

*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。

P & G 2019/20 事業年度 第1四半期(7-9 月期)業績

第1四半期米国会計基準：純売上高7%増、希薄化後1株当たり純利益は11%増加の1.36ドル

第1四半期中核業績：本源的売上高7%増、1株当たり中核利益は22%増加の1.37ドル
売上高、利益、ならびに、調整済フリーキャッシュフローの生産性の見通しを上方修正

2019年10月22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、2020事業年度第1四半期の純売上高が、前年同期と比べ7%増の178億ドルであったと発表しました。また、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も、7%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11%増加して1.36ドルになりました。1株当たり中核利益は、22%増加し、1.37ドルになりました。為替レートの影響を除く1株当たり中核利益は、前年比24%増加しました。

当四半期の営業活動によるキャッシュフローは42億ドルでした。調整済フリーキャッシュフロー生産性は91%でした。当社は、19億ドルの配当金、30億ドルの自社普通株式の買い戻しにより、合計49億ドルを株主の皆様へ還元しました。

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、堅調な売上高と、利益率の拡大でキャッシュを生み出すことにより、通期の見通しを上方修正することができました。今後も引き続き、製品の優位性、生産性の向上、集中と選択に注力し、組織と企業文化の革新を続けることで、競合他社との厳しい競争やマクロ経済の状況の中でも、売上高と利益においてバランスの取れた成長を達成し、強力にキャッシュフローを生み出せるようにします」と述べています。

7-9 月期について

2020事業年度第1四半期の純売上高は、前年同期比7%増の178億ドルでした。為替レートは当四半期の純売上高に2%の悪影響を及ぼしました。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、本源的販売数量の4%増、価格改定の1%増、有利なミックスの2%増を受け、7%増加しました。有利な製品ミックスは、全体の平均販売単価よりも高いパーソナルヘルスケア部門とスキン&パーソナルケア部門、ならびに日本での堅調な成長によるものです。日本での売上の伸びは、2019年10月に予定されている消費増税を見越して、小売店での流通在庫の増加により、当社全体の四半期の売上の伸びの約40ベース・ポイントの恩恵をもたらしました。恩恵を受けたのは、主にビューティー事業セグメント、ファブリック&ホームケア事業セグメント、ベビーケア部門でした。

2019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(1)	純売上高(2)	販売量	売上高
ビューティー事業	3%	-2%	3%	4%	—%	8%	3%	10%
グルーミング事業	-1%	-2%	1%	—%	—%	-2%	-1%	1%
ヘルスケア事業	17%	-2%	1%	2%	2%	20%	6%	9%
ファブリック& ホームケア事業	6%	-1%	—%	1%	—%	6%	6%	8%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	2%	-1%	2%	1%	—%	4%	2%	5%
P & G 全体	5%	-2%	1%	2%	1%	7%	4%	7%

(1) その他には事業の買収・売却による売上ミックスの影響、販売数量と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。

(2) 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。

- ビューティー事業セグメントの本源的売上高は、前年と比べて10%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、プレミアム製品の製品革新、スーパープレミアムブランドである「SK-II」と中国での「オレイ」が大きく成長し製品ミックスが有利になっていること、ならびに、価格改定により、10%台半ばの成長となりました。ヘアケア部門の本源的売上高は、製品革新と通貨価値の下落を理由とした価格改定により、一桁台半ば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、前年と比べて1%増加しました。カミソリ・替刃部門の本源的売上高は、通貨価値の下落を理由とした価格改定の効果が販売数量の減少と競合他社との競争で相殺され、前年と同水準でした。電化製品部門の本源的売上高は、一桁台前半の増加となりました。これは、価格改定とプレミアム製品の大きな成長によるミックスの改善効果によるもので、カテゴリーの縮小と流通在庫の減少による販売数量の減少により、一部相殺されました。
- ヘルスケア事業セグメントの本源的売上高は、9%増加しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、力強い販売数量の伸び、高価格帯の歯磨き粉と歯ブラシの製品革新による有利な製品ミックス、ならびに、価格改定により、一桁台後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、二桁台の増加となりました。これは、主として、製品革新、風邪の流行シーズンによる流通在庫の増加、価格改定、ならびに、平均販売単価の高い北米で大きく成長したことによる製品ミックスの改善によるものです。パーソナルヘルスケア部門のすべてを含めた純売上高は、メルク社のOTC事業を買収したことで、50%を超える成長となりました。
- 当四半期のファブリック&ホームケア事業セグメントの本源的売上高は、8%増加しました。ファブリックケア部門の本源的売上高は、製品革新と市場の拡大により、一桁台後半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、および、通貨価値の下落を理由とした価格改定により、一桁台後半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、前年と比べ5%成長しました。ベビーケア部門の本源的売上高は、一桁台前半の増加となりました。これは、製品革新、通貨価

値の下落を理由とした価格改定とプレミアム製品の製品革新によるミックスの改善効果によるもので、競合他社との激しい競争と複数の市場でのカテゴリ縮小により、一部相殺されました。フェミニンケア部門の本源的売上高は、製品革新、プレミアム製品の成長による製品ミックスの改善、ならびに、価格改定により、一桁台後半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、製品革新と価格改定により、一桁台後半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®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 <https://us.pg.com/> (英語) をご参照ください。