

헨켈, 2024 회계연도 전망 재확인

헨켈, 3 분기에도 성장 모멘텀 지속

- 그룹 매출: 약 55 억 유로로 상승, 유기적 성장률 +3.3% 기록
- 유기적 매출 증가: 두 사업 부문 모두 성장 주도:
 - 접착 테크놀로지스, 강력한 유기적 성장률 +3.7% 달성
 - 컨슈머 브랜드, 양호한 유기적 매출 성장률 +2.7% 기록
- 기후 보호 목표 확대 – 넷 제로 (net-zero) 로드맵을 통해 야심 찬 목표 수립: 2045년까지 온실가스 배출량을 넷 제로 수준으로 감축 계획
- 2024 회계연도 매출 및 수익 가이드선 재확인: 수익 목표치의 상위권에 도달할 가능성 명확

헨켈의 2024년 3분기 그룹 매출은 약 55억 유로로 증가하였다. 이는 3.3%의 강력한 유기적 성장률로, 우수한 가격 정책과 그룹 차원의 전반적인 긍정적 물량 추세가 성장에 기여하였다. 명목 기준으로는 전년 동기 대비 매출이 1.0% 증가한 수치이다.

헨켈의 카스텐 노벨(Carsten Knobel) CEO는 "3 분기 동안 헨켈은 지속적으로 성과를 내며 회사의 발전을 이끌어왔다. 두 사업 부문이 모두 유기적 성장에 기여했고, 강력한 매출총이익률을 달성함으로써 사업과 브랜드에 대한 투자 확대를 이어갈 수 있었다. 조정된 EBIT 마진 또한 강한 성장세를 보이며, 헨켈의 성장 전략이 올바른 방향으로 나아가고 있음을 입증했습니다"라고 전했다.

또한 카스텐 노벨 CEO는 "2024 회계연도가 헨켈에게 또 하나의 성공적인 해가 될 것이라 확신하며, 올해 중 상향 조정한 매출과 수익 목표를 달성할 것으로 보고 있습니다. 따라서 오늘 당사의 전망을 재확인합니다. 올해 현재까지의 강력한 실적을 바탕으로 그룹의 수익 목표 범위 상위권에 도달할 명확한 가능성이 보입니다. 이는 조정된 EBIT 마진과 조정된 주당순이익(EPS) 증가 모두에 해당됩니다"라고 밝혔다.

헨켈은 전략적 성장 아젠다의 이행에 있어서도 추가적인 진전을 이루었다. 이와 같은 맥락에서 헨켈은 지속가능성에 대한 노력을 더욱 강화하고 있다. 이를 위해 헨켈은 전 가치 사슬에 걸친 배출량 감축을 목표로 하는 넷 제로 로드맵을 수립하였으며, 이를 통해 목표를 확장했다.

카스텐 노벨 CEO는 "지구 온난화를 1.5°C로 제한하는 노력은 우리 모두의 책임입니다. 헨켈의 로드맵은 과학기반감축목표이니셔티브(SBTi)로부터 이미 검증받았으며, 2045년까지 온실가스 배출을 넷 제로로 줄이기 위한 구체적인 계획을 담고 있습니다. 이를 달성하기 위해 전 가치 사슬에 걸쳐 다양한 조치를 실행할 예정입니다"라고 설명했다.

접착 테크놀로지스 사업 부문은 3 분기 동안 모든 사업 분야의 기여로 강력한 유기적 매출 성장을 기록했다. **컨슈머 브랜드** 사업 부문에서는 글로벌 헤어 사업 분야가 유기적 매출 성장을 주도했다.

그룹 매출 실적

2024 년 3 분기 그룹 매출은 명목 기준으로 전년 동기 대비 1.0% 증가한 54 억 9,200 만 유로를 기록했다. 인수 및 매각 효과로 매출이 1.2% 증가했으며, 환율 변동은 매출 실적에 -3.6%의 부정적 영향을 미쳤다.

유기적 기준(환율 및 인수/매각 효과를 제외)으로는 매출이 3.3% 증가했으며, 이는 우수한 가격 정책과 그룹 차원의 전반적인 긍정적 물량 추세가 주요 성장 동력이 되었다.

2024 년이 시작되고 9 개월 동안 헨켈의 매출은 163 억 500 만 유로를 기록했다. 이는 **명목 기준으로** 0.4% 감소한 수치이다. 그러나 **유기적으로는** 3.0%의 강력한 매출 성장을 달성했으며, 이는 가격과 물량 증가가 주요 원동력이 되었다.

3 분기의 유기적 매출 성장은 **유럽, IMEA(인도, 중동 및 아프리카), 아시아-태평양, 라틴아메리카** 지역이 주도했다. 반면, **북미 지역**은 두 사업 부문에서 모두 유기적 매출이 감소했다.

2024 년 1 월부터 9 월까지 헨켈은 북미 지역을 제외한 모든 지역에서 강력한 유기적 매출 성장을 달성했다.

접착 테크놀로지스 매출 실적

2024 년 3 분기 접착 테크놀로지스 사업 부문의 매출은 28 억 유로로, 전년 동기(27 억 1,100 만 유로) 대비 명목 기준 3.3% 증가했다. **유기적 기준(환율 변동 및 인수/매각 효과를 제외)**으로는 매출이 3.7% 증가했으며, 이는 강력한 물량 증가가 주도했으며, 가격은 전년 동기와 비교해 안정적으로 유지되었다. 환율 변동으로 인해 매출이 -3.3% 감소하였으나, 인수/매각 효과로 인해 매출이 2.8% 증가했다.

접착 테크놀로지스 사업 부문은 **2024 년 1 월부터 9 월까지** 82 억 7,500 만 유로의 매출을 기록하며 명목 기준 1.1%의 매출 증가를 달성했다. **유기적으로는** 2.5%의 양호한 매출 성장을 기록했으며, 이는 주로 물량 증가에 의해 주도되었다.

접착 테크놀로지스 사업 부문은 3 분기 동안 세 개의 사업 분야 모두에서 강력한 유기적 매출 성장을 기록했다. **모빌리티와 전자** 사업 분야는 3.9%의 유기적 매출 증가를 달성했다. 이는 전자 사업의 두 자릿수 성장과 인더스트리 사업의 매우 강력한 성장이 주요 동력이었다.

반면, 자동차 사업은 시장 수요 둔화로 인해 전반적인 매출이 감소했다. **포장 및 소비재** 사업은 2.7%의 유기적 매출 성장을 기록했다. 포장 부문은 수요 회복에 힘입어 강력한 매출 성장을 보였으며, 소비재 부문도 긍정적인 실적을 올렸다. **공예가 및 건설, 전문가** 사업은

4.5%의 유기적 매출 성장을 달성했다. 특히 일반 제조 및 유지보수와 소비재 및 공구 부문이 강력한 성과를 보이며 성장에 기여했으며, 건설 부문 역시 양호한 성과를 거두었다. 지역적 측면에서 보자면, 접착 테크놀로지스 사업 부문은 3분기 동안 **유럽** 지역에서 세 개 사업 분야의 지원을 받아 긍정적인 유기적 매출 성장을 기록했다. 반면, **북미** 지역은 모빌리티와 전자, 포장 및 소비재 사업 분야의 실적 부진으로 인해 소폭의 유기적 매출 감소를 보였다. **IMEA** 지역에서는 모든 사업 분야가 기여하며 두 자릿수의 유기적 매출 성장을 달성했다. **라틴아메리카** 지역은 모빌리티 및 전자와 공구 및 건설 사업 분야의 성장이 주도하며 상당한 유기적 매출 증가를 기록했다. **아시아-태평양** 지역은 세 개 사업 분야 모두가 기여하여 매우 강력한 유기적 매출 성장을 달성했으며, 특히 중국의 실적이 지역 내 성장에 긍정적인 영향을 미쳤다.

컨슈머 브랜드 매출 실적

컨슈머 브랜드 사업 부문의 **2024년 3분기 매출**은 26억 5,300만 유로로, 전년 동기 대비 **명목** 기준 1.6% 감소했습니다. 그러나 유기적 기준(환율 및 인수/매각 효과 제외)으로는 2.7%의 양호한 매출 증가를 기록했으며, 이는 강력한 가격 전략이 지속적으로 주도했다. 반면, 물량은 지속적인 포트폴리오 최적화 조치로 인해 감소하였다. 매출은 환율 변동으로 인해 -3.9%, 인수/매각으로 인해 -0.4% 추가 감소했다.

2024년 1월부터 9월까지 컨슈머 브랜드 부문의 **매출**은 79억 1,900만 유로로, 전년 동기 대비 **명목** 기준 1.8% 감소했다. 그러나 **유기적**으로는 3.7% 증가했으며, 이는 가격 전략이 주요 증가 요인으로 작용했다.

세제 & 홈케어 사업은 3분기 동안 0.9%의 유기적 매출 성장을 기록했다. 세제 케어 부문은 포트폴리오 최적화 조치의 영향으로 소폭의 유기적 매출 감소를 보였다. 반면, 홈케어 부문은 두 자릿수 성장률을 기록한 식기 세척 카테고리과 화장실 관리 카테고리에서의 강력한 매출 성장 덕분에 상당한 유기적 매출 성장을 달성했다.

헤어 사업 부문은 6.8%의 매우 강력한 유기적 매출 성장을 기록했다. 컨슈머 사업은 주로 헤어 스타일링 카테고리의 두 자릿수 성장에 힘입어 상당한 매출 증가를 달성했다.

프로페셔널 사업 역시 매우 강력한 유기적 매출 성장을 이루었다.

기타 소비재 사업 부문은 2.0%의 양호한 유기적 매출 성장을 기록했으며, 특히 유럽 지역의 매우 큰 성장이 주요 동력이 되었다.

지역적인 측면에서 보면, 3분기 동안 컨슈머 브랜드 사업 부문은 **유럽** 지역에서 유기적 매출 성장을 달성했다. 헤어 사업 부문은 큰 매출 증가를 기록했으며, 반면 세제 & 홈케어 사업 부문은 약간의 실적 감소가 있었다. **북미** 지역은 전체적으로 유기적 매출 감소를 기록했으며, 이는 주로 세제 & 홈케어 사업 부문의 포트폴리오 조정 때문이었다. 반면, 헤어 사업 부문은 북미 지역에서 매우 큰 성장을 달성했다. **라틴아메리카** 지역은 헤어 사업 부문의 성장이 주도하며 양호한 유기적 매출 증가를 보였다. **IMEA** 지역은 모든 사업 부문에서 두 자릿수

유기적 매출 성장을 기록했다. **아시아-태평양** 지역은 헤어 사업 부문과 세제 & 홈케어 사업 부문 모두의 기여로 매우 큰 폭의 유기적 매출 성장을 달성했다.

헨켈그룹의 순자산 및 재무 상태

검토 기간 동안 그룹의 순자산 및 재무 상태는 2024년 6월 30일 기준과 비교해 중대한 변화가 없었다.

헨켈 그룹 전망

2024 회계연도에 헨켈은 그룹의 **유기적 매출 성장률**을 2.5%에서 4.5%로 예상하고 있다. 접착 테크놀로지스 부문의 유기적 매출 성장률은 2.0%에서 4.0% 사이로 전망된다. 소비자 브랜드 부문은 3.0%에서 5.0%의 유기적 매출 증가가 예상된다.

조정된 매출 대비 수익률(조정된 EBIT 마진)은 13.5%에서 14.5% 사이로 예상된다. 접착 테크놀로지스의 조정된 매출 대비 수익률은 16.0%에서 17.0%, 소비자 브랜드의 조정된 매출 대비 수익률은 13.0%에서 14.0%로 전망된다.

조정된 우선주당순이익(EPS)에 대해 헨켈은 고정 환율 기준으로 20.0%에서 30.0% 증가를 예상하고 있다.

또한, 2024년에 대해 다음과 같은 추가 전망을 제시하고 있다.

- 인수/매각: 명목 매출 성장에 영향 없음
- 외환의 환산으로 인한 매출액 변환: 한 자릿수 초중반 범위의 부정적 영향
- 직접 자재 가격: 전년도 평균과 비교해 변동 없음
- 구조조정 비용: 2억 5천만 ~ 3억 유로
- 유형자산 및 무형자산 투자에 따른 현금 유출: 6억 5천만 ~ 7억 5천만 유로

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 나타난 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.