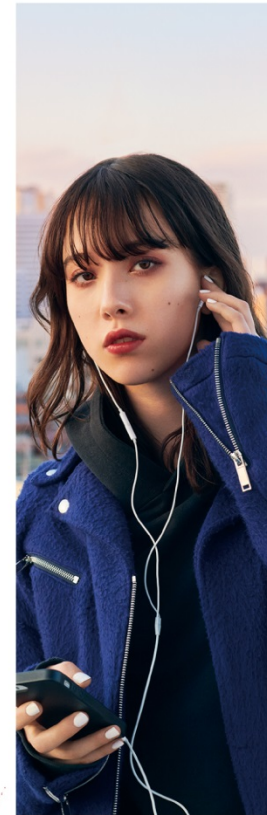




SHISEIDO

# 2018年 上期実績



直川 紀夫

2018年 8月 8日

株式会社 資生堂

常務 最高財務責任者



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。

# 2018年 上期 Executive Summary

**実質750億円超の増収、前年2倍超の営業利益  
純利益 前年2.5倍超 年間ベースの過去最高を上回る  
主力ブランドの増収によるコスト構造の大変革・改善**

**売上高 5,326億円 実質761億円増収※1 実質前年比+17% 外貨前年比+11.9%**

- 日本：293億円増収（実質前年比+15%）シェア拡大※2（インバウンド・日本人売上）
- 中国：242億円増収（同+32%）第2四半期スキンケアシェア3位浮上※3
- トラベルリーテール：130億円増収（同+47%）
- 米州：成長へ転換（同+6%）
- 主力8ブランド：662億円増収（同+31%）売上構成比54%（前年差+8ポイント）

**営業利益 711億円 前年対比2倍超 364億円増益 営業利益率13.4%（前年差+6.1ポイント）**

- 原価率2.5ポイント改善 人件費比率2.6ポイント改善※4 経費比率1.8ポイント改善

**親会社株主に帰属する四半期純利益 477億円 前年対比2.5倍超 289億円増益**

- 年間ベースでの過去最高（2008年3月期実績 355億円）を上回る

※1 前年のZotos事業譲渡影響等を除く ※2 資生堂調べ ※3 出典：「Beaute Research」 ※4 BC人件費含む

# 2018年 上期 実績要約

(億円、%)	2018年		2017年		前年差	前年比	外貨 前年比
		構成比		構成比			
売上高	5,326	100	4,721	100	+605	+12.8	+11.9 +17 <sup>※2</sup>
売上原価	1,091	20.5	1,084	23.0	+7	+0.6	
販管費	3,524	66.1	3,290	69.7	+234	+7.1	
営業利益	711	13.4	347	7.3	+364	+105.1	
経常利益	728	13.7	342	7.2	+386	+112.9	
特別損益	16	0.3	△36	△0.7	+52	—	
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	477	8.9	188	4.0	+289	+153.5	

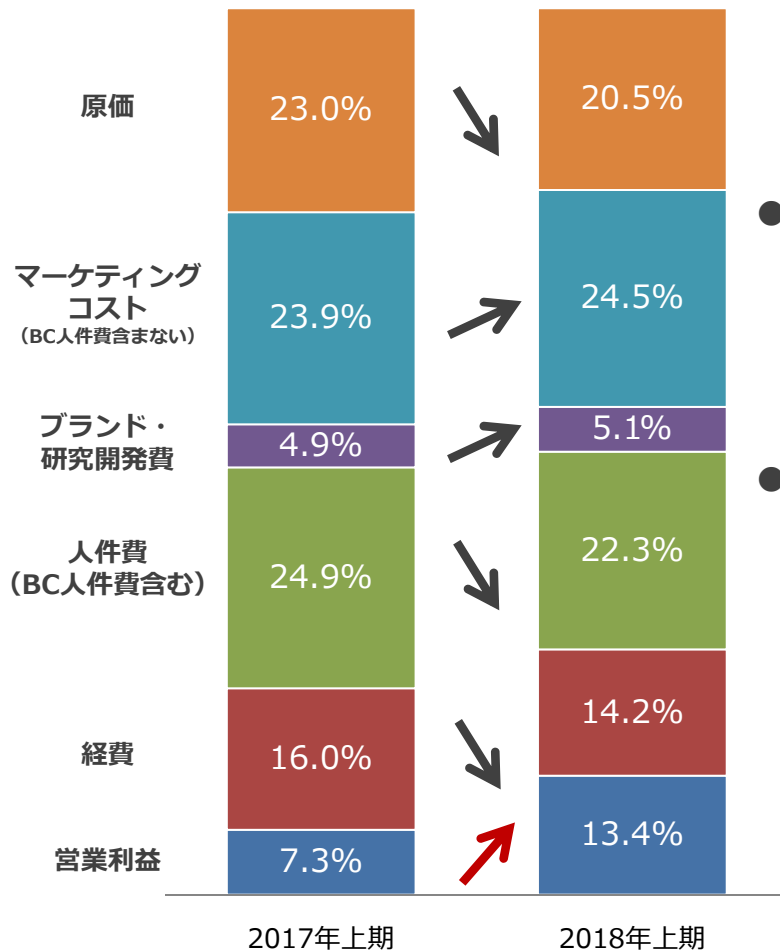
為替レート ドル=108.7円 (△3.3%)、ユーロ=131.6円 (+8.2%)、中国元=17.1円 (+4.3%)

※1 前年差のプラス、マイナスの符号は、それぞれ金額の増減を表示

※2 前年のZotos事業譲渡影響等を除く

# 持続的な成長を支える収益性の高いコスト構造

## 2018年 上期 コスト構造実績



- **原価率改善 △2.5ポイント**

- 事業ポートフォリオ組み換え △0.9ポイント
- 「SHISEIDO」「イプサ」などプレステージブランドを中心としたコアブランドの構成比増 △0.6ポイント
- 主要プレステージブランド内のプロダクトミックス△0.7ポイント

- **人件費・経費比率改善 △4.4ポイント**

- 働き方改革などにより生産性を向上
- 日本・中国・TRを中心に人件費・経費比率低下

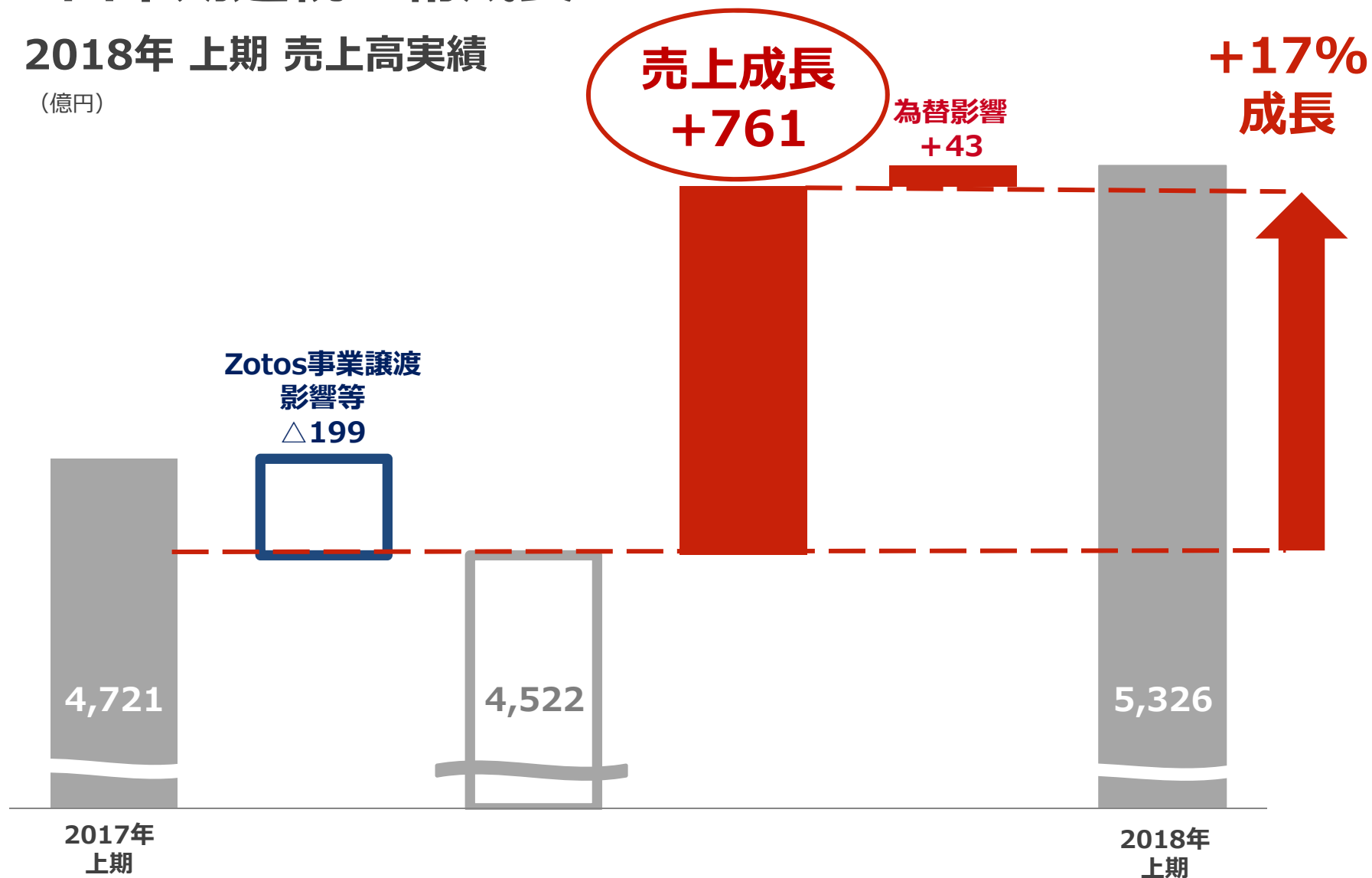
- **マーケティング、ブランド・研究開発費 +0.8ポイント 220億円の投資拡大**

- 「SHISEIDO」「クレ・ド・ポー ボーテ」「NARS」「エリクシール」「アネッサ」「Dolce&Gabbana」などを強化
- デジタルメディア、イベントPR、クリエイティブ強化

**マーケティング投資を強化しながら  
売上成長と収益性向上を実現**

# 実質761億円の増収 成長率+17% 5四半期連続2桁成長

2018年 上期 売上高実績  
(億円)

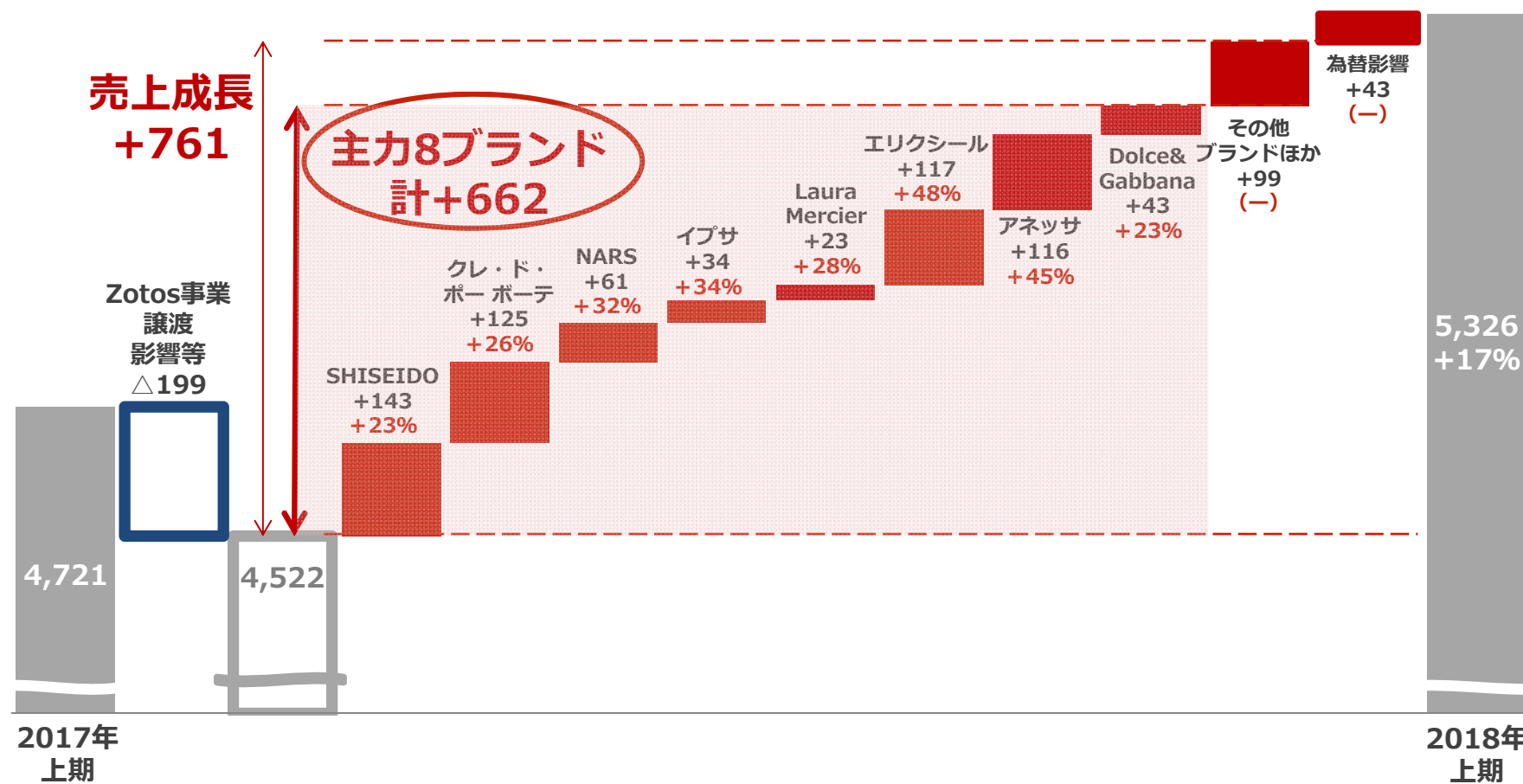


# 主力8ブランドで662億円増収

## ブランド別 売上高増減実績

上：前年差（為替換算除く）億円

下：前年比（為替換算除く）



※ 各ブランドの前年差および前年比は、期初想定の為替レートベースにて算出。

# 日本 293億円増収(+14%) 139億円増益(利益率21.4%)

(億円、%)	2018年		2017年		前年差	前年比
	上期	構成比	上期	構成比		
プレスステージ/ 専門店 ※ 1	869	36.4	754	36.1	+114	+15.2
コスメティクス	1,120	46.9	960	45.9	+160	+16.7
パーソナルケア	290	12.2	267	12.7	+24	+8.8
その他 ※ 2	107	4.5	111	5.3	△5	△4.2
売上高	2,385	100	2,092	100	+293	+14.0

※前年の事業譲渡影響等を除く実質前年比 +15%

(億円、%)	2018年	2017年	前年差	前年比
営業利益	547	408	+139	+34.0
利益率	21.4	18.1	+3.3ポイント	
のれん等償却前利益	548	409	+139	+33.9
利益率	21.4	18.1	+3.3ポイント	

※1 日本地域のマネジメント体制に合わせ、従来、日本事業における「プレスステージ」「専門店」を2018年より「プレスステージ/専門店」として合算計上。

※2 「その他」は、ヘルスケア事業、アメニティグッズ社などを含む。

※3 構成比は、日本事業内の比率を表示。

※4 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率。

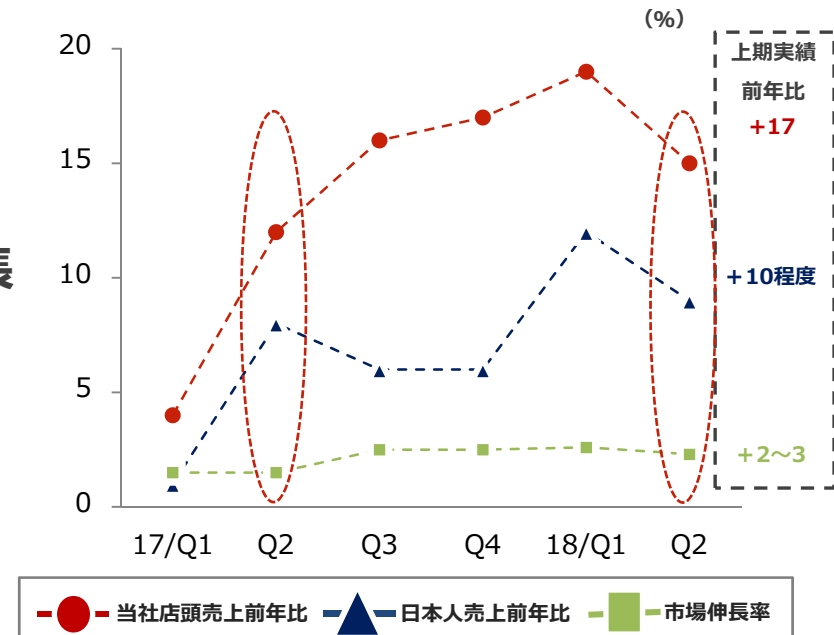


# 日本人売上・インバウンドともに引き続き伸長

● 日本市場：化粧品市場成長 +2~3%程度（当社推計）

● 当社：店頭売上対前年比 +17% 対16年比 18/Q1 +26% Q2 +28% 上期 +27%

- 日本人売上成長：前年比+10%程度
- インバウンド売上：480億円  
（前年差+135億円）
- 肌3分野を中心に各ブランドが力強く成長  
（対16年比）
  - 「SHISEIDO」1.6倍  
アルティミューン 約2倍
  - 「クレ・ド・ポー ボーテ」  
確実に毎年2桁成長を継続
  - 「エリクシール」2倍超  
「しわ改善クリーム」導入2年目の壁を突破
  - 「アネッサ」1.4倍



# 中国 242億円増収(+32.4%) 106億円増益で3倍超

(億円、%)	2018年		2017年		前年差	前年比	外貨 前年比
	上期	構成比	上期	構成比			
プレステージ	382	41.1	243	35.4	+139	+57.2	+56.5
コスメティクス	390	41.9	310	45.1	+80	+25.8	+21.3
パーソナルケア	148	15.9	127	18.4	+21	+16.5	+13.0
その他	10	1.1	7	1.1	+3	+36.0	+38.0
売上高	929	100	687	100	+242	+35.3	+32.4

(億円、%)	2018年	2017年	前年差	前年比
営業利益	156	50	+106	+212.3
利益率	16.8	7.3	+9.5ポイント	
のれん等償却前利益	158	52	+106	+204.0
利益率	17.0	7.6	+9.4ポイント	

- 各ブランドが飛躍的な成長 「SHISEIDO」、「クレ・ド・ポー ボーテ」1.5倍 「イプサ」1.8倍  
「エリクシール」1.5倍 「アネッサ」2倍超
- Eコマース売上 +40%成長
- 収益性向上 飛躍的な売上拡大を通じた差益増、マーケティング投資効率の向上、  
「Za」「PURE&MILD」取引制度改定などによる人件費比率、経費比率の大幅改善

※1 セグメント変更については、補足資料11を参照。なお、前年実績は変更後の区分方法により作成したものを記載。

※2 構成比は、中国事業内の比率を表示。 ※3 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率。

# アジアパシフィック 48億円増収 利益率13%

(億円、%)		2018年 上期	2017年 上期	前年差	前年比	外貨 前年比
売	上 高	333	285	+48	+17.0	+14.5
(億円、%)		2018年	2017年	前年差	前年比	
営	業 利 益	45	31	+14	+44.3	
	利 益 率	13.0	10.6	+2.4ポイント		
の	れん等償却前利益	45	31	+14	+43.8	
	利 益 率	13.1	10.7	+2.4ポイント		

- 韓国、タイが順調に成長
- プレステージ
  - 韓国を中心に「NARS」が高成長
- コスメティクス・パーソナルケア
  - 「アネッサ」の飛躍的な成長と「SENKA」が引き続き高成長

※1 セグメント変更については、補足資料11を参照。なお、前年実績は変更後の区分方法により作成したものを記載。

※2 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率。

# 米州 実質+6% 成長へ転換 組織機能強化とともに収益改善

(億円、%)	2018年 上期	2017年 上期	前年差	前年比	外貨 前年比
売上高	588	592	△4	△0.6	+1.8

※前年の事業譲渡影響等を除く実質外貨前年比 +6%

(億円、%)	2018年	2017年	前年差	前年比
営業利益	△72	△98	+26	—
利益率	△9.5	△14.7	+5.2ポイント	
のれん等償却前利益	△46	△51	+5	—
利益率	△6.1	△7.7	+1.6ポイント	

## ● 市場を大きく上回る成長

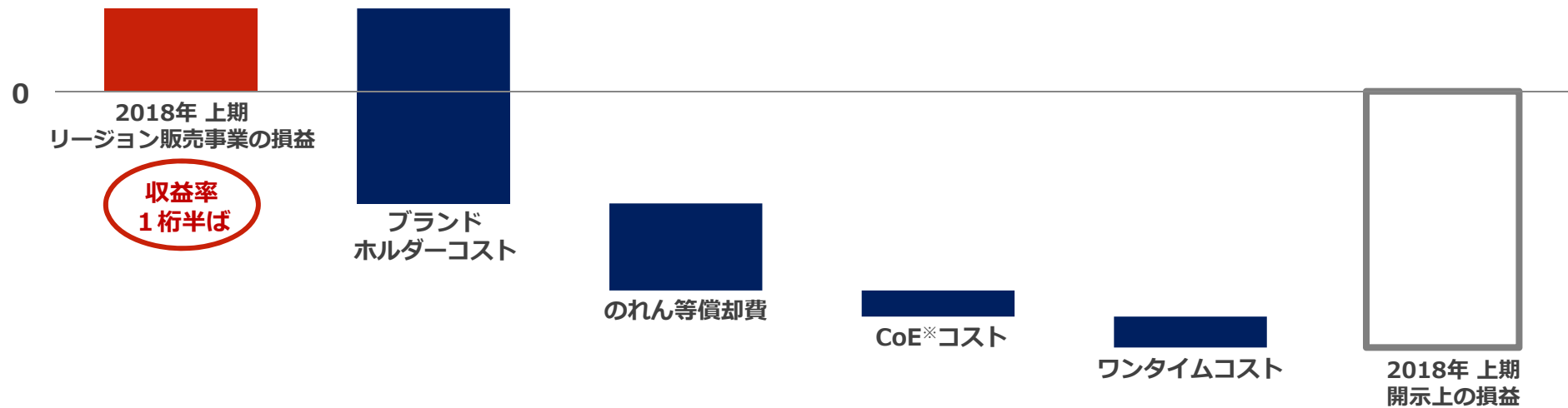
- 「NARS」「Dolce&Gabbana」2桁成長を実現  
(メイクアップ市場成長1桁前半、フレグランス市場成長1桁後半)
- 「Laura Mercier」好調

※1 セグメント変更については、補足資料11を参照。なお、前年実績は変更後の区分方法により作成したものを記載。

※2 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率。

# 米州 収益構造

- 販売事業を通じて得た利益をグローバルプレステージブランド、Center of Excellence、「Second Skin」などの技術に投資



※ CoE: センターオブエクセレンス

# 欧州 実質微増 Dolce&Gabbanaへ投資強化

(億円、%)	2018年 上期	2017年 上期	前年差	前年比	外貨 前年比
売上高	469	449	+19	+4.3	△3.0

※前年の事業譲渡影響等を除く実質外貨前年比 +0.2%

(億円、%)	2018年	2017年	前年差	前年比
営業利益	△50	△41	△9	—
利益率	△9.5	△8.5	△1.0ポイント	
のれん等償却前利益	△41	△33	△8	—
利益率	△7.8	△6.8	△1.0ポイント	

## ● 市場成長を上回り、シェア向上

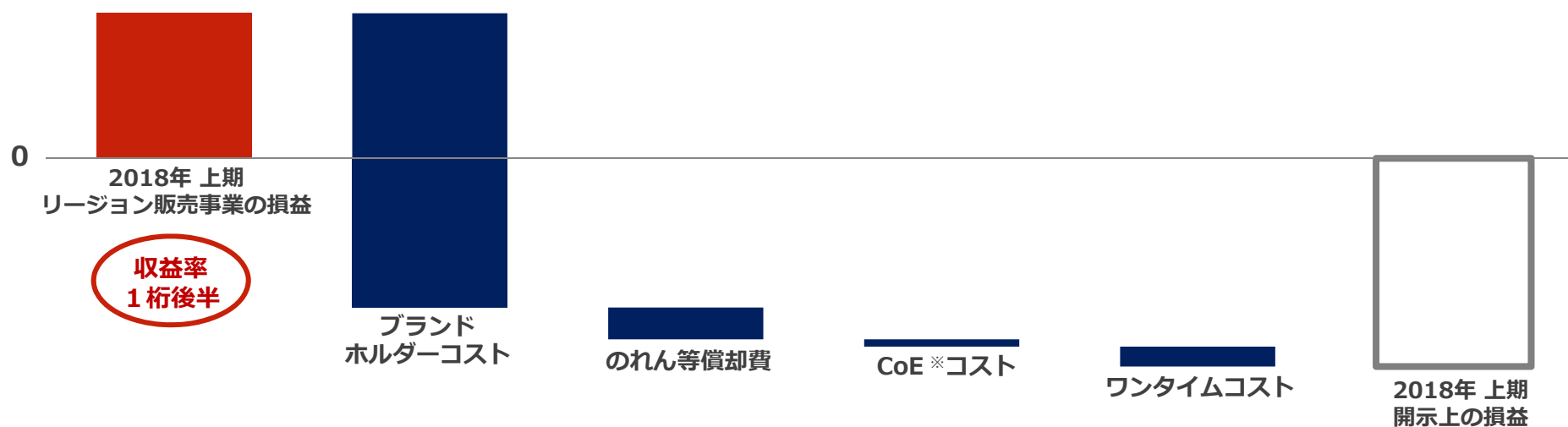
- 「Dolce&Gabbana」  
Light Blue、The Oneの成長継続
- 「NARS」好調

※1 セグメント変更については補足資料11を参照。なお、前年実績は変更後の区分方法により作成したものを記載。

※2 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率。

# 欧州 収益構造

- 販売事業を通じて得た利益をフレグランスブランドに投資



※ CoE: センターオブエクセレンス

# トラベルリテール 130億円増収 25%水準の利益率継続

(億円、%)	2018年 上期	2017年 上期	前年差	前年比	外貨 前年比
売上高	453	323	+130	+40.3	+41.4

※前年の事業譲渡影響等を除く実質外貨前年比 +47%

(億円、%)	2018年	2017年	前年差	前年比
営業利益	111	84	+26	+31.3
利益率	24.5	26.1	△1.6ポイント	
のれん等償却前利益	111	84	+26	+31.3
利益率	24.5	26.1	△1.6ポイント	

## ●化粧品

- 「SHISEIDO」「クレ・ド・ポー ボーテ」「アネッサ」高成長
- 「NARS」2倍の伸長

## ●フレグランス

- 「Dolce&Gabbana」好調を継続

※1 セグメント変更については、補足資料11を参照。なお、前年実績は変更後の区分方法により作成したものを記載。

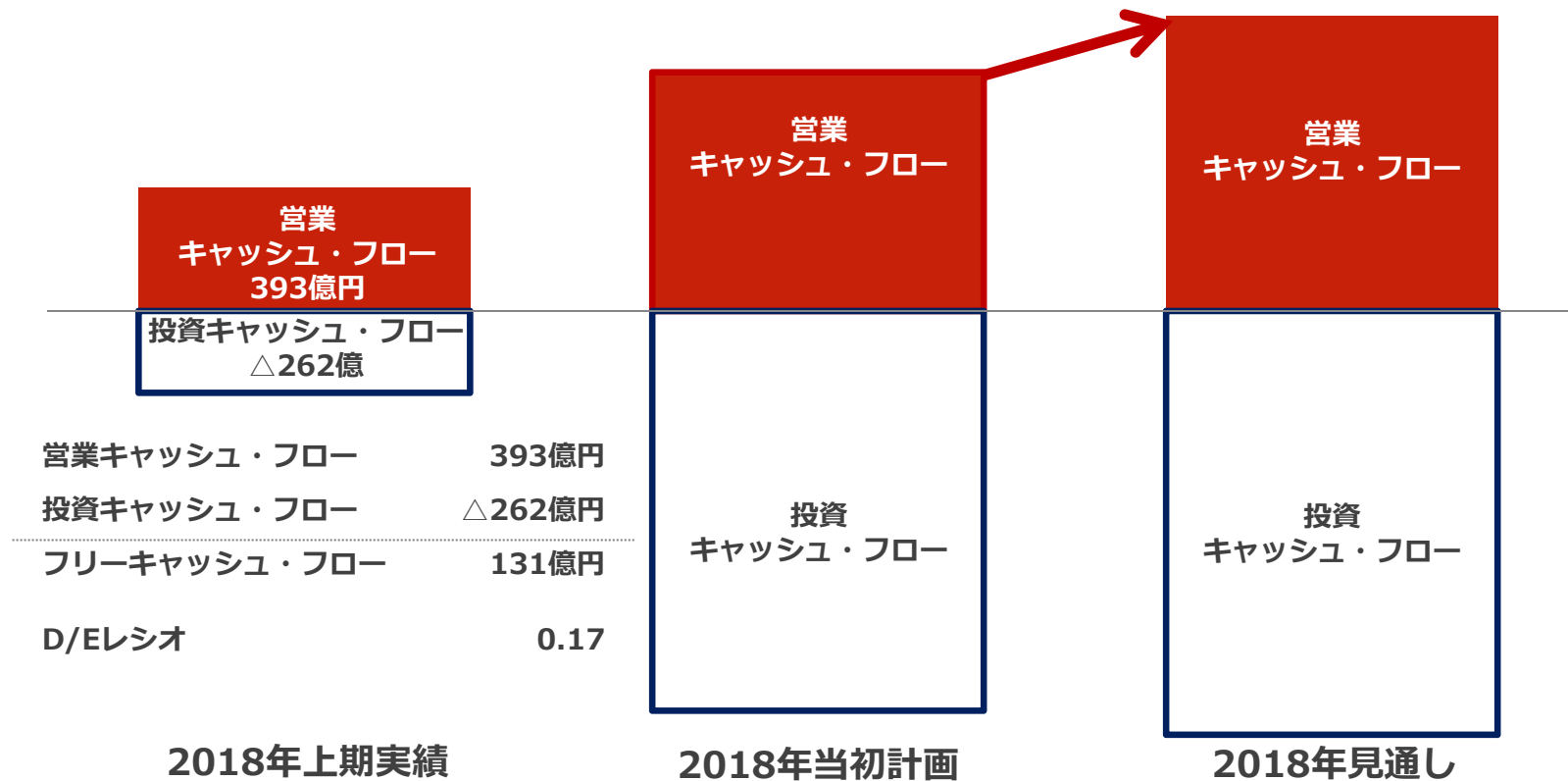
※2 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率。



# フリーキャッシュ・フローは当初計画から改善

## キャッシュ・フロー計算書

中長期戦略「VISION 2020」の実現に向けて、  
研究開発・生産拠点などの成長投資を積極的に実施



SHISEIDO

# 2018年 年間見通し

魚谷 雅彦

2018年8月8日  
株式会社 資生堂  
代表取締役 社長 兼 CEO



SHISEIDO

# 2018年 年間見通し サマリー

**「VISION 2020」当初計画 2年前倒し達成**  
**営業利益 1,000億円超、営業利益率10%超の達成**

- 売上高 1兆900億円  
849億円増収 外貨前年比+9% 上方修正+570億円  
(実質※1,295億円増収 実質外貨前年比※+13%)
- 営業利益 1,100億円  
296億円増益 前年比+36.8% 上方修正+200億円
- 当期純利益 670億円  
443億円増益 前年比+194.5% 上方修正+130億円

**さらなる売上高・営業利益の拡大をめざす**

- 生産・供給力増強
- 原価率改善
- マーケティング投資効率向上

**営業利益 +100~150億円**

※前年の事業譲渡影響除く

# 「VISION 2020」当初計画

## 営業利益額・率目標 2年前倒して達成見通し

### ■ 2018年 通期見通し

(億円、%)	2018年		2017年	前年比	外貨 前年比	期初見通し	
		構成比					増減額
売上高	10,900	100	10,051	+8.5	+9 実質※+13	10,330	+570
営業利益	1,100	10.1	804	+36.8		900	+200
経常利益	1,100	10.1	803	+36.9		900	+200
特別損益	△50	△0.5	△418	—		△60	+10
親会社株主に 帰属する 当期純利益	670	6.1	227	+194.5		540	+130

※前年の事業譲渡影響除く

予想ROE 14.4%

為替レート 2018年通期 ドル=109.3円 (△3%)、ユーロ=129.8円 (+2%)、中国元=16.8円 (+1%)

配当 中間20円、期末20円 (予定)

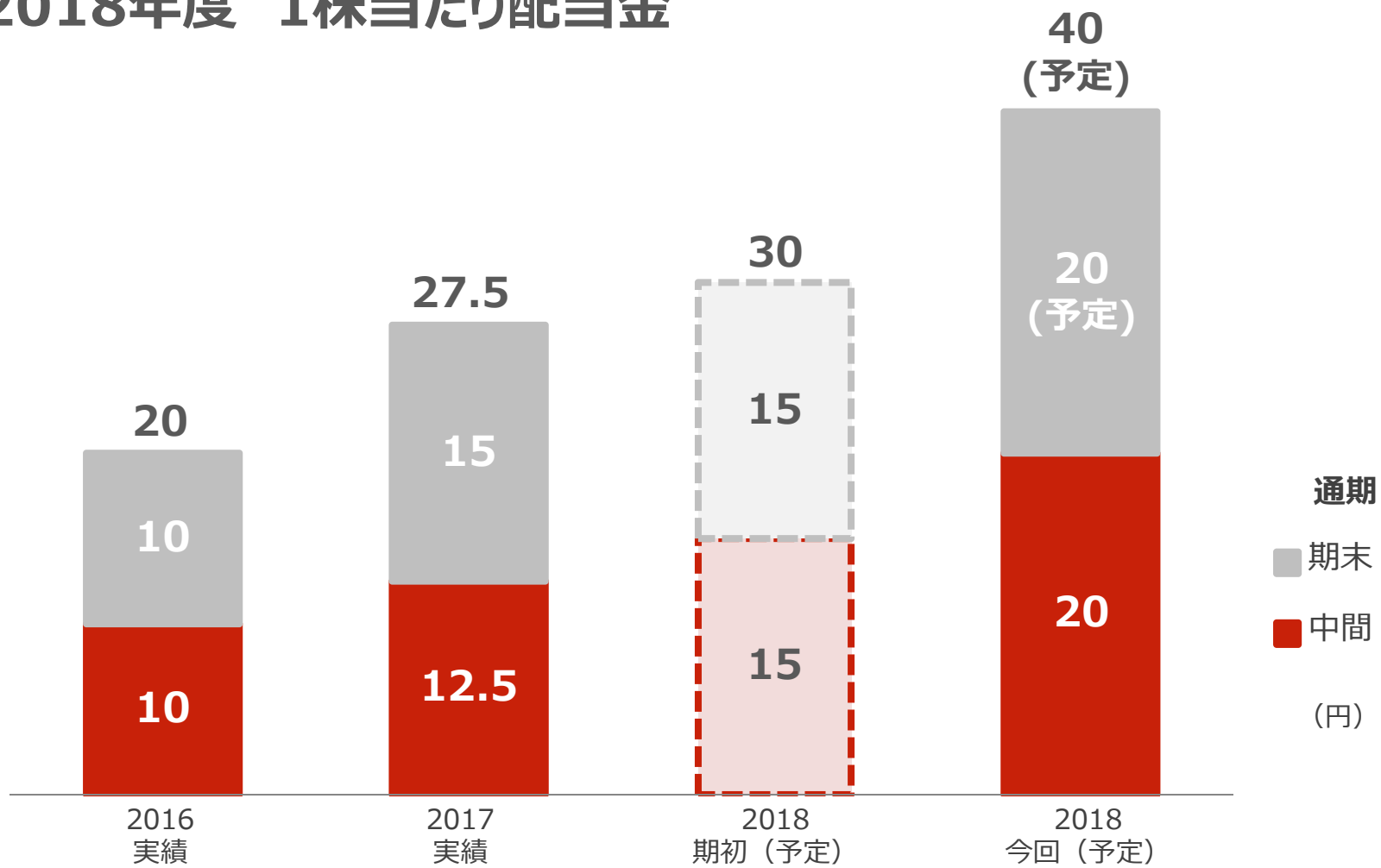
# 2018年下期の市況 経営環境の変化を捉え、積極投資の継続

- プレステージ市場の成長
- インバウンド需要
- 市場競争
- 貿易摩擦
- 為替動向（ドル/元/円）
- 天災・異常気象等

- **マーケティング投資等強化**  
下期対前年**250億円増**
- **供給体制の増強**に向けた  
中長期の戦略投資強化

# 中間・期末ともにさらに増配

## ■ 2018年度 1株当たり配当金



# 2018年下期 サステナブルな成長実現に向けて

- 成長領域のモメンタム継続・強化
- メイクアップの本格強化
- 需要増に応える  
サプライチェーン改革
- PEOPLE FIRST

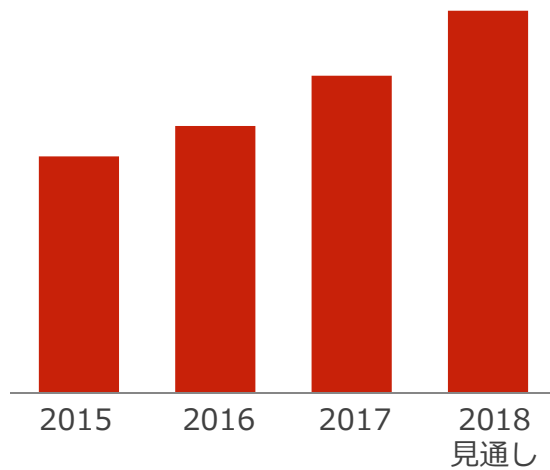




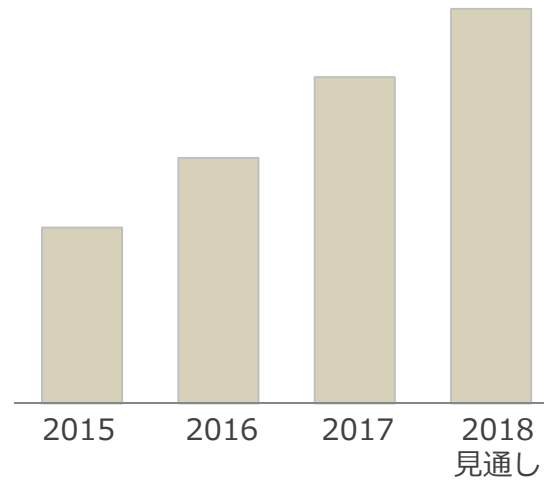
# スキンケア成長による収益基盤の拡大： プレステージブランド



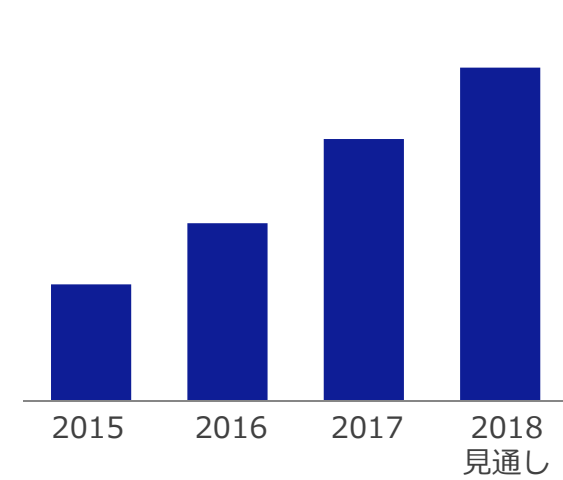
**+20%超**



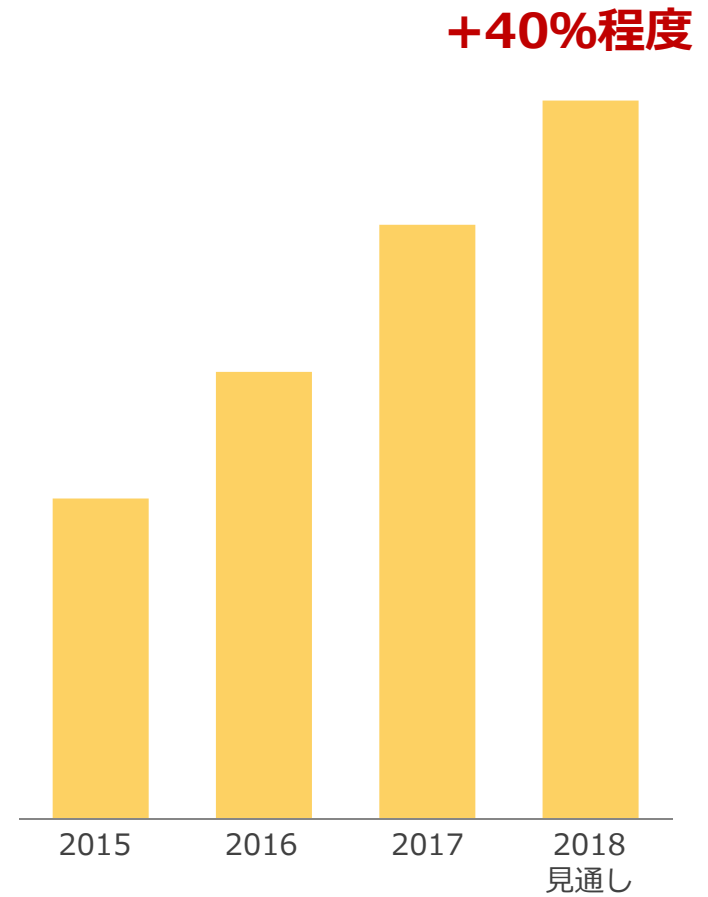
**+20%超**



**+30%程度**



# スキンケア成長による収益基盤の拡大： エリクシール



# SHISEIDO Makeup Big Bang

- 社名を冠した唯一のブランド
- 2020年 2,000億円へ

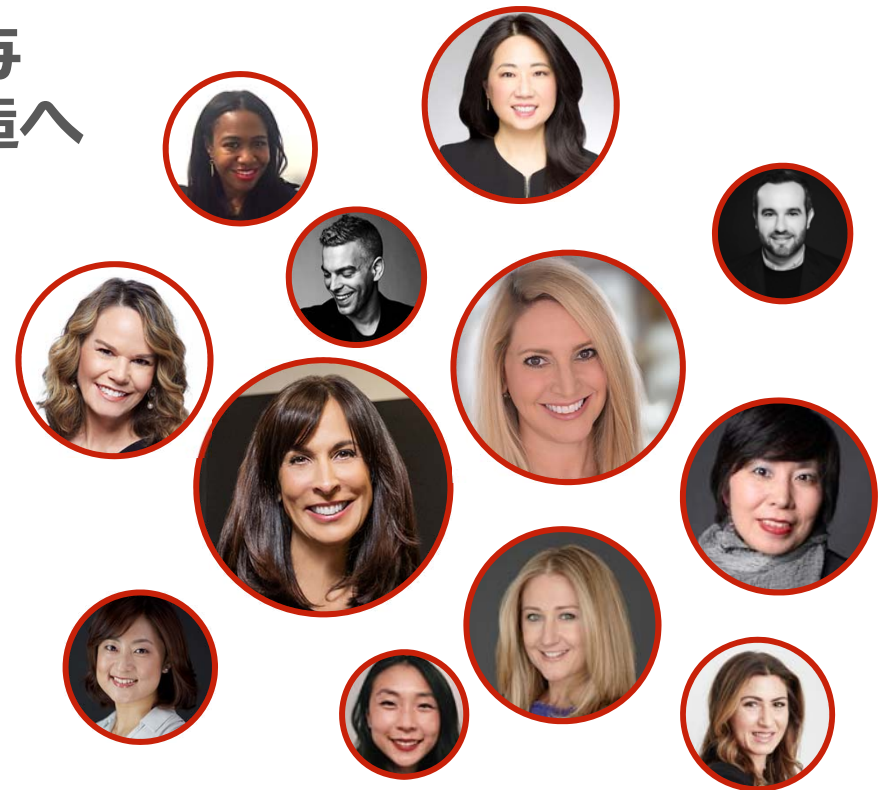


スキンケアの強みと  
J Beautyの価値を活かし  
メイクアップを育成



# SHISEIDOの**独自価値** 「日本発」をグローバルに展開

- Makeup Center of Excellenceが中心となり  
日本発の価値を実現
- 全世界1,000名超の社員が関与  
ダイバーシティによる価値創造へ
- 世界順次発売



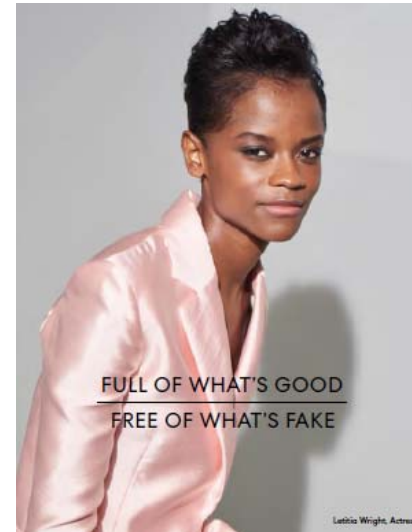


# ベアミネラル ブランドの再生を本格スタート

- 構造改革、直営店閉鎖等  
計画通り進捗
- デジタル強化  
Eコマースサイトの大幅刷新
- **新ブランド戦略**  
**原点回帰**のコンセプト

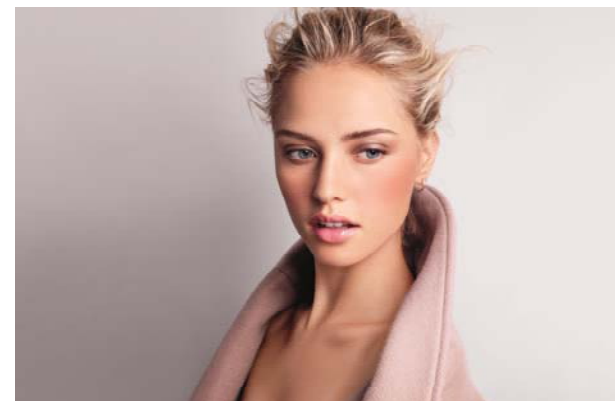
## 「Clean without Compromise」

- 誰もが「ナチュラル」や「天然成分」を好む
  - 配合成分を確認してから購入したいニーズがある
  - 若年層は透明性に関心が高い
- ▼
- 「Clean」マーケットは今後も拡大する
  - 取引先の興味・関心は高く、取り組み意欲は高い



# Laura Mercier グローバル展開、本格始動

- PARISとNEW YORK  
両方の個性が融合したブランド
- グローバルを意識した  
ブランドコミュニケーション刷新
  - ブランドロゴ  
「PARIS | NEW YORK」追加
  - 新ブランドルック
  - 新店舗デザイン
  - ウェブサイトリニューアル
  - デジタル、SNS、インフルエンサーとの  
コミュニケーション強化
  - アジア、トラベルリテール強化



**LAURA MERCIER**  
PARIS | NEW YORK

# 中国 投資強化により売上加速 売上高1,800億円超、営業利益率2ケタへ

- プレステージブランド 継続強化
- コスメティクス事業 収益性改善
- Eコマース  
主要リテラーとのアライアンス強化
  - アリババとの  
戦略パートナーシップ加速
  - 専門チームを杭州に設置



# クロスボーダーマーケティング トラベルリテール売上高1,000億円超<sup>※1</sup>へ

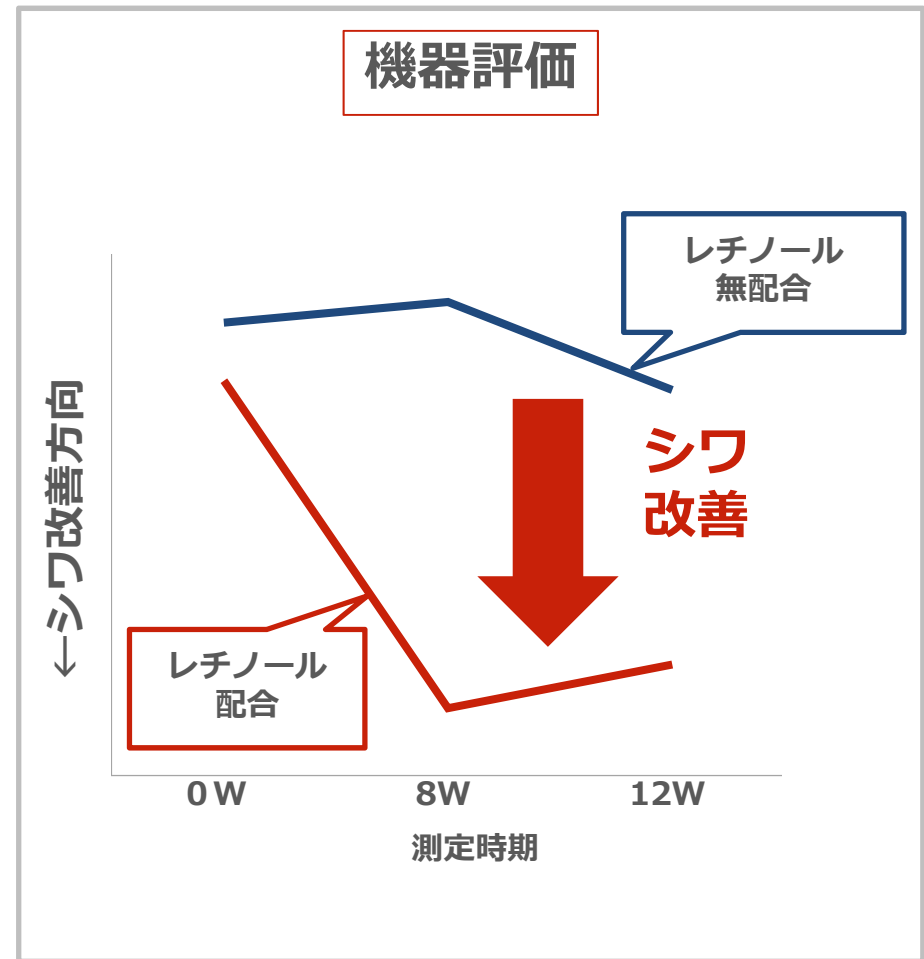
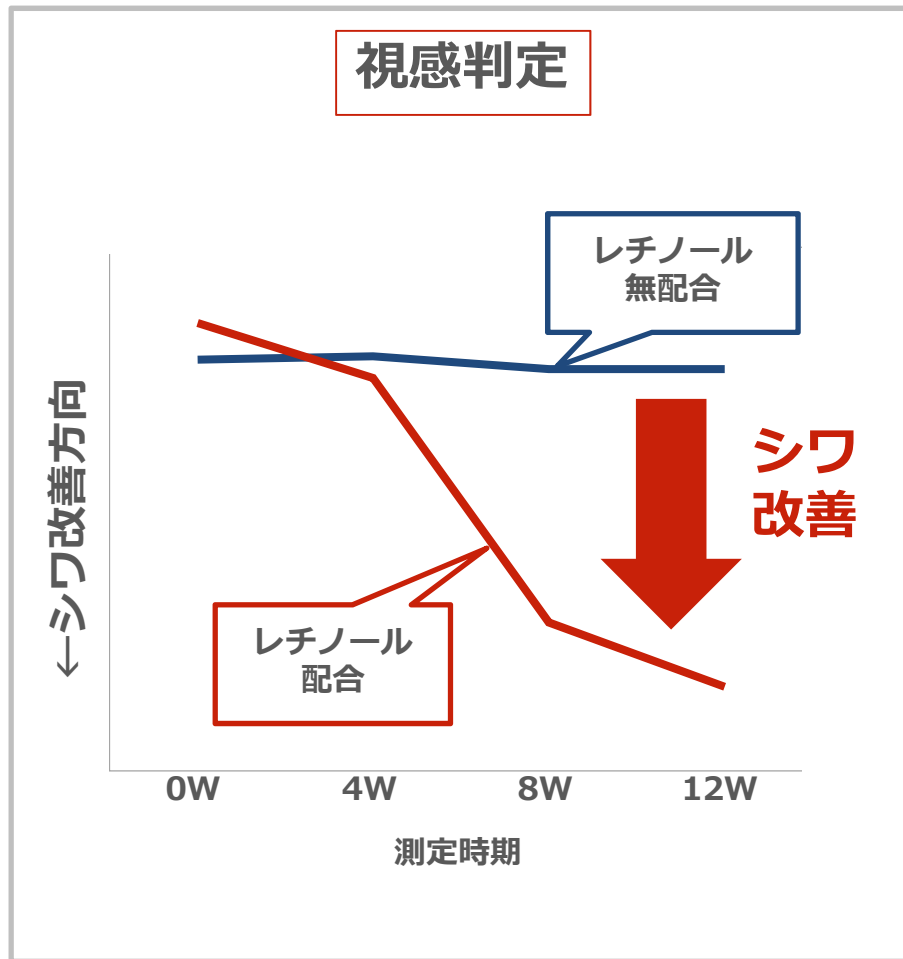
- 2018年度 実質<sup>※2</sup>+300億円超の増収



※1 日本含む ※2 前年の事業譲渡影響除く



# さらなるイノベーション 純粋レチノール 8週間で首のシワを改善

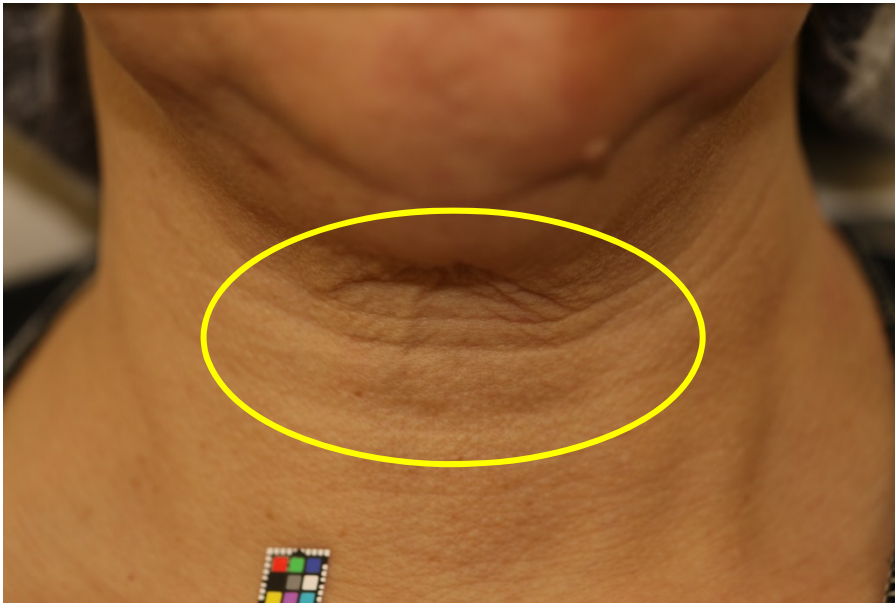


2018年8月4日 日本美容皮膚科学会総会・学術大会発表データ

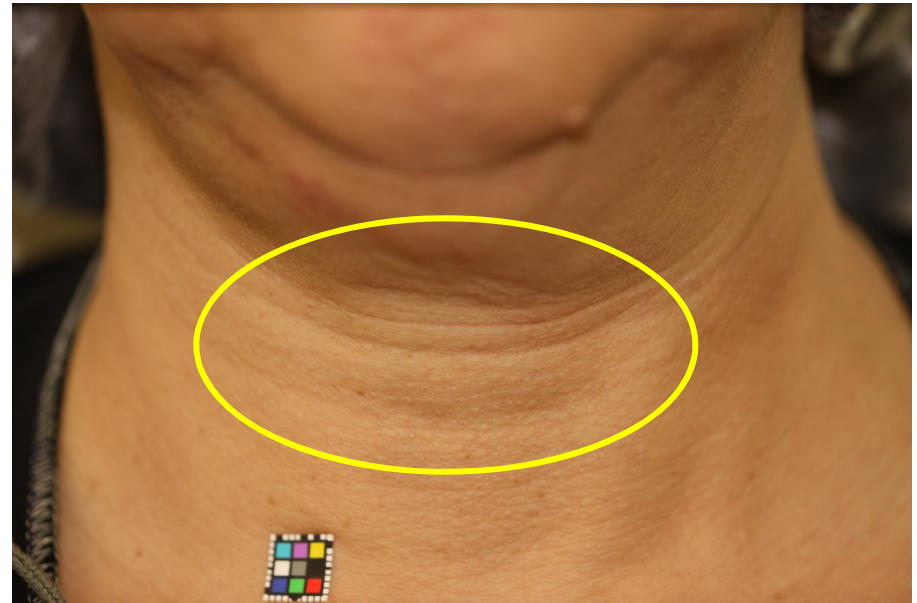
# 目尻だけでなく首のシワも顕著に改善

## ■ 首のシワの著効例 (60代女性)

開始時



8週後



2018年8月4日 日本美容皮膚科学会総会・学術大会発表データ

# 深刻な供給課題 一歩踏み込んで対応

## 売れ筋商品の生産・供給力アップ

- SKU 大幅削減
  - 日本生産品 4,500SKU削減
  - 業務用化粧品事業撤退
- 製造ラインの稼働増(リンクルクリーム等)
- 外部委託先の拡大
- 原材料供給増

## さらなる増産体制強化

- 那須工場・大阪新工場 順調に進捗
- 全社の生産拠点戦略の見直し・再構築



# PEOPLE FIRST

## 個の力と組織能力の強化

- **ダイバーシティ・人材強化**
  - グローバル全社員人材データベース構築(4.5万人)
  - リーダー層の強化
    - プロフェッショナル人材の採用
    - 社内人材の登用
  - 女性リーダー育成プログラム
  - モビリティ強化
- **人材育成プログラム**
  - 2016-2017年 累計4,800名超が参加
  - 2018年 約4,300名が参加予定
- **シンガポール  
アジアラーニングセンター 10月**
- **英語公用語化 10月**





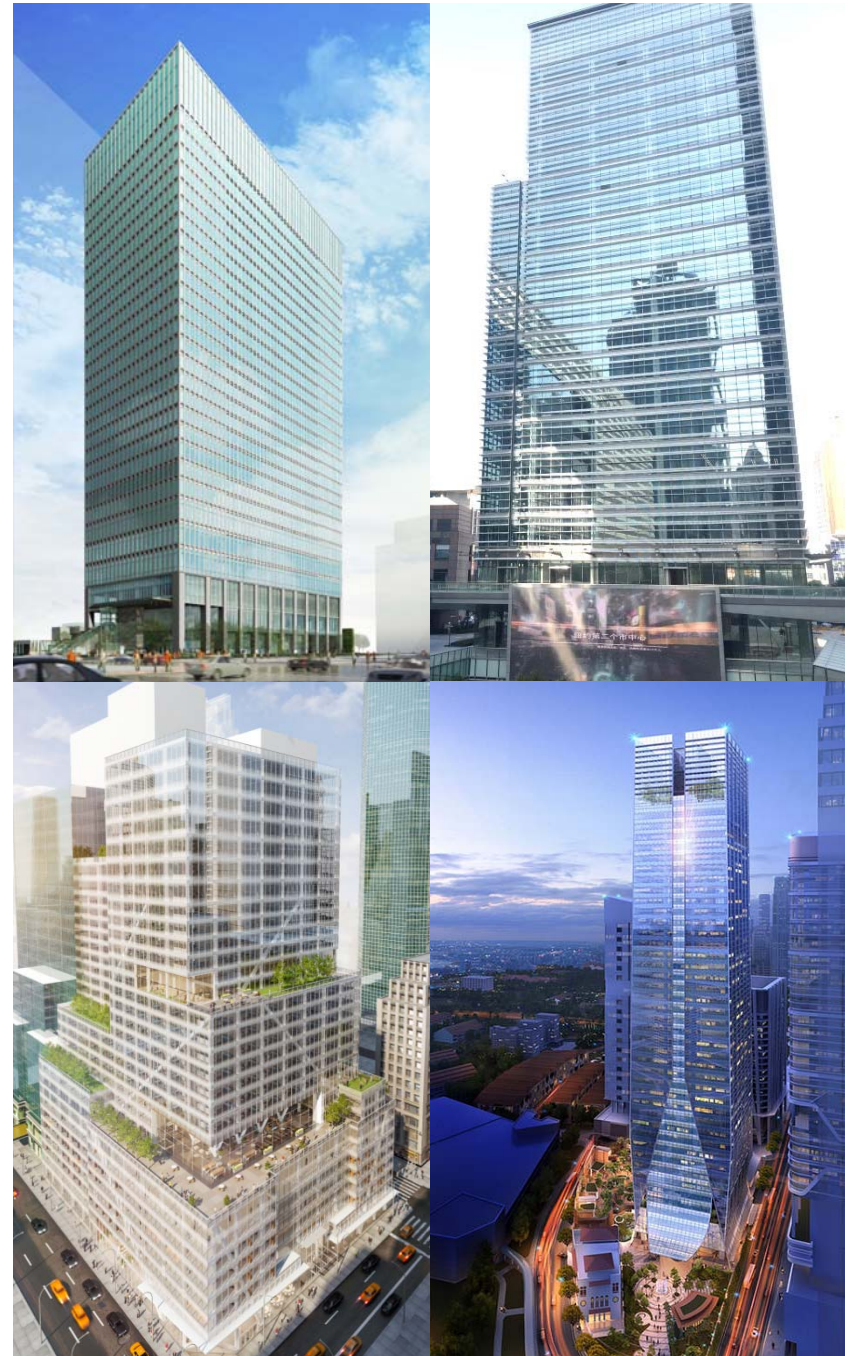
# ワークスタイル変革

## 「オフィス改革プロジェクト」

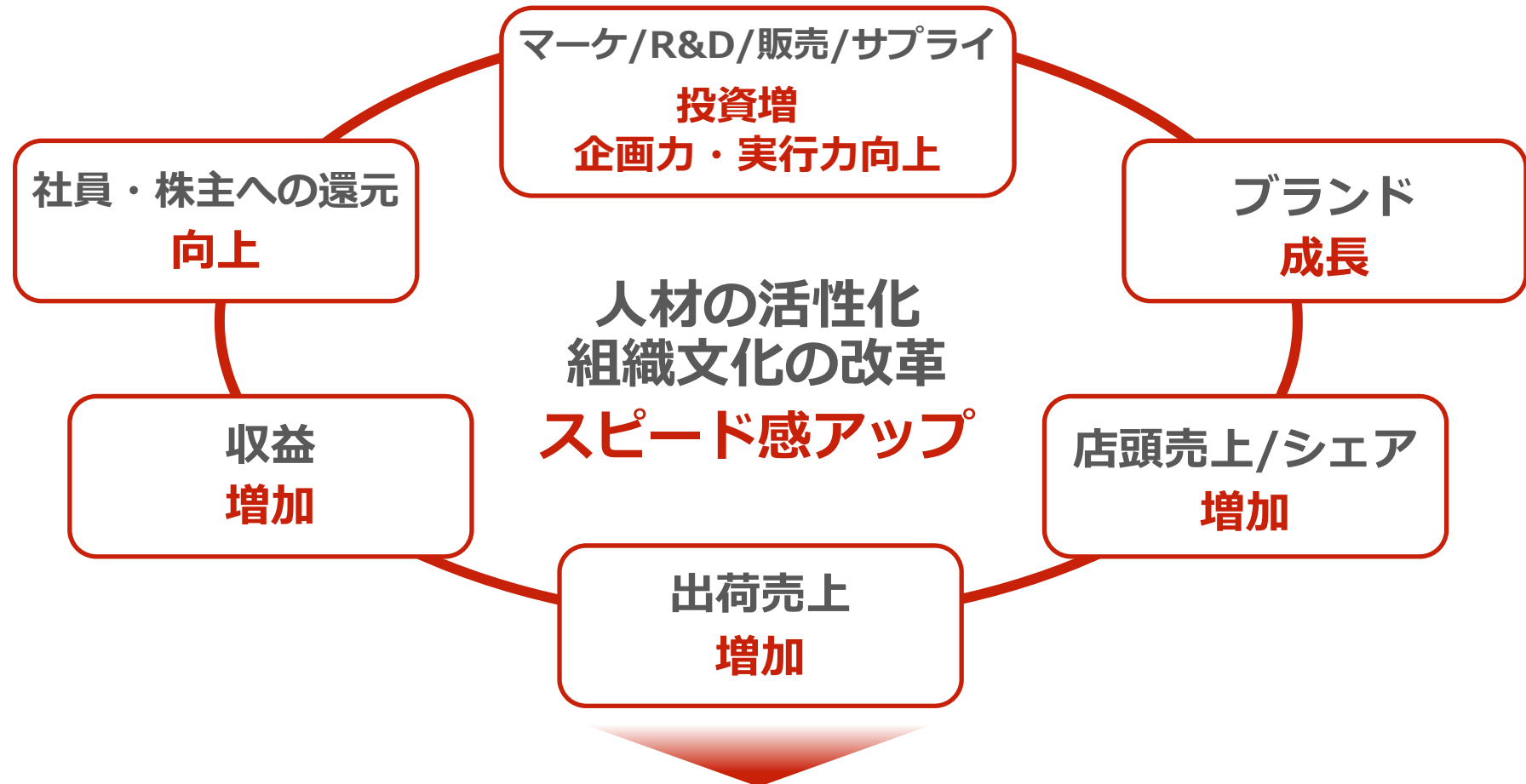
ビューティーカンパニーらしい  
感性やクリエイティビティを  
刺激するオフィスづくり

- 地域本社 新オフィスへ移転  
日本、中国、米州、  
APAC/トラベルリテール
- 汐留本社  
グローバルHQ機能強化の  
フルリノベーション

グローバルオペレーション  
確立

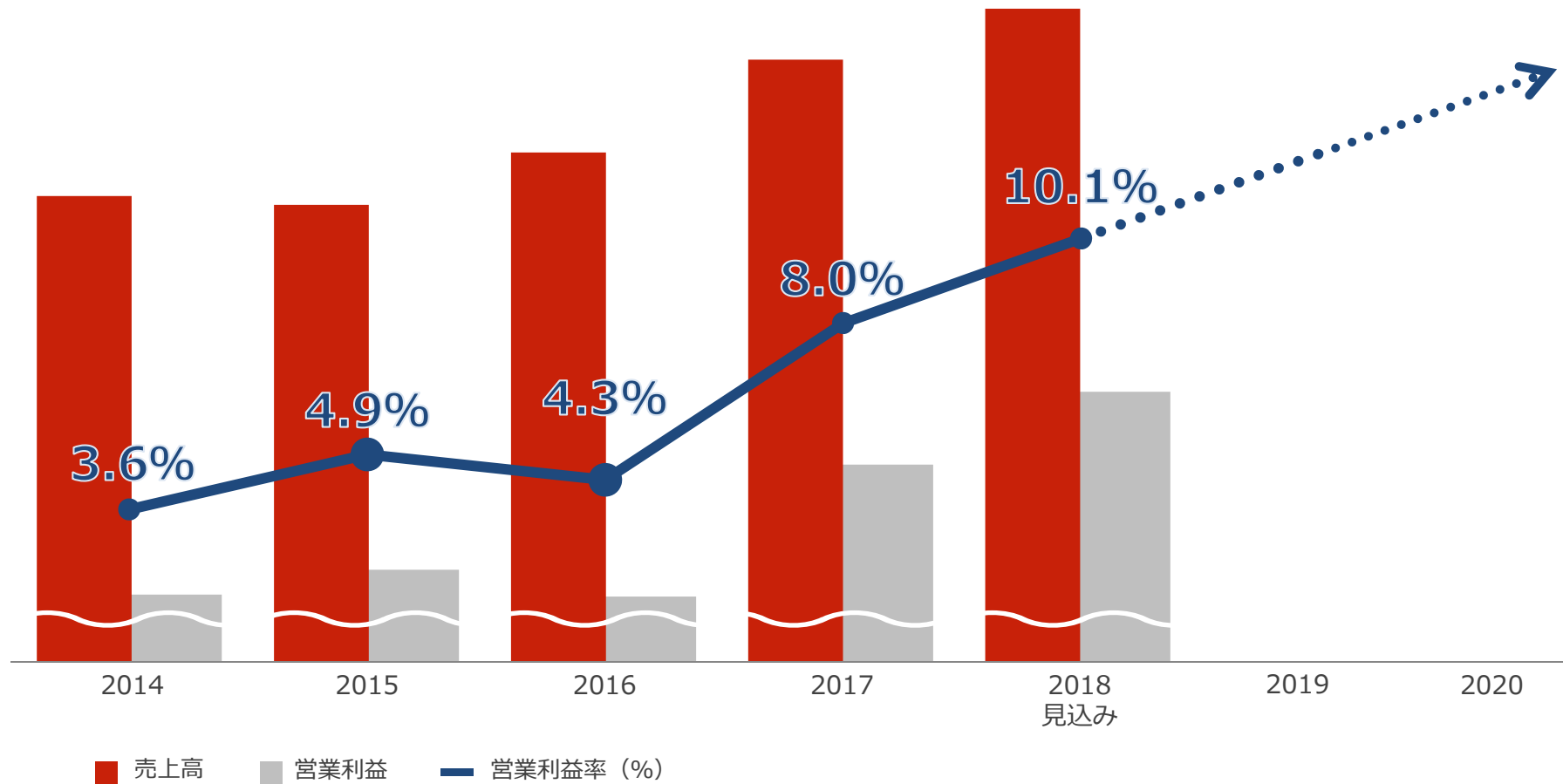


# 成長をドライブする ビジネスサイクルは好循環へ転換



サステナブルな成長実現

# 2020年に向けて さらなる高みを目指す



※2014年は2015年3月期、2015年は変則決算期のため、国内9カ月、海外12カ月の実績

# Be a Global Winner with Our Heritage

世界で勝てる日本発のグローバルビューティーカンパニーへ



SHISEIDO

# 補足1 日本、中国、トラベルリテールの高成長継続

## 2018年 上期実績 売上高 報告セグメント別

(億円、%)	2018年		2017年		前年差	前年比	外貨 前年比	実質外貨 前年比※2
	売上高	構成比	売上高	構成比				
日 本	2,385	44.8	2,092	44.3	+293	+14.0	+14.0	+15
中 国	929	17.5	687	14.6	+242	+35.3	+32.4	+32
ア ジ ア パ シ フ ィ ッ ク	333	6.3	285	6.0	+48	+17.0	+14.5	+14
米 州	588	11.0	592	12.6	△4	△0.6	+1.8	+6
欧 州	469	8.8	449	9.5	+19	+4.3	△3.0	+0.2
トラベルリテール	453	8.5	323	6.8	+130	+40.3	+41.4	+47
プロフェッショナル	103	1.9	232	4.9	△129	△55.8	△56.2	+4
そ の 他	66	1.2	62	1.3	+4	+7.0	+7.1	+19
合 計	5,326	100	4,721	100	+605	+12.8	+11.9	+17

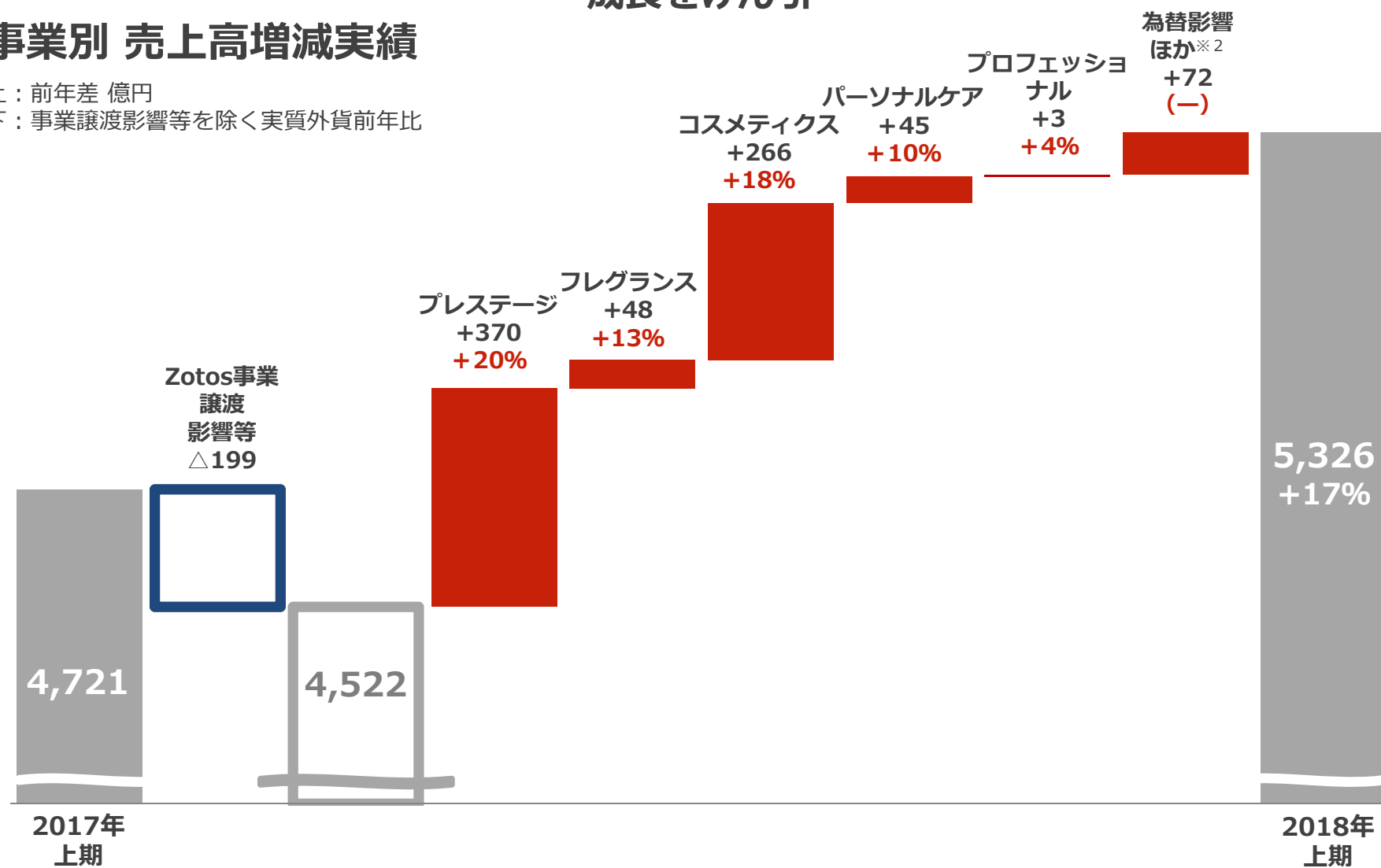
※1 セグメント変更については、補足資料11を参照。なお、前年実績は変更後の区分方法により作成したものを記載。

※2 実質外貨前年比は、前年の事業譲渡影響等を除く外貨ベースの前年比。

# 補足 2 全事業で増収 プレステージ、コスメティクス事業が引き続き成長をけん引

## 事業別 売上高増減実績

上：前年差 億円  
下：事業譲渡影響等を除く実質外貨前年比



※1 各事業の前年差および外貨前年比は、期初想定の為替レートベースにて算出。  
 ※2 「為替影響ほか」には、為替影響+43億円のほか、「その他」事業や想定レートと実勢レートの差が含まれる。

# 補足3 日本 主要ブランド 店頭売上状況

	主要なブランド					
prestige/ 専門店						
						
コスメティクス						
						
パーソナルケア※1						

前年実績を上回る  
 前年実績を下回る

※1 店出

# 補足4 グローバルで収益性向上

## 2018年 上期実績 営業利益 報告セグメント別

(億円、%)	2018年		2017年		前年差	前年比
		営業利益率		営業利益率		
日本	547	21.4	408	18.1	+139	+34.0
中国	156	16.8	50	7.3	+106	+212.3
アジアパシフィック	45	13.0	31	10.6	+14	+44.3
米州	△72	△9.5	△98	△14.7	+26	—
欧州	△50	△9.5	△41	△8.5	△9	—
トラベルリテール	111	24.5	84	26.1	+26	+31.3
プロフェッショナル	5	4.6	12	5.0	△7	△58.5
その他	△9	△1.5	△54	△12.3	+46	—
小計	733	11.7	392	7.3	+341	+87.1
調整額	△22	—	△45	—	+23	—
合計	711	13.4	347	7.3	+364	+105.1

※1 営業利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率。

※2 セグメント変更については、補足資料11を参照。なお、前年実績は変更後の区分方法により作成したものを記載。

## 補足5 積極的な投資が売上増に結びつく好循環

### 2018年 上期 販売管理費実績

(億円、%)	2018年		前年比	増減	為替影響を 除く増減	
	売上比	率差				
販売管理費	3,524	66.1	△3.6	+7.1	+234	+201
Mコスト	1,886	35.3	△0.6	+11.3	+191	+168
ブランド開発費 研究開発費	269	5.1	+0.2	+16.2	+38	+33
人件費	615	11.5	△1.4	+0.8	+5	+1
経費	754	14.2	△1.8	+0.1	+1	△1

※1 率差および増減のプラス、マイナスの符号は、それぞれの売上比および金額の増減を表示。

※2 MコストはBC人件費を含む。

## 補足6 営業外損益・特別損益 上期実績

営業外損益			特別損益		
	2018年	2017年		2018年	2017年
(億円)			(億円)		
受取利息	6	4	事業譲渡益	5	—
支払利息	△4	△4	固定資産売却 ・処分損益	2	△4
利息収支	2	△0	投資有価証券 売却損益	16	3
為替差損益	△18	△7	事業撤退損・ 構造改革費用等	△7	△10
その他	33	3	商品自主回収関連費用	—	△25
計	17	△5	計	16	△36

※1 事業譲渡益・・・Zotosの株式の譲渡に伴う精算金

※2 事業撤退損・構造改革費用等・・・業務用化粧品販売事業等の撤退に関連する費用等

## 補足7 親会社株主に帰属する四半期純利益・包括利益 上期実績

(億円、%)	2018年	2017年
税引前四半期純利益	744	306
税金費用 (税率)	246 (33.1)	107 (35.0)
非支配株主に帰属する 四半期純利益	21	11
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	477	188
	2018年	2017年
四半期包括利益	398	184



## 補足8 貸借対照表

(億円)	2018/ 6末	増減 (対2017/12末)	(億円)	2018/ 6末	増減 (対2017/12末)
流動資産	5,218	△45	負債	4,930	△105
・現預金	1,646	△98	仕入債務	1,644	+175
・有価証券			未払法人税等	184	△66
・売上債権	1,554	△66	賞与引当金	152	△98
・たな卸資産	1,416	+117	有利子負債	780	△35
固定資産	4,452	+220	長期未払金	553	△40
有形固定資産	1,872	+285	純資産	4,739	+281
無形固定資産	1,648	△38	株主資本	4,455	+394
投資その他	932	△27	その他包括利益 累計	81	△92
資産計	9,670	+175	非支配株主持分	194	△21
			負債・純資産計	9,670	+175

使用為替レート

2018/6末：ドル=110.5円、ユーロ=127.9円、中国元=16.7円  
2017/12末：ドル=113.1円、ユーロ=135.0円、中国元=17.3円

D/Eレシオ 0.17

※主要な勘定科目のみ

## 補足9 設備投資・減価償却費等

(億円)	2018年 上期	2017年 上期	2018年 見込み
設備投資等 ※ 1	490	212	1,321
有形固定資産	384	138	1,016
無形固定資産他	106	74	305
減価償却費	202	192	428
有形固定資産	96	91	217
無形固定資産他	106	101	211
研究開発費	117	102	280

※1 資本的支出、有形固定資産、無形固定資産（のれん、商標権等を除く）及び長期前払費用への投資

# 補足10 2018年 通期見通し (報告セグメント別)

(億円、%)	2018年					2018年前回発表見通し		(参考) 2017年実績	
			前年比		組替前 (3月発表)	組替後	組替前 (3月発表)	組替後	
			外貨	実質 外貨※3					
売上高	10,900	+8.5	+9	+13	10,330	10,330	10,051	10,051	
日本	4,640	+11.3	+11	+12	4,590	4,425	4,316	4,171	
中国	1,840	+27.5	+28	+28	1,630	1,630	1,443	1,443	
アジアパシフィック	655	+9.5	+10	+10	640	640	599	598	
米州	1,280	△4.6	△2	+2	1,250	1,250	1,341	1,341	
欧州	1,130	+4.1	+2	+5	1,150	1,150	1,085	1,085	
トラベルリテール	860	+32.2	+34	+39	740	740	650	650	
プロフェッショナル	210	△56.2	△56	+2	210	210	480	480	
その他	285	+0.8	+1	+5	120	285	137	283	

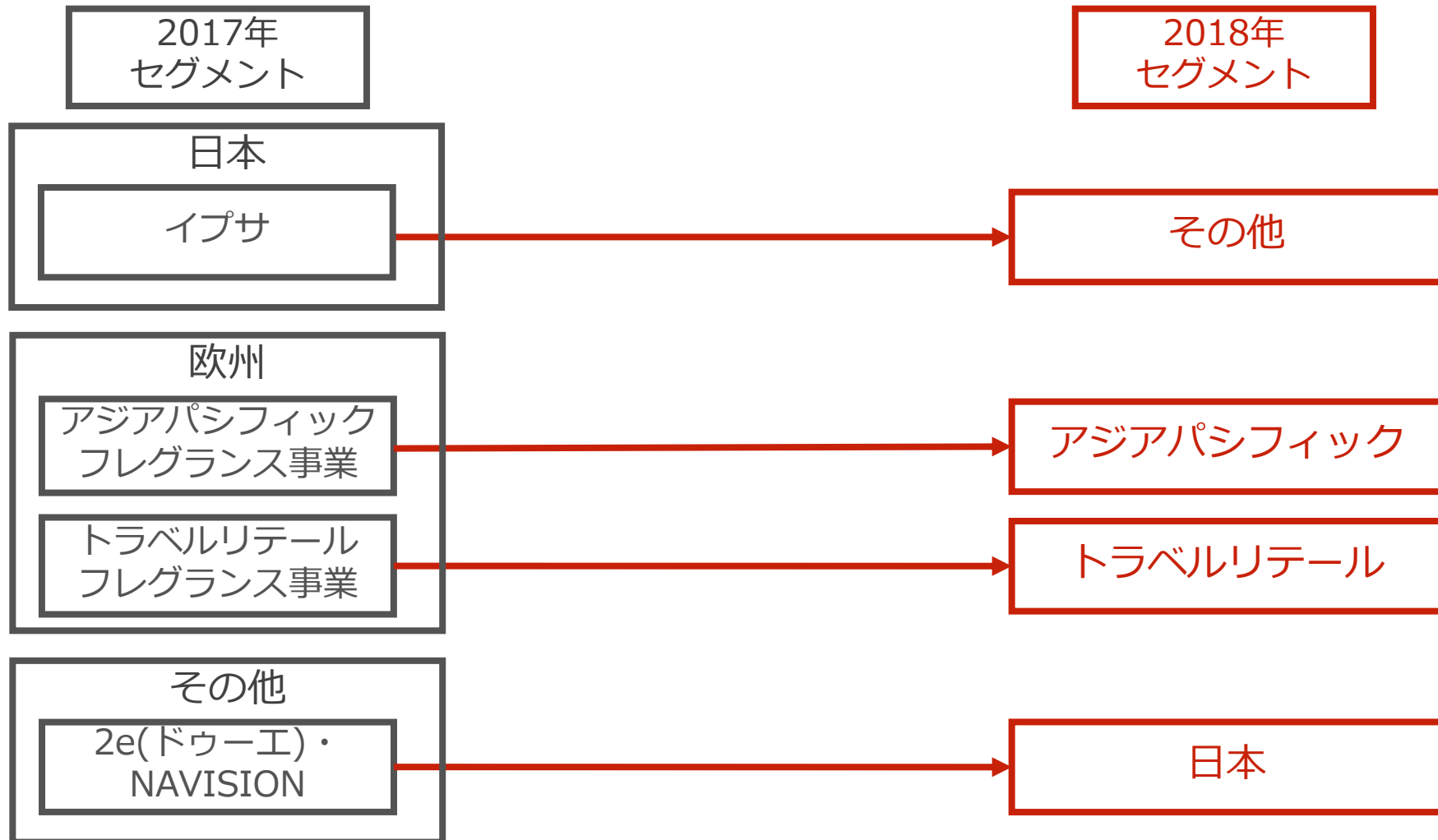
為替レート 2018年通期 ドル=109.3円 (△3%)、ユーロ=129.8円 (+2%)、中国元=16.8円 (+1%)

※1 セグメント変更については、補足資料11を参照

※2 第3四半期連結会計期間より、当社グループ内の経営管理体制変更に合わせて、従来「日本事業」に計上していた(株)イブサの業績は「その他」へ計上します。これに伴い、第3四半期連結会計期間以降は、当第2四半期連結累計期間及び前期実績を変更後の区分方法により作成したものを記載予定であり、今回修正予想に反映しています。前回発表予想及び前期実績については、組替前(3月発表)と組替後を記載しています。

※3 実質外貨前年比は、前年の事業譲渡影響等を除く外貨ベースの前年比。

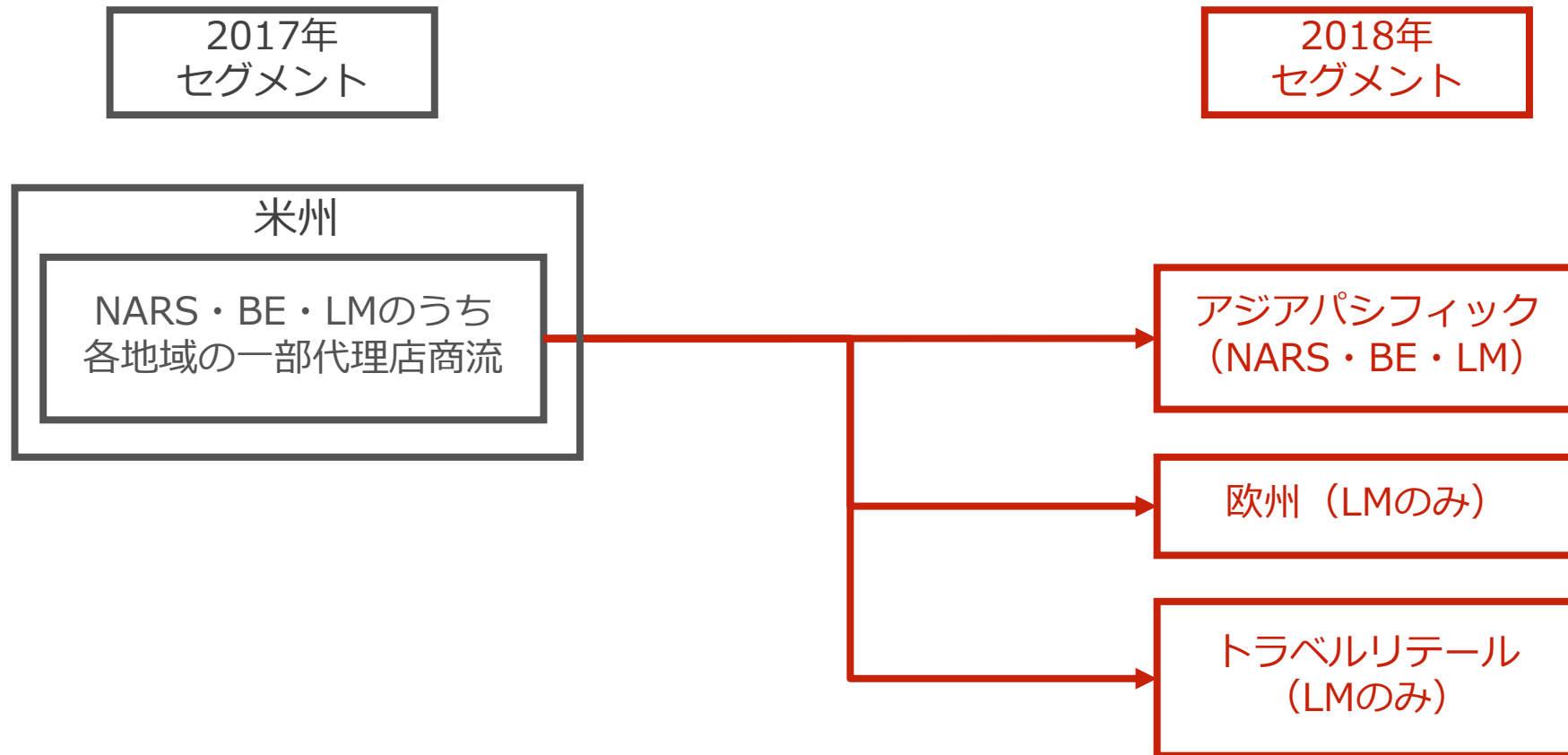
# 補足11-1 新旧報告セグメントの主な変更について



第1四半期連結会計期間より、当社グループ内の経営管理体制に合わせ、報告セグメントの区分方法を見直した。従来「欧州事業」に計上していたアジアパシフィックのフレグランス事業は「アジアパシフィック事業」へ計上し、「欧州事業」に計上していたトラベルリテールのフレグランス事業は「トラベルリテール事業」へ計上、「その他」に計上していた「2e(ドゥーエ)」と「NAVISION」は「日本事業」へ計上。

第3四半期連結会計期間より、当社グループ内の経営管理体制変更に合わせて、従来「日本事業」に計上していた㈱イプサの業績は「その他」へ計上します。

## 補足11-2 新旧報告セグメントの主な変更について



業績管理区分の一部見直しに伴い、「米州事業」に計上していた「NARS」「bareMinerals」「Laura Mercier」のうち各地域で展開している一部の代理店商流の事業については、「アジアパシフィック事業」「欧州事業」「トラベルリテール事業」へ計上。

BE: 「bareMinerals」

LM: 「Laura Mercier」

## 補足12 主な対外発表案件

ニュースリリース発信月

- 2018年 7月 新「SHISEIDOメイクアップ」発売
- 2018年 7月 資生堂、ESG投資のための株価指数「FTSE4Good Index Series」、  
「FTSE Blossom Japan Index」、「MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ指数」、  
「MSCI 日本株女性活躍指数（WIN）」の構成銘柄に継続採用
- 2018年 7月 第12回中国化粧品学術研究会において、優秀な研究論文として「1等賞」と、「2等賞」2件を  
トリプル受賞
- 2018年 5月 資生堂、「攻めのIT経営銘柄2018」において「IT経営注目企業」に選定
- 2018年 5月 資生堂、「Most Honored Company」に選定—Institutional Investor誌の「The  
2018 All-Japan Executive Team Rankings（ベストIR企業ランキング）」—
- 2018年 4月 株主優待制度拡充に関するお知らせ
- 2018年 3月 「新3カ年計画」（2018年～2020年）を策定
- 2018年 1月 資生堂、女子高校生と共創するオープンイノベーション型プロジェクト「POSME」を開始  
—社内組織「イノベーションデザインLab.」による新たな価値創造—
- 2018年 1月 米国ベンチャー企業Olivo Laboratoriesの「Second Skin」事業取得に関するお知らせ  
—シワやたるみを瞬時に隠す人工皮膚形成技術「Second Skin」—