



2010年4月6日

各 位

会社名 株式会社 資 生 堂
代表者名 代表取締役社長 前田 新造
(コード番号 4911 東証第1部)
問合せ先 広報部長 関口 佐俊
(TEL.03-3572-5111)

モンゴル国で販売開始

資生堂は、2010年5月下旬よりモンゴル国の首都ウランバートルで化粧品販売を開始します。代理店ビシュレルト社（所在地 モンゴル・ウランバートル市）を通じてグローバルブランド「SHISEIDO」のメイキャップ、スキンケアラインを取り扱い、カウンセリングによるきめ細やかな対応で資生堂の愛用者づくりを着実に進めます。モンゴル国での販売により、グローバルブランド「SHISEIDO」の取り扱い国は日本を含め74の国と地域となります。

進出の背景

モンゴル国の人口は約270万人で、首都ウランバートルに約100万人が集中しています。近年の地下資源開発などによる経済成長は今後も持続すると思われれます。高級化粧品市場の規模そのものはまだ大きくありませんが、2003年からの6年間で約2倍になるなど急速な伸びを見せています。都市部に住む女性のおしゃれ意識の高まりとともに、ショッピングセンターなど化粧品売り場の環境も整ってきました。

資生堂は、「日本をオリジンとしアジアを代表するグローバルプレイヤー」となることを目指し、2008年に策定した3ヵ年計画を推進しています。なかでも中心的な活動のテーマのひとつとして、「新規市場への事業拡大」と「既進出市場の強化」に取り組んできました。モンゴル国への進出もその一環です。初年度はウランバートル市内のショッピングセンター内の1店舗からグローバルブランド「SHISEIDO」の取り扱いを開始し、プレステージイメージの確立と愛用者の着実な獲得を目指します。

代理店概要

ビシュレルトグループは貿易、銀行、ホテルなどを多角的に展開する企業です。

会社名：ビシュレルト・トレード社 (Bishreilt Trade Co., Ltd)

代表者：バットバヤル ウンダルマー (Ms. BATBAYAR UNDARMAA)

所在地：モンゴル国、ウランバートル市

資本金：47億4000万MNT（トグログ・百万MNT以下四捨五入：約2億9700万円）

事業内容：化粧品輸入・販売

本件が当社の当面の連結業績に与える影響は軽微ですが、将来的には、アジア市場における当社の事業拡大に寄与するものと考えております。

以上

【参考資料】海外事業強化のための主な取組み

2008年1月	「資生堂ロシア」による化粧品販売を開始。（1999年に代理店を通じて同市場に参入。2007年に子会社を設立） ビジネススキームの強化
2008年3月	ルーマニア、ブルガリアで販売開始。東ヨーロッパの輸入・販売代理店を通じて同市場に参入。 新規市場への参入
2008年3月	ベトナムに生産工場を設立することを発表（2010年2月竣工）。海外の生産工場は11番目となる。（アメリカ3、フランス3、中国本土2、台湾2、ベトナム1） グローバル生産体制の強化
2009年1月	グローバルブランド「SHISEIDO」から、新メーキャップライン発売。売場カウンターの機能とデザインを一新、シンボリックサインの導入。 グローバルブランド「SHISEIDO」の革新
2009年1月	代理店経由だったオランダ（1964年より）、ポーランド（1998年より）の2カ国における営業活動を資生堂ドイツランドに取り込み、同社における直接オペレーションへ変更。 ビジネススキームの強化
2009年5月	初のアフリカ進出。「資生堂ヨーロッパ」（フランス・パリ）を通じ、エジプト・カイロ空港免税店でグローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 新規市場への参入
2009年8月	ラオスにて販売開始。「資生堂タイランド」（タイ・バンコク）を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 新規市場への参入
2009年8月	モロッコで販売開始。「資生堂ヨーロッパ（フランス・パリ）を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を販売。 新規市場への参入
2009年10月	ギリシャで合弁会社「資生堂ヘラス」の設立契約に調印。「資生堂インターナショナルヨーロッパ」（フランス・パリ）とギリシャの有力化粧品輸入・販売会社との合弁会社を設立し、2010年より営業開始。 ビジネススキームの強化
2009年12月	中央アジア・アゼルバイジャンにて販売を開始。「資生堂ヨーロッパ」（フランス・パリ）を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 新規市場への参入
2010年1月	ベトナムで、「資生堂 コスメティクス ベトナム」による営業開始。 ビジネススキームの強化
2010年1月	「資生堂スイス」による化粧品販売を開始。（1990年に代理店を通じて同市場に参入） ビジネススキームの強化