

News Release

2016年8月17日

厳しさを増す市場環境のなかで好業績を継続

ヘンケル、第2四半期も堅調

- 売上高は4,654百万ユーロ:既存事業売上高は3.2%増(名目売上高は0.9%減)
- 新興市場の売上高の成長:既存事業売上高は6.1%増
- 調整後*の営業利益:6.6%増の819百万ユーロ
- 調整後*の優先株(一株)あたり利益(EPS):8.5%増の1.40ユーロ
- 調整後*の売上高営業利益率(EBIT マージン)の非常に大幅な改善:120 ベーシスポイント増の17.6%
- 2016年度通期のEBIT マージン*の見通しを引き上げ

* 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、「第2四半期、ヘンケルの業績は堅調でした。新興市場の力強い成長と成熟市場のプラス成長に支えられて、既存事業売上高は着実な伸びを示しました。また、売上高、利益ともに大幅な増加を実現することができました。調整後の優先株(一株)あたり利益は8.5%増の1.40ユーロに、調整後の売上高営業利益率は17.6%に上昇し、過去最高水準を達成しました。3つの事業部門のすべてがこの好業績を牽引しました。第2四半期の堅調な業績に貢献した当社のグローバルチームに感謝します」と述べました。

「また、第2四半期に合意に達したサン・プロダクツ・コーポレーションの買収についても大きな期待を持っています。この買収により、ヘンケルにとって世界で最も重要な地域の1つである北米での地位が大いに高まります。この取引が成立した時点で、当社は米国ランドリーケア市場でナンバー2の地位を獲得します」

今年度に関しては、「世界的な経済成長の低迷、成長ダイナミクスの減速、不確実性の高い市場、好ましくない為替動向などにより、市場環境はますます厳しくなりつつあります。当社は、野心的な目標の達成に向けて全力で取り組み、当社が持つイノベーション能力、強力なブランド、有利な市場ポジションの活用に注力していきます」と述べました。

2016年度通期のEBIT マージンの見通しを引き上げ

ファン・バイレンは、「2016年度通期では、引き続き、既存事業売上高は2~4%の伸びを、調整後の優先株(一株)あたり利益は8~11%の伸びを予想しています。調整後の売上高営業利益率に

については、16.5%程度に達するというのがこれまでの見通しでしたが、現在は 16.5%を上回る水準まで上昇するものと予想しています」と述べました。

2016 年第 2 四半期の売上高および利益

2016 年第 2 四半期、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 3.2%増加しました。**名目売上高**は、為替変動の悪影響 5.3%により、0.9%減少して 4,654 百万ユーロとなりました。

ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は、5.3%増と力強い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、2.1%増と着実な伸びを示しました。アドヒーズテクノロジー(接着技術)事業部門の既存事業売上高も同様に、2.6%増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、768 百万ユーロから 6.6%増加して、819 百万ユーロとなりました。営業利益は、715 百万ユーロから 5.8%増加して、757 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、1.2 ポイント増の 17.6%となりました。売上高営業利益率は 15.2%から 16.3%に上昇しました。

ヘンケルの**今期決算**は、前年同期のマイナス 11 百万ユーロからマイナス 1 百万ユーロへと改善しました。その主な要因は、受取利子純額の増加と為替の影響の改善です。税率は、前年同期の 24.6%から 24.3%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、558 百万ユーロから 8.8%増加して、607 百万ユーロとなりました。当期純利益は、531 百万ユーロから 7.7%増加して、572 百万ユーロとなりました。非支配株主持分の 11 百万ユーロを差し引いた当期純利益は 561 百万ユーロとなりました(前年同期は 521 百万ユーロ)。

調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)は 1.29 ユーロから 8.5%増加し、1.40 ユーロとなりました。EPS は、1.20 ユーロから 1.30 ユーロに増加しました。

売上高に対する**正味運転資本**は、対前年同期比で 1.3 ポイント改善し、5.3%となりました。

2016 年上半期の堅調な業績

2016 年上半期、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、すべての事業部門の貢献により 3.1%増加しました。**名目売上高**は、外国為替の悪影響により、マイナス 0.2 パーセントとわずかに減少し、9,110 百万ユーロとなりました。

調整後の営業利益は、1,475 百万ユーロから 6.4%増加して 1,570 百万ユーロとなりました。**調整後の売上高営業利益率**は、16.2%から 17.2%に改善しました。非支配株主持分を差し引いた**上半期の調整後の当期純利益**は、1,068 百万ユーロから 8.2%増加して 1,156 百万ユーロとなりました。

調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)は、2.47 ユーロから 8.1%(20 ユーロセント)増加して 2.67 ユーロとなりました。

2016 年 6 月 30 日の時点で、ヘンケルの正味財務状況はマイナス 118 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)。2015 年末からの変化は、主に配当金の支払いと買収資金の支払いによるものです。

2016 年第 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、2016 年第 2 四半期も引き続き順調に収益を伸ばしました。既存事業売上高は対前年同期比 5.3%の伸びを示し、再び関連市場を上回りました。名目売上高は 2.4%増の 1,345 百万ユーロとなりました(前年同期は 1,314 百万ユーロ)。

既存事業売上高の大幅な伸びの主な要因は、新興市場の事業成長です。アジア(日本を除く)地域は二桁成長を達成しました。東欧と中南米の売上高も非常に力強い伸びを示し、好業績に貢献しました。アフリカ・中東は、依然として厳しい市場環境のもとで非常に力強い成長を達成しました。成熟市場の売上高は堅調でした。北米の売上高は、対前年同期比で非常に力強い伸びを示しました。西欧は、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、8.4%増という非常に力強い伸びを示し、244 百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、対前年同期比 1.0 ポイント増という素晴らしい伸びを示し、18.1%となりました。営業利益は、198 百万ユーロから 10.3%増加して 218 百万ユーロとなりました。

ビューティーケア事業部門も、長期にわたって続く収益成長が順調に継続されました。既存事業売上高は 2.1%増加しました。名目売上高は、前年同期の 1,006 百万ユーロから 988 百万ユーロとなりました。

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。とくに東欧と中南米は売上高の二桁成長を記録し、好業績に貢献しました。アフリカ・中東の売上高は前年同期の水準を下回りましたが、アジア(日本を除く)は力強い成長を達成することができました。成熟市場の売上高は、前年同期の水準をわずかに下回りました。依然として厳しい競争と強い価格圧力の影響で、西欧および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。北米の既存事業売上高は着実な伸びを記録しました。

ビューティーケア事業部門の調整後の営業利益は、3.6%増と着実な伸びを示し、172 百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、0.9 ポイント増と非常に力強い伸びを見せ、過去最高水準の 17.4%に達しました。営業利益は、2.0%増の 162 百万ユーロとなりました。

接着技術事業部門は、既存事業売上高が 2.6%増と着実な伸びを示しました。名目売上高は、前年同期の 2,343 百万ユーロから 2,290 百万ユーロとなりました。

新興市場は引き続き好調で、既存事業売上高は今期も着実な伸びを示しました。中南米と東欧の既存事業売上高は、どちらも二桁成長を記録しました。アフリカ・中東の売上高は着実な伸びを示しました。アジア(日本を除く)の売上高は、とくに中国の経済成長が減速したために、前年同期の

水準をわずかに下回りました。成熟市場の売上高はおおむねプラス成長を記録しました。西欧の売上高は着実な伸びを示しました。しかし、アジア太平洋地域の成熟市場の売上高は、引き続き前年同期の水準を下回りました。北米の売上高は前年同期の水準をわずかに下回りました。

接着技術事業部門の調整後の営業利益は、対前年同期比 7.1%増と非常に力強い伸びを示し、426 百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、1.6 ポイント増という素晴らしい伸びを示し、過去最高水準の 18.6%に達しました。営業利益は、3.7%増の 403 百万ユーロとなりました。

2016 年第 2 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、1.1%増加しました。とくに南欧諸国と英国は非常に好調な業績を示しましたが、フランスとベネルクス諸国の売上高は減少しました。この地域の名目売上高は 1.4%増加して 1,585 百万ユーロとなりました。**東欧**の既存事業売上高は、厳しい市場環境にもかかわらず、9.7%増加しました。この好業績に貢献したのは、主にロシア、トルコ、ポーランドです。この地域の名目売上高は、合計 698 百万ユーロとなりました(前年同期は 707 百万ユーロ)。**アフリカ・中東**では、一部の国に広がる地政学的不安が引き続き事業成長に影響を及ぼしたものの、既存事業売上高は 4.4%の伸びを示しました。名目売上高は、前年同期の 342 百万ユーロから 333 百万ユーロとなりました。

北米の既存事業売上高は 1.8%増加しました。名目売上高は 932 百万ユーロと、前年同期からほぼ横ばいとなりました(前年同期は 934 百万ユーロ)。**中南米**の既存事業売上高は、メキシコ的好業績が大きく貢献し、11.0%の二桁成長を記録しました。名目売上高は、前年同期の 292 百万ユーロから 266 百万ユーロとなりました。**アジア太平洋**地域の既存事業売上高は 0.4%増加しました。この既存事業売上高の伸びは、主にインドと韓国の好業績に起因します。一方、中国の売上高は減少しました。名目売上高は 808 百万ユーロで、前年同期の水準(826 百万ユーロ)を下回りました。

新興市場は、すべての事業部門の好業績により既存事業売上高が 6.1%増加し、今期もグループの既存事業売上高の成長に平均を上回る貢献をしました。為替変動の悪影響により、名目売上高は 4.0%減少して 1,964 百万ユーロとなりました。このため、グループの売上高に占める新興市場の割合は 42%で、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 1.0%増の 2,659 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 年度の見通しを更新しました。引き続き、既存事業売上高成長率は 2~4%と見込んでおり、各事業部門がこの範囲内で成長すると予測しています。売上高に占める新興市場の割合については、為替変動の影響により前年の水準を若干下回ると予想しています。調整後の売上高営業利益率(EBIT)は 16.5%を超える水準まで上昇すると予想しており、各事業部門の調整後の売上高営業利益率は前年の水準を上回る見込みです。調整後の優先株(一株)あたりの利益は、引き続き 8~11%増を見込んでいます。

(本プレスリリースは 8 月 11 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、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