ネスレ日本
2017年　事業戦略発表会

2017年3月7日

ネスレ日本株式会社
代表取締役 社長 兼 CEO
高岡 浩三

本日のアジェンダ

- 2016年業績レビュー
- 2017年事業戦略
- 質疑応答

2016年　ネスレグループ業績

2016年　ネスレグループの業績

売上	895億スイスフラン 〔約 9兆8640億円〕
オーガニックグロース*1	3.2%
実質内部成長率*2	2.4%
営業利益率	15.3%　(+ 30 bps*3)

日本円表示は
以下レートによる参考額:
2016年通年の平均相場
1スイスフラン＝110.2円

*1: 為替変動、買収売却等の影響を除いた売上の対前年同期伸び率
*2: オーガニックグロースから価格変動を除いた数量ベースの伸び率
*3: 為替の要因を除いた実質ベース

2016年　地域別ネスレグループ業績

	南北アメリカ	ヨーロッパ 中東 北アフリカ	アジア オセアニア サハラ以南アフリカ
売上 （スイスフラン）	402億	268億	225億
実質内部成長率	+2.0%	+2.4%	+3.0%
オーガニックグロース	+4.5%	+1.9%	+2.8%

＊各ゾーン、ネスレウォーターズ、ネスレニュートリション、ネスレプロフェショナル、ネスプレッソ、ネスレヘルスサイエンス、ネスレスキンヘルスを含む

2016年　ネスレ日本の業績

2016年　ネスレ日本の業績

重要指標 *

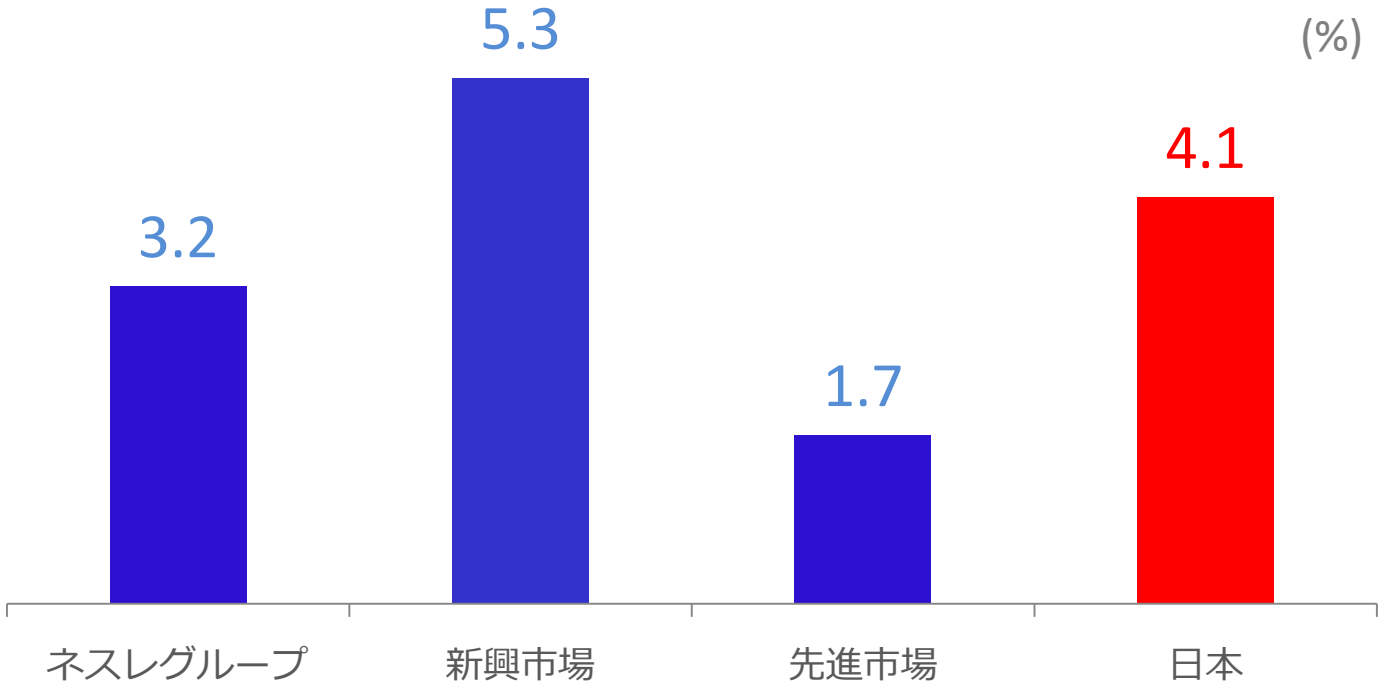
オーガニックグロース　＋4.1%

営業利益額（対前年同期比）　＋5.0%

営業利益率（対前年同期比）　＋17bps

（* Food & beverage business）

2016年　オーガニックグロース比較



2016年　成長要因

2016年　成長要因

「顧客の問題解決」

常に安定して品質の
高いものを提供したい

ネスカフェ
レギュラーソリュブルコーヒー

離れて暮らす家族
お互いに心配（見守り）

ネスカフェ ゴールドブレンド
バリスタｉ［アイ］

航空会社として独自の
ポジショニングを築きたい

スカイマークとの
共同プロジェクト

2016年　成長要因

「プレミアム」&「Eコマース」

キットカット ショコラトリー

百貨店

Eコマース

旗艦店（銀座）
2017年2月～

海外でも（ロンドン、メルボルン、クアラルンプール）

定期便サービス拡大

職場で

家庭で

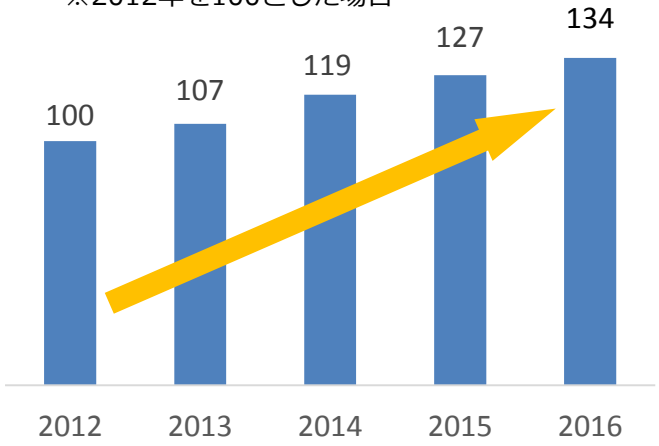
2017年　事業戦略

「抹茶」ブームが続く

「抹茶風味」のドリンク・スイーツ・菓子などが幅広い人気

「抹茶」製品の市場推移(*)

※2012年を100とした場合



(*出典)Macromill QPR
2012年～2016年集計(全国・購買金額)
マクロミルQPRを元にネスレ日本で試算
(JICFS「菓子」「アイスクリーム類」「日本茶」「日本茶・麦茶ドリンク」カテゴリの製品名に抹茶/グリーンティとつくものを抽出し、母集団人口をかけて市場規模を算出。

＋ インバウンド需要

ネスレ日本と「抹茶」の変遷

2013頃～　抹茶ブーム（＋インバウンド需要）

2004	2008～	2011～	2012～	2016.10～	2016.11
					KYOTO×NESTLÉ UJI MATCHA PROJECT
キットカット 初の 「宇治抹茶味」 期間限定発売	キットカット 京都土産 キットカット 空港免税店向け	ネスカフェ ドルチェ グスト 宇治抹茶ラテ	キットカット オトナの甘さ 抹茶	ネスカフェ ドルチェ グスト 宇治抹茶	京都府と「宇治抹茶」 の振興に関する 連携協定締結

ネスレ日本の「抹茶」ビジネスの強み

「キットカット」
世界100ヶ国以上で展開

抹茶味のお菓子の中で
「キットカット」は国内シェアNo.1(*)

(*)ネスレ調べ

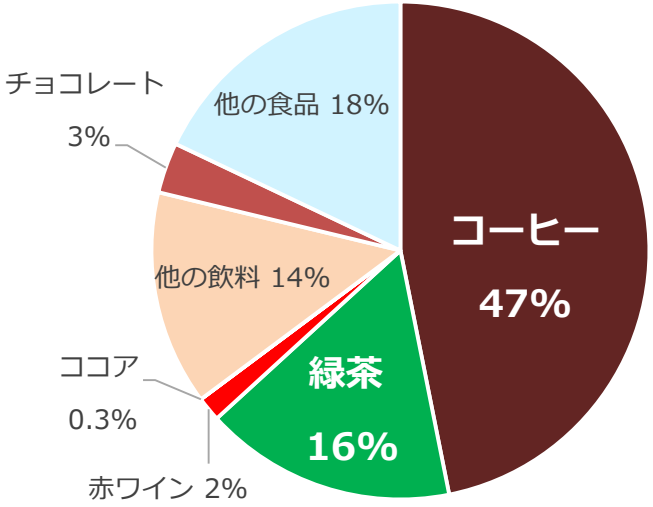
「ネスカフェ ドルチェ グスト」
世界80ヶ国以上、世界累計3,000万台

日本発、コーヒーマシンで本格的な抹茶
を作ることができる専用カプセル「宇治抹茶」

「抹茶」のチカラ

日本人の「ポリフェノール」摂取量は理想的と言われる量よりも少ない

日本人のポリフェノール摂取源(*)



(*) ネスレ調べ

「抹茶」のポリフェノールは緑茶の約2倍
※飲用時の比較(ネスレ調べ)

「抹茶」は茶葉成分をまるごと、たくさんおいしく摂れる
脂溶性ビタミン(ビタミンA・D・E・K)、クロロフィルも含まれる

ネスレ日本の「抹茶」事業

ネスレ Nestlé Good Food, Good Life

連携協定

京都府

キットカット

ネスカフェ ドルチェ グスト

ネスレ ウェルネス アンバサダー

ネスレ スペシャル.T

ポーション製品

「宇治抹茶」の振興に関する連携協定

（2016年11月9日締結）

Nestlé ネスレ Good Food, Good Life

連携協定

京都府

1. 「宇治抹茶」を世界ブランドに
2. 「宇治抹茶」の消費拡大
3. 「宇治抹茶」の健康イメージ向上

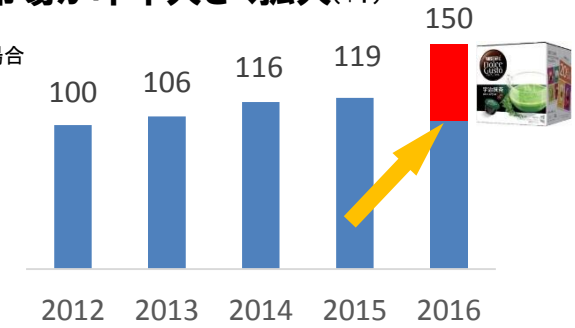
KYOTO×NESTLÉ
UJI MATCHA PROJECT

→ 今後、「抹茶と健康」の啓発や研究を視野に入れて、京都府と活動を開始

「本格抹茶」市場で、ネスレがNo.1プレーヤーに

「本格抹茶」市場が昨年大きく拡大(*1)

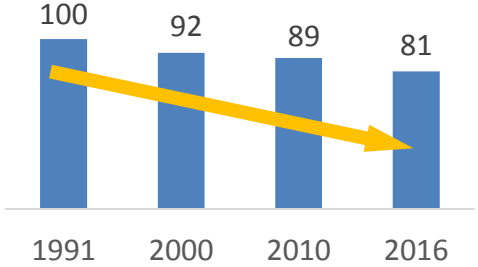
※2012年を100とした場合



(*1 出典)Macromill QPR
2012年～2016年集計(全国・購買金額)
マクロミルQPRを元にネスレ日本で試算
(JICFS「日本茶」カテゴリで製品名に抹茶がつくものを抽出し、抹茶入りや抹茶オレ／ラテなどの製品を除いた、抹茶を飲用する製品を「本格抹茶」と定義し、ネスレ日本にて選定

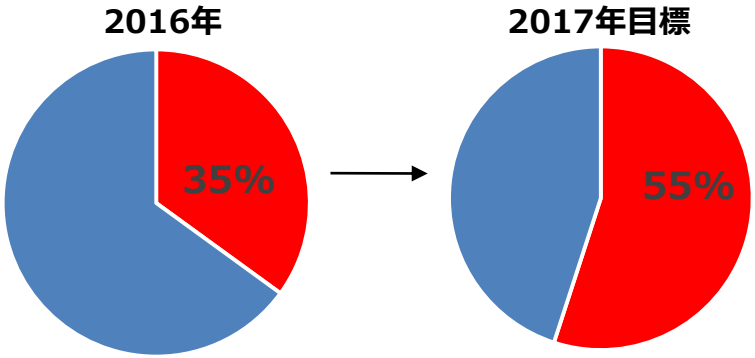
「緑茶」の飲用量は減少が続く(*2)

※1991年を100とした場合



(*2 出典)：株式会社消費者行動研究所「飲み物調査」

「本格抹茶」市場におけるネスレのシェア(*1)

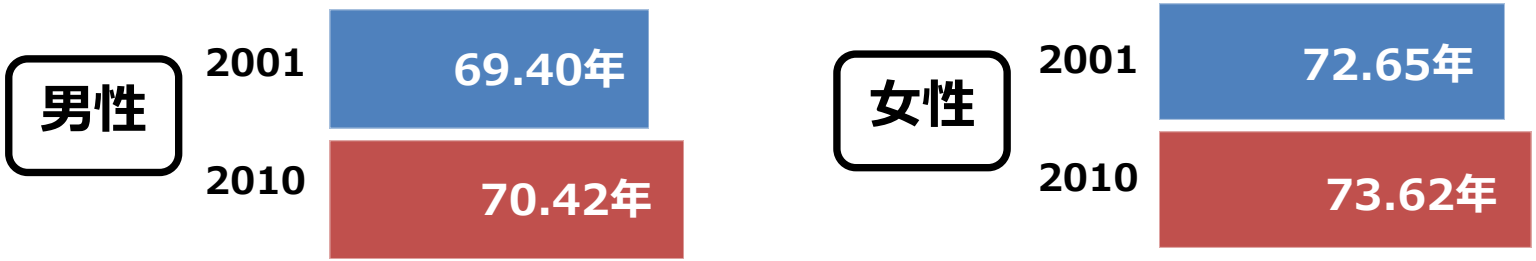


ネスカフェ ドルチェ グスト 宇治抹茶

2016年10月～発売開始

誰でも簡単にボタン一つで
本格的な「宇治抹茶」を楽しめる

日本人の健康寿命はあまり伸びていない(*)



(*出典) 厚生労働科学研究費補助金「健康寿命における将来予測と生活習慣病対策の費用対効果に関する研究」

健康寿命の課題解決
「ネスレ ウェルネス アンバサダー」

家庭でも職場でも「抹茶」で健康習慣を手軽に始められる新サービス

自分に不足しがちな栄養が分かり、美味しく補える

ネスレ ウェルネス アンバサダー

＋

brainHQ
from Posit Science

（外出中でも）
栄養成分を加えた「キットカット」も
今後開発予定

画像はイメージです

先行導入事例

Nestlé Wellness アンバサダー

「職場」

「家庭」

「宇治抹茶」を2倍含む※「キットカット」を新発売

※ 当社製品「キットカット オトナの甘さ 抹茶」と比較

「キットカット 濃い抹茶」（3枚入り／11枚入り）
3月27日（月）新発売

ポリフェノール（茶カテキン）、テアニン入り

「キットカット」の抹茶製品ラインアップ

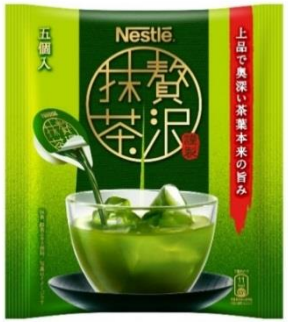
様々な形で「抹茶」の楽しみ方を提案

SPECIAL.T（ネスレ スペシャル.T）

専用カプセル「抹茶煎茶」
3月22日（水）新発売

ポーション製品

「ネスレ 贅沢抹茶 ポーション」
3月1日（水）新発売



「抹茶」事業に関する今後のビジョン

- ✓ コーヒー、チョコレートに次いで、「抹茶」を第3の柱に
- ✓ 様々な製品とサービスを通じて、「抹茶」の新しい楽しみ方を提案
- ✓ 将来的には、ネスレグローバルへの拡大も視野
- ✓ 「抹茶と健康」の啓発や研究を視野に入れて、京都府と活動を開始
- ✓ 宇治茶の生産者支援の取り組み

ネスレ日本の「働き方改革」

ネスレ日本型ホワイトカラー・エグゼンプション

働く時間と場所を最大限自由化することで、生産性の向上を実現

フレキシブルな働き方

- みなし労働時間制とフレックスタイムの最大活用
- 場所を選ばない働き方（テレワーク）

成果マネジメント

- 職務・役割を明確にした等級制度
- 成果を重視した評価と処遇

ワークライフバランス

- 19時退社
- ネスレのポリシー
  7日連続勤務の禁止、
  12時間/日、60時間/週
- 5日連続有給休暇取得推進

働き方の意識改革

ネスレ日本の多様な「働き方」

テレワーク

社内託児所

19時退社

ネスレ日本の女性活躍推進

女性社員人数の割合

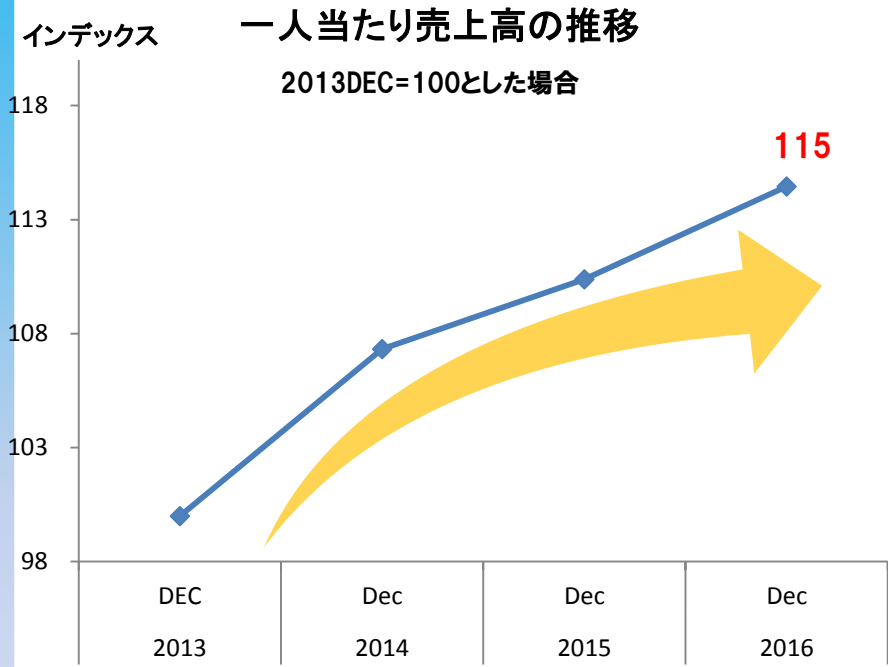
13％（2010年）

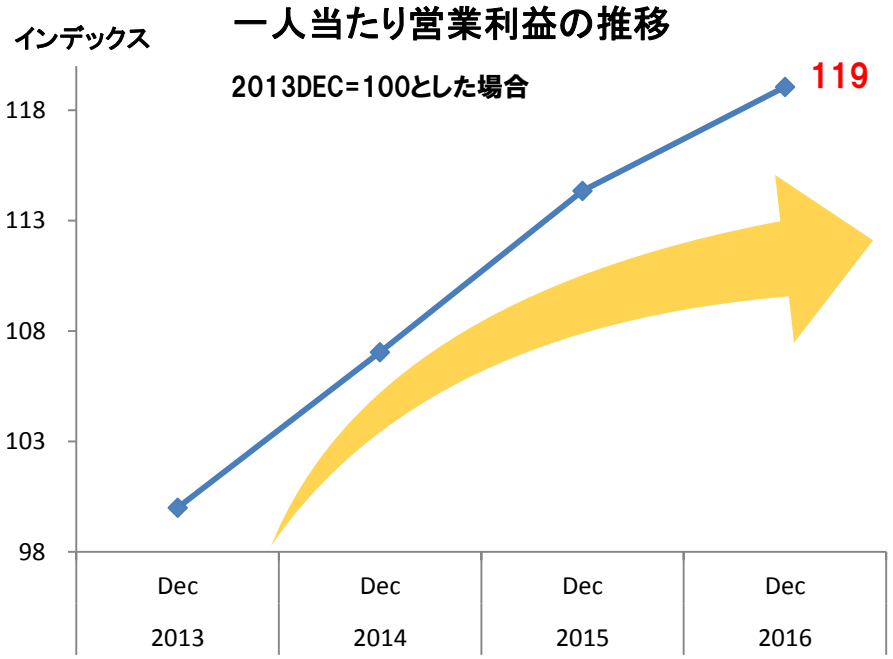
↓

30％（2017年2月現在）

働き方改革　重要指標

持続的な成長と労働生産性の効率の向上





「働きやすい環境づくり」と

「生産性の向上」で

持続的な成長を継続

質疑応答