



《報道資料》

2013年2月13日

* 2013年2月7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、 2012年度の年間売上 過去最高の113億ドル

世界的な製造拡大によって7年連続での成長を達成

ミシガン州エイダ発、2013年2月7日:

アムウェイの親会社であるアルティコア社は本日、2012年度の世界各国での売上の合計が2011年度の109億ドルを上回り、113億ドルに達したことを発表しました。これで7年連続かつ、過去13年間で12回目の成長の年となりました。

主要10カ国すべてで成長を遂げるアムウェイ

アムウェイでは20余年ぶりに、アムウェイにおける上位10の市場すべて(中国、インド、日本、韓国、マレーシア、ロシア、台湾、タイ、ウクライナ、米国)で売上を伸ばしました。また2012年はコロンビア、香港、イタリア、メキシコ、ロシア、トルコ、ベネズエラで2桁成長を遂げています。

アムウェイ会長のスティーブ・ヴァンアンデルは次のように述べています。「アムウェイが、また過去最高の売上を記録できたことを嬉しく思います。6年前に『Growth Through Innovation』という事業戦略を始めて以来、事業規模は2倍近くに成長しました。現在のアムウェイビジネスはこれまで以上にグローバル化が図られ、4つの地域すべてに実力と経験を兼ね備えたリーダーがそろっています。2013年にはさらに大きな成長の可能性があります。これからもサプライチェーン、製造部門、研究開発への投資を継続することで、市場ニーズへの対応力を高めていきます。そうすることでディストリビューターも、顧客が必要とする時に必要とする場所で製品を提供できるようになるでしょう」

社長のダグ・デヴォスは次のように話しています。「世界中で多くの人たちが何らかの成長を求めています。努力に対して報われ、成長の可能性を与えてくれるビジネス・オポチュニティを求めているのです。アムウェイはすでに50年以上にわたって、自分自身でビジネスを持つという機会を提供してきました。それを支えているのは強力なブランド、斬新な製品、各市場に合わせた販売やビジネススキルの教育プログラムです。私たちはディストリビューターの成功を誇りに思います。アムウェイではこれからも、世界の何百万もの起業家の方々が目標を達成できるよう、新しくよりよい形で支援してまいります」

製造と研究開発に世界合計で 3 億 3,500 万ドル以上を投資

アムウェイでは製造と研究開発の拡大に 3 億 3,500 万ドル以上を投資する計画です。米国内 4 カ所の設備、インドに新設される製造拠点、中国とベトナムにそれぞれ 2 つ目となる拠点などです。

2012 年、アムウェイは約 1 億 8,500 万ドルを投資して「ニュートリライト」のビタミンおよびサプリメントの製造加工のため米国内 4 カ所に施設を建設する計画を発表しました。

- 工費 8,100 万ドルのニュートリション・ソフトジェルおよびタブレット製造施設(ミシガン州エイダ、スポルディング通りの当社敷地内)。3 年間に最大 200 人の雇用を創出する見込み。起工は 2013 年中。
- 工費 2,400 万ドルのニュートリション・パウダー製品工場。2012 年にミシガン州エイダのワールドヘッドクウォーター内に完成、50 人の新規雇用を創出。
- 工費 4,200 万ドルの建設プロジェクト(カリフォルニア州ブエナパーク)。タブレット製造を支援する新たな粒状化施設(2013 年完成予定)、新たな研究開発施設およびパイロット研究所、2 階建てオフィスビルを含む。
- 工費 3,800 万ドルのニュートリライト ボタニカル コンセントレート加工工場(ワシントン州クインシー)。近くの当社トラウトレーク農場で収穫した植物を加工。現在建設中。

9,500 万ドルを投じたインド・タミルナドゥの製造工場は 2013 年中に起工の予定で、2015 年の完成を目指します。中国では広州に 2 つ目となる製造工場を建設します。7,500 万ドルを投じたこの施設は 2016 年にフル稼働に入る予定です。またベトナムでのアムウェイ第 2 の製造拠点については、2013 年中に詳細を発表する予定です。

アムウェイの米国内での拡大としては、売上トップの製品ブランド「ニュートリライト」の本拠地であるカリフォルニア州ブエナパークに研究開発施設とパイロット研究所の新設が予定されています。さらに中国・無錫(むしゃく)には 1,000 万ドルをかけて植物研究・体験センターを建設、製品開発を通じて得られた科学的な知識とアジアの伝統的な植物利用法を統合していきます。現在、世界各地 65 カ所の研究開発・品質保証施設で 900 人以上の研究者、技術者、専門家が、選び抜かれた最高級の成分と斬新なテクノロジーでアムウェイの製品開発を支えています。

部門別の売上ではニュートリションが主力

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、アムウェイの総売上の 46 パーセントを占めています。「ニュートリライト プロテインパウダー」(新発売の「オールプラント プロテインパウダー」を含む)と「ダブル X (トリプル X: 日本仕様)」サプリメント、「ニュートリライト ビタミン C プラス オールデータイプ」がニュートリション製品売上の上位を占めました。

昨年度、ビューティーおよびパーソナルケア製品は、総売上の 26 パーセントを稼ぎ出しました。新たに世界中で「アーティストリー」ブランドの「顔」となった女優テレサ・パルマーのスター性もその一助となりました。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、韓国・日本・タイで

は「アーティストリー ユース エクセンド」コレクションの発売を記念にプレミアムスポンサーとして 2012 年の釜山国際映画祭を彩りました。この高級エイジングケア製品は、2013 年中に欧米各国でも発売を準備しています。ビューティー製品の売上上位は「アーティストリー クリーム LX」、賞を受賞した「インテンシブ スキンケア リニューイングピール(インテンシ ブプロ リファイニング トリートメント:日本仕様)」、「インテンシブ スキンケア アンチリンクル ファーミング セラム(インテンシブ プロ インナーエッセンス:日本仕様)」でした。

ホーム部門の売上は、総売上の 22 パーセントとなりました。「アトモスフィア」空気清浄機、「iCook」クックウェア、「eSpring」浄水器、クリーニング製品が売り上げを牽引しました。2012 年に中国で発売された「eSpring」浄水器は、アムウェイ史上最大の新品発売となりました。初年度の売上は 5 億ドルを超えるみこみです。なお 2012 年、ニュートリション、ビューティー、ホームの 3 部門以外の製品(カタログ製品など)売上は合わせて、総売上の 6 パーセントでした。

OnebyOne こども基金 10 周年

2013 年に 10 周年を迎える「One by One こども基金」キャンペーンを通じて、アムウェイのディストリビューターと従業員はまたひとつ記録を樹立しました。2003 年からの累計で、活動の恩恵を受けたこどもが 1,000 万人に達したのです。同じく 10 年間の累計で、世界のこどもの生活向上のための寄付金は 1 億 9,000 万ドル以上、ボランティア活動時間は 270 万時間を超えています。

アルティコアについて

アルティコア(www.alticor.com) は比類ないオポチュニティによって世界の起業家たちをつなぎ、優れた製品によって消費者たちをつないでいます。アルティコアは、世界最大級のダイレクト・セリング企業のひとつであるアムウェイの親会社です。

*1 ユーロモニター国際調査:ビタミンと栄養補給食品カテゴリー:世界市場:小売金額 2010 年

*2 ユーロモニター国際調査 ビューティー&パーソナルケア 2012「2011 年グローバル小売売上に関する調査」ビューティー&パーソナルケア 高級化粧品・スキンケアブランド分野

* 日本アムウェイ単独の業績に関しては、後日、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 コミュニケーション部
エクスターナル・コミュニケーション 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:03-5428-7934
日本アムウェイ公式サイト:www.amway.co.jp