

## 2014 年度 資生堂 月次売上動向

— 国内 1 月実績、海外 2014 年度第 4 四半期概況 —

**New !**

<b>国内の足元状況</b>	※当該月の翌月末に更新											最終更新日 2015/2/27	
<国内・化粧品店頭売上前年増減率(%)>												(当社推計値)	
2014 年度	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	累計
化粧品計 (カウンセリング+セルフ)	-24	-14	-8	-7	-8	-5	-2	-1	-2	+0			-7

**【1 月の売上概況】**  
 第 3 四半期から実施してきた主力ブランドのイノベーションの成果により着実にモメンタムが改善してきたことで、1 月の国内化粧品店頭売上は前年を上回る水準となりました。なかでも、カウンセリング化粧品は、1 月発売のシニア向け新ブランド「プリオール」が好調なスタートを切ったことに加え、グローバルブランド「SHISEIDO」、「エリクシール」、「マキアージュ」も好調を維持したこと、「ベネフィーク」が新美白美容液の貢献により売上を大きく伸ばしたことなどから、前年を上回りました。一方、セルフ化粧品は、「アネッサ」が好調なものの、主力の「アクアレーベル」などが苦戦したことから前年を下回りました。なお、トイレットリーの店出売上（卸から小売店への配荷金額）は、3 月の「TSUBAKI」のイノベーションを前にした流通側の在庫調整などにより前年を下回りました。  
 今後は、全社一体となったお客さま起点の「ICHIGAN マーケティング」を体質化することで店頭売上の更なる拡大を実現します。また、カウンセリング領域では、2 月に「エリクシール」から新デーケアレボリューション、「マキアージュ」からムース生まれの新パウダリーファンデーションを発売し、さらに3月には3つの機能型アイテムの導入による「HAKU」のライン化を実施します。加えて、セルフ・トイレットリー領域では、3月に「TSUBAKI」において「髪と地肌をWケアする」をブランドコンセプトに商品・パッケージ・コミュニケーションを一新することでヘアカテゴリーを強化します。  
 なお、販売会社売上前年比+9%は、「プリオール」の初期出荷の貢献に加え、昨年実施した売上下位商品に係る市場在庫の特別回収の反動影響などによるものです。

<国内・化粧品およびトイレットリー販売会社売上前年増減率(%)>													
	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	累計
2014 年度	+8	-5	-11	-1	-14	-9	+22	-8	+2	+9			-2

注: 「国内の足元状況」は、2014 年 6 月実績より、販売会社売上前年増減率に加えて店頭売上前年増減率(当社推計値)を開示することとし、あわせて「概況コメント」は店頭売上に対するものに変更いたしました。

<b>海外の足元状況</b>	※四半期に1度更新(更新月:1月、4月、7月、10月)											最終更新日 2015/1/30	
<b>【第 4 四半期(2014 年 10~12 月)の概況:現地通貨ベース】</b>													
<p>欧米の化粧品市場は、米州で個人消費の緩やかな成長とともに堅調に推移した一方、欧州では南欧が厳しい状況にあり、地域全体として前年より縮小しました。アジアの化粧品市場は、中国が成長性は鈍化しながらも引き続き拡大、その他のアジアにおいても緩やかな成長となりました。</p> <p>当社の 2014 年度第 4 四半期の海外売上は、米州、欧州が前年並みで推移した一方、アジア・オセアニアが前年を下回り、全体では前年を下回る実績となりました。地域別の概況は以下の通りです。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 米州…「NARS」やフレグランスなどが好調を持続したものの、ZOTOS が前年を下回り、地域全体では前年並みとなりました。</li> <li>○ 欧州…新製品を発売したフレグランス事業が堅調に推移したものの、デクレオール・カリタブランドの売却に伴う売上減などにより、地域全体では前年並みとなりました。</li> <li>○ アジア・オセアニア…トラベルリテール事業は好調に推移したものの、中国を中心に店頭在庫の適正化を行った結果、地域全体では前年を下回りました。</li> </ul> <p>注1: 「海外の足元状況」は、出荷ベースの売上に関するものです。          注2: 資生堂グループの海外子会社は 1~12 月を決算期としていますので、既に 2014 年度第 4 四半期を終了しています。          注3: 本資料における売上増減は、速報値を簡易的に集計したものであるため、連結決算で開示される実際の地域別売上の外貨ベース前年比とは内容が異なる可能性があります。</p>													

※2014 年度第 3 四半期実績の詳細については、[こちら](#)をご参照ください。