

アモーレパシフィック 表参道に「イニスフリー」 日本1号店

アモーレパシフィックジャパンは2月27日、「イニスフリーグリーンティードセラム」(80mL2900円)の発表会を開き、韓国本社より来日したディレクター、イニスフリーグローバルディビジョンリーダーの金哲(キム・チョル)氏とイニスフリーグローバルディビジョンリーダー、ブランドサイエンスチームシニアリサーチャーの秦瑜璉(ジン・ユジン)氏がプレゼンテーションを行った。



金 哲 氏

アモーレパシフィックグループとして「アイオペ」「エチュードハウス」に続く3つ目のブランドとして日本展開がスタートする「イニスフリー」

は、「肌に休息を与える」「島」を意味し、スローガ「Natural beauty」という願いが込められている。

「肌」に休息を与える、然の恵みをそのままに、健康やかな美しさを届けたという願いが込められている。

ンするのを皮切りに、表参道・原宿・渋谷エリア



「イニスフリー」であり、日本でも「イニスフリー」ならではの世界観やミネリアム世代にアピールできるブランドイング・製品パフォーマンスでブランドの魅力を発信していく。

日本1号店のオープンに合わせ、グローバルで人気No.1のブースターセラム「グリーンティードセラム」(80mL2900円)をリニューアルする。2010年〜2017年のグローバル累計売上本数は1650万本に及ぶ。

韓国固有の在来種2401種もの緑茶の研究を通じて新品種を開発した。自社農園で有機栽培された新品種を使った緑茶「イニスフリー」も採用した。

緑茶水が角層をうるおいで満たし、緑茶シードオイルのヴェールでうるおいを包み込んで理想的な保湿を維持する「デュアルモイスチャライジングテク

「イニスフリー」は「肌」に休息を与える、然の恵みをそのままに、健康やかな美しさを届けたという願いが込められている。

「肌」に休息を与える、然の恵みをそのままに、健康やかな美しさを届けたという願いが込められている。

「肌」に休息を与える、然の恵みをそのままに、健康やかな美しさを届けたという願いが込められている。

コティ 上期決算 大幅増収増益で業績急回復 P&Gのビューティ事業 買収に伴う費用が軽減

P&Gのビューティビジネス事業を買収して世界有数の化粧品メーカーに躍進した「コティ」の2017/2018上期決算(7~12月)は、一般向け化粧品などが好調に推移したことで大幅増収増益となった。とくに前年同期は買収に伴う過剰費用が増大したことで大幅減収となったが、収益性をV字回復させたところである。

売上高は44.4%増の48億7590万ドル、営業利益は502.7%増の2億0310万ドル、純利益は91.2%増の8950万ドルとなった。

荒利益率は0.6P増の61.0%、経費率は2.7P増の51.5%だった。前年同期に2億ドル以上計上されたリス

大幅に減少したことで営業利益は3.2P増の4.2%と収益性は大幅に向上した。純利益率も0.80万ドルとなっている。

地域別売上高は、北米が43%増の14億9240万ドル、欧州が43%増の22億6600万ドル、アジア・南米が49%増の11億1750万ドルと、全ての地域で売上を大幅に伸ばしている。

カミロペイン(Camillio Panne) CEOは、「P&Gのビューティビジネスに続き、Younique、Burberry、ghdのブランド買収などによる統合が順調に進み、3つのセグメント共に業績を伸ばしている。eコマースも市場の伸びを上回って好調だ。下期も収益性の向上は顕著になると予想している」と語る。