

プレスリリース

2017年2月16日、ヴェヴェー発



2016年：オーガニックグロースは3.2%。営業利益は為替変動を除いた実質ベースで30ベースポイント改善

- オーガニックグロースは3.2%、実質内部成長率は2.4%と引き続き堅調
- 売上は895億スイスフラン、0.8%増、為替変動のマイナス影響は-1.6%
- 営業利益は為替変動を除いた実質ベースで30ベースポイント(以下bps)改善、営業利益は20bps改善し15.3%
- 基礎となる資産ベースでの一株当たり利益は3.40スイスフランで、為替変動を除いた実質ベースで3.4%向上
- 平均運転資本は売上の4.7%から2.8%へと大幅な削減
- 一株当たりの配当は2.30スイスフランへの引き上げを提案
- 2017年の見通し:オーガニックグロースは2%から4%の間、将来的な利益率向上を目的とした組織再編費用がかなり増大することを受け、為替変動を除いた実質ベースでの利益率は現状維持。為替変動を除いた実質ベースでの利益率と一株当たりの利益、および資本効率は改善の見通し

ネスレ CEO マーク・シュナイダー:

2016年のオーガニックグロースは業界においては高水準でしたが、私たちの期待に対しては低い水準となりました。営業利益率は堅調に改善し、キャッシュフローも大幅に改善しました。これらの結果に基づき、ネスレの取締役会は、継続性への責任を示すべく、22期連続となる配当の引き上げを提案いたします。

2017年のオーガニックグロースは2%から4%の間になると予想しています。将来的な利益率向上のため、2017年には組織再編費用のかなりの増大を見込んでいます。結果として、為替変動を除いた実質ベースの営業利益率は現状維持となる見込みです。為替変動を除いた実質ベースでの利益率と一株当たりの利益、および資本効率は改善の見通しです。

ネスレは引き続き、将来の成長と事業運営の効率化に投資し、2020年までには一桁半ばのオーガニックグロースと大幅な構造コスト削減を目指します。

グループ全体の業績

売上

- 総売上は 0.8%増の 895 億スイスフランで、為替変動の影響が-1.6%。買収は売却との相殺で 0.8%の売上減少要因となりました。
- オーガニックグロースは 3.2%で、そのうち実質内部成長率は 2.4%とこの 3 年で最高の数字となりました。
- プライシングは 0.8%と低調でしたが年の後半である程度改善しました。2017 年通年ではプライシングはさらに改善すると予想しています。
- オーガニックグロースと実質内部成長は広範囲にわたり、ネスレの多彩なポートフォリオの強さと回復力を示しました。

	グループ	ヨーロッパ・ 中東・ 北アフリカ (EMENA)	南北 アメリカ (AMS)	アジア・ オセアニア・ サハラ以南 アフリカ (AOA)	先進国 市場	新興市場
売上高 (10 億スイスフラン)	89.5	26.8	40.2	22.5	52.1	37.4
実質内部成長率 (%)	+2.4%	+2.4%	+2.0%	+3.0%	+2.3%	+2.4%
プライシング (%)	+0.8%	-0.5%	+2.5%	-0.2%	-0.6%	+2.9%
オーガニックグロース (%)	+3.2%	+1.9%	+4.5%	+2.8	+1.7%	+5.3%

- イノベーションが数量ベースの成長を支え、売上の 30%は過去 3 年以内に発売、または改良された製品によりもたらされました。
- e コマースは売上の 5%を占め、前年から 18%上昇しました。

営業利益

- 営業利益は 137 億スイスフランで、営業利益率は 15.3%。20bps の改善、為替変動を除いて 30bps の改善でした。
- この利益率の改善は以下の状況にも関わらず達成したものです。

- ・ ブランド支援、デジタルマーケティング、研究開発、そして栄養と健康のための新プラットフォームへの投資を拡大。消費者向けマーケティング支出は為替変動の影響を除いて6.3%増加しました。
- ・ 構造コスト削減プログラムの実行のため、2016年の組織再編費用は3億スイスフランへと倍増しました。

純利益

- 純利益は85億スイスフランで、いくつかの要因の影響を受けましたが、最大の要因は繰延税金勘定への単発の非資金調整項目によるものでした。
- 同じ理由から、一株当たり利益は2.76スイスフランで4.8%の減少でした。
- 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3.4%向上。

キャッシュフロー/運転資本

- 営業キャッシュフローは運転資本の減少もあり、13億スイスフラン改善して156億スイスフラン(売上の17.4%)となりました。フリーキャッシュフローは2億スイスフラン増加して101億スイスフラン(売上の11.3%)でした。これは厳しい為替相場の状況においても着実に力強いキャッシュフローを生み出すネスレの能力を示すものです。
- 平均総運転資本は190bps改善し、売上の4.7%から2.8%(過去5四半期の平均)に減少しました。
- ROIC(投下資本利益率)は営業権と無形資産を含めて11.2%となり、30bps改善しました。営業権と無形資産を除けばROICは180bpsの改善で31.7%でした。

ゾーン 南北アメリカ(AMS)

売上高264億スイスフラン、オーガニックグロス4.2%、実質内部成長率1.3%、営業利益率19.3%、10bps減。

- 本ゾーンは一貫して高いオーガニックグロスを示しました。
- 北米では前年から成長が加速しました。
 - ・ ペットケアはキャットフード全般がイノベーションに支えられ、成長しました。ドッグフードはプレミアム製品群が好調で、Merrick、「ピュリナワン」、「プロプラン」がすべて二桁成長を遂げました。Benefulはブランドの刷新が進展し、安定しました。
 - ・ Coffee-mateは64オンスボトルやnatural blissの新フレーバーといったイノベーションにより好調を維持しました。

- ・ *Lean Cuisine* と *Stouffer's* の *Fit Kitchen* は新製品の投入により力強いオーガニックグロースを記録しました。
 - ・ 米国での菓子は厳しい競争環境と普及価格帯のチョコレート市場の低成長の影響で低迷しました。
- **中南米**の高いオーガニックグロースは通貨下落後の価格改定がけん引しました。実質内部成長は鈍化しました。
 - ・ ブラジルのオーガニックグロースは一桁高めでした。上半期の終盤での大幅な値上げが短期的な販売数量に影響しました。「ネスカフェ ドルチェ グスト」と「キットカット」が引き続き二桁成長を達成しました。
 - ・ 前年に続いてのメキシコの高成長は、乳製品、クリーマー、ソリュブルコーヒー、「ネスカフェ ドルチェ グスト」、チョコレートと広範囲にわたるものでした。
 - ・ ペットケアは地域全体で引き続き好調でした。
 - 組織再編費用の増加により、**営業利益率**は 10bps 下落しました。営業利益率は北米では改善しましたが、中南米は通貨の下落と農産品価格の高騰により大きく影響を受けました。

ゾーン ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)

売上高 162 億スイスフラン、オーガニックグロース 2.0%、実質内部成長率 2.7%、営業利益率 16.7%、100bps 増。

- 本ゾーンは4年連続で勢いを加速させ、マーケットシェアを伸ばし、イノベーションの能力を示して、力強い実質内部成長を実現しました。
- **西ヨーロッパ**のプラスのオーガニックグロースは堅調な実質内部成長によるものでした。プライシングは、引き続き農産物の低価格、流通サイドの圧力、および激しい競争により、マイナスとなりました。
 - ・ ほとんどの市場でペットケア、「ネスカフェ」そしてピザが引き続き成長の主要因でした。
 - ・ ドイツとフランスでは実質内部成長が堅調でしたが、南ヨーロッパではオーガニックグロース、実質内部成長ともに好調でした。一方、英国では、数量ベースでも、またプライシングも若干マイナスとなるなど特に厳しい年となりました。
- **中東ヨーロッパ**は好調な実質内部成長とプラスのプライシングが相まって、またも力強いオーガニックグロースを遂げました。
 - ・ ロシアは実質内部成長がプラスで、二桁のオーガニックグロースとなりました。これには「ネスカフェ」ソリュブルコーヒー、特に「バリスタ」が貢献しました。「フィリックス」キャットフードがけん引したペットケアでは、ロシアが世界のネスレ全体で最も高いパフォーマンスを示した国となりました。
 - ・ ロシアとウクライナではインフレーションが地域でのプライシングを押し上げた一方で、他の国々でのプライシングは下落しました。

- **中東と北アフリカ**での事業は引き続き堅調で、オーガニックグロースはプラスでしたが、不安定な環境とデフレ圧力が勢いを鈍化させました。
 - ・ イラク、イエメン、リビア、シリアの情勢により、引き続き影響を受けました。加えてこの地域では乳製品価格への下落圧力がありました。
 - ・ トルコでは「ネスカフェ」ソリュブルコーヒーと菓子が二桁成長の原動力でした。北アフリカも健闘しました。
- **営業利益率**は組織再編費用とマーケティング投資が増加しましたが、100bps 改善しました。プレミアム化、販売数量の増加、効率化、そして有利なインプットコストの結果として、利益率はほとんどのカテゴリーにおいて改善しました。アイスクリームの Froneri 合併事業の創設においては、ポートフォリオ管理もプラスの貢献となりました。

ゾーン アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA)

売上は 145 億スイスフラン、オーガニックグロース 3.2%、実質内部成長率 2.9%、営業利益率 19.0%、60bps 増。

- 本ゾーンでは一年を通して実質内部成長とオーガニックグロースが勢いを増しました。マーケットシェアが回復し、ほとんどすべての国が貢献しました。
- ゾーンの**新興国市場**は、全般的に良い年となり、ほとんどの事業で成長が加速しました。*Yinlu* は大きな例外で、ゾーンのオーガニックグロースを 260bps 押し下げました。
 - ・ 中国では *Yinlu* の二桁下落が全体の成長に影を落としました。事業の黒字化に向け、いくつかのプロジェクトが進行中で、2017 年には状況の安定化を見込んでいます。乳製品(*Yinlu* を除く)と菓子がプラス成長を遂げたほか、「ネスカフェ」も健闘しました。
 - ・ 東南アジアは好調で、ベトナムとインドネシアが、特に乳製品と「ミロ」の貢献により、二桁成長を見せました。フィリピンも乳製品の *Bear Brand* が快調で、一桁高めの高成長でした。
 - ・ サハラ以南アフリカは順調でした。通貨の下落を相殺するための値上げにもかかわらず、実質内部成長はプラスを維持しました。ガーナ、コートジボワール、ナイジェリアを含む中央西アフリカとアンゴラを含む赤道アフリカは二桁成長を見せ、「マギー」と *Nido* が好調でした。
 - ・ インドは年末の高額紙幣廃止による混乱の影響にもかかわらず力強く成長しました。「マギー」ヌードル製品は引き続きマーケットシェアを回復しました。菓子も「キットカット」が好調でした。パキスタンも快調で、乳製品、液体飲料などが貢献しました。
- **先進国市場**では日本が順調に成長、オセアニアは実質内部成長が堅調でした。
 - ・ 日本のオーガニックグロースはゾーン、グループ全体双方の平均を上回り、実質内部成長とプライシングが同等というバランスのとれた形となりました。これは「ネスカフェ」と「キットカット」全般でのイノベーションとプレミアム化が奏功したものです。
 - ・ オセアニアの実質内部成長は堅調で、グループ全体の成長に準ずるものでしたが、その大部分は継続するデフレ圧力で相殺されました。

- 本ゾーンの**営業利益率**はマーケティング投資を増やしながらも60bps改善しました。粗利益の伸びは、特に乳製品での有利なインプットコスト、コストの効率化、売上数量の増加と製品ミックス改善が後押ししました。インドの「マギー」関連の一時的費用が減少したことで、組織再編費用の増加は相殺されて余りある形となりました。

ネスレ ウォーターズ

売上高 79 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 4.5%、営業利益率 11.9%、110bps 増。

- ネスレ ウォーターズは実質内部成長に基づく良好なオーガニックグロースの勢いを維持しました。プライシングは横ばいでした。
 - ・ 米国では国際的プレミアムブランドがまたしてもダイナミックな成長を遂げ、地域ブランドの *Poland Spring*、*Ice Mountain*、*Deer Park* から、グループとネスレ ウォーターズの平均を上回る貢献がありました。4月の竜巻によるテキサス州の工場の閉鎖はマイナスの影響を与えました。
 - ・ ヨーロッパでは、熱波の影響で好業績だった2015年の後でしたが、過半数の市場がプラス成長を維持しました。英国、スペイン、ドイツが大きく貢献しました。
 - ・ 他の市場では、東南アジア、メキシコ、および北アフリカが好調でした。
- 国際的プレミアムスパークリングブランドの「ペリエ」と「サンペレグリノ」の伸びはさらに力強く、普及価格帯のポートフォリオの2倍のペースで成長しました。
- 旗艦国際ブランドの *Nestlé Pure Life* はネスレ ウォーターズの平均以上のオーガニックグロースで大きく貢献しました。
- マーケティング投資を強化しながらも、**営業利益率**は110bpsと大幅に改善しました。これは、販売数量の増加、プレミアム化による製品ミックス向上、運営コスト効率化、ならびに有利なインプットコストが合わさった結果、可能となりました。

ネスレ ニュートリション

売上高 103 億スイスフラン、オーガニックグロース 1.5%、実質内部成長率 0.9%、営業利益率 22.7%、10bps 増。

- ネスレ ニュートリションは、特に中国でカテゴリーのダイナミクスが変わり、乳価安が続くことによるデフレ圧力がある中で成長を実現しました。
 - ・ 中国市場のダイナミクスは、中国本土と香港の流通在庫調整をもたらす新しい法規の施行を前にして、弱い状況でした。乳価安と厳しい競争が、特にプレミアム製品の分野でプライシングに影を落としました。一方 *illumina* は前年に引き続き好調で、シェアを伸ばして中国における当該カテゴリーのトップブラン

ドとなりました。また e コマースの体制を強化し、この重要チャネルにおいてもマーケットシェアを獲得しています。

- ・ 2016 年の米国での成長はゆるやかでした。Gerber ブランドの刷新に着手し、多くのオーガニック製品を含む製品のパッケージとレシピを改良しました。
- ・ 中南米はブラジルの *Mucilon Iron Plus* シリアル、メキシコの *NAN Optipro* といったイノベーションがけん引し、強い勢いを示しました。
- ・ 東南アジアも堅調で、フィリピンが特に好調でした。

- **営業利益率の改善**は、長引く乳価安により乳児栄養とベビーフード全般で見られました。同時にブランド支援への投資を増やしています。

その他の事業

売上高 141 億スイスフラン、オーガニックグロス 3.7%、実質内部成長率 3.4%、営業利益率 15.2%、50bps 減。

- **ネスレ プロフェショナル**は新興国市場の一桁半ばの成長がけん引し、成長を持続させました。特にロシアとメキシコの伸びが顕著でしたが、中国も堅調でした。米国も手堅いオーガニックグロスを示した一方で、カナダと西ヨーロッパの事業は縮小しました。2017 年からは、各国、各地域で、よりカスタマイズされた製品とサービスの需要の高まりに対応するため、ネスレ プロフェショナルは各ゾーンに統合されます。
- **ネスプレッツォ**は 30 周年となった 2016 年も成長を続けました。米国とカナダでは *VertuoLine* システムの成功が持続しており、その勢いは力強いものでした。フランスの売上も、年末に発売された *VertuoLine* の恩恵を受けました。英国の事業はブランドへの投資と定期購入モデルの導入により加速しました。アジアでは中国と韓国が健闘しました。
- **ネスレ ヘルスサイエンス**は順調に成長を維持しました。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、*Boost* 製品レンジ、*Carnation Breakfast Essentials*、ヨーロッパでの *Meritene* などにより、また成長を主導しました。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)ではアレルギー関連製品(特に中国で)、また主要市場での *Vitaflo's* と経口栄養サプリメントが大きく貢献しました。
- **ネスレ スキンヘルス**はコンシューマーケア部門が好調でしたが、年末に流通在庫の調整を行いました。米国の処方箋医薬品事業は激化する競争とジェネリック製品からの圧力の影響を受けました。
- その他の事業の**営業利益率**には、ネスレ スキンヘルスの影響を受けました。流通在庫の調整と増大した再編費用、および訴訟費用が利益率に影響を及ぼしました。ネスレ ヘルスサイエンスの再編費用も増大しました。有利に推移したインプットコストの恩恵を受け、ネスレ プロフェショナルとネスプレッツォはともに利益率を改善しました。

年次株主総会での取締役会の提案

2017年4月6日の年次株主総会で、取締役会は一株当たり2.30スイスフランの配当を提案する予定です。配当受領権のある最終取引日は2017年4月7日です。正味配当金は2017年4月12日から支払われます。2017年3月30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す。

2016年6月27日、取締役会は会長とCEOの後継人事計画を発表しました。CEOとして11年、会長として12年、ほぼ50年にわたってネスレで勤務したピーター・ブラベック・レッツマツ氏は定年に達したため再選には立候補しません。取締役会は、2008年から2016年末までCEOであったポール・ブルケ氏を会長として選任することを提案しました。2016年6月27日、取締役会はまたマーク・シュナイダー氏を2017年1月1日付けでネスレのCEOに任命しました。ネスレの定評あるガバナンスモデルに基づき、シュナイダー氏の年次総会における選任が提案されています。

取締役会は次の年次株主総会が終了するまでを任期として、他の現取締役会メンバーの個別再選を提案します。さらに取締役会は、ゼロックス社の2010年からの会長であり、2009年から2016年まではCEOであったウルスラ・M・バーンズ氏の選任を提案しています。

最後に、取締役会は報酬委員会のメンバーの個別選任、またKPMGを法定監査人として、次の年次株主総会が終了するまでを任期として選任することを提案します。取締役会はまた取締役とエグゼクティブボードの報酬を提出し、株主の承認を仰ぎます。

2017年見通し

2017年のオーガニックグロースは2%から4%の間になると予想しています。将来的な利益率向上のため、2017年には組織再編費用のかなりの増大を見込んでいます。結果として、為替変動を除いた実質ベースの営業利益率は現状維持となる見込みです。為替変動を除いた実質ベースでの利益率と一株当たりの利益、および資本効率は改善の見通しです。

【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: 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年通期売上高および営業利益率一覧

	2016年 1月-12月 売上高 (100万 スイスフラン)	2016年 1月-12月 オーガニック グロース (%)	営業利益率 (マージン)	
			2016年 1月-12月 (%)	前年比
事業分野別				
・南北アメリカ(AMS)	26' 356	+4.2	19.3	-10 bps
・ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)	16' 249	+2.0	16.7	+100 bps
・アジア・オセアニア・ サハラ以南アフリカ(AOA)	14' 493	+3.2	19.0	+60 bps
・ネスレ ウォーターズ	7' 926	+4.5	11.9	+110 bps
・ネスレ ニュートリション	10' 326	+1.5	22.7	+10 bps
その他の事業	14' 119	+3.7	15.2	-50 bps
グループ事業合計	89' 469	+3.2	15.3	+20 bps
製品別				
粉末・液体飲料	19' 792	+4.6	20.8	-50 bps
ウォーター	7' 414	+5.0	12.2	+100 bps
乳製品・アイスクリーム	14' 331	+1.6	18.4	+150 bps
ニュートリション&ヘルスサイエンス	15' 038	+2.0	18.5	-110 bps
調理済み食品・調理用食品	12' 148	+2.7	15.0	+130 bps
菓子	8' 679	+1.8	13.7	-30 bps
ペットケア	12' 067	+5.3	21.0	+20 bps
グループ事業合計	89' 469	+3.2	15.3	+20 bps