



株式会社フォーシーズHD

2022年9月期決算説明



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20期決算概要

3. 事業戦略

4. 参考資料

1.事業概要

フォーシーズHDグループは、 『はずむライフスタイル』を提供いたします。 HAZUMUをDailyに！！



FAVORINA

美



ANYTHING
WHITE



FINE VISUAL



Cure
Produced by Cure



Klorus Devirus

健康



BALTESTER



FAVORINA



AROMA BLOOM
THE SCIENCE OF WELL-BEING ESSENTIAL OILS & GIFTS

癒し



コミュニケーション・セールス事業

FAVORINA FINE VISUAL ANYTHING
WHITE

通信販売（自社コールセンター）
EC販売（自社サイト・モール）
国内卸
海外卸

化粧品卸事業



国内卸（ドラッグストア・バラエティショップ）
EC販売（自社サイト・モール）
海外卸

衛生コンサルティング事業



HACCP JAPAN

バクテスター販売・検査事業
空間除菌デバイス販売
HACCP認証コンサルティング（国内・海外輸出向け）

アロマ事業



AROMA BLOOM
THE STORE OF RELAXATION GOODS & GIFTS

アロマブルーム店舗運営
EC販売（自社サイト・モール）
国内卸（法人営業）
海外卸



2. 第20期決算概要

ハイライト

- 1. コミュニケーション・セールス事業は
5期ぶりのセグメント利益へ！**
- 2. 化粧品卸事業は3期ぶりのセグメント利益へ！**
- 3. 海外での販路を順調に拡大**

(単位：千円)

売上高	2,324,589
営業利益	△ 119,080
経常利益	△ 116,993
親会社株主に帰属 する当期純利益	△ 156,527

売上高が戦略変更もあり若干下がったが、**営業利益幅は改善**
コミュニケーション・セールス事業、化粧品卸事業は黒字化へ！！

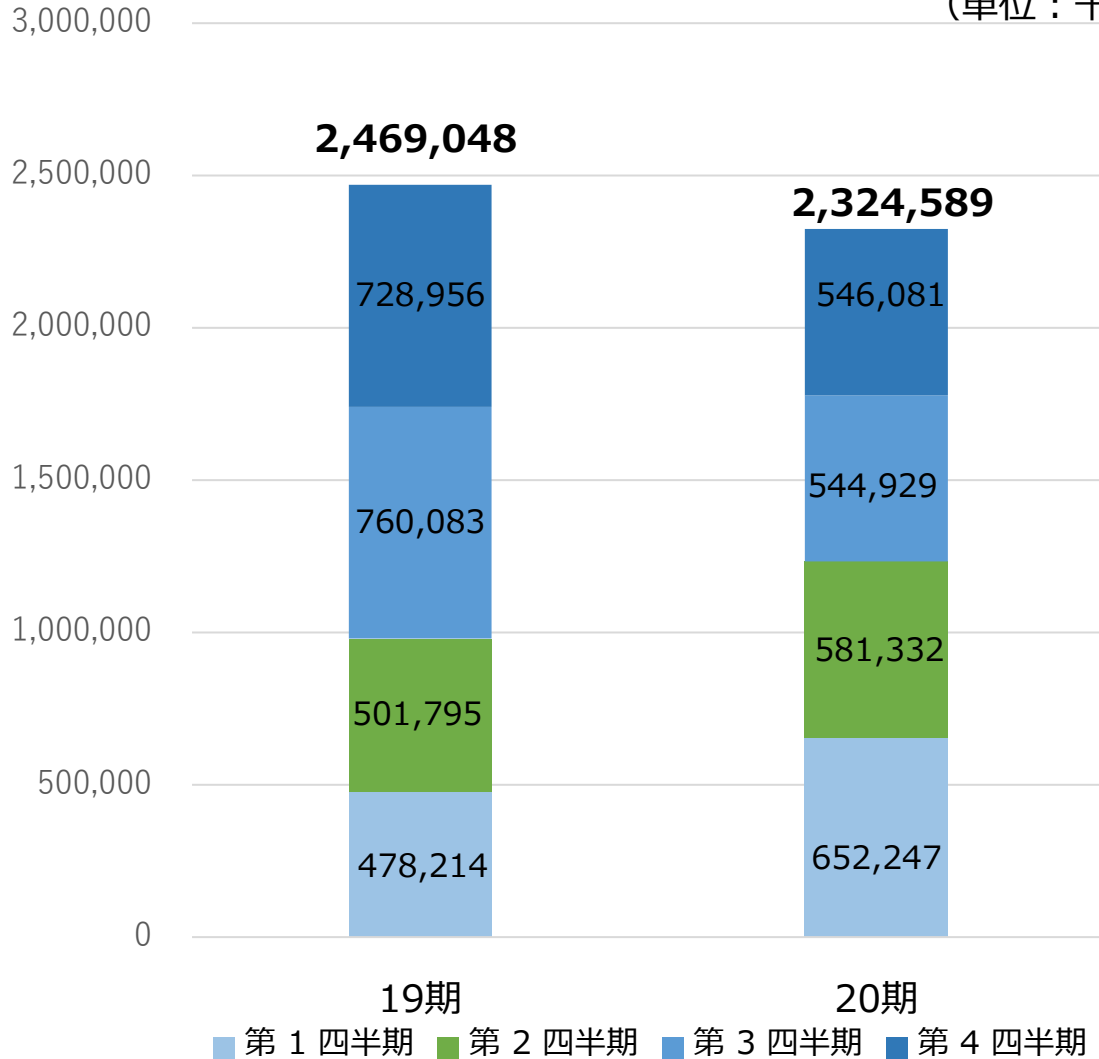
(単位：百万円)

	2021年9月期 (2020年10月～2021年9月)	2022年9月期 (2021年10月～2022年9月)	前年同期比 YoY
売上高	2,469	2,324	△5.9%
営業利益	△148	△119	—
経常利益	△150	△116	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	△178	△156	—

2022年9月期 決算概要（連結）

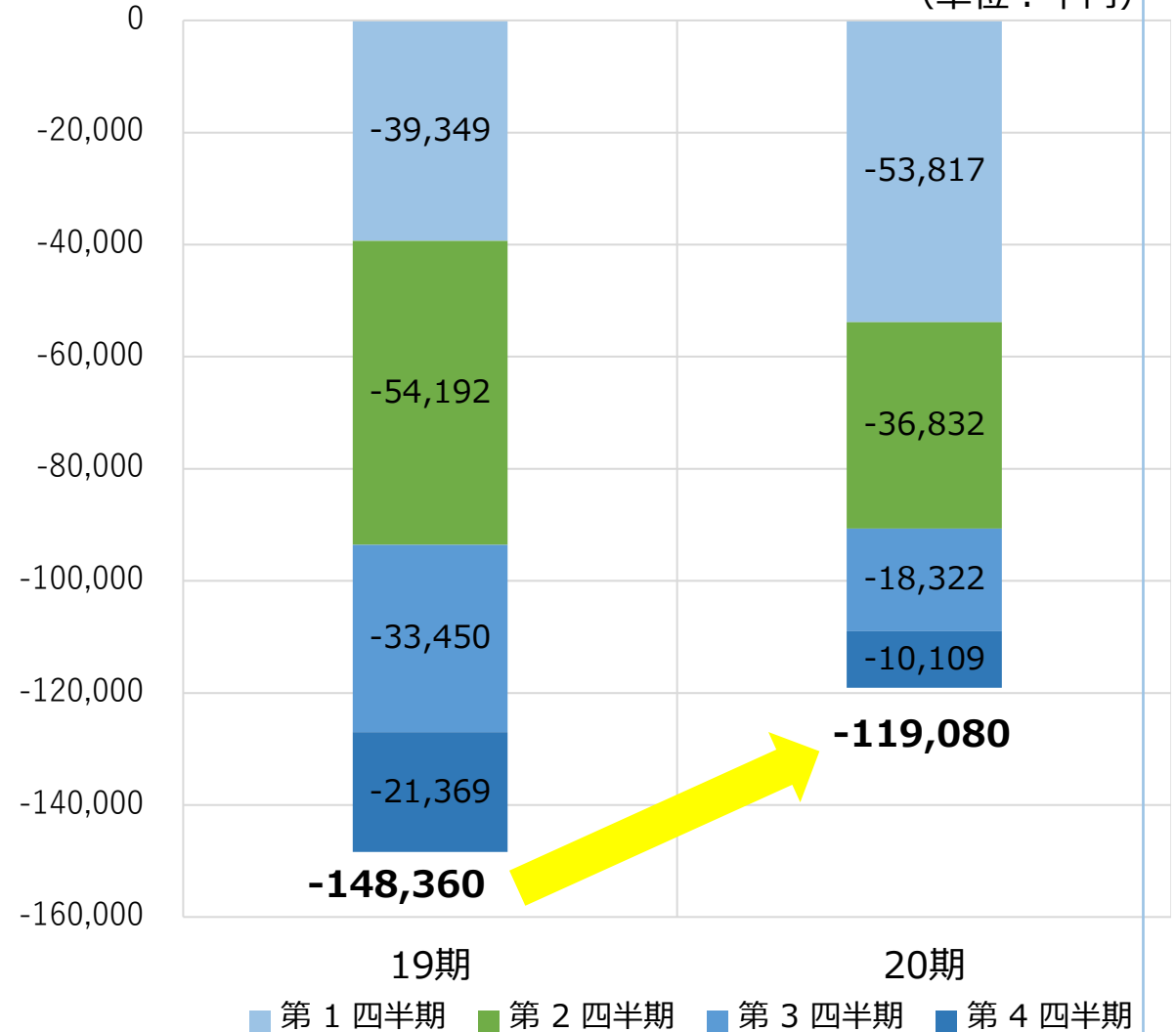
19期・20期の売上高

(単位：千円)



19期・20期営業利益比較

(単位：千円)

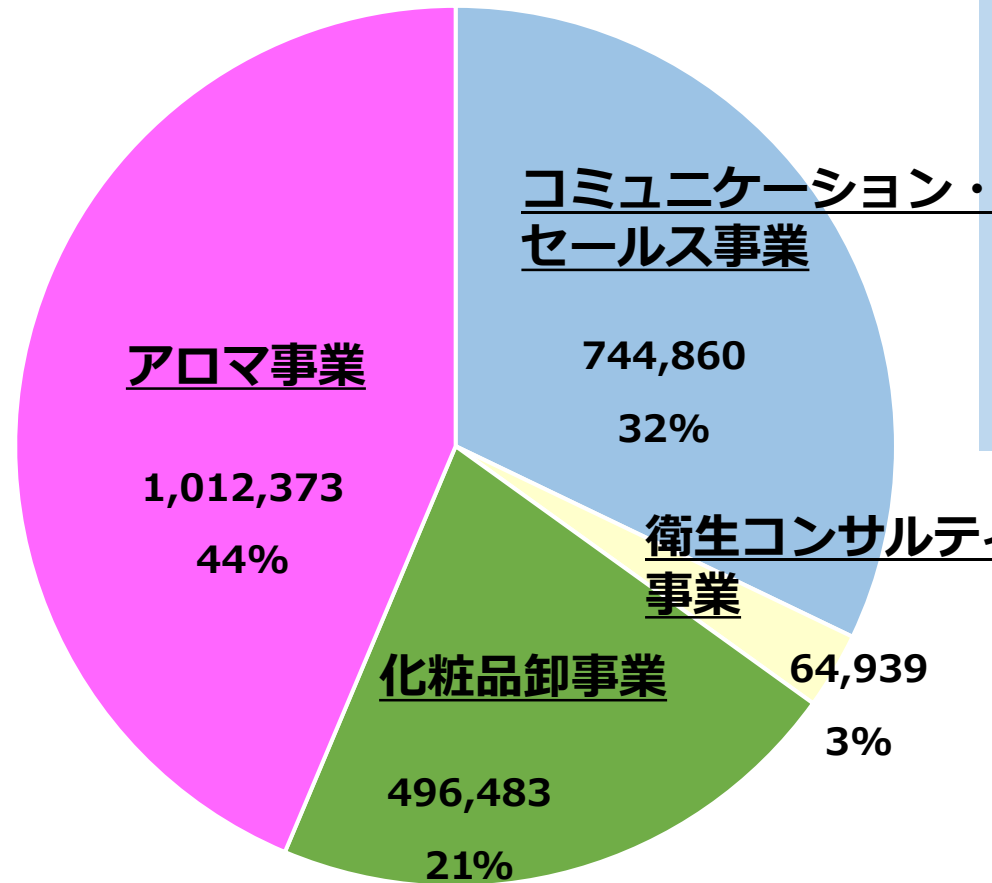


アロマ事業



2022年度9月期

売上高構成比 (単位: 千円)



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



連結損益計算書

単位：千円	【連結】 2021年9月期	【連結】 2022年9月期	増減
売上高	2,469,048	2,324,589	△144,458
売上総利益	1,775,371	1,579,208	△196,163
販売費及び一般管理費	1,927,053	1,698,289	△228,764
営業利益	△148,360	△119,080	+29,280
経常利益	△150,493	△116,993	+33,500
親会社株主に帰属する 当期純利益	△178,196	△156,527	+21,669

貸借対照表

単位：千円	【連結】 2021年9月期	【連結】 2022年9月期	増減
流動資産	1,450,501	1,175,932	△274,569
現金及び預金	820,209	649,439	△170,769
固定資産	370,598	278,150	△92,448
有形固定資産	36,613	570	△36,042
無形固定資産	218,515	179,506	△39,009
投資その他の資産	115,470	98,073	△17,396
資産合計	1,821,100	1,454,083	△367,017

貸借対照表

単位：千円	【連結】 2021年9月期	【連結】 2022年9月期	増減
負債	1,225,599	999,966	△225,633
流動負債	782,660	704,696	△77,964
固定負債	442,938	295,270	△147,667
純資産	595,501	454,116	△141,385
株主資本	586,561	448,630	△137,931
新株予約権	8,939	5,486	△3,453
負債純資産 合計	1,821,100	1,454,083	△367,017

セグメント別売上高増減要因

(単位：千円)

	2021年9月期 実績	2022年9月期 実績	増減	対前年 実績比	セグメント別増減要因
コミュニケーション・ セールス事業	1,272,789	744,860	△527,929	△41.5%	WEB広告への過剰投資を抑え、CPAの改善を図った施策へ切替えたため、WEB売上が前年対比を下回る結果となったが、セグメント利益へつながった。
化粧品卸事業	546,227	496,483	△49,744	△9.1%	SNS展開による売上・認知拡大施策で、ピーリング商材以外の売上が増加。特に、スペシャルパウダーソープの売上が好調で、売上商品構成も変化。
衛生コンサルティング 事業	120,352	64,939	△55,413	△46.0%	検査事業、コンサルティング事業の足元を固めるための営業活動、トライアル事業を計画的に行っている。前年対比減の結果となっているが、来期以降は収益性を構築した事業展開の拡大を見込んでいる。
アロマ事業	533,524	1,012,373	—	—	事業譲受後の収益性の低い店舗12店を閉店し、社員の育成、ブランド再構築の実施。コロナウイルス禍でのリテール店舗への消費者の戻りが弱く売上高を伸ばせなかった。前年は3Qより連結対象となっている。

セグメント別利益増減要因

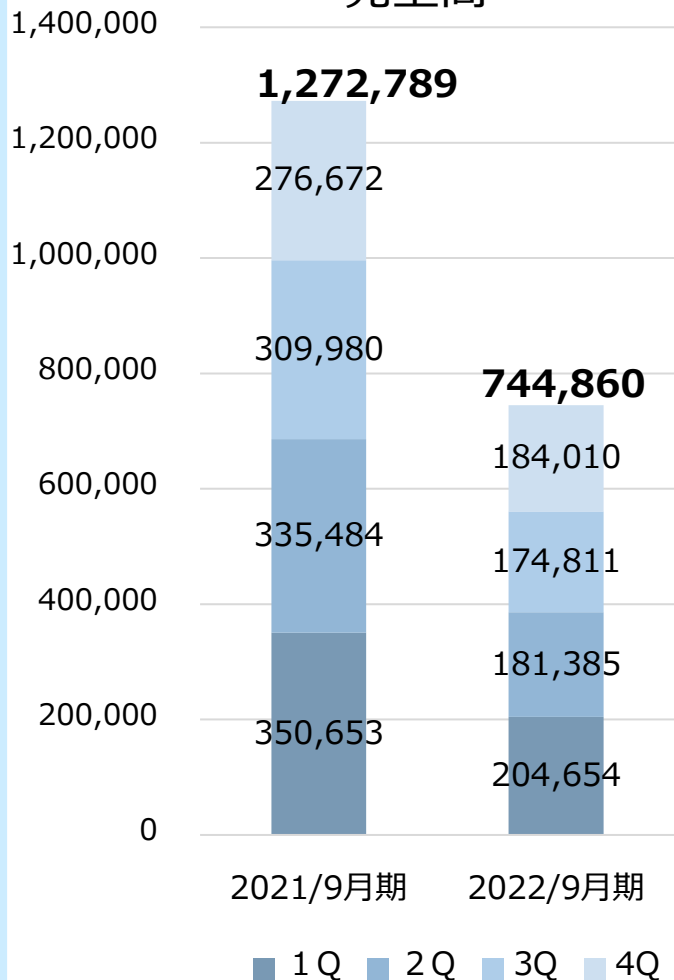
(単位：千円)

	2021年9月期 実績	2022年9月期 実績	増減	対前年 実績比	セグメント別増減要因
コミュニケーション・ セールス事業	△10,468	53,813	64,281	—	セグメント利益へ大幅に改善！！ 売上<営業利益の重視で、WEBの広告宣伝費を抑え、最適なバランス重視へ変更。原価交渉や継続的なコスト削減によって、セグメント利益へ5期ぶりに転換できた。
化粧品卸事業	△49,185	15,751	64,936	—	セグメント利益へ大幅に改善！！ 効果的な認知・売上拡大施策が功をなし、海外卸についても、順調に拡大しており利益につなげることができた。
衛生コンサルティング 事業	△39,833	△47,486	△7,653	—	今期は今後の検査事業の拡大のため、トライアルでの実証等を行ったため、売上、利益ともに前年対比減となっている。
アロマ事業	△78,447	△99,081	△20,634	—	PBブランドの新商品開発による原価率の削減の実現や、今期中にさらに収益性の低い店舗のスクラップを予定しており、来期以降は赤字幅の減少を見込める予定。

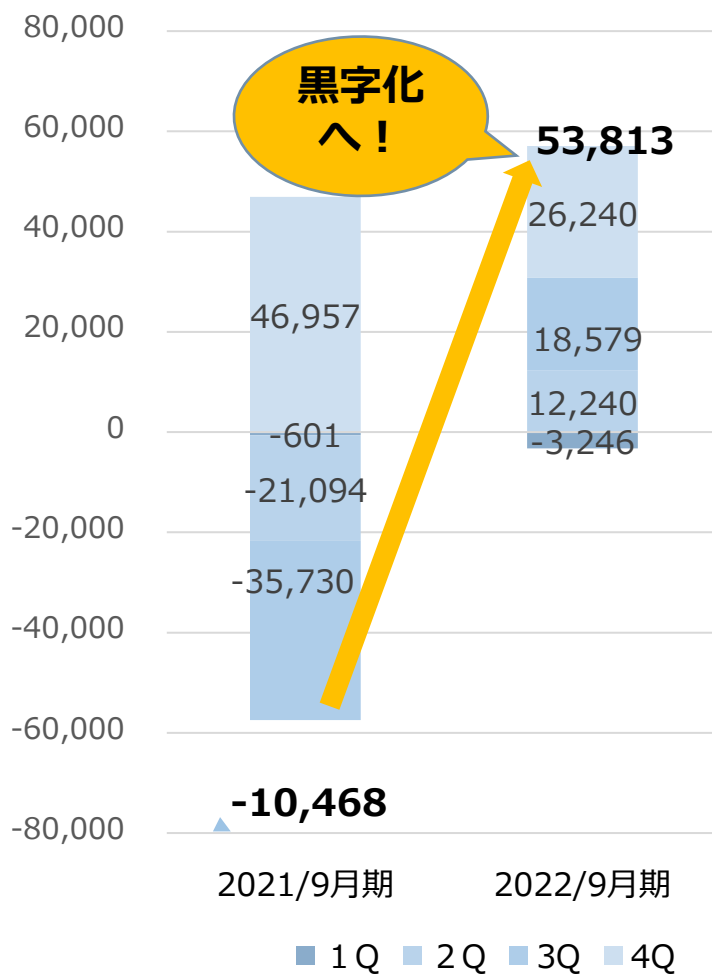
セグメント別決算概要

コミュニケーション・セールス事業 (単位：千円)

売上高



セグメント利益



売上<利益を重視し、セグメント利益の大幅な改善へ！！

今期は黒字化体質に移行するため、広告宣伝費やコスト削減*を行い、黒字化への体質改善へ成功。

* 原価交渉の見直し、合併に伴う人員の配置等による人件費の削減も行った

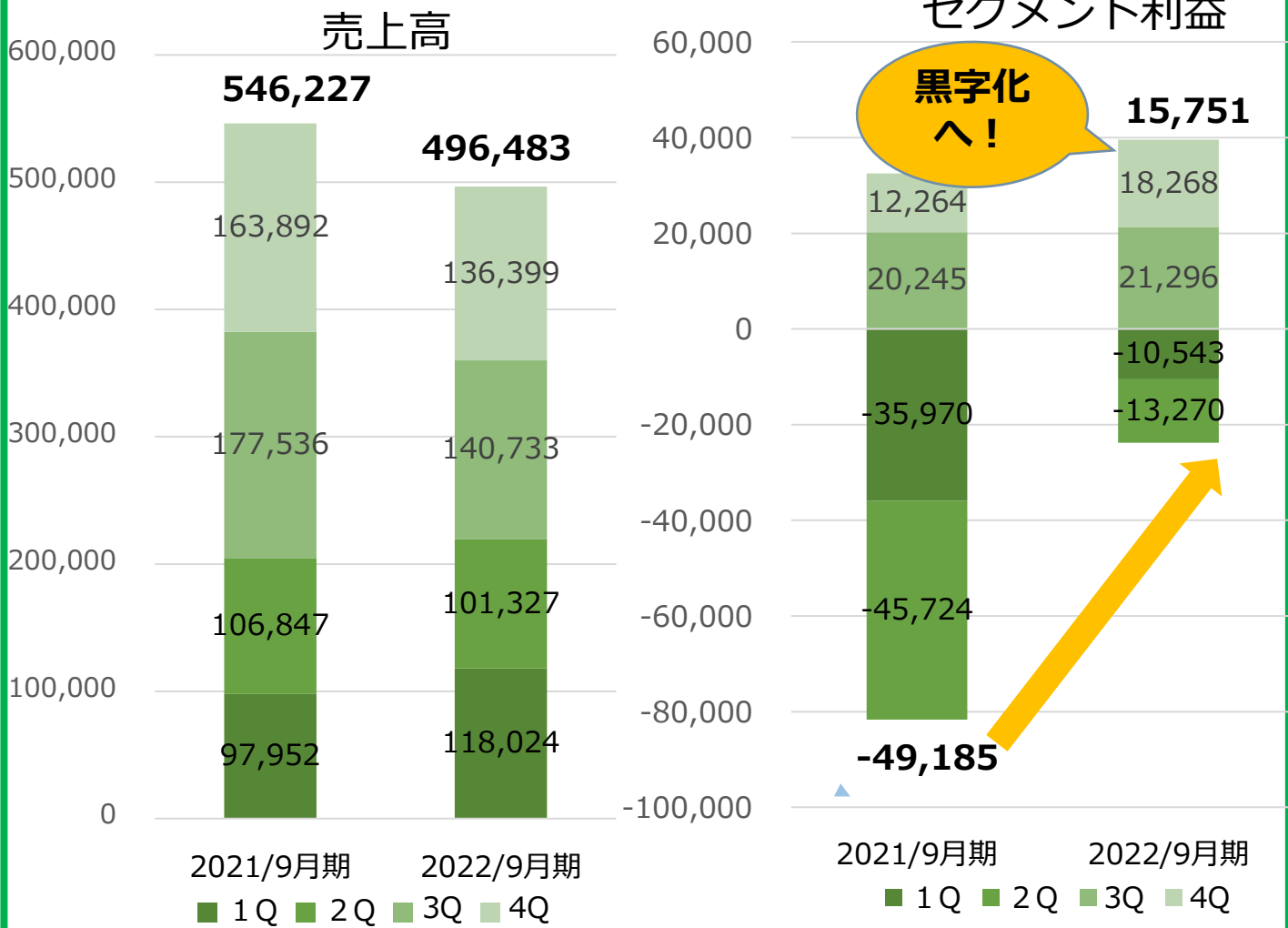
売上拡大については、海外での販路拡大を強化中。

6月13日公表：株式会社ドリームフィリアとの中国での販路拡大に向けた業務提携
他、アジア圏、中東にて販路を拡大中

セグメント別決算概要

化粧品卸事業

(単位：千円)



下期の利益改善により、セグメント利益の大幅な改善へ

SNS展開による商品売上が好調
 酵素配合の『スペシャルパウダーソープ』
 『エクストラオイルクレンジング』の売上拡大！

『スペシャルパウダーソープ』は
 前年対比約4倍の売上実績。



オーガニックヘアケア商品『Larét』
 (ラーレ) シリーズは、前年対比2倍以上の売上実績。新商品を続々発売。

新商品



ラーレオーガニックバーム
 スカイハーブの香り
 【数量限定】

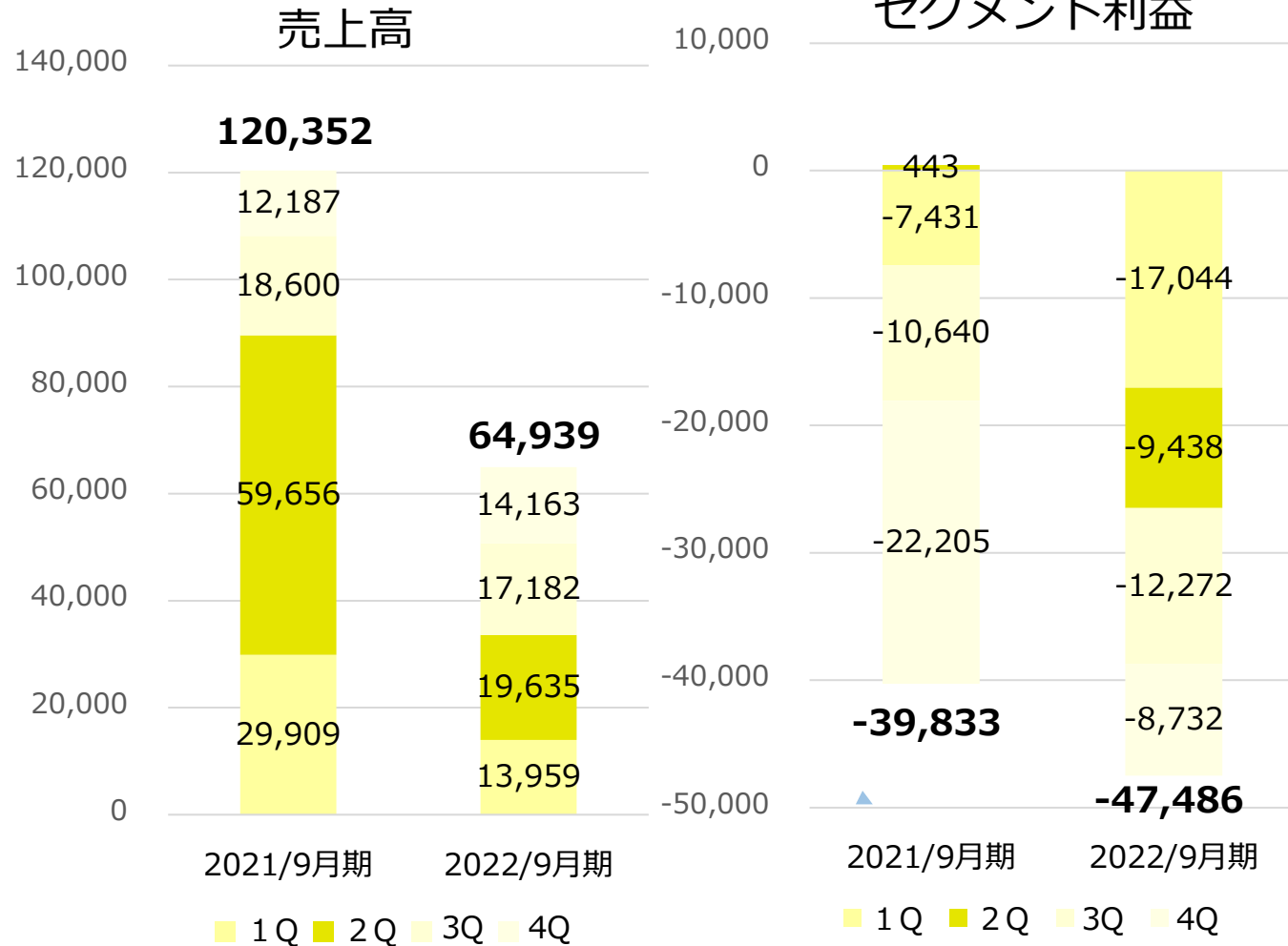


ラーレ
 オーガニックオイル



衛生コンサルティング事業

(単位：千円)



前年同期比を下回る結果だが、検査事業の拡大、収益力向上の改善への土台作り

自治体連携の「あんしんHACCP」アプリ利用、
検査事業によるHACCP導入プログラムを拡大
2022年3月福岡県中間市
2022年4月新潟県長岡市
2022年8月大阪府東大阪市

HACCP認証コンサルティング業務の全国拡大

食品製造業の海外販路の拡大、新規開拓をサポートするため、食の海外販路開拓支援「セカイタク〜Japan Foodies Choice」の事業にパートナー企業として参画。
<https://jfoodies.com/>

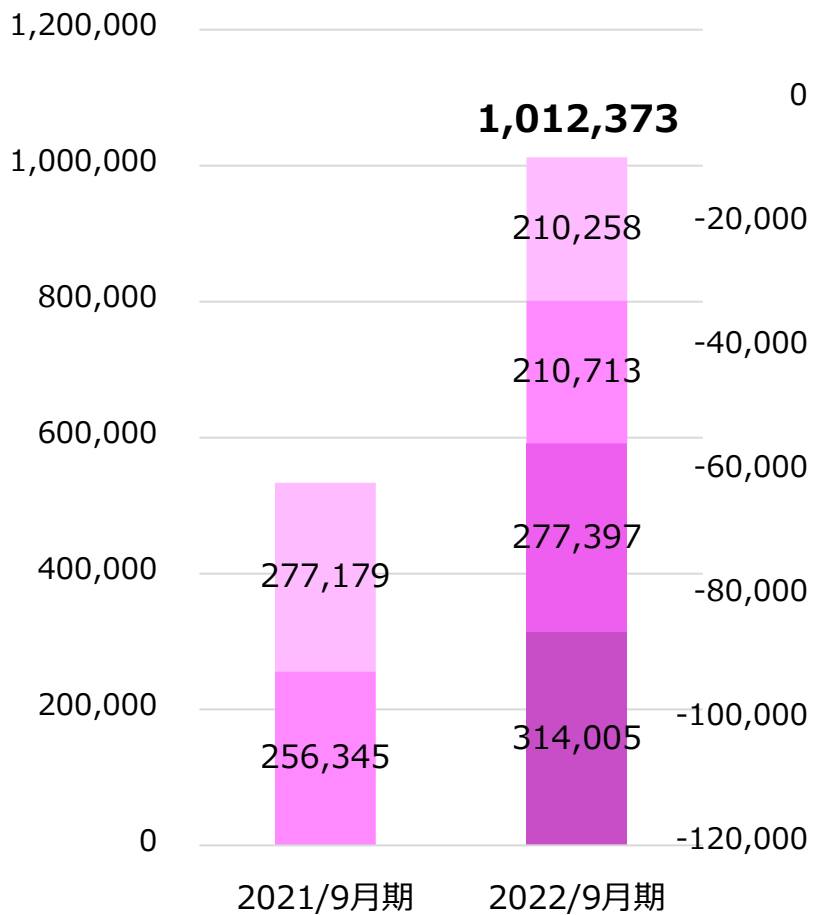
* HACCPとは、Hazard Analysis and Critical Control Pointの略称で、食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去または低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法です。（出典：厚生労働省）

セグメント別決算概要

事業譲受後、2021年4月より事業開始
2021年9月期 3Qよりセグメント追加

アロマ事業

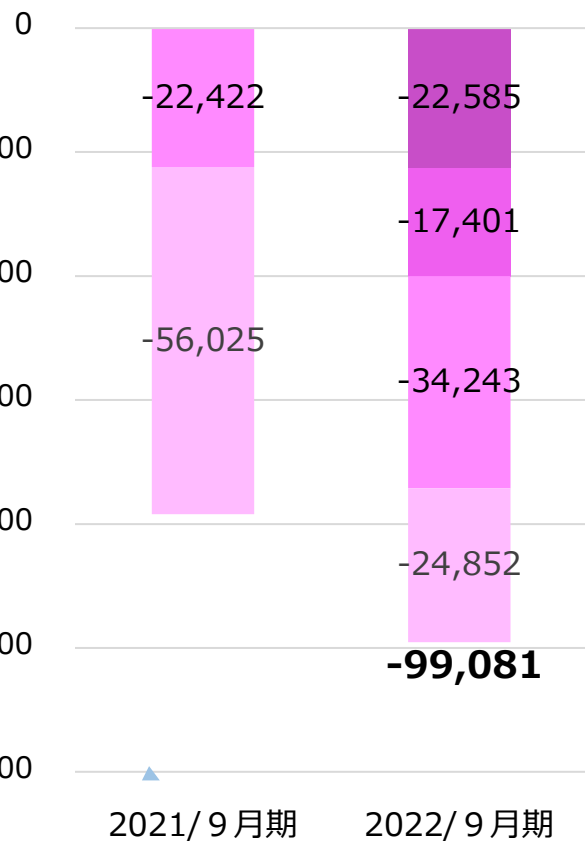
売上高



■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q

(単位：千円)

セグメント利益



■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q

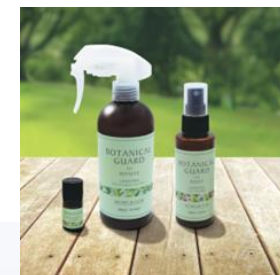
店舗運営の効率化と新概念 ト店舗のテストマーケティング による顧客拡大

12店舗の退店と新百合ヶ丘に新概念
ショップを1店舗をオープン

今後もスクラップ&ビルドの積極的な推進！

PB商品開発を強化することにより原 価を削減し、粗利の向上を図る

20期発売の新商品



エッセンシャルオイルのパッケージをリニューアル
2022年7月より順次切替え



3. 事業戦略

現状のビジネスモデルと今後の取組み

現状のビジネスモデル

コミュニケーション・セールス事業	通信販売（自社コールセンター）
	EC販売（自社サイト、モール）
	国内卸
	海外卸

化粧品卸事業	国内卸（ドラッグストア、バラエティショップ）
	EC販売（自社サイト、モール）
	海外卸

衛生コンサルティング事業	バクテスター販売・検査事業
	空間除菌デバイス販売
	HACCP認証コンサルティング（国内・海外）

アロマ事業	アロマブルーム店舗運営
	EC販売（自社サイト、モール）
	国内卸（法人営業）
	海外卸

現状の課題

利益 > 売上 重視
新規獲得のための効率を重視
既存商品では、国内市場は飽和状態

ピーリング商材のナチュラルアクアジェルは、コロナ禍でのインバウンド需要の低迷。
毛穴対策としての他商材の認知、売上拡大の伸長

検査事業、HACCP認証コンサルタントでの協業展開での売上を拡大

店舗のスクラップ&ビルドによる運営の効率化を急務とし、他EC、BtoBの売上拡大が必須

今後の取組み・展開

販路拡大・海外展開を強化

事業体制の構築強化

現状のビジネスモデルと今後の取組み



フォーシーズHD

海外展開の加速

ブランド		進捗状況
FAVORINA	シンガポール	shopee.my、Lazadaでの販売開始 2022年9月末～
	マレーシア	
FINE VISUAL ANYTHING WHITE	ベトナム	株式会社プルソワン（大阪府大阪市北区）が運営するベトナム法人 V&J TRADING CONSULTANT が展開するエステサロンでの取扱い中 2022年9月に1店舗オープンし、計3店舗に施術・販売用として卸販売
	タイ	Instagram、ポップアップショップにて販売
AROMA BLOOM THE STORE OF RELAXATION GOODS & GIFTS	シンガポール	越境ECで、ボタニカルガードシリーズの販売開始
	マレーシア	
Cure	中国	ホワイトクリアジェル、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、Larétシリーズを販売
	香港	
	マカオ	ホワイトクリアジェル、エクストラオイルクレンジング、スペシャルパウダー ソープを販売
	シンガポール	
	台湾	
	マレーシア	
ベトナム	ナチュラルアクアジェル、エクストラオイルクレンジングを販売	

販路拡大の加速

2022年11月11日公表

売上拡大、企業価値向上を目指していくうえで、現在のブランド毎に分けたセグメントから、**販売スタイル別に分けたセグメントへ変更**することが合理的であり、より市場に向き合い、理解していただきやすいと判断いたしました。

ブランド毎の販路売上分析、投資すべきセグメント、販路業態にスピーディーな物・人・金の投資を行い、売上拡大へ！！

2023年9月期第1四半期より新セグメントへ変更

事業セグメント	主な取扱いブランド	事業会社
通販事業	フェヴリナ ファインビジュアル エニシングホワイト	株式会社フォーシーズHD
卸売事業	Cure Larét (ラーレ) アロマブルーム	
リテール事業	アロマブルーム	
衛生コンサルティング事業		株式会社HACCPジャパン

株式会社フォーシーズHDは2023年1月1日付けで、株式会社Cureを吸収合併いたします。



1. 検査事業

- 株式会社楽天コミュニケーションズと協業の「あんしんHACCP」利用者への検査事業
⇒あんしんHACCP利用者の拡大によって、検査事業の収益を拡大
地方自治体へのアプローチを推進
- 検査事業者へのバクテスター販売
⇒様々な業態へのアプローチ



2. 空間除菌デバイス販売

- Devirus AC専用希釈水の工場移転
⇒工場単独の収益化を達成。今後は売上拡大を推進



3. HACCP認証・JFS規格認証コンサルティング業務

- 『JFS規格』認証コンサルタント業務を全国展開
- 食の海外販路開拓支援「セカイタク〜Japan Foodies Choice」
にパートナー企業として参画<https://jfoodies.com/>



事業体制の構築強化



1. 運営の効率化

- 不採算店の閉店と新コンセプトショップのテストマーケティング
⇒ 2022年3月新百合ヶ丘店をオープン。2023年には3店舗のオープンを計画
既存店のリニューアルも推進
引続き、不採算店の退店は行っていく



2. 新コンセプトによるブランディング

- シーン別・お悩み別に応じた商品展開、提案型ショップへ
- 今期より新商品の開発、リニューアルを強化。PRの強化。



エッセンシャルオイルの
パッケージをリニューアル
2022年7月より順次切替え




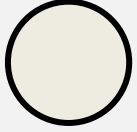
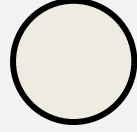

ハーブティーは、新商品2種を加えリブランディング
5つの目的・お悩み（リラックス&スリープ、エイジ
ング、バランス、ウォーム、バリア）に合わせた展開

外装は、環境に配慮しリサイクルクラフト紙へと変更

3. 教育の徹底

- 知識教育環境の整備（資格取得支援制度、システム研修の向上）
- 店舗人件費コストの改善へ

社会課題と当グループの持続可能な成長要因

社会課題		当グループの成長要因	当社内における成長期待
withコロナの 経済活動	<ul style="list-style-type: none"> ● 集団生活（学校・企業等）での感染症対策の継続 ● 飲食店、観光業界の支援 ● 国内・海外向けの食品通販事業への衛生コンサルティング 	衛生コンサルティング事業	
超高齢化社会 多様性の時代	<ul style="list-style-type: none"> ● 生き生きとした健康に暮らせる体と心づくりの応援 ● 健やかな肌作り ● コンプレックス ● エンジョイライフ 	コミュニケーション・セールス事業 化粧品卸事業 M&A	
気候変動・環境問題への取組み	<ul style="list-style-type: none"> ● 自然環境への配慮 ● SDG s 経営 	フォーシーズHD全体での経営課題	
ライフスタイルの変化	<ul style="list-style-type: none"> ● テレワーク等によるお家時間の増加 ● お家時間の充実 	アロマ事業 衛生コンサルティング事業	



4. 参考資料

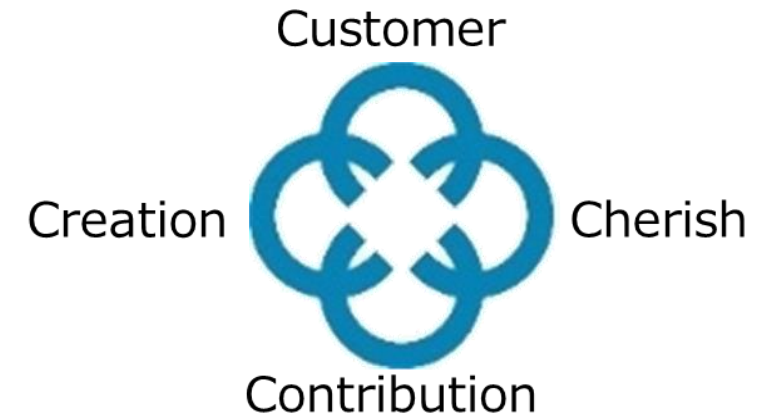


「株式会社フォーシーズHD」は、2022年1月1日より
(2022年度9月期 2Q) 事業持株会社として新たに
スタートいたしました。

フォーシーズ

顧客を創造し、その顧客を大切にすることが社会貢献につながると、わたしたちは考えています。
この社名の由来である「4つのC」をロゴマークとしてシンボル化し、「4つのC」で無限(∞)を表現。
お客様と社会に無限の可能性を提供することを表しています。

- 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



HD

Harmonious **D**evelopment (環境、人と調和して発展していく会社)
HAZUMUを**D**ailyに (はずむライフスタイルのある毎日)

現在の当社の化粧品業界におけるポジション

売上高

1,900百万円（2020年度9月期）化粧品業界売上高ランキング19位

2,400百万円（2021年度9月期）化粧品業界売上高ランキング19位

経常利益

△405百万円（2020年度9月期）化粧品業界経常利益ランキング15位

△150百万円（2021年度9月期）化粧品業界経常利益ランキング14位

出所：業界.com化粧品業界化粧品業界の利益率ランキング(2020年-2022年)

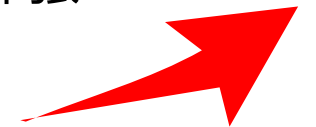
これから当社が目指すポジショニング

『はずむライフスタイル』提供業

「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



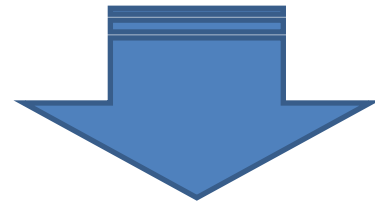
現在の事業セグメントにおいても、事業展開の幅を拡大し、売上を伸張



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



2022－2025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

フォーシーズHDのSDGs経営



Harmonious Development

環境、人と調和して発展していく会社

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



環境配慮型容器を使用！！



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

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。

Hazard Analysis and Critical Control Pointの略称で、

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。



はずむライフスタイルを提供し、
人々を幸せにする

HAZUMUをDailyに！！

