

## Press Release

## 资生堂集团 2020 会计年度合并决算速报

### —资生堂中国市场成集团主要增长引擎，全年销售额实现两位数以上增长

#### 1. 有关经营业绩、财政情况的分析

##### 经营业绩相关说明

	销售额 (百万日元)	营业利润 (百万日元)	经常利润 (百万日元)	归属于母公司股东的年度净利润或归属于母公司股东的年度净损失(△) (百万日元)	EBITDA (百万日元)
2020年12月期	920,888	14,963	9,638	△11,660	71,393
2019年12月期	1,131,547	113,831	108,739	73,562	169,348
增减率	△18.6%	△86.9%	△91.1%	—	△57.8%
外汇增减率	△17.8%				
实质增减率	△18.8%				

#### ① 本合并决算会计年度的业绩概况

在本合并决算期间，由于受新冠肺炎疫情扩大的影响，全球经济活动停滞，企业收益和雇用情况的恶化导致了消费欲望低下，因此市场一直处于严峻态势。日本国内化妆品市场方面，受紧急状态宣言导致的零售店临时停业以及紧急状态解除后营业时间较短、外出自控等因素影响，客流量减少。另外，日本政府取消了大约150个国家和地区的签证效力，进行了入境限制，再加上国际航班的航班数持续减少，因而入境需求也受到了很大的影响。国外化妆品市场方面，亚洲地区自2月份起、欧美自3月份起化妆品市场的发展态势也开始急转直下。新冠肺炎疫情的新增感染者人数在夏季一度得到控制，但是欧美等国自9月份起再度增长，经济活动限制措施再度加强，整体环境仍然非常严峻。不过中国自3月下旬起，感染人数的增长得到了控制，外出限制放缓，因此自4月份起，市场情况开始恢复。

2015年，为了打造一个百年后仍然闪耀的企业，资生堂启动了中长期经营战略VISION 2020。作为一家“源于日本的国际化妆品企业”，为了在竞争中脱颖而出，资生堂的一切活动均从顾客角度出发，致力于在全球范围内提高集团的品牌价值。

本合并决算年度作为VISION 2020的最后一个年度，经营环境非常严峻。但是，即使是在这种环境之下，我们仍将不断推进业务、品牌的选择与集中，继续向重点品牌进行投资以实现持续增长，并从零开始调整年度费用，制定并实施相关措施以实现业绩的恢复。

在本合并决算年度，所有地区都受到了新冠肺炎疫情扩大的影响，因此，以当地货币为标准，销售额比上一年度减少了17.8%。剔除业务收购等所造成的影响等之后，按实值计算，销售额比上一年度减少了18.8%。换算为日元后，比上一年度减少了18.6%，为9,209亿日元。

营业利润方面，销售额减少带来了差额利润的减少，为加强事业基础进行的结构改革导致了临时费用的产生，同时我们还继续加强了对于中国、电商等成长型领域的市场营销投资。另一方面，我们根据销售额的变化灵活机动地进行了成本控制，并在全公司范围内贯彻了以控制经费为核心的控本增效措施，最终我们确保了盈利，营业利润为150亿日元，比上一年度减少了86.9%。

归属于母公司股东的净利润方面，除出现亏损外，还需要支付停业期间的员工工资、店铺及工场维持费用，加上又计入了新冠疫情造成的特别损失，因此归属于母公司股东的净利润出现了117亿日元的亏损。

本合并决算年度的财务报表项目（收益及费用）的主要汇率为：1美元 = 106.8日元，1欧元 = 121.8日元，1元人民币 = 15.5日元。

【合并决算】

(单位: 百万日元)

类别	2020年 12月期	构成比	2019年 12月期	构成比	增减	增减率	外汇 增减率	含各类别间的内部销售及调整销售在内的销售额		
								2020年 12月期	2019年 12月期	
销 售 额	日本业务	303,035	32.9%	430,998	38.1%	△127,962	△29.7%	△29.7%	329,382	457,123
	中国业务	235,804	25.6%	216,241	19.1%	19,563	9.0%	11.0%	236,808	217,094
	亚太业务	59,173	6.4%	69,835	6.2%	△10,661	△15.3%	△14.7%	61,090	72,477
	美洲业务	91,410	9.9%	123,004	10.9%	△31,593	△25.7%	△23.8%	118,665	164,326
	欧洲业务	94,280	10.3%	118,417	10.5%	△24,137	△20.4%	△20.2%	102,500	129,902
	旅游零售业务	98,501	10.7%	122,793	10.8%	△24,291	△19.8%	△18.2%	98,812	123,165
	专业美发业务	12,755	1.4%	14,685	1.3%	△1,930	△13.1%	△12.2%	13,359	15,381
	其他	25,927	2.8%	35,572	3.1%	△9,645	△27.1%	△27.1%	172,524	177,341
小 计	920,888	100.0%	1,131,547	100.0%	△210,658	△18.6%	△17.8%	1,133,142	1,356,813	
调整额	—	—	—	—	—	—	—	△212,253	△225,265	
合 计	920,888	100.0%	1,131,547	100.0%	△210,658	△18.6%	△17.8%	920,888	1,131,547	

(单位: 百万日元)

类 别	2020年 12月期	销售额 占比	2019年 12月期	销售额 占比	增减	增减率	
营 业 利 润 或 营 业 损 失	日本业务	10,473	3.2%	76,503	16.7%	△66,029	△86.3%
	中国业务	18,386	7.8%	29,225	13.5%	△10,838	△37.1%
	亚太业务	3,248	5.3%	7,426	10.2%	△4,178	△56.3%
	美洲业务	△22,254	△18.8%	△7,570	△4.6%	△14,684	—
	欧洲业务	△13,231	△12.9%	△2,187	△1.7%	△11,044	—
	旅游零售业务	14,640	14.8%	31,295	25.4%	△16,654	△53.2%
	专业美发业务	△34	△0.3%	336	2.2%	△371	—
	其他	3,475	2.0%	△9,871	△5.6%	13,346	—
小 计	14,702	1.3%	125,157	9.2%	△110,454	△88.3%	
调整额	261	—	△11,325	—	11,586	—	
合 计	14,963	1.6%	113,831	10.1%	△98,867	△86.9%	

(注) “其他”包括本公司职能部门、(株式会社)IPSA、资生堂美容室(株式会社)、生产业务、先端科技业务以及餐饮业务等。

【中国业务】

由于新冠肺炎疫情扩大,中国业务自1月下旬起就受到了很大的影响。但是3月下旬以后感染者人数减少,因此中国大陆等地不断恢复。“SHISEIDO 资生堂”、“Clé de Peau Beauté 肌肤之钥”、“IPSA 茵芙莎”、“NARS 娜斯”等高端品牌由于实体店增加,同时我们又加大了在电商领域的投资,所以这些品牌业绩大幅增长,市场份额扩大。在中国规模最大的电商促销活动“双十一”期间,创下了上一年度2倍以上的销售额。由此,在中国业务中,电商领域的销售额占比超过了40%。

基于以上情况,销售额以当地货币为标准来计算的话,比上一年度增长了11.0%,换算为日元后,比上一年度增长了9.0%,为2,358亿日元。营业利润方面,由于市场投资的加强,营业利润比上一年减少了37.1%,为184亿日元。

【其中】2020年度第四季度,中国本土市场业绩表现亮眼,显现强劲增长势头

- 销售额实现同比超35%以上增长
- 高档化妆品品牌实现同比超75%以上增长
- EC(电子商务)渠道实现同比超70%以上增长,其中线上高档化妆品品牌实现同比超150%以上增长



② 下一年度业绩预测

合并决算销售额

(单位: 亿日元)

类别	2021年 12月期 (预测)	2020年 12月期	增减率	外汇 增减率
销售额	11,000	9,209	19%	19%
日本业务	3,460	3,030	14%	14%
中国业务	3,135	2,358	33%	30%
亚太业务	665	592	12%	14%
美洲业务	1,165	914	27%	29%
欧洲业务	1,060	943	12%	8%
旅游零售业务	1,065	985	8%	10%
专业美发业务	145	128	14%	14%
其他	305	259	18%	18%

(注) 伴随本公司集团内部业绩管理分类的部分调整, 我们计划自2021年起把原来计入“美洲业务”的、与数字战略有关的全球服务职能的业绩改为计入“其他”中, 将原计入“其他”的供应链职能相关业绩改为计入“日本业务”中。另外, 我们不会基于本变更对2020年12月期合并决算销售额业绩报告中的各分类进行调整。

合并决算利润

(单位: 亿日元)

类别	2021年 12月期 (预测)	销售额 占比	2020年 12月期	销售额 占比	增减率
营业利润	350	3.2%	150	1.6%	134%
经常利润	310	2.8%	96	1.0%	222%
归属于母公司股东的年度净利润或归属于母公司股东的年度净损失(△)	115	1.0%	△117	△1.3%	—

(单位: 日元)

类别	2021年 12月期 (预测)	2020年 12月期
ROE(净资产收益率)	2.4%	△2.4%
每股平均当期净利润	28.79	△29.19
DOE(股本报酬率)	4.1%	3.3%
每股平均分红		
年中	20.00	20.00
年底	30.00	(预计) 20.00

关于下一年度的市场情况, 新冠肺炎疫情扩大带来的全球经济发展放缓仍将是一个令人担忧的问题。另外, 外出自控导致消费欲望低迷, 特别是日本国内到访外国游客大幅减少导致消费一直处于低迷状态, 因此预计前景不明的情况仍将持续。在这种经济环境下, 我们预计除了市场行情已经恢复的中国以外, 其他地区在上半年仍将处于严峻的经济状态, 但下半年将缓慢恢复。

基于这一业务环境的变化，本公司将以高端护肤美容业务和数字业务为中心进行业务模式的转换，加强对成长型战略领域的投资，同时通过业务结构的改革重新构建我们的收益基础。

通过以上措施的实施，预计合并决算销售额可达 1 兆 1,000 亿日元。利润方面，除上述投资强化措施外，作为 2020 年新冠疫情相关特别损失，还要结转计入固定费用，从而将对于利润产生一定的反作用力。但另一方面，销售额增长会带来差额利润的增长，所以预计营业利润可达 350 亿日元、经常利润达 310 亿日元、归属于母公司股东的当期净利润达 115 亿日元。

年度主要汇率预计为：1 美元 = 105 日元，1 欧元 = 127 日元，1 元人民币 = 16 日元。

另外，2 月 3 日我们已经发布消息，预计今后将把个人护理业务转让出去，对于该交易对本公司合并决算业绩的影响目前我们正在核算之中。由于目前无法准确地预计其对销售额、营业利润等的影响，所以在此次发布的预测中没有考虑个人护理业务转让带来的影响。详情将在计划于 2021 年 5 月发布的 2021 年第一季度决算报告中进行公布。

详情请浏览本公司网站所公布的决算说明资料。

<https://corp.shiseido.com/jp/ir/library/tanshin/>

## 2. 在选择会计标准时的基本原则

本公司集团适用日本标准。

本公司认为，基于日本标准所制作的财务报表可以适当地反映本公司集团的经营业绩、财务状况以及现金流量的情况。

关于国际会计标准（下称 IFRS）的适用，鉴于日本标准的趋同动向以及 IFRS 本身的修订，我们将考虑标准变更及其应对经营造成的影响等因素，研讨适用 IFRS 的可行性。