

SHISEIDO

社長メッセージ

上期決算について

連結財務諸表
(要約)

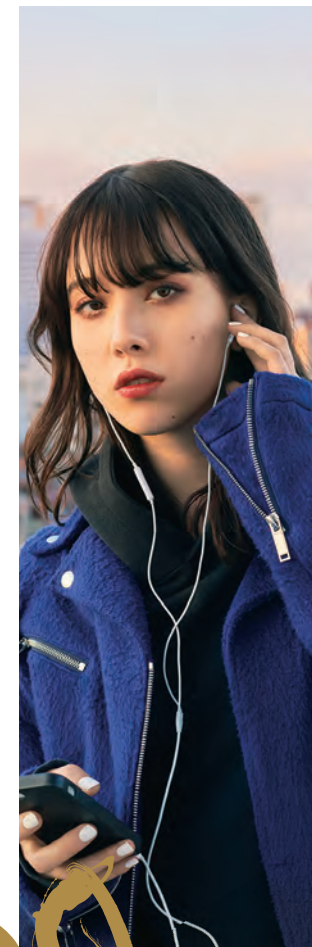
報告セグメント別・
事業別の概況
(2018 年上期)

サステナブルな
成長を目指して

株主
インフォメーション

株主・投資家のみなさまへ

株式会社 資生堂 2018年12月期 上半期のご報告 2018年1月1日から2018年6月30日まで



SHISEIDO



より力強く、スピード感のある成長を続けます。

代表取締役 執行役員社長 兼 CEO 魚谷 雅彦

日頃より格別のご支援を賜りまして、厚く御礼申し上げます。

また平成30年7月豪雨により被災された皆さまには、謹んでお見舞いを申し上げますとともに、一日も早い復旧を心よりお祈りいたします。

当社が140年以上にわたり存続してこられたのは、お客さまや地域社会との深いつながりを大切にしてきたからこそと考えています。地域社会に生かされている企業として、私たちはその役割を果たしたいという思いです。そのような思いから、被災された方々に少しでも快適に過ごしていただくために、水のいらないシャンプーやボディシート等の支援物資および義援金の寄付を実施いたしました。今後も、被災された方々に少しでもお役に立てるよう、末長く寄り添ってまいります。

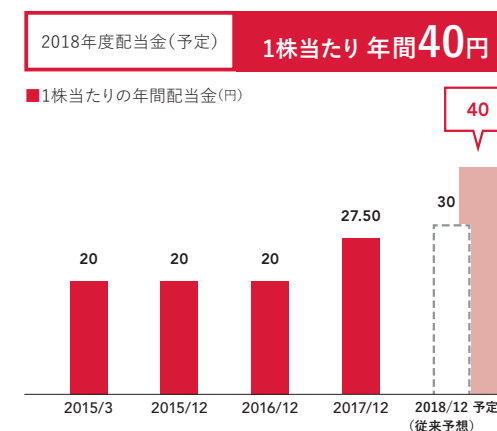
2018年の上期業績は、売上高、営業利益ともに、過去最高の実績を更新しました。一方で、一部商品の品切れによりお客さまには大変ご迷惑をおかけしております。供給体制の強化など、早期の課題解決に向けてあらゆる取り組みを進めてまいりますので、何卒ご理解いただきますようお願いいたします。

成長投資を強化しながら、さらなる増配へ

2015年にスタートした中長期経営戦略「VISION 2020」では、前半3年間で「事業基盤の再構築」の期間として、将来の成長のために積極的なマーケティング投資を優先してきました。そのため、株主の皆さまへの配当については「利益成長が軌道に乗るまでは、成長投資を優先することをご理解いただきたい」という考えのもと、2016年まで年間20円の配当を継続してまいりました。2017年には売上高が当初計画から3年前倒しで1兆円を突破し、営業利益は804億円の過去最高となったことから、8年ぶりに増配を実施いたしました。

2018年につきましても、期初の段階では2円50銭増の年間30円配当を予定していましたが、今般、年間の営業利益1,000億円、営業利益率10%の当初目標を2年前倒しで達成できる見通しとなったことから、中間は、期初の予定から5円増配の20円を確定、期末配当も同額の予定で、年間で10円増配の40円といたします。「VISION 2020」開始時と比べて、2倍の配当額となります。これは社員の努力はもちろんのこと、社会そして株主の皆さまの長期経営視点でのご理解、ご支援によるもの

です。一方、当社が目指す「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」の実現には、まだまだ努力を続けていく必要があります。株主の皆さまへの還元と並行して、将来の成長に向けた生産供給体制の強化のための投資も継続し、お客さまに品質の高い製品を1つでも多くお届けすることで利益を持続的に成長させ、さらなる増配を目指してまいります。引き続き、ご支援のほどよろしくお願い申し上げます。



特集 新 3 年 計 画

5つの重点戦略

01



ブランド・事業のさらなる「選択と集中」

「プレステージファースト戦略」のもと、当社の強みであるプレステージ領域を第一優先に、投資するブランドの選択と集中を行うことで市場を上回る成長を実現します。当社のブランドポートフォリオの中では、「SHISEIDO」、「クレ・ド・ポー・ボーテ」、「NARS(ナース)」などに投資を集中します。加えて、アジア地域では、コスメティクス・パーソナルケアブランドの「エリクシール」、「アネッサ」などを集中育成します。

02



デジタル化の加速・新事業開発

全世界でデジタルマーケティング・Eコマースを強化します。Eコマース売上高構成比率を、2017年の8%から、2020年には15%(中国は40%)まで高めます。同時に、Eコマースサイトと店頭の顧客データの統合などに取り組みます。

新事業開発では、お客さま一人ひとりのニーズに合わせた価値提供(パーソナライゼーション)を実現するため、IoTなどのデジタル技術と既存ビジネスを掛け合わせた、新しい商品・サービスを生み出します。

03



イノベーションによる新価値創造

これまでに蓄積してきた当社の知見と、M&Aなどによる新しいテクノロジーや専門性の高い人材が融合し、相乗効果を発揮します。これにより、化粧品のみならず、人工皮膚、毛髪・皮膚再生、先端美容など、新しい価値を創出します。イノベーション力を強化するために、今後も研究開発投資を強化し、2020年には売上高に占める研究開発費比率は3%、研究所員数は1,500人まで強化します。

04



世界で勝つ、人材・組織の強化「PEOPLE FIRST」

今後の資生堂をリードする次世代リーダーの育成に向けた研修プログラム、2018年10月より取り組む英語公用語化に向けた研修の実施などにより、やる気のある多くの社員が自らのレベルアップに積極的に取り組んでいます。また、グローバルラーニングセンターを、アジアを皮切りに各エリアで順次開設する予定です。

05



グローバル経営体制のさらなる進化

2016年にスタートしたグローバル経営体制では、各地域本社のCEOに責任と権限を委譲し、地域の経営を任せることで、市場環境に迅速かつ適確に対応しています。2018年からは、さらに進化させ、それぞれの地域が価値創造の拠点となる体制をスタートします。それぞれの地域で得た知見は、全世界で共有し、マーケティングに活かしていきます。

役員からのメッセージを動画でご覧いただけます。

代表取締役 執行役員社長 兼 CEO
魚谷 雅彦執行役員常務 最高財務責任者
直川 紀夫社外取締役
大石 佳能子

売上高・営業利益・四半期純利益ともに 過去最高を更新

2018年上期の連結売上高は、前年比12.8%増の5,326億円、実質外貨前年比[※]は17%増となりました。事業・ブランドの選択と集中を進め、積極的に投資を強化しているプレステージブランドを中心に主力8ブランドが実質ベースで662億円増収となるなど全体をけん引しました。具体的には、「エリクシール」では、しわ改善クリームをきっかけに新しいお客さまが「エリクシール」を気に入ってくださり、化粧水、乳液といった他の商品も継続的に購入いただいています。また、「アネッサ」ではスキンケア成分を50%配合した日焼け止めが好評です。地域では、主に中国のお客さまを対象としてアジア全域でクロスボーダーマーケティングを戦略的に実施した日本、中国、トラベルリテールが成長をけん引しました。

営業利益は、積極的にマーケティング投資を強化している中、収益性の高いプレステージブランド等の好調により、原価率やマーケティング投資効率が向上したことなどから、コスト構造が大きく改善し、前年比105.1%増の711億円となりました。

「VISION 2020」

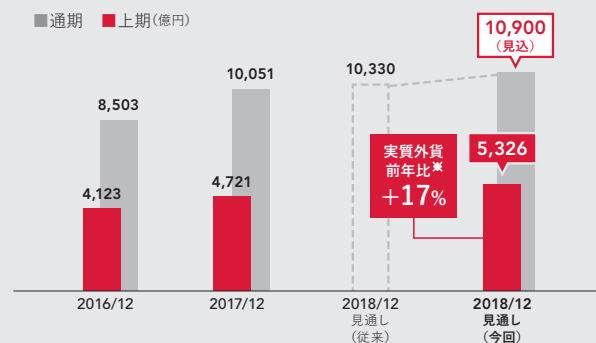
当初計画 営業利益額・率目標 2年前倒し達成へ

好調な上期業績を踏まえ、通期では売上高1兆900億円、営業利益1,100億円、親会社株主に帰属する当期純利益670億円に業績見通しを修正します。売上高は、日本、中国、トラベルリテールを中心に計画を大きく上回る見込みであることから、期初見通し（3月）より570億円増額します。営業利益は、売上に伴う差益増などを織り込み、200億円の増額。親会社株主に帰属する当期純利益は、130億円の増額です。

なお、国内生産品への力強い需要に対して商品供給に課題がある中、今後はさらなる生産・供給力の増強に取り組むことにより、プレステージブランドを中心に売上のさらなる拡大、原価率の改善、マーケティング投資効率の向上につなげます。これにより、上記修正後の見通しからさらに営業利益ベースで100億円から150億円の増益を目指します。

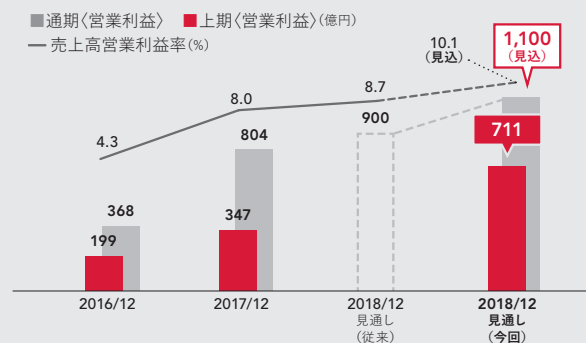


売上高



※前年の Zotos International Inc. (ゾートス社) 譲渡影響等を除く実質ベース

営業利益／売上高営業利益率



2018年度 通期見通し

	2018年度	2017年度	前年比	外貨 前年比	期初見通し 増減額
(億円、%)	構成比				
売上高	10,900	100	10,051	+8.5	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

※前年のゾートス社事業譲渡影響等を除く実質ベース

予想ROE 14.4%
為替レート 2018年度通期 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)

連結貸借対照表 (単位:億円)

	前期末 2017年12月31日	当第2四半期末 2018年6月30日
資産の部		
現金及び預金	1,667	1,599
受取手形及び売掛金	1,621	1,554
有価証券	78	48
たな卸資産	1,300	1,416
流動資産合計	5,262	5,218
有形固定資産	1,587	1,872
無形固定資産	1,686	1,648
投資その他の資産	959	932
固定資産合計	4,232	4,452
資産合計	9,494	9,670
負債の部		
仕入債務・未払金	1,469	1,644
有利子負債 ^{※3}	815	780
長期未払金	593	553
退職給付に係る負債	737	719
負債合計	5,036	4,930
純資産の部		
株主資本	4,061	4,455
その他の包括利益累計額	173	81
新株予約権	9	9
非支配株主持分	216	194
純資産合計	4,459	4,739
負債純資産合計	9,494	9,670

※1 記載金額は、表示金額未満を四捨五入

※2 主要な勘定科目のみ表示

※3 「Dolce&Gabbana」商標権支払いに係る長期未払金を除く

連結損益計算書 (単位:億円)

	前第2四半期 2017年1月1日 ～2017年6月30日	当第2四半期 2018年1月1日 ～2018年6月30日
	構成比	構成比
売上高	4,721	5,326
売上原価	1,084	1,091
売上総利益	3,637	4,235
販売費及び一般管理費	3,290	3,524
営業利益	347	711
営業外収益	19	49
営業外費用	23	32
経常利益	342	728
特別利益	6	27
特別損失	42	11
税金等調整前四半期純利益	306	744
法人税、住民税及び事業税	109	210
法人税等調整額	△2	36
四半期純利益	199	498
非支配株主に帰属する四半期純利益	11	21
親会社株主に帰属する四半期純利益	188	477

連結キャッシュ・フロー計算書 (単位:億円)

	前第2四半期 2017年1月1日 ～2017年6月30日	当第2四半期 2018年1月1日 ～2018年6月30日
営業活動によるキャッシュ・フロー	331	393
投資活動によるキャッシュ・フロー	△345	△262
財務活動によるキャッシュ・フロー	25	△176
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,140	1,481

解説

連結損益計算書

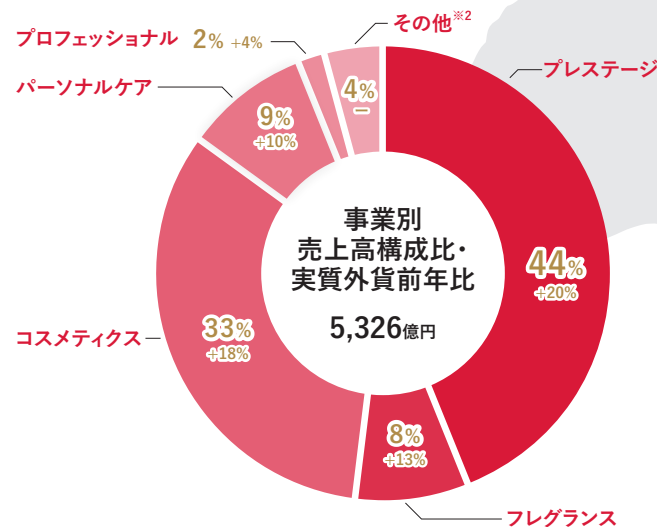
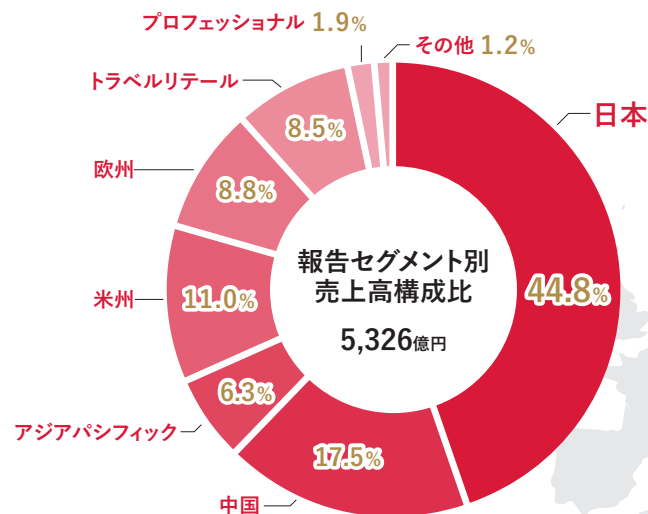
理想的なコスト構造へ

プレステージブランドを中心とする主力8ブランドが大きく成長し、収益増に貢献するとともに、プロダクトミックスの改善などにより、原価率が2.5ポイント低下しました。また、人材投資を強化している中、働き方改革などによる生産性向上が寄与し、人件費・経費の売上比率が4.4ポイント低下しました。一方、「SHISEIDO」、「クレ・ド・ポー ボーテ」、「NARS」などのマーケティングやブランド・研究開発費を強化しながら、持続的な売上成長を実現するとともに、営業利益率も13.4%まで高まりました。

連結キャッシュ・フロー計算書

キャッシュ・フロー創出能力の向上

研究開発・生産拠点などの成長投資を2016年より積極的に実施しており、投資活動によるキャッシュ・フローは262億円の支出となりました。主な投資先は、①横浜市に建設中のグローバルイノベーションセンター（2018年末稼働予定）、②栃木県大田原市に建設中の「資生堂那須工場（仮称）」（2019年稼働予定）です。営業キャッシュ・フローは、投資活動によるキャッシュ・フローを上回る393億円の収入となりました。この結果、フリー・キャッシュ・フローは、131億円となりました。キャッシュ・フロー創出能力が向上し、成長を加速するビジネスサイクルを後押ししています。



※1 各事業の前年比は、期初想定の為替レートベースで算出した事業譲渡影響等を除く実質外貨前年比(売上高ベース)

※2 その他には、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

日本

マーケティング投資を強化した「肌3分野」のさらなる躍進、インバウンド売上拡大

スキンケア、ベースメイクアップ、サンケアへの投資強化による中高価格帯ブランドの成長に加え、クロスボーダーマーケティングによりインバウンド需要を確実に獲得したことから、市場を大きく上回る成長となりました。加えて、マーケティング投資効率の向上などにより、増益となりました。

売上高

2,385億円
(前年比 14.0%増)

営業損益

547億円
(前年比 34.0%増)

2020年に向けた 重点戦略

- ・肌3分野×コアブランドへの集中
- ・コンタクトポイント(顧客との接点)の拡大・強化
- ・若年層・団塊ジュニアの支持獲得
- ・クロスボーダーマーケティングの継続

中国

メイド・イン・ジャパンブランドの飛躍的成長、前年同期比3倍を超える利益の達成

プレステージブランドが高成長を持続したことに加え、メイド・イン・ジャパンブランドである「アネッサ」や「エリクシール」が大きく伸長しました。売上増に加え、マーケティング投資効率の向上や取引制度改定による収益性の向上などにより、大幅な増益となりました。

売上高

929億円
(前年比 32.4%増)

営業損益

156億円
(前年比 212.3%増)

2020年に向けた 重点戦略

- ・プレステージ事業の成長加速
- ・3-4級都市の攻略
- ・Eコマースの強化
- ・コスメティクス事業の売上成長、さらなる収益性改善

米州

実質ベースで+6%成長へ転換、組織機能強化とともに収益改善

「NARS」、「Laura Mercier」、「Dolce&Gabbana」などの好調により、実質ベースでは6%成長となりました。販売事業を通じた利益により、メイクアップおよびデジタル領域でのマーケティングや最先端の人工皮フ形成技術「Second Skin」などへの投資を強化しています。

売上高

588億円
(前年比 1.8%増)

営業損益

△72億円
(前年は営業損失 △98億円)

2020年に向けた 重点戦略

- ・Eコマースの強化
- ・メイクアップブランドの積極展開
- ・徹底的な収益改善に着手
- ・「少数精鋭」:未来に向けて、組織の規模、能力、機動力の適正化

欧州

「Dolce&Gabbana」が確実に成長、フレグランスの投資を強化

「Dolce&Gabbana」や「NARS」の好調により、実質ベースでは微増でした。販売事業を通じた利益によって、フレグランスのブランドホルダーとして、積極的なマーケティング投資をグローバルで展開しました。

売上高

469億円
(前年比 3.0%減)

営業損益

△50億円
(前年は営業損失 △41億円)

2020年に向けた 重点戦略

- ・フレグランスの成長拡大
- ・スキンケアカテゴリーにおけるブランド「SHISEIDO」のエクイティ(ブランド価値)強化
- ・メイクアップのプレゼンス向上
- ・統合した組織をさらに最適化

※売上高の前年比は外貨ベースです。

トラベルリテール

アジアが飛躍的成長をけん引、
25%水準の利益率を継続

世界各地の空港での広告宣伝強化など積極的なマーケティング投資の効果により、中国や韓国などアジアを中心に「SHISEIDO」、「クレ・ド・ポー ポーテ」、「NARS」、「アネッサ」が大きく伸長しました。営業利益は、売上増に伴う差益増などにより、増益となりました。

売上高

453 億円
(前年比 41.4%増)

営業損益

111 億円
(前年比 31.3%増)

アジアパシフィック

プレステージブランドが好調を維持、
「アネッサ」も韓国やタイなどで高成長

「NARS」などのプレステージブランドや「SENKA」が好調を継続したことに加え、「アネッサ」が飛躍的に伸長したことなどにより、韓国やタイなど主要な地域で確実に成長しました。営業利益は、売上増に伴う差益増などにより、増益となりました。

売上高

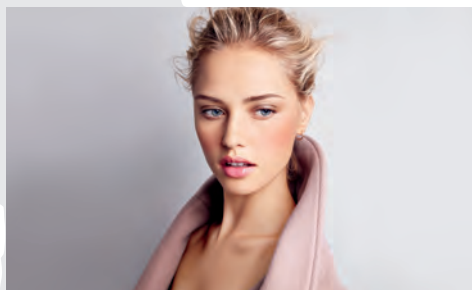
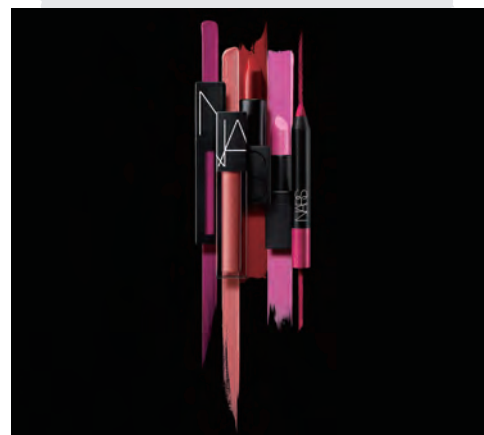
333 億円
(前年比 14.5%増)

営業損益

45 億円
(前年比 44.3%増)



決算説明会(動画配信)



LAURA MERCIER
PARIS | NEW YORK



本業による 社会価値の創造

100年先も輝き続ける企業であるために

資生堂は、100年先も持続的に成長し続ける企業であるために、世界中のお客さま・社会から信頼され、必要とされる企業になることを目指しています。そのためには、資生堂に関わる全てのステークホルダーに対し、中長期的な視点で価値を提供し続けることが重要です。「世界で最も信頼されるビューティーカンパニーへ」を経営ポリシーとし、本業を通じた「ビューティーイノベーション」による社会課題の解決に挑戦し、将来にわたって輝き続ける資生堂を実現していきます。

本業によって社会価値を創造し、 一人ひとりの悩みを解決する

資生堂の事業活動は、「ビューティーイノベーション」を中心に据えています。美は人々に、自信やエネルギー、健康、幸せなど、多くのベネフィットを届けることができ、それ自体が非常に重要な社会価値を有しています。また、私たちが有する独自の技術や活動は、人々が抱えるさまざまな悩みに対するソリューションを提供することができます。美を通じて、よりよい社会の実現に貢献するビジネスに取り組むことは、資生堂に与えられた使命です。そして、その使命を果たす中心にいるのは「人材」です。資生堂は、人材への積極的な投資を通じて、本業による社会価値の創造や社会課題の解決を実現します。



※肌に深い悩みをお持ちの方やがん治療に伴う外見変化に対するケア

「化粧のちから」を通じて 幸せな社会の実現へ

サステナビリティ戦略部
資生堂 ライフクオリティ ビューティーセンター
荻部裕己

SHISEIDO LIFE QUALITY BEAUTY CENTER

外見上の深い悩みに対応する ファンデーションのはじまり

あざや傷あとなどの肌色変化や凹凸、治療の副作用などによるくすみや肌に現れたときに、メイクアップでカバーすることができたら、その方が一歩踏み出す勇気につながるのではないでしょうか。このような資生堂の活動は、戦後間もない時代から続いています。

当時日本には、戦禍でやけどを負った方が多くいました。当社は、肌や外見上に深い悩みを持っている方々の心の苦しみを少しでも和らげたいと考え、1956年に「資生堂スポッツカバー」を発売しました。以来、「カバーメーキャップによるQOL(クオリティ・オブ・ライフ:生活の質)の向上」に取り組んでいます。



SLQセンターのメイクアップルーム

あらゆる方が自分らしく日常を過ごせるように

それから60年余り。当社の蓄積してきた研究成果を活用し、2017年10月、「肌色補正」、「化粧もち」、「衣服などへのつきにくさ」、「使いやすさ」を兼ね備えた商品「パーフェクトカバー ファンデーション MV」を発売しました。

東京・銀座にある「資生堂 ライフクオリティ ビューティーセンター(以下、SLQセンター)」をはじめ、全国の資生堂化粧品取扱店など約440店で、このファンデーションを使ったメイクアップ方法をお一人おひとりに合わせてアドバイスしています。うつむき加減で訪れた女性が「生まれて初めてお化粧が楽しめました」、「写真を撮ってもらえますか」と別人のように明るい表情になるなど、自分らしく毎日を過ごすためのきっかけをご提供できることに日々やりがいを感じています。今後も、美しさを引き出すだけでなく、外見上のお悩みを持つ方が、日常生活を前向きに過ごしていただけるよう、「化粧のちから」を通じた社会貢献に取り組んでまいります。

現在は日本のほか、アジアの一部地域で活動を推進していますが、より広いエリアでの展開を目指していきます。



パーフェクトカバー 取扱店舗



株主さまミーティング



当社施設見学イベント 「資生堂にってみよう」 を開催いたしました

2018年6月19日、17名の株主さまに銀座にある当社の施設を見学いただきました。

SLQセンターでは、疑似的なあざをファンデーションでカバーするデモンストレーションを実施し、「化粧のちから」を実感いただきました。

企業文化部による講演では、創業者福原有信、初代社長福原信三から受け継がれる当社の歴史や未来に向けた文化活動についてご説明しました。

資生堂ギャラリーでは、「第12回shiseido art egg 富安由真展 くりかえしみるゆめ」をご覧いただき、本展作家の富安さんとの交流も楽しんでいただきました。

皆さまからは、「SLQセンターは心に強く残る内容でした」などのご感想をいただきました。今後も株主の皆さまに当社を知っていただくイベントを企画してまいります。



2018年
1月

資生堂の総合美容施設
「SHISEIDO THE STORE」
銀座にランドオープン



「SHISEIDO THE STORE」店内 写真 太田拓実

2018年
6月

「SHISEIDO」の
新アルティミューン発売イベントを
世界7の国・地域で開催



表参道ヒルズ・スペース オーで開かれた
「#ストロングソウル 世界同日開催 新アルティミューン発売イベント」

2018年
4月

しわを改善する「エリクシル」のクリーム
中国市場にて鮮烈にデビュー



店頭やウェブサイトで使用した現地広告

2018年
7月

ビューティーコンサルタント、
カスタマイズできるコスチュームへと一新



最多192通りのバリエーションが可能なコスチューム

2018年
9月

インターネットを使った
「個人投資家説明会」の開催

当社は、個人投資家の皆さまを対象とした「個人投資家説明会」を随時開催しています。当社の「今」を知っていただくため、事業概要と成長戦略をわかりやすくお伝えしています。

今年度は、2018年9月18日18時30分より、執行役員常務 最高財務責任者の直川紀夫がインターネット動画配信での説明会(大和証券インターネットライブセミナー)を実施いたします。ぜひご視聴ください。

インターネットライブセミナー ご視聴方法

インターネットライブセミナー当日の開催時刻に、大和証券ホームページより、ご視聴ください。どなたでも無料でご視聴いただけます。



http://www.daiwatv.jp/contents/shiseido_live/

なお、こちらの説明会内容は、
9月末頃、当社のウェブサイトにも掲載予定です。
ぜひご覧ください。



個人投資家説明会(動画配信)



株 主 優 待 情 報

2019年より、株主優待制度を拡充いたします

当社は、株主の皆さまの日頃からのご支援に感謝し、また、当社の事業活動の内容をより深く知っていただくため、株主優待制度を実施しています。これまでは、当社株式1,000株以上かつ1年超保有している株主さまをその対象としていましたが、2019年より、株主の皆さまのご意見・ご要望を踏まえ、株主優待制度を拡充いたします。



変更の内容

現行	変更後
株主優待対象 (各年の12月末時点でのご所有状況)	当社株式1,000株以上を1年超保有の株主さま
株主優待品	当社商品選択制

NEW!
①当社株式100株以上1,000株未満を1年超保有の株主さま
②当社株式1,000株以上を1年超保有の株主さま

●前年と当年の12月末のいずれか時点のご所有株式数が100株以上1,000株未満で、もう一方の時点で1,000株以上ご所有の場合、①の優待の対象となり、いずれかの時点で100株未満であった場合は優待の対象なりません。

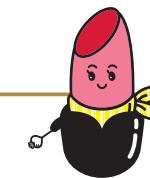
●2018年12月末日現在の株主名簿に記載、または、記録されている株主さまに対する株主優待から変更を適用させていただきます。

●優待の対象となる株主さまには、2019年3月下旬に開催予定の定時株主総会決議通知にご案内を同封する予定です。具体的な優待品については、そのご案内にてお知らせいたします。

資生堂グループ商品からの選択制優待



☞ 本誌に掲載していないさまざまな情報は、ウェブサイトに掲載しています



資生堂グループ 企業情報サイト



ニュースリリースやおすすめコンテンツ等がご覧いただけます。各ブランドやソーシャルメディアへのリンクも充実しています。

☞ 資生堂グループ企業情報サイト >



会社案内

社長メッセージや、資生堂のビジョン、会社プロフィール等、会社概要についてご覧いただけます。

☞ 会社案内 >

投資家情報

株主・投資家の皆さまに向けたページです。招集ご通知や決算短信、アニュアルレポート等のIR関連資料の他、株主総会、決算説明会のプレゼンテーションがご覧いただける動画も掲載しています。

☞ 投資家情報 >



サステナビリティ



サステナビリティ戦略、ステークホルダー別の取り組み、人権やコンプライアンスなどへの対応、GRI内容索引などについてご覧いただけます。

☞ サステナビリティ >

ブランド



当社の展開するブランドをプレステージ、コスメティクスなどの領域別に紹介しています。

☞ ブランド >

研究開発



研究ビジョン、研究領域、研究生産拠点、研究実績、安全・安心を実現する取り組みなどを紹介しています。

☞ 研究開発 >

ビューティー／アート



企業文化活動、芸術文化支援（協賛）活動、ヘア&メイクアップアーティストの活動などをご覧いただけます。

☞ ビューティー／アート >

会社情報(2018年6月30日現在)

商 号	株式会社 資生堂
本店所在地	〒104-0061 東京都中央区銀座七丁目5番5号 TEL:(03)3572-5111(大代表)
創 業	1872(明治5)年9月17日
設 立	1927(昭和2)年6月24日
資本金	64,506,725,140円
発行済株式総数	400,000,000株
グループの従業員数	38,082名[7,972名]*

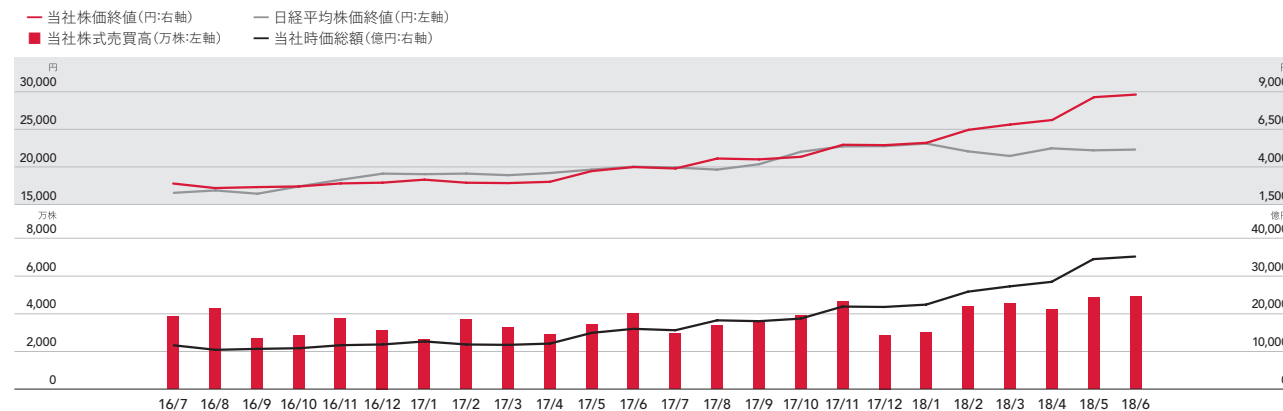
※ 従業員数は就業人員数であり、臨時従業員数は[]内に半期平均人員数を外数で記載しています。なお、臨時従業員には、パートタイマーを含み、派遣社員を除いています。

株主メモ

決算期	12月31日	
定時株主総会	3月下旬	
基準日(株主確定日)	期末配当、定時株主総会 中間配当	12月31日 6月30日
	そのほか必要あるときには、あらかじめ公告して 定めた日	
単元株式数	100株	
株主名簿管理人および 特別口座の口座管理機関	三井住友信託銀行株式会社 〒100-8233 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号	
各種お問合せ先・ 郵送物送付先	三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 0120-782-031(平日9:00～17:00)	

取次事務	三井住友信託銀行株式会社の本店 および全国各支店
銘柄コード	4911
電子公告掲載	資生堂ホームページ 「資生堂グループ企業情報サイト」に掲載 https://www.shiseidogroup.jp/ir/account/legal/
資生堂株主さま窓口	株式会社 資生堂 IR部 〒105-8310 東京都港区東新橋一丁目6番2号 (資生堂汐留オフィス) TEL(03)6218-5418(平日9:00~17:15)

株価・時価総額・売買高の推移(東京証券取引所)



※ 時価総額は、発行済株式の総数から自己株式を差し引いて算出しています。

今後の見通しに関する注意事項 本誌の記載内容のうち、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、記載の見通しとは大きく異なる可能性があります。



配当金の受取方法について

配当金の受取方法としてゆうちょ銀行窓口、銀行口座等振込に加えて、下記の方法もお選びいただけます。安全・確実な口座振込での受取をお勧めします。お手続きについてはお取引の証券会社等にお問い合わせください。

1. 登録配当金受領口座方式

所有するすべての国内上場株式等の配当金を、ご指定の一つの銀行口座(ゆうちょ銀行除く)で受け取る方法。
一度のお手続きによって、それ以降取得された他の銘柄の株式等の配当金についてもご指定の口座で受領できます。

2. 比例配分方式

各証券会社にお預けの国内上場株式等の数量に応じた配当金を証券会社の口座で受け取る方法。
証券会社の特定口座(源泉徴収口座)に振り込まれた配当金は、同じ特定口座内の株式等の売却損と損益通算されます。この場合、損益通算のための確定申告は不要です。