

ワコールと資生堂は一体どうなっているのか？



座長の古巣、ワコールが大苦戦しています。2期連続で最終赤字となり、今期決算も不動産売却でようやく黒字に持ち込む見通しです。創業以来、70年にわたり高収益を続けていた企業が、コロナ禍を期に突如苦境に陥りました。また、化粧品の雄、資生堂も苦戦しています。赤字とまではいきませんが、24年12月期の純利益は期初予想を160億円下回り、前期比72%減の60億円にとどまる見通しです。頼りにしていた中国人需要に急ブレーキがかかったことが要因です。

両社の業容やこれまでの歩みにはいくつかの共通点があります。主要なブランド支持層が高齢化していること、主たる販路だった百貨店が衰退していること、国内の需要減を見越して成長機会を海外に求めていること、そして買収した海外企業の運営に苦慮していることなどなど。

今回は、日本を代表するブランド企業である両社の10年間の経緯を詳細に分析し、次の手の仮説を考えたいと思います。資料は、当勉強会おなじみのアプローチで、財務データおよび新聞記事などを基に座長が作成します。どのような環境下でどのような意図を持って施策を投入し、その結果はどうだったか。急激な外部環境変化による一過性の禍なのか、根の深い構造的な病なのか。あるいは成熟産業の宿命なのか、経営のかじ取りの巧拙の問題なのか。いずれにしろ、両社の経営は誰にとっても難しいタスクで、投資家に響く「わかりやすい」施策が求められる上場企業のかじ取りの難しさ、優等生企業ならではの悩みもありそうです。

勉強会なので、「課題は何だ」「こんな手を打つべきではないか」という意見の交換にはなりますが、“当事者へのリスペクトと愛をもって”経営の難しさに共感し、未来の可能性と期待とエールを語るセッションにしたいと思っています。

※オンライン参加も可能です。

日時 2025年2月15日(土)
14時30分 ~ 17時45分
(終了後、リアル参加の有志で懇親会を予定しています)

場所 リアル会場：大阪府大阪市北区曽根崎新地 2-2-16
関電不動産西梅田ビル 7階
アットビジネスセンター大阪梅田 702 号室
オンライン：前日までに zoom の URL を配信します

人数 20 名程度

会費 3,000 円 (リアル参加/オンライン参加同額)
※Paypal でのお支払いにご協力をお願いします

お申込み <http://www.zeta-consulting.jp/>

主催 ゼータコンサルティング株式会社

