

第16期
株主通信

秋号

(2021年1月1日~6月30日)





目次

- P1 ごあいさつ
 - P2 社長インタビュー
 - P4 2021年News
 - P5 ポーラ海外ビジネス
2023年には売上高300億円規模へ
 - P7 「敏感肌」というフィルターを通すと
現代の女性たちの本質が見えてくる
 - P9 財務情報
 - P11 営業概況
 - P13 2021-2023年中期経営計画
 - P14 株式の状況/株主メモ/会社概要
- 裏表紙 ポーラ・オルビスグループの文化活動

ごあいさつ

株主の皆さまには、平素より格別のご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

第16期第2四半期(2021年1月1日~6月30日)の国内化粧品市場は、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響により、引き続きインバウンド需要の大幅な減少、店舗の休業や時短営業に加えて外出自粛等の要請を受け、消費マインドの低下を余儀なくされましたが、ECをはじめとする通販事業は引き続き堅調に推移しました。海外化粧品市場においても、先行き不透明な状況が続いておりますが、当社グループが重点地域に定めている中国市場では、経済は次第に回復に転じ、経済活動が本格的に再開されて以降、個人消費は前年水準を上回る状況が続いております。

このような市場環境のもと、2021年からスタートした新中期経営計画に基づき取り組みを進めております。引き続き、社員一人ひとりの個性と感性を最大限経営に活かし、激変する社会環境の中でチャンスを見出してみたいと思っております。

ここに、ポーラ・オルビスホールディングスの第16期第2四半期の株主通信(秋号)をお届けいたします。ご覧いただきますようお願い申し上げます。

代表取締役社長 鈴木 郷史

Q 上期の業績と取り組みの振り返りを
お願いします。

好調なポーラ海外の売上成長に加え、コロナ禍を踏まえ積極的にECチャンネルへのマーケティング投資にシフトした結果、各ブランドのECが伸長し、増収増益となりました。

ポーラでは、大型商品のリニューアルとして、シワを改善する医薬部外品である「リंकルショット」、さらに「ホワイトショット」シリーズから新美白美容液を発売しました。これらの新商品をきっかけとして、委託販売チャンネルでは既存顧客の単価アップが、ECチャンネルでは主力スキンケアでの新規獲得が進み、大きく成長しています。

一方、オルビスは減収減益となりましたが、戦略商品である「オルビス ユードット」や、4月に発売した「リंकルホワイト UV プロテクター」は好調です。スキンケアでのコアターゲットの獲得と構造改良は着実に進んでいます。

海外事業は、ポーラ海外の好調が継続していることに加え、海外ブランドの構造改革による損失改善が進み、グループ全体で黒字化しています。

Q 現状の課題と下期の取り組みを
お聞かせください。

ポーラの国内では、新規顧客の獲得と既存顧客の活性化が課題です。新規顧客においては、昨年より進めているビューティーディレクターのワークショップやカウンセリングなど、オンライン領域での活動を一層強化します。また、アプリの開発など新たに潜在顧客とのデジタルでの接点づくりと顧客導線の整理も進めています。既存顧客向けには、強みであるお客さまとの関係性の強化にオンラインも活用し、チャンネルシームレスな顧客体験の提供を進めます。また、これまでの強みであるカウンセリング、エステを軸にした体験価値を提供することでリピートを促進します。

オルビスでは、既存顧客の稼働が想定より低い点が課題です。購入点数の回復を狙い、高付加価値商品で集中的にアプローチし、ライフタイムバリューの向上に取り組んでいきます。

育成ブランドのTHREE、Amplitude、ITRIM、FIVEISM × THREEは利益構造を良化させる狙いで、抜本的な構造改革を実行しています。店舗やバックオフィスの統合により、ブランド運営機能を見直して効率化します。

Q 2021-2023年中期経営計画について お聞かせください。

新型コロナウイルスをきっかけとした新しい生活様式
の浸透・定着、デジタル化の加速、消費者の購買行動
の変化などは後戻りすることなく、今後も進むと考えら
れます。そのような急激な外部環境変化・トレンドの加
速の中、当社の強みである「ダイレクトセリング」「スキ
ンケア」「マルチブランド」をさらに進化させ、持続的な
成長に向けて課題解決に取り組みます。

最終年である2023年をターゲットに2019年水準を
超える業績に到達するため、短中期の課題としてチャ
ネル構造改革、DXのスピード加速などを推進してい
きます。例えば、ポーラではお客さまとのエンゲージ
メント強化や利便性向上を目的とし、チャンネル横断のデジ
タルプラットフォームを構築します。オルビスでは、ECへ
のシフトを加速し、AIを使ったオルビス独自のアプリを
コアに、よりパーソナライズされたコミュニケーションを
充実させます。また、同時に、ポートフォリオの強化と新
領域拡張も着実に進めていきます。具体的には、美容
医療領域への事業参入タスクフォースの編成やコーポ
レートベンチャーキャピタル事業投資先とのオープンイ
ノベーションの取り組みなどが動き出しています。

2021年に計画していた2029年、創業100周年まで

の長期ビジョンの発表は1年延期し、2022年春に発表す
る予定です。株主の皆さまのご期待にお応えできるもの
にするべく、一層の努力をもって計画化していきます。

目目 2021-2023年中期経営計画の概要については、13ページをご覧ください。

Q 株主の皆さまへのメッセージを お願いします。

利益還元につきましては、当期の中間配当は1株に
つき20円とさせていただきます。

第3四半期以降も、人材開発や女性活躍などのダイ
バーシティに取り組むとともに、コスト構造や働き方の
合理化などを進め、コロナ禍における社会環境の変化
をチャンスに変えていきたいと思えます。株主の皆さま
には、今後とも一層のご支援を賜りますようお願い申し
上げます。



1月



POLA

日本初シワを改善する
薬用化粧品がさらなる進化を遂げリニューアル、
新「リンクルショット メディカル セラム」誕生

4月



トリコ株式会社
代表取締役社長 花房 香那

FUJIMI

パーソナライズビューティケアブランド
「FUJIMI」を展開するトリコ株式会社の株式取得

4月



ORBIS

“自分の肌だけに向き合える”
パーソナライズスキンケアサービス
「cocktail graphy」開始

8月

POLA

日中の過酷な肌環境を
ポジティブに活かすという発想で、
生命感あふれる水ハリ艶*へ。
新「B.A. ベースメイク」誕生

*うるおいによるハリ感と艶のある仕上がり



8月

Amplitude

“大人の女性”のための「カラフル」
秋冬コレクション発売



9月

THREE

<もの>と<こと>を通じて、
より洗練された<ひととき>を提供する
複合型サブスクリプションサービス
「THREE SYNCOPATION」誕生



※サービス開始が延期になりました。開始時期につきましては、THREEにお問い合わせください。

ポーラ海外ビジネス 2023年には売上高300億円規模へ



POLA

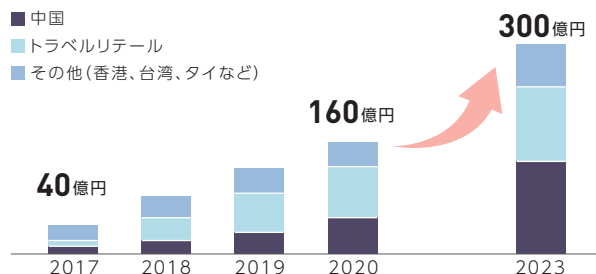
ポーラの海外ビジネスは、アジア圏を中心に7つの国と地域*で展開しています。インバウンド人気を契機に中国におけるブランド認知が広がり、前中期経営計画(2017-2020年)期間で約4倍の売上高に伸長しました。 ※2021年6月末現在

利益を伴った持続的な売上成長を実現

新中期経営計画では、「海外事業の利益ある成長」を重点戦略の一つに掲げており、その中心となるのがポーラの中国市場・トラベルリテール市場での拡大です。

国内外で新型コロナウイルスの影響が続く中、2021年上期は、中国で3月に発売した新「B.A」*が好調に推移し、売上高は前年同期比+54.6%と引き続き大きく躍進しています。2023年には売上高300億円規模を目指し、ポーラの業績のみならずグループの連結業績を力強く牽引していきます。 ※日本では2020年9-10月発売

海外売上高推移



2021-2023年年平均成長率

20 ~ 25%

日本に先駆けてOMOを実現

最重要マーケットである中国市場においては、「B.A.」をはじめとするポーラ独自の高付加価値商品や店舗でのフェイシャルエステを軸とした価値訴求を徹底し、中国市場のお客さまのライフタイムバリューの最大化を目指したマーケティングを展開します。

ECでは、ライブコマースなどデジタルマーケティングを積極的に活用してブランド認知を広め、リアル店舗ではお客さまとの結びつきを重視することで、リピートを促します。喫緊の課題は、顧客接点のさらなる拡充です。百貨店カウンターに加え、フェイシャルエステを提供する店舗など独自性あるチャネル展開を推し進め、2023年には中国で120店舗体制（免税店含む）を目指します。

ECと店舗の両輪で激化する競争を勝ち抜き、さらなる成長を実現していきます。



上海国金中心商場 (ifc mall) 店

中国海南島の免税店に進出

2021年1月、ポーラ・オルビスグループのトラベルリテールビジネスを統括する新会社として、POLA ORBIS Travel Retail Limited (POTRL) を香港に設立。POTRLは、グループ各ブランドにおけるトラベルリテールビジネスのリソースや強みを統合し、意思決定のスピードアップを目的とした新組織です。7月には、内需拡大や税制緩和などにより力強い成長を続けている中国海南島のCDF Haikou Downtown Duty Free Shopに、ポーラの免税店第1号をオープンしました。引き続き、グループの総力をあげて、今後も高い成長が見込める中国海南島やその他エリアを含めた中国免税市場への出店を加速していきます。ぜひご期待ください。



CDF Haikou Downtown Duty Free Shop (外観)

「敏感肌」というフィルターを通すと 現代の女性たちの本質が見えてくる

DECENCIA

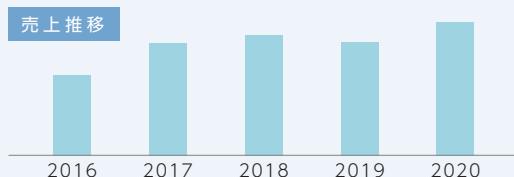
2021年1月、DECENCIAの新社長に山口裕絵が就任。コロナ禍による環境変化が著しい市場の中、どのようなブランド展開を目指すのか、語っていただきました。



株式会社DECENCIA
代表取締役社長 山口 裕絵
1999年ポーラ入社。宣伝・デザイン、商品企画を担当し、2018年ポーラ執行役員に就任。2021年1月DECENCIA代表取締役社長に就任。

コロナ禍ニューノーマルで敏感肌需要が拡大、EC利用者が飛躍的に増加

敏感肌化粧品ブランド、DECENCIAは、EC・サブスクリプションというビジネスモデルで提供価値を明確にした市場発信を行い、展開を進めてきました。昨年からの新規顧客獲得数積み上げにより、2021年12月期第2四半期の売上高は前年同期比+7.8%となりました。



ビジネスで最も大事なことは人のマインド

ポーラでは商品開発やマーケティングを手がけてきましたので、社長に就任して初めて経験することが多く、この半年間はとても長く感じました。しかし、ビジネスで最も大事なことは人のマインドで、それはどのブランドでも変わりません。

DECENCIAは敏感肌に悩む家族を持つ研究員から生まれたベンチャー企業で、ECを軸に発展してきました。コロナ禍でEC市場は活況ですが、次の進化がなければ市場で勝ち抜くことはできません。社員には、これまでの成功体験を疑い、変革していくマインドが求められますが、そのような人材のマインドチェンジこそ社長の仕事だと思います。

“敏感肌×エイジング”ケアのコンセプトと その強みにまだ出会えていない女性たちに

DECENCIAの強みは、敏感肌とエイジングを掛け合わせたケアをコンセプトとしていることと、肌の変化を確かに実感できる品質力です。社会環境が劇的に変化し、女性が抱えるストレスが増えている現代では、敏感肌は特定の肌だけに起こるトラブルではなくなっています。私はDECENCIAがそんな女性たちにとって確かなソリューションになると確信していますが、その女性たちの多くとはまだまだ出会えていない実感があります。

今後はブランドの価値をさらに明確にし、深く共感していただけるコミュニケーションへと変えていく必要があります。そこで課題となるのが、プレステージコスメが持つブランド力とECというビジネスモデルの強みをより一層融合させること。これからの時代にフィットできるこのブランドのアセットを活かし、コロナ禍の変化を後押しに、私たち自身の常識や定石を疑い、新しいゴールを設けて突き進みます。

社員の「3つの努力」によって、 女性の本質的な悩みを解決するブランドに

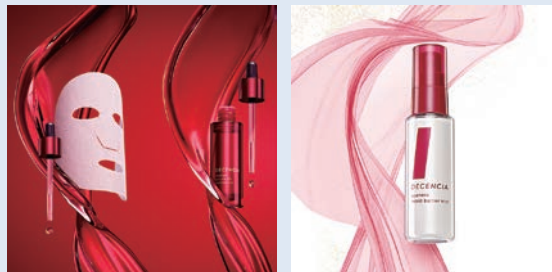
日頃、社員と話す中で強調していることは「新たな挑戦をし、変化を起こそうとする努力」「トレードオフに陥らず、プレクスルーしようとする努力」「仲間を理解しようとする努力」です。この3つを当社の人材ポリシーにも入れました。

「敏感肌」というフィルターを通して社会を見てみると、取り巻く環境の変化に翻弄されながらも自分らしくあろうとする女性たちをより繊細に捉えることができます。例えば、女性活躍という光の裏側には、ストレスで肌が敏感に傾くという影が見えてきます。それでも光を目指して努力する女性たちを応援したい、影の部分に解決策を提供していきたい。DECENCIAはこれからも、女性が遭遇する悩みとその本質的な原因にいち早く気づき、これまでにない解決策を提案し続けるブランドでありたいです。

DECENCIA

「敏感肌は、どこまでも美しくなれる。」をコンセプトに、低刺激でありながら敏感肌の方でも安心して使用できるエイジングケアや美白の機能を備えた商品をEC・サブスクリプションで展開しています。エイジングケアシリーズのアヤナス、美白ケアシリーズのサエル、プレミアムシリーズのディセンシー、センシティブケアシリーズのつつむなどがあります。

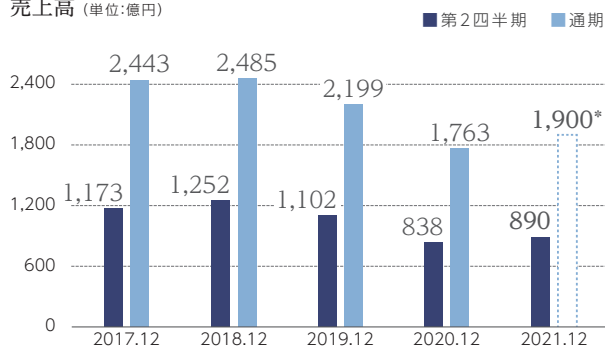
アヤナス2021年発売の新商品。敏感肌特有のシワにアプローチしたリンクルO/フェイスマスク コンセントレート(左)、肌を刺激から守るモイストバリア ミスト(右)



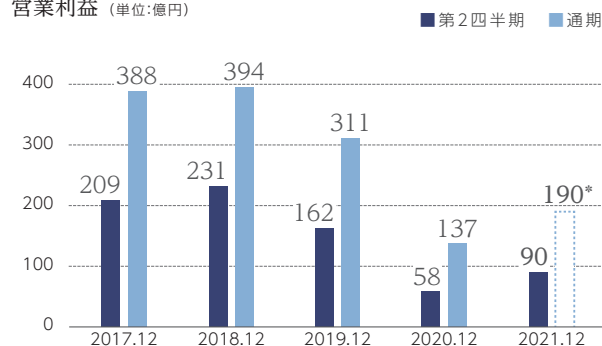
財務情報

財務ハイライト

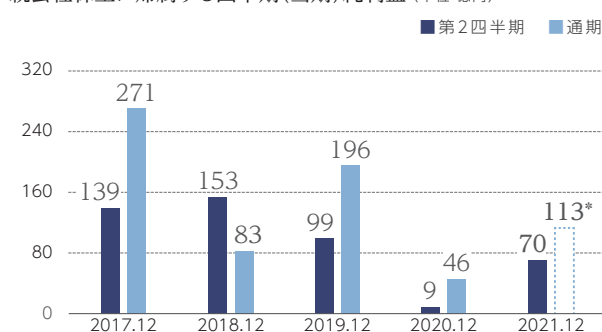
売上高 (単位:億円)



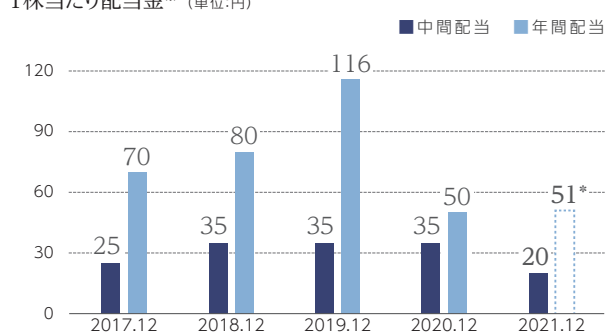
営業利益 (単位:億円)



親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益 (単位:億円)



1株当たり配当金* (単位:円)



*の数値は見通しです。

2021年12月期の見通し

(2021年7月30日時点)

上期は、売上高・営業利益ともに前年同期を上回りました。緊急事態宣言の長期化による先行き不透明な状況が続いていますが、好調なポーラの国内EC事業、海外事業強化による利益構造の良化を図り、通期計画達成を目指します。

売上高	1,900億円 (前期比 107.8%)
営業利益	190億円 (前期比 138.2%)
親会社株主に帰属する当期純利益	113億円 (前期比 244.0%)
年間配当金	51円 (見通し)

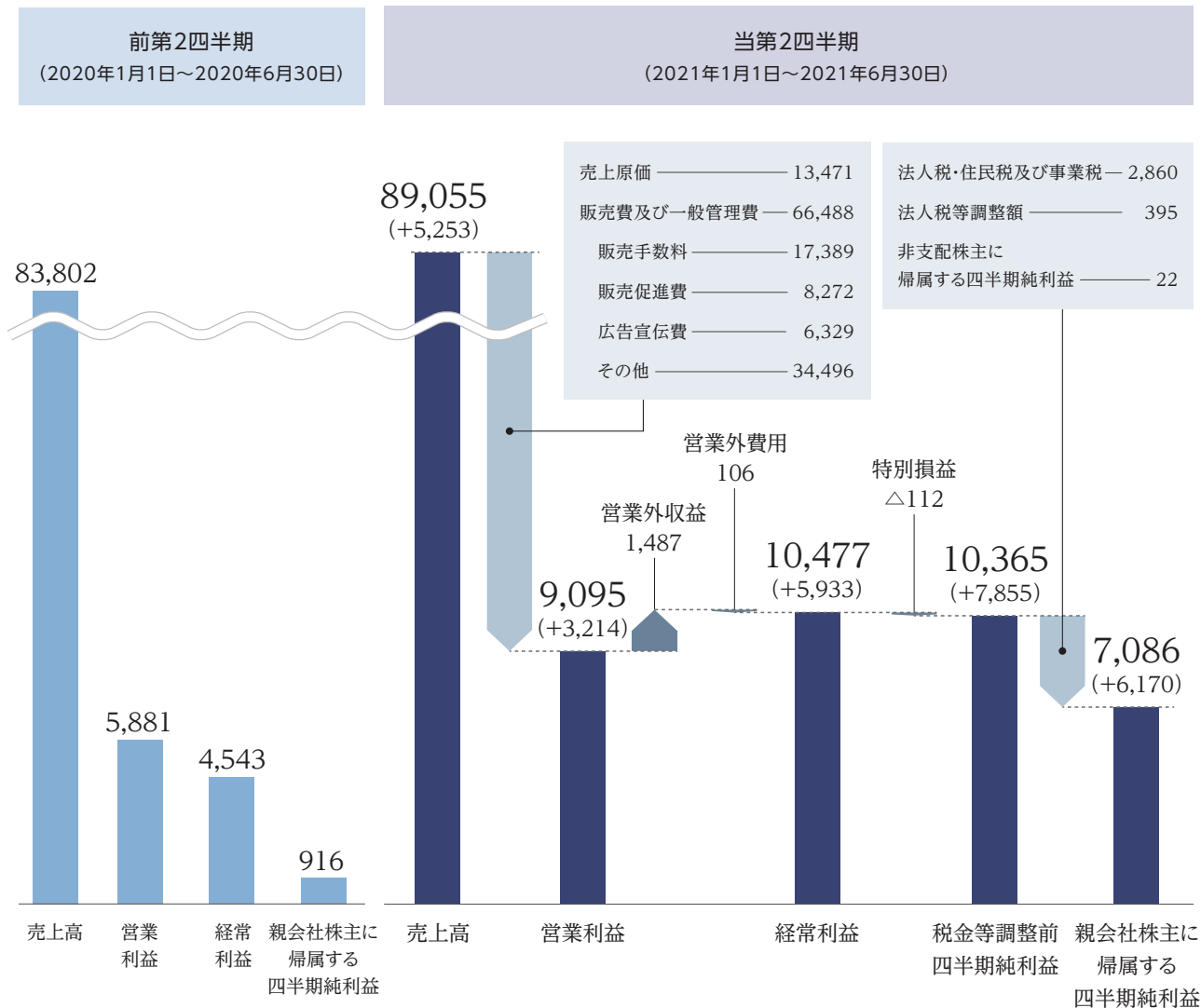
※当社は、2017年4月1日を効力発生日として普通株式1株につき4株の割合で株式分割を行っています。2017年12月期の配当金につきましては、分割後の株式に対するものです。

連結損益計算書の概要 (2021.1.1~2021.6.30)

(単位:百万円)

※ グラフを見やすくするため、数値と高さは比例していません。

※ ()内数字は前年同期比増減



営業概況

2021年12月期第2四半期の連結業績をご報告いたします。

ビューティケア事業

売上高は、オルビスが減収したものの、ポーラ的大幅増収により前年同期を上回る。営業利益は、粗利増およびポーラのチャンネル構造変化により増益。

売上高

86,819百万円
(前年同期比 106.7%)

営業利益

9,133百万円
(前年同期比 172.7%)

POLA

売上高

53,026百万円
(前年同期比 110.6%)

営業利益

8,846百万円
(前年同期比 229.2%)

既存顧客のうちロイヤリティの高い顧客は高稼働を維持。国内EC売上は新規顧客・既存顧客ともに伸長。海外では中国が引き続き好調に推移。



ORBIS

売上高

21,986百万円
(前年同期比 96.5%)

営業利益

2,868百万円
(前年同期比 70.7%)

既存顧客の稼働低下が継続し減収減益。一方、高価格帯の「オルビス ユードット」や新商品が好調で商品平均単価は前年同期を上回る。



Jurlique

売上高

3,426百万円

(前年同期比 131.4%)

営業利益

△935百万円

(前年同期より
629百万円改善)

自社ECの売上伸長や中国、香港の営業活動の回復により増収。
構造改革による固定費の削減で営業損失が縮小。

H2O+

売上高

414百万円

(前年同期比 102.2%)

営業利益

△350百万円

(前年同期より4百万円減)

ホテルアメニティ事業は取引先の段階的な営業再開により増収。営業損失は、新規顧客獲得の投資拡大により前年同期をわずかに下回る。

育成ブランド

THREE DECENCIA

Amplitude

ITRIM

FIVEISM

x

FUJIMI

THREE

売上高

7,965百万円

(前年同期比 104.1%)

営業利益

△1,295百万円

(前年同期より
575百万円減)

店舗が主力のTHREEは、緊急事態宣言による客足減少を受け苦戦したものの、昨年の全国的な休業の反動により増収。FUJIMIはテレビCMを放映しブランド認知拡大に注力。

※FUJIMIブランドを展開するトリコ株式会社は2021年4月より連結対象

■ 不動産事業

一部テナントの退去により、売上高、営業利益ともに前年同期を下回る。

売上高

1,053百万円

(前年同期比 86.0%)

営業利益

186百万円

(前年同期比 37.1%)

■ その他

ビルメンテナンス事業の受注件数増加により、売上高、営業利益ともに前年同期を上回る。

売上高

1,182百万円

(前年同期比 100.6%)

営業利益

27百万円

(前年同期比 183.6%)

2021-2023年中期経営計画

短中期の課題解決および長期的な成長につながるポートフォリオの構築に取り組む新たな中期経営計画を策定し、その達成に向けて動き始めています。そして、2023年経営指標達成に向け、5つの重点戦略に取り組んでいきます。

重点戦略

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

2023年 経営指標

売上高

連結売上高

2,150 ~
2,250 億円

年平均成長率
7~9%

海外売上高比率

20 ~ 25 %
(2020年
12月期15%)

年平均成長率
20~25%

国内EC売上高比率

30 %
(2020年
12月期24%)

営業利益

営業利益率

15 % 以上

営業利益額

年平均成長率 30 % 以上

資本効率

ROE
12 %

株主還元

連結配当性向
60 % 以上

株式の状況 (2021年6月30日現在)

発行可能株式総数 800,000,000株
発行済株式の総数 229,136,156株
株 主 数 45,356名

大株主(上位10位)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
公益財団法人ポーラ美術振興財団	78,616	35.50
鈴木 郷史	50,625	22.86
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	7,460	3.37
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	7,343	3.32
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051	4,951	2.24
中村 直子	4,770	2.15
鈴木 宏美	3,113	1.41
MSIP CLIENT SECURITIES	2,493	1.13
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	2,222	1.00
SMBC日興証券株式会社	1,661	0.75

- (注) 1. 所有株式数は単位未満を切り捨てて表示しております。
2. 上記のほか当社所有の自己株式7,662千株があります。なお、自己株式には役員報酬BIP信託口が保有する当社株式244千株を含んでおりません。
3. 持株比率は自己株式を控除した発行済株式の総数で算出しております。

株主メモ

事業年度：毎年1月1日から12月31日まで

定時株主総会：毎年3月

定時株主総会の議決権の基準日：12月31日(その他必要があるときには、あらかじめ公告する一定の日)

期末配当の基準日：12月31日

中間配当の基準日：6月30日

1単元の株式数：100株

証券コード：4927

株主名簿管理人：東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
三菱UFJ信託銀行株式会社

同事務取扱場所：東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

会社概要 (2021年6月30日現在)

商号 株式会社ポーラ・オルビスホールディングス
POLA ORBIS HOLDINGS INC.

設立 2006年9月29日

資本金 100億円

従業員数 (連結)4,394名 (単体)165名
*従業員数は就業人員数(派遣出向者を除き、受入出向者を含む)

事業内容 グループ全体の経営管理

本店所在地 〒141-0031
東京都品川区西五反田二丁目2番3号
(実際の業務は東京都中央区銀座一丁目7番7号で行っております)

役員一覧

代表取締役社長	鈴木 郷史	社外取締役	小宮 一慶
常務取締役	久米 直喜	社外取締役	牛尾 奈緒美
取締役	藤井 彰	社外取締役	山本 晶
取締役	横手 喜一	監査役	河本 秀樹
取締役	小林 琢磨	社外監査役	佐藤 明夫
		社外監査役	中村 元彦

■ 株式に関するマイナンバー制度のご案内

市町村から通知されたマイナンバーは、株式の税務関係の手続きが必要となります。このため、株主さまからお取引の証券会社等へマイナンバーをご提供いただく必要がございます。

公 告 の 方 法：電子公告によって行う。ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行う。

公告掲載アドレス：<https://www.po-holdings.co.jp/>

上場証券取引所：東京証券取引所 市場第一部

■ ご住所・お名前の変更、単元未満株式の買取請求、配当金受取方法の変更などについては、お取引のある証券会社にお問い合わせください。

未払い配当金のお支払いや株式事務に関する一般的なお問い合わせは、下記の当社株主名簿管理人にお申し出ください。

三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号
TEL：0120-232-711(通話料無料)

ポーラ・オルビスグループの文化活動

2021年9月3日(金)～10月10日(日)

中村 萌

「our whereabouts -私たちの行方-」

国内外で活躍する彫刻家 中村萌の国内初の大型個展。

「our whereabouts -私たちの行方-」には、今、このような状況の中で、「彷徨いながら、光を見つけ出す」という中村の想いが込められています。本展は作品を通じて、それぞれが自分に問いかけながら、自身の中にある光を探す旅となるような展覧会です。なお、今回は新作を含む、木彫と平面作品合計約20点を展示予定です。

「our whereabouts」2021年 素材/楠、ブロンズ、油彩 h1640×w880×d750mm



※状況により変更となる場合がございます。ギャラリーHP (<https://www.po-holdings.co.jp/m-annex/>) で最新の情報をご確認の上、ご来館いただきますようお願い申し上げます。

お近くにお越しの際は、
ぜひお立ち寄りください。

ポーラ ミュージアム アネックス
TEL 050-5541-8600 (ハローダイヤル)

東京都中央区銀座1-7-7 ポーラ銀座ビル 3階
開館時間 11:00～19:00 (最終入場は18:30まで)

入 場 無 料
会 期 中 無 料

ポーラ・オルビスホールディングスの株主優待

ポーラ・オルビスホールディングスでは、保有株式数と保有年数に応じたポイント制優待制度を導入しています。今年の株主優待の受付は終了いたしました。次回の株主優待は2022年3月の開始を予定しております。対象株主さまには、お申込み開始時期が近づきましたら、ご案内をお送りします。



詳細はこちらから

IRニューズメール配信にご登録ください

最新のニュースリリース、IR関連資料、説明会などのプレゼンテーションの情報を、ご登録の皆さまに電子メールにてお知らせいたします。ポーラ・オルビスホールディングスの情報をいち早く知ることができるメール配信に、ぜひ、ご登録ください。



ご登録はこちらから

株式会社ポーラ・オルビスホールディングス

〒104-0061 東京都中央区銀座1-7-7 ポーラ銀座ビル

TEL 03-3563-5517(代表) <https://www.po-holdings.co.jp/>



バイオマス
使用部位：印刷インキ
No.100014

