

ユニ・チャームの成長戦略：持続的な成長を支える戦略と展望

はじめに

ユニ・チャームは、ベビーケア用品、フェミニンケア用品、ヘルスケア用品、ペットケア用品など、幅広い分野で事業を展開する大手日用品メーカーです。同社は、「NOLA&DOLA (Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities)」という企業理念のもと、人々の生活に寄り添い、快適で豊かな暮らしをサポートすることを目指しています。この記事では、ユニ・チャームの成長戦略を多角的に分析し、その強みや弱み、今後の展望について考察していきます。

企業理念 (NOLA&DOLA) ¹

ユニ・チャームは、「NOLA&DOLA (Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities)」という企業理念を掲げています。これは、「人々が活動的に生活を送るために必要なもの」と「人々が活動的に生活を送ることで実現する夢」を意味し、人々の生活の質向上に貢献するという同社の強い意志を表しています。この理念は、製品開発から販売、社会貢献活動に至るまで、あらゆる企業活動の基盤となっています。

1. ユニ・チャームの事業概要 ¹

ユニ・チャームは、ベビーケア、フェミニンケア、ヘルスケア、ペットケアなど幅広い分野の製品を取り扱っています。主力製品には、ベビー用紙おむつ「ムーニー」、生理用品「ソフイ」、大人用紙おむつ「ライフリー」、ペット用紙おむつ「デオシート」などがあり、いずれも高いブランド力と市場シェアを誇っています。

2. 財務状況と推移 ²

ユニ・チャームは、堅調な業績を維持しており、2023年度の売上高は9417億9000万円、税引前利益は1323億8000万円と、過去5年間で増加傾向にあります。売上高は2019年の7142億3300万円から2023年には9417億9000万円に増加し、税引前利益も695億3800万円から1323億8000万円に増加しています。親会社株主に帰属する当期純利益も増加傾向にあり、2019年の461億1600万円から2023年には860億5300万円となっています。

項目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
売上高 (百万円)	714,233	769,397	818,373	853,671	941,790
税引前利益 (百万円)	69,538	100,471	107,499	114,493	132,308
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	46,116	67,039	72,041	76,691	86,053

さらに、株主還元も重視しており、2023年度の1株当たり配当金は40円と、2019年度の28円から増加しています。² 2023年度の総株主還元率は148.1%と、2019年度の104.7%から増加しています。² 2023年度の株価は、最高値5,958円、最安値4,623円と、2019年度と比較して上昇しています。² 従業員数は、2023年度末時点で1,457人であり、2019年度末の1,443人から微増しています。²

3. 中期経営計画³

ユニ・チャームは、2024年から2026年までの第12次中期経営計画を策定し、「共生社会の実現」をビジョンに掲げています。この計画では、売上高や収益性の向上といった財務目標に加え、環境負荷の低減や社会的な包容性の促進など、サステナビリティへの取り組み強化も盛り込まれています。世界をリードする企業を目指し、持続的な成長と社会貢献の両立を追求していく方針です。

4. 強みと弱み^{4 5}

会社名	強み	弱み	売上高	営業利益
ユニ・チャーム	圧倒的な海外・アジア売上高比率、多くの商品分野で日本国内トップシェア ⁵ 、高い研究開発力 ⁴ 、垂直統合型ビジネスモデル ⁴	花王に売上高・営業利益が劣っている点 ⁵ 、欧米市場でのプレゼンスの低さ ⁴	7,827 億円	1,224 億円
花王	売上高・営業利益が業界トップクラス、国内トップシェア、リーディングブランドの多さ ⁵	ユニ・チャームに比べて海外・アジア売上高比率が劣っている ⁵	1兆4,187 億円	1,435 億円
ライオン	国内 No.1 のオーラルケア分野、「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニー」に向けた事業の進化・新価値創造 ⁵	売上高・営業利益が花王・ユニ・チャームに劣っている ⁵	3,662 億円	311 億円

高いブランド力と市場シェア: 「ムーニー」「ソフィ」「ライフリー」など、多くの商品分野で国内トップシェアを誇る強力なブランドを有しています。^{4 5} これは、長年にわたる研究開発とマーケティング活動の成果であり、消費者の信頼を獲得してきた証と言えるでしょう。

研究開発力: 高い研究開発力を活かし、消費者のニーズに対応した新製品を次々と投入しています。⁴ 例えば、近年では、肌への優しさを追求したベビー用紙おむつや、吸水性に優れた生理用品など、革新的な製品を開発し、市場をリードしています。

アジア市場での強固な基盤: アジアを中心とした海外市場で高いプレゼンスを確立しており、今後の成長を牽引する役割を担っています。⁵ アジア市場は、人口増加や経済成長に伴い、衛

生用品の需要が拡大しており、ユニ・チャームにとって重要な市場となっています。特に、所得水準の向上に伴い、高品質な製品への需要が高まっている点は、同社にとって大きな追い風となっています。

垂直統合型ビジネスモデル: 不織布や吸収体の加工・成形技術を自社で保有することで、コスト競争力を高め、品質管理を徹底しています。⁴ これは、他社との差別化を図り、安定的な供給体制を構築する上で重要な強みとなっています。

5. 注力分野と戦略

ユニ・チャームは、以下の分野に注力し、成長戦略を展開しています。

- **高齢化社会への対応:** 高齢化が進む中、大人用紙おむつ市場は拡大が見込まれています。ユニ・チャームは、「ライフリー」ブランドを中心に、高機能・高品質な製品を開発し、市場での競争力を強化しています。
- **新興国市場の開拓:** アジアを中心とした新興国市場では、人口増加や経済成長に伴い、衛生用品の需要が拡大しています。ユニ・チャームは、現地ニーズに合わせた製品開発や販売網の構築を進め、市場シェアの獲得を目指しています。
- **ペットケア事業の強化:** ペット飼育の増加に伴い、ペットケア用品市場も拡大しています。ユニ・チャームは、「デオシート」などのペット用紙おむつに加え、ペットフードやトイレタリー用品など、幅広い製品を展開し、市場でのプレゼンスを高めています。
- **M&A 戦略:** ユニ・チャームは、M&A を積極的に活用することで、事業の拡大や新技術の導入を図っています。近年では、海外企業の買収や業務提携を通じて、グローバルな事業展開を加速させています。

6. 業界動向とユニ・チャームへの影響

- **高齢化:** 世界的な高齢化の進展は、大人用紙おむつ市場の拡大に繋がり、ユニ・チャームの成長を後押しする要因となっています。高齢化社会において、健康寿命の延伸は重要な課題であり、ユニ・チャームは、高齢者の QOL 向上に貢献する製品やサービスの提供を通じて、社会に貢献していくことが期待されます。
- **新興国市場の成長:** アジアなどの新興国市場では、経済成長と生活水準の向上に伴い、高品質な衛生用品の需要が高まっています。ユニ・チャームは、これらの市場における事業拡大に注力しており、大きな成長ポテンシャルを秘めています。
- **環境問題への関心の高まり:** 環境問題への関心の高まりを受け、環境に配慮した製品開発が求められています。ユニ・チャームは、再生可能資源の活用や CO2 排出量の削減など、環境負荷低減への取り組みを強化しています。例えば、紙おむつに使用するパルプを、持続可能な森林経営を認証する FSC 認証を取得したものに切り替えるなど、具体的な取り組みを進めています。

7. 株価と今後の成長見通し^{6 7}

2025年1月31日時点のユニ・チャームの株価は 1,215.0 円、アナリストの目標株価は 1,511

円となっており、株価は過小評価されているとされています。⁷アナリストは、ユニ・チャームの今後の業績について、2025年の売上高と利益の予測を据え置いており、事業の見通しに変更はないと見えています。⁶個別投資家は株価が下落すると予想している一方で、アナリストは上昇すると予想しており、今後の株価動向に注目が集まります。⁷アナリストは、ユニ・チャームの株価が今後1年間で29.05%上昇すると予測しています。⁷

8. 結論

ユニ・チャームは、強力なブランド力、高い研究開発力、アジア市場での強固な基盤を強みに、持続的な成長を続けています。高齢化社会への対応、新興国市場の開拓、ペットケア事業の強化など、今後の成長を支える戦略を着実に実行することで、更なる発展が期待されます。ユニ・チャームは、これらの強みと戦略を活かすことで、今後もグローバル市場において持続的な成長を遂げ、人々の生活を豊かにする企業として、更なる発展を遂げることが期待されます。

引用文献

1. ユニ・チャーム: 総合 TOP, 2月1, 2025 にアクセス、<https://www.unicharm.co.jp/>
2. www.unicharm.co.jp, 2月1, 2025 にアクセス、https://www.unicharm.co.jp/content/dam/sites/www_unicharm_co_jp/pdf/ir/library/securities/20240328_UC%E7%AC%AC64%E6%9C%9F_%E6%9C%89%E4%BE%A1%E8%A8%BC%E5%88%B8%E5%A0%B1%E5%91%8A%E6%9B%B8.pdf
3. 第12次中期経営計画 (FY2024~FY2026) - ユニ・チャーム, 2月1, 2025 にアクセス、https://www.unicharm.co.jp/content/dam/sites/www_unicharm_co_jp/pdf/ir/library/chukei/J_%E7%AC%AC12%E6%AC%A1%E4%B8%AD%E6%9C%9F%E8%A8%88%E7%94%BB_HP%E9%96%8B%E7%A4%BA.pdf
4. トイレタリー業界とは | 日本と世界の企業ランキングと就職難易度 ..., 2月1, 2025 にアクセス、<https://j.futurefinder.net/article/business-world-corporate-analysis/research-toilettry-gyoukai/>
5. 日用品・消費財メーカー比較-花王・ユニチャーム・ライオンの強み ..., 2月1, 2025 にアクセス、<https://unistyleinc.com/techniques/523>
6. ユニ・チャーム決算はアナリスト予想を下回る - Simply Wall St, 2月1, 2025 にアクセス、<https://simplywall.st/ja/stocks/jp/household/tse-8113/unicharm-shares/news/a21c4232cd8b1020>
7. ユニ・チャーム (8113): アナリストの予想株価・プロ予想 ... - みんなの株, 2月1, 2025 にアクセス、https://minkabu.jp/stock/8113/analyst_consensus