

**株式会社 ポーラ・オルビスホールディングス**  
**2018年12月期 決算説明会 主な質疑応答（要約）**

**Q1. 連結 大幅な株主還元があったが、キャッシュの使途や優先は。**

⇒現在の金融資産は1,000億円以上だが、安定した運転資金に500億円程度とし、残りは手元資金の範囲内でのM&A待機資金、成長投資、株主還元原資など。M&Aは従前以上に慎重に検討し、ACRO社の国内新ブランドなどの成長投資や還元姿勢についても従前通り優先する。

**Q2. 連結 研究・開発面における有効成分などのパイプライン状況と、新製品投入のサイクルは。**

⇒5年程度のサイクルで新たなパイプラインを上市できるのが理想と考えていたが、現状の医薬部外品審査は非常に厳しいのが実情。しかし、高いハードルを越えて、リンクルショットやディフェンセラ、新美白素材の承認を実現しており想定以上。極力、この流れを止めないように、新たな素材開発を継続していくので期待してもらえればと思う。

**Q3. 連結 目先の利益を犠牲にしても長期を見据えて、新たなブランドなどへの投資を強化するといった考えは。**

⇒現在の中長期計画は2020年をターゲットに進んでおり、それまではポーラは国内安定成長、海外大幅成長の戦略を堅持。オルビスは戦略商品であるオルビスユーに投資を集約し、LTVの高い顧客リスト構造を構築することで20%以上の営業利益率に戻していくことを重視。但し、2021年以降は、新たな長期経営計画・ビジョンを策定する予定であり、その中では投資増加といった選択肢もあるかもしれない。

**Q4. ポーラ インバウンド 2019年の売上高見通しは1月の状況を見た上で組み立てたものか。**

⇒未公表期の月次業績については開示していないが、2019年の売上高見通しは2018年4Qのトレンドをベースに組み立てている。国内のインバウンド・バイヤーは鈍化を見込む（インバウンド売上約△10億円、バイヤー売上約△40億円）。主たる減少要因は、誤認記事や模倣品による美容健康食品への影響と、中国新EC法。その減少分は、国内顧客基盤と好調な海外事業でカバーし、増収を目指す。

**Q5. ポーラ 2018年実績 下期減収だが、美容・健康食品以外の状況はどうか。**

⇒国内のB.Aなど主要化粧品シリーズにおいて減速感はなく、高い継続率が見込めるエステ顧客数も増加している。減収は美容健康食品に加え、ファッション品などその他商材の減少に偏っている。

**Q6. ポーラ 海外 国内インバウンド・バイヤー減収分を海外増収で上回らない計画だが、海外店舗以外の展開加速は。**

⇒2019年ポーラ海外30億円の増収計画は最低限の位置付け。ハイプレステージ化粧品として店舗拡大を最優先。一方で、EC環境整備も急務と認識し取組んでいる。中国国内店舗・EC・越境ECの3チャネル全て強化する。

**Q7. ポーラ 現時点でのバイヤー動向は。正規チャネル拡大のチャンスでは。**

⇒中国新 EC 法の影響で足元は CtoC の動きが弱くなっている模様。最終ユーザーとの接触ポイントを増やすための正規チャネルを拡大することが急務と認識。

**Q8. オルビス ディフェンセラが発売初月の計画を上回った背景と、グループ全体での美容・健康食品の売上規模は。**

⇒日本で初めて発売された肌への機能が認められたトクホという新奇性と、積極的な広告投資かつ非常に乾燥した気候も重なり注目いただいたと考えている。2月からの Tmall Global での発売にも期待。  
グループ全体での食品を含む美容・健康食品売上は 450 億円程度。

**Q9. オルビス 2019 年の 2%増収計画は弱い印象。チャネル拡大など新たな施策の可能性は。**

⇒オルビスユーへの集中戦略によって顧客構造の優良化は順調に進んでいる。一方、ポイントキャンペーンなどの施策を止めているため、価格訴求で獲得していた部分が減少。チャネル拡大は、アマゾンやロハコで販売しユーザー接点を拡大。スマホユーザーに合わせたアプリ開発など積極的に実施する。

**Q10. Jurlique 貸倒引当金を 16 億円計上しているが、これがなければ 18 年 4Q はイーブン。発生経緯と今後は。**

⇒Jurlique は一部の代理店で債権回収遅延があり、貸倒引当金の計上に至った。リスクを全額引当てたため、回収が正常化すれば 19 年の引当金が増えることはないので安心頂きたい。一方、19 年は不採算店の閉鎖等のための費用が発生する見込み。あくまで将来の利益貢献を目的にした一時的費用と認識。

**Q11. Jurlique 豪州と香港の現状、損益状況、今後の期待マージンは。**

⇒豪州は、並行輸入などブランド棄損のリスクがある取引を停止し、直営店ベースの顧客関係を重視している。  
香港は、店舗ビジュアルを含めた VMD やブランディングのテコ入れをし、回復に向けて取り組む。  
地域別マージンは非開示だが、本部経費を除く展開国損益では黒字。但し、本部経費を配賦すると赤字の状況につき、まずは本部経費削減も含めて損失改善を急ぐ。

**Q12. Jurlique コンセプトなども含め競争環境が激しい。回復は期待できるか。**

⇒確かに回復には時間がかかっている。まずは、ブランドとして商品面でのマーケティングが重要。商品刷新は一気にはできないが、グループ知見を活かし、高い差別性の新商品を投入し、競争環境に勝ち残りたい。

**Q13. Jurlique 抜本的な赤字削減策とは。**

⇒販関費・管理費削減、工場・生産面でのコスト削減、中国不採算店舗の大幅閉鎖などで、赤字を削減する予定。

**Q14. Jurlique 2020 年以降の黒字目処とあるが、これが達成できない場合のオプションは。**

⇒強い思いで達成を目指している。オプションプランは想定されても撤退は考えていない。

**Q15. Jurlique 業績予想修正の適時開示に役員報酬減額についてあったが、話せる範囲で経緯を伺えれば。**

⇒Jurlique の減損損失計上が直接的なきっかけ。これまでの買収ブランドの減損損失も踏まえ、社外取締役も交えて取締役会で討議した結果、自らを律するために実施した。任意の諮問委員会設置と直接の関係はない。

**【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 2018年12月期決算説明会の質疑および、前後における問合せをもとに、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。