ネスレ日本
2019年　事業戦略発表会

2019年3月26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

- 2018年　業績レビュー
- 2019年　事業戦略
- 質疑応答

2018年　ネスレグループ業績

2018年　ネスレグループの業績

売上	914億スイスフラン 〔約10兆3191億円〕
オーガニックグロース*1	3.0%
実質内部成長率*2	2.5%
営業利益率*3	17.0%　(+50 bps*4)

日本円表示は
以下レートによる参考額:
2018年通年の平均相場
1スイスフラン＝112.9円

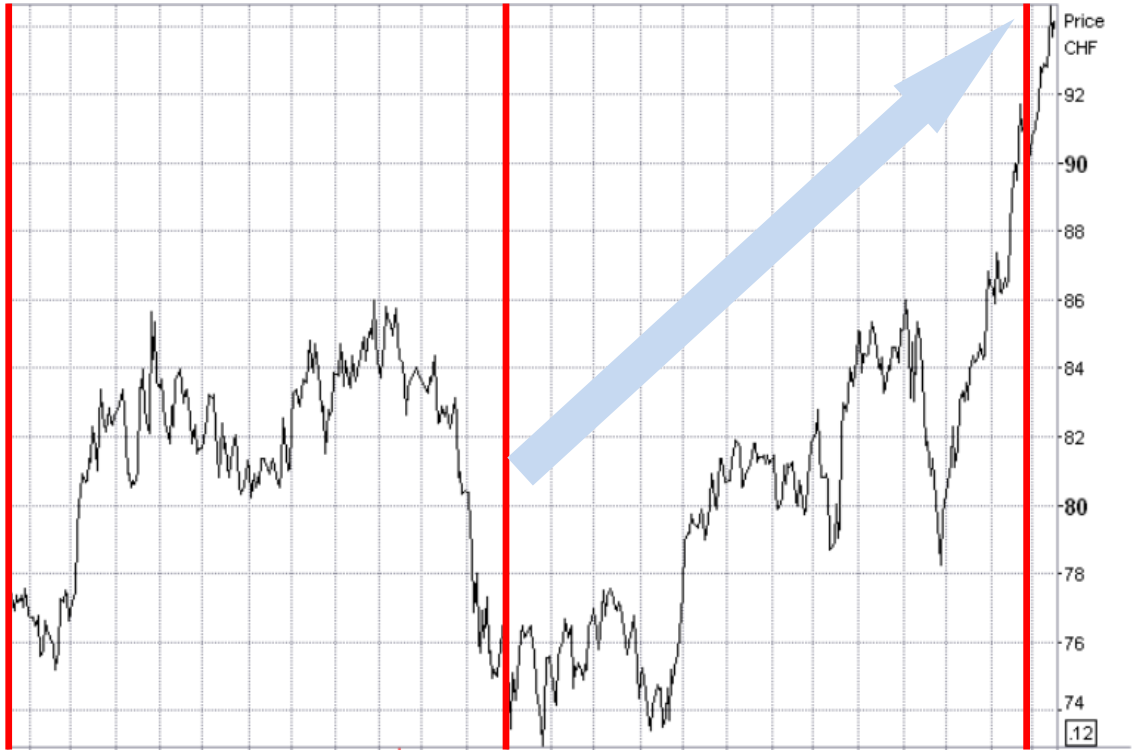
*1: 為替変動、買収売却等の影響を除いた売上の対前年同期伸び率
*2: オーガニックグロースから価格変動を除いた数量ベースの伸び率
*3: 基礎となる資産ベースの営業利益率
*4: 為替の要因を除いた実質ベース

2018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）	410億	269億	235億
実質内部成長率	+1.9%	+2.2%	+3.7%
オーガニックグロース	+2.8%	+2.1%	+4.4%

＊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

ネスレS.A.株価、過去最高を更新中



2017年3月　2018年3月　2019年3月

2018年1月
北米の菓子事業
を売却

2018年5月
スターバックス
との提携合意

2018年　ネスレ日本の業績

2018年　ネスレ日本の業績

重要指標 *

オーガニックグロース　＋0.5%

営業利益額（対前年同期比）　−1.5%

営業利益率（対前年同期比）　−42bps

（* Food & beverage business）

2018年のビジネス環境

新しい現実	共働き世帯増 ／ 家庭内消費減 コーヒー家庭内在庫の激減	人手不足による 物流費の高騰
マイナス影響	RSC+IC市場 -5%（ボリューム-7%） ネスカフェ シェアは微増　約70%維持	Eコマース物流費 70%上昇
対応策	家庭外消費でのシェア獲得 ／ ネスカフェの価格改定 ／ Eコマースへの投資	

OG＋0.5%　　＋2.5%昇給

2019年　事業戦略

3つの象徴的グローバルコーヒーブランドにより、国内のコーヒー市場で、圧倒的なポジションを構築

NESCAFÉ

NESPRESSO

STARBUCKS

家庭外でもスターバックスのビジネスを拡大

2019年
3月現在

ネスカフェ アンバサダー

450,000

カフェ・イン・ショップ

4,000

ネスカフェ サテライト

2,000

＋

デジタル・トランスフォーメーション

ネスレの定期便サービス利用は100万件超

消費者（BtoC）

ネスカフェ アンバサダー

一般家庭

ネスレ ウェルネス アンバサダー

2020年、Eコマース比率は20%に

消費者/顧客のデータ把握
直接的なつながり

顧客（BtoB）

カフェ・イン・ショップ

ネスカフェ サテライト

ホテル・レストラン

動物病院

デジタル・トランスフォーメーション

ネスレの定期便サービス利用は100万件超

消費者（BtoC）

ネスカフェ アンバサダー

一般家庭

ネスレ ウェルネス アンバサダー

2020年、Eコマース比率は20%に

消費者/顧客のデータ把握
直接的なつながり

顧客（BtoB）

カフェ・イン・ショップ

ネスカフェ サテライト

ホテル・レストラン

動物病院

ネスレ ウェルネス アンバサダー

製品＋サービスによる、パーソナライズされた健康ソリューションで加入者拡大

分析

食生活や生活習慣から
不足しがちな栄養素を分析

WEB上での
アンケート

LINEでの
食事写真分析

より詳細な検査で現在の
健康と将来のリスクを分析

DNA検査/
血液検査

栄養アドバイス

オンラインでの
食事&栄養アドバイス

栄養士による電話で
のコンサルティング

パーソナライズ
された商品提案

デジタル・トランスフォーメーション

ネスレの定期便サービス利用は100万件超

消費者（BtoC）

ネスカフェ アンバサダー

一般家庭

ネスレ ウェルネス アンバサダー

2020年、Eコマース比率は20%に

消費者/顧客のデータ把握
直接的なつながり

顧客（BtoB）

カフェ・イン・ショップ

ネスカフェ サテライト

ホテル・レストラン

動物病院

ペットへの健康意識が高まる中、動物病院・ペットオーナーが抱えている問題

初回の診察以降
来院が減少

【動物病院】
その後の
経過把握が困難

【ペットオーナー】
自らの判断で
療法食を誤って使用

動物病院・ペットオーナー双方の問題を解決
デジタルを活用した業界初のビジネスモデル

獣医療業界における、新たなイノベーション

サービス	製品	新たなパートナーシップ
独自のデジタルプラットフォーム	世界最先端の科学的知見に基づく、療法食・サプリメント	動物病院への導入促進

PURINA
Your Pet, Our Passion.

DSファーマ
アニマルヘルス

動物病院がペットの健康状態を確実に把握し、ペットに最適な療法食を提供できる

2019年以降も、イノベーションで持続的な成長を達成