プレスリリース

2014 年 8 月 7 日、ヴェヴェー発

Nestlé
Good Food, Good Life

2014 年上半期 : 不安定な事業環境のもとで 4.7%のオーガニックグロースを達成、80 億スイスフラン規模の株式買戻しプログラム

- 売上は 430 億スイスフラン（約 4 兆 9,480 億円）オーガニックグロース 4.7%、実質内部成長率 2.9%
- スイスフラン高の影響で売り上げは 8.8%減
- 営業利益率は 15.0%（10 ベーシズポイント減）；為替変動を除いた実質ベースでは 30 ベーシズポイント増
- 基礎となる資産ベースの 1 株当たり利益（EPS）は 3.6%向上
- 80 億スイスフラン（約 9,206 億円）の株式買戻しを発表
- 2014 年通年見通しを確認：オーガニックグロース約 5%、マージンの改善、基礎となる資産ベースの 1 株あたり利益の改善（為替変動を除く）、および資本効率の向上

ネスレ CEO ポール・ブルケ : 非常に不安定なビジネス環境のなか、堅調な、広範囲にわたる事業領域でオーガニックグロースを達成しました。実質内部成長とプライシング（価格政策）がけん引しました。私たちはイノベーション、ブランド投資の増強、そして効率化に取り組むことで成長の勢いを持続させました。
ガルデルマを主体としてネスレ スキンヘルスを設立したことにより、ネスレの栄養・健康・ウエルネスの戦略を拡大し、科学的根拠に基づくイノベーションで人々の生活を改善するという、長期的、戦略的な目標をより強固なものとしました。
本年から 2015 年にかけて行う 80 億スイスフランの株式買戻しプログラムにより株主の皆様にとって魅力ある追加的還元を行います。上半期の業績に基づき、通年の見通しを改めて確認いたしました。すなわちオーガニックグロース約 5%を達成すると共に、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（為替変動を除く）を改善し、資本効率を向上できるものと確信しています。

2014 年上半期ネスレグループ全体の業績

グループは上半期、4.7%のオーガニックグロースを達成し、このうち実質内部成長は 2.9%でプライシングによる増加は 1.8%。売上額合計は 430 億スイスフラン。スイスフラン高により引き続き大幅な影響を受け（8.8%減）、買収（売却分を相殺）により（0.7%減）、レポート上の売上高は 4.8%減。

- グループの**営業利益**は 64 億スイスフランでした。営業利益率は 15.0%（10 bps 減）で、為替変動を除いた実質で 30 bps 増でした。

- **売上原価**は原材料費、とりわけ乳製品のコスト圧力を反映し、20bps 増でした。

- **マーケティングおよび管理費用合計**は効率化努力を反映し、30bps 減少しました。同時に、ブランドへのサポートの強化を継続し、**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増

加しました。

- **純利益**は 46 億スイスフランに減少、レポート上の 1 株当たり利益は（**EPS**）は 1.45 スイスフランで、共にスイスフラン高の影響を受けました。**為替変動を除いた基礎となる資産ベースでの EPS** は 3.6%増でした。

- **営業キャッシュフロー**は 43 億スイスフランでした。引き続き運転資本に重点的に取り組み、今期も売上高に対する割合を引き下げました。

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**は広範にわたるもので、南北アメリカで 4.9%、ヨーロッパで 1.4%、アジア・オセアニア・アフリカで 7.5%でした。世界全体では、先進国市場における事業成長率が 0.6%であった一方、新興市場の成長率は 9.7%でした。

- **実質内部成長率**は、南北アメリカで 2.4%、ヨーロッパで 2.3%、アジア・オセアニア・アフリカで 4.2%でした。

- ガルデルマ事業を基盤に新設したネスレ スキンヘルスは、栄養・健康・ウエルネスのリーディング企業になるという当社の長期的な戦略的目標を強化するものです。この投資は、個人用オーダーメイド栄養の分野におけるイノベーションをけん引する目的で 3 年前に設立したネスレヘルスサイエンスを含めて、当社ポートフォリオの付加価値のある成長プラットフォームを強化するものです。ネスレ スキンヘルスは、米国およびカナダでいくつかの主要な皮膚の美容に関わる製品を商業化する権利を入手し、一段と強化されています。

ゾーン　アメリカ

売上高 125 億スイスフラン、オーガニックグロース 4.9%、実質内部成長率 1.7%；営業利益率 18.0%、(10bps 増)。

- 事業環境が依然として活気を欠いていた北米でプラスの実質内部成長を達成しました。中南米での 2 桁の成長はインフレ圧力を反映し、プライシングが貢献しました。

- **北米**では、冷凍食品およびアイスクリームのカテゴリーが引き続き課題に直面しました。冷凍食品は *Stouffers MultiServe Meals* が成長を達成し、当社は *Lean Cuisine Stuffed Pretzels* 等の新製品でイノベーションを続けました。ピザでは、新規の *Thin and Crispy* ラインが当社 *California Pizza Kitchen* ブランドの成長ドライバーとなりました。アイスクリームでは、*Gelato* のおかげでスーパープレミアム製品が堅調な上半期でした。 *Coffee-mate* は新フレーバーを追加した液体フォーマットが良好なパフォーマンスをけん引しました。ペットケア事業では、*Beyond* ドッグフードや *Lightweight 24/7*、および猫用トイレ製品の *Glade* 等の製品ライン拡大や新製品発売が成長のけん引役となりました。

- **中南米**では上半期、ほとんどの市場で成長が加速しました。ブラジルは力強いオーガニックグロースを達成し、プライシングの貢献により、ほとんどのカテゴリで 2 桁成長となりました。乳製品では *Ninho*、ココア／モルト飲料では *Nescau*、さらにアイスクリームが好調でした。菓子で好調だったのは*キットカット*。メキシコでは *ネスカフェ 3-in-1* と *ネスカフェ ドルチェグスト*がコーヒーの成長をけん引、乳製品は市場シェアを拡大した *Carnation* に支えられました。ペットケア事業は、*Dog Chow*、*プロプラン*、さらにブラジルのペットスペシャルティ部門

で発売した *Revena* により力強い勢いを維持しました。

- **営業利益率**は、消費者向けマーケティング支出の大幅増にもかかわらず、事業再編およびその他の費用の削減により上昇しました。

ゾーン　ヨーロッパ

売上高 73 億スイスフラン、オーガニックグロース 0.6%、実質内部成長率 2.0%; 営業利益率 14.8%、10bps 減。

- 消費者マインドが依然として脆弱なデフレ環境のもとでしたが、販売数量の増加がけん引し、プラスのオーガニックグロースを達成しました。

- イノベーションとプレミアム化が引き続き成長を支えました。*ネスカフェ ドルチェグスト*がゾーン全体で好調で、市場シェアを拡大しました。冷凍ピザの *Wagner* と *Buitoni*、そしてソリュブルコーヒーの*ネスカフェ Gold* が好調でした。菓子は、例年よりも時期が遅かったイースターにより好影響があり、調理用食品はソース、スープ、マギー *Papyrus* クッキングペーパー、さらにスナック用食品では麺類が好調でした。ペットケア事業は今期も成長が続きましたが、けん引役は *Felix* シングルサーブ、*ピュリナ ワン*および猫用スナック製品でした。

- **西ヨーロッパ**では、イベリア地域が回復の兆しを見せ、プラスの成長を達成しました。スイス、オランダおよびオーストリアが好調で、フランス、イタリアおよびドイツも改善しました。

- **中央および東ヨーロッパ**は好転し、実質内部成長がポーランドとチェコ共和国で加速しました。ロシアは引き続き成長し、とりわけアイスクリームと*ネスカフェ ドルチェ グスト*および*キットカット*が好成長でした。ウクライナは困難な年明けの後、政治的な混乱にもかかわらず成長を達成し、回復力の強さを見せました。

- **営業利益率**は、事業再編およびその他の費用の削減で相殺できなかった減損のため、若干低下しました。

ゾーン　アジア・オセアニア・アフリカ

売上高 89 億スイスフラン、オーガニックグロース 4.7%、実質内部成長率 1.9%；営業利益率 18.9%、20bps 減。

- 先進国市場と新興市場の双方で成長を達成しました。一部が優れた成果を上げましたが、他地域でのデフレや政治的混乱の影響により相殺されました。実質内部成長は、一部の通貨の軟調さを補う目的で実施した値上げにより影響を受けました。

- プレミアム事業は引き続き、ゾーンの成長ドライバーでした。順次発売している*ネスカフェ ドルチェ グスト*は、2 桁成長を遂げました。中国の *Yinlu Walnut Milk* やオーストラリアの*ミロ*の新サイズのパック等、新発売によるイノベーションも貢献。ココア／モルト飲料では*ミロ*、常温保存可能な調理用食品ではマギー、そしてコーヒー用クリームが堅調な成長でした。

- **新興市場**では、フィリピン、トルコ、パキスタン、およびアフリカの多くの市場がすべて力強

い成長を見せました。中国は課題に直面しましたが、ファンダメンタルズは改善していると考えています。南アジアは回復し、インドで発売された飲料の*ネスレ Masala Buttermilk* や*ネスレ Sweet Lassi* といったイノベーションにより成長力を強化しています。 *ネスクイック Optifast* はトルコと中東で良好なスタートを切りました。

- **先進国市場**は、日本が堅調な一年のスタートを切り、プラスの成長を達成しました。低脂肪の *Carnation Cooking Cream* および *Felix* キャットフードのオセアニアでの発売が成功しました。

- **営業利益率**は、コスト上昇（主に乳製品）をプライシングと効率化によって完全には吸収できず影響を受けました。

ネスレウォーターズ

売上高 37 億スイスフラン、オーガニックグロース 6.1%、実質内部成長率 7.3%；営業利益率 10.4%、80bps 増。

- ネスレウォーターズは全地域およびブランドにわたって、広範で収益力の高い成長を達成し、特に新興市場で加速しました。ボトルウォーターカテゴリは全体として、堅調な成長を続けました。*ネスレ Pure Life* が、特に中国、エジプト、トルコおよびパキスタンが注目を集めた**新興市場**で引き続き成長をけん引しました。**先進国市場**ではローカルブランドが、特にイタリアの *Levissima*、米国の *Poland Spring* と *Deer Park*、英国の *Buxton*、そしてフランスの *Hépar*、が着実な成長を達成しました。プレミアムブランドの *ペリエ*と *サンペレグリノ*は良好な勢いを維持し、いくつかの先進国市場で 2 桁の成長を遂げました。

- **営業利益率**の改善は、販売数の堅調な増加とバリューチェーン全体にまたがる大幅なコスト削減がけん引しました。

ネスレニュートリション

売上高 47 億スイスフラン、オーガニックグロース 7.9%、実質内部成長率 3.8%；営業利益率 21.1%、110bps 増。

- ネスレニュートリションの成長は加速し、乳幼児向け調製粉乳と乳幼児向けシリアルの 2 ケタ成長がけん引しました。多くの新興市場における成長は市場全体の成長を上回りました。*NAN* が力強い 2 桁の成長を達成し､スーパープレミアムブランドの *S26* と *Illuma* も同様でした。米国では、乳幼児向けシリアルが市場シェアを拡大しました。食品および飲料は、米国で競争が高水準だったこと、またメキシコとヨーロッパで経済状況が軟化したことから課題に直面しました。

- **営業利益率**の改善は、資産売却と新規事業の統合の効果を反映しています。

その他の活動

売上高 59 億スイスフラン、オーガニックグロース 5.9%、実質内部成長率 4.7%；営業利益率 18.4%、80bps 減

- **ネスレプロフェショナル**は上半期、北米と西ヨーロッパでデフレ状況と外食産業に厳しい環境が続いたにもかかわらず、成長の勢いを拡大しました。ロシアが東ヨーロッパでの成長をけん

引し、新興市場で 2 桁の成長を達成しました。飲料事業の成長は、飲料ソリューションと中南米およびゾーン　アジア・オセアニア・アフリカの良好な勢いがけん引しました。食品事業では、デザートソリューションが主要なけん引役を果たし、全体的な成長はゾーン アジア・オセアニア・アフリカで特に好調でした。

- グランクリュコーヒーの製品群の拡大、イノベーティブなサービスと新マシンにより、先進国市場における***ネスプレッソ***の需要は競争の激化にもかかわらず引き続き強固なものでした。地理的な拡大は加速し、全世界に 14 の新ブティックを開店しました。北米では、米国の消費者に好まれるロングカップのコーヒーを提供する *VertuoLine* システムの発売に対する反応が良好でした。

- **ネスレヘルスサイエンス**は好調でしたが、けん引役はイノベーションと、*Peptamen*、*Alfamino* および Vitaflo の *Carbzero* と *Betaquik* の新市場での発売でした。米国では *Boost*、ヨーロッパでは *Meritene*、またブラジルでは *Nutren* も堅調な成長を達成しました。日本においては、高齢化が進む国民の栄養上のニーズに応えることを目的とし、初の製造ラインを立ち上げました。

- **営業利益率**は、大幅なマーケティングサポート、開発投資、および為替の影響により低下しました。

80 億スイスフラン規模の株式買戻しプログラム

当社は、本年スタートし 2015 年まで継続する、80 億スイスフランの新規自社株買戻しプログラムを開始する予定です。市況と戦略的な機会の有無により変更する可能性があります。これは、現在の財務格付を維持し、同時に、基礎となる収益力の成長に沿った持続可能な配当政策によって株主の皆様に競争力のあるリターンを提供するという、グループの方針に沿ったものです。

見通し

通年の見通しを確認：5%程度のオーガニックグロース。為替変動を除いた実質の利益率と一株当たりの利益、および資本効率の改善。

添付資料

上半期売上高および営業利益率一覧

	2014 年 1 月-6 月 売上高 （100 万スイスフラン）	2014 年 1 月-6 月 オーガニックグロース （%）	営業利益マージン	
			2014 年 1 月-6 月 (%)	2013 年 同期比 (*)
事業分野別				
● アメリカ	12'465 （約 1 兆 4,343 億円）	+4.9	18.0	+10 bps
● ヨーロッパ	7'296 (約 8,396 億円)	+0.6	14.8	-10 bps
● アジア・オセアニア・アフリカ	8'880 (約 1 兆 0,218 億円)	+4.7	18.9	-20 bps
ネスレウォーターズ	3'669 (約 4,222 億円)	+6.1	10.4	+80 bps
ネスレニュートリション	4'692 (約 5, 399 億円)	+7.9	21.1	+110 bps
その他	5'979 (約 6, 880 億円)	+5.9	18.4	-80 bps
グループ事業合計	42'981 (約 4 兆 9,458 億円)	+4.7	15.0	-10 bps
製品別				
粉末・液体飲料	9'835 （約 1 兆 1,317 億円）	+5.3	23.8	-20 bps
ミネラルウォーター	3'410 (約 3,924 億円)	+5.8	11.2	+50 bps
乳製品・アイスクリーム	8'085 (約 9,303 億円)	+5.7	16.0	+10 bps
ニュートリション＆ヘルスケア	5'659 (約 6,512 億円)	+7.6	19.9	+130 bps
調理済み食品・調理用食品	6'394 (約 7,358 億円)	+0.0	12.8	-70 bps
菓子	4'184 (約 4,815 億円)	+3.4	10.6	-210 bps
ペットケア	5'414 (約 6,230 億円)	+5.3	19.9	+90 bps
グループ事業合計	42'981 (約 4 兆 9,458 億円)	+4.7	15.0	-10 bps

(*) 2013 年の数字は、地理ゾーン別に分類されていた Nestea RTD 事業の担当が 2014 年 1 月 1 日付けでネスレウォーターズに移転したことから修正表記されています。

日本円表示は次のレートによる参考額：2014 年 1-6 月平均相場　1 スイスフラン＝115.07 円