



2012年4月25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)

### アルゼンチン共和国にて化粧品を販売

資生堂は、2012年5月より、日本ブランドとして初めて、中南米市場の強化にむけ、アルゼンチン共和国(以下、アルゼンチン)で化粧品販売を開始します。同国の高級化粧品販売において実績のある代理店「グレッタグループ」(所在地:アルゼンチン、ブエノスアイレス)を通じ、欧米市場を中心に資生堂が長年培ってきたプレステージマーケティングを展開し、全世界共通の高級化粧品グローバルブランド「SHISEIDO」のメーキャップ、スキンケアなどを販売します。これにより、資生堂化粧品の販売は世界89の国と地域(日本含む)、中南米市場においてはブラジル連邦共和国、メキシコ合衆国、コロンビア共和国、パナマ共和国を加えて5カ国となります。

#### 「海外化粧品事業」における取組み

資生堂は、「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」を目指し、「成長軌道に乗る」ことをテーマとした3カ年計画(2011年-2013年)に取り組んでいます。成長の牽引となる海外事業においては、中国に続く、次の成長エンジンづくりとして、新興国への対応強化を進めています。なかでも、高い経済成長を続ける中南米市場については、2010年11月よりコロンビア、2011年1月よりパナマにて販売を開始し、資生堂ブランドの売上、プレゼンスの拡大を進めています。一方、アメリカ、日本に続き世界3位の化粧品市場であるブラジルについては、今年5月より、100%子会社の「資生堂ブラジル」を通じて、北米の子会社ブランド「ベアミネラル」を投入し、資生堂グループとしての取組みを強化していきます。

#### 進出の背景

アルゼンチンは、ブラジルに続き、南米第2の新興経済国として、2003年以降、8年連続のプラス成長を続けており、個人消費を拡大しています。化粧品市場については、南米諸国のなかでも第2位の市場で、地元資本の高級化粧品専門店の販売網が整っており、欧米の大手化粧品ブランドが本格的に事業展開を行っています。2010年度の同国の高級化粧品市場規模は、前年対比プラス3割の1億2,700万ドル(約100億円)と好調を示しており、この時機をとらえ、資生堂ブランドの投入を行います。

## 販売について

1977年に創業した「グレタ・グループ」は、アルゼンチンを含む南米南部に計4カ国(チリ共和国、ペルー共和国、ウルグアイ東方共和国)で輸入化粧品の販売、マーケティングを手掛ける代理店で、主に、プレステージブランドを取り扱っています。販売は、高級化粧品のカウンセリング販売に実績のある店舗を厳選し、初年度2012年は約15店、翌年20店以上に取扱いを拡大する予定です。

### <グレタ・グループの概要>

- 会社名 : グレタ・グループ (GRETA GROUP)
- 所在地 : アルゼンチン共和国、ブエノスアイレス
- 代表者名 : マルティン・サフィール氏、レナート・サフィール氏、リカルド・サフィール氏
- 事業内容 : 高級化粧品の輸入・販売、及びマーケティング

本件が2013年3月期の当社連結業績に与える影響は軽微ですが、将来的には当社の中南米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】

●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、ボディー、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(ボディー)、SHISEIDO ボディークリエイター(ボディー)、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」による営業を開始。 <b>ビジネススキームの強化</b>
	スイスで、100%子会社「資生堂スイス」による営業を開始。 <b>ビジネススキームの強化</b>
	ギリシャで、合弁会社「資生堂ヘラス」による営業を開始。 <b>ビジネススキームの強化</b>
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。 <b>グローバル生産体制の強化</b>
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。 <b>ビジネススキームの強化</b>
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。 <b>新規市場への参入</b>
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。 <b>新規市場への参入</b>
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。 <b>新規市場への参入</b>
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。 <b>新規市場への参入</b>
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。 <b>新規市場への参入</b>
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。 <b>新規市場への参入</b>
2012年1月	トルコで、合弁会社「資生堂トルコ」による営業を開始。 <b>ビジネススキームの強化</b> インドで、市場調査を目的とした「資生堂 インド駐在員事務所」を開設。
2012年2月	チュニジアで、代理店を通じ、グローバルブランド「SHISEIDO」を発売。 <b>新規市場への参入</b>