

\*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 2021/2022 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7%増、希薄化後1株当たり純利益6%増の1.33ドル

第3四半期中核業績：本源的売上高10%増、1株当たり中核利益6%増の1.33ドル

2022事業年度通期の売上高の見通しを上方修正。1株当たり利益の見通しを維持

2022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、2022事業年度第3四半期の純売上高が、前年同期比7%増の194億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、10%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6%増加して1.33ドルになりました。

当四半期の営業活動によるキャッシュフローは32億ドルになり、調整済フリーキャッシュフロー生産性は74%でした。当社は、約22億ドルの配当金、12億ドルの自社普通株式の買い戻しにより、合計34億ドル超を株主の皆様に還元しました。

単位：十億ドル、ただし1株当たりの数値を除く

第3四半期(1-3月期)							
米国会計基準	2022年度	2021年度	%増減	会計基準外*	2022年度	2021年度	%増減
純売上高	\$19.4	\$18.1	7%	本源的売上高	—	—	10%
希薄化後1株当たり利益	\$1.33	\$1.26	6%	1株当たり中核利益	\$1.33	\$1.26	6%

\* 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。

社長兼最高経営責任者(CEO)ジョン・モラーは、「P & Gは、大幅なコスト上昇の逆風の中でも、力強い売上高とそれに続く利益の成長を当四半期も達成しました。これを受け、当社は、通期の売上高の見通しを上方修正し、1株当たり利益の見込みを維持しました。当社は、製品の優位性、生産性の向上、建設的な中断、継続的なP & Gの組織と企業文化の革新を続けるという戦略に、引き続き焦点をあてていきます。これらの戦略により、当社は力強い成長を維持することが可能になります。これらは、当面のコストと営業上の困難に対して事業を管理し、バランスの取れた成長を達成し、付加価値を生み出すための正しい戦略です」と述べています。

### 1-3月期について

2022事業年度第3四半期の純売上高は、前年同期比7%増の194億ドルでした。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、10%増加しました。本源的売上

高の増加は、販売数量の3%増、価格改定の5%増、ならびに2%に上る有利な地域ミックスと製品ミックスにより、もたらされました。

2022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%	4%	—%	—%	2%	-1%	3%
グルーミング事業	1%	-5%	6%	1%	—%	3%	1%	8%
ヘルスケア事業	8%	-3%	3%	5%	—%	13%	8%	16%
ファブリック& ホームケア事業	4%	-3%	5%	1%	—%	7%	5%	10%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	2%	-3%	5%	2%	1%	7%	2%	10%
<b>P &amp; G 全体</b>	<b>3%</b>	<b>-3%</b>	<b>5%</b>	<b>2%</b>	<b>—%</b>	<b>7%</b>	<b>3%</b>	<b>10%</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3%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、主に価格改定と市場の成長によりもたらされ、不利な製品ミックスで一部相殺されて、一桁台前半の成長でした。ヘアケア部門の本源的売上高は、価格改定が寄与し、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に関連した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。
- 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8%増加しました。カミソリ・替刃部門の本源的売上高は、製品革新、市場拡大、価格改定、プレミアム製品と先進市場での成長によるミックスの改善により、二桁台の増加となりました。すべての地域で、本源的売上高が増えました。電化製品部門の本源的売上高は、前年同期に、感染症の世界的な流行のための巣ごもり需要で、家庭内での電気シェーバーと電気スタイリング機器の消費が高まった反動により、一桁台前半の減少となりました。
- 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16%増加しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、プレミアム製品の継続的な成長と価格改定により、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は、風邪やインフルエンザの前年を上回る流行と、睡眠用の製品と消化促進用の製品での製品革新が寄与し、本源的売上高が30%以上増加しました。すべての地域で、本源的売上高が増えました。
- 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、前年同期と比べ10%増加しました。ファブリックケア部門の本源的売上高は、製品のプレミアム化、製品革新、ならびに価格改定を背景にした力強い成長にけん引され、二桁台の増加となりました。ホームケア部門の本源的売上高は、新型コロナウイルス感染拡大に伴う家庭用

洗剤などの消費拡大の影響を受けた前年同期に対して、価格改定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10%成長しました。ベビーケア部門の本源的売上高は、市場の成長、製品革新、ならびに価格改定により、二桁台の成長となりました。フェミニンケア部門の本源的売上高は、製品革新、市場の拡大、有利な製品ミックス、ならびに価格改定により、二桁台の増加となりました。本源的売上高は、すべての地域で増加しました。ファミリーケア部門の本源的売上高は、価格改定により一桁台半ばの増加となりました。

## 2022 事業年度通期の見通し

P & Gは、2022 事業年度通期の報告書上の純売上高が前年度比3~4%の範囲で増加するとしていた見込みを4~5%の範囲に上方修正しました。また、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、6~7%の範囲に上方修正しました。為替レートは、当事業年度通期の報告書上の純売上高の増加に対し、2%の悪影響を及ぼすものと現在予想されます。

## 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 <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。