



Excellence is our Passion

News Release

2016年11月10日

2016年の見通しを再確認

ヘンケル、第3四半期も好業績を継続

- 売上高は4,748百万ユーロ:既存事業売上高は2.8%増(名目売上高は3.4%増)
- 新興市場の売上高の成長:既存事業売上高は6.7%増
- 調整後*の営業利益:7.6%増の837百万ユーロ
- 調整後*の売上高営業利益率(EBIT マージン)の大幅な改善:70 ベーシスポイント増の17.6%
- 調整後*の優先株(一株)あたり利益(EPS):9.2%増の1.42 ユーロ

*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3四半期も引き続きヘンケルの業績は好調でした。売上高、調整後のEBIT、調整後の優先株(一株)あたり利益は最高記録を更新しました。3つの事業部門すべてと、グローバルチームの強いコミットメントがこの好業績と質の高い利益を牽引しました」と述べました。

「第3四半期にはまた、サン・プロダクツの買収を首尾よく完了し、同社の良好な財務状況を確保することができました。この取引はヘンケル史上二番目に大きなもので、これによりヘンケルは米国ランドリーケア市場においてナンバー2の地位に躍進し、魅力的かつ人気の高いさまざまなブランドがポートフォリオに加わりました。サン・プロダクツの社員をヘンケルに迎え入れることは誇りであり、これからは北米ランドリー&ホームケア事業への統合を成功させることに力を入れています」

今年度については、「2016年も総じて厳しく不透明な市場環境が続くと見込まれます。当社は今後も野心的な目標の達成に向けて、強力なブランド、市場のリーダーとしてのポジション、確かな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年見通しの確認

ヘンケルは今年度の見通しを確認しました。ハンス・ファン・バイレンは、「2016年度を通して、既存事業売上高は2~4%の増加と予想しています。調整後の売上高営業利益率は16.5%以上に上昇し、調整後の優先株(一株)あたり利益は8~11%の伸びを見込んでいます」と述べました。

2016 年第 3 四半期の売上高および利益

2016 年第 3 四半期、ヘンケルの売上高は最高記録を更新し、3.4%増の 4,748 百万ユーロとなりました。売上高の成長に寄与したのは買収と既存事業の力強い成長です。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の伸びは 2.8%でした。外国為替の悪影響 3.3%を調整すると、売上高は 6.7%の増加となります。

既存事業売上高の増加を牽引したのはすべての事業部門における業績の底堅さでした。ランドリー & ホームケア事業部門の既存事業売上高は 4.0%の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%の伸びとなり、アドヒーズ テクノロジーズ(接着技術)事業部門の既存事業売上高は 2.5%増加しました。

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、778 百万ユーロから 7.6%増えて 837 百万ユーロとなりました。営業利益は 666 百万ユーロから 16.4%増加し、775 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 0.7 ポイント増の 17.6%となりました。売上高営業利益率は、14.5%から 16.3%となりました。

当社の今期決算は、サン・プロダクツの買収によりマイナス 15 百万ユーロと前年同期の水準を下回りました。税率は、前年同期の 24.6%から 23.2%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 9.2%増加し、564 百万ユーロから 616 百万ユーロとなりました。当期純利益は、18.2%増加して 494 百万ユーロから 584 百万ユーロになりました。非支配株主持分の 8 百万ユーロを差し引いた当期純利益は 576 百万ユーロ(前年同期は 484 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、1.30 ユーロから 9.2%増の 1.42 ユーロとなりました。EPS は、1.12 ユーロから 1.33 ユーロに増加しました。

売上高に対する正味運転資本は、前年同期比 0.8 ポイント改善し、5.2%となりました。

2016 年第 1～第 3 四半期の堅調な業績

2016 年第 1～第 3 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、すべての事業部門の貢献により 3.0%増加しました。名目売上高は 1.0%増加して 13,858 百万ユーロとなりました。

調整後の営業利益は、2,253 百万ユーロから 6.9%増の 2,407 百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、16.4%から 17.4%に改善しました。

非支配株主持分を差し引いた第 1～第 3 四半期の調整後の純利益は、1,632 百万ユーロから 8.6%増加して 1,772 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、3.77 ユーロから 8.5%増えて 4.09 ユーロとなりました。

2016年9月30日の時点で、ヘンケルの正味財務状況はマイナス2,661百万ユーロでした(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、主として買収資金の支払いと配当金の支払いによるものです。

2016年第3四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、売上高、EBITともに増加して2016年第3四半期も引き続き順調に収益を伸ばしました。既存事業売上高は前年同期比4.0%の伸びを示しました。名目売上高もサン・プロダクツの買収が牽引し、12.6%増加して1,479百万ユーロとなりました。

既存事業売上高が大きく増えたのは、主として新興市場の事業成長によるものです。アジア(日本を除く)およびアフリカ・中東では二桁成長を達成しました。東欧と中南米の売上高も堅調な増加を示し、好業績に貢献しました。成熟市場の売上高は手堅く増加しました。北米の売上高は前年同期比で好調な伸びを示しました。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、11.0%の二桁成長を示し、265百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、2016年に取引を完了した買収によって前年同期の高水準を若干下回り、17.9%となりました。買収の影響を除外すれば、調整後の売上高営業利益率は力強い伸びを示しました。営業利益は、211百万ユーロから8.0%増加して228百万ユーロとなりました。

ビューティーケア事業部門は2016年第3四半期も、長期にわたる収益成長を順調に継続しました。既存事業売上高は2.6%増加しました。名目売上高は0.4%増の968百万ユーロとなりました。

同事業部門は新興市場で順調な発展を続けており、既存事業売上高はきわめて力強い伸びを示しました。東欧と中南米は売上高の二桁成長を記録して業績に貢献しました。アジア(日本を除く)の売上高は前年同期の水準を下回ったものの、アフリカ・中東の売上高は大幅に増加しました。成熟市場の売上高は安定していました。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成長を達成しました。

ビューティーケア事業部門の調整後の営業利益は、9.7%増ときわめて力強い成長を示し、170百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、1.4ポイント増と素晴らしい改善を見せ、過去最高水準の17.5%に達しました。営業利益は、9.1%増加して155百万ユーロとなりました。

第3四半期の接着技術事業部門の既存事業売上高は、2.5%増と着実な伸びを示しました。名目売上高は、前年同期の2,279百万ユーロから2,272百万ユーロとなりました。

新興市場は引き続き好調で、既存事業売上高は手堅く増加しています。中南米の成長率は二桁の伸びとなりました。東欧の既存事業売上高は着実な成長を記録しました。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。アジア(日本を除く)の既存事業売上高は、非常に力強い増加を示しました。成熟市場の売上高は若干の減少となりました。西欧と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っています。北米の売上高は今期も安定していました。

接着技術事業部門の調整後の営業利益は、前年同期比 4.4%増と堅調な伸びを示し、430 百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、0.8 ポイント増で非常に着実な伸びを見せ、過去最高水準の 18.9%に達しました。営業利益は、15.3%増の 423 百万ユーロとなりました。

2016 年第 3 四半期の地域別業績

きわめて競争の激しい市場環境のなか、西欧におけるヘンケルの売上高は前年同期の水準を 0.5%下回りました。同地域の成長は強弱相半ばした結果となりました。ドイツの既存事業売上高がわずかにプラスとなり、スペインの既存事業売上高が堅調な伸びを記録した一方で、フランスおよびイタリアの売上高は前年同期の水準を下回りました。名目売上高は、前年同期の 1,508 百万ユーロから 1,473 百万ユーロに減少しました。東欧の既存事業売上高は 4.5%増加しました。この好調な業績に貢献したのは、主としてロシアとトルコです。この地域の名目売上高は、733 百万ユーロで前年同期とほぼ横ばいでした。アフリカ・中東地域では、一部の国に広がる地政学的不安が今期も成長に影響を及ぼしたものの、既存事業売上高は 6.9%と手堅い伸びを見せました。名目売上高は 9.0%増加して 348 百万ユーロとなりました。

北米地域の既存事業売上高は 1.6%増加しました。名目売上高は 1,067 百万ユーロと前年同期の水準を 13.5%上回りました。中南米の既存事業売上高は、メキシコの業績が大きく貢献して 13.9%の二桁成長を記録しました。名目売上高は、前年同期の 280 百万ユーロから 268 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 4.3%増加しました。この既存事業売上高の伸びは、主にインド、韓国、中国の好業績によるものです。一方、日本の売上高は減少しました。名目売上高は 6.9%増の 830 百万ユーロでした。

新興市場は、既存事業売上高が 6.7%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。名目売上高は 1.8%増加して 2,031 百万ユーロとなりました。グループの売上高に占める新興市場の割合は 43%で、前年同期の水準を維持しました。成熟市場では、既存事業売上高が 0.1%増の 2,688 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

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 8~11%増を見込んでいます。

(本プレスリリースは 11 月 8 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