



ネスレ日本 2020年春 事業戦略発表会

2020年3月10日

ネスレ日本株式会社
代表取締役 社長 兼 CEO
高岡 浩三

2019年 ネスレグループ業績

2019年 ネスレグループの業績

売上

926億スイスフラン
〔約 10兆1600億円〕

日本円表示は
以下レートによる参考額:
2019年通年の平均相場
1スイスフラン=109.72円

オーガニックグロース*1

3.5%

実質内部成長率*2

2.9%

営業利益率

17.6% (+60 bps*3)

*1: 為替変動、買収売却等の影響を除いた売上の対前年同期伸び率

*2: オーガニックグロースから価格変動を除いた数量ベースの伸び率

*3: 基礎となる資産ベースの営業利益率

*4: 為替の要因を除いた実質ベース

2019年 地域別ネスレグループ業績

売上：926億スイスフラン

ヨーロッパ・中東
・北アフリカ

EMENA
28%

AMS
46%

南北アメリカ

AOA
26%

アジア・オセアニア
・サハラ以南アフリカ

オーガニックグロース

4.0%

2.3%

3.8%

AMS

EMENA

AOA

2019年 ネスレ日本の業績

2019年 ネスレ日本の業績

重要指標 *

売上成長率 +3.3%

営業利益額 (対前年同期比) +11.2%

営業利益率 (対前年同期比) +260bps

私の目指したグローバルに通用する日本的経営

- 高い企業ロイヤルティーを醸成し、
- ワーク・ライフ・バランスのとれた
- イノベーションカルチャーに溢れる
- 生産性の極めて高い経営

2010年～2019年の振り返り

マーケティング = 顧客の問題を発見・解決



ネスカフェ アンバサダー

イノベーションアワード



プレミアム

ダイバーシティ



通年採用



一杯抽出型マシン

Eコマース

働き方改革=経営改革

「美味しい+栄養」食品を提供

新・社長 兼 CEO 深谷 龍彦 のご紹介



2020年～ ネスレ日本のビジョン・事業戦略について

深谷 龍彦

私が目指すネスレ日本のビジョン

1. 製品： 安全で、美味しく、心にも体にも嬉しい
2. 環境： 使いやすく、環境にも配慮された
3. サービス： スピーディーで、イノベーティブな
「製品」+ 付加価値の高い「サービス」



日本の消費者、お取引先、ネスレ日本の従業員とその家族の
クオリティ・オブ・ライフの向上に貢献

ネスレ日本の事業戦略(2020年～)

キーワード

製品 → サービス・ソリューション

プレミアム化

プラスチック削減

Eコマース

外食ビジネス

プラントベース
(植物由来)

注力エリア

オフィス

「ネスカフェ アンバサダー」
「We Proudly Serve Starbucks™事業」

成長ビジネス

「ネスレ ヘルスサイエンス」
「ネスレ ピュリナ ペットケア」

資産

・強固なブランド

「ネスカフェ」「ネスプレッソ」「スターバックス」「キットカット」「ピュリナ」「ミロ」「マギー」

・イノベーションカルチャー溢れる、生産性の高い組織

・戦略の根幹としてのCSV(共通価値の創造)

CSV(共通価値の創造)日本の取り組み

個人と家族のために

さらに健康で幸せな生活を
実現します



ネスカフェ アンバサダー

介護予防カフェ

コミュニティのために

困難に負けない活力ある
コミュニティを育成します



働きがいのある会社

イノベーションアワード

地球のために

未来の世代のために
資源を守ります



プラスチック削減

プラントベース(植物由来)