ユニリーバにおけるサーキュラーチャレンジ
プラスチックがごみにならない未来へ

2025/10/10

ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス合同会社
Head of Communications and Corporate Affairs
岩﨑　有里子

ユニリーバについて

世界最大級の消費財メーカー

190カ国以上
34億人が毎日製品を使用

PURPOSE

BRIGHTEN
EVERYDAY LIFE
FOR ALL
輝く毎日をすべての人に

日本では1964年（昭和39年）から事業展開

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

プラスチック

長期目標

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

目標

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

プラスチック

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

課題：水平リサイクル

課題：デザイン

Unilever

課題：再生プラスチックの調達

Unilever

GLOBAL

JAPAN

...and more

より大きな変化を起こすための協働

消費者の行動変容

すべての人が我慢することなく便利に
よりサステナブルな製品や行動を
選べるようにする
ブランドやプログラムで協働する

アドボカシー＆システムの変革

プラスチック、生活賃金など
人々、地球、当社のビジネスにとって
重要な課題の解決に向けて
ともに体系的な変化を起こす

BUSINESS COALITION FOR A GLOBAL PLASTICS TREATY

WBCSD World Business Council for Sustainable Development

UN GLOBAL COMPACT

サプライチェーン＆オペレーション

物流からの温室効果ガス削減、
プラスチックの使用量削減に向けて
ともに効率化を図る

Thank you!