

**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3四半期 決算説明電話会議 主な質疑応答（要約）**

**Q1. ポーラ リンクルショット 3Qは想定通りか。**

⇒上方修正計画に対して想定通り。一方、想定を上回ったのがクロスセル効果。リンクルショットで獲得した新規顧客は従来よりも購入単価が高い傾向。加えて総顧客数も積み上がっており、来期に向け心強い結果。

**Q2. ポーラ リンクルショット クロスセル比率が上がった要因は。7月売上が少し高い理由は。**

⇒主要な美容雑誌のベストコスメを受賞した効果や、TVCMなどの追加投資に対するレスポンス、或いは販売現場でのカウンセリング効果が発揮されている。7月単月は6月末～7月に販売促進を実施したため少し高い。

**Q3. ポーラ リンクルショット 他社競合品が発売される影響は。**

⇒シワ改善訴求のマーケットを確立していく事や、業界全体で話題性が高まる好循環に期待したい。

**Q4. ポーラ リンクルショット 新規顧客の2回目購入の状況はどうか。**

⇒想定通り概ね30%程度。(第2四半期 決算補足資料に記載)

**Q5. ポーラ リンクルショット 来期の予想は。**

⇒現在、経営計画審議中。リンクルショットだけでなく、まずはポーラ全体での増収基調としていきたい。

**Q6. ポーラ 通期売上を上方修正したが、その主な内容は。**

⇒リンクルショットはインライン。クロスセル(B.A シリーズ、ホワイトニング、美容健康食品など)効果や、その他新商品売上の好調、海外事業の伸長、インバウンド売上を考慮した。

**Q7. ポーラ インバウンド比率は。**

⇒約12%

**Q8. ポーラ 4Q 発売の V リゾネイティッククリームの売上はどの程度の増収効果か。**

⇒今期の売上計画は約 30 億円。全てが純増ではないが増収要因の一つとして織り込んでいる。

**Q9. ポーラ 今期の広告宣伝費の規模は。**

⇒追加投資も含め 50~60 億円程度と想定(状況により変動)。特に 4Q はリンクルショットの更なる認知向上に向けたトレインジャックなど追加投資、また来期の増収に向けマーケティング費用を投下する予定。

**Q10. オルビス 3Q 単独でやや盛り返しているが回復途上、来期の成長シナリオは。**

⇒本格的な回復にはもう少し時間が掛かると考えているが、来期の増収は目指したい。新規顧客の獲得ペースは鈍化しても、持続的成長につなげるために、スキンケアを軸に継続率が高く、LTV の高い優良顧客へのアプローチに集中したい。そのためには基幹シリーズの抜本的な見直しなども検討していく。また、LINE 以外の顧客接点など、新たなマーケティングに取り組む必要があり、そのための投資も 4Q に実施していく。

**Q11. Jurlique 豪州の増収要因は。中国も改善傾向か。**

⇒豪州は新商品発売と CRM 強化の成果。中国は代理店モデルに変更した影響で減収となっているが、リテールペースではほぼ前年並み。香港と免税は厳しいが、新商品効果を少しでも発揮し、来期の回復に弾みをつけたい。

**Q12. Jurlique 来期の増益は増収かコスト削減のどちらか。**

⇒両輪だが販売に影響が出るような無理なコストカットは考えていない。原価改善も期待している。

**Q13. 連結の通期上方修正は、ほぼポーラブランドによるものと見て良いか。**

⇒売上高はその通り。利益は若干ポーラ以外を減少させている。

**【注意事項】**

本資料に記載の内容は、フェアディスクロズの観点から、ポーラ・オルビスホールディングス 2017 年 12 月期第 3 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。