

* 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](#)でご覧ください。

P & G 2024/25 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 2%減、希薄化後 1 株当たり純利益 1%増の 1.54 ドル

第3四半期中核業績：本源的売上高 1%増、1 株当たり中核利益 1%増の 1.54 ドル

通期の売上高と 1 株当たり利益の見通しを見直し、資金還元の見通しを維持

2025年4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(NYSE:PG)は、2025事業年度第3四半期の純売上高が、前年同期に対し 2%減少し、198 億ドルであったと発表しました。為替レートの影響と事業の買収・売却の影響を除いた本源的売上高は、前年同期と比べ 1% 増加しました。希薄化後 1 株当たり純利益と 1 株当たり中核利益は、前年同期と比べ 1% 増加して 1.54 ドルになりました。

当四半期の営業キャッシュフローは 37 億ドルで、純利益は 38 億ドルでした。調整済フリー・キャッシュフロー生産性は 75% 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、14 億ドルの自社普通株式の買い戻しにより、合計 38 億ドルを株主の皆様に還元しました。今月上旬、P & G は、69 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、135 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	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	\$19.8	\$20.2	-2%	本源的売上高	—	—	1%
希薄化後1株当たり利益	\$1.54	\$1.52	1%	1株当たり中核利益	\$1.54	\$1.52	1%

* 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・モーラーは、「当社は、厳しく流動的な消費環境および地政学的環境の中、当四半期において、堅調な業績を達成しました。当社は、当社ブランドと他社と競合している市場の長期の成長見通しの達成に確信を持つつも、短期の見通しに、現在の市場環境を反映して、適切な調整を加えているところです。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、顧客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きます。当社は、消費者に対する価値を高め、そのカテゴリーでの成長を促すように、様々な価格帯にわたり、優れた製品革新に対する投資を維持しています」と述べています。

1-3 月期について

2025 事業年度第 3 四半期の純売上高は、前年同期比 2% 減の 198 億ドルでした。為替レートの影響と事業の買収・売却の影響を除いた本源的売上高は、価格改定により 1% 増加しました。ミックスと本源的販売量は、当四半期の売上高成長に影響を与えませんでした。

2025年1-3月期	販売	為替	価格	ミックス	その他 ⁽²⁾	純売上高	本源的販売量	本源的売上高
<u>純売上高増減要因⁽¹⁾</u>	<u>数量</u>	<u>レート</u>	<u>改定</u>					
ビューティー事業	—%	-3%	3%	-2%	—%	-2%	1%	2%
グルーミング事業	1%	-4%	2%	—%	-1%	-2%	1%	3%
ヘルスケア事業	-1%	-3%	1%	3%	—%	—%	-1%	4%
ファブリック & ホームケア事業	-1%	-2%	—%	—%	—%	-3%	—%	—%
ベビー、フェミニン & ファミリーケア事業	-2%	-2%	—%	1%	-1%	-4%	-2%	-1%
P & G全体	-1%	-2%	1%	—%	—%	-2%	—%	1%

(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。ヘルスケア部門の本源的売上高は、ラテンアメリカと北米における価格改定、および、プレミアム製品による有利な製品ミックスが、主に中国での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が、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、販売数量の減少と不利な地域ミックスが、主に中国における価格設定の見直しの効果を上回り、一桁台前半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、本源的販売量の増加と、主として、ラテンアメリカ、ヨーロッパ、ならびに、北米における価格設定の見直しにより、前年と比べ 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 4% 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製品ミックスの影響が販売数量の減少により一部相殺され、一桁台前半の増加となりました。パーソナルヘルスケア部門の本源的売上高は、販売数量の伸び、および、主にラテンアメリカとヨーロッパにおける価格改定により、一桁台後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、前年同期と同水準でした。ホームケア部門の

本源的売上高は、販売数量の減少の悪影響が、プレミアム製品による有利な製品ミックスの影響を上回り、一桁台前半の減少となりました。

- 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、販売数量の減少の悪影響が、有利な地域ミックスと製品ミックスの影響を上回り、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、有利な製品ミックスによる影響が、販売数量の減少で相殺されて、増減なしとなりました。ファミリーケア部門の本源的売上高は、販売数量の減少、不利な製品ミックス、ならびに、販売促進活動に対する投資により、一桁台前半の減少となりました。

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と比べてほとんど変わらず、本源的売上高が前年度と比べて約2%増加すると見込んでいます。

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/blogs>(英語)をご参照ください。