

\*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 2019/20 事業年度 第4四半期(4-6月期)業績

第4四半期米国会計基準：純売上高4%増、希薄化後1株当たり純利益は3.19ドル増加の1.07ドル

第4四半期中核業績：本源的売上高6%増、1株当たり中核利益は5%増加の1.16ドル

通期米国会計基準：純売上高5%増、希薄化後1株当たり純利益は247%増加の4.96ドル

通期中核業績：本源的売上高6%増、1株当たり中核利益は13%増加の5.12ドル

2020年7月30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、2020事業年度通期の純売上高が、前年同期比5%増の710億ドルであったと発表しました。本源的販売数量の4%増を受け、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、6%増加しました。希薄化後1株当たり純利益は、前年の基準期間に「ジレット」カミソリ・替刃事業に関する現金支出を伴わない減損損失があったことを主な要因に、前年同期に対し247%増加して4.96ドルになりました。1株当たりの中核利益は、13%増加し、5.12ドルになりました。2020事業年度通期の営業キャッシュフローは174億ドルで、調整済フリーキャッシュフロー生産性は114%でした。P & Gは、2020事業年度を通じて、78億ドルの配当金と74億ドルの自社株式の買い戻しにより、合計152億ドルを株主の皆様に戻しました。

当社の2020事業年度第4四半期の純売上高は、前年同期と比べ4%増の177億ドルでした。本源的販売数量の3%増を受け、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、6%増加しました。希薄化後1株当たり純利益は、前年の基準期間に「ジレット」カミソリ・替刃事業に関する現金支出を伴わない減損損失があったことを主な要因に、前年同期に対し3.19ドル増加して1.07ドルになりました。1株当たり中核利益は、5%増加して1.16ドルになりました。当該四半期の営業キャッシュフローは48億ドルで、調整済フリーキャッシュフロー生産性は161%でした。

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、従業員の健康と安全を最優先にしながら、世界中の消費者の日々の健康、衛生、清掃へのニーズを満たし社会にとって重要な役割を果たしているP & G製品の安定供給に努めることで、新型コロナウイルス感染症拡大防止に貢献しています。当社は、この危機を乗り越えてさらに成長できると期待しています。2020年度に当社は、新型コロナウイルス感染症拡大前とその後の期間を通じて、バランスのとれた強固な売上高と利益を達成し、それぞれの目標を達成、または上回り、P & Gの高いコミットメントと対応能力、ならびに当社の戦略の確かさを示しました」と述べています。

## 2020年度4-6月期について

2020事業年度第4四半期の純売上高は、前年同期比4%増の177億ドルでした。為替レートは当四半期の純売上高に3%の悪影響を及ぼしました。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、主に本源的販売数量の3%増の恩恵を受け、6%増加しました。販売数量の増加は、強力な製品革新、新型コロナウイルス感染症拡大に関連して、特に北米と中国で、ハウスホールドクリーニング部門、パーソナルヘルスケア部門、パーソナルクレンジング部門で消費者の需要が高まったことによるものです。これらは、主に感染拡大により小売店での買い物が一時的に制限されたことによるその他の地域、事業部門での販売数量の減少により、一部相殺されました。価格改定は、純売上高の増加に2%寄与しました。有利なミックスは、当社平均よりも販売単価の高い北米地域と中国地域、および、ホームケア部門とパーソナルヘルスケア部門での高い成長により、本源的売上高の伸びに1%寄与しました。

2020年4-6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%	—%	—%	—%	2%	3%
グルーミング事業	-4%	-4%	2%	1%	—%	-5%	-4%	-1%
ヘルスケア事業	-1%	-3%	1%	2%	—%	-1%	-1%	2%
ファブリック& ホームケア事業	8%	-3%	2%	4%	—%	11%	8%	14%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	1%	-2%	3%	1%	—%	3%	1%	5%
<b>P &amp; G 全体</b>	<b>3%</b>	<b>-3%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>6%</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、一桁台前半の減少でした。これは、感染症拡大に関連して、旅行が制限されたことにより、スーパープレミアムブランドである「SK-II」が二桁台減少したことで、製品ミックスが悪化したことが主要因です。製品革新、およびクレンジングと除菌製品に対する消費者需要が増加したことにより、パーソナルクレンジング部門で販売数量が増加したために、一部相殺されました。ヘアケア部門の本源的売上高は、強力な製品革新と北米と中国での小売店向け活動、ならびに販売促進活動の縮小と小売店での在庫補充により価格設定を見直したことを受け、一桁台後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、前年同期と比べ1%減少しました。カミソリ・替刃部門の本源的売上高は、複数の市場において、感染症拡大に関りカミソリの使用頻度が減少したことによる販売数量の減少により、ひと桁台半ばの減少でした。電化製品部門の本源的売上高は、製品革新、感染症拡大に関連して移動が一時的に制限されたことによる自宅での電気カミソリやヘアスタイリング機器の需要の高まりにより、二桁台の成長となりました。
- 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2%増加しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、一桁台前半の減少となりました。これは、家電量販店や歯科医院を含め小売店が一時的に閉鎖されたことによる複数の地域での販売数量の減少によるもので、プレミアム製品が比較的に高い成長を見せたことによるミックスの改善効果により、一部相殺されました。パーソナルヘルスケア

ア部門の本源的売上高は、消費者需要の高まり、複数の市場における流通在庫の増加、製品革新、ならびに、マーケティング活動への投資により、二桁台の成長となりました。地域ミックスは、感染症拡大に関連する小売店の閉鎖や移動の制限により、インド、中東&アフリカ地域、ならびにラテンアメリカ地域で販売数量が減少したのに対し、北米では大幅な成長により、売上の成長に貢献しました。

- 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、14%増加しました。ファブリックケア部門の本源的売上高は、消費者需要の高まり、有利な製品ミックス、ならびに、北米と中国での流通在庫の一部積み増しにより、一桁台後半の増加となりました。この成長は、主に感染症拡大による小売店の閉鎖、移動の制限、および、消費者の家庭内在庫の減少に起因する、ヨーロッパ地域、アジア太平洋地域、ならびに、インド、中東&アフリカ地域での販売数量が減少したことにより一部相殺されました。ホームケア部門の本源的売上高は、家庭内清掃製品と台所用洗剤の消費者需要の高まり、製品革新、製品と地域ミックスの改善、ならびに、主として販売促進活動の縮小による価格設定の見直しにより、30%超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、前年と比べ5%成長しました。ベビーケア部門の本源的売上高は、一桁台後半の減少となりました。これは、感染症拡大に関連する消費者の家庭内在庫の削減と、主に開発途上市場における消費の減少によるもので、北米での販売数量の増加、製品ミックスの改善、ならびに貨幣価値の下落に関連する価格設定の見直しにより、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、主に、製品ミックスの改善、製品革新による北米での大幅な成長、ならびに前四半期の流通在庫の減少の反動で流通在庫の充足により、一桁台半ばの増加となりました。この増加は、感染症拡大による小売店での消費者の買い物の制限や消費者の家庭内在庫の削減による販売数量の減少が複数の地域で見られ、一部相殺されました。ファミリーケア部門の本源的売上高は、消費者需要の高まりと販売促進活動の縮小による価格設定の見直しにより、20%超の増加となりました。

## 2020 事業年度の業績

2020 事業年度通期の純売上高は、前年同期比 5%増の 710 億ドルでした。本源的販売数量の 4%増を受け、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、6%増加しました。希薄化後 1 株当たり純利益は、前事業年度に発生した「ジレット」カミソリ・替刃事業の減損損失を主な理由として、前年に対し 247%増加して 4.96 ドルになりました。1 株当たり中核利益は、前年と比べ 13%増加し、5.12 ドルでした。これは主に純売上高の増加、中核営業利益率の増加、ならびに、中核実効税率の低下によるものです。為替レートの影響を除く 1 株当たり中核利益は、前年比 17%増加しました。

## 2021 事業年度の見通し

当社は、2021 事業年度通期のすべてを含めた純売上高が前年度比 1~3%の範囲で増加すると見込んでいます。この見込みは、不利な為替レートによる 1%の悪影響を含みます。また、本源的売上高は 2~4%の範囲で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®、パンパース®、パンテーン®、SK-II®、タイド®、ヴィックス®、ウイパー®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。