

News Release

2016年5月23日

2016年の見通しを再確認

ヘンケル、第1四半期の堅調な売上高および利益を報告

- 売上高は4,456百万ユーロに増加:既存事業売上高は2.9%増(売上高は0.6%増)
- 新興市場の売上高の成長:既存事業売上高は6.3%増
- 調整後*の営業利益:6.2%増の751百万ユーロ
- 調整後*の優先株(一株)あたり利益(EPS):7.6%増の1.27ユーロ
- 調整後*の売上高営業利益率(EBIT マージン)の大幅な改善:80 ベーシスポイント増の16.8%

* 一時費用、一時所得およびリストラ費用を除く

デュッセルドルフヘンケル最高経営責任者のハンス・ファン・バイレンは、「2016年度、ヘンケルは順調なスタートを切りました。売上高と利益はさらに成長し、調整後の売上高営業利益率も大幅に伸びて16.8%となりました。3つの事業部門すべてがこの全体的な好業績に貢献しました。新興市場では、既存事業が今期も力強い成長を示しています」と述べました。

また今年度に関しては、「世界的な経済成長の低迷、不確実性の高い市場、好ましくない為替動向などにより、2016年も全体的に厳しい市場環境が続くことが予想されます。したがって当社は、野心的な目標を達成するために、当社が持つ強力なブランド、有利な市場ポジション、イノベーション能力の活用に注力していきます」と述べました。

2016年の見通しを再確認

ファン・バイレンは、ヘンケルの今年度の見通しを再確認しました。「2016年度通期では、既存事業売上高は2~4%増加するものと予想しています。調整後の売上高営業利益率は16.5%ほどまで拡大し、調整後の優先株(一株)あたり利益は8~11%程度の伸びを見込んでいます」。

2016年第1四半期の売上高および利益

2016年第1四半期の売上高は、0.6%増の4,456百万ユーロとなりました。為替変動の悪影響3.4%を除くと、売上高は4.0%増加しました。外国為替と売却・買収による影響を除外した既存事業売上高は、2.9%増加しました。

ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は、4.7%と堅調な成長を記録しました。ビューティーケア事業部門の既存事業売上高は、2.6%と着実な伸びを達成しました。アドヒーズ テクノロジーズ事業部門の既存事業売上高も同様に、2.1%と着実な伸びを示しました。

一時費用、一時所得およびリストラ費用を除いた調整後の営業利益(EBIT)は、707百万ユーロから6.2%増加して、751百万ユーロとなりました。報告されている営業利益は、648百万ユーロから10.7%増加して、717百万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、0.8ポイント増と大幅な伸びを示し、16.8%となりました。報告されている売上高営業利益率は14.6%から16.1%に上昇しました。

ヘンケルの今期決算は、2百万ユーロ改善してマイナス7百万ユーロとなりました。その主な要因は、2015年11月のハイブリッド債券の償還です。税率は、前年同期の24.6%から24.2%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、510百万ユーロから7.6%増加して、549百万ユーロとなりました。報告されている当期純利益は、482百万ユーロから11.6%増加して、538百万ユーロとなりました。非支配株主持分の13百万ユーロを差し引いた当期純利益は525百万ユーロに増加しました(前年同期は470百万ユーロ)。

調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)は1.18ユーロから7.6%増加し、1.27ユーロとなりました。報告されているEPSは、1.09ユーロから1.21ユーロに増加しました。

売上高に対する正味運転資本は、主に外国為替の影響と在庫縮小により0.8ポイント改善し、5.4%となりました。

2016年3月31日の時点で、ヘンケルの正味財務状況は452百万ユーロでした。2015年12月31日の時点では335百万ユーロでした。

2016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、2016年第1四半期に再び収益成長を記録しました。市場シェアの拡大により、既存事業売上高は前年同期比4.7%の伸びを示し、関連市場を上回りました。名目売上高は2.7%増の1,333百万ユーロとなりました(前年同期は1,298百万ユーロ)。

既存事業売上高の堅調な伸びは、主に新興市場の好業績に起因するものです。東欧とアジア(日本を除く)の両地域で二桁成長を記録しました。アフリカ・中東は、依然として非常に厳しい市場環境のなか、力強い成長を達成しました。中南米は堅調な売上高を記録しました。成熟市場の売上高はプラス成長となりました。西欧と北米も、激しい競争のなか、売上高のプラス成長を達成しました。

ランドリー&ホームケア事業部門の調整後の営業利益は、9.5%増加して243百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、1.1ポイント増という素晴らしい伸びを示し、18.2%となりました。報告されている営業利益は、192百万ユーロから23.3%増加して236百万ユーロとなりました。

ビューティーケア事業部門も、2016年第1四半期にさらなる収益成長を記録しました。市場シェアの拡大により、既存事業売上高は2.6%増となり、ふたたび関連市場の成長率を上回りました。名目売上高は1.1%増の950百万ユーロとなりました(前年同期は940百万ユーロ)。

同事業部門は新興市場において好調な発展を続けており、既存事業売上高が非常に力強い伸びを示しました。東欧は売上高の二桁成長を記録し、大きく貢献しました。中南米とアジア(日本を除く)は売上高のプラス成長を達成しました。アフリカ・中東地域も堅調に売上高を伸ばしました。成熟市場の売上高は、前年同期比プラスとなりました。特に、北米の非常に力強い成長が大きく貢献しました。アジア太平洋地域の成熟市場もプラス成長を達成しました。西欧では、依然として厳しい競争と強い価格圧力の影響で、売上高が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 5.0%増の 157 百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、0.6 ポイント増と非常に力強い伸びを見せ、16.5%となりました。報告されている営業利益は、7.5%増の 143 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は、第1四半期に既存事業売上高が2.1%増と堅調な伸びを示しました。名目売上高はマイナス0.8%とわずかに減少し、2,144百万ユーロとなりました(前年同期は2,160百万ユーロ)。

新興市場は引き続き好調な発展を遂げており、既存事業売上高は堅調な伸びを示しました。中南米地域は二桁成長を記録しました。東欧地域は、一部の国の困難な政情にもかかわらず、非常に力強い成長を示しました。アジア(日本を除く)の売上高はプラス成長となりました。アフリカ・中東地域では、売上高が前年同期の水準を下回りました。成熟市場の売上高はおおむね横ばいとなりました。アジア太平洋地域と西欧地域の成熟市場の売上高が前年同期の水準をわずかに下回った一方で、北米地域の売上高はプラス成長を記録しました。

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、前年同期比6.4%増の376百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、1.1ポイント増という素晴らしい伸びを示し、17.5%となりました。報告されている営業利益は、5.5%増の364百万ユーロとなりました。

2016年第1四半期の地域別業績

非常に競争が激しい市場環境のなか、**西欧**地域におけるヘンケルの既存事業売上高は、前年同期の水準を0.5%下回りました。南欧の堅調な業績とフランスの成長で、ドイツの微減を補うことができませんでした。報告されている売上高は、わずかに減少して1,528百万ユーロとなりました。**東欧**では、ロシアとトルコの好業績が主な貢献要因となり、既存事業売上高が10.9%増と二桁成長を達成しました。報告されている売上高は629百万ユーロと、前年同期からわずかに増加しました。**アフリカ・中東**では、一部の国における政情・経済不安が依然として事業発展に影響を及ぼしたものの、2016年第1四半期の既存事業売上高が3.5%増と堅調な伸びを示しました。報告されている売上高は349百万ユーロと、前年同期の水準をわずかに下回りました。

北米は、すべての事業部門の貢献により、既存事業売上高が2.4%増と堅調な伸びを示しました。報告されている売上高は、885百万ユーロから926百万ユーロに増加しました。**中南米**では、既存事業売上高が8.3%増加しました。メキシコの好業績が、この非常に力強い伸びに大きく貢献しました。報告されている売上高は、前年同期の274百万ユーロから247百万ユーロとなりました。**アジア太平洋**の既存事業売上高は、中国における市場成長の減速にもかかわらず、2.2%増加しました。中国の売上高はプラス成長となりました。同地域の報告されている売上高は、732百万ユーロから747百万ユーロに増加しました。

新興市場では、すべての事業部門の貢献により、既存事業売上高が6.3%増と引き続き力強い成長を続けました。為替変動の悪影響により、報告されている売上高は1.8%減少して1,837百万ユーロ

口となり、グループの売上に占める新興市場の割合は41%と、前年同期の水準を若干下回りました。成熟市場では、既存事業売上高が0.5%増の2,589百万ユーロとなりました。

ヘンケルグループの 2016 年見通し

ヘンケルは、2016年度の既存事業売上高成長率を2~4%と見込んでいます。各事業部門がこの範囲内で成長すると予測しています。さらに、売上に占める新興市場の割合が若干上昇すると予測しています。調整後の売上高営業利益率(EBIT)は前年を上回り、約16.5%となると見込んでいます。各事業部門の調整後の売上高営業利益率は前年と同等かそれ以上となる見込みです。調整後の優先株(一株)あたりの利益は8~11%増を見込んでいます。

(本プレスリリースは 5 月 19 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(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、2015年の売上高は181億ユーロ、調整後の営業利益は29億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

E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Phone +49 211 797 - 1875

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 健

TEL: 080-4859-0988 e-mail: takeshi.kuroki@henkel.com