

\* 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 2022/23 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1%減、希薄化後1株当たり純利益4%減の1.59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4%減の1.59ドル

売上高の成長率の見通しを上方修正し、

通期の1株当たり利益の成長率とキャッシュフローの見通しの範囲を維持

2023年1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、2023事業年度第2四半期の純売上高が、前年同期と比べ1%減の208億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、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4%減少して1.59ドルになりました。

当四半期の営業キャッシュフローは36億ドルで、純利益は40億ドルでした。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調整済フリーキャッシュフローが、純利益に対して占める割合である調整済フリーキャッシュフロー生産性は72%でした。当社は、約22億ドルの配当金、20億ドルの自社株式の買い戻しにより、合計42億ドルを株主の皆様へ還元しました。

単位：十億ドル、ただし1株当たりの数値を除く

第2四半期(10-12月期)							
米国会計基準	2023年度	2022年度	%増減	会計基準外	2023年度	2022年度	%増減
純売上高	\$20.8	\$21.0	-1%	本源的売上高	—	—	5%
希薄化後1株当たり利益	\$1.59	\$1.66	-4%	1株当たり中核利益	\$1.59	\$1.66	-4%

\* 定義と、その関連のある米国会計基準上の指標との差異説明は、添付書類1：米国会計原則で規定されない財務指標をご参照ください。

取締役会会長、社長兼最高経営責任者(CEO)ジョン・モーラーは、「当社は、2023事業年度第2四半期において、引き続き非常に厳しいコスト増加とビジネスの環境の中で、堅調な業績を達成しました。当事業年度のこれまでの進捗状況を踏まえて、大変な逆風が吹く中でも、当社は、2023事業年度通期の売上高の見通しを上方修正し、1株当たり利益の成長見込みの範囲を維持しました。当社は、製品のポートフォリオや優位性、生産性の向上、建設的な中断、柔軟で責任ある組織の形成という統合的な戦略の実行に、引き続き専念していきます。これらの戦略により、当社は力強い成長を維持することが可能になります。引き続き、これらは当面の営業上の困難に対して立ち向かい、バランスの取れた成長を達成し、付加価値を生み出すための正しい戦略です」と述べています。

## 10-12月期について

2023 事業年度第 2 四半期の純売上高は、前年同期比 1%減の 208 億ドルでした。不利な為替レートは純売上高の増加に 6%の悪影響を及ぼしました。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、5%増加しました。本源的売上高の増加は、価格改定の 10%増、有利な製品ミックスの 1%増によりもたらされ、販売数量の 6%減により一部相殺されました。

2022年10-12月期 純売上高増減要因(1)	販売 数量	為替 レート	価格 改定	ミックス	その他(2)	純売上高	本源的 販売量	本源的 売上高
ビューティー事業	-4%	-8%	9%	-2%	2%	-3%	-4%	3%
グルーミング事業	-8%	-9%	11%	-3%	—%	-9%	-8%	—%
ヘルスケア事業	-1%	-6%	5%	4%	—%	2%	-1%	8%
ファブリック& ホームケア事業	-7%	-7%	13%	2%	—%	1%	-7%	8%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	-6%	-5%	8%	2%	—%	-1%	-6%	4%
<b>P &amp; G 全体</b>	<b>-6%</b>	<b>-6%</b>	<b>10%</b>	<b>1%</b>	<b>—%</b>	<b>-1%</b>	<b>-6%</b>	<b>5%</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 3%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、製品革新による販売数量の増加と価格改定が、新型コロナウイルス感染症に関連した「SK-II」の減少によるミックスの悪化で一部相殺され、一桁台前半の増加となりました。ヘアケア部門の本源的売上高は、価格改定により増加したものの、市場縮小に起因する販売数量の減少で一部相殺されて、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、価格改定による効果が、市場の縮小と電化製品の流通在庫の減少による販売数量の減少および不利なミックスの悪影響で相殺され、前年同期と同水準でした。
- ヘルスケア事業セグメントの本源的売上高は、前年同期と比べ 8%増加しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、ロシアでの営業ポートフォリオ縮小と中国での新型コロナウイルス感染症に関連した営業中断による販売数量の減少があったものの、価格改定と有利な地域ミックスの改善により、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、価格改定、有利なミックス、ならびに、風邪やインフルエンザが流行していることによる販売数量の増加を理由に、10%台後半の増加となりました。

- 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、前年同期と比べ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、価格改定による効果が、主にヨーロッパにおける価格改定の反動と市場の縮小による販売数量の減少で一部相殺されて、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、価格改定による効果が、前年同期のクリーニング製品の消費増加の反動による販売数量の減少で一部相殺されて、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、前年同期と比べ4%成長しました。ベビーケア部門の本源的売上高は、価格改定による効果が、市場の縮小による販売数量の減少で一部相殺されて、一桁台前半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、価格改定と有利な地域ミックスによる効果が、成長市場での販売数量の減少で一部相殺され、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、価格改定による効果が、市場の縮小と市場シェアの軟化に起因する販売数量の減少により一部相殺されて、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®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。その他のP & Gのニュースについては、<https://us.pg.com/blogs/> (英語) をご参照ください。