

2026年12月期 第1四半期 決算補足資料

株式会社ポーラ・オルビスホールディングス
常務取締役
財務・法務・総務・IR・サステナビリティ推進担当
久米 直喜

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、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、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。

IR担当の久米でございます。
本日はお忙しい中、当社の決算説明会にご参加いただき誠にありがとうございます。
それでは決算補足資料に沿って、10分ほどお時間を頂戴してご説明させていただきます。

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 今後の取り組み
4. 2026年12月期業績見通し
5. 参考情報

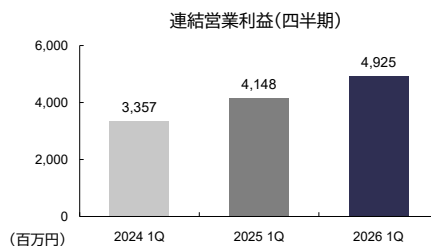
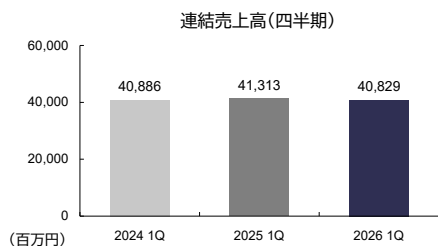
■ 化粧品市場

- 日本の化粧品市場において消費動向に大きな変化はみられないものの、市場規模は前年同期をわずかに下回る水準となった（インバウンドは含まない）
- 中国化粧品市場における消費は前年同期を上回る状況が続き、需要は堅調に推移

出所：経済産業省、総務省、観光庁、日本百貨店協会 全国百貨店売上高概況、インテージSLI、中国国家統計局

■ 当社グループ

- 連結ではオルビスが伸ばしたもののポーラの売上が前年同期を下回り減収、オルビスの増益とJurliqueの損失改善により増益
- ポーラの国内は減収となったものの二次流通抑制強化の影響を除いたサロンチャネルの減収率が改善、海外は免税チャネルの出荷時期の違いにより減収となるも、中国事業はB.Aシリーズ新商品の好調が寄与し増収
- オルビスは直販チャネルにおける購入単価の上昇と外部チャネルの好調継続により増収増益



決算補足資料の2ページをご覧ください。

化粧品市場の動向ですが、インバウンドを除く国内市場につきましては市場全体として前年を若干下回りました。また、中国化粧品市場は前年を上回る状況が続き、堅調に推移をしております。

このような状況の中、当社グループは引き続きオルビスが増収となった反面、ポーラが減収となり、連結売上高は若干の減収となりました。一方、営業利益はオルビスの増益、Jurliqueの損失改善により増益となりました。

ポーラの国内は減収となりましたが、二次流通抑制強化の影響を除くサロンチャネルの減収率は改善しております。また、海外は免税チャネルの出荷時期の違いにより減収でございましたが、中国事業はB.Aシリーズの新商品の好調さが寄与し増収となりました。

(百万円)	2025年 1Q	2026年 1Q	前年同期比	
			増減額	率(%)
売上高	41,313	40,829	△484	△1.2%
売上原価	7,270	7,383	112	1.6%
売上総利益	34,042	33,445	△597	△1.8%
販管費	29,894	28,519	△1,374	△4.6%
営業利益	4,148	4,925	777	18.7%

主な増減要因

- 売上高 ポーラの減収を主要因として前年同期を下回る
- 売上原価 原価率 前年同期: 17.6% → 当期: 18.1%
- 販管費 人件費: 前年同期比 △179百万円
 販売手数料: △539百万円
 販売関連費: △505百万円
 管理費他: △149百万円
- 営業利益 営業利益率 前年同期: 10.0% → 当期: 12.1%

連結PL分析でございます。

連結売上高は、オルビスが増収したもののポーラの減収によって前期を若干下回る408億円となりました。

販管費はポーラの販売手数料の減少及びポーラ、オルビスの広告宣伝費の削減、Jurliqueの構造改革による費用削減等により、前期に比べて13.7億円ほど減少しております。その結果、営業利益は7.7億円増加し、前期比18.7%増の49億円となり、営業利益率は前期の10%から12.1%に改善しました。

(百万円)	2025年 1Q	2026年 1Q	前年同期比	
			増減額	率(%)
営業利益	4,148	4,925	777	18.7%
営業外収益	137	1,469	1,331	966.9%
営業外費用	1,815	138	△1,677	△92.4%
経常利益	2,470	6,257	3,786	153.2%
特別利益	-	-	-	-
特別損失	38	2,184	2,146	-
税前四半期純利益	2,432	4,072	1,639	67.4%
法人税等	1,122	1,608	486	43.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,310	2,463	1,153	88.0%

主な増減要因

- 営業外損益 為替差損益の計上（前年同期：為替差損 1,765百万円、当期：為替差益 1,325百万円）
- 特別損失 （株）ポーラの希望退職制度実施に伴う費用 1,603百万円、
Jurlique構造改革費用 451百万円

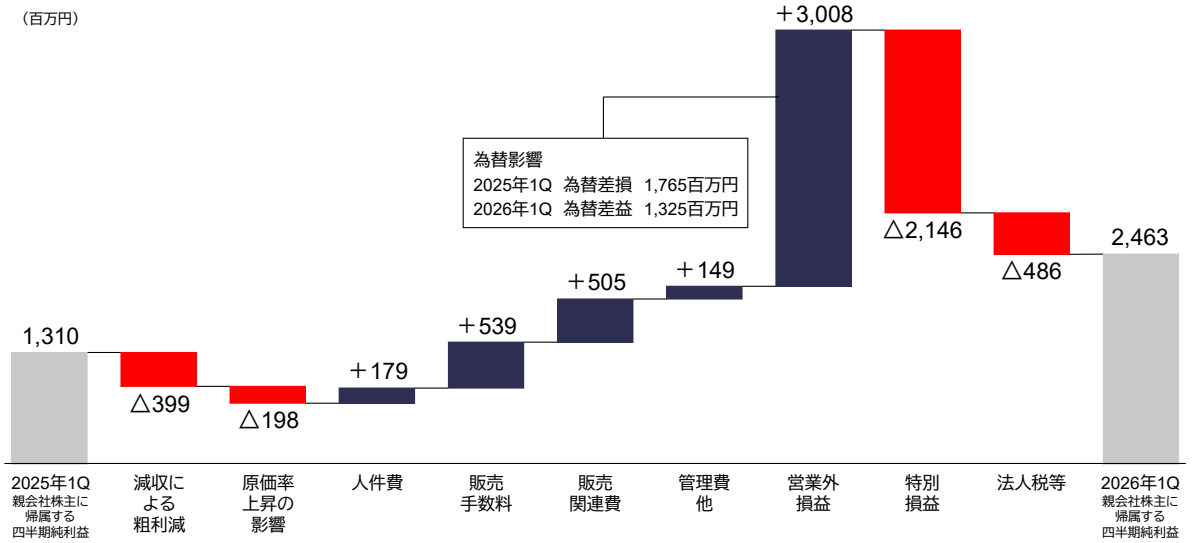
営業利益以下の連結PL分析です。

営業利益の7.7億円の増益に加えまして、前期は18億円ほどの為替差損を計上しましたが、今期は逆に13億円の為替差益を計上したため、31億円の増益要因となり、経常利益は前期に比べ38億円増加し62億円となりました。

また株式会社ポーラの希望退職制度実施に伴う費用16億円、Jurliqueの構造改革費用4.5億円が特別損失として発生した結果、純利益は24億6,300万円となり、前期に比べ11億5,000万円の増益となりました。

親会社株主に帰属する四半期純利益 増減要因

特別損失の増加があったものの、販管費の抑制・減少と為替影響により、親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期比+1,153百万円



5ページは、純利益の増減要因をグラフにしたものでございます。

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 今後の取り組み
4. 2026年12月期業績見通し
5. 参考情報

続きまして、セグメントの状況です。

(百万円)	2025年 1Q	2026年 1Q	前年同期比	
			増減額	率(%)
連結売上高	41,313	40,829	△484	△1.2%
ビューティケア事業	39,811	39,277	△534	△1.3%
不動産事業	737	776	38	5.3%
その他	764	775	10	1.4%
連結営業利益	4,148	4,925	777	18.7%
ビューティケア事業	4,132	4,973	840	20.3%
不動産事業	207	244	37	18.0%
その他	1	41	40	-
全社・消去	△192	△333	△141	-

主な増減要因

- ビューティケア事業 売上高は主にポーラの減収により前年同期を下回ったものの、営業利益はオルビスの増益とJurliqueの損失改善により増益

セグメント別実績をご覧ください。
全社費用が1.4億円増加しておりますが、こちらは主として株主管理費用の増加によるものでございます。

ビューティケア事業 ブランド別実績

(百万円)	2025年 1Q	2026年 1Q	前年同期比	
			増減額	率(%)
ビューティケア事業 売上高	39,811	39,277	△534	△1.3%
ポーラブランド	22,098	20,696	△1,401	△6.3%
オルビスブランド	12,169	12,762	592	4.9%
Jurliqueブランド	2,069	2,012	△56	△2.7%
育成ブランド*	3,474	3,806	331	9.6%
ビューティケア事業 営業利益	4,132	4,973	840	20.3%
ポーラブランド	2,647	2,541	△105	△4.0%
オルビスブランド	2,195	2,837	641	29.2%
Jurliqueブランド	△404	△172	232	-
育成ブランド*	△305	△233	72	-

参考値としてブランド別に連結決算ベースの実績を表示(非監査情報)

* 育成ブランドはDECENCIA、THREEブランドを中心に構成され、その他の事業等も含む

ビューティケア事業のブランド別実績は資料のとおりでございます。
各ブランドの状況につきましては次ページ以降で説明させていただきます。

1Q	実績 (百万円)	前年同期比
売上高	20,696	△6.3%
営業利益	2,541	△4.0%
主な指標		
売上構成比	国内 ¹	87.0%
	サロン ²	59.7%
	百貨店	13.0%
	EC	8.9%
	ホテルアメニティ	5.2%
	海外	13.0%
売上伸長率 ³	国内 ¹	△5.1%
	サロン ²	△6.7%
	百貨店	△10.5%
	EC	+6.1%
	ホテルアメニティ	+10.8%
	海外	△13.6%
国内事業 購入単価 ³		+0.8%
国内事業 顧客数 ³		△7.4%
国内店舗数(前期末比)		2,475(△6)
海外店舗数(前期末比)		122(△4)

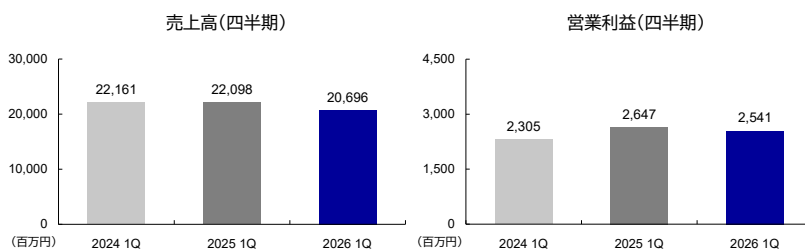
概況

- 二次流通抑制強化の影響を除いたサロンチャネルの減収率が改善
- 百貨店チャネルはインバウンド客数の減少が影響し減収
- 海外は免税チャネルの出荷時期の違いにより減収、中国事業はオンライン中心に伸長
- B.Aシリーズはリニューアルしたベーシックスキンケアが好調

トピックス

- 最高峰シリーズ「B.A」よりクレンジングクリーム・ウォッシュをリニューアル発売(3月)、主力商材の刷新が完了

(左)B.Aクレンジングクリーム
(右)B.Aウォッシュ



*1 国内主要4チャネル以外の実績を含む
*2 従来の「委託販売」チャネルを「サロン」チャネルに改称
*3 前年同期比

ポーラでございます。

国内のサロンチャネルは前期まで委託販売チャネルと称しておりました。サロンチャネルの売上は6.7%の減収となりましたが、二次流通抑制強化の影響を除くと1%の減収で、減収率は改善傾向にあります。また、国内の店舗数につきましては若干の減少となっております。百貨店チャネルはインバウンドの売上の減少に伴い、10.5%の減収となりました。以上により、EC及びホテルアメニティチャネルの増収はあったものの、ポーラ国内売上は5%の減収となりました。

一方、海外売上は中国のECが好調に推移したものの、免税事業の出荷時期のずれによって減収となりました。

以上の結果、ポーラブランド全体では売上は14億円の減収、営業利益は1億円の減益で前期比4%減の25億円となりました。

1Q	実績 (百万円)	前年同期比
売上高	12,762	4.9%
営業利益	2,837	29.2%
主な指標		
売上構成比	国内 ¹	99.0%
	直販 ²	78.2%
	外部チャネル	20.8%
海外		1.0%
売上伸長率 ³	国内 ¹	+6.5%
	直販 ²	+2.1%
	外部チャネル	+27.7%
海外		△58.9%
直販 購入単価 ³		+3.1%
直販 顧客数 ³		△0.7%

*1 直販、外部チャネル以外の実績を含む

*2 自社通販及び自社店舗の合計

*3 前年同期比

概況

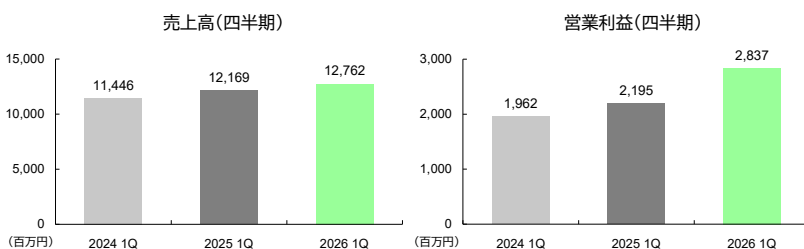
- クレンジングオイルが好調継続、スキンケアの伸長に寄与
- 直販チャネルは顧客の稼働促進と高機能・高単価商材の提案に注力し、購入単価上昇
- 外部チャネルは高成長を維持
- 投資効率を踏まえたマーケティング費用の執行を推進

トピックス

- シワ改善・美白UVをリニューアル発売(2月)、美容誌で高い評価を獲得*

*「MAQUIA ブライトニング・UVグランプリ2026」ベスト・オブ・UV大賞受賞

オルビス リンクルブライトUVプロテクター-N



オルビスは昨年発売したクレンジングオイルの引き続きの好調がスキンケアカテゴリーの伸長に寄与し、直販チャネルでは2.1%の増収でございました。

また外部チャネルは27.7%増収の高成長を維持しており、オルビス合計で4.9%の増収、29.2%の増益でございました。

1Q	実績 (百万円)	前年同期比
売上高	2,012	△2.7%
営業利益 ¹	△172	232
主な指標		
売上構成比	豪州	24.0%
	中国大陸	35.0%
	香港	10.2%
	免税	16.7%
売上伸長率 ²	豪州	+9.4%
	中国大陸	△21.6%
	香港	△27.2%
	免税	△2.4%

概況

- 豪州は堅調に推移したものの、中国大陸が店舗閉鎖の影響もあり減収
- 構造改革と費用コントロールは計画通りに進捗し、損失改善

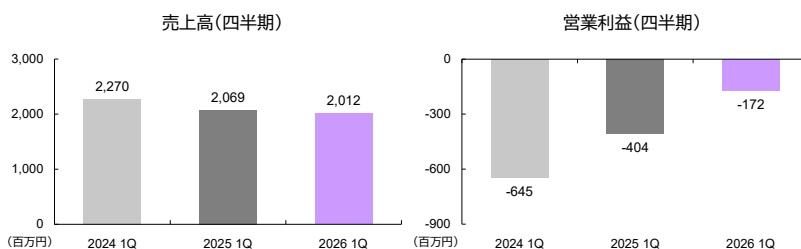
トピックス

- 人気アイテムであるローズボディオイルの限定商品発売(1月)



ローズ ボディオイル <Limited Edition>

*1 前年同期比は差額(百万円)
*2 豪ドルベース、前年同期比



Jurliqueは2.7%の減収となりましたが、黒字化に向けたコスト構造改革が着実に進み、2.3億円の損失改善となりました。今期のブレイクイーブンに向けて着実に進捗しております。

1Q	実績 (百万円)	前年同期比
売上高	3,806	9.6%
DECENCIA	1,376	1.8%
THREE	1,185	1.4%
その他 ¹	1,244	30.5%
営業利益 ²	△233	72
DECENCIA	131	2.6%
THREE ²	△195	111
その他 ^{1,2}	△168	△42

*1 DECENCIA, THREEブランド以外のその他の事業等
*2 前年同期比は差額(百万円)

概況

- DECENCIAは新商品をフックにオンライン・オフライン双方で顧客とのコミュニケーションを強化
- THREEは精油配合の高機能スキンケアを軸とした提案を推進し、国内ホリスティックケア売上が伸長

トピックス

- DECENCIA 敏感肌用美白シリーズ発売(3月)、「ブライティング&UV バストコスメ」企画において美容誌4誌*で同時受賞

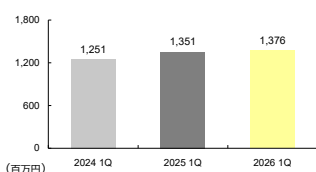
*「美的」「MAQUIA」「VOCE」「美ST」

DECENCIA 敏感肌用美白シリーズ
ディセンシアホワイトスパイクVC

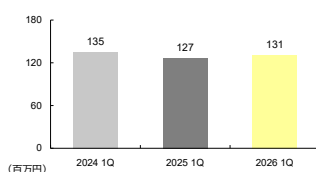


DECENCIA

売上高(四半期)

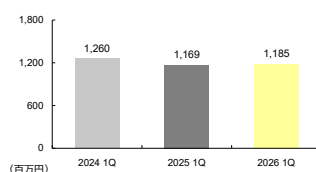


営業利益(四半期)

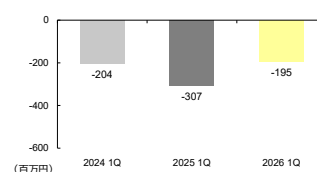


THREE

売上高(四半期)



営業利益(四半期)



次に育成ブランドです。

DECENCIAは増収増益となりました。

3月発売の敏感肌用美白シリーズが美容誌4誌でベストコスメを受賞し、今後の更なる成長に寄与することが期待できる状況でございます。

THREEはリブランディングを進めた結果、ホリスティックケア商材の国内売上が伸長し増収を達成しました。損失の改善も着実に進んでおります。

また、新規事業である暑熱対策のカオカラ事業も順調に成長し、増収に貢献しております。

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 今後の取り組み
4. 2026年12月期業績見通し
5. 参考情報

14ページ、15ページの各ブランドの今後の取り組みの説明は割愛させていただきます。

POLA

- 主力商材を刷新した最高峰シリーズ「B.A.」の提案に注力、シリーズ内商品併用による価値の訴求でクロスセルを促進し、LTVを高める
- エステをフックにサロンへの来店を促進、接客機会を創出することで顧客エンゲージメントを強化し、継続率を高める
- 美白の最需要期に向け、美白シリーズや日焼け止めを含むキット品を投入し顧客活性化
- 中国事業は好調な新B.A.を活用し顧客へアプローチ、購買意欲を高めLTV向上を図る



B.A.シリーズ



ホワイトショット SXS
ブライトエクスペリエンスキットV

ORBIS

- 好調なクレンジングオイルやスペシャルケアを中心に高付加価値商材の提案を推進、クロスセルと継続購入を促進しLTVの向上を図る
- 外部チャネルは店頭取り扱い商材の拡充に向けた提案を強化し、売上拡大につなげる
- 獲得効率と定着率を踏まえたマーケティング費用の執行を徹底、費用対効果を重視し中長期的な収益性の向上を目指す
- 新たな顧客層形成に向け、60代以上のターゲット層に適した顧客接点の整備と効果的な顧客アプローチを強化



オルビス ザクレンジング オイル



オルビス リンクルブライト
UVプロテクター-N

Jurlique

- 構造改革を着実に実行、事業構造・組織構造の最適化による費用削減を徹底
- 将来の持続的な成長に向け、スキンケアを軸に継続率の高い顧客基盤の構築を進める



Purifying Clay Mask



Peeling Jelly Mask



Soothing Water-Cream Mask

(豪州等で5月より発売)

DECENCIA

- 顧客データの活用によりアプローチの質を高め、継続率の向上とクロスセルを促進
- 敏感肌研究強化のためポーラ化成工業内に「DECENCIA Sensitive Skin Science Center」設立、高付加価値な商材・サービス提供によるブランドプレゼンスの向上を目指す

DECENCIA Sensitive Skin Science Center
統合的に推進する研究領域

敏感肌の基礎研究及び安全性研究
肌理論に基づいた内容物設計・商品開発
最先端の生化学的知見を活用した研究探索

THREE

- 主力のクレンジングオイルを中心としたオリジナル精油配合の洗浄シリーズ「バランシング クリア」発売(5月)、精油の効用を軸とした訴求に注力し、ブランド独自の提供価値の浸透を図る
- 農園や蒸留所等、国産精油の製造・研究体制の構築を推進しバリューチェーンを強化、ブランドの差別性を高める



THREE バランシング クリアシリーズ

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 今後の取り組み
4. 2026年12月期業績見通し
5. 参考情報

最後に今期の業績見通しです。

(百万円)	2025年 実績	前期比		2026年 計画	前期比	
		増減額	率(%)		増減額	率(%)
連結売上高	170,285	△74	△0.0%	173,000	2,714	1.6%
ビューティケア事業	164,148	△911	△0.6%	166,900	2,751	1.7%
不動産事業	3,023	809	36.6%	3,060	36	1.2%
その他	3,112	27	0.9%	3,040	△72	△2.3%
連結営業利益	15,693	1,882	13.6%	17,300	1,606	10.2%
ビューティケア事業	15,856	929	6.2%	17,750	1,893	11.9%
不動産事業	421	344	447.4%	400	△21	△5.1%
その他	218	△13	△5.8%	150	△68	△31.2%
全社・消去	△801	622	-	△1,000	△198	-
経常利益	17,022	938	5.8%	17,300	277	1.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	9,472	186	2.0%	9,000	△472	△5.0%

【想定為替レート】 豪ドル = 97円(前期96.49円) 中国元 = 21円(前期20.81円)

	株主還元	設備投資	減価償却
2025年(実績)	年間52円(中間21円、期末31円) 連結配当性向 121.5%	8,385百万円	8,170百万円
2026年(予定)	年間52円(中間21円、期末31円) 連結配当性向 127.8%	9,000百万円~10,000百万円	9,000百万円~10,000百万円

第1四半期の結果を踏まえた今期の見通しですが、期初の見通しは変更しておりません。中東情勢の影響や為替が不確実で見通せない状況ではありますが、増収と営業利益の増益には強いこだわりを持って取り組んでまいり所存でございます。引き続きご支援を賜りたく存じます。

私からの説明は以上です。
ご清聴ありがとうございました。

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 今後の取り組み
4. 2026年12月期業績見通し
5. 参考情報

(参考) セグメント別実績 四半期

(百万円)	2026年1-3月		2026年4-6月		2026年7-9月		2026年10-12月	
	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比
連結売上高	40,829	△1.2%	-	-	-	-	-	-
ビューティケア事業	39,277	△1.3%	-	-	-	-	-	-
不動産事業	776	5.3%	-	-	-	-	-	-
その他	775	1.4%	-	-	-	-	-	-
連結営業利益	4,925	18.7%	-	-	-	-	-	-
ビューティケア事業	4,973	20.3%	-	-	-	-	-	-
不動産事業	244	18.0%	-	-	-	-	-	-
その他*	41	40	-	-	-	-	-	-
全社・消去*	△333	△141	-	-	-	-	-	-

* 比較対象にマイナス金額が含まれる場合及び増減率が1,000%以上となる場合、前年同期比は差額(百万円)

(参考) ビューティケア事業 ブランド別実績 四半期

(百万円)	2026年1-3月		2026年4-6月		2026年7-9月		2026年10-12月	
	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比
ビューティケア事業 売上高	39,277	△1.3%	-	-	-	-	-	-
ポーラブランド	20,696	△6.3%	-	-	-	-	-	-
オルビスブランド	12,762	4.9%	-	-	-	-	-	-
Jurliqueブランド	2,012	△2.7%	-	-	-	-	-	-
育成ブランド ^{*1}	3,806	9.6%	-	-	-	-	-	-
ビューティケア事業 営業利益	4,973	20.3%	-	-	-	-	-	-
ポーラブランド	2,541	△4.0%	-	-	-	-	-	-
オルビスブランド	2,837	29.2%	-	-	-	-	-	-
Jurliqueブランド ^{*2}	△172	232	-	-	-	-	-	-
育成ブランド ^{*1*2}	△233	72	-	-	-	-	-	-

参考値としてブランド別に連結決算ベースの実績を表示(非監査情報)

*1 育成ブランドはDECENCIA、THREEブランドを中心に構成され、その他の事業等も含む

*2 比較対象にマイナス金額が含まれる場合及び増減率が1,000%以上となる場合、前年同期比は差額(百万円)

(参考) ポーラブランド・オルビスブランド チャンネル別実績

(百万円)	2025年 1Q	2026年 1Q	前年同期比	
			増減額	率(%)
ポーラブランド売上高	22,098	20,696	△1,401	△6.3%
国内 ^{*1}	18,974	17,997	△976	△5.1%
サロン ^{*2}	13,240	12,354	△886	△6.7%
百貨店	3,013	2,698	△314	△10.5%
EC	1,740	1,846	107	6.1%
ホテルアメニティ	967	1,072	105	10.8%
海外	3,123	2,698	△424	△13.6%
オルビスブランド売上高	12,169	12,762	592	4.9%
国内 ^{*3}	11,867	12,637	770	6.5%
直販 ^{*4}	9,773	9,977	203	2.1%
外部チャンネル	2,075	2,650	575	27.7%
海外	304	125	△179	△58.9%

*1 国内主要4チャンネル以外の実績を含む

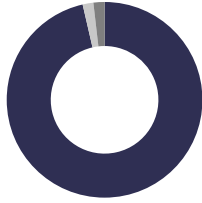
*2 従来の「委託販売」チャンネルを「サロン」チャンネルに改称

*3 直販、外部チャンネル以外の実績を含む

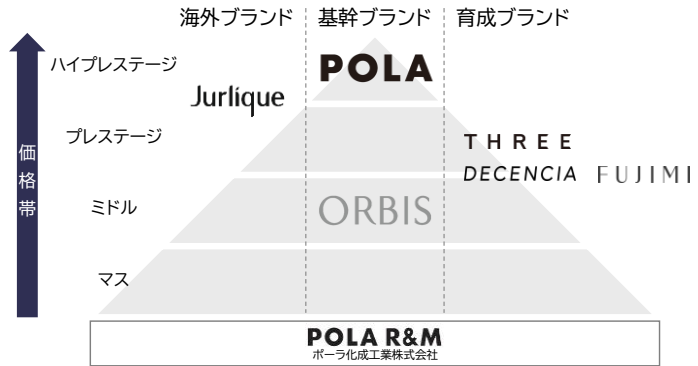
*4 自社通販及び自社店舗の合計

主軸のビューティケア事業にて6のブランドを展開

2025年12月期
連結売上高 1,702億円



- ビューティケア事業 96%
- 不動産事業 2%
- その他 2% (ビルメンテナンス事業)



グループの強み

- マルチブランド戦略
- スキンケアに集中
- 基幹ブランドのポーラとオルビスにおける独自のダイレクトセリング
- 多様化する顧客ニーズに対応
- 高いリピート率
- 強固な顧客リレーションシップ

(参考) ビューティケア事業 ブランドポートフォリオ

	売上構成比 ^{*1}	ブランド	コンセプト・商品	価格	主な販売チャネル
基幹 ブランド	55%	POLA 1929年～	ハイエンドのプロダクトとサービスを通じて独自の体験価値を提供するブランド	約10,000円以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内: サロン、百貨店、EC、化粧品専門店 ■ 海外: 百貨店、直営店、免税、EC、越境EC
	31%	ORBIS 1984年～	人が本来持つ美しさを引き出すエイジングケアブランド	約2,000円～5,000円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内: EC、カタログ通販、直営店、化粧品専門店、ドラッグストア ■ 海外: EC、免税
海外 ブランド	5%	Jurlique 2012年に買収	オーストラリアのプレミアムナチュラルスキンケアブランド	約5,000円以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 豪州: 百貨店、直営店、EC ■ 海外: 百貨店、直営店、免税、EC、越境EC
育成 ブランド ^{*2}		DECENCIA 2007年～	敏感肌向けスキンケアブランド	約5,000円～10,000円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内: EC ■ 海外: 越境EC
	9%	THREE 2009年～	精油を軸に植物の力で肌・心・体を整えるホリスティックケアブランド	約5,000円以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内: 百貨店、直営店、EC ■ 海外: 百貨店、免税、EC、越境EC
		FUJIMI 2021年に買収	パーソナライズビューティケアブランド	約6,000円～10,000円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内: EC

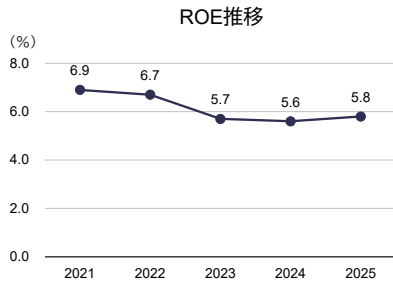
*1 2025年12月期のビューティケア事業売上高に対する構成比

*2 育成ブランドにはOEM事業、新規事業が含まれる

ROE目標と達成に向けた取り組み

	2025年実績	2026年目標	2029年目標
ROE	5.8%	10%以上	14%以上

- 不採算事業・ブランドの撤退判断の迅速化
- 安定的な配当による株主還元
- バランスシートの効率化
- 持続的な成長を実現するための戦略投資

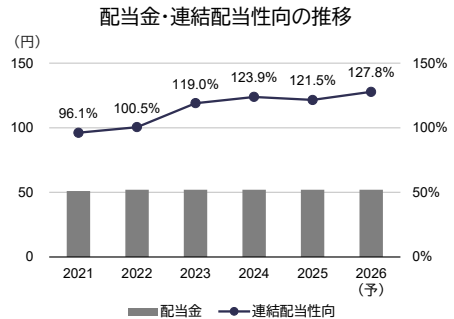


株主還元の充実

- 連結配当性向60%以上が基本利益成長に伴い安定的な増配を目指す
- 自己株式取得は、投資戦略、当社株式の市場価格・流動性等を踏まえ検討する

【2026年の配当について】

- 1株当たり年間配当金 52円 (中間21円・期末31円)
- 連結配当性向 127.8%



VISION 2029

多様化する「美」の価値観に応える個性的な事業の集合体

基本戦略 1	化粧品事業のグローバル展開とブランドポートフォリオの改革と拡充
基本戦略 2	新価値を創出し、事業の領域を拡張
基本戦略 3	研究・技術戦略の強化

