



第11期
株主通信

秋号 (2016年1月1日～6月30日)

BA

2016年8月19日発売
ポーラ B.A セラム レブアップ

ごあいさつ

株主の皆さまには、平素より格別のご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

第11期第2四半期（2016年1月1日～6月30日）の国内化粧品市場は、訪日観光客のインバウンド消費による成長に陰りが見られたものの、百貨店を中心とした高価格帯の需要は、引き続き堅調に推移しました。一方で、インバウンドを除いた国内消費は、前年並みとなりました。

このような環境の中、当社グループは、基幹ブランドであるポーラ、および育成ブランドの好調な業績が牽引し、グループ全体として売上、営業利益ともに年初計画を大幅に上回ることができました。第3四半期以降も、今期が最終年となる現中期経営計画の成長戦略を着実に実行し、計画達成を目指してまいります。

ここに、ポーラ・オルビスグループの第11期第2四半期の株主通信（秋号）をお届けいたします。ご高覧いただきますようお願い申し上げます。



代表取締役社長
鈴木 郷史

目次

| | | | | | |
|----|----------------------------|----|------------------------------|-----|-----------------------|
| P1 | ごあいさつ | P6 | 2016年秋冬News | P11 | 財務情報 |
| P2 | 株主の皆さまへ | P7 | 特集：BRAND PICK UP ～ディセンシア～ | P13 | 株式の状況 |
| P4 | 特集：GROUP NEWS ～ポーラ化成工業～ | P9 | ポーラ・オルビスホールディングスの 株主優待 | P14 | 会社概要 / 株主メモ 裏表紙 |
| P5 | 営業概況 | | | | ポーラ・オルビスグループの 文化活動 |

株主の皆さまへ

当第2四半期は、基幹ブランドのポーラと、育成ブランドの代表格となったTHREE、decenciaが成長を牽引した一方、海外ブランドにおいて香港や中国本土の百貨店市場が減速した影響を大きく受けました。

以上の結果、連結売上高は106,957百万円(前年同期比107.2%)、営業利益は12,150百万円(同131.5%)と年初計画を上回る実績を達成しました。

国内:ブランド認知向上でインバウンド需要が拡大 BDのプロフェッショナル化は順調に進捗

ポーラでは、インバウンド需要を捉えた「インナーロックIX」を契機に訪日観光客のブランド認知が進み、当該商品に限らず、主力シリーズの「B.A」やその他健康食品等も好調に推移しました。また、今年1月より開始したビューティーディレクター(BD)のプロフェッショナル化を目的とした教育の強化や処遇制度の改定により、BD数は大幅に減少しましたが、1人当たり売上が上昇する等、当初の計画どおり順調に進捗しています。下期については、7月に「ホワイトショット」シリー



2016年7月発売
ポーラ「ホワイトショット RX」

ズからクリーム、8月に「B.A」シリーズから美容液と、ポーラが強みとする美白・エイジングケアの新商品を相次いで発売しました。

オルビスは、3月に主力の「オルビスユー」シリーズからホワイトニングラインを発売したことに加え、SNSを活用した新規顧客の獲得とリピート化に取り組んだ結果、前年を上回る売上となりました。一方で、既存顧客の購入促進を目的としたキャンペーンやポイント費用の増加により、営業利益は微減となりました。下期は、季節商品の投入等、プラス1品につながる提案により、購入単価の向上に取り組んでまいります。

育成ブランドでは、THREEが、3月に発売した限定コレクションの大ヒットをはじめ、4月に海外4カ国目となるマレーシアに進出する等、世界に通用するブランドとして着実に成長しています。decenciaも引き続き高成長を維持しており、下期には、大型新製品の投入とブランドリニューアルを控えています。(詳細P7・8) 育成ブランド全体として、上期は初の黒字化を達成し、今後も連結への利益貢献度を高めてまいります。



2016年3月発売
オルビス「オルビスユー ホワイト」シリーズ

海外：中華圏の成長鈍化が進む中、 市場変化に対応した事業構造を確立

中国都市部百貨店や香港における化粧品市場の成長鈍化が顕著になり、Jurlique、H2O PLUSについても厳しい状況が続いています。こうした環境下では、市場変化に対応した事業構造を確立することが今後、ますます重要となります。Jurliqueでは、今期より中国事業において、固定的な費用の抑制を目的に代理店モデルへの変更を実行しました。下期は、スキンケアをはじめとした新商品の投入により、店頭の活性化を図ります。H2O PLUSは、本国のアメリカでリブランディングを着実に進め、6月に新ブランドコンセプトに基づく新商品の出荷を開始し、再成長に向けた一歩を踏み出しました。



2016年3月発売
THREE「サクライズム」

株主の皆さまへのメッセージ

利益還元につきましては、現中期経営計画の方針である連結配当性向50%以上を踏まえ、当期の中間配当は1株につき90円とさせていただきます。期末配当では110円、年間200円の配当金を予定しています。

今期は、2020年ビジョン達成に向けたセカンドステージとなる現中期経営計画の最終年となります。下期は、年間計画の達成を目指すとともに、2017年12月期から始まる次期中期経営計画における具体的な戦略の策定を進めます。さらには、当社グループ創業100周年となる2029年の「ありたい姿」の指針となる、「新グループ理念」についても、社内で議論を重ねてまいります。株主の皆さまには、今後とも一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長 **鈴木 郷史**

史上初!

「シワを改善する」効能の医薬部外品 ポーラ化成工業が製造販売承認を取得

このたび、ポーラ化成工業が、シワの分野では日本初の医薬部外品「ポーラ リンクルショット メディカル セラム」の製造販売承認を厚生労働省より取得しました。これは、ポーラ化成工業が15年の歳月をかけ開発した史上初の“シワを改善する”効能の医薬部外品成分を配合した美容液です。新規の医薬部外品成分が承認されるのは、同業他社を含めても、2009年6月以来、7年ぶりの快挙となります。



厚生労働省より受領した承認書を手にする三浦社長（中央）。7/14 記者会見にて。

史上初 “シワを改善する” 医薬部外品の誕生

女性の二大肌悩みと言われる、シミとシワ。30代以降の女性のうち、実に70%以上がシワに悩んでいるとのデータもあります（(株)富士経済調べ）。ところが、シミに関しては、以前から医薬部外品成分が存在していましたが、“シワを改善する”医薬部外品成分は存在しませんでした。

今回、ポーラ化成工業が史上初の“シワを改善する”医薬部外品として製造販売の承認を受けた「ポーラ リンクルショット メディカル セラム」は、配合成分の「好中球エラスターゼ阻害剤[※]」が、シワの原因である好中球エラスターゼ（真皮コラーゲンやエラスチンを分解する酵素）の働きを阻害し、シワを改善に導きます。

ポーラ化成工業が本製品の開発に着手したのは2002年。2009年に厚生労働省へ申請し、医薬品医療機器総合機構および厚生労働省による、成分の有効性、安全性を証明するデータ

の審査を経て、2016年7月に医薬部外品として承認されました。

ポーラ化成工業は、今後も、シワの改善メカニズム解明と合わせて、お客さまによりご満足いただける製品の研究・開発を継続してまいります。

「Science.」でこれからもお客さまのために

ポーラは、2016年1月より新ブランド戦略をスタートし、独自価値を「Science. Art. Love.」と再定義しました。このたびの医薬部外品は、まさに最先端の「Science.」の証であり、史上初の「シワの改善」を謳える商品として、多くのお客さまのご期待に応えてまいります。

「ポーラ リンクルショット メディカル セラム」の発売は、2017年の初めを予定しております。乞うご期待ください。

※ 4つのアミノ酸複合成分 = ミフツ化イソプロピルオキシプロピルアミノカルボニル
ロジジナルボニルメチルプロピルアミノカルボニルベンゾイルアミノ酢酸ナトリウム

用語解説

医薬部外品とは？

一般的に“化粧品”と呼ばれている製品には、「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（2014年11月以前の名称：薬事法）」で定められている「化粧品」と「医薬部外品」があります。医薬部外品とは、化粧品と医薬品の中間に位置する製品で、ある特定の効能・効果について、当該法律によって承認された製品のことで。

ポーラ化成工業株式会社について

ポーラ・オルビスグループの研究開発と生産機能を担っています。長年の研究によって蓄積された素材・剤型技術に基づき、高付加価値・高機能化粧品のスキンケア品、ベースメイクアップ品の開発を得意としています。

従業員数 477名（2016年6月末時点） / 研究部門 170名（女性77名、男性93名）

営業概況

2016年12月期第2四半期の連結業績をご報告いたします。

| 売上高 | 営業利益 | 親会社株主に帰属する 四半期純利益 |
|------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| 106,957百万円 (前年同期比 107.2%) | 12,150百万円 (前年同期比 131.5%) | 8,264百万円 (前年同期比 135.7%) |

■ ビューティケア事業

ポーラ・育成ブランドが増収を牽引。
海外ブランドは計画的なビジネスモデル変更等により減収。

| 売上高 | 営業利益 |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 99,343百万円 (前年同期比 106.7%) | 12,080百万円 (前年同期比 139.2%) |

| | | | |
|----------|--|-----------------------------|------------------------------|
| ポーラ | インバウンド需要に加え、美白、エイジングケア商品が引き続き堅調で、想定を上回る業績。 | 56,760百万円 (前年同期比 113.3%) | 8,897百万円 (前年同期比 163.7%) |
| オルビス | 「オルビスユー ホワイト」の発売等で顧客数が増加。 | 28,215百万円 (前年同期比 101.9%) | 5,302百万円 (前年同期比 97.7%) |
| Jurlique | 香港、免税店での観光客減、中国事業の代理店モデルへの変更により減収。 | 5,914百万円 (前年同期比 74.8%) | △1,434百万円 (前年同期より297百万円減) |
| H2O PLUS | リブランディング後の商品を北米で出荷開始。北米への集中を目的に、中国は事実上、撤退。 | 1,242百万円 (前年同期比 67.3%) | △1,210百万円 (前年同期より359百万円減) |
| 育成ブランド | 好調なTHREE、decenciaは第2四半期に2桁の営業利益率を達成。 | 7,210百万円 (前年同期比 128.8%) | 524百万円 (前年同期より721百万円増) |

■ 不動産事業

高稼働率の維持により増収増益。

| 売上高 | 営業利益 |
|----------------------------|--------------------------|
| 1,517百万円 (前年同期比 104.5%) | 797百万円 (前年同期比 133.5%) |

■ その他（医薬品・ビルメンテナンス）

新薬導入のプロモーション費用が先行。ビルメンテナンス事業は堅調。

| 売上高 | 営業利益 |
|----------------------------|----------------------------|
| 6,096百万円 (前年同期比 117.3%) | △335百万円 (前年同期より407百万円減) |

2016年秋冬News

当社グループの新商品をご紹介します。

8月10日 THREE

2016年秋冬 メイクコレクション 第1弾

エビック ミニ ダッシュ 全7色
各¥3,000 (税抜)



8月19日 POLA

みずみずしいフレッシュな 肌印象を目指す美容液が B.Aから誕生

B.A セラム レプアアップ
40mL ¥13,500 (税抜)

リフィル
¥13,000 (税抜)



9月7日 THREE

2016年秋冬 メイクコレクション 第2弾

メズモライジング パフォーマンス
アイライナーペンシル 新7色
各¥3,000 (税抜)



Jul.

Aug.

Sep.

Oct.

Nov.

Dec.

8月25日 Jurlique

うるおいをため込み、 しっとり肌が続く ナチュラルなエッセンス化粧水

ジュリク ハイドレーティング ウォーターエッセンス
(化粧水/アルコールフリー)
150mL ¥6,900 (税抜)



10月22日 ORBIS

ストレスを跳ね返し、 活力みなぎる肌を叶える美容液

アドバンスングエッセンスジェル
50g ¥2,700 (税抜)



敏感肌はどこまでも美しくなれる

DECENCIA

ポーラ・オルビスグループ唯一の敏感肌化粧品専門ブランド、ディセンシア。
今回は、革新を続けるディセンシアのブランドコンセプトやブランドリステージ戦略についてご紹介します。

社名の由来

【 decency = 大切なことを大切に 】

この言葉からディセンシアは2007年に誕生しました。

敏感肌専用の化粧品をつくっているからこそ、

敏感肌を研究し、お客さまのお悩みを率先して聴き、「綺麗になる。」
という化粧品の本質を忘れない。

私たちが大切にすることはそんな想いが積み重なり、つくられています。

展開シリーズ



つつむ

潤いで敏感肌を優しくつつむ
ベーシックケア



ayanasu

敏感肌が挑む“攻め”の
プレミアムエイジングケア



saeru

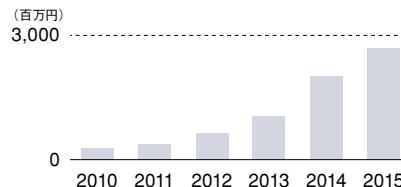
敏感肌が冴えわたる
アドバンスホワイトニングケア

社内ベンチャーから生まれた敏感肌ブランド、ディセンシア

ディセンシアは、ポーラ化成工業の研究員がアトピー・敏感肌研究の末に画期的な新技術「ヴァイタサイクルヴェール」を開発したことをきっかけに生まれました。社内ベンチャー制度のもと事業化され、ポーラ・オルビスグループ傘下で子会社が設立されたのは、2007年のことです。以来、敏感肌を守る「低刺激処方」と美しくなれる「美肌効果」の両立を目指す新しい敏感肌化粧品として、30~40代の女性をターゲットに、ECを中心とした通信販売チャネルにて展開しています。マーケティングの根幹をお客さまとのコミュニケーション強化に置き、2013年にはお客さまと交流できる会員組織「club decencia」を発足。「お客様座談会」を定期的で開催し、直接お伺いしたご要望や

ご意見を商品・サービスの向上に活用しています。こうした独自のコンセプトや取組みが、過去5年間の平均売上成長率86%という飛躍的な成長につながっているのです。

■ ディセンシア売上推移



基幹エイジングケア 「アヤナス」をリニューアル



社長に聞く

ブランドリステージに 込めた想い

株式会社 decencia 代表取締役 小林 琢磨

2002年 ボーラ化粧品本舗入社（現ボーラ）。
ホテルや旅館向けにアメニティ品を販売する
事業部に配属。営業からキャリアをスタートし、
その後マーケティングにも携わる。

2009年 グループ内の新ブランドであったディセンシアに
移籍。

2010年 代表取締役社長に就任。現在38歳。

Q

新ブランドステートメント 「敏感肌はどこまでも美しくなる」について

ディセンシアは、これまで敏感肌化粧品業界において一般的であった「低刺激・レス処方※」とは一線を画し、「敏感肌処方 × 美肌処方」を掛け合わせたプラスの美しさを提供できる機能を付与したことで全く新しい「攻める敏感肌コスメ」として支持されてきました。今回ブランドリステージにあたり、ブランドステートメントを「敏感肌はもっと美しくなる」から一新し、「敏感肌はどこまでも美しくなる」を策定しました。この言葉は、ストレス社会で戦う現代の敏感肌女性に向け、敏感肌であることを忘れてしまうような「無限」に美しくなる可能性の提供を意味しています。今後ディセンシアでは、物理的な刺激による肌荒れだけでなく、心理的ストレスからなる肌荒れにも科学的にアプローチし、ストレスに負けない肌作りをサポートします。

Q

中長期的にありたい姿とは

敏感肌に悩んでいる女性が「美しくなりたい」という前向きな気持ちで使えるブランドを目指すのみならず、使い続けることで自分自身に「誇り」が持てる、そんなブランドでありたいと思っています。そのためには、「敏感肌こそ美しくなる」ということを敏感肌専門ブランドの私たちが提案していくことが重要だと考えます。

現在、ディセンシアのターゲット市場である低刺激・レス処方中心の敏感肌市場は600億円と言われていますが、今後は、市場規模4,000億円と言われる無添加やドクターズ、オーガニック化粧品などの安心・安全市場での成長を視野に入れ、新たな領域でも存在感を示していけるようになりたいと思っています。

※ 肌の刺激の原因となる成分を減らした処方。



敏感肌は、どこまでも美しくなる。

DECENCIA



常識を超えて、肌の真髄へ。

ayanasu

2016年11月1日（火）本品・リフィル同時発売

- ・アヤナス ローション コンセントレート
125mL ¥5,000(税抜) / リフィル ¥4,500(税抜)
- ・アヤナス エッセンス コンセントレート
36g ¥7,500(税抜) / リフィル ¥7,000(税抜)
- ・アヤナス アイクリーム コンセントレート
15g ¥5,000(税抜)
- ・アヤナス クリーム コンセントレート
30g ¥5,500(税抜) / リフィル ¥5,000(税抜)

新「アヤナス」は、現代女性の多くが悩みを抱える「ストレスによる肌荒れ」のメカニズムを解明し、オリジナル複合成分「ストレスバリアコンプレックス™」を開発。1品1品の機能を明確にし、ライン使いすることで最大限に効果が高まる、高実感型のエイジングケアシリーズです。容器のデザインは、強くしなやかで芯のある女性をイメージしたフォルムと赤を採用。敏感肌を断ち切る意味を含めた斜めのキャップが前向きさを表現しています。

ポーラ・オルビスホールディングスの株主優待

ポーラ・オルビスホールディングスでは、保有株式数と保有年数に応じたポイント制優待制度を導入しています。
2015年12月期の株主優待品ラインアップのうち、人気トップ10アイテムの一部をご紹介します。

60
point

POLA

2015年2月新発売の美白美容液

**ホワイトショット SX
ジュニアサイズ**

ヒトの肌が秘めていた「セルフクリア機能」を業界で初めて解明。シミ・ソバカスを防ぐ薬用美白美容液。



ORBIS

夏に活躍する必須アイテムが勢揃い

サマーケアセット

夏の紫外線から肌を守るUVカット。紫外線ダメージを集中ケアする美白スリーピングパック。デオドラントジェルは汗のニオイを解消する夏の人気商品。



POLA

株主優待商品 2年連続人気 No.1※ 2014年11月リニューアル発売

※ リニューアル前商品を含めた場合は5年連続

オードフルール フレグランス ボディシャンプー2種セット

すがすがしく上品なカサブランカ、甘く優雅なローズの2種類の香り。シリーズの特徴である花本来の香りを情緒的に伝えるパッケージの絵画表現が評価され、「日本パッケージデザイン大賞 2015」を受賞。



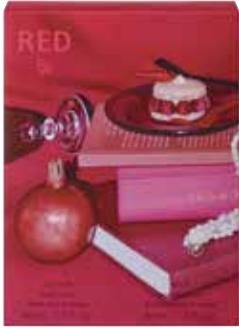
株主さま・ユーザーさまからのコメント

- 女性 30代** 株主優待でいただいたオードフルールボディシャンプーがとても良い香りで気に入っています。今後も続けて下さい。
- 女性 60代** 株主優待品、ボディソープSet、毎年続けて欲しいです!!
- 女性 30代** 香りがとても自然で、洗い上がりもしっとり。
- 女性 40代** とてもおしゃれなパッケージのギフトセットです。自宅用にも使うたび気分が上がりますし、プレゼントにも喜ばれると思います。

※個人の感想になります。商品の効果・効能を保证するものではありません。

80
point

POLA



ローション・ミルクの
1カ月間セット

**RED B.A. モイスター
スターターセット**

清らかな透明感に満ちた、しなやかではずむような肌を目指す「RED B.A.」。濃厚な果実や華やかな花々の香りで、表情までもやわらぐような気分へ。

ORBIS



大ヒットシリーズ

オルビスユーセット

肌のハリ、キメ、うるおい等あらゆる要素を美しく整え、新エイジングケア理論で“美肌へのスピード”を加速。

●エイジングケアとは年齢に応じたケアのことです。 ●美白とはメラニンの生成を抑え、シミ・ソバカスを防ぐことです。 ●肌とは角層のことです。
※画像の縮尺は商品により異なります。

100
point

POLA

2015年8月発売商品が
優待品に登場

B.A. ローション ハーフサイズセット

うるおい、ハリ感に満ちて、全体印象まで。生命感あふれるような「立体艶肌」へ。

※うるおい効果による艶感



対象株主さま

毎年12月末現在の当社株主名簿に記載された1単元(100株)以上所有の株主さま

優待ポイントについて

ポイントは、1ポイント100円相当!
優待カタログに掲載している約30品目からお好きなものと交換していただけます!

進呈ポイント

3年以上保有の方には
+20ポイント

| 保有株式数／保有年数 | 3年未満 | 3年以上 |
|------------|------------------------|------------------------|
| 100～299株 | 60ポイント (6,000円相当) | 80ポイント (8,000円相当) |
| 300～499株 | 80ポイント (8,000円相当) | 100ポイント (10,000円相当) |
| 500株以上 | 100ポイント (10,000円相当) | 120ポイント (12,000円相当) |

●ポイントは3年間繰り越せます。全株式を売却された場合、次年度にポイントを繰り越すことはできません。 ●保有年数は株主番号で管理しておりますので、同一株主番号で保有の必要があります。 ●優待品のラインアップは毎年変わります。 ●株主優待についての詳細は、Webサイトまたは株主優待制度のご案内をご覧ください。

野村インベスター・リレーションズ発行「知って得する株主優待」女性にうれしい「美と健康」部門4年連続1位に選出されました。



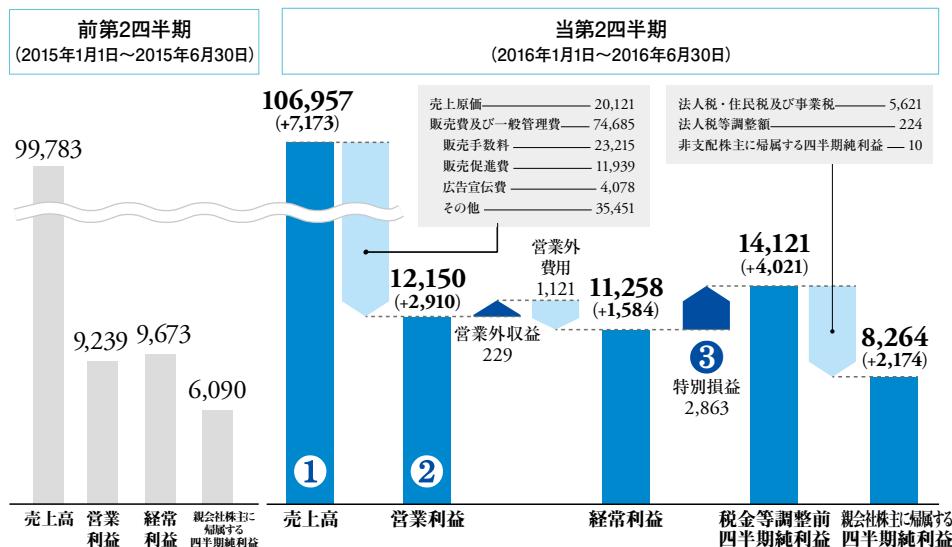
財務情報

連結損益計算書の概要 (2016.1.1~2016.6.30)

(単位：百万円)

※ グラフを見やすくするため、数値と高さは比例していません。

※ () 内数字は前年同期比増減



ポイント解説 ①

ビューティケア事業が増収に寄与し、特にポーラと育成ブランドが貢献しました。また、その他に含まれる医薬品事業も、新薬の投入により増収となりました。

ポイント解説 ②

売上増と原価率の改善に伴う、売上総利益の増加による、ビューティケア事業の増益(約3,400百万円)が貢献し、連結営業利益は大幅な増益を達成しました。

ポイント解説 ③

第1四半期に実行した静岡工場跡地の譲渡により、約3,000百万円の特別利益が発生しました。

連結貸借対照表の概要

(単位：百万円)



ポイント解説 ④

配当金支払いによる現預金の減少のほか、受取手形、および売掛金等が主な減少要因となり、10,918百万円減少しました。

ポイント解説 ⑤

未払法人税等、販売手数料未払金の減少により、負債は合計で11,853百万円減少しました。

2016年12月期の見通し (2016年8月1日時点)

上期は売上・営業利益ともに計画以上に推移しました。2016年12月期の通期業績は、上期までの実績と下期の予想を踏まえ、当初計画から売上高40億円、営業利益10億円の上方修正をしました。下期の売上は概ね当初計画通り、営業利益はH2O PLUSの中国撤退に伴う費用等を見込んでおります。

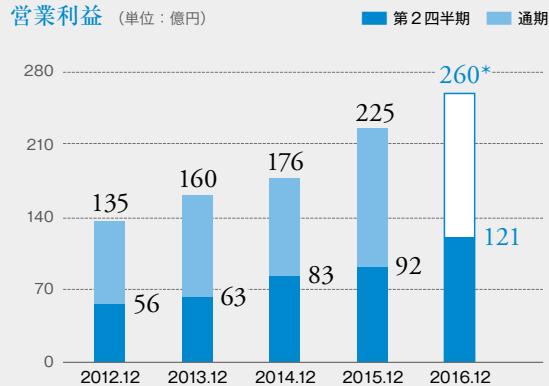
配当は当初計画通りの1株当たり年間200円を予定しております。

| | |
|-----------------|---------------------|
| 売上高 | 2,230億円 (前期比103.8%) |
| 営業利益 | 260億円 (前期比115.5%) |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 172億円 (前期比122.0%) |
| 年間配当金 | 200円 (見通し) |

売上高 (単位：億円)



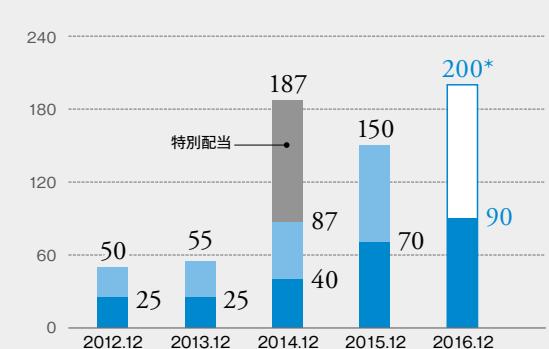
営業利益 (単位：億円)



親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益 (単位：億円)



1株当たり配当金 (単位：円)



*の数値は見通しです。

株式の状況 (2016年6月30日現在)

発行可能株式総数 200,000,000 株

発行済株式の総数 57,284,039 株

株主数 11,397 名

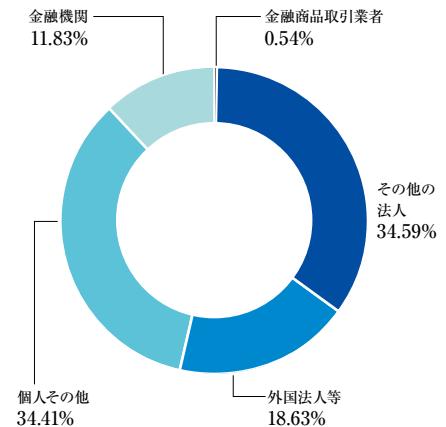
大株主 (上位10位)

| 株主名 | 持株数 (千株) | 持株比率 (%) |
|--|-------------|-------------|
| 公益財団法人ポーラ美術振興財団 | 19,654 | 35.5 |
| 鈴木 郷史 | 12,700 | 23.0 |
| 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口) | 1,841 | 3.3 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口) | 1,720 | 3.1 |
| 中村 直子 | 1,192 | 2.2 |
| J.P. MORGAN BANK LUXEMBOURG S.A. 380578 | 780 | 1.4 |
| 鈴木 宏美 | 778 | 1.4 |
| ポーラ・オルビスグループ従業員持株会 | 679 | 1.2 |
| 野村信託銀行株式会社 (投信口) | 580 | 1.0 |
| STATE STREET BANK WEST CLIENT — TREATY 505234 | 368 | 0.7 |

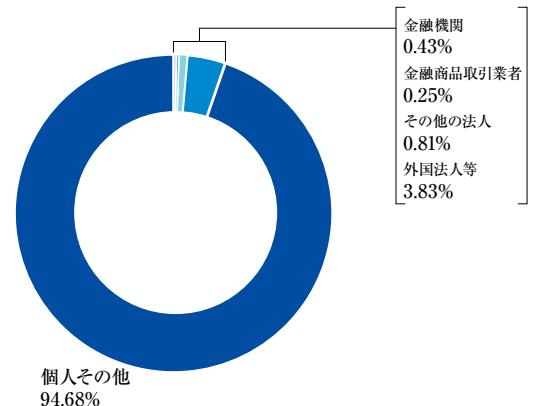
- (注) 1. 所有株式数は単位未満を切り捨てて表示しております。
 2. 上記のほか当社所有の自己株式 1,996 千株があります。
 3. 持株比率は自己株式を控除した発行済株式の総数で算出しております。

株式の分布状況

株式数比率



株主数比率



(注) 自己株式 1,996 千株は「個人その他」に含めております。

会社概要 (2016年6月30日現在)

| | |
|-------|--|
| 商号 | 株式会社ポーラ・オルビスホールディングス POLA ORBIS HOLDINGS INC. |
| 設立 | 2006年9月29日 |
| 資本金 | 100億円 |
| 従業員数 | (連結) 3,945名 (単体) 111名 <small>*従業員数は就業人員数(派遣出向者を除き、受入出向者を含む)</small> |
| 事業内容 | グループ全体の経営管理 |
| 本店所在地 | 〒141-0031 東京都品川区西五反田二丁目2番3号 <small>(実際の業務は東京都中央区銀座一丁目7番7号で行っております)</small> |

役員一覧

| | | | |
|---------|-------|-------|--------|
| 代表取締役社長 | 鈴木 郷史 | 社外取締役 | 小宮 一慶 |
| 常務取締役 | 久米 直喜 | 社外取締役 | 鎌田 由美子 |
| 取締役 | 藤井 彰 | 監査役 | 岩淵 久男 |
| 取締役 | 三浦 卓士 | 社外監査役 | 佐藤 明夫 |
| 取締役 | 阿部 嘉文 | 社外監査役 | 中村 元彦 |
| 取締役 | 横手 喜一 | | |

株主メモ

事業年度：毎年1月1日から12月31日まで
定時株主総会：毎年3月
定時株主総会の議決権の基準日：12月31日（その他必要があるときには、あらかじめ公告する一定の日）
期末配当の基準日：12月31日
中間配当の基準日：6月30日
1単元の株式数：100株
証券コード：4927
株主名簿管理人：東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
三菱UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱場所：東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

主なグループ企業

ビューティケア事業

| | |
|---------------|---------------|
| 株式会社ポーラ | 株式会社フューチャーラボ |
| オルビス株式会社 | 株式会社メディアラボ |
| ポーラ化成工業株式会社 | 株式会社オルラヌジャパン |
| Jurlique グループ | 株式会社 decencia |
| H2O PLUS グループ | 株式会社 ACRO |
| 株式会社 pdc | |

不動産事業

株式会社ピーオーリアルエステート

その他

株式会社ポーラファルマ
株式会社科薬
株式会社ピーオーテクノサービス

公告の方法：電子公告によって行う。ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行う。

公告掲載アドレス：<http://www.po-holdings.co.jp/>

上場証券取引所：東京証券取引所 市場第一部

■ ご住所・お名前の変更、単元未満株式の買取請求、配当金受取方法の変更などについては、お取引のある証券会社にお問い合わせください。

■ 未払い配当金のお支払いや株式事務に関する一般的なお問い合わせは、下記の当社株主名簿管理人にお申し出ください。

三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号
TEL：0120-232-711（通話料無料）

ポーラ・オルビスグループの文化活動

ポーラ ミュージアム アネックス 展覧会情報

開催中～2016年9月25日(日) 「ウルトラ植物博覧会 2016」西畠清順と 愉快的な植物たち

昨年大好評を博したプラントハンター西畠清順氏の展覧会。2回目となる今展はSIMPLICITY代表の緒方慎一郎氏が会場構成を担当。昨年とは全く違った空間のなか、陶芸家内田鋼一氏が作り出す器と清順氏の植物とのコラボレーション作品をご紹介します。



2016年10月7日(金)～11月20日(日) 「GUSTAVE くん by HIGUCHI YUKO」

繊細なタッチで独特な世界観を描き、女性を中心に高い人気を誇るイラストレーターのヒグチユウコ氏の展覧会。開催に合わせて発売されるヒグチ氏の人気キャラクター「ギュスターヴ君」を主人公にした絵本「GUSTAVE」の原画と描き下ろし作品を展示します。



お近くにお越しの際は、
ぜひお立ち寄りください。

ポーラ ミュージアム アネックス
TEL 03-5777-8600 (ハローダイヤル)

東京都中央区銀座1-7-7 ポーラ銀座ビル 3階
開館時間 11:00～20:00 (最終入場は19:30まで)

入場無料

IR ニュースメール配信にご登録ください

最新のニュースリリース、IR関連資料、説明会などのプレゼンテーションの情報を、
ご登録の皆さまに電子メールにてお知らせいたします。

ポーラ・オルビスホールディングスの情報をいち早く知ることができるメール配信に、
ぜひ、ご登録ください。

当社ホームページの株主・投資家情報 (<http://ir.po-holdings.co.jp>) よりご登録ください。

登録すると、こんなメリットがあります！

- 最新のIR情報が入手できます。
- パソコンでも携帯でも、お好きな場所で確認できます。



当社IRサイト

ご登録はこちらから

ポーラ・オルビス 個人投資家 検索

株式会社ポーラ・オルビスホールディングス

〒104-0061 東京都中央区銀座1-7-7 ポーラ銀座ビル

TEL 03-3563-5517(代表) <http://www.po-holdings.co.jp/>