

株式会社 4°Cホールディングス
(東証プライム市場 8008)

第74期 (2024年2月期) 第2四半期決算説明資料

2023年10月6日

4°C holdings group

Contents

- I. 2024年2月期第2四半期連結業績
- II. 2024年2月期連結業績予想
- III. サステナブル経営の実現
- IV. Appendix

(株)4°Cホールディングス 代表取締役社長 増田 英紀

※資料内の数値は百万円未満を切り捨て表示し、百分率は原データから算出しております。

当資料の業績予想に関する記述、及び客観的事実以外の記述に関しましては、当社が現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいておりますが、リスクや不確実性を含んでおります。従いまして、これらの記述のみに全面的に依拠して投資判断を下すことは控えるようお願いいたします。実際の業績は、当社の事業をとりまく経済情勢、市場の動向、為替レートなどに関わる様々な要因により、記述されている業績予想とは大幅に異なる可能性があることをご了承ください。

Contents

- I. 2024年2月期第2四半期連結業績
- II. 2024年2月期連結業績予想
- III. サステナブル経営の実現
- IV. Appendix

- 2期連続、増収増益
- 収益改善が計画以上に進み、9/25に第2四半期業績予想を上方修正

- 売上高：前年同期比3.2%増
アパレル事業の出店拡大
- 営業利益：前年同期比65.7%増
ジュエリー事業の構造改革、アパレルメーカーの利益拡大
- 経常利益：前年同期比56.2%増
- 親会社株主に帰属する四半期純利益：前年同期比35.7%増

2024年2月期第2四半期連結業績

(百万円、%)		実績	前期比	前期差
売上高		19,110	+ 3.2	+ 596
売上総利益		9,373	+ 2.3	+ 211
売上総利益率		49.0	-	△0.4
販売管理費		8,303	△2.5	△212
	内、のれん償却費	248	± 0.0	± 0
営業利益		1,069	+ 65.7	+ 423
経常利益		1,284	+ 56.2	+ 462
四半期純利益		696	+ 35.7	+ 183

参考数値

のれん償却前営業利益	1,317	+ 47.4	+ 423
のれん償却前四半期純利益	944	+ 24.1	+ 183

※のれん償却前営業利益 = 営業利益 + のれん償却額、のれん償却前四半期純利益 = 親会社株主に帰属する四半期純利益 + のれん償却額

2024年2月期第2四半期セグメント別業績

(内部相殺前数値) **4C**
holdings group

ジュエリー事業

売上高78億円、営業利益5.3億円、減収増益

□ ファッションジュエリーは重点施策の推進により、既存店売上高伸長

- 女性客売上高 前期比+3.0% 商品施策が奏功
- EC売上高 前期比+19.1% 自社・他社サイトともに好調継続
- 顧客売上高 前期比+6.3% 顧客管理の精度向上

□ ブライダルは店舗集約により減収も、利益率が改善

- 1-6月婚姻組数7.3%減、路面店は集客伸びず苦戦
- 専門店業態の再編(今後)…近隣百貨店への吸収、複合店、旗艦店

(百万円、%)		実績	前期比	前期差
ジュエリー 事業	売上高	7,873	△5.2	△433
	営業利益	533	+44.0	+162

2024年2月期第2四半期セグメント別業績

(内部相殺前数値) **4°C**
holdings group

アパレル事業

売上高112億円、営業利益7.7億円、増収増益

□ 「パレット」の出店により、トップラインを牽引

- 2022年度下期の出店効果により増収
- 関東4店舗についても概ね順調に推移

□ アパレルメーカーは売上・利益ともに拡大

- 海外生産基盤強化により受注拡大
- 円安等の原価高騰に対する価格転嫁が進み、荒利益率が改善

(百万円、%)		実績	前期比	前期差
アパレル 事業	売上高	11,237	+10.1	+1,029
	営業利益	777	+58.4	+286

ジュエリー事業における国内取扱いブランド店舗数の状況と計画

- 上期実績：出店6 退店7 期末店舗数159
- 下期計画：出店2 退店0 期末店舗数161

		4°C	4°C BRIDAL	Canal 4°C	EAU DOUCE 4°C	合計
第73期 (2023/2)	期末	80	24	43	13	160
第74期 上期実績 (2023/8)	出店	3	1	0	2	6
	退店	1	5	1	0	7
	2Q 期末	82	20	42	15	159
第74期 下期計画 (2024/2)	出店	1	1	0	0	2
	退店	0	0	0	0	0
	期末	83	21	42	15	161

※同一店舗にて複数のブランドを扱う複合店は各ブランドごとに1店舗として計上

出退店の状況と計画

- 上期実績：出店3 退店8 期末店舗数239
- 下期計画：出店11 退店1 期末店舗数249

		ジュエリー事業					アパレル事業	合計
		路面店 ブティック	百貨店	ブライダル ショップ	ファッション ビル	計	パレット	
第73期 (2023/2)	期末	2	69	24	56	151	93	244
第74期 上期実績 (2023/8)	出店	1	0	1	0	2	1	3
	退店	1	0	5	1	7	1	8
	2Q 期末	2	69	20	55	146	93	239
第74期 下期計画 (2024/2)	出店	0	1	1	0	2	9	11
	退店	0	0	0	0	0	1	1
	期末	2	70	21	55	148	101	249

財政状態、キャッシュ・フローの状況（連結）

- 総資産524億円、負債138億円、純資産385億円
- 営業CF 税金等調整前四半期純利益の計上等により13億56百万円
- 投資CF 投資有価証券の取得等により△23億40百万円

財務状況

2023年8月末時点

総資産 524億円	138億円	負債
	385億円	純資産

キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

	第73期2Q (2022/8)	第74期2Q (2023/8)	差額
営業CF	1,282	1,356	+74
投資CF	△2,234	△2,340	△106
財務CF	383	1,197	+814
フリーCF	△951	△984	△32

Contents

- I. 2024年2月期第2四半期連結業績
- II. 2024年2月期連結業績予想**
- III. サステナブル経営の実現
- IV. Appendix

- 重点施策の継続により、下期計画も達成に手応え
- 通期予想は据え置き

ジュエリー事業

- ファッションジュエリーの重点施策の順調な推移に加え、男性客とEC売上が拡大傾向、クリスマス商戦にも期待
- ブライダルは一部既存店の苦戦は続くも、想定内
- 9月に新たなブランドプロモーションを実施、中長期的なブランド価値向上を目指す

アパレル事業

- 「パレット」下期9店舗出店予定、年間10店舗出店を継続
- バングラデシュでの生産基盤を背景に、品質・コスト面での優位性を発揮

2024年2月期通期連結業績予想

(百万円、%)	前期実績	当期予想	前期比	前期差
売上高	39,508	40,000	+1.2	+491
売上総利益	19,727	19,990	+1.3	+262
売上総利益率	49.9	50.0	-	+0.0
販売管理費	17,748	17,890	+0.8	+141
内、のれん償却費	496	496	±0.0	±0
営業利益	1,979	2,100	+6.1	+120
経常利益	2,342	2,500	+6.7	+157
当期純利益	1,149	1,300	+13.1	+150

参考数値

のれん償却前営業利益	2,476	2,596	+4.9	+120
のれん償却前当期純利益	1,645	1,796	+9.1	+150

※のれん償却前営業利益＝営業利益＋のれん償却額、のれん償却前当期純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益＋のれん償却額

2024年2月期セグメント別業績予想 (内部相殺前数値)

ジュエリー事業

売上高177億円、営業利益14.5億円を計画

- ブライダル店舗集約により減収も、利益率向上により増益を計画
- 成長分野である女性客・EC・顧客化への注力による売上拡大

アパレル事業

売上高223億円、営業利益10.5億円を計画

- 「パレット」の出店拡大により、トップラインを牽引
- アパレルメーカーは海外生産機能と企画提案力の強化で利益率向上

(百万円、%)		前期実績	当期予想	前期比	前期差
ジュエリー 事業	売上高	18,587	17,700	△4.8	△887
	営業利益	1,356	1,450	+6.9	+93
アパレル 事業	売上高	20,921	22,300	+6.6	+1,378
	営業利益	942	1,050	+11.4	+107

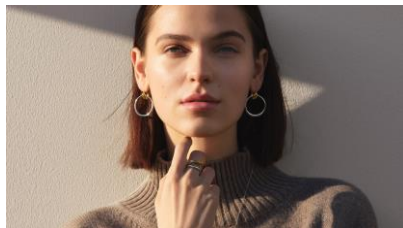
2024年2月期 重点施策

事業	ジュエリー事業	アパレル事業
直面する環境変化	<ul style="list-style-type: none">➤ 婚姻組数の減少➤ 外資系ブランドの台頭➤ ECマーケットの拡大➤ デジタルマーケティングの進化	<ul style="list-style-type: none">➤ インフレによる節約志向の高まり➤ 為替の変動➤ 生産コストの高騰➤ 地方の人口減少
フェーズ	構造改革	規模拡大
重点施策	<ol style="list-style-type: none">(1) ファッションジュエリーの売上拡大とブランド価値向上<ol style="list-style-type: none">① 女性客の支持拡大② ECの拡大③ 顧客化の推進(2) ブライダル事業の構造改革	<ol style="list-style-type: none">(1) 「パレット」の売上拡大<ol style="list-style-type: none">① 関西ドミナント戦略による売上拡大② 関東圏への出店による商勢圏の拡大(2) バングラデシュの生産基盤の強化、企画提案力強化
成果	収益の改善	売上高の拡大

重点施策 ファッションジュエリーの売上拡大

- ファッションジュエリー各種施策に着実な成果
- 成長分野での収益拡大に向け、下期も施策を強力に推進

『女性客の拡大』



上期 3.0%伸長



- 新規商品の展開強化
- 自家需要向けの品揃え拡大

『E Cの拡大』



上期 19.1%伸長



- 11月新たなD2Cブランドのデビュー
- E C専用商品の開発

『顧客化の推進』



上期 6.3%伸長



- DM配信の強化
- データ分析力向上
- 顧客登録100万人達成見込み

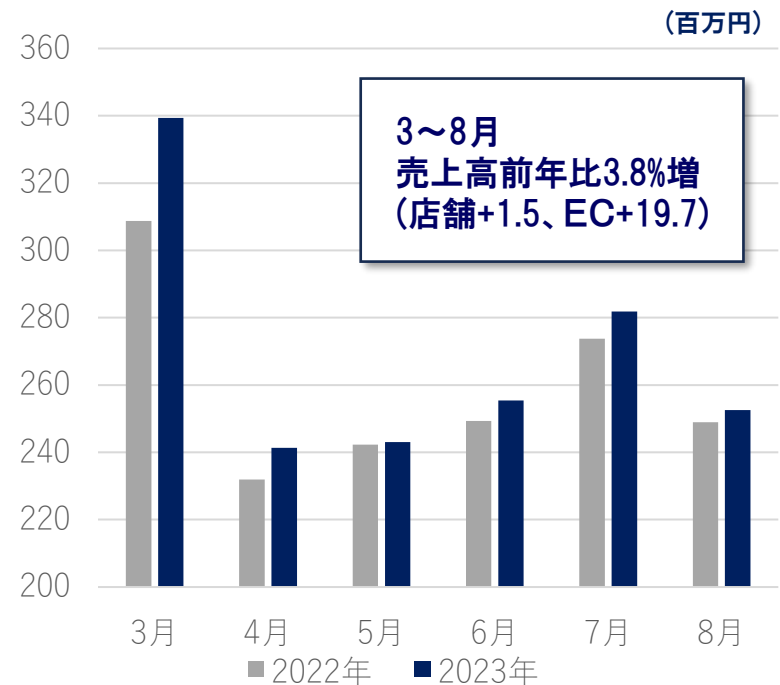
クリスマス商戦の見通し

- クリスマス商戦は前年並を計画
- 最終ユーザーである女性客向けの商品開発を引き続き強化
- 店頭・ECともに男性客売上の回復基調が鮮明、クリスマスに向けてプラス要因

クリスマスコレクション



男性客売上高推移(EC含む)



ブランド価値向上…ブランドプロモーション

4°C
holdings group

- 2023年9月、「匿名宝飾店」を実施
- 体験型のイベントを通じてブランドイメージを更新、好感度向上へ



ブランド価値向上…銀座本店

4°C
holdings group

- 3/1に旗艦店としてリニューアルオープン、「4°C」の世界観を表現
- 新たな試みを実践、お客様にブランド価値を伝える

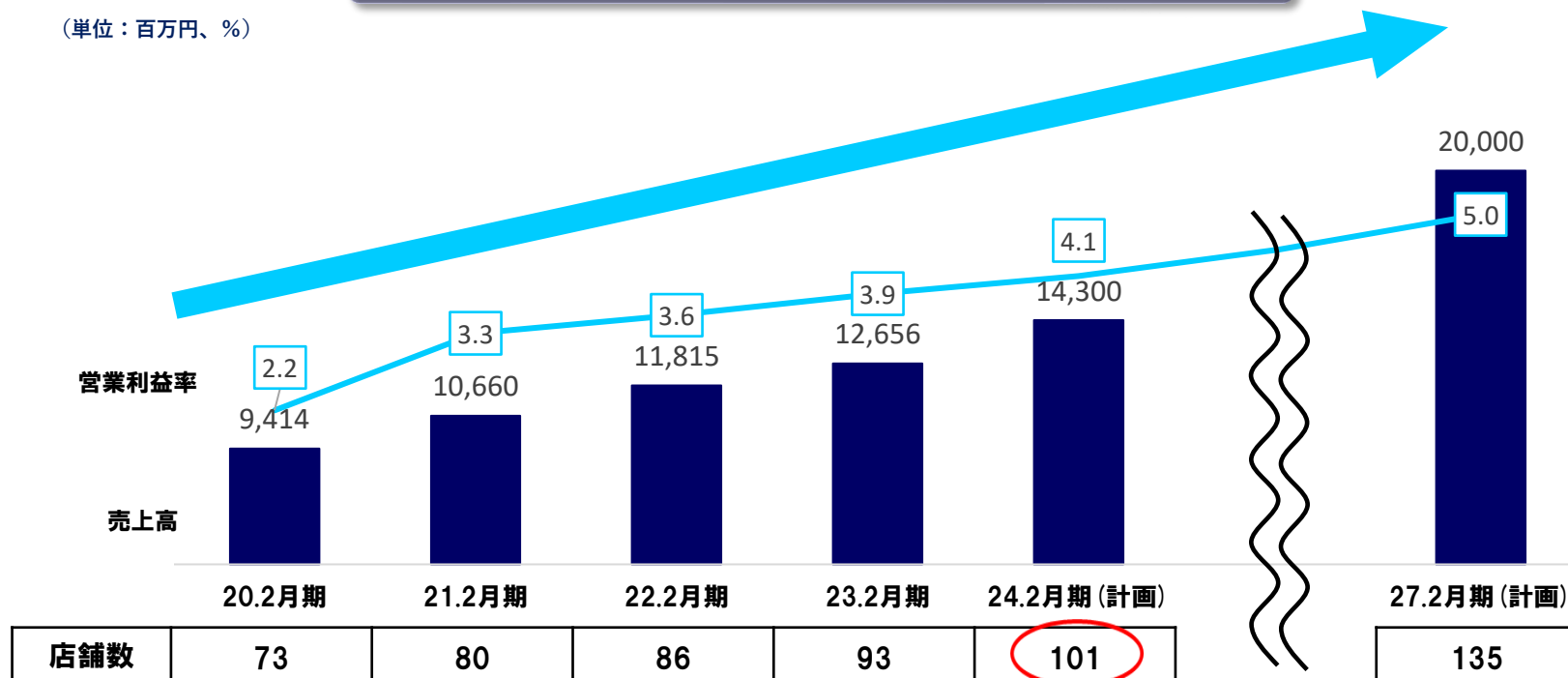


「パレット」の売上拡大

- 関西地区ドミナント出店戦略を継続
- 売上高200億円体制を着実に実現
- 関東圏への出店を継続、商勢圏拡大でトップラインの向上を目指す

「パレット」売上高・営業利益率と店舗数の推移

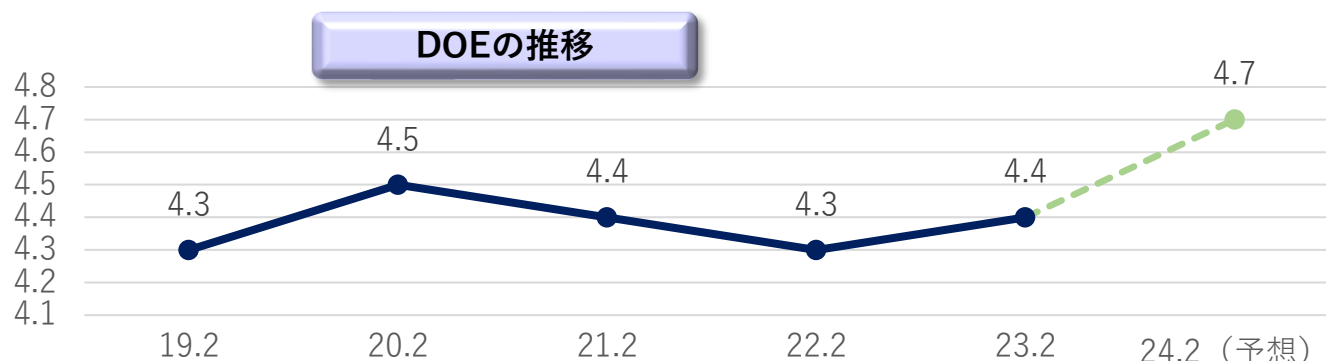
(単位：百万円、%)



株主還元方針、配当

- 安定的・継続的な配当により利益還元の水準向上を目指す
- 株主還元の目標、自己資本配当率（DOE）4%以上
- 将来の100円配当の実現を目指す
 - 2024年2月期は中間・期末ともに据え置きの41円50銭
 - 年間配当83円、DOE4.7%を予想

(単位：%)



(百万円、%)	第69期 (2019/2)	第70期 (2020/2)	第71期 (2021/2)	第72期 (2022/2)	第73期 (2023/2)	第74期予想 (2024/2)
年間配当 (一株当たり)	75	80	81	83	83	83
DOE	4.3	4.5	4.4	4.3	4.4	4.7
配当性向	78.1	71.3	108.0	119.3	154.8	136.9
実質配当性向※	64.9	59.4	82.7	89.5	108.2	99.1

※実質配当性向：年間配当金総額／のれん償却前当期純利益

Contents

- I. 2024年2月期第2四半期連結業績
- II. 2024年2月期連結業績予想
- III. **サステナブル経営の実現**
- IV. Appendix

経営課題の解決による再成長へ向けた基盤づくり

事業	主要テーマ	施策の方向性
ジュエリー事業	ブランド価値向上	<ul style="list-style-type: none">・ 中長期的視点に立った投資の継続・ 旗艦店づくり
	チャンネル戦略	<ul style="list-style-type: none">・ 百貨店チャンネルのMD強化・ ECチャンネルの拡大
アパレル事業	マーケットの拡大	<ul style="list-style-type: none">・ 関東マーケットの拡大・ 企画提案力の強化

企業価値向上へ向けて

キャッシュアロケーション



キャッシュフロー創出力強化

- 戦略分野への積極投資による
トップライン最大化
- 構造改革の推進による
収益力強化

持続的成長

- 環境変化への柔軟な対応
- 安定的な株主還元

資本コストの低減

- (価値向上のための対話)
- 対話促進：IR
(対話に基づく開示)
- コーポレートガバナンス強化

「社会貢献」「人間尊重」の基本理念の実践

人財育成

- ・1人あたり年間研修時間の増加
- ・1人あたり年間教育研修費の拡大

エンゲージメント

- ・社員のエンゲージメント向上

ダイバーシティ

- ・女性管理職比率の向上
- ・育児休業比率の向上
- ・障がい者雇用率の維持

健康・安全

- ・月間平均残業時間の削減
- ・有給休暇平均取得日数の増加
- ・有給休暇平均取得率向上

人財を最大限に活用する取り組みを推進、経営基盤を強化することで
持続的な成長を実現、中長期での企業価値の向上へ

Contents

- I. 2024年2月期第2四半期連結業績
- II. 2024年2月期連結業績予想
- III. サステナブル経営の実現
- IV. Appendix**

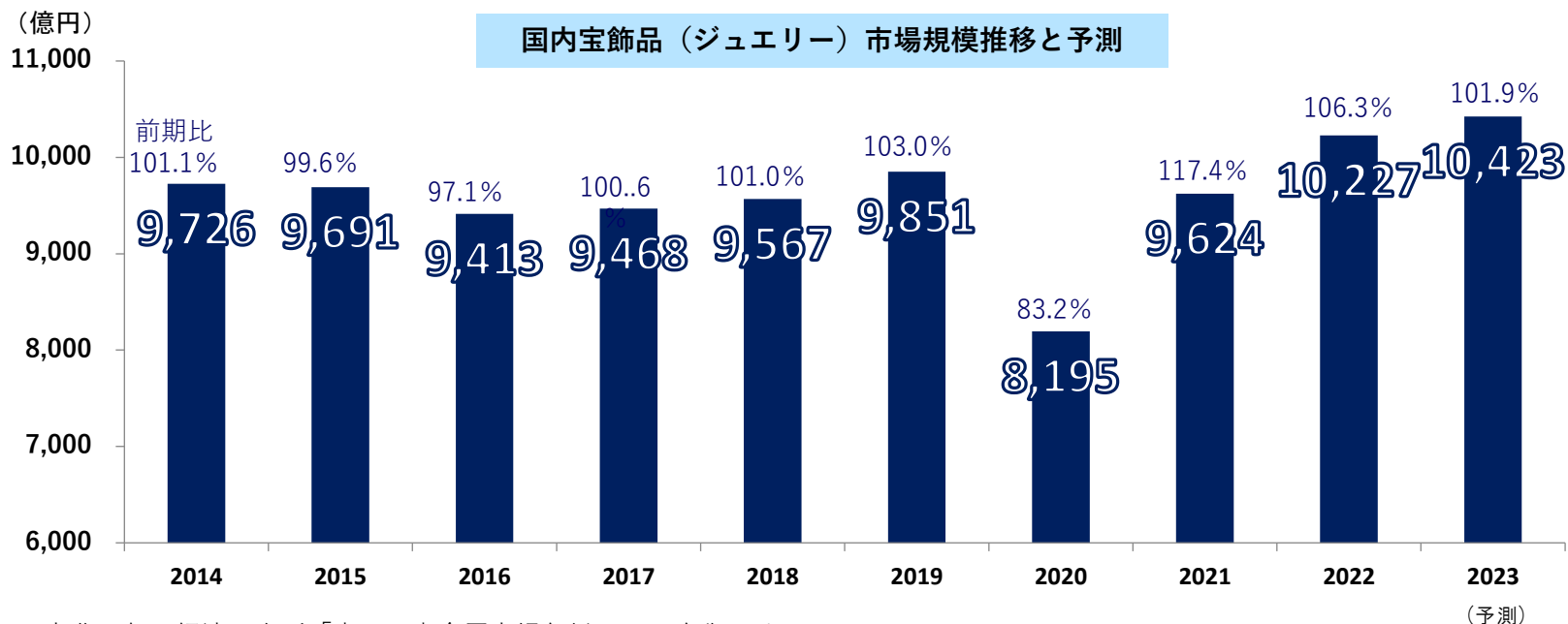
1. ジュエリー（宝飾品）市場動向

2022年の国内宝飾品（ジュエリー）小売市場規模は1兆227億円、前年比106.3%と拡大

- ◆ 2008年以來14年ぶりの1兆円回復。
- ◆ 株高、不動産高の中で富裕層はダメージを受けず、ウィズコロナへの移行に伴い消費行動が活性化。コロナ禍前の水準をも上回るほどにジュエリー市場を押し上げる結果となった。

2023年の国内宝飾品小売市場規模はさらに伸長し前年比101.9%の1兆423億円と予測

- ◆ 3年間にも及ぶ自粛生活から解き放たれて、人々が街に出ようになり、商業施設のテナントの客数が増加し、自ずと売上も増加。さらに、インバウンド需要の急激な成長が見込まれる。



出典：矢野経済研究所「宝石・貴金属市場年鑑 2023年版」より

2. 事業別売上高（連結）

(百万円、%)	第73期2Q（2022/8）			第74期2Q（2023/8）		
	実績	構成比 (%)	前年 同期比 (%)	実績	構成比 (%)	前年 同期比 (%)
ジュエリー事業 (※1)	8,306	44.9	+4.7	7,873	41.2	△5.2
アパレル事業 (※1)	10,207	55.1	+3.4	11,237	58.8	+10.1
(アスティ グループ) (※2)	4,937	44.8	+5.3	5,449	44.8	+10.4
(アージュ) (※2)	6,091	55.2	+2.5	6,716	55.2	+10.3
総合計	18,514	100.0	+4.0	19,110	100.0	+3.2

(※1. 外部顧客に対する売上高)

(※2. 内部相殺前数値、アパレル事業内構成比は単純合算より算出)

3. 設備投資・減価償却費の概要（連結）

		第73期2Q (2022/8)	第74期2Q (2023/8)		(参考) 第73期 (2023/2)
		金額 (百万円)	金額 (百万円)	前年同期比 (%)	金額 (百万円)
ジュエリー事業	設備投資	330	396	120.0	559
	減価償却費	207	163	78.4	396
アパレル事業	設備投資	158	138	87.3	394
	減価償却費	172	171	99.4	352

4. ジュエリー事業 ブランド別・商品別売上高

(百万円、%)	第72期 (2022/2)		第73期 (2023/2)		第74期2Q (2023/8)	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前年同期比 (%)
4°C計※	12,088	△11.3	11,871	△1.8	4,796	△11.2
(うち4°Cジュエリー)	(8,906)	-	(9,217)	-	(3,978)	-
(うち4°CBRIDAL専門店)	(3,182)	-	(2,654)	-	(817)	-
Canal 4°C	3,313	△5.4	3,373	+1.8	1,414	△5.8
EAU DOUCE 4°C	365	+5.5	409	+12.1	168	△7.5
その他ブランド	-	-	-	-	2	-
E C	2,003	+1.3	2,242	+11.9	1,005	+19.1
海外・先売り・その他	652	△27.9	615	△5.7	485	+30.8
合計	18,424	△10.4	18,514	+0.5	7,873	△5.2

※ 4°C計は4°Cジュエリーと4°CBRIDAL専門店を合算

5. ジュエリー事業

ブランド別・商品別既存店客数・客単価

4°C
holdings group

既存店前年同期比 (%)	第73期2Q (2022/8)		第74期2Q (2023/8)	
	客数	客単価	客数	客単価
4°Cジュエリー	+14.2	△3.5	△4.2	+3.2
4°CBRIDAL	△16.7	+2.9	△26.9	+5.1
Canal 4°C	+19.4	△6.8	△5.9	+1.6
EAU DOUCE 4°C	+29.3	+1.7	+2.3	△2.5

6. ジュエリー事業 チャンネル別売上高

4°C
holdings group

	第73期2Q (2022/8)	第74期2Q (2023/8)		
	実績 (百万円)	実績 (百万円)	前年同期比 (%)	構成比 (%)
路面店	68	28	△59.0	0.4
ブライダル	1,366	875	△36.0	11.1
ファッションビル	2,098	1,923	△8.3	24.4
百貨店	3,554	3,555	±0.0	45.2
EC	844	1,005	+19.1	12.8
海外・先売り・その他	374	485	+29.7	6.2
合計	8,270	7,873	△5.4	100.0

本資料ならびにIRに関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

株式会社4°Cホールディングス

経営企画部 福原

T E L 03-5719-3295

E-mail ir-yondoshi@yondoshi.co.jp

※将来に亘る部分につきましては、予想に基づくものであり、確約や保証を与えるものではありません。 予想と異なる結果となる可能性があることをご認識の上ご活用下さい。