

Press Release

2014年8月15日

(本プレスリリースは8月12日にドイツ・ヘンケル本社発表のプレスリリース翻訳版です。)

2014年の指針の確認

ヘンケル、第2四半期も堅調な業績を達成

- 既存事業売上高: 3.3%増
- 売上高: 外国為替の影響により 3.5%減の 4,137 百万ユーロ
- 調整後の営業利益: 2.1%増の 674 百万ユーロ
- 調整後の売上高利益率: 0.9%ポイント増の 16.3%
- 調整後の優先株(一株)あたりの利益(EPS): 8.4%増の 1.16 ユーロ
- 新興市場では好調な売上増加を達成(既存事業売上高は 6.5%増)

デュッセルドルフ―「2014年度第2四半期も、ヘンケルは引き続き好調な業績を維持しました。市場環境は引き続き厳しい状況にありますが、すべての事業部門が既存事業売上高を増加させ、利益率をさらに改善させました」とヘンケル最高経営責任者のカスパー・ローステッドは述べ、次のように付け加えました。「既存事業売上高の好調な増加と共に、業績の伸びに非常に大きな貢献を果たしたのは、今期もまた新興市場でした。成熟市場での業績も好調でしたが、引き続き外国為替によって、売上高は大きなマイナス影響を受けています」

本年度の業績について、ローステッドは次のように述べました。「ロシア、ウクライナを巡る問題が激化するだけでなく、中東情勢の政治的混乱も市場環境にマイナスの影響を与えることが予想されます。そのため、本年度下半期における調整後の優先株(一株)あたりの利益(EPS)の伸びは、上半期と比べて緩やかなものになると見込んでいます。依然として、敏捷にかつ柔軟に対応することが成功を左右する鍵となると思われるため、引き続き、業務プロセス、仕組みの簡略化を進め、加速させていく所存です」

ヘンケルの指針の確認

厳しい環境にある中で、ローステッドは2014年度の見通しを次のように発表しました。「既存事業売上高は3~5%増加すると見込んでいます。調整後の売上高利益率は約15.5%へ増加、調整後の優先株(一株)あたりの利益(EPS)は1桁台後半の増加になる見込みです」

戦略実行の好調な進展

ローステッドは次のように述べています。「ヘンケルの戦略プライオリティの実行は順調に進んでおり、2016年に向けての目標を達成するでしょう」第2四半期中に、ヘンケルは総額約12億ユーロの買収を発表しました。

2014年度第2四半期の売上高および利益

2014年度第2四半期は、新興市場の通貨のさらなる弱体化が特に進みました。また同様に、米ドルの弱体化も進みました。外国為替のマイナスの影響によって、売上高は4,137百万ユーロとなり、前年同期を3.5%下回りました。対照的に、外国為替や買収/売却の影響を除いた**既存事業売上高**は3.3%増加しました。

ランドリー&ホームケア事業部門は、既存事業売上高4.2%増と好調でした。**ビューティーケア事業部門**も、既存事業売上高2.1%増と好調でした。**アドヒーズ テクノロジーズ(接着技術)事業部門**も同様に好調で、既存事業売上高は3.7%増でした。

一時所得・一時費用・リストラ費用を除いた**調整後の営業利益**は、2.1%増の674百万ユーロ(前年同期は660百万ユーロ)となりました。報告されている営業利益(EBIT)は、589百万ユーロ(前年同期は607百万ユーロ)となりました。

調整後の売上高営業利益率(EBITマージン)は、0.9%増と大きく上昇し、16.3%(前年同期は15.4%)となりました。報告されている売上高営業利益率は、前年同期と同水準の14.2%でした。

第2四半期の決算は、マイナス11百万ユーロ(2013年度第2四半期はマイナス27百万ユーロ)となりました。純利子項目の改善が、このプラスの結果の主な要因となっています。この要因には、2013年6月と2014年3月に行った優先債の償還の他に、固定金利が2014年3月に満期を迎えたことも挙げられます。税率は22.8%(前年第2四半期は25.5%)でした。

当期純利益は、3.2%増の446百万ユーロ(前年同期は432百万ユーロ)となりました。5百万ユーロの非支配株主持分を差し引いた純利益は441百万ユーロ(前年同期は418百万ユーロ)となりました。非支配株主持分を差し引いた調整後の当期純利益は499百万ユーロ(前年同期は461百万ユーロ)となりました。**優先株(一株)あたりの利益(EPS)**は、0.96ユーロから1.02ユーロに増加しました。調整後のEPSは、2013年度第2四半期の1.07ユーロから8.4%増の1.16ユーロとなりました。

売上に対する正味運転資本比率は6.0パーセント(前年同期は5.2%)となりました。ヘンケルは2014年6月30日付けで、**正味財務状況**を前年比約300百万ユーロ増の156百万ユーロと発表しています。

2014年1月から6月までの事業部門別実績

外国為替の動きによるマイナスの影響を受けた2014年上半期の**売上高**は、前年同期を3.0%下回る合計8,066百万ユーロとなりました。一方**既存事業売上高**は、全事業部門がプラスに寄与したことから、3.8%増と好調でした。**調整後の営業利益**は2.7%増の1,293百万ユーロ(前年同期は1,260百万ユーロ)となりました。全事業部門がプラスに寄与したことから、**調整後の売上高営業利益率(EBITマージン)**も非常に好調に推移し、15.1%から16.0%に上昇しました。

調整後の半年間の純利益は963百万ユーロ(前年同期は902百万ユーロ)となりました。12百万ユーロの非支配株主持分を差し引いた調整後の純利益は、8.3%増の951百万ユーロ(前年同期は878百万ユーロ)となりました。調整後の優先株(一株)あたりの利益(EPS)は、前年を8.4%上回る2.20ユーロとなりました。

2014 年度第 2 四半期の事業部門別実績

ランドリー&ホームケア事業部門は第2四半期も引き続き増益となり、関連市場における基盤をさらに拡大しています。既存事業売上高は前年比4.2%増となりました。名目上の売上高は1,139百万ユーロ(前年同期は1,186百万ユーロ)となりました。

既存事業売上高が好調だったことは、新興市場で再び2桁の成長を記録したことが大きな要因となっています。これはアフリカ・中東地域が主な原動力となっています。ラテンアメリカもまた、この売上増加という好調な事業展開に寄与しています。また、厳しい市場環境にもかかわらず、東欧地域でも売上は好調に推移しています。成熟市場における既存事業売上高は、全体的には前年同期を下回っていますが、西欧地域では売上高が増加しています。市場のさらなる縮小と競争の激化によって、北米地域での売上高は2013年度第2四半期の水準を下回りました。

ランドリー&ホームケア事業部門の調整後の営業利益は、4.2%増の190百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は16.6%となり、2013年度第2四半期から1.3%ポイント増と著しく増加しました。報告されている営業利益は160百万ユーロ(前年同期は167百万ユーロ)となっています。

ビューティーケア事業部門も、2014年度第2四半期はさらなる増益を記録しました。既存事業売上高は2.1%増となり、市場平均を上回る伸びを見せ、その結果、マーケットシェアも拡大しました。名目上の売上高は897百万ユーロ(前年同期は923百万ユーロ)でした。

新興市場におけるビューティーケア事業部門の既存事業売上高は、好調を維持しています。アジア地域(日本を除く)における売上高は、再び2桁台の増加を見せました。アフリカ・中東地域も好調で、東欧地域も引き続き安定した業績をあげています。市場がさらに縮小し、販促活動が増加し、価格に対する圧力が強まっている成熟市場でも、ビューティーケア事業全体では引き続き好調を維持しており、西欧地域がこの成長にプラスの影響を与えています。価格競争の激化の悪影響を受け、北米地域の売上高は2013年度第2四半期の水準を下回りました。アジア太平洋地域における成熟市場での売上高も、前年比で縮小しました。

ビューティーケア事業の調整後の営業利益は、前年比 5.1%と著しく増加し、145 百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は 1.3%ポイントの著しい改善がみられ、16.2%となりました。報告されている営業利益は、前年同期と同水準の 135 百万ユーロでした。

アドヒーズ テクノロジーズ事業部門も、第2四半期は引き続き増益を記録し、既存事業売上高は3.7%増と好調な伸びを記録しました。名目上の売上高は2,069百万ユーロ(前年同期は2,138百万ユーロ)でした。

新興市場における既存事業売上高は好調で、アジア地域(日本を除く)とアフリカ・中東地域では過去最大の伸びを見せました。両地域ともに、売上高は大きな伸びを記録しています。ラテンアメリカ地域の売上は好調な伸びを記録し、一部地域でみられる政治的混乱の状況にもかかわらず、東欧地域の売上も好調でした。成熟市場でも売上高は好調な伸びを見せており、西欧地域の好調な伸

びと南欧地域の改善が主な原動力となっています。北米地域の売上も増加を見せましたが、アジア太平洋地域の成熟市場の売上高は、2013年度第2四半期の水準に及びませんでした。

アドヒーズ テクノロジーズ事業部門の調整後の営業利益は、前年同期と同水準の362百万ユーロでした。調整後の売上高営業利益率は前年同期と比べて著しく改善し、0.6%ポイント増の17.5%でした。報告されている営業利益は、4.0%増の346百万ユーロでした。

2014年度第2四半期の地域別業績

競争の激化する市場にもかかわらず、**西欧地域**におけるヘンケルの売上高は1.9%増の1,450百万ユーロとなりました。既存事業売上高は2.2%の増加でした。南欧地域での売上高は若干減少しましたが、対照的にフランスやベネルクス諸国での売上が増加し、これを埋め合わせました。**東欧地域**の売上高は739百万ユーロ（前年同期は799百万ユーロ）でした。既存事業売上高は2.8%増加し、ロシアとトルコにおける事業がこれに大きく貢献しました。**アフリカ・中東地域**の売上高は合計287百万ユーロ（前年同期は307百万ユーロ）でした。この地域ではいくつかの国で政情不安が続いていますが、既存事業売上高は再び2桁の伸びを記録し、17.5%増となりました。

北米地域の売上高は703百万ユーロ（前年同期は760百万ユーロ）でした。既存事業売上高は前年同期を0.7%下回りました。特に消費財事業における販促活動の激化が続いたことが、事業にマイナスの影響を与えました。**ラテンアメリカ地域**での売上高は259百万ユーロ（前年同期は282百万ユーロ）となりましたが、既存事業売上高は3.8%増加しました。これはメキシコでの事業が主な原動力となっています。**アジア太平洋地域**における売上高は666百万ユーロ（前年同期は675百万ユーロ）となりました。既存事業売上高は5.5%改善しました。好調な業績は、中国における2桁の伸びによるところが特に大きいと考えられます。

東欧地域、アフリカ・中東地域、ラテンアメリカ地域、アジア地域（日本を除く）といった**新興市場**における名目上の売上高は、外国為替のマイナスの影響を受け、5.1%減の1,844百万ユーロとなりましたが、既存事業売上高は6.5%上昇しました。3つの事業部門すべての活動によって、新興市場では再び平均以上の伸びを記録しました。売上高に占める割合は、2013年度第2四半期と同じ45%でした。**成熟市場**における既存事業売上高は0.9%増加し、2,261百万ユーロに達しました。

ヘンケルグループの2014年度見通し

ヘンケルは、2014年度の既存事業売上高成長率を3~5%と見込んでいます。いずれの事業も、既存事業売上高成長率はこの範囲内におさまる見込みです。2016年までの戦略に沿って、新興市場における売上高の割合は若干増加する見込みです。2013年度比で、調整後の売上高営業利益率(EBIT)は約15.5%に上昇、調整後の優先株(一株)あたりの利益(EPS)は1桁台後半の伸びになる見込みです。

本プレスリリースにおける将来予測は、弊社経営陣の知見と現在の予測に基づくものです。将来予測は、英文中“expect” “intend” “plan” “predict” “assume” “believe” “estimate” “anticipate” “forecast”等の語や同様の表現を用いて特徴づけられています。こうしたステートメントは、将来予測の実現を確約するものではありません。将来のヘンケル社および関連企業の業績は、多くのリスクならびに不確実な要因によって、本稿の将来予測とは異なる場合があります。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。

ヘンケルについて

ヘンケルはブランドとテクノロジーのグローバルリーダーとして、ランドリー&ホームケア、ビューティケア、アドヒーズブテクノロジー(接着技術)の3つの分野で事業展開をしています。ヘンケルは1876年の創立以来、コンシューマービジネスおよび産業分野において、Persil(パーシル)、Schwarzkopf(シュワルツコフ)、Loctite(ロックタイト)などに代表される有名なブランドの数々と共に、グローバルにおけるマーケットリーダーとしての地位を維持しています。ヘンケルの従業員数は約47,000人であり、2013年度の売上高は163億5千5百万ユーロ、調整後の営業利益は25億1千6百万ユーロを計上しました。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。

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>

コンタクト

Lars Witteck

Phone +49 211 797 - 2606

Fax +49 211 798 - 4040

E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Phone +49 211 797 - 1875

Fax +49 211 798 - 4040

E-Mail: wulf.klueppelholz@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 黒木
TEL: 045-758-1707 e-mail: takeshi.kuroki@jp.henkel.com

—本件に関する報道関係者のお問合せ先—
ヘンケルジャパン株式会社
広報代行: 共同 PR 高田 Tel: 03-3571-5236