

## 2014年度 第1四半期実績および見通し

2014-7-31

株式会社資生堂  
執行役員 最高財務責任者

直川 紀夫

当資料の記載内容のうち、歴史的事実でないものは、資生堂の将来に関する見通しおよび計画に基づいた将来予測です。これらの将来予測には、リスクや不確定な要素などの要因が含まれており、実際の成果や業績などは、記載の見通しとは異なる可能性があります。

1

## 2014年度 第1四半期実績 要約

(億円)	実 績	前 年 比	外 貨 前 年 比	前 年 差
売 上 高	<b>1,684</b>	<b>+3.7%</b>	<b>Δ2.3%</b>	<b>+60</b>
国 内	<b>795</b>	<b>Δ3.2%</b>	<b>Δ3.3%</b>	<b>Δ26</b>
海 外	<b>888</b>	<b>+10.8%</b>	<b>Δ1.4%</b>	<b>+86</b>
営 業 利 益	<b>14</b>	<b>Δ80.2%</b>	—	<b>Δ55</b>
経 常 利 益	<b>14</b>	<b>Δ80.9%</b>	—	<b>Δ61</b>
税金等調整前 四半期純利益	<b>21</b>	<b>Δ72.1%</b>	—	<b>Δ55</b>
四半期純利益	<b>Δ18</b>	<b>(27)</b>	—	<b>Δ44</b>

( ) 内は前年実績

- 海外売上比率 **52.8% (+3.4pp)**
- 営業利益率 **0.8% (Δ3.4pp)**
- 為替レート **ドル=102.8円(+11%)、ユーロ=140.8円(+15%)、  
中国元=16.9円(+14%)**

2

## 国内化粧品事業 売上高・営業利益

(億円)	15/3期 第1四半期		14/3期 第1四半期		前年差	前年比
		構成比		構成比		
カウセリング	342	20.3%	364	22.5%	△22	△6.0%
セルフ	197	11.7%	187	11.5%	+9	+5.0%
トイレタリー	81	4.8%	93	5.7%	△12	△13.4%
化粧品	620	36.8%	645	39.7%	△25	△3.9%
ヘルスケア	36	2.1%	38	2.3%	△2	△4.8%
その他	77	4.6%	76	4.7%	+2	+2.1%
国内化粧品売上高	733	43.5%	758	46.7%	△25	△3.3%

(億円)	15/3期 第1四半期	14/3期 第1四半期	前年差	前年比
営業利益	40	71	△31	△43.5%
利益率	5.5%	9.4%	△3.9pp	

3

## 国内 2014年度第1四半期の総括

### 売上

- 消費税増税後の反動減
- 店頭売上は回復基調
- 反動減は第1四半期で収束

### 営業利益

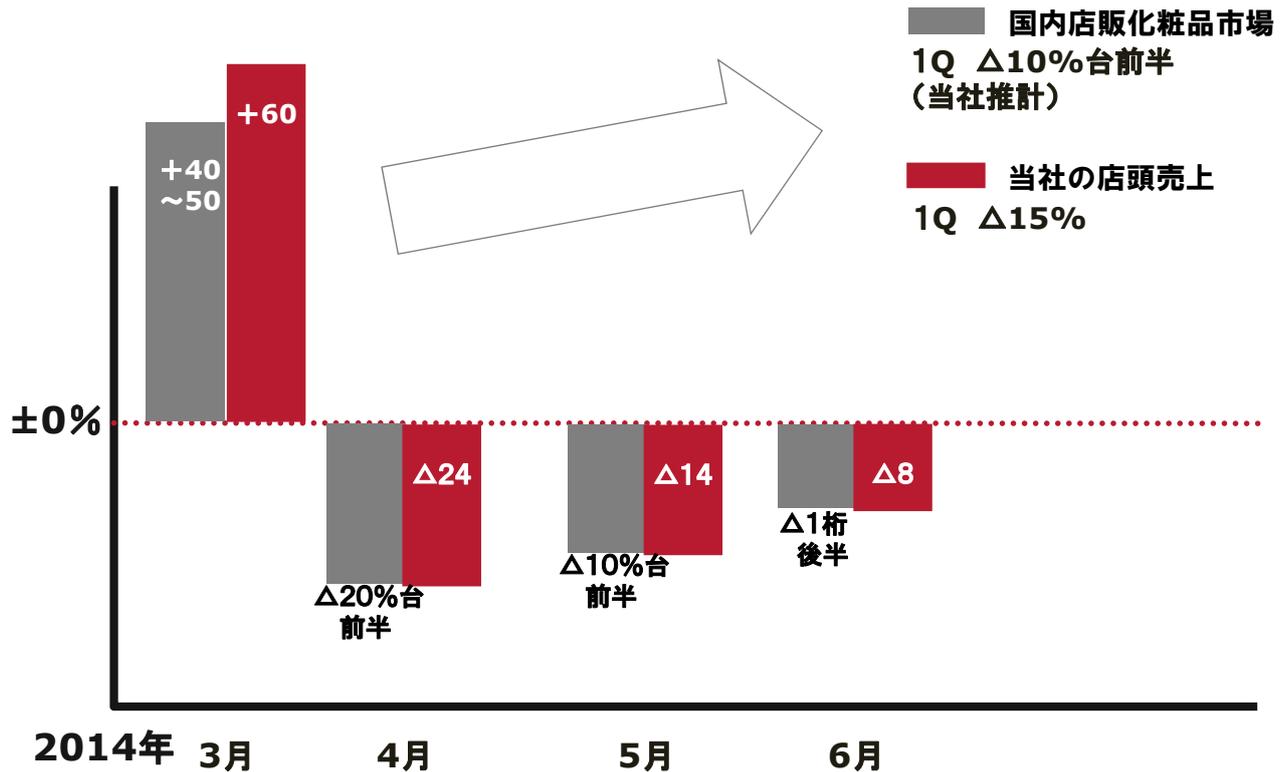
- 売上減に伴う差益減
- 賞与増に伴う人件費増

### 取り組み

- 反動減対策
- ブランドイノベーションの準備
- 得意先との協働取り組み強化の準備

4

## 国内 消費税増税後の反動減 店頭売上は回復基調



5

## 国内 反動減対策とブランドイノベーション

4月～6月 新規顧客獲得とリピート購入促進に向けたサンプリング強化

7月～9月 watashi+ 夏のキャンペーン実施  
7月30日 「アルティミューン」先行発売

10月～ 国内ブランド 順次刷新



「アルティミューン」  
先行発売



大手小売企業との  
協働取り組み



新「エリクシール」

「マキアージュ」  
「HAKU」  
「新シニア対応  
ブランド」

発売

6

## グローバル事業 売上高・営業利益

(億円)	15/3期 第1四半期		14/3期 第1四半期		前年差	前年比	外貨 前年比
	構成比	構成比	構成比	構成比			
化粧品	818	48.6%	737	45.4%	+81	+10.9%	Δ1.3%
プロフェッショナル	108	6.4%	105	6.5%	+2	+2.2%	Δ5.5%
グローバル 売上高	926	55.0%	843	51.9%	+83	+9.8%	Δ1.8%

(億円)	15/3期 第1四半期	14/3期 第1四半期	前年差	前年比
のれん等償却前 営業利益	Δ10	10	Δ20	—
営業利益	Δ33	Δ11	Δ22	—
利益率	Δ3.6%	Δ1.3%	Δ2.2pp	

7

## 海外 2014年度第1四半期(1~3月)の総括

地域	売上前年比 (外貨前年比)	内容
米州	+5.3% (Δ5.5%)	(+)「NARS」ブランドの好調継続 (Δ) 物流トラブルによる減収
欧州	+10.6% (Δ3.6%)	(+) イタリア、スペイン、ロシアの好調 (Δ) フレグランス事業の売上減 (Δ) キリシャの返品引当増
アジア	+15.2% (+3.3%)	(+) 中国が「オプレ」新美白スキンケアライン導入などにより前年を上回る



8

# 海外 2014年度第2四半期(4~6月)の取り組み

地域	2Q売上	内容
米州	前年を上回る	(+)「NARS」ブランドの好調 (+)「ベアミネラル」がリキッドファンデーション 「ベアスキン」発売により売上が回復基調 (+)物流体制復旧 (△)オペレーションコスト増
欧州	前年を下回る	(+)ロシアの好調 (△)カリタ・デクレオール事業の売却に伴う売上減
アジア	前年を上回る	(+)中国が「Za」好調、ECサイト売上増などにより前年を上回る



# 海外 2014年度下期(7月~12月)の取り組み

1. グローバルブランド「SHISEIDO」より「アルティミュン」発売

2. 中国における取り組み強化



9月発売  
アルティミュン



8月発売  
オブレ アクアエナジーライン



9月発売  
ウララ プライムライン

## 貸借対照表

(億円)	14/6末	増減	(対14/3末)		(億円)	14/6末	増減	(対14/3末)	
			為替除<	為替				為替除<	為替
流動資産	3,461	△565	△504	△61	負債	4,053	△373	△339	△34
現預金・有価証券	954	△335	△318	△17	未払金	348	△133	△130	△2
受取手形・売掛金	1,096	△287	△266	△21	有利子負債	1,385	△174	△172	△2
たな卸資産	997	+94	+113	△19	退縮給付に係る負債／引当金	764	+155	+157	△1
固定資産	3,937	△51	+6	△57	純資産	3,345	△242	△160	△83
有形固定資産	1,312	△37	△21	△15	株主資本	3,194	△161	-	-
無形固定資産	1,599	△68	△32	△36	その他包括利益	△47	△77	-	-
投資その他	1,026	+54	+59	△5	少数株主持分	188	△4	-	-
資産計	7,398	△616	△499	△117	負債・純資産計	7,398	△616	△499	△117

(注)主要な勘定科目のみ

使用為替レート(2014/6末): US\$102.9円、€141.6円、中国元16.6円

自己資本比率 42.5%

(2014/3末): US\$105.4円、€145.0円、中国元17.4円

有利子負債比率 29.3%

11

## 2014年度 上期見通し

(億円)	第1 四半期	前年比	第2 四半期	前年比	上 期	前年比	見通し差
売上高	1,684	+3.7%	2,016	+1.8%	3,700	+2.6%	+40
国内	795	△3.2%	995	△0.2%	1,790	△1.6%	±0
海外	888	+10.8%	1,022	+3.8%	1,910	+6.9%	+40
営業利益	14	△80.2%	131	△2.8%	145	△28.9%	±0
経常利益	14	△80.9%	131	△3.0%	145	△31.0%	±0
特別損益	7	-	158	(△79)	165	(△79)	±0
純利益	△18	(27)	263	+866.6%	245	+355.6%	±0

( )内は前年実績

●海外売上比率 51.6% (+2.0pp)

●営業利益率 3.9% (△1.8pp)

●為替レート ドル=102円(+7%)、ユーロ=140円(+12%)、  
中国元=16.7円(+8%)

12

## 2014年度 通期見通し

(億円)	15/3期	14/3期	前年差	前年比	外貨 前年比	見通し差
売上高	7,800	7,620	+180	+2.4%	+1%	±0
国内	3,700	3,773	△73	△1.9%	△2%	±0
海外	4,100	3,848	+252	+6.6%	+4%	±0
営業利益	420	496	△76	△15.4%	—	±0
経常利益	420	514	△94	△18.3%	—	±0
特別損益	145	△10	+155	—	—	±0
当期純利益	380	261	+119	+45.3%	—	±0

- 海外売上比率 52.6%
- 営業利益率 5.4%
- 予想ROE 10.7%
- 為替レート ドル=100円(+2%)、ユーロ=135円(+4%)、  
中国元=16.5円(+4%)

13

## 「VISION 2020」と中期経営計画について

グローバル経営の実現に向け、全役員・国内外の  
事業所責任者が経営課題と戦略を議論・提案

- ①「資生堂のありたい姿」・事業ドメインの再設定
- ②グローバルブランドポートフォリオ新戦略の策定
- ③イノベーション戦略の強化
- ④組織・風土改革の推進
- ⑤経営基盤の強化

「VISION 2020」と中期経営計画の骨子を策定

具体的な数値目標および取り組みの詳細構築へ

14

# 全社コストの見直しと効率化の徹底

## コスト構造改革の継続推進

2011年度対象コストと比較した  
2013・14年度コスト低減効果

2011年度対比累計 **240億円**

2014年度第1四半期は、  
計画を上回るペースで進捗

2014年7月より  
海外主要市場の  
広告枠購入の一元化



マーケティングおよび研究開発に向けた積極投資へ

# ブランドマーケティングの強化

ブランドマネジメント制導入  
「見える化」の推進

全社一丸となった取り組み  
「ICHIGAN」プロジェクト



戦う集団へ

一瞬も一生も美しく 

**【補足1】 報告セグメント 売上高・営業利益**

SHISEIDO

(億円)		15/3期 第1四半期	14/3期 第1四半期	前年差	前年比
国内化粧品		733	758	△25	△3.3%
グローバル		926	843	+83	+9.8%
その他		25	22	+2	+10.7%
売上高		1,684	1,624	+60	+3.7%

国内化粧品		40	71	△31	△43.5%
グローバル		△33	△11	△22	-
その他		7	5	+1	+24.3%
全社・消去		0	3	△3	-
営業利益		14	69	△55	△80.2%

## 【補足2】 地域別 売上高

(億円)	15/3期 第1四半期		14/3期 第1四半期		前年差	前年比	外貨 前年比
		構成比		構成比			
日 本	795	47.2%	822	50.6%	△26	△3.2%	△3.3%
米 州	268	15.9%	255	15.7%	+13	+5.3%	△5.5%
欧 州	239	14.2%	216	13.3%	+23	+10.6%	△3.6%
ア ジ ア ・ オ セ ア ニ ア	382	22.7%	332	20.4%	+50	+15.2%	+3.3%
海 外 計	888	52.8%	802	49.4%	+86	+10.8%	△1.4%
合 計	1,684	100%	1,624	100%	+60	+3.7%	△2.3%

19

## 【補足3】 売上原価および販売管理費

(億円)	15/3期 第1四半期			増減 +:コスト減	前年比	為替 影響額	為替影響 除く増減 +:コスト減
		売上比	率差(+低下)				
売 上 原 価	394	23.4%	△0.1%	△16	+4.3%	△27	+11
販 管 費	1,276	75.8%	△3.3%	△99	+8.4%	△70	△29
( 国 内 )	641	80.8%	△4.5%	△16	+2.5%	-	△16
( 海 外 )	635	71.3%	△2.7%	△83	+15.1%	△70	△13
M コ ス ト	380	22.6%	△1.3%	△34	+10.0%	△24	△10
人 件 費	477	28.3%	△1.3%	△39	+8.9%	△22	△17
経 費	396	23.5%	△0.6%	△24	+6.4%	△22	△2
M&A関連償却費	24	1.4%	△0.1%	△2	+9.6%	△2	+0

20

## 【補足4】 販売管理費 国内外内訳

(億円)		15/3期 第1四半期	14/3期 第1四半期	増減 +:コスト減	前年比	為替 影響額	為替影響を 除く増減 +:コスト減
M	国内	166	165	△1	+0.7%	-	△1
	海外	214	180	△33	+18.5%	△24	△9
M コ ス ト		380	345	△34	+10.0%	△24	△10
人	国内	275	260	△15	+5.8%	-	△15
	海外	201	178	△24	+13.4%	△22	△2
人 件 費		477	438	△39	+8.9%	△22	△17
経	国内	199	199	+1	△0.3%	-	+1
	海外	197	173	△24	+14.1%	△22	△2
経 費		396	372	△24	+6.4%	△22	△2
M & A 関 連 償 却 費	国内	0	0	±0	±0.0%	-	±0
	海外	23	21	△2	+9.8%	△2	+0
M & A 関 連 償 却 費		24	21	△2	+9.6%	△2	+0
販	国内	641	625	△16	+2.5%	-	△16
	海外	635	552	△83	+15.1%	△70	△13
販 管 費 合 計		1,276	1,177	△99	+8.4%	△70	△29