



各位

2011年1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)

アルメニア共和国、ベラルーシ共和国で化粧品販売開始

資生堂は、2011年2月より、100%出資の子会社「資生堂ヨーロッパ(フランス・パリ)」を通じ、NIS諸国^{*}であるアルメニア共和国とベラルーシ共和国にて、全世界共通のグローバルブランド「SHISEIDO」のスキンケア、メーキャップなどを販売し、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ます。これにより、資生堂化粧品の販売は、世界85の国と地域(日本含む)となります。

※NIS 諸国(旧ソ連新独立国家: Newly Independent States)

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、さまざまな活動を推進しています。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年度については、7月のアルバニア共和国を皮切りに、コンボ共和国、マケドニア共和国のバルカン半島の3カ国、モンゴル国、グルジア、南アフリカ共和国、コロンビア共和国、モルドバ共和国、2011年1月より、パナマ共和国へ展開を進めるなど、積極的な新規市場への参入を図っています。

アルメニア共和国での販売について

東西文明の十字路に位置するアルメニアは、地理的には北をグルジア、東をアゼルバイジャン共和国、西をトルコ共和国に囲まれています。1991年の独立後、民主化、市場経済化を推進し、着実に経済力を高めていることから、欧米のフレグランスを主力とする高級化粧品ブランドが進出しています。

資生堂ヨーロッパにて輸入高級化粧品の販売において実績のある化粧品専門店3系列と契約し、初年度は7店で販売を開始します。

ベラルーシ共和国での販売について

ベラルーシは、2000年以降、旧ソ連時代から培ってきた高い技術力による工業製品の生産で、高い経済成長を維持してきました。2009年度は、世界的な経済危機の影響を受けましたが、2010年度は回復基調にあります。このような背景のなか、消費者の購買力が向上し、世界的なファッションブランドは市場にすでに浸透しており、高級化粧品市場も二桁の高い成長率を記録しています。

資生堂ヨーロッパにて輸入高級化粧品の販売において実績のある化粧品専門店1系列と契約し、初年度は4店で販売を開始します。

<資生堂ヨーロッパの概要>

- (1)名称 資生堂ヨーロッパ (Shiseido Europe S.A.S.)
- (2)所在地 フランス・パリ
- (3)代表者名 資生堂ヨーロッパ取締役社長 岡澤 雄 (おかざわ ゆう)
- (4)事業内容 欧州を中心とする資生堂グループ化粧品の輸出入・販売
- (5)資本金 9,000,000 ユーロ(資生堂100%出資)

グローバルブランド「SHISEIDO」

スキンケア、メイキャップ、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 メイキャップ、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、将来的には当社のヨーロッパ市場における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。(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、新メイ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 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」に取り込み、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」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」を販売開始。 新規市場への参入
2009年8月	ラオスで、「資生堂タイランド」を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。新規市場への参入 モロッコで、「資生堂ヨーロッパ」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」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・アゼルバイジャンで、「資生堂ヨーロッパ」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 「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。(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	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	バルカン半島の3カ国(アルバニア(7月)、コソボ(8月)、マケドニア(9月))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9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10月	グルジア、南アフリカで代理店を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。新規市場への参入
2010年11月	コロンビアで代理店、モルドバで「資生堂ヨーロッパ」を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 新規市場への参入
2011年1月	パナマで代理店を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。新規市場への参入