



## 2025年12月期 第2四半期（中間期）決算短信〔IFRS〕（連結）

2025年8月5日

上場取引所 東

上場会社名 ユニ・チャーム株式会社  
 コード番号 8113 URL <https://www.unicharm.co.jp/>  
 代表者 (役職名) 代表取締役 社長執行役員 (氏名) 高原 豪久  
 問合せ先責任者 (役職名) 専務執行役員 経理財務本部長 (氏名) 島田 弘達 TEL 03-3451-5111  
 半期報告書提出予定日 2025年8月6日 配当支払開始予定日 2025年9月2日  
 決算補足説明資料作成の有無: 有  
 決算説明会開催の有無 : 有 (証券アナリスト・機関投資家向け)

(百万円未満四捨五入)

### 1. 2025年12月期第2四半期（中間期）の連結業績（2025年1月1日～2025年6月30日）

#### (1) 連結経営成績（累計）

(%表示は、対前年中間期増減率)

	売上高		コア営業利益		税引前中間利益		中間利益		親会社の所有者に帰属する中間利益		中間包括利益合計額	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2025年12月期中間期	464,170	△4.8	57,014	△22.0	62,496	△14.8	46,697	△0.9	41,813	5.5	14,170	△85.7
2024年12月期中間期	487,729	7.4	73,099	24.4	73,360	20.3	47,120	16.0	39,628	14.3	99,184	21.8

	基本的1株当たり 中間利益		希薄化後1株当たり 中間利益	
	円	銭	円	銭
2025年12月期中間期	23	84	—	—
2024年12月期中間期	22	42	—	—

- (注) 1. コア営業利益は当社グループの経常的な事業業績を測る指標として有用な情報であり、売上総利益から販売費及び一般管理費を控除して算出しております。  
 2. 当社は、2025年1月1日付で普通株式1株につき3株の株式分割を行っております。「基本的1株当たり中間利益」は、前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたものと仮定して算定しております。

#### (2) 連結財政状態

	資産合計	資本合計	親会社の所有者に 帰属する持分	親会社所有者 帰属持分比率
	百万円	百万円	百万円	%
2025年12月期中間期	1,178,306	853,079	762,946	64.7
2024年12月期	1,239,973	873,711	773,062	62.3

### 2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円	円	円	円	円
2024年12月期	—	22.00	—	22.00	44.00
2025年12月期	—	9.00	—	—	—
2025年12月期（予想）	—	—	—	9.00	18.00

- (注) 1. 直近に公表されている配当予想からの修正の有無: 無  
 2. 当社は、2025年1月1日付で普通株式1株につき3株の株式分割を行っております。2024年12月期については、当該株式分割前の実際の配当金の額を記載しております。2025年12月期については、当該株式分割後の数値を記載しております。

3. 2025年12月期の連結業績予想（2025年1月1日～2025年12月31日）

（％表示は、対前期増減率）

	売上高		コア営業利益		税引前当期利益		親会社の所有者に帰属する当期利益		基本的1株当たり 当期利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	
通期	974,000	△1.5	120,000	△13.3	127,000	△5.6	85,100	4.0	円 銭 48.63

- (注) 1. 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：有  
 2. 当社は、2025年1月1日付で普通株式1株につき3株の株式分割を行っております。連結業績予想における「基本的1株当たり当期利益」については、当該株式分割後の数値を記載しております。

※ 注記事項

(1) 当中間期における連結範囲の重要な変更：無

(2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更

- ① IFRSにより要求される会計方針の変更：無  
 ② ①以外の会計方針の変更：無  
 ③ 会計上の見積りの変更：無

(3) 発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2025年12月期中間期	1,862,502,957株	2024年12月期	1,862,502,957株
② 期末自己株式数	2025年12月期中間期	112,637,372株	2024年12月期	103,393,746株
③ 期中平均株式数（中間期）	2025年12月期中間期	1,753,731,834株	2024年12月期中間期	1,767,363,922株

- (注) 当社は、2025年1月1日付で普通株式1株につき3株の株式分割を行っております。発行済株式数（普通株式）は、前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しております。

※ 第2四半期（中間期）決算短信は公認会計士又は監査法人のレビューの対象外です。

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等については、添付資料5ページ「1. 経営成績等の概況 (3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

## ○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況 .....	2
(1) 当中間期の経営成績の概況 .....	2
(2) 当中間期の財政状態の概況 .....	4
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明 .....	5
2. 要約中間連結財務諸表及び主な注記 .....	6
(1) 要約中間連結財政状態計算書 .....	6
(2) 要約中間連結損益計算書及び要約中間連結包括利益計算書 .....	8
(3) 要約中間連結持分変動計算書 .....	10
(4) 要約中間連結キャッシュ・フロー計算書 .....	12
(5) 要約中間連結財務諸表に関する注記事項 .....	14
1. 継続企業の前提に関する注記 .....	14
2. 重要性がある会計方針 .....	14
3. 表示方法の変更 .....	14
4. セグメント情報 .....	14
5. 販売費及び一般管理費 .....	16
6. その他の収益 .....	16

## 1. 経営成績等の概況

### (1) 当中間期の経営成績の概況

当中間連結会計期間(2025年1月1日～2025年6月30日)における経営環境は、参入国・地域ごとに回復状況や消費動向に違いが見られ、米国の関税政策の行方や影響も不透明で、引き続き予測困難な状況です。

このようななか、当社グループは“世界中の全ての人々のために、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”という基本方針に基づき、昨年より新たなコーポレート・ブランド・エッセンス「Love Your Possibilities」を掲げ、世界中の全ての人々が平等で不自由なく、その人らしさを尊重し、やさしさと包み支え合う、心つながる豊かな社会である「共生社会」=Social Inclusionの実現に向けて取り組んでいます。

海外においては、アジアの一部地域では、出生数の減少に加えて、経済の不確実性が続いていることから、消費者の生活防衛意識が高まり、ベビーケア関連商品でダウントレードの傾向が見られます。また、成長を続ける新興eコマースには新たな競合が参入するなど、市場は目まぐるしく変化し、厳しい状況が続いています。一方、その他の地域では、中東や北米などで需要が堅調に推移し、好調を維持しました。

国内においては、当社が取り扱う商品は生活必需品であることに加え、豊富な商品ラインアップで消費者ニーズに応えた結果、売上高は堅調に推移しました。

この結果、当中間連結会計期間の業績は、売上高464,170百万円(前年同期比4.8%減)、コア営業利益57,014百万円(前年同期比22.0%減)、税引前中間利益62,406百万円(前年同期比14.8%減)、中間利益46,697百万円(前年同期比0.9%減)、親会社の所有者に帰属する中間利益41,813百万円(前年同期比5.5%増)となりました。

セグメントの業績を示すと次のとおりであります。

#### ① パーソナルケア

##### ● ウェルネスケア関連商品

海外においては、大人用排泄ケア用品の需要が高まっているタイ、インドネシア、ベトナムなどの東南アジア地域では、商品ラインアップの拡充やパッド型と紙パンツの併用を通じて、日本式ケアモデルの普及促進を継続しています。

高齢化が日本以上のスピードで進む中国では、対象人口が多い一方で、高品質・高付加価値な専用品の認知度は依然として低く、ベッドシーツなどの代替品で対応する例も多く見られます。こうした状況を踏まえ、当社は現地ニーズに即した商品ラインアップを展開し、積極的なマーケティング投資を継続しました。今後の飛躍的な事業成長を目指し、経営資源を積極的に投下しました。

国内においては、“できるはふやせる、ひとつずつ。”の想いのもと、健康寿命の延伸につながる軽度・中度の商品を中心に、ABL<sup>®</sup>に合わせた豊富な商品ラインアップを展開し、さまざまなニーズに応え続けた結果、高い売上高成長を実現しました。また、使用者に合った商品選びをサポートするAIチャットボット「チャームさん」や、「大人用おむつカウンセリング」などのサービスを通じて、商品情報や使用者・介護者向けの知識の提供にも継続して取り組んでいます。さらに、使用済み紙パンツからリサイクルした「再生パルプ」を原材料の一部に活用した『ライフフリー のび〜るフィット\*うす型軽快テープ止め&CP(リーフ)』を発売し、商品機能の充実と環境への配慮を両立することで、社会課題の解決に貢献しました。

マスクカテゴリーにおいては、『超快適』・『超立休』両ブランドの多様な商品ラインアップで市場の活性化を図りました。引き続き、消費者ニーズを捉えた商品ラインアップで市場シェアの拡大を目指します。

※1 日常生活動作(Activities of Daily Living)の略語で、排泄・食事・入浴など日常生活に必要な基本動作を表し、介護される方の介護レベルを計る指標

##### ● フェミニンケア関連商品

海外においては、タールタイプナプキンやショーツ型ナプキンなど、独自性の高い幅広い商品ラインアップで消費者ニーズに応えました。

中国では、景気の先行き不透明感が継続しているなか、当社は2024年に過去に類を見ないほど多くの新商品を市場に投入し、競争力の強化を図ってきました。なかでも、交換の簡便性を高めた新コンセプトの専用ショーツ型ナプキンは、高い評価を受け、新たな市場の活性化にも寄与しています。また、雇用環境の厳しさを背景に、若年層を中心に生活防衛意識が高まるなか、若年層のニーズに応じたスタンダード商品の展開を進めていたところ、2024年11月および2025年3月に報道された生理用品の品質および廃棄管理に関する内容の風評を受け、一部の卸売業者様および小売業者様において、発注が一時的に滞る事態となりました。4月頃からはその影響も落ち着きを見せ、販売は回復基調にあります。2025年も積極的な新商品の投入を継続し、販売エリアと取扱店舗の拡大、成長著しいティックコマースなどの新たな販売チャネル開拓を進めることで、下期以降の業績回復および成長軌道への回帰を目指

します。

タイ、インドネシア、ベトナムといったアジア地域では、清涼感のあるつけ心地を実現したクールタイプナブキンや活性炭配合のナブキンなどの高付加価値商品の展開を進めました。

生理用品の普及率が低いインドでは、都市部を中心にアンチバクテリアをコンセプトとした商品を展開するとともに、使用実態や経済状況を踏まえ、個包装や折りたたみ性を省いたフラットタイプの商品を導入するなど、現地ニーズに対応した商品ラインアップの拡充と取扱店舗数の拡大を進めました。その結果、安定した売上高成長を実現し、収益性の改善につながりました。

中東では、現地の習慣を捉えたオリーブオイルを配合した新商品などへの積極的なマーケティング投資により、サウジアラビア国内販売が順調に推移したほか、近隣諸国への輸出も伸びました。

国内においては、対象人口が減少傾向にあるなか、健康意識や安心志向の高まりに合わせた高付加価値商品の展開を進めるとともに、店頭での陳列提案やSNSを活用した継続的なコミュニケーション戦略により、高い売上高成長を実現し、収益性も改善しました。さらに、デジタル領域においても消費者との接点を強化しており、ホルモンの変化に着目した生理・体調管理アプリ『ソフィア』は、順調に会員数を伸ばしています。また、継続実施している「みんなの生理研修」に加え、2025年4月からは「妊活の選択肢を、もっと。」プロジェクトも始動し、妊活に関する多様な選択肢を伝える取り組みも進めています。女性を取り巻く環境や価値観の変化によりライフスタイルが多様化するなか、女性一人ひとりが自ら心身の状態を把握・管理し、健康と生活の質の向上に貢献できるように、生理期にとどまらず日常生活をトータルでサポートし、ライフタイムバリューの最大化を目指します。

#### ●ベビーケア関連商品

海外においては、当社の強みとなるパンツタイプ紙おむつを中心に普及促進と独自性のある商品展開を進めました。参入国のなかでも紙おむつの普及率が低いインドでは、パンツタイプ紙おむつの普及促進と販売エリアの拡大に努めました。2025年2月より、インド国内3番目となる工場が再稼働していることから、今後のさらなる成長加速につなげます。タイ、ベトナムをはじめとする東南アジア市場では、出生数の減少に加え、eコマースを活用した新興企業の価格攻勢のほか、インドネシアのローカル企業による営業力および価格競争力の強化が進んだことで、市場成長の鈍化と厳しい競争環境が続いています。このようななか、当社は2ブランド戦略を推進し、プレミアム志向層と価格志向層それぞれの消費者ニーズに応えました。加えて、eコマース戦略を強化し、積極的に販売を推進した結果、着実に良い売れが見え始めています。

ベトナムでは引き続き、消費者の使用実態に基づいた世界初<sup>※2</sup>の片側が閉められるパンツタイプ紙おむつ『Bobby One side Open Pants』など、現地特有の消費者ニーズを捉えた革新的な新価値提案を通じて、紙おむつの認知向上とパンツタイプ紙おむつの使用開始の早期化を促進し、市場シェアNo.1を継続しています。今後もパンツタイプ紙おむつへの移行の加速を促すことで、さらなる市場シェアの拡大と収益性の改善に取り組みます。

サウジアラビア国内販売に加えて近隣諸国への輸出も堅調な中東では、現地の習慣を捉えたオリーブオイルを配合した新商品などへの積極的なマーケティング投資を継続し、高い売上高成長と市場シェアの拡大を実現しました。

少子化が進行し、市場が縮小傾向にある国内においては、「笑顔あふれる育児生活」という事業理念のもと、『ムーニー』と『マミーポコ』の2ブランドで、ニーズの異なるそれぞれの消費者に価値提供を継続しています。『ムーニー』ブランドでは、2023年に新生児・Sサイズに搭載した「おしりガイド」が引き続き好評を得たほか、パンツタイプにおいては、天然由来の保湿成分を配合したやわらかシートで赤ちゃんのお肌をやさしく包み込む『ムーニーマン みらいのお肌のために<sup>※3</sup> 低刺激であんしん』を新たに発売するなど、「肌へのやさしさ」と「モレない機能」を両立させた商品の展開を進めました。『マミーポコ』ブランドでは、商品の特長である「長い期間使える」ことを一目で伝えるパッケージデザインへと刷新したほか、『マミーポコ夜用パンツ』でも「朝までモレ安心」が伝わるデザインへの変更を行うなど、積極的な消費者とのコミュニケーション施策を展開した結果、安定した売上高成長と収益性の改善を実現しました。

また、BABY JOB株式会社と協働で展開する「平ぶら登園<sup>※4</sup>」<sup>※4</sup>を導入している保育施設を対象に、使用済みの紙おむつから取り出した「再生パルプ」を使用した施設専用品の導入を進めるなど、商品とサービスの両面で消費者の満足度向上と環境負荷低減に積極的に取り組みました。

この結果、パーソナルケアの売上高は381,679百万円（前年同期比6.9%減）、セグメント利益（コア営業利益）は43,376百万円（前年同期比26.9%減）となりました。

※2 主要なグローバルメーカーで販売されるベビー用パンツタイプ紙おむつブランドにおいて、片方の側面が閉鎖可能で、なおかつ、他方面の長さより長い構造体（2022年10月ユニ・チャーム調べ）

※3 ママ・パルプを応援する『ムーニー』のスローガン

※4 「平ぶら登園<sup>※4</sup>」とは、保護者が紙おむつやおしりふきを準備する手間や、かさばる荷物を持つでの登園、

保育士による紙おむつやおしりふきの管理業務など、保護者と保育士双方の負担を軽減する保育施設向けの定期制サービス

### ②ペットケア

“もっと一緒に、ずっと一緒に。”というスローガンのもと、“ワンちゃん、ネコちゃんが社会とつながりながら、幸せな一生を全うできる社会”の実現を目指し、国内ペットフードにおいては、犬・猫ともに、さまざまな食感や味を楽しんでもらいたいというニーズや健康志向の高まりに対応した、豊富な商品ラインアップで消費者ニーズに応えました。費用おやつでは『銀のスプーン』ブランドから『銀のスプーン かつお節チップinクッキー』を、費用健康機能食『AllWell』ブランドから「10種の自然素材」シリーズを新発売し、消費者の多様なニーズに応えました。

国内ペットトイレタリーにおいては、費用では、インテリアと調和するデザインが欲しいというニーズの高まりに応えたシステムトイレに新カラーを追加したほか、取替サンド、シートにボタニカルの香り付きを発売しました。大用では、3日間交換無しでもニオわない<sup>※5</sup>大用システムトイレ『デオシート 消臭ラボ』から、ワンちゃんのいたずらを防ぐ「専用メッシュガード」を発売するなど、市場の活性化に努めました。

また、ペットのQ&Aサービス『DOQAT』に加えて、AIを活用したキャットフード提案サービス『ごはんマッチング』を提供するなど、商品・サービスの両面から市場の活性化に取り組みました。

北米では、日本の技術を搭載した新たなコンセプトの費用ウェットタイプ耐食などの販売が引き続き好調に推移した結果、高い売上高成長を実現しました。また、米国における関税引き上げリスクの高まりを受け、当社ではその影響を最小限に抑えるべく、輸入時期の前倒しなどの対策を講じました。引き続き、関税政策の動向を注視しつつ、柔軟かつ機動的な対応を図ります。

北米に次ぐ世界第2位の市場規模を有し、今後も市場の成長が期待される中国では、2022年11月に中国現地法人にて資本業務提携した江蘇吉家寵物用品有限公司(以下JIA PETS社)で、当社の独自コンセプトや技術を搭載したペットフード商品の製造を行っています。引き続き、日本の消費者に支持された当社グループの製造技術及び生産管理ノウハウと、JIA PETS社が保有する生産体制、研究開発力、eコマースにおける販売力などを活用することで、中国の重点都市において市場シェアNo.1を目指します。

また、今後の市場成長が期待される東南アジア地域においても、タイやインドネシア、ベトナムなどでペットケア市場が顕在化していることから、フード、トイレタリーともに積極的に経営資源を投下することで、飛躍的な事業成長を目指します。

この結果、ペットケアの売上高は75,578百万円(前年同期比6.3%増)、セグメント利益(コア営業利益)は12,925百万円(前年同期比0.1%増)となりました。

※5 愛犬1頭(レギュラー:体重4kg以下、ワイド:体重10kg以下)の屎収取時。ウンチをした場合は早く取り除いてください。普段の生活での消費者テストにて「3日間マットがニオわない」と回答した消費者87.9%。閉鎖空間にて1日1回20ccの大屎を滴下した後での3日後の臭気判定士による臭気検度・快・不快度評価の実施。また、20ccの大屎を滴下した後の3日後のアンモニア濃度評価を実施。ユニ・チャーム調べ。

### ③その他

主に下織布・収収体の加工・成形技術を活かした業務用商品分野において、産業用資材を中心に販売を進めました。

この結果、その他の売上高は6,913百万円(前年同期比1.7%増)、セグメント利益(コア営業利益)は713百万円(前年同期比14.2%減)となりました。

## (2) 当中間期の財政状態の概況

### ①資産、負債及び資本の状況

#### (資産)

当中間連結会計期間末における資産合計は1,178,306百万円(前連結会計年度比5.0%減)となりました。主な減少は、預入期間が3ヶ月を超える定期預金等のその他の金融資産19,657百万円、売上債権及びその他の債権18,502百万円、有形固定資産16,261百万円によるものです。

#### (負債)

当中間連結会計期間末における負債合計は325,228百万円(前連結会計年度比11.2%減)となりました。主な減少は、仕入債務及びその他の債務18,291百万円、借入金10,211百万円、未払消費税等のその他の流動負債4,435百万円

によるものです。

(資本)

当中間連結会計期間末における資本合計は883,079百万円(前連結会計年度比2.4%減)となりました。主な増加は、親会社の所有者に帰属する中間利益41,813百万円、主な減少は、在外営業活動体の為替換算差額等のその他の資本の構成要素28,598百万円、自己株式の増加11,006百万円、非支配持分10,516百万円によるものです。

(親会社所有者帰属持分比率)

当中間連結会計期間末における親会社所有者帰属持分比率は64.7%となりました。

②キャッシュ・フローの状況

当中間連結会計期間末における現金及び現金同等物の残高は206,037百万円となり、前連結会計年度末に比べ4,983百万円増加しております。当中間連結会計期間における各キャッシュ・フローの状況は次のとおりであります。

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

営業活動により得られたキャッシュ・フローは、59,286百万円の収入(前年同期は、71,046百万円の収入)となりました。主な収入は、税引前中間利益によるものです。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

投資活動により使用したキャッシュ・フローは、1,216百万円の支出(前年同期は、61,846百万円の支出)となりました。主な収入は、定期預金の払戻による収入、主な支出は、定期預金の預入による支出、金融資産の取得による支出によるものです。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

財務活動により使用したキャッシュ・フローは、45,605百万円の支出(前年同期は、46,587百万円の支出)となりました。主な支出は、長期借入金の返済による支出、親会社の所有者への配当金支払額、自己株式の取得による支出によるものです。

(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

通期の連結業績予想数値の修正

	売上高 (百万円)	コア営業利益 (百万円)	税引前当期利益 (百万円)	親会社の所有者 に帰属する当期 利益(百万円)	基本的1株当たり 当期利益(円)
前回発表予想(A)※1	1,025,000	146,000	142,000	86,400	49.30
今回発表予想(B)	974,000	120,000	127,000	85,100	48.63
増減額(B-A)	△51,000	△26,000	△15,000	△1,300	—
増減率	△5.0%	△17.8%	△10.6%	△1.5%	—
(ご参考)前期実績 (2024年12月期)	989,981	138,463	134,537	81,842	46.41

※1 2025年5月9日発表の2025年12月期通期連結業績予想

※2 当社は、2025年1月1日付で普通株式1株につき3株の株式分割を行っております。連結業績予想における「基本的1株当たり当期利益」については、当該株式分割後の数値を記載しております。

今回の業績予想の修正は、アジア地域における事業環境の変化への対応が一部遅れたことにより、業績の回復が当初の計画よりも遅れている状況を反映したものです。特に中国のフェミニンケア事業では、風評被害の影響が長期化したことに加え、消費者ニーズの多様化への対応が後半に回ったことで、売上・利益ともに計画を下回る結果となりました。また、アジアの複数の国においては、コロナ禍後の少子化進行やダウントレード傾向の加速といった構造的な変化がベビーケア市場に影響を与えており、市場縮小のスピードが予想を上回っています。さらに、eコマースチャネルへの先行投資や販売促進費の増加も収益を圧迫する要因となりました。

一方、日本・北米・中東では、当初計画を上回る好調な業績を維持しており、全体としては下期以降の回復に向けた対応を進めております。

なお、これらの課題についてはすでに対応を開始しており、第2四半期では一部回復の兆しも見え始めています。現時点で主要な課題は繰り込み済みであり、今後は回復基調へ移行する見通しです。

## 2. 要約中間連結財務諸表及び主な注記

## (1) 要約中間連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	注記	前連結会計年度 (2024年12月31日)	当中間連結会計期間 (2025年6月30日)
資産			
流動資産			
現金及び現金同等物		251,054	266,037
売上債権及びその他の債権		168,631	150,049
棚卸資産		121,133	118,615
その他の金融資産		107,695	65,212
その他の流動資産		12,528	11,267
流動資産合計		671,040	611,180
非流動資産			
有形固定資産		293,230	276,970
無形資産		101,091	94,197
繰延税金資産		16,253	16,420
持分法で会計処理されている投資		18,649	18,971
その他の金融資産		117,571	140,396
その他の非流動資産		22,129	20,172
非流動資産合計		568,933	567,126
資産合計		1,239,973	1,178,306

(単位:百万円)

	注記	前連結会計年度 (2024年12月31日)	当中間連結会計期間 (2025年6月30日)
負債及び資本			
負債			
流動負債			
仕入債務及びその他の債務		231,399	213,107
借入金		20,994	9,670
未払法人所得税		17,020	12,722
その他の金融負債		7,367	7,446
その他の流動負債		24,896	20,371
流動負債合計		301,585	263,316
非流動負債			
借入金		5,857	6,970
繰延税金負債		14,051	12,162
退職給付に係る負債		13,490	12,986
その他の金融負債		25,765	23,889
その他の非流動負債		5,514	5,904
非流動負債合計		64,678	61,912
負債合計		366,263	325,228
資本			
親会社の所有者に帰属する持分			
資本金		15,993	15,993
資本剰余金		11,405	11,454
利益剰余金		766,342	795,781
自己株式		△119,412	△130,417
その他の資本の構成要素		98,734	79,136
親会社の所有者に帰属する持分合計		773,062	762,946
非支配持分		100,649	90,132
資本合計		873,711	853,079
負債及び資本合計		1,239,973	1,178,306

(2) 要約中間連結損益計算書及び要約中間連結包括利益計算書  
(要約中間連結損益計算書)

(単位：百万円)

	注記	前中間連結会計期間 (自 2024年1月1日 至 2024年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)
売上高	4	487,729	464,170
売上原価		△294,020	△283,331
売上総利益		193,708	180,839
販売費及び一般管理費	5	△120,610	△123,825
その他の収益	6	1,075	5,804
その他の費用		△1,247	△1,197
金融収益		4,828	3,632
金融費用		△4,394	△2,757
税引前中間利益		73,360	62,496
法人所得税費用		△26,239	△15,799
中間利益		47,120	46,697
中間利益の帰属			
親会社の所有者		39,628	41,813
非支配持分		7,493	4,884
中間利益		47,120	46,697
親会社の所有者に帰属する1株当たり中間利益			
基本的1株当たり中間利益 (円)		22.42	23.84
希薄化後1株当たり中間利益 (円)		—	—

## 売上総利益からコア営業利益への調整表

(単位：百万円)

売上総利益	193,708	180,839
販売費及び一般管理費	△120,610	△123,825
コア営業利益	73,099	57,014

## (要約中間連結包括利益計算書)

(単位：百万円)

	注記	前中間連結会計期間 (自 2024年1月1日 至 2024年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)
中間利益		47,120	46,697
その他の包括利益(税引後)			
純損益に組み替えられないことのない項目			
その他の包括利益を通じて公正価値で測定する資本性金融資産の純変動		2,344	1,224
退職給付に係る負債(資産)の純額に係る再測定		△51	80
小計		2,293	1,304
純損益に組み替えられる可能性のある項目			
その他の包括利益を通じて公正価値で測定する負債性金融資産の純変動		△60	6
キャッシュ・フロー・ヘッジの公正価値変動		65	△10
在外営業活動体の為替換算差額		47,918	△32,570
持分法によるその他の包括利益		1,848	△1,286
小計		49,771	△33,831
その他の包括利益(税引後)合計額		52,064	△32,527
中間包括利益合計額		99,184	14,170
中間包括利益合計額の帰属			
親会社の所有者		82,993	15,193
非支配持分		16,191	△1,023
中間包括利益合計額		99,184	14,170

## (3) 要約中間連結持分変動計算書

前中間連結会計期間(自 2024年1月1日 至 2024年6月30日)

(単位:百万円)

	注記	親会社の所有者に帰属する持分						非支配持分	資本合計
		資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	その他の資本の構成要素	合計		
2024年1月1日残高		15,993	10,259	710,792	△100,572	59,246	695,719	92,531	788,250
中間利益		-	-	39,628	-	-	39,628	7,493	47,120
その他の包括利益		-	-	-	-	43,366	43,366	8,698	52,064
中間包括利益合計		-	-	39,628	-	43,366	82,993	16,191	99,184
自己株式の取得		-	-	-	△19,000	-	△19,000	-	△19,000
自己株式の処分		-	-	-	-	-	-	-	-
配当金		-	-	△11,805	-	-	△11,805	△11,483	△23,287
非支配持分との資本取引		-	37	-	-	-	37	112	149
株式報酬取引		-	430	-	229	-	660	-	660
その他の資本の構成要素から利益剰余金への振替		-	-	△148	-	148	-	-	-
所有者との取引額等合計		-	467	△11,952	△18,770	148	△30,108	△11,341	△41,449
2024年6月30日残高		15,993	10,726	738,468	△119,342	102,760	748,604	97,381	845,985

当中間連結会計期間(自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)

(単位:百万円)

	注記	親会社の所有者に帰属する持分						非支配 持分	資本合計
		資本金	資本 剰余金	利益 剰余金	自己株式	その他の 資本の 構成要素	合計		
2025年1月1日残高		15,993	11,405	766,342	△119,412	98,734	773,062	100,649	873,711
中間利益		-	-	41,813	-	-	41,813	4,884	46,697
その他の包括利益		-	-	-	-	△26,620	△26,620	△5,907	△32,527
中間包括利益合計		-	-	41,813	-	△26,620	15,193	△1,023	14,170
自己株式の取得		-	-	-	△12,001	-	△12,001	-	△12,001
自己株式の処分		-	△782	-	783	-	1	-	1
配当金		-	-	△12,900	-	-	△12,900	△13,659	△26,559
非支配持分との資本取引		-	440	-	-	△1,452	△1,012	4,166	3,154
株式報酬取引		-	361	-	243	-	604	-	604
その他の資本の構成要素 から利益剰余金への振替		-	-	527	-	△827	-	-	-
所有者との取引額等 合計		-	40	△12,374	△11,006	△1,979	△25,309	△9,493	△34,802
2025年6月30日残高		15,993	11,454	795,781	△130,417	70,136	752,946	90,132	843,079

## (4) 要約中間連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	注記	前中間連結会計期間 (自 2024年1月1日 至 2024年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー			
税引前中間利益		73,360	62,496
減価償却費及び償却費		22,792	23,638
受取利息		△4,382	△2,808
受取配当金		△446	△508
支払利息		1,542	1,388
為替差損益(△は益)		1,800	1,799
固定資産除売却損益(△は益)		380	453
売上債権及びその他の債権の増減額(△は増加)		△13,650	10,950
棚卸資産の増減額(△は増加)		△42	△4,017
仕入債務及びその他の債務の増減額(△は減少)		8,373	△11,825
その他		3,313	△384
小計		92,741	81,182
利息の受取額		3,854	3,051
配当金の受取額		493	508
利息の支払額		△1,250	△1,349
法人所得税の還付額		37	307
法人所得税の支払額		△24,829	△24,383
営業活動によるキャッシュ・フロー		71,046	59,286

(単位:百万円)

	注記	前中間連結会計期間 (自 2024年1月1日 至 2024年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>			
定期預金の預入による支出		△68,800	△36,284
定期預金の払戻による収入		42,840	71,147
有形固定資産及び無形資産の取得による支出		△20,388	△14,575
有形固定資産及び無形資産の売却による収入		41	207
長期貸付けによる支出		△22	△13
金融資産の取得による支出		△31,854	△40,919
金融資産の売却及び償還による収入		15,600	20,402
関係会社株式の取得による支出		-	△1,608
その他		143	428
投資活動によるキャッシュ・フロー		△61,849	△1,216
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>			
短期借入金の純増減額(△は減少)		△5,612	3,742
長期借入れによる収入		1,472	1,389
長期借入金の返済による支出		△609	△13,485
リース負債の返済による支出		△3,783	△3,686
自己株式の取得による支出		△19,000	△12,001
親会社の所有者への配当金支払額		△11,805	△12,899
非支配持分への配当金支払額		△7,250	△11,438
非支配持分からの払込による収入		-	2,773
その他		-	1
財務活動によるキャッシュ・フロー		△46,587	△45,605
現金及び現金同等物に係る換算差額		12,966	△7,481
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)		△24,424	4,983
現金及び現金同等物の期首残高		253,770	261,054
現金及び現金同等物の中間期末残高		229,346	266,037

## (5) 要約中間連結財務諸表に関する注記事項

## 1. 継続企業の前提に関する注記

該当事項はありません。

## 2. 重要性がある会計方針

本要約中間連結財務諸表において適用する重要性がある会計方針は、前連結会計年度に係る連結財務諸表において適用した会計方針と同一であります。

## 3. 表示方法の変更

(要約中間連結キャッシュ・フロー計算書)

前中間連結会計期間において、独立掲記しておりました営業活動によるキャッシュ・フローの「その他の流動負債の増減額(△は減少)」、「その他の非流動資産の増減額(△は増加)」は、明瞭な表示をすることを目的として、第1四半期連結会計期間より科目を集約し、「その他」として表示しております。また、前中間連結会計期間において、営業活動によるキャッシュ・フローの「その他の流動負債の増減額(△は減少)」に含めていた広告宣伝費用や人件費等に係る債務については、より実態に即した明瞭な表示をすることを目的として、前連結会計年度より「仕入債務及びその他の債務の増減額(△は減少)」へ含めて表示しております。これらの結果、前中間連結会計期間の要約中間連結キャッシュ・フロー計算書において、営業活動によるキャッシュ・フローの「仕入債務及びその他の債務の増減額(△は減少)」6,768百万円、「その他の流動負債の増減額(△は減少)」4,276百万円、「その他の非流動資産の増減額(△は増加)」65百万円、「その他」577百万円は、営業活動によるキャッシュ・フローの「仕入債務及びその他の債務の増減額(△は減少)」8,373百万円、「その他」3,313百万円として組み替えております。

## 4. セグメント情報

## (1) 報告セグメントの概要

当社グループの報告セグメントは、当社グループの構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、当社グループの最高経営意思決定機関である取締役会が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために、定期的に検討を行う対象として決定しております。

当社グループは、パーソナルケア、ペットケア、その他の3つの事業単位を基本に組織が構成されており、各事業単位で日本及び海外の包括的な戦略を立案し、事業活動を展開しております。

したがって、当社グループは「パーソナルケア」「ペットケア」「その他」の3つを報告セグメントとしております。

「パーソナルケア」は、ウェルネスケア関連商品、フェミニンケア関連商品及びベビーケア関連商品等の製造・販売をしております。「ペットケア」は、ペットフード関連商品及びペットトイレタリー関連商品等の製造・販売をしております。「その他」は、産業用資材関連商品等の製造・販売をしております。

なお、報告セグメントの会計方針は要約中間連結財務諸表と同一であります。

## (2) 報告セグメントごとの売上高及び業績

報告セグメントごとの売上高及び業績は以下のとおりであります。

(単位：百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2024年1月1日 至 2024年6月30日)					
	報告セグメント				調整額	要約中間 連結財務諸表 計上額
	パーソナル ケア	ペットケア	その他	計		
外部顧客への売上高	409,864	71,069	6,796	487,729	—	487,729
セグメント間の売上高	—	—	79	79	△79	—
セグメント売上高合計	409,864	71,069	6,875	487,807	△79	487,729
セグメント利益又は損失(△) (コア営業利益)	59,386	12,912	831	73,099	—	73,099
その他の収益						1,075
その他の費用						△1,247
金融収益						4,828
金融費用						△4,394
税引前中間利益						73,360

(単位：百万円)

	当中間連結会計期間 (自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)					
	報告セグメント				調整額	要約中間 連結財務諸表 計上額
	パーソナル ケア	ペットケア	その他	計		
外部顧客への売上高	381,679	75,578	6,913	464,170	—	464,170
セグメント間の売上高	—	—	90	90	△90	—
セグメント売上高合計	381,679	75,578	7,003	464,260	△90	464,170
セグメント利益又は損失(△) (コア営業利益)	43,376	12,925	713	57,014	—	57,014
その他の収益						5,804
その他の費用						△1,197
金融収益						3,632
金融費用						△2,757
税引前中間利益						62,496

## 5. 販売費及び一般管理費

販売費及び一般管理費の内訳は以下のとおりであります。

(単位:百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2024年1月1日 至 2024年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)
販売運賃諸掛	31,849	32,796
販売促進費	16,283	17,161
広告宣伝費	17,470	15,502
従業員給付費用	26,300	27,277
減価償却費及び償却費	6,366	7,241
研究開発費	4,889	5,515
その他	17,483	18,333
合計	120,610	123,825

## 6. その他の収益

当中間連結会計期間の「その他の収益」には、当子会社であるUnicharm India Private Ltd. アーメダバード工場において2025年6月24日に発生した火災に係る保険金収入5,274百万円を含めております。