

\*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 2020/21 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9%増、希薄化後1株当たり純利益前年同期比20%増の1.63ドル  
第1四半期中核業績：本源的売上高9%増、希薄化後1株当たり純利益は前年同期の中核利益比19%増  
負債削減を反映して、米国会計基準の1株当たり利益を見直し、売上高、1株当たり中核利益、調整済  
フリーキャッシュフローの生産性、資金の還元の見通しを上方修正

2020年10月20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、2021事業年度第1四半期の純売上高が、前年同期と比べ9%増の193億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、9%増加しました。希薄化後1株当たり純利益は、前年同期の報告書上の1株当たり利益に対して20%増加し、1株当たり中核利益に対し19%増加して1.63ドルになりました。為替レートの影響を除いた1株当たり利益は、前年同期の中核利益に対して22%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47億ドルになりました。調整済フリーキャッシュフロー生産性は95%でした。当社は、20億ドルの配当金、20億ドルの自社株式の買い戻しにより、合計40億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、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すことで、通期業績の見通しを上方修正することが可能になりました。当社の目下の最優先の取り組みは、引き続き従業員の健康と安全を守り、世界中の消費者へ製品の安定供給に努めると同時に、社会が新型コロナウイルス感染症の危機を克服できるよう支援していくということです。当社は引き続き、製品の優位性、生産性の向上、集中と選択P & Gの組織と企業文化の革新を続けるという戦略の実行に焦点をあてて、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

2021事業年度第1四半期の純売上高は、前年同期比9%増の193億ドルでした。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。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、本源的販売数量の7%増、価格改定の1%増、有利なミックスの1%増を受け、9%増加しました。有利な製品ミックスは、感染症拡大に関連する消費と流通在庫の増加を理由のひとつとしたホーム、ヘルス&衛生製品と北米事業を中心とした成長によりもたらされました。

2020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	7%	-1%	1%	—%	—%	7%	7%	7%
グルーミング事業	5%	-2%	2%	—%	—%	5%	5%	6%
ヘルスケア事業	9%	-1%	1%	2%	—%	11%	9%	12%
ファブリック& ホームケア事業	10%	—%	—%	4%	—%	14%	10%	14%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	3%	-1%	1%	—%	—%	3%	3%	4%
<b>P &amp; G 全体</b>	<b>7%</b>	<b>-1%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>9%</b>	<b>7%</b>	<b>9%</b>

(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、北米と中国における製品革新により、一桁台後半の増加となりました。北米のスキン&パーソナルケア部門は、「セーフガード」の手洗い石鹸と手指用殺菌剤の新製品および「オレイ」のプレミアム製品に対する製品革新により10%台半ばの増加となりました。世界全体でパーソナルクレンジング部門は30%を超える増加となり、すべての地域で二桁台の増加となりました。中国の「SK-II」は、強固な国内消費傾向により、20%を超える増加となりました。ヘアケア部門の本源的売上高は、P & Gのトップブランド全体で一桁台半ばかそれを上回る伸びを示し、北米、中国、ならびに、ラテンアメリカ地域における強力な需要の高まりにより、一桁台後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、前年同期と比べて6%増加しました。電化製品部門の本源的売上高は、製品革新、水を使用しない電気カミソリやヘアスタイリング機器への需要の高まり、ならびに価格改定により、30%を超える増加となりました。カミソリ・替刃事業の本源的売上高は、女性用のカミソリが一桁台後半の増加となったものの、感染症拡大に関連して男性用のカミソリが軟調だったために相殺され、前年同期と同水準でした。
- ヘルスケア事業セグメントの当四半期の本源的売上高は12%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、通貨価値の下落を理由とした価格改定、ならびに、有利な製品ミックスの影響により、すべての地域で一桁台半ばかそれを上回る増加を受け、世界全体で10%台半ば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、主として製品革新、胃薬と健康食品を中心とした消費の拡大により、一桁台後半の増加となりました。
- 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、14%増加しました。ファブリックケア部門の本源的売上高は、新規の製品革新、ブランド広告の増加、個別包装タイプの洗剤や柔軟剤ビーズといったプレミアムな製品での大きな成長により、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、感染症拡大を通じて家庭内清掃製品の需要の高まりにより、すべて

の地域で二桁台の増加となった結果、30%超の増加となりました。ディッシュケア事業、エアケア事業、ならびに、サーフェスケア事業は、いずれも20%を超える増加となりました。

- 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4%成長しました。ファミリーケア部門の本源的売上高は、感染症拡大により家庭で過ごす時間が増加したため消費量が拡大したことを主な理由として、二桁台の増加となりました。フェミニンケア部門の本源的売上高は、北米と中国での製品革新と大人用尿もれ製品の20%を超える増加により、一桁台後半の増加となりました。ベビーケア部門の本源的売上高は、北米での一桁台前半の増加を、その他の地域でのカテゴリーの縮小と競争激化が上回ったために、一桁台前半の減少となりました。

## 2021 事業年度の見通し

当社は、2021 事業年度通期のすべてを含めた純売上高が前年度比1~3%の範囲で増加するとしていた見込みを3~4%の範囲に上方修正しました。この見込みには、不利な為替レートによる1%の悪影響を含みます。また当社は、本源的売上高が前年度比2~4%の範囲で増加するとしていた見込みを4~5%の範囲に上方修正しました。

## 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®、シャーミン®、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。