



ユニリーバ、サステナビリティの新プランを発表

「2020年までにCO₂排出を半減」など
3つの分野での数値目標とアクションプランを公表

世界最大級の消費財メーカーであるユニリーバ（英・蘭）は、「よりよい明日を創るために」というビジョンのもと、成長とサステナビリティを両立させる新しいビジネスプラン「ユニリーバ・サステナブル・リビング・プラン」を発表しました。本プランでは、成長戦略の一環として「環境」「すこやかな暮らし（健康・衛生/食）」「経済発展」の3つの分野に取り組むことを公約し、それぞれの分野について、2020年までの数値目標およびアクションプランを設けています。その中には次のような事項が含まれます。

2020年までに

- ・製品のライフサイクルからの環境負荷を半減する
- ・10億人により衛生的な生活習慣を身につけていただき、すこやかな暮らしを支援する
- ・製品の原材料となる農作物を100%持続可能な農園から調達する

ユニリーバは創業以来 社会や環境のための活動に積極的に取り組んでおり、現在では「ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・ワールド・インデックス」で12年連続 食品業界のリーダーに選定されるなど、世界的に高い評価を受けています。本プランは、ユニリーバのサステナビリティへの取り組みに中長期的な枠組みと数値目標を設け、さらに強化するためのものです。

「ユニリーバのビジョンは、よりよい未来を創ることです。それは、誰もが環境負荷を増やすことなく、豊かな暮らしを送ることのできる未来です。」「サステナビリティの実現に向けて、私たちの製品を使ってくださる世界中の数十億の方々とともに、小さな行動を毎日積み重ね、世界を変える大きな力にすること。それこそがユニリーバが成功するただひとつの道なのです。」と、ユニリーバグローバルCEO・ポール・ポールマンは述べています。

本プランについての詳細は、次ページおよび添付の冊子をご覧ください。達成状況や進捗は、年次報告書にて報告いたします。

この件に関する報道関係の皆さまからのお問い合わせ先

ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス株式会社
コミュニケーション 担当 伊藤・坪内・新名（しんみよう）
TEL 03-5723-2213 | FAX 03-3719-4409

ご参考資料

■ ユニリーバ・サステナブル・リビング・プランの概略

環境負荷を減らしながら、すこやかな暮らしや経済発展に貢献して、ビジネスを成長させます。

すこやかな暮らし

2020年までに、10億人以上が、すこやかな暮らしのための行動を取れるよう支援します。

健康・衛生

2020年までに10億人以上がより衛生的な習慣を身につけられるよう支援します。また、5億人以上が安全な飲み水を得られるようにします。このことで、下痢などの命を脅かす病気の予防に貢献します。

食

ユニリーバの全製品に関して引き続き味と栄養面での品質改善を進め、2020年までには、国際ガイドラインが定めた最も厳しい栄養基準を満たす製品の割合を倍に引き上げます。これにより、数億人がより健康的な食生活を送れるようになります。



環境負荷の削減

ビジネスを成長させながら、製品の製造・使用から生じる環境負荷を2020年までに半減させることを目指します*。

温室効果ガス

製品のライフサイクル全体から生じる温室効果ガスによる負荷を2020年までに半減させます*。

水資源

消費者の皆さまが製品を使う際の水使用量を2020年までに半分に引き下げます**。



廃棄物

製品廃棄の際に生じる廃棄物を2020年までに半分にします*。

持続可能な農業

原料として使用する農作物を2020年までに100%持続可能なものにします。

生活の向上

2020年までにさらに50万以上の小規模な農家と流通業者をユニリーバのサプライチェーンに迎えます。



経済発展

ビジネスを成長させながら、2020年までに数十万人の暮らしの向上を支援します。

*この図では、環境に対する目標を「消費者の使用1回あたり」で表現しています。ライフサイクル全体を視野にアプローチしており、2008年を基準として使用しています。「消費者の使用1回あたり」とは、製品の使用量や分量、1食分のことです。
†水資源が不足している7カ国の人口は、世界の半分以上を占めています。詳しくは添付の冊子「ユニリーバ・サステナブル・リビング・プラン」をご覧ください。

■ ユニリーバについて

ユニリーバは、世界170カ国で展開している世界最大級の消費財メーカーです。その製品は、1日に20億回使われています。主要ブランドはラックス、ダヴ、レセナ、アックス、リプトン、クノール、ビーセルなど。年間売上10億ユーロ（約1,300億円）を超える13のブランドを有しています。

ユニリーバの前身であるリーバ・ブラザーズの最初の製品はサンライト石鹼でした、それは衛生状態のよくなかった当時の英国の暮らしを大きく変えました。石鹼のような小さなものにも暮らしを変え、よりよい未来を創る大きな力があるという創始者の信念は、時を越え、世界各国のユニリーバに受け継がれて、さまざまな実を結んでいます。

1996 持続可能な農業への取り組みを開始

原料の2/3が農作物である食品メーカーとして、紅茶、トマト、ほうれん草などの主要な作物の生産者やサプライヤーと協力し、農業のサステナビリティを測る指標を導入。

2007 紅茶のサステナビリティへの取り組みを開始

世界の紅茶の15%を使用する紅茶メーカーとして、2015年までにリプトン、PGティップスのティーバッグに使う茶葉のすべてを国際的な環境保護団体レインフォレスト・アライアンスの認証を受けた茶園から購入することを決定。



2004 環境にやさしい冷凍庫を開発・導入

世界最大のアイスクリームメーカーとして、グリーンピースと協働し、環境に配慮したハイドロカーボン冷凍庫を開発。現在までにアイスクリームの流通・販売に使う約50万台を切り替え済。

2008 パーム油のサステナビリティへの取り組みを開始

マーガリンなどの原料として使われているパーム油を、2015年までにすべて持続可能な農法として認証を受けた生産者から購入することを決定。既に30%を認証を受けた生産者から購入。