

株式会社 ポーラ・オルビスホールディングス
2019年12月期 第2四半期決算説明会 主な質疑応答（要約）

- Q1. ポーラ 1Qの減収はインナーロック中心だったが、2Qはインナーロック以外の美容食品も減収要因となっており、一巡感はどのあたりのタイミングで見れば良いか。**
⇒当社の美容食品は多彩な商材を取り揃えているが、インナーロックは中でも代表的な人気商品。18年上期まで特に人気が高い状態が続いていた。しかし、18年下期以降の風評被害や新EC法の影響がありバイヤー経由の美容食品売上が全般的に減少している。そのため、一巡感が出てくるのは3Q半ば頃ではないかと推測している。
- Q2. ポーラ インナーロックの末端需要に変化はないか。バイヤー在庫調整などの影響が一巡した際の売上水準は。**
⇒韓国免税店や越境ECでは売上が伸びていることから末端需要が落ち続けているということは考えにくい。2017年や2018年上期の売上水準まで戻るとは思えないが、四半期で15-20億円程度ではないかと推測している。
- Q3. ポーラ ホワイトショット新商品の進捗と今後の展開は。**
⇒既存顧客への販売状況や、ベストコスメ受賞など市場評価は良い。ただ、競合の多い美白カテゴリにおいて、新規顧客獲得に苦戦している。下期は再拡販を行うが、当初の年間販売目標60億円に対して40億円程度を見込む。
- Q4. ポーラ 下期見通しが増収にも関わらず減益になるのはなぜか。**
⇒連結バランスを見てやや保守的にみている。ポーラの下期が増収できれば増益は可能ではないかと思う。
- Q5. ポーラ ショップ数が減少しているが、内需が落ちている要因としてビューティーディレクターの離職は考えられるか。**
⇒ビューティーディレクターは若干減少しているが売上に影響を及ぼすレベルではない。ショップ数については、一定の売上基準を設けており、それを下回ったことでショップ数のカウントから外れるケースが発生している。
- Q6. ポーラ 内需の減収について状況を教えてほしい。**
⇒2017年に発売したリンクルショットで新規顧客を多く獲得したことで、2018年は総顧客数の積上げができた。それがベースとなり2019年も国内の増収を目指す算段であったが、内外環境変化によりインバウンドやバイヤー需要の減少だけでなく、内需が想定以上に芳しくなかった。ここには、捉えきれないバイヤー需要の減少が相当数含まれると推定している。しかし、国内の既存顧客の動向を示すKPI指標であるエステ売上やB.Aなどの商材は伸長している。

Q7. ポーラ 国内の高価格帯市場が縮小しているデータについて聞きたい。

また、消費マインド変化を踏まえてビジネスモデルなど、大きな戦略変更はきたすものか。

⇒過去を振り返っても高価格帯市場が減少するデータを見るのは稀なケース。これが一時的なものかどうか見極める必要があるが、国内の既存顧客がとても弱いという印象はない。下期を見通す上でファンダメンタルズは厳しいと認識しているが、引き続きカウンセリングビジネスによる既存顧客のリピート活性と、差別性ある商品での新規顧客獲得によって、市場環境を上回ることを目指す。

一方、消費財の売り方や、買い方は大きく変わってきており、例えばシェアリングサービスやフリマ市場が活性している点や、衣料品のトレンド変化などは典型例だと思う。化粧品も例外ではないと感じており、これらを踏まえると、2021年からの次期長期経営計画を検討する上で、化粧品ビジネスも、ビジネスモデルやチャネルの在り方について長期的な視点に立って深く考えたいと認識している。

Q8. ポーラ 海外、特に中国での EC 展開など今後の拡大施策について教えて欲しい。

⇒短期的には店舗拡大がベースとなる。今期の売上高目標を 110 億円から 130 億に引き上げたが、2020 年計画もなるべく引き上げたい。店舗タイプも、従来の百貨店だけでなく免税店やエステ併設店など様々なチャネルで拡大予定。EC 戦略は、T-mall がメイン。越境 EC へのテコ入れも計画している。中国化粧品市場の成長率は+6-7% を維持できると考えている。その中でも、富裕層や都市の有職者の勢いは衰えないだろう。

Q9. ポーラ 海外の利益寄与について。

⇒海外事業の利益率はポーラブランド全体より高い水準にあり、海外売上高比率が高まることで利益貢献可能。

Q10. ポーラ 増税を前に在庫水準が業界全体で上がっている。廃棄評価損リスクなどあるか。

⇒在庫水準は上がっている。ポーラの健康食品など注視しているが、廃棄評価損などのリスクはない。

Q11. オルビス 営業利益はポーラのみの方修正だが、オルビスなどの下振れリスクはないか。

⇒オルビスは上期の新商品プロモーション費用を昨年に比べて約 11~12 億円増やしている。下期は広告宣伝費・ポイント費の支出を抑え、またオルビスユーのリフィル拡大による原価率の改善など、利益率を改善させる。

Q12. Jurlique 通期計画について、売上高を引き下げた一方で営業利益は据え置いた理由は。

⇒中国市場が上期△56%の減収であり、下期もこの状況が続く見込み。ただし、不採算店閉鎖の影響であり、利益の改善は進むと考えている。本社費用を中心としたコスト削減も実施し利益改善したい。

Q13. その他 自社株買いについて考え方を教えて欲しい。

⇒今年は特別配当を含めた株主還元を予定しているが、今後、検討したいテーマだと認識している。

Q14. その他 ブランド戦略や投資戦略など変更する予定はあるか。例えば、オルビスや Jurlique などブランドを大きくしていくために一時的な減益を前提とした費用投下など、大胆な投資戦略もあるのではないか。

⇒現在、2021 年からの長期戦略について議論を進めており、その内容は 2021 年春ごろに発表したい。2020 年までは、現中計の達成に努めたいと考えているが、次期長期経営計画を考える際には、新たなビジネスの範囲を広げるなど長期視点に立った投資戦略を考えたい。

【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 2019 年 12 月期第 2 四半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。