

プレスリリース

2016年2月18日、ヴェヴェー発



2015年：オーガニックグロースは4.2%。営業利益は為替の要因を除いた実質ベースで10ベースポイント改善。

- オーガニックグロースは4.2%、実質内部成長率は2.2%
- 売上は888億スイスフラン、為替変動のマイナス影響が-7.4%
- 営業利益は15.1%。為替の要因を除いた実質ベースで10ベースポイント(以下bps)改善
- 基礎となる資産ベースでの1株あたり利益は為替の要因を除いた実質ベースで6.5%向上
- 営業キャッシュフローは143億スイスフランと堅調
- 一株当たりの配当は2.25スイスフランへの引き上げを提案
- 2016年の見通し:2015年と同様のオーガニックグロース、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します

ネスレ CEO ポール・ブルケ:

2015年は引き続き厳しい環境のなか、業界でも高いレベルの利益ある成長を達成しました。この利益ある成長は、ここ数年の着実な業績に引き続いてのものです。4.2%のオーガニックグロースは、力強さを増した実質内部成長が支え、継続的な利益率の向上とともに実現したものです。さらに、私たちの製品分野および市場の過半数でマーケットシェアを伸長、あるいは維持することができました。

また同時に、ネスレのブランドへの支援強化のみならず、栄養と健康のための新プラットフォーム、またeコマースのさらなる発展への後押しを強化し、将来のための投資を継続しました。米国では冷凍食品事業を黒字化、アイスクリームでは非中核事業を整理し、この分野でのトップ企業を創設すべく新たな提携を結ぶなど、引き続きポートフォリオマネジメントに注力しました。

ネスレが生み出したフリーキャッシュフローは売上の11.2%とまたしても食品産業界のトップクラスでした。これは私たちが資本支出と運転資本に規律を持って臨み、利益に焦点を当て続けてきたことが実を結んだものです。その結果、これまでの20年と同様、増配を提案いたします。

2016年の事業環境はこの数年と変わりなく、プライシングはさらに軟調になると予想しています。その中で、ネスレは2015年と同様のオーガニックグロースの達成と、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。

グループ全体の業績

売上

- 2015年のネスレのオーガニックグロースは4.2%で、内訳は、実質内部成長率が2.2%、プライシングが2.0%でした。
- 総売上は888億スイスフランで、為替変動の影響が-7.4%のマイナス要因でした。買収は売却との相殺で売上に0.1%寄与しました。
- **オーガニックグロース**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): 5.8%
 - ・ ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA): 3.5%
 - ・ アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA): 1.9%
- **実質内部成長**も同じく広範囲からもたらされました。
 - ・ AMS: 2.4%
 - ・ EMENA: 2.8%
 - ・ AOA: 1.2%
- **先進国市場**で1.9%、**新興国市場**で7.0%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。
- 製品分野および市場の過半数でマーケットシェアを伸長、あるいは維持することができました。

営業利益

- 営業利益は134億スイスフランで、営業利益率は15.1%。報告上ではスイスフラン高の影響で20bpsの下落でしたが、為替の要因を除けば10bpsの改善でした。
- この利益率の改善は以下の状況にも関わらず達成したものです。
 - ・ 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投資の大幅増
 - ・ インドでの「マギー」ヌードルのケースのような例外的事例のコストの吸収

純利益

- **純利益**は91億スイスフランでした。前年比54億スイスフラン減となりましたが、そのほとんどは2014年にL'Oreal株の一部を売却したことによる一時的なインパクトとガルデルマの株式の再評価によるものです。為替の影響もありました。

- 同じ理由から、報告された一株あたり利益は 2.90 スイスフランで 36.1%の減少でした。
- 基礎となる資産ベースでの 1 株あたり利益は為替の要因を除いた実質ベースで 6.5%向上。

キャッシュフロー/運転資本

- グループの営業キャッシュフローは 143 億スイスフランと引き続き堅調、フリーキャッシュフローは 99 億スイスフランで、売上の 11.2%でした。これは私たちが利益に焦点を当て続け、資本支出と運転資本に規律を持って臨んできた結果であり、不利な為替相場の状況においても力強いキャッシュフローを生み出すネスレの能力を示すものです。
- 平均総運転資本は 60bps 改善して売上の 5.3%から 4.7%となりました。

ゾーン 南北アメリカ(AMS)

売上高 258 億スイスフラン、オーガニックグロース 5.5%、実質内部成長率 1.6%; 営業利益率 19.4%、80bps 増。

- 本ゾーンは年間を通じて勢いが増し、北米、中南米ともに幅広い分野でマーケットシェアを伸ばしました。
- 北米では冷凍食品が黒字化したことにより成長が加速しました。
 - ・ 上向きの消費動向に支えられ *Lean Cuisine* と *Stouffer's* の新製品群の売上は好調でした。ピザもイノベーションによりさらに勢いを増しました。
 - ・ アイスクリームでは *Häagen-Dazs* とスナック類が新製品導入により成長をけん引しました。
 - ・ *Coffee-mate* は味とパッケージの継続的なイノベーションと製品改良に加え、新たな販路により好調を維持しました。
 - ・ 北米のペットケアは *Fancy Feast*、「ピュリナワン」、および猫用トイレ製品が快調で引き続き成長しました。ブランド支援を強化したことで *Beneful* の回復が進んでいます。
- 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しました。
 - ・ ブラジルでは景気後退の厳しい環境のなか、プラスのオーガニックグロースと実質内部成長を遂げました。「ネスカフェ」ソリュブルコーヒー、「ネスカフェ ドルチェ グスト」、「キットカット」、*Nesfit* が成長の原動力となりました。
 - ・ メキシコでは、クリーマー、「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、常温食品が好調で、成長はポートフォリオ全般にわたりました。

- ・ 他にも、アイスクリームとビスケットが伸びたチリ、常温食品のコロンビア、「ネスカフェ」のペルー、そしてポルトフォリオ全般が伸びたプラタ地域とエクアドルが好調でした。
 - ・ ペットケアはアルゼンチンとメキシコで生産力を増強したことが奏功し、中南米全域でとりわけ高い成長の勢いを維持しました。
- 消費者向けマーケティング支援への投資を強化しましたが、有利な製品ミックス、オペレーション効率、インプットコストの低下、低い再編・訴訟費用により**営業利益率**は改善しました。

ゾーン ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)

売上高 164 億スイスフラン、オーガニックグロース 3.7%、実質内部成長率 2.5%; 営業利益率 15.7%、50bps 増。

- 経済的、政治的に不安定な環境のなか、本ゾーンではマーケットシェアを伸ばし、全ての地域がプラスの貢献をして主要製品分野で引き続き市場平均を上回る業績となりました。
- **西ヨーロッパ**はイノベーションと製品改良が成功し、事業環境を勘案すれば突出した好業績となりました。
 - ・ ペットケアでは「フィリックス」と「ピュリナワン」ドライキャットフードが地域全体でプラス成長を遂げました。
 - ・ 「ネスカフェ ドルチェ グスト」および *Wagner* と「ブイトーニ」ブランドの冷凍ピザも成長の要因でした。
 - ・ 食品は小売業界の激しい競争と軟調なカテゴリーの状況の影響を受けました。
 - ・ フランス、ドイツ、ベネルクスが特に好調で、スペインも業績を伸ばしました。
- **中東ヨーロッパ**の手堅い成長は、ロシア、ウクライナ、ポーランドがけん引しました。
 - ・ ペットケア、「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、菓子がそれぞれ市場での強みを生かし、地域全体で大きく伸びました。
 - ・ 事業運営面での困難にも関わらず、ロシアはプラス成長とともにマーケットシェアの拡大も果たしました。プレミアムコーヒーが特に好調でした。
- 不安定な環境にあっても**中東と北アフリカ**の業績は堅調でした。
 - ・ 「ネスカフェ」ソリュブルコーヒー、菓子、ペットケアは好調でしたが、常温乳製品の軟調により一部相殺された形となりました。
 - ・ サウジアラビア、クエート、カタール、イランが地域全体の堅調な業績に貢献しました。
 - ・ 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高成長の原動力でした。
 - ・ イエメン、リビア、シリアでの困難な状況の影響がありました。

- **営業利益率**の改善は注意深いプライシングと大幅なコスト削減の結果であり、その恩恵の一部は将来の成長のため、販売促進とマーケティング活動に再投資しました。

ゾーン アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA)

売上は 143 億スイスフラン、オーガニックグロース 0.5%、実質内部成長率-0.1%; 営業利益率は 18.4%で、80bps 減少。

- インドの「マギー」ヌードルの問題が本ゾーンの業績に大きな影響を与えました。
- **新興国市場**は、中国が年末に向けて勢いを増したこともあり、徐々に回復しました。
 - ・ 中国では、「ネスカフェ」ソリュブルコーヒーと「ネスカフェ」液体飲料への再投資が、食品の *Totole* と菓子の *Shark* ウエハースとともに成長の原動力となりました。
 - ・ *Hsu Fu Chi* は厳しい経済環境の逆風のなか、堅実な業績でした。*Yinlu* は改善したものの未だ道半ばです。
 - ・ インドでは「マギー」ヌードル製品に対しての申し立てに対処する間、5カ月にわたり同製品の製造と販売を中止しましたが、11月に製造、販売を再開しました。
 - ・ 他のアジアの市場では、ベトナムとインドネシアがとりわけ好調でした。
 - ・ サハラ以南アフリカでは、数か国での原油価格の下落による圧力にもかかわらず手堅い成長を達成。南アフリカが健闘しました。
- **先進国市場**ではほとんどの製品分野で成長を遂げ、引き続き好調な年となりました。
 - ・ 日本では、「ネスカフェ ドルチェ グスト」と「ネスカフェ」レギュラーソリュブルコーヒー用のシステム、「ネスカフェ ゴールドブレンド バリスタ」が、飲料部門の成長をけん引しました。菓子部門では、斬新な味や「キットカット ショコラトリー」などのイノベーションで、引き続き「キットカット」が好調でした。
 - ・ オセアニアの成長は「キットカット」を主力とする菓子、「ネスカフェ」ソリュブルコーヒー、「ネスカフェ ドルチェ グスト」がけん引。取引条件の管理を改善したことによる効果も寄与しました。
- インドでのヌードルの回収、廃棄コストにも関わらず、本ゾーンの**営業利益率**は依然として高く、グループ全体の数字を押し上げました。インプットコストが有利に推移したため、消費者向けのマーケティング支援への投資を強化することができました。

ネスレ ウォーターズ

売上高 76 億スイスフラン、オーガニックグロース 6.7%、実質内部成長率 6.7%; 営業利益率

10.8%、110bps 増。

- **ネスレ ウォーターズ**はカテゴリーの動向とイノベーションにより、オーガニックグロース、実質内部成長とも全ての地域で幅広い成長を達成しました。
 - ・ 健康的な水分補給のための旗艦ブランド、*Nestlé Pure Life* が好調でした。
 - ・ 国際的プレミアムブランドの「ペリエ」と「サンペレグリノ」は引き続き順調で、カテゴリーでさらなる価値を創造しました。
 - ・ これらを補完する形で、強力なローカルブランド、特に米国の *Poland Spring*、英国の *Buxton*、トルコの *Erikli*、メキシコの *Sta.María* が成長に貢献しました。
- **営業利益率**の改善は販売量の増加、継続的なコスト改善、およびインプットコストの低減が相まってもたらされたもので、これによりブランド支援への投資を増やすことができました。

ネスレ ニュートリション

売上高 105 億スイスフラン、オーガニックグロース 3.1%、実質内部成長率 1.4%; 営業利益率 22.6%、110bps 増。

- **ネスレ ニュートリション**の堅調なオーガニックグロースは実質内部成長が年間を通して勢いを増したことによるものです。
 - ・ 乳幼児向け調整粉乳は順調でした。Wyeth Infant Nutrition がプレミアムブランドの *illumina* で引き続き成長を主導しました。新興国市場、特に中国とメキシコが貢献しました。先進国市場では、*NAN* のイノベーションの成功により、スペインとドイツの健闘が顕著でした。
 - ・ ベビーフードも幅広く成長しました。乳児向けシリアルが好調で、特に中南米と米国でシェアを伸ばしました。
 - ・ 激しい競争、インプットコストの低下による軟調なプライシング、そしてアジア全体でのカテゴリー成長の鈍化が影響をもたらしました。
- **営業利益率**の上昇は固定費の徹底した管理、インプットコストの低下、ポートフォリオ管理の成果、そして低い減損費用がもたらしました。一方でブランド支援への投資を増やしています。

その他の事業

売上高 141 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 3.7%; 営業利益率 15.7%、330bps 減。

- **ネスレ プロフェッショナル**の成長は新興国市場、特にトルコ、中東地域、ロシア、メキシコ、南アジア地域、および中国が支えました。西ヨーロッパの家庭外ビジネスの環境は引き続き厳しいものとなりました。成長のための戦略的事業である飲料ソリューションと風味香味フレー

バーは良好な業績を継続しました。*Davigel*の売却は11月に完了しました。

- **ネスプレッツ**は2015年、全地域で業績を伸ばし、ヨーロッパでの強力な地位を固める一方で、アジアとアメリカで引き続きその勢いを伸ばしました。米国ではマシンと「グランクリュ」の新製品投入、新コミュニケーションキャンペーンに加えて、最近新発売された *VertuoLine* システムが伸びました。グローバルでの成長は、コーヒー、マシン、そしてサービスのイノベーションと多大な投資により、またサステナビリティ関連の活動や新規・既存市場でのブランド認知と地理的拡大により支えられました。
- **ネスレ ヘルスサイエンス**はヨーロッパ、AOA、米国が好業績で高い成長を達成しました。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)が、*Boost*, *Carnation Breakfast Essentials*, そしてヨーロッパでの *Meritene* の継続的発売により、成長エンジンとなりました。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)も特にアレルギー関連製品(*Alfaré*, *Althéra*, *Alfamino*)が全ての地域、とりわけ中国で伸び、高成長となりました。また *Vitaflo*(先天性代謝異常疾患に対する製品レンジ)の販売地域拡大と継続的な製品投入も成長に貢献しました。ノベル セラピューティックニュートリション(先進的な治療的要素の強いソリューション)においては、マイクロバイーム(微生物叢)を活用した栄養療法の有効企業である *Seres Therapeutics* に戦略的投資を行いました。その一方で *Lotronex* は競合のジェネリック製品により影響を受け、伸び悩みました。
- **ネスレ スキンヘルス**は高い成長を達成しました。医療美容部門では *Restylane* と *Azzalure* の好調、セルフメディケーションでは「セタフィル」クレンザーとモイスチャライザー、*Benzac* にきび治療薬とそのシリーズの新製品の発売が貢献して好業績を記録しました。処方箋医薬品事業は酒さ治療薬の *Soolantra*、強力にきび治療薬 *Epiduo Forte* を成功裏に新発売しましたが、米国とヨーロッパでジェネリック製品の参入の圧力を受けました。米国の処方箋医薬品のリポート方針について、より保守的な対応とする決定を下したことにより第3四半期に一時的な費用が発生し、影響を及ぼしました。
- その他の事業の**営業利益率**は、ネスレ スキンヘルスのリポート調整、ネスプレッツにおけるスイスフラン高、*Lotronex* のジェネリック製品の競合がそれぞれ影響を与え、その他事業全般の基本的には良好な利益の改善に影を落とす結果となりました。

年次株主総会での取締役会の提案

2016年4月7日の年次株主総会で、取締役会は一株当たり2.25スイスフランの配当を提案する予定です。配当受領権のある最終取引日は2016年4月8日です。正味配当金は2016年4月13日から支払われます。2016年3月31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、現在の取締役会の各メンバーの個別選任を提案します。ダニエル・ボレルは 12 年の任期の期限に達するため、取締役を退任の予定です。ボレル氏のネスレへの価値ある貢献に深く感謝いたします。

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 2015 年 12 月に完了した株式買戻しプログラムにより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。

2016 年見通し

2016 年の事業環境はこの数年と変わりなく、プライシングはさらに軟調になると予想しています。その中で、ネスレは 2015 年と同程度のオーガニックグロースの達成と、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 2200
・投資家の皆様	担当: Steffen Kindler	Tel.: +41 21 924 3509

添付資料

2015年通期売上高および営業利益率一覧

	2015年 1月-12月 売上高 (100万 スイスフラン)	2015年 1月-12月 オーガニック グロース (%)	営業利益率 (マージン)	
			2015年 1月-12月 (%)	前年比 (*)
事業分野別				
・南北アメリカ(AMS)	25' 844	+5.5	19.4	+80 bps
・ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA) (a)	16' 403	+3.7	15.7	+50 bps
・アジア・オセアニア・ サハラ以南アフリカ(AOA)(a)	14' 338	+0.5	18.4	-80 bps
・ネスレ ウォーターズ	7' 625	+6.7	10.8	+110 bps
・ネスレ ニュートリション	10' 461	+3.1	22.6	+110 bps
その他の事業	14' 114	+5.3	15.7	-330 bps
グループ事業合計	88' 785	+4.2	15.1	-20 bps
製品別				
粉末・液体飲料	19' 245	+5.4	21.3	-180 bps
ウォーター	7' 112	+7.0	11.2	+90 bps
乳製品・アイスクリーム	14' 637	+1.7	16.9	+180 bps
ニュートリション&ヘルスサイエンス	14' 854	+4.4	19.6	-190 bps
調理済み食品・調理用食品	12' 579	+0.1	13.7	+40 bps
菓子	8' 870	+6.2	14.0	+20 bps
ペットケア	11' 488	+5.9	20.8	+100 bps
グループ事業合計	88' 785	+4.2	15.1	-20 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。