

2021 年第 1 四半期業績レポート(1 月-3 月)

2021 年 5 月 14 日

※2021 年 5 月 6 日にドイツ・ヘンケル本社が発表した[業績レポート](#)の日本語訳版です。本業績レポートは英語が原本であり、その内容・解釈については英文原本が優先します。

2021 年度の見通しを上方修正: 売上高と利益がさらに増加の見込み

## ヘンケル、2021 年度の力強いスタートを報告

- グループの既存事業売上高成長率は 7.7%増の約 50 億ユーロ、名目売上高は為替変動の影響を受けながらも 0.8%増
- 全事業部門が既存事業売上高増を記録
  - アドヒーズ テクノロジーズ(接着技術)事業部門の既存事業売上高成長率は 13.0%増と 2 桁増、名目売上高は 6.7%増
  - ビューティーケア事業部門の既存事業売上高成長率は 2.3%増と好調、名目売上高は 1.1%減
  - ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高成長率は 4.1%増と非常に堅調、名目売上高は 5.6%減
- 新興成長市場の既存事業売上高成長率は 18.5%増と 2 桁増、成熟市場は 0.5%増
- ヘンケル、2021 年度の見通しを上方修正
  - 既存事業売上高成長率: 4.0~6.0%増
  - 売上高営業利益率(EBIT マージン): 14.0~15.0%
  - 優先株(一株)あたり利益(EPS): 為替変動を除外して 1 桁台後半から 10%台半ばまで増加

※一時所得、一時費用およびリストラ費用を除く

2021 年 5 月 6 日、デュッセルドルフ - ヘンケルは、2021 年度は全体的に非常に順調なスタートを切っており、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)による世界的な危機が多くの市場の社会経済環境に引き続き悪影響を及ぼしているにもかかわらず、**第 1 四半期**の既存事業売上高成長率は 7.7%増と大幅な伸びを示しました。**グループ売上高**は約 50 億ユーロに達しましたが、名目売上高は為替変動の影響を受けて 0.8%増でした。

ヘンケル最高経営責任者のカーステン・クノーベルは、「第 1 四半期には、すべての事業部門の貢献により、非常に好調な業績を達成しました。工業製品需要が当初の予想を上回る力強い回復をみせているため、市場には引き続き先行き不透明感が残るものの、今年度の実績を前向きに展望しています。今年度の力強いスタートを受け、当社は本日、2021 年度の売上高と収益の見通しを上方修正しました」と述べています。

クノーベルはさらに、「第 1 四半期には、特に接着技術事業部門の牽引により、売上高が大幅に伸び、すべての事業分野と地域で力強い回復がみられ、既存事業売上高成長率は 2 桁増を達成しました。ビューティーケアとランドリー&ホームケアの一般消費者用事業でも既存事業売上高成長率の増加を記録しました。地域別にみると、第 1 四半期には、主に新興成長市場の牽引により、非常に好調な売上高を上げ、すべての地域で既存事業売上高成長率が 2 桁増となりました。ヘンケルの第 1 四半期業績は、工業用事業および一般消費者用事業のお客様向けに、有力なブランドと革新的なテクノロジーからなる強固でバランスの取れたポートフォリオを提供していることを証明するものです。これと同時に、第 1 四半期にグループ全体で非常に好調な進展があったことは、当社の優秀なグローバルチームの献身の賜物です。前例のない、誰にとっても困難な状況のなか、当社チームはヘンケルの長期的な成功に大きく貢献しています」と述べています。

**接着技術事業部門は、全事業分野と地域で大幅な回復を達成し、全体的な既存事業売上高成長率は 13.0%増と 2 桁増を達成しました。**

ビューティーケア事業部門では、第 1 四半期に新型コロナウイルス感染症のパンデミック(世界的大流行)に伴う市場停滞の影響を受けながらも、既存事業売上高成長率は 2.3%増と好調でした。一般消費者向け事業では、前年同期比でプラスの業績を記録しました。プロフェッショナル向け事業では、多くの国でヘアサロンの閉鎖による影響が続いているにもかかわらず、既存事業売上高成長率が伸びました。これは、前年同期に新型コロナウイルス感染症のパンデミックによりすでに大きな影響を受けていたため、比較対象の数値が比較的低水準であったことによるものです。

ランドリー&ホームケア事業部門では、第 1 四半期に中核の成熟市場ですでに減速が始まっていたにもかかわらず、既存事業売上高成長率は 4.1%増と非常に堅調で、引き続き順調な伸びを記録しています。ホームケア事業分野と新興成長市場はどちらも 2 桁増を記録しました。

クノーベルは、2021 年度の残りの期間を展望して次のように述べています。「今年度の力強いスタートを受けて、業績見通しを上方修正し、通年で売上高と利益のいずれでも高い成長を予測しています。グループ全体では現在、既存事業売上高成長率を 4.0~6.0%、調整後の売上高営業利益率(EBIT マージン)を 14.0~15.0%と見込んでいます。為替変動の影響を排除すると、調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)は、1 桁台後半から 10%台半ばの範囲の増加を予想しています。

しかし、今後のパンデミックの動向、および消費と工業製品生産への影響については極めて不透明です。ヘンケルは、今後も市場の変化にすばやく柔軟に対応していきます。また、成長課題にも積極的に取り組み、推進していきます。当社の重点分野は、イノベーションや持続可能性、デジタル化をさらに強化して競争力の向上を目指すこと、当社の企業文化をさらに強化すること、の 2 つです。意義ある成長に向けた戦略的枠組みと当社の強力なグローバルチームにより、危機を力強く克服し、未来を形作る準備を整えています」

## グループ売上高

グループ全体では、2021年第1四半期の名目売上高は0.8%増と、2020年第1四半期の4,927百万ユーロから、4,968百万ユーロに増加しました。既存事業売上高成長率(為替変動と買収・売却の影響の調整後)は7.7%増でした。グループ全体では、主に販売量の牽引により成長が達成されました。買収と売却による売上高への影響はプラス0.6%でした。為替変動により、マイナス7.5%と売上高に大きく影響しました。

## グループ売上高<sup>1</sup>

百万ユーロ	2021年第1 四半期
売上高	4,968
前年同期比	0.8%
為替変動による影響	-7.5%
為替変動による影響を調整後	8.3%
買収・売却による影響	0.6%
既存事業売上高	7.7%
うち、価格による影響	1.7%
うち、販売量による影響	6.0%

<sup>1</sup> 各数値を四捨五入しているため、合算しても上記の総額とは一致しない場合があります。

新興成長市場の第1四半期の既存事業売上高成長率は18.5%増でした。成熟市場の既存事業売上高成長率は0.5%増でした。西欧地域の既存事業売上高成長率は、前年同期比で0.9%増、東欧地域の既存事業売上高成長率は11.7%増となりました。2021年第1四半期のアフリカ・中東地域の既存事業売上高成長率は21.7%増でした。北米地域の既存事業売上高成長率が横ばいだったのに対し、中南米地域の既存事業売上高成長率は10.7%増でした。アジア太平洋地域の既存事業売上高成長率は24.4%増と2桁増を達成しました。

## 地域別売上高<sup>1</sup>

百万ユーロ	西欧	東欧	アフリカ・ 中東	北米	中南米	アジア 太平洋	全社	ヘンケル グループ
2021年1~3月 の売上高 <sup>2</sup>	1,528	742	319	1,234	280	837	30	4,968
2020年1~3月 の売上高 <sup>2</sup>	1,500	758	349	1,302	292	697	29	4,927
前年同期比	1.9%	-2.1%	-8.7%	-5.3%	-4.4%	20.1%	-	0.8%
既存事業売上高	0.9%	11.7%	21.7%	0.0%	10.7%	24.4%	-	7.7%
2021年の グループ 売上高に 占める割合	31%	15%	6%	25%	6%	17%	1%	100%
2020年の グループ 売上高に 占める割合	30%	15%	7%	26%	6%	14%	1%	100%

<sup>1</sup> 各数値を四捨五入しているため、合算しても上記の総額とは一致しない場合があります。

<sup>2</sup> 会社の所在地を基準とした分類。

## 接着技術事業部門の売上高

接着技術事業部門では、2021年第1四半期の名目売上高がプラス6.7%と、前年同期の2,209百万ユーロから2,358百万ユーロに増加しました。既存事業売上高成長率(為替変動と買収・売却の影響の調整後)は13.0%増でした。第1四半期の業績は、引き続き大幅な回復をみせている鋳工業生産に牽引されました。価格がわずかに上昇したため、販売量は2桁増となりました。為替変動の影響により、売上高が6.7%減少した一方、買収・売却による影響で売上高は0.5%増加しました。

### 接着技術事業部門の売上高<sup>1</sup>

	<b>2021年第1 四半期</b>
百万ユーロ	
<b>売上高</b>	<b>2,358</b>
グループ売上高に占める割合	47%
<b>前年同期比</b>	<b>6.7%</b>
為替変動による影響	-6.7%
<b>為替変動による影響を調整後</b>	<b>13.5%</b>
買収・売却による影響	0.5%
<b>既存事業売上高</b>	<b>13.0%</b>
うち、価格による影響	0.8%
うち、販売量による影響	12.2%

<sup>1</sup> 各数値を四捨五入しているため、合算しても上記の総額とは一致しない場合があります。

接着技術事業部門の全事業分野は、第1四半期に、COVID-19のパンデミックの影響を受けた前年同期比で引き続き大幅に回復しています。オートモーティブ&メタル事業本部は、主に世界的な自動車生産の大幅増を受けて、既存事業売上高成長率の2桁増を達成しました。エレクトロニクス&インダストリアル事業本部でも、主にエレクトロニクス事業の好業績を受けて、既存事業売上高成長率が2桁増となりましたが、インダストリアル事業分野でも非常に堅調な伸びを示しました。パッケージング&コンシューマーグッズ事業本部では、パッケージング事業とライフスタイル事業の2桁増に支えられ、第1四半期の既存事業売上高成長率は大幅な伸びを記録しました。クラフトマン、コンストラクション&プロフェッショナル事業本部でも、主に一般消費者用事業とプロフェッショナル事業、ならびに機械技術およびメンテナンス分野での活動に牽引されて、既存事業売上高成長率は2桁増を達成しました。

地域別に見ると、新興成長市場における接着技術事業部門の既存事業売上高成長率は2桁増でした。事業地域全体の業績には、新興成長市場地域すべてが貢献しました。

成熟市場では、全体的に非常に堅調な既存事業売上高成長率を達成しました。北米地域は、クラフトマン、コンストラクション&プロフェッショナル事業本部の既存事業売上高成長率が2桁増と非常に堅調な成長を達成し、エレクトロニクス&インダストリアル事業本部でも非常に力強い売上高成長を記録しました。西欧地域では、クラフトマン、コンストラクション&プロフェッショナル事業本部の2桁増、オートモーティブ&メタル事業本部の非常に堅調な売上高増により、既存事業売上高成長率が堅調に伸びました。

## ビューティーケア事業部門の売上高

ビューティーケア事業部門では、2021年第1四半期の名目売上高が1.1%減の925百万ユーロとなりました(2020年第1四半期:935百万ユーロ)。既存事業売上高成長率(為替変動と買収・売却の影響の調整後)は2.3%増でした。この業績は、販売量と価格の両方に牽引されました。為替変動による影響により、売上高は5.4%減少しました。買収・売却による影響は、売上増にプラス2.0%貢献しました。

## ビューティーケア事業部門の売上高<sup>1</sup>

	2021年第1 四半期
百万ユーロ	
売上高	925
グループ売上高に占める割合	19%
前年同期比	-1.1%
為替変動による影響	-5.4%
為替変動による影響を調整後	4.3%
買収・売却による影響	2.0%
既存事業売上高	2.3%
うち、価格による影響	1.0%
うち、販売量による影響	1.3%

<sup>1</sup> 各数値を四捨五入しているため、合算しても上記の総額とは一致しない場合があります。

一般消費者向け事業の既存事業売上高成長率は、前年同期比でプラスとなりました。ヘアコスメティックスカテゴリーは、2020年第4四半期から引き続き好調で、2021年第1四半期には非常に堅調な業績を記録しました。ヘアカラー事業も2桁増を記録した一方、ヘアケアの売上も非常に堅調でした。ヘアスタイリング事業の売上高は、パンデミックによる消費需要の低迷により、前年同期の実績を下回りました。ボディケア事業の既存事業売上高成長率も、主として主要市場での需要減少のために、非常に堅調な成長を達成した2020年第1四半期に及びませんでした。

多くの国でヘアサロン閉鎖が継続されているにもかかわらず、プロフェッショナル向け事業は2021年第1四半期に非常に堅調な既存事業売上高成長率を記録しました。以上の業績は主に、北米の中核市場の大幅な売上増に牽引されたものですが、比較対象がCOVID-19のパンデミックの悪影響を大きく受けた前年同期の実績が比較的良かったことにもよります。中南米地域とアジア地域(日本を除く)では2桁増を達成し、アフリカ・中東地域でも大幅に増加しました。対照的に、西欧地域と東欧地域では、主にパンデミックによりサロン閉鎖が継続していることの結果として、業績は前年同期を下回りました。

地域別では、ビューティーケア事業部門の既存事業売上高成長率は、一般消費者用事業とプロフェッショナル事業分野両方の極めて堅調な業績に牽引され、新興成長市場で2桁増を記録しました。この業績には、アジア地域(日本を除く)、特に中国の2桁成長が貢献しました。中南米地域でも売上高が2桁増を記録し、東欧地域では非常に堅調な売上増を達成しました。これに対し、アフリカ・中東地域は売上高がマイナスでした。

成熟市場では、既存事業売上高成長率が全体的にマイナスとなりました。北米地域では、プロフェッショナル事業分野の売上増を受けて、既存事業売上高が順調に成長し、アジア太平洋地域の成熟市場でも非常に好調でした。西欧地域では対照的に、特に COVID-19 のパンデミックによる規制が継続していることにより、厳しい市場環境のなか、前年同期の業績を下回りました。

## ランドリー&ホームケア事業部門の売上高

ランドリー&ホームケア事業部門では、2021年第1四半期の名目売上高が、前年同期の1,755百万ユーロから5.6%減の1,656百万ユーロとなりました。既存事業売上高成長率(為替変動と買収・売却の影響の調整後)は4.1%増と、非常に堅調でした。これは主に価格に牽引されたもので、販売量も順調に増加しました。為替変動による影響により、売上高は9.6%大幅に減少しました。買収・売却が、業績に重大な影響を与えることはありませんでした。

## ランドリー&ホームケア事業部門の売上高<sup>1</sup>

	<b>2021年第1 四半期</b>
百万ユーロ	
<b>売上高</b>	<b>1,656</b>
グループ売上高に占める割合	33%
<b>前年同期比</b>	<b>-5.6%</b>
為替変動による影響	-9.6%
<b>為替変動による影響を調整後</b>	<b>4.0%</b>
買収・売却による影響	0.0%
<b>既存事業売上高</b>	<b>4.1%</b>
うち、価格による影響	3.1%
うち、販売量による影響	0.9%

<sup>1</sup> 各数値を四捨五入しているため、合算しても上記の総額とは一致しない場合があります。

ランドリーケア事業分野では、第1四半期に好調な既存事業売上高成長率を記録しました。これには特に、特殊洗剤が好調な業績を達成し、洗濯添加剤が非常に堅調に成長したことが貢献しました。中核ブランドのパーシル(Persil)は、継続的なイノベーションへの取り組みが功を奏したことにより、今期も既存事業売上高成長率2桁増を達成しました。

ホームケア事業分野の既存事業売上高成長率も2桁増でした。この事業分野の堅調成長は主に、食器用洗剤、トイレクリーナー、硬質表面クリーナーのカテゴリーで2桁増を記録しているプリル(Pril)、ブレフ(Bref)、ソーマット(Somat)ブランドファミリーの好業績によるものです。この傾向を支えているのは、パンデミックによる家庭用洗剤の需要増加と当社のプロダクトイノベーションの成功です。

新興成長市場がこの事業部門の非常に堅調な業績を牽引し、既存事業売上高成長率の2桁増に貢献しました。ヘンケルは、アフリカ・中東地域とアジア地域(日本を除く)で売上高2桁増を達成しました。東欧地域では、既存事業売上高成長率が大幅に増加した一方、中南米地域ではマイナスでした。

成熟市場の業績は、全体的にマイナスとなりました。西欧地域の売上高は好調で、アジア太平洋地域の成熟市場では既存事業売上高成長率が増加しましたが、北米地域では前年同期を下回りました。北米地域では、供給不足、および前年に比べて市場が低迷したことが、事業に影響しました。

## 当グループの純資産および財務状況

当グループの純資産および財務状況に 2020 年 12 月 31 日からの大きな変動はありませんでした。

## 今後の見通し

2021 年の最初の 3 カ月間の事業展開、および今後 3 四半期の業績に関する仮定に基づき、ヘンケル(Henkel AG & Co. KGaA)の経営委員会は、2021 年度業績見通しの上方修正を決定しました。

2020 年に COVID-19 のパンデミックの影響により、世界的に経済が急激に後退した後、2021 年には工業製品需要が大幅に回復すると現在の予想に基づき、多くの一般消費者向けカテゴリでは、今年度末に向けて需要が通常の状態に戻ると考えられています。これと同時に、感染率のさらなる拡大と予防接種の進展、およびパンデミック抑制を目的に課される制限についても、不透明なままです。

こうした状況を踏まえて、当社は、工業製品需要とヘンケルに関連するコンシューマーグッズ事業分野(特にヘアサロン事業)が回復に向かい、大幅な回復の可能性もあるという仮定をもとに見通しを立てています。パンデミックを受けて、2020 年に需要が増加したコンシューマーグッズ事業のこれらのカテゴリは、年度末に向けて通常に戻ると予想しています。さらに、特に 2020 年第 2 四半期とは異なり、今年後半に向けて当社の中核地域では、小売事業やインダストリアル事業、生産施設の大規模な閉鎖はないと仮定しています。

以上の要因を考慮して、2021 年度のヘンケルグループの既存事業売上高成長率は 4.0~6.0% 増となると予測しています(修正前の見通し:2.0~5.0%増)。

接着技術事業部門では、主に工業製品需要の回復により、既存事業売上高成長率は 7.0~9.0% の範囲で伸びると予測しています(修正前の見通し:2.0~6.0%増)。ビューティーケア事業部門では現在、既存事業売上高成長率が 2.0~6.0%の範囲で伸びると予測しています(修正前と同じ)。通年では、プロフェッショナル事業での大幅な需要増によりプラスの影響がもたらされると同時に、一般消費事業では継続的な成長が見込まれています。ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高成長率は 1.0~3.0%増と予想しています(修正前と同じ)。前年中、一部のカテゴリでは、パンデミックの影響により需要が増加しましたが、今年度中に既存事業売上高の増加により、通常のレベルまで戻ると見込まれます。

2020 年の買収によるヘンケルグループの名目売上高増への貢献は、1 桁台前半の範囲にとどまると予想されます。当社の業績見通しには、今年度中の機能的なポートフォリオ管理の一環としての事業活動、ブランド、およびカテゴリの売却または廃止による影響は反映されていません。このような活動が実際に実施されるかどうか、またその実施時期を確実に予測することができないためです。為替変動の影響により、売上高はマイナスの影響を受け、1 桁台半ばとなる見込みです。

特にインダストリアル事業とプロフェッショナル事業の需要回復により、2021年のヘンケルの業績にプラスの影響が見込まれます。このプラスの影響は、直接材料価格から生じる相殺効果および為替変動によりある程度相殺される可能性があり、1桁台半ばを上限として大幅に増加すると思われる(修正前の見通し:1桁台前半から半ば)。

ヘンケルグループは、調整後の売上高営業利益率(EBIT マージン)を 14.0~15.0%と予想しています(修正前の見通し:13.5~14.5%)。粘着技術事業部門の調整後の売上高営業利益率は 16.0~17.0%と予測されます(修正前の見通し:15.5~16.5%)。ビューティーケア事業部門では 10.5~12.0%(修正前と同じ)、ランドリー&ホームケア事業部門では 14.5~15.5%(修正前の見通し:15.0~16.0%)が見込まれます。

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、1桁台半ばから後半までの増加が予想されます(修正前の見通し:5~15%増)。

さらに、以下については修正前の2021年の見通しから変更はありません。

- リストラ費用 250~300 百万ユーロ
- 有形固定資産と無形資産への投資による 600~700 百万ユーロのキャッシュアウトフロー

今後の財務関連の予定

#### 2021 年半期報告書発行

2021 年 8 月 12 日(木)

#### 2021 年第 3 四半期報告書発行:

2021 年 11 月 8 日(月)

#### 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ズ(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](http://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、今後のヘンケルに関わる将来の事業動向、財務業績、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。将来予測に関する記述は、英文中expect, intend, plan, anticipate, believe, estimateなどの語や同様の表現の使用を特徴としています。この情報に含まれる将来予測は、弊社経営陣の現在の予測と予想に基づくものです。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。

本資料は、適用可能ではあるが、明確に定義されていない財務報告枠組みのなかで作成されており、代替的業績指標である、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。これらの補足的な財務指標は、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な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。

本資料には、適用される財務報告枠組みのなかで明確に定義されておらず、代替的業績指標であるかまたはその可能性のある補足的な財務指標が含まれています。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 (0) 211 797-2606  
Email: [lars.witteck@henkel.com](mailto:lars.witteck@henkel.com)

### Hanna Philipps

Phone: +49 (0) 211 797-3626  
Email: [hanna.philipps@henkel.com](mailto:hanna.philipps@henkel.com)

### Wulf Klüppelholz

Phone: +49 (0) 211 797-1875  
Email: [wulf.klueppelholz@henkel.com](mailto:wulf.klueppelholz@henkel.com)

### Linda Gehring

Phone: +49 (0) 211 797-7265  
Email: [linda.gehring@henkel.com](mailto:linda.gehring@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](mailto:hidemi.onoo@henkel.com)