

2010年3月期 第3四半期実績と通期見通し

(株)資生堂 取締役 専務
原田 康彦

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及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。

- 取締役専務の原田康彦です。
- これより2010年3月期第3四半期実績と通期見通しについてご説明します。

1

2009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	4,646	▲10.4%	▲4.9%	▲539
国内	3,018	▲7.2%	—	▲233
海外	1,628	▲15.8%	▲1.0%	▲305
営業利益	326	▲12.6%	—	▲47
経常利益	335	▲15.3%	—	▲60
純利益	237	+11.2%	—	+24

- ▶ 海外売上比率 35.0%(▲2.3pp)
- ▶ 営業利益率 7.0%(▲0.2pp)
- ▶ 為替レート ドル94.9円(▲10%) 円1129.4円(▲20%) 中国元13.89円(▲8%)

1

- 損益計算書の要約です。
- 9ヵ月累計の売上高は前年比▲10.4%の4646億円。2008年度下期から一段と悪化した国内店販化粧品市場は、今年第3四半期に入っても好転の兆しは見られず、国内売上が▲7.2%。海外では、欧米先進国市場に底打ち感が始まってきたことから、為替影響を除いた海外売上は▲1.0%とマイナスが縮小してきました。ただし、円高による目減りがあり、円換算後では▲15.8%となりました。
- 営業利益は▲12.6%の326億円。売上の減少に伴う差益減の影響を受けましたが、原価率の改善と販管費の減少により第2四半期の累計実績と比べると減益幅は縮小してきました。
- 経常利益は▲15.3%の335億円となりましたが、特別損益が改善し、税金費用が縮減した結果、純利益は11.2%増の237億円となりました。
- 売上原価と販売管理費について補足します。次のページをご覧ください。

2

2009年度 第3四半期累計実績 売上原価・販売管理費

(億円)

	09/12期			前年 同期差 △:コスト減	前年 同期比 △:コスト減
		売上比	率差 +:低下 改善		
売上原価	1,140	24.6%	+0.1%	△140	△10.9%
販売管理費	3,180	68.4%	△0.3%	△352	△10.0%

2

- 9か月累計の売上原価率は前年同期比0.1ポイント改善しました。特に第3四半期のみで見ると、2.5ポイント低下しています。
- この理由は、第3四半期は国内外ともに高価格帯製品が堅調に推移したこと、中国の売上が高い伸びを示したことなどによりプロダクトミックスが良くなったこと、返品調整引当金が減少したこと、などです。
- 一方、9か月累計の販売管理費率は前年同期比0.3ポイント上昇しましたが、実額では352億円減少しました。
- 主な要因は、広告・売出費の減少とその他経費の節減努力です。広告・売出費については、特に第3四半期に国内で減少しました。昨年の第3四半期は新ブランド「リバイタルグラナス」や新ライン「エリクシールプリアール」を発売したことなどにより、マーケティング投資が通常よりも多かったことの反動です。
- 次に、事業セグメント別の売上を説明します。次のページをご覧ください。

3

国内化粧品事業売上

内訳	売上前年比 (10~12月3ヵ月)
化粧品	▲6.4% (▲ 3.7%)
カウンセリング	▲4.7% (+ 1.2%)
セルフ	▲7.7% (▲ 8.1%)
トイレットリー	▲11.0% (▲18.2%)
プロフェッショナル	▲8.7% (▲ 7.1%)
ヘルスケア	▲2.1% (+ 1.5%)
その他	+2.5% (+ 3.8%)
合計	▲5.6% (▲ 3.0%)



- ・消費マインドの減退が再び強まり、店販市場は引き続き低迷(10~12月推計▲4%前後)
- ・10~12月店頭売上(カウンセリング+セルフ)は▲6~7%

3

- まず、国内化粧品事業セグメントです。左側の数字が4月から12月の9か月累計前年比、()内が10月から12月の3か月間の前年比です。
- 売上合計は▲5.6%。カッコ内に示したとおり、10~12月の3ヵ月では▲3.0%と徐々にマイナス幅が緩和しています。
- 昨年の10~12月は、消費マインドの減退が再び強まり、店販化粧品市場の伸長率は▲4%前後であったと推測しています。特に比較的堅調に推移していたドラッグストアにおいても、10~12月はスキンケアやメーキャップが減速するなど、市場全体で減速感が強まりました。当社の店頭売上もカウンセリング化粧品とセルフ化粧品のトータルで▲6~7%程度となりました。これに対し、3か月間の出荷売上はトイレットリーも含めた3領域合計で▲3.7%に止まっていますが、これは在庫調整が進展し、9月末の店頭在庫の水準が1年前に比べて縮減したことで、出荷が正常化してきたことによります。

4

国内化粧品事業売上

内訳	売上前年比 (10~12月3ヵ月)
化粧品	▲6.4% (▲ 3.7%)
カウンセリング	▲4.7% (+ 1.2%)
セルフ	▲7.7% (▲ 8.1%)
トイレットリー	▲11.0% (▲18.2%)
プロフェッショナル	▲8.7% (▲ 7.1%)
ヘルスケア	▲2.1% (+ 1.5%)
その他	+2.5% (+ 3.8%)
合計	▲5.6% (▲ 3.0%)



・消費マインド減退が再び強まり、店販市場は引き続き低迷(10~12月推計▲4%前後)
 ・10~12月店頭売上(カウンセリング+セルフ)は▲6~7%

3

●カウンセリング領域では、新アイテムを投入したリバイタルグラナスが堅調に推移し、セルフ領域ではウーノフォグバーのヒットが続くなど、一部のブランドには明るい兆しも出ていますが、全体としては中低価格帯の苦戦が続きました。トイレットリー領域も、ヘアケア市場での競争激化により低調な推移が続きました。

●チャネル別には、中低価格帯の主戦場であるドラッグストアで引き続き苦戦している一方、専門店チャネルにおけるパワーショップ約600店や、デパートチャネルでの注力店については、良好な売上を維持しています。

5

海外化粧品事業売上(2009年1~9月)

内訳	前年比	外貨前年比 (7~9月3ヵ月)
化粧品	▲14.4%	+1.0% (+ 5.5%)
プロフェッショナル	▲25.1%	▲13.2% (▲2.1%)
合計	▲15.8%	▲0.9% (+ 4.5%)

【参考】

地域別売上	前年比	外貨前年比 (7~9月)
アメリカ	▲17.8%	▲7.1% (▲ 0.6%)
ヨーロッパ	▲24.2%	▲5.8% (+ 0.4%)
アジア・オセアニア	▲ 7.9%	+6.1% (+11.6%)
合計	▲15.8%	▲1.0% (+ 4.6%)



・7~9月の売上は、3地域とも改善傾向
 ・SHISEIDOフューチャーソリューションLX発売などによりSHISEIDOが各国で健闘
 ・中国を中心にアジアも順調な伸び

4

●次に、海外化粧品事業セグメントです。

●海外は1月~9月の累計となりますが、現地通貨ベースで前年比▲0.9%。7月以降の3ヵ月累計では+4.5%となりました。第2四半期の4~6月も+2.8%でしたので、2クォーター連続でプラスを維持し、回復感を強めています。地域別に見ると、3地域とも改善傾向にありますが、昨年9月に発売した最高級スキンケアラインのSHISEIDOフューチャーソリューションLXが各国で良好な立ち上がりを見せたことが、主に貢献しています。特にアジア・オセアニアは2ケタ伸長ペースを取り戻していますが、これには中国が10%を超える高伸長となったことが寄与しています。

●なお、海外の第4四半期はすでに終了していますが、新興国市場が拡大を続け、先進国の市場にも底打ち感が広がる中、当社は年末商戦に向けて集中的なプロモーションを推進した結果、10月以降の3ヵ月では、現地通貨ベースで3地域合計が10%を超える伸長を確保する見通しです。

6

事業セグメント別営業利益

(億円)

	9ヵ月累計 実績	前年差 (3ヵ月比較)	営業利益率 (3ヵ月)
国内化粧品	301	+31 (+65)	10.1% (10.0%)
海外化粧品	11	▲75 (▲1)	0.7% (0.1%)
その他	13	▲1 (+0)	10.6% (13.1%)
消去	1	▲2 (▲0)	—
合計	326	▲47 (+65)	7.0% (6.7%)

・10～12月は売上が減少したものの、原価率の改善に加えて、前年同期の新ブランド投入に伴うマーケティングコストの一巡や経費節減努力などにより国内化粧品の収益が改善

5

- 次に事業セグメント別の営業利益です。
- 上期までは国内外ともに営業減益でしたが第3四半期に入って以降、国内化粧品事業が増益に転じました。
- 第3四半期の国内化粧品事業は、高価格帯の化粧品が堅調に推移したことによるプロダクトミックス好転と返品調整引当金の減少などにより原価率が改善したほか、前年同期に新ブランド・新ライン向けにマーケティングコストを集中投入した反動と経費節減努力による販管費の減少もあり、増益となりました。
- 海外化粧品事業は、現地通貨ベースで売上がプラスとなったものの、日本からの輸入品が相対的に多いアジア・オセアニア地域において円高影響が出たため、低水準の営業利益が続きました。

7

2009年度 通期見通し

(億円)

	見通し	前年比	外貨 前年比	前回 見込差
売上高	6,500	▲5.8%	—	0
国内	4,130	▲3.6%	—	0
海外	2,370	▲9.5%	+3%	0
営業利益	500	+0.2%	—	0
経常利益	510	▲2.0%	—	0
当期純利益	310	+60.0%	—	0

- ▶海外売上比率 36.5%(▲1.5pp)
- ▶営業利益率 7.7%(+0.5pp)
- ▶為替レート ドル93.6円(▲10%) 円130.2円(▲15%) 中国元13.70円(▲8%)
- ▶配当 当初計画通り、一株あたり年間50円を予定

6

- 次に通期見通しです。
- 表のとおり、10月29日に発表した年間見通しをそのまま据え置きます。これは、第3四半期までの国内売上伸長率が依然、通期の見通しを下回っているものの、利益面では見通しに沿った進捗になっていること、第4四半期は国内で多数の有力な新製品をテコに巻き返しを図ろうとしていること、などが背景にあります。
- 売上減による差益減や円高の影響が響きますが、峻別と集中の徹底によるマーケティング費用の効率運用と、経費の節減に努め、営業利益は前期並みの500億円を見込みます。営業利益率は7.7%となります。当期純利益は、通期でも特別損益の改善と税金費用の軽減を見込むことから、60%増の310億円と見通しています。
- なお配当については、当初計画通り、一株あたり年間50円を継続する予定です。

8

2009年度 第4四半期見通し

(億円)

	見通し	前年比	外貨 前年比
売上高	1,854	+7.9%	—
国内	1,112	+7.8%	—
海外	742	+8.1%	+14%
営業利益	174	+37.9%	—
経常利益	175	+39.9%	—
当期純利益	73	(▲19)※	—

※前年同期実績

為替レート ドル89.7円(▲7%)ユーロ132.7円(+5%)中国元13.10円(▲7%)

7

●第4四半期のポイントです。

●海外については、既に第4四半期を終了しており、大きな見込み差は出てこないことから、最大のポイントは国内売上ということになります。

現時点で、第4四半期の国内売上は前年同期比で7.8%の増収を見込んでいますが、この数字の前提として、カウンセリングとセルフ化粧品店頭売上を前年比±0%と見込んでいます。第3四半期までの傾向からはジャンプしますが、この数字にチャレンジしていきます。

●今年度は、集中的に強化するブランドと店舗をチャネル毎に絞り込んだ取り組みを実施しており、パワーショップやデパートで成果が出てきています。この取り組みを継続するとともに、第4四半期はドラッグストア向けにもシニア売場設置や在庫良質化を図るチャネル対策を強化します。また、第2四半期に発売したウーノフォグバー、レチノバイタルなどイノベーション的な新製品は厳しい環境下でもヒットしていますが、第4四半期は規模が大きく、新たな売場拡大にもつながる魅力的な新製品が多数控えています。具体的には、1月のフォグバー詰替用、マキアージュに続き、2月はエリクシールホホワイト、HAKU美白マスク、マシェリなど、3月は内外美容の新ブランド「インアンドオン」に加えて、TSUBAKIの新ラインを発売します。また、2月発売のアクアレーベル美白ラインはコンビニエンスストアの取扱店数も大幅に拡大する予定です。

9

2009年度 第4四半期見通し

(億円)

	見通し	前年比	外貨 前年比
売上高	1,854	+7.9%	—
国内	1,112	+7.8%	—
海外	742	+8.1%	+14%
営業利益	174	+37.9%	—
経常利益	175	+39.9%	—
当期純利益	73	(▲19)※	—

※前年同期実績

為替レート ドル89.7円(▲7%)ユーロ132.7円(+5%)中国元13.10円(▲7%)

7

●12月末の店頭在庫は、9月末からさらに減少していますが、逆に今期末は売場拡大で9月末より高い水準を狙います。この在庫差に加えて、在庫調整圧力が高まった前年同期の出荷が低水準(前年比▲9%)だったことにより、国内売上の伸びは高くなります。

●この売上増による差益増を主因として、営業利益は前年比38%増益を見込んでいます。

●なお、期末の店頭在庫が一時的に増える計画ですが、売場の純増と在庫良質化の結果として4月以降の店頭活性化につながるものと考えています。

ベアエッセンシャル買収について

- 1月25日にTOBを開始
- 2010年3月期業績への影響は軽微

8

- 最後に、1月15日に発表した米国のベアエッセンシャルの買収に関する情報です。
- 1月25日に公開買い付けをスタートしました。買い付け期間は3月8日までの30営業日となります。
- この買収に関連する諸費用については、買収が成立していない現段階では不確定要素があるため、2010年3月期業績見通しには織り込んでいません。TOB終了後に、不確定要素が明快になり、必要があれば、当該費用の影響を反映した見通しを開示したいと考えています。いずれにしましても、今期業績に与える影響は軽微です。