

2016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・財務・グローバル事業担当
久米 直喜

1. **連結業績ハイライト**
2. セグメントの状況
3. 2016年12月期の見通し・取組み
4. トピックス・ご参考

化粧品市場

- 国内化粧品市場は、インバウンド需要の伸長に陰りは見られるが堅調に推移、内需は前年並みと推測*
- 中国市場全体は、都市部の百貨店市場から地方への分散、通販・越境ECへ消費トレンドの変化が継続

*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

- 基幹ブランドのポーラと育成ブランドが牽引、連結ベースで増収・営業増益を達成
- ポーラは、前年同期のハードル(B.Aリニューアル発売)は高かったが想定以上の結果
- オルビスは、増収を確保したものの、ポイント費用の増加により若干の減益
- 海外ブランドは、Jurliqueは苦戦・H2O PLUSはリブランディング商品の店頭販売を開始
- 育成ブランドは、THREE・decenciaが引続き計画以上に進捗、pdc・フューチャーラボの株式譲渡を決定

インバウンド売上の状況(参考)

- 2015年3Q累計 : 連結売上高に占める比率 約5%弱
2月にインナーロック IXを発売し、3Qは本格的にインバウンド売上が増加
- ↓
- 2016年3Q累計 : 連結売上高に占める比率 約7%弱
インナーロック IX、B.Aスキンケア品、美容系食品等が変わらず人気
- ↓
- 2016年通期見込み : 連結売上高に占める比率 約6%と想定(前期は約5%)



ホワイトショット
インナーロック IX

B.A
ザ タブレット

連結PL分析（売上高～営業利益）

(百万円)	2015年 Q3実績	2016年 Q3実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
連結売上高	152,503	159,150	6,647	4.4%
売上原価	29,081	29,890	809	2.8%
売上総利益	123,421	129,260	5,838	4.7%
販管費	108,174	110,949	2,775	2.6%
営業利益	15,247	18,310	3,062	20.1%

主な増減要因

- 連結売上高** 国内ブランドは、ポーラのインバウンド効果や育成ブランドの貢献により増収
 海外ブランドは、Jurlique香港・DFSが苦戦、H2OPLUSはリブランディング商品の店頭販売開始
 海外売上高比率:8.2%
- 売上原価** 基幹ブランド・育成ブランドの原価率は着実に改善
 原価率 前年同期:19.07% ⇒ 当期:18.78%
- 販管費**
 - 人件費: 前年同期比△1,054百万円(Jurlique中国ビジネスモデル変更による減少)
 - 販売手数料: △239百万円
 - 販売関連費: +3,479百万円(ポーラ販売手数料制度改定による基準変更+1,871百万円)
 - 管理費他: +589百万円
- 営業利益** ビューティケア事業 +3,575百万円

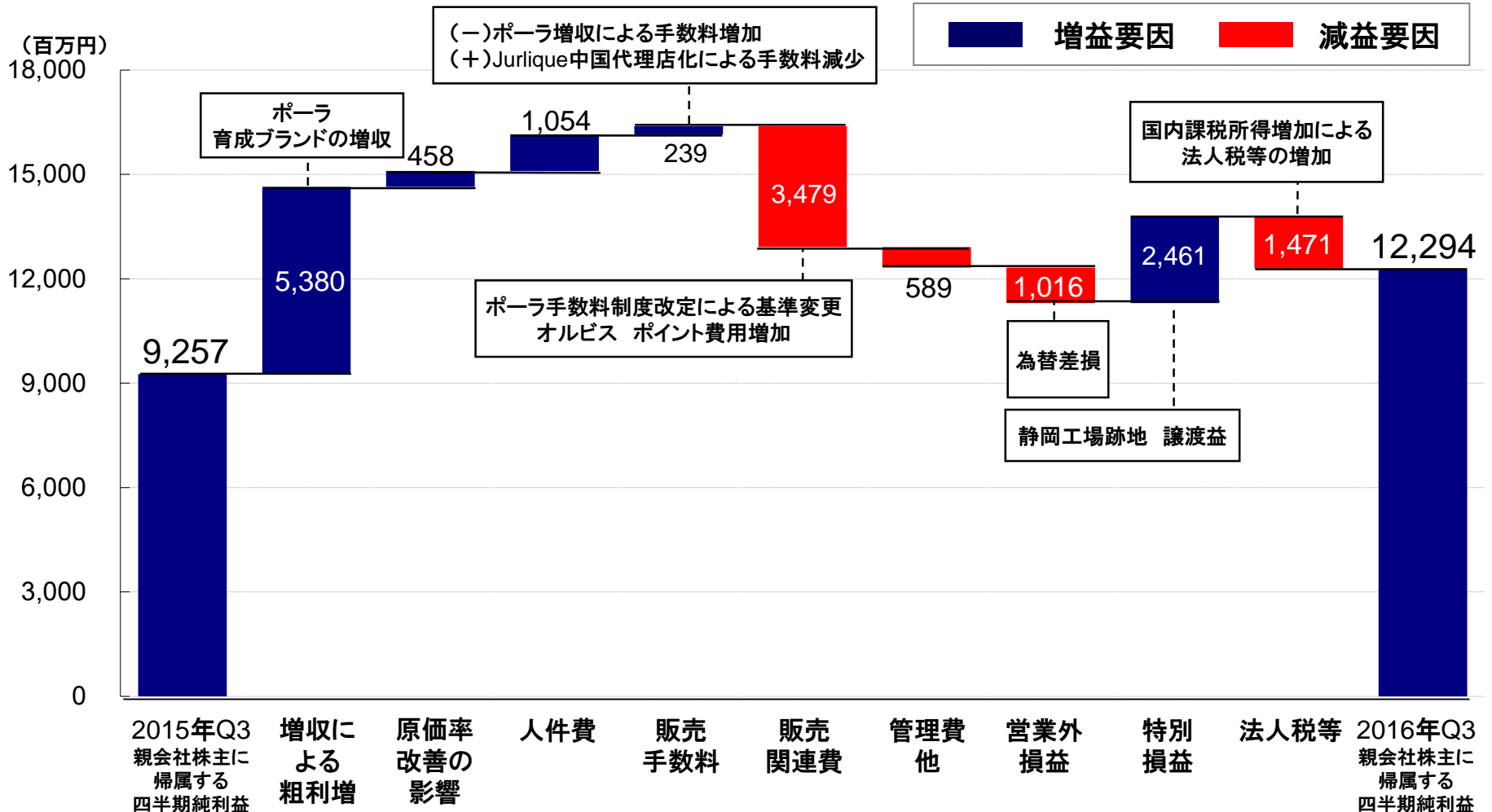
連結PL分析（営業利益～親会社株主に帰属する四半期純利益）

(百万円)	2015年 Q3実績	2016年 Q3実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
営業利益	15,247	18,310	3,062	20.1%
営業外収益	457	342	△114	△25.1%
営業外費用	301	1,202	901	299.2%
経常利益	15,404	17,450	2,046	13.3%
特別利益	543	3,034	2,491	458.8%
特別損失	201	231	29	14.8%
税前四半期純利益	15,745	20,253	4,507	28.6%
法人税等	6,454	7,945	1,491	23.1%
非支配株主に帰属する 四半期純利益	33	13	△20	△59.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	9,257	12,294	3,036	32.8%

主な増減要因

- 営業外費用 : 為替差損 939百万円
- 特別利益 : 2/15公表の静岡工場跡地の譲渡益 2,989百万円
- 法人税等 : 国内課税所得増加による法人税等の増加 1,547百万円

為替変動による営業外費用と税金費用等が増加するが、売上総利益と特別利益の増加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+32.8%で着地



1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 2016年12月期の見通し・取組み
4. トピックス・ご参考

(百万円)	2015年 Q3実績	2016年 Q3実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
連結売上高	152,503	159,150	6,647	4.4%
ビューティケア事業	142,005	147,308	5,302	3.7%
不動産事業	2,198	2,285	87	4.0%
その他	8,299	9,556	1,257	15.2%
営業利益	15,247	18,310	3,062	20.1%
ビューティケア事業	14,128	17,703	3,575	25.3%
不動産事業	911	1,188	277	30.5%
その他	398	△197	△596	-
全社・消去	△190	△384	△193	-

セグメント別サマリー

- ビューティケア事業** ポーラ・育成ブランドが売上高を牽引
 営業利益は、ポーラを中心に収益性が向上し25.3%の増益
- 不動産事業** 高稼働率を維持し増収増益
- その他** 医薬品事業は新薬2品の投入により増収となったが計画を下回る
 先行プロモーションコストの回収に遅れ
 ビルメンテナンス事業は、前年並みの売上と増益を確保

(百万円)	2015年 Q3実績	2016年 Q3実績	前年同期比	
			増減額	率(%)
ビューティケア事業 売上高	142,005	147,308	5,302	3.7%
ポーラブランド	76,382	83,543	7,161	9.4%
オルビスブランド	41,702	41,982	279	0.7%
Jurliqueブランド	12,196	8,800	△3,395	△27.8%
H2O PLUSブランド	2,914	1,891	△1,022	△35.1%
育成ブランド	8,809	11,089	2,280	25.9%
ビューティケア事業 営業利益	14,128	17,703	3,575	25.3%
ポーラブランド	8,499	11,757	3,257	38.3%
オルビスブランド	8,562	8,368	△193	△2.3%
Jurliqueブランド	△1,543	△1,711	△168	-
H2O PLUSブランド	△1,349	△1,516	△166	-
育成ブランド	△40	806	846	-

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

- インバウンド比率は約12%
エイジングケア・美白商品が好調に推移し増収増益
- PBは引き続き高い成長率を維持
- 3Q累計実績としては、想定以上の結果

Q3	実績(百万円)	前年同期比
売上高	83,543	+9.4%
営業利益	11,757	+38.3%
主な指標		
営業所数(前期末比)		4,623(△133)
ポーラ ザビューティー 店舗数(前期末比)		636(+6)
化粧品売上構成比	PB ⁽¹⁾	42.4%
	エスティン	42.9%
	従来型訪販・その他	14.7%
売上伸張率*	PB 全店	+18.0%
	PB 既存店	+17.8%
	エスティン	+9.6%
	従来型訪販	△9.5%
購入単価*		+2.8%
新規顧客数*		+9.8%

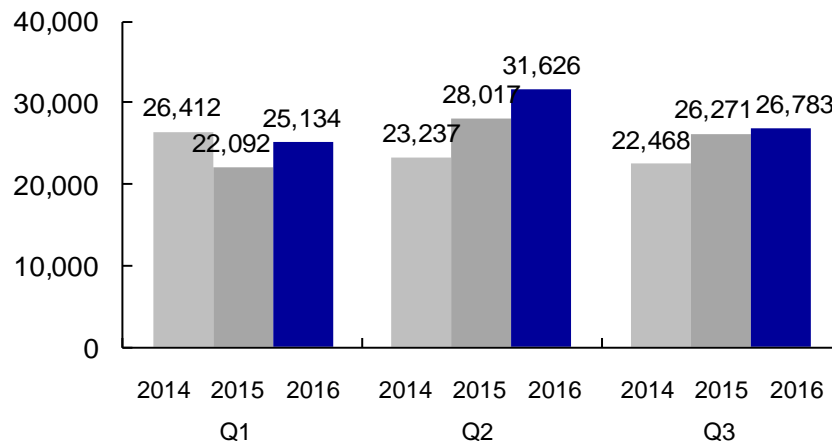
(1) PB: ポーラ ザビューティー
*前年同期比

トピックス

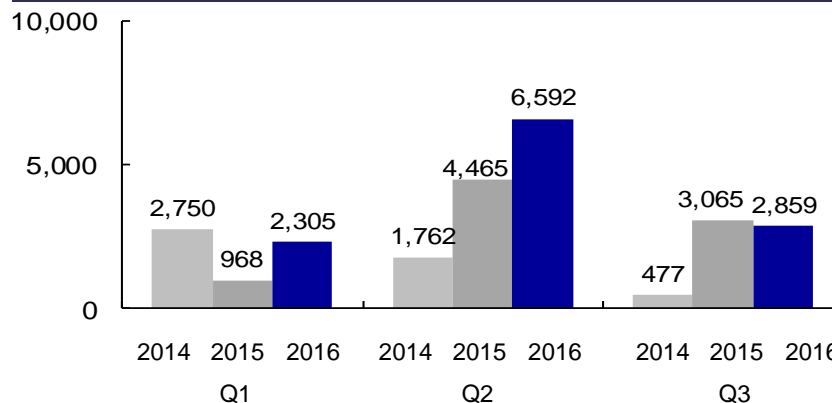
- 人気のホワイトショットシリーズにクリームを投入(7月1日)。
発売初月で約6.3万個を販売し
当初の販売予定を大幅に超過



四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第3四半期

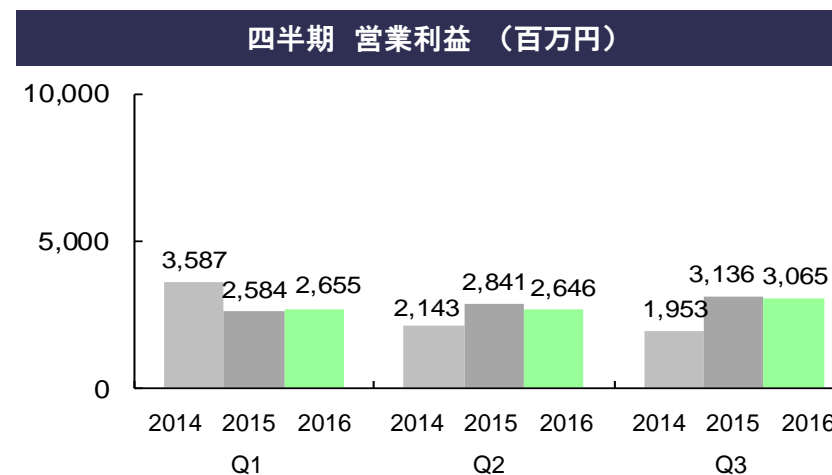
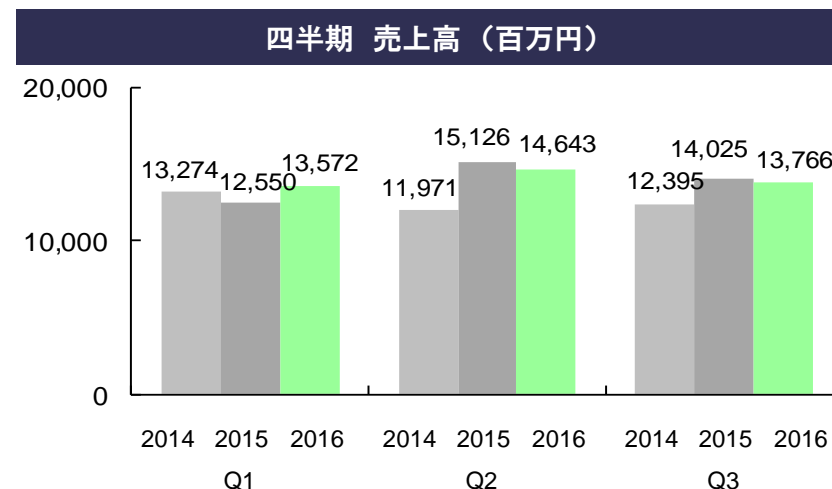
- 顧客数の増加により増収は確保
- ポイントの使用促進により費用が増加した一方、顧客単価が想定を下回り減益

Q3	実績(百万円)	前年同期比
売上高	41,982	+0.7%
営業利益	8,368	△2.3%
主な指標		
売上構成比	ネット通販	45.2%
	その他通販	28.3%
	店舗・海外	26.5%
売上伸張率*	ネット通販	+3.4%
	その他通販	△4.2%
	店舗・海外	+1.6%
通販購入単価*		△0.8%
通販顧客数*		+1.1%
通販スキンケア購入顧客比率*		+1.0%

*前年同期比

トピックス

- 秋用のポイントメイクなど季節性の訴求商品を順次投入



第3四半期

- 売上高は、ブランド全体で△17%(豪ドル)
- 中国はリテールベースでは前年並み
- 香港、免税店が引続き苦戦
- 営業利益は、売上減少に伴う粗利減により減益も、3Q単独では損失改善

Q3	実績(百万円)	前年同期比 ⁽¹⁾
売上高	8,800	△27.8%
営業利益(のれん償却前)	△1,204	△242
営業利益	△1,711	△168
主な指標		
中国店舗数(前期末比)		117(+3)
売上構成比	中国	21%
	香港	14%
	免税店	18%
	豪州	29%
売上伸張率 ⁽²⁾	中国	△41%
	香港	△15%
	免税店	△16%
	豪州	+3%

(1) 営業利益の前年同期比は差額(百万円)

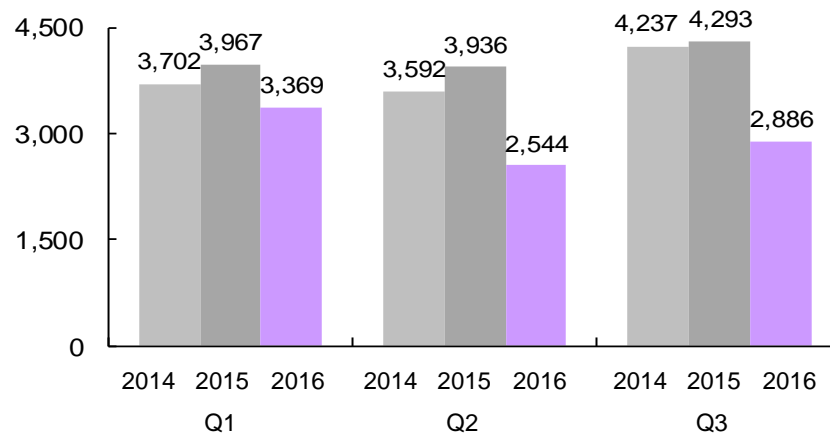
(2) 豪ドルベース、前年同期比

トピックス

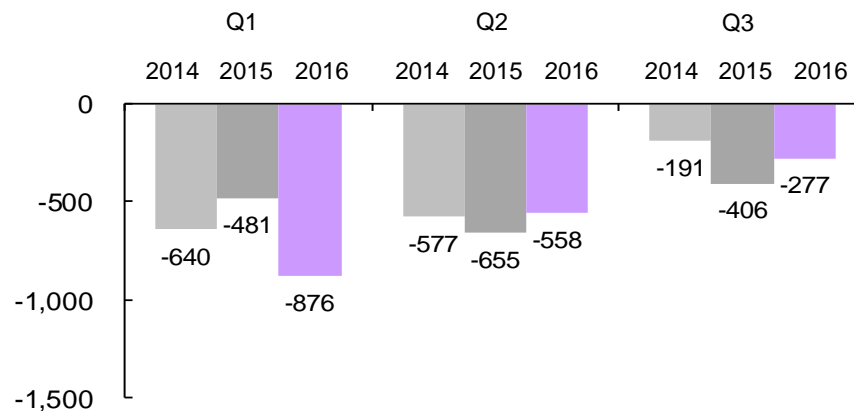
- ジュリーク ハイドレーティング ウォーターエッセンス 発売 (8月25日)



四半期 売上高 (百万円)



四半期 営業利益 (百万円)



第3四半期

- 北米はリニューアルした新商品を9月から店頭陳列開始(主にULTA Beauty)
- 営業利益は3Q単独では損失改善

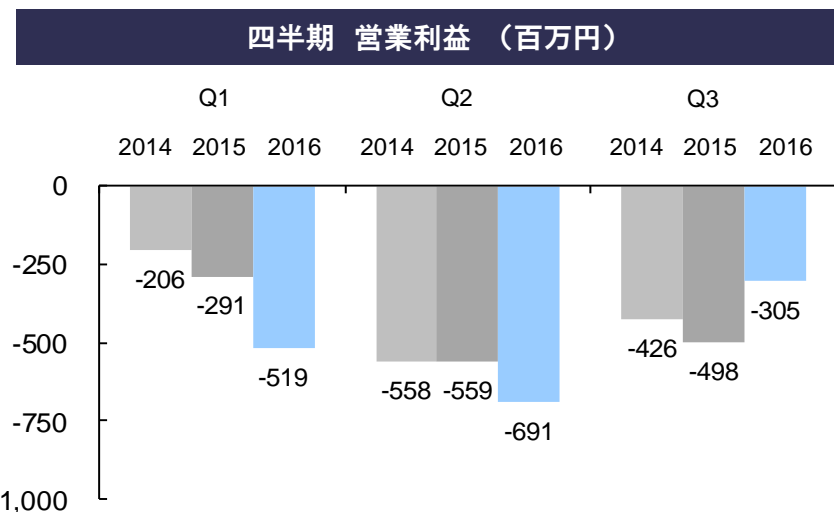
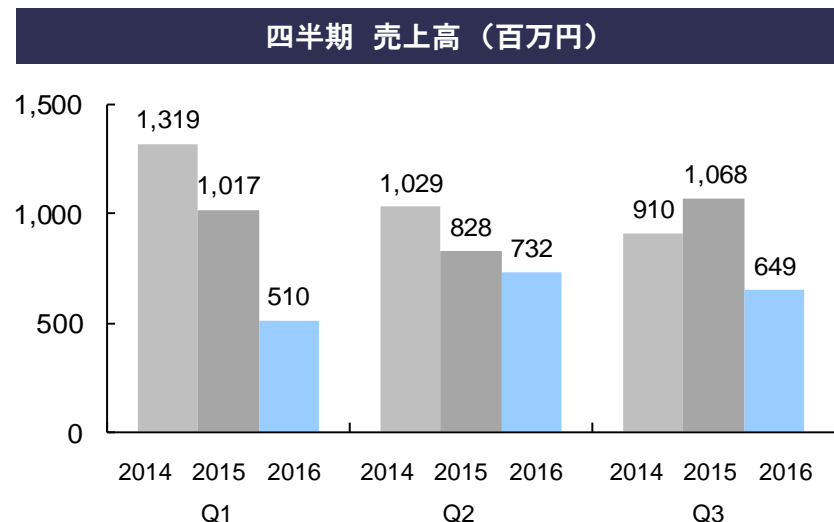
Q3	実績(百万円)	前年同期比 ⁽¹⁾
売上高	1,891	△35.1%
営業利益	△1,516	△166
主な指標		
中国取扱店数(前期末比)		0(△71)
売上構成比	中国	3%
	北米	84%
売上伸張率 ⁽²⁾	中国	△85%
	北米	△5%

- (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

- 中国撤退は年内中に完了予定



第3四半期

- THREEは、新店・既存店ともに好調で約50%増収
- decenciaは、顧客数が順調に拡大し約60%の増収
- pdc、フューチャーラボの株式譲渡を決定
(10月3日公表、現時点では譲渡完了前)

Q3	実績(百万円)	前年同期比*
売上高	11,089	+25.9%
営業利益	806	+846
主な指標		
THREE	国内百貨店カウンター数	33
	国内直営店・その他店舗数	47
	海外店舗数 (タイ、台湾、インドネシア、マレーシア、香港)	23

*営業利益の前年同期比は差額(百万円)

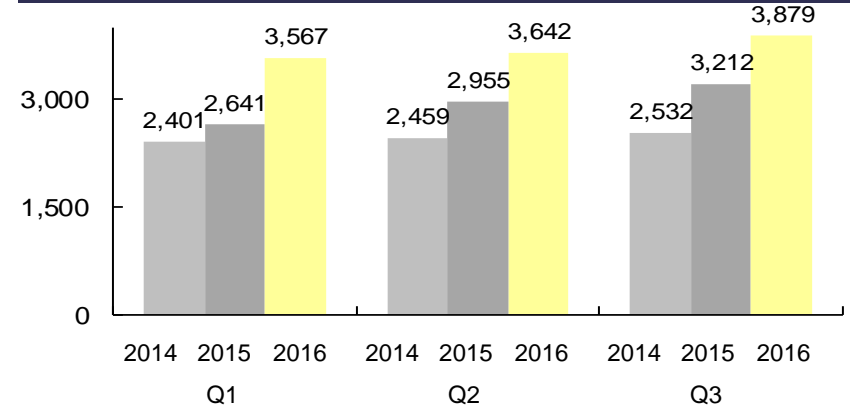
トピックス

- THREE
7月 EC販売を開始
9月 香港へ進出
共に、計画以上の進捗

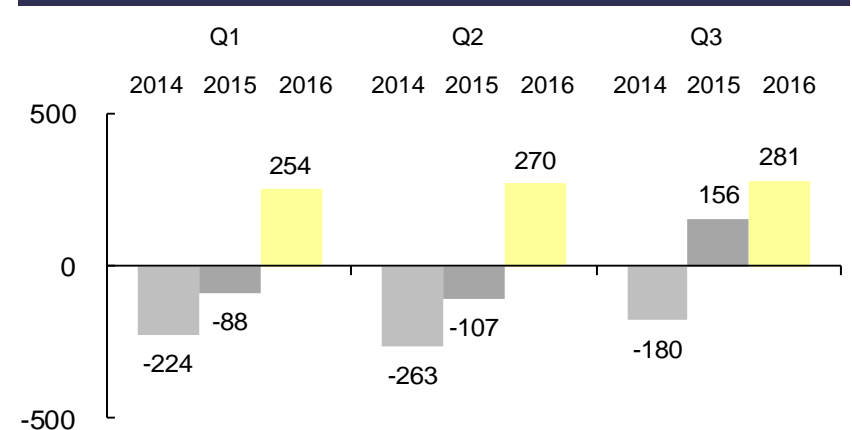


THREE 公式オンラインショップ サイト

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. 2016年12月期の見通し・取組み
4. トピックス・ご参考

中期経営計画の達成、7期連続の増収・営業増益を目指す

(百万円)	2016年 通期計画	前年同期比		2016年 Q3実績	前年同期比	
		増減額	率(%)		増減額	率(%)
連結売上高	223,000	8,211	3.8%	159,150	6,647	4.4%
ビューティケア事業	206,000	5,429	2.7%	147,308	5,302	3.7%
不動産事業	2,900	△51	△1.8%	2,285	87	4.0%
その他	14,100	2,833	25.2%	9,556	1,257	15.2%
営業利益	26,000	3,488	15.5%	18,310	3,062	20.1%
ビューティケア事業	24,800	3,509	16.5%	17,703	3,575	25.3%
不動産事業	1,300	34	2.7%	1,188	277	30.5%
その他	600	306	104.2%	△197	△596	—
全社・消去	△700	△360	—	△384	△193	—
経常利益	25,300	2,940	13.2%	17,450	2,046	13.3%
親会社株主に帰属 する当期純利益	17,200	3,104	22.0%	12,294	3,036	32.8%

【計画の前提】

- ・下期のインバウンド売上は前年より微減の約70億円弱を見込む
- ・pdc、フューチャーラボの株式譲渡による影響は、クロージング前につき上記業績見通しには織り込んでいません

【想定為替レート】

豪ドル=82円(前期91.06円)
 米ドル=112円(前期121.04円)
 中国元=17円(前期19.21円)

	2015年	2016年(予定)
株主還元	年間150円 連結配当性向 58.8%	年間200円(中間90円、期末110円) 連結配当性向64.3%
設備投資	12,074百万円	8,000百万円
減価償却	6,528百万円	7,000百万円~8,000百万円

2014年～2016年中期経営計画達成に向けて

基幹ブランドの安定成長とグループ収益牽引

POLA

- 基幹商材「B.A」の限定品や高額美容液を中心に展開
- 日本では史上初のシワを改善する医薬部外品
リンクルショットメディカルセラムの拡販に向けた戦略投資を実施

ORBIS

- 顧客単価改善に向け、限定品などのクロスセル商材投入や顧客とのコンタクト機会を増加し、購入点数UPを図る



POLA B.A プレシャスボックス

海外ブランドの高成長持続と収益貢献

Jurlique

- 年末商戦に向け、クリスマス商材を中心にリピート顧客を活性化
- 中国の既存店成長と店舗効率向上を目指す

H2O+
BEAUTY

- プレステージ性の高い北米チャンネルにリソースを集中し、リテール売上を拡大することで収益性を改善



Jurlique ハンドケアコレクション

育成ブランドの売上成長と収益化

T H R E E

- 秋冬向けに発売する新商品を軸にマーケティングを展開

DECENCIA

- 11月より新ブランディングを開始、主力の「アヤナス」をフルリニューアル

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 2016年12月期の見通し・取組み
4. トピックス・ご参考

2016年第4四半期に、pdcとフューチャーラボの全株式を譲渡完了予定

【狙い】

- ・マルチブランド戦略に基づく、ブランドポートフォリオ見直し
- ・長期ビジョン「高収益グローバル企業」と、営業利益率業界トップ水準(13~15%)の実現
- ・国内事業の更なる収益基盤強化 + 資本効率改善 = 企業価値向上に向けた取り組みの一環



次期中期計画にて新ブランドの立ち上げなど、ブランドポートフォリオの充実を図る



あなたのために、ミツバチと
山田養蜂場
YAMADA BEE FARM
【譲渡先】

- ・スキーム : 100%株式譲渡
- ・譲渡価額 : 1,200百万円
- ・売上高 : 2,704百万円(2015年12月期)
- ・営業利益 : 8百万円
- ・純利益 : 2百万円
- ・株式譲渡日 : 12月上旬予定
(クロージング予定日)



PFI
PHARMA FOODS INTERNATIONAL CO., LTD.
株式会社ファーマフーズ
【譲渡先】

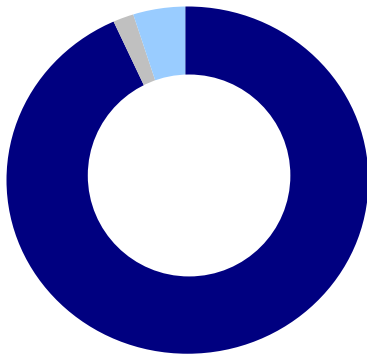
- ・スキーム : 100%株式譲渡
- ・譲渡価額 : 1,200百万円
- ・売上高 : 1,351百万円(2015年12月期)
- ・営業利益 : △234百万円
- ・純利益 : △144百万円
- ・株式譲渡日 : 11月上旬予定
(クロージング予定日)

・今期業績への影響見込み : 売上高 : 約△700百万円 営業利益 : 約△50百万円 純利益 : 約+1,000百万円
(特別利益+税戻り)

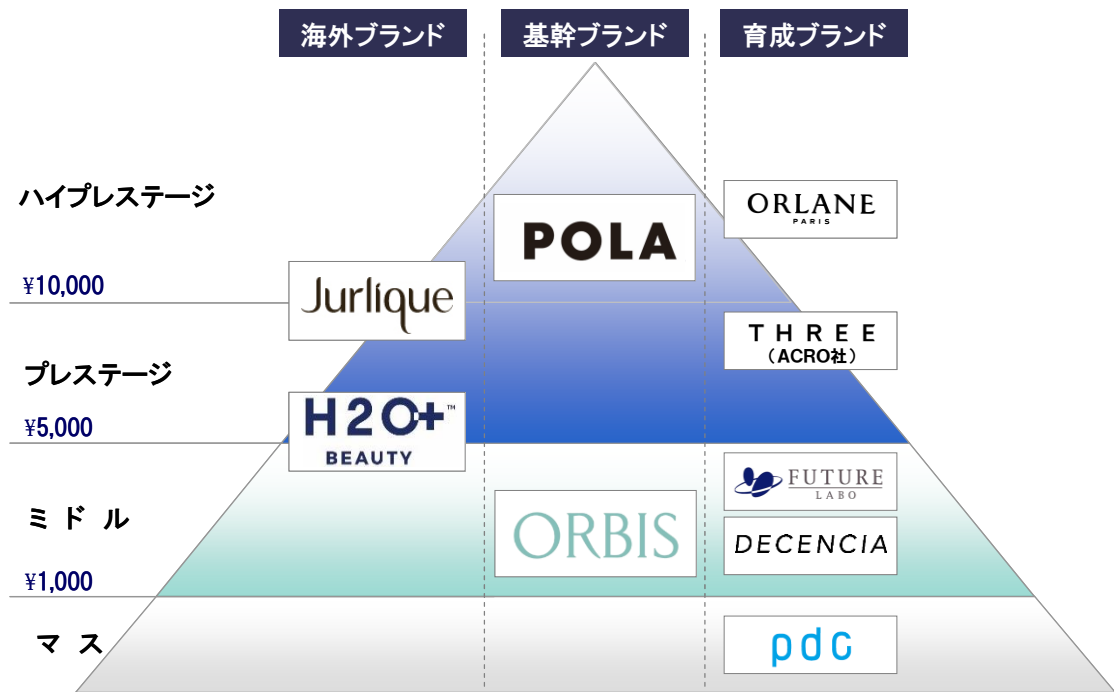
■ 上記の業績への影響は、クロージング前につき、現時点では業績予想には織り込んでいません。
(2016年第4四半期に譲渡完了を予定。その後、連結対象から除外)

主軸のビューティケア事業にて9つのブランドを展開

2015年12月期
連結売上高 2,148億円



- ビューティケア事業 93%
- 不動産事業 2%
- その他事業 5%
(皮膚科医薬品・ビルメンテナンス)



グループの強み

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 | | <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 |
|---|--|--|

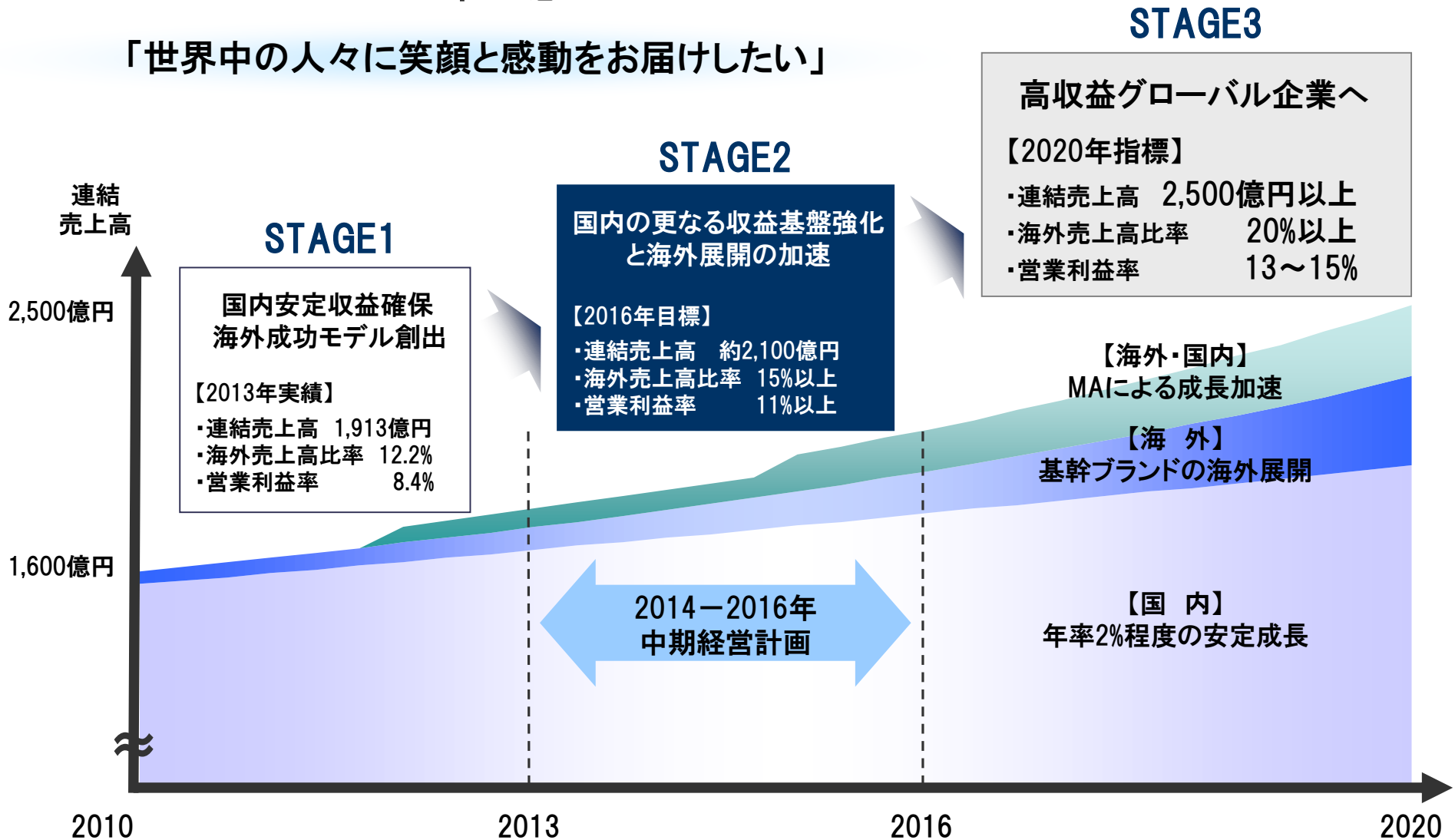
	売上 構成比*	ブランド	コンセプト・商品	価格	販売チャネル
基幹 ブランド	55%	POLA	<ul style="list-style-type: none"> ■ ハイプレステージスキンケア ■ エイジングケア、ホホワイトニング領域に強み 	約¥10,000 以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ ビューティーディレクターを介した委託販売: ポーラ ザ ビューティー (PB) エスティン、従来型訪販 ■ 百貨店
	28%	ORBIS	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「オイルフリー」という独自のコンセプトに基づくスキンケア ■ 幅広い年齢層に対応するエイジングケアのラインアップ 	¥1,000～ ¥3,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ ネット通販 ■ その他通販 ■ 店舗
海外 ブランド	9%	Jurlique	<ul style="list-style-type: none"> ■ オーストラリアのプレステージオーガニックスキンケア 	約¥5,000 以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 百貨店、直営店 ■ 免税店
	2%	H2O+ BEAUTY	<ul style="list-style-type: none"> ■ 海藻等海洋成分を原材料としたスキンケア 	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		T H R E E	<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、直営店 ■ 専門店、ネット通販
		pdG	<ul style="list-style-type: none"> ■ マス向けのリーズナブルな価格帯のスキンケア 	約¥1,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ ドラッグストア、GMS ■ バラエティストア
	6%	FUTURE LABO	<ul style="list-style-type: none"> ■ ユニークな特徴を持つ化粧品 	¥3,000～ ¥6,000	<ul style="list-style-type: none"> ■ TV通販
		DECENCIA	<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
		ORLANE PARIS	<ul style="list-style-type: none"> ■ フランスのハイプレステージスキンケア ■ エイジングケアに強み 	約¥10,000 以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 百貨店 ■ 専門店

(百万円)	2014年 実績	2015年 実績	前期比	
			増減額	率(%)
連結売上高	198,094	214,788	16,693	8.4%
ビューティケア事業売上高	184,475	200,570	16,095	8.7%
ポーラブランド	99,571	109,352	9,780	9.8%
オルビスブランド	52,302	56,354	4,051	7.7%
Jurliqueブランド	17,600	18,390	789	4.5%
H2O PLUSブランド	4,876	3,944	△931	△19.1%
育成ブランド	10,123	12,529	2,405	23.8%
連結営業利益	17,683	22,511	4,827	27.3%
ビューティケア事業営業利益	16,535	21,290	4,754	28.8%
ポーラブランド	8,583	12,302	3,719	43.3%
オルビスブランド	10,792	11,197	404	3.7%
Jurliqueブランド	△445	△379	66	-
H2O PLUSブランド	△1,435	△1,814	△378	-
育成ブランド	△958	△15	943	-

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)

企業理念

「世界中の人々に笑顔と感動をお届けしたい」



2020年ビジョン達成に向けたステージ2。

国内の更なる収益基盤強化と海外展開の加速、資本効率改善による企業価値向上をめざす。

【売上高】

- 連結売上高 ⇒ 年平均成長率 **3~4%**
(2016年 約2,100億円)
- 海外売上高比率 ⇒ 2016年 **15%** 以上

【営業利益】

- 営業利益額 ⇒ 年平均成長率 **15%** 以上
- 営業利益率 ⇒ 2016年 **11%** 以上

【資本効率】

- ROE目標値 ⇒ 2016年 **8%** 以上
9%に上方修正

【株主還元】

- 連結配当性向 ⇒ 2014年以降 **50%** 以上

