

平成 29 年 2 月 14 日

各 位

会 社 名 株式会社ポーラ・オルビスホールディングス
代表者名 代表取締役社長 鈴木 郷 史
(コード番号:4927 東証第一部)
問合せ先 取締役広報・IR担当 藤 井 彰
(TEL. 03-3563-5517)

ポーラ・オルビスグループ 2017～2020年中期経営計画について

当社は、2017年度から2020年度のグループ新4ヶ年中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。

ポーラ・オルビスグループは、2020年に向けた長期ビジョンを掲げており、2017～2020年中期経営計画はその最終ステージとなります。本中期計画では、「国内の収益性向上」「海外事業全体での黒字化」「次世代の成長ブランド構築」を目指し、引き続き経営基盤の強化と、資本効率改善による企業価値向上を目指してまいります。

今後も市場やお客さまのニーズの変化に応じて変革を続け、独自の魅力を持った企業へ成長するため、グループ一丸となって達成に向けて邁進してまいります。

記

1. 2017～2020年 中期経営計画

(1) 基本方針 「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」

(2) 経営指標

・連結売上高	:年平均 3～4%の成長(2020年 2,500億円)
・営業利益額	:年平均 10%以上の成長
・営業利益率	:2020年 15%以上
・資本効率	:2020年 ROE 12%
・株主還元	:2017年12月期から連結配当性向60%以上

(3) 5つの重点戦略

①基幹ブランドの安定成長とグループ収益牽引

(POLAブランド)	長期的な安定成長につながる事業基盤強化
(ORBISブランド)	創業30周年に向けたブランド進化による更なる成長と収益性向上

②海外事業全体での黒字化必達

(Jurliqueブランド)	ブランド戦略の強化、製品ポートフォリオの見直しとサプライチェーン再構築の完遂により、アジアを中心に利益ある事業成長を目指す
(H2O PLUSブランド)	選択的な市場拡大と新製品の投入、ブランドリステージ完遂による早期の利益貢献
(基幹ブランド)	重点国に絞った成功モデル構築と効率化による収益改善

③育成ブランドの拡大成長、新規ブランド創出、M&A

- (THREEブランド) ブランドを更に研ぎ澄まし、戦略的商材・チャンネル展開や地域拡大による事業拡大
- (DECENCIAブランド) 利益体質の強化を継続し、ブランド構築によるターゲット市場での地位確立
- (新規ブランド) 新規ブランド創出に向けて始動し、引き続きM&Aは重点戦略と位置付け
有力なブランド探索を実施

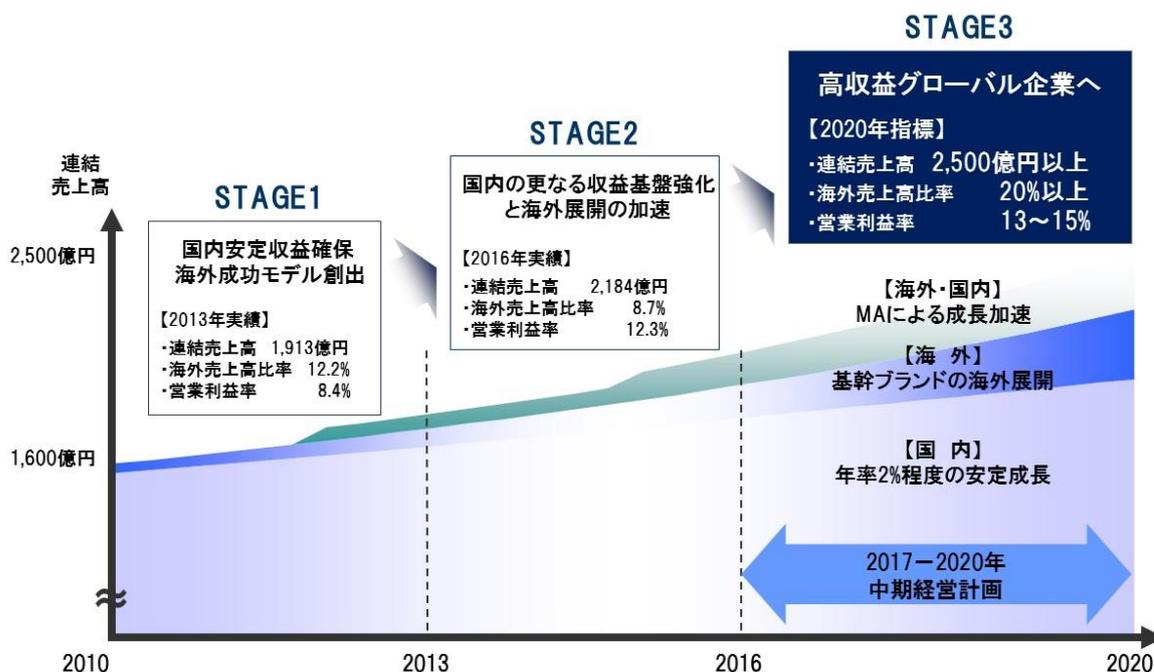
④経営基盤の強化(研究・人材・ガバナンス強化)

- (研究開発) エイジングケア・ホワイトニング領域での新規素材開発
- (人材) グループ横断型研修による継続的な経営幹部人材の育成
グローバル人材の確保(海外事業会社への派遣、積極的な採用)
グループ全体で人材を育成していくためのグループ人事戦略の実行
- (ガバナンス) 当社独自の取締役会実効性評価システム構築や、投資家との対話充実など
コーポレートガバナンスを高度化

⑤資本効率の更なる向上と株主還元の充実

- (資本効率) 収益性向上と資本効率向上によるROE向上
- (株主還元) 連結配当性向60%以上をベースとし、安定的な配当を継続的に実現

【参考】 2011年発表 長期ビジョン <2020年 目指すべき姿>



以上