



Press Release

2017年2月28日

2016年度も業績好調

ヘンケル、売上高および利益で記録更新

- 売上高:3.5%増の18,714百万ユーロ(既存事業売上高は3.1%増)
- 新興市場の売上高の成長:既存事業売上高は6.8%増
- 調整後*の営業利益が大幅に増加:8.5%増の3,172百万ユーロ
- 調整後*の売上高営業利益率(EBIT マージン)が劇的に改善:70 ベーシスポイント増の16.9%
- 調整後*の優先株(一株)あたり利益が増加:9.8%増の5.36 ユーロ
- 配当金を2桁増配**:10.2%増で優先株(一株)あたり1.62 ユーロ

*一時所得、一時費用およびリストラ費用を除く

** 2017年4月6日の年次株主総会において株主に提案予定

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、「2016年はヘンケルにとって非常に好調な年でした。難しい市場環境の中で、売上高と利益で再び記録を更新し、今年度の財務目標を達成しました。質の高い利益を上げることができ、調整後の営業利益が初めて30億ユーロを突破しました」と述べました。「9月には当社史上2番目に大きな取引である、サン・プロダクツ社の買収を完了しました。この買収はヘンケルにとっては大きな一歩であり、北米におけるランドリー & ホームケア事業を大いに強化しています。11月には、2020年とその先に向けた新たな目標と戦略的優先事項を発表しました。強固な基盤と2016年の好業績、来年以降の明確な優先事項に基づき、将来に向けて進歩を続けることに専念してまいります」

2017年の見通し

2017年度の見通しについて、ハンス・ファン・バイレンは「非常に変わりやすく不安定な市場環境が続くことが予想されます。しかし、当社は明確な戦略的方向とグローバルで強力なチーム体制、また革新的なブランドと技術で市場をリードしているため、さらに収益を伸ばせる良い状況にあります。2017年度は、既存事業売上高は2~4%増、調整後の売上高営業利益率(EBIT マージン)は17%以上に増加、調整後の優先株(一株)あたり利益は7~9%程度伸びると予想しています」と述べています。

2016年の売上高および利益

2016年度の売上高は18,714百万ユーロで記録を更新し、前年比で3.5%増加しました。外国為替の影響調整後の売上高は7.1%伸びました。買収・売却による寄与は4.0%で、これは主にサン・プロダクツ社を買収した結果です。外国為替と買収・売却による影響を除外した既存事業売上高は3.1%増と堅調でした。

全事業部門で既存事業売上高は順調に成長し、アドヒーズ テクノロジーズ事業部門の既存事業売上高は 2.8%増を達成しました。ビューティーケア事業部門の既存事業売上高は 2.1%増、ランドリー & ホームケア事業部門の既存事業売上高は 4.7%増を記録しました。

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 8.5%増加し、過去最高の 3,172 百万ユーロ(前年は 2,923 百万ユーロ)を記録しました。全 3 事業部門がこの好調な業績に寄与しています。報告されている営業利益(EBIT)は、前年が 2,645 百万ユーロであったのに対し、2,775 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 16.2%から 0.7%ポイント増の 16.9%となり、記録を更新しました。報告されている売上高営業利益率は 0.2%ポイント増加し、14.8%(前年は 14.6%)でした。

今期決算は、マイナス 42 百万ユーロからマイナス 33 百万ユーロに改善しました。サン・プロダクツ社の買収に関する資金調達コストは、ハイブリッド債の償還によるプラス効果によって十二分に相殺されました。

非支配株主持分を差し引いた調整後の当期純利益は 10.0%増の 2,323 百万ユーロ(前年は 2,112 百万ユーロ)となりました。非支配株主持分の 40 百万ユーロを差し引いた報告されている当期純利益は 6.9%増加し、1,921 百万ユーロから 2,053 百万ユーロになりました。

調整後の優先株(一株)あたり利益は 4.88 ユーロから 9.8%増の 5.36 ユーロとなり、新記録に達しました。報告されている優先株(一株)あたり利益は、4.44 ユーロから 4.74 ユーロに増加しました。

経営委員会、監査委員会および株主委員会は、2017 年 4 月 6 日の年次株主総会において、優先株(一株)あたり配当を 10.2%増の 1.62 ユーロ(前年は 1.47 ユーロ)、普通株(一株)あたり配当を 10.3%増の 1.60 ユーロ(前年は 1.45 ユーロ)に引き上げることを提案する予定です。この場合、当社史上最高の配当額となり、配当性向は 30.3%となります。

売上高に対する正味運転資本は、3.8%から 0.3%ポイント改善し、3.5%となりました。

年末の正味財務状況はマイナス 2,301 百万ユーロでした(2015 年 12 月 31 日時点では、335 百万ユーロ)。前年末との差は、主に買収の支払いによるものです。

事業部門別実績

2016 年度、アドヒーズ テクノロジーズ事業部門は既存事業売上高が 2.8%増と堅調に成長し、市場全体の伸びを上回りました。名目売上高は前年の 8,992 百万ユーロから 8,961 百万ユーロとなりました。

新興市場は既存事業売上高の成長で好業績を継続し、中南米地域で 2 桁の成長、東欧地域でも好調な伸びを見せました。アジア(日本を除く)の売上高は堅調に成長しました。アフリカ・中東地域での売上実績は、同地域の一部で継続している不安定な政情および経済環境の悪化にも関わらず、プラスの成長でした。成熟市場の売上高は前年と同程度でした。北米の売上実績はプラスで、西欧地域では前年と同様でした。アジア太平洋地域の成熟市場では、売上高は前年の水準を下回ったままでした。

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、前年比 6.2%増の 1,629 百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は 1.1%ポイント成長し、過去最高の 18.2%に達しました。報告されている営業利益は 6.8%増の 1,561 百万ユーロとなりました。

2016年、ビューティーケア事業部門は過年度の収益成長を継続しました。既存事業売上高は2.1%増となり、再び関連市場の成長率を上回りました。名目売上高は3,838百万ユーロ(2015年は3,833百万ユーロ)となりました。

地域別に見ると、新興市場の業績が非常に好調でした。東欧と中南米は既存事業売上高で2桁の成長を達成しました。アジア(日本を除く)とアフリカ・中東の売上高はプラスの成長となりました。成熟市場の事業は依然として強い価格圧力および販促の激化の影響を受けています。この厳しい環境において成熟市場の売上高は、前年をわずかに下回る程度にとどまりました。西欧や、アジア太平洋地域の成熟市場では、売上高は前年を下回りました。北米のビューティーケア事業部門は前年比で堅調な成長を記録しました。

ビューティーケア事業部門の調整後の営業利益は6.1%増の647百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は1.0%ポイント増加し、過去最高の16.9%を記録しました。報告されている営業利益は前年の561百万ユーロから526百万ユーロとなりました。

ランドリー&ホームケア事業部門も2016年度、過年度の収益成長を継続しました。既存事業売上高は前年比4.7%の伸びを示し、関連市場を大きく上回りました。名目売上高は、2016年に完了した買収により、12.8%増の5,795百万ユーロとなりました。

新興市場は大幅に成長し、2016年も既存事業売上高の成長に主要な貢献をしました。アジア(日本を除く)ではランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高が2桁の成長を記録しました。アフリカ・中東地域の売上高も非常に力強い成長を見せました。東欧と中南米地域の売上高も堅調な伸びを達成し、成長に寄与しました。成熟市場の業績は堅実でした。北米は堅調に売上高を伸ばし、西欧の売上高もプラス成長となりました。

ランドリー&ホームケア事業部門の調整後の営業利益は13.7%増の2桁成長で、1,000百万ユーロとなりました。調整後の売上高営業利益率は0.2%ポイント増で、17.3%という新記録に達しました。報告されている営業利益は2.2%増加し、786百万ユーロから803百万ユーロとなりました。

地域別業績

厳しい市場競争環境が続くなか、西欧地域の既存事業売上高は前年と同水準でした。南欧地域のプラス成長は、フランスにおける減少を完全には相殺することができませんでした。同地域の名目売上高は5,999百万ユーロで、為替差損により前年比でわずかに下回っていました。東欧地域の既存事業売上高は7.0%成長しました。こうした業績に貢献したのは、主にロシアおよびトルコでの事業でした。同地域の名目売上高は0.7%増加し、2,713百万ユーロ(2015年は2,695百万ユーロ)となりました。一部の国での政情不安や社会不安があるにも関わらず、アフリカ・中東地域での既存事業売上高は5.6%増となりました。名目売上高は3.7%増の1,378百万ユーロ(2015年は1,329百万ユーロ)でした。

北米地域の既存事業売上高は、1.7%増加しました。名目売上高は15.2%増加し、4,202百万ユーロ(2015年は3,648百万ユーロ)となりました。サン・プロダクツ社の買収は名目売上高の増加に大きく貢献しました。中南米地域の既存事業売上高は13.8%増の2桁成長となりましたが、メキシコにおける業績が重要な貢献を果たした結果です。名目売上高は前年が1,110百万ユーロで、今年は1,055百万ユーロでした。アジア太平洋地域の既存事業売上高は3.2%増加し、名目売上高は3.6%増の3,246百万ユーロとなりました。

新興市場は全事業部門によって既存事業売上高が6.8%増となり、当社グループ全体の既存事業売上高に対し、再び全社平均以上の寄与を果たしました。名目売上高は前年比でわずかに上回り、7,814百万ユーロでした。新興市場の売上高の割合は42%で、為替と買収の影響により、前年比で

わずかに下回りました。成熟市場における既存事業売上高は 0.4%増加し、10,779 百万ユーロとなりました。

ヘンケルグループの 2017 年見通し

ヘンケルは、2017 年度の既存事業売上高成長率を 2~4%と見込んでいます。各事業部門の既存事業売上高がこの範囲内で成長すると予測しています。調整後の売上高営業利益率(EBIT)は前年を上回り、17.0%を超えると見込んでいます。調整後の優先株(一株)あたりの利益は 7~9%増を見込んでいます。

(本プレスリリースは、2017 年 2 月 23 日にドイツ・ヘンケル本社が発表したプレスリリースの翻訳版です)

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 50,000 人超であり、2016 年の売上高は 187 億ユーロ、調整後の営業利益は 31.7 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

Phone: 080-4859-0988 Email: takeshi.kuroki@henkel.com