

## 資生堂、「電通イージス・ネットワーク社」に、海外主要市場の広告枠購入を一元委託

株式会社資生堂は、株式会社電通傘下でロンドンに本社を置く「電通イージス・ネットワーク社」に、海外主要市場の当社グループ企業の広告枠購入を一元委託することを決定しました。期間は2014年7月から2016年12月の予定で、日本を除く海外の約10カ国でスタートし、条件が整い次第、対象市場を拡大します。スケールメリットを生かした一元委託により、当社グループ内の媒体費を削減し、効率化した費用は再投資と収益性の向上にバランス良く振り向けていきます。

### 広告枠購買一元化の背景

「日本をオリジンとし、アジアを代表するグローバルプレイヤー」になることを掲げている資生堂では、高収益体質の確立をめざし、聖域を設けず「コスト構造改革」や「事業構造改革」を継続的に推進しています。特に「コスト構造改革」については、当初計画を上回るスピードで進捗しており、筋肉質な経営体制への変換を推進していますが、今後はさらなる取組みとして、グローバルレベルでの媒体費の削減に着手します。

化粧品販売において広告出稿は必要不可欠な投資ですが、その効率運用は各国の現地法人の経営状況に直結する共通の課題です。そこで、海外の主要市場における広告枠の購入を一元化することにより、スケールメリットを生かしたコスト削減に取り組むことにしました。

### 選考プロセスと一元化の対象ブランド

2013年9月、グローバルに展開する広告代理店を対象にコンペを開催し、各社提案を公平性、透明性をもって評価した結果、「電通イージス・ネットワーク社」に海外での広告枠購入を一元委託することとしました。なお、実務については、同社の「グローバル・ネットワーク・ブランド」の一つである「ビジウム社(Vizeum)」が担当します。

対象となる当社ブランドは、グローバルブランド「SHISEIDO」のほか、アジアにて展開している「Za」をはじめとするマステージブランド、在仏子会社「ポーテ プレステージ インターナショナル社」が展開する「イッセイ ミヤケ」などのデザイナーズフレグランスブランドや、2010年に買収した「ベアエッセンス社」の「ベアミネラル」などを予定しており、グローバルマルチブランドカンパニーとしてのグループの総合力をコストメリットに生かします。

### 「電通イージス・ネットワーク社」および「ビジウム」について

「電通イージス・ネットワーク社」は、電通が2013年3月に買収手続きを完了した欧州を代表する広告代理店「イージス・グループ」(本社・ロンドン)を母体とする会社です。同社は「グローバル・ネットワーク・ブランド」として、今回当社の案件を担当する「ビジウム」以外にも「カラ」、「アイソバー」、「アイプロスペクト」、「ポスターズコープ」、「アズテック」などを有し、世界110カ国で展開しています。