



各 位

2010年9月14日

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)

## グルジアで化粧品販売開始

資生堂は、2010年10月より、グルジアで販売を開始し、新規市場への事業拡大を進めます。

同国の高級化粧品販売において実績のある代理店「プレステージ社」を通じ、欧米市場を中心に資生堂が長年培ってきたプレステージマーケティングを展開し、全世界共通の高級化粧品グローバルブランド「SHISEIDO」のメーキャップ、スキンケアなどを販売します。

これにより、海外での資生堂化粧品の販売は、世界78の国と地域（日本含む）、欧州地域では44カ国となります。なお、日本の化粧品ブランドとしては初のグルジア市場参入となります。

### 進出の背景

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」を目指し、2008年にスタートした3カ年計画を推進しています。なかでも海外事業においては、「新規市場への事業拡大」と「既進出市場の強化」に注力しています。2010年は、5月下旬にモンゴル国へ、続いて、バルカン半島の3カ国にて、7月のアルバニア共和国を皮切りに、8月にコソボ共和国、9月にマケドニア共和国へ進出を果たすなど、積極的な新規市場への参入を進めています。

### グルジアで販売に至った背景

グルジアは、NIS諸国\*のひとつで、地理的にはヨーロッパと南西アジアの交差点に位置し、北部をカフカス山脈によってロシアと、西の国境は黒海の東岸と、南部をトルコ、アルメニア、アゼルバイジャンと隣接しています。古くはシルクロードの要所として数多くの民族や物資が行き交い、現代では原油と天然ガスのパイプラインとしての役割が注目されています。2010年に入り、経済成長率は再び上昇の兆しが現れており、なかでも化粧品市場は前年の15%の成長率を示しています。今後も経済基盤の安定化とともに、さらなる高級化粧品の需要が拡大することが期待されていることから、今回の販売開始に至りました。

資生堂は、NIS諸国のなかでは1998年よりロシア、2002年よりウクライナ、カザフスタン、2009年よりアゼルバイジャンでの資生堂化粧品の販売を開始しており、グルジアは5カ国目となります。

※ NIS諸国=The Newly Independent States。旧ソ連新独立国家。ロシアを含む全12カ国。

アゼルバイジャン共和国、アルメニア共和国、ウクライナ、ウズベキスタン共和国、  
カザフスタン共和国、キルギス共和国、グルジア、タジキスタン共和国、トルクメニスタン、  
ベラルーシ共和国、モルドバ共和国。

## 販売計画について

「プレステージ社」は、高級化粧品の輸入・卸業を行うグルジアの代理店で、同時に化粧品販売業も手掛けています。同社が経営する化粧品系列小売店はグルジア国内最大の約 20 店舗にのぼり、スキンケア販売のノウハウと実績で市場から高い評価を得ています。販売は、この系列店舗のなかから高級スキンケア製品のカウンター販売を得意とする 7 店舗からスタートし、きめ細やかな対応で愛用者の拡大を図ります。

### <代理店の概要>

会社名 : プレステージ社  
所在地 : グルジア、トビリシ  
代表者 : ザザ アサニゼ氏  
事業内容 : グルジアへの化粧品の輸入・卸、化粧品の小売販売業

## 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、ボディー、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(ボディー)、SHISEIDO ボディークリエイター(ボディー)、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

【参考資料】

◆ 海外事業強化のための近年の取組み◆

2008年1月	「資生堂ロシア」による化粧品販売を開始。(1998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に切り込み、同社によ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」を発売。 新規市場への参入
2009年11月	ギリシャで合弁会社「資生堂ヘラス」を設立。2010年1月より営業開始。「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	モンゴル国で、代理店を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」販売開始を発表。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
2010年7月～ 9月	アルバニア共和国(7月)・コンボ共和国(8月)・マケドニア共和国(9月)に代理店を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」販売開始。新規市場への参入