

# Unilever

## ユニリーバ会社概要

Last updated: 2026/05/14

ユニリーバのはじまり

# Make Cleanliness Commonplace

清潔を暮らしの“あたりまえ”に



これまでのパーパス

# 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

[Purpose movie](#)



# 世界で展開するグローバル企業

2025年の売上

# €505億

(約8兆4608億円

\*)

売上の

# 78%

Top 30の  
パワーブランド

# 190

か国に  
ブランドを展開

売上の

# 59%

が新興市場

自社工場

# 138

拠点

# 37億

人が  
製品を毎日使用

\*1€=167.54146円

# 世界中で愛される数多くのブランドを展開





# ブランドを支える最先端のサイエンス&テクノロジー *Unilever*

**4,500**人の  
研究開発チーム

年間  
**8.36**億ユーロ  
(約1,400億円\*)  
を研究開発に投資

**16,500**件の  
有効特許を保持



\*1€=167.54146円



## 多様な社員

96,000 全世界の社員数

84% の従業員が  
ユニリーバで働くことに  
満足している

# Our Strategy

## 3 基盤となる変革

### ブランド

#### Desire at Scale

SASSY ブランド  
最先端の機能

### 組織

#### Fit for the AI Age

AI & テクノロジー  
生産性向上とシンプル化

### ピープル

#### Play to Win

勝利を追求する文化  
最高の人材を徹底して追求

## 7 成長に向けた優先事項

### カテゴリー

Beauty

Wellbeing

Personal Care

### 価値提案

プレミアム

### チャネル

デジタルコマース

### 地域

アメリカ

インド

## 上位 1/3 株主還元

成長ドライバー:



ボリュームの成長



粗利益率の拡大

## サステナビリティ



気候変動



プラスチック



自然



生活水準

# サステナビリティの目標



## 気候変動

ネットゼロを実現する

2030年までに

- 100%** 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%** 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%** 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%削減する (2021年比、絶対量)



## 自然

レジリエンスと再生力を高める

2030年までに

- 1m** 100万ヘクタールの農地で再生型農業を実践する
- 1m** 100万ヘクタールの自然生態系の保護と回復を支援する
- 95%** 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
- 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** 100か所で水管理プログラムを実施する



## プラスチック

プラスチック汚染を終わらせる

2030年までに

- 40%** 非再生プラスチックの使用量を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)



## 生活水準

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

2026年までに

- 50%** 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** 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に支援する
- 2.5m** 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



Unilever

# 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市場にブランドを展開



# 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



**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



**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



**エコ** **エクス** 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

## Climate

100%再生可能エネルギー<sup>1</sup>



自社からのCO<sub>2</sub>排出量  
**-4,900t<sup>2</sup>**

ホワイト物流



物流からのCO<sub>2</sub>排出量 **-950t**  
物流関係者の労働時間 **-5,800時間**

<sup>1</sup> 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・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。  
<sup>2</sup> 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 **43%**

ユニリーバ・ジャパングループ全体  
女性従業員比率 39% 女性管理職比率 43%  
ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社  
女性従業員比率 45% 女性管理職比率 40%  
ユニリーバ・ジャパン株式会社  
女性従業員比率 25% 女性管理職比率 23%

インクルーシブな  
ポリシーや制度



Won work with Pride  
GOLD  
2023&2024&2025

#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

##### 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 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**