2026年12月期　第3四半期
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
常務取締役
財務・法務・総務・IR・サステナビリティ推進担当
久米　直喜

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、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、
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。

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

第3四半期のメイントピックス

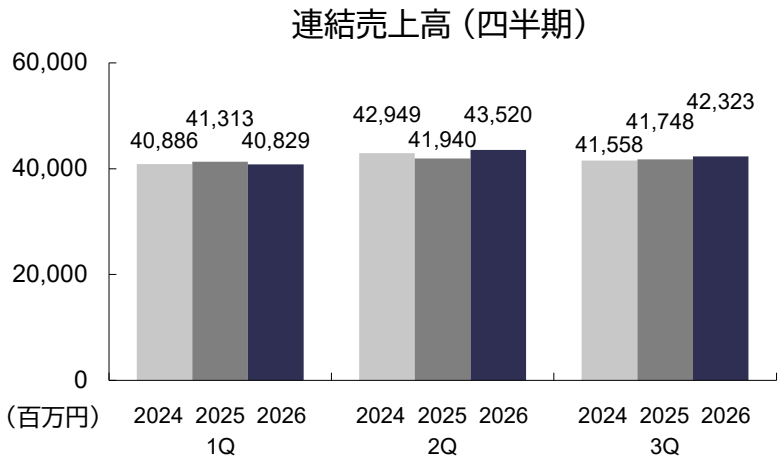
化粧品市場

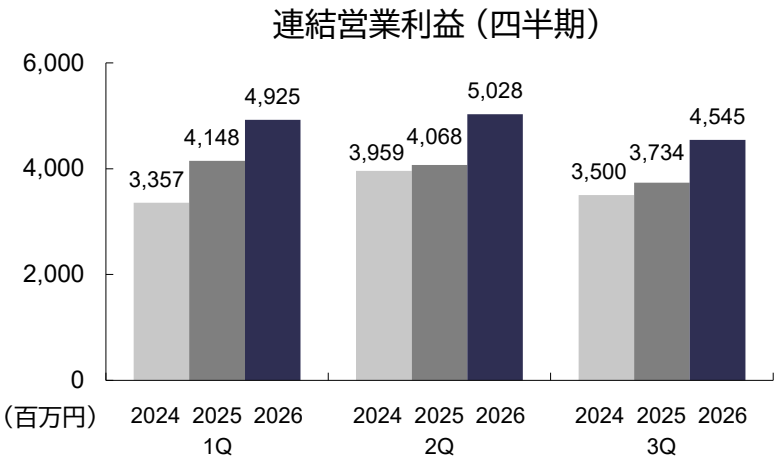
- 日本の化粧品市場規模（インバウンドは含まない）は前年同期並み
- 中国化粧品市場における消費は前年を上回る状況が継続し、需要は堅調に推移

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、インテージSLI、中国国家統計局

当社グループ

- 連結では、為替影響を除いた実質ベースで全体売上は前年同期並み、海外は増収に転換、
  オルビスの増収に伴う粗利の増加に加え、費用コントロール等による販管費の減少により増益
- ポーラの国内は二次流通抑制強化の影響を含むサロンチャネルの売上減少を主要因に減収、
  海外は好調なB.Aシリーズを軸とした中国事業の伸長が寄与し増収
- オルビスは直販チャネルの安定的な伸長と外部チャネルの成長により増収増益





連結PL分析（売上高～営業利益）

（百万円）	2025年3Q累計	2026年3Q累計	前年同期	
			増減額	増減率
売上高	125,002	126,672	＋1,670	＋1.3%
売上原価	23,130	24,105	＋974	＋4.2%
売上総利益	101,871	102,567	＋695	＋0.7%
販管費	89,919	88,067	△1,851	△2.1%
営業利益	11,952	14,499	＋2,547	＋21.3%

主な増減要因

■ 売上高　　為替影響により増収

■ 売上原価　　原価率 前年同期：18.5% → 当期：19.0%

■ 販管費　　人件費：　　増減額　△244百万円
販売手数料：　　△835百万円
販売関連費：　　△474百万円
管理費他：　　△297百万円

■ 営業利益　　営業利益率 前年同期：9.6% → 当期：11.4%

連結PL分析（営業利益～親会社株主に帰属する四半期純利益）

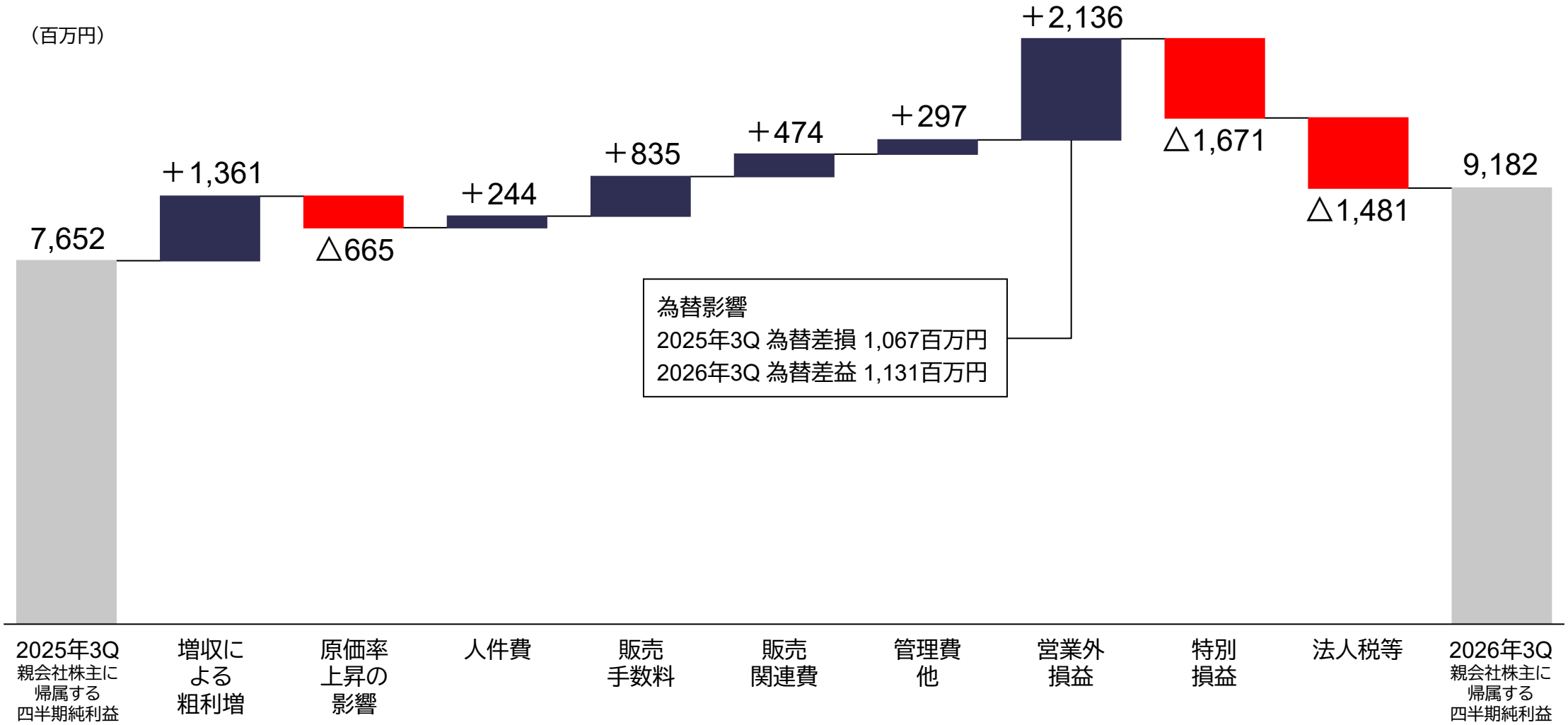
（百万円）	2025年3Q累計	2026年3Q累計	前年同期	
			増減額	増減率
営業利益	11,952	14,499	＋2,547	＋21.3%
営業外収益	623	1,680	＋1,056	＋169.5%
営業外費用	1,350	271	△1,079	△79.9%
経常利益	11,224	15,908	＋4,683	＋41.7%
特別利益	-	-	-	-
特別損失	853	2,524	＋1,671	＋196.0%
税前四半期純利益	10,371	13,383	＋3,011	＋29.0%
法人税等	2,719	4,200	＋1,481	＋54.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	7,652	9,182	＋1,530	＋20.0%

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 1,067百万円、当期：為替差益 1,131百万円）
- ■ 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 486百万円
- ■ 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1,345百万円減少

親会社株主に帰属する四半期純利益 増減要因

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四半期純利益は＋1,530百万円



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

セグメント別実績

（百万円）	2025年3Q累計	2026年3Q累計	前年同期	
			増減額	増減率
連結売上高	125,002	126,672	＋1,670	＋1.3%
ビューティケア事業	120,411	121,934	＋1,523	＋1.3%
不動産事業	2,238	2,339	＋100	＋4.5%
その他	2,352	2,399	＋47	＋2.0%
連結営業利益	11,952	14,499	＋2,547	＋21.3%
ビューティケア事業	11,855	14,507	＋2,651	＋22.4%
不動産事業	375	519	＋144	＋38.4%
その他	125	170	＋45	＋36.6%
全社・消去	△403	△698	△294	-

主な増減要因

■ ビューティケア事業　売上高は為替影響により増収、営業利益はオルビスの増収に伴う粗利の増加に加え、費用コントロール等による販管費の減少により増益

ビューティケア事業 ブランド別実績

（百万円）	2025年3Q累計	2026年3Q累計	前年同期	
			増減額	増減率
ビューティケア事業 売上高	120,411	121,934	＋1,523	＋1.3%
ポーラブランド	65,997	65,607	△389	△0.6%
オルビスブランド	37,508	39,374	＋1,865	＋5.0%
Jurliqueブランド	5,604	5,697	＋93	＋1.7%
育成ブランド*	11,301	11,255	△45	△0.4%
ビューティケア事業 営業利益	11,855	14,507	＋2,651	＋22.4%
ポーラブランド	6,720	7,778	＋1,058	＋15.7%
オルビスブランド	6,871	7,920	＋1,048	＋15.3%
Jurliqueブランド	△1,242	△528	＋714	-
育成ブランド*	△494	△663	△168	-

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

ブランド別分析（ポーラブランド）

2026年3Q累計		金額（百万円）	前年同期比
売上高		65,607	△0.6%
営業利益		7,778	＋15.7%
主な指標			
売上構成比	国内*1		83.2%
	サロン*2		56.5%
	百貨店		12.5%
	EC		8.2%
	ホテルアメニティ		5.8%
	海外		16.8%
売上前年同期比	国内*1		△4.0%
	サロン*2		△6.0%
	百貨店		△6.5%
	EC		＋7.3%
	ホテルアメニティ		＋5.1%
	海外		＋20.8%
国内事業　購入単価　前年同期比			＋2.1%
国内事業　顧客数　前年同期比			△7.2%
国内店舗数（前期末増減）			2,443（△38）
海外店舗数（前期末増減）			110（△16）

*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

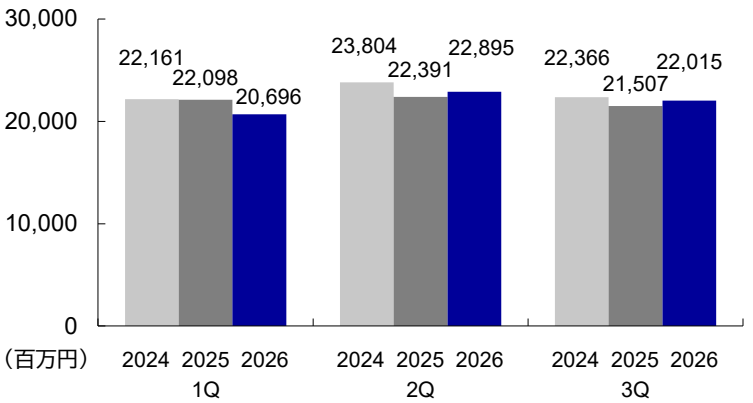
概況

- サロンチャネルは9月の天候影響もあり売上が想定を下回る進捗、成長店舗群の伸び率を引き上げられず
- 百貨店チャネルは国内顧客の持ち直しがみられるものの、インバウンドの減少を主要因として減収
- 海外は中国事業の増収が継続、店舗整理の影響があった一方、好調なB.Aシリーズを中心に既存店舗・ECが伸長

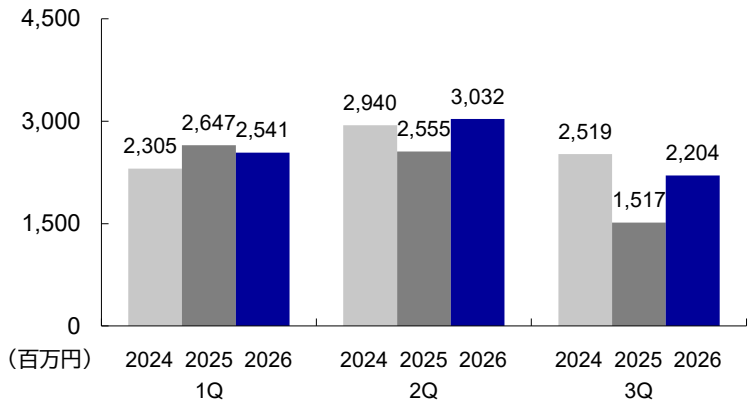


B.Aシリーズ

売上高（四半期）



営業利益（四半期）



ブランド別分析（オルビスブランド）

2026年3Q累計		金額（百万円）	前年同期比
売上高		39,374	＋5.0%
営業利益		7,920	＋15.3%
主な指標			
売上構成比	国内*1		98.8%
	直販*2		76.2%
	外部チャネル		22.5%
	海外		1.2%
売上前年同期比	国内*1		＋5.8%
	直販*2		＋1.6%
	外部チャネル		＋23.4%
	海外		△37.9%
直販　購入単価　前年同期比			＋2.0%
直販　顧客数　前年同期比			△0.2%

*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

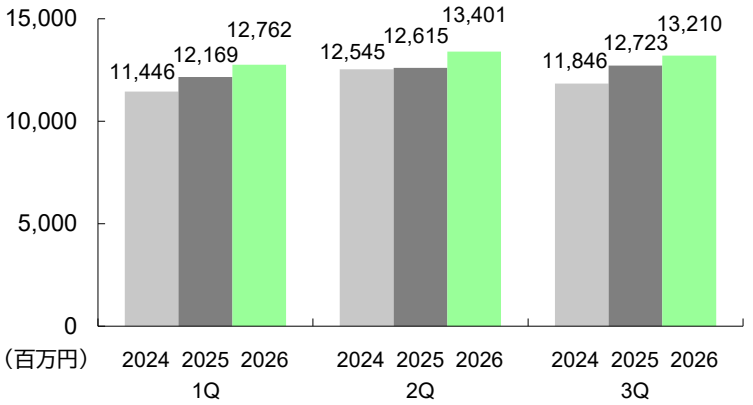
概況

- 直販チャネルは既存顧客売上の伸長が寄与し、安定した成長を継続
- 外部チャネルは顧客接点の創出・拡充により引き続き高成長を実現
- クレンジングオイルやスペシャルケア等の高機能商材の好調により スキンケア売上が伸長

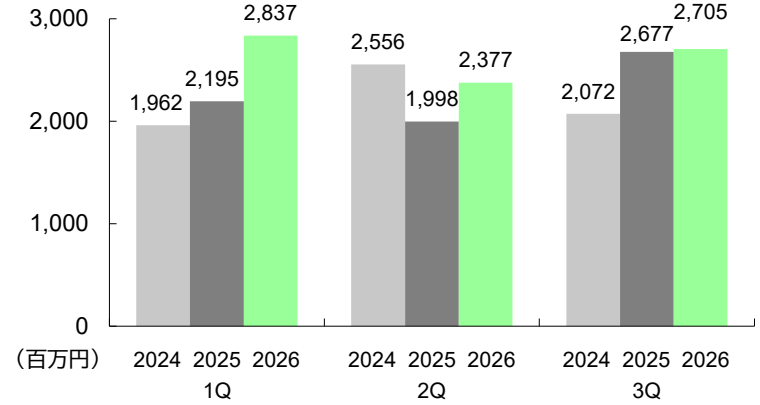


オルビス ザ リンクルセラム

売上高（四半期）



営業利益（四半期）



ブランド別分析（Jurliqueブランド）

2026年3Q累計		金額（百万円）	前年同期比*1
売上高		5,697	＋1.7%
営業利益		△528	＋714
主な指標			
売上構成比	豪州		28.3%
	中国大陸		33.6%
	香港		10.6%
	免税		14.5%
売上前年同期比*2	豪州		＋1.7%
	中国大陸		△13.5%
	香港		△19.1%
	免税		△21.1%

*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）

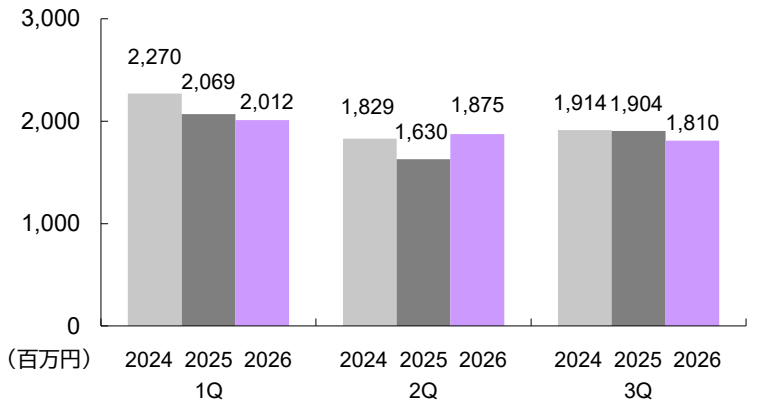
- 為替影響を除いた場合減収、中国大陸では店舗整理及び代理店チャネル最適化に伴う出荷減少が影響
- 構造改革と費用コントロールにより損失縮小が継続
- ローズのシリーズを刷新、オリジナルローズ配合の高機能スキンケアを展開（9月）
- IFSCC世界大会* にて独自の植物エキス製造法の有効性を発表、機能性訴求を強化

* 国際化粧品技術者会連盟世界大会

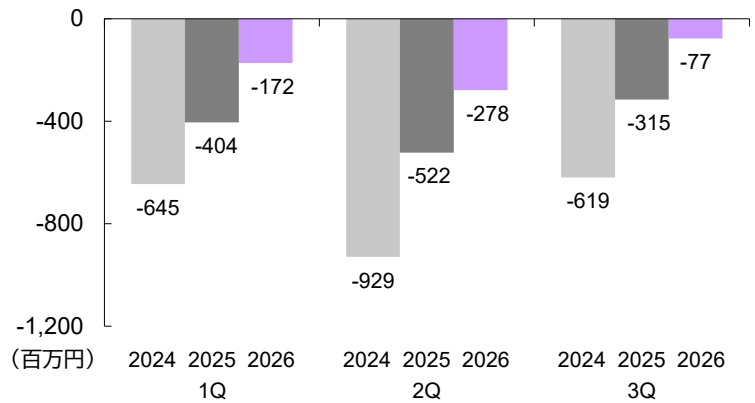


ジュリークローズ コレクション

売上高（四半期）



営業利益（四半期）



ブランド別分析（育成ブランド）

2026年3Q累計	金額（百万円）	前年同期比*1
売上高	11,255	△0.4%
DECENCIA	4,132	＋1.1%
THREE	3,426	△2.6%
その他*2	3,695	＋0.0%
営業利益	△663	△168
DECENCIA	452	＋22.4%
THREE	△677	＋240
その他*2	△438	△491

*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

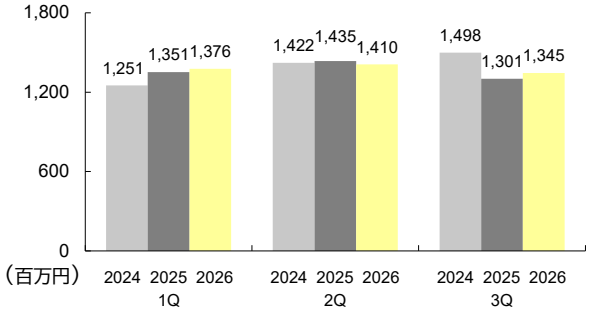
- DECENCIAは獲得効率を意識しながら顧客獲得投資を推進
- THREEの国内売上は前年同期並み、主力のクレンジングオイルの好調を背景に国内ホリスティックケア売上が2桁成長
- 育成ブランド全体ではグループにおける基盤研究関連費用の計上に伴い損失拡大



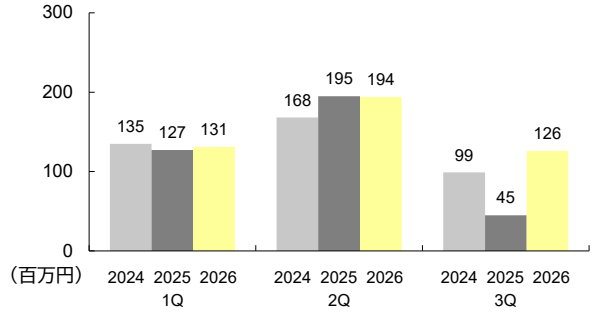
THREE 販売スタッフの自社農園訪問

DECENCIA

売上高（四半期）

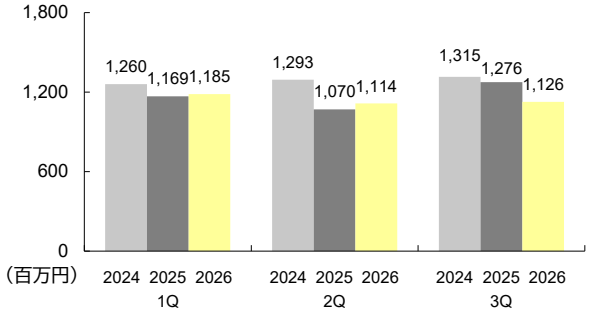


営業利益（四半期）

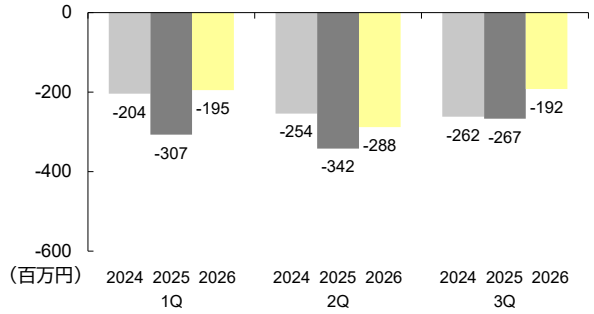


THREE

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

今後の取り組み

POLA

- B.Aシリーズよりアイゾーンクリーム発売（10月）、イベント等を通じて商品体験の機会を創出し、販売促進に注力
- エステ継続利用につながる施策によりサロンへの来店を促進、成長店舗群の伸長加速を図る
- 中国事業は好調なB.Aシリーズの提案を引き続き推進、ECではW11等で高まる需要を捉え販売を拡大
- ロングセラー商品「リンクルショット メディカル セラム」リニューアル発売（2027年1月）、効果実感を高め、シワ改善市場におけるブランド力の更なる向上を目指す



B.A アイゾーンクリーム



リンクルショット メディカル セラム

ORBIS

- 保湿成分配合の美容液パック発売（10月）、季節需要を捉えた商品を投入し顧客活性化
- 外部チャネルは店頭取り扱い商材の拡充を引き続き推進
- 顧客向けイベントを通じてブランド体験を提供、顧客との関係を深めブランドへの共感・支持を醸成
- 60代以上のターゲット層へのリーチ拡大を通じ、新規顧客獲得を推進



オルビスユー スパ ムース マスク



顧客向けイベント
（オルビス マルシェ）

今後の取り組み

Jurlique

- 2026年の黒字化実現に向け、徹底した費用の削減・コントロールを継続
- 刷新したローズのシリーズやホリデーキットを軸に年末商戦での販売に注力、季節需要を捉え売上拡大を図る



ホリデーキット

DECENCIA

- 10月発売の敏感肌用アイクリームをフックにクロスセル提案を推進、LTVの向上を図る
- 持続的な成長に向けて顧客基盤の強化を目指し、新規顧客獲得と継続利用の促進に注力



ディセンシア ヒアロブースト アイクリーム

THREE

- 9月に刷新した基幹スキンケアシリーズ「バランシング フロー」を通じて顧客との関係強化に注力、精油の効用を軸にブランドの独自性を訴求
- メンバーシッププログラムをリニューアル（2027年1月）、ブランド体験機会の拡充によりロイヤルティ向上を図る



THREE バランシング クリア シリーズ
THREE バランシング フロー シリーズ

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

2026年12月期業績見通し（変更あり）

3Qの為替差益を反映し、経常利益・当期純利益を修正

（百万円）	2025年実績	前期		2026年修正計画	前期		2026年期初計画	期初計画差
		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%	173,000	-
ビューティケア事業	164,148	△911	△0.6%	166,900	＋2,751	＋1.7%	166,900	-
不動産事業	3,023	＋809	＋36.6%	3,060	＋36	＋1.2%	3,060	-
その他	3,112	＋27	＋0.9%	3,040	△72	△2.3%	3,040	-
連結営業利益	15,693	＋1,882	＋13.6%	17,300	＋1,606	＋10.2%	17,300	-
ビューティケア事業	15,856	＋929	＋6.2%	17,750	＋1,893	＋11.9%	17,750	-
不動産事業	421	＋344	＋447.4%	400	△21	△5.1%	400	-
その他	218	△13	△5.8%	150	△68	△31.2%	150	-
全社・消去	△801	＋622	-	△1,000	△198	-	△1,000	-
経常利益	17,022	＋938	＋5.8%	18,400	＋1,377	＋8.1%	17,300	＋1,100
親会社株主に帰属する当期純利益	9,472	＋186	＋2.0%	9,800	＋327	＋3.5%	9,000	＋800

【想定為替レート】　豪ドル = 111円（前期96.49円）　中国元 = 23円（前期20.81円）

	2025年実績	2026年予想（配当金は変更なし）
株主還元	年間52円（中間21円、期末31円） 連結配当性向 121.5%	年間52円（中間21円、期末31円） 連結配当性向 117.4%

	2025年実績	2026年計画
設備投資	8,385百万円	9,000百万円～10,000百万円
減価償却	8,170百万円	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%	42,323	＋1.4%	-	-
ビューティケア事業	39,277	△1.3%	41,993	＋4.0%	40,663	＋1.1%	-	-
不動産事業	776	＋5.3%	781	＋4.1%	780	＋4.0%	-	-
その他	775	＋1.4%	745	△6.8%	878	＋11.6%	-	-
連結営業利益	4,925	＋18.7%	5,028	＋23.6%	4,545	＋21.7%	-	-
ビューティケア事業	4,973	＋20.3%	4,976	＋26.6%	4,557	＋20.2%	-	-
不動産事業	244	＋18.0%	181	△19.2%	94	＋150	-	-
その他	41	＋40	62	△9.9%	66	＋21.9%	-	-
全社・消去	△333	△141	△191	△34	△173	△119	-	-

* 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%	40,663	＋1.1%	-	-
ポーラブランド	20,696	△6.3%	22,895	＋2.2%	22,015	＋2.4%	-	-
オルビスブランド	12,762	＋4.9%	13,401	＋6.2%	13,210	＋3.8%	-	-
Jurliqueブランド	2,012	△2.7%	1,875	＋15.0%	1,810	△5.0%	-	-
育成ブランド*1	3,806	＋9.6%	3,821	＋1.9%	3,627	△11.0%	-	-
ビューティケア事業 営業利益	4,973	＋20.3%	4,976	＋26.6%	4,557	＋20.2%	-	-
ポーラブランド	2,541	△4.0%	3,032	＋18.7%	2,204	＋45.3%	-	-
オルビスブランド	2,837	＋29.2%	2,377	＋19.0%	2,705	＋1.0%	-	-
Jurliqueブランド	△172	＋232	△278	＋243	△77	＋238	-	-
育成ブランド*1	△233	＋72	△155	△56	△274	△185	-	-

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

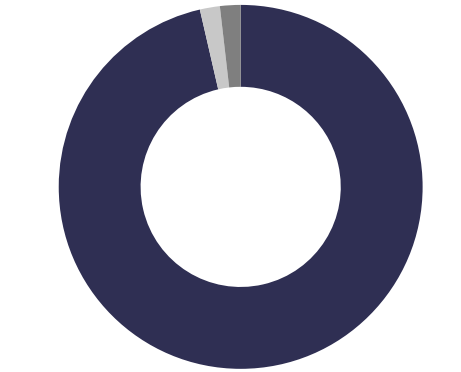
（百万円）	2025年3Q累計	2026年3Q累計	前年同期	
			増減額	増減率
ポーラブランド売上高	65,997	65,607	△389	△0.6%
国内*1	56,851	54,558	△2,293	△4.0%
サロン*2	39,435	37,082	△2,352	△6.0%
百貨店	8,745	8,181	△565	△6.5%
EC	5,011	5,380	＋369	＋7.3%
ホテルアメニティ	3,610	3,795	＋185	＋5.1%
海外	9,145	11,048	＋1,903	＋20.8%
オルビスブランド売上高	37,508	39,374	＋1,865	＋5.0%
国内*3	36,776	38,920	＋2,144	＋5.8%
直販*4	29,535	30,009	＋474	＋1.6%
外部チャネル	7,191	8,878	＋1,686	＋23.4%
海外	732	454	△277	△37.9%

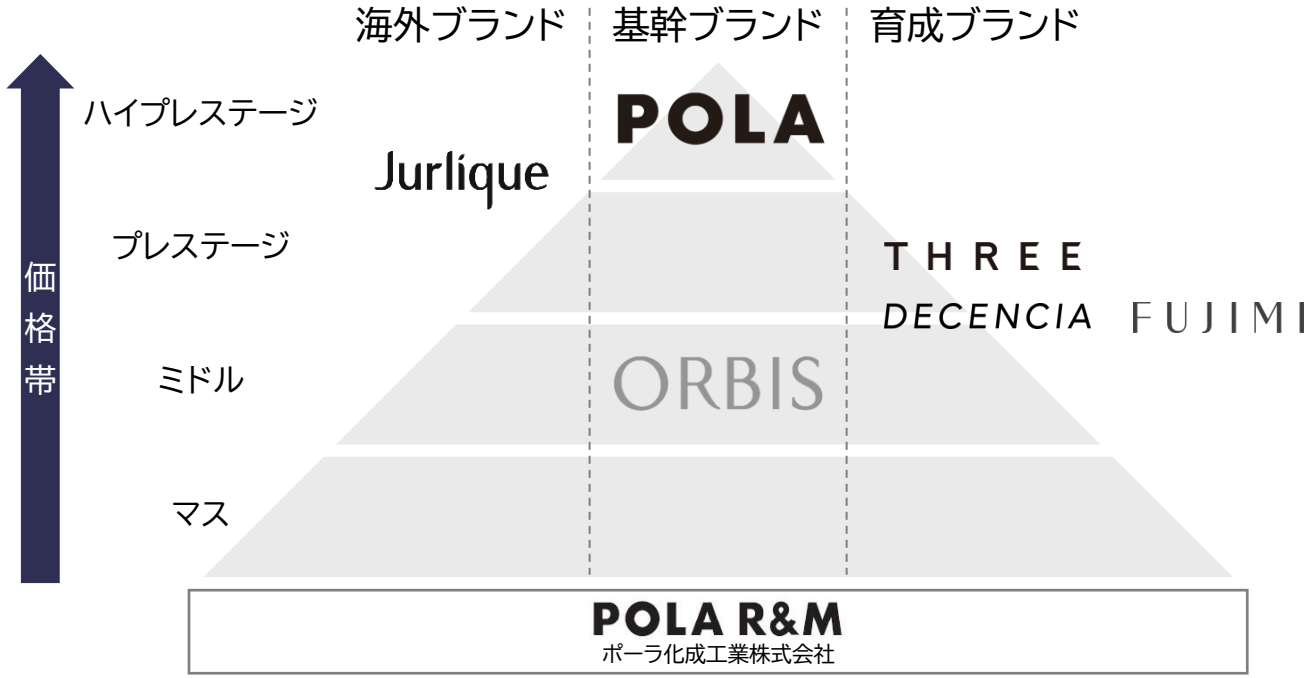
*1 国内主要4チャネル以外の実績を含む
*2 従来の「委託販売」チャネルを「サロン」チャネルに改称
*3 直販、外部チャネル以外の実績を含む
*4 自社通販及び自社店舗の合計

（参考）ポーラ・オルビスグループについて

主軸のビューティケア事業にて6のブランドを展開

2025年12月期
連結売上高 1,702億円





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

（参考）ビューティケア事業 ブランドポートフォリオ

	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
		THREE 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
		FUJIMI 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

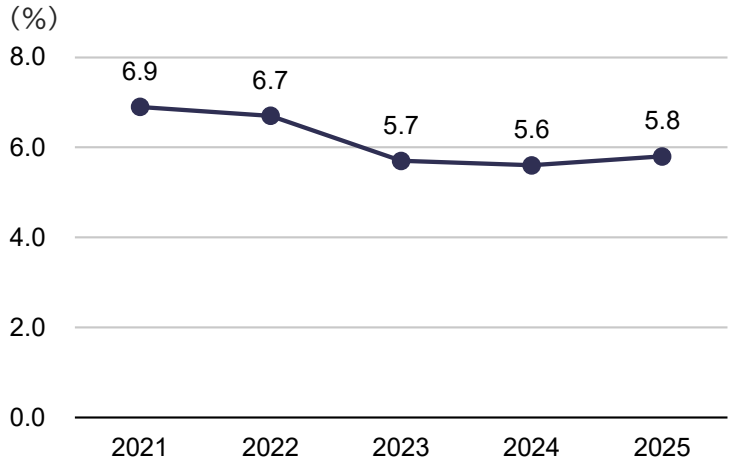
（参考）資本効率の向上と株主還元の充実

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

ROE推移



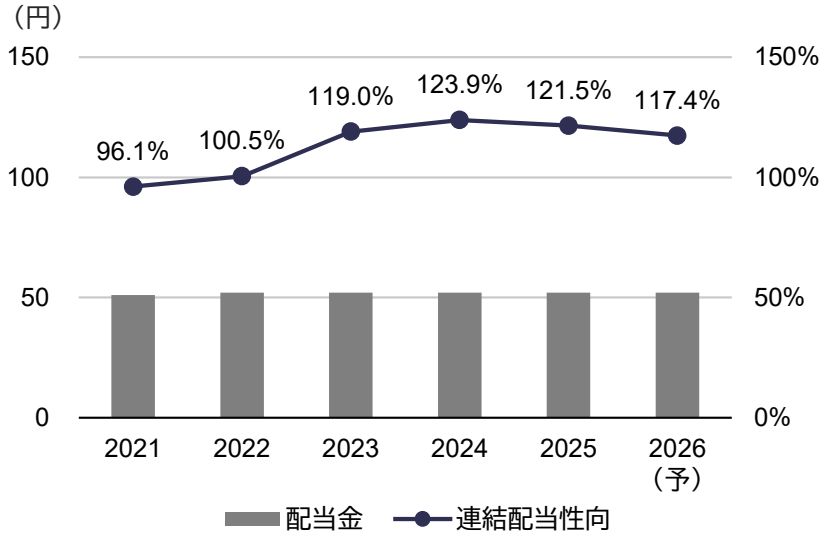
株主還元の充実

- 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　　117.4%

配当金・連結配当性向の推移



（参考）長期経営計画 VISION 2029

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

STAGE 1
既存事業の基盤構築、
高収益ポートフォリオへ再構築

- ✓ 国内事業は利益、LTV重視
- ✓ グローバル展開の加速
- ✓ 新規事業への種まき・CVC投資
- ✓ 不採算事業の整理

STAGE 2
成長事業へ投資し
成長加速

- ✓ グローバル展開の飛躍
- ✓ 新規事業の成長
- ✓ M&A、CVC投資
- ✓ 新素材上市・パイプライン拡大
- ✓ 新剤型技術確立

STAGE 3
多様化する「美」の価値観に応える
個性的な事業の集合体

- ✓ Well-being・社会領域での存在感を明確にする

【2029年指標】

■ 連結営業利益額	500億円
■ 連結営業利益率	15%以上
■ 連結売上高	3,000億円
■ 海外売上高比率	30-35%
■ ROE	14%以上

FY2021-2023 → FY2024-2026 → FY2027-2029