

2018年12月期 第3四半期 決算補足資料

株式会社ポーラ・オルビスホールディングス
常務取締役
総合企画・IT・HR・グループ海外展開担当
久米 直喜

1. **連結業績ハイライト**
2. セグメントの状況
3. 2018年12月期業績見通し
4. 今後の取組み・参考情報

化粧品市場

- 化粧品市場全体は、伸び率に一定の落ち着きが見られるものの堅調に推移
- インバウンド需要を除く国内では微減傾向が続いていると推測
- インバウンド市場については、7-9月は自然災害により従来のような訪日者数の急速な伸びはなかったが市場成長は続く

出所：経済産業省、日本百貨店協会 全国百貨店売上高概況、総務省、インテージSLI

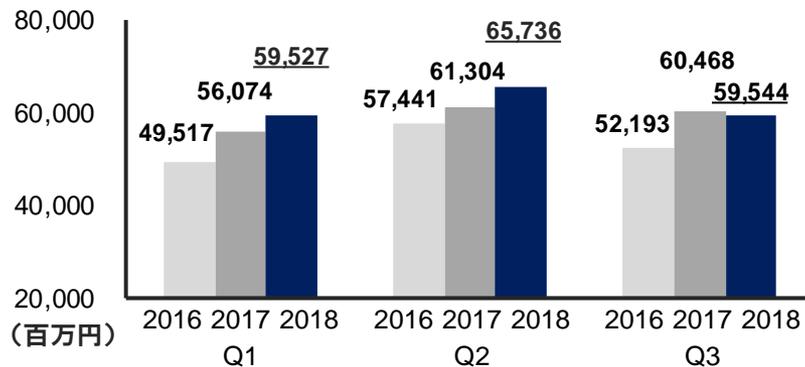
当社グループ

- ポーラ・育成ブランドが増収を継続し、連結増収・増益
- 7-9月は自然災害の影響とそれに伴うインバウンド減速により微減収
- ポーラは、国内既存顧客は好調継続
- オルビスは、「オルビスユー」を通じた価値訴求に特化し減収増益
- 海外では、Jurliqueが新商品を発売するも減収に歯止めを掛けられず
- 育成ブランドは、THREE海外伸長、新ブランドを9月計画通り出店

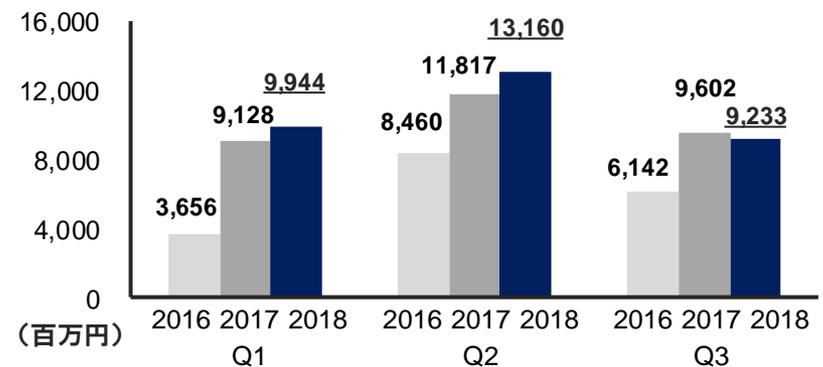
(参考) 連結インバウンド売上比率

2016年累計	約 6%
2017年累計	約 7%
2018年3Q累計	約 7%

連結売上高 (四半期)



連結営業利益 (四半期)



連結PL分析（売上高～営業利益）

(百万円)	2017年 Q3実績	2018年 Q3実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
連結売上高	177,846	184,807	6,961	3.9%
売上原価	29,415	29,948	532	1.8%
売上総利益	148,430	154,859	6,428	4.3%
販管費	117,883	122,523	4,639	3.9%
営業利益	30,546	32,335	1,789	5.9%

主な増減要因

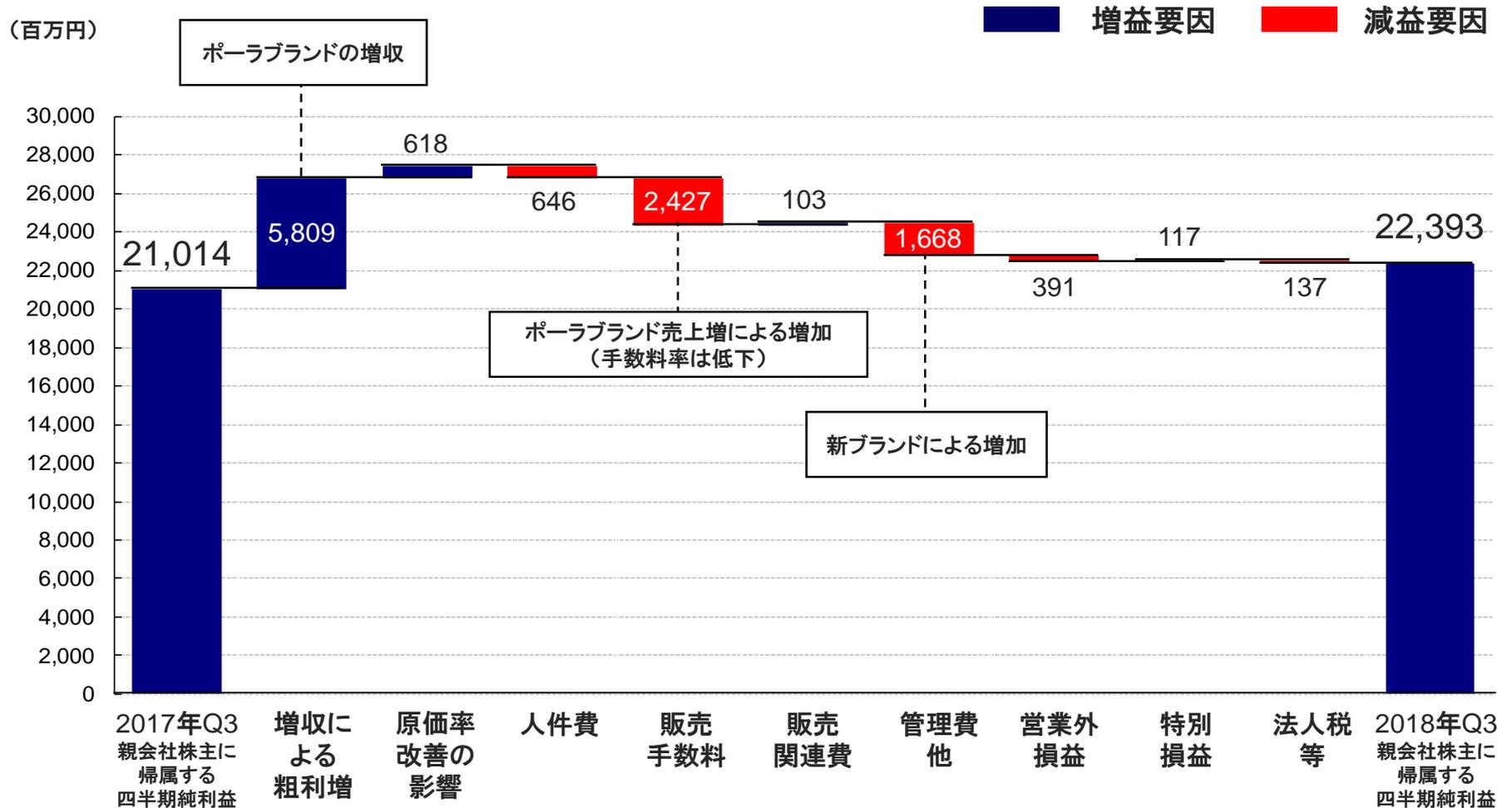
- 連結売上高** ポーラは、既存顧客売上が好調な国内に加えて中国・香港・免税市場が伸長し連結を牽引
 オルビスは減収だが、「オルビスユー」中心の展開により新規顧客単価は前年同期を上回る
- 売上原価** ポーラの高価格帯品構成比の高まりや、オルビスの上記集中戦略により原価率が改善
 原価率 前年同期:16.54% ⇒ 当期:16.21%
- 販管費**
 - 人件費: 前年同期比+646百万円(新ブランドによる人員増、ポーラ店舗拡大)
 - 販売手数料: +2,427百万円(ポーラ売上増に伴う増であり、ポーラでの手数料率は低下)
 - 販売関連費: △ 103百万円(オルビスでの販促費の抜本的な見直しによる効率化)
 - 管理費他: +1,668百万円(新ブランドによる増)
- 営業利益** ビューティケア事業 +1,423百万円

(百万円)	2017年 Q3実績	2018年 Q3実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
営業利益	30,546	32,335	1,789	5.9%
営業外収益	332	383	50	15.2%
営業外費用	88	529	441	500.3%
経常利益	30,791	32,189	1,398	4.5%
特別利益	629	28	△601	△95.5%
特別損失	1,044	325	△719	△68.8%
税前三半期純利益	30,376	31,892	1,516	5.0%
法人税等	9,345	9,504	158	1.7%
非支配株主に帰属する 四半期純利益	16	△5	△21	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	21,014	22,393	1,379	6.6%

主な増減要因

- 営業外費用 : 為替差損 449百万円
- 法人税等 : 海外損失改善ならびに孫会社撤退による実効税率の低下（実効税率29.8%）

粗利益の増加と原価率の改善により
親会社株主に帰属する四半期純利益は、前年同期比+6.6%で着地



1. 連結業績ハイライト
2. **セグメントの状況**
3. 2018年12月期業績見通し
4. 今後の取組み・参考情報

(百万円)	2017年 Q3実績	2018年 Q3実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
連結売上高	177,846	184,807	6,961	3.9%
ビューティケア事業	165,268	172,024	6,755	4.1%
不動産事業	2,020	2,031	11	0.6%
その他	10,557	10,752	194	1.8%
営業利益	30,546	32,335	1,789	5.9%
ビューティケア事業	29,689	31,113	1,423	4.8%
不動産事業	913	833	△80	△8.8%
その他	△126	798	925	-
全社・消去	70	△408	△479	-

セグメント別サマリー

- ビューティケア事業 ポーラが売上高を牽引
ポーラ増収による利益増とオルビスの費用効率化により4.8%の増益
- 不動産事業 メンテナンス費用が発生しているが、高稼働率は維持
- その他 医薬品事業は、デュアックなど主力商品が牽引し増収

(百万円)	2017年	2018年	前年同期比	
	Q3実績	Q3実績	増減額	率(%)
ビューティケア事業 売上高	165,268	172,024	6,755	4.1%
ポーラブランド	104,902	112,350	7,448	7.1%
オルビスブランド	39,888	38,056	△1,832	△4.6%
Jurliqueブランド	8,201	7,453	△748	△9.1%
H2O PLUSブランド	1,765	1,416	△348	△19.7%
育成ブランド	10,509	12,747	2,237	21.3%
ビューティケア事業 営業利益	29,689	31,113	1,423	4.8%
ポーラブランド	23,002	25,079	2,077	9.0%
オルビスブランド	7,409	7,738	329	4.4%
Jurliqueブランド	△1,232	△2,118	△885	-
H2O PLUSブランド	△580	△507	72	-
育成ブランド	1,090	920	△170	△15.6%

注:参考値としてブランド別に連結決算ベースの営業損益を表示(非監査情報)

第3四半期

- 国内の既存顧客は安定成長を継続
- 海外は中国・香港・免税店が拡大(2倍成長)
- 一方、想定外の災害影響により
3Qのインバウンド売上は減速
- インバウンド比率は約11%

Q3	実績(百万円)	前年同期比
売上高	112,350	+7.1%
営業利益	25,079	+9.0%

主な指標

ショップ数(前期末比)		4,181(+31)
ポーラ ザビューティー 店舗数(前期末比)		664(+8)
化粧品売上構成比	PB ⁽²⁾	38.1%
	エステイン	49.1%
	従来型訪販・その他	12.8%
(1) 売上伸張率*	PB 全店	+3.4%
	PB 既存店	+3.3%
	エステイン	+4.1%
	従来型訪販	△2.8%
購入単価*		△4.1%
顧客数*		+9.8%
海外売上高伸長率*		+118.9%

(1) 委託販売チャネル、(2) PB: ポーラ ザビューティー *前年同期比

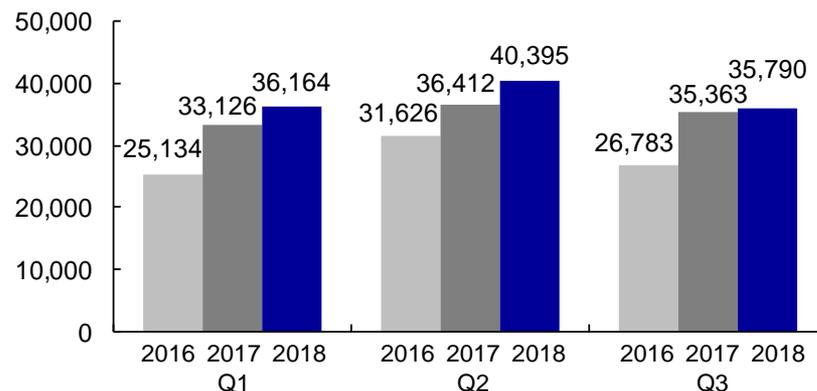
トピックス

- 「Red B.A」発売(9月)
新規顧客獲得に寄与
- 「リンクルショット」
9月21日よりタイで販売開始

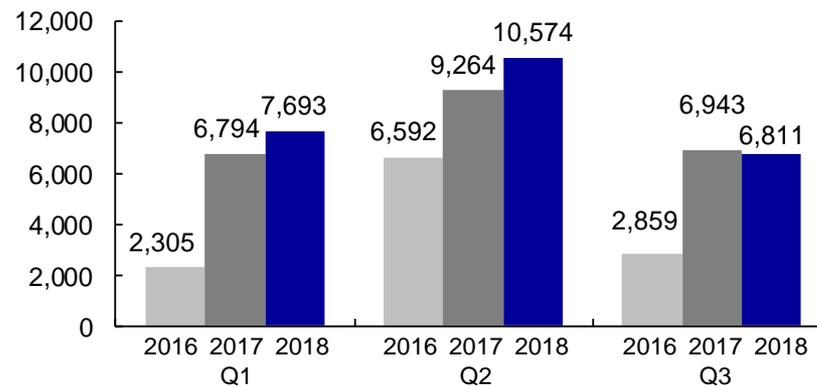


Red B.A

四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第3四半期

- 4Q新商品による増収基調回帰に向けて「オルビスユー」にマーケティングを集中
- 10月発売新商品の予約開始により一部で買い控え有
- 顧客構造良化、リピート率・単価向上に繋げる

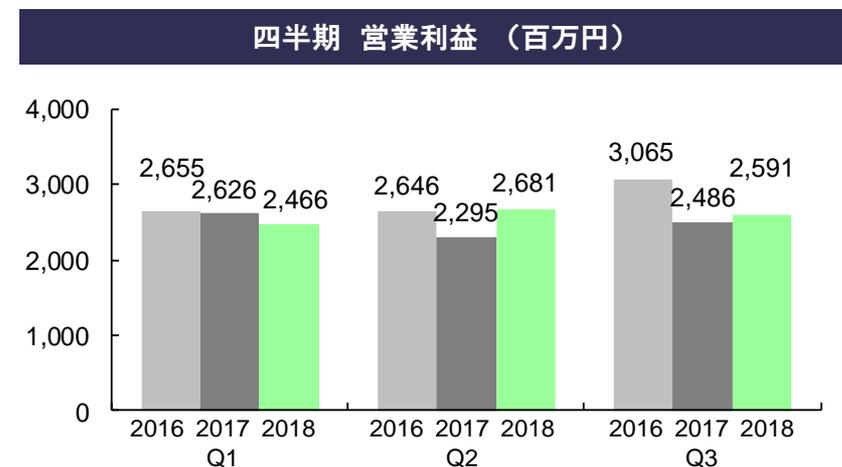
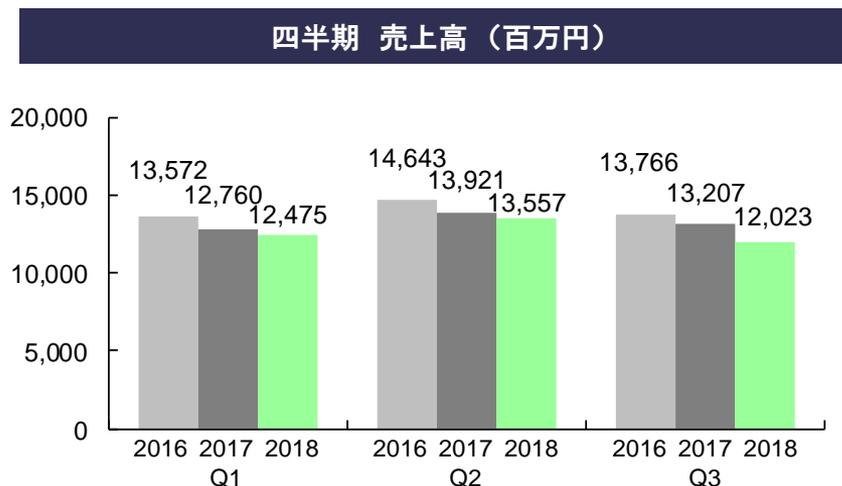
Q3	実績(百万円)	前年同期比
売上高	38,056	△4.6%
営業利益	7,738	+4.4%
主な指標		
売上構成比	ネット通販	48.3%
	その他通販	23.8%
	店舗・海外	27.9%
売上伸張率*	ネット通販	△0.7%
	その他通販	△13.5%
	店舗・海外	△2.3%
通販購入単価*		+0.7%
通販顧客数*		△6.6%
オルビスユーシリーズ購入顧客数 ^{*(1)}		+28.5%

(1) 過去6カ月購入顧客

*前年同期比

トピックス

- 日本最大級の顧客満足度調査、JCSI(日本版顧客満足度指数)調査の通信販売業種「自社ブランド型」にて4年連続第1位を獲得



第3四半期

- 売上高は、豪ドルで△6%
- 新商品は新規顧客獲得に寄与しているが増収に転じるまでには時間を要する

Q3	実績(百万円)	前年同期比 ⁽¹⁾
売上高	7,453	△9.1%
営業利益(のれん償却前)	△2,073	△887
営業利益	△2,118	△885
主な指標		
中国店舗数(前期末比)		95(△15)
売上構成比	中国	16%
	香港	15%
	免税店	15%
	豪州	31%
売上伸張率 ⁽²⁾	中国	△24%
	香港	△1%
	免税店	±0%
	豪州	△15%

(1) 営業利益の前年同期比は差額(百万円)

(2) 豪ドルベース、前年同期比

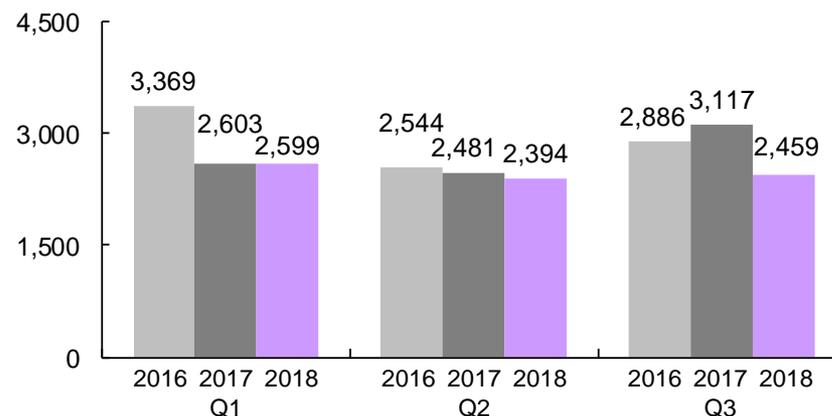
トピックス

- ブランドを象徴するエイジングケアシリーズ発売(9月)

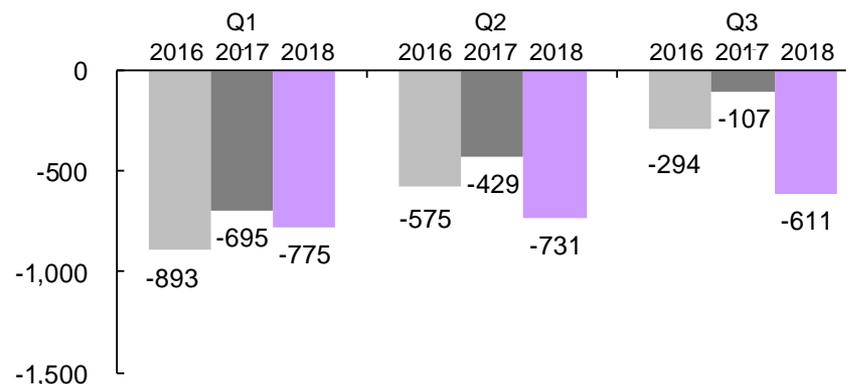


Herbal Recovery Collection

四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第3四半期

- 前期末の一部チャネル撤退が影響
- スターアイテム育成に注力(対象商品は増収)
- 利益構造改善(人件費、広告宣伝費など)

Q3	実績(百万円)	前年同期比 ⁽¹⁾
売上高	1,416	△19.7%
営業利益	△507	+72
主な指標		
売上構成比	北米	91%
	その他	9%
売上伸張率 ⁽²⁾	北米	△15%
	その他	△41%

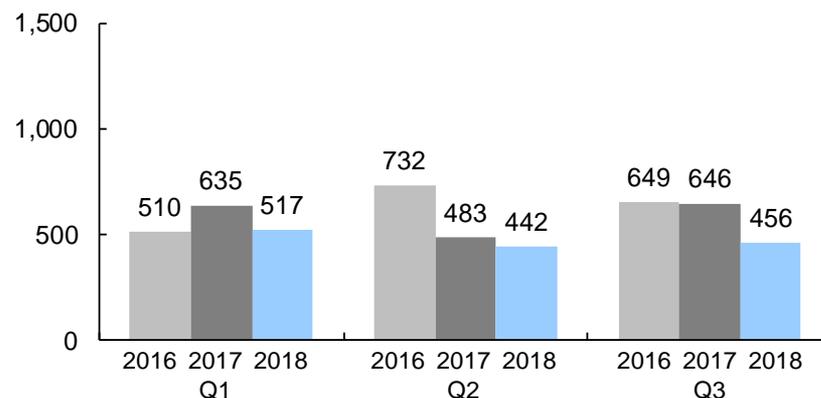
(1) 営業利益の前年同期比は差額(百万円)

(2) 米ドルベース、前年同期比

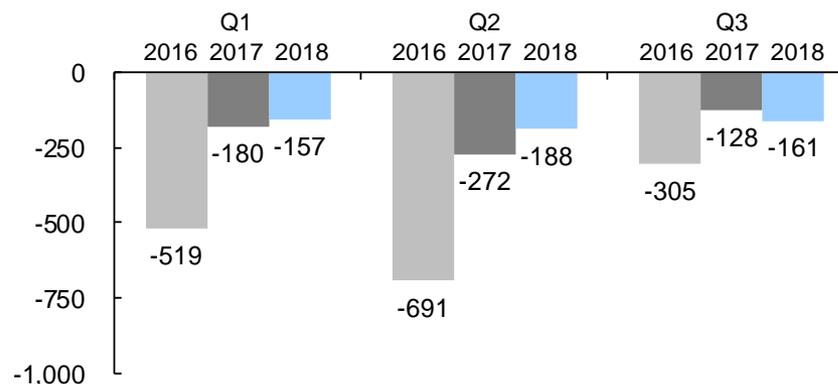
トピックス

- 対象商品・店舗を絞った
サンプリングや販売員教育など
店頭活性化策を実施

四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第3四半期

- THREEは、継続率の高いスキンケア顧客が伸長
免税店・越境ECなど中心に海外拡大
- 新ブランド投資は約9.1億円
- DECENCIAは定期会員比率上昇、高LTV構造に

Q3	実績(百万円)	前年同期比
売上高	12,747	+21.3%
営業利益	920	△15.6%
ACRO 売上高	7,584	+34.9%
ACRO 営業利益	50	△88.9%
(THREE 売上高)	7,526	+33.8%
(THREE 営業利益)	964	+113.0%

主な指標

THREE	国内百貨店カウンター数	40
	国内直営店・その他店舗数	68
	海外店舗数(7カ国)	50
	海外売上高比率	21%

■ 育成ブランド構成

カンパニー	(株)ACRO	(株)DECENCIA
ブランド	THREE ITRIM <i>Amplitude</i> FIVEISM × THREE	DECENCIA

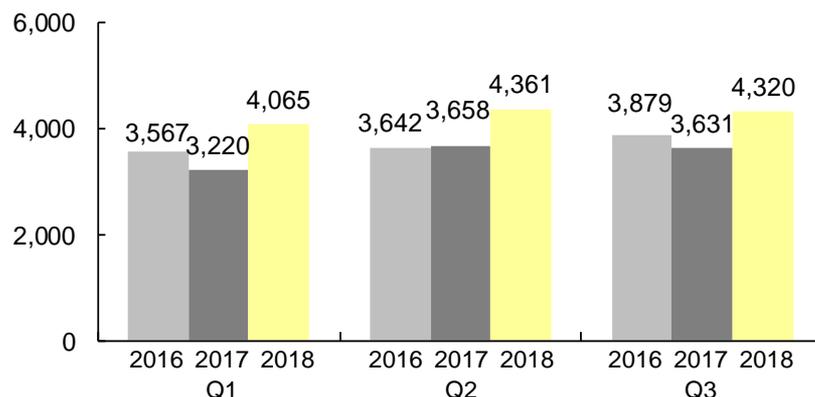
(注) 他にOEM事業が含まれます。

トピックス

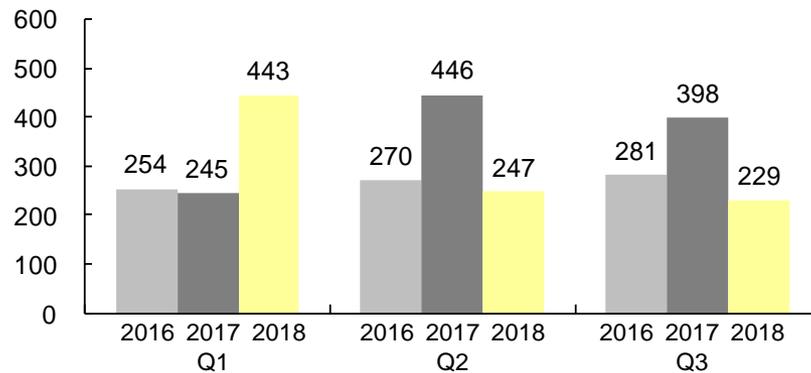
- 新ブランド店舗・ECでローンチ (ローンチ日/9月末店舗数)

<i>Amplitude</i>	ITRIM	FIVEISM × THREE
9月1日 / 2店	9月1日 / 3店	9月19日 / 3店

四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. **2018年12月期業績見通し**
4. 今後の取組み・参考情報

当初計画通りとし、9期連続の増収・営業増益を見込む。

(百万円)	2018年 3Q実績	前年同期比		2018年 通期計画	前期比	
		増減額	率(%)		増減額	率(%)
連結売上高	184,807	6,961	3.9%	253,000	8,664	3.5%
ビューティケア事業	172,024	6,755	4.1%	235,800	8,666	3.8%
不動産事業	2,031	11	0.6%	2,600	△94	△3.5%
その他	10,752	194	1.8%	14,600	92	0.6%
営業利益	32,335	1,789	5.9%	41,500	2,618	6.7%
ビューティケア事業	31,113	1,423	4.8%	40,700	2,578	6.8%
不動産事業	833	△80	△8.8%	900	△182	△16.9%
その他	798	925	-	300	614	—
全社・消去	△408	△479	-	△400	△391	—
経常利益	32,189	1,398	4.5%	41,500	2,249	5.7%
親会社株主に帰属 する当期純利益	22,393	1,379	6.6%	28,000	862	3.2%

想定為替レート：豪ドル=88円 米ドル=110円 中国元=17円

見通し
の
根拠

- 売上高

ポーラ：足元のインバウンド状況や中国の電子商務法施行による国内中国需要への影響などを見込む

Jurlique：現在の販売状況を鑑みさらなる下方リスクをおり込む

- 営業利益

ポーラ：来期以降の成長につなげるため海外チャネル強化など追加投資を反映

Jurlique：粗利減は連結全体でカバー

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 2018年12月期業績見通し
4. **今後の取組み・参考情報**

■ 基幹ブランドの安定成長とグループ収益牽引

POLA

- ポーラ最高峰ブランド「B.A」よりスペシャルケアアイテム2品投入(10月)
- 「B.A」・「リンクルショット」など限定スペシャルキット発売(11月)
- 海外店舗拡大(17年末32店舗→18年末50店舗(当初計画45店舗))



POLA
左: B.A アイゾーンクリーム
右: B.A リップ パーセラム

ORBIS

- 新「オルビスユー」予約好調につき10月12日より先行発売開始
メディア露出を拡大、ブランドプレゼンスの向上を早期に実現する

■ 海外事業全体での黒字化必達

Jurlique
H2O+
BEAUTY

- ホリデーシーズンにギフト商品を投入
顧客の活性化を図る



Jurlique
Christmas Collection 2018



H2O PLUS
GIFT SETS

■ 育成ブランドの拡大成長・新規ブランド創出・M&A

THREE

- 「THREE」と「FIVEISM × THREE」
両ブランドの価値をボーダレスに体験できる新コンセプトショップ
「SENSORIUM THREE」オープン(11月21日 丸の内)



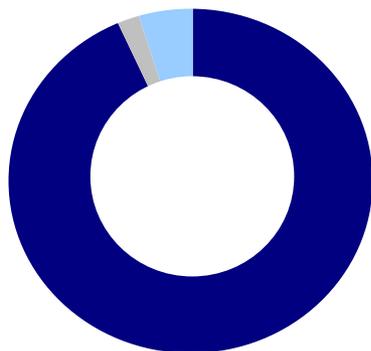
SENSORIUM THREE

Amplitude
FIVEISM **ITRIM**
×
THREE

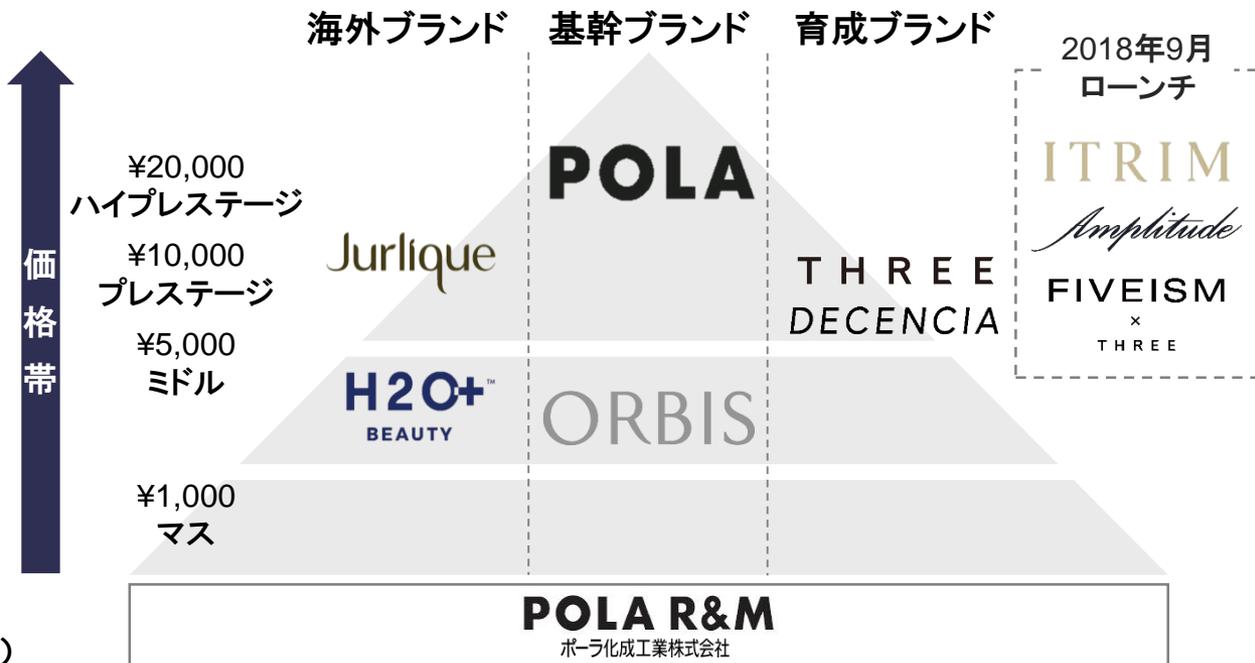
- 年末までに3ブランド合計10店舗が

主軸のビューティケア事業にて9つのブランドを展開

2017年12月期
連結売上高 2,443億円



- ビューティケア事業 93%
- 不動産事業 1%
- その他事業 6%
(皮膚科医薬品・ビルメンテナンス)

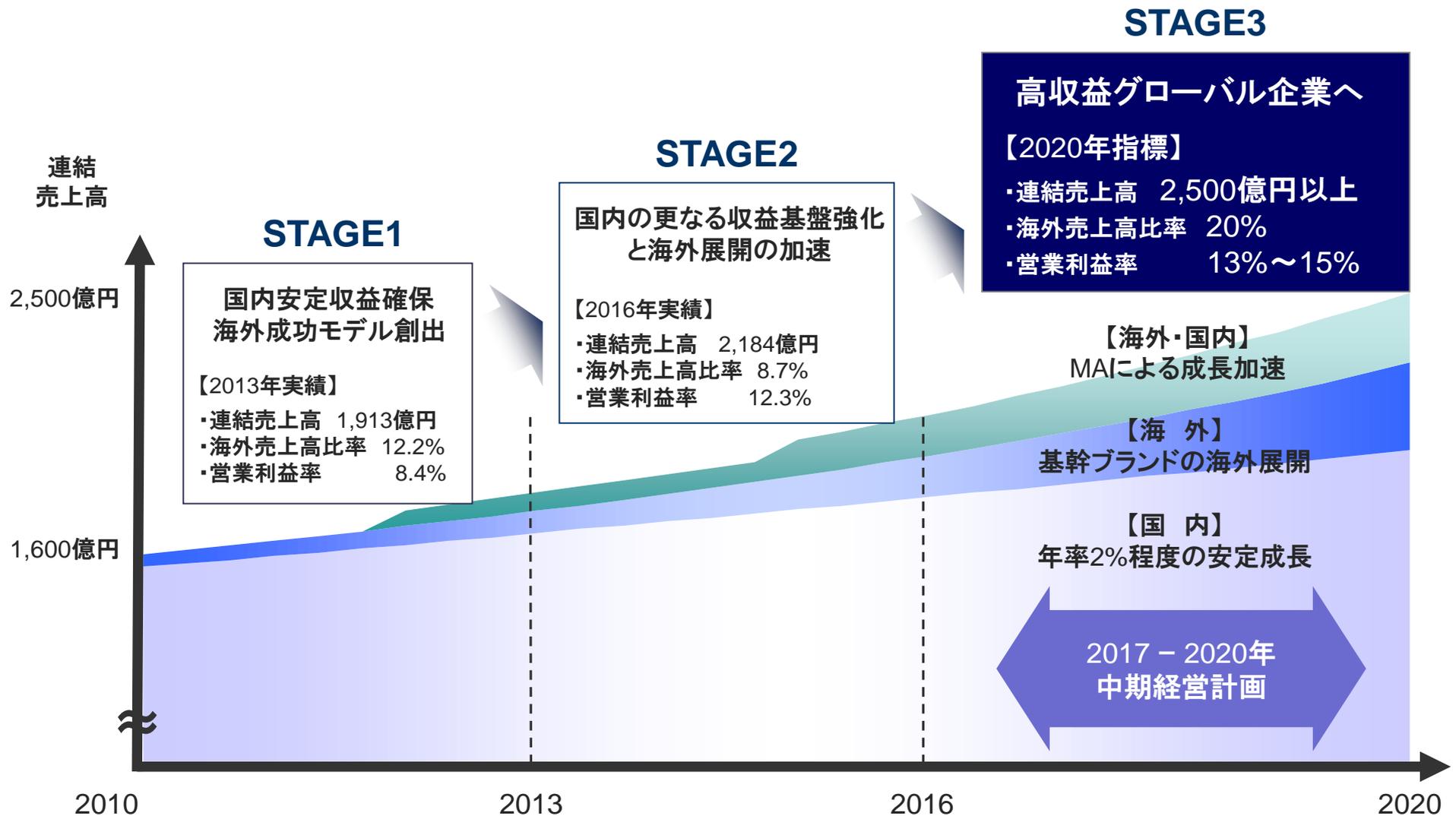


グループの強み

- マルチブランド戦略
 - スキンケアに集中
 - 基幹ブランドのポーラとオルビスは独自のダイレクトセリング
- ▶
- 多様化する顧客ニーズに対応
 - 高いリピート率
 - 強固な顧客リレーションシップ

	売上 構成比*	ブランド	コンセプト・商品	価格	販売チャネル
基幹 ブランド	63%	POLA 1929年～	<ul style="list-style-type: none"> ■ ハイプレステージスキンケア ■ エイジングケア、ホワイトニング領域に強み 	約¥10,000以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ ビューティーディレクターを介した委託販売、百貨店、自社EC ■ 海外、免税店
	23%	ORBIS 1984年～	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人が本来持つ美しさを引き出すエイジングケアブランド 	¥1,000～¥3,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自社EC、その他通販 ■ 直営店 ■ 海外
海外 ブランド	6%	Jurlique 2012年に買収	<ul style="list-style-type: none"> ■ オーストラリアのプレミアムナチュラルスキンケアブランド 	約¥5,000以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 百貨店、直営店、自社EC ■ 免税店
	1%	H2O+ BEAUTY 2011年に買収	<ul style="list-style-type: none"> ■ 水のカとイノベーティブというコンセプトに基づいたスキンケアブランド 	約¥4,000 日本での販売無し	<ul style="list-style-type: none"> ■ 米国：専門店、自社EC
育成 ブランド		T H R E E 2009年～	<ul style="list-style-type: none"> ■ 日本古来の原材料を使用したスキンケアと、モードなメイクアップ 	約¥5,000以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 百貨店、専門店 ■ 直営店、自社EC ■ 海外、免税店
		<i>Amplitude</i> 2018年～	<ul style="list-style-type: none"> ■ 日本発信の高品質ハイプレステージメイクアップ 	約¥5,000～¥10,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ 百貨店、自社EC
	7%	ITRIM 2018年～	<ul style="list-style-type: none"> ■ こだわりぬいた植物の凝集プレミアムスキンケア 	約¥20,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ 百貨店、自社EC
		FIVEISM × T H R E E 2018年～	<ul style="list-style-type: none"> ■ 業界初のメイク中心メンズ総合コスメ 	約¥2,000～¥12,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ 百貨店、自社EC
		DECENCIA 2007年～	<ul style="list-style-type: none"> ■ 敏感肌向けスキンケア 	¥2,000～¥5,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自社EC

*2017年12月期のビューティケア事業売上高に対する構成比



2020年ビジョン達成に向けた最終ステージ
国内の収益性向上、海外事業全体での黒字化、および次世代の成長ブランド構築

【売上高】

- 連結売上高 ⇒ 年平均成長率 3～4%
2020年 約2,500億円

【資本効率】

- ROE目標値 ⇒ 2020年 12%

【営業利益】

- 営業利益額 ⇒ 年平均成長率 10% 以上
- 営業利益率 ⇒ 2020年 15% 以上

【株主還元】

- 連結配当性向 ⇒ 2017年以降 60% 以上

国内

海外

戦略① 基幹ブランドの安定成長とグループ収益牽引

戦略② 海外事業全体での黒字化必達

戦略③ 育成ブランドの拡大成長・新規ブランド創出・M&A

戦略④ 経営基盤の強化(研究開発・人材・ガバナンス)

戦略⑤ 資本効率の向上と株主還元の充実

(百万円)	2015年	2016年	2017年	2016年 - 2017年 前期比	
	実績	実績	実績	増減額	率(%)
連結売上高	214,788	218,482	244,335	25,853	11.8%
ビューティケア事業 売上高	200,570	202,446	227,133	24,686	12.2%
ポーラブランド	109,352	116,126	144,012	27,886	24.0%
オルビスブランド	56,354	55,857	53,066	△2,790	△5.0%
Jurliqueブランド	18,390	13,118	12,772	△346	△2.6%
H2O PLUSブランド	3,944	2,547	2,303	△243	△9.6%
育成ブランド	12,529	14,796	14,978	181	1.2%
連結営業利益	22,511	26,839	38,881	12,041	44.9%
ビューティケア事業 営業利益	21,290	25,904	38,121	12,216	47.2%
ポーラブランド	12,302	16,993	28,584	11,591	68.2%
オルビスブランド	11,197	11,279	9,080	△2,199	△19.5%
Jurliqueブランド	△379	△1,183	△505	677	-
H2O PLUSブランド	△1,814	△2,027	△317	1,709	-
育成ブランド	△15	841	1,278	437	51.9%

注： 参考値としてブランド別に連結決算ベースの営業損益を表示(非監査情報)