



# 企業の中で 社会を変える

北島 敬之  
代表取締役 ジェネラルカウンセル  
Unilever Japan Holdings K.K.



# ユニリーバについて



代表的なブランド：  
ダヴ、ラックス、クリア、  
アックス、リプトン他

世界最大級の  
消費財メーカー

毎日 **190** カ国で  
**25** 億人が製品を使用



# はじまりは一つの石けんから



1884

「サンライト石鹸」で  
英国に衛生的な習慣を普及





“MAKE  
CLEANLINESS  
COMMONPLACE”

清潔さ当たり前のこと

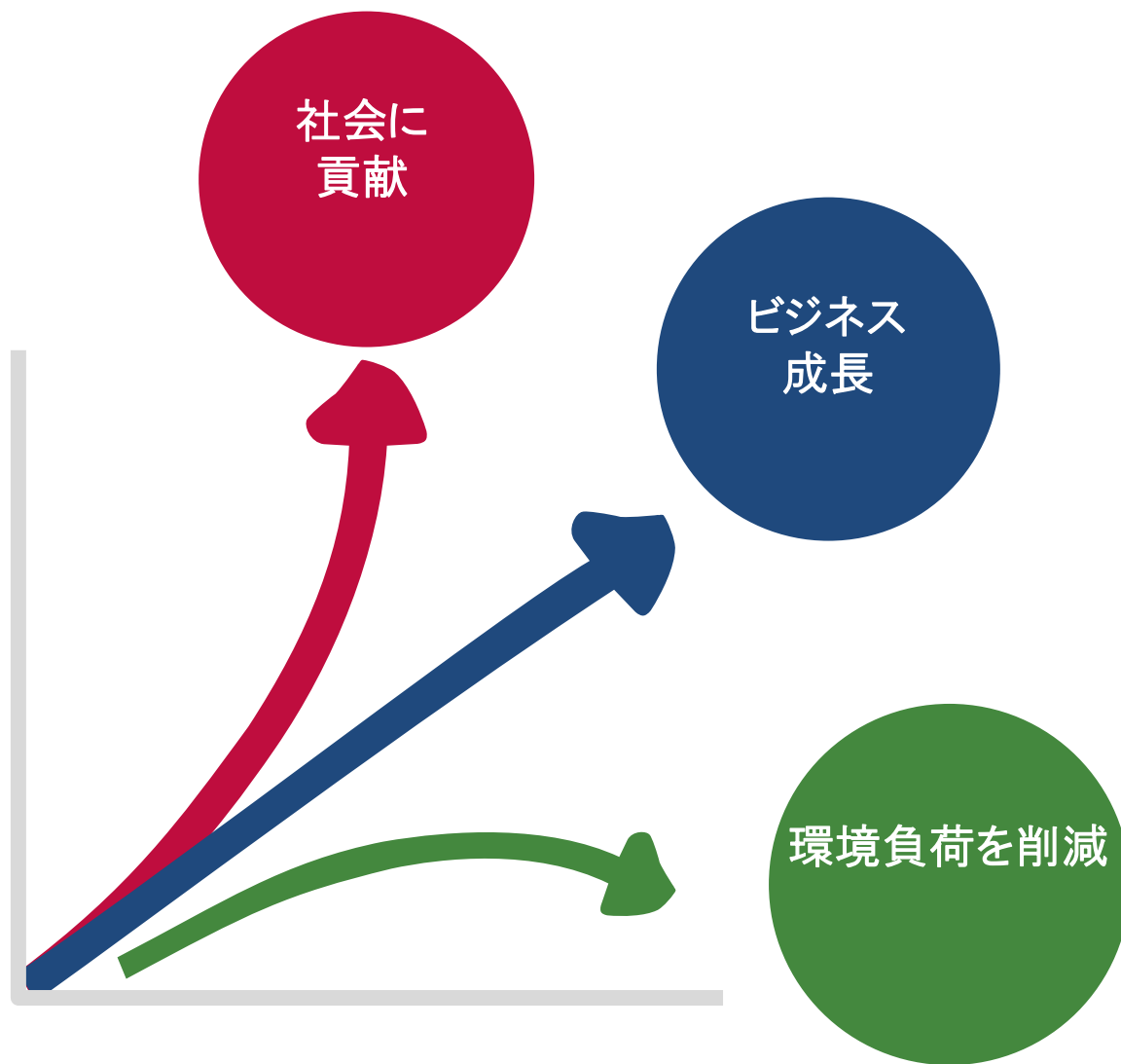


# THE WORLD FACES NEW AND BIGGER CHALLENGES

新しく、さらに大きな変化  
にさらされている



# VISION:よりよい明日を創るために



# ユニリーバ・サステナブル・リビング・プラン



## 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

衛生・健康

食

製品ライフサイクルからの  
環境負荷を  $1/2$

温室効果ガス(GHG)

水

廃棄物

数百万人の  
経済発展を支援

人権・労働者の権利

女性のための機会

包括的なビジネス

持続可能な調達

# ユニリーバ・サステナブル・リビング・プラン



3つの目標

10億人  
以上のすこやかな  
暮らしの支援

製品のライフサイクルか  
らの環境負荷を  
1/2に

数百万人の  
生活の向上を支援



# ユニリーバ・サステナブル・リビング・プラン



3つの目標

10億人

以上のすこやかな  
暮らしの支援

製品のライフサイクルからの環  
境負荷を  
1/2に

数百万人の  
生活の向上を支援

# すこやかな暮らし



2010年から2016年までに  
ライフブーイの手洗いプログラムに

**37900** 万人

**5500** 万  
に安全な水を提供  
| 2005年から850億リットルに相当



2012年から2015年まで



**6200** 万人の

トイレへのアクセスを改善



2010年以来



**7500** 万人が

オーラルヘルス向上  
プログラムに参加

# セルフエスティームの向上

Dove



2014-2016

2300万人

DOVEセルフエスティーム  
プログラムに参加



日本では  
2016年3月までに

17,000

参加

# ユニリーバ・サステナブル・リビング・プラン



3つの目標

10億人  
以上のすこやかな  
暮らしの支援

製品のライフサイクルからの環  
境負荷を  
1/2に

数百万人の  
生活の向上を支援

# 環境負荷の削減: 製造工程



**-43%**

エネルギー利用からの  
CO<sub>2</sub>排出量

**-37%**

水使用量

**-96%**

廃棄物量



# 環境負荷の削減：製品のライフサイクル全体



**+8%**

温室効果ガス



**-7%**

水使用量



**-28%**

廃棄物



# 環境負荷の削減:カーボンポジティブな企業へ



日本では:  
国内のすべての事業所で

**100%**

自然エネルギーを使用<sup>\*1</sup>  
2016年 主力協力工場にも取り組みを拡大

年間 **8,900** トンの  
**CO<sub>2</sub>**削減に<sup>\*2</sup>

世界では:  
91の事業所で

**100%**

自然エネルギーを使用

世界の工場の

**20%**

で自然エネルギーを  
自家発電



<sup>\*1</sup>日本国内の全事業所（本社、研究所、自社工場、全国の営業所、リプトンおよびベン&ジェリーズ直営店）および主力協力工場で使用する電力880万kwh分を、グリーン電力証書を利用して100%自然エネルギーに切替。使用電力量は2016年の実績に基づき算出。詳しくはユニリーバ・ジャパンのウェブサイト（<https://www.unilever.co.jp/>）をご覧ください。

<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（2016年実績）に基づき算出。

# ユニリーバ・サステナブル・リビング・プラン



3つの目標

10億人  
以上のすこやかな  
暮らしの支援

製品のライフサイクルからの環  
境負荷を  
1/2に

数百万人の  
生活の向上を支援



# 経済発展：持続可能な調達



# 51%

世界中で製品の原料として  
使用する農産物を  
持続可能な調達に切替

# 650,000

軒の小規模農家を支援



# サステナビリティは、本当に成長を加速するのか？



- 高いコストがかかる
- 専門の人材が必要？
- 特別に時間を使う？
- 結局、業績次第？



# サステナビリティはビジネス戦略そのもの



イノベーションを鼓舞

消費者を鼓舞

お客様や取引先との  
協働

パートナーとの協働

# サステナビリティが成長を加速



# 51%

ユニリーバが全世界で使用する  
農作物の原材料うち、2016年まで  
に51%が持続可能な調達

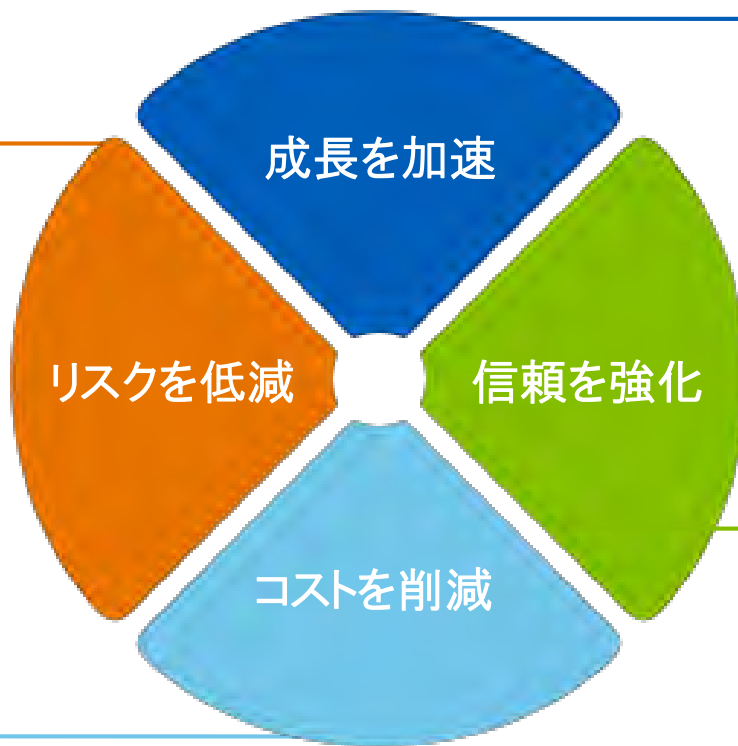
\*

2008年以降、全世界で

# 830

億円以上

のコスト削減



サステナビリティを  
戦略の中核に置くブランドは他  
のブランドに比べて

# 50%

速く成長

世界34カ国で  
大学生が選ぶ「働きたい会社」

# No. 1

\*日本国内の全事業所および主力協力工場で使用する電力約880万kWh分を、グリーン電力証書を利用して100%自然エネルギーに切替。使用電力量は2016年実績に基づき算出。

# INTEGRITY

WE ARE COMMITTED TO INTEGRITY  
BECAUSE IT CREATES  
OUR REPUTATION SO  
WE NEVER COMPROMISE ON IT  
IT DEFINES HOW WE BEHAVE  
WHEREVER WE ARE  
IT GUIDES US TO DO  
THE RIGHT THING  
FOR THE LONG-TERM SUCCESS OF UNILEVER

お金しか生み出さないビジネス  
は粗悪なビジネスである

A BUSINESS THAT MAKES  
NOTHING BUT MONEY IS A  
POOR BUSINESS.  
HENRY FORD

**Henry Ford (1863-1947)**

誠実さで勝つ

# WINNING WITH INTEGRITY

DOING THE RIGHT  
THING AT WORK

Beyond Compliance

仕事において  
正しいことを行う



INTEGRITY  
IS DOING THE RIGHT THING.  
EVEN WHEN NO ONE IS  
WATCHING

- C.S LEWIS -

See how the refreshed  
Code Policies bring our values to life  
<http://BusinessIntegrity.unilever.com>



インテグリティとは、たとえ誰もあなたのことを見ていなくても正しい行いをする事です。



Tone from Top





リスクを嫌がらない

The image features a background of blue bricks laid in a herringbone pattern. In the center, there is a dark blue cross shape formed by four bricks meeting at a point. The text is centered over the image.

完璧さにこだわらない



**Out of Box  
Thinking  
enables  
you to  
inspire!**

箱の中から出て、考えてみる

NOT EXPLANATION

BUT SOLUTION

**& Proposal**

如何に困難かを説明するのではなく、解決に向けての提案を行う

Simple Agile Positive



ありがとうございました。



Unilever