

2014 年度 資生堂 月次売上動向

— 国内 3 月実績、海外 2015 年度第 1 四半期概況 —

New !

国内の足元状況	※当該月の翌月末に更新												最終更新日 2015/4/27
＜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	+1	-32	-10

【3 月の売上概況】

3 月の店頭売上は、1 月以降の好調な Momentum に拍車がかかり、前々年比では+10%成長と市場を大きく上回りました。なお、前年比では消費税増税前の駆け込み需要の反動という特殊要因の影響により-32%となっています。第 4 四半期に入り、成長に転じた主な理由は、「エリクシール」、「マキアージュ」を間断なく強化していること、さらにシニア向けの「プリオール」が、お客さまの心をつかんで、愛用者を拡大していること、そして 3 月に入り、当社の研究開発の中でも得意とする「美白」カテゴリーで、機能性が高い新アイテムを追加した「HAKU」が好調にスタートしたことが挙げられます。その他、カウンセリング化粧品では、新メーキャップが貢献した「クレ・ド・ポー ボーテ」と「アルティミュン」発売以来、好調を維持しているグローバルブランド「SHISEIDO」が、インバウンド需要も取り込み拡大しました。また、セルフ化粧品では、「アネッサ」が爆発的に売上を伸ばし、トイレタリーの店出売上(卸から小売店への配荷金額)は、ヘアケアカテゴリーのシェア奪回に向けて全面刷新し大規模なプロモーションを展開した「TSUBAKI」が貢献し、前年を上回りました。

4 月には国内事業の組織を再編し、お客さまの購買行動に合わせた事業本部体制に変更するとともに、お客さまのニーズの変化にスピーディーに対応できるよう本社と販売会社の機能を統合し、研究開発から、マーケティング、営業、店頭までを一気通貫で展開していきます。今後は、中高価格帯を中心に成果を上げてきたブランド改革、マーケティング改革を低価格帯にも広げていくとともに、全社一体となった「ICHIGAN」の体質化により、さらなる店頭売上の拡大をめざします。

＜国内・化粧品およびトイレタリー販売会社売上前年増減率(%)＞													
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
	+8	-5	-11	-1	-14	-9	+22	-8	+2	+9	-5	-11	-3

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。

New !

海外の足元状況	※四半期に 1 度更新(更新月:1 月、4 月、7 月、10 月)												最終更新日 2015/4/27
<p>【第 1 四半期(2015 年 1~3 月)の概況:現地通貨ベース】</p> <p>2015 年度第 1 四半期の海外売上は、米州、欧州、アジア・オセアニアの全ての地域で、大きく前年を上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"> ○ 米州・・・堅調に推移している市場の中で、「NARS」やフレグランスが引き続き高成長を維持するとともに、新製品が好調な「ベアミネラル」が回復基調を維持しました。また、前年同期にはアメリカ物流センターにおける出荷トラブルがあったこともあり、地域全体で前年を大きく上回りました。 ○ 欧州・・・南欧を中心に、全体として縮小している市場の中で、デクレオール・カリタブランドの売却に伴う売上減があったものの、「アルティミュン」が好調なグローバルブランド「SHISEIDO」やフレグランス事業が伸長し、地域全体で前年を上回りました。 ○ アジア・オセアニア・・・緩やかな成長を続けている市場の中で、トラベルリテール事業が好調だったことに加え、期末に店頭在庫の適正化を行ったアジア各国で店頭売上と出荷が健全に連動する環境が整い、地域全体で前年を上回りました。中国事業においては引き続き、ブランド力の向上や店頭売上の成長に向けて、事業基盤の再構築のための様々な取り組みを実行してまいります。 <p style="font-size: small;">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 2015 年度第 1 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 年度の実績の詳細については、[こちら](#)をご参照ください。