

株式会社4°Cホールディングス
(東証一部 8008)

第71期(2021年2月期)第2四半期決算説明資料

2020年10月12日

4°C holdings group

Contents

I. 2021年2月期第2四半期決算概要

II. 2021年2月期下期取り組みと通期業績予想

III. 中期的戦略アプローチ

(株)4°Cホールディングス 代表取締役会長・CEO 木村 祭氏
代表取締役社長・COO 廣田 亨

※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. 2021年2月期第2四半期決算概要

II. 2021年2月期下期取り組みと通期業績予想

III. 中期的戦略アプローチ

ジュエリー事業において新型コロナウイルス感染症の影響による売上高、利益面の影響が大きく発生

ジュエリー事業

□ 休業、時間短縮営業を実施、特に4月・5月は大幅な売上減少に。

(全店舗休業4/25-5/6、休業80%以上27日間、50%以上43日間)

緊急事態宣言発令
外出自粛要請



緊急事態宣言の解除に合わせ、店頭にて3密回避、感染予防対策を実施し営業再開。

アパレル事業

□ デイリーファッション「パレット」、地域のお客様の生活を支える社会インフラとしての役割を果たすべく、緊急事態宣言下でも営業継続に尽力



認知度の向上やパレット会員の拡大につながり、5月以降、好調な推移へ

緊急事態宣言発令や3密回避の新たな行動様式が進むなか、お客様や社員の安全確保に努めながら、事業の運営継続に注力

環境変化	想定リスク	対応・状況
消費行動	実店舗の売上減少	<ul style="list-style-type: none"> □ 感染症対策の実施徹底、店頭でのお客様への安心感 □ EC、オンラインプロモーションの強化
働き方	通勤・出社による感染拡大	<ul style="list-style-type: none"> □ テレワーク（現在、週3日の在宅勤務推奨）、web会議、時差出勤などを導入 □ 展示会等イベントの中止 □ 店長会のオンライン開催 □ 飛沫感染用アクリル板の設置 □ 自主的なPCR検査の受診 □ 出張制限
渡航制限	グローバルサプライチェーンの停滞	<ul style="list-style-type: none"> □ バングラデシュの生産管理者の増員による協力工場の連携、品質管理体制の維持

2021年2月期第2四半期連結業績の概要①

□ 新型コロナウイルス感染症の影響により減収減益

□ 7/8開示の業績予想を上回る推移

➢ 緊迫した状況下において経費削減を徹底

➢ デイリーファッション「パレット」の好調

売上高 179.8億円(前年同期比18.0%減)

営業利益

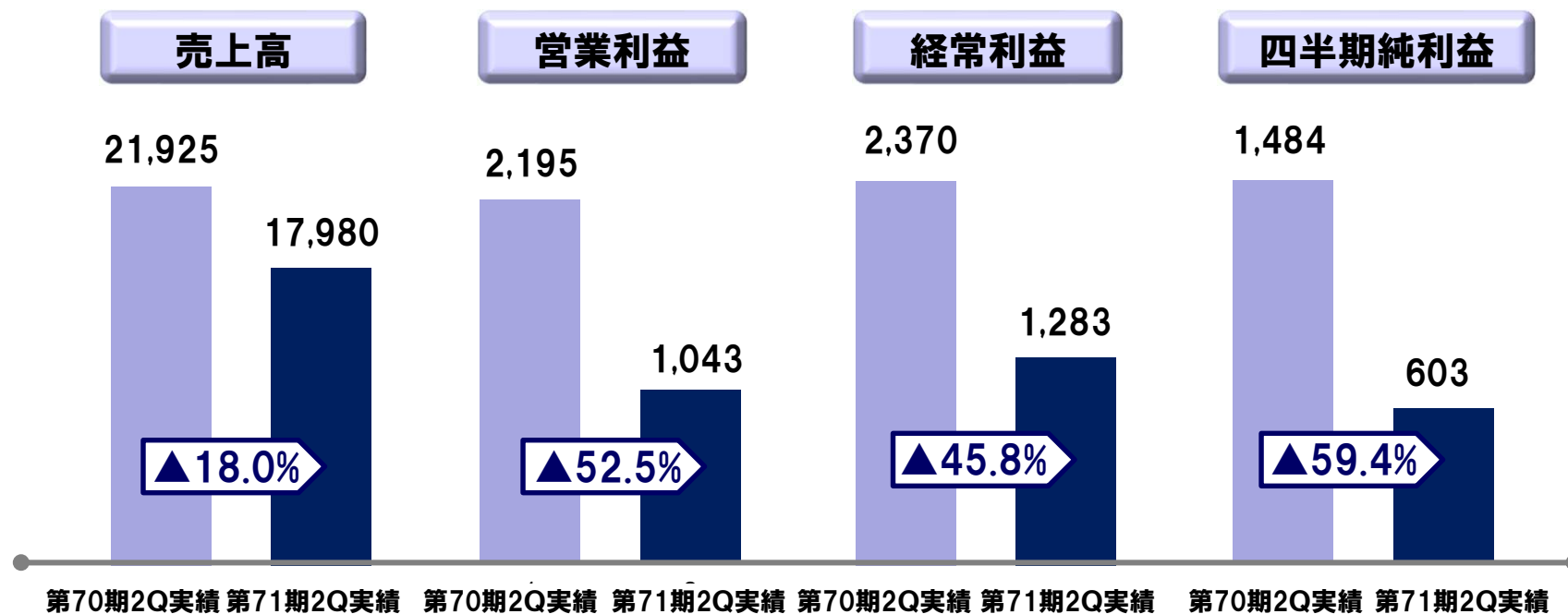
10.4億円(同52.5%減)

経常利益 12.8億円(同45.8%減)

四半期純利益

6.0億円(同59.4%減)

(単位:百万円)



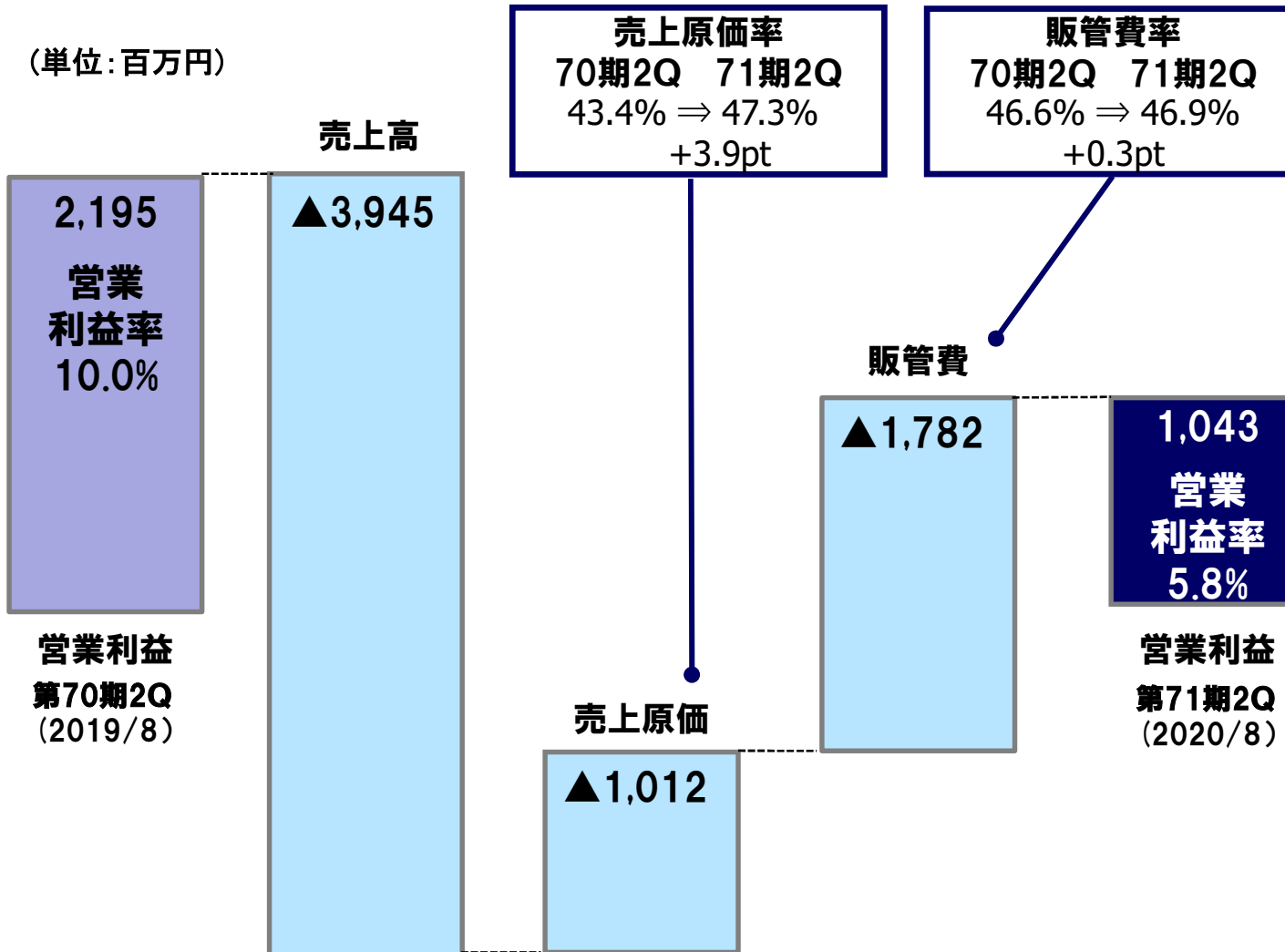
2021年2月期第2四半期連結業績の概要②

(百万円、%)	第70期2Q (2019/8)		第71期2Q (2020/8)		前年 同期比 増減(%)	7/8 公表値比 増減(%)
	実績	(%)	7/8 公表値	(%)		
売上高	21,925	100.0	17,500	100.0	▲18.0	+2.7
売上総利益	12,408	56.6	9,257	52.9	▲23.6	+2.3
売上総利益率	56.6		52.9		▲3.9	▲0.2
販売管理費	10,213	46.6	8,357	47.8	▲17.4	+0.9
内、のれん償却費	248	1.1	248	1.4	±0	±0
営業利益	2,195	10.0	900	5.1	▲52.5	+15.9
経常利益	2,370	10.8	1,100	6.3	▲45.9	+16.6
四半期純利益	1,484	6.8	400	2.3	▲59.4	+50.8

《参考》 重点経営指標 (百万円、%)	第70期2Q (2019/8)		第71期2Q (2020/8)		前年 同期比 増減(%)	7/8 公表値比 増減(%)
	実績	(%)	7/8 公表値	(%)		
のれん償却前営業利益	2,443	11.1	1,148	6.6	▲47.2	+12.5
のれん償却前四半期純利益	1,732	7.9	648	3.7	▲50.9	+31.3

※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

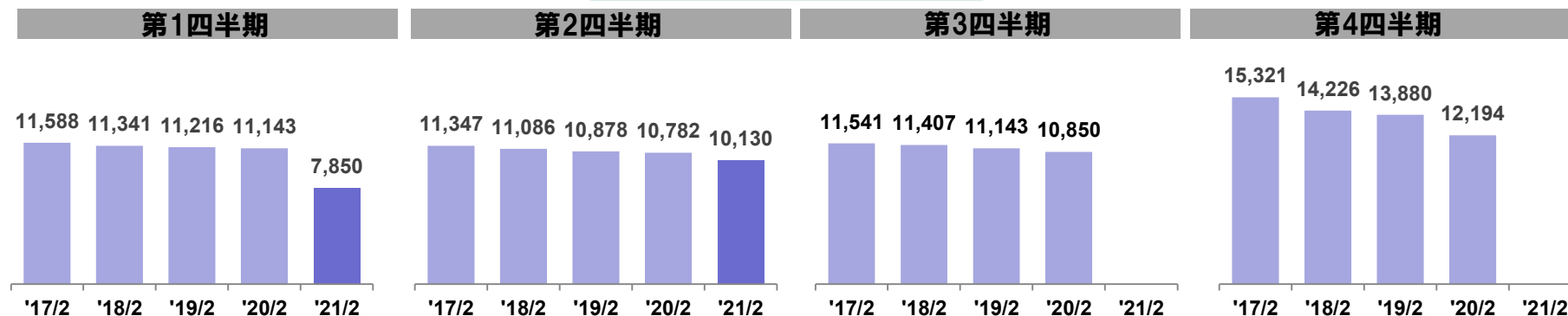
営業利益の状況



四半期業績の推移

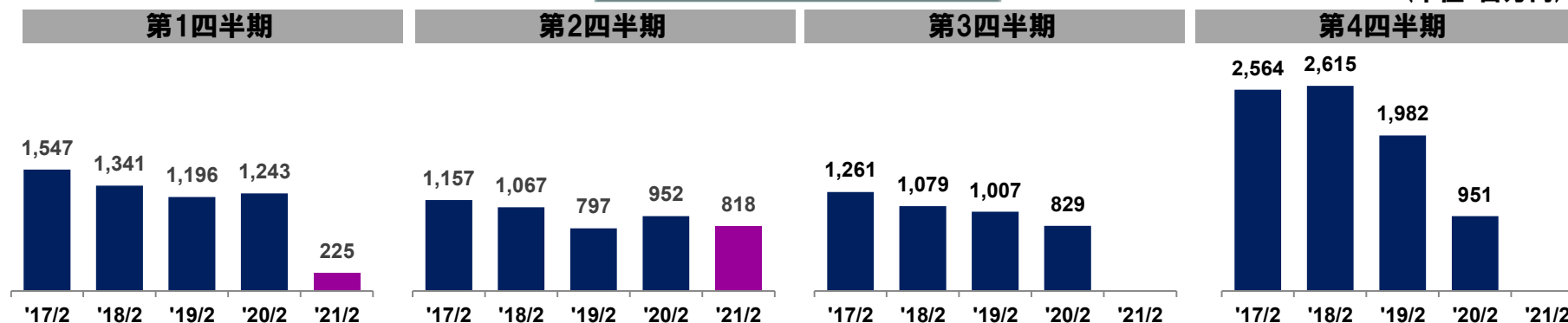
売上高

(単位:百万円)



営業利益

(単位:百万円)

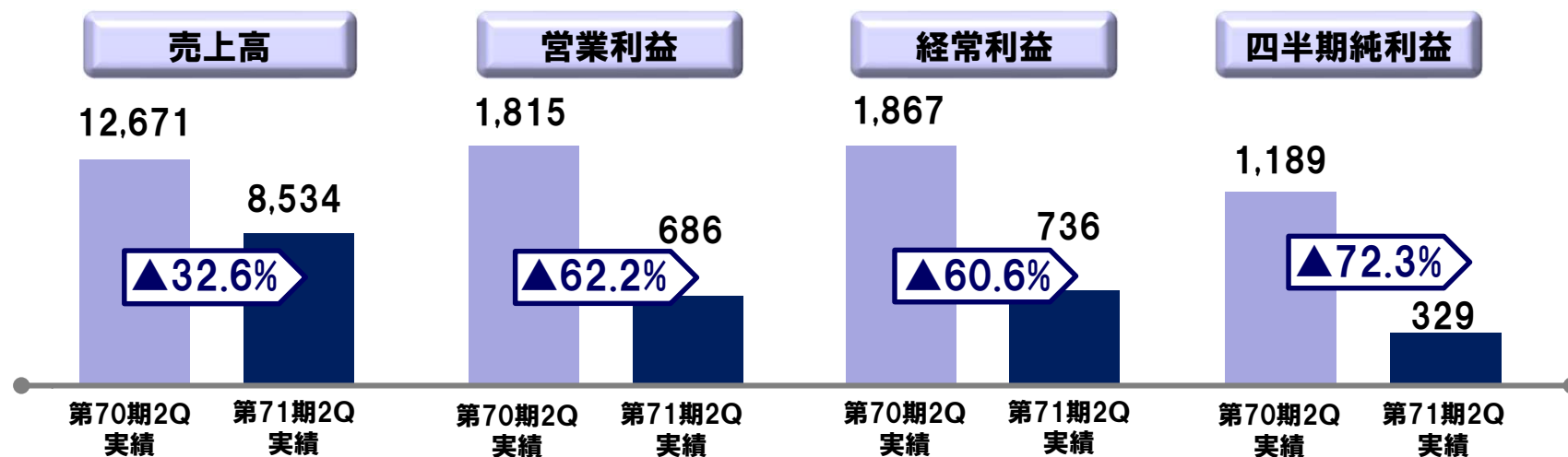


(単位:百万円)	第70期 1Q期間	第70期 2Q期間	第70期 上期累計 (2019/8)	第71期 1Q期間	第71期 2Q期間	第71期 上期累計 (2020/8)	前年同期差	前年同期比
売上高	11,143	10,782	21,925	7,850	10,130	17,980	▲3,945	▲18.0
売上総利益	6,379	6,029	12,408	4,114	5,360	9,474	▲2,934	▲23.6
営業利益	1,243	952	2,195	225	818	1,043	▲1,152	▲52.5

セグメント別業績の概要～ジュエリー事業

- コロナ禍での店舗休業の影響により減収減益も営業利益は約7億円を確保
- 緊急事態宣言解除後、店舗営業再開により売上高は回復傾向

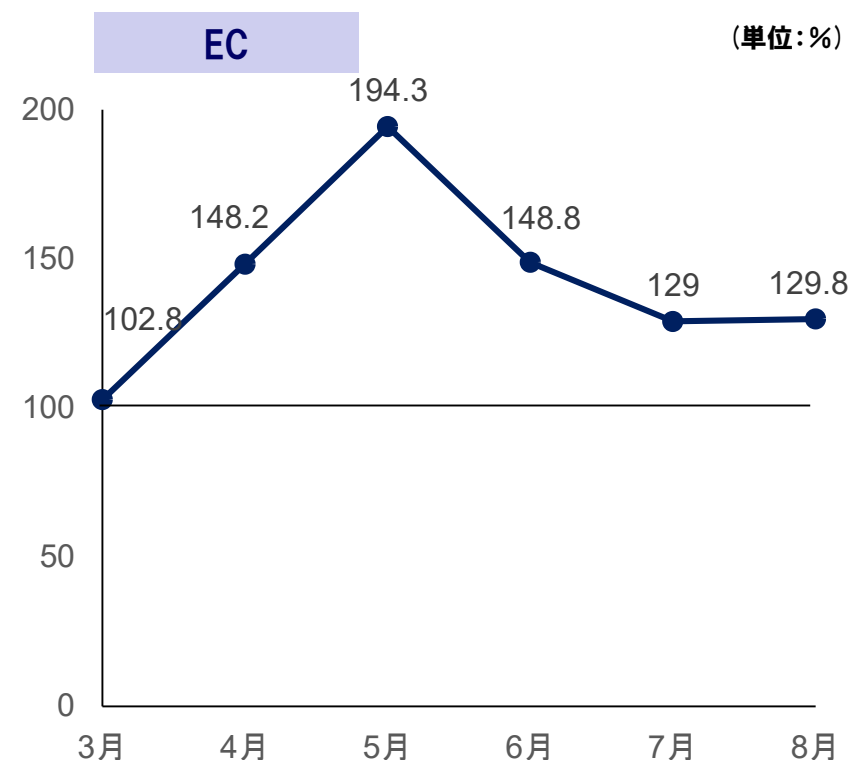
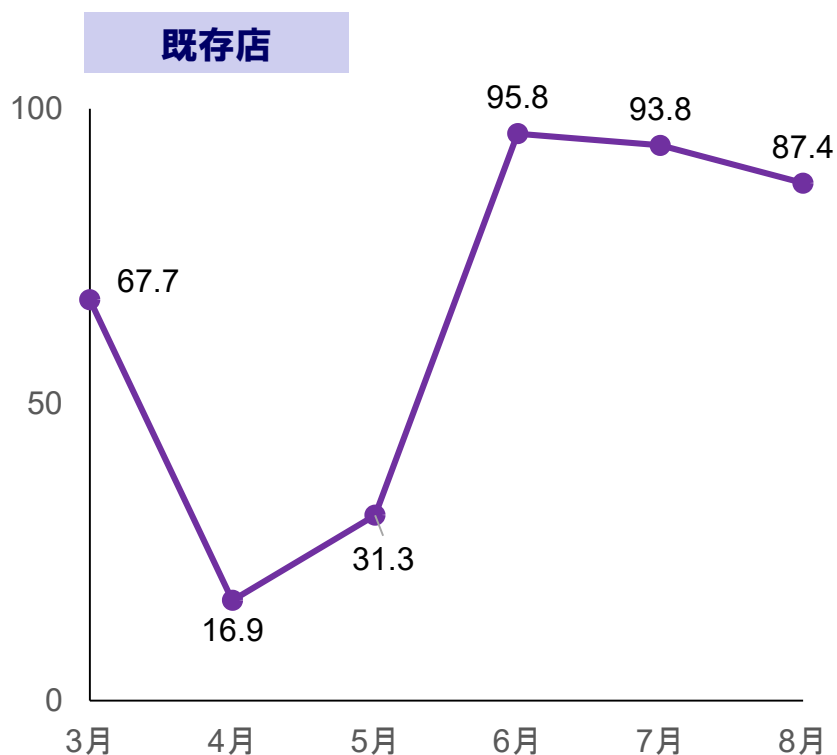
(単位:百万円)



(百万円、%)	第70期2Q (2019/8)		第71期2Q (2020/8)				前年同期比 増減(%)	7/8公表値 ベース比 増減(%)
	実績	(%)	7/8公表値 ベース	(%)	実績	(%)		
売上高	12,671	100.0	8,563	100.0	8,534	100.0	▲32.6	▲0.3
営業利益	1,815	14.3	706	8.2	686	8.0	▲62.2	▲2.7
経常利益	1,867	14.7	728	8.5	736	8.6	▲60.6	+1.1
四半期純利益	1,189	9.4	258	3.0	329	3.9	▲72.3	+27.6

ジュエリー事業 既存店・EC売上高月次推移

- 緊急事態宣言解除後、既存店は6月に回復
- ECは、4月以降5ヶ月連続で前年同月比2ケタ成長



前年同月比	3月	4月	5月	6月	7月	8月	上期
既存店	67.7	16.9	31.3	95.8	93.8	87.4	67.0
EC	102.8	148.2	194.3	148.8	129.0	129.8	139.6

(既存店、ECともにMAISON JEWELL、Luria4°C除く)

ジュエリー事業 ブランド別既存店売上高月次推移

- 「4°C」ファッションジュエリーは堅調に推移
- 「4°C」ブライダルジュエリー、ブライダル市場の低迷の影響により回復に遅れ
- 「Canal4°C」、ブランド修正によりファッションジュエリーは既存店売上高の
落ち幅縮小

前年同月比

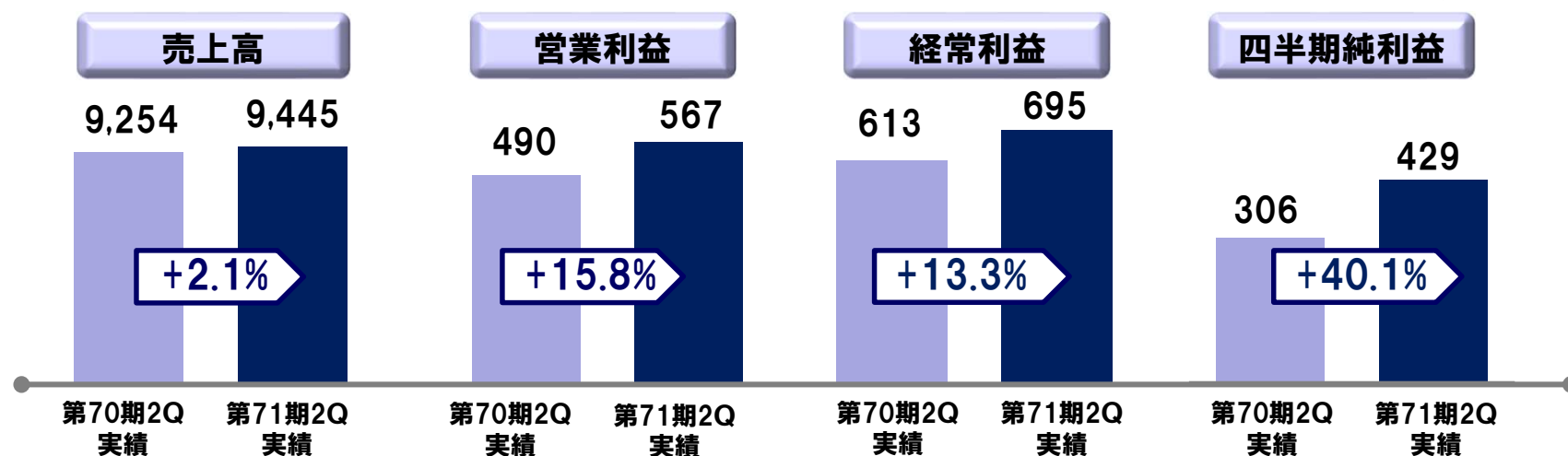
(単位:%)

	2020年2月期			2021年2月期				
	上期	3Q	4Q	1Q	6月	7月	8月	2Q
①4°C FJ	99.1	104.3	93.2	44.5	102.1	99.4	93.4	98.2
②Canal4°C FJ	99.2	88.1	75.1	37.9	94.7	95.4	89.5	93.2
差(②-①)	0.1	▲16.2	▲18.1	▲6.7	▲7.4	▲4.1	▲3.9	▲5.0
4°C BR(百貨店)	104.1	100.1	90.0	28.9	90.0	89.7	83.1	87.5
4°C BR(専門店)	103.4	99.6	89.3	35.1	95.2	89.7	84.9	89.9
Canal4°C BR	102.5	88.5	75.4	29.5	88.8	87.9	76.4	84.5

セグメント別業績の概要～アパレル事業

- デイリーファッション「パレット」の好調により、アパレル事業は増収増益
- アパレルメーカー事業、経費削減により営業利益は計画以上に推移
- デイリーファッション事業、出店拡大と既存店好調で増収、過去最高益更新

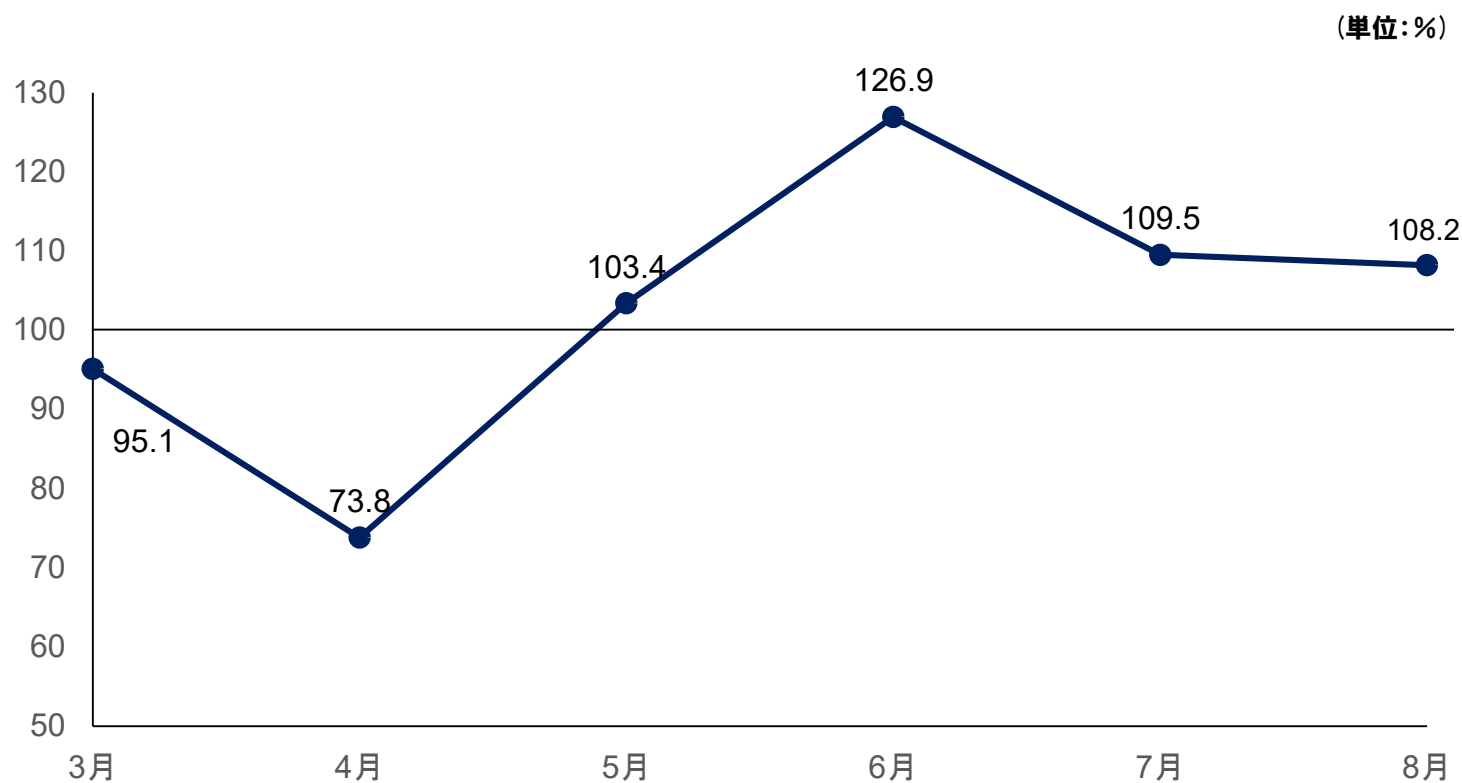
(単位:百万円)



(百万円、%)	第70期2Q (2019/8)		第71期2Q (2020/8)				前年同期比 増減(%)	7/8公表値 ベース比 増減(%)
	実績	(%)	7/8公表値 ベース	(%)	実績	(%)		
売上高	9,254	100.0	8,977	100.0	9,445	100.0	+2.1	+5.2
営業利益	490	5.3	403	4.5	567	6.0	+15.8	+40.7
経常利益	613	6.6	528	5.9	695	7.4	+13.3	+31.6
四半期純利益	306	3.3	323	3.6	429	4.5	+40.1	+32.8

アパレル事業 「パレット」既存店売上高月次推移

- 緊急事態宣言下、社会インフラとしての役割を果たすべく営業継続に尽力
- 認知度の拡大や巣ごもり需要の獲得により、既存店売上高は5月以降、4ヶ月連続で前年同月を上回る



	3月	4月	5月	6月	7月	8月	上期
既存店	95.1	73.8	103.4	126.9	109.5	108.2	103.2

財政状態、キャッシュ・フローの状況(連結)

- 総資産536億円、負債134億円、純資産401億円
- 営業CF、前期に法人税の支払い48億円あり、今期は大幅に改善
- 財務CF、株主還元として配当金約9億円
- 強みであるキャッシュ創出力と盤石な財務体質による安定した経営のもと、持続的成長を図る

財務状況

2020年8月末時点

総資産 536億円	134億円	負債
	401億円	純資産

キャッシュ・フロー

(単位:百万円)	第70期2Q (2019/8)	第71期2Q (2020/8)	差額
営業CF	405	2,813	+2,408
投資CF	23	△1,815	△1,838
財務CF	△3,640	△227	+3,413
フリーCF	+428	+998	+570

出退店の状況と計画

- ジュエリー事業、国内2ブランド閉鎖及び中国マーケットから撤退
- アパレル事業、「パレット」の出店拡大が順調に進む

		ジュエリー事業					海外	アパレル事業	合計
		国内						パレット	
		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			
第70期 (2020/2)	期末	2	68	40	73	183	3	73	259
第71期 上期実績 (2020/8)	出店	1	1	0	0	2	0	5	7
	退店	0	1	0	7	8	3	1	12
	2Q 期末	3	68	40	66	177	0	77	254
第71期 下期計画 (2021/2)	出店	0	0	0	1	1	—	4	5
	退店	0	0	0	3	3	—	1	4
	期末	3	68	40	64	175	—	80	255

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

		4°C	4°C BRIDAL	Canal 4°C	EAU DOUCE 4°C	MAISON JEWELL	ジュエリー計	Luria4°C	合計
第70期 (2020/2)	期末	83	40	49	21	5	198	25	223
第71期 上期実績 (2020/8)	出店	2	0	0	0	0	2	0	2
	退店	1	0	2	0	5	8	25	33
	2Q 期末	84	40	47	21	0	192	0	192
第71期 下期計画 (2021/2)	出店	0	0	1	0	—	1	—	1
	退店	0	0	3	0	—	3	—	3
	期末	84	40	45	21	—	190	—	190

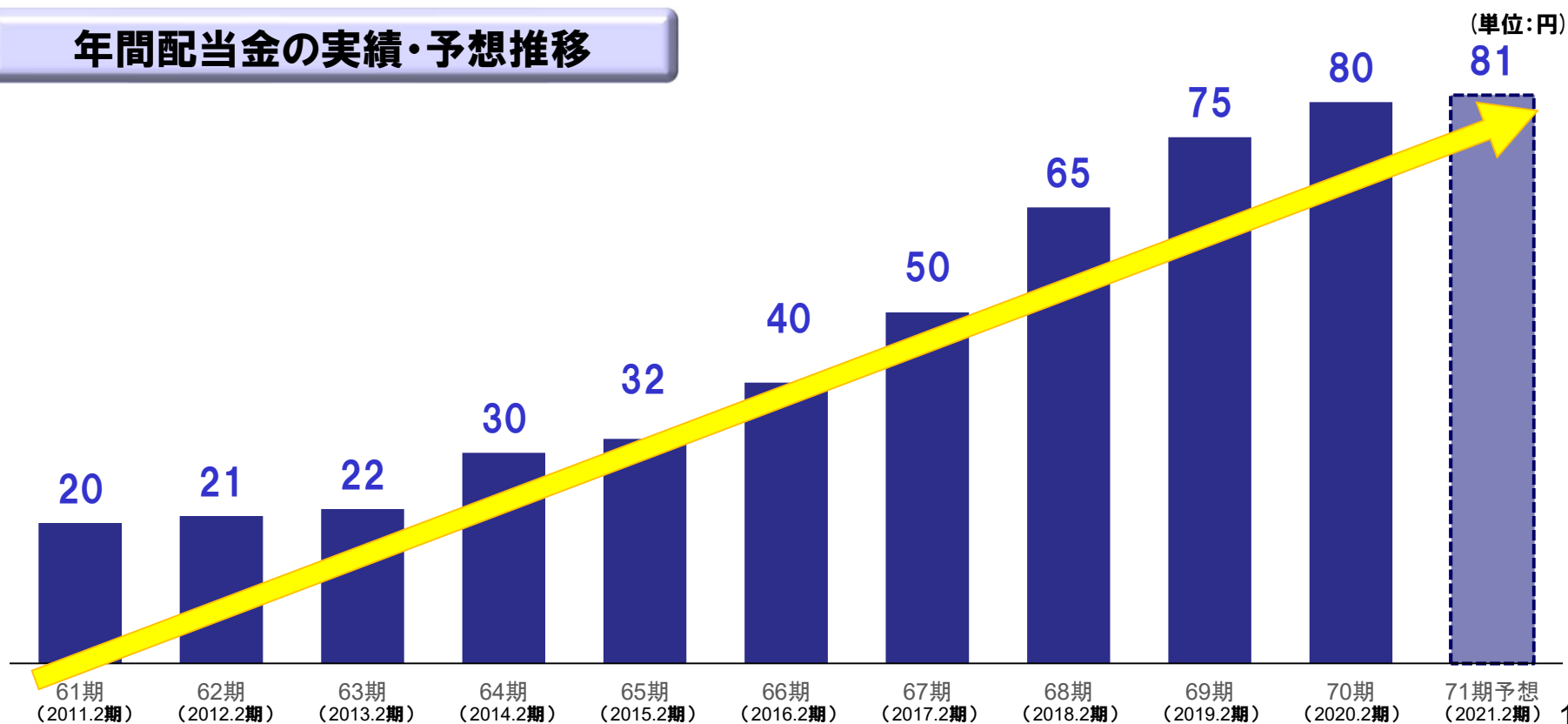
※同一店舗にて複数のブランドを扱う複合店は各ブランドごとに1店舗として計上

※「4°C」出退店のうち1店舗は館内移動によるもの

株主還元方針および配当

- 株主還元方針として安定的・継続的な配当と機動的な自己株式の取得による利益還元の水準向上を掲げる
- 連続増配へのこだわりを堅持、将来1株当たり100円配当の実現を目指す
 - 2021年2月期は中間・期末ともに0.5円増配の40円50銭、年間1円増配となる81円を予想（10期連続増配）

年間配当金の実績・予想推移



□ 3期連続となる自己株式の取得を実施、株主還元水準と資本効率の向上を図る

◆2020年10月12日リリース

自己株式の取得

・取得上限:30万株(7億円)

※発行済み株式総数(自己株式除く)に対する1.38%

・取得期間:2020年10月13日~2021年1月13日

・取得方法:信託契約に基づく市場買付

Contents

I. 2021年2月期第2四半期決算概要

II. 2021年2月期下期取り組みと通期業績予想

III. 中期的戦略アプローチ

通期業績予想の前提

□ 新型コロナウイルス感染症の拡大はやや緩やかとなるも、消費の動向は不透明であり、今期中は影響が残る

ジュエリー事業

- 「4°C」ブランド、ギフトニーズの支持が高いことから、底堅く推移すると予測
- ブライダル市場、しばらくは厳しい状態が続く見通し

アパレル事業

- アパレルメーカー事業、小売業の経営環境悪化に伴う受注減少リスクあるも、販路拡大等でカバーに努める
- デイリーファッション事業、小商圈にて日用品を中心に扱う業態であり、コロナ禍の影響は限定的と想定

ジュエリー事業

- ①「4°C」コロナ禍におけるクリスマス商戦対策
- ②「4°C BRIDAL」Stella Marisの展開による訴求力向上
- ③「Canal4°C」ブランド修正による収益改善
- ④EC施策の強化とEC売上高の拡大
- ⑤デジタル施策の強化によるお客様との関係性構築

アパレル事業

- ①アパレルメーカー事業における素材・商品提案力の向上
- ②バングラデシュ、ベトナム等、海外生産拠点の充実強化
- ③デイリーファッション「パレット」の出店拡大による関西ドミナントの深耕
- ④流通加工の現地化やコンテナ輸送の拡大による「パレット」商品の原価率低減

□ 「4°C」ジュエリー、コロナ禍でむかえるクリスマスに対し、二人の想いを
つなげる特別なものとして選ばれるブランドへ



□ 8/14より 二人の新たな船出を導く 星々の輝きをコンセプトに
新コレクション「Stella Maris」～導きの星～ を展開



「Canal4°C」ブランド修正による収益改善

- ブランド修正が奏功し、6月以降は回復傾向に
- 既存顧客層の再獲得によりクリスマス商戦の成功を目指す

Canal 4°C



（「Canal4°C」ららぽーと愛知東郷店）

- 動画やLIVEコマースなどブランドサイトのコンテンツの拡張に注力
- 外出を控える動きが継続することが予測されるなか、ECの対応力強化によりお客様のニーズに最大限応えていく

Canal 4°C
LIVE TV



- CRMシステムの活用によるエンゲージメント強化とリピート率の向上
(会員数約20万人)
- バースデーコレクションDM、開封者の購入率5.1%(6-8月)



(「4°C」Birth Stone Collection)



- 機能性・サステイナブルな素材の提案力強化による優位性確立
- ベトナム、バングラデシュ等、海外生産拠点の充実強化を図る



(サステイナブル素材商品「ECO LEATHER GOODS」)



(ベトナム:ホーチミン協力工場)

- 「パレット」、8店舗の新規出店により売上高は初の100億円突破へ
- 新店におけるパレット会員の入会促進強化、効果的な販促施策を継続
(パレット会員、8月末で約35万人)
- 流通加工の現地化やコンテナ輸送の拡大による原価率低減



(「パレット」イズミヤ門真店)



(「パレット」平野駅前店)

2021年2月期 通期連結業績予想

(百万円、%)	第70期(2020/2)		第71期(2021/2)		前期比
	実績	(%)	通期予想	(%)	増減(%)
売上高	44,970	100.0	39,000	100.0	▲13.3
売上総利益	25,780	57.3	21,450	55.0	▲16.8
売上総利益率	57.3		55.0		▲2.3
販売管理費	21,804	48.5	18,550	47.6	▲14.9
内、のれん償却費	496	1.1	496	1.3	±0
営業利益	3,975	8.8	2,900	7.4	▲27.1
経常利益	4,312	9.6	3,300	8.5	▲23.5
当期純利益	2,475	5.5	2,000	5.1	▲19.2
《参考》	第70期(2020/2)		第71期(2021/2)		前期比
のれん償却前営業利益	4,471	9.9	3,396	8.7	▲24.0
のれん償却前当期純利益	2,971	6.6	2,496	6.4	▲16.0

※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

セグメント別通期業績予想(内部相殺後数値)

(百万円、%)		第70期 (2020/2)	第71期(2021/2)			
		実績	上期実績	下期予想	通期予想	前期比
ジュエリー事業	売上高	26,987	8,535	12,665	21,200	▲21.4
	営業利益	3,319	687	1,813	2,500	▲24.7
	経常利益	3,418	736	1,864	2,600	▲23.9
	当期純利益	2,129	329	1,271	1,600	▲24.8
アパレル事業	売上高	17,983	9,446	8,354	17,800	▲1.0
	営業利益	758	567	193	760	+0.2
	経常利益	980	695	265	960	▲2.0
	当期純利益	512	429	191	620	+21.1

Contents

I. 2021年2月期第2四半期決算概要

II. 2021年2月期下期取り組みと通期業績予想

III. 中期的戦略アプローチ

コロナ禍が人との接点や外出を制限するなか 社会構造や産業構造は大きく変化

環境変化	当社グループへの影響
デジタル消費体験が幅広い消費者層に拡大	オンライン・オフラインが融合した社会におけるお客様とのエンゲージメント構築への取組
テレワークの浸透、働き方の変化	より生産性の高い組織へと体質を強化すべく、デジタル活用や体制の整備、意識変革を促す
雇用・所得環境の悪化、消費低迷長期化リスク	構造改革を推し進め、低成長のなかでも収益性を向上させていく

2022年2月期からスタートする第6次中期経営計画は
次なる成長に向けた基盤づくりの3ヶ年

経営環境の厳しさを認識し、
構造改革を推し進めることで収益性の向上を図る



ジュエリー事業

- DX対応など、お客様を起点とした施策に積極的に取り組むことで、将来の成長へつなげてゆく。
- 生産性の向上を進め、高収益体質の維持に努める。

2022年2月期からスタートする第6次中期経営計画は
次なる成長に向けた基盤づくりの3ヶ年

経営環境の厳しさを認識し、
構造改革を推し進めることで収益性の向上を図る



アパレル事業	<ul style="list-style-type: none">➤ 安定収益基盤事業として、引き続き安定的・継続的な利益成長の実現を目指す。➤ デイリーファッション「パレット」の出店拡大による関西ドミナント深耕の継続により100店舗網の構築を目指す。
ESGへの取り組み	<ul style="list-style-type: none">➤ 事業活動を通じたSDGsと社会課題解決の貢献に引き続き取り組む。➤ 開示情報の充実と、各ステークホルダーとの質の高い対話を通じ、経営戦略の更なる高度化を図る。

◆ RJC認証企業(株)エフ・ディ・シー・プロダクツ)としてジュエリー業界における各分野の信頼性・水準向上へ寄与すべく邁進

※RJCとは・・・

「発掘から小売まで」の全工程において、ダイヤモンド・金・プラチナの「責任ある取引」を実現することを目的に、宝飾業界を対象とした社会・環境責任の範囲をカバーする規範と規格を開発する国際的な非営利組織

◆ 日本水フォーラムの評議員として水問題解決に向けた活動を継続的にサポート



◆ (株)アスティ 広島市へのマスク寄贈

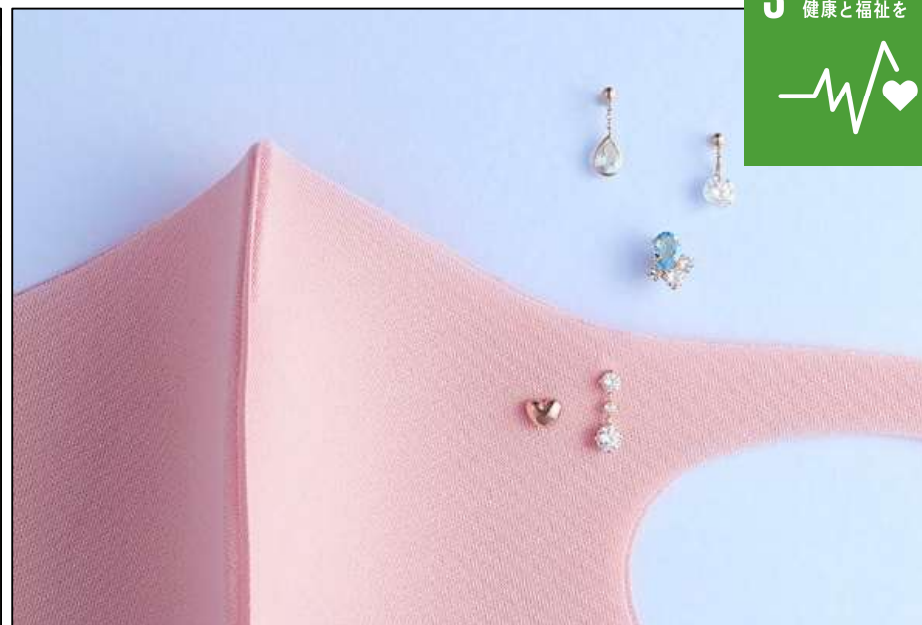
マスクが入手困難であった4月下旬に、新型コロナウイルス感染症の拡大防止へ役立てていただくため、広島市にマスク5,000枚を寄贈

◆ 「Canal4°C」 #Smile Programの展開

Canal4°C店舗および公式オンラインショップにてチャリティ企画商品を販売、新型コロナウイルス感染症拡大防止の取組支援として、売上の8%~10%を「日本赤十字社」へ寄付



(広島市へのマスク寄贈(画像は中国新聞社提供))



(「Canal4°C」#Smile Program) 37

◆ (株)アスティ 老人福祉施設へのバスタオル寄贈

「敬老の日」にあわせて老人福祉施設へバスタオルを寄贈、
1972年より毎年継続しており、累計約2億7千万円相当となる



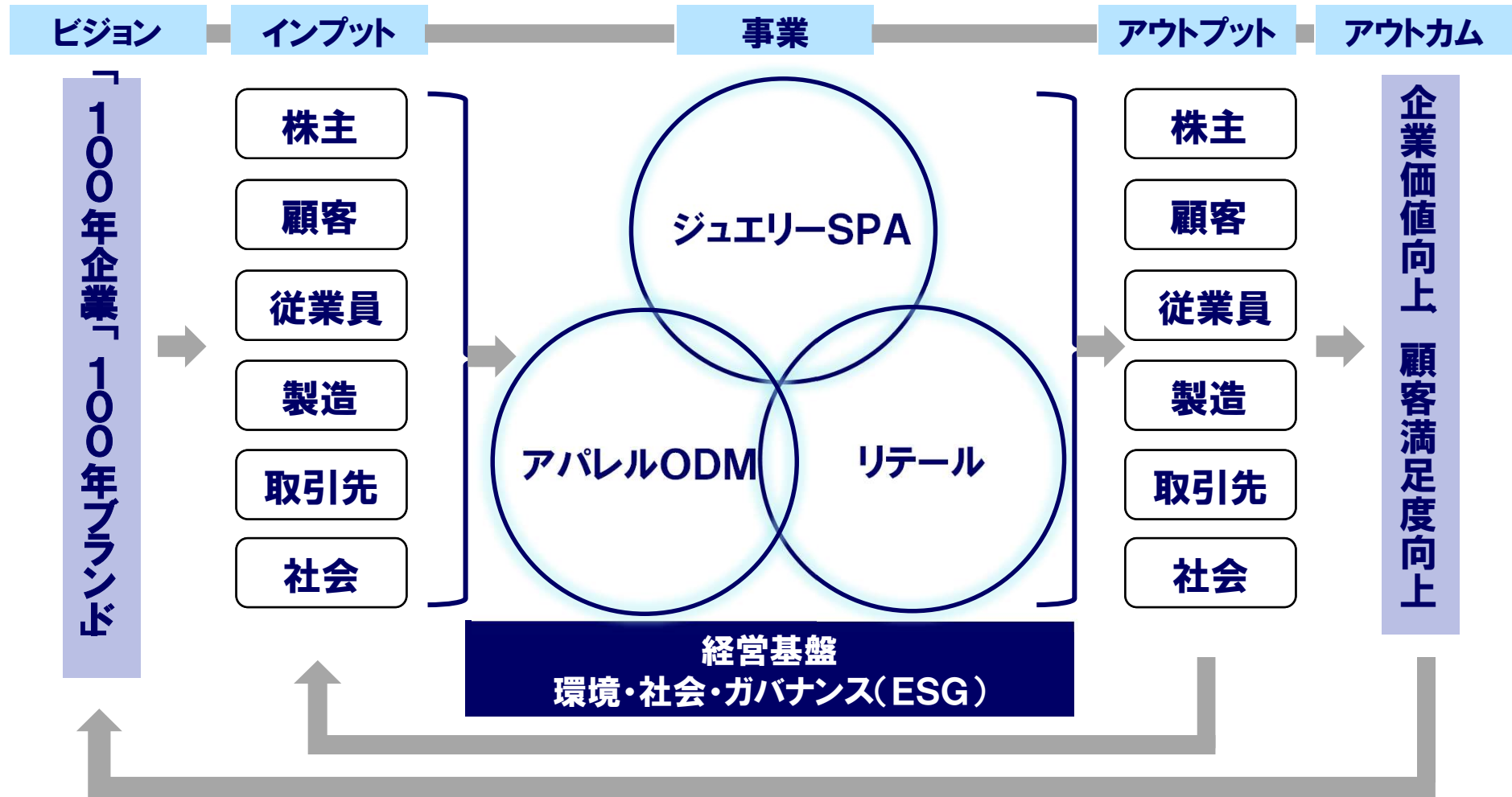
3 すべての人に
健康と福祉を



(老人福祉施設へのバスタオル寄贈)

安定的・継続的成長に向けて～持続的価値の創出

ジュエリーSPA、アパレルODM、リテールの3事業で価値拡大を目指す



- コロナ禍の影響を受け、2021年2月期第2四半期は減収減益も計画以上の推移。
- 2021年2月期通期業績は計画通りの見通し。
- ジュエリー事業、ブライダルは厳しい環境続くが、強みのギフトニーズ獲得でクリスマス商戦の成功を目指す。
- アパレル事業、上期は好調に推移。下期の好調維持に向け、出店拡大と経費削減に努める。
- 2021年2月期の年間配当は81円、10期連続の増配を予定。将来の100円配当の実現に向け、連続増配へのこだわりを堅持。また、3期連続の自己株式取得も実施。
- 第6次中計、コロナ禍により社会構造や産業構造の大きな変化が予測されるが、構造改革による収益性の向上を推し進め、次なる成長に向けた基盤固めを進める方針。

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℃ホールディングス

社長室 小塚(コヅカ)・高橋

TEL 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。