

*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 2020/21 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5%増、希薄化後1株当たり純利益前年同期比13%増

第3四半期中核業績：本源的売上高4%増、前年1株当たり中核利益比8%増の1.26ドル

売上高、純利益の見通しを維持し、調整済フリーキャッシュフロー生産性と資金還元額の見通しを上方修正

2021年4月20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3四半期の純売上高が、前年同期比5%増の181億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13%増加し、前年同期の1株当たり中核利益に対し8%増加して1.26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、フリーキャッシュフロー生産性は106%でした。当社は、20億ドルの配当金、30億ドルの自社普通株式の買い戻しにより、合計50億ドルを株主の皆様へ還元しました。今月上旬、P & Gは、10%にのぼる四半期配当の増配を発表し、増配は、65年連続となります。P & Gは、1890年の株式会社化以来、131年連続で配当を続けています。

取締役会会長、社長兼最高経営責任者(CEO)デビッド・テイラーは、「当社は当四半期も、引き続き厳しいビジネス環境下において売上と利益の成長を達成し、キャッシュフローを生み出しました。これからも、製品の優位性、生産性の向上、集中と選択、P & Gの組織と企業文化の革新を続けるという戦略の実行に焦点をあてていきます。これらの戦略を通じて、コロナ禍以前のビジネス成長の勢いを保つとともに更に成長を加速させ、現在も引き続きバランスの取れた成長を達成し、長期にわたって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

2021事業年度第3四半期の純売上高は、前年同期比5%増の181億ドルでした。有利な為替レートは、当四半期の純売上高を1%押し上げました。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、価格改定による2%増、有利なミックスによる2%増を受け、4%増加しました。有利な製品ミックスは、平均販売単価の高い、ホームケア部門、オーラルケア部門、及び電化製品部門、ならびに北米と中国地域でのより高い成長によるものです。販売数量は前年同期に対して同水準でした。

2021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	2%	2%	2%	3%	—%	9%	2%	7%
グルーミング事業	—%	—%	2%	2%	—%	4%	—%	4%
ヘルスケア事業	—%	1%	—%	3%	—%	4%	—%	3%
ファブリック & ホームケア事業	3%	1%	2%	2%	—%	8%	3%	7%
ベビー、フェミニン & ファミリーケア事業	-4%	1%	2%	1%	—%	—%	-4%	-1%
P & G 全体	—%	1%	2%	2%	—%	5%	—%	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、一桁台後半の成長を達成しました。主として、スーパープレミアムブランドである「SK-II」の成長により製品ミックスが有利になっていること、北米のスキンケアでのプレミアムな製品革新、ならびに価格改定を要因としています。ヘアケア部門の本源的売上高は、製品革新、拡販、前年同期に感染症拡大に関連する市場の閉鎖があった中国地域にけん引されて、一桁台後半の増加となりました。また、通貨価値の下落を理由とした価格改定も、ヘアケア部門の売上の成長に寄与しました。
- グルーミング事業セグメントの本源的売上高は、前年と比べ4%増加しました。電化製品部門の本源的売上高は、家庭での電気カミソリやスタイリング機器への需要の高まり、ならびに、製品革新と価格改定により、20%を超える増加となりました。カミソリ・替刃事業の本源的売上高は、通貨価値の下落を理由とした価格改定と女性用のカミソリが増加となったものの、ひげそりの頻度が減少したことにより男性用カミソリの消費が減少したために相殺され、前年同期と同水準でした。
- 当四半期のヘルスケア部門の本源的売上高は、3%増加しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、製品革新とプレミアム製品の成長による製品ミックスの改善により、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、主として、前年同期に感染症拡大に関連して消費者と小売店で在庫が増加したこと、ならびに、当期間に風邪やインフルエンザの発生が平年より少なかったことを理由として、一桁台半ばの減少となりました。
- 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、7%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、マーケティング活動への投資の増加、通貨価値の下落を理由とした価格改定、柔軟剤ビーズ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、感染症が拡大している間の家庭用洗剤に対する消費者需要の増加、製品革新、マーケティング活動への投資、ならびに、北米で大きく成長したことによる製品ミックスの改善を受け、10%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1%減少しました。ベビーケア部門の本源的売上高は、主として、当期の流通在庫の減少、他社との競争激化、前年同期の感染症拡大に関連した店頭在庫の積み増しの反動をうけて、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、北米と中国地域におけるプレミアム製品の製品革新による有利な製品ミックスを、いくつかのヨーロッパの市場が縮小した悪影響が上回り、一桁台前半の減少となりました。ファミリーケア部門の本源的売上高は、主として、販売促進活動の減少による価格設定の見直しにより、一桁台半ばの増加となりました。

2021 事業年度の見通し

P & Gは、2021 事業年度通期のすべてを含めた純売上高が前事業年度比 5~6%の範囲で増加している見通しを維持しました。為替レートは当年の純売上高の成長におおむね影響がないものと予想されます。

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 <http://www.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 <http://www.pg.com/news> (英語)をご参照ください。