



Excellence is our Passion

Press Release

2015年5月12日

第1四半期は好調な業績を達成

ヘンケル、2015年の好調なスタートを報告

- 売上高:12.7%増の4,430百万ユーロ (既存事業売上高は3.6%の増加)
- 調整後*の営業利益: 14.1% 増の707百万ユーロ
- 調整後*の売上高営業利益率(EBIT マージン): 0.2 %ポイント増の16.0%
- 調整後*の優先株(一株)あたり利益 (EPS): 13.5%増の1.18ユーロ
- 新興市場では売上高の著しい増加を達成: 既存事業売上高は7.7%の増加

*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 – 「厳しい環境の中、ヘンケルは第1四半期に好調な業績を達成し、2015年は好調なスタートを切りました。今期もまた、増収増益を実現しました。既存事業売上高の順調な伸び、昨年の買収の効果、およびUSD高のおかげで、第1四半期の売上高として過去最高を記録しました。今期の成功に全事業部門がプラスに寄与したほか、新興市場で非常に好調な業績となりました」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ました。

2015年について、ローステッドは次のように述べました。「引き続き厳しい経済環境が見込まれます。ロシアとウクライナの緊張が続く中、2015年の東欧経済は依然として停滞が予想されます。このような状況では、機敏さと柔軟性の高さが引き続き成功のカギとなります。そのため当社は、継続して組織やプロセスの簡素化および加速化を推し進めます」

2015年の予想

ローステッドは、今年度の見通しを確認し「2015年は既存事業売上高の伸びを3%から5%と見込んでいます。調整後の売上高営業利益率は約16%まで増加すると予想され、調整後の優先株(一株)あたりの利益も約10%の増加を見込んでいます」と発表しました。

2015年第1四半期の売上高および利益

2015年第1四半期のヘンケルの売上高は、12.7%と著しく増加し、4,430百万ユーロと四半期の売上高としては過去最高を達成しました。外国為替差益5.8%を除外した売上高は6.9%増加しました。外国為替および買収・売却の影響を除外した既存事業売上高は3.6%の増加となりました。

ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は5.2%の好調な増収となりました。ビューティーケア事業部門では、既存事業売上高が2.1%の堅調な伸びを達成しました。アドヒーズ テクノロジー事業部門の既存事業売上高は3.3%増と堅調な伸びを示しました。

一時所得、一時費用およびリストラ費用を除いた**調整後の営業利益**は、619百万ユーロから14.1%増加し、707百万ユーロとなりました。報告されている営業利益(EBIT)は、608百万ユーロから6.5%増加し、648百万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、0.2%ポイント増加し16.0%となりました。報告されている売上高営業利益率は14.6%(前年同期は15.5%)となりました。

ヘンケルの**今期決算**は、6百万ユーロ改善してマイナス9百万ユーロとなりました。これは純利子項目と外国為替項目の改善によるものです。純利子項目が改善された要因には、優先債の償還および固定金利が2014年3月に満期を迎えたことなどが挙げられます。税率は24.6%でした(前年同期は23.1%)。

非支配株主持分を差し引いた**調整後の当期純利益**は、前年同期の452百万ユーロから12.8%増加し、510百万ユーロとなりました。報告されている当期純利益は、5.7%増の482百万ユーロ(前年同期は456百万ユーロ)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純利益は470百万ユーロとなりました(前年同期は449百万ユーロ)。

優先株(一株)あたりの利益(EPS)は前年同期の1.04ユーロから13.5%増加し、1.18ユーロとなりました。報告されたEPSは、前年同期の1.04ユーロから1.09ユーロに増加しました。

売上高に対する**正味運転資本**は、前年比1.4%ポイント増の6.2%となりました。この増加は主に、2014年に行われた買収と外国為替によるものです。

2015年3月31日時点のヘンケルの**正味財務状況**は、10百万ユーロでした。2014年12月31日時点の正味財務状況は、マイナス153百万ユーロでした。

2015年第1四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、2015年第1四半期も再び収益成長を記録しました。既存事業売上高は前年比5.2%の伸びを示し、関連市場を上回りました。これによって市場シェアも拡大しました。名目売上高は13.2%増と2桁台の成長を示し、1,298百万ユーロ(前年同期は1,147百万ユーロ)となりました。

同部門の既存事業売上高の大きな増加は主に新興市場での成長によるもので、アフリカ・中東地域では2桁台の成長を見せました。東欧も非常に大きな伸びを記録し、中南米も堅調な業績を示しました。成熟市場の売上高も全体にプラスの成長。主に西欧がプラス成長を示し、特にドイツで好調な伸びが見られたことによるものでした。一方北米の売上高は、2014年第1四半期の水準でした。

ランドリー&ホームケア事業部門の調整後の営業利益は、16.7%増の222百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、2014年第1四半期と比較して0.5%ポイント増と大きく伸び、17.1%となりました。報告された営業利益は192百万ユーロでした(前年同期は196百万ユーロ)。

ビューティーケア事業部門も2015年第1四半期に収益成長を示しました。既存事業売上高の伸びは2.1%と今期も関連市場の伸びを上回り、市場シェアの拡大につながりました。名目売上高は9.9%増の940百万ユーロとなりました(前年同期は856百万ユーロ)。

同部門の新興市場での順調な成長は、既存事業売上高の非常に好調な増加に伴うものです。アジア(日本を除く)、アフリカ・中東、および中南米地域では2桁台の成長を記録し、東欧でも引き続き堅調な伸びを示しています。一方、成熟市場の状況は依然として厳しい市場環境を示しています。その結果、売上高は引き続き2014年第1四半期の数値をわずかに下回りました。北米では堅調な伸びとなりましたが、アジア太平洋地域の成熟市場の売上高は、前年同期の水準を下回りました。

ビューティーケア事業部門の**調整後の営業利益**は前年同期比で11.4%増加し、初めて150百万ユーロを達成しました。調整後の売上高営業利益率は、0.2%ポイント増の15.9%となりました。報告された営業利益は、17.0%増の133百万ユーロとなりました。

アドヒーズ テクノロジーズ事業部門の今期の既存事業売上高は、3.3%増と堅調な伸びを示しました。名目売上高は、14.1%増の2,160百万ユーロとなりました(前年同期は1,893百万ユーロ)。

アフリカ・中東地域では2桁台の増加を遂げ、新興市場の既存事業売上高は順調な成長を達成。アジア(日本を除く)も大きな伸びを記録し、東欧地域でも一部の地域では厳しい政情が継続しているにもかかわらず、順調な実績を上げました。中南米地域も堅調な伸びを示しました。成熟市場の既存事業売上高も全体としてプラス成長で、北米地域の成長は堅調でした。アジア太平洋地域の成熟市場は前年同期比でプラス成長を示しましたが、西欧の売上高は横ばい傾向を示しました。

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、前年比10.6%と2桁台の増加を示し353百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、主要通貨の弱さおよびブランドと技術革新への投資によるマイナスの影響を受け、16.4%と前年同期の高い水準を下回りました。報告された営業利益は、4.2%増の345百万ユーロとなりました。

2015年第1四半期の地域別業績

ヘンケルの**西欧地域**の売上高は5.6%増の1,531百万ユーロとなり、既存事業売上高は、前年同期の水準に到達しました。**東欧地域**の売上高は625百万ユーロとなり(前年同期は670百万ユーロ)、既存事業売上高は6.7%と大きく増加しました。ロシアは既存事業売上高が2桁台の増加を示し、成長の主な牽引力となりました。**アフリカ・中東地域**では、売上高が前年同期の277百万ユーロから350百万ユーロに増加を示しました。政治状況が引き続き事業展開に影響を与えてはいるものの、2015年第1四半期の既存事業売上高は12.3%と2桁台の成長を記録しました。同地域では、全事業部門が2桁台の成長を達成しました。

北米地域では、売上高が670百万ユーロから885百万ユーロに増加しました。既存事業売上高は2.4%と堅調な伸びを示しました。**中南米地域**の売上高は13.7%増の274百万ユーロとなり、既存事業売上高は5.3%増加しました。この好調な成長に寄与したのは主にメキシコの実績です。**アジア太平洋地域**の売上高は、前年同期の588百万ユーロから732百万ユーロに増加しました。既存事業売上高は5.9%増加し、特に中国の著しい成長が寄与しました。インドでは既存事業売上高が大きく増加し、インドネシアも2桁台の伸びを示しました。

東欧、アフリカ・中東、中南米およびアジア(日本を除く)の**新興市場**では、売上高が12.0%増の1,870百万ユーロとなりました。既存事業売上高も7.7%増と非常に好調でした。3つの全事業部門

がこの増加に貢献しました。前年同期と比較すると、新興市場の売上高の割合は依然として42%を占めています。成熟市場では、既存事業売上高が0.6%の伸びを示し、2,528百万ユーロとなりました。

ヘンケルグループの2015年見通し

ヘンケルは、2015年の既存事業売上高成長率を引き続き3~5%と見込んでいます。アドヒーズブテクノロジーズ事業部門とランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高成長率は、それぞれこの範囲内に納まる見込みです。ビューティーケア事業部門については、約2%の成長率を見込んでいます。これまでどおり、新興市場の売上高の割合は堅調な伸びを示す見込みです。2014年度比で、調整後の売上高営業利益率予想は約16%までの増加が見込まれ、調整後の優先株(一株)あたりの利益は約10%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。

(本プレスリリースは5月7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。)

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、ビューティーケア、アドヒーズブテクノロジーズ(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50,000人であり、2014年の売上高は164億ユーロ、調整後の営業利益は26億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@henkel.com