

*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2四半期(10-12月期)業績

第2四半期米国会計基準：純売上高5%増、希薄化後1株当たり純利益は16%増加の1.41ドル

第2四半期中核業績：本源的売上高5%増、1株当たり中核利益は14%増加の1.42ドル

売上高、利益、調整済フリーキャッシュフローの生産性、ならびに、資金の還元額の見通しを上方修正

2020年1月23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2四半期の純売上高が、前年同期比5%増の182億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、5%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16%増加して1.41ドルとなり、1株当たり中核利益は、14%増加し、1.42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15%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44億ドル、フリーキャッシュフロー生産性は100%でした。当社は、19億ドルの配当金、35億ドルの自社普通株式の買い戻しにより、合計54億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、当四半期も本源的売上高と1株当たり中核利益の成長を強力に達成し、キャッシュフローを生み出しました。力強い前半期の業績を受け、当社は、通期の見通しを上方修正し、株主の皆様にお約束したキャッシュフローの還元を引き上げました。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、P & Gの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

10-12月期について

2020事業年度第2四半期の純売上高は、前年に対して5%増加して182億ドルでした。為替レートは当四半期の純売上高に1%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3%増の恩恵を受け、5%増加しました。価格改定は純売上高の成長に1%寄与しました。有利な製品ミックスは、全体の平均販売単価よりも高いヘルスケア事業セグメントとスキン&パーソナルケア部門でのより高い成長により、純売上高に1%寄与しました。

2019年10-12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	5%	-1%	2%	1%	—%	7%	5%	8%
グルーミング事業	2%	-2%	2%	—%	—%	2%	2%	4%
ヘルスケア事業	11%	-1%	1%	1%	2%	14%	5%	7%
ファブリック& ホームケア事業	3%	-1%	1%	1%	—%	4%	3%	5%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	—%	-1%	—%	1%	1%	1%	—%	1%
P & G 全体	3%	-1%	1%	1%	1%	5%	3%	5%

(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、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。

- ビューティー事業セグメントの本源的売上高は、前年同期と比べ8%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、プレミアム製品における製品革新と価格改定により、二桁台の成長となりました。ヘアケア部門の本源的売上高は、プレミアム製品における製品革新と、プレミアム製品の成長による有利な製品ミックス、ならびに、通貨価値の下落による価格改定のため、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4%増加しました。カミソリ・替刃部門の本源的売上高は、製品革新と通貨価値の下落による価格改定が、複数の市場における価格改定に関連した販売数量の減少と競合他社との競争により一部相殺され、一桁台前半の増加となりました。電化製品部門の本源的売上高は、製品革新とプレミアム製品の成長による製品ミックスの改善により、一桁台後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7%増加しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、製品革新と高価格帯の歯磨き粉と歯ブラシカテゴリでの有利な製品ミックスにより、一桁台半ばの増加となりました。製品革新、マーケティング支出の増加、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を受け、パーソナルヘルスケア部門の本源的売上高は、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純売上高は、メルク社のOTC事業を買収したことで、30%を超える成長となりました。
- 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、製品革新とプレミアム製品で大きく成長したことによる製品ミックスの改善があった一方、日本において10月の消費増税に備えて積み上げた流通在庫が反動で減少したことで一部相殺され、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、価格改定、ならびにプレミアム製品で大きく成長したことによる製品ミックスの改善により、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、1%増加しました。ベビーケア部門の本源的売上高は、一桁台前半の減少となりました。これは、競争激化と複数の市場縮小、日本での10月の消費増税の影響が、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を上回ったことによります。フェミニンケア部門の本源的売上高は、製品革新、マーケティング支出の増加、ならびに、プレミアム製品で大きく成長したことによる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、製品革新と価格改定が、増量サイズでの大幅な成長を要因とした製品ミックスの悪化に一部相殺され、一桁台前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 <https://us.pg.com> (英語) をご参照ください。