

2020年12月期 第3四半期累計(1月1日~9月30日) 決算説明資料

2020年11月6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

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。

2020年12月期 第3四半期累計(1月1日~9月30日) 決算概要

◆資料内の表記

WC: ウェルネスケア関連商品

FC: フェミニンケア関連商品

BC: ベビーケア関連商品

PC: ペットケア関連商品

● 連結業績

- 売上高5,345億円(1.9%増収)、コア営業利益891億円(30.4%増益)
- コア営業利益率 13.0%⇒16.7%

● 日本業績(6.4%増収、33.5%増益)

- COVID-19の影響でBCやFCなどの市場縮小や、
昨年の消費税率引き上げ前の駆け込み
需要の影響があるなか、マスクなどの衛生関連商品とPCの需要拡大で増収増益

● 海外業績(0.9%減収、27.8%増益) ⇒ 為替変動を除くと2.2%増収、30.9%増益

- アジアの減収(実質増収)はCOVID-19の影響によるインド、インドネシアなどの市場縮小と、
インド工場火災による供給課題で減収
- 中国や、中東、北米などが伸長し、増益を牽引

● 株主還元

- 1株当たり配当金・・・中間配当金は予定どおり2円増配の16円、期末配当金も16円を計画
- 自己株式取得・・・総額125億円(420万株)を上限に取得予定(10月末現在 約72億円取得)

1.9%増収、30.4%営業増益、過去最高を更新



■ 連結決算ハイライト(1-9月)

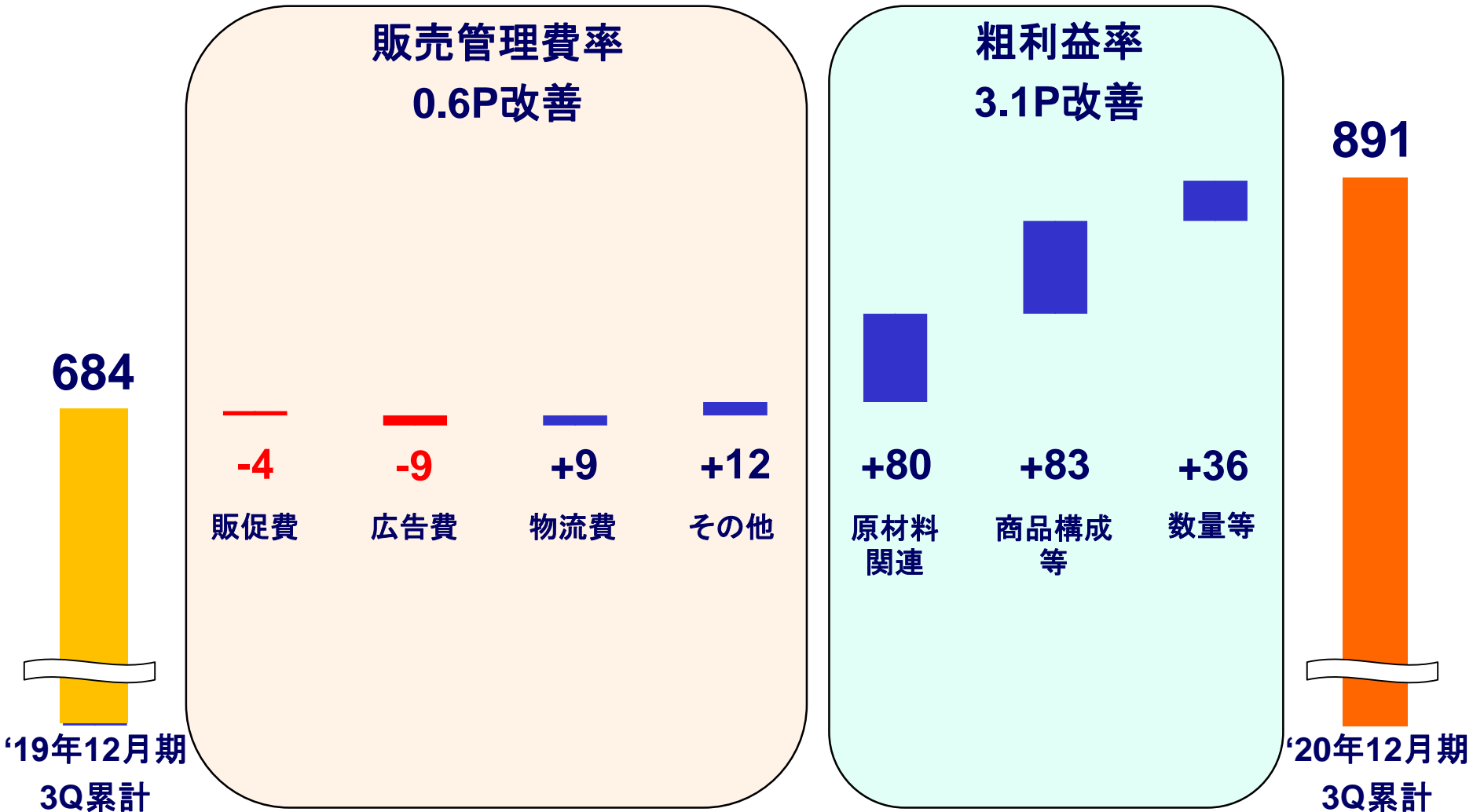
(億円)

	'19/12月期 3Q累計	'20/12月期 3Q累計	増減額	増減率	(業績予想) '20/12月期	進捗率
売上高	5,247	5,345	+97	+1.9%	7,600	70.3%
コア営業利益 (利益率)	684 (13.0%)	891 (16.7%)	+208	+30.4% (+3.7P)	1,000 (13.2%)	89.1%
税引前四半期利益 (利益率)	676 (12.9%)	727 (13.6%)	+51	+7.5% (+0.7P)	980 (12.9%)	74.2%
親会社の所有者に帰属する四半期利益 (利益率)	455 (8.7%)	401 (7.5%)	-54	-11.9% (-1.2P)	630 (8.3%)	63.6%
EBITDA (税引前四半期利益+減価償却費 及び償却費+火災損失)	966	1,159	+193	+20.0%	1,365	84.9%
基本的1株当たり四半期利益(円)	76.49	67.12	-9.37	-12.3%	105.54	—
USDレート(円)	109.15	107.59	- 1.56	- 1.4%	109.00	—
中国元レート(円)	15.90	15.37	- 0.53	- 3.3%	15.50	—

日本を中心とした販売増や、高粗利商品比率の上昇、 原価改善が寄与し、208億円増益

■ コア営業利益増減(1-9月)

(億円)



COVID-19の影響から日本ではマスクなどの衛生関連商品やPCの需要が拡大、海外では中国や北米、中東が牽引も一部地域での市場縮小とインド供給課題が発生



■ 所在地別セグメント情報(1-9月)

(億円)

		'19/12月期 3Q累計	'20/12月期 3Q累計	増減額	増減率	(参考) 実質 増減率 ※1
日本	売上高	1,974	2,100	+126	+6.4%	—
	コア営業利益	318	425	+107	+33.5%	—
	(利益率)	(16.1%)	(20.3%)		(+4.2P)	
アジア	売上高	2,455	2,403	-52	-2.1%	+0.8%
	コア営業利益	310	376	+66	+21.2%	+24.5%
	(利益率)	(12.6%)	(15.7%)		(+3.1P)	
その他 ※2	売上高	818	842	+23	+2.8%	+6.4%
	コア営業利益	52	86	+35	+67.1%	+69.6%
	(利益率)	(6.3%)	(10.2%)		(+3.9P)	
連結	売上高	5,247	5,345	+97	+1.9%	+3.8%
	コア営業利益	684	891	+208	+30.4%	+32.1%
	(利益率)	(13.0%)	(16.7%)		(+3.7P)	

【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 -2.2% タイ +2% インド -21% ベトナム +2%

中東 +6% 北米 +18% ブラジル +18%

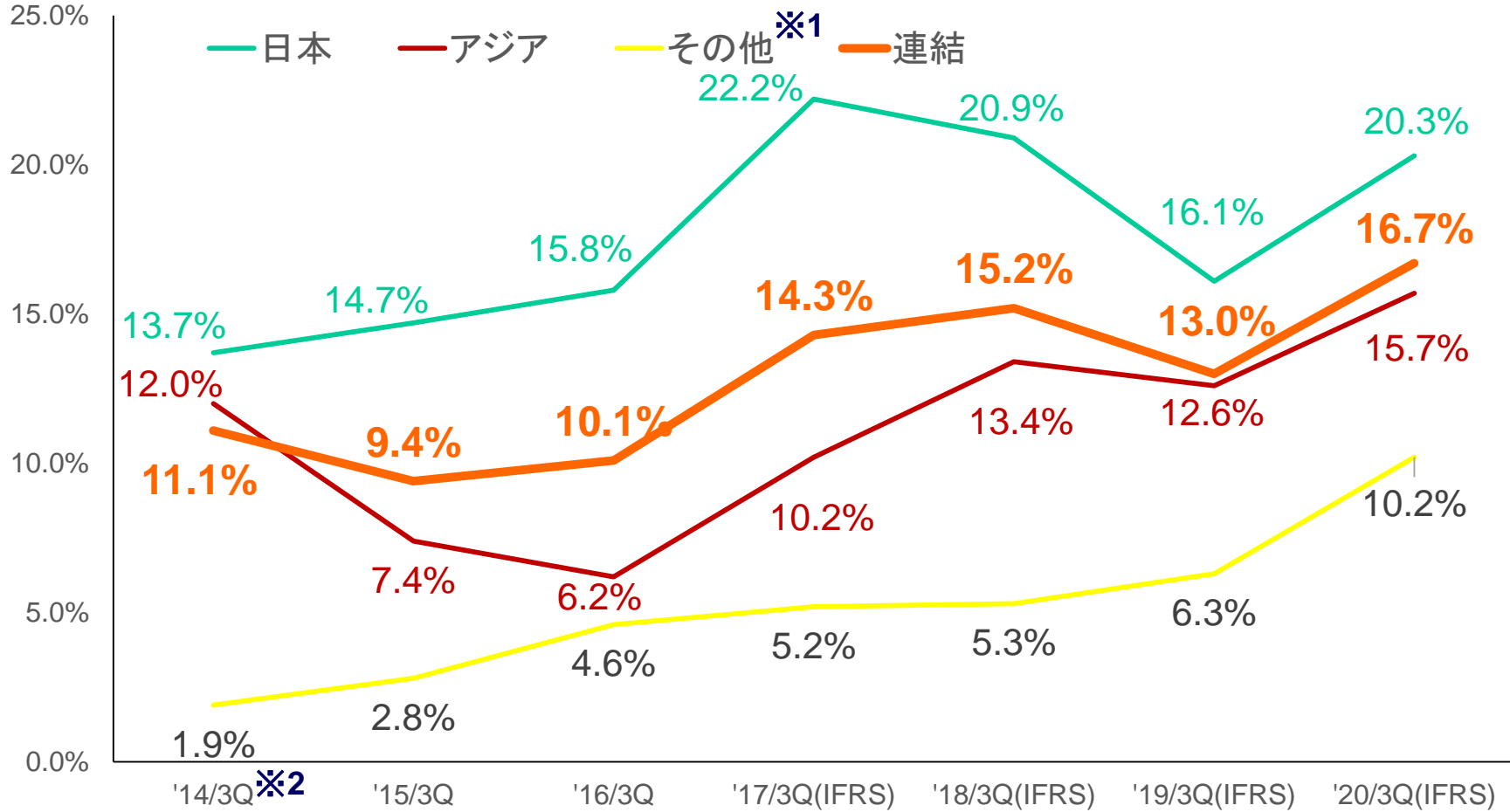
※1: 実質増減率は、為替変動を除く増減率

※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

日本では衛生関連商品需要の高まりによりWCとPCで改善 アジアでは中国FC、その他では中東、北米PCを中心に改善



■ 所在地別 コア営業利益率(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

※2: 決算期変更により変則的な決算期間

パーソナルではWCが成長を牽引 PCでは北米で重点商品が高成長を継続、日本も好調に推移



■ 事業別セグメント情報(1-9月)

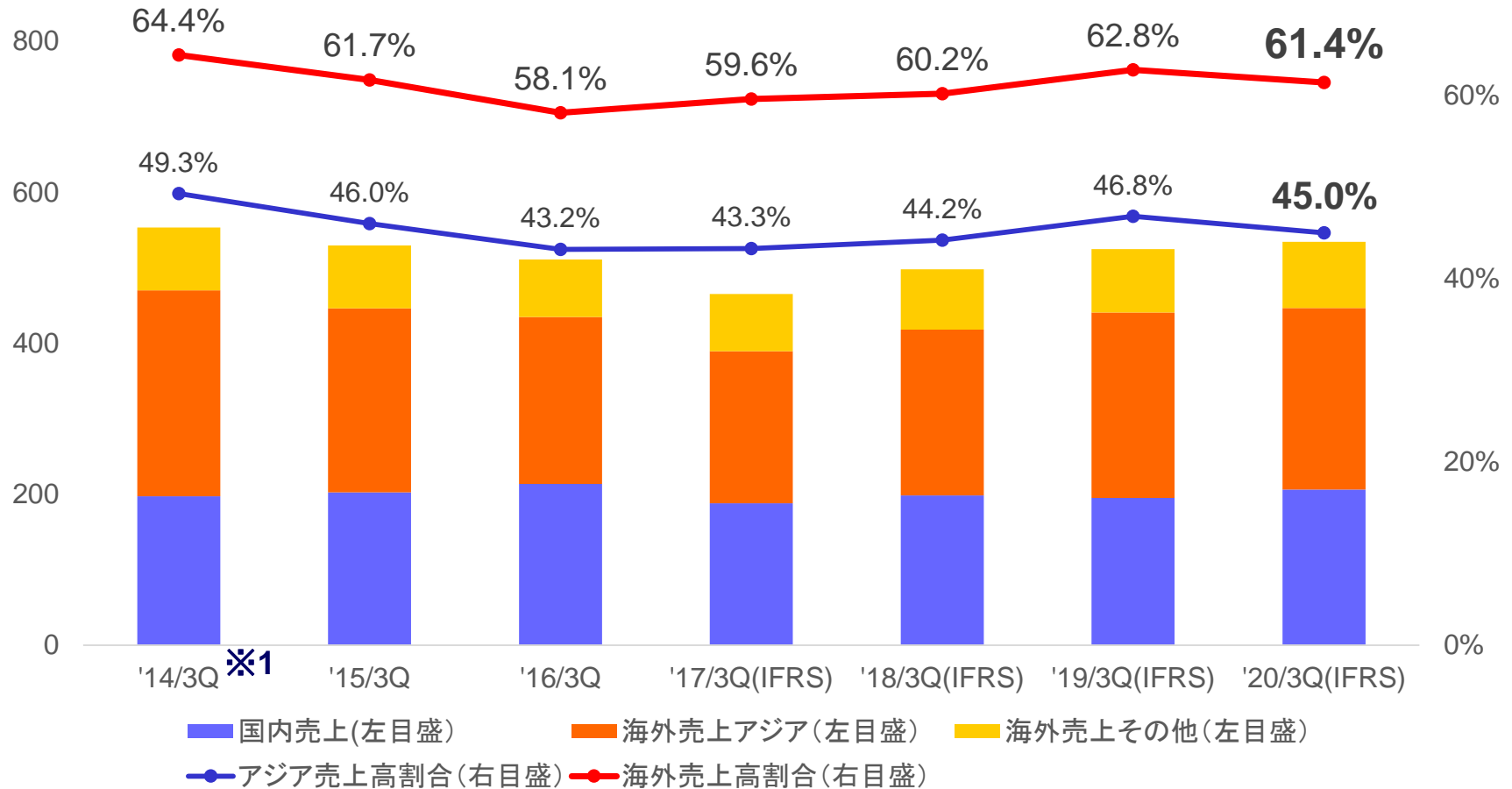
(億円)

		'19/12月期 3Q累計	'20/12月期 3Q累計	増減額	増減率
パーソナルケア	売上高	4,573	4,604	+31	+0.7%
	コア営業利益	607	782	+175	+28.9%
	(利益率)	(13.3%)	(17.0%)		(+3.7P)
ペットケア	売上高	627	689	+62	+9.9%
	コア営業利益	76	105	+29	+38.4%
	(利益率)	(12.1%)	(15.2%)		(+3.1P)
その他 ^{※1}	売上高	48	52	+4	+9.0%
	コア営業利益	1	4	+3	+349.1%
	(利益率)	(2.1%)	(8.5%)		(+6.4P)
連結	売上高	5,247	5,345	+97	+1.9%
	コア営業利益	684	891	+208	+30.4%
	(利益率)	(13.0%)	(16.7%)		(+3.7P)

※1:その他は産業用資材関連商品等、育児動画配信サービス

日本の高成長により海外売上高構成比は61.4% (為替影響を除くと62.1%)

■ 国内・海外売上高推移(1-9月) (十億円)



※1: 決算期変更により変則的な決算期間

為替変動の影響額は 売上高 約100億円減、コア営業利益 約11億円減

■ 通貨別変動推移(1-9月平均レート)

通貨	'19/12期3Q累計レート	'20/12期3Q累計レート	増減率
中国(CNY)	15.90	15.37	-3.3%
インドネシア(IDR)	0.0077	0.0075	-2.6%
サウジアラビア(SAR)	29.14	28.71	-1.5%
インド(INR)	1.57	1.46	-7.0%
タイ(THB)	3.49	3.42	-2.0%
ベトナム(VND)	0.0047	0.0046	-2.1%
米国(USD)	109.15	107.59	-1.4%
台湾(TWD)	3.52	3.62	+2.8%
韓国(KRW)	0.0941	0.0898	-4.6%
オーストラリア(AUD)	76.35	72.78	-4.7%
マレーシア(MYR)	26.40	25.43	-3.7%
ブラジル(BRL)	28.12	21.44	-23.8%
オランダ(EUR)	122.66	120.90	-1.4%
エジプト(EGP)	6.40	6.76	+5.6%

積極的な投資活動によって事業の拡大を進め、 継続的なフリー・キャッシュ・フローの最大化から 持続的な企業価値向上を図る

■ フリー・キャッシュ・フロー(1-9月)

(億円)

	'19/12月期 3Q累計	'20/12月期 3Q累計	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	577	1,062	+486
上記のうち投資関連科目 (減価償却費及び償却費+火災損失)	290	433	+143
投資活動によるキャッシュ・フロー	-421	-167	+254
上記のうち投資関連科目 (有形固定資産及び無形資産の取得)	-361	-253	+108
フリー・キャッシュ・フロー※1	155	896	+740

用途

持続的な成長に向けた投資

株主還元

※1:フリー・キャッシュ・フロー = 営業活動によるキャッシュ・フロー + 投資活動によるキャッシュ・フロー

COVID-19禍における動向と業績見通し

ステークホルダーの皆さまの健康と安全確保に向けた取り組み

- ◆2020年2月
 - ✓ 中国では感染拡大防止のため、北京市・深圳市・成都市などへマスクを寄付
 - ✓ 中国 武漢から帰国した皆様とクルーズ船ダイヤモンドプリンセス号の乗客の皆様に、マスクなどの商品を寄付
- ◆2020年3月
 - ✓ 緊急事態宣言が出された北海道エリアへマスクを供給
 - ✓ 日本では病院施設向けにもマスクを供給
- ◆2020年4月
 - ✓ インドネシアではジャカルタとカラワンにある複数の病院に対して大人用紙おむつと生理用品を寄付
 - ✓ 韓国では感染拡大防止のため、亀尾地域内へマスクなどを寄付



中国3都市で
寄付に対する
感謝の街頭広告



日本でマスクや生理用品、紙おむつなどを寄付



インドネシアでマスクなどを寄付

お客様の健康と安全確保に向けた取り組み(新たな一例)

- 出産に対して不安を抱えるプレママ・プレパパを支援する「online(オンライン)ムーニーちゃん学級」をムーニー公式のInstagramで開催。
- 7月から月1回、9月までで計3回を実施し、累計でのフォロワー獲得数は8,514名、最大同時接続者数は合計で延べ3,700人超。また、視聴者に対する事後アンケート(3開催分)においては97.5%が内容に対して「良かった」と回答。
- 第4回(10月)は「成長に合わせたおむつ選び」、第5回(11月)は「出産準備品」、第6回(12月)は「おむつの替え方」をテーマに実施予定。



オンラインで助産師さんなどの専門分野のエキスパートをお招きし、出産に向けて知りたいこと・不安なことを解消してもらえるきっかけづくりとして開催

クライシスマネジメント機能を強化しグローバルで展開

■ COVID-19禍に適応したBCP(事業継続計画)を策定

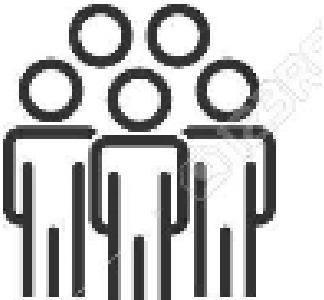


HQ統制機能を強化

生産性の維持・改善

自立を促す「働き方」で「働きがい」を最大化

COVID-19クライシスマネジメントチーム(CMT)立ち上げ



COVID-19対策ガイドライン(計4回)発信

生産部門 COVID-19対策規定(日・英)発信

開発部門 COVID-19対策ガイドライン発信

COVID-19対応マニュアル(日・英)発信

BCP体制(各リモート混合体制)確認項目策定

一人ひとりの生産性アップ・安心感の醸成



三密が発生しないよう「働く場所」を自分で選択できる
「リモートワークの推進」
「働く時間」を自分で選択できる
「コアタイムの撤廃」

COVID-19による業績への影響は 売上高+約3億円、コア営業利益+約18億円

■ COVID-19の影響(1-9月)

売上高	+約3億円	①感染予防意識の高まりなどで 主に日本でマスクやウェットティッシュ市場の拡大が継続	+約127億円
		②主にインド、インドネシアで一部の店舗閉鎖や物流・消費行動の制限などで紙おむつ使用機会減少、買い控え等で市場縮小	-約124億円
コア営業利益	+約18億円		

■ 今後の業績見通し

【市場の想定】

- ✓ COVID-19の影響による市場の縮小からは緩やかな回復傾向
- ✓ 10月以降もCOVID-19に加え、インフルエンザや花粉に対する衛生関連商品の需要は継続

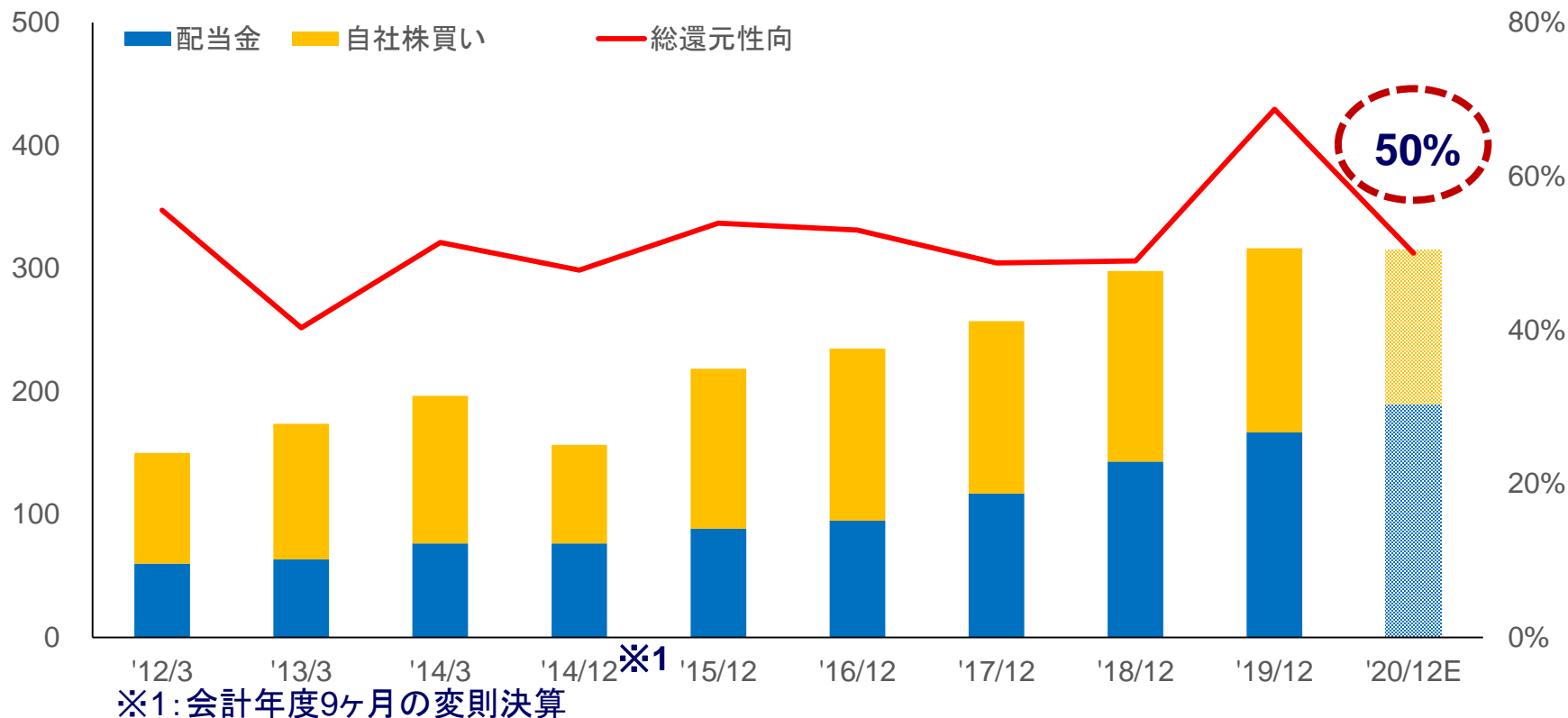
【4Q見通しポイント】

- ① 中国など各地でマーケティング費用を積極的に投下し市場成長を上回る成長
 - ② インドの供給課題は改善(減収幅縮小)
 - ③ COVID-19の影響は軽微
- ①、②、③から、4Q(10~12月)は増収増益を見込む

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 2020年度も総還元性向50%を計画

■ 株主還元政策 (億円)

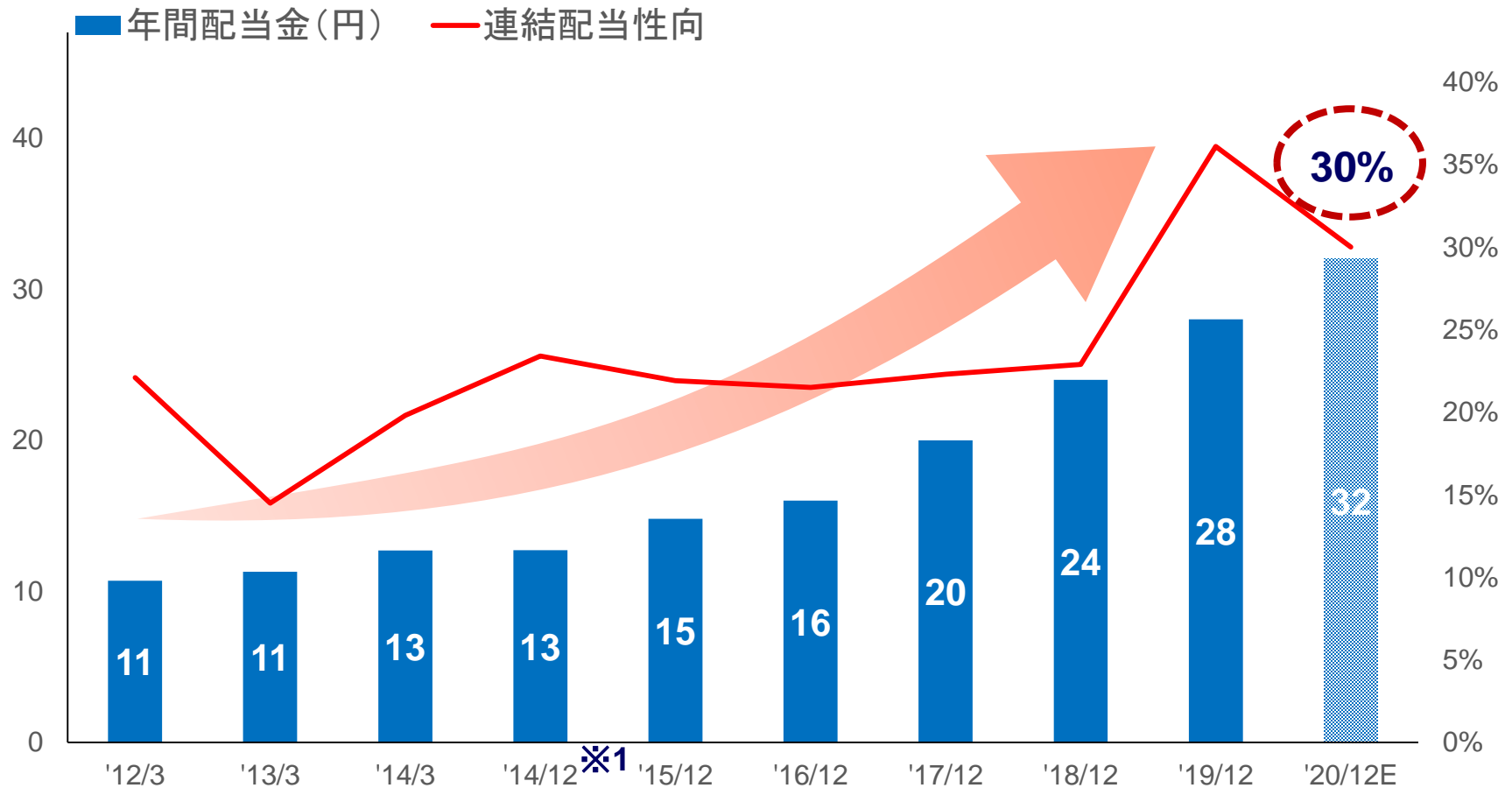


継続的な成長を実現するための事業投資を優先しつつ、中長期的な連結業績の成長に基づき、安定的かつ継続的な配当を実施し、自己株式の取得に関しても必要に応じて機動的に行うことで、株主配当と自己株式取得と合わせて**総還元性向50%を目標**に利益還元を図っております。

安定的かつ継続的な増配を実施し、19期連続増配を計画 配当性向30%を目指す

■ 1株当たり配当金の推移

(円)

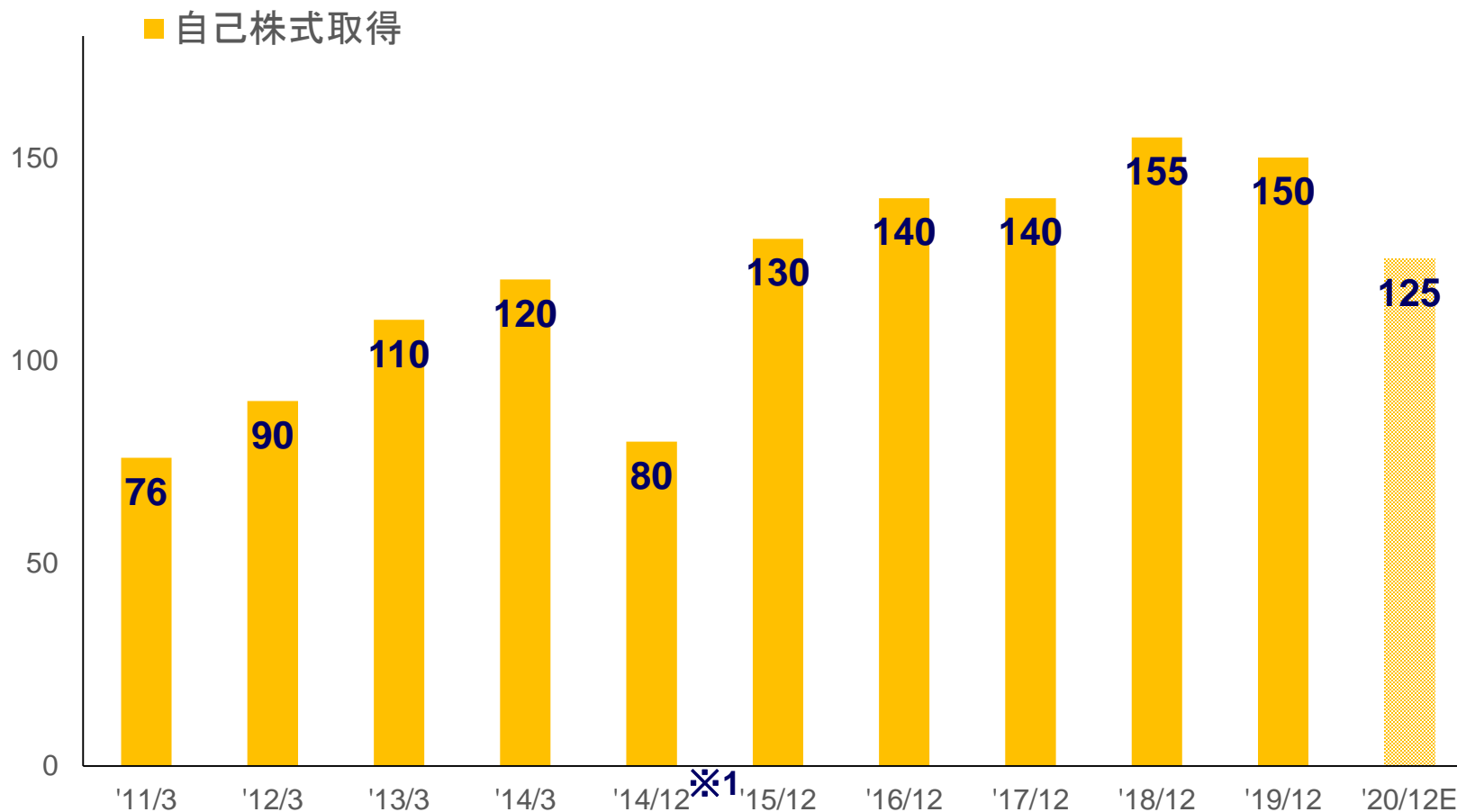


※1: 会計年度9ヶ月の変則決算

キャッシュの状況に応じて機動的に自己株式を取得 ‘20年は125億円(420万株)を上限に取得予定

■ 自己株式取得の推移

(億円)



※1: 会計年度9ヶ月の変則決算

ユニ・チャームの持続的成長を支える仕組み

SDGsを「Purpose」に Mission・Vision・Valueの3階層からバックキャスティング 思考でイノベーションを起こし持続的成長を目指す



ユニ・チャームの目指す『共生社会』の実現に向けた事業活動を通じて、社会課題(SDGs)を解決し持続的に成長



Purposeに対する取り組み

【企業理念】

NOLA & DOLA

Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities



WC その人らしい豊かで健康的な生活ができる共生社会を実現する

FC 女性の快適を科学し、自由を創造する

PC 健康と清潔でペットの暮らし快適に

BC 育児生活の向上を実現する

ユニ・チャームの目指す世界



ユニ・チャーム創業当初から受け継がれている企業文化 「3つのDNA」から「新3つのDNA BOP-ship」へ進化

◆3つのDNA

自ら変化し
自己成長に繋げ
新価値を創造
変化価値論

失敗の教訓を
生かすことで成長
原因自分論

常に最高の
満足をお客様へ
**尽くし続けてこそ
No.1**

◆新3つのDNA

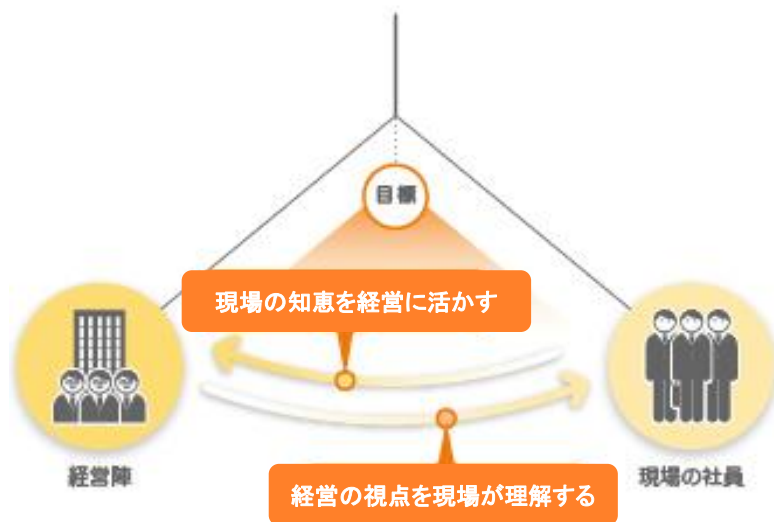
最高のものを
スピードをもって吸収
**Best
Practice-ship**

自ら率先して
行動し困難を突破
Ownership

利他の心で
常に協働を重視
Partnership

ユニ・チャーム独自の経営手法「共振の経営」を 経営管理手法「OODA-Loop」で実践し課題を解決

◆共振の経営



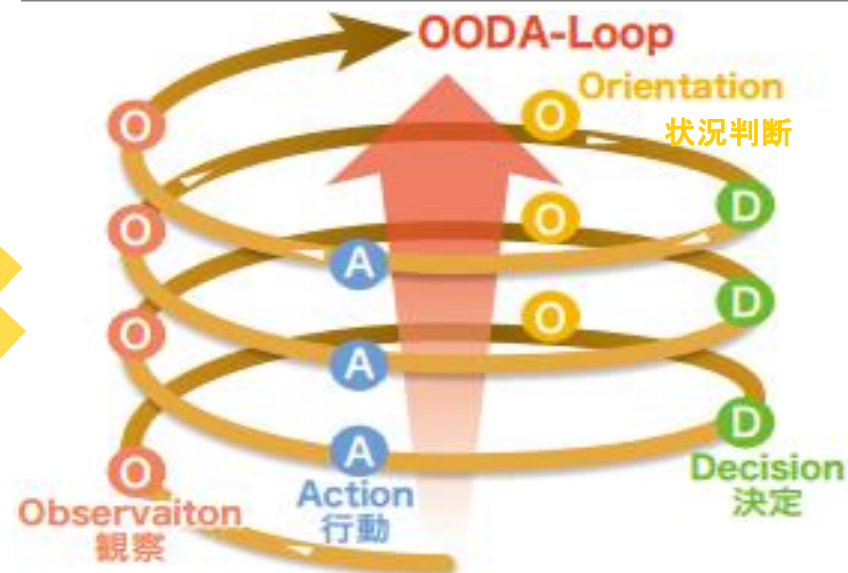
現場の社員と経営陣が情報を共有し
ともに目標に向かって進んでいく



**【BOP-ship】を全社員で発揮し、
変化を興し続ける**

①Best Practice-ship ②Ownership ③Partnership

◆OODA-Loop手法



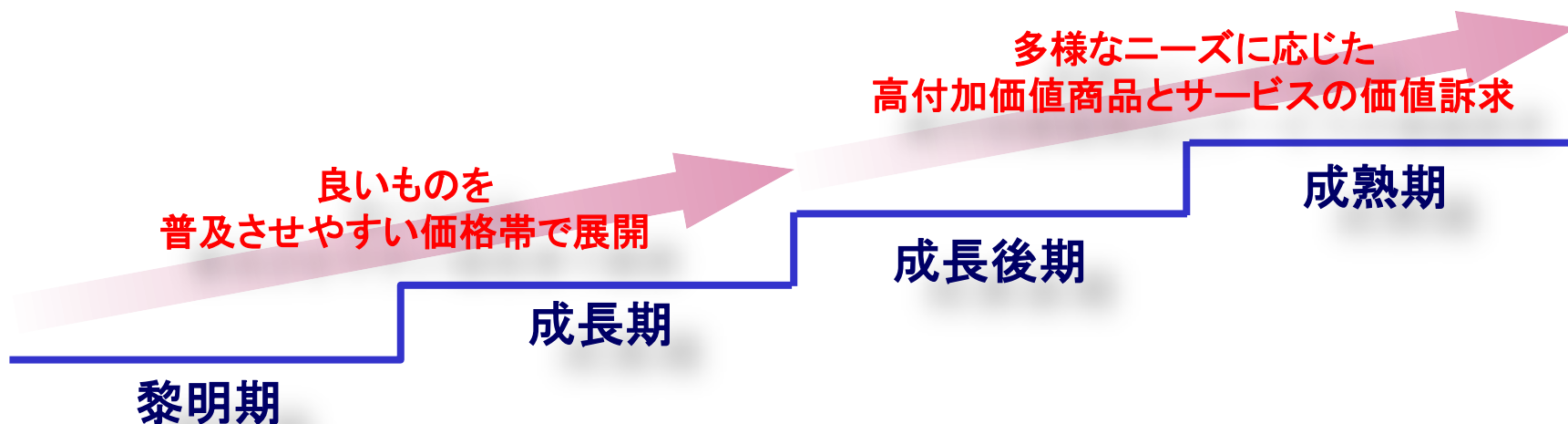
【変化が常態化した(ニューノーマル)環境】

- O**bservation: 五感を駆使して状況を観察する。
- O**rientation: 得られた情報と過去の経験や知識を駆使して状況判断する。
- D**ecision: 考えられる選択肢から成すべき意思決定をする。
- A**ction: 速やかに実行する。(繰り返すループ)

◆ユニ・チャームの勝ちパターン



◆各国・各事業の成長ステージに応じた戦略により市場を拡大



幅広い層をターゲットとした事業展開によるLTV※1の追求



乳幼児



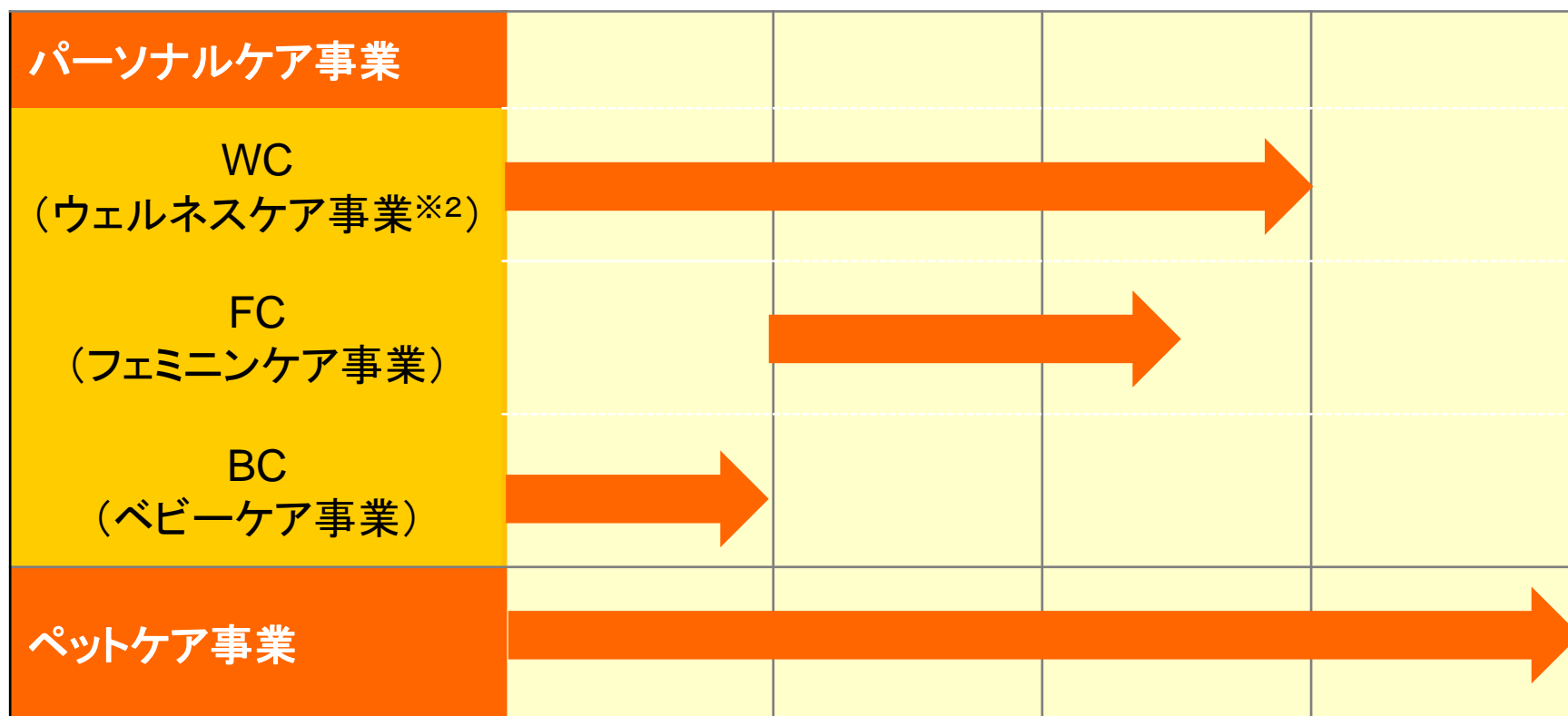
若年



中年/高齢者



ペット



※1:Life Time Valueの意

※2:2020年4月1日より、HC(ヘルスケア事業)とC&F(クリーン&フレッシュ事業)をWCとして統合

ESG重要テーマに対する取り組み事例

中長期ESG目標「Kyo-sei Life Vision 2030」を策定

◆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>目指す方向</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>重要取り組みテーマ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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

<p>目指す方向</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>重要取り組みテーマ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「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



<p>目指す方向</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>重要取り組みテーマ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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

<p>目指す方向</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>重要取り組みテーマ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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
--	--

ユニ・チャーム プリンシプル

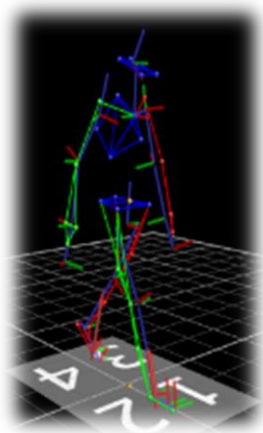


(私たちの健康を守る・支える)

COVID-19禍でのフレイル※発生リスクを軽減 “穿く新習慣”と“動く新習慣”



◆体幹を支え“歩行”の自立を科学的に追求した「ライフリー 歩行アシストパンツ」と「家ナカ体操」でADL(日常生活動作)を維持



※加齢とともに運動機能や認知機能が低下してきた状態
要介護に至る前の状態と位置づけられる



(私たちの健康を守る・支える)

世界初※蚊をおむつに寄せつけない ベビー用紙おむつでデング熱拡大を防止



◆世界初※アンチモスカプセルを搭載でデングウイルスを媒介する蚊をおむつに寄せつけない 「MamyPoko Extra Dry Protect」をマレーシア、シンガポールで発売

※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>



(私たちの健康を守る・支える)

尤妮佳(ユニジャ)史上最高ランクの ベビー用紙おむつを中国で新発売



◆「パールエキス添加シート」「金色箔押し」を施したプレミアム紙おむつ(テープタイプ)



『尤妮佳(ユニジャ)moony緻皇家(チュファンジャ)』

(社会の健康を守る・支える)

乳がんによる死亡率低下を目指して2008年から 13年連続で「ピンクリボン活動」を応援

- ◆ 応援デザインパッケージを発売し、対象商品の売上金の一部を寄付するなどの活動を通じて支援



(私たちの健康を守る・支える)

『ナチュラル ムーニー』

第14回キッズデザイン協議会※会長賞を受賞

◆おしっこで濡れるとおむつに「ありがとう」「だいすき」と浮かぶ、これまでのおむつにない高い付加価値が保護者のポジティブな感情を高めると評価

※次世代を担う子供たちの健やかな成長発展につながる社会環境の創出のために、
様々な企業・団体が業種を超えて集いあうNPO



Happyお知らせサイン



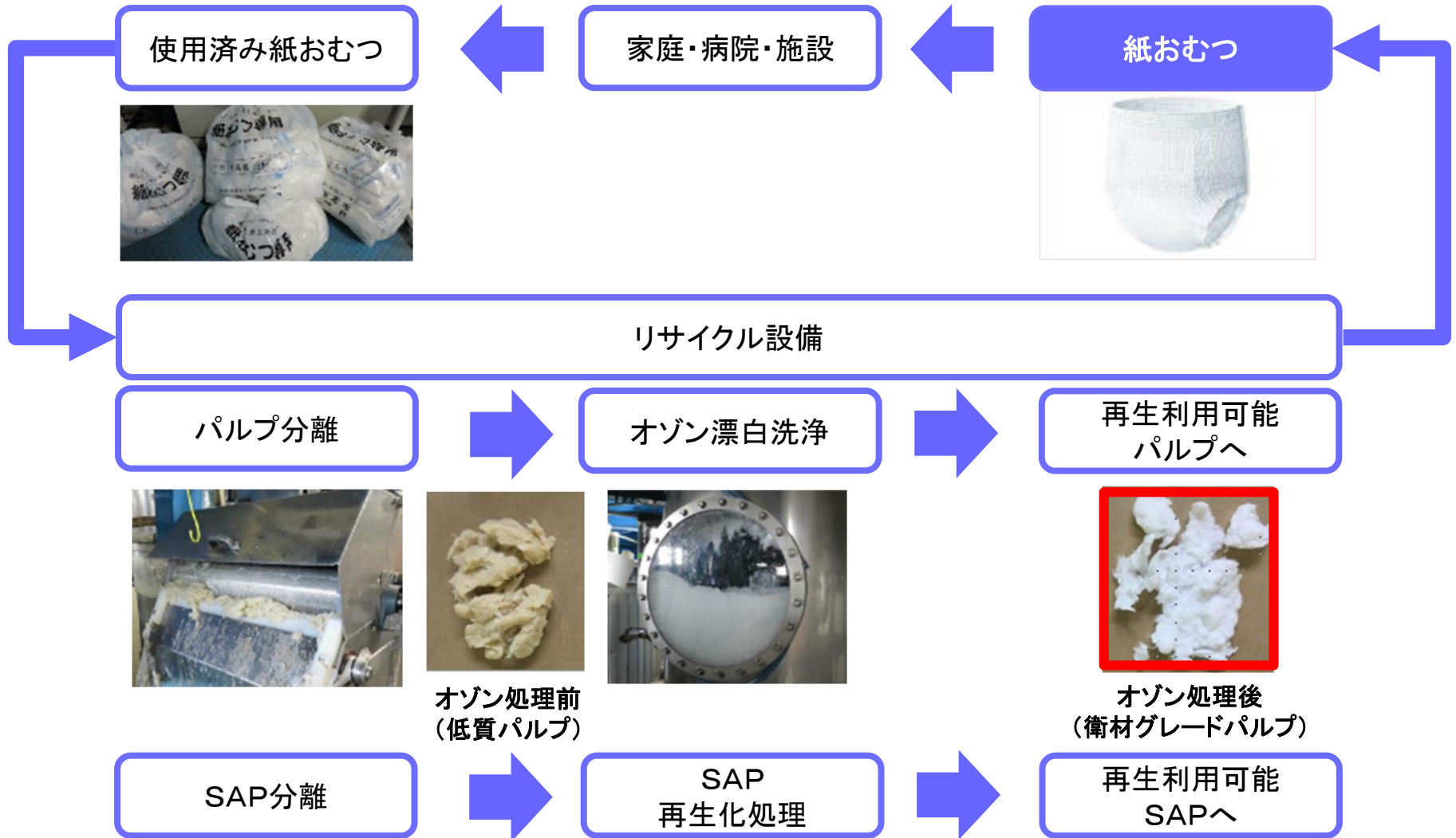


(地球の健康を守る・支える)

世界初の「使用済み紙おむつ再資源化技術」



◆使用済み紙おむつを水溶化により破碎、分離、オゾン処理することで再資源化を実現





(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試作品を製作 ゴミ処理費用削減と環境負荷低減にも貢献



◆紙おむつや災害備蓄品、トイレトペーパー、メモ帳、紙製ファイルなどの試作品を製作



リサイクルパルプ



紙おむつや災害備蓄品



トイレトペーパー
など



リサイクルSAP

◆大人用紙おむつを100人が1年間リサイクルした場合の効果

使用済み
紙おむつ



リサイクル



ゴミ収集車(2トン)約 **23** 台分の
ゴミをへらせる

100 本分の木を
切らなくてすむ



※ユニ・チャーム調べ



(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)

九州工場で使用する全ての電力を グリーン電力※1へ切り替え



◆国内最新鋭のスマートファクトリーである九州工場の年間使用電力(980万kWh)の全てを、グリーン電力に切り替え、工場で排出する二酸化炭素(年間約5,000ton-CO₂)の削減※2を目指す

※1 風力や太陽光、バイオマス、小規模水力などの自然エネルギーや再生可能エネルギーで発電された電力のこと

※2 年間約5,000ton-CO₂/の削減量とは、家庭1,400世帯が1年間に排出する二酸化炭素(CO₂)量に相当





(地球の健康を守る・支える)

「環境目標2030」を設定



◆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”」

環境課題	実施項目	基準年	2030 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	2016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	-	105KU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 ₂ 削減	2016年	原単位▲17%	CO ₂ 排出“0”社会の実現
	製造時CO ₂ 削減	2016年	原単位▲34%	
	使用済み商品廃棄処理時CO ₂ 削減	2016年	原単位▲26%	
森林破壊に加担しない (調達対応)	パルプ、パーム油の原産地(国・地域) トレーサビリティ確認	-	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%	
	使用済み紙おむつリサイクル推進	-	10以上の自治体で展開	



(社会の健康を守る・支える)

継続的な被災地支援や地域活性化支援



◆被災地支援の取り組み

- 被災地支援と節電活動を組み合わせたマッチングファンド※を2011年より継続、スーパークールビズ/ウォームビズ参加人数は、延べ20,971名
- 「令和2年7月豪雨」被災地への物資支援



※「被災地支援」と「節電推進」を目的に、社員が着用するオリジナルポロシャツなどを社内で販売
社員の購入した代金相当額と同額を寄付する制度



◆地域活性化支援

- 福岡県、香川県、福島市、熊本市などと『災害時における物資の供給協力に関する協定』の締結
- 掛川市、志布志市と災害対策や子育て支援、健康増進など7分野における『包括連携協定』の締結
- インドネシア児童養護施設への継続支援と交流
- エジプト現地法人での技術教育と就労機会の創出
- 家族で災害へ備える衛生情報「マイスタイル防災」
- FC今治様とトップパートナー契約を締結



インドネシア現地法人
児童養護施設訪問時の様子



マイスタイル防災
<http://www.unicharm.co.jp/csr-eco/mystylebosai/index.html>



エジプト現地高校での
Operator OFF-JTの様子



FC今治様
ホームユニフォーム

GPIF採用ESG指数における4指数の構成銘柄に選定

総合型指数

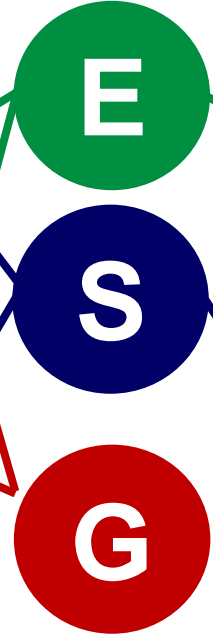
テーマ指数

FTSE Blossom Japan

S&P/JPX
カーボン
エフィシエント
指数

MSCI | MSCI ジャパンESG
セレクト・リーダーズ指数

MSCI | MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)



その他SRI指数

FTSE4Good

外部機関からの評価と連携

■ 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
- ✓ CO₂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

■ 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(マスバランス)の使用を開始

■ CDPジャパン500



- ✓ 森林資源管理のPDCAサイクルが高いレベルで機能し、B評価を獲得

■ SOMPO

サステナビリティ・インデックス



Sompo Sustainability Index

- ✓ 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

外部機関からの評価と連携

■ Sedex



- ✓ 日本やアジア主要国、サウジアラビアなどの19工場をSedexに登録
- ✓ 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向けAB会員に加入

■ ホワイト500



- ✓ 健康維持・増進に向けた取り組みや、働き方改革の取り組みが評価され、2020年度も継続認定

■ 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

■ エコレールマーク



■ 男性育休100%宣言



■ 日本子育て支援大賞



■ 企業広報大賞





ユニ・チャームは
全ての人々が自立と相互扶助によって
輝き続けられる“共生社会”の
実現に寄与するために、
快適と感動と喜びを与えるような
世界初、世界No.1の商品と
サービスを提供しつづけます。