

プレスリリース

2015年4月17日、ヴェヴェー発



ネスレ S.A. 第1四半期の売上高:オーガニックグロースは4.4%、通年の見通しを確認

- 売上高は209億スイスフラン
- オーガニックグロースは4.4%、実質内部成長率は1.9%
- オーガニックグロースは先進国市場で2.5%、新興市場で6.7%
- 通年の見通しを確認:約5%のオーガニックグロースと、為替の要因を除いた実質ベースでの利益率と一株当たりの利益の向上、および資本効率の改善を目指す

ネスレ CEO ポール・ブルケ:「第1四半期の売上の伸長は予想どおりで、実質内部成長率とプライシングの双方がけん引しました。ゾーン ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)、ネスレ ウォーターズ、その他の事業で良い業績を達成しました。ゾーン アジア・オセアニア・アフリカと北米では成長力を回復させるべく継続的に注力しており、これらの取り組みが通年では良い結果につながると期待しています。通年の見通しは、約5%のオーガニックグロースと、為替の要因を除いた実質ベースでの利益率と一株当たりの利益の向上、および資本効率の改善を目指すことで確認しました。」

グループ全般

2015年第1四半期のオーガニックグロースは4.4%で、内訳は実質内部成長率1.9%、プライシング2.5%となっています。売上高は0.5%増の209億スイスフランで、為替のマイナス影響は-4.5%でした。買収と事業売却とのネットインパクトは売上高に0.6%寄与しました。

2015年、ネスレは全地域で成長を続けています。ゾーン 南北アメリカ(AMS)で5.6%、ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)で4.5%、アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA)で2.2%でした。先進国市場で2.5%、新興市場で6.7%の成長でした。

ゾーン 南北アメリカ

売上高58億スイスフラン、オーガニックグロース3.7%、実質内部成長率-0.2%

- 北米での2015年の出だしは低調となりました。冷凍食品、特に *Lean Cuisine* が苦戦しました。マーケティングミックスの全要素を見直し、消費者とブランドとの関連性を高めるなど、ネスレの冷凍食品ブランドの再ポジショニングに取り組んでいます。このような取り組みにより、年内には冷凍食品部門は業績を回復するものと期待しています。北米での成長は *Coffee-mate*、アイスクリームではスーパープレミアム製品とスナック製品、そしてチョコチップ

プと冷凍クッキー生地でのイノベーションがけん引したベーキング製品が貢献しました。ペットケアでは *Beyond*、「ピュリナ ワン」、*Tidy Cats* 猫用トイレ用品などでの製品ライン拡充や新製品の発売が順調でした。

- 中南米全体でマクロ経済環境の悪化が業績に影響しました。数か国でインフレ圧力の下、プライシングを実施しました。ブラジルでは常温乳製品は低調でしたが、「キットカット」やビスケットが好調だった菓子事業、また「ネスカフェ ドルチェ グスト」が好調のコーヒーが伸びて、高い成長を記録しました。ココア、麦芽飲料も貢献しました。メキシコではソリュブルコーヒーと菓子事業が堅調でした。全地域で *Dog Chow*、「プロプラン」、*Cat Chow* がペットケア事業の二桁成長をけん引しました。

ゾーン ヨーロッパ・中東・北アフリカ(EMENA)

売上高 39 億スイスフラン、オーガニックグロース 5.3%、実質内部成長率 3.9%

- ゾーンの全地域で高い成長を達成しました。「フィリックス」、「ピュリナ ワン」、*Gourmet* が好調だったペットケア事業がけん引しました。「ネスカフェ ドルチェ グスト」がゾーン全体で伸びたほか、常温食品と菓子事業もイースターの祝日が早かったことで好影響を受け好調でした。東欧とトルコではプライシングの影響がありました。
- 西欧のほとんどの国は好調でしたが、スイスとギリシャが比較的スロースタートとなりました。
- 中東欧ではポーランド、ロシア、ウクライナがインフレ圧力にも関わらず高成長を遂げました。
- 中東と北アフリカでは数量ベースでの成長が堅調でした。ソリュブルコーヒーが好調だったトルコが力強い成長を見せ、中東もイラクとイエメンの厳しい環境にも関わらず順調でした。

ゾーン アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ(AOA)

売上高 36 億スイスフラン、オーガニックグロース-0.2%、実質内部成長率-2.3%

- 予想されたとおり、主に中国が原因で低調なスタートとなりました。製品のイノベーション、コミュニケーションと流通のイノベーションと改善など、対応策を推し進めています。ナイジェリアの成長鈍化も低調の一因でした。
- マレーシアの *Nescafé Blend & Brew* や *KIT KAT Rubies* などのイノベーション、中国の Yinlu からの *Chun* プレミアムプロテイン飲料、そして *Nestlé Milo Active-Go* の発売などで新興市場での成長拡大の基盤を築きつつあります。
- 全体的に、プレミアム事業の好調が続きました。日本は、製品とビジネスモデル双方で進行中のイノベーションと、「キットカット」の持続的な高成長のおかげで、ダイナミックな成長を遂げました。

ネスレ ウォーターズ

売上高 17 億スイスフラン、オーガニックグロース 7.3%、実質内部成長率 7.5%

- ネスレ ウォーターズは引き続き堅調で、全 3 ゾーンで広範なオーガニックグロースと実質内

部成長率を達成しました。新興市場では二桁、先進国市場では一桁半ばの成長率でした。

- Nestlé Pure Life の成長はさらに加速しました。国際的プレミアムブランド「ペリエ」と「サンペレグリノ」は北米、ヨーロッパをはじめ、世界中で成長を続けています。ローカルブランドではトルコの *Erikli*、サウジアラビアの *Al Manhal*、英国の *Buxton*、中国の *Yunnan Shan Quan* が力強い成長を見せました。

ネスレ ニュートリション

売上高 26 億スイスフラン、オーガニックグロース 4.3%、実質内部成長率 1.3%

- ネスレ ニュートリションは、特に中東、アフリカの変化の激しい国々やロシアでの厳しい競争により、比較的低調な滑り出しとなりました。アジア、メキシコは好調でした。Wyeth Infant Nutrition はプレミアムブランド *Illuma* と *S-26* の好調と販売地域拡大が奏功し、乳児用調整粉乳とグローイングアップミルクが引き続き力強く成長しました。米国、東南アジア、インドでは乳児向けシリアルが好調。食品飲料ではパウチ製品が特筆すべき製品となりました。

その他の事業

売上高 33 億スイスフラン、オーガニックグロース 8.1%、実質内部成長率 5.9%

- **ネスレプロフェショナル**は食品事業と飲料事業がバランスよく伸び、好調なスタートを切りました。アジアと中南米の新興市場が成長をけん引し、東欧も貢献しました。
- **ネスプレッツォ**はマシン、サービス、そしてスーパープレミアムコーヒーの品揃えにおいて継続的なイノベーションとリノベーションを行い、競争の激しい市場で成長を続けています。またグローバルな事業拡大も継続しています。
- **ネスレヘルスサイエンス**は消費者ケア、医療栄養、新たな栄養セラピーの全 3 事業で堅調でした。ヨーロッパと中国が健闘。製品では *Vitaflo* レンジ、小児アレルギー用製品の *Alfamino* レンジ、北米の *Boost*、ヨーロッパの *Meritene* が主たる成長要因でした。
- **ネスレスキンヘルス**は全事業の貢献と南北アメリカ、アジアの好業績で引き続き堅調でした。話題の酒さ治療薬 *Soolantra* の発売が処方箋製品事業の成長に寄与しました。昨年取得した、北米での医療美容製品販売権も力強い成長に貢献しました。

2015 年見通し

通年の見通しを確認しています：今後とも長期的な事業展開に注力し、将来の成長の基盤をより強固なものとしていきます。そして、約 5%のオーガニックグロースと、為替の要因を除いた実質ベースでの利益率と一株当たりの利益の向上、および資本効率の改善を目指します。

【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

2015年第1四半期売上高一覧

	2015年 1月-3月 売上高 (100万 スイスフラン)	2014年 1月-3月 売上高 (100万 スイスフラン) (*)	2015年 1月-3月 オーガニック グロース (%)	2015年 1月-3月 実質内部 成長率 (%)
事業分野別				
・南北アメリカ	5,844	5,888	+3.7	-0.2
・ヨーロッパ・中東・北アフリカ(a)	3,910	4,227	+5.3	+3.9
・アジア・オセアニア・サハラ以南アフリカ	3,574	3,571	-0.2	-2.3
ネスレ ウォーターズ	1,697	1,603	+7.3	+7.5
ネスレ ニュートリション	2,631	2,613	+4.3	+1.3
その他事業(b)	3,262	2,920	+8.1	+5.9
グループ事業合計	20,918	20,822	+4.4	+1.9
製品別				
粉末・液体飲料	4,584	4,771	+4.8	+1.9
ウォーター	1,589	1,499	+7.4	+7.4
乳製品・アイスクリーム	3,321	3,379	-1.3	-3.1
ニュートリション&ヘルスサイエンス(b)	3,544	3,145	+7.7	+4.6
調理済み食品・調理用食品	3,037	3,122	+2.2	+1.0
菓子	2,087	2,204	+7.5	+1.4
ペットケア	2,756	2,702	+5.0	+3.6
グループ事業合計	20,918	20,822	+4.4	+1.9

(*) 2014年の数字は、2015年1月1日付の以下の主たる変更により修正表記されています。

- ゾーン アジア、オセアニア、アフリカに属していたマグレブ、中東、北東アフリカ地域、トルコおよびイスラエルはゾーンヨーロッパに。
 - 地理ゾーン別に分類されていたグローイングアップミルク事業の担当がネスレニュートリションに。
 - ネスレ ニュートリションに分類されていた *Bübchen* 事業がその他事業に。
- a) 上記の組織変更を受け名称を変更。
- b) 2014年7月のネスレ スキンヘルス設立を受け名称を変更。