



4Cs Holdings

株式会社フォーシーズホールディングス

2021年9月期 第2四半期決算説明

株式会社フォーシーズホールディングス
東証2部 証券コード：3726
代表取締役社長：天童 淑巳

- 1.会社概要・事業概要**
- 2.決算概要と今後の取組み**
- 3.株主還元**

1. 会社概要・事業概要

当社は、持株会社である
株式会社フォーシーズホールディングスと、
子会社4社（2021年4月現在）からなる企業グループです。

株式会社フォーシーズホールディングス
(持ち株会社)

本社：福岡市中央区
代表：天童 淑巳
内容：グループ会社の経営管理



① コミュニケーション・セールス事業

株式会社フェヴリナ
議決権所有割合 100.0%

本社：福岡市中央区
代表：西村 真里枝
内容：化粧品等の製造・通信販売



② 化粧品卸事業

株式会社Cure
議決権所有割合 100.0%

本社：東京都千代田区
代表：水野 博允
内容：化粧品等の製造・卸売



③ 衛生コンサルティング事業

株式会社HACCPジャパン
議決権所有割合 98.9%

本社：福岡市中央区
代表：平嶋 琢巳
内容：検査機器等の販売、サービス



NEW

④ アロマ事業

合同会社アロマ
議決権所有割合 100%

本社：福岡市中央区
代表：－
内容：アロマグッズや自然派化粧品の
企画・開発及び販売

■ Mission ミッション

はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする。

■ Vision ビジョン

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、わたくしたちは考えています。

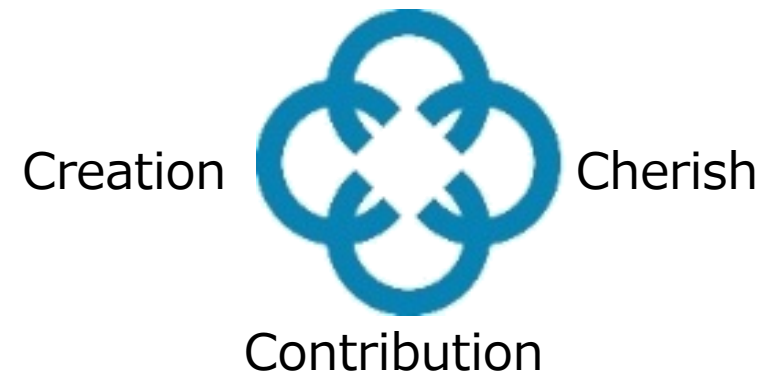
この社名の由来である「4つのC」をロゴマークとしてシンボル化し、「4つのC」で無限(∞)を表現。

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

4Cs Holdings

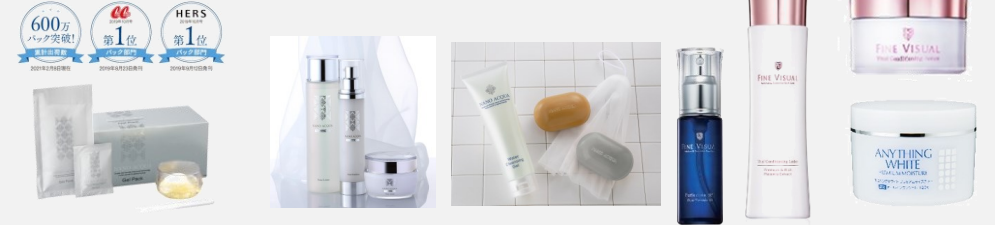
Customer



コミュニケーション・セールス事業



化粧品・健康食品を中心とした通信販売



化粧品卸事業



角質ケア・ヘアケア製品、基礎化粧品等の卸売業



衛生コンサルティング事業



感染症対策ソリューション事業、衛生管理事業



アロマ事業

NEW



エッセンシャルオイル等のアロマ関連商品と雑貨の販売



2021年4月1日より日本リビング社からアロマ事業を譲受 合同会社アロマにて、アロマブルーム39店舗の運営開始



【所在地】福岡市中央区薬院一丁目1番1号

【代表者の役職・氏名】代表社員 株式会社フォーシーズホールディングス

【事業内容】

1. 家具・家庭用雑貨の企画、卸売及び小売事業
2. 家具・家庭用雑貨フランチャイズ加盟店の店舗の設計、
管理及び指導育成業務
3. 上記各号に付帯関連する一切の事業

【資本金】100万円

【設立年月日】2021年2月4日

【決算期】9月30日

【譲受価格】88百万

【2020年度8月期決算経営成績】

売上高：1,825百万円 経常利益：21百万円



メインとなるエッセンシャルオイル等のアロマ関連の商品を
主力とし、シーンやコンセプトに合わせた雑貨販売を
店舗およびEC販売を行っております。

2. 決算概要と今後の取組み

グループ売上高

9.8 億円

(前年同期比 8.0%増)

グループ営業利益

▲0.93億円

(前年同期比+7.3千万円改善)

ハイライト 前年同期比較

業績回復に向けて、前年度から全グループ会社で取り組んでいるコスト削減プロジェクトの効果もあり前年対比では、大きく改善するも第2四半期業績予想に対しては下回る結果となりました。

決算概要②【連結】

単位：千円

| | 2020年9月期 第2四半期連結 | 2021年9月期 第2四半期連結 | 前年比増減 |
|---------------------|---------------------|---------------------|--|
| 売上高 | 907,598 | 980,009 |  72,411 |
| 営業損失 | ▲166,682 | ▲93,541 |  73,141 |
| 経常損失 | ▲172,406 | ▲95,775 |  76,631 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | ▲182,963 | ▲88,009 |  94,954 |

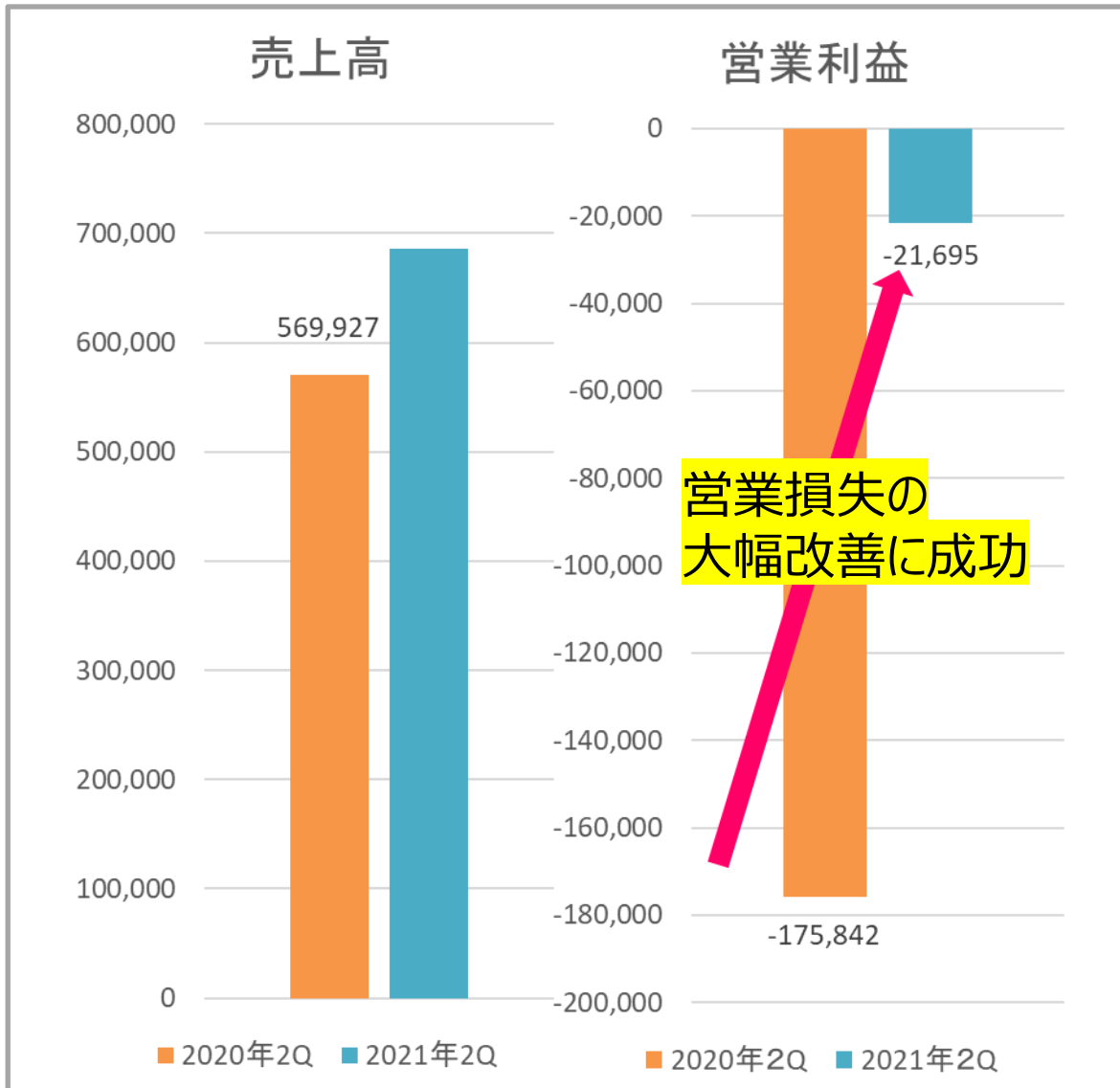
決算概要③【セグメント別】

(単位:千円)

| | | 2020年9月期 第二四半期連結 | 2021年9月期 第二四半期連結 | 増減 | 対前年同 期増減率 | 構成比 |
|---|-----------------|---------------------|---------------------|------------|--------------|-------|
| コミュニケーション・ セールス事業  | 売上高 | 569,927 | 686,137 | ↑ 116,210 | 20.4% | 70.0% |
| | セグメント損失 | ▲175,842 | ▲21,695 | ↑ 154,147 | — | — |
| 化粧品卸事業  | 売上高 | 311,925 | 204,799 | ↓ ▲107,126 | ▲34.3% | 20.9% |
| | セグメント損失 | 19,249 | ▲81,694 | ↓ ▲100,943 | — | — |
| 衛生コンサルティング 事業  | 売上高 | 26,974 | 89,565 | ↑ 62,591 | 232.0% | 9.1% |
| | セグメント利益 又は損失 | ▲28,251 | ▲6,988 | ↑ 21,263 | — | — |
| 報告セグメント計 | 売上高 | 907,598 | 980,009 | 72,411 | 8.0% | |
| | セグメント損失 | ▲184,844 | ▲110,378 | 74,466 | — | |
| 合計 | 調整額 | 18,162 | 16,836 | ▲1,326 | — | |
| | 営業損失 | ▲166,682 | ▲93,541 | 73,141 | — | |



売上高前年対比20.4%増



WEBプロモーションによる顧客獲得は、ほぼ計画通り推移しているものの、引上げ率が予想を下回る結果へ。

海外展開は、中国、東南アジアの販路拡大は順調に推移している。



営業体制の再構築による新規顧客のリピーター化、定期顧客化、一定期間お取引のない顧客への再販並びにクロスセルの推進による収益拡大を目指していく。

新商品の販売展開、海外での販売加速をし、今後の営業黒字化を目指します。

新商品の発売

ナノアクア ブライトアップセラム（炭酸美容液） 2021年3月12日発売



累計販売数 600万パックを突破（2021年2月時点）する大ヒット商品「炭酸ジェルパック」に次ぐ、14年ぶりの炭酸美容商品です。

ワンプッシュで簡単に炭酸※が発生する泡タイプ的美容液は、仕事や家事、育児に忙しい女性にも使いやすいアイテムです。

※炭酸ガスは噴射剤として使用

コロナ禍で、おこもり需要の増加で炭酸ジェルパックの売上拡大



既存顧客への炭酸ジェルパックとの相乗効果また、代替商品としての提案

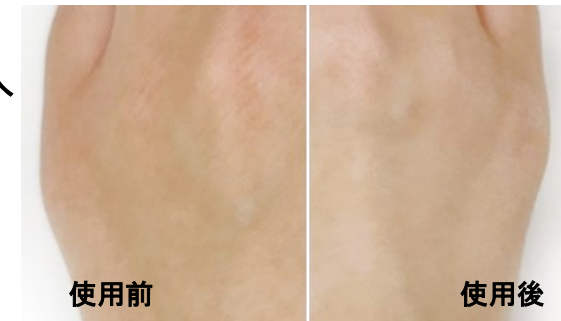
新商品の発売

フェヴリナ スパークリング プレストパウダー 2021年3月5日発売



「くすみ」「毛穴」「乾燥」といった肌悩みをひと塗りでカバーする“高機能パウダー”です。
肌にしっかりと密着する“高密着処方”なので、マスクによる化粧崩れを防ぐのも嬉しいポイントです。

最大の特徴は、形状の異なる2種類のパウダー（球状とプレート状）を配合している点です。球状パウダーが毛穴や細かいシワに入り込み、プレート状パウダーが、目立つシミやシワを隠します。光の反射効果で気になるシミやシワをぼかし、ヴェールをかけたような“ツヤ肌”に仕上げます。



コロナ禍において、マスク着用による肌荒れや対策や化粧に対するニーズの変化により美容成分を配合し、軽い付け心地でマスク汚れも気にならない商品の提案



中国での展開

① Favorina公式アカウント開設から6ヶ月で、SNS（微博：Weibo・小紅書：RED）のフォロワー数は、合計10,000人突破。
4月末には既に合計 34,000人を超えており、順調に認知が広がっています。



② 中国で急拡大のKOLライブコマース強化！





ベトナムにてプルソワン様との一般貿易ライセンス取得

プルソワン様にてスパークリング クリアパックの一般貿易ライセンスを取得完了、
ベトナムの100店以上のエステサロンで施術および販売開始。

プルソワン ベトナムにて、コンセプトショップ【vien CO2】オープン予定。
当社スパークリングクリアパックの販売および施術が決定。



※株式会社フェヴリナと株式会社プルソワン（大阪府大阪市北区）は、ベトナム法人 V&J TRADING CONSULTANT を通じて協業しております。



タイ : PMAH (ピーマ) shop

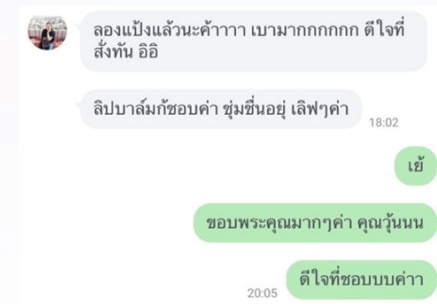
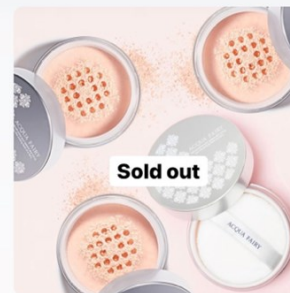
オーガニック系のWEBショップ(PMAH shop)で9アイテム販売中。



Instagramを中心に反響好調。
スパークリングパウダーはテスト販売で即完売！！



スパークリングパウダー
即完売！

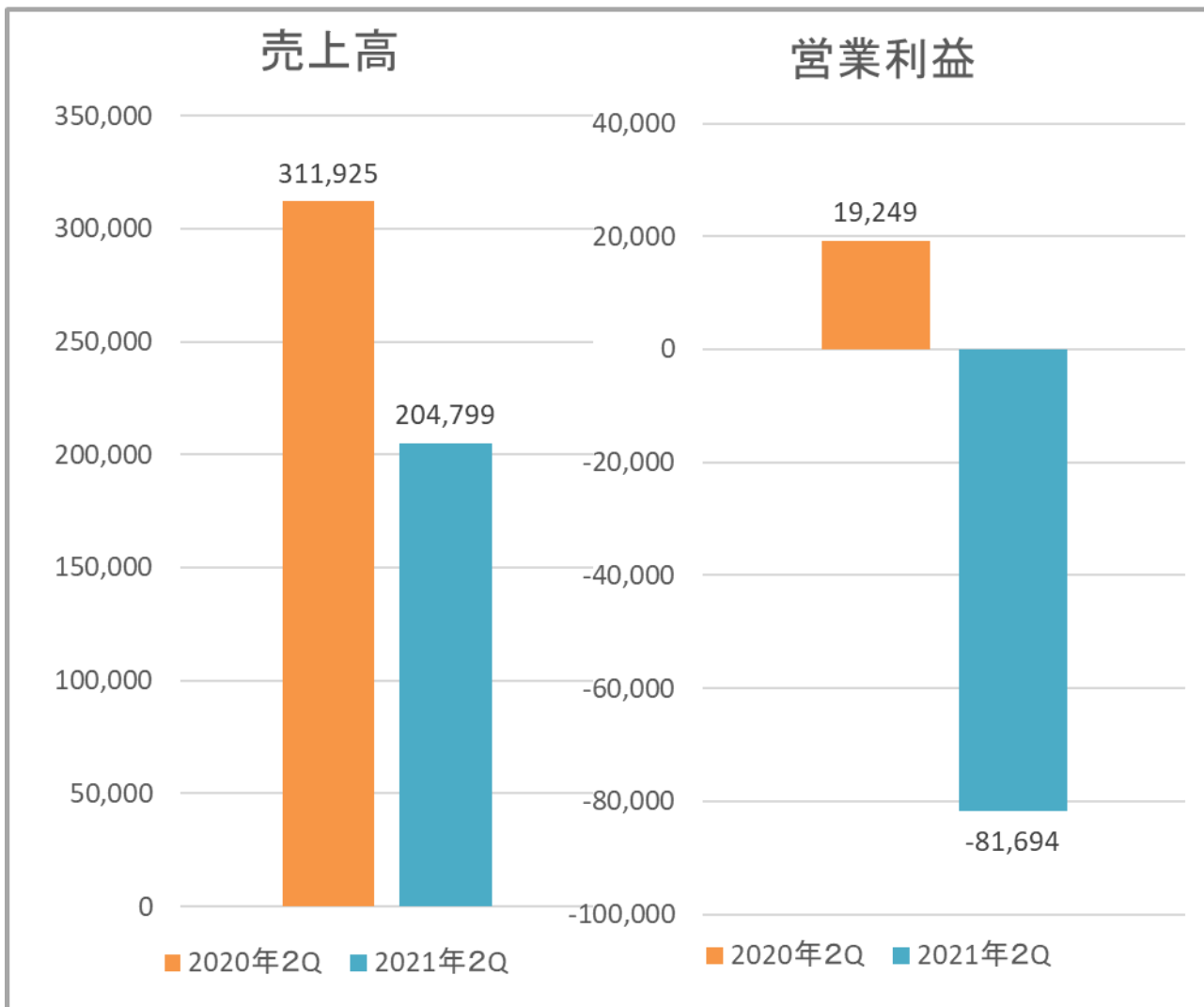


Thank you k.Voon ka

タイ現地
「PMAH POP UP SHOP」大好評！！
3/21~4/21



コロナウイルス禍のインバウンド需要の消滅が引続き影響し、売上、営業利益ともに大幅ダウン



広告宣伝・販売促進活動を強化し、国内卸販売の回復、EC販売の伸長を取り組んできた。

中国での販売展開も順調に推移していたが、契約時期の関係で、前年を下回る結果に。



- ・新商品であるホワイトクリアジェルのドラッグストア、総合スーパーの店舗展開に向けた強化
- ・インスタグラマーやユーチューバーの活用による国内EC販売の強化
- ・東南アジアを中心としたアジア市場への拡大に取組み、業績の回復に取り組んでいく。



You TubeやInstagramLive配信にて、認知・売上強化施策

Larét (ラーレ)

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。
スタイリングはもちろん、ボディケアもできる
マルチユースアイテム全3種



ロングセラー角質ケアの「ナチュラルアクアジェル」の進化系 「ホワイトクリアジェル」(医薬部外品)



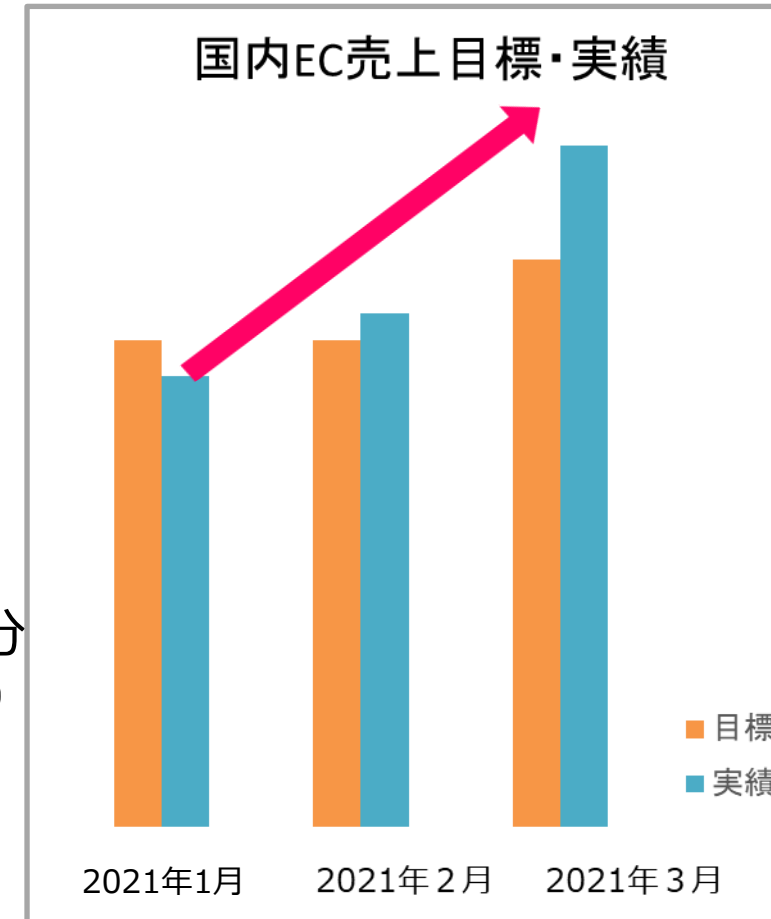
『薬用』のホワイトクリアジェルは、効果・効能が認められたWの有効成分配合。シミ・そばかすの生成を防ぐだけでなく、ニキビのできにくい肌づくりもサポートします。

成分の約90%が水分でできていて、肌に負担をかけません。

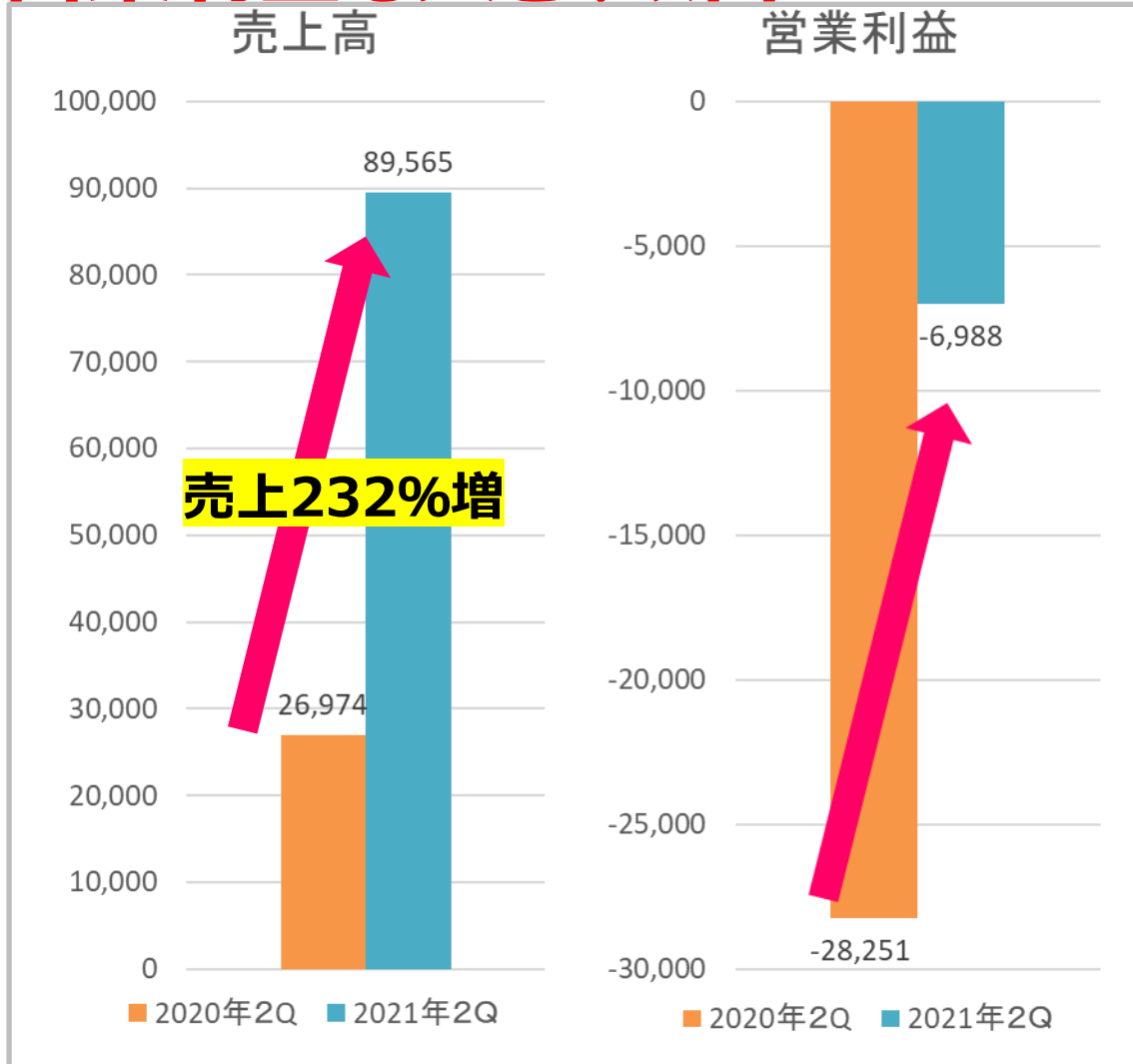
肌のお手入れで大切なことは、キレイに「落とす」こと。

メイクや皮脂汚れを落とすように、古くなった角質を取り除くことは、キレイな肌を保つためには、大切なお手入れです。

国内EC売上目標・実績



売上高前年対比232%増 営業利益も大きく改善



クオラス除菌ウォーター（亜塩素酸水）
希釈事業の拡大 12月に希釈水製造工場を開設
株式会社NSFエンゲージメント、
古河産業株式会社との協業による感染症対策
ソリューション事業「空間除菌デバイス
DevirusAC（デヴィルスエーシー）」の販売拡大
を最優先事業として取り組む。



感染症対策ソリューション事業の拡大を図る
飲食店向けHACCPアプリの開発も完了しており、
微生物蛍光画像測定機「BACTESTER（バクテ
スター）」に対するニーズも高まるものと考え、今期
の黒字化を目指す。

Devirus AC × Klorus = 空間除菌システム

DevirusACは空間除菌剤である亜塩素酸水を微細なミストにして空間噴霧することで、空間に浮遊するウイルスや細菌・カビなどを除菌する空間除菌デバイスです。

クロラス酸
水専用

高い安全性



広い空間にも
適した設計

持続的な効果

クロラス除菌ウォーター（亜塩素酸水）は、
新型コロナウイルス・ノロウイルス・インフルエンザウイルスへの効果が実証されております。

株式会社NSFエンゲージメント 古河産業株式会社との協業による 感染対策ソリューション事業への取組みを強化

企業や商業施設、学校などを中心に展開中



定期発送



希釈済クロラス酸水製剤

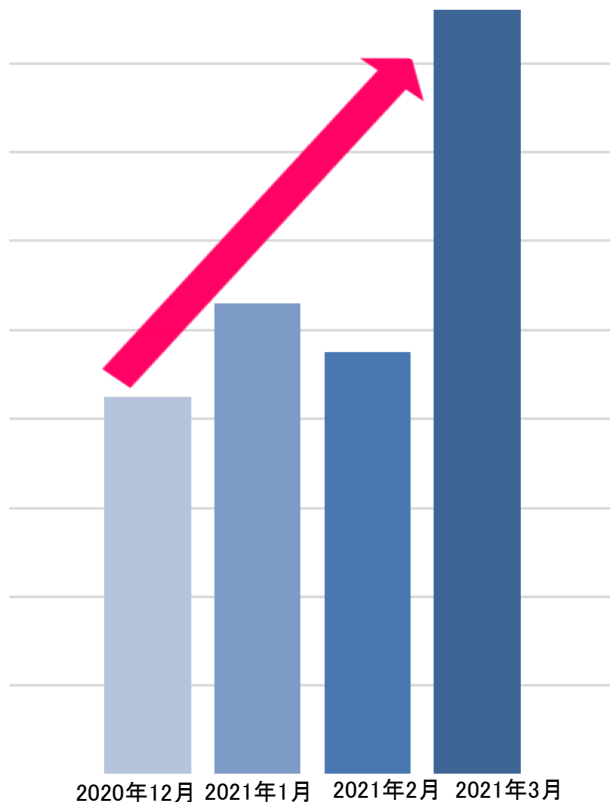
HACCPジャパンが12月に開設した、希釈水製造工場にて製造

クロラス酸水専用噴霧器「DVAC-1500」

株式会社NSFエンゲージメントは、株式会社NTTファシリティーズとソニーコーポレートサービス株式会社（現ソニーピープルソリューションズ株式会社）のファシリティマネジメント&ワークプレイスソリューション事業などに関する合併会社です。

空間除菌Devirus AC+クロラス除菌ウォーターの 売上加速中

空間除菌Devirus AC (デヴィルスエーシー)
販売台数推移



現在の新型コロナウイルス感染現場の除菌・消毒
効果検証に利用されるようになっており、
引き合いは増加傾向ですので同業界に向けて、
空間検査事業も新たに取り組みます。



バクテスター(微生物迅速検査システム)
一般細菌数を5分で迅速測定！！

4. 株主還元

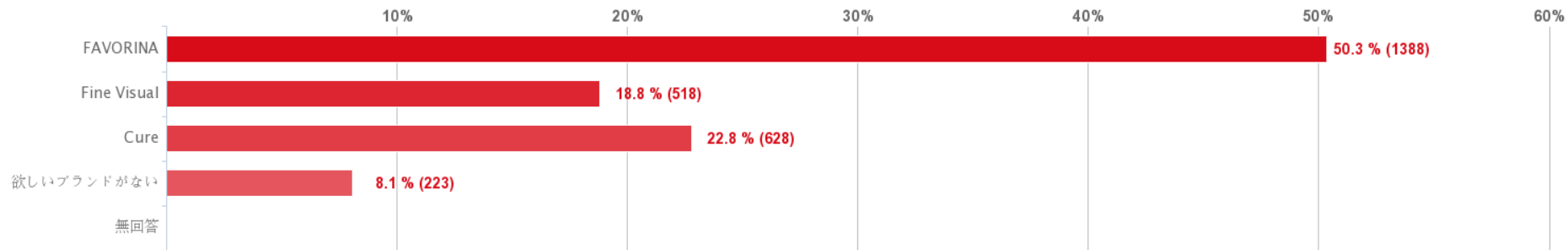
前期より株主優待制度を以下の通り変更し、今期も同施策で行います。
当社は今後も引き続き、当社株式への投資魅力を高め、中長期的に当社株式を保有いただくことを目的とした「株主優待」を、株主様への重要な経営施策として行ってまいります。

| 保有株式数 | 保有年数 3年以下 | 保有年数 4年以上 |
|-------|--------------------|--------------------------------|
| 100株～ | 4,000円相当のグループ会社商品 | 4,000円相当のグループ会社商品 +株主様限定商品 |
| 300株～ | 12,000円相当のグループ会社商品 | 12,000円相当のグループ会社商品 +株主様限定商品 |
| 500株～ | 28,000円相当のグループ会社商品 | 28,000円相当のグループ会社商品 +株主様限定商品 |

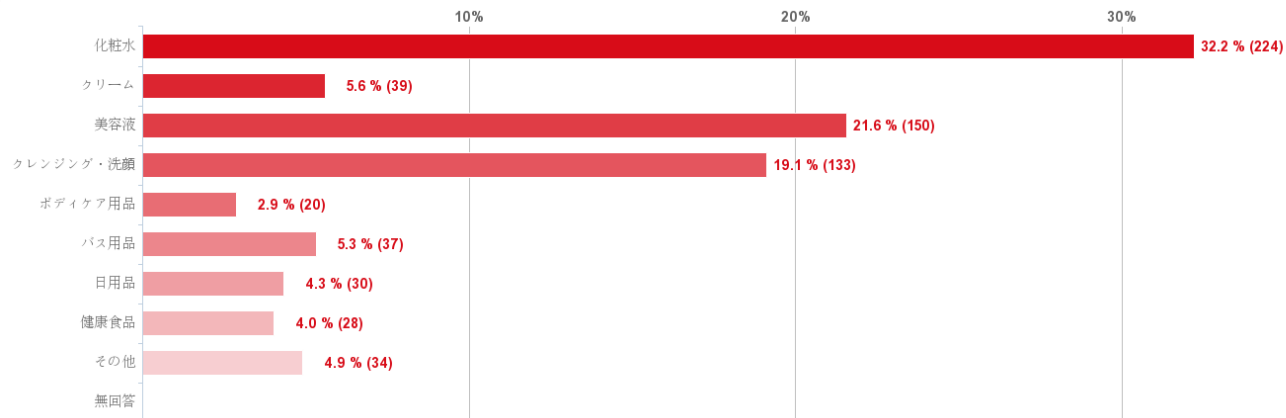
2019年度株主優待 長期保有（4年以上継続）特典として、株主様アンケートによる株主様限定商品を開発し贈呈

2020年3月末時点で、株式保有の方を対象としたアンケートを7月に実施

Q.優待商品としてどのブランドの商品がほしいですか？



Q.優待商品としてほしい商品はどれですか？



「FAVORINA」×「化粧水」
に決定！！

アンケートの結果よりNANOACQUA ナノローションリッチを開発



季節や気温など環境の変化に負けない、揺るがない美しさへ！！
 「護る」「繋ぐ」「高める」理論の元、肌育成プログラムで揺らぎやすい肌を守ります。
 ナノローションリッチは、潤いを保持し、肌に栄養を入れやすくするための濃厚な化粧水です。



SDG S の取組み



ボトル

植物由来のバイオプラスチックを採用

成分

ブドウ果実エキス 長野県のワイナリーで作られる白ワインエキスの利用

モモ果実エキス 摘果によって出てしまった未熟な桃果実を活用

ゴールデンシルク タイの農村地の休耕地などに100万本を越える桑の植林活動
 適正価格によるゴールデンシルクの全量買い取り。
 不作時の生活保障システム導入。養蚕の研修、雇用拡大。
 養蚕農家の子供の通学支援

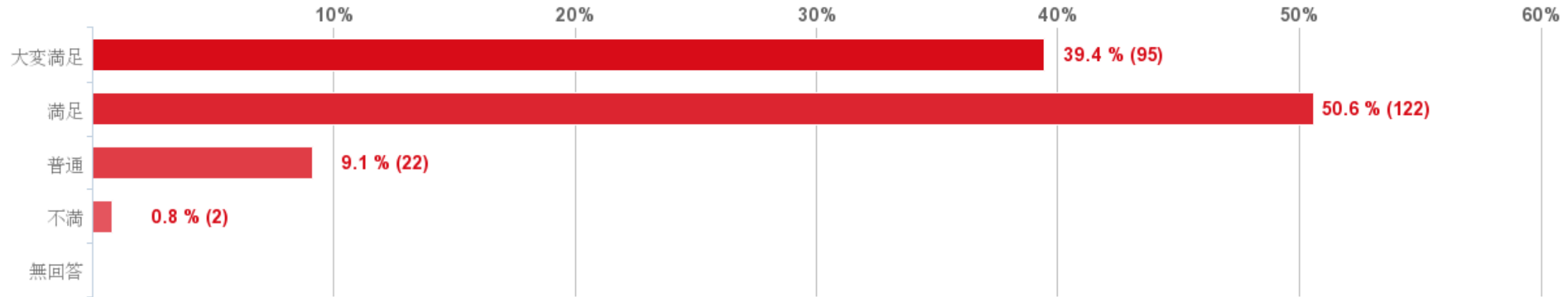
副産物の利用

環境への配慮

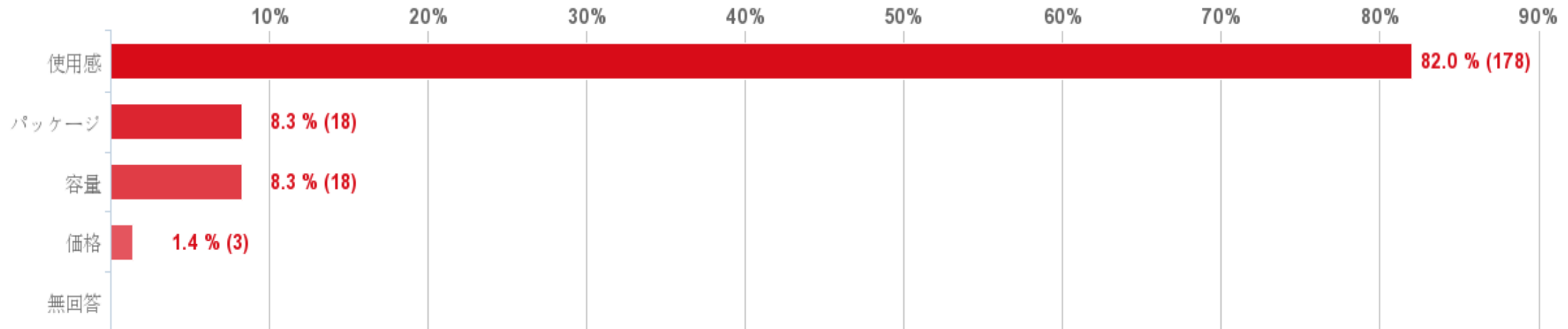
生産地のサポート

対象の株主様へのアンケート結果

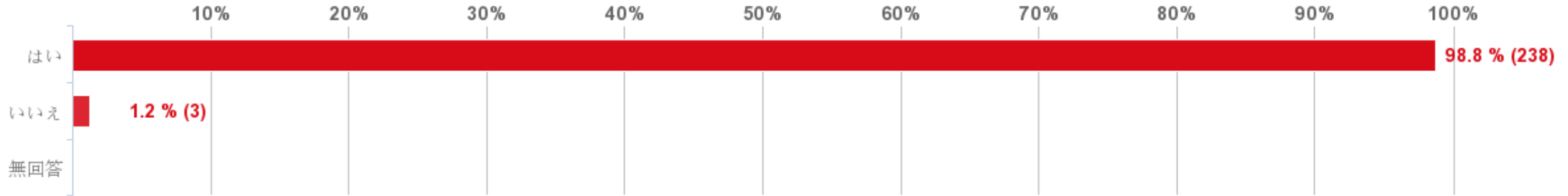
Q10.株主様限定商品「ナノローションリッチ」の満足度を教えてください。



Q11.「大変満足・満足」を選択された方に質問です。商品のどの点で魅力、満足に感じましたか？



Q12. 来年度も株主様限定商品を希望しますか？



株主様からのお声

ナノローションリッチは、とろみ成分が多い美容液タイプと違い、肌表面でヌルヌルするような事がなく、しっかり化粧水としての使い心地・浸透性を感じる事が出来、大変満足です。

200MLの容量は嬉しいですね。

蓋のデザインも高級感があり、お手入れタイムが楽しくなります。

長期優待のフェヴリナのローション、春のこの時期にピッタリで真心こもった感が特別感があってとても嬉しかったです！

年齢的に肌シミやかさつきが気になっているのですが、濃厚な化粧水で潤いがたっぷりあるので肌のしっとり感が戻ってきたような気がします。箱とパッケージも高級感があり気に入っています。成分も果物や蚕など安心して使用できる材料ばかりで嬉しい限りです。

サラツとしていますが肌に付けた時にしっかり浸透する感じがしました。
この季節肌の調子が悪くカサカサするので様子を見るのが楽しみです

はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする。

MAKE PEOPLE HAPPY.



4Cs Holdings

株式会社フォーシーズホールディングス