2020年6月25日

各　位

会 社 名　株式会社フォーシーズホールディングス
代表者名　代 表 取 締 役 社 長　天 童　淑 巳
（コード番号 3726 東証第二部）
問合せ先　執行役員管理副本部長　上 畠　正 教
（TEL. 092-720-5460）

成長戦略に関するお知らせ

当社は、2019年12月に就任した新経営陣のもと、この度、株式会社フォーシーズホールディングスのグループ成長戦略を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

【計画策定の背景】

当社グループの中核である化粧品・健康関連商材の販売という激しい競争環境に置かれた当社グループにとって、既存の枠組みにとらわれず「美と健康」の領域では当社の経営テーマでもある「はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする」に繋がる新しい事業への参入を、M&Aを通じて積極的に取り組んでいくことが求められると考えます。

また、年初来の新型コロナウイルス禍の影響もあり、新たなライフスタイルが模索されていく中で、当社グループ事業の一つである衛生コンサルティング事業は様々な業界において除菌を通じて社会に貢献できる事業に成長させていけるものと考えております。

【計画の概要】

① 計画期間

2020年7月～2022年6月

② 成長戦略のポイント

➢新規事業としての「コンプレックス解消ビジネス分野」、「エンジョイライフ分野」、「Ｗｅｂマーケティング会社」におけるM&Ａ

➢飲食店・食品工場への細菌検査サービスの提供や除菌商材の販売など、当社の衛生コンサルティング事業の推進・強化へ向けた投資

➢既存の主力ブランド「フェヴリナ」に対するＷｅｂマーケティング施策強化

なお、上記戦略の実施に必要な資金は、2020年6月12日付「第三者割当により発行される新株式及び第15回新株予約権の募集に関するお知らせ」にて公表しておりますエクイティ・ファイナンス（払込予定日：2020年6月29日）により調達する資金を充当してまいります。

③ 2023年度数値目標

➢売上高55億円

➢時価総額250億円

➢東証一部への指定替え

詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

今後も皆様のご期待にお応えできるよう、更なる業容の拡大と企業価値の向上に努めてまいりますので、一層のご指導ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。

以　上

成長戦略説明資料

2020年6月25日
株式会社 フォーシーズホールディングス

Contents

1. フォーシーズホールディングスとは？
会社概要・事業内容について

2. 現状の経営課題
経営課題に対する取り組み、今後の戦略について

3. 資金調達と経営目標
資金調達内容・使途、経営目標について

4Cs Holdings
株式会社フォーシーズホールディングス

4Cs Holdings

1

フォーシーズホールディングスとは？

会社概要・事業内容について

1 会社概要

会社名	株式会社 フォーシーズホールディングス (4Cs Holdings Co., Ltd.)	
設立	2003年12月5日	
事業内容	• コミュニケーション・セールス事業 • 化粧品卸事業 • 衛生コンサルティング事業	
所在地	• 本社 • 東京オフィス	福岡市中央区薬院1-1-1 東京都千代田区飯田橋3-11-13
代表者	代表取締役社長　天童　淑巳	
資本金	882,788千円	
決算期	9月30日	
株式上場	東京証券取引所 市場第二部(証券コード：3726)	
従業員数	99名(連結)	

※2019年9月30日 現在

■ Mission ミッション

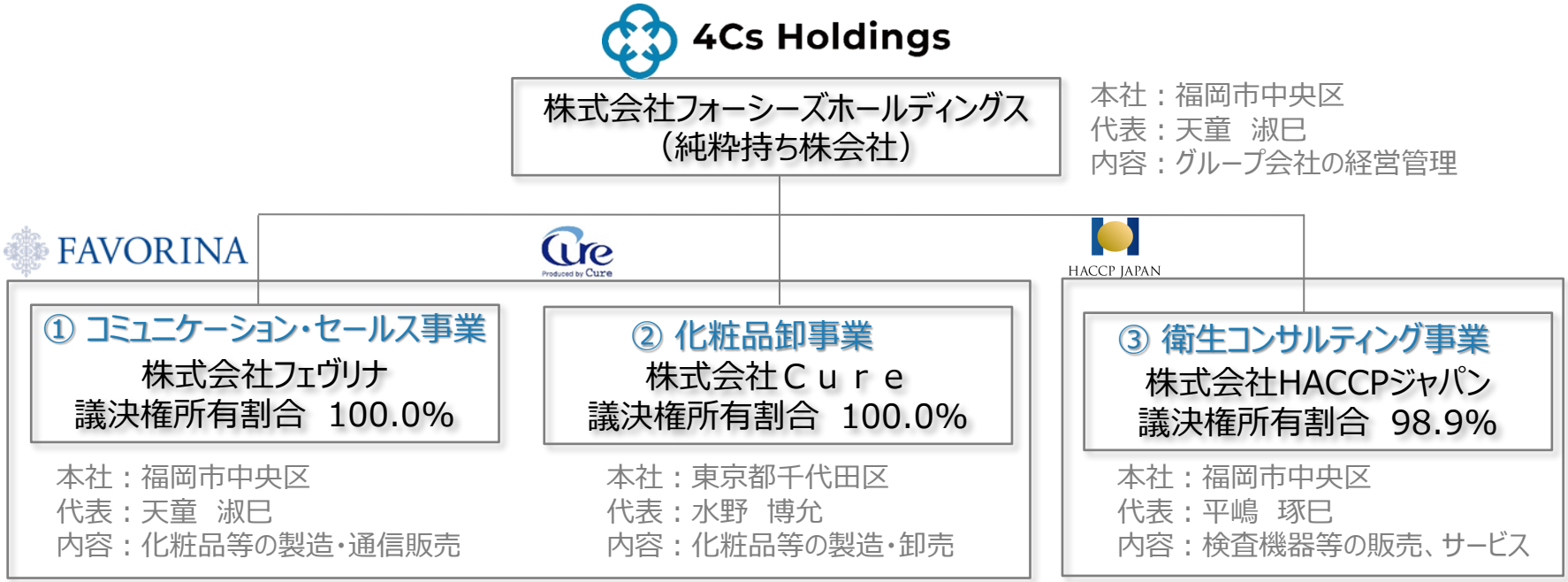
はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする。

■ Vision ビジョン

顧客を創造し、その顧客を大切にすることが社会貢献につながると、わたくしたちは考えています。
この社名の由来である「４つのC」をロゴマークとしてシンボル化し、「４つのC」で無限(∞) を表現。
お客様と社会に無限の可能性を提供することを表しています。

- Customer (カスタマー) ―――― 顧客
- Creation (クリエーション) ―――― 創造
- Cherish (チェリッシュ) ―――― 大切にする
- Contribution (コントリビューション) ―― 貢献

当社は、純粋持ち株会社である株式会社フォーシーズホールディングスと、
子会社３社(2020年6月現在) から成る企業グループです。



FAVORINA
株式会社フェヴリナ

① コミュニケーション・セールス事業

化粧品・健康食品を中心とした通信販売

NEW

ブランド① FAVORINA

炭酸ジェルパック

クレンジング・洗顔

こんにゃく酵素ゼリー

天然除菌スプレーの素

ブランド② FINE VISUAL Medical & Scientific Skin Care

子会社サイエンスボーテを2019年10月にフェヴリナへ吸収合併

導入美容液

美容化粧水

美容クリーム

ブランド③ ANYTHING WHITE

医薬部外品のオールインワンアイテムで奏功していたブランドを2020年3月に事業譲受

薬用オールインワン

Produced by Cure

株式会社Ｃｕｒｅ

② 化粧品卸事業

角質ケア製品、入浴剤、基礎化粧品等の卸売業

ブランド④

角質ケアジェル
「ナチュラル アクアジェル」

NEW

オーガニックヘアケア
「Larét」シリーズ

入浴剤「Cureバスタイム」シリーズ

クレンジング、パウダーソープ、化粧水

「JITANNO」シリーズ

HACCP JAPAN

株式会社HACCPジャパン

③ 衛生コンサルティング事業

検査機器等の販売、サービス

2019年10月より 連結対象

バクテスター販売事業

微生物迅速検査システム!一般細菌数を5分で迅速測定！

訪問検査事業

飲食店、食品工場向、HACCP制度化に対応した、バクテスターを用いた訪問検査事業

空間除菌デバイス販売事業

空間除菌剤の微細ミストを空間に満たし、安心安全な除菌環境を作り出します。

2

現状の経営課題

経営課題に対する取り組み、今後の戦略について

現在の事業領域と施策進捗

コミュニケーション・セールス事業	化粧品卸事業	衛生コンサルティング事業	強化中の施策
株式会社フェヴリナ FAVORINA FINE VISUAL ANYTHING WHITE	株式会社Cure Cure Produced by Cure	株式会社HACCPジャパン HACCP JAPAN	海外展開の強化 事業の統廃合 M&A

従来の事業（化粧品通販・卸売）にとどまらず、海外展開、 M&Aを積極的に進め、新たな事業の柱を増やす戦略へ。
しかしながら、コロナウイルス禍により、計画・進捗していた案件が次々とペンディングになり、業績改善に繋がる充分な成果が上がっていない。

FAVORINA

Ⅰ コミュニケーション・セールス事業の長期低迷

①テレマーケティングで成長してきた会社が土台となっていたことから、従来型の電話オペレーターの個人的スキルに依存した非効率な営業体制を続けてきた。

②既存商品と顧客への依存による低いリピート率から脱却できず、新商品の開発及び新たな販売チャネル戦略に目を向けてこなかった。

③生活者の消費行動がＥコマースへ大きく移行していくトレンドにある中、Ｅコマースによる販売体制の構築が遅れたことにより新規顧客獲得の機会逸失が生じた。

④新規顧客獲得コストが高い。

FAVORINA Cure Produced by Cure

Ⅱ 国内市場に依存した化粧品卸事業

①インバウンド需要の低迷による売上減少

②成長著しい海外マーケット進出への遅れ

③コロナウイルス禍の影響によるドラッグストア等の小売店閉鎖に伴う売上減少

ただし、海外も国内もすでに営業スタート！
さらに、待つインバウンドから攻めのアウトバウンドで攻勢！！

Ⅲ 衛生コンサルティング事業展開の遅れ

HACCP JAPAN

コロナウイルス禍により、
①飲食店の営業停止により、営業活動自体を自粛せざるを得ない状況

②セミナーや展示会が全面中止となり、新規開拓営業を自粛せざるを得ない状況

ただし、追い風もあり！

①除菌に対する市場における意識の高まり

②食品衛生法等の一部が2018年10月に改正され、HACCPに沿った衛生管理の実施が2020年6月より制度化

FAVORINA Cure Produced by Cure

Ⅳ 海外展開と新規事業（新商品）開発の遅れ

①台湾、中国、ベトナム、ミャンマーにおいて進捗していた案件がコロナウィルス禍により アフターコロナまで全てペンディング

②M&A案件を探索、検討しているものの、現状、成約に至らず

③新商品開発に関する委託先の工場がコロナウイルス禍により非稼働

ただし、海外はすでに動き始めており、交渉再スタート！

課題	現状・進捗
FAVORINA Ⅰ コミュニケーション ・セールス事業の長期低迷	Webマーケティング強化により、 コールセンター売上：WEB売上比率は、 9：1 から 5：5へ
FAVORINA Cure Produced by Cure Ⅱ 国内市場に依存した 化粧品卸事業	中国・台湾など、アジア圏での越境EC、 卸売を加速中 （コロナウイルスにより保留中の案件あり）
HACCP JAPAN Ⅲ 衛生コンサルティング事業の遅れ	「福岡市実証実験フルサポート事業」に採択。 複数の大手代理店との提携が進捗中。
FAVORINA Cure Produced by Cure Ⅳ 海外展開と新規事業 （新商品）開発の遅れ	M&Aは複数検討中。 中国・台湾など、アジア圏での卸売が進捗。 （コロナウイルスにより保留中の案件あり）

課題・進捗に対し、新たな戦略が必要。
そのためのシナリオ・資金調達が急務！

Ⅰ.既存事業への投資

Ⅱ.新規事業への参入

従来の殻を破り、
新たなビジネスモデルを開拓します！

**既存事業への投資により早期に事業基盤を築くとともに、
新規事業への参入を加速させることで、
新たなビジネスモデルを構築したいと考えています。**

Ⅰ.既存事業への投資

- A．ネット販売の強化
- B．海外展開
- C．衛生コンサルティング商材の開発と展開強化

Ⅱ.新規事業への参入

- A．コンプレックス解消ビジネス分野
- B．エンジョイライフ分野
- C．Webマーケティング分野

●化粧品分野

FAVORINA　Cure Produced by Cure

A．ネット販売の強化

B．海外展開

昨年末より強化してきた主力ブランド「フェヴリナ」におけるネットでのマーケティング施策が奏功中！

●衛生コンサルティング分野

HACCP JAPAN　FAVORINA

C．衛生コンサルティング商材の開発と展開強化

① 国際技術特許を有する検査機器を活用した細菌検査事業を本格的に立ち上げ。
② 日本が遅れをとっているHACCP（※）基準に即した食品衛生管理の導入において先駆者へ！
③ 更に、同社は新型コロナウイルスにより今後ますます増加が予想される様々なウイルス対策商材の展開強化

※HACCP（Hazard Analysis and Critical Control Point）

上記 施策により、既存事業の黒字安定化を目指す！

Ａ．コンプレックス解消ビジネス分野のM&A

生活者が抱える身体的な悩みを解消するのを助けるというニッチを対象としたものであり、それぞれの市場は細分化されておりますが、一般的に各市場は限られた市場規模でありながらも一定のニーズを抱えていると思われ、当社は当該市場にて差別化された強みを有する商材の企画・販売を行っている会社をＭ＆Ａにより当社グループ内に取り込むことを目指してまいります。

具体的には、薄毛対策、ダイエット、バストアップ、美白、口臭、児童の成長促進等で効果のエビデンスのある商材を扱い、かつネット販売を主体にしている会社で、当社のコミュニケーション・セールス事業、化粧品卸事業の既存顧客層への併販機会も期待できる商材を販売する会社をターゲットとして買収を目指してまいります。

Ｂ．エンジョイライフ分野のM&A

当社の経営理念である『はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする』という観点から、生活を豊かにするサービスを提供する会社をＭ＆Ａにより当社グループ内に取り込むことを目指してまいります。
具体的な例としましては、以下の様な事業の開始を構想しております。

➢**パーソナルトレーナーを配してシニア層を対象に予防介護の観点から運動不足や筋力低下による疾患を予防するための小規模なフィットネスクラブを運営する事業。**
現在、総務省統計局によりますと65歳以上の人口構成比が30%近くとなっており、当該構成比がさらに高くなることが予想される中、今後は65歳以上の高齢者に対する労働ニーズが高くなると考えられます。本分野は適度な運動による高齢者労働予備軍の創出をコンセプトとしており、本事業構想の実現を目的に省スペース・低コストの小型フィットネス・スタジオを運営している事業者を複数社買収していくことを念頭に置いております。

C．Webマーケティング分野のM&A

前述「A．コンプレックス解消ビジネス分野のM&A」における当社が買収の対象とする会社が扱う商材・サービスは、ネットでの販売が中心となり、当社の既存事業においても今後の展開でますます注力していくネットをベースにしたマーケティングや販売方法が業績改善の成否の鍵となると考えております。

当然においてＷｅｂマーケティング力が果たす影響を考えますと、今後当社が買収により取り込む新規事業へ向けても
<u>Ｗｅｂマーケティング効果を高めることに貢献できる、Ｗｅｂマーケティング機能を当社グループにおいて内製化する</u>
ことも戦略的な意義があると考え、Ｗｅｂマーケティング会社の買収を検討対象にしてまいります。

2 現状の経営課題 VS 今後の成長戦略

課題	今後の成長戦略
FAVORINA Ⅰ コミュニケーション ・セールス事業の長期低迷	A．ネット販売の強化 C．Webマーケティング分野
FAVORINA Cure Produced by Cure Ⅱ 国内市場に依存した 化粧品卸事業	A．ネット販売の強化 B．海外展開 C．Webマーケティング分野
HACCP JAPAN Ⅲ 衛生コンサルティング事業の遅れ	C．衛生コンサルティング商材の開発と展開強化
FAVORINA Cure Produced by Cure Ⅳ 海外展開と新規事業 （新商品）開発の遅れ	B．海外展開 A．コンプレックス解消ビジネス分野 B．エンジョイライフ分野

3

資金調達と経営目標

資金調達内容・使途、経営目標について

3 資金調達

第三者割当増資による10億円の資金調達を目的に、以下のとおり発行される新株式及び 第15回 新株予約権の募集を行います。

＜本新株式＞

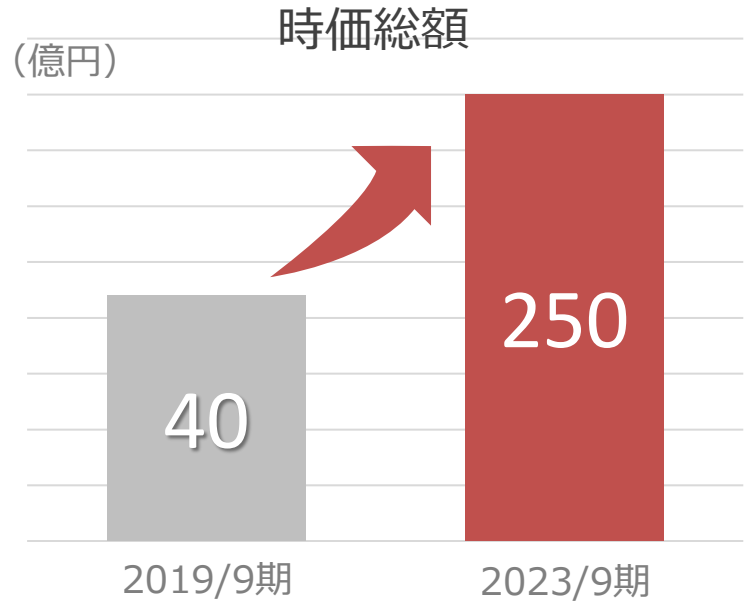
具体的な資金使途		金額
i 主力ブランド「フェヴリナ」に対するWebマーケティング施策強化へ向けた投資	システムの再構築のための設備投資	20百万円
	海外を含めたユーチューバー・インスタグラマーの契約	60百万円
	リスティング広告・ディスプレイ広告の活用等	15百万円
	小　計	95百万円
ii 衛生コンサルタント事業立ち上げ加速へ向けた投資	定期的に開催するセミナー運営（運営スタッフ及びセミナー会場の確保）	5百万円
	小　計	5百万円
	合　計	**100百万円**

＜本新株予約権＞

具体的な資金使途		金額
i 主力ブランド「フェヴリナ」に対するWebマーケティング施策強化へ向けた投資	リスティング広告・ディスプレイ広告の活用等	5百万円
ii 衛生コンサルタント事業立ち上げ加速へ向けた投資	新商品の開発および仕入れ資金の調達	50百万円
	定期的に開催するセミナー運営（運営スタッフ及びセミナー会場の確保）	45百万円
iii コンプレックス解消ビジネス分野及びエンジョイライフ分野のM&A等の資金		400百万円
iv Webマーケティング会社のM&A等の資金		400百万円
	合　計	**900百万円**

フォーシーズホールディングス　2023年　経営目標

- 東証一部指定替え
- 時価総額　250億円



事業基盤の再構築
2020

成長加速の新戦略
2021　2022　2023

経営投資売上目標（2023年）

Ⅰ.既存事業への投資

- A．ネット販売の強化　5億
- B．海外展開　10億
- C．衛生コンサルティング商材の開発と展開強化　10億

Ⅱ.新規事業への参入

- A．コンプレックス解消ビジネス分野　15億
- B．エンジョイライフ分野　10億
- C．Webマーケティング分野　5億

売上高55億円目標！！