

# 2024年9月期 第2四半期決算説明資料



株式会社フォーシーズHD

証券コード：3726  
スタンダード市場



1. 事業概要
2. 2024年9月期第2四半期決算概要
3. 各事業の取組みと進捗について
4. 今後の成長戦略について

# 1. 事業概要

2. 2024年9月期第2四半期決算概要

3. 各事業の取組みと進捗について

4. 今後の成長戦略について

# 1. 事業概要

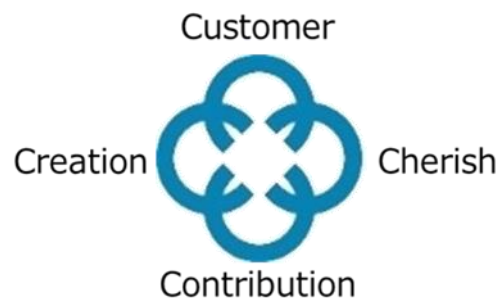
はずむライフスタイルを  
提供し、人々を幸せにする



# 1. 事業概要



**当社グループは、お客様（Customer）を創造（Creation）し、大切（Cherish）にし、社会貢献（Contribution）します。**



会社名	株式会社フォーシーズHD
設立	2003年12月5日
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・通販事業</li><li>・卸売事業</li><li>・リテール事業</li><li>・衛生コンサルティング事業</li></ul>
所在地	本社：福岡市中央区薬院1-1-1 東京支社：東京都千代田区飯田橋3-11-13
代表者	代表取締役社長 寺田 智美
資本金	11億2,282万円(2023年9月30日時点)
決算期	9月30日
株式市場	東京証券取引所 スタンダード市場 (証券コード：3726)
従業員数	176名(連結) (2023年9月30日時点/パート・アルバイト含む)

# 1. 事業概要



フォーシーズHD

## 株式会社フォーシーズHD

### 株式会社 i i y

化粧品・健康食品等の  
電話オペレーターによる販売

化粧品・健康食品、フェムケア関連  
商品、アロマ関連商品のEC販売



## 株式会社HACCPジャパン

食品衛生コンサルティング、  
検査事業、  
空間除菌デバイスDevirus AC事業、  
衛生関連製品販売



## 株式会社フォーシーズHD

化粧品・健康食品等の  
国内卸と海外卸



## 株式会社フォーシーズHD

アロマ関連商品等の  
店舗販売



# 1. 事業概要



フォーシーズHD

はずむライフスタイルに必要な  
「美」「健康」「生活における癒し」を事業の柱として展開

美

FINE VISUAL



ANYTHING  
WHITE



FAVORINA



Cure



Larét



Charm  
MAKEBODY



健康



癒し

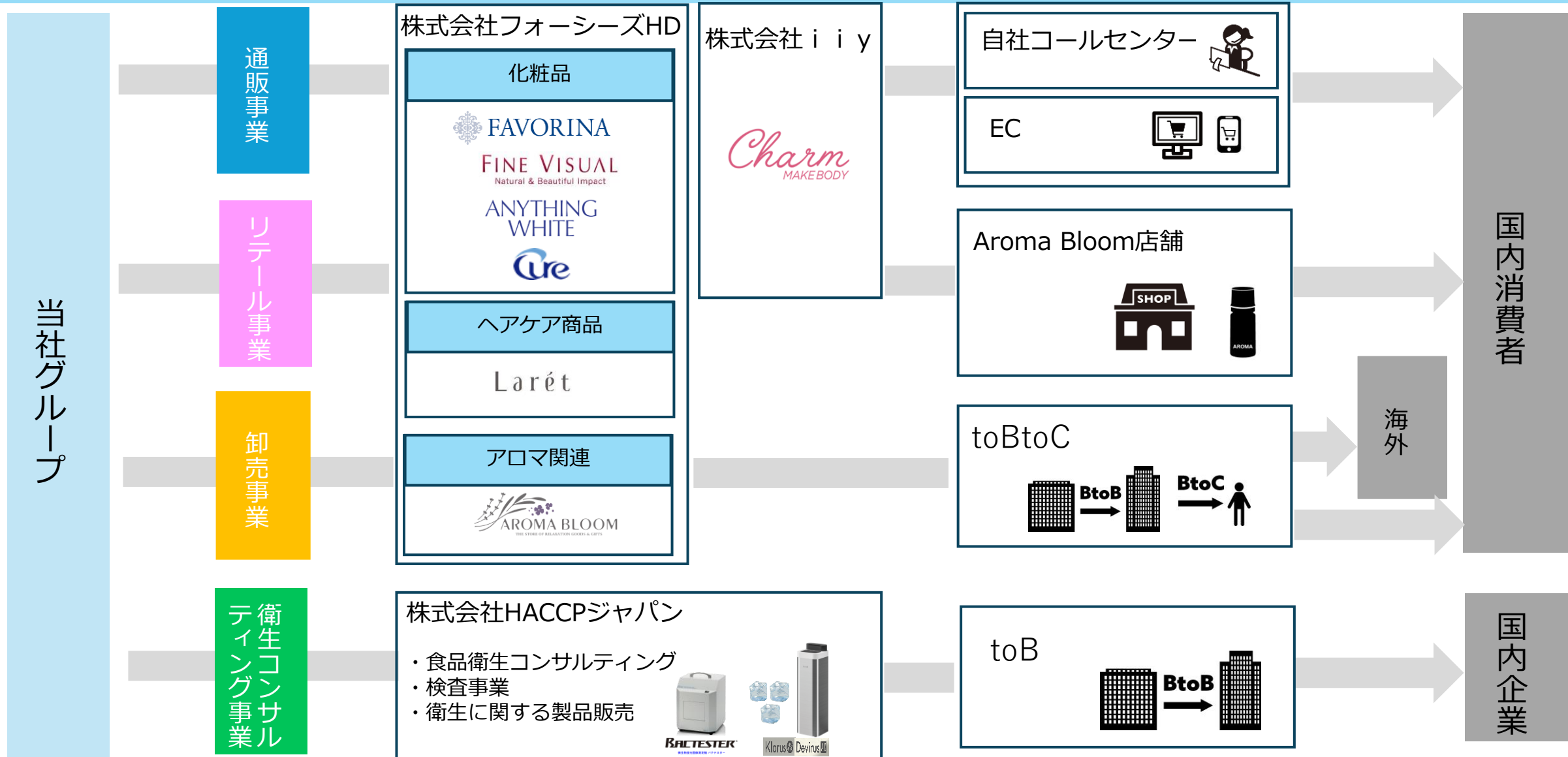
AROMA BLOOM  
THE STORE OF RELAXATION GOODS & GIFTS



# 1. 事業概要



フォーシーズHD





# 1. 事業概要

## フォーシーズHDのSDGs経営



フォーシーズHD

12 つくる責任  
つかう責任



### 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

「カウシェ」「Otameshi」にて、消費期限間近の商品を販売開始

14 海の豊かさを  
守ろう



15 陸の豊かさも  
守ろう



### 環境配慮型容器を使用

### アップサイクル原料を使用

・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)

- ・FSC認証の化粧箱を採用 (エニシングホワイト)
- ・FSC認証の商品発送箱を採用
- ・容器にグリーンボトルを採用 (エニシングホワイト)
- ・Aroma Bloomショッピングバックにエシカルな紙袋を  
採用 公益財団法人オイスカの地球環境保全活動を支援しています。  
紙袋の代金の一部は、オイスカの地球環境保全活動の支援にあてられます。

13 気候変動に  
具体的な対策を



### 二酸化炭素排出量の低減！！

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、再配達0運動

3 すべての人に  
健康と福祉を



### HACCPの普及

株式会社HACCPジャパンの事業による衛生  
管理の浸透

※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  
に義務付けられました。  
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。

5 ジェンダー平等を  
実現しよう



女性管理職比率 **77.8%**

産後パパ育休取得率 **100%** (2023年9月期実績)

8 働きがいも  
経済成長も



10 人や国の不平等  
をなくそう



### 外国籍従業員の採用

昨年度よりグローバル人材の採用を  
スタート。

2024年1月時点で2名の採用実績

### フレキシブルな働き方の提供

時間有給の取得 育児短時間勤務制度

障害者雇用 定年退職者再雇用

1. 事業概要
2. 2024年9月期第2四半期決算概要
3. 各事業の取組みと進捗について
4. 今後の成長戦略について

# ハイライト

- ①通販事業と卸売事業は対前年同四半期で売上拡大へ！
- ②リテール事業は店舗減に伴い売上減だが、顧客囲い込み施策を強化
- ③衛生コンサルティング事業は、事業の取捨選択で売上利益を追求

(単位：千円)

売上高	営業損失 (▲)	親会社株主に帰属する 四半期純損失 (▲)
1,113,116	▲67,047	▲74,592

## 2. 2024年9月期第2四半期決算概要



フォーシーズHD

2024年9月期第2四半期決算（連結）

（単位：千円）

	2023年9月期 2Q	2024年9月期 2Q	前年対比	
			増減額	増減率
売上高	1,028,702	1,113,116	+84,413	+8.2%
営業損失（▲）	▲104,579	▲67,047	+37,531	—
経常損失（▲）	▲104,209	▲68,268	+35,941	—
親会社株主に帰属 する四半期純損失 （▲）	▲103,338	▲74,592	+28,746	—

## 2. 2024年9月期第2四半期決算概要

2024年9月期第2四半期決算（連結）



フォーシーズHD

(単位：千円)

### 損益計算書

	【連結】 2023年9月期2Q	【連結】 2024年9月期2Q	対前年対比増減
売上高	1,028,702	1,113,116	+84,413
売上総利益	701,177	725,429	+24,251
販売費及び一般管理費	805,757	792,477	▲13,280
営業損失（▲）	▲104,579	▲67,047	+37,531
経常損失（▲）	▲104,209	▲68,268	+35,941
親会社株主に帰属する 四半期純損失（▲）	▲103,338	▲74,592	+28,746

## 2. 2024年9月期第2四半期決算概要

2024年9月期第2四半期決算（連結）



フォーシーズHD

（単位：千円）

### 貸借対照表

	【連結】 2023年9月期	【連結】 2024年9月期 2Q	対前年対比増減
<b>流動資産</b>	<b>1,242,472</b>	<b>1,100,643</b>	<b>▲141,828</b>
現金及び預金	539,510	449,784	▲89,725
固定資産	400,914	369,367	▲31,547
有形固定資産	540	436	▲104
無形固定資産	316,671	291,534	▲25,137
投資その他の資産	83,702	77,396	▲6,305
<b>資産合計</b>	<b>1,643,387</b>	<b>1,470,011</b>	<b>▲173,376</b>



## 2. 2024年9月期第2四半期決算概要

2024年9月期第2四半期決算（連結）



（単位：千円）

### 貸借対照表

	【連結】 2023年9月期	【連結】 2024年9月期 2Q	対前年対比増減
<b>負債合計</b>	<b>1,125,220</b>	<b>1,026,320</b>	<b>▲98,899</b>
流動負債	685,916	657,918	▲27,998
固定負債	439,303	368,402	▲70,901
<b>純資産合計</b>	<b>518,166</b>	<b>443,690</b>	<b>▲74,476</b>
株主資本	515,410	441,018	▲74,392
新株予約権	2,755	2,672	▲83
<b>負債純資産合計</b>	<b>1,643,387</b>	<b>1,470,011</b>	<b>▲173,376</b>

## 2. 2024年9月期第2四半期決算概要

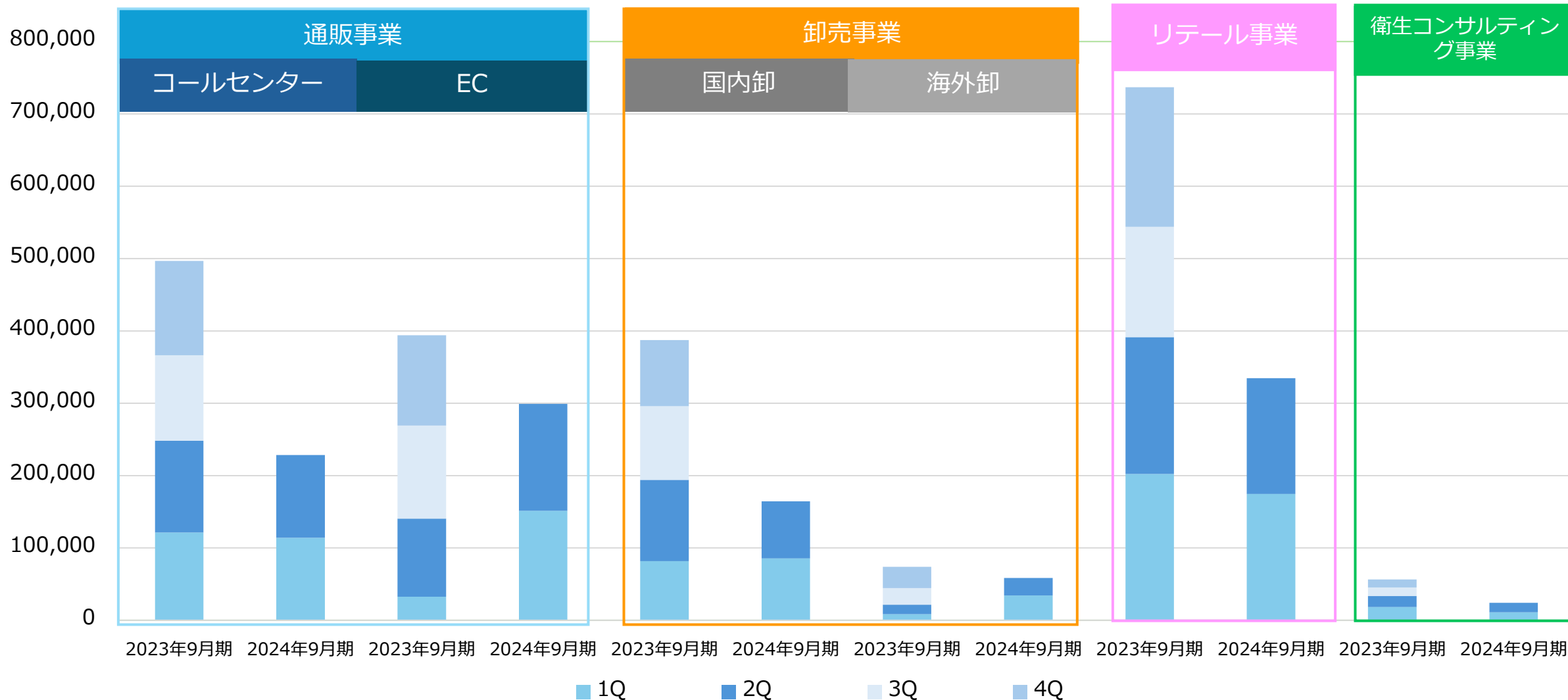


フォーシーズHD

2024年9月期第2四半期決算（セグメント別売上高）

（単位：千円）

### ■セグメント別売上高前年対比



## 2. 2024年9月期第2四半期決算概要



フォーシーズHD

2024年9月期第2四半期決算（セグメント別売上高）

（単位：千円）

	2023年9月期2Q		2024年9月期2Q		対前年増減
	実績	構成比	実績	構成比	
通販事業	388,433	37.76%	▲ 528,004	47.43%	139,571
卸売事業	215,596	20.96%	▲ 226,139	20.32%	10,543
リテール事業	391,572	38.06%	334,923	30.09%	▲56,648
衛生コンサルティング事業	33,447	3.25%	24,224	2.18%	▲9,222
その他 ※	196	0.02%	▲ 4,347	0.39%	4,151
調整	▲543		▲4,525		▲3,981
合計	1,028,702		1,113,116		

※その他の売上高は、報告セグメントに含まれない事業セグメントであり、新規事業のテストマーケティングの売上を含んでいます





## 2. 2024年9月期第2四半期決算概要



フォーシーズHD

2024年9月期第2四半期決算（セグメント別営業利益及び損失）

（単位：千円）

	2023年9月期2Q	2024年9月期2Q	対前年増減
	実績	実績	
通販事業	107,001	89,506	▲17,495
卸売事業	70,145	 82,836	12,690
リテール事業	▲42,353	 ▲17,610	24,742
衛生コンサルティング事業	▲12,459	 ▲9,749	2,710
その他	▲9,696	▲11,353	▲1,656
調整 ※	▲217,217	 ▲200,677	16,540
合計	▲104,579	▲67,047	37,531

※調整額は全社費用等であり、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費です

1. 事業概要
2. 2024年9月期第2四半期決算概要
3. 各事業の取組みと進捗について
4. 今後の成長戦略について

# 3. 各事業の取組みと進捗について



フォーシーズHD

## <通販事業の取組み>

### 電話オペレーターによる販売とEC販売の構成



約20年の通信販売のノウハウを活かし、様々な商品をご案内。社内にコールセンターを設置し、お客様に寄り添ったコミュニケーションを行っております。自社サイトやモールでの販売も行っております。

### <電話オペレーターによる販売>

自社内のコールセンターで働く社員は電話営業歴10年以上のベテランスタッフ（平均年齢52.8歳）にて、

お客様のニーズやお悩みに寄り添い、

**徹底的なマーケティングによる商品選定やDMの企画、お客様対応まで自社で行っております。**

アロマ製品や(株) i i y の商品販売も行い、お客様から非常に高い評価をいただいております。

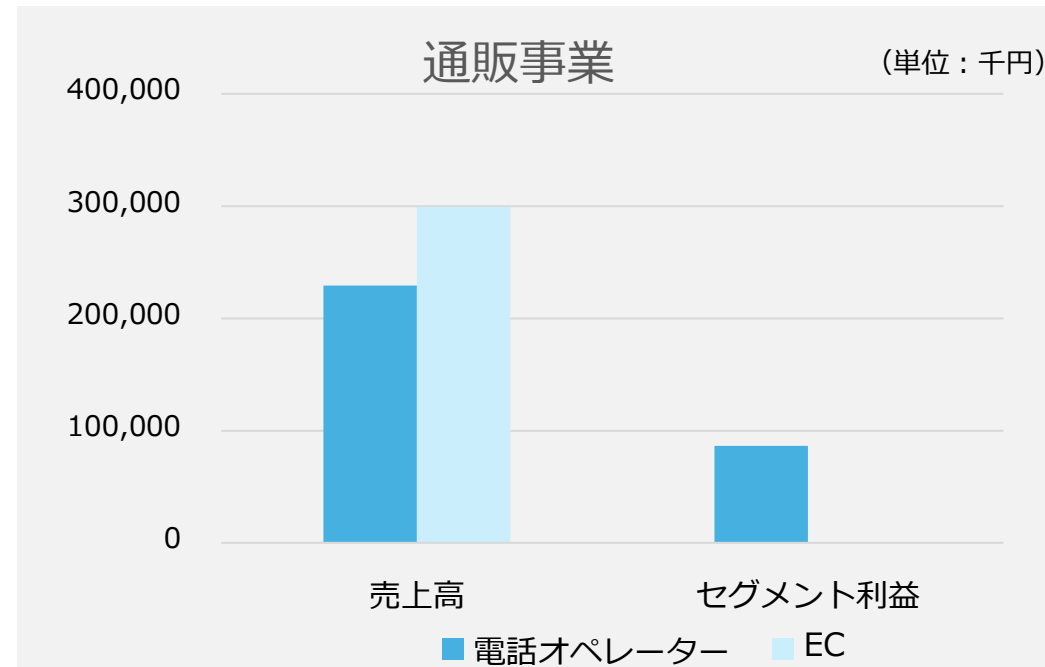
### <EC販売>

昨年よりグループに加わった(株) i i y の売上・利益が大きな割合を占めています。

(株) i i y のマーケティング手法を他ブランドにも展開しており、売上高を伸ばさせております。

**特に“Aroma Bloom”のEC販売を強化しており、売上を前年対比より大きく伸ばしております。**

利益化にはまだ大きな実績が出ていないため、SNSの活用や広告配信などを行いブランド認知向上、モール販売の強化を行って売上を促進していきます。





# 3. 各事業の取組みと進捗について

## <卸売事業の取組み>

### 国内卸と海外卸での構成



国内市場・海外市場におけるドラッグストア・バラエティショップ等の量販店舗へ化粧品・健康食品、アロマ関連商品の卸販売や店舗への出店を行っております。

#### <国内卸>

“Cure”ブランドでは、YouTubeでのプロモーション活動やインバウンド顧客の回復により、売上は伸長傾向です。

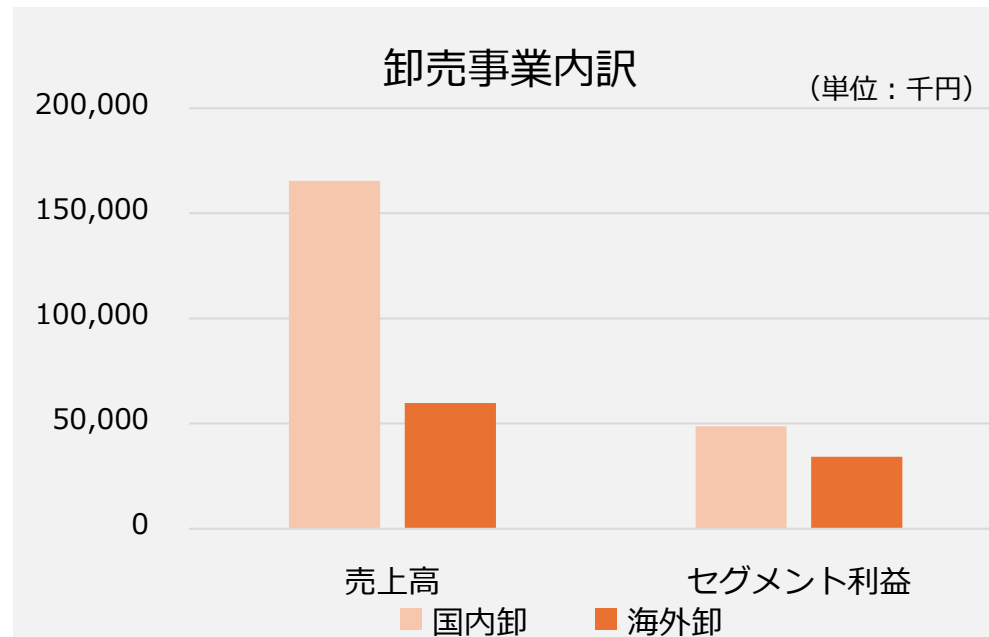
2023年9月発売の「ピュアバブルローション」2023年3月発売の「アミノネクリアウオッシュ」は、バラエティショップへの導入が着実に進んでおります。

“Favorina”“Aroma Bloom”ブランドは、販路拡大を進めており、ふるさと納税返礼品の登録、SDGs経営の一環として、消費期限間近の商品販売も継続して行っております。

#### <海外卸>

現在、東南アジアを中心に販路を拡大しており、前年同期より着実に売上を加速しております。

2022年7月～2023年7月まで中国、アメリカでの“Cure”「ナチュラルアクアジェル」の販売ができない状況でしたが、2023年8月より開始となったため、他商品と同様に同国での販売強化を行っております。

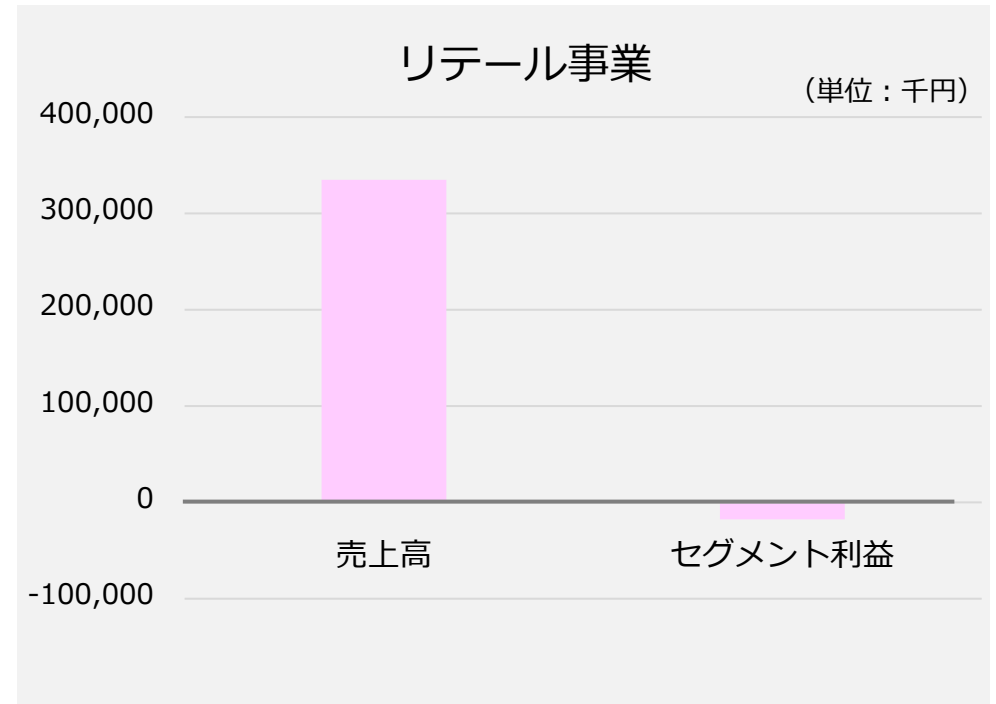


### 3. 各事業の取組みと進捗について ＜リテール事業の取組み＞

関東を中心に展開する“ Aroma Bloom ”店舗での  
売上で構成



アロマを使ったお悩み別、シーン別に合わせた提案型ライフスタイル  
ショップ「アロマブルーム」直営店舗を関東地方を中心に店舗を展開し  
ております。



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ます。  
セグメント損失は前年同期比より大きく改善！

2024年2月に発売したボディケアカンパニーのファイテン株式会社との共同企画商品  
「アロマブルーム メタックスアロマティックローション」は、  
予測を上回る販売数で、完売となっており次回6月入荷予定となっております。

会員化施策として昨年度より導入している**アプリ会員が7万人を突破！**  
**LINEアカウントの登録者数も1年間で約3倍の6万人を超え、リピート率、単価の向上につながっております。**  
その結果、原価率と客単価につきましては、前年同四半期に対して大きく改善されました。

### 3. 各事業の取組みと進捗について

#### <衛生コンサルティング事業の取組み>



フォーシーズHD

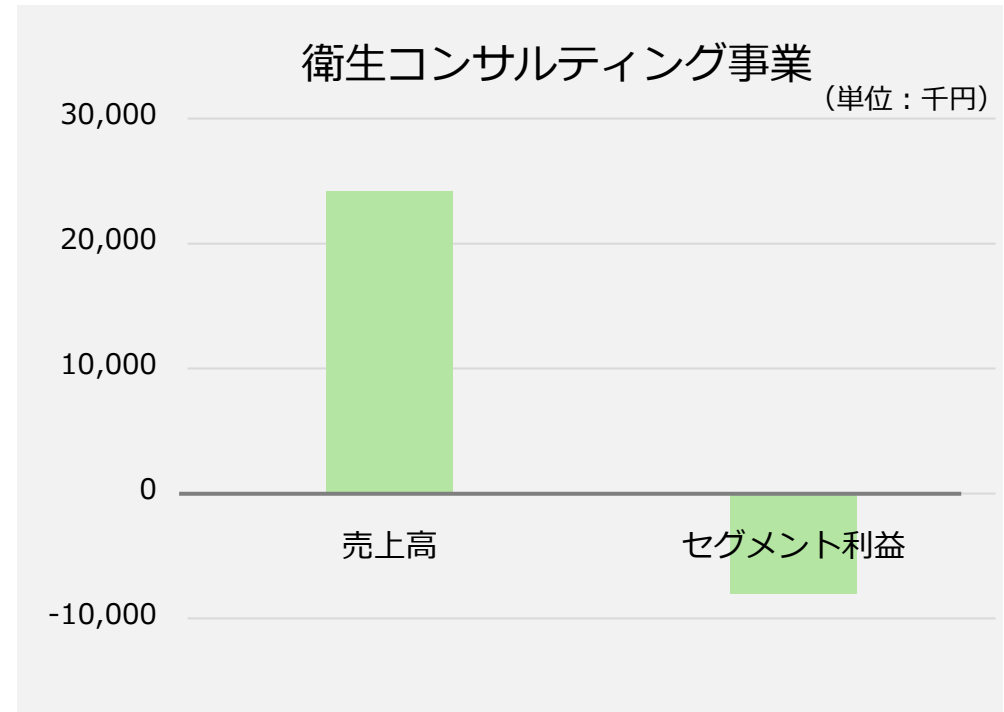
株式会社HACCPジャパンによる**コンサルティング事業**、**空間除菌デバイスDevirus AC事業**、**衛生関連製品販売事業**で構成



検査事業、食品衛生コンサルティング、衛生に関する製品の販売などを通じ、企業様にあわせた、安全な食製造・調理現場をサポート。国内、海外輸出向けのHACCP認証コンサルティング業務を拡大展開しております。

飲食店業界における“HACCP”浸透が進んでいない現状の中、業容拡大となっている顧客の工場新設案件や、増設案件などに衛生コンサルを提案しております。

空間除菌デバイスDevirus ACについては、感染症対策に悩む**畜産業界への転用施策を推進しております**。鳥インフルエンザにおいては世界的な流行傾向ですので、鶏舎内の噴霧に使用する施策で国内大手の鶏舎に導入を行い、拡販を続けております。今後の展開として、北海道庁畜産試験場での試験を経て、来年度より農業指導員が導入指導を行うことを予定しておりますので更なる拡販ができるように進めます。



1. 事業概要
2. 2024年9月期第2四半期決算概要
3. 各事業の取組みと進捗について
4. 今後の成長戦略について

## 4. 今後の成長戦略について

### CHALLENGE !

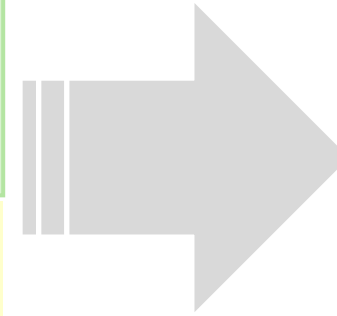
#### 新規事業

新規ビジネスモデルの模索

### 基盤強化 !

#### 既存事業

安定的な収益確保（選択と集中）



売上拡大と黒字化  
への加速

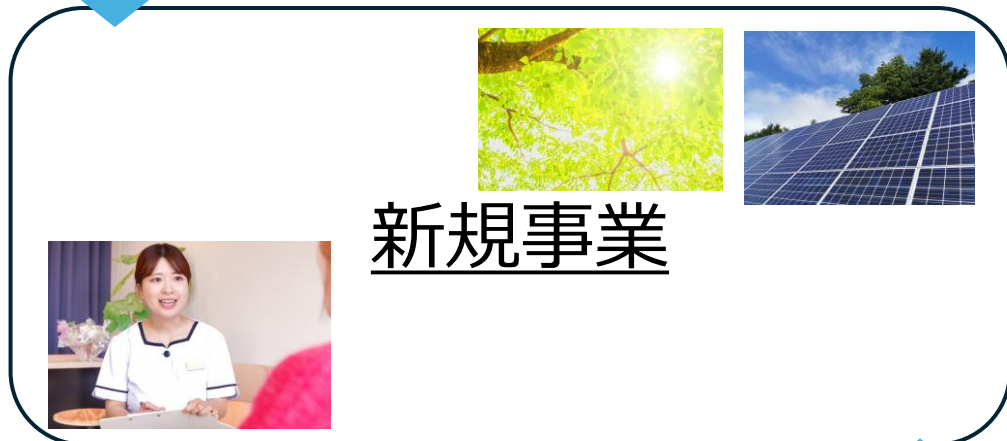
## 4. 今後の成長戦略について



フォーシーズHD

新規事業は、環境問題への取組みと既存事業とのシナジー効果のある事業の立ち上げ、M&Aの加速

環境問題



既存事業との親和性  
(エンジョイライフ分野)



既存事業は、マーケティング・PR強化による売上の底上げ

マーケティング



教育





# 4. 今後の成長戦略について



フォーシーズHD

## 新規事業の資金調達

2024年5月10日公表  
第三者割当により新株式発行

### 概要

申込期日	2024年5月27日
発行新株式数	2,000,000株
資金調達額	928,000,000円 (差引手取概算額 915,779,000円)
発行価額	464円

## 既存事業の資金調達

2024年4月12日公表  
第三者割当てによる第16回新株予約権  
(行使価額修正条項付)に関する資金用途変更の  
お知らせ



第三者割当てによる第16回新株予約権(行使価額修正条項付)に関する資金用途変更のお知らせ  
当社は、本日開催の取締役会において、2022年7月8日付「第16回新株予約権(行使価額修正条項付)の第三者割当てによる発行に関するお知らせ」にて開示いたしました新株予約権の発行及び行使により調達した資金の用途につきまして、下記のとおり一部変更することとしたため、お知らせいたします。

記  
1. 変更の理由  
本資金調達以降、既存事業の海外展開の強化は当初の計画どおり進んだ一方、エンジョイライフ分野のM&Aにつきましては、案件の情報提供や各種調査、面談・交渉等の進行は進んでいないものの計画の理れが生じております。加えて、当社グループの事業運営は、2019年9月期から営業黒字、プラスの営業キャッシュ・フローを達成することができ、3期連続の連結営業赤字及びマイナスの連結営業キャッシュ・フローを計上することとなり、継続企業の前提に関する重要な疑義を生じさせるような事象又は状況が存在しております。今後当社グループの企業価値を高めるためには、引続きM&A等による新規事業への参入は必要と考えておりますが、既存事業におけるマーケティング戦略を加速化するためのプロモーション活動、WEBプロモーションによる新規顧客の獲得、人材のさらなる強化や育成を積極的に進めることが急務であります。そのため今期の施策の見直し、対応策を遂行するために、資金用途の内容について精査した結果、以下のとおり変更いたします。  
なお、新規事業及びM&Aのための資金は必要と考えておりますので、引き続き資金調達活動は検討しております。

2. 変更の内容

【変更前】

具体的な用途	金額	支出予定時期
① 既存事業の海外展開の強化のための資金	50百万円	2022年8月～ 2022年12月
② エンジョイライフ分野のM&A等の資金	281百万円	2022年10月～ 2024年7月
合計	331百万円	—

【変更後】

具体的な用途	金額	支出予定時期
① 既存事業の海外展開の強化のための資金	50百万円	2022年8月～ 2023年10月
② エンジョイライフ分野のM&A等の資金	51百万円	2022年10月～ 2024年9月
③ マーケティング費用 ブランド向上及び拡販を目的とした広告宣伝費 用、販売促進費用	150百万円	2024年5月～ 2025年9月
④ 人材の強化また育成を目的とした教育研修費	28百万円	2024年5月～ 2025年9月
合計	279百万円	—

※2023年3月17日までに全ての新株予約権の行使が完了しております。

変更後の資金用途としては、以下を追加いたしました。  
③マーケティング費用  
当社では2023年12月より発足した新経営体制のもと、グループ経営方針として、引続き海外展開、M&Aを積極的に進めていくこと、並びに既存事業においてはグループ全体においてマーケティングの強化を行い、売上の拡大を目指していくこととしております。化粧品ブランドにおいてのブランド向上及びSNSを活用した広告宣伝、販売促進を強化し、認知拡大・売上向上につなげることができる施策を投下していく予定です。  
④人材の強化また育成を目的とした教育研修費  
環境・人と調和していく会社を目指し、事業活動及び社外活動においてSDG s経営を掲げております。持続的な成長と企業価値の向上の実現のため、社会・環境問題をはじめとする ESG (環境貢献・社会貢献・コーポレートガバナンス) の課題に対して、従業員の教育研修を検討しております。人的資本の考えにおいても、社員の教育や社内体制の仕組みを強化し、事業環境の変化に対応しながら持続的に企業価値を高めていくことを目的としております。

3. 今後の見通し  
本件変更が2024年9月期の当社連結業績に与える影響は軽微と考えておりますが、今後の業績に与える影響について開示すべき事項が生じた場合には、速やかにお知らせいたします。

## 4. 今後の成長戦略について

### 新規事業

- 再生可能エネルギー事業への参入
- エンジョイライフ分野でのM&A
- 既存事業とのシナジー効果のある事業を立ち上げ

2024年5月10日公表 第三者割当により新株式発行

概要		資金使途	金額	支出予定時期
申込期日	2024年5月27日	再生可能エネルギー事業分野への参入	387百万円	2024年6月～2026年5月
発行新株式数	2,000,000株	エンジョイライフ分野のM&A	328百万円	2024年9月～2025年9月
資金調達額	928,000,000円 (差引手取概算額 915,779,000円)			
発行価額	464円			

再生可能エネルギー事業は、太陽光発電所製造業者と最終購入者への営業活動や交渉等をサポートしていただけるパートナー企業と協力し、持続可能なエネルギーの普及や地域社会の発展に向けて共同で取り組む予定としております。

## 4. 今後の成長戦略について



### 既存事業

- マーケティング  
ブランド向上及び拡販を目的とした広告宣伝費用、販売促進費用
- 教育研修（人材の強化また育成を目的とする）

第三者割当てによる第16回新株予約権（行使価額修正条項付）に関する資金使途変更

2024年4月12日公表

変更後の資金使途	充当金額	支出予定時期
エンジョイライフ分野のM & A等の資金	51百万円	2022年10月～2024年9月
マーケティング費用 ブランド向上及び拡販を目的とした広告宣伝費用、 販売促進費用 ※	150百万円	2024年5月～2025年9月
人材の強化また育成を目的とした教育研修費 ※	28百万円	2024年5月～2025年9月

※資金使途として新たに追加した項目となります

## 4. 今後の成長戦略について

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	<b>強み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●小売りによる販売先の選択肢増加</li><li>●顧客の会員DX化</li><li>●自社コールセンター</li></ul>	<b>弱み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●子会社の合併によるブランディングの統一性</li><li>●市場ニーズに応じた商品リニューアル</li><li>●人材教育への投資</li><li>●リテール事業の不採算店</li></ul>
外部環境	<b>機会</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●SNSでのマーケット需要の拡大</li><li>●美と健康への消費者の意識は年々拡大</li><li>●香りの需要は引き続き拡大中</li><li>●衛生への意識は引き続き拡大中</li></ul>	<b>脅威</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●2024年問題での物流コストの高騰</li><li>●原材料、資源価格の高騰</li><li>●化粧品市場の競争拡大</li><li>●リテールでの家賃高騰</li><li>●食品業界の明暗</li></ul>

## 4. 今後の成長戦略について

### 新規事業

#### ① ESG分野での事業展開

再生可能エネルギー事業 →  
地球と人と調和 →  
循環型社会の実現を目指す

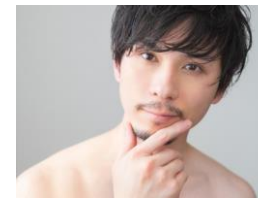


#### ② エンジョイライフ分野でのM&A

美容や脱毛、また薄毛対策、ダイエット、フェムテック関連、バストアップ等の事業やエビデンスのある商材を扱っている企業かつ当社の通販事業、卸売事業、リテール事業での展開が期待できるもの。



### 既存事業



「美」はジェンダーレス、若年層の興味関心から意識が拡大傾向となり、ターゲット層が広がっています。  
当社が得意とする、毛穴、美白、しみ、しわ等の悩み改善型の商品は、ターゲットのニーズとの親和性が高いためマーケティング、PRを強化し、販売網を拡大していく。

PR強化

認知拡大

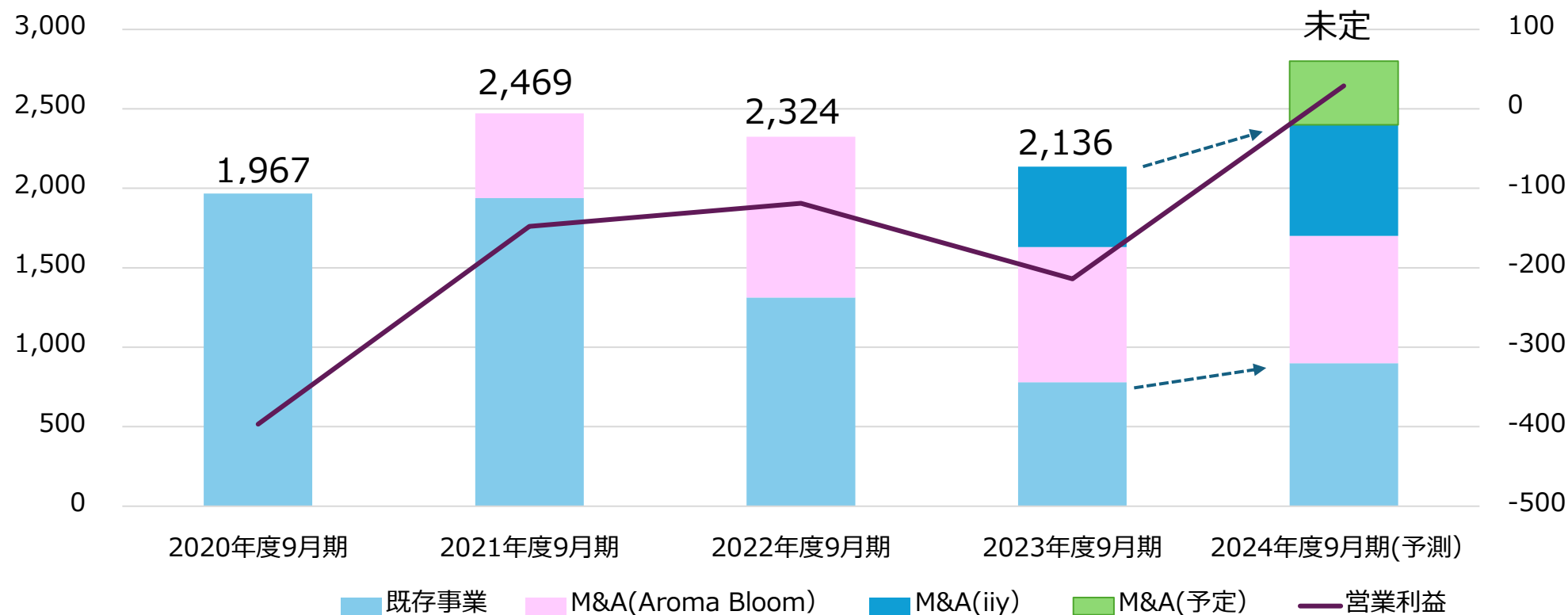
販売網拡大

売上拡大

# 4. 今後の成長戦略について

2022年2月14日公表の中期経営計画より

(単位：百万円)





はずむライフスタイルを  
提供し、人々を幸せにする

株式会社フォーシーズHD