



## News Release

2022年2月8日

※2022年1月28日にドイツ・ヘンケル本社が発表した「ニュースリリース」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。

包括的な対策により、意義ある成長のための行動を新たな次元へ

### ヘンケル、ランドリー&ホームケアとビューティーケアを統合し、新たに「コンシューマーブランド」事業部門を設立予定

- 売上高約 100 億ユーロを目指すマルチカテゴリー・プラットフォームの構築
- コンシューマー向け製品ポートフォリオを継続的に最適化: 成長・利益ポテンシャルが極めて高く、消費財市場における M&A の強力な足掛かりとなるコアなブランドと事業に明確に重点を置く
- この統合により大幅なシナジーと効率性の向上が期待される
- 10 億ユーロを上限とする自社株買いプログラムを開始: 堅固なバランスシートとキャッシュフローを活用し、資本構造を最適化するとともに、今後の収益力を伴った成長に対する確信を示す
- 2021 年度の業績速報を発表: 既存事業売上高成長率(OSG)は+7.8%、売上高利益率/EBIT マージン\*は 13.4%、優先株(一株)あたり利益(EPS)\*は+9.2%(恒常為替レートベース)
- 2022 年の見通し: OSG は 2~4%、売上高利益率/EBIT マージン\*は 11.5~13.5%、一株当たり利益(EPS)\*は市場の不透明性と変動性を反映し、-15~+5%(恒常為替レートベース)
- 中長期のヘンケルの新しい財務目標: OSG を 3~4%に、売上高利益率/EBIT マージン\*を約 16%に、EPS\*成長率を 5~9%に(恒常為替レートベース、M&A を含む)

\*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 - ヘンケルは、ランドリー&ホームケアとビューティーケアを 1 つの事業部門「ヘンケルコンシューマーブランド」に統合する計画を発表しました。直ちに統合に向けた準備を開始し、遅くとも 2023 年年初には新体制に移行することを目指します。ヘンケルはこの新事業部門の設立により、成長のためのマルチカテゴリー・プラットフォームを構築し、コンシューマー向けブランド(パーシルやシュワルツコフを始めとする多くの代表的なブランドを含む)と事業部門を一つに集約するとともに、プロフェッショナル事業もその中に組み入れます。

ヘンケル最高経営責任者のカーステン・クノーベルは、「私たちは、コンシューマー向け事業における力を結集し、今後の収益力を伴った成長の基盤として、1 つの強力かつ統合された事業部門をつくります。この統合されたコンシューマーブランド事業は、ヘンケルとその株主、お客様、チームに大きな利益をもたらすと同時に、激変する業界において未来を主導していくのに大きく貢献することになります」と述べています。

クノーベルはさらに、「私たちは、売上高約 100 億ユーロのマルチカテゴリー・プラットフォームをつくらうとしています。成長性と収益性のより一層の向上に向けてポートフォリオをさらに最適化し、形作っていくための広範な基盤となるでしょう。また、シナジーを高め一層の効率化を実現することで、リソースをイノベーション、サステナビリティ、デジタル化などの戦略的優先事項に重点的に投入することが可能になります。当社は、刺激に満ちた業界でより大きな役割と成長機会を提供することで、より一層魅力的な雇用主として選ばれる存在になるでしょう。つまり、私はこの統合により、意義ある成長のための行動を新たな次元に引き上げることができると確信しています」と述べています。

この統合は、コンシューマー向け事業と当社の成長と収益力の向上を加速させるためのものです。このことは、ヘンケルが新たに提示した新たな中長期の財務目標にも反映されています。ヘンケルは現在、既存事業売上高の 3~4%の成長、約 16%の調整後売上高利益率/EBIT マージン、調整後の優先株（一株）あたり利益（EPS）の 5~9%の成長を目指しています（恒常為替レートベース、M&A を含む）。

### **強力なプラットフォーム：成長・利益ポテンシャルが極めて高い製品にポートフォリオを集中**

ヘンケルコンシューマーブランドは、有機的成長と無機的成長のポテンシャルを最大限に捉え、成長・利益ポテンシャルが極めて高い製品に集中する機会をもたらします。それは、2021 年末までに完了した積極的なポートフォリオ管理の取り組みの域を超えるものです。

その他のポートフォリオ改善策には、非コアなブランドと事業の売却・廃止とともに、コンシューマー関連カテゴリーにおける買収も含まれます。ビューティーケア・ポートフォリオに関する最初の対策は、2022 年中に実施する予定です。

### **スケールメリットを生かす：シナジーを高め一層の効率化を実現**

両事業部門を統合することで、ヘンケルはスケールメリットを生かして、大きなシナジーを得ると同時に、効率性と機動性を高めることができます。また、統合は、変動の激しい環境で組織がより迅速かつ柔軟に行動するのにプラスに作用します。シナジーは、管理、流通、マーケティング、サプライチェーンなどの領域で発揮されることが期待できます。

これにより、新しいコンシューマーブランド事業は、より重要な投資のためにリソースを解放し、研究開発のデジタル化、e コマース機能、リサイクル可能なパッケージングを中心としたサステナビリティの取り組みなど、戦略分野に投資をより適切に振り向けることができます。また、シナジーは、同事業部門の収益性の強化にも活用されます。

### **統合チーム：より無駄のない体制、より迅速な意思決定、魅力的な機会**

この新しい事業部門は、お客様とチャンネルを中心に組織され、すべてのコンシューマーカテゴリーの小売店、取引先、チャンネルパートナーに対して統合的アプローチを行います。

一元化されたリーダーシップのもと、より無駄のない体制とより迅速な意思決定により、統合チームは、コンシューマー向け事業全体の推進に集中することになります。統合した事業において、ヘンケルはより大きな役割と機会を提供することで、チーム、リーダー、人材、そして入社希望者にとって一層魅力的な雇用主となります。

## 新しいコンシューマーブランド事業の明確なリーダーシップ体制

統合プロセスと新しく統合された事業部門は、現在ヘンケルのヘンケル ビューティーケア部門担当取締役副社長であるウルフギヤング・ケーニツヒ(49 歳)が率いることとなります。2011 年から取締役副社長としてヘンケルのランドリー & ホームケア事業を率いてきたブルーノ・ピアセンツァ(56 歳)は、引き続きランドリー & ホームケア事業を率い、移行プロセスにおいてウルフギヤング・ケーニツヒと緊密に協力し、2022 年末までヘンケルに在籍します。

ヘンケルの株主委員会および監査委員会会長であるジモーネ・バジェルトラー博士は、「ヘンケルの株主委員会と監査委員会を代表して、ウルフギヤング・ケーニツヒが新たな責務に最善を尽くすことを期待します。コンシューマー向け製品とホーム & パーソナルケア業界において彼が培ってきたグローバルの経営管理とリーダーシップの経験は、新たなリーダーシップチームと一緒に新しいコンシューマーブランド事業部門を組織化し、発展させていく上で多いに役立つはずです」と述べています。

バジェルトラー博士はさらに、「また、ブルーノ・ピアセンツァにも心から感謝したいと思います。彼はヘンケルの 30 年以上の経験の中で、11 年以上にわたり取締役副社長としてランドリー & ホームケア事業を率いてきました。彼の情熱と専門能力のおかげで、当社の主要なブランドと事業はこの期間に見事な発展を遂げました。私たちは、彼の尽力と貢献に非常に感謝しており、彼がウルフギヤング・ケーニツヒと協力して効率的な移行プロセスを確保してくれることを喜ばしく思っています」と述べています。

カーステン・クノーベルは、「ウルフギヤング・ケーニツヒのリーダーシップのもと、より無駄のない体制とより迅速な意思決定により、統合チームは、コンシューマーブランド事業全体の推進に集中することとなります。私は、ブルーノ・ピアセンツァに対して、そして彼が 30 年以上にわたってヘンケルにおいて成し遂げてくれた数々の業績に対して、個人としても謝意を表したいと思えます」と述べています。

## 10 億ユーロを上限とする自社株買いプログラム

ヘンケルはまた、総額 10 億ユーロを上限とする自社株買いプログラムを開始します。総額 8 億ユーロを上限とするヘンケルの優先株の買い戻しと、総額 2 億ユーロを上限とする普通株の買い戻しが予定されています。これは、現在の市場株価ベースで当社の株主資本の約 3%に相当します。このプログラムは 2022 年 2 月中旬に開始され、銀行の関与のもと株式市場を介して、遅くとも 2023 年 3 月 31 日までに実施される予定です。2019 年 4 月の年次総会において、ヘンケル経営委員会が株主資本の 10%を上限とする自社株買いを実施することが承認されました。ヘンケルは、買い戻した株式をまず自己株式として保有し、適切な方法で消却して減資する権利を維持する予定です。

カーステン・クノーベルは、「このプログラムを通じて、当社は株主価値を創出するとともに、財務の健全性と事業の将来のポテンシャルに対する当社の自信を示したことになります。当社の強固なバランスシートと低水準の負債レベル、そして強力なキャッシュフロー創出力を考えれば、このプログラムが、コンシューマーブランド事業とアドヒーズ テクノロジーズ(接着技術)事業の両部門において、戦略的買収を追求する能力に影響することはありません」と述べています。

## ヘンケルは 2021 年の速報値を発表

速報値によると、ヘンケルは 2021 年度に全体的に良好な業績を挙げました。この成長は特に接着技術部門の 2 桁成長によるものですが、一方、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)のパンデミック(世界的大流行)が、特に原材料価格の高騰やサプライチェーンの逼迫を招き、収益面に引き続き影響を及ぼしました。

速報ベースでは、**ヘンケルグループの2021年度の売上高は、200億6,600万ユーロに増加しました。**既存事業売上高の成長率は7.8%だった当社の**接着技術事業は、96億4,100万ユーロの売上高を達成しました。**これは、既存事業が13.4%という2桁成長を遂げたことを意味します。**ビューティーケアの売上高は36億7,800万ユーロ、既存事業売上高成長率は1.4%でした。****ランドリー&ホームケアの売上高は66億500万ユーロに増加し、既存事業売上高成長率は3.9%でした。**ヘンケルの**調整後売上高営業利益率(EBIT マージン)**は13.4%でした。接着技術事業部門は、16.2%の調整後売上高営業利益率を達成しました。ビューティーケア事業部門の調整後売上高営業利益率は9.5%、ランドリー&ホームケア事業部門の調整後売上高営業利益率は13.7%でした。**グループの調整後優先株(一株)あたり利益(EPS)は9.2%増加し、4.56ユーロとなりました(恒常為替レートベース)。**数字はすべて速報ベースです。

カーステン・クノーベルは、「前例のない世界的なサプライチェーンの混乱、原材料の不足、物価の高騰など、非常に厳しいビジネス環境にもかかわらず、当社はすべての事業部門による大幅な自律的成長、安定した収益率、そして1株あたり利益の大幅な増加など、全体的に良好な業績を達成しました。これは、世界中のお客様と消費者の皆様 서비스에提供すべく、並々ならぬ努力を注いで事業運営にあたってくれたヘンケルのグローバルチームの功績です」と述べています。

## 2022年の見通し

現在の市場環境の評価、特に原材料市場やサプライチェーンに継続的な逼迫が見られ、それに伴う直接材料費のさらなる高騰が起きている状況を考慮して、ヘンケルは(3つの事業部門の現状に基づく)**2022年度の見通しを発表しました。**

ヘンケルは、2022年のグループの既存事業売上高成長率を2~4%の範囲と予想しています。**接着技術事業部門**に関しては、2022年の既存事業売上高成長率を5~7%の範囲と予想し、**ビューティーケア事業部門**に関しては、既存事業売上高のマイナス成長率を-5~-3%の範囲と予想しています。この減少は主に、将来のコアビジネスに含まれない活動の廃止など、ポートフォリオを改善するために既に決定し実施中の対策によるもので、2021年の当事業部門の売上高の約5%に相当します。**ランドリー&ホームケア**については、既存事業売上高成長率を2~4%の範囲と予想しています。

グループの**調整後売上高営業利益率(EBIT マージン)**は、11.5~13.5%の範囲と予想しています。**接着技術部門**に関しては、ヘンケルは調整後売上高営業利益率を15~17%の範囲と予想しています。**ビューティーケア事業部門**に関しては7.5~10%、**ランドリー&ホームケア事業部門**に関しては10.5~13%と予想しています。

グループ全体では、ヘンケルは**調整後優先株(一株)あたり利益(EPS)**について、市場の不透明性と変動性が高いことを考慮して、-15~+5%の範囲の成長を予想しています(恒常為替レートベース)。

## 中長期の新しい財務目標

ヘンケルは、新しいマルチカテゴリー・プラットフォームと、統合されたコンシューマー向け製品チームにより、コンシューマー事業とグループの成長と収益性の向上を加速させます。中長期の新しい財務目標の一環として、当社は**コンシューマーブランド**事業の成長と収益性を持続的に改善し、3~4%の既存事業売上高成長率と、調整後売上高利益率/EBIT マージンの10%台半ばへの引き上げを達成することを目指します。**接着技術事業**

部門に関しては、3～5%の既存事業売上高成長率と、調整後売上高利益率/EBIT マージンの 10%台後半への引き上げを目標とします。

これに基づいて、ヘンケルは中長期の目標として、グループに関して、3～4%の既存事業売上高成長率、調整後売上高利益率/EBIT マージンの 16%前後への引き上げ、調整後優先株(一株)あたり利益(EPS)の 5～9%の増加の実現を追求します(恒常為替レートベース、買収を含む)。同時に、ヘンケルはフリーキャッシュフロー(純現金収支)の増加にも引き続き注力していきます。

## 次のステップ

今回の統合は、世界中の両事業部門の社員にも影響を与えることから、ヘンケルは、それぞれの社員代表との情報交換や協議プロセスをできる限り早急に開始する予定です。

なお、2021 年度の事業の振り返り、2022 年度の見通し、意義ある成長に向けた戦略的な取り組みの進捗状況と次のステップに関する最新情報については、2022 年 2 月 23 日に開催されるアナリストと報道機関向けのカンファレンスで詳細を発表します。

2 つのコンシューマー事業部門の統合プロセスと、ポートフォリオ改善策(期待されるシナジー、構造改革費用を含む)に関するさらに詳しい情報は、2022 年 5 月 5 日付けの第 1 四半期報告書と併せて発表します。

コンシューマーブランドと接着技術の両事業部門に関する最新情報については、2022 年に開催する投資家向け説明会で詳しく説明する予定です。

## 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ビジネス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。2021 年の売上高は 200 億ユーロを超えました。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>

## 将来予測に関する記述

本情報には、Henkel AG & Co. KGaA.の経営陣による現在の予測および仮定に基づく将来の見通しが含まれています。将来予測に関する記述とは、英文中expect, intend, plan, anticipate, believe, estimateなどの語句や同様の表現の使用を指しています。この情報に含まれる将来予測は、弊社経営陣による現時点での予測と予想に基づくものです。これらの記述は、その予測が結果的に正しくなることを保証するものではありません。Henkel AG & Co. KGaA.とその関連会社が実際に達成する将来の業績と結果は、多くのリスクと不確実性に左右されるため、将来予測に関する記述とは大きく異なる可能性があります。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事前に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、適用される財務報告枠組みの中で明確に定義されておらず、代替的業績指標(非 GAAP 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。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.kluettelholz@henkel.com](mailto:wulf.kluettelholz@henkel.com)

### Linda Gehring

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

－本件に関する報道関係者からのお問合せ先－  
ヘンケルジャパン株式会社 広報室 小野尾 秀美  
TEL:03-5783-1219(広報室代表)  
e-mail : [hidemi.onoo@henkel.com](mailto:hidemi.onoo@henkel.com)