

## プレスリリース

2016年8月18日、ヴェヴェー発



### 2016年上半期：販売数量増に基づく順調な成長、営業利益も増加

- 売上は432億スイスフラン、オーガニックグロース3.5%、実質内部成長率2.8%
- 営業利益率は15.3%、30ベースポイント(以下bps)増
- 基礎となる資産ベースの一株当たり利益(EPS)は為替変動を除いた実質ベースで5.7%向上
- フリーキャッシュフローは41%増の33億スイスフラン
- 通年見通しを再確認:オーガニックグロースは2015年と同程度、マージン、為替変動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

ネスレ CEO ポール・ブルケ:「2016年上半期の業績は私たちの期待に沿うものでした。成長はほぼすべてが販売数量増と製品ミックスによるもので、さらなるマーケットシェア増をもたらしました。

中国での課題に取り組む一方で、米国、ヨーロッパ、東南アジアと中南米での業績は順調であり、この状況は下半期も続く見通しです。プライシングは上半期に歴史的に低いレベルとなりましたが、今後数カ月である程度回復するものと予測しています。

さらなるプレミアム化、継続的なコスト管理、原材料費への追い風によって粗利益と営業利益を伸ばしました。これによりフリーキャッシュフローを大幅に増やすことができました。

急速に変化が進む今、私たちは消費者と関わり、彼らの変わりゆくニーズに応えるためのイノベーション、研究開発、ブランド支援とデジタルへの投資に注力することで、利益ある成長に焦点を当て続けます。

グループ全体の上半期の業績を振り返り所として、通年での見通しを再確認いたします。」

### グループ全体の業績

#### 売上:

- 2016年上半期のオーガニックグロースは3.5%で、内訳は内部成長率が2.8%、プライシングによる増加が0.7%です。先進国市場の多くでのデフレーション環境と農産物の低価格によりプライシングは歴史的に低いレベルとなりました。

- **総売上**は 432 億スイスフランで、**為替変動**の影響が-2.0%。事業買収・売却は 0.8%売上を引き下げました。
- **オーガニックグロース**の成長は地理的にも、製品分野においても広範囲にわたりました。
  - ・ 南北アメリカ(AMS): 4.7%
  - ・ ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA): 2.5%
  - ・ アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA): 2.3%
- **実質内部成長**は堅調でバランスのとれた結果となりました。
  - ・ AMS: 2.8%
  - ・ EMENA: 2.8%
  - ・ AOA: 2.9%
- **先進国市場**ではデフレーション圧力にもかかわらず 1.9%、**新興国市場**で 5.4%のオーガニックグロースを遂げ、引き続き力強さを示しました。

## 営業利益

- 営業利益は 66 億スイスフランで、営業利益率は 15.3%。報告上および為替の要因を除いた実質ベースでも 30bps の改善でした。
- この利益率の改善は、継続的なコスト管理、積極的なポートフォリオ管理、プレミアム化、インプットコストへの追い風によって粗利益が 130bps 伸長したことが大きな要因です。
- 利益率改善は、ブランド支援、デジタル、研究開発、そして栄養と健康のための新プラットフォームへの大幅な投資を継続的に行いつつ成し遂げたものです。消費者向けのマーケティング費用は為替変動を除いた実質ベースで 8.5%増でした。
- 構造的な効率化のための大きなプロジェクトが数件進行中です。2016 年中に発生する一時的な費用は予備資金により相殺の予定です。

## 純利益

- **純利益**は 41 億スイスフランでした。前年比 4 億スイスフラン減となりましたが、これは繰延税金勘定への単発のキャッシュを伴わない調整によるものです。
- 同じ理由から、**報告上の一株当たり利益**は 1.33 スイスフランで 7.2%の減少でした。
- **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 5.7%向上。

## キャッシュフロー

グループの営業キャッシュフローは 49 億スイスフランと堅調で、フリーキャッシュフローは前年から 41%増の 33 億スイスフランとなりました。これは主に私たちが利益率の改善に注力し、また資本支出と運転資本を厳格に管理してきた結果です。

## ゾーン 南北アメリカ(AMS)

売上高 121 億スイスフラン、オーガニックグロース 5.1%、実質内部成長率 2.5%、営業利益率 17.8%で 20bps 減

- 本ゾーンは成長の勢いを維持し、幅広い分野でマーケットシェアを伸ばしました。
- 北米の高成長は力強い実質内部成長によって支えられました。一方でプライシングはデフレーション圧力の影響を受けました。
  - ・ 冷凍食品事業は引き続き好調、特に *Lean Cuisine* と *Stouffer's* におけるイノベーションとマーケティング投資が支えました。
  - ・ *Coffee-mate* は、新たなパッケージとフレーバーの展開により、良好な成長軌道を維持しました。
  - ・ ペットケアは「ワン」、「プロプラン」、および *Beyond* ドライドッグフードが大きく貢献し、堅実な成長を遂げました。*Beneful* の再発売は幸先の良い結果を出しており、製品は黒字へと回復しました。
- 中南米では不安定な環境にも関わらず多くの国で好業績を達成。実質内部成長率、プライシングともにプラスでした。
  - ・ ブラジルでの事業の成長は一けた半ばで、景気後退のなか、市場の平均を上回りました。常温乳製品と「ネスカフェ ドルチェ グスト」が成長の原動力となりました。今期末に向け、対象を絞った値上げの実施を始めています。
  - ・ メキシコではポートフォリオ全般にわたり好調を継続させました。「ネスカフェ ドルチェ グスト」、「ネスカフェ」ソリュブルコーヒー、常温乳製品が成長をけん引しました。
  - ・ ペットケアはほとんどの市場で二けた成長を達成し、勢いを維持しました。
- 中南米での通貨安の影響を値上げで相殺しきれなかったため、本ゾーンの営業利益率は若干縮小しました。進行中のオペレーション効率化プログラムによるコスト削減分は大部分をゾーン全体の消費者向けマーケティング支援拡大に再投資しました。

## ゾーン ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)

売上高 81 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 3.0%、営業利益率 16.9%で 70bps 増

- 堅調な実質内部成長によりゾーン全体で幅広くマーケットシェアを伸ばしました。本ゾーンの多くの地域がデフレーションの状況にあるため、プライシングは 0.4%のマイナスとなりました。
- 西ヨーロッパは製品イノベーションが奏功し、低成長の厳しい環境のなか、好業績を維持しました。
  - ・ ペットケアはウェットキャットフード・シングルサーブ部門、およびドライキャット、ドッグスナックの健闘に

より成長が加速しました。

- ・ 「ネスカフェ ドルチェ グスト」が引き続き成長をけん引した一方で、常温食品は小売業界の競争激化と軟調なカテゴリーの状況による影響を受けました。
- ・ フランス、スペイン、ポルトガル、ベネルクスが特に好調でした。

● **中東ヨーロッパ**の手堅い成長は、ロシア、チェコ/スロバキア地域がけん引しました。

- ・ ペットケアの二けた成長はイノベーション、プレミアム化、そしてカテゴリー伸長の結果でした。
- ・ ロシアはほとんどの分野が堅調でしたが、特に「ネスカフェ」ソリュブルコーヒーが伸びました。

● 不安定な環境のなか**中東と北アフリカ**は健闘しました。

- ・ 「ネスカフェ」と常温食品が好調でした。乳製品は厳しい状況が続きました。
- ・ トルコでは「ネスカフェ」ソリュブルコーヒーとチョコレートが継続的な高成長の原動力でした。

● 本ゾーンの**営業利益率**を順調に改善させつつ、消費者向けマーケティング投資を増やしました。これはポートフォリオ管理、製品ミックス改善、およびインプットコスト下落により実現したものです。

## ゾーン アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA)

売上高 71 億スイスフラン、オーガニックグロス 2.3%、実質内部成長率 2.4%、営業利益率 19.6%で 140bps 増

● 本ゾーンのほとんどの事業は成長を加速させました。なかでも東南アジア、サハラ以南アフリカ、そして日本が特筆すべき市場でした。インドは「マギー」ヌードル製品回収の始まりから1年を経て回復の勢いを持続的に拡大しました。

● **中国**では食品飲料市場の成長が著しく鈍化しました。この状況下で、ネスレの核となる食品飲料事業は「ネスカフェ」と *Shark* ウエハースが原動力となり、製品改良と小売政策の改善により市場平均を上回る業績でした。*Yinlu* はポートフォリオの向上と新製品開発を軸に黒字化計画を実行してきましたが、いまだに全体の業績へのマイナス要因となっています。

● **インド**は「マギー」ヌードルの再発売と有利な競合状況により好調で、6月にプラス成長に転じました。マーケットシェアでも首位の座を奪回しました。

● **東南アジア**ではすべての地域にわたって高成長を維持。ベトナムとインドネシアでは二けた、フィリピンでは高い一けた成長を達成しました。地域全体で「ミロ」が成長の原動力となり、新発売の *Nescafé Blend and Brew* は期待の持てるスタートとなりました。

● **サハラ以南アフリカ**はすべてのカテゴリー、特に「マギー」など常温食品が引き続き力強い伸びを見せました。特筆すべき市場はとナイジェリア、ガーナ、そしてコートジボワールでした。

- **先進国市場**のなかで好調の日本は、「ネスカフェ」と「キットカット」の双方で、製品とビジネスモデルのイノベーション、プレミアム化、そしてデジタルでの消費者との関係づくりをさらに推し進めました。オセアニアでは小売業界の競争激化と軟調な農産物価格によりいくつものカテゴリーでデフレーションが進み、課題のある結果となりました。
- 本ゾーンの**営業利益率**の改善は、新製品発売の支援のための消費者向けマーケティング支出を大幅に増やしながらも実現したものです。この利益率改善は効率向上と低いインプットコスト(特に乳製品)によるものです。またインドでの「マギー」ヌードル回収に関わるコストの影響があった昨年上半期に比べ、ゾーンとして一時的な費用の発生が少なかったことも要因です。

## ネスレ ウォーターズ

売上高 39 億スイスフラン、オーガニックグロース 4.2%、実質内部成長率 4.7%、営業利益率 12.4%で 90bps 増

- ネスレ ウォーターズの業績は新興市場での二けた成長とプレミアムスパークリングブランド「サンペレグリノ」、「ペリエ」の一けた後半の成長がけん引しました。先進国市場もデフレーション環境のなか、引き続き成長しました。
  - ・ 米国での堅調な成長は国際的プレミアムブランドと *Poland Spring* の健闘によるものでした。地域ブランドについては 4 月末の竜巻でテキサス州の工場に大きな被害があり、悪影響を被りました。
  - ・ ヨーロッパは昨年の暑い夏に比べ天候が不順で、特にフランスとイタリアで成長の勢いへの逆風となりました。スペイン、英国、ポーランドは順調でした。
  - ・ ゾーン AOA はタイ、エジプト、ベトナムで二けた成長を達成するなど、好調でした。中国は依然厳しい競争にさらされています。
  - ・ 中南米は高成長を達成。特筆すべきはメキシコでした。
- **営業利益率**の向上はプレミアム化を通じた製品ミックスの改善によって実現されました。生産、購買、流通にわたってコスト効率改善を実現するとともに、インプットコストの低減の恩恵も受けました。

## ネスレ ニュートリション

売上高 52 億スイスフラン、オーガニックグロース 1.3%、実質内部成長率 1.1%、営業利益率 23.2%で 20bps 増

- ネスレ ニュートリションは、米国と中国が厳しい状況にあり、他の地域、特に中南米と東南アジアでの勢いを相殺する形となりました。
  - ・ 低い乳製品原料価格と特に中国における競争の激しさにより、本カテゴリーでのプライシングは非常に限られたものとどまりました。
  - ・ 中国ではカテゴリー全体の成長が鈍化、特に *Nan*、*S-26 GOLD* などのプレミアムおよび主流ブランドが影響を受けました。より高い成長を続けているスーパープレミアム分野では主に私たちのトップブランドである *illumina* により、引き続き市場を上回る結果を出しています。最近新発売となった *S-26 Ultima*

も健闘しています。

- ・ 米国ではいくつかの地域 WIC(婦人児童向け栄養強化計画)契約からの撤退と新パッケージフォーマットへの切り替え、一時的なパウチの供給不足が成長にマイナスの影響を与えました。
  - ・ 中南米はブラジルとメキシコが素晴らしい成長を示し、シリアルと乳児用調整粉乳のどちらもが好調でした。東南アジア全般で、特にフィリピンとインドネシアにおいて、イノベーションが好業績を主導しました。
- **営業利益率の向上と同時に、消費者向けマーケティング投資の拡大を実現しました。** 乳児用調整粉乳、乳児向けシリアルの両事業で利益率を改善しました。製品ミックス改善とインプットコストの低下がマージン上昇の主な要因でした。

## その他の事業

売上高 68 億スイスフラン、オーガニックグロス 4.2%、実質内部成長率 4.2%、営業利益率 16.4%で 60bps 増

- **ネスレ プロフェショナル**は新興国市場、とりわけメキシコとロシアが好調でプラス成長を遂げました。米国も堅調でしたが、西ヨーロッパは依然として厳しい事業環境のなか苦戦しました。飲料ソリューションと調理用香料ソリューションという戦略的成長プラットフォームが成長の原動力でした。
- **ネスプレッツォ**は引き続き順調でした。ヨーロッパでの着実な業績に加え、AMS、AOA ともに好調でした。北米は *VertuoLine* システムの成功とマーケティング投資の増強が好結果をもたらしました。世界規模での成長は、16 のブティックの新規オープンなどによる継続的な販売地域の拡大と限定版グラン・クリュ カプセルコーヒーの販売により支えられました。
- **ネスレ ヘルスサイエンス**の好業績は引き続きコンシューマーケア(健康な消費者向けのソリューション)の力強い二けた成長がけん引。特に米国は *Boost* と *Carnation Breakfast Essentials* が快調でした。メディカルニュートリション(疾患のある方向けのソリューション)はアレルギー関連製品群とその販売地域の拡大により好調を維持しました。
- **ネスレ スキンヘルス**は新興国市場、とりわけ中南米、中東、北アフリカが堅調で、引き続き良好な実質内部成長に貢献しました。処方箋製品事業は、米国の *Epiduo Forte* とならんで EMENA での *Soolantra* が堅実な成長を支えました。消費者向け事業は「セタフィル」クレンザーとモイスチャライザー、*Daylong* 日焼け止めの健闘で好調でした。
- すべての事業でマーケティング支出が増加した一方で**営業利益率**は改善しました。ポートフォリオ管理とコスト管理に加え、インプットコストの低減がネスレ ヘルスサイエンスとネスレ プロフェショナルの利益率向上を後押ししました。

## 2016 年見通し

通年での見通しを確認します。2015 年と同程度のオーガニックグロスとともに、マージン、為替変動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。

### 【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 2200
- ・ 投資家の皆様      担当：Steffen Kindler      Tel.: +41 21 924 3509

添付資料

2016年上半期売上高および営業利益率一覧

	2016年 1月-6月 売上高 (100万 スイスフラン)	2016年 1月-6月 オーガニック グロース (%)	営業利益率 (マージン)	
			2016年 1月-6月 (%)	前年比
<b>事業分野別</b>				
・南北アメリカ(AMS)	12' 106	+5.1	17.8	-20 bps
・ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)	8' 091	+2.6	16.9	+70 bps
・アジア・オセアニア・ サハラ以南アフリカ(AOA)	7' 099	+2.3	19.6	+140 bps
ネスレ ウォーターズ	3' 937	+4.2	12.4	+90 bps
ネスレ ニュートリション	5' 171	+1.3	23.2	+20 bps
その他の事業	6' 751	+4.2	16.4	+60 bps
<b>グループ事業合計</b>	<b>43' 155</b>	<b>+3.5</b>	<b>15.3</b>	<b>+30 bps</b>
<b>製品別</b>				
粉末・液体飲料	9' 653	+5.2	22.7	+20 bps
ウォーター	3' 680	+4.7	12.5	+60 bps
乳製品・アイスクリーム	6' 991	+0.7	17.4	+70 bps
ニュートリション&ヘルスサイエンス	7' 364	+2.5	18.5	-50 bps
調理済み食品・調理用食品	5' 903	+2.7	15.1	+300 bps
菓子	3' 735	+3.1	10.3	-80 bps
ペットケア	5' 829	+5.6	20.6	-40 bps
<b>グループ事業合計</b>	<b>43' 155</b>	<b>+3.5</b>	<b>15.3</b>	<b>+30 bps</b>