



株式会社フォーシーズHD

2022年9月期（第2四半期）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へ
フェヴリナECの販売促進費を効率の良い媒体へ絞ることで計画的に削減
売上 < 営業利益の重視で、計画的な黒字化展開へ成功
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、予定していた不採算店舗のスクラップが集中し売上高は1Qより減少
2022年4月以降、新コンセプトのもと新店展開の開始
4. 通期業績予想を修正

- 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.通期業績予想の修正**
- 5.参考資料**

1. 決算概要

(単位：千円)

売上高	1,233,579	前年同期比 25.9%
営業損失	△90,649	—
経常損失	△88,148	—
親会社株主に帰属 する四半期純損失	△78,596	—

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)

	2022年9月期 2Q実績 (2021年10月～2022 年3月)	2021年9月期 2Q実績 (2020年10月～2022 年3月)	前年同期比 YoY	2022年9月期 第2四半期計画 (2021年10月～2022 年3月)	2022年9月期 第2四半期計画 (2021年10月～2022 年3月) 達成率
売上高	1,233	980	25.9%	1,615	76.3%
営業損失	△90	△93	—	△32	—
経常損失	△88	△95	—	△32	—
親会社株主に帰属す る当期純損失	△78	△88	—	△32	—

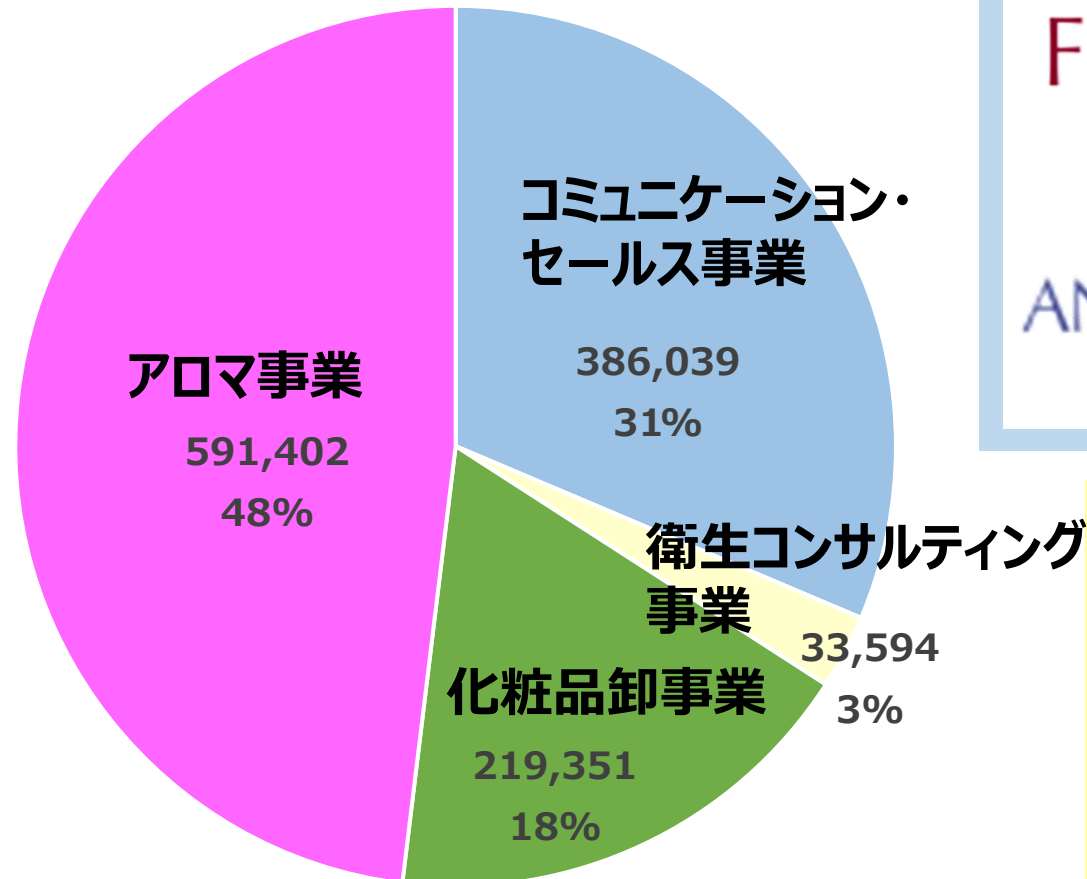
2.セグメント別決算概要

当社グループの事業構成図

アロマ事業



2022年度9月期
2Q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

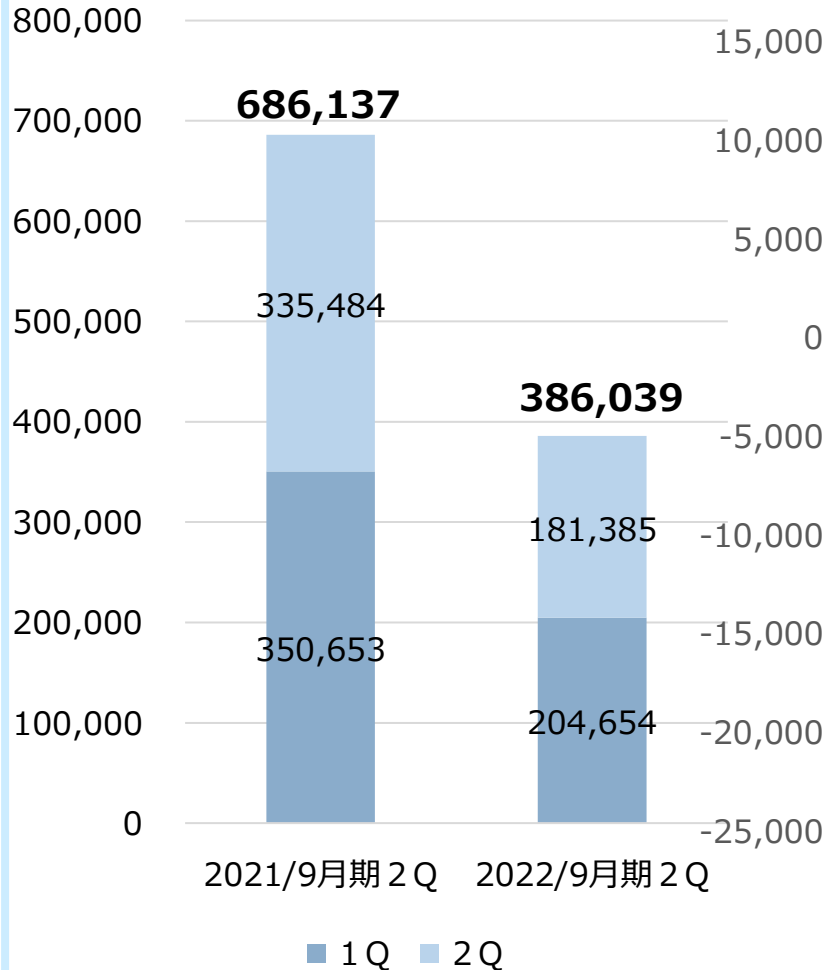


セグメント別 2Q決算概要

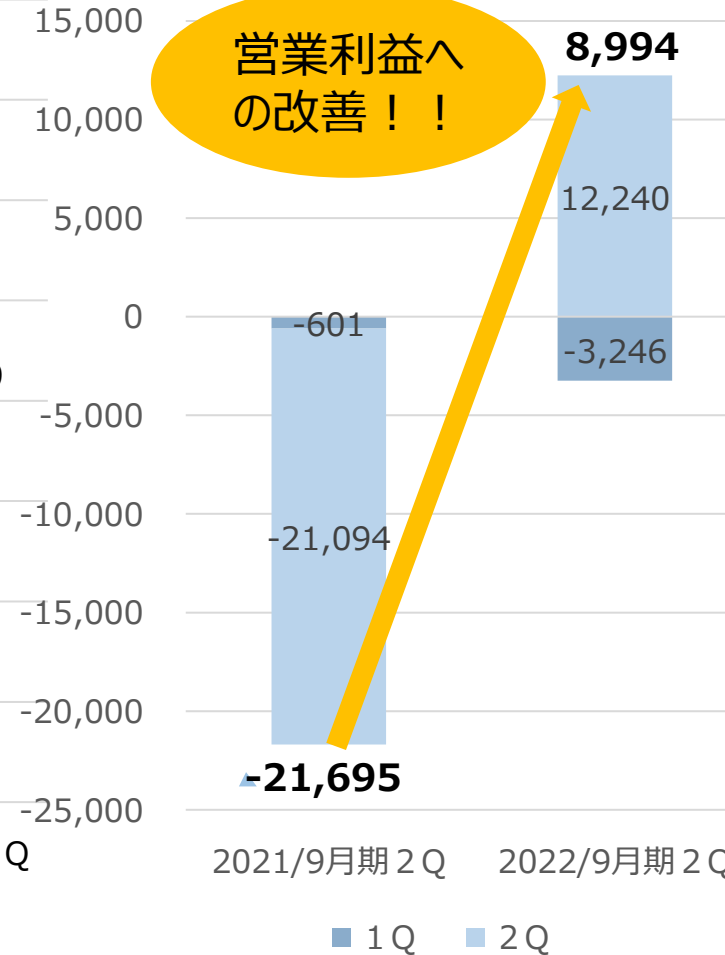
コミュニケーション・セールス事業

(単位：千円)

売上高



セグメント利益または損失



売上高は昨年度より減少したが、 セグメント利益へ転換

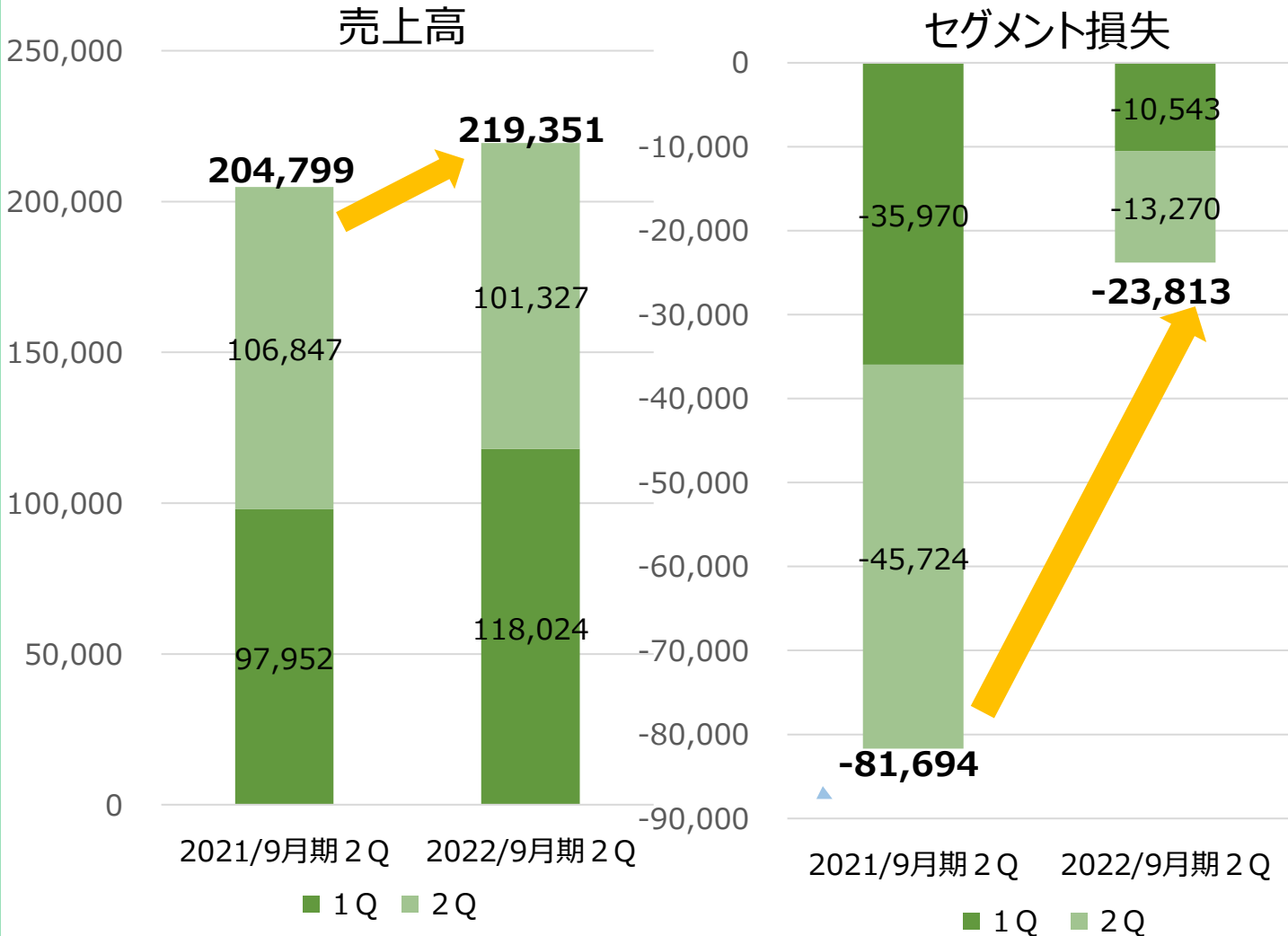
黒字化体質に移行するため、広告宣伝費やコスト削減*を行った結果によるもの

*原価交渉や見直し、合併に伴う人員の配置等による人件費の削減による効果による

下期は効率的なTVインフォーマーシャル、ECによる新規顧客獲得を注力し、売上・営業利益拡大につなげていく

セグメント別 2Q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

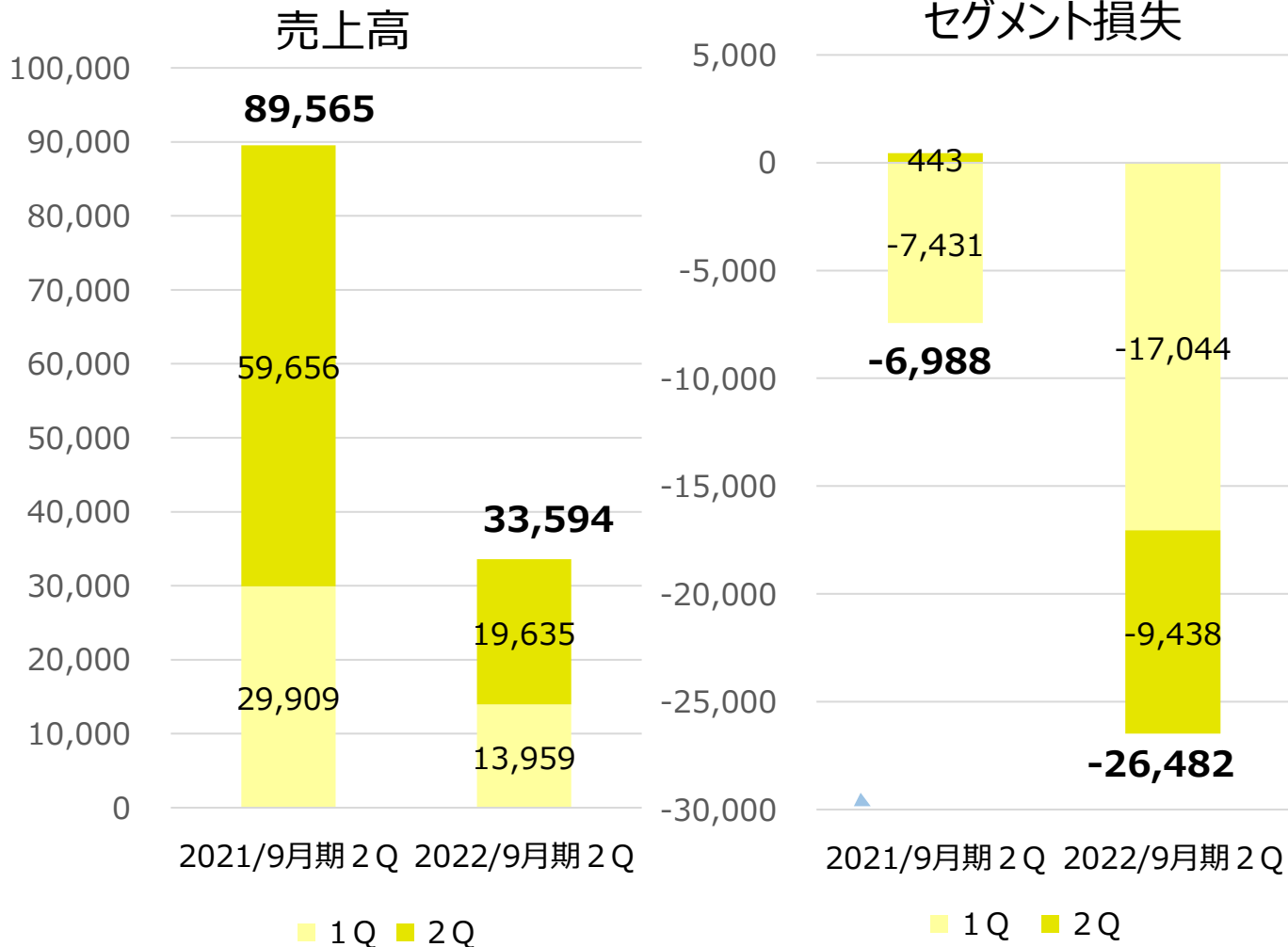
SNS展開による商品売上が好調
酵素配合の『スペシャルパウダーソープ』
『エクストラオイルクレンジング』の売上が拡大中！！

ピーリング商材のみならず、酵素配合の
商品シリーズで、下期の売上拡大の施策を
強化していく

セグメント別 2Q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、計画どおりの進捗

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。

自治体連携の事業を推進するにあたって、新年度に向けての準備として営業活動を強化したため、前年対比は下回る結果となった。

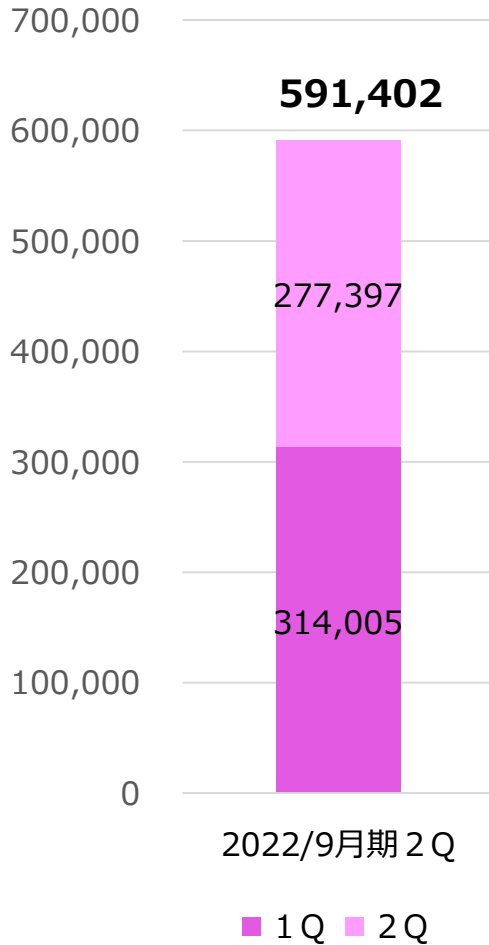
*HACCPとは、Hazard Analysis and Critical Control Pointの略称で、食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去または低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法です。（出典：厚生労働省）

セグメント別 2Q決算概要

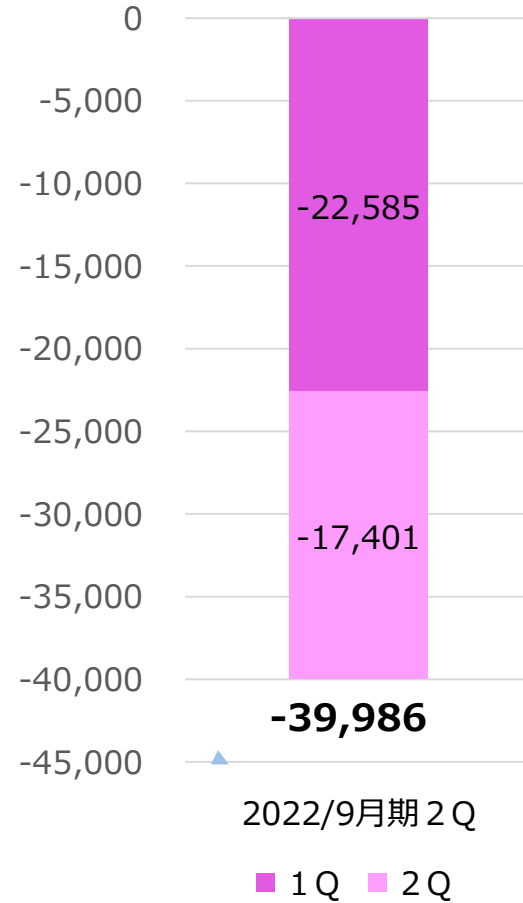
アロマ事業

(単位：千円)

売上高



セグメント損失



ブランド再構築、 店舗立て直しによる体質改善中

売上の減少は、2Q期間に8店舗の閉店によるもの

<店舗数>

2021年12月末：36店舗

2022年3月末：29店舗

2022年3月に新コンセプトショップ1店舗を開店

引き続き、黒字化体質への改善を目指し

社員教育を徹底し既存店舗の活性化を図る

新商品開発も継続的に行い、PBブランドの商品展開も拡充していく

3. セグメント別取組み状況

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、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、店舗売上への導線構築

現在の国内市場・販売チャネル

ブランド価格帯
高



ブランド価格帯
低

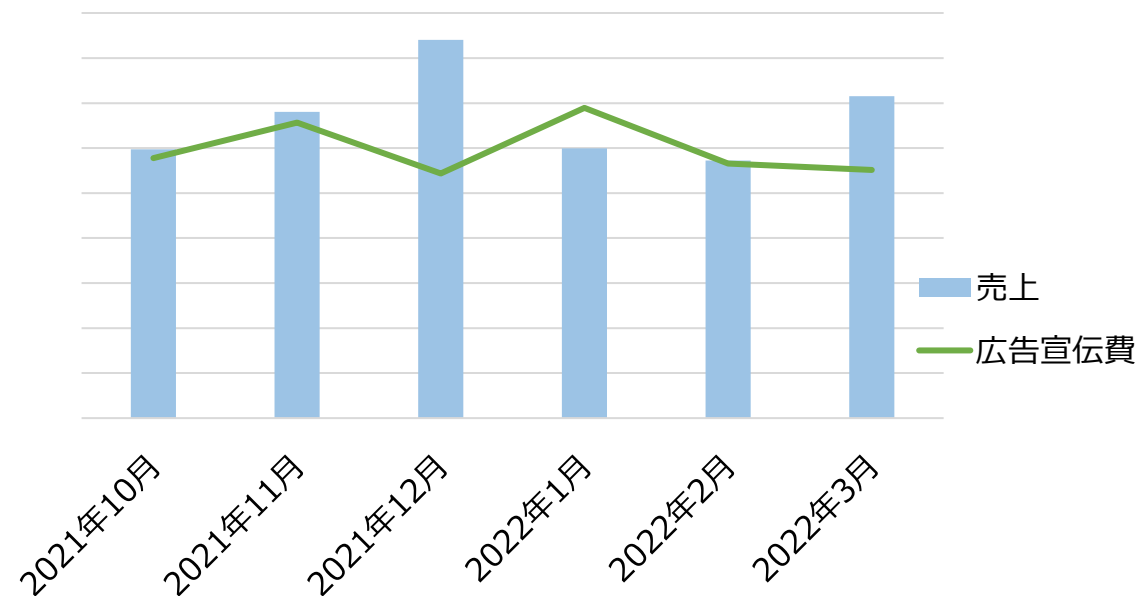
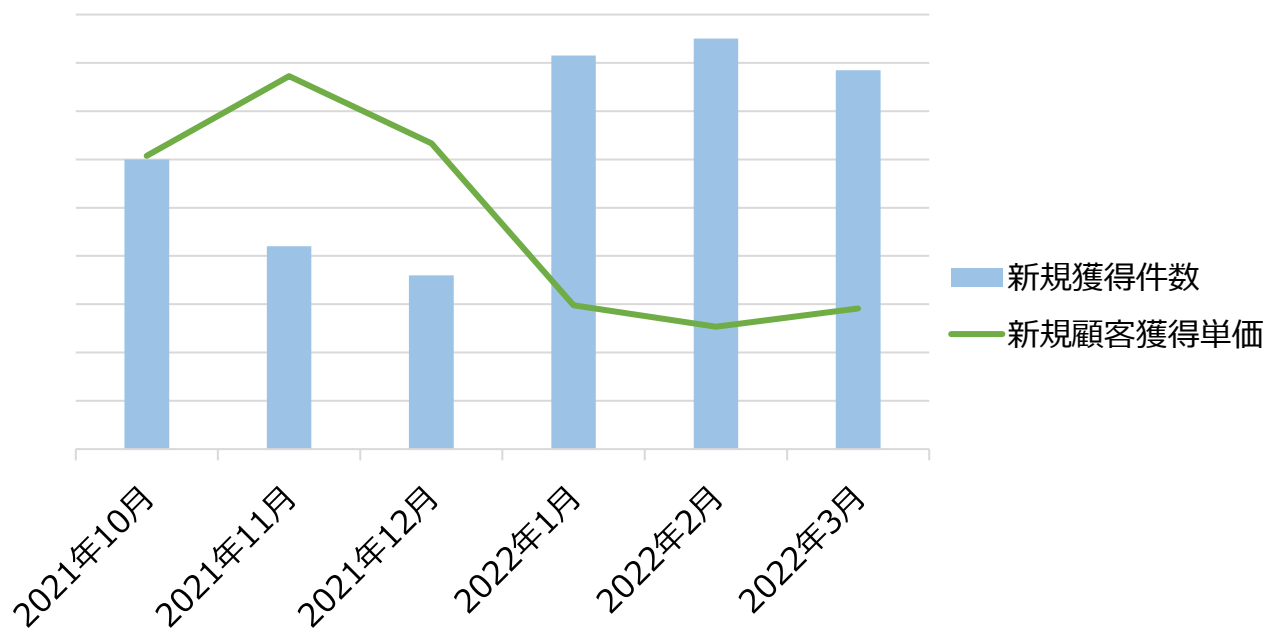
既存

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"> ・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 ⇒ パーソナルトレーナーによる提案 ・WEB ⇒ チャットボット導入によるクロス展開、リピート率向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・雑誌、インフォマーシャル掲載展開 ⇒ ブランド力の向上
<p>化粧品卸事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・WEB ⇒ 定期訴求、 ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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

トピックス1. WEB新規獲得におけるCPAの改善

CPAの改善を行いつつ、新規獲得件数を伸ばしてきた。
目先の売上に走った 過剰投資はせず、最適な広告投資バランスを維持



2022年3月 オンラインショップでのチャットボットの導入
2022年4月 「お悩み別」商品提案を実施し、購入への導線づくり



トピックス2. SDGsの観点からの商品開発

- ・再生可能な化粧品容器
- ・副産物の使用
- ・フェアトレード・生産地のサポート
- ・環境への配慮

2022年9月期発売商品



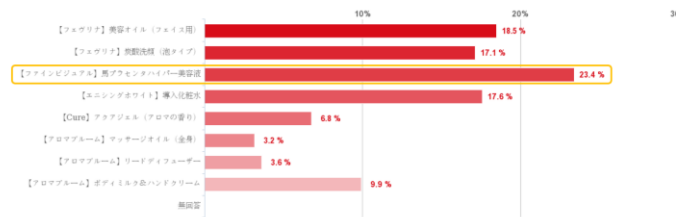
商品名『パーフェクションHP1』

19期株主様アンケート結果より商品開発した商品です。
前期より長期保有の株主様への追加優待商品として、株主様アンケートを行い商品開発しております。
今回は、期間限定にてオンラインショップ、電話（コールセンター）で購入できるようにいたしました。

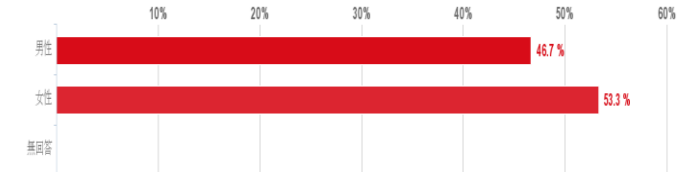
株主優待長期保有発送のお知らせ

19期株主様アンケートによる商品開発「パーフェクション HP1」について

当社では、株主優待を当社株式への投資魅力を高め、中長期的に当社株式を保有いただくことを目的とした経営施策として行っております。18期株主優待より、長期保有特典として100株以上を継続4年以上保有いただいている株主様には、株主様アンケートによって選ばれた商品を開発し、贈呈しております。今回は2021年6月21日～2021年7月19日に実施いたしましたアンケートの結果(回答者739名)、「馬プラセンタハイパー美容液」改め「パーフェクション HP1」(正式名称)を商品開発いたしましたのでお知らせいたします。



当社株主様回答率
男性：女性 = 46.7%：53.3%



トピックス1. TV放送、SNSでの商品紹介により売上促進

1月のTV放送の影響や人気ユーチューバーによる商品紹介が、コロナ禍で訪店営業活動の縮小をせざるを得なかったが、導入店舗の増加、売上の促進につながった。



2月は引き続き、訪店営業活動ができない中、国内売上の予算達成！
店舗での動画モニターの2次利用によって売上効果が出ているため、
期間を延長し更なる売上促進を図っている



TV放送の影響によりホワイトクリアジェルの出荷数も拡大中

『薬用』ホワイトクリアジェルは効果・効能が認められたWの有効成分配合。

有効成分*1*2を肌へ届きやすくし、シミ・そばかすの生成を防ぐだけでなく、ニキビのできにくい肌づくりもサポートします。約90%がお水でできていて、肌への効果とやさしさの両立を考えました。

*1：ニチレイ・水溶性プラセンタエキスB

*2：グリチルリチン酸2K

トピックス2. スペシャルパウダーソープの売上拡大中！



前年対比411%の売上で進捗中

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10万回超え
⇒動画モニター設置店700店舗突破！！

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

トピックス3. 海外進捗について

TikTok等で海外での販売進捗中
商品展開拡大中

お肌の古い角質をやさしく取り除き、
ニキビを防いで、透き通る白い肌に

待望の進化系、「薬用」のホワイトクリアジェルは効果・効能が認められたW
の有効成分配合。有効成分^{**}を肌へ届きやすくし、シミ・そばかすの生成を
防ぐだけでなく、ニキビのできにくい肌つくりもサポートします。約90%が
お水でできていて、肌への効果とやさしさの両立を考えました。

^{**}：ニチレイ・水溶性プラセンタエキスB

^{**}：グリチルリチン酸2K



HAZUMUをDailyに！！

健康



HACCP JAPAN

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HACCP」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

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

福岡県中間市の実証に続き、新潟県長岡市で導入決定後実施中。「あんしんHACCP」の利用者数増加、継続利用から検査事業へつなげ、バクテスター・試薬の販売。今後も他の市町村へ拡大予定。



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）の売上拡大中

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



トピックス3. JFS規格認証コンサルタント業務の本格化

2022年1月より開始

福岡市の有名飲食店との契約締結をし、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

■ 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

⇒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の強化を実施
5月より全国展開へ！！

HAZUMUをDailyに！！

癒し



Aroma Bloom
THE STORE OF RELAXATION GOODS & GIFTS



AROMA BLOOM
THE STORE OF RELAXATION GOODS & GIFTS

アロマ事業

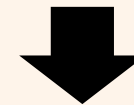
店舗運営事業

関東で29店舗の「アロマブルーム」の店舗運営
(2022年3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 29 店（東京 8 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。



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 ⇒チャットボット導入によるクロス展開、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～3月に、8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。
今後は閉店店舗における売上施策を強化し、顧客アプリでの会員獲得をきっかけに
リピーターにつなげる施策を強化。

**※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、
コンセプトの見直しとブランディングの強化を図り、新店舗の出店を行っていく**

トピックス2. 店舗のオペレーション分析結果からの改善施策が良好なため全店舗への 接客対応・売上向上のアプローチマニュアルの徹底

効率的な接客改善、売上向上施策の改善！！リピーター、ファンづくりの強化

トピックス3. 新コンセプトショップ1号店オープン

カウンセリングを中心としたお悩み解決型ショップ展開
あなたのための癒しを提案型ショップの運営

「小田急新百合ヶ丘エルミロード店」
2022年3月10日 オープン



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61種類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。

NEW ロゴ



AROMA BLOOM
THE STORE OF RELAXATION GOODS & GIFTS

店内を5つのお悩み カテゴリーに分け、テーマごとに商品を陳列

自分を守るために

①Barrier (バリア)

コロナ禍の新ストレス時代には、ストレス対策と免疫能力upは、必須。過剰なストレスは自律神経の乱れを引き起こし、免疫系に影響をもたらすことも

自分らしく、はつらつと

②Balance (バランス)

女性ホルモンは女性の健康を守る大切な役割を担っています。女性ホルモンのバランスの変化は、PMSや更年期障害につながることも

いつまでも若々しく

③Aging (エイジング)

身体の内外的抗酸化力UP

心地よい眠りのために

④Relax & Sleep (リラックス&スリープ)

よい眠りには、睡眠の質が大きくかかっています。自律神経を副交感神経を優位にし、リラクゼーションできる環境に

温活におすすめ

⑤Warm (ウォーム)

『冷えは万病の元』ともいわれます。体温が低く血行が悪いと、体内に老廃物がたまったり、免疫力が下がり不調を引き起こすことも

ワークショップの開催

5つのお悩み別にセレクトした精油とドライハーブを使ったバスソルト作りのワークショップを小田急新百合ヶ丘エルミロード店で開催いたしました。



4. 通期業績予想の修正

通期業績予想の修正について

	2022年月9期 通期連結業績予想 (前回発表)	2022年9月期 通期連結業績予想 (今回修正)	増減額	増減率
売上高 (単位：百万円)	3,270	2,888	△382	△11.7%
営業利益 (単位：百万円)	67	9	△58	△86.6%
経常利益 (単位：百万円)	64	9	△55	△85.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (単位：百万円)	60	19	△41	△68.3%
1株当たり当期純利益 (単位：円)	8.53	2.64	△5.89	△69.1%

5. 参考資料

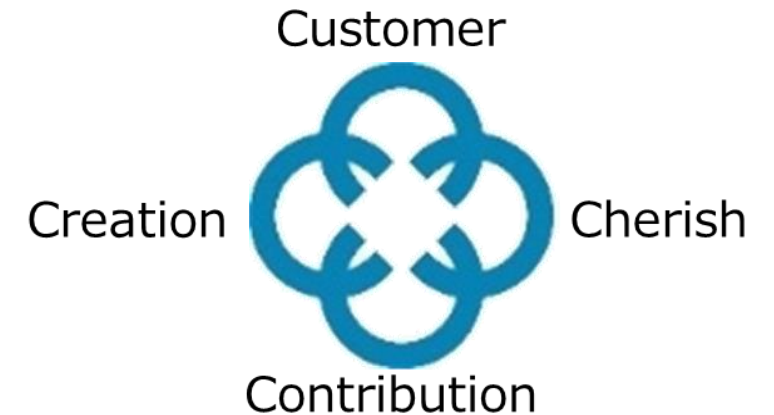
「株式会社フォーシーズHD」は、2022年1月1日より
(2022年度9月期 2Q) 事業持株会社として新たに
スタートいたしました。

※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(∞)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。

