

*米国本社リリース参考抄訳

*公式リリースは[P & G米国本社サイト](#)でご覧ください。

P & G 2018/19 事業年度 第1四半期(7-9 月期)業績

純売上高は前年同期と同水準、本源的売上高は4%増、希薄化後1株当たり純利益は15%増加し1.22ドル、1株当たり中核利益は3%増加し1.12ドル
為替レートの影響を除いた1株当たり中核利益11%増、本源的売上高と1株当たり中核利益の見通しを維持

2018年10月19日 米国シンシナティ発

ザ・プロクター・アンド・ギャンブル・カンパニー(NYSE:PG)は、2019事業年度第1四半期の純売上高が、前年同期と同水準の167億ドルであったと発表しました。為替レートと事業の買収・売却の影響を除いた本源的売上高は、4%増加しました。希薄化後1株当たり純利益は、前年同期に対し15%増加して1.22ドルになりました。1株当たり中核利益は、3%増加して1.12ドルになり、為替レートの影響を除く1株当たり中核利益は、前年比11%増加しました。

当四半期の営業キャッシュフローは36億ドルで、調整済フリーキャッシュフローの生産性は95%でした。当社は、19億ドルの配当金、13億ドル近くの自社普通株式の買い戻しにより、合計31億ドルを株主の皆様に還元しました。

取締役会会長、社長兼最高経営責任者(CEO)デビッド・テイラーは、「P & Gは、第1四半期に消費、本源的販売数量、ならびに本源的売上高において、堅調な業績をあげ、通期の売上高と利益の目標達成に向けて、順調に推移しています。当社が重きを置いている優れた製品とパッケージ、生産性の向上、組織と企業文化の革新により、業績が改善しています」と述べています。

7-9 月期について

2019事業年度第1四半期の純売上高は、前年同期と同水準の167億ドルでした。当四半期売上の為替差損は3%でした。為替レートと事業の買収・売却の影響を除いた本源的売上高は、本源的販売数量の3%増の恩恵を受け、4%増加しました。スキン&パーソナルケア部門とパーソナルヘルスケア部門の高価格帯部門での成長と米国での成長により、ミックスは本源的売上高の伸びに1%寄与しました。価格設定の見直しは、売上高の増減に影響を与えませんでした。

2018年7-9月期	販売	為替	価格				本源的	本源的
純売上高増減要因(1)	数量	レート	改定	ミックス	その他(2)	純売上高	販売量	売上高
ビューティー事業	3%	-3%	2%	3%	—%	5%	3%	7%
グルーミング事業	5%	-4%	1%	-2%	-1%	-1%	5%	4%
ヘルスケア事業	1%	-2%	—%	-1%	-1%	-3%	4%	4%
ファブリック& ホームケア事業	4%	-2%	-1%	1%	—%	2%	5%	5%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	1%	-2%	-1%	—%	-1%	-3%	1%	-1%
P & G 全体	3%	-3%	—%	1%	-1%	—%	3%	4%

(1) これらの純売上高に係る増減割合は、継続的に適用している計算方法に基づく概算値です。

(2) その他には事業の買収・売却による売上ミックスの影響、2018年7月1日から適用された新しい会計基準「顧客との契約から生じる収益」の影響、ならびに、純売上高との差異分析に欠かせない端数処理が含まれています。

- ビューティー事業セグメントの本源的売上高は、前年と比べ7%増加しました。スキン&パーソナルケア部門の本源的売上高は、二桁台で成長しました。マーケティング活動への投資を増加し、スーパープレミアムブランドである「SK-II」とスキンケアブランド「オレイ」が、ともに二桁成長することで、製品ミックスが有利になっていることを要因としています。「セーフガード」、「オールド・スパイス」、ならびに、「シークレット」などのブランドを含むパーソナルケア部門は、一桁台半ばの成長を達成しました。ヘアケア部門の本源的売上高は、価格改定、製品革新、ならびに、流通施策を改善したことにより、一桁台前半の増加となりました。
- グルーミング事業セグメントの本源的売上高は、4%増加しました。カミソリ・替刃部門の本源的売上高は、消費者価値、製品革新、消費者に直接接するプログラムへの投資が改善し、いくつかの市場で価格設定を見直した一方、ミックスが悪化して相殺されたため、一桁台半ばの増加となりました。電化製品部門の本源的売上高は、販売促進活動を改善し、原市場が成長したことにより、一桁台前半の増加となりました。
- ヘルスケア事業セグメントの本源的売上高は、4%成長しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、製品革新と販売促進活動への増加した投資により、一桁台前半の増加となりました。パーソナルヘルスケア部門の本源的売上高は、製品革新、販売促進活動への投資増加、価格改定により二桁台の成長となりました。「ヴィックス」の本源的売上高は、二桁台で堅調に推移しています。しかしながら、事業全体の純売上高は、P G Tヘルスケア社の合併事業の解消により、減少しました。
- ファブリック&ホームケア事業セグメントの本源的売上高は、5%増加しました。ファブリックケア部門の本源的売上高は、製品革新と販売促進活動の強化により、一桁台半ばの増加となりました。ホームケア部門の本源的売上高は、製品革新と流通施策の改善により、一桁台半ばの増加となりました。

- ベビー、フェミニン&ファミリーケア事業セグメントの本源的売上高は、前年同期と比べ1%減少しました。ベビーケア部門の本源的売上高は、高級価格帯製品への製品革新による伸びが、中間価格帯製品・低価格帯製品の落ち込みにより相殺され、さらに主に米国の「ラブズ」ブランドで消費者価値を改善するための価格設定への投資により、一桁台半ばの減少となりました。フェミニンケア部門の本源的売上高は、製品革新と高級価格帯のパッドと大人向け失禁ケア製品の成長が大きいことを要因とした製品ミックスの改善により、一桁台半ばの増加となりました。ファミリーケア部門の本源的売上高は、製品革新、流通販路の拡大、ならびに販売促進活動の強化により、一桁台半ばの増加となりました。

P & Gについて

P & Gは、高い信頼と優れた品質で、市場をリードする製品ブランドを世界中の人々にお届けしています。それらのブランドには、オールウェイズ®、アンビピュア®、アリエール®、バウンティ®、シャーマン®、クレスト®、ドーン®、ダウニー®、フェアリー®、ファブリーズ®、ゲイン®、ジレット®、ヘッド&ショルダーズ®、レノア®、オレイ®、オーラルB®、パンパース®、パンテーン®、SK-II®、タイド®、ヴィックス®、ウイスパー®などが含まれます。P & Gは約70カ国に現地事業拠点を置き、世界的に事業を展開しています。P & Gとその製品について、最新の詳しい情報は、米国本社ホームページ <http://us.pg.com> (英語) をご参照ください。