

NEWS RELEASE

クリシー発 2022年4月19日 午後6時に公開された仏・ロレアル本社プレスリリースの日本語抄訳です

仏・ロレアルグループ 2022年第1四半期売上高 不安定な状況下でも**13.5%増**と持続的に成長¹ 財務報告ベースで**19.0%増**と非常に好調に成長

- **売上高: 90億6,000万ユーロ**
 - 前年同期比**13.5%増** (同一基準ベース) ¹
 - CERベース **13.9%増**
 - 財務報告ベース **19.0%増**
- **市場を大きく上回る業績**
- **事業本部と地理的ゾーンによるバランスの取れた成長**
- **実店舗での売上高が好調に推移: 15.5%増²**

本業績について、ロレアルの最高経営責任者 (CEO) であるニコラ・イエロニムスは以下の通りコメントしています。

「ウクライナ侵攻や中国での新型コロナウイルス感染症の拡大対策強化という背景のもと、第1四半期は、前年同期比 **13.5%増**、財務報告ベースで**19.0%増**となり、売上高が大きく伸長しました。

2022年の1~3月期は、消費者の購買行動がインフレの影響を受けず、世界の美容市場において成長傾向が継続しました。ロレアルはプレミアムゼーション (プレミアム化) とイノベーション戦略を追求し、すべての地理的ゾーンと事業本部で美容市場を上回る成長を続け、販売量のボリュームと売上高の双方で力強い成長を記録しています。ロレアルリュクス事業本部、プロフェッショナルプロダクツ事業本部、アクティブコスメティックス事業部は2桁成長を達成し、コンシューマープロダクツ事業本部はサプライチェーン上の課題があったにもかかわらず、再び市場を上回る業績を達成しました。オムニチャンネル戦略を最大限に活用し、オフラインの売上高が明確に復活する一方で、Eコマース²は成長を続け、売上高の**25.8%**を占めました。

当社は、すべての地理的ゾーンでバランスよく成長しました。北米では引き続き顕著な勢いで成長し、中国本土では2桁成長、新興国および2021年初めに多くのロックダウン (都市封鎖) によって成長が弱まった欧州でも成長が加速しています。

ウクライナ侵攻後のこの困難な時期に、私たちは、ウクライナの全従業員の保護を最優先事項として、支援を表明したいと思えます。

世界中のチームの絶え間ない努力のおかげで、ロレアルは、最先端のイノベーションと投資により、ブランドの成長を促進し、その魅力を高めるという戦略を今後も追求していきます。

状況は変動的で不確実であることに留意しつつも、私たちは美容市場の展望は明るいものになると考えており、ロレアルは**2022年も市場を凌駕する業績を収め、増収増益を達成できると自信を持っています**」

¹ 同一基準ベース: 組織構造と為替レートが一定という条件のもと

² 自社ウェブサイトでの売上高+小売業者のウェブサイト経由の売上に基づく自社ブランドの売上高の見込み (非監査データ)

2022年第1四半期 売上高

同一基準ベース（組織構造と為替レートが一定という条件のもと）ロリアルグループの売上高は13.5%増

連結対象の変更によるネットインパクトは、0.4%増

為替レートが一定との条件のもとでの売上高は、13.9%増

為替変動により5.1%増のプラス影響。2022年3月31日時点の為替レート、すなわち12月31日までは1ユーロ = 1.109ドルで換算すると、2022年通期の売上高に対する為替変動の影響は約4.4%となります

財務報告ベースではロリアルグループの売上高は2022年3月31日時点で、90億6,000ユーロとなり+19.0%増

事業本部・地理的ゾーン別売上高

€m	Quarterly sales		Evolution	
	1st quarter 2021	1st quarter 2022	Like-for-like	Reported
By Division				
Professional Products	848.3	1,041.3	+17.6%	+22.7%
Consumer Products	2,973.3	3,302.9	+6.9%	+11.1%
L'Oréal Luxe	2,769.7	3,463.7	+17.5%	+25.1%
Active Cosmetics	1,023.3	1,252.7	+18.0%	+22.4%
Group Total	7,614.5	9,060.5	+13.5%	+19.0%
By geographic Zone				
Europe	2,465.0	2,854.5	+16.4%	+15.8%
North America	1,813.6	2,203.9	+12.6%	+21.5%
North Asia	2,374.4	2,801.8	+9.4%	+18.0%
SAPMENA – SSA ³	573.8	681.1	+15.8%	+18.7%
Latin America	387.8	519.2	+22.2%	+33.9%
Group Total	7,614.5	9,060.5	+13.5%	+19.0%

³ SAPMENA-SSA: 南アジア太平洋、中東、北アフリカ、サハラ以南のアフリカ

プロフェッショナル プロダクツ事業本部

3月末の時点で、プロフェッショナル プロダクツ事業本部は、前年同期比で17.6%増、財務報告ベースで22.7%増とで力強い成長を記録

当事業本部は、米国、ドイツ、インド、中国本土で優れた業績を収め、すべての地理的ゾーンで堅調な成長を維持しました。サロンでの販売の加速、米国におけるSalonCentricによる流通網の持続的成長、Eコマース売上の急増を実現し、オムニチャネル戦略を成功させました。

ヘアケア製品は、ロレアル プロフェッショナルの「セリエ エクスパート」とRedken（日本未展開ブランド）の「Prescriptions」が大きく貢献し、依然として主な成長因子となっています。ケラスターゼは、「クロマアブソリュ」の発売成功を主な要因として、目覚しく成長を続けました。ヘアカラーは、RedkenのShades EQ、ロレアル プロフェッショナルの「イノア」と「Dialight（日本未発売）」の持続的な成長により、素晴らしい業績を達成しました。

コンシューマー プロダクツ事業本部

コンシューマー プロダクツ事業本部は第1四半期引き続き成長し続け、前年同期比6.9%増、財務報告ベース11.1%増

当事業本部は、物流問題の影響を受けたにもかかわらず、欧州および米国において非常に好調なスタートを記録しました。中南米およびSAPMENA-SSAでは際立った業績を達成しましたが、北アジアでは中国本土における一部のEコマース事業者の業績が減速したことが打撃となりました。

チャネル別では、実店舗の売上が好調に推移したことに加え、Eコマースも引き続き成長したことで、当事業本部の業績は加速しました。

成功を収めたイノベーションとプレミアムゼーション（プレミアム化）戦略に対し強く注力したことで、すべての主要ブランドは成長を続けました。ロレアルバリは、ヘアケアカテゴリでは「Hyaluron Plump」が、メイクアップカテゴリでは「True Match serum」が大成功を収め、力強い勢いを見せました。また「Glycolic Bright」の発売により、新興国、特に南アジアで大きな成長を遂げました。Garnier（日本未展開ブランド）は、「Fast Bright」シリーズ、同シリーズにおける「Vitamin C Brightening Serum」の発売が世界的に成功したことに後押しされ、スキンケアカテゴリで大きな加速を見せました。メイベリン ニューヨークは「Colossal Curl Bounce mascara（日本未発売）」を、NYX Professional Makeup（日本未展開ブランド）は「Bare With Me Concealer Serum」を発売し、大成功を収め、メイクアップカテゴリを活性化させました。

ロレアル リュクス事業本部

ロレアル リュクス事業本部は第1四半期に前年同期比17.5%増、財務報告ベースで25.1%増となり、ラグジュアリービューティー（高級化粧品）の世界市場を上回る好調な業績を達成しました

ロレアル リュクス事業本部は、地理的ゾーン間でバランスの取れた成長を達成しました。3月末現在、同事業本部は北アジアで歴史的な市場シェアを獲得しており、さらに北米ではダイナミックな市場を凌駕する業績を上げています。ロレアル リュクス事業本部は、欧州でも素晴らしい第1四半期を記録しました。

当事業本部は、補完的で強固なブランド・ポートフォリオにより、市場シェアを拡大しました。クチュールブランドのイヴ・サンローラン、ジョルジオ・アルマーニ、プラダ、ヴァレンティノは、市場を大きく上回る成長を遂げました。ランコムは中国本土ではそのリーダーとしての地位を、欧米諸国においてはトップ3ブランドとしての地位を強固なものにしました。

非常にダイナミックなフレグランス市場において、ロレアル リュクス事業本部は、大規模なプロモーションを展開したプレステージ製品の成功と、メゾン マルジェラの「レプリカ」やアルマーニの「ブリヴェ」などのコレクションフレグランスの急成長により、その勢いを強めました。スキンケアカテゴリでは、ランコムの「アブソリュ」やヘレナルビンスタインなどの超高級品が業績をけん引しました。新たに買収したタカミや「Youth to the People」は有望なブランドとして注目されています。メイクアップカテゴリでは、シュウ ウエムラとUrban Decay（日本未展開ブランド）が力強い成長を記録しました。

アクティブ コスメティックス事業部

3月末時点で、前年同期比18.0%増、財務報告ベースでは22.4%増と高い成長を達成しました

アクティブ コスメティックス事業部は、Dermocosmetics (臨床皮膚医学の知見に基づいて作られたスキンケア製品)の世界市場をリードし、各地理的ゾーンにおいてシェアを拡大しました。すべての地理的ゾーンで2桁成長を達成し、特に北米とSAPMENA - SSAは例外的な業績を達成しました。オンラインでの売上も引き続き伸長し、オフラインではメディカルチャンネルがけん引し急成長しました。

各ブランドは、引き続き医療従事者とのパートナーシップを強化しました。ラ ロッシュ ポゼは、「シカプラスト」と「エファクラ」の継続的な成功に加え、日焼け止め「UVMune」という画期的なイノベーションの発売により、好調な業績を達成しました。CeraVe (日本未展開ブランド) は、昨年の堅調な業績に支えられ、すべての地理的ゾーンにおいて顕著な勢いを維持しました。Vichy (日本未展開ブランド) は、「Dercos」ならびに日焼け止め製品の堅調な業績が成長を後押ししました。

地理的ゾーン別サマリー

欧州

前年同期比16.4%増、財務報告ベースでは15.8%増を達成

第1四半期の欧州市場は、フレグランスとメイクアップカテゴリの力強い成長にけん引され、新型コロナウイルス感染症拡大前の水準に戻りつつあり、好調に推移しました。オンライン販売チャンネルは、高水準であった前年同期と比較すると若干減少しましたが、2年間で見ると明らかな改善を見せています。ロレアルは、第1四半期も引き続き本チャンネルで市場を上回る業績を達成しました。

ほとんどの国、特にイギリス、スペイン、イタリアで売上が持続的に増加しました。コンシューマー プロダクツ事業本部は、メイクアップカテゴリにおける市場シェア拡大により引き続き成長しました。ロレアル リュクス事業本部は、フレグランスカテゴリにおけるリーダーとしての地位を最大限に活用しました。アクティブ コスメティックス事業部は、市場を大きく上回りました。プロフェッショナル プロダクツ事業本部は、すべての主要ブランドで勢いを維持しました。

当社グループは、侵攻によりウクライナにおける事業活動を2月24日に一時停止しました。ロシアでは、すべての直営店およびEコマースサイトを一時的に閉鎖し、すべての産業投資、メディア投資停止しました。また欧米の制裁措置に伴い、日用品を除く全商品の販売を一時的に停止しています。

北米

前年同期比12.6%増、財務報告ベースでは21.5%増

サプライチェーンの寸断による影響が依然として残っているにもかかわらず、加速が続いています。また全事業本部にて、イノベーションへ継続的に注力し、成長因子への投資を行い、価格改定を推し進めたことも、四半期の業績を加速させました。チャンネル別では、Eコマースが引き続き成長し、実店舗の売上は力強く回復しました。

コンシューマー プロダクツ事業本部は、全カテゴリにおいて顧客至上主義を柱に据えたイノベーションが成功し、成長を続けました。メイクアップカテゴリは市場シェアを拡大し、成長への貢献度No.1のカテゴリに返り咲きました。強力なフレグランスのポートフォリオが引き続きロレアル リュクス事業本部のシェア拡大をけん引しました。プロフェッショナル プロダクツ事業本部は、サロンやSalonCentric チャンネルで成長し、オンラインでも驚異的な成長を遂げました。アクティブ コスメティックス事業部は引き続き力強い成長を遂げました。

北アジア

3月末時点で、前年同期比9.4%増、財務報告ベースでは18.0%増

ロレアルは、新型コロナウイルス感染症拡大による逆風がいくつかあったにもかかわらず、市場を大幅に上回りました。2月には、香港で新たな感染の波が発生し、大きな混乱が生じました。3月には、中国のいくつかの都市で嚴重なロックダウン（都市封鎖）と渡航制限が行われ、市場に影響を及ぼしました。

ロレアル リュクス事業本部は、プレミアムスキンケアの成功と、北アジアゾーンにおける新興カテゴリであるフレグランスカテゴリの目覚ましい業績により、市場シェアを大きく伸ばしました。メイクアップカテゴリの回復とプレミアムヘアケアの躍進は、コンシューマープロダクツ事業本部の業績に貢献しました。アクティブコスメティクス事業部は、科学および医学に裏打ちされたそのルーツにより、力強い成長を記録しました。プロフェッショナルプロダクツ事業本部は、サロン販売、オンライン販売ともに力強い成長を遂げました。

ロレアルは、中国本土において、旧正月、バレンタインデー、国際女性デーなどのキャンペーンが成功し、2桁の成長を遂げ引き続き美容市場を凌駕する成績を収めました。当社グループは、オンラインとオフラインの双方で市場シェアを拡大し、同国でのリーダーとしての地位をさらに強化しました。また海南島においてロレアルは、非常にダイナミックに推移するトラベルリテール市場を凌駕する成績を収めました。韓国では、美容市場の力強い成長が業績をけん引し、日本ではロレアルが新たに買収したタカミが売上成長を促進しました。

SAPMENA – SSA⁴

前年同期比15.8%増、財務報告ベースでは18.7%増

市場が国境を越えて再開され、新型コロナウイルス感染症の拡大予防対策が緩和されるなか、ロレアルは東南アジアと南アジアで力強い回復を見せ、インドと湾岸諸国では好調な業績を上げ、SAPMENAでは四半期ベースで優れた業績を達成しました。また、実店舗の売上が堅調に推移し、オンライン販売も継続的に拡大しました。コンシューマープロダクツ事業本部は、メイクアップカテゴリが回復しました。ロレアル リュクス事業本部は、フレグランスカテゴリが成長を加速させ、同事業本部の最大カテゴリとなりました。プロフェッショナルプロダクツ事業本部は、サロンの営業再開がヘアケアとカラーリングの売上にけん引し、成長しました。アクティブコスメティクス事業本部は全市場で2桁の大幅な成長を達成しました。

サハラ以南のアフリカ (SSA) では、ロレアルは南アフリカとケニアで顕著な業績を記録しました。アクティブコスメティクス事業部は例外的な成長を遂げました。ロレアル リュクス事業本部は、女性用および男性用フレグランスカテゴリの継続的な成長にけん引され、目覚ましい成長を遂げました。コンシューマープロダクツ事業本部は、メイクアップカテゴリが明確に回復しました。

ラテンアメリカ

前年同期比22.2%増、財務報告でベースでは33.9%増と非常に力強く成長

2022年第1四半期は、すべての主要国で美容市場の拡大が続き、特にメキシコでは2021年第1四半期と比較して大幅な回復を見せました。

その中で、ロレアルはメキシコとチリで優れた業績を達成し、ブラジルは力強い成長を遂げました。コンシューマープロダクツ事業本部は、市場シェアを大きく伸ばしました。ロレアル リュクス事業本部とアクティブコスメティクス事業部は、No.1の地位を再確認しました。プロフェッショナルプロダクツ事業本部も、消費者が再び美容室へ・ヘアサロンへ足を運び始めたことで、堅調な業績を記録しました。

⁴ SAPMENA-SSA: 南アジア太平洋、中東、北アフリカ、サハラ以南のアフリカ

2022年1月1日から3月22日までの重要な出来事と決算後の出来事

- 2022年2月9日、ロレアル取締役会は、2021年12月7日に行われた取締役会の決定に従い、ネスレから買い戻したロレアル株式 22,260,000 株を 2022年2月10日付で消却しました。2022年2月10日現在、ロレアルの資本は、同等の議決権を持つ 535,412,372 株で構成されています。
- 2月22日、ロレアルは30以上のパーソナルケア企業および専門家団体と協力し、エコ・ビューティー・コンソーシアムを設立しました。その目的は、化粧品の環境影響評価とスコアリングシステムを業界全体で開発することです
- 2月25日、デイビッド・グリーンバーグが、ロレアル USA の CEO、北米ゾーンプレジデント、および本社エグゼクティブ・コミッティのメンバーに任命されました
- 3月3日、エクイリープのジェンダー平等に関する世界ランキングにおいて、ロレアルは5年連続で、世界で最もジェンダー平等な企業のトップ20社に入りました。当社グループは、フランスで再び第1位の企業となりました。本調査は、全世界23カ国、3,895の企業、1億200万人の従業員を対象に、ジェンダー平等に関して、19項目の詳細な基準に基づき調査されたものです
- 3月11日、ロレアルはS&P（スタンダード・アンド・プアーズ）から長期発行体格付けを、ムーディーズから発行体格付け Aa1 を取得しました。両機関による格付けの見通しは「安定的」です。3月22日、ロレアルは、サステナビリティに関連したトランシェを含む、額面総額30億ユーロの第1回公募債⁵の発行に成功したことを発表しました。この新規発行は市場から非常に高い評価を受け、需要総額は107億ユーロと、募集総額の3~5倍強に達しました。
- 3月17日、2021年満期ユーロ円建転換社債型新株予約権付社債が仏・金融市場機関（AMF: Autorité des Marchés Financier）に提出されました。これは、有効な規制の条件に従って一般に公開され、<http://www.loreal-finance.com/>のウェブサイトで閲覧することができます。
- 3月21日、ロレアルは国際フレグランスデーを記念し、ニューロテック企業のリーディングカンパニーである EMOTIV 社と美容における戦略的パートナーシップを締結したことを発表しました。この取り組みは、EMOTIV社のニューロテックデバイスとロレアル独自の香りやアルゴリズムを組み合わせることで、消費者が自分の好みに合った完璧な香りを見つけられるようにすることを目的としています。ロレアルのテクノロジーインキュベーター、ラグジュアリーブランドのイヴ・サンローラン、香りのエキスパートチームがEMOTIV社と共同で作成したこのユニークなフレグランスコンサルテーションは、マルチセンサーのEEGベースのヘッドセットを通して、神経反応と香りの好みを結びつけるものです。

⁵ 米国、カナダ、日本、オーストラリアで、直接的または間接的に、リリース、出版、配布されるものではありません

APPENDIX

L'Oréal group sales 2021/2022 (€ million)

	2021	2022
First quarter	7,614.5	9,060.5
Second quarter	7,582.1	
First half total	15,196.6	
Third quarter	7,996.6	
Nine months total	23,193.1	
Fourth quarter	9,094.4	
Full year total	32,287.6	