

*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](#) でご覧ください。

P & G 2020/21 事業年度 第4四半期(4-6月期)業績

通期米国会計基準：純売上高 7%増、希薄化後 1 株当たり純利益 11%増の 5.50 ドル

通期中核業績：本源的売上高 6%増、1 株当たり中核利益 11%増の 5.66 ドル

第4四半期米国会計基準：純売上高 7%増、希薄化後 1 株当たり純利益前年同期の報告書上の 1 株当たり利益に比べ 6%増の 1.13 ドル

第4四半期中核業績：本源的売上高 4%増、希薄化後 1 株当たり純利益前年同期の 1 株当たり中核利益に比べ 3%減

2021 年 7 月 30 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4四半期の業績を発表しました。取締役会会長、社長兼最高経営責任者(CEO)デビット・テイラーは、「当社は、当年もバランスのとれた売上高と利益の強力な増加を再び達成し、キャッシュフローを生み出して、それぞれ、当社目標を上回りました。当社は、コロナ禍前に力強く勢いを築き、その地位をさらに強固なものにしました。2022 年に向けて、コスト上昇や事業遂行の厳しい環境の中、引き続き、売上高と利益において成長を達成し、本年度も株主の皆様により資金を強力で還元できるものと予想しています」と述べています。

単位：十億ドル、ただし1株当たりの数値を除く

通期							
米国会計基準	2021年度	2020年度	%増減	会計基準外*	2021年度	2020年度	%増減
純売上高	\$76.1	\$71.0	7%	本源的売上高	—	—	6%
希薄化後1株当たり利益	\$5.50	\$4.96	11%	1株当たり中核利益	\$5.66	\$5.12	11%

単位：十億ドル、ただし1株当たりの数値を除く

第4四半期(4-6月期)							
米国会計基準	2021年度	2020年度	%増減	会計基準外*	2021年度	2020年度	%増減
純売上高	\$18.9	\$17.7	7%	本源的売上高	—	—	4%
希薄化後1株当たり利益	\$1.13	\$1.07	6%	1株当たり中核利益	\$1.13	\$1.16	-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。

2021 事業年度の業績

当社は、2021 事業年度通期の純売上高が、前年比 7%増の 761 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、本源的販売数量による 3%増、有利なミックスによる 2%増、ならびに、価格設定の見直しによる 1%増を受け、6%増加しました。希薄化後 1 株当たり純利益は、前年と比べ 11%増加し、5.50 ドルでした。これは、主として、純売上高の増加、および、営業利益率の改善によるものです。1 株当たり中核利益と為替レートの影響を除く 1 株当たり中核利益は、前年比 11%増加の 5.66 ドルでした。

2021 事業年度通期の営業キャッシュフローは 184 億ドルで、調整済フリーキャッシュフロー生産性は 107%でした。当社は、2021 事業年度通期を通じて、83 億ドルの配当金と 110 億ドルの自社株式の買い戻しにより、合計 193 億ドルを株主の皆様に戻しました。

4-6 月期の業績

当社は、2021 事業年度第 4 四半期の純売上高が、前年同期比 7%増の 189 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、4%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 6%増加し、前年同期の 1 株当たり中核利益に対し 3%減少して 1.13 ドルになりました。当該四半期の営業活動によるキャッシュフローは 41 億ドルでした。フリーキャッシュフロー生産性は 117%でした。

4-6 月期について

2021 事業年度第 4 四半期の純売上高は、前年同期比 7%増の 189 億ドルでした。有利な為替レートは当四半期の売上高に 3%の影響を与えました。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、本源的販売量による 1%増、価格設定の見直しによる 1%増、ならびに、有利なミックスによる 1%増の恩恵を受け、4%増加しました。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、けん引されました。販売数量の増加は、強力な製品革新によりもたらされ、新型コロナウイルス感染症拡大に関連して、一定の市場やカテゴリーで前年同期の消費が増加した反動で一部相殺されました。

2021年4-6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	1%	5%	4%	1%	—%	11%	1%	6%
グルーミング事業	4%	4%	2%	—%	—%	10%	4%	6%
ヘルスケア事業	13%	4%	1%	—%	—%	18%	13%	14%
ファブリック& ホームケア事業	1%	3%	—%	1%	—%	5%	1%	2%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	-3%	3%	1%	1%	-1%	1%	-3%	-1%
P & G 全体	1%	3%	1%	1%	1%	7%	1%	4%

(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、前年同期と比べて 6%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、二桁台成長しました。製品革新、価格改定、スーパープレミアムブランドである「SK-II」に偏った成長による有利なミックス、ならびに、前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大に関連して旅行が制限されたことを主要因としています。ヘアケア部門の本源的売上高は、価格改定が、開発途上市場での成長による不利なミックスで一部相殺され、一桁台前半

の増加となりました。前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大に関連して、小売店舗が閉鎖されたことによる当年の販売数量の一部市場での拡大は、前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大に関連して買いためが起こった北米で販売数量が減少したことで相殺されました。

- 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。カミソリ・替刃部門の本源的売上高は、製品革新、価格改定、前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大に関連して消費が減少したことの反動による販売数量の増加により、一桁台半ばの増加となりました。電化製品部門の本源的売上高は、プレミアム製品の市場投入による有利なミックスと価格改定が、前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大に関連して消費が増加した反動で今年度の販売数量が減少したこと一部相殺されて、一桁台半ばの増加となりました。
- 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14%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、価格改定、プレミアム製品の成長による製品ミックスの改善があったほか、前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大に関連して小売店舗の閉鎖で販売数量が少なかった反動で、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、および、複数の市場での価格改定が、呼吸器用プレミアム製品の販売数量が若干減少したことによる不利な製品ミックスにより一部相殺され、10%台半ば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2%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、香りビーズや洗濯用洗剤ジェルボールのようなプレミアム製品での大きな成長によるミックスの改善により、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、開発途上市場での販売数量の増加による不利なミックスと北米と西ヨーロッパで前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大に関連して消費が増加した反動で販売数量が減少したことを主な理由として、一桁台前半の減少となりました。
- 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1%減少しました。ベビーケア部門の本源的売上高は、パンツタイプのプレミアム紙おむつ製品の成長による有利な製品ミックス、前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大に関連して消費が減少した反動による販売数量の増加、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。フェミニンケア部門の本源的売上高は、主として、製品革新、前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大に関連して一定の地域で小売店舗が閉鎖した反動、ならびに、大人用紙おむつを含め、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、前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大に関連して消費が増加した反動で販売数量が減少したことを主な理由として、二桁台の減少となりました。

2022 事業年度通期の見通し

P & Gは、2022 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見込んでいます。為替レートは売上高成長率に影響がないか若干有利に働くものと予想されます。当社は、本源的売上高も、また、2~4%の範囲で増加すると見込んでいます。

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。P & Gに関するその他のニュースについては、米国本社ホームページ <https://news.pg.com/home/> (英語) をご参照ください。