



※本プレスリリースは Danone (本社: フランス・パリ、会長兼 CEO: アントワーン・ド・サンタフリーク) が 2023 年 2 月 22 日 (現地時間) に発表した [英文プレスリリース](#) の抄訳です。

報道関係各位

2023 年 3 月 6 日
ダノンジャパン株式会社

2022 年度通期の業績 着実な前進と堅実な業績。2023 年の利益を伴う成長への体制整う

- 2022 年通年の純売上高は 276 億 6,100 万ユーロで、報告ベースで+13.9%、既存事業 (LFL) ベースで+7.8%の伸び。金額ベースで+8.7%上昇、販売数量は-0.8%の低下、見積数量は+0.2%の上昇 (EDP ロシアを除く)
- 第 4 四半期は既存事業ベースで+7.0%の伸び
 - 北米では+9.7%の伸び、International Delight、Activia、Oikos、Silk が引っ張る
 - 欧州では価格上昇により+4.0%の伸び、専門栄養食品が中心
 - 中国・北アジア・オセアニアでは+3.4%の伸び、専門栄養食品と EDP (チルド乳製品と植物由来製品) が中心
 - その他地域では+9.8%の伸び、価格上昇が主因ですべての商品カテゴリー、地域が貢献
- 経常利益率は 12.2%。広告・販促、製品の改良、各種ケイパビリティに再投資
- 移行期にありながら収益も改善、経常 EPS は 3.43 ユーロ、対前年比+3.6%
- フリーキャッシュフローは 21 億ユーロ、キャッシュコンバージョンサイクルと資本配分に重点
- 配当見通し: 2.00 ユーロ
- ダノンのサステナビリティ目標の次の段階を公表、実際のインパクトに重点
- 2023 年の見通しは中期目標に沿ったもので、既存事業ベースの売上成長率は+3 ないしは+5%、経常利益率も中程度の上昇を見込む

2022 年度主要ハイライト

単位: 百万ユーロ (別途記載がない場合)	2021 年度	2022 年度	報告ベースの増減率	既存事業ベース増減比
売上高	24,281	27,661	+13.9%	+7.8%
経常営業利益	3,337	3,337	+1.2%	-4.3%
経常利益率	13.7%	12.2%	-154 bps	-161 bps
その他の収益・費用	(1,080)	(1,234)	(154)	
営業利益	2,257	2,143	-5.0%	
営業利益率	9.3%	7.7%	-155 bps	
経常純利益: グループシェア	2,165	2,205	+1.9%	
その他の経常純利益: グループシェア	(241)	(1,246)	(1,005)	
当期純利益: グループシェア	1,924	959	-50.2%	
経常 EPS (ユーロ)	3.31	3.43	+3.6%	
EPS (ユーロ)	2.94	1.48	-49.7%	
フリーキャッシュフロー	2,489	2,127	-14.6%	
営業活動によるキャッシュフロー	3,474	2,964	-14.7%	

本プレスリリースに記載された「既存事業ベース (Like-for-like、LFL)」の変動、経常営業利益と経常利益率、経常純利益、経常利益税率、経常 EPS、フリーキャッシュフロー、純有利子負債についてのすべての記述は、IFRS で定義されている財務指標には一致しません。これら用語の定義と財務諸表との調整については原文 8~10 ページに記載されています。

CEO アントワーン・ド・サンタフリークのコメント

「2022 年はこれまでにない外部の課題や不安定要因がありましたが、ダノンにとっては深い変革と堅実な業績の一年でした。すべてのダノナーの尽力と、顧客・消費者・患者に対する情熱、そして会社をより強くしようという熱意に感謝の意を表します。2022 年は多くの面で堅実な前進がありました。『ローカル・ファースト』は完遂し、執行委員会も大幅に強化し、取締役会も顔ぶれを改め、安定したガバナンスが定着しています。さらに新しい戦略として『Renew Danone』を策定し、これをただちに実行に移しました。重要なことは、2022 年が戦略策定と変革の年であっただけでなく、有意義な進歩と成果実現の年でもあったことです。既存事業ベースで+7.8%という堅実な成長で一年を終えることができたのは、すべての地域と商品カテゴリーが貢献したからです。また 2022 年には財務目標を達成すると同時に、ケイパビリティ、製品の優先度、ブランド支援への本格的な再投資も始めました。注目されるのは北米地域、中国・北アジア・オセアニア地域での業績と回復で、強力な各種ブランド、一貫した投資、堅実な業務執行を基盤として、引き続き業界水準の安

定した成長が進んでいます。またポートフォリオ管理の面でも急速な進展があり、特に EDP ロシアと米国のオーガニック乳製品プラットフォームに関する発表が注目されています。

当社は 2022 年の勢いをベースに、新たな野心と戦略への自信を持って 2023 年を迎えました。2023 年度は変革を迫り、ブランド、製品、ケイパビリティへの投資をさらに進めるとともに、昨年定めた中期目標に沿った業績実現を目指していきます」

I. 2022 年度第 4 四半期および通期決算

第 4 四半期および通期売上高

単位:百万ユーロ (%を除く)	2021 年第 4 四半期	2022 年第 4 四半期	報告 ベースの 増減比	既存事業 売上高 増減比	販売数量 増減比	2021 年度	2022 年度	報告 ベースの 増減比	既存事業 売上高 増減比	販売数量 増減比
地域別										
欧州	2,077	2,145	+3.3%	+4.0%	-5.9%	8,341	8,773	+5.2%	+5.2%	-1.2%
北米 ¹	1,443	1,759	+21.9%	+9.7%	-2.1%	5,564	6,712	+20.6%	+8.9%	+0.5%
中国・ 北アジア・オセア ニア ²	777	817	+5.2%	+3.4%	+2.1%	3,008	3,428	+14.0%	+6.7%	+4.9%
その他の各国	1,944	2,285	+17.5%	+9.8%	-7.2%	7,369	8,748	+18.7%	+10.7%	-4.1%
部門別										
EDP	3,386	3,887	+14.8%	+7.6%	-6.5%	13,090	14,799	+13.1%	+5.8%	-4.3%
専門栄養食品	1,931	2,147	+11.2%	+7.1%	-0.3%	7,230	8,319	+15.1%	+10.0%	+3.8%
ウォーター	925	972	+5.1%	+4.4%	-5.0%	3,961	4,543	+14.7%	+10.5%	+2.2%
合計	6,242	7,007	+12.3%	+7.0%	-4.4%	24,281	27,661	+13.9%	+7.8%	-0.8%

¹ 北米: アメリカ合衆国およびカナダ

² 中国・日本・オーストラリア・ニュージーランド

2022 年度の連結売上は 277 億ユーロで、既存事業ベースで前年比+7.8%となりました。金額ベースでは+8.7%、販売数量では-0.8%でした。報告ベースでは売上の伸びは+13.9%で、為替レートの恩恵が+4.9%ありました。特に米ドルとアジア・ラテンアメリカ諸国の通貨がユーロに対して高くなったためです。報告ベースの売上には、ハイパーインフレ地域における+1.2%のオーガニック成長分の貢献がありました。

第 4 四半期の売上高は既存事業ベースで+7.0%、うち金額ベース分では+11.3%、販売数量では-4.4%でした。報告ベースでの売上高は+12.3%の伸びで、特に為替差益の影響(+3.7%)、ハイパーインフレ地域におけるオーガニック成長分(+1.7%)が後押ししています。

経常利益率

経常利益(百万ユーロ)と経常利益率(%)	2021 年度		2022 年度		増減率	
	(百万ユーロ)	経常利益率 (%)	(百万ユーロ)	経常利益率 (%)	報告ベース	既存事業ベース
地域別						
欧州	1,291	15.5%	1,088	12.4%	-307 bps	-297 bps
北米 ¹	603	10.8%	679	10.1%	-72 bps	-73 bps
中国・北アジア・オセア ニア ²	939	31.2%	1,037	30.2%	-99 bps	-121 bps
その他の各国	504	6.8%	573	6.6%	-29 bps	-61 bps
部門別						
EDP	1,355	10.4%	1,207	8.2%	-219 bps	-229 bps
専門栄養食品	1,634	22.6%	1,799	21.6%	-97 bps	-84 bps
ウォーター	348	8.8%	370	8.2%	-63 bps	-128 bps
合計	3,337	13.7%	3,377	12.2%	-154 bps	-161 bps

¹ 北米: アメリカ合衆国およびカナダ

² 中国・日本・オーストラリア・ニュージーランド

2022 年通年のダノンの経常利益は 34 億ユーロでした。経常利益率は 12.2%で、前年から-154bps(ベースポイント)のマイナスでした。その主な要因は仕入れコストの上昇で、生産性向上分を引いても推定約-730bps のマイナスをもたらしましたが、販売数量、商品ミックス、価格設定などによる売上の加速で推定約+570bps を得たことで一部相殺されました。

2022 年後半には再投資を加速しました。広告・販促、製品の優位性、各種ケイパビリティへの再投資は 2022 年下半期に-105bps の影響をもたらし、通年でも-58bps の影響がありました。最後に、人件費(再投資前)は 2022 年通年で+83bps(下半期では+56bps)のプラスをもたらし、これは「ローカル・ファースト」による節減効果によるものです。

報告ベースの数字には、既存事業ベースでの数字に加えて為替レート等の影響、連結範囲の変更の影響、ハイパーインフレ地域でのオーガニック成長分、その他の純利益・費用の影響が含まれ、これらを合計すると-20bpsとなりました。

事業部門別の業績

● 欧州

欧州地域の純売上高は既存事業ベースで+5.2%となりましたが、経常利益率は前年より-307bps 下がり、12.4%でした。

第4四半期では純売上高は既存事業ベースで+4.0%の伸びで、金額ベースで+9.9%のプラス、販売数量は-5.9%のマイナスでした。販売数量にはポートフォリオ合理化の段階的加速と一時的な納品延期の影響がありました。欧州地域の EDP (チルド乳製品と植物由来製品) 事業は+2.2%の伸びで、乳製品と植物由来製品が牽引。一方ウォーターは+1.5%の伸びに留まりました。専門栄養食品は+7.8%の伸び、特に乳児向け栄養食品では Aptamil、成人向け栄養食品では Fortimel が主導したもので、いずれも第4四半期に大きな成長を見せました。

● 北米

2022年通年で、北米地域の純売上高は既存事業ベースで+8.9%となりましたが、経常利益率は前年より-72bps 下がって 10.1%でした。第4四半期では純売上高は既存事業ベースで+9.7%の伸びで、金額ベースで+11.8%のプラス、販売数量は-2.1%のマイナスでした。北米では全カテゴリーにわたって業界水準のしっかりした成長が続いています。EDP 事業の純売上高は+11.1%の伸びで、特にコーヒー・クリーマーの International Delight、ヨーグルトでは Activia と Oikos、植物由来製品では Silk が成長の中心でした。ウォーター事業では evian が二桁%の成長を記録した一方で、粉ミルク不足に対応して2四半期にわたって輸出の増えた専門栄養食品は通常のペースに戻りました。

● 中国・北アジア・オセアニア

2022年通年で中国・北アジア・オセアニア地域の純売上高は既存事業ベースで+6.7%となりましたが、経常利益率は前年より-99bps 下がって 30.2%でした。

第4四半期では純売上高は既存事業ベースで+3.4%の伸びで、金額ベースで+1.3%のプラス、販売数量も+2.1%のプラスでした。中国では乳児向け粉ミルクがすでに高かったレベルからさらに業界水準の成長を続けています。成長の主力となったのは Aptamil で、国際ブランドとしても国内ブランドとしてもシェアを伸ばし続けています。成人向け栄養食品および小児医療向け専門食品は勢いを保っていますが、Mizone には依然としてコロナウイルス関連の移動制限による影響が出ています。中国以外の EDP 事業は+15.5%の伸びで、日本における Activia (ダノンビオ)、Danone、Oikos が成長の中心でした。

● その他の各国

2022年通年で「その他の各国」の純売上高は既存事業ベースで+10.7%でしたが経常利益率は前年より-29bps 下がって 6.6%でした。EDP ロシアを除外すると、この年販売数量は粘りを見せ、価格上昇にもかかわらず 2022年通年の「その他の各国」全体で-0.7%とマイナスに留まりました。

第4四半期では純売上高は既存事業ベースで+9.8%の伸びで、金額ベースで+17.0%のプラス、販売数量が-7.2%のマイナスでした。ラテンアメリカでは第4四半期に純売上高が二桁%の成長を見せ、カテゴリー別でもすべてプラス成長でした。またインドネシアの純売上高成長率は一桁台中心で、Aqua と SGM が大きな成長を見せ市場シェアも伸ばしています。

純利益と1株当たり利益(EPS)

単位: 百万ユーロ(別途記載がない場合)	2021年度			2022年度		
	経常営業利益	その他	合計	経常営業利益	その他	合計
経常営業利益	3,337		3,337	3,377		3,377
その他の営業収益・費用		(1,080)	(1,080)		(1,234)	(1,234)
営業利益	3,337	(1,080)	2,257	3,377	(1,234)	2,143
純債務の費用	(167)		(167)	(153)		(153)
その他の金融収益・費用	(100)	5	(95)	(138)	(20)	(158)
税引前利益	3,070	(1,075)	1,995	3,086	(1,253)	1,832
法人所得税	(841)	252	(589)	(841)	64	(778)
実効税率	27.4%		29.5%	27.3%		42.4%
完全連結会社による当期純利益	2,229	(822)	1,406	2,244	(1,190)	1,054
関連会社による当期純利益	7	578	585	31	(63)	(32)
純利益	2,235	(244)	1,992	2,275	(1,252)	1,023
・グループシェア	2,165	(241)	1,924	2,205	(1,246)	959
・被支配持分	70	(3)	67	70	(6)	64
EPS(ユーロ)	3.31		2.94	3.43		1.48

「その他の営業収益・費用」は昨年の-10億8,000万ユーロから-12億3,400万ユーロに拡大しました。主な要因は「ローカル・ファースト」プロジェクトの実施費用と、EDP ロシア関連のマイナス(約5億ユーロ)です。その結果、営業利益率は報告ベースで昨年の9.3%から-155bpsの7.7%となりました。

「純債務の費用」は4,900万ユーロ上がって-3億1,100万ユーロとなり、これはユーロに対する米ドル高の影響です。

「関連会社による経常純利益」は5億8,500万ユーロから大きく減って-3,200万ユーロ、これは2021年上半期にMengniu(蒙牛乳業)の持分を売却し、さらに2022年上半期にMengniuとの合併事業についても残り持分を処分したためです。以上の結果、報告ベースのEPSは-49.7%の1.48ユーロとなる一方、経常EPSは+3.6%の3.43ユーロとなりました。

キャッシュフローと有利子負債

2022年のフリーキャッシュフローは21億2,700万ユーロで、前年の24億8,900万ユーロより減少しました。営業活動によるキャッシュフローの減少が原因です。2022年の設備投資額は8億7,300万ユーロでした。2022年12月31日の時点でダノンの純有利子負債は101億ユーロで、2021年12月31日時点の数字から4億ユーロ減少しました。

配当

ダノン取締役会は2023年4月27日に開催予定の年次株主総会において、株主のみなさまに1株当たり2.00ユーロ(前年から+3.1%)の2022会計年度配当を提案する予定です。この提案が承認されますと配当落ち日は2023年5月9日、配当支払日は2023年5月11日になります。

II. Danone Impact Journey (ダノン・インパクト・ジャーニー)

ダノンは2022年3月、新たな戦略「Renew Danone」を発表しました。持続可能で利益を伴う成長、価値創生をあらためて目指すものです。この戦略の一環として、ダノンはサステナビリティと業績とのつながりを強めることを誓いました。

ダノンはこれを背景に、「健康、自然、従業員」という3つの柱を中心としたサステナビリティの取り組みをとらえ直すことにしました。それぞれの柱について新たな優先事項を定め、それを中期の目標に具体化していきます。そこで重視されるのは、多数のパートナーからなるエコシステム全体を通じてどこに最大の価値が実現できるかです。「Renew Danone」の理念に沿って、これら目標に関連した投資もダノンの財務見通しに完全に組み込まれています。

ダノンの優先事項と中期目標はダノンの[ウェブサイト](#)でご確認いただけます。

「健康、自然、従業員」に関する既存のポリシー、行動計画、2022年の成果は2023年3月に公表予定の「2022 Universal Registration Document of Danone」第5章(社会・世界・環境についての責任)に記載の予定です。

1. 消費者・患者のための食品を通じて「健康」を推進主導する

- さらに美味しくヘルシーな食品・飲料を提供する
- ヘルシーな選択を推進する
- 健康な生活のために役立つ栄養・水分補給を提供する
- 栄養と水分補給に関する科学研究に投資する

2. 「自然」を保護し再生する

- 温室効果ガス排出量を[パリ協定の気温上昇目標]1.5°Cに沿って抑え、メタン削減で先行する
- 再生型農業を推進拡大し、再生型酪農業モデルを先導する
- 事業地域における分水界/水源の保護再生を行い、バリューチェーン全体における水使用量削減を推進する
- 循環型の低カーボン包装システムへの移行を進め、使用全量の回収を行う
- バリューチェーン全体において廃棄物を減らす

3. 「従業員」とコミュニティを豊かにする

- ダノンを社会に貢献できる集団にするため、ダイバーシティとインクルージョンを重んじる独自の企業文化を育て、ダノナーにポジティブなインパクトをもたらす力を与える
- 急激に変化する経済環境の中で豊かになるための未来的なスキルとケイパビリティをコミュニティ(社内・社外とも)にもたらす
- 新たな社会契約を推進するために、豊かでインクルージョンを重んじるエコシステムを育て、人権を守り、社会の進歩を目指す

III. 2023年の見通し

2023年の業績見通しは中期目標に沿ったもので、既存事業ベースの売上成長率は+3ないしは+5%、経常利益率も中程度の上昇を見込んでいます。

IV. 2022年度の主要な動き

- 2023年1月18日: ダノンは2023年2月1日付で担当範囲の拡大された3人のGroup Deputy CEOの任命を発表しました。まずVéronique Penchienati-BosettaがCEO International and EVP Specialized Nutrition, Waters, Global Marketing & DigitalのGroup Deputy CEOに、次にShane GrantがCEO Americas and EVP Dairy, Plant-Based and Global SalesのGroup Deputy CEOに、そしてJuergen EsserがFinance, Technology & Dataを担当するGroup Deputy CEOに、それぞれ任命されま

した。また執行委員会メンバーであった Nigyar Makhmudova (EVP Chief Growth Officer) と Floris Wesseling (Europe Zone President) の 2 人がダノンを去って社外でキャリアを追及することになったと発表しました。最後に、これまで Barry Callebaut 社の Chief Innovation, Sustainability & Quality Officer であった Pablo Perversi を、Floris Wesseling に代わって Europe Zone President 兼執行委員会メンバーに任命したと発表しました。彼は Véronique Penchienati-Bosetta の部下となります。

- 2023 年 1 月 26 日: ダノンは各種の戦略的選択の可能性について発表し、この中には Horizon Organic および Wallaby の 2 社からなる米国内でのオーガニック乳製品事業の売却の可能性が含まれていました。この発表は「Renew Danone」戦略の一環として 2022 年 3 月に発表されたポートフォリオ見直しとアセット交代計画の一部です。Horizon Organic と Wallaby の両社を合わせるとダノンの世界売上の約 3%にあたり、2022 年ダノンの既存事業ベース純売上成長率と経常利益率に希釈効果をもたらしていました。
- 2023 年 2 月 6 日: ダノンはパリ・サクレー地区に新たな研究イノベーション・センターを開設しました。この新施設はエコシステム内の今後の新製品開発にあたります。同センターはダノンの乳製品、植物由来製品、天然ミネラルウォーターの開発とイノベーションを専門とします。また研究の最先端を担う研究設備と、イノベーションおよび限定的なプロトタイプ生産のためのパイロット生産設備を備える予定です。

V. 財務諸表

取締役会は 2023 年 2 月 21 日の会合で、2022 会計年度の法定財務諸表および連結財務諸表を承認しました。監査プロセスについては、監査役は本日の時点で財務諸表の審査の大部分を完了しています。

VI. 2023 年第 1 四半期からの新たな財務情報開示

財務情報の開示

すでに 2023 年 1 月 18 日に発表したとおり、ダノンの財務情報の発表は各種の組織変更を反映したものととなります。ダノンは 2023 年第 1 四半期から、重要財務指標(純売上高、既存事業ベースの売上成長率、経常営業利益および経常営業利益率)を以下の 4 つの修正した事業地域別に開示します。

- 欧州。ウクライナが加わります(これまでは「その他の各国」に入っていた)。
- 中国・北アジア・オセアニア(変更なし)
- 南北アメリカ。アメリカ合衆国、カナダ、ラテンアメリカです。
- その他の各国。アジア・中東(トルコを含む)・アフリカおよび CIS がここに入ります。

世界全体でのカテゴリー別情報はこれまでと同じで、今後も EDP(チルド乳製品と植物由来製品)、専門栄養食品、ウォーターの 3 部門に分けて業績を純売上高と経常利益・経常利益率のかたちで業績を発表します。

既存事業ベース(Like-For-Like)の定義

2022 年第 4 四半期まで毎年、当社の「既存事業ベースの変動率」(like-for-like changes)の計算には、その前の年に IAS 29 の基準でハイパーインフレ地域に該当していた国の法人は入っていませんでした。しかし 2022 年 1 月 1 日以降トルコがハイパーインフレ地域となり、アルゼンチンも 2019 年 1 月 1 日以来ハイパーインフレ地域となっていたため、ハイパーインフレ地域での純売上高や営業利益率が相当の規模に達していると当社では判断しました。そのため、IAS 29 の定めるハイパーインフレ地域の国について「既存事業ベースの変動率」の定義を改めることにしました。

2023 年第 1 四半期から、ハイパーインフレ地域に該当した国もすべて「既存事業ベースの変動率」の計算に含めることとします。ただしハイパーインフレによる歪みを抑えるため、純売上高成長率が年約 26%を超える国(消費者物価上昇率が 3 年平均 26%で一般に IFRS 規則の定めるハイパーインフレに該当)は、当社の既存事業ベース純売上高変動率の計算から除外されます。

この新たな定義によって業績がよく反映されるようになり、同時に上記の上限を超えるハイパーインフレ地域のための既存事業ベース業績の歪みも排除できると当社では判断しています。またこれによって、既存事業ベース変動率の定義が同業他社の定義に近づくこととなります。

例: 新たな定義に基づく 2022 年通年および四半期別の既存事業ベース純売上高変動率

	2022 年 第 1 四半期	2022 年 第 2 四半期	2022 年 第 3 四半期	2022 年 第 4 四半期	2022 年 会計年度
地域別					
欧州	+5.7%	+5.1%	+6.0%	+4.0%	+5.2%
北米	+5.5%	+8.9%	+11.2%	+9.7%	+8.9%
中国・北アジア・オセアニア	+15.3%	+3.3%	+6.8%	+3.4%	+6.7%
その他の各国	+6.1%	+9.3%	+10.1%	+7.3%	+8.2%
部門別					
EDP	+3.8%	+5.6%	+6.1%	+7.5%	+5.8%
専門栄養食品	+9.0%	+10.4%	+11.5%	+6.5%	+9.3%
ウォーター	+14.1%	+5.1%	+10.8%	+0.9%	+7.5%
合計	+6.8%	+6.9%	+8.5%	+6.2%	+7.1%

※VII.以降は詳細となるため、[原文](#)をご確認ください。