サステナブルな成長のためのユニリーバ・コンパス



Our Purpose is to make sustainable living commonplace

People With Purpose Think

パーパス:サステナビリティを暮らしの"あたりまえ"に

私たちのビジョンは

サステナブルなビジネスの グローバルリーダーになることで 勝てるパフォーマンスを 実現することです。 財務業績のフレームワーク 業界の上位1/3に入る 一貫した競争力のある成長

Where to play

5 つのビジネスグループで高成長なポ**ートフォリオ**を構築する

ビューティー &
ウェルビーイング
(プレステージビューティ、
ヘルス&ウェルビーイングを含む)

パーソナルケア

ホームケア

ニュートリション

アイスクリーム

優れた製品、イノベーション、パーパスを持つ**ブランド**で勝つ

差別化された 科学と技術で勝つ 地球の健康を 改善する 人々の健康、自信、 ウェルビーイングを 向上させる より公正で、より社会的に インクルーシブな世界に 貢献する

主要な成長**市場**でのビジネスを加速する

米国、インド、中国

新興市場で 強みを発揮する

未来の**チャネル**をリードする

デジタルコマースを 加速する トップカスタマーと 勝つ カテゴリーの価値を 向上させる



How to win

5 つの成長の基盤による オペレーショナルエクセレンス

> **Purposeful Brands** パーパスを持つブランド

Improved Penetration 市場での普及率の向上

Impactful Innovation インパクトあるイノベーション

Design for Channel チャネルのためのデザイン

> Fuel for Growth 成長のための原資

サステナブルなビジネスの グローバルリーダー

ネットゼロ実現のため 気候変動へのアクションを前進させる

> ごみのない世界に向けて プラスチックを削減する

自然と農業を再生する

バリューチェーンにおける 生活水準を向上させる 成長にフォーカスし パーパスに導かれた組織と文化

カテゴリーによりフォーカスし 専門性を高める

ユニリーバが持つ総合力を活かす

デジタルに対応した組織の スピードとアジリティを解き放つ

エクイティ、ダイバーシティ、 インクルージョンの道先案内人となる

人間的で、パーパスを持ち、 アカウンタビリティのある組織文化

優れた製品、イノベーション、パーパスを持つブランドで勝つ



地球の健康を改善する

自然の保護と再生

2023年までに、パーム油、紙・

ボール紙、茶、大豆、ココアの

サプライチェーンにおける森林

2030年までに、150万ヘクター

ルの土地、森林、海洋の保護と

主な農作物の100%持続可能な

農場環境の保護・再生のため、

農家・小規模農家の力をつける

2030年までに、水不足の地域の

100地点でウォーター・スチュ

ワードシップ・プログラムを

2030年までに、原料を100%

三分解可能にする

伐採をゼロにする

再生を支援する

調達を実現する

実施する

気候変動へのアクション

2039年までに、原料調達から 吉頭販売までのすべての過程で ネットゼロを実現する

2030年までに、製品ライフサイ クルから生じる温室効果ガスの 負荷を半減させる

2030年までに、事業活動からの 温室効果ガス排出量を ゼロにする

2030年までに、すべての 洗剤および衣料用製品で、化石 燃料由来のカーボンを再生可能 またはリサイクルカーボンに 置き換える

ユニリーバのすべての製品の カーボンフットプリントを





資金: Climate & Nature Fund の10億ユーロ

ごみのない世界

2025年までに、非再生プラス チックを50%削減する(絶対量 で10万トンの削減)

2025年までに、使用するプラス チックの25%を再生プラスチッ クにする

2025年までに、販売量よりも 多くのプラスチックを回収・ 再生する

2025年までに、プラスチックの パッケージを100%再使用可能、 リサイクル可能、または堆肥化 可能にする

2025年までに、事業からの食品 廃棄量を半減する

自社工場における 埋立廃棄物ゼロを



人々の健康、自信、 ウェルビーイングを向上させる

ポジティブな栄養

売上を10億ユーロにする

2025年までに、積極的に栄養が

とれるような製品の数を倍増す

2022年までに、ポートフォリオ

の70%がWHOに沿った栄養水準

2025年までに、アイスクリーム

2025年までに、アイスクリーム

製品の95%で、1食あたりのカロ

2022年までに、食品製品の85%

で、消費者の1日あたりの塩分摂

取量を5q以下に減らせるように

リーを**250kcal**以下にする

する

製品の95%で、1食あたりの

砂糖含有量を22g以下にする

を満たすようにする

健康とウェルビーイング

2025~2027年までに、植物由 ブランドを通して健康とウェル ビーイングを改善し、エクイ 来の代替肉・代替乳製品の年間。 ティとインクルージョンを推進 するアクションを取り、2030年 までに、年に10億人にリーチす

重点分野:

- ジェンダーのエクイティ
- 人種・民族のエクイティ
- 身体への自信と自己肯定感 • 精神的なウェルビーイング
- 手指衛生
- 公衆衛生
- 口腔衛生





ようにする

ダイバーシティ、 インクルージョン

社内の活動や方針からあらゆる 偏見や差別を排除することで、 公平でインクルーシブな文化を 実現する

エクイティ、

すべての役員・管理職で ダイバーシティを加速させる

2025年までに、障がい者雇用率 を5%にする

2025年までに、世界中で、マイ ノリティ・グループの人々が 所有・管理するサプライヤーに 年間20億ユーロを支出する

広告におけるダイバーシティを さらに推進する



生活水準の向上

より公正で、より社会的に

インクルーシブな世界に貢献する

2030年までに、ユニリーバに 2030年までに、若者が必須のス 物品やサービスを直接提供する キルを身に付けられるよう支援 すべての人々が最低でも生活賃 金または収入を得られる

2025年までに、500万の中小企 業の事業成長を支援する



未来の仕事

2030年までに、先駆的な雇用モ デルを開発し、社員に柔軟性の ある雇用オプションを提供する

2025年までに、社員に対して、 未来に適合したスキルの再習得 またはスキル向上のための



人権尊重

人権及び国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」を 尊重するとともに、その効果的な実践を促進し、 ユニリーバの「責任ある調達方針」を遵守する

責任あるビジネスの基盤









計員の ウェルビーイング



製品安全と品質



責任あるイノベーション





広告とマーケティング



保護



ステークホルダー エンゲージメント





責任ある納税

透明性への 責任あるコミットメント