



## 重要取り組みテーマ

## 私たちの健康を守る・支える

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。

## 基本的な考え方・方針

ユニ・チャームの企業理念「NOLA & DOLA」には、「赤ちゃんからお年寄りまで、全ての生活者がさまざまな負担から解放されるよう、心と体をやさしくサポートする商品・サービスを提供し、一人ひとりの夢を叶えたい」という想いが込められています。世界中の生活者一人ひとりが、人生のさまざまなステージで、いつでも「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。

## 2022年実績について

当社は、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すことを社内基準としています。開発段階では、さまざまなゲートを設定し、次の段階へ移行してよいかを厳しく確認しており、現在発売されている全ての商品がその基準をクリアしています。この仕組みを継続することで、「私たちの健康を守る・支える」商品・サービスの展開比率100%を継続していくことが重要だと考えています。2022年の取り組みの一例として、「健康寿命延伸/QOL向上」では、「骨盤サポートフィット®」機能を搭載した『ライフリー 歩くのらくらくうす型パンツ』の提供を通じて、日常生活の歩行を支援しました。「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」では、女性が自分らしく生きられる社会の実現を目指した企業向け研修プログラムと、初潮教育・月経教育の提供を継続しました。「パートナー・アニマル(ペット)との共生」では、飼い主とパートナー・アニマル(ペット)のおでかけをもっと気軽に楽しめる社会を目指す「GO WITH わんこ プロジェクト」を展開し、「育児生活の向上」では、蚊を寄せつけない機能を持つ商品を通じて、赤ちゃん和家人のすこやかな生活に貢献しました。「衛生環境の向上」では、使用実態やニーズに合わせたマスクとウェットティッシュの提供を通じて、清潔で快適な環境をサポートしました。

## 健康寿命延伸/QOL向上

## 取り組みの背景

65歳以上の人口の割合は世界中で年々増加しており、中でも日本は世界一の超高齢社会となっています。医療の発展により平均寿命が延びる一方で、健康上の問題で日常生活が制限されることなく自立した生活を送ることができる「健康寿命」への関心が一層高まっています。年齢を重ねても、その人がその人らしく、豊かな社会生活を送ることは、誰もが願うことではないでしょうか。

当社は、加齢に伴うさまざまな不具合に対応したケア用品やサービスを提供しています。それらを適切に使用し、これまで通りの活動的な生活を送っていただくことを通じて、健康寿命の延伸に取り組んでいます。

## 主な取り組み・活動事例

## 【日本】『ライフリー 歩くのらくらくうす型パンツ』

当社は、歩行を支援する機能を搭載した『ライフリー 歩行アシストパンツ』を2020年に発売し、当初より多くのお客様にご支持をいただいています。『ライフリー 歩行アシストパンツ』を継続してご使用いただいているお客様を調査したところ、外出時にのみ使用されている方に比べて、日常的に使用されている方は「生活意欲」と「ADL(Activities of Daily Living/日常生活動作)」といった心身双方の状態を高いレベルで維持されていることが分かりました。

そこで、より日常にお使いいただけるように、最大の特長である「歩くのがらく」であることがひと目で分かる『ライフリー 歩くのらくらくうす型パンツ』へと商品名称を改め2022年4月にリニューアルしました。足腰の負担を軽減する「骨盤サポートフィット®」や、薄くて柔らかく、伸縮性に優れて通気性を備えた布性下着のような肌ざわりに加え、足の動きに合わせて吸収体が変形することでモコモコせずに足を前に出しやすい構造などによって、毎日のご使用でも違和感なくお過ごしいただけるよう工夫しました。



「骨盤サポートフィット®」で腰まわりをサポート

## 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

### 取り組みの背景

それぞれの国や地域が抱える課題を克服し、女性が社会で活躍することは、ジェンダー平等の実現のみならず、貧困の解消や地域の経済発展にもつながります。世界中の女性が輝く社会づくりの一助となるよう、これまでに蓄積した事業活動のノウハウを活かし、それぞれの国や地域の特性に合わせた商品・サービスを提供するとともに、女性が自分らしく生きられる社会の実現を目指した啓発活動やプロジェクトを進めています。

### 主な取り組み・活動事例

#### 【日本】#NoBagForMe

2019年6月に開始した、ソフィ「#NoBagForMe」プロジェクトは、女性が自分に合った生理ケアを知り、選び、自分らしく生きられる社会の実現を目指して活動しています。

2020年からは、企業向け研修プログラム「ソフィみんなの生理研修」を展開し、生理の仕組みや女性の健康に関する正しい知識を身につけることで、社内における性別や体質・体調の違いといった異なる立場間の相互理解を促進してきました。

2022年には、講義パートの動画提供だけでなく、参加する企業・団体の要望に合わせたディスカッションテーマを用意するなど、アレンジ可能な構成へ発展させた講師派遣プランを用意しました。その結果、合計158の企業・団体等に対して研修の実施や動画を提供しました。

2022年8月には、当社がトップパートナー契約を結んでいるFC今治\*の下部組織に在籍する、約50名の中高生を対象に「みんなの生理研修」を実施しました。また、9月には当社の管理職約250名に対しても同プログラムを実施しました。

\* 日本プロサッカーリーグ (J3リーグ) に加盟するサッカークラブ



FC今治「ソフィみんなの生理研修」の様子

#### 【グローバル】初潮教育・月経教育

当社は、アジアを中心とした初潮教育・月経教育を通じて、思春期の少女が女性の体や生理に関する正しい知識を得て、安全・安心な生理期間を過ごし、健康でその人らしく生きられるよう支援することを目指しています。

インドの現地法人では、2013年に現地のNGOなどと協力して、生徒や学生に生理の仕組みや適切なケアを教える教育プロジェクトを開始しました。2022年には、デリー首都圏やマハーラーシュトラ州、ラジャスタン州などの1,000以上の学校や大学で月経に関するセッションを行いました。このプロジェクトには、2022年までの10年間で約483,000名が参加しています。

また、日本や中国、台湾-大中華圏、インドネシア、ミャンマー、ベトナム等においても、初潮教育・月経教育を行っており、Webサイトでの情報発信や教材・生理用品サンプルの提供を通じた啓発活動を継続しています。

#### ▶ 各国・地域での初潮教育・月経教育の取り組み

	2022年実績と内容
インド	<ul style="list-style-type: none"> <li>初潮・月経教育(オンライン含む): 約101,000名(1,200校) <b>1</b></li> <li>母娘で学ぶセッション: 約1,800組(74回)</li> </ul>
日本	<ul style="list-style-type: none"> <li>初潮教育サイト「はじめてからだナビ」を通じた情報発信 <b>2</b> web <a href="https://jp.sofygirls.com/ja/home.html">https://jp.sofygirls.com/ja/home.html</a></li> <li>日本カルミック株式会社と連携し、初潮教育セットを提供: 約180,000セット</li> </ul>
中国	<ul style="list-style-type: none"> <li>生理用品サンプルと冊子「はじめてからだナビ」の提供: 379名(寧夏回族自治区中学校)</li> </ul>
台湾-大中華圏	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webサイトを通じた情報発信</li> <li>生理用品サンプルの提供: 9,250セット (小学校の保健教諭からの支援要請と下着ブランド「Been Teen」との連携)</li> </ul>
インドネシア	<ul style="list-style-type: none"> <li>初潮教育サイト「Charm Girls Talk」登録者数: 78,484名(2022年12月末時点)</li> </ul>
ミャンマー	<ul style="list-style-type: none"> <li>初潮教育プログラムの再開: 15,245名(73校) <b>3</b></li> </ul>
ベトナム	<ul style="list-style-type: none"> <li>生理用品サンプルの提供: 約50万セット(ハノイなどの主要都市部の中学・高校) 約30万セット(南部の工業地帯と郊外地域)</li> </ul>



## パートナー・アニマル(ペット)との共生

### 取り組みの背景

当社は、犬・猫用のフードや衛生用品・サービスの提供、アニマル・ウェルフェア(動物福祉)の考えに則って犬猫の殺処分ゼロを目的に活動する団体への支援等を通じて、人とパートナー・アニマル(ペット)が幸せに共生する社会の実現を目指しています。

近年、犬や猫は、一緒に過ごす時間が長くなることで関係が深まり、家族の一員のような存在になりました。そのような中、必要な栄養素を美味しく摂れるフード、ストレスフリーで清潔な生活環境や一緒におでかけすることで豊かな経験を実現する衛生用品・サービスの提供を通じて、健康維持や、排泄トラブルの解決に寄与しています。パートナー・アニマル(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していきます。

### 主な取り組み・活動事例

#### 【日本】「GO WITH わんこ プロジェクト」

当社は、飼い主とパートナー・アニマル(ペット)のおでかけをもっと気軽に楽しめる社会にしたいという想いから、旅行業や飲食業など、さまざまな業界と協働で、2022年4月より、パートナー・アニマル(ペット)用吸収ウェアブランド『マナーウェア』において、「GO WITH わんこ プロジェクト」を始動しました。本プロジェクトへ賛同し、『マナーウェア』の着用を推奨している飲食店や施設に、愛犬との同伴が可能であることを示すステッカーを配布しました。また、『マナーウェア』を着用した愛犬と一緒に飛行機に乗って旅行ができる国内初となるツアーや、一緒にスポーツを楽しめる「GO WITH わんこ マラソン2022」への協賛など、愛犬との外出を安心して楽しめる企画を展開しています。

さらに、株式会社ファイターズ スポーツ&エンターテインメントとパートナーシップ契約を締結し、2023年3月に開業した「北海道ボールパーク F ビレッジ」内の新球場「ES CON FIELD HOKKAIDO」において、愛犬と一緒に野球観戦が楽しめる環境を提供しています。



## 育児生活の向上

### 取り組みの背景

当社が事業を展開する、世界の約80の国・地域における気候や文化、習慣はさまざまです。当社は現地の生活実態や消費実態を徹底的にリサーチし、文化や生活環境に合わせた商品・サービスを提供しています。お客様のニーズにきめ細かく応え、それぞれの国・地域が持つ社会課題解決につながる商品・サービスの展開を通じて、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しています。

### 主な取り組み・活動事例

#### 【マレーシア・シンガポール】『MamyPoko Extra Dry Protect』

#### 【ブラジル】『ANTIMOS LENÇOS REPELENTE』

東南アジアや南アジア、中南米等の地域では、蚊が媒介するデング熱などの感染症が社会課題となっています。デング熱は、蚊を介して感染するため、蚊に刺されないようにすることが重要です。当社は、蚊を寄せつけない機能を持つ商品や、感染対策につながる情報発信・啓発活動を通じて、デング熱から赤ちゃんを守りたいと考えています。

マレーシアやシンガポールにおいて、2020年に、蚊が忌避するレモンガラス成分をマイクロカプセルに詰め込んでベビー用紙おむつのテープ部分に塗工した『MamyPoko Extra Dry Protect』を発売しました。テープを付け外しする際



に擦ることでカプセルが破碎され、レモンガラス成分によって蚊が紙おむつに近づくことを防ぎます。レモンガラス成分は赤ちゃんの肌に触れても安心な、自然由来の材料を用いています。

また、ブラジルにおいて2022年4月に、蚊が忌避する成分を配合したウェットティッシュ『ANTIMOS LENÇOS REPELENTE』を発売しました。スプレータイプの忌避剤のように薬剤が口や目に入ってしまう心配がなく、塗り残しが少ないシートタイプなので、お子様だけでなくご家族の皆様安心してご利用いただけます。シートにはレモンガラスの香りが塗布されており、ラベルを開けた瞬間から蚊除けの効果을期待できる工夫が施されています。



## 衛生環境の向上

### 取り組みの背景

多様化する使用実態やニーズの変化に合わせて、お子様から大人の方まで一年を通して快適にご使用いただけるマスクを提案しています。また、清潔意識の変化に合わせたウェットティッシュを展開し、衛生的で快適な生活に貢献しています。日本以外の国や地域においても、マスクやウェットティッシュの需要が高まっており、グローバル展開を加速することにより衛生環境の改善に貢献しています。

### 主な取り組み・活動事例

#### 【グローバル】使用実態やニーズに合わせたマスク

当社は感染対策に欠かせないマスクを通年で快適にご使用いただくために、機能性とつけ心地を追求し、使用場面によって異なるニーズに合わせた商品を開発してきました。日本においては、マスクの着用効果を左右する「フィット感」の観点で、さまざまな形状やサイズを展開し、園児や小学校低学年向けの専用品も販売しています。しかし、成長期にある小学校高学年は、園児・低学年向けでは小さく、大人用では大きいため、耳ゴムを自分で調整するなどの工夫をしていることがわかりました。そこで2022年3月に、成長期の小学校高学年の顔にぴったりフィットする、『超快適®マスク 高学年専用タイプ』を発売しました。

P.022 「NOLA & DOLA」を実現するイノベーション



また、日本以外の国や地域においても、COVID-19をきっかけに感染対策の一環としてマスクの着用が浸透しており、需要が顕在化しています。当社は、高機能・高付加価値マスクのグローバル展開を強化し、お客様の健康的な生活の実現に貢献しています。



#### 【日本】『シルコット®ウイルス除去※ノンアルコール 外出用』

COVID-19の感染拡大に伴い清潔意識が向上し、除菌をこまめに行う習慣が定着しました。除菌に用いる商品の多くはアルコール成分を含んでおり、このような衛生習慣の変化を原因とする肌荒れに2人に1人が悩まされています。当社の調査によると「アルコールタイプと同等の除菌効果がありながら、肌荒れやニオイが気にならないノンアルコールタイプの商品を使用したい」という方が多くいることがわかりました。

そこで、アルコール成分が苦手なお客様のご要望にお応えして、2022年9月に『シルコット®ウイルス除去ノンアルコール 外出用』を発売しました。この商品は、「厚手メッシュシート」を採用しており、身のまわりの汚れがしっかり拭ぎとれます。また、アルコール成分の代わりに高濃度の塩化ベンザルコニウムを配合することで、ノンアルコールながら外出先でも身のまわりのウイルスを簡単に除去できる仕様となっています。

※ 全てのウイルスを除去するわけではありません。

