

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となることです。私たちは、パーパス主導で未来に適合したビジネスモデルが優れたパフォーマンスを牽引し、業界の上位1/3に入る財務業績を一貫して実現することを実証していきます。



パーパス：サステナビリティを暮らしの“あたりまえ”に

戦略的選択とアクション

1. ポートフォリオを高成長分野へと拡大する

衛生



スキンケア



プレステージビューティー



栄養・機能性食品



植物性原料食品

2. パーパスとイノベーションを通してよりよい未来への力となるブランドで勝つ

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

差別化された科学と技術で勝つ



3. 米国、インド、中国、および主要な成長市場でのビジネスを加速する

米国、インド、中国で、さらに規模を拡大する

新興市場で強みを発揮する



4. 未来のチャネルをリードする

ビュープレイとオムニチャネルのEコマースを加速する

eB2Bビジネスプラットフォームを開発する

ショッパーインサイトをもとにカテゴリーリーダーシップを推進する



5. パーパス主導で未来に適合した組織と成長のための企業文化を構築する

アジリティとデジタルトランスフォーメーションによって能力を解き放つ

ダイバーシティ、インクルージョン、バリューに基づいたリーダーシップの規範となる

生涯教育によって能力を構築する



5 Growth Fundamentals : 5つの成長の基盤

1

Purposeful Brands
パーパスを持つブランド

2

Improved Penetration
市場での普及率の向上

3

Impactful Innovation インパクトあるイノベーション

4

Design for Channel チャンネルのためのデザイン

5

Fuel for Growth
成長のための原資

マルチステークホルダーモデル

社員



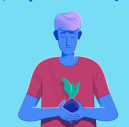
消費者



顧客



サプライヤーと
ビジネスパートナー



社会



地球



株主



複数年に及ぶ財務業績のフレームワーク



競争力のある
成長



利益ある
成長



キャッシュ創出



株主総利回り(TSR)
業界上位1/3

パーパスとイノベーションを通してよりよい未来への力となるブランドで勝つ



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	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
2039年までに、原料調達から店頭販売までのすべての過程で、製品からの温室効果ガス排出量を実質ゼロにする 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共有する	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伐採をゼロにする 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支援する 2030年までに、主産農作物の100%持続可能な調達を実現する 農場環境の保護・再生のため、農家・小規模農家のエンパワメントをする 2030年までに、水不足の地域の100地点でウォーター・シュワードシップ・プログラムを実施する 2030年までに、原料を100%生分解可能にする	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維持する	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 2025年までに、微量栄養素が豊富に含まれた製品の数を倍増する 2022年までに、ポートフォリオの70%がWHOに沿った栄養水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、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、消費者の1日あたりの塩分摂取量を5g以下に減らせるようにする	ブランドを通して健康とウェルビーイングを改善し、公平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10億人にリーチする 重点分野： - ジェンダー平等 - 人種・民族平等 - 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 - スキンケアと治療	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 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	2030年までに、ユニリーバに物品やサービスを直接提供する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ようにする 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 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トレーニングを行う	

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



ビジネス
インテグリティ



職場での
安全



社員の
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



責任ある
広告とマーケティング



データの
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

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