



2010年7月15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 斉藤 幸博
(TEL. 03-3572-5111)

バルカン半島の3カ国で化粧品販売を開始

資生堂は、2010年7月中旬より、欧州市場の強化の一環として、バルカン半島のアルバニア共和国を皮切りに、コソボ共和国、マケドニア共和国の3カ国にて順次、資生堂化粧品の販売を開始します。資生堂の東欧ビジネスで実績のある代理店エベレット社を通じて、全世界で展開するグローバルブランド「SHISEIDO」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進めます。

今回の新規進出により、資生堂化粧品の販売は世界77の国と地域となり、欧州地域では44カ国となります。なお、これら3カ国とも日本の化粧品ブランドとしては初の市場参入となります。

進出の背景

アルバニア、コソボ、マケドニアは、黒海・エーゲ海・地中海・アドリア海に囲まれた欧州東南部のバルカン半島に位置しています。近年、各国の首都人口は50万人を超え、社会基盤の安定化とともに、経済も成長の兆しを見せています。こうした状況のなか、美容に関心の高い富裕層をターゲットとした化粧品専門店の出店が始まっており、輸入高級化粧品を購入できる環境が整いつつあります。

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カ年計画を推進しています。海外事業では「新規市場への事業拡大」と「既進出市場の強化」に取り組んでいます。

資生堂は、1980年にフランス、ドイツに進出し、本格的に欧州市場に参入しました。以来、欧州市場において高品質の化粧品として高い評価を受けています。今回、空白地帯となっていた欧州東南部の3カ国に進出することで、欧州市場におけるプレゼンスをさらに高めます。

マーケティングの考え方

各国ともに、流通チャネルの整備が進むなか、化粧品においてもデパートや高級化粧品店の出店が始まっています。資生堂は、これらが集まる首都を中心に、プレステージブランドとしてのイメージを徹底できるお店を厳選し、初年度は各国2~3店規模で出店します。資生堂が得意とするスキンケアを主力とした高級化粧品のカウンセリング販売を展開することを目指します。

<代理店:エベレットの概要>

会社名 : エベレット社
代表者名 : タティアナ・ペテック・スムラーダ
所在地 : スロベニア共和国・リュブリナ
資本金 : 4,662,377.50 ユーロ
事業内容 : 化粧品の輸入・販売

<グローバルブランド「SHISEIDO」>

スキンケア、メーキャップ、サンケア、ボディ、フレグランス、男性化粧品など。

主なラインとしては、SHISEIDO フューチャーソリューション LX、SHISEIDO ザ・スキンケア、SHISEIDO バイオパフォーマンス、SHISEIDO ベネフィアンス、SHISEIDO ホワイトルーセント、SHISEIDO ピュアネス、SHISEIDO メーキャップ、SHISEIDO サンケア、SHISEIDO ボディークリエイター(ボディ)、SHISEIDO ゼン(フレグランス)、SHISEIDO メン(男性用)など。

本件が2011年3月期の当社連結業績に与える影響は軽微ですが、将来的には欧州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

【ご参考】

◆海外事業強化のための最近の取組み◆

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
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に切り込み、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	ラオスで販売開始。「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」を設立。2010年より営業開始。(「資生堂インターナショナルヨーロッパ」(フランス・パリ)とギリシャの化粧品輸入・販売会社による合弁会社) 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
2010年2月	ベトナムに生産工場を竣工。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
2010年5月	モンゴルで代理店を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。新規市場への参入
2010年5月	香港の連結子会社「資生堂大昌行化粧品有限公司」の株式全取得による100%子会社化を発表。ビジネススキームの強化