

コーセー

第3四半期

中国が販売好調も減収減益

コストコントロールの実施により

111億円の営業利益を確保

コーセーの2021年3月期第3四半期連結業績は、中国での販売が好調に推移したものの、中国以外の各国で新型コロナウイルス感染症拡大の影響を大きく受け、売上高が前年同期比18・0%減（為替変動の影響を除く実質17・4%減）の2041億3500万円、営業利益が70・6%減の111億4100万円、経常利益が64・7%減の135億4000万円、純利益が65・1%減の86億8100万円となった。売上高が2割近いマイナスとなる中、コストコントロールの実施により、111億円の営業利益を確保した。

地域別売上高は、日本 49・7%増の245億円、アジアが28・1%減の1245 TRが29・1%増の34億8900万円、アジア 8億円となっている。TR（売上）2億円（933500万円、北米が TR（売上）2億円（9319・4%減の202億1%減）・インバウンド客200万円、その他のが 28・4%減の25億9700万円となった。なお、欧米・アジアの売上高は 51%増の795億円、新販路の売上高はECが 7%増となった。アジア

「デコルテ」は海外が好調で

1%増、海外比率は8割超に

化粧品事業は、売上高が1612億2400万円（前年同期比16・4%増）、営業利益が180億700万円（同56・7%増）となった。ハイプレスステージは14%減（内上221億円、海外比率23%減（売上高が409億5300万円（同23・0%減）、プレス率100%）、ボディケア（売上高が24億6500万円（前年同期は6300万円の営業利益）となった。コスメポートが24%減、その他が22%減と減収減益となった。コロナ禍で需要が高まっている「リップシェール」や「カーヘアケアブランドの「スティーブンソルニユーヨーク」などが売上に貢献し、コスメポートの「コエンリッチ」「ウルミナプラス」が好調に推移したものの、クレンジング市場やシートマスク市場の不振のあわりを受けた。その他の事業は、売上高が19億5700万円（同36・1%減、営業減）を見込む。

1週間後の緊急事態宣言解除が濃厚になった。経済活動再開との両立の重要性が強調されているが、感染者ゼロのカウントダウンがまだはるか遠い状況での解除に、感染症とはゼロにすることが極めて難しいのだからと思うようになってきている。

数値化の本質って

私のH & B日記

はたまた私の資質の問題か。感染拡大の長期化で、あらゆるシーンで今日の天気予報を知るように、感染者数、重症者、病床数を知れるようになってきている。数

有性を失っている状態とも言える。言い過ぎでなければ、感染者数を知ることこそこうした数字的な暴力を振るうことに近い。感染者が100人を超えたと数という報せに恐怖を感じ

うに、とかく数を重視してきた日本人の国民性のせいだとは言わないうが、無意識のうちに数字が安心感へと変換されていることにコロナ禍で何度かハッとさせられている。数値化

たあの頃の私は、もう存在しない。むしろ今は300人を連続で下回ったと聞いて安堵感の方が広がっている。食事の「おかず」を漢字で「御数」と書いて尊敬の意を込めたよ

念に加え、商品に配合する美容成分の数やその配合量の割合など

新ブランド導入に先駆けバーチャルメイクサービスを開始

ナリス化粧品は、新ポイントメイクブランド「Vie ta / ヴィータ」の発売に先駆け、1月21日より、スマートフォンやパソコンから、自分の似合うメイクをシミュレーションできる「バーチャルメイク」のサービスを開始している。顔の比率から3ステップで判定するフェースタイプチェックでは、「ふんわりタイプ」「す



「ナリス化粧品」をチェックすることにより、なりたいイメージをつくることも、失敗なく、新しいメイクを発見することもできる。対面でのカウンセリングや店頭でのテスト使用が難しくなる中、自分でいつでもどこでも、似合うメイクを発見することが可能で、アイカラー以外のポイントメイクもシミュレーションできるという。

ナリス化粧品

「つきりタイプ」