



2011年10月20日

各位

会社名 株式会社 資生堂
代表者名 代表取締役執行役員社長 末川 久幸
(コード番号 4911 東証第1部)
問合せ先 広報部長 斉藤 幸博
(TEL. 03-3572-5111)

トルコ共和国にて合弁会社で営業開始

資生堂は、トルコ共和国にて、化粧品の輸入・販売の大手代理店である「ヴェパ ヴェスコ コスメティック社(以下、ヴェスコ社)(トルコ、イスタンブール)」と、合弁会社「SHISEIDO Kozmetik Anonim Şirketi (以下、呼称:資生堂トルコ)(トルコ、イスタンブール)」を設立し、2012年1月から営業を開始します。合弁会社の株式は資生堂が過半数を所有し、当社の連結対象の子会社となります。資生堂が全世界共通で展開する高級化粧品グローバルブランド「SHISEIDO」を販売します。

「海外化粧品事業」における取組み

資生堂は、2017年度までにめざす姿として、「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」を掲げ、2008年に策定した10年のロードマップの推進に取り組んでいます。前期(2011年3月期)の海外売上高比率は42.9%まで伸長し、グローバル事業の展開国・地域数は87(日本含む)まで拡大しています。

近年では、2008年にロシア、2010年に、ベトナム、スイスで資生堂100%出資の販売子会社、ギリシャで現地有力代理店との合弁販売会社にて営業を開始し、事業スキームの強化を進めています。現3カ年計画(2011年-2013年)においては、「ニューフロンティア戦略」を打ち出し、中国に次ぐ「次の成長エンジンづくり」として、新興国(新規市場)への対応強化を図っています。

合弁会社設立に至った経緯

資生堂は、1998年、今回の合弁のパートナーであるヴェスコ社との代理店契約により、トルコ市場への参入を果たしました。10年以上に渡る同社との友好的パートナーシップのもと、欧米市場と同様のプレステージマーケティングを推進し、資生堂化粧品の販売網は、約170店にまで広がり、売上を堅調に伸ばしています。

一方、トルコ経済は、約29.2歳という非常に若い平均年齢からくる内需の拡大と、所得の向上とともに、化粧品需要が拡大しており、高級化粧品市場は今後も高い成長が予測されています。このような背景のもと、資生堂は、市場でのプレゼンスを一層強化するべく、高級化粧品の販売ノウハウにおいて優れた実績のあるヴェスコ社と合弁会社を設立することとなりました。

マーケティング計画

資生堂トルコは、これまでの販売網を基盤に、インスタアジアの拡大を優先課題として取り組みます。店頭でのプレゼンス強化、ならびに、資生堂の強みであるビューティーコンサルタント(美容部員)の教育を充実し、「おもてなし」の心による対応の質の向上を図ります。また、戦略的にプロモーションを実施し、ブランド価値の浸透と、新規愛用者の獲得をめざします。これらの取り組みを通じ、平均伸長率二桁以上(年率)を実現し、早期に高級化粧品市場での確固たる地位を確立します。

<合併会社の概要>

- (1)正式名称 SHISEIDO Kozmetik Anonim Şirketi
呼称 資生堂トルコ
- (2)所在地 トルコ共和国、イスタンブール
- (3)事業内容 トルコにおける、高級化粧品 グローバルブランド「SHISEIDO」の輸入・販売
- (4)資本金 460 万トルコ リラ
- (5)出資比率 資生堂グループ(筆頭株主は資生堂インターナショナルヨーロッパ) 51%
ヴェスコ社 49%
- (6)責任者 Murat USTA (Mr.) (ムラット・ウスタ)

本件が 2012 年 3 月期の当社連結業績に与える影響は軽微ですが、将来的には当社のトルコ市場における事業拡大に寄与するものと考えております。

以 上

【参考資料】

●資生堂インターナショナルヨーロッパ(Shiseido International Europe S.A.)

- (1)名称 資生堂インターナショナルヨーロッパ S.A.
- (2)所在地 フランス、パリ市フォーブル サントノーレ通り 11 番地 75008
- (3)事業内容 欧州における資生堂グループの持株会社
- (4)資本金 2 億 5,613 万 3,010 ユーロ(資生堂 100%出資)
- (5)代表者 岡澤 雄(おかざわ ゆう)

●ヴェスコ社(ヴェパ ヴェスコ コスメティック)

ヴェスコ社は、1962 年設立のヴェパ グループ(高級化粧品からスポーツ関連のファッション等を扱うトルコ有数の販売会社)の傘下にあり、1988 年にトルコ国内で初めて外資化粧品ブランドの取り扱いを始め、老舗の化粧品販売代理店会社として知られる。

●プレステージ化粧品ブランド「SHISEIDO」のカテゴリー

スキンケア、メーキャップ、サンケア、ボディ、フレグランス、男性化粧品など。

主なラインとしては、SHISEIDO フューチャーソリューション LX、SHISEIDO ザ・スキンケア、SHISEIDO バイオパフォーマンス、SHISEIDO ベネフィアンス、SHISEIDO ホワイトルーセント、SHISEIDO ピュアネス、SHISEIDO メーキャップ、SHISEIDO サンケア(ボディ)、SHISEIDO ボディークリエイター(ボディ)、SHISEIDO ゼン(フレグランス)、SHISEIDO メン(男性用)など。

◆海外事業強化のための近年の取組み◆

2010年1月	ベトナムで、100%子会社「資生堂 コスメティクス ベトナム」による営業開始。 ビジネススキームの強化
	スイスで、100%子会社「資生堂スイス」による営業を開始。 ビジネススキームの強化
	ギリシャで、合併会社「資生堂ヘラス」による営業を開始。 ビジネススキームの強化
2010年2月	ベトナムに生産工場を竣工。海外の生産工場は11番目。(アメリカ3、フランス3、中国本土2、台湾2、ベトナム1) グローバル生産体制の強化
2010年5月	香港の連結子会社「資生堂大昌行化粧品有限公司」の株式全取得による100%子会社化を発表。 ビジネススキームの強化
2010年7月-9月	バルカン半島の3カ国(アルバニア(7月)、コソボ(8月)、マケドニア(9月))で代理店を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 新規市場への参入
2010年9月	モンゴルで代理店を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 新規市場への参入
2010年10月	グルジア、南アフリカで代理店を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 新規市場への参入
2010年11月	コロンビアで代理店、モルドバで「資生堂ヨーロッパ」を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 新規市場への参入
2011年1月	パナマで代理店を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 新規市場への参入
2011年2月	アルメニアと、ベラルーシで、「資生堂ヨーロッパ(フランス・パリ)」を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 新規市場への参入