

2018年12月期 第2四半期 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
代表取締役社長
鈴木 郷史

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
5. トピックス・参考情報

化粧品市場

- 化粧品市場全体では堅調に推移しており、輸出金額も増加傾向
- ただしインバウンド需要を除くと国内では微減と推測
- インバウンド市場については、訪日者数の増加と共に拡大傾向が続く

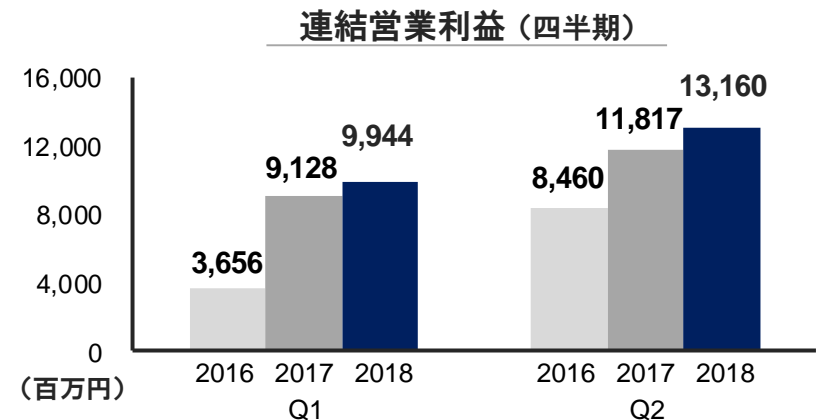
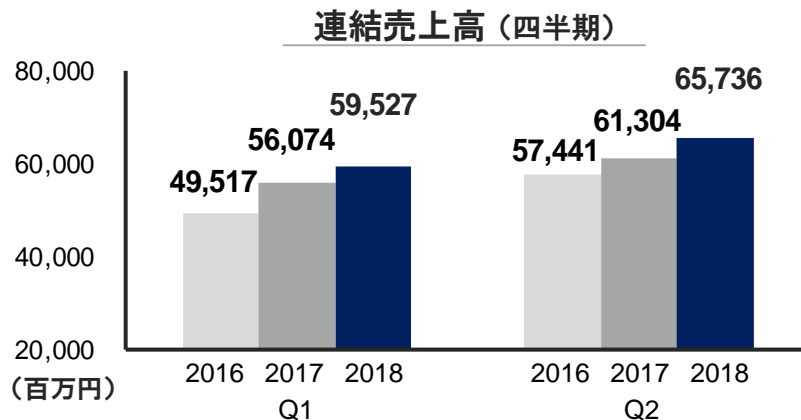
出所：経済産業省、日本百貨店協会 全国百貨店売上高概況、総務省、インテージSLI

当社グループ

- ポーラ・育成ブランドが好調を継続し、連結増収・増益
- ポーラは、引き続き前期拡大した顧客ベースを基に増収・増益
- オルビスは、顧客数減により減収となるが、構造改革は進み増益
- Jurliqueは減収となり計画乖離、H2O PLUSは計画通り
- 育成ブランドは、THREEが国内に加え海外も好調

(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2Q累計	約 7%



(百万円)	2017年 Q2実績	2018年 Q2実績	前年同期比		計画比(5月1日発表)	
			増減額	率(%)	増減額	率(%)
連結売上高	117,378	125,262	7,884	6.7%	4,262	3.5%
営業利益	20,944	23,103	2,158	10.3%	3,503	17.9%
経常利益	20,944	22,723	1,779	8.5%	3,123	15.9%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	13,955	15,321	1,365	9.8%	2,321	17.9%

期中平均為替レート 豪ドル=83.92円 米ドル=108.68円 中国元=17.09円

	計画差	主な差異要因
連結売上高	+4,262百万円 (+3.5%)	<ul style="list-style-type: none"> ■ ポーラ (+4,280百万円) ■ ACRO(THREE) (+710百万円) ■ オルビス (△460百万円) ■ Jurlique (△400百万円)
営業利益	+3,503百万円 (+17.9%)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 増収に伴う粗利益増加(+3,060百万円) ■ オルビス コスト効率良化による増加(+340百万円) ■ Jurlique 粗利益減少(△320百万円)
経常利益	+3,123百万円 (+15.9%)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 営業利益の上ブレに伴う増加(+3,500百万円) ■ 円高による為替差損の発生(△400百万円)
親会社株主に帰属 する四半期純利益	+2,321百万円 (+17.9%)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 税前利益の増加と海外損失改善による実効税率の低下

(百万円)	2017年 Q2実績	2018年 Q2実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
連結売上高	117,378	125,262	7,884	6.7%
売上原価	18,925	19,847	921	4.9%
売上総利益	98,452	105,415	6,962	7.1%
販管費	77,507	82,311	4,804	6.2%
営業利益	20,944	23,103	2,158	10.3%

主な増減要因

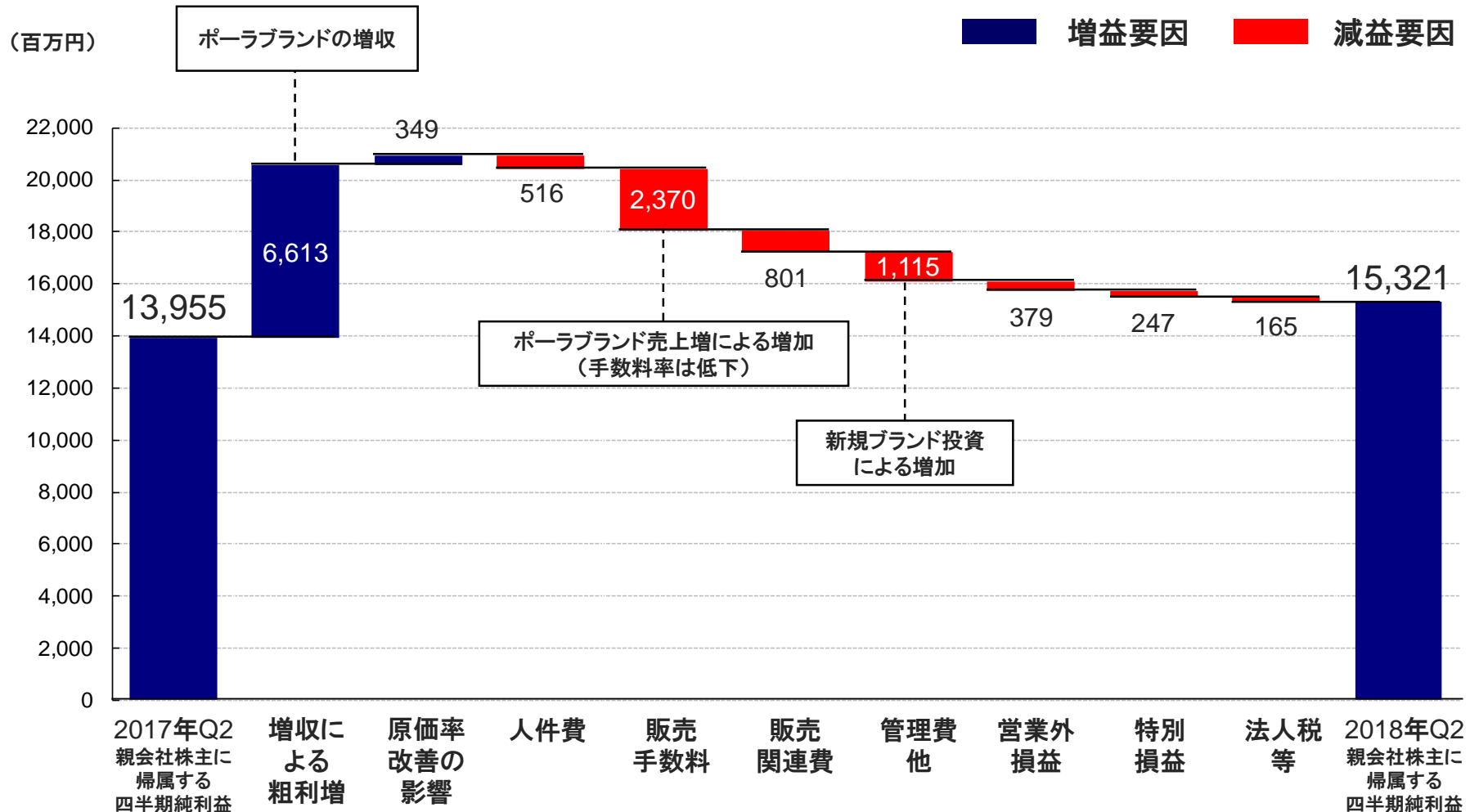
- 連結売上高** ポーラは、既存顧客売上が好調な国内に加えて中国・香港・免税市場が伸長し連結を牽引
 オルビスは減収だが、「オルビスユー」中心の展開により顧客単価は前年同期を上回る
- 売上原価** ポーラの高価格帯品構成比の高まりや、オルビスの上記集中戦略により原価率が改善
 原価率 前年同期:16.12% ⇒ 当期:15.84%
- 販管費**
 - 人件費: 前年同期比+516百万円(ポーラ、THREEの店舗拡大による増)
 - 販売手数料: +2,370百万円(ポーラ売上増に伴う増であり、ポーラでの手数料率は低下)
 - 販売関連費: + 801百万円(増収にもかかわらず固定費等の費用は当初計画並み)
 - 管理費他: +1,115百万円(新規ブランド投資による増)
- 営業利益** ビューティケア事業 +2,157百万円

(百万円)	2017年 Q2実績	2018年 Q2実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
営業利益	20,944	23,103	2,158	10.3%
営業外収益	228	265	37	16.2%
営業外費用	229	645	416	181.4%
経常利益	20,944	22,723	1,779	8.5%
特別利益	629	28	△600	△95.5%
特別損失	535	182	△353	△65.9%
税前三半期純利益	21,037	22,569	1,531	7.3%
法人税等	7,071	7,248	177	2.5%
非支配株主に帰属する 四半期純利益	10	0	△11	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	13,955	15,321	1,365	9.8%

主な増減要因

- 営業外費用 : 為替差損 585百万円
- 法人税等 : 海外損失改善による実効税率の低下(実効税率32.1%)

粗利益の増加と収益構造の良化により
親会社株主に帰属する四半期純利益は、前年同期比+9.8%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
5. トピックス・参考情報

(百万円)	2017年 Q2実績	2018年 Q2実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
連結売上高	117,378	125,262	7,884	6.7%
ビューティケア事業	109,303	116,973	7,670	7.0%
不動産事業	1,348	1,354	5	0.4%
その他	6,726	6,934	208	3.1%
営業利益	20,944	23,103	2,158	10.3%
ビューティケア事業	20,095	22,253	2,157	10.7%
不動産事業	592	564	△28	△4.8%
その他	165	519	354	214.6%
全社・消去	91	△234	△325	-

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
ポーラの増収とポーラ、オルビス、Jurliqueなどの原価率が改善し10%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、主力商品の営業・プロモーションに資源を集中し増収

(百万円)	2017年	2018年	前年同期比	
	Q2実績	Q2実績	増減額	率(%)
ビューティケア事業 売上高	109,303	116,973	7,670	7.0%
ポーラブランド	69,538	76,559	7,021	10.1%
オルビスブランド	26,681	26,032	△649	△2.4%
Jurliqueブランド	5,084	4,993	△90	△1.8%
H2O PLUSブランド	1,119	960	△158	△14.2%
育成ブランド	6,878	8,427	1,548	22.5%
ビューティケア事業 営業利益	20,095	22,253	2,157	10.7%
ポーラブランド	16,058	18,268	2,209	13.8%
オルビスブランド	4,922	5,147	224	4.6%
Jurliqueブランド	△1,125	△1,506	△381	-
H2O PLUSブランド	△452	△346	106	-
育成ブランド	692	691	△1	△0.2%

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2四半期

- 既存顧客数が伸長
- 海外は中国・香港・免税店が拡大(2.3倍成長)
- リンクルショット価格改定により
39歳以下構成比増、LTV向上に期待(売上49億円)
- インバウンド比率は約11%

Q2	実績(百万円)	前年同期比
売上高	76,559	+10.1%
営業利益	18,268	+13.8%

主な指標

ショップ数(前期末比)		4,124(Δ26)
ポーラ ザビューティー 店舗数(前期末比)		656(±0)
化粧品売上構成比	PB ⁽²⁾	39.8%
	エステイン	47.4%
	従来型訪販・その他	12.8%
(1) 売上伸張率*	PB 全店	+6.6%
	PB 既存店	+6.4%
	エステイン	+6.3%
	従来型訪販	+0.4%
購入単価*		Δ4.6%
新規顧客数*		Δ6.4%
海外売上高伸長率*		+131.7%

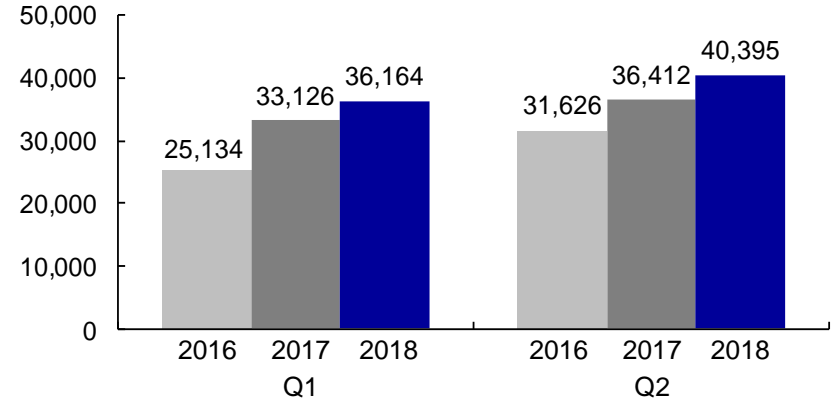
(1) 委託販売チャネル、(2) PB: ポーラ ザビューティー *前年同期比

トピックス

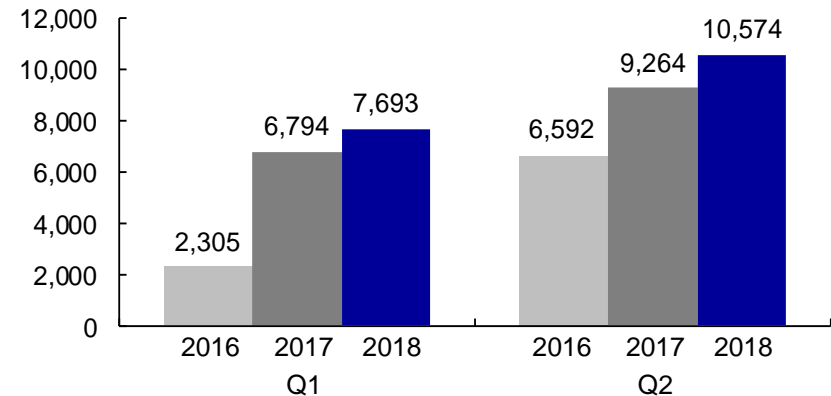
- 主要美容誌
上半期ベストコスメ1位受賞
- 左: ホワイトショット CXS・SXS
右: ディエム クルール
カラーブレンドファンデーション



四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第2四半期

- 顧客リストの優良化に向け 戦略的に「オルビスユー」での顧客獲得に注力
- オルビスユーシリーズ売上構成 全体の約20%
- ターゲットを明確化することでリストを絞り込み、販促費用効率を良好させ増益を実現

Q2	実績(百万円)	前年同期比
売上高	26,032	△2.4%
営業利益	5,147	+4.6%
主な指標		
売上構成比	ネット通販	48.1%
	その他通販	24.3%
	店舗・海外	27.6%
売上伸張率*	ネット通販	+0.5%
	その他通販	△9.9%
	店舗・海外	+0.1%
通販購入単価*		+0.6%
通販顧客数*		△4.4%
主カススキンケア商品購入顧客数*(1)		+25.3%

(1) 過去6カ月購入顧客

*前年同期比

トピックス

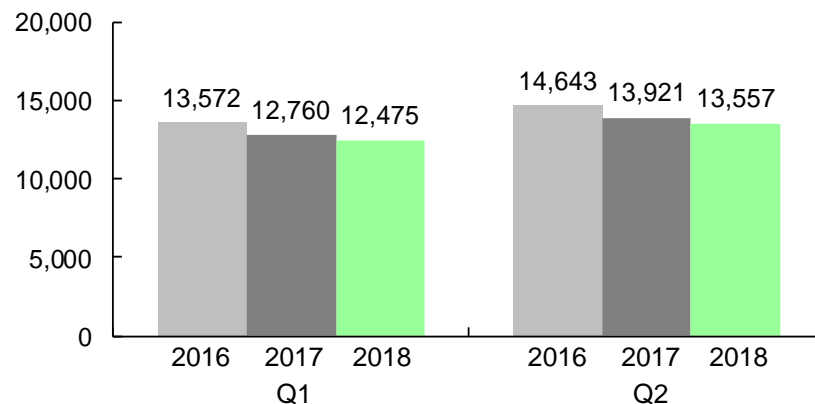
- ORBISアプリ日本初 配送状況の確認や代金支払いが可能に (同一アプリ内)

アプリはココが便利!

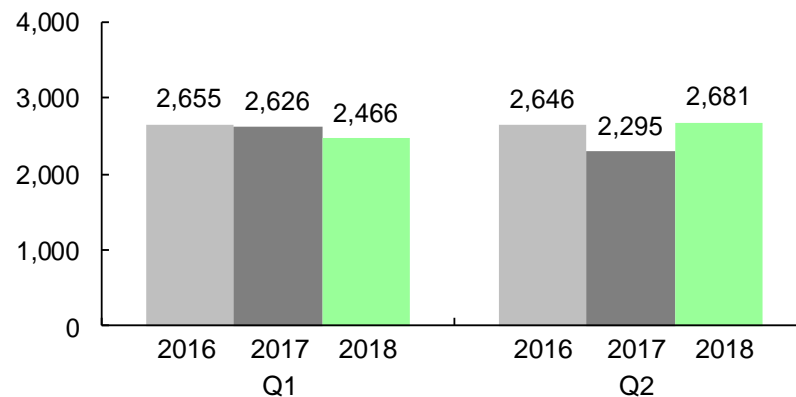
- お届けするお荷物の配送状況を確認できる!
- 電子バーコードでコンビニ支払いができる!
- 探す・買う・送むなど充実機能で楽しみ方いろいろ!
- オルビス・ザ・ショップのポイントカード代わりに!



四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第2四半期

- 売上高は、豪ドルで△0.8%
- 中国・豪州が減収となり計画を下回る
- 下期は主力となる新商品を順次投入

Q2	実績(百万円)	前年同期比 ⁽¹⁾
売上高	4,993	△1.8%
営業利益(のれん償却前)	△1,477	△381
営業利益	△1,506	△381
主な指標		
中国店舗数(前期末比)		100(△10)
売上構成比	中国	16%
	香港	15%
	免税店	15%
	豪州	29%
売上伸張率 ⁽²⁾	中国	△19%
	香港	+1%
	免税店	+6%
	豪州	△9%

(1) 営業利益の前年同期比は差額(百万円)

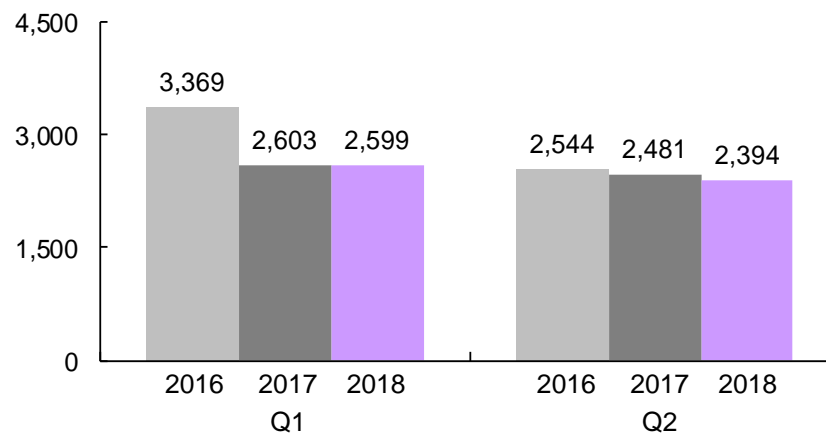
(2) 豪ドルベース、前年同期比

トピックス

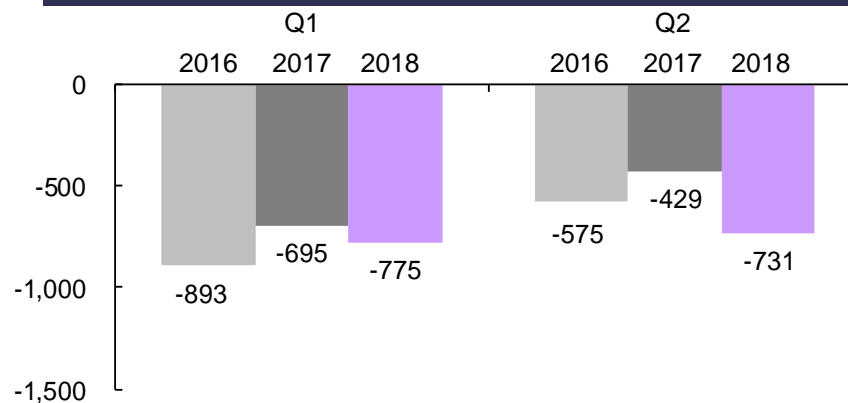
- 新クレンジングライン
4品発売(7月1日)



四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第2四半期

- 北米チャネルが減収
チャネル縮小の影響は通年続く見通し
- スター商品育成に集中
- 利益構造は改善(人件費、広告宣伝費など)

Q2	実績(百万円)	前年同期比 ⁽¹⁾
売上高	960	△14.2%
営業利益	△346	+106
主な指標		
売上構成比	北米	90%
	その他	10%
売上伸張率 ⁽²⁾	北米	△9%
	その他	△28%

(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

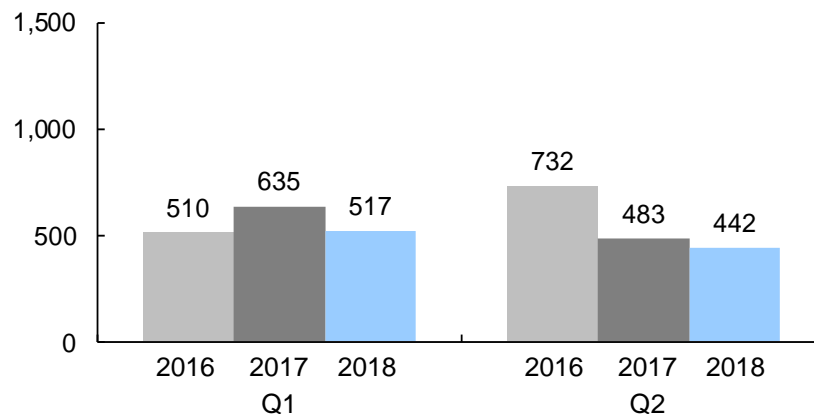
トピックス

- グループバックアップのもと
商品戦略のテコ入れ着手

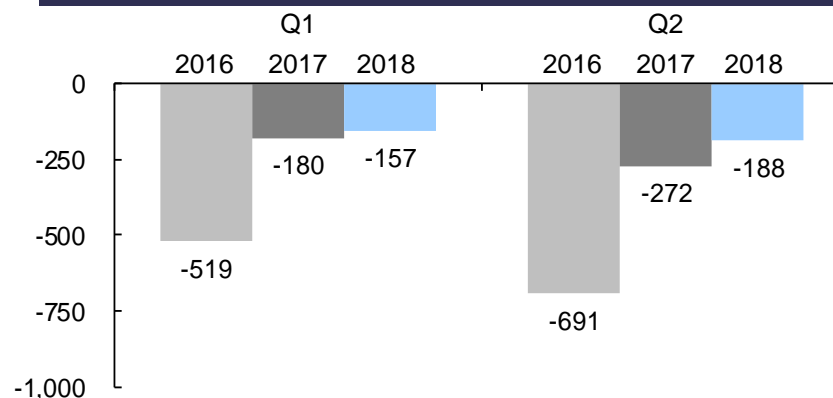


Oasis Hydrating Treatment
(現行主力商品)

四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第2四半期

- THREEは、ホリスティックケア商品が好調
海外では韓国・タイが伸長
- 新ブランド投資は約3.8億円
- DECENCIAは、既存顧客が牽引し二桁成長

Q2	実績(百万円)	前年同期比
売上高	8,427	+22.5%
営業利益	691	△0.2%
ACRO 売上高	4,912	+32.6%
ACRO 営業利益	250	△27.9%
(THREE 売上高)	4,912	+32.6%
(THREE 営業利益)	625	+80.0%

主な指標

THREE	国内百貨店カウンター数	39
	国内直営店・その他店舗数	68
	海外店舗数(7カ国)	46
	海外売上高比率	21%

育成ブランド構成

Company	(株)ACRO	(株)DECENCIA
Brand	THREE ITRIM Amplitude FIVEISM x THREE	DECENCIA

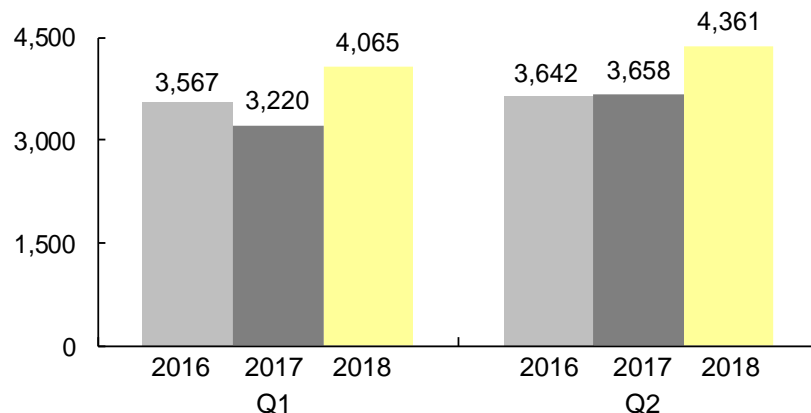
(注) 他にOEM事業が含まれます。

トピックス

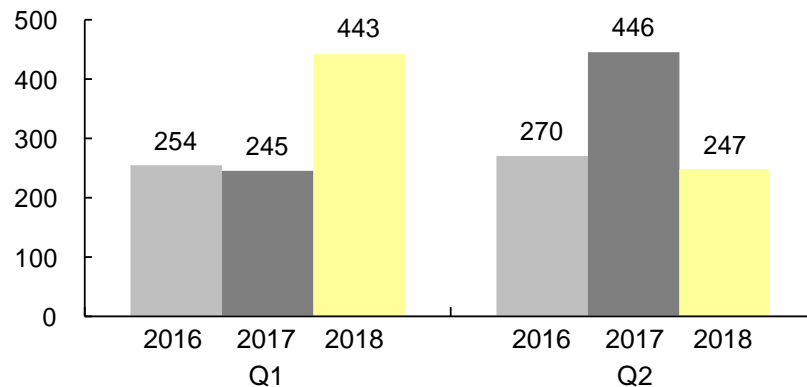
- 主要美容誌上半期
ベストコスメ1位受賞
左3品THREE、右2品DECENCIA



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
5. トピックス・参考情報

全体上振れ基調だが海外ブランド業績と下期追加投資を精査し、3Q決算時に見通し修正を判断

(百万円)	2018年 上期実績	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	125,262	7,884	6.7%	253,000	8,664	3.5%
ビューティケア事業	116,973	7,670	7.0%	235,800	8,666	3.8%
不動産事業	1,354	5	0.4%	2,600	△94	△3.5%
その他	6,934	208	3.1%	14,600	92	0.6%
営業利益	23,103	2,158	10.3%	41,500	2,618	6.7%
ビューティケア事業	22,253	2,157	10.7%	40,700	2,578	6.8%
不動産事業	564	△28	△4.8%	900	△182	△16.9%
その他	519	354	214.6%	300	614	—
全社・消去	△234	△325	—	△400	△391	—
経常利益	22,723	1,779	8.5%	41,500	2,249	5.7%
親会社株主に帰属 する当期純利益	15,321	1,365	9.8%	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

	2017年	
株主還元	年間70円	連結配当性向 57.1%
設備投資	8,885百万円	
減価償却	6,551百万円	

	2018年(予定)	
株主還元	年間80円 (中間35円、期末45円)	連結配当性向 63.2%
設備投資	8,000百万円~9,000百万円	
減価償却	7,000百万円~8,000百万円	

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**
5. トピックス・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

ORBIS

- エイジングケアシリーズから新商品発売（新たな顧客開拓に向けた戦略商材）
- 海外展開を加速すべく新規出店（7月韓国免税店2店舗など）
- リンクルショットトリプロモーション7月展開（スペシャルキットなど）
- 10月の新商品発売を機に新たなブランド戦略を実行（詳細 P.19）



POLA Red B.A

■ 海外事業全体での黒字化必達

Jurlique

H2O+
BEAUTY

- 主カスキンケアのエイジングケアシリーズを刷新（9月）
- 主力商品サンプリング施策や自社WebなどPR強化



Jurlique
New Herbal Signature Collection

■ 育成ブランドの拡大成長・新規ブランド創出・M&A

Amplitude
FIVEISM ITRIM
×
THREE

THREE

- 9月 3つの新ブランド一斉立ち上げ（詳細 P.20）
- 継続したホリスティック商品強化によるリピート率・顧客単価アップ
- ポイントメイクでの新規獲得も図る



THREE AW MAKEUP
Alchemist-Twist For Eye

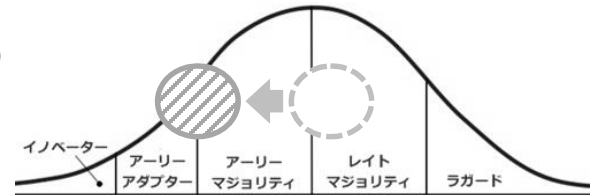
オルビスユー大幅リニューアルを機に、新ブランド戦略をスタート

ORBIS *u*



先端知見を応用した独自のうるおいメカニズムによるエイジングケア
(年齢とともに深刻になるハリ低下・くすみに力強くアプローチ)

- ✓ コアターゲットの明確化
(ナチュラル派スマートマス層)
- ✓ 全方的商品戦略から
独自価値と一貫性で再整理



ORBIS *u*

シンプルなデザインでブランドの世界観を体現しつつ
圧倒的なテクスチャーを実現

Product

Price

3,000円台から **3,000円未満** 税込

競争を意識、比較的ブルーオーシャンでのシェア拡大
かつ、オルビス内ハイエンドの構成比を高めLTVを向上

価値訴求

Web・TV・雑誌・SNSのクロスメディア戦略

Promo

Place

Web × Shop
デジタル リアル

Web + ShopのシームレスなCRM活動

2020年までに営業利益率20%以上を実現し、継続的な増収増益を目指す

百貨店・ECにて9月販売開始（2019年以降順次 海外展開予定）

Amplitude

（アンプリチュード）

「かっこいい大人美」

日本発信の高品質
ハイプレステージメイクアップ

中心価格帯 | 5,000～10,000円
販売チャネル | 百貨店・EC



ITRIM

（イトリン）

「凜と生きる 真正の美」

こだわりぬいた植物の凝集
プレミアムスキンケア

中心価格帯 | 20,000円
販売チャネル | 百貨店・EC



FIVEISM

×

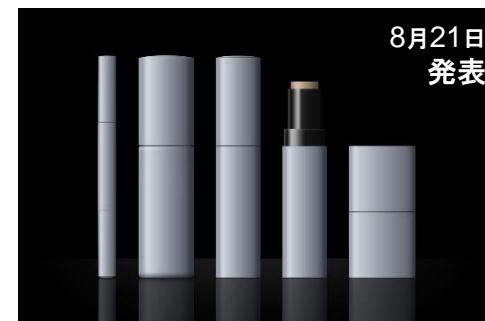
THREE

（ファイブイズム バイ スリー）

「文化を創造する」

業界初のメイク中心
メンズ総合コスメ

中心価格帯 | 2,000～12,000円
販売チャネル | 百貨店・EC



8月21日
発表

各ブランド事業開始後5年程度で、売上20億円規模・営業黒字化を目指す

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
5. **トピックス・参考情報**

化粧品の枠にとらわれない新価値創出に向け、最先端科学の深耕と新領域の開拓

■ MITメディアラボのコンソーシアムへ参画

FRCがマサチューセッツ工科大学メディアラボの
「コンソーシアム・ラボ・メンバー」に参画*

肌と感情の関係性解明を目指すコラボスタート

* ポーラ化成工業フロンティアリサーチセンター(FRC)



■ MIRCが宇宙ビジネスアイデアコンテスト「S-Booster 2018」に協賛*1

内閣府、JAXA、NEDO、及び民間スポンサー企業が主催するコンテスト*2
化粧品外領域の事業開発に有用なヒントを得ることを期待し参加
宇宙ビジネス投資マッチング・プラットフォーム「S-Matching」にも入会

*1 マルチプルインテリジェンスリサーチセンター(MIRC)当社研究組織

*2 内閣府宇宙開発戦略推進事務局、国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構(JAXA)
国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)



■ コーポレートベンチャーキャピタル出資を実施 (2件)

当社グループとの親和性やシナジー創出を期待し2018年よりスタート
今後も”女性の活躍”を支援する投資を実施



サステナビリティ活動の一環として、特に人材に関する評価・取組みのご紹介

■ 健康経営優良法人2018 ～ホワイト500～ に認定

経済産業省が創設した健康経営優良法人認定制度の
「健康経営優良法人2018(大規模法人部門) ～ホワイト500～」に認定
また、ステークホルダーのビューティーディレクター向けには
病気と就労の両立支援サポートプログラムを導入



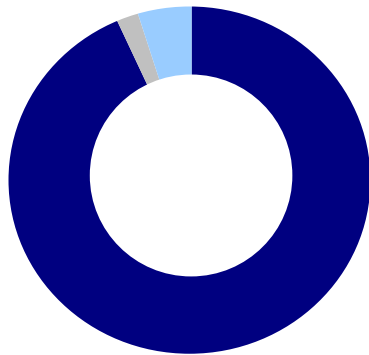
■ ESG指数「MSCI日本株女性活躍指数(WIN)」への採用

年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)が採用するESG指数の一つ
「MSCI日本株女性活躍指数(WIN)」に2018年も継続採用

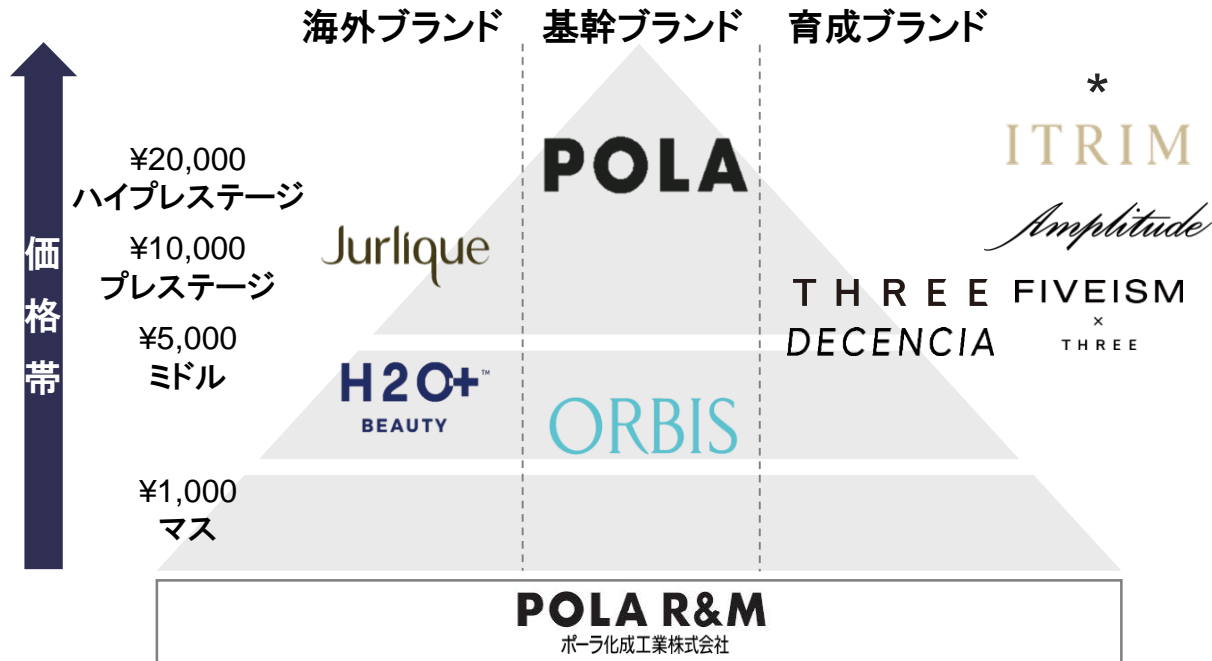


主軸のビューティケア事業にて6つのブランドを展開

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)



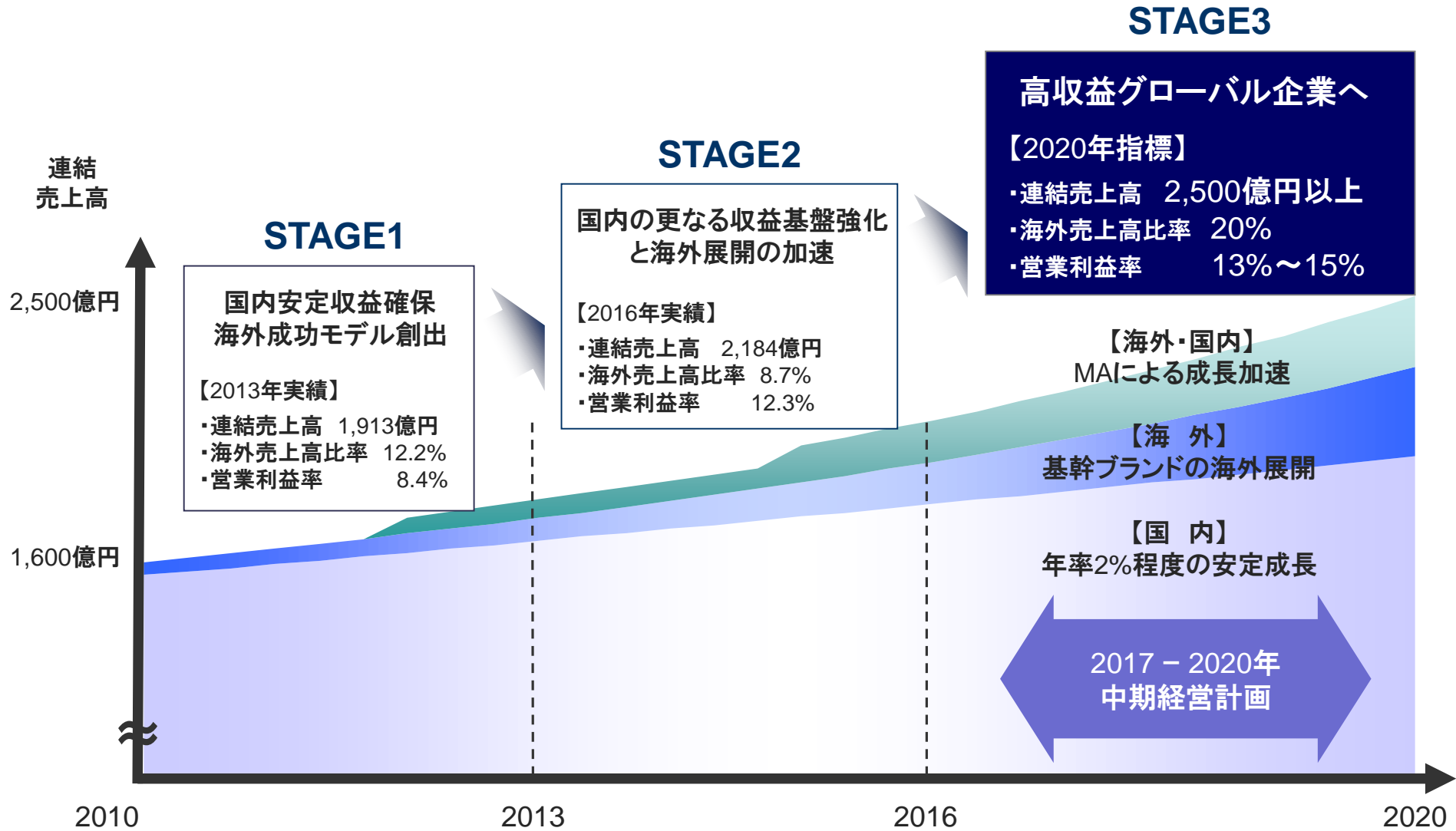
* 9月ローンチ予定

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	63%	POLA 1929年～	<ul style="list-style-type: none"> ■ ハイプレスステージスキンケア ■ エイジングケア、ホ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: ポーラ ザビューティー(PB) エスティン、従来型訪販 ■ 百貨店 ■ 海外
	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"> ■ ネット通販、その他通販 ■ 店舗 ■ 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 ■ 免税店
	1%	H2O+TM 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、ネット通販
育成 ブランド	7%	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"> ■ 百貨店、専門店 ■ 直営店、ネット通販 ■ 海外
		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"> ■ ネット通販

*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)	2015年 実績	2016年 実績	2017年 実績	2016年 - 2017年 前期比	
				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)