

## プレスリリース

2016年10月20日、ヴェヴェー発



**ネスレ S.A. 第3四半期までの売上: オーガニックグロース 3.3%、実質内部成長率 2.5%**  
**通年の見通し: オーガニックグロース約 3.5%、マージンの改善**

- 売上は1%増の655億スイスフラン
- オーガニックグロース 3.3%、実質内部成長率 2.5%、プライシングは 0.8%
- 2016年通年では、オーガニックグロース約 3.5%、マージン、為替変動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見込んでいます。

ネスレ CEO ポール ブルケ: 「デフレーションと原材料価格安という環境のなか、ネスレは数量ベースでの成長を続け、新興国、先進国市場の双方で、業界でも高いレベルでの実質内部成長を実現しました。プライシングは軟調でしたが回復してきています。

成長は広範なカテゴリーにおよび、ほとんどの事業でマーケットシェアを拡大、あるいは維持することができました。課題克服への挑戦は進展しており、全般的に軟調なビジネス環境下にあっても、いくつかの取り組みを推し進めています。

ネスレの戦略に沿って、将来に向けての投資を続けます。グローバル、現地双方でイノベーション・パイプラインを構築するとともに高いレベルのブランド支援を維持します。同時に、これまで以上に、市場を超えた企業活動の標準化、共有化、規模の適正化により、オペレーションと組織の効率向上を推進します。

2016年通年に関しては、現在の軟調な環境を鑑み、オーガニックグロース約 3.5%、マージン、為替変動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見込んでいます。」

## グループ全体の業績

- 売上は 655 億スイスフラン、為替による影響は-1.7%。事業買収・売却の売上への影響は-0.6%でした。
- オーガニックグロースは 3.3%で、内訳は実質内部成長 2.5%、プライシング 0.8%でした。全体的に低調なビジネス環境のなか、すべてのゾーンがプラス成長を遂げました。
  - ・ 南北アメリカ(AMS): 4.8%
  - ・ ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA): 2.1%
  - ・ アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA): 2.5%
- 実質内部成長は地理的にも事業カテゴリーにおいても広範囲にわたるものとなりました。
  - ・ AMS: 2.3%
  - ・ EMENA: 2.4%
  - ・ AOA: 3.0%
- 先進国市場のオーガニックグロース 1.9%(実質内部成長 2.5%)、新興市場のオーガニックグロース 5.3%(実質内部成長 2.5%) と双方で引き続き成長を達成しました。
- プライシングは上昇の兆しはありましたが引き続き軟調でした。
- ネスレの事業の 60%近くにおいて、マーケットシェアを拡大、あるいは維持しました。
- 2017 年 1 月付でネスレ プロフェショナルはグローバル管理から地域管理の事業に変更となり、各ゾーンの一部としてネスレ プロフェショナル ストラテジック ビジネスユニットの支援を受けることとなります。これにより、さらに顧客志向を進められ、各地域とマーケットでの戦略の調整と実行が強化できるようになります。
- 10 月上旬に、アイスクリーム、冷凍食品、および冷蔵乳製品において、ヨーロッパ、中東(イスラエル以外)、アルゼンチン、オーストラリア、ブラジル、フィリピン、南アフリカでの活動を統合した新合併企業、Froneri 創立のための手続きを R&R との間で完了しました。

## ゾーン 南北アメリカ(AMS)

売上高 188 億スイスフラン、オーガニックグロース 4.5%、実質内部成長率 1.6%

- 北米での成長は *Coffee-mate* とペットケア、並びに *Lean Cuisine* と *Stouffer's* がけん引。*Stouffer's* は進行中の製品改良とブランド支援により引き続き好調で、特に一食分パックの食品と *Fit Kitchen* シリーズが健闘しました。*Lean Cuisine* と *Stouffer's*、そしてネスレ U.S.A.全体でも引き続きマーケットシェアを伸ばしました。カナダの成長も堅調で、チョコレートとアイスクリームが特に好調でした。

- **中南米**は特に乳製品、「ネスカフェ」、菓子が好調のメキシコがけん引する形で、全体的に高成長を実現しました。プラタ地域とコロンビアも好調で、ペットケアが引き続き中南米全体の成長に大きく貢献しました。ブラジルは底堅さを見せましたが、特に乳製品と菓子での値上げが避けられず、成長への影響がありました。

## ゾーン ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)

売上高 122 億スイスフラン、オーガニックグロース 2.2%、実質内部成長率 2.7%

- 成長の勢いは実質内部成長にあり、ゾーン全体でマーケットシェアの伸長をもたらしました。ほとんどの国とカテゴリーが順調に成長しました。
- **西ヨーロッパ**では、デフレ環境にもかかわらずプラス成長を持続させました。「ネスカフェ ドルチェ グスト」、ペットケア、そして冷凍ピザが再び主要な成長要因となりました。イタリアとイベリア地域が特に好調でした。
- **中東ヨーロッパ**では、ロシアが二桁成長を遂げました。「ネスカフェ」とペットケアがこの地域の成長要因でした。ルーマニア、ハンガリー、そしてチェコ共和国も好業績に貢献しました。
- **中東と北アフリカ**では、「ネスカフェ」と常温食品が成長をけん引。トルコは「ネスカフェ」と菓子が特に好調で再び二桁成長を達成し、北アフリカもプラスの貢献でした。中東では不安定な状況が引き続き、ネスレの事業運営に影を落としています。

## アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA)

売上は 106 億スイスフラン、オーガニックグロース 2.8%、実質内部成長率 2.7%

- ゾーンの大半の事業は好調で持続可能な成長とマーケットシェアでの勢いを示しました。フィリピン、インドネシア、ベトナムなど東南アジアは力強い成長を達成。サハラ以南アフリカも、経済的に不安定な状況が続くにもかかわらず、成長し健闘しました。インドでの「マギー」ヌードルの持続的な回復も好材料でした。予想されたとおり、中国の Yinlu は引き続きゾーンの業績の重荷となっています。
- **中国**の食品飲料事業の環境はいまだに厳しく、黒字化に向けた取り組みは進めているものの、Yinlu は引き続きゾーン全体の業績のマイナス要因となりました。しかしながら「ネスカフェ」はソリュブル、液体コーヒーともにプラスの勢いを維持。ウエハース菓子も好調でした。
- **インド**は「マギー」ヌードル事業が引き続きマーケットシェアを回復し、競合状況が好転したため力強い成長

を達成しました。「キットカット」が主導したチョコレートも好調でした。

- ベトナムとインドネシアが「ミロ」の好調で二桁成長を達成するなど、**東南アジア**はほとんどのマーケットが順調で高い一桁成長を実現しました。フィリピンは「ネスカフェ」と *Bear Brand* が支えて高い一桁成長となりました。
- **サハラ以南アフリカ**はすべてのカテゴリーにわたって順調な成長が続き、特に「マギー」が好調でした。ナイジェリア、ガーナ、コートジボワールが依然としてこの地域で際立っています。
- **先進国市場**では、日本が「ネスカフェ」と「キットカット」の製品とビジネスモデルのイノベーションにより、引き続き堅調な伸びを示しました。一方、オセアニアは小売業界の厳しい競争の影響を受けました。

## ネスレ ウォーターズ

売上は 61 億スイスフラン、オーガニックグロース 4.2%、実質内部成長率 4.4%

- ネスレ ウォーターズは好調を維持。新興市場、先進国市場ともに高成長、米国、ヨーロッパもともに好業績でした。
- 一般的に、国際的なプレミアムスパークリングブランド、「サンペレグリノ」と「ペリエ」が引き続き事業をけん引しました。*Nestlé Pure Life* はこれまでどおり成長を続け、米国の *Poland Spring*、英国の *Buxton*、メキシコの *Sta. María* のような象徴的なローカルブランドも大きく寄与しました。

## ネスレ ニュートリション

売上は 77 億スイスフラン、オーガニックグロース 1.3%、実質内部成長率 0.8%

- ネスレ ニュートリションは、特に中国で新たな法規の施行に備えての値下げと在庫の調整でカテゴリーの成長が失速するなど、事業分野の状況が変化するなか、低めながらもプラス成長を維持しました。この状況下でも、ネスレのスーパープレミアムブランド *illumina* は二桁のオーガニックグロースを達成して堅調を維持しました。
- 米国では、新パッケージフォーマットへの移行と一時的な供給不足がオーガニックグロースに影響しましたが、これらの問題はすでにほぼ解消されています。
- 中東では政治的な不安定さによる供給不足が悪影響を及ぼしましたが、中南米やアジアの他の市場では、とりわけブラジル、メキシコ、フィリピン、インドネシアが健闘し、堅実な成長を示しました。

## その他の事業

売上は 101 億スイスフラン、オーガニックグロース 4.6%、実質内部成長率 4.0%

- **ネスレ プロフェショナル**の成長は新興市場、特に中国、ロシア、メキシコがけん引しました。米国はプライシングの圧力にもかかわらず好業績を維持した一方で、カナダと西ヨーロッパの状況はより厳しいものとなりました。
- **ネスプレッツォ**は AMS と AOA が力強く、EMENA も堅調で高成長を維持しました。北米での *VertuoLine* システムの成功を受け、同システムはフランスでも今月発売となります。ネスプレッツォの地理的拡張は続いており、この期間に 21 の新ブティックを世界中でオープンさせました。
- **ネスレ ヘルスサイエンス**は、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、米国での *Boost* と *Carnation Breakfast Essentials* の好調とヨーロッパでの *Meritene* の漸進的新発売で二桁成長を遂げるなど、順調でした。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）の高成長は、特に中国で好調だったアレルギー関連製品群が主導しました。
- **ネスレ スキンヘルス**の消費者向け事業は「セタフィル」クレンザーとモイスチャライザー、米国での「セタフィル ベイビー」シリーズの拡充、およびヨーロッパでの *Daylong* 日焼け止めの好調により、好業績でした。処方箋製品事業は *Epiduo Forte*（にきび用）や *Soolantra*（酒さ）といった製品イノベーションに支えられましたが、米国では *Oracea* と *Differin* がジェネリック製品の圧力にさらされました。

## 2016 年見通し

通年では、現在の軟調な環境を鑑み、オーガニックグロース約 3.5%、マージン、為替変動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見込んでいます。

### 【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

2016年第3四半期までの売上高一覧

	2016年 1月-9月 売上高 (100万 スイスフラン)	2015年 1月-9月 売上高 (100万 スイスフラン)	2016年 1月-9月 オーガニック グロース (%)	2016年 1月-9月 実質内部 成長率 (%)
<b>事業分野別</b>				
・南北アメリカ(AMS)	18'805	18'503	+4.5	+1.6
・ヨーロッパ・中東・北アフリカ (EMENA)	12'155	12'023	+2.2	+2.7
・アジア・オセアニア・ サハラ以南アフリカ(AOA)	10'571	10'464	+2.8	+2.7
ネスレ ウォーターズ	6'134	5'891	+4.2	+4.4
ネスレ ニュートリション	7'707	7'842	+1.3	+0.8
その他の事業	10'142	10'140	+4.6	+4.0
グループ事業合計	65'514	64'863	+3.3	+2.5
<b>製品別</b>				
粉末・液体飲料	14'417	13'979	+4.9	+4.1
ウォーター	5'735	5'489	+4.7	+4.9
乳製品・アイスクリーム	10'779	10'997	+0.9	+0.6
ニュートリション&ヘルスサイエンス	11'022	10'854	+2.8	+2.1
調理済み食品・調理用食品	8'812	9'084	+3.0	+2.4
菓子	5'929	6'152	+1.6	-1.4
ペットケア	8'820	8'308	+5.5	+4.3
グループ事業合計	65'514	64'863	+3.3	+2.5