

さらなる成長に向けて ～Drunk Elephantの取得～

魚谷 雅彦

2019年10月9日

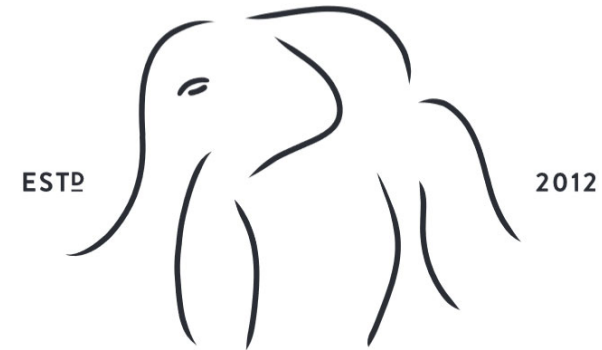
株式会社 資生堂 代表取締役 社長 兼 CEO



SHISEIDO

米国の革新的プレステージ・スキンケアブランド Drunk Elephant

- **ブランド概要**
- **2012年、Tiffany Masterson氏により創業**
- **Clean市場における
トップクラスのプレゼンス**
- **厳選された原料のみを使用、
効果が高く肌に合う
スキンケア化粧品を展開**
- **創業者自身による共感性の高い
コミュニケーション**



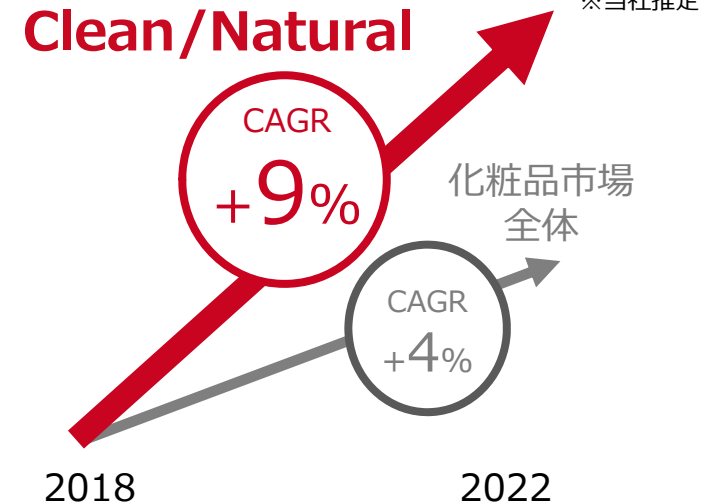
DRUNK ELEPHANT™



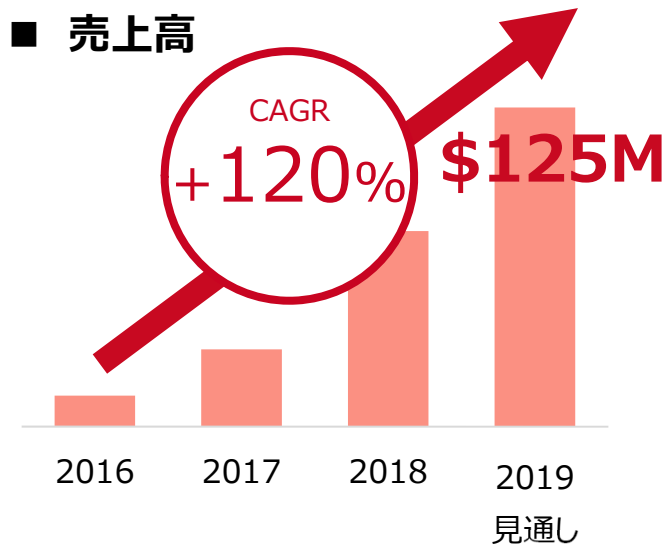
Drunk Elephantの高い成長性

- Clean市場は化粧品市場全体を上回るスピードで成長
 - 人体にも環境にもCleanな製品を求める消費者価値観の変化
 - 最大市場である米国からグローバル市場へ波及
- Drunk Elephant
 - 加速度的な売上成長
 - 将来的なグローバル展開
 - EC比率 50%超

■ 市場成長見通し* (2018-2022)



■ 売上高



Drunk Elephant獲得の戦略的意義

- プレステージ・スキンケアカテゴリーのポートフォリオ強化
- 米州事業の収益基盤強化
- 資生堂の展開力によるグローバルでの事業拡大
- デジタル、D2Cマーケティングの強化



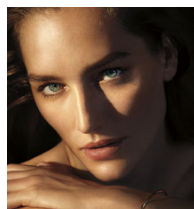
プレステージ・スキンケアカテゴリーのポートフォリオ強化

プレステージ

メイクアップ



NARS

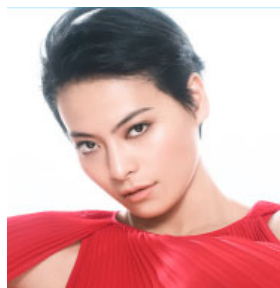


LAURA MERCIER
PARIS | NEW YORK

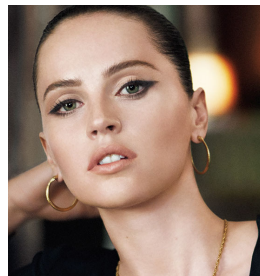


bareMinerals

スキンケア



SHISEIDO
GINZA TOKYO



clé de peau
BEAUTÉ



IPSA



ESTD

2012

DRUNK ELEPHANT™

フレグランス



DOLCE & GABBANA



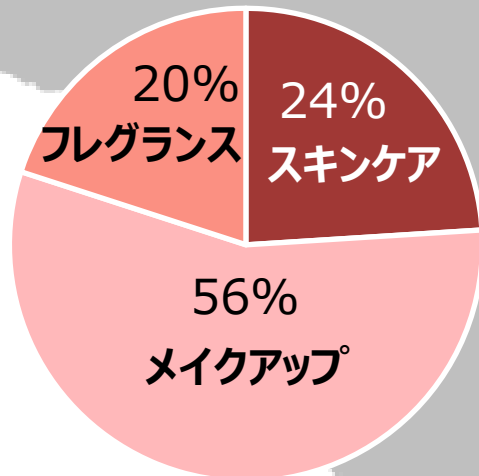
narciso rodriguez



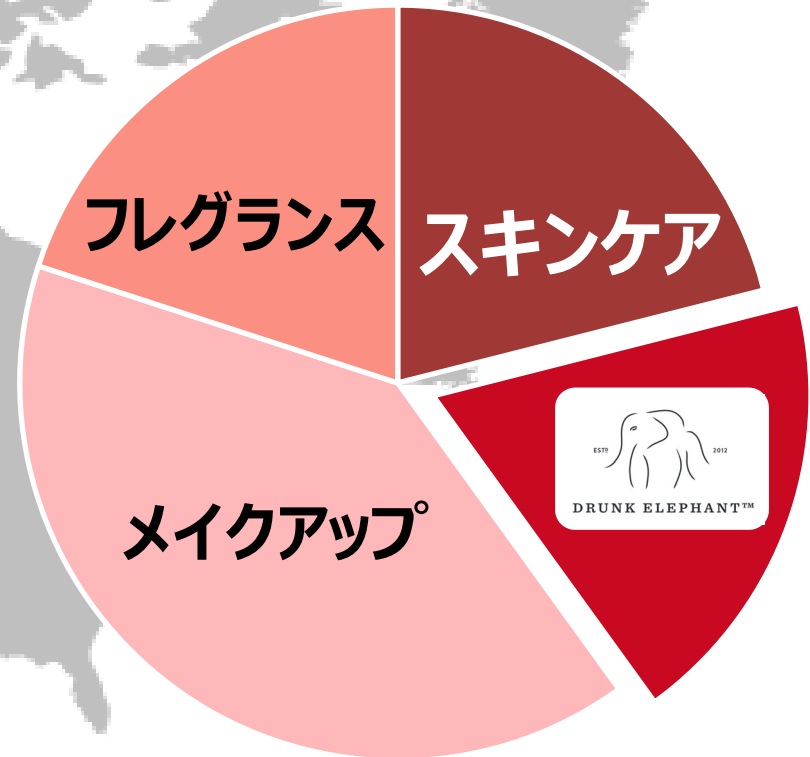
ISSEY MIYAKE

米州事業の収益基盤強化

- 収益性の高いプレステージ・スキンケアブランドでポートフォリオを強化



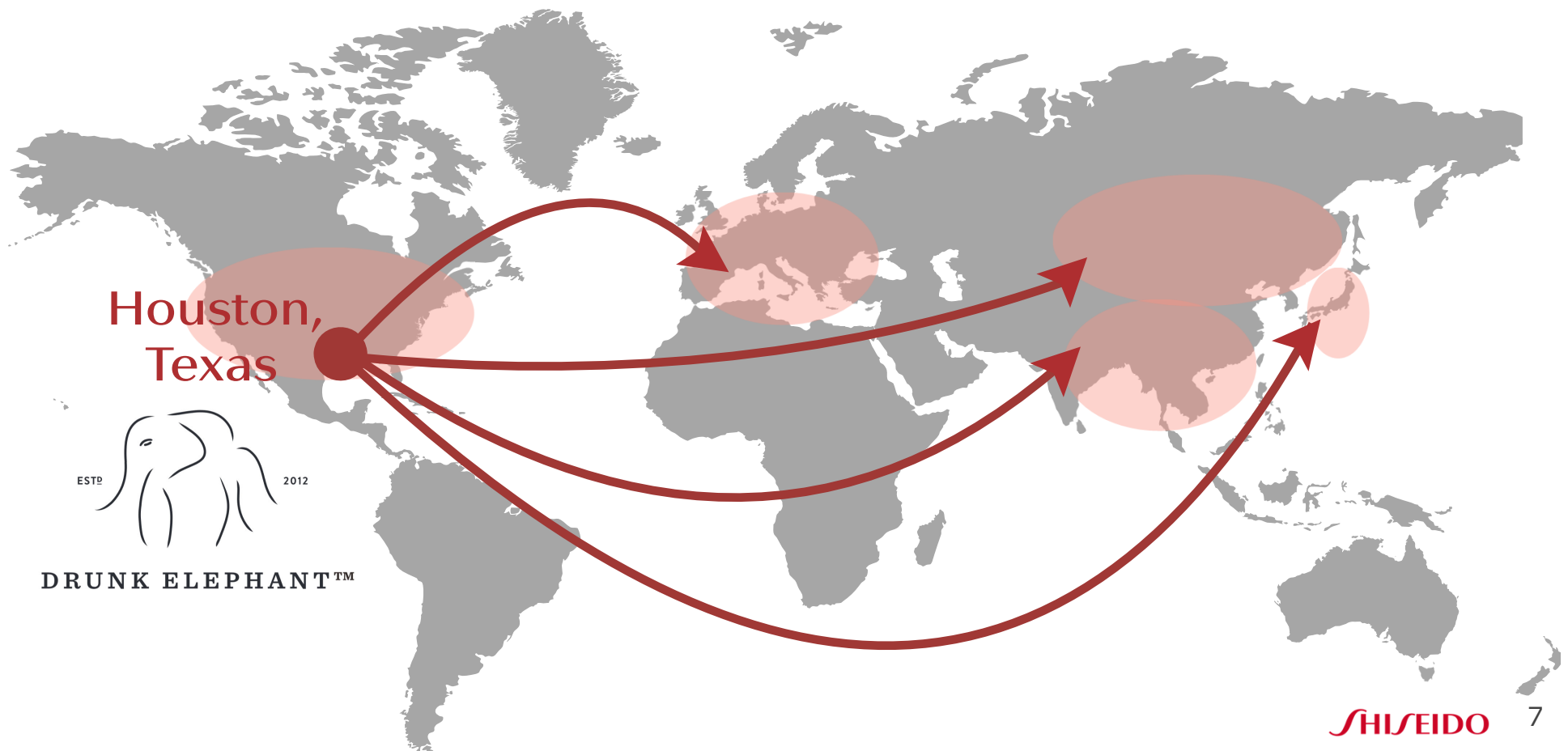
2018



202X

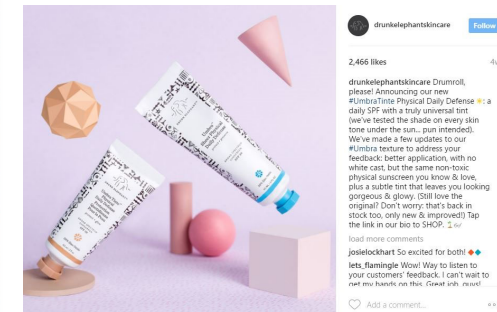
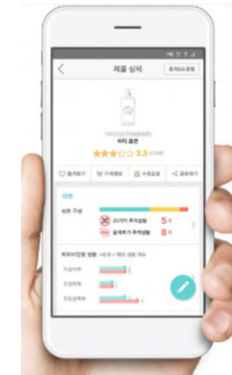
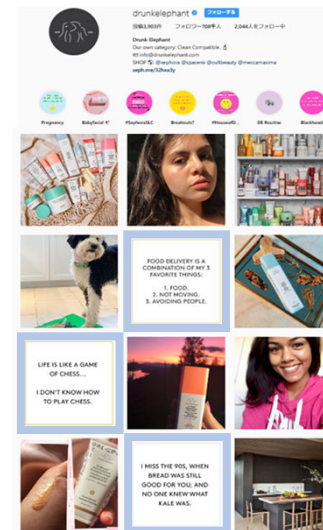
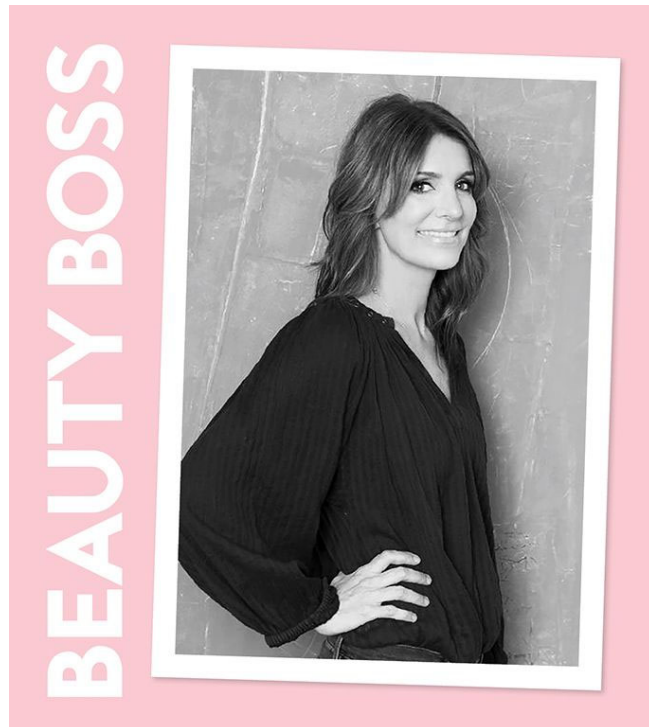
資生堂の展開力によるグローバルでの事業拡大

- Clean市場は米国に留まらず、欧州でも既に拡大
中国においても高い受容性
- クロスボーダーマーケティング等、資生堂の有するプラットフォーム・
経営資源を活用



デジタル、D2Cマーケティングの強化

- 両者の知見・ノウハウの相乗効果によるグループ全体としてのマーケティング能力強化
- デジタル、ソーシャルメディアを活用したユニークで共感性の高いコミュニケーションスタイル



世界で勝てる日本発の グローバルビューティーカンパニーへ

長期目標

売上高 2兆円

営業利益 3,000億円

THE MOST TRUSTED BEAUTY COMPANY IN THE WORLD

**最も
イノベーティブ**

**若者が
憧れる**

**多様な人材に
選ばれる**

**社会・株主から
信頼される**

当資料の記載内容のうち、歴史的事実でないものは、資生堂の将来に関する見通しおよび計画に基づいた将来予測です。これらの将来予測には、リスクや不確定な要素などの要因が含まれており、実際の成果や業績などは、記載の見通しとは異なる可能性があります。

SHISEIDO

補足：本件買収の概要

買収対象企業	Drunk Elephant Holdings, LLC
取得価額	845百万米ドル（概算額）
資金調達	手元流動性資金および銀行借入により充当
クロージング	2019年12月期中（予定）
今後の見通し・ 財務インパクト	<ul style="list-style-type: none">・2019年12月期における当社グループの連結業績に与える影響は軽微・本件買収に伴う株主還元方針の変更なし