

**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3四半期 決算説明電話会議 主な質疑応答（要約）**

**Q1. 連結 インバウンド売上額を教えてください。**

⇒連結 3Q 累計 約 106 億円、3Q 単独 約 31 億円、約 90%がポーラで残りは THREE。

**Q2. 連結 駆け込み需要はどの程度だったか。オルビスの方が多かったか。**

⇒ポーラは約 30 億円、オルビスは約 15 億円程度と推計。ポーラでは増税後の反動に備えた需要喚起として商品を拡充していく。一方でオルビスは増税前に既存顧客向けのキャンペーン策などを打っていることもあり、3Q 単独の増収率寄与はオルビスの方が高かった。

**Q3. 連結 下方修正の内訳と背景を教えてください。**

⇒年間売上高 90 億円の修正の内、3Q で約 55 億円計画差が出た。それを受け 4Q の下振れ要素として約 35 億円を反映した。要因は、為替影響によるインバウンド・バイヤー需要の減少と駆け込み後の消費マインド低下リスクであり最大限織り込んだ。

**Q4. 連結 今回ポーラで売上高 90 億円を下方修正したが、他のブランドの下振れリスクはあるか。**

⇒他ブランドのリスクも含め最大限織り込んだ。

**Q5. 連結 来期の利益計画の方向感を教えてください。構造改革や投資などで減益となる可能性はありそうか。**

⇒来期は今期の着地から 10%近い増益をイメージ、長期経営計画である連結営業利益率 15%を目指したい。

**Q6. ポーラ 3Q 累計でのチャンネル別の増減内訳は。また減収要因であったインナーロックの状況は。**

⇒チャンネル別で減収要因はビューティーディレクター約 140 億円、増収要因は海外で約 24 億円、百貨店・ホテルアメニティ等約 15 億円。商品別での主たる減収要因は美容食品。インナーロックの売上は四半期 15 億円程度に落ち着いており、4Q 以降の減収要因にはならないと見ている。

**Q7. ポーラ 3Q 単独の国内事業だが、駆け込み需要を除いた内需が想定よりも弱かった要因は。**

⇒美容食品を中心としたバイヤー需要の落ち込みによるものが大きい。また、新ホワイトショット、APEX といった新商品の苦戦もある。新ホワイトショットは悪天候の影響による初動の遅れが響き、APEX は販売現場への浸透不足などが要因であり今後リカバリーしたい。

**Q8. ポーラ 美容食品の減収は 3Q で一巡すると見ていたが、4Q も継続する見込みか。**

⇒前期 4Q 単独の美容食品の売上規模を、今期の 3Q 単独では超えている事を踏まえると、今期の 4Q に一巡することはほぼ見えている。

- Q9. ポーラ 4Q の美容食品が下げ止まるのであれば、今回の下方修正は保守的か。また、来期も減収が続く可能性は。**  
⇒増税の反動影響や為替影響によるインバウンド需要の一層の減収リスクを織り込んだ。来期のバイヤー需要予想は不透明だが、仮に影響が続いたとしても海外事業の伸びで相殺以上をカバーし増収に転じさせたい。
- Q10. ポーラ 国内のビューティーディレクターの減収は戦力構造の問題か。**  
⇒国内のビューティーディレクター売上の中には捉えきれしていないバイヤーも含まれる。減収が美容食品に偏っている事に象徴されるように、商品面での問題の方が大きいと認識。
- Q11. ポーラ バイヤー需要の減少が主たる減収要因と理解しているが、末端需要についてはどう認識しているか。**  
⇒末端需要はあると考えているため、中国国内の百貨店、ローカル EC、越境 EC などの様々なチャネル拡充でカバーしていきたい。
- Q12. ポーラ 海外売上が 3Q 単独では鈍化しているように見えるが要因は。**  
⇒トラベルリテールへの出荷が期ズレを起こした影響と香港デモや為替影響によるもの。セルスルーの勢いは衰えておらず好調。
- Q13. ポーラ 3Q のコスト削減は実施されたか。**  
⇒販売手数料などの変動費以外はおおむね計画通り執行。広告宣伝費はもともとボリュームが少ない中で可能な限り削減している。
- Q14. ポーラ 来期の売上高の見通しはどのようなイメージか。**  
⇒計画策定中ではあるが来期 2~3%の成長は目指したいと考えている。そのための大型新商品は準備していく予定。成長ドライバーは海外チャネルになるが国内についても今期でボトムアウトしたい。
- Q15. ポーラ 高価格帯化粧品市場のトレンドはどのように見ているか。市場が縮小しているとすればポーラには逆風か。**  
⇒3Q は駆け込み需要、4Q は反動があるので現時点での分析は尚早かと考えている。仮に高価格帯市場が縮小しても、ポーラはカウンセリングを武器にした販売力と、差別性の高い商品があれば必ずしも逆風ではないと認識。
- Q16. Jurlique 来期の見通しだが損失改善は可能か。**  
⇒今期のダウンサイズによる影響が来期は通期で効果を発現するので、今期の営業損失を半減させるイメージ。

**【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 2019 年 12 月期第 3 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。