

2026年12月期 第2四半期（中間期） 決算補足資料

株式会社ポーラ・オルビスホールディングス
代表取締役社長
横手 喜一

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 今後の取り組み
4. 2026年12月期業績見通し
5. 参考情報

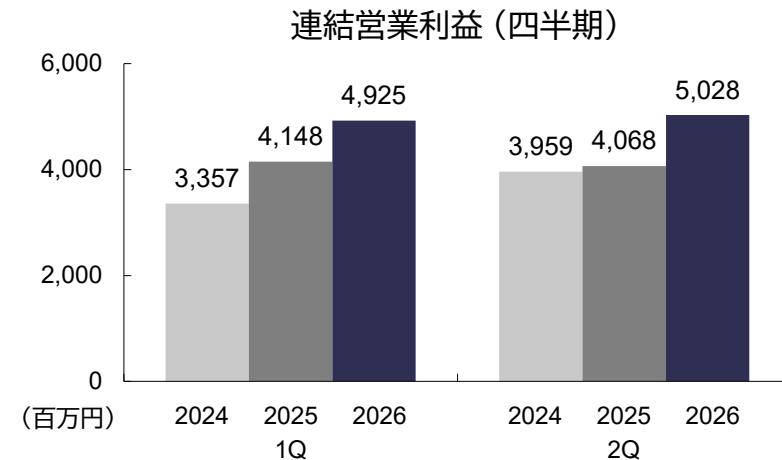
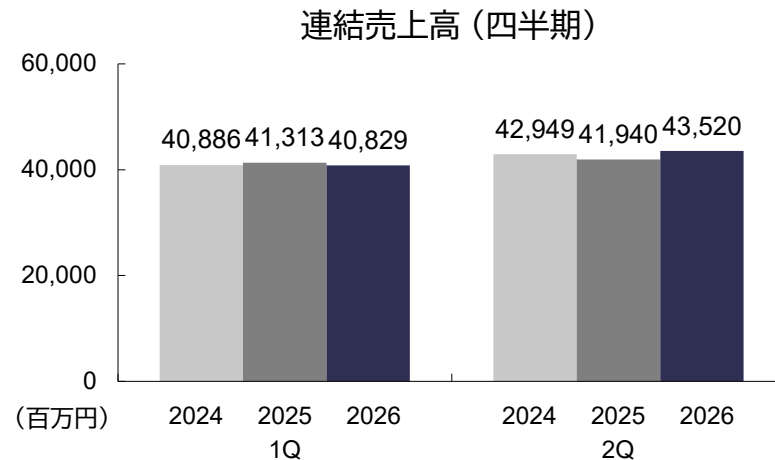
化粧品市場

- 日本の化粧品市場規模（インバウンドは含まない）は前年同期をわずかに下回る水準で推移しており、消費動向の注視が必要
- 中国化粧品市場における消費は前年を上回る状況が続く

出所：経済産業省、総務省、観光庁、日本百貨店協会 全国百貨店売上高概況、イメージSLI、中国国家统计局

当社グループ

- 連結ではポーラが減収となったもののオルビスが伸長し、為替影響を含め増収、オルビスの増益、Jurliqueの損失改善等により増益
- ポーラの国内は二次流通抑制強化の影響を除いたサロンチャネルの減収率が改善、海外はB.Aシリーズを中心に中国事業が伸長し増収
- オルビスは直販チャネルにおける購入単価の上昇と外部チャネルの好調により増収増益継続



(百万円)	2025年2Q累計	2026年2Q累計	前年同期	
			増減額	増減率
売上高	83,253	84,349	1,096	1.3%
売上原価	15,210	15,831	621	4.1%
売上総利益	68,043	68,518	474	0.7%
販管費	59,826	58,564	△1,262	△2.1%
営業利益	8,217	9,954	1,737	21.1%

■ 主な増減要因

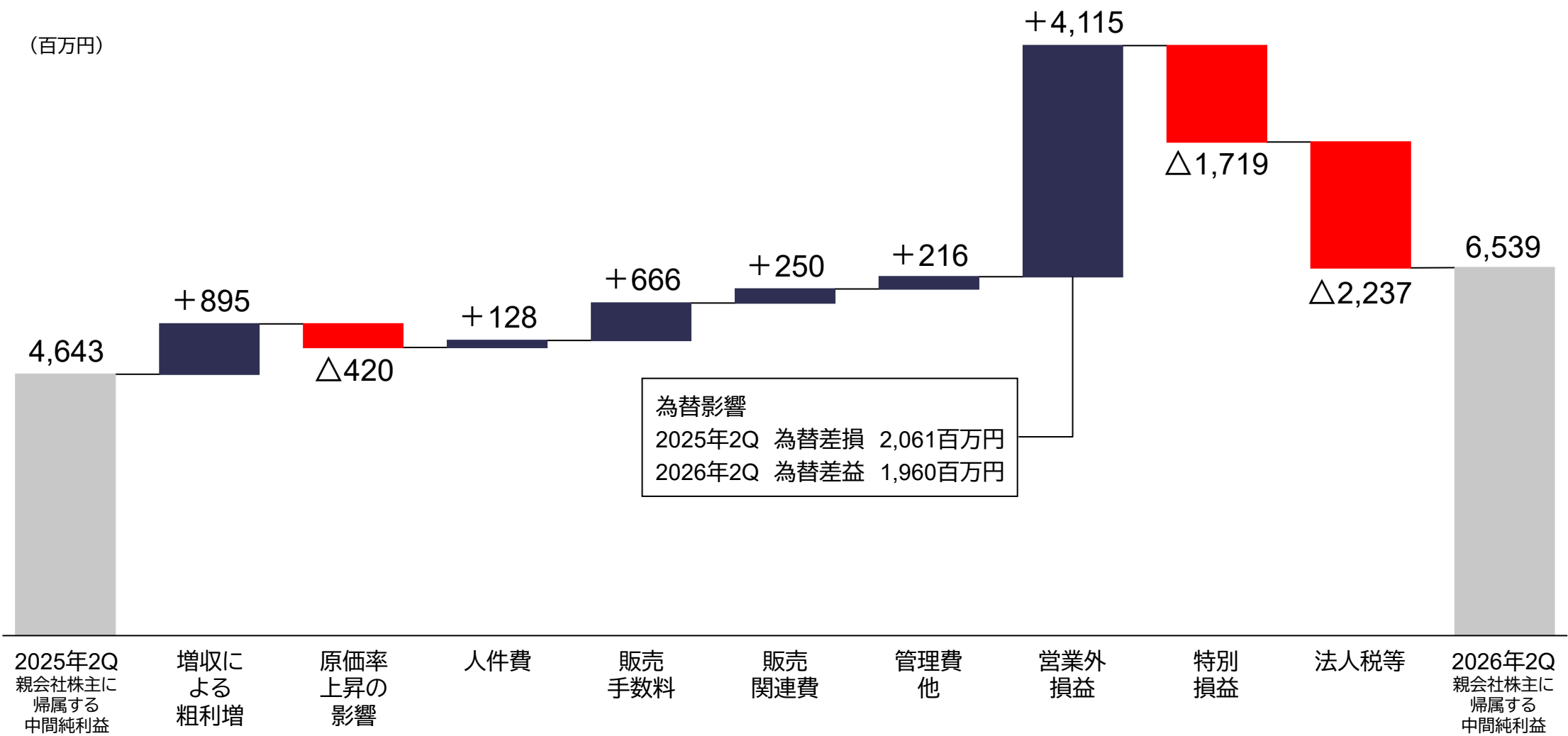
- 売上高 ポーラが減収となったもののオルビスが伸長し、為替影響を含め増収
- 売上原価 原価率 前年同期：18.3% → 当期：18.8%
- 販管費 人件費： 増減額 △128百万円
 販売手数料： △666百万円
 販売関連費： △250百万円
 管理費他： △216百万円
- 営業利益 営業利益率 前年同期：9.9% → 当期：11.8%

(百万円)	2025年2Q累計	2026年2Q累計	前年同期	
			増減額	増減率
営業利益	8,217	9,954	1,737	21.1%
営業外収益	325	2,340	2,015	619.2%
営業外費用	2,260	159	△2,100	△92.9%
経常利益	6,282	12,135	5,852	93.2%
特別利益	-	-	-	-
特別損失	521	2,241	1,719	329.7%
税前中間純利益	5,760	9,893	4,133	71.7%
法人税等	1,116	3,354	2,237	200.3%
親会社株主に帰属する 中間純利益	4,643	6,539	1,895	40.8%

■ 主な増減要因

- 営業外損益 為替差損益の計上（前年同期：為替差損 2,061百万円、当期：為替差益 1,960百万円）
- 特別損失 （株）ポーラの希望退職制度実施に伴う費用 1,605百万円、Jurlique構造改革費用 477百万円
- 法人税等 前年同期はオルビス北京の清算決議に伴い法人税等が1,352百万円減少

特別損失の増加と前年同期の法人税等減少の反動があった一方で、販管費の抑制・減少と為替影響により、親会社株主に帰属する中間純利益は+ 1,895百万円



1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 今後の取り組み
4. 2026年12月期業績見通し
5. 参考情報

(百万円)	2025年2Q累計	2026年2Q累計	前年同期	
			増減額	増減率
連結売上高	83,253	84,349	1,096	1.3%
ビューティケア事業	80,200	81,270	1,070	1.3%
不動産事業	1,488	1,558	69	4.7%
その他	1,564	1,520	△43	△2.8%
連結営業利益	8,217	9,954	1,737	21.1%
ビューティケア事業	8,064	9,949	1,884	23.4%
不動産事業	431	425	△5	△1.4%
その他	70	103	33	48.0%
全社・消去	△349	△524	△175	-

■ 主な増減要因

- ビューティケア事業 オルビスの伸長が売上高を牽引、
オルビスの増益、Jurliqueの損失改善等により増益

(百万円)	2025年2Q累計	2026年2Q累計	前年同期	
			増減額	増減率
ビューティケア事業 売上高	80,200	81,270	1,070	1.3%
ポーラブランド	44,490	43,592	△897	△2.0%
オルビスブランド	24,785	26,163	1,378	5.6%
Jurliqueブランド	3,699	3,887	187	5.1%
育成ブランド*	7,225	7,627	401	5.6%
ビューティケア事業 営業利益	8,064	9,949	1,884	23.4%
ポーラブランド	5,202	5,574	371	7.1%
オルビスブランド	4,194	5,214	1,020	24.3%
Jurliqueブランド	△926	△451	475	-
育成ブランド*	△405	△388	16	-

参考値としてブランド別に連結決算ベースの実績を表示（非監査情報）

* 育成ブランドはDECENCIA、THREEブランドを中心に構成され、その他の事業等も含む

2026年2Q累計	金額（百万円）	前年同期比
売上高	43,592	△2.0%
営業利益	5,574	7.1%
主な指標		
売上構成比	国内 ^{*1}	83.4%
	サロン ^{*2}	57.1%
	百貨店	12.4%
	EC	8.2%
	ホテルアメニティ	5.5%
	海外	16.6%
売上前年同期比	国内 ^{*1}	△4.2%
	サロン ^{*2}	△5.8%
	百貨店	△8.5%
	EC	+7.4%
	ホテルアメニティ	+6.3%
	海外	+10.6%
国内事業 購入単価 前年同期比		+2.8%
国内事業 顧客数 前年同期比		△8.3%
国内店舗数（前期末増減）		2,450（△31）
海外店舗数（前期末増減）		122（△4）

*1 国内主要4チャンネル以外の実績を含む

*2 従来の「委託販売」チャンネルを「サロン」チャンネルに改称

概況

- サロンチャンネルは二次流通抑制強化の影響を除いた減収率が改善、成長店舗群の伸長が寄与
- 百貨店チャンネルはインバウンド売上の減少を主要因として減収
- 海外は中国事業の基盤再構築を推進、中国既存店舗・ECが伸長し海外全体で増収
- 好調なB.Aシリーズを軸にクロスセルを促進、購入単価が伸長

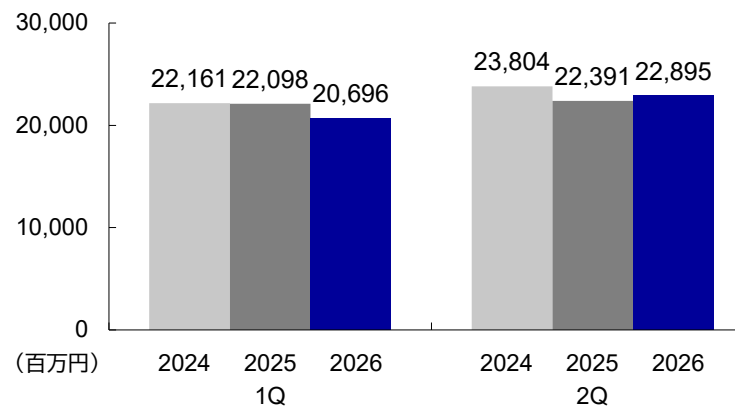
トピックス

- 最高峰シリーズ「B.A」の新商品を中心に多くのベストコスメ賞を受賞

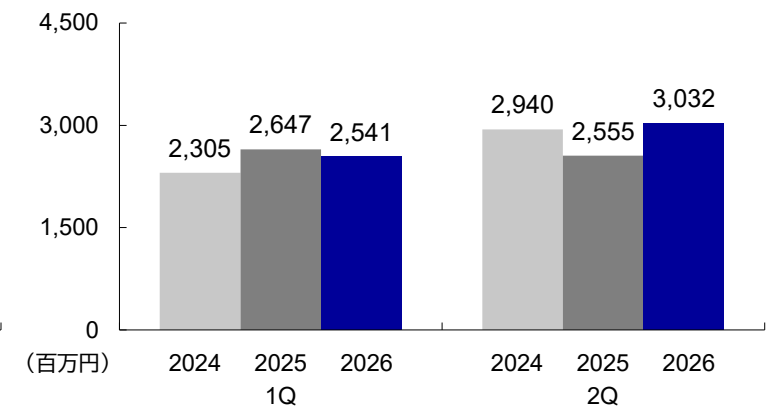
（左）B.A クレンジングクリーム
（右）B.A ウォッシュ



売上高（四半期）



営業利益（四半期）



2026年2Q累計		金額（百万円）	前年同期比
売上高		26,163	5.6%
営業利益		5,214	24.3%
主な指標			
売上構成比	国内 ^{*1}		98.9%
	直販 ^{*2}		76.6%
	外部チャネル		22.2%
海外			1.1%
	売上前年同期比 国内 ^{*1}		+6.9%
	直販 ^{*2}		+1.3%
外部チャネル			+32.4%
	海外		△50.5%
直販 購入単価 前年同期比			+2.8%
直販 顧客数 前年同期比			△1.2%

*1 直販、外部チャネル以外の実績を含む

*2 自社通販及び自社店舗の合計

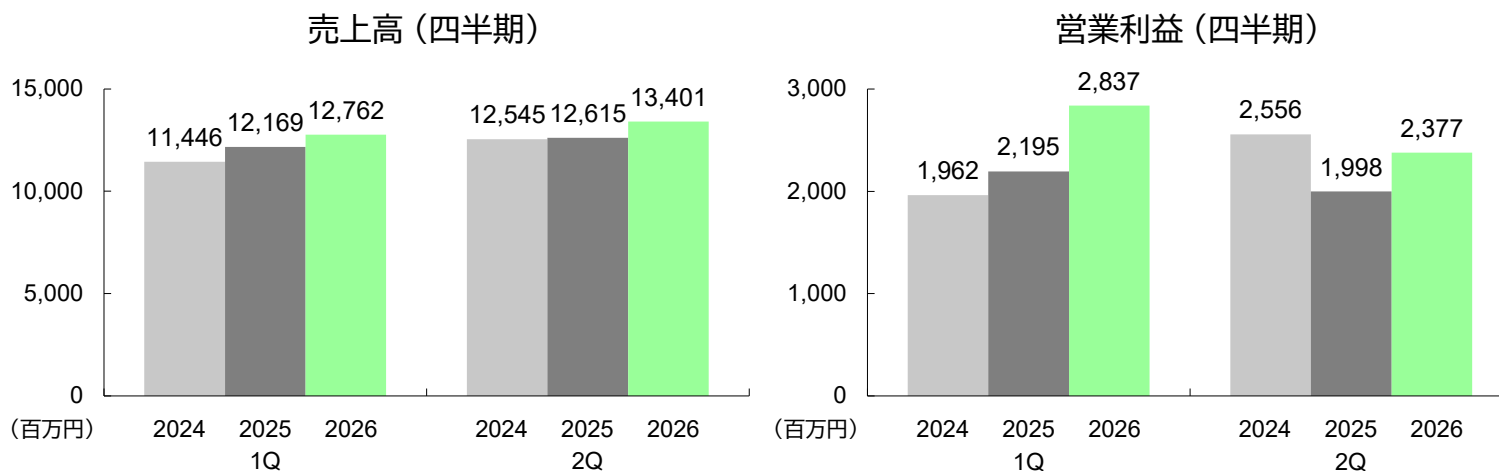
概況

- 発売1周年を迎えたクレンジングオイルが引き続き好調
- 直販チャネルは高機能・高単価商材が伸長し、購入単価上昇に貢献
- 費用対効果を重視したマーケティング投資を継続
- 外部チャネルは顧客接点の拡大と人気商品の好調により高成長を継続

トピックス

- 好調なシワ改善・美白UVから仕上がりの異なるローズカラー発売(6月)、幅広い顧客ニーズに対応

オルビス リンクルブライトUVプロテクター N ローズ



2026年2Q累計	金額（百万円）	前年同期比*1
売上高	3,887	5.1%
営業利益	△451	475
主な指標		
売上構成比	豪州	24.4%
	中国大陸	33.5%
	香港	11.1%
	免税	16.3%
売上前年同期比*2	豪州	△1.3%
	中国大陸	△12.4%
	香港	△20.0%
	免税	△6.6%

*1 比較する数値の一方もしくは両方がマイナスの場合、又は増減率が1,000%以上となる場合は増減額（百万円）を表示
*2 豪ドルベース

概況（豪ドルベース）

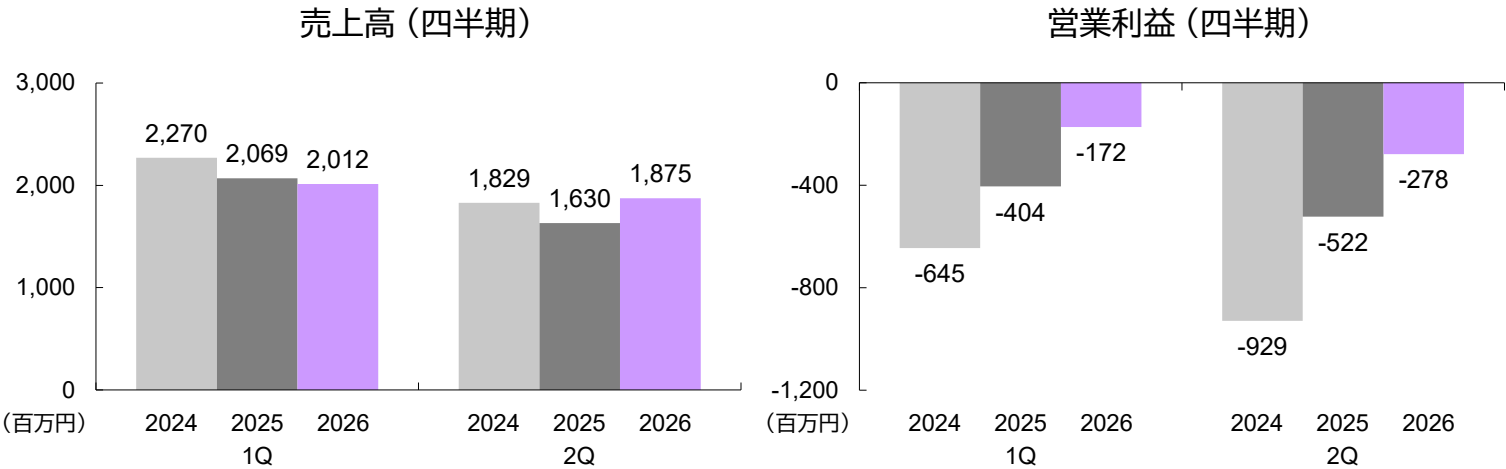
- 為替影響を除いた場合減収、中国大陸では店舗整理が影響
- 構造改革と費用コントロールは計画通りに進捗し、損失縮小が継続

トピックス

- フェイスマスク3種を発売(5月)、効果実感の高いスキンケア商材を展開



Peeling Jelly Mask等



2026年2Q累計	金額（百万円）	前年同期比*1
売上高	7,627	5.6%
DECENCIA	2,787	0.0%
THREE	2,300	2.7%
その他*2	2,540	15.5%
営業利益	△388	16
DECENCIA	325	0.6%
THREE	△484	165
その他*2	△229	△150

*1 比較する数値の一方もしくは両方がマイナスの場合、又は増減率が1,000%以上となる場合は増減額（百万円）を表示

*2 DECENCIA、THREEブランド以外のその他の事業等

概況

- DECENCIAは新美白シリーズが好調、新商品を活用した顧客アプローチを強化
- THREEはリニューアルした主力クレンジングオイルを軸とした提案を推進、国内ホリスティックケアの伸長が増収に寄与
- 新規事業「カオカラ」*3「Dive」*4 が成長し、収益貢献

*3 暑熱対策AIカメラ *4 医療機関（美容クリニック、皮膚科等）専売のメディカルコスメシリーズ

トピックス

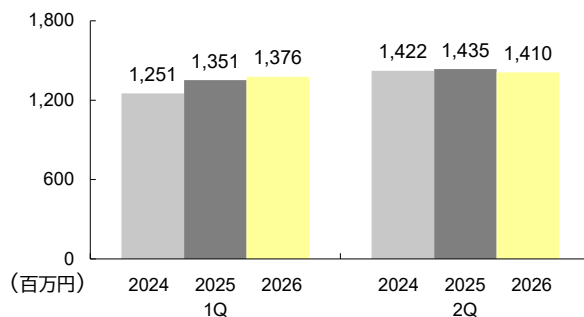
- THREE 佐賀県唐津産のオリジナル精油を配合したクレンジングオイル発売(5月)、初動好調

THREE バランシング クリア クレンジング オイル

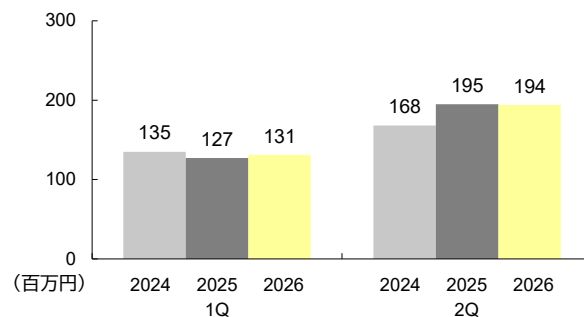


DECENCIA

売上高（四半期）

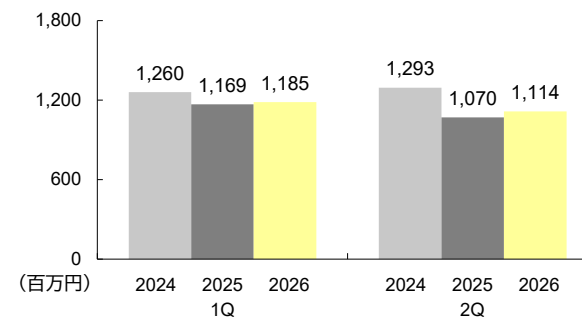


営業利益（四半期）

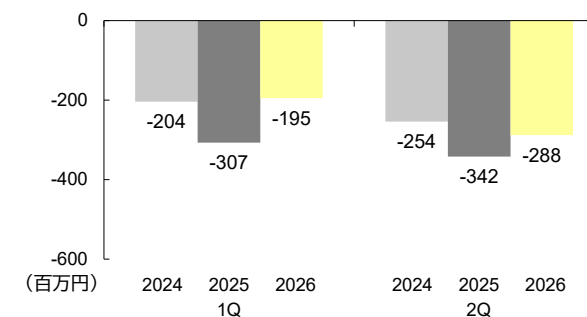


THREE

売上高（四半期）



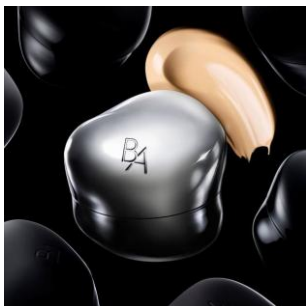
営業利益（四半期）



1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 今後の取り組み
4. 2026年12月期業績見通し
5. 参考情報

POLA

- 最高峰シリーズ「B.A」の提案を強化、リニューアルした主力商材や新商品を中心にクロスセルを更に促進
- 10月発売のB.A アイゾーンクリームと連動したエステオプシオンメニューの先行提供開始(9月)、サロンへの来店を促し、ブランド体験を強化
- サロンの顧客体験価値向上に向けた本部コンサルティングを推進、成長店舗群の伸長加速を図る
- 中国事業は事業基盤の再構築を推進するとともに、好調なB.Aシリーズを軸としたクロスセルでLTVを向上



B.A デイ プランプ
ファンデーション



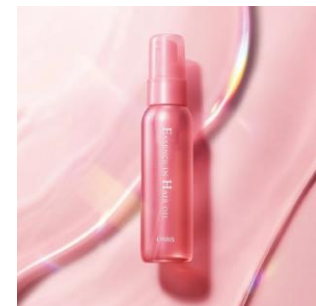
新エステメニュー
3D アイゾーンケア by B.A

ORBIS

- クレンジングオイル顧客のスキンケア・ベースメイク購入を促進し、LTV向上を図る
- 費用対効果を重視したマーケティングを実行、顧客の定着を強化
- 成長ドライバーである外部チャネルは店頭取り扱い商材の拡充に注力
- 60代以上のターゲット層獲得に向けた顧客獲得施策の実行を推進



オルビス ザ クレンジング オイル



エッセンスインヘアオイル

Jurlique

- 構造改革による費用削減を進めるとともに、費用コントロールを継続
- スター商品のフェイスオイルを含むローズのシリーズを刷新(9月)、機能性訴求を強化し、スキンケア顧客基盤の拡大を図る



ジュリークローズ コレクション

DECENCIA

- 敏感肌用アイクリーム発売(10月)、敏感肌研究に基づく新技術を搭載した高機能商材を投入しブランドプレゼンスを高める
- 顧客向けイベントの実施により顧客とのエンゲージメントを強化、ブランドロイヤルティの向上を図る



ディセンシア ヒアロブースト アイクリーム

THREE

- 基幹スキンケアシリーズを刷新(9月)、オリジナル精油の効用を軸とした提案でホリスティックケア売上の更なる伸長につなげる
- 好調なクレンジングオイルや美白美容液をフックにブランド体験機会を創出、ブランドプレゼンスを高める



新スキンケアシリーズ
THREE バランシング フロー

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 今後の取り組み
4. 2026年12月期業績見通し
5. 参考情報

(百万円)	2025年 実績	前期		2026年 計画	前期	
		増減額	増減率		増減額	増減率
連結売上高	170,285	△74	△0.0%	173,000	2,714	1.6%
ビューティケア事業	164,148	△911	△0.6%	166,900	2,751	1.7%
不動産事業	3,023	809	36.6%	3,060	36	1.2%
その他	3,112	27	0.9%	3,040	△72	△2.3%
連結営業利益	15,693	1,882	13.6%	17,300	1,606	10.2%
ビューティケア事業	15,856	929	6.2%	17,750	1,893	11.9%
不動産事業	421	344	447.4%	400	△21	△5.1%
その他	218	△13	△5.8%	150	△68	△31.2%
全社・消去	△801	622	-	△1,000	△198	-
経常利益	17,022	938	5.8%	17,300	277	1.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	9,472	186	2.0%	9,000	△472	△5.0%

【想定為替レート】 豪ドル = 97円（前期96.49円） 中国元 = 21円（前期20.81円）

	株主還元	設備投資	減価償却
2025年実績	年間52円（中間21円、期末31円） 連結配当性向 121.5%	8,385百万円	8,170百万円
2026年予想	年間52円（中間21円、期末31円） 連結配当性向 127.8%	9,000百万円～10,000百万円	9,000百万円～10,000百万円

1. 連結業績ハイライト
2. セグメントの状況
3. 今後の取り組み
4. 2026年12月期業績見通し
5. 参考情報

(参考) セグメント別実績 四半期

(百万円)	2026年1-3月		2026年4-6月		2026年7-9月		2026年10-12月	
	金額	前年同期比*	金額	前年同期比*	金額	前年同期比*	金額	前年同期比*
連結売上高	40,829	△1.2%	43,520	3.8%	-	-	-	-
ビューティケア事業	39,277	△1.3%	41,993	4.0%	-	-	-	-
不動産事業	776	5.3%	781	4.1%	-	-	-	-
その他	775	1.4%	745	△6.8%	-	-	-	-
連結営業利益	4,925	18.7%	5,028	23.6%	-	-	-	-
ビューティケア事業	4,973	20.3%	4,976	26.6%	-	-	-	-
不動産事業	244	18.0%	181	△19.2%	-	-	-	-
その他	41	40	62	△9.9%	-	-	-	-
全社・消去	△333	△141	△191	△34	-	-	-	-

* 比較する数値の一方もしくは両方がマイナスの場合、又は増減率が1,000%以上となる場合は増減額（百万円）を表示

(参考) ビューティケア事業 ブランド別実績 四半期

(百万円)	2026年1-3月		2026年4-6月		2026年7-9月		2026年10-12月	
	金額	前年同期比 ^{*2}	金額	前年同期比 ^{*2}	金額	前年同期比 ^{*2}	金額	前年同期比 ^{*2}
ビューティケア事業 売上高	39,277	△1.3%	41,993	4.0%	-	-	-	-
ポーラブランド	20,696	△6.3%	22,895	2.2%	-	-	-	-
オルビスブランド	12,762	4.9%	13,401	6.2%	-	-	-	-
Jurliqueブランド	2,012	△2.7%	1,875	15.0%	-	-	-	-
育成ブランド ^{*1}	3,806	9.6%	3,821	1.9%	-	-	-	-
ビューティケア事業 営業利益	4,973	20.3%	4,976	26.6%	-	-	-	-
ポーラブランド	2,541	△4.0%	3,032	18.7%	-	-	-	-
オルビスブランド	2,837	29.2%	2,377	19.0%	-	-	-	-
Jurliqueブランド	△172	232	△278	243	-	-	-	-
育成ブランド ^{*1}	△233	72	△155	△56	-	-	-	-

参考値としてブランド別に連結決算ベースの実績を表示（非監査情報）

^{*1} 育成ブランドはDECENCIA、THREEブランドを中心に構成され、その他の事業等も含む

^{*2} 比較する数値の一方もしくは両方がマイナスの場合、又は増減率が1,000%以上となる場合は増減額（百万円）を表示

(参考) ポーラブランド・オルビスブランド チャネル別実績

(百万円)	2025年2Q累計	2026年2Q累計	前年同期	
			増減額	増減率
ポーラブランド売上高	44,490	43,592	△897	△2.0%
国内*1	37,935	36,344	△1,590	△4.2%
サロン*2	26,430	24,898	△1,532	△5.8%
百貨店	5,902	5,400	△501	△8.5%
EC	3,322	3,571	248	7.4%
ホテルアメニティ	2,258	2,401	143	6.3%
海外	6,554	7,247	693	10.6%
オルビスブランド売上高	24,785	26,163	1,378	5.6%
国内*3	24,201	25,874	1,673	6.9%
直販*4	19,777	20,041	264	1.3%
外部チャネル	4,390	5,811	1,421	32.4%
海外	584	289	△295	△50.5%

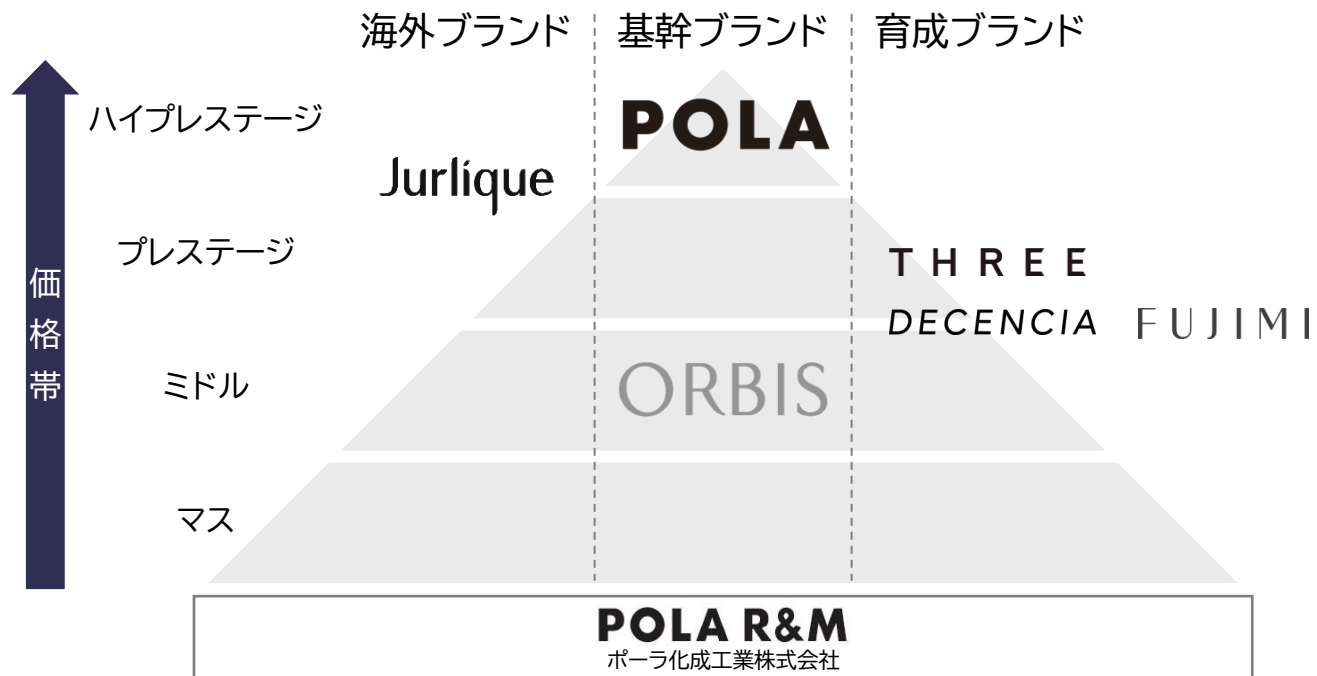
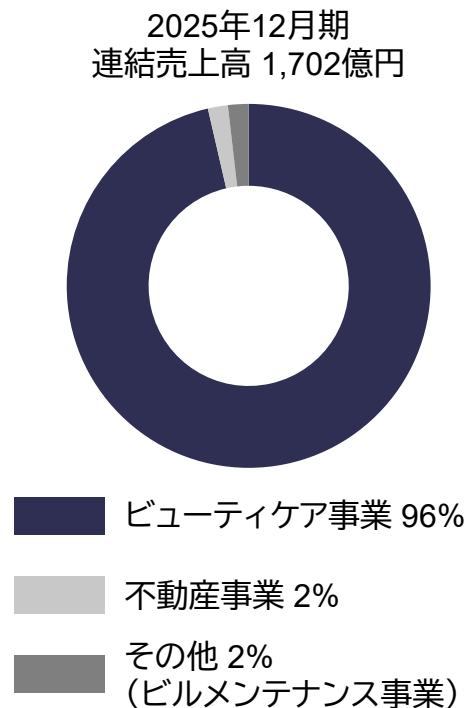
*1 国内主要4チャネル以外の実績を含む

*2 従来の「委託販売」チャネルを「サロン」チャネルに改称

*3 直販、外部チャネル以外の実績を含む

*4 自社通販及び自社店舗の合計

主軸のビューティケア事業にて6のブランドを展開



グループの強み

- マルチブランド戦略
- スキンケアに集中
- 基幹ブランドのポーラとオルビスにおける独自のダイレクトセリング

- 多様化する顧客ニーズに対応
- 高いリピート率
- 強固な顧客リレーションシップ

	売上構成比 ^{*1}	ブランド	コンセプト・商品	価格	主な販売チャネル
基幹 ブランド	55%	POLA 1929年～	ハイエンドのプロダクトとサービスを通じて独自の体験価値を提供するブランド	約10,000円以上	■ 国内: サロン、百貨店、EC、化粧品専門店 ■ 海外: 百貨店、直営店、免税、EC、越境EC
	31%	ORBIS 1984年～	人が本来持つ美しさを引き出すエイジングケアブランド	約2,000円～5,000円	■ 国内: EC、カタログ通販、直営店、化粧品専門店、ドラッグストア ■ 海外: EC、免税
海外 ブランド	5%	Jurlique 2012年に買収	オーストラリアのプレミアムナチュラルスキンケアブランド	約5,000円以上	■ 豪州: 百貨店、直営店、EC ■ 海外: 百貨店、直営店、免税、EC、越境EC
育成 ブランド ^{*2}	9%	DECENCIA 2007年～	敏感肌向けスキンケアブランド	約5,000円～10,000円	■ 国内: EC ■ 海外: 越境EC
		T H R E E 2009年～	精油を軸に植物の力で肌・心・体を整えるホリスティックケアブランド	約5,000円以上	■ 国内: 百貨店、直営店、EC ■ 海外: 百貨店、免税、EC、越境EC
		F U J I M I 2021年に買収	パーソナライズビューティケアブランド	約6,000円～10,000円	■ 国内: EC

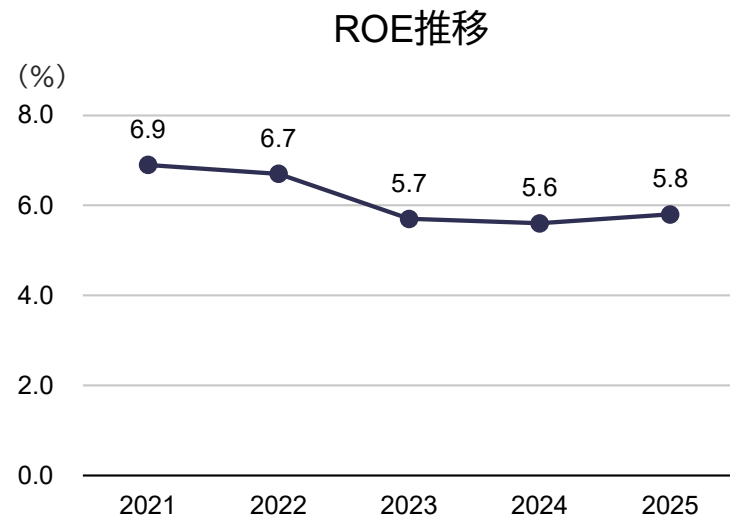
*1 2025年12月期のビューティケア事業売上高に対する構成比

*2 育成ブランドにはOEM事業、新規事業が含まれる

ROE目標と達成に向けた取り組み

	2025年実績	2029年目標
ROE	5.8%	14%以上

- 不採算事業・ブランドの撤退判断の迅速化
- 安定的な配当による株主還元
- バランスシートの効率化
- 持続的な成長を実現するための戦略投資

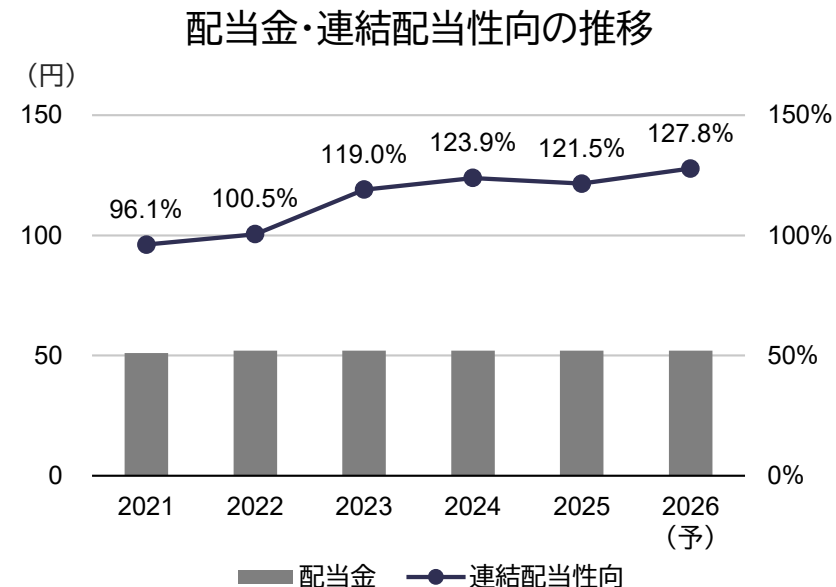


株主還元の充実

- 連結配当性向60%以上が基本
利益成長に伴い安定的な増配を目指す
- 自己株式取得は、投資戦略、当社株式の市場価格・流動性等を踏まえ検討する

【2026年の配当について】

- 1株当たり年間配当金 52円（中間21円・期末31円）
- 連結配当性向 127.8%



VISION 2029

多様化する「美」の価値観に応える個性的な事業の集合体

基本戦略 1	化粧品事業のグローバル展開とブランドポートフォリオの改革と拡充
基本戦略 2	新価値を創出し、事業の領域を拡張
基本戦略 3	研究・技術戦略の強化

