

- * 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 2024/25 事業年度 第1四半期(7-9 月期)

第1四半期米国会計基準：純売上高 1%減、希薄化後 1 株当たり純利益 12%減の 1.61 ドル

第1四半期中核業績：本源的売上高 2%増、1 株当たり中核利益 5%増の 1.93 ドル

2024 年 10 月 18 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、2025 事業年度第1四半期の純売上高が、前年同期と比べ 1%減の 217 億ドルであったと発表しました。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、前年同期の 7%増加に対して、2%増加しました。希薄化後 1 株当たり純利益は、非中核の組織再編費用の増加により、前年同期に対し 12%減少して 1.61 ドルになりました。1 株当たり中核利益は、前年に対し 5%増加して 1.93 ドルでした。

当四半期の営業キャッシュフローは 43 億ドルで、純利益は 40 億ドルでした。調整済フリーキャッシュフロー生産性は予想通りの 82%でした。調整済フリーキャッシュフロー生産性は、アルゼンチンでの潜在的な事業清算に起因する累積の外国為替換算損失から生じた非現金損失を除いた純利益に対して、設備投資支出を差し引いた営業活動によるキャッシュフローが占める割合として算出しています。当社は、24 億ドル超の配当金、19 億ドル超の自己株式の買い戻しにより、合計約 44 億ドルを株主の皆様に戻しました。

単位：十億ドル、ただし1株当たりの数値を除く

| 第1四半期(7-9月期) | | | | | | | |
|--------------|--------|--------|------|-----------|--------|--------|-----|
| 米国会計基準 | 2025年度 | 2024年度 | %増減 | 会計基準外 | 2025年度 | 2024年度 | %増減 |
| 純売上高 | \$21.7 | \$21.9 | -1% | 本源的売上高 | — | — | 2% |
| 希薄化後1株当たり利益 | \$1.61 | \$1.83 | -12% | 1株当たり中核利益 | \$1.93 | \$1.83 | 5% |

* 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、「当社の第1四半期の本源的売上高、利益、キャッシュフローの業績は、年度通期のすべての主要な財務指標の目標達成に向け、その予想の範囲内に収まっています。当社は、その性能により消費者が使用するブランドを決定している日用品カテゴリーの製品ポートフォリオへの集中や(製品、パッケージ、ブランドのコミュニケーション、店頭展開、ならびに、消費者と得意先への付加価値にわたる)優位性、生産性の向上、建設的な破壊、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、引き続き専念してまいります。当社は、これらが、引き続き、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だと確信しています」と述べています。

7-9 月期について

2025 事業年度第 1 四半期の純売上高は、前年同期比 1%減の 217 億ドルでした。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、2%増加しました。本源的売上高の増加は、価格改定の 1%増、事業の買収・売却の影響を除いた本源的販売数量の 1%増によりもたらされました。ミックスは当四半期の売上高成長に影響を与えませんでした。

| 2024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 | -2% | -1% | 1% | -3% | —% | -5% | —% | -2% |
| グルーミング事業 | 4% | -2% | 1% | -3% | —% | —% | 5% | 3% |
| ヘルスケア事業 | -1% | -1% | 1% | 4% | -1% | 2% | -1% | 4% |
| ファブリック& ホームケア事業 | 1% | -1% | —% | 1% | —% | 1% | 1% | 3% |
| ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業 | -1% | -1% | —% | —% | —% | -2% | -1% | —% |
| P & G 全体 | —% | -1% | 1% | —% | -1% | -1% | 1% | 2% |

(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 2%減少しました。ヘアケア部門の本源的売上高は、販売数量の増加、および、北米とヨーロッパとラテンアメリカでのプレミアム製品による有利なミックスが、主に中国での販売数量の減少で一部相殺され、一桁台前半の増加となりました。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、および、有利な製品ミックスにより、一桁台後半の増加となりました。スキンケア部門の本源的売上高は、販売数量の減少、および、スーパープレミアムブランドである「SK-II」の売上減少による不利なミックスにより、20%を超える減少となりました。
- グルーミング事業セグメントの本源的売上高は、製品革新による販売数量の増加が、不利な地域ミックスで一部相殺され、前年と比べ 3%増加しました。
- 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 4%成長しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、プレミアム製品によるミックスの効果が、主に中国での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。パーソナルヘルスケア部門の本源的売上高は、呼吸器用製品の増加に起因する有利なミックスと価格改定により、一桁台半ば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、前年と比べて 3%成長しました。ファブリックケア部門の本源的売上高は、北米とヨーロッパでの成長に起因す

る有利な地域ミックスにより、一桁台前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、販売数量の増加、および、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。

- 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、前年同期と同水準でした。ベビーケア部門の本源的売上高は、販売数量の減少が、有利な製品ミックスの効果を上回り、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、有利な製品ミックス、および、価格改定の効果が、国際市場での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。ファミリーケア部門の本源的売上高は、力強い販売数量の増加により、一桁台半ばの増加となりました。

2025 事業年度の見通し

P & Gは、2025 事業年度通期のすべてを含めた純売上高が前年度比 2~4%の範囲で増加するとの見込みを維持しました。不利な為替レートと事業売却による悪影響は、純売上高の増加に対し、約1%の悪影響を及ぼすものと予想されます。また、当社は、本源的売上高が3~5%の範囲で増加するとの見通しについても維持しました。

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。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。