

资生堂集团 2019 年上半年 决算速报

有关本季度决算的定性信息

(1) 有关经营业绩的说明

	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 (百万日元)	每股季度净利润 (日元)
2019年12月期 第二季度累计期间	564,647	68,980	67,965	52,452	131.33
2018年12月期 第二季度累计期间	532,596	71,111	72,807	47,666	119.32
增减率	6.0%	△3.0%	△6.7%	10.0%	10.1%
外汇增减率	7.5%				

在本次第二季度累计合并决算期间(2019年1月1日~2019年6月30日),从日本国内的经济情况来看,由于雇佣情况及收入方面的大环境有所改善,个人消费呈现恢复势头,因此经济保持了缓慢恢复态势。日本国内化妆品市场也同样保持了缓慢恢复态势,加之受到访日外国人入境需求增长的影响,因此市场态势良好。海外化妆品市场方面,欧洲各国情况参差不齐,仅维持较弱增长。而美洲地区的彩妆产品等则呈现出负增长。另一方面,中国以及其他亚洲国家则保持了良好的发展势头。

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。为了让资生堂成为“源于日本、制胜全球的国际化化妆品企业”,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。

本季度处于 VISION 2020 第二阶段新三年计划的第二年,正致力于“加速增长新战略”的实施。我们以拉动增长的高档品牌业务和“日本制造”的大众化妆品、个人护理品牌业务为核心集中开展了市场营销投资,并加强了对数字化营销、创新研发的投资。同时,我们还采取措施对存在问题的领域进行加强,如加强了供应链基础构建、加强了美洲、欧洲地区的收益性等。

本次第二季度累计合并决算期间的销售额,以当地货币为标准,比上一年度增长了 7.5%,换算为日元后,比上一年度增长了 6.0%,达到了 5,646 亿日元。剔除从 AMENITY GOODS 业务撤退造成的影响以及美洲业务引进基础信息系统时进行先行出货所造成的影响,按实值计算,我们在所有地区均实现了增长,比上一年度增长了 7.3%。另外,从各季度情况来看,第一季度合并决算期间的销售额按实值计算比上年增长了 5.5%,而第二季度合并决算期间则增长了 9.0%,增长有所加速。中国业务、旅游零售业务主要以中国顾客为对象在亚洲全区域战略性地开展了跨界市场营销,从而成为了拉动增长的引擎。

在营业利润方面,虽然销售额增长带来了差额利润的增长,但是由于我们加强了在市场营销、研究开发、人才等方面的投资,所以营业利润与上一年度相比减少了 3.0%,为 690 亿日元,处于按计划推进状态。市场营销投资集中于数字相关领域,市场营销 ROI 得到了改善。另外,销售利润率为 12.2%,确保了两位数的收益性。

归属于母公司股东的季度净利润由于税金费用减少等因素影响,比上一年度增长了 10.0%,达到了 525 亿日元。

另外,第二季度合并决算期间的销售额、营业利润以及归属于母公司股东的季度净利润均创下历史最高值。

本次第二季度累计合并决算期间的财务报表项目(收益及费用)所使用的主要的换算汇率为 1 美元 = 110.1 日元、1 欧元 = 124.3 日元、1 人民币 = 16.2 日元。

【合并决算】

(单位:百万日元)

类别	本年第二季度 (累计)	构成比	上年第二季度 (累计)	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		
								本年第二季度 (累计)	上年第二季度 (累计)	
销 售 额	日本业务	231,885	41.1%	230,760	43.3%	1,125	0.5%	0.5%	252,709	246,313
	中国业务	107,684	19.1%	92,895	17.4%	14,789	15.9%	20.5%	108,030	93,087
	亚太业务	36,253	6.4%	33,335	6.3%	2,917	8.8%	12.0%	37,536	34,365
	美洲业务	64,074	11.3%	58,841	11.0%	5,232	8.9%	8.4%	87,451	75,753
	欧洲业务	48,220	8.5%	46,859	8.8%	1,361	2.9%	9.0%	53,414	52,917
	旅游零售业务	53,055	9.4%	45,261	8.5%	7,794	17.2%	17.3%	53,183	45,341
	专业美发业务	7,216	1.3%	7,256	1.4%	△39	△0.5%	1.3%	7,541	7,599
	其他	16,256	2.9%	17,385	3.3%	△1,129	△6.5%	△6.5%	77,483	69,203
小 计	564,647	100.0%	532,596	100.0%	32,050	6.0%	7.5%	677,351	624,583	
调整额	-	-	-	-	-	-	-	△112,704	△91,987	
合 计	564,647	100.0%	532,596	100.0%	32,050	6.0%	7.5%	564,647	532,596	

(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 或 损 失	日本业务	48,280	19.1%	51,496	20.9%	△3,216	△6.2%
	中国业务	18,020	16.7%	15,637	16.8%	2,382	15.2%
	亚太业务	3,161	8.4%	4,461	13.0%	△1,299	△29.1%
	美洲业务	△5,253	△6.0%	△7,215	△9.5%	1,962	-
	欧洲业务	△4,990	△9.3%	△5,013	△9.5%	22	-
	旅游零售业务	11,954	22.5%	11,093	24.5%	860	7.8%
	专业美发业务	229	3.0%	320	4.2%	△90	△28.3%
	其他	△495	△0.6%	2,823	4.1%	△3,318	-
小 计	70,906	10.5%	73,603	11.8%	△2,696	△3.7%	
调整额	△1,925	-	△2,491	-	566	-	
合 计	68,980	12.2%	71,111	13.4%	△2,130	△3.0%	

【中国业务】

在中国业务方面,“SHISEIDO(资生堂)”、“Clé de Peau Beauté(肌肤之钥)”、“IPSA(茵芙莎)”、“NARS(娜斯)”等高档品牌保持了高增长态势,高档品牌在中国本土的柜台销售额比上年增长了40%以上。除此之外,大众化妆品品牌中,“日本制造”品牌——“ELIXIR(怡丽丝尔)”及“ANESSA(安热沙)”也继续保持了较大增长。基于以上情况,以当地货币为标准,销售额比上一年度增长了20.5%,换算成日元后,比上一年度增长了15.9%,达到了1,077亿日元。而以当地货币为标准,本次第二季度合并决算期间的销售额比上一年度增长了22.3%,自第一季度合并决算期间起实现了加速增长。营业利润方面,虽然我们加强了在市场营销等方面的投资,但是由于销售额增长带来了差额利润的增长,所以营业利润比上一年度增长了15.2%,达到了180亿日元。

(2) 针对合并决算业绩预测等未来预测信息的说明

我们将对2019年2月8日所公布的全年合并决算业绩预测进行调整。具体而言,基于本次第二季度累计合并决算期间的业绩情况、今后的预测情况、以及本公司美国子公司ASC第606号“基于与顾客的协议所产生的收益”相关标准的适用等情况,我们将把合并决算销售额预测下调80亿日元。另外,由于在适用新标准后,将从销售额、销售费用以及一般管理费用中扣除80亿日元的预测额,因此剔除本次调整影响以及汇率影响后,按实值计算,销售额将增长40亿日元。另外,由于将在营业外盈亏中计入汇兑损失,因此经常利润将较预测下调40亿日元。

另一方面,受税金费用减少等因素影响,归属于母公司股东的本期净利润的预测额上调75亿日元。作为计

算依据的主要货币的年度平均换算汇率变更为：1 美元 = 108.5 日元、1 欧元 = 122.8 日元、1 人民币 = 15.8 日元。

2019 年 12 月期 全年合并决算业绩预测 (2019 年 1 月 1 日 ~ 2019 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 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
前次发布预测 (A)	1,172,000	120,000	120,000	75,500	189.04
本次调整预测 (B)	1,164,000	120,000	116,000	83,000	207.81
增减额 (B-A)	△8,000	-	△4,000	7,500	
增减率 (%)	△0.7%	-	△3.3%	9.9%	
上一年度实绩 (2018 年 12 月期)	1,094,825	108,350	109,489	61,403	153.74

【参考信息】各汇报区域的合并决算销售额预测
各汇报区域的全年合并决算业绩预测如下：

全年合并决算销售额

(单位：百万日元)

类别	本次调整 预测(A)	前次发布 预测(B)	与前次发 布预测相 比 增减额 (A - B)	(参考) 上一年度实绩				
				编制前	编制后	增减率	外汇 增减率	实际外汇 增减率
日本业务	473,500	480,000	△6,500	454,558	454,535	4.2%	4.2%	5.6%
中国业务	220,000	217,000	3,000	190,799	190,799	15.3%	20.0%	20.0%
亚太业务	73,500	74,000	△500	68,120	68,120	7.9%	11.2%	11.2%
美洲业务	126,500	135,500	△9,000	131,733	131,733	△4.0%	△2.5%	3.7%
欧洲业务	117,000	113,500	3,500	113,164	113,164	3.4%	8.8%	8.8%
旅游零售业务	104,000	102,500	1,500	87,621	87,621	18.7%	21.0%	21.0%
专业美发业务	14,500	14,500	-	20,324	14,145	2.5%	4.0%	4.0%
其他	35,000	35,000	-	28,503	34,704	0.9%	0.9%	0.9%
合 计	1,164,000	1,172,000	△8,000	1,094,825	1,094,825	6.3%	8.2%	9.6%