

2019年5月14日

株式会社 資生堂

2019年12月期第1四半期 アナリスト・機関投資家向け電話会議 主な質疑応答(要旨)

当社出席者: 執行役員 最高財務責任者 マイケル クームス
IR部長 北川 晴元

【実績・見通し】

Q) 4月の速報値を見ると、どの地域も1Q実績より成長が加速しているようだがなぜか。

A) 日本事業では、インバウンド売上が伸びている。4月は一般インバウンドの伸びが加速し、バイヤー売上の伸びはマイナスであるものの1Qと比較すると回復してきている。中国は、1Qのマーケティング投資強化の効果により成長モメンタムがさらに加速している。トラベルリテールは、1Qは店頭売上が+20%超だったが、在庫調整等により出荷は+9%だった。4月の出荷は+20%超であり、店頭と出荷のバランスが取れてきている。

Q) 日本やトラベルリテールの実績を見ると、店頭売上と出荷の数字に差がある。2Q以降はどうなるのか。

A) 日本は店頭売上+2%、出荷が+0.4%でそこまで大きな乖離ではない。トラベルリテールは、店頭売上+20%超に対して出荷が+9%だったが、1Qに在庫調整等を行ったためである。4月のトラベルリテールの出荷は+20%超であり、店頭売上の数字に近くなってきている。

Q) 売上伸長以上にコストが増加しているが、2019年はこのような状況が続き、2020年から利益貢献するというのか。

A) 1Qは今の成長モメンタムを維持するために、稼いだ粗利のほとんどを投資した形になった。マーケティング投資増分の8割は中国での投資強化によるもので、特にECを含むデジタルへの投資を強化している。

Q) グローバルで「クレド・ポー ポーテ」はどのくらい伸びたのか。2Q以降、どの程度伸び率が改善するのか。

A) 1Qはトラベルリテールで品切れ影響があり、グローバルで+5%の成長だった。供給課題に引き続き取り組み、主要製品の生産を優先することにより、下期以降売上が回復させていく。

Q) 運送費の増加により経費が増加しているが、今後もこの状況は続くのか。また、新工場が稼働し始めればこうした費用はなくなっていくのか。

A) 機会損失を最小化するための航空便利用などにより運送費が増えている。この状況はしばらく続くとみているが、費用増をできるだけ抑えられるよう取り組んでいる。また、新工場が稼働すればより効率的な生産供給ができるようになり、原価にもプラスの影響が出てくると見込んでいる。

【日本事業】

Q) 1Qの日本事業は、元々低めの売上計画だったのか。

A) 昨年1Qは新製品発売などにより高い伸び率だったため、今年の1Qは他の四半期と比べて低い伸長を想定していた。実績は+0.4%であり、想定を上回った。2Qは1Qよりも伸び率が高くなる想定である。

Q) 中国新EC法による影響について、この先どう見ているか。

A) 足元4月のインバウンド売上は回復してきているが、年間では少し保守的に見ている。新EC法によるバイヤー売上減については、1月は一番影響が大きかったが、その後影響は少なくなってきた。

【中国事業】

Q) 中国事業の売上を中国本土と香港で分けるとどうか。なぜ店頭売上と出荷の差があるのか。

A) 香港のプレステージ店頭売上は+7%、中国本土と香港を合わせたプレステージ店頭売上は+30%超だった。店頭売上と出荷の数字が乖離しているのは、「オペレ」が影響している。「オペレ」は在庫調整により出荷は△23%だったが、店頭売上は△4%となった。

Q) 香港でバイヤーの影響は出ているのか。

A) 他の地域と比べると影響は出ている。

Q) 中国は1Qと3Qに利益が大きく出て2Qと4Qはあまり出ないというシーズンリティがあると思うが、今年は1Qから投資を強化している。2Q以降の利益はどうか。

A) セグメントや四半期別の営業利益計画は開示していない。成長モメンタムを維持するために今は投資強化に取り組んでいる。また、増値税減税により享受する利益は再投資に振り向ける。

【米州事業・欧州事業】

Q) 「ベアミネラル」の不採算店舗の影響は一巡したのか。2Q以降も影響があるのか。

A) 昨年从不採算店舗の閉鎖を進めているが、「ベアミネラル」の構造改革は進行中であり、2019年にさらに店舗閉鎖する可能性もある。

Q) 欧米ともに赤字が拡大しているが、2020年に向けて収益改善はできるのか。

A) 一時費用やセンター・オブ・エクセレンスコストを除いたベースで、欧米ともに2019年は前年より大きく収益が改善することを見込んでいる。1Qは通期の計画通りの進捗であった。

【供給体制】

Q) 供給不足の影響はどの地域に出たのか。

A) 1Q は主に日本とトラベルリテールで品切れ影響があった。日本では、他の商品の生産を優先したことにより「リバイタル」の商品が品切れたが、生産計画の調整により生産量を増やしているため、今後供給不足は改善すると考えている。トラベルリテールでは、「クレ・ド・ポー ボーテ」の主要製品の品切れ影響が大きかった。今後下期にかけて、在庫の確保や SKU 削減、プレステージブランドにフォーカスした生産計画により、品切れを改善させていく。

Q) SKU 数の削減や生産効率化が進んでいるということだったが、今回の品切れは生産能力というより計画の精度の問題ということか。

A) SKU 数については、昨年 2,688SKU 削減し、今年も年間で 1,000SKU の削減を見込んでいる。今はまだ取り組みを進めている段階であり、SKU 数削減や主要製品の優先生産により生産効率を向上し、品切れを最小化していく。

以上