

株式会社 ポーラ・オルビスホールディングス
2022年12月期第1四半期 決算説明会 主な質疑応答（要約）

- Q1. 連結 第1四半期は想定に対してどうだったか。また、韓国免税への出荷コントロールは計画通りか。**
⇒計画に対して、売上高は約△20億円（ポーラ約△23億円）、営業利益はほぼ想定通りの結果。CtoC市場への流通抑制として韓国免税チャンネルの出荷コントロールを実行しているが、年間約40億円の減収見込みに対して計画通りの進捗。来年以降については、市場価格の実態調査をした上で検討。
- Q2. 連結 第2四半期以降も売上高が厳しい状況が続いた場合、コストコントロールの余地はあるか。**
⇒売上高の状況次第で柔軟に対応していく。
- Q3. ポーラ 売上高の計画差△23億円の内訳を教えてください。**
⇒海外△13億円、国内△10億円。海外は中国大陸や香港における感染対策により店舗営業に大きな影響が出ている。国内は委託販売チャンネルの苦戦によるもの。エステ売上が前年同期比△20%強となり、感染者数拡大に伴い来店しにくい状況があった。また、家庭内感染なども増えたことで、個人事業主であるビューティーディレクターの活動自体に制限がかかったことも要因。20年以降、新規顧客数が落ち込み総顧客数を積み上げられておらず、苦しい状況が続いている。
- Q4. ポーラ 委託販売チャンネルにおけるコロナ前と比べた時の顧客数減少とショップ数減少について。**
⇒コロナ前と比較して顧客数減少に最も影響したのは、インバウンド需要とバイヤー需要の減少。それ以外の国内需要においては、新規獲得の中心となっていたカウンセリングやエステが従来通りに実施できなくなったことが、顧客数のマイナスに繋がっている。ショップ数については、売上が厳しい中で多少減少が続くかもしれないが、法人化も進めており、LTV向上により効率を高めていく。
- Q5. ポーラ 国内ECの伸長率に減速感がみられるが状況はどうか。**
⇒23年に売上高100億円規模、今期は約70億円で前期比+30%程度の増収であり、概ね計画どおりの進捗。今後SNSを中心としたオンライン上でのコミュニケーションを増やしていく。また、OMOの観点では、オンラインとオフラインの両チャンネル購入顧客のLTVが高い傾向があるため、いかにチャンネルの垣根を無くしていくかが重要。チャンネルをまたいだ購入に繋げる仕組みを構築していく。
- Q6. ポーラ 国内の4月以降の見方は。**
⇒感染者数の状況は緩和され人流も増えてきており、販売状況においても3月と比較すると徐々に改善してきている。4月以降、主力のB.Aシリーズ新商品発売やキャンペーンを実施しており、リカバリーを図る。

Q7. ポーラ 第1四半期営業利益△23億円の減益を国内と海外に分けるとどうか。また利益率についても教えて。

⇒国内△10億円、海外△13億円。海外は大半が韓国免税に対する出荷抑制の影響。営業利益率はポーラ全体で約8%、国内海外ともにそれと同程度。

Q8. ポーラ 中国大陸と香港の売上高前年比を教えて。

⇒中国大陸の売上高は13.4億円（前年同期比△11%）香港は5.5億円（前年同期比△30%）

Q9. ポーラ 中国大陸におけるECの状況とオンライン比率を教えて。

⇒オンライン比率は約25%、売上高は3.3億円（前年同期比△26%）。商戦期に大きなディスカウントやキャンペーンが行われる傾向が強まっているが、ポーラはブランディングの観点でキャンペーンに対して慎重な姿勢であり、そのためECは減収となっている。

Q10. ポーラ 中国大陸のロックダウンが長期化しているが出店は計画どおりか。

⇒ここまでのロックダウンの長期化は想定以上。地域ごとに状況は異なるため各地域の状況をみながら出店は進めていきたい。商業施設からのオファーはあり、ブランドとしてのポテンシャルに変わりはない。しかしながら、今後も主要都市のロックダウンが起きれば影響は避けられないため、ECも新しいプラットフォームへ進出するなど強化していく。オンラインとオフラインを組み合わせることで成長性を担保していく。

Q11. ポーラ 中国大陸の通期計画に対する考え方は。

⇒第1四半期はコロナで厳しい結果となったものの、昨年までの新規出店とそれに伴う新規顧客数拡大により既存顧客数は前年を上回っている。ロックダウンが解除されれば事業成長可能と考えているが、今の状況がいつまで続くのか次第で通期計画への影響は慎重にみていく必要はある。

Q12. オルビス 増益要因について。

⇒広告宣伝費を中心とした販管費の減少が△4億円程度。新商品の発売にあわせた販売投資の期ズレもあり、過度にコスト削減したものではない。

Q13. Jurlique ジュリークの中国事業は好調だが、ポーラとの違いは。

⇒出店地域の違いによる影響が大きい。ポーラが集中的に出店している地域がロックダウンしている。またジュリークは中国大陸売上の約45%がオンラインであり、ビジネスモデルの違いも影響している。

Q14. H2O PLUS 法人税への影響について。また、23年まで商品供給が継続するが今後の財務諸表への影響は。

⇒法人税等の減少は累計損失に対する税効果計上によるもの。今後については、清算終了までは連結業績に含まれる。しかしながら、最低限の会社機能となるため、営業損失は販管費の減少により縮小。22年年間5億円程度の赤字と見ていたが、1~2億円程度損失額が減少する見込み。23年もわずかながら実績は発生する想定。連結B/Sへの影響はそれほど大きくない。

Q15. THREE 自社ECを停止していたことによる特別損失などは発生するか。

⇒補償等について金額確定前のため現時点では織り込んでいない。確定次第見通しに反映する。

Q16. THREE 百貨店統計データは前年を上回っているが、一方で THREE の百貨店事業が弱い理由は。

⇒2月に情報漏洩の可能性があることを公表したことにより既存顧客への影響は少なからずあったと認識。

【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 2022 年 12 月期第 1 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。