2019. 8. 13 뒤셀도르프 / 독일

**헨켈 2019 회계연도 지침을 변경**

갈수록 어려워지는 시장 환경에서의 엇갈린 성과

* 접착 테크놀러지스의 큰 성과
* 기대 이하의 뷰티 케어
* 세제&홈케어, 좋은 사업성과 달성
* 거의 전년 수준인 51억2천백만 유로(유기적): -0.4%
* 영업이익(EBIT 마진)\* 16.5% ‏(-1.5 퍼센트포인트), 우선주 주당순이익 ‏(EPS)\* 1.43 유로 ‏(-9.5%)
* 발표된 성장 계획의 첫 번째 성공 사례들
* 성장과 디지털화에 대한 투자
* 현금관리가 좋은 견실한 손익계산서

2019년 **2분기**에 헨켈은 점점 더 어려운 시장 환경의 영향을 받았다. **판매**는 명목상으로나 유기적으로나 거의 전년 수준이었다. **조정된 영업이익**(EBIT 마진), 조정된 EBIT와 **조정된 우선주 주당순이익**(Adjusted EPS)는 전년도 수준을 밑돌았다.

헨켈은 **2019년 상반기**에 마진은 감소하였지만 약간의 긍정적인 유기적 판매 증가를 달성하였으며, 이는 연초의 성장을 위한 투자 증액 발표에 따른 기대와 일치하는 것이다.

"2분기 결과는 주로 자동차 산업 등 핵심 산업의 수요가 크게 줄어든 것이 특징이었다. 이것은 특히 우리의 공산품 사업에 영향을 미쳤다. 그럼에도 불구하고 우리의 **접착 테크놀러지스** 사업은 거의 전년 수준의 매출과 우수한 EBIT 마진을 달성하며 견실한 실적을 보여주었다." 라고 헨켈의 CEO인 **한스 반 바일렌(**‏**Hans Van Bylen)**이 말했다.

"**뷰티케어** 소매업은 우리의 예상을 크게 밑돌았다. 한편으로 이는 북미와 서유럽 등 성숙한 시장의 발전을 만족시키지 못했기 때문이었다. 중국에서는, 소매업계가 계속되는 주식 조정에 영향을 받았다. 게다가 마케팅과 판매 비용이 전반적으로 더 높았다. 하지만 전문적인 사업은 강세를 지속했다." 라고 **한스 반 바일렌**‏(**Hans Van Bylen)**이 말했다.

"**세제&홈케어** 사업에서 우리는 좋은 유기적 판매 성장을 달성했다. 투자 발표에도 불구하고 조정 EBIT 마진이 높은 수준을 유지했다. 새로 시작한 혁신도 이 사업부의 전반적인 큰 성장에 기여했다."

성장과 디지털화에 대한 투자

"어려운 경제 전망에도 불구하고 **전략 우선순위**를 계속 이행하고 **투자 확대** **계획**을 발표대로 실행할 것이다. 우리는 사업 강화에 초점을 맞추고 있으며 지속 가능한 수익성 있는 성장을 위해 경쟁력을 더욱 높일 것이다." 라고 **한스 반 바일렌**‏(**Hans Van Bylen)**이 말을 이었다.

"동시에 우리는 2019년도 지침에서 **변화하는 경제 환경**을 고려했다."

2019 회계연도 전망 갱신

헨켈은 이전 예상과 달리 하반기에는 산업 수요가 증가할 것으로 예상하지 않았다. 또 올 한 해에는 뷰티케어 사업부문이 당초 예상보다 낮은 수준이 될 것으로 예상했다. 이러한 배경에서 헨켈은 **2019 회계연도에 대한 지침을 갱신했다.**

이전에 헨켈은 **그룹**과 **3개 사업부 모두**에 대해 2-4%의 유기적 판매 성장을 예상했었다. 현재는 헨켈은 이 **그룹**의 유기적 판매 성장을 0%에서 2%로 예상하고 있다. **접착 테크놀러지스**의 경우 헨켈은 -1%에서 1%%의 유기적 판매 성장을 기대하고 있다. **뷰티케어**의 경우 헨켈은 유기적 판매량이 -2~0% 성장할 것으로 예상하고 있다. **세제&홈케어** 경우 헨켈은 2~4%대의 유기적인 성장을 계속 기대하고 있다.

헨켈은 16~17%의 그룹의 **조정 영업이익**을 계속 기대하고 있다.

**조정된 우선주 주당이익**(EPS)의 경우, 헨켈은 현재 고정환율로 전년도보다 낮은 중간 내지 높은 한 자릿수 % 범위를 예상한다(이전: 고정환율로 전년도보다 낮은 중간대의 한 자릿수 % 범위).

2019년 2분기 매출 및 실적

2019년 2분기 **매출**은 51억 2천 1백만 유로로 거의 전년 수준이었다. 통화효과와 인수/분할의 영향을 배제한 **유기적** 판매는 -0.4%로 소폭 마이너스 성장을 보였다. 인수와 분할의 효과는 0.5%에 달했다. 통화 효과는 매출에 -0.5%의 부정적인 영향을 미쳤다.

**접착 테크놀러지스** 사업부는 -1.2%의 약간 부정적인 유기적 매출을 보고했다. **뷰티케어** 사업부에서는 유기적 판매가 전년도 동일 분기보다 -2.4% 밑돌았다. **세제&홈케어** 사업부는 2.0%의 좋은 유기적 판매 성장을 달성했다

**신흥시장**은 3.9%의 강력한 유기적 판매 성장을 달성했다. 아프리카/중동 및 중남미는 두 자릿수 성장을 달성했다. **성숙된 시장**은 -3.2%의 감소된 유기적 판매를 보였다.

경쟁이 치열한 시장 환경에서 **서유럽**의 유기적 매출 실적은 -1.8%의 감소를 보였고, **동유럽**은 8.0%의 유기적 성장을 달성했다. **아프리카/중동**의 경우, 유기적 매출이 16.5% 증가했으며, **북아메리카**는 -5.0퍼센트의 유기적 판매 실적을 기록했다. **라틴아메리카**는 11.0%의 유기적 성장을 달성했으며, **아시아태평양** 지역의 경우 유기적 매출이 -7.9% 감소했다.

**조정된 영업이익**‏(EBIT)은 2018년 2분기 9억2600만 유로에서 8억4600만 유로로 -8.6% 감소했다.

**조정된 매출액 이익**(EBIT)은 16.5%로 전년 동기보다 -1.5%포인트 낮았다.

**조정된 우선주 주당이익**은 2018년 2분기 1.58유로에서 1.43유로로 -9.5% 감소했다. 고정환율로, 조정된 우선주 주당 이익도 마찬가지로 -9.5% 감소했다.

**순 운전자본**은 매출 대비 6.7%로 2018년 2분기(6.3%) 수준을 약간 웃돌았다.

사업부 실적

2019년 2분기에는 **접착 테크놀러지스** 사업부 매출이 24억 2200만 유로에 달해 전년도 동일 분기와 비슷했다. **유기적 판매**는 -1.2%를 기록했다. **조정된 영업이익**은 1.5% 증가해 4억6900만 유로에 달했다. **조정된 매출이익률**은 2018년 2분기 대비 양호한 발전을 보여 19.3%를 기록했다. 특히 긍정적인 것은 2/4분기에 두 자릿수 성장을 기록한 항공우주 산업을 위한 솔루션 개발이었다.

**뷰티케어** 사업부에서는 **매출액**이 -2.4%의 **유기적** 성장을 보였다. 명목상으로 매출은 전년보다 -3.2% 낮은 10억 2백만 유로에 달했다. **조정된 영업이익**은 1억 2200만 유로로 2018년 2분기 대비 -34.9%를 밑돌았다. **조정된 매출 이익률**은 마이너스 성장으로 12.2% 이었다. 뷰티케어 **리테일 사업**은 성숙시장에서의 실적 부진에 영향을 받았다. 게다가 중국의 소매업도 계속되는 주식 조정의 영향을 받았다. 또한 마케팅과 판매에 대한 많은 투자와 재료 가격의 상승으로 인해 비용이 증가했다. 이와는 대조적으로, **전문 사업**은 성공적인 실적을 이어갔고, 다시 한 번 강한 유기적 성장을 달성했다.

**세제&홈케어** 사업부는 2분기에 2.0%의 좋은 **유기적 판매 성장**을 기록했다. 명목적으로 매출은 전년도 동일 분기의 16억4400만 유로에 이어 1.3% 증가한 16억6600만 유로를 기록했다. 2억7천9백만 유로의 조정된 영업이익은 전년도 동일 분기보다 -5.3퍼센트가 감소했다. 조정된 매출 이익률은 16.8%로 예상대로 2018년 2분기 수준을 밑돌았다. 이는 주로 연초에 발표된 마케팅과 판매에 대한 높은 투자와 혁신의 개시가 동인이었다. 특히 홈케어 사업 영역의 실적이 좋았고, 매우 강력한 유기적 성장률을 달성했다. 또한 새로운 페르실 4챔버 디스크는 몇몇 시장에서 성공적으로 출시되었다.

2019년 상반기 사업실적

헨켈은 2019년 상반기에 1.1% 증가한 100억 1천만 유로의 매출을 달성했다. 통화 효과와 인수/분할의 영향을 제외한 **유기적 판매 증가율**은 0.1%이었다. 외환 효과는 매출에 0.4% 영향을 미쳤다.

**조정된 영업이익**은 17억 6800만 유로에서 16억 4100만 유로로 -7.2% 감소했다.

**조정된 매출 이익률**은 2018년 상반기 17.7%에 이어 16.3%이었다.

**조정된 우선주 주당 이익**은 3.01유로에서 2.77유로로 -8.0%의 마이너스 성장을 보였다. 조정된 우선주당 이익은 고정 환율로 해도 마찬가지로 -8.0% 감소했다.

2019년 상반기 **접착 테크놀러지스** 사업부의 유기적 판매는 -1.0%의 소폭 감소를 보였고, 조정된 매출 이익률은 18.1%(전년도 18.5%)를 기록했다.

**뷰티케어** 사업부는 -2.3%의 유기적 판매 감소를 보였고, 조정된 매출이익률은 13.5%(전년도 17.4%)로 나타났다.

**세제&홈케어** 사업부는 3.3%의 강력한 유기적 판매 성장을 기록하였고, 조정된 매출이익률은 16.9%(전년도 18.2%)를 기록했다.

2019년 6월 30일 현재 헨켈의 **순 재무상태**는 2분기에 약 8억 유로의 기록적인 배당금을 지불했음에도 불구하고 -28억 2천만 유로(2018년 12월 31일: -28억 9천 5백만 유로)의 수지를 보여 더욱 개선되었다.

지속 가능한 수익성장에 집중

**한스 반 바일렌**‏(**Hans Van Bylen)**은 "우리는 명확한 우선 순위와 야심 찬 목표를 가진 장기 전략을 추구한다"라고 말했다. "브랜드, 기술, 혁신 및 디지털화에 대한 우리의 투자는 지속 가능한 수익성 성장을 위한 우리의 약속을 뒷받침한다."

\* 일회성 수수료/이익 및 구조조정 비용에 맞춘 조정

*본 문서에는 헨켈의 경영진이 내린 가정과 최근 추정치에 기초한 장래예상문구‏‏‏(forward-looking statement)가 포함되어 있습니다. 장래예상문구는 예상, 방침, 계획, 예측, 가정, 생각, 추정, 기대, 예견 등과 같은 단어를 사용한다는 특징이 있습니다. 그러한 예측이 정확할 것이라는 점을 어떤 식으로든 보장하는 것으로 당해 문구를 이해하지 않아야 합니다. 헨켈 및 그 자회사가 실제로 달성할 향후 실적과 성과는 다수의 위험과 불확실성에 따라 좌우되며, 따라서 장래예상문구와는 크게 다를 수 있습니다. 이러한 요인들의 다수가 헨켈의 통제를 벗어나 있으며, 향후 경제 여건과 경쟁사 및 시장에 참여하고 있는 여타 업체들의 활동 등을 사전에 정확하게 추정하는 것은 불가능합니다. 헨켈은 장래예상문구를 갱신할 예정이나 의무가 없습니다*