



## Press Release

2019年11月18日

※本プレスリリースは、2019年11月14日にドイツ・ヘンケル本社が発表したプレスリリースの日本語訳版です。本プレスリリースは英語が原本であり、その内容・解釈については英文プレスリリースが優先します。

ヘンケル、2019年度の見通しを再確認

### 市場環境が厳しさを増す中、実績にばらつき

- アドヒーズ テクノロジーズ(接着技術)事業部門は堅調
- ビューティーケア事業部門は前年同期を下回る
- ランドリー&ホームケア事業部門は好調
- グループ全体の売上高は0.8%増の5,077百万ユーロ、既存事業売上高は0.3%減
- 調整後\*の売上高営業利益率(EBITマージン)\*は1.7パーセントポイント減の16.7%
- 調整後\*の優先株(一株)あたり利益(EPS)は1.43ユーロを達成、名目売上高は9.5%減(為替変動の影響を除外すると10.8%減)
- ブランドとデジタル化への投資を拡大
- フリーキャッシュフロー(純現金収支)は極めて大幅な伸びを記録(339百万ユーロ増の823百万ユーロ)

\* 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 - 2019年第3四半期のヘンケルの業績は、より厳しさを増す市場環境を反映したものととなりました。名目売上高は前年同期を上回り、既存事業売上高は前年同期をやや下回りました。調整後の売上高営業利益率(EBITマージン)、調整後の営業利益(EBIT)、および調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)は、今年の初めに発表した、一般消費者向け事業およびデジタル化に対する成長投資の拡大が重石となり、前年同期を下回りました。

ヘンケル最高経営責任者のハンス・ファン・バイレンは、「第3四半期の業績は、事業部門によってばらつきが生じました。接着技術事業部門は、主要産業における需要の一段の大幅な落ち込みが痛手となりました。しかし当事業部門は堅調な業績をあげ、引き続き、非常に高い売上高営業利益率を達成しました。ビューティーケア事業部門は、ブランドとイノベーションへの投資拡大が初めてプラスの効果を発揮したにもかかわらず、業績は前年同期を下回りました。プロフェッショナル事業部門は引き続き業績を伸ばしている一方、リテール事業部門は、西欧の回復が遅れたことや、予想されていた中国での在庫調整の動きが続き、重石となりました。他方、ランドリー&ホームケア事業部門は、イノベーションの立ち上げに成功したことが追い風となり、好調な業績をあげました」と述べています。

### 2019年度の見通しを再確認

ヘンケルは2019年度の見通しを再確認しました。グループ全体の既存事業売上高は、引き続き0~2%増と予想しています。接着技術事業部門の既存事業売上高は1%減~1%増、ビューティーケ

ア事業部門の既存事業売上高は2%減～増減なし、ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は、前回の見通しと同じく2～4%の範囲で増加すると見込んでいます。

グループ全体の調整後の売上高営業利益率については、引き続き16～17%と予想しています。

調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)は、為替変動の影響を除外して前年比一桁台半ば～後半のパーセンテージで減少するとの予想を維持しています。

### 2019年度第3四半期の売上高および利益

2019年度第3四半期の名目売上高は、0.8%増の5,077百万ユーロでした。為替変動と買収・売却の影響を除外した既存事業売上高は、0.3%減とわずかに減少しました。買収・売却の貢献は0.4%でした。為替変動による売上高への影響はプラス0.7%でした。

接着技術事業部門の既存事業売上高は、2.4%減となりました。ビューティーケア事業部門の既存事業売上高は、前年同期を2.2%下回りました。ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は、4.0%増という高い伸びを示しました。

新興市場の既存事業売上高は2.7%増と好調でした。成熟市場の既存事業売上高は2.3%減となりました。

西欧の既存事業売上高は2.1%減少、東欧の既存事業売上高は7.7%増加、アフリカ・中東の既存事業売上高は19.1%増加しました。北米の既存事業売上高は3.1%減少、中南米の既存事業売上高は3.4%減少、アジア太平洋地域の既存事業売上高は5.7%減少しました。

調整後の営業利益(EBIT)は850百万ユーロとなり、前年同期の926百万ユーロから8.2%減少しました。

調整後の売上高営業利益率(EBITマージン)は、前年同期比1.7ポイント減の16.7%でした。

調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)は、前年同期の1.58ユーロを9.5%下回る1.43ユーロとなりました。為替変動の影響を除外すると、EPSは10.8%減となりました。

売上高に対する正味運転資本は5.7%で、前年同期(6.6%)から改善しました。

フリーキャッシュフローは823百万ユーロで、前年同期(484百万ユーロ)から大幅に増加しました。これは、当社が優れたフリーキャッシュフロー創出力を有していることを示しています。

### 事業部門別実績

第3四半期の接着技術事業部門の売上高は2,395百万ユーロに達し、前年同期を0.9%上回りました。自動車セクターを中心に工業生産が一段と低迷する中で、既存事業売上高は2.4%減少しました。調整後の営業利益は458百万ユーロとなり、前年同期から1.7%減少しました。調整後の売上高営業利益率は19.1%となり、前年同期の水準を下回りました。

第3四半期のビューティーケア事業部門の既存事業売上高は、2.2%減となりました。西欧市場の競争が依然として厳しく業績の回復が遅れていることや、予想されていた中国のリテール事業で続く在庫調整の動きが重石となりました。反対に、北米の業績は好調となりました。名目売上高は、前年同期を2.3%下回る970百万ユーロとなりました。調整後の営業利益は前年同期比21.2%減の144百万ユーロでした。調整後の売上高営業利益率もまた、成長投資の拡大が重石となり、前年同期を下回る14.8%となりました。

第3四半期のランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は、新興市場の売上高が二桁増となったことを受けて、4.0%という高い伸びを示しました。反対に、北米のランドリーケア事業は引き続き伸び悩みました。名目売上高は、前年同期の1,641百万ユーロから2.5%増の1,682百万ユーロに留まりました。調整後の営業利益は267百万ユーロで、前年同期と比較して9.0%減少しました。調整後の売上高営業利益率は、今年の初めに発表したとおり、成長投資を拡大したことを主な理由として、前年同期を下回る15.9%となりました。

### 2019年第1～第3四半期の実績

ヘンケルは、第1～第3四半期の期間において、1.0%増となる152億ユーロの売上高を記録しました。為替変動と買収・売却の影響を除外した既存事業売上高は、前年同期と同一でした。為替変動による売上高への影響はプラス0.5%でした。

調整後の営業利益(EBIT)は、2,694百万ユーロから7.5%減少して、2,491百万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、前年同期の17.9%から、16.4%となりました。

調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)は、前年同期の4.59ユーロを8.5%下回る4.20ユーロとなりました。為替変動の影響を除外したEPSは8.9%減でした。

第1～第3四半期の接着技術事業部門の既存事業売上高は1.5%減少しました。調整後の売上高営業利益率(EBITマージン)は18.5%でした(前年は18.9%)。ビューティーケア事業部門の既存事業売上高は2.3%減少しました。調整後の売上高営業利益率(EBITマージン)は14.0%でした(前年は17.7%)。ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は、3.5%増と力強い成長を示しました。調整後の売上高営業利益率(EBITマージン)は16.6%でした(前年は18.1%)。

強力な資金管理と正味運転資本の改善が奏功して、第1～第3四半期のフリーキャッシュフローは690百万ユーロ増の1,813百万ユーロとなり、過去最高を更新しました。

正味財務状況は、前年同期と比較して約10億ユーロ改善しました。2019年9月30日時点では、正味財務状況はマイナス2,256百万ユーロでした(2018年9月30日時点では、マイナス3,248百万ユーロ)。

## ヘンケルについて

ヘンケルはバランスのよい、多角的なポートフォリオを備え、産業および一般消費者向け事業をグローバルに展開しています。優れたブランドとイノベーション、テクノロジーを誇るヘンケルは、アドヒーズテクノロジー（接着技術）、ビューティーケア、ランドリー&ホームケアの3分野において、グローバルリーダーとしての地位を維持しています。1876年に創立し、140年以上に及ぶ成功の歴史があるヘンケルは、ドイツのデュッセルドルフに本社を置き、世界に約53,000名の社員を擁しています。サステナビリティの分野をリードする存在として評価されるヘンケルは、多くの国際的指標やランキングでトップの地位を維持しています。2018年の売上高は200億ユーロ、営業利益はおよそ35億ユーロに上ります。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。さらなる情報はこちら [www.henkel.com](http://www.henkel.com) をご覧ください。

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>

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。

## コンタクト

### Lars Witteck

Phone: +49 211 797 - 2606

Email: [lars.witteck@henkel.com](mailto:lars.witteck@henkel.com)

### Wulf Klüppelholz

Phone: +49 211 797 - 1875

Email: [wulf.klueppelholz@henkel.com](mailto:wulf.klueppelholz@henkel.com)

### Jennifer Ott

Phone: +49 211 797 - 2756

Email: [jennifer.ott@henkel.com](mailto:jennifer.ott@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 小野尾 秀美  
TEL: 03-5783-1219 e-mail: [hidemi.onoo@henkel.com](mailto:hidemi.onoo@henkel.com)