

Unilever

ユニリーバ会社概要

Last updated: 2025/08/01

ユニリーバのパーパス

Make Cleanliness Commonplace

清潔を暮らしの“あたりまえ”に



ユニリーバのパーパス

Make Sustainable Living Commonplace

サステナビリティを暮らしの“あたりまえ”に



BRIGHTEN EVERYDAY LIFE FOR ALL

輝く毎日をすべての人に

[Concept movie](#)

ユニリーバ・グローバル概要

2024年の売上

608億ユーロ

(約9兆8500億円*)

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)

ユニリーバを動かす人々



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

OUR BRANDS : Global

パーパス（目的・存在意義）を持つ強いブランドを育成・展開

- 世界全体で約400のブランド
- 30のパワーブランドが売上の75%を占める
- 94億ユーロ（約1.5兆円）を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 *Unilever*

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



OUR STRATEGY : Our Growth Action Plan 2030

パーパス：輝く毎日をすべての人に

目標：市場をけん引する上質で魅力的なブランドで、最高峰のパフォーマンスを提供する

STRATEGY

フォーカスする
30 のパワーブランド
24 のトップマーケット

高める
上質で魅力的なブランド
ソーシャルファーストの需要創出
スケールアップ可能なイノベーション
プレミアム化
将来性のある流通チャネル

加速する
サイエンス&テクノロジー
無駄がなく臨機応変なサプライチェーン
純生産性
大規模なAIの活用

SUSTAINABILITY

Climate
気候

実質ゼロ排出を目指す

Nature
自然

レジリエントな
再生エコシステム

Plastics
プラスチック

プラスチックがゴミにならな
い未来への取り組み

Livelihoods
生活水準の向上

ユニリーバのバリューチェーンに関わる
人々の生活水準の向上

CULTURE

Values

パイオニア精神
尊敬
誠実さ
責任感

People

ベストなタレント
インクルーシブなリーダー
真のダイバーシティ
最高にエンゲージされた状態

Behaviours

Care deeply : 心からケアする
Focus on what counts : 重要なことに専念する
Stay three steps ahead : 3歩先をいく
Deliver with excellence : 卓越した成果を届ける

サステナビリティの目標

気候変動

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



- 100%** 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)
- 42%** 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)
- 30%** 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)

自然

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



- 95%** 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
- 1M** 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
- 1M** 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
- Zero** 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
- 100** 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

プラスチック

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



- 40%** 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)
- 100%** 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)
- 25%** 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
- By 2025** 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

生活水準

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



- 50%** 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
- 250K** 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
- 2.5m** 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

*購入した物品・サービス (原料、パッケージ関連) のエネルギー・燃料関連の排出、上流の輸送・配送、販売した製品の使用 (ハイドロフルオロカーボン (HFC) 冷媒)、販売した製品の廃棄、下流のリース資産 (アイスクリームの小売キャビネット)
 **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&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

The LUX logo is written in a bold, gold-colored serif font.The Dove logo features the word "Dove" in a blue script font, with a small yellow dove icon below it.The NEXXUS logo is in a black, all-caps sans-serif font, with the tagline "SALON CRAFTED PROTEIN BLENDS" in smaller text below.The CLEAR logo is in a black, all-caps sans-serif font.The AXE logo is in a bold, black, all-caps sans-serif font.The POND'S SKIN INSTITUTE logo features the word "POND'S" in a large, black, all-caps serif font, with "SKIN INSTITUTE" in a smaller, black, all-caps sans-serif font below it.The Vaseline logo is in a white, all-caps sans-serif font, set against a blue, rounded rectangular background.The Rexona logo features a large blue checkmark above the word "Rexona" in a blue, all-caps sans-serif font.The AHC logo is in a black, all-caps sans-serif font.The EJ logo is a green circle containing the white letters "EJ" and two small orange dots.The Festa logo is a blue circle containing the white Japanese characters "フェスタ" and a red arrow.The RAFRA logo is in a black, all-caps serif font, set against a light orange background.The TUNEMAKERS logo features a circular icon with a stylized "TM" inside, followed by the word "TUNEMAKERS" in a white, all-caps sans-serif font, and "EST.2006" in a smaller font below.The PROUDMEN. logo features a circular icon with a stylized "P" inside, followed by the word "PROUDMEN." in a white, all-caps sans-serif font.The Fixer logo is in a white, all-caps serif font, set against a black background.The DeliciousBody logo features a red rose icon followed by the word "DeliciousBody" in a red, all-caps sans-serif font.

ブランドを通して社会によい変化を

Unilever

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



Dove **あなたらしさが、美しさ**
すべての人が自分の美しさに
気づききっかけを作ること



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



無香料・
無着色・
防腐剤無添加。
これ1つで
全身のポイントケア

ヴァセリン オリジナル ピュアスキンジェリー

AXE **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



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



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

Unilever

Climate

100%再生可能エネルギー^{*1}



自社からのCO₂排出量
-4,900t^{*2}

ホワイト物流



物流からのCO₂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・リ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

Nature

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

Plastics

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

EDI

多様なリーダーおよび
社員とEDIを推進



女性比率
リーダーシップチーム **60%**
管理職 **44%**

インクルーシブな
ポリシーや制度



Won work with Pride
GOLD
2023&2024

#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

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

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



- 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 Anytime)



- 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
- 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

Thank you