



《報道資料》

2012年2月24日

* 2012年2月23日付 アムウェイ親会社アルティコア ニュースリリース

アムウェイの親会社アルティコア、年間売上 109 億ドルを記録

ダイレクトセリングのトップ企業、2011年に2桁成長

ミシガン州エイダ発、2012年2月23日発:

アムウェイの親会社であるアルティコアは本日、2011年12月31日を末日とする年度の売上世界合計が109億ドルに達したと発表しました。

この数字は、2010年度の売上高92億ドルに比べて17パーセントの伸びとなっています。これは同社が6年連続して成長を続けており、また過去12年間で11回目の成長の年となっています。

主要10カ国中9カ国で成長を遂げたアムウェイ

アムウェイでは市場規模トップ10のうち9つの市場(中国、インド、韓国、マレーシア、ロシア、タイ、台湾、ウクライナ、米国)において売上が堅調に伸びました。日本では、2011年3月11日に起こった東日本大震災の難しい状況にもかかわらず、売上が横ばいでした。2011年に2桁パーセントの成長を示した市場としては、中国、インド、韓国、台湾、トルコ、ベトナム、そしてラテンアメリカ地域があります。

創業50年を過ぎたアムウェイは現在、中国、インド、日本、タイといった主要市場国においてダイレクトセリング業界のトップの地位にあり、業界でも世界的なリーダーとして広く認められています。アムウェイは2011年の大きな成長によって、世界市場シェアも10パーセントの大台に乗せました。

会長のスティーブ・ヴァンアンデルは次のように述べています。「アムウェイはすでに50年以上にわたって、人々の生活をよくすることに力を注いできました。当社は強力なブランドと斬新な製品に支えられた、自分自身のビジネスを持つ機会を人々に与えているのです。当社の成功は、世界のいたるところでアムウェイ・ビジネスを通じて目標を追求している数百万人のディストリビューターのおかげなのです」

現在、58の国と地域で300万人以上の人々がアムウェイ製品の販売に携わっています。

社長のダグ・デヴォスは次のように話しています。「アムウェイは多彩な希望と夢を持った人々を集め、自分のビジネスを始める方法を提供しています。アムウェイのビジネスでは、人と人の関係からひとつのコミュニティが育ち、それが生活に大きな違いを作り出していくのです」

アムウェイはディストリビューターへのサポートに加えて、世界の、また各国のダイレクトセリング業界の代表としてたゆみなく努力しています。同社の経営幹部は、各種業界団体において合計50以上の役職に就いており、社長デヴォスは現在、訪問販売協会世界連盟(WFDSA)の財務担当役員です。WFDSAによると、現在ダイレクトセリングに携わる人は世界合計で8,700万人に達しています。

部門別の売上ではニュートリションが主力

世界的な主力ブランドである「ニュートリライト」「アーティストリー」への投資もあって、アムウェイのディストリビューターはニュートリションおよびビューティ部門において売上の新記録を達成しました。

現在「ニュートリライト」は、ビタミンおよび栄養補給食品における売上高世界ナンバーワンのブランド¹で、2011年の売上47億ドルに達しました。「ニュートリライト プロテインパウダー」と「ダブル X (トリプル X: 日本仕様)」サプリメントの2品目で、部門売上の3分の1以上を占めています。ニュートリライト・ブランドでは昨年、「メモリービルダー」サプリメント、「ビタミン C プラス オールデータイプ」「オールプラント プロテインパウダー」など大きな新製品の発売がありました。

昨年、ビューティおよびパーソナルケア製品の売上は「アーティストリー」ブランドを中心として約28億ドルでした。同ブランドは、高級スキンケア・ブランドにおける売上高世界トップ5のひとつであり²、成長いちじるしい中国市場でもトップの座にあります。2011年に世界的に発売された「アーティストリー・インテンシブ・プロ リファイニングトリートメント」は、家庭用スキンケアの新シリーズ最初の製品で、専門家による施術に匹敵するほどの角層トリートメント製品です。2011年のその他の新製品としては「クリーム LX アイ」、「アーティストリー メン」男性用スキンケア製品がありました。

ホーム家電部門では、売上が22億ドルに達し、「eSpring」浄水器、「アトモスフィア」空気清浄機、そして「アムウェイ・ホーム」シリーズの製品が好調を保ちました。また2011年、ニュートリション、ビューティ、ホーム家電の3部門以外の製品の売上は合わせて6億ドルでした。

ローカルに考えるグローバル企業

アムウェイはグローバル企業でありながら、常にローカルに考えて行動する会社であり、事業を展開している一つひとつの街に何か違いをもたらそうと本気で努力しています。

9年目を迎えた「One by One こども基金」キャンペーンは世界中のディストリビューターと従業員の活動をまとめる土台となっています。2011年の1年だけで活動の対象となった子どもの数は150万人、寄付金額は2500万ドル、ボランティア奉仕活動時間は20万時間に達しました。2003年からの累計では、950万人の子どもを対象に、1億6,600万ドル以上の寄付金を集め、250万時間を超えるボランティア奉仕活動を行ないました。

会長ヴァンアンデルは次のように述べています。「事業を行なう場所がどこであれ、私たちの目標は人々の生活をよくしていくことです。その活動の先頭にはアムウェイのディストリビューターがいて、One by One こども基金を通じて自分の住む街の子どもたちを手助けしています。そして会社は、世界的な規模での子どもの問題に対処するためにリソースを提供しているのです」

¹ Source Euromonitor International Limited; Vitamins and Dietary Supplements, World, Retail Value RSP, 2010.

² Source Euromonitor International Limited; Beauty; and Personal Care 2011, premium cosmetics and premium skincare category and subcategory; global 2010 value RSP.

2011 年、アムウェイは「ニュートリライト リトルビッツ」と呼ばれる製品を用いて子供の栄養不良に対処するという、世界規模での新しい CSR 活動を始めました。この製品は、同社のニュートリライト研究陣が、世界保健機構(WHO)の公表している仕様に合致するよう開発した微量栄養素サプリメントです。「ニュートリライト・リトルビッツ」は現在、選ばれた非政府団体(NGO)との提携を通じてメキシコとザンビアで子どもたちに配られており、さらに今後の3年間で20以上の国で配布する計画です。

デヴォスは次のように述べています。「『ニュートリライト・リトルビッツ』には700人を超える当社研究陣の力が結集されて、世界規模での重要な問題に対処しています。この製品には利益は期待しておらず、困難な状況にある子供たちのために、生き延びるだけでなく豊かに成長する機会を与えられればと思っています」

アルティコアについて

アルティコア(www.alticor.com)は世界最大級のダイレクトセリング企業であるアムウェイ(www.amway.com)の親会社で、2011年の世界売上高は109億ドルです。1959年創業、米国ミンガン州エイダに本社を置くアムウェイは、世界58の国と地域でそれぞれのアムウェイ・ビジネスを展開する300万人以上のディストリビューターを通じて、各種製品とビジネス・オポチュニティを提供しています。アムウェイの主カブランドとしては、ビタミンおよび栄養補助食品の「ニュートリライト」、スキンケアおよび化粧品品の「アーティストリー」、浄水器の「eSpring」があります。世界合計で20,000人以上の従業員を持つアルティコアは、ヴァンアンデル、デヴォス両家の所有する非上場企業で、会長スティーブ・ヴァンアンデル、社長ダグ・デヴォスを筆頭に両家の人間と2人の外部取締役からなる取締役会によって運営されています。また同社は、アクセス・ビジネス・グループ、アルティコア・コーポレートエンタープライズの両法人を通じて製品の開発・製造・物流サービスを提供しています。同社発表のニュースについてはwww.globalnews.amway.com をご覧ください。

* 日本アムウェイ単独の業績に関しては、近日中に発表させていただきます。

【お問合せ先】

日本アムウェイ合同会社 アムウェイブランドマーケティング部
コーポレートPRグループ

住所: 〒150-0042 東京都渋谷区宇田川町7-1

電話: 03-5428-7721 Fax: 03-5428-7936

日本アムウェイ公式サイト: www.amway.co.jp

Amway は Amway Corporation (アムウェイ・コーポレーション) の米国ならびに他の国における商標または登録商標です。その他すべての商標は、それぞれの権利帰属者の所有物です。©2010 Amway. All rights reserved

日本アムウェイ合同会社
東京都渋谷区宇田川町7-1 〒150-0042
www.amway.co.jp