

- * 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 2025/26 事業年度 第1四半期(7-9 月期)業績

純売上高 3%増、本源的売上高 2%増

**希薄化後 1 株当たり純利益 21%増の 1.95 ドル、1 株当たり中核利益 3%増の 1.99 ドル
通期の純売上高、1 株当たり純利益、資金還元の見通しを維持**

2025 年 10 月 24 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(N Y S E : P G)は、2026 事業年度第 1 四半期の純売上高が、前年同期と比べ、3%増の 224 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、前年同期と比べて 2%増加しました。希薄化後 1 株当たり純利益は、主として、比較対象となる前年同期の非中核の組織再編費用が当年度よりも多かったために、21%増の 1.95 ドルでした。1 株当たり中核利益は、前年同期と比べ、3%増の 1.99 ドルでした。

当四半期の営業キャッシュフローは 54 億ドルで、純利益は 48 億ドルでした。調整済フリーキャッシュフロー生産性は 102%でした。調整済フリーキャッシュフローは、営業キャッシュフローから、設備投資支出、ならびに、特定のその他の事項を差し引いたものの、純利益に対する割合を指します。当社は、25.5 億ドルの配当金と 12.5 億ドルの自社株式の買い戻しにより、合計 38 億ドルを株主の皆様に戻元しました。

単位：十億ドル、ただし1株当たりの数値を除く

第1四半期(7-9月期)							
米国会計基準	2026年度	2025年度	%増減	会計基準外	2026年度	2025年度	%増減
純売上高	\$22.4	\$21.7	3%	本源的売上高	—	—	2%
希薄化後1株当たり利益	\$1.95	\$1.61	21%	1株当たり中核利益	\$1.99	\$1.93	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(C E O)ジョン・モラーは、「当社の第 1 四半期の本源的売上高成長率、純利益、ならびに、資金還元の業績は、当社が統合的な成長戦略を力強く実施することでもたらされました。これらの業績を達成することで、当社は、消費者を取り巻く厳しい地政学的環境の下であっても、すべての主要な通期財務指標を、予想範囲内に収めることを可能にします。当社は、性能が消費者のブランド選択を決定づける日用品カテゴリーへの製品ポートフォリオの集中や、製品性能、パッケージ、ブランドのコミュニケーション、店頭展開、消費者および流通パートナーへの付加価値全体にわたる優位性、生産性の向上、建設的な破壊、鋭敏で責任ある組織の形成という統合的な成長戦略の実行に、引き続き専念しています。当社は、製品イノベーション、消費者価値を改善し、カテゴリーの成長を促す需要創出に向けた投資を引き続き拡大させます。」と述べています。

7-9 月期の業績

2026 事業年度第 1 四半期の純売上高は、前年同期と比べ 3%増の 224 億ドルでした。事業の買収・売却と為替レートの影響を除いた本源的売上高は、価格改定による 1%増と有利なミックスによる 1%増を要因として 2%増加しました。本源的販売数量は当四半期の売上高に影響を与えませんでした。

2025年7-9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	4%	1%	2%	-1%	—%	6%	4%	6%
グルーミング事業	1%	2%	4%	-2%	—%	5%	1%	3%
ヘルスケア事業	-2%	1%	1%	2%	—%	2%	-2%	1%
ファブリック & ホームケア事業	-2%	2%	1%	—%	—%	1%	-2%	—%
ベビー、フェミニン & ファミリーケア事業	—%	1%	—%	—%	—%	1%	—%	—%
P & G 全体	—%	1%	1%	1%	—%	3%	—%	2%

(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、前年同期に比べ 6%増加しました。ヘアケア部門の本源的売上高は、販売数量の増加、および、北米とヨーロッパにおける製品イノベーション主導の価格改定の効果が、不利な地域および製品ミックスの悪影響で一部相殺され、一桁台前半の増加となりました。パーソナルケア部門の本源的売上高は、北米における製品イノベーション主導の販売数量の増加が、不利な地域ミックスによる悪影響で一部相殺され、一桁台後半の増加となりました。スキンケア部門の本源的売上高は、プレミアム製品による有利な製品ミックス、および、主に北米における価格改定の効果が、販売数量の減少の悪影響で一部相殺され、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、主として北米とヨーロッパでの製品イノベーション主導による価格改定、および、販売数量の増加が、不利な製品ミックスの悪影響で一部相殺され、前年同期と比べ、3%増加しました。
- ヘルスケア事業セグメントの本源的売上高は、前年同期と比べ、1%増加しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、プレミアム製品の製品イノベーションによる製品ミックスの効果が、販売数量の減少で相殺され、前年同期と同水準でした。パーソナルヘルスケア部門の本源的売上高は、主としてラテンアメリカと北米での価格改定の効果が、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、前年同期と同水準でした。

ファブリックケア部門の本源的売上高は、ヨーロッパにおける販売数量の減少により、一桁台前半の減少となりました。ホームケア部門の本源的売上高は、主に北米とヨーロッパでの価格改定の効果が、主にヨーロッパにおける販売数量の減少の悪影響で一部相殺され、一桁台前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、プレミアム製品の有利な製品ミックスと販売数量の増加により、一桁台前半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、主に北米における有利な製品ミックスと製品イノベーション主導の価格改定の効果が、販売数量の減少で相殺され、前年同期と同水準でした。ファミリーケア部門の本源的売上高は、販売促進活動への投資により、一桁台前半の減少となりました。

2026 事業年度通期の見通し

P & Gは、2026 事業年度通期のすべてを含めた純売上高が前年度比 1～5%の範囲で増加するという見通しを維持しました。外国為替レートの影響と事業の買収・売却の影響は、純売上高の増加に対して約 1%の追い風になるものと予想されます。また、当社は、本源的売上高の成長率が増減なしから+4%の範囲に収まるという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®、パンパス®、パンテーン®、SK-II®、タイド®、ヴィックス®、ウィスパー®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/news> (英語) をご参照ください。