



4°C
holdings group

すべては、お客様の“笑顔”や“ときめき”のために

4°Cレポート**2026**

株式会社4°Cホールディングス 統合報告書

基本方針

4℃ホールディングスグループは、人間尊重の基本理念のもと、変革を恐れず、挑戦し続ける企業文化を大切にします。そして、以下の経営理念とコーポレートメッセージを掲げ、商品やサービスの提供を通して、人々の快適な生活づくりに貢献することを最大の使命と考えています。また、顧客、取引先、株主、社員など私たちを取り巻く人々に対する責任を果たすため、一層の高収益企業を目指し、グループの結束力を一段と強化してまいります。

経営理念

- 私達は、お客様に信頼される企業を目指します。
- 私達は、社員に夢を与える企業を目指します。
- 私達は、社会に貢献できる企業を目指します。
- 私達は、株主に期待される企業を目指します。

コーポレートメッセージ

当グループは、4℃ブランドを中心としたグローバルファッション創造企業として、お客様の一步先のニーズに応える、お客様の生活文化を向上させる企業であり続けます。

そのために、人間尊重の基本理念のもと、変革を恐れず挑戦し続ける企業文化を大切にします。

すべては、お客様の“笑顔”や“ときめき”のために。

目次

イントロダクション	数字で見る4℃ホールディングスグループ……………	1
	4℃ホールディングスグループ価値創造の歩み…	2
	トップメッセージ……………	3
価値創造	4℃ホールディングスグループの 価値創造プロセス……………	4
	ビジネスモデルの解説……………	5
	リスクと機会、マテリアリティ……………	6
経営戦略と 資源配分	2030ビジョンに向けた成長戦略……………	7
	事業戦略～社会的価値の創造 ・ブランド事業……………	8
	・アパレル事業……………	11
	財務戦略……………	12
サステナビリティ 戦略	人的資本経営の実践……………	14
	経営理念の実践……………	15
	環境負荷の低減……………	16
	コーポレートガバナンス……………	18
	役員一覧……………	20
	社外取締役メッセージ……………	21
データセクション	非財務情報……………	22
	主要財務データ6カ年の推移……………	24
	企業情報・株主情報……………	25

編集方針 「4℃レポート2026」は、株式会社4℃ホールディングスの財務情報・非財務情報レポートとして編集しています。2026年2月期(2025年3月1日～2026年2月28日)の活動を中心に、2026年3月以降の報告も含まれています。また、紹介する関係者の所属・役職名は活動当時のものです。このほか、ステークホルダーの皆様により当社について理解いただけるよう、網羅的かつ詳細な情報をコーポレートサイト(<https://yondoshi.co.jp/>) で公開しています。

免責事項 本レポートには、当社の将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見通しの記述が含まれています。これらの記述は、当社が現時点で把握可能な情報から判断した事項および所信に基づく見込みです。

数字で見る 4℃ホールディングスグループ

業績

(2026年2月期)



売上高 **699.6億円** (前期比+52.4%)

営業利益 **28.0億円** (前期比+43.0%)

当期純利益 **17.9億円** (前期比+30.1%)

のれん償却前ROE **7.6%**
10%以上の達成を目指す

株主情報

(2026年2月28日現在)



株主数 **33,912名**

1株当たり配当金 **83円**

将来の100円配当の実現を目指す

DOE (株主資本配当率) **4.6%**
4%以上を維持する

事業規模・従業員の状況

(2026年2月28日現在)



連結子会社数 **8社**

従業員数 (連結) **1,047名**

女性管理職比率 **34.4%**
40%以上の達成を目指す

人財育成

(2026年2月期)



年間教育研修総時間

25,156時間

年間教育研修費 (外注費)

39.0百万円

ブランド事業



ジュエリーブランド数 (2026年6月30日現在)

※「4℃」「Canal 4℃」「EAU DOUCE 4℃」「RUGIADA」「cofl by 4℃」「KAKERA」

6ブランド

ジュエリー店舗数

(2026年6月30日現在)

111店舗

ジュエリー会員数

(2026年6月30日現在)

※4℃メンバーズクラブ会員数

163万人

「GINZA RASIN」店舗数

(2026年6月30日現在)

4店舗

RASIN会員数

(2026年6月30日現在)

※GINZA RASINメンバーズ会員数

6万人

事業の
強み

- ▶ 4℃ホールディングスグループの成長牽引事業と位置づけ
- ▶ ジュエリーの商品企画・デザインから製造・販売までを一貫して手がけるSPA
- ▶ 強固な顧客基盤
- ▶ (株) 羅針の子会社化で成長分野のリユースマーケットに参入

アパレル事業



「パレット」店舗数

(2026年6月30日現在)

112店舗

会員数

(2026年6月30日現在) ※パレット会員数

60万人

事業の
強み

- ▶ 4℃ホールディングスグループの安定収益基盤事業と位置づけ
- ▶ アパレルODM事業の海外生産基盤と企画提案力
- ▶ デイリーファッション事業の店舗開発力、商品力、店舗運営力

4℃ホールディングスグループ価値創造の歩み

株式会社4℃ホールディングスは、繊維事業を起源に、ジュエリー、アパレルへと事業領域を拡大してきました。

現在は、エフ・ディ・シー・プロダクツ、アスティ、アージュ、羅針の4社を中核に、ブランド事業とアパレル事業を展開しています。

2024年12月には羅針を子会社化し、多様な顧客層と市場を持つ事業ポートフォリオを構築しています。

4℃ホールディングス グループ組織図



1950年5月
繊維製品の販売を目的として資本金200万円にて
広島市稲荷町に「十和繊維株式会社」を設立

1951年2月
商号を「十和株式会社」に変更

1952年11月
本社を広島市京橋町に移転

1967年9月
子会社として
「株式会社フジ」設立

1969年5月
本社を広島市宝町に移転

1972年4月
「4℃」ブランド誕生

1972年12月
広島証券取引所に株式
を上場

1975年9月
東京都に東京出張所開設
(1991年5月、東京本社に改称)

1978年8月
広島市広島駅前「駅前十和」開店

1980年5月
本社を広島市西区商工
センターに移転

1986年4月
子会社として
「株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツ」設立

1987年10月
「株式会社フジ」が広島証券取引所に株式を上場

1991年9月
「十和株式会社」を
「株式会社アスティ」に商号変更

1996年3月
「株式会社アージュ」を設立

2000年3月
「株式会社アスティ」が
東証2部へ上場

2000年10月
「株式会社エフ・ディ・シー・
プロダクツ」が東証2部
へ上場

2004年8月
「株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツ」が東証1部に指定替え

2005年8月
「株式会社吉武」を営業譲受(現「株式会社アスコット」)

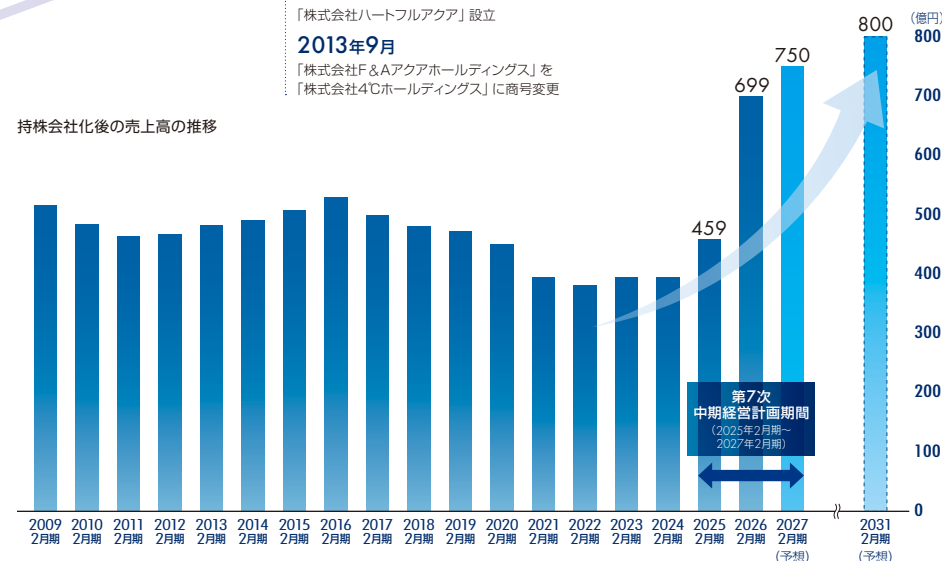
2006年9月
「株式会社アスティ」「株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツ」の共同持株会社
「株式会社F&Aアクアホールディングス」へ商号変更し、
東証1部銘柄へ指定。
同時に会社分割により新「株式会社アスティ」設立
グループ経営基盤を強化

2008年9月
「株式会社エフ・ディ・シー・フレンズ」設立

2012年7月
「株式会社ハートフルアクア」設立

2013年9月
「株式会社F&Aアクアホールディングス」を
「株式会社4℃ホールディングス」に商号変更

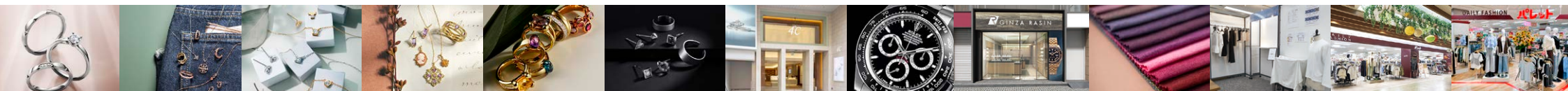
持株会社化後の売上高の推移



2024年12月
株式会社羅針を子会社化
高級時計リユース市場へ展開

2022年4月
東証1部から
プライム市場へ移行

**2030
ビジョン**



トップメッセージ



代表取締役社長
増田 英紀

変化を成長の機会へ

企業経営において最も重要なのは、環境変化を正しく捉え、その変化を新たな挑戦へと転換し続けることです。物価上昇や原材料価格の高騰、価値観やライフスタイルの多様化、デジタル技術の進展など、私たちを取り巻く環境は大きく変化しています。一方で、その変化は新しい市場や事業機会を生み出す可能性も秘めています。こうした時代だからこそ、自らの強みを磨き、お客様や社会から必要とされる存在であり続けることが重要です。

4℃ホールディングスグループは、創業以来、「人間尊重」と「社会貢献」を基本理念に掲げ、お客様の暮らしに彩りや喜び、ときめきをお届けすることを使命として歩んできました。お客様の“笑顔”や“ときめき”を原点に、既成概念にとらわれることなく挑戦を続けてきた企業風土は、今もグループの歩みを支える原動力です。変化を前向きに受け止め、新しい可能性に挑み続ける姿勢は、これからも変わることはありません。

多様な事業ポートフォリオがグループの強み

当社グループは、ジュエリーブランド、高級ブランド時計リユース、アパレルOEM・ODM、デイリーファッションという4つの事業を展開しています。それぞれが異なる市場や顧客層、事業特性を持ち、

未来志向の価値創造で、未来へ挑戦し続ける

独自の強みを発揮していることが当社グループならではの特徴です。一つの市場に依存するのではなく、多様な事業ポートフォリオを持つことで、環境変化にも柔軟に対応できる経営基盤を築いています。

2026年2月期は、こうした強みを改めて実感した一年でした。

ブランド事業では、(株)エフ・ディ・シー・プロダクツにおいて、中核ブランドである「4℃」ジュエリーの商品政策や価格政策の見直しに取り組みました。加えて、2024年12月にグループ入りした(株)羅針が通年移動したことで、ブランド事業の収益基盤は一段と強化されました。羅針では、商品ラインナップの拡充や新店の出店効果などにより売上高が大幅に伸長し、当社グループの収益拡大にも大きく寄与しています。

アパレル事業では、各事業の特性を踏まえた取り組みを通じて成長を着実に積み重ねています。アスティグループは海外サプライチェーンの優位性を背景に主力取引先からの受注が拡大し、売上・利益ともに伸長しました。一方、デイリーファッション「パレット」を展開する(株)アーजूは利益面で苦戦したものの、既存店売上高は6期連続で伸長しています。

事業ごとに成長ステージや市場環境は異なりますが、それぞれが役割を果たしながら成長することで、グループ全体として安定した収益基盤を形成し、新たな挑戦を支える力になっています。

未来志向の成長投資

私たちは、成長を「未来への準備」と捉えています。設備投資やM&Aに加え、ブランドへの投資、人材育成、デジタル技術、お客様との接点強化、サプライチェーンの高度化など、将来の競争力を支える経営資本へ継続的に投資することが重要だと考えています。

第7次中期経営計画では、「成長基盤づくり」を基本方針に掲げ、(株)羅針のグループ化という大きな成長投資を実行しました。その成果を踏まえ、2030ビジョンは一段高い成長ステージを見据えた内容へと進化しています。これからは、ジュエリーの収益回復、「GINZA RASIN」と「パレット」の成長をグループの重点領域として位置付け、それぞれの強みを磨きながら、売上の伸長と収益

性の向上につなげていきます。短期的な成果だけを追い求めるのではなく、未来の収益基盤を着実に育てることが、次の挑戦を支え、新しい価値を生み出す原動力になると考えています。

ブランドと人財が未来を支える

企業の強さは、一朝一夕に築かれるものではありません。ブランドへの信頼、お客様との関係、人財の成長、技術やノウハウ、社会とのつながり、こうした目に見えない経営資本を育み続けることで、企業は変化に強い競争力を備えていきます。

当社グループが提供しているのは、単なる商品ではなく、お客様の暮らしや人生に寄り添う体験や価値です。ジュエリーは人生の節目に想いを添え、高級ブランド時計リユース事業は価値ある資産を次世代へつなぎ、アパレル事業は毎日の暮らしに豊かさと彩りを届けています。その根底にあるのは、人とブランド、そしてお客様との信頼関係です。これからも、多様な人財が能力を発揮できる環境を整え、お客様とのあらゆる接点を磨きながら、ブランドの魅力をさらに高めていきます。

次の成長ステージへ

当社グループは、今、新たなステージに立っています。第7次中期経営計画で築いた成長基盤を土台に、多様な事業ポートフォリオを活かしながら、2030ビジョンの実現に向けた歩みを着実に進めていきます。

環境変化が大きい時代だからこそ、変化を恐れるのではなく、その先にある可能性へ挑戦する企業であり続けたい。そして、創業以来受け継いできた理念を大切にしながら、新しい時代にふさわしい価値を創造し、提供し続けていきます。

その歩みを通じて、お客様、株主・投資家の皆様、取引先、社員、地域社会をはじめとするすべてのステークホルダーとの信頼をさらに深め、より豊かな未来の実現に貢献してまいります。

今後も皆様との対話を大切にしながら、より信頼される企業グループを目指してまいります。引き続き、一層のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

4℃ホールディングスグループの価値創造プロセス

4℃ホールディングスグループは、マテリアリティを起点に、多様な経営資本を活用し、それぞれ異なる市場や顧客層、事業特性を持つ事業ポートフォリオを通じて価値を創出しています。各事業が独自の役割と強みを発揮することで、環境変化に柔軟に対応できる経営基盤を構築し、社会的価値と経済的価値の向上を目指しています。

連結ベース



ビジネスモデルの解説

当社グループは、それぞれ異なる役割を担う4つの事業を展開しています。

各事業が独自の専門性と競争力を磨きながら、多様な収益基盤を形成することで、外部環境の変化に柔軟に対応し、グループ全体の持続的な成長を支えています。

4℃ F.D.C. PRODUCTS INC.

ブランド事業 エフ・ディ・シー・プロダクツグループ

役割 「4℃」ブランドを中核とした価値創造

強み

- ・160万人以上の顧客基盤
- ・SPAによる商品企画・開発力
- ・ブランド力と接客品質

売上高 14,187百万円（2026年2月期）

「4℃」をはじめとするジュエリーブランドの商品企画・デザインから製造・販売までを一貫して手がけるSPA事業。長年培ってきたブランド力と顧客基盤を活かし、お客様のライフステージに寄り添う価値を提供しています。



4℃
ホールディングスグループ
事業領域

エフ・ディ・シー・
プロダクツグループ
ブランド事業
ジュエリーの
企画製造

株式会社
アージュ
アパレル事業
総合衣料
チェーンの運営

株式会社羅針
ブランド事業
高級ブランド時計の
リユース販売

アスティグループ
アパレル事業
アパレル・バッグメーカー
アパレル卸

グループの
強み

多様な事業ポートフォリオ

ジュエリーの企画製造、高級ブランド時計リユース、アパレルOEM・ODM、総合衣料専門店のチェーン展開という異なる事業領域を有することで、特定の市場や事業環境に依存しない多様な収益基盤を構築しています。

持続的な成長を支える経営基盤

各事業がそれぞれの専門性を磨きながら、人材育成やDX、新たな成長領域への投資を継続することで、グループ全体の競争力を高めています。その積み重ねが、中長期的な企業価値向上につながっています。

ASTY INC.

アパレル事業 アスティグループ

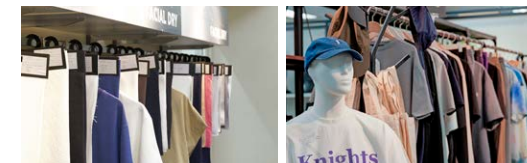
役割 企画・生産を担う収益基盤

強み

- ・OEM・ODMの企画・生産力
- ・海外生産基盤
- ・素材開発・企画提案力

売上高 11,410百万円（2026年2月期）

企画機能と生産機能を併せ持つアパレル・バッグメーカーを中心に、ホールセール事業や企画・生産機能を持つ子会社グループを展開。企画力と生産力を活かした事業を展開しています。



ブランド事業 株式会社羅針 RASIN

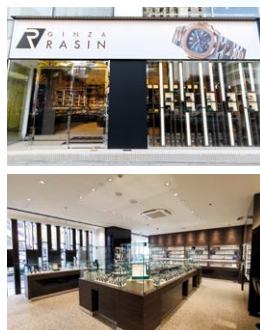
役割 新たな収益基盤の確立

強み

- ・高精度な仕入力・真贋判定力
- ・豊富な在庫と商品ラインアップ
- ・リアル・EC・海外販路

売上高 31,159百万円（2026年2月期）

東京・銀座を拠点に、高級ブランド時計の販売・買取を展開。リアル店舗・EC・海外販路を通じて価値を提供するリユース業界のリーディングカンパニーです。



アパレル事業 株式会社アージュ

âge

役割 地域密着型の安定収益基盤

強み

- ・店舗運営管理力
- ・関西ドミナント出店
- ・地域密着型の商品構成力

売上高 15,205百万円（2026年2月期）

デイリーファッション事業として総合衣料専門店「バレット」をチェーン展開。関西地区でのドミナント深耕と関東地区への出店拡大を進めています。



リスクと機会、マテリアリティ

4℃ホールディングスグループは、社会課題から事業に対するリスクと機会を検証し、重要な経営課題（マテリアリティ）を特定しました。

特定したマテリアリティは中長期的課題として全社を挙げて取り組んでまいります。

外部環境課題



物価高による
仕入れコスト・
物流コストの上昇



消費者の
価格感度の高まり



社会全体の
賃上げ要請



労働力の
減少

リスクと機会		マテリアリティ	主な施策	KPI	現状 (2026年2月期)
リスク - 人口減少・婚姻組数の減少による国内マーケットの縮小 - 商業施設再編による販売機会の喪失 - 多角化によるブランド間のカニバリゼーション - 物価高騰による節約志向の高まり	機会 - 成長余地のある国内・海外のマーケット - インバウンド消費の拡大 - リユース事業による新規顧客獲得 - OMO推進による顧客体験の高度化 - 幅広い世代におけるECでの買い物の拡がり	社会的価値の創造 生活文化の向上 ▶詳細は P.8-13ご参照	- ブランド価値向上 - 価値観や市場環境の変化への柔軟な対応 - 顧客起点での商品サービスの展開	連結売上高 2026年度 700億円 2030年度 800億円 連結営業利益 2026年度 35億円 2030年度 55億円	連結売上高 699.6億円 連結営業利益 28.0億円
リスク 脱炭素社会への移行への遅れによる財務状況の悪化、評価の低下	機会 サステナビリティに対する意識の高まり		- 脱炭素社会への移行促進 - 資源循環の拡大	CO₂排出量削減率 (Scope1,2 2025年度比) 2030年度 ▲10%*	CO₂排出量削減率 (Scope1,2 2022年度比) ▲35.5%
リスク - 採用競争の激化や離職率の高まりによる人財の不足 - 経営資源分散による組織運営の複雑化	機会 マネジメント人財の生涯学習意識の向上	人的資本経営の実践 人財の育成と確保 ▶詳細は P.14ご参照	- 多様性の確保 - 働きがいのある職場づくり - マネジメント人財の継続的な育成	女性管理職比率 2030年度 40% 離職率 2030年度 15% 男性育休取得率 2030年度 100%	女性管理職比率 34.4% 離職率 20.9% 男性育休取得率 100.0%
リスク - 従業員の健康管理や職場環境整備の不備によるエンゲージメント低下 - 人権・多様性配慮の欠如によるレピュテーションリスク - コーポレートガバナンス機能の形骸化による経営統制の脆弱化	機会 - ウェルビーイング経営による生産性と定着率の向上 - ダイバーシティ推進による組織の創造性と競争力の強化 - ガバナンス改革による投資家信頼と企業価値の向上	ウェルビーイング ▶詳細は P.15ご参照 人間尊重 ▶詳細は P.15ご参照 コーポレートガバナンス ▶詳細は P.18-19ご参照	- 従業員の健康 - ワークライフバランスの向上 - 人権デューデリジェンス - 取締役会の実効性評価 - 取締役のスキルマトリックス開示	健康診断受診率 100% ストレスチェック回答率 100% 人権デューデリジェンス実施 (年1回) (FDCプロダクツ) 取締役会の実効性評価実施 (年1回) スキルマトリックスの開示 (毎年更新)	健康診断受診率 89.0% (前期比+5.6%) ストレスチェック回答率 96.3% (前期比+1.7%) 実施済 実施済 開示済

※ 2024年12月の株式会社羅針のグループ化に伴い、温室効果ガス排出量の算定対象および連結範囲が変更となったため、今後の排出量削減目標については、比較可能性を確保する観点から2026年2月期を新たな基準年として見直しました。

2030ビジョンに向けた成長戦略

当社グループは、多様な事業ポートフォリオを活かした事業運営と継続的な成長投資により、収益基盤の強化を進めています。

第7次中期経営計画で築いた基盤を次の成長につなげ、2030ビジョンの実現を目指します。

第7次中期経営計画の進捗

「成長基盤づくり」を掲げた第7次中期経営計画では、株式会社羅針のグループ化など成長投資を前倒しで実行しました。2026年2月期の売上高はHD体制以降最高水準となり、2027年2月期も各事業の業績が計画を上回って推移していることから、2026年7月10日に通期連結業績予想を修正しました。2030ビジョンで掲げた「のれん償却前ROE8%以上」も2027年2月期に前倒しで達成する見込みです。

2027年2月期重点施策

各事業が重点施策を着実に推進し、それぞれの強みをさらに磨くことで、次の成長ステージに向けた基盤づくりを進めます。

2030ビジョンの方向性

株式会社羅針のM&Aを成長投資として前倒しで実行したことを踏まえ、2030ビジョンを更新しました。売上高800億円、営業利益55億円を目標とし、一段高い成長ステージを目指します。

成長ドライバー

2030ビジョンの実現に向け、ジュエリーの収益回復、羅針の成長、「パレット」の成長を3つの成長ドライバーとして位置付けています。それぞれの強みを磨きながら、収益性の向上につなげてまいります。

第7次中期経営計画 (2025年2月期～2027年2月期)

	2025年2月期実績	2026年2月期実績	2027年2月期計画	2027年2月期計画 (2026年7月10日修正)
売上高	45,902百万円	69,962百万円	72,000百万円	75,000百万円
営業利益	1,960百万円	2,802百万円	3,600百万円	4,300百万円
経常利益	2,351百万円	3,164百万円	3,900百万円	4,600百万円
当期純利益	1,377百万円	1,792百万円	2,300百万円	2,650百万円
のれん償却前ROE	5.3%	7.6%	8.0%	8.8%

ブランド事業

4℃ F.D.C. PRODUCTS INC.

チャネル戦略の推進
「4℃」MD改革の深化

R GINZA
RASIN

既存店の伸長
「RASIN」のブランド化・認知向上

アパレル事業

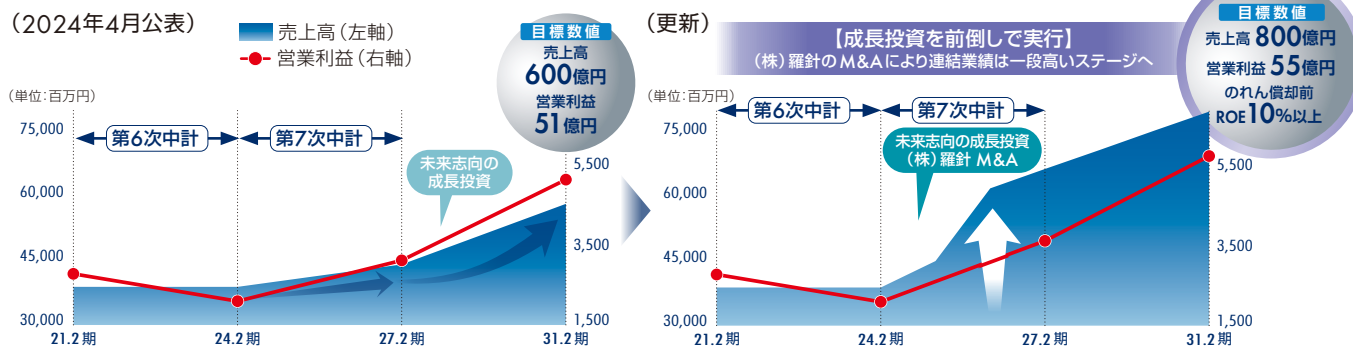
ASTY INC.

海外サプライチェーンの強化
素材提案力の強化

âge

「パレット」の新規出店と
既存店の成長による売上拡大

2030ビジョンのローリング



収益拡大に向けた3つの成長ドライバー



① ジュエリーの収益回復

- ・利益構造の再構築
- ・女性支持拡大に向けたMD改革
- ・成長に向けたマーケット創造



② 羅針の成長

- ・顧客基盤の拡大
- ・免税及び越境ECの拡大
- ・新規出店による規模拡大



③ 「パレット」の成長

- ・商品力の強化
- ・関西・関東ドミナントの深耕と
関東マーケットへの出店拡大

事業戦略～社会的価値の創造

第7次中期経営計画のもと、各事業会社では2027年2月期の重点施策を着実に推進しています。

ここでは、その取り組みと2030ビジョンの実現に向けた方向性をご紹介します。

ブランド事業



株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツ

「お客様の生活文化を向上させる企業」であり続けることを使命に、「4℃」をはじめとするジュエリーブランドを通じて、多様化するライフスタイルや価値観に応える商品・サービスを提供しています。お客様の日常や人生の節目に寄り添い、彩りや喜び、ときめきを届けています。

2027年2月期重点施策

■ 3つのチャンネル戦略を推進

ジュエリー事業では、百貨店、駅ビル・ファッションビル、ECの3つの販売チャンネルそれぞれの役割を明確にし、顧客ニーズに応じたMDを展開しています。

百貨店チャンネルの「4℃」では、高価格帯商品の品揃えを充実させ、富裕層をターゲットに客単価の向上を図るとともに、顧客化を推進し、ロイヤルカスタマーの獲得につなげます。

駅ビル・ファッションビルチャンネルの「CANAL 4℃」では、若年

層をターゲットに、ファッション性の高い低価格帯商品の充実を進めます。リブランディングにあわせて2店舗を改装するとともに、イヤリング・イヤカフなど耳まわりカテゴリーの品揃えを全店で強化し、客数拡大を目指します。

ECでは、社会行事やカルチャー、資産価値など購入目的に応じた提案を強化するとともに、AI活用による利便性や体験価値の向上を図り、コンバージョン率の向上と売上拡大につなげていきます。

■ 「4℃」ファッションジュエリーの再成長

ここ数年にわたり進めてきたMD改革により、「4℃」は男性ギフト中心のブランドから、女性の自家需要を中心としたブランドへと大きく転換しました。2027年2月期は、その取り組みをさらに深化させ、女性売上高、高価格帯商品、自家需要の3つを成長指標として掲げ、再成長を目指します。

そのため、テイストや目的・用途に応じた商品バリエーション



「CANAL 4℃」あべのキューズモール店

を拡充し、「4℃」ブランドの多面性を発信するとともに、新シリーズ「Precious Diamond」など高価格帯商品の品揃えを強化します。また、年間を通じたデジタル販促により、お客様とのタッチポイントを拡大し、さらなる成長につなげていきます。



「4℃ Summer Collection」



「Precious Diamond」

2027年2月期計画（4℃ファッションジュエリー）

指標	計画
女性売上高（前期比）	+10.0%
高価格帯商品（前期比）	+20.0%
自家需要用途（前期比）	+20.0%



事業戦略～社会的価値の創造

2030ビジョンに向けた成長ドライバー

■ 利益構造を再構築し、収益回復を実現

2030ビジョンでは、「ジュエリーの収益回復」をグループの成長ドライバーの一つと位置付けています。その実現に向け、「4℃」「CANAL 4℃」「EC」「4℃ BRIDAL」のブランドポートフォリオに基づく施策を推進します。

「4℃」では、高価格帯商品の品揃えを充実させ、客単価向上による収益性の改善を図ります。「CANAL 4℃」では、低価格帯商品の強化により客数拡大を目指します。また、ECではサイトへの誘導強化やコンバージョン率の向上に継続的に取り組むとともに、「4℃ BRIDAL」では選択と集中を進め、収益性の向上につなげます。

ブランドポートフォリオに基づく施策の遂行



■ 女性支持拡大に向けたMD改革

これまで進めてきたMD改革により、「4℃」は男性ギフト中心のブランドから、女性の自家需要を中心としたブランドへと大きく転換してきました。今後は、「自家需要対応の多様化戦略」と「高付加価値化戦略」を柱に、女性支持のさらなる拡大を図ります。顧客起点の営業企画によるニーズ把握・対応力の強化や、高価格帯商品群の拡充、ロイヤルカスタマーへのアプローチを進めることで、自家需要、女性顧客、高価格帯商品の成長を加速させ、第8次中期経営計画では成長フェーズへの転換を目指します。

MD改革の成長戦略とロードマップ

女性支持拡大に向けたMD改革 7次中計の成果と今後の方向性

第7次中計(～2026)

成長に向けた基盤づくり

第8次中計(～2029)

成長フェーズへの転換

2030年

自家需要対応の多様化戦略

高付加価値化戦略

継続的な成長を実現

2025年下期から浮上の傾向

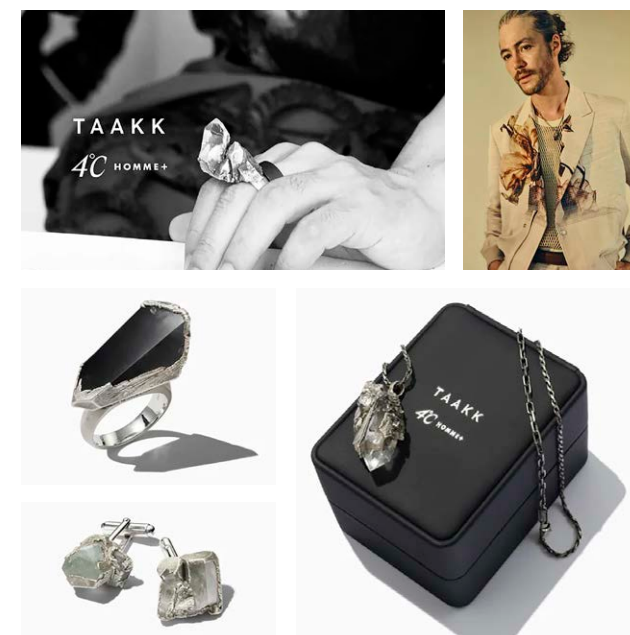
105%成長/年

2030年までに
128%伸長

■ 成長に向けたマーケット創造

さらなる成長に向け、新たなマーケットの創造にも取り組みます。これまで展開してきた百貨店、駅ビル・ファッションビル、路面店、ECに加え、大型ショッピングモールへの出店を視野に入れるとともに、海外市場への再展開を検討します。また、「Japan Quality」を軸としたブランド訴求や、他ブランドとの協業などを通じてブランド認知の拡大を図り、新たな市場の開拓につなげていきます。

2026年2月期から始動した「TAAKK×4℃ HOMME+」のコラボレーション



事業戦略～社会的価値の創造

株式会社羅針

高級ブランド時計の販売・買取を通じて、お客様に安心と信頼を提供しています。確かな真贋判定と豊富な品揃えを強みに、リアル店舗とECを融合したサービスを展開し、リユース市場の健全な発展と循環型社会の実現に貢献しています。

2027年2月期重点施策

■品揃えの拡充とブランド化で既存店売上を拡大

グループの財務基盤を活かして仕入れを拡大し、高額品を含む商品ラインナップを充実させることで、既存店売上高の拡大を図ります。また、創業20周年キャンペーンや広告投資を通じて「GINZA RASIN」の認知度向上と新規顧客の獲得を進めます。さらに、多言語対応スタッフの増員や米国向け越境ECの再開などにより、国内外の需要を取り込みます。



最高品質のプレミアムリユース専門店に関する広告

■IT投資を通じて顧客基盤を強化

SFAツールの導入などにより顧客データの活用を高度化し、お客様一人ひとりに応じた提案力を高めます。リピート率の向上につなげるとともに、既存店のさらなる成長を目指します。

2027年2月期計画

指標	計画
既存店売上高(前期比)	+7.4%(ECを含む)
免税売上高(前期比)	+3.6%(ECを含む)

2030ビジョンに向けた成長ドライバー

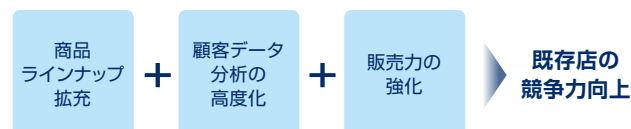
■「GINZA RASIN」を成長ブランドへ

「GINZA RASIN」を「最高品質のプレミアムリユース専門店」として確立し、ブランドの認知度を高めます。また、ジュエリー事業で培ったブランディングのノウハウを活かし、中長期的なブランド価値の向上につなげます。



■既存店の成長を軸に事業基盤を強化

商品ラインナップの拡充や専門知識を備えた人財の育成を通じて販売力を強化し、既存店の競争力向上を図ります。さらに、店舗ごとの収益力向上を積み重ねることで、持続的な成長基盤を構築します。



■新規出店による規模拡大

既存店の成長に加え、第8次中期経営計画では大都市圏での新規出店を計画しています。1店舗当たり年間30億円以上の売上拡大を見込み、2031年2月期までの事業規模拡大に向けた準備を進めていきます。

2031年2月末までに新規出店を計画

大都市圏での新規出店により、
30億円以上の売上拡大

8次中計～
+30億円以上



「RASIN」成長シナリオ



事業戦略～社会的価値の創造

アパレル事業



株式会社アスティ

アパレルOEM・ODM事業を通じて、お客様のニーズに応える商品を安定的に供給しています。強みである海外生産基盤と素材開発力を活かし、お客様の事業成長に貢献できるよう、持続可能なサプライチェーンの構築を進めます。

2027年2月期重点施策

- 海外サプライチェーンを最適化し、安定した供給体制を構築する
素材調達から生産までを含めた海外サプライチェーンの最適化に取り組みます。中国・紹興エリアでは生産管理体制の確立を進めます。また、バングラデシュでは、チッタゴンエリアでの

生産管理・品質管理体制を一層強化し、安定した供給体制の構築につなげます。

■ 素材提案力を強化し、受注拡大

機能性素材やサステナブル素材の開発を進め、年2回自社で開催するテキスタイル展示会を軸とした素材提案力の強化を図ります。また、主力得意先への対応力を深化させるとともに、海外生産基盤を活かしたコスト対応力を強みに、新規顧客の開拓と受注拡大を目指します。



テキスタイル展示会



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



バングラデシュ協力工場

2027年2月期計画

指標	計画
商品荒利益率（前期比）	+0.5pt
バングラデシュ生産比率（構成比）	+5.0pt

株式会社アージュ

デイリーファッション専門店「パレット」を通じて、毎日の暮らしに身近で価値ある商品を提供しています。地域に密着した店舗運営と商品提案により、お客様の豊かな生活を支えとともに、地域社会の活性化にも貢献しています。

2027年2月期重点施策

■ 既存店の活性化と30周年施策で売上拡大

既存店では、気候変動への対応として商品の早期投入・早期値下げを進め、実需期における売上確保に取り組みます。また、増床や改装による店舗活性化を進めるとともに、「パレット」30周年記念催事を展開し、新規顧客の獲得とパレット会員の拡大につなげます。

■ 年間10店舗の出店を継続

関西エリアでのドミナント出店をさらに深耕するとともに、関東エリアへの出店も継続します。年間10店舗を目安とした出店を進めることで店舗網を拡充し、既存店の成長とあわせて事業規模の拡大を図ります。

2027年2月期計画

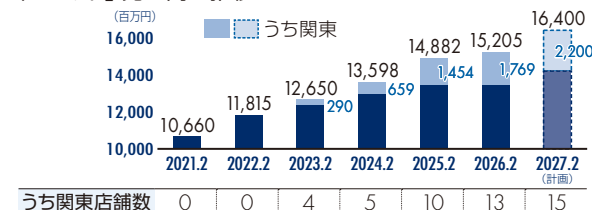
指標	計画
既存店売上高（前期比）	+1.8%
パレット会員数	64万人（+6.5万人）
期末店舗数	115店舗（+9店舗）

2030ビジョンに向けた成長ドライバー

■ 継続的な出店で事業規模を拡大

「パレット」をグループの成長ドライバーの一つと位置付け、関西ドミナントの深耕に加え、マーケット規模の大きい関東エリアへの出店を加速します。年間10店舗程度の継続的な出店と既存店の成長を両輪とし、店舗数と売上高の着実な拡大を目指します。

「パレット」売上高の推移



財務戦略

重要な経営指標

当社グループでは、経営方針や経営戦略、経営目標の達成状況を客観的に判断するため、「のれん償却前営業利益」および「のれん償却前当期純利益を用いて算出するROE」を重要な経営指標として位置付けています。2026年2月期は、株式会社羅針の業績が通年で寄与したことに加え、収益性の向上も進展し、のれん償却前営業利益は4,059百万円(前期比53.5%増)、のれん償却前ROEは7.6%となりました。第7次中期経営計画では、2030ビジョンで掲げた「のれん償却前ROE8%以上」を2027年2月期に前倒しで達成する見込みです。なお、2025年2月期から2027年2月期にかけての指標の推移は、以下の通りです。

会計年度	のれん償却前 営業利益*	のれん償却前 ROE
2025年2月期(実績)	2,645百万円	5.3%
2026年2月期(実績)	4,059百万円	7.6%
2027年2月期(計画)	—	8.8%

※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

資金調達

当社グループは、成長投資の加速に向け、戦略的な財務レバレッジを活用しています。2025年2月期に実施した株式会社羅針のM&A資金として約100億円、さらに運転資金の確保を目的に金融機関から借入を実施しました。2026年2月末時点の有利子負債は12,900百万円(前期比13.4%減)、自己資本比率は59.6%(前期比1.1ポイント増)となり、引き続き高い財務健全性を維持しています。今後も営業キャッシュ・フローを基盤に、成長機会に応じた柔軟な資金調達と機動的な資本政策を推進してまいります。

最適な投資戦略の推進

当社グループは、持続的な成長を目指し、「新規事業」「4℃ブランド」「マーケットの拡大・創造」「人財・DX」の4つの領域を重点投資分野と位置付けています。

新規事業では、株式会社羅針のグループ化により、高級ブランド時計リユース市場への参入を果たしました。今後は、既存事業を補完・強化するM&Aを検討してまいります。

4℃ブランドでは、ブランド価値のさらなる向上に向け、チャネル戦略の推進や顧客接点の強化に取り組みます。また、「RASIN」「パレット」では、マーケットの拡大・創造に向けた出店を進めるとともに、それぞれのブランド特性を活かした成長投資を継続します。

人財・DXの領域では、専門性を備えた人財の育成や、生成AI

をはじめとするデジタル技術の活用を進め、生産性向上や新たな価値創造につなげてまいります。

これらの投資は、短期的な成果の追求にとどまらず、将来の収益基盤を強化し、中長期的な収益性向上につなげてまいります。

設備投資

2026年2月期の設備投資額(長期前払費用を含む)は総額719百万円となりました。セグメント別では、ブランド事業206百万円、アパレル事業513百万円であり、その主な内容は、両事業における店舗の新規出店および改装です。なお、当期において、重要な影響を及ぼす設備の除却・売却等はありません。

4つの投資領域

投資領域		取組みと成果・進捗
1.	新規事業	成果 高級ブランド時計リユース事業への参入 今後 既存事業を補完・強化するM&Aの検討
2.	4℃ブランド	成果 MD改革により女性客売上高等の成長指標が伸長 今後 チャネル戦略の推進
3.	マーケットの拡大・創造	成果 「RASIN」の既存店伸長と「パレット」の出店 今後 「RASIN」と「パレット」の新規出店
4.	人財・DX	成果 人財育成PGMの推進(経営人財・女性活躍) 今後 専門領域で活躍する人財の育成、生成AIの活用

財務戦略

株主還元方針

当社グループは、株主の皆さまへの利益還元を重要な経営課題の一つと認識しています。将来における1株当たり年間配当100円の実現を中長期的な目標の一つに掲げるとともに、安定的かつ継続的な配当をより明確に実現するための指標として、DOE（自己資本配当率）4%以上を目標に設定しています。

2026年2月期の年間配当は1株当たり83円（中間41円50銭、期末41円50銭）とし、DOEは4.5%、のれん償却前配当性向は58.5%となりました。

また、(株) 羅針のグループ化により収益基盤が拡充し、利益水準が一段と向上したことを踏まえ、2027年2月期は年間85円（中間42円50銭、期末42円50銭）への増配を予定しています。今後も事業成長に合わせた段階的な増配を進め、将来的には1株当たり年間100円配当の実現を目指してまいります。

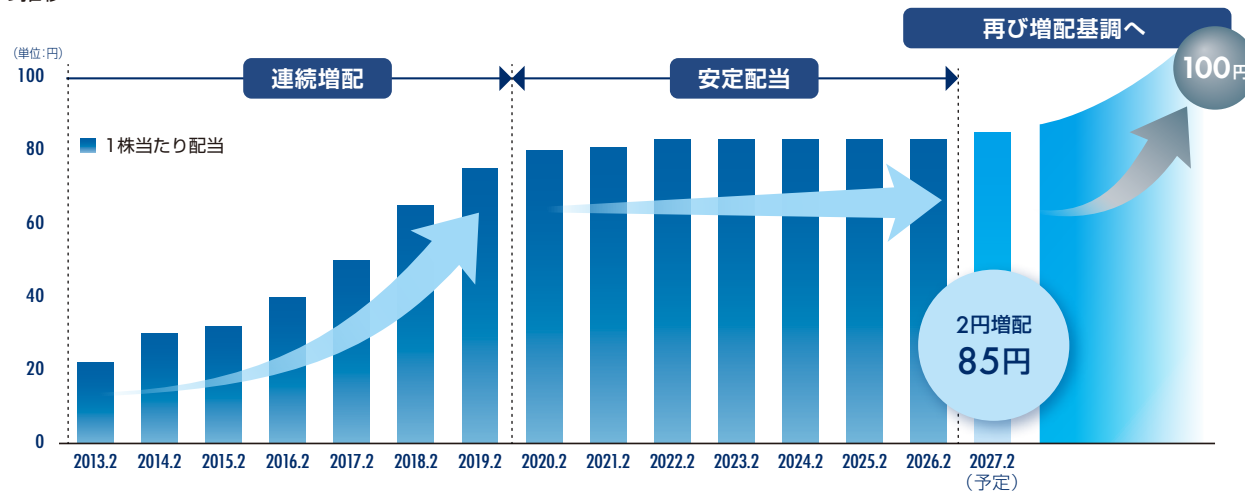
資本コストと株価を意識した経営

当社グループは、資本コストと株価を意識した経営を推進し、収益力の向上、キャッシュ・フロー創出力の強化、資本効率の向上を通じて、持続的な企業価値向上を目指しています。

事業成長により創出した営業キャッシュ・フローは、有利子負債の圧縮に加え、人的資本投資を含む成長投資および株主還元へ、適正なバランスで配分してまいります。

また、企業価値の創造に向けては、収益性とキャッシュ・フロー創出力の向上に加え、市場とのエンゲージメントを強化し、資本市場との建設的な対話を積極的に進めていきます。こうした取り組みを通じて、「ROEの向上」「株主資本コストの低減」「期待成長率の向上」の3つの要素を改善し、PBRの向上につなげてまいります。

配当の推移

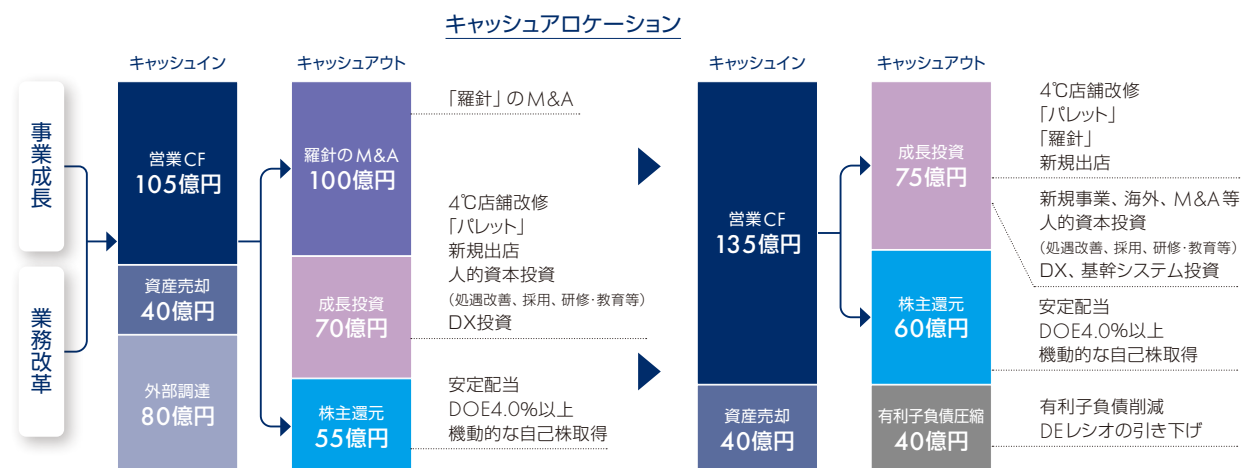


キャッシュアロケーション

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

第7次中期経営計画(25.2期から27.2期)

第8次中期経営計画(28.2期から30.2期)



人的資本経営の実践

当社グループは「人財」を最大の財産と捉えています。人的資本経営という言葉が浸透する以前から、人財育成を経営の重要課題と位置付け、多様な人財が能力を発揮できる環境整備と育成に注力してきました。教育機会の提供やダイバーシティ推進を通じて、企業価値の向上と持続可能な社会への貢献を目指します。

人財育成

教育体系

持続的に人を育てるための継続した教育を、世代を超えて実施していくために、『人財育成・教育』を下記のように体系化しています。

4℃ホールディングスグループ教育体系図（2026年度）

■ 主に（株）4℃ホールディングス

■ 主に事業会社（下図はエフ・ディ・シー・プロダクツの例）

階層	目的	経営人財養成	企業文化醸成			事業価値向上
		次世代リーダーの育成	価値観や理念の伝承	信頼関係・一体感づくり		事業価値を高める専門スキル向上
役員・執行役員		取締役研修				DX研修
部次長		若手経営者懇談会				管理職研修
課長		アドバンスト・スクール				考課者訓練
マネージャー／チーフ		女性活躍支援プログラム				
6年目～			まっとうな経営塾	コンプライアンス	風土改革	デジタルマーケティング ファシジョントレンド
2～5年目						4℃ビジネススクール
新入社員						入社時研修

■ 経営人財養成

次世代リーダーの育成に向けて、課長以上を対象とした「若手経営者懇談会」や3年制の「アドバンスト・スクール」、女性の視座向上を目的とした「女性活躍支援プログラム」を実施しています。2030年度に女性管理職比率40%を目指すとともに、グループ横断的な関係構築にも取り組んでいます。

■ 企業文化醸成

当社グループの歴史や価値観、経営の原理原則を継承する「まっとうな経営塾」や、「コンプライアンス研修」、「風土改革」による組織風土の醸成を進めています。これらを通じて、社員間の信頼関係を深め、一体感のある企業文化の構築に努めています。

■ 事業価値向上

若手社員を対象とした「4℃ホールディングスビジネススクール」では、ITやマーケティングなどビジネスの基礎スキルを体系的に学ぶ機会を提供しています。個々の成長意欲や習熟度に応じた柔軟なカリキュラムにより、実践力の高い人財の育成を図っています。



指標と目標

項目	現状（2026年2月期）	目標
女性管理職比率	34.4%	2031年2月期 40.0%
離職率	20.9%	2031年2月期 15.0%
男性育休取得率	100.0%	2031年2月期 100.0%

経営理念の実践

経営理念の実践において、ウェルビーイングと人間尊重は、当社グループの根幹を成す重要なマテリアリティです。すべての従業員が心身ともに健やかに働ける環境の整備と、多様性を認める企業風土の醸成を通じて、持続可能な社会への貢献を目指してまいります。

人間尊重

ハラスメント防止

当社は、個人の基本的な人権および多様性を尊重し、あらゆる差別やハラスメントを行わないことを基本方針としています。加害者にも被害者にもならないためのリテラシー向上を目的に、全従業員を対象としたハラスメント研修を毎年実施しています。さらに、従業員やお取引先様が安心して相談できるよう、社内外に専用の窓口を設置し、誰もが働きやすい職場環境の整備を進めています。

人権デューデリジェンス

(株)エフ・ディ・シー・プロダクツでは、関係するすべての人の人権を尊重するため、人権デューデリジェンスを実施しています。「人権方針」や「購買基本方針」に基づき、ステークホルダーごとの人権リスクを特定・評価し、防止・軽減策と情報公開に取り組んでいます。今後はアセスメントの範囲拡大と精度向上を図り、4℃ホールディングスグループ全体での推進を目指してまいります。

プロセス

コミット	・(株)4℃ホールディングス 人権方針の制定 ・お取引先様に対する購買基本方針の浸透
アセスメント	・リスクの特定 ・アセスメント実施(社内、お取引先様)
アクション	・人権リスク防止のための取り組み ・人権リスク防止、および低減施策の実施
コミュニケーション	・窓口設置(社内・社外) ・情報公開(年1回)

社会貢献活動

4℃ AQUA PROGRAM (アクアプログラム)

「4℃」は水に深い関わりと共感を持つブランドとして、2008年より日本水フォーラム^{※1}と共同で「4℃ AQUA PROGRAM」を実施しています。水問題を抱える途上国の女性を支援する目的で、これまでキリバス共和国^{※2}やスリランカ^{※3}で活動を行い、2016年からはバングラデシュに活動の場を移しています。



バングラデシュ

※1 日本水フォーラム:我が国の水に関する産業界、学会、政府(外務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省等)、NGO等が広く参加した特定非営利活動法人。国内外の水問題の解決と併せて我が国の産業振興と国際平和の確立に貢献することを目的としている。

※2 キリバス共和国:
首都タワラ 人口約13万人

※3 スリランカ:
首都スリ・ジャヤワルダナプラ・コッテ 人口約2,300万人

バスタオルの寄付活動

アパレル事業を展開する(株)アスティでは、1972年より「敬老の日」に合わせ、老人福祉施設へバスタオルを寄贈しています。2025年で55回目となり、これまでの寄付総額は3億3,900万円を超えました。2025年は、バスタオル6,447枚を広島市



内の施設99箇所に寄付しました。この活動は、皆様にご好評いただき、今後も継続してまいります。

アスティふれあいコンサート

地域文化の発展への貢献を目的として、(株)アスティでは1985年より、地元広島市のオーケストラである広島交響楽団を支援し、「アスティふれあいコンサート」を2年に1度のペースで開催しています。2025年12月開催の第24回公演では、指揮者に佐々木新平氏、ソリストにCocomi氏を招き、約1,300人の来場者のもと開催しました。本取り組みは、芸術文化の振興と心豊かな社会づくりに資する活動として高く評価され、公益社団法人企業メセナ協議会より「This is MECENAT 2025」に認定されています。今後も、地域文化のさらなる発展に貢献できるよう、活動を継続してまいります。



ウェルビーイング(健康経営、ワークライフバランス)

当社グループでは、人的資本経営の一環として、すべての従業員が心身ともに健康で、自らの成長を実感しながら働ける環境づくりを重視しています。「身体・精神・社会的に満たされた状態」を目指し、働きがいのある職場や多様性を尊重した制度整備を進めています。具体的には、仕事と生活の調和を図るテレワーク制度の導入、残業時間の適正化、男性育児休暇の取得推進などに取り組んでおり、2026年2月期には男性育児取得率が100.0%に達するなど、着実に成果が表れています。今後も、従業員のウェルビーイング向上を通じて、持続可能な企業成長と組織の活性化につなげてまいります。

環境負荷の低減

当社グループは、「サステナビリティ基本方針」に基づき、環境負荷の軽減を重要なマテリアリティと位置づけています。なかでも気候変動への対応は『環境方針』に則り、GHG排出量の削減などを通じて、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

気候変動への対応

排出量削減（再生エネルギー、LED照明）

2022年度には、本社ビルおよび株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツの品質管理センター・ジュエリー工房において、使用電力を再生可能エネルギーに切り替えました。今後も店舗やグループ各拠点における再生可能エネルギーの導入を推進するとともに、店舗におけるLED照明の導入、省エネ化のさらなる推進、ペーパーレス化にも注力しています。さらに、より実態に即した排出量算出と削減に向け、取引先との連携を強化し、サプライチェーン全体での脱炭素を進めていきます。



本社ショールームにもLED照明を導入

TCFDの枠組みに沿った情報開示、CDPの質問書への回答

当社は、2023年1月に金融安定理事会（FSB）が設立した「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」の提言に賛同しました。気候変動が当社の事業にもたらすリスクと機会を適切に把握・対応することを目的に、「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」の4項目に沿った情報開示を進めています。また、TCFDコンソーシアムから移行したGXフューチャー・コンソーシアムにも参画し、気候関連情報開示の高度化に取り組んでいます。さらに、2022年より国際的な環境評価制度であるCDPの質問書に回答しており、2025年は気候変動分野でスコア「C」、水問題分野でスコア「D」の評価を取得しました。



サステナブルジュエリーの取り組み：「cofl by 4℃」と森林保全への貢献

株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツでは、限りある資源の有効活用を意識した取り組みの一環として、「地球とジュエリーの美しい関係」をコンセプトとするサステナブルブランド「cofl by 4℃」を展開しています。リサイクルメタルやラボログロウンダイヤモンド、アップサイクルストーンなど、環境負荷に配慮した素



材を使用し、ジュエリーの美しさと感動はそのままに、これからの時代にふさわしい新たな価値を提案しています。

さらに、「cofl by 4℃」の売上の1%を森林保全団体「more trees」へ寄付※することで、国内外の森林を豊かにする取り組みも推進しています。一般社団法人more treesは、音楽家 坂本龍一氏が創立し、建築家・隈研吾氏が代表を務める森林保全団体です。「都市と森をつなぐ」をキーワードにさまざまな取り組みを行っています。

※1,400円あたり1本の植林に相当

環境負荷の低減

気候変動

■ ガバナンス

当社グループでは、サステナビリティ委員会を年2回開催し、各社の取り組み状況を共有するとともに、環境リスクの抽出や対策の協議、継続的なモニタリングを行っています。

■ 戦略

当社グループでは、異なるシナリオ（2℃未満、4℃）における財務影響および事業インパクトを評価するとともに、気候関連リスク・機会に対する当社戦略のレジリエンスを評価することを目的として、2030年を見据えたシナリオ分析を実施しています。今後は2050年を見据えた長期的なシナリオ分析についても実施していきます。

■ リスク管理

当社グループでは、リスク管理を企業価値向上の要と位置づけ、基本方針に基づき運用しています。事業全般のリスクはコンプライアンス委員会、気候変動に関するリスクはサステナビリティ委員会が管理しています。

■ 指標と目標

当社グループでは、世界で広く利用されている温室効果ガス（GHG）排出量の算定ガイドライン「GHG プロトコル」に準じて、温室効果ガス排出量を算定しています。また、株式会社羅針のグループ化に伴い、温室効果ガス排出量の管理対象および連結範囲が変更されたことから、排出量削減目標を見直し、新たに設定しました。今後は新たな基準年に基づき、Scope1、2排出量の削減を推進してまいります。

戦略（リスクと機会） 2030年を想定した財務影響および当社の対応

区分		当社に可能性のある事項	当社への影響度		当社の対応方針
			4℃シナリオ	2℃未満シナリオ	
（低炭素経済への） 移行リスク	政策・法規制リスク	炭素税の導入によるコストの増大	中	大	脱炭素・低炭素エネルギーの利用促進
		情報開示義務拡大への対応による業務負荷、コストの増大	小	中	開示業務の効率化
		商品のLCA（ライフサイクルアセスメント）評価義務化によるトレーサビリティの確保等必要な措置による業務負荷とコストの増大	-	中	新たな業務範囲の精査および業務の効率化・RJC認証の継続
		省エネ化の推進が進まないことによるコストの高止まり	大	-	省エネ型の職場環境、店舗開発の推進
	市場リスク	素材調達、物流等経費の上昇による経費の増大と利益率の低下	大	大	調達先の安定的な確保と付加価値の追求による利益率の確保
	評判リスク	消費者のサステナビリティ志向の変化による対応への遅れと競争力の低下・競争機会の逸失	大	大	長期目標としてCO ₂ 排出削減目標を掲げ、事業戦略として取り組むことを明確化
環境への対応の遅れによるステークホルダーの評価・企業イメージの低下		中	大	サステナビリティに関する情報の積極的な開示	
（気候変動による） 物理的リスク	急性リスク	台風や大雨により店舗が営業できないことによる売上減少リスク	中	小	事業継続計画の策定
		物流プロセスの寸断による売上減少リスク	中	小	事業継続計画の策定
	慢性リスク	冬物衣料の需要低下による売上減少のリスク	大	中	気温に合わせたマーチャンダイジングの計画への変更
		温暖化による金属アレルギー発症者の増加とジュエリー離れ	小	小	ノンアレルギー商材の開発・拡大
機会	エネルギー源	将来コストの上昇が予想される化石燃料から低炭素エネルギーへの転換と省エネ化によるコスト及びGHG排出量の削減	-	大	省エネ型の職場環境、店舗開発の推進
	製品サービス	低・脱炭素社会対応型のサステナビリティ商品に対する顧客の支持拡大	中	大	リサイクル素材の活用や機能性商品の開発推進
		気温上昇に対応し夏物商品の売上拡大	中	小	気温に合わせたマーチャンダイジングの変更
	レジリエンス	低炭素経済に対応するサプライチェーンの構築による企業イメージの向上	中	大	サプライチェーン排出量の把握・算定と排出量削減に向けて取引先との協働

※ 影響度の判定：売上・利益・資産が1%以上変動する可能性があるものを「大」、0.5%以上変動する可能性があるものを「中」、それ以外を「小」と判定しています。

気候関連リスク・機会の管理に用いる目標

項目	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期	目標
温室効果ガス排出量	Scope1、2、3 86,481.1 tCO ₂	86,792.8 tCO ₂	89,180.7 tCO ₂	—
	Scope1、2 1,880.1 tCO ₂ 2022年2月期比▲17.5%*1	2,124.8 tCO ₂ 2022年2月期比▲6.8%*1	1,469.3 tCO ₂ 2022年2月期比▲35.5%*1	2031年2月期 2026年2月期比▲10%*2

※1 2022年2月期の温室効果ガス排出量Scope1、2は2,279.4 tCO₂です。

※2 2024年12月の株式会社羅針のグループ化に伴い、温室効果ガス排出量の算定対象および連結範囲が変更となったため、今後の排出量削減目標については、比較可能性を確保する観点から2026年2月期を新たな基準年として見直ししました。なお、2026年2月期までの削減率は従来の基準年（2022年2月期）に基づいて表示しています。

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンス体制

当社は、取締役会の監督機能の強化によるコーポレートガバナンスの一層の充実に向け、自ら業務執行をしない社外取締役の機能を活用することで、中長期的な企業価値向上を図るべく、監査等委員会設置会社を採択しています。

監査等委員会は 毎月定例にて開催するほか、必要に応じて臨時監査等委員会を開催し、代表取締役その他の業務執行取締役の業務執行を監査し、内部統制システムの構築・運用の状況を監視および検証しています。

コーポレートガバナンス体制図を含むコーポレートガバナンスに関する詳細は「コーポレートガバナンス報告書」をご覧ください。

https://cdn.clipkit.co/tenants/2641/item_files/assets/000/005/282/original/260604_CGreport.pdf

取締役会の実効性評価

持続的な成長と企業価値の最大化を実現するためには、取締役会の実効性を高めることが極めて重要であると考えています。実効性が確保されているかを確認するため、年1回取締役に対しアンケートを実施し、その結果をもとに取締役会で審議を行っています。

取締役会はこれらの結果を踏まえ、取締役会の実効性にかか

る分析・評価を行い、当年度の取り組み項目を明確にしたうえで実効性の確保に取り組んでいます。2026年2月期の取締役会の実効性評価に関しては概ね実効性は確保されている評価となりました。この結果を受けて2027年2月期は、下記の「2027年2月期の取り組み」に掲げる施策を推進し、取締役会の実効性を高めていきます。

独立役員関係

当社は独立役員の資格を充たす社外役員の全員を、東京証券取引所の有価証券上場規程第436条の2に定める独立役員に指定しています。独立社外取締役の候補者は、「取締役候補者選出基準」に基づき、実績に加え経営理念の実現に向けた強い意志、高いリーダーシップ、経験・見識・専門性等を備えており、優れた経営判断能力を有する者から選出しており、取締役会での率直・活発で建設的な検討への貢献が期待できると判断しています。

後継者計画

当社は、持続可能な企業運営を支える経営人材の育成を重要な課題と認識し、後継者育成計画（サクセッションプラン）の整

備を進めています。経営トップの選任については、取締役会が関与し、業績評価、人間性、価値観の共有といった観点から適切に審議を行ってまいります。また、次世代リーダー候補の育成に向けた育成機会や研修制度も順次整備しており、経営の継続性と発展性の確保に努めています。

氏名	監査等委員	独立役員	選任理由
児玉 直樹		○	長年にわたり会社経営の実務経験を有しており、職務を適切に遂行していただけると判断しています。 なお、当社との利害関係はなく、一般株主との利益相反が生じる恐れはありません。
河添 博	○	○	税理士としての専門的な知識・経験等により、職務を適切に遂行していただけると判断しています。 なお、当社との利害関係はなく、一般株主との利益相反が生じる恐れはありません。
宗宮 英恵	○	○	弁護士としての専門的な知識・経験等により、職務を適切に遂行していただけると判断しています。 なお、当社との利害関係はなく、一般株主との利益相反が生じる恐れはありません。

インセンティブ関係

当社は業績向上や企業価値の増大、株主重視の経営意識を高めるためのインセンティブを与えることを目的として、ストックオプション制度を導入しています。また、株価変動による利益・リスクを株主と共有することにより、中長期的な業績向上や企業価値増大に貢献する意識を高めるためのインセンティブを与えることを目的として、信託型株式報酬制度を導入しています。

2027年2月期の取り組み

評価の項目	取り組み内容
1 運営面について	資料構成の見直しを進め、より分かりやすく効果的な情報提供に取り組んでまいります。
2 議題面について	月1回の議案ミーティングを開催し、グループの持続的な成長の実現に向け、HD及び事業会社の重要戦略を深く協議するための議題設定を行ってまいります。
3 機能面について	事業戦略に関する議論の充実に向け、意見交換会と連動した議題設定を行うほか、第8次中期経営計画の策定に関する協議の場を設定し、戦略的議題についてより深い審議を行ってまいります。また、リスク管理に関する報告の充実を図ることで、適切なリスクテイクを支える環境整備及び取締役会のモニタリング機能の一層の強化を図ってまいります。

取締役会の実効性の評価についての方針は「コーポレートガバナンス・ガイドライン」にて開示しています。

<https://yondoshi.co.jp/contents/about-us/CG-guidelines.pdf>

コーポレートガバナンス

取締役報酬関係

当社は、指名等諮問委員会を設置しており、取締役の報酬については当委員会の答申を経ています。当社の役員報酬は、基本報酬、賞与、ストックオプション、信託型株式報酬制度により構成され、いずれも株主総会の承認を経て決定しています。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額および対象となる役員の員数

役員区分	報酬等の 総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)				対象となる 役員の員数 (名)
		基本報酬	ストック・オプション	賞与	株式給付信託	
取締役 (監査等委員を除く) (うち社外取締役)	73 (7)	49 (7)	0 (-)	13 (0)	10 (-)	5 (1)
取締役 (監査等委員) (うち社外取締役)	15 (6)	13 (6)	- (-)	1 (0)	1 (-)	3 (2)
合計 (うち社外役員)	89 (14)	63 (13)	0 (-)	14 (1)	11 (-)	8 (3)

政策保有株式

■ 1. 投資株式の区分の基準および考え方

当社は、株式の価値の変動または配当の受領によって利益を得ることを目的として保有する株式を「純投資目的株式」、それ以外の目的で保有する株式を「政策保有株式」として区分しています。政策投資を目的として保有するすべての投資株式について、定量的な保有効果を記載することは困難ですが、取引状況や配当、株価変動等のリターンやリスクも踏まえ、保有の適否を検証のうえ保有を継続しています。

■ 2. 保有目的が純投資目的以外の目的である投資株式

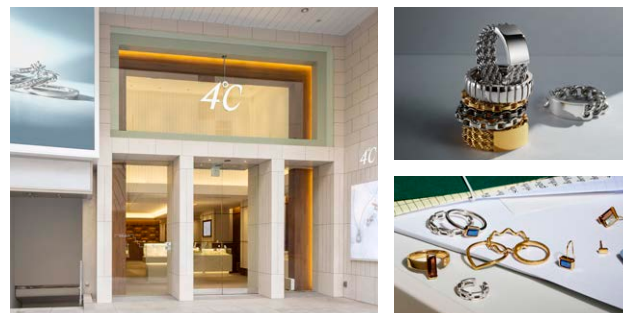
a. 保有方針および保有の合理性を検証する方法ならびに個別銘柄の保有の適否に関する取締役会等における検証の内容

当社は、中長期的な企業価値向上の観点から、主として相手先企業との関係強化、業務提携や取引の維持・拡大を目的に、「資金運用管理規程」に基づき政策保有株式を保有することが

あります。当社グループにて保有する政策保有株式の保有状況については、毎年、取締役会へ報告するとともに、中長期的な観点から保有の必要性・合理性を検証しています。

b. 銘柄数および貸借対照表計上額

	銘柄数 (銘柄)	貸借対照表計上額の合計額 (百万円)
非上場株式	5	0
非上場株式 以外の株式	16	3,543



投資家との対話

当社グループは、株主・投資家の皆様との建設的な対話を、持続的な成長と中長期的な企業価値向上のために不可欠なものとして位置づけています。ステークホルダーとの信頼関係の構築と透明性の高い経営を実現するため、対話機会の拡充と情報開示の質的向上に努めています。対話にあたっては、経営企画室が窓口となり、必要に応じて関連部署との連携を図りながら対話の充実に努めています。

アナリストおよび機関投資家の皆様に対しては、代表取締役社長をメインスピーカーとして決算説明会を年2回(中間・通期)開催しています。また、機関投資家向けの個別ミーティングについても、担当役員が随時対応し、双方向のコミュニケーションを図っています。個人株主・投資家の皆様に対しては、当社ウェブサイトにて公平な情報開示に努めています。さらに、株主アンケートの実施により、株主様のご意見の把握に努めています。また、統合報告書を通じた非財務情報の発信強化にも注力しており、サステナビリティへの取り組みや人的資本経営についても積極的に共有しています。

こうした対話を通じて得られたご意見・ご要望については、経営陣へ定期的にフィードバックし、経営の改善に役立てています。今後も、株主・投資家の皆様との対話を大切に、その声を真摯に経営に取り入れることで、透明性と信頼性の高い経営の実現を目指してまいります。

対話の実施状況

活動の内容	2026年2月期
機関投資家・アナリスト向け決算説明会	2回
個人投資家説明会	1回
機関投資家・アナリストとの個別面談*	55回

※面談件数は延べ

役員一覧

(2026年5月28日現在)



1. 増田 英紀

代表取締役社長

所有する当社の株式数: 20,300株
取締役会への出席回数 (出席率): 15/15回 (100%)
2. 岡藤 一朗

代表取締役専務

所有する当社の株式数: 24,300株
取締役会への出席回数 (出席率): 15/15回 (100%)
3. 西村 政彦

常務取締役
常務執行役員

所有する当社の株式数: 21,297株
取締役会への出席回数 (出席率): 15/15回 (100%)
4. 新井 宏

取締役執行役員

所有する当社の株式数: 3,300株
取締役会への出席回数 (出席率): 15/15回 (100%)
5. 児玉 直樹

社外取締役

所有する当社の株式数: 2,100株
取締役会への出席回数 (出席率): 15/15回 (100%)
6. 嵩下 昌宏

取締役 (監査等委員)

所有する当社の株式数: 5,840株
取締役会への出席回数 (出席率): 15/15回 (100%)
7. 河添 博

社外取締役 (監査等委員)

所有する当社の株式数: -
取締役会への出席回数 (出席率): 15/15回 (100%)
8. 宗宮 英恵

社外取締役 (監査等委員)

所有する当社の株式数: -
取締役会への出席回数 (出席率): -

スキル・マトリックス

当社は、企業永續の観点から経営戦略に照らして、取締役会がその意思決定機能および経営の監督機能を適切に発揮し、より透明性の高いガバナンス体制を保持するため、さまざまなスキル (知識、経験等) を持つ多様な人材で取締役会を構成しています。

氏名	当社における地位	当社が特に期待する知見・経験								
		①企業経営・戦略策定	②-1 業界経験 (ブランド)	②-2 業界経験 (海外)	②-3 業界経験 (リテール)	③法務・リスクマネジメント	④財務・会計・M&A	⑤人財マネジメント	⑥デジタル・IT	⑦CSR/ESG
増田 英紀	代表取締役社長	○			○			○		
岡藤 一朗	代表取締役専務	○	○	○	○			○		○
西村 政彦	常務取締役 常務執行役員	○				○	○			
新井 宏	取締役執行役員	○		○				○		
児玉 直樹	社外取締役	○			○		○		○	○
嵩下 昌宏	取締役 (監査等委員)					○	○			○
河添 博	社外取締役 (監査等委員)					○	○			
宗宮 英恵	社外取締役 (監査等委員)					○		○		
瀧口 昭弘	執行役員	○	○	○	○					○
皆川 弘樹	執行役員	○	○		○					
中野 久史	執行役員	○			○				○	
福原 和正	執行役員					○		○	○	○

社外取締役メッセージ



社外取締役
児玉 直樹

挑戦する企業文化を支え、 変化を成長へつなげる

4℃ホールディングスグループは、事業に真摯に向き合う姿勢と、変化を恐れず挑戦し続ける企業文化、そして自由闊達な組織風土を持つ企業です。長年にわたり培ってきた商品へのこだわりと、ガバナンスを重視する経営姿勢は、100年企業を目指す当社グループの揺るぎない基盤であり、大きな強みであると感じています。

私は、小売業界やIT業界で培った国内外での経験を活かし、消費者購買トレンドやデジタル技術の変化を踏まえた視点から、事業戦略や経営課題について積極的に提言を行ってまいります。また、環境変化に伴う事業リスクや新たな成長機会を多面的に捉え、客観的な立場から取締役会の議論の充実と意思決定の質の向上に貢献していきたいと考えています。持続的な企業価値向上に向け、社外取締役としての責務を果たしてまいります。



社外取締役
(監査等委員)
河添 博

客観的な視点で経営を見つめ、 健全な企業成長を支える

4℃ホールディングスグループは、祖業を大切に守り育てながら、新たな事業にも積極的に挑戦し、時代ごとの消費者ニーズや経済環境の変化に柔軟に対応することで成長を続けてきました。また、長年にわたり築いてきた健全な財務基盤を背景に、安定した経営とさらなる企業価値向上が期待できる点も、大きな魅力であると考えています。

社外取締役(監査等委員)として重要な役割は、会社と利害関係のない独立した立場から、人・物・金・情報といった経営資源が計画的かつ適切に配分・運用されているかを確認し、取締役会を中心にチェックと助言を行うことです。また、適切な情報開示や不祥事の未然防止に努めるとともに、ガバナンス強化に向けた内部統制の整備にも尽力し、持続的な企業価値向上に貢献してまいります。



社外取締役
(監査等委員)
宗宮 英恵

法務の知見を活かし、 信頼される企業基盤を築く

4℃ホールディングスグループは、長年培ってきたブランドへの信頼を基盤としながら、環境変化を的確に捉え、M&Aや事業ポートフォリオの強化など、新たな成長に挑戦し続けていると感じています。ブランド価値を大切にしつつ、資本効率の向上にも取り組む姿勢は、今後の企業価値向上につながるものと期待しています。

私は、弁護士としての専門知識と法務・リスクマネジメントの経験を活かし、法令遵守にとどまらず、企業価値向上につながる実効性の高いコーポレートガバナンスの実現に貢献したいと考えています。独立した立場から経営判断を客観的に見つめ、必要な提言や助言を行うとともに、多様な人材が安心して活躍できる組織づくりや、透明性の高い企業文化の醸成を支え、持続的な成長に貢献してまいります。

非財務情報

社会:人財

カテゴリー	項目		対象	単位	2024年 2月期	2025年 2月期	2026年 2月期
人財	従業員数(正規雇用)	女性	正社員・契約社員	人	846	862	847
		男性			157	214	200
		合計			1,003	1,076	1,047
	従業員数(臨時雇用)	女性	臨時雇用社員		1,122	1,198	1,233
		男性			43	54	58
		合計			1,164	1,252	1,291
	平均勤続年数	女性	正社員・契約社員	年	7.9	7.6	7.5
		男性			13.3	10.3	10.2
		合計			8.7	8.1	8.0
	平均年齢	女性		歳	32.5	32.8	33.5
		男性			42.7	40.2	39.8
		合計			34.1	34.2	35.6
	従業員平均給与	女性	正社員・契約社員	千円	3,345	3,483	3,596
		男性			5,531	5,709	5,705
		合計			3,771	3,996	4,085
	管理職者数	女性	課長職以上	人	24	29	31
		男性			50	62	59
		合計			74	91	90
	新卒採用者数	女性	正社員		59	104	99
		男性			4	5	8
		合計			63	109	107
	新卒3年後定着率		3年前の新卒社員	%	52.7	50.0	61.1
	中途採用者数	女性	正社員・契約社員	人	73	60	48
		男性			9	25	5
		合計			82	85	53
	従業員の離職率			%	26.9	27.9	20.9
人財育成	年間教育研修総時間(内外含む)		正社員・契約社員	時間	17,907	24,721	25,156
	1人当たり年間研修時間				17.9	23.1	24.0
	教育研修費(外注費)			千円	41,225	45,964	39,030
	1人当たり年間教育費(外注費)				41	43	37
従業員 エンゲージメント	従業員満足度	会社満足度	正社員 ※ FDCプロダクツ・ アスティ・アージュ 正社員	5点 満点	3.3	3.3	3.4
		仕事満足度			3.3	3.3	3.4
		上司満足度			3.7	3.7	3.8
		職場満足度			3.5	3.5	3.3
		評価給与妥当性			2.7	2.9	2.9
		研修充実度			3.6	3.6	3.7

カテゴリー	項目		対象	単位	2024年 2月期	2025年 2月期	2026年 2月期
ダイバーシティ	女性従業員比率		正社員・契約社員	%	84.4	80.6	80.9
	女性管理職比率		課長職以上		32.4	32.6	34.4
	男女の賃金差異	正規雇用従業員	正社員・契約社員	%	60.5	61.0	63.0
		有期雇用従業員	有期雇用社員		65.0	68.9	61.7
		合計	全社員		45.7	45.2	46.0
	育児休業制度 利用者数	女性	正社員・契約社員	人	62	56	58
		男性			0	2	4
		合計			62	58	62
	育児休業取得率	女性		%	98.4	100.0	100.0
		男性			0.0	50.0	100.0
		合計			93.8	96.7	100.0
	育児短時間勤務制度利用者数			人	133	139	128
	子の看護休暇 取得者数	女性			144	134	143
		男性			5	5	10
		合計			149	139	153
	介護休職制度 利用者数	女性			1	9	2
		男性			0	5	1
		合計			1	14	3
	介護休暇取得者数				1	3	1
	再雇用者比率		正社員	%	40.0	100.0	45.5
外国人従業員数	女性	正社員・契約社員	人	2	7	10	
	男性			5	9	11	
	合計			7	16	21	
契約社員から 正社員への登用数	女性			7	11	8	
	男性			3	2	2	
	合計			10	13	10	
障害者雇用数	女性	全社員	人	18	19	20	
	男性			12	13	13	
	合計			30	32	33	
障害者雇用率				2.16	2.42	2.51	
健康・安全	国内法定健康診断受診率			%	89.6	83.4	89.0
	ストレスチェック回答率				94.7	94.6	96.3
	年間平均総実労働時間				1,842.8	1,833.3	1,844.9
	月間平均残業時間		正社員・契約社員	時間	4.7	4.9	5.3
	有給休暇平均取得日数			日	12.0	10.6	10.7
	有給休暇平均取得率			%	68.8	67.3	63.9

非財務情報

環境:温室効果ガス サプライチェーン排出量

カテゴリー	項目	単位	2024年 2月期	2025年 2月期	2026年 2月期
Scope 1	Scope1計		326.1	371.6	250.4
	ガンリン		22.7	24.9	19.5
	都市ガス		303.5	346.7	230.9
Scope 2	Scope2計		1,554.0	1,753.2	1,218.9
	電気使用量*		1,554.0	1,753.2	1,218.9
Scope 3	Scope3計		84,601.0	84,668.1	87,711.4
	カテゴリ1 購入した製品・サービス		68,512.1	69,683.0	73,687.3
	カテゴリ2 資本財		3,287.0	2,210.6	1,994.9
	カテゴリ3 Scope1,2に含まれない 燃料及びエネルギー関連活動		1,787.1	1,830.6	253.4
	カテゴリ4 輸送、配送（上流）		408.9	198.9	390.4
	カテゴリ5 事業から出る廃棄物	t-CO ₂	50.5	52.1	54.4
	カテゴリ6 出張		113.2	285.3	292.7
	カテゴリ7 雇用者の通勤		2,335.3	2,329.3	2,468.9
	カテゴリ8 リース資産（上流）		4,164.2	4,412.0	4,590.6
	カテゴリ9 輸送、配送（下流）		51.1	53.7	52.9
	カテゴリ10 販売した製品の加工		2,157.8	1,924.7	2,204.3
	カテゴリ11 販売した製品の使用		0.0	0.0	0.0
	カテゴリ12 販売した製品の廃棄		1,474.9	1,427.6	1,490.7
	カテゴリ13 リース資産（下流）		0.0	0.0	0.0
	カテゴリ14 フランチャイズ		258.9	260.1	230.8
	カテゴリ15 投資		0.0	0.0	0.0
総合計			86,481.1	86,792.8	89,180.7

参考：環境省「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン（ver.2.3）」
※電力使用量が不明な一部店舗について、店舗の床面積当たり排出量を算出し推計

ガバナンス

カテゴリー	分類	項目	単位	2024年 2月期	2025年 2月期	2026年 2月期
コーポレート ガバナンス	取締役数	社内取締役	男性 女性 合計	5 0 5	5 0 5	5 0 5
		社外取締役	男性 女性 合計	3 1 4	2 1 3	2 1 3
		総計		9	8	8
		女性取締役比率		11.1	12.5	12.5
		社外取締役比率		44.4	37.5	37.5

カテゴリー	分類	項目	単位	2024年 2月期	2025年 2月期	2026年 2月期
コーポレート ガバナンス	監査等委員数	監査等委員である取締役（社内）	男性 女性 合計	1 0 1	1 0 1	1 0 1
		監査等委員である取締役（社外）	男性 女性 合計	2 1 3	1 1 2	1 1 2
		総計		4	3	3
		女性監査等委員比率		25.0	33.3	33.3
		社外監査等委員比率		75.0	66.7	66.7
	取締役会	開催回数	回	18	14	15
		出席率	%	98.8	100	100.0
		任期	年	1	1	1
	監査等委員会	開催回数	回	14	15	14
		出席率	%	100.0	98.0	100.0
		任期	年	2	2	2
	役員報酬	取締役（うち社外取締役） （監査等委員である 取締役を除く）	総額 （基本報酬） （ストック・オプション） （賞与） （株式給付信託）	75 (3) 48 (2) 2 (0) 11 (0) 12 (0)	64 (6) 50 (6) 1 (0) - (-) 12 (0)	73 (7) 49 (7) 0 (-) 13 (0) 10 (-)
		監査等委員である取締役 （うち社外取締役）	総額 （基本報酬） （ストック・オプション） （賞与） （株式給付信託）	20 (12) 17 (11) - (-) 1 (0) 1 (-)	16 (8) 14 (7) - (-) 1 (0) 1 (-)	15 (6) 13 (6) - (-) 1 (0) 1 (-)
	会計監査	監査費		36	46	51
		非監査費		0	0	0
		総計		36	46	51
	株主権	買収防衛策		有	有	有
コンプライアンス	コンプライアンス 基本方針		有／無	有	有	有
	コンプライアンス 委員会		回	2	2	2
	コンプライアンス 研修			15	14	13
	コンプライアンス 違反		件	3	2	0
	内部通報・相談			14	5	9
	法令違反			3	2	1
	腐敗防止違反			0	0	0
サステナビリティ	政治献金		百万円	0	0	0
	サステナビリティ 基本方針		有／無	有	有	有
	サステナビリティ 委員会		回	2	2	2

主要財務データ6カ年の推移

項目	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期
損益状況						
売上高(百万円)	39,449	38,123	39,508	39,457	45,902	69,962
売上総利益(百万円)	21,294	19,672	19,727	19,530	19,942	23,249
販売費及び一般管理費(百万円)	18,527	17,884	17,748	17,433	17,982	20,446
営業利益(百万円)	2,767	1,788	1,979	2,096	1,960	2,802
経常利益(百万円)	3,195	2,293	2,342	2,515	2,351	3,164
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	1,622	1,490	1,149	1,300	1,377	1,792
財政状態						
総資産(百万円)	53,000	56,884	50,211	50,643	66,494	68,836
純資産(百万円)	39,543	42,917	38,214	38,596	38,935	41,067
有利子負債(百万円)	0	0	0	0	14,900	12,900
キャッシュフロー						
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	6,633	1,871	3,103	2,666	3,023	1,102
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△ 2,169	106	△ 2,371	△ 1,103	△ 10,536	2,266
フリーキャッシュ・フロー(百万円)	4,463	1,977	732	1,563	△ 7,513	3,369
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△ 2,515	△ 1,816	△ 1,834	△ 1,791	7,648	△ 3,748
現金及び現金同等物の期末残高(百万円)	2,732	2,900	1,799	1,570	1,705	1,326
1株当たり情報						
1株当たり当期純利益(円)	75.00	69.56	53.61	60.65	64.18	83.46
1株当たり純資産(円)	1,844.69	2,001.22	1,780.71	1,798.49	1,812.89	1,911.80
1株当たり年間配当金(円)	81.00	83.00	83.00	83.00	83.00	83.00
財務指標						
売上高営業利益率(%)	7.0	4.7	5.0	5.3	4.3	4.0
ROA:総資産当期純利益率(%)	3.0	2.7	2.1	2.6	2.4	2.6
ROE:株主資本当期純利益率(%)	4.1	3.6	2.8	3.4	3.6	4.5
自己資本比率(%)	74.6	75.4	76.0	76.2	58.5	59.6
有利子負債比率(%)	—	—	—	—	22.4	18.7
投資指標						
株価収益率(PER)(倍)	24.6	24.6	32.5	31.3	28.0	22.0
株価純資産倍率(PBR)(倍)	1.0	0.9	1.0	1.1	1.0	1.0
株主総利回り(比較指標:配当込みTOPIX)	93.5 (126.4)	97.4 (103.4)	103.4 (112.2)	116.6 (154.4)	115.3 (158.4)	122.2 (238.4)

(注)

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月期の期首から適用しており、2023年2月期以降に係る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. 2023年2月期より、不動産賃貸収入については「売上高」、不動産賃貸費用については「売上原価」に計上する方法に変更しております。

3. フリーキャッシュ・フロー＝営業活動によるキャッシュ・フロー＋投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)

4. ROA:総資本当期純利益率＝当期純利益÷期首・期末平均総資産×100(%)

5. ROE:株主資本当期純利益率＝当期純利益÷期首・期末平均株主資本×100(%)

6. 自己資本比率＝純資産÷総資産×100(%)

7. 有利子負債比率＝〔短期有利子負債＋長期有利子負債〕÷総資産×100(%)

8. 株価収益率＝期末株価÷1株当たり当期純利益(倍)

9. 株価純資産倍率＝期末株価÷1株当たり純資産(倍)

企業情報・株主情報

株式情報 (2026年2月28日現在)

証券コード	8008
上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
発行済株式総数	24,331,356株
1単元株式数	100株
株主数	33,912名

大株主 (2026年2月28日現在)

株主名	持株数 (千株)	発行済株式(自己株式を除く)の総数に対する 所有株式数の割合 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,549	7.16
株式会社広島銀行	1,069	4.94
4℃ホールディングスグループ共栄会	866	4.00
株式会社伊予銀行	739	3.41
大田敏子	634	2.93
尾山嗣雄	400	1.85
第一生命保険株式会社	378	1.75
株式会社日本カस्टディ銀行(三井住友信託銀行再信託分・株式会社もみじ銀行退職給付信託口)	352	1.63
住川志満子	340	1.57
株式会社日本カस्टディ銀行(信託口)	333	1.54

注: 上記のほか当社所有の自己株式2,682千株があります。

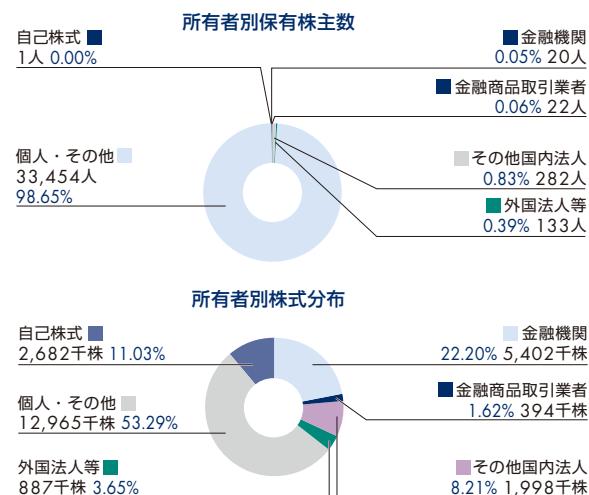
株価の動向

	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期
高値(円)	2,153	1,999	1,871	2,100	1,974	1,902
安値(円)	1,609	1,567	1,531	1,721	1,726	1,640
終値(円)	1,844	1,713	1,741	1,901	1,794	1,839
時価総額(百万円)	44,866	41,679	42,360	46,253	43,650	44,745

会社概要 (2026年2月28日現在)

社名	株式会社4℃ホールディングス YONDOSHI HOLDINGS INC. (英文)
所在地	〒141-0021 東京都品川区上大崎二丁目19-10
設立年月日	1950年5月18日
資本金	24億8,652万円
決算期日	毎年2月末
連結子会社	8社

株式分布状況 (2026年2月28日現在)



4℃ホールディングスWebサイトのご案内



当社のIRサイトでは、企業活動全般にわたる最新の情報をご提供しております。また、メールアドレスをご登録いただいた方に随時情報配信を行っております。ぜひご覧ください。

URL	https://yondoshi.co.jp/
IRお問い合わせ先	TEL: 03-5719-3295
経営企画室	E-mail: ir-yondoshi@yondoshi.co.jp

コーポレートガバナンス・ガイドラインについて

コーポレートガバナンスに対する基本的な考え方や取り組みを体系化したものを『コーポレートガバナンス・ガイドライン』としてまとめ、コーポレートサイトへ掲載しております。当社グループは、健全で透明性の高い企業グループとして社会の信頼と責任に応えてまいります。

URL	https://yondoshi.co.jp/company/governance/
-----	---



holdings group

株式会社4°Cホールディングス

〒141-0021 東京都品川区上大崎2-19-10

TEL:03-5719-3429 FAX:03-5719-4462

<https://yondoshi.co.jp/>