

2025 年第 3 四半期業績レポート(7-9 月)

2025年11月13日

※2025年11月6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。

両事業部門とも既存事業売上高がプラス成長

第 3 四半期は既存事業売上高の伸びが加速、両事業部門とも販売数量が好調に推移

- グループ売上高: 約 51 億ユーロ、既存事業売上高は 1.4%増
- アドヒシブ テクノロジーズ(接着技術)事業部門: 価格および販売数量のいずれも好調で、既存事業売上高 2.5%増
- コンシューマーブランド事業部門: 消費需要は依然として低調ながら、販売数量が堅調に推移し、既存事業売上高は 0.4%増
- 北米地域では両事業部門の貢献により堅調な既存事業売上高成長
- コンシューマーブランド事業部門の統合は年末までに順調に完了
- 通期業績見通し: 予想範囲に変更なし

デュッセルドルフー ヘンケルは、**2025 年第 3 四半期**において、ヘンケルは産業需要と世界的に低調な消費者マインドの両面で、依然として厳しい市場環境の中、堅調な売上高の伸びを記録し、**グループ売上高**は約 51 億ユーロとなりました。これは、既存事業売上高成長率 1.4%に相当します。グループ全体の成長は、安定した価格動向を伴う全般的に堅調な販売数量の伸びに支えられました。

ヘンケル最高経営責任者のカーステン・クノーベルは「予想どおり、第 3 四半期も売上高の伸びが加速し続けました。主な要因は接着技術事業部門でしたが、コンシューマーブランド事業部門も既存事業売上高のプラス成長を記録しました。地域別では、両事業部門がプラス成長に貢献した北米における良好な売上動向が特に注目されます。これは、当社の施策が効果を発揮していることを示しています」と述べています。

クノーベルはまた、「さらに、第 3 四半期も好調な収益の伸びが続き、当社は事業およびブランドへの投資を一貫して推進しました。同時に、コンシューマーブランド事業の統合も順調に進んでおり、発表の通り年末までに順調に完了する見込みです。当会計年度末までに少なくとも 5 億 2,500 万ユーロのコスト削減効果を完全に実現できる見込みです。2025 年度の通期見通しは、世界市場における不確実性と課題が依然として続いているものの、変更はありません。調整後 EBIT マージンおよび為替変動の影響を除いた調整後 EPS の成長率は、いずれも現在の見通し範囲内に収まるものと引き続き見込んでいます。しかしながら、年末までに経済環境が顕著に改善しない場合には、グループの既存事業売上高成長率は現在のガイダンス範囲である 1~2%の下限にとどまる見込みです」と述べました。

事業部門別売上実績

単位: 百万ユーロ	売上高		増/減	既存事業売上高成長率
	2024 年第 3 四半期	2025 年第 3 四半期		
第 3 四半期				
ヘンケルグループ	5,492	5,147	-6.3%	1.4%
接着技術事業部門	2,800	2,708	-3.3%	2.5%
コンシューマーブランド事業部門	2,653	2,402	-9.5%	0.4%
1～9 月				
ヘンケルグループ	16,305	15,549	-4.6%	0.4%
接着技術事業部門	8,275	8,124	-1.8%	1.6%
コンシューマーブランド事業部門	7,919	7,308	-7.7%	-1.0%

接着技術事業部門は、第 3 四半期において、モビリティ&エレクトロニクス事業本部およびクラフトマン、コンストラクション&プロフェッショナル事業本部の牽引により、良好な既存事業売上高成長を達成しました。コンシューマーブランド事業部門でも、主に全世界のヘア事業本部に牽引され、既存事業売上高成長率は好調に推移しました。

グループ売上実績

グループ売上高は、2025 年第 3 四半期において、名目上 6.3%減少し、5,147 百万ユーロとなりました。買収・売却の影響により、売上高の推移は、2.9%減とマイナスの影響を受けました。売上高は為替変動の影響により 4.8%減少し、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 1.4%増でした。これは、堅調な価格上昇とグループ全体の販売量増加に牽引されました。

2025 年 1～9 月の売上高は 15,549 百万ユーロとなり、名目売上高は 4.6%減少しました。既存事業売上高成長率は、価格動向の改善に牽引され、0.4%増のプラス成長を達成しました。対照的に、グループ全体の販売数量はわずかに減少しました。

グループ売上実績

単位: 百万ユーロ	2024 年第 3 四半期	2025 年第 3 四半期	2024 年 1～9 月	2025 年 1～9 月
売上高	5,492	5,147	16,305	15,549
前年同期比	1.0%	-6.3%	-0.4%	-4.6%
為替変動による影響	-3.6%	-4.8%	-2.4%	-3.5%
為替変動による影響の調整後	4.5%	-1.5%	2.1%	-1.2%
買収・売却による影響	1.2%	-2.9%	-1.0%	-1.6%
既存事業売上高	3.3%	1.4%	3.0%	0.4%
うち、価格による影響	2.1%	-0.1%	2.4%	0.9%
うち、販売量による影響	1.2%	1.5%	0.6%	-0.4%

第3四半期における既存事業売上高の増加は、北米、IMEA（インド・中東・アフリカ）およびアジア太平洋地域が牽引しました。一方、欧州および中南米地域では、既存事業売上高成長率が減少しました。

地域別売上高

	欧州	IMEA	北米	中南米	アジア太平洋	本社	ヘンケルグループ
単位: 百万ユーロ							
2025 年 7～9 月の売上高 ¹	1,990	537	1,319	369	895	37	5,147
2024 年 7～9 月の売上高 ¹	2,047	580	1,509	401	915	40	5,492
前年同期比	-2.8%	-7.4%	-12.6%	-8.0%	-2.1%	–	-6.3%
既存事業売上高	-2.0%	10.0%	2.3%	-2.9%	4.9%	–	1.4%
2025 年のグループ売上高に占める割合	39%	10%	26%	7%	17%	1%	100%
2024 年のグループ売上高に占める割合	37%	11%	27%	7%	17%	1%	100%

¹ 会社の所在地に基づく。

2025 年第1四半期から第3四半期までの9か月間において、ヘンケルの既存事業売上高のプラス成長は、IMEA 地域およびアジア太平洋地域により牽引されました。

地域別売上高

	欧州	IMEA	北米	中南米	アジア太平洋	本社	ヘンケルグループ
単位: 百万ユーロ							
2025 年 1～9 月の売上高 ¹	5,970	1,616	4,141	1,119	2,587	117	15,549
2024 年 1～9 月の売上高 ¹	6,118	1,712	4,542	1,265	2,556	111	16,305
前年同期比	-2.4%	-5.6%	-8.8%	-11.5%	1.2%	–	-4.6%
既存事業売上高	-1.9%	9.4%	-1.6%	-0.6%	3.9%	–	0.4%
2025 年のグループ売上高に占める割合	38%	10%	27%	7%	17%	1%	100%
2024 年のグループ売上高に占める割合	38%	11%	28%	8%	16%	1%	100%

¹ 会社の所在地に基づく。

接着技術事業部門の売上実績

接着技術事業部門は、2025 年第3四半期に 2,708 百万ユーロの売上高を達成しました。名目売上高は、前年の同四半期から 3.3%減少しました。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 2.5%増でした。この成長は、価格および販売数量のいずれも良好な動向に支えられました。売上高は為替変動の影響により 4.9%減少し、買収・売却も、売上高に 0.9%のマイナス影響を及ぼしました。

2025 年 1～9 月において、接着技術事業部門の名目売上高は 1.8%減の 8,124 百万ユーロとなりました。接着技術事業部門の既存事業売上高成長率は、1.6%増と堅調な伸びを記録しました。

接着技術事業部門の売上実績

単位:百万ユーロ	2024 年 第 3 四半期	2025 年 第 3 四半期	2024 年 1～9 月	2025 年 1～9 月
売上高	2,800	2,708	8,275	8,124
グループ売上高に占める割合	51%	53%	51%	52%
前年同期比	3.3%	-3.3%	1.1%	-1.8%
為替変動による影響	-3.3%	-4.9%	-2.4%	-3.3%
為替変動による影響の調整後	6.5%	1.6%	3.5%	1.5%
買収・売却による影響	2.8%	-0.9%	0.9%	-0.2%
既存事業売上高	3.7%	2.5%	2.5%	1.6%
うち、価格による影響	-0.2%	0.5%	0.1%	0.7%
うち、販売量による影響	3.9%	2.0%	2.4%	0.9%

接着技術事業部門の第 3 四半期における堅調な既存事業売上高成長率は、モビリティ&エレクトロニクス事業本部およびクラフトマン、コンストラクション&プロフェッショナル事業本部の牽引によるものです。モビリティ&エレクトロニクス事業本部では、既存事業売上高成長率が 5.9%増と非常に力強い伸びを達成しました。この増加を牽引したのは、エレクトロニクス事業における 2 桁台の成長と、インダストリアル事業の非常に堅調な成長でした。オートモティブ事業の売上高は、市場需要の低迷により全体として減少しました。パッケージング&コンシューマーグッズ事業本部では、既存事業売上高が 1.1%減とわずかにマイナスとなりました。パッケージング事業は売上高が減少した一方で、コンシューマーグッズ事業はプラス成長を記録しました。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の既存事業売上高成長率は、2.2%の増加を達成しました。この成長は、ジェネラルマニュファクチャリング&メンテナンス事業部における売上高の大幅な増加によって支えられました。コンストラクション事業部は良好な成長を記録し、一般用接着剤事業部も堅調な成長を示しました。

事業本部別売上高

単位:百万ユーロ	売上高			
第 3 四半期	2024 年 第 3 四半期	2025 年 第 3 四半期	増/減	既存事業売上高成長率
接着技術事業部門	2,800	2,708	-3.3%	2.5%
モビリティ&エレクトロニクス事業本部	989	991	0.2%	5.9%
パッケージング & コンシューマーグッズ事業本部	841	767	-8.8%	-1.1%
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	969	950	-2.0%	2.2%
1～9 月	2024 年 1～9 月	2025 年 1～9 月		
接着技術事業部門	8,275	8,124	-1.8%	1.6%
モビリティ&エレクトロニクス事業本部	2,926	2,934	0.3%	3.8%
パッケージング & コンシューマーグッズ事業本部	2,520	2,355	-6.5%	-0.4%
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	2,829	2,834	0.2%	1.2%

地域別では、第3四半期において、接着技術事業部門の欧州における既存事業売上高成長率がわずかに低下しました。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は好調な伸びを示した一方、モビリティ&エレクトロニクス事業本部ならびにパッケージング&コンシューマーグッズ事業本部では、既存事業売上高が減少しました。一方、北米では、モビリティ&エレクトロニクス事業本部およびクラフトマン、コンストラクション&プロフェッショナル事業本部に牽引され、堅調な既存事業売上高成長率を記録しました。IMEA地域では、全事業分野の貢献により、既存事業売上高成長率は2桁増を達成しました。中南米地域では、すべての事業領域において既存事業売上高成長率が減少しました。アジア太平洋地域は、特に中国のエレクトロニクス事業の2桁増の売上拡大により、非常に力強い成長を達成しました。

コンシューマーブランド事業部門の売上実績

コンシューマーブランド事業部門では、2025年第3四半期の売上高が2,402百万ユーロとなり、名目売上高は前年の同四半期より9.5%減少しました。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、販売数量の増加に支えられ、0.4%の売上高増加を達成しました。しかしながら、価格の推移はわずかにマイナスとなりました。売上高は為替変動の影響により4.8%減少し、買収・売却(特に北米における小売ブランド事業の売却)も、売上高にマイナス5.0%の影響を与えました。

2025年1~9月におけるコンシューマーブランド事業部門の売上高は7,308百万ユーロで、名目売上高は前年同期比で7.7%の減少となりました。既存事業売上高成長率は、販売数量の減少により、売上高が1.0%わずかに減少しました。

コンシューマーブランドの売上実績

単位:百万ユーロ	2024年 第3四半期	2025年 第3四半期	2024年 1~9月	2025年 1~9月
売上高	2,653	2,402	7,919	7,308
グループ売上高に占める割合	48%	47%	49%	47%
前年同期比	-1.6%	-9.5%	-1.8%	-7.7%
為替変動による影響	-3.9%	-4.8%	-2.5%	-3.7%
為替変動による影響の調整後	2.3%	-4.6%	0.8%	-4.0%
買収・売却による影響	-0.3%	-5.0%	-2.9%	-3.0%
既存事業売上高	2.7%	0.4%	3.7%	-1.0%
うち、価格による影響	4.4%	-0.6%	4.9%	1.0%
うち、販売量による影響	-1.7%	0.9%	-1.2%	-1.9%

第3四半期において、ランドリー&ホームケア事業本部は、厳しい市場環境の影響もあり、既存事業売上高が1.5%減となりました。こうした状況の中、ランドリーケア事業の売上高の伸びは全体的にマイナスとなりました。ファブリッククリーニングカテゴリーは減少を記録した一方で、ファブリックケアカテゴリーは2桁の売上成長を記録しました。一方、ホームケア事業の既存事業売上高成長率は横ばいとなりました。これは特に、食器用洗剤カテゴリーの非常に大きな売上増加によるものです。しかしながら、ハードサーフェスクリーナーカテゴリーは前年水準を下回りました。

ヘア事業本部は、は、既存事業売上高成長率が4.4%増と非常に力強い伸びを達成しました。主にヘアスタイリングおよびヘアカラー製品カテゴリーに支えられているコンシューマー向け事業と、プロフェッショナル事業の双方で、非常に力強い売上成長を達成しました。

その他コンシューマー向け事業本部は、北米と欧州のボディケア事業のマイナス成長を主な要因として、既存事業売上高が 3.2%減少しました。

事業本部別売上高

単位: 百万ユーロ	売上高		増/減	既存事業売上高成長率
	2024 年 第 3 四半期	2025 年 第 3 四半期		
第 3 四半期				
コンシューマーブランド事業部門	2,653	2,402	-9.5%	0.4%
ランドリー & ホームケア事業本部	1,649	1,409	-14.6%	-1.5%
ヘア事業本部	829	833	0.6%	4.4%
その他コンシューマー向け事業	175	159	-9.0%	-3.2%
1~9 月	2024 年 1~9 月	2025 年 1~9 月		
コンシューマーブランド事業部門	7,919	7,308	-7.7%	-1.0%
ランドリー & ホームケア事業本部	4,974	4,392	-11.7%	-2.2%
ヘア事業本部	2,437	2,454	0.7%	2.1%
その他コンシューマー向け事業	508	462	-9.1%	-3.8%

地域別では、コンシューマーブランド事業部門は、第 3 四半期において欧州地域で既存事業売上高成長率が低下しました。ヘア事業本部は堅調な売上増を記録しましたが、ランドリー & ホームケア事業はマイナス成長となりました。北米地域では、主にヘア事業本部に牽引され、全体として堅調な既存事業売上高成長率の伸びを記録しました。IMEA 地域では、既存事業売上高が大幅に増加しました。中南米地域では、ヘア事業本部に牽引され、堅調な既存事業売上高成長率の伸びを記録しました。アジア太平洋地域においても、既存事業売上高はプラス成長を記録しました。この地域では、ヘア事業本部が非常に力強い既存事業売上高の伸びを示した一方で、ランドリー & ホームケア事業分野は前年を下回る結果となりました。

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 2025 年 6 月 30 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

ヘンケルは、2025 年度の既存事業売上高成長率を 1.0~2.0%と見込んでいます。接着技術事業部門の既存事業売上高は 2.0~3.0%、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 0.5~1.5%の範囲で増加すると予想されます。

グループ全体の調整後売上高営業利益率(EBIT マージン)は、14.5~15.5%の範囲で増加すると予想しています。接着技術事業部門は、調整後売上高営業利益率が 16.5~17.5%の範囲で達成される見込みです。コンシューマーブランド事業部門の調整後売上高営業利益率(EBIT マージン)は、引き続き 14.0~15.0%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すると1桁前半～後半のパーセンテージで増加すると見込んでいます。

年末までに経済環境全体が顕著に改善しない場合、当社グループおよび両事業部門の既存事業売上高成長率は、現在の予想範囲の下限付近となる見込みです。一方、調整後 EBIT マージン(当社グループおよび両事業部門)ならびに為替レート変動の影響を除いた調整後 EPS の成長率は、現在の予想範囲内に十分収まると引き続き見込んでおります。

また、2025 年度におけるその他の見通しは以下の通りです。

- 買収・売却: 名目売上高成長率へのマイナス 1 桁前半の影響
- 外貨建て売上高の換算: 1 桁前半から半ばのマイナスの影響
- 直接原材料価格: 前年平均から 1 桁前半～半ばのパーセンテージで上昇
- リストラ費用は 150～200 百万ユーロの構造改革費用
- 有形固定資産および無形固定資産への投資によるキャッシュアウトフローは 650～750 百万ユーロ

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ランドリー&ホームケアやヘアの分野において、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。2024 度の売上高は 216 億ユーロを超え、営業利益はおおよそ 31 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、世界に約 47,000 名の社員を擁し、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>

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。

— 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

Email : hidemi.onoo@henkel.com