プレスリリース
2014 年 2 月 13 日、スイス、ヴェヴェー発

Good Food, Good Life

2013年業績：オーガニックグロース4.6%、営業利益20ベーシスポイント増、為替変動要因を除き40ベーシスポイント増

- 売上は2.7%増の922億スイスフラン（約9兆7,700億円）
- オーガニックグロース4.6%、実質内部成長率3.1%
- 営業利益は20ベーシスポイント増の15.2%、為替変動を除いた実質ベースでは40ベーシスポイント増
- 基礎となる資産ベースでの1株あたり利益（為替変動を除いた実質ベース）は11.0%向上
- 150億スイスフランの堅調な営業キャッシュフロー
- 一株当たりの配当は2.15スイスフランへの引き上げを提案

ネスレCEOポール・ブルケ：「昨年は世界的に低成長の年となり、先進国はいうまでもなく新興国でも成長率が鈍りました。私たちの対応はブランド投資を増やし、イノベーションを推進し、消費者のニーズに合った価格政策の実行でした。これらが実質内部成長の原動力となり、効率化と固定費削減に向けた施策とともに、利益率の改善と堅調なキャッシュフローという結果をもたらしました。またポートフォリオマネジメントを強化した結果、2013年には費用が発生しましたが、人を含め、私たちの資源をもっとも機会がある事業に振り向けることができます。

「私たちの長期的な戦略的方向は、栄養・健康・ウエルネスのリーダーとなることです。ネスレヘルスサイエンスの設立により、この方向性を強化しましたが、加えて、ネスレ・スキン・ヘルスS.A.の創設で、ネスレは専門的なメディカルスキントリートメントの分野にも参入いたします。」

「2014年も、2013年と変わらず厳しい環境が続くでしょう。ネスレは引き続き、利益ある成長というネスレモデルと効率的資源活用により、規律をもって更なる業績改善に努めます。従って、2014年の業績は前年と同様、重点は下半期となるでしょう。市場平均を上回って、オーガニックグロース5%を達成すると共に、為替変動を除いた実質での利益率および基礎となる資産ベースでの1株あたり利益を向上し、資本効率を向上できるものと確信しています。」

グループの経営成績

2013年のネスレの売上高は、為替のマイナスの影響（－3.7%）により、2.7%増加の922億スイスフランとなりました。実質内部成長率は3.1%、プライシングによる増加は1.5%であり、それらを合わせたオーガニックグロースは4.6%となりました。事業買収も売却との相殺で1.8%のプラス要因となりました

- グループの**営業利益**は140億スイスフランで、売上利益率は前年比20bps上昇し15.2%、為替変動を除いた実質で40bps上昇しました。

- **ネスレ・コンティニュアス・エクセレンス**により、事業の全分野で15億スイスフラン以上のコスト効率の改善を達成しました。これが固定費削減と相まって、ブランドへのサポートを強化し、事業再編費用の上昇を吸収することを可能にしました。

- インプットコスト（原材料価格）の追い風にも支えられ、売上高に対する**売上原価率**は70bps低下しました。

- **物流費**は10bps低下しました。

- 年金制度を含む構造的な効率化を反映し、**一般管理費**は40bps低下しました。

- **総マーケティング支出**は60bps増加し、**消費者向けマーケティング支出**は為替変動を除いた実質で16.3%増加しました。

- **純利益**は、ポートフォリオ再編費用及び為替の影響により、やや減少し100億スイスフランとなりました。この結果、**1株当たり利益**は2.2%低下し、3.14スイスフランとなりました。**為替変動を除いた利益と基礎となる資産ベースでの1株当たり利益**は11.0%増でした。

- グループの**営業キャッシュフロー**は引き続き好調で、150億スイスフランとなりました。

ビジネスレビュー

- ネスレグループの**オーガニックグロース**は広範囲にわたり、南北アメリカで5.1%、ヨーロッパで0.8%、アジア・オセアニア・アフリカで7.4%でした。先進国市場での当社事業は1.0%成長し、売上高は514億スイスフランに達しました。新興市場での成長は9.3%で、売上高は408億スイスフランとなりました。

- **実質内部成長率**は、南北アメリカで2.1%、ヨーロッパで1.9%、アジア・オセアニア・アフリカで5.9%でした。この成長は、当社が市場平均以上のパフォーマンスを挙げるため、優先事項に特化したことを反映しています。すなわち、消費者に最高の価値を提供できるように競争力を保ち、ブランドに投資し、今日の厳しい環境で勝つための能力を構築することです。

ゾーンアメリカ

売上高284億スイスフラン、オーガニックグロース5.3%、実質内部成長率1.7%；営業利益率18.2%、50bps減。

- 当ゾーンは、北米と中南米の両方で、プラス成長を達成しました。

- **北米**では、冷凍食品市場が縮小し、特に*Lean Cuisine*が影響を受けましたが、*Stouffers*はプラス成長となり、冷凍ピザ*DiGiorno*も市場シェアを拡大しました。アイスクリームでは、*Gelato*などの成功によりスーパープレミアムが成長しましたが、スナックとプレミアム製品には厳しい年となりました。チョコレートは好調でした。新発売の*Butterfinger Cups*の手ごたえは前途有望であり、*Skinny Cow*は好調な成長トレンドを維持しました。*Coffee-mate*は、粉末、液体共に好調でした。ソリュブルコーヒーにとっては良い年でしたが、*ネスカフェ Clásico*は中でも突出していました。

- 2013年の**中南米**は二桁成長となりました。ブラジルでは、成長の牽引役は*キットカット*、*Nescau*、*Ninho*、シリアルでした。メキシコでは、*ネスカフェ 3 in 1*の本格展開など、ソリュブルコーヒーのパフォーマンスを改善するための対策を実施しました。*ネスカフェ ドルチェ グスト*が、地域にまたがり二桁成長を生み出しました。カリナリー(調理用)乳製品事業、特に*Carnation*が好調でした。

- ペットケア事業は好調な年で、北米では*Waggin' Train*の一過性の影響がありましたが、当ゾーン全般で拡大しました。中南米の日進月歩の市場でも当社は好調で、二桁成長と市場シェア拡大を実現しました。新製品*Dog Chow Light & Healthy*、*Beneful Smile*、*ピュリナ ワン True Instinct*も好調でした。*Dog Chow*と*プロプラン*は特に、メキシコとブラジルでの二桁成長を牽引しました。

- 当ゾーンの**営業利益率**は、事業再編とブランドへの投資増加により、50bps低下して18.2%となりました。

ゾーン ヨーロッパ

売上高156億スイスフラン、オーガニックグロース0.8%、実質内部成長率2.2%; 営業利益率15.0%、40bps減。

- 当ゾーンは、ゼロ成長の環境下にありましたが、プラス成長を達成し市場平均を上回りました。プライシングの大幅な低下は、原料価格の低下による恩恵を消費者に還元し、デフレ圧力の中、競争力を維持するという当社の方針を反映したものです。

- イノベーションとプレミアム化戦略が当社の成長を支え、*ネスカフェ ドルチェ グスト*と菓子が主に成長に貢献しました。ロシアとフランスでのアイスクリーム事業の成長と*Mövenpick*ブランドの好調が、他の地域でのこのカテゴリーの軟調を補いました。冷凍ピザでは、*Wagner*と*Buitoni*が年間を通じて加速しました。*ネスカフェ Gold*は、ロシアとその他の東欧市場で二桁成長となりました。*キットカット*も成長に貢献、ロシアと英国地域で好調でした。*Nesquik*はほとんどの市場で好調でした。ペットケアは極めて好調な年で、ゾーン全体にわたって勢いがあり、一桁台後半の成長となりました。*Felix*、*プロプラン*、*ピュリナ ワン*と*Gourmet* が主要な牽引役でした。

- **西欧**では、好調な地域は英国、スイス、オランダ、ベルギー、オーストリアでした。**南欧**では、低調な消費者マインドが続きました。

- **中東欧**市場では、ロシアが好調でした。ロシアでは、厳しい経済状態や激しい価格競争にもかかわらず、堅調な実質内部成長率を達成しました。

- 当ゾーンの**営業利益率**は40bps低下し15.0%となりました。これは、事業再編費用や戦略的成長基盤への投資の増加を反映しています。

ゾーン アジア・オセアニア・アフリカ

売上高189億スイスフラン、オーガニックグロース5.6%、実質内部成長率4.8%。営業利益率は18.9%で、10bps減少。

- 当ゾーンの実質内部成長率は、特にアフリカ、中東、インドネシア、マレーシアの好調により市場平均を上回りました。また特筆すべきは日本が、長引く市場環境の低迷にも関わらず、革新的な製品とビジネスモデルで力強い成長を実現したことです。ゾーンの価格政策はインフレーション率が比較的低いなかで競争力を維持するという方針に沿ったものです。

- 当ゾーンではほとんどのカテゴリーが貢献しましたが、特に常温乳製品とココア、また*ミロ*が好調で二桁成長となった麦芽飲料が顕著でした。常温調理用食品とチョコレートが一桁台後半の成長となりました。また、当ゾーン全域で高水準のイノベーションが見られました。インドで新製品の*Hungroo Maggi* ヌードルと *Alpino*、中東で*ネスカフェ Traditional Arabic Coffee*の発売に成功しました。中央・西アフリカでは、新製品の*Nido Nutripack* や栄養強化された*マギ*一製品の本格展開を続け、またエジプトでは *Dolceca*アイスクリームに注力しました。中国では、新しいプレミアム粥が奏功し、*Yinlu*が特に好調な年となりました。中国でのもう一つの牽引役は、成人・高齢者用栄養粉末ミルクである *Yiyang*です。Hsu Fu Chiの業績は取扱いカテゴリーの停滞に影響を受けました。

- 当ゾーンの**営業利益率**は10bps低下し18.9%でした。ゾーン内のさまざまな地域で厳しい外部的状況がありましたが、それにもかかわらず、当社の効果的なポートフォリオ運用や効率の向上がこの影響を緩和。当社はブランドへのサポートを増加させることができ、好調な実質内部成長と市場シェア拡大を達成しました。

ネスレウォーターズ

売上高72億スイスフラン、オーガニックグロース2.0%、実質内部成長率2.0% ; 営業利益率9.4%、50bps増。

- 米国とヨーロッパでの厳しい価格競争にもかかわらず、ネスレウォーターズは3地域すべてで成長しました。プレミアムブランド*ペリエ*と*サンペレグリノ*では創造的なアイデアと実行力が相まって、当社は世界中で市場を上回る成長を遂げることができました。強力なローカルブランドを持つ当社のポートフォリオは好調で、特に英国の*Buxton*、トルコの*Erikli*、ベトナムの*La Vie*が貢献しました。*ネスレ Pure Life*は特に新興市場で当社の成長エンジンであり続け、常にカテゴリーの成長を牽引しました。

- ネスレウォーターズ の**営業利益率**は、当分野の成長及び製造と調達での高水準な効率化により、50bps上昇し9.4%となりました。

ネスレニュートリション

売上高98億スイスフラン、オーガニックグロース8.2%、実質内部成長率4.5%; 営業利益率20.0%、80bps増。

> **乳幼児向けニュートリション**事業は、Wyeth Nutrition の買収により強化され、非常に順調で、特に乳幼児用調製粉乳と乳幼児向けシリアルが好調でした。3 つのゾーンすべてで成長、ゾーン アジア・オセアニア・アフリカ では二桁成長となり、特にアジアと中東の一部で特筆すべきパフォーマンスとなりました。当事業は、ブラジルとロシアでも二桁成長となりました。米国では、*Gerber* ブランド・フランチャイズを強化し、疝痛やアレルギー予防に向けたイノベーションの継続的な展開による恩恵を受けました。*Cerelac*、*ネスレ NAN*、*S-26*、*Illuma* などの大型ブランドのほとんどが二桁成長となりました。

- 当社は、2013年にJenny Craigの売却、2014年にパフォーマンス・ニュートリション事業の売却を発表しました。
- ネスレニュートリションの**営業利益率**は、乳幼児用調製粉乳とシリアル事業の好調な拡大、Wyeth Nutritionの好調な業績、継続的な効率化により、80bps上昇し20.0%となりました。

その他の活動

売上高123億スイスフラン、オーガニックグロース5.4%、実質内部成長率4.4%; 営業利益率17.7%、20bps増。

- **ネスレプロフェショナル**は、特にヨーロッパでの厳しい家庭外ビジネスの環境の影響を受けました。一方、新興市場では好調な成長を達成し、戦略的ブランドの飲料やカスタマイズ食品事業も好調を維持しました。
- **ネスプレッソ**は世界中で好調な業績を続けています。ネスプレッソは、新しいグラン・クリュコーヒーおよびマシンやサービスのイノベーションの継続、ならびにブランド認知の向上や2013年に48ブティックをオープンするという地理的拡大に支えられ、中核であるヨーロッパ市場で成長し、南北アメリカでも拡大中です。
- **ネスレヘルスサイエンス**は、疾病や健康状態に対処するニュートリションソリューションを提供する取り組みを続けています。米国のPamlabの買収により、代謝と脳の健康分野が強化されました。各国が医療予算を圧縮しているため医療費払戻調整に影響しましたが、主に北米、ヨーロッパ、中南米に牽引されて、下半期に成長が加速しました。米国での*Boost Nutrition Bars*、ブラジルでの*Nutren Senior*、主要市場での*Alfamino*などのイノベーションが好調な拡大を助けました。

2014年の見通し

2014年の市況は2013年と変わらず厳しいものと思われます。ネスレは引き続き、利益ある成長というネスレモデルと効率的資源活用により、規律をもって更なる業績改善に努めます。従って、2014年の業績は前年と同様、重点は下半期となるでしょう。市場平均を上回って、オーガニックグロース5% を達成すると共に、為替変動を除いた実質での利益率および基礎となる資産ベースでの1株あたり利益を向上し、資本効率を向上できるものと確信しています。

2014年のイベント

消費者ニーズの高まりを受けて、2月11日、ネスレは事業分野を拡大し、**ネスレ・スキン・ヘルスS.A.**を設立して専門的なメディカルスキントリートメント分野に参入することを発表しました。同社はネスレの完全子会社として運営されます。ガルデルマがネスレ・スキン・ヘルスS.A.の基盤事業となります。また、現行の乳幼児用スキンケア事業であるBübchenをこの新会社に合併し、利益ある成長に向け相当の事業基盤を作ります。なお、この取引には承認が必要となります。

年次株主総会での取締役会の提案

2014年4月10日の年次株主総会で、取締役会は配当を増加して一株当たり2.15スイスフランとすることを提案しています。配当受領権のある最終取引日は2014年4月11日です。純配当は2014年4月17日から支払われます。2014年4月3日正午12時（中央ヨーロッパ夏時間）に議決権株主名簿に記録された株主には、議決権を行使する権利があります。

スイス上場企業に関する新しい法律要件に従い、取締役会は、次の年次株主総会が終了するまでを任期として、取締役会の各メンバーの個別選任を提案します。Jean-Pierre Meyersは再選に立候補しませんでした。取締役会は、彼の過去23年間にわたる貢献を高く評価し、感謝の意を表明します。

さらに、取締役会は取締役会会長としてピーター・ブラベック-レッツマットの選任、および報酬委員会のメンバーの個別選任を提案しました。取締役会はまた、KPMGを法定監査人として、法律事務所Hartmann Dreyer Attorneys-at-lawを独立代理人として、次の年次株主総会が終了するまでを任期として、選任することを提案しています。最後に、取締役会はスイス上場企業に関する新しい法律要件に従い改訂された定款案を株主の承認を得るために提出します。

添付資料　　2013年通期売上高および営業利益率一覧 営業利益率

-	2013年 1月－12月 売上高（100万スイスフラン）	2013年 1月－12月 オーガニックグロース （%）	営業利益マージン	
			2013年 1月－12月 (%)	前年比 (*)
事業分野別				
• アメリカ	28’375 (約3兆100億円)	+5.3	18.2	-50 bps
• ヨーロッパ	15’568 (約1兆6,500億円)	+0.8	15.0	-40 bps
• アジア・オセアニア・アフリカ	18’859 (約 2 兆円)	+5.6	18.9	-10 bps
ネスレウォーターズ	7’231 (約7,700億円)	+2.0	9.4	+50 bps
ネスレニュートリション	9’826 (約1兆400億円)	+8.2	20.0	+80 bps
その他	12’299 (約1兆3,000億円)	+5.4	17.7	+20 bps
グループ事業合計	92’158 (約9兆7,700億円)	+4.6	15.2	+20 bps
製品別				
粉末・液体飲料	20’495 (約2兆1,700億円)	+4.6	22.7	+70 bps
ミネラルウォーター	6’773 (約7,200億円)	+1.8	10.0	+60 bps
乳製品・アイスクリーム	17’357 (約1兆8,400億円)	+5.8	15.2	-40 bps
ニュートリション&ヘルスケア	11’840 (約1兆2,600億円)	+7.6	18.8	+50 bps
調理済み食品・調理用食品	14’171 (約1兆5,000億円)	+0.3	13.2	-90 bps
菓子	10’283 (約 1 兆 900 億円)	+5.0	15.9	-100 bps
ペットケア	11’239 (約1兆1,900億円)	+6.8	19.2	-60 bps
グループ事業合計	92’158 (9 兆 7,700 億円)	+4.6	15.2	+20 bps

(*)2012年はIAS第19号改訂（従業員給付）とIFRS第 11号（合弁事業）に関して修正再表示されています。さらに、ネスレウォーターズが販売する水以外の飲料（主にRTDのティーとジュース）が粉末飲料と液体飲料に再分類されました。

日本円表示は 1 スイスフラン＝106 円（2013 年平均）による参考額