

* 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 2022/23 事業年度 第4四半期(4-6月期)業績

通期米国会計基準：純売上高 2%増、希薄化後 1 株当たり純利益 2%増の 5.90 ドル

通期中核業績：本源的売上高 7%増、希薄化後 1 株当たり純利益 2%増

第4四半期米国会計基準：純売上高 5%増、希薄化後 1 株当たり純利益 13%増の 1.37 ドル

第4四半期中核業績：本源的売上高 8%増、希薄化後 1 株当たり純利益 13%増

2023年7月28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、2023事業年度第4四半期と通期の業績を発表しました。

取締役会会長、社長兼最高経営責任者(CEO)ジョン・モラーは、「当社は、第4四半期に増収増益と力強いキャッシュフローを達成することで、2023事業年度通期を力強く締めくくることができました。チームは、厳しい事業環境や大幅なコスト上昇の逆風の中、売上、利益、ならびに、キャッシュフローの当年度の目標を達成、あるいは上回りました。2024年事業年度に向けて、当社は、引き続き直面するマクロ経済と地政学上の困難の中でも、長期的な成長アルゴリズムに沿った力強い本源的売上高の成長、1株当たり利益の成長、フリーキャッシュフロー生産性の達成ができるものと期待しています。当社は、持続的で均衡の取れた成長、および、付加価値の創造を目指して、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への集中や(製品、パッケージ、市場への展開、ならびに、付加価値の)優位性、生産性の向上、建設的な中断、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」と述べています。

単位：十億ドル、ただし1株当たりの数値を除く

通期							
米国会計基準	2023年度	2022年度	%増減	会計基準外	2023年度	2022年度	%増減
純売上高	\$82.0	\$80.2	2%	本源的売上高	—	—	7%
希薄化後1株当たり利益	\$5.90	\$5.81	2%	1株当たり中核利益	\$5.90	\$5.81	2%

単位：十億ドル、ただし1株当たりの数値を除く

第4四半期(4-6月期)							
米国会計基準	2023年度	2022年度	%増減	会計基準外	2023年度	2022年度	%増減
純売上高	\$20.6	\$19.5	5%	本源的売上高	—	—	8%
希薄化後1株当たり利益	\$1.37	\$1.21	13%	1株当たり中核利益	\$1.37	\$1.21	13%

* 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。

2023 事業年度通期の業績

当社は、2023事業年度通期の純売上高が、前年同期に対し2%増加して820億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、

7%増加しました。本源的売上高の増加は、価格改定の9%増、有利なミックスの1%増によりもたらされ、販売数量の3%減により一部相殺されました。

希薄化後1株当たり純利益は、前年同期に対し2%増加して5.90ドルになりました。為替レートの影響を除く1株当たり純利益は、前年同期の1株当たり利益と比べ、11%増加しました。

当社の営業キャッシュフローは168億ドルで、通期の純利益は147億ドルでした。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である調整済フリーキャッシュフロー生産性は95%でした。当社は、2023事業年度を通じて、90億ドルの配当金と74億ドルの自社株式の買い戻しにより、合計160億ドル超を株主の皆様に還元しました。2023年4月の増配で、P&Gは、67年連続の増配と、1890年の株式会社化以来、133年連続の配当を記録しています。

4-6 月期の業績

当社は、2023事業年度第4四半期の純売上高が、前年同期比5%増の206億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、8%増加しました。本源的売上高の増加は、価格改定の7%増、有利なミックスの2%増によりもたらされ、販売数量の1%減により一部相殺されました。

希薄化後1株当たり純利益は、前年同期と比べ13%増加して1.37ドルになりました。当四半期の営業キャッシュフローは53億ドル、純利益は34億ドルで、調整済フリーキャッシュフロー生産性は136%でした。

2023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	—%	-4%	8%	4%	—%	8%	-1%	11%
グルーミング事業	-1%	-5%	9%	—%	—%	3%	-1%	8%
ヘルスケア事業	-3%	-2%	6%	2%	—%	3%	-3%	5%
ファブリック& ホームケア事業	-2%	-2%	6%	3%	—%	5%	-2%	8%
ベビー、フェミニン& ファミリーケア事業	—%	-3%	8%	2%	—%	7%	—%	9%
P & G 全体	-1%	-3%	7%	2%	—%	5%	-1%	8%

(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、前年と比べて11%増加しました。ヘアケア部門の本源的売上高は、価格改定と有利な製品ミックスが、アジア太平洋地域と中国での販売数量の減少で一部相殺され、一桁台後半の増加となりました。スキン&パーソナルケア部門の本源的売上高は、価格の改定、前年同期の中国での新型コロナウイルス感染症対策によるロックダウンの影響を受け、スーパープレミアムブランドである「SK-II」が減少したことの反動によるミックスの良化、ならびに、製品革新からもたらされた販売数量の増加により、10%台前半の増加でした。
- 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、価格改定が、ヨーロッパでの値上げと取引の混乱からもたらされた販売数量の減少で一部相殺され、前年同期と比べ8%増加しました。
- 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、5%増加しました。オーラルケア部門の本源的売上高は、価格改定による効果が、ヨーロッパでの市場の縮小と北米での値上げに起因する販売数量の減少によりおおむね相殺されて、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、呼吸器用製品でより大きく成長したことによる有利なミックス、および、価格改定による効果が大きく寄与し、アジア太平洋地域での市場の縮小による販売数量の減少で一部相殺されたものの、二桁台の増加となりました。
- 当四半期のファブリックケア&ホームケア事業セグメントの本源的売上高は、8%増加しました。ファブリックケア部門の本源的売上高は、価格改定と有利な製品ミックスが、主に中国での販売数量の減少で一部相殺され、一桁台半ばの増加となりました。ホームケア部門の本源的売上高は、価格改定と有利な製品ミックスによる効果が大きく寄与し、市場での販売数量の軟化で一部相殺されたものの、二桁台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9%成長しました。ベビーケア部門の本源的売上高は、価格改定と有利な製品ミックスが、値上げからもたらされた販売数量の減少で一部相殺され、一桁台後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、価格改定と有利な製品ミックスが大きく寄与し、販売数量の減少で一部相殺されたものの、二桁台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、販売数量の増加と価格改定により、二桁台の増加となりました。

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。