

## 资生堂集团 2019 会计年度合并决算速报

## 1. 有关经营业绩、财政状况的分析

## (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 东的当期净利润 (百万日元)	每股当期净利润 (日元)
2019 年 12 月期	1, 131, 547	113, 831	108, 739	73, 562	184. 18
2018 年 12 月期	1, 094, 825	108, 350	109, 489	61, 403	153. 74
增减率	3. 4%	5. 1%	△0. 7%	19. 8%	19. 8%
外汇增减率	5. 7%				
实质增减率	6. 8%				

## ① 本年度合并财务决算的业绩概况

本合并财务决算年度，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，经济保持了缓慢恢复态势，但是受10月份之后的消费税加税和台风等自然灾害的影响，个人消费一直处于前景不明的态势。日本国内化妆品市场虽然受到了消费税加税前的集中购买和加税后消费回落的影响，但是由于访日外国人入境需求保持增长，因此整体上保持了缓慢恢复态势。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。彩妆市场保持负增长的美洲地区态势低迷。另一方面，中国以及其他亚洲国家虽然受到了中国香港等严峻市场环境的影响，但整体上仍然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。作为一家“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。

本合并财务决算年度处于 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化妆品事业和“日本制造”的大众化妆品事业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，我们还对存在问题的领域采取措施，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。

最终，本年度合并财务结算的销售额、营业利润、归属于母公司股东的当期净利润均创下了历史最高纪录。销售额方面，在持续强化战略性投资的高档化妆品业务拉动了整个业务的发展，本年度的销售额以当地货币为标准，比上一年度增长了 5.7%，换算为日元后，比上一年度增长了 3.4%，达到了 1 兆 1,315 亿日元。若除去前期从 AMENITY GOODS 业务撤退、适用美国会计标准 ASC 第 606 号以及收购美国护肤品品牌“Drunk Elephant”等所造成的影响，按实值计算，比上一年度增长了 6.8%。

在营业利润方面，我们加强了在市场营销、研究开发、人才等方面的投资，但由于销售额增长带来了差额利润的增长，因此营业利润与上一年度相比增长了 5.1%，为 1,138 亿日元。

归属于母公司股东的本年度净利润由于营业利润增加、税金费用减少等因素影响，比上一年度增长了 19.8%，达到了 736 亿日元。

本年度合并财务结算的销售额营业利润率为 10.1%，合并 ROE（自有资本年度净利率）为 15.6%，合并 ROIC（投入资本收益率）为 12.9%。

本年度合并财务结算的财务报表项目（收益及费用）的主要汇率：1 美元 = 109.1 日元，1 欧元 = 122.1 日元，1 元人民币 = 15.8 日元。

## 【合并决算】

(单位:百万日元)

类别	2019年 12月期	构成比	2018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		
								2019年 12月期	2018年 12月期	
销 售 额	日本业务	451,587	39.9%	454,535	41.5%	△2,948	△0.6%	△0.6%	496,982	486,715
	中国业务	216,241	19.1%	190,799	17.4%	25,441	13.3%	19.0%	217,094	191,267
	亚太业务	69,835	6.2%	68,120	6.2%	1,715	2.5%	5.8%	72,477	70,409
	美洲业务	124,323	11.0%	131,733	12.0%	△7,409	△5.6%	△3.9%	165,393	169,096
	欧洲业务	118,417	10.5%	113,164	10.3%	5,253	4.6%	11.8%	129,902	125,020
	旅游零售业务	102,204	9.0%	87,621	8.0%	14,582	16.6%	19.4%	102,576	87,838
	专业美发业务	14,685	1.3%	14,145	1.3%	539	3.8%	6.0%	15,381	14,838
	其他	34,252	3.0%	34,704	3.3%	△451	△1.3%	△1.3%	157,279	142,576
小 计	1,131,547	100.0%	1,094,825	100.0%	36,722	3.4%	5.7%	1,357,088	1,287,762	
调整额	—	—	—	—	—	—	—	△225,540	△192,937	
合 计	1,131,547	100.0%	1,094,825	100.0%	36,722	3.4%	5.7%	1,131,547	1,094,825	

(单位:百万日元)

区 分	2019年 12月期	销售额 占比	2018年 12月期	销售额 占比	增减	增减率	
营 业 利 润 或 损 失	日本业务	91,094	18.3%	91,326	18.8%	△232	△0.3%
	中国业务	29,225	13.5%	24,514	12.8%	4,710	19.2%
	亚太业务	7,426	10.2%	7,808	11.1%	△381	△4.9%
	美洲业务	△11,385	△6.9%	△14,775	△8.7%	3,389	—
	欧洲业务	△2,187	△1.7%	△7,988	△6.4%	5,801	—
	旅游零售业务	22,091	21.5%	17,606	20.0%	4,485	25.5%
	专业美发业务	336	2.2%	400	2.7%	△63	△15.9%
	其他	△11,148	△7.1%	△5,508	△3.9%	△5,640	—
小 计	125,453	9.2%	113,384	8.8%	12,068	10.6%	
调整额	△11,621	—	△5,034	—	△6,586	—	
合 计	113,831	10.1%	108,350	9.9%	5,481	5.1%	

## 【中国业务】

在中国业务中,“SHISEIDO(资生堂)”、“Clé de Peau Beauté(肌肤之钥)”、“IPSA(茵芙莎)”、“NARS(纳斯)”等高端品牌保持高增长态势。此外,在大众化妆品领域,源自“日本制造”的品牌“ELIXIR(怡丽丝尔)”及“ANESSA(安热沙)”也保持了较大增长。电子商务方面,我们在积极力推高端品牌和大众化妆品牌的商品的同时,灵活运用数字化开展营销,并强化了与中国大型电商平台的合作,因此得到了很大的增长。2019年下半年,虽然受到了中国香港游行示威活动的影响,但是中国大陆地区的消费需求仍然保持在较高水平。

基于以上情况,销售额以当地货币为标准,比上一年度增长了19.0%,换算为日元后,比上一年度增长13.3%,达到2,162亿日元。在营业利润方面,我们加强了数字营销方面的投资,但由于销售额增长带来了差额利润的增长,因此营业利润与上一年度相比增长了19.2%,为292亿日元。

② 下一年度业绩预测

合并销售额

(单位: 亿日元)

类别	2020年 12月期 (预测)	换算后			换算前 2019年 12月期
		(参考值) 2019年 12月期	增减率	实质 外汇 增减率 (注)	
销售额	12,200	11,315	8%	7%	11,315
日本业务	4,380	4,309	2%	2%	4,516
中国业务	2,515	2,162	16%	16%	2,162
亚太业务	735	698	5%	5%	698
美洲业务	1,405	1,230	14%	3%	1,243
欧洲业务	1,260	1,184	6%	6%	1,184
旅游零售业务	1,400	1,228	14%	14%	1,022
专业美发业务	150	147	2%	2%	147
其他	355	357	△1%	△1%	343

合并利润

(单位: 亿日元)

类别	2020年 12月期 (预测)	销售占比	2019年 12月期 (实绩)	销售占比	增减率
营业利润	1,170	9.6%	1,138	10.1%	2.8%
经常利润	1,170	9.6%	1,087	9.6%	7.6%
归属于母公司股东的当期净利润	775	6.4%	736	6.5%	5.4%

(单位: 日元)

类别	2020年 12月期 (预测)	2019年 12月期 (实绩)
ROE(自由资本当期净利润)	14.8%	15.6%
每股当期净利润	194.02	184.18
DOE(资本金分配率)	4.6%	5.1%
每股红利		
年中	30.00	30.00
年末	30.00	(预计) 30.00

关于下一年度的业绩,最初,我们基于高端品牌业务持续增长、中国、旅游零售业务扩大、美洲及欧洲业务收益性改善、日本业务实现切实增长、供给基础得到进一步加强、“Drunk Elephant(醉象)”的合并和扩大等情况,计划实现快速增长。但是,自去年下半年以来,香港市场和韩国市场环境恶化、中美贸易摩擦、汇率变动等带来了经济环境的不确定性,而日本业务也从消费税加税前后开始,业绩远远低于当初预想的计划。基于这一业务环境的变化,我们预计下一年度合并决算的销售额为1兆2,200亿日元、营业利润为1,170亿日元、经常利润为1,170亿日元、归属于母公司股东的当期净利润为775亿日元。

另外,目前新型肺炎正在全球范围内蔓延,上述下一年度业绩预测未将该影响纳入考虑。目前我们正在对这一疫情可能给我们的日本业务、中国业务、旅游零售业务等业务造成的影响进行研讨,在进一步慎重地进行分析之后,将在合适的时机反映在业绩预测中,并进行公开。

下年度计划制定所使用的主要汇率为1美元=109.1日元、1欧元=122.1日元、1元人民币=15.8日元。详情请浏览本公司网页上所公开的决算说明资料。<https://corp.shiseido.com/jp/ir/library/tanshin/>

(2) 有关财务状况的分析

总资产方面,由于本公司对日本国内新工厂以及全球创新中心进行了设备投资、自本合并决算会计年度起开始适用IFRS第16号《租赁》条款、收购Drunk Elephant Holdings, LLC带来的商誉价值计入等事由,与上一合并决算会计年度的年终相比,总资产增长了2,092亿日元,达到1兆2,188亿日元。负债则由于贷款增加,增长了1,598亿日元,为7,009亿日元。净资产则由于利润剩余金的增加增长了494亿日元,达到5,179亿日元。

另外,表明有息负债占自有资产比例的D/E比率为0.5倍,EBITDA有息负债倍数为1.0倍。

本合并决算会计年度的营业活动所产生的现金流量收入为 756 亿日元。投资活动的现金流量方面，由于本公司对日本国内新工厂和全球创新中心进行了设备投资，收购了 Drunk Elephant Holdings，因此支出了 2,028 亿日元。财务活动的现金流量方面，由于贷款增加等原因，产生了 1,137 亿日元的现金收入。综上所述，本合并决算会计年度期末的现金及现金等价物的余额与期初相比减少了 143 亿日元，为 975 亿日元。

类别	金额
现金及现金等价物期初余额	1,118
营业活动所产生的现金流量	756
投资活动所产生的现金流量 （设备投资）	△2,028
财务活动所产生的现金流量	1,137
现金及现金等价物相关换算差额	△7
现金及现金等价物净增加额	△143
现金及现金等价物期末余额	975

### （3） 有关利润分配的基本方针以及当期、下一年度分红

本公司在股东的利益回馈方面，是以直接利益回馈和通过中长期的股价上升“实现股票的综合价值”为目标的。基于这一考虑，本公司的基本方针是优先实施为实现持续发展所需的战略投资，在努力实现企业价值最大化的同时，努力降低资本成本，提高资本效率，谋求在中长期增加分红，提升股价。在确定分红时，我们重视合并财务决算业绩、自由现金流量的情况，并将资本金分配率(DOE)作为反映资本政策的指标，设定了 2.5% 以上的目标，从而实现了长期、稳定且持续的回馈增长。另外，在股票回购方面，我们的方针是结合市场环境，灵活机动地开展回购。

基于这一方针，当期期末分红计划为每股分红 30 日元，加上中间分红的 30 日元，本年度预计共分红 60 日元。因此，本年度的 DOE 为 5.1%。

下一年度，我们计划中间、期末每股各分红 30 日元，全年分红 60 日元。下一年度的 DOE 预计为 4.6%。

## 2. 会计标准选择的基本方针

本公司集团适用日本标准。

本公司认为，本公司适用日本标准制作的财务报表可以适当地反映本公司集团的经营业绩、财政情况和现金流动情况。

关于国际会计准则（下称 IFRS）的适用，有鉴于日本标准已经出现了趋同的动向，而 IFRS 本身也有了修订，因此我们正在对标准变更及其适用对经营的影响等进行研究，研讨适用国际会计准则的可行性。