

ユニリーバ会社概要

Last updated July, 2023



A COMPANY WITH PURPOSE



Make
Cleanliness
Commonplace

清潔を暮らしの
“あたりまえ”に

A COMPANY WITH PURPOSE

Make Sustainable Living Commonplace

サステナビリティを
暮らしの“あたりまえ”に

UNILEVER AT A GLANCE

ユニリーバは、毎日190カ国以上で34億人以上が製品を使用している世界最大級の消費財メーカーです。

- 本 社 ロンドン（英国）
- 最高経営責任者 ハイン・シューマツハ
- 総 売 上 高 601億ユーロ（約8兆2,560億円）※
- 社 員 数 12万7,000人※



ハイン・シューマツハ
ユニリーバ グローバルCEO
(最高経営責任者)



ロンドン本社

OUR BRANDS

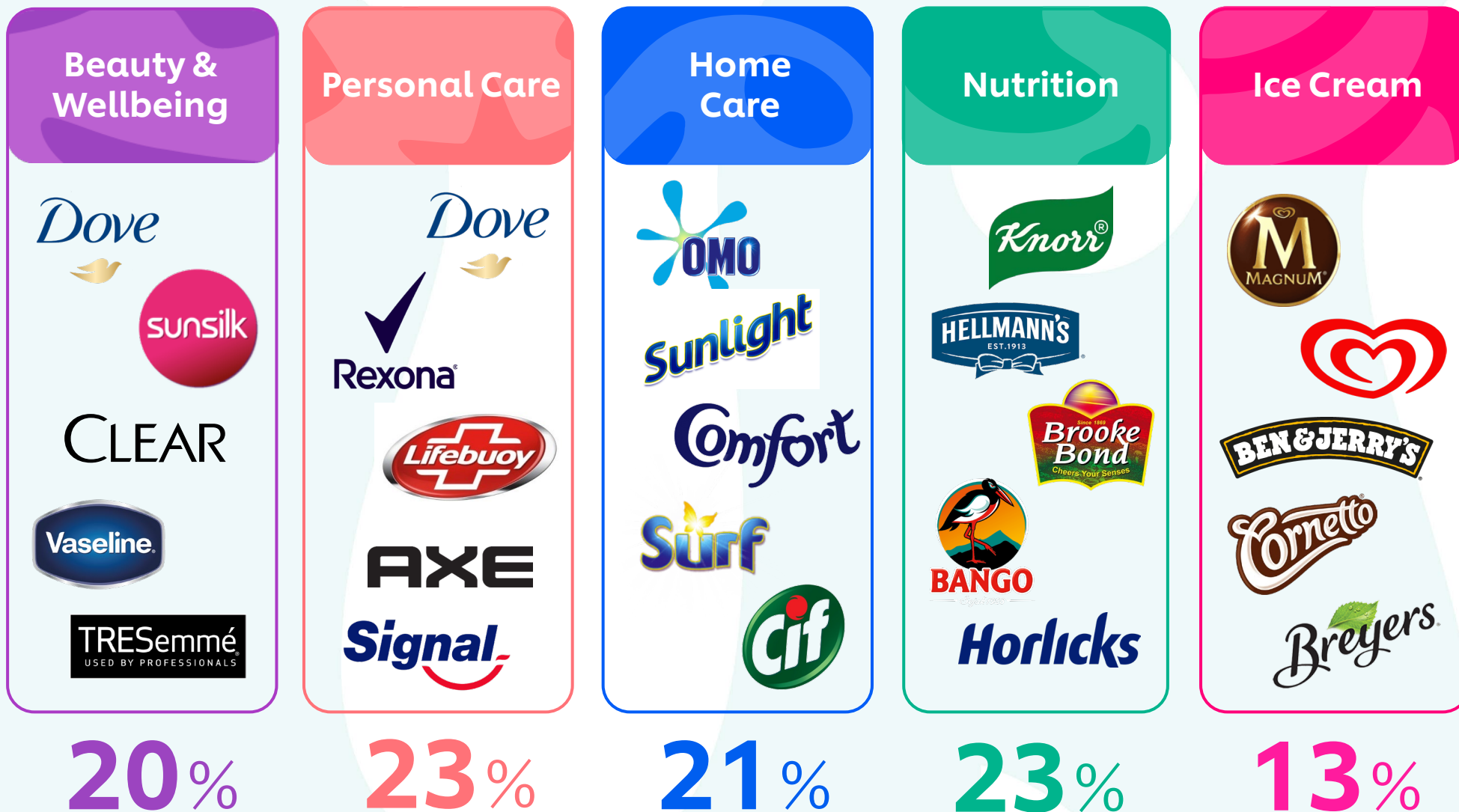
パーパス（目的・存在意義）を持つ強いブランドを育成・展開しています。

- 世界全体で400以上のブランド
 - ・ そのうち14のブランドが年間売上10億ユーロ以上
 - ・ 13のブランドが世界のトップ50ブランドにランクイン



OUR FIVE BUSINESS GROUPS

2022年7月から5つのビジネスグループで事業展開しています。



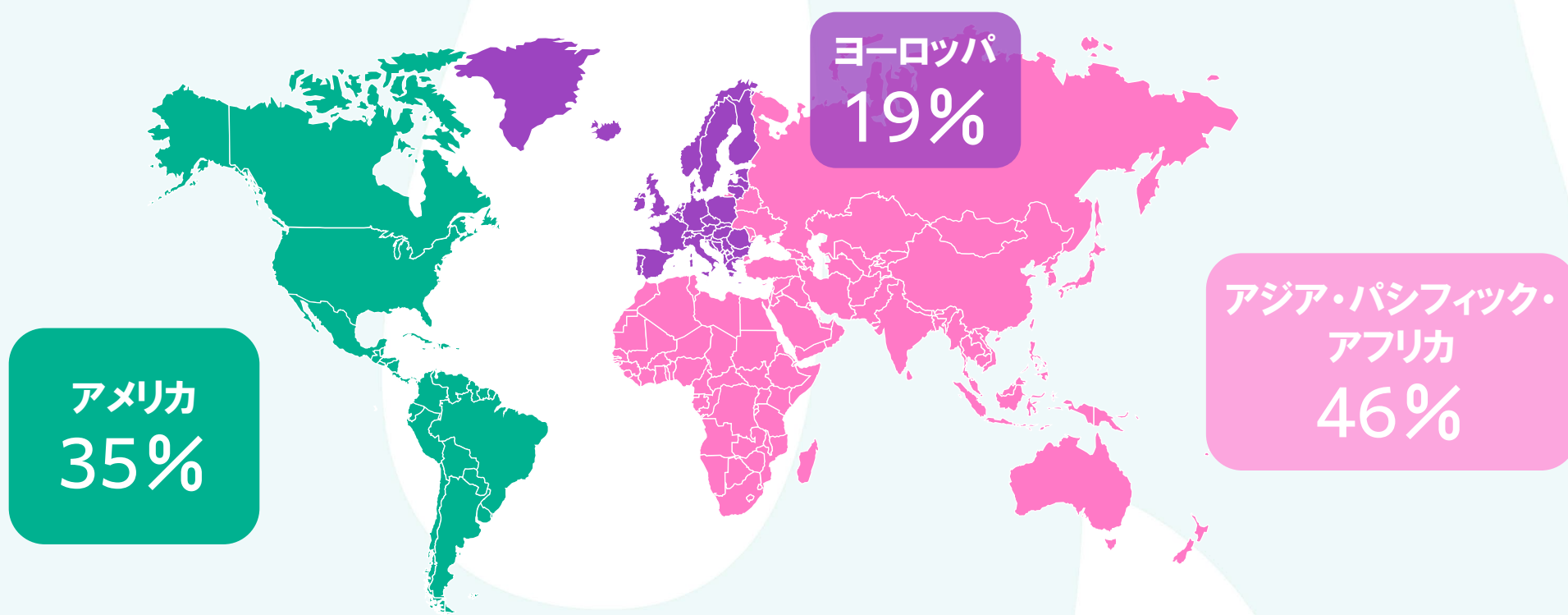
売上構成比

A GLOBAL BUSINESS

グローバル企業としてのマーケティング力や研究開発力、調達力を活かしながら、各国・地域のお客さまへの深い理解に基づいてブランド・製品をお届けしています。

- 早くから世界各地に深く根をおろしバランスの良い売上
- 売上の58%が新興市場

地域別売上構成比



A GLOBAL BUSINESS

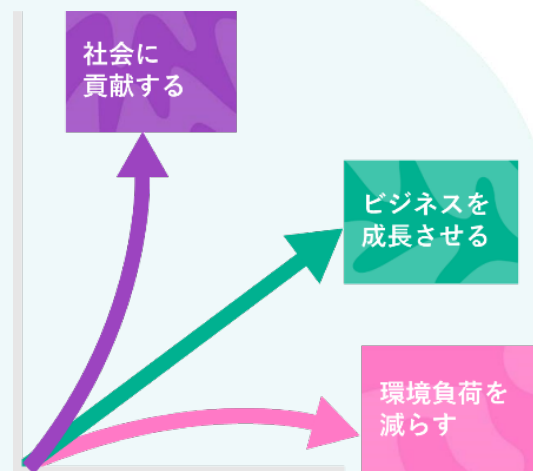
パーパスを持ったブランドを支える最先端の研究・テクノロジー

- 6つの中央研究所を中心とした90拠点以上・6,000人を超える研究開発チームが緊密に連携
- 大学・第三者機関とも連携。オープン・イノベーションを活用
- 年間9億ユーロ以上（約1,250億円）の研究開発費を投じて優れたイノベーションを市場へ



OUR STRATEGY : UNILEVER SUSTAINABLE LIVING PLAN (2010-2020)

世界中で多くの成果



2020年末までに
13億人以上の
すこやかな暮らしに貢献



自社工場からの環境負荷の削減
温室効果ガス 水使用量 廃棄物量
-75% -49% -96%

ユニリーバ・サステナブル・リビング・プラン		
10億人 以上の すこやかな暮らしに貢献	製品ライフサイクルからの 環境負荷を 1/2 に	数百万人の 経済発展を支援
衛生・健康	温室効果ガス	人権・労働者の権利
食	水	女性のための機会
	廃棄物	包括的なビジネス
	持続可能な調達	



機会の拡大・経済発展に貢献
女性管理職比率 小規模農家の支援
51% **83万2,000軒**
(世界)

OUR STRATEGY : THE UNILEVER COMPASS (2021-)



パーパス：

サステナビリティを暮らしの“あたりまえ”に

3つの信念

- パーパスを持つブランドは成長する
- パーパスを持つ人々は成功する
- パーパスを持つ企業は存続する

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。

OUR STRATEGY

2021～ユニリーバ・コンパス

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			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		
気候変動へのアクション	自然の保護と再生	ごみのない世界	ポジティブな栄養	健康とウェルビーイング	エクイティ、ダイバーシティ、インクルージョン	生活水準の向上	未来の仕事
2030年までに、バリューチェーン全体で温室効果ガス排出量を実質ゼロを実現する	2023年までに、パーム油、紙、ガール紙、茶、大豆、ココアのサプライチェーンにおける森林伐採をゼロにする	2025年までに、再生プラスチックの50%削減（絶対量で10万トンの削減）	2025～2027年までに、植物由来の代替肉、代替乳製品の年間売上を10億ユーロにする	ブランドを通して健康とウェルビーイングを促進し、エクイ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10億人にリーチする	社会的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	2030年までに、ユニリーバに商品やサービスを直接提供するすべての人々が商店でも生計を立てる収入を得られるようにする	2030年までに、患者が必須のスキルを身に付けられるよう支援する
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削減を半減させる	2030年までに、150万ヘクタールの土地、森林、海洋の保護と再生を実現する	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、積極的に栄養がとれるような製品の数を増やす	重さ分野： ・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 ・栄養衛生 ・公衆衛生 ・口腔衛生 ・スキンケアと美容	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、500万の中小企業の事業成長を支援する	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
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	主な農作物の100%持続可能な調達を実現する	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	2022年までに、ポートフォリオの70%がWHOに沿った栄養基準を満たすようにする	2025年までに、アイスクリーム製品の95%で、1食あたりの砂糖含有量を22g以下にする	2025年までに、障がい者雇用率を5%にする		2025年までに、社員に対して、未来に適合したスキルの習得またはスキル向上のためのトレーニングを行う
2030年までに、すべての洗剤および飲料用製品で、化石燃料由来のカーボン再生可能なまたはリサイクルカーボンに置き換える	森林環境の保護・再生のため、農業・小規模農家の力をつける	2025年までに、プラスチックのパッケージを100%再生可能、リサイクル可能、または生分解可能にする	2025年までに、アイスクリーム製品の95%で、1食あたりのカロリーを250kcal以下にする	2022年までに、食品製品の85%で、消費量の1日あたりの塩分摂取量を5g以下に減らすようにする	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		
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共有する	2030年までに、水不足の地域の100地域でウォーター・ステewardshipプログラムを実施する	2030年までに、専科を100%生分解可能にする			店舗におけるダイバーシティをさらに促進する		

資金：Climate & Nature Fund の10億ユーロ

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



詳しくは、ユニリーバのグローバルウェブサイト (www.unilever.com/planet-and-society/) をご覧ください

ユニリーバ・ジャパン

UNILEVER JAPAN AT A GLANCE

ユニリーバ・ジャパンは、ユニリーバの日本法人です。
1964年より日本のお客様のニーズに根ざしたブランド・製品を展開しています。

- 本 社 東京都目黒区
- 代表取締役 社長 ジョイ・ホー
- 社 員 数 約400名



ジョイ・ホー



東京 中目黒本社

OUR BRANDS

ビューティ & パーソナルケアおよびホームケアの市場にブランドを展開しています。

The LUX logo is written in a stylized, golden, serif font.The Dove logo features the word "Dove" in a blue script font, with a small golden dove icon below it.The CLEAR logo is written in a white, sans-serif font on a black background.The mod/s/hair logo features the word "mod/s/hair" in a white, sans-serif font on a black background, with a red "s" in the middle.The Timotei logo is written in a green, sans-serif font.The NEXXUS logo is written in a black, sans-serif font.The AXE logo is written in a white, sans-serif font on a black background, with the tagline "FIND YOUR MAGIC." below it.The POND'S logo is written in a black, sans-serif font.The Vaseline logo is written in a white, sans-serif font on a blue, rounded rectangular background.The Rexona logo features a black checkmark above the word "Rexona" in a black, sans-serif font.The Jif logo is a green circle with a white "J" and a red dot above it.The Fiesta logo is a blue and red circular logo with the word "Fiesta" in white.The Laborica logo is written in a black, sans-serif font.The Tamaawa logo features the Japanese characters "珠泡" (Tamaawa) in a black, sans-serif font.

たまあわ

The STYLEE logo is written in a black, sans-serif font.The Season Free 365 logo features the words "season free" in a circular arrangement around the number "365", with a leafy branch below it.The AHC logo is written in a black, sans-serif font.

OUR BRANDS

RAFRA

 TUNEMAKERS
EST.2006

 PROUDMEN.

GRAN
Fixer

 DeliciousBody

BEAUTY MAKES THE WORLD GO ROUND

ビューティーで、世界を動かす。



COMPASS IN ACTION IN JAPAN

「ユニリーバ・コンパス」の下、日本のお客さまの毎日の暮らしと社会によい変化をもたらしながらビジネスとしても成功することを目指します。

地球の健康の改善

気候変動へのアクション/
自然の保護・再生/ごみのない世界



日本での活動例

- プラスチックの使用量削減、再生プラスチックの導入、UMILEプログラム、リフィルステーションおよび空容器の回収・リサイクルの実証実験など
- 日本国内のすべての事業所で100%自然エネルギーを使用*
- 自社工場でゼロランドフィルを実現

健康,自信,ウェルビーイングの向上

ポジティブな栄養/
健康とウェルビーイング



日本での活動例

- 衛生・健康・よりインクルーシブな美しさのニーズに応える製品を提供
- パーパスを持つブランドによる活動を強化
- 自然災害の被災地への緊急支援・復興支援、新型コロナウイルス対策支援のための製品寄付など

より公正でインクルーシブな世界

公平・ダイバーシティ・インクルージョン/
生活水準の向上/未来の仕事



日本での活動例

- パーム油などの持続可能な調達を通して生産者の生活水準を向上
- ダイバーシティ & インクルージョンを社内外で尊重・推進。2020年には全選考過程から性別欄や写真、ファーストネームを排除
- 新しい働き方を社内外で推進

BRANDS WITH PURPOSE

LUX

BRAVE HAIR

自分自身を美しいと思えることが
自信になり、一歩踏み出す勇気に
つながることを応援する

LUX

私の髪は、私が決める。
#BeHairsell

Dove

あなたらしさが、美しさ

すべての人が自分の美しさに
気づくきっかけを作ること

AXE
FIND YOUR MAGIC.

FIND YOUR MAGIC

もっと自由に、もっと正直に
自分の魅力は自分の中にある

AXE

香りは
第0印象。

CLEAR

自分を信じて、未来へ進め

自分を信じて未来に踏み出す
あなたの、その大きな一歩を
応援し続ける



Vaseline

肌のケアを通して
すべての人が積極的に人生を
楽しめるように貢献する

世界でうるおい守って150年*

150周年記念 社会貢献活動 日本でもスタート

ヴァセリン・ヒーリング・プロジェクト

キャンペーン期間中、ピュアスキンジェリーの販売数に応じ、
ピュアスキンジェリーを寄付**
「アトピッ子地球の子ネットワーク」の活動をサポート

*1 ヴァセリンは、1870年にアメリカで誕生し、2020年5月時点で、
79か国以上で展開しているブランドです。
*2 2020年10月1日〜11月30日に販売されたピュアスキンジェリー各サイズ
が対象となります。寄付製品はピュアスキンジェリー-Sサイズで、
「アトピッ子地球の子ネットワーク」に寄付されます。
※、寄付数には上限があります。

ジフ エメスト

すべての人が
すこやかに暮らせる
社会をつくる



PEOPLE WITH PURPOSE

多様な社員が自分らしくいきいきと働き、自らのパーパスを実現していけるようにしています。

自分らしいキャリアをサポート

UNILEVER
FUTURE
LEADERS
PROGRAMME



新卒採用制度「UFLP365」

- 1年中いつでも、世界中どこからでも、何回でも応募可
- 大学1年生～既卒3年以内まで応募可
- 入社時期は卒業年度の4月/10月、卒業年度翌年の4月/10月と、4つの選択肢から選べる
- 中途採用も含め、すべての選考過程で性別欄・写真・ファーストネームの記載なし

PDP/FFP

Personal Development Plan
Future-fit Plan

世界共通の公正な人事評価・育成制度

- 業務遂行に必要な資格と能力によってのみ社員を採用・雇用・昇進
- 全社員が自らのパーパスとキャリアの希望、業績目標を明文化し上司と共有
- 若いうちから責任ある仕事を任せてリーダーを早期育成

自分らしい働き方をサポート



WAA (Work from Anywhere and Any time)

- 上司に申請すれば、理由を問わず、どこでも勤務できる*
- 平日5時～22時の間で自由に勤務時間・休憩時間を決められる
- 全社員が対象で、期間・日数の制限なし
- ユニリーバ式ワーケーション「地域 de WAA」も導入



WAAP (WAA for Parallel Careers)

- いつでも、どこからでもユニリーバの仕事ができる複業人材募集プラットフォーム
- 社員も複業が可能



すべての社員が自分らしく、誇らしく働けるように

- 世界全体でジェンダー、LGBTQI+、障がい、人種・エスニシティを中心にEDI*を推進
- 日本でも従業員リソースグループ「ProUd」を通じて研修の提供、イベント参加等社内外へ働きかけ
- たとえばLGBTQI+の方向けには同性パートナーを配偶者と同等に扱う社内制度、トランスジェンダーへの配慮、年中無休・匿名の相談窓口の設置などを実施



* EDI = エクイティ、ダイバーシティ、インクルージョン

Thank you

