

**2021年12月期  
第1四半期 (1月1日~3月31日)  
決算説明資料**

2021年5月14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1四半期（1月1日～3月31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。

2021年12月期

第1四半期（1月1日～3月31日）決算総括

## 連結

**売上高** 1,820億円 (YoY -1.0%)  
**コア営業利益** 314億円 (YoY +3.5%)

- コア営業利益は過去最高を更新。第1四半期では過去最高のコア営業利益率。
- 業績予想の進捗は順調に推移。利益進捗は想定以上。

## 日本

**1.2%減収、7.2%増益、コア営業利益率改善**

- 前期のCOVID-19拡大による特需影響の反動で減収。
- 高収益率セグメントのミックス上昇で収益性改善。

## 海外

**0.8%減収、1.0%増益、コア営業利益率改善**

- アジア実質 減収減益。東南アジアは回復基調。インドでの供給面は回復途上。
- その他地域 減収増益。ブラジル好調維持。北米は寒波とコンテナ不足が影響。

## 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・・・取得上限額160億円、取得上限株数400万株

# コア営業利益/親会社の所有者に帰属する 四半期利益は過去最高更新

(億円)

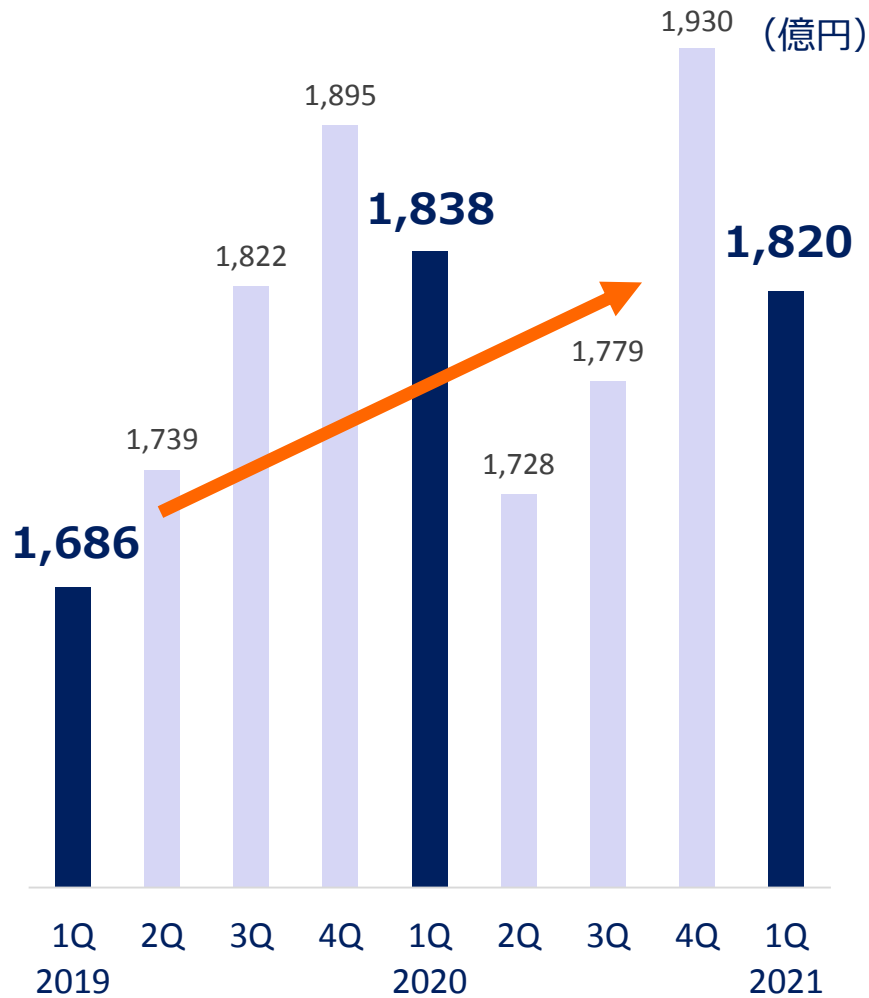
## ● 連結決算ハイライト (1-3月)

|                                | '20/12月期<br>1Q | '21/12月期<br>1Q         | 増減額   | 増減率               | (業績予想)<br>'21/12月期 | 進捗率   |
|--------------------------------|----------------|------------------------|-------|-------------------|--------------------|-------|
| 売上高                            | 1,838          | <b>1,820</b>           | -18   | -1.0%             | 7,700              | 23.6% |
| コア営業利益<br>(利益率)                | 303<br>(16.5%) | <b>314<br/>(17.2%)</b> | +11   | +3.5%<br>(+0.7P)  | 1,190<br>(15.5%)   | 26.3% |
| 税引前四半期利益<br>(利益率)              | 279<br>(15.2%) | <b>342<br/>(18.8%)</b> | +63   | +22.6%<br>(+3.6P) | 1,170<br>(15.2%)   | 29.2% |
| 親会社の所有者に帰属する四半期利益<br>(利益率)     | 192<br>(10.5%) | <b>201<br/>(11.0%)</b> | +9    | +4.6%<br>(+0.5P)  | 750<br>(9.7%)      | 26.8% |
| EBITDA 税引前四半期利益<br>+減価償却費及び償却費 | 372            | <b>434</b>             | +62   | +16.8%            | 1,570              | 27.7% |
| 基本的1株当たり当期利益(円)                | 32.19          | <b>33.56</b>           | +1.37 | +4.3%             | 125.17             | 26.8% |
| USDレート(円)                      | 108.92         | <b>105.90</b>          | -3.02 | -2.8%             | 103.50             | —     |
| 中国元レート(円)                      | 15.60          | <b>16.36</b>           | +0.76 | +4.9%             | 15.80              | —     |

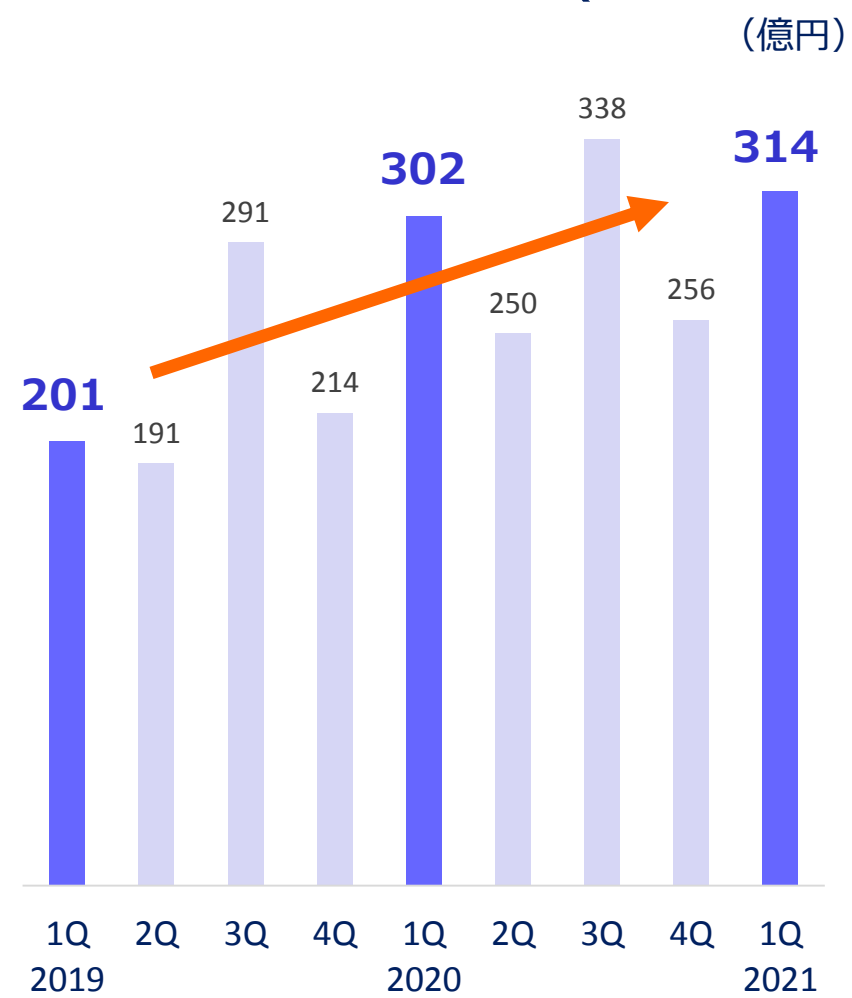
# 前期はCOVID-19で特需発生も安定した成長



## ● 売上高推移(四半期別)



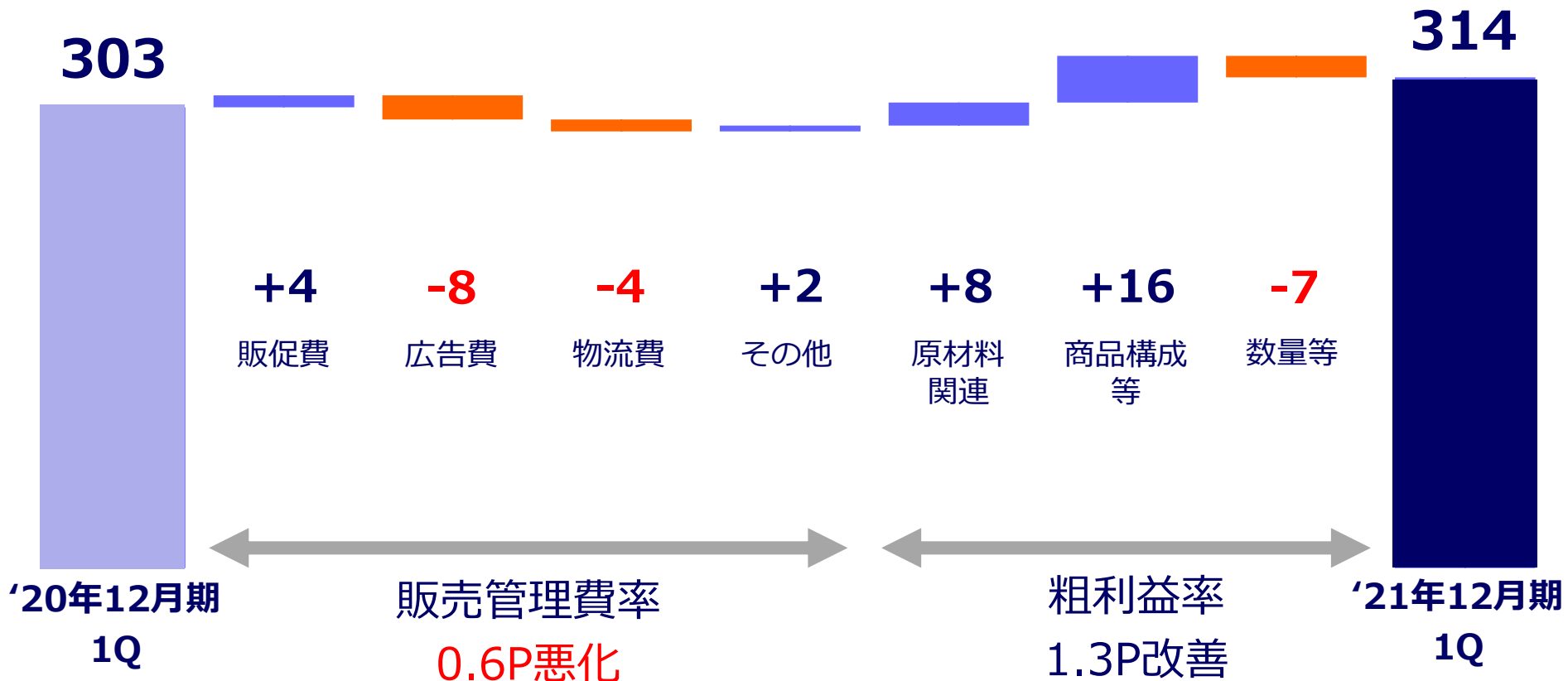
## ● コア営業利益推移(四半期別)



# 前期COVID-19の反動などで数量等は減少も 高粗利率商品のミックス改善などでカバー

(億円)

## ● コア営業利益増減 (1-3月)



# 日本では前期COVID-19の特需による反動 アジアでは中国が牽引もインドで供給不足

## ● 所在地別セグメント情報 (1-3月)

|       |                 | '20/12月期<br>1Q | '21/12月期<br>1Q               | 増減額 | 増減率              | (億円)<br>(参考)<br>実質 ※1<br>増減率 |
|-------|-----------------|----------------|------------------------------|-----|------------------|------------------------------|
| 日本    | 売上高             | 666            | <b>657</b>                   | -8  | -1.2%            | —                            |
|       | コア営業利益<br>(利益率) | 125<br>(18.8%) | <b>135</b><br><b>(20.5%)</b> | +9  | +7.2%<br>(+1.7P) | —                            |
|       | 売上高             | 882            | <b>883</b>                   | +1  | +0.1%            | -0.7%                        |
| アジア   | コア営業利益<br>(利益率) | 150<br>(17.0%) | <b>149</b><br><b>(16.9%)</b> | -0  | -0.3%<br>(-0.1P) | -2.5%                        |
|       | 売上高             | 290            | <b>280</b>                   | -10 | -3.5%            | -0.7%                        |
|       | コア営業利益<br>(利益率) | 26<br>(9.0%)   | <b>28</b><br><b>(10.1%)</b>  | +2  | +8.6%<br>(+1.1P) | +11.7%                       |
| その他※2 | 売上高             | 1,838          | <b>1,820</b>                 | -18 | -1.0%            | -0.9%                        |
|       | コア営業利益<br>(利益率) | 303<br>(16.5%) | <b>314</b><br><b>(17.2%)</b> | +11 | +3.5%<br>(+0.7P) | +2.7%                        |
|       | 売上高             | 1,838          | <b>1,820</b>                 | -18 | -1.0%            | -0.9%                        |
| 連結    | コア営業利益<br>(利益率) | 303<br>(16.5%) | <b>314</b><br><b>(17.2%)</b> | +11 | +3.5%<br>(+0.7P) | +2.7%                        |

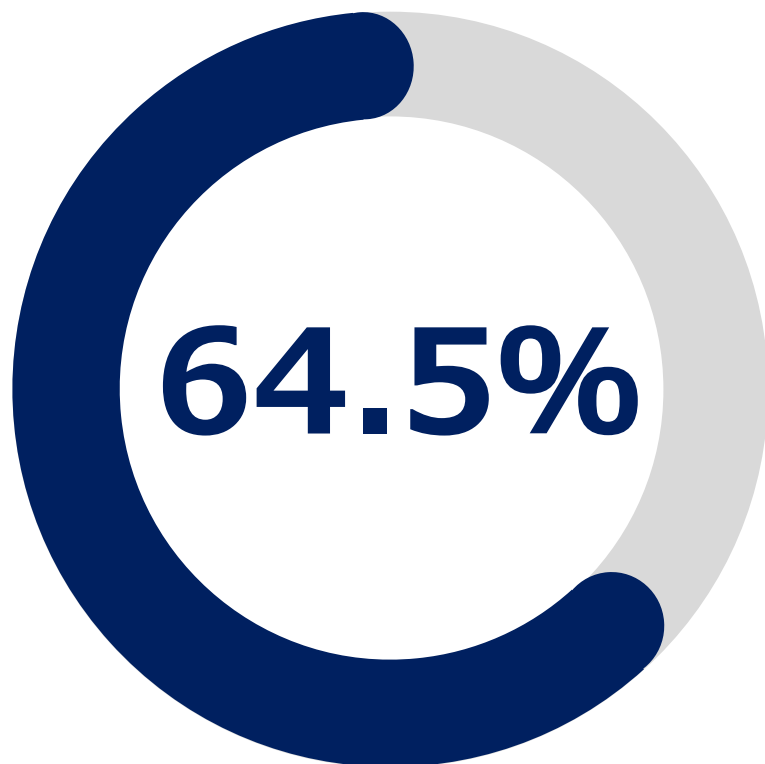
【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース

中国 +9% インドネシア +3% タイ +3% インド **-10%** ベトナム +2% 中東 +1% 北米 **-6%** ブラジル +16%

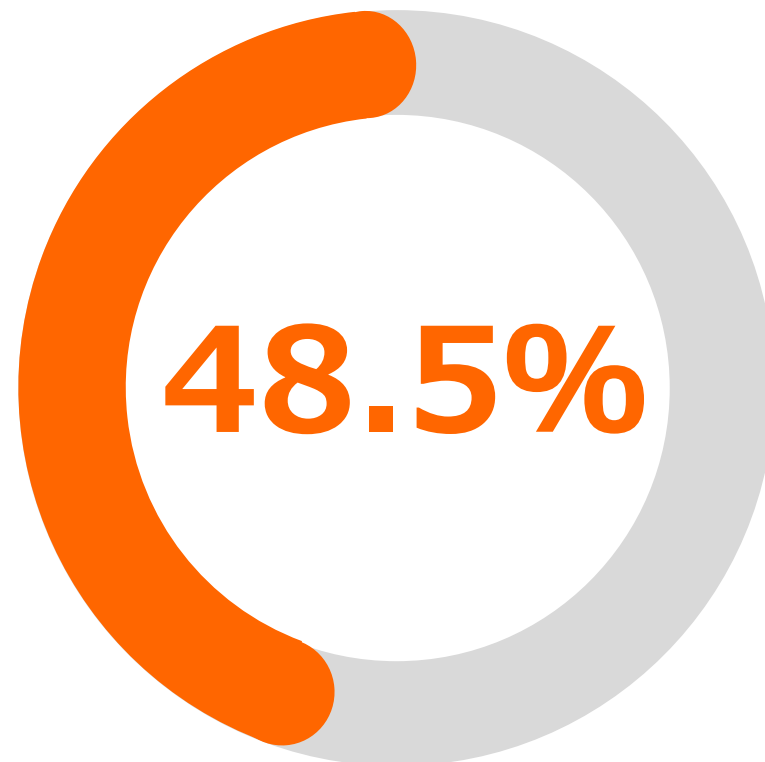
※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率

※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

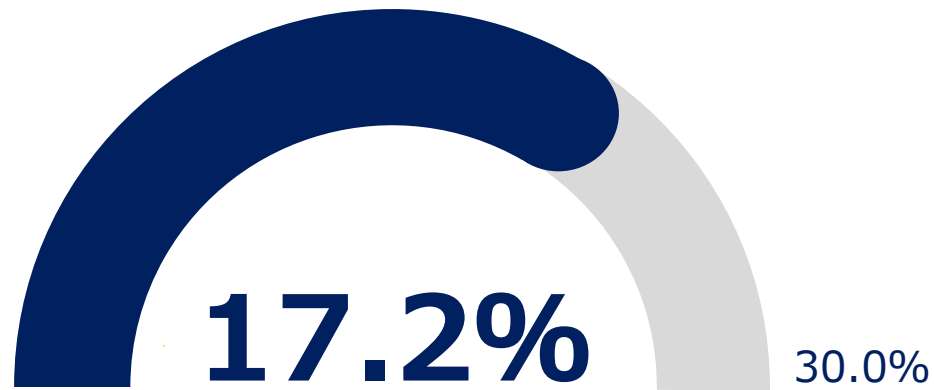




# 日本の改善と各地域の収益性維持で 連結コア営業利益率は過去最高更新

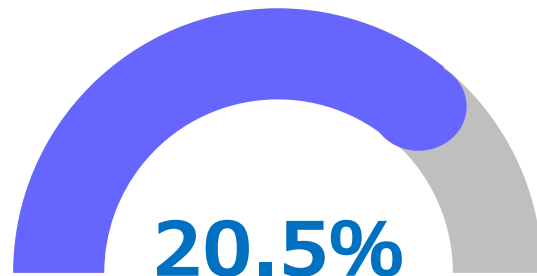
## ● コア営業利益率（1-3月）

# 連結

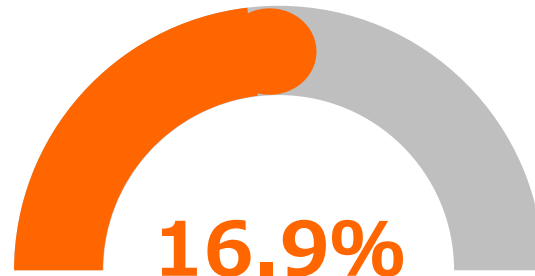


## ● 所在地別 コア営業利益率

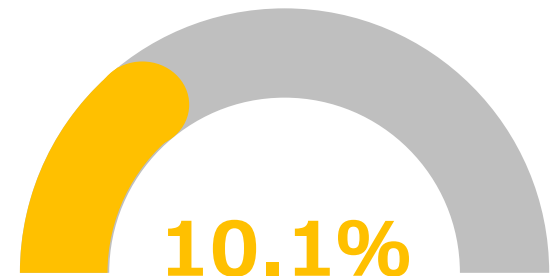
日本



アジア



その他※



※ 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

# パーソナルケアは前期COVID-19特需影響 ペットケアは日本の猫関連商品好調が牽引

## ● 事業別セグメント情報 (1-3月)

|         |                 | '20/12月期<br>1Q | '21/12月期<br>1Q         | 増減額 | 増減率               |
|---------|-----------------|----------------|------------------------|-----|-------------------|
| (億円)    |                 |                |                        |     |                   |
| パーソナルケア | 売上高             | 1,606          | <b>1,578</b>           | -28 | -1.8%             |
|         | コア営業利益<br>(利益率) | 272<br>(17.0%) | <b>278<br/>(17.6%)</b> | +6  | +2.2%<br>(+0.6P)  |
| ペットケア   | 売上高             | 213            | <b>223</b>             | +10 | +4.6%             |
|         | コア営業利益<br>(利益率) | 29<br>(13.5%)  | <b>33<br/>(14.9%)</b>  | +4  | +15.5%<br>(+1.4P) |
| その他※    | 売上高             | 19             | <b>19</b>              | +1  | +4.3%             |
|         | コア営業利益<br>(利益率) | 2<br>(8.4%)    | <b>2<br/>(9.7%)</b>    | +0  | +20.4%<br>(+1.3P) |
| 連結      | 売上高             | 1,838          | <b>1,820</b>           | -18 | -1.0%             |
|         | コア営業利益<br>(利益率) | 303<br>(16.5%) | <b>314<br/>(17.2%)</b> | +11 | +3.5%<br>(+0.7P)  |

※ その他は産業用資材関連商品等、育児動画配信サービス

# 為替変動による影響額は 売上高 約1億円減、コア営業利益 約3億円増

## ● 通貨別変動推移（1-3月平均レート）

| 通貨           | '20/12期1Qレート | '21/12期1Qレート  | 増減率    |
|--------------|--------------|---------------|--------|
| 中国(CNY)      | 15.60        | <b>16.36</b>  | +4.9%  |
| インドネシア(IDR)  | 0.0078       | <b>0.0075</b> | -3.8%  |
| サウジアラビア(SAR) | 29.07        | <b>28.27</b>  | -2.8%  |
| インド(INR)     | 1.52         | <b>1.46</b>   | -3.9%  |
| タイ(THB)      | 3.49         | <b>3.50</b>   | +0.3%  |
| ベトナム(VND)    | 0.0047       | <b>0.0046</b> | -2.1%  |
| 米国(USD)      | 108.92       | <b>105.90</b> | -2.8%  |
| 台湾(TWD)      | 3.62         | <b>3.78</b>   | +4.4%  |
| 韓国(KRW)      | 0.0915       | <b>0.0952</b> | +4.0%  |
| オーストラリア(AUD) | 71.77        | <b>81.81</b>  | +14.0% |
| マレーシア(MYR)   | 26.10        | <b>26.05</b>  | -0.2%  |
| ブラジル(BRL)    | 24.56        | <b>19.37</b>  | -21.1% |
| オランダ(EUR)    | 120.11       | <b>127.69</b> | +6.3%  |
| エジプト (EGP)   | 6.90         | <b>6.74</b>   | -2.3%  |

# 2021年12月期 業績予想概要

---

## 連結

**売上高** 7,700億円 (YoY +5.8%)  
**コア営業利益** 1,190億円 (YoY +3.7%)

- 売上高、コア営業利益ともに **過去最高を計画**。
- デジタル技術を活用し、商品・販売・生産・研究開発などの変革を推進。

## 日本

**1%~5%の増収を計画**

- ベビー、フェミニンケア市場の緩やか回復を想定。
- マスクなどの衛生関連商品の高需要に対し増産で対応。

## 海外

**5%~10%の増収、収益性改善を計画**

- COVID-19影響から緩やかな市場回復を想定。
- アジアの高成長が牽引し増収増益を計画。

## 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・・・取得上限額160億円、取得上限株数400万株

# 2021年度 業績予想変更なし

## ● 連結業績予想 (1-12月)

|                           | '20/12月期         | '21/12月期                       | 増減額          | 増減率                     | (億円)<br>(参考)<br>実質増減率 |
|---------------------------|------------------|--------------------------------|--------------|-------------------------|-----------------------|
| 売上高                       | 7,275            | <b>7,700</b>                   | +425         | +5.8%                   | +6.7%                 |
| コア営業利益<br>(利益率)           | 1,147<br>(15.8%) | <b>1,190</b><br><b>(15.5%)</b> | +43          | +3.7%<br><b>(-0.3P)</b> | +4.0%                 |
| 税引前当期利益<br>(利益率)          | 958<br>(13.2%)   | <b>1,170</b><br><b>(15.2%)</b> | +212         | +22.1%<br>(+2.0P)       | —                     |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益<br>(利益率) | 523<br>(7.2%)    | <b>750</b><br><b>(9.7%)</b>    | +227         | +43.3%<br>(+2.5P)       | —                     |
| 基本的1株当たり当期利益(円)           | 87.60            | <b>125.17</b>                  | +37.57       | +42.9%                  | —                     |
| USDレート(円)                 | 106.82           | <b>103.50</b>                  | <b>-3.32</b> | <b>-3.1%</b>            |                       |
| 中国元レート(円)                 | 15.48            | <b>15.80</b>                   | +0.32        | +2.1%                   |                       |

# 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



## 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

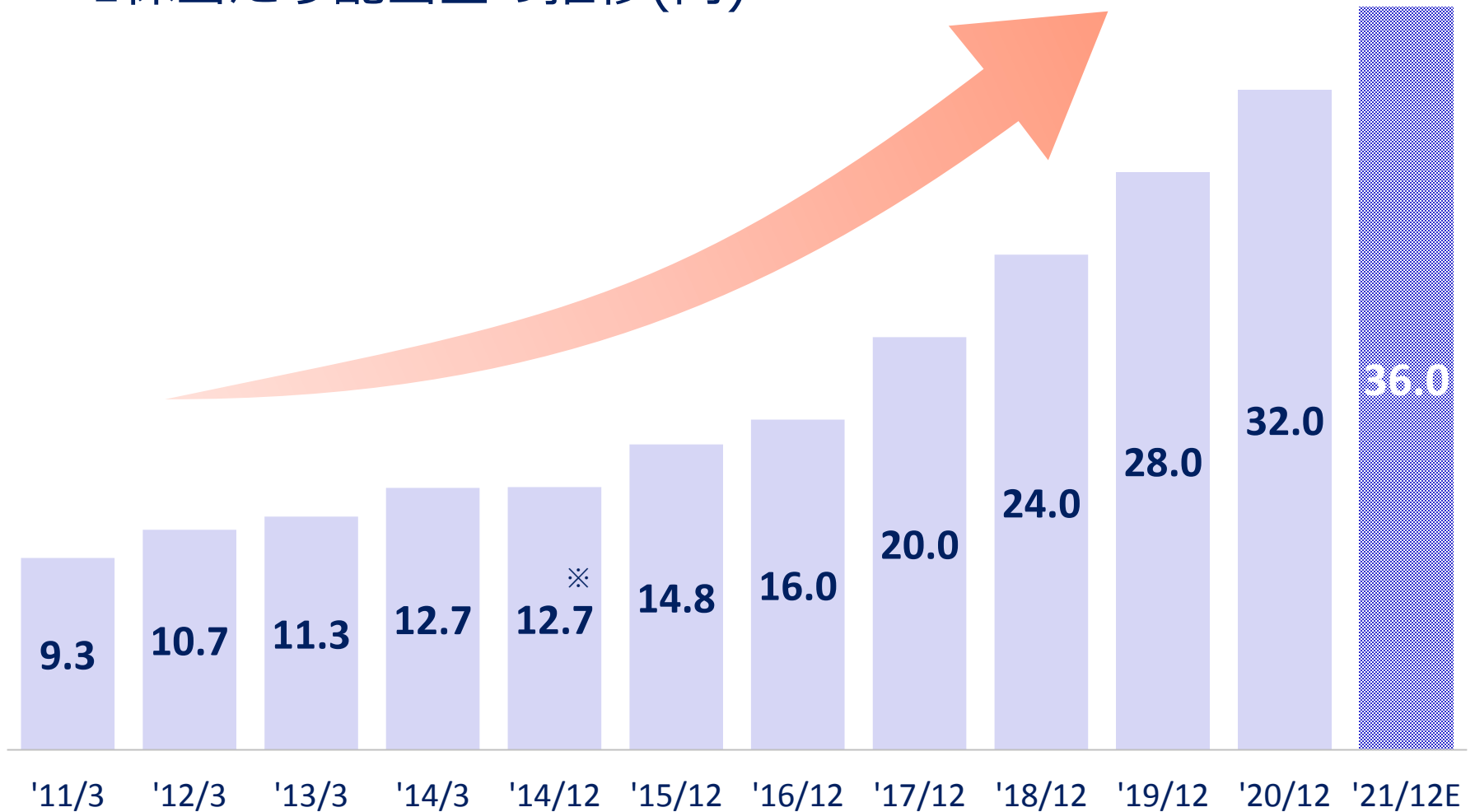
※ COPMはコア営業利益率

# 株主還元政策

---

# 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)



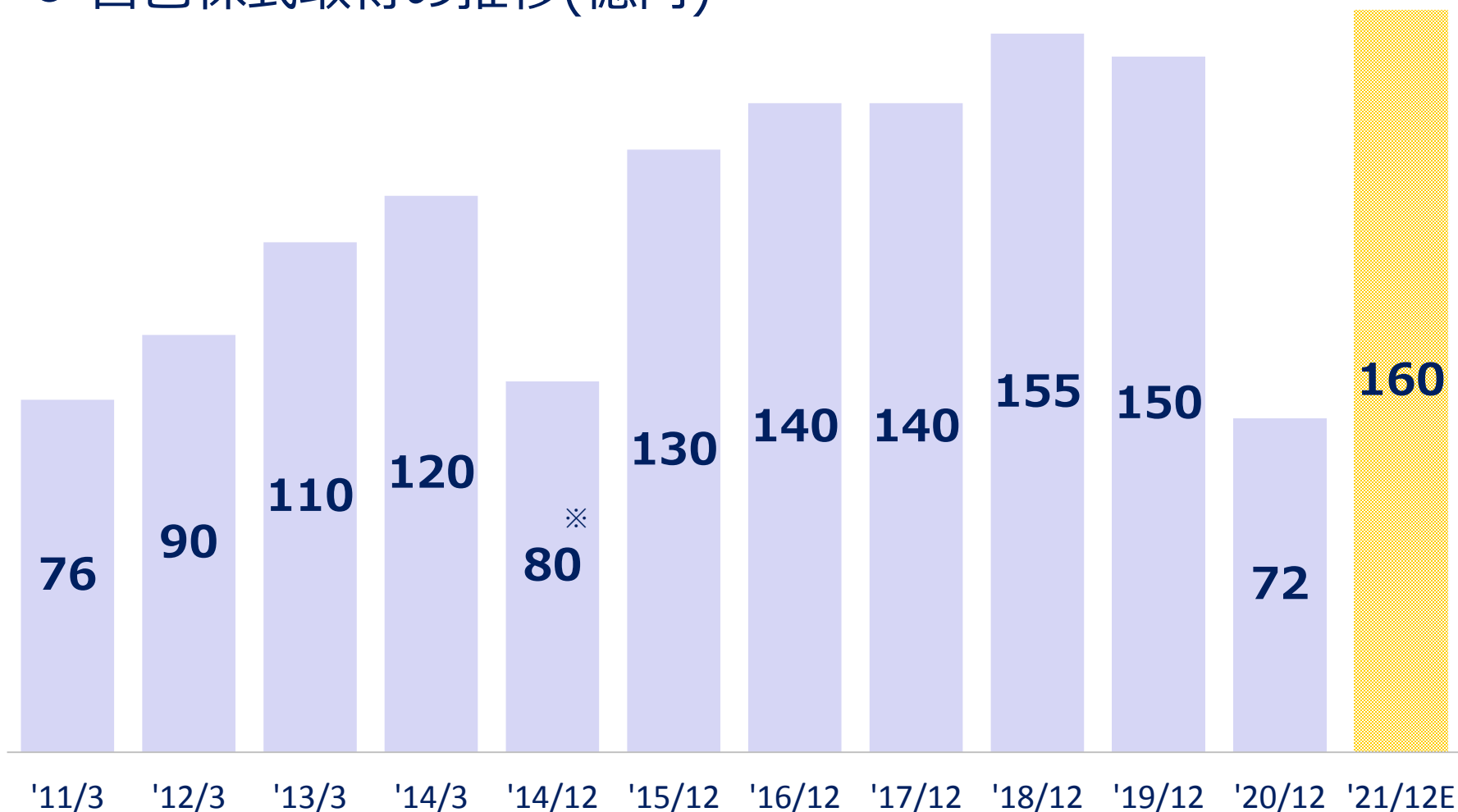
※ 会計年度9ヶ月の変則決算

# 自己株式取得

'21年は160億円(400万株)上限に取得予定



## ● 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

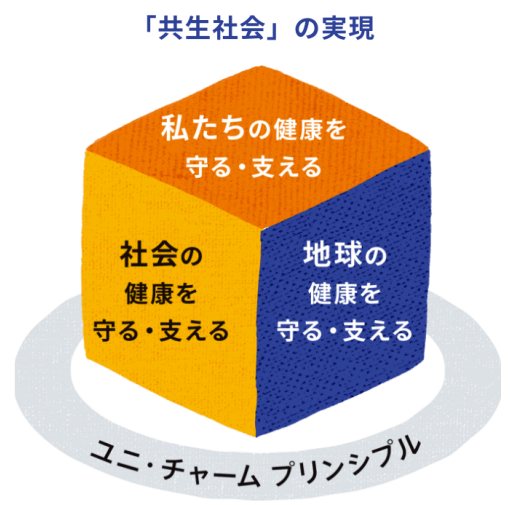
## ◆2030年をゴールとした20の重要取り組みテーマ

私たちの健康を守る・支える

|   |   |
|---|---|
| <p><b>目指す方向</b></p> <p>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。</p> | <p><b>重要取り組みテーマ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>健康寿命延伸/QOL向上</li> <li>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</li> <li>パートナー・アニマル（ペット）との共生</li> <li>育児生活の向上</li> <li>衛生環境の向上</li> </ul> |
|---|---|

社会の健康を守る・支える

|   |   |
|---|---|
| <p><b>目指す方向</b></p> <p>提供する商品・サービスを通じて、お客様の安全・安心・満足の向上と、社会課題の解決や持続可能性への貢献の両立を目指します。</p> | <p><b>重要取り組みテーマ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「NOLA &amp; DOLA」を実現するイノベーション</li> <li>持続可能なライフスタイルの実践</li> <li>持続可能性に考慮したバリューチェーンの構築</li> <li>顧客満足度の向上</li> <li>安心な商品の供給</li> </ul> |
|---|---|



|   |   |
|---|---|
| <p><b>目指す方向</b></p> <p>衛生的で便利な商品・サービスの提供と、地球環境をより良くする活動への貢献の両立を目指します。</p> | <p><b>重要取り組みテーマ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>環境配慮型商品の開発</li> <li>気候変動対応</li> <li>リサイクルモデルの拡大</li> <li>商品のリサイクル推進</li> <li>プラスチック使用量の削減</li> </ul> |
|---|---|

地球の健康を守る・支える

|  |  |
|--|--|
| <p><b>目指す方向</b></p> <p>全てのステークホルダーから信頼を得られるような公正で透明性の高い企業運営を目指します。</p> | <p><b>重要取り組みテーマ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>持続可能性を念頭においた経営</li> <li>適切なコーポレート・ガバナンスの実践</li> <li>ダイバーシティマネジメントの推進</li> <li>優れた人材の育成・能力開発</li> <li>職場の健康と労働安全システムの構築</li> </ul> |
|--|--|

ユニ・チャーム プリンシプル

## ◆ 「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)  
**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**

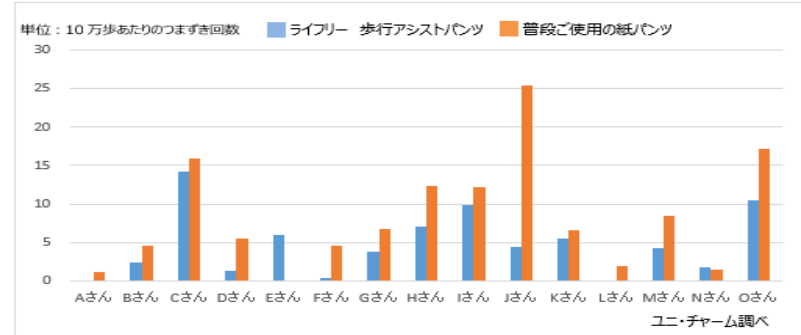


◆ **高齢者の体幹を支えることで歩きやすさをサポートする**

『**ライフリー歩行アシストパンツ**』で**“つまずき低減”を実証**



**10万歩あたりの**  
**つまずき回数約半減**  
**『普段ご使用の紙パンツ』**  
**6.89回**  
**『ライフリー歩行アシストパンツ』**  
**3.96回**



対象：65～90歳の男女 人数：30名 普段ご使用の紙パンツを数週間ご使用いただいた後、ライフリー歩行アシストパンツをご使用頂いた方  
 (検証結果は、継続してデータを得られた18名での結果)

◆ **会員の皆さまそれぞれに合った「健康寿命」を支えるサービスを開始**

**新提案** あなたのもっとそばで **ライフリーいきいきパートナー**

ライフリーから、こころとからだで  
 皆さまの「健康寿命」を支える  
 新しいサービスが始まります。  
 「もっとやりたい」という気持ち、  
 「できた」という達成感を  
 ライフリーをお使いの皆さまに  
 感じていただけるような  
 サービスをお届けいたします。

- 体を動かす！  
リハケア体操  
動画教室
- あんしん  
サポート  
動画講座
- ぴったり  
チョイス
- 正しい  
はき方・はかせ方  
動画講座



(私たちの健康を守る・支える)  
独自技術で新市場を創造

猫ちゃんの毎日の健康とオーナー様の心をサポート



◆ 「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『All Well』

ユニ・チャームペット



7つの機能で健康サポート



(私たちの健康を守る・支える)

# 女性のライフスタイルの変化と多様なニーズに応じた 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



## ◆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

## ◆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



## ◆安心に着目した無漂白ナプキン



無漂白ロゴで  
コミュニケーション



(私たちの健康を守る・支える)  
**体質やライフスタイルに合った生理ケアの選択で  
 生理期間の負担を軽減**



◆ **手軽さ、安心感、簡便性を兼ね揃えた  
 ナプキンと一緒に使うタイプの生理用品**

『ソフィ シンクロフィット』



◆ **環境に配慮した生理用品  
 『ソフィ ソフトカップ』**



◆ **生理にまつわる悩みをサポートする  
 アプリ『ソフィ 生理日管理』登場**



◆ **「7日間は、変えられる」  
 キャンペーンを開始  
 限定デザインパッケージなどを発売**



(私たちの健康を守る・支える)

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』



◆第1回 Internet Media Awards

「ソーシャルインパクト部門」受賞



◆日本経済新聞社主催

日経ウーマンエンパワーメント賞

「UNSTEREOTYPE広告賞」受賞



#NoBagForMe 

◆一般社団法人ACC主催

「2020 60th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」

マーケティング・エフェクティブネス部門 「ACCシルバー」 受賞 

ブランデッド・コミュニケーション部門 Cカテゴリー (PR) 「ACCブロンズ」 受賞

(私たちの健康を守る・支える)

# サウジアラビア地域の特性 (気候・習慣・意識) に合わせた オリーブオイル配合のベビー用紙おむつを発売



## ◆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



ダーマテスト※2で最高評価の5つ星  
("臨床テスト済み") を取得



表面シート

※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)

※2 1978年にドイツで設立された世界的権威を誇る皮膚科学研究所による検査基準

(私たちの健康を守る・支える)

# 世界初※ デングウイルスを媒介する蚊をおむつに 寄せつけないベビー用紙おむつを発売



## ◆世界初※ アンチモスカプセル搭載でデングウイルスを媒介する蚊を寄せつけない 『MamyPoko Extra Dry Protect』をマレーシア、シンガポールなどで発売

※テープ部に香料含有の破損有無の両マイクロカプセルが塗工されている構造  
主要グローバルブランドにおける幼児用使い捨ておむつ対象 (2020年2月ユニ・チャーム調べ)



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

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



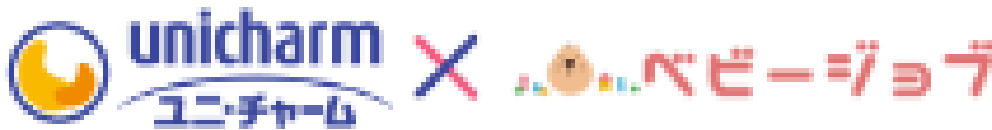
(社会の健康を守る・支える)

# 安心で信頼できる商品やサービスを通じて 子育てに携わるすべての方々をサポート



## ◆新しい生活様式で保護者と保育士の負担、COVID-19感染リスク軽減につながる 保育園向けベビー用紙おむつのサブスクリプション（定額課金）サービス

「手ぶら登園※1」



※1 保護者の紙おむつの準備や、かさばる荷物を持って登園する負担を軽減する為に開始した、保育園向けベビー用紙おむつの定額制サービス

## ◆抗菌パッケージを採用した『ムーニー』シリーズ発売



Society of International sustaining  
growth for Antimicrobial Articles



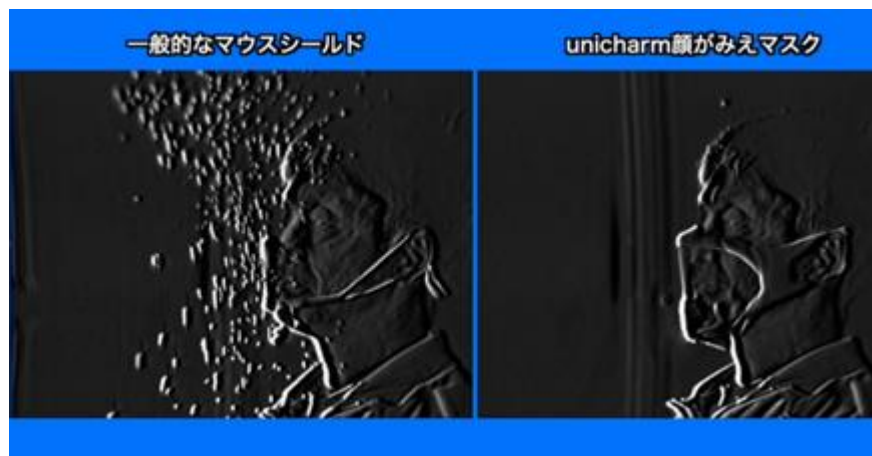
(社会の健康を守る・支える)

全ての人々が不自由なく健康的で衛生的な毎日を過ごせるよう  
ソーシャルインクルージョンの実現に向けた商品を発売



◆口元や表情がみえずコミュニケーションに不安を抱えている方に向けて

『unicharm 顔がみえマスク』発売



◆世界的なマスク需要の拡大と多様化するニーズに対応





(社会の健康を守る・支える)

# 北里大学への委託研究にて『シルコット ウェットティッシュ』 の絞り液でCOVID-19抑制を実証



◆『ウイルス除去 ノロクリア ウェット』『99.99%除菌』『シルコット消毒ウェット』  
の絞り液がCOVID-19に対して20秒の混和処理で99.99%以上の抑制率を実証※



|  | (1)TCID <sub>50</sub> 法※                | (2)プラーク法※                               |
|--|---|---|
| ① シルコット ウェットティッシュ<br>ウイルス除去 ノロクリア®ウェット | <b>20秒で効果有り<br/>(抑制率 : &gt; 99.99%)</b> | <b>20秒で効果有り<br/>(抑制率 : &gt; 99.99%)</b> |
| ② シルコット ウェットティッシュ<br>99.99%除菌          |   |   |
| ③ シルコット 消毒ウェット                         |   |   |

※ ウイルス不活化試験

用途に合わせて

選べるラインナップ!



99.99%除菌  
対物専用



アルコール除菌



ノロクリア 除菌



ノンアルコール除菌



ピュアウォーター



消毒ウェット  
指定医薬部外品

※ 実使用環境によるものではありません

(社会の健康を守る・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」



**「赤ちゃんの健やかな育成環境」の実現**

※ 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

◆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。

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



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

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

※<sup>3</sup> FM（森林管理）認証を受けた森林から産出された木材・紙製品を、適切に管理・加工していることを認証する制度。FM認証を受けた森林から最終製品になるまでの間、製品の所有権をもつ全ての事業者が対象。





(地球の健康を守る・支える)

# 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低減にも貢献



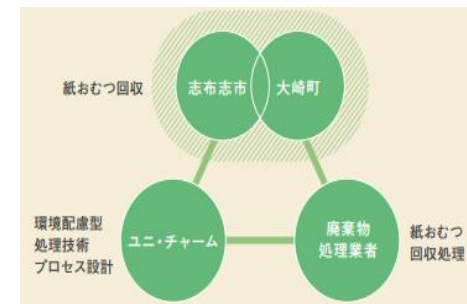
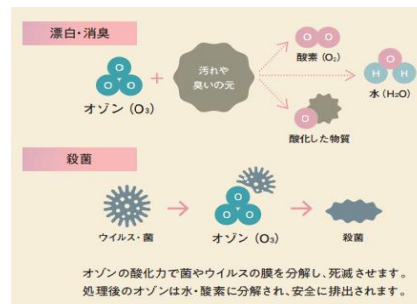
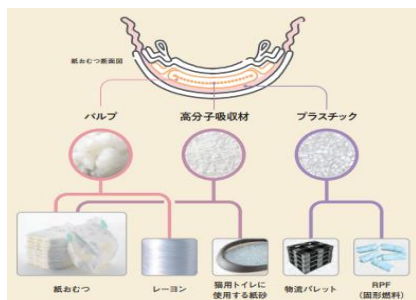
◆ 安心と便利さはそのままに、リサイクルがあたり前の未来へ

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**



焼却にかかるCO2排出量

紙おむつごみ排出量

リサイクルパルプの再資源化量

**- 90%以上** ※1

**- 80%以上** ※2

使用済みおむつ **1** tあたり

**100kg以上** ※3

※1 環境省 使用済紙おむつの再生利用等に関するガイドライン

※2 ユニ・チャーム (株) 調べ

※3 環境情報科学 学術研究論文集33 (2019)

(地球の健康を守る・支える)

# 使用済み紙おむつのリサイクル推進に向け 東京都で収集・運搬手法の実証事業を開始



◆ 高齢者施設・保育園等にて、使用済み紙おむつの分別を行い、回収会社等とともに分別回収の実証実験を開始



## 東京都



【高齢者施設・保育園等】



使用済み紙おむつを分別

【回収】



使用済み紙おむつを回収  
(使用済み紙おむつのみを分別回収)

【((仮想)リサイクル処理場】



使用済み紙おむつを搬入  
(使用済み紙おむつのみを搬入)

(上記写真についてはイメージであり、実際の実証事業とは異なります)

当該実証事業を通じて、使用済み紙おむつリサイクル事業を国内及び海外で展開できる循環型モデルの構築を行い、新たな課題を明確にして対策を行う



(地球の健康を守る・支える)

# 工場で使用する電力をグリーン電力※へ切り替え 二酸化炭素の削減を目指す



## ◆タイ工場

年間使用電力の11% (900万kWh) を  
グリーン電力へ切り替え



## ◆ベトナム工場

年間使用電力の22% (1,020万kWh) を  
グリーン電力へ切り替え



## ◆九州工場

年間使用電力 (980万kWh) の全てを  
グリーン電力へ切り替え



## ◆伊丹工場

年間使用量電力の約3% (27万kWh) を  
グリーン電力へ切り替え



## ◆四国工場豊浜製造所

年間使用電力 (500万kWh) の全てを  
グリーン電力へ切り替え



※ 風力や太陽光、バイオマス、小規模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電力のこと



(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

◆女性のエンパワーメント原則 (Women's Empowerment Principles、  
以下WEPS※1) の趣旨に賛同し、同原則に基づき行動するためのステートメントに署名

In support of

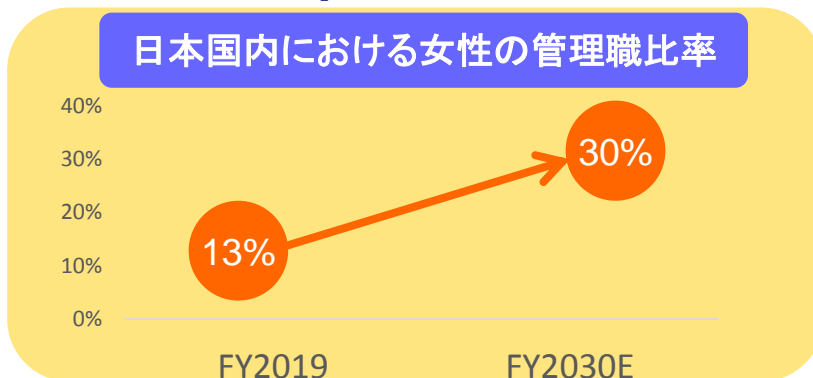
**WOMEN'S  
EMPOWERMENT  
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the  
UN Global Compact Office

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

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

◆女性の活躍支援を目指す  
「30% Club Japan※2」へ加盟



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



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

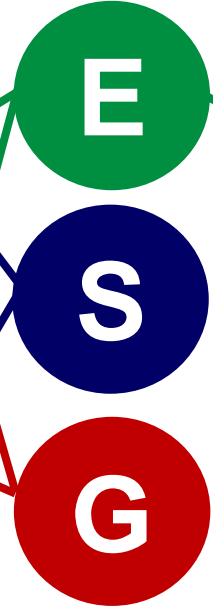
## GPIF採用ESG指数における3指数の構成銘柄に選定

### 総合型指数

### テーマ指数

FTSE Blossom Japan

MSCI | MSCI ジャパンESG  
セレクト・リーダーズ指数



S&P/JPX  
カーボン  
エフィシエント  
指数

## その他SRI指数

FTSE4Good

Bloomberg  
Gender-Equality  
Index  
2021

## ■ Science Based Target



- ✓ 2018年6月、日本で17番目の目標設定企業として認証
- ✓ CO<sub>2</sub>総量削減目標設定済み

## ■ JCI (日本気候変動イニシアティブ)



- ✓ 初期メンバーとして先進グループのベストプラクティスを展開

## ■ FSC (Forest stewardship council)



- ✓ 森林認証で一番厳しい認証基準をクリアした森林資源を優先して使用
- ✓ 3年連続でFSCジャパンの普及キャンペーンに協賛

## ■ TCFD (気候関連財務情報開示タスクフォース)



- ✓ 「TCFD提言」に賛同
- ✓ TCFDコンソーシアムに参加

## ■ RSPO



- ✓ 責任あるパーム油の調達を目指し、2018年より認証パーム油（マスバランズ）の使用を開始

## ■ CDPジャパン500 ■ SOMPOサステナビリティ・インデックス



Sompo Sustainability Index

- ✓ 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
- ✓ ESGに関する取り組みが評価され、「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に9年連続で選定

## ■ Sedex



- ✓ グローバル規模で持続可能なサプライチェーン構築の拡充に向けAB会員に加入
- ✓ 国内外グループ会社工場の登録を完了

## ■ エコレールマーク



## ■ DX銘柄2020



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

## ■ 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



## ■ 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





私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

