

第10期 株主通信

春号

(2015年1月1日~12月31日)



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。

2015年12月期の国内化粧品市場は、訪日旅行者によるインバウンド消費などに支えられ、全体としては前年を上回る結果となりました。特に、免税品目の拡大で、化粧品が対象となってからは、都市部の百貨店やドラッグストアの好調が続いています。その一方で、インバウンドを除いた国内需要に目を向けると、横ばいまたは微減にとどまりました。

このような環境の中、ポーラ・オルビスグループの業績は、中期経営計画に沿ったスピーディーな戦略の実行と、訪日旅行者需要の取込みが奏功し、6期連続の増収、営業増益を達成することができました。

中期経営計画の最終年となる2016年12月期は現計画値の必達と、次期中期経営計画の戦略策定に力を注いでまいります。

ここに、ポーラ・オルビスグループの第10期株主通信（春号）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
- P4 株主の皆さまへ
- P6 営業概況
- P7 2016年春夏News
- P8 PICK UP

- P9 特集：ポーラ新ブランド戦略
- P11 財務情報
- P13 株式の状況 / 株主メモ
- P14 会社概要 / 株主優待について
- 裏表紙 ポーラ・オルビスグループの文化活動

2015年12月期をふりかえって

2015年12月期の当社グループの業績は、基幹ブランドのポーラと育成ブランドの THREE、decencia が成長を牽引し、連結売上高2,147億円(前期比108.4%)、連結営業利益は225億円(同127.3%)と、年初計画を大幅に上回る結果となりました。

国内：ポーラの美白新商品のヒットと育成ブランドが成長を牽引

ポーラでは、2月に発売した美白新商品「ホワイトショット」シリーズが大ヒットを記録しました。特に、同シリーズのサプリメント「インナーロック IX」は、インバウンド需要増の好機を捉え、ポーラの成長を牽引しました。また8月には、誕生30周年を迎えた主力シリーズ「B.A」をフルリニューアルし、数々のベストコスメ賞を受賞するなど、エイジングケア市場で確固たる地位を築きました。

オルビスは、2014年9月導入のポイント制度に伴って売上基準を変更しましたが、ポイント制度による売上の押し上げ効果を除いた実質的な成長は、前年をわずかに下回る結果となりました。この主要因は、前年の消費増税前の駆け込み需要による売上増をカバーしきれなかったことですが、その一方で、ポイント制度の本来の目的である、一律値引きから One to One マーケティングによるロイヤル顧客増へのシフトについては、狙いどおりの成果が得られたと認識しています。

育成ブランドは、THREE が約 +60%、decencia が約2倍と引き続き高い売上成長率を示し、国内事業の成長を牽引するとともに、育成ブランド全体での大幅な利益改善に貢献しました。

海外：Jurliqueがオーストラリアで好調 H2O PLUSはブランド再生に向け始動

Jurlique は、中国化粧品市場の成長鈍化や、百貨店チャネルから EC チャネルへの需要分散の影響に加え、香港でも旅行者減少の逆風を受け、中国・香港では厳しい状況となりました。一方、ブランド発祥の地であるオーストラリアでは、旅行者の需要を確実に捉え、昨年が続いて2桁以上の売上成長を達成しています。商品面では、エイジングケアシリーズ「ニュートリディファイン」の追加商品など、オーガニックである安心感と機能性を兼ね備えた新商品を市場に投入しました。

H2O PLUS は、早期の収益改善を目指し、2月に就任した新 CEOを中心にブランド再生に取組み、本社移転と組織体制のスリム化、ブランドコンセプトの再設計などの施策を展開しました。



2015年8月発売 ポーラ新「B.A」

2016年12月期の取組み

グループの強みを共有し、 持続的な成長を実現

中期経営計画の最終年である2016年12月期は、財務計画の達成はもちろんのこと、2020年の長期ビジョン達成とその先につながる戦略の策定と実行に取組むべき重要な年であると認識しています。

2016年は、ポーラの経営陣を柔軟な発想を持った若手中心のメンバーに一新し、新たな体制のもと、新ブランド戦略をスタートさせました。「Science. 科学的探究心と挑戦で、革新を生む。」「Art. 卓越した美と技で、驚きと感動を生む。」「Love. 一人ひとりの人間を尊重し、愛あふれる関係を築く。」をポーラ独自の価値と定義し、商品、接客、情報などあらゆる企業活動のクオリティを高め、持続的な成長を目指します。その一環として、ビューティーディレクター*（ポーラレディ）のプロフェッショナル化を目的とした教育の強化や評価制度の見直しなどを実施してまいります。

オルビスは、2014年の発売以来、大ヒットを続けている「オルビスユー」シリーズから、2016年3月、ホワイトニングラインを発売します。チャンネル面では、これまでの自社通販サイトに加え、お客さまと

の接点拡大を目的として、外部の通販サイトへの出品を本格的に開始しました。さらに、商品の機能性やチャンネルの利便性を提供するだけではなく、お客さまの生活に影響を与えるような「ライフスタイルブランド」を目指して、幅広い領域の商品開発やブランド発信力の強化、お客さまとの接点拡大に取り組んでまいります。

育成ブランドの THREE と decencia には、引き続き高い成長を期待しています。THREE は、すでに海外展開を開始しており、タイ、台湾、インドネシアに続く4か国目として、4月にマレーシアに進出する予定です。

Jurlique では、重点国である中国において、EC チャンネルの強化や固定費の削減を目的とした代理店の積極活用などでビジネスモデルの変革を進め、利益構造の改善を目指します。加えて、ブランドの本拠地であるオーストラリアでは、アジア地域での高い知名度を活かし、引き続き旅行者の需要を取込んでまいります。また、商品力の強化とロジスティクスの効率化を図るため、情報システムや生産施設の刷新を計画しています。

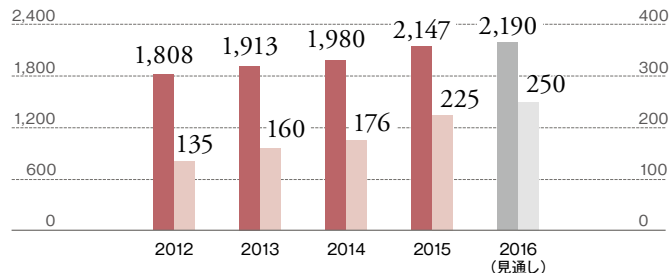
H2O PLUS は、ブランド再生の一環としてコンセプトの再設計を行ってまいりましたが、2016年上期には、アメリカを皮切りに新コンセプトに基づく商品の順次発売を予定しています。これを契機に売上の成長軌道を回復し、2017年黒字化を目指します。

海外市場は、中国での経済成長鈍化をはじめ、事業環境がめまぐるしく変化し、より厳しさを増しています。こうした状況下で、海外を主戦場とする Jurlique、H2O PLUS では、ポーラやオルビスを中心とした国内での強みといえるカウンセルングやリピート販売を徹底し、より強固な事業基盤を築いていく必要があります。そのために、今年から、海外 2 ブランドに対する日本からの人的支援やナレッジの共有をより一層強化してまいります。

※2016年1月より、「ポーラレディ」から「ビューティーディレクター」に呼称変更。

売上高・営業利益（単位：億円）

■ 売上高（左軸） ■ 営業利益（右軸）



株主の皆さまへ

安定的な利益成長により、 株主還元の実現

現中期経営計画では、資本効率の向上と株主還元の実現に重点的に取り組んでまいりました。2015年12月期のROEは、7.8%(前期比+1.9pt)、期末配当は、当初計画どおりの1株につき80円とさせていただきます。

2016年12月期の業績につきましては、連結売上高2,190億円(前期比102.0%)、連結営業利益250億円(前期比111.1%)と7期連続の増収・営業増益を見込んでいます。ROE目標は、当初目標の8%を上方修正し9%とします。年間配当につきましては、利益の成長見通しを踏まえ、前期より50円増配の1株につき200円(中間90円、期末110円・配当性向64.3%)を予定しています。

当社グループは、2010年12月の上場時に2020年の「ありたい姿」を長期ビジョンとして発表し、その達成に向けて着実に前進してまいりました。2015年12月期を終えた現在は、まさに長期ビジョンの折り返し地点を過ぎたところです。そこで社内では、2020年のさらに先、創業100年を迎える2029年の「ありたい姿」について、既に議論を開始しました。2017年からの次期中期経営計画は、長期ビジョンの最終ステージであると同時に、2029年に向けて「今後、何をすべきか」を重点に置き、策定してまいります。経営者は、公表した短期的な目標の達成だけでなく、常に10年、20年先を見据え、日々、弛まぬ改革を続けていくことが、最大の使命であると認識しています。

株主の皆さまにおかれましては、今後も末永く当社グループへ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**



長期ビジョン

2020年
指標

連結売上高
2,500 億円以上

営業利益率
13~15%(業界トップレベル)

海外売上高比率
20% 以上

STAGE 1 2010 ~ 2013

国内安定収益確保
海外成功モデル創出

STAGE 2 2014 ~ 2016

国内のさらなる収益基盤
強化と海外展開の加速

STAGE 3 2017 ~ 2020

高収益グローバル企業へ

2014-2016 中期経営計画

2020 年ビジョン達成に向けたセカンドステージ

国内のさらなる収益基盤強化と海外展開の加速、資本効率改善による企業価値向上を目指す。

◆ 売上高

連結売上高 → 年平均成長率 **3~4%**(2016年約2,100億円)

海外売上高比率 → 2016 年 **15%** 以上

◆ 営業利益

営業利益額 → 年平均成長率 **15%** 以上

営業利益率 → 2016 年 **11%** 以上

◆ 資本効率

ROE 目標値 → 2016 年 **8%** 以上

◆ 株主還元

連結配当性向 → 2014 年以降 **50%** 以上

国内

戦略① 基幹ブランドの安定成長とグループ収益牽引

戦略② 育成ブランドの売上成長と収益化

海外

戦略③ 海外ブランドの高成長持続と収益貢献

戦略④ 基幹ブランド海外戦略の再構築

戦略⑤ 経営基盤の強化 (研究・生産・人材)

戦略⑥ 資本効率の向上と株主還元の充実

営業概況

2015年12月期の連結業績をご報告いたします。

売上高
214,788百万円
(前期比 108.4%)

営業利益
22,511百万円
(前期比 127.3%)

当期純利益
14,095百万円
(前期比 135.8%)

■ ビューティケア事業

内需の安定成長に、ポーラを中心としたインバウンド需要が加わり、6期連続となる増収、大幅増益を達成

売上高
200,570百万円
(前期比 108.7%)

営業利益
21,290百万円
(前期比 128.8%)

ポーラ

美白、エイジングケア商品のヒットと
インバウンド需要に取組み増収、大幅増益

109,352百万円
(前期比 109.8%)

12,302百万円
(前期比 143.3%)

オルビス

消費増税後の駆け込みの反動で、
売上は想定を下回るも、増益を確保

56,354百万円
(前期比 107.7%)

11,197百万円
(前期比 103.7%)

Jurlique

中国の成長性鈍化もオーストラリアで健闘。
営業利益は若干の改善

18,390百万円
(前期比 104.5%)

△379百万円
(前期より66百万円改善)

H2O PLUS

北米・中国での流通戦略見直し、
リブランディングへの投資により減収減益

3,944百万円
(前期比 80.9%)

△1,814百万円
(前期より378百万円減)

育成ブランド

THREE、decenciaが好調を持続。
営業利益は大幅に改善

12,529百万円
(前期比 123.8%)

△15百万円
(前期より943百万円改善)

■ 不動産事業

前期の物件譲渡の影響により減収も、営業利益は前年並

売上高
2,951百万円
(前期比 92.8%)

営業利益
1,265百万円
(前期比 103.1%)

■ その他 (医薬品・ビルメンテナンス)

新たな医薬品投入により増収も、初期プロモーション費用の投資により減益

売上高
11,266百万円
(前期比 107.9%)

営業利益
293百万円
(前期比 62.2%)

2016年春夏News

当社グループの新商品をご紹介します。

3月4日 POLA

紫外線より深く肌に入り込む
近紫外線にも着目。

B.Aのプロテクターが
さらに進化!

B.A プロテクター
〔SPF50・PA++++〕
45g ¥11,000 (税抜)



化粧下地、メイクアップ効果、
UV カット機能、
日中スキンケアの1品4役の多機能下地。

ホワイトシモ デイセラム
〔SPF50・PA++++〕
PI/トーンアップタイプ BE/カバータイプ
2色 30g ¥3,800 (税抜)



皮脂を吸収することで、うるおい感が続く。
長時間、朝のふんわりツヤ肌キープ。

ホワイトシモ
パウダーファンデーション
〔SPF30・PA+++、ウォータープルーフ〕
6色 14g ¥4,000 (税抜)
ケース別売 ¥1,000 (税抜)



Jan.

Feb.

Mar.

Apr.

May

Jun.

Jul.

3月3日 Jurlique

売上No.1※
ミルククレンジング
日本限定デザインを
数量限定で発売

クレンジングローション リプレニッシング
(ミルククレンジング/メイク落とし)
200mL ¥4,700 (税抜)



※2014年Jurlique内売上実績による調べ

3月24日 ORBIS

30~40代の美白と
エイジングケア※を実現

オルビスユー ホワイト
(左より)
ローション 180mL ¥3,000 (税抜)
ナイトモイスタチャー 30mL ¥3,200 (税抜)
デイモイスタチャー 30g ¥3,000 (税抜)
ジェリーウォッシュ 120g ¥2,100 (税抜)

※年齢に応じたお手入れのこと



THREE のシーズンコレクション SAKURAISM 登場

日本人にとって特別な桜。

その桜をテーマに THREE では初めてとなる、
メイクアップとスキンケアの同時コレクションを
季節限定で発売します。

「SAKURAISM 桜に宿る、美しきチカラ」をコンセプトに、
日本の桜を使用したオリジナル桜エキスを配合したスキンケア、
桜の景色を色に落とし込んだメイクアップを展開。
桜の開花にあわせて九州地方より順次発売することで、
春の訪れにときめきを感じる特別な瞬間と重ねます。

自然原料にこだわったスキンケア

「アロマスキンソープ」「アロマバスセラム」「アロマハンドクリーム」
は、ナチュラル&オーガニック化粧品としてエコサート規約*に認定
されるなど自然原料にこだわっており、心、からだ、肌にホリスティッ
クにアプローチ。つややかで明るい美しい肌へと導きます。

*フランスの国際有機認定機関エコサートグリーンライフが公開

モードでマチュアなメイクスタイル

春の空気感や生命感を、現代女性のライフスタイルと重ね合わせ
るように、優しく映し出します。今ここにしかないモードでマチュア
な THREE をお届けします。



サクライズム アロマバスセラム 天然由来成分99%(オーガニック認証成分44%)
150mL ¥6,000 / サクライズム アロマハンドクリーム 天然由来成分99%(オーガ
ニック認証成分35%) 50g ¥3,300 / サクライズム アロマスキンソープ 天然由来
成分100%(オーガニック認証成分82%) 80g ¥4,000 / ウィスバークロスフォーア
イ 全2色 ¥3,300 / チーキーシークブラッシュ 全2色 ¥3,000 / シマリング リッ
プジャム 全3色 ¥3,000 / ネイルポリッシュ 全4色 ¥1,800 / すべて限定発売になり
ます。また価格はすべて税抜きです。

2016年3月14日(月)

九州地方より桜の開花にあわせて順次発売

各地域の発売日

- 九州ブロック 3月14日～
- 中四国ブロック 3月16日～
- 関西・中京ブロック 3月18日～
- 東京ブロック 3月20日～
- 新潟・仙台ブロック 3月30日～
- 北海道ブロック 4月20日～

Science. Art. Love.

ポーラでは2016年1月より新ブランド戦略をスタートさせました。創業から永く培ってきたポーラの独自価値を、

Science (科学的探究心と挑戦で、革新を生む。)

Art (卓越した美と技で、驚きと感動を生む。)

Love (一人ひとりの人間を尊重し、愛あふれる関係を築く。)

と再定義し、この独自価値をもとに、コーポレートロゴやビジュアル、今春にはエステメニューを刷新するなど、あらゆる企業活動において、さらにクオリティを高めてまいります。

新社長 Interview



株式会社ポーラ
代表取締役社長

よこて よしかず
横手 喜一

profile

1990年4月、株式会社ポーラ化粧品本舗(現株式会社ポーラ)入社。株式会社フューチャラボ 代表取締役社長、宝麗(中国)美容有限公司(ポーラ瀋陽) 董事長兼総経理を歴任後、2016年1月、株式会社ポーラ 代表取締役社長に就任。

Q 新社長としての抱負は？

あらゆる視点からブランド価値に磨きをかけ、お客さまに「感動」と「驚き」をお伝えします。

ポーラが永続的にお客さまに選ばれていくプレステージ・ブランドへと成長するためにさまざまな変革活動に着手していきませんが、最も大切にすべきは、お客さまの「感動」と「驚き」だと考えています。ポーラと接し、ポーラに触れ、ポーラを体験することで気持ちが動き、心が満たされる。そして期待と信頼が深まっていく。その特別な体験が、ブランドへのロイヤリティを育みます。そのために、今までポーラが大切に継承してきた価値をさらに磨きあげ、お客さまに発信していきます。

Q ポーラの新ブランド戦略とは？

ポーラ独自の価値を発信すること、
高品質のサービスが提供できる仕組みを構築することです。

ポーラ独自の価値を「Science. Art. Love.」と再定義し、あらゆる企業活動のクオリティを高めていきます。「情報・メッセージ」「商品・サービス」「接客・おもてなし」の3点について、お客さまに「感動」と「驚き」を提供できるようにさらなる進化をさせ、マネジメント改革、組織風土改革、本社組織および推進体制の再編をスピーディに実行することで、高品質なサービスを提供できるように進めます。また、ポーラのビジネスモデルの根幹を担うビューティーディレクター(ポーラレディ)^{※1}が、高機能なエイジングケア^{※2}商品を提案するだけでなく、お客さまの期待を超える接客・サービスを提供することで深い関係性を築き、ブランド価値をさらに高めるように取り組んでまいります。

※1 2016年1月より、「ポーラレディ」から「ビューティーディレクター」に呼称変更。

※2 年齢に応じたお手入れのこと。

変革のポイント

1 「POLA ブランドをさらに印象強く発信します」

－ 情報・メッセージ －

新コーポレートロゴを、今までのブルーから黒に変更しました。これは確固たる自信をもって、何者にも染まらないポーラの姿勢を表現しています。また新ビジュアルとして作成した「POLA Dots(ポーラドッツ)」は、ポーラの生み出す製品、一滴一滴のしずくが、お客さまの肌にふれた瞬間から、ポーラとの関係性が無限に広がっていく様子を表したものです。新ブランド戦略のシンボルとして、ポーラ ザ ビューティの店舗ビジュアル、ショッピングバッグ、ホームページ、スタッフが着用するアイテムなどに、順次展開し、ポーラブランドを強く印象づけます。

POLA



2 「ポーラならではのエイジングケアの新価値を提案します」

－ 商品・サービス －

先進的な研究開発力を最大限に注ぎ、市場をリードするエイジングケア化粧品を継続的に生みだしていきます。さらに、美しくなりたいと願うお客さまの期待に応えるべく、エステメニューを4月に一新します。デイリーケアである「B.A」や「APEX」に連動した設計で、肌悩み別のメニューを充実させた3コース7メニューで展開します。また、エステ機器によるマッサージを充実させ、業界初の「ほほ」を重点的にケアする「FPクリアマッサージ」を開発しました。

3 「教育強化で感動レベルの接客を実現します」

－ 接客・おもてなし －

お客さまの高い要求レベルにもお応えできるように、ビューティーディレクターのプロ化を進めていきます。組織内で分散していた教育機能を一元化し、ビューティーディレクターのカウンセリング力やエステのスキルアップを図るとともに、ミステリーショッパー調査の拡大など接客品質レベルアップに向けた取組みに注力します。



新エステメニューのご紹介

4月7日、ポーラのエステが生まれ変わります。
キーワードは、「ほほ、笑むひと」。

業界初

「ほほ笑み」には、
「ほほ」が大切。
FPクリアマッサージ。

ほほの位置が下がると、若々しい印象が変わってしまう。笑顔までも違って見えてしまう。そこで、ポーラの顔エステ。ほほを重点的にケアする業界初の「FPクリアマッサージ」を開発。マシンによるリズムカルな空気圧、独自のマッサージ手技でタッピング。美しいほほ笑みが、自然と生まれます。

◆エステステップ(全コース共通)◆

1 カウンセリング → 2 フットケア → 3 クレンジング → 4 フェイシャル&デコルテ洗浄 → 5 デコルテトリートメント → 6 フェイシャルマッサージ → 7 機器マッサージ → 8 マスク → 9 ヘッドケア → 10 メークサービス* *ご希望に応じて

| コース(連動ブランド) | メニュー | 価格(1回) | 施術時間 |
|---------------------------------|---------------------------|---------------------------|--------|
| プレミアム(B.A) | エイジングケア | ¥14,040 / トライアル ¥9,180 | 約 70 分 |
| | エイジングケアホワイト ^{※3} | | |
| スペシャル(APEX) | ハリケア | ¥10,800 / トライアル ¥5,940 | 約 60 分 |
| | ブライケア | | |
| | アクネケア | | |
| | バリアケア | | |
| ベーシック (ホワイティシモ & モイスティシモ) | ベーシックケア | ¥8,640 / トライアル ¥3,780 | 約 50 分 |

エステの表記価格はすべて税込希望価格です。エステの内容など詳しくは、ホームページをご覧ください。お近くのポーラのお店までお問い合わせください。<http://www.pola.co.jp/esthe/index.html> (4月7日新エステサイトオープン予定)

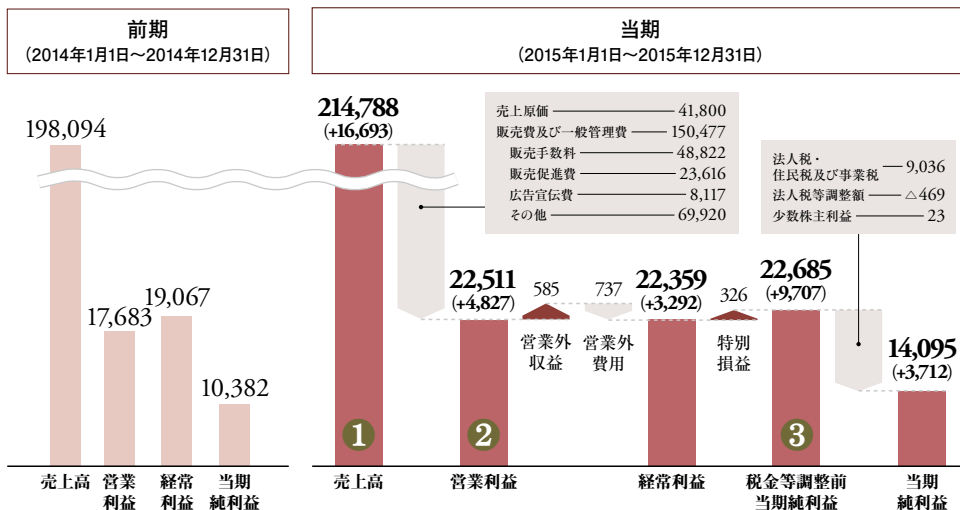
※3 メラニンの生成を抑え、シミ・ソバカスを防ぐ

財務情報

連結損益計算書の概要

(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。 ※ ()内数字は前期比増減



ポイント解説 ①

ポーラと育成ブランドが牽引役となり増収を達成しました。

ポイント解説 ②

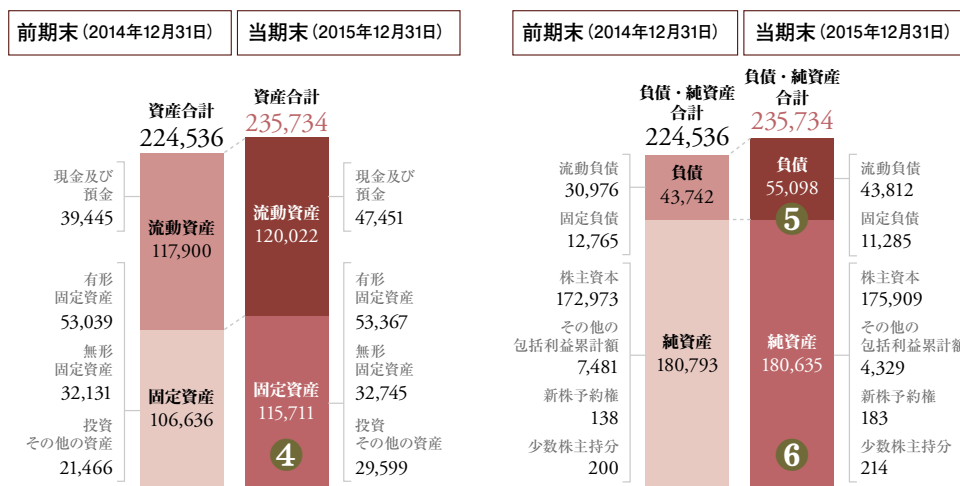
ポーラの売上増による営業利益の増益と、育成ブランドの営業利益改善で、大幅増益となりました。

ポイント解説 ③

営業利益の増益に加え、前期のH2O PLUSの減損損失(特別損失)が解消したことで、9,707百万円の増益となりました。

連結貸借対照表の概要

(単位:百万円)



ポイント解説 ④

余剰資金の運用を目的とした投資有価証券の取得等により、投資その他の資産が8,133百万円増加しました。

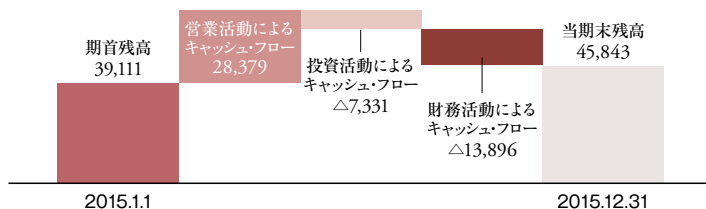
ポイント解説 ⑤

期末売上好調による未払金の増加及び、国内課税所得増加による未払法人税の増加等により流動負債は、12,835百万円増加しました。

ポイント解説 ⑥

当期純利益を計上した一方、豪ドル安による為替換算調整勘定の減少等により、前期末に比べ純資産は、157百万円減少しました。

連結キャッシュ・フロー計算書の概要 (単位:百万円)



ポイント解説

期末売上増加による売上債権が増加した一方、税金等調整前当期純利益の大幅増加等により、営業活動によるキャッシュ・フローは前期に比べ70.5%増加し、28,379百万円の収入となりました。

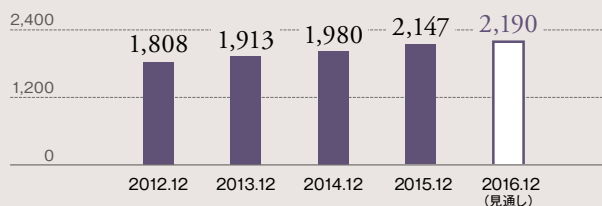
(注) 現金及び現金同等物に係る換算差額については記載を省略しております。それにより生じるグラフの誤差については調整しております。

2016年12月期の見通し (2016年2月15日時点)

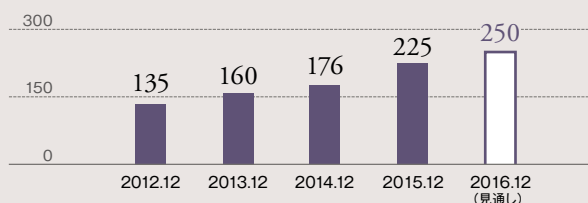
国内では、ポーラ、オルビスの安定成長と利益拡大に加え、育成ブランド全体で初の黒字化を目指します。海外では、Jurlique、H2O PLUSの収益構造の強化に取組み、連結では、7期連続の増収、営業増益を見通しております。配当は、連結配当性向50%以上という方針に基づき、1株あたり年間200円(中間配当90円、期末配当110円)を予定しております。

| | |
|-----------------|----------------------|
| 売上高 | 2,190 億円 (前期比102.0%) |
| 営業利益 | 250 億円 (前期比111.1%) |
| 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)



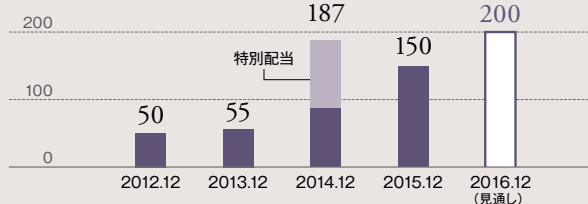
営業利益 (単位:億円)



親会社株主に帰属する当期純利益 (単位:億円)



1株あたり配当金 (単位:円)



株式の状況

(2015年12月31日現在)

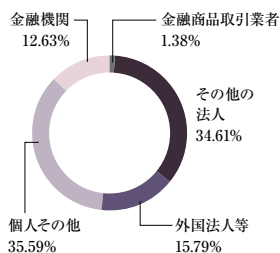
発行可能株式総数 200,000,000 株

発行済株式の総数 57,284,039 株

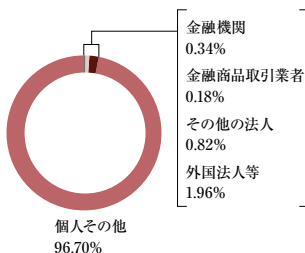
株主数 14,556 名

株式の分布状況

株式数比率



株主数比率



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 | 12,708 | 23.0 |
| 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口) | 2,072 | 3.7 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口) | 1,786 | 3.2 |
| 中村 直子 | 1,192 | 2.2 |
| 鈴木 宏美 | 778 | 1.4 |
| ポーラ・オルビスグループ従業員持株会 | 706 | 1.3 |
| 野村信託銀行株式会社(投信口) | 577 | 1.0 |
| CBLDN STANDARD LIFE ASSURANCE LIMITED- PENSION FUNDS | 440 | 0.8 |
| 資産管理サービス信託銀行株式会社(証券投資信託口) | 417 | 0.8 |

- (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

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)

会社概要

(2015年12月31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) 3,888名 (単体) 78名
*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)

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
(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)

役員一覧 (2016年3月31日現在)

| | | | |
|---------|-------|-------|--------|
| 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 | 岩渕 久男 |
| 取締役 | 横手 喜一 | 社外監査役 | 佐藤 明夫 |
| 取締役 | 三浦 卓士 | 社外監査役 | 中村 元彦 |
| 取締役 | 阿部 嘉文 | | |

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 | 株式会社オルラヌスジャパン |
| 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

株式会社ビ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
株式会社ビーオーテクノサービス

株主優待について

※詳細は3月上旬にお送りしております「株主優待カタログ」をご参照ください。

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。
なお、サービスご利用にあたってのお申込期間は、2016年3月1日～5月31日です。

優待ポイントについて

- 保有株式数と保有期間に応じたポイントを進呈
- 1ポイントは100円相当で、保有ポイントに応じて設定コースからお好きな商品と引換え
- 保有ポイントの繰越有効期限は3年といたします(同一株主番号での継続保有が条件)

進呈ポイント

| 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 | 80ポイント |
| 300～499株 | 80ポイント | 100ポイント |
| 500株以上 | 100ポイント | 120ポイント |



60ポイント例

ポーラ

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
(2種のギフトボックスのお届けとなります)

A. オー ドフルール フレグランス
ボディシャンプーセット

- フレグランスボディシャンプー(カサブランカ) 500mL
- フレグランスボディシャンプー(ローズ) 500mL

B. オー ドフルール ソープセットL

- フレグランスボディシャンプー(ローズ) 500mL
- ソープ(ローズ) 80g
- ソープ(カサブランカ) 80g

100ポイント例

オルビス

オルビスユー アンコールセット

- アンコール ローション 180mL
- アンコール デイミルク (SPF20・PA+++) 30g
- アンコール ナイトクリーミージェル 30g

※画像の縮尺はセットにより異なります。

株主優待事務局 (2016年6月30日17:00まで)

☎ 0120-907-547 (10:00～17:00/土・日・祝日除く)

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

前期：2016年2月26日(金)～3月21日(月・祝)
後期：2016年3月25日(金)～4月17日(日)

『ポーラ ミュージアム アネックス展 2016』



公益財団法人ポーラ美術振興財団での「若手芸術家の在外研修に対する助成」において、過去に採択されたアーティストを対象としたグループ展を開催します。今回も、前後期に分けて、合計8名の作家をご紹介します。

近藤聡乃 [Kiyakiya] 音楽: ジョン・ゾーン カラー 6分39秒
シングルチャンネル・アニメーションビデオ 2010-2011年

2016年4月23日(土)～5月29日(日)

津上みゆき

『時の景、つなぐとき』



すべての作品を「View」と名づけ、風景画を描き続けている画家 津上みゆき。大胆な色使いでありながら、時間や空間の繊細なさまを繊細に表現しています。このたび、1年間のイギリス留学を終え、3年ぶりとなる個展を開催します。新作を中心に、スケッチとともに約30点を展示する予定です。

津上みゆき [View-around 11a.m., Kurashiki, 5 August 2015]
顔料、アクリル、キャンバス 2015年 (2点組みのうち左)

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 ▶

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/>

