

株式会社4°Cホールディングス
(東証一部 8008)

第69期(2019年2月期)第2四半期決算説明会

2018年10月9日

4°C holdings group

Contents

I. 2019年2月期第2四半期決算概要と総括

II. 2019年2月期通期業績予想、下期取り組み

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 瀧口 昭弘

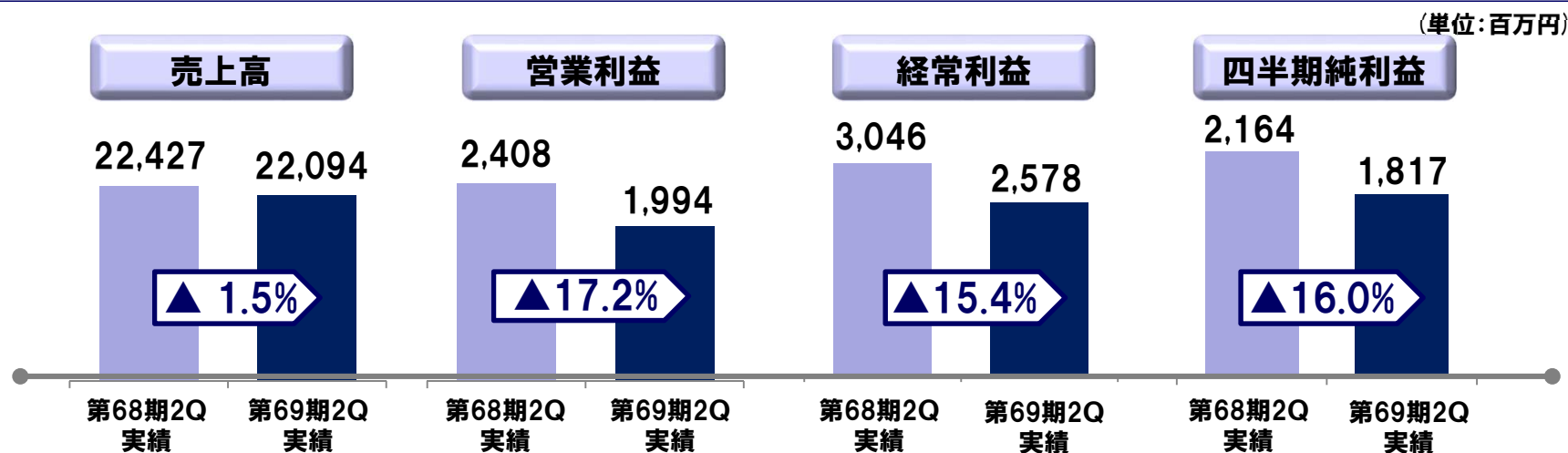
※資料内の数値は百万円未満を切り捨て表示し、百分率は原データから算出しております。

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。

2019年2月期第2四半期連結業績の概要

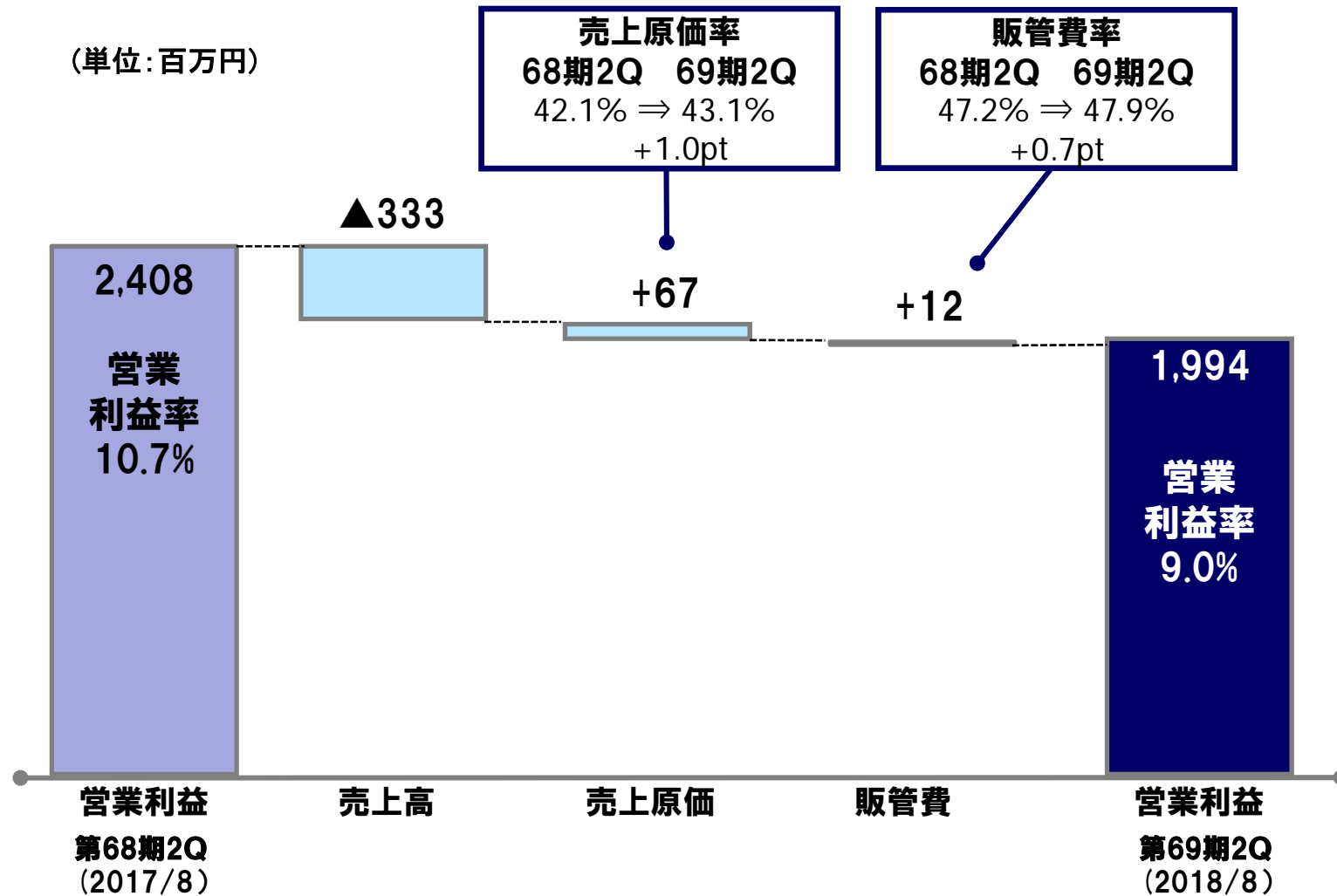
増収減益の計画に対し、減収減益

売上高 220.9億円(前年同期比1.5%減) 営業利益 19.9億円(同17.2%減)
 経常利益 25.7億円(同15.4%減) 四半期純利益 18.1億円(同16.0%減)



(百万円、%)	第68期2Q (2017/8) 実績	第68期2Q (2017/8) (%)	第69期2Q (2018/8) 計画	第69期2Q (2018/8) (%)	第69期2Q (2018/8) 実績	第69期2Q (2018/8) (%)	前年同期比 増減(%)	計画比 増減(%)
売上高	22,427	100.0	22,500	100.0	22,094	100.0	▲1.5	▲1.8
売上総利益	12,983	57.9	13,082	58.1	12,582	56.9	▲3.1	▲3.8
売上総利益率	57.9		58.1		56.9		▲1.0pt	▲1.2pt
販売管理費	10,575	47.2	10,783	47.9	10,587	47.9	+0.1	△1.8
営業利益	2,408	10.7	2,300	10.2	1,994	9.0	▲17.2	▲13.3
経常利益	3,046	13.7	3,000	13.3	2,578	11.6	▲15.4	▲14.1
四半期純利益	2,164	9.8	2,100	9.3	1,817	8.2	▲16.0	▲13.5

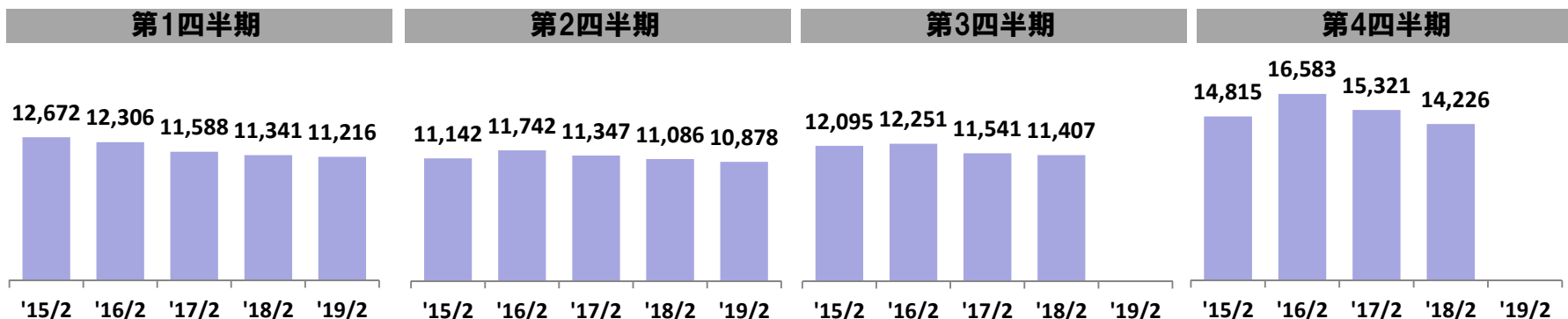
営業利益の状況



四半期業績の推移

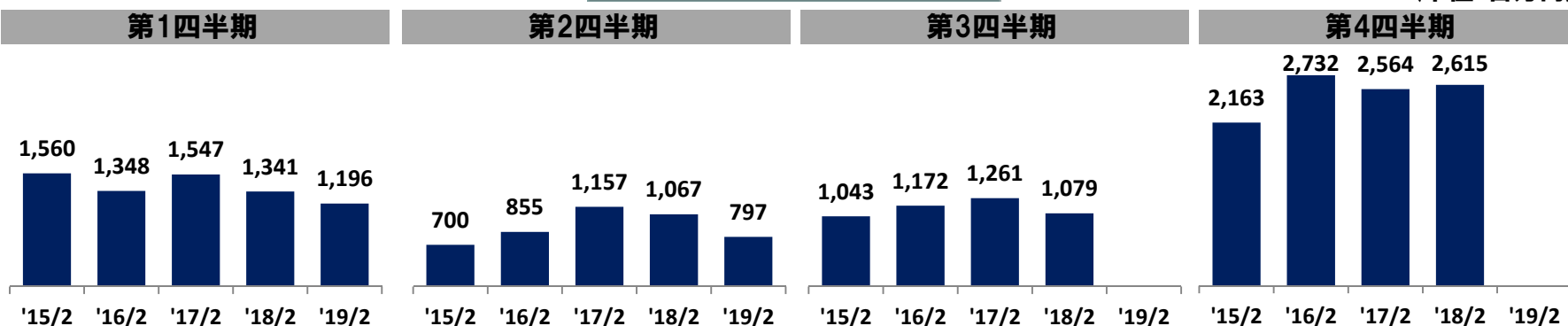
売上高

(単位:百万円)



営業利益

(単位:百万円)

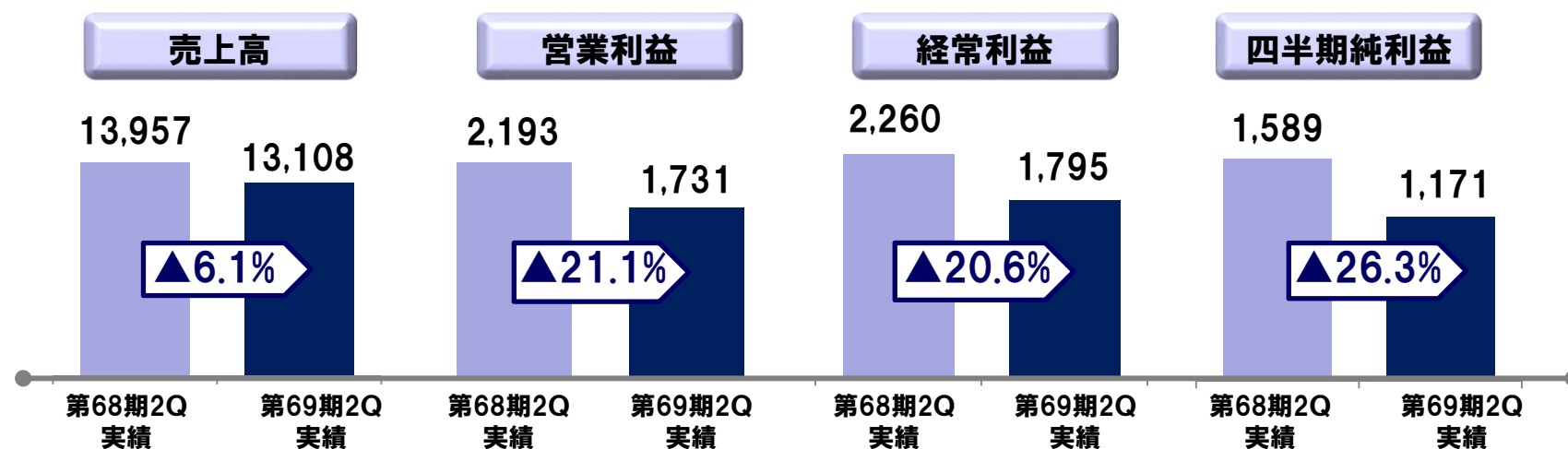


(単位:百万円)	第68期 1Q期間	第68期 2Q期間	第68期 上期累計 (2017/8)	第69期 1Q期間	第69期 2Q期間	第69期 上期累計 (2018/8)	前年同期差	前年同期比
売上高	11,341	11,086	22,427	11,216	10,878	22,094	▲333	▲1.5
売上総利益	6,607	6,376	12,983	6,497	6,085	12,582	▲401	▲3.1
営業利益	1,341	1,067	2,408	1,196	797	1,994	▲413	▲17.2

セグメント別業績の概要～ジュエリー事業

- ブライダルジュエリー回復の遅れ等により減収減益
- ファッションジュエリーでは価格帯別ゾーン展開をスタート、ブランド価値向上の取り組みにより客単価は上昇傾向

(単位:百万円)

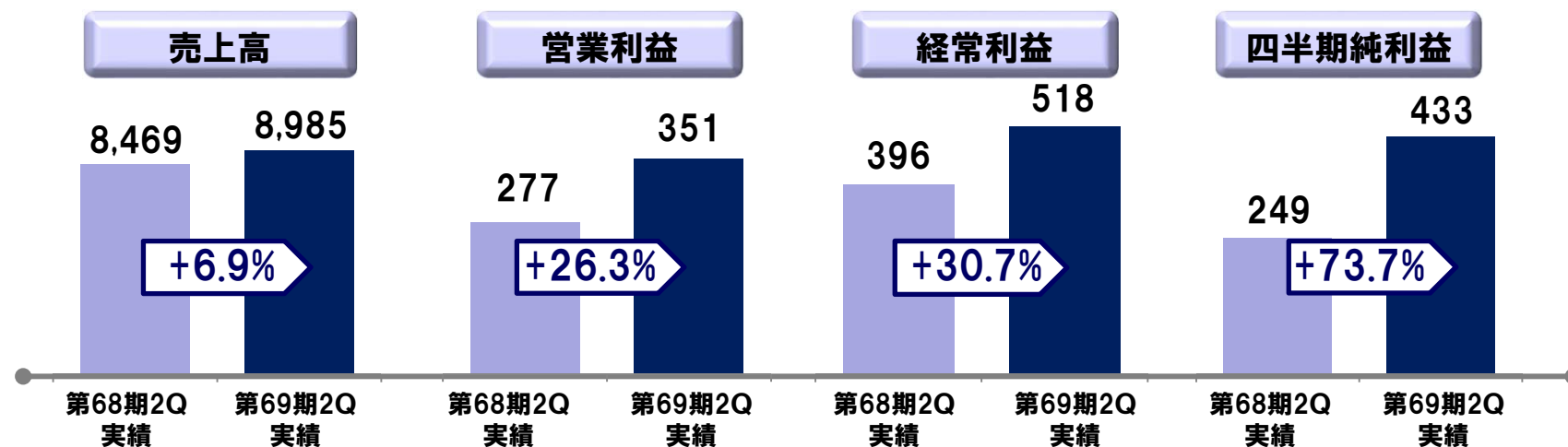


(百万円、%)	第68期2Q (2017/8)		第69期2Q (2018/8)				前年同期比 増減(%)	計画比 増減(%)
	実績	(%)	計画	(%)	実績	(%)		
売上高	13,957	100.0	13,875	100.0	13,108	100.0	▲6.1	▲5.5
営業利益	2,193	15.7	2,056	14.8	1,731	13.2	▲21.1	▲15.8
経常利益	2,260	16.2	2,117	15.3	1,795	13.7	▲20.6	▲15.2
四半期純利益	1,589	11.4	1,436	10.3	1,171	8.9	▲26.3	▲18.5

セグメント別業績の概要～アパレル事業

- アパレルメーカー事業、デイリーファッション事業ともに順調、増収増益
- アパレルメーカー事業、主力得意先との取り組み強化が奏功
- デイリーファッション事業、ポイントカード会員の増加もあり堅調に推移

(単位:百万円)



(百万円、%)	第68期2Q (2017/8)		第69期2Q (2018/8)				前年同期比 増減(%)	計画比 増減(%)
	実績	(%)	計画	(%)	実績	(%)		
売上高	8,469	100.0	8,826	100.0	8,985	100.0	+6.9	+1.8
営業利益	277	3.3	377	4.2	351	3.9	+26.3	▲6.9
経常利益	396	4.7	506	5.7	518	5.8	+30.7	+2.3
四半期純利益	249	2.9	321	3.6	433	4.8	+73.7	+34.8

財政状態、キャッシュ・フローの状況(連結)

- 総資産666億円、負債126億円、純資産540億円
- 財務CF、株主還元配当8億59百万円

財務状況

2018年8月末時点

総資産 666億円	126億円	負債
	540億円	純資産

キャッシュ・フロー

(単位:百万円)	第68期2Q (2017/8)	第69期2Q (2018/8)	差額
営業CF	1,621	1,230	△390
投資CF	△659	△1,020	△361
財務CF	△743	△967	△223
フリーCF	+962	+210	△752

出退店の状況と計画

		ジュエリー事業					アパレル事業		合計
		国内					海外	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68期 (2018/2)	期末	5	79	43	90	217	5	65	287
第69期 上期実績 (2018/8)	出店	0	2	0	1	3	0	3	6
	退店	0	2	1	1	4	0	0	4
	2Q 期末	5	79	42	90	216	5	68	289
第69期 下期計画 (2019/2)	出店	0	1	0	1	2	0	4	6
	退店	0	3	0	1	4	1	1	6
	期末	5	77	42	90	214	4	71	289

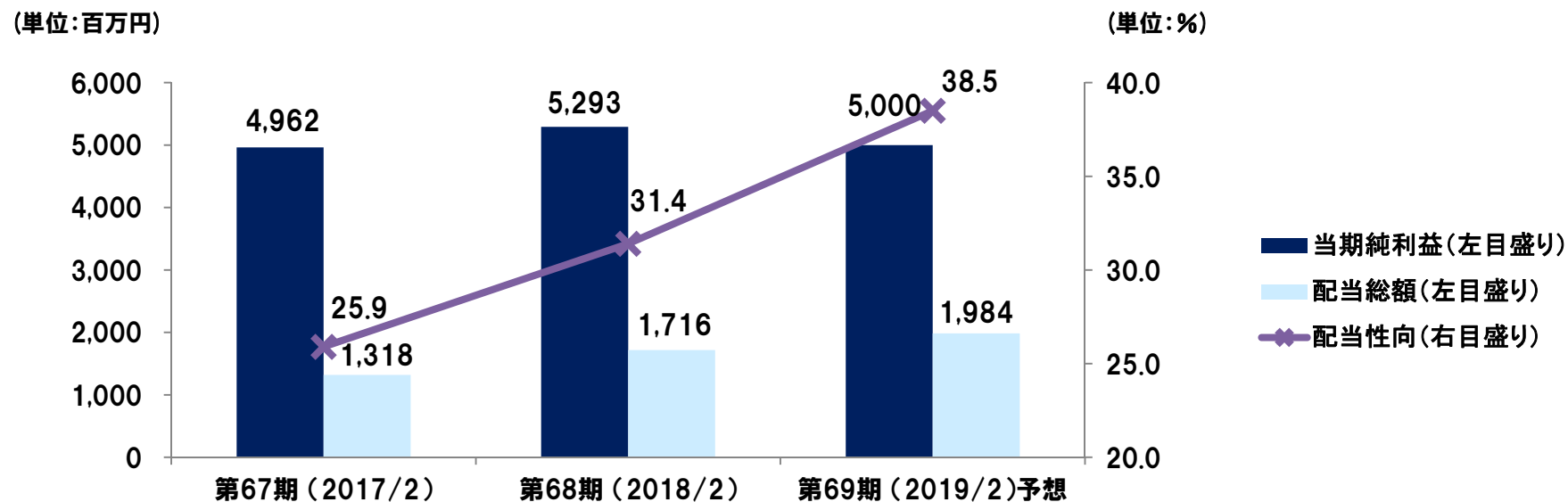
ジュエリー事業における国内取扱いブランド店舗数の状況と計画

		4°C	4°C BRIDAL	canal4°C	EAU DOUCE 4°C	MAISON JEWELL	ジュエリー計	Luria4°C	合計
第68期 (2018/2)	期末	92	43	48	23	7	213	61	274
第69期 上期実績 (2018/8)	出店	1	0	1	0	1	3	0	3
	退店	1	1	1	0	0	3	1	4
	2Q 期末	92	42	48	23	8	213	60	273
第69期 下期計画 (2019/2)	出店	1	0	1	0	0	2	0	2
	退店	2	0	1	1	0	4	2	6
	期末	91	42	48	22	8	211	58	269

※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

□ 安定的・継続的な配当を基本とし、機動的な自己株式取得も視野に

- 2019年2月期中間配当は前年同期に比べ5.0円増配の37.5円
- 2019年2月期は前期比10円増配の75円予想(8期連続増配)
- 2019年2月期配当性向は38.5%、前期より7.1pt上昇の見通し



	第67期 (2017/2)	第68期 (2018/2)	第69期 (2019/2) 予想
1株当たり年間配当金(円)	50.0	65.0	75.0
1株当たり当期純利益(円)	193.38	207.09	194.71
配当性向(%)	25.9	31.4	38.5

- **増収減益の計画に対し、減収減益**
- **ジュエリー事業**
 - **積極的な人材投資により基盤強化を推進**
 - **4°Cファッションジュエリーにて価格帯別ゾーン展開をスタート、ブランド価値向上の取り組みにより客単価は上昇傾向**
 - **ブライダルジュエリーの回復の遅れ等もあり、売上高・利益とも計画を下回る**
- **アパレル事業**
 - **アパレルメーカー事業は主力得意先との関係強化が奏功**
 - **デイリーファッション事業「パレット」も堅調に推移**
- **連続増配へのこだわりを堅持、8期連続増配予想により配当性向は30%を上回る見通し**

Contents

I. 2019年2月期第2四半期決算概要と総括

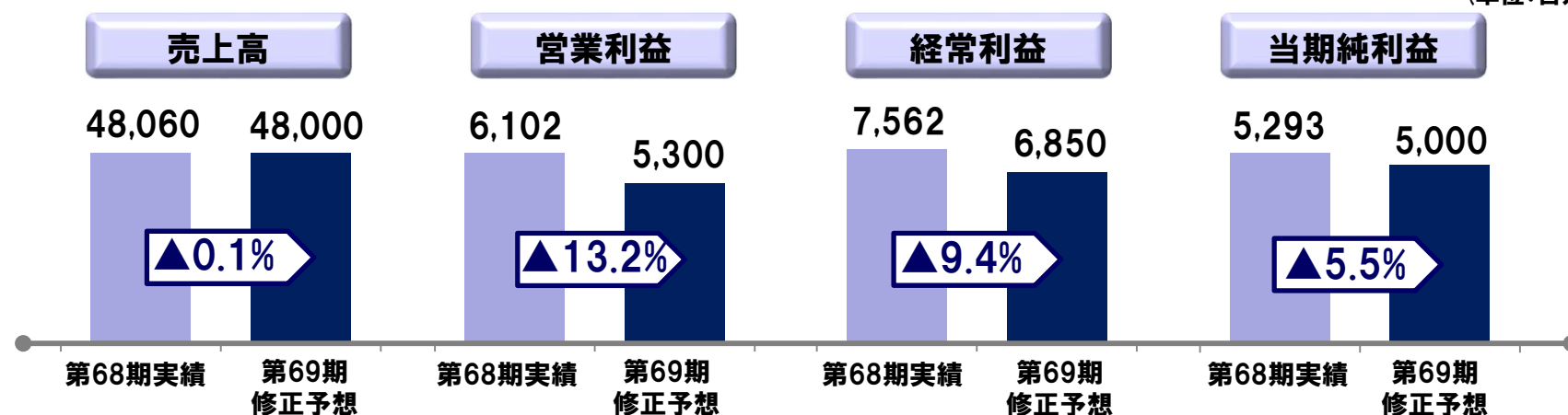
II. 2019年2月期通期業績予想、下期取り組み

III. 中期的戦略アプローチ

2019年2月期連結業績予想

□ 上期のトレンドを踏まえ通期予想を修正

(単位:百万円)



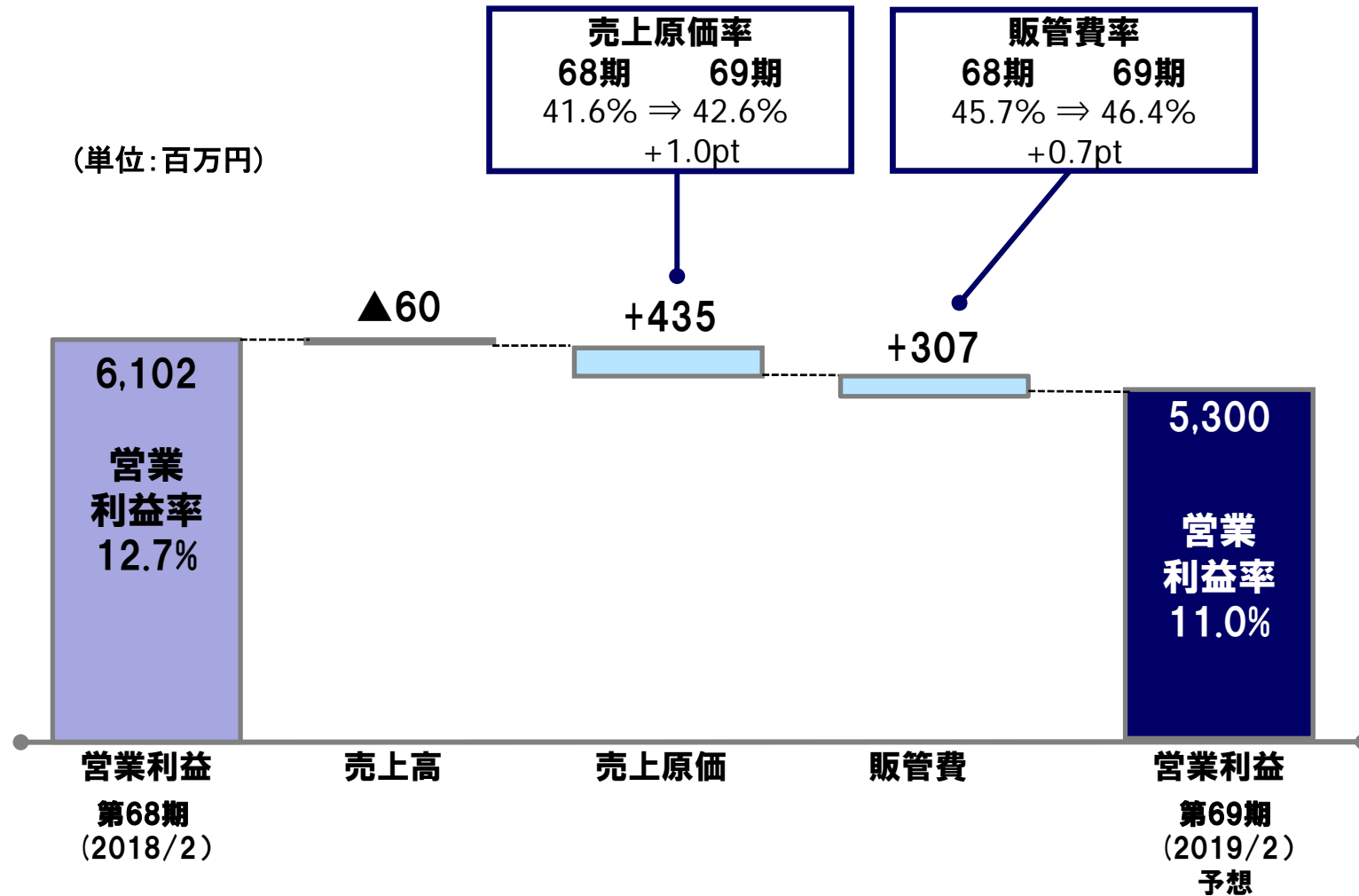
(百万円、%)	第68期(2018/2)		第69期(2019/2)				第69期(2019/2)下期		
	通期実績	(%)	期初計画	修正予想	(%)	前期比増減(%)	期初計画	修正予想	計画比増減(%)
売上高	48,060	100.0	49,000	48,000	100.0	▲0.1	26,500	25,905	▲2.2
売上総利益	28,049	58.4	28,932	27,554	57.4	▲1.8	15,850	14,972	▲8.3
売上総利益率	58.4	—	59.0	57.4	—	▲1.0pt	59.8	57.8	▲2.0pt
販売管理費	21,947	45.7	22,782	22,254	46.4	+1.4	11,999	11,666	△2.8
営業利益	6,102	12.7	6,150	5,300	11.0	▲13.2	3,850	3,305	▲14.1
経常利益	7,561	15.7	7,650	6,850	14.3	▲9.4	4,650	4,271	▲8.1
当期純利益	5,293	11.0	5,350	5,000	10.4	▲5.5	3,250	3,182	▲2.1

セグメント別通期業績予想(内部相殺後数値)

- ジュエリー事業は、最大需要期のクリスマス商戦に向け各種施策に積極的に取り組み、下期の既存店売上高は前年同期比100%以上を目指す
- アパレル事業は、施策の着実な実行により増収増益の見通し

(百万円、%)		第68期 (2018/2)	第69期(2019/2)			
		実績	上期実績	下期予想	通期予想 (修正後)	前期比
ジュエリー事業	売上高	30,981	13,050	16,850	29,900	▲3.5
	営業利益	5,470	1,734	2,916	4,650	▲15.0
	経常利益	5,598	1,800	2,980	4,780	▲14.6
	当期純利益	3,749	1,200	1,900	3,100	▲17.3
アパレル事業	売上高	17,080	8,826	9,174	18,000	+5.4
	営業利益	566	377	323	700	+23.7
	経常利益	817	506	494	1,000	+22.4
	当期純利益	526	249	741	990	+88.2

営業利益の見通し



下期の重点施策

既存店の回復

- X'mas商戦へ向けた限定商品の展開と販促活動強化
- ブライダルジュエリーの競争力向上

成長事業の育成

- 「canal4°C」の安定的な成長
- 「Luria4°C」商品構成力の強化
- EC事業の成長拡大

アパレル事業の安定成長

- アパレルメーカー事業における海外生産拠点の強化
- デイリーファッション事業「パレット」の認知度拡大

既存店の回復：X'mas商戦に向けて①

- X'mas限定商品の展開、特別感によるプレゼントニーズの獲得
- 店頭演出の強化で高揚感を醸成
- 商品在庫の拡充による機会ロスの削減



既存店の回復：X'mas商戦に向けて②

4°C
holdings group

- 質感の高いプロモーションの実施
- TVCM、Web広告、電車広告等でイメージ刷新を訴求



既存店の回復：ブライダルジュエリーの競争力向上

4°C
holdings group

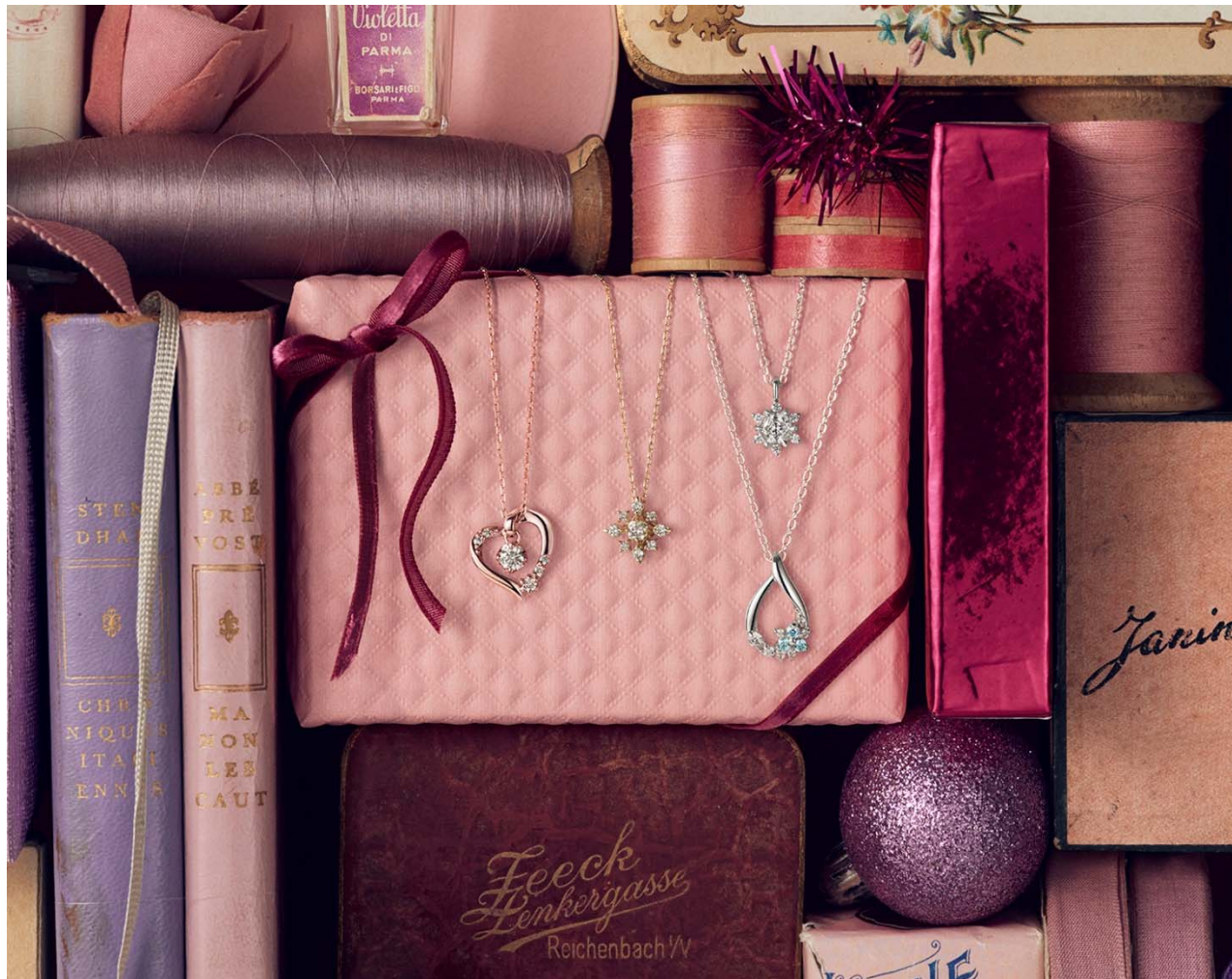
- セミオーダーの納期を45日→30日へ短縮
- 店頭在庫のサイズ等品揃えの拡充
- 百貨店ブライダル優待への参加



成長事業の育成:「canal4°C」の安定的な成長

4°C
holdings group

- 上期既存店売上高はアイテム、デザインの拡充により前年同期を上回る
- 通期での既存店前期クリアの達成により、成長を確実なものへ



成長事業の育成:「Luria4°C」商品構成力の強化

4°C
holdings group

- 折財布・ミニ財布の拡充
- バッグのバリエーション拡大



「Luria4°C」折財布、ミニ財布



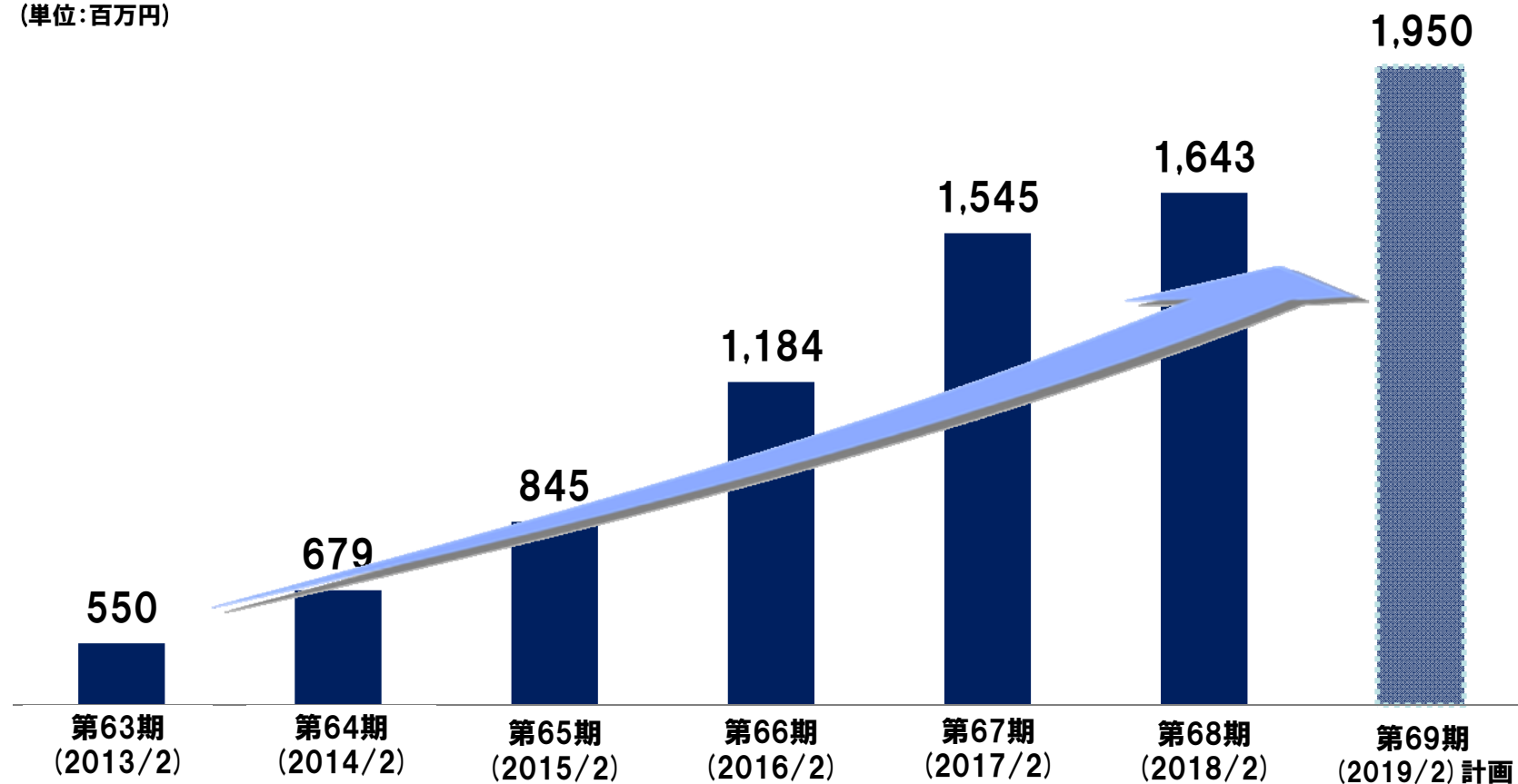
「Luria4°C」バッグ

成長事業の育成: EC事業の成長拡大

- ECサイトの全面リニューアルによるビジュアルイメージと利便性の向上
- EC限定商品の販売による売上高の拡大

EC売上高推移

(単位: 百万円)



アパレル事業の安定成長:アパレルメーカー事業における 海外生産拠点の強化

4°C
holdings group

- 商品企画力と海外生産背景を強みに得意先と取り組み強化
- バングラデシュの生産拡大、年間170万枚を越える生産見通し



アパレル事業の安定成長: デイリーファッション事業 「パレット」の認知度拡大

4°C
holdings group

- 「パレット」の出店による関西ドミナントの更なる深耕
- 販促施策強化とポイントカード「パレット会員」の更なる増加で既存店売上高9期連続増収を目指す



Contents

I. 2019年2月期第2四半期決算概要と総括

II. 2019年2月期通期業績予想、下期取り組み

III. 中期的戦略アプローチ

◆ 4°Cブランドの価値向上のために

1. 中核となるジュエリー事業に対し積極的な人材補強を行い、経営の質を高める
2. 既存店の回復・成長に加え、次の成長戦略を担う事業の開発・育成に取り組む

◆ ビジョン達成に向けたグループ全体の取り組み、上期の主な進捗

人材の育成

➡ 人材投資で経営基盤を強化、クリエイティブ人材補強も検討

商品力の強化

➡ 価格帯別ゾーン展開をスタート、ブランド価値向上により客単価上昇

マーケット動向の把握

➡ 各ブランドの顧客ニーズの分析強化、顧客管理によるリレーション強化を目指す

ジュエリー事業:「4°C」ジュエリーのブランド価値向上

4°C
holdings group

- 今期より価格帯別ゾーン展開をスタート、中・高価格帯の売場面積を拡大
- ブランドイメージの更なる向上と客単価の上昇を目指す

1st Line



2nd Line



3rd Line



ジュエリー事業:「4°C」ジュエリーのブランド価値向上

4°C
holdings group

- 新プロトへの変更を着実に実行、今期末で14店舗を目指す
- 新プロトへ移行した店舗の既存店前年同期比は105%と好調に推移
- 店頭プロモーションのイメージ刷新、上質でメッセージ性の高い演出



ジュエリー事業 事業ビジョン ①

商品・販売・サービスの向上による既存店の回復・成長



上期(2019年2月期第2四半期)の進捗・成果

- 「4°C」ファッションジュエリーでは価格帯別ゾーン展開をスタート
- ブランド価値向上の施策を着実に実行、中・高価格帯の売上構成比が高まり客単価は上昇
- 「4°C」プロト変更を伴う出店・改装12店舗(2018年9月末時点)、新プロトの上期既存店売上高は前年同期比105%と好調に推移
- 経営管理層への登用を推進、経営基盤を強化
- 「4°C BRIDAL」では新媒体への広告や式場タイアップ等、集客施策を拡大
- 「canal4°C」アイテム・デザインの拡充により上期既存店売上高は前年同期を上回る

ジュエリー事業 事業ビジョン ②

情報技術への対応力強化によるEC事業の拡大



上期(2019年2月期第2四半期)の進捗・成果

- AI稼動によるChatbotの導入
消費者の購入選択支援による決定率向上
- ECサイトの全面リニューアルを決定
ブランドサイトとECサイトの統合によるスムーズな導線の実現

ジュエリー事業 事業ビジョン ③

海外戦略の再構築



上期(2019年2月期第2四半期)の進捗・成果

- 中国でのテストマーケティングを継続
- その他アジアへの出店可能性の模索

アパレル事業 事業ビジョン ①

ODMの企画提案力強化



上期(2019年2月期第2四半期)の進捗・成果

- 商品企画力と生産背景を活かした主力得意先との取り組み強化で好調
- バングラデシュでの生産比率の拡大(枚数ベース27.5%→40.3%に上昇)

アパレル事業 事業ビジョン ②

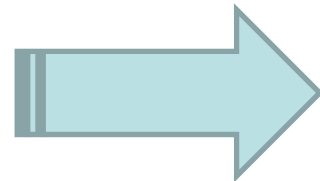
関西地区ドミナント出店によるマーケット拡大



上期(2019年2月期第2四半期)の進捗・成果

- 「パレット」の新規出店(上期3店舗出店、下期4店舗出店予定)
- パレット会員獲得(3.2万人増加、24.5万人)

連続増配へのこだわりを堅持するとともに
配当性向30%以上を維持

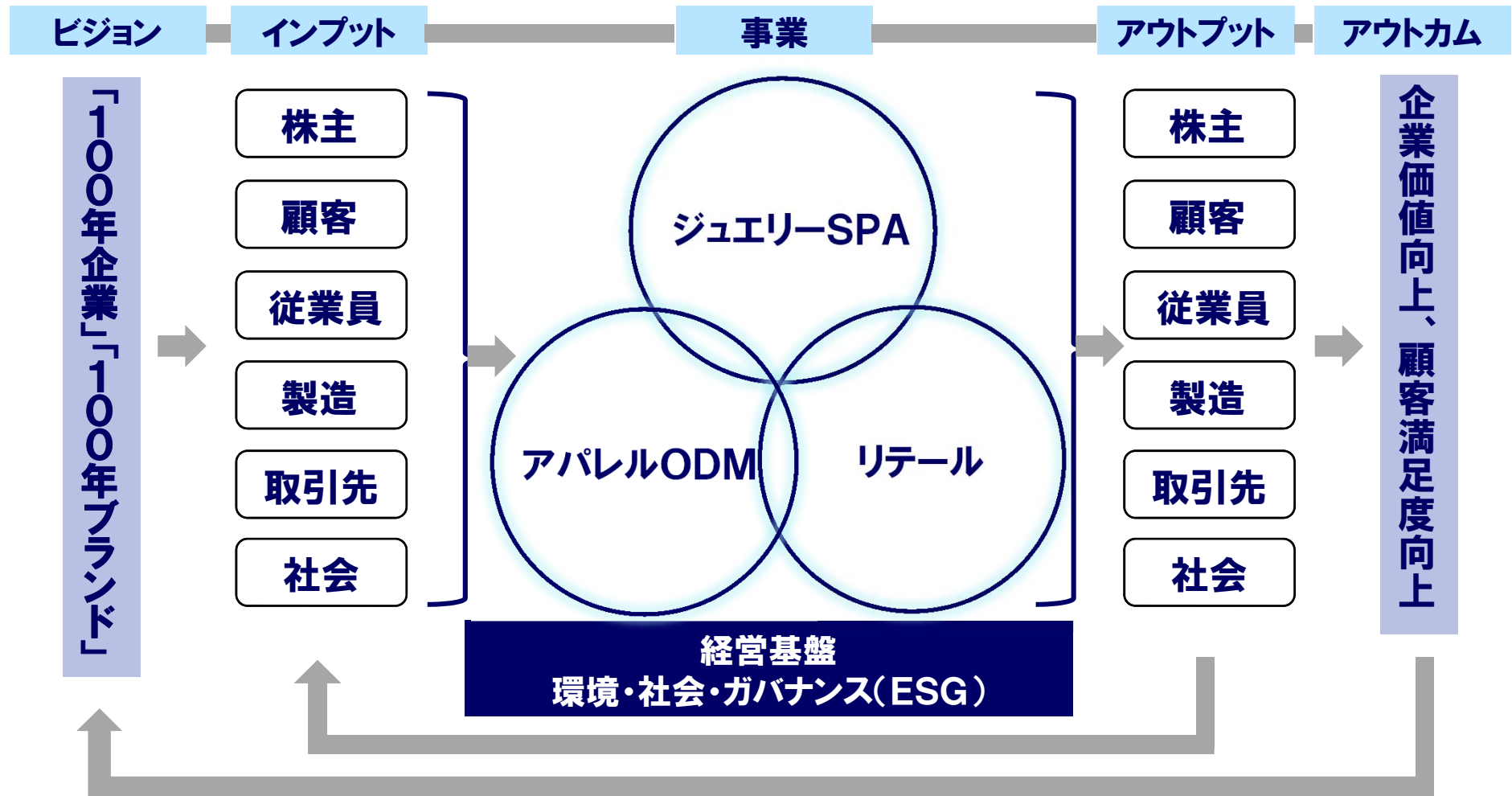


100円配当を目指す

ROE10%以上を意識した経営の実践

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



◆ エフ・ディ・シー・プロダクツにおいて RJC (Responsible Jewellery Council: 責任あるジュエリー協議会) の認証取得

- 日本企業の認証取得は当社含め2社のみ
(2018年9月末時点)
- 責任ある取引とサステナブル(持続可能)な経営・社会の
実現に向けた取り組みを推進
- ブランドとしての信頼性をより明確にすることで、
ブランド価値の更なる向上を目指す



Responsible
Jewellery
Council

※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

◆グループ人材補強・育成の推進

- 次世代リーダーの育成
- グループを横断した人材教育・登用、採用活動
- 価値観伝承教育「まっとうな経営塾」の継続・浸透

◆ダイバーシティ経営の推進

- 働き方改革(ワーク・ライフ・バランス)の推進
- 女性の活躍推進

◆品質管理

- 業界トップクラスの品質管理体制の更なる充実
- 商品・サービスにおける信頼性の向上

- 2019年2月期第2四半期は増収減益の計画に対し減収減益、通期業績予想を修正。
- ジュエリー事業：4°Cブランド価値向上の施策を着実に実行、ブライダルジュエリーの回復やX'mas商戦の成功で12月以降の既存店成長への転換を図る。
- アパレル事業：上期の好調を維持し安定成長を継続。
- 中期的戦略アプローチの最重要課題である4°Cブランドの価値向上に向け店装、商品、プロモーション等、全面的な取り組みを継続。
- 8期連続増配予想により配当性向30%以上を堅持。

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

経営企画課 小塚(コヅカ)・森山・森

TEL 03-5719-3429

FAX 03-5719-4462

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。