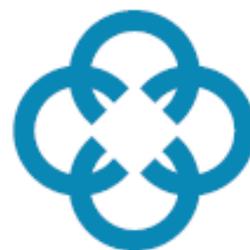


2023年9月期 決算説明資料

はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする会社



フォーシーズHD

株式会社フォーシーズHD

東証スタンダード市場

コード番号：3726

目次

1. 事業概要

2. 21期決算概要

3. 各事業の取組みと今後について

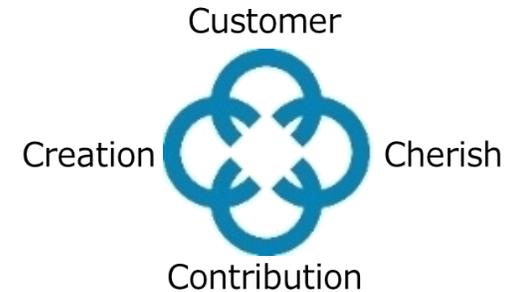
4. 中期経営計画の進捗



1.事業概要

はずむライフスタイルを提供し人々を幸せにする

- Customer (カスタマー) ———— 顧客
- Creation (クリエイション) ———— 創造
- Cherish (チエリッシュ) ———— 大切にする
- Contribution (コントリビューション) —— 貢献



お客様（**Customer**）を創造（**Creation**）し、大切（**Cherish**）にし、
社会貢献（**Contribution**）する。

Harmonious **D**evelopment
(環境・人と調和してく会社)

HAZUMUを**D**ailyに
(心がはずむ、会話がはずむ毎日を)

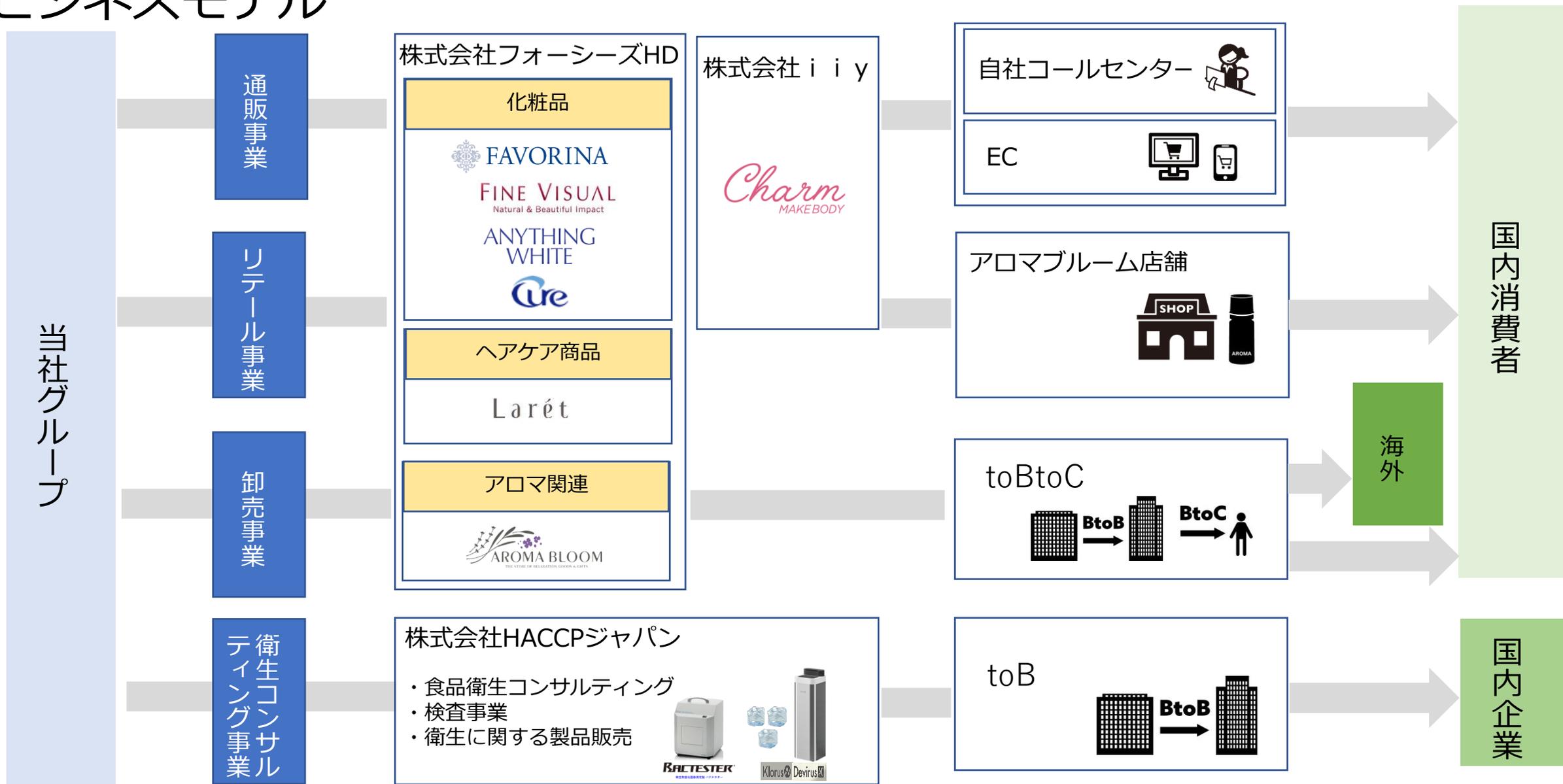
これが**4CsHD**です。



はずむライフスタイルに必要な 「美」「健康」「生活における癒し」を事業の柱として展開

<p>美</p> <div data-bbox="369 528 693 616">FINE VISUAL</div> <div data-bbox="420 642 565 842">  </div> <div data-bbox="726 528 1049 616">ANYTHING WHITE</div> <div data-bbox="764 696 947 839">  </div> <div data-bbox="1090 528 1414 616">FAVORINA</div> <div data-bbox="1049 664 1465 839">  </div>	<p>健康</p> <div data-bbox="1694 442 1923 606">  </div> <div data-bbox="1987 442 2127 649">  </div> <div data-bbox="1745 664 2051 849">  </div>
<div data-bbox="369 882 693 971">Cure</div> <div data-bbox="420 1013 649 1306">  </div> <div data-bbox="726 882 1049 971">Larét</div> <div data-bbox="738 1085 1031 1278">  </div> <div data-bbox="1090 882 1414 971">Charm MAKEBODY</div> <div data-bbox="1082 999 1426 1313">  </div>	<p>癒し</p> <div data-bbox="1758 856 2076 942">  </div> <div data-bbox="1668 949 2127 1120">  </div> <div data-bbox="1681 1128 2140 1320">  </div>

ビジネスモデル





2. 21期決算概要

ハイライト

1. 通販事業、卸売事業は安定的な黒字化への収益性の向上へ！
2. 衛生コンサルティング事業とリテール事業は、赤字からの脱却が出来ず
3. M&Aのアドバイザー費用や臨時株主総会による想定外の支出が影響した

(単位：千円)

売上高	2,136,884
営業利益	△214,214
経常利益	△216,931
親会社株主に帰属 する当期純利益	△272,624

売上高減少の主な要因

- ・リテール事業の店舗数減少
- ・卸売事業はインバウンド需要及びALPS処理水問題の影響により売上予測に対して減少
- ・飲食業界におけるHACCPの浸透の遅れ

営業損失の拡大要因

- ・リテール事業の原価率改善の遅れ
- ・報告セグメント以外の管理費（上場維持費等）で、予算対比約△70百万円

（単位：百万円）

	2022年9月期	通期業績予想	修正通期業績予想 (5/12)	2023年9月期	修正予想達成率	前年比
売上高	2,324	2,428	2,491	2,136	85.7%	△187
営業利益	△119	50	13	△214	—	△95
経常利益	△116	46	13	△216	—	△99
親会社に帰属する 当期純利益	△156	38	△4	△272	—	△116
1株あたり当期 純利益	△21.76	5.36	△0.58	△35.29	—	△13.53

連結損益計算書

(単位：千円)

	【連結】 2022年9月期	【連結】 2023年9月期	増減
売上高	2,324,589	2,136,884	△187,705
売上総利益	1,579,208	1,431,496	△147,712
販売費及び一般管理費	1,698,289	1,645,710	△52,578
営業利益	△119,080	△214,214	△95,134
経常利益	△116,993	△216,931	△99,937
親会社株主に帰属する 当期純利益	△156,527	△272,624	△116,096

貸借対照表

無形固定資産の増加：(株) i i y のM & Aによるのれんを182,780千円計上

(単位：千円)

	【連結】 2022年9月期	【連結】 2023年9月期	増減
流動資産	1,175,932	1,242,472	+66,540
現金及び預金	649,439	539,510	△109,929
固定資産	278,150	400,914	+122,764
有形固定資産	570	540	△29
無形固定資産	179,506	316,671	+137,165
投資その他の資産	98,073	83,702	△14,371
資産合計	1,454,083	1,643,387	+189,303

貸借対照表

株主資本の増加：第16回新株予約権行使による資本金の増加

固定負債の増加：(株) i i y のM & Aにおいて、第3回普通社債200,000千円発行

(単位：千円)

	【連結】 2022年9月期	【連結】 2023年9月期	増減
負債合計	999,966	1,125,220	+ 125,254
流動負債	704,696	685,916	△18,779
固定負債	295,270	439,303	+ 144,033
純資産合計	454,116	518,166	+ 64,090
株主資本	448,630	515,410	+ 66,780
新株予約権	5,486	2,755	△2,730
負債純資産合計	1,454,083	1,643,387	+ 189,303

2023年9月期 決算概要（連結）

連結売上高前年対比

前年対比 8.1%減

・ リテール事業の店舗数縮小による減少

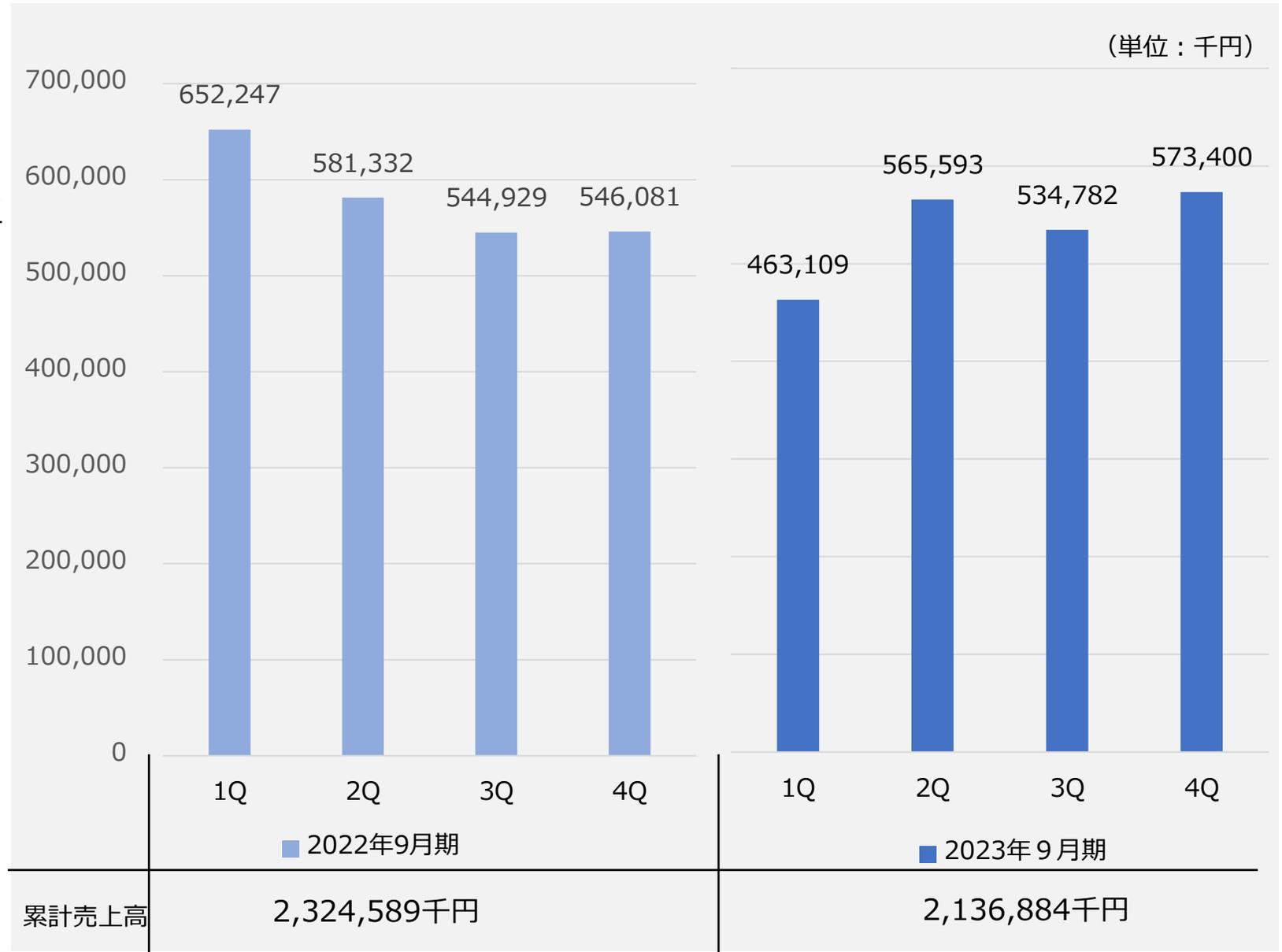
前年対比で26店舗から20店舗での運営となったことによりリテール事業の売上が前年度の約27%減となった。

・ 海外展開の進捗遅れ

計画どおりの動きができず、販路拡大の大きな進展ができなかった。

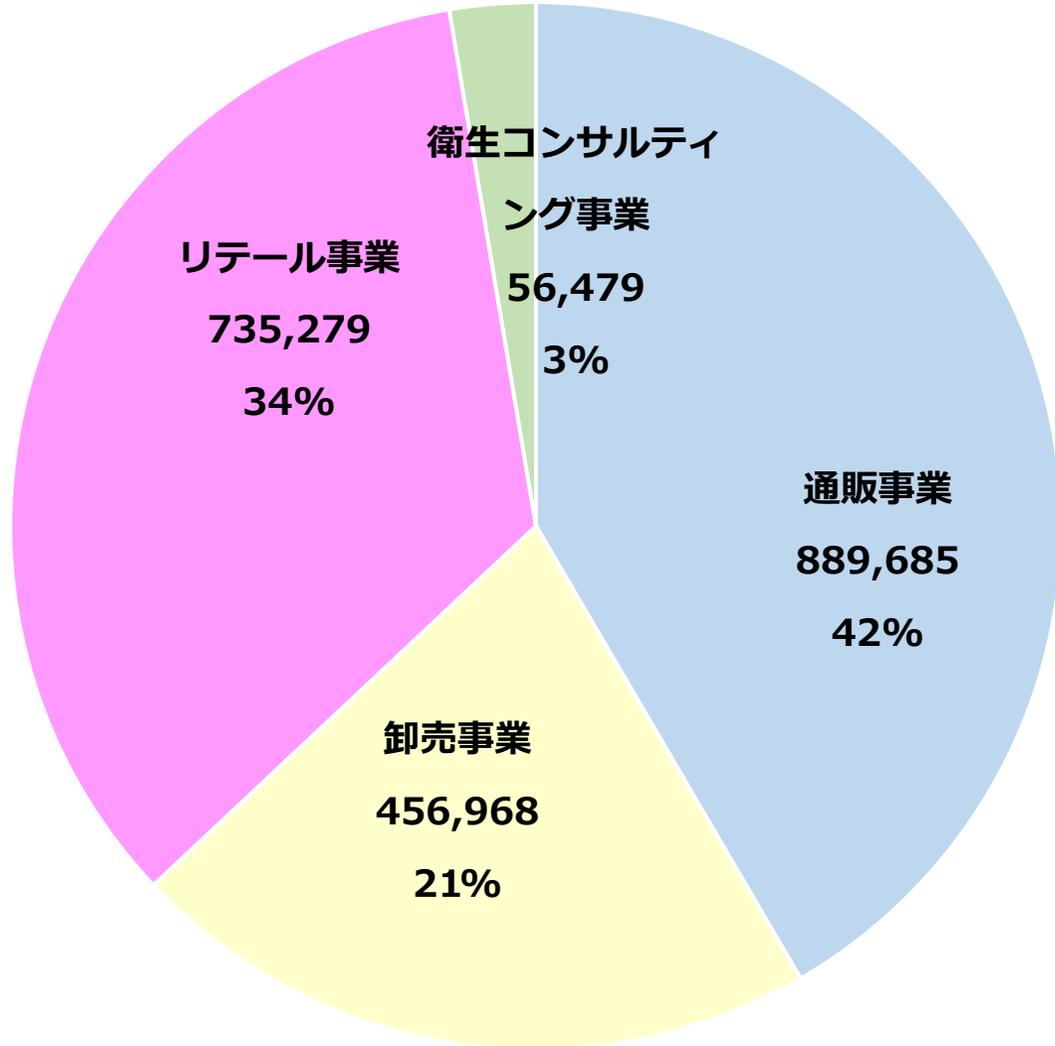
・ 通販事業の新規顧客獲得への投資が出来ていない

利益重視の施策で、既存顧客のみの売上で利益重視へ。

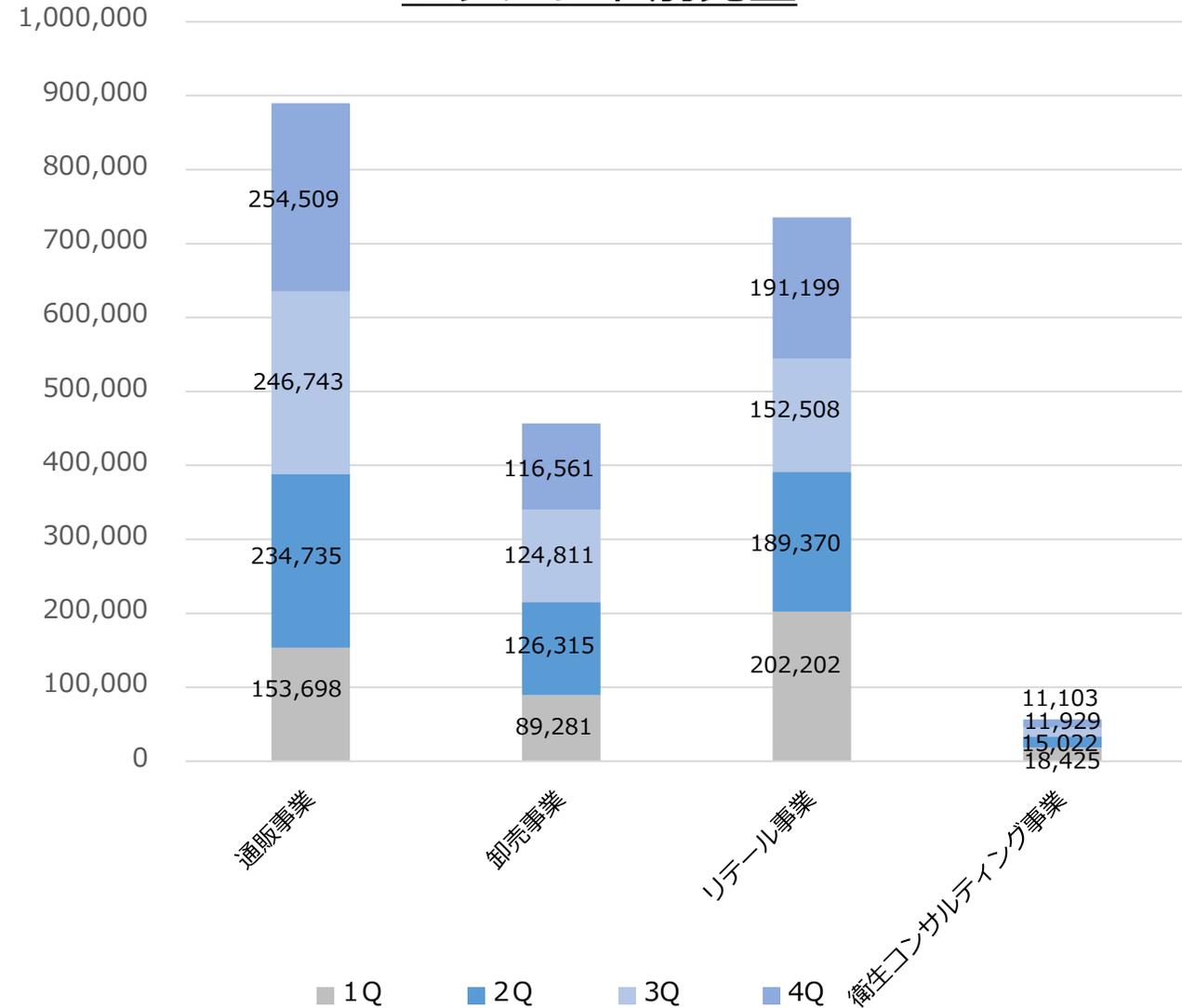


(単位：千円)

売上高構成比



セグメント別売上





3. 各事業の取組みと今後について

2023年9月期 決算概要（セグメント別）

売上高前年対比【セグメント別】

・通販事業は12.6%増

2023年1月にM & Aにて子会社化した（株）i i yの売上が追加となった。

・卸売事業は、状況の変化により1.9%減

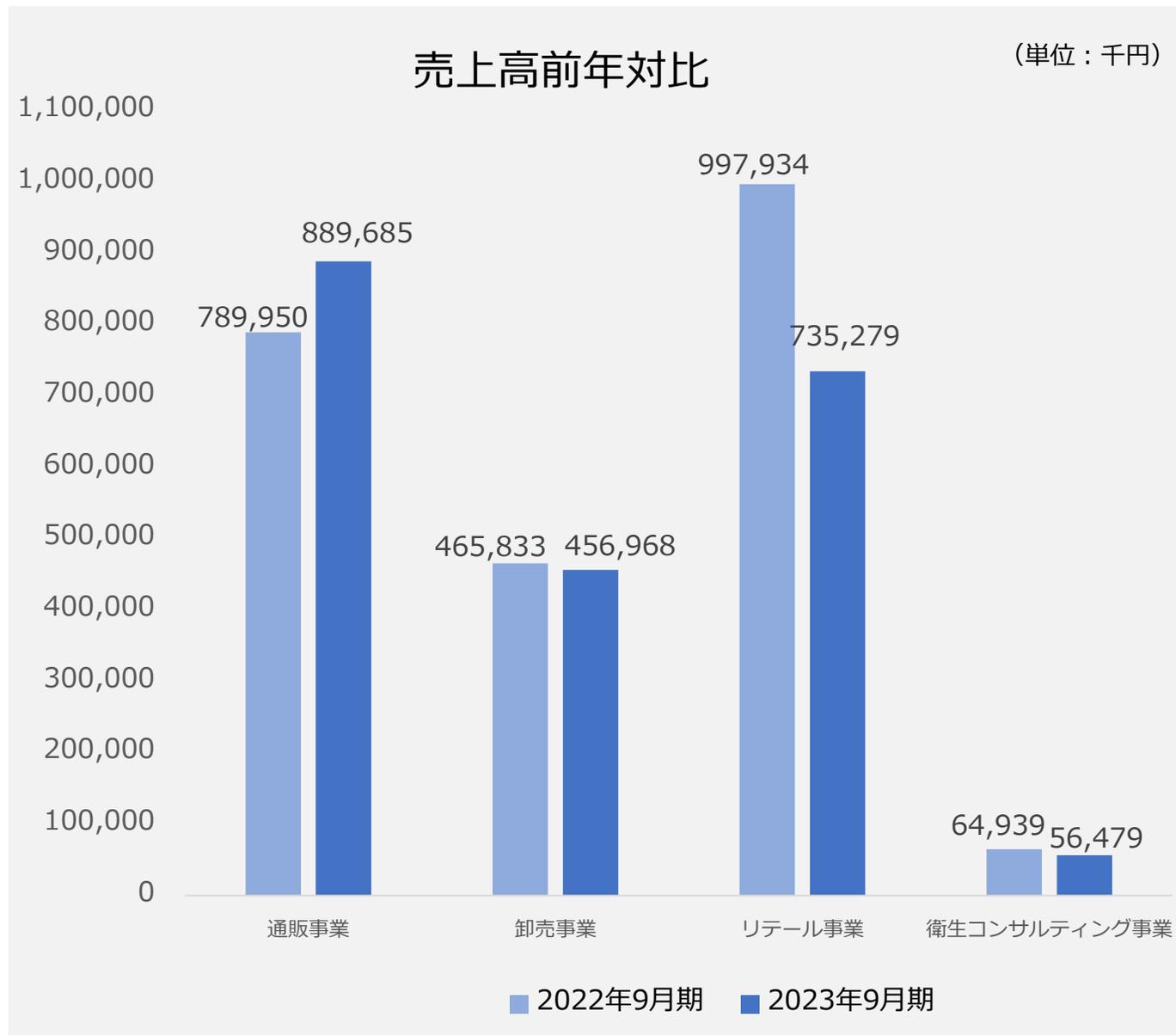
2022年7月～2023年7月末まで中国・アメリカでの主力商品の「ナチュラルアクアジェル」の販売が出来ない状況下であったため、機会損失となった。インバウンド需要がALPSの問題にて、予測より大きく下回る結果へ。

・リテール事業は、店舗閉店のため26.3%減

計画的な閉店により、前年対比6店舗減
新店は1店舗オープンし、原価率の改善とコンセプトの見直しを急務として取り組んだ。

・衛生コンサルティング事業は、13.0%減

コロナ禍を経て飲食店へのHACCP浸透が遅れており、営業活動の進捗が鈍化。



2023年9月期 決算概要（セグメント別）

営業利益・損失前年対比【セグメント別】

・通販事業は 6.7 %減

利益> 売上重視の施策にて、広告宣伝費の投資を行った。売上増加に伴い利益は微減。

・卸売事業は 56.8%増

仮処分命令申立てに関する和解が成立し、弁護士費用等がなくなったことにより、前年同期よりも大幅に上回る結果へ。

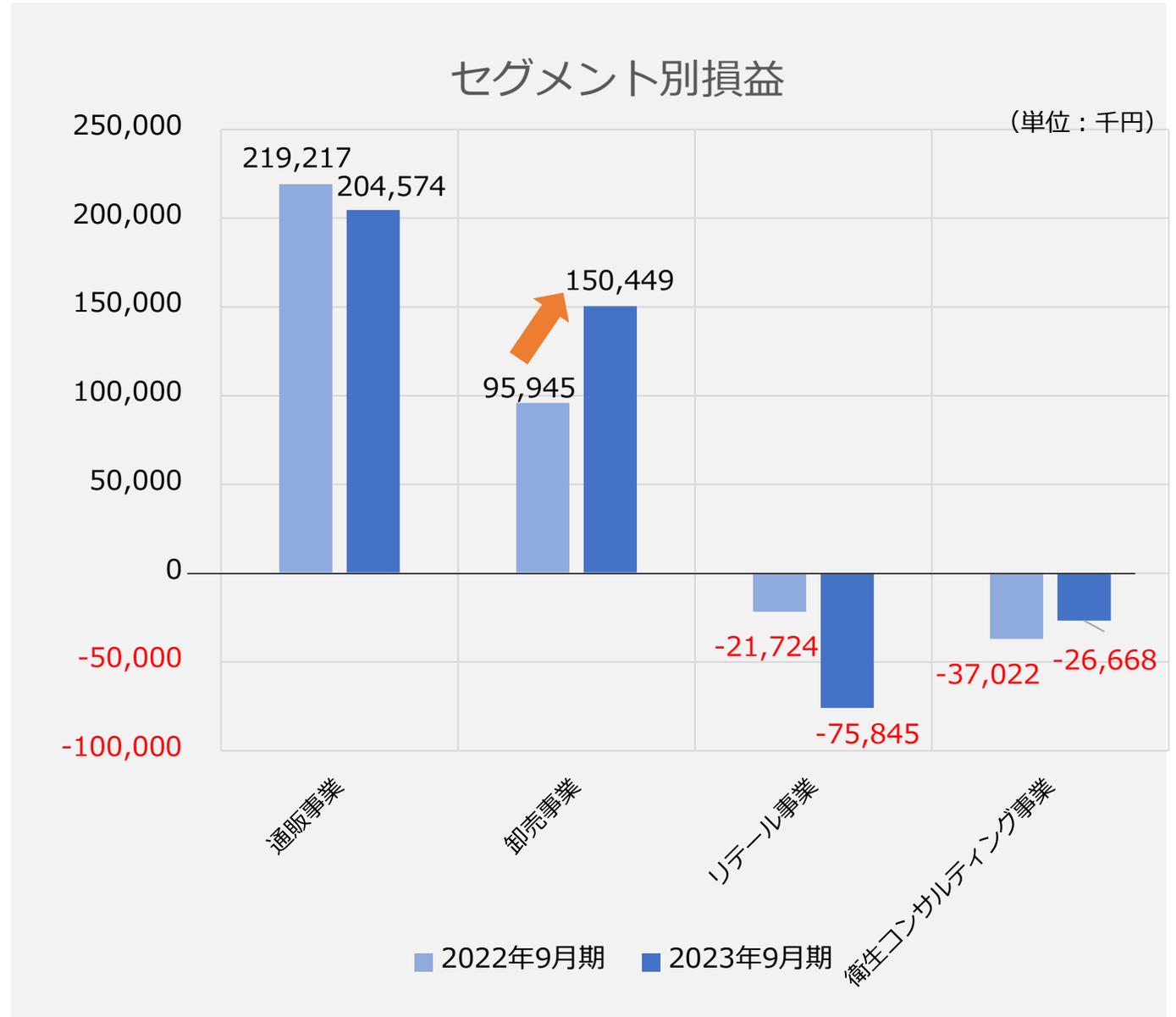
・リテール事業は損失額が膨らむ

6店舗の閉店による原状回復費と原価率削減が進まず、損失額が膨らむ要因となった。

・衛生コンサルティング事業は、改善傾向へ

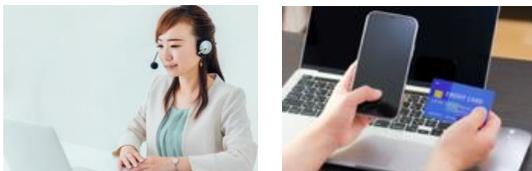
飲食業界へのHACCPの浸透が遅れ計画が難航したため、売上・利益の回復が大きな進展につながらなかった。

・記載以外にHD管理部門費として、約△400,000千円が計上



<通販事業の取組みと今後の展開>

電話オペレーターによる販売とEC販売の構成



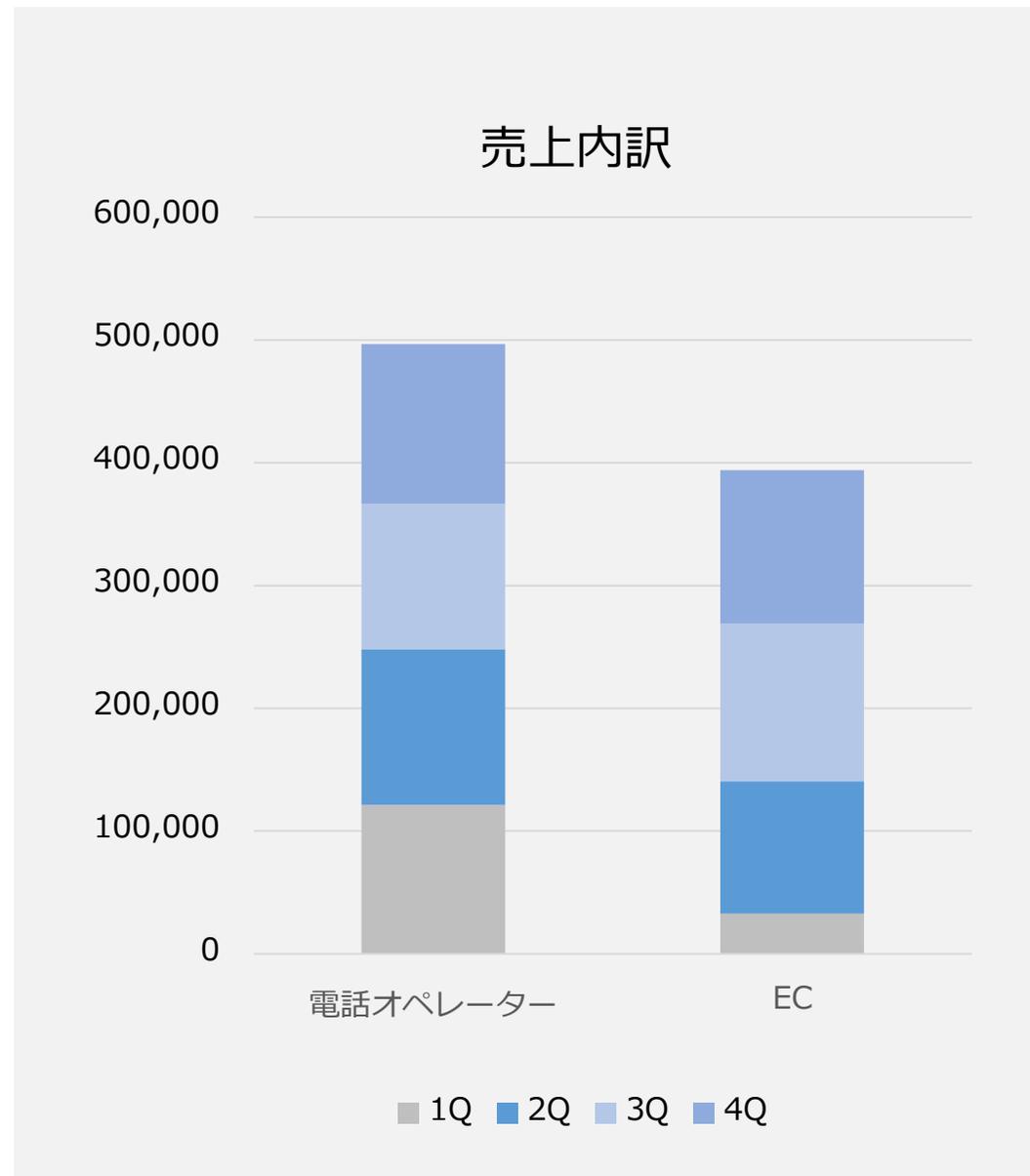
約20年の通信販売のノウハウを活かし、様々な商品をご案内。社内にコールセンターを設置し、お客様に寄り添ったコミュニケーションを行っております。自社サイトやモールでの販売も行っております。

今期は、利益重視の施策で営業利益を伸長することができました。

特に、電話オペレーターによる販売では、広告宣伝費を抑え利益拡大へ。

EC販売では、費用対効果を鑑みての施策を継続しています。中でも“Aruma Bloom”のEC販売を強化しており、売上を前年対比より大きく伸ばしております。

2Qより、(株) i i y の売上が追加となったことで売上の増加、また販売手法を他ブランドのEC販売へ展開しているため、来期以降へ大きく影響してくる予測です。



<卸売事業の取組みと今後の展開>

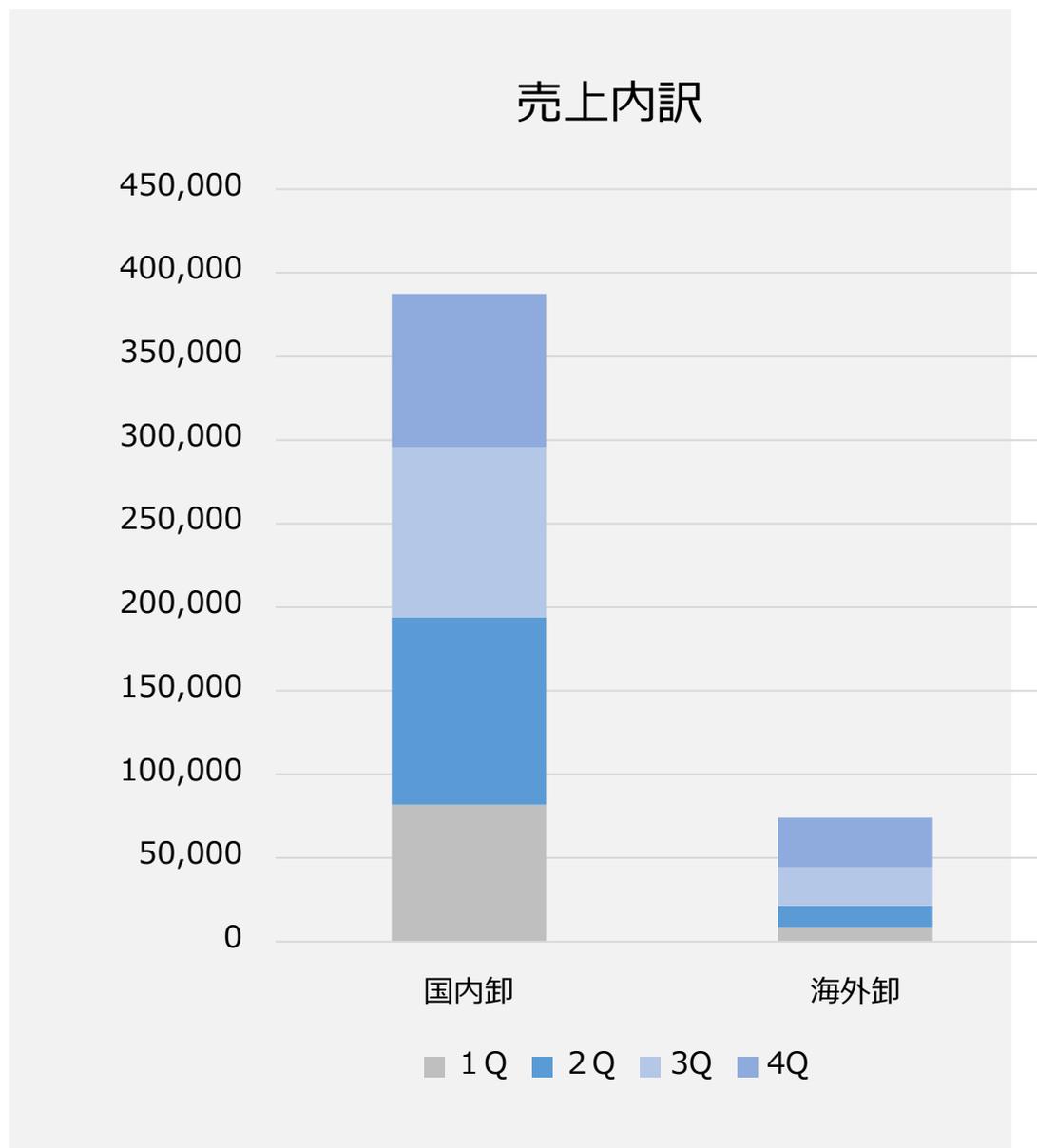
国内卸と海外卸での構成



国内市場・海外市場におけるドラッグストア・バラエティショップなどの量販店舗へ化粧品・健康食品、アロマ関連商品の卸販売や店舗への出店を行っております。

販路拡大として国内では、ふるさと納税返礼品の登録、SDGs 経営の一環として消費期限間近の商品を「Otameshi」「カウシェ」にて販売を開始。海外では、東南アジアを中心に拡大を進捗しています。2022年7月～2023年7月まで中国、アメリカでの「ナチュラルアクアジェル」の販売ができなかった状況でしたが、2023年8月より開始となったため、他商品と同様に同国での販売強化を行っていきます。

現在、“Cure”ブランドでの売上が大半となっていますが、“FAVORINA” “FINE VISUAL” “Aroma Bloom”も引き合いが大きくなっていますので、販路・売上拡大を強化していきます。



<リテール事業の取組みと今後の展開>

関東を中心に展開する“Aroma Bloom”店舗での
売上で構成



アロマを使ったお悩み別、シーン別に合わせた提案型ライフスタイル
ショップ「アロマブルーム」直営店舗を関東地方を中心に店舗を展開し
ております。

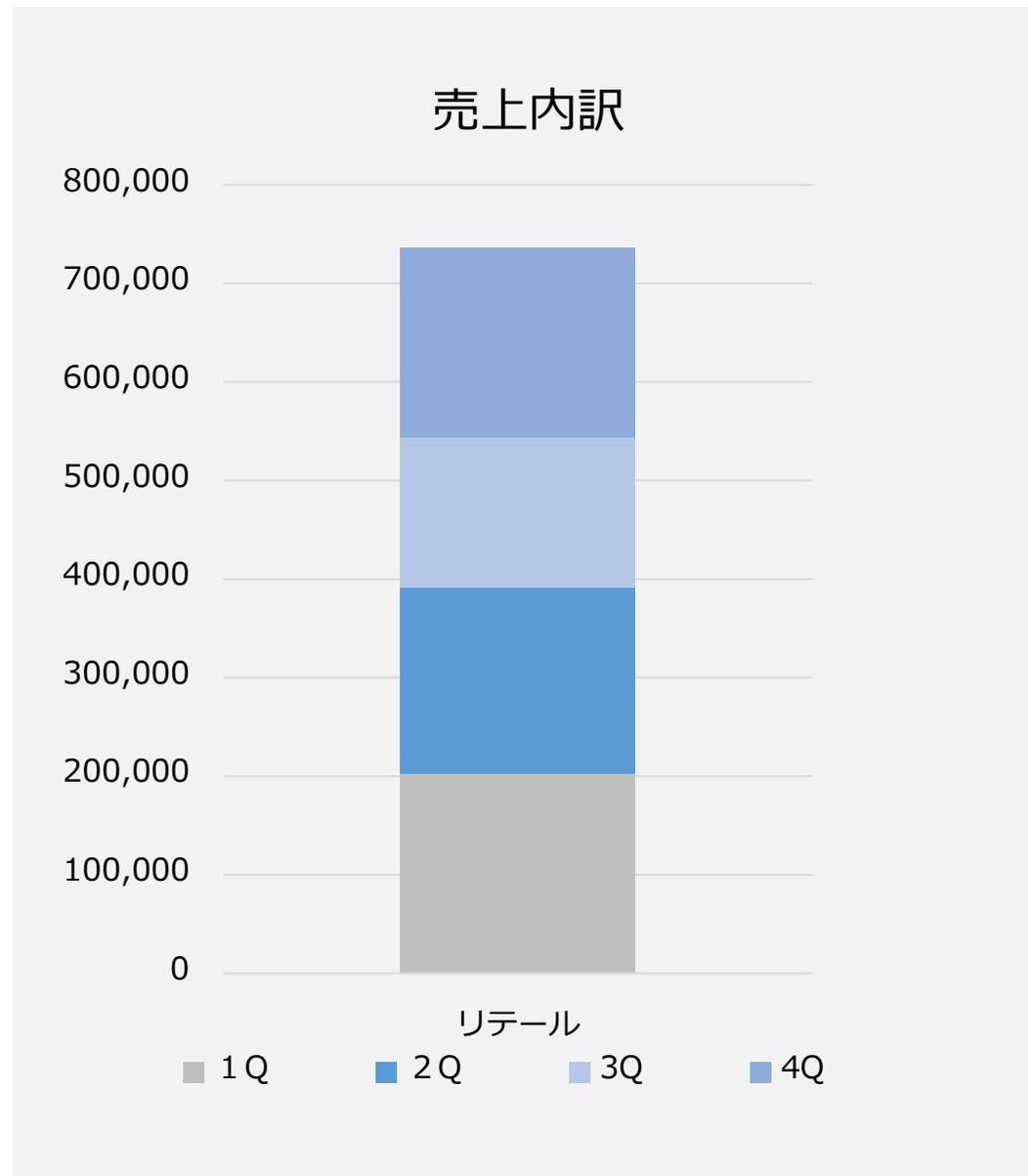
運営効率の改善を図るため、計画的な店舗のスクラップ&
ビルドを行い、9月末時点で20店舗を運営。

「お悩み解決型アロマ専門店」という新しいコンセプトのも
と、2022年3月には新百合ヶ丘、11月には海老名に2店舗
出店しました。

原価率改善のために、OEM商品の開発と販売強化を行い利
益体質への改善を行っています。

「眠り」や「リラックス」等のニーズに合わせた商品展開や
季節・イベント毎のキャンペーンを行い、リピート率、客単
価の向上に努めてきましたが、今期6店舗閉店による売上高
の減少と原価率の改善に苦戦しました。

今後も店舗ごとの地域性・顧客特性に合わせた、商品展開を
行い赤字体質の脱却を図っていきます。



<衛生コンサルティング事業の取組みと今後の展開>

株式会社HACCPジャパンによる**コンサルティング事業**、**「あんしんHACCPアプリ」事業**、**空間除菌デバイスDevirus AC事業**、**衛生関連製品販売事業**で構成



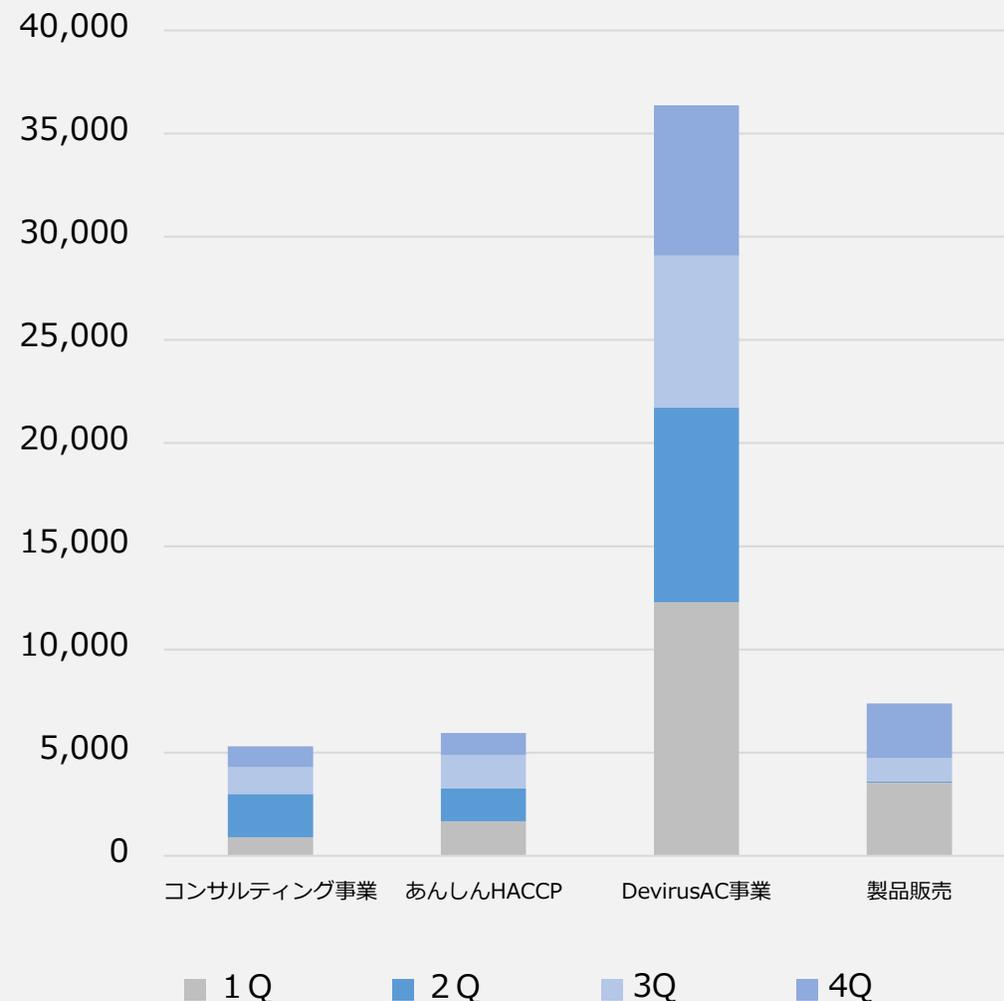
検査事業、食品衛生コンサルティング、衛生に関する製品の販売などを通じ、企業様にあわせた、安全な食製造・調理現場をサポート。国内、海外輸出向けのHACCP認証コンサルティング業務を拡大展開しております。

飲食店業界における“HACCP”浸透が進んでいない現状の中、業容拡大となっている顧客の工場新設案件や、増設案件などにコンサルを提案することで、さらなる受注を拡大しています。

大手企業や外部の営業代行業者との協業によって営業活動の強化を行っています。

空間除菌デバイスDevirus ACについては、感染症対策に悩む畜産業界に転用する施策を進めています。特に、鳥インフルエンザにおいては近年世界的な流行傾向ですので、鶏舎内の噴霧に使用する等、今冬前の拡販に向けて進捗しております。

売上内訳



21期発売の商品

今期は、計29商品を発売いたしました。

“FAVORINA” 4商品、“Cure” 2商品、“Aroma Bloom” 21商品、
国内初として韓国の化粧品会社「ザイエルコスメティック」が手掛ける 2商品

 FAVORINA



xaiel



 AROMA BLOOM
THE STORE OF RELAXATION GOODS & GIFTS



Cure





4. 中期経営計画の進捗状況

2025年に向けての『V字回復ステージ』への進捗

売上・利益の拡大

営業利益率の最大化を目指す！

STEP
03

~2025年9月期

連結での黒字化決算へ！

既存事業の黒字化とM&Aによる
売上拡大を図る

- ①「美」と「健康」「癒し」の分野でのM&Aの実行
現事業とのシナジー効果で、既存事業の売上拡大へ

STEP
02

~2024年9月期

- ②各ブランドのEC販売の売上・利益の強化

STEP
01

~2023年9月期

- ③海外進出の加速

黒字化体制への構築

「通販事業」「卸売事業」は黒字化体質へ改善成功！！

- ①コロナウイルス禍からの脱コロナに向けての売上体制の基盤づくり
- ②(株) i i yの子会社化によって通販事業の売上増へ
- ③インバウンド需要の復活で卸売事業の売上拡大へ

今後の成長へのロードマップ

変化の激しい時代において、はずむライフスタイル提供業として「美」「健康」「癒し」の事業分野において、M&A、新規事業を開拓しながら企業基盤の強化及び売上拡大を図っていきます。また、企業価値向上、売上・利益の拡大を推進します。

「海外販路拡大」「新規事業・M&A」「ブランド、企業認知向上」「株価上昇」

営業活動の強化

M&A、新規事業の強化

IR.PRの強化（SNS等）

「販路拡大」「新規事業・M&A」「企業価値向上」

営業活動の強化

M&A、新規事業の強化

IR.PRの強化

第一期

第二期

第三期

2023

2025

2030

長期ビジョン

プライム市場
株価3,500円
時価総額250億

フォーシーズHDのSDGs経営



現在の進捗状況

コスメロスをなくそう！！

製造から3年の品質保持期限内での販売



「カウシェ」「Otameshi」にて、消費期限間近の商品を販売開始

環境配慮型容器を使用！！



- ・化粧品容器にバイオマス原料を採用したプラスチックを採用（バイタルコンディショニングローション、ナノアクア ナノローション）
- ・容器にグリーンボトルを採用（エニシングホホワイト）
- ・FSC認証の化粧箱を採用（エニシングホホワイト）
- ・FSC認証の商品発送箱を採用

二酸化炭素排出量の低減！！

再配達0運動

ゆうパケット、ネコポスによる投函型発送の推進、商品開発



- ・通販注文でのお届け日確認の徹底

HACCPの普及

※2021年6月に、HACCP に沿った衛生管理が原則としてすべての食品事業者に義務付けされました。

食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去または低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法です。



- ・JFS規格認証コンサルタント実施
- ・食品関係の海外輸出にあたって、「セカイタク～Japan Foodies Choice」の事業にパートナー企業として参画
- ・鳥インフルエンザ対策へ空間除菌デバイスDevirusAC専用水をを使って、安全な対策実施・拡販に向けて進める

株主還元について

株主優待の見直し

当社商品や事業内容を理解していただくことを目的に、投資額に応じた還元内容の見直しを行うとともに、これまでの保有単元区分に加え、**新たに2単元、7単元を新設**

保有株式数	当社グループ商品	フォーシーズHD プレミアム優待倶楽部 進呈ポイント
100~199株	2,420円相当 ● UV プロテクトメイクアップベース (日やけ止め化粧下地)	-
200~299株	7,980円相当 ● 炭酸パックプレミアム (1割式)	-
300~499株	15,400円相当 ● 炭酸ジェルパック5回分 (2割式)	-
500~699株	24,080円相当 ● 炭酸ジェルパック5回分 ● バイタルコンディショニングローションa (化粧水) ● ナチュラルアクアジェル ● ホワイトクリアジェル	3,000ポイント
700~999株	36,620円相当 ● 炭酸ジェルパック5回分 ● バイタルコンディショニングローションa (化粧水) ● ナチュラルアクアジェル ● ホワイトクリアジェル ● UV プロテクトメイクアップベース ● CC クリーム ● ボディオイル3種のうち1種 ● ハンドクリーム3種のうち1種 ※ボディオイル、ハンドクリームの香りは、お選びいただけませんので、ご了承ください。	5,000ポイント
1,000株 以上	59,720円相当 ● 炭酸ジェルパック10回分 ● バイタルコンディショニングローションa (化粧水) ● ナチュラルアクアジェル ● ホワイトクリアジェル ● UV プロテクトメイクアップベース ● CC クリーム ● ボディオイル3種のうち1種 ● ハンドクリーム3種のうち1種 ● ブライトアップセラム ※ボディオイル、ハンドクリームの香りは、お選びいただけませんので、ご了承ください。	6,000ポイント

株主様との対話強化及び株主管理の
デジタル・トランスフォーメーション施策

昨年度より「フォーシーズHDプレミアム優待倶楽部」を導入しております。株主様の会員登録を通じて得られるデータベースを積極的に活用し、株主様へPR情報・決算情報・適時開示情報等のIR情報を随時配信し、より一層当社を理解していただき、対話強化を図っております。

株主管理を電子化することで、より効率的な市場との対話を実現し、企業価値向上、事業の拡大に向けて邁進してまいります。



会社名	株式会社フォーシーズHD
設立	2003年12月5日
事業内容	<ul style="list-style-type: none">・通販事業・卸売事業・リテール事業・衛生コンサルティング事業
所在地	本社：福岡市中央区薬院1-1-1 東京支社：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	11億2,282万円(2023年9月30日時点)
決算期	9月30日
株式市場	東京証券取引所 スタンダード市場(証券コード：3726)
従業員数	104名(連結) (2023年9月30日時点/パート・アルバイト含む)

2003年	12月	株式会社SDホールディングス設立、東京証券取引所（マザーズ）上場
2004年	3月	株式会社フェヴリナの全株式を取得し、完全子会社化
2008年	8月	株式会社フェヴリナを吸収合併し、商号を株式会社フェヴリナへ変更
2012年	7月	当社の事業を株式会社フェヴリナに会社分割の方法により分割し、持株会社体制に移行。商号を株式会社フェヴリナホールディングスに変更。
2014年	6月	株式交換により株式会社サイエンスボーテを完全子会社化
2015年	2月	東京証券取引所マザーズ市場から同取引所市場第二部に市場変更 商号を株式会社フォーシーズホールディングスに変更
2015年	4月	完全子会社として株式会社Cureを設立。同年7月より事業開始
2019年	6月	株式取得により株式会社HACCPジャパンを子会社化。同年10月より連結子会社化
2019年	10月	株式会社フェヴリナと株式会社サイエンスボーテを合併
2020年	3月	株式会社フェヴリナが株式会社うるわし堂よりエニシングホワイト事業を譲受
2021年	2月	完全子会社として合同会社アロマを設立。同年4月より事業開始
2021年	12月	商号を株式会社フォーシーズHDに変更
2022年	1月	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
2023年	1月	連結子会社である株式会社Cureを吸収合併
2023年	1月	株式会社i i yを連結子会社化

はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする

