



Press Release

2019年2月26日

※本プレスリリースは、2019年2月21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。

ヘンケルは2018年度、収益性の高い成長を記録

ヘンケル、既存事業売上高を順調に伸ばし 利益、収益性、キャッシュフローともに好調を維持

- 売上高は19,900百万ユーロ: 1,100百万ユーロの為替の悪影響を受け、既存事業売上高は2.4%増
- 調整後¹の営業利益(EBIT)は増加: 1.0%増の3,496百万ユーロ
- 調整後¹の売上高営業利益率(EBIT マージン)は続伸: 30 ベーシスポイント増の17.6%
- 調整後¹の優先株(一株)あたり利益(EPS): 2.7%増の6.01ユーロ、為替変動の影響を除外した増加率は7%
- フリーキャッシュフロー(純現金収支)は好調な伸び: 12.7%増の1,917百万ユーロ
- 過去最高の配当金²支払い: 3.4%増で優先株(一株)あたり1.85ユーロ
- 戦略的優先事項の実施に大きく前進
- 収益性の高い成長へのコミットメントを強化し、イニシアチブを成長

¹一時所得、一時費用およびリストラ費用を除く

²2019年4月8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、「ヘンケルは2018年も引き続き収益性の高い成長を実現しました。既存事業売上高を順調に伸ばし、利益と収益性も最高記録を達成しています。また、フリーキャッシュフローも大幅に拡大しました。同時に、大きな為替差損および直接材料価格の上昇にも直面しました。ただ全体としては、成功しているブランドおよび革新的なテクノロジーで非常に魅力的な市場とカテゴリーでリーディングポジションにあり、再び好調な業績を上げました。ヘンケルの収益性の高い成長には、産業向けおよび一般消費者向け両事業部門の企業買収も寄与しています。コストを厳しく管理し、継続的な効率向上も実現してきました」と述べています。

「ヘンケルは、2020年までおよびそれ以降の戦略的優先事項の実現に向けて大きく前進しました。重要な戦略的イニシアチブの実施に成功を収めて、競争力をさらに高めることができました。主に一般消費者向け事業部門で多くの成長機会を手にするため、また社内のデジタル変革をさらに加速させるため、2019年から年間およそ300百万ユーロの投資を行うことを1月に発表しました。ヘンケルの中期的および長期的な財務上の意欲は、持続可能で収益性の高い成長を遂げるとともに魅力ある利益を確保するという当社のコミットメントを強化するものです」

2019 年の見通し

2019 年以降の成長投資の増額に基づき、ヘンケルは今年度の既存事業売上高を 2~4%増と予想しています。また、調整後の売上高営業利益率(EBIT マージン)は 16~17%増を見込んでいます。調整後の優先株(一株)あたり利益(EPS)については、為替変動の影響を除外して前年比一桁台半ばのパーセンテージで減少すると予想されます。

2018 年の売上高および利益

2018 年度の売上高は、0.6%とわずかに減少して 19,899 百万ユーロでした。為替変動による売上高への全体的な影響はマイナス 5.4%にあたり、約 1,100 百万ユーロ減となりました。為替変動の影響を除外した売上高は 4.8%増でした。買収・売却の貢献が売上増加の 2.4%を占めました。為替変動と買収・売却による影響を除外した既存事業売上高は、2.4%増と堅調でした。

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は、4.0%と大幅に増加しました。組織別に見ると、ビューティーケア事業部門の売上高は前年比 0.7%減だったのに対し、ランドリー&ホームケア事業部門の既存事業売上高は 1.9%増と好調でした。

新興市場は引き続き非常に好調で、既存事業売上高が 6.3%増でした。成熟市場における既存事業売上高は、マイナス 0.4%とわずかに減少しました。

北米を除くすべての地域で既存事業売上高が増加しています。西欧の既存事業売上高は 0.3%増の成長となりました。東欧の既存事業売上高は 7.6%増加しました。アフリカ・中東の既存事業売上高は 11.3%増加しました。北米の既存事業売上高は、前年比で 1.0%減少しました。その原因は 2018 年初頭に北米の一般消費者向け事業部門で配送問題が生じたことにあります。ただこの地域でも、接着技術事業部門は好調で、またプロフェッショナル事業部門は大幅な成長を達成しました。中南米の既存事業売上高は 9.3%の増加を果たし、アジア太平洋地域の既存事業売上高は 0.9%の増加でした。

調整後の営業利益(EBIT)は 1.0%増加して 3,496 百万ユーロとなり、ヘンケルの新記録を達成しました。

調整後の売上高営業利益率(EBIT マージン)は 0.3%ポイント増の 17.6%となり、これもヘンケルの新記録でした。

今期決算は、2017 年度のマイナス 67 百万ユーロ³からマイナス 65 百万ユーロとなりました。

非支配株主持分を差し引いた調整後の当期純利益は、2.8%増の 2,604 百万ユーロ(2017 年は 2,534 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、5.85 ユーロから 2.7%増の 6.01 ユーロとなりました。為替変動の影響を除外すると、EPS は 7%増に達しています。

経営委員会、監査委員会および株主委員会は、2019年4月8日の年次株主総会において、優先株(一株)あたり配当を3.4%増の1.85ユーロ(前年は1.79ユーロ)に引き上げることを提案する予定です。普通株(一株)あたり配当は、前年(1.77ユーロ)比3.4%増の1.83ユーロに引き上げることを提案する予定です。これは当社史上最高の配当額で、配当性向は30.9%となります。

売上高に対する正味運転資金は5.1%で、年間を通して改善されました。特に下半期に著しく向上して、前年度(4.8%)とほぼ同じレベルとなりました。

年末の正味財務状況はマイナス2,895百万ユーロでした(2017年12月31日時点では、マイナス3,222百万ユーロ³⁾)。前年末との差は、主にフリーキャッシュフローが大幅に改善されたことによるものです。

³前年度実績修正済み(主にIFRSに沿った会計方針の変更による修正)

事業部門別実績

2018年度、接着技術事業部門は既存事業売上高が4.0%増と、非常に好調でした。名目売上高は0.2%増の9,403百万ユーロでした。調整後の営業利益は1.6%増の1,761百万ユーロでした。調整後の売上高営業利益率は0.2ポイント上昇して18.7%に達しました。

2018年度、ビューティーケア事業部門の既存事業売上高は0.7%減とわずかに減少しました。名目売上高は2.1%増の3,950百万ユーロでした。調整後の営業利益は1.6%増の675百万ユーロでした。調整後の売上高営業利益率はわずかに前年を下回り、17.1%となりました。

2018年度、ランドリー&ホームケア事業部の既存事業売上高は1.9%の増加と好調でした。名目売上高は前年の6,651百万ユーロから6,419百万ユーロになりました。調整後の営業利益は0.7%とわずかに減少し、1,162百万ユーロでした。調整後の売上高営業利益率は0.5ポイント増加と好調で18.1%に達しました。

2018年は戦略実現で大きく前進

ハンス・ファン・バイレンは、「ヘンケルは非常に明確な長期戦略を追求しており、それは持続可能で収益性の高い成長を遂げられるようになることです。ヘンケル2020⁺では、2020年およびその先を目指して、成長の推進、デジタル化の加速、機動性の強化、成長への投資という4つの戦略的優先事項を定めました。過去2年間にわたってヘンケルは非常に好調に前進し、重要な戦略的イニシアチブの実施に成功を収めています」と述べています。

ヘンケルは、2018年も世界中の市場でさらなる成長を遂げるために、幅広いプロジェクトおよびイニシアチブの実施を続けてきました。産業向けおよび一般消費者向け両事業部門において、お客様との日常的なやりとりと密接な協力は重要な成功要因となりました。

特に重点を置いたのは、新しい市場のトレンドとお客様のニーズにより迅速に対応するための、イノベーションサイクルの加速およびイノベーションリードタイムの短縮でした。ヘンケルはイノベーションプロセスで大幅な進歩を遂げ、高いイノベーション率、およびイノベーションまたはトップ10イノベーションにより初年度の売上高増加を実現しています。

ヘンケルはまた、買収企業とのさらなる進展とともに新たな企業買収もいくつか完了しています。それらは産業向けおよび一般消費者向けの両事業部門で競争力とポートフォリオの強化につながっていきます。

新たな成長源を手にするために、ヘンケルのコーポレート・ベンチャー・キャピタル部門は新しいテクノロジー、素材、アプリケーション、ビジネスおよびサービスモデルに継続的に投資し、新興企業や他のベンチャー基金への直接投資を行ってきました。ヘンケルは 2017 年から 2020 までの間に、新規事業活動に対しておよそ 150 百万ユーロの投資を行う計画です。2018 年末までに、この金額のおよそ半分にあたる投資がすでに完了またはコミットされました。

ヘンケルは、デジタル変革でも大きな前進を遂げました。2018 年にはグループレベルでのデジタルの売上高が 2 桁の割合で増加しており、一般消費者向け事業部門の 30%を超える既存事業売上高の伸びがその牽引役を果たしました。ヘンケルは Industry 4.0 の潜在力を活用するために、生産設備への投資をさらに増やしました。これによって生産現場および生産工程の運営を最適化することができ、品質、効率、サステナビリティの向上につながります。

業界の著名な専門家によるデジタルアドバイザリーボードが組織され、デジタル変革のプロセスについて取締役会に助言していきます。

ヘンケルのデジタル変革を加速させるための社内および対外的プラットフォームとして、Henkel^xが創設されました。また、デジタルプロジェクトに率先して取り組む社員のサポートおよびコンサルティングを行えるよう、事業創設者、デジタル専門家、ソートリーダーをはじめとした約 150 人の外部メンターを招いて、他に類を見ないメンターシップネットワークも確立しました。これに広範囲にわたる社内外の活動を加えて、組織全体のデジタル能力とスキルアップをさらに推進していきます。

デジタル変革は、組織全体にわたる機動性の強化というヘンケルの戦略的優先事項と結びついています。2018 年、ヘンケルは引き続き社員およびチームの起業家精神を推進し、変化を積極的に受け入れる姿勢を奨励、ワークフローを最適化、より透明性のあるコミュニケーションを支援、そして個人が意思決定をする範囲を広げることを目指しました。

成長への投資という戦略的優先事項の一環として、ヘンケルは厳しいコスト管理と効率に重点を置いてきました。そのために 4 つのイニシアチブを進めています。2018 年は全社で ONE!VIEW および Net Revenue Management のイニシアチブを展開するとともに、グローバルサプライチェーン組織の統合 (ONE!GSC) およびシェアードサービス活動の継続的な最適化を実施しました。それらもまた効率向上に継続的な貢献を果たしました。これらのイニシアチブを総合して、2020 年までに年間の効率向上効果が 500 百万ユーロを超えるものと期待されています。2018 年には、ヘンケルですでに目標とする効率向上全体の 50%を実現することができました。

持続可能で収益性の高い長期的成長に対するコミットメント

ハンス・ファン・バイレンは、「2018 年はヘンケルにとってすばらしい年になりました。為替変動の逆風は強く、直接材料価格が上昇したにもかかわらず、既存事業売上高は好調に推移し、利益、収益性、キャッシュフローともに良好でした。戦略的優先事項の実施でも大きく前進し、競争力をさらに強化することができました。ヘンケルは将来に向けて安定した状況にあると確信しています。私たちは明確な戦略をもち、意欲的な目標を追っています。ブランド、テクノロジー、イノベーション、デジタル

化への投資を増やすことにより、持続可能で収益性の高い成長を遂げるというコミットメントを強化しています」と要約しました。

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 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

Wulf Klüppelholz

Phone: +49 211 797 - 1875

Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

Jennifer Ott

Phone: +49 211 797 - 2756

Email: jennifer.ott@henkel.com

Hanna Philipps

Phone: +49 211 797 - 3626

Email: hanna.philipps@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