



2013 年 7 月 19 日

各 位

会 社 名 株式会社 資 生 堂
代表者名 代表取締役会長 兼 執行役員社長
前田 新造
(コード番号 4911 東証第 1 部)
問合せ先 広報部長 齊藤 幸博
(TEL. 03-3572-5111)

急拡大するインドの中間層へのビジネスを開始 ムンバイに 100%子会社を設立

資生堂は、2001 年以来、代理店を通じてインドのプレステージ(高級)化粧品市場で販売していましたが、今後大きな拡大が見込まれるインドの中間所得者層を対象とした「マステージ領域」(※1)に新たに参入します。アジアを中心に 12 カ国・地域で展開するスキンケア・メーキャップブランド「Za(ジーエー)」を導入、商品の輸入および卸売りを専門に行う 100%子会社「資生堂インド」を 2013 年 7 月 4 日、新たにムンバイに設立しました。

2014 年 4 月に「Za」の販売を開始し、急拡大するインドのマステージ市場の中でも比較的価格帯が高いエリアに注力し、2014 年末までに 250 店、4 年後の 2018 年には 1700 店規模を目標に展開します。

(※1) マステージとは、「マス」と「プレステージ」をもとにした造語で「通常のマス商品よりも高級感はあるが、プレステージ商品に比べると値ごろ感がある商品領域」を指す。

資生堂のインド市場への取り組み

資生堂はインドにおいて 2001 年に現地代理店「Baccarose(バックカローズ)社」経由でプレステージ化粧品、グローバルブランド「SHISEIDO」の販売を開始、以後、高級デパート約 30 店で順調に売上を拡大しています。また、2002 年からは当社の在仏 100%子会社「Beauté Prestige International(ボーテ プレステージ インターナショナル。以下「BPI」)」が発売する「Issey Miyake(イッセイ ミヤケ)」などのデザイナーズフレグランスも Baccarose 社を通じて販売を開始、現在では約 120 店で展開するなど、インドの富裕層に向けたビジネスを着実に推進しています。

インド子会社設立の背景

12 億人もの人口を擁するインドは、中長期的に更なる人口増加と経済発展が期待されています(※2)。中でもマステージ市場のマーケットサイズは、既に当社が展開しているプレステージ市場の 8 倍程度あると推測(2011 年、当社調べ)されており、当社ではインド市場への新たなアプローチを研究するために、2011 年にムンバイに駐在員事務所を設立、現地の嗜好やマーケティング調査を重ねてきました。

その結果、高級百貨店などのプレステージチャネルに強い Baccarose 社を通じたグローバルブランド「SHISEIDO」および「BPI」への注力は継続しつつも、より大きな成長が見込まれるマステージ市場への進出を決定すると同時に、きめ細やかで専門的なマーケティングを展開すべく、100%子会社の設立に至りました。

(※2) 「人口は 2030 年頃には中国を抜き世界一になり、2050 年には 16 億人に達する」(国連人口統計)、「2011 年から 2025 年までの間に名目 GDP が 2.5 倍に伸長し、日本に次ぐ世界 4 位の経済大国になる」(IMF)などの国際機関の発表に基づく。

今後の事業展開

今回、インドに導入する「Za」は、「資生堂」の名を冠さずに 1997 年以来、アジアを中心に展開している当社を代表するマステージブランドです。セルフタイプのスキンケア、メーキャップの総合ブランドで、昨年は日本にも導入、今年 6 月からはフィリピンでも発売されるなど好調に推移しています。

資生堂インドの営業開始は 2014 年 4 月を予定し、マステージ領域の中でも比較的価格帯が高いセグメントに対して「Za」を販売します。初年度はムンバイ、デリーなどの主要都市の組織流通チャネルなどで 250 店、早期に「Za」の知名度を確立し、2 年目には 650 店、4 年後には 1700 店規模まで販路を拡大します。

インドで販売する「Za」の商品は、主に当社ベトナム工場（ドンナイ省）で生産し輸出することで、原価や輸送費の低減を図ります。ベトナム工場は、主に ASEAN 諸国や日本向けに 2010 年から稼動しており、2013 年中には工場建屋の増設と生産設備の増強に着手します。

資生堂では、将来のあるべき姿として「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」を掲げています。海外売上高比率は 44.9%（2013 年 3 月期）と、50% 超えも視野に入ってきました。この度のインドでの 100% 子会社設立により、資生堂はすべての BRICs 諸国（ブラジル、ロシア、インド、中国）において直接投資を開始しました。今後とも既存市場はもちろんのこと、新興市場にも積極的な投資を行い、着実な成長戦略を描いていきます。

新会社の概要

名称	（和文） 資生堂インド （英文） Shiseido India Private Limited
取締役	岡澤 雄（おかざわ ゆう）＜株式会社資生堂 取締役執行役員常務 兼務＞
設立	2013 年 7 月 4 日
所在地	インド ムンバイ
資本金	6.5 億インドルピー（2013 年 1 月のレートで 10 億円相当）



「Za」店頭什器（タイ、バンコク）

本件が 2014 年 3 月期の当社連結業績に与える影響は軽微ですが、将来的には当社のインド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