

資生堂、世界最大ドラッグチェーンワトソンズグループと戦略的提携 両社の強みを活かしアジアでさらなる拡大を目指す

資生堂は、世界最大のドラッグチェーンであるワトソンズグループ(所在地:香港、以下「ワトソンズ」と)、戦略的提携を結び、今後共同で商品開発や社会貢献などの分野で取り組むことを発表しました。資生堂の研究開発力およびブランド力と、ワトソンズの保有する小売ネットワークと消費者インサイトデータを融合させることにより、日本への興味や関心をさらに喚起させ、アジアを中心とするお客さまに適した商品とサービスを提供していきます。



株式会社資生堂 代表取締役社長兼 CEO 魚谷雅彦(左)と
ワトソンズグループ 社長 ドミニック・ライ(右)

ワトソンズと資生堂

ワトソンズは 1841 年に香港に設立されたヘルスアンドビューティ分野で世界最大のドラッグチェーンです。25 の国と地域で展開する 12 の小売ブランドの下に、15,000 の店舗を運営し、店舗と EC サイトを合わせた年間の総客数は 52 億人を数えます。

資生堂グループ商品のワトソンズでの取り扱いには 1987 年に台湾でスタートし、現在はアジアを中心に 10 ブランド以上を展開しています。今年 4 月、ワトソンズの独占販売により、敏感肌向けスキンケアブランド「dプログラム」を中国市場で発売し、発売初月には、計画を大きく上回る好調なスタートを切りました。また、共同で商品開発を手掛けた「dプログラム」の「アーバンダメージケア」は、2018 年 10 月よりタイと台湾で、今年 7 月より中国などの国・地域での発売予定です。

パートナーシップの重点項目

●ワトソンズ専用商品の共同開発

「dプログラム」に続き、アジアで展開するコスメティクスブランド「Za」とスキンケアブランド「専科」からも、商品を共同開発します。

●市場の拡大

中国ではワトソンズの有する 3,600 店の小売ネットワークを通じ、資生堂グループブランド売上のさらなる拡大を推進していきます。また、今後の市場拡大が期待できるインドネシアとフィリピンにも注力していきます。

●社会貢献活動

両社の強みを活かし、国連が定めた持続可能な開発目標(SDGs)に対応した社会貢献活動に取り組めます。

●「メイド・イン・ジャパン」ブランド

アジア地域で需要が高い「メイド・イン・ジャパン」へのニーズに対応するため、日本の美意識、及び日本発の化粧品会社としてグローバルで事業を展開している当社ならではの「ジャパニーズビューティー」を活かした商品・サービスをアジア中心に提供していきます。