



資生堂 ファクトシート

概況

日本最大の化粧品グループ資生堂が 2019 年 11 月に発表した 2019 年第 3 四半期の実績によると、中国市場が好調に推移し、1 月～9 月の売上高が昨年同期比 18.3%増加し、資生堂グループの全世界における売上高の 17.5%を占めました。中国市場の伸び率は、世界各地域のマーケットの中で、トップの座を占めています。

現在、資生堂傘下の高級ブランド SHIEIDO、クレ・ド・ポー・ボーテ (Clé de Peau Beauté)、イプサ (IPSA)、NARS (ナース) などが既に天猫に出店しています。特に SHIEIDO は 2018 年の天猫ダブルイレブンショッピングフェスティバル (以下、天猫ダブルイレブン) の億元クラブ (※GMV 1 億元以上のブランド) のメンバーとなりました。マスの消費層向けのコスメブランドでは、資生堂傘下のエリクシール (ELIXIR) 及びアネッサ (ANESSA) も大きな成長を遂げました。アネッサ (ANESSA) は、2019 年 3 月に開催された「天猫ビューティーサミット (Tmall Beauty Summit)」において、日焼け止め部門の年間大賞を受賞しました。

資生堂は 2019 年 3 月 31 日、天猫と戦略業務提携を締結し、天猫本部がある杭州のアリババ西溪キャンパスから車で 10 分程度の場所にオフィスを設立し、協力して商品開発を進めると発表しました。オフィスには、資生堂の専任チームが常駐し、商品開発、E コマース、ブランドマーケティング、CRM などにおいて、アリババグループと連携していきます。

また、アリババグループの天猫イノベーションセンター (TMIC) と提携し、新しいブランドや新商品の開発を進めます。天猫新商品開発センターは、100 年の歴史を持つ資生堂のデジタルトランスフォーメーションをサポートします。資生堂のパーソナルケアブランド「アクエア (AQUAIR)」は、アリババグループのビッグデータを活用し、消費者の好みやマーケットチャンスを見極め、CtoB の新製品シャンプー (Mild and Refreshing Scalp Shampoo) を開発し、今年 9 月に天猫で発売しました。

資生堂グループは 2019 年 11 月までに天猫国際 (Tmall Global) に、マキアージュ (MAQuillAGE)、アクアレーベル (AQUALABEL)、エテュセ (ettusais) をはじめとする傘下の 13 ブランドを出店し、天猫国際で販売を大きく伸ばしています。中でもエテュセ (ettusais) は、旗艦店をオープンしてわずか 1 年で、天猫国際のマスク部門でリーディングブランドとなりました。

今後も資生堂グループは、中国消費者の潜在的需要を掘り起こし、デジタル化によって製品のイノベーションを進めてまいります。



GLOBAL SHOPPING
FESTIVAL 2019

SHISEIDO

Alibaba Group
阿里巴巴集团

资生堂集团与阿里巴巴集团战略合作签约仪式

Shiseido Group and Alibaba Group Strategic Partnership

