

資生堂の世界進出

丹羽祥恵・古本智愛・宇田川友香
・堀麻実・中野才希子・山口杏子
・長島茉莉子

SHISEIDO

目次

- 前回までのまとめ
- 資生堂の強み、弱み
- 日本における解決策
- 中国における解決策
- 今後の展望

前回までのまとめ

- 「化粧品メーカーは
ナショナルブランドなしでは生きられない」
- 中国市場の可能性
- 世界シェア4位 日本シェア1位 中国シェア1位
- ブランド力低下の危機
- ロジスティックス戦略

資生堂の強み、弱み

●強み

高い商品開発力

ブランド力

認知度

●弱み

ブランド価値の低下

ブランドの乱立

SHISEIDO

日本の解決策①

- ノープリントプライス方式

商品にメーカー希望小売価格を表示しない
という価格戦略

ブランドの乱立～増えすぎたブランド数～(日本の悪例)

アウスレーゼアクテアハート アクラ アスプリーム アスプリーム グレイシリッチ アデノゲン アネッサ
ヒリダ アロマワークス アンタイド &フェイス イニシオ イブニーズ DR インウイ インウイID ウィア
ウィア フォーメン ヴィンテージ ウーノ ヴォカリーズAg+(エージープラス) エナジャイジングフレグランス
エムジー5 エメルジェ エリクシール エルセリエ エンジェルデュウ SHISEIDO S(エス) SHISEIDO
S&Co. (エス・アンド・コー) オプチューン オイデルミン オードシリーズ オードレシピ キオラ クインテス
クインテス オーダレス クレド・ポー ポーテ 化粧用具 コスメティックハウス コロンブレイク 琴
SHISEIDOザ・スキンケア SHISEIDOザ・メーキャップ サイモンピュア サプレック 沙棗CMYK
ジェレイド SHISEIDOサンケア シセイドウ メン シノアドア シフォネット シャワーコロン シャンデュークール
シルフィータッチスーリール スタイリッシュ スプレンス スペシャル ZEN ゼファ セラムノワール
セルフィット セレンシユア 禪 タクティクス タフィ タフィマイルド タンタトウリス dプログラム ティアラ
ディグニータティス ディベール テラピンド デリエ ドラマティカルアイズドルックス ドルックス オーダレス
トリートメントカラーリンス ナチュラルグロウ ナチュラルズ 28℃ ヌーヴ パーフェクトカバー HAKU
パラディム ばら園 ハンドクリーム SHISEIDO BOP ビーエックス ピエヌ ビバーチェ ビバーチェX2
SHISEIDOピュアネス ビューティーボルテージ ファムデビーネ フィティット S フフ プラウディア ブバス
プルミエ ブレスガーデン プロテアエクストラ 不老林 ベネフィーク ベネフィーク セオティ SHISEIDOベ
ネフィアンス ポケット ホットメイク落としN ホワイティア ホワイテス SHISEIDOホワイトルーセント
マキアージュ マシェリ マジョリカ マジョルカ むらさき メモアール モア モイスト YS(ユアシセイドウ)
ユーヴィーホワイ ト ラプア リバイタル リラクシングフレグランス リラックスウォーター ルア ルポ
レシエンテ ロードス ロードスノイエス ロスタロット ロズレイ

多すぎて何がなんだかわからない。各々のコストも莫大

SHISEIDO

日本の解決策②

- メガブランド化

例) マキアージュ

MAQUILLAGE

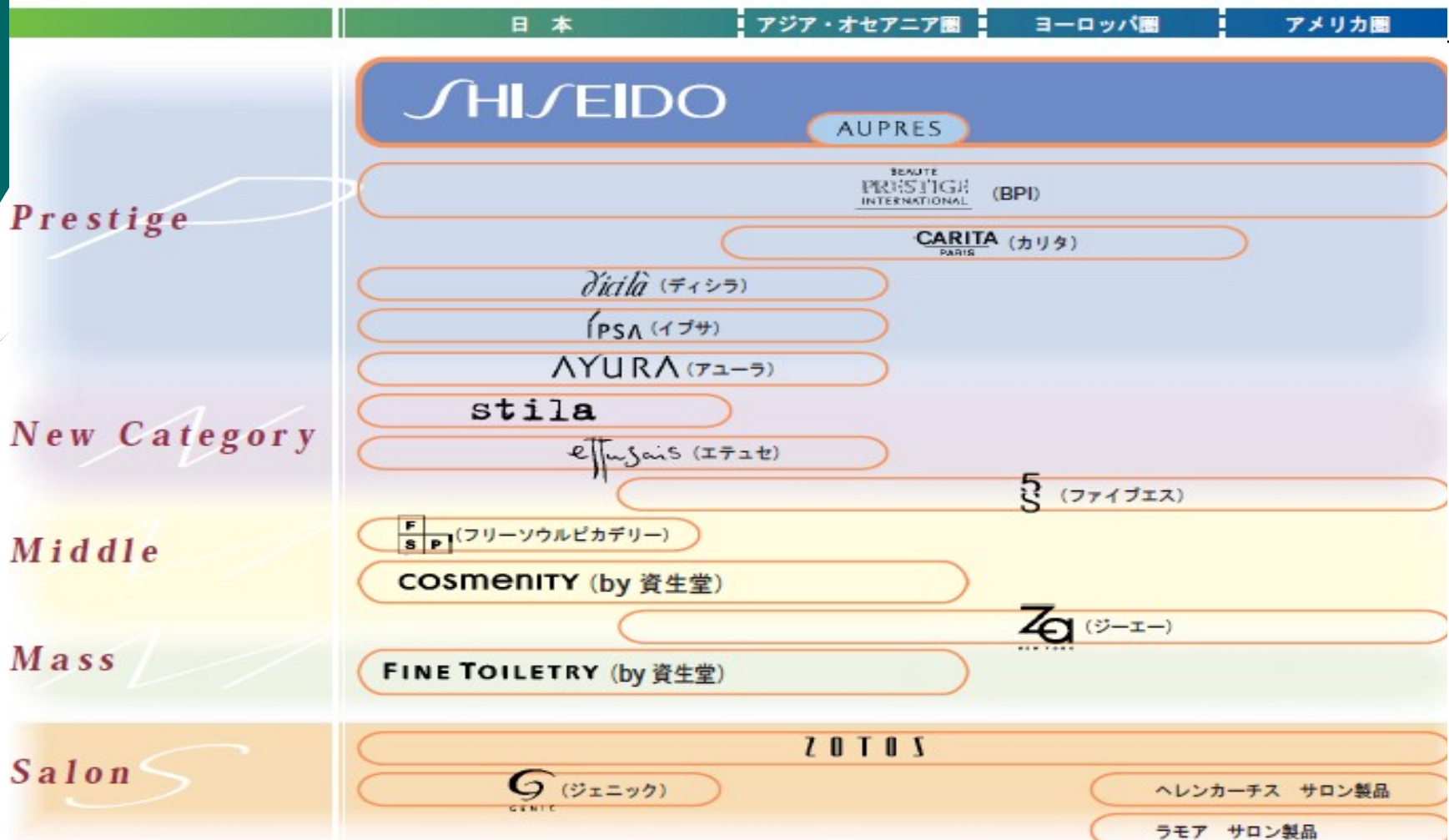
ベースメイク「プラウディア」

ポイントメイク「ピエヌ」

の統合

SHISEIDO

適切なブランド数の確保



中国におけるマーケティング展開

- ・プレスステージマーケティング
高所得者層むけ
- ・ミドル&マスマーケティング
中所得者層むけ
- ・三高マーケティング
 - ①高形象 high image
 - ②高品質 high quality
 - ③高服務 high service

SHISEIDO

中国のターゲット別新ブランド開拓

- プレステージ・・・AUPRES
 - ・・・5%マーケティング(3000万人の中国女性)
 - * 日本女性化粧品稼動人口・・・3000~4000万人
- ミドル&マス・・・Za、PMC、FITIT
 - ・・・個人店、スーパーマーケット、
コンビニエンスストアにどのように展開するか

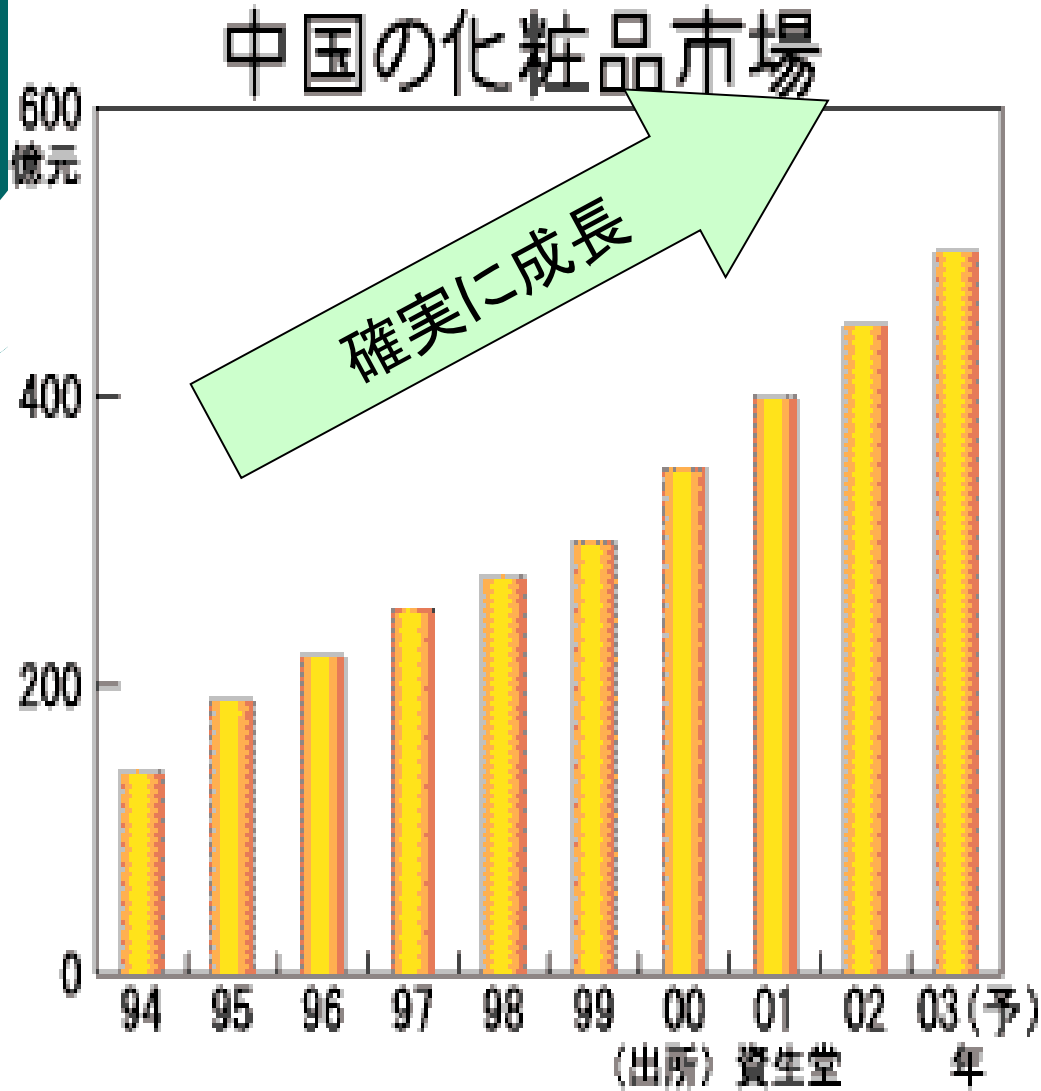
今後の展望

- ①世界企業としての発展
- ②中国皮切り、アジアシェアの拡大
- ③新たなマーケットの開拓・多角化

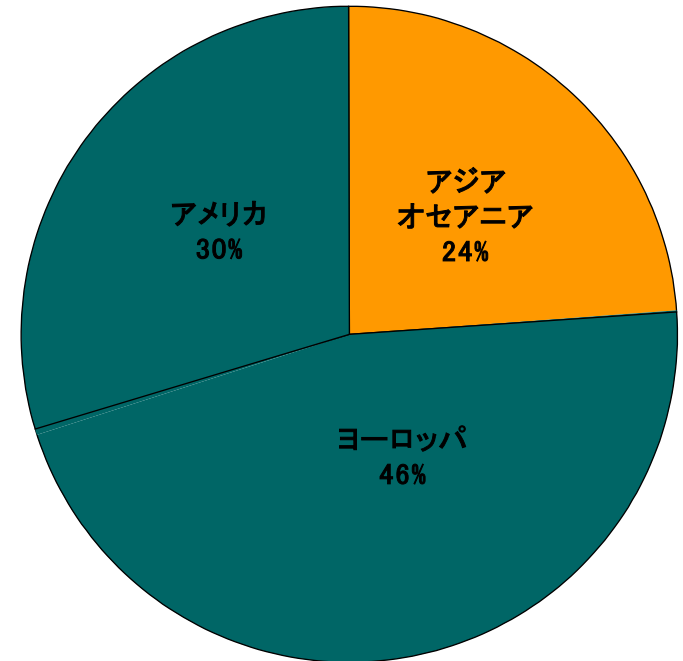
①世界企業としての発展



②中国皮切り、アジアシェアの拡大



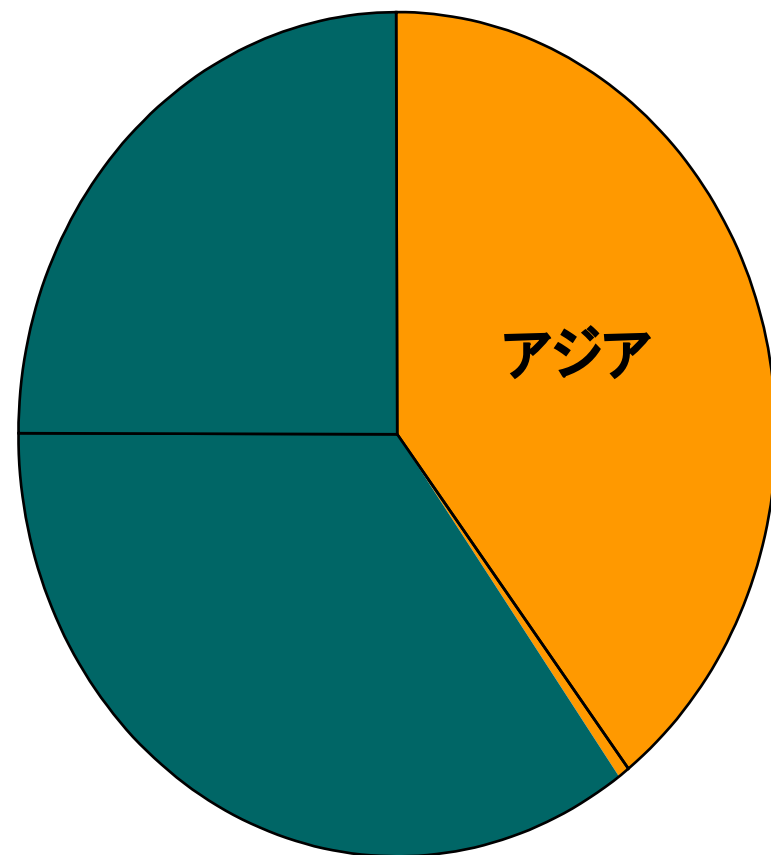
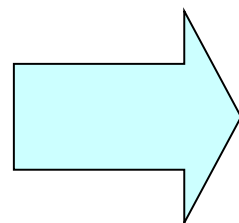
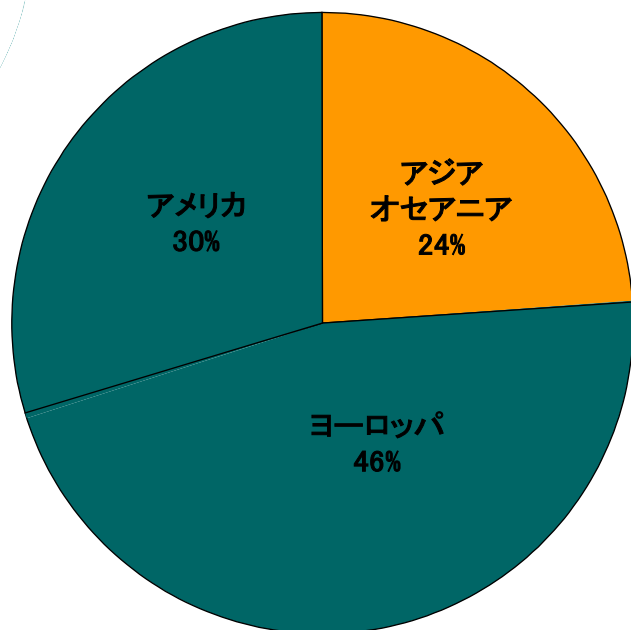
海外売上地域別構成比



SHISEIDO

～頭打ちの化粧品市場発展の活路～

海外売上地域別構成比



さらなる市場拡大

③新たなマーケットの開拓・多角化

- サロン事業
- 食品事業
- 医薬品事業
- 男性向け商品



Q10アクティブチャージ(立ち止まらない男のために)



SHISEIDO

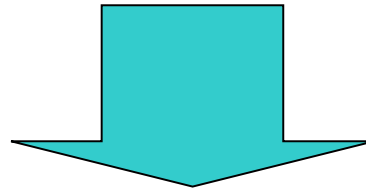
今後の展望

- ①中国皮切り、アジアシェアの拡大
- ②世界企業としての発展
- ③新たなマーケットの開拓・多角化

最後に

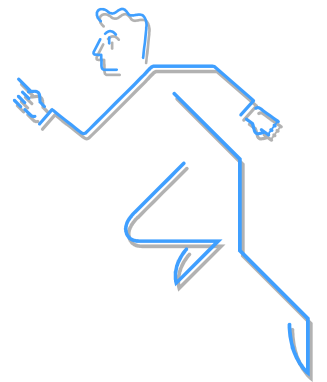
日本: トップとして
世界: チャレンジャーとして

フルカバレッジ達成



資生堂は可能性は ∞

走り続ける...



SHISEIDO

ご清聴ありがとうございました



SHISEIDO