

プレスリリース

2015年8月13日、ヴェヴェー発



ネスレ S.A. 2015 年上半期：オーガニックグロースは 4.5%、通年見通しを改めて確認

- 売上は 428 億スイスフラン、オーガニックグロース 4.5%、実質内部成長率 1.7%。
- 営業利益率は 15.0%、為替変動を除いた実質ベースで 20 ベーシスポイント(以下 bps) 増。
- 基礎となる資産ベースの 1 株当たり利益(EPS)は為替変動を除いた実質ベースで 7.3% 向上。
- 2015 年通年見通し: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での 1 株当たり利益の改善(為替変動を除く)、および資本効率の向上を目指します。

ネスレ CEO ポール・ブルケ:「上半期の業績は私たちの期待に沿うものでした。困難な事業環境にあるものも含め、広範な事業領域・地域にわたって堅調な結果を出し、これまで長年達成してきたのと同様に、力強い業績となりました。この業績はネスレの栄養・健康・ウエルネスの方向性の正しさと強さ、および私たちの計画遂行力を反映したものです。新たな成長プラットフォームであるネスレヘルスサイエンスとネスレスキンヘルスへの投資は実を結びつつあり、食品飲料事業の好調を補完する形となっています。これにより、本年通年の見通しの達成を確信しています。」

グループ全体の業績

2015 年上半期のオーガニックグロースは 4.5%で、内訳は内部成長率が 1.7%、プライシングによる増加が 2.8%です。売上額合計は 428 億スイスフランで、為替変動の影響(5.8%減)を受けました。買収(売却分を相殺)による売上への貢献は 1%でした。

- 事業領域、地域ともに広範にわたって成長を遂げました。
- オーガニックグロースは先進国市場で 2.2%に伸長し、新興国市場では 7.3%という力強い数字となりました。南北アメリカ(AMS)で 6.6%、ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)で 3.4%、アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA)では 2.2%のオーガニックグロースでした。実質内部成長率は AMS, EMENA, AOA でそれぞれ 1.7%, 2.4%, 0.6%でした。
- コスト効率向上への不断の努力に加え、ネスレ スキンヘルスの統合が売上原価率の 160bps 削減をもたらしました。原材料費は大きな影響はありませんでした。
- コスト削減の一部は消費者向けマーケティングのサポートに再投資しました。営業利益率は為替変動を除いた実質ベースで 20 bps 増でした。営業利益は 64 億スイスフランで 15.0%でした。

- 純利益は 45 億スイスフランで、レポート上の 1 株当たり利益は (EPS) は 1.43 スイスフラン、為替変動を除いた基礎となる資産ベースでの EPS は 7.3%増でした。
- 営業キャッシュフローは、スイスフラン高、所有するロリアル株減少による配当収入減少、および税金支払いの時期の関係などにより、39 億スイスフランでした。

ゾーン 南北アメリカ (AMS)

売上高 120 億スイスフラン、オーガニックグロース 5.2%、実質内部成長率 0.1%、営業利益率は 18.0%(10bps 増)。

- 北米での事業の改善と中南米での攻勢により、高いオーガニックグロースを達成。ネスカフェ ドルチェ グスト、クリーマー、ペットケアが引き続き成長の主なけん引力となりました。
- 北米では新たな *Lean Cuisine Market Place* や *Stouffers Fit Kitchen* など、冷凍食品ブランドをリニューアルしました。出だしは好感触で、目まぐるしく変わる消費者の期待に応えつつあるという手ごたえを得ています。*Snack Bites* の新製品投入が *Hot Pockets* の堅調な成長に貢献し、冷凍ピザでも改善傾向がみられました。アイスクリームでは、スーパープレミアム部門でハーゲンダッツ、スナック部門で *Outshine* がそれぞれ新製品投入で堅調な成長を実現しました。*Coffee-mate* も、*Natural Bliss* や *Coffee-mate 2GO* といったイノベーションが奏功し、順調に伸びました。ペットケアは *Beneful* 問題の逆風にも関わらず高成長でした。なかでもキヤットフードの *Fancy Feast*、ドッグフードの *プロプラン*、猫用トイレ用品が健闘しました。
- 中南米ではいまだ不安定な環境のなか、ネスレの事業は引き続き成長しました。ブラジルでは成長プラットフォームへの投資が好業績の源となりました。ネスカフェ ドルチェ グストとキットカット、ならびにソリュブルコーヒーが力強い二けた成長を遂げました。ココア・麦芽飲料では *Nescau*、ビスケットでは *Passatempo* と *Nesfit* が健闘しました。メキシコの上半期の成長はネスカフェと *Coffee-mate* が主力となりました。ペットケアが引き続き中南米の成長のけん引力となっており、アルゼンチンとメキシコでの生産能力増強は更なる追い風となるでしょう。
- 本ゾーンの営業利益率改善はオペレーションの効率向上とプライシングの好影響によるものです。

ゾーン ヨーロッパ・中東・北アフリカ (EMENA)

売上高 79 億スイスフラン、オーガニックグロース 3.8%、実質内部成長率 2.0%; 営業利益率 16.2%(80bps 増)

- 年初の好調な滑り出しの後も、ゾーンの各地域は不安定で厳しい事業環境にも関わらず成長を続けました。成長の要因は多岐にわたっていますが、特筆すべき

はネスカフェ ドルチェ グスト、ソリュブルコーヒー、ペットケア、および冷凍ピザでした。プラスのオーガニックグロースはコーヒーの値上げとロシア、ウクライナ、トルコでのインフレ圧力が西ヨーロッパのデフレ傾向を相殺した結果です。

- イノベーションとプレミアム化が引き続き**西欧**の成長の源でした。シングルサーブ（一食分ずつを小分け）のキャットフード、ネスカフェ ドルチェ グスト、冷凍ピザが主に貢献しました。フランス、ベネルクス、北欧はデフレ環境のなか、健闘しました。南欧では消費者マインドが低調で、ギリシャが影響大でした。
- **東欧**は好調で、ペットケア、ソリュブルコーヒー、システム、キットカットなどのチョコレート成長が特に顕著でした。ロシアでの注意深い価格政策により、インフレ環境のなかでもネスレは競争力を維持しました。ウクライナは厳しい経済環境にありながらプラス成長を続けています。アドリア海地域、ブルガリア、ハンガリーも堅調でした。
- **中東と北アフリカ地域**も好調で、ソリュブルコーヒーが堅実な成長を示し、菓子事業は際立った成長を遂げました。高成長のトルコに加え、中東全般も堅調な業績で、イラクとイエメンの苦戦を相殺しました。
- 本ゾーンの**営業利益率**の改善は、製品ミックスと、原材料費の低減によるものです。コスト減の一部を消費者向けマーケティングのサポートに再投資しました。

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、オーガニックグロース 0.8%、実質内部成長率 -0.8%; 営業利益率 18.2%(60bps 減)。

- 本ゾーンの先進国市場は好調で、新興国市場も次第に改善してきています。しかしながらインドでの問題の影響が大きく、全体的な回復基調を打ち消しています。
- インドではマギー ノードルの回収によりオーガニックグロースがマイナスとなりましたが、この状況は下半期も続くでしょう。ネスレはインドの当局と全面的に協働し、当製品の再発売に向け、注力しています。
- 中国では、製品ポートフォリオを変化し続ける消費者ニーズに合わせていこうと努力を続けており、経済成長が鈍化するなか、常温乳製品、菓子、ソリュブルコーヒーなどの各分野で徐々に改善しています。
ネスカフェ等の液体飲料は二けた成長を達成し、常温食品も堅調でした。
- **先進国市場**では日本が引き続きキットカットとネスカフェのイノベーション - ネスカフェではプレミアムのネスカフェ ゴールドブレンド ボトルコーヒーを新発売 - により好業績を維持しました。オセアニアでは流通環境が非常に厳しいなか、キットカットに代表される菓子事業が健闘し、ゾーンのプラス成長に貢献しました。

- 他の新興市場のなかではベトナム、インドネシア、南アフリカ、パキスタン、そしてフィリピンが健闘しました。サハラ以南アフリカも好調で、中央西アフリカ地域が年初の低調を脱却し、勢いを盛り返しました。
- ゾーン AOA の営業利益率は、インドでの製品発売中止や製品回収・廃棄費用の相当な影響をすでに上半期に反映した結果となっております。

ネスレ ウォーターズ

売上高 38 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 5.6%; 営業利益率は 11.5%(110bps 増)

- 健康的な飲料の需要の高まりを反映し、ネスレ ウォーターズは新興国、先進国両市場で広範にわたる成長を達成しました。本事業は、世界的にも様々な販売チャネルで大きなプレゼンスを誇っています。Nestlé Pure Life はまたしても二けた成長を達成し、国際的プレミアムブランドペリエとサンペレグリーノは一けたながら高い成長率でした。米国の Poland Spring、イタリアの Levissima、トルコの Erikli、サウジアラビアの Al Manhal、英国の Buxton 等のローカルブランドも健闘しました。
- 営業利益率の伸長は主として堅調なオーガニックグロース、厳格なコスト管理、原材料費の低減によるものです。この一部を消費者向けマーケティングのサポートに再投資しています。

ネスレ ニュートリション

売上高 53 億スイスフラン、オーガニックグロース 3.9%、実質内部成長率 1.3%; 営業利益率 23.0%(140bps 増)

- ネスレ ニュートリションは、特にアジアで厳しい競争にさらされながらも、多くの地域、ブランドにわたりプラス成長を達成しました。新製品開発体制は整っており、Nido、Nan、Cerelac ブランドの新製品を引き続き投入しました。Wyeth Infant Nutrition は高成長を遂げ、特にアジアで、プレミアムブランド Illuma と S-26 が e-コマースでの流通を広げました。南アジア地域、メキシコ、フィリピンは Nestlé Infant Nutrition が好調でした。北米では Gerber の乳児向けシリアルが引き続き成長に貢献し、食品と飲料の新製品を発売しました。
- 営業利益率の大幅な上昇は私たちのポートフォリオマネジメントの成果と、固定費の厳格な管理などによる根本的なマージン改善、原材料費の低減、などによるものです。これらによりブランドへの投資を増やすことができました。

その他の事業

売上高 68 億スイスフラン、オーガニックグロース 8.1%、実質内部成長率 4.9%; 営業利益率 15.8% (250bps 減)

- **ネスレプロフェショナル**は調理用香味料と飲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伸長したことで、成長の勢いを取り戻しつつあります。新興国市場、特に中南米、東欧、インドネシア、トルコ、インドシナが成長をけん引。また北米の食品事業も健闘し、西欧での市場環境低迷を相殺しました。
- **ネスプレッツ**はポーションコーヒー分野の飛躍的な成長を糧に、世界的に成長を続けました。グラン・クリュ コーヒーカプセルの品ぞろえを拡充し、世界で新たに20のブティックをオープンさせ、ウイーンでネスプレッツ カフェを始動させ、自動化された小売りチャネルである *Nespresso Cube* の展開を続けてきました。北米では *VertuoLine* システムも好調でした。
- **ネスレ ヘルスサイエンス**はすべての地域と3事業分野すべてで成長を遂げました。消費者ケアでは、米国での *Boost* 新製品投入、欧州での *Meritene* の継続的導入、ブラジルでの *Nutren* の持続的な高成長が成長を支えました。医療栄養ではアレルギー対応の製品群がすべての地域で伸長。特に *Alfamino* が好調でした。*Novel Therapeutic Nutrition* も堅調でした。
- **ネスレ スキンヘルス**の好業績はイノベーションによるものでした。酒さ治療薬 *Soolantra* と *Oracea*、にきび治療薬の *Epiduo* の成功が処方箋製品事業の高成長を後押ししました。医療美容は *Restylane Skinboosters* の好調と、米国での *Restylane Lyft* 発売により引き続き堅調でした。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の健闘で好調でした。米国では市販用に *Benzac* を新発売しました。
- **営業利益率**はネスプレッツ、ネスレプロフェショナルでコーヒー価格の高騰の影響があったことに加え、上半期ではネスレ スキンヘルスが加わったことの希釈効果がありました。

2015 年通年見通し

上半期の業績を踏まえ、通年の見通しを改めて確認いたします。

オーガニックグロス約 5%、マージンの改善、基礎となる資産ベースでの 1 株当たり利益の改善(為替変動を除く)、および資本効率の向上を目指します。

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

添付資料

2015年上期売上高および営業利益率一覧

| | 2015年 1月-6月 売上高 (100万 スイスフラン) | 2015年 1月-6月 オーガニック グロース (%) | 営業利益マージン | |
|----------------------|---|---|-----------------------|--------------|
| | | | 2015年 1月-6月 (%) | 前年比 (*) |
| 事業分野別 | | | | |
| ・南北アメリカ | 11,993 | +5.2 | 18.0 | +10 bps |
| ・ヨーロッパ・中東・北アフリカ(a) | 7,922 | +3.8 | 16.2 | +80 bps |
| ・アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ | 7,069 | +0.8 | 18.2 | -60 bps |
| ・ネスレ ウォーターズ | 3,767 | +5.3 | 11.5 | +110 bps |
| ・ネスレ ニュートリション | 5,282 | +3.9 | 23.0 | +140 bps |
| その他事業(b) | 6,810 | +8.1 | 15.8 | -250 bps |
| グループ事業合計 | 42,843 | +4.5 | 15.0 | 0 bps |
| 製品別 | | | | |
| 粉末・液体飲料 | 9,371 | +5.3 | 22.5 | +130 bps |
| ウォーター | 3,510 | +5.5 | 11.9 | +70 bps |
| 乳製品・アイスクリーム | 7,191 | +0.8 | 16.7 | +160 bps |
| ニュートリション&ヘルスサイエンス(b) | 7,346 | +7.3 | 19.0 | -160 bps |
| 調理済み食品・調理用食品 | 6,062 | +0.8 | 12.1 | -60 bps |
| 菓子 | 3,898 | +8.5 | 11.1 | +50 bps |
| ペットケア | 5,465 | +4.9 | 21.0 | +110 bps |
| グループ事業合計 | 42,843 | +4.5 | 15.0 | 0 bps |

(*) 2014年の数字は、2015年1月1日付の以下の主たる変更により修正表記されています。

- ・ ゾーン アジア、オセアニア、アフリカに属していたマグレブ、中東、北東アフリカ地域、トルコおよびイスラエルはゾーンヨーロッパに。
- ・ 地理ゾーン別に分類されていたグローイングアップミルク事業の担当がネスレニュートリションに。
- ・ ネスレニュートリションに分類されていた Bübchen 事業がその他事業に。

a) 上記の変更を受け名称を変更。

b) 2014年7月のネスレ スキンヘルス設立を受け名称を変更。