

プレスリリース

2019年7月26日、ヴェヴェー発



ネスレ S.A. 2019 年 上半期の業績を報告

- 売上は 3.5%増の 455 億スイスフラン(2018 年上半期売上は 439 億スイスフラン)。事業買収が売却との相殺でプラス 1.1%、為替変動がマイナス 1.2%、それぞれ売上に影響。
- 基礎となる資産ベースの営業利益(UTOP)率は 100 ベースポイント(bsp)増の 17.1%。営業利益(TOP)率は 90bsp 増の 15.5%。
- 基礎となる資産ベースでの一株当たりの利益は為替変動の影響を除けば 15.7%増、報告ベースでは 14.6%増の 2.13 スイスフラン。報告ベースの一株当たりの利益は前年同期に米国での菓子事業の売却による利益があったことにより 12.3%減の 1.68 スイスフラン。
- フリーキャッシュフローは 40.4%増の 41 億スイスフラン。
- ポートフォリオマネジメント戦略は予定通り進行中。ネスレ スキンヘルスは合意された価格、102 億スイスフランで 2019 年後半には売却完了の見込み。Herta 食肉加工品事業の戦略的見直しも進んでおり、2019 年末に完了の見通し。
- 2019 年通年の見通しを再確認。オーガニックグロースは約 3.5%、通年の基礎となる資産ベースでの営業利益率は 17.5%以上。基礎となる資産ベースでの一株当たり利益は為替変動を除いた実質ベースで改善、資本効率もまた改善の見通し。

ネスレ CEO マーク・シュナイダー:

上半期の業績は勇気づけられるものであり、2020 年に向けた財務目標により近づくことができました。確実な計画実行とスピードのあるイノベーションがオーガニックグロースと利益率の改善に貢献しました。成長は広範囲にわたりましたが、ネスレにおける最大の市場である米国が特に好調でした。カテゴリー全般で、ブランドとイノベーションへの投資が明らかに実を結んでいます。ペットケアの強い勢い、コーヒーの一桁台半ばの成長回帰はその好例です。スターバックス製品の発売は、これまでのところ大成功を収めており、絶好の機会を最大限に活かすため、さらに販売地域を広げ製品イノベーションを進めることを計画しています。積極的なポートフォリオマネジメントにより、戦略の焦点をより明確にし、ネスレをより魅力ある高成長ビジネスから成る企業に位置づけます。ネスレの価値創造モデルは期待される結果を明らかにしており、利益ある成長を持続的に支えていくものです。

グループ全体の業績

	グループ 事業合計	ゾーン AMS	ゾーン EMENA	ゾーン AOA	ネスレ ウォーターズ	その他の 事業
売上2019年1-6月 (100万スイスフラン)	45 456	15 666	9 231	10 725	4 003	5 831
売上2018年1-6月 (100万スイスフラン)	43 920	14 153	9 303	10 634	3 967	5 863
実質内部成長率 (RIG)	2.6%	2.0%	3.7%	2.5%	-3.3%	6.7%
プライシング	1.0%	1.9%	-1.3%	0.8%	4.7%	0.7%
オーガニックグロース	3.6%	3.9%	2.4%	3.3%	1.4%	7.4%
買収・売却	1.1%	6.4%	-0.1%	-0.1%	-0.2%	-6.5%
為替変動	-1.2%	0.5%	-3.1%	-2.3%	-0.3%	-1.4%
売上伸長率	3.5%	10.8%	-0.8%	0.9%	0.9%	-0.5%
基礎となる資産ベースでの営業利 益率2019年1-6月	17.1%	19.2%	18.8%	23.1%	11.8%	19.6%
基礎となる資産ベースでの営業利 益率* 2018年1-6月	16.1%	18.8%	18.7%	22.7%	10.0%	16.4%

* 2018 年の数字は、一部のマーケティングおよび事務管理費用の未配分項目から各事業部門への振り替えを反映させるため、修正しています。これは各ゾーンとグローバル管理の事業によるセンターの諸経費の使用をより正しく反映させるための処理です。

売上

オーガニックグロースは 3.6%に達しました。実質内部成長率は 2.6%と食品飲料業界では引き続き高い水準を維持しました。プライシングは 1.0%の貢献でしたが、ヨーロッパのデフレ環境とブラジルでの値下がりにより第 2 四半期にいくぶん減速しました。オーガニックグロースは戦略的な見直しを行っている事業を除くと 3.4%でした。前年同期比の成長の加速は米国とブラジルがけん引しました。ゾーン AOA は、パキスタンのマイナス成長と中国の一部のカテゴリーの軟調にもかかわらず堅調な成長を見せました。先進国市場のオーガニックグロースは 2.4%で第 2 四半期に実質内部成長率が大きく伸びました。新興国市場の成長率は 5.3%でした。

すべての製品カテゴリーがプラス成長を遂げました。最も貢献したカテゴリーはピュリナペットケア、コーヒー、および乳児用栄養でした。コーヒーは、すべてのゾーンで「ネスプレッソ」と「ネスカフェ」の勢いが増し、第 2 四半期には一桁台半ばの成長率に回復しました。スターボックス製品は 14 市場で発売され高い需要があり、今年後半には市場の数がさらに増える予定です。

買収は売却との相殺で売上を 1.1%押し上げました。スターボックスのライセンス取得と Atrium Innovations の買

収は、売却(主に Gerber 生命保険)を相殺して余りある規模でした。為替変動は売上にマイナス 1.2%の影響を与えました。報告ベースの総売り上げは 3.5%増の 455 億スイスフランでした。

基礎となる資産ベースの営業利益

基礎となる資産ベースの営業利益は 10.1%増の 78 億スイスフランでした。基礎となる資産ベースの営業利益率は、為替変動の影響を除いて、報告ベースで 100bps 増の 17.1%に達しました。ネスレ スキンヘルスは売却目的保有資産として分類されたことで、グループの基礎となる資産ベースの営業利益率に 20bps の貢献となりました。

利益率の伸びはプライシング、組織に関わるコストの削減、オペレーションの効率化、および製品ミックスの改善が支えました。上半期は、プライシングが原材料費の上昇を上回りました。消費者向けマーケティング費用は為替変動の影響を除いて 5.1%上昇しました。

組織再編費用とその他費用は 7 億スイスフランでした。営業利益は 10.4%増の 71 億スイスフランでした。営業利益率は報告ベースで 90bps 増の 15.5%でした。

正味財務費用と所得税

正味財務費用は 45.7%増の 5 億 400 万スイスフランで、大部分は純負債の増加を反映したものです。

グループの報告ベースの税率は 110bps 増の 27.5%でした。基礎となる資産ベースでの税率は 280bps 減の 21.4%で、これは主に事業を展開する地域と事業ミックスの進展の結果としての減少です。

純利益と一株当たりの利益

純利益は 14.6%減の 50 億スイスフランで、一株当たりの利益は 12.3%減の 1.68 スイスフランでした。2018 年上半期は、米国の菓子事業の売却が純利益に寄与しました。

基礎となる資産ベースでの一株当たりの利益は、為替変動の影響を除いて 15.7%増、報告ベースで 14.6%増の 2.13 スイスフランでした。この増加は主として業績の改善と税の低減によるものです。ネスレの自社株買戻しプログラムは財務費用を除いて、基礎となる資産ベースでの一株当たりの利益の上昇に 1.9%貢献しました。

キャッシュフロー

フリーキャッシュフローは 40.4%増えて 41 億スイスフランとなりました。この増加は、より力強い業績の改善といくつかの一時的な要因によるものです。

自社株買戻しプログラム

2019年上半期、グループは42億スイスフランに相当するネスレの株式を買戻しました。2019年6月30日現在、グループは、2017年に発表した200億スイスフラン規模の自社株買戻しプログラムの73%(145億スイスフラン)を完了しました。ネスレは今回のプログラムを2019年末までにすべて完了する予定です。

純負債

純負債は、2018年12月31日時点の303億スイスフランから、2019年6月30日時点の383億スイスフランに増加しました。この増加は配当の支払い72億スイスフランと自社株買戻し費用42億スイスフランを反映したものです。一部は41億スイスフランに上った力強いフリーキャッシュフローの創出で相殺しました。

戦略の進展

ネスレは、5月、米国のピザ、アイスクリーム事業を小売店への直送から倉庫使用の配送モデルに切り替えることを発表しました。この切り替えは2019年下半期にスタートし、2020年第2四半期中に完了の見通しです。

ゾーン 南北アメリカ(AMS)

- オーガニックグロース 3.9%、実質内部成長率 2.0%、プライシング 1.9%
- 北米はバランスのとれた実質内部成長率とプライシングでオーガニックグロースはプラスでした。
- 中南米は実質内部成長率、プライシングがともにプラスで一桁台半ばのオーガニックグロースを示しました。
- 基礎となる資産ベースの営業利益率は40bps上昇して19.2%でした。

	売上 2019年 1-6月	売上 2018年 1-6月	実質 内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロース	基礎となる 資産ベース での営業利益 2019年1-6月	基礎となる 資産ベース での営業利益 2018年1-6月	利益率 2019年 1-6月	利益率 2018年 1-6月
ゾーン AMS	157億 スイスフラン	142億 スイスフラン	2.0%	1.9%	3.9%	30億 スイスフラン	27億 スイスフラン	19.2%	18.8%

オーガニックグロースは2.0%に上昇した実質内部成長率が支え3.9%に伸長しました。北米、中南米がともに加速した結果です。プライシングはプラス1.9%で、米国が最も貢献しました。スターバックスのライセンス取得関連が大部分を占める買収は、売却との相殺で売上を6.4%押し上げました。為替変動はプラス0.5%の影響をもたらしました。ゾーンAMSの報告ベースの売上は10.8%増の157億スイスフランでした。

北米は上半期を通して好調な売上を維持し、特に第2四半期の成長は顕著で、過去8年間で最高の四半期オーガニックグロースを記録しました。成長に最も貢献したのはピュリナ ペットケアで、eコマース、そして「ピュリナ プロプラン」、「ピュリナワン」、Tidy Cats 猫用トイレ用品などのプレミアムブランドが引き続き強い勢

いを見せました。獣医向け製品も、犬用の *Purina Calming Care* プロバイオテックサプリメントなどの新製品が寄与して二桁成長を遂げました。スターバックス、*Coffee mate* クリーマー、「ネスカフェ」からなる飲料カテゴリーは一桁台後半の成長でした。冷凍食品は *Hot Pockets* と *Stouffer's* ブランドが主導してプラス成長となりました。米国のピザ、アイスクリームは第2四半期に強い勢いを示しました。

中南米はほとんどの市場とカテゴリーがプラスの貢献、一桁台半ばの成長を記録しました。ブラジルは常温乳製品、乳児用栄養、プロフェショナル、そして「キットカット」の好調により一桁台後半の成長率でした。2018年5月に発生したトラック運転手のストライキが、第2四半期の前年比の数字に有利に働きました。メキシコでは「ネスカフェ」と菓子への高い需要が一桁台半ばの成長をもたらしました。中南米のピュリナ ペットケアは二桁成長を記録しました。

本ゾーンの基礎となる資産ベースでの営業利益率は 40bps 改善しました。プライシング、ポートフォリオマネジメント、組織に関わるコストの削減がこの改善を下支えしました。これらは原材料費の高騰を相殺して余りあるものでした。

ゾーン ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)

- オーガニックグロース 2.4%、実質内部成長率 3.7%、プライシング -1.3%
- 西ヨーロッパは一部マイナスのプライシングに相殺されながらも、力強い実質内部成長率を示しました。
- 中央および東ヨーロッパは一桁台半ばのオーガニックグロースで実質内部成長がけん引しました。プライシングもプラスでした。
- 中東、北アフリカは引き続き一桁台半ばのオーガニックグロースで実質内部成長率、プライシングともにプラスでした。
- 基礎となる資産ベースの営業利益率は 10bps 上昇して 18.8%でした。

	売上 2019年 1-6月	売上 2018年 1-6月	実質 内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロース	基礎となる 資産ベース での営業利益 2019年1-6月	基礎となる 資産ベース での営業利益 2018年1-6月	利益率 2019年 1-6月	利益率 2018年 1-6月
ゾーン EMENA	92億 スイスフラン	93億 スイスフラン	3.7%	-1.3%	2.4%	17億 スイスフラン	17億 スイスフラン	18.8%	18.7%

オーガニックグロースは 2.4%で、3.7%という力強い実質内部成長が支えました。西ヨーロッパのほとんどの市場で食品・小売り分野のデフレ傾向が続いており、プライシングは 1.3%下落しました。買収・売却は売上を 0.1%押し下げ、為替変動はマイナス 3.1%の影響を与えました。本ゾーンの報告ベースの売上は 0.8%減の 92 億スイスフランでした。

ゾーン EMENA は、特に第2四半期、西ヨーロッパ、東ヨーロッパの好業績により力強い実質内部成長率を記録

しました。プライシングは主に西ヨーロッパで続くデフレ環境のため引き続きマイナスでした。ゾーン全体では、主にピュリナ ペットケアと乳児用栄養のカテゴリーが成長に貢献しました。ペットケアでは、特に *Felix*、「ピュリナワン」、そして *Tails.com* が成長の基盤となりました。コーヒーは上半期、若干のマイナスでしたが、第 2 四半期にはプラス成長に回復しました。菓子は「キットカット」が二桁成長を示して調子が上向いています。ベジタリアン製品は西ヨーロッパで力強い二桁成長を示しました。第 2 四半期、植物性の *Garden Gourmet Incredible Burger* が 9 市場で新発売されました。

本ゾーンの基礎となる資産ベースでの営業利益率は、組織に関わるコストの削減と有利な事業ミックスが奏功して 10bps 改善しました。マーケティングと営業投資は、イノベーションとブランド育成を支えるために増加しました。

アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA)

- オーガニックグロース 3.3%、実質内部成長率 2.5%、プライシング 0.8%
- 中国は実質内部成長率、プライシングともにプラスで一桁前半のオーガニックグロースでした。
- 東南アジアは好調な実質内部成長とプラスのプライシングで一桁半ばのオーガニックグロースでした。
- 南アジアは一桁前半のオーガニックグロースで、実質内部成長率とプライシングはともにプラスでした。
- サハラ以南アフリカは実質内部成長率とプライシングのバランスがとれた形で、一桁半ばのオーガニックグロースでした。
- 日本とオセアニアはプラスのオーガニックグロースを達成。プライシングはマイナスでしたが、実質内部成長率が堅調でした。
- 基礎となる資産ベースでの営業利益率は 40bps 増の 23.1%でした。

	売上 2019年 1-6月	売上 2018年 1-6月	実質 内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロース	基礎となる 資産ベース での営業利益 2019年1-6月	基礎となる 資産ベース での営業利益 2018年1-6月	利益率 2019年 1-6月	利益率 2018年 1-6月
ゾーン AOA	107億 スイスフラン	106億 スイスフラン	2.5%	0.8%	3.3%	25億 スイスフラン	24億 スイスフラン	23.1%	22.7%

オーガニックグロースは 3.3%で、内訳は実質内部成長率が 2.5%、プライシング 0.8%でした。買収・売却は売上にマイナス 0.1%の影響を与え、為替変動は 2.3%売上を押し下げました。本ゾーンの報告ベースの売上は 0.9%増の 107 億スイスフランでした。

ゾーン AOA は上半期、パキスタンでの厳しい事業環境による売上の減少にもかかわらず堅実な成長を見せました。中国はいくつかのカテゴリーの成長は軟調でしたが、食品とアイスクリームが順調に成長しました。東南アジアは、*Bear Brand*、「ネスカフェ」液体コーヒー、液体「ミロ」が主導したインドネシアとベトナムがそれぞれ二桁成長で貢献、高成長となりました。南アジアは、パキスタンを除いて、一桁後半の成長を達成し、*NAM*、「マギー」、「キットカット」が特に高い伸びを見せました。サハラ以南アフリカは一桁半ばの成長を維持しました。

日本とオセアニアは第2四半期に実質内部成長の勢いが増したことによりプラス成長に回帰しました。

ピュリナ ペットケアは二桁成長を示し、乳児用栄養は広範囲で一桁台半ばの成長を達成しました。コーヒーでは、スターバックス製品が新発売された市場(日本、韓国、香港、台湾)で強い需要がありました。

本ゾーンの基礎となる資産ベースでの営業利益率は、プライシング、組織に関わるコストの削減、有利な事業ミックスにより 40bps 改善しました。マーケティング投資はイノベーションとブランド育成を支えるため増大しました。

ネスレ ウォーターズ

- オーガニックグロス 1.4%、実質内部成長率 -3.3%、プライシング 4.7%
- 北米のオーガニックグロスはプラスでした。力強いプライシングは一部マイナスの実質内部成長率に相殺されました。
- ヨーロッパはマイナスのオーガニックグロスでした。わずかにプラスのプライシングはマイナスの実質内部成長率に完全に相殺されました。
- 新興国市場は力強いプライシングとプラスの実質内部成長率で一桁台後半のオーガニックグロスとなりました。
- 基礎となる資産ベースの営業利益率は 180bps 増の 11.8%でした。

	売上 2019年 1-6月	売上 2018年 1-6月	実質 内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロス	基礎となる 資産ベース での営業利益 2019年1-6月	基礎となる 資産ベース での営業利益 2018年1-6月	利益率 2019年 1-6月	利益率 2018年 1-6月
ネスレ ウォーターズ	40億 スイスフラン	40億 スイスフラン	-3.3%	4.7%	1.4%	5億 スイスフラン	4億 スイスフラン	11.8%	10.0%

上半期のオーガニックグロスは 1.4%でした。実質内部成長率は米国での値上げとヨーロッパでの成長の鈍化を受けて 3.3%下落しました。プライシングは 4.7%増でした。買収・売却は売上を 0.2%減少させ、為替変動は売上を 0.3%押し下げました。ネスレ ウォーターズの報告ベースの売上は 0.9%増の 40 億スイスフランでした。

北米の成長は、パッケージング、流通コストの大幅な上昇を受けて実施した 2018 年の値上げに支えられました。プレミアムブランドの「サンペレグリノ」、「ペリエ」、「アクアパンナ」は、*S.Pellegrino Essenza* や *Perrier & Juice* といったイノベーションの成功に支えられ、一桁台後半の成長を遂げました。*ReadyRefresh* 直販ビジネスは新たなオンラインのプラットフォームと計画実行の改善により一桁台半ばの成長を見せました。*Poland Spring* もプラス成長で貢献しました。新製品には、再生利用パッケージングを 100%使用したプレミアムウォーター *Poland Spring ORIGIN* などがあります。*Nestlé Pure Life* は、手ごろな価格帯における価格競争のため、マイナス成長となりました。

ヨーロッパでの売上は前年から減少しました。特に北ヨーロッパにおける天候不順により、第 2 四半期に成長が失速しました。新興国市場はアジア、トルコ、エジプトに勢いがあり、一桁台後半の成長を示しました。Nestlé Pure Life はスパークリング、フレーバーを加えた新製品を発売したことで、新興国市場での成長に大きく貢献しました。

基礎となる資産ベースでの営業利益率は 180bps 向上しました。この改善はプライシングの上昇と組織に関わるコストの削減によるものです。PET パッケージングのコスト上昇とマーケティング投資の増大を補う以上の効果をもたらしました。

その他の事業

- オーガニックグロス 7.4%、実質内部成長率 6.7%、プライシング 0.7%
- ネスプレッツォは南北アメリカがとりわけ好調で一桁台半ばの成長を達成しました。
- ネスレ ヘルスサイエンスは実質内部成長が主導して一桁台半ばのオーガニックグロスを維持しました。
- ネスレ スキンヘルスは実質内部成長に勢いがあり、二桁のオーガニックグロスを記録しました。
- 基礎となる資産ベースの営業利益率は 320bps 上昇して 19.6%でした。

	売上 2019年 1-6月	売上 2018年 1-6月	実質 内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロス	基礎となる 資産ベース での営業利益 2019年1-6月	基礎となる 資産ベース での営業利益 2018年1-6月	利益率 2019年 1-6月	利益率 2018年 1-6月
その他の 事業	58億 スイスフラン	59億 スイスフラン	6.7%	0.7%	7.4%	11億 スイスフラン	10億 スイスフラン	19.6%	16.4%

7.4%のオーガニックグロスは 6.7%という強力な実質内部成長が主導し、プライシングも 0.7%寄与しました。買収・売却は売上を 6.5%減少させましたが、Gerber 生命保険の売却が Atrium Innovations の買収効果を相殺する以上の規模だったためです。為替変動は売上にマイナス 1.4%の影響がありました。その他の事業の報告ベースの売上は 0.5%減の 58 億スイスフランでした。

ネスプレッツォは一桁台半ばのオーガニックグロスを維持しました。北米と新興国市場は二桁成長でした。ヨーロッパは Vertuo システムと「リミテッドエディション」に対する高い需要に支えられプラス成長でした。

ネスレ ヘルスサイエンスはメディカルニュートリションの販売の高い伸びと新興国市場での販売地域の拡大により一桁台半ばの成長を果たしました。最近発売された、THC(テトラヒドロカンナビノール)を含まない、non-GMO(遺伝子組み換えでない)認証の Dr. Formulatedの CBD(カンナビジオール)製品に対する大きな需要など、イノベーションが成長にさらなる勢いをもたらしました。ネスレ スキンヘルスは第 1、第 2 四半期の双方で二桁成長を記録しました。

社会をより良くする力としてのネスレ事業

ネスレの事業活動の根本を成すのが、共通価値の創造です。ネスレは株主の皆さまと社会の双方に価値を創造することが、企業としての長期的な成功につながると考えています。この会社全体に浸透した考え方はネスレヘルスサイエンスにおいてもよく示されています。

栄養の科学をリード：ネスレヘルスサイエンスは科学に基づいたメディカルニュートリション、コンシューマーヘルス、そしてサプリメントのブランドを幅広く提供しています。毎年10億以上の栄養に基づく健康ソリューションを消費者、患者、そして医療従事者に向けてお届けしています。ネスレヘルスサイエンスは健康的な加齢、生活習慣病予防、アレルギー、子供の健康といった分野で、健康管理を再定義することに取り組んでいます。

がん患者に栄養とウェルネスの観点からのサポートを提供：がんは、ネスレヘルスサイエンスが意味ある貢献ができる一分野です。科学の発展によりがん罹患後の生存率は上がっています。しかしながら、80%近くのがん患者はがんと闘う間に体重の減少や低栄養を経験します。これは回復の遅れや治療の効果が十分に上がらない状況につながります。ネスレヘルスサイエンスはこの課題に向き合い、世界で40万人のがん患者に栄養面で支援を行っています。医療従事者の助言に基づき、複数のパートナーとの協働で、ネスレヘルスサイエンスはCOPESTM（個々のがん患者に合わせた食事と心のサポート）のデジタルプラットフォームを開発、栄養とウェルネス面で支援を行っています。COPESTMは4月、米国でがん患者の参画を得てスタート、今後さらなる拡大を目指しています。医師が監修するこのプラットフォームは、ただ単に製品（栄養補助食品）を提案するだけではない、栄養とウェルネスの包括的なソリューションを提供することで、がん患者の潜在的なニーズに応えるユニークな取り組みです。このプラットフォームには以下のメリットがあります。

- **患者**は、個々の栄養とウェルネスに関するニーズを充足させるため、知識を得て積極的に関わります。がんの専門資格を持つ栄養のスペシャリストが、1対1のカウンセリングや症状に合わせたレシピや食事計画で患者を支援します。
- **医療従事者**は、デジタルツールを活用し、クリニック外でも継続的に患者のケアを行います。これにより個々の患者の症状や副作用に応じた対応が可能となります。
- **医療保険会社、加入者**は、治療への積極参加と継続、入院期間の短縮、患者の生活の質の向上といった健康状態の改善という恩恵を得ることができます。

次世代の栄養補助製品とサービス開発のパイオニア：ネスレヘルスサイエンスにとって、効果的ながん患者ケアとは患者が必要とする時に、製品や効果的で協働的なソリューションを提供するだけにとどまりません。COPESTMはこの協働を深めます。これは、より効果的でコスト効率の良い次世代の栄養補助製品、サービスへ発展していくために極めて重要です。

監査 年次株主総会での取締役会の提案

監査委員会の監督のもと、総合的な入札手順の通り、取締役会は次の年次株主総会において2020年会計年度の主たる監査人としてEYの任命を提案することを決定しました。

2019 年見通し

2019 年通年の見通しを再確認します。オーガニックグロースは約 3.5%、通年の基礎となる資産ベースでの営業利益率は 17.5%以上を見込んでいます。基礎となる資産ベースでの一株当たり利益は為替変動を除いた実質ベースで改善、資本効率もまた改善の見通しです

【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:	Christoph Meier	Tel.: +41 21 924 2200
投資家の皆様	担当:	Luca Borlini	Tel.: +41 21 924 3820

添付資料

2019年上半期 売上と基礎となる資産ベースでの営業利益(UTOP) 事業区分別

	グループ 事業合計	ゾーン AMS	ゾーン EMENA	ゾーン AOA	ネスレ ウォータース	その他の事業
売上2019年1-6月 (100万スイスフラン)	45 456	15 666	9 231	10 725	4 003	5 831
売上2018年1-6月 (100万スイスフラン)	43 920	14 153	9 303	10 634	3 967	5 863
実質内部成長率 (RIG)	2.6%	2.0%	3.7%	2.5%	-3.3%	6.7%
プライシング	1.0%	1.9%	-1.3%	0.8%	4.7%	0.7%
オーガニックグロース	3.6%	3.9%	2.4%	3.3%	1.4%	7.4%
買収・売却	1.1%	6.4%	-0.1%	-0.1%	-0.2%	-6.5%
為替変動	-1.2%	0.5%	-3.1%	-2.3%	-0.3%	-1.4%
売上伸長率	3.5%	10.8%	-0.8%	0.9%	0.9%	-0.5%
基礎となる資産ベースでの営業利益 2019年1-6月 (100万スイスフラン)	7 773	3 009	1 733	2 482	472	1 144
基礎となる資産ベースでの営業利益 2018年1-6月 (100万スイスフラン)*	7 063	2 667	1 738	2 419	398	960
基礎となる資産ベースでの営業利益率 2019年1-6月	17.1%	19.2%	18.8%	23.1%	11.8%	19.6%
基礎となる資産ベースでの営業利益率 2018年1-6月*	16.1%	18.8%	18.7%	22.7%	10.0%	16.4%

2019 年上半期 売上と基礎となる資産ベースでの営業利益(UTOP) 製品別

	グループ 事業合計	粉末・ 液体飲料	ウォーター	乳製品・ アイス クリーム	ニュートリション・ ヘルスサイエンス	調理済み 食品・調理用 食品	菓子	ペットケア
売上 2019年1-6月 (100万スイスフラン)	45 456	11 367	3 786	6 539	7 822	5 938	3 450	6 554
売上 2018年1-6月 (100万スイスフラン) *	43 920	10 265	3 729	6 385	7 912	5 819	3 634	6 176
実質内部成長率(RIG)	2.6%	2.2%	-3.0%	1.4%	5.2%	2.6%	3.3%	4.2%
プライシング	1.0%	0.5%	5.0%	1.6%	0.7%	-0.2%	-0.8%	1.9%
オーガニックグロース	3.6%	2.7%	2.0%	3.0%	5.9%	2.4%	2.5%	6.1%
基礎となる資産ベースでの 営業利益 2019年1-6月 (100万スイスフラン)	7 773	2 619	433	1 236	1 800	1 025	408	1 319
基礎となる資産ベースでの 営業利益 2018年1-6月 (100万スイスフラン) *	7 063	2 385	352	1 121	1 589	1 002	443	1 290
基礎となる資産ベースでの 営業利益率 2019年1-6月	17.1%	23.0%	11.4%	18.9%	23.0%	17.3%	11.8%	20.1%
基礎となる資産ベースでの 営業利益率 2017年1-6月*	16.1%	23.2%	9.4%	17.6%	20.1%	17.2%	12.2%	20.9%

* 2018 年の数字は、一部のマーケティングおよび事務管理費用の未配分項目から各事業部門への振り替えを反映させるため、修正しています。これは各ゾーンとグローバル管理の事業によるセンターの諸経費の使用をより正しく反映させるための処理です。