2023년 3월 7일 독일/뒤셀도르프

어려운 시장 환경에서 전반적으로 견고한 비즈니스 성과 달성

**헨켈 2022년 매출 대폭 증가 - 2023 회계연도에 추가 성장 기대**

* 2022년 전체 연도 결과:
	+ 그룹 매출: 224억 유로, 유기적 성장\* 8.8%
	+ 영업 이익(EBIT)\*\*: 23억 유로, -13.7%
	+ EBIT 마진\*\*: 10.4%, -3.0pp
	+ 우선주당순이익(EPS)\*\*: 3.90유로, 고정 환율 기준 -17.8%
* 전년 대비 배당액 제안: 우선주당 1.85유로
* 목적 있는 성장 의제 실행에서 좋은 진전
* 신규 사업부 컨슈머 브랜드 라이브 출범
* 핵심 분야에서 지속 가능성 추진
* 2023 회계연도 전망: 추가 성장 기대
	+ 유기적 매출 성장: 1.0~3.0%
	+ EBIT 마진\*\*: 10.0~12.0%
	+ 우선주당순이익(EPS)\*\*: -10.0 ~ +10.0%(고정 환율 기준)

헨켈의 CEO 카스텐 노벨 (Carsten Knobel)은 “ 2022년에 우리는 매우 어려운 시기에도 불구하고 우수한 매출 성장과 견고한 수익 성과를 달성했으며, 중요한 전략적 조치를 시행하였습니다. 원자재 및 물류비가 급격히 상승하였으나 가격 인상과 지속적인 효율성 개선을 통해 부분적으로 보완하는 데 성공했습니다. 이는 약 224억 유로에 이르는 매출액과 23억 유로의 영업이익에서 볼 수 있습니다. 이것을 바탕으로, 우리는 주주들에게 전년 수준의 안정적인 배당을 제안하고 있습니다. 우리는 소비자 사업부를 ‘컨슈머 브랜드’ 사업부로 병합함으로써 최근 몇 십 년간 회사의 가장 큰 전환 중 하나를 성공적으로 시작하였습니다.”라고 말했다.

우리 글로벌 팀의 헌신, 강력한 문화, 명확하고 장기적인 성장 전략 덕분에 우리는 지난 회계연도의 어려움을 전반적으로 잘 극복했습니다. 저는 우리가 이 어려운 시기를 넘어서고 야심 찬 목표를 달성할 준비가 잘 되어 있다고 생각합니다. 우리는 접착 테크놀러지스와 컨슈머 브랜드라는 두 개의 사업부를 중심으로 이번 회계연도에 더욱 성장할 준비가 되어 있습니다.”라고 그는 덧붙였다.

**2022 회계 연도의 그룹 매출과 수익 성과**

헨켈 그룹의 2022 회계연도 **매출**은 223억 9700만 유로에 달했다. 명목 성장은 11.6%, 그리고 모든 사업 단위에서 가격 인상에 힘입어 8.8%의 상당한 **유기적 매출 증가**를 이루었다. 인수 및 매각이 매출에 미치는 영향은 -1.1%로 약간 부정적이었다. 환율 변동은 매출에 긍정적인 3.9%의 영향을 주었다.

접착 테크놀러지스 사업부는 모든 비즈니스 분야가 기여하여 유기적 매출 증가율 13.2%를 기록했다. **뷰티 케어** 사업부의 유기적인 매출 발전은 -0.5%로 약간 부정적이었다. 헤어 프로페셔널 비즈니스의 지속적인 회복이 긍정적인 영향을 미쳤지만, 뷰티 케어의 소비자 사업부문은 발표된 포트폴리오 조치의 시행에 영향을 받았다. **세제 & 홈케어** 사업부는 특히 세탁 세제 사업 부문의 상당한 성장에 힘입어 6.3%의 매우 강력한 유기적 매출 성장을 달성했다.

**신흥 시장**에서는 13.3%의 두 자릿수의 유기적인 매출 증가율을 달성했으며, **성숙 시장**에서는 5.2%의 강력한 유기적 매출 성과를 기록했다.

**조정 영업이익(조정 EBIT)**은 2021 회계연도의 26억 8600만 유로(-13.7%)에 비해 23억 1900만 유로를 기록했다. 원자재 및 물류 가격의 높은 상승이 그룹의 수익성에 부담을 주었으며, 긍정적인 가격 상승과 생산 및 공급망 비용 절감, 그리고 효율성 향상을 위한 지속적인 조치에도 완전히 상쇄되지는 않았다.

**조정 매출 수익률(조정 EBIT 마진)**은 10.4%로 전년도(2021년: 13.4%) 수준보다 낮았다.

**조정 우선주당 수익**은 -14.5% 감소한 3.90유로(전년도: 4.56유로)였다. 이것은 고정 환율에서 -17.8% 발전에 해당한다.

매출액 대비 **순 운전자본**은 4.5%로 전년 대비 2.3%포인트 증가했다. 이러한 순운전자본의 증가는 무엇보다 직접 재료 가격이 상당히 증가한 것에 기인한다.

**잉여 현금흐름은** 전년도(2021년: 14억 7800만 유로)에 비해 크게 감소한 6억 5300만 유로에 달했다. 이것은 순운전자본은 증가하고 영업이익은 감소하여 영업활동으로 인한 현금흐름이 감소한 것에 기인했다.

**순재무상태**는 -12억 6700만 유로(2021년 12월 31일: -2억 9200만 유로)였다. 여기에는 2022년 2월에 시작된 자사주 매입 프로그램과 관련된 지출과 2분기 배당금 지급도 반영되었다.

경영이사회, 감독이사회, 주주위원회는 2023년 4월 24일 연례 주주총회에서 우선주당 1.85유로, 보통주당 1.83유로의 안정적인 배당금을 제안할 예정이다. 이는 46.6%의 배당 지급 비율에 해당하여 목표 범위인 30~40%를 상회하는 것으로, 상당히 높은 원자재 가격과 물류 비용 때문에 수익에 비정상적인 부담을 주는 것을 반영한 것이다. 헨켈 그룹의 강력한 재정 기반과 낮은 순부채 덕분에 이러한 배당이 가능하다. 따라서 헨켈은 주주들에게 배당 지속성을 유지할 수 있다.

**2022 회계연도 비즈니스 실적**

**접착 테크놀러지스** 사업부의 2022 회계연도 매출은 명목상 16.6% 증가한 112억4200만 유로를 기록했다. **유기적으로** 매출은 13.2% 증가했다. 이러한 매출 성장은 가격의 두 자릿수 성장에 의해 주도되었다. **조정 영업이익은** 전년 대비 약간 감소한 15억 3천만 유로(2021년: 15억 6천 1백만 유로)였다. **조정된 매출 수익률**은 전년도의 16.2%에 비해 13.6%에 달했다. 이는 주로 원자재의 상당한 가격 인상으로 인해 부정적인 영향을 받은 총 마진 감소 때문이었다.

**뷰티 케어** 사업부의 2022 회계연도 매출은 명목상 -2.6% 감소한 37억 7,500만 유로를 기록했다. **유기적으로** 매출은 -0.5% 소폭 감소했다. 이것은 다른 개발 때문이었다. 헤어 프로페셔널 사업은 매우 강한 매출 성장을 달성했지만, 소비자 사업은 이전 연도보다 유기적으로 하락하였다. 이는 공시된 포트폴리오 조치의 시행 때문이었다. **조정 영업이익은** 2억 6,900만 유로(전년도: 3억 5,100만 유로)에 달했다. **조정 매출 수익률**은 7.8%로 감소했다(전년도: 9.5%). 총 마진의 하락 외에도, 마케팅 및 광고에 대한 투자가 약간 증가한 것도 일부 영향을 주었다.

**세제 & 홈케어** 사업부의 2022 회계연도 **매출**은 명목 기준으로 8.3% 증가한 71억 5,200만 유로에 달했다. **유기적으로** 매출은 6.3% 증가했다. 매출 증가는 가격이 주도했으나, 판매량은 감소했다. **조정 영업이익**은 6억 1,400만 유로로 전년도 수준(9억 400만 유로)보다 낮았다. **조정 매출 수익률**은 8.6%로 감소했는데, 이는 주로 원자재 및 물류 가격이 크게 상승하고 마케팅 및 광고 비용이 증가하여 총 마진이 감소했기 때문이다.

**2023년 전망**

2023년에도 세계 경제 성장은 계속 약화될 것으로 예상된다. 현재 추정치에 따르면 인건비 증가와 높은 에너지 및 원자재 비용이 지속되어 2023 회계연도의 세계 경제 환경은 인플레이션 상태가 유지될 것으로 예상된다. 이에 따라, 원자재 평균 가격은 2022년 연평균 대비 한 자릿수 중반 이하의 비율로 증가할 것으로 예상된다. 금리는 예년보다 훨씬 높은 수준을 유지할 것으로 보인다. 따라서, 산업 수요는 전년보다 둔화될 것으로 예상되며, 헨켈의 소비자 사업부문의 핵심 영역의 소비자 수요 성장 동력이 둔화될 것으로 예상된다. 또한 러시아에서의 사업 활동은 2023년 1분기 말까지 매각될 예정이다.

이러한 요소를 고려하여 헨켈은 2023 회계연도에 두 사업부 모두 1.0~3.0%의 **유기적 매출 성장**을 달성할 것으로 예상한다. **조정 매출 수익률(조정된 EBIT 마진)**은 10.0~12.0% 범위로 예상된다. **접착 테크놀러지스**의 경우 조정 매출 수익률은 13.0~15.0%, 컨슈머 브랜드는 7.5~9.5%가 될 것으로 예상된다. 고정 환율로 **조정된 우선주당순이익(EPS)**의 경우 -10.0에서 +10.0% 범위의 발전을 기대하고 있다.

**성공적으로 실행된 목적 있는 성장 의제**

어려운 거시경제와 지정학적 환경에도 불구하고 헨켈은 2022년에도 일관된 전략을 실행했다. 헨켈은 사업과 브랜드 포트폴리오를 더욱 발전시켰으며, 혁신, 지속 가능성 및 디지털화 분야에서 경쟁력을 강화하고 운영 모델을 최적화하였으며 기업 문화를 육성했다. 2022년 핵심 전략 중 하나는 세제 & 홈케어 사업부와 뷰티 케어 사업부를 통합하여 통합 컨슈머 브랜드 사업부를 구축하는 것이었다.

**새로운 사업부인 컨슈머 브랜드의 성공적 구축**

2022년 1월 말, 헨켈은 최근 몇 십 년간 회사에서 가장 큰 전환 중 하나를 발표했다. 바로 두 개의 소비자 사업부문을 컨슈머 브랜드라는 이름으로 하나의 통합된 비즈니스 부문으로 합병시키는 것이었다. 이 새로운 사업부는 2023년 초부터 성공적으로 구축되어 퍼실(Persil)과 슈바츠코프(Schwarzkopf) 등 대표적인 브랜드와 헤어 프로페셔널 비즈니스를 포함한 모든 카테고리의 컨슈머 브랜드를 하나의 사업부 아래 통합시켰다. 이를 통해, 헨켈은 2022년 기준 약 110억 유로 미래 성장을 달성하기 위한 다양한 카테고리의 플랫폼을 구축하고 있다.

이번 통합을 통해 헨켈은 소비재 사업과 그룹 전체에서 수익성을 높이고 추가 성장 모멘텀을 창출할 계획이다. 이를 위해 글로벌 세제 & 홈케어 및 헤어 카테고리의 포트폴리오는 매력적인 성장과 마진 잠재력을 가진 전략적 비즈니스와 브랜드에 초점을 맞출 것이다. 통합 과정에서 상당한 시너지 효과가 일어날 것으로 예상되며, 그 중 일부는 혁신, 지속 가능성, 그리고 디지털화와 같은 전략적 우선 순위에 대한 목표 투자에 이용될 것이며, 사업부 단위의 마진과 성장 프로필을 강화하는 데도 사용될 것이다.

헨켈은 중기적으로 약 5억 유로의 총 절감액(재투자 전)을 실현하는 것을 목표로 하고 있다. 시너지의 잠재력은 조정된 판매와 관리 구조, 보다 집중된 광고 및 마케팅, 최적화된 공급망에서 발생한다. 실행은 두 단계로 진행될 것이다. 첫 번째 단계는 2023년 말까지 시행되는 것으로, 연간 기준 약 2억 5천만 유로의 순 절감 효과를 가져올 것이며, 2024년부터 수익에 완전한 영향을 미칠 것이다. 2022년에는 이미 약 6,000만 유로의 순 절감 효과를 달성했다.

헨켈은 또한 소비자 포트폴리오를 혁신하는 데 큰 진전을 이루었다. 이것과 관련하여 헨켈은 최대 10억 유로의 매출을 검토할 것이라고 발표했다. 2022년에는 이미 약 4억 유로가 성공적으로 실행되었다. 이 중 약 2억 유로는 포트폴리오 최적화 조치와 관련이 있으며, 나머지 2억 유로는 매각으로 인한 것이다. 구강케어 및 스킨케어 카테고리와 특정 바디케어 부문은 글로벌 시장에서 철수했으며, 기본 포트폴리오 전환을 이루었다. 앞으로도 헨켈은 포트폴리오를 검토하고 복잡성을 더욱 줄일 것이다.

두 번째 단계는 공급망 우수성에 초점을 맞추는 것이다. 이를 위해, 헨켈은 자사 생산 시설에서의 효율성을 향상시키고 하청 제조업체 네트워크와 조달 비용을 최적화하고자 한다. “단일 인터페이스로 고객 상대(one face to the customer)”라는 원칙에 따라 헨켈은 최적화된 물류 기능으로 상업적 통합을 추진할 계획이다. 통합의 2단계가 현재 시작되었으며, 2025년 말까지 대부분 구현될 것으로 예상된다. 이러한 조치를 통해 헨켈은 2026년부터 약 1억 5천만 유로의 추가적인 연간 순 절감액을 기대하고 있다. 또한, 두 번째 단계는 약 2억 5천만 유로의 일회성 비용과 자본 지출과 관련이 있다. 2023년에 해당하는 부분은 금년도 전망에 포함된다.

**목적 있는 성장 의제의 모든 전략적 핵심 분야에서 일관된 진전**

헨켈은 **적극적인 포트폴리오 관리**의 일환으로 사업 활동을 중단하거나 매각하는 것 외에도 인수를 통해 포트폴리오를 더욱 발전시켰다. 아시아 태평양 지역에서 시세이도의 헤어 사업을 인수하여 프리미엄 헤어 케어, 염색, 스타일링 제품으로 이 매력적인 시장에서 입지를 강화했다. 접착 테크놀러지스 사업부는 두 번의 기술 인수를 통해 혁신적인 표면 기술과 열 관리 솔루션에 대한 전문성을 확장했다.

헨켈은 2022년에도 시장에 수많은 **혁신**을 창출하여 중요한 트렌드를 이끌고 고객과 소비자를 위한 가치를 창출했다. 접착 테크놀러지스 사업부는 빠르게 성장하고 있는 전기 자동차 배터리 시장을 위한 새로운 전도성 코팅 솔루션을 선보였다. 이 기술로 배터리 셀 내부의 전도성을 최대 30%까지 높여 배터리 성능을 향상시키고 제조 공정에서 전체 에너지 소비량을 20% 이상 줄일 수 있다. 뷰티 케어 사업부는 헨켈이 선도하는 헤어 기술에 기반한 독특한 색상 효과를 위해 헤어 컬러 혁신인 컬러 알케미(Colour Alchemy)를 출시했다. 그리고 세제 & 홈케어 사업부는 Somat 브랜드에서 혁신적인 식기세척기용 세척 젤을 출시했다.

또한 헨켈은 비즈니스의 **지속 가능성**을 더욱 강화했다. 작년에는 새로운 포부와 목표를 담은 "2030+ 지속 가능성 목표 프레임워크"를 발표했다. 2022년에는 재생 가능한 자원에서 전기를 사용하는 비율을 70%로 늘렸으며, 2030년까지 기후 친화적 운영이라는 회사의 목표에 더 가까워졌다. 또한 재생 가능하고 재활용된 원료를 더 많이 사용하는 등 제품 포트폴리오의 지속 가능성을 강화했다. 헨켈은 BASF와의 파트너십을 통해 바이오매스 밸런스 프로세스의 일환으로 유럽에서 제조되는 소비재용 화학 원료 최대 110,000톤을 재생 가능한 원료로 대체하는 것을 목표로 하고 있다. 또한 특정 지속 가능성 목표 달성과 관련하여 6억 5천만 유로 규모의 채권을 발행했다.

헨켈은 또한 **디지털화** 분야에서도 진전을 이루었으며, 디지털 매출 비중을 그룹 매출의 20% 이상으로 증가시켰다. 또한 회사의 디지털 부문인 '헨켈 디엑스(Henkel dx)'의 구조를 더욱 최적화하고, 'RAQN' 디지털 비즈니스 플랫폼을 통해 새로운 비즈니스 기회를 창출하는 등 새로운 발전을 이루었다.

**미래 대비 운영 모델**과 관련하여 2022년에는 세제 & 홈케어와 뷰티 케어 사업부를 통합시키는 데 중점을 두었다.

또한, "세대를 위한 선구자 (Sustainability Pioneer)"라는 기업 목적과 헨켈이 확립한 "리더십 공헌(Leadership Commitment)”을 기반으로 **회사 문화**가 더욱 강화되었다.

이와 관련하여 헨켈은 새로운 교육 및 개발 프로그램, 그리고 종합적인 스마트 워크 개념을 계속해서 실행하였다. 스마트 워크는 모바일 업무, 작업 환경 디자인, 그리고 직원 건강 이니셔티브를 위하여 글로벌 프레임 워크를 제공한다.

헨켈 CEO 카스텐 노벨(Carsten Knobel)은 “우리는 컨슈머 브랜드를 통해 소비자 비즈니스와 회사 전체의 수익성 있는 성장을 위한 토대를 마련했다고 확신합니다. 접착 테크놀러지스 사업부는 지속 가능성, 이동성 및 연결성이라는 대세에 체계적으로 집중하고 있으며, 글로벌 선도 시장 지위를 활용하여 향후 성장과 수익성을 더욱 높일 계획입니다. 우리는 현재 좋은 조건을 갖고 있습니다. 우리에게는 올바른 전략과 강력한 팀이 있습니다. 우리의 야심 찬 목표를 달성하고 목적 있는 성장 의제를 성공적으로 실행할 것이라고 확신합니다.”라고 말했다.

\*  2022년 2분기부터 러시아에서 사업 활동의 종료 발표에 따른 유기적 매출 개발 제외 및 튀르키예에 대한 IAS 29 적용으로 인한 영향은 제외.
\*\* 일회성 비용 및 수입, 구조 조정 비용 조정.

*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. 또한 이 진술은 그러한 기대가 반드시 정확할 것임 뜻하지는 않습니다. 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 약속하지는 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 안 됩니다. 유사한 제목의 대체 가능한 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.*