



Press Release

2023 年第 1 四半期業績レポート(1-3 月)

2023 年 5 月 16 日

※2023 年 5 月 4 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。

2023 年度も好調な滑り出し

ヘンケル、第 1 四半期に既存事業の堅調な売上成長を達成

- グループの既存事業売上高は 6.6%増の約 5,600 百万ユーロ、名目売上高は 6.4%増
- 両事業部門における堅調な売上増加が成長を牽引：
 - 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 6.8%増、名目売上高は 6.1%増
 - コンシューマーブランド事業部門の既存事業売上高成長率は 7.0%増、名目売上高は 7.3%増
- ロシアからの事業撤退を完了
- 戦略的な成長アジェンダのさらなる推進
- 2023 年度の見通しを確定

デュッセルドルフ – ヘンケルは、2023 年第 1 四半期にグループ売上高約 5,600 百万ユーロを達成しました。2 桁台の価格上昇に牽引され、既存事業売上高成長率は 6.6%増と好調だった一方、販売量は前年度の水準を下回りました。名目売上高成長率は 6.4%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、「厳しい市場環境が続いているにもかかわらず、ヘンケルは今年も好調なスタートを切りました。両事業部門で**堅調な売上増加**を達成したことは、魅力的なブランドと革新的なテクノロジーを兼ね備えた当社のポートフォリオの強さを表しています。第 1 四半期は価格設定措置を継続し、原材料費や輸送費の高騰分を補填しました」と述べています。クノーベルはさらに、「本日、当社は 2023 年度の**業績見通し**を確定させました。第 1 四半期における既存事業の好調な売上拡大を踏まえ、今年度の見通しは確度の高いものになっています」と述べています。

接着技術事業部門では、全事業分野の貢献により、第 1 四半期に堅調な既存事業売上高成長を達成しました。新たな事業部門である**コンシューマーブランド**事業部門でも、全事業分野の貢献により、同じく堅調な既存事業売上高成長を達成しました。

事業部門別売上高

百万ユーロ	売上高		増/減	既存事業 売上高
	2022年 第1四半期	2023年 第1四半期		
ヘンケルグループ	5,271	5,609	6.4%	6.6%
接着技術事業部門	2,631	2,791	6.1%	6.8%
コンシューマーブランド事業部門 ¹	2,584	2,772	7.3%	7.0%

¹ 前年度の数値は、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の合計をもとに算出した推定値となっています。

クノーベルは、「当社は、戦略的な優先課題への対応も進め、大きな進展を遂げました。例えば、コンシューマーブランド事業部門における統合を進めポートフォリオの集中に力を注ぐとともに、接着技術事業部門の組織体制を顧客ベースにより近い形へと再編しています。また、両事業において重要なイノベーションの取り組みに着手しました」と述べています。

ヘンケルは、資本配分戦略の一環として、2022年に初めて自社株買い戻し計画を実施し、2023年第1四半期に無事完了しました。その結果、3月末までに、総額約1,000百万ユーロ相当の株式を買い戻しました。

2023年4月20日、ヘンケルは、現地投資会社のコンソーシアムにロシアにおける事業を売却する契約を結んだと発表しました。ロシアのウクライナ侵攻を受けて、当社はロシアからの事業撤退を決定したと昨年発表していました。こうした中、売却取引が完了し、売却価格は54,000百万ルーブル(約600百万ユーロ)に上りました。

グループ売上実績

グループ全体では、2023年第1四半期の名目売上高は6.4%増と、2022年第1四半期の5,271百万ユーロから、5,609百万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6.6%増でした。価格上昇がグループ売上高の堅調な伸びを牽引しており、買収と売却による売上高への影響は、マイナス1.1%でした。為替変動により、プラス0.9%と売上高にやや好影響を及ぼしました。

グループ売上実績

百万ユーロ	2022年 第1四半期	2023年 第1四半期
売上高	5,271	5,609
前年同期比	6.1%	6.4%
為替変動による影響 ¹	0.2%	0.9%
為替変動による影響の調整後	5.9%	5.5%
買収・売却による影響 ²	-1.1%	-1.1%
既存事業売上高	7.1%	6.6%
うち、価格による影響	9.4%	12.0%
うち、販売量による影響	-2.3%	-5.4%

¹ トルコに適用されたIAS29(超インフレ経済下における財務報告)の影響も含む。

² ロシアからの事業撤退が発表されたことを受けて、2022年第2四半期の初め以降、ロシアで既存事業売上高が増加した影響も含む。

欧州地域の第1四半期の既存事業売上高成長率は4.2%増でした。IMEA(インド・中東・アフリカ)地域の既存事業売上高は27.8%増加、北米地域の同売上高は7.1%増加しました。中南米地域では既存事業売上高成長率が17.6%増を達成した一方、アジア太平洋地域ではマイナス4.8%となりました。

地域別売上高¹

	欧州	IMEA	北米	中南米	アジア太平洋	全社	ヘンケルグループ
百万ユーロ							
2023年1~3月の売上高 ²	2,201	563	1,584	411	805	46	5,609
2022年1~3月の売上高 ²	2,152	529	1,358	338	838	56	5,271
前年同期比	2.3%	6.5%	16.6%	21.5%	-4.0%	-	6.4%
既存事業売上高	4.2%	27.8%	7.1%	17.6%	-4.8%	-	6.6%
2023年のグループ売上高に占める割合	39%	10%	28%	7%	14%	1%	100%
2022年のグループ売上高に占める割合	41%	10%	26%	6%	16%	1%	100%

¹ 地域別の報告体制が変更されたため、欧州、IMEA およびアジア太平洋地域の前年度の数値は推定値となっています。

² 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実績

接着技術事業部門では、2023年第1四半期の名目売上高が6.1%増と、前年同期の2,631百万ユーロから2,791百万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・売却による影響の調整後)は、2022年第1四半期比で6.8%増でした。価格は2桁台の範囲で上昇しましたが、販売量は前年同期を下回りました。為替変動により、売上高には1.1%のプラスの影響があった一方、買収・売却は1.8%減とマイナスの影響がありました。

接着技術事業部門の売上実績

	2022年 第1四半期	2023年 第1四半期
百万ユーロ		
売上高	2,631	2,791
グループ売上高に占める割合	50%	50%
前年同期比	11.6%	6.1%
為替変動による影響 ¹	1.6%	1.1%
為替変動による影響の調整後	10.0%	5.0%
買収・売却による影響 ²	-0.7%	-1.8%
既存事業売上高	10.7%	6.8%
うち、価格による影響	10.6%	11.4%
うち、販売量による影響	0.1%	-4.6%

¹ トルコに適用されたIAS29(超インフレ経済下における財務報告)の影響も含む。

² ロシアからの事業撤退が発表されたことを受けて、2022年第2四半期の初め以降、ロシアで既存事業売上高が増加した影響も含む。

接着技術事業部門では、全事業分野の貢献により、第1四半期に堅調な既存事業売上高成長を達成しました。**モビリティ&エレクトロニクス事業本部**は、既存事業売上高成長率が12.6%増と2桁台の成長を達成しました。この増加を牽引したのは、オートモーティブ&インダストリアル事業本部でした。一方、エレクトロニクス事業は、厳しい市場環境の影響によりマイナス成長となりました。**パッケージング&コンシューマーグッズ事業本部**は、1.0%の既存事業売上高成長を達成しました。コンシューマーグッズ事業は、パッケージング事業の売上減を補って余りあるほど非常に堅調な成長を遂げました。**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**の既存事業の売上高は、全事業分野の貢献により、前年同期比で7.0%増加しました。

事業本部別売上高¹

百万ユーロ	売上高		増/減	既存事業 売上高
	2022年 第1四半期	2023年 第1四半期		
接着技術事業部門	2,631	2,791	6.1%	6.8%
モビリティ&エレクトロニクス	851	959	12.6%	12.6%
パッケージング&コンシューマーグッズ	893	884	-1.0%	1.0%
クラフトマン、コンストラクション&プロフェッショナル	887	948	6.9%	7.0%

¹ 組織再編計画の発表を受けて、各事業本部の数値は推定値となっています。

地域別に見ると、接着技術事業部門は**欧州**において大幅な既存事業売上高成長を達成しました。欧州では、パッケージング&コンシューマーグッズ事業本部のマイナス成長が、モビリティ&エレクトロニクス事業本部の成長によって十二分に相殺されました。北米でも、モビリティ&エレクトロニクス事業本部が売上を牽引し、大幅成長となりました。**IMEA**と中南米では、モビリティ&エレクトロニクス事業本部が両地域の売上を牽引し、既存事業売上高成長率は2桁増を達成しました。これとは対照的に、**アジア太平洋**地域の既存事業売上高は前年度の水準を下回りました。主な要因としては、中国で新型コロナウイルス感染症(COVID-19)関連の規制が解除されてからも全体的に厳しい市場環境が続いたことが挙げられます。さらに、エレクトロニクス事業の市場縮小も成長の抑制に追い打ちをかけました。

コンシューマーブランドの売上実績

コンシューマーブランド事業部門では、**2023年第1四半期の名目売上高**が、7.3%増の2,772百万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・売却による影響の調整後)は、前年同期比で7.0%増でした。同事業部門は、前年同期比で2桁の価格上昇を記録しました。一方、ポートフォリオ最適化措置の影響もあったため、販売量は減少しました。為替変動の影響により、売上高が0.8%増加した一方、買収・売却による影響で売上高は0.5%減少しました。

コンシューマーブランド事業部門の売上高¹

百万ユーロ	2022年	2023年
	第1四半期	第1四半期
売上高	2,584	2,772
グループ売上高に占める割合	49%	49%
前年同期比	0.1%	7.3%
為替変動による影響 ²	-1.1%	0.8%
為替変動による影響の調整後	1.2%	6.5%
買収・売却による影響 ³	-1.5%	-0.5%
既存事業売上高	2.7%	7.0%
うち、価格による影響	8.3%	12.7%
うち、販売量による影響	-5.6%	-5.7%

¹ 前年度の数値は、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の合計をもとに算出した推定値となっています。

² トルコに適用されたIAS29(超インフレ経済下における財務報告)の影響も含む。

³ ロシアからの事業撤退が発表されたことを受けて、2022年第2四半期の初め以降、ロシアで既存事業売上高が増加した影響も含む。

ランドリー&ホームケア事業本部では、第1四半期の既存事業売上高成長率は6.3%増と好調でした。ランドリーケア事業は、主にファブリック・クリーニングのカテゴリーで大幅に売上が伸び、ファブリック・ケアのカテゴリーでも2桁成長を達成したことで、既存事業の売上高が大幅に増加しました。ホームケア事業の高成長は、食器用洗剤カテゴリーの売上2桁増が主な要因です。ヘアケア事業本部の既存事業売上高成長率は、プロフェッショナル向け事業も含めて9.9%増でした。コンシューマー向け事業は、特にヘアスタイリング・カテゴリーによって牽引され、2桁成長を達成しました。プロフェッショナル向け事業の既存事業売上高も堅調に推移しています。

事業本部別売上高¹

百万ユーロ	売上高		増/減	既存事業 売上高
	2022年 第1四半期	2023年 第1四半期		
コンシューマーブランド事業部門	2,584	2,772	7.3%	7.0%
ランドリー&ホームケア	1,692	1,789	5.8%	6.3%
ヘアケア	711	811	14.7%	9.9%
その他一般消費者向け事業	181	171	-7.4%	1.6%

¹ 前年度の数値は、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の合計をもとに算出した推定値となっています。

コンシューマーブランド事業部門が展開するすべての地域で、第1四半期における既存事業の売上高は増加しました。欧州地域では、主にヘアケア事業本部に牽引され、第1四半期の既存事業売上高成長率はプラスとなりました。一方、ランドリー&ホームケア事業本部は前年同期を下回りました。北米地域では、全事業分野の貢献により、非常に堅調な既存事業売上高成長を達成しました。IMEAと中南米の各地域も、全事業分野で既存事業売上高が2桁成長を達成しました。アジア太平洋地域でも、全事業分野の貢献により、売上高が堅調に伸びています。

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2022年12月31日の状況から大きな変動はありませんでした。

今後の見通し

2023年度の業績見通しは、2023年5月7日に発表された内容で確定しています。ヘンケルは、今年度も引き続き1.0~3.0%の既存事業売上高成長率を見込んでおり、両事業部門がこの範囲で成長すると期待しています。調整後売上高営業利益率(EBIT マージン)は、引き続き10.0~12.0%の範囲で増加すると予想されています。接着技術事業部門では、調整後売上高営業利益率が13.0~15.0%、コンシューマーブランド事業部門では同利益率が7.5%~9.5%の範囲で増加すると予想されています。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、引き続き10.0%減~10.0%増の範囲で推移すると予測されています。

2023年第1四半期以降の報告体制の変更について

ヘンケルは、2023年第1四半期より、新たな組織構成に沿った報告体制に変わりました。今後は、接着技術事業部門とコンシューマーブランド事業部門という2つの事業部門の業績について報告します。既に発表されたとおり、売上関連の重要数値については事業本部ごとに報告を行い、透明性を高めていきます。具体的には、売上報告の中で各目売上高および既存事業売上高についても報告します。コンシューマーブランド事業部門では、ランドリー&ホームケア事業本部、ヘアケア事業本部、そしてその他コンシューマー向け事業本部ごとにこれらの数値を報告します。さらに、ヘンケルは接着技術事業部門でも組織体制の最適化を進めています。この目的は、スケールメリットと強みを生かして効率性の向上を図ると同時に、顧客や市場との距離を縮めることです。今後、接着技術事業部門は、モビリティ&エレクトロニクス事業本部、パッケージング&コンシューマーグッズ事業本部、そしてクラフトマン、コンストラクション&プロフェッショナル事業本部の3つの事業本部で構成されます。2023年第2四半期に新組織体制への移行が完了することを見据え、この2023年第1四半期業績レポートは、既に新たな報告体制に沿って作成されています。

また、経営責任の所在をより分かりやすく示すため、地域別の報告体制にも若干変更を行いました。2023年第1四半期より、欧州、IMEA(インド・中東・アフリカ)、北米、中南米、アジア太平洋の地域別に業績を解説していきます。

注: 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。

ヘンケルについて

ヘンケルはブランド、イノベーション、テクノロジーにより、産業およびコンシューマー向け事業において世界中の市場をリードしています。アドヒーズブ テクノロジー(接着技術)事業部門は接着剤、シーリング剤、機能性コーティング剤市場のグローバルリーダーとなっています。コンシューマーブランド事業部門は特にヘアケアやランドリー&ホームケアの分野において、世界中の市場やカテゴリーをリードする地位を維持しています。ヘンケルには3つの強力なブランド、LOCTITE(ロックタイト)、Persil(パーシル)、Schwarzkopf(シュワルツコフ)があります。2022年度の売上高は220億ユーロを超え、営業利益はおよそ23億ユーロでした。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。ヘンケルには長いサステナビリティの歴史があり、具体的な目標を掲げた明確なサステナビリティ戦略を推し進めます。1876年に創業したヘンケルは現在、世界に50,000名以上の社員を擁し、多様なチームが強固な企業文化、共通の価値観とヘンケルの社員をひとつにまとめる共通基盤である企業目的「Pioneers at heart for the good of generations」の元に結束しています。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

Hanna Philipps

Phone: +49 (0) 211 797-3626

Email: hanna.philipps@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Phone: +49 (0) 211 797-1875

Email: wulf.klueppelholz@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
Mobile :070-1548-4840 /TEL :03-5783-1219 (広報室代表)
Email : hidemi.onoo@henkel.com