

2024年12月期

(1月1日~12月31日)

決算説明資料

2025年2月13日

ユニ・チャーム株式会社



unicharm
Love Your Possibilities

2024年12月期（1月1日~12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。

連結

売上高 9,890億円 (YoY +5.0%)
コア営業利益 1,385億円 (YoY +8.2%)

- 売上高、コア営業利益において過去最高を更新。
- 日本、インド、中東、北米が業績をけん引。事業ではフェミニンケア、ウェルネスケア、ペットケアがけん引。

日本

5.6%増収、4.6%増益

- ペットケアは国内向け安定成長。パーソナルケアは価値転嫁が浸透・拡大し2桁増益。
- 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、高成長を持続。

海外

4.7%増収、12.3%増益

- アジア地域 増収減益。4Q増収転換。ベビーケアは3Qにおける戦略的先行投資効果で4Q改善。フェミニンケアは中国回復傾向、インドや東南アジアなどで順調に拡大。ペット市場投資拡大。
- 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業績拡大。ブラジルは収益性改善が進行。エジプト黒字化。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8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
 (1-12月)

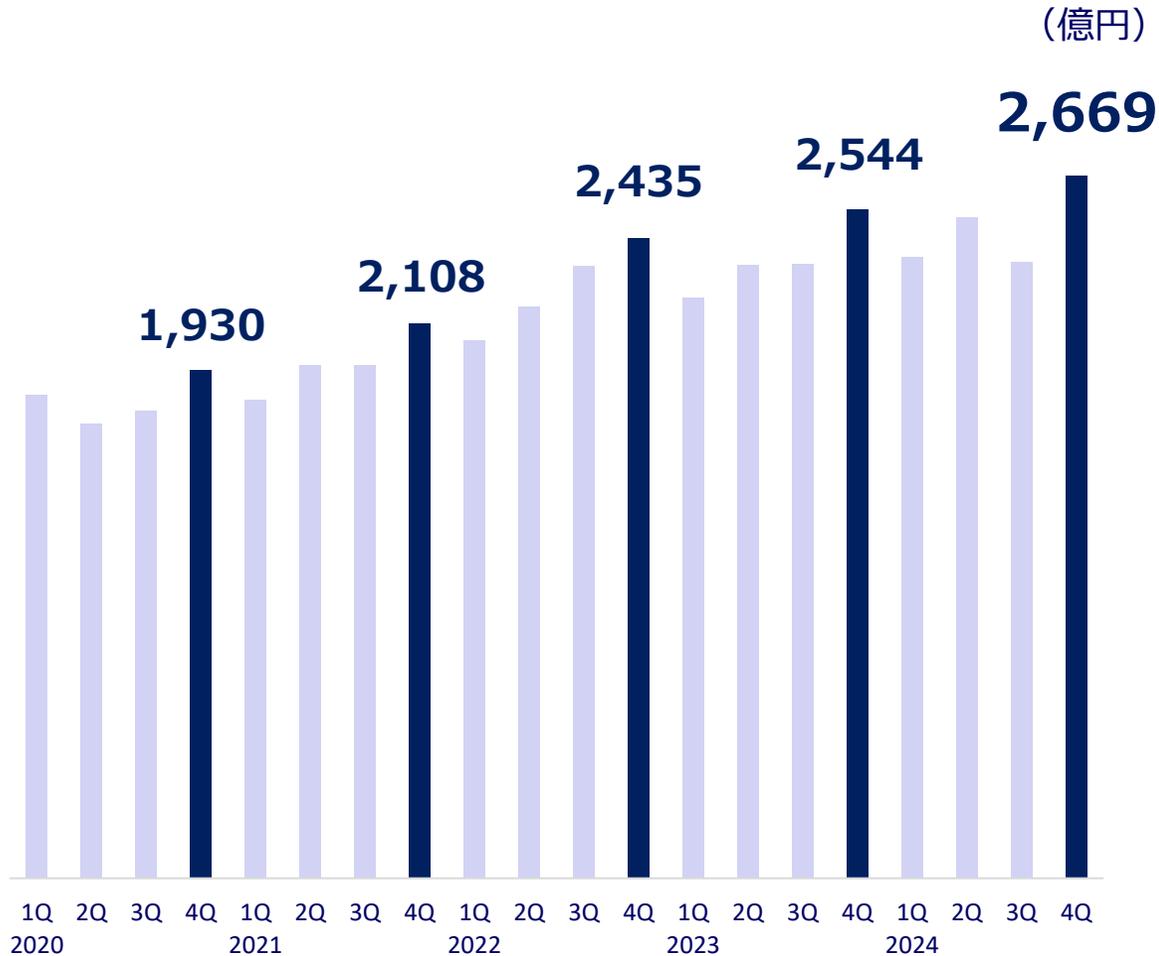
(億円)

| | '23/12月期 | '24/12月期 | 増減額 | 増減率 | (業績予想) '24/12月期 | 達成率 |
|-------------------------------|------------------|--------------------------------|--------|------------------|--------------------|-------|
| 売上高 | 9,418 | 9,890 | +472 | +5.0% | 10,060 | 98.3% |
| コア営業利益 (利益率) | 1,280 (13.6%) | 1,385 (14.0%) | +105 | +8.2% (+0.4P) | 1,440 (14.3%) | 96.2% |
| 税引前当期利益 (利益率) | 1,323 (14.0%) | 1,345 (13.6%) | +22 | +1.7% (-0.4P) | 1,440 (14.3%) | 93.4% |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率) | 861 (9.1%) | 818 (8.3%) | -42 | -4.9% (-0.8P) | 900 (8.9%) | 90.9% |
| EBITDA 税引前当期利益 +減価償却費及び償却費 | 1,791 | 1,820 | +29 | +1.6% | 1,860 | 97.8% |
| 基本的1株当たり当期利益(円) | 48.47 | 46.41 | -2.06 | -4.3% | 50.83 | 91.3% |
| USDレート(円) | 140.56 | 151.58 | +11.02 | +7.8% | 143.00 | — |
| 中国元レート(円) | 19.82 | 21.02 | +1.20 | +6.1% | 19.90 | — |

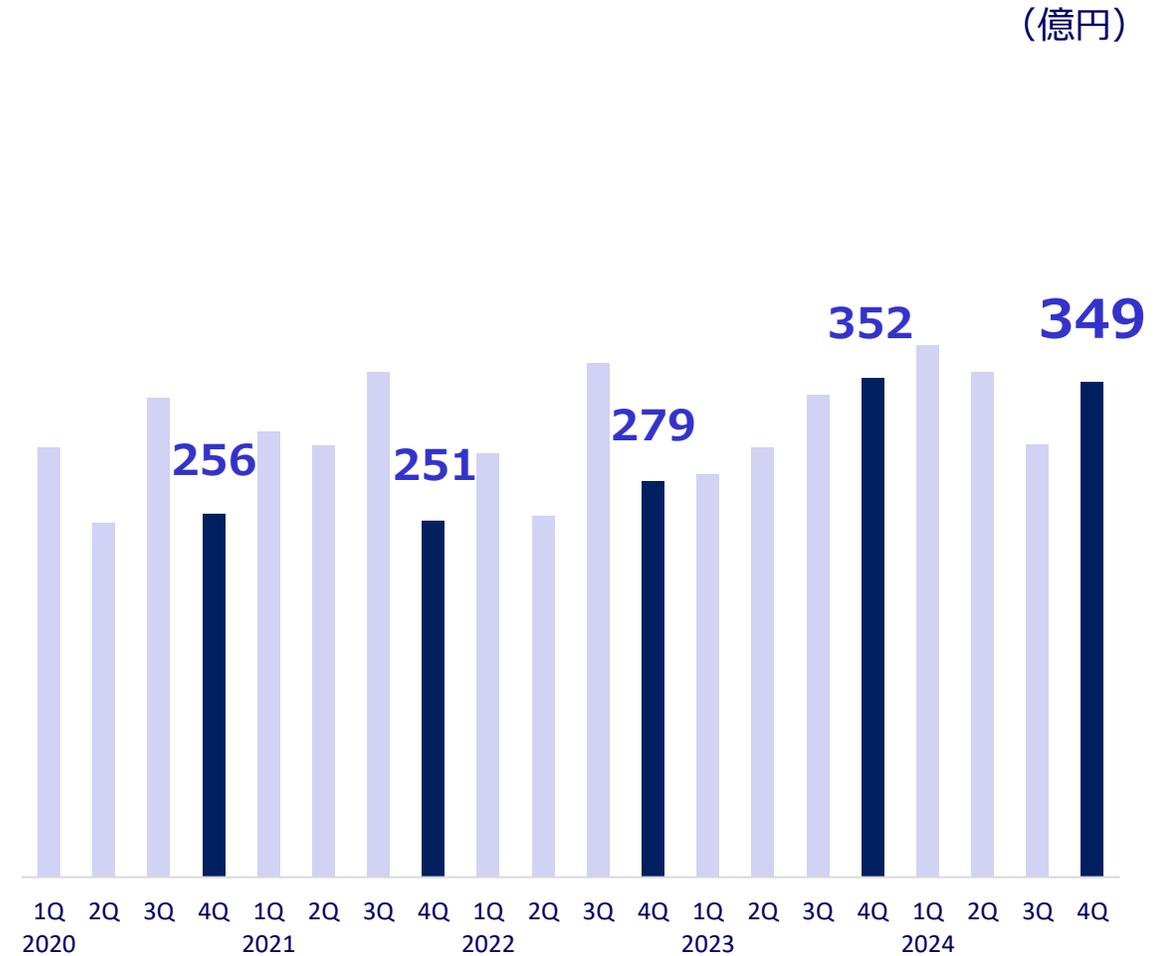
第4四半期（10－12月）は四半期単位では過去最高の売上高を達成
 物流費や人件費などのコスト上昇のなか、継続した価値転嫁により過去最高水準の収益を確保



● 売上高推移(四半期別)

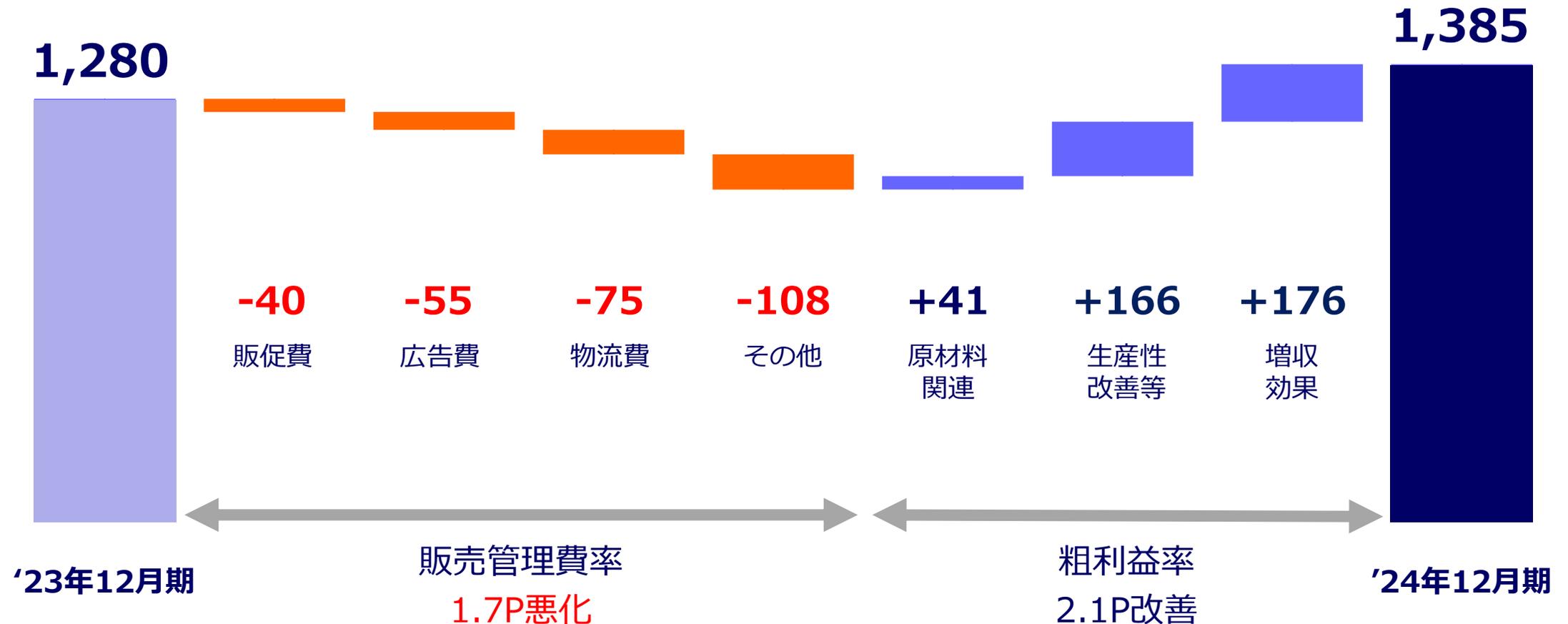


● コア営業利益推移(四半期別)



(億円)

● コア営業利益増減 (1-12月)



日本ではパーソナルケアにおける価値転嫁の浸透・拡大による高成長持続
 アジアはインド好調継続のなか、中国フェミニンケア改善傾向となり、第4四半期から増収転換
 その他地域は中東と北米の好調持続、ブラジルの増益が業績貢献



● 所在地別セグメント情報
 (1-12月)

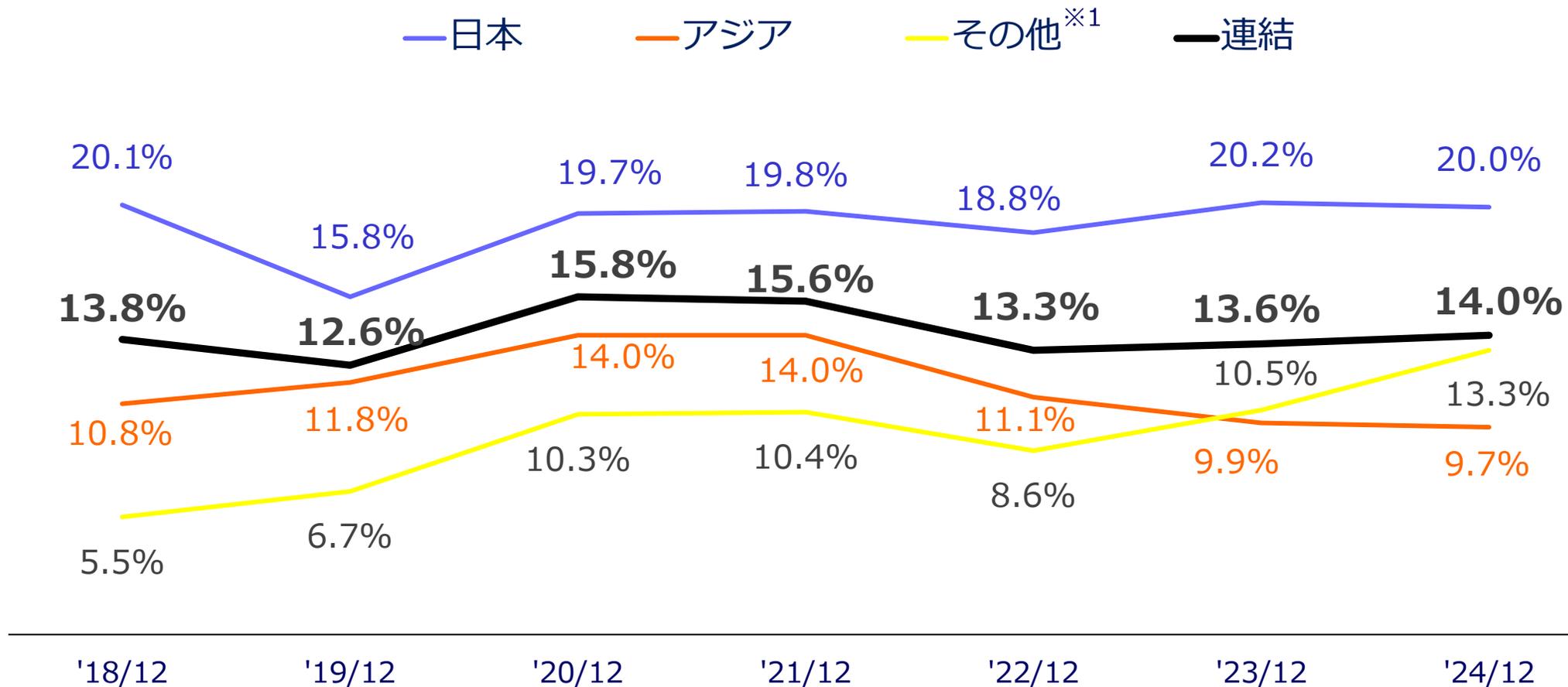
(億円)

| | | '23/12月期 | '24/12月期 | 増減額 | 増減率 | (参考) 実質 ※1 増減率 |
|--------|-----------------|------------------|--------------------------------|-----------|--------------------------------|----------------------|
| 日本 | 売上高 | 3,218 | 3,399 | +181 | +5.6% | — |
| | コア営業利益 (利益率) | 650 (20.2%) | 680 (20.0%) | +30 | +4.6% (-0.2P) | — |
| アジア | 売上高 | 4,382 | 4,431 | +50 | +1.1% | -3.8% |
| | コア営業利益 (利益率) | 435 (9.9%) | 429 (9.7%) | -6 | -1.3% (-0.2P) | -6.0% |
| その他 ※2 | 売上高 | 1,818 | 2,059 | +242 | +13.3% | +8.0% |
| | コア営業利益 (利益率) | 191 (10.5%) | 274 (13.3%) | +83 | +43.3% (+2.8P) | +33.9% |
| 連結 | 売上高 | 9,418 | 9,890 | +472 | +5.0% | +1.7% |
| | コア営業利益 (利益率) | 1,280 (13.6%) | 1,385 (14.0%) | +105 | +8.2% (+0.4P) | +5.2% |

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース
 中国 **-5%** インドネシア **-4%** タイ **-15%** インド **+10%** ベトナム **-7%** 中東 **+8%** 北米 **+9%** ブラジル **-7%**

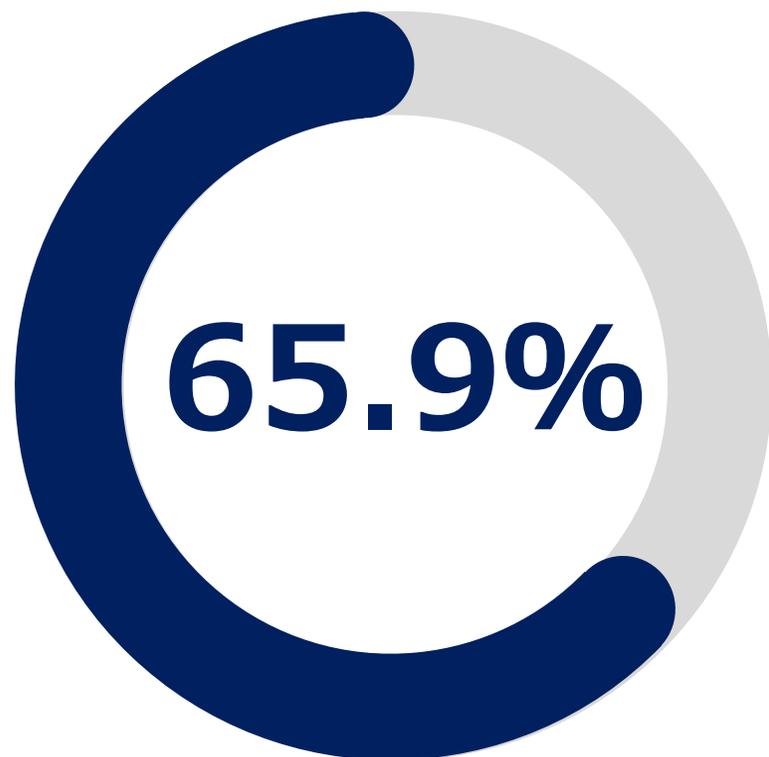
※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率 ※2 その他の主な地域は、北米、サウジアラビア、ブラジル、オランダ

● 所在地別 コア営業利益率（1-12月）

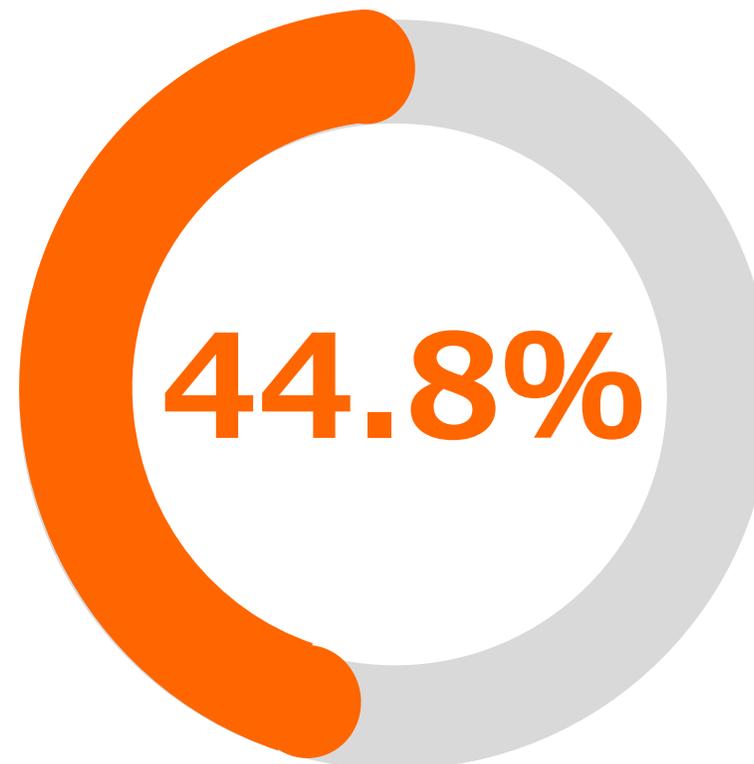


※1 その他の主な地域は、北米、サウジアラビア、ブラジル、オランダ

● 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増収増益。ウェルネスケア、フェミニンケアがけん引
 ペットケアは北米が価値転嫁の浸透・拡大効果で増収増益をけん引、アジアにおける投資拡大。



● 事業別セグメント情報 (1-12月)

(億円)

| | | '23/12月期 | '24/12月期 | 増減額 | 増減率 |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------------------|------|-------------------|
| パーソナルケア | 売上高 | 7,892 | 8,261 | +369 | +4.7% |
| | コア営業利益 (利益率) | 1,034 (13.1%) | 1,109 (13.4%) | +75 | +7.3% (+0.3P) |
| ペットケア | 売上高 | 1,394 | 1,487 | +92 | +6.6% |
| | コア営業利益 (利益率) | 231 (16.6%) | 258 (17.4%) | +28 | +11.9% (+0.8P) |
| その他 ^{※1} | 売上高 | 131 | 142 | +11 | +8.4% |
| | コア営業利益 (利益率) | 15 (11.6%) | 17 (12.2%) | +2 | +14.3% (+0.6P) |
| 連結 | 売上高 | 9,418 | 9,890 | +472 | +5.0% |
| | コア営業利益 (利益率) | 1,280 (13.6%) | 1,385 (14.0%) | +105 | +8.2% (+0.4P) |

※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311億円増、コア営業利益 約38億円増

● 通貨別変動推移（1-12月平均レート）

| 通貨 | '23/12期レート | '24/12期レート | 増減率 |
|--------------|------------|---------------|--------|
| 中国(CNY) | 19.82 | 21.02 | +6.1% |
| インドネシア(IDR) | 0.0093 | 0.0096 | +3.2% |
| サウジアラビア(SAR) | 37.52 | 40.46 | +7.8% |
| インド(INR) | 1.71 | 1.82 | +6.4% |
| タイ(THB) | 4.04 | 4.30 | +6.4% |
| 米国(USD) | 140.56 | 151.58 | +7.8% |
| ベトナム(VND) | 0.0059 | 0.0060 | +1.7% |
| オランダ(EUR) | 152.00 | 163.95 | +7.9% |
| 台湾(TWD) | 4.51 | 4.73 | +4.9% |
| マレーシア(MYR) | 30.82 | 33.14 | +7.5% |
| ブラジル(BRL) | 28.17 | 28.20 | +0.1% |
| オーストラリア(AUD) | 93.34 | 99.97 | +7.1% |
| 韓国 (KRW) | 0.1078 | 0.1113 | +3.2% |
| エジプト (EGP) | 4.58 | 3.43 | -25.1% |

2025年12月期 業績予想概要

連結

売上高 **10,250億円** (YoY +3.6%)
コア営業利益 **1,460億円** (YoY +5.4%)

【連結】

- ✓ 売上高、コア営業利益は過去最高更新。前期為替レート換算による実質成長は5.4%増収、6.2%増益。
- ✓ 原材料関連コストは年間約7億円のコストダウン。
- ✓ 設備投資額600億円、減価償却費470億円。

【日本】 5~9%増収、増益

- ✓ 価値転嫁の推進によるウェルネスケアやペットケアなどの高成長が、DX関連や物流費、人件費などのコスト増加を吸収し増益を計画。連結業績をけん引する計画。

【アジア】 実質5~9%、増益

- ✓ アジアでは、パーソナルケアにおいて増収増益を計画。ベビーケアでは商品・販売戦略などを修正し底打ち、フェミニンケアでは独自性のある商品の連続展開によって特に東南アジア、インドなどが伸長、ウェルネスケアでは各国・地域で浸透・拡大が進行。ペットケアでは先行投資拡大。

【その他】 実質1~5%、増益

- ✓ 中東は好調継続のなか計画は地政学リスクを鑑み保守的に据え置く。北米はトイレタリー商品の拡充と猫おやつブランド認知拡大などによる安定成長を計画。アフリカは投資拡大による成長基盤構築の促進。

【主要国 売上高 実質増減率】 ※管理会計ベース

中国+1~5% インドネシア+5~10% タイ+1~5% インド+10%超 ベトナム+5~10%

中東 ±0% 北米+1~5% ブラジル+20%超

● 連結業績予想ハイライト
(1-12月)

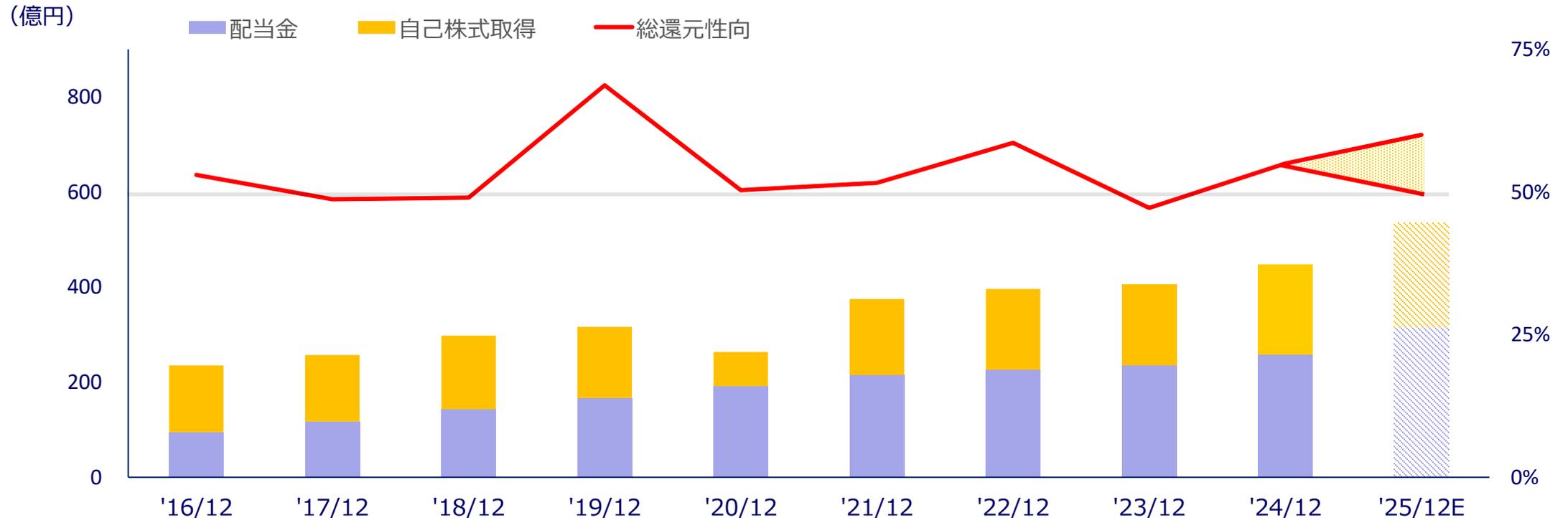
(億円)

| | '24/12月期 | '25/12月期 | 増減額 | 増減率 | (参考) ※1 実質増減率 |
|---------------------------|------------------|--------------------------------|-------|------------------|------------------|
| 売上高 | 9,890 | 10,250 | +360 | +3.6% | +5.4% |
| コア営業利益 (利益率) | 1,385 (14.0%) | 1,460 (14.2%) | +75 | +5.4% (+0.2P) | +6.2% |
| 税引前当期利益 (利益率) | 1,345 (13.6%) | 1,420 (13.9%) | +75 | +5.5% (+0.3P) | |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 (利益率) | 818 (8.3%) | 864 (8.4%) | +46 | +5.6% (+0.1P) | |
| 基本的1株当たり当期利益(円) | 46.41 | 49.12 | +2.71 | +5.8% | |
| USDレート(円) | 151.58 | 150.00 | -1.58 | -1.0% | |
| 中国元レート(円) | 21.02 | 20.80 | -0.22 | -1.0% | |

※1 実質増減率は、為替変動を除く増減率

株主還元政策

● 株主還元政策

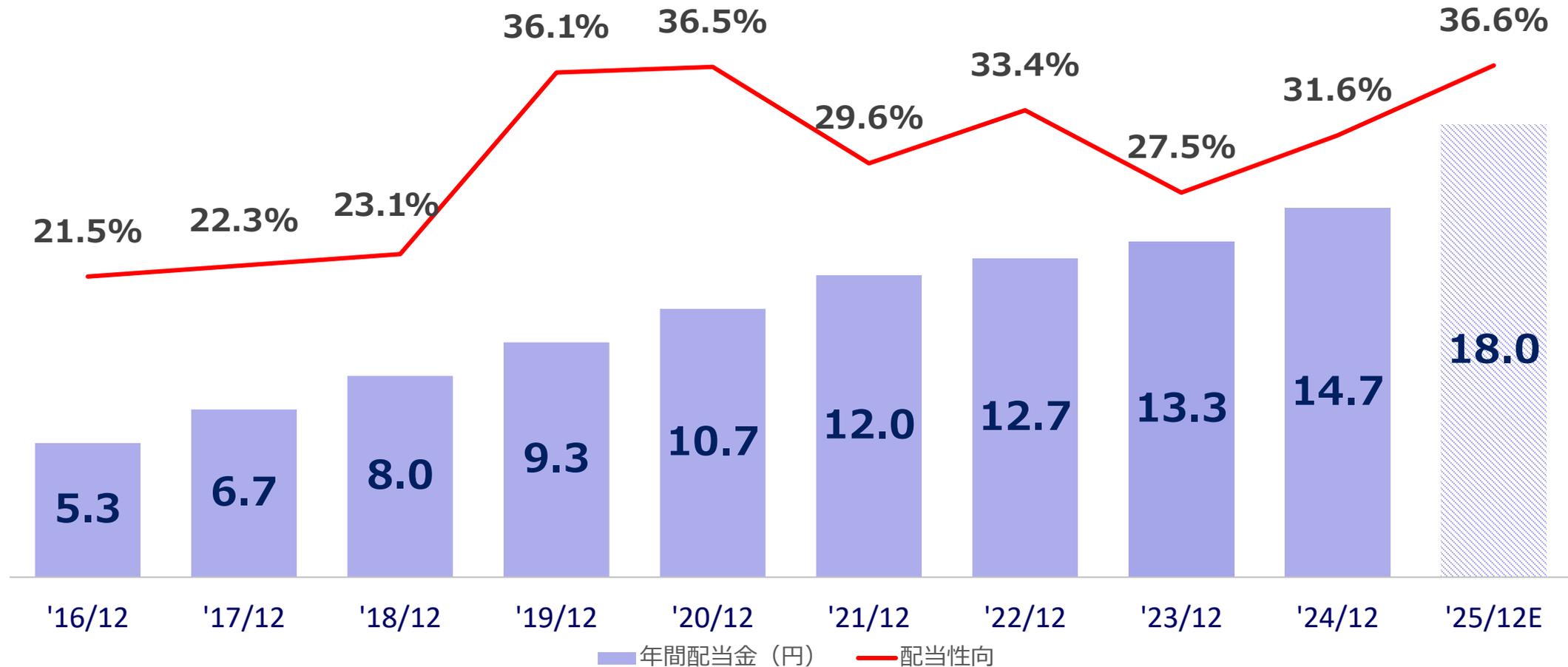


基本方針として総還元性向50%を目標に、安定的かつ継続的な配当と、必要に応じた機動的な自己株式取得による利益還元を実施。

2025年度は、足元の市場環境や財務状況を総合的に勘案し、自己株式取得枠の拡大を図り、総還元性向50%超を目標とした利益還元を計画。

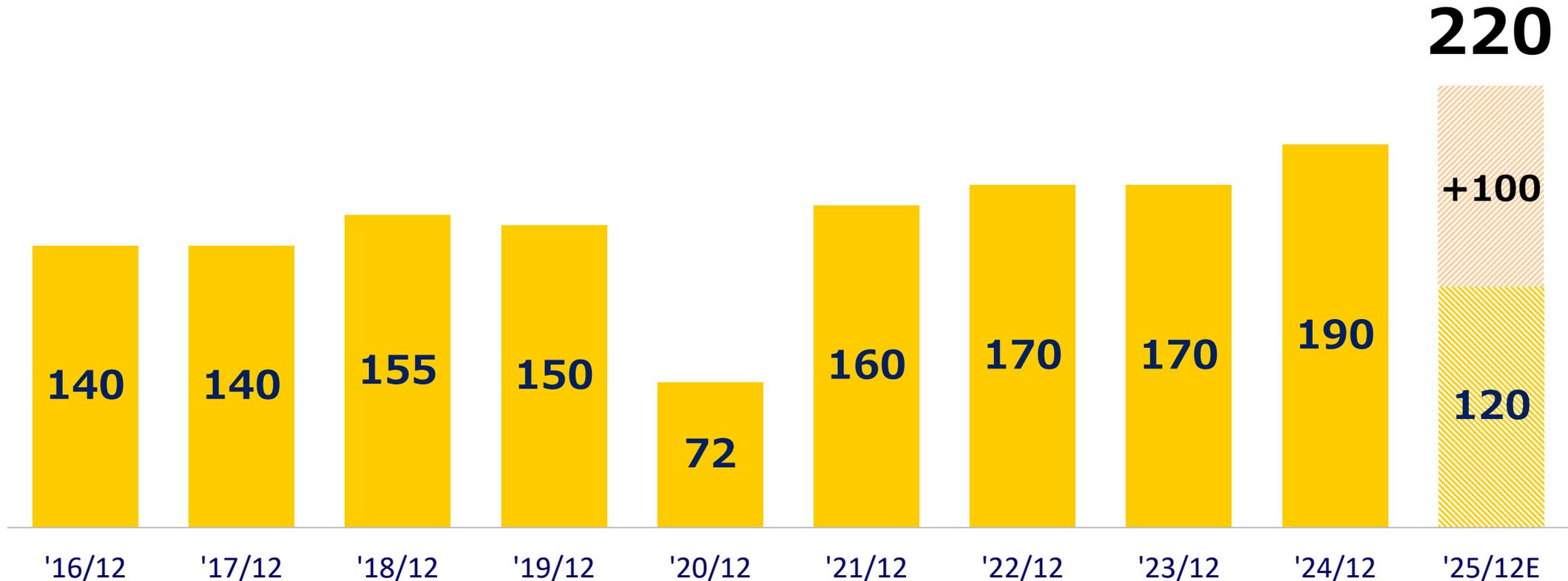
配当性向の目標を30%から35%へ引き上げ
1株当たり配当金は24期連続の増配 (年間18円)計画

● 1株当たり配当金の推移(円)



2025年度は通常期の総還元性向50%に見合った自己株式取得120億円プラス100億円を取得枠として設定し機動的に取得予定

● 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

社会の健康を守る・支える

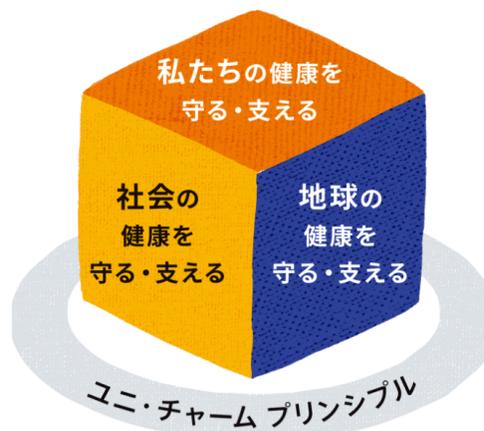
目指す方向

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
- 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 |

(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



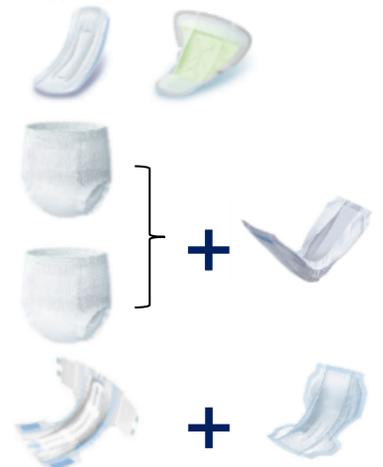
◆健康寿命延伸/QOL向上



“自分らしさ”を実感して暮らせる
商品・サービスの展開

➤ ご使用される方のADL（日常生活動作）に合わせた排泄ケアパターンから最適なケアをご提案

- 軽い尿モレの方
- お出かけに安心/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



➤ 不織布・吸収体の加工・成形技術で商品機能を維持・向上しつつ、原材料の使用量を削減



(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



研修動画提供数：
約510の企業・団体
(2024年12月末時点)



TikTok再生回数：
約4,888万回
(2024年12月末時点)



➤ 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71万名
(2024年12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)**



➤ **抗菌シートや、ごみを出さず長く使えるタイプの
 ナプキン (インド現法考案)、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)**

三つ折りタイプ
 個包装あり

プフラットタイプ
 個包装なし



➤ **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+**



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®」

➤ 国や地域のニーズに合わせた独自性のある商品



手ぶら登園

47都道府県
4,920カ所以上導入
(2024年12月末時点)



◆ 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 | 2件 | 2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 |

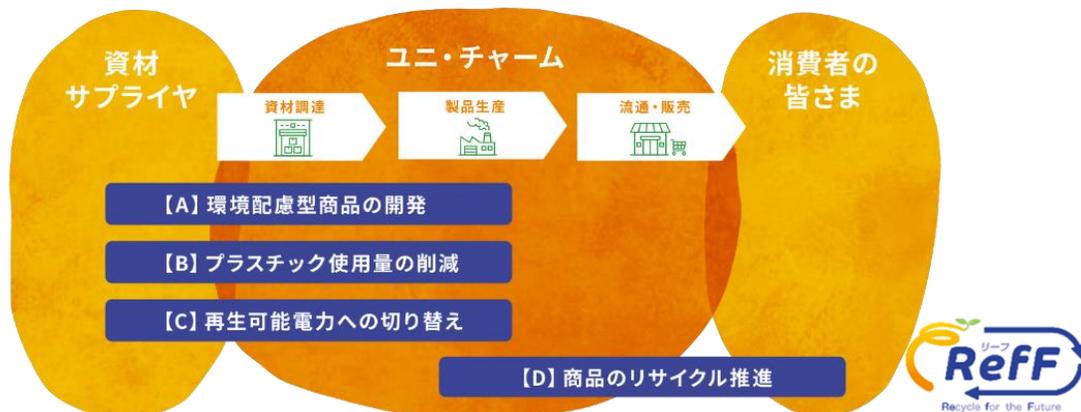
- 持続可能な社会の実現を目指すグローバルでの取り組みを伝え、一緒に歩む

「えらぶつかうめぐらせる」Webサイトを公開

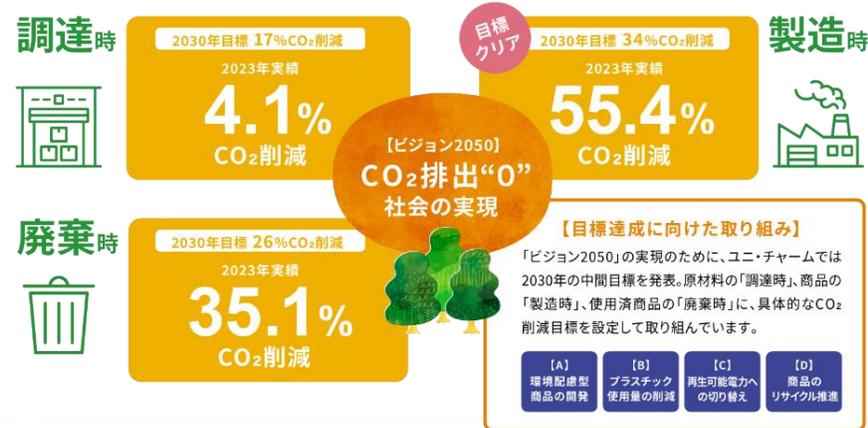


<https://www.unicharm.co.jp/ja/csr-eco/ghg.html>

- 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



(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」設定企業として認定取得 |
| 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

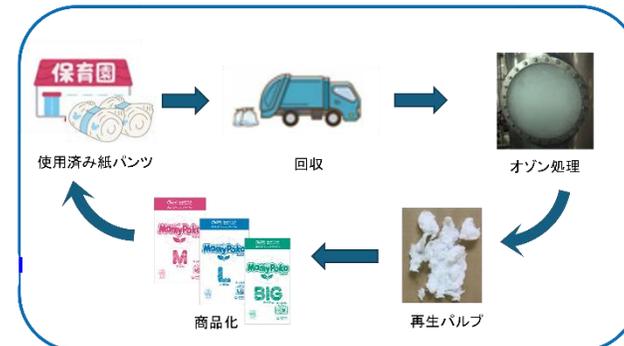


※1 オゾン処理技術を使用した紙パンツから紙パンツへの水平リサイクル技術について
(2020年12月UC調べ)

➤ 「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

▶ プロジェクト発足からこれまでの軌跡



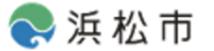
<処理前：低質パルプ> <処理後：衛材グレードパルプ>



『ライフリーRef
横モレ安心テープ止め』



『マーポコパンツRef』



使用済み紙パンツの
リサイクル実証事業に
参画

紙パンツリサイクル技術
開発開始

「技術の構築」と
「試作品」が完成

『ライフリーRef
横モレ安心テープ止め』

『マーポコパンツRef』

使用済み紙パンツの
リサイクル実証事業に
参画

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：鹿児島県曽於郡大崎町も参画

自治体や企業との共創

『ライフリーRef
横モレ安心テープ止め』

Refマーク付き商品

「紙パンツ専用回収
ボックス」を設置



小田急電鉄



S サイズ24枚

L サイズ20枚



➤ 志布志市：

「紙パンツ専用回収ボックス※」を志布志市内の470ヶ所に設置



➤ 浜松市：

使用済み紙パンツのリサイクル実証事業に参画



「回収」「分別処理」「資源の再利用」の各工程で参画企業・団体が資源循環の検証を実施

◆回収：使用済み紙パンツを回収

収集・運搬



◆分別処理：プラスチックとパルプに分別



◆資源の再利用：
再生プラスチック・パルプ製品を浜松市へ



ReFF
Recycle for the Future

この紙パンツ(紙おむつ)専用ボックスの一部に、志布志市で回収された紙パンツ(紙おむつ)からリサイクルしたプラスチックを配合しています。



※当社とアロン化成株式会社（代表取締役社長：美保 享／以下、アロン化成）が協働開発し、再生プラスチックを回収ボックスに配合する技術を確立。回収ボックスはアロン化成が製造。

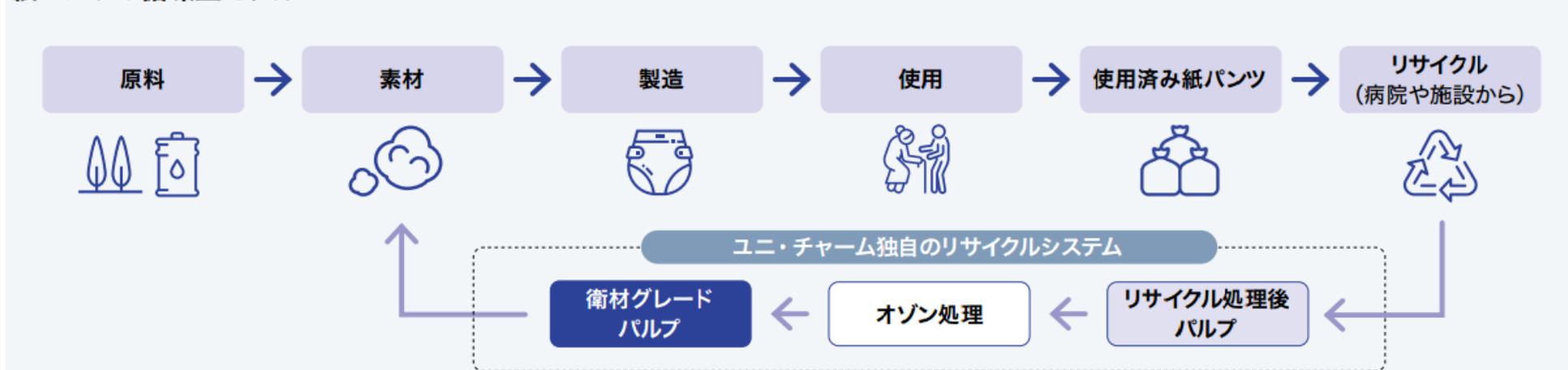
◆ リサイクルモデルの拡大



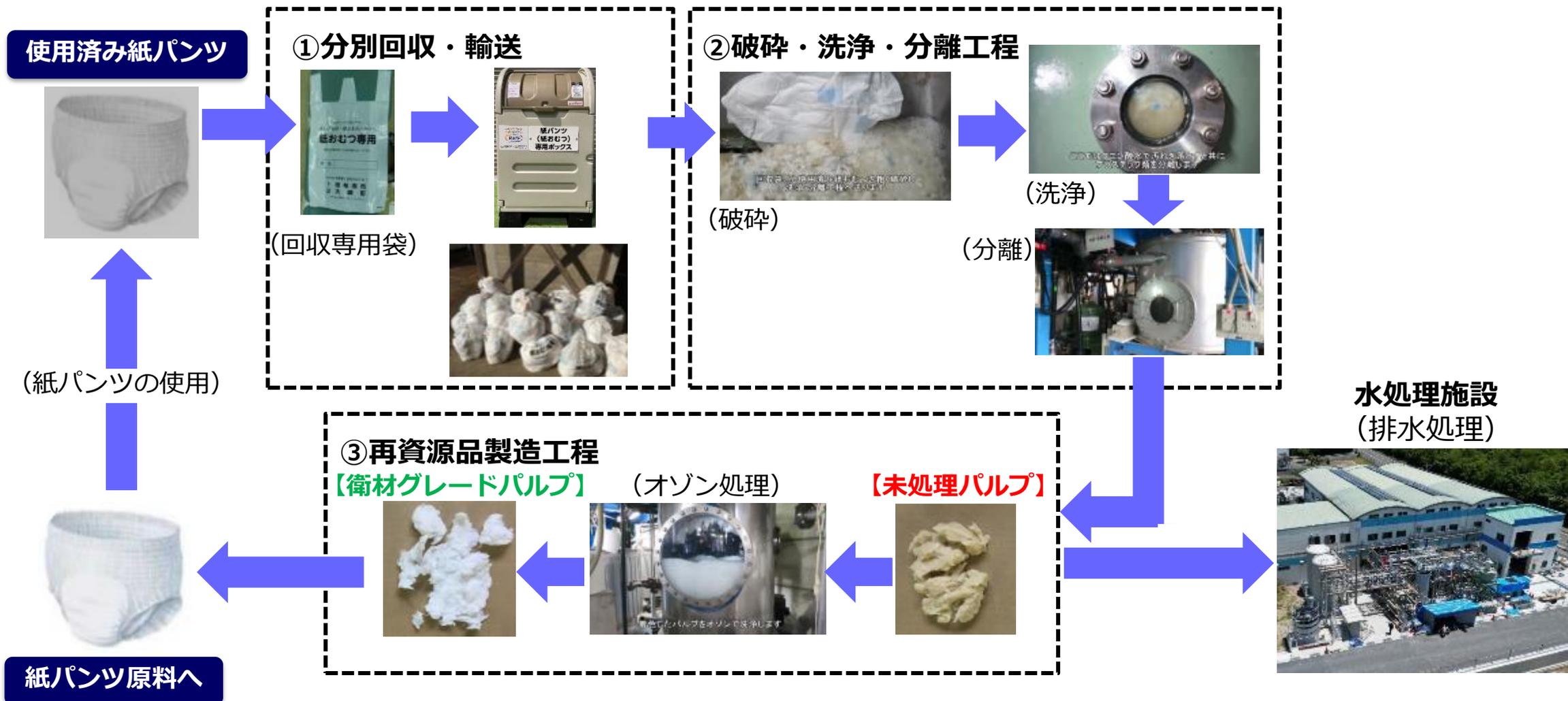
紙パンツ（紙おむつ）リサイクル設備の導入件数

➤ 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

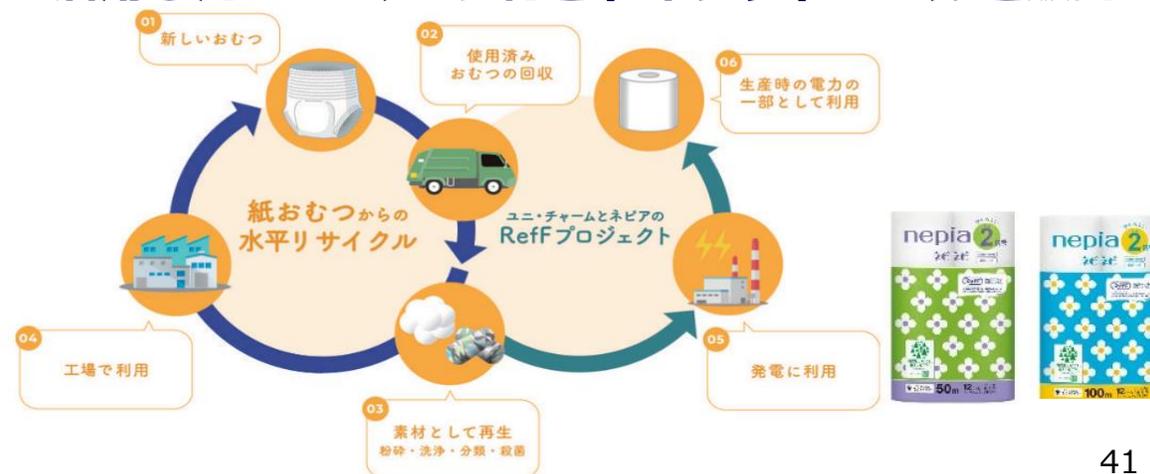


- 使用済み紙パンツ由来の再生プラスチックを配合した回収ボックスと回収袋



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プレザントプレイン工場)



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、ペーパーレット、金生プロダクツ)

➤ **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**



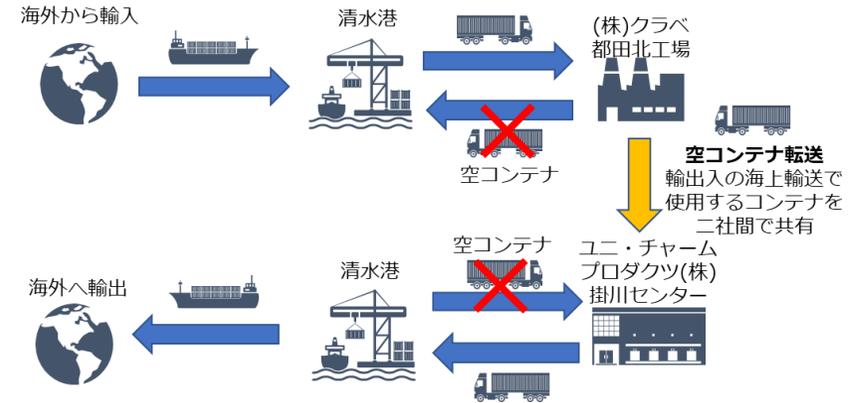
➤ **消費地近郊の物流拠点整備による輸送効率化で、トラックの総走行距離を削減**

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 44

◆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 ペーパーレット(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・チャームグループ 生物多様性対応宣言 2025年2月10日開示

私たちは、企業活動のあらゆる段階において、以下の原則に基づき、生物多様性や自然環境の保全に努めます。

生物多様性への依存と影響の把握:

企業活動と生物多様性との関係性を深く理解し、原材料調達から製造、使用、廃棄にいたるバリューチェーン全体の生物多様性への依存や影響について継続的に把握・評価します。

企業活動における影響の最小化:

商品のライフサイクル全体を通じて、森林伐採、水資源の使用、気候変動への影響など、生物多様性への影響を最小限に抑えるよう努めます。

持続可能な資源の利用:

サプライチェーン全体で、持続可能な方法で調達された原材料を使用します。特に、紙パルプ、パーム油、木材由来繊維など、生物多様性への影響が大きいとされる原材料については、認証制度の活用やトレーサビリティの向上などに取り組みます。

生物多様性の保全活動の推進:

企業活動を行う地域社会と連携し、森林保全、水資源保護、生態系回復などの活動に積極的に取り組みます。

地域生態系への共存:

企業活動を行う地域の生態系に配慮し、生物多様性の損失を招くことなく、地域社会と自然環境との共存を目指します。

共に働く仲間たちへの啓発:

ユニ・チャームグループで共に働く仲間たちと生物多様性や自然環境の保全を推し進めるために、本宣言はもちろん、より良い行動につながるような教育や啓発活動を実施します。

ステークホルダーとの連携:

政府機関、国際機関、NGO・NPO、地域社会、お取引先様など、様々なステークホルダーと連携し、生物多様性や自然環境の保全に向けた協働を推進します。

◆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 |

◆ 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

人事制度

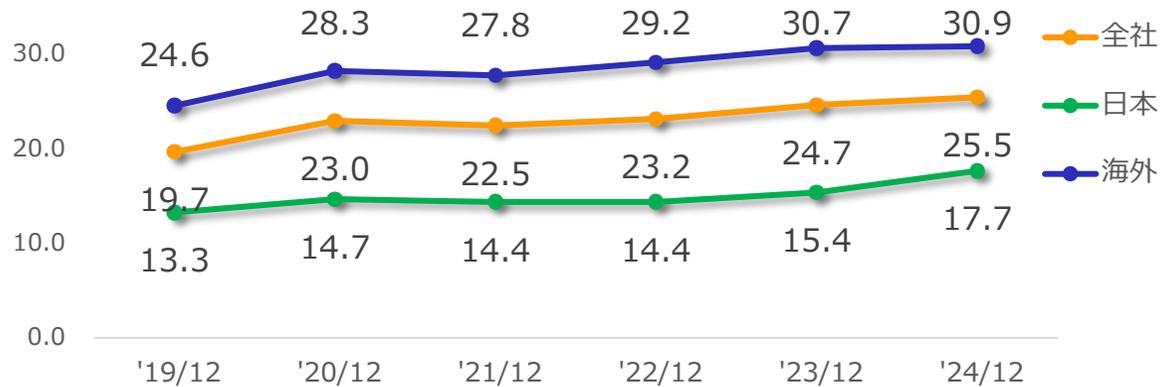
↓
共生社会を実現



↓
「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

■女性管理職比率



2030年目標
30%以上



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

2024年度 社員満足度（全社）

5点満点中

4.40

2023年度 4.42（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

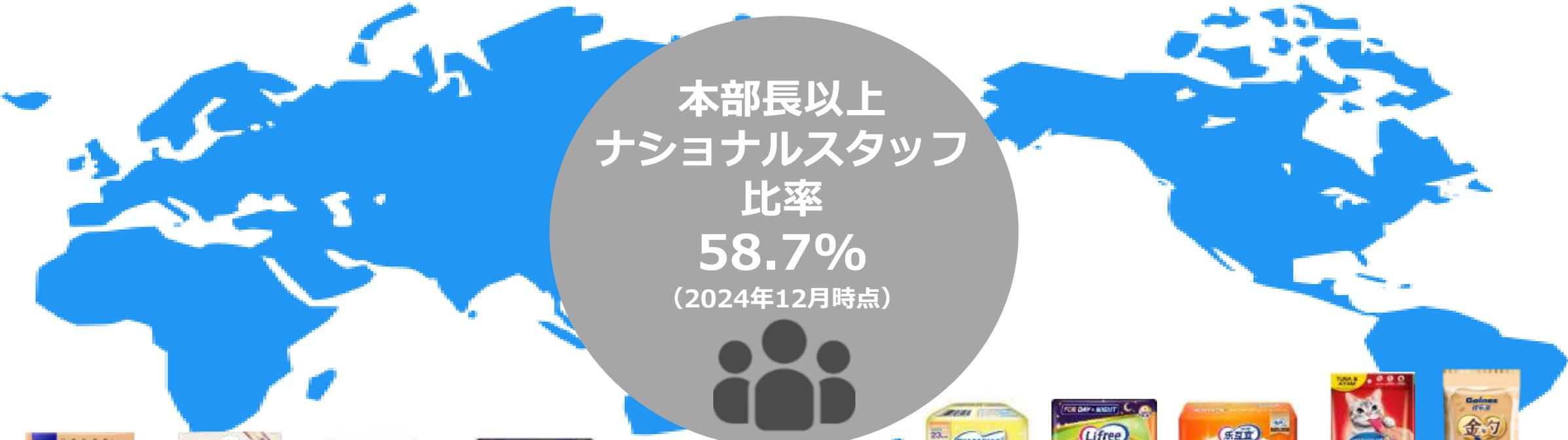
➤ **グローバルでCPI（消費者物価指数）を超える報酬上昇率を実現**



➤ **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
58.7%
(2024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着け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



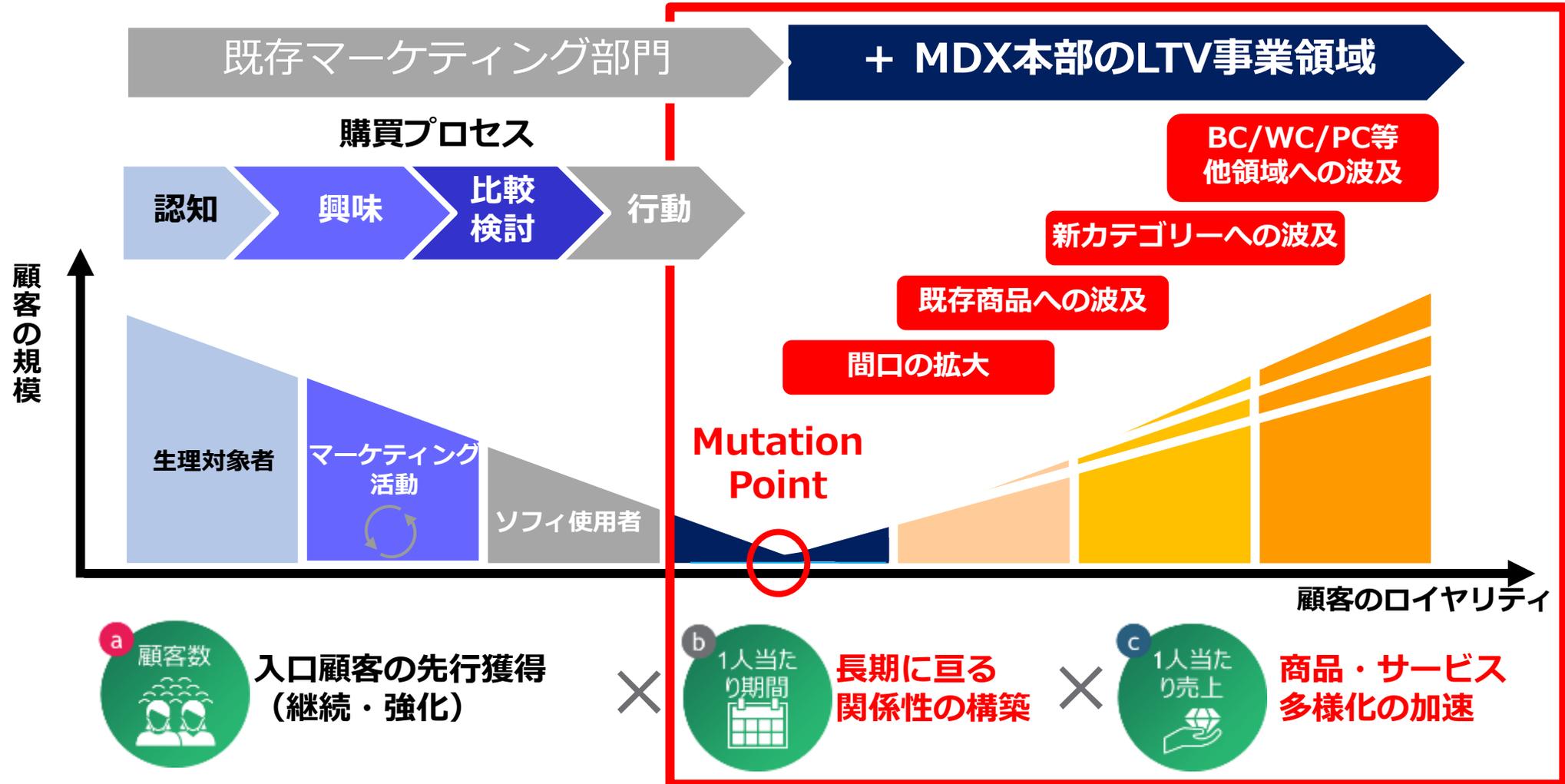
デジタル技術を活用し
顧客の深層心理を理解した
唯一無二の商品・サービスを提供

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

- ▶ デジタルツールUniChat（ユニ・チャーム版生成AI Chat）を導入し、業務の効率化と短縮化を実現



Google Cloud Japanが主催する『生成AI Innovation Awards』のファイナリストに選出
～特許・実用新案公報×生成AI 業務効率化と価値向上への取り組み～

| | |
|------------------|-------------------|
| 社内FAQ機能を利用した場合 | 最大97%改善 ※1 |
| 特許サマリ生成機能を利用した場合 | 最大83%改善 ※1 |

※1 利用前と利用後の作業時間の改善事例

- ▶ 業務における生成AIの効果的な活用の加速に向け、「生成AI勉強会」を実施



600人超が受講※2

※2 2024年12月末時点

- ▶ グローバルでのオンライン自主学习システム「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% |

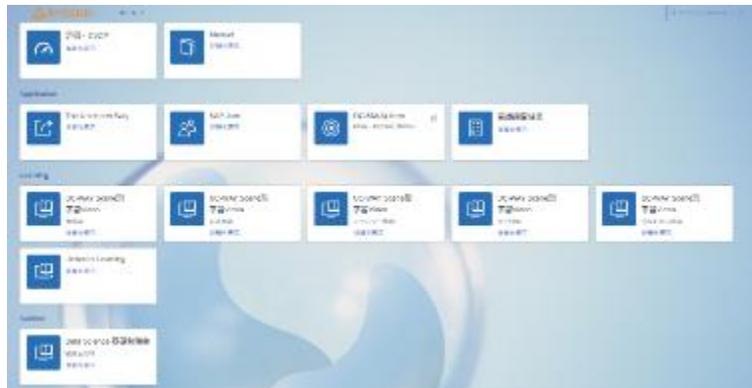
デジタル技術を活用した取り組み事例

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」を推進する 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※1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263万名
(2024年12月時点)



妊娠希望モード追加



※1 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生理・体調管理（AIに相談できる）アプリ「ソフィBe」で「ソフィ おまもり保険 女性向け医療サポート※2」の取り扱いを開始



ホルモンの波を乗りこなそう

生理管理アプリ

ソフィBe



※2 生理管理アプリ『ソフィBe』からも申し込み可能な、少額短期保険「ソフィ おまもり保険 女性向け医療サポート」（引受少額短期保険業者：アフラック少額短期保険株式会社）

➤ 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」



➤ 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」

モヤモヤしたらQしよう



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5.5万名
(2024年12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」



➤ 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



ユニ・チャームちゃんに
おすすめのフードは

銀のスプーン ミツ星グルメ お魚味クリーム
まぐろ味レシビ 3種のアソート

お近くの取り扱い店舗はこちら
☑️ 取り扱い店舗を探す

Webでのご購入はこちら
unicharm direct shop

※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



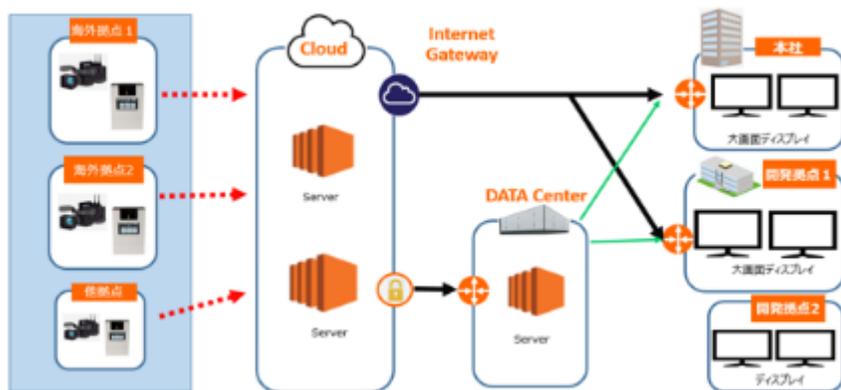
47都道府県
4,920カ所以上導入
(2024年12月末時点)

- 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

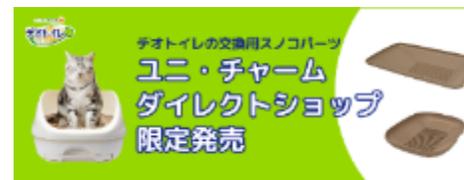
<デジタルスクラム 簡略イメージ図>



- 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

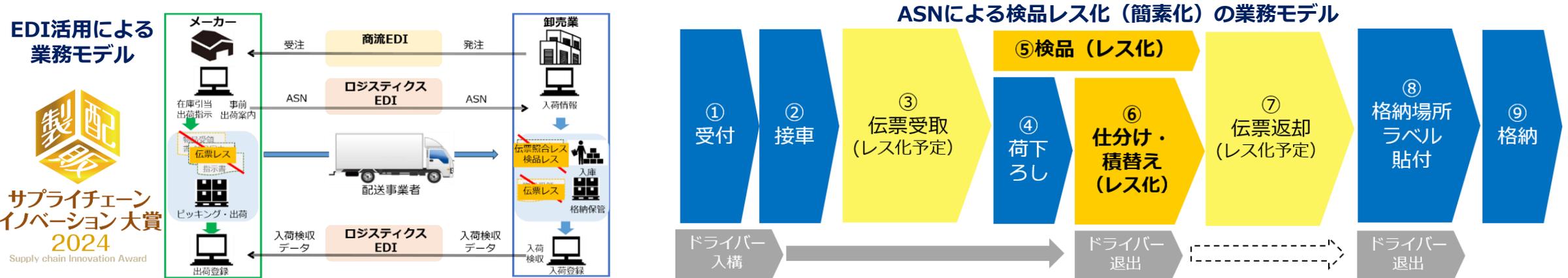


スマートロジスティクス



※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



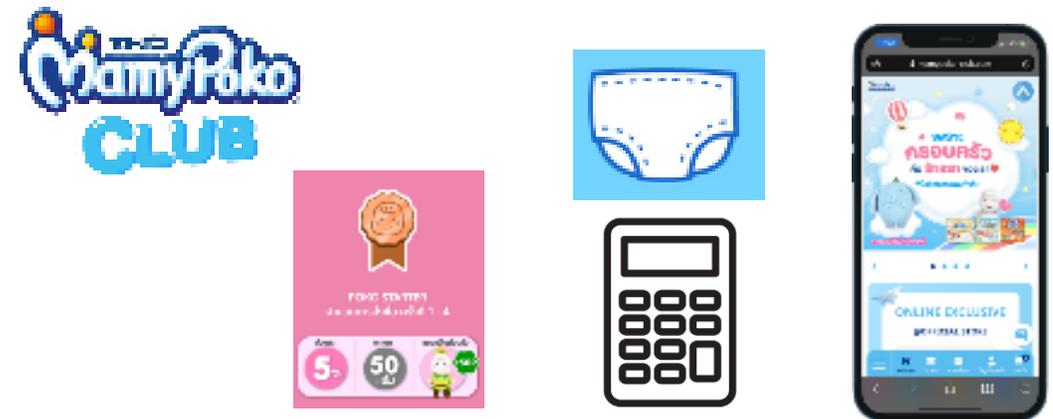
➤ ペットの成長、健康記録ツール+病院紹介、商品購買プラットフォーム「宠本本（Pet note）」



➤ 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」



| | |
|----|--|
| 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」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 |
| 10月 | <ul style="list-style-type: none">✓ 『デオシート キレイパッド』が、2024年度グッドデザイン賞を受賞 |
| 12月 | <ul style="list-style-type: none">✓ 浜松市の使用済み紙パンツリサイクル実証事業に参画✓ ブラジル工場で「ISO 14001」の認証取得✓ 「緑の募金」で林野庁から感謝状を受領✓ 「D&I AWARD 2024」で「ベストワークプレイス」に認定✓ グリーン物流パートナーシップ会議「特別賞」を受賞 |

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 MSCI ESG Leaders
Indexes Constituent

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/content/dam/sites/www_unicharm_co_jp/pdf/csr-eco/report/disclaimer_ms.pdf

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



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。



TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES



SCIENCE BASED TARGETS

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

Sedex | Member



CLIMATE GROUP RE100



エコショップマーク



エコレールマーク
認定企業 T19-006



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



In support of

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Established by UN Women and the UN Global Compact Office



HIMEBOS
ひめボス

認証事業所



こども
まんなか



外部機関との連携

ユニ・チャーム発祥の地となる愛媛県での地域社会貢献活動や被災地支援



- 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

- 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



- 「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



- 社員参加型の被災地支援「マッチングファンド※」を継続



参加社員：のべ28,488名
(2024年12月末時点)

※ 就業中に着用できるオリジナルのポロシャツ、ジャンパーなどを社内で販売し、その購入代金相当額と同額を「マッチングファンド」として被災地へ支援する社員参加型の取り組み

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

テーマ指数



S&P/JPX
カーボン
エフィシエント
指数

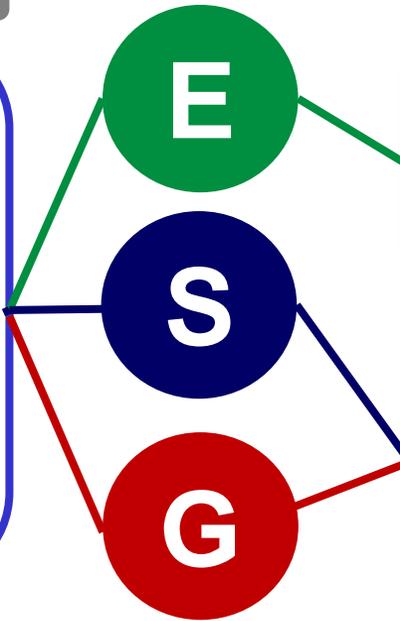
2024 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)



MORNINGSTAR GenDi J

Japan ex-REIT Gender Diversity
Tilt Index

TOP CONSTITUENT 2025



※ 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/content/dam/sites/www_unicharm_co_jp/pdf/csr-eco/report/disclaimer_ms.pdf

その他ESG指数



| | | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
|-------------------------|-------------|---------|-------|---------|-------|--------|--------|
| CDP SCORES | 気候変動 | B | A- | A- | A- | A- | A |
| | 森林 (木材) | B | B- | B | B | A | A |
| | 水 セキュリティ | B- | B- | B | B | A | A |
| MSCI ESG RATINGS | | BBB 5.3 | A 5.3 | BBB 4.7 | A 5.1 | AA 5.7 | AA 5.4 |
| FTSE ESG RATINGS | | 3.5 | 3.7 | 3.9 | 4.0 | 4.2 | 4.4 |

「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353回開催（2024年12月末時点） |
| 「大人おむつカウンセリング」ユーザー数 | 約51,000名（2024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 | 約510の企業・団体（2024年12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282.8万名（2024年12月末時点） |
| TikTok「さらけだ荘」再生数 https://www.tiktok.com/@sofy_official_7days/ | 約4,888万回（2024年12月末時点） |
| 初潮教育・月経教育（オンライン含む） | インド：約710,000名（2024年12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395回 約14,250組（2024年12月末時点） |
| 初潮教育サイト「CHARM GIRL'S TALK」登録数 | インドネシア：約85,100名（2024年12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 | 累計登録会員数：約212万会員（2024年12月末時点） |
| 「手ぶら登園」利用施設数 | 47都道府県 4,920カ所以上（2024年12月末時点） |
| ペットのQ&Aサービス「DOQAT」登録数 https://doqat.jp/ | 約55,000名（2024年12月末時点） |
| 社員参加型の被災地支援「マッチングファンド」 | 参加社員：のべ28,488名（2024年12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。

