

円高の影響で減収営業減益

ユニ・チャーム 16年12月期

ユニ・チャームの16年12月期連結決算は、円高の影響を受けたほか、中国やインドネシアが低調で減収営業減益となった。売上高は3.8%減の7109億6500万円、営業利益は2.1%減の782億7700万円、経常利益は0.7%増の718億4800万円、当期純利益は8.9%増の441億3400万円となっている。

デリバティブ 増となっている。評価益や受取利息など営業外収益が増加したことに加え、営業外費用が減少したことなどで経常段階では増益となった。

海外の売上構成比は、前期比3.7P減の57.7%となった。なお、為替の影響を除くと売上高は4%増、営業利益は3%

調剤好調で増収増益

ジョンソン&ジョンソン 2016年度決算

ジョンソン&ジョンソンの2016年度決算(1~12月)は、一般消費財部門、医療機器・診療部門はやや苦戦したが、調剤部門が好調だったことで増収となった。地域別では、為替変動の影響でアメリカを除くヨーロッパは苦戦したが、アメリカが好調で、アジア・太平洋・アフリカも堅調だった。利益面では荒利益率、経費率共に良化したことで増益となった。

売上高は2.6%増(為 替変動を除く実質で3.9%増)の718億9000万ドル、税引利益は3.2%増の198億0300万ドル、純利益は7.3%増の165億4000万ドルの増収増益だった。荒利益率は0.5P増の69.8%、経費率は2.8P減の40.4%とともに良化している。

でパンツタイプの紙おむつの認知拡大に取り組んだ。フェミニンケアは国内で、装着感を低減した「ソフィ エアフィットスリム」シリーズを発売した。中国、インドネシア、タイ、ベトナムなどでシェアアップに取り組んだ。ヘルスケアはウォーキングなどのイベントを通じて、尿ケア専用用品や介護用品の認知拡大、販促を強化した。

クリーン&フレッシュは化粧水の「シルコト」の投入し、「マミポコ」はおねしょ対策パンツやトレーニングパンツなどサブカテゴリ商品との連携を強化した。海外は中国でネット通販を強化し、インドなど

0%増)の57億3400万ドル、アジア・太平洋・アフリカが1.8%増(同1.4%増)の155億7500万ドルで、インターナショナルは計0.9%減(同1.8%増)の340億7900万ドルとなっている。セグメント別の売上高は、一般消費財部門が1.5%減(実質1.5%増)の133億0700万ドルで、地域別内訳はアメリカが3.8%増の54億2000万ドル、インタナショナルが4.8%減(同0.1%増)の78億8700万ドルとなっている。一般消費財部門の内訳は、ベビーケアが7.2%

ペットケアは売上高857億5600万円(0.2%増)、営業利益53億4700万円(60.6%増)となった。北米で商品構成の改革、国内でブランド強化が奏功し、収益が改善した。国内のペットフードは犬用で高齢化対応や肥満対策、猫用で国産天然マグロを100%使用した「銀のスプーン」三ツ星グルメパウチ 国産プロレミアム」など価値訴求型のラインアップを拡充した。北米は犬用シートや猫砂などが堅調だった。産業用資材のその他は売上高61億6100万円(11.9%増)、営業利益4億1400万円(25.4%増)となった。

北米など好調で大幅増益

北米など好調で大幅増益

17年12月期は、国際財務報告基準(IFRS)を適用する。その結果、控除対象にあたる販売促進費(1045億円)、売上割引(18億円)分に相当する売上高が目減りすることになり、売上高6300億円(4.2%増)、営業利益840億円(10.4%増)となった。

その他地域では、売上高は、横ばいのヨーロッパを除き実質増収だった。営業利益はアジア・ユーラシアを除いて減益と苦戦した。

内訳は、南米が売上高で15.6%増(同10.0%増)の36億8300万ドル、営業利益で6.4%増の11億3200万ドル、ヨーロッパが売上高で2.9%減(同横ばい)の23億4200万ドル、

0.1%減(同0.9%増)の251億1900万ドルで、地域別内訳は、アメリカが1.1%増の122億6600万ドル、インタナショナルが1.2%減(同0.7%増)の128億5300万ドルとなっている。一般消費財部門も生産性が向上している」と語る。

アレックス・ゴルスキー(Alex Gorsky)会長兼CEOは、「成長戦略を加速させており、調剤部門が特に好調に推移し、医療機器・診療部門も堅調だった。一般消費財部門も生産性が向上している」と語る。

買収など経費増で大幅減益

コティ上期決算

コティの2016/2017年上期決算(2016年7月~12月)は、P&Gのビューティブランドを第2四半期に買収後初めての決算となるが、買収に関わる諸経費や償却費の計上で大幅増収ながら大幅減益となった。

5.7%増の10億3000万ドルの増収増益と好調だった。

その他地域では、売上高は、横ばいのヨーロッパを除き実質増収だった。営業利益はアジア・ユーラシアを除いて減益と苦戦した。

内訳は、南米が売上高で15.6%増(同10.0%増)の36億8300万ドル、営業利益で6.4%増の11億3200万ドル、ヨーロッパが売上高で2.9%減(同横ばい)の23億4200万ドル、

ジュスル・インタナショナルの買収を発表

ジュスル・インタナショナルの買収を発表

モデア

「ソーシャルリテール」と銘打つ独自のネットワーキングビジネスを展開しているモデア(米国 ユタ州)は、このほど、同業で栄養補助食品の研究開発に定評があるというユスル・インタナショナル(同カリフォルニア州、以下ジュスル)の買収で正式合意に達したと発表した。

「ジュスルは、買収取引の条件や、モデアのネットワーキングビジネスを展開しているモデア(米国 ユタ州)は、このほど、同業で栄養補助食品の研究開発に定評があるというユスル・インタナショナル(同カリフォルニア州、以下ジュスル)の買収で正式合意に達したと発表した。」

YSL グローバルビューティディレクターにトム・ペシュー氏



イヴ・サンローラン・ボートはグローバルビューティディレクターに世界的に著名なマーケティング・アーティストのトム・ペシュー氏を任命した。トム氏はフランス生まれのイヴ・サンローラン・ボートはグローバルビューティディレクターに世界的に著名なマーケティング・アーティストのトム・ペシュー氏を任命した。