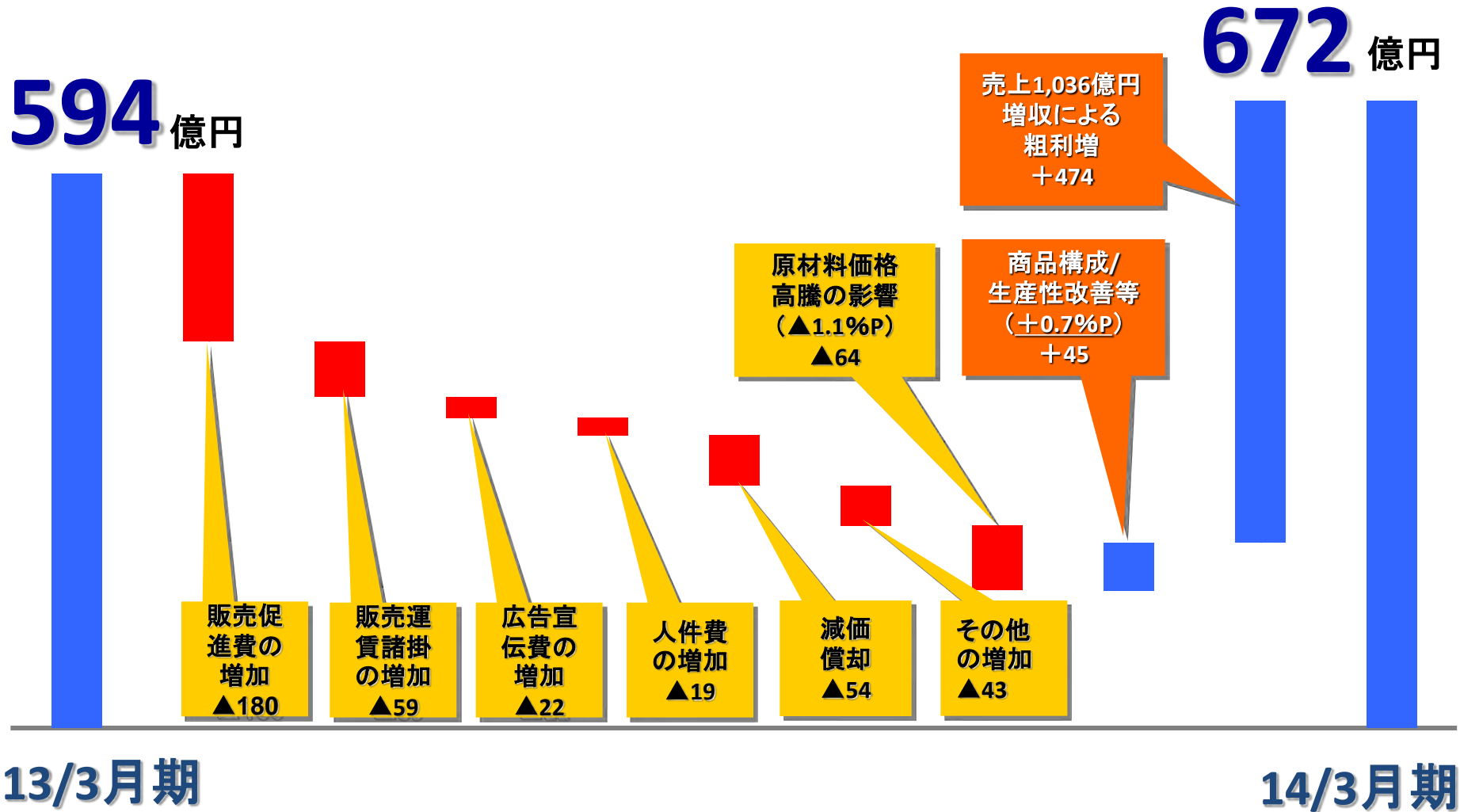
■ 前年同期比

(百万円)

	14/3月期	13/3月期	増減額	増減率	備考
売上高	599,455	495,771	103,684	20.9%	アジア地域 670億円増収
営業利益 利益率	67,240 11.2%	59,488 12.0%	7,751	13.0%	アジア地域 57億円増益
経常利益 利益率	67,913 11.3%	65,012 13.1%	2,901	4.5%	為替差益減 ▲55億円
当期純利益 EPS(円)	38,216 192.30	43,121 233.75	(4,904)	▲11.4%	実効税率 35.2%

売上増による粗利の増加により 販売促進費等を吸収し、営業利益は78億円増益

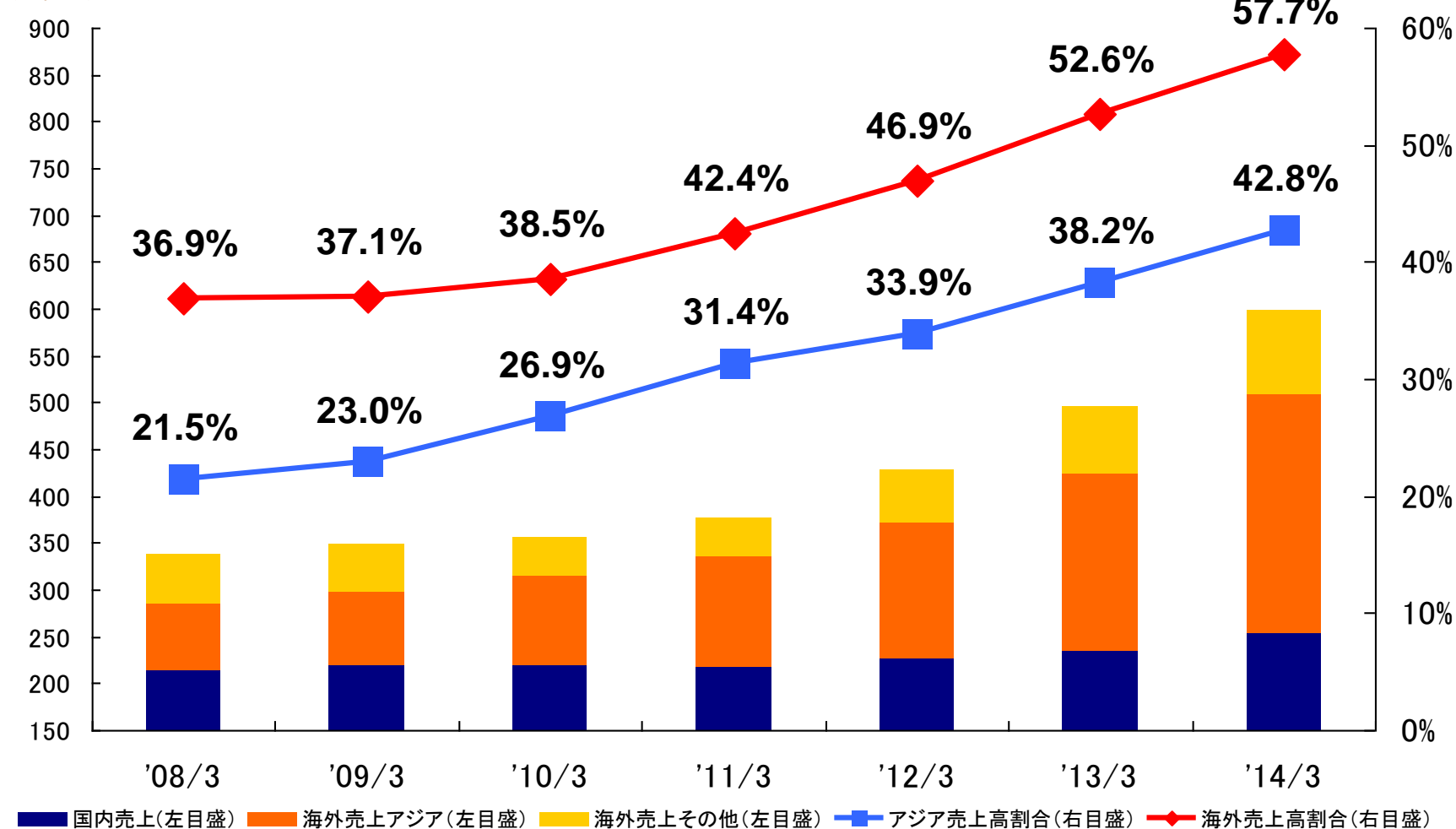
■ 営業利益の増減



アジア地域の売上高構成比が順調に拡大 海外売上高構成比は57.7%まで上昇

■ 国内・海外売上高推移

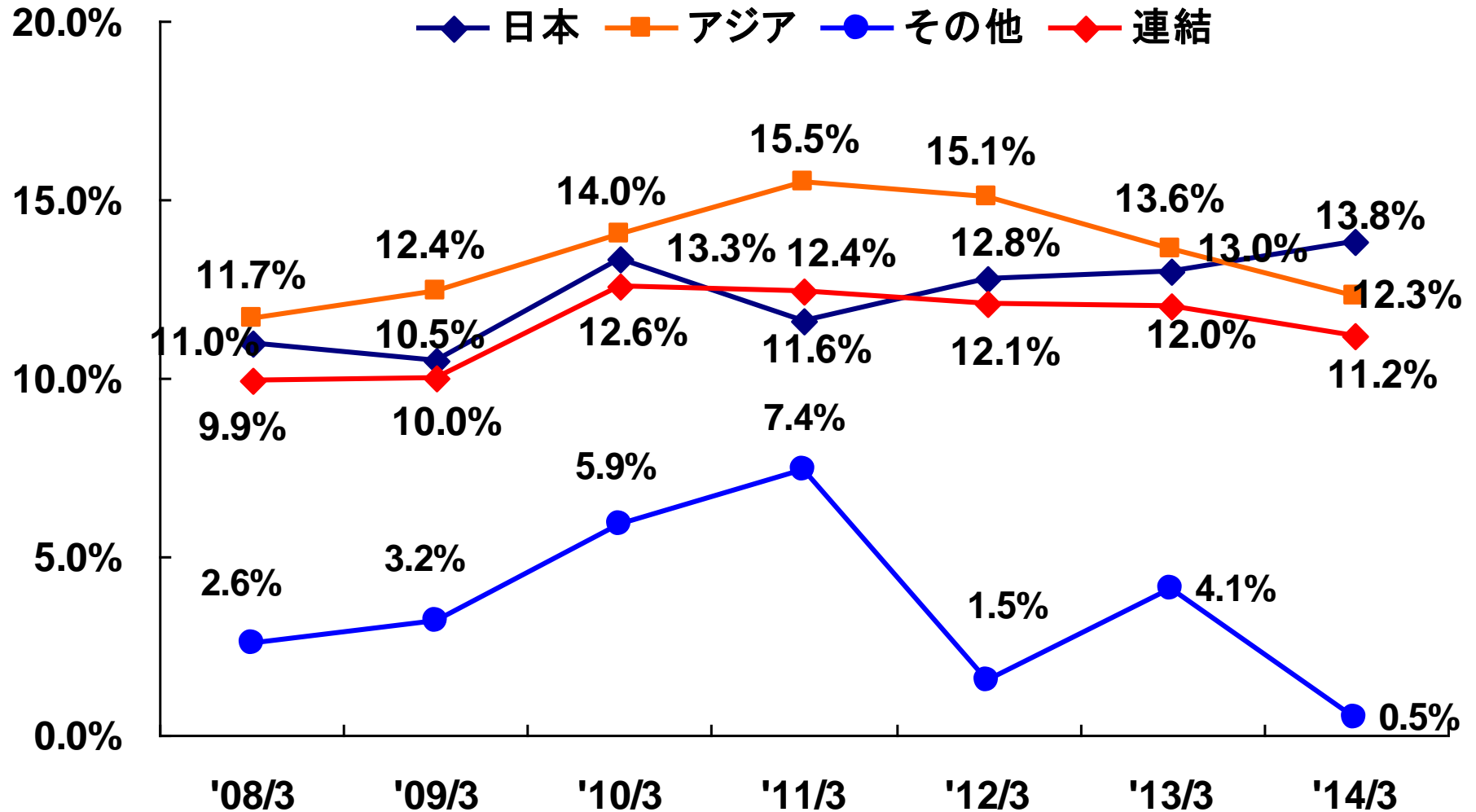
(十億円)



日本は過去最高レベルの利益率を達成
 中国、北米Pet事業を除くとアジア並びにその他エリアも高水準



■ 所在地別営業利益率



パーソナルケア事業が売上・利益の増加を牽引



■ 事業別セグメント情報

(百万円)

	パーソナルケア	ペットケア	その他	計	消去又は 全社	連結
13/3月期						
売上高	417,187	73,182	5,401	495,771	—	495,771
営業利益	55,478	3,618	360	59,457	31	59,488
14/3月期						
売上高	515,253	78,672	5,530	599,455	—	599,455
営業利益	65,732	1,130	355	67,217	22	67,240
増減額						
売上高	98,066	5,490	129	103,684	-	103,684
営業利益	10,254	▲2,488	▲5	7,760	▲9	7,751
増減率						
売上高	23.5%	7.5%	2.4%	20.9%	-	20.9%
営業利益	18.5%	▲68.8%	▲1.4%	13.1%	▲29.0%	13.0%

為替要因による売上・利益の増加額(13/3月期→14/3月期)
前年対比で売上高約527億円増、営業利益約2億円増

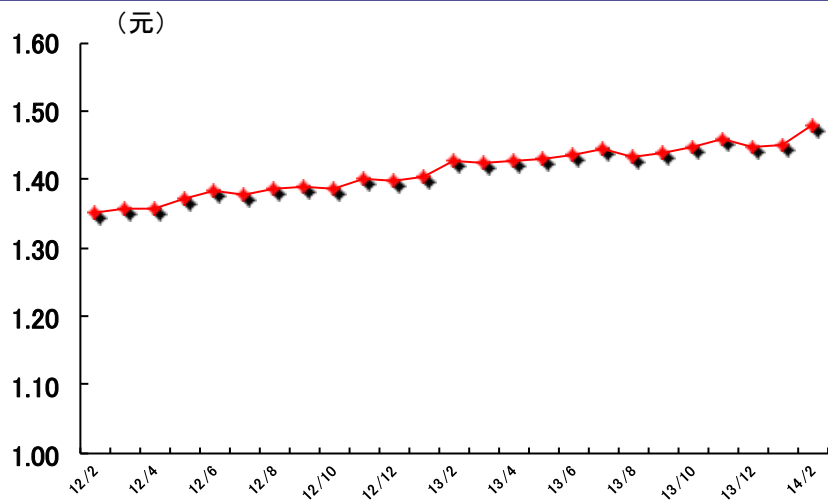


通貨	13/3期レート	14/3期レート	レート増減率
台湾(TWD)	2.81	3.36	19.6%
タイ(THB)	2.71	3.19	17.7%
韓国(KRW)	0.0710	0.0894	25.9%
インドネシア(IDR)	0.0088	0.0092	4.5%
マレーシア(MYR)	26.87	31.31	16.5%
オランダ(EUR)	102.63	129.68	26.4%
中国(CNY)	12.67	15.90	25.5%
フィリピン(PHP)	1.91	2.32	21.5%
サウジアラビア(SAR)	22.19	26.77	20.6%
インド(INR)	1.54	1.68	9.1%
米国(USD)	83.10	100.24	20.6%
ロシア(RUR)	2.58	3.07	19.0%
オーストラリア(AUD)	82.67	94.39	14.2%
ベトナム(VND)	0.0038	0.0046	21.1%

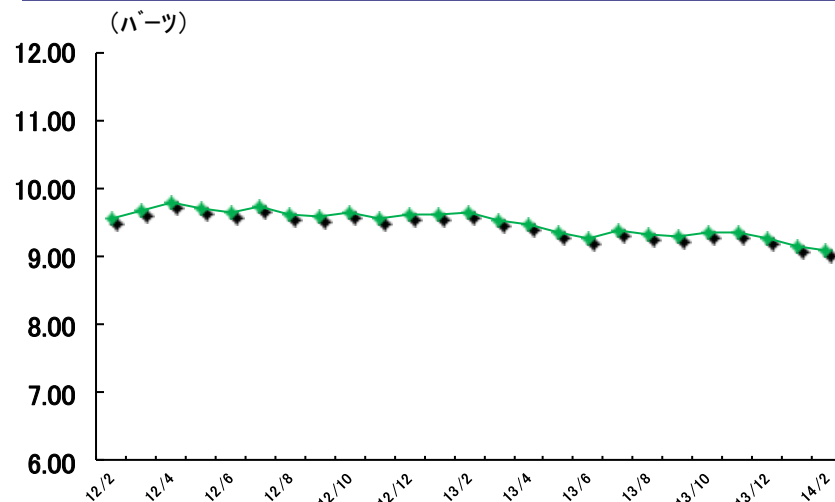
紙おむつ1ピース当たり市場平均価格推移



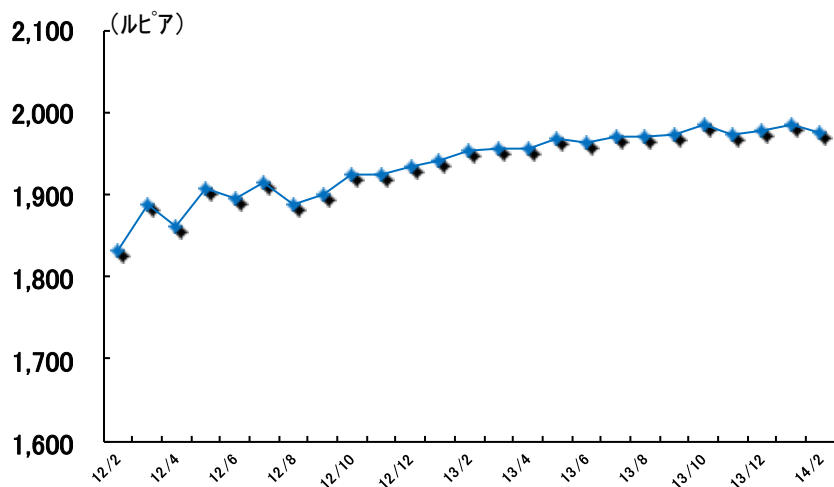
中国



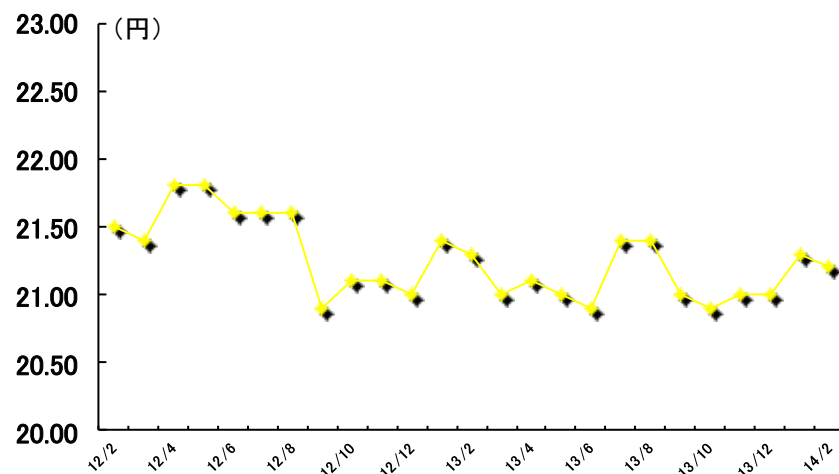
タイ



インドネシア



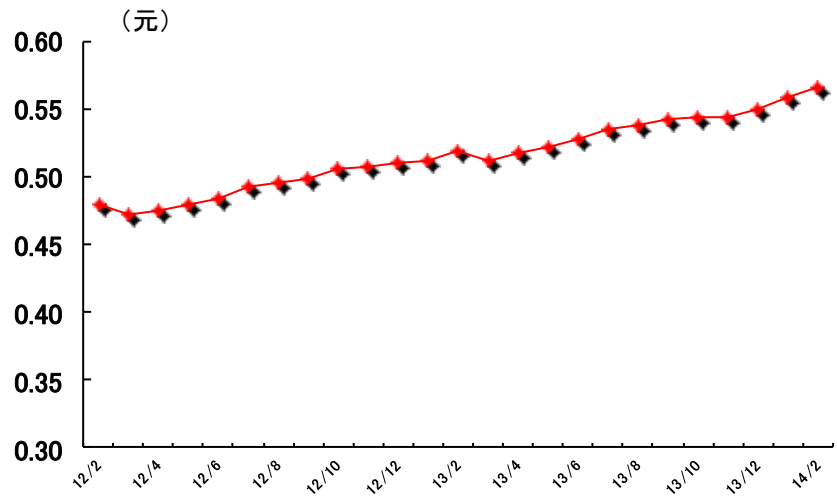
日本



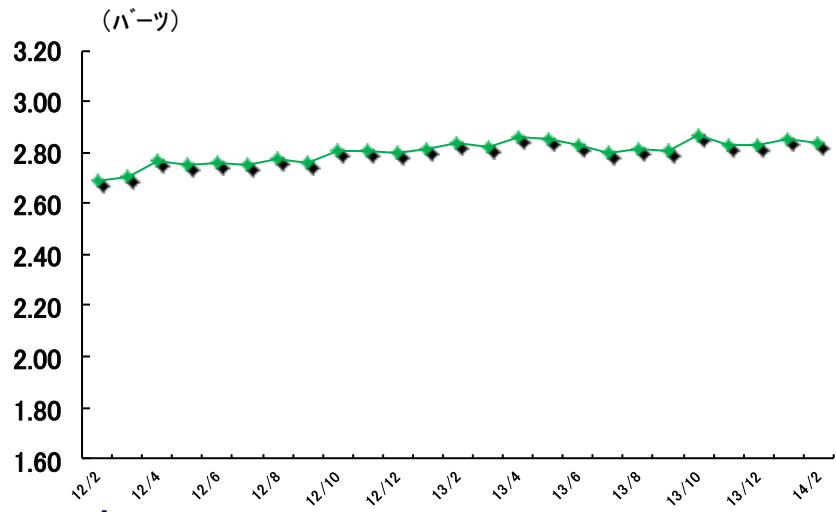
(*)日本はトレーニングパンツ等含む(出所)UC調べ

生理用品1ピース当たり市場平均価格推移

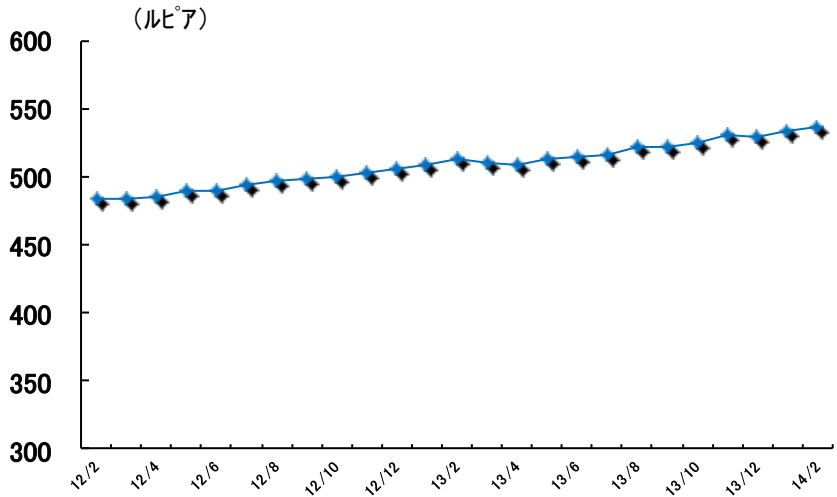
中国



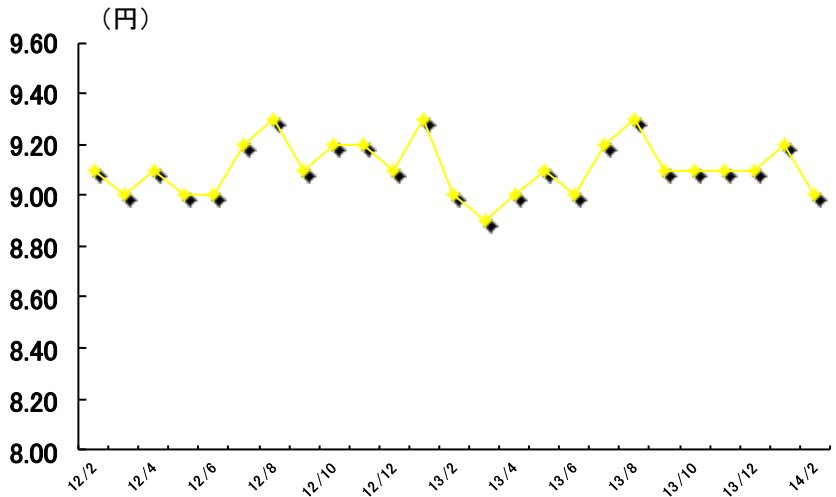
タイ



インドネシア



日本



(*)ナプキン・ライナー・タンポン含む(出所)UC調べ

2014年12月期 業績予想

3月期から12月期へ決算期を変更



- 決算期を現行の3月31日から12月31日に変更することを予定しており2014年12月期は決算期変更の経過期間となる。

 - すべての連結対象子会社の決算期を統一することで、グループ一体運営の推進及び経営情報の適時・的確な開示による更なる経営の効率化を図るのが目的。

 - これに伴い2014年12月期の連結対象期間は、以下のとおり。
 - 3月決算法人 : 9ヶ月間 (2014年4月1日～2014年12月31日)
 - 12月決算法人 : 12ヶ月間 (2014年1月1日～2014年12月31日)
- (参) 主な12月決算法人 中国・韓国・フィリピン・ベトナム・ミャンマー・オーストラリア・オランダ

*2014年6月開催予定の第54期定時株主総会にて「定款一部変更の件」が承認されることを条件とする。

2014年12月期 実質過去最高更新を見込む



(百万円)

	14/12月期	14/3月期	増減額	増減率
売上高	540,000	599,455	—	—
営業利益 利益率	56,600 10.5%	67,240 11.2%	—	—
経常利益 利益率	55,000 10.2%	67,913 11.3%	—	—
当期純利益 利益率	31,700 5.9%	38,216 6.4%	—	—

(注) 2014年12月期は決算期変更の経過期間となることから、通期については、3月決算の連結対象会社は9ヶ月間、12月決算の連結対象会社は従来どおり12ヶ月間を連結対象期間とした予想数値を記載。

為替換算による対現地通貨1%円安の影響は 売上高で約35億円増、営業利益で約3億円増

通貨	14/12期 計画レート	1%変動(円安)による影響額 (百万円)	
		売上高	営業利益
連 結 合 計		3,500	300
台湾(TWD)	3.44		
タイ(THB)	3.15		
韓国(KRW)	0.095		
インドネシア(IDR)	0.0083		
マレーシア(MYR)	31.08		
オランダ(EUR)	134.25		
中国(CNY)	16.82		
サウジアラビア(SAR)	26.97		
インド(INR)	1.54		
米国(USD)	101.15		
オーストラリア(AUD)	91.57		
ベトナム(VND)	0.0047		

* 輸入原材料コスト: 対USDルに対し1%通貨安 → 約1億円のコスト増

戦略概要

(各種記載情報はすべてユニ・チャーム調べであります)



日本

高付加価値商品の導入効果により 市場以上の売上成長を実現



ベビーケア(BC)

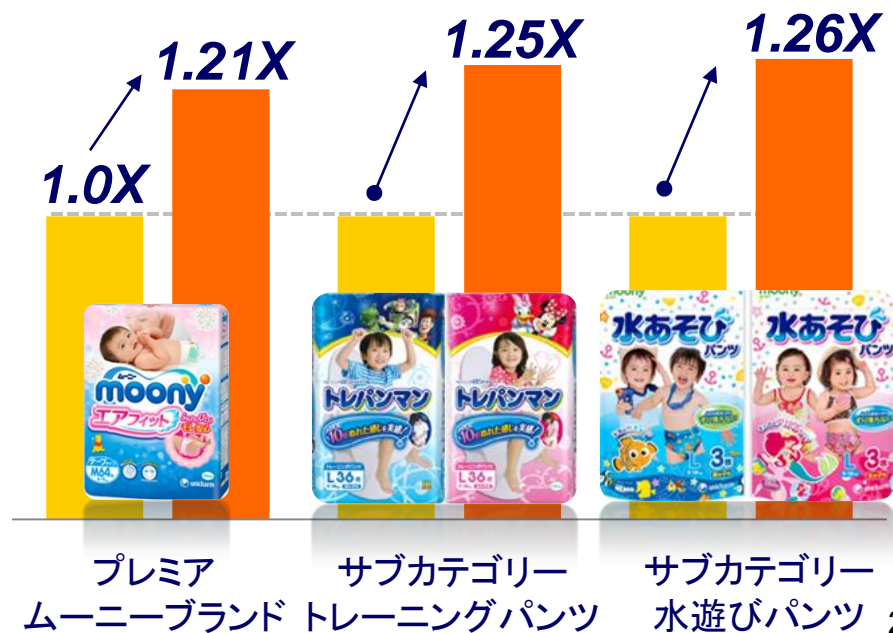
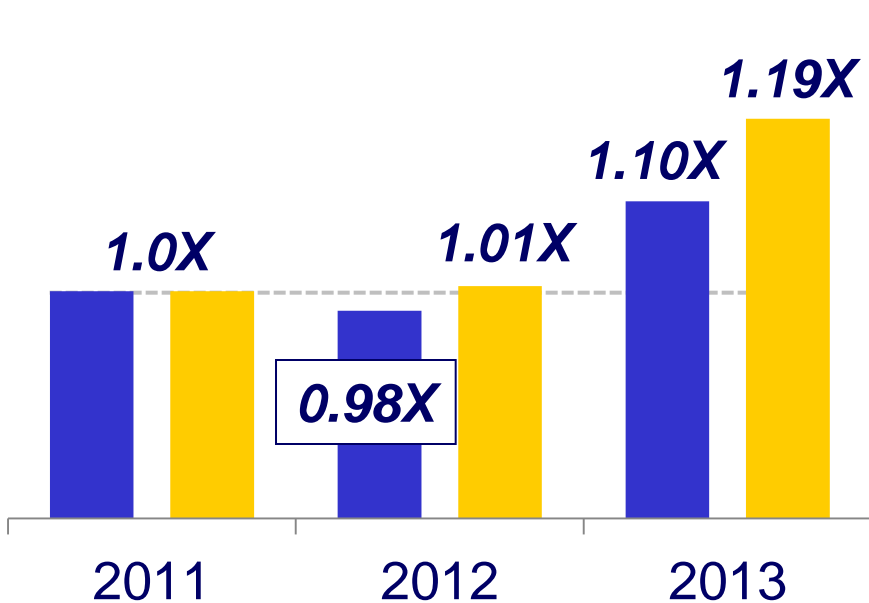


シェア
No.1

34.2%

■ 日本BC市場規模 ■ UC BC売上高

■ 2012 ■ 2013 ブランド別売上高





日本

軽度失禁カテゴリーを重点的に拡充し 市場の寡占化を深耕



ヘルスケア(HC)

店頭市場全体

軽度市場



圧倒的なブランド力と商品ラインアップ



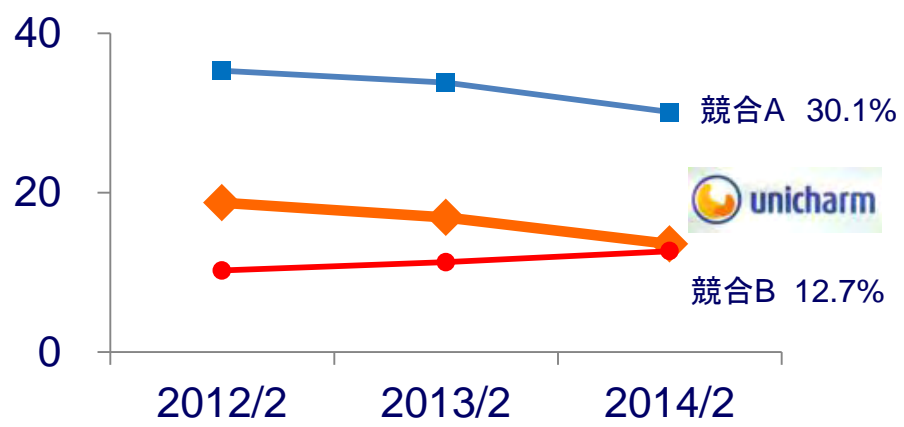


中国

BCは地方及び都市部成長チャネルへの展開を強化中
FCは若年層シフトによりシェアNo.2へ浮上



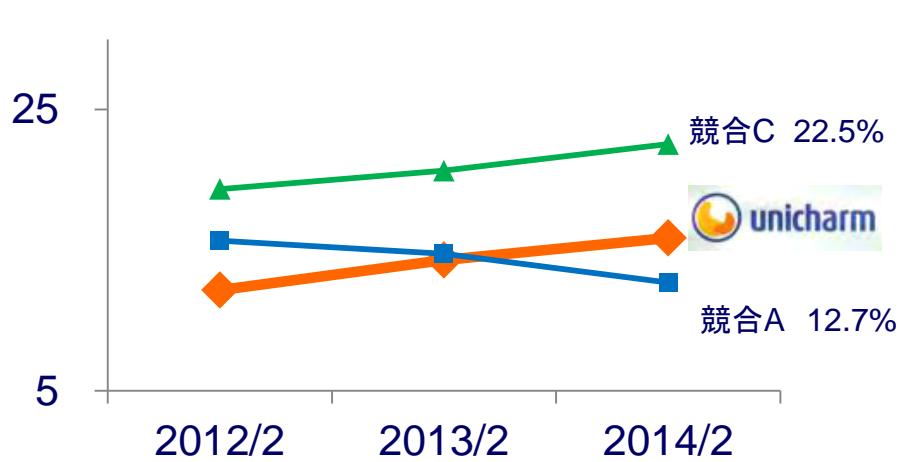
ベビーケア(BC)



シェア No.2 **13.6%**



フェミニンケア(FC)

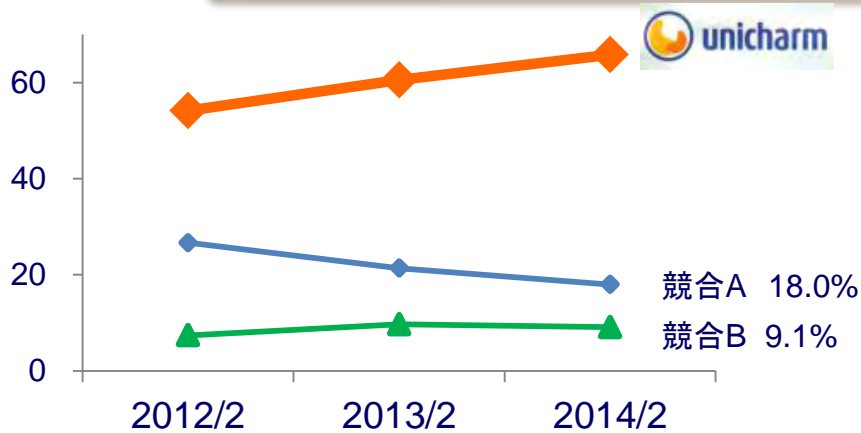


シェア No.2 **15.9%**



BCはエコノミーパンツを武器に寡占化加速
 FCは高付加価値品によりシェア40%に迫る

ベビーケア(BC)

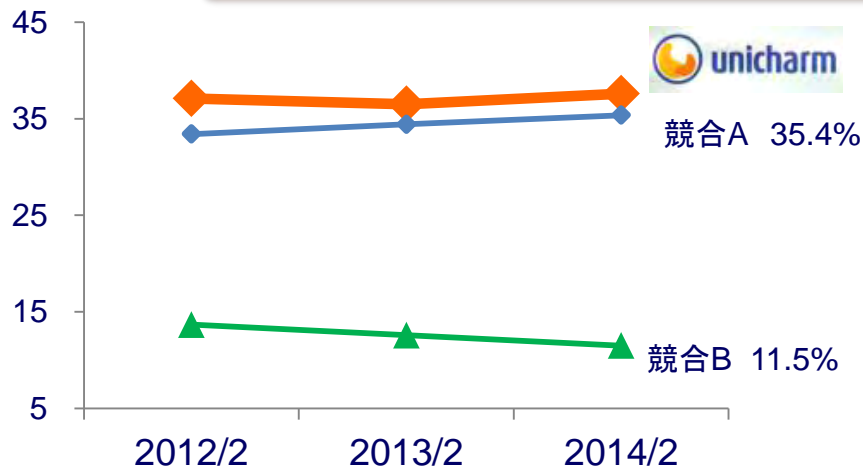


シェア
No.1

65.8%



フェミニンケア(FC)




シェア
No.1

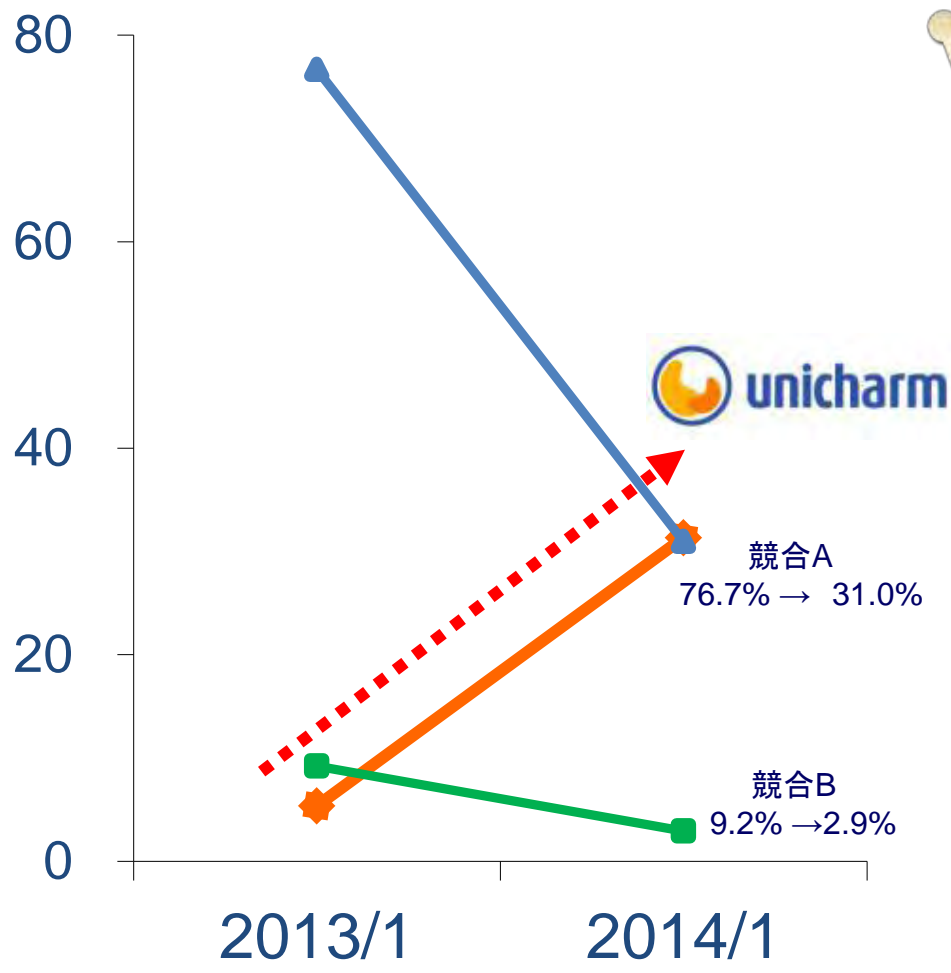
37.6%



ヘルスケア(HC)

 シェア
No.3 → No.1

5.4% → 31.3%
(2013/1) (2014/1)

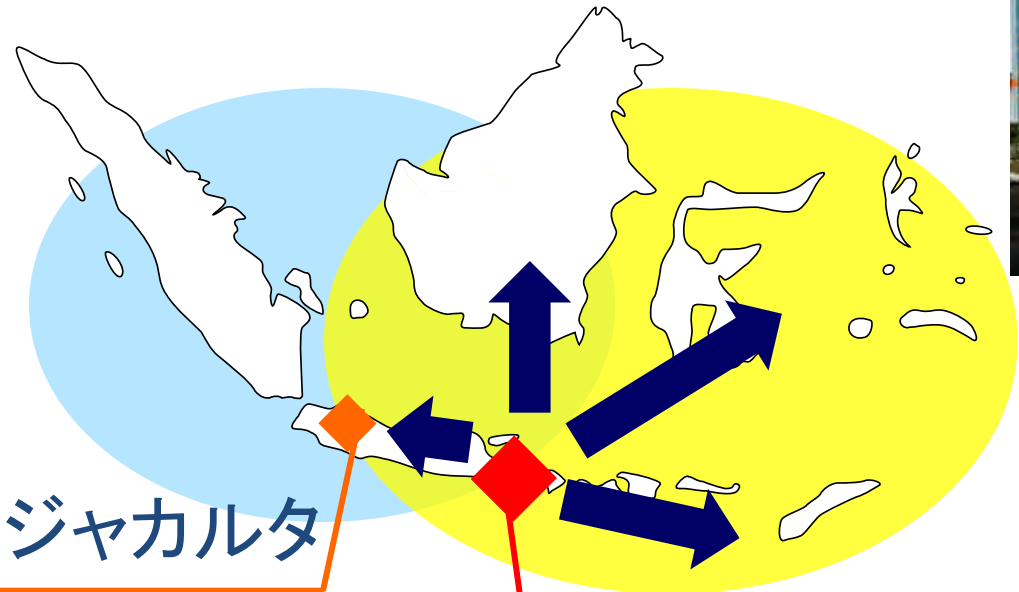




新工場稼動により地方開拓・ 生産能力増強・物流関連費改善を加速



Indonesia



ジャカルタ

■ 第1・2工場

スラバヤ

■ 第3工場稼動

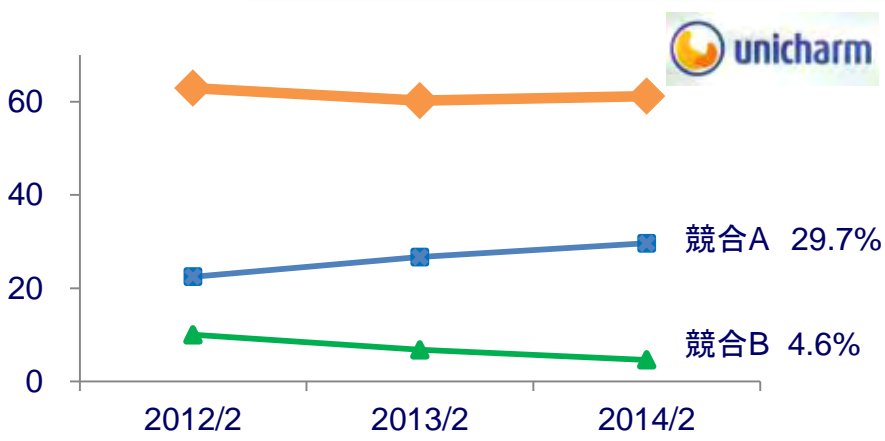




商品ラインアップの拡充を進め 更なるシェア拡大を狙う



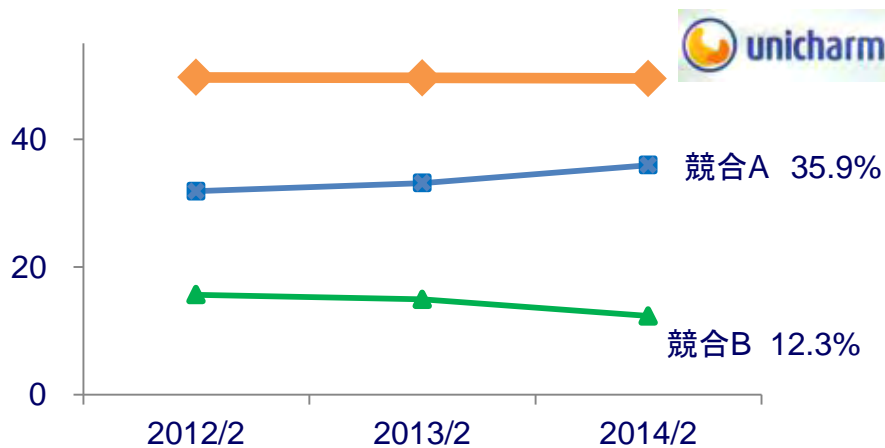
ベビーケア(BC)



シェア
No.1 61.2%



フェミニンケア(FC)



シェア
No.1 49.5%





昼専用紙オムツ“Happy Pants” 拡販により市場成長を牽引



■ 使用枚数 ◆ 昼間使用率

昼間使用率

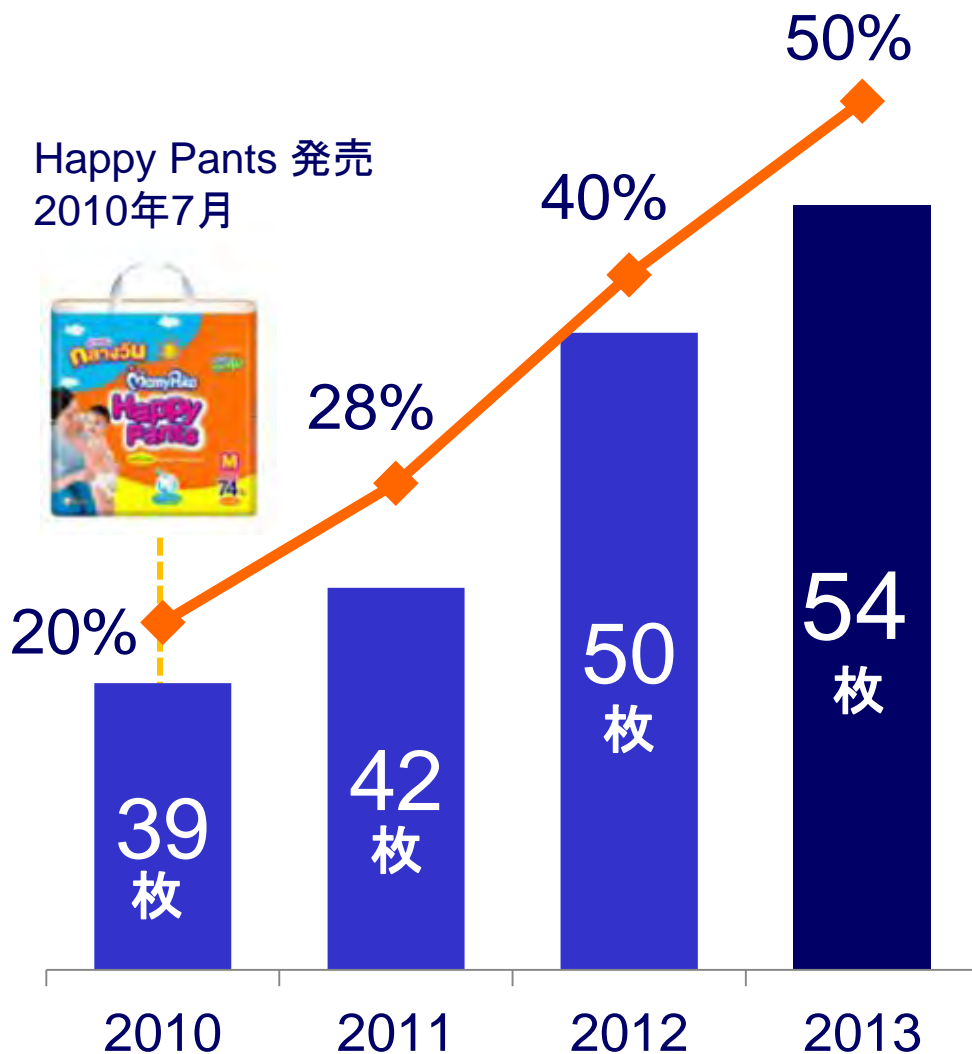
20% → **50%**

使用枚数 / 月

39枚 → **54枚**

**大幅増加
に成功**

Happy Pants 発売
2010年7月





エコノミーパンツを拡販 シェアNo.2を奪取！

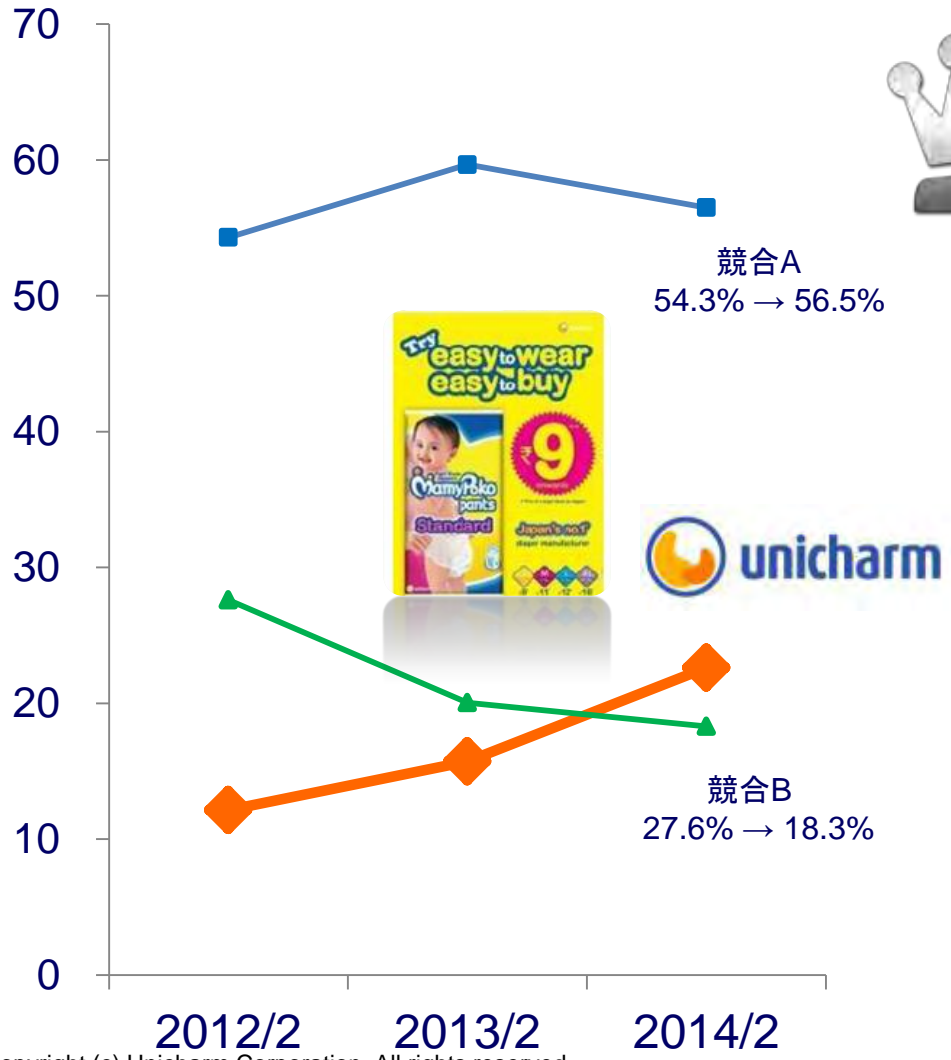


ベビーケア(BC)



シェア
No.3 → No.2

12.1% → 22.6%
(2012/2) (2014/2)





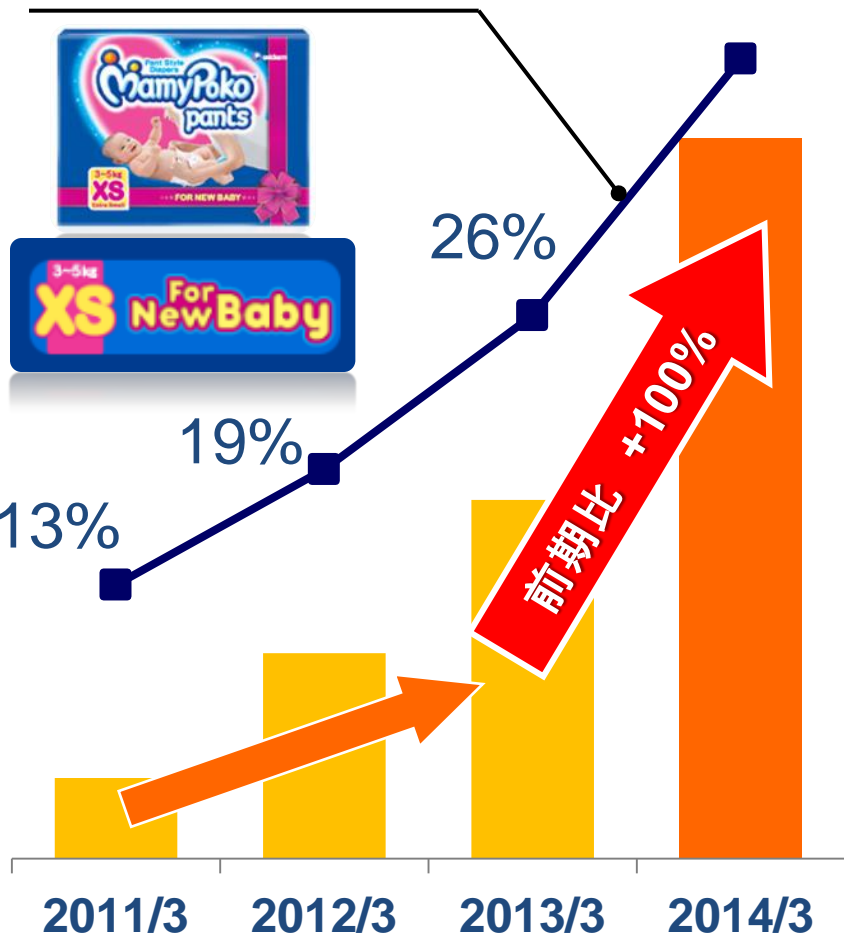
“XSサイズPants”を発売

新規ユーザー獲得・パンツ使用の早期化を狙う



■売上 ■パンツ比率

XS Pants 発売
2013年10月



パンツ化戦略浸透

パンツ使用比率

26% → 39%

売上高

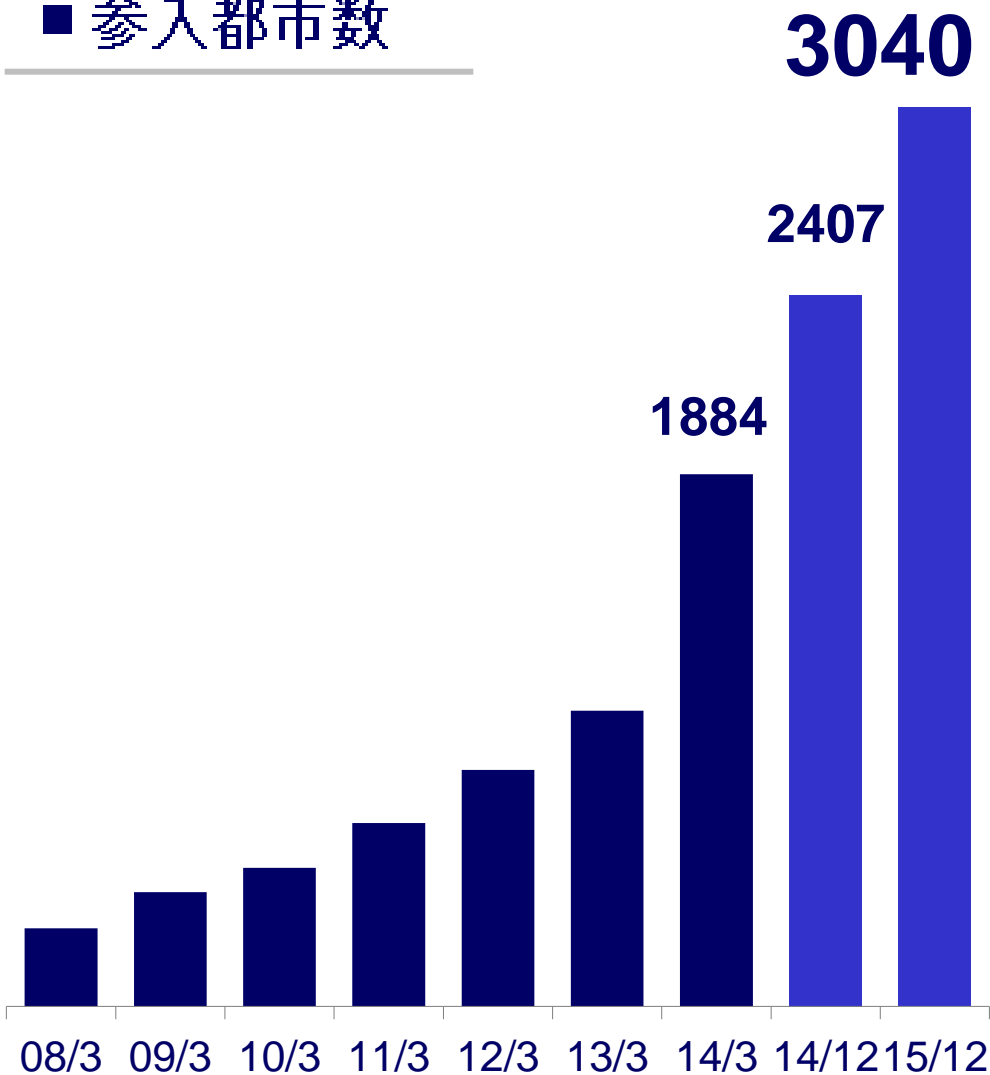
前期比 +100%

参入都市も順調に拡大



インド パンツタイプを中心に紙おむつの普及を促進

■ 参入都市数



2015年

3,000都市
大幅拡大

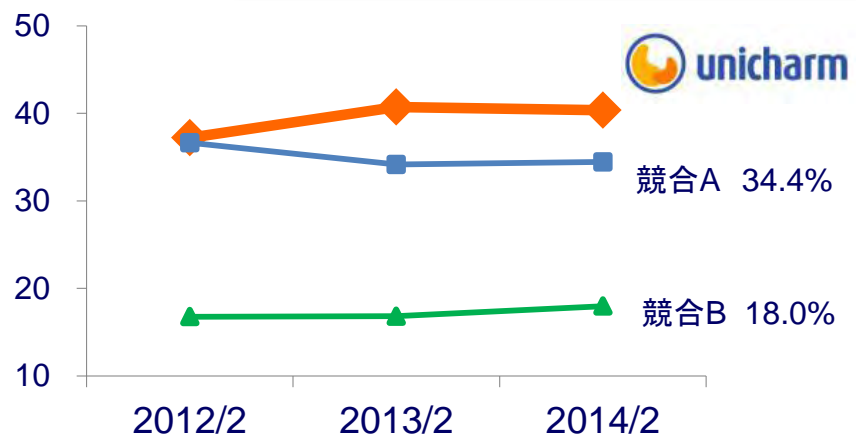


BCはスタンダードパンツの普及促進

FCは高付加価値タイプの強化により、NO.1 目前



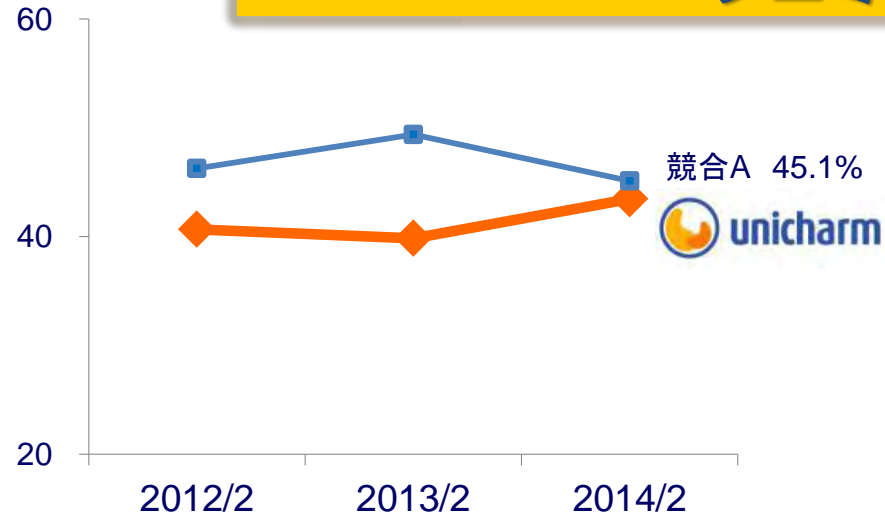
ベビーケア(BC)



シェア **No.1** 40.4%



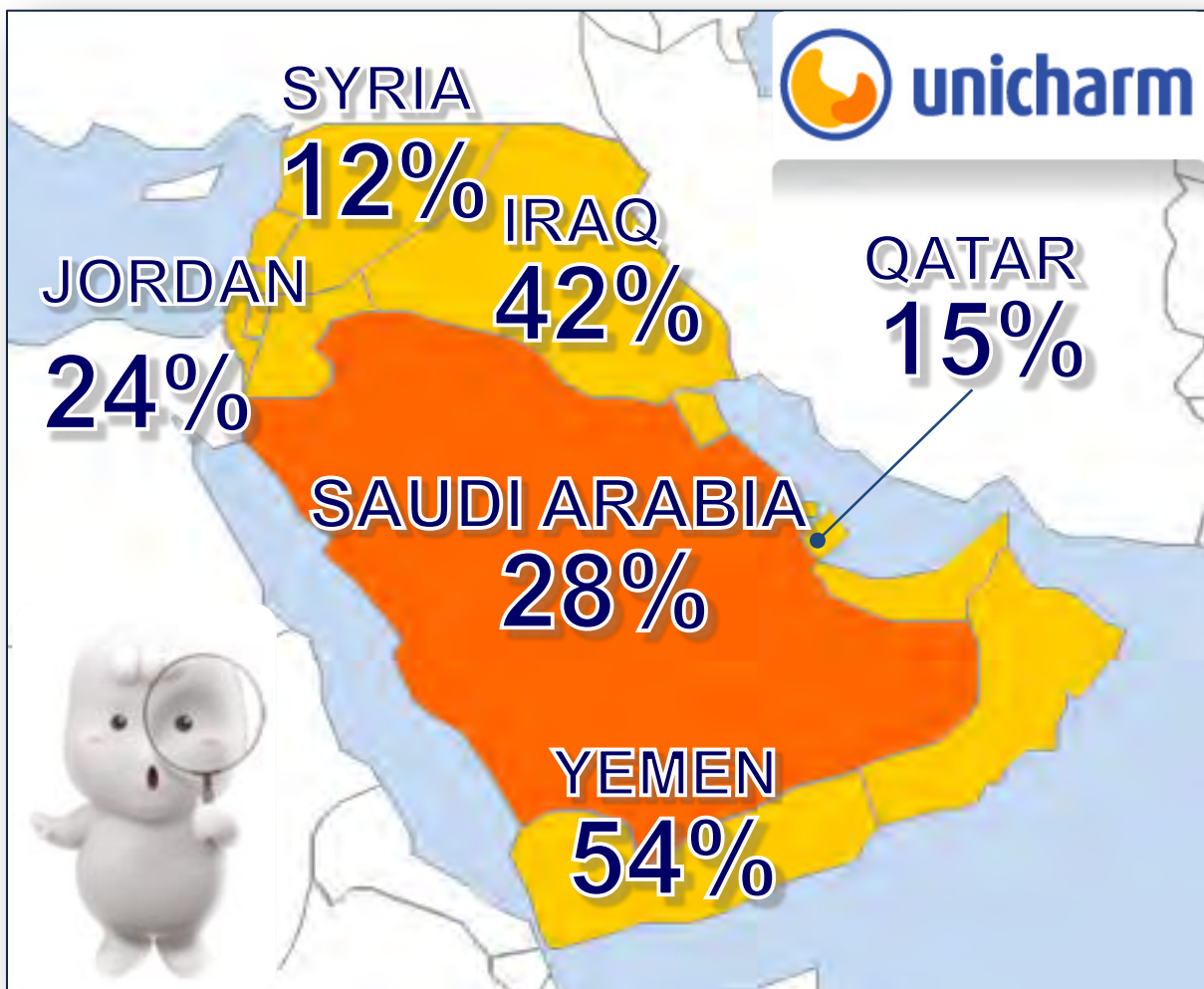
フェミニンケア(FC)



シェア **No.2** 43.4%



2013年 ベビーケア シェア



ドッグパッド		ノミダニ駆除剤		猫砂		猫おやつ	
--------	--	---------	--	----	--	------	--



Best	香り付	Generic	Best	Standard	Premium		
------	-----	---------	------	----------	---------	--	--

UC技術	UC技術	Hartz 技術	Hartz 技術	UC技術	UC技術		
------	------	-------------	-------------	------	------	--	--

Hartz シェア (13年2月→14年2月)

6.5% → 13.6%	32.7% → 36.6%	0 → 0.9%	—
--------------	---------------	----------	---

市場成長性 (CAGR 13年→16年)

+10.0%	+5.4%	+1.7%	+4.4%
--------	-------	-------	-------

第9次 中期経営計画

3つの15%

G20計画として2020年
連結売上高 1.6兆円を目指す

経営管理数値目標

成長性

売上成長率

15%

収益性

営業利益率

15%

資本効率性

ROE

15%

第8次

(11/4~14/3)

第9次

(14/4~16/12)

G20計画

第8次中期経営計画

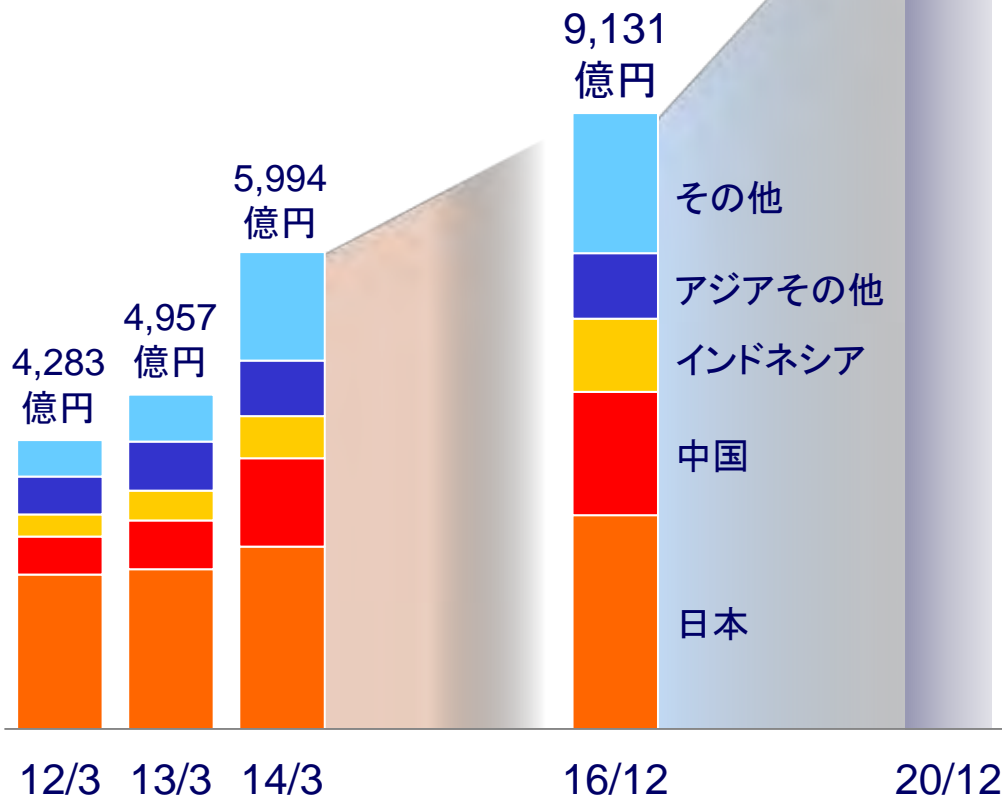
(2011年4月~2014年3月)

成長実績
年平均16.7%

成長計画
年平均15.0%

1.6兆円

当初売上目標 5,669億円
(2014年3月期)



売上実績 5,994億円
(対計画比 +5.7%達成)

第9次中期経営計画

(2014年4月~2016年12月)

売上目標 9,131億円
(2016年12月期)

【五大戦略】

1. 重点国・地域への集中
2. ものづくりから価値づくりへ
～InovationとBrand～
3. Personal Care事業
“UC流勝ちPattern”を徹底・進化
4. Pet Care事業
日米中台で“際立つ差別化”
5. 全現法LMU化と共振人材の育成

継続的成長を支えるポートフォリオ



北米・ヨーロッパ
ライセンス&輸出ビジネスによりローリスクで効率的に収益確保

中東・北アフリカ
KSA・エジプトを軸に周辺
国のドミナント化を推進

東アジア・アセアン・インド
最優先市場として
圧倒的ドミナントを推進

北米ペットケア
差別化カテゴリ
に集中

サブサハラ以南
新規参入を検討

オーストラリア
安定収益確保

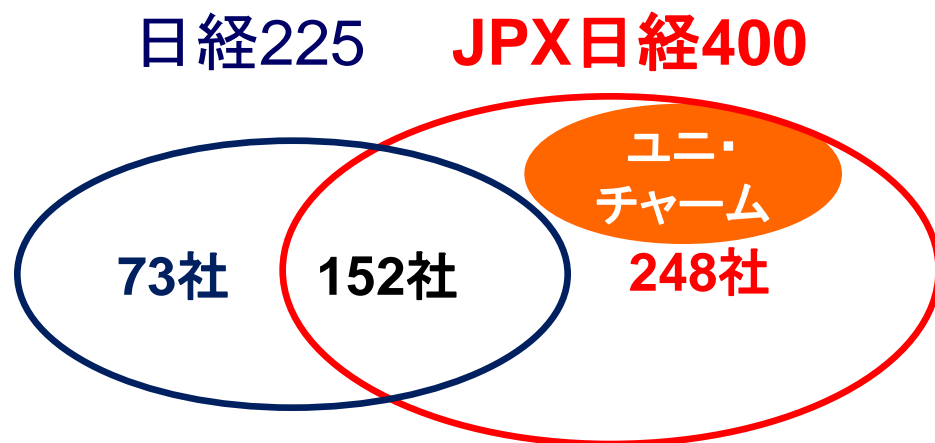
南米ブラジル
高成長市場に新規参入



JPX 日経400 構成銘柄に高順位で採用

■ JPX日経400に26位という 高順位で選定(当社推定)

日経400の選定基準である
 ROE(資本効率性)と営業利益(収益性)、
 時価総額(企業・株主価値)に加え、
 売上増加(成長性)を視野に入れた
 経営を今後も推進



日経400 選定基準	3年平均ROE (資本効率性)	3年累計営業利益 (収益性)	時価総額 (企業・株主価値)
	(2010~12年度決算)		(2013年6月末)
指標値	15.9%	1,579億円	11,610億円
スコア (1,000点満点中)	916点	876点	929点
順位(1000位中)	85位	125位	72位
選定ウエイト	40%	40%	20%
総合スコア	$916 \times 40\% + 876 \times 40\% + 929 \times 20\% = 902.6$ 点		
推定選定順位	ユニ・チャームは 26位(1,000社中)		

株主還元政策

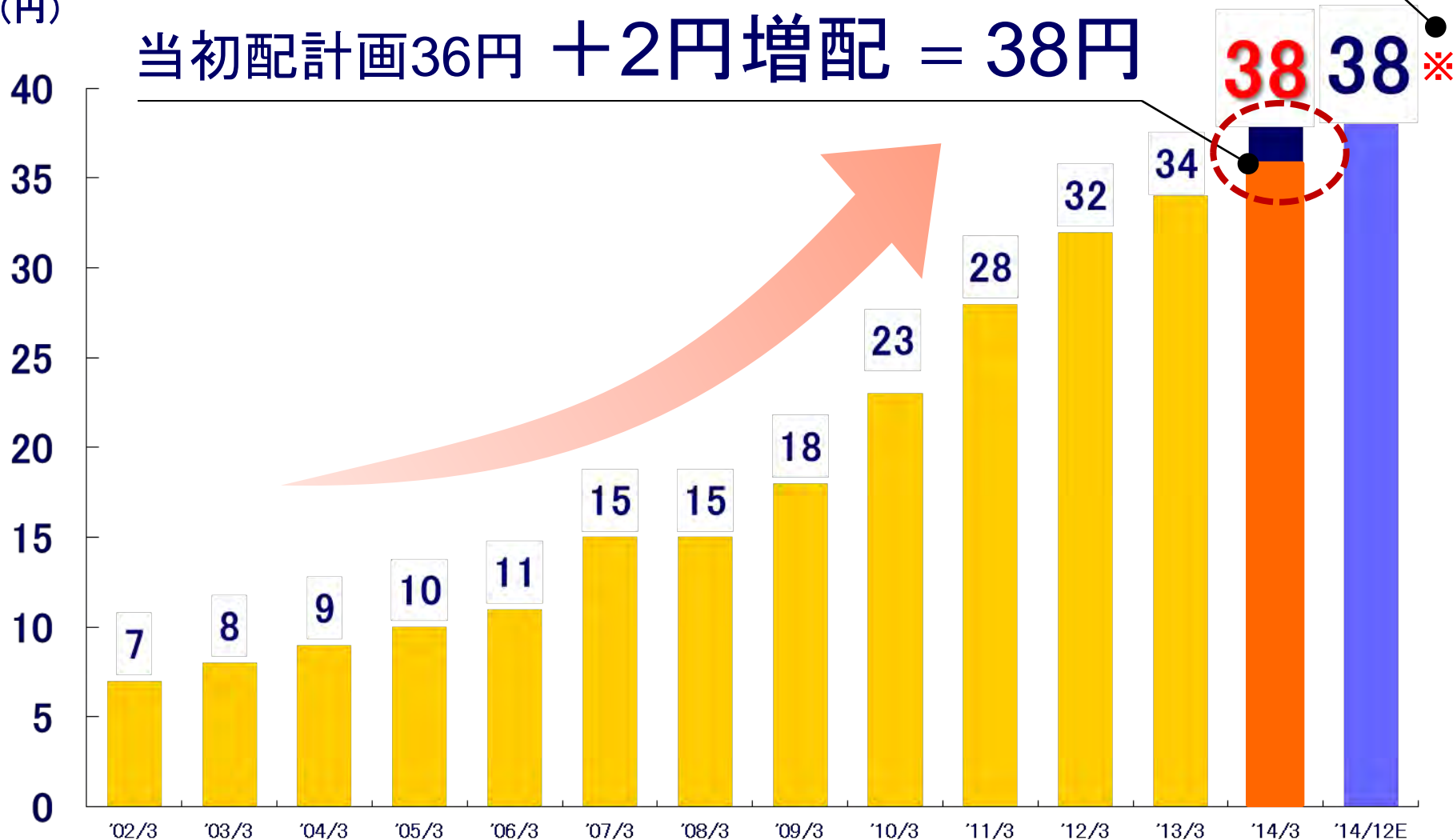
当初配当計画36円より+2円増配！

■ 配当金の推移

※2014年度は、会計年度9ヶ月の変則決算：実質増配

(円)

当初配当計画36円 + 2円増配 = 38円



業績に連動した配当と自己株式の取得により 2014年度も実質増配を継続、総還元性向50%を予定

※2014年度は、会計年度9ヶ月の変則決算

(百万円)

