



2022年9月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕(連結)

2022年2月10日

上場会社名 株式会社フォーシーズHD

上場取引所 東

コード番号 3726

URL <https://www.4cs-holdings.co.jp>

代表者 (役職名) 代表取締役社長

(氏名) 天童 淑巳

問合せ先責任者 (役職名) 取締役管理本部長

(氏名) 上島 正教

(TEL) 092-720-5460

四半期報告書提出予定日 2022年2月10日

配当支払開始予定日 —

四半期決算補足説明資料作成の有無 : 有

四半期決算説明会開催の有無 : 有

(百万円未満切捨て)

1. 2022年9月期第1四半期の連結業績(2021年10月1日~2021年12月31日)

(1) 連結経営成績(累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2022年9月期第1四半期	652	36.4	△53	—	△52	—	△48	—
2021年9月期第1四半期	478	10.9	△39	—	△41	—	△44	—

(注) 包括利益 2022年9月期第1四半期 △48百万円(—%) 2021年9月期第1四半期 △44百万円(—%)

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2022年9月期第1四半期	△6.75	—
2021年9月期第1四半期	△6.37	—

(2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2022年9月期第1四半期	1,740	546	30.9
2021年9月期	1,821	595	32.2

(参考) 自己資本 2022年9月期第1四半期 538百万円 2021年9月期 586百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2021年9月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2022年9月期	—	—	—	—	—
2022年9月期(予想)	—	—	—	—	—

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

2022年9月期の配当予想につきましては未定です。

3. 2022年9月期の連結業績予想(2021年10月1日~2022年9月30日)

(%表示は、通期は対前期、四半期は対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
第2四半期(累計)	1,615	64.8	△32	—	△32	—	△32	—	△4.51
通期	3,270	32.5	67	—	64	—	60	—	8.53

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

※ 注記事項

- (1) 当四半期連結累計期間における重要な子会社の異動 : 無
 (連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動)
 新規 一社(社名) 、除外 一社(社名)
- (2) 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無
- (3) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示
- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 有
 - ② ①以外の会計方針の変更 : 無
 - ③ 会計上の見積りの変更 : 無
 - ④ 修正再表示 : 無

(4) 発行済株式数(普通株式)

① 期末発行済株式数(自己株式を含む)	2022年9月期1Q	7,377,670株	2021年9月期	7,377,670株
② 期末自己株式数	2022年9月期1Q	189,410株	2021年9月期	189,410株
③ 期中平均株式数(四半期累計)	2022年9月期1Q	7,188,260株	2021年9月期1Q	7,018,302株

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に掲載されている業績予想に関する記述は、当社が本資料の発表日現在で入手可能な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、実際の業績等は、当社の事業を取り巻く経済情勢、市場動向等に関する様々な要因により、記述されている業績予想とは異なる可能性があります。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	4
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	4
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	5
(1) 四半期連結貸借対照表	5
(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書	6
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	8
(継続企業の前提に関する注記)	8
(会計方針の変更)	8
(追加情報)	8
(セグメント情報等)	9
(収益認識関係)	10
(重要な後発事象)	11
3. その他	12
継続企業の前提に関する重要事象等	12

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

当第1四半期連結累計期間におけるわが国経済は、12月に発表された日銀短観によると業況判断（最近）は、コロナ禍においても先行で回復していた製造業と、回復が遅れていた非製造業との差が縮小するなど、非製造業は2021年10月の緊急事態宣言解除を背景に対面型サービスで改善の動きが見られました。しかしながら、12月に入り変異株が発生することにより、再び国内景気においては引き続き先行き不透明な状況が継続しております。

また、世界経済につきましても、同様に新型コロナウイルスの変異株等による一部の地域での感染再拡大により、依然として先行き不透明な状況が続いております。

このような状況のもと、当社グループにおきましても業績回復に向けて、各事業会社がそれぞれの特性に合わせた積極的な施策を推進しており、2021年4月1日にアロマ事業を譲り受けたことにより前年同四半期に対して増収となりました。しかしながら、継続的に実施しているコスト削減や販売管理費を効率的にコントロールしてはいるものの、第2四半期以降の売上拡大につなげていくために、アロマ事業及び衛生コンサルティング事業に対して先行投資をした結果、大幅な営業損失・経常損失となりました。

以上の結果、当第1四半期連結会計年度の経営成績は、売上高652,247千円（前年同四半期比36.4%増）となり、営業損失53,817千円（前年同四半期は営業損失39,349千円）、経常損失52,666千円（前年同四半期は経常損失41,301千円）、親会社株主に帰属する四半期純損失48,491千円（前年同四半期は親会社株主に帰属する四半期純損失44,733千円）となりました。なお、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」という。）等の適用により、売上高は1,342千円増加、売上原価が500千円増加、販売費及び一般管理費は1,418千円減少しておりますが、営業損失、経常損失及び税金等調整前四半期純損失へ与える影響はございません。

この度2022年1月1日より株式会社フォーシーズHDは、株式会社フェヴリナ及び合同会社アロマを吸収合併し、事業持株会社として始動いたしました。今後は、両セグメント事業のシナジー効果を図り、新たな施策展開にも取り組んでまいります。また、今後も当社グループの企業価値をさらに高めるため、既存事業の黒字化を実現するための施策の推進と同時に、新規事業に向けたM&Aを積極的に進めてまいります。

セグメント別の業績は、次のとおりであります。

(コミュニケーション・セールス事業)

コミュニケーション・セールス事業におきましては、売上高204,654千円（前年同四半期比41.6%減）、売上高は前年同四半期を下回り、セグメント損失3,246千円（前年同四半期はセグメント損失601千円）となりました。なお、収益認識会計基準等の適用により、売上高は545千円減少、売上原価は23千円増加、販売費及び一般管理費は662千円減少しておりますが、セグメント利益に与える影響はございません。

今期の施策としては、インフォーマーシャルやECによる新規顧客の獲得及び顧客ストックの積み上げにより収益拡大を目指しております。インフォーマーシャルにつきましては、QVCをはじめ地方局においてテレビ通販を始めることができしております。また、コールセンターを活かした顧客の育成による収益拡大を目指しておりましたが、一定の効果は得ることができたものの、Webプロモーションへの投資を抑えたため、新規顧客数が減少することとなり、売上高全体としては予想を下回る結果となりました。一方、海外への販売チャネルの拡大につきましては、認知拡大を目的としたプロモーション活動を継続しており、中国におけるSNSサイト「RED」と「Weibo」を展開し、約46,000人のフォロワー数を獲得することができております。さらに、ベトナムやタイへの一般貿易の申請を進め、中東向けにも卸販売をスタートしておりますが、ベトナムでは新型コロナウイルスのロックダウンにより商談がストップしている状況下であったため、ロックダウンの解除をもって今後商談を再開させてまいります。

売上高におきましては予想を下回っているものの、広告宣伝費を含めたコスト削減の効果が顕著に表れており、営業利益につきましては改善傾向にあり、ホームページにもリリースしましたとおり、新商品としてシワ改善効果と美白効果を併せ持つ有効成分を配合した医薬部外品の部分用クリーム「ファインビジュアル ホワイトリンククリーム」という新たな商品を開発することにより、積極的なプロモーションにて新たな顧客獲得を図り業績

の回復を実現してまいります。

(化粧品卸事業)

化粧品卸事業におきましては、コロナウイルス禍およびインバウンド需要の消失により国内卸への影響は続く
と予測しており、売上高118,024千円(前年同四半期比20.5%増)、セグメント損失10,543千円(前年同四半期は
セグメント損失35,970千円)となり、引き続きセグメント損失ではあるもの、前年同四半期及び予測に対しても
大幅に改善することができました。なお、収益認識会計基準等の適用により、売上高は2,073千円増加、売上原価
は476千円増加、販売費及び一般管理費は571千円減少しておりますが、セグメント利益に与える影響はござい
ません。

今期の施策としては、医薬部外品の売り場拡大によるピーリング市場の掘り起こしと、既存商品の育成による
主力商品の拡大を目指しております。人気ユーチューバーによるプロモーション動画の再生回数が10万回近くに
なり、ドラッグストア等でのプロモーション動画用のモニター設置店舗も600店舗を超え、ピーリング商品だけ
なく、スペシャルパウダーソープにおきましては前年比248%と一定の効果をあげることができました。海外売上
につきましては順調に売上を伸ばしており、中国国内での大イベントである「W11」「W12」での売上は予想よ
りも下回りましたが、「ナチュラルアクアジェル」をはじめ、新商品の薬用ピーリング「ホワイトクリアジェ
ル」、既存品の「エクストラオイルクレンジング」「スペシャルパウダーソープ」につきましては、安定的に売
上を伸ばしております。

今後は、新型コロナウイルス変異株の影響が懸念されるものの、引き続き根強い支持をいただいている「ナ
チュラルアクアジェル」と新商品である「ホワイトクリアジェル」のドラッグストアへの店舗展開に向けた販売促
進の強化、インスタグラマーやユーチューバーの活用による国内EC販売の強化、東南アジアを中心としたアジ
ア市場への拡大により、業績の回復を実現してまいります。

(衛生コンサルティング事業)

売上高13,959千円(前年同四半期比53.3%減)、セグメント損失17,044千円(前年同四半期はセグメント損失
7,431千円)となりました。

今期の施策としては、HACCP制度化に対応した微生物蛍光画像測定機「BACTERESTER(バクテスタ
ー)」の販売及び訪問検査事業の拡大を目指しております。すでに「HACCPジャパン_中間市内飲食店への衛
生管理指導の取り組みについて」としてリリースさせていただいているとおり、楽天コミュニケーションズ株式
会社、福岡県中間市、中間商工会議所との連携による実証においてHACCPジャパンが監修した「あんしんH
ACCP」アプリの利用者を増やすことにより、継続利用から検査事業につなげ、検査事業希望者にバクテスタ
ー・試薬を販売していく計画を実行しております。また、本プロジェクトは問い合わせも多くいただいております、
新潟県長岡市ではすでに導入することが決定し、今後はさらに拡大していくものと考えております。「空間除菌
デバイスDevirusAC(デヴィルスエーシー)」につきましては、大手販売代理店が拠点としている滋賀
県に、クロラス酸水製剤(亜塩素酸水製剤)の製造工場を移転しました。移転するための経費計上によりセグメ
ント損益に影響はでてしまいましたが、今後は輸送コストが削減されるなどにより、効率化が図られると考
えております。

今後は新型コロナウイルスの変異株の影響が懸念されるものの、飲食店を含めた食品関連企業における微生物
蛍光画像測定機「BACTERESTER(バクテスター)」及びHACCP指導サービスに対するニーズも高まるも
のと考え、引き続きニーズが高いと想定される「空間除菌デバイスDevirusAC(デヴィルスエー
シー)」の販売も伸びていくと予想しておりますので、営業活動の強化等を行い業績の回復を実現してまい
ります。

(アロマ事業)

第19期第3四半期連結会計期間から報告セグメントに追加となりましたアロマ事業におきましては、売上高
314,005千円、セグメント損失22,585千円となりました。なお、収益認識会計基準等の適用により、売上高は184
千円減少、販売費及び一般管理費が184千円減少しておりますが、セグメント利益に与える影響はございません。

今期の施策としては、店舗のスクラップ&ビルドによる運営の効率化と、新コンセプト店舗のテストマーケ
ティングによる新たな顧客層の拡大を目指しております。現在は首都圏に36店舗(2021年12月31日時点)を運営し

ており、既に1店舗の退店を実施しております。さらに第2四半期以降に9店舗の退店を予定しており、1店舗の新規出店を予定しております。店舗におきましては、グループ間のシナジー効果を高めるための施策を積極的に行っており、2022年1月1日より当社に吸収合併した株式会社フェヴリナの化粧品と株式会社Cureの商品を『アロマブルーム』店舗で展開をすると同時に、アロマ商品をコミュニケーション・セールス事業の顧客に対して、販売をスタートしております。しかしながら、店舗の特性に合わせたMD（ブランド、店舗、顧客）コンセプトの見直しに時間がかかること、緊急事態宣言解除後においても消費者のリテール店舗への戻りは鈍く、売上高におきましては予想を大きく下回ってしまいました。

今後は、赤字体質の脱却を図るため、MD（ブランド、店舗、顧客）コンセプトの見直し、及び社員への教育体系を再構築していくことにより、既存店舗の活性化を図ってまいります。引き続き不採算店舗から脱却が難しい店舗はスクラップしていきますが、立地や出店条件等をトータルに判断し利益の見込めるエリアへの出店も積極的に進めていくことにより、早期に業績の拡大と黒字化を目指してまいります。

（2）財政状態に関する説明

（資産）

当第1四半期連結会計期間末における資産の残高は1,740,156千円（前連結会計年度末1,821,100千円）、その内訳は流動資産1,381,661千円、固定資産358,495千円となり、前連結会計年度末に比べ80,944千円減少いたしました。これは主に、現金及び預金の減少111,178千円、受取手形及び売掛金の増加38,006千円、原材料及び貯蔵品の減少5,846千円、有形及び無形固定資産の償却による減少11,560千円等によるものであります。

（負債）

当第1四半期連結会計期間末における負債の残高は1,193,648千円（前連結会計年度末1,225,599千円）、その内訳は流動負債791,331千円、固定負債402,316千円となり、前連結会計年度末に比べ31,951千円減少いたしました。これは主に、買掛金の増加11,292千円、1年内返済予定を含む長期借入金の減少36,876千円、未払法人税等の減少9,494千円、株主優待引当金の減少9,575千円によるものであります。

（純資産）

当第1四半期連結会計期間末における純資産の残高は546,508千円（前連結会計年度末595,501千円）となり、48,992千円減少いたしました。これは主に親会社株主に帰属する四半期純損失48,491千円の計上により利益剰余金が減少したことによるもの等によるものであります。

（3）連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

2022年9月期の連結業績予想につきましては、2021年11月12日に公表いたしました、業績予想に変更はありません。

2. 四半期連結財務諸表及び主な注記

(1) 四半期連結貸借対照表

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2021年9月30日)	当第1四半期連結会計期間 (2021年12月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	820,209	709,031
受取手形及び売掛金	175,722	213,729
商品及び製品	404,340	404,963
原材料及び貯蔵品	27,820	21,973
その他	22,476	32,157
貸倒引当金	△67	△193
流動資産合計	1,450,501	1,381,661
固定資産		
有形固定資産	36,613	35,109
無形固定資産		
のれん	62,496	60,182
顧客関連資産	143,589	138,271
その他	12,428	10,005
無形固定資産合計	218,515	208,459
投資その他の資産	115,470	114,926
固定資産合計	370,598	358,495
資産合計	1,821,100	1,740,156
負債の部		
流動負債		
買掛金	101,011	112,303
短期借入金	300,000	300,000
1年内返済予定の長期借入金	142,294	137,284
未払法人税等	14,797	5,302
賞与引当金	5,799	—
返品調整引当金	7,891	—
株主優待引当金	28,901	19,325
資産除去債務	1,941	8,874
その他	180,025	208,242
流動負債合計	782,660	791,331
固定負債		
長期借入金	349,197	317,331
繰延税金負債	37,920	32,874
資産除去債務	52,734	49,426
その他	3,086	2,684
固定負債合計	442,938	402,316
負債合計	1,225,599	1,193,648
純資産の部		
株主資本		
資本金	983,131	983,131
資本剰余金	450,186	450,186
利益剰余金	△787,063	△835,555
自己株式	△59,692	△59,692
株主資本合計	586,561	538,069
新株予約権	8,939	8,438
純資産合計	595,501	546,508
負債純資産合計	1,821,100	1,740,156

(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書

四半期連結損益計算書

第1四半期連結累計期間

(単位：千円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2020年10月1日 至 2020年12月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2021年10月1日 至 2021年12月31日)
売上高	478,214	652,247
売上原価	111,048	219,009
売上総利益	367,165	433,237
返品調整引当金戻入額	11,212	—
返品調整引当金繰入額	12,874	—
差引売上総利益	365,503	433,237
販売費及び一般管理費	404,853	487,055
営業損失(△)	△39,349	△53,817
営業外収益		
受取利息	5	1
受取賠償金	166	11
助成金収入	—	2,524
その他	588	258
営業外収益合計	759	2,795
営業外費用		
支払利息	2,114	1,596
株式交付費	548	—
その他	47	47
営業外費用合計	2,711	1,644
経常損失(△)	△41,301	△52,666
特別利益		
新株予約権戻入益	250	501
特別利益合計	250	501
特別損失		
減損損失	14,857	—
特別損失合計	14,857	—
税金等調整前四半期純損失(△)	△55,908	△52,165
法人税、住民税及び事業税	1,053	1,371
法人税等調整額	△12,227	△5,045
法人税等合計	△11,174	△3,674
四半期純損失(△)	△44,733	△48,491
非支配株主に帰属する四半期純利益	—	—
親会社株主に帰属する四半期純損失(△)	△44,733	△48,491

四半期連結包括利益計算書
第1四半期連結累計期間

(単位：千円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2020年10月1日 至 2020年12月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2021年10月1日 至 2021年12月31日)
四半期純損失(△)	△44,733	△48,491
四半期包括利益	△44,733	△48,491
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	△44,733	△48,491
非支配株主に係る四半期包括利益	—	—

(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(会計方針の変更)

(収益認識に関する会計基準等の適用)

「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」という。)等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用し、約束した財またはサービスの支配が顧客に移転した時点で、当該財またはサービスと交換に受け取れると見込まれる金額で収益を認識することといたしました。収益認識会計基準等の適用による主な変更点は以下のとおりであります。

(1) 他社ポイントに係る収益認識

他社が運営するポイント制度に基づき、顧客への商品販売に伴い付与するポイントについて、従来は、販売費及び一般管理費として計上しておりましたが、取引価格から付与ポイント相当額を差し引いた金額で収益を認識する方法に変更しております。

(2) 返品権付きの販売

返品権付きの販売について、従来は、売上総利益相当額に基づき返品調整引当金を計上しておりましたが、返品されると見込まれる商品又は製品については、変動対価に関する定めに従って、販売時に収益を認識せず、当該商品又は製品について、受け取った又は受け取る対価の額で返品負債を認識する方法に変更しております。

収益認識会計基準等の適用については、収益認識会計基準第84項ただし書きに定める経過的な取扱いに従っており、当第1四半期連結会計期間の期首より前に新たな会計方針を遡及適用した場合の累積的影響額を、当第1四半期連結会計期間の期首の利益剰余金に加減し、当該期首残高から新たな会計方針を適用しております。

この結果、当第1四半期連結累計期間の売上高が1,342千円増加、売上原価が500千円増加、差引売上総利益が1,418千円減少、販売費及び一般管理費は1,418千円減少しておりますが、営業損失、経常損失及び税金等調整前四半期純損失へ与える影響はございません。また、利益剰余金期首残高に与える影響もありません。

収益認識会計基準等を適用したため、当第1四半期連結会計期間より「返品資産」及び「返品負債」を計上しており、これらは連結貸借対照表において、それぞれ「流動資産」の「その他」及び「流動負債」の「その他」に含めて表示することとしました。前連結会計年度の連結貸借対照表において、「流動負債」に「返品調整引当金」を表示しておりますが、収益認識会計基準第89-2項に定める経過的な取扱いに従って、前連結会計年度について新たな表示方法により組替えを行っておりません。さらに、「四半期財務諸表に関する会計基準」(企業会計基準第12号 2020年3月31日)第28-15項に定める経過的な取扱いに従って、前第1四半期連結累計期間に係る顧客との契約から生じる収益を分解した情報を記載しておりません。

(時価の算定に関する会計基準等の適用)

「時価の算定に関する会計基準」(企業会計基準第30号 2019年7月4日。以下「時価算定会計基準」という。)等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用し、時価算定会計基準第19項及び「金融商品に関する会計基準」(企業会計基準第10号 2019年7月4日)第44-2項に定める経過的な取扱いに従って、時価算定会計基準等が定める新たな会計方針を、将来にわたって適用することとしております。なお、四半期連結財務諸表に与える影響はありません。

(追加情報)

(新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響に関する会計上の見積り)

当第1四半期連結累計期間において、前連結会計年度の有価証券報告書の(重要な会計上の見積り)に記載した新型コロナウイルス感染症の収束時期等を含む仮定に重要な変更はありません。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

1. 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

前第1四半期連結累計期間(自 2020年10月1日 至 2020年12月31日)

(単位:千円)

	報告セグメント				調整額	四半期連結損益計算書計上額
	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	計		
売上高						
外部顧客への売上高	350,413	97,952	29,848	478,214	—	478,214
セグメント間の内部売上高又は振替高	240	—	61	301	△301	—
計	350,653	97,952	29,909	478,515	△301	478,214
セグメント損失(△)	△601	△35,970	△7,431	△44,003	4,654	△39,349

(注) 1. セグメント損失(△)の調整額4,654千円には、各報告セグメントに配分していない全社収益70,500千円、全社費用△67,290千円、その他の調整額1,445千円が含まれております。主に当社(持株会社)運用に係る収益及び費用であります。

2. セグメント利益又は損失(△)は、四半期連結損益計算書の営業損失と調整を行っております。

当第1四半期連結累計期間(自 2021年10月1日 至 2021年12月31日)

(単位:千円)

	報告セグメント					その他(注)1	合計	調整額(注)2	四半期連結損益計算書計上額(注)3
	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	アロマ事業	計				
売上高									
顧客との契約から生じる収益	204,181	117,943	13,902	313,846	649,874	2,372	652,247	—	652,247
外部顧客への売上高	204,181	117,943	13,902	313,846	649,874	2,372	652,247	—	652,247
セグメント間の内部売上高又は振替高	473	80	57	158	769	—	769	△769	—
計	204,654	118,024	13,959	314,005	650,644	2,372	653,017	△769	652,247
セグメント損失(△)	△3,246	△10,543	△17,044	△22,585	△53,420	△1,878	△55,299	1,481	△53,817

(注) 1. 「その他」の区分は、報告セグメントに含まれない事業セグメントであり、「白髪染め事業」を含んでおります。

2. セグメント損失(△)の調整額1,481千円には、各報告セグメントに配分していない全社収益81,000千円、全社費用△81,984千円、その他の調整額2,465千円が含まれております。主に当社(持株会社)運用に係る収益及び費用であります。

3. セグメント損失(△)は、四半期連結損益計算書の営業損失と調整を行っております。

2. 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報

前第1四半期連結累計期間(自2020年10月1日至2020年12月31日)

(固定資産に係る重要な減損損失)

「コミュニケーション・セールス事業」セグメントにおいて、営業活動から生ずる損益が継続してマイナスであるため、将来の回収可能性を検討した結果、当初予想したキャッシュ・フローが見込めないため、減損損失14,857千円を計上しております。その内訳は、工具器具及び備品2,099千円、ソフトウェア12,757千円であります。

当第1四半期連結累計期間(自2021年10月1日至2021年12月31日)

該当事項はありません。

3. 報告セグメントの変更等に関する事項

当社グループは、2021年4月1日に合同会社アロマにおいてアロマ事業を譲受したことに伴い、前第3四半期連結会計期間より「アロマ事業」を報告セグメントに追加しております。

また、新たに白髪染め事業での売上を計上したことにより、報告セグメントに含まれない事業セグメントとして「その他」を追加しております

なお、前第1四半期連結累計期間のセグメント情報を当第1四半期連結累計期間の報告セグメントの区分方法により作成した情報については、「アロマ事業」が前第3四半期連結会計期間より開始したことから、開示を行っておりません。

注記事項(会計方針の変更)に記載のとおり、当第1四半期連結会計期間の期首から収益認識会計基準等を適用し、収益認識に関する会計処理方法を変更したため、事業セグメントの利益又は損失の算定方法を同様に變更しております。当該変更により、従来の方法に比べて、当第1四半期連結累計期間の「コミュニケーション・セールス事業」の売上高が545千円減少、「化粧品卸事業」の売上高が2,073千円増加、「アロマ事業」の売上高が184千円減少しておりますが、セグメント利益に与える影響はありません。

なお、「四半期財務諸表に関する会計基準」(企業会計基準第12号2020年3月31日)第28-15項に定める経過的な取扱いに従って、前第1四半期連結累計期間に係る顧客との契約から生じる収益を分解した情報は記載しておりません。

(収益認識関係)

顧客との契約から生じる収益を分解した情報は、注記事項(セグメント情報等)に記載のとおりであります。

(重要な後発事象)

(連結子会社の吸収合併)

当社は、2021年10月8日開催の取締役会において、当社の連結子会社である株式会社フェヴリナ及び合同会社アロマを、吸収合併することを決議し、2021年12月17日に開催された当社の定時株主総会において承認されたため、当該吸収合併を2022年1月1日に実施いたしました。

1. 取引の概要

(1) 結合当事企業の名称及び当該事業の内容

結合企業（存続会社）

名 称：株式会社フォーシーズHD

事業内容：純粋持株会社

被結合企業（消滅会社）

名 称：株式会社フェヴリナ

事業内容：化粧品及び健康食品の通信販売事業

名 称：合同会社アロマ

事業内容：アロマ及び雑貨の小売、卸売

(2) 企業結合日

2022年1月1日

(3) 企業結合の法的形式

当社を存続会社とする吸収合併方式であり、株式会社フェヴリナ及び合同会社アロマは合併により解散いたします。

(4) 結合後企業の名称

株式会社フォーシーズHD

なお、2021年12月17日付で株式会社フォーシーズHDへ商号変更しております。

(5) その他取引の概要に関する事項

本合併は、当社グループ内の事業部門・事業会社間の横断的連携を図り、より効率的かつ効果的な運営体制の構築し、意思決定の迅速化を実現することを目的としております。

2. 実施する会計処理の概要

「企業結合に関する会計基準」（企業会計基準第21号 2019年1月16日）及び「企業結合会計基準及び事業分離等会計基準に関する適用指針」（企業会計基準適用指針第10号 2019年1月16日）に基づき、共通支配下の取引として処理を行う予定であります。

3. その他

継続企業の前提に関する重要事象等

当社グループは前連結会計年度において営業損失148,360千円及び親会社株主に帰属する当期純損失178,196千円を計上するとともに、当第1四半期連結会計期間においても営業損失53,817千円及び親会社株主に帰属する四半期純損失48,491千円を計上しているため、引き続き継続企業の前提に関する重要な疑義を生じさせるような事象又は状況が存在しております。

当社グループは、当該事象を解消又は改善するために様々な対応策をすでに一部実施しており、今後も遂行してまいります。これらの対応策を実行することにより、継続企業の前提に関する重要な不確実性は存在しないと判断しております。

(対応策)

1. コミュニケーション・セールス事業

- ① インフォーマーシャルによる新規顧客の獲得及び顧客ストックの積み上げ
- ② コールセンターを活かした顧客の育成による収益拡大

2. 化粧品卸事業

- ① 医薬部外品の売り場拡大によるピーリング市場の掘り起こし
- ② 既存商品の育成による主力商品の拡大

3. 衛生コンサルティング事業

大手企業との協業による、HACCP制度化に対応した訪問検査事業の拡大及びバクテスター（微生物迅速検査システム）の販売拡大

4. アロマ事業

- ① 店舗のスクラップ&ビルドによる運営の効率化
- ② 新コンセプト店舗のテストマーケティングによる、新たな顧客層の拡大

5. コスト削減又は効率的配分の徹底

- ① 経費削減活動の徹底を継続
- ② EC部門や生産部門統一化による、効率的かつ効果的なコスト配分の徹底。

6. 成長企業・事業のM&A及び資金調達

「はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする」というミッションのもと「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を積極的に推進し、第三者割当増資により8億円の資金調達を充当する。