

# 【中長期ESG目標】 Kyo-sei Life Vision 2030

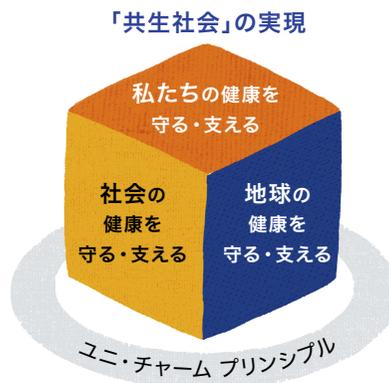
2-6-3-1,3-2,3-3

## 価値創造における中長期ESG目標

### 「Kyo-sei Life Vision 2030」の位置づけ

ユニ・チャームは、事業活動を通じて社会課題を解決し「共生社会」の実現に貢献するという独自の価値創造によって、持続的な成長を継続しています。社会の困りごとを解決し、よりよい未来をつくる価値創造モデルを強固にし、世界中の国・地域で活動する多様性にあふれた社員一人ひとりが、自分で考え自律的に行動することをさらに促すために、2020年10月に中長期ESG目標「Kyo-sei Life Vision 2030 ~For a Diverse, Inclusive, and Sustainable World~」を公表しました。

「Kyo-sei Life Vision 2030」は、当社が価値創造を行う上で欠かせない絶対価値の追求に向けた指標・目標であり、事業活動を通じて環境問題や社会課題を解決し、消費者や地域社会への貢献を促進するものです。



## サステナビリティ推進体制

当社のサステナビリティ関連の諸活動は、社長執行役員が委員長、ESG本部が事務局を務めるESG委員会が全体の管理・監督を行っています。ESG委員会には、取締役や執行役員といった経営層、各部門と連結子会社の責任者が委員として出席し、年に4回開催しています。ESG委員会では、サステナビリティ全般に関する方針、活動内容について審議・決定し、進捗状況をモニタリングしています。ESG委員会での審議・決定事項については、年に1回以上取締役会に報告する体制をとっており、「Kyo-sei Life Vision 2030」の策定・推進もこの体制の下で行っています。

P.009 サステナビリティ推進体制

## 「共生社会」の実現に必要なアプローチを踏まえて特定した重要取り組みテーマ

「Kyo-sei Life Vision 2030」を策定するにあたり、「共生社会」が2050年に実現されると仮定し、現実とのギャップを埋めるために当社がとるべきアプローチをバックキャストで抽出しました。

まず、2030年までに全世界の赤ちゃんからお年寄りまで生活者とペットが心身・社会・地球の健康を実感できる社会インフラを提供する企業へと当社が成長することを前提として発想した場合、パーソナライズ化に対応したマーケティングの展開や、商品・サービスをより進化・深化させ全世界で事業展開を行えるようになるなどの、大きな変革が必要です。また、地球環境を守りつつ経済的な成長を持続するには、サーキュラーエコノミーを加速させなければなりません。

このようなアプローチを経て、積極的に解決しなければならない重要課題を20項目抽出し、取り組むべき事柄の親和性などで4つの分野に整理しました。4つの分野・20の重要取り組みテーマのそれぞれで、絶対価値を追求する視点に基づいて指標・目標を設定しています。

2050年 「共生社会」の実現			
2050年までに想定される社会像	高齢社会の加速	女性の社会進出が常態化	ダイバーシティの進展、概念の拡張
	AIなどIoT技術の進化 アプリカの時代が到来	異常気象、新型疾病などにより社会が不安定化 資源需給の変化によるサプライチェーンの崩壊/再構築	サーキュラーエコノミーの浸透 世界的な人口動態の変化
上記を踏まえ、社会と企業の側面から定めた「2030年のありたい姿」	【社会】 個人・社会・地球環境の健康がバランスよく保たれている「共生社会」		【ユニ・チャーム】 全世界の全ての生活者とペットが、心身・社会・地球の健康を実感できる社会インフラを提供する企業
「2030年のありたい姿」と現実のギャップを埋めるために必要なアプローチ	全世界への進出	商品・サービスの進化・深化	パーソナライズ化 サーキュラーエコノミー

# 【中長期ESG目標】 Kyo-sei Life Vision 2030

## 策定プロセス

Phase  
1

### 重要課題の特定

#### 1 課題の抽出

多くの文献ソースから、当社の価値創造に関わりがある社会課題等を513項目抽出し、4つの絞り込みの視点を踏まえ、44項目に整理。

(ISO26000・GRI・SDGs・FTSE・MSCI・DJSI 他)

#### 2 自社視点評価の実施

自社視点の評価を行うため、取締役、執行役員、本部長、関係会社社長以下マネージャーまでの約900名にサーベイを実施。

#### 3 社外視点評価の実施

社外(ステークホルダー)視点の重要度評価を行うため、56団体にサーベイへの参画を依頼し、32団体より回答を受領。

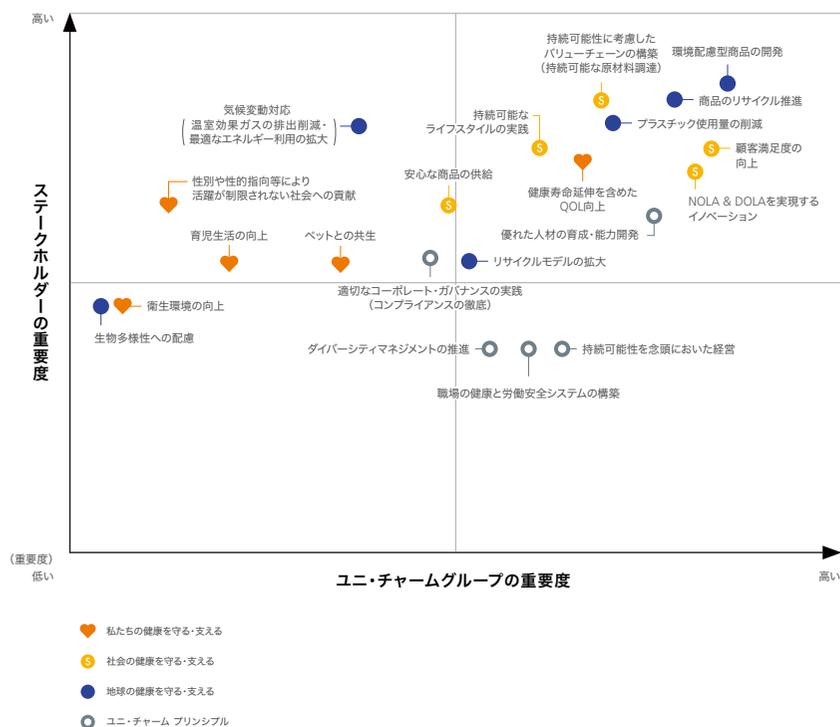
#### 4 執行役員とのワークショップ

「執行役員SDGs勉強会」を実施した後、「執行役員ワークショップ」を開催し、2050年に想定される社会像や目指すべき方向性について意見を収集。

#### 5 重要課題の特定

2030年のありたい姿と必要なアプローチをまとめ、重要課題を特定し、ESG委員会にて承認。

重要課題マトリックス



Phase  
2

### 重要課題に紐づいた指標および目標値の策定

#### 1 ESG調査機関および他社ベンチマーク調査の実施

#### 2 各ブランド戦略の方向性との照合

#### 3 本部長・部長クラスとの意見交換の実施

#### 4 指標・目標初期案の作成

#### 5 マーケティング部門および開発部門との討議

#### 6 指標および目標値の確定

#### 7 ESG委員会にて承認