

2009 年 3 月期第 1 四半期 主な質疑応答(要旨)

<2009 年 3 月期第 1 四半期実績>

Q) 国内主要ブランドの売上構成比と伸長率は。

- A) 6 マカブランドで売上構成比 37%(2007 年度実績 39%)、5 リレーショナルブランドで 22%(22%)、21 育成ブランドで 76%(77%)。それぞれ前年実績は下回ったものの、化粧品全体の伸長率▲10%ほどは落ち込んでいない。

Q)国内の高級化粧品市場の状況は？そのうち資生堂の状況は？

- A) 国内の化粧品市場全体は、第 1 四半期には前年をやや下回ったとみている。これを価格帯別に市場全体と比較してみると、2000 円以下の低価格帯は全体並み、2000 円～5000 円の中価格帯は全体を下回った半面、5000 円以上の高価格帯は全体を数%ポイント上回り前年を超える伸びを収めたとみている。

当社では、高価格帯に位置する代表的なブランドとしてクレド・ポー ボーテがあるが、第 1 四半期の店頭売上は市場全体並みの伸長率にとどまっており、今後はクレド・ポー ボーテの新ライン「シネルジック」(9 月 21 日発売)や新ブランドの投入などによって巻き返しを図っていく。

Q)原価率が低下した要因は？

- A) 相対的に原価高だったリース子会社を昨年 2 月に売却したことによる影響がほぼ半分を占め、そのほかには、原価率の低い中国の売上構成比上昇やプロダクトミックスの変化による。原材料費高騰の影響はこの第 1 四半期では軽微だったが、年間では昨年の影響額(▲10 億円程度)を上回るとみている。

Q)営業利益の当初計画との差異は？

- A) 売上減による差益の減少はあるものの、原価率の好転と、第 2 四半期へのマーケティングコストの繰り下がり、販売費・経費の節減、為替差などがプラスに効いたことにより、計画よりも 10 億円程度上ぶれた。事業セグメント別には、国内化粧品は売上減による差益減の影響を大きく受け計画を下回ったものの、海外化粧品では売上増による差益増などにより計画を上回った。

Q)中国のチャネル別の状況は？

- A) デパートチャネルは、リニューアル品の初期出荷が貢献したオペレをはじめとして 2 桁成長を確保。専門店では、既存店 1 店あたり平均売上で+30%程度の伸び。専門店の契約店数は 6 月末で累計 2900 店と計画通り順調に増加している。ピュアマイルド優良店契約は、テスト展開を終えて 6 月から徐々に契約を結び始めている。(6 月末累計契約店数 2900 店の中には含まれていない)

Q)中国の利益率は？

- A) 前年並みの水準で推移しており、年間でも当初計画通りと見込んでいる。

Q) SAP 費用など今年度から発生する特殊減益要因の国内外への影響は。

A) 特殊減益要因の第1四半期実績は、新基幹システム SAP 関連費用▲5 億円、年金運用損▲9 億円、アメリカにおけるのれん償却をはじめとした会計処理変更などの影響▲6 億円の合計▲20 億円程度。年間では▲80 億円を見込んでいる。このうち、SAP と年金の殆どは国内に、会計処理変更は海外に影響している。

<2009 年 3 月期上期・年間見通しについて>

Q)海外の第2四半期(4月～6月)の状況は？

A) アメリカ、ヨーロッパ、アジア・オセアニアともに第1四半期の勢いを維持し、概ね計画線の実績を確保する見通し。中国は、4月から本格展開したオペリニューアルの効果もあり、第1四半期の伸長率を上回るペースで伸びている。

Q)下期に想定レートを見直した通貨は？

A) USドルを期初の想定レート 100 円から 105 円に、ユーロを 155 円から 160 円に見直している。中国人民元など他の通貨は据え置き。

<その他>

Q) サマーキャンペーンは本格展開が7月にずれ込んだとのことだが、全体の成果をどうみているか。

A) 7月からは組織小売業での特設売場展開なども本格化しており、7月の売上(25日までの足元状況)も前年を上回って推移していることから、昨今の厳しい市況においては概ね健闘していると考えている。

Q) 中国で8月1日から施行される独占禁止法への対応は。

A) 独占禁止法に抵触するような言動を行わないよう社員教育を徹底するとともに、取引店契約においては、法規と照らし合わせて7月末までに改定を完了させるなど、様々な観点から、しかるべき対応を図っている。

以 上