



《報道資料》

2013年4月26日

2012年12月期の業績について

日本アムウェイ合同会社(本社:東京都渋谷区宇田川町7-1、社長:マーク・バイダーウィーデン)は、2012年1月1日から2012年12月31日までの売上高について発表いたしました。

【当期の概況】

当期は、中長期戦略の継続的な実施と、将来の持続的な成長を確保するための組織改革等に取り組んだ結果、売上高は93,749百万円(前年比1.8%増)となりました。

アムウェイの親会社であるアルティコアでは、113億ドル超の売上を記録。7年連続かつ、過去13年間で12回目の成長の年となり、日本を含む上位10の市場すべてで売り上げを伸ばしました。

【製品ブランド】

栄養補給食品ブランド「NUTRILITE™(ニュートリライト)」は2011年に引き続きテレビCMを展開するなど、継続的なブランド強化策を実施しました。高い活性酸素吸収力を持つハーブ“シスタンシェ”の抽出物を含むサプリメント「メモプラス™(シスタンシェ)」、3種類の植物を配合した、たん白質が100%植物由来の「ニュートリ プロテイン™(オールプラント)」を発売。化粧品ブランド「ARTISTRY™(アーティストリー)」では先進のエイジングケアライン「ユースエクセンド™」を発売。ビタミンB群を配合した砂糖ゼロ、カロリーゼロの炭酸飲料、「XS™ エナジードリンク (エクセス エナジードリンク)」はフレーバー展開を拡大。さらに、初のトータルペットケアブランド「プリモペット™」より6製品を販売、いずれも好調な売り上げとなりました。

【社会貢献活動】

One by One子ども基金においては、2011年に引き続き東日本大震災被災地の子ども達への支援を行いました。One by One子ども基金は2003年のスタート以来、全世界で支援してきた子どもの累計が1,000万人、寄付した金額1億9千万ドル以上、ボランティア奉仕時間は270万時間を超える支援を行ってまいりました。

日本アムウェイは今後も人々がよりよい暮らしを実現するためのパートナーとなることを目指し活動していきます。

■ 主要な経営指標

- 売上高 93,749 百万円 (前年同期比 1.8%増)
- 製品グループ別売上高

	2012 年		2011 年	
	単位:百万円	売上構成比	単位:百万円	売上構成比
ホームケア製品	3,474	3.7%	3,611	3.9%
ハウスウェア製品	20,001	21.3%	21,128	23.0%
パーソナルケア製品	26,657	28.4%	26,784	29.1%
栄養補給食品	40,658	43.4%	37,756	41.0%
その他	2,959	3.2%	2,779	3.0%
合計	93,749	100.0%	92,058	100.0%

- ディストリビューター数 約 74 万組
- アムウェイ ショッピング メンバー数 約 11 万組

- One by One こども基金の活動データ

	支援金額	支援した子どもの人数	ボランティア時間
2012 年度	約 8 千 661 万円	11,233 人	1,812 時間
2011 年度	約 1 億 1 千 536 万円	460,563 人	4,505 時間

【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