

- \* 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 2024/25 事業年度 第2四半期(10-12月期)

第2四半期米国会計基準：純売上高 2%増、希薄化後 1株当たり純利益 34%増の 1.88 ドル

第2四半期中核業績：本源的売上高 3%増、1株当たり中核利益 2%増の 1.88 ドル

年度通期の売上高、1株当たり利益、資金還元の見通しを維持

2025年1月22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、2025事業年度第2四半期の純売上高が、前年同期比2%増の219億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、主として、基準期間に処理した「ジレット」の無形資産の帳簿価額に対する非現金損失のために、前年に比べ34%増加して1.88ドルになりました。1株当たり中核利益は、前年同期に対し2%増加して1.88ドルになりました。

当四半期の営業キャッシュフローは48億ドルで、純利益は47億ドルでした。調整済フリーキャッシュフロー生産性は84%でした。調整済フリーキャッシュフロー生産性は、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を指します。当社は、24億ドルの配当金、25億ドルの自己株式の買い戻しにより、合計約49億ドル超を株主の皆様へ還元しました。

単位：十億ドル、ただし1株当たりの数値を除く

第2四半期(10-12月期)							
米国会計基準	2025年度	2024年度	%増減	会計基準外	2025年度	2024年度	%増減
純売上高	\$21.9	\$21.4	2%	本源的売上高	—	—	3%
希薄化後1株当たり利益	\$1.88	\$1.40	34%	1株当たり中核利益	\$1.88	\$1.84	2%

\* 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、「第2四半期に、P & Gチームは、本源的売上高、1株当たり中核利益、株主の皆様への力強い資金還元を加速させました。当社の好調な上半期の業績により、年度通期のすべての主要な財務指標の予想範囲内に、引き続き収まる見込みです。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ポートフォリオへの集中や(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、引き続き専念していきます。この戦略は、当社に確実な業績をもたらし、バランスの取れた成長と価値創造のための基礎となっています」と述べています。

## 10-12月期について

2025事業年度第2四半期の純売上高は、前年同期比2%増の219億ドルでした。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、事業の買収・売却の影響を除いた本源的販売数量の2%増、および、有利な地域ミックスの1%増によりもたらされました。価格改定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	-1%	-1%	2%	—%	—%	—%	—%	2%
グルーミング事業	2%	-1%	1%	-1%	—%	1%	2%	2%
ヘルスケア事業	—%	—%	1%	2%	-1%	2%	—%	3%
ファブリック& ホームケア事業	1%	—%	—%	1%	—%	2%	2%	3%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	4%	—%	-1%	—%	—%	3%	4%	4%
<b>P &amp; G 全体</b>	<b>1%</b>	<b>—%</b>	<b>—%</b>	<b>1%</b>	<b>—%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</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2%成長しました。ヘアケア部門の本源的売上高は、北米とヨーロッパとラテンアメリカでの販売数量の増加、および、地域とプレミアム製品による有利なミックスが、主に中国での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。パーソナルケア部門の本源的売上高は、製品革新による販売数量の増加により、二桁台の増加となりました。スキンケア部門の本源的売上高は、販売数量の減少が、スーパープレミアムブランドである「SK-II」の売上増加による有利な製品ミックスにより一部相殺され、一桁台半ばの減少となりました。
- グルーミング事業セグメントの本源的売上高は、製品革新による販売数量の増加が、不利な地域ミックスで一部相殺され、前年と比べ2%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3%成長しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、プレミアム製品の製品革新に起因するミックスにより、一桁台前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、販売数量の増加と価格改定が、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。

- 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、北米での成長に起因する有利な地域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。ホームケア部門の本源的売上高は、販売数量の増加、および、有利な製品ミックスにより、一桁台半ば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4%成長しました。ベビーケア部門の本源的売上高は、販売数量の減少と販売促進活動への投資が、有利な地域ミックスと製品ミックスの効果を上回り、一桁台前半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、有利な地域ミックスが、国際市場での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。ファミリーケア部門の本源的売上高は、力強い販売数量の増加にけん引され、二桁台の増加となりました。

## 2025 事業年度の見通し

P & Gは、2025 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。不利な為替レートと事業売却による悪影響は、純売上高の増加に対し、約1%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3~5%の範囲で増加するとの見通しについても維持しました。

## 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®、ヴイックス®、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。