P&G

2002年度サステナビリティ・レポート

～責任ある発展を目指して～

最高経営責任者からのごあいさつ

P&G（プロクター・アンド・ギャンブル）の精神は二つの柱から成り立っています。

一つめは「Consumer is boss：消費者がボス」という考え方で、当社はこのシンプルかつ明快なコンセプトを基本としています。お客様の期待にこたえる製品を提供し、その製品のすばらしさを実感していただくと同時に、人々の毎日の生活を少しでも豊かで便利なものに、少しでも健康的で安全なものにしていくこと。P&Gは、これらのサービスを提供できて初めて、当社のブランドの基盤となる「消費者からの信頼」が得られると考えています。この「信頼」を維持していくには、さらなる努力が必要です。なぜなら、生活の向上とは一度で完了するものではなく、また、ある一面を改善すればよいというものではないからです。P&Gは、企業市民としての責任を常に果たしていくと同時に、世界中の消費者のニーズにこたえる製品とサービスを提供し続けます。

二つめの柱は、P&Gが常にリーダー的存在であり続けることです。当社の社員はリーダーであり、当社のブランドもリーダーです。当社では、リーダーシップを尊重していますが、それは単に事業を成功に導くだけでなく、社会的な責任やサステナビリティに対する当社の考え方にも反映しています。他の人々が責任または義務（しなければならないこと）として捉えるような事柄においても、当社ではより良くするためのチャンスであると考えます。P&Gは、長期的な視野に立ち、物事を考え、計画を練っていくという精神を大切にしています。

P&Gの消費者に対する敬意、およびリーダーシップに対するコミットメントは、当社の財務成績にも表れています。当社の財務状況は、明確で戦略的な選択、卓越した事業運営、厳格な財務管理により、株主の方々の期待にこたえ、持続的かつ安定した収益と資金増加を着実にもたらしています。このような成果を生み出すことで、P&Gはさらなるリーダーシップを発揮し、また、水を媒体とする疫病の問題や衛生問題、水質汚濁、女性医療、歯科衛生、児童の栄養問題など、地球規模での深刻な課題に対し長期的に取り組もうとしています。

これまでP&Gでは主に、先進国の比較的豊かな消費者層を対象に製品を提供してきました。しかし、提唱されている諸問題への長期的な取り組みの多くは、発展途上国の消費者に焦点が置かれています。途上国の消費者は、先進国に比べて購買力にこそ制限があるものの、生活の質の向上についての願いは、先進国と何ら変わるところはありません。ここに、当社の新しい挑戦があると考えます。なぜなら、新製品の開発、製造、流通、販売に関する従来の一般常識を打ち破る必要があるからです。当社では、世界中のあらゆる地域における、多様性に富んだ、あらゆる所得層の消費者の生活を改善するため、今までにない創造的な解決法を模索しています。当社ではNutriStar（ニュートリスター：研究と臨床試験を繰り返して開発されたビタミン配合飲料）のような優れた製品を、どんな経済状況にある家庭にも提供できる方法を、いくつかの発展途上国において検討しています。

サステナビリティに対する当社の挑戦は、途上国に限られたものではありません。先進国の市場においても同様に、消費者の生活の向上とP&Gのビジネスの確立を目指した取り組みをしています。その一例として、閉経後骨粗鬆症の予防治療薬として開発されたアクトネルがあります。この製品は、すでに4億ドルの売上を誇るブランドであり、現在でもその売上を伸ばしています。その他、開発途上国の結核や児童教育などの問題に対処する手助けとしてさまざまな貢献を行っており、先進国においてもブランドのビジネス強化につながる、慈善運動に関連したマーケティングを行っています。

P&Gは、当社がビジネスを行うすべての地域において、人々の生活の向上と維持に役立つ活動をすることが、私たちの重大な責務であると考えています。この使命を果たしていくことは、創業から現在にいたるすべてのP&G社員が掲げてきた目標でもあります。この責任感こそが、当社を165年間にわたり支えてきた「革新的精神」「厳格な企業運営」「リーダーシップに対する強固な決意」の中に受け継がれ、そして、この姿勢は今後も変わることなく続くことでしょう。

A.G. ラフリー
取締役会会長
社長兼最高経営責任者

サステナビリティのビジョン

P&Gは、企業の社会的責任として、また企業戦略の一環として、サステナビリティへの取り組みを続けています。私たちは、あらゆる経済状況にある消費者の不満や願いにこたえるような革新を達成することが、当社の発展とともに、株主やステークホルダーに対してより高い価値を提供することにつながると信じています。そして当社のブランドに最も関連が深く、また当社が専門知識を有する分野である、水、健康、衛生を戦略的な取り組み事項としました。この方針のもとに活動を開始して4年目を迎え、私たちは理論から実践へ、概念から現実の市場への移行期にあります。児童の栄養と発育、飲料水の安全性、飲料水に起因する病気の減少という分野においてP&Gが画期的な貢献をすることができる、という私たちの信念はこれまで以上に強固なものとなっています。

今、世界中で注目されるこれらの問題には、鉄分、ビタミンA、ヨウ素などの微量栄養素欠乏症に苦しむ子どもたちや、それによって失明してしまう子どもたちの現状があります。また、栄養失調が原因で、脳の発達に支障をきたすこともあります。こうした地域では、学習・発育障害をもつ子どもの割合が急増しています。

2001年の秋、P&Gはベネズエラにおいて、ニュートリスターという製品の販売を開始しました。ニュートリスターは、微量栄養素欠乏症の治療効果が臨床的に証明されている栄養補強飲料です。市場における実績はまだ限られたもので、学ぶべきことは多くありますが、製品に対する消費者の反応や現時点までの成果を見てみると、当社のサステナビリティに基づいた発展におけるビジネスモデルの有効性を確信することができます。来年には、新しい取り組みも予定されています。

サステナビリティに向けた取り組みにおいて、パートナーシップは、これまでも、そしてこれからも不可欠な要素です。これまでの活動すべてを通して、水、健康、衛生などの問題は当社だけで取り組めるものではないことを、かつてないほどに実感しています。P&Gは、以下に示すようなパートナーシップを組んでいますが、これらは業務を行う上で、一層重要性を増してきています。

- 米国厚生省疾病管理・予防センター（CDC）と協力し、グアテマラで水に起因する病気の臨床研究を実施。
- ユニセフと共同で途上国における800万人の子どもを対象とした結核予防接種を助成するためのマーケティング活動を開始。
- 米国小児科学会と共同で、幼少期における予防接種の必要性について、保護者を対象に教育。
- 非政府団体（NGO）であるテクノサーブと提携し、コーヒー豆栽培において、できるだけ多くの人が高い収益を得られるようにするための支援活動を実施。
- ポーランドと中国の厚生省が行った歯科衛生に関する啓発キャンペーンを後援。

実際に、当社の最高経営責任者であるA.G.ラフリーは、「P&Gには、最高のパートナーたちを引きつける磁石となってほしい」と語っています。P&Gは、ビジネスの全分野でパートナーを見つけ出し、良好な関係を育み生かすことにおいて、世界で最も進んだ企業になることを目標としています。私たちの事業の中核を担うこの理念によって、サステナビリティへ向けた取り組みやその他の活動は、さらに効果を増し、これからも広い範囲で発展していくことでしょう。

私たちの成功は徐々に認識されてきています。2002年、P&Gはダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックスにおいて、3年連続で一般消費財部門の第1位に選ばれました。アメリカのビジネスエシックス誌の優秀企業市民100社においても3年連続でトップ5に入っています。また、フォーチュン誌の最も社会的責任を果たしている企業のリストでも第3位を飾りました。これらの表彰は、当社の掲げる「世界中の消費者の毎日の生活をより良いものにする」という目標の達成度を示す大きな裏付けであります。

私たちの進歩を皆様にお知らせできることを嬉しく思います。

ジョージ・D・カーペンター
ディレクター
コーポレート・サステナブル・ディベロップメント

日本の経営責任者からのメッセージ

P&Gが日本での活動を開始してから、今年で30年を迎えました。「世界中の消費者の生活を向上させる、優れた品質と価値をもつ製品とサービスを提供する」という目的のもとに、日本の皆様にも愛される強力なブランドの構築を目指して努力してきました。

この30年間で、人々のライフスタイルは大きく変化しています。より良い暮らしを求めて、技術開発が進められた結果、便利で快適な生活が容易に実現できるようになりました。一方で、快適な生活に寄与する製品やサービスの多くが、資源を消費し排出物を生み出していることを考えると、私たち企業は、責任ある社会の一員として、企業活動による環境への影響を最小限にとどめる努力を絶え間なく行っていかなければなりません。

2002年8月26日から9月4日まで、南アフリカ共和国のヨハネスブルクで、「持続可能な開発に関する世界首脳会議（World Summit on Sustainable Development）」が開催されました。ここで主要な論点の一つとなったのが、「水」に関する問題です。現在、世界の3分の1近くの人々が、慢性的な水不足の中で生活しています。10億人以上の人々が安全な飲料水を得ることが困難であり、20億人以上が衛生状態の悪い暮らしを強いられています。そして2025年には、世界人口の3分の2が、水不足で困る状況になると予測されています。

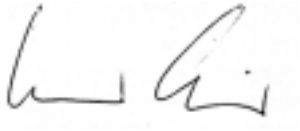
ヨハネスブルク・サミットでは、「きれいな水を人々へ」と題して、世界の貧しい人々への安全な水および衛生の提供に関する日米パートナーシップが発表されました。これにより、世界の水問題について日米両国が協力し、支援を行うことが約束されました。当社においても、サステナビリティへの取り組みの重点分野として「水」と「健康衛生」を掲げていますが、これらは日米パートナーシップのコンセプトに合致するものであり、これからも引き続き、問題を改善するためにP&Gとしてできる役割を果たしていきます。

また、水環境への取り組みという点では、OECD（経済協力開発機構）のデータベースにも収載された『多摩川モデル』の開発にP&Gは中心的な役割を果たし、またそれを積極的に利用して製品中の成分の生態リスク評価を行っています。この『多摩川モデル』は、製品中の成分の環境安全性だけでなく、地域によって異なる生態系に製品が適合しているかを確認するためにも非常に有用な評価モデルとなります。

2003年3月には、第3回世界水フォーラムが日本で開催されます。このフォーラムでは、水問題に対する意識を高め、知識や経験を共有し、具体的な行動を起こすことを目的としています。学識経験者や企業、NGOなどが参加するフォーラムと閣僚級国際会議、展示会などのフェアで構成され、P&Gもこれに参加する予定です。そこでは、当社製品による節水効果や、水環境に関する取り組み、衛生的な飲料水の供給などについて多様なステークホルダーの方々にお知らせしたいと考えています。

P&Gでは、世界中の人々が、将来の世代にわたり豊かに暮らしていくことのできる社会をつくるために、「サステナビリティの実践」を企業活動の重要方針に掲げています。企業の社会的責任として、地球環境保全や多様性の尊重、健康衛生に役立つ製品の開発などを通じて、持続可能で幸せな社会の実現に寄与していきたいと考えています。

サステナビリティの実現のためには、環境保護や社会貢献だけでなく、社会の経済的発展にも貢献することが必要だと考えています。P&Gは質の高い製品を提供することにより、消費者の強い信頼を獲得し、これまで多くのNo.1ブランドを確立してきました。今後も、画期的な製品と技術で、より強力なブランドを構築していきます。そして、消費者の信頼にこたえ続けることによって、会社の強固な基盤を維持し、環境・社会・経済のバランスの取れた、サステナビリティに基づいた社会の実現に貢献していきたいと考えています。



ヴァーナー・ガイスラー
プレジデント
ノースイースト・アジア

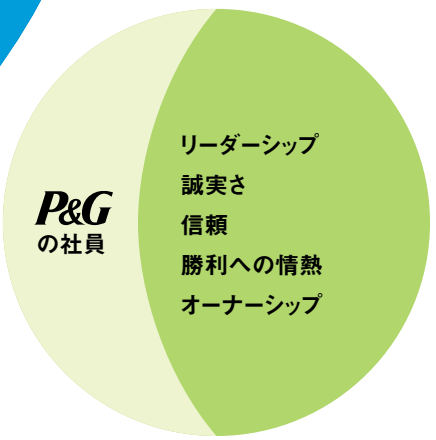
サステナビリティ（持続可能性）—
それはとてもシンプルな考え方です。
現在、そして来るべき世代のすべての人々にとって、
より良い生活の質を確かなものにすることです。

企業方針声明書

我々は、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製品とサービスを提供する。

その結果、消費者は我々にトップクラスの売上と利益伸長、価値の創造をもたらし、ひいては社員、株主、そして我々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する。

中核となる価値観
（コア・バリュー）



理念

我々は、すべての個人を尊重する。
会社と個人の利害は分かち難いものである。
我々は、戦略的に重要な仕事を重点的に行っている。
革新は、我々の成功の礎である。
我々は、社外の状況に対して重点を置いている。
我々は、個人の専門的能力に価値を置く。
我々は、最高を目指す。
相互協力が信条である。

CONTENTS

最高経営責任者からのごあいさつ ……1
サステナビリティのビジョン ……2
日本の経営責任者からのメッセージ ……3
サステナビリティを目指したP&Gの取り組み ……5
サステナビリティとは ……7
日本における環境に対する取り組み ……11
P&Gの概要 ……15

行動規範

サステナビリティに基づいた企業の発展のためには、社員一人ひとりの良識ある行動が重要であると考え、行動規範を制定しています。

行動規範の内容

- 行政と法の尊重
- 職場での配慮
- 市場での配慮
- 社会・地域での配慮
- P&Gの目指すサステナビリティ

“Our Values and Code of Conduct（行動規範）”は、下記ホームページからご覧になれます。（英文）

http://www.pg.com/sr

編集方針

この報告書は、P&G 2002 Sustainability Reportのグローバル（全世界共通）版の内容を抜粋したものに、日本での取り組み内容を加えて作成しました。グローバル版からの抜粋部分については、GRI（Global Reporting Initiative）の持続可能性報告のガイドライン（2000年6月版）をもとに作成し、日本での取り組み内容については、GRIのガイドラインに加えて環境省の環境報告書ガイドライン（2000年度版）も参考にしています。

対象範囲

対象組織：P1、2、4～10、15、16　世界のP&Gグループ
P3、5、6、8、11～14　日本のP&Gグループ
対象期間：2001年7月1日～2002年6月30日
（活動内容については直近のものも含みます）

サステナビリティを目指したP&Gの取り組み

ギブ・キッズ・ザ・ワールド—
～子どもたちの夢を叶えるために～

ギブ・キッズ・ザ・ワールドは、フロリダ州のディズニーワールドの近くにある51エーカーにおよぶ非営利のリゾート施設で、病気の末期症状にある子どもたちとその家族に「夢のようなひととき」を提供しています。各家族には、「村」にある専用の宿泊施設が用意されており、そこではディズニーワールドやユニバーサルスタジオへのご招待など「最高のおもてなし」を受けることができます。

1986年以来、ギブ・キッズ・ザ・ワールドは5万人以上の子どもたちやその家族の願いを叶えてきました。P&Gはコーポレート・プログラムにより、これまでに100万ドルを寄付しており、その他にもさまざまな製品を寄贈しています。洗濯用洗剤のブランドである「タイド」は、NASCAR※1のレーシングカーの後援により100万ドルの資金調達に成功しました。当社のこうした資金調達活動により、この施設は一年中いつでも無料でご家族を招待することができるのです。

※1 市販車に似た形のレーシングカーでレースを行うアメリカで人気のあるモータースポーツ。ウィンストンカップ・シリーズは最も人気があり、毎レース15万人以上の顧客を動員する。

ギブ・キッズ・ザ・ワールド当選者バネッサ・アルバレスさんとタイドのウィンストンカップのドライバー、リッキー・クレイブン氏。タイドレーシングカーの前にて。

「ウィスパー」初潮教育プログラム

女性のからだのしくみや月経について理解し、安心して初経を迎えることができるよう、2001年11月までに小学校5年生の女子児童37万人に初経教育セットを配布しました。このセットには、生理用品「ウィスパー」のサンプルと、「女の子ブック」「保護者ブック」が入っています。

また、ウェブサイト「ウィスパープチ～女の子のココロとからだの情報ページ」をオープンしました。月経のしくみや生理用品の使い方を楽しく学べるページや、何をどう説明したらよいかお悩みの保護者の方へのアドバイスなど、さまざまな情報を提供しています。また、保健室の先生方にも活用していただけるように、サイトの内容をコンパクトにまとめた配布用資料も用意しています。

初経教育セット

すくすく緑の募金キャンペーン

2002年5月から6月にかけて、全国の小売チェーンの協力を得て、子どもたちの未来のために豊かな自然と緑を守り育てていくことを目的とした「第4回すくすく緑の募金キャンペーン」を展開しました。キャンペーン期間中の参加小売店におけるP&G対象製品の売上金額の0.5%にあたる1,364万円を、社団法人国土緑化推進機構が運営する「緑の募金」に寄付しました。今回P&Gの寄付により、約1万本の植樹が可能となり、全国各地の緑化計画にそって植樹が実施されました。

札幌市ではアカエゾマツとヤチダモを植樹

公益信託「神戸まちづくり六甲アイランド基金」

神戸に根を張る企業市民として、積水ハウス（株）と共同で1996年に設立したのが「神戸まちづくり六甲アイランド基金」。国際性豊かで文化的な神戸のまちづくりに寄与する活動に毎年助成を行っています。2001年度は、神戸21世紀・復興記念事業である「灘の酒蔵万灯祭」や、在日外国人への医療保険等の相談事業、六甲アイランドハロウィンフェスティバル、阪神・淡路大震災からの復興ビデオを作成する事業など、計19件の活動を支援しました。

六甲アイランドハロウィンフェスティバル

「ピーターパンこども基金」キャンペーン

1997年以降、毎年秋に「ピーターパンこども基金」キャンペーンを実施しています。全国の参加チェーン店の協力を得て、期間中の対象商品売上額に応じて基金に寄付を行い、その寄付金によって、難病と闘う子どもたちとその家族をリゾートテーマパークなどに招待しています。2001年秋のキャンペーンでは1,500万円を寄付し、17組の子どもたちとその家族が東京ディズニーランドに招待されました。

「ハッピーサイクル、はじまる。」活動

女性のカラダの営みを「ハッピーサイクル」と名づけ、女性のカラダのしくみやサイクルを前向きに捉えられる環境づくりを目指して、情報を提供し合い、語り合う場として「ウィスパーハッピーサイクルフォーラム」を設立しました。このフォーラムは、医師、社会学者、教育関係者などさまざまな分野の専門家の参加・支援を得ています。2002年5月9日には、写真家の織作峰子氏を招いて第1回フォーラムを開催しました。また、新しいココロとカラダとのつきあい方を提案するウェブサイト「ハッピーウィスパー.com」は、「第42回消費者のためになった広告コンクール」のweb広告部門・JAA会長賞を受賞しました。

ハッピーウィスパー.com
http://www.happywhisper.com/

介護生活への支援

日本の介護現場では、介護者にも被介護者にも「がんばらなくてはならない」という意識が強くあります。これが精神的なプレッシャーとなってストレスを抱え込むケースが多く見られます。P&Gは、ゆとりのある介護生活の実現を目指して、高齢者介護・医療分野にかかわる専門家を委員とする「がんばらない介護生活を考える会」の活動を支援しています。

また、介護と排泄の悩みにお答えする「アテントほっとライン」を開設し、看護師や介護福祉士をはじめとする専門コンサルタントが無料で電話相談を受けています。

がんばらない介護生活
http://www.gambaranaikaigo.com/

「セーフガード」は、ハイチとパキスタンの病気と闘うため、米国疾病管理・予防センター（CDC）と連携

途上国における人々の健康状態の向上は、長い間、サステナビリティにとって重要な課題であると考えられてきました。清潔な衛生環境は、健康的な発育、優れた学習能力、そして最終的にはより良い経済成長につながります。

殺菌効果をもつ薬用石鹸「セーフガード」のプロジェクトでは、パキスタンとハイチの米国疾病管理・予防センターと協力して、高温多湿の地域によくある膿痂疹（のうかしん）やフィラリアといった病気の予防やその病状の軽減のために、良好な衛生環境がどの程度貢献するのかについて臨床的な立証を試みました。その結果、「セーフガード」に代表される薬用石鹸を使用して毎日入浴することで、健康に良好な効果が得られることが証明されました。

Give Kids a Fresh and Caring Start（子どもたちに新しく、思いやりあるスタートを）P&Gとユニセフ米国基金

P&Gとユニセフ米国基金は、世界中の子どもたちの生活を改善してきました。Give Kids a Fresh and Caring Startのキャンペーンでは、9月と10月にアメリカ国内で購入された台所用洗剤「ドーン」もしくは柔軟仕上剤「ダウニー」の収益の一部（最高30万ドル）を、世界中の子どもたちに寄付しました。

また、ユニセフ米国基金のTrick-or-Treatキャンペーンに20万ドルを寄付し、ユニセフの教育プログラムを支援しています。これは世界中の子どもたちが直面しているさまざまなテーマについて、米国の子どもたちに知ってもらうためのプログラムです。これらの支援は、ユニセフや連携団体が、健康、教育、栄養、保護、緊急援助などのプログラムを通して、世界中の子どもたちの生活改善に大きな進展を果たすための手助けとなっています。

2001年には、「ドーン」のクリーンアップ・フォー・キッズ（Clean Up for Kids）キャンペーンによりユニセフ米国基金へ55万ドルが寄付され、110万人の子どもたちへのポリオの予防接種が実現しました。

サステナビリティとは

サステナビリティの考え方

サステナビリティ（持続可能性）とは、「現在だけでなく、将来の人々にとってもより良い生活を継続的に提供していくこと」を意味しています。このためには、自然環境を守るだけでなく、経済的な豊かさを維持し、公正で多様性の高い社会を築いていくことが求められます。

「環境保全」「経済発展」「社会的責任」の3つの要素は相互に依存しあっています。椅子を支える3本の脚のバランスが良くなければ安定した椅子はできないのと同様に、持続可能な社会をつくり上げるためには、3つの側面についてバランスの取れた取り組みが必要となります。

P&Gは、3つの側面を総合的に考慮した結果、革新的な製品の開発・供給により、健康的・衛生的な生活をサポートすることが、サステナビリティ実現のための重要なアプローチの一つであると考え、「水」と「健康衛生」の分野で重点的な取り組みを続けています。

P&Gのサステナビリティを支える3つの要素

財務情報ハイライト

単位:百万ドル（1株あたりの数値を除く）	1999/00	2000/01	**2001/02**
純売上高	39,951	39,244	**40,238**
販売費、研究費および一般管理費	12,483	12,406	**12,571**
法人所得税	1,994	1,694	**2,031**
純利益	3,542	2,922	**4,352**
基本的普通株式1株あたり純利益（ドル）	2.61	2.15	**3.26**
総資産	34,366	34,387	**40,776**
長期債務	9,012	9,792	**11,201**
資本	12,287	12,010	**13,706**

社会貢献活動

長年にわたり、P&Gとその社員は世界中のあらゆる事業拠点において「良き市民」となるよう努力してきました。当社では、自らの持つ資源（財源、人材、エネルギーなど）を社会に対し有効利用する責任があると考えています。また、教育、健康、社会福祉、文化、市民、環境など幅広い分野にわたる団体を通して、資金的な援助を行っています。P&Gは世界各地に企業貢献の枠組みを設けており、地域社会への貢献活動を促進しています。

以下の表では、過去3年間におけるP&G基金および北米での社会貢献部署であるコーポレート・コントリビューションズ部門による寄付の合計を示しています。

2002年度のP&G基金とコーポレート・コントリビューションズ部門による寄付の世界全体での合計は、7,774万6,930ドルです。

P&Gが行っている社会貢献や地域活動は、世界中の消費者の生活を向上させるという当社の目的を達成する上で重要な役割を果たしています。過去1年間でP&G基金を通じて1,500以上の団体を支援しています。

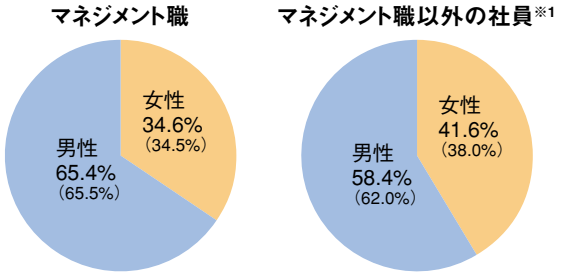
P&G基金および北米のコーポレート・コントリビューションズによる寄付総額

	1999/00	2000/01	**2001/02**
合計	$28,292,768	$27,503,686	**$29,587,237**

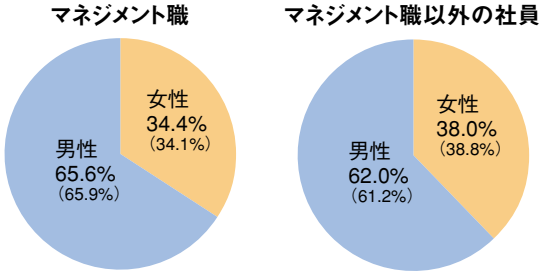
ダイバーシティ（性別・年齢・国籍・民族などの多様性）

P&Gでは、グローバル戦略として引き続きダイバーシティに重点を置いています。性別・年齢・国籍・民族などの個人的な背景が狭い範囲に偏らないよう、多様な人材の雇用促進に努めています。これにより、さまざまな文化や慣習を理解、尊重し、多様な消費者に対する対応を向上させることができると同時に、互いに影響し合うことで、新しく価値の高いものを生み出す創造性もより高くなると考えています。

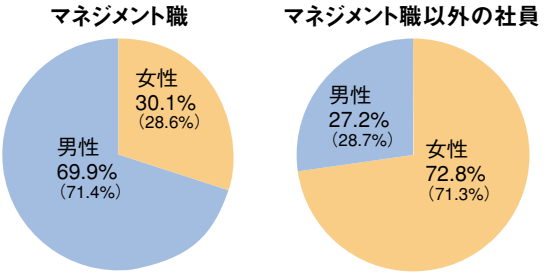
P&G全社における女性社員の割合



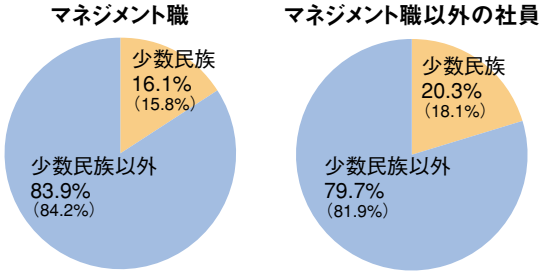
アメリカにおける女性社員の割合



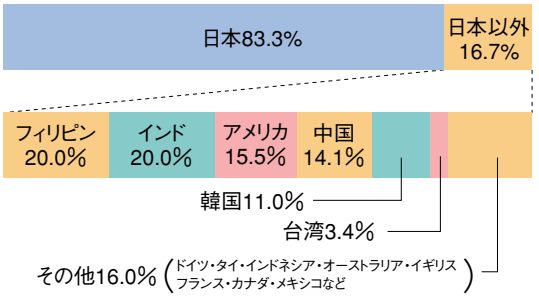
日本における女性社員の割合



アメリカにおける少数民族の割合



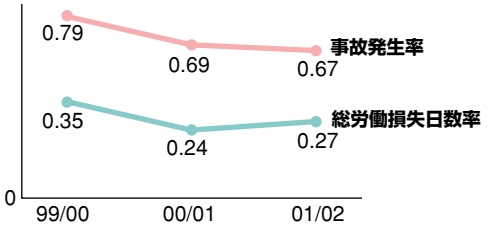
日本におけるマネジメント職社員の国籍



（注）上記数値には、最近のクレイロールの買収も反映されています。「マネジメント職以外の社員」には一般職、工場テクニシャン、マックスファクター製品の対面販売を担当するビューティカウンセラーが含まれます。
（　）は2000/01年度のデータ。
※1 世界各地における工場のデータが追加されるごとに更新されています。

労働安全衛生

事故発生率※2と総労働損失日数率※3（%）



※2 従業員100名あたりの労働災害および職業疾病の発生率
※3 従業員100名あたりの、労働災害および職業性疾病による労働損失日と労働制限日の発生率

違反と調停の記録

P&G全社の環境、輸送、労働安全衛生における違反・調停の件数と罰金

	1999/00	2000/01	2001/02
件数	48	73	58
罰金	$13,400	$77,070	$39,026

なお、日本における違反・罰金は共にありません。

環境方針

P&Gは「世界の消費者の生活を向上させる、優れた品質と価値をもつ製品とサービスを提供する」ことを企業方針としています。
この一環として、世界中の当社の製品、容器包装、そして事業活動が環境に与える影響を最小限にするために不断の努力を続けています。
この理念を実践するにあたって、当社では以下の方針を掲げています。世界中のP&Gではこの方針を基にして事業活動を進めています。

- **当社の製品・容器包装・事業活動が、消費者、社員そして環境にとって安全であることを保証する。**
- **当社の製品および容器包装について、設計、製造、流通、使用、使用後の処理のすべてにおいて環境に与える影響を可能な限り削減するかもしくはゼロにする。**
- **環境に関するすべての法律および規制の要件を満たすか、またはそれを上回る。**
- **環境に関わる当社のテクノロジーやプログラムを絶えず見直し、事業所ごとの環境目標に向けての進捗状況を監視する。**
- **P&Gの製品・容器包装・事業活動が環境に与える影響について、適切な事実に基づく情報を消費者、得意先、社員、地域社会、公共団体などに提供する。**
- **社員の一人ひとりが、日常の仕事の中に環境への配慮を織り込んでいくことを理解し、責任を持つように教育する。**
- **環境保全に関する方針を実行に移すため、適切な事業運営方針、プログラム、および財源を持つ。**

環境マネジメントシステム

製造活動における環境への影響を管理するため、環境方針に基づいた環境マネジメントシステムを運営しています。

はじめにそれぞれの工場での環境影響を把握するため、廃水、大気への排出、固形廃棄物、土壌・地下水、有害廃棄物、地域との関係などの主要な項目について測定します。次に、測定した環境影響を効率よく低減するためのシステムづくりを行います。政府・公的機関との連携、社員の能力、直接的な環境影響、緊急時の対応、継続的な改善、環境影響の低減について評価します。そして、決められた期間に目標を達成するための行動計画を立て、実行しています。

P&Gの環境マネジメントシステムは、ISO14001の意図と一致するものであり、Environmental Resources Management, Inc.の監査により、ISO14001で求められるレベルを満たしていることが証明されています。また、数量化されたシステムの改善や環境影響の低減において、ISO14001の範囲を超える要素も含まれています。

製品の製造に伴う資源消費と廃棄物

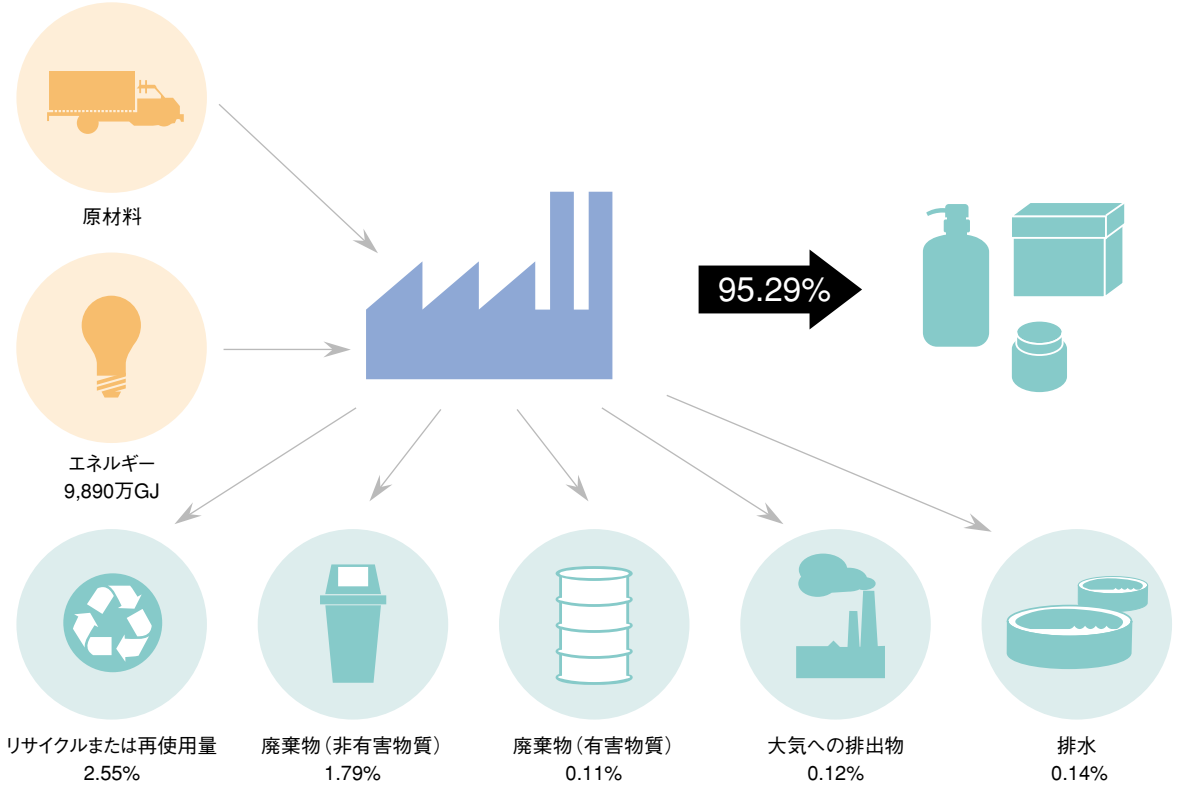
製品の製造過程における資源の消費量や廃棄物の排出量を全社で測定し、環境への影響を可能な限り低減するよう努めています。

	合計			2001/02年度カテゴリー別詳細				
単位:注記しているもの以外はキトン	1999/00	2000/01	2001/02	ベビー・フェミニン・ファミリーケア	ファブリック&ホームケア	ビューティーケア	ヘルスケア	食品・飲料
生産								
製品出荷量	15,229	15,808	16,151	3,652	8,426	984	1,098	1,992
リサイクル原料の使用量	476	208	208	208	0	0	0	0
廃棄物								
総廃棄物量	879	910	798	504	121	59	33	81
リサイクルまたは再使用された廃棄物の割合	55%	51%	54%	55%	57%	46%	51%	50%
廃棄処分								
固形廃棄物								
非有害物質	317	376	304	196	37	23	14	33
有害物質	12	13	19	8.7	4.7	3.8	0.7	0.8
排水(水分を除く)	39	36	23	7.9	6.5	3.8	0.8	4.2
大気への排出物※1	19	15	20	13.3	3.4	0.6	0.4	2.1
その他								
エネルギー消費量(10^5GJ)	1,080	1,068	989	614	195	44	41	94
温室効果ガス排出量※1	2,983	3,210	3,309	2,365	419	88	95	342
水消費量(百万m^3)	87	88	85	56	13	4	2	10
SARA排出量(トン)※2	1,858	1,722	1,274	34	831	346	0	63

※1 大気への排出物には、煤塵、SO_2、NO_x、CO、VOCが含まれ、温室効果ガスには燃料の燃焼から発生するCO_2が含まれます。
※2 米国環境保護省がスーパーファンド修正および再授権法で規定している排出物。

生産過程における物質の流れ

P&Gは、資源を効率的に使用しています。下の図に示されているように、消費した原材料とエネルギーの95%以上は製品へと変わります。



Topics ヨハネスブルク・サミットに参加しました

2002年8月26日から9月4日までヨハネスブルク・サミット（持続可能な開発に関する世界首脳会議）が開催され、P&Gを代表して、コーポレート・サステナブル・ディベロップメントのジョージ・カーペンターとピーター・ホワイトが参加しました。

このサミットは、政府や企業、市民団体などから3～6万人が集まり、開発と環境に関する会議としてはこの10年間で最大のものとなりました。1992年の地球サミット以降の進歩について議論し、今後の計画に関する合意を得ることが大きな目的とされました。

衛生の分野では、「安全な飲料水」に加えて「基本的な衛生施設」へアクセスできない人の割合を2015年までに半減するという目標が合意に達しました。P&Gも、製品を通じて、この目標達成のために大きな貢献ができると考えています。

サミットで最も印象深かったのは、南アフリカ最大の黒人居住区でソエトの中心にあるクリップタウンの地域プロジェクトを訪問した時のことでした。ここは貧民街ですが、自分自身の生命を守ることができる、活気に満ちたコミュニティーをつくりあげることを目指して若者たちが活動しています。暴力や虐待を受けてきたこれらの若い人々の希望と決意を聞き、会議でのどの言葉よりも感動を受けました。サミットに参加し、世界のさまざまな問題を解決するために、P&Gは行動していかなければならないと奮い立つ思いがしました。

（ピーター・ホワイトからの報告）

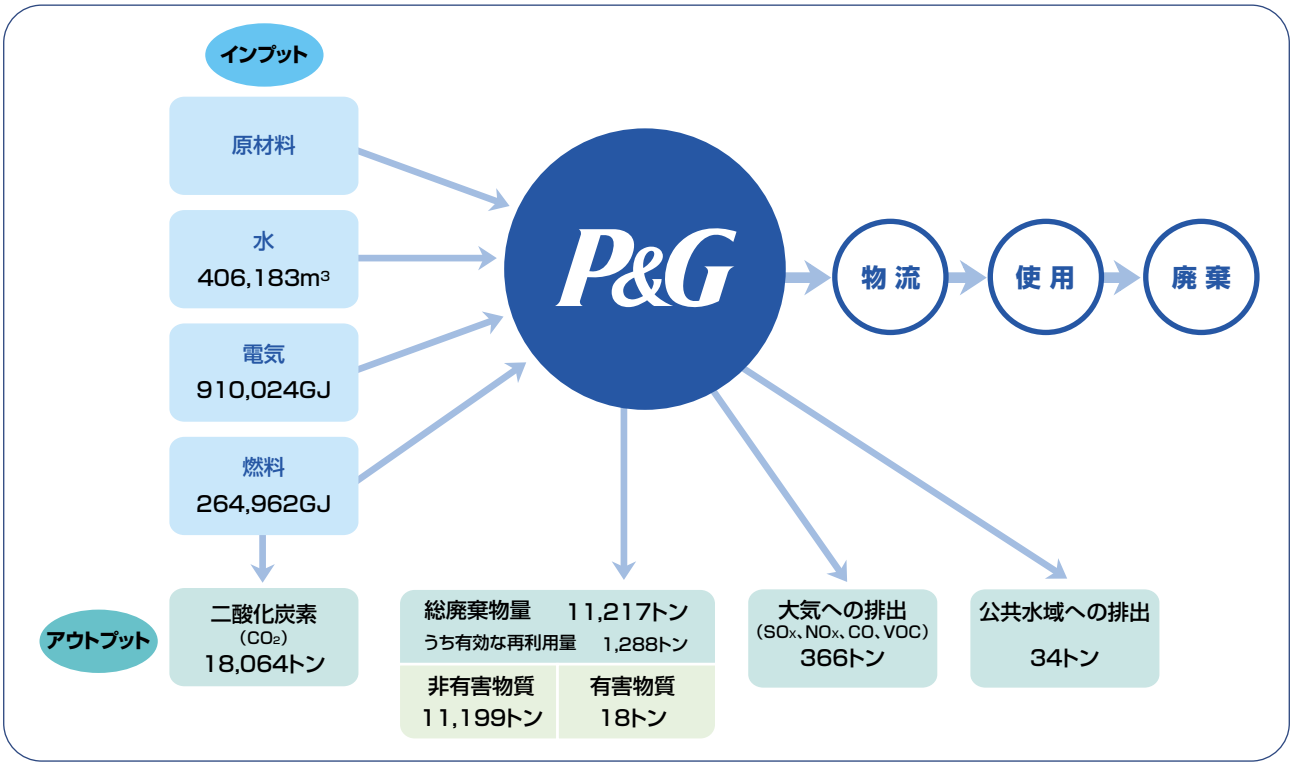
水と衛生に関する会議が行われたウォータードーム

クリップタウンの若者たち

日本における環境に対する取り組み

日本におけるP&Gの生産活動での物質とエネルギーの流れ

P&Gでは、製品を生産するために原材料やエネルギーを使用し、廃棄物や化学物質を排出しています。これらの量を正確に把握し、環境に与える影響を可能な限り低減するよう努めています。

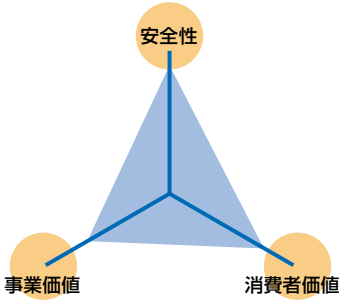


研究開発における環境への取り組み

●サステナビリティアセスメント

サステナビリティの幅広い概念をP&Gの製品に反映するため、製品のサステナビリティ評価ツールを活用しています。

このツールは、サステナビリティの3つの重要な側面について、質問項目に回答する形で製品を評価するものです。新製品の設計時のほか、既存の製品についても評価を行っています。P&Gは、世界各地で事業を展開していますが、このツールによって、それぞれの地域での法規制に従っているかを確認するとともに、異なる市場においてそれぞれの製品が安全・環境・社会的な側面からどのように認識されるか、お客様や社会にとってどのような価値を持つかについて知ることができます。そして、製品の優れている点と劣っている点を把握することで、よりサステナブルな製品の設計に活かしています。



●生分解性プラスチックの開発

生分解性プラスチックは、環境中の微生物によって分解され、環境負荷を低減できる新素材として注目を集めています。なかでも、原料として石油の代わりに植物油デンプンなど植物由来のものを用いた環境循環型の生分解プラスチックが地球温暖化問題や石油枯渇問題などの点から、特に注目されています。

P&G米国では、生分解性プラスチックの商品化を促進するため、2001年10月に、鐘淵化学工業株式会社（以下、カネカ）とライセンス契約を締結しました。当社のリサーチ・フェローである野田勇夫博士が開発した、優れた生分解性をもつプラスチック「Nodax（ノダックス）」の処理・応用に関する技術と、カネカが持つ、Nodaxの一つ、PHBH（ポリ-3-ヒドロキシブチレート-3-ヒドロキシヘクサノエート）の物質特許および生産化技術を合わせることで、生分解性プラスチックの大量生産を軌道に乗せ、世界中でその利用を加速させることが目的です。この契約により、カネカは大量生産の製造工程を開発し、3年以内に市販可能な大量の生分解性プラスチックを生産する予定です。

当社が開発した技術を活かし、優秀なパートナーと協力することによって、世界中の消費者に価値の高い製品を提供していきたいと考えています。

「Nodax」
http://www.nodax.com/japanese/

容器包装の削減

P&Gが製造販売しているすべての容器包装は、最終的に固形廃棄物となります。このため、最終的に固形廃棄物となる原材料の量を最小限にするとともに、廃棄される際の安全性の確認に努めています。

コンピューターモデルを利用した設計により軽量かつ強靭な容器を開発しています。これにより、外箱の省略や軽い素材への代替が可能となり、包装材の削減が実現できました。

また、製品の使用後も、容器包装がリサイクルされる可能性を最大限に高めるために、リサイクル計画を念頭に置いて設計を行っています。

さらに、容器自体の改良だけでなく、濃縮洗剤や超薄型紙おむつ、高吸収性ペーパータオル、詰替え可能な衣類用柔軟剤など、よりコンパクトで効率的な製品の開発も進めています。

●粉末洗剤での容器包装の改善

コンパクト洗剤、濃縮洗剤は従来品に比べて容積が少ないため、容器包装の量も少なくなります。同時に、包装、輸送、流通におけるエネルギーも削減することができます。

・包装材には100%再生紙を使用しています。

P&Gでは、可能な限り、常にリサイクルされた素材を使用するようにしています。

・計量スプーンは100%再生プラスチックからつくられています。

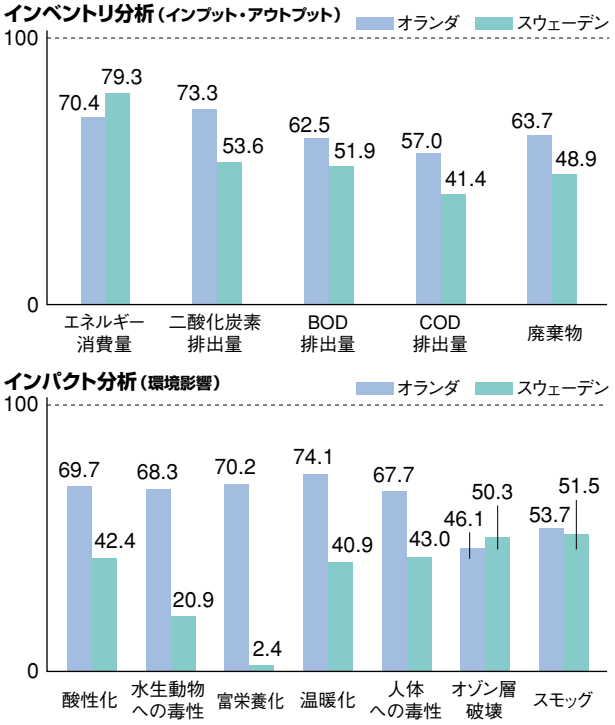
ここで使用しているプラスチックは、お客様から回収したものではなく、成形工場から出たロスを利用しています。

・ライフサイクルアセスメント※1（LCA）を行っています。

オランダとスウェーデンでLCAを行い、改良品（1998年）での1回の洗濯における環境負荷が従来品（1988年）よりも少ないことが確認されました。この結果は、フランスのLCAコンサルタントであるエコビラン社のクリティカル・レビューを受けています。

※1 原材料の採取から、製造、流通、消費、廃棄にいたるライフサイクルを通じて、その製品が環境に及ぼす負荷を定量的に分析・評価する手法。

従来品（1988年）を100としたLCAによる比較



（注）この数値はオランダとスウェーデンでの値であり、日本で同じ分析を行ってもこの結果と同じになるとは限りません。これは、発電施設や廃棄物処理施設などの社会基盤が異なるためです。

Topics SETACジャパンの設立

2001年11月、SETAC（Society of Environmental Toxicology and Chemistry：環境毒性化学学会）の日本におけるローカル組織として、大阪大学薬学部の西原力教授を中心にSETACジャパンが設立されました。

SETACは、化学物質の環境リスク、化学物質の水環境中での生分解、製品のLCAなどの研究を中心に行う国際的な環境研究団体です。P&Gは、設立当初からSETACの中心的な役割を果たしてきました。

金沢で開催したSETACジャパンの設立記念シンポジウムでは、リスクアセスメントや環境化学に関する多数の研究成果が発表されました。当社の研究員も「未処理廃水のリスクアセスメント手法－殺菌剤トリクロカルバン（TCC）のフィリピンにおける事例－」と題した発表を行いました。

SETACジャパンの活動により、科学者や研究機関、企業、政府機関が、それぞれの研究成果を共有し、効果的なリスクアセスメント手法の開発や、化学物質の環境リスク低減が促進されることが期待されます。

サステナビリティに向けた調達ガイドライン

P&Gは、法を遵守し、高い倫理観に基づいて事業活動を行っています。取引先についても同様に高い基準をもつよう求めており、サステナビリティガイドラインを定めています。

P&Gは取引先に対して次のようなことを求めています。

- 雇用や差別、環境、健康と安全などを含むすべての法の遵守
- 人権の尊重
- 公正な雇用慣行（特に児童労働、雇用条件、賃金と労働時間、安全衛生、環境、個人情報の保護について）
- 取引先の公正で公平な倫理的待遇
- 贈答、接待、お礼の禁止

取引先との関係についてのサステナビリティガイドライン（英文）
http://www.pg.com/sr

製品の生産過程における環境負荷

P&Gは、日本国内に3つの工場を持っています。明石工場では紙おむつや生理用品、高崎工場では洗剤やシャンプー、滋賀工場ではおもに化粧品を製造しています。

これらの工場では、環境負荷を低減するための取り組みを積極的に行っており、労働安全衛生、環境に関する内部監査および外部監査でも、高い評価を得ています。

●省資源・省エネルギー

省エネルギーを図るため、冬期の暖房設備に機械室の熱を利用したり、照明の間引きや自動点灯・消灯を行う人感センサーの導入、冷凍機の統合、エアコンの間欠制御運転などを行っています。

●廃水

廃水に関しては、それぞれの地域の規制に従い適正に処理しています。シャンプーや洗剤を製造する高崎工場では、溝渠廃水のpH、SS、N-ヘキサン、泡や下水のpH、SS、BOD、N-ヘキサン、ヨウ素消費量、ホウ素化合物、アンモニア化合物には特に注意を払っており、週に1回定期的に廃水測定を行っています。また、滋賀工場では独自の廃水処理設備を持ち、廃水の浄化を行っています。

●廃棄物の削減

工場から出る廃棄物は、一般ごみ、木くず、金属、プラスチック、廃油、廃液などに分別して回収し、再資源化を行っています。

紙おむつや生理用ナプキンの製造時に発生する紙は、ペットシートや猫砂に、汚泥は堆肥に再生しています。また、台所用洗剤ジョイの洗浄排水や廃プラスチック、ビニールは、燃料としてリサイクルしています。

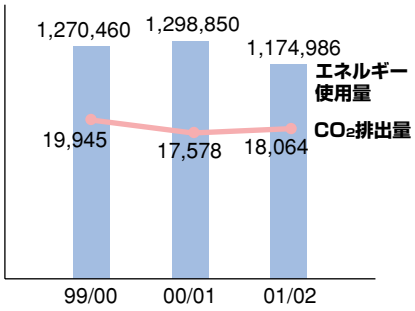
包装緩衝材を再利用

金属類の圧縮・減容による運搬の効率化

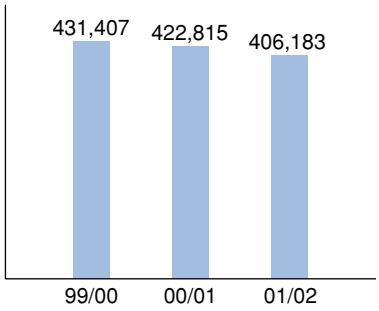
●容器包装リサイクル法の遵守

P&G製品の容器包装についての責任を果たすため、容器包装リサイクル法に従い、指定法人である日本容器包装リサイクル協会に再商品化（リサイクル）を委託し、費用の支払いを行っています。

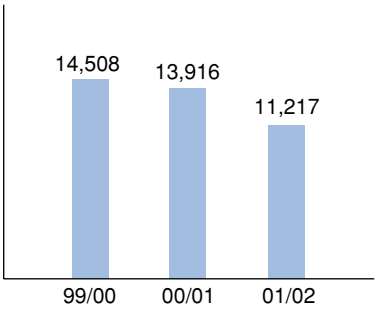
エネルギー使用量（GJ）と燃料によるCO2排出量（t）



水使用量（m3）



廃棄物排出量（t）



Topics

多摩川モデル

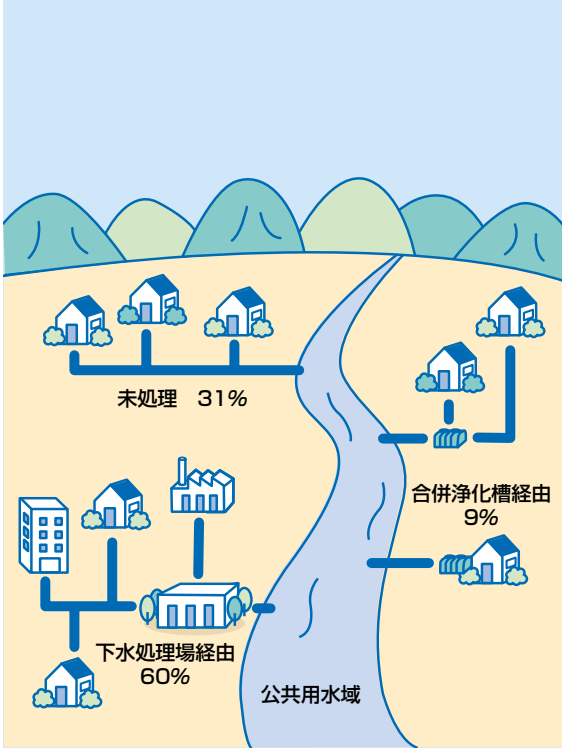
『多摩川モデル』は、家庭排水と共に環境に排出される洗剤などの成分の環境中での環境運命（濃度）を予測するためのシミュレーションモデルで、P&Gの環境分野における長年の研究が実を結んだ一つの例です。

数学的シミュレーションで環境濃度を予測

洗剤など家庭用品に含まれる界面活性剤などの化学物質は、微生物などにより分解・除去され、河川などの環境に到達するまでには、環境に影響を及ぼさない濃度にまで低下することがわかっています。しかしながら、新原料の使用や処方変更などを含む新製品開発の際には常に環境影響を評価する必要があります。環境影響評価には、化学物質が家庭から排出されて河川に到達するまでにどのような運命をたどり、最終的に河川でどのくらい残っているかを把握することが不可欠です。

多摩川モデルは、日本での家庭排水の排出経路（図1を参照）を考慮して、下水処理排水と未処理生活雑排水の両方が流入する河川での化学物質の濃度を計算するために、P&Gが開発したものです。日本の代表的な都市河川である多摩川流域を対象とし、上流から河口までの間にある10カ所の下水処理場と複数の支流および未処理生活雑排水からの化学物質の流入や、河川水による希釈、微生物による分解などについて数学的シミュレーションを行うことにより、多摩川本流における化学物質の環境濃度を1kmごとに予測することができます。

図1 日本での家庭排水の排出経路



製品の環境安全性確保に向けて

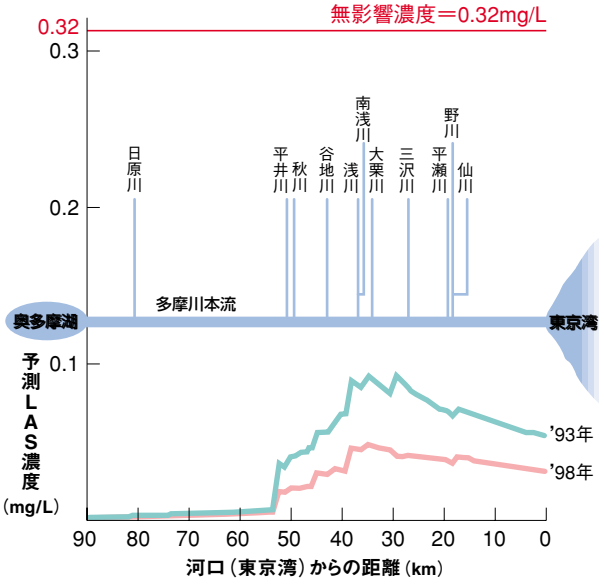
例えば、家庭用洗濯洗剤に用いられている代表的な界面活性剤のLAS（直鎖アルキルベンゼンスルホン酸塩）についてこのモデルで環境濃度を予測すると図2のようになります。環境無影響濃度（環境生物に影響を与えない最大濃度:この濃度を超えると影響を与える可能性が出てくる）よりも充分に低いことがわかります。予測結果は、環境中の濃度を実際に測定して得られた環境濃度調査結果ともほぼ一致しています。

環境安全性を評価するための方法を開発し、成果を利用して製品の環境安全性を確保するということは、家庭用品を扱う企業の重要な責務であり、P&Gでは多摩川モデルをはじめとした環境への継続的な取り組みを行うことで、製品についての環境安全性確保への努力を続けています。

多摩川モデルの研究成果は環境専門学術誌で発表され※1、水環境を専門とする研究者の間でも、家庭排水経由の化学物質の環境での濃度を予測できるモデルとして高い評価を受けています。また、本モデルは日本石鹸洗剤工業会で洗剤成分の環境運命を推測するモデルとして採用されているだけではなく、2002年9月には国際機関であるOECDのリスク評価モデルのデータベースに収載されました※2。

※1 P&G 山本ら“Aquatic Fate Assessment for Consumer Product Ingredients in Japan”,環境科学会誌,10,129-139,1997
※2 http://webdomino1.oecd.org/comnet/env/models.nsf

図2 多摩川本流でのLAS濃度の予測結果



P&Gの概要

設立の経緯

P&Gは、1837年、オハイオ州シンシナティの小さな石鹸・ローソクメーカーとして始まりました。全米が恐慌に見まわれ、多くの製造業者が競合他社より少しでも売上を伸ばそうと、質を度外視した価格競争に転じていた中、石鹸製造業のジェームズ・ギャンブルとローソク製造業のウィリアム・プロクターは、「石鹸もローソクも原料は同じ。互いに競争するより手を結ぼう」と製造分野の壁を越えて提携。資材調達の効率化と技術の融合を図ることにより、価値の高い製品だけをお客様に届けるという姿勢を貫き通し、絶大な信頼を得ることができました。「重量や原料をごまかした製品は絶対につくらない」という姿勢は今も生き続けています。

ウィリアム・プロクター

ジェームズ・ギャンブル

日本でのあゆみ

P&Gが日本市場へ参入してから30年。ふたりの創立者の理念を受け継ぎ、日本の皆様の生活そのものをより良くするために挑戦を続けてきました。

お客様の真のニーズを把握するため、1986年には、日本の業界で初めて、お客様相談室に通話料無料ダイヤルを導入しました。これにより、全国のお客様から製品を利用してのご感想、ご提案を気軽にお寄せいただき、社内にフィードバックして改善していく体制が整いました。例えば、「パンパース」や大人用紙おむつ「アテント」に、何度でもつけ外しができる「繰り返しテープ」を採用したこと、外出先でも手軽に衛生管理ができる「ミューズどこでもウェットクロス」を開発したことなどは、お客様の声が発端でした。

こうした社を挙げての努力は、お客様のP&G製品に対する強い信頼へと結びつき、現在多くの方に当社の製品をお使いいただいています。今後も、アイデアとイノベーションで、日本と世界の新しいくらしを提供していきたいと考えています。

P&G 30 Anniversary

製品で見るP&Gの歴史

日本の育児事情を大きく変えた「パンパース」、生理用ナプキンの着け心地を飛躍的に高めた「ウィスパー」など、革新的なアイデアで、満足度の高い製品の開発を続けています。

1973

粉末洗濯用洗剤
全温度チアー

水でも、お湯でも、ぬるま湯でも汚れがよく落ちる画期的な機能をテレビCMでアピールし、大ヒット。1976年には洗濯用洗剤のNo.1ブランドに。

1975

薬用石鹸
ミューズ

ミツワ石鹸より譲り受けた薬用石鹸を販売開始。手洗いの励行や外出先での衛生など、社会に働きかける啓発活動を積極的に行い、支援を得た。当時から続くこのデザインは、家族をバイ菌から守る信頼のブランドとして広く認知されている。

1977

赤ちゃん用紙おむつ
パンパース

世界中の母親をおむつの洗濯から開放し、「育児革命」と言われた「パンパース」。日本でも爆発的なヒットを遂げ、当時15億円規模だった紙おむつ市場をわずか2年で100億円規模に拡大した。そのうち90%をパンパースが占めるという大躍進。

1993

ヘアケア製品
ヴィダルサスーン

女性が求めるのは、「ヘアサロンの仕上がり」「プロのスタイリング」というマーケティング結果に基づき、ヴィダルサスーンの技術と経験を基に開発されたプロ仕様のヘアケア製品。

1995

台所用洗剤
ジョイ

狭い台所でも使いやすいコンパクトタイプの利便性や油汚れに強い機能性が受け、市場より高めの価格設定にもかかわらず大ヒット。「除菌ができる」「お皿洗いを楽しく」など、新しい価値も提案。

1998

布製品リフレッシャー
ファブリーズ

布についたニオイをスプレーで消すという発想を定着させた「ファブリーズ」。除菌効果の付加や香りのラインアップで、2001年時点のシェアは85%を超えた。

社外からの評価

ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックスのセクター・リーダーに選ばれました

ダウ・ジョーンズ社は、1999年より、経済・環境・社会的な側面から企業を評価することで、企業のサステナビリティの指標を示す、サステナビリティ・インデックスを発表しています。2001年度は、日本企業31社を含む312社をダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックスのメンバーに認定し、さらに、これらの企業の中から、18の主要な業界において、各業界をリードするセクター・リーダーを決定しました。

P&Gは、一般消費財（日用雑貨品）の業界において、3年連続セクター・リーダーに選ばれています。これは、経営や生産活動、製品、雇用、労働安全などに関するP&Gの戦略と活動が、長期にわたって発展可能であることを示すものであり、環境保全や社会貢献活動が公正に評価された結果であると考えています。

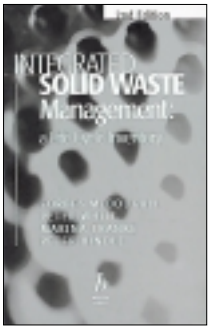
ビジネスエシックス誌「優秀企業市民100社」の第5位に選ばれました

P&Gは、ビジネスエシックス誌が発表する"The 100 Best Corporate Citizens for 2002"（優秀企業市民100社）の第5位に選ばれました。これは、企業の社会的パフォーマンスを調査・評価し、情報提供しているKLD社の定めた5つのエリア（環境、コミュニティー、従業員、多様性、顧客）の指標に基づいてアメリカ国内の650社を評価し、企業の社会的責任活動について格付けを行うものです。

P&Gの廃棄物処理に関する書籍がグリーンアップル賞を受賞

P&Gの環境科学者4名が発行した書籍、"Integrated Solid Waste Management：a Life Cycle Inventory"が、2001年グリーンアップル賞を受賞しました。グリーンアップル賞は、イギリスの非営利団体"The Green Organisation"が主催するもので、協賛するイギリスのInstitute of Waste Managementが審査および賞の授与を行っています。

この本では、廃棄物処理による環境影響をライフサイクルの観点から述べ、持続可能な廃棄物処理システムの方向性を示しています。ごみの種類や処理施設の形態により、原料リサイクル、微生物処理、熱処理、最終処分の4つの処分方法をどのように組み合わせると、環境・経済的に効率的であるかを追求した、P&Gの廃棄物処理管理に関する研究の集大成です。付属のCD-ROMを用いて、廃棄物管理のシミュレーションをすることもできます。



その他の主要ブランド
アリエール、ボールド、バウンス、プリングルズ、マックス ファクター、イリューム、パンテーンPro-v、リジョイ、アテント

1986

生理用ナプキン
ウィスパー

ドライメッシュシートの優れた吸収性と快適な着け心地で、多くの女性の熱烈な支持を受け、他よりも高価だったにもかかわらず、2年でトップブランドに食い込んだ。

1991

スキンケア製品
SK-Ⅱ

全世界のマックス ファクター事業が傘下に入ったことで、高級スキンケア商品としての地位を築いてきた「SK-Ⅱ」をテレビCMなどで幅広く告知。有名女優を起用した使用実感レポートなどの手法で、ブランドイメージをさらにアップ。

1999

ペットフード
アイムス

プレミアム（高価格帯）ペットフードのリーディングカンパニー、「ザ・アイムス・カンパニー」を合併。成長し続けるペットフード市場にさらに強力なブランドを確立。

2002

電動歯ブラシ
クレストスピンブラシ

高品質なのにお手ごろ価格で人気の電動歯ブラシ。米国の市場を飛躍的に拡大させており、日本でも電動歯ブラシ市場伸長の引き金に。

サステナビリティへの取り組みの歴史

P&Gの歴史		世界の動き	
P&G企業行動方針制定	1914		
安全プログラム開始	1930		
		1948	国連人権宣言
		1962	レイチェル・カーソン「沈黙の春」
少数民族および女性の雇用促進計画策定	1965		
環境監査プログラム導入	1970		
		1972	国連人間環境会議
通話料無料の消費者ホットラインを開始	1974		
		1981	世界保健総会
日本で消費者向け通話料無料ダイヤル導入	1986		
企業方針声明書	1987		
「環境保全に関する方針」発表	1990	1990	世界子どもサミット
		1991	CERES原則
世界環境センター賞受賞	1992	1992	地球サミット（リオデジャネイロ） WBCSD（持続可能な発展のための世界経済人会議）発足
初の年次環境報告書発行	1993		
Opportunity 2000 受賞	1994		
		1996	北京女性会議
		1997	地球温暖化防止京都会議
		1999	グローバル・サリバン・プリンシプル
ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックス 一般消費財部門のセクター・リーダーに選出	2000		国連グローバル・コンパクト
米ビジネスエシックス誌　優秀企業市民第1位	2001		
ヨハネスブルク・サミット参加	2002	2002	持続可能な開発に関する世界首脳会議（ヨハネスブルク）

日本語版2002年度サステナビリティ・レポート
発行責任者　辻本由起子
編集者　今井 聡
2002年12月発行

連絡先

日本本社
〒658-0032
神戸市東灘区向洋町中1丁目17番
プロクター・アンド・ギャンブル・ファー・イースト・インク
エクスターナル・リレーションズ　担当:今井 聡
E-mail imai.s@pg.com
Tel 078-845-5050
Fax 078-845-6918

本社
Corporate Sustainable Development
1 Procter & Gamble Plaza
Cincinati, OH 45202 USA
E-mail sustainrep.im@pg.com

レポートの全文（英文）は、P&Gホームページhttp://www.pg.com/srから入手できます。
日本の情報については、http://jp.pg.com/をご覧ください。

© 2002 The Procter & Gamble Company. All Rights Reserved.

本レポートは、古紙含有率100%、白色度83%の再生紙を使用しています。また、印刷には植物性の大豆油インキを使用しています。

PRINTED WITH SOYINK
R100