2016 年 2 月 3 日

各 位

会 社 名　株式会社 資 生 堂
代表者名　代表取締役 執行役員社長 兼 CEO
魚谷 雅彦
（コード番号 4911 東証第 1 部）
問合せ先　コーポレートコミュニケーション本部
IR 部長　白岩 哲明
（TEL. 03-3572-5111）

資生堂、新たなグローバルサプライチェーン拠点を大阪に設立

～スキンケア製品のマザー工場として大阪工場を移転し生産能力を増強、
物流を担う新拠点「関西統合センター（仮称）」も同敷地内に新設～

資生堂は、中長期戦略「VISION 2020」の実現に向け、100 年先も続く企業基盤の原型を築くべく、事業構造の再構築に取り組んでいます。「ブランド価値向上」のため積極的なマーケティング投資とイノベーション投資を行っており、すでに、基礎研究の新拠点としてグローバルイノベーションセンター（仮称）の設立を決定しました（横浜・みなとみらい 21 地区に 2018 年度末稼働予定）。さらにこの度、新たなグローバルサプライチェーン拠点を大阪府茨木市に設立します。新拠点には、日本を含むグローバル市場のニーズに的確に応える高品質なスキンケア化粧品の生産・供給体制強化を狙いに、「新・大阪工場」を建設し、現・大阪工場の生産機能を移転します。新工場は、現有のおよそ 1.5 倍の生産能力を有し、グローバルサプライチェーンマネジメント構想におけるスキンケア化粧品のマザー工場の役割を担います。加えて、同敷地内に、国内外向けの物流機能と商品の保管・出荷機能を併せ持つ、新物流旗艦拠点「関西統合センター（仮称）」を新設します。これら新拠点への投資額は合わせて約 400 億円を見込み、2018 年度に着工し、2020 年度より稼働する予定です。

資生堂のグローバル戦略について

当社は、「世界で勝てる日本発のグローバルビューティーカンパニー」を目指し、中長期戦略「VISION 2020」の実現に向け取り組んでいます。世界に通用する強いブランドを育成するため、「センター・オブ・エクセレンス（Center of Excellence）」の考え方を基に、スキンケアは日本、メーキャップとデジタルマーケティングはニューヨーク、フレグランスはパリといったように、各カテゴリーにとってグローバルに影響力を持つ最先端のエリアで情報収集・戦略立案・商品開発などをリードし、それらを全世界のマーケティング展開に活かしています。なかでも、日本で開発・生産されるスキンケア化粧品については、高品質な「メイド・イン・ジャパン（made in Japan）」製品の象徴的存在として、日本国内のみならず中国、アジアをはじめとする世界中で積極的に需要を拡大する戦略を推進しています。今回新たに設立するグローバルサプライチェーン拠点は、この戦略をバックアップする存在として大きく寄与すると考えています。

グローバルサプライチェーン戦略と新拠点について

当社は、中長期戦略「VISION 2020」の実現に向けて、全社的なマーケティング戦略と連動しながら、生産拠点の特長化及び先鋭化を目指し、グローバルな視点でサプライチェーン戦略の構築を進めています。生産工場で発生する製造原価だけでなく、市場までのリードタイムや在庫、原材料調達など様々な要素を加味し、どこで・どの商品を作るべきかを判断・決定するなど、柔軟に対応できる体制づくりに取り組んでいます。

また、S&OP（需要予測・供給計画など）システムをグローバルに導入することで、市場の動きとサプ

ライチェーンを統合させ、「必要な時に」「必要なだけ作り」「お客さまへタイムリーにお届けする」というサプライチェーンのあるべき姿の実現を目指しています。

新拠点は、サプライチェーン全体でのイノベーション強化を狙いに、研究開発と連動しながら、高品質なスキンケア商品を安定して市場に供給できるサプライチェーンプロセスのイノベーション拠点として設立します。また、グローバル企業の責任として、省エネや輸送の削減を追求し、生産と物流拠点の一体化によるシナジー効果を創出します。さらに、地球環境への負荷低減や周辺環境への配慮・調和を追求し、地域との共生を図ります。



新拠点イメージ図



新拠点周辺地図

◆「新・大阪工場」建設について

新工場はグローバルに展開する、中・高価格帯の中心ブランドを生産するスキンケア化粧品のマザー工場として、競争力を持つ高品質の商品を生み出していきます。そのために、経口薬製造において採用されている基準と同等の国際規格 ISO22716 に準拠し、厳しい製造・品質管理(組織編制から、設備、衛生、人材、原料・梱包資材、廃棄などに至るまで)を徹底します。また、これまで培ってきたスキンケア生産のノウハウを基盤に、ロボットと人が協働しながら高効率な生産技術を創造する「未来を創る工場」として、資生堂のものづくりをリードしていきます。

◆「関西統合センター(仮称)」について

これまで、工場(生産)・物流センター(保管)・商品センター(出荷)の各機能別に分かれていた物流フローを統合し、原材料の入出庫・保管、工場で生産した商品の保管・出荷までを一体で行います。また、最新の物流技術を導入し、ロボットを活用した商品の仕分け、ピッキング、保管が行える効率性の高いピッキングシステムなどを採用します。これにより、更に短時間・低コストでの運用が可能となり、効率的な商品供給体制を実現します。

将来的には、国内はもとより海外のお客さまや市場のニーズに迅速に対応するため、物流ハブ機能としての充実も視野に入れ、更なる効率化と市場対応力強化を目指します。

◆「新・大阪工場」および「関西統合センター(仮称)」の概要

名称	工場:資生堂　大阪工場 物流拠点:資生堂　関西統合センター(仮称)
建設予定地	大阪府茨木市彩都東部地区
土地面積	72,350 平方メートル(約 2.2 万坪)
建築面積	工場:15,000 平方メートル　物流拠点:13,000 平方メートル
階数	工場:地上 4 階建　物流拠点:地上 5 階建
新工場　生産品目	スキンケア製品等
新工場　生産能力	年間約 1 億個
投資規模	約 400 億円
着工時期(予定)	2018 年度中
稼働開始(予定)	2020 年度中

※上記は計画段階のものであり、内容等に変更の可能性があります。

以上

＜参考資料＞
当社における、各工場・物流拠点の概要と主な担当製品一覧
（2016 年 2 月現在：国内 3 工場、海外 10 工場）

【日本　3 工場】

工場（カッコ内は設立年）	所在地	生産担当分野（担当製品）
掛川工場 （1975）	静岡県掛川市	メーキャップ製品・医薬品・ヒアルロン酸のマザー工場（ファンデーション、口紅、アイシャドー等）
大阪工場 （1939）	大阪府大阪市	スキンケア製品等のマザー工場 （洗浄料、化粧水、乳液、クリーム、ヘア、ボディー等）
久喜工場 （1983）	埼玉県久喜市	パーソナルケア製品のマザー工場 （シャンプー、リンス等）

【海外　10 工場】

工場（カッコ内は設立年）	所在地	生産担当分野（担当製品）
資生堂アメリカ　イーストウインザー工場（1998）	アメリカ ニュージャージー州	グローバル製品（スキンケア）の生産
ダブリン　インダストリーズ　インコーポレーション（1989 買収）	アメリカ ニュージャージー州	グローバル製品（スキンケア・メーキャップ）の生産
ゾートス　インターナショナル ジェニーバ工場（1988 買収）	アメリカ ニューヨーク州	ゾートス製品（パーマ剤、シャンプー、リンス）の生産
資生堂インターナショナルフランス ジアン工場（1991）	フランス ジアン市	グローバル製品、ボーテ　プレステージインターナショナル（フレグランス）
資生堂インターナショナルフランス バル・ド・ロワール工場（1999）	フランス オルム市	グローバル製品、ボーテ　プレステージインターナショナル（スキンケア）
資生堂麗源化粧品有限公司 （1993）	中国 北京市	中国国内向け製品（スキンケア・メーキャップ）の生産
上海卓多姿中信化粧品有限公司 （1999）	中国 上海市	中国国内向け製品（スキンケア・メーキャップ）の生産
上海华妮透明美容香皂有限公司 （2011）	中国 上海市	ホテル向けアメニティー製品、台湾向け石鹸の生産
台湾資生堂 中壢工場（1980）	台湾 中壢市	台湾向け製品（スキンケア・メーキャップ）の生産
資生堂ベトナム ベトナム工場（2010）	ベトナム　ドンナイ省　ビエンホア市	日本およびアジア向け製品（スキンケア）の生産

【主な物流拠点】
◆国内
（株）日立物流および日立物流コラボネクスト（株）などへアウトソーシング
◆海外（3 拠点）
中国・・・上海ディストリビューション・センター（中国・上海市）
アメリカ・・・アメリカディストリビューション・センター（アメリカ・オハイオ州）
ヨーロッパ・・・ヨーロッパディストリビューション・センター（ドイツ・デュイスブルク）

以　上