

## プレスリリース

2015年2月19日、ヴェヴェー発



**ネスレ 2014 年業績： オーガニックグロースは 4.5%。 営業利益は 10 ベーシスポイント改善、為替変動の要因を除いた実質ベースでは 30 ベーシスポイント改善**

- 売上高は 916 億スイスフラン
- オーガニックグロースは 4.5%、実質内部成長率は 2.3%
- 営業利益は 10 ベーシスポイント(以下 bps)改善し 15.3%に、為替の要因を除いた実質ベースでは 30bps 改善
- 基礎となる資産ベースでの一株あたり利益は為替の要因を除いた実質ベースで 4.4%向上
- 営業キャッシュフローは 147 億スイスフランと堅調
- 一株当たり 2.20 スイスフランへの増配を提案
- 2015 年の見通し: 約 5%のオーガニックグロースと、為替の要因を除いた実質ベースでの利益率と一株当たりの利益の向上、および資本効率の改善を目指す

### ネスレ CEO ポール・ブルケ

前年までの順調な成長を基盤に、2014 年も力強い業績となりました。軟調な事業環境のなかでこの業績を達成できたことはネスレの本質的な強さを示しています。

すなわちネスレ社員の献身的な努力、グローバルな事業展開、強力な製品ポートフォリオと質の高いイノベーションです。短期の目標達成とともに、今後とも長期的な事業展開に注力し、将来の成長の基盤をより強固なものとしていきます。2015 年も 2014 年と同様、約 5%のオーガニックグロースと、為替の要因を除いた実質ベースでの利益率と一株あたり利益の向上、および資本効率の改善を目指します。

### グループ全般

2014 年のネスレのオーガニックグロースは 4.5%で、内訳は、実質内部成長率 2.3%、プライシング 2.2%となっています。売上高は 916 億スイスフランで、為替のマイナス影響(-5.5%)により 0.6%下落しました。買収と事業売却とのネットインパクトは売上高に 0.4%寄与しました。

- 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 15.3%、10bps の改善で、為替の変動要因を除けば 30bps 増加しました。
- **売上原価**は、プロダクトミックスや価格政策、およびネスレコンティニュアスエクセレンスによるコスト削減が原材料費の上昇を上回り、30bps 減少しました。
- **物流費**は 10bps 増加しました。
- **マーケティングおよび一般管理費**は、ブランドの消費者向けマーケティングを強化したため

10bps 増加しました。

- **純利益**は 44 億スイスフラン増加して 145 億スイスフランでした。増加分には所有するロリアル株の一部の売却による利益と、ガルデルマの持ち株率を 50%から 100%に引き上げた際、すでに所有していた 50%の株式の再評価による利益が含まれています。**報告上の一株あたり利益**は 44.6%増で 4.54 スイスフランでした。
- **為替の要因を除いた利益と基礎となる資産ベースでの一株あたり利益**は 4.4%増でした。
- **営業キャッシュフロー**は 147 億スイスフランと引き続き堅調でした。

## 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 5.4%、ヨーロッパで 1.9%、アジア・オセアニア・アフリカで 5.7%の成長率でした。先進国市場での事業は 1.1%成長し、売上高は 514 億スイスフラン。新興市場での成長は 8.9%で、売上高は 402 億スイスフランに達しました。
- **実質内部成長率**は南北アメリカで 2.3%、ヨーロッパで 2.4%、アジア・オセアニア・アフリカで 2.4%でした。
- 2014 年、ネスレ スキンヘルスを創設してネスレ ヘルスサイエンスを補完し、世界で認められる栄養・健康・ウェルネスのリーディングカンパニーになる、というネスレの戦略的な思いのもと、既存の食品飲料ビジネスをさらに拡大、発展させました。
- また、エグゼクティブボードレベルで、新組織、ネスレ ビジネスエクセレンスを創設し、ビジネス支援サービスを統合しました。これにより、ネスレはそのスケールメリットをより活用でき、構造コストを削減し、サービスの質を向上させるとともに、浮いた資源を成長に振り向け、各国のネスレの事業が需要の創出に集中できるようにしています。

## ゾーン 南北アメリカ

売上高 273 億スイスフラン、オーガニックグロース 5.0%、実質内部成長率 1.1%、営業利益率 18.8%、60bps 増加

- 当ゾーンのオーガニックグロースはネスカフェ ドルチェ グストの二桁成長と、常温乳製品およびペットケアの好調がけん引しました。北米での成長は年度末に向け改善し、中南米ではインフレ圧力を反映してプライシングが成長に寄与しました。
- 北米の業績は冷凍食品カテゴリーが焦点となりました。*Lean Cuisine*, *Hot Pockets*, *Stouffers* のポジショニングの見直しのため、プロジェクトを進めています。このプロジェクトによってオーガニックやエスニックといったトレンドの反映など、マーケティングミックスの全要素を見直し、ブランドと消費者の関係性を高めています。同様な試みは冷凍ピザでもしており、*California Pizza Kitchen* は好業績を収めました。アイスクリームでは *Gelato* などスーパープレミアム製品が好調で、スナック製品も成長軌道に戻りました。プレミアム製品は低調でした。菓子では *Butterfinger Peanut Butter Cups* が発売以来の好調を維持しました。*Natural*

Blissのようなイノベーションや季節ごとの新フレーバーの発売が *Coffee-mate* の好調を支えました。北米でのペットケア事業でもイノベーションが成長の鍵となり、*Dog Chow*、*プロプラン*、*Tidy Cats* 猫用軽量トイレ用品などが特に好調でした。新発売の *Beyond* ナチュラルペットフードも躍進しました。

- **中南米**では、年末に向け、マクロ経済の状況が悪化したにも関わらず、オーガニックグロースは堅調でした。消費者心理は地域により異なりましたが、ほとんどの市場で好業績でした。ブラジルでは全カテゴリーがプラス成長を遂げ、幼児用ミルクの *Ninho*、菓子ではキットカット、ビスケットの *Nesfit*、ココア、麦芽飲料では *Nescau* が特に大きく貢献しました。メキシコでは財政法の改正、プライシング、および消費者の購買意欲の低下が市場に影響しました。ネスカフェ ドルチェ グストは地域全体で二桁成長を達成し、ペットケアでは *Dog Chow* と *プロプラン* が売上をけん引しました。
- インプットコスト(原材料価格)の上昇にも関わらず、事業運営および構造効率化とその他販売費用の低減により、当ゾーンの**営業利益率**は 60bps 増加し、18.8%となりました。

## ゾーン ヨーロッパ

売上高 152 億スイスフラン、オーガニックグロース 1.5%、実質内部成長率 2.2%、営業利益率 15.3%、30bps 増加

- イノベーションとプレミアム化が奏功し、この市場としては比較的高い成長を達成しました。ヨーロッパの事業環境は引き続き変動が激しく熾烈でした。デフレ圧力が増大し、消費者マインドはとても脆弱で、価格への柔軟性も低下しました。
- フランス、スイス、オーストリア、オランダでの好調と、スペイン、ポルトガルの回復が**西欧**の成長を支えました。英国地域、ドイツ、イタリア、ギリシャは幾分苦戦しました。ペットケアとネスカフェ ドルチェ グストが西欧全域で好調だった他、いくつかのカテゴリーでイノベーションが高成長をもたらしました。特筆すべき製品としては、プレミアムソリュブルコーヒーのネスカフェ ゴールドと *Azzera*、冷凍ピザの *Fresh Up* と *Buitoni Fiesta*、常温調理用食品ではマギーのスナックヌードルとフランスで新発売したプレミアムチョコレートタブレット *Les Recettes de l'Atelier* が挙げられます。
- **中東欧市場**では、ロシアとウクライナが悪化する経済環境のなか、成長をけん引しました。ペットケア、ネスカフェ ドルチェ グスト、ソリュブルコーヒー、特にゴールド ブレンド、そしてキットカットなどの菓子が好調でした。常温調理用食品では調理用ペーパーの *Papyrus* の発売が成功裏に推移しました。
- ペットケアはゾーン全域で広範な成長を遂げました。特にフィリックス、ピュリナワン、*Gourmet* などに代表されるプレミアムカテゴリーとスナック製品によって、各国におけるネスレのペットケアの地位がさらに強固なものになりました。
- 当ゾーンの**営業利益率**は 30bps 増の 15.3%で、実質内部成長と継続的な効率改善の恩恵を反映した結果となっています。

## ゾーン アジア・オセアニア・アフリカ

売上高 183 億スイスフラン、オーガニックグロース 2.6%、実質内部成長率-0.3%; 営業利益率は 18.7%で、20bps 減少

- 当ゾーンにおける成長鈍化の要因は最大市場である中国とオセアニアにありました。中国では、製品ポートフォリオを急速に変化する消費者の期待に適応させる必要がありました。従って、一年を通じて流通在庫の調整とともに、特にコーヒー、液体飲料と菓子においてイノベーション、調合変更、リローンチに注力しました。常温調理用食品、アイスクリーム、液体コーヒー飲料は引き続き好調でした。オセアニアでは新規販売チャネル開拓に注力しています。
- 他のほとんどの新興市場では力強い成長を持続しました。特に、フィリピン、南アジア、インドシナ地域、トルコ、またアフリカの多くの国々での成長が顕著でした。シンガポールとマレーシアではプレミアムヌードルを新発売しました。フィリピンでは、新しく栄養分の強化された粉ミルクの *Bear Brand* が広く受け入れられました。マギーからはインド市場向けに、朝食の新しい選択肢として *Maggi Oats Noodles* を新発売し、*Nestlé Milo Activ-Go* を東南アジアの各地で発売しました。この製品はアフリカでも発売され、アフリカ大陸全体での成長に貢献しました。
- 日本は製品とビジネスモデル両面での強力なイノベーションが業績をけん引。ネスカフェ ドルチェ グストとネスカフェ ゴールドブレンド バリスタ(コーヒーシステム)の好調に加えキットカットも引き続き力強い成長を維持しました。
- 当ゾーンの営業利益率は 20bps 減少し 18.7%でした。主な原因は成長の鈍化、インプットコストの増大、およびいくつかの例外的な案件です。

## ネスレ ウォーターズ

売上高 74 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 6.3%; 営業利益率 9.7%、50bps 増加

- ネスレ ウォーターズは全 3 ゾーンにおいて広範で堅調なオーガニックグロースと実質内部成長を達成しました。*Nestlé Pure Life* は新興市場のみならず、北米と英国においても引き続き成長のエンジンでした。国際的プレミアムブランドの *ペリエ* と *サンペレグリノ* はこのカテゴリでのネスレの価値創造力を証明し続けています。加えて、英国の *Buxton*、トルコの *Erikli*、ベトナムの *La Vie*、中国の *Yunnan Shan Quan* に代表される強力なローカルブランドが大きく成長しました。
- ネスレ ウォーターズの営業利益率は、主に固定費の抑制を背景とした堅調な成長により 50bps 増加し 9.7%となりました。インプットコストの低減は一部物流コストの上昇に相殺されました。

## ネスレ ニュートリション

売上高 96 億スイスフラン、オーガニックグロース 7.7%、実質内部成長率 3.6%; 営業利益率

20.8%、80bps 増加

- **乳児向けニュートリション事業**は中国を含む多くのアジア市場で非常に好調でした。中東の一部で政治的混乱により製品の配送が困難であったにもかかわらず、アジア全体で二桁成長を遂げました。中南米は堅調でしたが、ヨーロッパと北米の事業環境は順風とは言えませんでしたが、NANの好調と、プレミアムブランドの S-26 および Illuma での新たなイノベーションの展開が、乳児用調整粉乳の成長をけん引しました。ベビーフードでは、乳児向けシリアルが米国で順調な回復を遂げ、良質な栄養と簡便さを併せ持つ Gerber Organicの乳児用フルーツピューレパウチが、食品飲料で特筆すべき製品となりました。
- 2014 年中にパフォーマンスニュートリション事業の PowerBar を売却しました。
- インプットコストは上昇しましたが、ポートフォリオマネジメント、Wyeth Nutrition の好業績と効率化により、**営業利益率は 80bps 増加し 20.8%となりました。**

### その他の事業

売上高 139 億スイスフラン、オーガニックグロース 7.1%、実質内部成長率 5.6%、営業利益率 19.1%、140bps 増加

- **ネスレ プロフェッショナル**の成長は新興市場、特に中国、フィリピン、インドシナ地域、中東、およびロシアが支えました。西欧と北米では家庭外ビジネスの環境は厳しいまま推移しました。戦略的な成長事業である飲料ソリューションとデザートソリューションは、良好な業績を継続しました。
- **ネスプレッソ**は全地域で業績を伸ばし、世界中でそのプレゼンスを拡大しています。品質へのこだわりと製品、マシン、サービスへの投資が好業績の基盤となっています。北米では VertuoLine システムを成功裏に発売し、新たなプレミアムコーヒー分野を創造するなど、ネスプレッソは引き続き、世界のシングルサービングコーヒー市場の拡大をリードしました。革新的な自動化小売りプティック Nespresso Cube の展開は、消費者に対する新しいショッピングと個人向けサービス体験の先駆けとなっています。
- **ネスレ ヘルスサイエンス**は臨床的に効果が認められ健康的、経済的価値のある栄養セラピーの開発に注力しました。ヨーロッパでの好調と、中国でのプレゼンスを高めたことが成長の主な原動力でした。英国での Vitaflo のイノベーション、カナダの新 Boost ボトル、ヨーロッパでの Meritene シリーズが成長に貢献しました。
- **ネスレ スキンヘルス**は期待どおりに二桁成長を達成しました。全ての地域で好調でしたが、特に南北アメリカ、アジアが顕著でした。全ての事業分野が成長に寄与しました。米国とカナダでいくつかの有力な医療美容製品の販売権を取得したことがネスレ スキンヘルスのさらなる強化に繋がりました。
- その他の活動の**営業利益率は 140bps 増加し 19.1%でした。**全事業が好調でしたが、前半でガルデルマがネスレ スキンヘルスに統合されたことも大きな要因でした。

## 年次株主総会での取締役会の提案

2015年4月16日の年次株主総会で、取締役会は一株当たり2.20スイスフランへの増配を提案する予定です。配当受領権のある最終取引日は2015年4月17日です。正味配当金は2015年4月22日から支払われます。2015年4月9日正午12時(中央ヨーロッパ夏時間)の時点で議決権株主名簿に記録されている株主には、議決権を行使する権利があります。

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。取締役会はRuth Khasaya Oniang'o、Patrick Aebischer、Renato Fassbindの3名を新たな取締役として選任することを提案します。Rolf Hänggi と Titia de Lange は再選に立候補しません。取締役会は、両氏のこれまでの貢献を高く評価し、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、また KPMG を法定監査人として、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ます。取締役会はまた取締役とエグゼクティブボードの報酬を提出し、株主の承認を仰ぎます。加えて、現在進めている株式買い戻しプログラムによって買い戻した株式の消却による資本金の減少を提案します。

## 2015 年見通し

短期の目標達成とともに、今後とも長期的な事業展開に注力し、将来の成長の基盤をより強固なものとしていきます。2015年も2014年と同様、約5%のオーガニックグロースと、為替の要因を除いた実質ベースでの利益率と一株当たり利益の向上、および資本効率の改善を目指します。

---

### 【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

- |           |                    |                        |
|-----------|--------------------|------------------------|
| ・報道関係者の皆様 | 担当:Robin Tickle    | Tel.: +41 21 924 22 00 |
| ・投資家の皆様   | 担当:Steffen Kindler | Tel.: +41 21 924 35 09 |

## 添付資料

### 2014年通期売上高および営業利益率一覧

	2014年 1月-12月 売上高 (100万 スイスフラン)	2014年 1月-12月 オーガニック グロース (%)	営業利益率	
			2014年 1月-12月 (%)	前年比 (*)
<b>事業分野別</b>				
・南北アメリカ	27,277	+5.0	18.8	+60 bps
・ヨーロッパ	15,175	+1.5	15.3	+30 bps
・アジア・オセアニア・アフリカ	18,272	+2.6	18.7	-20 bps
・ネスレ ウォーターズ	7,390	+5.4	9.7	+50 bps
・ネスレ ニュートリション	9,614	+7.7	20.8	+80 bps
その他事業 (1)	13,884	+7.1	19.1	+140 bps
<b>グループ事業合計</b>	<b>91,612</b>	<b>+4.5</b>	<b>15.3</b>	<b>+10 bps</b>
<b>製品別</b>				
粉末・液体飲料	20,302	+5.4	23.1	+40 bps
ウォーター	6,875	+5.3	10.3	+30 bps
乳製品・アイスクリーム	16,743	+3.4	16.1	+90 bps
ニュートリション&ヘルスサイエンス(1)	13,046	+8.7	20.9	+210 bps
調理済み食品・調理用食品	13,538	-0.1	13.4	+20 bps
菓子	9,769	+4.2	13.8	-210 bps
ペットケア	11,339	+5.6	19.8	+60 bps
<b>グループ事業合計</b>	<b>91,612</b>	<b>+4.5</b>	<b>15.3</b>	<b>+10 bps</b>

(\*) 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。

(1)2014年7月1日付けのガルデルマ統合を受け名称を変更。

2014年9月に発表したゾーン アジア・オセアニア・アフリカとゾーン ヨーロッパの再編は2015年1月から適用されています。