

\*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 2 四半期(10-12 月期)業績

第 2 四半期米国会計基準：純売上高 8%増、希薄化後 1 株当たり純利益前年同期比 4%増の 1.47 ドル

第 2 四半期中核業績：本源的売上高 8%増、1 株当たり中核利益前年同期比 15%増の 1.64 ドル

売上高、純利益、調整済フリーキャッシュフロー生産性、ならびに、資金還元額の見通しを上方修正

2021 年 1 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 2 四半期の純売上高が、前年同期比 8%増の 197 億ドルであったと発表しました。また、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も、8%増加しました。希薄化後 1 株当たり純利益は、前年同期に対し 4%増加し 1.47 ドルでした。1 株当たり中核利益は、前年同期に対し 15%増加し 1.64 ドルで、為替レートの影響を除く 1 株当たり中核利益は、前年比 18%増加しました。

当四半期の営業活動によるキャッシュフローは 54 億ドルでした。調整済フリーキャッシュフロー生産性は 113%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に還元しました。

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、当四半期も売上と利益の成長を強力に達成し、キャッシュフローを生み出しました。当社は、引き続き、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、当社は新型コロナウイルス感染症発生前にビジネス成長の勢いを作り、2020 年において成長を加速させ、今も引き続き売上高と利益において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。

## 10-12 月期について

2021 事業年度第 2 四半期の純売上高は、前年同期比 8%増の 197 億ドルでした。また、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も、本源的販売数量の 5%増、価格改定の 1%増、有利なミックスの 2%増を受け、8%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平均販売単価の高い、ホームケア部門と電化製品部門、ならびに北米でのより高い成長によるものです。為替レートは当四半期の純売上高の成長に影響を与えませんでした。

2020年10-12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%	2%	1%	—%	6%	2%	5%
グルーミング事業	4%	-1%	1%	1%	—%	5%	4%	6%
ヘルスケア事業	4%	—%	1%	4%	—%	9%	4%	9%
ファブリック& ホームケア事業	7%	—%	1%	4%	—%	12%	7%	12%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	4%	—%	2%	—%	—%	6%	4%	6%
<b>P &amp; G 全体</b>	<b>5%</b>	<b>—%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>—%</b>	<b>8%</b>	<b>5%</b>	<b>8%</b>

(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5%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、製品革新、価格改定、ならびに、スキンケアブランド「オレイ」のプレミアム製品と「セーフガード」の手洗い石鹸と手指用殺菌剤の新製品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。ヘアケア部門の本源的売上高は、中国地域での力強い需要と小売店向けの販促活動、および、価格改定により、一桁台半ば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、前年同期と比べて6%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ヘアスタイリング機器への需要の高まり、ならびに、製品革新により、20%を超える増加となりました。カミソリ・替刃部門の本源的売上高は、製品革新と通貨価値の下落による価格改定が、感染症拡大と不利な地域ミックスにより一部相殺され、一桁台前半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前年同期と比べ9%増加しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、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る一桁台後半かそれを上回る成長が各地域で見られ、二桁台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、消費の拡大、ならびに価格改定による成長が、風邪やインフルエンザの発生が平年より少ないことで呼吸器用製品の売上が減少したことによる製品ミックスの悪化で一部相殺され、一桁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12%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、個別包装タイプの洗剤や柔軟剤ビーズといったプレミアム製品での大きな成長、ならびに、価格改定により、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、感染症拡大を通じて家庭内清掃製品の需要の高まり、プレミアム製品の製品革新、マーケティング活移動への投資の増加により、すべての地域で一桁台半ばかそれを上回る増加となった結果、約30%の増加となりました。ディッシュケア事業、エアケア事業、ならびに、サーフェスケア事業は、いずれも10%台後半かそれを上回る増加となりました。

- 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、一桁台前半の増加となりました。これは、北米での一桁台半ばの増加、および、複数の地域での通貨価値の下落を理由とした価格改定によるもので、感染症拡大による複数の市場での市場縮小競争激化により、一部相殺されました。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、ならびに、複数の地域での通貨価値の下落を理由とした価格改定により、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、感染症拡大の期間に家庭で過ごす時間が増加したため、消費量が拡大したことにより二桁台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3~4%の範囲で増加するとしていた見込みを5~6%の範囲に上方修正しました。当社は、本源的売上高の見通しを前年度比4~5%の範囲で増加するとしていましたが、5~6%の範囲に上方修正しました。為替レートは当年の純売上高の成長にほとんど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 <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。