

* 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 2023/24 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1%増、希薄化後1株当たり純利益11%増の1.52ドル

第3四半期中核利益：本源的売上高3%増、1株当たり中核利益11%増の1.52ドル

通期の売上高と資金還元の見通しを維持し、1株当たり純利益の見通しを上方修正

2024年4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、2024事業年度第3四半期の純売上高が、前年同期と比べ1%増の202億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、3%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11%増加して1.52ドルになりました。

当四半期の営業キャッシュフローは41億ドルで、純利益は38億ドルでした。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87%でした。当社は、約23億ドルの配当金、10億ドルの自社株式の買い戻しにより、合計33億ドルを株主の皆様へ還元しました。今月上旬、P & Gは、68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、134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	2024年度	2023年度	%増減	会計基準外	2024年度	2023年度	%増減
純売上高	\$20.2	\$20.1	1%	本源的売上高	—	—	3%
希薄化後1株当たり利益	\$1.52	\$1.37	11%	1株当たり中核利益	\$1.52	\$1.37	11%

* 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・モラーは、「当社は、種々の向かい風が吹く中、第3四半期において、力強い業績を達成し、年度通期の1株当たり利益と純売上高の見通しを維持することができました。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、市場成長を促し、力強い勢いを維持するために、優越性への投資を増やしています。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

1-3 月期について

2024 事業年度第 3 四半期の純売上高は、前年同期比 1%増の 202 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、3%増加しました。本源的売上高の増加は、価格改定の 3%増によりもたらされました。ミックスと販売数量は、当四半期の売上高成長に影響を与えませんでした。

2024年1-3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%	-3%	4%	-1%	1%	2%	1%	3%
グルーミング事業	2%	-7%	10%	-1%	-1%	3%	2%	10%
ヘルスケア事業	-4%	-1%	4%	3%	—%	2%	-4%	2%
ファブリック& ホームケア事業	1%	-1%	2%	—%	—%	2%	1%	3%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	-3%	-2%	2%	1%	—%	-2%	-3%	—%
P & G 全体	—%	-2%	3%	—%	—%	1%	—%	3%

(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、パーソナルケア部門での製品革新による販売数量の増加で一部相殺されたものの、スーパープレミアムブランドである「SK-II」の売上減少の影響が上回り、一桁台前半の減少となりました。ヘアケア部門の本源的売上高は、ラテンアメリカ、ヨーロッパ、ならびに、北米での価格改定により、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、主に、ラテンアメリカとヨーロッパでの価格改定により、前年と比べて 10%増加しました。販売数量の増加は、不利な製品ミックスにより一部相殺されました。
- ヘルスケア事業セグメントの本源的売上高は、前年と比べ 2%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、主にアジア太平洋と北米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。パーソナルヘルス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、風邪の流行が前年ほどではなかったこと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、価格改定、ならびに、北米とヨーロ

ツ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、価格改定、および、製品革新による販売数量の増加により、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、前年同期と同水準でした。ベビーケア部門の本源的売上高は、有利な製品ミックス、および、通貨価値の下落に関連する価格改定による効果を、価格改定に関連する販売数量の減少が上回り、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、価格改定と有利な製品ミックスによる効果が、価格改定に関連する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。ファミリーケア部門の本源的売上高は、販売数量の増加が、不利な製品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。

2024 事業年度通期の見通し

P & Gは、2024 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。為替レートは、すべてを含めた純売上高の増加に対し、約 1~2%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 4~5%の範囲で増加するとの見通しを維持しました。

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。