

プレスリリース

2020年2月13日、ヴェヴェー発



ネスレ S.A. 2019 年の業績を発表

- オーガニックグロースは 3.5%、内訳は実質内部成長率(RIG)が 2.9%とプライシングが 0.6%。米国とピュリナ ペットケアが世界的に好調で成長を下支え。
- 売上は 1.2%増の 926 億スイスフラン(2018 年は 914 億スイスフラン)。事業買収と売却の相殺で 0.8%、為替変動は 1.5%、それぞれ売上にマイナスの影響。
- 会社の中期計画より 1 年早く、ネスレは 2020 年の利益率目標域に到達。基礎となる資産ベースでの営業利益(UTOP)率は 60 ベースポイント(以下 bps)上昇の 17.6%。営業利益(TOP)率は組織再編関連費用の上昇を反映して 30bps 下落の 14.8%。
- 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 11.1%増、報告ベースでは 9.8%増の 4.41 スイスフラン。報告ベースの一株当たり利益は 28.0%増の 4.30 スイスフラン。
- フリーキャッシュフローは 10.9%増の 119 億スイスフラン。
- 取締役会是一株あたりの配当を 25 サンチーム引き上げ、2.70 スイスフランとすることを提案。配当の増額は 25 年連続。2019 年は、配当と株式買戻しを通じて総額 169 億スイスフランを株主に還元。2019 年末、ネスレは 2017 年 7 月に開始した 200 億スイスフラン規模の株式買戻しプログラムを完了。2020 年 1 月に最大 200 億スイスフランの新たな株式買戻しプログラムを開始。
- ネスレ スキンヘルスを 2019 年に売却し、米国のアイスクリーム事業を 40 億米ドルで Froneri に売却すると発表(取引処理は 2020 年 1 月 31 日に完了)。ネスレはまた Herta 食肉加工品事業の 60%を Casa Tarradellas に売却することで合意。過去 3 年間のポートフォリオ転換は 2017 年の総売上の 12%に相当。
- 2020 年見通し: オーガニックグロースは引き続き伸長し、2021/2022 年には持続可能な一桁台半ばの成長率に向けてさらに加速する見通し。基礎となる資産ベースの営業利益率は引き続き向上。為替変動を除いた基礎となる資産ベースでの一株当たり利益と資本効率が高まる見通し。現時点での新型コロナウイルス感染症の財務的な影響の数値化は時期尚早。

ネスレ S.A. CEO マーク・シュナイダーのコメント:

「経営と財務の主な指標が 2 年連続で大幅に改善して、2019 年は力強い前進の年となりました。米国の好調と世界的なピュリナ ペットケアの勢いに支えられ、オーガニックグロースは加速しました。利益率も前年に続いて改善し、計画より一年早く私たちの目標域に達しました。キャッシュフローは好調で、基礎となる資産ベースでの一株当たりの利益と株主への還元は過去最高レベルに到達しました。低業績の事業については断固として対処し、2020 年も引き続きオーガニックグロースの拡大を見込んでいます。

2019年にはポートフォリオの転換において大きな進展がありました。有言実行以上のことを成し遂げました。しかしまだ終わりではありません。より高い成長に向けたポートフォリオとするため、業界の急速な変化と常に移り変わる消費者の嗜好に対応していきます。

ネスレは引き続き、迅速なイノベーションに注力していきます。プレミアムなスターバックス製品発売の大成功はその一例です。製品の市場への導入のスピードと消費者からの高評価をうれしく思っています。私たちの新たな植物由来の食品飲料製品群の急速な販売拡大が示したように、ネスレはスピードの必要性を十分理解しています。ネスレは絶対欲しくなる製品をより早く市場に届けていきます。

株主の皆さまは、激動の時であっても、信頼でき、持続可能でしかも増加するキャッシュリターンを目の当たりにされています。鍵となるのはネスレの持続可能な配当の実践です。本年度で25年連続となる配当の増額を株主の皆さまに提案できることを誇りに思っています。

私たちが直面する重要な環境問題を解決する上で、企業に対しての社会の期待がますます高まる中、ネスレはサステナビリティにおいてリーダーシップを執ることを再確認しました。加えて、ネスレはその職場を今まで以上に多様化し、互いに認め合い共生する取り組みを大きく推し進めました。育児休暇の拡充などの新しい取り組みで、世界中でネスレの“選ばれる雇用主”としての地位を固めていきます。

過去数週間、新型コロナウイルス感染症拡大によって、中国のネスレのチームは並外れた努力を必要とされています。ネスレは、従業員とご家族の皆さんの安全確保に注力し、すべての事業所のために安全対策を講じています。ネスレが持つ長年の現場経験と専門知識を活かして、さらなる感染拡大阻止のため対策を進める中国の当局と密接に協力しています。ネスレが真っ先に考えることは、この世界的な健康に関わる緊急事態の影響を直接受けている方々のことです。中国の人々との連帯のもと、ネスレは、特に社会的に最も弱い立場にある幼い子どもや高齢者が栄養価の高い食品飲料を幅広く入手できるように努めています。中国、台湾、香港等を含む中華圏はネスレの総売上の8%を占める世界第2位の市場です。現時点で新型コロナウイルス感染症の財務的な影響を数値化するのには時期尚早です。」

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 (100万スイスフラン)	92 568	33 154	18 834	21 602	7 821	11 157
売上2018年 (100万スイスフラン)	91 439	30 975	18 932	21 331	7 878	12 323
実質内部成長率 (RIG)	2.9%	2.6%	4.2%	2.5%	-1.9%	5.8%
プライシング	0.6%	1.3%	-1.5%	0.7%	2.1%	0.6%
オーガニックグロース	3.5%	3.9%	2.7%	3.2%	0.2%	6.4%
買収・売却	-0.8%	3.5%	-0.2%	-0.1%	-0.1%	-14.1%
為替変動	-1.5%	-0.4%	-3.0%	-1.8%	-0.9%	-1.7%
売上伸長率	1.2%	7.0%	-0.5%	1.3%	-0.8%	-9.4%
基礎となる資産ベースの 営業利益率2019年	17.6%	21.1%	18.9%	22.7%	11.8%	18.7%
基礎となる資産ベースの 営業利益率2018年	17.0%	21.0%	18.7%	22.7%	11.0%	16.5%

* 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。

グループ全体の売上

2019 年のオーガニックグロースは 3.5%で私たちの見通しに完全に沿ったものとなりました。実質内部成長率は通年で 2.9%へと加速し、過去 6 年間で最高のレベルとなりました。特に成長を後押ししたのがイノベーションとポートフォリオ管理です。プライシングは 0.6%の貢献で、第 4 四半期にはプラスに転じました。

対前年のオーガニックグロースの伸びは米国とブラジルの高成長、そして勢いが改善した西ヨーロッパが支えました。ゾーン AOA は、中国とパキスタンのいくつかのカテゴリーの軟調にもかかわらず堅調な成長を示しました。オーガニックグロースは先進国市場で 2.6%に伸長、新興国市場は 4.7%と大きな変化はありませんでした。

すべての製品カテゴリーがプラスのオーガニックグロースでした。最大の貢献があったのはピュリナ ペットケアとそのプレミアムブランドである「ピュリナ プロプラン」と「ピュリナ ワン」でした。コーヒーも好調で、今や 40 カ国以上で発売となったスターバックス製品への高い需要が支えました。2019 年、スターバックス製品は合計で 3 億スイスフラン以上の売上を記録しました。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と Atrium 製品が好調で売上をかなり伸ばしました。ウォーターは主流分野での価格圧力とヨーロッパでの需要の弱さを反映して低調でした。Sweet Earth Awesome Burger と Garden Gourmet Incredible Burger などのベジタリアン向け、植物由来食品は力強い二桁成長を見せ、売上は 2 億スイスフラン近くに達しました。

買収・売却は 0.8%のマイナス要因となりましたが、これは主にネスレ スキンヘルスと Gerber 生命保険の売却に関連するものでした。為替変動は売上を 1.5%押し下げました。報告ベースの総売上は 1.2%増の 926 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 4.8%増の 163 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の影響を除いた報告ベースで 60bps 増の 17.6%となりました。

利益率の向上は、原材料費高騰を上回る以上の構造コスト削減、ポートフォリオ管理、プライシング、そして製品ミックスの改善が支えました。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 3.4%増加しました。

組織再編費用とその他費用は、主に Yinlu 事業に関わる資産の減損の増加を反映して 8 億 5,400 万スイスフラン増加し、26 億スイスフランとなりました。結果として営業利益は 0.8%減の 137 億スイスフランとなり、営業利益率は報告ベースで 30bps 減の 14.8%でした。

正味財務費用と所得税

正味財務費用は主に年間の平均純負債の増加を反映して 33.5%増の 10 億スイスフランでした。

グループの税率はネスレ スキンヘルスの売却を含む例外的な要素により 550bps 下落して 21.0%でした。基礎となる資産ベースでの税率は主に地域と事業構成の変化により 220bps 下落の 21.6%となりました。

純利益と一株当たりの利益

純利益は 24.4%増の 126 億スイスフラン、一株当たりの利益は 28.0%増の 4.30 スイスフランでした。純利益はネスレ スキンヘルス売却の恩恵を受けました。

基礎となる資産ベースの一株当たりの利益は為替変動の影響を除いた実質ベースで 11.1%増、報告ベースで 9.8%増の 4.41 スイスフランでした。この上昇は主に業績の改善の結果によるものでした。ネスレの株式買戻しプログラムは財務費用を差し引いて、基礎となる資産ベースの一株当たりの利益に 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 10.9%増えて 119 億スイスフランとなりました。この増加はより好調な業績と資本規律の強化によるものです。キャッシュフローは売上の 12%程度を維持し、運転資本はゼロに近づいています。

配当

2020 年 4 月 23 日の年次株主総会において、取締役会は一株当たり 25 サンチーム増の 2.70 スイスフランの配当を提案する予定です。承認されれば 25 年連続の増配となります。ネスレは過去 60 年以上にわたってスイ

スフランでの配当を維持、あるいは増配しています。ネスレはスイスフランによる毎年の増配を長年実施継続しています。

配当受領権のある最終取引日は 2020 年 4 月 24 日です。正味配当金は 2020 年 4 月 29 日から支払われません。

2020 年 4 月 16 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せん。

株式買戻しプログラム

2019 年、グループは 97 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 12 月 30 日に、ネスレは 2017 年 7 月に一株当たり平均 88.82 スイスフランの価格で開始した 200 億スイスフランのネスレ株式買戻しプログラムを完了しました。同日、ネスレは最高 200 億スイスフラン規模の新たな株式買戻しプログラムを開始すると発表しました。2020 年 1 月 3 日に開始した本プログラムによる買戻しは 3 年間以上にわたると見込んでいます。この期間に特別な配当の支払いや大規模な買収案件が生じた場合は株式買戻しの金額を下方調整します。

純負債

純負債は 2019 年 12 月 31 日の時点で 271 億スイスフランと、2018 年末時点の 303 億スイスフランから減少しました。この純負債の減少は主として、力強いフリーキャッシュフローの創出と、主にネスレ スキンヘルスの売却がもたらした買収・売却からのキャッシュの流入を反映したものです。これは配当と株式買戻しにより株主に還元した 169 億スイスフランを相殺して余りある規模でした。

投下資本利益率

グループの投下資本利益率は 20bps 上昇して 12.3%でした。この改善は業績の改善と規律ある資本配分の結果としてもたらされました。投下資本利益率は今後の中規模の買収の影響を含めて、将来的には 15%に向かっていくでしょう。

ポートフォリオ管理

2019 年、ネスレが行った買収・売却の取引総額は約 104 億スイスフランに上りました。最も大きな影響を与えた取引は 102 億スイスフランでのネスレ スキンヘルスの売却でした。

2019 年 12 月、米国のアイスクリーム事業を Froneri と PAI Partners とのアイスクリームの合弁事業に 40 億米ドルで売却することで合意に達しました。取引処理は 2020 年 1 月 31 日に完了しました。

ネスレはまた Herta 食肉加工品事業の 60%の株式を Casa Tarradellas に売却し、出資比率 Casa Tarradellas 60%、ネスレ 40%で新たな Herta の合弁企業を創設することで合意しました。本事業の価値は全体で 6 億 9,000 万ユーロとされています。クロージングは 2020 年上半期中に完了する見通しです。

戦略の進展

2019年5月、ネスレは米国のピザとアイスクリーム事業に関して小売店への直送から倉庫使用の配送モデルへ切り替えると発表しました。この切り替えは予定を6カ月前倒して2019年末に成功裏に完了しました。

2019年10月、ネスレはウォーターズ事業を2020年1月1日付でグループの地域別の3ゾーンに組み入れることを発表しました。これによりネスレが持つ現地の専門知識を活用し、急速に移り変わる消費者の嗜好によりよく対応し、相乗効果を上げることができます。ネスレはさらに踏み込んで、ウォーターズ事業の利益ある成長促進のため、当該事業の低迷分野については対策を講じます。

ゾーン 南北アメリカ(AMS)

- オーガニックグロス 3.9%、実質内部成長率 2.6%、プライシング 1.3%
- 北米は実質内部成長率、プライシングともにプラスでオーガニックグロスは一桁台半ばでした。
- 中南米は実質内部成長率、プライシングともにプラスで一桁台半ば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での営業利益率は10bps増の21.1%でした。

	売上 2019年	売上 2018年	実質内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロス	UTOP 2019年	UTOP 2018年	営業利益率 2019年	営業利益率 2018年
ゾーン	332億	310億	2.6%	1.3%	3.9%	70億	65億	21.1%	21.0%
AMS	スイスフラン	スイスフラン				スイスフラン	スイスフラン		

UTOP：基礎となる資産ベースの営業利益

2.6%に上昇した実質内部成長率に支えられ、オーガニックグロスは3.9%に上昇しました。プライシングは北米、中南米、双方からのプラスの貢献で1.3%に改善しました。買収・売却は主にスターバックスのライセンス取得に関わるもので、売上を3.5%押し上げました。為替変動は0.4%のマイナス要因でした。ゾーンAMSの報告ベースの売上は7.0%増の332億スイスフランでした。

北米は一桁台半ばのペースで成長しました。実質内部成長率は過去10年間で最高のレベルに達しました。これは、成功を収めたイノベーションのパイプラインと複数のカテゴリーでのプレミアム製品への高い需要を反映したものです。オーガニックグロスに最も貢献したのは、ピュリナ ペットケアと飲料カテゴリーでした。ピュリナ ペットケアはeコマース、「ピュリナ プロプラン」、「ピュリナ ワン」などのプレミアム製品、そして獣医向け製品の売上が大きく伸びました。Tidy Cats 猫用トイレ用品は二桁成長でした。飲料カテゴリーはスターバックス、Coffee mate、そして「ネスカフェ」製品の需要が高く一桁台後半の成長でした。Gerber ベビーフードはオーガニック製品とヘルシーなおやつでのイノベーションが奏功してプラス成長へと転じました。米国のピザとアイスクリーム事業の小売店への直送から倉庫使用の配送モデルへの切り替えは予定より早く成功裏に完了しました。アイスクリームは Häagen-Dazs、Outshine、Drumstick の新製品発売に支えられ好調でした。冷凍食品はピザ、Hot Pockets そして Stouffer's が健闘して一桁台前半の成長率でした。

中南米はすべてのカテゴリーが幅広くプラス貢献をし、一桁台半ばの成長でした。ブラジルは乳製品、乳児用栄養製品、「キットカット」、「ネスカフェ」の好調により一桁台半ばの成長を示しました。メキシコは「ネスカフェ」の需要が引き続き高く、一桁台半ばの成長でした。チリは第4四半期に事業環境が厳しくなったため売上を落としました。中南米はピュリナ ペットケアで二桁成長、乳製品とコーヒーで一桁台半ばの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 10bps 向上しました。プライシングと構造コスト削減が原材料費高騰と一過性の配送モデル変更コストを埋め合わせる以上の効果をもたらしました。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援するため増加しました。

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 2.7%、実質内部成長率 4.2%、プライシング-1.5%
- 西ヨーロッパは高い実質内部成長率を記録し、オーガニックグロースはプラスでした。プライシングはマイナスでした。
- 中央および東ヨーロッパは実質内部成長が好調で一桁台半ばのオーガニックグロースを維持しました。プライシングはわずかながらマイナスでした。
- 中東、北アフリカは好調な実質内部成長と前年から横ばいのプライシングで一桁台半ばのオーガニックグロースとなりました。
- 基礎となる資産ベースでの営業利益率は 20bps 上昇し 18.9%でした。

	売上 2019年	売上 2018年	実質内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロース	UTOP 2019年	UTOP 2018年	営業利益率 2019年	営業利益率 2018年
ゾーン EMENA	188億 スイスフラン	189億 スイスフラン	4.2%	-1.5%	2.7%	36億 スイスフラン	35億 スイスフラン	18.9%	18.7%

UTOP：基礎となる資産ベースの営業利益

オーガニックグロースは 2.7%で、数量と製品ミックス双方が貢献した 4.2%という高い実質内部成長率に支えられました。実質内部成長率は主にコーヒーの価格に起因したマイナス 1.5%のプライシングを補って余りあるものでした。買収・売却は 0.2%、為替変動は 3.0%それぞれ売上を減少させました。ゾーン EMENA の報告ベースの売上は 0.5%減の 188 億スイスフランでした。

ゾーン EMENA は過去 5 年間で最高の実質内部成長率を記録しました。低成長環境において、ネスレはカテゴリーと地域で幅広くマーケットシェアを伸ばしました。ゾーン内の各地域がプラスのオーガニックグロースでしたが、特に西ヨーロッパと東ヨーロッパ、とりわけロシアが加速しました。カテゴリーとして成長に最も貢献したのは「フィリックス」、「ピュリナ ワン」、*Tails.com* が好調だったピュリナ ペットケアでした。乳児用栄養製品は東ヨーロッパと中東・北アフリカが高成長で一桁台半ばの成長を遂げました。イノベーション、特に HMOs(ヒトミルクオリゴ糖)が成長に貢献しました。コーヒーはスターバックス製品が 28 カ国で発売となったことが追い風となり、一桁

台半ばの実質内部成長率でプラス成長を記録しました。菓子は「キットカット」の高成長で勢いを維持しました。ベジタリアン向け、植物由来の食品は *Garden Gourmet* シリーズが *Incredible Burger* や *Incredible Mince* といった新製品投入で拡販が進み、二桁成長となりました。

本ゾーンの基礎となる資産ベースでの営業利益率は 20bps 上昇しました。この改善は構造コスト削減、オペレーションの効率化、および製品ミックスによって支えられました。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援するため増加しました。

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 3.2%、実質内部成長率 2.5%、プライシング 0.7%
- 中国は実質内部成長はありませんでしたが、プライシングがプラスでわずかながらもプラスのオーガニックグロースでした。
- 東南アジアと南アジアは好調な実質内部成長率とプラスのプライシングで一桁台半ばのオーガニックグロースでした。
- サハラ以南アフリカは力強い実質内部成長とプラスのプライシングで一桁台後半のオーガニックグロースを達成しました。
- 日本とオセアニアはマイナスのプライシングを補って余りある好調な実質内部成長率により一桁台前半のオーガニックグロースでした。
- 基礎となる資産ベースでの営業利益率は前年から変わらず 22.7%でした。

	売上 2019年	売上 2018年	実質内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロース	UTOP 2019年	UTOP 2018年	営業利益率 2019年	営業利益率 2018年
ゾーン	216億	213億	2.5%	0.7%	3.2%	49億	48億	22.7%	22.7%
AOA	スイスフラン	スイスフラン				スイスフラン	スイスフラン		

UTOP：基礎となる資産ベースの営業利益

オーガニックグロースは 3.2%で、内訳は実質内部成長率 2.5%とプライシング 0.7%でした。買収・売却の影響はわずかにマイナス 0.1%でした。為替変動は売上を 1.8%押し下げました。ゾーン AOA の報告ベースの売上は 1.3%増の 216 億スイスフランでした。

中国の勢いが鈍化し、パキスタンでは厳しい事業環境により売上が減少しましたが、ゾーン AOA の成長は堅調でした。

中国は第4四半期には春節の時機が有利に働き、若干のプラス成長となりました。食品、コーヒー、アイスクリームは好調でした。中国の乳児用栄養製品は *illumina* の力強い勢いが S-26 シリーズの不振でほとんど相殺され、わずかなプラス成長に減速しました。*Yinlu* のピーナッツミルクと粥の販売は下落が続きました。

東南アジアはインドネシアとベトナムに勢いがあり、堅調な成長を見せました。*Bear Brand*、「ミロ」液体飲料、「ネスカフェ」は二桁成長でした。南アジアはインドが高成長でけん引し、一桁台半ばの成長率でした。「マギー」、*NAN*、「ネスカフェ」がイノベーションと流通の拡大により好調でした。サハラ以南アフリカは乳児用栄養製品、「マギー」、「ネスカフェ」に支えられ、一桁台半ばの成長率へと加速しました。日本とオセアニアはピュリナ ペットケア製品と新発売のスターバックス製品への需要が高く、一桁台前半の成長を維持しました。

本ゾーンの成長に製品カテゴリーとして貢献が大きかったのは食品、乳児用栄養製品、そしてピュリナ ペットケアでした。乳児用栄養製品は中国の S-26 シリーズを除いてすべてのマーケットで勢いがあり、一桁台半ばの成長率を維持しました。

本ゾーンの基礎となる資産ベースでの営業利益率は前年並みでした。構造コスト削減、プライシング、そして有利な製品ミックスが原材料費高騰によるコスト高を吸収しました。マーケティングへの投資はイノベーションとブランド育成を支援するため増加しました。

ネスレ ウォーターズ

- オーガニックグロス 0.2%、実質内部成長 -1.9%、プライシング 2.1%
- 北米はわずかながらプラスのオーガニックグロスでした。プライシングはプラスでしたがマイナスの実質内部成長で相殺されました。
- ヨーロッパは主に実質内部成長率の低下によりオーガニックグロスはマイナスでした。プライシングもわずかに下落しました。
- 新興国市場は好調なプライシングとプラスの実質内部成長率で一桁台半ば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での営業利益率は 80bps 上昇して 11.8% でした。

	売上 2019年	売上 2018年	実質内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロス	UTOP 2019年	UTOP 2018年	営業利益率 2019年	営業利益率 2018年
ネスレ ウォーターズ	78億 スイスフラン	79億 スイスフラン	-1.9%	2.1%	0.2%	9億 スイスフラン	9億 スイスフラン	11.8%	11.0%

UTOP：基礎となる資産ベースの営業利益

プライシングが 2.1% 上昇し、実質内部成長率が 1.9% 下落したためオーガニックグロスは 0.2% でした。買収・売却は売上を 0.1% 引き下げ、為替変動も 0.9% のマイナス要因でした。ネスレ ウォーターズの報告ベースの売上は 0.8% 減の 78 億スイスフランでした。

北米のオーガニックグロースは若干のプラスでした。国際プレミアムブランドはスパークリングウォーターの「サンペレグリーノ」と「ペリエ」、非スパークリングウォーターの「アクア パンナ」への需要が高く、二桁成長を遂げました。直販ビジネスの *ReadyRefresh* はプライシングと新たなオンラインのプラットフォームの稼働により一桁台半ばの成長でした。主流セグメント、特にケースパック形態の製品と *Nestlé Pure Life* が引き続き苦戦しました。

ヨーロッパは特に下半期が不調でマイナス成長でした。新興国市場は一桁台半ばの成長を見せました。

2020年1月1日から、ネスレ ウォーターズの経営、報告はグループの3ゾーンに組み込まれた形となります。

基礎となる資産ベースでの営業利益率は80bps増加しました。この改善は構造コスト削減とプライシングによるものです。これらがPET包装の高騰とマーケティング投資の増加を相殺する以上の効果をあげました。

その他の事業

- オーガニックグロース 6.4%、実質内部成長率 5.8%、プライシング 0.6%
- ネスプレッツォは実質内部成長率がけん引して一桁台半ばのオーガニックグロースでした。プライシングはプラスでした。
- ネスレ ヘルスサイエンスは好調な実質内部成長率のみで一桁台後半の成長を示しました。
- ネスレ スキンヘルスは連結対象となる9カ月間は一桁台後半のオーガニックグロースでした。
- その他の事業の基礎となる資産ベースでの営業利益率は220bps増の18.7%でした。

	売上 2019年	売上 2018年	実質内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロース	UTOP 2019年	UTOP 2018年	営業利益率 2019年	営業利益率 2018年
その他 の事業	112億 スイスフラン	123億 スイスフラン	5.8%	0.6%	6.4%	21億 スイスフラン	20億 スイスフラン	18.7%	16.5%

UTOP：基礎となる資産ベースの営業利益

オーガニックグロース6.4%は、力強い実質内部成長率5.8%とプライシング0.6%によるものです。買収・売却はネスレ スキンヘルスの売却により売上を14.1%減少させました。為替変動は1.7%のマイナス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9.4%減の112億スイスフランでした。

ネスプレッツォはすべての地域がプラス成長で一桁台半ばのオーガニックグロースを維持しました。北米は市場の成長よりも高い二桁成長を達成しました。「ヴァーチュオ」システムが引き続き世界的に勢いがあり成長に大きく貢献しました。家庭外の部門も特にフランスと米国で好調でした。

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とコンシューマーケアの *Atrium* 製品の高成長により一桁台後半の成長率でした。これは複数のイノベーションのパイプラインの成功とeコマースでの販売の堅調な伸び

を反映したものです。ネスレ ヘルスサイエンスは 9 月、パーソナライズされたビタミン事業のリーダーである Persona を買収し、個々人に合わせた栄養を提供するパーソナライズドニュートリションの分野に事業を拡大しました。

ネスレ スキンヘルスは連結対象となる 9 月までの 9 カ月間で一桁台後半の成長率を記録しました。

その他の事業の基礎となる資産ベースでの営業利益率は 220bps 向上しました。これはすべての事業での幅広い改善の結果です。

社会をより良くする力としてのネスレ事業：新たなプラスチック経済を形成

食品廃棄を防ぎ、その品質と安全性を確保する上で包装とプラスチックは重要な役割を果たしています。しかしプラスチックごみの環境への流出は大きな環境問題となっています。

ネスレは 2025 年までに包装を 100%リサイクル可能、リユース可能にすることをコミットしています。同期間に、ネスレはバージン(未使用の)プラスチックの使用を 3 分の 1 削減します。他者と協力して循環経済を推進するとともに食品包装用の再生プラスチックの市場を創出し、包装イノベーションを促進することで、これを実現します。

食品包装用の再生プラスチックの市場の創出 私たちの業界にとって、食品と直接接触しても安全な再生プラスチックを作ることは大きな挑戦です。PET 素材については技術的にも経済的にも可能ですが、他のタイプのプラスチックについてはまだそうではありません。ネスレは、食品飲料の直接包装が認可された再生プラスチックへの移行をリードしています。今後 2025 年までに最大 200 万トンの食品包装用の再生プラスチックを調達することをコミットしています。また、同期間にこれらの資材の割増価格を負担するため 15 億スイスフラン以上を割り当てます。この取り組みの収支の均衡を図るため、ネスレはオペレーションの効率化を追求します。

包装イノベーションを促進 2019 年、ネスレは安全、機能的、そして環境に配慮した包装ソリューションの開発を加速するため、パッケージング研究所を開所しました。ネスレは、革新的な包装ソリューションの普及の加速を目指します。再使用、詰め替え可能なシステム、新素材、また簡素化した再生包材など多数の選択肢を検討します。社内での研究を社外での開発で補完するため、ネスレは 2 億 5,000 万スイスフランの持続可能な包装のベンチャーファンドを立ち上げ、革新的なパッケージのソリューションやリサイクル技術に取り組むスタートアップ企業に投資していきます。

これらの取り組みは、ネスレのさらに広範なサステナビリティに関わる課題の一部です。これは、2050 年までに温室効果ガス排出実質ゼロを達成するというネスレの目標に貢献するものです。これらのコミットメントの一環として、また透明性向上のため、ネスレは今後もさらなる取り組みについて説明し、定期的に進捗状況の更新情報を提供します。

取締役会への指名

ネスレは本日 Hanne Jimenez de Mora 氏の取締役会への選任を提案することを発表いたしました(別途プレスリリース参照)。

2020 年の見通し:

オーガニックグロースは引き続いての伸長を見込んでおり、2021/2022 年には持続可能な一桁台半ばの成長率に向けてさらに加速する見通しです。基礎となる資産ベースの営業利益率は引き続き改善の見込み。2020 年の組織再編費用^[1]は 5 億スイスフラン程度となる予定です。為替変動を除いた基礎となる資産ベースでの一株当たり利益と資本効率は高まる見通しです。現時点で新型コロナウイルス感染症の財務的な影響を数値化するのは時期尚早です。

注 1: 固定資産、訴訟費用、有償契約に関わる減損は含みません

添付資料

2019年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 ウォーターズ	その他の事業
売上2019年 (100万スイスフラン)	92 568	33 154	18 834	21 602	7 821	11 157
売上2018年 (100万スイスフラン)	91 439	30 975	18 932	21 331	7 878	12 323
実質内部成長率 (RIG)	2.9%	2.6%	4.2%	2.5%	-1.9%	5.8%
プライシング	0.6%	1.3%	-1.5%	0.7%	2.1%	0.6%
オーガニックグロース	3.5%	3.9%	2.7%	3.2%	0.2%	6.4%
買収・売却	-0.8%	3.5%	-0.2%	-0.1%	-0.1%	-14.1%
為替変動	-1.5%	-0.4%	-3.0%	-1.8%	-0.9%	-1.7%
売上伸長率	1.2%	7.0%	-0.5%	1.3%	-0.8%	-9.4%
基礎となる資産ベースの営業利益 2019年	16 260	6 998	3 567	4 908	922	2 089
基礎となる資産ベースの営業利益 2018年	15 521	6 496	3 545	4 834	865	2 036
基礎となる資産ベースの営業利益率 2019年	17.6%	21.1%	18.9%	22.7%	11.8%	18.7%
基礎となる資産ベースの営業利益率 2018年	17.0%	21.0%	18.7%	22.7%	11.0%	16.5%

2019年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 (100万スイスフラン)	92 568	23 221	7 391	13 268	14 990	12 188	7 888	13 622
売上2018年 (100万スイスフラン)	91 439	21 620	7 409	13 217	16 188	12 065	8 123	12 817
実質内部成長率 (RIG)	2.9%	2.9%	-1.6%	1.7%	4.2%	2.5%	3.2%	5.3%
プライシング	0.6%	-0.1%	2.3%	1.6%	0.7%	0.0%	-1.3%	1.7%
オーガニックグロース	3.5%	2.8%	0.7%	3.3%	4.9%	2.5%	1.9%	7.0%
基礎となる資産ベース の営業利益 2019年	16 260	5 197	846	2 706	3 314	2 170	1 332	2 919
基礎となる資産ベース の営業利益 2018年	15 521	4 879	775	2 506	3 306	2 161	1 391	2 758
基礎となる資産ベース の営業利益率 2019年	17.6%	22.4%	11.4%	20.4%	22.1%	17.8%	16.9%	21.4%
基礎となる資産ベース の営業利益率 2018年	17.0%	22.6%	10.5%	19.0%	20.4%	17.9%	17.1%	21.5%