

資生堂

21年12月期第3四半期は増収増益
日本を除く全地域で成長、eコマースも20%台前半の成長



魚谷社長

今期は、「WIN2023」実現に向けた「変えた全ての地域(海外事業と次への準備)」の年であり、With・Afterコロナへの対応・準備をしながら、事業ポートフォリオの再構築を中心とした構造改革、財務基盤の強化に取り組んでいる。

第3四半期連結累計期

影響等を除く実質ベースでは、前年同期比13・4%増となった。注力しているスキンケアティールブランド(スキンケア比率63%、11%増)が成長を牽引し、eコマース(グローバル20%台前半

資生堂の2021年12月期第3四半期連結業績(日本基準、1~9月)は、売上高が前年同期比14・0%増の7453億7300万円、営業利益が1948・8%増の262億5300万円、経常利益が433・3%増の296億7700万円、当期利益が367億5700万円(前年同期は136億6800万円の損失)となった。

日本は緊急事態宣言の
長期化で7・3%の減収

半の成長、売上比率30%もプレステージを中心に引き続き伸長した。営業利益は売上増に伴

う差益増に加え、適切なコストマネジメントなどにより、前年同期比19・4・8%増となった。当期利益は、特別損失として「DOLCE&GABBANA」に係る商標権の減損損失(156億円)、「baremine rals」「BUXOM」「Laura Mercier」の事業譲渡に伴う

のれんの減損損失(73億円)を計上した一方、営業増益とパーソナルケア事業譲渡に伴う特別利益(862億円)、遊休資産・投資有価証券の売却益(12億円)の計上により、前年に対し504億円増の368億円となった。

ブランド別の売上増減率は、「SHISEIDO」が16%増、「クレ・ド・ポー・ボーテ」が20%増、「Drunk Elephant」が5%増、「イプサ」が10%増、「エリクシル」が4%減、「アネッサ」が9%増、「NARS」が45%増となっている。



を織り込み、売上高、当期利益で下方修正、営業利益、経常利益で上方修正を行った。

売上高は前期比13・4%増の1兆440億円(前回公表比230億円減)、営業利益は1・3・9%増の320億円(同50億円増)、経常利益は247・6%増の335億円(同65億円増)、当期利益は300億円(同55億円減、前年同期は16億6000万円の損失)を見込む。なお、構造改革の影響を除く実質の当期利益は110億円増を見込む。

Web展示会を大幅リニューアル
展示会を通して新処方開発にも意欲

エア・ウォーター・ゾル

エア・ウォーターグループでエアゾール製造と化粧品OEM/ODM事業を展開するエア・ウォーター・ゾルはこのほど、「Web展示会」をリニューアルして最新処方方を二挙公開している。化粧品事業を統括する堀隆行執行役員は、「商品企画や要望に応じて、新たな処方開発にも取り組んでいく」と話している。同社はODM戦略の一環で2021年3月よりWeb展示会を開設して自社開発処方方を紹介していた。

新装したWeb展示会では、「レスキューコスメ」「アイケア」「頭皮ケア」「機能性化粧品」「新たな取り組み」の5つのテーマを設け、コロナ禍生活で新たに生まれた肌悩み・美容ニーズに対応する薬用化粧品や、エアゾール技術を融合した炭酸系アイテムなどの開発に成功している。「レスキューコスメ」では、肌あれ・にきび対策で話題のシカ(ツボクサ葉エキス)成分を配合した開発処方方を紹介している。「アイケア」では、業界トップクラスのエアゾール技術を活かし、頭皮クレンジングシャンプー、炭酸シャンプー、頭皮マッサージスプレーを開発した。

「美白」と「シワ改善(抗シワ)」の薬用化粧品(医薬部外品)を紹介する「機能性化粧品」では、2つの薬用成分を組み合わせた「W薬用」など高機能化に向けた研究が進んでいるという。



「新たな取り組み」では、「SDGs」「オーガニック」「ハラル」「ヴィーガン」などをキーワードに、「エシカル消費」に着目した商品開発の取り組みを紹介している。また、展示会内では自社オリジナルのコーゲン原料を高配合した「オーシャンコラーゲンコスメシリーズ」などのバックナンバールも見ることができ

る。失で75億6200万円(前年同期は113億7300万円の利益)、アジアパシフィックが売上高で11・2%増の48100万円、中国が売上高で23・1%増の1908億9200万円、営業損

益で61・4%増の34億4800万円、米州が36・2%増の149億1000万円、プロフェッショナルが売上高で25・8%増の113億5100万円、営業利益で296・5%増の10億6300万円、その他が売上高で50・2%増の268億3900万円、営業利益で61・9%増の219億2900万円となっている。日本は、緊急事態宣言の長期化の影響を受けており、店頭消化、ローカル(日本人客)とも3Q累計で1ヶ台前半のマイナス、3Qで1ヶ台半ばのマイナス、インバウンドは3Q累計・3Qとも10%台後半のマイナスとなっている。日本のDX加速に向けて資生堂も、構造改革や為替影響

も、構造改革や為替影響79・3%増)を見込む。DX加速に向け7月に新会社を設立。オムニ専属BCを本格始動。