

株式会社 4℃ホールディングス
(東証プライム市場 8008)

2026年2月期 第2四半期 (中間期)
決算説明資料

2025年10月10日

Contents

- I. 2026年2月期第2四半期（中間期）連結業績
- II. 戦略ストーリー～持続的成長の柱
- III. 2026年2月期連結業績予想、下期重点施策
- IV. 第7次中期経営計画の進捗と2030ビジョン
- 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. 2026年2月期第2四半期（中間期）連結業績
- II. 戦略ストーリー～持続的成長の柱
- III. 2026年2月期連結業績予想、下期重点施策
- IV. 第7次中期経営計画の進捗と2030ビジョン
- V. Appendix

- 4期連続の増収、2期ぶりの営業増益を達成
- (株)羅針のM&Aによる業容拡大と多角化が業績に明確に貢献
- (株)FDCプロダクツでは再成長を目指したマーチャンダイジング（MD）改革を継続
- (株)アージュは、デリーファッション「パレット」の出店・増床効果で増収
- (株)アスティは、OEMの受注増加で着実にマーケットが拡大

売上高

32,474百万円
(前年同期比 + 66.9%)

- 4期連続増収
- 羅針業績の取り込み
- アパレル事業の拡大

営業利益

1,124百万円
(前年同期比 + 34.6%)

- 大幅増益
- ジュエリー苦戦も羅針が堅調に業績確保
- アパレルは順調

中間純利益

781百万円
(前年同期比 + 16.3%)

- 2桁増益

2026年2月期第2四半期（中間期）連結業績

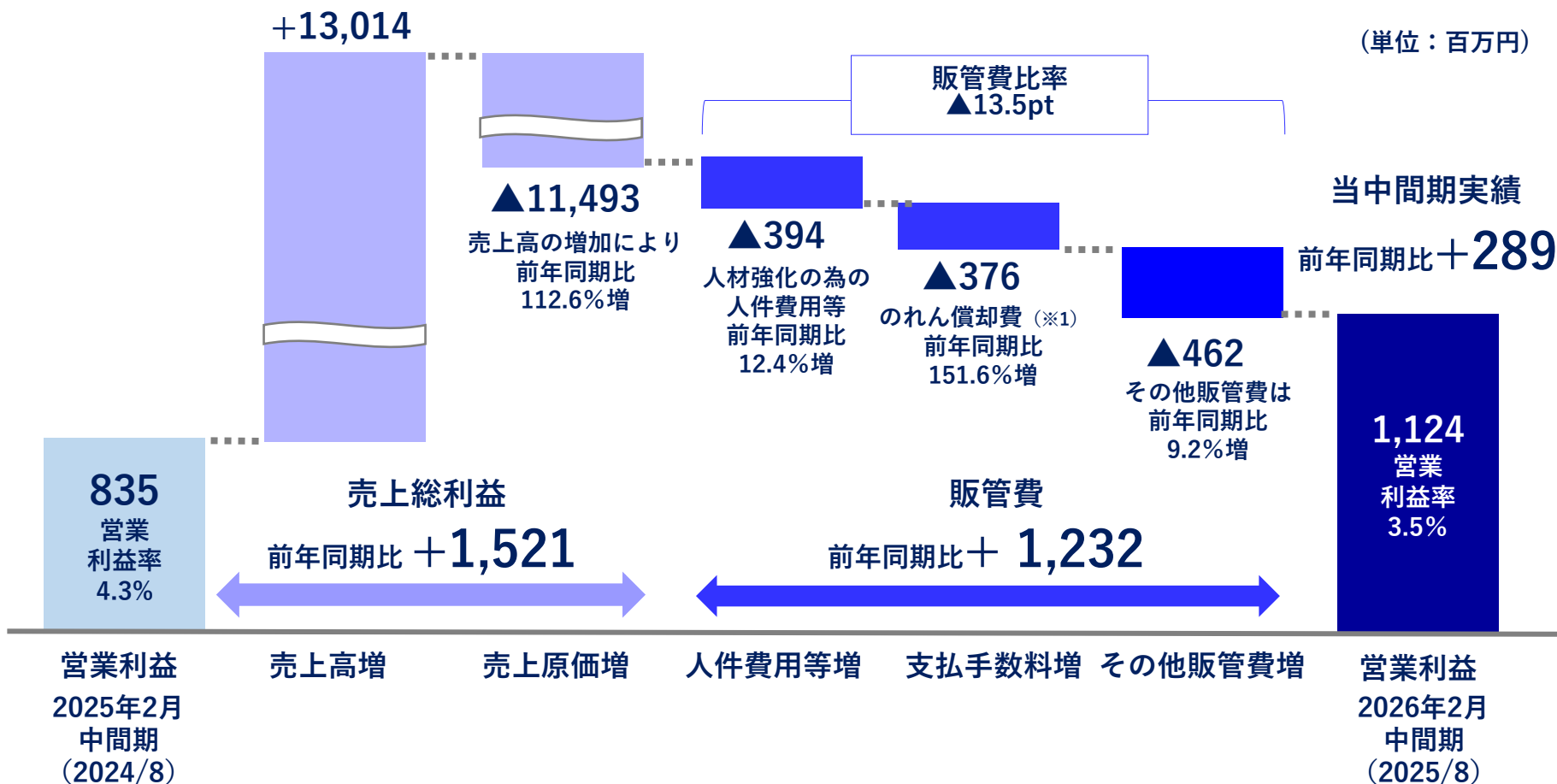
(百万円、%)	第75期（2025/2） 中間期		第76期（2026/2） 中間期			前年 同期比
	実績	構成比	計画	実績	構成比	
売上高	19,460	100.0	32,000	32,474	100.0	+ 66.9
売上総利益	9,256	47.6	11,400	10,777	33.1	+ 16.4
売上総利益率	47.6		35.6	33.1		▲14.5
販売管理費	8,421	43.3	10,200	9,652	29.7	+ 14.6
内、のれん償却費	248	1.3	624	624	1.9	+ 151.6
営業利益	835	4.3	1,200	1,124	3.4	+ 34.6
経常利益	1,048	5.4	1,400	1,310	4.0	+ 24.9
中間純利益	671	3.5	700	781	2.4	+ 16.3
のれん償却前営業利益（※1）	1,083	5.6	1,824	1,748	5.3	+ 61.4
のれん償却前中間純利益（※2）	920	4.7	1,324	1,405	4.3	+ 52.7

※1 のれん償却前営業利益＝営業利益＋のれん償却額＋企業結合に係る無形資産償却額

※2 のれん償却前中間純利益＝親会社株主に帰属する中間純利益＋のれん償却額＋企業結合に係る無形資産償却額

営業利益の増減分析

- 収益性の向上により、営業利益は前年同期比2億89百万円増加
- 販管費は人件費等の増加により12億32百万円増加するも、販管費率は減少



※1 のれん償却費 = のれん償却額 + 企業結合に係る無形資産償却額

2026年2月期第2四半期（中間期）セグメント別業績①

4°C
holdings group

ブランド事業

（百万円、％）	25.2期 2Q累計	26.2期 2Q累計	前年同期差	前年同期比
売上高	7,168	19,848	+ 12,680	+ 176.9
営業利益	382	893	+ 511	+ 133.5

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改革を継続
- 価格政策の見直しにより回復基調
- 7月にグランフロント大阪店を全面改装、西の旗艦店として「体験価値」を提供

（株）羅針

- 株価高騰で富裕層の購買が活発化
- 新店（新宿）効果に加え、財務基盤を活かした在庫拡充により既存店も順調に伸長

2026年2月期第2四半期（中間期）セグメント別業績②

4C
holdings group

アパレル事業

（百万円、％）	25.2期 2Q累計	26.2期 2Q累計	前年同期差	前年同期比
売上高	12,291	12,625	+334	+2.7
営業利益	705	791	+87	+12.3

アスティ グループ

- 海外生産基盤を強みに、主力取引先からの受注が拡大
- 素材提案力強化に向けて「テキスタイル展示会」を開催、次年度の受注獲得に手応え

（株）アージュ

- 「パレット」既存店は6期連続で伸長、新店2店舗と増床で売上拡大
- 猛暑に対応し夏物の品揃えを強化、実需から晩期の売上獲得に成果

財政状態、キャッシュ・フローの状況（連結）

- 総資産680億円、負債287億円、純資産392億円
- 営業CF、棚卸資産等の増加で24億円の減少
- フリーCFは前年同期より15億円減少

財務状況

(単位：百万円、%)	第75期末 (2025/2)	第76期2Q末 (2025/8)	差額
資産合計	66,494	68,003	+1,508
負債	27,559	28,785	+1,225
純資産合計	38,935	39,218	+282
自己資本比率	58.5%	57.7%	▲0.9%

キャッシュ・フロー

(単位：百万円)	第75期2Q (2024/8)	第76期2Q (2025/8)	差額
営業CF	1,958	▲464	▲2,422
投資CF	▲156	694	+851
財務CF	▲890	▲244	+645
フリーCF	1,802	230	▲1,572

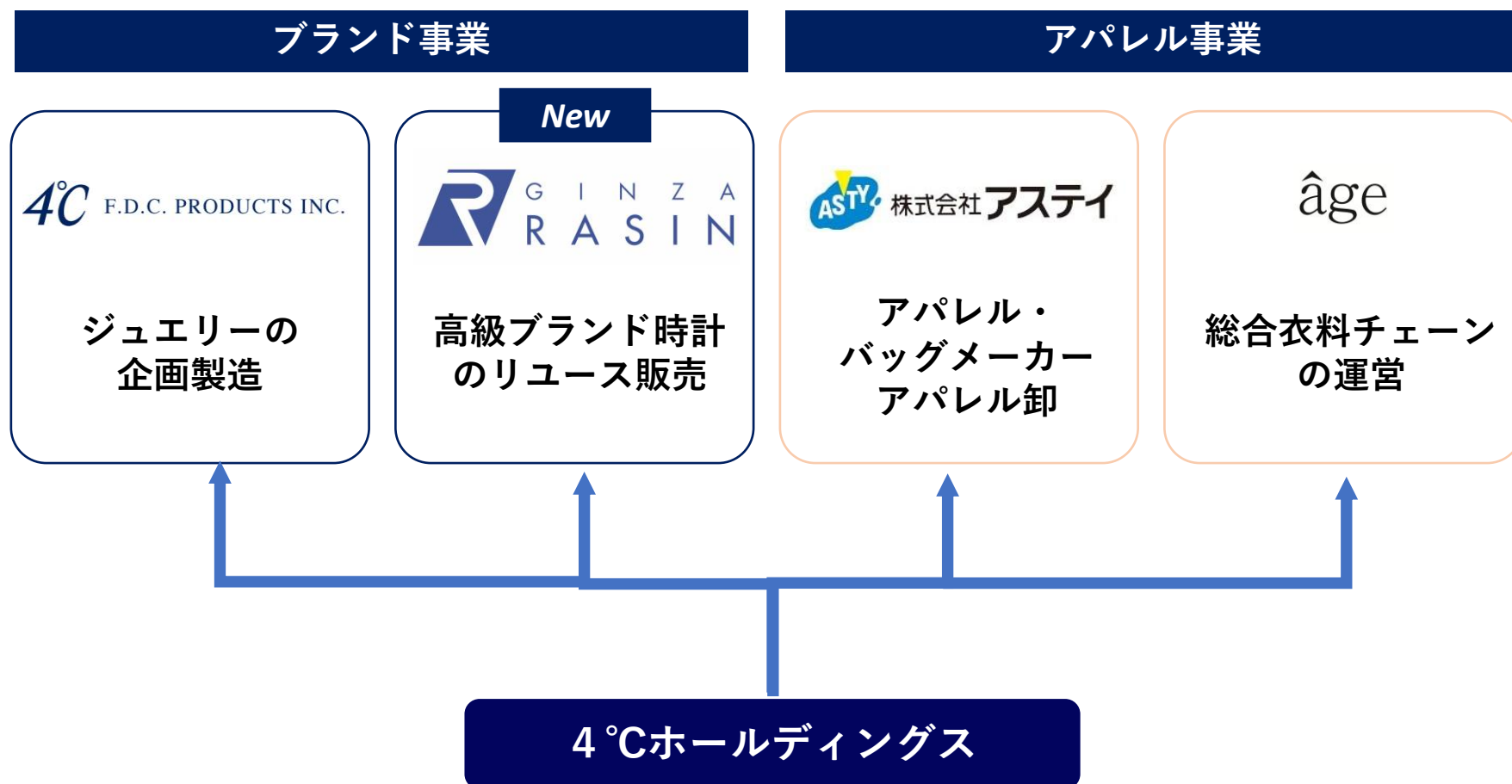
Contents

- I. 2026年2月期第2四半期（中間期）連結業績
- II. 戦略ストーリー～持続的成長の柱**
- III. 2026年2月期連結業績予想、下期重点施策
- IV. 第7次中期経営計画の進捗と2030ビジョン
- V. Appendix

持続的成長：M&Aを通じた経営基盤強化

4°C
holdings group

- 2024年の(株)羅針のM&Aにより、グループ全体を4つの事業領域での経営体制に再編、事業ポートフォリオを強化



□ HD主導での経営資源の再配分を通じて、各事業領域の専門化を進める



事業領域別での戦略実施

重点領域へリソースを集中するため、
戦略を明確化

事業領域別で投資を促進

ホールディングスのCFを最適配分

事業領域別での専門人財の登用・育成

専門分野に応じて人財を登用・育成し、
専門化

□ 「4℃」の収益力強化およびブランド提供価値の再構築

セグメントマーケティングを通じた
顧客の多様なニーズに応じた商品開発

情緒的価値



共感

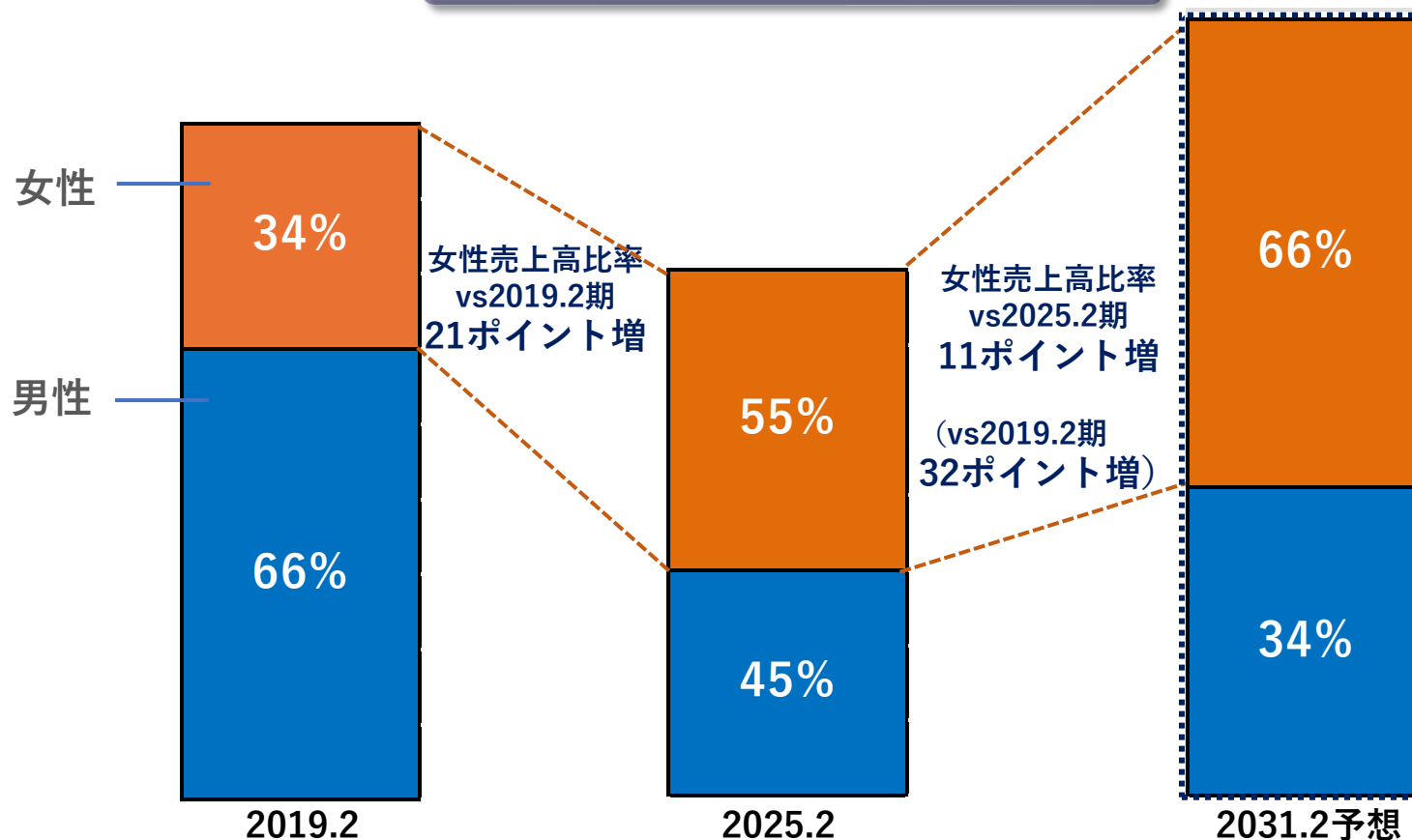
顧客生涯価値（LTV）の最大化と市場競争力の強化

■ 顧客ターゲットに応じた商品開発（イメージ）

顧客ターゲット	主なニーズ
ギフト需要	「予算」重視の低価格帯商品
ご褒美需要	ファッション性の高い商品
高額需要	高級素材や天然石を使用した商品
インバウンド需要	日本文化をテーマにしたコレクション
既存顧客	シーズンコレクション

- 「4℃」MD改革の成果を判断する女性客の支持拡大に中長期的に取り組む
- セグメントマーケティング強化により、高収益の事業構造を再構築する

女性売上高比率の推移



- 高級ブランド時計に特化した「専門性」と「信頼感」が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

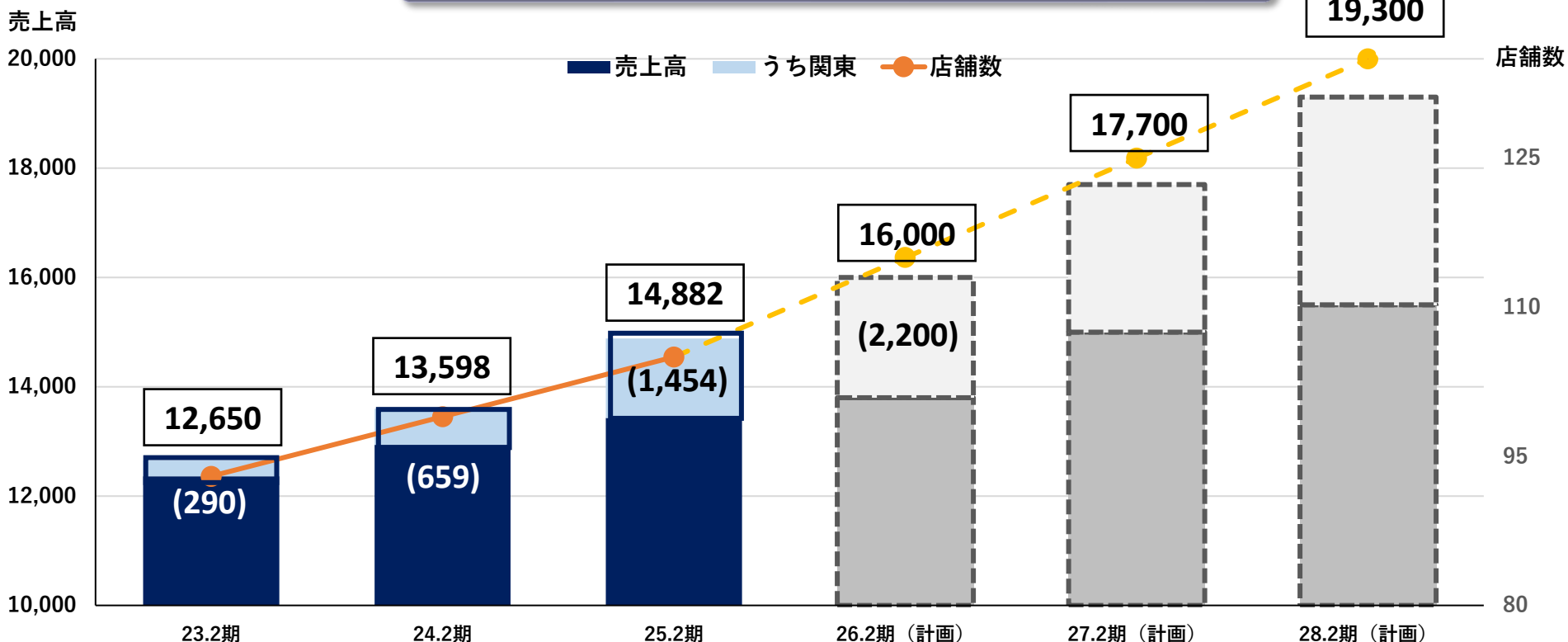
30名の商品管理スタッフによる検品
技術者によるメンテナンス

持続的成長：パレットの新規出店の継続

- 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	93	99	105	115	125	135
うち関東	4	5	10	15	20	25

Contents

- I. 2026年2月期第2四半期（中間期）連結業績
- II. 戦略ストーリー～持続的成長の柱
- III. 2026年2月期連結業績予想、下期重点施策**
- IV. 第7次中期経営計画の進捗と2030ビジョン
- V. Appendix

□ 消費の二極化が進む

株高を背景に富裕層の消費は拡大する一方、中間層以下は物価上昇の継続により弱含み

ブランド事業

- インフレ進行も、ギフト需要の中心価格は横ばい傾向
- クリスマス商戦は価格政策がポイント
- 羅針は株式市場の活況が追い風、富裕層の消費拡大に期待

アパレル事業

- 生活必需品の値上げ継続で、高まる値ごろ感や高付加価値商品開発の重要性
- 環境変化によるテナント入替えは「パレット」出店拡大の好機

2026年2月期 通期連結業績予想

- 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 (※1)	2,645	5.7	4,049	6.1	+ 53.1	+ 1,403
のれん償却前当期純利益 (※2)	2,062	4.4	2,852	4.3	+ 38.3	+ 790

※1 のれん償却前営業利益＝営業利益＋のれん償却額＋企業結合に係る無形資産償却額

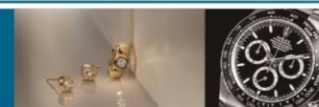
※2 のれん償却前当期純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益＋のれん償却額＋企業結合に係る無形資産償却額

2026年2月期セグメント別業績予想

- ブランド事業は大幅増収、4期連続の増益を計画
- アパレル事業は9期連続の増収を計画

(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 F.D.C. PRODUCTS INC.

R G I N Z A
R A S I N

クリスマス商戦対策
デジタルマーケティングの推進

更なる品揃えの強化
新店の通期稼動

アパレル事業



ASTY 株式会社 アステイ

âge

素材提案力の強化

パレットの新規出店の継続

【(株)FDCプロダクツ】
下期ブランド事業取り組み～クリスマス商戦

4°C
holdings group

- 顧客ターゲットに対応した商品・販促・店頭演出の展開
- 男性ギフトをターゲットとしたホリデー限定商品の開発



FEMININE



MODE



AUTHENTIC

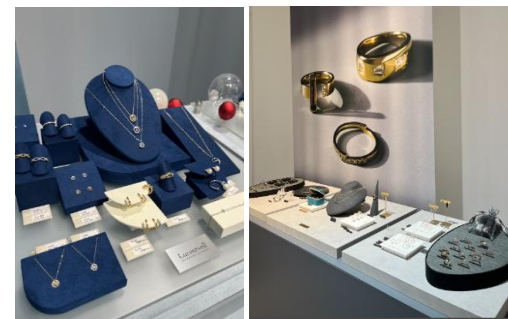
【(株)FDCプロダクツ】 下期ブランド事業取り組み～デジタルマーケティングの推進

- ターゲット顧客の分類・ストーリー性のある販促計画
- デジタル販促の強化・店頭演出との一貫性確保


インフルエンサー


雑誌・Web記事


YouTube



デジタル販促
店頭演出の一貫性

- グループの盤石な財務基盤を活用した品揃えの拡充
更なる在庫積み増しによる売上拡大

銀座中央通り店

デイトナ、サブマリーナ
GMTマスターなど
人気モデルを取り揃え

国内最大級の品揃え！
「超」ロレックス専門店

定番人気モデルから希少なアンティークまで、常時1000本以上取扱

- 新宿店の通期稼動
新たな買取りの拠点として品揃えの拡充に繋げる



GINZA RASIN 新宿店



【(株)アスティ】
下期アパレル事業取り組み～素材提案力の強化

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、テキスタイル展示会で提案



26SSテキスタイル展示会

- ドミナント出店による関西マーケットの深耕と関東圏への出店継続
- 既存店の伸長

パレット ココリア多摩センター店



パレット 川崎店



Contents

- I. 2026年2月期第2四半期（中間期）連結業績
- II. 戦略ストーリー～持続的成長の柱
- III. 2026年2月期連結業績予想、下期重点施策
- IV. 第7次中期経営計画の進捗と2030ビジョン**
- V. Appendix

第7次中期経営計画(2025年2月期～2027年2月期)

M&Aにより業績水準は飛躍的に向上、4月に第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4月更新)
	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%以上</u>	

2030ビジョンの更新イメージ

4C
holdings group

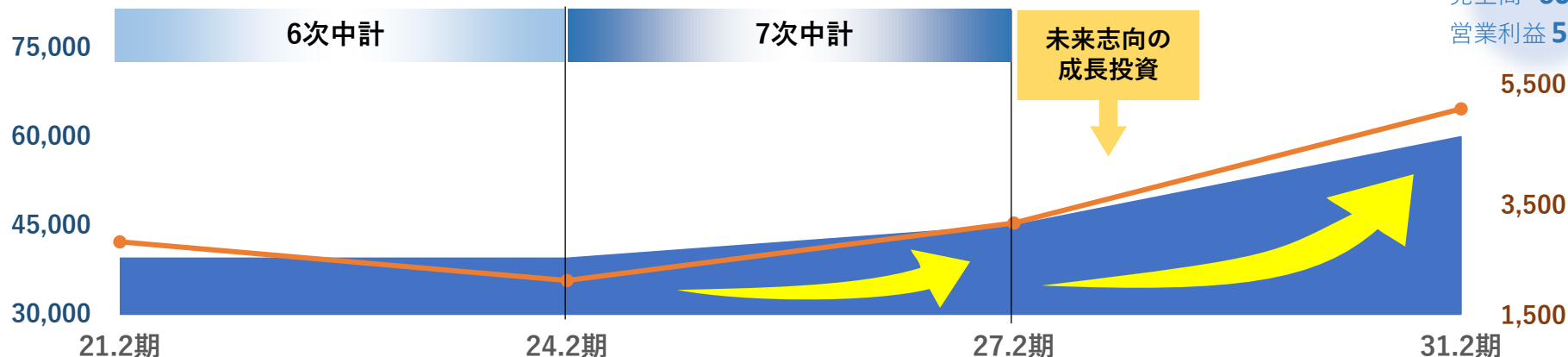
2030ビジョン（2024年4月公表）

2030ビジョン

売上高 600億円
営業利益 51億円

（単位：百万円）

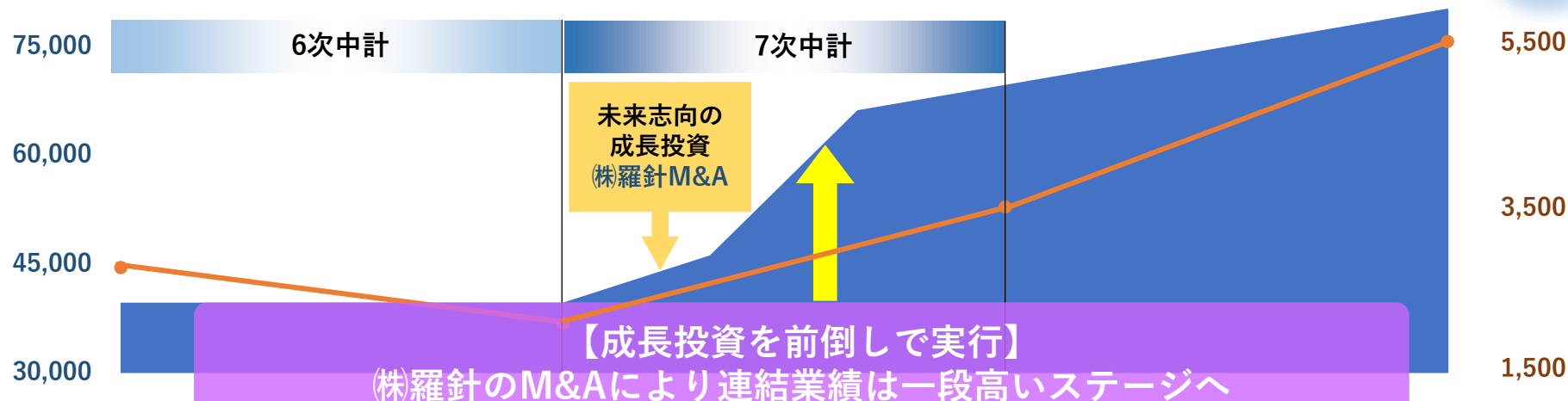
■ 売上高 ■ 営業利益



2030ビジョン（2025年4月更新）

2030ビジョン

売上高 800億円
営業利益 55億円



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)

(2025年4月更新)

売上高

800億円

営業利益

55億円

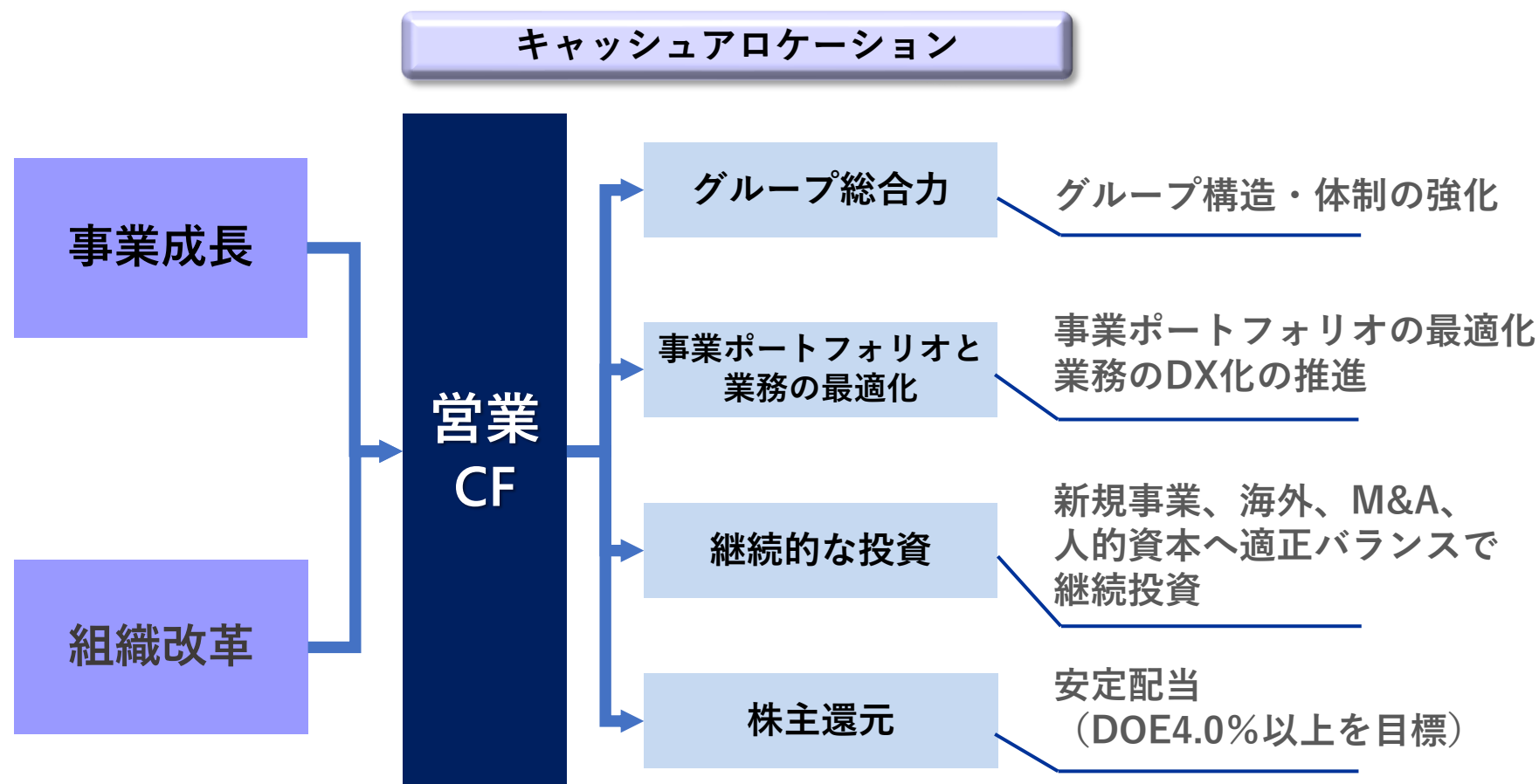
のれん償却前ROE

10.0%以上

持続的な成長を目指すため、4つの投資領域に対して投資を推進

投資領域		取組みと成果・進捗
1. 新規事業	▶	<ul style="list-style-type: none">高級ブランド時計リユース事業への参入既存事業を補完・強化するM&Aの実施
2. 4°Cブランド	▶	<ul style="list-style-type: none">顧客起点でのMD改革推進ブランドと顧客を繋ぐデジタルマーケティング投資
3. マーケットの 拡大・創造	▶	<ul style="list-style-type: none">「パレット」の関東出店加速羅針の出店検討
4. 人財・DX	▶	<ul style="list-style-type: none">人財の質(専門性)を高めるシステムの構築生成AIの活用による企画提案力強化と効率化

収益力を強化し、キャッシュフローの創出と資本効率の向上を目指す



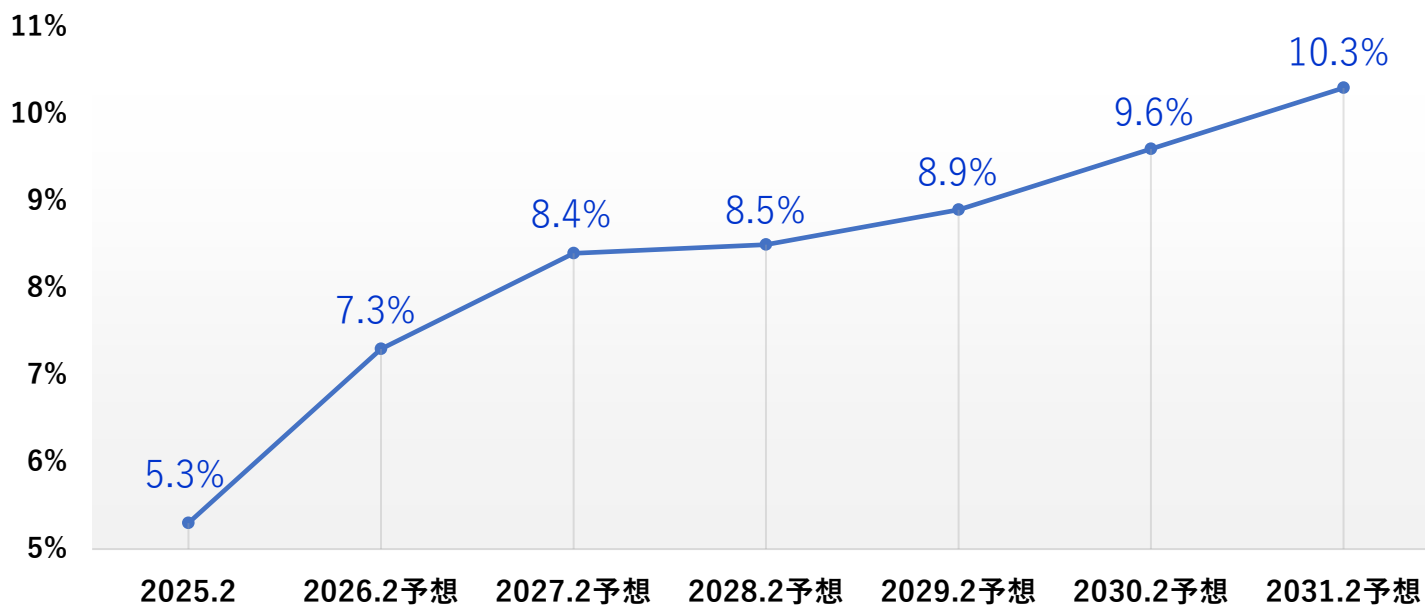
収益性とキャッシュフロー創出力を高め、市場とのエンゲージメント向上を図る

3つのポイント

- キャッシュフロー創出力強化
- 持続的成長（期待成長率の向上）
- 価値向上のための対話（資本コストの低減）

のれん償却前ROEの推移

目安となるのれん償却前ROEの水準を8%に置き、持続的成長に繋げていく



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

- 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



4°C

holdings group

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**

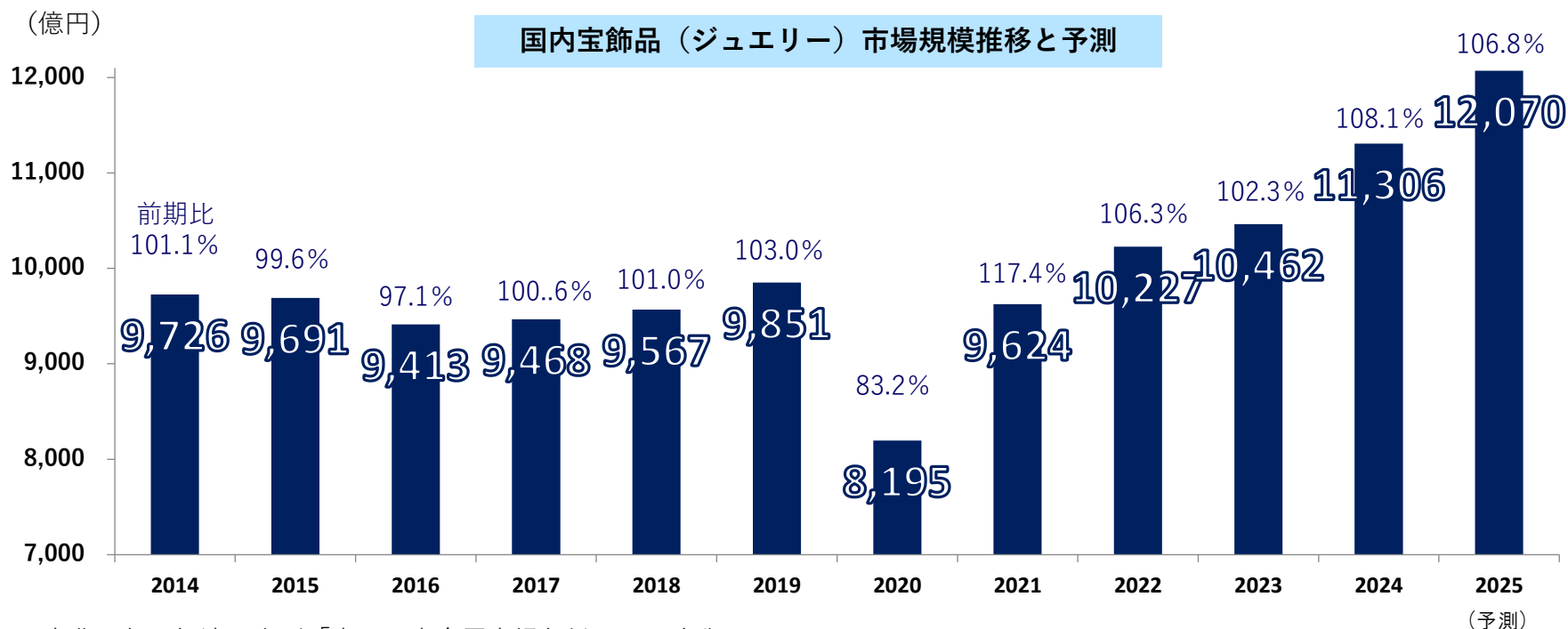
1. ジュエリー（宝飾品）市場動向

2024年の国内宝飾品（ジュエリー）小売市場規模は1兆1,306億円、前年比108.1%と拡大

- ◆海外ブランドがインバウンド顧客を中心に好調に推移したことや、金地金価格の高騰を受けて各社が値上げを実施したことが市場規模拡大の要因として挙げられる。さらに、地金製品や高額ダイヤモンドが投資目的で購入されたことも市場の拡大を後押しした。
- ◆日本全体でも好景気ムードが続き、富裕層の高額ジュエリーが好調であった。

2025年の国内宝飾品小売市場規模は前年比106.8%の1兆2,070 億円と予測

- ◆インバウンド消費については昨年的好調から一転し、高価格帯から低価格帯へのシフトが見られる。国内においても地金価格の継続的な高騰を背景に、低単価ジュエリーへの需要が高まっている。



2. 事業別売上高（連結）

（単位：百万円／％）

	2025年2月期中間期（2024/8）			2026年2月期中間期（2025/8）		
	実績	構成比	前年同期比	実績	構成比	前年同期比
ブランド事業	7,168	36.8	▲8.9	19,848	59.3	276.9
アパレル事業	12,291	63.2	+9.4	12,625	40.7	102.7
総合計	19,460	100.0	+1.8	32,474	100.0	166.9

※：「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。

3. 設備投資・減価償却費の概要（連結）

（単位：百万円、％）

		2025年2月期 中間期（2024/8）	2026年2月期 中間期（2025/8）		（参考） 2025年2月期 （2025/2）
		実績	実績	前年同期比	実績
ブランド事業	設備投資	80	125	156.6	274
	減価償却費	140	295	210.8	368
アパレル事業	設備投資	256	191	74.7	489
	減価償却費	176	175	99.4	359

4. (株)エフ・ディ・シィ・プロダクツ①

【ブランド別売上高】

(単位：百万円／％)

	2025年2月期 中間期 (2024/8)		2026年2月期 中間期 (2025/8)		(参考) 2025年2月期 (2025/2)	
	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前期比
4 °C (※1)	4,540	▲9.6	3,669	▲19.2	9,440	▲10.8
(うちファッションジュエリー)	(3,275)	(▲1.4)	(2,829)	(▲13.6)	(7,050)	(▲4.8)
(うちブライダルジュエリー)	(1,264)	(▲23.0)	(840)	(▲33.5)	(2,390)	(▲24.7)
Canal 4 °C	1,329	▲6.0	1,144	▲13.9	2,858	▲8.6
その他ブランド (※2)	—	—	19	+425.1	20	+191.3
E C 事業	996	▲0.9	907	▲9.0	2,339	▲4.0
先売り・修理その他	302	▲38.1	146	▲50.7	617	▲27.0
合計	7,169	▲8.9	5,886	▲17.9	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：％）

	2025年2月期 中間期（2024/8）		2026年2月期 中間期（2025/8）		（参考）2025年2月期 （2025/2）	
	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 （※1）	▲6.6	+4.2	▲5.5	+7.0	▲7.2	+3.7
4°C ブライダルジュエリー	▲15.4	+5.1	▲15.5	▲9.1	▲19.6	+2.8
Canal 4°C	▲3.2	+1.4	▲14.5	+3.6	▲7.8	+3.3

※1：4°Cファッションジュエリー：『EAU DOUCE 4°C』含む

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／％)

	2025年2月期 中間期 (2024/8)	2026年2月期 中間期 (2025/8)		
	実績	実績	構成比	前年同期比
路面店	85	74	1.3	▲13.3
ブライダル専門店	479	235	4.0	▲50.9
ファッションビル	1,801	1,566	26.6	▲13.0
百貨店	3,508	2,956	50.2	▲15.7
EC	996	907	15.4	▲9.0
先売り・修理その他	297	146	2.5	▲50.7
合計	7,169	5,886	100.0	▲17.9

7. グループ店舗数、出退店実績・計画

	4℃	4℃ BRIDAL	Canal 4℃	その他	ジュエリー 計	羅針(※)	パレット	合計
25年2月期	76	8	39	2	125	4	105	234
出店	1	0	0	0	1	0	2	3
退店	0	1	0	0	1	0	2	3
26年2月期 上期実績	77	7	39	2	125	4	105	234
出店計画	0	0	0	0	0	0	5	5
退店計画	0	1	0	0	1	0	0	1
26年2月期 下期計画	77	6	39	2	124	4	110	238

※羅針は買取サロン除く

本資料ならびに I R 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 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。