2022. 8. 15 뒤셀도르프/독일

헨켈 상반기 실적 발표

헨켈, 상당한 매출 인상과 전략적 의제 추진 및 2022년 매출 지침 상향 조정

▪  **2022년 상반기의 그룹 매출은 모든 사업부 및 지역에서 유기적으로 +8.9% 증가하여 약 109억 유로 (명목 +9.9%)로 성장했다.**

▪ **예상대로 급격한 투입 비용 역풍이 수익에 영향을 미쳤다:**

▪   **영업 이익(EBIT)\* 1,166백만 유로 (-18.5%) 달성**

▪ **EBIT 마진\* 10.7%(-370 BP)**

▪**우선주당순이익(EPS)\* 기준 1.95유로, 고정 환율 기준 -20.8%**

▪  **목적 있는 성장 의제를 구현하고 소비자 비즈니스를 헨켈 소비자 브랜드로 통합하는 데 있어 좋은 진전이 있었다**

▪  **2022 회계연도 전망 업데이트:**

▪     **유기적매출 성장: +4.5%에서 +6.5%로 증가**

▪     **EBIT 마진\*: 9.0 ~ 11.0%로 변경되지 않음**

▪     **고정 환율에서 우선주당순이익(EPS)\*: -35 ~ -15% 범위에서 변동 없이 감소**

**뒤셀도르프 – 2022년 상반기 헨켈 그룹의 매출은 약 109억 유로 증가했다. 이는 +8.9%의 상당한 유기적 매출 성장에 해당한다. 이러한 긍정적인 발전은 모든 사업 단위와 지역에 의해 주도되었다. 예상대로 상반기 실적은 자재 및 물류 가격의 급격한 상승에 영향을 받았다. 상당한 가격 인상, 엄격한 비용 관리, 그리고 추가적인 효율성 개선에도 불구하고 이러한 효과가 완전히 상쇄되지 않았다.**

**헨켈 CEO 카스텐 노벨 (Carsten Knobel)은 “매우 어려운 환경 속에서 상반기 6개월 동안의 판매 실적이 이전에 예상했던 1년 기대치를 초과했으며, 수익은 2022 회계연도에 대한 그룹 지침에 따라 발전했습니다. 이것을 고려하여 그룹의 유기적 매출 성장에 대한 연간 지침을 높이고 EBIT 마진 및 우선주당 순이익에 대한 지침을 확정했습니다.”라고 말했다.**

**“우리는 목적이 있는 성장을 위한 전략을 지속적으로 발전시키고 있으며, 2022년 상반기에는 무엇보다도 전 세계 직원들이 최선을 다해준 덕분에 실행에 있어 좋은 진전을 이루었습니다. 우리는 접착 테크놀러지스 사업을 통해 이동성, 연결성 및 지속 가능성과 같은 미래 트렌드에 중점을 둔 혁신적인 솔루션을 제공하는 글로벌 리더입니다. 현재 세제 & 홈케어와 뷰티 케어의 소비자 비즈니스를 결합하여 약 100억 유로의 매출을 올리는 다중 카테고리 플랫폼을 만들고 있습니다. 우리의 사업은 순조롭게 진행 중이며 늦어도 2023년 초까지 미래의 소비자 브랜드 사업을 설립하는 것을 목표로 하고 있습니다. 결합된 부서는 포트폴리오를 보다 일관되게 최적화할 수 있는 더 넓은 기반을 제공할 것이며, 더 높은 성장과 마진 프로필을 가진 사업으로 발전시킬 것입니다.” 라고 그는 덧붙였다.**

**2022 회계연도 전망 업데이트**

**헨켈은 현재 2022 회계연도에 +4.5 ~ +6.5% (이전: +3.5 ~ +5.5%)의 유기적 매출 성장을 기대하고 있다. 접착 테크놀러지스 사업부의 유기적 매출 성장은 여전히 +8.0 ~ +10.0%로 예상된다. 뷰티 케어의 경우 -3.0 ~ -1.0% (이전: -5.0~-3.0%)의 유기적 매출 성장을 기대하고 있다. 세제 & 홈케어 사업부의 경우 +4.0 ~ +6.0% (이전: +2.0 ~ +4.0%)의 유기적 매출 성장을 기대하고 있다. 그룹 수준의 조정 EBIT 마진은 9.0 ~ 11.0% 범위에서 변경되지 않을 것으로 예상된다. 일정한 환율로 조정된 우선주당순이익(EPS)을 개발하기 위해 -35%에서 -15% 범위의 하락을 계속 예상하고 있다.**

**러시아 및 벨로루시에서의 영업 종료 실시**

**헨켈은 2022년 4월에 러시아와 벨로루시에서의 사업 활동을 중단하기로 결정했다. 모든 옵션을 철저히 평가하고 있으며 올해 말까지 프로세스를 완료할 계획이다.**

**2022년 상반기 그룹 매출 및 수익 실적**

2022년 상반기의 그룹 매출은 10,913백만 유로로 전년 동기 대비 +9.9% 증가했다 (Q2: 5,642백만 유로, +13.8%). 통화 효과 및 인수/매각의 영향을 제외한 유기적 매출은 +8.9%의 상당한 성장을 보였다 (Q2: +10.9%). 인수 및 매각은 매출에 -1.4%의 부정적인 영향을 미쳤다 (Q2: -1.8%). 2분기 초부터는 러시아와 벨로루시 사업 종료 발표 영향이 포함된다. 외환 효과로 매출이 +2.4% 증가했다 (Q2: +4.7%). 터키에서 보고 기간 초부터 요구된 IAS 29(초인플레이션 경제의 재무 보고) 적용으로 인한 영향도 포함된다.

올해 상반기 매출 성장은 +12.2%의 두 자릿수 유기적 증가를 달성한 **접착 테크놀러지스** 사업부에 의해 주도되었다. 모든 사업 부문이 유기적 매출 성장을 달성했다. **뷰티 케어** 사업 부문은 상반기에 +0.4%의 유기적 매출 성장을 기록했다. 헤어샵 사업은 두 자릿수의 유기적 매출 성장을 달성했다. 반면, 소비자 사업은 포트폴리오 개선 발표의 영향으로 전년도 수준을 밑돌았다. **세제 & 홈케어** 사업 부문은 특히 세제 사업의 두 자릿수 성장에 힘입어 +7.4%의 상당한 유기적 매출 증가를 달성했다. 홈케어 사업은 상반기에 긍정적인 유기적 매출 성장을 기록했다.

**신흥 시장**에서 유기적 매출은 +12.9% (Q2: +14.6%)의 두 자릿수 비율로 성장했다. **성숙 시장**에서의 사업은 +5.5% (Q2: +7.8%)라는 매우 강력한 유기적 매출 실적을 보여주었다.

**서유럽**의 상반기 매출은 +2.2% (Q2: +4.8%)의 유기적 성장을 보였다. **동유럽**에서는 +23.2% (Q2: +26.3%)의 유기적 매출 성장을 달성했다. **아프리카/중동**에서의 유기적 매출은 +3.2% 증가했다 (Q2: +5.1%). 북미 지역의 유기적 매출 성장은 +9.2% (Q2: +11.7%)였다. **라틴 아메리카**는 +16.9%의 유기적 매출 성장을 기록했다 (2분기: +18.5%). **아시아 태평양 지역**에서는 유기적 매출이 +6.1% 증가했다(Q2: +6.9%).

**조정 영업 이익(조정 EBIT)**은 상반기에 11억 6600만 유로였으며, 전년도 같은 기간 14억 3000만 유로와 비교된다. 하락 이유는 주로 직접 자재 가격이 크게 높아졌기 때문이다.

**조정된 매출 수익률(조정된 EBIT 마진)**은 직접 자재 가격이 크게 높아져 14.4%에서 10.7%로 감소했다.

**조정된 우선주당 수익**은 2022년 상반기에 1.95유로였다. 일정한 환율로 보면 전년도 기간에 비해 -20.8% 감소한 것이다. 성장은 주로 직접 자재 가격의 상당한 상승에 의해 주도되었다.

**순운전자본**은 1.6%p 증가하여 5.2% 매출을 기록했으며 (전년도: 3.6%), 원자재 가격의 급격한 상승에도 영향을 받았다.

**잉여 현금 흐름** 4,600만 유로는 영업 이익 감소와 순운전자본 증가로 인한 영업 활동 현금 흐름 감소로 인해 2021년 상반기(4억 7100만 유로)보다 낮았다.

2022년 6월 30일 현재 **순 재무 상태**는 -14억 4100만 유로 (2021년 12월 31일: -2억 9200만 유로)이다. 이러한 발전은 2022년 2월에 시작된 자사주 매입 프로그램에서 약 4억 3천만 유로의 비용과 2분기에 약 8억 유로의 배당금 지급도 포함된다.

**2022년 상반기 사업부문별 실적**

2022년 상반기에 **접착 테크놀러지스** 사업부의 **매출**은 명목상 +15.0% 증가한 5,467백만 유로 (Q2: 2,836백만 유로, +18.5%)를 기록했다. **유기적 매출은** +12.2% 증가했다 (Q2: +13.7%). 이러한 발전은 모든 사업부와 지역에서 주도했다. 2022년 상반기의 **조정 영업 이익**은 7억 4,300만 유로에 달해 전년도 8억 2,000만 유로와 비교된다. **조정 판매 수익**은 13.6%로 2021년 상반기 수치보다 3.7%포인트 낮았으며, 수익 수치는 직접 자재 가격의 상당한 상승에 영향을 받았다.

**뷰티 케어** 사업 부문의 **매출**은 2022년 첫 6개월 동안 **유기적**으로 +0.4% (Q2: +2.1%) 증가했다. 명목상 매출은 +0.2% 증가하여 1,842백만 유로에 달했다 (2분기: 9억 5천만 유로, +3.9%). 이러한 성장은 주로 전년도의 강력한 실적을 기반으로 한 헤어샵 사업의 강력한 실적에 의해 주도되었다. 반면 소비자 사업은 2022년 발표된 포트폴리오 개선 조치 시행으로 인해 전년도 수준을 밑돌았다. **조정 영업 이익**은 2022년 상반기에 1억 6,900만 유로에 달해 2021년 상반기의 1억 8,300만 유로와 비교되었다. **조정 판매 수익**은 9.2%로 전년도 수준보다 0.8%포인트 낮았으며, 이는 직접 자재 가격 상승의 영향도 받았다.

**세제 & 홈케어** 사업 부문은 2022년 상반기 (Q2: +10.1%)에 +7.4%의 상당한 **유기적 매출** 증가를 달성했다. 특히 세제 부문의 두 자릿수 매출 증가가 성장을 이끌었다. 명목상 매출은 +6.7% 증가한 3,494백만 유로 (Q2: 1,802백만 유로, +11.3%)를 기록했다. **조정 영업 이익**은 3억 1,300만 유로로 전년도 같은 기간의 4억 9,000만 유로와 비교된다. **조정 판매 수익**은 9.0%로 2021년 상반기 수준에 미치지 못했는데, 특별히 직접 자재 가격이 크게 상승했기 때문이다.

**목적 있는 성장을 위한 의제: 상당한 진전**

헨켈은 목적 있는 성장을 위한 의제를 추구하고 있으며 명확한 전략적 프레임워크를 개발했다. 전략적 프레임워크의 핵심 요소는 성공적인 포트폴리오, 혁신, 지속 가능성, 그리고 디지털화 영역에서 확실한 경쟁력과 강력한 기업 문화를 기반으로 하는 미래 대비 운영 모델이다.

헨켈은 2022년 상반기에 성장 의제의 구현을 위해 지속적으로 노력했으며 모든 분야에서 좋은 진전을 이뤘다. 세제 & 홈케어 및 뷰티 케어 사업부문을 새로운 **헨켈 소비자 브랜드** 사업부로 통합하여 목적 있는 성장 의제를 한 단계 끌어올렸다. 새로운 사업부의 구조는 중앙 기능에 의해 지원되는 두 개의 글로벌 범주인 세제 & 홈케어 및 헤어 케어와 4개의 지역으로 구성된다. 추가 카테고리는 지역에 의해 관리될 것이다. 현재 4개의 관리 수준이 정해졌다. 새로운 조직은 헨켈의 가장 큰 단일 시장인 미국에서 9월까지 준비를 마칠 것으로 예상된다.

두 소비자 사업의 합병과 **적극적인 포트폴리오** 관리의 일환으로 현재 최대 10억 유로의 총 매출을 차지하는 비즈니스 및 브랜드를 검토 중이다. 여기에는 성장 및 수익성 측면에서 헨켈의 기준을 충족하지 않는 사업을 매각 또는 중단하는 것이 포함된다. 2022년 상반기에 이미 뷰티 케어의 일부 비핵심 사업을 철수하여 상당한 진전을 이루었다. 이것은 약 2억 유로의 매출을 자랑하는 뷰티 케어 포트폴리오 조치의 일환으로 연말까지 실행을 목표로 하고 있다.

헨켈은 또한 **인수**를 통해 포트폴리오를 더욱 강화했다. 2022년 7월, 아시아 태평양 지역에서 시세이도의 헤어 프로페셔널 사업 인수가 체결되었다. 이로 인해 헨켈은 헤어 프로페셔널 사업에서 글로벌 2위 기업이 되었다.

헨켈은 **경쟁 우위**를 강화하기 위해 **혁신**을 더욱 가속화하고, 차별화 요소로서 **지속 가능성**을 높이며, **디지털화**를 통해 고객과 소비자를 위한 가치 창출을 높이는 데 중점을 두었다.

헨켈 전략의 핵심은 성공적인 **혁신**을 통한 시장에서의 명확한 차별화이다. 이것이 상반기에 성장을 크게 뒷받침해주었다. 예를 들면, 접착 테크놀러지스 사업부문에서 전기 자동차 배터리를 위한 새로운 방화 코팅을 개발했다. 이것은 승객의 안전을 크게 향상시킬 뿐만 아니라 자동차 업계 고객이 비용 효율적인 생산을 달성할 수 있도록 한다. 뷰티 케어 사업부문에서 50~100% 재활용 플라스틱을 사용하여 지속 가능한 포장 개념으로 다시 디자인한 헤어 케어 브랜드 Schauma를 재출시했다. 세제 & 홈케어 사업부문은 Persil의 지속 가능한 전자 상거래 제품 범위의 확장에 힘입어 두 자릿수 성장과 추가 시장 점유율 상승을 달성했다.

**지속 가능성**은 오랫동안 헨켈의 가장 큰 강점 중 하나였다. 지속 가능한 관리의 중요성이 증가하고 고객과 사회의 기대치가 높아짐을 반영하기 위해 올해 초에 새로 도입된 "2030+ 지속 가능성 목표 프레임워크"를 통해 장기 지속 가능성 전략을 강화했다. 기존 목표 외에도 "재생가능한 지구", "번영하는 지역사회" 및 "신뢰할 수 있는 파트너"의 세 가지 차원에서 더 많은 진전을 이루기 위한 새로운 장기 목표가 설정되었다.

헨켈은 2022년 상반기에 지속 가능성에서 더욱 진전을 이루었다. 예를 들면, 헨켈은 2030년까지 생산 현장의 기후 긍정적인 이산화탄소 균형이라는 목표를 달성하기 위해 유럽에 있는 3개의 공장을 추가시켜 100% 이산화탄소 중립 에너지로 운영하도록 전환했다. 또한 헨켈은 지속적으로 재생 가능한 원료에 의존하고 있다. BASF와의 파트너십을 통해 약 110,000톤의 화석 기반 재료가 재생 가능한 탄소원으로 대체된다.

헨켈은 혁신과 지속 가능성 다음으로 **디지털화**를 경쟁력 강화를 위한 핵심 수단으로 정의했다. 상반기 디지털 채널 매출 비중은 20% 이상으로 두 자릿수 성장을 기록했다. 접착 테크놀러지스 사업부문은 전자상거래 플랫폼을 통해 2022년 상반기에 두 자릿수 성장을 달성했다. 헤어 프로페셔널 사업의 eShop도 브랜드와 제품의 범위를 확장하여 두 자릿수 성장을 기록했다. 또한, 세제 & 홈케어 사업부문도 전자 상거래 지원 제품을 확장하고 있다. 새로운 통합 기술 플랫폼 RAQN이 여기에 기여했다.

간결하고 빠르며 **미래 지향적인 운영 모델**은 헨켈의 전략적 프레임워크의 중요한 요소이다. 헨켈은 2020년에 출시된 변경 사항을 더욱 확장했다. 디지털 유닛인 헨켈 dx는 안정적인 비용으로 더 높은 IT 프로젝트 투자를 가능하게 하는 고효율 구조를 갖추고 있다.

목적 있는 성장 의제의 또 다른 핵심 요소는 헨켈의 기업 문화를 더욱 발전시키고 **문화적 전환**을 가속화하는 것이다. 헨켈은 협력 문화를 조성하는 것을 목표로 하고 있다. 올해 상반기에 이 목표를 달성하고 직원들에게 더 많은 권한을 부여하기 위해 다양한 조치를 계속 시행했다.

예를 들면, 세제 & 홈케어와 뷰티 케어 사업부문의 합병과 관련하여 포괄적인 변화 관리 프로그램을 시작했다. 이 프로그램은 변화의 기술 향상 지도 및 팀 변환에 중점을 둔다. 또한, 2025년까지 모든 경영진에서 성평등이라는 목표를 달성하기 위해 더욱 구체적인 조치를 취하고 다양성, 평등 및 포용 주간과 같은 이니셔티브를 시작했다. 포괄적인 스마트 워크 개념의 일환으로 직원의 정신 건강과 웰빙에 중점을 둔 새로운 이니셔티브도 도입되었다.

CEO 카스텐 노벨 (Carsten Knobel)은 “우리는 우크라이나 전쟁뿐 아니라 코로나바이러스 팬데믹 영향에 직면하면서도 상반기에 유기적 및 보고된 매출을 크게 늘렸습니다. 예상대로 이러한 결과는 무엇보다 원자재 및 물류 비용의 급격한 상승으로 인해 영향을 받았습니다. 이것은 2022 회계연도에 대한 업데이트된 전망에도 반영됩니다. 우리는 목적 있는 성장을 위한 전략적 의제를 구현하는 데 있어 좋은 진전을 이룬 것을 자랑스럽게 생각하며, 앞으로도 전반적으로 도전적인 환경에서 우리의 전략을 지속적으로 추구할 것입니다”라고 말했다.

\* 일회성 비용 및 수입 조정, 그리고 구조 조정

이 문서는 헨켈이 수행할 수 있는 미래 사업 개발, 재무 성과 및 기타 사건과 미래 적합성의 개발에 관한 서술을 포함하고 있습니다. 미래에 관한 보고서는 기대, 의도, 계획, 예상, 생각, 측정, 유사 조건과 같은 어휘 사용으로 특징됩니다. 이 문서에는 헨켈(Henkel AG & Co. KGaA)의 기업관리로 인한 현재 측정과 가정에 기반하여 만들어진 미래지향보고서가 들어있습니다. 이러한 보고서는 기대가 정확하게 나타난다고 보증하는 방식으로 이해해서는 안 됩니다. 실제로 달성한 미래 성과 및 결과는 여러 위험 요인과 불확실성에 따라 달라질 수 있으므로 미래지향보고서와 실질적으로 다를 수 있습니다. 이러한 여러 요인은 통제할 수 없고, 미래경제환경, 시장에 연루된 경쟁자 등의 활동처럼 먼저 정확하게 측정할 수 없습니다. 헨켈은 미래지향보고서를 기획하거나 갱신할 계획이 없습니다.

이 문서에는 대체 실행 측정이 가능하거나 가능할 수 있는 보충 재무 지표가 정확히 규정되지 않은 재무 기록 기반이 포함되어 있습니다. 이러한 추가적인 재무 측정은 순자산과 재무변동의 측정이나 연결재무제표에 적용 가능한 재무기록 기반에 따라 제시된 운영결과를 분리하여 보거나 대체하는 것으로 보지 않아야 합니다. 유사한 이름으로 설명이나 기록된 다른 회사의 대체 실행 측정에서는 이와 다르게 측정할 수 있습니다.

이 문서는 정보용으로만 발행되었으며, 투자상담, 판매제안, 증권매입 제안권유를 위해 발행된 문서가 아닙니다.