

* 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3四半期(1-3月期)業績

第3四半期米国会計基準：純売上高 4%増、希薄化後 1株当たり純利益 3%増の 1.37 ドル

第3四半期中核業績：本源的売上高 7%増、1株当たり中核利益 3%増の 1.37 ドル

売上高成長率とキャッシュフローの見通しを上方修正し、

通期の1株当たり純利益の成長率の見通しの範囲を維持

2023年4月21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3四半期の純売上高が、前年同期と比べ4%増の201億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、7%増加しました。希薄化後1株当たり純利益は、前年同期と比べ3%増加して1.37ドルになりました。

当四半期の営業キャッシュフローは39億ドルで、純利益は34億ドルでした。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92%でした。当社は、約22億ドルの配当金、14億ドルの自社普通株式の買い戻しにより、合計36億ドルを株主の皆様に戻しました。今月上旬、P & Gは、67年連続となる四半期配当の増配を発表し、1890年の株式会社化以来、133年連続で配当を続けています。

単位：十億ドル、ただし1株当たりの数値を除く

第3四半期(1-3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	\$20.1	\$19.4	4%	本源的売上高	—	—	7%
希薄化後1株当たり利益	\$1.37	\$1.33	3%	1株当たり中核利益	\$1.37	\$1.33	3%

* 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3四半期において、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3四半期の戦略実行とその進捗状況を踏まえて、コストと外国為替の継続的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とキャッシュフロー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、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。これらの戦略を通じて、ビジネス成長の勢いを築き続けるとともに、現在も引き続きバランスの取れた成長を達成し、付加価値を生み出せることができている」と述べています。

1-3 月期について

2023 事業年度第 3 四半期の純売上高は、前年同期比 4%増の 201 億ドルでした。不利な為替レートは、売上高の増加に 4%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、7%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 3%減により一部相殺されました。

2023年1-3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	1%	-5%	8%	-1%	—%	3%	—%	7%
グルーミング事業	-1%	-6%	10%	-2%	—%	1%	-1%	7%
ヘルスケア事業	1%	-3%	6%	3%	-1%	6%	1%	9%
ファブリック& ホームケア事業	-5%	-4%	13%	1%	—%	5%	-5%	9%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	-4%	-3%	8%	2%	—%	3%	-4%	6%
P & G 全体	-3%	-4%	10%	1%	—%	4%	-3%	7%

(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、価格改定と製品革新による販売数量の増加が、旅行関連の小売店舗における「SK-II」の減少で一部相殺され、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、二桁台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、価格改定が、電化製品部門の市場の縮小によりもたらされた販売数量の減少と不利なミックスにより一部相殺されて、前年と比べ 7%増加しました。すべての地域で、本源的売上高が増えました。
- ヘルスケア事業セグメントの本源的売上高は、前年に比べ 9%増加しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、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、価格改定、有利なミックス、ならびに、製品革新、および、呼吸器疾患の例年以上の流行による販売数量の増加を理由に、二桁台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、前年に比べ9%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、価格改定と有利な製品ミックスによる効果が、主にヨーロッパにおける販売数量の減少で一部相殺されて、二桁台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6%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、主にヨーロッパにおけ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。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、新興市場での販売数量の減少で一部相殺され、10%台前半の増加となりました。本源的売上高は、すべての地域で増加しました。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、大型サイズの増加による不利なミックスと若干の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。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。