



2019年 第1四半期実績 (1月- 3月)

マイケル クームス

株式会社 資生堂

執行役員 最高財務責任者

2019年 5月 14日

SHISEIDO

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およ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。

2019年 第1四半期 Executive Summary

当第1四半期は年間目標達成に向け計画通りに進捗
売上高+5.5%実質成長 9四半期連続増収^{*1}
営業利益△17.4% 営業利益率14.2% 計画通り進捗
四半期純利益+16.1%の増益

売上高 2,736億円 外貨前年比+5.1% 前年比+3.7%
2018年事業撤退^{*2}影響を除く実質外貨前年比+5.5%

- 中国：プレスステージの店頭売上 強いモメンタムを継続（+40%超^{*3}）
- プレスステージブランドがグローバルで大きくけん引（+8%^{*4}）
- 「エリクシール」「アネッサ」はグローバルで2桁成長を継続
- 日本：売上計画通りに進捗、シェア拡大
バイヤー売上減少するもインバウンド売上拡大

営業利益 389億円 営業利益率14.2% 前年差△82億円 前年比△17.4%

- 当第1四半期は年間目標達成に向け計画通りに進捗
- マーケティング、研究開発、人材へのさらなる投資強化をしながら
2桁の営業利益率達成

親会社株主に帰属する四半期純利益
335億円 前年差+46億円 前年比+16.1%

^{*1} 2015年に当社決算期を3月末から12月末に変更後

^{*2} アメニティグッズ事業

^{*3} 中国本土での売上

^{*4} 香港における販売手数料会計処理変更(2018年第2四半期)を調整

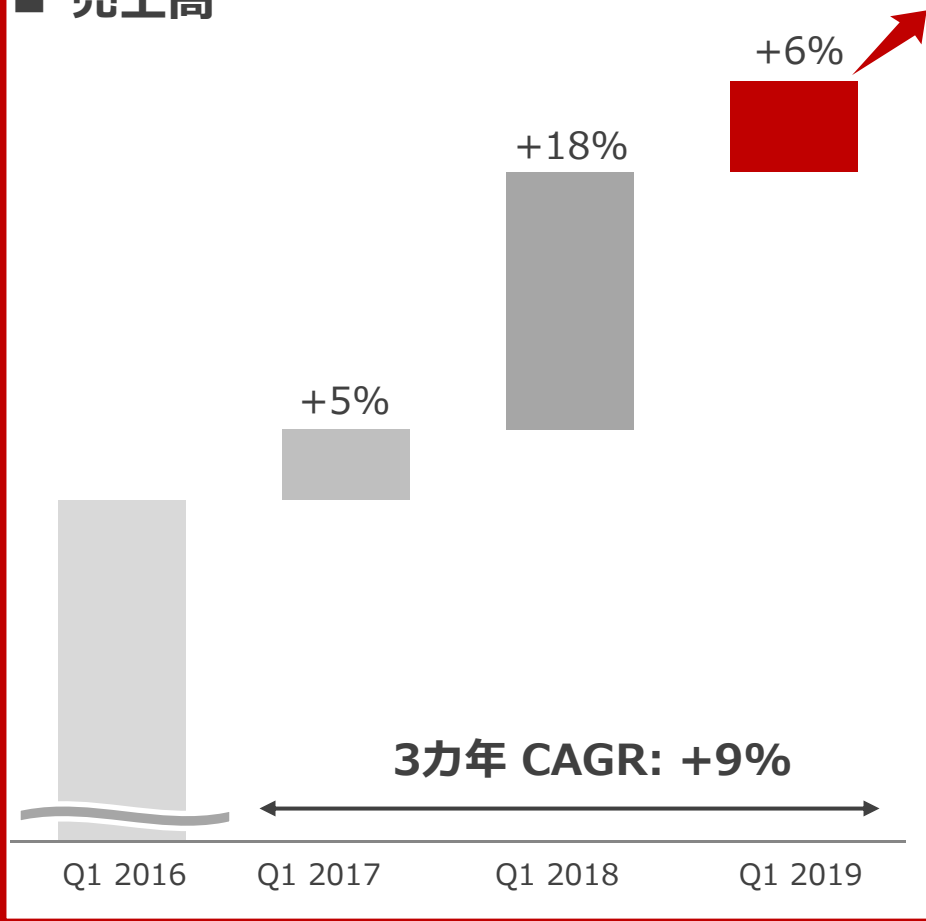
第1四半期の高いハードルを乗り越える

実質成長+6%

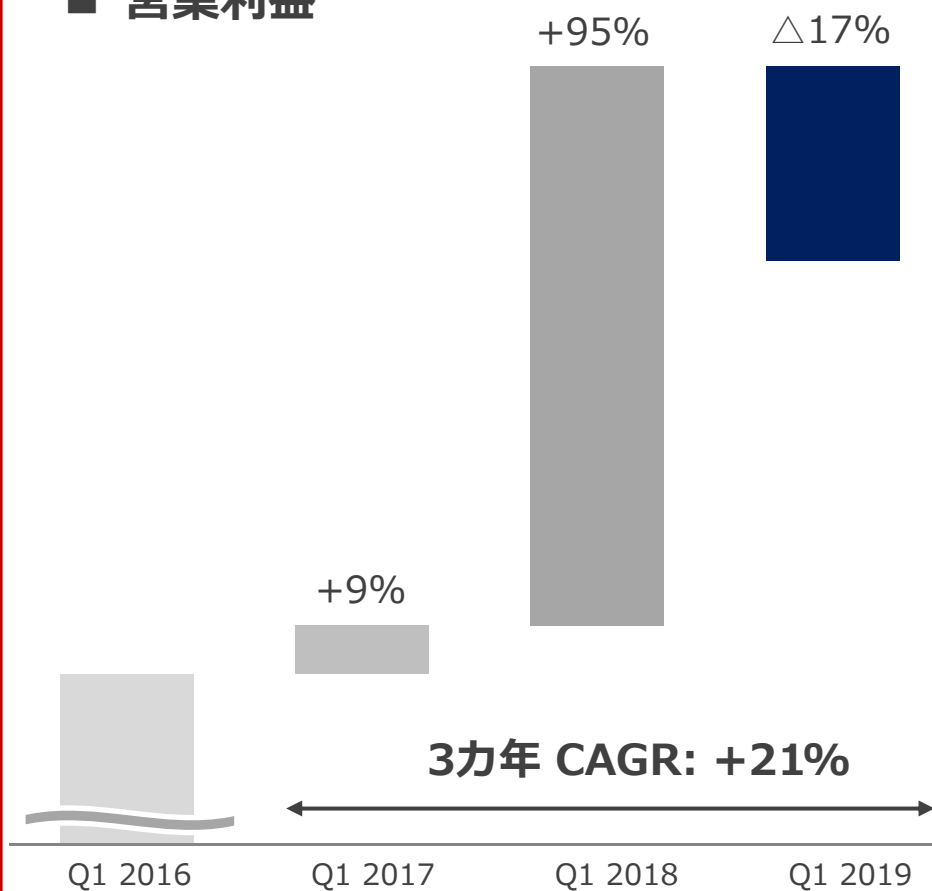
4月：好調なモメンタム

高いハードルと積極的な投資継続

■ 売上高*



■ 営業利益



* 実質外貨前年比

2019年 第1四半期 実績要約

(億円、%)	2019		2018		前年差	前年比	外貨 前年比
		構成比		構成比			
売上高	2,736	100	2,638	100	+99	+3.7	+5.1 +5.5 ^{*3}
売上原価	566	20.7	549	20.8	+17	+3.0	
販管費	1,781	65.1	1,617	61.3	+164	+10.2	
営業利益	389	14.2	471	17.9	△82	△17.4	
経常利益	395	14.4	472	17.9	△77	△16.3	
特別損益	△8	△0.2	2	0.1	△10	—	
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	335	12.2	289	10.9	+46	+16.1	
E B I T D A ^{*2}	526	19.2	585	22.2	△59	△10.1	

為替レート ドル = 110.2円 (+1.8%)、ユーロ = 125.2円 (△6.1%)、中国元 = 16.3円 (△4.3%)

*1. 前年差のプラス、マイナスの符号は、それぞれ金額の増減を表示

*2. 調整後：税金等調整前四半期純利益（損失）+ 支払利息 + 減価償却費 + のれん等の減損損失

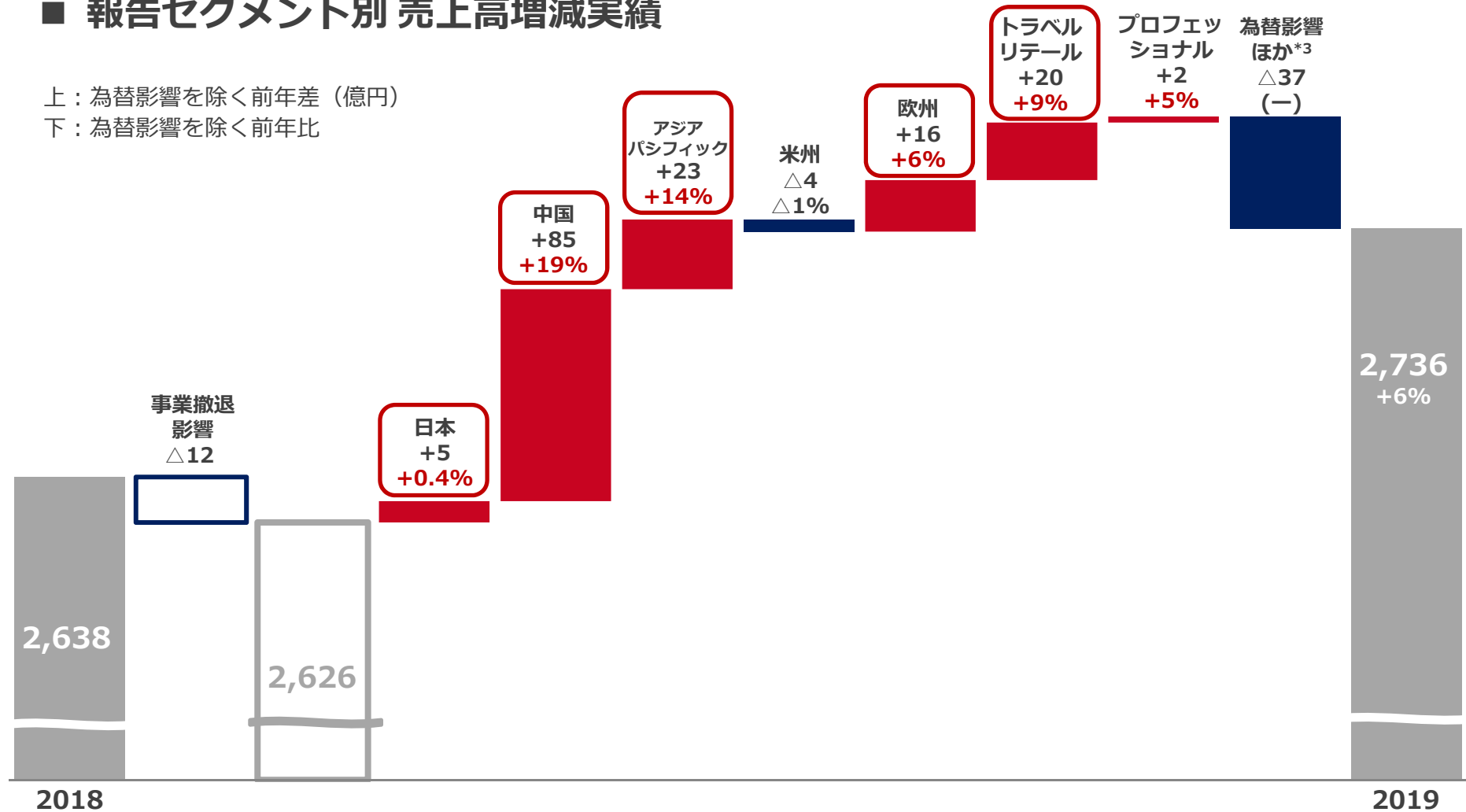
*3. 実質外貨前年比

中国、アジアパシフィック、欧州、トラベルリテールで 好調なスタート

■ 報告セグメント別 売上高増減実績

上：為替影響を除く前年差（億円）

下：為替影響を除く前年比



*1. 各事業の前年同期比および現地通貨建ての前年同期比は、実際の為替レートに基づいて計算

*2. セグメント分類については、補足資料14を参照

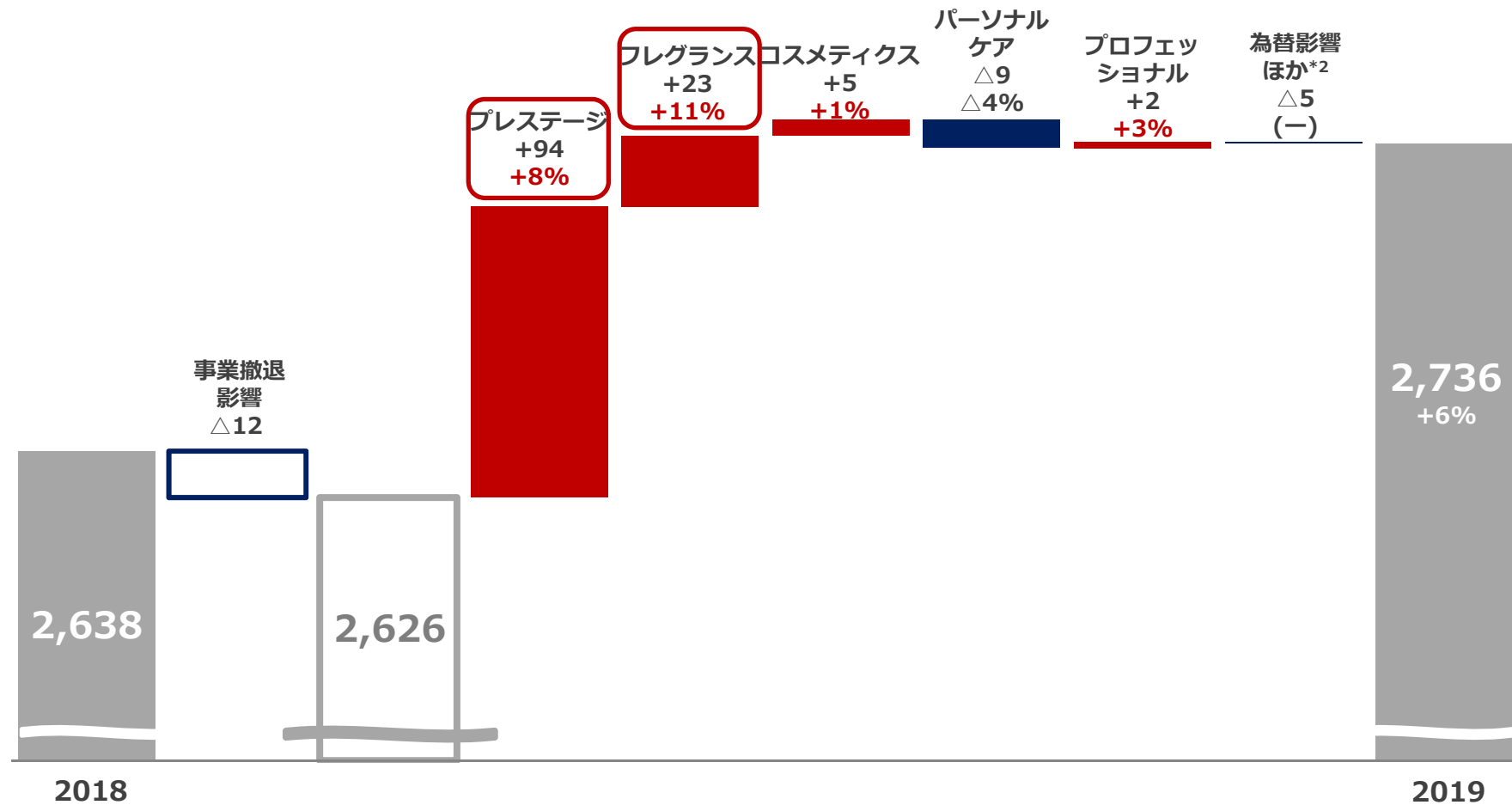
*3. 「為替影響ほか」は為替影響△35億円および報告セグメントとしての「その他」事業の売上高を含む

プレステージとフレグランスが売上成長をけん引

■ 事業別売上高増減実績

上：為替影響を除く前年差（億円）

下：為替影響を除く前年比



*1. 各ブランド前年差および前年比は、期初想定の為替レートベースにて算出

*2. 「為替影響ほか」は為替影響△35億円、「その他」事業の売上高、想定レートと実際のレートの差を含む

9四半期連続2桁成長で全体の売上に貢献

■ 売上高前年比

プレステージ



SHISEIDO
GINZA TOKYO

+19%



IPSA

+10%

コスメティクス



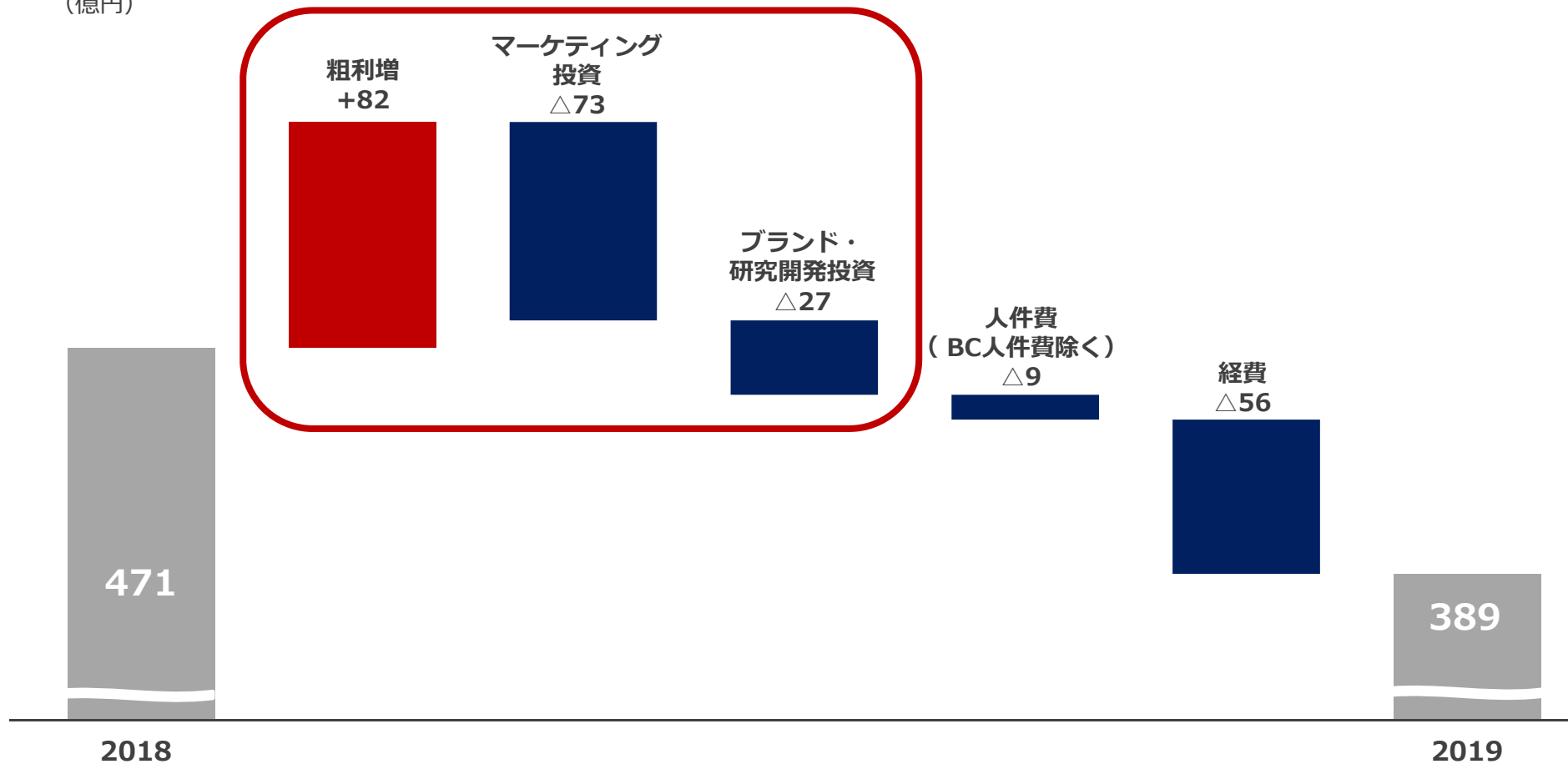
ANESSA

+24%

持続可能な成長に向けて マーケティング、研究開発、人材へ投資を強化

■ 費用項目別 営業利益増減実績

(億円)



中国 プレステージブランドに減速の兆しなし

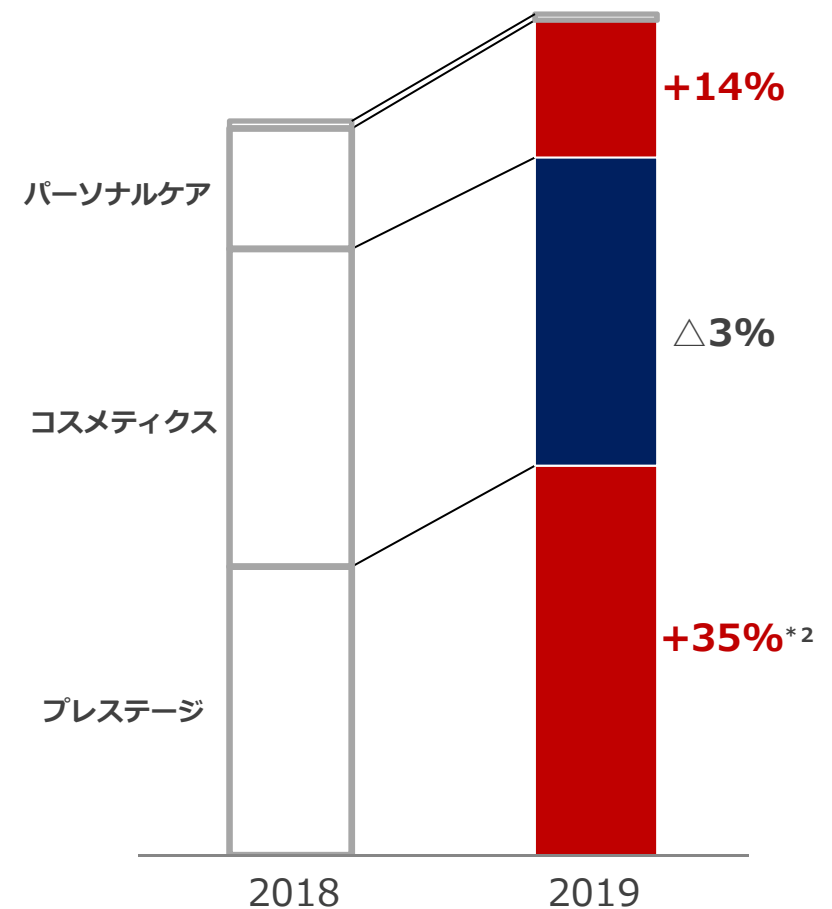
● 市場 引き続き好調、さらなる成長へ

- 化粧品市場は3月に2桁伸長
- Eコマース市場：
口紅、クリーム、メイクアップの平均単価上昇

● 当社(店頭売上)*1

- プレステージ：シェア拡大、+40%超
 - ・「SHISEIDO」：+40%超
 - ・「クレ・ド・ポー ボーテ」：+30%超
- コスメティクス：好調継続
 - ・「エリクシル」「アネッサ」：+40%超
 - ・「オプレ」：前年を下回る
- パーソナルケア：2桁成長継続
- Eコマース 売上：+30%超

■ 事業別出荷売上高の増減



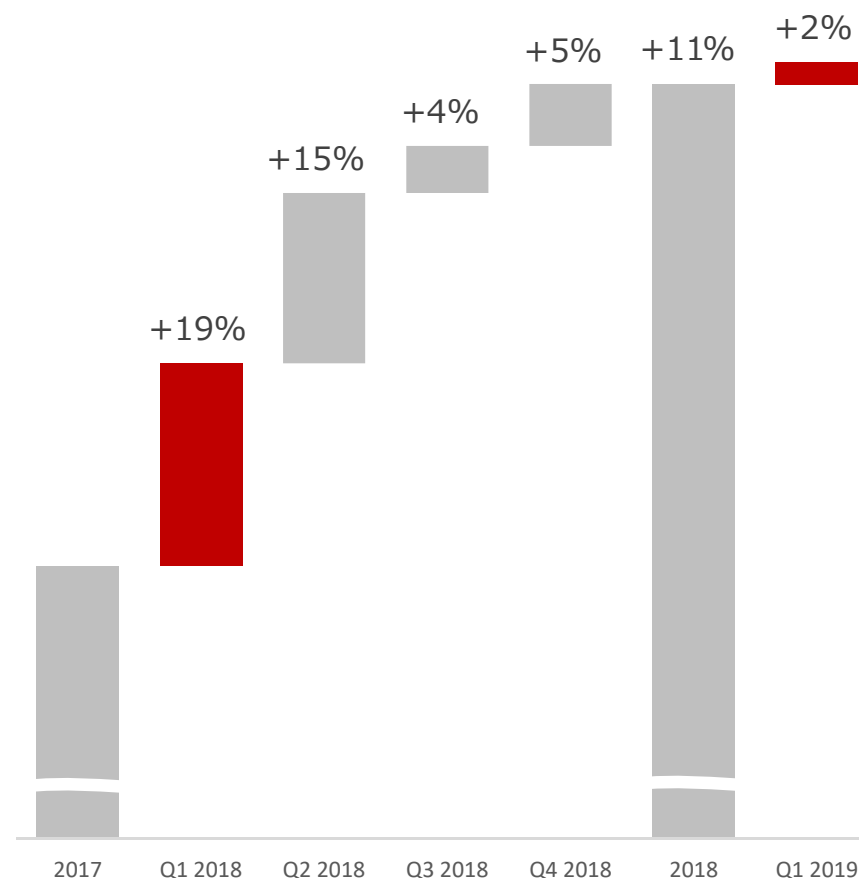
*1. 中国本土での売上

*2. 香港における販売手数料会計処理変更(2018年第2四半期)を調整

日本 2018年第1四半期のハードルを越える 市場シェア拡大、インバウンド増収

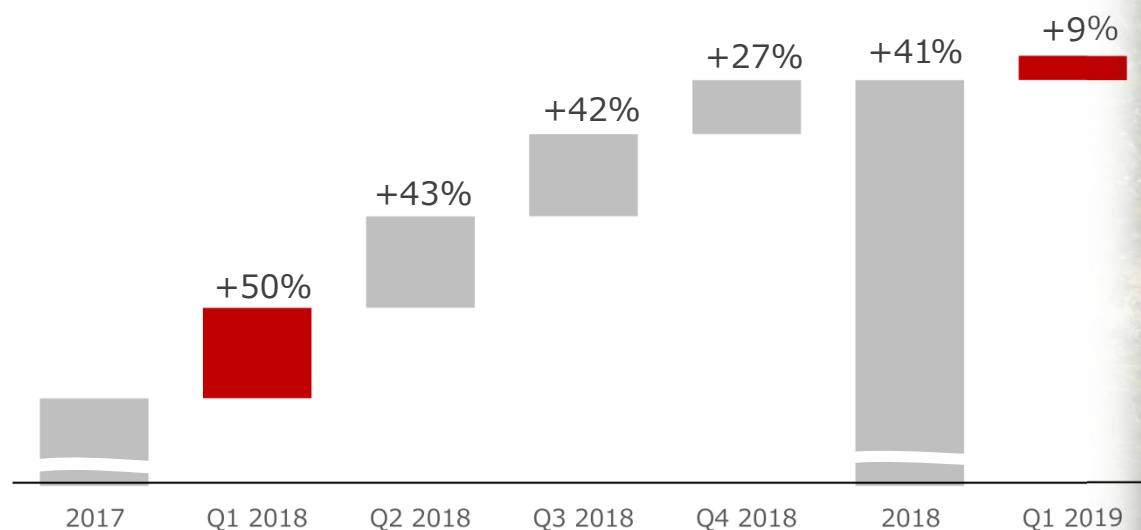
- 国内化粧品市場：+0~1%
- 当社（店頭売上）：+2%
 - 日本人売上：△0.5%
 - ・ 肌3分野：+5%
 - インバウンド売上：+6%
 - ・ 一般インバウンド：+10%台半ば
 - ・ バイヤー：△10%台半ば
- 当社（出荷売上）：+0.4%
 - 成長ドライバー
 - ・ 「エリクシール」：
ホワイト リニューアル
 - ・ 「HAKU」「d プログラム」：
薬用 ケアハイブリッドファンデ
 - 課題
 - ・ 「リバイタル」：品切れ影響
 - ・ 「TSUBAKI」：新製品の発売時期差

■ 四半期別店頭売上伸長率推移



トラベルリテール 市場環境の変化の中 店頭売上+20%超

■ 四半期別実質出荷売上伸長率推移*



- 2桁成長：
 - ・ 既存ブランド：「SHISEIDO」「アネッサ」
 - ・ 新規導入ブランド：「LAURA MERCIER」「イプサ」
- 供給課題：「クレ・ド・ポー ボーテ」
- フレグランス市場の減速
- バイヤー売上減少

* 2018年第1四半期から第4四半期の比率はバーバリー社との契約終了影響を除く実質前年比

アジアパシフィック すべての国・地域、すべての事業で成長

- 当社: **+14%**増収（出荷売上）
すべての主要市場でシェアを拡大
 - すべての国・地域で成長、
特にASEAN諸国が成長をけん引
 - すべての事業およびほぼすべての
ブランドが増収

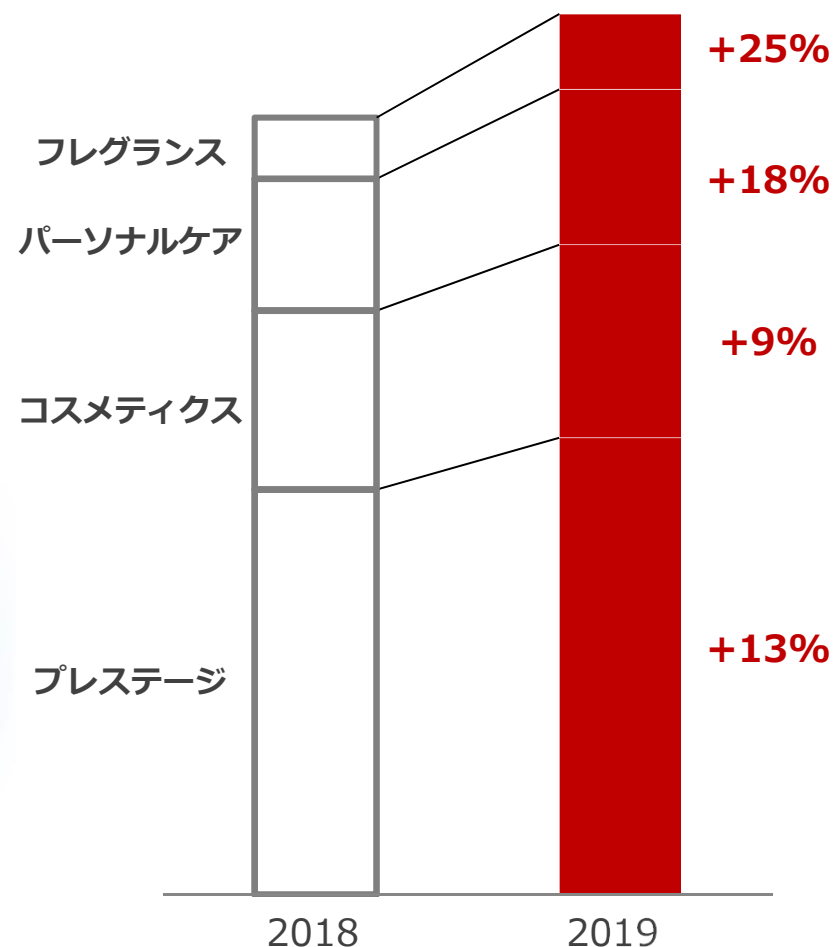
純白専科
SENKA

【タイ】 เซนกะ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
ฟื้นบำรุงผิวเปล่งประกาย
สร้างสมดุล ผิวสวยสุขภาพดี
ลดเลือนจุดด่างดำ เผยผิวดูสว่างใส เฝื่อนนุ่ม

SENKA is a registered trademark of Shiseido Company, Ltd. in Japan and other countries. © 2019 Shiseido Company, Ltd.



■ 事業別出荷売上高増減



米州 メイクアップ市場の低迷

- 市場：マイナス（メイクアップ）
プラス（スキンケア、フレグランス）
- 当社（店頭売上）
 - 堅調なスタート
 - ・「SHISEIDO」
 - ・「クレ・ド・ポー ボーテ」
 - ・「Dolce&Gabbana」
 - 低調なスタート
 - ・「bareMinerals」不採算直営店閉鎖
 - ・「NARS」新製品の発売時期差
- 当社（出荷売上）：△1%



欧州 フレグランスとメイクアップを中心に好調なスタート

- 市場：マイナス（イギリス、フランス）
プラス（イタリア、スペイン）
- 当社（店頭売上）：好調なスタート
 - フレグランス
 - ・「Dolce&Gabbana」
 - ・「narciso rodriguez」
 - メイクアップ
 - ・「NARS」
 - ・「LAURA MERCIER」
 - ・「SHISEIDO」メイクアップ
- 当社（出荷売上）：+6%



2019年 第1四半期要約

日本

- ・ 第1四半期は計画通り
- ・ インバウンド売上の獲得
- ・ イノベーションによる需要喚起
- ・ 「リバイタル」供給課題

米州

- ・ 「Dolce&Gabbana」好調なスタート
- ・ スキンケア、フレグランスの市場成長

中国

- ・ プレステージのモメンタム
- ・ Eコマースの継続強化

欧州

- ・ フレグランスのモメンタム
- ・ 「クレ・ド・ポー ボーテ」地域拡大

アジアパシフィック

- ・ プレステージのモメンタム
- ・ コスメティクス、パーソナルケアの拡大
- ・ Eコマースの継続強化

トラベルリテール

- ・ 供給課題継続
- ・ 「SHISEIDO FOREST VALLEY」

2019年4月のトレンド（速報値）

日本

- 売上高 1桁半ばの成長
- インバウンド売上（デパート免税のみ）
一般インバウンド：+30%超
バイヤー：10%台前半のマイナス

中国

- 売上高 +30%超
- 減税による利益を再投資へ

TR

- 売上高 +20%超

2019年 年間目標達成に向けて

第1 四半期の課題

継続する供給問題

米国 低調なスタート

課題ブランド

- ・「bareMinerals」
- ・「オプレ」

日本 パーソナルケア

第2 四半期以降の取り組み

主要製品の生産を優先
需要変化に応じた生産対応

成長チャネルへの注力
スキンケア強化

ブランドの強化

- ・「bareMinerals」の構造改革
- ・「オプレ」の戦略見直し

「専科」「TSUBAKI」強化

ESG 取り組み強化

OUR MISSION

BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD

- Protect Beauty

- カネカと生分解性化粧品容器の共同開発を開始
- 「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」の提言に賛同

- Empower Beauty

- ライフクオリティー ビューティーセンター シンガポールに開設
- 「クレ・ド・ポー ボーテ」
グローバルチャリティ「パワー・オブ・ラディアンス プログラム」開始
- ジェンダーダイバーシティの促進
取締役・監査役 女性役員比率 45%
「30% Club Japan」参加

- Inspire Beauty

- グローバルイノベーションセンター 「S/PARK Museum」

- Governance

- 長期インセンティブ型報酬へのESG目標の組み入れ



SHISEIDO

補足1

日本 実質売上成長 +0.4% コアブランドの売上拡大継続

(億円、%)		2019年		2018年		前年差	前年比
			構成比		構成比		
売 上 高	プレステージ/ 専 門 店	393	34.5	382	33.4	+11	+2.7
	コスメティクス	532	46.7	523	45.6	+9	+1.7
	パーソナルケア	120	10.5	144	12.5	△24	△16.8
	そ の 他 * 2	96	8.3	98	8.5	△2	△2.2
		1,140	100	1,147	100	△7	△0.6

アメニティグッズ事業撤退の影響を除く実質前年比+0.4%

(億円、%)		2019年	2018年	前年差	前年比
営 業 利 益	営 業 利 益	263	300	△37	△12.2
	利 益 率	21.1	24.3	△3.2ポイント	
のれん等償却前利益	のれん等償却前利益	264	300	△37	△12.2
	利 益 率	21.1	24.3	△3.2ポイント	

*1. 2019年度日本事業内のマネジメント体制に合わせ、一部前年実績を組み替えている

*2. 「その他」は、ヘルスケア事業などを含む

*3. 構成比は、日本事業内の比率を表示

*4. 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率

*5. セグメント変更については、補足資料14を参照。なお、前年実績は変更後の区分方法により作成したものを記載

補足2

中国 積極的な投資により増収+18.7%、営業利益率24.7%

(億円、%)	2019年	2018年	前年差	前年比	外貨 前年比
売上高	525	456	+69	+15.0	+18.7

(億円、%)	2019年	2018年	前年差	前年比
営業利益	130	148	△18	△12.3
利益率	24.7	32.4	△7.7ポイント	
のれん等償却前利益	131	149	△18	△12.4
利益率	24.8	32.6	△7.8ポイント	

- プレステージ 引き続き全体の成長をけん引
「クレ・ド・ポー ボーテ」「SHISEIDO」「イプサ」「NARS」
- コスメティクス
「アネッサ」「エリクシール」 確実な成長を継続
- Eコマース売上 好調持続

* 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率

補足3

アジアパシフィック 増収+13.5%、2桁の営業利益率継続

(億円、%)	2019年	2018年	前年差	前年比	外貨 前年比
売上高	189	171	+19	+11.0	+13.5

(億円、%)	2019年	2018年	前年差	前年比
営業利益	24	32	△9	△26.8
利益率	12.1	18.4	△6.3ポイント	
のれん等償却前利益	24	32	△9	△26.7
利益率	12.1	18.5	△6.4ポイント	

- プレステージ
「SHISEIDO」「クレ・ド・ポー ボーテ」「NARS」成長継続
- コスメティクス・パーソナルケア
「ANESSA」「SENKA」高成長

* 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率

補足4

米州 売上成長 △1.3%、「bareMinerals」の改革 計画通り進捗

(億円、%)	2019年	2018年	前年差	前年比	外貨 前年比
売上高	280	282	△1	△0.5	△1.3

(億円、%)	2019年	2018年	前年差	前年比
営業利益	△55	△46	△10	—
利益率	△14.7	△13.0	△1.7ポイント	
のれん等償却前利益	△42	△33	△9	—
利益率	△11.2	△9.3	△1.9ポイント	

- 順調に売上拡大
「Dolce&Gabbana」「SHISEIDO」
- 「bareMinerals」の構造改革を推進
「THE POWER OF GOOD」マーケティングの浸透とデジタル強化を加速

* 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率

補足5

欧州 コアブランドの成長で増収+6.3%

	2019年	2018年	前年差	前年比	外貨 前年比
(億円、%)					
売上高	250	251	△0	△0.1	+6.3

	2019年	2018年	前年差	前年比
(億円、%)				
営業利益	△18	△13	△5	—
利益率	△6.7	△4.5	△2.2ポイント	
のれん等償却前利益	△14	△8	△6	—
利益率	△5.1	△2.9	△2.2ポイント	

- 「Dolce&Gabbana」 新製品が好調なスタート
- 「narciso rodriguez」 好調

* 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率

補足6

トラベルリテール 堅調な増収+9.2% 高い営業利益率21%

(億円、%)	2019年	2018年	前年差	前年比	外貨 前年比
売上高	234	214	+20	+9.3	+9.2

(億円、%)	2019年	2018年	前年差	前年比
営業利益	49	54	△5	△9.5
利益率	21.0	25.4	△4.4ポイント	
のれん等償却前利益	49	54	△5	△9.5
利益率	21.0	25.4	△4.4ポイント	

- **アジアの高い成長が継続：**
「SHISEIDO」「アネッサ」
フレグランス「Dolce&Gabbana」中心に拡大

* 利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率

補足7

中国、アジアパシフィック：成長をけん引 欧州：堅調なスタート
日本：計画通り

2019年 第1四半期実績 売上高 報告セグメント別

(億円、%)	2019年		2018年		前年差	前年比	外貨 前年比	実質外貨 前年比 ^{*2}
		構成比		構成比				
日 本	1,140	41.7	1,147	43.5	△7	△0.6	△0.6	+0.4
中 国	525	19.2	456	17.3	+69	+15.0	+18.7	+18.7
アジアパシフィック	189	6.9	171	6.5	+19	+11.0	+13.5	+13.5
米 州	280	10.2	282	10.7	△1	△0.5	△1.3	△1.3
欧 州	250	9.1	251	9.4	△0	△0.1	+6.3	+6.3
トラベルリテール	234	8.6	214	8.1	+20	+9.3	+9.2	+9.2
プロフェッショナル	35	1.3	34	1.3	+1	+3.3	+4.7	+4.7
そ の 他	82	3.0	83	3.2	△1	△1.5	△1.5	△1.5
合 計	2,736	100	2,638	100	+99	+3.7	+5.1	+5.5

*1. セグメント変更については、補足資料14を参照。なお、前年実績は変更後の区分方法により作成したものを記載

*2. 実質外貨前年比は、2018年の事業譲渡影響を除く外貨ベースの前年比

補足8

営業利益率14.2% 成長に向けて投資を強化しながら高収益性を継続

2019年 第1四半期実績 営業利益 報告セグメント別

(億円、%)		2019年		2018年		前年差	前年比
			営業利益率		営業利益率		
日	本	263	21.1	300	24.3	△37	△12.2
中	国	130	24.7	148	32.4	△18	△12.3
アジアパシフィック		24	12.1	32	18.4	△9	△26.8
米	州	△55	△14.7	△46	△13.0	△10	—
	のれん等償却前 利 益	△42	△11.2	△33	△9.3	△9	—
欧	州	△18	△6.7	△13	△4.5	△5	—
	のれん等償却前 利 益	△14	△5.1	△8	△2.9	△6	—
トラベルリテール		49	21.0	54	25.4	△5	△9.5
プロフェッショナル		1	1.5	1	1.5	+0	+5.1
そ の 他		13	3.4	11	3.4	+2	+19.5
小 計		406	12.4	487	15.8	△81	△16.7
調 整 額		△17	—	△16	—	△1	—
合 計		389	14.2	471	17.9	△82	△17.4

*1. 営業利益率は、セグメント間の内部売上高を含めた売上に対する比率

*2. セグメント変更については、補足資料14を参照。なお、前年実績は変更後の区分方法により作成したものを記載

補足9

2019年 第1四半期 販売管理費 実績

(億円、%)	2019年			前年比	増減	為替影響を 除く増減
		売上比	率差			
販 売 管 理 費	1,781	65.1	+3.8	+10.2	+164	+186
マーケティング 投 資	898	32.8	+1.5	+8.8	+73	+86
ブランド開発・ 研究開発投資	143	5.2	+0.8	+22.8	+27	+29
人 件 費	314	11.5	△0.1	+2.9	+9	+12
経 費	426	15.6	+1.6	+15.2	+56	+59

*1. 率差および増減の+、マイナスの符号は、それぞれの売上比および金額の増減を表示

*2. マーケティング投資はBC人件費等を含む

補足10

2019年 第1四半期 営業外損益・特別損益 実績

営業外損益				特別損益			
(億円)		2019年	2018年	(億円)		2019年	2018年
	受 取 利 息	3	3		固 定 資 産 売 却 ・ 処 分 損 益	△3	4
	支 払 利 息	△2	△2		投 資 有 価 証 券 売 却 損	△0	—
利 息 収 支		0	1	関 係 会 社 整 理 損		△5	—
為 替 差 損 益		△5	△13	構 造 改 革 費 用		—	△2
そ の 他		11	13	合 計		△8	2
合 計		6	1				

補足11 貸借対照表

(億円)		2019/ 3末	増減 (対2018/12末)	(億円)		2019/ 3末	増減 (対2018/12末)
流	動 資 産	5,028	+198	負	債	5,808	+396
	現 預 金	1,116	△143		仕 入 債 務 ・ 未 払 金	1,732	△29
	売 上 債 権	1,818	+153		未 払 法 人 税 等	141	△60
	た な 卸 資 産	1,643	+146		賞 与 引 当 金	182	△126
固	定 資 産	5,753	+487		有 利 子 負 債	1,366	+608
	有 形 固 定 資 産	2,679	+327		長 期 未 払 金	533	△13
	無 形 固 定 資 産	1,645	△9	純	資 産	4,974	+289
	投 資 そ の 他	1,429	+169		株 主 資 本	4,751	+237
資	産 計	10,781	+685		そ の 他 包 括 利 益 累 計 額	4	+32
					非 支 配 株 主 持 分	209	+19
				負 債 ・ 純 資 産 計		10,781	+685

為替レート

2019/3末：ドル＝111.0円（+0.1%）、ユーロ＝124.6円（△1.8%）、中国元＝16.5円（+2.1%）

2018/12末：ドル＝110.9円、ユーロ＝126.9円、中国元＝16.1円

*主要な勘定科目のみ

補足12

2019年通期見通し（2019年2月発表）

(億円、%)	2019年		2018年	前年比	外貨 前年比
		構成比			
売上高	11,720	100	10,948	+7.0	+9
営業利益	1,200	10.2	1,084	+10.8	
経常利益	1,200	10.2	1,095	+9.6	
特別損益	△25	△0.2	△52	-	
親会社株主に帰属 する当期純利益	755	6.4	614	+23.0	

配当（予定）	60円		45円
--------	-----	--	-----

予想ROE 15.9%

為替レート 2019年通期 ドル=110.0円（△0.4%）、ユーロ=125.0円（△4%）、中国元=16.0円（△4%）

配当 中間30円、期末30円（予定）

補足13

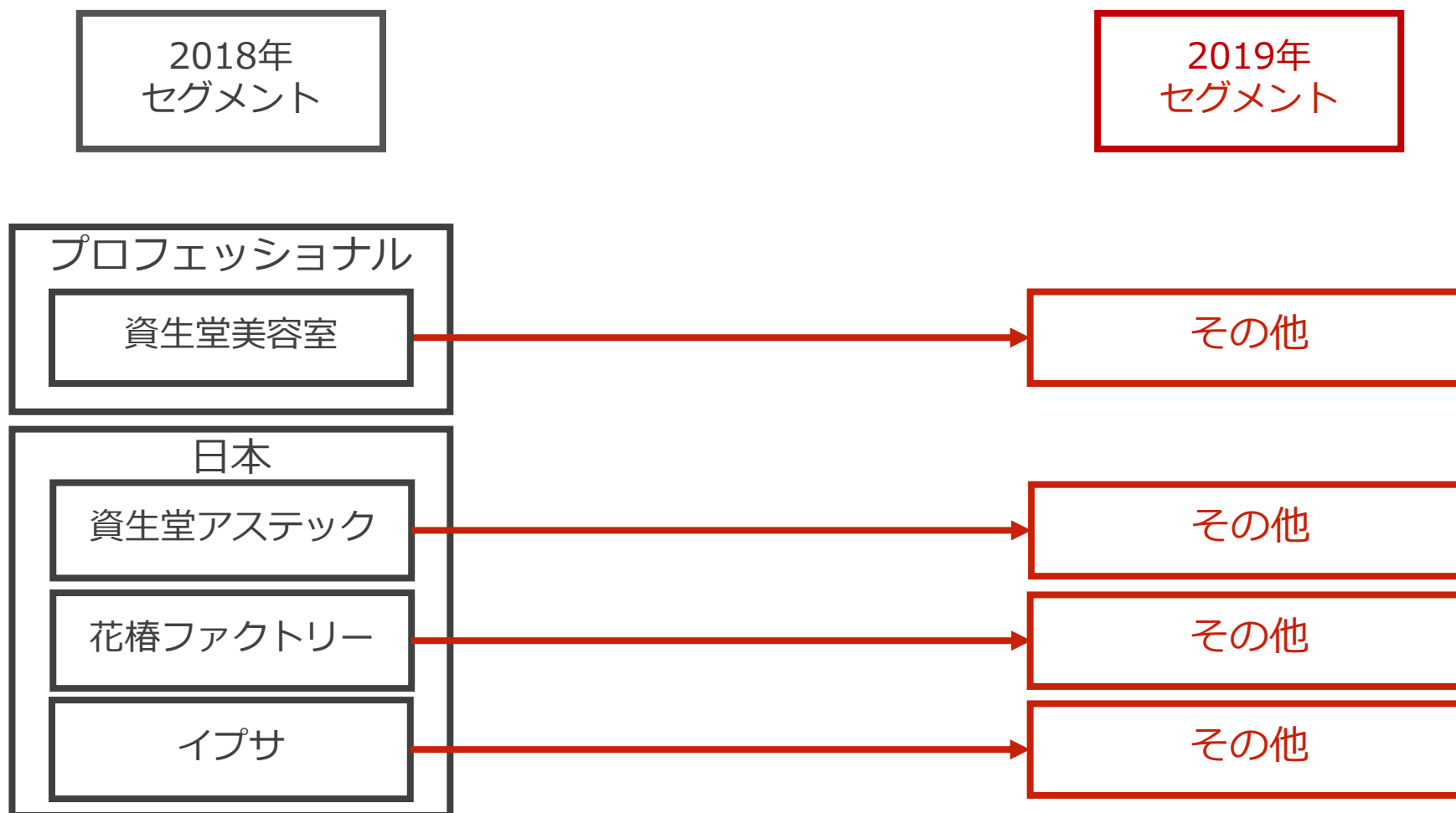
2019年 報告セグメント別通期見通し（2019年2月発表）

(億円、 %)		2019年	2018年 組換後	前年比	外貨 前年比	2018年 組換前	
売	上	高	11,720	10,948	+7.0	+9	10,948
	日	本	4,800	4,545	+5.6	+6	4,546
	中	国	2,170	1,908	+13.7	+18	1,908
	アジアパシフィック		740	681	+8.6	+11	681
	米	州	1,355	1,317	+2.9	+4	1,317
	欧	州	1,135	1,132	+0.3	+5	1,132
	トラベルリテール		1,025	876	+17.0	+19	876
	プロフェッショナル		145	141	+2.5	+4	203
	そ	の	他	350	347	+0.9	+1

為替レート 2019年通期 ドル=110.0円（△0.4%）、ユーロ=125.0円（△4%）、中国元=16.0円（△4%）

* セグメント変更については、補足資料14を参照

補足14 新旧報告セグメントの主な変更について



* 当第1四半期より、当社グループ内の経営管理体制に合わせ、報告セグメントの区分方法を見直した。従来「プロフェッショナル事業」に計上していた資生堂美容室(株)は「その他」へ計上。また、従来「日本事業」に計上していた資生堂アステック(株)と花椿ファクトリー(株)は「その他」へ計上。前第3四半期より、当社グループ内の経営管理体制に合わせ、従来「日本事業」に計上していた(株)イプサの業績は「その他」へ計上。

補足15

主な对外発表案件

ニュースリリース発信月

- 5月 ジュエル・チャンギ・エアポートに「SHISEIDO FOREST VALLEY」をオープン
「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター」をシンガポールに開設
ジャパニーズビューティーインスティテュートを設立 日本独自の美意識を世界へ発信
- 4月 カネカと生分解性化粧品容器の共同開発を開始
「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」の提言に賛同
「2019 Daiwa Investment Conference Tokyo」に石倉社外取締役が登壇
コーポレートガバナンス報告書（改定）
新・企業理念The Shiseido Philosophyを策定
新研究開発拠点「資生堂グローバルイノベーションセンター」本格稼働
～更なる成長に向けた新しい研究開発の実現へ～
アリババグループと戦略業務提携を締結
- 3月 「クレ・ド・ポー ボーテ」がグローバルチャリティ「パワー・オブ・ラディアンス プログラム」
を発表
ファンデーションと薬用スキンケアの融合で新市場を創造
- 2月 業務連動型株式報酬制度（長期インセンティブ型報酬）の導入に関するお知らせ
新工場を福岡県久留米市に建設～国内外の化粧品需要拡大、今後の成長に対応～
皮膚用薬ブランド「フェルゼア」「エンクロン」の譲渡に関するお知らせ
- 1月 連結子会社間の合併に関するお知らせ

* ESGの取り組みは赤で表示