

2022 회계연도 전망 상향 조정

## 헨켈, 3분기 두 자릿수 매출 증가로 성장세 성공적으로 유지

(독일 뒤셀도르프)

- 헨켈 그룹은 3개 사업부 모두의 기여로 +11.3%, 명목상 +17.3% 상승한 약 60억 유로의 사상 최고치 유기적 매출 성장
  - 접착 테크놀로지스 부문은 +16.8%, 명목상 +22.6%의 두 자릿수 유기적 매출 성장을 달성했다.
  - 뷰티 케어 부문은 +0.9%, 명목상 +8.4%의 긍정적인 유기적 매출 성장을 이루었다.
  - 세제 & 홈케어 부문은 +7.3%, 명목상 +13.2%의 상당한 유기적 매출 성장을 달성했다.
- 신흥 시장에서 두 자릿수 매출 성장, 성숙 시장에서 매우 강력한 성장
- 예정보다 이른 세제 & 홈케어와 뷰티 케어의 컨슈머 브랜드 통합
- 2022 회계연도 전망: 지속적 강력한 실적을 바탕으로 매출 및 수익 지침 상향 조정

헨켈은 2022 회계연도 3분기에도 성장세를 성공적으로 유지했으며 약 60억 유로의 그룹 매출을 달성했다. +11.3%의 두 자릿수 유기적 성장으로 사상 최고치 분기별 매출을 이루었으며, 모든 사업부 및 모든 지역에서 두 자릿수 가격 발전에 힘입은 결과이다. 거래량은 컨슈머 사업으로 인해 전체적으로 전년 대비 감소했다. 명목상 매출은 +17.3% 증가했다.

헨켈의 CEO 카스텐 노벨(Carsten Nobel)은 이렇게 말했다. “여전히 어려운 시장 환경에서도 우리는 계속해서 전략 실행을 주도하고 두 자릿수 매출 성장을 달성했습니다. 모든 사업부와 지역이 이러한 강력한 비즈니스 성과에 기여했으며, 특히 3분기에 접착 기술 사업부가 두 자릿수 매출을 달성하여 힘을 보탠 것에 기쁘게 생각합니다.”

“3분기 두 자릿수 매출 성장은 성공적인 브랜드와 혁신적인 기술로 구성된 견고하고 균형 잡힌 포트폴리오의 강점을 더욱 입증해 주었습니다. 우리는 또한 포트폴리오 최적화 조치를 지속적으로 추진하고 엄격한 비용 관리를 계속하며 효율성을 더욱 개선하기 위해 노력했습니다. 그리고 새로운 조직 구성을 위한 두 컨슈머 사업부 합병이 예정보다 일찍 진행되었습니다. 이러한 강력한 성과는 어려운 시기에 헨켈이 장기적 성공을 할 수 있도록 중요한 역할을 하고 있는 글로벌 팀의 업적입니다.”

헨켈의 3분기 두 자릿수 매출 성장은 주로 **접착 테크놀로지스** 사업부에 의해 주도되었다. 모든 사업에서 상당한 또는 두 자릿수의 유기적 매출 증가를 기록했다.

**뷰티 케어** 사업부는 앞서 발표한 포트폴리오 조치를 시행했음에도 불구하고 3분기에 긍정적인 유기적 매출 성장을 달성했다. 프로페셔널 및 컨슈머 사업 모두 이러한 성과에 기여했다.

**세제 & 홈케어** 사업부는 주로 세제 사업을 중심으로 상당한 유기적 매출 성장을 달성했다.

지역적으로는 3분기에 모든 지역에서 매출이 유기적으로 증가했다. 그룹의 강력한 매출 실적은 주로 모든 지역이 두 자릿수 유기적 성장률을 보인 신흥 시장에 의해 주도되었다.

2022 회계연도의 남은 기간에 대해 카스텐 노벨 CEO는 다음과 같이 전망했다. “우리는 불확실성과 변동성이 높은 시기에 비즈니스를 경영하고 있습니다. 첫 9개월 동안 원자재 및 에너지 비용이 증가하는 전반적인 인플레이션 환경에서도 강력한 비즈니스 성과를 달성했습니다. 이것을 바탕으로 매출과 수익에 대한 2022년 연간 **지침**을 상향 조정합니다.”

헨켈은 그룹 수준에서 이제 +7.0~+8.0%의 유기적 매출 성장과 (이전: +5.5~+7.5%) 10.0~11.0% 범위의 조정 매출 수익률(EBIT 마진)을 (이전: 9.0 및 11.0%) 기대한다. 고정 환율에서 조정된 우선주당순이익(EPS)의 경우 -25%에서 -15% 범위의 하락이 (이전: -35 및 -15%) 예상된다.

## 그룹 매출 실적

**2022년 3분기 그룹 매출**은 명목상 +17.3% 증가한 5,976백만 유로를 기록했다. 유기적(외환 및 인수/매각 조정) 매출은 +11.3% 증가했다. 그룹 수준의 증가는 가격에 의해 주도되었지만 거래량 발전은 사업부마다 다르다. 인수 및 매각으로 인해 매출이 -0.6% 감소를 했다. 반대로, 외환 효과는 매출에 +6.6%의 긍정적인 영향을 미쳤다.

**2022년 첫 9개월** 동안 매출은 명목상 +12.5% 증가한 168억 8,900만 유로를 기록했다. 유기적인 측면에서는, 가격에 의해 주도되어 +9.7%의 상당한 매출 성장을 달성했지만 거래량은 감소했다.

**신흥 시장은 3분기에** +18.6%의 두 자릿수 유기적 매출 성장을 기록했다. **성숙 시장은** +5.6%의 유기적 매출 성장을 기록했다. 동유럽 지역의 매출은 +25.2% 증가했다. 2022년 3분기 아프리카/중동 지역에서는 +13.2%, 라틴 아메리카 지역은 +22.5%의 유기적 매출 성장을 달성했다. 아시아 태평양 지역의 유기적 매출 발전은 +13.0%에 달했다. 서유럽 지역에서는 +3.9%의 강력한 유기적 매출 성장을 달성했다. 북미 지역은 +7.1%의 상당한 유기적 매출 증가를 이루었습니다.

**2022년 첫 9개월** 동안 **신흥 시장의** 유기적 매출 성장은 +14.8%에 달한 반면, **성숙 시장은** +5.5%의 증가를 기록했다.

## 접착 테크놀러지스 매출 실적

접착 테크놀러지스 사업부의 **2022년 3분기 매출**은 명목상 +22.6% 증가한 29억 9,500만 유로를 기록했다. **유기적으로**(외환 및 인수/매각 조정) 매출은 +16.8% 증가했다. 거래량 성과가 약간 긍정적인 때, 매출은 두 자릿수 성장을 기록했다. 인수/매각은 매출을 -1.9% 감소시킨 반면, 외환 효과는 +7.7%의 긍정적인 효과를 나타냈다.

2022년 첫 9개월 동안 접착 테크놀러지스 사업부의 매출은 명목상 84억 6,200만 유로로, 17.6% 증가했다. **유기적으로는+13.7%**의 매출 성장을 달성했다. 가격 상승은 모든 지역과 사업 영역에서 지속적으로 강세를 보였다.

접착 테크놀러지스 사업부는 **3분기**에 모든 사업 영역에서 두 자릿수 유기적 매출 성장을 달성했다. 전년 대비 **자동차 사업**의 유기적 매출 성장은 두 자릿수였다. 자동차 부문의 세계적인 반도체 부족 현상이 비즈니스 성과에 미치는 영향은 이전 분기보다 적었다. **포장 및 소비재 사업 부문**은 강력한 성장 모멘텀을 이어갔고, 소비재 사업이 가장 높은 증가율을 기록하며 모든 사업에서 두 자릿수 매출 성장을 달성했다. **전자 산업 사업** 영역은 특히 산업 부문의 두 자릿수 성장에 힘입어 상당한 유기적 매출 성장을 기록했다. **제조, 건설, 프로페셔널 비즈니스 영역**의 유기적 매출 성장은 전년도 3분기에 비해 상당한 수준이었다. 일반 제조 및 유지보수, 소비재 및 공예 사업은 각각 두 자릿수의 상당한 성장을 기록했으며, 건설 사업은 긍정적인 유기적 매출 성장을 기록했다.

지역적 관점에서 볼 때, **신흥 시장에서** 접착 테크놀러지스는 전년도 3분기와 비교하여 두 자릿수의 매출 성장을 창출했다. 이 성과는 포장 및 소비재 그리고 자동차 사업 영역이 특별히 기여하여, 모든 지역이 두 자릿수 증가를 주도했다.

**성숙 시장** 또한 모든 지역에서 두 자릿수의 유기적 매출 성장을 달성했다. 북미 및 서유럽 지역 내에서 자동차 및 금속 사업 영역이 가장 높은 성장을 기록했다. 아시아 태평양 지역의 성숙 시장에서 두 자릿수 성장은 특히 전자 및 산업, 포장 및 소비재 사업 영역에서 주도되었다.

## 뷰티케어 매출 실적

뷰티 케어 사업부의 2022년 3분기 매출은 명목상 +8.4% 증가한 10억 1,300만 유로를 기록했다. **유기적(외환 및 인수/매각 조정)** 매출은 전년도 수준에 비해 +0.9% 증가했다. 거래량은 감소한 반면 사업 부문은 두 자릿수 가격 인상을 기록했다. 외환 효과는 매출을 +5.9% 증가시켰고 인수/매각이 추가로 +1.6% 증가시켰다.

2022년 첫 9개월 동안 뷰티 케어 사업부의 매출은 명목상 전년 대비 2.9% 증가한 28억 5,500만 유로를 기록했다. **유기적** 매출은 가격에 힘입어 +0.6% 증가했다.

**컨슈머** 사업부는 **2022년 3분기**에 긍정적인 유기적 매출 성장을 기록했다. 이는 두 자릿수 가격 인상의 결과가 앞서 발표된 포트폴리오 조치 및 수요 탄력성 구현으로 거래량이 감소한 것을 상쇄하고도 남았기 때문이다. 전반적으로 헤어 코스메틱 카테고리는 모든 사업 영역의 기여 덕분에 매우 강력한 유기적 매출 성장을 기록했다. 헤어 스타일링 사업은 팬데믹으로 인한 감소 이후에 최근 분기에서는 회복을 계속 해왔으며, 두 자릿수 유기적 매출 성장을 달성했다. 유기적 매출 실적은 특히 신흥 시장에 의해 주도된 염색제와 헤어 케어 사업 모두에서 강세를 보였다. 바디 케어 카테고리의 매출 실적은 주로 발표된 포트폴리오 최적화 조치로 인해 전년 대비 감소했다.

**프로페셔널** 사업부는 상반기의 강력한 실적을 기반으로 3분기에 특히 신흥 시장에서 두 자릿수 증가와 함께 양호한 유기적 매출 성장을 보였다.

**신흥 시장**에서는 3분기에 상당한 매출 성장을 이루었습니다. 아프리카/중동 지역을 제외한 모든 지역이 이 성과에 기여했다. 아시아(일본 제외), 라틴 아메리카 및 동유럽 지역은 각각 두 자릿수의 유기적 매출 성장을 기록했다.

**성숙 시장**에서의 유기적 매출 실적은 특히 서유럽과 북미 지역의 하락으로 인해 전반적으로 전년 대비 하락했다. 이에 반해, 아시아 태평양 지역의 성숙 시장은 상당한 매출 성장을 기록했다.

## **세계 & 홈케어 매출 실적**

세계 & 홈케어 사업부는 **2022년 3분기**에 19억 2백만 유로의 **매출**을 올렸으며, 이는 전년 동기 대비 **명목상 +13.2%** 증가한 수치입니다. **유기적으로**(외환 및 인수/매각 조정) **+7.3%**의 상당한 매출 증가를 기록했다. 주로 가격이 두 자릿수 퍼센트 인상된 반면 거래량은 감소했기 때문이다. 외환 효과로 매출이 **+5.5%** 증가했습니다. 인수/매각은 매출에 **+0.4%**의 긍정적인 영향을 미쳤다.

**2022년 첫 9개월** 동안 세계 & 홈케어 사업부의 **명목상** 매출은 **8.9%** 증가한 53억 9,600만 유로를 기록했다. **유기적으로**는 가격에 힘입어 **+7.4%**의 상당한 매출 증가를 달성했다.

**세탁 세제** 사업은 **2022년 3분기에** 특히 대형 세제 및 특수 세제 카테고리의 두 자릿수 증가에 힘입어 두 자릿수 유기적 매출 성장을 기록했다. 핵심 브랜드인 퍼실과 퍼월은 각각 두 자릿수 성장을 달성했다.

**홈케어** 사업부의 3분기 유기적 매출 실적은 전반적으로 보합세를 보였으며, 특히 브랜드 제품군인 Pril 및 Somat와 함께 식기세척 제품이 지속적으로 강력한 실적을 보였다. 반면 경질표면세정제와 변기세정제 카테고리는 코로나19 이후 전년 동기에 증가세를 보였던 위생용품 수요가 정상화되면서 매출이 마이너스를 기록했다.

**신흥 시장**에서는 3분기에 두 자릿수 유기적 매출 성장을 달성했다. 동유럽, 아프리카/중동 및 라틴 아메리카 지역은 각각 두 자릿수 유기적 성장을 보였다.

**성숙 시장**은 3분기에 전반적으로 좋은 유기적 매출 성장을 보였다. 유기적 매출 성장은 북미 지역에서 좋았으나 서유럽에는 저조했다. 아시아 태평양 지역 성숙 시장에서의 매출 성장이 두드러졌다.

## 그룹 순자산 및 재무상태

검토 기간 동안의 그룹 순자산 및 재무상태는 2022년 6월 30일 현재 상황과 비교하여 큰 변동은 없었다.

## 헨켈 그룹의 전망

Henkel AG & Co. KGaA의 경영진은 2022년 첫 9개월 동안의 사업 발전과 회계 연도 말까지의 진행 상황에 대한 가정을 바탕으로 2022 회계연도에 대한 지침을 업데이트하기로 결정했다.

이제 그룹 수준에서 2022 회계연도 유기적 매출 성장은 +7.0 ~ +8.0%(이전: +5.5 ~ +7.5%)가 될 것으로 예상한다.

**접착 테크놀로지스** 사업부의 경우 +11.0 ~ +12.0%(이전: +10.0 ~ +12.0%) 범위의 유기적 매출 성장이 예상된다. **뷰티 케어** 사업부의 경우, -1.0 ~ 0.0%(이전: -3.0 ~ -1.0%)의 유기적 매출 성장을 기대하며, 주로 이미 발표된 포트폴리오 조치의 구현에 의해 영향을

받을 것으로 보인다. **세제 & 홈케어** 사업부의 경우 +5.5 ~ +6.5%(이전: +4.0 ~ +6.0%) 범위의 유기적 매출 성장이 예상된다.

**헨켈 그룹**은 10.0~11.0%(이전: 9.0~11.0%) 범위로 조정된 매출 수익률(EBIT 마진)을 달성할 것으로 기대한다. **접착 테크놀러지스** 사업부의 조정된 매출 수익률은 13.5~14.5%(이전: 13.0~15.0%) 범위, **뷰티 케어**는 7.5~8.5%(이전: 5.0~7.0%) 범위, 그리고 **세제 & 홈케어**의 경우 8.0 ~ 9.0%(이전: 7.0 ~ 9.0%) 범위이다.

고정 환율에서 **조정된 우선주당순이익(EPS)**은 -25~-15%(이전: -35~-15%) 범위에서 감소할 것으로 예상된다.

또한 2022년에 아래와 같은 사항이 기대된다.

- 구조조정 비용은 4억 5천만~5억 유로 범위(변경되지 않음).
- 유형자산 및 무형 자산 투자에 대한 현금 유출은 약 6억 5천만 유로(이전: 약 7억 유로).

당사의 지침은 산업 및 소매업이 팬데믹으로 인해 사업과 생산에 광범위한 영향을 새로 주지 않으며, 우크라이나 전쟁의 영향이 크게 악화되지 않을 것이라는 가정을 기반으로 한다. 또한, 유럽의 가스 부족으로 인한 산업 생산 중단이 없을 것이라는 가정을 바탕으로 만든 지침이다.

*이 문서에는 미래 예측과 관련하여 미래 사업 개발, 재무 성과 및 헨켈과 관련된 기타 이벤트 또는 미래 관련 발전이 사항이 진술되어 있습니다. 미래에 대한 진술은 "기대하다" "의도하다" "계획하다" "예상하다" "믿다" "추정하다" 또는 이와 유사한 용어를 사용하는 것이 특징입니다. 이러한 진술은 Henkel AG & Co. KGaA의 경영진이 작성한 현재 추정 및 가정을 기반으로 합니다. 이러한 진술은 그러한 기대가 정확하다는 것을 보증하는 것으로 이해되어서는 안 됩니다. Henkel AG & Co. KGaA 및 계열사가 실제로 달성한 미래 성과 및 결과는 여러 위험과 불확실성에 따라 달라지므로 미래 예측 진술과 실질적으로는 (긍정적이든 부정적이든) 다를 수 있습니다. 미래 경제 환경, 경쟁업체 및 시장과 관련된 다른 사람들의 행동 요인 중 상당수는 헨켈의 통제 범위를 벗어나 있으며 사전에 정확하게 추정할 수 없습니다. 헨켈은 미래예측 진술을 계획하거나 업데이트할 것을 약속 하지는 않습니다.*

이 문서에는 해당 재무 보고 프레임워크에 명확하게 정의되지 않거나 대안적인 성과 측정인 추가 재무 지표가 포함되어 있습니다. 이러한 추가 재무 지표를 단독으로 또는 헨켈의 순자산 및 재무 상태 측정에 대한 대안이나 연결재무제표의 해당 재무 보고 프레임워크에 따라 나타낸 운영 결과로 간주하면 안됩니다. 유사한 제목의 대체 성과 측정을 보고하거나 설명하는 다른 회사에서는 이를 다르게 산정할 수 있습니다.

이 문서는 정보 제공의 목적으로만 발행되었으며 증권에 대한 투자 조언, 판매 제안 또는 구매 제안 권유를 구성하기 위한 것이 아닙니다.