

株式会社 4℃ホールディングス

(東証プライム市場 8008)

2025年2月期 決算説明資料

2025年4月11日

Contents

- I. 2025年2月期連結業績
- II. 2030ビジョン、第7次中期経営計画ローリング
- III. 2026年2月期連結業績予想と戦略アプローチ
- IV. サステナブル経営の実現に向けて
- V. 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。

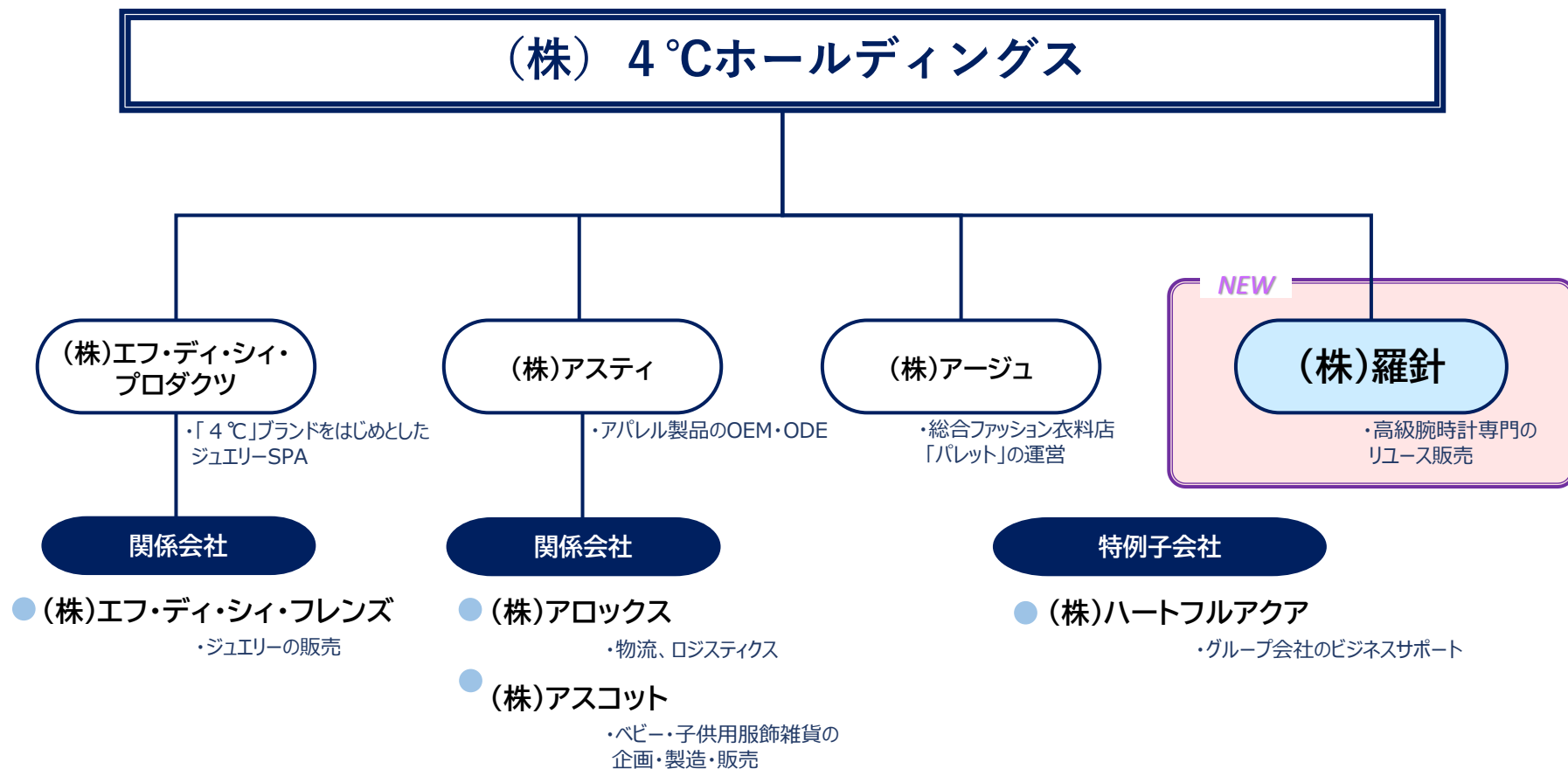
Contents

- I. 2025年2月期連結業績**
- II. 2030ビジョン、第7次中期経営計画ローリング
- III. 2026年2月期連結業績予想と戦略アプローチ
- IV. サステナブル経営の実現に向けて
- V. Appendix

4℃ホールディングス M&A実施後のグループ体系

4℃
holdings group

2024年12月 (株)羅針を子会社化、高級ブランド時計専門のリユース事業へ参入
グループの事業領域を拡大し、強固な事業ポートフォリオを構築



2025年2月期 通期連結業績の概要

- 営業利益は減益も(株)羅針の連結子会社化により増収、当期純利益は2期連続増益
- (株)羅針は第4四半期の3ヶ月分を連結業績へ取り込み

(百万円、%)	2024年2月期		2025年2月期			前期比	計画比
	実績	構成比	1/10修正 計画	実績	構成比		
売上高	39,457	100.0	46,000	45,902	100.0	+16.3	▲0.2
売上総利益	19,530	49.5	20,000	19,942	43.4	+2.1	▲0.3
売上総利益率	49.5		43.5	43.4		▲6.1	▲0.1
販売管理費	17,433	44.2	17,900	17,984	39.2	+3.2	+0.5
内、のれん償却費	496	1.3	496	685	1.5	+38.1	+38.1
営業利益	2,096	5.3	2,100	1,960	4.3	▲6.5	▲6.7
経常利益	2,515	6.4	2,500	2,351	5.1	▲6.5	▲6.0
当期純利益	1,300	3.3	1,400	1,377	3.0	+5.9	▲1.6
のれん償却前営業利益	2,593	6.6	2,596	2,645	5.8	+2.0	+1.9
のれん償却前当期純利益	1,786	4.6	1,896	2,062	4.5	+15.4	+8.8

※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

ブランド事業

4°C F.D.C. PRODUCTS INC.

ジュエリーの
生産・企画・販売

New

R G I N Z A
R A S I N

高級ブランド時計
専門のリユース

アパレル事業

ASTY 株式会社 アステイ

アパレルOEM・ODM

âge

デイリーファッション
「パレット」のチェーン展開

2025年2月期セグメント別業績①

4°C
holdings group

ブランド事業

※(株)羅針は第4四半期の3ヶ月分を反映

エフ・デイ・シィ・プロダクツ グループ

- 将来を見据えた「4°C」MD改革に着手
- 「4°C」ジュエリー、男性客を中心とした既存顧客の減少により減益も、女性客は大幅伸長

【※4°Cファッションジュエリー 2025年2月期実績より】

- 女性売上高 前期比 + 6.8%
- 男性売上高 前期比▲ 10.4%

(株) 羅 針

- 高級ブランド時計専門リユース、新規出店、既存店伸長でシェア拡大
 - 1/18新宿店OPEN、販売店4店舗・買い取りサロン1店舗を展開
 - 財務基盤を活かし平均在庫を拡充、売上高伸長に寄与

(百万円、%)	2024年2月期	2025年2月期		前期比	前期差	修正 計画比
		1/10修正計画	実績			
売上高	16,995	21,900	21,676	+ 27.5	+ 4,681	▲1.0
営業利益	1,426	1,625	1,509	+ 5.8	+ 83	▲7.1

アパレル事業

アスティ グループ

- アパレルメーカー 売上・利益ともに前期を大幅に上回り好調に推移
 - 海外生産基盤の強みを活かし主力取引先からの受注を拡大
 - バングラデシュ、チッタゴンの生産基盤強化に注力、商品企画提案、品質・納期管理の水準向上

(株)アージュ

- 「パレット」10店舗の新規出店と既存店の伸長により売上高拡大に寄与
 - 関東5店舗、関西5店舗の10店舗の新規出店により105店舗展開へ
 - 既存店売上高 101.3%と5期連続で伸長

(百万円、%)	2024年2月期	2025年2月期		前期比	前期差	計画比
		1/10修正計画	実績			
売上高	22,462	24,100	24,226	+ 7.9	+ 1,763	+0.5
営業利益	1,046	1,050	1,020	▲2.4	▲25	▲2.8

【成果】 成長投資を実行、アパレル事業の取り組みは計画通り

- ◆ (株)羅針の買収を実行。ブランド事業の飛躍的成長に向けた投資を実現。
- ◆ アスティグループは好調継続。生産基盤における競争優位性を確立。
- ◆ (株)アージュはパレット10店舗の新規出店を計画通り実行。
関東エリア店舗の早期収益化に手応え。

【課題】 「4°C」ジュエリーの基盤構築、既存店売上高の回復に時間を要す

- ◆ エフ・ディ・シィ・プロダクツグループは「4°C」MD改革により
商品を大幅に刷新。
女性客からの支持拡大の推進には手応えもアプローチに偏りがあり、
男性客を中心とした既存顧客が減少、顧客属性に応じたアプローチの
バランスに課題。

Contents

- I. 2025年2月期連結業績
- II. 2030ビジョン、第7次中期経営計画ローリング**
- III. 2026年2月期連結業績予想と戦略アプローチ
- IV. サステナブル経営の実現に向けて
- V. Appendix

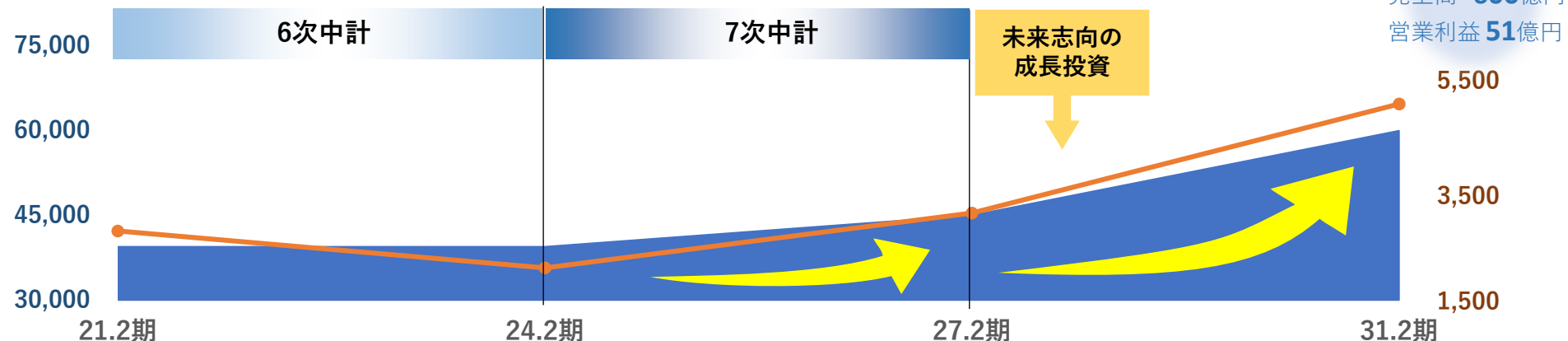
2030ビジョンの更新イメージ

4C
holdings group

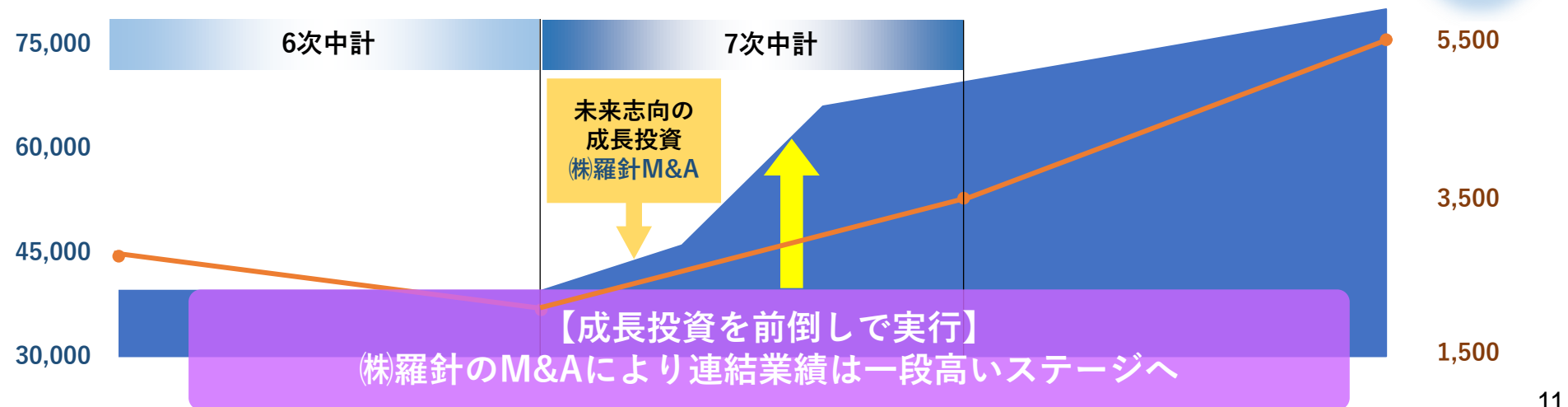
2030ビジョン（2024年4月公表）

（単位：百万円）

■ 売上高 ■ 営業利益



2030ビジョン（更新）



(株)羅針について

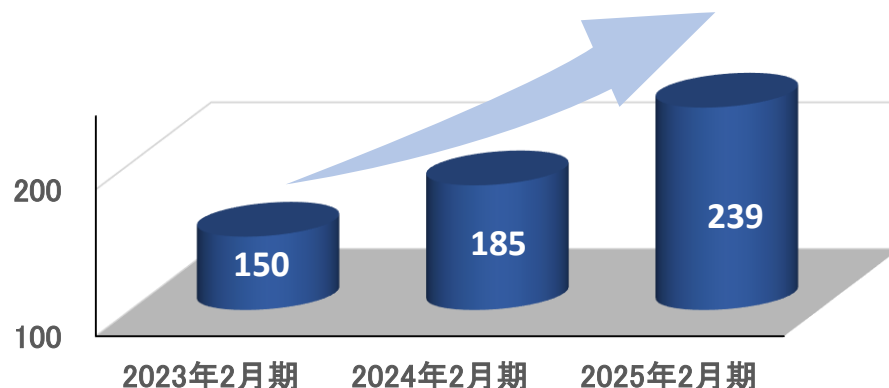
- 設立：2006年 7 月
- 事業内容：高級ブランド時計専門のリユース品の販売
『GINZA RASIN』を国内4店舗運営、
仕入・鑑定体制の構築によりお客様との
信頼関係を築きあげ、豊富な取引実績を誇る



【2025年2月期業績】

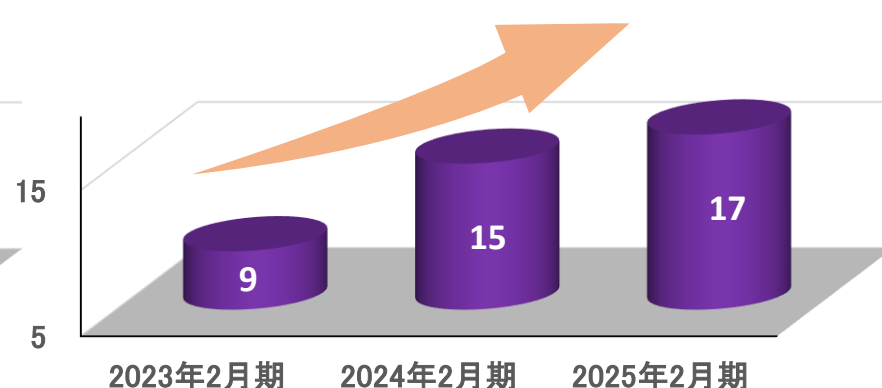
既存店売上高は120.0%と大幅伸長、心斎橋店（2023年12月OPEN）の年間稼働、新宿店の新規出店（2025年1月OPEN）もあり、大幅増収増益と好調に推移

売上高



営業利益

(単位: 億円)



高級ブランド時計に特化した豊富な実績と専門性が生み出す揺るぎない信頼
高級ブランド時計の愛好家より高い支持を獲得



①品揃え

年間仕入れ本数は約15,000本
特にロレックスの品揃えは業界屈指



②販売力

確かな商品知識と丁寧な接客サービス
英語・中国語対応可能なスタッフ多数



③買取力

熟練の鑑定士による査定、
販売網を有し競争力のある買取価格を実現



④商品管理力

30名の商品管理スタッフによる検品
技術者によるメンテナンス

買 取



店舗・サロン買取
宅配買取、LINE査定

メンテナンス



30人規模の
メンテナンス体制

販 売



店舗、EC（国内、越境）
信販会社によるローンサービス

1	事業領域の拡大	<ul style="list-style-type: none">● 従来の事業領域を超え、成長領域となるリユースビジネスへ参入、ブランド事業において新たな価値を創出し、マーケットを拡大する
2	事業ポートフォリオの最適化	<ul style="list-style-type: none">● 高収益かつ顧客の異なる事業を加えることで、グループ全体の事業ポートフォリオを最適化し、強固にする● 認知度の高い複数ブランドの運営力でマーケット創造を推進する
3	持続的な利益成長	<ul style="list-style-type: none">● 連結業績の水準を引き上げ、既存事業に対する積極的な事業投資・人財投資を可能とすることで、グループ全体の持続的な利益成長を実現する
4	財務基盤の活用	<ul style="list-style-type: none">● 4°Cホールディングスの財務基盤を活用し、(株)羅針の品揃えを拡充することで、(株)羅針の売上高をさらに拡大する

事業ポートフォリオの最適化と飛躍的な利益成長を実現する

第7次中期経営計画(2025年2月期～2027年2月期) 数値の更新

M&Aにより業績水準は飛躍的に向上、第7次中期経営計画の数値計画を修正
売上高は2026年2期にHD体制以降過去最高を更新し、その後も拡大する予定

【営業利益】 第7次中期経営計画期間の3ヶ年で167.0%の大幅な増加見込み

【ROE】 2030ビジョンにて掲げたのれん償却前ROE 8%以上を2027年2期に前倒し達成見込み

	第7次中期経営計画 (2025年2月期～2027年2月期)		
	2025年2月末 実績	2026年2月期 計画	2027年2月期 計画
売上高	45,902百万円	66,000百万円	<u>70,000</u> 百万円
営業利益	1,960百万円	2,800百万円	<u>3,500</u> 百万円
経常利益	2,352百万円	3,150百万円	3,700百万円
当期純利益	1,377百万円	1,600百万円	2,100百万円
のれん償却前ROE	5.3%	7.4%	<u>8.0%</u> 以上

4つの事業領域に対し事業投資・人財投資を実行
価値創造に取り組み、各事業領域での利益成長を具現化する

2030ビジョン (2031年2月期)

売上高	800億円
営業利益	55億円
のれん償却前ROE	10.0%以上

資産効率の向上にて掲げたROE目標値は前倒しで達成の見通し、
財務の健全性も考慮しながら積極的な株主還元方針を掲げる

- M&Aの資金調達で金融機関からの借入を実行、自己資本比率は76.2%→58.5%へ
- 財務レバレッジの活用により資本収益性が大きく向上

【2024年2月末時点】

総資産 506	負債 120
	純資産 385

(有利子負債：0)



(株)羅針のM&Aに伴う資金調達
及び運転資金を金融機関より
借入

【2025年2月末時点】

総資産 664	負債 275
	純資産 389

(有利子負債：149)

- 第7次中期経営計画最終年度の2027年2月期にのれん償却前ROE8%以上は達成する見通し
- 株主還元の水準向上に積極的に取り組むため、機動的な自己株式の取得も引き続き視野に
- 利益水準の向上を進め、早期に増配基調へ戻すことで、将来の100円配当実現を目指す

Contents

- I. 2025年2月期連結業績
- II. 2030ビジョン、第7次中期経営計画ローリング
- III. 2026年2月期連結業績予想と戦略アプローチ**
- IV. サステナブル経営の実現に向けて
- V. Appendix

2026年2月期 通期連結業績予想

通期連結業績は大幅な増収増益を予想、
売上高は2006年9月HD体制以降、過去最高となる見通し

(百万円、%)	2025年2月期		2026年2月期		前期比	前期差
	実績	構成比	計画	構成比		
売上高	45,902	100.0	66,000	100.0	+ 43.8	+ 20,098
売上総利益	19,942	43.3	22,500	34.1	+ 12.8	+ 2,558
売上総利益率	43.4		34.1		▲9.3	
販売管理費	17,984	39.1	19,800	30.0	+ 10.1	+ 1,816
内、のれん償却費	685	1.5	1,252	1.9	+ 82.7	+ 566
営業利益	1,960	4.2	2,800	4.2	+ 42.8	+ 840
経常利益	2,352	5.0	3,150	4.8	+ 33.9	+ 798
当期純利益	1,377	2.9	1,600	2.4	+ 16.2	+ 223
のれん償却前営業利益	2,645	5.7	4,049	6.1	+ 53.1	+ 1,403
のれん償却前当期純利益	2,062	4.4	2,852	4.3	+ 38.3	+ 790

※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

2026年2月期セグメント別業績予想

ブランド事業

大幅増収、4期連続の増益を計画

- ジュエリーSPA、「4°C」MD改革推進、既存店売上高は前期比103.2%の計画
- 高級ブランド時計専門リユース、品揃えの更なる拡大、既存店売上高は前期比105.2%の計画

アパレル事業

9期連続の増収を計画

- 「パレット」10店舗の新規出店、既存店売上高は前期比103.3%の計画
- アパレルメーカー、海外生産背景・企画提案力を生かした主力取引先との取り組み拡大、新規開拓

(百万円、%)		2025年2月期 実績	2026年2月期 計画	前期比	前期差
ブランド事業	売上高	21,676	42,000	+ 93.8	+ 20,324
	営業利益	1,509	2,900	+ 92.2	+ 1,390
アパレル事業	売上高	24,226	25,000	+ 3.2	+ 774
	営業利益	1,020	1,100	+ 7.8	+ 80

ブランド事業



「4°C」MD改革の推進継続
顧客起点の施策によるブランドの基盤構築



品揃え強化による業界内のシェア拡大
カスタマーエンゲージメントの向上

アパレル事業



海外生産基盤の整備・開拓
素材提案・製品企画力の強化



パレットの新規出店による
関西ドミナント深耕、関東マーケット拡大

【FDCプロダクツ】
女性売上高、販売単価、10大都市成長率の上昇

4°C
holdings group

- 「4°C」MD改革の成果を判断する重点管理指標の目標値を掲げ、引き続き取り組みを継続

成長基盤のベースとなる重点管理指標

女性売上高
(前期比)

+13.0%
(4°Cファッションジュエリー合計)

販売単価
(前期比)

+10.0%
(4°Cファッションジュエリー合計)

10大都市
(前期比)

+7.0%
(4°Cブランド百貨店売上高)

【株）FDCプロダクツ】
マーケティングカレンダー ～計画と実行力～

4°C
holdings group

□ マーケティングカレンダーによる計画と実行力の向上、
『顧客起点の実践』 『MDの連携効果』 『バランス運営』 の実現

2 月

3 月

4 月



(4°C SAKURA Collection)



(4°C 2025 Spring Collection)

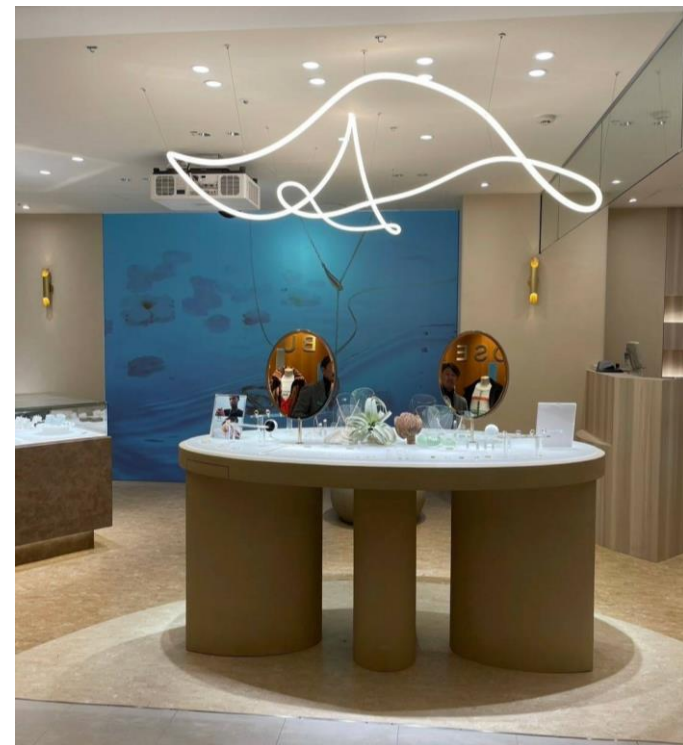
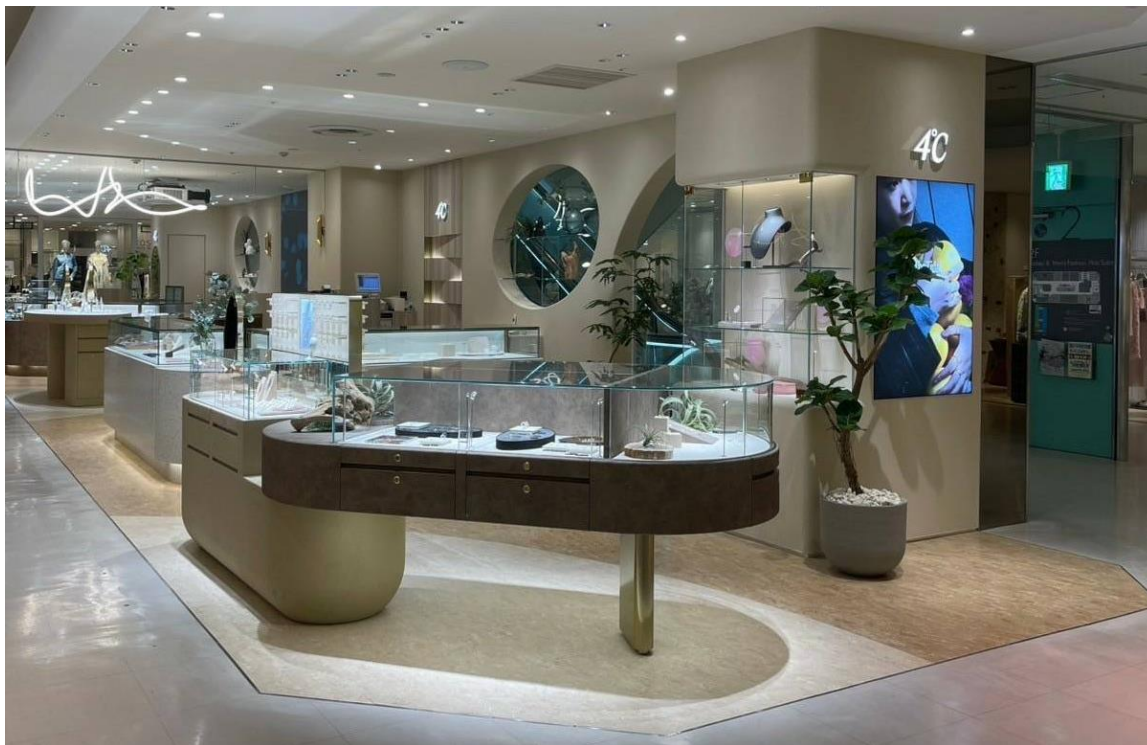


(4°C Anniversary)

【(株)FDCプロダクツ】
新プロトへの改装、店装・VMDの刷新

4°C
holdings group

- 大都市店舗の旗艦店化を計画、改装による店装のリニューアル・VMDのブラッシュアップへの継続的な取り組み



(「4°C」広島パルコ店)

【株】FDCプロダクツ
デジタルマーケティング部門新設・OMO戦略推進

4°C
holdings group

- DX推進、OMO戦略による顧客体験価値の向上
- 「4°C」アプリ、5月中旬リリース予定

私は変化する。
潮が満ち引きを
繰り返すように。
私は生きる。
うねったり、
風いだりしながら。
がんばりすぎない日だって、
心の背筋は伸びている。
私は私。どんな私も私。
大好きなジュエリーと、
前を向く。

4°C

データ
ザルイ

TheTidal



【株羅針】
首都圏におけるシェアの拡大

4°C
holdings group

- 2025年1月OPENの新宿店の年間稼働
- 認知度の向上による顧客の増加、売上高の拡大

アクセス抜群な新宿駅から徒歩5分!

GINZA
RASIN 新宿店

2025.1.18.SAT
グランドオープン!

ロレックスやパテックフィリップなど
人気ブランドや貴重なモデルを多数取り揃え!



- グループの盤石な財務基盤を活用した品揃えの拡充
- 豊富な品揃えによる競争力向上

ROLEX



PATEK PHILIPPE



AUDEMARS PIGUET



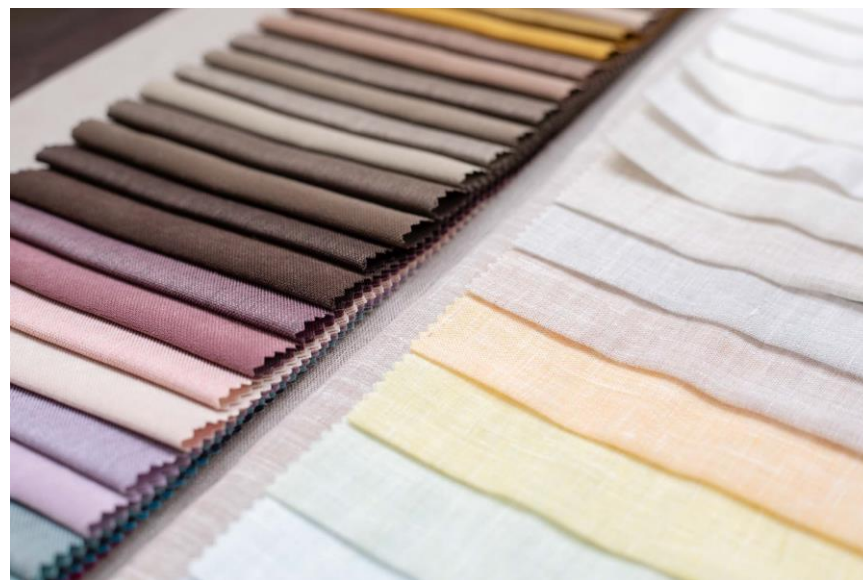
HUBLOT



【(株)アスティ】
素材提案力の強化、テキスタイル展の開催

4°C
holdings group

- コスト優位性の高い素材・機能性素材・サステナブル素材など
特色のある素材を開発、テキスタイル展で提案

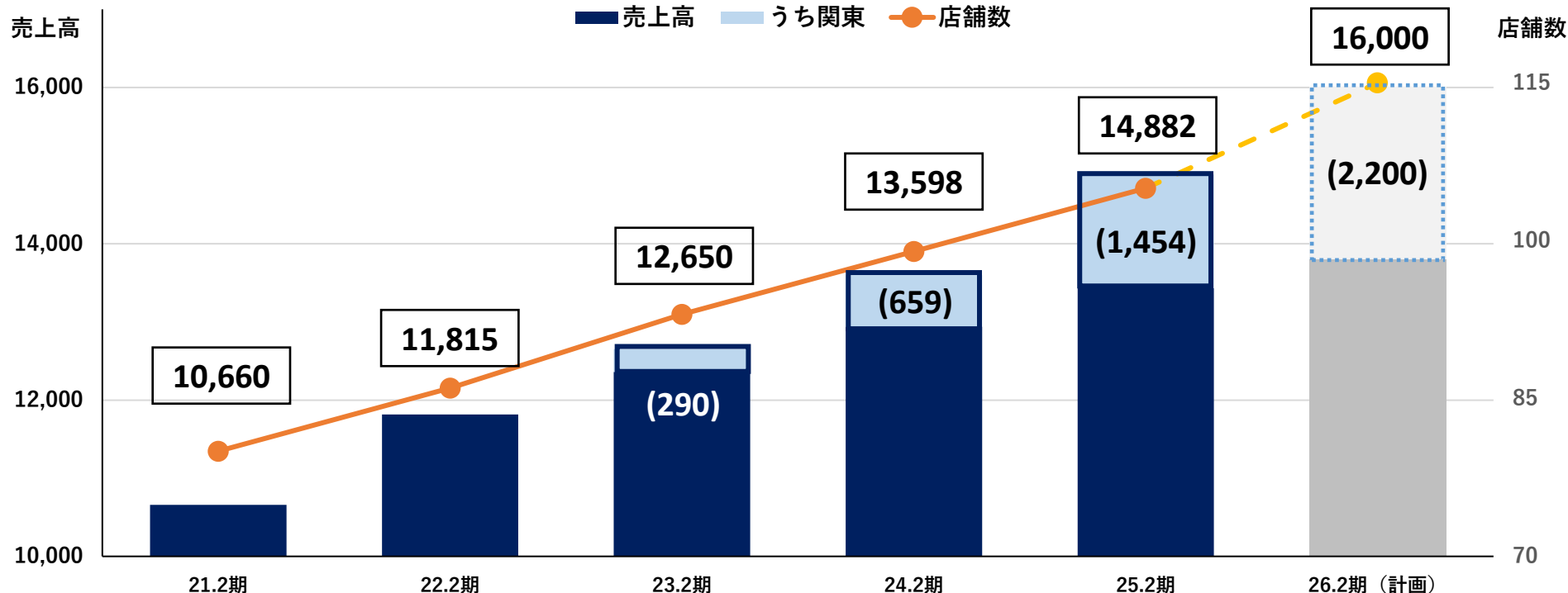


【(株)アージュ】 パレットの出店によるマーケットシェアの拡大

- 年間10店舗の継続的な出店を計画
ドミナント出店による関西マーケット深耕、関東圏の出店加速

「パレット」売上高と店舗数の推移

(単位：百万円、店舗)



店舗数	80	86	93	99	105	115
うち関東	0	0	4	5	10	15

Contents

- I. 2025年2月期連結業績
- II. 2030ビジョン、第7次中期経営計画ローリング
- III. 2026年2月期連結業績予想と戦略アプローチ
- IV. サステナブル経営の実現に向けて**
- V. Appendix

- 個人の成長実感と会社の成長性、仕事を通じた社会への貢献
- 充実した教育体系、多様な人財の開発による持続的成長の実現



- Well-being（健康経営、ワークライフバランス）への取り組み
- 働きやすい職場づくりによる仕事と家庭生活の両立支援

休日日数の増加



グループ全体で最大5日休日を増加
ワークライフバランスの改善、採用競争力の向上

男性育児休暇制度の導入



「配偶者出産休暇」を新設、仕事と子育ての両立支援、
男性の育児参加を促進（目標：男性の育児休暇取得率100%）

三大疾病保険制度の新設



「三大疾病」（ガン、心筋梗塞、脳卒中）への備え
治療と仕事の両立支援、安心して働ける環境づくり

- 安定的・継続的な配当と自己株式の取得による総還元性向の水準向上に引き続き取り組み、配当は自己資本配当率（DOE）4%以上を維持する方針
- 利益の向上により早期に増配基調へと転換し、将来の100円配当の実現を目指す
 - 2025年2月期は年間配当83円、DOE 4.6%
 - 2026年2月期は年間配当83円を予定



Contents

- I. 2025年2月期連結業績
- II. 2030ビジョン、第7次中期経営計画ローリング
- III. 2026年2月期連結業績予想と戦略アプローチ
- IV. サステナブル経営の実現に向けて
- V. Appendix**

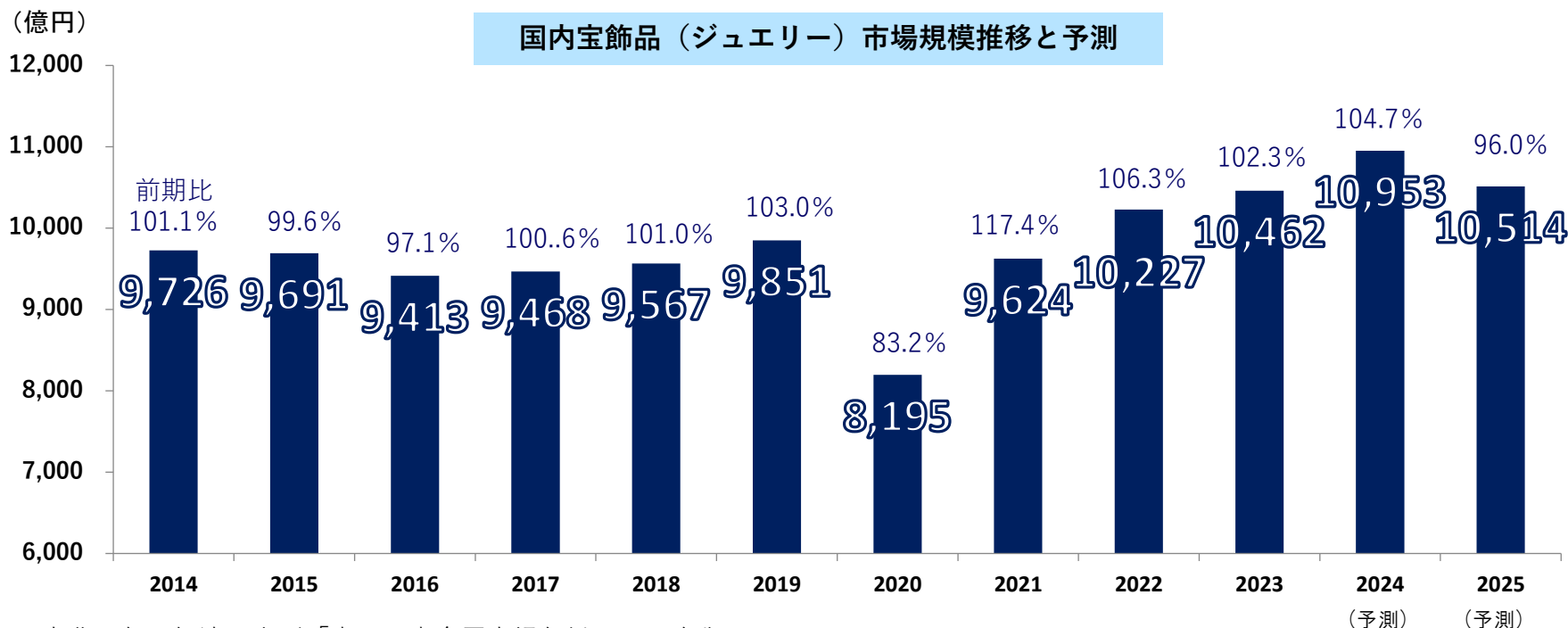
1. ジュエリー（宝飾品）市場動向

2024年の国内宝飾品（ジュエリー）小売市場規模は1兆953億円、前年比104.7%と拡大

- ◆2024年に入っても地金価格が上昇基調にあることや、円安を受け、参入企業各社が販売価格の値上げに踏み切ったこともあり、購入単価が上昇した。
- ◆インバウンド（訪日外国人客）の増加にともなって宝飾品（ジュエリー）に対する需要が急増していることも市場拡大の要因になった。

2025年の国内宝飾品小売市場規模は前年比96.0%の1兆514 億円と予測

- ◆ここ数年は富裕層を中心にコロナ禍後の反動消費の動きが見られたものの、富裕層においても長引く物価高騰によって宝飾品に対する需要は落ち着くものとみられ、市場全体は再び停滞局面入ってくると見込まれる。



出典：矢野経済研究所「宝石・貴金属市場年鑑 2024年版」より

2. 事業別売上高（連結）

（単位：百万円／％）

	2022年2月期		2023年2月期		2024年2月期		2025年2月期	
	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比
ブランド事業	18,424	48.4	18,587	47.0	16,995	43.1	21,676	47.2
（F D C プロダクトグループ）	(18,424)	(100.0)	(18,587)	(100.0)	(16,995)	(100.0)	(15,276)	(70.5)
（羅針）	-	-	-	-	-	-	(6,400)	(29.5)
アパレル事業	19,626	51.6	20,921	53.0	22,462	56.9	24,226	52.8
（アスティグループ）	(9,396)	(44.3)	(9,910)	(43.9)	(10,702)	(44.0)	(10,279)	(40.9)
（アージュ）	(11,815)	(55.7)	(12,656)	(56.1)	(13,597)	(56.0)	(14,882)	(59.1)
総合計	38,050	100.0	39,508	100.0	39,457	100.0	45,902	100.0

※1：「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を2023年2月期連結会計期間の期首から適用しており、2023年2月期以降の各数値については当該会計基準等を適用した後の数値となっています。

※2：各セグメントの内訳は内部相殺前数値であり、セグメント内構成比は単純合算より算出しています。

3. 設備投資・減価償却費の概要（連結）

（単位：百万円、％）

		2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	
		実績	実績	実績	前期比
ブランド事業	設備投資	559	606	274	45.2
	減価償却費	396	317	368	116.1
アパレル事業	設備投資	394	516	489	94.7
	減価償却費	352	361	359	99.3

4. (株)エフ・ディ・シィ・プロダクツ①

4°C
holdings group

【ブランド別売上高】

(単位：百万円／％)

	2023年2月期		2024年2月期		2025年2月期	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比
4°C (※1)	12,281	▲1.4	10,579	▲13.9	9,440	▲10.8
(うちファッションジュエリー)	(7,684)	(+7.6)	(7,405)	(▲3.6)	(7,050)	(▲4.8)
(うちブライダルジュエリー)	(4,596)	(▲13.4)	(3,173)	(▲31.0)	(2,390)	(▲24.7)
Canal 4°C	3,373	+1.8	3,127	▲7.3	2,858	▲8.6
その他ブランド (※2)	1	—	7	+333.5	20	+191.3
E C事業	2,242	+11.9	2,436	+8.7	2,339	▲4.0
先売り・修理その他	688	+5.5	845	+22.9	617	▲27.0
合計	18,587	+0.9	16,995	▲8.6	15,276	▲10.1

※1. 4°C : 『EAU DOUCE 4°C』含む

※2. その他ブランド : 『Cofl by 4°C』、『RUGIADA』、『KAKERA』

5. (株)エフ・ディ・シィ・プロダクツ②

【ブランド別 客数・客単価（既存店）】

（単位：％）

	2023年2月期		2024年2月期		2025年2月期	
	客数	客単価	客数	客単価	客数	客単価
4°C ファッションジュエリー	+7.4	+1.6	▲8.7	+5.4	▲7.2	+3.7
4°C ブライダルジュエリー	▲16.0	+4.3	▲23.7	+8.3	▲19.6	+2.8
Canal 4°C	+9.8	▲5.1	▲7.2	+2.5	▲7.8	+3.3

6. エフ・ディ・シィ・プロダクツ③

【チャネル別 売上高】

(単位：百万円／％)

	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期		
	実績	実績	実績	構成比	前期比
路面店	166	179	185	1.2	+3.5
ブライダル専門店	2,653	1,490	883	5.8	▲40.7
ファッションビル	4,684	4,201	3,895	25.5	▲6.7
百貨店	8,152	7,842	7,354	48.1	▲6.0
EC	2,242	2,436	2,339	15.3	▲4.0
先売り・修理その他	690	847	617	4.0	▲27.0
合計	18,587	16,995	15,276	100.0	▲10.1

7. グループ店舗数、出退店実績・計画

	4℃ (EAU含む)	4℃ BRIDAL	Canal 4℃	その他	ジュエリー 計	羅針(※)	パレット	合計
第73期末 (2024/2)	83	14	38	3	138	—	99	237
出店	1	0	0	0	1	1	10	12
退店	6	6	2	0	14	—	4	18
M&Aに伴う 店舗増	—	—	—	—	—	3	—	3
第74期末 (2025/2)	78	8	36	3	125	4	105	234
出店計画	0	0	0	0	0	0	10	10
退店計画	0	0	0	0	0	0	0	0
第75期末計画 (2026/2)	78	8	36	3	125	4	115	244

※羅針は買取サロン除く

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

経営企画室 小塚

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。