

资生堂集团 2017 财年上半年结算速报

1. 本期（2017 年 1 月 1 日～2017 年 6 月 30 日）业绩概况

资生堂集团以中长期战略“VISION 2020”（愿景 2020）为基础、为实现“源自日本而制胜于全球的国际化化妆品集团”此目标，遵循“Think Global, Act Local”（国际视野，本土行动）的原则，“从顾客角度出发”开展各项活动，采取措施进一步提升品牌价值。

2017 年作为正在实施的 3 年计划中的最后一个年度，资生堂正采取措施全力完成“重新构建事业基础”这一工作。具体来说，为促进销售增长，资生堂进一步加强在发展前景较好领域的投资，并针对存在成长性 or 收益性问题的品牌及领域采取相应措施。另外，为推进收益性改善，资生堂还着手在各业务及各品牌贯彻利润管理，针对重点业务及品牌进行大胆重组，同时削减对销售及利润贡献度低的产品。

从第二季度合并结算期间的销售额来看、按当地货币计算，销售额比去年同期增长了 15%，达成比第一季度更快速度的增长。随着战略性投资强化的高端领域在全球范围内保持着良好增长态势，主要面向中国顾客的跨国市场营销在日本、中国、旅游零售业务的积极推进，拉动了业绩增长。再加上新品牌的优异表现，全部业务均获得增长。换算为日元后，销售额达到 4,721 亿日元，同比增长 14.5%。

营业利润方面，由于对新品牌的投资强化，以及日本、中国、旅游零售业务为中心的现存业务的收益性提高、成本构造改革、成本率降低等原因，营业利润同比增长了 73.9%，达到 347 亿日元。归属于母公司股东的净利润同比减少了 23.2%，为 188 亿日元。这主要是因为去年同期计入了相关知识产权转让收益以及工厂旧址出售收益等特别利润，加上本期主动召回一部分商品所造成的特别损失。另外，本合并结算年度的财务报表各项目（收益及费用）所使用的主要换算汇率为 1 人民币=16.4 日元、1 美元=112.4 日元、1 欧元=121.6 日元。

【合并结算】

（单位：百万日元）

	类别	本年第二季度 (累计)	构成比	去年第二季度 (累计)	构成比	增减	增减率	外币增减率
销 售 额	中国业务	68,658	14.5%	60,396	14.7%	8,261	13.7%	17.4%
	日本业务	208,585	44.2%	189,665	46.0%	18,920	10.0%	10.0%
	亚太业务	25,810	5.5%	22,404	5.4%	3,406	15.2%	10.3%
	美洲业务	62,109	13.2%	55,234	13.4%	6,875	12.4%	12.0%
	欧洲业务	53,823	11.4%	43,237	10.5%	10,585	24.5%	27.1%
	旅游零售业务	23,126	4.9%	12,023	2.9%	11,103	92.4%	91.8%
	专业美发业务	23,199	4.9%	22,226	5.4%	972	4.4%	4.0%
	其他	6,795	1.4%	7,091	1.7%	△295	△4.2%	△4.2%
	合计	472,109	100.0%	412,279	100.0%	59,829	14.5%	15.0%

(单位: 百万日元)

类别	本年第二季度 (累计)	销售额占比	上年第二季度 (累计)	销售额占比	增减	增减率
营业利润	5,007	7.3%	2,218	3.7%	2,788	125.7%
业	40,638	18.1%	25,231	12.6%	15,407	61.1%
利	2,285	8.6%	12	0.1%	2,272	—
润	△9,025	△13.0%	△4,705	△7.9%	△4,320	—
或	△3,190	△5.6%	△2,281	△5.0%	△908	—
损	7,544	32.5%	2,854	23.7%	4,689	164.3%
失	1,169	5.0%	146	0.7%	1,022	697.0%
	△5,236	△11.7%	△4,576	△16.8%	△659	—
小计	39,192	7.3%	18,900	4.2%	20,292	107.4%
调整额	△4,521	—	1,042	—	△5,563	—
合计	34,671	7.3%	19,942	4.8%	14,728	73.9%
经常性利润	34,197	7.2%	18,337	4.4%	15,860	86.5%
归属于母公司股东的净利润	18,805	4.0%	24,496	5.9%	△5,690	△23.2%

2. 中国业务概况

中国业务方面，“品牌 SHISEIDO”、“Clé de Peau Beauté”、“IPSA”等高端化妆品保持高增长态势。此外，个人护理品牌也得益于电商领域销售的增加，销售额实现大幅增长，整体中国业务按当地货币计同比增长了 17.4%，换算成日元后同比增长 13.7%，达到了 687 亿日元。

营业利润方面，因一方面积极进行市场投资，另一方面销售额增长带来了营利增长，营业利润同比增加 125.7% 达到 50 亿日元。

3. 合并结算业绩预测等未来预测信息的相关说明

结合本年第 2 季度累计合并结算期间的业绩、对 2017 年 2 月 9 日发表的全年合并业绩预测做如下调整。作为前提，将各主要货币的全年平均汇率设定为 1 人民币=16.2 日元、1 美元=111.2 日元、1 欧元=119.8 日元。

2017 财年 全年合并结算业绩预测数值调整 (2017 年 1 月 1 日~2017 年 12 月 31 日)

	销售总额	营业利润	经常性利润	归属于母公 司股东的 本期净利润	每股本期 净利润
	百万日元	百万日元	百万日元	百万日元	日元
上次预测 (A)	940,000	45,500	45,500	26,000	65.11
本次修改后预测 (B)	965,000	56,000	55,000	32,500	81.37
增减额 (B-A)	25,000	10,500	9,500	6,500	
增减率 (%)	2.7%	23.1%	20.9%	25.0%	
上期业绩 (2016 年 12 月期)	850,306	36,780	37,174	32,101	80.41

【参考信息】各报告区域合并结算销售额预测

各报告区域合并结算销售额预测如下：

2017 财年全年合并结算销售额

(单位：亿日

元)

类别	本次修正后预测 (A)	去年比 (A/B-1)	外币 去年比	上次预测		(参考)上期业绩	
				重组前	重组后	重组前	重组后 (B)
中国业务	1,355	14.7%	15%	1,320	1,320	1,181	1,181
日本业务	4,090	7.3%	7%	3,910	3,910	3,812	3,812
亚太业务	515	13.0%	10%	485	485	456	456
美洲业务	1,480	16.1%	14%	1,640	1,515	1,375	1,275
欧洲业务	1,195	26.9%	27%	1,110	1,235	841	941
旅游零售业务	405	63.2%	60%	325	325	248	248
专业美发业务	470	4.6%	4%	470	470	450	449
其他	140	0%	0%	140	140	140	140
合计	9,650	13.5%	13%	9,400	9,400	8,503	8,503

以上