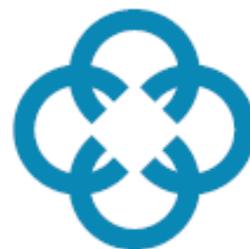


2023年9月期
第2四半期
決算説明資料

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2四半期決算概要

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。



第2四半期における当社グループの合併・子会社化



株式会社フォーシーズHD



FAVORINA

FINE VISUAL
Natural & Beautiful Impact

ANYTHING
WHITE

AROMA BLOOM
THE STORE OF RELAXATION GOODS & GIFTS

株式会社HACCP
ジャパン



HACCP JAPAN

株式会社 i i y



Charm
MAKEBODY

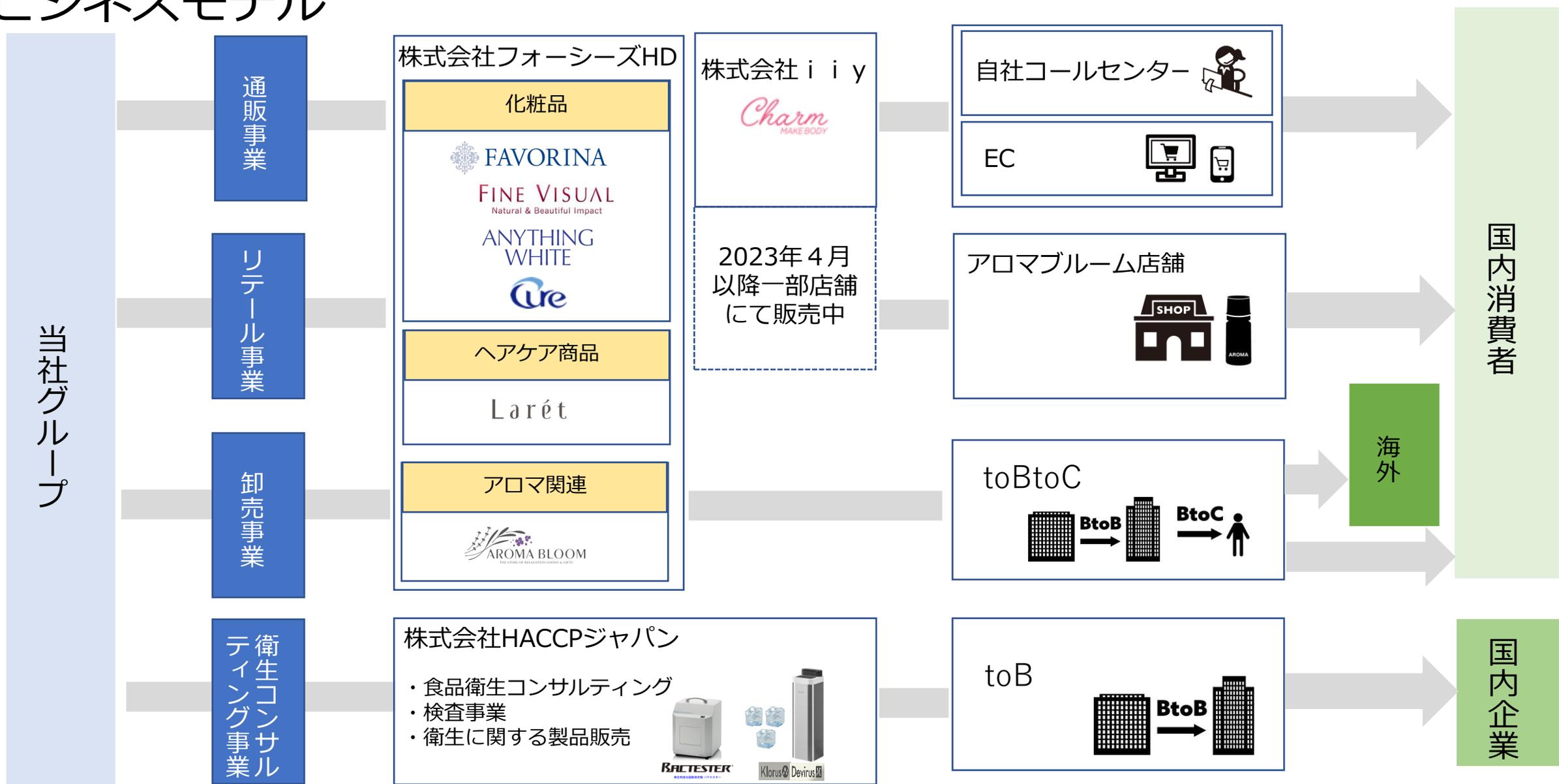


株式会社Cure



Cure Larét

ビジネスモデル





2. 第2四半期決算概要

ハイライト

1. 卸売事業は、インバウンドの回復により、
営業利益が大きく伸長
2. 通販事業には、株式会社 *i i y* が加わり、
売上・利益ともにプラスへ

(単位：千円)

売上高	1,028,702
営業利益	△104,579
経常利益	△104,209
親会社株主に帰属 する四半期純利益	△103,338

連結損益計算書

(単位：千円)

	【連結】 2022年9月期 2Q	【連結】 2023年9月期 2Q	増減
売上高	1,233,579	1,028,702	△204,877
売上総利益	813,942	701,177	△112,765
販売費及び一般管理費	904,592	805,757	△98,835
営業利益	△90,649	△104,579	△13,930
経常利益	△88,148	△104,209	△16,061
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△78,596	△103,338	△24,742

貸借対照表

(単位：千円)

	【連結】 2022年9月期	【連結】 2023年9月期 2Q	増減
流動資産	1,175,932	1,384,172	208,240
現金及び預金	649,439	736,082	86,643
固定資産	278,150	439,868	161,718
有形固定資産	570	10,539	9,969
無形固定資産	179,506	342,064	162,558
投資その他の資産	98,073	87,264	△10,809
資産合計	1,454,083	1,824,041	369,958

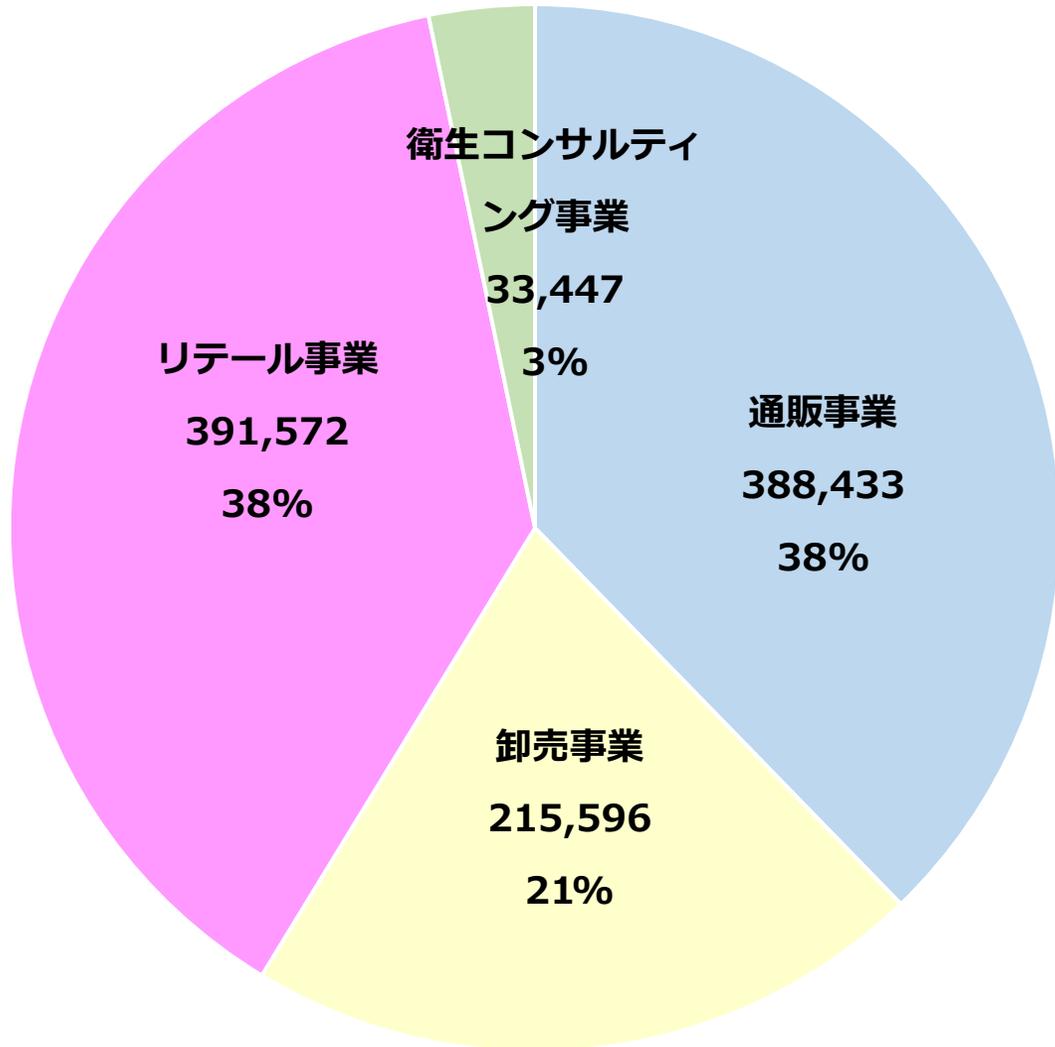
貸借対照表

(単位：千円)

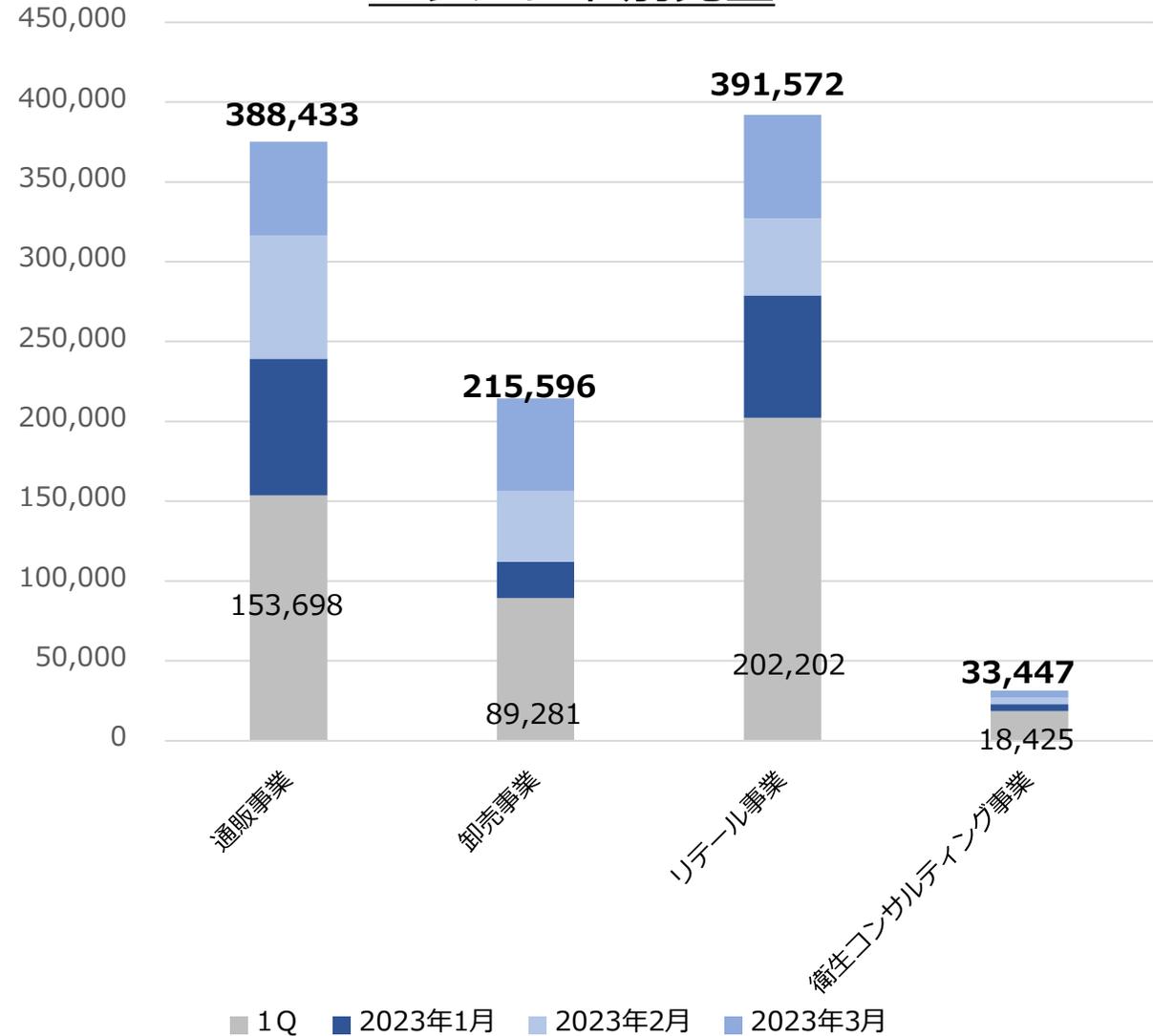
	【連結】 2022年9月期	【連結】 2023年9月期 2 Q	増減
負債合計	999,966	1,136,894	136,928
流動負債	704,696	684,730	△19,966
固定負債	295,270	452,163	156,893
純資産合計	454,116	687,146	233,030
株主資本	448,630	683,890	235,260
新株予約権	5,486	3,256	△2,230
負債純資産 合計	1,454,083	1,824,041	369,958

(単位：千円)

売上高構成比



セグメント別売上



セグメント別売上高増減要因

(単位：千円)

	2022年9月期 2Q実績	2023年9月期 2Q実績	増減	対前年 実績比	セグメント別増減要因
通販事業	404,556	388,433	△16,123	△4.0%	2Qより株式会社 i i y の売上が加わったものの、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ため売上は前年対比減となった。
卸売事業	208,952	215,596	6,644	+3.2%	「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。海外においては、コロナウイルスの影響が残り、計画より進捗が遅れをとっている状況だが、認知拡大を目的としたプロモーション活動を継続し、売上拡大を推進していく。
リテール事業	583,285	391,572	△191,713	△32.9%	昨年度より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、売上は前年対比微減とはなったが、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。
衛生コンサルティング 事業	33,594	33,447	△147	△0.4%	空間除菌デバイス販売は、順調に売上げを伸ばしており、収益体制が改善している。2Qは、衛生関連商品の販売に苦戦し、売上が前年対比減となった。

セグメント別利益増減要因

(単位：千円)

	2022年9月期 2Q実績	2023年9月期 2Q実績	増減	対前年 実績比	セグメント別増減要因
通販事業	91,143	 107,001	15,858	+ 17.4%	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、E C 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く。
卸売事業	16,011	 70,145	54,134	+ 338.1%	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	△1,380	△42,353	△40,973	—	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。引続き、事業体系の改善を推進していく。
衛生コンサルティング 事業	△21,082	△12,459	8,623	—	衛生関連の製品販売が2Qは計画通りの実績がだせなかったものの、空間除菌デバイス販売において大きく利益貢献している。
調整（管理部門）	△170,554	△217,217	△46,663	—	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。

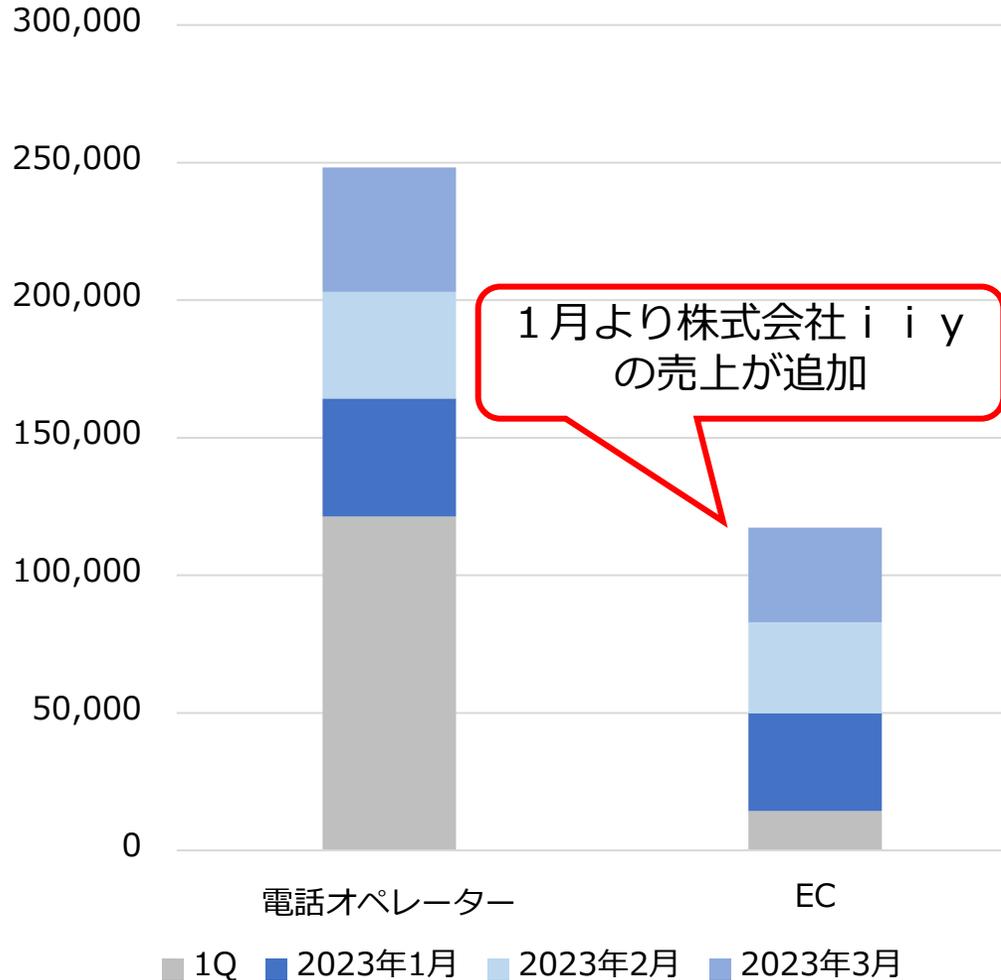


3. 各事業の取組み

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

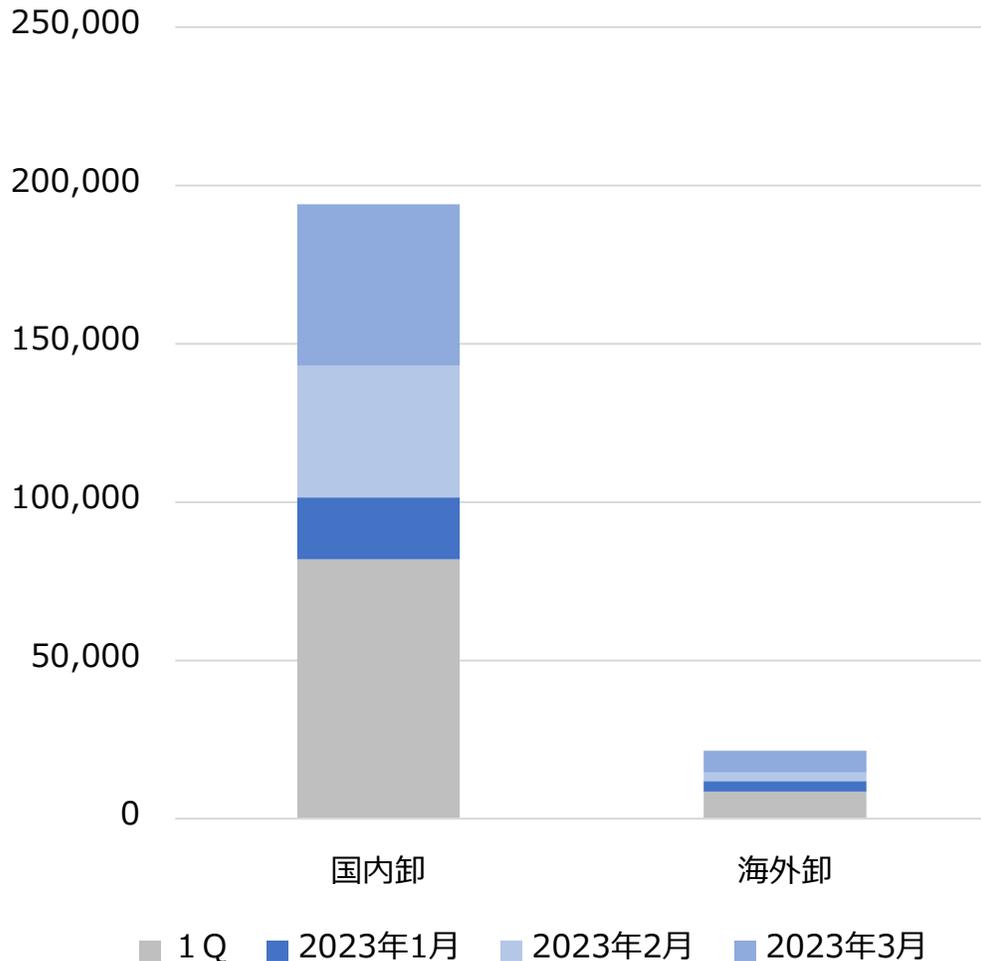
WEBプロモーションによる新規獲得は効果的な媒体に絞っている。

2023年1月に子会社化となった株式会社 i i y が 2 Q より連結対象となっているため、今後 EC の売上・利益拡大を目指している。またグループ全体の EC レベルアップを図って、シナジー効果のある施策を投下し、売上を拡大していく。

卸売事業の今期の施策と進捗

(単位：千円)

売上内訳



卸売事業は、国内卸と海外卸での構成

TOPIC

①国内卸

インバウンドの復活により、ドラッグストア等で販売するCureブランドの売上増へ！

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。

フェヴリナ、アロマブルームの販路も拡大中で、引き続き販促を強化しつつ売上へつなげていく。

②海外卸

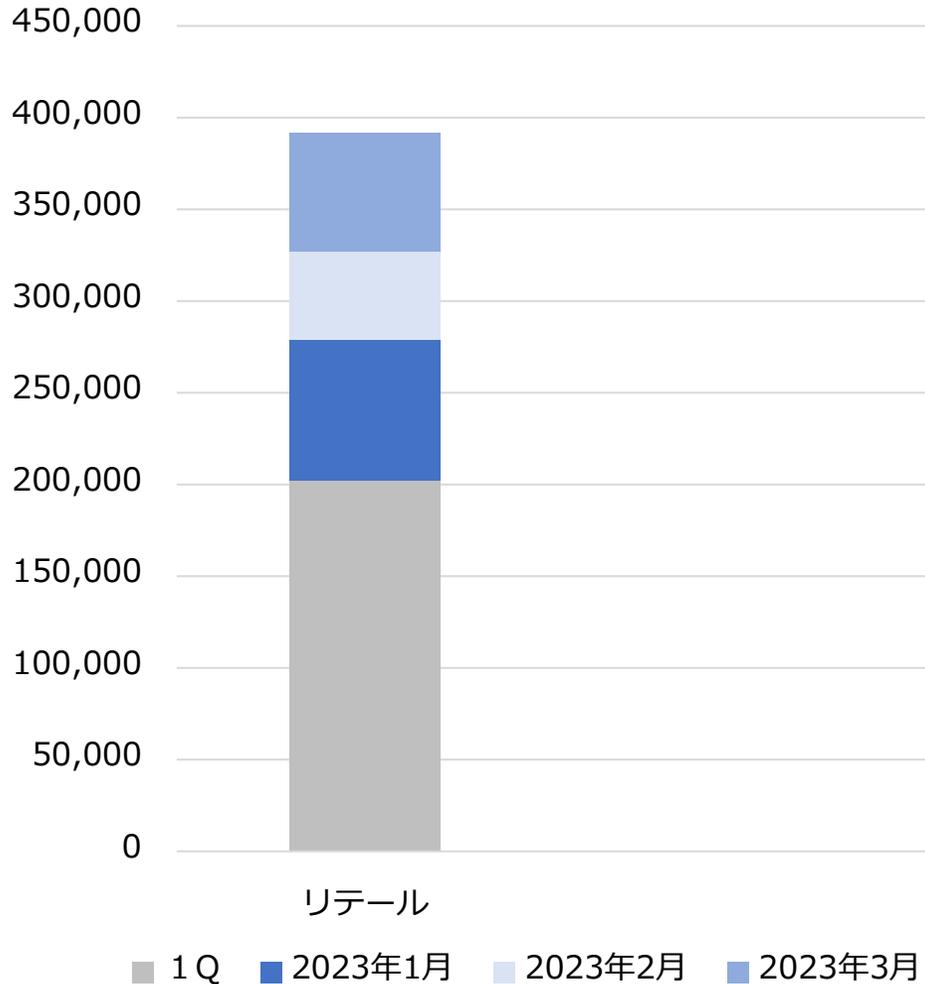
引続きコロナウイルスの影響が残り、積極的な活動、売上につながる実績が出ていない。

今後は、アジア圏を中心に認知拡大を目的としたプロモーション活動から売上への施策を拡大していく。

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、3月末時点で23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。
引き続き、OEM商品の開発と販売強化を行いつつ、地域特性に合わせた店舗スタイルの見直しを行っている。
SNSを使ったマーケティングでリピート率と顧客単価のアップにより、売上・利益改善へ進捗している。



<新百合ヶ丘店 店内>

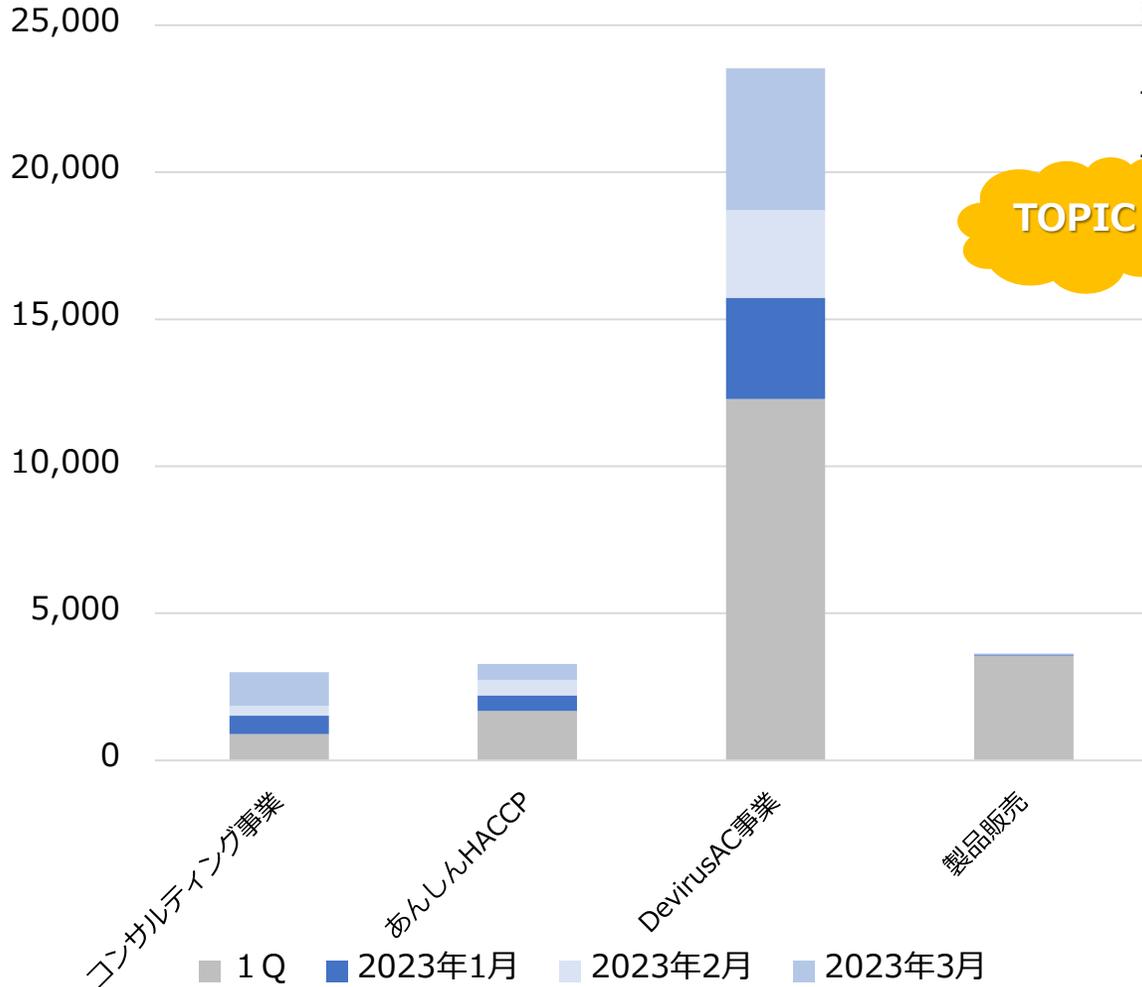


<海老名店 店内>

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



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

TOPIC

- ・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。
- ・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、畜産業界での拡大を図るため展示会出品を行い、拡販を進めていく。

FINE VISUAL Natural & Beautiful Impact



「ファインビジュアル ホワイトリンクルクリーム」

(税込4,480円/18g) 2023年1月5日発売

乾燥によるシワやシミ※1といった“エイジングサイン”が出やすい目元や口元のケアに特化した、部分用のクリーム。

「ナイアシンアミド」と、肌荒れを防ぐ「グリチルリチン酸ジカリウム」の2種類の有効成分を配合し、ヒアルロン酸や3種のセラミドなど24種の保湿成分で、ふっくらハリのある肌へ。

※1 メラニンの生成を抑え、シミ・そばかすを防ぐ



「アミノネ クリアウォッシュ」 (税込：1,320円/130g) 2023年3月22日発売

活きた※2酵素※3で気になる毛穴悩みを解決。透明感のある、つるつるすべすべなお肌に導く酵素洗顔。

毎日の洗顔に、敏感肌や乾燥肌の方でもお使いいただけます。

※2 使用時に活性化する状態

※3 プロテアーゼ (洗浄成分)



「ハーブバスソルト マリーゴールド&ジンジャー」

「ハーブバスソルト ラベンダー&バタフライピー」

(税込：880円/37g×2包) 2023年1月21日発売

動物性原料を含まない「ビーガン処方」の入浴剤2種。

「温活」「睡眠タイパ」をテーマに、ラベンダーやショウガなどのハーブをブレンド。



4. 参考資料

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」「RhinoWolf」の3つ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



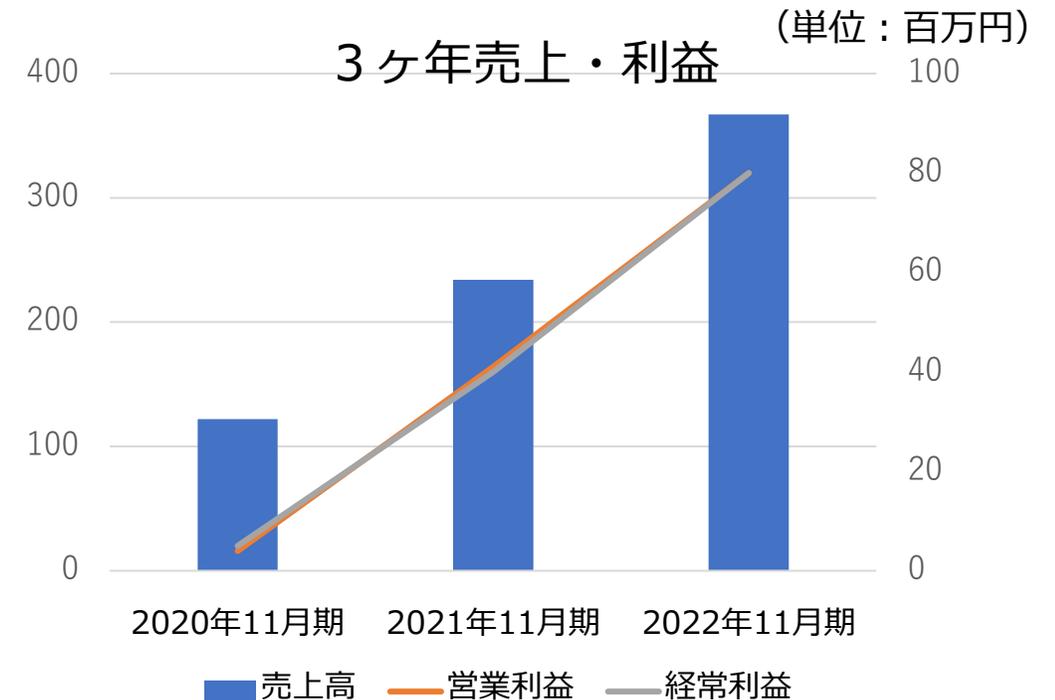
RhinoWolf

海外のクラウドファンディングで1億円以上の資金調達に成功した、連結ソロテントブランド



RhinoWolf 2.0

設立以来、右肩上がりの売上・利益率を更新中！



国内初！

韓国化粧品会社「ザイエルコスメティック」のスキンケア商品販売開始



「ザイエルザ コラーゲン クリームインセラム」 (50ml・税込8,800 円)

上部のクリーム層と下部の美容液層を、使用直前に振って混ぜる、2層式
の美容液です。

最大の特徴は、海綿に似た立体的な構造を持つ独自成分「ザイエライト」
を配合しており、スポンジのようにたっぷりと美容成分を含み、
肌表面に潤いを与え続けるので、まるでパック中のようなみずみずしさを
長時間保ちます。

「ザイエルザ コラーゲン エッセンシャルミスト」 (60ml・同4,400 円)

96%がコラーゲン※成分の、ミストタイプ美容液です。

※保湿成分 (加水分解コラーゲン)

分子の小さい「超低分子コラーゲン」を使用しているため、角層への
浸透が良く、目元やほうれい線まわりなど、
肌のハリ不足が気になる部分にシュッとひと拭き
するだけで、ふっくら感とツヤを与えます。

自社オンラインショップで2023年4月4日(火)から販売開始。
2023年4月25日(火)13時から、テレビ通販の「お買い物チャンネル QVC」で
販売し、大変ご好評いただきました。



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。

「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。

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



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

東証スタンダード市場
コード番号：3726

