

## Press Release

2015年8月17日

厳しい市場環境にも関わらず通期業績目標を確認

### ヘンケル、第2四半期も堅調な業績を達成

- 売上高: 13.5%増の 4,695 百万ユーロ(既存事業売上高は 2.4%の増加)
- 調整後\*の営業利益: 14.0%増の 768 百万ユーロ
- 調整後\*の売上高営業利益率(EBIT マージン): 0.1%ポイント増の 16.4%
- 調整後\*の優先株(一株)あたり利益(EPS): 11.2%増の 1.29 ユーロ
- 新興市場の好調な既存事業売上高: 5.1%の増加

\*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 – 「厳しい環境が続く中、ヘンケルは第2四半期に全体として好調な業績を達成しました。今期もまた、2桁の増収増益を実現しました。主として、既存事業売上高の堅調な伸び、昨年の買収、そしてとりわけUSD高が寄与しました。新興市場の既存事業売上高は好調で、成長に対し、再び全社平均以上の寄与をしました」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ました。

2015年上半期の業績について、ローステッドは次のように述べました。「2015年の上半期の売上高は約11億ユーロ増加し、91億ユーロ以上となりました。既存売上高は3.0%増加、調整後の売上高営業利益率(EBITマージン)は16.2%、調整後の一株あたり利益(EPS)は12.3%増加となっており、通期業績目標の達成に向けて順調に進んでいます」

2015年度に関して、ローステッドは次のように述べました。「世界における現在の厳しい経済環境は続くと思われ、市場の不安定性は引き続き高いでしょう。このような状況では、機敏さと柔軟性が成功のカギとなります。そのため当社は、適応を継続し、市場環境の変化に対し組織やプロセスのより一層の簡素化および加速化を推し進めます」

#### 2015年の予想

厳しい市場環境に関わらず、ローステッドは今年度の見通しを確認し、「2015年は既存事業売上高の伸びを3%から5%と見込んでいます。調整後の売上高営業利益率は約16%まで増加すると予想され、調整後の優先株(一株)あたりの利益も約10%の増加を見込んでいます」と発表しました。

## 2015年第2四半期の売上高および利益

2015年第2四半期のヘンケルの売上高は、13.5%と再び2桁の増収で4,695百万ユーロとなりました。外国為替差益7.3%を除外した売上高は6.2%増加しました。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**は2.4%の増加となりました。

ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は4.3%の堅調な増収となりました。ビューティーケア事業部門では、既存事業売上高が1.9%の堅調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でも、既存事業売上高が1.7%増とプラスの伸びを示しました。

一時所得、一時費用およびリストラ費用を除いた**調整後の営業利益**は、674百万ユーロから14.0%増加し、768百万ユーロとなりました。報告されている営業利益(EBIT)は、589百万ユーロから21.4%増加し、715百万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、0.1%ポイント増加し、16.4%となりました。報告されている売上高営業利益率は14.2%から1.0%ポイント増加し、15.2%となりました。

ヘンケルの**今期決算**は、マイナス11百万ユーロとなり前年同期の水準でした。税率は24.6%でした(前年同期は22.8%)。

非支配株主持分を差し引いた**調整後の当期純利益**は、前年同期の499百万ユーロから11.8%増加し、558百万ユーロとなりました。報告されている当期純利益は、19.1%増の531百万ユーロ(前年同期は446百万ユーロ)となりました。10百万ユーロの非支配株主持分を差し引いた当期純利益は521百万ユーロに増加しました(前年同期は441百万ユーロ)。

**調整後の優先株(一株)あたりの利益(EPS)**は前年同期の1.16ユーロから11.2%増加し、1.29ユーロとなりました。報告されたEPSは、前年同期の1.02ユーロから1.20ユーロに増加しました。売上高に対する**正味運転資本**は、前年比0.6%ポイント増の6.6%となりました。この増加は主に、買収と外国為替によるものです。

## 2015年上半期の業績は好調

2015年上半期のヘンケルの**売上高**は1,059百万ユーロの著しい増加となり、9,125百万ユーロでした。これは2014年上半期と比較して13.1%の成長です。外国為替差益を除外した売上高は6.5%増加しました。全事業部門が好調な業績に寄与したことから、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**は3%の増加となりました。

**調整後の営業利益**は1,293百万ユーロから182百万ユーロ増加し、1,475百万ユーロ(14%増)となりました。**調整後の売上高営業利益率**は16%から16.2%に上昇しました。

非支配株主持分を差し引いた**調整後の半年間の純利益**は951百万ユーロから12.3%増加し、1,068百万ユーロとなりました。

**調整後の優先株(一株)あたりの利益(EPS)**は、2.20ユーロから12.3%(0.27ユーロ)増加し、2.47ユーロとなりました。

2015年6月30日時点のヘンケルの**正味財務状況**は、マイナス634百万ユーロでした(2014年12月31日時点では、マイナス153百万ユーロ)。2014年の年末からの変化は主として配当支払いによるものです。

## 2015年第2四半期の事業部門別業績

**ランドリー&ホームケア**事業部門は、2015年第2四半期も再び収益成長を記録しました。既存事業売上高は前年比4.3%の伸びを示し、関連市場を上回りました。これによって市場シェアも拡大しました。名目売上高は15.3%増と再び2桁台の成長を示し、1,314百万ユーロ(前年同期は1,139百万ユーロ)となりました。

既存事業売上高が好調だった要因は、主として再び力強い成長を示した新興市場の業績によるものでした。東欧地域と中南米地域の双方が2桁の成長を記録しました。アフリカ・中東地域は堅調な成長を記録しました。成熟市場における既存事業売上高はプラス成長となりました。これは主に西欧がプラス成長を示し、特にドイツで好調な伸びが見られたことによるものでした。北米地域は引き続き競争の激化が特徴的な市場でしたが、売上高はプラスとなりました。

**ランドリー&ホームケア**事業部門の**調整後の営業利益**は、18.6%と著しく増加し、225百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、2014年第2四半期と比較して0.5%ポイント増と大きく伸び、17.1%となりました。報告された営業利益も、前年同期の160百万ユーロから23.6%と著しく成長し、198百万ユーロでした。

**ビューティーケア**事業部門も2015年第2四半期に収益成長を継続しました。既存事業売上高の伸びは1.9%と今期も関連市場の伸びを上回り、市場シェアの拡大につながりました。名目売上高は12.2%と著しく増加し1,006百万ユーロとなり(前年同期は897百万ユーロ)、四半期売上高としては初めて10億ユーロを超えました。

同部門の新興市場での順調な成長は、既存事業売上高の大幅な増加に伴うものです。アジア地域(日本を除く)および中南米地域の双方では再び2桁台の成長を記録しました。東欧の売上高は好調な伸びを示し、アフリカ・中東地域の既存事業売上高はプラスとなりました。成熟市場の事業は引き続き市場の縮小と価格および販促活動の競争激化の影響を受けています。西欧では、売上高は前年同期を下回りました。この厳しい市場環境に関わらず、北米の売上高は堅調な伸びを示しました。成熟市場であるアジア太平洋地域では既存事業売上高がプラス成長となりました。

**ビューティーケア**事業部門の**調整後の営業利益**は前年同期比で 14.7%と著しく増加し、166 百万ユーロを達成しました。調整後の売上高営業利益率は、0.3%ポイント増加し、初めて 16.5%となりました。報告された営業利益は、17.6%増の 158 百万ユーロとなりました。

**アドヒーズ テクノロジーズ**事業部門の今期の既存事業売上高は、1.7%増とプラスの伸びを示しました。名目売上高は、13.3%増の2,343百万ユーロとなりました(前年同期は2,069百万ユーロ)。

新興市場の既存事業売上高は堅調な成長を示しました。アフリカ・中東地域では非常に好調な成長を遂げました。中南米地域は大きな伸びを記録し、アジア(日本を除く)の売上高はプラス成長でした。東欧地域でも、一部の地域では厳しい政情が継続しているにもかかわらず、プラス成長となりました。成熟市場の既存事業売上高も全体としてプラス成長でした。アジア太平洋地域の成熟市場

は非常に好調な伸びを見せ、西欧の売上高はプラス成長でした。しかしながら北米では、既存事業売上高は昨年と比較してわずかに低下しました。

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、2014年第2四半期と比較して9.9%増加し、398百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は、17.0%と前年同期の高い水準を下回りました。報告された営業利益は、12.2%増の388百万ユーロとなりました。

## 2015年第2四半期の地域別業績

ヘンケルの**西欧地域**の売上高は7.9%増の1,564百万ユーロとなりました。非常に競争の激しい市場環境の中で、既存事業売上高は前年同期の水準に到達しました。フランスおよびドイツとともに南欧の国々では売上高が増加しましたが、北欧地域およびスイスの売上高は低下しました。**東欧地域**の売上高は707百万ユーロ（前年同期は739百万ユーロ）となりました。しかし、厳しい市場環境にもかかわらず、既存事業売上高は5.5%と大きく増加しました。主としてロシア、トルコおよびポーランドの業績が寄与しました。**アフリカ・中東地域**では、売上高が前年同期の287百万ユーロから342百万ユーロに増加しました。いくつかの国で政治状況が引き続き成長に影響を与えてはいるものの、既存事業売上高は4.4%の成長を記録しました。

**北米地域**では、売上高が703百万ユーロから934百万ユーロに増加しました。既存事業売上高は0.3%増加しました。**中南米地域**の売上高は12.7%増の292百万ユーロとなりました。既存事業売上高は8.4%増加しました。この好調な成長に寄与したのは主にメキシコの業績です。**アジア太平洋地域**の売上高は、前年同期の666百万ユーロから826百万ユーロに増加しました。既存事業売上高は3.7%増加しました。既存事業売上高の好調な成長に寄与したのは特に中国、日本およびインドの業績です。

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**では、売上高は著しく増加し、11%増の2,047百万ユーロとなりました。全ての事業部門が寄与し、既存事業売上高は5.1%増加し、再びヘンケルグループにおける既存事業売上高に対し全社平均以上の寄与となりました。新興市場の売上高の割合は、2014年第2四半期と比較しわずかに低下し、44%となりました。**成熟市場**では、既存事業売上高が0.4%の伸びを示し、2,617百万ユーロとなりました。

## ヘンケルグループの2015年見通し

ヘンケルは、2015年度の既存事業売上高成長率を引き続き3~5%と見込んでいます。アドヒーズ テクノロジーズ事業部門とランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高成長率は、それぞれこの範囲内に納まる見込みです。ビューティーケア事業部門については、約2%の成長率を見込んでいます。これまでどおり、新興市場の売上高の割合は堅調な伸びを示す見込みです。2014年度比で、調整後の売上高営業利益率予想は約16%までの増加が見込まれ、調整後の優先株（一株）あたりの利益は約10%の伸びになる見込みです。

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。

(本プレスリリースは 8 月 12 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、2014年の売上高は164億ユーロ、調整後の営業利益は26億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](mailto:lars.witteck@henkel.com)

Wulf Klüppelholz

Phone +49 211 797 - 1875

E-Mail: [wulf.klueppelholz@henkel.com](mailto: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@henkel.com](mailto:takeshi.kuroki@henkel.com)