

## プレスリリース

2019年4月18日、ヴェヴェー発



### ネスレ S.A. 2019 年 第 1 四半期の売上を報告

- オーガニックグロースは 3.4%で、実質内部成長率は 2.2%と引き続き堅調。プライシングはブラジルと米国で大きく改善して 1.2%上昇。
- 売上は 4.3%増の 222 億スイスフラン(2018 年 1-3 月:213 億スイスフラン)。事業買収と売却との相殺が 1.2%のプラス影響、為替変動が 0.3%のマイナス要因。
- ポートフォリオマネジメント戦略は順調に進捗。ネスレ スキンヘルスと *Herta* 食肉加工品事業の戦略的見直しはそれぞれ 2019 年半ばと同年末までには完了の見通し。
- 2019 年通年の見通しを再確認。2020 年の目標に向けて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を引き続き改善。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改善、資本効率もまた改善の見通し。

ネスレ CEO マーク・シュナイダー:「2018 年の勢いを礎に、ネスレが第1四半期、力強いオーガニックグロースを達成したことを嬉しく思います。私たちがよりスピードを上げ、変化する世界に向けてイノベーションを起こし、計画実行に集中したことが明らかに報われつつあります。本年の通年見通しを再確認いたします。」

「第1四半期に、ネスレはスターバックスブランドの 24 種のプレミアムコーヒー製品の新発売を発表しました。ネスレとスターバックスのチームは、これらの製品をわずか 6 カ月で開発するという難題を素晴らしい仕事ぶりでやり遂げました。」

「ネスレには、事業は社会をより良くする力だとする考え方が非常に強く根付いています。今回の報告から四半期ごとに、ネスレがいかにかに共通価値を創造しているのかを伝えていきます。まず初めに、『ネスプレzzo』が品質とサステナビリティに対するコミットメントをどのように果たしているかを紹介します。」

	グループ 事業合計	ゾーン AMS	ゾーン EMENA	ゾーン AOA	ネスレ ウォーターズ	その他の 事業
売上2019年第1四半期 (100万スイスフラン)	22,183	7,510	4,703	5,389	1,773	2,808
売上2018年第1四半期 (100万スイスフラン)	21,264	6,761	4,737	5,286	1,732	2,748
実質内部成長率 (RIG)	2.2%	0.9%	3.1%	2.3%	-2.3%	6.5%
プライシング	1.2%	2.5%	-1.0%	1.0%	4.3%	0.3%
オーガニックグロース	3.4%	3.4%	2.1%	3.3%	2.0%	6.8%
買収・売却	1.2%	6.0%	0.0%	-0.2%	-0.5%	-4.3%
為替変動	-0.3%	1.7%	-2.8%	-1.2%	0.9%	-0.4%
売上伸長率	4.3%	11.1%	-0.7%	1.9%	2.4%	2.1%

## グループ全体の売上

第1四半期のオーガニックグロースは3.4%に達しました。実質内部成長率は2.2%と粘り強さを見せ、プライシングは主にブラジルと米国での上昇を反映して1.2%に改善しました。オーガニックグロースは、戦略的見直しの対象事業を除いて3.2%でした。ネスレグループ内で4位の市場であるブラジルが成長の加速に大きく貢献しました。ネスレの2大市場である米国と中国も勢いを維持しました。すべての製品カテゴリーがプラス成長でした。最も大きく成長に寄与したのはピュリナ ペットケア、乳製品、乳幼児用栄養でした。グループのオーガニックグロースは先進国市場で1.2%、新興国市場で6.3%でした。

事業買収と売却との相殺は売上を1.2%上昇させました。スターバックスのライセンス取得、Atrium Innovationsなどの買収が、主にGerber生命保険と米国の菓子事業の売却を相殺して余りあるものとなりました。為替変動は0.3%のマイナス要因でした。報告ベースの売上は4.3%増の222億スイスフランでした。

## ゾーン 南北アメリカ(AMS)

- オーガニックグロース3.4%、実質内部成長率0.9%、プライシング2.5%
- 北米は実質内部成長率、プライシングともにプラスで、オーガニックグロースもプラスとなりました。
- 中南米も実質内部成長率、プライシングともにプラスで、1桁台半ばのオーガニックグロースを記録しました。

	売上 2019 年 第1四半期	売上 2018 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	75億	68億	0.9%	2.5%	3.4%	6.0%	1.7%	11.1%
AMS	スイスフラン	スイスフラン						

実質内部成長率が0.9%と粘りを見せたことに加え、プライシングが2.5%と大きく貢献して、オーガニックグロースは3.4%に伸長しました。事業買収と売却との相殺は売上を6.0%押し上げましたが、大部分がスターバックスのライセンス取得に関わるものでした。為替変動は売上を1.7%上昇させました。ゾーン AMS の報告ベースの売上は11.1%増の75億スイスフランでした。

北米は第1四半期、良好な売上の伸びを維持しました。プライシングはコスト高騰を反映して上昇しました。成長に最も貢献したのはピュリナ ペットケアでeコマースと、「ピュリナワン」、Tidy Catsトイレ用品などのプレミアムブランドが好調でした。北米では、ネスレ プロフェッショナルと、Coffee-mate クリーマー、スターバックス、「ネスカフェ」から構成される飲料事業が1桁台半ばの成長を示しました。冷凍食品は Hot Pockets と Stouffer's ブランドがけん引してプラス成長へ回帰しました。

中南米はほとんどの市場とカテゴリーがプラスの貢献で、1桁台半ばの成長となりました。ブラジルはプライシング、実質内部成長率ともにプラスで2桁成長を達成しました。メキシコは NESCAFÉ Origins の高い需要によりコーヒーが好調を維持、1桁台半ばの成長を見せました。中南米は乳製品、菓子、ピュリナ ペットケアのカテゴリーで1桁後半の成長を記録しました。

### ゾーン ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)

- オーガニックグロース 2.1%、実質内部成長率 3.1%、プライシング -1.0%
- 西ヨーロッパは力強い実質内部成長率を見せましたが、オーガニックグロースはマイナスのプライシングの影響を受けました。
- 中央および東ヨーロッパは好調な実質内部成長率とプラスのプライシングで1桁台半ばのオーガニックグロースとなりました。
- 中東と北アフリカは好調な実質内部成長率とプラスのプライシングで1桁台半ばのオーガニックグロースとなりました。

	売上 2019 年 第1四半期	売上2018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	47億	47億	3.1%	-1.0%	2.1%	0.0%	-2.8%	-0.7%
EMENA	スイスフラン	スイスフラン						

オーガニックグロースは 2.1%で、3.1%という力強い実質内部成長率が支えました。プライシングは西ヨーロッパで長引くデフレ傾向のため 1.0%下落しました。事業買収と売却は売上に影響を与えなかった一方、為替変動は 2.8%のマイナスの影響がありました。ゾーン EMENA の報告ベースの売上は 0.7%減の 47 億スイスフランでした。

本ゾーンは西ヨーロッパの低成長環境にもかかわらず、高い実質内部成長率を見せました。主にピュリナ ペットケア、乳幼児用栄養カテゴリーがゾーン全体、特に中央および東ヨーロッパ、また中東と北アフリカで、成長に貢献しました。コーヒーは、生豆価格の下落によりプライシングはマイナス、実質内部成長率はゼロでした。菓子は、「キットカット」が 2 桁成長を遂げ、最近新発売された *Yes!* スナックバーの需要も高く、好調な第 1 四半期となりました。冷凍ピザの *Wagner* と *Buitoni* ブランドはプラス成長へと転じ、ベジタリアン製品は 1 桁台後半の成長を見せました。

### 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 3.3%、実質内部成長率 2.3%、プライシング 1.0%
- 中国は実質内部成長率とプライシングがプラスで 1 桁台半ばのオーガニックグロースを維持しました。
- 東南アジアは高い実質内部成長率とプラスのプライシングで 1 桁台半ばのオーガニックグロースとなりました。
- 南アジアは実質内部成長率とプライシングがバランス良く寄与して、1 桁台前半のオーガニックグロースとなりました。
- サハラ以南アフリカは実質内部成長率、プライシングがともにプラスで、1 桁台半ばのオーガニックグロースでした。
- 日本とオセアニアは実質内部成長率とプライシングがともに下落し、オーガニックグロースはマイナスでした。

	売上 2019 年 第1四半期	売上2018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	54億	53億	2.3%	1.0%	3.3%	-0.2%	-1.2%	1.9%
AOA	スイスフラン	スイスフラン						

オーガニックグロースは 3.3%で、内訳は実質内部成長率が 2.3%、プライシングが 1.0%でした。事業買収と売却との相殺が 0.2%、為替変動は 1.2%、それぞれ売上を押し下げました。本ゾーンの報告ベースの売上は 1.9%増の 54 億スイスフランでした。

ゾーン AOA の第 1 四半期は、日本とオセアニアによりわずかながら減速したものの手堅い成長を見せました。中国は *illumina* オーガニック乳幼児用栄養製品群、「ネスカフェ」液体コーヒー、食品、特に *Totole* 製品が大きく貢献して 1 桁台半ばの成長を維持しました。東南アジアは全体的に力強い成長を見せました。インドネシアと

ベトナムは特に *Bear Brand*、*NAN*、「ネスカフェ」が好調で、2 桁成長を達成しました。南アジアは 1 桁前半の成長率でした。*NAN* 乳幼児用栄養、食品の「マギー」、菓子の「キットカット」が大きく成長しましたが、乳製品のマイナス成長に一部相殺されました。サハラ以南アフリカは 1 桁半ばの成長でした。日本の実質内部成長率は、前年同期との比較で不利となったことに加え、コーヒーカテゴリーが軟調でマイナスでした。オセアニアは、実質内部成長率はプラスでしたが、デフレ環境下でプライシングがマイナスでした。本ゾーンではピュリナ ペットケアが高い成長を示しました。

## ネスレ ウォーターズ

- オーガニックグロス 2.0%、実質内部成長率 -2.3%、プライシング 4.3%
- 北米はプライシングの高い伸びがマイナスの実質内部成長に一部相殺されましたが、オーガニックグロスはプラスでした。
- ヨーロッパのオーガニックグロスはわずかながらマイナスでした。プライシングはプラスでしたが、マイナスの実質内部成長率で完全に相殺されました。
- 新興国市場は高いプライシングとプラスの実質内部成長率で 1 桁後半のオーガニックグロスを達成しました。

	売上2019年 第1四半期	売上2018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
ネスレ ウォーターズ	18億 スイスフラン	17 億 スイスフラン	-2.3%	4.3%	2.0%	-0.5%	0.9%	2.4%

オーガニックグロスは 2.0%でした。プライシングは 4.3%伸長し、実質内部成長率は 2.3%下落しました。事業買収と売却との相殺が売上を 0.5%減少させた一方、為替変動が売上を 0.9%上昇させました。ネスレ ウォーターズの報告ベースの売上は 2.4%増の 18 億スイスフランでした。

北米の成長は、パッケージングと流通の大幅なコスト高騰を反映して 2018 年に実施した値上げが支えました。プレミアムブランドの「サンペレグリノ」、「ペリエ」、「アクアパンナ」が力強く成長し、特に新発売された *S.Pellegrino Essenza* は大きな需要がありました。*Poland Spring* と *Zephyrhills* も成長にかなり貢献しました。*ReadyRefresh* 直販ビジネスは 1 桁半ばの成長率でした。主力ブランドの *Nestlé Pure Life* はマイナス成長でした。

新興国市場の成長率は 1 桁後半へと伸長しました。ヨーロッパは英国とドイツの影響で売上の伸びは若干のマイナスでした。

全体として国際的プレミアムブランドは強力なイノベーションが奏功して1桁後半の成長率でした。

## その他の事業

- オーガニックグロース 6.8%、実質内部成長率 6.5%、プライシング 0.3%
- ネスプレッツは南北アメリカでの勢いが非常に強く、1桁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1桁半ばのオーガニックグロースを記録しました。
- ネスレ スキンヘルスは好調な実質内部成長率とわずかにマイナスのプライシングで、2桁のオーガニックグロースを達成しました。

	売上 2019 年 第1四半期	売上 2018 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	28億 スイスフラン	27億 スイスフラン	6.5%	0.3%	6.8%	-4.3%	-0.4%	2.1%

6.8%のオーガニックグロースは、好調な実質内部成長率 6.5%とプライシング 0.3%によるものです。事業売却は買収との相殺で売上を 4.3%押し下げましたが、主に Gerber 生命保険の売却が Atrium innovations のネスレヘルスサイエンスへの統合を相殺する以上の規模だったためです。為替変動は売上に 0.4%のマイナス影響を及ぼしました。その他の事業の報告ベースの売上は 2.1%増の 28 億スイスフランでした。

ネスプレッツは 1 桁半ばのオーガニックグロースを維持しました。北米と新興国市場は 2 桁成長でしたがヨーロッパの売上は横ばいでした。成長を支えたのは引き続き Vertuo システムでした。ネスレ ヘルスサイエンスは 1 桁半ばの成長率でしたが、メディカルニュートリションの成長は 2 桁で、新興国市場では販売地域を広げました。イノベーションが成長にさらなる勢いを加えました。他に類のないオーガニック、食品経管栄養剤である *Compleat Organic Blends* は高い需要がありました。ネスレ スキンヘルスは 2 桁成長でした。

## 社会をより良くする力としてのネスレ事業

ネスレの事業活動の根本を成すのが共通価値の創造です。ネスレは株主の皆さまと社会の双方に価値を創造することが、企業としての長期的な成功につながると考えています。

ネスプレッツはこれを体現しています。ネスプレッツが消費者の皆さまへの提案の中心に据えるのは、共通価値の創造です。ネスプレッツの成功は、至福のコーヒ体験を提供することに基づいています。それはコーヒー

農場からカプセルのリサイクルに至るまでのすべてにおける品質とサステナビリティに対するコミットメントの結果です。

カプセルコーヒーのサステナビリティ ネスプレッソは高品質な R&G コーヒーを楽しめる、最もサステナブルな方法の一つです。この精密なシステムは 1 杯のコーヒーを作る際に必要とされる正確な量の水、エネルギー、コーヒーを使うので資源の無駄を減らします。

コーヒーと農場のコミュニティ 2003 年に設立された「ネスプレッソ AAA サステナブル・クオリティ(持続可能品質)プログラム」は大規模な投資を伴うものです。460 人のネスプレッソの農学者が品質や収穫量を改善し、環境的に、また社会的に責任ある農法を推進するため 10 万名のコーヒー農家と緊密に協働しています。品質の高いコーヒーの生産性を向上させることは農家の収入増につながり、持続可能な生活に貢献します。「マスターオリジン」は 6 カ国(メキシコ、コロンビア、インドネシア、エチオピア、インド、ニカラグア)で産出される世界最高のコーヒーを使ったシリーズで、ネスレの存在意義を示す協働の好例です。

アルミとリサイクル 最高品質のネスプレッソコーヒーの香りと味わいを完全に保護するため、アルミニウムがカプセルの素材として選ばれました。アルミカプセルはカップに抽出したコーヒーの品質を保証し、100%リサイクル可能です。1991 年から、ネスプレッソは 53 カ国でリサイクルのインフラに投資しており、92%のネスプレッソのユーザーにリサイクルの選択肢が提供されています。アルミニウムとコーヒーかすの両方が回収され再利用されます。

ネスプレッソのユニークで包括的なアプローチは、消費者の皆さまに最高品質のコーヒー体験をお届けするとともに、環境そして世界中のコーヒー農家コミュニティにも恩恵をもたらしているのです。

## 2019 年通年見通し

2019 年の通年見通しを改めて確認いたします。2020 年の目標に向けて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を引き続き改善します。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改善、資本効率もまた改善の見通しです

### 【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: Christoph Meier	Tel.: +41 21 924 22 00
投資家の皆様	担当: Luca Borlini	Tel.: +41 21 924 38 20

## 添付資料

### 2019年第1四半期売上一覧 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	ネスレ ウォーターズ	その他の 事業
売上2019年第1四半期 (100万スイスフラン)	22,183	7,510	4,703	5,389	1,773	2,808
売上2018年第1四半期 (100万スイスフラン)	21,264	6,761	4,737	5,286	1,732	2,748
実質内部成長率 (RIG)	2.2%	0.9%	3.1%	2.3%	-2.3%	6.5%
プライシング	1.2%	2.5%	-1.0%	1.0%	4.3%	0.3%
オーガニックグロース	3.4%	3.4%	2.1%	3.3%	2.0%	6.8%
買収・売却	1.2%	6.0%	0.0%	-0.2%	-0.5%	-4.3%
為替変動	-0.3%	1.7%	-2.8%	-1.2%	0.9%	-0.4%
売上伸長率	4.3%	11.1%	-0.7%	1.9%	2.4%	2.1%

### 2019年第1四半期売上一覧 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
売上2018年第1四半期 (100万スイスフラン)	21,264	5,013	1,631	2,991	3,766	2,841	2,003	3,019
実質内部成長率 (RIG)	2.2%	0.8%	-2.1%	2.1%	5.7%	2.6%	1.1%	2.9%
プライシング	1.2%	0.5%	4.5%	2.1%	0.5%	-0.3%	0.9%	2.6%
オーガニックグロース	3.4%	1.3%	2.4%	4.2%	6.2%	2.3%	2.0%	5.5%