

**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1四半期 決算説明電話会議 主な質疑応答（要約）**

- Q1. ポーラ 中国新 EC 法の影響によるインバウンドやバイヤーの減収は想定と比べてどうだったか。**  
⇒想定より減収幅が大きかった。当社はインバウンド売上と外国籍ビューティーディレクター（以下 外国籍 BD）の売上は明確に捉えており、その業績については見込んだ通りの結果。一方、それ以外の国内売上に捉えきれないバイヤー需要があり、その分が想定以上に減収となった。
- Q2. ポーラ バイヤー需要や、外国籍 BD 売上の減少はどこで一巡すると認識しているか。**  
⇒捉えきれない国内のバイヤーについては何とも言えないが、外国籍 BD については 18 年 3Q 半ばから売上に変化が出てきた。18 年 4Q 実績と 19 年 1Q 実績はほぼ同じなので、一巡は今年の 3Q あたりと推定している。
- Q3. ポーラ 中国新 EC 法によるバイヤー需要の減少により、結果としてチャネルの適正化が進むとの認識か。**  
⇒基本はその認識。従前と同様のスタンスで、転売自体は抑制しなければならない課題。
- Q4. ポーラ 百貨店や観光庁などのマクロ指標では、2 月～3 月は観光客数が回復傾向だが、ポーラも同様か。**  
⇒確かに観光客（訪日旅行客数）は回復基調。百貨店などのインバウンド売上は戻りつつある。一方、捉えきれない国内のバイヤーについては確実なことは申し上げられない。
- Q5. ポーラ 1Q の月次売上だが、1 月～3 月にかけて段々良くなってきているのか。**  
⇒1 月が最も減収率が高く 3 月にかけて減収率は低下している。この背景には、18 年 1 月のリンクルショットの価格改定と、ホワイトショット インナーロックのリニューアル効果があり、前年のハードルが高かった影響もある。
- Q6. ポーラ 減収の半分以上がインナーロックとの事だが、風評被害の影響は大きいのか。対策などは。**  
⇒風評被害による影響がいくらかは特定できない。中国現地にて被害対策や抗議など積極的に行っており、影響は徐々に弱まるとみている。一方、インナーロックが減収した背景は、むしろ新 EC 法によるバイヤー需要の影響の方が大きいと思われる。インナーロックをはじめ、美容健康食品には賞味期限があるため、転売在庫の消化を急いでいるのではないかと推測している。

**Q7. ポーラ 国内売上の減収は、インナーロックとリンクルショットで、どれくらいか。**

⇒インナーロックの減収が約 30 億円と最も大きく、リンクルショットの減収は約 13 億円。共に先ほど申した通り、前年の反動影響もある。リンクルショットは国内 EC や越境 EC を開始するので、年間計画は変更なく前年並みを目指す。一方、B.A シリーズは前年よりも伸長しており順調。

**Q8. ポーラ インナーロックは、前年レベルまで回復するとみていいのか。**

⇒海外展開は越境 EC・免税等で販売しており、ここは足元も弱くないので期待したい。しかし、圧倒的に構成比が高い国内売上(インバウンド・バイヤー売上も含む)が、前年レベルの水準まで戻るかは難しいと思う。

**Q9. ポーラ リンクルショットの越境 EC 展開はいつから。**

⇒6 月 1 日を予定している。

**Q10. オルビス 新商品ディフェンセラの状況は。減益は広告投資によるものか。**

⇒ディフェンセラの 1Q 売上は約 8 億円強と計画超過。発売と同時に積極的な広告宣伝を行った影響で減益となったが、2Q は 1Q ほどの広告投資をしないため、営業利益率の改善を見込む。

**Q11. オルビス 前年 10 月リニューアルのオルビスユーの状況は。**

⇒オルビスユーシリーズ全体で前年比+30%以上なので好調を継続している。顧客単価の向上に寄与しており、顧客構造の強化を実現できている。

**Q12. Jurlique 通期の見通しは。**

⇒売上高は減収計画。損失は改善できる見通し。本部費用や販管費など削減を実施することと、前年 4Q に計上した貸倒引当金が今年は無くなる見込み。

**Q13. ACRO THREE ブランドの国内・海外の売上の構成比と伸長率、今後の見通しは。**

⇒THREE の海外売上高比率は約 25%で、国内は前年比+10%弱、海外は+20%程度の伸長率。国内は既に主要百貨店の大部分に出店済みだが、海外はまだ地域・店舗数ともに拡大の余地がある。  
なお、海外は代理店への出荷売上に付き、小売ベースでの海外売上高比率は 25%を超えている。

**Q14. ACRO 3 つの新ブランドの計画に対する進捗は。**

⇒Amplitude は計画超過。FIVEISM、ITRIM は若干計画を下回っている。どのブランドも百貨店からの引き合いは強いので、出店に伴い今後業績が伴うことを期待している。

**Q15. 通期見通し** ポーラの新商品ホワイトショット(ローション・ミルク)をおり込んでもガイダンスは変わらないか。  
新商品ホワイトショットの計画値と純増効果、利益面の影響を教えてください。

⇒ポーラの1Qは計画を下回っており、上期の下振れ相当は、新商品ホワイトショットでオフセットするつもり。新商品ホワイトショットの販売目標60億円(小売ベース)に対し、純増効果は30億円程度と想定。利益面の影響については、ポーラの中では粗利益率の高い商品ではあるが、新規獲得として販促投資も計画している。2Q以降、不確定な要素もあることを踏まえガイダンスは変更していない。

**【注意事項】**

本資料に記載の内容は、フェアディスクロズの観点から、ポーラ・オルビスホールディングス 2019年12月期第1四半期決算電話会議の質疑および、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。