



本プレスリリースは Danone (本社:フランス・パリ、CEO:エマニュエル・ファベール)が 2017 年 10 月 17 日(現地時間)に発表した英文リリースの抄訳です。

報道関係各位

2017 年 11 月 22 日  
ダノンジャパン株式会社

**2017 年度第 3 四半期の売上は 4.7%上昇\*1**  
**通年予測を詳細化:**  
**経常的 EPS 成長は恒常為替レートで前年比 12%超となる見込み**

- 連結売上高は報告ベースで 16.6%増の 64 億 5,400 万ユーロ
- 予測通りの売上の加速により New Danone 同一条件下\*3で 4.7%増\*2、ボリュームは 0.4%増
- 専門栄養食品部門(Specialized Nutrition)の業績が非常に好調、特に中国の乳幼児向け食品が急成長
- ウォーター部門は中国の回復により大幅に加速
- EDP 北米は段階的に改善。WhiteWave 社の統合は順調に進展
- EDP インターナショナルはブラジルの不況で回復に遅れ
- 2017 年度の通年予測を詳細化: 経常 EPS は一定の為替レートで前年比 12%超の成長となる見込み

ダノンは本日、第 3 四半期の売上高を発表しました。連結売上高は 64 億 5,400 万ユーロで、売上(数量)の 0.4%増と売上(金額)の 4.3%増を反映し、New Danone 同一条件下で前年同期比 4.7%増となりました。売上報告ベースでは 16.6%増です。期初 9ヶ月間の連結売上高は 185 億 8,200 万ユーロで New Danone 同一条件下で前年同期比 2.1%増、報告売上ベースで 12.0%増となっています。通年予測では経常 EPS が一定の為替レートで二桁成長となり、12%超となることを改めて確認しました。

**2017 年度第 3 四半期売上高**

単位: 100 万ユーロ (%を除く)	2016 年 度第 3 四 半期	2017 年 第 3 四半 期	報告済の 変動	New Danone 同一条件 下*3	ボリュー ム増減	2016 年 度の 9ヶ 月間	2017 年 度の 9ヶ 月間	報告済の 変動	New Danone 同一条件 下*3	ボリュー ム増減
<b>部門別</b>										
EDP インターナショナル	2,055	<b>2,048</b>	-0.3%	<b>-2.3%</b>	-7.4%	6,154	<b>6,340</b>	+3.0%	<b>-1.6%</b>	-6.0%
EDP 北米	627	<b>1,290</b>	+105.7%	<b>-2.2%</b>	-2.7%	1,904	<b>3,281</b>	+72.3%	<b>-2.6%</b>	-1.5%
専門栄養食品	1,618	<b>1,844</b>	+13.9%	<b>+17.8%</b>	+9.0%	4,900	<b>5,305</b>	+8.3%	<b>+9.5%</b>	+3.7%
ウォーター	1,237	<b>1,272</b>	+2.8%	<b>+7.6%</b>	+6.2%	3,630	<b>3,657</b>	+0.7%	<b>+3.2%</b>	+0.4%
<b>地域別</b>										
欧州及び北米*4	2,735	<b>3,532</b>	+29.2%	<b>-0.2%</b>	-0.7%	8,294	<b>9,807</b>	+18.2%	<b>-1.4%</b>	-1.0%
その他の各国	2,802	<b>2,921</b>	+4.3%	<b>+11.1%</b>	+2.0%	8,295	<b>8,775</b>	+5.8%	<b>+6.3%</b>	-1.2%
<b>合計</b>	<b>5,537</b>	<b>6,454</b>	<b>+16.6%</b>	<b>+4.7%</b>	<b>+0.4%</b>	<b>16,589</b>	<b>18,582</b>	<b>+12.0%</b>	<b>+2.1%</b>	<b>-1.3%</b>

\*1 New Danone 同一条件下(Like for Like New Danone)については注記 3 をご参照ください。

\*2 アルゼンチンの高インフレへの特別な処理の終了に伴う 0.5%増加を含みます。

\*3 本リリースに記載されている New Danone 同一条件下の変動、経常利益及び利益率、経常純利益、経常所得税率、経常 EPS、フリーキャッシュフロー、特別項目を除くフリーキャッシュフロー、純有利子負債、投下資本利益率、EBITDA(利払前・税引前・減価償却前利益)等の IFRS で定義されていない財務指標は、ダノンの用法に準拠します。

\*4 北米(NORAM)は合衆国及びカナダ

## CEO エマニュエル・ファベールのコメント

2017 年度第 3 四半期の業績について、エマニュエル・ファベール(CEO)は次のように述べました。

「予測通り、ダノンは第 3 四半期に売上を加速させました。これは、健康に重点を置いたコンシューマー向けブランドによるポートフォリオの強み、イノベーション及びアクティベーション計画に注力した戦略の着実な遂行を反映しています。同一条件下の売上増加は、特に中国における Specialized Nutrition(専門栄養食品部門)の需要増加に対する追加的なリソース配分によるものです。引き続き強い逆風に見舞われているブラジルは EDP インターナショナルにマイナスの影響を与えています。WhiteWave 社の統合は軌道に乗り、成果を示し始めています」

「ダノンの適応性に優れた組織が、リソース配分を強化し、成長と効率化の 2 つの課題を切り離すことで、将来のさらなる収益力向上を可能にします。これによって、今年度の目標を達成し、株主への還元を堅持し、長期的な持続的成長に向けた会社の体制を固め、推進中の Alimentation Revolution(健康と栄養の改革)のチャンスを存分に活かしていくことをさらに強く確信しました。」

## 2017 年度第 3 四半期売上

2017 年度第 3 四半期の連結売上高は 64 億 5,400 万ユーロで、New Danone 同一条件下ベースで前年同期比 4.7% 増となりました。この増加は、売上(数量)が 0.4%増加、売上(金額)が 4.3%上昇したことを反映しています。報告ベースでは 16.6%増で、これには(i)2017 年 4 月 12 日以降の WhiteWave 社 合併に関連するベース効果<sup>\*1</sup>が+17.0%、(ii)主に米国ドル、アルゼンチン・ペソ、トルコ・リラの悪影響を反映した為替差損が-3.7%、(iii)その他の連結範囲の変動として、主に 2017 年 8 月の Stonyfield 売却、2016 年度第 4 四半期のコロンビアと 2017 年度第 1 四半期のチリにおけるチルド乳製品事業の非連結化の結果-1.4%が含まれます。

### EDP(ESSENTIAL DAIRY AND PLANT BASED)<sup>\*2</sup> インターナショナル

EDP インターナショナルは、2017 年度第 3 四半期の売上が New Danone 同一条件下で 2.3%減となり、これには売上(数量)の 7.4%減少、売上(金額)の 5.1%増加が反映されています。主に脆弱な経済による市場環境の悪化が続くブラジルで二桁減となったためです。ブラジルを除く部門売上はほぼ横ばいでした。

欧州では、Alpro を除く売上が、2017 年度第 2 四半期より微増となりましたが、依然としてマイナスが続いています。ダノンでは Activia ブランドに関して、パッケージを刷新するなど、実施計画の調整を継続しています。最近発売された新製品の販売を支援するため、スペイン、フランス、英国の 3 カ国で新たな広告キャンペーンを展開しました。滑り出しは、フランスとイタリアの Activia Wecereal、英国の Activia Double Zero が好調です。

Alpro ブランドは、堅調な大豆系以外の飲料と植物ベースのヨーグルト代替品が牽引し、またブランド拡張のさらなるイノベーションにより、第 3 四半期も引き続き強い勢いを示しました。Alpro は販売されている 9 ヶ国すべてで成長しています。

中南米では、メキシコの好調な業績にもかかわらず、依然として市場が脆弱なブラジルの売上急減が全体の業績に影響を与えました。ダノンはブラジルで、製品ポートフォリオ、流通ネットワーク、組織の再編を目的とした大々的な変革プログラムを開始しています。

CIS リージョンでは、ブランドポートフォリオの価値安定策の強化とミックスプライス効果の創出により、低付加価値セグメントにおける数量減を相殺する継続的な取り組みを反映して、堅実な成長を遂げました。

グローバルブランドの安定に向けたファンダメンタルズの回復を進めながら、ダノンは若いブランドと各地の伝統的ブランドを拡大させ続けています。

<sup>\*1</sup> WhiteWave のベース効果は、WhiteWave の 2016 年 7 月 1 日から 9 月 30 日までの貢献と一致します。

<sup>\*2</sup> 元のチルド乳製品部門 の新名称です。

## EDP (ESSENTIAL DAIRY AND PLANT BASED) 北米

EDP 北米の 2017 年度第 3 四半期売上は New Danone 同一条件下で 2.2%減となり、これには売上(数量)の 2.7%減と売上(金額)変動の 0.5%増を含みます。

ヨーグルトは、競争が激化するなか当四半期はシェアを拡大し、米国内の小売チャネルにおける回復を示しました。植物由来のヨーグルト、ギリシャヨーグルト、スマートカロリーや家族の栄養に合わせたヨーグルトなど新興セグメントが好調に推移しました。

コーヒークリーマーと飲料については、ポートフォリオにある季節限定のフレーバーのクリーマーや植物由来のクリーマーの加速、Stok の水出しアイスコーヒー飲料の継続的拡大により、当四半期は堅調に成長しました。ダノンは冷蔵用コーヒークリーマー部門で引き続きマーケットシェアを獲得しており、2017 年度第 3 四半期に導入したイノベーションは予想を上回る成果をあげています。

植物由来の食品および飲料は、植物由来飲料の回転率の改善と、Vega および So Delicious の冷凍デザートの非常に力強い販売成績に牽引されて順調な成長を遂げました。米国の小売チャネルでは、ナッツベースの飲料に牽引され、2017 年度第 3 四半期の植物由来飲料の成長が加速しました。ダノンの植物由来飲料カテゴリーにおける市場シェアは当期を通じて安定しており、引き続きこのカテゴリーにおけるマーケットリーダーです。

Premium Dairy(プレミアム乳製品)は、伝統的に協定価格が低い牛乳が需要を軟化させ、米国のオーガニックミルクが業界で供給過剰となり、依然としてプレッシャーを受けています。ダノンではオーガニックミルクの供給量を減らし、オーガニックヨーグルト、チーズ、クリーマーといったポートフォリオの成長分野への再配分を進めています。また、長期保存用ガロン容器入りミルク、ビタミン D を 50%強化した牛乳などの画期的な製品を発売したり、シングルサブ高蛋白質飲料の流通を拡大することにより、オーガニックミルクの需要刺激策を引き続き模索しています。ダノンはオーガニックミルク分野でもマーケットシェアを維持しています。

最後に、ダノンは Fresh Foods(生鮮食品) の回復に引き続き取り組んでいます。

## SPECIALIZED NUTRITION(専門栄養食品部門)

Specialized Nutrition (専門栄養食品部門)の 2017 年度第 3 四半期の売上は、New Danone 同一条件下で 17.8%増となり、売上(数量)の変動は 9.0%増、売上(金額)の変動は 8.8%増でした。この非常に好調な業績は、中国の成長の加速と、第 3 四半期中に 10%台半ばの成長を示した Tailored Nutrition 製品(対象限定の栄養食品)などダノンの戦略的な最優先事項の進展を反映したものです。この部門は統合された“one-allergy”ポートフォリオを活用しており、アレルギー・セグメントは当四半期に全世界で 10%以上成長しました。

Early Life Nutrition(乳幼児向け食品)は、出生率の上昇で特殊調製粉乳の分野が急増した中国におけるダノンブランドの非常に高い成長(50%以上)に牽引され、20%以上の成長を遂げる結果となり、2017 年度第 2 四半期にみられた市場のリバウンドを裏付けました。またこの業績は、持続可能な流通モデル構築に向けた計画の着実な遂行も反映しています。その取り組みには Aptamil Platinum の全国展開が含まれ、超高級セグメントにおけるブランドの位置付けが強化されました。この業績は前年同期比の好調さにも牽引されました。

乳幼児向け食品はまた、世界各地で堅実な業績を上げました。中南米は 2017 年度第 2 四半期から売上が急増し、好調に推移しています。欧州では英国、ドイツ、ポーランド、その他の主要市場を中心に売上高が増加しました。そして北米では、Happy Family ブランドが引き続き市場シェアを獲得し、20%超の成長を記録しました。

Advanced Medical Nutrition(医療用高度栄養食品)は欧州その他の堅調な成長基盤に支えられ、一桁台後半の成長となりましたが、特に急成長中の中国市場はこの事業の 15%近くを占めるようになりました。すべてのセグメント(小児用と成人用)が業績全体に貢献しました。医療用高度栄養食品は患者主体の製品(例えば、Neocate Splash シリーズや Syneo)を通じて、引き続きイノベーションの強固なパイプラインを提供しています。

## ウォーター部門

予想されたとおり、**ウォーター部門**は2017年度第3四半期に売上の力強い伸長を遂げ、New Danone 同一条件下で7.6%増(売上(数量)が6.2%増、売上(金額)が1.4%増)となりました。この好業績は、在庫調整の移行期を終えた中国の成長への復帰と、その他の全プラットフォームで成長の勢いが続いていることを反映しています。

**plain waters(プレーンウォーター)**は、地域全体の好調さに支えられ、また消費者の生活の一部となるプレミアムで有意義なブランドを構築するというブランド活性化計画の効果もあり、一桁台半ばの上昇を示しました。6年間にわたる建築と変遷を経て、改良されたエビアンの工場が、ダノン初のカーボンニュートラルの生産拠点として2017年9月に竣工しました。並行して、**Aquadrinks**は、アルゼンチンの Villa del Sur Levite のブランドである Naranjada、トルコの Sirma ブランドといったイノベーションが成功し、二桁成長を遂げました。

中国では、昨年の低水準から一転して二桁成長を記録し、このカテゴリーの段階的な回復と、Mizone のコアブランドの若返りを狙ったブランド活性化計画の成功に支えられました。特に Mizone Pro のような、第2四半期末に発売された新製品の有望な結果は、ダノンの将来的な成長見通しに自信を持たせました。

## 2017 年度見通し

2017年度の経常的EPSは、恒常為替レートで前年比12%超の二桁成長となる見込みです(2016年度の報告ベースの経常的EPSである3.10ユーロとの比較)。

この予測は以下を基準にしています。

- New Danone 同一条件下での売上の緩やかな成長
- 経常的営業利益率の New Danone 同一条件下での持続的改善

**セシル・カバニス(CFO)**は「期初9ヶ月間の業績はダノンの成長計画及び効率化計画の進展を示すもので、2017年度予測に対する確信をもたせるものです」と述べています。

事業のいくつかの部分で主要となる製品が改善している一方で、欧州で続く脆弱な消費動向やデフレ基調、CIS やブラジルなどいくつかの主要市場における固有の事情による困難により、全般的な経済状況は引き続き不安定かつ不透明であるとダノンは想定しています。

既報の通り、ダノンは対前年比で一桁台半ばの戦略的原材料の原価上昇を予想しています。この状況下でダノンは、インフレの影響を相殺し、原材料費の変動リスクを抑え、製品の競争力を保つことを目的とした広範な施策を通じて、ビジネスモデルの弾力性を引き続き強化していきます。

より具体的には、地域によって異なりますが、生乳価格が対前年比で急騰すると予想しています。

- 米国及び欧州では一桁台後半の上昇
- CIS や中南米など新興国では大幅な上昇

プラスチック、砂糖、果物など他の原材料についても、全体的なインフレ状況を予想しています。

この見通しに基づき、ダノンは成長の加速、利益率の改善、成長モデルの強化に向けた施策とリソース配分を引き続き優先していきます。

セシル・カバニスは「今後も迅速で統制のとれたリソース配分プロセスを継続し、短期間で成果を出し、長期的かつ持続可能な価値創出に向けた変革を確実にしていきます。これは短期の戦術的リソース配分によって戦略的成長機会を促進するという現行の統制のとれたリソース配分にも合致するものです」と述べています。

## 2020 年度に向けた目標

ダノンは 2017 年度から 2020 年度の間に、中期的な成長と短期的な効率化の 2 つの課題を切り離すことを目指し、「プロテイン (Protein)」効率化プログラムと Whitewave 社 買収後による相乗効果の具現化を通じて段階的な成長の加速と早急な効率の最大化を図ります。これにより、収益力ある持続可能な成長、一貫した EPS 成長を実現するための安全な計画推進が確保でき、高い収益性と持続可能性を備えた成長に向けた体制を整えることができます。この計画推進の一環として、ダノンは資金の回収に注力し、引き続き ROIC を改善していく予定です。

ダノンは 2020 年度に向けて以下の目標を設定しています。

- 以下を原動力として、同一条件下における全体の売上成長率は 4%から 5%を目標とします。
  - － EDP 北米、専門栄養食品部門 Specialized Nutrition (専門栄養食品部門)、ウォーター部門については、同一条件下の売上で 5%以上の大幅な成長
  - － EDP インターナショナルについては、同一条件下の売上を 3%から 4%の成長
- 主に以下が牽引することで、2020 年度の経常的営業利益率を 16%超にします。
  - － さらなる統制とより厳密なリソース配分プロセスにより収益力ある成長を保証し、全カテゴリーの利益率の構造的改善。
  - － プロテイン (Protein) プログラムで 2020 年度までに 10 億ユーロ以上の預貯金を創出し、2020 年度までに利益率の拡大分につながる(少なくとも)合計 3 億ユーロ以上を再投資 (2018 年度から毎年 1 億ユーロ)。
  - － WhiteWave 社買収を通じて、2020 年度の時点で経常的営業利益のレベルで 3 億ドルの相乗効果を発揮するプログラム。
- 最後に、ダノンはフリー キャッシュフローの拡大に引き続き注力し、それが財務的な資金の回収に貢献することで 2020 年度には純負債 / EBITDA の比率が 3 を下回る目標を立てています。ダノンは 2020 年度の時点で ROIC レベルを約 12%とすることを公約しています。