

Press Release

2014年5月9日

(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。)

2014年度第1四半期業績発表

ヘンケル、2014年度も好調にスタート

- 既存事業売上高:4.3%増
- 売上高:外国為替の影響により、3,929百万ユーロ(2.6%減)
- 営業利益(調整後):3.3%増の619百万ユーロ
- 売上高営業利益率(調整後):0.9%ポイント改善の15.8%
- 優先株一株当たり利益(調整後):8.3%増の1.04ユーロ
- 新興市場では極めて好調な売上増加を達成(既存事業売上高は9.2%増)

デュッセルドルフ-「厳しい市場環境が続く中、当期は順調な滑り出しとなりました。すべての事業部門において既存事業が増収となるとともに、収益性も改善しています」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、次のように付け加えました。「新興市場の業績が極めて好調であった一方で、成熟市場も一定の成長を達成することができました。しかしながら、売上高は、為替変動によるマイナスの影響を昨年よりも大きく受ける形になりました」

2014年度について、ローステッドは次のように述べました。「外国為替の状況が短期間で改善することは期待していません。東欧の最近の動向が市場にさらなる不確定要素をもたらしていることもあり、今後も経済環境は厳しい状況が続くものと予想されます。したがって、今後の経済動向を予測することは難しい状況にあります。機敏さと柔軟性が引き続き成功の鍵となるものと思われます。こうした環境の中、当社では引き続き、各プロセスの簡素化とスピードアップに取り組んでまいります」

2014年の指針の確認

ヘンケルは、厳しい経済環境の中、2014年の指針を「2014年度は、既存事業売上高について3%~5%の増加を見込んでいます。調整後の売上高営業利益率は、約15.5%に上昇し、調整後の一株当たり利益は、10%近く増加するものと見込んでいます」と発表しました。

2014年第1四半期の売上高および利益

2014年度第1四半期は、米ドルに加えて、特に新興市場の通貨が引き続き大幅な下落圧力にさらされました。その結果、**売上高**は対前年同期比で2.6%減の3,929百万ユーロとなりました。一方、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**の増加率は4.3%に達しました。

ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は6.0%の大幅増収となりました。**ビューティケア事業部門**の既存事業売上高は3.0%と堅調な伸びを示しました。**アドヒューシブテクノロジーズ(接着技術)事業部門**の既存事業売上高も同様に4.1%増と堅調な伸びを記録しました。

一時所得・一時費用・リストラ費用を除いた**調整後の営業利益(EBIT)**は、3.3%増の619百万ユーロ(前年同期は600百万ユーロ)となりました。報告されている**営業利益(EBIT)**は、7.6%増の608百万ユーロ(前年同期は565百万ユーロ)となりました。

調整後の売上高営業利益率(EBITマージン)は、0.9%ポイント改善し、15.8%(前年同期は14.9%)となりました。報告されている**売上高営業利益率**は、15.5%(前年同期は14.0%)となりました。

営業外損益は、15百万ユーロ改善してマイナス15百万ユーロとなりました。これは主に、利息の受払状況の改善とその他投資の売却益によるものです。正味利息収入の改善は、2013年6月および2014年3月にシニア債の返済を行ったことが一部寄与したものです。税率は23.1%でした(前年同期は24.7%)。

当期純利益は403百万ユーロから13.2%増の456百万ユーロとなりました。7百万ユーロの非支配株主持分を差し引いた**当期純利益**は、449百万ユーロとなりました(前年同期は393百万ユーロ)。非支配株主持分を差し引いた**調整後の当期純利益**は、8.4%増の452百万ユーロとなりました(前年同期は417百万ユーロ)。**優先株一株当たり利益(EPS)**は0.91ユーロから1.04ユーロに増加しました。調整後は、8.3%増の1.04ユーロ(前年同期は0.96ユーロ)となりました。

売上高に対する正味運転資本の比率はさらに改善し、4.8%となりました。2014年3月31日現在の**正味財産状況**については、正味現金残高が前年同期比809百万ユーロ増の923百万ユーロとなりました。

事業部門別実績

ランドリー&ホームケア事業部門は、各マーケットにおけるポジションをさらに強化し、売上・利益面ともに引き続き好調を維持しました。既存**事業売上高**は前年比6.0%増となりました。名目売上高は1,147百万ユーロ(前年同期は1,177百万ユーロ)となりました。

同部門の既存**事業売上高**の高い伸びは、主に新興市場の業績が寄与したものです。新興市場は、アフリカ・中東および中南米地域が特に大きく貢献した結果、再び2桁の大幅な伸びを記録しました。東欧の売上高も堅調な伸びを示しました。成熟市場における売上は概ね好調に推移しました。西欧は厳しい市場環境にもかかわらず堅調な売上増を達成しました。一方、北米は、市場の縮小と厳しい競争環境を背景に売上減となりました。

調整後の営業利益は7.8%増の190百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、前年同期比で1.6%ポイント改善し、16.6%と大きく上昇しました。報告されている営業利益は11.8%増の196百万ユーロとなりました。

ビューティケア事業部門も引き続き増収・増益となりました。既存事業売上高の成長率は再び市場平均を上回る3.0%増を達成し、マーケットシェアの拡大をもたらす結果となりました。名目売上高は、856百万ユーロ(前年同期は873百万ユーロ)となりました。

新興市場における既存事業売上高は引き続き堅調でした。2桁増収を達成したアジア事業が成長を牽引しています。アフリカ・中東地域が力強い伸びを示す一方、東欧地域も堅調な伸びを維持しました。成熟市場は、市場の縮小と価格の値下げ圧力に見舞われる中、販売促進活動を強化したことで売上増を達成しました。西欧およびアジア太平洋地域の成熟市場は堅調な伸びを記録しました。一方、北米の売上高は、価格競争が大きく激化した結果、前年割れとなりました。

調整後の営業利益は、前年同期比3.1%増の134百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率も0.8%ポイントの大幅な改善を示し、15.7%に上昇しました。報告されている営業利益は114百万ユーロ(前年同期は124百万ユーロ)となりました。

アドヒーズテクノロジー事業部門の第1四半期の業績は、既存事業売上高が4.1%増の堅調な伸びを示し、再度市場平均を上回るなど、売上・利益面ともに増加しました。名目売上高は1,893百万ユーロ(前年同期は1,944百万ユーロ)となりました。

新興市場の既存事業売上高は極めて堅調でした。特に、中南米、アジア(日本を除く)、東欧が堅調で、前年同期比で大幅な伸びを示しました。アフリカ・中東地域の売上高も堅調な伸びを示しました。成熟市場の既存事業売上高は、地域ごとにまだら模様ながらも、全体としては増加しました。北米の売上高は、年初に発生した異常気象により一部の顧客企業が生産停止に追い込まれたことが影響し、前年の水準を下回りました。対照的に、西欧は堅調な伸びを記録しました。また、アジア太平洋地域の各成熟市場においても順調に売上を伸ばしました。

調整後の営業利益は319百万ユーロと、ほぼ前年並みの水準となりました。調整後の売上高営業利益率は前年同期比で0.4%ポイント改善し、16.9%となりました。報告されている営業利益は、5.5%増の331百万ユーロを記録しました。

地域別業績

競争の激しい市場環境において、**西欧**地域の売上高は、2.0%増の1,450百万ユーロとなりました。既存事業売上高は、南欧が若干の落ち込みを示したものの、他のほとんどの国が増収となった結果、2.4%増となりました。**東欧**地域の売上高は670百万ユーロ(前年同期は718百万ユーロ)となりました。既存事業売上高の増加率は、主にロシアとトルコが牽引し、5.4%を記録しました。**アフリカ・中東**地域の売上高は277百万ユーロ(前年同期は289百万ユーロ)となりました。同地域では、一部の国の政情不安の悪影響を受けたにもかかわらず、すべての事業がプラスに寄与した結果、既存事業売上高は17.9%増と、再度2桁の成長を遂げました。

北米については、競争の激しい市場環境の中、売上高は前年同期比8.1%減の670百万ユーロとなりました。既存事業売上高は、前年の水準を3.1%下回る結果となりました。これは、異常な寒冬の影響を受けたことと、消費財事業の販売競争が激化したことが主な要因です。**中南米**地域の名目

売上高は6.2%減の241百万ユーロとなり、既存事業売上高の増加率は8.4%となりました。これには、メキシコとブラジルの事業活動が特に重要な貢献を果たしました。アジア太平洋地域の売上高は1.4%増の588百万ユーロとなりました。その中で、既存事業売上高は、特に中国の2桁成長が寄与した結果、9.3%増と極めて大きな伸びを示しました。

東欧、アフリカ・中東、中南米およびアジア(日本を除く)の新興市場については、外国為替のマイナスの影響を受け、名目売上高は3.3%減の1,669百万ユーロとなりました。既存事業売上高の伸び率は、全事業部門がプラスに寄与したことから、9.2%となりました。新興市場の売上高に占める割合は、外国為替の影響により、前年同期の43%から42%へとわずかに低下しました。成熟市場の既存事業売上高は0.8%増の2,226百万ユーロとなりました。

ヘンケルグループの2014年見通し

ヘンケルは、2014年度の既存事業売上高成長率を3~5%と見込んでいます。当社は、各事業部門がこれを達成すべく成長することを確信しています。ヘンケルは、2016年までの戦略に従い、売上高に占める新興市場の割合が若干増加することも見込んでいます。また、それぞれ対前年比で、調整後の売上高営業利益率(EBIT)については約15.5%に上昇し、調整後の優先株一株当たり利益については10%近くの増加を見込んでいます。

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。

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47,000人であり、2013年度の売上高は163億5千5百万ユーロ、調整後の営業利益は25億1千6百万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@jp.henkel.com

— 本件に関する報道関係者のお問合せ先 —
ヘンケルジャパン株式会社
広報代行: 共同 PR 高田 Tel: 03-3571-5236