COMPANY PROFILE

P&Gグループ 会社案内

日本の暮らしとともに50年。
そしてこれからも。

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か国の人々によりそい、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

台所用洗剤
- ジョイ

エアケア製品
- ファブリーズ

ヘアケア製品
- パンテーン
- h&s
- ヘア レシピ
- 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

乳幼児用紙おむつ
- パンパース

吸水ケア製品
- ウィスパー

小さな幸せのカタチを
イノベーションし続けて。

P&Gジャパン50年の歴史

1973年に日本で営業を開始して以来、P&Gは50年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はこれからもイノベーションを繰り返し、進化し続けていきます。

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…」
優れた機能と効果的な訴求でヒット。**

日本参入後の製品第1号「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、TVCMでダイレクトにアピールし、大量のサンプル配布による積極的なマーケティングを行ったことで、お客様の絶大な支持を得る。1976年には、洗濯用洗剤のNo.1ブランドに。

1986
生理用ナプキン
「ウィスパー」

**成熟市場で驚きの大躍進。
徹底した消費者調査と開発力の勝利。**

すでに成熟していた市場に向けて発売され、他より高価格だったにもかかわらず、わずか2年でトップブランドの一角に食い込んだ「ウィスパー」。ドライメッシュシートの優れた吸収力と快適な着け心地は、多くの女性の熱烈な支持を受け、「ナプキン革命」と呼ばれるまでに。

P.5 参照

1988
洗濯用洗剤
「アリエール」
(コンパクト型)

**お客様のニーズを捉えたコンセプトで、
激しい競争市場へ参入成功。**

「お客様は、いかに白く洗い上げられるかを洗剤選びの基準としている」というマーケティング結果に基づき、一番白く洗い上げる洗剤であることを、TVCMや新聞広告でアピール。この効果的な機能告知により、競争の激しい市場ながら高シェアを確保した。

1972	• P&G社、日本サンホーム㈱、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	• 日本プロクター・アンド・ギャンブル社を米国100%出資にて設立 • 液体洗濯用洗剤「ボーナス」発売
1977	• 赤ちゃん用紙おむつ「パンパース」発売
1978	• 伊藤忠商事㈱から株を譲り受け、プロクター・アンド・ギャンブル・サンホーム株式会社はP&G社100%出資子会社に
1980	• 洗濯用中性洗剤「モノゲン ユニ」発売
1982	• 紙製品の明石工場操業開始
1983	• 柔軟仕上げ剤「バウンス」発売
1984	• プロクター・アンド・ギャンブル・サンホーム株式会社、日本プロクター・アンド・ギャンブル株式会社等関連会社を統合し、プロクター・アンド・ギャンブル・ファー・イースト・インクに
1986	• P&G(米国)が東京証券取引所外国部に株式上場 • 消費者向け通話料無料ダイヤルを導入 • 生理用ナプキン「ウィスパー」発売
1988	• リンス・イン・シャンプー「リジョイ」発売 • 洗濯用洗剤「アリエール」(コンパクト型)発売
1989	• 洗濯洗剤業界初※ 詰め替えパウチの導入
1990	• 環境保全に関する方針」発表

P.5 参照 最新の製品情報や取り組みなどは記載のページをご覧ください

P.5 参照

1977
赤ちゃん用紙おむつ
「パンパース」

**布おむつの洗濯から解放!
日本市場に新たなビジネスを創出**

世界の母親を布おむつの洗濯から解放し、「育児革命」と言われたパンパースが、日本の紙おむつ市場でも爆発的なヒットを遂げる。当時、15億円規模だった市場を、発売開始からわずか2年で100億円を超えるまでに成長させ、パンパース自体は、市場全体の90%を売り上げた。

1989・1990

洗濯洗剤業界初※ 詰め替えパワナの導入!

1989年に国内の洗濯洗剤業界で初めて、プラスチックゴミの減量に寄与する詰め替えパウチを導入。日本における洗剤やヘアケア製品の詰め替え文化を広めた。

※P&G調べ

P&G 50th Japan

P.5 参照

1991
スキンケア製品
「SK-II」

透明感あふれるクリアな素肌を叶える
日本発のスキンケアブランド

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、1980年より、優れた製品効果で高級スキンケア製品としての地位を築いてきた「SK-II」を、TVCM、雑誌広告、キャンペーンなどで幅広く告知。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。

P.6 参照

1998
布製品リフレッシャー
「ファブリーズ」

布に付いたニオイをスプレーで消すという
今までにない発想を定着させた。

「布に付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」。TVCMなどのマス媒体で告知し、商品サンプルなどで実感を促す、効果的なマーケティング手法を活用。

2002
柔軟剤入り粉末洗
「ボールド」

毎日のお洗濯をもっと簡単に。
パワフルな洗浄力に柔軟効果を付加。

柔軟剤が入った新しいタイプのコンパクト粉末洗剤。従来は、洗いとすすぎの時に別々に投入しなければいけなかった洗浄剤と柔軟剤を、同時に投入しても効果を発揮する新テクノロジーを採用。洗剤本来のパワフルな洗浄力と高い柔軟効果を同時に発揮し、お洗濯をシンプルに。

2007
ヘアケア製品
「h&s（エイチ アンド エス）」

髪と地肌の根本ケアに着目した
新発想のヘアケアブランド

“髪をいかにケアするか”が注目されていた時代に地肌ケアを提案し、健やかな地肌から生まれる根本の美しい髪を叶えた。

1991
- P&G、全世界のマックスファクター事業買収。プロクター・アンド・ギャンブル・ファー・イースト・インクが日本のマックスファクター株式会社の株式を100%取得し、スキンケア製品「SK-II」等の販売開始
- スキンケア製品「SK-II」発売
- ヘアケア製品「パンテーン」発売

1992
- 「ウーマンズネットワーク」発足
- 育児休業制度導入

1993
- 神戸六甲アイランドにて日本本（テクニカルセンター）竣工
- ヘアケア製品「ヴィダルサスーン」発売

1995
- 1月、阪神・淡路大震災のため、大阪に臨時本社開設
- 6月、神戸本社復帰
- 阪神淡路大震災発生後、救援物資の提供や社員によるボランティア活動実施
- 台所用洗剤「ジョイ」発売

1997
- 株式会社プラネットに資本参加

1998
- 布製品リフレッシャー「ファブリーズ」発売

1999
- 日用雑貨製品に「新取引制度」導入
- 企業ホームページ「pg.com」を開設
- ダイバーシティ推進担当配置
- パンツ型おむつ「パンパースすくすくパンツ」発売

2000
- フレックス・ワーク・アワー制度導入
- 肌診断システム「SK-IIビューティイメージングシステム（BIS）」全国展開

2001
- 日本国内のP&Gグループの法人組織を再編
（プロクター・アンド・ギャンブル・ファー・イースト・インク、マックスファクター株式会社、ピー・アンド・ジー・ノースイースト・アジア・ピーティーイー・リミテッド、ピー・アンド・ジー株式会社、プロクター・アンド・ギャンブル・アジア・ピーティーイー・リミテッド、アイムス・ジャパン株式会社に）

2002
- 柔軟剤入り粉末洗剤「ボールド」発売
- 電動歯ブラシ「クレストスピンブラシ」発売

2004
- 柔軟剤「レノア」発売
- 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
- 消臭芳香剤「置き型ファブリーズ」発売

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

2008
- ワーク・フロム・ホーム制度導入

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

P.5 参照

1991
ヘアケア製品
「パンテーン」

世界のトップブランドを日本の消費者に。
“健康で輝く髪”を提供。

「髪を健康に美しく変えることで、髪だけでなくあなた自身がより美しく変わるお手伝いをするヘアケアブランド」をコンセプトに日本市場に導入。消費者ニーズの多様化に応え、ダメージケアに対応するコンディショナーを中心に、地肌ケアなどの高付加価値製品を提供。

P.6 参照

1995
台所用洗剤「ジョイ」

消費者のニーズを捉えた高付加価値製品で、
シェアゼロから4年でトップブランドへ。

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。「食器用洗剤は、価格でしか売れない」という当時の常識を覆したセンセーショナルな製品。発売から4年で、トップブランドの地位を確立した。

P.6 参照

2004
柔軟剤「レノア」

業界初！※ 着ている間の防臭に着目

洗濯物をやわらかく仕上げる基本機能に加え、着ている間に衣類につく嫌なニオイを防ぐ（防臭効果）という新しい便益をプラスした画期的な製品で、柔軟剤ブームのけん引役に。

※P&G調べ

シェービング用品
「ジレット」

完璧なシェービングを目指すため、
カミソリの進化に貢献。

1903年、ジレットは、世界初※の替刃式カミソリを発売。それから、長年にわたって蓄積された技術、デザインの哲学を詰め込んだ革新的な製品を生み出し続けている。

※P&C調べ

電気シェーバー・
ビューティーケア製品
「ブラウン」

革新的技術力、長く使える品質、消費者に
寄り添った優れたデザインが、発展への原動力

1950年の電動シェーバー「S50」からスタート。首振りヘッドや肌を冷やしながらシェービングする“冷却ヘッドテクノロジー”の搭載など技術的革新の連続があり、究極のストロークを実現する「シリーズ9」が登場した。

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
- 東日本大震災の被災地支援では、現地のニーズに沿った支援物資の迅速な提供や社員によるボランティア活動を実施

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実施
- 「レノアハピネス アロマジュエル」発売

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「ヘアレシピ」発売
- 衣料用洗剤ブランドより ジェルボール型洗剤発売

2016
- 社外向け「ダイバーシティ&インクルージョン啓発プロジェクト」発足
- 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
- 経営陣によるE&Iプロジェクトチーム発足
- 国内の海岸で回収されたプラスチックごみを再生し、ボトルの原料として再利用した海洋プラスチック再生ボトルプロジェクトを実施（JOY Ocean Plastic）
- 吸水ケア製品「ウィスパー」発売

2020
- 社内アライコミュニティを設立
- 新型コロナウイルス感染症対策として政府や行政、各NPO法人等と連携して物資・金銭支援を実施。サージカルマスクや自社製品を医療関係者等に寄付。
- P&G滋賀工場で支援を目的とした不織布マスクを一時的に製造
- オーラルケア製品「オーラルB by ブラウン」より、次世代電動歯ブラシ「オーラルB iO」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
- ジレット、再生プラスチックを使用した使い捨てカミソリを発売
- 社外向け「アライ育成研修」無償提供開始
- 「使い捨てプラスチックを再生利用した表彰台プロジェクト～みんなの表彰台プロジェクト～」による表彰台が完成
- P&G滋賀工場が国際環境認証制度「LEED」のゴールド認証を取得
- ブラウン、使用済みシェーバーリサイクルプログラム開始
- ワーク・フロム・エニウェア制度導入

2016
インクルージョン研修プログラムを社外に無償提供！

インクルージョンに精通した社員や執行役員が講師！

「平等な機会とインクルーシブな世界の実現（E&I）」に取り組むP&Gでは、E&Iを推進してきたP&Gの知見やノウハウを日本社会に広く共有すべく、2016年3月から、「P&Gインクルージョン研修プログラム」を他企業や団体に無償で提供スタート。またLGBTQ+の理解者・支援者の増加を目的に「P&Gアライ育成研修」を独自に開発し、2021年5月より無償提供を開始。

2020
オーラルケア製品「オーラルB by ブラウン」より次世代電動歯ブラシ「オーラルB iO」発売

世界の歯科医師に最も使用・推奨されているオーラルケアブランド

波水流技術から、ブランドの代名詞「丸型回転」へ常に進化を続け、歯科クリーニングレベルの磨き上がりを自宅で実現する次世代の電動歯ブラシ「オーラル B iO」や、従来の手磨きブラシでは磨きにくかった部分の歯垢を最大99%除去することを実現する「手磨き歯ブラシ」シリーズが誕生した。

P.6 参照

2014
粉末でもない 液体でもない 新形状「第3の洗剤」が誕生！！ ジェルボール型洗剤！

ジェルボール型洗剤は、P&Gの独自開発による新素材フィルムに洗濯一回分のジェル状洗剤が密封された新形状の洗剤。一粒を指でつまんで洗濯機に入れるだけの簡便性。こぼれないように計量したり詰め替えたりという、今までの洗剤では避けられなかったわずらわしさが解消され、洗濯洗剤の新時代の幕開けを担う「第3の洗剤」が誕生した。

2019
吸水ケア製品
「ウィスパー」

あらゆる世代の女性に向けた尿もれ専用ケア製品

女性のライフイベントや現代の生活習慣による体の変化に寄り添い、「自分らしく充実した豊かな毎日」を応援。日本女性のパートナーになるべく、どなたでも使いやすく、手に取りやすい製品設計を実現した。

P.6 参照

2021
P&G事業協力のもと実施！！ 東京2020組織委員会「みんなの表彰台プロジェクト」

大会史上初！市民参画型のリサイクル表彰台製作

P&Gが持つ過去の知見を活用して、使用済みプラスチック容器を消費者から回収、東京2020大会の表彰台に再生利用した。回収されたプラスチックは、海洋プラスチック（0.5トン）と合わせてリサイクルされ、オリンピック、パラリンピック史上初となる市民参画型のリサイクル表彰台へと生まれ変わった。

表彰台完成までの全貌

https://www.youtube.com/watch?v=YKsF2MtEO5g

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を優先させ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。

当社のイノベーションのあゆみ

1977 年誕生

赤ちゃん用紙おむつ

「パンパース」の現在

さらさらケア

肌へのいちばん

誕生以来、開発を重ね、今では当たり前のテープ式ベルト、おむつの中を弱酸性に近づけるpHコントロール機能や穴あきメッシュシートなどの機能を開発。プレミアムラインの「はじめての肌へのいちばん」シリーズも加わり、赤ちゃんとママ・パパに寄り添い続けている。

1988 年誕生

洗濯用洗剤

「アリエール」(コンパクト型)の現在

アリエールジェル

アリエールジェルボール4D

変わりゆく洗濯環境に対応し、除菌や漂白機能の付加、ジェルタイプの導入とラインナップを広げ、多様化する消費者ニーズに応えている。

1991 年誕生

ヘアケア製品

「パンテーン」の現在

多様化するヘアケアニーズに応えるラインアップ展開

ベーシックライン

毛先までなめらかで、つやのあるサロンクオリティの髪へ

ミラクルズ

思わずさわりたくなる、カシミアのようになめらかな髪へ

エフォートレス

寝ぐせのないラクラクまとまる髪へ

ミセラー

感動の地肌クレンジングでサラサラ髪へ

1991 年誕生

スキンケア製品

「SK-II」最新の取り組み

ガラスボトルのリサイクルプログラム“CHANGE DESTINY for EARTH”を2022年10月より全国にて展開中。

1995年誕生

台所用洗剤

「ジョイ」の現在

逆さボトル

「除菌ができる」「お皿洗いを楽しく」など新しい価値を提案してきたジョイが、“瞬間洗い出し”を可能にした食器用洗剤として日本初※の「逆さボトル」を2021年に発売。置いても液漏れしない特殊なキャップを採用し、手首を返す手間も、洗剤が垂れ出てくるまで待つ必要もない「食器洗いストレス、ゼロ」を実現。

※P&G調べ

1998年誕生

布製品リフレッシャー

「ファブリーズ」の現在

充実したエアケアラインナップ

トイレ用

布用

お風呂用

玄関用

クルマ用

空間用

除菌効果の付加や香りのラインナップだけではなく、香りに頼らない消臭効果を実現した置き型消臭芳香剤が発売されるなど、現在も進化し続けている。

2004年誕生

柔軟剤

「レノア」の現在

衣類を柔らかくするのはもちろん、
消臭、香りや衣類のダメージケアまで

超消臭1WEEK

夢ふわタッチ

レノアリセット

オードリュクス

現在では、消臭力が継続する超消臭1WEEKや夢ふわタッチ、しわを防ぐ効果など様々な高付加価値を提供するラインナップを展開。2012年には、衣類の香りづけに特化した全く新しいタイプの製品「レノアハピネスアロマジュエル」も登場。

2014年誕生

「ジェルボール型洗剤」の現在

進化を続けるジェルボール型洗剤

初代「ジェルボール」

現在「ジェルボール4D」

2017年には、洗剤の成分を別々に閉じ込めることで成分の“鮮度”を保ち、洗う瞬間に混ざり合うことで、効果を最大限発揮する3層立体構造状の「ジェルボール3D」を発売。2021年には新たに4層構造となり強洗浄を実現。

2021

「みんなの表彰台プロジェクト」

店舗回収の様子

学校回収の様子

全国のイオングループ約2000店舗や113の学校などでの回収のおかげで、約9か月で24.5トンを回収し、表彰台全98台の製作に必要な回収量を達成した。

表彰台完成までの全貌

https://www.youtube.com/watch?v=YKsF2MtEO5g

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。

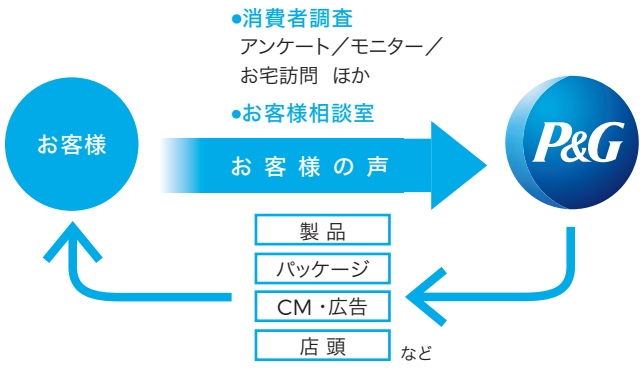
消費者起点

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、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。



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

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。家族が家で過ごす時間が増え、トイレを使う回数が増えた社会背景もあり、さらに好評を得ています。

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ある研究所を結ぶ、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発掘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）

人材育成

日本から世界へ、グローバルに活躍できる人材を育成

グローバルに活躍する人材の育成を推進し、多くの日本人が海外で活躍しています。日本で培った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、様々な文化や習慣の違いを持つ消費者や、異なる国籍の同僚が働く職場環境で得た経験を、日本に持ち帰り、革新的な製品やビジネスに生かしています。自社開発した世界共通の人材育成プログラムにより、どの国でも通用する高いスキルと経験の習得を支援しています。

社員の能力を最大限に引き出すトレーニング例

グローバルな環境で活躍するために
- コミュニケーションスキル
- リーダーシップスキル
- 異なる文化に対する相互理解と尊重
- 変化への対応

自分らしいキャリアを選択できるように
- パーソナル・ウェル・ビーイング
- 経営戦略としてのインクルージョン＝Be your Best Self=
- コーチングの仕方、受け方
- グロースマインドセット

など

中長期的な視点で個々のキャリア育成を支援

P&Gでは、どのようなキャリアを積むかは、社員本人が責任を持ち、上司や会社はビジネス上の必要性をもとにその達成を支援します。社員と上司は定期的に、ライフプランも含めた中長期的なキャリア計画を話しあいます。その上で、それに応じた任務や学びの機会を提供することで、社員が自らの強みを最大限に発揮し、ビジネスに貢献できるようになると考えています。

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ベストな働き方を選び、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ジャパン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・エニウェア
- **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）／ヴァイブラントリビング・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　など

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

すべての部門で環境負荷の低減に尽力

P&Gは世界最大の日用消費財メーカーです。世界各地で毎日製品が使用されるからこそ、当社の環境保全への責任も、果たしうる貢献も大きいと考えています。こうした責務をビジネス成長の機会ととらえ、2040年に向けて、温室効果ガス（GHG）の排出量をネットゼロにするという新たな目標を掲げ、地球環境に配慮した製品・サービスを提供しています。

国内の主な活動例

サプライチェーン

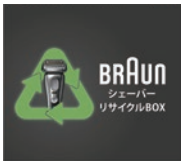
工場の原材料調達から店頭販売、家庭での使用後のリサイクルまで、サプライチェーン全体において環境サステナビリティを推進しています。2019年4月より稼動した滋賀工場の新設棟では、高効率純水装置を導入して排水を削減し、1日最大200トンの節水を実現。また、再生可能なクリーンエネルギーを促進する建築物に付与されるLEEDゴールド認証を取得しました。

社員

従業員褒章の一環として植林した木を社員に譲渡し、よりよい環境への意識を高めています。また環境サステナビリティに対する機会を深める研修なども実施しています。

製品

製品の性能に妥協せず、かつ原材料の調達・選定から輸送、使用後の容器や水の廃棄まで、あらゆる段階で環境負荷の低減に取り組んでいます。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、また製品パッケージに紙を使用することで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。



社会

お客様が取り組みやすい環境サステナビリティ活動の機会づくりとして、事業協力者として東京2020組織委員会が主催した「みんなの表彰台プロジェクト」に参画。使用済みプラスチック容器を全国で回収し、東京2020大会の表彰台制作に再生利用しました。

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。

国内の主な活動例

地域支援

新型コロナウイルス感染症拡大防止の取り組みとして2020～2021年に滋賀工場で不織布マスクの生産を行い、日本国内でマスクが必要とされる医療施設や行政機関にお届けいたしました。また、自社製品容器をリサイクルして製作したフェイスシールドを聾学校と全国肢体不自由支援学校へ寄付。コロナ禍で困窮している家庭や学生などへ自社製品を提供いたしました。また、P&Gと積水ハウスによる共同出資で1996年に設立した、震災復興と未来への街づくり事業活動を助成する「公益信託神戸まちづくり六甲アイランド基金」を通じて、地域交流やコミュニティづくりに関する団体の非営利活動を支援しています。

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産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/

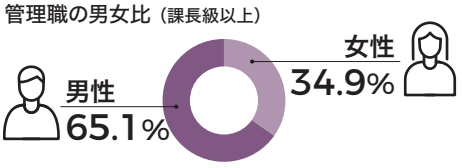
平等な機会とインクルーシブな世界の実現

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年から約30年にわたって、女性活躍推進、E&Iの推進に加え、社員がより自分らしさを大切にしながら活躍できる組織づくりを目指し、LGBTQ+社員や障がいをもつ社員に向けての取り組みも強化しています。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、社内で培った知見を社外にも提供しています。

P&G国内のデータ

管理職の男女比（課長級以上）（2022年6月）

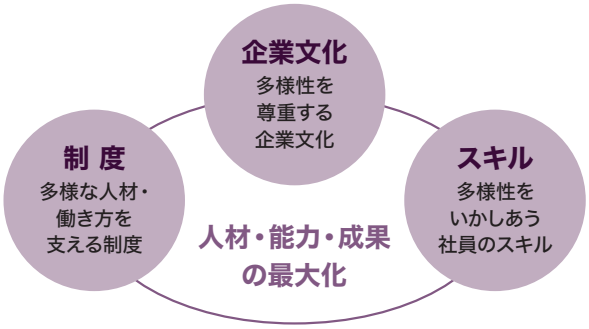


社員国籍数 32カ国

※日本の民間企業の平均は11.0%
（令和4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。



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10万6,000人

ホームページ(英語)
https://us.pg.com

日本のP&Gグループ 概要

(2023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)
本社	兵庫県神戸市中央区小野柄通7丁目1番18号
東京オフィス	東京都中央区京橋二丁目2番1号 京橋エドグラン15階
生産拠点	明石工場(兵庫県)、滋賀工場、高崎工場(群馬県)
主な営業拠点	仙台、東京、名古屋、大阪／神戸、福岡
ホームページ	https://jp.pg.com

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)

(2022年)

売上高	営業利益	純利益(P&G相当分)
$80,187	$17,813	$14,742

単位:百万ドル / 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(イクオリティ&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。

〒651-0088 神戸市中央区小野柄通7丁目1番18号
公式ホームページ(https://jp.pg.com)はこちら >>