2025 年 11 月 7 日

2025 年 12 月期 第 3 四半期 決算説明会 主な質疑応答 （要約）

1. 連結 3Q の会社想定比での進捗について。ブランド別の状況はどうだったか。

連結では、上期の段階で会社の想定に対して売上高が約 12 億円の下振れ、営業利益は約 13 億円の上振れだった。加えて、3Q 単独では、売上高が約 13 億円の下振れ、営業利益が約 11 億円の上振れ。また 3Q 単独のブランド別では、売上高に関してポーラが約 15 億円の下振れ、オルビスが 2 億円の上振れ、Jurlique が 2 億円下振れ。営業利益では、ポーラは想定線、オルビスが約 4 億円上振れ、Jurlique が約 3 億円上振れとなった他、全社・消去が約 4 億円の上振れだった。

2. 連結 通期見通しについてアップサイド・ダウンサイドリスクはあるか。

売上高に関して、3Q までに発生した会社想定との差をリカバリーすることは難しいが、4Q 単独では当初想定していた水準を目指したい。営業利益に関しては、4Q は特にポーラにおいて B.A のマーケティング投資を行っていく。そのため 3Q までの営業利益上振れ分が、そのまま通期ガイダンスの上振れにつながるということではない。

3. 連結 全社・消去が減少している背景について。

2025 年度からセグメント間のコスト配分方法を変更している。本社費用の効率改善も図っており前年比で減る方向にあるが、4Q への期ずれもあり大きく通期想定から乖離するものではないと認識。セグメントごとの進捗に差が出ている状況にあるが、営業利益ガイダンス 145 億円の達成を目指したい。

4. ポーラ 3Q 単独で、会社想定に対して売上高が約 15 億円下振れた要因は。

想定差は主に委託販売チャネルによるもの。委託販売チャネルの売上は、上期は想定線で着地し、下期においては前年並みを目指していたが B.A のリニューアル前の買い控えが想定以上に発生した。また、B.A は 9 月の発売以降、既存の特にロイヤリティの高いお客さまを中心には購入いただけているが、PR がまだ十分ではないことでお客さまの稼働が伸び悩んでいる状況。10-12 月は化粧品市場が盛り上がるシーズンとなるので、そのなかで、お客さまへの提案を強化しリプロモーションをかけることでリカバリーを図り、10-12 月においては前年並みの売上水準を目指す。

5. ポーラ 営業利益が上振れた理由は。また 4Q においてどういったマーケティング投資、施策を実行するか。

使うべきタイミングで必要な費用を投下する方針。投資対効果を見極めながらの費用執行としていることにより営業利益が上振れた。4Q においては、顧客リストを活用しながら、DM やメール配信等により本社からダイレクトに購入促進を図る。

6. ポーラ 国内事業における顧客数の減少が上期と比較し加速した印象だが、どのチャネルで減少しているのか。また委託販売チャネルのみの顧客数・顧客単価の推移について教えて。

上期と比較し、3Q 累計の顧客数は委託販売、百貨店、EC いずれのチャネルにおいても前年比で減少トレンドにある。委託販売チャネルにおける 3Q 累計の顧客数は前年同期比で△7.4%、顧客単価は+4.5%。 既存顧客向けのコミュニケーションを戦略的に強化しており、特に新規顧客数が減少した。

7. ポーラ 委託販売チャネルの減収理由について。B.A の販売状況以外に構造的な問題があるか。

ビューティーディレクターの数や店舗数の減少といった組織的な課題については、会社として打つべき手を打ち、店舗数については一定の成果が見られ始めた。取り組みを継続するとともに、顧客構造に影響を与えないよう社内での更なる議論と打ち手の実行を進める。

8. ポーラ エステの値上げを実施したが影響は出ているか。

新たに取り入れた手技への評価も高く、値上げ実施後も継続的にお客さまに利用してもらえている。ネガティブな影響は出ていない。

9. ポーラ 海外事業の状況について。環境の変化はあったか。

2Q の状況から大きな変化は起きていない。中国市場では依然として不透明感があるものの、オンライン販売は活況。一方で低迷する店舗販売については、不採算店舗の閉鎖を進め収益性の改善を図っている。

10. オルビス 直販の顧客数の状況について。

オルビスの直販チャネルの顧客数は既に 200 万人を超えており、国内の市場環境を考えたときに直販において顧客数を拡大し続けていくことは容易ではない。一方で、外部チャネルの展開を進めており、外部チャネルも含めたオルビスユーザーという観点では着実に増やしていくことはできると考える。

11. オルビス 競争環境が厳しくなっているという認識はあるか。今後も継続的に営業利益率の上昇が見込めるか。

化粧品の中価格帯市場は横ばいの推移となっているが、オルビスは市場成長以上の成長を維持できており、競争力がある。営業利益率については既に高い水準にあり、ここから更に大きく上げていくことに難しさはあるが、販促費や管理費等のコスト効率化等により改善させていきたい。

12. オルビス 3Q 実績をどう評価するか。

2Q において、5 月に発売したクレンジングオイルに投資し、結果として 3Q の売上高増につなげられた。クレンジングオイルの購入をきっかけにスキンケア関連製品への買い回りにつなげていきたい。

13. Jurlique 来期黒字化の確度について。市場環境に変化は起きているか。

来期黒字化に向け販管費抑制をはじめ、抜本的な構造改革を進めている。市場環境については中国市場をはじめ、厳しい市況環境が続いており変化は見られていない。新製品投入や販売促進により売上増につなげていきたいと考えるが、仮に来期の売上高が今期並みとなっても構造的な収益改善により黒字化を果たしたい。

14. その他　化粧品市場の価格帯別の動向について。

当社の把握している統計データ上は、高価格帯市場は 3Q 累計で伸長。当社はポーラをはじめとして高価格帯化粧品ブランドを複数保有しており、マーケット環境は良いトレンドにあると認識。

【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、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。