ユニリーバ会社概要

Unilever

Last updated: 2024/09/01

Make Cleanliness Commonplace

清潔を暮らしの“あたりまえ”に

Make
Sustainable Living
Commonplace
サステナビリティを
暮らしの“あたりまえ”に

ユニリーバ・グローバル概要

2023年の売上

596億ユーロ

（約9兆200億円*）

190か国に
ブランドを展開

34億人が
製品を毎日使用

売上の
75%が
上位30の
パワーブランド

売上の
58%が
新興市場

自社工場
280+
拠点

自社からの
温室効果ガス排出量
-74%
（2015年比）

多様な社員

128,000
全世界の社員数

84%
UniVoice
社員満足度調査での
エンゲージメントの
スコア

55%
全世界の
女性管理職比率

世界でもっとも愛されているブランドの多くを製造

世界で

400+

のブランドを展開

34億人

が毎日製品を使用

売上の

75%

75%が上位30の
パワーブランド

86億ユーロ

ブランドとマーケティングに投資

ブランドを支える最先端のサイエンス＆テクノロジー

60か国
5,000人の
研究開発チーム

年間
9.49億ユーロ
（約1,360億円）
を研究開発に投資

20,000
件の特許を保持

18億ユーロ
イノベーションによる売上増

Growth Action Plan

成長のための戦略とアクションプラン

私たちは、より高い業績を実現するため、より速い成長、生産性とシンプルさ、パフォーマンスカルチャーを中心に実行力を強化しています。

Our Purpose

サステナビリティを暮らしの“あたりまえ”に

Our financial ambition

一貫した、競争力のある成長を実現し、株主総利回りで業界第３位に

Where to play

一貫して高成長なポートフォリオを構築

主要な市場、カテゴリーで成長を加速

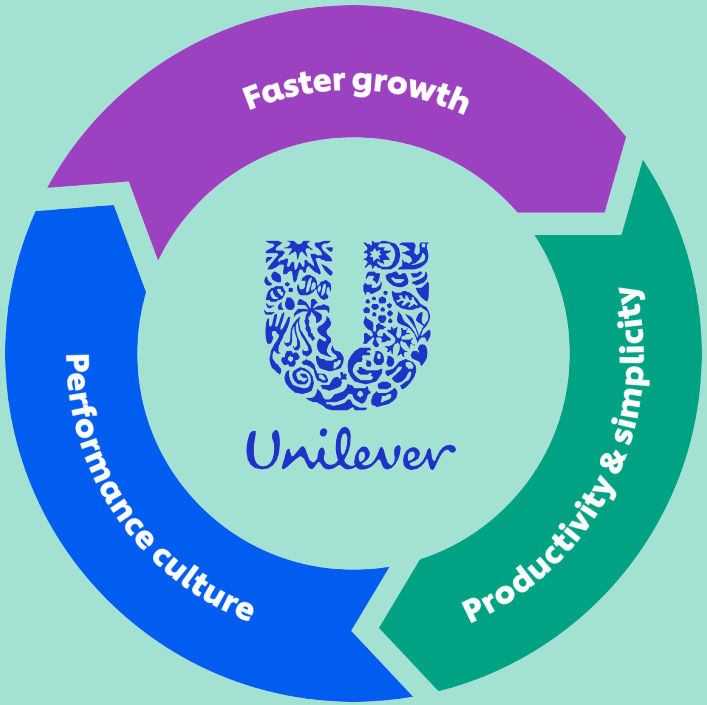
見逃せない優位性を持つブランドで勝つ

主要なチャネルを牽引

How to win

成長のためのアクションプラン

ポテンシャルを引き出し、一貫した価値創造を実現するための強固な基盤とフォーカスされたアクションプラン



より速い成長

1 30のパワーブランドにまずは注力する

- パワーブランドには市場におけるエグゼキューションとブランドサポートを一貫して確保する。
- 将来的には同じビジネスモデルを他のブランドにも適用する。

2 見逃せない優位性を持つ

- 消費者選好のすべての要素に対応する。
- 6つの優位性属性を測定する：製品、提案、パッケージ、プロモーション、価格設定。

3 複数年にわたってイノベーションを拡大する

- カテゴリー成長と市場の新規開発につながり、規模の拡大ができるイノベーションを優先する。
- 強力な科学技術プラットフォームを活用する。

4 ブランドへの投資と収益を増やす

- デジタルを含む、より大きなマルチチャネルプラットフォームへ重点的に投資を行う。
- 投資効果を高める。

5 ポートフォリオを選択的に最適化する

- ポートフォリオの継続的な最適化を図る。
- 当面変革的な買収は行わない。

生産性とシンプルさ

6 粗利益を回復させる

- セービングから生産性へ焦点をシフトする。
- 資本支出を増やし、構造改革に対して規律あるアプローチを適用する。

7 サステナビリティの目標にフォーカスする

- ４つの優先分野：気候、自然、プラスチック、生活水準。
- 短期的なロードマップに焦点を当てる。

8 カテゴリー別組織の利点を活かす

- オペレーティングモデルをよりシンプルにする。
- 最前線のカスタマーデベロップメントの役割を強化する。

パフォーマンスカルチャー

9 チームを新しくする

- パフォーマンスを上げることに注力する。
- より少なく、より明確な優先事項を達成し、シングルポイント・アカウンタビリティを持つ。

10 高いパフォーマンスを上げ、報酬を与える

- よりシンプルで、より明瞭な単年目標を設定する。
- 新しい報酬フレームワークを価値創造に明確に連動させる。

より詳しくはユニリーバ・グローバル アニュアルレポートをご覧ください → https://www.unilever.com/investors/annual-report-and-accounts/

サステナビリティの目標

	気候変動	自然	プラスチック	生活水準
長期目標	**2039年までに バリューチェーン全体で ネットゼロを実現する**	自然環境と農業生態系の レジリエンスと再生力を高める	使用量削減、資源循環、協働を通して プラスチック汚染を終わらせる	生活賃金の保障も含めて バリューチェーンに関わる人々が 適切な生活水準を保てるようにする
目標	2030年までに事業活動からの温室効果ガス排出量(スコープ１および２)を100%削減する（2015年比、絶対量）。 2030年までにスコープ３のエネルギーおよび産業からの温室効果ガス排出量*を42%削減する（2021年比、絶対量）。 2030年までにスコープ３の森林、土地、農業（FLAG）からの温室効果ガス排出量**を30.3%削減する（2021年比、絶対量）。	2030年までに主要作物の95%を持続可能な調達の裏付けが取れたものにする。 2030 年までに100万ヘクタールの農地で再生型農業を実践する。 2030 年までに100万ヘクタールの自然生態系の保護と回復を支援する。 森林減少の原因となるコモディティにおいて森林破壊ゼロを継続する。 2030 年までに水不足地域の100 か所で水管理プログラムを実施する。	非再生プラスチックの使用量を2026年までに30%、2028 年までに40%削減する（2019年比）。 プラスチックパッケージを100%再利用可能、リサイクル可能、または堆肥化可能にする（硬包装は2030年まで、軟包装は2035年までに実現）。 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年までに販売する量よりも多くのプラスチックパッケージを回収・再生する。	2026年までにサプライチェーン内の25万人の小規模農家が生活水準向上のためのプログラムにアクセスできるよう支援する。 2026年までに当社のサプライヤーの50%（支出金額ベース）から生活賃金の保障について署名を得る。 2026年までにリテールバリューチェーン内の中小企業 250 万社の事業拡大を支援する。

気候・自然基金へ10億ユーロを投資して支援します。

人権およびエクイティ、ダイバーシティ、インクルージョンへのコミットメントを事業の基盤として継続します。

*エネルギーおよび産業からの温室効果ガス排出には、当社が購入する物品およびサービス（原材料・パッケージ関連）、上流の輸送および配送、エネルギーおよび燃料に関連する活動、販売した製品の使用からの直接排出（HFC推進剤関連）、販売した製品の耐用年数終了時の処理、そして下流のリース資産（アイスクリーム小売棚関連）からの排出が含まれます。

**購入する物品およびサービス（原材料関連）由来のFLAG排出量。

ユニリーバ・ジャパンについて

ユニリーバ・ジャパン概要

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。

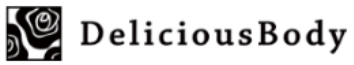
- 本　　社　　東京都目黒区
- 代表取締役 社長　　エド・ブリオラ
- 社 員 数　　約400名

エド・ブリオラ

東京　中目黒本社

日本でもさまざまなブランドを展開

ビューティ＆ウェルビーイング、パーソナルケアおよびホームケアのブランドを展開しています。



ブランドを通して社会によい変化を

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

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

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

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

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

すべての人が
すこやかに暮らせる
社会をつくる

サステナビリティへの取り組み

気候変動 ー 日本での主要な取り組み

100%再生可能エネルギー*1

自社からのCO_2排出量
-4,900t*2

ホワイト物流

物流からのCO_2排出量
-950t
物流関係者の労働時間
-5,800時間

*1 日本国内の全事業所および主力協力工場で使用するエネルギー約640万Wh分を、グリーン電力証書・J-クレジットを利用して、100%再生可能エネルギーに切替。使用エネルギー量は2023年実績に基づき算出。
*2 日本国内の全事業所および主力協力工場でのエネルギー使用量（2023年実績）に基づき算出。

Sustainability Re:focused

自然 ー 日本での主要な取り組み

持続可能な調達

持続可能な方法で調達された
パーム油由来原料を使用

生分解可能な処方

ダヴ泡洗顔シリーズに
生分解性96%*の処方を採用

Sustainability Re:focused

プラスチック ー 日本での主要な取り組み

プラスチックの使用量削減

プラスチックの使用量
2019年と比べて
27.7%削減

再生プラスチックへの切替

ほぼすべてのPET製ボトルを
rPETへと切替済

rPEを順次導入中

使用済プラスチック容器の回収・再生

110万人＋
UMILEプログラムに登録

Sustainability Re:focused

EDIー日本での主な取り組み

多様なリーダーおよび社員とEDIを推進

女性比率
42% リーダーシップチーム
44% 管理職

インクルーシブなポリシーや制度

WORK FROM ANYWHERE & ANYTIME
Unilever

Won work with Pride GOLD 2023

#Unstereotype

ブランドを通して
社会に存在する
有害なステレオタイプを排除

詳しくはユニリーバ・ジャパンのウェブサイトへ：**https://www.unilever.co.jp/sustainability/**

Be Yourself：キャリアも、働き方も、自分らしく

自分らしいキャリアをサポート

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

世界共通の公正な人事評価・育成制度

PDP/FFP
Personal Development Plan
Future-fit Plan

- 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、どこででも勤務できる*
- 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」を通じて社内外へ働きかけ
- 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。「PRIDE指標2023」でGOLD認定

Thank you

Unilever