

**株式会社 ポーラ・オルビスホールディングス**  
**2023年12月期第3四半期 決算説明会 主な質疑応答（要約）**

**Q1. 連結 3Qは想定に対してどうだったか。**

⇒想定に対して、売上高は約20億円強の下振れ、営業利益は限界利益の減少に対して費用の未執行もあり概ね想定通り。売上高の下振れは、大部分がポーラによる差異。

**Q2. 連結 マーケティング費用執行の進捗と見通しについて。7-9月はマーケティングコストの構成比が前年に対して減少しているようだが、投資は行ったのか。**

⇒ポーラにおいては、7-9月売上高が前年比約5%の減収に対して広告宣伝投資を前年比約30%以上増加させ新規顧客獲得のための投資を行った。費用が減っているのはH2OやAmplitude、ITRIMのブランド終了による影響もある。またオルビスにおいても、指名買いにより費用をそれほどかけずに売上が伸ばせている状況がある。将来成長に影響が出るような費用削減を行っているのではなく、費用対効果のバランスを見ながら費用執行している。今期の売上に占めるマーケティング費用の比率は前年と比較し高まる見通し。

**Q3. ポーラ 委託販売チャネルの7-9月の結果について、顧客獲得状況も含めて教えて。**

⇒委託販売チャネルの7-9月売上高は前年比△9%。顧客数は上期累計同△9%から3Q累計同△8%となり、特に新規顧客の獲得状況に改善が見られた。

**Q4. ポーラ 委託販売チャネルの減収幅が拡大したのは店舗数の減少影響か。**

⇒店舗数の減少影響は縮小傾向にはあり、委託販売チャネルが減収の一方でECや百貨店は大きく伸長し、国内事業全体としては増収している。お客様の買い場が変わってきている影響がある。

**Q5. ポーラ 国内事業全体で7-9月は約1%の減収となったが、4Qの見通しは。**

⇒3Qにおいて想定差が発生しているが、通期見直しは変更していない。10-12月国内売上高は前年比約20%弱の増収とハードルは高いが、来年以降も見据えた顧客基盤への投資は継続したいと考えている。

**Q6. ポーラ 委託販売チャネルの来期の見通しについて。**

⇒来期以降の計画は審議中でありまだ確定したものではないが、1~3%程度の安定成長という考え方に変更はない。新規顧客の獲得状況は改善しつつあり、店舗やビューティーディレクター（以下、BD）の減少についても手を打っていく考え。

**Q7. ポーラ 委託販売チャンネルの中長期のビジネスモデル転換の考え方について。**

⇒BDの働き方という意味では、委託販売事業の法人化を進めている。法人化により雇用となれば販売手数料から給料制となり処遇の安定化が図れる。現在は約10法人展開。また、委託販売事業を含むブランド全体としてのビジネスモデル転換という意味では、現在国内事業新規顧客の約70%はオンラインをきっかけとして獲得できており、今後もオンライン接点を拡大していく。また百貨店以外の新しいチャンネルへの展開も考えており、委託販売チャンネルに限らないポーラブランド全体でのチャンネル戦略を進めていく考え。

**Q8. ポーラ 海外事業の状況、特に中国事業について、消費動向や処理水影響はどうだったか。**

⇒7-9月海外売上高は前年比約△24%、約10億円の減収。7-9月中国売上高は前年比約△24%、内訳としてオンライン約△34%、オフライン約△18%。中国事業は、想定外の消費動向変化と処理水影響により想定を下回る結果となった。消費動向は当社の見立てより弱く、来店状況がなかなか改善出来ない状況。処理水影響は、KOLの配信中止や、お客様からのお問合せ・エステ予約のキャンセル、ECプラットフォーム内での活動が行いにくい時期があるなど、特に新規顧客獲得に苦戦を強いられた。

**Q9. ポーラ 中国の10-12月の見通しについて。**

⇒通期の中国売上高は約90億円の計画。進捗は3Q累計で約49億円のためハードルは高い。9月にかけて徐々に客足は戻りつつあるが、10-12月においても厳しい事業環境を見通している。このような状況下ではあるが、日中共同でのB.Aのブランド体験アトイベントなど、ブランド認知拡大やブランド体験の場づくりを行い顧客獲得を図っている。

**Q10. ポーラ 中国の出店計画を見直したが、店舗の収益性との関係性について教えて。**

⇒新規出店したタイミングでは出店コストとマーケティング投資により利益貢献は少ないため、新店よりも既存店の方が利益貢献が高い。7-9月は、売上高の減少による粗利益減少に加え、一定のマーケティング投資を行ったことにより中国事業は赤字。しかしながら、既存店舗は費用コントロールすれば黒字化できる構造にはなっている。出店を見直した理由は、収益性と外部環境を総合的に考慮した上での判断。

**Q11. オルビス 外部チャンネルの伸長理由と今後の見通しについて。**

⇒外部チャンネルとは、アマゾンや楽天といった外部のプラットフォームが中心で、そこでの指名買いが増えている。売れ行きが良いのはリンクルブライト UV プロテクターやメンズシリーズ、ヘアミルクなど。利益率はオルビス全体を悪化させるような水準ではなく、利益率を維持しながら売上を伸ばすことで、来期以降も成長ドライバーの一つと位置付けたい。

**【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2023年12月期第3四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。