

资生堂集团 2021 年第一季度 决算速报

【集团业绩亮点】

- 以中国为中心的海外市场均实现增长。其中中国市场增长势头强劲，实现同比 46.8% 增长，持续多年保持海外市场第一地位。
- 电商渠道以高档化妆品为中心持续增长，同比增长超 40%。
- 护肤品牌继续成为集团增长引擎，实现同比两位数增长。同时，护肤品类占集团整体业务比达到 64%（比去年增加 2.7%）。

1. 本季度决算相关的定性信息

(1) 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 季度净利润或归 属于母公司股东的 季度净损失 (△) (百万日元)	EBITDA (百万日元)
2021 年 12 月期 第 1 季度	244,011	10,884	13,854	△1,527	31,538
2020 年 12 月期 第 1 季度	226,893	6,496	6,052	1,402	24,005
增减率	7.5%	67.6%	128.9%	—	31.4%
外汇增减率	6.0%				

(注) EBITDA 中包含了计入特别损失的“新冠肺炎疫情造成的损失”中所包含的折旧费以及“减值损失”。

在本次第 1 季度合并决算期间(2021 年 1 月 1 日~2021 年 3 月 31 日)，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等导致了消费欲望低下等，严峻态势依旧持续。日本国内化妆品市场方面，紧急状态宣言导致的零售店临时停业以及外出自控等导致客流量减少，同时，伴随着访日外国游客等的大幅减少，导致入境需求也受到了极大影响。国外化妆品市场方面，一部分国家和地区虽然出现了好转的趋势，但是整体上新新冠肺炎疫情扩大的影响还在继续，特别是化妆品市场的严峻态势仍然持续。另一方面，中国的经济活动开始恢复，化妆品市场也在继续增长。

资生堂集团将自本期开始启动根据新冠肺炎疫情扩大导致的市场变化而制定的中长期经营战略“WIN2023 and Beyond”，并实施以“Skin Beauty”（美肤领域）作为核心业务的彻底的经营改革。在外部环境急剧变化的形势下，从注重扩大销售额的增长模式转向注重收益性和现金流的战略，构建作为美肤企业的基业。

本期是为实现 WIN2023 的“变革和面向下一阶段的准备”之年，除了致力于以业务组合的重组为中心的结构性改革之外，我们还在努力强化数字化转型、减少库存等的财务基础。

本次第 1 季度合并决算期间的销售额除日本外所有地区都实现了增长，以当地货币为标准，销售额比上一年度增加了 6.0%。换算为日元后，比上一年度增加了 7.5%，为 2,440 亿日元。受战略性加强投资的护肤品牌的成长牵引，EC(电子商务)也以高档品牌为中心实现了持续增长。

营业利润方面，由于销售额增长带来了差额利润的增加，同时，根据市场环境变化在市场投资和经费方面进行了适当的资源分配等，所以比上一年度增长了 67.6%，为 109 亿日元。

归属于母公司股东的季度净利润方面，除了结构性改革等以外，在现有业务基础上达到 138 亿日元，但由于与 DOLCE&GABBANA S. R. L. 公司解除许可合同（一部分在劳资协商后确定）而产生的商标权的减值损失的计入等，最终产生了 15 亿日元的损失。

此外，以 EBITDA 为基准的利润率为 12.9%，维持了两位数。

本次第 1 季度合并决算期间的财务报表项目（收益及费用）的主要汇率为：1 美元 = 106.6 日元，1 欧元 = 127.9 日元，1 元人民币 = 16.4 日元。

【合并决算】

（单位：百万日元）

类 别	本年第 1 季度	构成比	上年第 1 季度	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		
								本年第 1 季度	上年第 1 季度	
销 售 额	日本业务	75,286	30.8%	85,673	37.8%	△10,386	△12.1%	△12.1%	84,694	92,744
	中国业务	65,349	26.8%	44,514	19.6%	20,834	46.8%	41.1%	65,552	44,622
	亚太业务	16,527	6.8%	15,083	6.6%	1,443	9.6%	6.4%	17,136	15,670
	美洲业务	24,371	10.0%	23,292	10.3%	1,079	4.6%	6.8%	31,646	29,605
	欧洲业务	24,440	10.0%	20,439	9.0%	4,000	19.6%	12.3%	26,464	23,152
	旅游零售业务	27,982	11.5%	27,795	12.2%	187	0.7%	2.5%	28,088	27,852
	专业美发业务	3,608	1.5%	2,877	1.3%	730	25.4%	23.0%	3,762	3,048
	其他	6,445	2.6%	7,216	3.2%	△771	△10.7%	△10.7%	50,928	45,707
	小 计	244,011	100.0%	226,893	100.0%	17,117	7.5%	6.0%	308,274	282,403
调整额	—	—	—	—	—	—	—	△64,262	△55,509	
合 计	244,011	100.0%	226,893	100.0%	17,117	7.5%	6.0%	244,011	226,893	

（单位：百万日元）

类 别	本年第 1 季度	销售额 占比	上年第 1 季度	销售额 占比	增 减	增减率	
							营 业 利 润 或 者 损 失
中国业务	1,970	3.0%	5,282	11.8%	△3,312	△62.7%	
亚太业务	1,445	8.4%	1,064	6.8%	381	35.8%	
美洲业务	△6,109	△19.3%	△9,082	△30.7%	2,972	—	
欧洲业务	△910	△3.4%	△6,463	△27.9%	5,553	—	
旅游零售业务	4,721	16.8%	4,974	17.9%	△253	△5.1%	
专业美发业务	444	11.8%	60	2.0%	384	639.7%	
其他	8,622	16.9%	4,681	10.2%	3,941	84.2%	
小 计	15,118	4.9%	8,351	3.0%	6,767	81.0%	
调整额	△4,233	—	△1,854	—	△2,378	—	
合 计	10,884	4.5%	6,496	2.9%	4,388	67.6%	

(注) 1 自本次第 1 季度合并决算期间起，伴随本公司集团内部业绩管理分类的部分调整，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。另外，将原计入“其他”的供应链职能的部分业绩等改为计入“日本业务”中。此外，有关上年第 1 季度合并结算期间的分类信息，记载的是按照变更后的分类方法制作的内容。

2 “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

3 营业利润或营业损失中的销售额占比是指相对于含各类别间的内部销售或包括调整销售在内的销售额的比例。

4 营业利润或营业损失的调整额主要是指各类别间的取消交易的金额。

各报告类别的概况如下：

【中国业务】

中国业务在去年同期受新冠肺炎疫情扩大的影响极大，但是本期线上线下都展现了强劲的成长，与2019年相比也加速了增长。以“SHISEIDO 资生堂”、“Clé de Peau Beauté 肌肤之钥”、“IPSA 茵芙莎”等护肤品牌为中心，加强了市场投资，妇女节和资生堂中国40周年推广活动也得以顺利推进。

基于以上情况，销售额以当地货币为标准，比上一年度增加了41.1%，换算成日元后，比上一年度增加了46.8%，为653亿日元。营业利润方面，尽管销售额增长带来了差额利润的增加，但另一方面，由于一部分成本恶化以及加强市场投资等原因，比上一年度减少了62.7%，为20亿日元。

【其中】2021年度第一季度，中国大陆市场业绩表现亮眼，显现强劲增长势头，销售额实现同比超50%以上增长

- 高档化妆品品牌实现同比超70%以上增长
- EC（电子商务）渠道实现同比超50%以上增长，其中线上高档化妆品品牌实现同比超80%以上增长。

【旅游零售业务】

旅游零售业务（机场、市内免税店等的化妆品、香水的销售）受到因国际航班的大幅减少导致的全球游客减少等的影响。另一方面，由于中国海南岛的国内游客数量的持续增加，我们扩大了门店数量并加强了促销活动。此外，由于强化了“IPSA 茵芙莎”、“ELIXIR 怡丽丝尔”等的店铺专柜的开设，亚洲的销售额实现了超越上一年度的增长。

基于以上情况，销售额以当地货币为标准，比上一年度增加了2.5%，换算成日元后，比上一年度增加了0.7%，为280亿日元。营业利润方面，尽管亚洲销售额的增长带来了差额利润的增加，但另一方面，由于国内免税业务的利润减少等原因，比上一年度减少了5.1%，为47亿日元。

(2) 有关合并决算业绩预测等未来预测信息的说明

考虑到由于公司事业转型，业务转让、商业模式转变等情况出现，2021年2月9日公布的全年合并决算业绩预测修正如下：

假定作为前提的年度主要平均汇率为：1美元=105日元，1欧元=127日元，1人民币=16日元。

另外，本业绩预测修正后的2021年12月期的分红预测没有变更。

详情请浏览《有关全年合并决算业绩预测的修正、特别利润以及特别损失计入的通知》以及决算说明资料。

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

2021年12月期 全年合并决算业绩预测（2021年1月1日~2021年12月31日）

	销售额	营业利润	经常利润	归属于母公司 股东的当期净 利润	每股平均当期 净利润
	百万日元	百万日元	百万日元	百万日元	日元
上次发表的预测（A）	1,100,000	35,000	31,000	11,500	28.79
本次公布的预测（B）	1,067,000	27,000	27,000	35,500	88.87
增减额（B-A）	△33,000	△8,000	△4,000	24,000	
增减率（%）	△3.0%	△22.9%	△12.9%	208.7%	
上期业绩 （2020年12月期）	920,888	14,963	9,638	△11,660	△29.19

【参考信息】各报告类别合并决算销售额预测

各报告类别的合并决算销售额预测如下所示。

全年合并决算销售额

(单位: 亿日元)

类别	本次修正 预测(A)	增减率 (A/C-1)	外汇 增减率	前次公布 预测(B)	前次公布 差(A-B)	前期业绩 (C)
日本业务	3,250	7%	7%	3,460	△210	3,030
中国业务	2,825	20%	17%	3,135	△310	2,358
亚太业务	645	9%	11%	665	△20	592
美洲业务	1,165	27%	29%	1,165	—	914
欧洲业务	1,060	12%	8%	1,060	—	943
旅游零售业务	1,065	8%	10%	1,065	—	985
专业美发业务	145	14%	14%	145	—	128
其他	515	99%	99%	305	210	259
合计	10,670	16%	15%	11,000	△330	9,209