



成長のためのデザイン

P&Gは劇的な成長を続けています。会社規模は2001年の約2倍となり、昨会計年度の売上高は760億ドルを超えました。他の財務統計データも同じく目覚ましいものでした。

- ・ 23ブランドが、年間売上高10億ドルを超えています。
- ・ 18ブランドが、年間売上高5~10億ドルの間にあります。
- ・ 12カ国で、年間10億ドル以上の売上を計上しています。
- ・ 7社の取引先小売企業で、年間10億ドル以上の当社関連売上があります。
- ・ 2007会計年度のフリー・キャッシュ・フローは、105億ドルです。

現在、P&Gの経営陣が、株主の皆様や今後株主となる皆様にお答えすべきこととは、「どのようにしてP&Gのような規模の大きな企業をさらに成長させ続けるか」ということです。

その答えは、その企業自体が成長すべくデザインされていることであり、我々は、すでにP&Gを成長に向けてデザインしてきました。成長へのデザインとは:

- ・ 業界内で競争上の優位性となる能力において、核となる強みを持っていること。

- ・ バランスよく、継続的な成長を可能とする、製品カテゴリならびに地域的なポートフォリオ。
- ・ 現在成果をあげている成長戦略に引き続き焦点をあて、実証されているワークプロセスに従い、すべての事業において株主価値を最大限にするための規律。
- ・ 先進国市場と開発途上国市場の両方で、記録的な成功を収めている、才能と多様性に富んだリーダーシップチーム。

この成長へのデザインが、P&Gを2000年代最初の10年、そしてその先もずっと力強く一貫して成長し続けることを可能にすると私たちは確信しています。

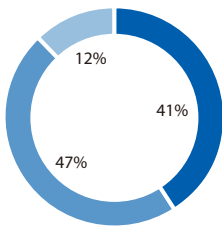
強み

P&Gの核となる強みは、消費財業界でもっとも重要とされる5つのエリア(消費者とショッパー理解、ブランド構築、革新、市場進出能力、スケール/規模)におけるものです。

私たちは今後もこれらの能力をさらに伸ばし、今まで生み出してきた競争上の優位性をさらに拡大することに投資してまいります。

ポートフォリオ

2007年度 純売上高
(ビジネスセグメント合計に対する割合)



- ビューティー&ヘルス
- ハウスホールドケア
- ジレット

事業部	報告セグメント	ビリオンダラー(10億ドル)ブランド	事業部ごとの純売上高(1)	
ビューティー&ヘルス	ビューティー	オールウェイズ、ヘッド&ショルダーズ、オレイ、パンテン、ウエラ	319億ドル	
	ヘルスケア	アクトネル、クレスト、オーラルB		
	ハウスホールドケア	ファブリックケア&ホームケア	アリエール、ドーン、ダウニー、ゲイン、タイド	362億ドル
		ベビーケア&ファミリーケア	パウンティ、シャーミン、バンパース	
ジレット	スナック、コーヒー&ペットケア	フォルジャーズ、アイムス、プリングルズ		
	ブレード&レーザー	ジレット、マッシュリー	93億ドル	
	デュラセル&ブラウン	ブラウン、デュラセル		

(1)事業部の業績に含まれている非連結事業による売上高を除外するために、全社共通の純売上高で一部相殺されます。

P&Gの23の“ビリオンダラー(10億ドル)ブランド”

