

資生堂グループ「DOLCE&GABBANA」とライセンス契約を締結

「DOLCE&GABBANA」のフレグランスとメーキャップ・スキンケア商品により、
プレステージ領域におけるブランドポートフォリオを強化

2016年6月30日、資生堂グループはEMEA(ヨーロッパ・中東・アフリカ)地域本社においてフレグランス事業を担うBeauté Prestige International S.A.(ボーテプレステージインターナショナル、本社所在地:フランス・パリ、以下 BPI社)を通じ、イタリアのラグジュアリーファッションブランドを展開するDOLCE&GABBANA S.R.L.(ドルチェ&ガッバーナ、本社所在地:イタリア・ミラノ、以下D&G社)とフレグランス、メーキャップ、スキンケア商品の開発、生産および販売に関する独占グローバルライセンス契約を締結しました。BPI社は本ライセンス契約に基づく事業活動を2016年10月1日に開始します。

ライセンス契約締結の目的

資生堂グループは中長期戦略 VISION 2020 に基づき、2015 年から 2017 年の 3 年において事業基盤の再構築を推進しています。今回のライセンス契約により、先日発表した米国ガーウィッチ社買収に続き、グローバルプレステージ領域におけるブランドポートフォリオを強化し、グローバルでの成長をさらに加速させていきます。

D&G 社とのライセンス契約締結により、ビューティー市場の主要 3 カテゴリーの中でも特に欧米において重要なフレグランスカテゴリーを強化することに加え、EMEA 地域本社が有するフレグランスのセンター・オブ・エクセレンス*としての機能をさらに高めていきます。

現在、DOLCE&GABBANA ブランドのビューティー商品はフレグランスが主力となっていますが、今後、資生堂グループの高い技術力、商品開発力を活用し、フレグランスに加えてメーキャップやスキンケアを含めた商品ラインを強化していきます。また、資生堂グループの世界的な販売ネットワークを活用し、アジア・中国などでも販売を強化し、グローバルに売上拡大を図っていきます。

資生堂グループ CEO の魚谷雅彦は次のように述べています。「卓越したクリエイティビティとデザイン力でファッション界を席卷し、世界中で大きな存在感を発揮している D&G 社とライセンス契約を締結できることは大きな喜びです。ファッション・デザイン性や文化的価値を資産とする日本とイタリアを代表する企業同士のコラボレーションにより、新たな価値を創造・提供し、ブランド力をさらに高めていきます。」

このライセンス契約の締結は、プレステージ領域を強化するという資生堂グループ本社の戦略に従い、EMEA地域本社により進められました。資生堂EMEA社長CEO兼BPI社長CEOのルイ デサザールは次のようにコメントしています。「D&G社とのライセンス契約締結により、資生堂グループEMEA地域本社の組織力を活かして、多くのシナジー効果を生み出すとともに、個性あふれ、新たな価値を持つ商品を開発し、広く世界に届けることで、売上の成長を加速させていきます。」なお、現在のライセンス先とは移管契約を交わし、10月1日以降スムーズに事業を引き継ぎます。

*センター・オブ・エクセレンス: 資生堂は、世界に通用する強いブランドを育成するため、「センター・オブ・エクセレンス(Center of Excellence)」構想の下、スキンケアは日本、メーキャップとデジタルマーケティングはニューヨーク、フレグランスはパリといったように、各カテゴリーにとってグローバルに影響を持つ最先端のエリアで情報収集・戦略立案・商品開発などをリードし、それらを全世界のマーケティング展開に活かしています。

DOLCE&GABBANAブランドについて

DOLCE&GABBANAブランドは1985年にDomenico Dolce(ドメニコ ドルチェ)とStepfano Gabbana(ステファノ ガッバーナ)の二人によってミラノでスタートし、ラグジュアリーファッション市場で国際的に高いプレゼンスを獲得しています。文化的ルーツと際立った個性により、ファッションおよびビューティー業界において

強い影響力を持つブランドの一つです。今回のライセンス契約にかかわるフレグランスおよび化粧品の売上は、2015年で約4億ユーロでした。Domenico DolceとStepfano Gabbanaは次のように述べています。「資生堂グループのもつ一貫性のある価値、品質はDOLCE&GABBANAブランドにも通じるものがあります。資生堂とライセンス契約をすることは、ブランドの将来にとって理想的な選択です。DOLCE&GABBANAのフレグランスは既に高いプレゼンスと評価を誇っていますが、資生堂とのパートナーシップにより更なる高みを目指します。また、メーキャップとスキンケアのエリアでも可能性を最大限に活かしブランドを成長させることができると確信しています。我々はこのパートナーシップを発表できることを嬉しく思い、ともに新たな取り組みができることを大変楽しみにしています。」

ライセンス契約の概要

- (1) 契約者： ライセンス元： D&G社
ライセンス先： BPI社
- (2) 内容： DOLCE&GABBANAブランドのフレグランス、化粧品の開発・製造・販売ライセンス契約
- (3) 開始時期： 2016年10月1日

DOLCE&GABBANAブランドの化粧品事業概要

- (1)2015年売上： 約4億ユーロ
- (2)主なフレグランス： DOLCE、THE ONE、THE ONE FOR MEN、LIGHT BLUE、LIGHT BLUE FOR MEN
- (3)主な販売チャネル： 日本： デパートおよび直営店
海外： デパート、パフューマリー、デューティーフリーショップ、直営店など

D&G社の概要

- (1)名称： DOLCE&GABBANA S.R.L.
- (2)所在地： イタリア ミラノ
- (3)設立年： 1985年
- (4)事業内容： ハイエンドの服飾・革小物・靴・ジュエリー・時計の製造販売とフレグランス・化粧品等のライセンスビジネス

BPI社の概要

- (1)社名： Beauté Prestige International S.A.
- (2)所在地： フランス パリ
- (3)設立年： 1990年
- (4)株主： 株式会社資生堂が100%保有
- (5)主なフレグランスブランド： ISSEY MIYAKE、narciso rodriguez、ELIE SAAB、Azzedine Alaïa、Zadig & Voltaire



Dolce the One



Dolce Matte Lipstick



DOLCE&GABBANA 店頭カウンター