

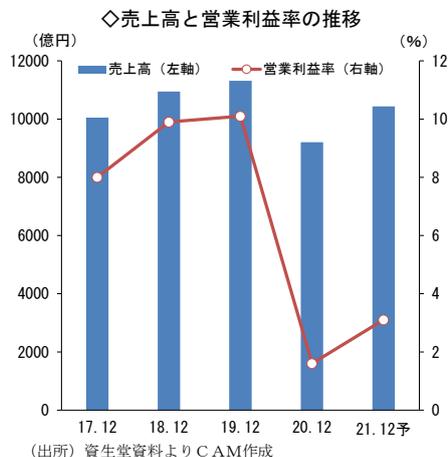
企業ニュース 資生堂

(東証1部: 4911) <https://corp.shiseido.com/jp/>

作成者: 高見澤晶子

2022年に創業150周年を迎える

大手化粧品メーカー。21. 12期・第3四半期累計のセグメント別売上高構成比は、日本28%、中国26%、アジアパシフィック6%、米州12%、欧州11%、トラベルリテール（空港・市中免税店などの販売）12%、プロフェッショナル1%、その他4%。2021~2023年度の中期経営戦略では、最終年度に営業利益率15%の達成という高い目標を掲げている。収益性を重視した事業構造への転換を推進、2021年度は非中核事業・ブランドの譲渡などを相次いで発表した。2022年度は一部費用が残るが、その先に向けた着実な収益改善が見込めよう。また、当社は2022年に創業150周年を迎えるに当たり、商品や顧客接点の面でさまざまな仕込みをしていくとしている。



回復が遅れる日本事業の収益改善策に注目

21. 12期・第3四半期累計（1-9月）の連結業績は、売上高が7,454億円、前年同期比14%増、営業利益が263億円、同195%増。第3四半期（7-9月）は、売上高が2,377億円、同1%増（日用品事業譲渡影響を除くと同5%増）、営業利益が32億円、同74%減と厳しい結果となった。中国海南島の免税店販売と欧米事業が好調だった一方、日本や中国本土での新型コロナ感染拡大の影響が大きかった。また、日本や中国を中心にアフターコロナに向けてマーケティング投資を増やしたほか、中国のECセールであるダブルイレブンに向けた施策強化によるコスト増も影響した。

21. 12期の通期会社計画は、売上高が1兆440億円、前期比13%増、営業利益が320億円、同114%増。第3四半期までの実績や高価格帯メイクアップブランド譲渡の影響などを踏まえ、5月公表計画から売上高を230億円減額した一方、営業利益は50億円増額した。当期利益はメイクアップブランド譲渡に伴うのれんの減損損失を計上したため同計画比で55億円減額した。回復が遅れる日本事業は、アフターコロナに向けて顧客基盤の拡大・強化や従業員1人当たり売上高・利益向上に取り組む方針であり、今後の施策に注目が集まる。

[株価動向・投資判断]

中期計画達成は容易ではなかろうが、収益性改善の取り組みが進んでいる点は評価されよう。

<4911 資生堂 業績: 日本基準>

[今期予想の配当金は発行会社予想]

	売上高	営業利益	経常利益	当期利益	1株利益	1株配当
	百万円 (伸び率)	百万円 (伸び率)	百万円 (伸び率)	百万円 (伸び率)	円	円
19. 12	1,131,547 (3)	113,831 (5)	108,739 (▲ 1)	73,562 (20)	184.2	60.00
20. 12	920,888 (▲ 19)	14,963 (▲ 87)	9,638 (▲ 91)	▲ 11,660 (-)	▲ 29.2	40.00
21. 12 予	1,044,000 (13)	32,000 (114)	33,500 (248)	30,000 (-)	75.1	50.00



[主要株価指標] (売買単位: 100株)	
株価 (2021/12/17)	6,537 円
年初来高値 (高値日)	8,384 円 (21/6/16)
同 安値 (安値日)	6,375 円 (21/12/1)
予想 P E R (21. 12 予)	87.0 倍
1株株主資本 (PBR算出用)	1,323.6 円
P B R	4.94 倍
予想配当利回り	0.76 %
(1株当たり配当金年50.00円)	
R O E (20. 12)	▲ 2.4 %
発行済み株式数	40,000 万株