



Henkel

*A Brand like a friend*

## Press Release

デュッセルドルフ 2010年5月5日

第1四半期は売上高および利益ともに大幅増

# ヘンケル社、今年度を好調にスタート

- 売上高は7.8%増の3,512百万ユーロ
- 既存事業売上高は8.8%増
- 調整後の営業利益は79.1%増の421百万ユーロ
- 調整後の売上高営業利益率は4.8%ポイント増の12.0%
- 調整後の優先株一株あたりの利益(EPS)は93.5%増

「ヘンケルは全事業部門の貢献により、今年度の良いスタートを切りました。引き続き困難な環境にもかかわらず、ランドリー&ホームケア事業部門およびコスメティックス/トイレットリーズ事業部門は成長を継続することができました。またアドヒーズテクノロジーズ(接着技術)事業部門も、着実に売上高の成長を取り戻しています。」とヘンケル社経営委員会会長のカスパー・ローステッド(Kasper Rorsted)は述べ、次のように付け加えました。「今期も私たちの強力なブランドが、ヘンケルの喜ばしい第1四半期の結果にさらに多大な貢献をしてくれました。しかしながら、この業績はまた、組織の適応やコスト削減、加えて戦略プライオリティの実行において成し得た順調な進捗とともに、私たちの努力によるものでもあります。現時点で私たちは、2009年度に比べ15%以上と、顕著な業績の改善を見込んでいます。」

2010年度の第1四半期、ヘンケルの売上高(Sales)は3,512百万ユーロとなりました。回復しつつある市場環境において、この数字は前年の同四半期に比べ、7.8%の増加となっています。外国為替による影響調整後の売上高の伸びは7.5%となりました。既存事業に関して、すなわち外国為替と買収/売却による影響調整後の伸びについては8.8%と、前年度の全四半期に比較して、初めての大幅な増加を示しまし



た。これは社の全事業部門が貢献したことによる成長です。ランドリー&ホームケア事業部門は、既存事業の伸びが3.6%と、今期も業績を大きく伸ばしました。またコスメティックス/トイレットリーズ事業部門は既存事業売上高を5.5%伸ばし、ここ数期の高レベルの成長と業界全体の市場拡大の両方を上回る成長を見せました。アドヒーズテクノロジーズ(接着技術)事業部門は経済危機の影響で減退した前年の同四半期に比べ、既存事業の伸びが14.5%と極めて有望な2桁台の成長を報告しました。

主にアドヒーズテクノロジーズ(接着技術)事業部門の多大な改善により、**営業利益**(operating profit, EBIT)は93.3%増加し、218百万ユーロから422百万ユーロとなりました。リストラ費用(31百万ユーロ)および一時所得(32百万ユーロ)**調整後の営業利益**(adjusted operating profit)は79.1%の伸びで、235百万ユーロから421百万ユーロとなりました。

**売上高営業利益率**(Return on sales, EBIT margin)は大幅に増加し、6.7%から12.0%となりました。調整後の売上高営業利益率も同様に7.2%から12.0%と上昇しました。

**財務項目**(Financial result)は純負債の減少がそれを上回る支払金利に相殺された影響で、-52百万ユーロから-54百万ユーロと、わずかに減少しました。**税率**(tax rate)は27.7%と、わずかに前年レベルを上回りました。

営業利益の増加により、**第1四半期の純利益**(net income for the quarter)は119.8%増加し、121百万ユーロから266百万ユーロとなりました。総額7百万ユーロの非支配株主持分を差し引いた第1四半期の純利益は259百万ユーロ(前年の同四半期は117百万ユーロ)となりました。非支配株主持分を差し引いた調整後の第1四半期の純利益は前年の同四半期130百万ユーロに対し、258百万ユーロとなりました。**優先株一株あたりの利益**(Earnings per preferred share, EPS)は0.28ユーロから0.60ユーロとなりました。調整後の数字は昨年0.31ユーロに対し、同じく0.60ユーロとなりました。

正味運転資本額についてもまた、順調な進歩が見られました。前年の同時期に比べ、**売上高に対する正味運転資本比率**(ratio of net working capital to sales)は4.7%ポイント改善し、8.5%となりました。

**純負債**(net debt)は前年の同四半期に対して14億ユーロと大幅に減少し、27億ユーロとなりました。

## 事業部門別実績

2010年度第1四半期、ランドリー&ホームケア事業部門の売上高は3.5%増加して1,049百万ユーロとなりました。既存事業の伸びは3.6%でした。この喜ばしい売上高の上昇は新興経済国における業績だけ

でなく、むしろ多くの部分を西欧および北米の成熟市場における売上高の伸びによるところが占めています。既存事業の改善はすべて売上数に牽引されたものでした。営業利益は売上高の上昇をはるかに上回る41.2%の伸びで、151百万ユーロとなりました。この数字には、ライセンス権の販売による15百万ユーロが含まれています。効果的なコスト削減と効率向上のための対策は今期も、収益の増加に多大な貢献をしました。収益率は14.4%で、前年の同四半期に比べ3.8%ポイントと大幅に改善しました。ランドリーセグメントの売上高の好調な成長には、アフリカ／中東および中南米の成長市場における成功に加え、西欧もまた貢献しています。これらの成長は数々のイノベーションの成功により、さらに助けられました。ひとつの例は、ヘンケルのPersil Hygiene Rinserで、この製品は西欧の多くの国で発売されました。また東欧市場では1回の洗濯に必要なエネルギー量を削減した、革新的な製品であるPersil Gold Plus Activeのキャンペーンを行いました。ホームケア事業は、売上高の上昇に圧倒的な貢献をしました。地域毎に分析すると、ヘンケルはほぼすべての地域において成長の勢いを記録しましたが、特にアフリカ／中東、アジアと北米で著しい伸びが見られました。

北米での注力事項は、Soft Scrub ブランドのもとで浴室や台所用の優しい表面クリーナーを発売することでした。この製品は幅広い種類の汚れを落とすのに適しており、作業の手間を減らし、あらゆる表面の洗浄作業を促進します。

2010年度第1四半期、コスメティックス／トイレットリーズ事業部門は引き続き、確実に成長の道を進んでいます。この部門は厳しい競争が続く市場環境において、既存事業の売上高を、既に高いレベルであった昨年度に比べ5.5%増という、堅調な伸びを記録しました。全社的に2桁台の成長率を記録する中で、成長地域であるアジアパシフィック、アフリカ／中東、中南米および東欧は素晴らしい業績を挙げており、成熟市場の西欧もまた成長に多大な貢献をもたらしました。このような目覚ましい売上高実績は、数々の新製品の発売に繋がる、綿密で継続した攻めの姿勢のイノベーションにより支えられています。営業利益は売上高の伸びを大幅に上回る10.1%の上昇となり、第1四半期において初めて1億ユーロの記録を達成しました。収益は0.5%ポイント伸びて、13.1%となりました。ヘアコスメティックスセグメントは、マーケットシェアを拡大し、3つのサブセグメントのすべてにおいて売上最高記録を達成するという、極めて好調な実績を挙げました。ヘアケア事業はSchauma Volumeシリーズのリニューアルによる押し上げ効果と、新しいGliss Shea Cashmereシリーズを投入した結果、ひととき好調な成長を収めました。ヘアカラー事業においては、Syoss Colorシリーズの発売と、エッセンシャルカラーのさらなる成功の拡大を推進することが優先事項となりました。スタイリング事業では、疲れた髪用のTaft Volumeシリーズの投入が全体の業績向上に貢献しました。ボディケアセグメントでは数々のイノベーションを世界中で立ち上げることに注力しました。ヨーロッパではFaブランドが、新しいデオドラントシリーズのActive PearlsとFa Yogurt Smoothiesボディウォッシュシリーズによって拡大されました。アメリカでは、DialブランドのもとでNutriSkinを市場に投入したことが、成長の勢いをさらに助けました。スキンケア事業ではアンチエイジングシリーズのDiadermine Lift+の拡大が優先事項となりました。オーラルケアセグメントは、新しくフレッシュ感を改

善した16h Xtra Fresh を発売することで、Theramed 2in1シリーズの強化に成功しました。またヘアサロン事業では、シュワルツコフプロフェッショナルが引き続き困難な市場環境の中でマーケットシェアを拡大し、第1四半期に好ましい成長レベルまで回復しました。ここでの主要な推進力は、ヘアカラー分野における数々の高パフォーマンスなイノベーションでした。

**アドヒーズテクノロジーズ**(接着技術)事業部門の売上高は2009年度第1四半期のレベルを12.4%上回る1,651百万ユーロとなりました。既存事業は、大幅な増産により14.5%と、さらなる増加を見せました。全事業と地域がこの大幅な売上の拡大に貢献しました。成長地域のアジアパシフィック、アフリカ／中東、中南米、東欧は今期も平均を上回る業績となり、成熟市場の西欧および北米もまた大幅に売上高を伸ばしました。同様に営業利益も大幅に改善し、前年の同四半期に比べほぼ4倍の185百万ユーロとなりました。この非常に力強い増加の基盤は、前会計年度中に利益を最大限にするために導入した数々の対策によりもたらされました。収益率は8%ポイントと大幅に増加し、11.2%となりました。北米の接着テープ事業の売却を調整後、**プロ用**、**一般用**および**建築用接着剤**事業ではすべてのセグメントが貢献し、さらなる成長を遂げました。特に北米とアフリカ／中東は、前年の同四半期に対する大幅な伸びを達成しました。**輸送・金属**事業は前年度の市場に関連した大幅な落ち込みを経て、今期は大幅な売上高増を記録しました。金属産業の顧客向け事業と特に自動車業界向け売上高は、2009年度第1四半期に比べ大幅増となりました。一般産業事業もまた、北米、アジアパシフィックおよびアフリカ／中東において最高の成長率を達成し、前年の同四半期に比べ改善を見せました。**パッケージ**、**消費財**、**建設用接着剤**ビジネスも同様に、アジアパシフィックとアフリカ／中東において2009年度第1四半期のレベルを大幅に上回る売上とともに利益を上げました。しかし、最大の伸び率を達成したのは**エレクトロニクス**ビジネスでした。このビジネスではすべての成長地域において前年の同四半期レベルの売上を大幅に上回っただけでなく、西欧および北米もまた非常に好ましい成長を遂げました。

## 地域別の業績

**欧州／アフリカ／中東**地域の既存事業売上高は、3事業部門すべてが貢献して2009年度第1四半期を6.0%上回り、2,139百万ユーロとなりました。アフリカ／中東では、今期もまた既存事業の2桁台の成長をもたらしました、一方、東欧は引き続き堅調に1桁台の成長となりました。ドイツを含む西欧は、2009年度第4四半期の既存事業売上高減少を経て、1桁台半ばの成長を取り戻しました。この地域がグループ全体の売上高に占める割合は61%と変化はありませんでした。**北米**地域は2009年度第4四半期の売上高の減少を経て、既存事業売上高を前年の同四半期に比べ7.9%伸ばし、645百万ユーロとなりました。特にランドリー&ホームケア事業部門とアドヒーズテクノロジーズ(接着技術)事業部門の売上高は、非常に大きな成長を見せました。この地域がグループの売上高に占める割合は今期減少し、18%となりま

した。一方、中南米地域の成長は衰えることなく継続しました。この地域の既存事業売上高は全事業部門が貢献して10.6%増加し、216百万ユーロとなりました。この地域がグループの売上高に占める割合は6%と、変化はありませんでした。アジアパシフィック地域の売上高は2009年度第4四半期に比べ回復が続き、既存事業の売上高は前年の同四半期に対し27.6%増加し、462百万ユーロとなりました。アドヒーズテクノロジーズ(接着技術)事業部門とコスメティックス/トイレットリーズ事業部門は、停滞するランドリー&ホームケア事業部門とは対照的に、大幅な売上高の増加が見られました。この地域の総売上高に占める割合は13%に増加しました。成長地域である東欧、アフリカ/中東、中南米とアジア(日本を除く)では、売上高が17.2%増加して1,339百万ユーロとなりました。前年の同四半期と比べ、既存事業の売上高は14.2%増加し、また2009年第4四半期の実績をも上回りました。

全事業部門がこの実績の達成に貢献しましたが、とりわけアドヒーズテクノロジーズ(接着技術)事業部門とコスメティックス/トイレットリーズ事業部門はいずれも2桁台の既存事業成長率を記録しました。成長地域の売上高に占める割合は35%から38%に増加しました。

## 2010年度の売上高と利益予測

ヘンケルは、現在実体経済と金融市場に広がる、全体的に緩やかな好調の兆しを見せている市場状況は依然として脆弱だと予測しています。ヘンケルは今年度のフォーキャストに基づき、世界経済が約3%成長すると予測していますが、持続的に上昇するという予測はしていません。

ヘンケルは今期も、既存事業の売上高の成長が関連市場の実績を上回ると確信しています。経営サイドが既に導入した多くの対策により、発展に向けて積極的に弾みをつけられると期待しています。例えば、ナショナルスターチ事業の統合を通して得られた相乗効果と、厳重なコスト管理の取り組みに起因する利益へのさらなる貢献を見込んでいます。

これらすべての要因が、調整後の営業利益(EBIT)と調整後の優先株一株あたりの利益(EPS)の成長にプラスの影響を与えられると思われれます。ヘンケルは、新しい会計年度の非常に好調なスタートを受け、これらの基準がいずれも2009年の実績に比べ15%以上の顕著な改善が見られると予測しています。

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”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、その他の市場要因など、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無く、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  
Fax: +49-211-798-4040

Wulf Klüppelholz  
Phone: +49-211-797-1875  
Fax: +49-211-798-4040

プレスリリース用の写真を <http://henkel.com/press> からダウンロードしてご覧いただけます。  
2010年度第1四半期に関する詳細は、インターネット上でオンライン版がご覧いただけます。  
<http://www.henkel.com/ir>.

[press@henkel.com](mailto:press@henkel.com)

本件に関するお問い合わせ

ヘンケルジャパン株式会社 広報室 青木 雪絵

TEL: 045-758-1707(青木) / 045-758-1846(広報室) FAX: 045-758-1851

広報代行: 共同PR株式会社

第3業務局 水谷絵美、山路聡司、富永悠、山本真弓

TEL: 03-3571-5236 FAX: 03-3574-9364