

プレスリリース

2020年4月24日、ヴェヴェー発



Good food, Good life

ネスレ 2020年第1四半期の売上、および新型コロナウイルスの影響について報告

新型コロナウイルス感染拡大による危機が私たち全員の生活に及ぼす影響は甚大で広範囲なものとなっています。パンデミックが始まった直後からネスレは各現地の当局やビジネスパートナーと密接に協働してこの試練に立ち向かってきました。私たちの最優先事項は次の3点です: 従業員の健康とウェルビーイングを守ること、消費者のニーズに応えるために事業を継続すること、そして地域での救援活動を通じて世界中のコミュニティを支援することです。

この難局において、ネスレの多くのビジネスパートナーは厳しい試練に直面しており、彼らの社員や家族は先の見通しの立たない状況に置かれています。私たちは信頼されるビジネスパートナーであり続け、刻々と変化する状況に対応するためにできる限りの努力をしています。

大きく影響を受けている家庭外及び業務用製品の顧客に対しては、彼らがこの危機を乗り越え、ビジネスを再スタートできるよう、迅速で実際的な支援を提供しています。例えば“Always open for You”(いつでも相談にのります)という取り組みのもと、支払い期限の延長やコーヒーマシンのレンタル料回収の保留、また製品の無償提供等を行っています。この取り組みは総額5億スイスフラン規模のものになると予想しています。

乳製品のサプライチェーンでの取り組み例もあります。ネスレは世界で20万以上の酪農家と直接に協働しています。乳製品は日持ちがしません。そして多くの酪農家は今深刻な需要の崩壊に直面しています。彼らが生活を維持できるよう、ネスレは合意した量を買取ることを確約し、実行しています。

このパンデミックが始まった当初から、ネスレが事業を展開する187の国々で、信頼できる雇用者、ビジネスパートナーであると同時に信頼できる隣人、市民であるべく様々な取り組みを行ってきました。私たちのコミットメントは確固として揺るぎないものです。

第1四半期、ネスレは引き続き粘り強さを発揮しました。

- オーガニックグロースは4.3%で内訳は実質内部成長率4.7%、プライシング-0.4%。南北アメリカとゾーンEMENAの勢いが成長を下支え。ゾーンAOAの売上は大きく下落。

- 売上は 6.2%減の 208 億スイスフラン(2019 年第 1 四半期: 222 億スイスフラン)。事業買収と売却の相殺で 4.7%、為替変動は 5.8%、それぞれ売上にマイナスの影響。
- ポートフォリオ管理は予定通りに進行中。米国のアイスクリーム事業の 40 億米ドルでの Froneri への売却は 2020 年 1 月 31 日に完了。Herta 食肉加工品事業の 株式 60%の Casa Tarradellas への売却は 2020 年上半期には完了の見通し。
- ネスレは中国での Yinlu のピーナツミルクと缶入り粥事業について、売却も含めた戦略的選択肢の検討に入ることを決定。Yinlu の「ネスカフェ」液体コーヒー事業についてはネスレが保持、育成の予定。
- 新型コロナの全体的な影響を評価するのは時期尚早であることから、当面は当初の 2020 年通年見通しを維持。オーガニックグロースと基礎となる資産ベースの営業利益率は引き続き向上の見込み。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。

ネスレ CEO マーク・シュナイダーのコメント:

新型コロナウイルスによる危機は強烈な、そして時に悲劇的な形で私たち全員の生活に打撃を与え続けています。影響を受けている全ての方々にお見舞いを申し上げるとともに、大切な人を失われたの方々には心からのお悔やみを申し上げます。

今この時、ネスレには特別な責任があります。私たちの食品飲料製品は、人々の健康維持、安らぎの提供、そして回復支援に役立ちます。

ネスレ従業員、特に最前線で働く従業員たちは事業を継続することと消費者のニーズに応えることに対し、並外れたコミットメントを示してくれています。世界中の人々に日々食品飲料を届けるため、私たちは最善を尽くし続けます。

多彩な製品ポートフォリオと 187 か国での力強い事業展開を踏まえ、ネスレは第 1 四半期、粘り強さを示しました。しかしながら、この危機は終息には程遠く、今後の四半期も多くの不確実性に直面するでしょう。私たちは変わりゆく消費者ニーズとグローバルサプライチェーンにおける課題にすばやく対応し続けます。信頼できる雇用者、ビジネスパートナーとしてコミットしたことは実行していきます。良き市民、信頼される隣人として特に社会で最も弱い立場にある人々への支援を続けます。過去 154 年間、ネスレはいくつもの試練を乗り越えてきました。私たちは確信しています — パンデミックとそれが引き起こす諸問題と戦っている全ての人々とともに — 私たちは今回も乗り越えていきます。

	グループ 事業合計	ゾーン AMS	ゾーン EMENA	ゾーン AOA	その他の事業
売上2020年第1四半期 (100万スイスフラン)	20 812	8 347	5 313	4 974	2 178
売上2019年第1四半期 (100万スイスフラン)	22 183	8 574	5 290	5 511	2 808
実質内部成長率	4.7%	7.9%	8.2%	-4.6%	8.0%
プライシング	-0.4%	-0.5%	-1.1%	0.0%	0.5%
オーガニックグロース	4.3%	7.4%	7.1%	-4.6%	8.5%
買収・売却	-4.7%	-4.0%	-0.5%	0.0%	-25.4%
為替変動	-5.8%	-6.1%	-6.2%	-5.1%	-5.5%
売上伸長率	-6.2%	-2.7%	0.4%	-9.7%	-22.4%

* 2020年1月1日から、ネスレ ウォーターズはグループの3ゾーンに組み込まれる形となったため、2019年の数字は修正されています。

グループ全体の売上

実質内部成長率 4.7%で、オーガニックグロースは 4.3%に達しました。プライシングは主に北米でのプロモーションの時期を反映して一時的に 0.4%下落しました。

オーガニックグロースは南北アメリカとゾーン EMENA(ヨーロッパ・中東・北アフリカ)の好調が支えました。ゾーン AOA(アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ)は主に中国での売上が二桁減少したことによりマイナス成長となりました。先進国市場のオーガニックグロースは 7.4%で、これは実質内部成長のみによってもたらされました。新興国市場での成長率は 0.5%でした。

製品カテゴリーとして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。調理済み食品は全ブランドにわたって伸びが改善し、一桁台後半の成長率でした。コーヒーはスターバックス製品、「ネスプレッソ」、「ネスカフェ」への需要により勢いを示しました。ネスレ ヘルスサイエンスはコンシューマークエア製品、メディカルニュートリション製品への需要の上昇を反映して二桁成長でした。

買収・売却は主にネスレ スキンヘルスと米国のアイスクリーム事業の売却により売上を 4.7%減少させました。為替変動はスイスフランがほぼ全ての通貨に対して値上がりしたため売上を 5.8%押し下げました。報告ベースでの総売上は 6.2%減の 208 憶スイスフランでした。

新型コロナ危機のビジネスへの影響

今回の世界的な危機の影響を最小限とするため、ネスレは早急に行動し、必要な措置を講じました。地域によってはサプライチェーンにおける多少の障害や一時的な人手不足があったものの、これまでのところ、ネスレグループは小売りパートナーや消費者のニーズに効果的に対応できています。最前線でのネスレ従業員の働きがあつてこそ、試練を乗り越えることができています。

新型コロナの影響は流行のタイミング、制限の範囲、そして消費者行動という要因により、地域、製品カテゴリー、販売チャネルそれぞれで大きく異なりました。

- **地域:** 大多数のマーケット、特に北米とヨーロッパでは一部消費者の買いだめによって 3 月に成長が大きく加速しました。中国では第 1 四半期ほぼ全期間で行動制限が実施され、消費者の買いだめは限られ、家庭外消費チャネルの比重が比較的大きかったこともあつて売上は急落しました。
- **製品カテゴリー:** 必需品の需要は伸びました。調理済み食品と調理用食品、ピュリナ ペットケア、コーヒー、およびネスレ ヘルスサイエンス製品は成長が加速しました。菓子、アイスクリームはギフトや衝動買いが減少したことで売上が減少しました。
- **販売チャネル:** 全てのマーケットで家庭外消費から家庭内消費への大幅な転換が見られました。ネスレプロフェッショナル、ウォーター、ネスプレッソ プティックの売上が大きく減少して、家庭外消費のチャネルはマイナス成長となりました。e コマースでの売上は 29.4% 伸び、初めてグループ総売上の 10%を超えました。

新型コロナウイルスの財務的影響を数値化するのは未だ困難で、この危機が今後どのくらいの期間続くのか、そしてどのような結果を経済にもたらすかによって変わってきます。ネスレはサプライチェーンの課題と消費者行動の変化に引き続き迅速に対応していきます。ネスレグループはその幅広い製品ポートフォリオと世界中での事業展開により今後とも粘り強さを発揮していきます。

ポートフォリオ管理

2020 年 1 月、ネスレは米国のアイスクリーム事業の 40 億米ドルでの Froneri への売却を完了しました。Froneri は PAI Partners との合併事業で、グローバルで成功しています。また Herta 食肉加工品事業の株式 60%の Casa Tarradellas への譲渡は 2020 年上半年期には完了する見通しです。

2020 年 1 月ネスレは、胃腸薬 Zenpep を取得する資産買収に関して Allergan と合意したことを発表しました。これにより、ネスレはメディカルニュートリション事業を拡大し治療用製品ポート

フォリオを強化することを目指します。Zenpep の買収は本年第 2 四半期中には完了の見込みです。

また 2020 年 4 月にはプレミアムナチュラルペットフード事業の Lily's Kitchen の買収を発表し、完了させました。

戦略の進展

取締役会は中国での Yinlu のピーナッツミルクと缶入り粥事業について、売却も含めた戦略的選択肢の検討に入ることを決定しました。この決定は Yinlu のこれらの事業(2019 年の売上: 7 億スイスフラン)の長期的な成長と成功を確実にすることを意図しています。現在 Yinlu が充填、販売している「ネスカフェ」液体コーヒー事業についてはネスレが引き続き保持します。「ネスカフェ」は戦略的な成長ドライバーであり、ネスレは今後とも中国においてこのブランドに精力的に投資していきます。

取締役会は同様にグループにとっての中国市場の戦略的重要性を再確認し、強調しています。ネスレは現在中華圏において 31 工場、3 研究開発センター、4 製品イノベーションセンターを操業しています。ネスレはこの地域で多額の資本投資を行ってきており、今後も更なる投資と持続的な成長の機会は多々あると考えています。

ゾーン 南北アメリカ(AMS)

- オーガニックグロース 7.4%: 実質内部成長率 7.9%; プライシング-0.5%
- 北米は力強い実質内部成長率、マイナスのプライシングでオーガニックグロースは一桁台後半でした。
- 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ースを記録しました。

	売上2020年 第1四半期	売上2019年 第1四半期	実質内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロース	買収・売却	為替変動	売上伸長率
ゾーン	83億	86億	7.9%	-0.5%	7.4%	-4.0%	-6.1%	-2.7%
AMS	スイスフラン	スイスフラン						

7.9%という高い実質内部成長率に支えられ、オーガニックグロースは 7.4%に伸長しました。プライシングは主に北米でのプロモーションの時期を反映して 0.5%下落しました。買収・売却は、米国アイスクリーム事業の売却が主要因となって売上を 4.0%押し下げました。為替変動は 6.1%のマイナス要因でした。ゾーン AMS の報告ベースの売上は 2.7%減の 83 億スイスフランでした。

北米はほとんどの製品カテゴリーで好調な実質内部成長に支えられ、一桁台後半の成長を示しました。最大の貢献があったのは e コマースとプレミアムブランドが継続的な勢いを見せたピュリナ ペットケアでした。「ピュリナ プロプラン」、Fancy Feast、獣医向け製品が二桁成長を遂げました。スターバックス製品、「ネスカフェ」、Coffee mate を含む飲料は一桁台後半の伸びでした。冷凍食品は全てのブランド、特に DiGiorno、Stouffer's、Hot Pockets が健闘して一桁台後半の成長を記録しました。Toll House、Carnation 等のベーキング製品に対する消費者需要が高まりを見せました。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が支えて一桁台半ばの成長率でした。ウォーターは「サンペレグリノ」の強い勢いと家庭外消費チャネル以外での地域ブランドの好調によりプラス成長となりました。ネスレプロフェショナルは 3 月に家庭外消費チャネルがサービスの休止や縮小に追い込まれたため売上は減少しました。

中南米はほとんどの地域と製品カテゴリーが寄与して一桁台半ばの成長率でした。ブラジルは乳児用栄養製品、常温乳製品、そしてコーヒーが大きく伸びて一桁台後半の成長を見せました。メキシコは「ネスカフェ」と Coffee mate の拡販により一桁台半ばの成長率でした。チリの成長率は一桁台後半でした。ピュリナ ペットケアと調理用製品は中南米で二桁成長を記録しました。「キットカット」は成長を続け、他の菓子製品の売上減少を一部補いました。

ゾーン ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)

- オーガニックグロス 7.1%: 実質内部成長率 8.2%; プライシング -1.1%
- 西ヨーロッパのオーガニックグロスは一桁台半ばでした。力強い実質内部成長率はマイナスのプライシングに一部相殺されました。
- 中央および東ヨーロッパは好調な実質内部成長率で一桁台後半のオーガニックグロスでした。プライシングはマイナスでした。
- 中東と北アフリカは高い実質内部成長率と僅かながらも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スでした。

	売上2020年 第1四半期	売上2019年 第1四半期	実質内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロス	買収・売却	為替変動	売上伸長率
ゾーン	53億	53億	8.2%	-1.1%	7.1%	-0.5%	-6.2%	0.4%
EMENA	スイスフラン	スイスフラン						

8.2%に上昇した実質内部成長によりオーガニックグロスは 7.1%となりました。ほとんどのヨーロッパ市場で食品と小売業界が引き続きデフレ傾向の影響を受けており、プライシングは 1.1%下落しました。買収・売却は 0.5%、為替変動は 6.2%、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 0.4%増の 53 億スイスフランでした。

ゾーン EMENA はほとんどの製品カテゴリーと地域で幅広くマーケットシェアを伸ばし、一桁台後半のオーガニックグロースを記録しました。ドイツ、ロシア、イスラエル、スペインがとりわけ高い伸びを見せました。

調理済み食品、コーヒー、ピュリナ ペットケア、ならびに乳児用栄養製品が二桁成長でした。調理用製品は全ての分野で、なかでも「マギー」、Garden Gourmet のベジタリアン向け、そして植物由来の食品への消費者の需要が高まりました。コーヒーはスターバックス製品と「ネスカフェ」の健闘により成長が加速しました。ピュリナ ペットケアは「フィリックス」、「ピュリナ ワン」、Tails.com.がけん引して強い勢いを保ちました。乳児用栄養製品はほとんどの地域で消費者需要が伸び、特に ヒトミルクオリゴ糖(HMOs)使用の製品の需要増大が顕著でした。ウォーターは家庭外消費チャネルでの売上減少を受けてマイナス成長でした。ネスレプロフェショナルの売上は二桁減となりました。

ゾーン 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-4.6%: 実質内部成長率-4.6%; プライシング 0.0%。
- 中国は主にマイナスの実質内部成長率によりオーガニックグロースは二桁の下落でした。プライシングもマイナスでした。
- 東南アジアは実質内部成長率が主導して一桁台半ばのオーガニックグロースを維持しました。プライシングは若干のプラスでした。
- 南アジアは実質内部成長が堅調で一桁台後半のオーガニックグロースでした。
- サハラ以南アフリカは高い実質内部成長率によって 2 桁台のオーガニックグロースとなりました。
- 日本とオセアニアは一桁台前半のオーガニックグロースでした。実質内部成長率は堅調でしたがマイナスのプライシングに一部相殺されました。

	売上2020年 第1四半期	売上2019年 第1四半期	実質内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロース	買収・売却	為替変動	売上伸長率
ゾーン	50億	55億	-4.6%	0.0%	-4.6%	0.0%	-5.1%	-9.7%
AOA	スイスフラン	スイスフラン						

オーガニックグロースは-4.6%で実質内部成長も-4.6%でした。プライシングは増減なしでした。買収・売却の売上への影響はありませんでした。為替変動は 5.1%売上を減少させました。ゾーン AOA の報告ベースの売上は 9.7%減の 50 億スイスフランでした。

ゾーン AOA は主に中国での売上減少によりマイナスのオーガニックグロースを記録しました。ゾーン内の他の地域は一桁台半ばの成長率でした。

中国は家庭外消費チャネルでの大幅な売上減少と春節の時期の関係で二桁のマイナス成長となりました。ネスレプロフェショナル、Yinlu ピーナッツミルクと缶入り粥、Hsu Fu Chi 菓子製品、液体飲料、アイスクリームなどが影響を受けました。Wyeth 乳児用ミルクは特に S-26 シリーズの売上が減少しました。乳児用シリアルとピュリナ ペットケアは二桁成長でした。e コマースでの売上は「ネスカフェ」とスターボックス製品に支えられて二桁成長を達成しました。

東南アジアはインドネシアの好調とフィリピンとタイで成長が上向いたことで堅調な成長を見せました。Bear Brand と「マギー」は二桁成長でした。南アジアの成長率は一桁台後半でした。インドも NAN、「マギー」、「キットカット」が引き続き勢いを保ち、好調でした。パキスタンは常温乳製品の売上が改善したためプラス成長に回帰しました。サハラ以南アフリカは Nido、「ミロ」、コーヒーが支えて成長率は二桁に加速しました。日本とオセアニアは一桁台前半の成長率でした。オセアニアではすべての製品カテゴリー、特にピュリナ ペットケア、菓子、「ネスカフェ」が力強く成長しました。「キットカット」がインバウンド旅行客減少の影響を受け、日本の売上は減少しました。

製品カテゴリーではピュリナ ペットケア、「ミロ」、「マギー」がプラス成長でした。コーヒーではスターボックス製品が高い消費者需要を維持しました。中国以外では乳児用栄養製品の売上が好調でした。ネスレプロフェショナルの売上は二桁減でした。

その他の事業

- オーガニックグロース 8.5%: 実質内部成長率 8.0%; プライシング 0.5%
- ネスプレッツォは実質内部成長率、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ースでした。
- ネスレ ヘルスサイエンスは実質内部成長のみで二桁台のオーガニックグロースを記録しました。

	売上2020年 第1四半期	売上2019年 第1四半期	実質内部 成長率	プライ シング	オーガニック グロース	買収・売却	為替変動	売上伸長率
その他 の事業	22億 スイスフラン	28億 スイスフラン	8.0%	0.5%	8.5%	-25.4%	-5.5%	-22.4%

オーガニックグロース 8.5%の内訳は実質内部成長率 8.0%、プライシング 0.5%でした。買収・売却はネスレ スキンヘルスの売却により売上を 25.4%減少させました。為替変動は 5.5%の

マイナス要因でした。その他事業の報告ベースの売上は 22.4%減の 22 億スイスフランでした。

ネスプレッソのオーガニックグロースは一桁台半ばでした。南北アメリカは米国とカナダで引き続きマーケットシェアが伸び、AOA とともに二桁成長を記録しました。ヨーロッパは特に第 1 四半期後半で家庭外消費チャネルでの需要が大きく減少したことでブティックの閉店が響いて売上減となりました。

コンシューマーケア製品とメディカルニュートリション製品の好調によりネスレヘルスサイエンスの成長率は二桁へと伸長しました。*Garden of Life* と *Pure Encapsulations* は健康全般と免疫システムをサポートする高品質のサプリメントへの需要の高まりを受けて成長が加速しました。

新型コロナウイルス感染拡大時における社会をより良くする力としてのネスレ事業：

グローバルな協力、ローカルでの努力

ウイルスの蔓延との闘いを支援し、緊急を要する製品の供給や人々の生活を守るために世界中の企業の協力が要請されています。ネスレは全てのステークホルダーとともに世界中のコミュニティと最も弱い立場の人々を支援します。

ネスレ従業員は製品供給を絶やさないことにコミットしており懸命に努力しています。新たな挑戦に立ち向かっている従業員の健康、安全、ウェルビーイングを確保するため、特別な支援をしています。これには業務の一時的な停止の影響を受ける全ての時間給スタッフに 12 週間分の正規の給与を保証することも含まれています。

この危機が始まった当初から、ネスレは世界各地で現地での救援活動の先頭に立ってきました。慈善事業や今回のパンデミックと最前線で戦う医療機関や他の組織を支援しています。現地での努力に加え、緊急救援や弱い立場の人々への支援のため、パートナーへの支援を強化しています。以下はネスレの事業と社員が事業を展開しているコミュニティをどのように支援しているか、数ある事例中の二つの例です。

IFRC(国際赤十字・赤新月社連盟)の緊急対応を強化するための連携

長年のグローバル規模でのパートナーシップに基づき、ネスレは救急サービスと医療従事者に緊急の支援を提供するため、IFRC と連携することを 3 月に発表しました。ネスレの貢献は当初の 1 千万スイスフランを超える見込みであり、すでに約 40 か国で現地での緊急支援のプロジェクトの事例があります。またネスレ従業員による IFRC への寄付と同額を会社からも引き続きマッチング寄付します。

新型コロナウイルス感染患者の治療にあたる医師との協力

新型コロナの重症患者への栄養補給は医療従事者にとってさらなる負担となります。集中治療中の患者はしばしば急性呼吸不全の状態となり、高たんぱく、高エネルギーの栄養食を経管投与する必要があります。ネスレヘルスサイエンスのチームには特別に開発されたメディカルニュートリション製品で患者をサポートすることに長年培った専門知識があります。ネスレの専門家は医師とともに単純化したアルゴリズムと最新の国際ガイドラインに基づく栄養投与プロトコルを開発しました。このアプローチはネスレ製品を必要とせず、患者の治療成果の改善を助け、医療システムへの負担を減らすため、世界中の医療従事者の間で共有されています。加えてネスレヘルスサイエンスは患者の回復と医療スタッフの体力維持を支援するため、中国とイタリアを含む多くのマーケットでメディカルニュートリション製品の寄付を行っています。

2020 年の見通し:

新型コロナウイルスの全体的な影響を評価するのは時期尚早であることから、当面は当初の2020年通年見通しを維持します。オーガニックグロースと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。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。

添付資料

第1四半期売上事業区分別

	グループ 事業合計	ゾーン AMS	ゾーン EMENA	ゾーン AOA	その他の事業
売上2020年第1四半期 (100万スイスフラン)	20 812	8 347	5 313	4 974	2 178
売上2019年第1四半期 (100万スイスフラン)	22 183	8 574	5 290	5 511	2 808
実質内部成長率	4.7%	7.9%	8.2%	-4.6%	8.0%
プライシング	-0.4%	-0.5%	-1.1%	0.0%	0.5%
オーガニックグロース	4.3%	7.4%	7.1%	-4.6%	8.5%
買収・売却	-4.7%	-4.0%	-0.5%	0.0%	-25.4%
為替変動	-5.8%	-6.1%	-6.2%	-5.1%	-5.5%
売上伸長率	-6.2%	-2.7%	0.4%	-9.7%	-22.4%

* 2020年1月1日から、ネスレ ウォーターズはグループの3ゾーンに組み込まれる形となったため、2019年の数字は修正されています。

第1四半期売上製品別

	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2020年第1四半期 (100万スイスフラン)	20 812	5 440	1 586	2 642	3 058	2 952	1 632	3 502
売上2019年第1四半期 (100万スイスフラン)	22 183	5 538	1 679	3 124	3 833	2 928	1 858	3 223
実質内部成長率	4.7%	3.8%	1.9%	2.0%	2.8%	7.9%	-2.3%	13.3%
プライシング	-0.4%	0.1%	-3.3%	0.1%	0.1%	-0.8%	-1.9%	0.6%
オーガニックグロース	4.3%	3.9%	-1.4%	2.1%	2.9%	7.1%	-4.2%	13.9%

【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
- ・投資家の皆様 担当: Luca Borlini

Tel.: +41 21 924 2200

Tel.: +41 21 924 3820