



2026 年第 1 四半期業績レポート(1-3 月)

2026年5月14日

※2026年5月7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。

2026 年度は好調な滑り出し

ヘンケル、2026 年度第 1 四半期に良好な既存事業売上高成長を達成

- **グループ売上高:約 50 億ユーロ、既存事業売上高は 1.7%増**
- **両事業部門が既存事業売上高成長に貢献、販売数量および価格のいずれも好調**
 - アドヒーズ テクノロジーズ(接着技術)事業部門:既存事業売上高 1.7%増
 - コンシューマーブランド事業部門:既存事業売上高 1.8%増
- **M&A 成長戦略の着実な実行**
 - 計 5 件の取引、合計売上高は約 16 億ユーロ相当
 - すでに 3 件(Wetherby Laroc、ATP Adhesive Systems、Not Your Mother's)が順調に完了
- **約 10 億ユーロの自己株式取得プログラムが 3 月末に順調に完了**
- **2026 年度の通期業績見通し:予想範囲に変更なし**
 - 既存事業売上高成長率:1.0~3.0%
 - 調整後売上高営業利益率(EBIT マージン):14.5~16.0%
 - 調整後優先株(一株)あたり利益(EPS)成長率:為替変動の影響を除いたベースで 1 桁台前半~後半のパーセンテージ

デュッセルドルフ - ヘンケルは、2026 年度第 1 四半期において、グループ売上高が約 50 億ユーロとなり、1.7%の良好な既存事業売上高成長を達成しました。この成長は、両事業部門において販売数量および価格がいずれも良好に推移したことによるものです。

ヘンケル最高経営責任者のカーステン・クノーベルは「厳しい市場環境の中、第 1 四半期は両事業部門の牽引により、良好な既存事業売上高の伸びを記録しました。接着技術事業部門とコンシューマーブランド事業部門のいずれにおいても、価格および販売数量の成長を達成しました」と述べています。

クノーベルはまた、「同時に、当社は戦略的アジェンダを一貫して実行し、事業の拡大に投資しています。これには、最近発表した両事業部門における買収も含まれており、それらを合計すると 16 億ユーロ近い追加売上高となります。その間、すでに 5 件中 3 件の買収を順調に完了しました。2026 年度の見通しに変更はありません。ヘンケルは引き続き、持続的で収益性の高い成長に向け、順調に推移していると考えています」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
	2025年 第1四半期	2026年 第1四半期		
ヘンケルグループ	5,242	4,952	-5.5%	1.7%
接着技術事業部門	2,715	2,627	-3.2%	1.7%
コンシューマーブランド事業部門	2,484	2,285	-8.0%	1.8%

接着技術事業部門の第1四半期における良好な既存事業売上高成長は、主にモビリティ&エレクトロニクス事業本部の非常に力強い伸びによるものです。コンシューマーブランド事業部門における良好な既存事業売上高の推移は、主にヘア事業本部の非常に大幅な増加によるものでした。

グループ売上実績

グループ売上高は、2026年度第1四半期において、49億5,200万ユーロとなり、名目上5.5%減少しました(前年同期:52億4,200万ユーロ)。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1.7%増でした。価格および販売数量のいずれも好調に推移しました。買収・売却の影響により、売上高は2.1%減少しました。為替変動の影響により、売上高は5.2%減とマイナスの影響を受けました。

グループ売上実績

単位:百万ユーロ	2025年 第1四半期	2026年 第1四半期
売上高	5,242	4,952
前年同期比	-1.4%	-5.5%
為替変動による影響	-1.4%	-5.2%
為替変動による影響の調整後	0.0%	-0.4%
買収・売却による影響	1.1%	-2.1%
既存事業売上高	-1.0%	1.7%
うち、価格による影響	1.4%	0.7%
うち、販売量による影響	-2.4%	1.0%

第1四半期の既存事業売上高は、欧州地域で3.4%低下しました。IMEA(インド・中東・アフリカ)地域では、既存事業売上高が12.8%増となりました。北米地域では、既存事業売上高成長率は0.9%増とプラス成長を記録しました。中南米地域の既存事業売上高は、前年同期を3.1%下回りました。アジア太平洋地域は、10.3%の既存事業売上高成長を達成しました。

地域別売上高¹

単位:百万ユーロ	欧州	IMEA	北米	中南米	アジア 太平洋	本社	ヘンケル グループ
2026年1~3月の売上高	1,919	522	1,231	372	868	41	4,952
2025年1~3月の売上高	1,989	562	1,429	375	844	43	5,242
前年同期比	-3.6%	-7.1%	-13.8%	-1.0%	2.8%	-	-5.5%
既存事業売上高	-3.4%	12.8%	0.9%	-3.1%	10.3%	-	1.7%
2026年のグループ売上高 に占める割合	39%	11%	25%	8%	18%	1%	100%
2025年のグループ売上高 に占める割合	38%	11%	27%	7%	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、2026年度第1四半期に26億2,700万ユーロの売上高を達成しました。これは、前年同期比で名目上3.2%の減少となります。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、価格および販売数量のいずれも良好な動向に支えられ、前年同期比で1.7%増でした。為替変動の影響により、売上高は5.2%減少しました。買収・売却は、売上高に0.2%の小幅なプラスの影響を及ぼしました。

接着技術事業部門の売上実績

単位:百万ユーロ	2025年 第1四半期	2026年 第1四半期
売上高	2,715	2,627
グループ売上高に占める割合	52%	53%
前年同期比	1.4%	-3.2%
為替変動による影響	-1.0%	-5.2%
為替変動による影響の調整後	2.4%	1.9%
買収・売却による影響	1.3%	0.2%
既存事業売上高	1.1%	1.7%
うち、価格による影響	0.6%	0.4%
うち、販売量による影響	0.5%	1.3%

接着技術事業部門の第1四半期における良好な既存事業売上高の推移は、主にモビリティ&エレクトロニクス事業本部の牽引によるもので、同事業本部は6.7%の非常に力強い既存事業売上高成長率を達成しました。この成長は、エレクトロニクス事業およびインダストリアル事業によるものです。一方、オートモーティブ事業の売上高は、依然として厳しい市場環境により減少しました。パッケージング&コンシューマーグッズ事業本部の既存事業売上高成長率は、コンシューマーグッズ事業の好調な業績に支えられ、全体として0.5%増とプラス成長を記録しました。一方、パッケージング事業はわずかに減少しました。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、前年同期比で2.3%減となりました。この要因となったのはコンシューマー&コンストラクション事業ですが、ジェネラルマニュファクチャリング&メンテナンス事業はプラス成長となりました。

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
	2025年 第1四半期	2026年 第1四半期		
接着技術事業部門	2,715	2,627	-3.2%	1.7%
モビリティ&エレクトロニクス事業本部	966	977	1.1%	6.7%
パッケージング & コンシューマーグッズ事業本部	804	758	-5.7%	0.5%
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	945	892	-5.7%	-2.3%

地域別では、接着技術事業部門の業績は全体としてまちまちでした。欧州地域では、3事業本部すべての動向が要因となって、既存事業売上高が前年同期を下回りました。北米地域では、モビリティ&エレクトロニクス事業本部の良好な既存事業売上高成長に支えられ、全体として厳しい市場環境の中、売上高は横ばいとなりました。IMEA地域では、特にモビリティ&エレクトロニクス事業本部およびパッケージング&コンシューマーグッズ事業本部の2桁増により、非常に力強い既存事業売上高成長を達成しました。中南米地域では、モビリティ&エレクトロニクス事業本部およびパッケージング&コンシューマーグッズ事業本部を要因として成長率が低下しました。アジア太平洋地域は、特に中国のエレクトロニクス事業における2桁の売上拡大に牽引され、2桁の既存事業売上高成長を記録しました。

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、2026年度第1四半期の売上高は22億8,500万ユーロとなりました。これは、前年同期比で名目上8.0%の減少となります。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1.8%の増加を達成しました。同事業部門は、2025年度第1四半期と比較して、価格と販売数量のいずれもプラスに推移しました。為替変動による売上高への影響はマイナス5.2%で、買収・売却の影響もマイナス4.6%でした。

コンシューマーブランドの売上実績

単位:百万ユーロ	2025年 第1四半期	2026年 第1四半期
売上高	2,484	2,285
グループ売上高に占める割合	47%	46%
前年同期比	-4.6%	-8.0%
為替変動による影響	-2.0%	-5.2%
為替変動による影響の調整後	-2.7%	-2.8%
買収・売却による影響	0.8%	-4.6%
既存事業売上高	-3.5%	1.8%
うち、価格による影響	2.0%	1.1%
うち、販売量による影響	-5.5%	0.7%

第1四半期において、**ランドリー&ホームケア事業本部**の既存事業売上高成長率は0.1%と横ばいになりました。ランドリーケア事業は売上高が全体的にわずかに減少しました。その主因となったのはファブリッククリーニングカテゴリですが、ファブリックケアカテゴリは大幅な成長を記録しました。一方、ホームケア事業は、主に食器用洗剤カテゴリの2桁成長に牽引され、既存事業売上高のプラス成長を達成しました。

ヘア事業本部は、5.1%の非常に力強い既存事業売上高成長を達成しました。コンシューマー向け事業は非常に力強い成長を記録し、中でもヘアカラー製品カテゴリは最も大きく貢献しました。プロフェッショナル事業も非常に力強い推移を示しました。

その他のコンシューマー向け事業本部は、主に北米地域のボディケア事業における大幅な成長に支えられ、0.5%の既存事業売上高成長を記録しました。

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
	2025年 第1四半期	2026年 第1四半期		
コンシューマーブランド事業部門	2,484	2,285	-8.0%	1.8%
ランドリー&ホームケア事業本部	1,550	1,352	-12.8%	0.1%
ヘア事業本部	792	797	0.7%	5.1%
その他コンシューマー向け事業	142	136	-4.8%	0.5%

地域別では、欧州を除くすべての地域で、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前年を上回りました。**IMEA** 地域では、ランドリー&ホームケアおよびヘアの両事業本部における2桁成長により、2桁の既存事業売上高成長を達成しました。対照的に**欧州**地域では、ヘア事業本部はプラス成長を達成したものの、ランドリー&ホームケア事業本部の影響で減少となりました。**北米**地域では、ヘア事業本部の非常に力強い売上増に牽引され、良好な既存事業売上高成長を記録しました。**アジア太平洋**地域は、ヘア事業本部の2桁の既存事業売上高成長により、非常に力強い売上高成長となりました。**中南米**地域でも、ランドリー&ホームケアおよびヘアの両事業本部に牽引され、良好な既存事業売上高成長を達成しました。

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2025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

当会計年度において、ヘンケルは引き続き**既存事業売上高成長率**を1.0~3.0%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1.0~3.0%、コンシューマーブランド事業部門の既存事業売上高は0.5~2.5%の範囲で増加すると予想されます。

調整後売上高営業利益率(EBIT マージン)は、引き続き 14.5～16.0%の範囲となる見込みです。接着技術事業部門の調整後売上高営業利益率は 16.5～18.0%、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は 14.0～15.5%の範囲になると予想されます。

為替レート変動の影響を除いた調整後優先株(一株)あたり利益(EPS)は、引き続き 1 桁台前半～後半のパーセンテージで増加すると見込んでいます。

また、2026 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プラス 1 桁台前半の影響(従来予想: 中立からわずかにマイナスの影響)
- 外貨建て売上高の換算: マイナス 1 桁台前半の影響
- 直接原材料価格: 前年平均から 1 桁台後半のパーセンテージで上昇(従来予想: 1 桁台前半の上昇)¹
- リストラ費用は 1 億 5,000 万～2 億ユーロ
- 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 6 億 5,000 万～7 億 5,000 万ユーロ

¹ 対策前の原材料価格の総合的な推移。

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 テクノロジーズ(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kopf)があります。2025 年の売上高は 205 億ユーロ、営業利益はおよそ 30 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. とその関連会社は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