

Press Release

資生堂、革新的なプレステージ・スキンケアブランド「DRUNK ELEPHANT™」を取得
-スキンケアブランドポートフォリオ拡充によりグローバル事業の基盤を強化-

資生堂は、2019年10月7日（日本時間10月8日）、連結子会社であるアメリカ地域本社のShiseido Americas Corporation（本社所在地：米国デラウェア州、以下、SAC）を通じて、独自のブランドポジショニングで、米国市場を中心に急成長するブランド「DRUNK ELEPHANT™」（以下、Drunk Elephant）を所有するDrunk Elephant Holdings, LLC（本社所在地：米国デラウェア州、以下、買収対象企業）を買収することにつき、当社、SAC、買収対象企業および同社株主との間で合意し、持分譲渡契約を締結しました。

これにより当社は、欧米地域を中心に急成長している化粧品市場の1つである“Clean”市場への対応力を強化し、収益性の高い主力のスキンケア事業をさらに拡大するとともに、米州事業の収益性の向上をめざします。

1. 「Drunk Elephant」の概要

「Drunk Elephant」は、ミレニアルやGeneration Zと呼ばれる若年層を含む幅広いお客さまの価値観の変化を捉え、高い支持を得ているスキンケアブランドで、世界をリードする米国の“Clean”市場において先駆者としてトップクラスのプレゼンスを有し、さらに拡大しています。

同ブランドは、Tiffany Masterson氏がスキンケアのあり方を変えたいという情熱から独学で成分や処方を選び、テキサス州で2012年に創業し、2013年にブランドを上市したものです。Masterson氏が考える、肌の健康に直接寄与する成分や効果をサポートする原料のみを使用し、不必要あるいは肌に悪影響をもたらす可能性がある原料を排除するなど、効果が高く肌に合うスキンケア化粧品を展開しています。

また、Masterson氏自身による共感性の高いコミュニケーションで、直接お客さまにソーシャルメディアで発信するなど、デジタルを活用した優れたマーケティング力を通じて、米国市場を中心に創業以来、加速度的な成長を実現し、2019年にはブランドの上市からわずか7年で100億円を超える売上高を達成する勢いです。“Clean”市場はグローバルでさらに拡大しており、米国で強いプレゼンスを持つ同ブランドは今後のグローバルでの飛躍的な成長において非常に大きなポテンシャルを秘めています。

2. 本買収の意義

資生堂グループは、「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（ビューティーイノベーションでよりよい世界を）」をOUR MISSIONに掲げており、100年先も輝き続ける企業を目指しています。さらなる成長に向けた本件買収の意義は以下のとおりです。

①コア事業であるプレステージ・スキンケアのポートフォリオ強化

“Clean”市場の成長の背景には、米国の若年層をはじめとして、人体にも環境にも“Clean”な製品を求める、世界共通の消費者価値観の変化があります。「SHISEIDO」や「クレ・ド・ポー ボーテ」などの日本発ブランドに、大きな需要のポテンシャルを有する米国発の同ブランドを加えることにより、主力であるプレステージ・スキンケア事業をさらに強化・発展させていきます。

②収益性の高いスキンケアブランドの獲得による米州事業の収益基盤強化

成長するスキンケアブランド「Drunk Elephant」の高い収益性は、米州での収益拡大を実現し、持続的に貢献していきます。また、消費者価値観の変化、流通環境の変化が激しい米国において、新たなトレンドとなる価値を持ち、創業者であるMasterson氏が支持されている当該ブランドは、成長する主要リテラーとの関係性深化にも寄与していきます。

③資生堂の展開力によるグローバルでの事業拡大

“Clean”市場は、米国に留まらず、欧州でも既に拡大しています。欧州事業をさらに拡大することに加え、中国でも受容性が高いという調査結果を得ていることから、クロスボーダーマーケティングのノウハウやグローバルに配備された資生堂のプラットフォーム・経営資源を活かし、アジアを含むグローバル市場における将来的な展開を見込んでいます。これにより、当社の収益基盤となるプレステージ・スキンケアブランドの一角を担うブランドへと成長させていきます。

④デジタル、D2C(Direct to Consumer)マーケティングの強化

価値観の多様化に伴い、パーソナライズされた情報の重要性が増す中で、化粧品業界においても“ソーシャルインフルエンサー・D2Cブランド”は市場をけん引する主要なセグメントの一つとなっています。

その中において「Drunk Elephant」は、Masterson氏によるソーシャルメディアを活用したユニークで共感性の高いコミュニケーションでブランドへの信頼と“Clean”に対するお客さまの高い支持を集めています。その知見・ノウハウを活かして相乗効果を発揮し、当社グループ全体のデジタル、D2Cマーケティングを強化していきます。

3. 今後の見通し

2019年12月期における当社グループの連結業績に与える影響は軽微です。なお、本件買収およびその資金調達により当社および当社グループの資産および負債の状況に影響がありますが、その状況は確定次第、情報開示いたします。

以上