LIVE REPORT

個人投資家のための
IRフォーラム2017winter
～ニッポンの未来を豊かにする企業～

登壇者

取締役 財務・法務総務・広報・IR・CSR担当
藤井 彰　氏

4927
ポーラ・オルビス ホールディングス

POLA ORBIS HOLDINGS

～感受性のスイッチを全開にする～

理念、沿革

- **沿革**
  - ・1929年、㈱ポーラを創業し、訪問販売により事業をスタート。
  - ・ポーラ・オルビスの両基幹ブランドを軸に6ブランドを展開。
- **新理念：　感受性のスイッチを全開にする**
  - ・グループ新理念（2017年刷新）：「人々の感受性を刺激し、人生を変えるほどのきっかけを与える存在になりたい」との思いで新理念を策定。

各ブランドの特長と戦略

- **基幹ブランド、POLA、ORBIS**
  - ・ポーラはビューティーケア事業の売上構成比57%を占める。高価格帯に特化。
  - ・訪問販売のビジネスモデルを変化させ、ポーラ・ザ・ビューティーが売上を牽引。
  - ・オルビスのビューティーケア事業に占める売上構成比は28%。「オイルカット」という独自コンセプトに基づき、主に通販チャネルで販売。
- **海外ブランド、Jurlique、H2O PLUS**
  - ・オーストラリアのJurlique、アメリカのH2O PLUSの2ブランドを、M&Aにより取得。
- **育成ブランド、THREE、DECENCIA**
  - ・百貨店を中心に展開するTHREE、敏感肌専門ブランドのDECENCIAが好調。

特徴、強み

- **マルチブランド戦略**
  - ・それぞれコンセプト、価格帯、主要な販売チャネルが異なる6ブランドを展開。それぞれのブランドが独立性を持ち、自主自立経営のもとにブランドアイデンティティを磨いていくことで、グループのシェアを拡大。
- **高スキンケア比率**
  - ・スキンケア領域に集中。約1600万件の肌データに基づく研究開発、アンチエイジング・ホワイトニングに強みを持つ。
- **ダイレクトセリング**
  - ・ポーラは委託販売契約を結んだ販売員「ビューティーディレクター」による直販。
  - ・オルビスはネットとカタログを通じた直販。
  - ・高リピート率のスキンケア直販で安定収益実現。

業績と株主還元

- **ポーラが好調で増額修正**
  - ・ポーラの好調な業績を主要因として、2017年12月期の業績予想を上方修正。今期売上は前期比11.7%増の2440億円、営業利益は同41.2%増の380億円と、8期連続の増収、営業増益を見込む。
- **中期経営計画**
  - ・基幹ブランドの安定成長、海外事業全体での黒字化、次世代の成長ブランド構築を目指し、2020年度を最終年度として、売上約2,500億円営業利益は年平均成長率10%以上、営業利益率15%以上、ROE12%以上
- **配当、株主優待**
  - ・2017年以降、連結配当性向を60%以上に引き上げる。
  - ・保有株式数・保有年数に応じ、ポイントを進呈、グループ会社商品と引き換えができます。

本資料は、フォーラム開催日の2017年12月9日現在の情報に基づいて作成されており、その後の業績動向等を反映したものではないため、明示、黙示に関わらず内容の正確性あるいは完全性について保証するものではありません。