

* 米国本社リリース参考訳

* 公式リリースは、[P&G米国本社サイト](#)をご覧ください。

2007/2008 年度 第 1 四半期 (7-9 月)

P&G、8%増収により 1 株当たり利益が 16%増加し、0.92 ドルへ

臨時の税効果により 1 株当たり利益の年間通期見通しを引き上げ

2007 年 10 月 30 日シンシナティ発:

P & G (ザ・プロクター・アンド・ギャンブル・カンパニー、NYSE:PG)は、当四半期の売上高が 8%増加して、202 億ドルになったと発表しました。いずれの報告セグメントの売上高も、ひと桁台半ば、もしくはそれ以上の増加率を達成しました。当四半期の本源的売上高は、当社の成長目標である 4% ~ 6%の範囲に収まり、5%増加しました。ファブリック&ホームケア事業、ベビー&ファミリーケア事業、およびグルーミング事業が、世界全域にわたる新製品導入で引き続き成功を収めたことを背景に、この増加を牽引しました。

1 株当たり利益は、0.02 ドル分プラスに働いた臨時の税効果を含み、16%増加して 0.92 ドルになりました。臨時の税効果を除く当社の 1 株当たり利益の増加率は、14%でした。1 株当たり利益は、主に売上高が力強く増加し、営業利益率が 30 ベース・ポイント改善したことにより増加しました。当社は、臨時の税効果を反映して年間通期の 1 株当たり利益の見通しを 0.02 ドル引き上げました。

A.G.ラフリー取締役会会長兼最高経営責任者は、「当年は、好調なスタートをきりました。P&G は、多様な事業と地域にわたり、引き続き幅広く増収増益を達成しています。この勢いは、予定されている当年の堅固な新製品導入計画とあわせて、P&G がさらなる成長を遂げるという確信をもたらします」と話しています。

エグゼクティブ・サマリー

- 純売上高は、売上数量の 5%増加により、8%増の 202 億ドルになりました。増加は広範囲にわたり、当社の上位 16 カ国のうち 15 カ国で、前年同期と比べて売上数量が増加しました。
- 本源的売上高ならびに売上数量は 5%増加し、あらゆる地域と報告セグメントで前年同期と比べて本源的増加を達成しました。当社は、これで 21 四半期連続で本源的売上高の増加目標を達成しました。
- 純利益は、売上高の堅実な増加と利益率の改善により 14%増加し、31 億ドルになりました。当四半期の 1 株当たり利益は、1 株当たり 0.02 ドルに上る臨時の税効果を含み、16%増加し 0.92 ドルになりました。臨時の税効果の影響を除くと、1 株当たり利益は 14%増加しました。

主要な財務ハイライト

当四半期の純売上高は、売上数量の5%増加ならびに為替レートの3%の好影響により、8%増加して、202億ドルになりました。それぞれの事業において新製品導入に引き続き成功しているため、前年同期と比べて6%もしくはそれ以上の売上高の増加を達成しました。「シャーミン」、「ドルチェ & ガッバーナ」、「ダウニー」、「ファブリーズ」、「ジレット・フュージョン」、「ヘッド & ショルダーズ」、「ヒューゴ ボス」、「バン パース」、「プリングルズ」、および「タイド」などの当社の主要ブランドの多くは、売上高のふた桁成長を達成しました。事業の買収・売却の影響と為替レートの影響を除いた本源的売上高は、当四半期に5%増加しました。

希薄化後1株当たり純利益は、ドイツにおける法定税率の変更が臨時の税効果として2%寄与した分を含み、16%増加して0.92ドルになりました。純利益は、営業利益の上昇により14%増加し、31億ドルになりました。営業利益は、売上高の増加ならびに利益率の30ベース・ポイント改善により、9%増加しました。

当四半期の売上総利益率は、10ベース・ポイント上昇して、純売上高の52.9%になりました。原料となる相場商品コストの上昇は、売上総利益率に約80ベース・ポイントの悪影響を及ぼしました。売上数量のスケール・メリット、コスト削減活動、および価格見直しが、この悪影響を上回る効果をもたらしました。

販売費及び一般管理費は、純売上高の31.0%になり、前年同期と比べて20ベース・ポイント減少しました。純売上に対する間接経費の割合は、間接経費の管理、ジレットとの相乗効果、売上数量のスケール・メリットにより減少しました。こうした活動は、世界全域にわたり主要ブランドを支えるマーケティング支出が純売上高に対する割合で増加しているのを相殺して余りあるほどでした。

営業活動によるキャッシュフローは、基準期間と比べて9%増加し32億ドルになりました。運転資本は、主として事業が拡大したため、基準期間と比べて2億20百万ドル多くの資金を消費しました。

純利益に対するフリーキャッシュフローの割合は、おおむね前年と同水準である87%でした。当四半期の設備投資支出は、純売上高の2.7%でした。

当社は、以前に発表した自己株式の買戻し計画の一環として、当四半期に 26 億ドルの P&G 株式を買戻しました。当社は、2007 年 7 月に当計画における自己株式買戻しを始めました。

各事業セグメントについて

当社の事業セグメントごとの7-9月期の業績の概要は以下の通りです。

ビューティー部門

- 当四半期のビューティー事業の純売上高は6%増加して、46億ドルになりました。本源的売上高が3%増加するとともに、高級香水事業での顕著な成長が製品ミックス上1%プラスに寄与しました。為替レートは、純売上高の増加に3%寄与しました。高級香水事業は、「ドルチェ&ガッバーナ」、「ヒューゴ ボス」、および「ラコステ」で好調だったため、ふた桁台の増収を達成しました。ヘアケア事業の売上高は、「パンテーン」と「ヘッド&ショルダーズ」が開発途上地域でふた桁増収を達成したため、ひと桁台半ば増加しました。スキンケア事業では、「オレイ」の売上高が、「オレイ・デフィニティ」の投入を含む北米の好調だった基準期間をさらに上回る、ひと桁台半ばの増加を達成しました。米国での顔用保湿液市場における「オレイ」のシェアは、前年同期と比べて1ポイント以上増加しました。「オレイ」の伸長は、「SK-II」の売上高が2006年9月に始まったアジアでの販売一時中断により減少したことで一部相殺されましたが、スキンケア事業全体におけるゆるやかな増収に貢献しました。アジアにおける「SK-II」の販売一時中断は、ビューティー部門の売上高に約1%の悪影響を及ぼしました。ビューティー部門の純利益は、9%増加して6億89百万ドルになりました。売上高が増加し、ならびに売上高に対する間接経費の割合が減少したことは、マーケティング支出の増加と原料となる相場商品コストの上昇を相殺して余りあるものになりました。
- 当四半期のグルーミング事業の純売上高は9%増加して、20億ドルになりました。売上高は、売上数量の5%増加と、為替レートが4%寄与したため増加しました。価格の見直しにより1%の好影響があったものの、開発途上地域での好業績が製品ミックス上1%マイナスに働いたため、相殺されました。当四半期の本源的売上高は、6%増加しました。ブレード&レーザー(カミソリ・替刃)事業の売上数量は、開発途上地域でのふた桁成長により、ひと桁後半の増加になりました。世界全体のブレード&レーザー(カミソリ・替刃)事業の市場シェアは、「フュージョン」と「ヴィーナス」の好業績により、約71%に増加しました。「フュージョン」は、投入したすべての地域にわたり売上数量がふた桁台の増加になりました。米国の「フュージョン」の市場シェアは、前年同期に比べて4ポイント増加し、米国の「ヴィーナス」の市場シェアは、新製品「ヴィーナス・ブリーズ」により2ポイント増加しました。当四半期の「ブラウン」の売上数量は、西ヨーロッパでの出荷上の制約により家電製品事業が軟調であったことと、北米で家電製品事業の販売促進活動に重きをおかなかったため、減少しました。当四半期のグルーミング事業の純利益は、売上高が力強く増加し、利益率が拡大したため、17%増加して、4億51百万ドルになりました。

ヘルス&ウェルビーイング部門

- 当四半期のヘルスケア事業の純売上高は、売上数量が4%増加したため、7%増加して、36億ドルになりました。価格見直しは純売上高の増加に1%寄与しましたが、開発途上地域での成長が比較的大きかったために、製品ミックスに1%の悪影響を及ぼし、相殺されました。為替レートが、純

売上高に3%寄与しました。オーラルケア事業は、北米での歯磨き粉「クレスト・プロ ヘルス」投入により業績が良かった基準期間をさらに上回り、売上高がひと桁台後半増加しました。また、フェミニンケア事業の売上高も、開発途上地域でふた桁成長を達成したことにより、ひと桁台後半増加しました。医薬品事業とパーソナルヘルス事業は、合併事業のスイス プレシジョン ダイアグノスティクス(Swiss Precision Diagnostics)の立上げに加え、医薬品事業における価格設定の見直しと製品ミックスの好転により、売上高がひと桁台半ば増加しました。ヘルスケア事業の純利益は、主として売上数量の増加、価格設定の見直し、製品コストの削減により、9%増加して6億48百万ドルになりました。

- 当四半期のスナック、コーヒー&ペットケア事業の売上高は6%増加して、11億ドルになりました。売上数量が2%寄与し、製品ミックスと為替レートもそれぞれ2%ずつ寄与しました。スナック事業は、西ヨーロッパでの「プリングルズ・ライス インフュージョン」の発売により、売上数量がふた桁台増加しました。コーヒー事業は、「フォルジャーズ・ブラック シルク」、「フォルジャーズ・ハウス ブレンド」ならびに「ダンキン ドーナツ」コーヒーを投入したため、売上数量がひと桁台半ば増加しました。ペットケア事業は、主として昨年度に行われたウェットタイプのペットフードの自主回収が引き続き悪影響を及ぼしたため、売上数量が減少しました。スナック、コーヒー&ペットケア事業の純利益は、売上高の増加、間接経費とマーケティング費用の削減、ハリケーンカトリーナに関連する保険収入の結果、30%増加し1億13百万ドルになりました。

ハウスホールドケア部門

- ファブリックケア&ホームケア事業の純売上高は、10%増加し59億ドルになりました。売上数量は売上高の増加に8%寄与し、為替レートは3%寄与しました。この増加は、主として開発途上地域での成長が大きかったことによる製品ミックス上1%の悪影響があり一部相殺されました。ファブリックケア事業は、北米で濃縮タイプの液体衣料用洗剤の投入の初期効果と「タイド・ピュア エssenシャルズ」の投入により、売上数量がひと桁台後半、増加しました。当四半期のホームケア事業は、北米で「ドーン」ブランドの刷新、「ファブリーズ」キャンドルの投入、西ヨーロッパで自動食器洗い機用洗剤の継続的な拡大により、売上数量がふた桁台増加しました。電池事業は、開発途上地域でふた桁台増加したため、売上数量がひと桁台半ば増加しました。ファブリックケア&ホームケア事業の純利益は、10%増加して9億16百万ドルになりました。大規模な新製品投入により、対売上げ比でのマーケティング支出が増加し、また、原料となる相場商品コストが上昇したものの、売上高が増加と間接経費のスケール・メリットがそれを相殺して余りあるほどでした。
- ベビーケア&ファミリーケア事業の純売上高は、10%増加して34億ドルになりました。売上数量の増加が8%寄与し、為替レートの影響が3%寄与し、製品ミックスの1%の悪影響を相殺しました。売上数量は、あらゆるセグメントにわたりバランスよく増加し、ベビーケア事業もファミリーケア事業もともにひと桁台後半の増加になりました。先進地域のベビーケア事業は、「パンパース・ベビー ステージズ オブ デベロップメント」と「ベビー ドライ キャタピラー フレックス」が引き続き好調なため、売上数量がひと桁台半ば増加しました。開発途上地域のベビーケア事業は、「パンパース」が引き続

き好調なため、売上数量がふた桁台増加しました。ファミリーケア事業は、「シャーミン」製品の刷新、「ベーシック」製品ラインが引き続き好調なため、売上数量が増加しました。ベビーケア&ファミリーケア事業の純利益は、売上高の増加し、間接経費の削減による利益率が拡大したため、12%増加し4億30百万ドルになりました。

今年度通期と10-12月期の予想

2008年度通期について、当社は、本源的売上高が長期目標である4%~6%の範囲で増加するものと予想しています。価格設定の見直しと製品ミックス効果をあわせて、売上高の増加に0%~1%の好影響をもたらすものと予想されます。為替レートは、約3%寄与すると予想されます。事業の買収・売却は、売上高の増加に1%の悪影響をもたらすものと予想されます。売上高は、全体で6%~8%増加すると予想されます。この予想は、為替レートの見通しが好転したため、当社の従来予想範囲と比べて1%上方修正されています。

また、当社は、臨時の税効果を反映して年間通期の1株当たり利益の見通しを0.02ドル上方修正しました。現在、当社は、1株当たり利益が前年と比べて14%~15%増加し、3.46ドル~3.49ドルの範囲に収まると予想しています。営業利益率は、売上高に対する間接経費の減少と、売上総利益率の緩やかな改善により、50~100ベース・ポイント改善すると予想されます。2008年度通期の税率は、50ベース・ポイントに上る臨時の税効果を除き、29%かそれをわずかに下回るものと予想されます。

10-12月期の本源的売上高は、4%~6%増加すると予想されます。価格の見直しと製品ミックスは、売上高の増加に特に影響しないものと予想されます。為替レートは、3%~4%の好影響をもたらすと予想されます。事業の買収・売却は、売上高の増加に1%~2%の悪影響をもたらすと予想されます。売上高は、全体で6%~8%増加すると予想されます。

当社は、当四半期の1株当たり利益が0.95ドル~0.97ドルの範囲になるものと予想しています。営業利益率は、間接経費が削減されるものの売上総利益率の減少によりだいぶ相殺されるため、わずかに改善すると予想されます。売上総利益率は、原料となる相場商品コストとエネルギー費の上昇ならびに、北米での濃縮タイプ衣料用洗剤の新製品投入に伴う投資のため、一時的に減少すると予想されます。P&Gは、価格の見直し、北米での濃縮タイプ衣料用洗剤投入による効果、組織再構築による経費削減の拡大により、売上総利益率が下半期で回復すると予想しています。当四半期の税率は、当期に租税上の決着が予想されるため、28%かそれをわずかに上回るものと予想されます。

将来展望に関する記述

このニュース・リリースに含まれる過去の事実に関する記載を除くと、すべての記載内容は、米国証券民事責任訴訟改革法に規定されている将来展望に関する記述です。この記述は、作成時点で入手可能な財務データ、市場に対する仮定、ならびに事業計画に基づき、古いデータであったり、不完全であ

る可能性があります。新しい情報、将来の出来事、または、その他の要因によっても、当社は、将来展望に関する記述を更新するいかなる義務も有していません。将来展望に関する記述は、本来不確実なものであり、投資家の皆様は、当社の予想と著しく異なる出来事が起こりうることを認識していただく必要があります。このニュース・リリースに記載されているリスクや不確定要素に加えて、予想と著しく異なる実際の結果を引き起こす可能性のある要因が存在します。それらはたとえば:(1)特に当社が重点を置くこととした製品カテゴリーおよび地域の市場(開発途上市場を含む)に関して、熾烈な競争状況にあっても、低所得層の消費者に関する事業計画、および高い収益性を伴った売上高および売上数量の成長を含む事業計画を達成できる能力;(2)(i)ウエラとの「ドミネーション・利益移転契約」、および(ii)当社とジレット社との合併契約などの、主要な事業買収や合併を成功裡に実行、管理、統合できる能力、およびこうした取引に関して表明された目標に沿った費用削減と成長の相乗効果を達成する能力;(3)主要な顧客との関係を管理・維持できる能力;(4)主要な製造元、および供給元を維持できる能力(単独供給元、製造元を含む);(5)規制、税務、および法律上の問題(製造物責任関連問題、および特許権その他知的財産権関連問題、ならびにジレット社とその子会社との統合に関連するこうした問題を含む)を成功裡に管理でき、現在の予測の範囲内で係争事項を解決できる能力;(6)製造部門や間接部門でのコスト改善計画(当社の外注計画を含む)を成功裡に実施、達成、維持することができる能力;(7)通貨(不安定な諸国での通貨問題を含む)、債務、金利、一定の相場商品コストのエクスポージャーを巧みに管理できる能力;(8)継続的な世界政治・経済の不確実性や混乱、とりわけ当社にとって重要な地域市場におけるもの、ならびにテロリストの活動によってもたらされる政治・経済の不確実性や混乱を管理できる能力;(9)価格、販売促進のインセンティブ、製品の取引条件などを含む競争上の要因を巧みに管理できる能力;(10)特許を取得したり、また、競合他社が達成した技術的進歩や競合他社が取得した特許に対応できる能力;(11)当社の製品を生産するために使用される原料価格の上昇を巧みに管理できる能力;(12)メディアの細分化が進む時代において、消費者との緊密な関係を維持することができる能力;(13)革新の最先端を歩み続け、当社ブランドに対する名声を維持できる能力。実際の業績がここで予想したものと大きく異なる結果をもたらす可能性のある要因に関する追加情報については、直近の 10-K、10-Q、8-K のレポートをご参照ください。

P&G について

1 日に約 30 億回、P&Gブランドは世界中の人々の暮らしに接しています。パンパース®、タイド®、アリエール®、オールウェイズ®、ウイスパー®、パンテーン®、マッハスリー®、バウンティ®、ドーン®、ゲイン®、プリングルズ®、フォルジャーズ®、シャーマン®、ダウニー®、レノア®、アイムス®、クレスト®、オーラル B®、アクトネル®、デュラセル®、オレイ®、ヘッド&ショルダーズ®、ウエラ®、ジレット®およびブラウン®をはじめ、当社は高い信頼と品質、先進性を持つ、強力なブランド群を誇っています。P&Gグループは世界 80 カ国以上で、およそ 13 万 8 千人の従業員を擁しています。P&Gとその所有するブランドに関する最新ニュースと詳細な情報については、米国本社ホームページ<http://www.pg.com>(英語)をご参照ください。

ザ・プロクター・アンド・ギャンブル・カンパニー 添付書類 1:米国会計原則で規定されていない財務指標

米国証券取引委員会(SEC)のレギュレーション G に従い、このニュース・リリースで使用している米国会計原則で規定されていない財務指標について、以下、その定義を示し、最も密接に関連がある米国会計原則上の数値との差異説明をします。

臨時の税効果を除く 1 株当たり利益成長率

当社は、基礎的な事業運営上の意向と関係しないところで、臨時の税効果を得ました。当社は、臨時の税効果を除く 1 株当たり利益の成長率を報告することが、当社の実質上の基礎的な事業業績をさらに明確かつ透明性をもって示すことになり、投資家の皆様にとって有益であると確信しています。

以下の表は、2007年 7-9 月期の希薄化後 1 株当たり利益と臨時の税効果を除く 1 株当たり利益の成長率の差異分析を示しています。

希薄化後 1 株当たり利益	マイナス:臨時の税効果	臨時の税効果を除く 1 株当たり利益	2006 年 7-9 月期の希薄化後 1 株当たり利益	1 株当たり利益成長率 (臨時の税効果を除く)
\$0.92	\$-0.02	\$0.90	\$0.79	+14%

本源的売上高成長率

本源的売上高成長率は、売上高成長率に関する米国会計原則で規定していない財務指標であり、前年同期との比較において、事業の買収・売却の影響と為替レートの影響を除いたものをいいます。当社は、一貫した基準で売上高の成長率を提供することにより、売上高の基礎的な傾向について、投資家の皆様にいっそう理解を深めていただけるものと確信しています。また、本源的売上高は、上席経営者の評価に使用される財務指標の一つであり、リスク報酬を決定する際の一要素でもあります。

2007 年 7-9 月期の純売上高成長率と本源的売上高成長率との差異説明:

P&G 全体	
純売上高成長率	8%
マイナス:為替レートの影響	-3%
マイナス:事業の買収・売却の影響	0%
本源的売上高成長率	5%

フリーキャッシュフロー

フリーキャッシュフローとは、営業活動によるキャッシュフローから設備投資支出を差し引いたものをいいます。経営陣は、フリーキャッシュフローが重要な財務指標であると考えています。なぜなら、フリーキャッシュフローは、配当および任意の投資に利用できる資金の金額を決定する際の一要素となるからです。また、フリーキャッシュフローは、上席経営者の評価に使用される財務指標の一つであり、リスク報酬を決定する際の一要素でもあります。

フリーキャッシュフロー生産性

フリーキャッシュフロー生産性とは、純利益に対するフリーキャッシュフローの割合です。当社の長期目標は、純利益に対し、90%以上のフリーキャッシュフローを生み出すことです。また、フリーキャッシュフローは、上席経営者の評価に使用される財務指標の一つであり、リスク報酬を決定する際の一要素でもあります。

フリーキャッシュフローとフリーキャッシュフロー生産性との関連を以下に説明します：

	営業活動によるキャッシュフロー	設備投資支出	フリーキャッシュフロー	純利益	フリーキャッシュフロー生産性
2007年7-9月	3,230	-540	2,690	3,079	87%

(単位：百万ドル)

- ・ [連結損益決算情報 \[PDF file:約 12KB\]](#)
- ・ [連結キャッシュフロー情報 \[PDF file:約 11KB\]](#)
- ・ [連結損益情報\(セグメント別\) \[PDF file:約 14KB\]](#)