

株式会社4°Cホールディングス
(東証一部 8008)

第68期(2018年2月期)決算説明会

2018年4月9日

4°C holdings group

Contents

I. 2018年2月期決算概要と総括

II. 2019年2月期経営課題と戦略アプローチ

III. 2019年2月期業績予想

(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。

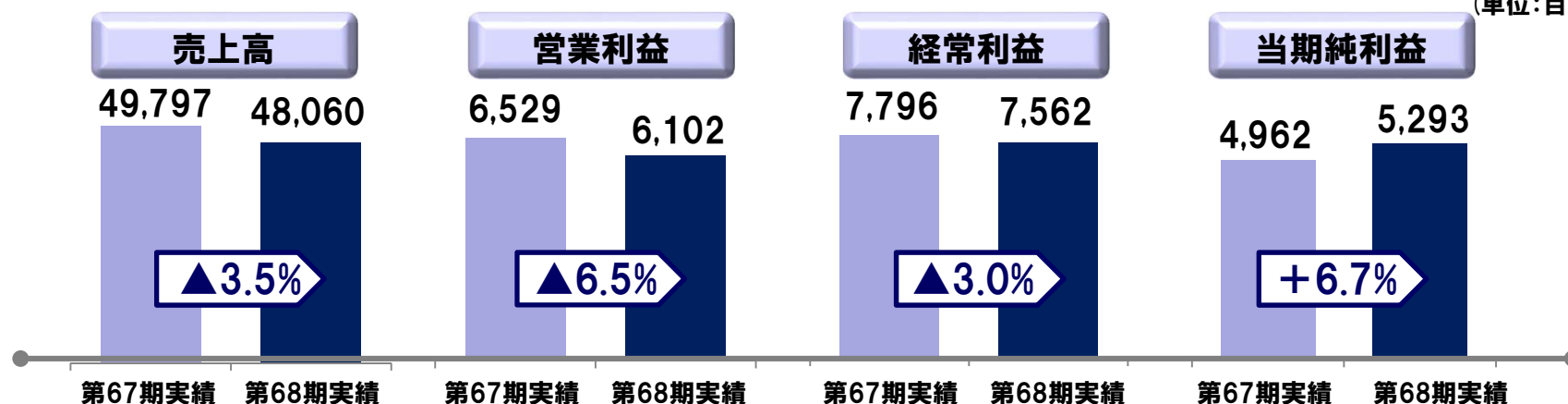
当資料の業績予想に関する記述、及び客観的事実以外の記述に関しましては、当社が現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいておりますが、リスクや不確実性を含んでおります。従いまして、これらの記述のみに全面的に依拠して投資判断を下すことは控えるようお願いいたします。実際の業績は、当社の事業をとりまく経済情勢、市場の動向、為替レートなどに関わる様々な要因により、記述されている業績予想とは大幅に異なる可能性があることをご了承ください。

2018年2月期連結業績の概要

減収、営業利益は10期振り、経常利益は9期振りの減益も
当期純利益は6期連続で過去最高を更新

売上高 480.6億円(前期比3.5%減) 営業利益 61.0億円(同6.5%減)
経常利益 75.6億円(同3.0%減) 当期純利益 52.9億円(同6.7%増)

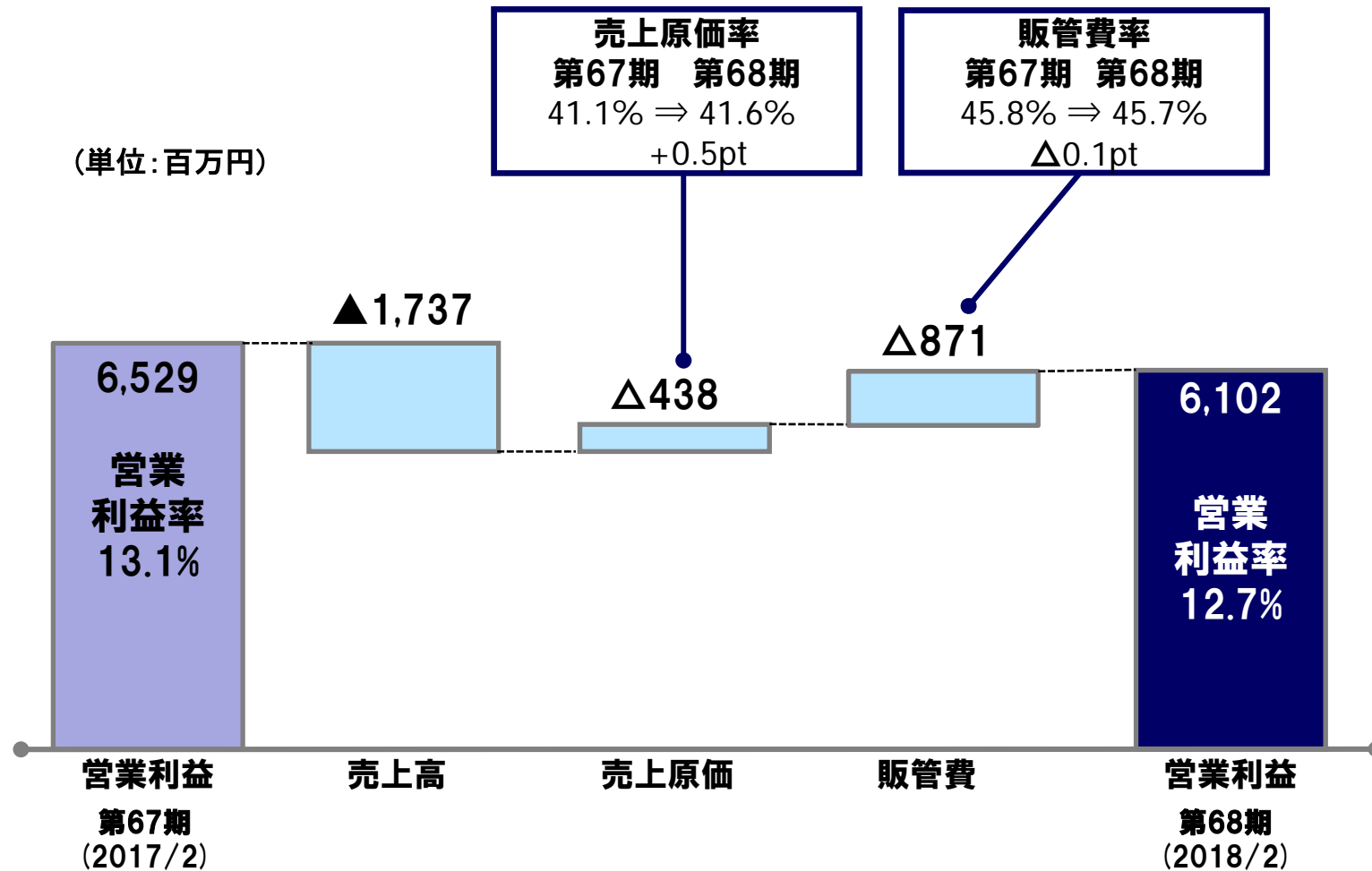
(単位:百万円)



(百万円、%)	第67期(2017/2)		第68期(2018/2)		第68期(2018/2)		前期比 増減(%)	計画比 増減(%)
	実績	(%)	計画 (修正後)	(%)	実績	(%)		
売上高	49,797	100.0	48,500	100.0	48,060	100.0	▲3.5	▲0.9
売上総利益	29,348	58.9	28,300	58.3	28,049	58.4	▲4.4	▲3.4
売上総利益率	58.9		58.3		58.4		▲0.5pt	+0.1pt
販売管理費	22,818	45.8	22,150	45.7	21,947	45.7	△0.9	△3.8
営業利益	6,529	13.1	6,150	12.7	6,102	12.7	▲6.5	▲0.8
経常利益	7,796	15.7	7,650	15.8	7,562	15.7	▲3.0	▲1.2
当期純利益	4,962	10.0	5,550	11.4	5,293	11.0	+6.7	▲4.6

営業利益の状況

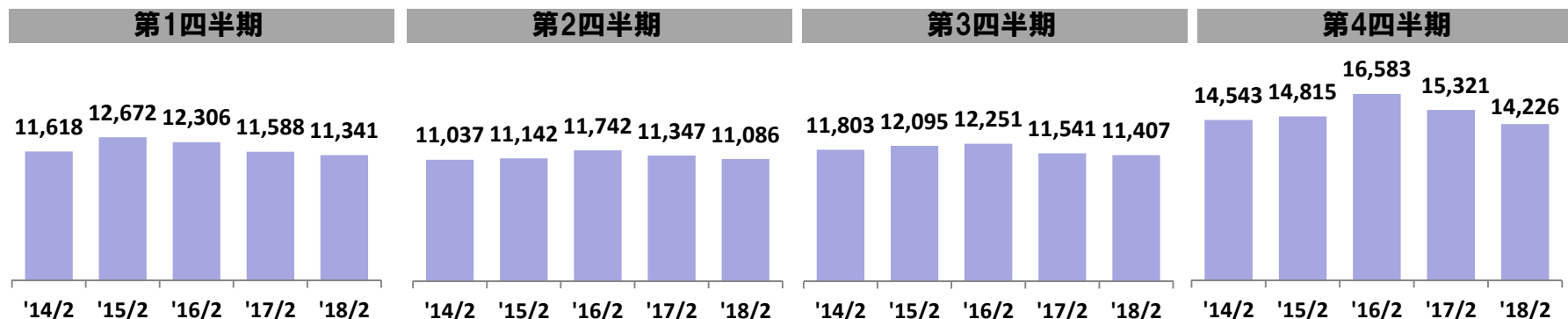
営業利益61.0億円(前期比6.5%減) 営業利益率12.7% (同▲0.4pt)



四半期業績の推移

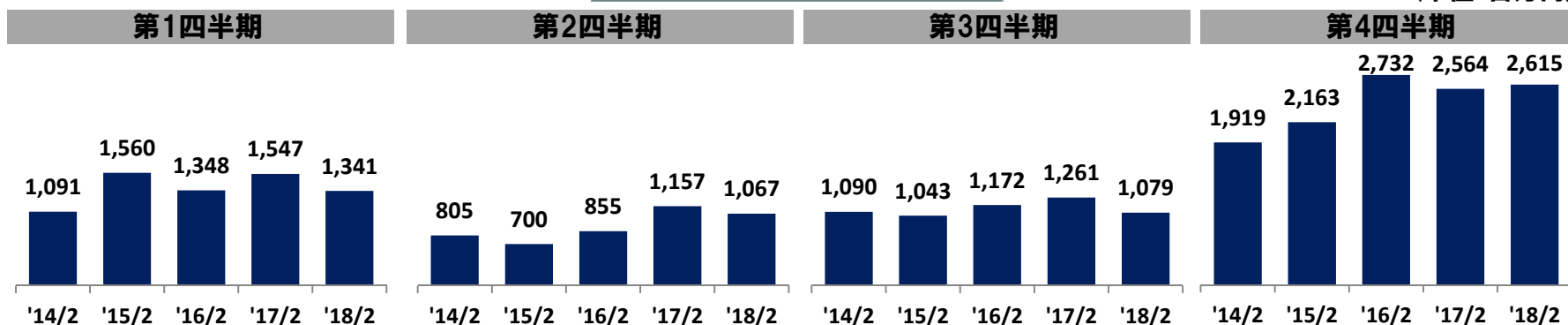
売上高

(単位:百万円)



営業利益

(単位:百万円)

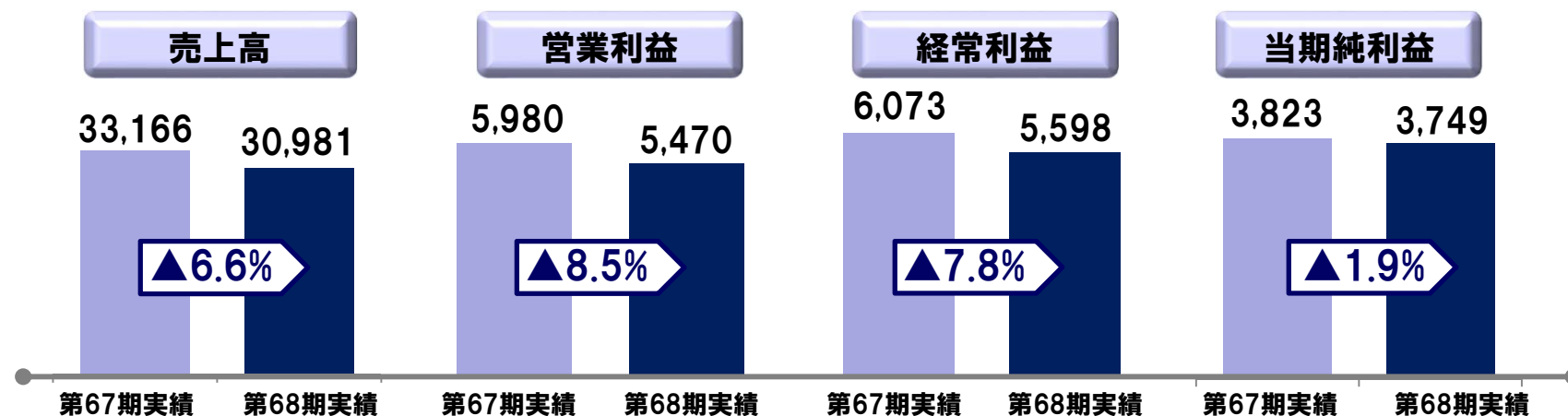


(単位:百万円)	第67期 累計 (2017/2)	第68期 1Q期間	第68期 2Q期間	第68期 3Q期間	第68期 4Q期間	第68期 累計 (2018/2)	前年差	前期比 (%)
売上高	49,797	11,341	11,086	11,407	14,226	48,060	▲1,737	▲3.5
売上総利益	29,348	6,607	6,376	6,611	8,455	28,049	▲1,298	▲4.4
営業利益	6,529	1,341	1,067	1,079	2,615	6,102	▲426	▲6.5

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の回復の遅れ、およびクリスマス商戦が想定を下回り 減収減益

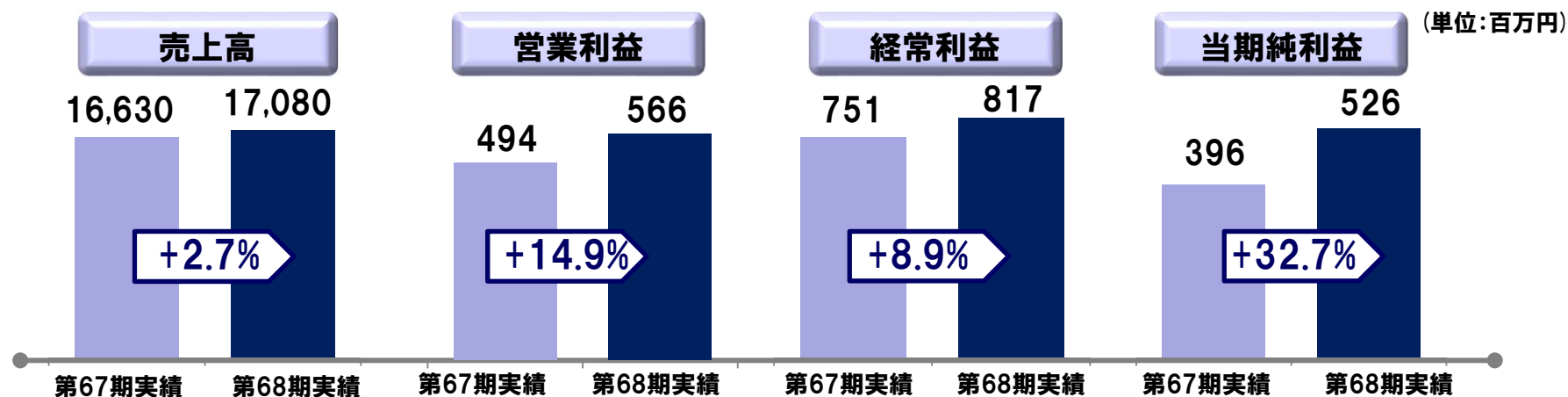
(単位:百万円)



(百万円、%)	第67期 (2017/2)		第68期 (2018/2)				前期比 増減(%)	計画比 増減(%)
	実績	(%)	計画	(%)	実績	(%)		
売上高	33,166	100.0	31,300	100.0	30,981	100.0	▲6.6	▲1.0
営業利益	5,980	18.0	5,600	17.9	5,470	17.7	▲8.5	▲2.3
経常利益	6,073	18.3	5,700	18.2	5,598	18.1	▲7.8	▲1.8
当期純利益	3,823	11.5	3,850	12.3	3,749	12.1	▲1.9	▲2.6

セグメント別業績の概要～アパレル事業

- 増収、各段階利益は計画以上に推移
- アパレルメーカー事業の商品提案力と海外拠点を活かした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は「パレット」の既存店売上高は8期連続で増収、計画を上回る8店舗の新規出店



(百万円、%)	第67期 (2017/2)		第68期 (2018/2)				前期比 増減(%)	計画比 増減(%)
	実績	(%)	計画	(%)	実績	(%)		
売上高	16,630	100.0	17,200	100.0	17,080	100.0	+2.7	▲0.7
営業利益	494	3.0	550	3.2	566	3.3	+14.9	+3.1
経常利益	751	4.5	800	4.7	817	4.8	+8.9	+2.1
当期純利益	396	2.4	500	2.9	526	3.1	+32.7	+5.2

財政状態、キャッシュ・フローの状況(連結)

- 総資産663億円、負債129億円、純資産533億円
- 財務CF、株主還元配当約15億円

財務状況

2018年2月末時点

総資産 663億円	129億円	負債
	533億円	純資産

キャッシュ・フロー

(単位:百万円)	第67期 (2017/2)	第68期 (2018/2)	差額
営業CF	4,964	5,427	+462
投資CF	△2,347	△3,023	△675
財務CF	△2,305	△1,665	+639
フリーCF	2,616	2,403	▲212

設備投資・減価償却費の概要(連結)

設備投資額 : 12.3億円 減価償却費 : 11.1億円

(百万円、%)	第67期 (2017/2)	第68期 (2018/2)	前期差
	実績	実績	

設備投資額 952 1,230 +278

(百万円、%)	第67期 (2017/2)	第68期 (2018/2)	前期差
	実績	実績	

減価償却費 1,185 1,116 △69

出退店の状況

- ジュエリー事業は2店舗、アパレル事業は4店舗の純増
- 海外は一時的に出店計画を見直しテストマーケティングに注力

		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67期 (2017/2)	期末	5	86	37	87	215	7	61	283
第68期 実績 (2018/2)	出店	0	5	※7	12	24	1	8	33
	退店	0	12	1	9	22	3	4	29
	期末	5	79	43	90	217	5	65	287

※ブライダルショップの出店7店舗は、「4°C」の店舗の一部を「4°C」とブライダル専門店「4°C BRIDAL」に分けてReOPENしたもの

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

□ ブライダル専門店「4°C BRIDAL」の独自性追求に向けた区分変更により
国内取扱いブランド店舗数は減少

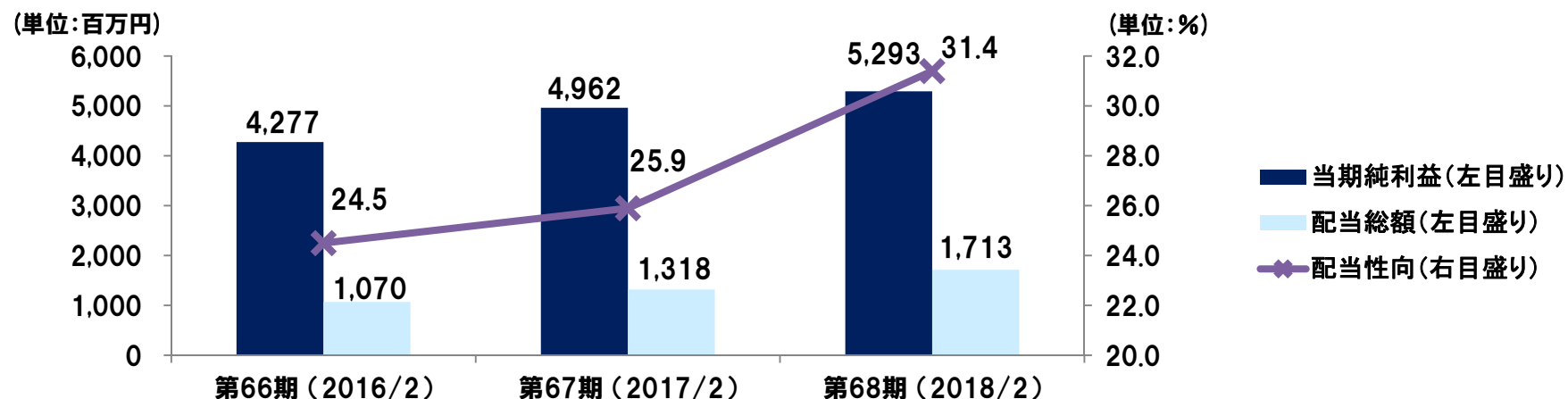
□ 「4°C バッグ」は2月末で営業終了、バッグ・革小物の販売は「Luria 4°C」へ集約

		4°C	4°C BRIDAL	canal 4°C	その他※	ジュエリー計	4°C バッグ	Luria 4°C	バッグ計	合計
第67期 (2017/2)	期末	92	49	48	30	219	49	33	82	301
第68期 実績 (2018/2)	出店	5	7	2	6	20	1	34	35	55
	退店	5	13	2	6	26	50	6	56	82
	期末	92	43	48	30	213	0	61	61	274

※1.その他:「EAU DOUCE4°C」、「MAISON JEWELL」

※2.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

- 利益に応じて増配、機動的な自己株式の取得も視野に
 - 2018年2月期は前期に比べ15円増配の65円を予定(7期連続増配)
 - 2018年2月期配当性向は31.4%、前期より5.5pt上昇と中期的な目標として掲げていた配当性向30%の達成の見通し



	第66期 (2016/2)	第67期 (2017/2)	第68期 (2018/2)
1株当たり年間配当金(円)	40.0	50.0	65.0
1株当たり当期純利益(円)	163.22	193.38	207.09
配当性向(%)	24.5	25.9	31.4

- 減収、営業利益は10期振り、経常利益は9期振りの減益も、特別利益の発生で当期純利益は10期連続の増益、6期連続過去最高を更新。
- ジュエリー事業：ブライダルジュエリーの回復の遅れ、およびクリスマス商戦の苦戦等で売上高・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は「パレット」の既存店は8期連続増収と好調に推移。
- 利益還元水準が向上、7期連続増配により配当性向30%以上を達成する見通し。



更なる成長に向け解決すべき課題が明確化

Contents

I. 2018年2月期決算概要と総括

II. 2019年2月期経営課題と戦略アプローチ

III. 2019年2月期業績予想

課題

百貨店を中心に展開している4°Cにおける
ブライダルジュエリーの落ち込みが大きい



18年3月より4°Cのブライダルジュエリーの回復に向け
人材補強、機構整備を実施し新体制へ

最重要課題： ジュエリー事業 再び成長軌道へ①

経営課題	戦略アプローチ	施策
既存店売上高 (SSS)の低下	「4°C」ジュエリーのブランド価値向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 新プロトへのリニューアル ● ファッションジュエリーにおける中・高価格帯の強化 ● 販促施策の強化によるイメージ向上
	「4°C」のブライダルジュエリーの競争力向上	<ul style="list-style-type: none"> ● ブライダルフェアの充実 ● 新たな付加価値を産む商品・サービスの検討
	ブライダル専門店「4°C BRIDAL」としての優位性確保	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品力の更なる強化 ● サービス、顧客満足度の向上 ● 集客・買上促進施策の推進
	「canal4°C」の安定成長	<ul style="list-style-type: none"> ● 客数拡大による既存店の安定成長 ● ファッションジュエリー商品力の強化 ● 新プロトへのリニューアル

最重要課題： ジュエリー事業 再び成長軌道へ②

経営課題	戦略アプローチ	施策
成長事業の育成	「Luria4°C」の商品構成力強化	<ul style="list-style-type: none"> ● バッグ拡大による商品構成拡充 ● 財布・革小物のMD再構築
	EC事業の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 更なる売上拡大に向けた各種施策の実施 ● 販売促進・サービスの拡充
	「MAISON JEWELL」による郊外型SCマーケットモデル確立	<ul style="list-style-type: none"> ● 郊外型SCマーケットモデルとしてのMD構築 ● 次期成長に繋げる着実な出店と1店舗あたり売上高の拡大

アパレル事業の安定成長

経営課題	戦略アプローチ	施策
アパレルメーカー事業： 成長事業の強みの明確化	成長事業の具現化と安定成長に向けた投資の継続	<ul style="list-style-type: none"> ●商品企画力と海外生産背景を強みとした得意先との取り組み強化 ●事業ごとの強みを活かした優位性の確立
デイリーファッション事業： 「パレット」の更なる拡大	「パレット」の認知度拡大	<ul style="list-style-type: none"> ●「パレット」の継続的な出店による関西ドミナントの更なる深耕 ●販促施策の強化とパレット会員増加による既存店売上高の拡大 ●価格競争力の向上

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

- 新プロトへのリニューアル
- ファッションジュエリーにおける中・高価格帯の強化
- 販促施策の強化によるイメージの向上



「4°C」高崎高島屋店(新プロト)

ジュエリー事業 : 「4°C」のブライダルジュエリーの 競争力向上

4°C
holdings group

- ブライダルフェアの充実
- 新たな付加価値を産む商品・サービスの展開



「4°C」のBRIDAL Ring

ジュエリー事業：ブライダル専門店「4°C BRIDAL」としての **4°C**
優位性確保

holdings group

- 商品力の更なる強化
- サービス、顧客満足度の向上
- 集客・買上促進施策の推進



「4°C BRIDAL」銀座本店



「4°C AQUANITY Collection」

ジュエリー事業 : 「canal4°C」の安定成長

4°C
holdings group

- 客数拡大による既存店の安定成長
- ファッションジュエリー商品力の強化
- 新プロトへのリニューアル



「canal4°C」イメージ



新プロトの店頭画像

ジュエリー事業 : 「Luria4°C」商品構成力の強化

4°C
holdings group

- 財布・革小物のMD再構築
- バッグの取扱い拡大による商品構成の拡充

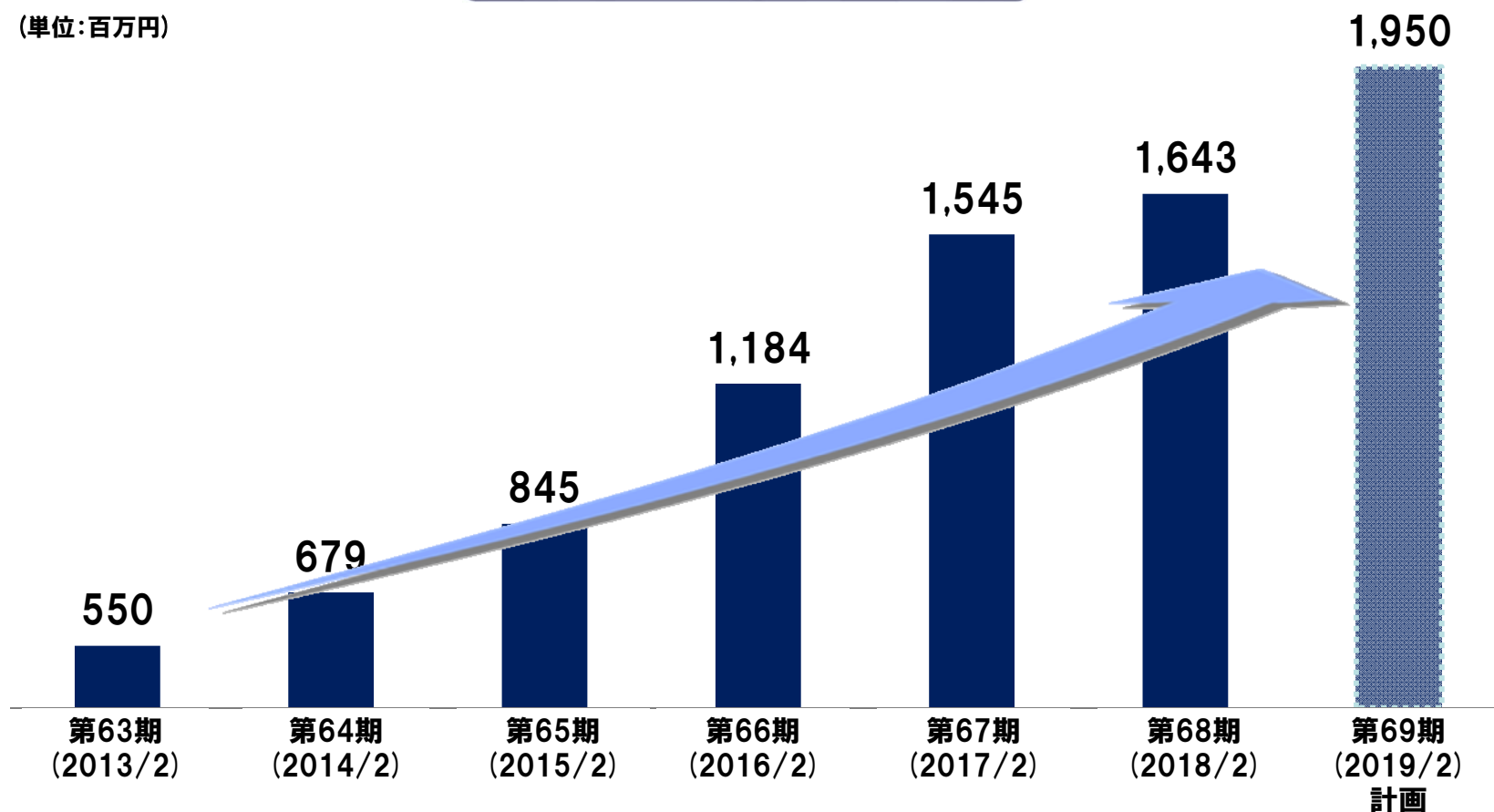


ジュエリー事業：EC事業の更なる拡大

- 更なる売上拡大に向けた各種施策の実施
- 販売促進・サービスの拡充

EC売上高推移

(単位：百万円)



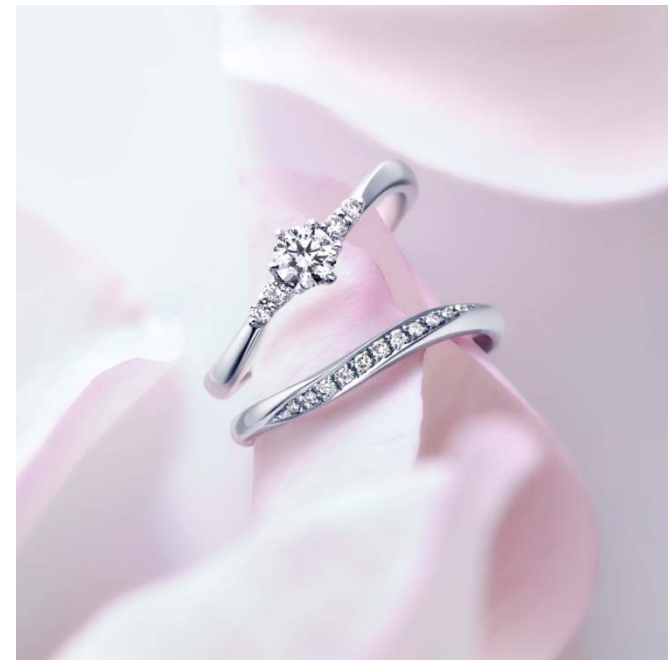
ジュエリー事業:「MAISON JEWELL」による 郊外型SCマーケットモデル確立

4°C
holdings group

- 郊外型SCマーケットモデルとしてMD構築
- 次期成長に繋げる着実な出店と1店舗あたり売上高の拡大



「MAISON JEWELL」倉敷店



「MAISON JEWELL」BRIDAL Ring

アパレル事業：アパレルメーカー事業における成長事業の 具現化と安定成長に向けた投資の継続

4°C
holdings group

- 商品企画力と海外生産背景を強みとした得意先との取り組み強化
- 強みを活かした優位性の確立



アパレル事業:「パレット」の認知度拡大

4°C
holdings group

- デイリーファッション事業では「パレット」の継続的な出店により関西ドミナントの更なる深耕の継続
- 販促施策の強化とパレット会員増加による既存店売上高の拡大
- 価格競争力の向上



Contents

I. 2018年2月期決算概要と総括

II. 2019年2月期経営課題と戦略アプローチ

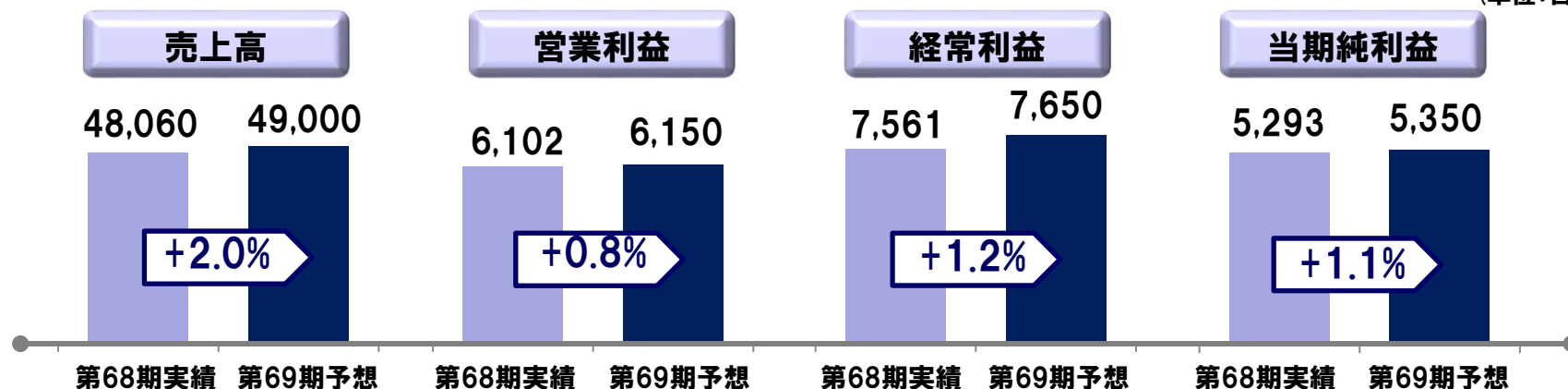
III. 2019年2月期業績予想

2019年2月期連結業績予想

増収増益、当期純利益は7期連続の過去最高更新を目指す

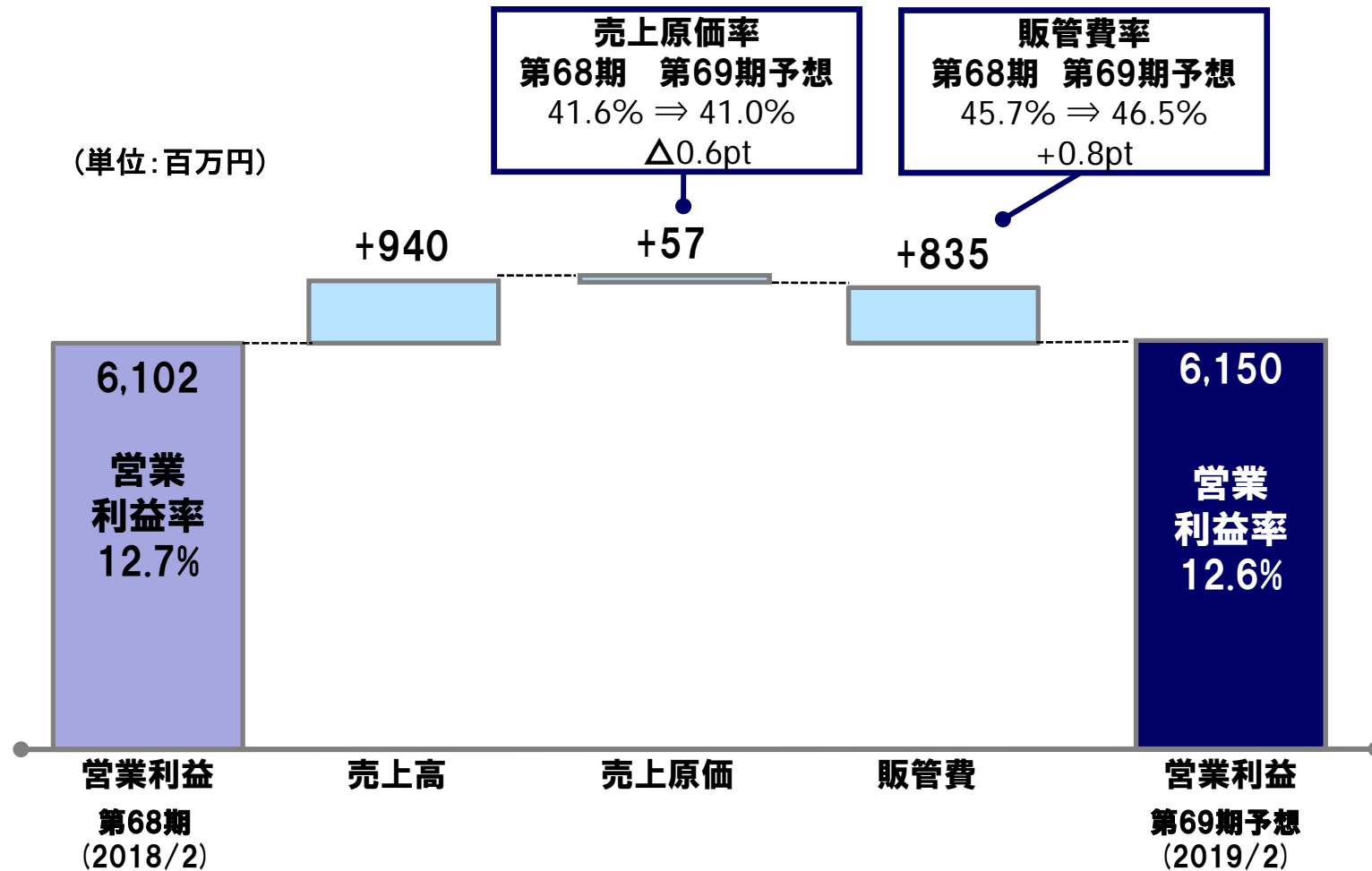
売上高 490億円(前期比2.0%増) 営業利益 61.5億円(同0.8%増)
 経常利益 76.5億円(同1.2%増) 当期純利益 53.5億円(同1.1%増)

(単位:百万円)



(百万円、%)	第68期(2018/2)		第69期(2019/2)		前期比 増減(%)
	実績	(%)	通期予想	(%)	
売上高	48,060	100.0	49,000	100.0	+2.0
売上総利益	28,049	58.4	28,932	59.0	+3.1
売上総利益率	58.4		59.0		+0.6Pt
販売管理費	21,947	45.7	22,782	46.5	+3.8
営業利益	6,102	12.7	6,150	12.6	+0.8
経常利益	7,561	15.7	7,650	15.6	+1.2
当期純利益	5,293	11.0	5,350	10.9	+1.1

TVCMの実施や賃金アップ等の人財投資による販管費増を見込む



2019年2月期セグメント別連結業績予想 (内部相殺後数値)

- ジュエリー事業、既存店回復に向けた施策を実行
- アパレル事業、安定成長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	予想	前期比
ジュエリー事業	売上高	30,981	31,700	+2.3
	営業利益	5,470	5,480	+0.2
	経常利益	5,598	5,600	±0
	当期純利益	3,749	3,790	+1.1
アパレル事業	売上高	17,080	17,720	+3.7
	営業利益	566	760	+34.1
	経常利益	817	1,010	+23.7
	当期純利益	526	640	+21.7

出退店の計画

- ジュエリー事業はスクラップ&ビルドにより4店舗出店、6店舗退店の計画
- アパレル事業はパレット5店舗出店の計画

		ジュエリー事業					アパレル事業		合計
		国内ジュエリー					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 実績 (2018/2)	期末	5	79	43	90	217	5	65	287
第69期 計画 (2019/2)	出店	0	2	0	2	4	0	5	9
	退店	0	4	1	1	6	1	0	7
	期末	5	77	42	91	215	4	70	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計画

□ スクラップ&ビルドによる1店舗当たり売上高の拡大を目指す

		4°C	4°C BRIDAL	canal 4°C	EAU DOUCE 4°C	MAISON JEWELL	ジュエリー計	Luria 4°C	合計
第68期 (2018/2)	期末	92	43	48	23	7	213	61	274
第69期 計画 (2019/2)	出店	3	0	2	0	1	6	0	6
	退店	3	0	2	0	0	5	3	8
	期末	92	43	48	23	8	214	58	272

※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

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)

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。