



Press Release

2021年3月11日

※本プレスリリースは、2021年3月4日にドイツ・ヘンケル本社が発表した[プレスリリース](#)の日本語訳版です。本プレスリリースは英語が原本であり、その内容・解釈については英文プレスリリースが優先します。

ヘンケル、前年と同水準の配当を提案

ヘンケル、新型コロナウイルス感染症のパンデミックの大きな影響にもかかわらず 2020年度の業績は全体的に堅調

- 世界的な危機のなか、バランスの取れたポートフォリオ、強力なイノベーション、強固な財務体質、献身的なチームが、堅調な業績の主な要因となった
- 2020年の実績は年間見通しの上限の水準に
 - グループの売上高は 19,300 百万ユーロ、既存事業売上高は 0.7%減
 - 売上高営業利益率(EBIT マージン)*は 13.4%で、260 ベーシスポイント減
営業利益*は 2,600 百万ユーロ
 - 優先株(一株)あたり利益(EPS)*は 4.26 ユーロ
為替変動の影響を除外すると 17.9%減
- フリーキャッシュフロー(純現金収支)は 2,300 百万ユーロと非常に堅調
正味財務状況は大幅に改善
- 予定配当金は前年と同水準: 優先株(一株)あたり 1.85 ユーロ
- 目的ある成長アジェンダを順調に実行
2021年以降のさらなる遂行に向けた明確なロードマップ
- 2021年の見通し
 - 既存事業売上高: 2.0~5.0%増
 - 売上高営業利益率(EBIT マージン)*: 13.5~14.5%
 - 優先株(一株)あたり利益(EPS)*: 為替変動の影響を除外して 5.0~15.0%増加

* 一時所得、一時費用およびリストラ費用を除く

デュッセルドルフヘンケル最高経営責任者のカーステン・クノーベルは、「2020年の新型コロナウイルス感染症のパンデミックを原因とする世界経済の急激な後退にもかかわらず、ヘンケルはすべての事業部門で全体的に堅調な業績を上げました。年間の実績は見通しの上限に達しました。これは、バランスの取れたポートフォリオ、優れたイノベーション、強固な財務体質、そして世界中の社員の多大な献身の賜物です。この困難な年に素晴らしい貢献をしてくださった皆さんに感謝いたします」と述べています。

さらにクノーベルは、「ヘンケルの既存事業売上高は 19,300 百万ユーロと、前年の水準をわずかに下回りましたが、調整後の売上高営業利益率(EBIT マージン)は 13.4%と、事業の収益性を維持しました。また、フリーキャッシュフローは 2,300 百万ユーロ超と非常に堅調で、過去最高となった前年とほぼ同水準となりました。こうした堅調な実績と、強固な財務基盤をもとに、ヘンケルは、間もなく開催される年次株主総会において、前年と同水準の配当を提案する予定です。ヘンケルは株式公開以来、過去 35 年間にわたって、つねに前年と同水準もしくはそれ以上の配当を支払ってきました」と述べました。

「コロナ危機のなか、ヘンケルは社員の安全を最優先課題としながら、市場の変化に柔軟かつ迅速に順応しました。それと同時に、優れたポートフォリオを構築すること、影響力のあるイノベーション

の加速、すべての行動へのサステナビリティのさらなる取り組み、およびデジタルトランスフォーメーションの推進によって競争上の強みを生み出すこと、ならびに未来を見据えたオペレーションモデルを確立することというすべての柱において、戦略的アジェンダの実行に順調に着手し、推進することができました。しかし、私にとって何よりも重要なのは、私たちが協力的な企業文化を強化し、お客様や消費者の皆様、会社、社員や株主の皆様、そして社会や地球のために、優れたパフォーマンスと目的ある成長の実現を可能にする、強力な変化の機運を生み出すことができたということです」

アドヒーズ テクノロジーズ(接着技術)事業部門の年間の売上高は、主要産業の大幅な需要減を反映して、前年の水準を下回りました。しかし、幅広いポートフォリオと革新的なソリューションが功を奏し、世界的な景気低迷の中、同事業部門は力強さを示しました。

ビューティーケア事業部門の既存事業売上高は、強制休業によるヘアサロン向け事業の影響を大きく受け、前年の水準を下回ったものの、リテール事業は好調な伸びを記録しました。これは、トップブランドの好業績と、主要な消費者トレンドに応えた新製品の発売によるものです。

ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は、衛生関連製品の急激な需要増と、よりサステナブルな製品の需要増にも応えたイノベーションの成功に支えられて、非常に力強い伸びを示しました。

第 2 四半期は接着技術事業部門とビューティーケア事業部門においてパンデミックとそれにとまなう休業により売上高に大きな悪影響が生じましたが、2020 年の後半は、3 つの事業部門のすべてにおいて、既存事業売上高が対前年比で好調な伸びを示しました。ビューティーケア事業部門およびランドリー&ホームケア事業部門の一般消費者向け製品事業の動向は、各種ブランド、イノベーション、デジタル化への投資拡大にも支えられました。

グループ全体の調整後の営業利益(EBIT)は、19.9%減少して 2,600 百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率(EBIT マージン)は、2019 年から 2.6 ポイント減の 13.4%となりました。調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)は、為替変動の影響を除外して、17.9%減の 4.26 ユーロとなりました。

カーステン・クノーベルは、「このような利益の動きは、コロナ危機にもかかわらず 2020 年の初めに発表した通りの投資拡大が行われたことを反映しています。コロナ危機で主要な事業セグメントの需要が減少したことも収益性に悪影響を及ぼしました。しかし、適切なコスト管理と改善されたオペレーションモデルの実行により、利益に対するコロナ危機の影響を部分的に緩和することができました」と説明しました。

「ヘンケルは、この危機に対応しながら、今後数年にわたり、引き続き野心的な成長アジェンダに全力で取り組みます。今後、私たちはより一層の自信を持って、グローバルチームとともに目的ある成長のアジェンダを遂行し、着実に未来を築いていきます」

2021 年の見通し

カーステン・クノーベルは、「2021 年に入っても、パンデミックが今後どのように展開するのか、ワクチン接種がどの程度迅速に進むのか、そしてこれが多くの国に広がっている制限にどのような影響を及ぼすのかなど、きわめて不透明な状況が続いています。私たちは、産業需要や当社に関連のある消費者セグメント、とくにヘアサロン向け事業は回復するとみています。それと同時に、パンデミックの影響で需要が増えたカテゴリーにおいても、消費者需要が通常の水準に戻ると考えています。さらに、多くの主要市場で現在実施されている制限は第 1 四半期中のいずれかの時点で解除され、年内にリテール・工業用事業、および生産設備の広範な休業が行われることはないかと予想しています」と述べました。

これらの予想に基づき、ヘンケルは、2021 年度には売上高と利益の成長を見込んでいます。既存事業売上高成長率は 2.0~5.0%、調整後の売上高営業利益率(EBIT マージン)は 13.5~14.5%

と予想しています。調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)については、為替変動の影響を除外して5.0~15.0%増加すると予想しています。

2020年度のグループの売上高および利益

ヘンケルグループの2020年度の売上高は、前年比4.3%減の19,250百万ユーロでした。為替変動と買収・売却による影響を除外した**既存事業売上高**は、0.7%減とわずかに減少しました。買収・売却の貢献は0.3%でした。為替変動による売上高への影響はマイナス3.9%でした。

新型コロナパンデミックによって主要産業顧客の需要が大幅に減少したため、**接着技術事業部門**の既存事業売上高は4.2%減となりました。**ビューティーケア事業部門**の既存事業売上高は、リテール事業が順調な伸びを記録したものの、パンデミックによって主要な地域や市場の多くでヘアサロン向け事業が苦境に立たされたことがとくに影響し、前年の水準を2.8%下回りました。**ランドリー&ホームケア事業部門**の既存事業売上高は、5.6%増と非常に力強い伸びを達成しました。これは、強力なイノベーションと、パンデミックに関連した衛生製品の需要増によるものです。

新興成長市場の既存事業売上高は3.0%増となりました。**成熟市場**の既存事業売上高は3.2%減となりました。

西欧の既存事業売上高は、引き続き競争の激しい市場環境のもと、4.4%減となりました。**東欧**の既存事業売上高は7.1%増を達成しました。**アフリカ・中東**の既存事業売上高は7.0%増、**北米**の既存事業売上高は2.2%減を記録しました。**中南米**の既存事業売上高は0.5%減とわずかに減少し、**アジア太平洋地域**の既存事業売上高は1.6%減少しました。

調整後の営業利益(調整後のEBIT)は2019年度の3,220百万ユーロから19.9%減少し、2,579百万ユーロとなりました。

調整後の売上高営業利益率(調整後のEBITマージン)は、前年比2.6%ポイント減の13.4%となりました。マーケティング、広告、およびデジタル化やITへの投資拡大がここでも影響を及ぼしました。

調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)は、2019年度の5.43ユーロから21.5%減少し、4.26ユーロとなりました。為替変動の影響を除外した調整後のEPSは、前年を17.9%下回りました。

売上高に対する**正味運転資金**は、前年の3.9%から大幅に改善され、0.7%となりました。

フリーキャッシュフローは引き続き非常に堅調で、2,338百万ユーロと、前年とほぼ同水準となりました(2019年:2,471百万ユーロ)。

2020年12月31日時点でのヘンケルの**正味財務状況**は、大幅に改善してマイナス888百万ユーロとなりました(2019年12月31日時点ではマイナス2,047百万ユーロ)。

経営委員会、監査委員会および株主委員会は、2021年4月16日の年次株主総会において、前年と同じく優先株(一株)あたり1.85ユーロ、普通株(一株)あたり1.83ユーロの**配当**を提案する予定です。配当性向は43.7%で、コロナパンデミックによる利益への負担の特別な性質を反映した配当性向目標である30~40%を上回っています。この配当額は、とくに、ヘンケルグループの強固な財務基盤と低い正味財務負債によって可能になりました。今後、ヘンケルの配当方針に変更はありません。

2020年度の事業部門別実績

2020年度の**接着技術事業部門**の名目売上高は、前年比8.2%減の8,684百万ユーロでした。**既存事業売上高**は4.2%減少しました。とくに上半期は新型コロナパンデミックの影響を強く受けました。しかし、下半期には、すべての事業セグメントや地域で需要が回復しました。**調整後の営業利**

益は 1,320 百万ユーロに達しました(前年:1,712 百万ユーロ)。調整後の売上高営業利益率は 15.2%と、2019 年の水準を下回りました。これはとくに、パンデミックに起因する売上高の大幅な減少によるものです。

2020 年度、ビューティーケア事業部門の既存事業売上高は 2.8%減少しました。名目売上高は前年比 3.2%減の 3,752 百万ユーロでした。リテール事業の既存事業売上高は全体的に好調でしたが、ヘアサロン向け事業が新型コロナパンデミックの悪影響を強く受けました。調整後の営業利益は 377 百万ユーロとなりました(前年:519 百万ユーロ)。調整後の売上高営業利益率は、ヘアサロン向け事業の売上高減少と、マーケティング、広告、およびデジタル化や IT への投資拡大による影響を受けて、10.0%となりました。

2020 年度のランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は 5.6%増加しました。名目売上高は 0.7%増の 6,704 百万ユーロでした。調整後の営業利益は 1,004 百万ユーロとなりました(前年:1,096 百万ユーロ)。調整後の売上高営業利益率は、とくにマーケティング、広告、およびデジタル化や IT への投資拡大を原因として、2019 年の水準を下回る 15.0%となりました。

「意義ある成長」アジェンダ: 力強い機運

2020年3月の初めに、ヘンケルは今後数年間の会社の成長アジェンダを発表しました。その重点分野は、優れたポートフォリオの構築、とくにイノベーション、サステナビリティ、デジタル化の領域における競争上の強みの強化、未来を見据えたオペレーションモデルの確立、ならびに、力強く協力的な企業文化の創出です。カーステン・クノーベルは、「この戦略的枠組みにより、ヘンケルは、意義ある成長に明確に狙いを定めつつ2020年代を勝ち抜くことができます。2020年は危機管理に注力せざるを得なかったにもかかわらず、ヘンケルは成長アジェンダの実行に着手することができました。私たちは2021年以降も、さらなる進展を目指して全力で取り組んでいく所存です」と述べました。

ヘンケルの今後の方向性の重要な要素の一つが、**機能的なポートフォリオ管理**です。ヘンケルは、総売上1,000百万ユーロ超におよぶ主に一般消費者用事業のブランドやカテゴリーを特定し、そのうちの約50%を2021年までに売却または廃止することにしていきます。残りのブランドや事業は持続可能な業績改善がみられると予想されています。2020年には、これらのブランドや事業部門の収益基盤の60%で売上高改善の兆しが見られました。

2020年の市場の不透明感にもかかわらず、ヘンケルはすでに、年間売上高100百万ユーロ超の事業について、売却合意に署名、売却を完了、または事業を廃止しました。ヘンケルの機能的なポートフォリオ管理にのっとり、売却または廃止される事業の現金支出を伴わない減損損失として、2020年に約300百万ユーロの費用が計上されました。

それと同時に、ヘンケルは、その強固なバランスシートを生かして、**M&A**によってポートフォリオを強化しました。2020年には、ビューティーケア事業部門と接着技術事業部門において、総買収価格およそ500百万ユーロの2件の買収が合意・完了しました。

ヘンケルは、その**競争上の強み**をさらに強化するために、影響力のある**イノベーション**を加速し、差別化要因として**サステナビリティ**を強化し、会社の**デジタルトランスフォーメーション**を推進しています。

ヘンケルは2020年に、各種ブランド、テクノロジー、イノベーションの強化、ならびに会社のデジタルトランスフォーメーションの加速のために、**投資**を対2019年で約200百万ユーロ増額しました(対2018年では350百万ユーロ)。この投資は具体的な成果を生み始めており、多くの主要な市場やカテゴリーでマーケットシェアを拡大することができました。また、ヘンケルは、イノベーションプロセスと新製品の発売をさらに加速しました。この成果として、例えば「ファストトラックイノベーション」によって、衛生・殺菌・クリーニング製品の急激な需要拡大に迅速に対応することができました。衛生製品、より自然でサステナブルな製品、より便利な製品といった主要トレンドに重点が置かれました。

イノベーションを加速し、**新たなビジネスモデル**を構築するために、一般消費者用事業のビューティーケア事業部門とランドリー&ホームケア事業部門は、機動的な業務アプローチとグローバルカンパ

ニーの規模と専門知識を組み合わせた複数の社内インキュベーターチームを構築しました。創業者フリッツ・ヘンケルに着想を得た「Fritz Beauty Lab(フリッツ・ビューティー・ラボ)」はその一例で、既存ブランドの成長ポテンシャル領域や、全く新しいブランドを作るための空白領域を特定することを目的としています。ランドリー&ホームケア事業部門も、統一ブランドLove Nature(ラブ・ネイチャー)のもと、ランドリー&ホームケア領域のサステナブルなソリューションに焦点を当てたサステナビリティ立案部門を新たに立ち上げました。接着技術事業部門では、デュッセルドルフの最先端イノベーションセンターへの投資を継続しました。投資総額130百万ユーロの同センターは間もなく完成し、2021年の前半に操業を開始します。

サステナビリティは、ヘンケルの大きな強みの一つです。格付けやランキングでいつも確認されている通り、ヘンケルはこの分野において主導的な役割を果たしています。ヘンケルは、この強固な実績をもとに、競争上の差別化要因としてサステナビリティを活用することを目指しています。ヘンケルは 2020 年も引き続き、すべての事業活動にサステナビリティを取り組み、バリューチェーン全体で進展を後押しすることができました。ビューティーケア事業部門では、Nature Box(ネイチャー・ボックス)および「N.A.E.」ブランドのソリッドバーなど、ナチュラルでサステナブルな製品に対する消費者の期待の高まりに応える新製品を発売しました。ランドリー&ホームケア事業部門では、Pro Nature(プロ・ネイチャー)シリーズを拡大するとともに、クロスカテゴリーのサステナブルブランド Love Nature の導入に成功しました。接着技術事業部門では、Loctite(ロックタイト) ブランドのもとで新たなテクノロジーが開発されました。このテクノロジーにより、食品・非食品の包装に使用されるポリエチレンを紙に置き換えることができます。さらにヘンケルは、よりサステナブルな製品を生み出すためのイノベーションだけでなく、北米のヘンケル全拠点のエネルギー需要をカバーする再生可能エネルギーの仮想電力購入契約を締結しました。またヘンケルは、バリューチェーン上のプラスチック廃棄物の削減措置に資金を提供するために約 100 百万ユーロのプラスチック廃棄物削減債を発行した最初の企業でもあります。この債券は、循環型経済の促進とプラスチック廃棄物の削減、ならびにサステナブルファイナンスに対するヘンケルのコミットメントを明確に示すものです。

ヘンケルは、2010年から2030年までの間に、環境フットプリントに関する**オペレーション、製品、サービスの価値**を 3 倍にするという目標を掲げています。ヘンケルはこの長期目標に向けて、2020 年の中期的ターゲットを定めました。ヘンケルは、設定したターゲットをほとんどの面で達成することができました。2020 年、ヘンケル全体の資源効率率は 2010 年と比べて 64%改善されました。

イノベーションやサステナビリティと並んで、ヘンケルの競争上の強みを強化するもう一つの重要な要因は、すべての事業部で**デジタル化**によってお客様と消費者にとっての価値を創造することです。このプロセスを可能にし、加速するために、ヘンケルは 2020 年に、デジタルとビジネスプロセス管理と IT の専門知識を一つのグローバルな組織に集約した新ユニット Henkel dx を設立しました。Henkel dx は、ベルリンに最初のイノベーション拠点を開設し、今後さらに多くの拠点を築いてグローバルなネットワークを拡大する予定です。2020 年の一年間で、デジタルチャネルの売上シェアは大幅に伸び、すべての事業部門が恩恵を被りました。全体として、ヘンケルのデジタル売上高は約 20%増加し、一般消費者用事業全体で 60%を超える成長を遂げました。グループ全体では、総売上高に占めるデジタルの割合はさらに増加し、約 15%となりました。

効率的で、迅速な、未来を見据えた**オペレーションモデル**は、ヘンケルの戦略的枠組みの重要な構成要素です。これを実現し、競争力と効率性を高めるために、ヘンケルはつねに会社全体のプロセスと構造の改良および再構築に取り組んでいます。そうすることにより、新たなビジネスモデルを可能にし、より迅速な意思決定によって消費者やお客様、顧客の皆様との距離を縮め、効率性をさらに向上させることを目指しています。2020 年には、接着技術事業部門で新たな組織構造を導入した結果、それぞれの顧客層や市場により適切に対応することができました。ビューティーケア事業部門とランドリー&ホームケア事業部門では、さらなる組織変革を実施し、地域によりはっきりと焦点を当てて、お客様や消費者の皆様との距離を縮められるようにしました。

ヘンケルの企業文化のさらなる発展と**文化変容**の加速は、ヘンケルの「意義ある成長」アジェンダの主軸です。ヘンケルは、意思決定力を持つ社員と全社員を対象としたヘンケルのリーダーシップコミットメントを中心に据えた協力的な企業文化を育むことを目指しています。2020 年、ヘンケルは、

協力と意思決定力の文化を促進し、未来に向けて社員の能力を向上させ、個人として職業人としての社員の成長と開発を可能にするために、一連の方策に着手しました。ヘンケルは、強みと改善すべき点を明らかにし、今後の企業文化の方向性を探るために、グローバルな組織健全度調査を実施しました。企業文化をつねに修正・進化させ、多くの人に好まれる魅力的な雇用者であり続けるための努力は、主要な雇用者評判ランキングにおける著しい上昇やベンチマークの著しい改善にも表れています。

カーステン・クノーベルは、「ヘンケルが世界的なパンデミックに対処しつつ、戦略的アジェンダの実行を進められたことを誇りに思います。力強い業績の達成と財務基盤のさらなる強化を可能にしたヘンケルの事業のレジリエンスに感銘を受けました。しかし、何よりもまず、ヘンケルの社員の皆さんに対して感謝と心からの尊敬の念を覚えています。2020年に彼らが示してくれた素晴らしいパフォーマンスと協力、前向きな姿勢は、私を感動させ、私の志気を高めてくれました。この異例の一年に計り知れない貢献をしてくれた社員の皆さんに感謝いたします」とまとめました。

ヘンケルについて

ヘンケルはバランスのよい、多角的なポートフォリオを備え、産業および一般消費者向け事業をグローバルに展開しています。優れたブランドとイノベーション、テクノロジーを誇るヘンケルは、アドヒーズテクノロジー（接着技術）、ビューティーケア、ランドリー & ホームケアの3分野において、グローバルリーダーとしての地位を維持しています。1876年に創立し、140年以上に及ぶ成功の歴史があるヘンケルは、ドイツのデュッセルドルフに本社を置き、世界に約53,000人の社員を擁しています。サステナビリティの分野をリードする存在として評価されるヘンケルは、多くの国際的指標やランキングでトップの地位を維持しています。2020年の売上高は190億ユーロを超え、営業利益はおよそ26億ユーロでした。ヘンケルの優先株はドイツ株式指数DAXのリストに入っております。さらなる情報はこちら www.henkel.com をご覧ください。

ヘンケルジャパンホームページ: <http://www.henkel.co.jp>

ヘンケルジャパンフェイスブックページ: <http://www.facebook.com/HenkelJapan>

本資料には、今後ヘンケルに影響を及ぼしうる将来の事業動向、財務成績、その他の出来事または動向に関する記述が含まれており、これらは将来予測に関する記述に該当する可能性があります。将来予測は、英文中“expect”“intend”“plan”“predict”“assume”“believe”“estimate”“anticipate”“forecast”等の語や同様の表現を用いて特徴づけられています。本プレスリリースにおける将来予測は、弊社経営陣の知見と現在の予測に基づくものです。こうしたステートメントは、将来予測の実現を確約するものではありません。将来のヘンケル社および関連企業の業績は、多くのリスクならびに不確実な要因によって、本稿の将来予測とは異なる場合があります。こうした要因の多くは、経済状況や競合の活動、その他市場要因など、弊社のコントロールを超えるものや前もって正確に予測することができないものです。ヘンケルは、これら将来予測をアップデートする意向はなく、またそれに関するいかなる義務を負うものでもありませんので、ご了承ください。

本資料には、適用可能な財務報告枠組みの中で明確に定義されていない代替的業績指標であるか、またはそのような可能性のある補足的な財務指標が含まれています。ヘンケルの純資産、財務状況または経営成績を評価する際は、これらの補足的な財務指標を単独で解釈すべきではなく、また連結決算報告書に適用される財務報告枠組みに従って表示されたヘンケルの純資産、財務状況または経営成績の代替的指標と見なすべきではありません。類似の名称の代替的業績指標を報告または記載している他の企業は、かかる指標を、ヘンケルとは異なる方法で計算している可能性があります。

本資料は情報提供のみを目的としており、投資助言を提供するものではなく、有価証券の売却の申し出または購入の勧誘を構成するものではありません。

コンタクト

Lars Witteck

Phone: +49 211 797 - 2606

Email: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Phone: +49 211 797 - 1875

Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

— 本件に関するお問合せ先 —

ヘンケルジャパン株式会社 広報室 小野尾 秀美

TEL: 03-5783-1219 e-mail: hidemi.onoo@henkel.com