

株式会社 ポーラ・オルビスホールディングス
2017年12月期第1四半期 決算説明電話会議 主な質疑応答（要約）

Q1. 連結業績 増収に対して販管費の増加が少ない主な要因は。

⇒オルビスブランドの減収による変動費などの減少や、Jurlique ブランドの前期中国ビジネスモデル変更による直接負担経費の減少が主な要因。

Q2. ポーラブランド 1Qの増収額80億円の内訳は。

⇒リンクルショット メディカル セラム(以下、リンクルショット)の販売においてカニバリゼーション(他商品の減少)が想定を下回ったことによる純増売上60億円、併売効果10億円、その他の新商品売上10億円。

Q3. リンクルショット カニバリゼーションの状況は。利益貢献度はどのくらいか。

⇒カニバリゼーションは想定を下回り限定的。むしろ順調な新規顧客獲得、化粧水との併用を推奨する併売が想定以上。営業利益への貢献はポーラブランド増益額45億円のうち30億円強。
(想定以上の純増効果があったこと、前期に広告投資を寄せたためさほど1Qではコストがかからず、1Qは想定以上の利益貢献。)

Q4. リンクルショット 追加投資10億円の内容は。

⇒主に宣伝広告。基本的には商品特性を伝えることと、沢山の人の見てもらうということ。TVCM、雑誌媒体、交通広告、美容ライターへの働きかけなどが中心。

Q5. リンクルショット 来期以降の見通しは。

⇒通常ペースでは来期は減少見込み。しかし、一般的に化粧品ビジネスでは、新商品の売上は初年度が一番大きいものであり通常。(そのため、来期以降も様々な新商品やリニューアル品があり、また今期底上げされる顧客数増加もあって、ポーラ全体では安定成長が基本路線)また、将来的には海外展開も控えている。

Q6. リンクルショット 3Q計画が少し高いのは、追加投資によるものか。

⇒2Q後半~3Qにかけて実施する追加投資のレスポンスが3Qに現れる。

Q7. リンクルショット ポーラの限界利益改善はリンクルショットによる効果か。

⇒リンクルショットと高額品の併売効果によるミックス改善により原価低減・粗利が押し上げ、手数料改善効果もある。

Q8. インバウンド 具体的な内訳は。(連結インバウンド比率・ポーラ比率・リンクルショット比率 等)

⇒1Qの連結売上比率約7%、ポーラブランド売上比率約12%、リンクルショットのインバウンド比率約10%。

Q9. インバウンド 売上の状況に変化はあるか。

⇒「ホワイトショット インナーロック」など健康食品売上が若干減少し、一方で「B.A」などの化粧品売上が拡大傾向。
1Qの化粧品のインバウンド売上は前年同期比約+75%。

Q10. ポーラブランド 年間上方修正を反映した増収額の内訳は。

⇒ポーラブランドの通期売上計画は、160億円の増収に変更。内訳は、リンクルショットの純増効果100億円、併売効果30億円、その他新商品売上30億円。

Q11. オルビスブランド 減収要因は外部環境によるものか。

⇒外部環境よりもブランド自体の要因。顧客数減少が課題。主力シリーズ「アクアフォース」での新規顧客獲得が計画を下回った。来期以降の回復を見据え、2Q以降はターゲットを絞りこんだ顧客獲得投資を行う予定。

Q12. オルビスブランド 2Q以降の新商品はどのくらいの数を予定しているか。

⇒30周年記念商品なども含め、コンスタントに毎月大小5品程度(リニューアル含)を予定。

Q13. オルビスブランド 通期見通しの下方修正は顧客獲得投資を含めたものか。

⇒その通り。売上減少による変動費減少はあるが、一方で投資は実施。短期的なキャンペーン投資などではなく、リピート顧客を中心にした顧客数拡大のためのものであり、来期以降を見据えてのこと。

Q14. 育成ブランド 1Qの営業利益の見方について。

⇒THREEとDECENCIAは非常に順調。1Qは成長投資を優先。

Q15. Jurliqueブランド 営業利益について年間計画への進捗状況は。

⇒ブランドの特性上、売上・利益共に4Qの比率が大きいいため改善幅が偏る。1Qは想定内の進捗。

Q16. H2OPLUS ブランド 北米の状況は。

⇒主要店舗での販売状況は順調で在庫滞留はない。今後も新商品を予定、現時点では今期計画は達成見込み。

【注意事項】

本資料に記載の内容は、フェアディスクローズの観点から、ポーラ・オルビスホールディングス 2017年12月期 第1四半期決算 電話会議の質疑をもとに、当社の文責により趣旨を要約(順序不同・補足・補正)したものであり、その情報の正確性・完全性を保証するものではなく、今後予告なく変更される可能性があります。なお、本資料に記載されている業績見通しや将来予測などに関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績は経済情勢等様々な不確定要因により、これらの予想数値と異なる場合があります。