ネスレ日本
2018年　事業戦略発表会

2018年3月7日

ネスレ日本株式会社
代表取締役 社長 兼 CEO
高岡 浩三

本日のアジェンダ

- 2017年　業績レビュー
- 2018年　事業戦略
- 質疑応答

2017年　ネスレグループ業績

2017年　ネスレグループの業績

売上	898億スイスフラン 〔約 10兆2268億円〕
オーガニックグロース*1	2.4%
実質内部成長率*2	1.6%
営業利益率*3	16.4%　(+50 bps*4)

日本円表示は
以下レートによる参考額:
2017年通年の平均相場
1スイスフラン＝113.9円

*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

2017年　地域別ネスレグループ業績

	南北アメリカ	ヨーロッパ 中東 北アフリカ	アジア オセアニア サハラ以南アフリカ
売上 （スイスフラン）	407億	261億	230億
実質内部成長率	+0.6%	+1.8%	+3.3%
オーガニックグロース	+1.3%	+2.5%	+4.3%

＊各ゾーン、ネスレウォーターズ、ネスレニュートリション、ネスレプロフェショナル、ネスプレッソ、ネスレヘルスサイエンス、ネスレスキンヘルスを含む

2017年　ネスレ日本の業績

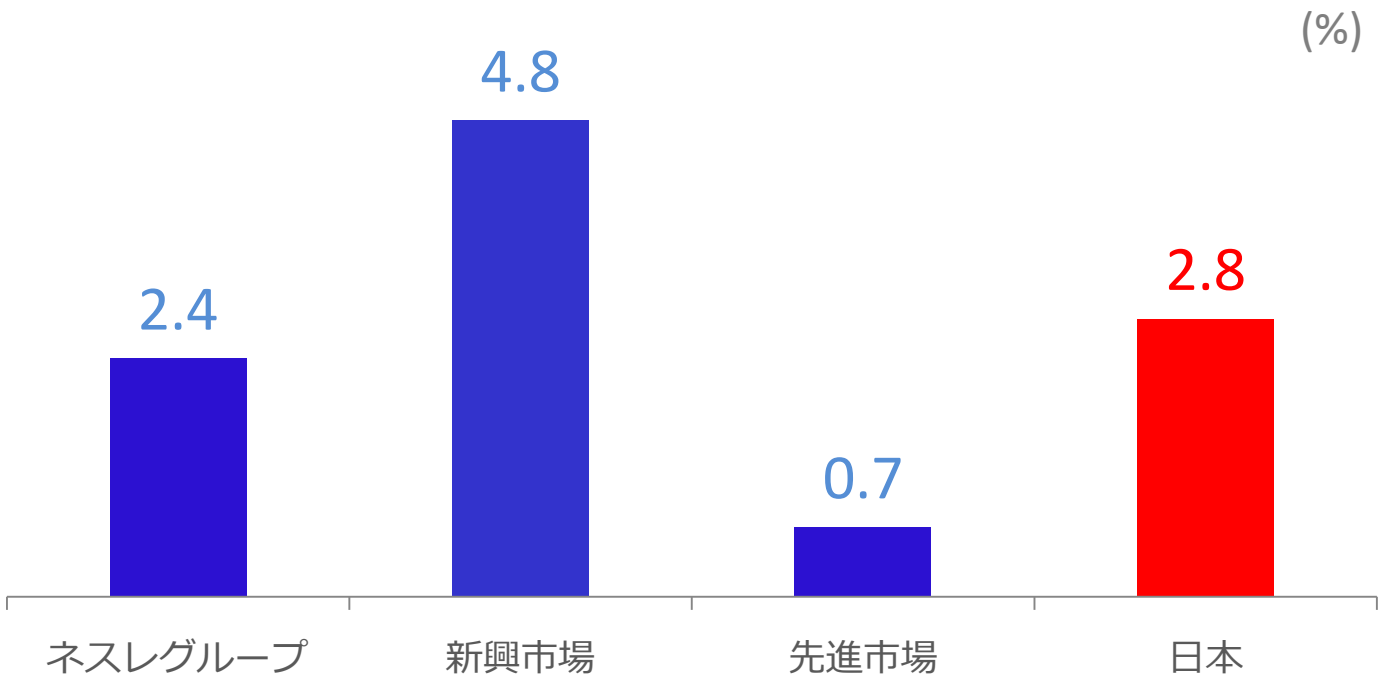
2017年　ネスレ日本の業績

重要指標 *

オーガニックグロース	＋2.8%
営業利益額（対前年同期比）	＋4.9%
営業利益率（対前年同期比）	＋41bps

（* Food & beverage business）

2017年　オーガニックグロース比較



2017年　主なイニシアチブ

【ネスカフェ】
（家庭内）コーヒーマシンの普及／（家庭外）飲用場所の拡大

【キットカット】
プレミアム戦略／インバウンド需要

【Eコマース】
定期便サービス加入者増

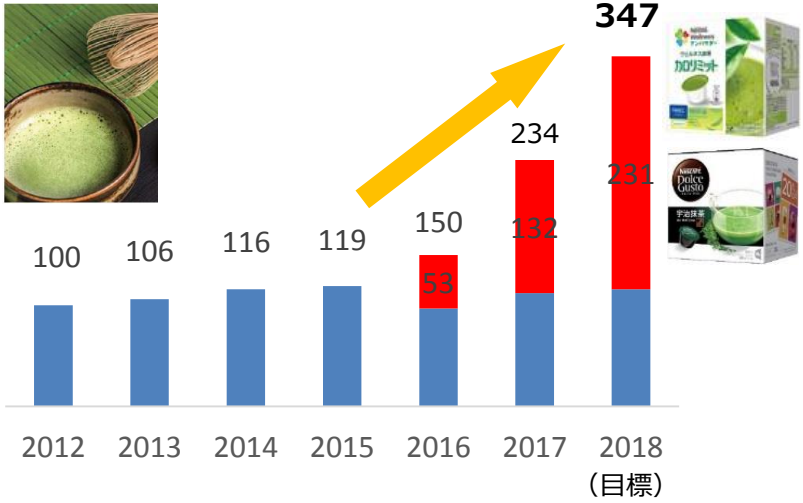
【ネスレ ウェルネス アンバサダー】
ファンケルとの共同プロジェクト開始

【抹茶を第3の柱に】
市場を拡大・牽引

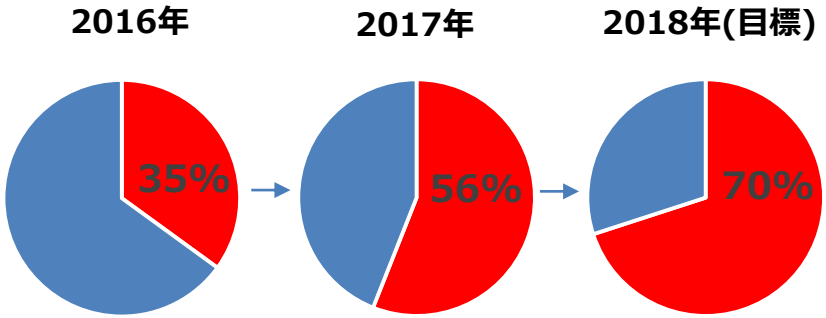
「本格抹茶」市場の急伸長をネスレが牽引

「本格抹茶」市場の推移（*ネスレ調べ）

※2012年を100とした場合



「本格抹茶」市場におけるネスレのシェア（*ネスレ調べ）



2017年　顕著になった外部環境（新しい現実）

家族の少人数化 → 大サイズから小サイズへ

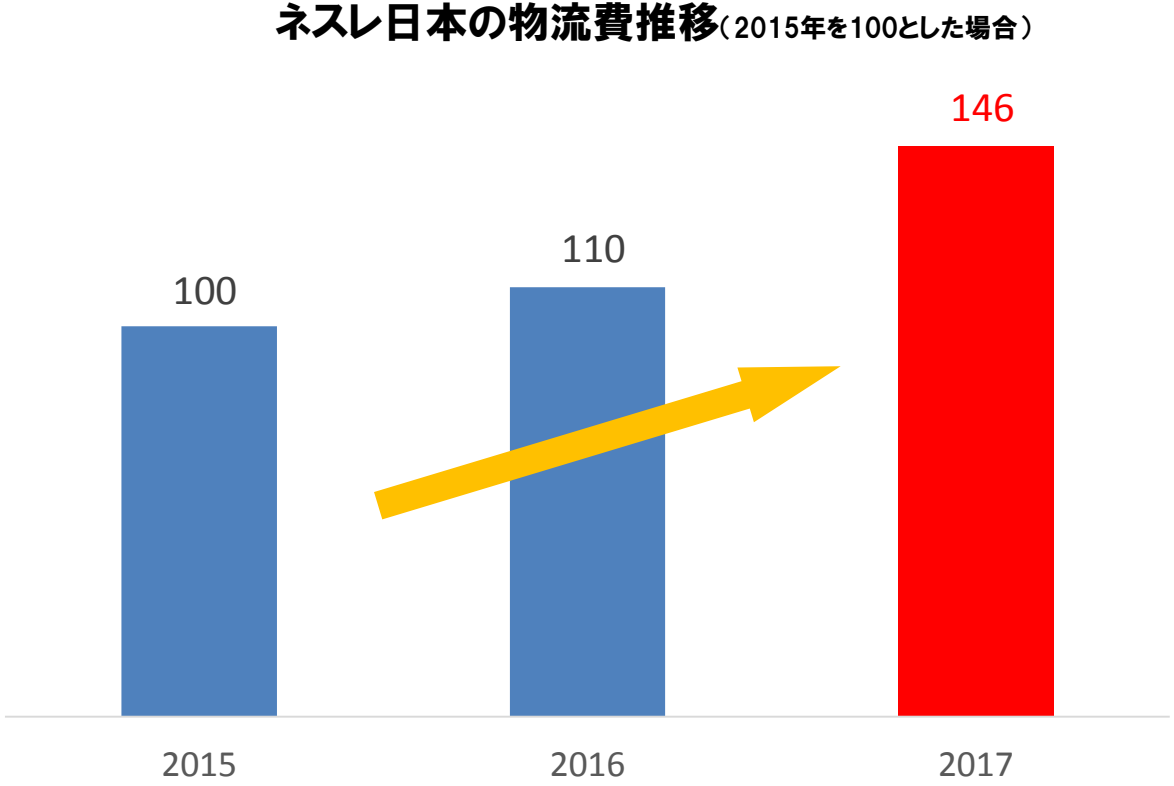
共働きの激増 → 家庭内消費の減少

人手不足 → 需要に対する供給の物流キャパシティが足りない

物流費の高騰

物流費の高騰

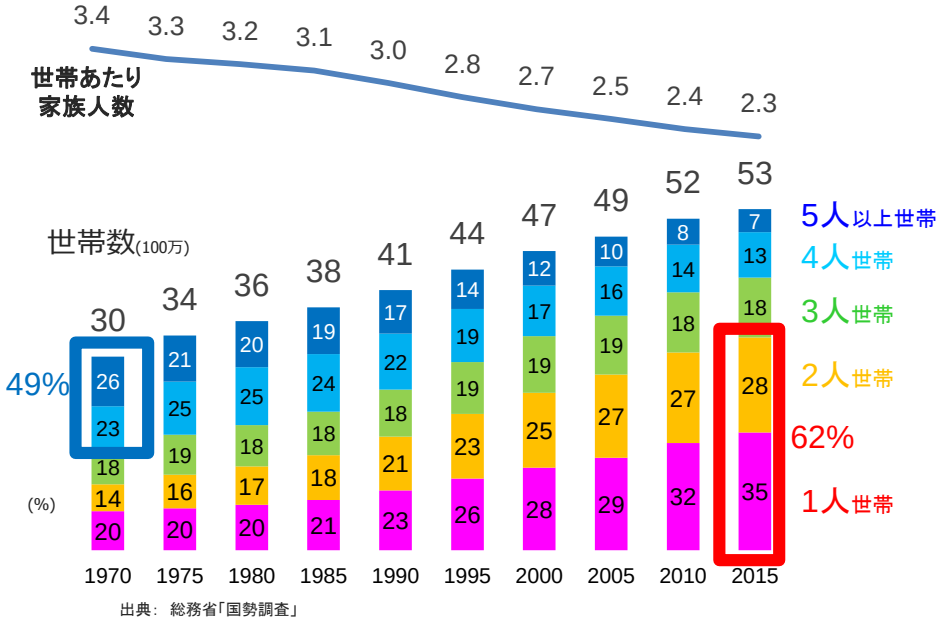
ネスレ日本の物流に関する現状



2018年　事業戦略

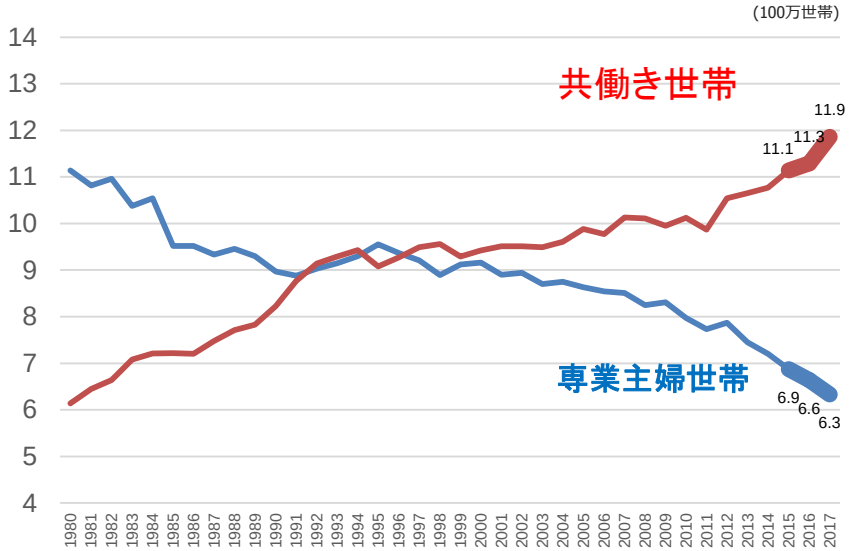
日本における“新しい現実”

世帯あたり人数の減少



出典： 総務省「国勢調査」

共働き世帯の増加



出典：総務省「労働力調査」

1人2人世帯の増加
大サイズからパーソナルの消費へ

共働き世帯の増加
家庭外での消費が拡大

「ネスカフェ」の問題解決【家庭内】

新しい問題 ＝ 大サイズだと、おいしいうちに飲みきれない

ブラックスティックタイプ
新発売（3月1日）

「ネスカフェ」の問題解決【家庭内】

新しい問題 ＝ 飲む人数分だけお湯を沸かして準備するのが手間

（Eコマース）
マシン＋専用カートリッジ定期便

＋

（小売店向け）
マシン＋専用カートリッジ
まとめ買いセット

「ネスカフェ」の問題解決【家庭外】

新しい問題 ＝ 外では手軽においしいコーヒーを飲める場所が少ない

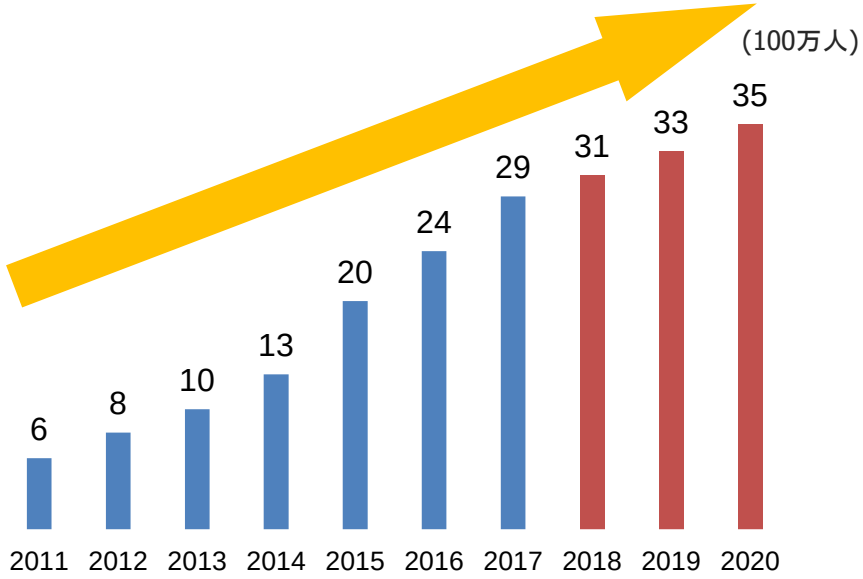
	ネスカフェ アンバサダー	カフェ・イン・ショップ	ネスカフェ サテライト
2018年3月現在	400,000	3,100	1,800
2020年目標	500,000	4,000	2,000
2020年修正目標	700,000	7,000	

ネスカフェ スタンド

ホテル

訪日外国人観光客の増加

新しい問題 ＝ 満足できるクオリティの高い商品が自分の国にはない



出典：日本政府観光局、2018年以降はユーロモニター社推計

It all starts with a NESCAFÉ

メイド・イン・ジャパンの「ネスカフェ」「キットカット」製品が海外でも購入可能に

It all starts with a NESCAFÉ

【予定】
2018.4月～
中国(EC)

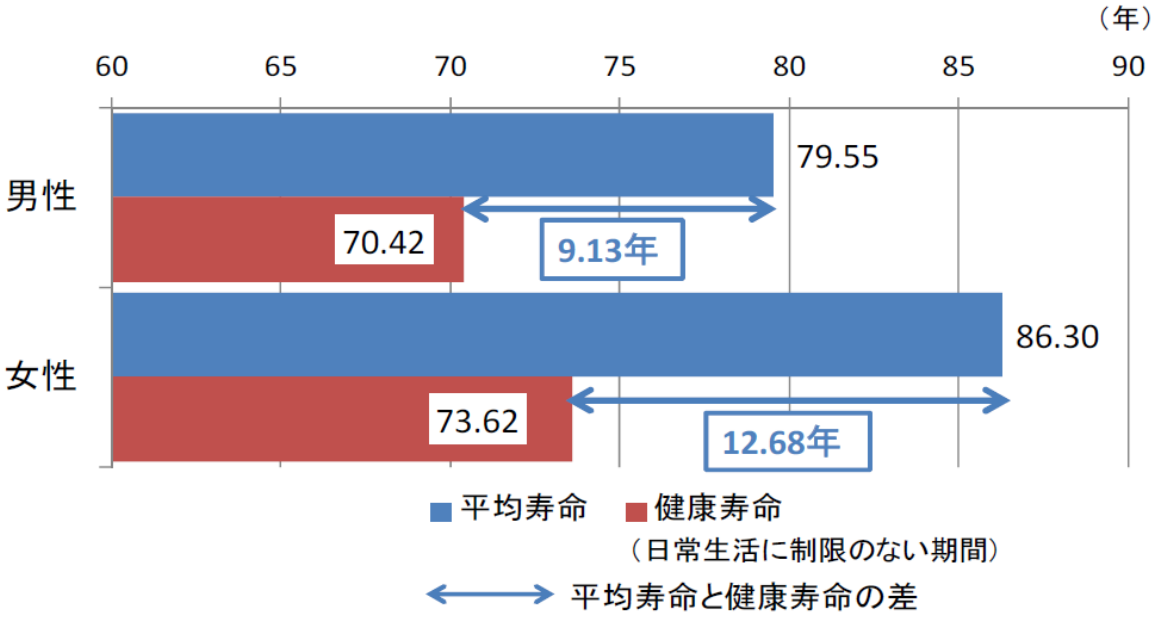
Nestlé KitKat

2017.10月～
韓国(店舗、EC)

【予定】
2018.秋～
中国(店舗、EC)

健康寿命と平均寿命の差

新しい問題 ＝ 健康に長生きしたいが、具体的に何をすればよいかわからない



資料：平均寿命（平成22年）は、厚生労働省「平成22年完全生命表」
健康寿命(平成22年)は、厚生労働科学研究費補助金「健康寿命における将来予測と生活習慣病対策の費用対効果に関する研究」

「ネスレ　ウェルネス アンバサダー」

昨年10月から本格開始。約半年で6万人突破！
1人あたりの定期便購入額は、「ネスカフェ アンバサダー」の約1.5倍

「ネスレ　ウェルネス アンバサダー」

2020年目標：　250,000人

さらなるサービスの充実と顧客の問題解決のために新しいサービスを追加

「ウェルネス チェック」

働く女性の
問題解決

ネスレ Nestlé Good Food, Good Life　FANCL 正直品質。

共同開発サービス

「ウェルネス チェック」2018年5月～テスト開始

社会進出が進み、さらに多忙をきわめる「働く女性」の
<u>潜在的な問題</u>を探すサービス「ウェルネス チェック」

ネスレ Nestlé Good Food, Good Life
FANCL 正直品質。
共同開発サービス

- お肌
- 栄養
- ストレス
- 睡眠

自分がどのような問題を抱えているかが分かり、
その問題に応じて最適なカプセルが提案されるサービス

よりパーソナライズされたサービスへの進化

2018年5月～
食事写真自動解析

食事写真から簡単に
栄養状態を
チェックできる

今後、プレミアムコースで
パーソナルアドバイスを強化

血液検査

- 血液分析結果
- 不足栄養を補う食事
- おすすめ製品

DNA検査

- 個人に特有の肥満リスク
- 最適なダイエット法紹介
- おすすめ製品