

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 アスプリール アスプリール 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jee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 マジヨリカ マジヨルカ 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 ルポー
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

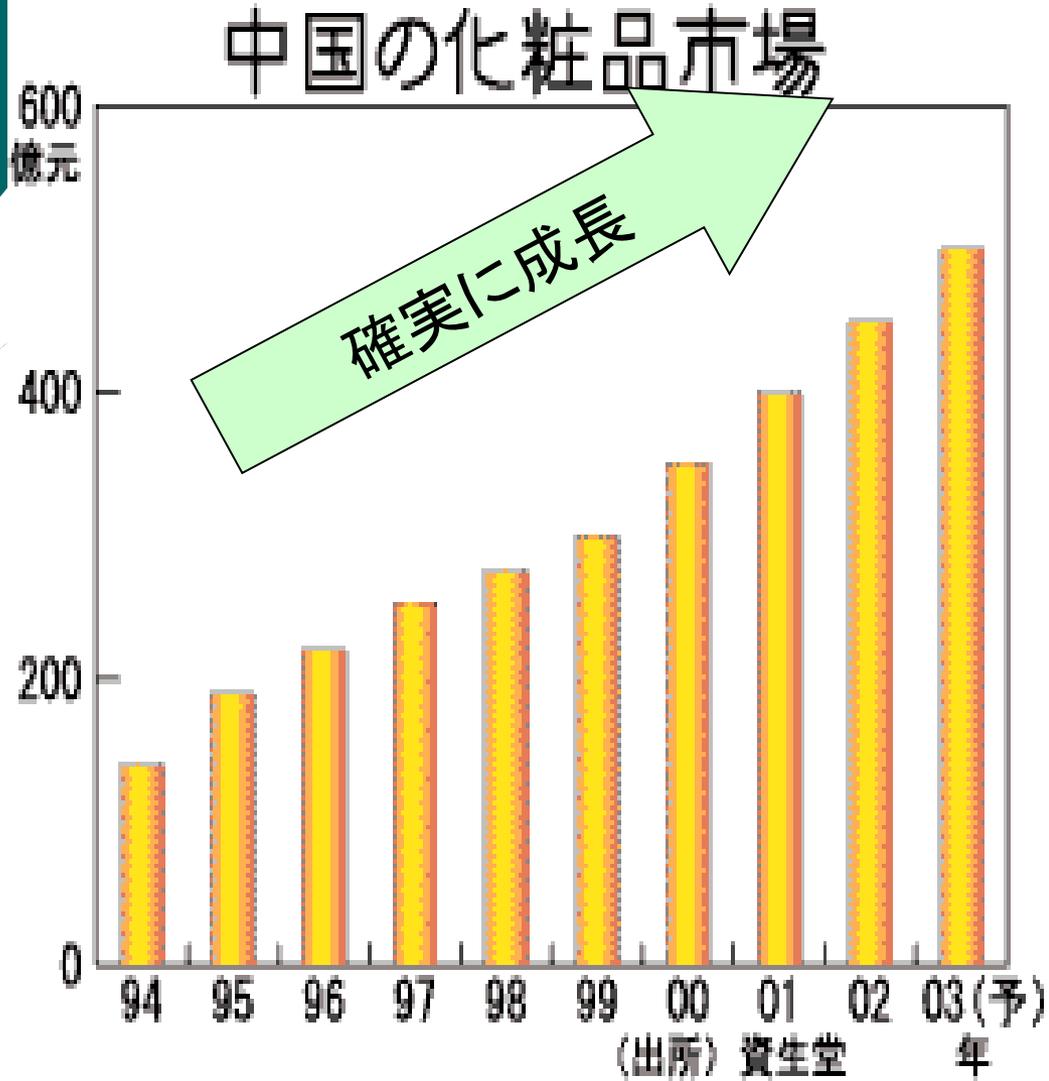
今後の展望

- 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

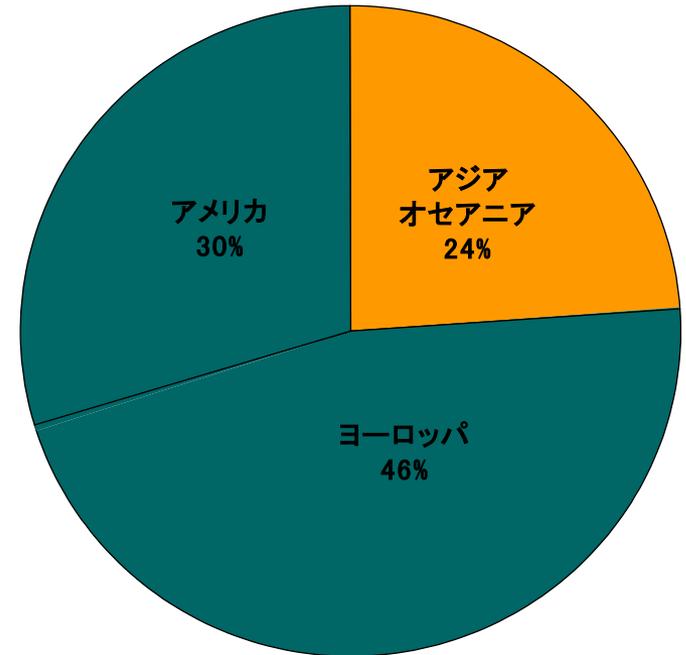
①世界企業としての発展



②中国皮切り、アジアシェアの拡大



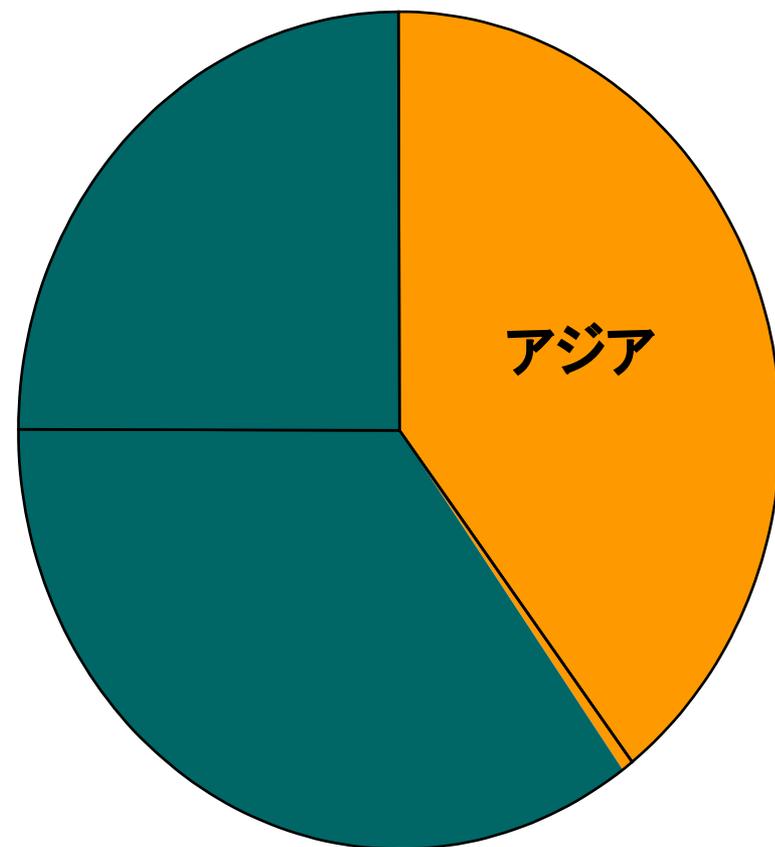
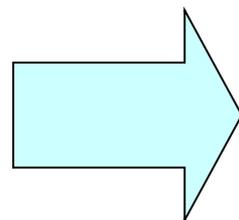
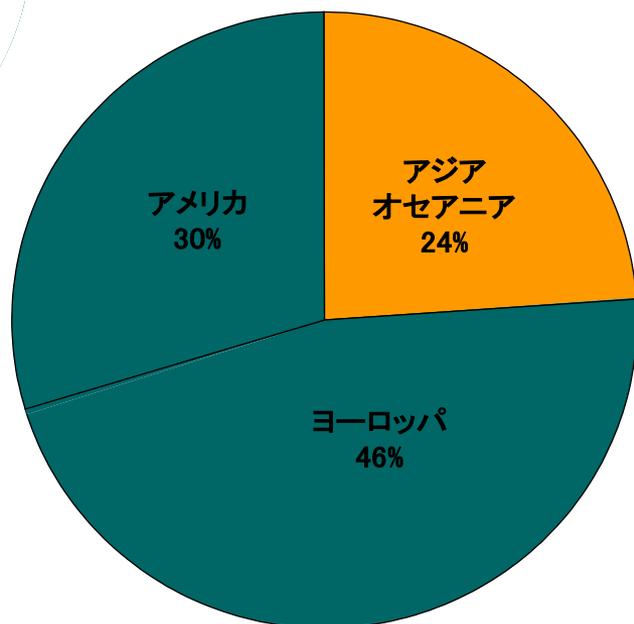
海外売上地域別構成比



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

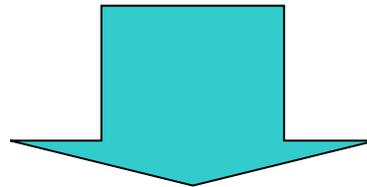
今後の展望

- 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

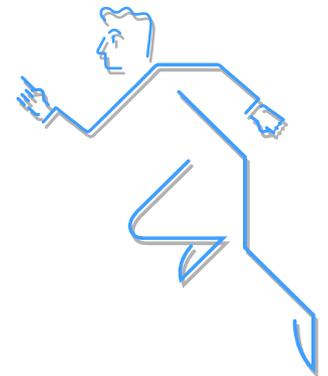
日本: トップとして
世界: チャレンジャーとして

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