

2019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. 2019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

- 化粧品市場において、輸出も含める市場全体規模は堅調に推移
- 訪日者数は、化粧品購入率の高い中国人消費者は拡大継続
しかしながら、インバウンド需要は中国EC法に加え元安影響もあり、成長率が減速傾向
- 純粋国内市場は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要により一時的な増加が見られる

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

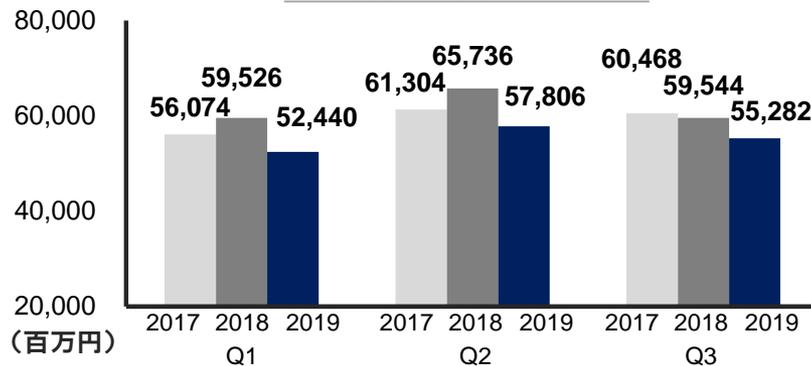
当社グループ

- 9月に駆け込み需要が発生するも、連結減収減益傾向続く
- ポーラは健康食品の減収が続き、海外は中国中心に出店加速
- オルビスは主力商品好調が続き、駆け込み需要もあって増収に転じる
- Jurliqueは、組織ダウンサイジングなど固定費を計画通り縮小
- 育成ブランドは、THREE海外成長が牽引、新ブランド越境ECなどチャネル拡大

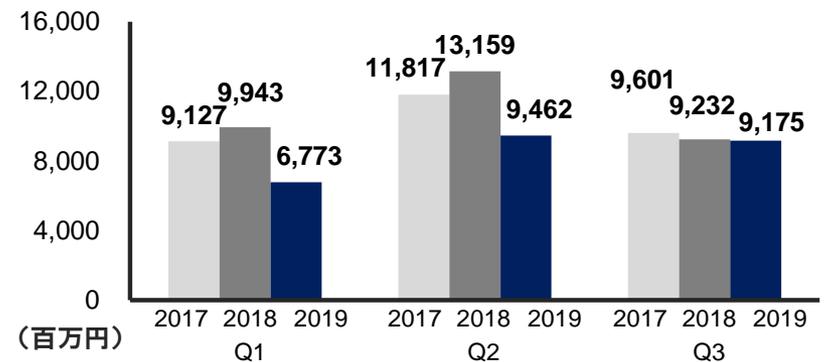
連結インバウンド売上比率

2017年累計	約 7%
2018年累計	約 7%
2019年3Q	約 6%

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)	2018年 Q3実績	2019年 Q3実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
連結売上高	184,807	165,530	△19,277	△10.4%
売上原価	29,948	25,686	△4,261	△14.2%
売上総利益	154,859	139,843	△15,015	△9.7%
販管費	122,523	114,431	△8,091	△6.6%
営業利益	32,335	25,411	△6,924	△21.4%

(参考) 医薬品事業譲渡の影響を除いた前年同期比: 売上高(△5.8%)、営業利益(△19.7%)

主な増減要因

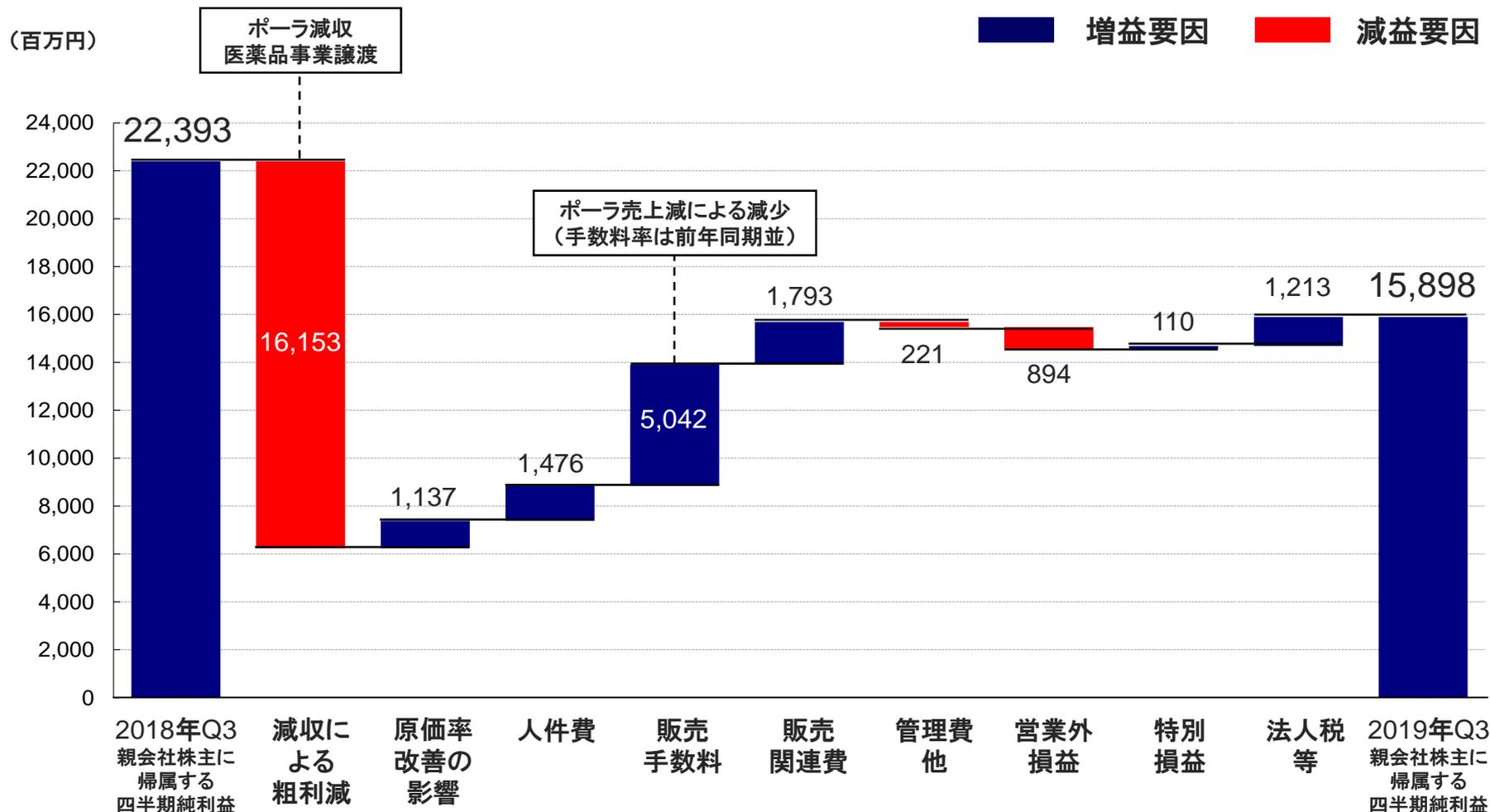
- 連結売上高** ポーラの健康食品(主にインナーロック)を中心としたバイヤー需要の減少、
 医薬品事業譲渡の影響(△9,051百万円)を主要因として減収
- 売上原価** 医薬品事業譲渡により原価率低下
 原価率 前年同期:16.2% ⇒ 当期:15.5%
- 販管費**
 - 人件費: 前年同期比△1,476百万円(医薬品事業譲渡による減少)
 - 販売手数料: △5,042百万円(ポーラ売上減に伴う減少)
 - 販売関連費: △1,793百万円(オルビス広告宣伝費増もその他の費用はコントロール)
 - 管理費他: + 221百万円(システム更新による減価償却費増、固定費は削減)
- 営業利益** 営業利益率 前年同期:17.5% ⇒ 当期:15.4%

(百万円)	2018年 Q3実績	2019年 Q3実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
営業利益	32,335	25,411	△6,924	△21.4%
営業外収益	383	304	△79	△20.7%
営業外費用	529	1,345	815	153.8%
経常利益	32,189	24,370	△7,818	△24.3%
特別利益	28	0	△28	△99.9%
特別損失	325	186	△138	△42.7%
税前三半期純利益	31,892	24,184	△7,708	△24.2%
法人税等	9,504	8,287	△1,216	△12.8%
非支配株主に帰属する 四半期純利益	△5	△2	3	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	22,393	15,898	△6,494	△29.0%

主な増減要因

- 営業外費用 : 為替差損 830百万円
- 法人税等 : 実効税率 34.3%

減収に伴う粗利減により
親会社株主に帰属する四半期純利益は、前年同期比△29.0%



1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 2019年12月期業績見通し
4. 今後の取組み・参考情報

(百万円)	2018年 Q3実績	2019年 Q3実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
連結売上高	184,807	165,530	△19,277	△10.4%
ビューティケア事業	172,024	161,794	△10,229	△5.9%
不動産事業	2,031	1,979	△51	△2.5%
その他	10,752	1,756	△8,996	△83.7%
営業利益	32,335	25,411	△6,924	△21.4%
ビューティケア事業	31,113	24,625	△6,488	△20.9%
不動産事業	833	878	45	5.4%
その他	798	113	△684	△85.7%
全社・消去	△408	△205	202	-

セグメント別サマリー

- ビューティケア事業** 売上高はオルビスや育成ブランドが増収するもポーラとJurliqueの減収が大きく前年同期を下回る
 営業利益は粗利減を主に減益、オルビス広告投資や新ブランド投資など先行投資実施
- 不動産事業** 高稼働率を維持
- その他** 医薬品事業譲渡の影響

(百万円)	2018年	2019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	172,024	161,794	△10,229	△5.9%
ポーラブランド	112,350	102,305	△10,044	△8.9%
オルビスブランド	38,056	39,125	1,068	2.8%
Jurliqueブランド	7,453	5,157	△2,295	△30.8%
H2O PLUSブランド	1,416	1,047	△368	△26.0%
育成ブランド	12,747	14,157	1,410	11.1%
ビューティケア事業 営業利益	31,113	24,625	△6,488	△20.9%
ポーラブランド	25,079	20,676	△4,403	△17.6%
オルビスブランド	7,738	7,350	△388	△5.0%
Jurliqueブランド	△2,118	△2,709	△590	-
H2O PLUSブランド	△507	△661	△153	-
育成ブランド	920	△31	△951	-

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

- 健康食品中心に減収が続く
- インバウンド・バイヤーは元安影響も加わり減速
国内事業は新規獲得に苦戦
- 海外は香港デモと一部出荷後倒しの影響除くと好調
- インバウンド比率は約9%(前年同期比△2ppt)

Q3	実績(百万円)	前年同期比
売上高	102,305	△8.9%
営業利益	20,676	△17.6%

主な指標

売上構成比	委託販売チャンネル	77.2%
	海外	8.0%
	百貨店・BtoB・EC	14.8%
売上伸張率*	委託販売チャンネル	△15.0%
	海外	+41.8%
	百貨店・BtoB・EC	+10.6%
委託販売チャンネル	ショップ数(前期末比)	4,014(△164)
	PB店舗数(前期末比)	673(+4)
	購入単価*	△0.1%
	顧客数*	△10.7%
海外店舗数(前期末比)		73(+23)

BtoB: ホテルアメニティ事業
PB: ポーラ ザ ビューティ

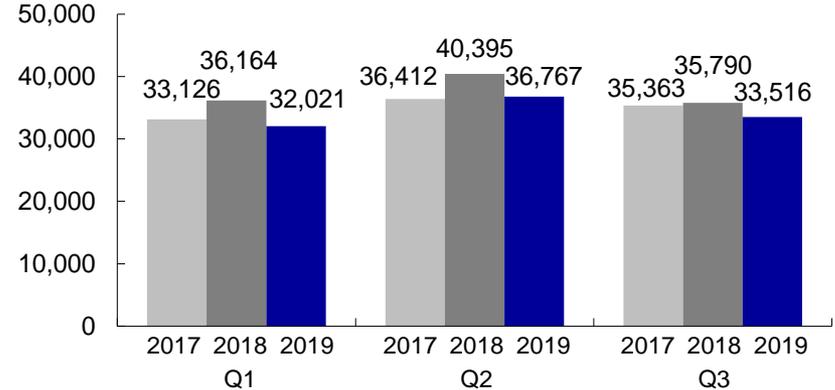
*前年同期比

トピックス

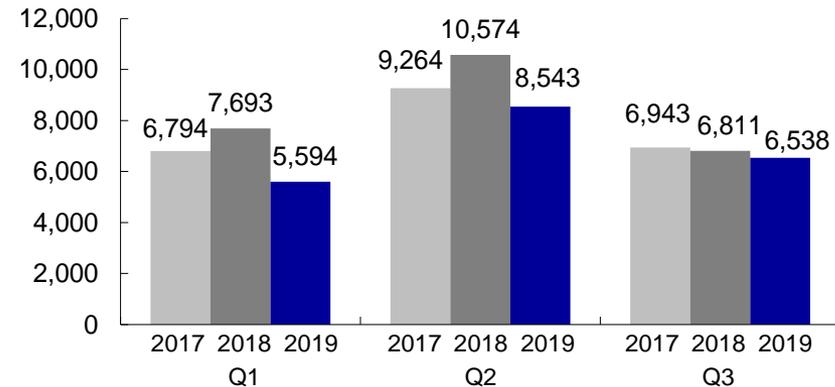
- 海外出店進む
3Q中国 +9店舗



四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第3四半期

- 高収益のネット通販へのシフトは計画通り
- 「オルビスユー」「ディフェンセラ」の好調継続
- 9月駆け込み需要では既存顧客の購入単価増累計での増収に貢献

Q3	実績(百万円)	前年同期比
売上高	39,125	+2.8%
営業利益	7,350	△5.0%
主な指標		
売上構成比	ネット通販	50.9%
	その他通販	20.3%
	店舗・海外他	28.8%
売上伸張率*	ネット通販	+8.4%
	その他通販	△9.2%
	店舗・海外他	+3.1%
通販購入単価*		+6.0%
通販顧客数*		△3.1%
オルビスユーシリーズ購入顧客数 ^{*(1)}		+34.9%

(1) オルビスユー、オルビスユーホワイト
オルビスユーアンコールの過去6ヵ月購入顧客

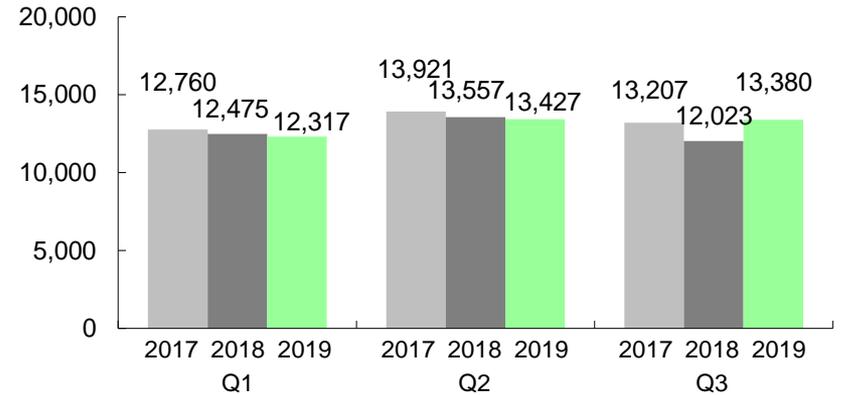
*前年同期比

トピックス

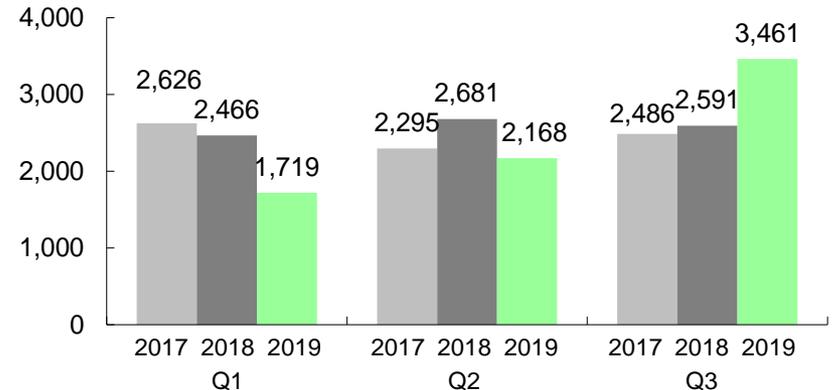
- 「リンクルホワイトエッセンス」発売(9月)
好調なスタート



四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第3四半期

- Jurliqueはブランドプレゼンス向上のため
継続的な新商品発売
組織のダウンサイジングは計画通り
- H2O PLUSは卸からECへチャネルシフト

Q3		実績(百万円)	前年同期比 ⁽¹⁾
Jurlique	売上高	5,157	△30.8%
	営業利益	△2,709	△590
H2O PLUS	売上高	1,047	△26.0%
	営業利益	△661	△153

主な指標

Jurlique

売上構成比	豪州	34%
	香港	19%
	免税店	14%
	中国	10%
売上伸張率 ⁽²⁾	豪州	△22%
	香港	△6%
	免税店	△34%
	中国	△55%

(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

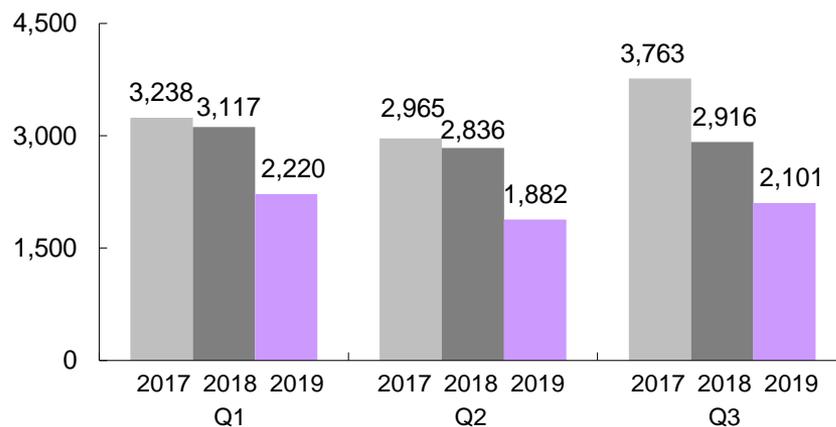
■ 新商品発売



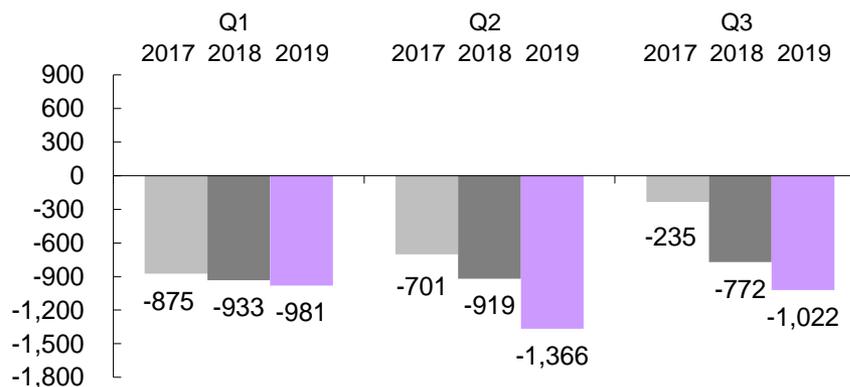
Jurlique
ジュリークローズ コレクション

H2O PLUS
Hydration Sensitive

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は海外の高い成長率継続(約30%増収)
全体でも3Q単独で二桁増収
- ACROは新ブランド投資により減益
- DECENCIAは9月伊勢丹新宿店オープン
新規顧客獲得に期待

Q3	実績(百万円)	前年同期比
売上高	14,157	+11.1%
営業利益	△31	△951
ACRO 売上高	8,956	+18.1%
ACRO 営業利益 ⁽¹⁾	△974	△1,024
(THREE 売上高)	8,256	+9.7%
(THREE 営業利益)	693	△28.2%

主な指標

THREE	国内店舗数(前期末比)	114(+3)
	海外店舗数(7の国と地域)(前期末比)	59(+4)
	海外売上高比率	29%

(1) 前年同期比は差額(百万円)

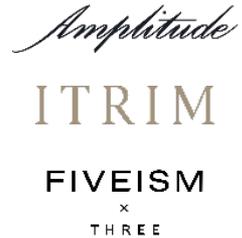
■ 育成ブランド構成

カンパニー	(株)ACRO	(株)DECENCIA
ブランド	THREE ITRIM Amplitude FIVEISM × THREE 新ブランド(2018年9月ローンチ)	DECENCIA

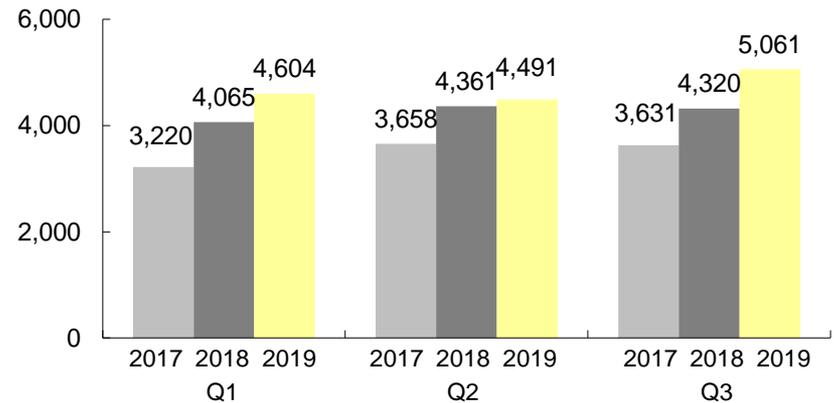
(注) 他にOEM事業が含まれます。

トピックス

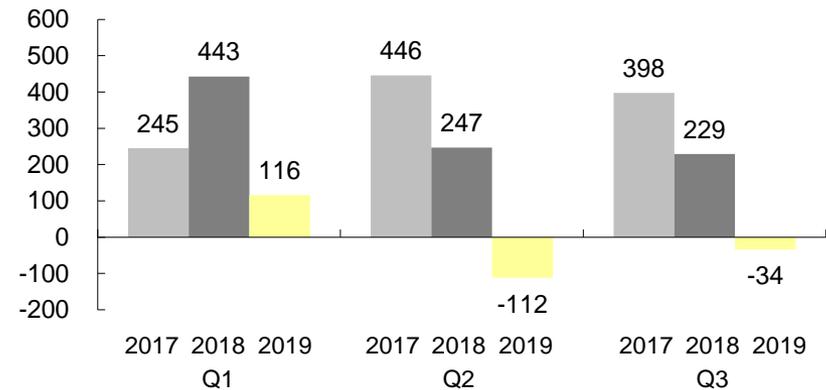
- 新ブランド チャンネル拡充
免税ポップアップストアオープンや
越境ECスタート準備



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. **2019年12月期業績見通し**
4. 今後の取組み・参考情報

ポーラのインバウンド・バイヤー需要減の継続を反映、リスクを最大限織り込み下方修正

(百万円)	上期実績	前年同期比		2019年 通期計画	7月30日 計画差	前期比	
		増減額	率(%)			増減額	率(%)
連結売上高 ()内は医薬品事業除く	110,247	△15,015 (△9,235)	△12.0% (△7.7%)	220,000	△9,000	△28,574 (△16,255)	△11.5% (△6.9%)
ビューティケア事業	107,733	△9,239	△7.9%	215,200	△9,000	△16,007	△6.9%
不動産事業	1,319	△34	△2.6%	2,400	0	△307	△11.3%
その他(前年医薬品含)	1,194	△5,740	△82.8%	2,400	0	△12,259	△83.6%
営業利益	16,236	△6,866	△29.7%	30,000	△4,500	△9,496	△24.0%
ビューティケア事業	15,682	△6,571	△29.5%	30,100	△4,500	△8,194	△21.4%
不動産事業	573	9	1.7%	800	0	△201	△20.1%
その他(前年医薬品含)	85	△434	△83.6%	100	0	△696	△87.4%
全社・消去	△105	128	—	△1,000	0	△403	—
経常利益	15,561	△7,162	△31.5%	29,000	△5,000	△9,954	△25.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	9,938	△5,382	△35.1%	18,000	△3,000	9,611	114.6%

【想定為替レート】 豪ドル=86円(前期82.59円) 米ドル=107円(前期110.43円) 中国元=16.7円(前期16.71円)

	2018年	2019年(予定) ※配当金予想は変更なし
株主還元	年間80円 連結配当性向 210.9%	年間116円 (中間35円、期末45円、記念配当36円) 連結配当性向 142.5%
設備投資	10,514百万円	12,000百万円~13,000百万円
減価償却	7,075百万円	7,000百万円~8,000百万円

(百万円)	上期実績	前年同期比		下期計画	7月30日 計画差	前年同期比	
		増減額	率(%)			増減額	率(%)
連結売上高 ()内は医薬品事業除く	110,247	△15,015 (△9,235)	△12.0% (△7.7%)	109,753	△9,000	△13,559 (△7,020)	△11.0% (△6.0%)
ビューティケア事業	107,733	△9,239	△7.9%	107,466	△9,000	△6,767	△5.9%
不動産事業	1,319	△34	△2.6%	1,081	0	△272	△20.1%
その他(前年医薬品含)	1,194	△5,740	△82.8%	1,206	0	△6,519	△84.4%
営業利益	16,236	△6,866	△29.7%	13,764	△4,500	△2,629	△16.0%
ビューティケア事業	15,682	△6,571	△29.5%	14,417	△4,500	△1,623	△10.1%
不動産事業	573	9	1.7%	226	0	△211	△48.3%
その他(前年医薬品含)	85	△434	△83.6%	15	0	△261	△94.6%
全社・消去	△105	128	—	△895	0	△532	—
経常利益	15,561	△7,162	△31.5%	13,439	△5,000	△2,792	△17.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	9,938	△5,382	△35.1%	8,061	△3,000	14,993	—

修正内容	■売上高			
	ポーラ	△9,000百万円	: 元安影響も加わりインバウンド・バイヤーの減速が想定以上となる 国内事業の増税反動減リスクも踏まえ最大限織り込む	
修正内容	■営業利益			
	ポーラ	△3,900百万円	: 売上下方修正による粗利益の減少	
育成ブランド	△600百万円	: 3つの新ブランドへの追加投資		

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 2019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

POLA

■ 国内顧客基盤の再拡充

- ✓ 最高峰ブランド「B.A」より、最高位の「B.A グランラグゼⅢ」発売（11月）
- ✓ クリスマスコフレなど年末商戦での新規顧客獲得を狙う（「リンクルショットキット」など）
- ✓ キット品の追加投入で既存顧客掘り起し
- ✓ エステリニューアルを機にエステコース獲得による顧客ロイヤル化を図る



B.A グランラグゼⅢ

■ 海外チャネル拡大の加速

- ✓ 第4四半期に計画を超えて10店以上の出店を予定
- ✓ 免税市場へ積極投資、売上高2倍以上の高成長を持続させる
- ✓ 中国では百貨店以外のPB型モデルの拡大加速



リンクルショット ホリデイディスカバリーキット

ORBIS

■ 「オルビスユー」シリーズ新商品や「ディフェンセラ」とのセット品発売
オルビスユー顧客のライフタイムバリュー最大化

- スリーパー顧客に対して1to1の特別策を実施
アクティブ顧客増加を目指す
- 「ディフェンセラ」は定期購入制度による定着化を図る
- 中国ECでは8月販売開始「オルビスユー」の出足好調
ブランド象徴商品に集中投資



オルビスユー ディフェンセラ

海外ブランド

Jurlique

- 中国での不採算店閉鎖・固定費削減は計画通り
ビジネスモデルを代理店から直営モデルへ転換しブランドプレゼンス回復を図る
- 主カシリーズ「ニュートリディファイン」を来期刷新
インフルエンサーを活用してEC強化

H2O+
BEAUTY

- アメニティチャネルの取引先へコラボ商品提供
ブランド認知拡大を目指す

育成ブランド

THREE

- THREE10周年を記念して多岐にわたる新商品を投入
- フラッグシップショップTHREE AOYAMAリニューアル
ショップ、スパ、キッチン全てを新たに（11月1日）



THREE 10th Anniversary
ホリスティックソープセット メイクコレクション

Amplitude
FIVEISM ITRIM
x
THREE

- 越境ECスタートなど海外チャネル展開を早期に進める

DECENCIA

- プレミアムシリーズ「ディセンシー」を2020年1月発売
- 高付加価値品の拡充や店舗活用などブランド力向上を目指す



DECENCIA
ディセンシーシリーズ

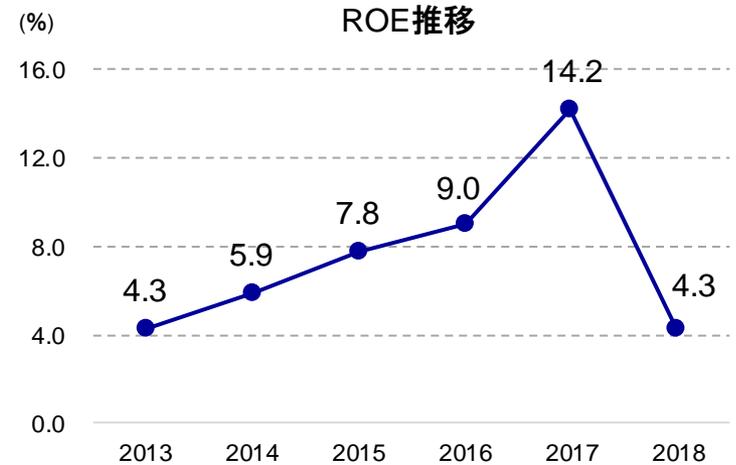
資本効率向上の施策

2020年目標値 **ROE 12%** (自己資本利益率) = $\frac{\text{EPS (1株当り純利益)}}{\text{BPS (1株当り純資産)}}$

■ 営業利益 CAGR10%
 ■ 海外事業の欠損解消による営業増益以上の純利益成長

■ 配当による株主還元の充実
 ■ バランスシートの効率化
 ■ キャッシュ用途(成長投資)

2020年目標値は、2017年に達成



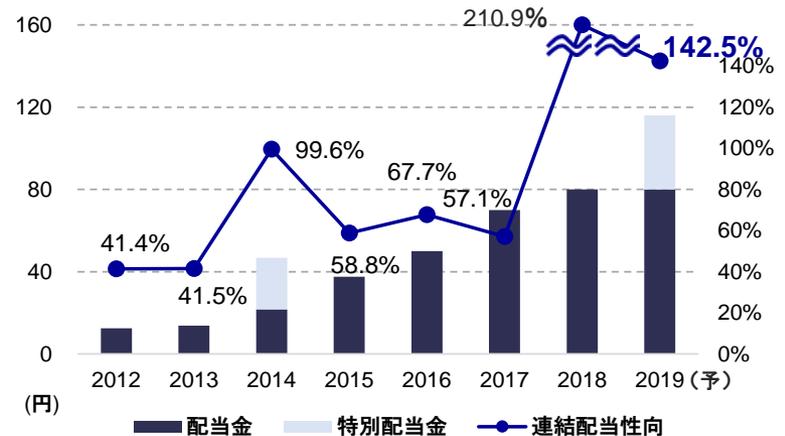
株主還元の充実

【基本方針】

- 連結配当性向 **60%以上** が基本
安定的な利益成長に伴った増配を目指す
- 自己株式取得は、投資戦略、当社株式の市場価格・流動性などを踏まえ検討する

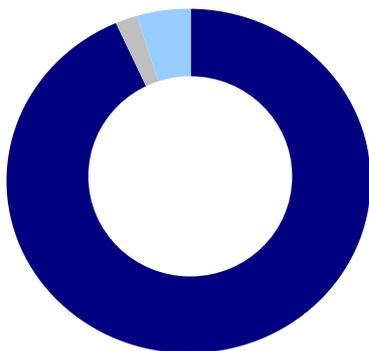
【2019年の配当について】

- ・ 1株当たり年間配当金 **116円** (中間35円・期末45円・記念36円)
- ・ 連結配当性向 **142.5%**

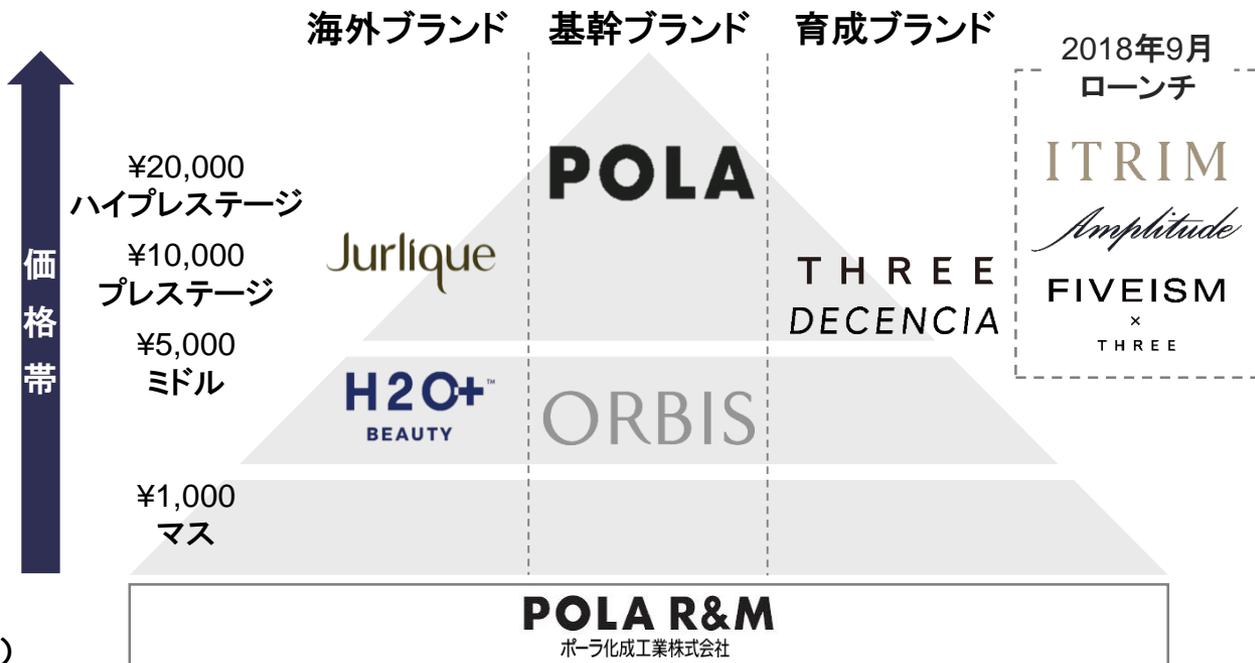


主軸のビューティケア事業にて9つのブランドを展開

2018年12月期
連結売上高 2,485億円



- 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)

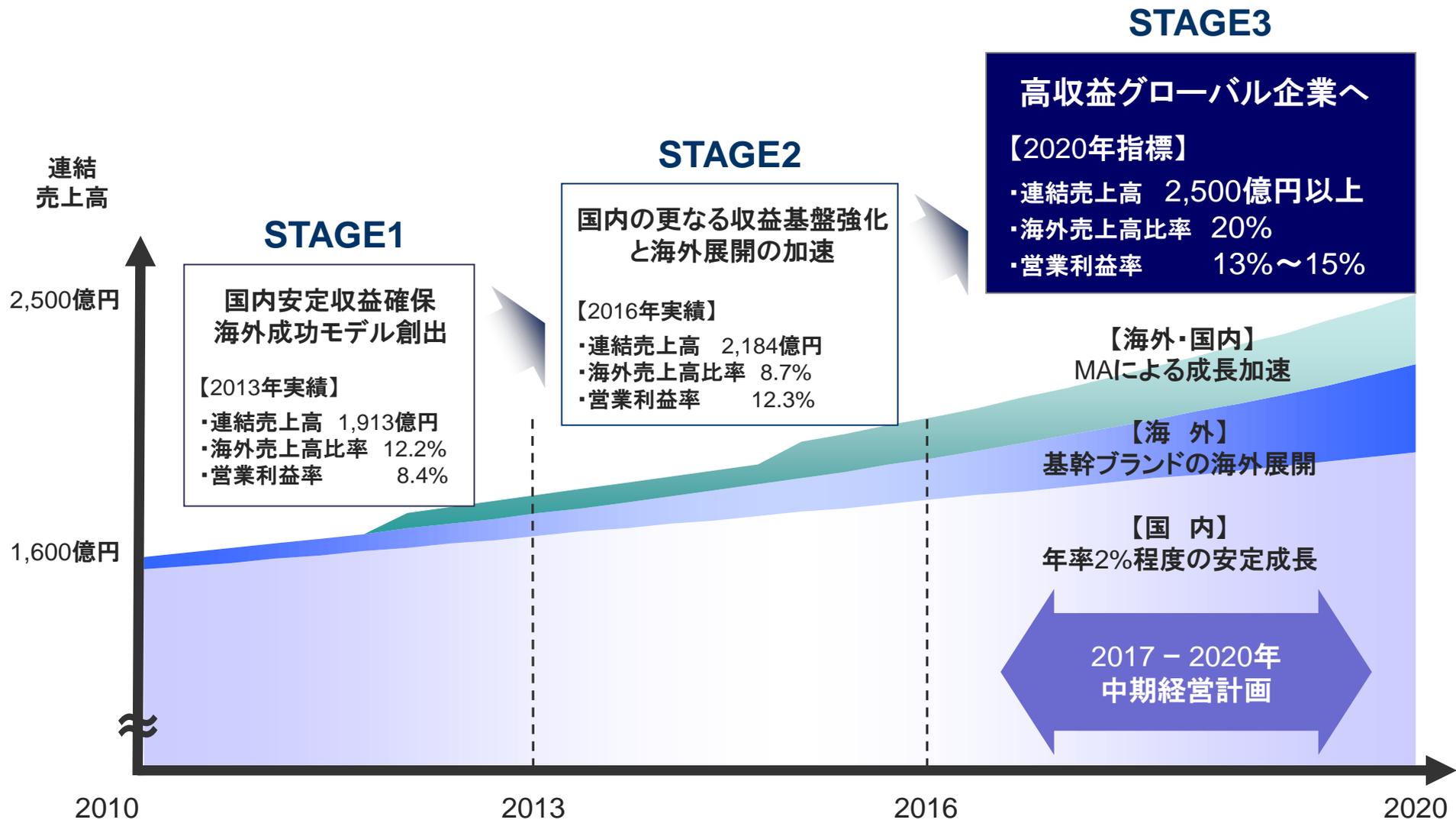


グループの強み

- 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	65%	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"> ■ 国内:ビューティーディレクターを介した委託販売、百貨店、EC ■ 海外:百貨店、免税店、越境EC
	22%	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 	約¥1,000～¥3,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内:EC、カタログ通販、直営店 ■ 海外:EC、越境EC
海外 ブランド	4%	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"> ■ 豪州:百貨店、直営店、EC ■ 海外:百貨店、直営店、免税店、越境EC
	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:EC、ホテルアメニティ
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"> ■ 国内:百貨店、直営店、専門店、EC ■ 海外:百貨店、免税店、越境EC
		<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"> ■ 国内:百貨店、EC
	8%	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"> ■ 国内:百貨店、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"> ■ 国内:百貨店、直営店、EC
		DECENCIA 2007年～	<ul style="list-style-type: none"> ■ 敏感肌向けスキンケア 	約¥2,000～¥5,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内:EC

*2018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率引

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)	2016年	2017年	2018年	2017年 - 2018年 前期比	
	実績	実績	実績	増減額	率(%)
連結売上高	218,482	244,335	248,574	4,239	1.7%
ビューティケア事業 売上高	202,446	227,133	231,207	4,074	1.8%
ポーラブランド	116,126	144,012	150,183	6,170	4.3%
オルビスブランド	55,857	53,066	51,051	△2,014	△3.8%
Jurliqueブランド	13,118	12,772	10,386	△2,385	△18.7%
H2O PLUSブランド	2,547	2,303	2,041	△261	△11.4%
育成ブランド	14,796	14,978	17,544	2,566	17.1%
連結営業利益	26,839	38,881	39,496	615	1.6%
ビューティケア事業 営業利益	25,904	38,121	38,294	173	0.5%
ポーラブランド	16,993	28,584	32,574	3,989	14.0%
オルビスブランド	11,279	9,080	9,340	259	2.9%
Jurliqueブランド	△1,183	△505	△3,763	△3,257	-
H2O PLUSブランド	△2,027	△317	△552	△235	-
育成ブランド	841	1,278	695	△583	△45.6%

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)