



株式会社フォーシーズHD
東証STD[3726]

代表取締役社長
天童 淑巳氏

連続起業家が今、全力を注ぐ 「はずむライフスタイル提供業」

社長輩出企業と呼ばれたベンチャー・リンク社で数々の企業をスケールさせ、自身も多様な事業を創業し続けてきた起業家がいる。2019年に株式会社フォーシーズHD代表取締役社長に抜擢された天童淑巳社長だ。「魅力的な事業をスケールさせる手法を考えるのが、とにかく楽しい」。そう話す天童社長が今、全力を注ぐビジネスが「はずむライフスタイル提供業」だ。同社の現在と成長戦略について、お話を伺いました。

「はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする」。そんな理念を掲げ「美」「健康」「癒し」がテーマの商品ラインナップで、生活に「ドキドキ」「ワクワク」「ときめき」を届けるフォーシーズHD。今年で21期目を迎えた。同社は2016年に過去最高益を達成したが、その後は売上・利益共に悪化。そこでV字回復を目指し19年10月に代表取締役社長に抜擢されたのが、天童淑巳（てんどう・よしみ）社長だ。

天童社長は1990年代後半から2000年代初頭にかけて、フランチャイズ（FC）支援事業で一時代を築いたベンチャー・リンク社に8年従事。その際、培った知識とノウハウで魅力的な製品やサービスを発掘し、スケールさせることに長けた経営者だ。フォーシーズHDでは22年～25年度を「V字回復ステージ」と位置づけ、事業基盤の安定と拡大を図る。その後の26年～30年度を「成長加速ステージ」とし、新規事業の発展と開発に注力していく計画だ。

「高い視座と志を持つ創業経営者の方々と違い、今の私には『この課題を解決して、世の中を変えたい!』という明確なビジョンはありません。ただ、どんな商品やサービスであっても、何かを仕入れて付加価値をつけ、お金をいただく流れは同じです。だから、いつどんなときも適切な戦略と確実な戦術を用いて一生懸命に取り組めば、必ず成果が出ると信じています。私の座右の銘は『一生懸命』です。目の前にある新しいビジネスにとことん向き合い、スケールさせる手段を考えるのが、とにかく楽しいんです」（天童社長）

FC支援事業で企業のスケール化に貢献。独立後、多様な事業を創業し現在へ

幼少期の天童社長はいわゆる神童と呼ば

れるような天才肌。小学生時代は勉強をしなくてもテストで毎回100点を取れるような子どもだったという。

「中学に入ると神通力的なものはなくなり、ごく一般的な生徒でした。勉強は相変わらずしたことがなかったのですが、それでも期末テストでは1位から3位ぐらいまでを維持できていたと思います。ただ、さすがに高校生になると成績はもう全然だめでしたね。しかし高校3年のときに、雪国で不便な地元の環境に嫌気がさして、ふと東京に行きたいと思ったんです。そこで直前になって受験勉強を始めて東京の大学に進学しました。大学時代は普通にアルバイトをしていただけで、これといって破天荒なエピソードはありません」（天童社長）

その後、天童社長は就職活動で大手通信企業の内定を獲得。しかし、入社前の2月に行われた研修を機に内定を辞退したという。「10日間ほどの研修に参加したのですが、研修なのに朝4時帰りのハードワークで、これはもうついていけないなと思いました。それで内定を辞退して、3月に就職活動を再開し、4月から大手企業などのサーバー保守を担うシステム会社に入社しました。その会社で働いていたときに、なぜか社長になろうと思ったんです。社会や誰かのためにといった高尚な思いはなく、とにかくなりたいたっただけです。そこで、社長になるためには何がベストか考えたときに、経営者の方々の話を直接聞ける仕事に就きたいと思いました。コンサルトなら、それが実現するのではと思い、コンサル系の会社をいくつか受けて受かったのがベンチャー・リンクでした」（天童社長）

「社長輩出企業」と呼ばれたベンチャー・リンク社でも、天童社長はすぐに頭角を現し、トップレベルの成績を維持。その後、仕事を通して出会ったハウズドゥ（現・And Doホー



Tendo Yoshimi
1972年生まれ。秋田県出身。94年拓殖大卒業後、システム会社を経て、98年ベンチャー・リンク入社。2007年ハウズドゥ取締役、09年専務取締役。15年ハートアップ設立、代表取締役就任。16年丸三商事代表取締役社長就任。19年フォーシーズHD代表取締役社長就任、現在に至る。

ルディングス）社の安藤社長に見いだされ転職し、不動産売買仲介業をFCビジネスによりスケールさせた。その後、38歳で独立すると、介護事業、フィリピンでの不動産賃貸業、経営者向けメディアの代理店事業など、数々のビジネスを手掛けたという。

「カンボジアで農業ビジネスにも挑戦し、38歳から40歳くらいまではカンボジアと日本を行き来していました。キャッサバを栽培してタピオカを製造していたのですが、天候不順とタピオカブームの前だったこともあり、失敗に終わりました。他にもバーの経営に参入したときには店長に数百万円を持ち逃げされて、半年で店をたたむという苦い経験もしました。この時期はいろいろと失敗を重ね、金銭的にも損をしましたが、人生の中で挫折を感じたことは一度もありません」（天童社長）

その後、カンボジアでの共同経営者と帰国し、パートナーの地元である福岡県久留米市で放課後等デイサービス事業を開始。同事業は現在9期目を迎え、加盟店も併せると約30店舗にまで拡大しているという。さらに、同時期に創業した建設会社を通してフォーシーズHDのオーナーと出会い、2019年に同社の代表取締役社長に抜擢された。そして、まもなく迎えたコロナ禍を耐え凌ぎ、現在はV字回復に向けあらゆる戦略を実行中だ。

「就任してすぐにコロナ禍となり、これは正直ちょっときつかったですね。当社の製品は支出として削られやすい領域が多いため、定期購入をしてくださっていた方々の解約が相次ぎ、売上が落ち込みました。さらに、さまざまなプレーヤーがWebプロモーションに力を入れたため、販促費が上がったのも痛手でした。しかし、ようやくコロナ禍が終息し、インバウンド回りを中心に回復の兆しが見られます。ここで一気に温めていた施策を実行し、売上拡大に向け加速していきたいですね」（天童社長）

強みに依存し、商品開発とECが後手に。M&Aと越境ECで挽回を目指す

フォーシーズHDでは「化粧品」「健康食品」「アロマ関連商品」「着圧ウェア」などを7つのブランド名で展開。「炭酸ジェルパック」や「ピーリングジェル」といった複数のヒット製品を持つ。販路は自社コールセンターとECによる「通販」、国内外の量販店舗などによる「卸売」、自社店舗による「リテール」の3つ。その中でも、顧客一人ひとりの悩みに合わせて商品を提案するコールセンターの営業力が強みだ。同社のコールセンターには「パーソナルトレーナー」と呼ばれるオペレーターがおり、顧客の専属担当として美と健康をサポート。また、「アロマブルーム」と名付けられた店舗にも「パーソナルアドバイザー」が常駐し、商品を通してライフスタイルの提案を行っている。

しかし、そうした「人」を介する提案力が強みであるがゆえに、デジタル化への対応が遅れ、ECで苦戦しているのが課題だと天童社長は話す。また、ヒット製品の成功体験を捨てきれず、新商品の開発やマーケティングに尽力できなかった点も大きいという。そこで、今後の成長戦略としては、既存商品の育成と共に新商品開発に注力し、商品ラインナップを拡充していくことが一つ。かつ、ブランドごとの事業区分を販路別に改めることで各流通の特性を把握。投資効率の良い領域や海外販路の開拓に経営資源をスピーディに投入していく計画だ。

具体的な施策としては、美容関連の商品企画とECに強みを持つiiy（イー）社の完全子会社化を実行。iiy社は「良い商品をあなたに」を企業理念に、2019年に設立された企業だ。iiy社は、独自のリサーチ手法を生かした商品開発とマーケティングにより、初



アジア経営者連合会に参会した目的は、アジアに進出するうえで専門的な知見や中立的な情報を共有いただきたいと考えたからです。自社でも各国の現地企業や団体を当たってはいますが、信頼性の面で不安が残ります。実際に、だまそうとしているのかなと感じたこともありました。各国でさまざまな制約条件がある中で、会員の皆さまが実際にお取引をされていて信頼できる現地パートナーをご紹介いただけると嬉しいです。

年度で売上高1億円を達成。また、Amazonのさまざまなカテゴリでも売れ筋ランキング1位を獲得している有望企業だ。同社の知見とノウハウを生かし、ECの強化を図っていくのがM&Aの狙い。iiy社の代表取締役である大前氏には、引き続きフォーシーズHDにて、その手腕を発揮してもらおう。

また、近年の円安を追い風に、越境ECにも注力し、参入済みの中国・ベトナム・タイ・インドネシアに次ぐ新たな進出先を開拓中だ。「日本製品は今でも人気がありますが、これまではオーバースペックで価格が高い点がネックでした。今は円安により価格破壊が起きているため、アジアやアラブ系諸国から数多くのオファーをいただいています。そこで、地元のインフルエンサーやYouTuberによるPR活動を進め、当社製品のさらなる拡販と認知度向上を目指していきます。因みに、外国人旅行者は現地で情報収集のうえインバウンド消費を楽しむ傾向があります。そのため、こうしたPR活動は卸売事業の売上拡大にも有効だと考えています」（天童社長）

発想の転換で、従来の強みをフル活用。架電代行業と新概念店の始動

こうしたECへの投資に加え、従来の強みである自社コールセンターの営業力は、2022年12月に開始した架電代行業でフル

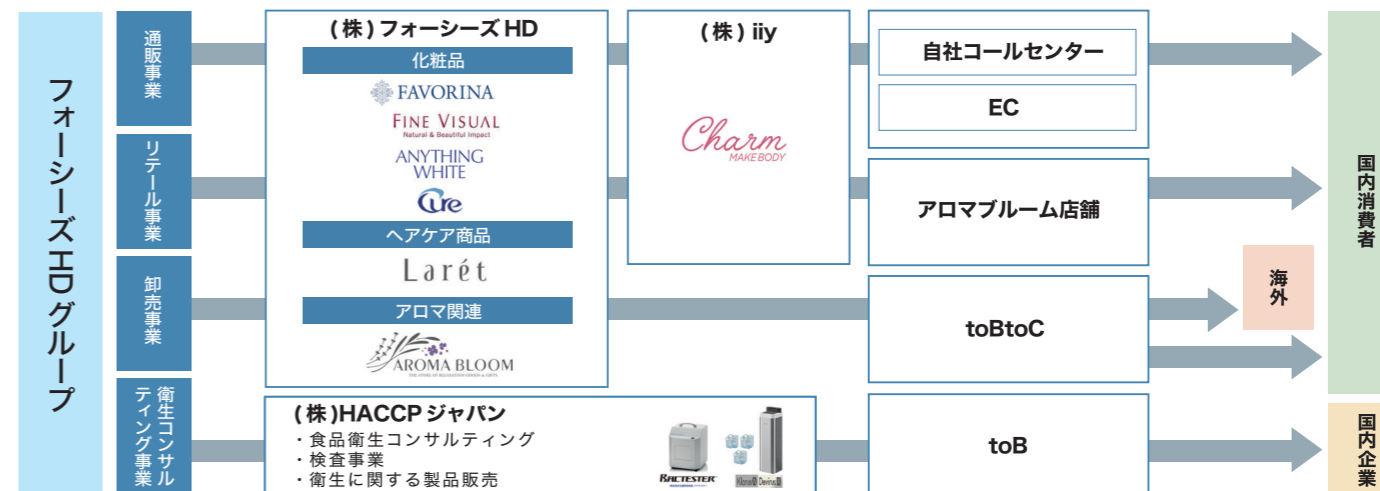
活用を図っていく。フォーシーズHDのコールセンターには10年以上のキャリアを持つ社員が多く在籍。彼らは毎日130件以上の架電を行い、月間400万円以上の売上を稼ぐ提案力があるという。長年にわたり美容と健康に特化してきた実績から、架電代行業でも同様の商材を厳選して受注。現在は、オペレーターが自信をもって紹介できる他社製の化粧品や宝石などの案件が多いという。また、パーソナルアドバイザーによる提案型ライフスタイルショップの「アロマブルーム」では、計画的閉店で運営の効率化を図っている。かつ、新規顧客とリピーターの創出を目指し、新概念を打ち出した新店舗でテストマーケティングを実施中だ。

「アロマセラピーはヨーロッパでは治療に使われるほど一般的ですが、日本ではまだそれほど浸透していません。そこで、腸活などにも商品ラインナップを広げ、当店で興味を持っていただくきっかけを作っています。例えば、テストマーケティングのためにオープンした新店舗では、5つのお悩みに合わせてコーナーを設置しているのが特徴です。『エイジング』『ウォーム』『バリア』『バランス』『リラクセス&スリープ』といったカテゴリごとにアイテムをご紹介しています」（天童社長）

さらにアロマブルームでは、近年ますます注目が高まるSDGsに配慮した新商品開発を実施。ビーガン処方の入浴剤や、農業・

フォーシーズHDのビジネスモデル

「美」「健康」「癒し」がテーマの商品を「通販」「リテール」「卸売」で販売。市場をより深く理解した戦略実行のため、ブランドごとの事業区分を改め、販売スタイル別の事業区分に23年9月期から変更。食品製造現場の衛生管理を支援する「衛生コンサルティング事業」は、特性の違いから一つの事業区分として設置されています。



Best Sellers 各ブランドの人気商品

	<p>ナノアクア 炭酸ジェルパック</p> <p>お肌の機能に着目し、みずみずしさや美しさを引き出す炭酸美容コスメ。ほんの20分でエステ帰りのようなしっとり美肌に。 1箱10回分入り：税込27,500円</p> 	<p>バイタルコンディショニングローション a</p> <p>馬プラセンタエキス*1主配合のエイジングケア*2化粧水。お肌を健やかに整える美容成分がエイジングサインにアプローチ。透明感*3とキメがアップ。 200mL：税込3,180円 ※1保湿成分 ※2年齢に応じたお手入れのこと ※3キメの整った肌印象のこと</p> 	<p>エイジングホワイト プレミアムモイスタチャー</p> <p>洗顔後のスキニングケアが1品で完了する薬用美白*1オールインワンジェル。大人の肌悩みにアプローチする美容成分を27種配合。べたつかない快適な使用感。 120g：税込4,180円 ※1メラニンの生成を抑え、しみ・そばかすを防ぐ</p> 
	<p>ホワイトクリアジェル</p> <p>薬用ピーリングで美白*1対策&ニキビ予防。古い角質を除去することで、有効成分*2が肌へ届きやすくなり「つるつるスベスベ肌」に。 200g：税込2,750円 ※1メラニンの生成を抑え、しみ・そばかすを防ぐ ※2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</p> 	<p>Special Powder Soap 酵素洗顔スペシャルパウダーソープ</p> <p>酵素と泥成分を配合した洗顔パウダー。酵素が働いてメイクや毛穴の汚れをすっきり洗い落とします。泥成分の配合でつるつるすべすべ肌に。 0.6gx35包：税込1,760円</p> 	<p>Larét ラーレ 3点セット</p> <p>サロン品質のオーガニックヘアケア3点セット。驚きの「ツヤうる髪」を実現。ヘアメイクアップアーティスト高橋有紀プロデュース。 左から30g,80mL,70g：税込各2,178円</p> 
	<p>ボタニカル エssenシャルオイル【ラベンダー】</p> <p>シソ科のくっきりとしたフローラル調の香り。アロマブルームのラベンダーはクセのない香りなので、アロマ初心者の方や男性・お子様にもおすすめ。 10mL：税込1,870円</p> 	<p>D+S イフェクティブアロマスプレー<ドローミング>【サイレントムーン】</p> <p>一瞬で森林浴気分、心やすらぐリラックスタイムに。香りの原料は、100% エssenシャルオイルのみを使用。着色料・保存料・合成香料不使用。 30mL：税込1,760円</p> 	<p>イージーバリア</p> <p>リラクゼーションタイムの新素材として話題の麻由来成分 CBD (カンナビジオール)*と、すっきりとした香りの精油7種をブレンドしたロールオンタイプのアロマオイル。 8mL：税込2,200円 ※整肌成分</p> 
	<p>ナイトブラ ノンワイヤー</p> <p>理想のカチをノンストレスで作出すナイトブラ。柔らかコットン素材でさらさらとした着け心地を実現。前ホックでバージスラインをしっかり整えスッキリ背中に。 税込2,980円</p> 	<p>着圧レギンス</p> <p>オールインワンで気になる下半身8つの部位を徹底着圧！くびれ、おなか、骨盤、ヒップ、太もも、ふくらはぎ、足裏、姿勢をサポート。着用中の脚をスッキリ見せます。 税込2,000円</p> 	<p>二の腕シェイパー</p> <p>着用するだけでバストを綺麗に寄せ、二の腕を引き締め、美姿勢を保ち、可変く美しくなる腕用サポーター。生地薄さ伸びにこだわり、外出中に無理なく着用できます。 税込2,000円</p> 

化学肥料不使用のゆずの皮をアップサイクルした精油など、社会背景を踏まえた魅力的な商品を展開している。また、店舗とECの融合にも注力しており、SNSを活用した認知度向上とマーケティング効果でEC販売も右肩上がりだ。

「食」の安全性を担保する、HACCP導入支援で日本の食を世界へ

フォーシーズHDの中でも、趣の異なる事業を手掛けているのが、子会社のHACCP*（ハサップ）ジャパンだ。同社では「食品衛生」に関する幅広い知識とノウハウを生かし、食品製造現場の衛生管理を支援。具体的には「食品衛生コンサルティング」「検査・検証・衛生指導」「衛生関連製品の販売」といった3つの事業を展開中だ。

*HACCPとは：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又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。令和3年6月1日から、原則として、すべての食品等事業者がHACCPに沿った衛生管理が義務化された。（厚生労働省HPから抜粋）

「今、一番お問い合わせが多いのは、海外輸出時のHACCP対応です。日本はもともと衛生意識が高いので、HACCP導入が法律で義務化される前から食品の安全性がある程度担保されています。しかし、海外ではHACCPに沿った衛生管理が安全性の証明

天童 淑巳 社長



となるため、輸出時にHACCPの導入有無を問われやすいようです。そのためHACCP認証を取得するためのコンサルティングをしてほしいといったご依頼が増えてきています。また、昨年から今年にかけて流行が確認されている鳥インフルエンザ対策に関するお問い合わせも多いですね。その結果、亜塩素酸水を微細なミストにして空間に噴霧する空間除菌デバイスの販売が好調です」（天童社長）

さらに、HACCPジャパン社は、食の海外販路開拓支援プロジェクト「セカイタク JAPAN FOODIES CHOICE」に参画。同プロジェクトでは「まだそこにはない、日本の食を世界へ。」をテーマに、食品製造業の海外進出をパートナー企業と共に支援している。

また、HACCP認証の取得から定期監査までを支援するクラウド型サービス「HACCP Do」が経済産業省の「IT導入補助金2022」に採択。同サービスでは、HACCP関連の文章を効率よく作成・管理し、HACCPの運用

に必要な記録簿の入力や、冷蔵冷凍庫の温度管理のIoT連携なども可能だ。

「当社は化粧品メーカーとして発展してきましたが、その枠に固執してしまうと、そこから先の成長が期待できません。経営者として従業員の給料を上げ続けるのは責務ですから、会社も成長させ続ける必要があります。そのためには、これまでの事業領域の枠にとらわれず、何を売ってもよいと考えています。もちろん魅力的な商品であり、法に則ったものであることが大前提です。同様に、一つの領域に固執しない姿勢は、従業員や私自身のキャリアにおいても大切だと考えています。世の中、楽しいことがいっぱいありますので、自分はこれだ！と専門分野を決めてしまうよりも、いろんなことをやったらいいと思っています。それで失敗したら、また元に戻ればいいだけです。これからも好奇心の赴くままに、さまざまなビジネスを手掛け、スケールさせていきたいですね」（天童社長）。

● Company Profile

株式会社フォーシーズHD 東証STD[3726]



設立 2003年12月5日 福岡市中央区薬院 1-1-1 薬院ビジネスガーデン 8階 TEL: 092-720-5460