

2022年12月期 第1四半期 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
執行役員
広報・IR・CSR・サステナビリティ推進担当
橋 直孝

- 2022年12月期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しています。
- 2021年12月期の実績について
本資料記載の2021年12月期の実績は、2022年12月期と同基準で算出した実績を比較のための参考情報として記載しています(非監査情報)

1. **連結業績ハイライト**
2. セグメントの状況
3. 2022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、国内市場全体規模(輸出含む)は第1四半期前半は回復も2月以降鈍化傾向がみられる
- 国内市場は、新型コロナウイルス感染症の急拡大とまん延防止等重点措置の適用により前年並みとなる
- 海外市場は、中国大陸や香港においてロックダウンや店舗の営業制限が発生

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、イメージSLI、中国国家統計局

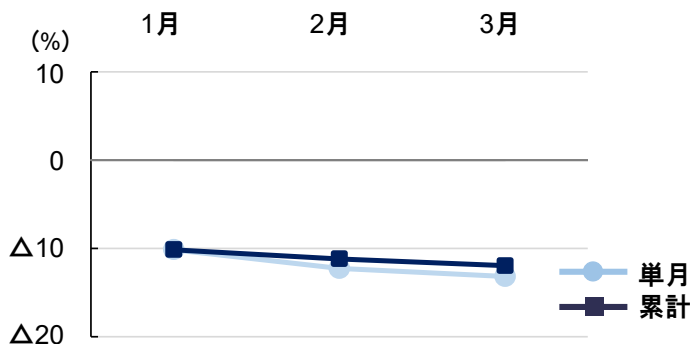
当社グループ

- ポーラの業績が響き、連結減収減益
- 国内ではポーラ委託販売事業において来店客数の減少が継続、一方でポーラ、オルビスともに国内EC増収
- ポーラ海外事業は、ロックダウンや店舗の営業制限、韓国免税への出荷抑制(△22億円)により減収
- 海外ブランドのJurliqueは増収・損失改善、H2O PLUSは4月28日付で解散および清算を決定

中期経営計画指標(2022年1Q)	
海外売上高比率	15.2% (△3.5ppt*)
国内EC売上高比率	28.3% (+2.5ppt*)

*前期末比

連結売上高前年比 (同基準比較)



- 日本国内ではまん延防止等重点措置が適用、国内店舗事業の回復が停滞
- 海外ではロックダウンによる人流抑制や物流への影響、店舗休業等が発生
- 第1四半期の売上高は想定に対して厳しい結果となる

連結PL分析（売上高～営業利益）

(百万円)	2021年	2022年	前年同期比	
	Q1実績(22年同基準)	Q1実績	増減額	率(%)
連結売上高	42,773	37,662	△5,111	△11.9%
売上原価	7,065	6,816	△248	△3.5%
売上総利益	35,708	30,845	△4,862	△13.6%
販管費	31,613	28,933	△2,680	△8.5%
営業利益	4,094	1,912	△2,182	△53.3%

主な増減要因

- 連結売上高 ポーラの減収を主要因として連結減収
- 売上原価 ポーラの売上構成比低下により原価率は悪化
原価率 前年同期: 16.5% ⇒ 当期: 18.1%
- 販管費
 - 人件費: 前年同期比+162百万円
 - 販売手数料: △1,293百万円(ポーラ委託販売事業売上減による減少)
 - 販売関連費: △834百万円
 - 管理費他: △714百万円(ポーラ海外事業売上減による減少)
- 営業利益 営業利益率 前年同期: 9.6% ⇒ 当期: 5.1%

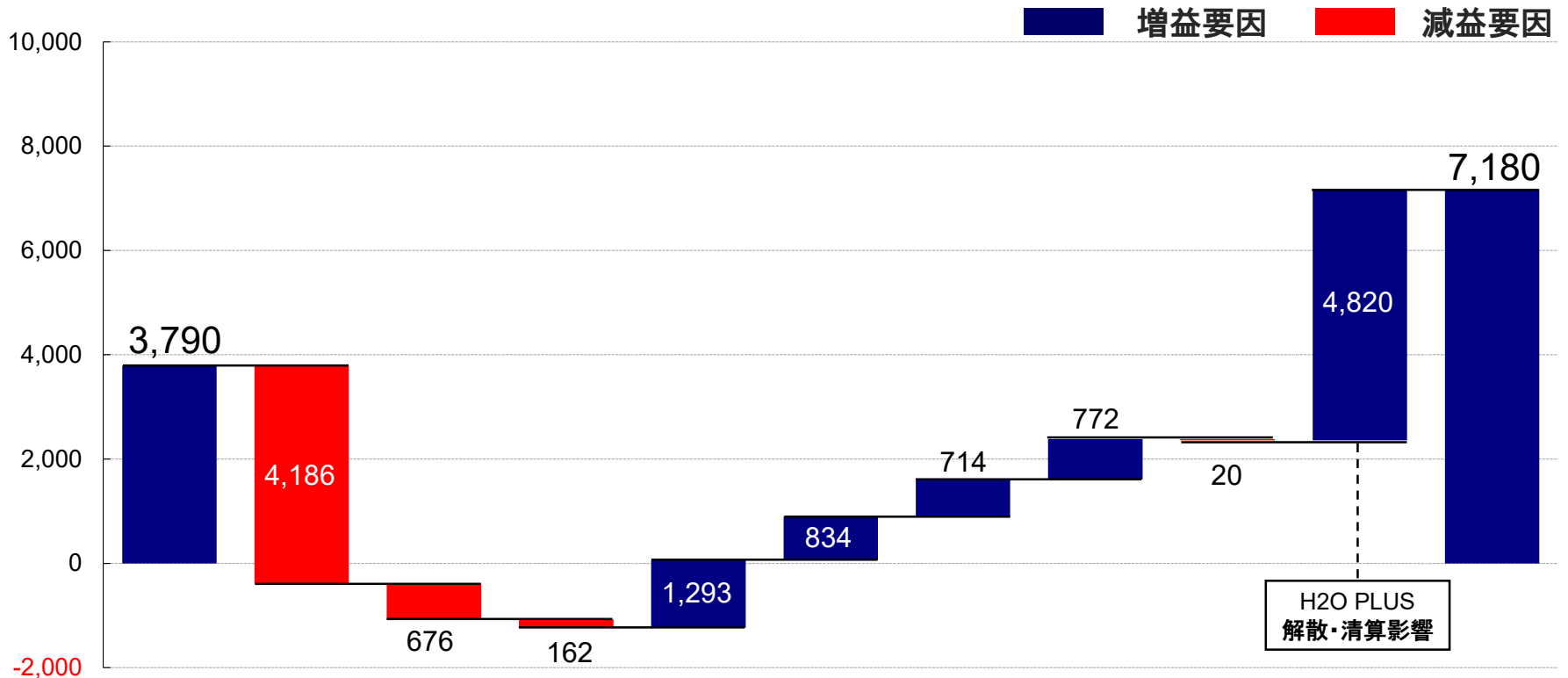
(百万円)	2021年	2022年	前年同期比	
	Q1実績(22年同基準)	Q1実績	増減額	率(%)
営業利益	4,094	1,912	△2,182	△53.3%
営業外収益	1,518	2,314	796	52.5%
営業外費用	62	86	24	38.5%
経常利益	5,549	4,140	△1,409	△25.4%
特別利益	0	-	0	△100.0%
特別損失	210	231	20	9.7%
税前三半期純利益	5,339	3,908	△1,430	△26.8%
法人税等	1,537	△3,291	△4,829	-
非支配株主に帰属する 四半期純利益	11	20	8	74.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,790	7,180	3,390	89.5%

主な増減要因

- 営業外収益 : 為替差益 2,183百万円
- 特別損失 : H2O PLUSの清算に伴う特別損失 165百万円
- 法人税等 : H2O PLUSの清算に伴う法人税等調整額の減少 4,443百万円

減収に伴う粗利減の一方で、H2O PLUSの清算に伴う法人税等の減少影響により
親会社株主に帰属する四半期純利益は、前年同期比+3,390百万円

(百万円)



2021年Q1
親会社株主に
帰属する
四半期純利益

減収に
よる
粗利減

原価率
悪化の
影響

人件費

販売
手数料

販売
関連費

管理費
他

営業外
損益

特別
損益

法人税
等

2022年Q1
親会社株主に
帰属する
四半期純利益

1. 連結業績ハイライト
2. **セグメントの状況**
3. 2022年12月期業績見通し
4. 今後の取組み・参考情報

(百万円)	2021年	2022年	前年同期比	
	Q1実績(22年同基準)	Q1実績	増減額	率(%)
連結売上高	42,773	37,662	△5,111	△11.9%
ビューティケア事業	41,658	36,516	△5,141	△12.3%
不動産事業	530	523	△7	△1.4%
その他	585	622	37	6.3%
営業利益	4,094	1,912	△2,182	△53.3%
ビューティケア事業	3,977	2,026	△1,950	△49.0%
不動産事業	206	189	△16	△8.1%
その他	13	0	△12	△92.7%
全社・消去	△102	△305	△202	-

セグメント別サマリー

- ビューティケア事業 ポーラの減収を主要因として前年同期を下回る
営業利益は、粗利減を主要因に減益
- 不動産事業 一部テナント退去の発生により減収減益

(百万円)	2021年	2022年	前年同期比	
	Q1実績(22年同基準)	Q1実績	増減額	率(%)
ビューティケア事業 売上高	41,658	36,516	△5,141	△12.3%
ポーラブランド	26,545	21,229	△5,315	△20.0%
オルビスブランド	9,406	9,340	△65	△0.7%
Jurliqueブランド	1,696	1,925	228	13.5%
H2O PLUSブランド	167	338	171	102.0%
育成ブランド	3,842	3,682	△159	△4.2%
ビューティケア事業 営業利益	3,977	2,026	△1,950	△49.0%
ポーラブランド	3,909	1,611	△2,298	△58.8%
オルビスブランド	1,164	1,484	320	27.5%
Jurliqueブランド	△448	△323	124	-
H2O PLUSブランド	△184	△139	44	-
育成ブランド	△463	△605	△142	-

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1四半期

- 委託販売は来店客数減、店舗営業活動制限もあり苦戦
- 国内ECは高機能スキンケアアイテムに注力、増収
- 海外は中国大陸・香港におけるロックダウンや店舗の営業制限、韓国免税への出荷抑制等により減収
(韓国免税影響を除く海外売上高 前年同期比△13.4%)

1Q	実績(百万円)	前年同期比
売上高	21,229	△20.0%
営業利益	1,611	△58.8%

主な指標

売上構成比	委託販売チャンネル	69.0%
	海外	13.0%
	国内EC	6.5%
	百貨店・BtoB	11.5%
売上伸張率*	委託販売チャンネル	△16.2%
	海外	△48.2%
	国内EC	+6.5%
	百貨店・BtoB	+0.1%
委託販売チャンネル	ショップ数(前期末比)	3,182(△45)
	PB店舗数(前期末比)	576(△12)
	購入単価*	+8.3%
	顧客数*	△22.6%
海外店舗数(前期末比)		132(±0)

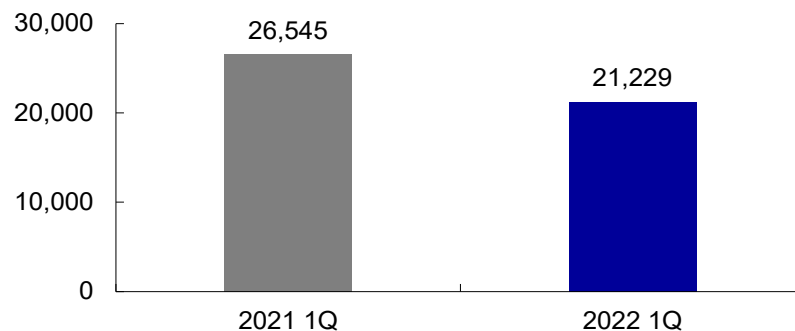
トピックス

- ホワイトショットシリーズより、美白美容液と美容健康食品発売(1月)

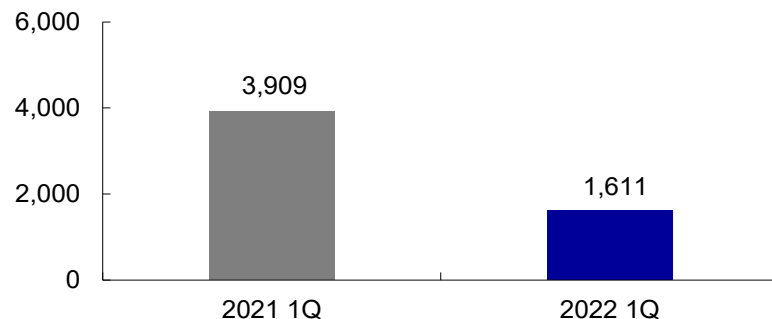
(左)ホワイトショット インナーロック タブレット IXS
(右)ホワイトショット SXS



四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



*前年同期比

注: 前年同期比は同基準比較にて作成しております

第1四半期

- オルビスユー-dot、スペシャルケアが伸長し国内EC増収、マーケティング投資の効率化により増益
- Douyinライブコマースは計画を上回る売上を達成も、3月中旬以降は中国大陸のロックダウンで出荷停止が発生

1Q	実績(百万円)	前年同期比
売上高	9,340	△0.7%
営業利益	1,484	27.5%
主な指標		
売上構成比	国内EC	60.6%
	(国内に占めるEC比率)	63.5%
	その他通販	13.5%
売上伸張率*	店舗・海外他	25.9%
	国内EC	+1.5%
	その他通販	△9.8%
通販購入単価*	店舗・海外他	△1.6%
	国内EC	+6.3%
	その他通販	△9.2%
オルビスユーシリーズ売上構成比 ⁽¹⁾		27%

(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、オルビス ユードットの合計

*前年同期比

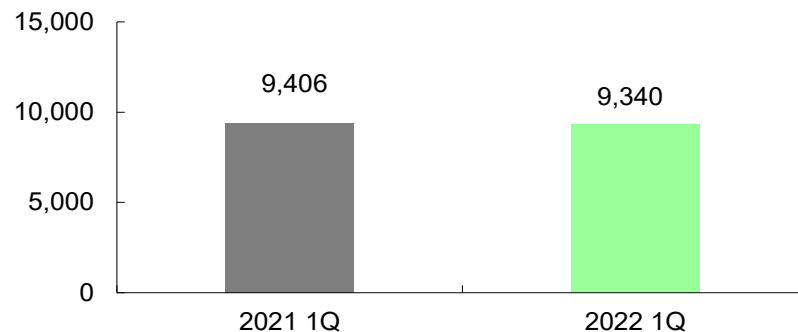
トピックス

- 美白のスキンケア新シリーズ発売、初動好調(2月)

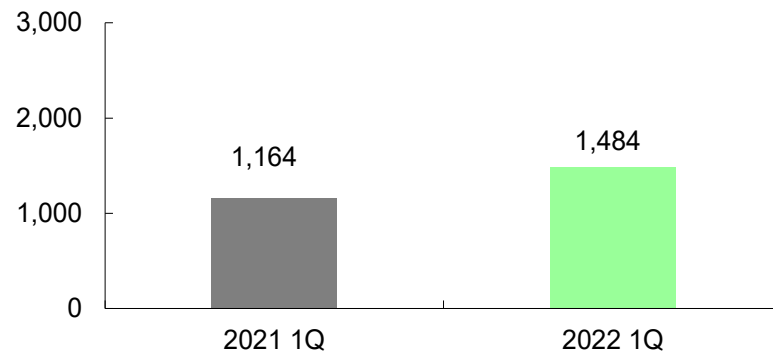


オルビス ブライト シリーズ

四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



注: 前年同期比は同基準比較にて作成しております

第1四半期

- Jurlique 中国大陸が好調継続し増収、損失も計画通り改善
- H2O PLUSは4月28日付で解散および清算を決定

1Q		実績(百万円)	前年同期比 ⁽¹⁾
Jurlique	売上高	1,925	13.5%
	営業利益	△323	124
H2O PLUS	売上高	338	102.0%
	営業利益	△139	44

主な指標

Jurlique		
売上構成比	豪州	13.5%
	香港	8.0%
	免税	16.9%
	中国大陸	41.8%
売上伸張率 ⁽²⁾	豪州	△13.9%
	香港	△32.9%
	免税	+32.1%
	中国大陸	+40.7%

(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

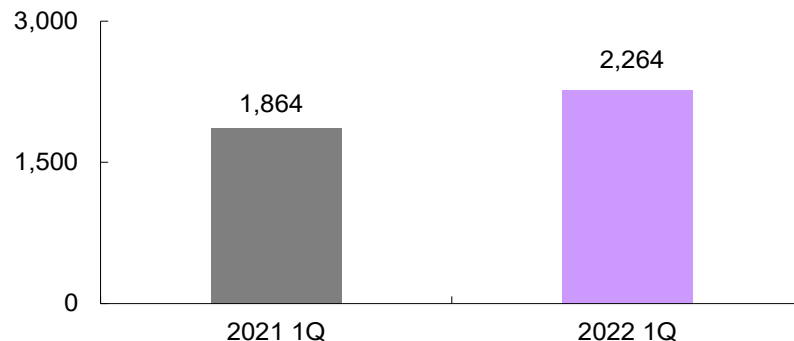
トピックス

- Jurlique 限定ミスト発売(3月)

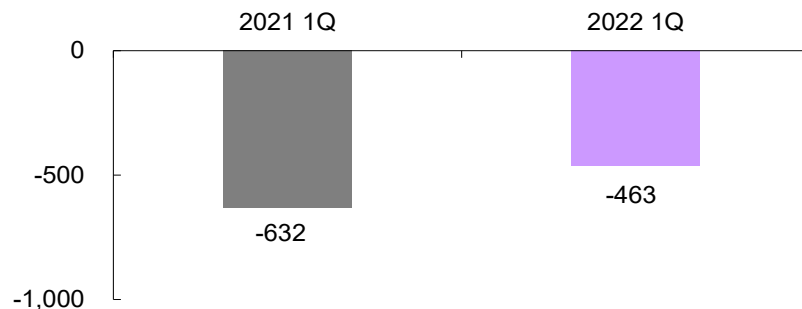


ローズ バランシングミスト
エクスクルーシヴ エディション<Five Roses>

四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



注: 前年同期比は同基準比較にて作成しております

4月28日付でH2O PLUSの解散および清算を決定

解散の理由

- H2O PLUSは当社が2011年に買収、米国を中心に化粧品を製造・販売
- 同社の業績は計画を下回っており、回復のための施策を様々実施したものの、今後の事業継続に利点を見出すことは困難と判断
- ブランドポートフォリオ改革の一環として実行、今後も当社グループの更なる収益性向上を目指す

解散の日程

- 取引先との契約に伴う商品供給義務等を果たし、清算完了は2023年下期以降の予定

本決定により発生する財務インパクト

- 2022年12月期の当期純利益への影響(通期) +約4,300百万円

【内訳】

- (-)特別損失の計上 : 約200百万円
- (+)法人税等の減少 : 約4,500百万円

第1四半期

- THREEは外部ECプラットフォームへ新規展開しECシフトを進めるも、自社ECの停止継続が影響し減収（自社ECは4月下旬より再開）
- DECENCIAは効率を重視した新規獲得投資で減収・増益

1Q	実績(百万円)	前年同期比
売上高	3,682	△4.2%
営業利益 ⁽¹⁾	△605	△142
ACRO 売上高	1,627	△23.8%
ACRO 営業利益 ⁽¹⁾	△555	104
THREE ⁽³⁾ 売上高	1,404	△20.1%
THREE ⁽³⁾ 営業利益 ⁽¹⁾	△280	30
DECENCIA 売上高	1,239	△11.4%
DECENCIA 営業利益	213	20.6%

主な指標

THREE⁽³⁾

売上構成比	国内店舗他	64.2%
	国内EC	7.4%
	海外	28.4%
売上伸張率 ⁽²⁾	国内店舗他	△15.4%
	国内EC	△65.6%
	海外	+2.6%

(1)前年同期比は差額(百万円) (2)前年同期比 (3)FIVEISMを含む

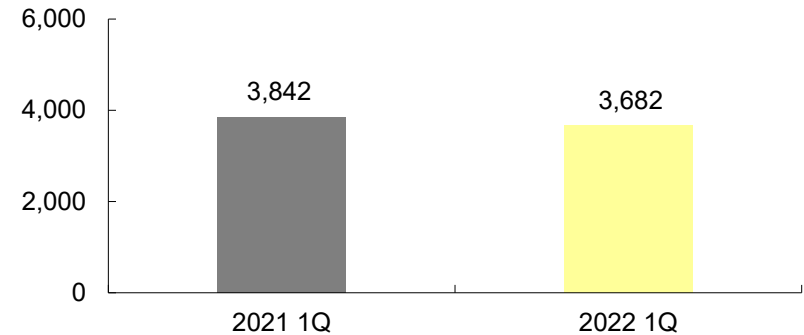
トピックス

- THREE スキンケアシリーズリニューアル(2月)

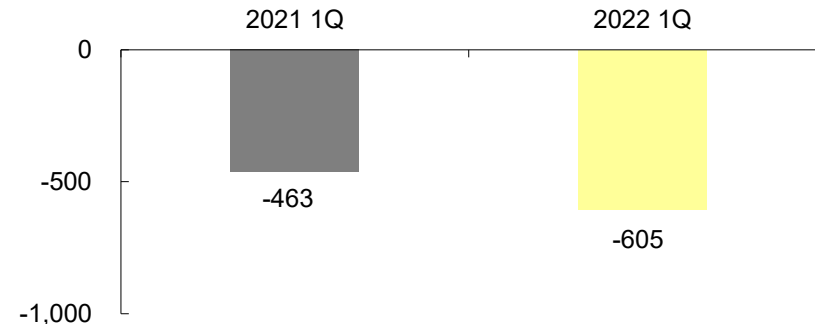


THREE エミングライン

四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



注：前年同期比は同基準比較にて作成しております

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. **2022年12月期業績見通し**
4. 今後の取組み・参考情報

H2O PLUSの解散および清算に伴う影響を反映し当期純利益のみ上方修正

(百万円)	2022年 期首計画	2022年 修正計画	期首 計画差	前期比(同基準比較)	
				増減額	率(%)
連結売上高	186,000	186,000	-	11,103	6.3%
ビューティケア事業	181,800	181,800	-	11,396	6.7%
不動産事業	1,900	1,900	-	△212	△10.1%
その他	2,300	2,300	-	△79	△3.3%
営業利益	17,700	17,700	-	2,117	13.6%
ビューティケア事業	19,130	19,130	-	3,375	21.4%
不動産事業	400	400	-	△88	△18.2%
その他	70	70	-	0	△0.6%
全社・消去	△1,900	△1,900	-	△1,168	-
経常利益	17,700	17,700	-	37	0.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	11,900	16,200	4,300	5,376	49.7%

【計画為替レート】 豪ドル=85円(前期82.48円) 米ドル=107円(前期109.8円) 中国元=16.7円(前期17.03円)

	2021年
株主還元	年間51円(連結配当性向 96.1%)
設備投資	8,945百万円
減価償却	7,110百万円

2022年(予定) ※配当予想は変更なし	
株主還元	年間52円(中間21円、期末31円)(連結配当性向 71.0%)
設備投資	12,000百万円~14,000百万円
減価償却	8,000百万円~9,000百万円

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 2022年12月期業績見通し
4. **今後の取組み・参考情報**

POLA

- B.Aシリーズより化粧水発売(4月)、オンラインで体感プロモーション展開
 - 主カスキンケアシリーズの拡充で新規顧客獲得、既存顧客の来店促進
 - 既存のベーシックアイテムへの移行を促進しリピート化
- ホワイトショットシリーズ限定キット発売(5月)、美白シーズンに向けて販促強化
- 新たなデジタル接点拡充、自社サイトにおいてエステやオンラインカウンセリング等各種予約機能を導入
- 海外事業の成長加速
 - 中国大陸はロックダウン状況下においてSNSを活用したカウンセリング、ライブコマース等オンラインでの接客を強化、新規出店も継続
 - 新規国出店を計画、顧客接点を拡大しグローバルなブランド認知向上



B.A ローション イマース



ホワイトショット SXS
ブライエクスペリエンスキット

ORBIS

- ニキビケアのクリアシリーズをアップデート(3月)
成長領域である敏感肌市場へターゲットを拡大
- 多くのベストコスメ受賞の日焼け止め「リンクルホワイトUVプロテクター」
ラージサイズ発売(3月)、高機能のスペシャルケア強化しLTV最大化
- 中国大陸ではDouyin活用しブランド認知拡大
オフラインはBtoBの配荷エリアが順調に拡大、セルスルーを促進



クリアフル



リンクルホワイトUVプロテクター
ラージサイズ

海外ブランド

Jurlique

- 新たなブランド戦略を商品・店舗・デジタル全ての顧客接点で展開、Holistic & Conscious ビューティブランドとしてのポジション確立
- 重点市場の中国大陸はフェイスクアのスタープロダクトを軸にした顧客の獲得、定着化でLTV向上



育成ブランド

T H R E E

Amplitude

I T R I M

FIVEISM

x
T H R E E

- THREE オンラインは外部EC活用し顧客接点拡大、オフラインは店舗の効率化を図りチャネル変革を推進
- Amplitude、ITRIMIはブランド体験機会の創出による認知向上に注力



ITRIM ルリホワイト
フェイスクア キット

DECENCIA

- 広告宣伝費のアロケーションを見直しブランディング投資強化、リピートが見込める新規顧客の獲得につなげる



F U J I M I

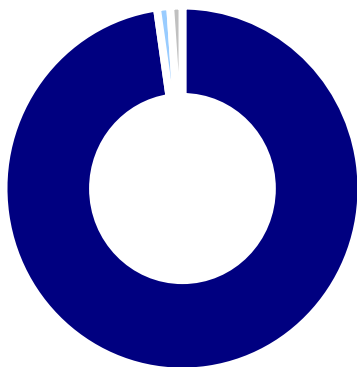
- 好調なプロテインによるクロスセル強化、顧客単価向上



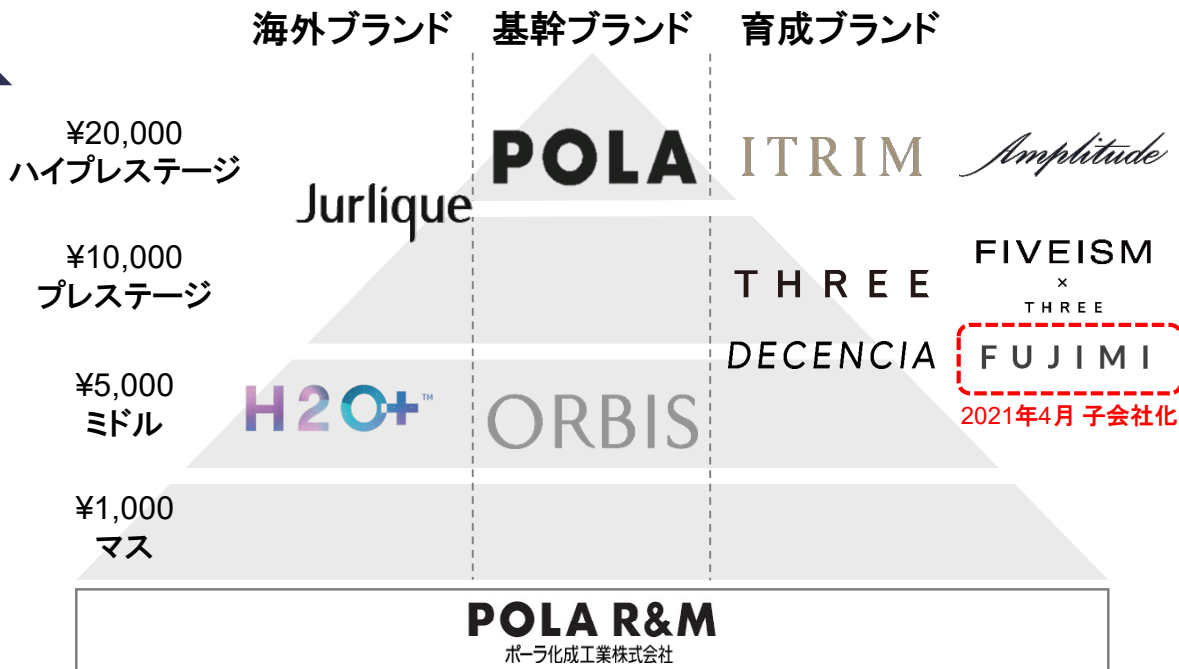
パーソナライズプロテイン

主軸のビューティケア事業にて10のブランドを展開

2021年12月期
連結売上高 1,786億円



↑
価格帯



H2O PLUSは2022年4月に解散および清算を決定

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	60%	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、美白領域に強み 	約¥10,000 以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内:委託販売、百貨店、EC ■ 海外:百貨店、直営店、免税、EC、越境EC
	25%	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、免税
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、EC、越境EC
	1%	H2O+ ** 2011年に買収	<ul style="list-style-type: none"> ■ 水のカとイノベ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	10%	THREE 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、EC ■ 海外:百貨店、免税、EC、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 ■ 海外:免税、越境EC
		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 ■ 海外:免税、越境EC
		FIVEISM × THREE 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 ■ 海外:百貨店、免税、越境EC
		DECENCIA 2007年～	<ul style="list-style-type: none"> ■ 敏感肌向けスキンケア 	約¥5,000 ～¥10,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内:EC、百貨店 ■ 海外:越境EC
		FUJIMI 2021年に買収	<ul style="list-style-type: none"> ■ トリコ株式会社が運営するパーソナライズビューティケアブランド 	約¥6,000 ～¥10,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内:EC、直営店

*2021年12月期のビューティケア事業売上高に対する構成比。育成ブランドにはOEM事業が含まれます。

**H2O PLUSは2022年4月に解散および清算を決定

資本効率向上の施策

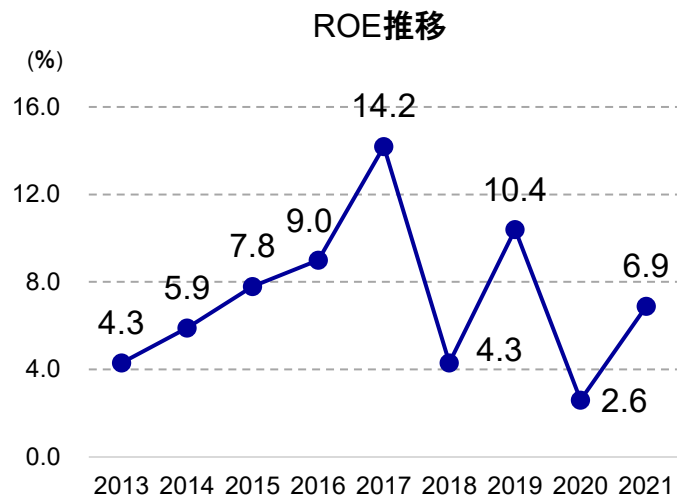
2023年目標値
ROE 9%以上
(自己資本利益率)

EPS
(1株当り純利益)

- 営業利益 CAGR25%以上
- 海外事業の欠損解消による営業増益以上の純利益成長

BPS
(1株当り純資産)

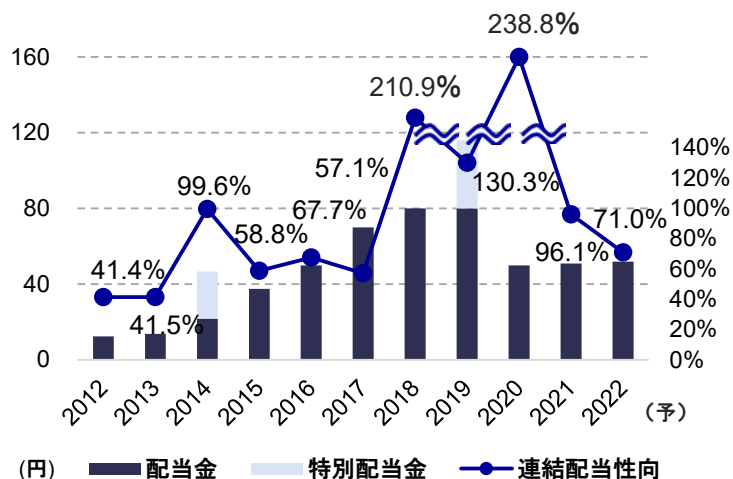
- 配当による株主還元の充実
- バランスシートの効率化
- キャッシュ用途(成長投資)



株主還元の充実

【基本方針】

- 連結配当性向 **60%以上** が基本利益成長に伴い安定的な増配を目指す
- 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



【2022年の配当について】

- ・ 1株当たり年間配当金 **52円** (中間21円・期末31円)
- ・ 連結配当性向 **71.0%**



2023年 経営指標

売上高	■ 連結売上高	⇒ 2023年 2,050～2,150 億円 年平均成長率 6%以上
	■ 海外売上高比率	⇒ 2023年 20～25% (20年12月期 15%) 年平均成長率 20～25%
	■ 国内EC売上高比率	⇒ 2023年 30% (20年12月期 24%)
営業利益	■ 営業利益率	⇒ 2023年 12% 以上
	■ 営業利益額	⇒ 年平均成長率 25% 以上
資本効率	■ ROE	⇒ 2023年 9% 以上
株主還元	■ 連結配当性向	⇒ 60% 以上

戦略① 国内ダイレクトセリングの進化

戦略② 海外事業の利益ある成長

戦略③ 育成ブランドの利益貢献

戦略④ 経営基盤強化

戦略⑤ 新ブランド、「美」に関する領域拡張

(百万円)	2019年 実績	2020年 実績	2021年 実績	2021年 実績(2022年同基準)
連結 売上高	219,920	176,311	178,642	174,896
ビューティケア事業 売上高	214,886	171,658	174,150	170,403
ポーラブランド	135,502	102,888	105,168	105,769
オルビスブランド	50,726	45,415	43,389	39,071
Jurliqueブランド	7,765	6,444	7,838	7,940
H2O PLUSブランド	1,470	722	1,116	1,116
育成ブランド	19,421	16,186	16,637	16,505
連結 営業利益	31,137	13,752	16,888	15,582
ビューティケア事業 営業利益	30,193	12,965	17,060	15,754
ポーラブランド	25,529	10,927	16,374	15,144
オルビスブランド	9,252	7,329	5,925	5,965
Jurliqueブランド	△2,968	△2,489	△1,536	△1,542
H2O PLUSブランド	△825	△724	△802	△802
育成ブランド	△794	△2,076	△2,901	△3,011

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)
21年通期実績(22年同基準)の数字は参考値(非監査情報)