



2025年11月14日

各位

会社名	株式会社フォーシーズHD
代表者名	代表取締役社長 寺田 智美 (コード番号 3726 スタンダード市場)
問合せ先	代表取締役副社長 松野 博彦 (TEL. 092-720-5460)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、この度、株式会社フォーシーズHDグループの中期経営計画を2025年11月14日の取締役会におきまして、下記のとおり決議いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 計画策定の背景

当社は、2022年2月14日に開示いたしました「中期経営計画策定に関するお知らせ」（計画期間：2022年2月～2025年9月）に基づき、以下の①～③の基本戦略を実行してまいりました。

- ① M&A戦略による事業ポートフォリオの拡大
- ② 既存事業における海外展開の加速
- ③ with コロナ時代の成長事業の強化

前中期経営計画では、「はずむライフスタイルを提供し人々を幸せにする」という理念のもと、上記の基本戦略による成長を目指してまいりました。当社は、計画期間中、多くの挑戦を実行し、同時に多くの学びを得ました。コロナ禍からの経済正常化、地政学的リスクの顕在化、急激な円安進行、そして消費者行動の構造的変化、これらは大きな経済社会環境の変化であり、予定しておりました計画内容にも大きく差異が生じました。当社は、これらの結果と経験を踏まえ、新たな計画を策定することといたしました。

当社は、市場の変化スピードに対応するための組織の柔軟性の重要性を学び、真に持続可能な成長には、既存事業のみの成長ではなく、新規事業による事業構造の再構築が必要であるという結論に至りました。日本および世界は新たな成長フェーズへと移行しております。デジタル化の加速、消費者行動の多様化、そしてサステナビリティへの要請、これらの構造的変化を、当社は飛躍への絶好の機会として捉えます。

このような状況下において、当社は、前中期経営計画を引き継ぎつつ、成長戦略を大幅に再設計することといたしました。新たな経営体制のもと2024年以降に取り組み開示しておりますWeb3.0による新経済圏の創出、世界49カ国で特許を持つDENBA社との戦略的提携、そして再生エネルギー事業による持続可能な収益基盤の構築であります。この3つを注力することにより、当社は「既存事業を土台としたゼロベースからの創業」を実行し、更なる成長へと駆け上がります。

2. 計画の期間

2026年9月度～2030年度9月期

3. 中期経営計画における3本の注力事業

- ① Web3.0事業で新たな経済圏を創る
- ② 世界49カ国特許取得の革新技術を誇るDENBA社との連携強化事業
- ② 再生エネルギー事業による事業および収益基盤の安定と環境課題への貢献

4. 数値目標

	2026年度 9月期	2027年度 9月期	2028年度 9月期	2029年度 9月期	2030年度 9月期
売上高	3,541百万	5,182百万	7,654百万	9,124百万	10,037百万
営業利益	161百万	262百万	486百万	727百万	816百万
営業利益率	4.5%	5.1%	6.3%	8.0%	8.1%

■計画の背景

【通販事業、卸事業、リテール事業】

世界累計販売台数20万台以上の実績を誇るDENBA Health charge、Standard、High-gradeの販売強化による売上、利益の向上。

【通販事業】

堅調に予算越えを達成してきた(株)iiyによる2028年度 売上10億、利益0.8億計画。

【通販事業、卸事業】

韓国アパレルブランドにおける(株)iiyの成功体験の再実施。

計画の詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上



MEDIUM-TERM MANAGEMENT PLAN

中期経営計画

(2026-2030)

INDEX

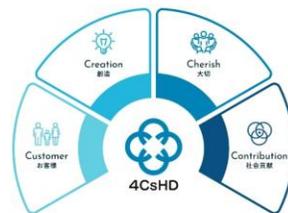
索引

- | | | |
|-----------------------------------|--|-------------|
| 01 / ビジョン&ミッション | VISION & MISSION | Page1 - 4 |
| 02 / 中期経営計画 (2026-2030) | MEDIUM-TERM MANAGEMENT PLAN(2026-2028) | Page5 - 8 |
| 03 / セグメント戦略 | SEGMENT STRATEGY | Page9 - 17 |
| 04 / (M&A)株式会社iiyの成功事例 | (M&A) SUCCESS STORY OF IIY CO., LTD. | Page18 - 20 |
| 05 / ステークホルダーへの還元 | RETURNING PROFITS TO STAKEHOLDERS | Page18 - 23 |
| 06 / 総括 | SUMMARY | Page24 - 30 |



V I S I O N & M I S S I O N

01 ビジョン&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 ● ●

私たちは、お客様のお悩み解決型企业として進化していきます。

皆様のお悩みに寄り添い、
化粧品・健康食品、アロマ製品、そして再生可能エネルギー事業を通して環境課題の解決を行い
QOL（生活の質）の向上につながる事業を展開しています。

お客様の声に傾聴した商品開発、サービス・事業の提供を行い、
社会的な責任やビジネスチャンスを追求め、皆様の暮らしがより豊かなものになるお手伝いが
できる企業を目指します。



成長戦略

→ 3本の柱で未来を創る

For
2026~2030

3 既存事業を土台に
本の新規事業を柱として発展

第1の柱
Web3.0事業


第三者発行トークン
採用・運用
新たな経済圏
創出

第2の柱
DENBA事業


睡眠特化
次世代空間
DENBA LOUNGE化
資本業務提携

第3の柱
再生エネルギー事業


太陽光・蓄電池
からバイオマスへ
環境貢献
と収益の両立

 シナジー効果
既存事業×新規事業の相乗効果

既存事業（土台）

 通販・EC事業

 卸売事業

 リテール事業

1 事業戦略



- 既存事業を、株式会社iiyの買収他によりV字回復させます。
- 太陽光および系統用蓄電池に限定しない、バイオマス等の新エネルギー事業へも歩みだします。
- Web3.0事業推進と既存事業との掛け合わせで、新たな経済圏を創出します。
- DENBA JAPAN社（資本業務提携先）との共同開発にて、既存店舗を睡眠に特化した次世代空間へと導きます。

2 業績計画

事業戦略により、継続的な成長をコミットします

単位：百万円

	2026	2027	2028	2029	2030
売上高	3,541	5,182	7,654	9,124	10,037
営業利益	161	262	486	727	816

3 ステークホルダーへの還元

2030年 時価総額 200 億 配当利回り 10% を達成



MEDIUM TERM MANAGEMENT PLAN 2026-2030

02 中期経営計画 (2026-2030)

2025→NEXT2030年 中期経営計画サマリ

単位：百万円

2025年9月期までにセグメント黒字を達成するも、
事業投資拡大により完全黒字は未達。
新中期計画（2030年）では
さらなる成長を約束します

● 全社計画

	2026	2027	2028	2029	2030
売上高	3,541	5,182	7,654	9,124	10,037
営業利益	161	262	486	727	816

	2026	2027	2028	2029	2030
売上高	50	100	200	250	300
営業利益	10	25	60	87.5	105

	2026	2027	2028	2029	2030
売上高	347	521	781	937	1,030
営業利益	3	26	55	84	103

	2026	2027	2028	2029	2030
売上高	385	423	466	424	514
営業利益	237	127	93	49	51

	2026	2027	2028	2029	2030
売上高	1,042	1,563	2,345	2,814	3,096
営業利益	277	422	657	816	898

	2026	2027	2028	2029	2030
売上高	1,716	2,574	3,861	4,634	5,097
営業利益	160	283	463	602	662



※各事業における計画数値の説明根拠はP10各セグメント概要の下段をご参照ください。

各セグメント概要

単位：百万円

		2026	2027	2028	2029	2030	成長率引・基板事業の概況		
通販事業	売上高	1,716	2,574	3,861	4,634	5,097	コールセンター	○	高利益率のDENBA商品の取り扱い開始による既存顧客への販売強化
	営業利益	160	283	463	602	663	EC	◎	高利益率のDENBA商品開始、iiyの継続的な新商品開発
卸事業	売上高	1,042	1,563	2,345	2,814	3,096	国内	○	アパレル商品の取り扱い、タレントを活用した認知度向上、売上強化
	営業利益	277	422	657	816	898	海外	◎	KOLを積極活用したブランド認知の拡大
コンサルティング事業 (再生エネルギー事業)	売上高	385	424	466	489	514	太陽光・蓄電池	○	海外大手バッテリーメーカー、その他国内企業との連携を協議中
	営業利益	237	127	93	49	51	コンサル事業	○	提携先企業との新エネルギー市場の開拓
リテール事業 (DENBA LOUNGE)	売上高	347	521	781	937	1,031	アロマ事業	△	不採算店舗の取捨選択、取り扱い商品の精査
	営業利益	3	26	55	84	103	新規業態	◎	拡大する「スリープテック」市場への本格進出、FC展開の検討
コンサルティング事業 (Web3.0事業)	売上高	50	100	200	250	300	経済圏	◎	第一次産業支援×Web3.0を起点とした新たな経済圏の創出
	営業利益	10	25	60	87.5	105	トークン	◎	暗号資産、トークン運用のシステム開発および運用の連携開始

【通販事業、卸事業、リテール事業】

世界累計販売台数20万台の実績を誇る DENBA Health charge、Standard、High-grade の販売強化による売上、利益向上を目指す。

【通販事業】

堅調に予算越えを達成してきた（株）iiyによる2028年度 売上10億、利益0.8億計画。

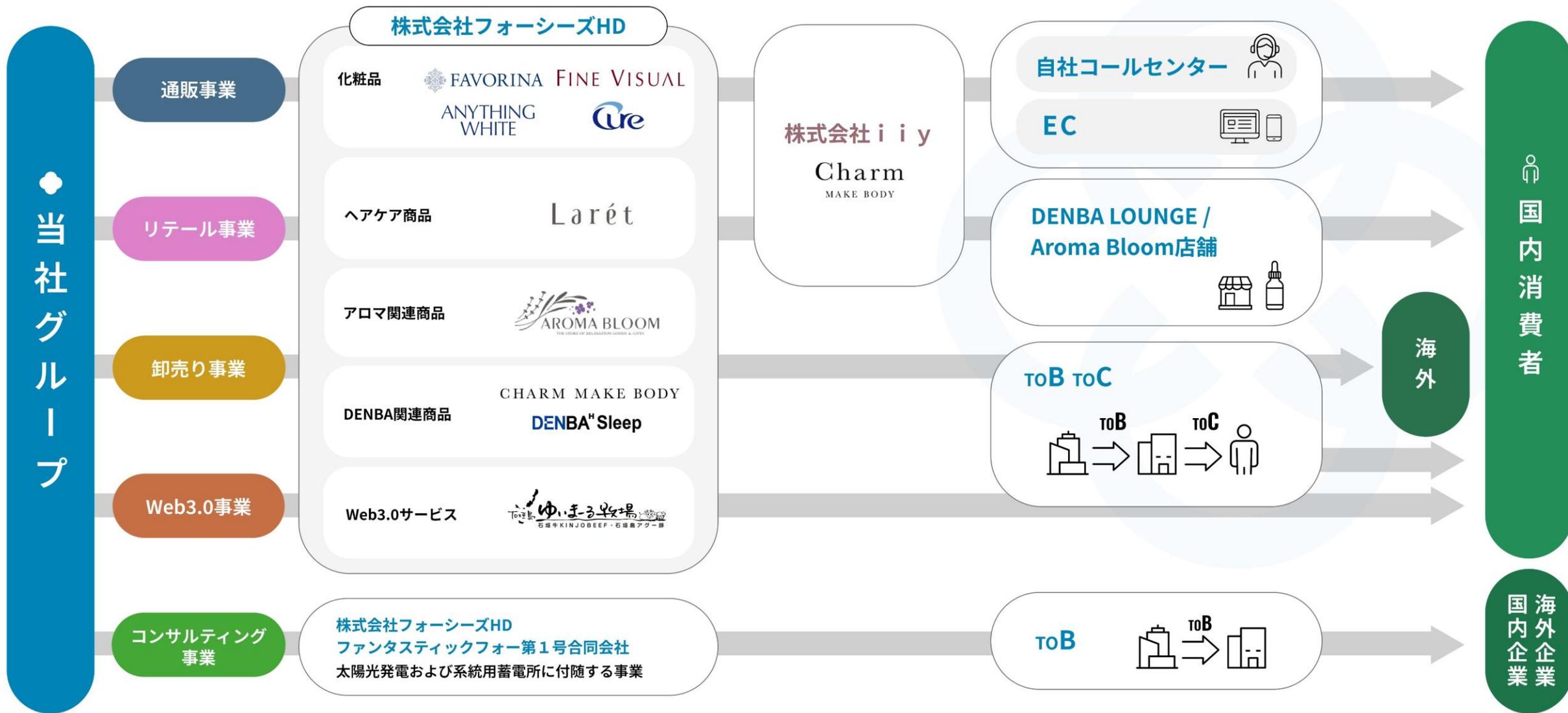
【通販事業、卸事業】

韓国アパレルブランドにおける（株）iiyの成功体験の再実施。

【M&Aによる相乗効果】

2027年よりM&Aを毎年1件実施し、通販事業、卸事業の増収、増益を計画。

- △ 若干の停滞～横這いの事業環境
- 落ち着いたある成熟した事業環境
- ◎ 右肩上がりの活発化した成長環境





MEDIUM TERM MANAGEMENT PLAN 2026-2030

03 セグメント情報



事業概要

- 化粧品・健康食品、アロマ関連商品のEC及び電話オペレーターでの販売
- (株) i i y で展開する機能性補正下着のEC販売
- DENBA JAPAN商品の販売開始、強化



当社の強み

- 自社コールセンターの熟練オペレーターによる電話対応
- i i y の成功事例を各ブランドへ展開
- DENBA事業との連携による新規開拓



市場環境

- 2026年度化粧品市場規模2兆6,200を予測（前年度比106.7%）※1
- 化粧品EC市場におけるスキンケア関連商品が約69.7%を占める。※2
当社の通販チャンネルでも主力分野。
- 2027年国内スリープテック市場は約160億円 ※3
- 2030年セルフヘルスケア市場は7兆5,000億円規模 ※4



基本戦略および施策

- 通販事業では、お客様の声に寄り添い、お悩み解決型企业として、直接お電話での窓口とWEBでの注文窓口を設置
- ECにおけるSNS施策を通じた認知・売上向上の企画立案を実施。
各ブランド自社サイトおよびモールでの出店を行い、リピート率向上を図る
- エンドユーザへのDENBA商品の販売強化
- To B向けDENBA商品の販売活動の強化およびサポート

※1 矢野経済研究所調べ
※2 ネットショップ担当者フォーラム

※1 TPCマーケティングリサーチ株式会社より
※2 ネットショップ担当者フォーラムより
※3 矢野経済研究所より
※4 富士経済より





事業概要

- 化粧品、健康食品、アロマ関連商品の国内および海外市場における量販店舗への卸販売、店舗
- エンドユーザーへの直接販売のため、国内海外における催事、イベントへの積極出店
- To B向けDENBA JAPAN商品の販売開始、強化



当社の強み

- 国内におけるCureブランドを中心とした主力のブランド認知拡大
- 海外におけるアジア圏を中心とした販売施策を実施済み。タイ、台湾、インドネシアでのKOLを活用したTo B向契約締結によるブランド力強化
- 特許技術DENBA商品の取り扱い



市場環境

- 化粧品一般品流通においてドラッグストアシェア66%であり、重要なチャネル
- アジア地域における製品ニーズの類似
- インバウンド回復による日本の化粧品のグローバル化
- 2027年国内スリープテック市場は約160億円
- 2030年セルフヘルスケア市場は7兆5,000億円規模



基本戦略および施策

- 国内における、主力Cureブランドでの認知・売上を拡大するため新商品の継続的投入
- Cureブランドでの成功事例を他ブランドに水平展開し、卸売に適した商材、SNSマーケティングとの融合で売上を拡大中
- 海外における、アジア圏を中心にした店舗数の拡大、及び中国での認知拡大の強化
- 既存取引先へのDENBA商品のTo B向け営業強化



事業概要

- 太陽光発電所および 系統用蓄電所の仕入から売買までの事業活動。
- 購入から売買までに付随する業務、DD実施、商品パッケージ企画、購入支援における業務を実施。



当社の強み

- 発電、蓄電事業の開発許可、物件選定に関する専門的知識
- 提携先企業との強固なネットワーク連携
- 商品パッケージ企画力



市場環境

- 2025年度 再生可能エネルギー国内市場※1 2兆28億円
- 2040年度 2兆9,070億円 ※2
- 2030年度 2013年度比で温室効果ガスを46%削減 ※3

※1富士経済グループ
※2富士経済グループ
※3環境省



基本戦略および施策

- 2024年度から蓄積された事業知識、法規制への精通、柔軟な対応力を活かし、安定的な事業活動の展開を実施
- シンエネルギー開発株式会社とのバイオマス燃料分野への取り組み強化
- Web3.0技術活用した太陽光、系統用蓄電池連携負担金予測システムとの連携による新たな付加価値および収益創出計画



事業概要

- 暗号資産・トークン等のシステム開発、運用
- 最新情報のリサーチに基づく投資活動
- Web3.0技術を活用した第一次産業支援、新たな経済圏の確立



当社の強み

- 既存事業により蓄積した豊富な情報、データ活用
- 専門的知識、深い経験のある先駆者企業との提携
- 既存概念に捉われない挑戦意欲



市場環境

- 世界市場 2021年5兆円から2027年約 ※1 67兆円へ拡大
- 国内市場 2027年約2.4兆円へ拡大 ※2
- 政府の法制度および税制環境整備への取り組み強化

※1 総務省令和6年版 情報通信白書
※2 A.T.カーニーWeb3Business Review



基本戦略および施策

- 化粧品等のトレーサビリティの強化、美容情報、スキンケア情報などのNTF化による既存事業とのシナジー効果創出
- 暗号資産による商品購入を実現すプラットフォームを提供する一次産業支援事業における資金循環モデルの開発
- 積極的な海外企業とのアライアンス強化
- 再生エネルギー事業への技術開発による新サービスの構築
- 香港子会社を活用した専門家の採用、事業リサーチの強化
- Bitcoinをはじめとした、仮想通貨等への投資

—— 信頼のトークン運用で、顧客・株主・社会に新たな価値を ——



※1当社は独自通貨は発行せず、第三者発行トークン (JPYC等) を採用・配布
※2 トークンによる配当の受け取りは、弁護士、会計士、その他専門家、関係各所との協議の上、実施について決定します。現時点では企画段階であり、確定ではありません。

顧客への価値

ECモール購入でトークン付与
口コミ投稿でトークン獲得
JPYCとの連動・両替 (100円→120円等)
ポイントと違い「売却可能」な資産性

株主への価値

配当の一部のトークンでの受取を検討※2
トークン価値上昇による追加リターン
M&Aによるグループ拡大による経済圏拡大の恩恵
技術的の信頼性に裏付けられた価値

事業成長戦略

M&Aによるグループ企業拡大
トークン利用可能店舗・サービスの拡大
DENBA技術との連携 (ゆいまー牧場等)
ブロックチェーンでの資金調達

「当社が運用する信頼の提携トークン」 × 「売却可能な資産性」 = ポイント・マイルを超える価値

WEB3技術で実現する透明性と拡張性 | M&A戦略による経済圏の継続的拡大



事業概要

- DENBA JAPANの革新的な特許技術に基づく商品の販売
- リテール店舗の次世代空間改装による販売強化
- 卸、通販事業による販売強化



当社の強み

- 既存事業から得られた強固な営業力
- 卸事業による海外および国内に敷かれた販売網
- 通販、EC事業による独自の販売企画と知見



市場環境

- 2027年国内スリープテック市場は約160億円
- 2030年セルフヘルスケア市場は7兆5,000億円規模
- 伊藤忠やSBIがDENBAの特許技術に資本注入



基本戦略および施策

- リテール店舗のDENBA LOUNGEへの転換による睡眠の次世代体験型空間の創出販売強化
- 通販、EC事業における独自の提携企業との販売強化
- 資本業務提携契約によるDENBA JAPAN社からの営業ノウハウ、技術情報(特許技術等を除く)、人材活用を水平展開
- DENBA事業部新設、DENBA LOUNGEのFC展開
- アスリート、経営者、Key Opinion Leader(KOL)との連携による広告強化
- 既存商品×DENBA商品のサブスクの販売強化によるLTV向上

核心技術

- 空間電位発生技術: 半径1-1.5mの360°電位場
- 水分子微細振動: 生体・食品の水分に作用
- 多分野応用: 食品・睡眠・美容・リハビリ

健康促進効果

15分で自律神経活動向上

- 深い睡眠促進 (デルタ波増加)
- 血流改善・赤血球状態改善
- 疲労回復・痛み軽減サポート

睡眠の質

自律神経

血流改善

水分子振動技術が実現する次世代ヘルスケア



科学的エビデンス

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ 東京大学
自律神経研究
15分で効果実証 ▶ 上条女性クリニック
不妊治療効果
妊娠率32% / 54% | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 北京中医薬大学
血液循環研究
赤血球状態向上 ▶ 他大学連携
慶應・筑波・麻布大
共同研究実施中 |
|---|---|

食品鮮度保持効果

- レタス: 2週間鮮度維持
- リンゴ: 4ヶ月長期保存
- いちご: 2日→10日(5倍)

信頼性・導入実績

信頼性・認証

- 資本提携: 伊藤忠商事、SBI
- 医療機器: クラスII 認証取得
- 国際認証: PSE, CE, FCC, FDA

主な導入先

- アパホテル25拠点
- プロスポーツ
- 美容サロン

利用者の声



寝付きが良くなり、朝までぐっすり眠れるようになりました
50代女性



熟睡できるようになった。何年も眠りが浅くて苦しんでいたが改善
50代男性



怪我の回復に大きく貢献している
プロアスリート専門ジム

DENBA LOUNGE コンセプト

- 健康と美容のトータルケア提案
- DENBA技術 × AROMA BLOOM
- 「行くだけで健康になれる店」

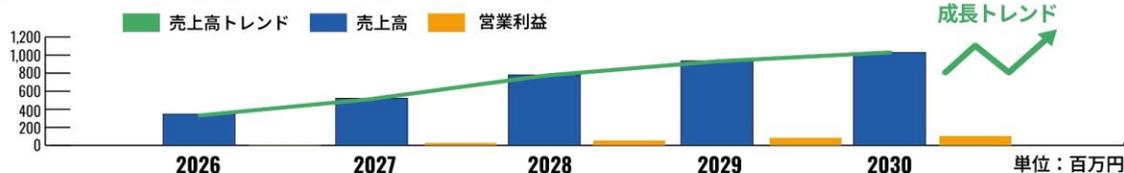
市場環境

- 2027年国内スリープテック市場: 約160億円
- 2030年セルフヘルスケア市場: 7兆5,000億円
- 伊藤忠やSBIがDENBAの特許技術に資本注入

当社の強み

- 既存事業から得られた強固な営業力
- 卸事業による国内外の販売網
- 通販、EC事業による販売企画と知見
- DENBA JAPANとの資本業務提携

売上・営業利益計画 (2026-2030)



事業展開計画



基本戦略と主要施策

- リテール店舗のDENBA LOUNGE転換
睡眠の次世代体験型空間創出による販売強化
- DENBA事業部新設・直営店増設
ノウハウ蓄積と経験の水平展開
- FCパートナー募集・展開強化
FC加盟店システム構築と教育プログラム
- アスリート・経営者・KOL連携
インフルエンサーとの協業による認知拡大
- サブスクリプションモデル強化
既存商品×DENBA商品のLTV向上

睡眠体験 直営店 FC展開

2025年12月開始予定 | 世界49カ国特許取得技術活用

DENBA LOUNGE事業拡大目標

- 2026年: 直営店 2店舗
- 2027年: 直営店 4店舗 + FC 2店舗
- 2030年: 直営店 8店舗 + FC 10店舗以上
- 2026年→2030年: **33.5%成長**
- 売上高 年平均成長率: **7.5%**





MEDIUM TERM MANAGEMENT PLAN 2026-2030

04 (M&A) 株式会社iiyの成功事例

2030年2月に株式会社iiyを約3億でM&Aし完全子会社化

M&A後2023～2025年までの実績

	2023			2024			2025		
	予算	実績	予実比	予算	実績	予実比	予算	実績	予実比
売上高	364,892	382,875	105%	423,329	443,535	105%	453,475	557,110	123%
営業利益	28,425	51,980	183%	20,025	48,528	242%	23,271	45,707	196%

iiy単体の5ヵ年計画

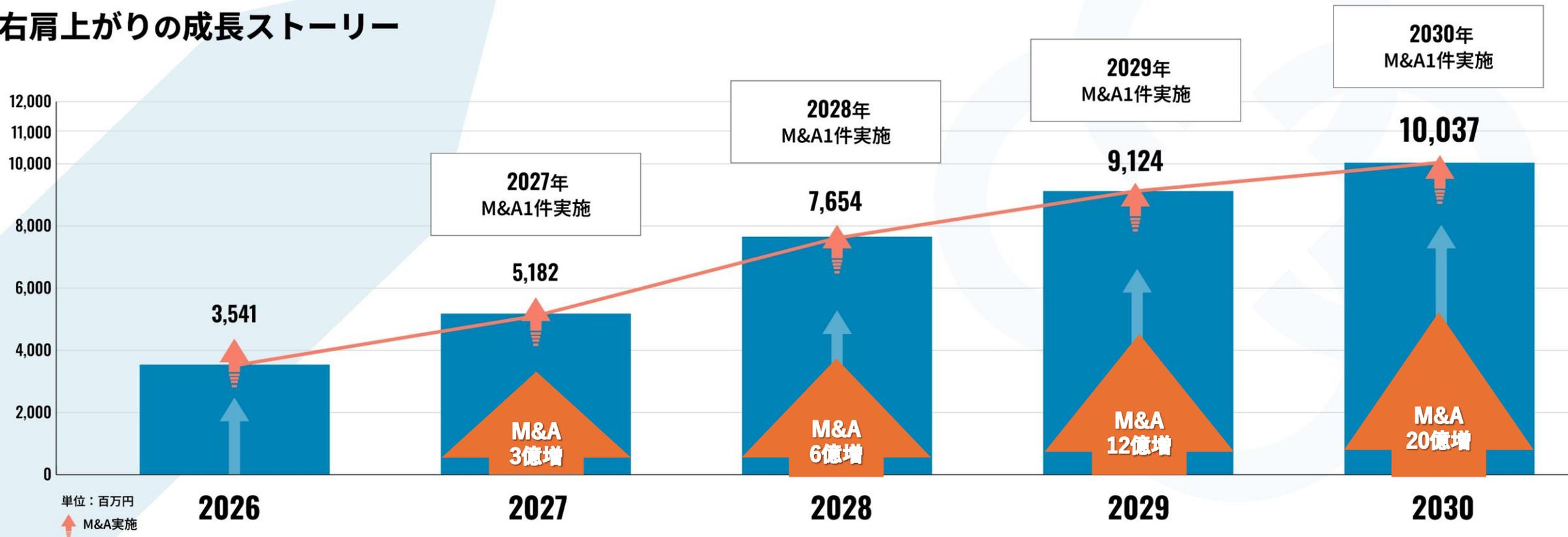
	2026		2027		2028		2029		2030	
	予算	前年度対比	予算	前年度対比	予算	前年度対比	予算	前年度対比	予算	前年度対比
売上高	600,000	108%	800,000	133%	1,000,000	125%	1,200,000	120%	1,500,000	125%
営業利益	50,000	109%	70,000	140%	80,000	114%	96,000	120%	120,000	125%

- ◎ M&A後3年間の全期間において、売上高、営業利益の計画予算を大幅に超える経営成績
グループ間でのヒト、モノ、カネ、チエが効果的に水平展開された成功事例
この経験を活かし、2026年度以降も、買収価格2～5億規模のM&A案件に積極的に取り組む

2026-2030年

右肩上がりの成長ストーリー

単位：百万円



M&Aによるグループシナジー：毎年のM&Aと5事業間の相乗効果で成長を加速



MEDIUM TERM MANAGEMENT PLAN 2026-2030

05 ステークホルダーへの還元

- 1 投資家の投資方針に応じて、当社は「株主優待」の充実を実行してきましたが、
今後は「株価向上」「配当」の実行にも注力していく

株価 2030年 目標株価 1,590円

配当 現段階では内部留保に努めていくが、2029年より復配予定

優待 長期保有特典の採用（2020年度より）
株主アンケートによる商品開発を実施し、継続4年以上保有の対象者へ贈呈

- 2 投資魅力を高めるため、株主様にはフォーシーズHDのショッピングサイトで購入できる権利を付与。当社商品、SDGs商品（賞味期限が短い飲食品）、アパレル用品など多様な商品をお求めいただけるサイトを開設予定。

商品ラインナップ

取扱商品実績

スポーツアパレル



ブランドアパレル



飲料



日用品



アクセサリ



家電製品



バッグ・小物



食品



以上の計画をもって、弊社は**2030年**において、下記の数値を達成します。

	2026	2027	2028	2029	2030
	単位：百万円				
売上高	8,541	5,182	7,654	9,124	10,037
営業利益	161	262	727	727	816
ROE	14%	18%	25%	30%	32%
株価	795	954	1,431	1,431	1,590
時価総額	10,000	12,000	18,000	18,000	20,000
配当性向	3%	5%	7%	9%	10%

弊社のご支援を何卒よろしくお願い申し上げます。





MEDIUM TERM MANAGEMENT PLAN 2026-2030

06 総括



APPENDIX: RESULTS OF THE PREVIOUS MID-TERM MANAGEMENT PLAN 2020-2025

Appendix

前期中期経営計画 2020-2025 結果報告

2022年度～2025年度は、V字回復、黒字体質へのターニングポイント

2025年度 達成実績

売上高60億 営業利益4.7億 経常利益4.6億 時価総額 73億円 RPE3.8%

【概要】

○ 通販、卸事業

黒字化への転換のため、売上は2022年度9月期を底値としV字回復ができた。

△ リテール事業

収益性の低い店舗の退店を進めている中で売り上げは減少しており、リピーター施策や新規獲得に向けての商品開発は積極的に行い、セグメント利益を目指してきたが黒字化は未達。

○ コンサルティング事業

外的環境を受け、グループにおける事業の選択と集中の検討を進めている中で、社内のリソースを第3四半期連結会計期間より再生エネルギー事業のコンサルティングへシフト変更いたしました。

分析と反省点

- WEBでのブランド力、リピート率強化

「CHARM MAKE BODY」「AROMA BLOOM」ブランドのECは
売上・利益率ともに大きく伸長。

他、ブランドも効率的な広告費の投下を実施

- コールセンター（パーソナルトレーナー）のブランド力向上

新規顧客獲得のため、グループ間でのリスト共有、代理架電業務の実施
既存顧客への仕入れ商品の案内

単位：百万円



(株) i i yがEC事業を牽引。同社のWEBマーケティングのノウハウを他ブランドへ展開し、増収増益を達成。事業拡大に対応するための人材確保に課題があり。有用な人材確保と提携先企業の開拓によりさらなる拡大を目指す。

電話オペレーターでの販売は、既存顧客の掘り起しや代理架電等で利益体質を継続。新規顧客獲得に課題あり。適切な広告費や新商品の開発を実施する必要性が高かった。ただし、事業部としては、黒字化体質を維持しながら、売上拡大の施策を実施している。

○ 海外展開の強化

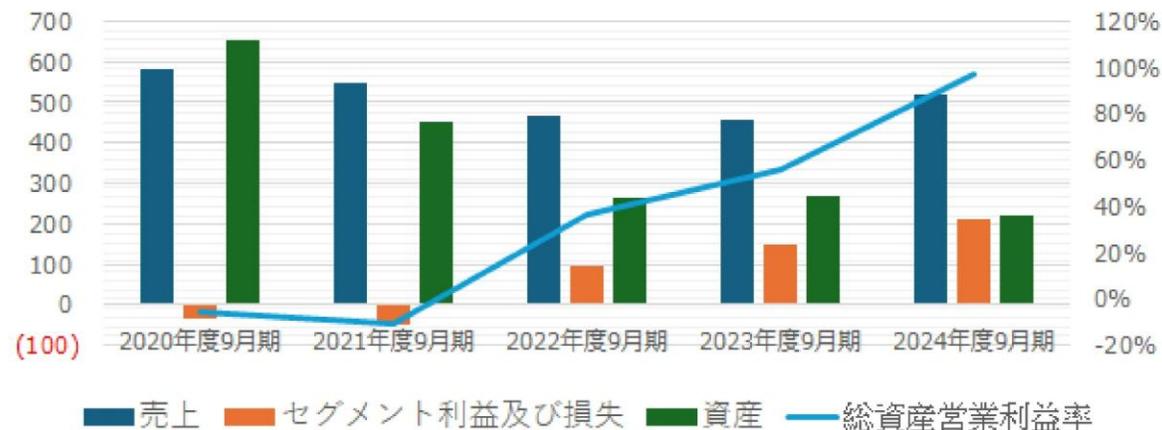
海外向け新商品の開発、アジア、中東圏への販売強化し海外売上が前年対比250%

○ ピーリング及び第2の柱となる新商品開発

スペシャルパウダーソープ（酵素洗顔）のSNSマーケティングが順調に売上拡大へつながっている

○ ホワイトクリアジェルの認知・売上拡大

単位：百万円

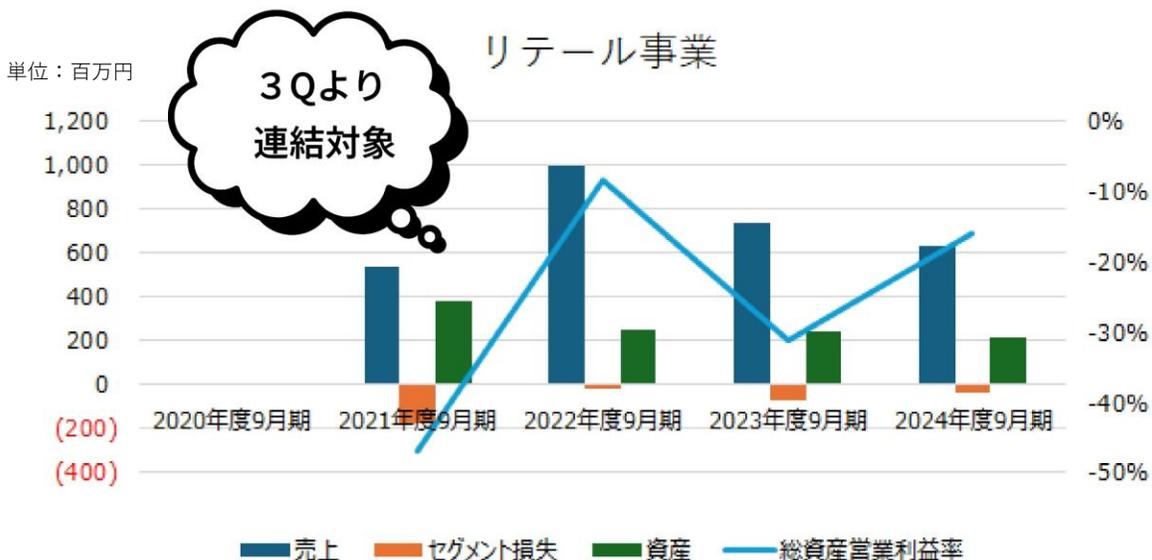


2022年9月期より黒字化へ復活！

Cureブランドが売上を牽引してきたが、2024年9月期より他ブランドでも卸販売を強化している。国内ではYouTubeやSNSを活用したブランディングを実施、アジアを中心とした海外販路も順調に拡大し海外売上も大きく伸長している。

海外販路拡大という新たな挑戦段階であったため、適切な広告費投下の知見を得る期間であった。蓄積されたノウハウ、知見を活かし、実績のある企業との提携を強化していく。

- 法人営業展開スタート 2022年1月～
- ライフスタイル提案型のアロマブルームブランドの再構築
- PBブランド開発注力



2021年9月期3Qより事業開始。

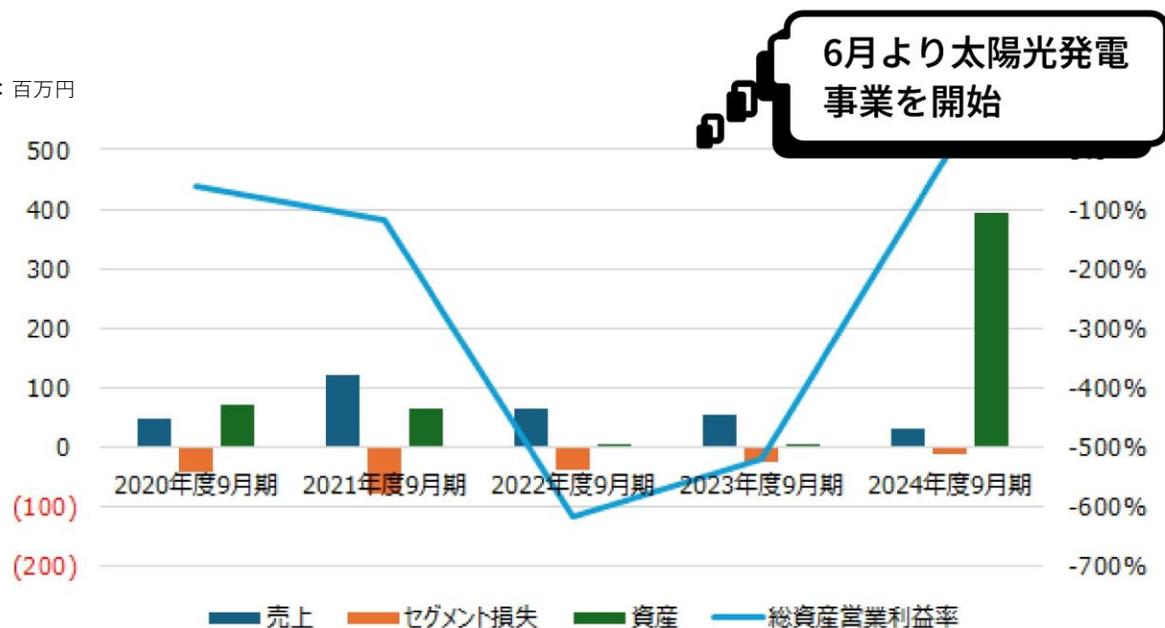
M&AでAROMA BLOOMブランを譲受。

店舗維持しながら、売上拡大の施策を実施している。収益性の低い店舗をスクラップしながら赤字体質の脱却を図っている。OEM商品の積極的な開発やリピート率向上のための施策、地域特性に合わせた店舗スタイルの見直しを事項し、赤字体質の脱却までもう一步となっている。

顧客単価上昇と、会員獲得の増加は達成できたが、店舗集客やヒット商品の開発不足が課題である。

- HACCP制度の普及、検査事業の拡大
- 微生物蛍光画像測定機BACTERESTER（バクテスターの販売強化）
- 空間除菌及びクロラス除菌ウォーターの売上及び認知拡大

単位：百万円



(2024年5月に再生可能エネルギー事業へ参入することとし、6月から太陽光発電および系統用蓄電池所の売買に付随する業務を開始。

十分な投資を実施し、161物件の低圧物件の仕込みは完了したが、約100物件の大型売却の取引が不成立となった。仕込みに関する費用、事業譲受によるのれん償却により、費用が先行したことが反省点として上がる。2025年度下期より着実に売却活動が完了しており、課題解決を早期にはかる。