

2023年9月期  
第3四半期  
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. 第3四半期決算概要

---

3. 各事業の取組み状況

---

4. 参考資料

---



# 1.事業概要

## 企業理念

# はずむライフスタイルを提供し人々を幸せにする

お客様（Customer）を創造（Creation）し、大切（Cherish）にし、社会貢献（Contribution）する。これが4Csです。

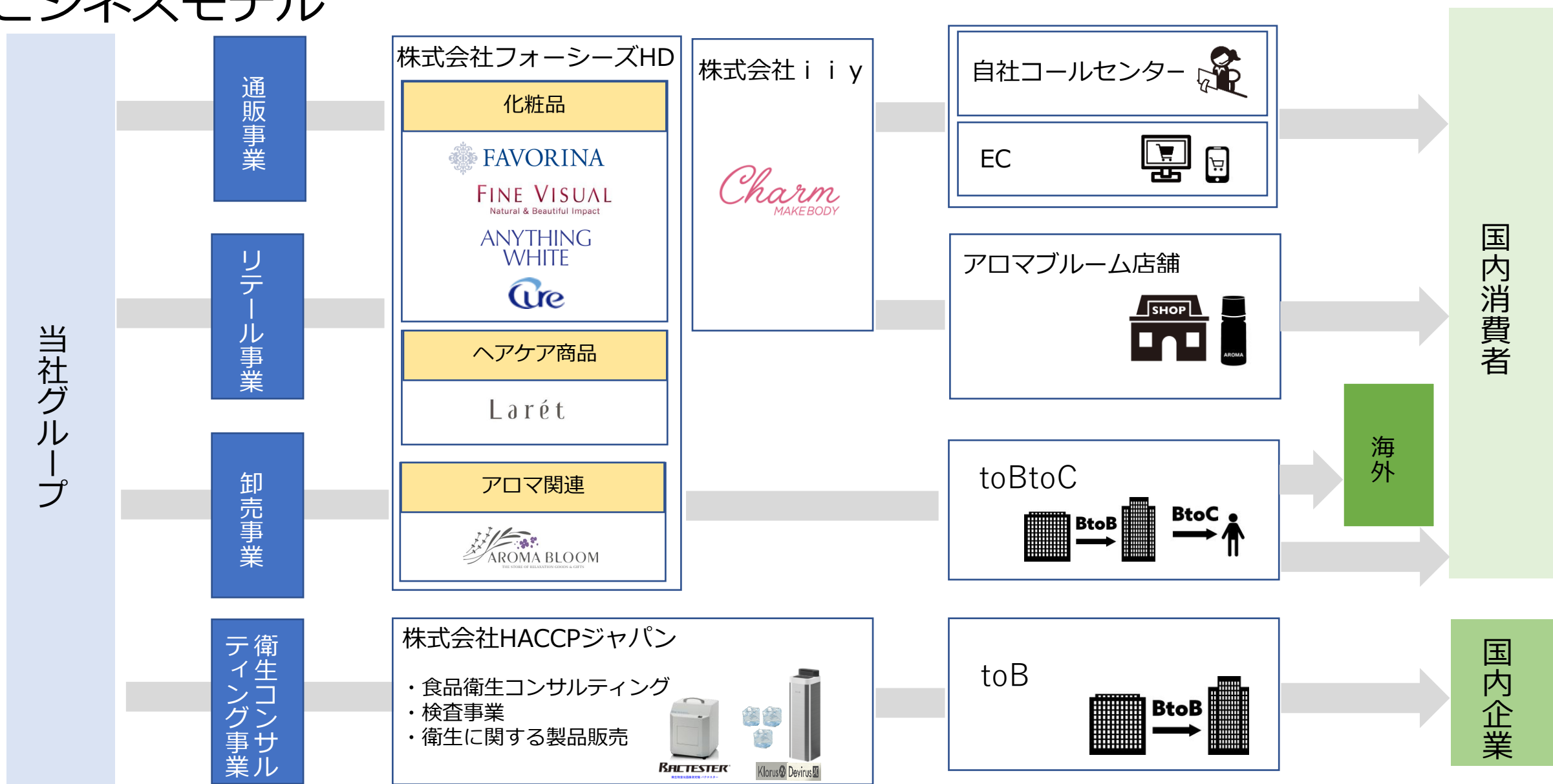
そして環境、人と調和して発展していく会社を目指します。

Harmonious Development





# ビジネスモデル





## 2. 第3四半期決算概要



# ハイライト

- 1. 卸売事業は、海外卸とインバウンドの回復により、営業利益が引続き伸長**
- 2. 通販事業は、株式会社 i i y が加わり、ECのマーケティング強化により好転傾向**



(単位：千円)

売上高	1,563,484
営業利益	△ 154,389
経常利益	△ 156,172
親会社株主に帰属 する四半期純利益	△ 157,011

## 連結損益計算書

(単位：千円)

	【連結】 2022年9月期 3Q	【連結】 2023年9月期 3Q	増減
売上高	1,778,508	1,563,484	△215,024
売上総利益	1,191,782	1,059,649	△132,133
販売費及び一般管理費	1,300,754	1,214,038	△86,715
営業利益	△108,971	△154,389	△45,417
経常利益	△107,176	△156,172	△48,995
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△103,154	△157,011	△53,857

## 貸借対照表

(単位：千円)

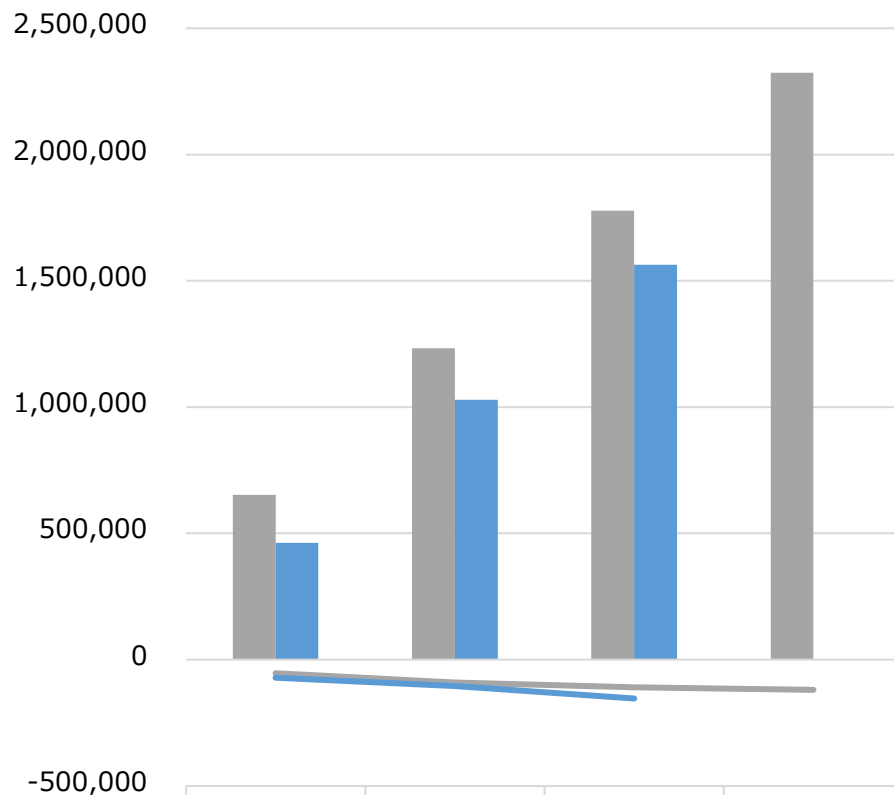
	【連結】 2022年9月期	【連結】 2023年9月期 3Q	増減
<b>流動資産</b>	<b>1,175,932</b>	<b>1,262,786</b>	<b>86,853</b>
現金及び預金	649,439	607,385	△42,053
<b>固定資産</b>	<b>278,150</b>	<b>426,480</b>	<b>148,330</b>
有形固定資産	570	9,816	9,246
無形固定資産	179,506	329,413	149,907
投資その他の資産	98,073	87,250	△10,823
<b>資産合計</b>	<b>1,454,083</b>	<b>1,689,267</b>	<b>235,184</b>

## 貸借対照表

(単位：千円)

	【連結】 2022年9月期	【連結】 2023年9月期 3Q	増減
負債合計	999,966	1,055,776	55,810
流動負債	704,696	633,073	△71,622
固定負債	295,270	422,703	127,432
<b>純資産合計</b>	<b>454,116</b>	<b>633,490</b>	<b>179,373</b>
株主資本	448,630	630,484	181,854
新株予約権	5,486	3,006	△2,480
<b>負債純資産 合計</b>	<b>1,454,083</b>	<b>1,689,267</b>	<b>235,184</b>

## 前年対比



## 売上高減少の要因と今後の展開

### ■ リテール事業の店舗減による売上減

前年同期比で28店舗から6月末で21店舗での運営となり、7店舗マイナスとなっていることによりリテール事業の売上が前年度の約30%減となっている。

### ■ 今後の対策として

現在好調である通販事業のEC部門での売上拡大、卸売事業の販路拡大により全体売上を伸ばしていく。

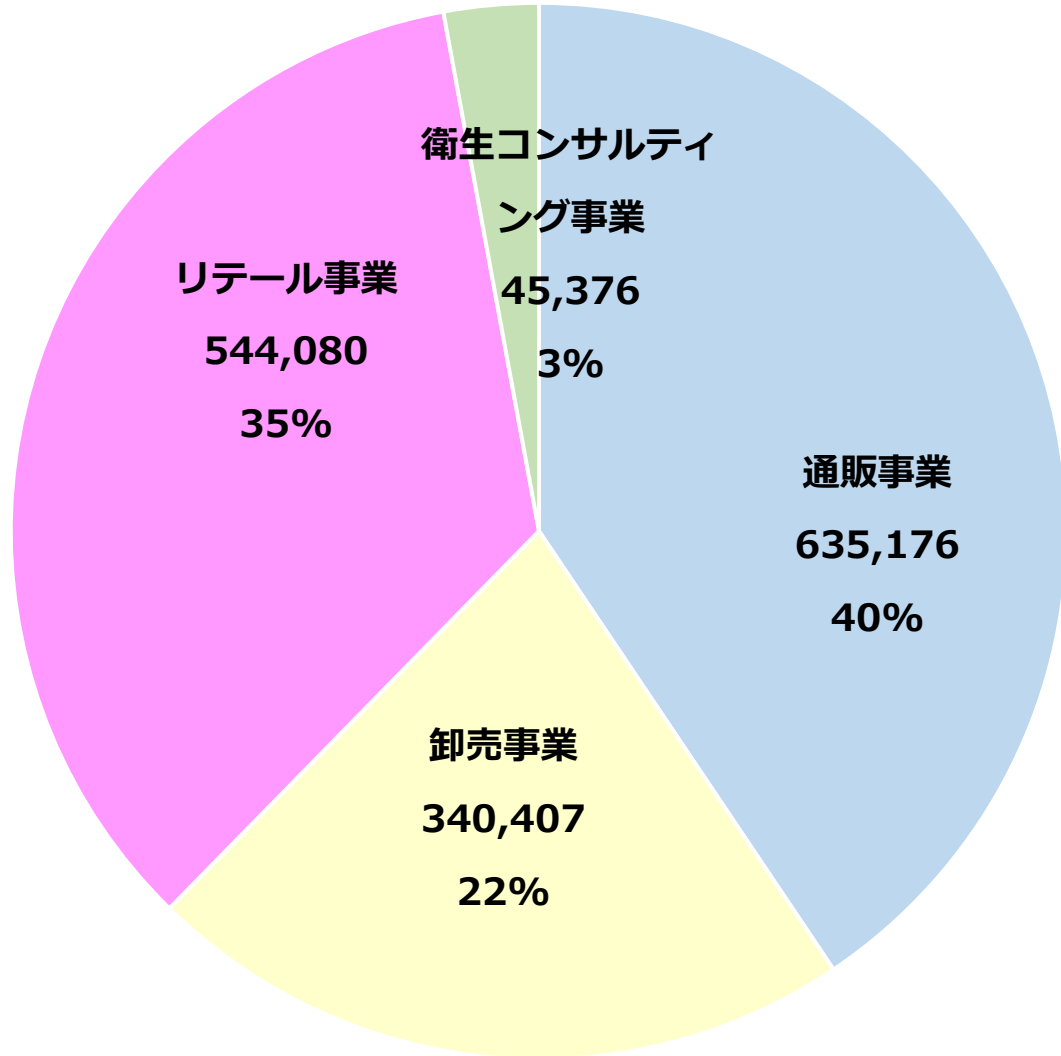
## 営業損失の拡大要因

①リテール事業の店舗撤退による一時的な販管費増加による

②合併とセグメント変更による人件費増、株式会社 i i y のM & A や臨時株主総会開催にかかる費用計上により前年より下振れとなっている

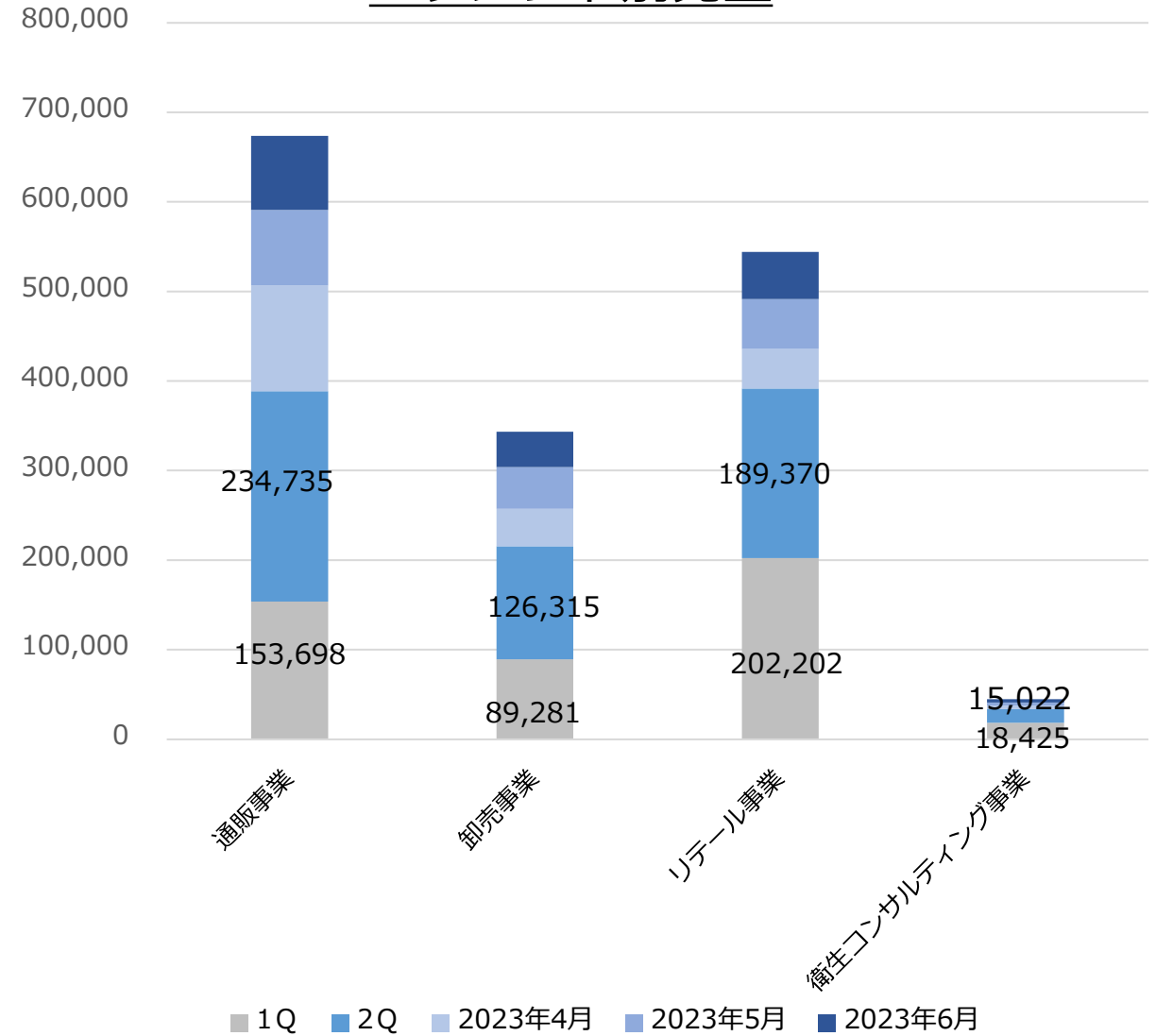
	1Q	2Q	3Q	4Q
2022年9月期売上高	652,247	1,233,579	1,778,508	2,324,589
2023年9月期売上高	463,109	1,028,702	1,563,484	
2022年9月期営業損失	-53,817	-90,649	-108,971	-119,080
2023年9月期営業損失	-71,242	-104,579	-154,389	

## 売上高構成比



(単位：千円)

## セグメント別売上





# セグメント別売上高増減要因



フォーシズHD

(単位：千円)


	2022年9月期 3Q実績	2023年9月期 3Q実績	増減	対前年 実績比	セグメント別増減要因
通販事業	592,623	 635,176	42,553	+7.18%	2Qより株式会社 i i y の売上加わったことと、引続きコスト効率の観点よりWEBプロモーションによる新規獲得のコストを抑えているため、既存顧客の掘り起しと定期顧客の解約阻止を優先しているが、コールセンターでの売上は予算達成ができていないため売上は前年対比増となった。
卸売事業	339,138	 340,407	1,268	+0.37%	「Cure」ブランドにおいては、SNSプロモーション活動やインバウンドの復活で、ドラッグストア等の国内での売上が大きく伸長している。新商品「アミノネクリアウォッシュ」は取扱い店舗拡大中。海外においては、アジア中心に売り上げ・販路を拡大している。
リテール事業	791,289	544,080	△247,208	△31.24%	収益性の低い店舗について、計画的な閉店を行い、前年同時期よりマイナス7店舗での運営体制となったことで、売上は前年対比減となった。一方SNS施策の強化でのリピート率アップや顧客単価アップによる売上強化施策は改善している。各店舗の地域特性を活かしたMD・取扱い商品の見直しを図り、利益体質改善を進めている。
衛生コンサルティング事業	50,776	45,376	△5,400	△10.64%	空間除菌デバイス販売が今期順調に売上を伸ばしている。販路拡大と新たに畜産業界の鳥インフルエンザ対策へとスケールさせることで、今後売上拡大を図っていく。

# セグメント別利益増減要因



フォーシーズHD

(単位：千円)

	2022年9月期 3Q実績	2023年9月期 3Q実績	増減	対前年 実績比	セグメント別増減要因
通販事業	153,469	148,559	△4,910	△3.2%	セグメント利益が出る体質となっており、2Qより株式会社 i i y が連結対象となったことで、ECのレベルアップを図り、売上・利益ともにさらなる拡大を目指している。
卸売事業	56,667	 111,318	54,650	+96.4%	SNSによる認知・プロモーション活動によって売上拡大ができており、かつ利益を伸長することができている。
リテール事業	△15,721	△66,361	△50,639	—	引続き販管費の圧縮により利益改善に努めているものの、店舗閉店を行ったことにより昨年対比で売上が減少。また、店舗の撤退等にかかる費用により、損失額増。地域性・顧客特性を活かした店舗事業体系の改善を推進中。
衛生コンサルティング事業	△30,654	△19,431	11,223	—	空間除菌デバイス販売が今期順調に売上を伸長している。利益体質・売上拡大を図るため事業の集中と選択を図って取組を進めている。
調整（管理部門）	△264,221	△311,724	△47,503	—	上場維持費等セグメントに配賦不可能な管理コスト、合併とセグメント変更による人件費増、i i y のM & A や臨時株主総会開催にかかる費用計上より前年より下振れとなる。



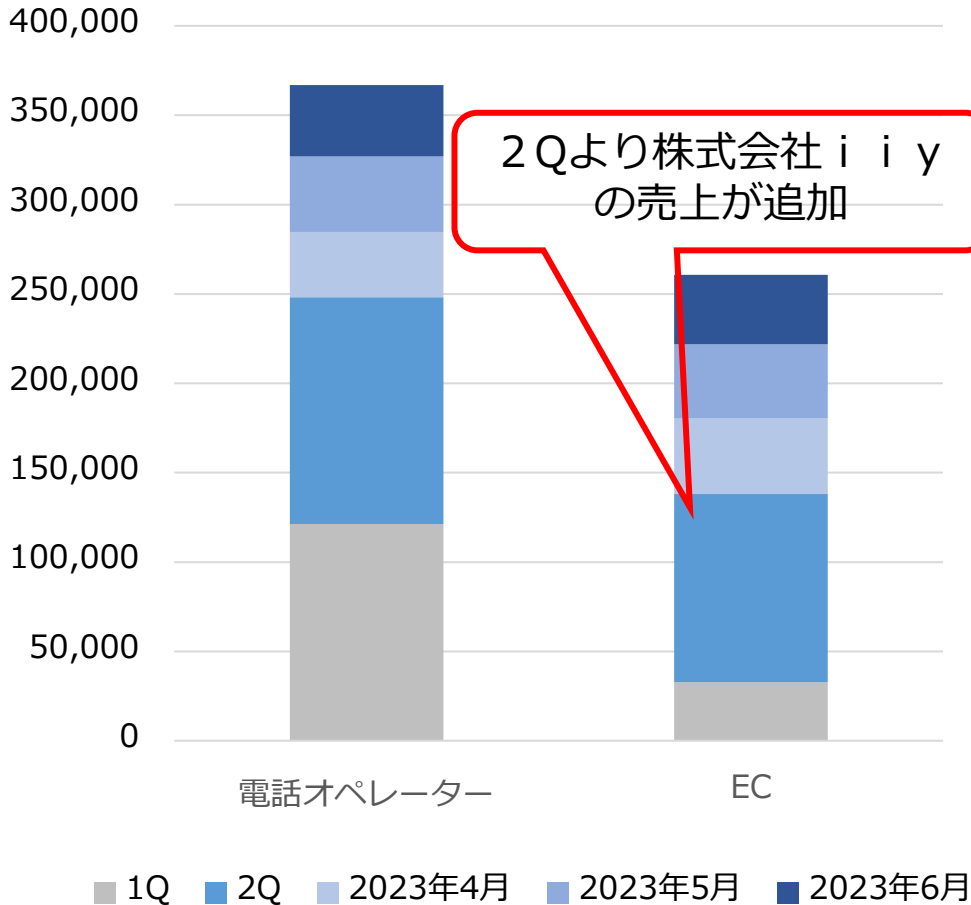


# 3. 各事業の取組み状況

# 通販事業の今期の施策と進捗

(単位：千円)

売上内訳



## TOPIC

通販事業は、電話オペレーターによる販売とEC販売の構成

### ①電話オペレーター

定期顧客の解約阻止率の改善、休眠顧客の引上げ率向上に加え、今期より架電代行業務を開始。

新規獲得はコスト効率の観点より投資を抑えているため、既存顧客からの売上によるが、利益が出る体制を構築できている。架電代行業務は、開始したばかりでまだ数値としては大きな実績はでていないものの、当社のオペレータースキルを活かして今後の売上拡大を目指している。

### ②EC販売

WEBプロモーションによる新規獲得は効果的な媒体に絞っている。

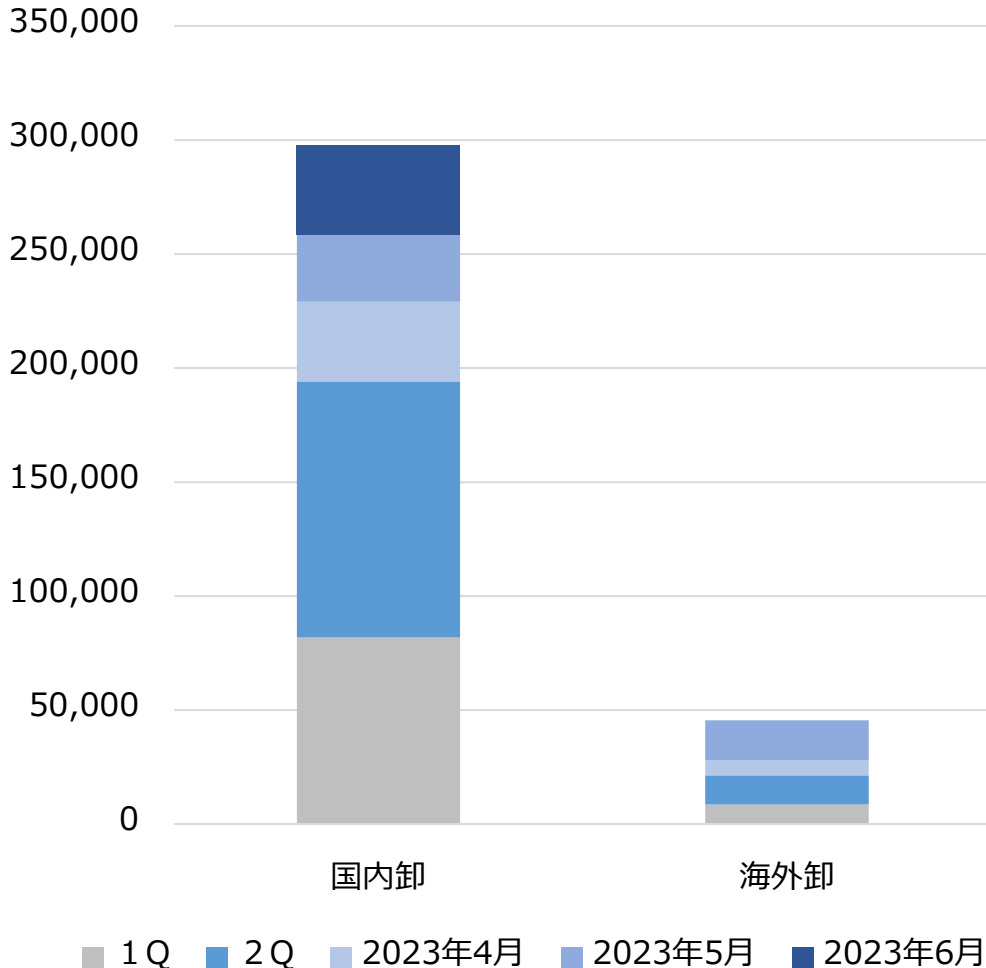
2023年1月に子会社化となった株式会社 i i y が2Qより連結対象となっているため、ECの売上割合拡大。他ブランドにもマーケティングを展開し、グループ全体のECレベルアップを図り、売上・利益を拡大中。

## 卸売事業の今期の施策と進捗

卸売事業は、**国内卸**と**海外卸**での構成

(単位：千円)

### 売上内訳



### TOPIC

#### ①国内卸

Cureブランドにおいては、インバウンドの復活により、ドラッグストア等での売上が好調。ユーチューバーによるプロモーション活動で売上増により、効率的な利益拡大へとつながっている。3月に発売した新商品“アミノネクリアウォッシュ”は、取扱い店舗を拡大中。

フェヴリナ、アロマブルームの販路も引続き拡大中で、販促を強化し売上へつなげていく。

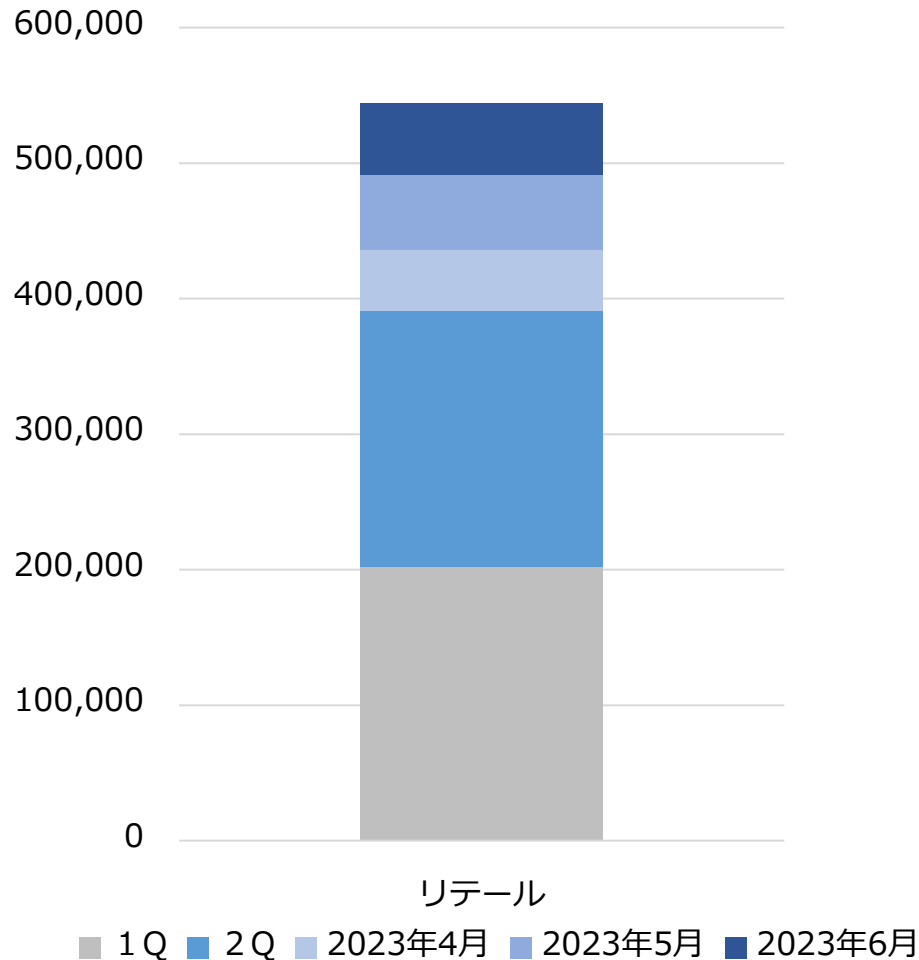
#### ②海外卸

Cureブランドは、アジアを中心に販路を拡大し売上も伸ばしている。SNS施策、プロモーション活動から売上への施策を拡大し実績を作っている。フェヴリナ・アロマブルームは、販路拡大への準備に時間がかかり、実績が大きく出せていない状況。

## リテール事業の今期の施策と進捗

(単位：千円)

### 売上内訳



リテール事業は、関東を中心に展開する「アロマブルーム」店舗での売上で構成

### TOPIC

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、6月末時点で21店舗を運営。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る。3Q期間では、2つの新商品を販売開始している。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る。



<新百合ヶ丘店 店内>

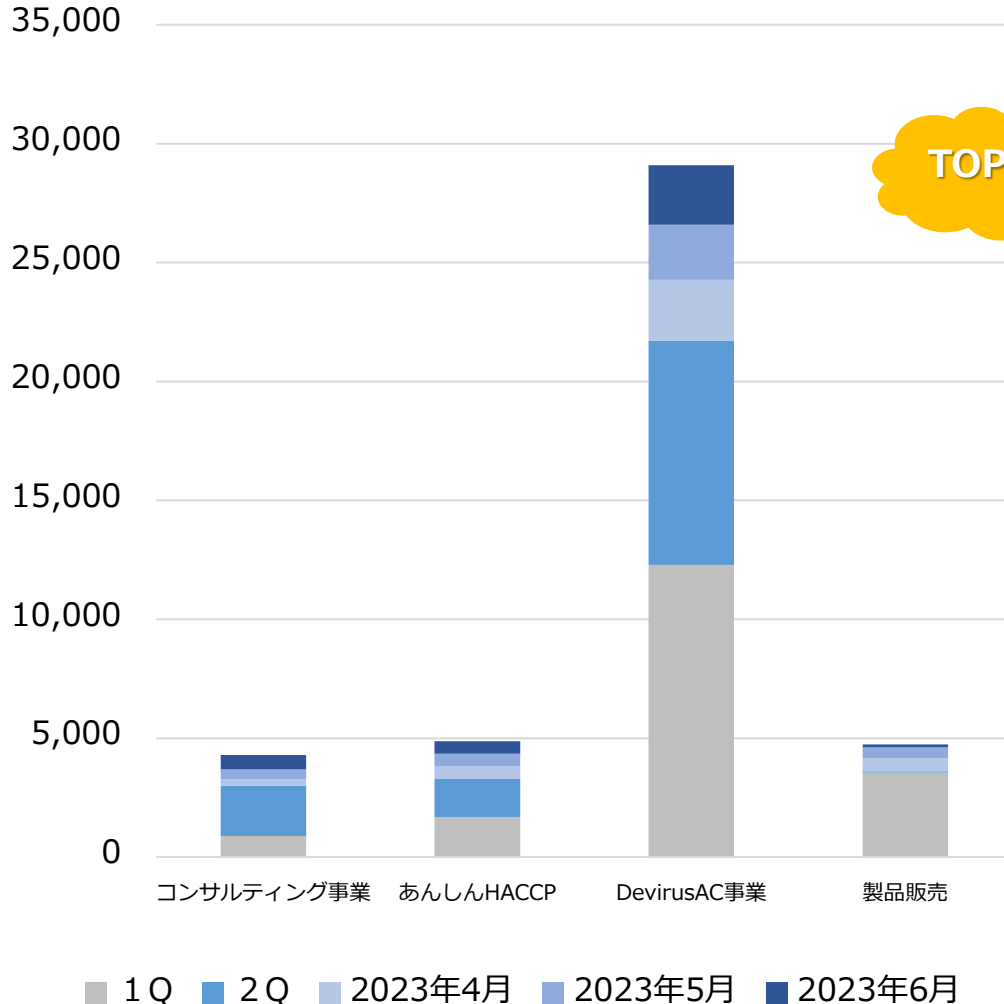


<海老名店 店内>

## 衛生コンサルティング事業の今期の施策と進捗

(単位：千円)

### 売上内訳



### TOPIC

衛生コンサルティング事業は、**コンサルティング事業**、**楽天コミュニケーションズ株式会社との協業による「あんしんHACCPアプリ」事業**、**空間除菌デバイスDevirusAC事業**、**衛生関連製品販売事業**で構成

- ・コンサルティング事業では、食の海外販路開拓支援「セカイタク〜Japan Foodies Choice」のプロジェクトへ参画、食品工場の認証コンサルタントの受注件数も伸長し売上拡大中。飲食店業界へは、顧客の工場新設、増設へのコンサルティングを実施。

- ・IT導入補助金2022の導入支援事業に採択され、HACCP管理ソフト「HACCP Do」の導入実績も積み上げている。今後は、あんしんHACCPアプリのPL保険の導入を追加し、さらなる売上拡大を目指している。

- ・空間除菌デバイスDevirusAC専用水の売上は順調に拡大しており、収益体制が見込めている。今後は、鳥インフルエンザ対策として鶏舎内の噴霧に使用する等、畜産業界での拡販に向けて進捗中。

# 3 Q新商品の販売状況



## FINE VISUAL 「UVプロテクト メイクアップベースa」

Natural & Beautiful Impact

(税込2,420 円/30g) 2023年4月26日発売

くすみやハリ不足といった“エイジングサイン”にアプローチする美容成分17 種を配合。「塗るほどに肌を美しく」をコンセプトにしたアイテムで、肌のくすみや色ムラをカバーする肌色補正機能を兼ね備えた“多機能化粧下地”。



## FAVORINA 「CCクリーム」

(税込5,830 円/30g) 2023年5月17日発売

美容液成分約71%、「1日中崩れない」がコンセプト。日中の乾燥を防ぐ15種美容成分配合。肌の動きに合わせてフィットすることで表情の変化によるヨレを予防、汗や皮脂などにも強くテカリやメイクの浮きを予防。



## 「ハーブティー クールリフレッシュ」

(税込793 円/10包入)

2023年6月3日発売

“涼”を感じる夏向きの水出しハーブティー

ほんのり甘みのある「ルイボス」をベースに、清涼感のある「ペパーミント」と「レモンマートル」の3種をブレンド。



## 「CBDグミ」

(税込1,836 円/1袋10粒入40g)

2023年6月17日発売

話題の植物由来成分「CBD（カンナビジオール）」を1粒に20mg 配合。グレープの芳醇な香りと味でCBD初心者にもおすすめ。



# 4. 参考資料

# 当社グループの関係会社の異動

2023年1月1日付 株式会社Cureの吸収合併

2023年1月13日付 株式会社 i i y の株式取得及び簡易株式交換による完全子会社化

株式会社フォーシーズHD



FAVORINA  
FINE VISUAL  
Natural & Beautiful Impact

AROMA BLOOM  
THE STORE OF RELAXATION GOODS & GIFTS

ANYTHING  
WHITE

Cure Larét



2023年1月1日付

株式会社Cure



Cure Larét

株式会社 i i y



Charm  
MAKEBODY



株式会社HACCP  
ジャパン



HACCP JAPAN



## 2Qより連結対象へ！！

フォーシーズHDグループの傘下となった経緯から今後の展望について、対談形式でご説明しておりますので是非ご覧ください。

■ 動画URL

<https://youtu.be/FEdR5JyaTbo>



独自の市場リサーチ手法を活かし、自社オリジナル商品の開発・販売を行っています。  
「チャーメイクボディ」「Omahit」のブランドを展開しております。

### チャーメイクボディ

ラクして美しいを目指す女性のための  
自社オリジナル着圧ウェアブランド

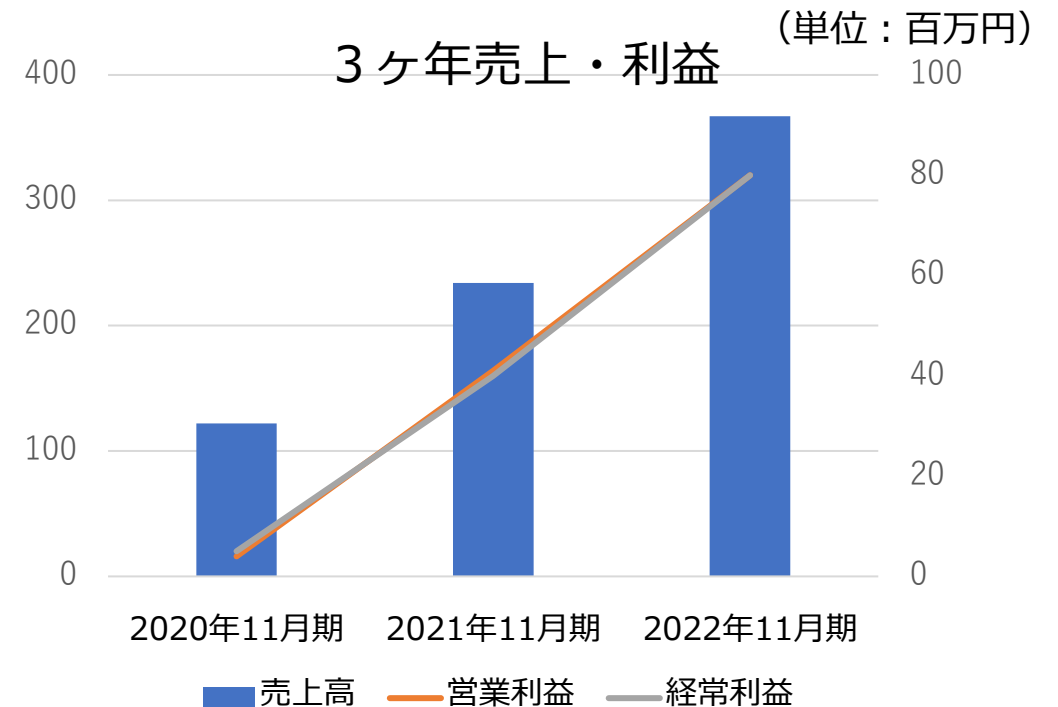


### Omahit

日常にヒットする、便利で使いやすい  
商品をご提案



## 設立以来、右肩上がりの売上・利益率を更新中！



## これから当社が目指すポジショニング

### 『はずむライフスタイル』提供業

現在の事業セグメントにおいても、  
事業展開の幅を拡大し、売上を伸張



#### 2023年1月1日、株式会社Cureの吸収合併完了

販売チャネルを多様化させるだけでなく、取引先様の  
選択と集中、また現在各事業会社で行っている業務  
の重複を整備することにより、効率的・効果的な  
運営体制が構築でき、意思決定の迅速化につなげる。

Cureブランドは、ドラッグストア、バラエティ  
ショップでの販売展開を行っており、国内外において  
幅広い年代に認知いただいている。

インバウンド需要の復活で、国内売上げは拡大  
海外販路も順調に拡大中

「美」・「健康」・「癒」しの事業展開において、  
はずむライフスタイルを提供する事業を  
M&Aにて拡大



#### 2023年1月13日、株式会社 i i y と株式交換 子会社化へ

#### 設立以来、売上・営業利益を倍速で更新中

「良い商品をあなたに」を企業理念とし、独自の市場  
リサーチ手を活かし、自社 オリジナル商品の開発・販  
売を行っている。










初年度で1億円の売上を達成し、ECのショッピング  
モールでの販売を中心とし、売上拡大とともに着実に  
利益を出しております。

当社が現在行っている化粧品・健康食品の販路・売上  
拡大のシナジー効果を活かし、グループ全体での売上  
拡大及び黒字化へ。

## フォーシーズHDのSDGs経営









## 現在の進捗状況

<p><b>コスメロスをなくそう！！</b> 製造から3年の品質保持期限内での販売</p>			<p>「カウシェ」「Otameshi」にて、消費期限間近の商品を販売開始</p>
<p><b>環境配慮型容器を使用！！</b></p>	 		<ul style="list-style-type: none"> <li>・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）</li> <li>・容器にグリーンボトルを採用（エニシングホワイト）</li> <li>・FSC認証の化粧箱を採用（エニシングホワイト）</li> <li>・FSC認証の商品発送箱を採用</li> <li>・FSC認証の商品発送箱を採用</li> </ul>
<p><b>二酸化炭素排出量の低減！！</b> 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</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>・通販注文でのお届け日確認の徹底</li> </ul>
<p><b>HACCPの普及</b> ※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。</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>・JFS規格認証コンサルタント実施</li> <li>・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</li> <li>・鳥インフルエンザ対策へ空間除菌デバイスDevirusAC専用水を使って、安全な対策実施・拡販に向けて進める</li> </ul>

# 今期株主優待制度について

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	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 (新設) 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6回分 	-
500~699株 24,080円相当	・炭酸ジェルパック6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 以上 (新設) 36,620円相当	・炭酸ジェルパック6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。 	4,000ポイント
1,000株 以上	・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。

中期経営計画についての考え方

そのために、2025年度時点（中期）での目指すべきところ

## はずむライフスタイル提供カンパニーとしての認知・売上の倍速

2022年2月14日公表中期経営計画より



2022－2025年度：**V字回復ステージ**  
事業基盤の安定・拡大

2026－2030年度：**成長加速ステージ**  
新規事業の発展・開発