



# 株式会社フォーシーズHD

## 2022年9月期（第3四半期）決算説明



東証スタンダード市場  
コード番号：3726

# エグゼクティブサマリー

1. コミュニケーション・セールス事業は黒字化体質への改善  
2Qに続き黒字幅の拡大！！
2. 化粧品卸事業、衛生コンサルティング事業は営業損失が続くが社内計画どおりの進捗
3. アロマ事業はスクラップ&ビルドの継続とPB商品開発により粗利の向上を目指す

- 1.決算概要**
- 2.セグメント別決算概要**
- 3.セグメント別取組み状況**
- 4.参考資料**

# 1. 決算概要

(単位：千円)

売上高	1,778,508	前年同期比 +2.2%
営業利益	△108,971	—
経常利益	△107,176	—
親会社株主に帰属 する四半期純利益	△103,154	—

## 計画に対しては下回ったものの、前年に対しては改善

(単位：百万円)

	2021年9月期 3Q実績 (2020年10月～2021年6月)	2022年9月期 3Q実績 (2021年10月～2022年6月)	前年同期比 YoY
売上高	1,740	1,778	+2.2%
営業利益	△126	△108	—
経常利益	△128	△107	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△67	△103	—

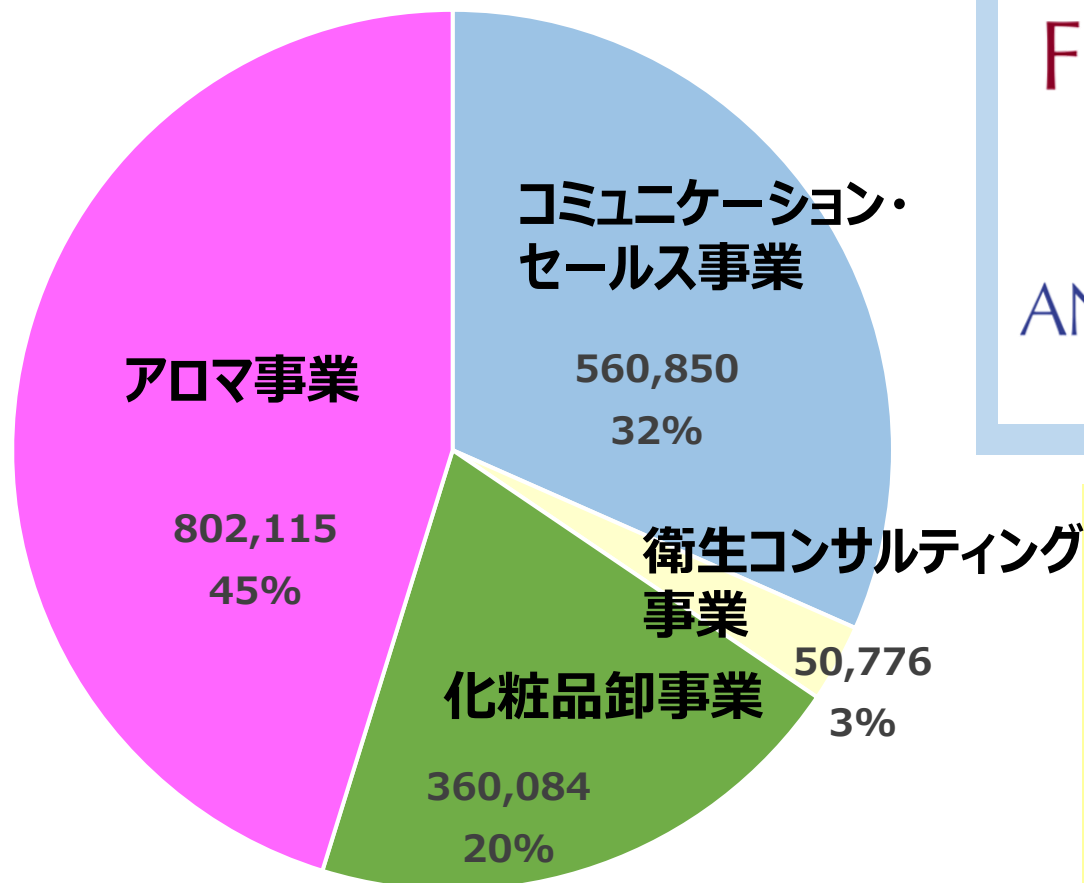
## 2.セグメント別決算概要

# 当社グループの事業構成図

## アロマ事業



2022年度9月期  
3Q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





# セグメント別売上高増減要因

(単位：千円)

	2021年9月期 3Q実績	2022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
コミュニケーション・ セールス事業	996,117	560,850	△435,267	△43.7%	WEB広告への過剰投資を抑え、CPAの改善を図った施策へ今期より切替えているためWEB売上のマイナス分が要因となっている。
化粧品卸事業	382,335	360,084	△22,251	△5.8%	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	108,165	50,776	△57,389	△53.1%	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	256,345	802,115	—	—	事業譲受後の収益性の低い店舗11店を閉店し、社員の育成、ブランド再構築の実施中。前年は3Qより連結対象となっている。

※アロマ事業は2021年9月期は3Qより連結対象

# セグメント別利益増減要因

(単位：千円)

	2021年9月期 3Q実績	2022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
コミュニケーション・ セールス事業	△57,425	27,573	84,998	—	黒字化へ成功！！ 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、 黒字化体質への改善へ。
化粧品卸事業	△61,449	△2,517	58,932	—	効果的な広告宣伝に集中することにより、前年 に対して損失幅を大きく改善している。3Q単体では 黒字化へ。今期4Qまでに黒字化の実現を目指 す。
衛生コンサルティン グ事業	△17,628	△38,754	△21,126	—	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	△22,422	△74,229	—	—	客単価は改善されているものの、客数の戻りが弱く 売上高を伸ばせなかったが、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。

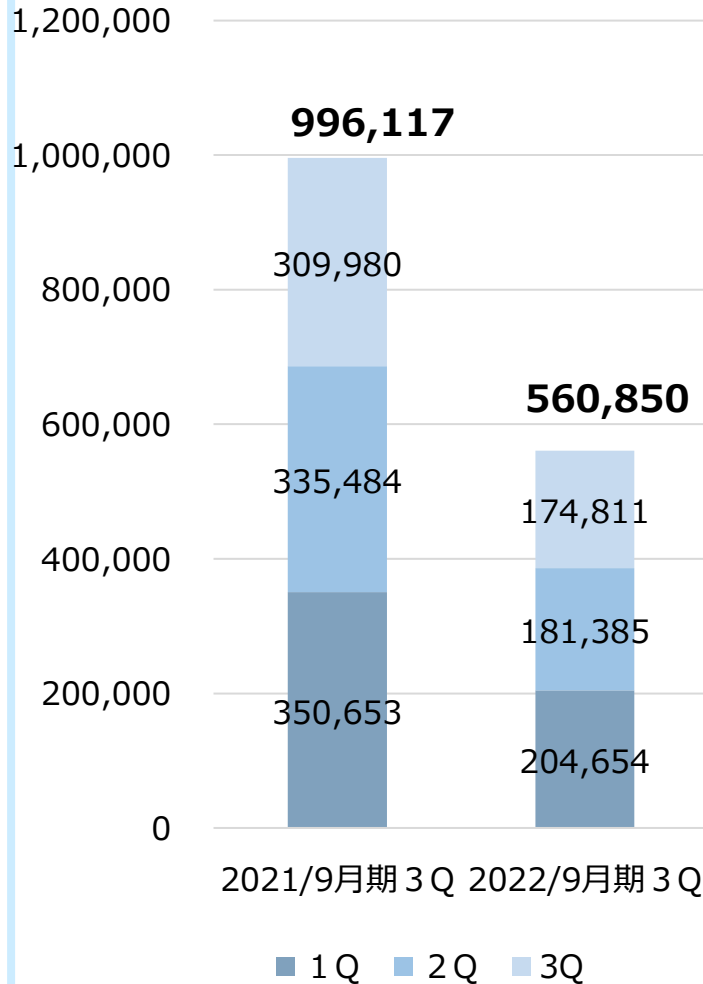
※アロマ事業は2021年9月期は3Qより連結対象

# セグメント別 3Q決算概要

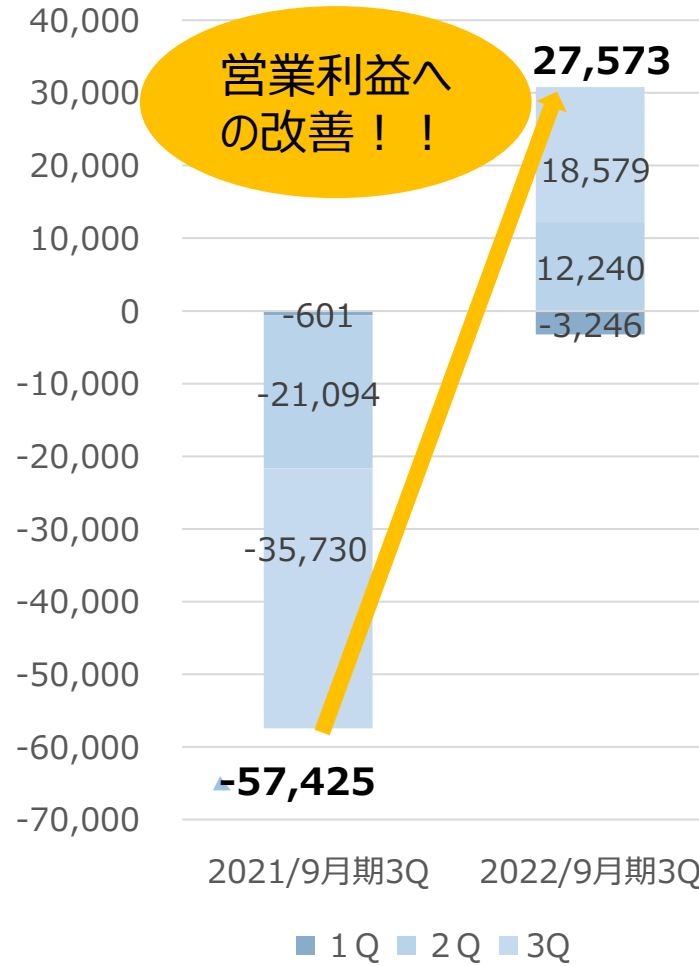
## コミュニケーション・セールス事業

(単位：千円)

### 売上高



### セグメント利益



売上高は昨年同四半期より減少したが、**セグメント利益は大きく改善へ！！**

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。

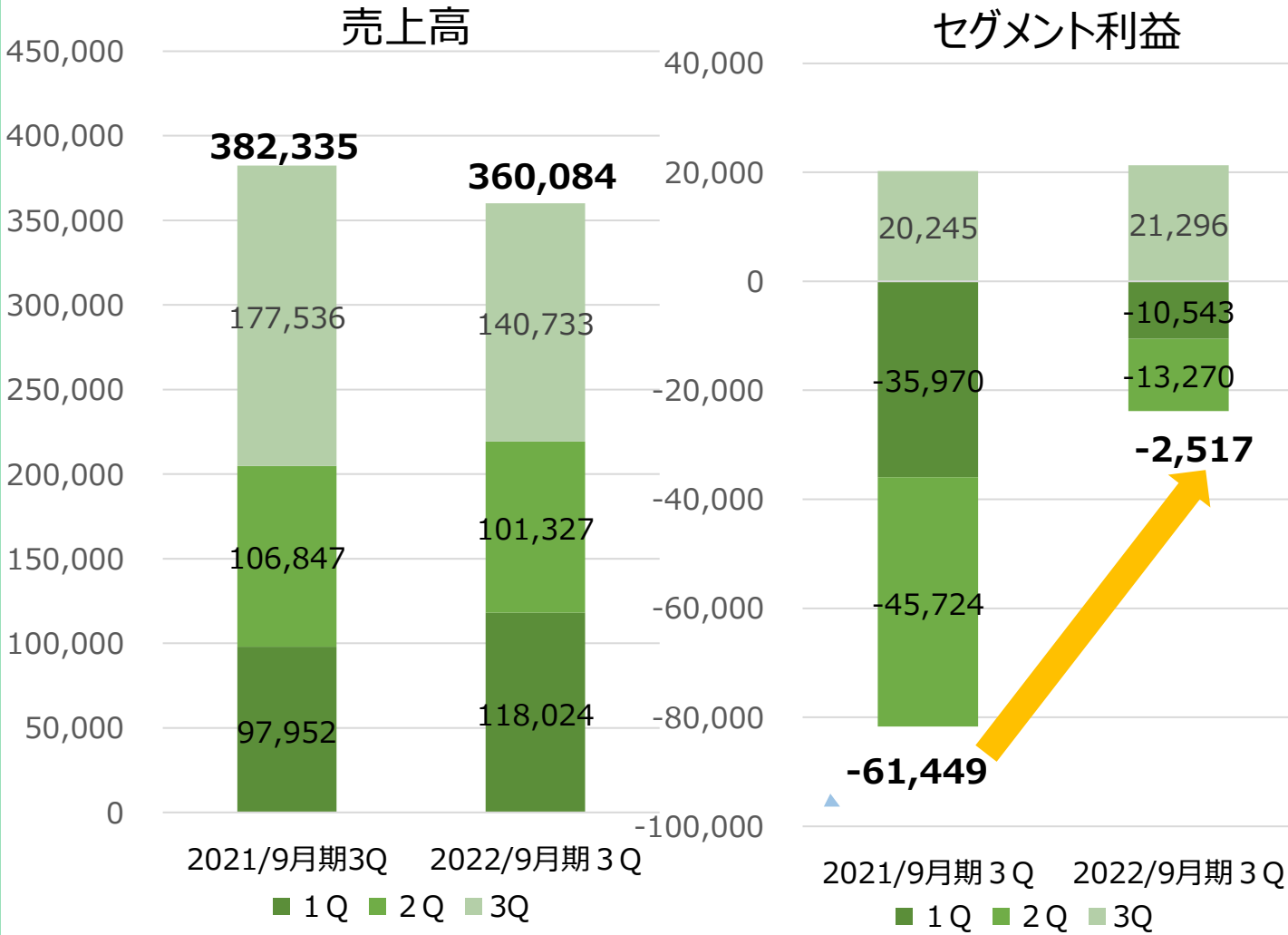
\* 原価交渉の見直し、合併に伴う人員の配置等による人件費の削減効果

**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  
ベトナム、タイでの販路も引続き拡大中  
UAE、台湾もテスト販売からスタート予定で進捗中

# セグメント別3Q決算概要

## 化粧品卸事業



## 前年同期比対 売上高・営業損失ともに改善

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』の売上が拡大中！！

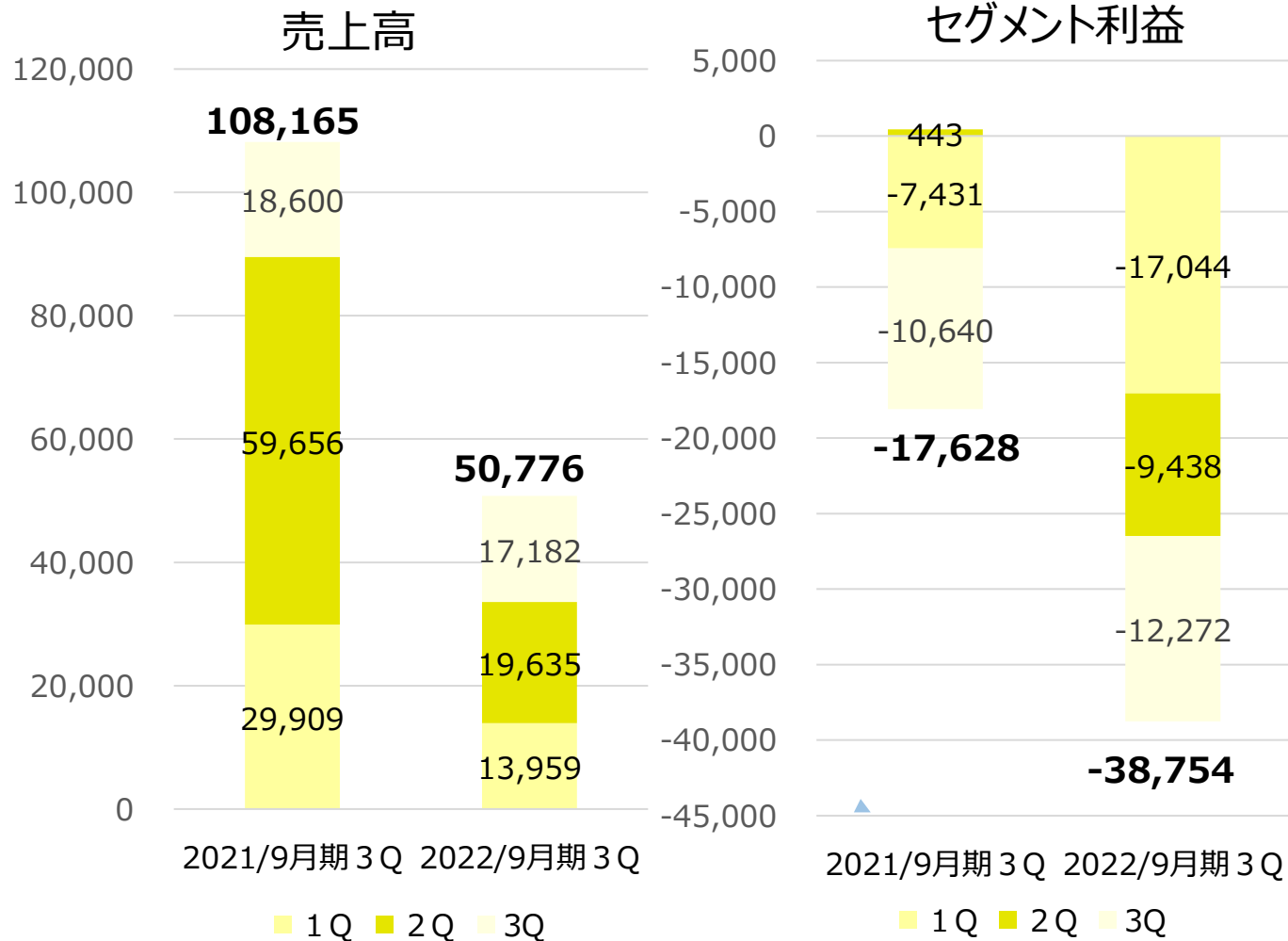
『スペシャルパウダーソープ』は前年対比482%の  
 売上実績

ピーリング、洗顔商材は夏場に強いため  
 新規導入店舗の獲得で、6月より売上が拡大

# セグメント別3Q決算概要

## 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

新型コロナウイルス禍において、バクテスター販売事業・検査事業、空間除菌デバイス販売事業の人々の衛生にまつわる事業に取り組んできたが、今期よりHACCP\* 対応事業としてアプリの監修やHACCP認証コンサルタント業務の事業を拡大している。

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

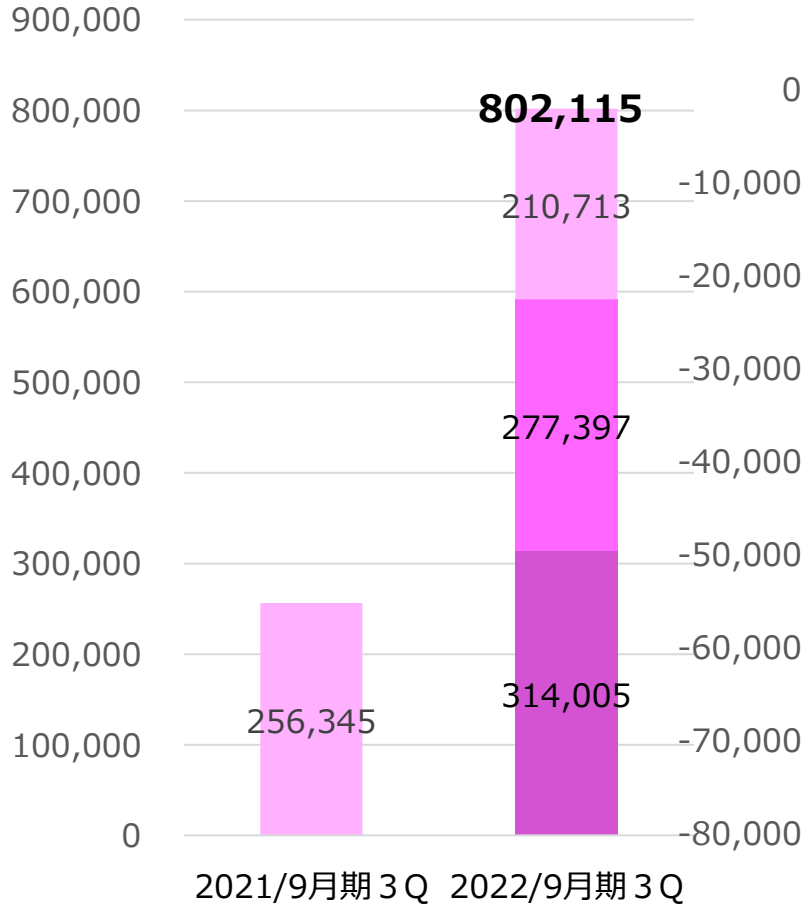
\*HACCPとは、Hazard Analysis and Critical Control Pointの略称で、食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去または低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法です。（出典：厚生労働省）

# セグメント別3Q決算概要

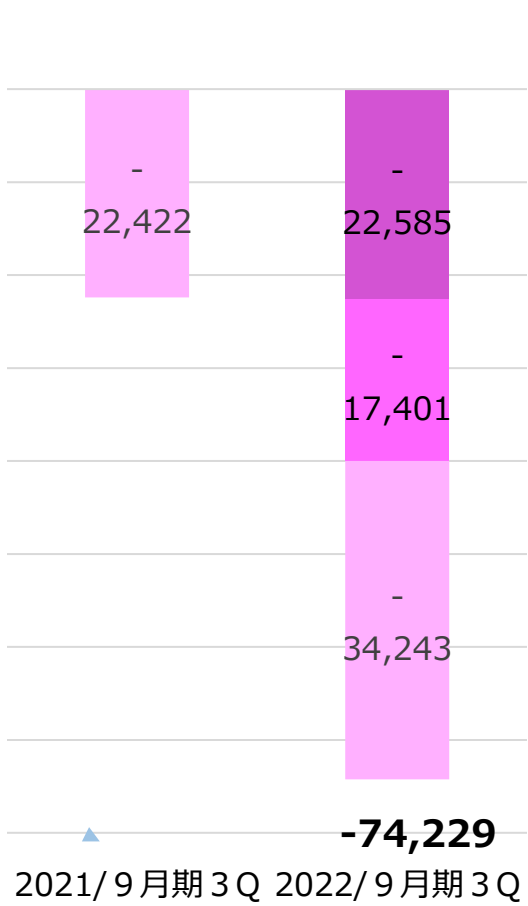
## アロマ事業

(単位：千円)

### 売上高



### セグメント利益



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

## 黒字化体質への改善強化中 収益性の低い店舗は退店済

＜店舗数＞

2021年4月（事業スタート時）：39店舗

2021年12月末：36店舗

2022年3月末：29店舗

2022年6月末：28店舗

**2022年3月に新コンセプトショップ1店舗を開店**

今後は収益の見込める立地への出店を予定

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

継続して社員教育を徹底し既存店舗の活性化を図る

## 3. セグメント別取組み状況

# 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



ANYTHING  
WHITE

美



FINE VISUAL



Cure  
Produced by Cure



Klorus Devirus



健康



BALTESTER



FAVORINA



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

癒し





## HAZUMUをDailyに！！

コミュニケーション・セールス  
事業**通販事業**

PTパーソナルトレーナーによるカウンセリングを中心に、BtoCにて化粧品・健康食品の販売

**EC事業**

自社サイト、モールでの販売強化中  
特に定期購入の強化を行い、基盤となる売上確保に注力

**卸事業**

- 国内
- 海外・・・中国での販路・売上拡大始動、他アジア圏での展開拡大中

**美**

FAVORINA

ANYTHING  
WHITE

FINE VISUAL

  
Produced by Cure

## 化粧品卸事業

**卸事業**

- 国内・・・ドラッグストア、バラエティーショップの販売
- 海外・・・東南アジアを中心としたアジア圏への展開拡大中

**EC事業**

SNSでの商品紹介より  
ECサイト、店舗売上への販路拡大

## 現在の国内市場・販売チャネル

ブランド価格帯  
高



FAVORINA



FINE VISUAL



ANYTHING  
WHITE



Cure  
Produced by Cure

ブランド価格帯  
低

既存

新規

<p>コミュニケーション・セールス事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コールセンター、DM ⇒ 商品ラインナップ・ジェンダーレス商品の展開強化</li> <li>⇒ パーソナルトレーナーによる提案</li> <li>・WEB ⇒ チャットボット導入によるクロスセル展開、リピート率向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・WEB ⇒ ブランド力の向上、SNSでの認知向上 新規LP 購入フォームチャットボット導入</li> <li>・雑誌、インフォーマーシャル掲載展開 ⇒ ブランド力の向上</li> </ul>
<p>化粧品卸事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドラッグストア等 ⇒ 店舗スタッフへの商品訴求アプローチ SNS動画の2次利用やポップ活用での購入単価の向上</li> <li>・WEB ⇒ 定期訴求、</li> <li>・ユーチューバー、インスタグラマー等SNS 施策によるブランド力・認知向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドラッグストア等 ⇒ 棚割の営業活動の強化 SNS動画の2次利用やポップ活用での購入単価の向上</li> <li>・WEB ⇒ ユーチューバー、インスタグラマー等SNS によるブランド力・認知向上</li> </ul>

## トピックス1. 海外への販路・売上拡大を加速

中国における販路拡大にて株式会社ドリームフィリアとの業務提携を公表（2022年6月13日）

販売開始は2022年9月1日から開始のため初年度の売上は、軽微であるが、2024年9月期までの3か年の売上は320百万円の計画

### 業務提携イメージ図



## トピックス1. スペシャルパウダーソープの売上拡大中！

春・夏人気商品のため、  
下期売上強化商品と  
して施策の強化



**前年対比482%の売上で進捗中**（2Q時点では411% +72%増）

大手量販店、ドラッグストアでの取り扱い加速

人気ユーチューバーによるプロモーション動画再生回数13万回超え

⇒動画モニター設置店750店舗突破！！（設置店増加中）

## トピックス2. 海外進捗について

『ナチュラルアクアジェル』について仮処分命令申立てに関する和解が成立 2022年6月28日公表

中国、香港、アメリカ合衆国において、2022年7月1日から2023年7月31日までの期間においての製造及び販売を行わないこととなったため、対象国以外のアジア圏において販路・売上拡大を進めていく。

『ホワイトクリアジェル』『スペシャルパウダーソープ』のライブ配信での認知拡大施策を行い、販路・売上拡大へ

## トピックス3.

### オーガニックヘアケアブランド「Larét（ラーレ）」新商品発売

オーガニックヘアケアブランド「Larét（ラーレ）」から  
オーガニックオイルと人気のバームから限定の香りを新発売！！



#### 「ラーレ オーガニックオイル ハーバルシトラスの香り」

7月22日よりオンラインストア、PLAZA、東急ハンズにて  
先行販売。  
8月8日より順次バラエティストアでも販売。

オーガニックヘアケアブランド「Larét（ラーレ）」は、  
有名女優やモデルを手掛けるヘアメイクアップアーティストの  
高橋有紀さんが監修する、サロン品質で多機能なオーガニック  
ヘアケアブランドです。3商品販売しておりましたが、  
今回バームの新しい香りとおイルを新発売いたしました。



#### 「ラーレオーガニックバーム スカイハーブの香り」

6月23日発売 ※数量限定発売

爽やかな香りの天然由来成分99%のオーガニックバーム  
マンダリンオレンジ果皮油やラベンダー油等天然精油100%を配合



# HAZUMUをDailyに！！

## 衛生コンサルティング事業

### バクテスター販売事業・検査事業

微生物迅速検査システム

⇒「あんしんH A C C P」アプリの利用者を増やし、継続利用から検査事業につなげ、検査事業希望者にバクテスター・試薬を販売中

### 空間除菌デバイス販売事業

DevirusAC、クロラス酸水製剤（亜塩素酸水製剤）のバンドル販売

### HACCP認証コンサルティング業務

国際標準であるH A C C Pに沿った衛生管理及び、一般財団法人食品安全マネジメント協会が規格・展開する食品の安全管理の取り組みを認証する『J F S規格』認証コンサルティング業務

**健康**



HACCP JAPAN

## トピックス1. 地方行政における飲食店検査事業を拡大中

「あんしん HACCP」アプリの利用者を増やすことにより、  
継続利用から「BACTESTER（バクテスター）」を利用する検査事業につなげる。  
検査事業希望者には、バクテスター・試薬を販売していく。

福岡県中間市、新潟県長岡市での実証に続き

有料の“HACCP導入プログラム”を東大阪市で8月1日より開始。今後も他の地方行政へのアプローチ実施中



**BACTESTER**  
微生物蛍光画像測定機 バクテスター

## トピックス2. DevirusACのクロラス酸水製剤（亜塩素酸水製剤）の売上拡大

クロラス酸水製剤の出荷数が順調に増加中

昨年、製造工場を原料メーカーの三慶株式会社本社近くに移転したことで、輸送コストの削減等により  
効率化に成功

5月よりDevirusACレンタル事業を開始。

各代理店にも展開し、クロラス酸水製剤で売上拡大を図っていく。



Klorus Devirus AC

## トピックス3. JFS規格認証コンサルタント業務の拡大

2022年1月より開始

福岡市の有名飲食店との契約締結。

セントラルキッチンのJFS規格認証コンサルタント業務を開始。

2022年5月より全国展開へ

外部の営業代行業者などとの協業によって営業活動及びコンサルタント業務を強化中。

### ■ JFS規格取得コンサルタントとは

HACCP制度化で注目の一般財団法人食品安全マネジメント協会（JFSM）が規格・展開する食品の安全管理の取組みを認証する『JFS規格』取得の認知拡大・営業活動の強化



# HAZUMUをDailyに！！

**癒し**



**アロマ事業**

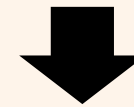
**店舗運営事業**

関東で28店舗の「アロマブルーム」の店舗運営  
(2022年6月末時点)

シーン別、お悩み別での提案

**EC事業**

自社サイト、モールでの売上強化



**実店舗とオンラインの融合**

**= OtoOマーケティングの展開**

## アロマ事業

「アロマブルーム」は、“香り”をテーマにした ライフスタイルショップです。関東 4 都県で28店（東京 7 店舗／埼玉10店舗／千葉 3 店舗／神奈川 8 店舗）を展開しています。

2022年6月末時点



### 現在の国内市場・販売チャネル

#### 既存

#### 新規

アロマ事業	店舗 ⇒接客対応の向上 ⇒商品提案力の向上 ⇒ブランド力・商品の向上 ⇒店舗集客アプリを使ったリピート率の向上  WEB ⇒悩み別・シーン別の商品提案によるクロス展開、リピート率向上	店舗 ⇒接客対応の向上 ⇒商品提案力の向上 ⇒ブランド力・商品の向上  雑誌、インフォマーシャル掲載 ⇒ブランド力の向上

## トピックス1. 収益性が低い店舗及びデベロッパーの全面改装等により 2022年1月～6月に、9店舗の閉店

コロナ禍において集客が伸び悩む中、閉店セールによって集客は回復した。

**※不採算店舗のスクラップは、事業譲受当初からの計画事項であり、  
8月末までに閉店店舗の選定は完了予定  
コンセプトの見直しとブランディングの強化を図り、新店舗の出店も計画中**

## トピックス2. 顧客管理のDX化

全店舗に顧客管理アプリを導入完了し、今後は会員分析を行ったうえで  
会員属性の合わせたクーポン施策等でリピート率、売上単価アップを強化

## トピックス3. ブランド再構築施策

### ショップコンセプト



パーソナルアドバイザーがあなたに、  
癒しと安心をお届けします。

私たちは、お客様がほっと寛げるお店でありたいと考えます。  
毎日、立ち寄っていただき60種類以上あるアロマエッセンシャル  
オイルの香りを楽しんで下さい。  
昨日とは違う好みや、組み合わせを見つけていただき、  
アロマを使った**お悩みの解決**をお手伝いいたします。

シーン別・お悩み別に応じた商品展開、  
提案型ショップへ



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



## 新商品の開発、リニューアルを続々と発売



『マッサージハンドクリーム』 4月26日発売

高保湿ながらベタつかない  
バラの精油配合のハンドクリーム



ボタニカルガードシリーズ3種  
6月4日発売、  
for HOUSEは6月15日発売

「コパイバ」の精油を配合したアウトドア  
向けの商品

フローラルの香りが特徴  
植物由来の成分で、お子様にも安心

右から  
室内用ミスト『ボタニカルガード for HOUSE』  
ボディ用ミスト『ボタニカルガード for BODY』  
エッセンスオイル『ボタニカルガード ブレンドオイル』

天然の砂糖と精油を使用したボディスクラブ2種 6月14日発売

砂糖の粒の大きさが異なるため、使用部位や求める肌質によって  
使い分け



『ボディスクラブ モイスト』

「ラベンダー」と「オレンジ」の精油配合

しっとりタイプ

粒子がなめらかで細かい砂糖を使用

➡角質の薄い腕や足、デコルテなどの集中ケアに



『ボディスクラブ フレッシュ』

「ペパーミント」と「グレープフルーツ」の精油配合

さっぱりタイプ

粒子が大きく粗い砂糖を使用

➡肘や膝などの角質が厚い部分へ

## 4. 参考資料

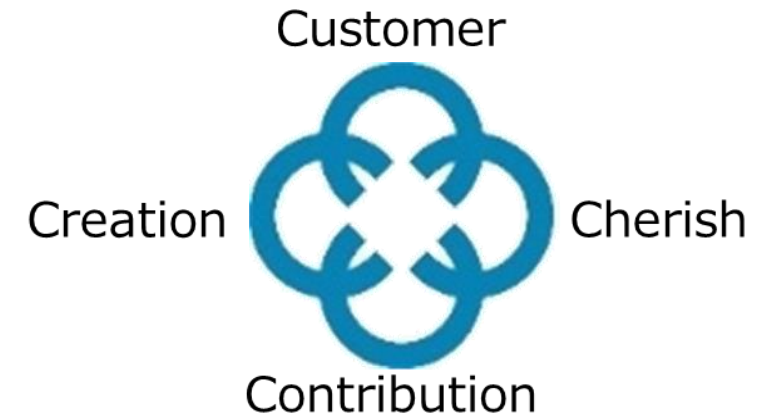
「株式会社フォーシーズHD」は、2022年1月1日より  
(2022年度9月期 2Q) 事業持株会社として新たに  
スタートいたしました。

※セグメント事業の変更はございません

## 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( $\infty$ )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 Development (環境、人と調和して発展していく会社)  
HAZUMUをDailyに (はずむライフスタイルのある毎日)

# はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする。 を経営理念とします。

持続的な成長に向けたグループ事業領域として、  
はずむライフスタイルに通ずる「美」「健康」「癒し」の事業展開を行っております。

今後も、さらなる企業価値向上を目指し、各事業のシナジー効果を図り、  
HAZUMU（はずむ）心、笑顔、会話の毎日に繋がる事業を展開してまいります。

