

ELIXIR and Sun Care Strategy

IR Presentation

Apr 11, 2025

富田千晶

エグゼクティブオフィサー

チーフブランドオフィサー

グローバルプレミアムブランド

チーフDE&Iオフィサー補佐

プロフィール



富田 千晶

エグゼクティブオフィサー
チーフブランドオフィサー
グローバルプレミアムブランド
チーフDE&Iオフィサー補佐

- ✓ 日系自動車メーカー、外資系メーカーを経て、資生堂ジャパンに日焼け止めブランド「ANESSA」のブランドマネージャーとして入社
- ✓ 資生堂ジャパンでは、「ANESSA」の他、スキンケアブランドの「d program」を担当
- ✓ 「ANESSA」がグローバルブランドと位置付けられるタイミングで資生堂に異動
- ✓ 2022年から、シニアヴァイスプレジデントとして「ANESSA」「ELIXIR」の両ブランドを担当
- ✓ 2024年より現職

ELIXIR

1. ブランド概要
2. 戦略方向性
3. サステナビリティへのコミットメント



elixir

/i-lik-sər/名詞
エッセンス・粹・万能薬

奇跡の一滴

年齢にとらわれることなく、
ひとりひとりの肌の美しさを最大限に引き出す、
「奇跡の一滴」でありたいと願い、1983年に誕生。

BRAND MISSION

ELIXIR

肌で感じる毎日の奇跡で エイジングを前向きに。



グローバル売上高

500億円超

売上成長率 (2024年 vs 2023年)

グローバル + 8 % (日本 2年連続+10%台後半)

売上構成比

日本 約 80% / 海外 約 20%

8の国・地域で展開

18年連続スキンケア市場シェア No.1 ※

※インテージ SRI・SRI+スキンケア市場

カテゴリーシェア No.1 ※※

(化粧水・乳液/しわ改善/フェイシャルクリーム/日中用乳液)

※※ インテージ SRI・SRI+

グローバルコスメ受賞数 110 以上

- ✓ スキンケア全体市場でのシェアを2022年以降毎年伸長し、2024年に過去最大レベルに到達
- ✓ 成長性だけでなく、収益性も大幅に回復

マーケットシェアの向上（日本）

市場成長率を上回り
24年に過去最大のシェア達成
(Brand in Japan Local Skin Care Market 20-24 from INTAGE SLI)

各カテゴリーでNo.1を獲得
(Ranking Share by Category in JP Local Market from INTAGE SLI)

2021 - 2024
Total Skincare
No.1



2021 - 2022, 2024
UV Skincare
No.1



2023 - 2024
Cream

*exc. anti-wrinkle and AIO



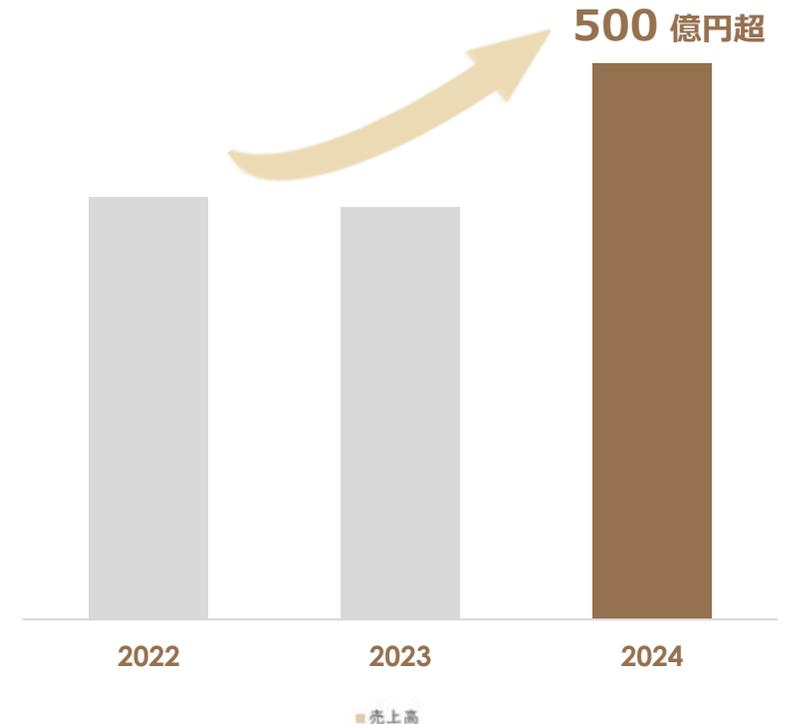
2022 - 2024
Anti-wrinkle
No.1



※データソース：インテージ SLI スキンケア市場 2020年1月～2024年12月 累計購買金額、購買金額シェア

成長性と収益性の改善（グローバル）

選択と集中による
売上成長と収益性改善



ELIXIR

1. ブランド概要
2. 戦略方向性
3. サステナビリティへのコミットメント

お客さまに寄り添った価格以上の価値

お求めやすい価格の
厳選した
ラインナップ



コラーゲンサイエンスに
基づく高い機能性



一人一人に寄り添った
ブランド体験



タッチポイントの豊富さ



化粧水・乳液



日中用乳液

24年2月
発売



美容液

24年9月
発売



クリーム

23年10月
発売



リンクルクリーム



計画を大きく上回る売上を実現し、アジアのお客さまを確実に獲得。

新 美容液



24年10月発売 in Asia

Vクリーム



24年8月発売 in 中国

デーケアレボリューション
トーンアップ



24年2月発売 in Asia

高い効果を支える資生堂の最先端の研究成果

40年以上のコラーゲンリサーチ

40年以上にわたる
資生堂最先端の研究成果

ヒーロープロダクトに
継続的に研究結果を反映



アンチエイジングにおける高い効果

お客様の肌に寄り添い、
美しさを最大限引き出す
確かな効果と、心地
よい使用感を実現



一人一人のお客さまに寄り添ったブランド体験

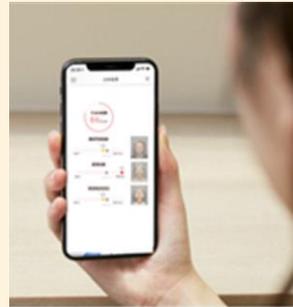
肌診断機器：AI スキンアナライザー

独自の肌測定機器で
お客さま一人一人に
合わせたアドバイスを
ご提供



*「2023年エリクシールAIスキンアナライザープロモーション」

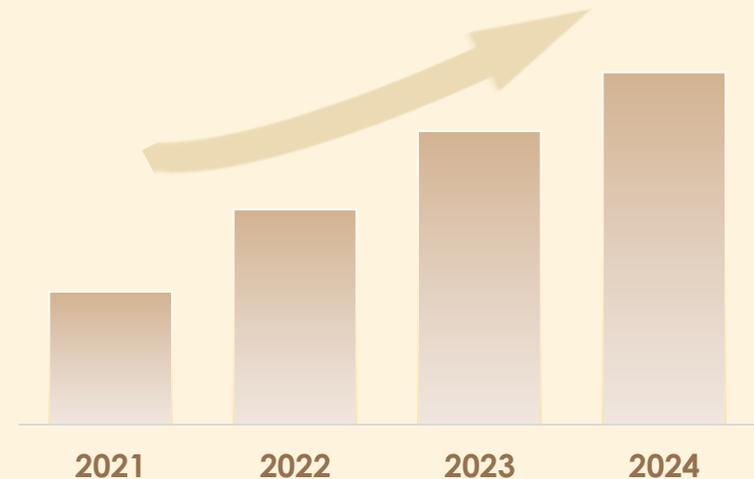
ご自分にあったお手入れ
や商品の選び方について
サポート



ロイヤリティプログラム

CRM施策を継続的に改善し、会員数は年々増加

エリクシールClub累計会員数



最適なタッチポイントでブランドを購入頂くために
従来のチャネルに加えて、EC、さらに特に海外市場でのセルフチャネルの拡大

EC活動の強化



セルフチャネルの展開



ELIXIR

1. ブランド概要
2. 戦略方向性
3. サステナビリティへのコミットメント

環境に配慮した商品設計および生産プロセス

つめかえ用により

プラスチック約85%削減

CO₂ 約85%削減



つめかえ用の実績

2012年よりつめかえ用を販売

累計3000万個以上販売

累計1880トン以上プラスチック削減

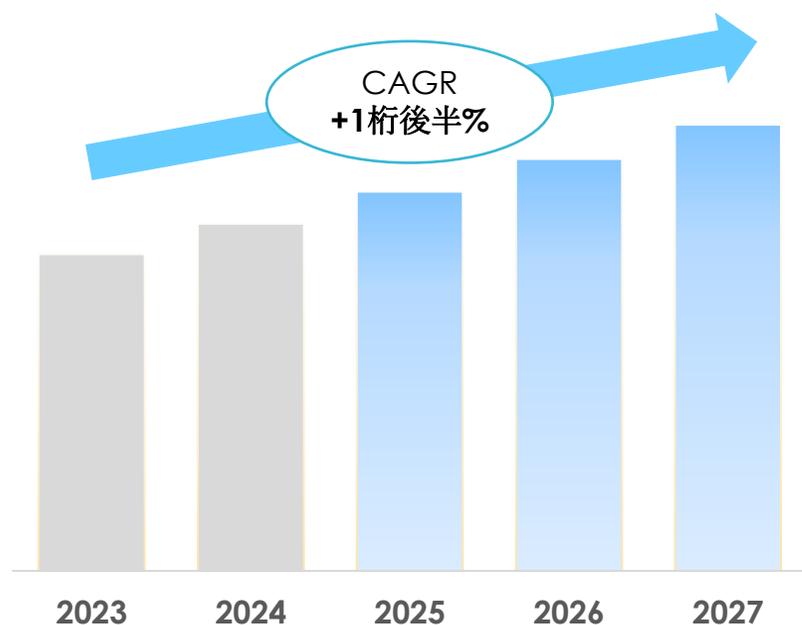


サンケアカテゴリーの成長戦略

気候変動影響や紫外線予防のニーズが年々高まる 成長市場に向けての注力

プレミアムサンプロテクション市場

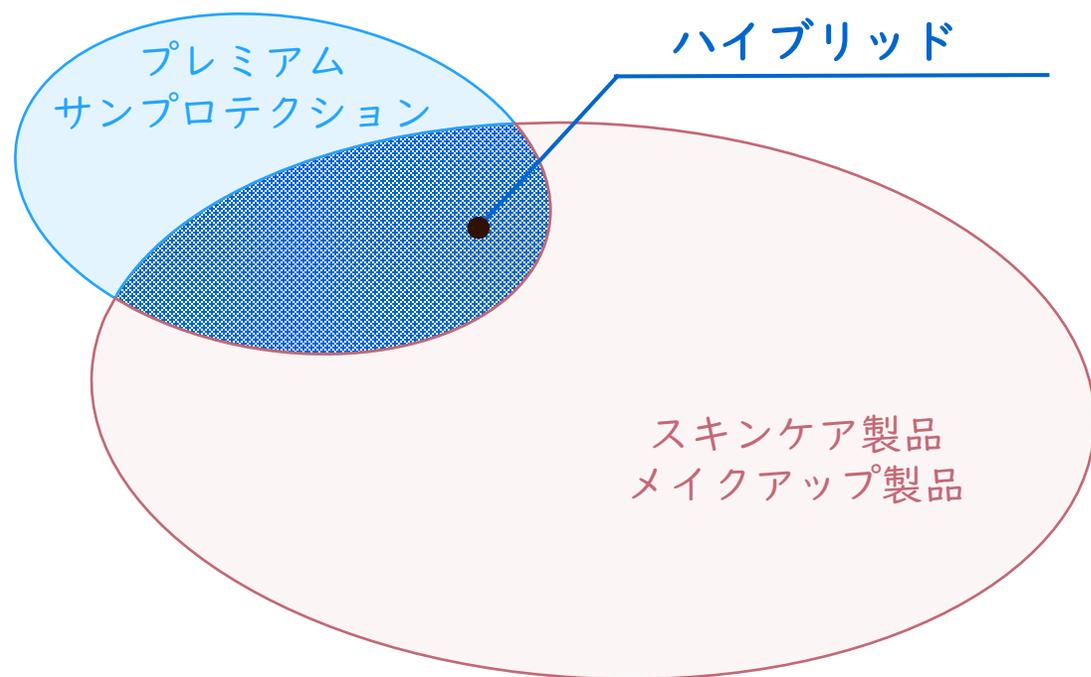
27年にかけてグローバルで成長する市場



※データソース：ユーロモニター、プレミアムサンプロテクションの市場規模(金額)

ハイブリッド商品

ハイブリッド市場規模は、プレミアムサンプロテクション市場を上回る



サンケアカテゴリーにおける戦略の方針

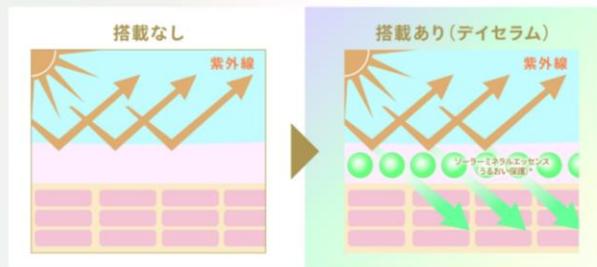
戦略的なアプローチにより、マーケット毎に異なる
サンプロテクションのニーズを捉えていくことを目指す

技術的優位性

付加価値を最大化

太陽を味方につけて美肌に
UVカットしながらスキンケア

Sun Dual Care™



紫外線が独自成分にあたることで、光の波長を変化させ、美容効果のある光に変換。

※角層イメージ図です
*海藻エキス、酸化亜鉛、濃グリセリン、ポリアクリル酸ナトリウム

コアブランドの強化

マーケットのニーズを
的確に捉え成長



ハイブリッド商品の ラインナップ強化

ニーズに対応する
強い商品を投入



Free to Shine



ANESSA

1. ブランド概要
2. 戦略方向性
3. サステナビリティへのコミットメント



BRAND Mission



Free to Shine

Let people shine infinitely under the sun

ANESSA is here to help you shine infinitely under the sun.

To help you enjoy a healthy, fulfilling life every day
with radiant skin on our rich, sun-blessed planet.

A life that will certainly lead to a beautiful future.

A life where you are free to shine.

グローバル売上高

500億円超

売上成長率 (2024年 vs 2023年)

グローバル +1 % (TR除く +8%)

売上構成比

日本約30% / 海外約70%

11の国・地域で展開

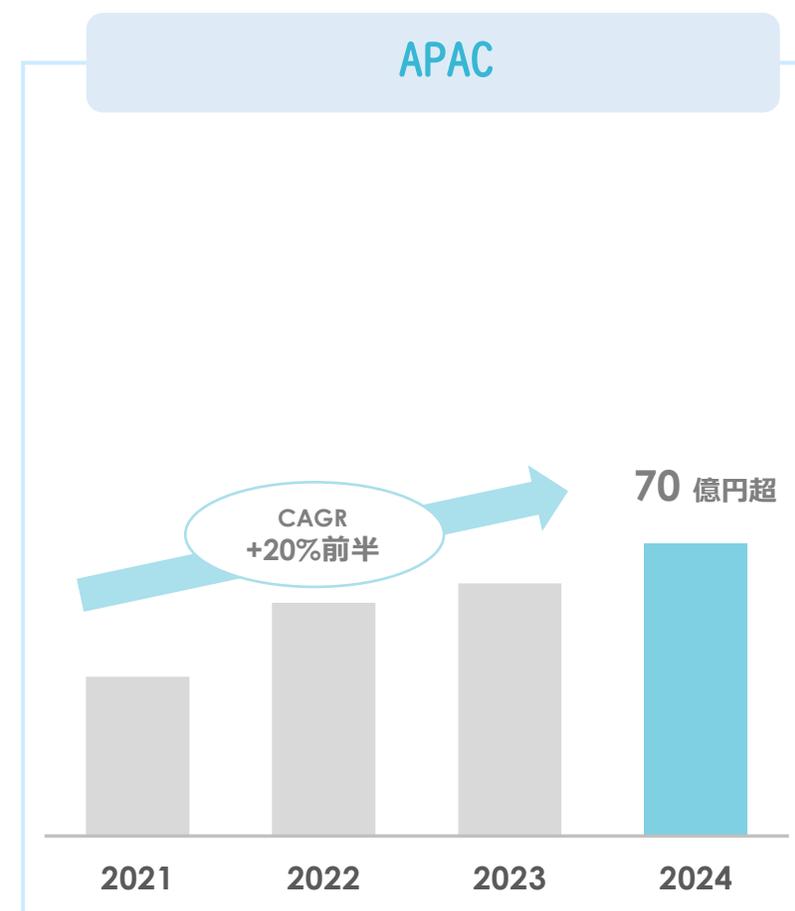
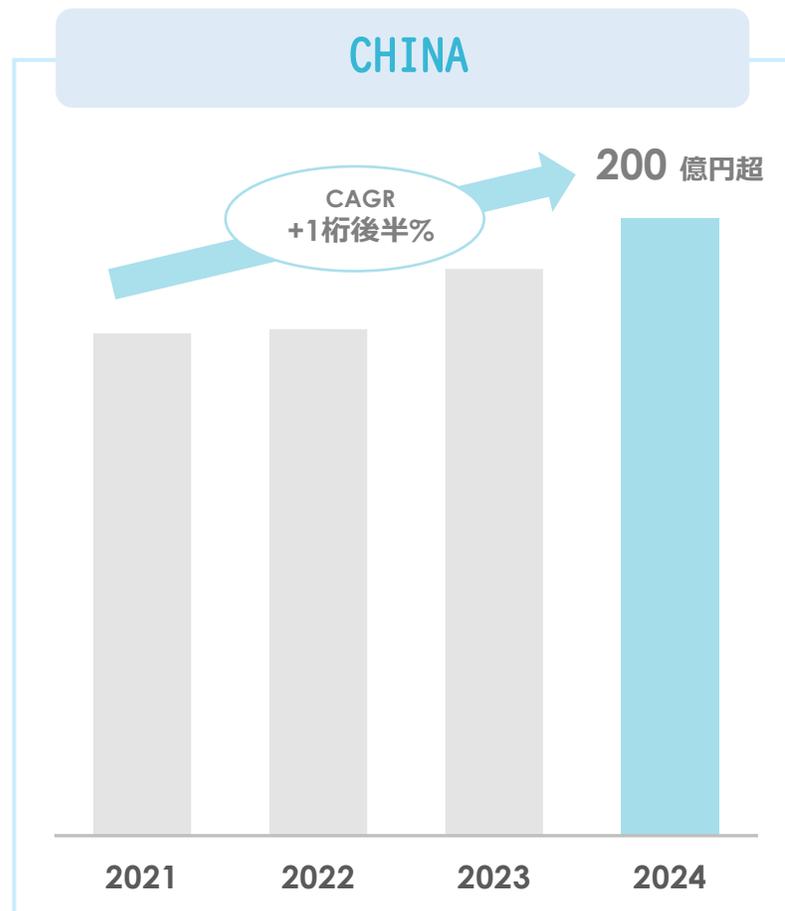
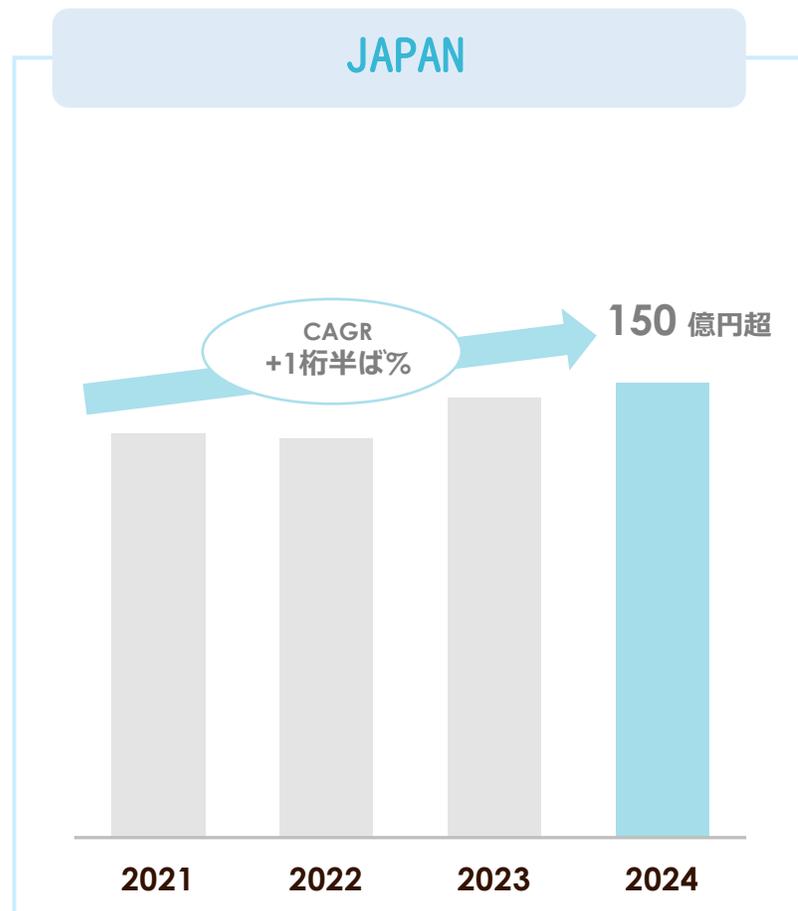
アジア サンケアシェア No.1 ※

グローバルコスメ受賞数：60 以上

※ユーロモニター調べ；ビューティ&パーソナルケア2025年版；
2024年総小売販売額；アジアとは当社が定義するアジア太平洋地域を指す



日本、中国、アジアパシフィックにおけるアネッサの売上は右肩上がりに成長を継続



Free to Shine



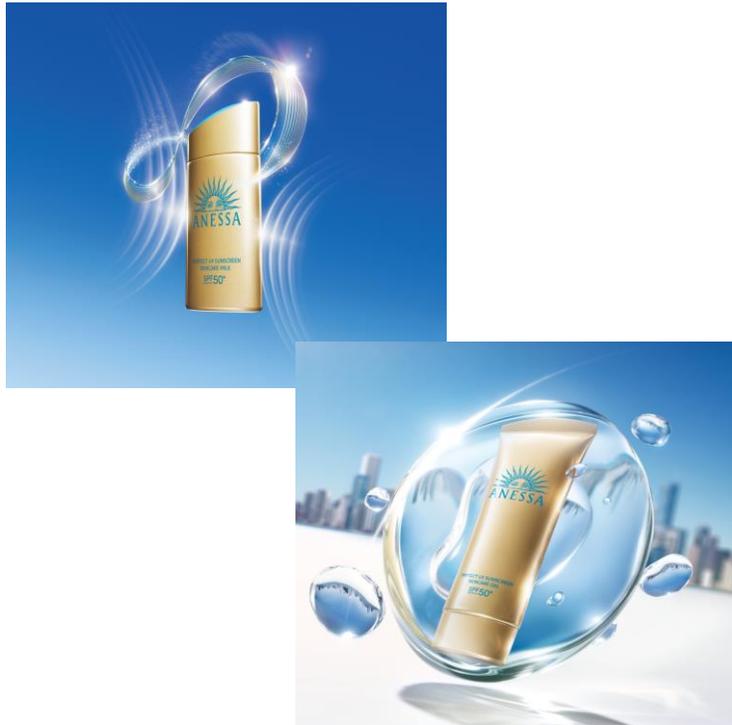
ANESSA

1. ブランド概要
2. 戦略方向性
3. サステナビリティへのコミットメント



様々なニーズや肌悩みに対応するために価値のアップデート

Gold Series (Milk & Gel)



Mild Series



Night Sun Care



Brush On Powder



100年研究

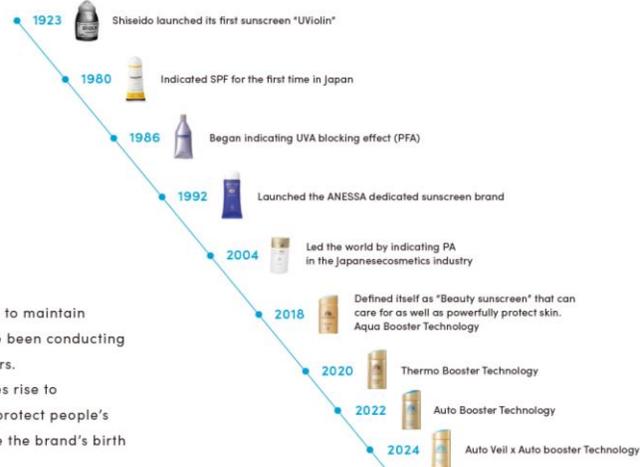
資生堂として初めての日焼け止めを発売した
1923年以來続く100年にわたる紫外線研究

RESEARCH HISTORY

Supporting Brand DNA



In order for people & the sun to maintain a good relationship, we have been conducting UV research for over 100 years. This research constantly gives rise to cutting-edge technology to protect people's beautiful & healthy skin since the brand's birth



商品に搭載された高いテクノロジー

常に最先端のテクノロジーを搭載し、
確かな効果を実現



ロイヤルカスタマー向けCXサービス

中国にてCXアプリをローンチ



Hi AN CX Service Project Team,
After close collaboration with Anessa HQ, SCH brand team, GIC and HQ DTO team, we're pleased to announce that AN CX service was successfully launched in WeChat mini program on 12th February!

AN CX SERVICE:

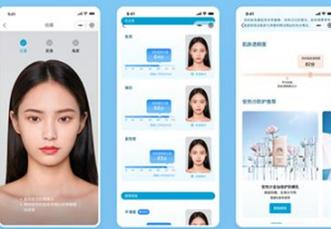
- Offer "Sunshine experience" via digital service to enhance users' sunshine activity while supporting protection efficacy & skin benefit.
- Start initiatives to strengthen engagement of the current loyal user base and improve marketing efficiency.

WHAT CAN YOU GET FROM AN CX SERVICE?

Real-Time Weather And Sun Protection Tips



Detailed Skin Diagnosis Report And Suitable Recommended Products



多様なタッチポイント

オフライン&オンライン両方で高いプレゼンス



Free to Shine



ANESSA

1. ブランド概要
2. 戦略方向性
3. サステナビリティへのコミットメント



気候変動や自然への影響を踏まえ
製品ライフサイクルを通してCO₂排出量を削減を実現。



オーシャンフレンドリー処方



木質資源を利用した紙ケース



CO₂ 排出量の削減





子どもたち向けのイベント



コーチ向けのレクチャー



外遊び機会の提供



紫外線の教育活動



紫外線過敏の難病 「色素性乾皮症 (XP) 患者 への支援」



SHISEIDO