

株式会社 ポーラ・オルビスホールディングス
2024年12月期第4四半期 決算説明会 主な質疑応答（要約）

Q1. ポーラ 2025年のチャネル別の売上高前提について。

⇒ポーラ全体で売上高は前年並み、チャネル別には委託販売が2-3%程の減収、百貨店が10%程度の増収、EC約5%程度の増収、ホテルアメニティ約20%弱の増収を見込む。

Q2. ポーラ 2025年が減益計画となっている理由は。

⇒国内事業の利益は前年並みを想定。収益性において重要なのは投資により新たに獲得した顧客がリピート化してくれること。同じ新規顧客でも、より定着化が期待できる顧客の獲得を目指し、費用対効果を見ながら宣伝投資のアクセルも踏んでいく。海外はASEANにおいて投資を行い減益となる想定。中国事業の立て直しを行いながらASEANの出店を加速する。

Q3. ポーラ 委託販売チャネルの2025年の見通しについて。

⇒委託販売チャネルは通期で2-3%程の減収、内訳としては上期が約5%程度の減収、下期前年並みを想定。委託販売店舗数の減少は継続すると想定しているため、1店舗当たりの質や生産性を引き上げていく。一方で、デジタル活用等で顧客との関係性を深め売上を伸ばしている成長店舗群があり、この成長店舗は前年比+6-7%程度の増収を計画。

Q4. ポーラ 委託販売チャネルの新サロンモデルについて。

⇒2025年下期から出店をスタートし、2027年で180店舗の展開を計画。これまでポーラのエステはフェイシャル中心の全国一律のメニュー展開だったが、肌をきれいにするだけでなく、身体全体を美しくすることに対象を広げ新サロン独自の新しいサービス設計を進めており、差別化を図る。

Q5. ポーラ ECチャネルが2024年4Q（10-12月）に8%程度の減収となった背景。

⇒減収ではあるが、四半期単独での売上高の推移では他の四半期と同等の金額となっている。通期で減収となったのは広告宣伝費のコントロールによるものであり、利益につながりにくい投資を抑制した。

Q6. ポーラ 中国戦略について。

⇒中国の経済状況は良くないが、ハイエンド商品を安定的に購入する富裕層の消費は堅調。そうした安定した顧客との関係を深めていく。これまで出店してきたショッピングモールは集客を期待できなくなり収益を見込みづらくなってきたため、新たに富裕層の居住エリアに出店しコミュニケーションの頻度や質を高めていく。

Q7. ポーラ 化粧品専門店への出店について。

⇒新たな顧客接点として年間10-20店舗程度の出店を計画。

Q8. オルビス 24年4Qに増収ペースが低下した印象だが25年の見通しは。

⇒2025年は3%程度の増収を計画し、うち国内事業は4%程度の増収を見込む。23年24年と二桁成長を続けてきたため若干の一巡感は出てくる。リブランディングの成果もあり新規顧客が安定的に獲得できており、これからは高い売上成長率を追うよりは収益性を重視する。

Q9. Jurlique 今後の収益改善策について。

⇒中国市場の構成比が高く厳しい状況にあるが、固定費削減を含め構造改革を進め、売上高が一定水準に留まる中でも利益を出せる体制にしていく。

Q10. THREE 今後の収益改善策について。

⇒メイクからスキンケア・ボディケア・フレグランス商材などのホリスティックケアカテゴリーに軸足を移すことで、既存顧客比率やLTVを高め収益性を伴った成長を見込める顧客基盤の構築を目指す。2026年黒字化を計画している。

Q11. 市場 国内化粧品市場の見方について。どのような価格帯に機会があると捉えているか。

⇒コロナも収束し、市場全体としては緩やかな回復基調にあると認識。一方で消費は二極化が進んでいる印象。高付加価値領域でより高品質な商品を求める顧客と、より効率的にリーズナブルな商品を求める顧客とに分かれている。ポーラは高付加価値・高品質を求めのお客さまとやかに接点を持つかが重要と認識。都市部でまだ顧客接点が不十分な地域もあり、東京、大阪、名古屋などの大都市圏、地方の都市部を中心に、ハイエンドな商品・サービスを求めているお客さまとより深いコミュニケーションを取れる場を作っていく。オルビスは品質、コストパフォーマンスを評価いただき、良いパフォーマンスを発揮できている。これからは獲得したお客さまとの強固な関係性を維持していきたい。

Q12. 連結 新経営体制での戦略検討について。

⇒第1四半期中を目途に検討を進めており、確定次第戦略をアップデートする予定。

【注意事項】

本資料に記載の内容は、フェアディスクロージャの観点から、ポーラ・オルビスホールディングス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。