

# 2014年度 第3四半期実績および見通し

2015-1-30

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。

## 2014年度 第3四半期累計実績 要約

(億円)	実 績	前 年 比	外 貨 前 年 比	前 年 差
売 上 高	5,558 [1,901]	+3.8% [+8.7%]	+0.2% [+6.0%]	+204 [+152]
国 内	2,650 [924]	Δ2.4% [+3.2%]	Δ2.4% [+3.2%]	Δ64 [+29]
海 外	2,908 [976]	+10.2% [+14.4%]	+2.8% [+8.9%]	+268 [+123]
営 業 利 益	188	Δ43.6%	Δ46.6%	Δ145
経 常 利 益	205	Δ42.0%	—	Δ149
特 別 損 益	201	(Δ50)	—	+251
純 利 益	278	+66.1%	—	+111

[ ]内は3Q(3ヵ月)実績  
( )内は前年実績

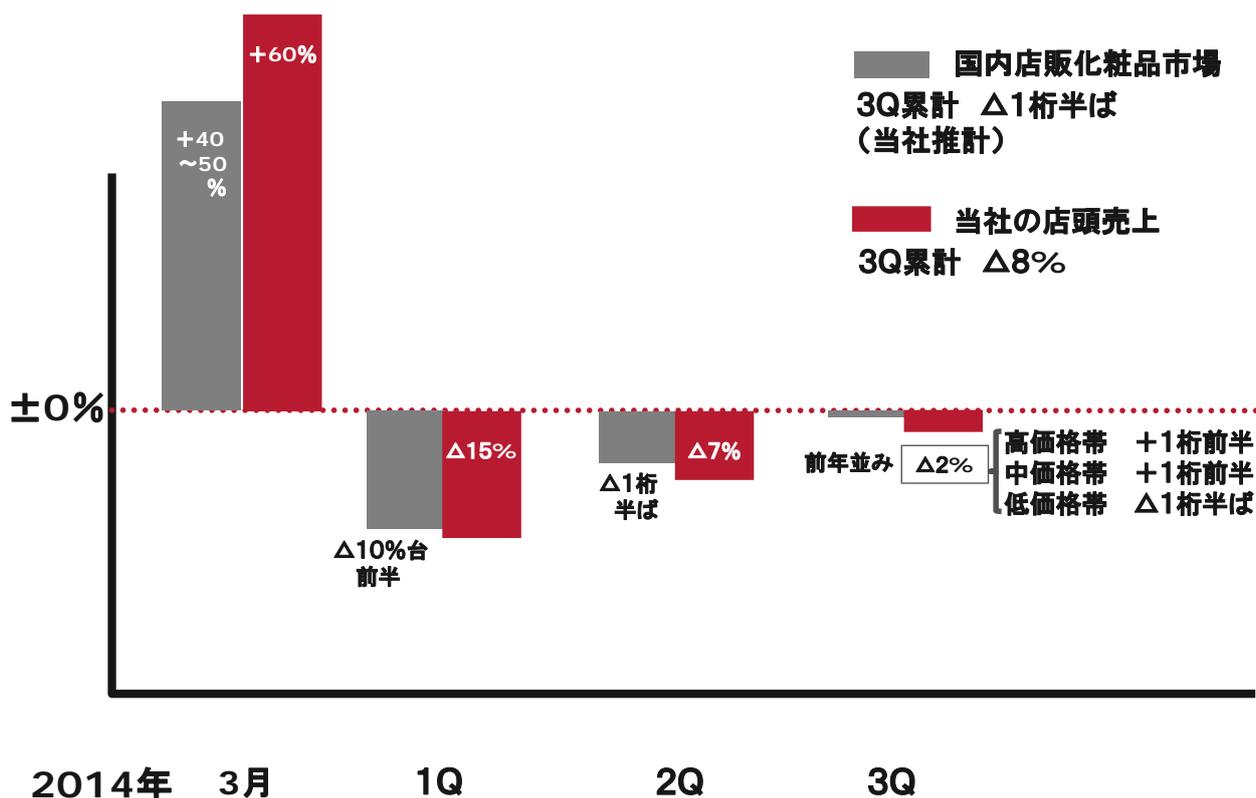
- 海外売上比率 52.3% (+3.0pp)
- 営業利益率 3.4% (Δ2.8pp)
- 為替レート ドル=103.0円(+6%)、ユーロ=139.5円(+10%)、  
中国元=16.7円(+6%)

# 売上高 報告セグメント別 国内化粧品事業

(億円)	2014年度 第3四半期累計			2014度 第3四半期(3ヵ月)		
		前年差	前年比		前年差	前年比
カウンスリング	1,287	△35	△2.7%	505	+31	+6.6%
セルフ	542	△7	△1.2%	156	△5	△3.3%
トイレタリー	249	△19	△7.1%	73	+1	+0.9%
化粧品	2,078	△61	△2.9%	733	+27	+3.8%
ヘルスケア	108	△4	△3.4%	29	△3	△10.4%
その他	267	+7	+2.7%	91	+8	+9.5%
国内化粧品	2,454	△58	△2.3%	854	+31	+3.8%

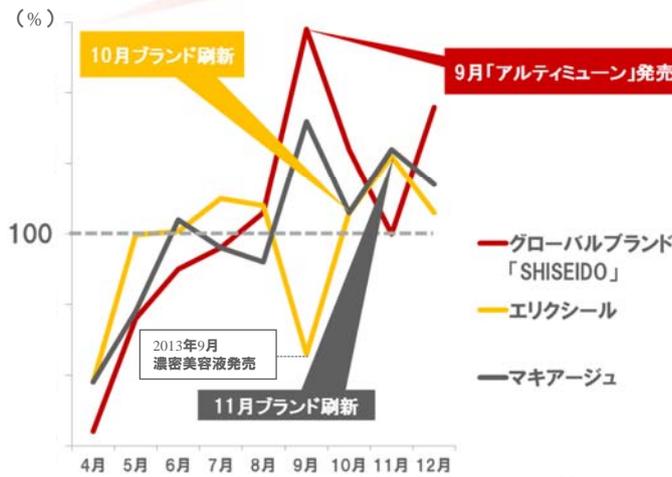
(億円)	14/12期	13/12期	前年差	前年比
営業利益	202	281	△79	△27.9%
利益率	8.2%	11.1%	△2.9pp	

# 国内店販化粧品市場と当社の店頭売上状況



- イノベーションしたブランドの力強い成長
- 「ICHIGANプロジェクト」の貢献
- インバウンド売上の拡大

店頭売上前年同月比推移



強化した主カブランドの店頭売上は回復基調へ



「ICHIGANプロジェクト」で  
ブランドイノベーションを強力推進



多言語対応タブレット端末  
の活用

インバウンド対策強化



成田国際空港内  
資生堂コーナー

進化した「ICHIGANマーケティング」で  
カウンセリング領域強化を加速



1月21日発売  
「プリアール」



2月21日発売  
「エリクシール」



2月21日発売  
「マキアージュ」



3月21日発売  
「HAKU」

ICHIGAN SHISEIDO  
ICHIGAN プロジェクト

「TSUBAKI」刷新を中心とした  
ヘア・ボディーケア、メンズカテゴリーの強化



2月21日発売  
「アネッサ」



3月下旬発売  
「TSUBAKI」



2月21日発売  
「アデノゲン」



2月中旬発売  
「専科」

売上高 報告セグメント別 グローバル事業

(億円)	2014年度 第3四半期累計			2014年度 第3四半期(3カ月)		
		前年比	外貨 前年比		前年比	外貨 前年比
化粧品	2,707	+12.0% [+12.5%]	+4.5% [+5.0%]	921	+17.9% [+18.7%]	+12.1% [+12.9%]
プロフェッショナル	319	Δ9.3% [+3.3%]	Δ13.2% [Δ0.6%]	96	Δ18.4% [+1.8%]	Δ20.4% [Δ1.3%]
グローバル	3,026	+9.3% [+11.6%]	+2.3% [+4.4%]	1,017	+13.1% [+16.9%]	+7.9% [+11.3%]

※[ ]デクレオール・カリタブランドの譲渡影響除く

(億円)	14/12期	13/12期	前年差	前年比
のれん等償却前 営業利益	37	99	Δ62	Δ62.6%
営業利益	Δ31	33	Δ65	-
利益率	Δ1.0%	1.2%	Δ2.2pp	

# 海外 2014年度第3四半期(7~9月)の総括

地域	3Q売上前年比 (外貨前年比)	内容
海外計	+14.4% (+8.9%)	(+)「アルティミューン」が全地域で好調に推移
米州	+22.4% (+16.4%)	(+)「ベアスキン」、「NARS」ブランドの好調継続
欧州	+15.2% (+9.2%)	(+)フレグランス事業の売上増 (△)デクレオール・カリタブランドの売却に伴う売上減
アジア・ オセアニア	+7.2% (+2.5%)	(+)トラベルリテール、マレーシア、中国Eコマースの好調

## 「アルティミューン」が全世界でビューティーアワードを受賞



日本でも数多くのベストコスメを受賞

「プリ・デクセランス」受賞

# 海外 2014年度第4四半期(10~12月)の概況

地域	4Q売上 (外貨前年比)	内容
米州	前年並み	(+)「NARS」ブランド、フレグランス事業の好調継続 (△) ZOTOS社
欧州	前年並み	(+)フレグランス事業 (△)ドイツ、イタリア (△)デクレオール・カリタブランドの売却に伴う売上減
アジア・ オセアニア	前年を下回る	(+)トラベルリテール事業 (△)中国、アジアにて在庫適正化を実施

\*本資料における売上増減は、速報値を簡易的に集計したものであるため、連結決算で開示される実際の地域別売上外貨ベース前年比とは内容が異なる可能性があります。



「NARS」



「narciso rodriguez」 「ISSEY MIYAKE」

画期的な新製品の導入

店頭カウンター刷新の加速



「BOP グローリバイバル セラム」



3月発売  
「パーフェクト UVプロテクション N」



「ベアミネラル コンプレクション レスキュー」  
11

中国事業再建に向けた取り組み

成果が  
現れている点

- 構造改革の推進
- EC事業部門の独立化
- マーケティング機能の「現地化」加速
- 新たな現地法人責任者就任などの新組織体制

取り組み  
進行中の  
課題

- ブランドポートフォリオ構築
- ビューティーコンサルタント活性化への取り組み



# 貸借対照表

(億円)	14/12末	増減	(対14/3末)	
			為替除 く	為替
流動資産	3,917	△109	△139	+30
現金・有価証券	1,109	△180	△193	+14
受取手形・売掛金	1,241	△142	△142	+0
たな卸資産	1,112	+209	+198	+12
固定資産	3,906	△81	△144	+62
有形固定資産	1,327	△22	△33	+10
無形固定資産	1,574	△93	△146	+53
投資その他	1,006	+34	+35	△1
資産計	7,824	△190	△282	+92

使用為替レート

(2014/12末) : US\$109.5円、€138.9円、中国元17.8円  
 (2014/3末) : US\$105.4円、€145.0円、中国元17.4円

(億円)	14/12末	増減	(対14/3末)	
			為替除 く	為替
負債	4,006	△421	△441	+20
仕入債務・未払金	902	△88	△87	△1
有利子負債	1,280	△279	△282	+3
退職給付に係る 負債／引当金	743	+135	+136	△1
純資産	3,818	+231	+159	+72
株主資本	3,450	+95	-	-
その他包括利益	146	+115	-	-
少数株主持分	212	+20	-	-
負債・純資産計	7,824	△190	△282	+92

(注) 主要な勘定科目のみ

(2014/12末) 自己資本比率46.0%、有利子負債比率25.1%  
 (2014/3末) 自己資本比率42.2%、有利子負債比率30.3%

# 2014年度 通期見通し

(億円)	15/3期	14/3期	前年比	外貨 前年比	10月 発表差
売上高	7,750	7,620	+1.7%	△2%	+50
国内	3,630	3,773	△3.8%	△4%	△40
海外	4,120	3,848	+7.1%	△1%	+90
営業利益	250	496	△49.6%	-	±0
経常利益	260	514	△49.4%	-	±0
特別損益	185	△10	-	-	±0
当期純利益	300	261	+14.7%	-	±0

● 海外売上比率 53.2%

● 営業利益率 3.2%

● 予想ROE 8.6%

● 為替レート ドル=105.9円(+8%)、ユーロ=140.4円(+8%)、中国元=17.2円(+8%)

● 配当 中間10円、期末10円(予定)

- ブランド刷新とポートフォリオ強化
- 「ICHIGANマーケティング」の実行
- 「VISION 2020」お客さま起点の意識・行動変革
- 組織改革と融合した構造改革の推進

一新、TSUBAKI



社内向け「VISION 2020」説明会

持続的な成長の実現へ

【補足データ1】 報告セグメント別 売上高・営業利益

(億円)		14/12期	13/12期	前年差	前年比
国内化粧品		2,454	2,512	△58	△2.3%
グローバル		3,026	2,768	+257	+9.3%
その他		78	74	+4	+5.6%
売上高		5,558	5,354	+204	+3.8%

国内化粧品		202	281	△79	△27.9%
グローバル		△31	33	△65	-
その他		17	16	+1	+8.5%
全社・消去		△0	3	△4	-
営業利益		188	333	△145	△43.6%

## 【補足データ2】 売上高 地域別

SHISEIDO

	(億円)	14/12期		13/12期		前年差	前年比	外貨 前年比
		構成比	構成比					
日 本	2,650	47.7%	2,714	50.7%	△64	△2.4%	△2.4%	
米 州	928	16.7%	830	15.5%	+98	+11.9%	+4.9%	
欧 州	757	13.6%	698	13.0%	+59	+8.4%	△0.6%	
ア ジ ア ・ オ セ ア ニ ア	1,223	22.0%	1,112	20.8%	+111	+10.0%	+3.4%	
中 国	807	14.5%	724	13.5%	+82	+11.3%	+4.4%	
ア ジ ア (excl.中国)	416	7.5%	388	7.3%	+29	+7.4%	+1.5%	
海 外 計	2,908	52.3%	2,640	49.3%	+268	+10.2%	+2.8%	
合 計	5,558	100%	5,354	100%	+204	+3.8%	+0.2%	

17

## 【補足データ3】 売上原価および販管費

SHISEIDO

	(億円)	14/12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	1,381	24.8%	△0.2%	△66	+5.0%	△52	△14
販 管 費	3,988	71.8%	△2.6%	△283	+7.6%	△133	△150
( 国 内 )	2,007	75.9%	△3.2%	△41	+2.1%	-	△41
( 海 外 )	1,981	68.0%	△2.3%	△242	+13.9%	△133	△108
M コ ス ト	1,265	22.8%	△1.7%	△138	+12.3%	△48	△90
人 件 費	1,417	25.5%	△0.5%	△76	+5.7%	△40	△36
経 費	1,237	22.3%	△0.4%	△65	+5.6%	△40	△25
M&A関連償却費	69	1.2%	△0.0%	△3	+4.1%	△5	+2

18

## 【補足データ4】 販管費 国内海外内訳

(億円)		14/12期	13/12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
国	内	565	564	△1	+0.1%	-	△1
海	外	700	562	△138	+24.5%	△48	△90
M	コスト	1,265	1,127	△138	+12.3%	△48	△90
国	内	815	784	△30	+3.9%	-	△30
海	外	602	556	△46	+8.3%	△40	△6
人	件費	1,417	1,340	△76	+5.7%	△40	△36
国	内	626	616	△10	+1.7%	-	△10
海	外	611	556	△55	+9.9%	△40	△15
経	費	1,237	1,172	△65	+5.6%	△40	△25
国	内	1	1	+0	△0.0%	-	+0
海	外	68	66	△3	+4.2%	△5	+2
M & A	関連償却費	69	67	△3	+4.1%	△5	+2
国	内	2,007	1,966	△41	+2.1%	-	△41
海	外	1,981	1,740	△242	+13.9%	△133	△108
販	管費合計	3,988	3,705	△283	+7.6%	△133	△150

動け、資生堂。