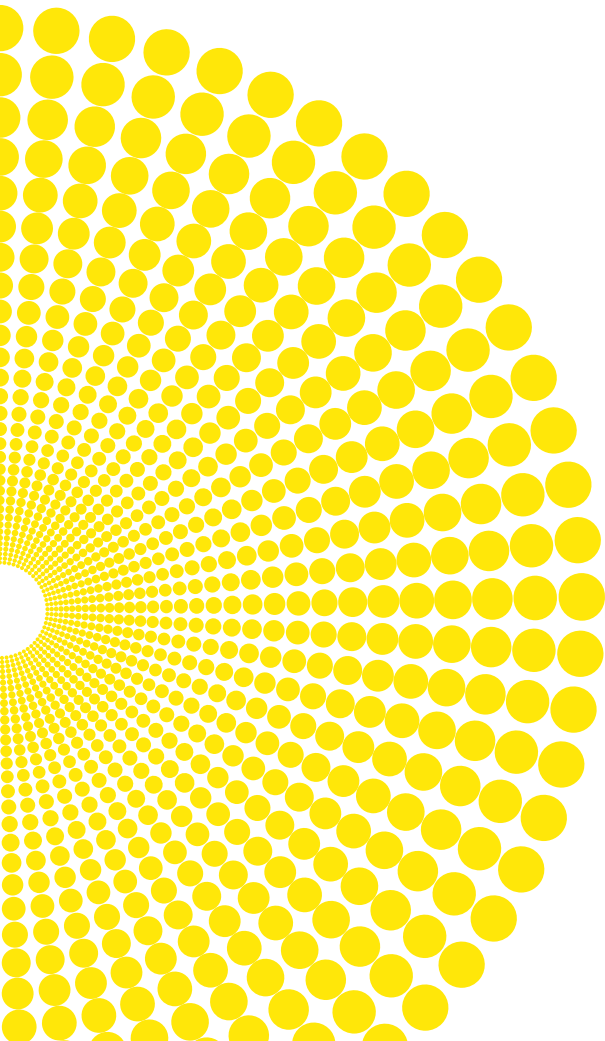




COMPANY PROFILE

P&Gグループ 会社案内



革新的な製品で、 毎日の暮らしをハッピーに。

Making every day more than ordinary

暮らしの中で感じる「小さな幸せ」、「ちょっといいこと」。

P&Gはイノベーション(革新)を通じて、そんな日々のささやかな喜びを支えています。

私たちが大切にしているのは、単に新しい技術や製品を生み出すことではなく、その先にあるお客様の暮らしです。

お客様の視点で暮らしを見つめ、お客様にとって意味ある価値を生み出すこと。

50年以上続けてきたその積み重ねが、毎日を少しずつハッピーに変えていくと信じて、

これからも、日本をはじめ世界180か国の人々によりよい、革新的な製品をお届けしていきます。

現在の日本での主な取扱製品



衣料用洗剤・ 柔軟仕上げ剤

- アリエール
- ボールド
- さらさ
- レノア

エアケア製品

- ファブリーズ
- 台所用洗剤
- ジョイ

乳幼児用紙おむつ

- パンパース
- 吸水ケア製品
- ウィスパー

ヘアケア製品

- パンテーン
- h&s
- WANOMI(わのみ)
- ハーバルエッセンス
- ヴィダルサスーン

化粧品・スキンケア製品

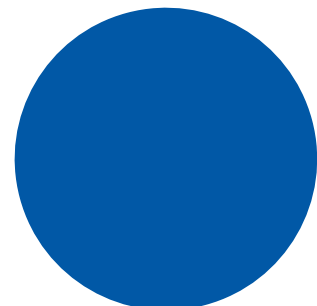
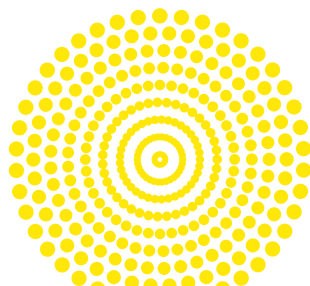
- SK-II
- シェービング用品
- ジレット
- ジレット ヴィーナス

電気シェーバー・ ビューティーケア製品

- ブラウン

オーラルケア製品

- オーラルB by ブラウン



お客様の視点で考える。 それがP&Gの原点です。

「Consumer is Boss」(消費者がボス)というモットーはP&G全社員の原点です。お客様を第一に考え、P&Gはグローバルな企業規模を生かしたイノベーション力で、世界180カ国以上のお客様のニーズに応える製品を開発しています。優れたイノベーションを生み出すために、何より大切な資産は「人」。そう考え、最大限に能力を発揮できる組織と環境の構築に努めています。



消費者起点

イノベーションの出発点はお客様を深く理解すること

P&Gでは“お客様理解”を製品づくりの第一の判断基準にしています。お客様の言葉や行動をつぶさに観察し、お客様に本当に必要なものは何かを追求することで、時には常識をくつがえし、生活習慣まで変えるような価値あるイノベーションを実現できます。毎年何千回もの調査を実施し、新たなイノベーションやお客様とのよりよいコミュニケーションにつなげています。

貴重なご意見を製品づくりに生かす—お客様相談室

お客様相談室に寄せられるご意見やご要望は、よりよい製品とサービスを生み出すための貴重な財産と考えています。P&Gではそれらを日本だけでなくグローバルレベルで共有し、製品や広告、サービスの開発や改善に役立てています。お客様相談室では、お客様のお申し出に迅速かつ丁寧に対応するとともに、より多くのお客様からお話を伺える仕組みづくりに取り組んでいます。またお客様相談室のサービスにご満足いただけたかどうか点数評価やご意見をいただいております。それをもとによりよいサービスをお届けすることを目指しています。

多角的な調査のもと、あらゆる段階に “お客様の声”を反映

P&Gの消費者調査の手法は多様です。インタビューやアンケートのほか、日々のお買い物やお洗濯の様子などを見せていただいたり、オンライン調査を活用したりしながら、暮らしの中の何気ない行動や心の動きを知ることで、お客様自身も気づかれていない真のニーズを導き出します。製品の開発コンセプトや仕様、パッケージ、広告、店頭での陳列まで、お客様の声をもとに一つひとつ決めていきます。お客様と真摯に向きあう姿勢が、画期的な製品とサービスの源泉です。

壁のニオイの消臭&防臭と床の菌の抗菌、 より快適なトイレ環境に

「トイレをキレイに保ちたい」「目に見えない菌が気になる」というお客様のニーズに応え、壁の消臭&防臭に加え、日本のトイレを研究して生まれた“床を抗菌”する置き型消臭剤「ファブリーズ W消臭 トイレ用消臭剤+抗菌」が2020年に登場しました。トイレ内の気流を生かして効果的に有効成分を行き渡らせ、しつこいニオイの原因である壁に吸着されたニオイ分子を元から消臭&防臭し、さらに放っておくと繁殖し続ける床やトイレマットについた菌を抗菌。ニオイや菌が気にならない、より快適なトイレの環境づくりに貢献しています。



お客様相談室ウェブページ
<https://jp.pg.com/contact-us/cr/>



グローバルな組織体制

業界トップレベルのグローバルな研究開発体制

P&Gの最先端のテクノロジーは、世界に13ある研究所を結び、グローバルな研究開発体制から生まれています。研究開発投資額は全世界で年間約20億ドルと、業界でもトップレベルの水準を誇ります。また、技術や知的財産を企業の枠を越えて持ち寄り、次世代の革新をスピーディーに実現するオープン・イノベーションとして、P&Gでは「コネクト・アンド・デベロップ（つなげる＋開発する）」の名のもと、企業や研究機関、サプライヤー、小売取引先など多彩なパートナーと連携し、多くの製品やサービスを生み出しています。さらに、新たなビジネスチャンスを開拓するためのウェブサイトも立ち上げ、グローバルに活動しています。

コネクト+デベロップ ウェブサイト
<https://www.pgconnectdevelop.com>

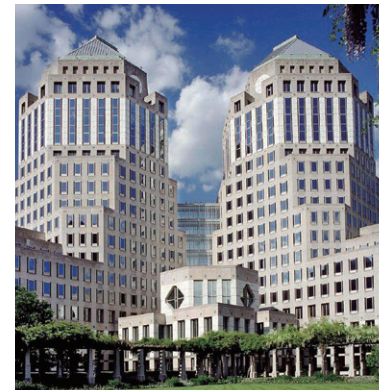
最新のグローバル技術を、 各市場ニーズにあわせて製品展開

グローバルな研究開発体制から生まれた最先端のテクノロジーを、製品という形にして世に送り出す際は、それぞれの国や地域ごとに、きめ細やかな製品設計と市場展開を行っています。例えば衣料用洗剤を例にとると、その土地の文化や気候によって、洗濯の方法や頻度、水温などの洗濯条件は大きく異なります。グローバル規模の最新研究と、その土地ごとでのお客様理解を組みあわせることで、真に価値あるイノベーションを生み出しています。

世界規模の革新と、 より強固な市場展開を可能にする組織体制

P&Gは、5つのセクタービジネスユニット (SBU) に分かれて事業展開しています。SBUは「ベビー・フェミニン・ファミリーケア」、「ビューティー」、「ヘルスケア」、「グルーミング」、「ファブリック&ホームケア」に分かれており、SBU全体では10の製品カテゴリーを持ちます。

日本ではSBUが売上、利益、価値創造などの責任を持ち、マーケットオペレーションズ (MO) が5つのSBUを横断して、顧客、輸送、倉庫管理、ロジスティクスなどを担い、ビジネス機能の効率と質の向上を進めます。この組織体制によって、より柔軟かつ力強くスピーディーに事業を展開し、よりよい価値と成長につなげています。



米国本社ビル
(シンシナティ)

健康経営への取り組み

社員一人ひとりのWell-Beingを推進

現在、そして次世代の消費者の生活を向上する、優れた品質と価値をもつ製品とサービスを提供するために、社員の「ウェルビーイング (Well-being)」(身体的・精神的・社会的・経済的に満たされた状態) は最優先事項です。社員一人ひとりが誇りをもって、心身ともに健康でいきいきと働き続けられる職場環境の整備に組織全体で取り組むことを目指しています。

経営層・人事・産業医・健康管理部門が中心となり、社員とその家族の健康の保持・増進活動のほか、ワーク・ライフ・バランスの実現、生産性の向上、多様な社員が活躍できる職場づくり等、総合的に推進しています。

主な取り組み

現在、5つの領域においてWell-beingの実現を推進しています。

1. **健康づくり・体力増進**：会社でヨガや歯科セミナー等を実施
2. **疾病予防**：健康診断やワクチン接種の推奨
3. **メンタルヘルスケア**：セミナー等の実施
4. **働き方・職場の環境整備**：フレックス・ワーク・アワー制度や企業内保育所の整備等
5. **風通しの良い職場環境の推進**：オフサイトミーティングの実施や社内サークル活動等



仕事も生活も充実させる「パーソナル・フレキシビリティ」

「生活の充実が仕事を充実させ、仕事の充実が生活を充実させる」と考え、社員がそれぞれにとって最適な働き方を選び、力を発揮できるよう、柔軟な勤務・休暇・支援体制を整えています。

P&G日本の主な支援プログラム

- **柔軟な勤務形態に関する制度**：フレックス・ワーク・アワー／時間短縮勤務／在宅勤務制度／ワーク・フロム・エンウェア／スーパーフレックスデー
- **休暇・休業に関する制度**：短期看護・介護休暇／本人の病気休暇／母性健康管理休暇／産前産後休暇／育児・介護休業／育児・介護休業の延長／慶弔休暇／個人事由による休暇
- **その他**：育児支援制度／社内メンター／EAP(従業員支援プログラム)／ヴァイブランチリビング・プログラム／フレックスベネフィット／LGBTQ+支援制度／「あなたらしい復職計画」プログラム／企業内保育所やマザールームの設置／オープンコラボスペース など

人材育成

P&Gは人材こそが最も重要な資産であると考えます。多様な社員一人ひとりの能力の最大化が企業の成長につながるという信念に基づき人材育成に取り組み、日本だけでなく世界中で活躍できる人材を育成しています。

短期間でも著しく成長するための育成システム

P&Gでは外部から管理職・経営陣などを登用するのではなく自社で育成することに注力する、外資系企業では珍しい内部昇進制を人材戦略の柱とし、若手社員時代から、将来のリーダーになる人材を育てていく方針を掲げています。また、職種別採用を導入しており、同じ職種の中で様々な業務経験を通じて専門性を磨くことができます。そのため、短い期間でプロフェッショナル人材へと成長することが期待されています。

各社員が持つ裁量権は大きく、一人ひとりの社員に担当業務への強いオーナーシップが求められます。入社1日目の“Day1”から裁量権を持ち、プロジェクト責任者として、周囲を巻き込みながら、一気通貫してプロジェクトを推進する経験を通じて、リーダーシップを培います。

トレーニングカンパニーと呼ばれるほど充実した社内研修

P&Gでは世界に通用するプロフェッショナルを育てるため、個人の成長段階に合わせた様々な研修を実施しており、e-ラーニングも含めると社内研修のコース数は数百件以上です。人材育成への投資を惜しまないため研修の優先順位が高く、各社員は研修後に得られるものを上司と明確にした上で、業務時間中に行われる研修へ参加することが期待されます。また、熟慮された研修設計により、理論や知識を得る講義だけではなく、ケーススタディやロールプレイ、ディスカッションが必ず組み込まれており、日常業務に生かせる知識やスキルを得ることができ実践的に学ぶことができます。

研修の講師は、P&G社員が担当することがほとんどであり、多くの研修プログラムを内製しています。社員が講師をすることにより、日々の業務内での体験や事例を共有し、また学んだ内容をどのように展開するか等実践を交えて研修が進められるので、受講内容をよりリアルに捉えることができます。



「成長思考」を促進し、能力を最大限に発揮させる企業文化

「成長思考」は、P&Gにおいて成長の要となります。そのため、社員の成長を促す双方向の1on1を上司やメンターと定期的にも実施。部下が主体的に話す内容や進め方を決めることで主体性や自主性を促します。

また、自分自身のスキルや働き方、成果などをより良くするために、「Feedback is gift (自分が受けたフィードバックは大切な贈りものとする)」という考え方のもと、上司・部下・同僚など立場に関係なく、フィードバックを求める企業文化も浸透しています。

他にも「Share (自分が得た学びや発見を周囲へ共有する) & Reapply (共有された学びを自分の業務に活かす)」も社員一人ひとりの成長を後押しする企業文化として根付いています。成功事例に限らず失敗事例も共有することで、個々の経験値を属人的にせず、業務を通じて得た学びを、分かりやすくまとめて周囲へ共有することを大切にしています。



能力・経験を高めるグローバルな環境

P&Gは約70か国で事業を展開し、世界180か国以上の人々の生活を向上する、長年愛され続けている製品ブランドを築きあげています。キャリア機会は、日本にとどまらずグローバルに広がっており、多国籍社員がP&Gジャパンで働く、または日本人社員がP&Gの海外拠点で働くなど、グローバルなネットワークを活用した人材育成が意図的に行われています。

● 日本で働きながらグローバルな環境でスキルアップ

新しい視点や他の市場で成功した例を取り入れることができる日本法人側と、異なる市場でも成功する能力やグローバルに活躍するリーダーを育てる多国籍社員の両者のメリットがあるため、多国籍社員が日本で働くよう組織を設計。多才で多様な人材による職場環境を作り、日本にいながらも多様な文化背景や価値観を持った社員と働くことができます。

● 海外駐在を積極的に推進、世界でも活躍するリーダーを育成

P&Gでは海外駐在の機会を積極的に創出しており、実際に多くの日本法人出身社員が海外で活躍しています。日本での成功事例やノウハウを海外のP&Gグループに共有する一方で、様々な文化や習慣の違いを持つ消費者・取引先や、異なる国籍の社員が働く職場環境で、多様な文化・価値観・ビジネス・商習慣に触れ、その中でプロフェッショナルとして成長していくことができます。これらの経験は日本に新たなイノベーションをもたらす、日本市場でのビジネス成長に貢献するだけでなく、組織の活性化につながります。

良き企業市民として、 よりよい社会に貢献。

P&Gは、今だけではなく、未来の子どもたちにも豊かな暮らしと社会を残したいと考えています。そのため「良き企業市民」として、製品やサービス、事業活動、さらには社会貢献を通じて、私たちが住み、働く社会をよりよいものにするべく世界各国の全社員が日々取り組んでいます。2016年よりこの枠組みを拡大し、「コーポレート・シチズンシップ(良き企業市民)」として行うべき4つの重点エリアを定めています。



企業倫理と責任

高い倫理基準のもと、 事業活動やガバナンスを実践

世界中の全社員が「企業理念」を共通指針に、各国の法律と法の精神にのっとり、高い倫理基準のもとで事業を行っています。また良き企業市民として「正しいことを行う」姿勢が不可欠だと考え、経営説明責任を果たすガバナンス原則・方針・実践を維持しています。

徹底した品質管理で、 安心の製品をお客様へ

P&Gでは詳細な品質保証プログラムを持ち、全世界で実践しています。製品の設計開発、施設・機器管理、原材料、製造、包装・表示、試験室管理に対する品質保証システムを根幹に、各段階のリスクを見つけ、定期的に診断しています。

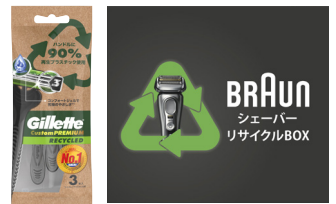


環境サステナビリティ

持続可能で圧倒的な優位性を通じて、 現在そして次世代の消費者の生活を向上

P&Gは、環境サステナビリティをビジネスの一環として捉えています。2018年には長期ビジョン「Ambition 2030」を策定し、科学的にも重要な4つの柱、「気候変動」「廃棄物」「水」「自然(持続可能な天然資源の活用)」を軸に取り組みを進めています。

交換式カミソリは、製品パッケージに紙を使用することで、従来品より箱を開けやすく、かつ以前のパッケージよりプラスチックを99%削減しました。また、ブラウンは使用済みの電気シェーバーを回収しリサイクルプログラムを行うなど、より一層環境負荷に配慮した製品・取り組みを展開しています。



気候変動

2021年にグローバル全体で原材料の調達から小売店までの事業とサプライチェーンで排出される温室効果ガスを実質ゼロにする「ネットゼロ2040」を設定しました。スキンケアブランド「SK-II」を製造する滋賀工場、および洗濯用洗剤「ジェルボール」を製造する高崎工場の藤岡事業所では、製造にかかる電力を100%再生可能エネルギーでまかっています。また滋賀工場は、環境配慮の先導的な取り組みを評価された建築物に付与される国際認証・LEEDゴールド認証を取得しています。

水

2022年6月、世界の水不足地域の水環境を回復すること、イノベーションとパートナーシップを通じて水環境の課題に取り組むこと、P&Gの事業における水の使用量を削減することなどを含んだ、包括的な戦略を発表しました。2019年4月より稼働した滋賀工場の新設棟では、高効率純水装置を導入して排水を削減し、1日最大200トンの節水を実現しています。

廃棄物

2030年までに全ての消費者向け製品のパッケージを、100%リサイクルまたは再生可能なデザインに設計する事を目標に掲げています。2021年にジレットはカミソリのハンドルに90%の再生プラスチックを利用した使い捨てカミソリを発売し、また替刃

自然

木材パルプ、パーム油、紙製パッケージなどの主要原材料の「責任ある調達」を実施するなど、人々や生物多様性、そしてP&Gの事業にとって不可欠な自然生態系を長期的に健全な状態に守るための取り組みを行っています。



社会貢献

“暮らし”によりそうP&Gならではの社会貢献活動

P&Gは、180年以上にわたって製品やサービスを提供し、私たちが住み、働くコミュニティをよりよいものにしようと努力してきました。現在も、事業を通じて、また社員の力をもって、世界の

人々が健康に安心して暮らせるようP&Gならではの取り組みを続けています。安全な飲み水を必要としている人々に、また教育を必要とする子どもたちに、P&Gは世界各地で助けを必要としている人々の暮らしをお手伝いしています。

地域支援

自らが暮らす地域とともに発展することを目指し、日本本社のある兵庫県、神戸市を中心に15年以上にわたって、関西エリアの養護施設、乳児院、女性支援センターなどへ、日々の生活に必要なP&G製品を寄付しています。また、夏休み期間中、高崎工場では近隣児童養護施設の方向けの工場見学を実施し、夏休みの思い出の場を、滋賀工場では地元の中学生を対象に内閣府男女共同参画局が推進する「リコチャレ」を実施し、理工系の仕事を体験いただく機会を提供し、地域コミュニティを支援しています。



子ども支援

乳幼児用紙おむつブランド「パンパース」は、500g未満で生まれた超低出生体重児向け「6S」サイズの紙おむつを病院向けに販売しています。小さく生まれてきた赤ちゃんにも適切な発育環境を確保することに役立ち、すこやかな成長をサポートしています。



防災・災害・復興支援

小さなお子さんのいるご家庭向け防災マニュアル「もしもの時も暮らしはつづく」手帳をバージョンアップ。神戸市の協力を得て、市の防災ポータルサイトやハザードマップなどの情報を加え、神戸市内の保育園・幼稚園など約400施設に5万部を配布しました。

「もしもの時も暮らしはつづく」手帳
PDFダウンロードページ
<https://jp.pg.com/newsroom/bousai/>



平等な機会とインクルーシブな世界の実現

一人ひとりの多様性を受け入れ、積極的にいかしあう

P&Gでは、経営戦略の一環として「平等な機会とインクルーシブな世界の実現(Equality & Inclusion 以下E&I)」を掲げ、社員一人ひとりが平等に能力を最大限に発揮できる組織づくりに取り組んでいます。1992年から30年以上にわたって、ジェンダー平等、ダイバーシティ(多様性)、個々の違いを尊重し、受け入れる「インクルージョン」を推進し、LGBTQ+社員や障害のある社員など、多様な一人ひとりが自分らしく能力を最大限に発揮できる組織づくりを進めてきました。社員による社内コミュニティも立ち上げ、アライ(理解者・支援者)を増やす活動や社内発信などに取り組んでいます。

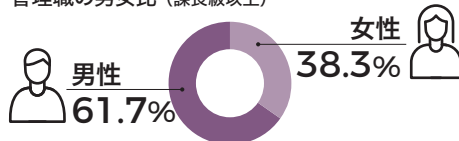


また、2016年に社外啓発組織「インクルージョン啓発プロジェクト」、2021年に「アライ育成研修」を立ち上げ、社内ですごした知見を社外にも提供しています。

P&G国内のデータ

(2023年6月)

管理職の男女比 (課長級以上)

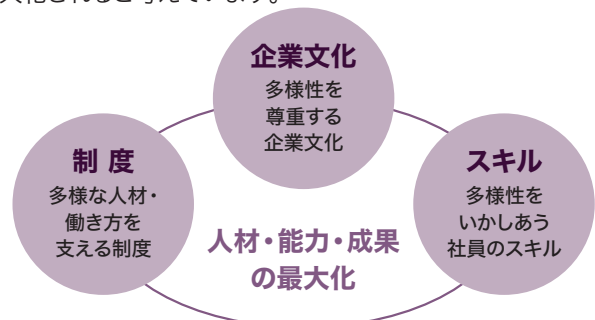


社員国籍数
32カ国

※日本の民間企業の平均は12.1%
(令和5年/厚生労働白書 資料編より 部長級+課長級データ)

3つの推進の柱

E&Iを推進するには、「企業文化」「制度」「スキル」の3つが重要です。その相乗効果によって「人材」、「個々の能力」、「成果」が最大化されると考えています。



暮らしとともに革新し、進化し続ける。

1973年に日本で営業を開始して以来、P&Gは50年以上にわたって時代のニーズを見極め、数々の革新的な製品を世に送り出してきました。お客様の暮らしをよりよいものにし、心から喜んでいただける価値ある製品をお届けするため、P&Gはイノベーションを繰り返し、進化し続けていきます。

日本での歩み

1972

- ザ・プロクター・アンド・ギャンブル・カンパニー、日本サンホーム株式会社（第一工業製薬株式会社と旭電化工業株式会社〔現 株式会社 ADEKA〕の共同出資会社）、伊藤忠商事の共同出資でプロクター・アンド・ギャンブル・サンホーム株式会社設立

1973

- プロクター・アンド・ギャンブル・サンホーム株式会社 営業開始
- 粉末洗濯用洗剤「全温度チアー」発売

1976

- 液体洗剤「ポーナス」発売

1977

- 赤ちゃん用紙おむつ「パンパース」発売



1978

- プロクター・アンド・ギャンブル・サンホーム株式会社が、ザ・プロクター・アンド・ギャンブル・カンパニーの100%出資になる

1982

- 紙製品の明石工場（兵庫県）操業開始

1984

- 関連会社5社を統合し、プロクター・アンド・ギャンブル・ファー・イースト・インクとして事業開始

1988

- 粉末洗濯用洗剤「アリエール（コンパクト型）」発売



1991

- マックス ファクター・アンド・カンパニーがP&Gグループに加わる
- ヘアケア製品「パンテン」発売



1993

- ヘアケア製品「ヴィダルサスン」発売

1995

- 台所用洗剤「ジョイ」発売



1998

- 布製品リフレッシュ剤「ファブリーズ」発売

2002

- 柔軟剤入り洗濯用洗剤「ボールド」発売



2004

- 柔軟剤「レノア」、ヘアケア製品「ハーバルエッセンス」発売



2005

- ザ・ジレット・カンパニーがP&Gグループに加わる

2006

- プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社を設立し、プロクター・アンド・ギャンブル・ファー・イースト・インクの事業を譲渡

2007

- ヘアケア製品「h&s（エイチアンドエス）」発売



2009

- 洗濯用洗剤「さらさ」発売

2010

- P&GとIOC（国際オリンピック委員会）が、グローバルパートナーシップを締結

2011

- 阪神・淡路大震災復興支援「神戸まちづくり六甲アイランド基金」助成活動15周年で神戸市から表彰

2012

- 公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンと、東日本大震災被災地の子どもたちへの継続的な支援活動を開始

2013

- 管理職に占める女性社員比率30%を達成

2014

- ヘアケア製品「ヘア レンピ」発売



2016

- 神戸・三宮（兵庫県）に日本本社／神戸イノベーションセンター移転

2018

- 環境サステナビリティ中長期ビジョン「AMBITION 2030」を発表

2019

- 吸水ケア製品「ウイスパー」、ヘアケア製品「キミア」発売



2021

- プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社から社名および組織をP&Gジャパン合同会社へ変更

P&Gグローバルの歴史

受け継がれる誠実なものづくり

1837年、米国のシンシナティで誕生したP&G。経済が低迷し、多くの製造業者が品質より売上が優先されていた時代にあって、ウィリアム・プロクターとジェームズ・ギャンブルは、資材調達の効率化と技術の融合によって価値の高い製品をお客様に提供する姿勢を貫きました。以来、いつの時代も品質と価値に妥協せずに「誠実なものづくり」を徹底し、世界をリードする消費財メーカーへと成長してきました。その創業の精神は、今も世界中のP&Gに受け継がれています。



P&Gグローバルの概要

米国本社
ザ・プロクター・アンド・ギャンブル・カンパニー

創業
1837年

本社所在地
米国オハイオ州シンシナティ

事業拠点
約70カ国

総社員数
約10万7,000人

ホームページ(英語)
<https://us.pg.com>

日本のP&Gグループ 概要

(2024年1月現在)

日本での営業開始 1973年1月
(プロクター・アンド・ギャンブル・サンホーム株式会社として)
兵庫県神戸市中央区小野柄通7丁目1番18号

本社
東京オフィス
生産拠点
主な営業拠点
ホームページ

グループ一覧
P&Gジャパン合同会社/P&Gプレステージ合同会社/
ピー・アンド・ジー株式会社/P&Gイノベーション合同会社

企業理念

企業目的

私たちは、現在そして未来の、世界の消費者の生活を向上させる、すぐれた品質と価値をもつP&Gブランドの製品とサービスを提供します。その結果、消費者は私たちにトップクラスの売上と利益、価値の創造をもたらし、ひいては社員、株主、そして私たちがそこに住み働いている地域社会も繁栄することを可能にします。

共有する価値観

P&Gは、社員とその生き方を導く価値観(バリュー)とからなります。私たちは、世界中で最も優秀な人材を引きつけ、採用します。私たちは、組織の構築を内部からの昇進によって行い、個々人の業績のみに基づき社員を昇進させ、報奨します。私たちは、社員が会社にとって最も重要な資産であるという信念に基づき、行動します。

共有する価値観

- 誠実さ
- リーダーシップ
- オーナーシップ
- 勝利への情熱
- 信頼

行動原則

- 以下は、私たちの企業目的および共有する価値観から派生する行動原則です。
- 私たちは、すべての個人を尊重します。
 - 会社と個人の利害は分かち難いものです。
 - 私たちは、戦略的に重要な仕事を重点的に行います。
 - 革新は、私たちの成功の礎です。
 - 私たちは、個人の専門的能力に価値をおきます。
 - 私たちは、最高を目指します。
 - 私たちは、社外の状況を重視します。
 - 相互協力を信条とします。

Our Data (P&Gグローバル)

(2023年)

売上高

\$82.0

営業利益

\$18.1

純利益 (P&G相当分)

\$14.7

単位: 十億ドル / 6月末締め/Unaudited

P&G製品が
販売されている国

180カ国以上

P&Gの
事業拠点がある国

約70カ国

P&Gとオリンピック・パラリンピックについて



WORLDWIDE OLYMPIC AND PARALYMPIC PARTNER

P&Gは、より良い暮らしとより良い世界を築くという共通の価値観を基盤とし、平等な機会とインクルーシブな世界の実現(イコリティ&インクルージョン)、環境サステナビリティ、社会貢献を主軸に、国際オリンピック委員会(IOC)と「TOP(The Olympic Partner)プログラム」の契約を締結しました。2010年からオリンピックの、2021年からはパラリンピックのワールドワイドパートナーとして、大会をサポートしています。これまで、スポーツを通じて平和でより良い世界の構築、インクルーシブな共生社会の実現という、オリンピック・パラリンピックの理念に沿って、子供たちを正しい方向へと導く親や社会貢献活動に取り組むアスリートなど、愛を持ってより良い世界の実現のために行動する人々に焦点を当ててきました。ロサンゼルス2028大会まで、コーポレートシチズンシップを重視したパートナーシップを推進していきます。

