

4°C

holdings group

統合レポート

4°Cレポート2024



すべては、お客様の“笑顔”や“ときめき”のために

経営理念・ブランドコンセプト

Corporate Philosophy 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。

Corporate Message 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。

Brand Concept 『4℃』ブランドコンセプト

水は自由奔放に、その姿を変えていきます。
時には繊細な光を放つ雪の結晶のように、また時には大きなうねりとなって大海原へ。

そして、岩や大地をも削り取る強い結合力さえもあります。
水は平凡どころか、すこぶる非凡であり、シンプルにしてきわめて強固。

それは、地球上のあらゆる生命に潤いをもたらせています。
「水のようにでありたい」それが私たちのモノづくりの原点になっています。

「4℃」それは氷が張った水面の底の温度をあらわします。
唯一魚が生息できるいわば「安息の場」であり、
きびしい環境にあつての潤いそのものを意味します。
私たちは既存の価値に捉われることなく常に新しさと潤いをもたらす
商品の提案を続けています

4℃ホールディングスグループの At a Glance



業績 (2024年2月期)

売上高 **394.5億円** (前期比△0.1%)

営業利益 **20.9億円** (前期比+5.9%)

当期純利益 **13.0億円** (前期比+13.2%)



事業規模・従業員の状況 (2024年2月29日現在)

連結子会社数 **7社**

従業員数 (連結) **1,003名**

女性管理職比率 **32.4%**

政府目標の「女性管理職比率30%」を上回る



株主情報 (2024年2月29日現在)

株主数 **31,465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

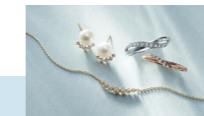


人財育成 (2024年2月期)

年間教育研修
総時間 **27,398時間**

年間教育研修費
(外注費) **40.9百万円**

ブランド事業



ジュエリーブランド数 **6ブランド**

店舗数 **136店舗**
(2024年6月30日現在)

会員数 **115万人**
(2024年6月30日現在)

- 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
 - ▶ 100万人の顧客基盤

アパレル事業



店舗数 **「パレット」104店舗**
(2024年6月30日現在)

会員数 **47万人**
(2024年6月30日現在)

- 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

目次

- 1 4℃ホールディングスグループの At a Glance
 - 2 トップメッセージ
- 価値創造ストーリー
- 4 4℃ホールディングスの歩み
 - 6 4℃ホールディングスグループの価値創造プロセス
 - 8 リスクと機会、マテリアリティ

サステナビリティ戦略

- 10 社会価値の創造
～生活文化の向上
- 12 環境負荷の軽減
～気候変動への対応
- 14 人的資本経営の実践
～人材育成
- 16 経営理念の実践
～人権尊重、コーポレートガバナンス
- 18 役員一覧

データセクション

- 20 非財務情報
- 22 財務情報
- 23 企業情報 / 株主情報

「まっとうな経営」を軸に、 将来の飛躍に向けた 成長基盤を 構築していきます



代表取締役社長
増田 英紀

■ 挑戦し続ける企業風土

「人間尊重」・「社会貢献」。4℃ホールディングスグループは、1950年の創業以来、脈々と受け継がれてきたこの基本理念のもと、お客様の生活文化の向上を使命に掲げ、時代とともに進化し続けることで、ファッション業界の川上から川下までさまざまな事業活動を展開してまいりました。「4℃」ブランドを中心に展開するブランド事業、アパレルOEM・ODMと総合衣料品店「パレット」をチェーン展開するアパレル事業を両輪に、

顧客層の異なる多彩なポートフォリオを構築することで、コロナ禍のような非常事態においても安定した経営状態で乗り切ることができました。昨今、事業環境は大きく変化しており、持続可能な社会を築いていくための中長期的な課題にいかに取り組みしていくかが、重要なテーマとなっております。

私たちは、事業領域における社会課題の解決にも果敢に挑戦し、事業を通じて社会に貢献し続けてまいります。

■ 第7次中期経営計画の重点取り組みについて

2024年度からスタートした第7次中期経営計画では、「Challenge for Future 未来への挑戦～2030年に向けて～」をテーマに、『環境変化への対応』を前提に『顧客提供価値』を追求し、将来の飛躍に向けた成長基盤を構築していきます。

中核であるブランド事業では、「4℃」ブランドがお客様へ提供する価値を具現化し、「4℃」ブランドの輝きを増すことで、事業価値を高め、高収益ビジネスモデルを再構築してまいります。そのために、女性客の支持拡大に向けた商品・販促戦略の

見直しを進めます。アパレル事業では、「パレット」で毎期約10店舗の出店を継続し、売上高の拡大を図ります。関東エリアへの出店を成功させるために、豊富で魅力的な品揃えにより、お客様への提供価値を一層高めてまいります。

■ 企業の持続的成長を支える人財投資

当社グループが、これまでさまざまな挑戦を重ねて今日まで存続することができた背景には、人財を育て、人を大切にする組織風土を育むことに注力してきたことが非常に大きいと考えています。

当社グループでは教育を、期待と愛情を伝えるための手段の一つとして捉えています。2022年度には、持続的に人を育

■ 事業活動を通じた社会への貢献

当社グループは、お客様、社員、お取引先様、地域社会、そして株主様との強い信頼関係や絆により支えられて発展してまいりました。

そして、今後も社会に必要とされる企業であり続けるためには、急速に変化する社会からの要請に対しても、確実に対応していく必要があります。先行きが不透明な時代ではありますが、代々受け継がれてきた「まっとうな経営」を軸に、成長への基盤構築を進めてまいります。

そして、企業の持続に不可欠な「人を育てる」ことを最も重要な経営課題であると捉え、人財投資と継続的な処遇改善に取り組んでまいります。

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・教育制度を体系化いたしました。

創業より長年にわたり継承されてきた教育への想いを形にした、当グループ独自の人財育成プログラムであり、まさにサステナブル経営の根幹である『人財』に対する当グループの姿勢を表わすものであると考えております。

第8次中期経営計画以降では、強固な基盤を活かし事業町域の拡大を図り、飛躍的な成長を実現していく計画です。社会・事業環境が非連続に変化していくなかで、常にお客様の一步先のニーズを探り、応え続けていくこと、そして、社員一人一人が仕事を通じて成長し、価値創造により社会に貢献できる、そのような企業グループを、これからも目指してまいります。

皆様におかれましては、今後ともより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。

第7次中期経営計画の基本方針 (対象期間：2025年2月期～2027年2月期の3カ年)

Challenge for Future 未来への挑戦 ～2030年に向けて～

『環境変化への対応』を前提に『顧客提供価値』を追求し、将来の飛躍に向けた成長基盤を構築していきます。

第7次中期経営計画の概要	2030ビジョン 資本収益性向上への取り組み	
<p>「100年ブランド」に向けたこれからの50年の提供価値づくり</p> <p>≪事業戦略の推進≫</p> <p>① ファッションジュエリーの再構築 (商品構成・MDの刷新) ② 百貨店・ECチャネルの拡充 ③ 顧客化の深耕・OMO戦略の推進</p> <p style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">第8次中期経営計画以降の成長フェーズにつなげる 4℃ブランドの新しい提供価値の基盤をつくる</p>	<p style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">成長戦略</p> <p>ブランド事業を中心とした飛躍的な利益成長</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ブランド事業、商品、顧客、チャネルの基盤整備 ●アパレル事業、パレットの出店拡大継続 ●M&A、海外展開、新規事業など成長投資の実行 	<p style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">資本・財務戦略</p> <p>利益成長と積極的な株主還元による資本効率の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ●安定的かつ継続的な配当 ●機動的な自己株式の取得 ●保有株式の売却

4°Cホールディングスの歩み

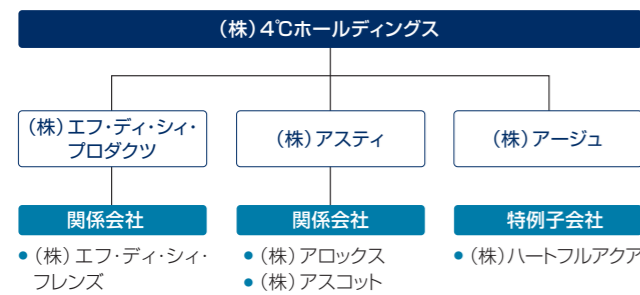
株式会社4°Cホールディングスは、1950年、繊維製品の販売を目的とした「十和織物株式会社」として広島市に設立され、翌1951年に「十和株式会社」に商号変更しました。

その後、1986年にジュエリーのSPAを展開する子会社として「株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツ」を設立し、1991年には「十和株式会社」を「株式会社アスティ」に商号変更。1996年、小売業の「株式会社アージュ」を設立するなど、事業領域を拡大してきました。

そして2006年、株式会社アスティと株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツの共同持株会社である「株式会社F&Aアクアホールディングス」を設立し、2013年に現在の「株式会社4°Cホールディングス」に商号変更しました。

現在、当社グループは「株式会社4°Cホールディングス」および子会社7社で構成され、「4°C」ジュエリーを中心としたブランド事業、ODMを中心としたアパレルメーカー事業、総合衣料品店「パレット」をチェーン展開するデイリーファッション事業からなる強固な事業ポートフォリオのもと、持続性のある成長モデルを描いています。

4°Cホールディングス グループ組織図



主な連結子会社

社名	事業内容
(株)エフ・ディ・シー・プロダクツ	ジュエリー等の企画・製造・販売
(株)アスティ	衣料品、服飾品の企画・製造・販売等
(株)アージュ	衣料品、生活雑貨等の販売
(株)ハートフルアクア	物流、商品検品、ビジネスサポート等
(株)アロックス	物流業務の受託等
(株)アスコット	ベビー服等の企画・製造・販売
(株)エフ・ディ・シー・フレンズ	ジュエリー等の販売



価値創造ストーリー

4°Cホールディングスグループの価値創造プロセス

4°Cホールディングスグループは、ブランド事業やアパレル事業など顧客層の異なる多彩なポートフォリオを構築することで、社会・事業環境が非連続に変化していくなかでも安定した経営状態を維持してきました。これからもそれぞれの事業領域について独自性と強みを発揮することで、さまざまな社会課題を解決し、社会的・経済的価値を創出してまいります。

インプット (2024年2月期)

財務資本
純資産 38,596百万円

人的資本
グループ従業員数 1,003人
他平均臨時雇用者数 1,164人

知的資本
登録商標数 (4°Cホールディングスグループ)
日本 156件
海外 60件

社会・関係資本
主要取引先 (睦会・パートナー会) 136社
店舗数 237店舗
物流拠点 3拠点

自然資本
電力使用量 3,479千kWh
CO₂排出量 86,481t-CO₂

強み

ブランド事業

- 100万人の顧客基盤
- SPAのものづくり力
- ECサイトのプラットフォーム
- 接客力

アパレル事業

- 海外生産基盤
- 企画提案力
- サプライチェーンマネジメント
- 店舗開発力
- 品揃え力
- 運営管理力

ビジネスモデル

多様な事業を展開することで、安定した事業ポートフォリオを構築

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

「4°C」をはじめ、数々の独自性のある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事業

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

(株)アージュ
アパレル事業
総合衣料チェーンの運営

企画機能と生産機能を併せ持つアパレルおよびバッグメーカー、地方マーケットを基盤としたホールセール、企画・生産機能を持つ子会社グループという4つの特色ある事業

デイリーファッション事業として総合衣料専門店「パレット」を関西地区ドミナント出店を中心に拡大

アウトプット (2024年2月期)

売上構成比

売上高 39,457百万円

アパレル事業 57%
ブランド事業 (旧ジュエリー事業) 43%

▶ ブランド事業 (旧ジュエリー事業) 16,995百万円
▶ アパレル事業 22,462百万円

営業利益構成比

営業利益 2,096百万円

アパレル事業 42%
ブランド事業 (旧ジュエリー事業) 58%

▶ ブランド事業 (旧ジュエリー事業) 1,426百万円
▶ アパレル事業 1,046百万円

注: 外部顧客に対する売上高を表示しています。

アウトカム (2024年2月末時点)

財務資本
積極的な株主還元
・TSR 106.8%
・DOE 4.6%

人的資本
男女賃金格差 72.8% ((株)4°Cホールディングス)
女性管理職比率 32.4% (4°Cホールディングスグループ)
離職率 26.9% (4°Cホールディングスグループ)
男性育児休業取得率 0.0% (4°Cホールディングスグループ)

知的資本 前年比
登録商標数 (4°Cホールディングスグループ)
・日本 2件増加
・海外 2件減少

社会・関係資本 前年比
主要取引先 (睦会・パートナー会) ±0社
店舗数 7店舗減少

自然資本 前年比
電力使用量 7.2%減少
CO₂排出量 4.6%増加

中期経営計画

第6次中期経営計画は2024年2月期で終了。現在推進中の第7次中期経営計画(2025年2月期～2027年2月期)において、「Challenge for Future 未来への挑戦～2030年に向けて～」をテーマに掲げ、「環境変化への対応」を前提に「顧客提供価値」を追求し、将来の飛躍に向けた成長基盤の構築に取り組む。

第7次中期経営計画における成長投資分野

盤石な財務基盤のもと、持続的成長に向け約36億円の成長投資を実行

<p>1 人財投資</p> <p>持続的な企業価値の向上に向けた人的資本の強化</p>	<p>2 ブランド価値向上・マーケティング投資</p> <p>顧客体験価値・女性の支持を高める継続的なプロモーション活動</p>
<p>3 出店投資</p> <p>「パレット」成長投資、強固な事業ポートフォリオの構築</p>	<p>4 システム・DX投資</p> <p>デジタル社会への移行、環境変化への対応</p>

VISION






～目指す企業像～

4°C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

価値創造ストーリー

リスクと機会、マテリアリティ

4°C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特定し、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	リスクと機会	マテリアリティ	主な施策	KPIと目標	現状 (2024年2月期)	関連するSDGsゴール
<p>物価高による仕入れコスト・物流コストの上昇</p> <p>消費者に残る価格抑制圧力</p>	<p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> 人口減少・婚姻組数の減少による国内マーケットの縮小 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 戦争やテロ等に起因するサプライチェーンの断絶 為替の変動や資源高による財務状況の悪化 <p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 物価高騰による節約志向の高まり 採用競争の激化や離職率の高まりによる人財の不足 	<p>生活文化の向上</p> <p>▶詳細は P.10ご参照</p>	<ul style="list-style-type: none"> ブランド価値向上 パレットマーケット拡大 生産管理能力と企画提案力の強化 	<p>連結売上高</p> <p>2026年度 450億円</p> <p>2030年度 未開示</p> <p>連結営業利益</p> <p>2026年度 31億円</p> <p>2030年度 51億円</p>	<p>連結売上高 394.5億円</p> <p>連結営業利益 20.9億円</p>	 
	<p>社会全体の賃上げ要請</p> <p>労働力の減少</p>	<ul style="list-style-type: none"> 成長余地のある国内・海外のマーケット 消費者へのECでの買い物の浸透 物価高騰による低価格マーケットのニーズ拡大 インバウンド消費の拡大 サステナビリティに対する意識の高まり IT技術の進化 	<p>気候変動への対応</p> <p>▶詳細は P.12ご参照</p>	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素社会への移行促進 生物多様性の保全 資源循環の拡大 	<p>CO₂排出量</p> <p>2050年度 ネットゼロ</p> <p>CO₂排出量削減率 (Scope 1,2 2021年度比)</p> <p>2030年度 ▲50%</p> <p>再生エネルギー比率</p> <p>2030年度 50%</p>	<p>CO₂排出量 86,481t-CO₂</p> <p>CO₂排出量削減率 (Scope 1,2 2021年度比) ▲17.5%</p> <p>再生エネルギー比率 9.4%</p>
		<p>人財育成</p> <p>▶詳細は P.14ご参照</p>	<ul style="list-style-type: none"> 多様性の確保 働きがいのある職場づくり 	<p>女性管理職比率</p> <p>2030年度 40%</p> <p>離職率</p> <p>2030年度 15%</p> <p>男性育休取得率</p> <p>2030年度 100%</p>	<p>女性管理職比率 32.4%</p> <p>離職率 26.9%</p> <p>男性育休取得率 0.0%</p>	 
		<p>ウェルビーイング</p> <p>▶詳細は P.15ご参照</p>	<ul style="list-style-type: none"> 従業員の健康 ワークライフバランスの向上 	<p>人権デューデリジェンスグループ実施状況</p>	<p>—</p>	
		<p>人権尊重</p> <p>▶詳細は P.16ご参照</p>	<ul style="list-style-type: none"> 人権デューデリジェンス 	<p>DOE (株主資本配当率)</p> <p>2030年度 4%以上</p>	<p>DOE 4.6%</p>	 
		<p>コーポレートガバナンス</p> <p>▶詳細は P.17ご参照</p>	<ul style="list-style-type: none"> コンプライアンスの徹底 適切な株主還元 企業価値の向上 	<p>ROE</p> <p>2030年度 8%以上</p>	<p>ROE のれん除く 4.7%</p>	

社会価値の創造

生活文化の向上

ブランド事業～ブランド価値向上への取り組み

「4℃」ブランドが創造する提供価値

「4℃」を中心に展開するブランド事業では、主にジュエリーの生産・企画・販売を通じて、身に着ける女性の心を満たすジュエリーを世に送り出してきました。1972年の「4℃」ブランド誕生から50年以上もの間、多くの方に愛され、いくつもの喜びの瞬間に寄り添い、お客様の人生とともに輝き続けてきました。ブランドビジネスにとって最も大切なものは信用であり、それは一朝一夕で築くことはできません。私たちは、品質へのこだわり、ホスピタリティあふれる接客サービスを一貫して継続することで、ブランドビジネスを拡大してきました。

品質面では、科学的手法を取り入れた業界最高水準の品質管理体制を構築しており、貴金属の分析やダイヤモンドの識別、専門の検査員による仕様面のハンドチェックを行っております。厳格な基準を満たした製品に刻印される「4℃」の文字には、本物のジュエリーである信頼と安心が込められています。

接客サービスでは、専門知識を備えたトレーナーが、ファッションアドバイザー一人ひとりのキャリアに応じて、基本から応用まで体系化されたカリキュラムのもとに教育を行っています。研修・臨店指導・OJTと多彩な教育バリエーションを持つことで、期待を超えるホスピタリティを提供できる人財を育成しています。



「4℃」ブランドの価値向上による「100年ブランド」の実現

「100年ブランド」を掲げる「4℃」は、第7次中期経営計画にて、これからの50年の提供価値づくりに取り組みます。

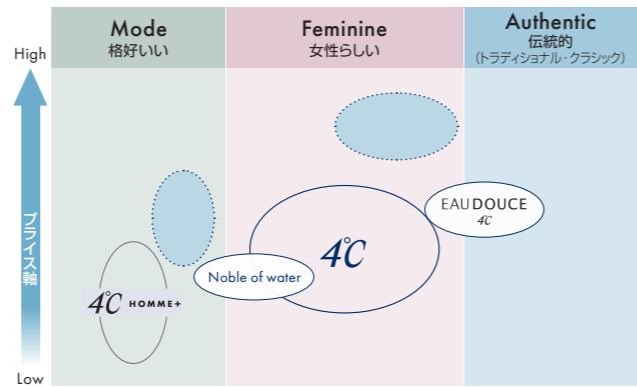
過去、ジュエリーにはラグジュアリーとコスチュームといった、高級品もしくはイミテーションの市場しかありませんでした。そのようななか、「4℃」ブランドは、女性に普段から本物のジュエリーを身に着けてほしいという想いから、「ファッションジュエリー」という分野を切り開き、新たな価値を創造してまいりました。「4℃」のブランドコンセプトである「水」は雨や川、海、雪など非常に多面的な顔を持っています。今の時代を生きる女性の価値観も大きく広がりを見せています。女性の多様な

価値観に「4℃」ブランドをアジャストし、ファッション性を高めていくことで、身に着ける女性にとって、自分らしさを表現できる商品を提案していきます。

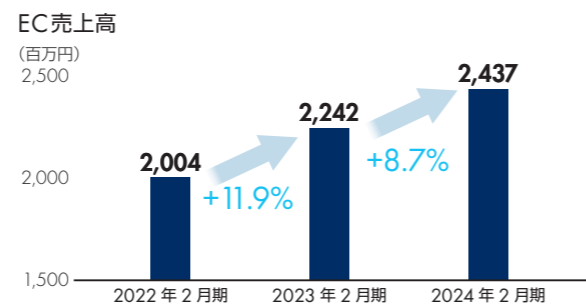
第7次中期経営計画の具体的な行動計画として、ファッションジュエリーの再構築、百貨店・ECチャネルの拡充、顧客化の深耕・OMO戦略の推進に取り組みます。初年度となる2024年度では、多面的な「4℃」を見せていくべくMD改革を実行してまいります。具体的には、テイスト別の商品開発やVMDの刷新、そして新たなターゲット層に向けたプロモーション活動を行います。

ブランドポートフォリオ

モード、フェミニン、オーセンティックの3つのテイスト別に商品を開発し、女性客の支持拡大を図る



また、「4℃」の主要チャネルである百貨店が高級品やインバウンド需要が牽引し、好調に推移するなか、当社も高価格帯への対応を強化します。着実に成長を続けるECチャネルに対しても、お客様の体験価値向上のために進化を続け、更なる成長を図ります。顧客化については、お客様属性を細分化することで、提案力の向上を図るとともに、ロイヤルカスタマーの方との特別な接点を創造することで、エンゲージメントを構築してまいります。



アパレル事業～マーケットの更なる拡大

パレットの出店による売上高の拡大

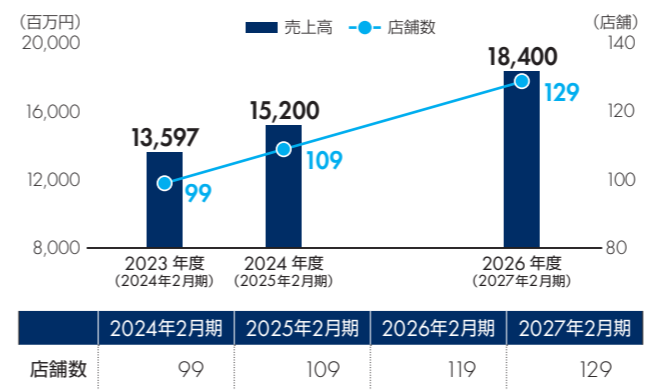
デイリーファッション「パレット」は、暮らしを、ファッションを楽しみたいというお客様のために、いつも楽しい商品とサービスを提供し続ける、地域に愛されるお店作りを目指しています。家族みんなのファッション衣料から、肌着、靴下、服飾、寝具にいたるまで、リーズナブルなプライスで提供し、地域の日常生活を応援します。幅広い年代層のさまざまな暮らしの場面に、また、季節の折々に必要なトレンドアイテムを揃え、ご近所で手軽に購入いただける店づくりを追求しています。



総合衣料品「パレット」は西日本を中心にドミナント戦略を推進し、2023年度には100店舗を達成しました。現在は、関西のドミナント出店を継続するとともに、関東マーケットへの進出も手掛けており、第7次中期経営計画期間では毎期10店舗、それ以降は毎期15店舗の新規出店を実現することで、売上高の拡大を図ります。関東マーケットへの進出を成功させるために、関東拠点に店舗開発・店舗運営の人員を配置し、ドミナント展開に向けて組織強化を進めます。

商品面では、特に婦人関連商品群について、品揃えの改善と売場提案力の強化を進めます。企画商品については、他社との差別化を図る重要な商品として、価格や品質に対する信頼性の向上に努めます。また、直接物流・直接貿易の運用を拡大し、引き続き原価率低減と価格競争力強化を図ります。

「パレット」売上高と店舗数の計画



海外生産背景と企画力を活かしたOEM・ODM

OEM・ODMでは、企画機能と生産機能を併せ持つアパレルおよびバッグメーカーとして、幅広いお客様からご支持いただいています。

海外生産拠点では、バングラデシュをはじめ中国、東南アジアに多くの生産拠点をもち、得意先の要望に基づき最適な生産拠点を活用することができます。特にバングラデシュでは、大手量販店や専門店チェーンに向けてニット・布帛の生産を行っており、事務所のある首都ダッカのみならず、港町のチッタゴンにも協力工場を開拓しています。昨今、円安が急激に進行しましたが、それによりバングラデシュの生産機能の優位性が改めて強みとして認識され、生産拠点としての重要性を更に高めることにつながりました。



また、自社デザイナーによる提案力も強みの一つです。素材の選定、デザイン画・仕様書の作成から、お取引先様への提案にもデザイナーが関わることで、お客様のご要望やトレンドを速やかに企画に反映させることができます。

そして、お客様へ安心・安全な商品をお届けし、品質に対する信頼性を確保するため、品質管理室を設けています。自社独自の品質基準を定め、品質管理に取り組むことで、商品トラブルの発生を未然に防いでいます。



環境負荷の軽減

気候変動への対応

基本方針

サステナビリティに関する課題について、当社グループは経営基盤を支える重要課題と捉え、2021年度に「サステナビリティ基本方針」を制定しました。

「サステナビリティ基本方針」では「環境」「調達」「人権」「人財」の4つの方針を掲げ、事業を通じた持続可能な社会の実現に向けた取り組みを進めています。そのなかで、環境負荷の軽減に対する取り組みをマテリアリティの一つとして認識し、「環境方針」のもと、GHG（温室効果ガス）削減をはじめとする気候変動への対応に積極的に取り組んでいます。

具体的な取り組み

排出量削減

2050年度までにGHG（温室効果ガス）サプライチェーン排出量（Scope 1、2、3）のネットゼロ実現へ向け、具体的な取り組みを進めています。2022年度には本社ビルおよび（株）エフ・ディ・シー・プロダクツの品質管理センター、工房で使用する電力を再生エネルギーへ切り替えを行いました。

当社グループは2030年度までに再生エネルギー導入比率50%を目指しており、今後も店舗およびグループ会社施設等の再生エネルギーへの切り替えを推進していきます。その他、店舗におけるLED照明の使用や省エネ、ペーパーレス化の促進にも積極的に取り組んでいます。また、より実態に即した排出量の算出に近づけ、サプライチェーン全体での排出量を削減するため、お取引先様との連携にも取り組んでいます。

これからも、お取引先様との協働により、脱炭素社会の実現を目指していきます。



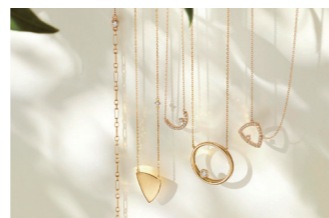
CDPの質問書への回答も実施し、2023年は気候変動の分野でスコア「B-」の評価となりました。



サステナブルブランド「cofl by 4°C」

（株）エフ・ディ・シー・プロダクツでは、「地球とジュエリーの美しい関係」をコンセプトにしたサステナブルブランド「cofl by 4°C」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地球環境に配慮した素材を使用、手にしたときの美しさや感動はそのままに、環境負荷を抑えた、これからの時代の新たなジュエリーのかたちを提案しています。また、売上の1%を森林保全団体「more trees」への寄付*に活用することで、まずは私達にとって身近な美しい日本の森林を守る取り組みを進めています。

* 1,000円で「more treesの森」の1本の植林活動に相当。



一般社団法人「more trees（モア・トゥリーズ）」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。



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、金融安定理事会（FSB）設立の「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」提言に賛同しました。気候変動が当社の事業に与える可能性のあるリスクと機会を把握し、これらに適切に対応することを目的に、「ガバナンス」「リスク管理」「戦略」「指標と目標」の4つの開示項目に沿った情報開示に取り組んでいます。また、2022年から

気候変動～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。

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
	市場リスク	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
評判リスク	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	
	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変更
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お取引先との協働

※ 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	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	目標	
温室効果ガス排出量	Scope 1、2、3	73,479.0 tCO ₂	82,715.5 tCO ₂	86,481.1 tCO ₂	2051年2月期までにネットゼロ
	Scope 1、2	2,279.4 tCO ₂	2,181.5 tCO ₂ 2022年2月期比▲4.3%	1,880.1 tCO ₂ 2023年2月期比▲13.8%	2031年2月期 2022年2月期比▲50%
再生エネルギー導入比率	-*	9.4%	9.4%	2031年2月期 50.0%	

※2022年2月期は再生エネルギー導入比率の集計を実施していません。

人的資本経営の実践

人財育成

基本方針

当社グループは「サステナビリティ基本方針」において、人間尊重を基本理念に掲げ、「人財」こそが当社グループ最大の財産であるとの認識のもと、多様な人財の育成に積極的に取り組むことで、企業価値を高めるとともに、持続可能な社会の実現を目指しています。

また、教育プログラムや研修、OJTを通じて従業員の能力開発とキャリア形成を促す機会や環境を提供しています。

また、性別、障がいの有無、採用形態、働き方等、さまざまな違いに関わらず、個人が能力を最大限発揮し活躍できるような環境整備に努め、ダイバーシティを推進していきます。

「人的資本経営」という言葉がまだ世の中に浸透する以前から、こうした考えに基づき取り組んできた「人財育成」は、当社グループにとって、もっとも大切な価値観の一つです。

具体的な取り組み

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』を体系化しています。

「経営人財養成」「企業文化醸成」「事業価値向上」の3つの目標をベースに、階層別に教育プログラムを展開しています。

4℃ホールディングスグループ教育体系図

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		若手経営者懇談会		
部長		アドバンス・スクール		
課長		女性活躍支援プログラム		
MG/C			まっとうな経営塾	考課者訓練 コーチング
6~10年目			コンプライアンス	ビジネススクール
2~5年目			風土改革	
新入社員				マーケティング ファシリテーション

■ 主に(株)4℃ホールディングス
■ 主に事業会社

経営人財養成

次世代リーダーの育成を目的として、グループの課長以上を対象に、参加メンバーが経営者視点で自社の課題や将来ビジョンを発表する「若手経営者懇談会」、3年間の経営者養成スクール「アドバンス・スクール」、そして「女性活躍支援プログラム」の3つの教育プログラムを実施しています。

当社は2030年度 女性管理職比率40.0%を目標に掲げています。この目標の達成に向け、「女性活躍支援プログラム」では、女性の社外取締役が講師となった勉強会の実施や、各種社外セミナーへの参加、担当役員との1on1ミーティングにより、視座を高め、管理職としてのステップアップを図る取り組みを行っています。

これら3つの教育プログラムを通じて、グループを横断した人間関係を構築することも、大きな目的の一つです。

企業文化醸成

経営や組織運営、人財育成において重要な価値観・理念の伝承を目的にした取り組みを推進しています。

創業者が遺した「まっとうな経営をせよ」という言葉から名付けられた「まっとうな経営塾」では、当社グループの歴史や、創業以来大切に受け継がれてきた価値観、経営の原理原則を学ぶと同時に、人財育成における課題のディスカッションを行っています。その他、「コンプライアンス研修」や「風土改革」の取り組みにより、信頼関係の構築や一体感の醸成を図っています。

well-being

well-being (健康経営、ワークライフバランス)

人的資本経営を実践していくために、従業員一人ひとりの健康は必要不可欠であると考えています。

当社グループで働くすべての従業員が、肉体的な健康だけでなく、「身体・精神・社会的に満たされた状態」でいきいきと働ける環境を目指し、仕事を通じた自己実現と成長の支援、働きや

事業価値向上

事業価値を高める能力開発と専門スキルの向上を目的とした教育・研修を行っています。

なかでも、2022年度より実施している「4℃ホールディングスビジネススクール」では、入社5年目までの若手社員を対象に、係数やIT、ビジネススタンスやマーケティングなど、会社や職種を問わず、ビジネスパーソンとして身に付ける必要のある基礎知識を体系的に学ぶことにより、スキルの育成を図っています。標準5年間で想定した長期間型のカリキュラムですが、取り組み意欲や個人の習熟スピードによってペースを変えることができ、2年間ですべて習得した卒業生もいます。



経営理念の実践

人権尊重

基本方針

人権尊重は、経営理念を実践するうえで、当社グループの根幹となるマテリアリティです。
当社グループの「人権方針」では、当社グループの企業活動に関わるすべての人の人権を尊重することを宣言し、以下の項目を大切にしています。

- あらゆる差別・ハラスメントの撤廃
- 強制労働、児童労働および人身取引の排除
- 人権侵害の加担回避
- 職場環境への配慮
- 従業員の基本的権利の尊重

具体的な取り組み

ハラスメント防止

当社は、個人の基本的な人権と個性や多様性を尊重するとともに、人種、民族、国籍、性別、年齢、宗教、言語、障がいの有無、性的指向、性自認等に基づくあらゆる差別およびハラスメントを行いません。

ハラスメントの防止に向けて、全従業員を対象に、加害者にも被害者にもならないためのリテラシー向上と具体的な対応を学ぶハラスメント研修を、毎年実施しています。

また、当社グループの企業活動の中で発生した事案について、従業員だけでなく、お取引先様からも相談いただける窓口を社内・社外にそれぞれ設置し、すべての人が安心して働ける環境づくりを行っています。

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、企業活動全体において関わるすべての人々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。

人権に関するコミットメント((株)4℃ホールディングス「人権方針」・(株)エフ・ディ・シー・プロダクツ「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、アセスメントの実施と、リスク防止・軽減のためのアクション、情報公開によるステークホルダーとのコミュニケーションに取り組んでいます。こうした一連のプロセスを循環させることで、サプライチェーン全体を通じた人権尊重と持続的な企業活動を実現していきます。

今後はアセスメントの範囲の拡大と精度の向上に取り組むとともに、4℃ホールディングスグループ全社での取り組みを目指します。

プロセス

コミット	<ul style="list-style-type: none"> ・(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	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・窓口設置(社内・社外) ・情報公開(年1回)

人権リスク

ステークホルダー	想定されるリスク
従業員	<ul style="list-style-type: none"> ・あらゆる差別、ハラスメント ・強制労働、児童労働、長時間労働 ・労働安全衛生の不徹底 ・賃金問題 ・結社の自由や団体交渉権の制限 ・個人情報漏洩、プライバシー侵害
お取引先様	<ul style="list-style-type: none"> ・あらゆる差別、ハラスメント ・強制労働、児童労働、長時間労働 ・労働安全衛生の不徹底 ・賃金問題 ・個人情報漏洩、プライバシー侵害
お客様	<ul style="list-style-type: none"> ・商品設計上の事由による健康、安全への悪影響 ・虚偽説明による誤認 ・紛争鉱物等、資材調達等の透明性が担保されないことによる 紛争地域への間接的加担の可能性 ・不適切なパッケージング、ラベル表示 ・個人情報漏洩、プライバシー侵害 ・不適切な広告・宣伝による未成年者・高齢者・女性への悪影響
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> ・採掘、工場等建設・運営に伴う生態系や地域社会へのダメージ(環境汚染、水供給、排水・排ガス等による健康被害など含む)

コーポレートガバナンス

基本方針

当社グループは、意思決定の透明性・公正性を確保するとともに、保有する経営資源を十分有効に活用し、経営の活力を増大させることがコーポレートガバナンスの要諦であると考えており、以下に定める基本的な考え方に沿って、コーポレートガバナンスの充実に取り組んでいます。

- 1 株主の権利を尊重し、平等性を確保する。
- 2 株主を含むステークホルダーとの良好・円滑な関係を構築する。
- 3 会社情報を適切に開示し、透明性を確保する。
- 4 社外取締役を活用する仕組みを構築し、取締役会による業務執行の監督機能の実効性を高める。
- 5 中長期的な株主の利益と合致する投資方針を有する株主との間で建設的な対話を行う。

コーポレートガバナンス体制の概要

監査等委員会設置会社の選択(コンプライアンスの徹底)

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という観点から、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ため、監査等委員会設置会社を選択しています。

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。

投資家との対話

株主・投資家の皆様との建設的な対話は、当社グループの持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に必要なものであると認識し、対話の充実に努めています。

アナリスト・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た年2回の決算説明会を実施しています。また、機関投資家向けの個別インタビューにも担当取締役が対応しています。

個人株主・投資家の皆様に対しては、当社ウェブサイトを活用し、公平な情報開示に努めています。

こうした対話を通じて把握したご意見・ご要望等は経営陣へフィードバックし、経営の改善に役立てています。今後も投資家の皆様を中心としたステークホルダーとのコミュニケーションを深め、対話から得られた気付きを積極的に取り入れることで、経営の質を高めていきます。

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掛かる分析・評価を行い、当年度の取り組み項目を明確にした上で実効性の確保に取り組んでいます。

評価の項目

1	取締役会の運営面について (開催頻度や所要時間、資料構成、情報提供等)
2	取締役会の議題面について (議題選定や定例報告等)
3	取締役会の機能面について (多角的な検討や議論の充実度等)

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://yondoshi.co.jp/wordpress/wp-content/uploads/2024/06/20240607_CGCreport.pdf

役員一覧 (2024年5月30日現在)



1. 増田 英紀 所有する当社の株式数: 12,900株
代表取締役社長 取締役会への出席回数 (出席率): 18/18回 (100%)

2003年 5月 (株)アーヂュ入社 常務取締役
2015年 3月 同社取締役常務執行役員
2017年 3月 当社執行役員アーヂュ担当
(株)アーヂュ代表取締役社長
2021年 3月 当社常務執行役員社長室長
2021年 3月 (株)アーヂュ代表取締役会長 (現)
2021年 5月 当社代表取締役社長・COO
2021年 5月 (株)エフ・ディ・シー・フレンズ代表取締役会長
2022年 3月 当社代表取締役社長 (現)
2022年 3月 (株)エフ・ディ・シー・プロダクツ代表取締役会長

2. 岡藤 一郎 所有する当社の株式数: 24,000株
代表取締役専務 取締役会への出席回数 (出席率): 18/18回 (100%)

1987年 5月 当社入社
2008年 3月 (株)吉武 (現 株式会社アスコット) 代表取締役社長
2011年 5月 (株)三鈴代表取締役社長
2015年 3月 当社執行役員三鈴担当
2016年 3月 (株)アスティ代表取締役社長
2018年 3月 (株)エフ・ディ・シー・プロダクツ取締役 常務執行役員
2018年 5月 当社取締役執行役員エフ・ディ・シー・プロダクツ担当部長
2019年 3月 当社取締役常務執行役員エフ・ディ・シー・プロダクツ第一事業部担当
2019年 3月 (株)エフ・ディ・シー・フレンズ代表取締役会長
2020年 3月 当社取締役常務執行役員業務担当
2022年 3月 当社代表取締役専務専務執行役員業務担当
2022年 3月 (株)エフ・ディ・シー・プロダクツ専務取締役 専務執行役員 業務担当 兼務営業推進担当
2023年 3月 同社専務取締役専務執行役員
2024年 3月 (株)エフ・ディ・シー・プロダクツ代表取締役社長 (現)
2024年 3月 当社代表取締役専務 (現)

3. 西村 政彦 所有する当社の株式数: 19,400株
常務取締役 取締役会への出席回数 (出席率): 18/18回 (100%)
常務執行役員

1985年 4月 当社入社
2005年 3月 当社財務部長
2008年 5月 当社取締役
2015年 3月 当社取締役執行役員財務担当
2015年 3月 (株)エフ・ディ・シー・プロダクツ取締役執行役員
2022年 5月 当社常務取締役常務執行役員財務担当
2022年 5月 (株)エフ・ディ・シー・プロダクツ常務取締役 常務執行役員 財務担当
2024年 3月 当社常務取締役 常務執行役員 業務担当 (現)

5. 児玉 直樹 所有する当社の株式数: -
社外取締役 取締役会への出席回数 (出席率): 18/18回 (100%)

1978年 4月 日本IBM (株)入社
2002年 4月 JBCC (株) 専務取締役
2007年 8月 (株)ニトリ常務取締役
2012年 10月 (株)カインズ常務取締役
2017年 3月 M&Sコンサルティング代表 (現)
2021年 3月 (株)ソフトクリエイトホールディングス社外取締役
2022年 3月 当社社外取締役 (監査等委員)
2024年 5月 当社社外取締役 (現)

7. 北川 展子 所有する当社の株式数: -
社外取締役 (監査等委員) 取締役会への出席回数 (出席率): 18/18回 (100%)

1997年 4月 弁護士登録
1997年 4月 あすか総合法律事務所 (現 準あすか法律事務所) 弁護士
2003年 4月 金融庁監督局 (任期付職員)
2014年 10月 日本証券業協会法務参事
2015年 6月 (株)高知銀行社外取締役 (現)
2016年 4月 弁護士法人小松総合法律事務所 (現 弁護士法人琴平総合法律事務所) 弁護士
2020年 5月 当社社外取締役 (監査等委員) (現)
2021年 1月 北川展子法律事務所 弁護士
2021年 3月 島田みらい法律事務所 弁護士 (現)

4. 新井 宏 所有する当社の株式数: 1,700株
取締役執行役員 取締役会への出席回数 (出席率): -

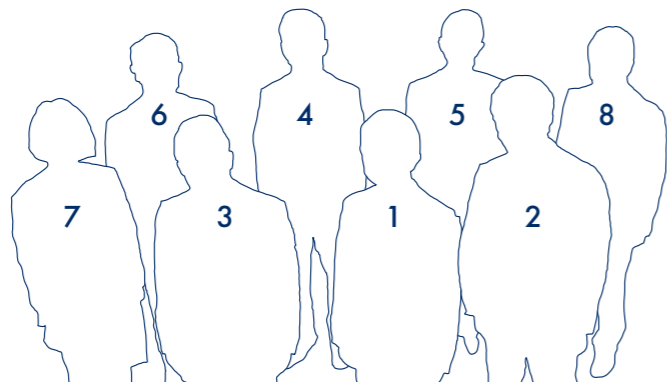
1993年 4月 当社入社
2008年 3月 (株)アスティアパレル部長
2015年 3月 同社執行役員第一事業部長
2018年 3月 同社執行役員生産企画二部長
2019年 3月 同社取締役執行役員生産企画二部長
2020年 3月 同社取締役執行役員アパレルメーカー事業部長
2020年 3月 (株)アスコット代表取締役社長
2023年 3月 (株)アスティ代表取締役社長 (現)
2023年 3月 当社執行役員アスティ担当 (現)

6. 嵩下 昌宏 所有する当社の株式数: 3,000株
取締役 (監査等委員) 取締役会への出席回数 (出席率): 18/18回 (100%)

1985年 4月 (株)三井銀行 (現 (株)三井住友銀行) 入行
2009年 4月 SMBCフレンド証券 (株) (現 SMBC日興証券 (株)) 法人業務企画室長
2012年 5月 同社東京法人部長
2018年 2月 当社入社
2018年 3月 当社執行役員経営企画室長
2019年 3月 当社執行役員業務担当
2021年 3月 当社執行役員監査室長
2021年 5月 当社取締役 (監査等委員) (現)
2021年 5月 (株)エフ・ディ・シー・プロダクツ監査役 (現)

8. 河添 博 所有する当社の株式数: -
社外取締役 (監査等委員) 取締役会への出席回数 (出席率): -

1978年 4月 東京国税局入局
2017年 7月 課税第一部次長
2018年 7月 麹町税務署長
2019年 8月 税理士登録 (現)
2022年 11月 (株)かんき出版社外監査役 (現)
2024年 5月 当社社外取締役 (監査等委員) (現)



■スキル・マトリックス

当社は、企業継続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	⑦ CSR/ESG
増田 英紀	代表取締役社長	○			○			○		
岡藤 一郎	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)					○	○			○
北川 展子	社外取締役 (監査等委員)					○		○		
河添 博	社外取締役 (監査等委員)					○	○			
皆川 弘樹	執行役員	○	○		○					
中野 久史	執行役員	○			○				○	
福原 和正	執行役員					○			○	○

データセクション

非財務情報

社会：人財

カテゴリー	項目	対象	単位	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	
人財	従業員数(正規雇用)	女性	正社員・契約社員	人	1,066	1,006	846
		男性			185	176	157
		合計			1,251	1,182	1,003
	従業員数(有期雇用)	女性	臨時雇用社員	人	763	1,001	1,122
		男性			30	35	43
		合計			793	1,036	1,164
	平均勤続年数	女性	正社員・契約社員	年	6.8	7.5	7.9
		男性			12.9	13.5	13.3
		合計			7.7	8.4	8.7
	平均年齢	女性	正社員・契約社員	歳	31.2	32.1	32.5
		男性			42.2	42.8	42.7
		合計			32.9	33.7	34.1
	従業員平均給与	女性	課長職以上	千円	3,094	3,179	3,345
		男性			5,254	5,255	5,531
		合計			3,402	3,593	3,771
	管理職者数	女性	課長職以上	人	34	28	24
		男性			55	53	50
		合計			89	81	74
新卒採用者数	女性	正社員	人	77	40	59	
	男性			7	8	4	
	合計			83	48	63	
新卒3年後定着率	女性	3年前の新卒社員	%	68.3	55.9	52.7	
中途採用者数	男性			7	7	9	
合計	23			90	82		
従業員の離職率			%	15.1	22.1	26.9	
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	20,718	27,398	17,907	
	1人当たり年間研修時間			16.6	23.6	17.9	
	教育研修費(外注費)			千円	58,151	40,920	41,225
	1人当たり年間教育費(外注費)				47	35	41
従業員エンゲージメント	従業員満足度	※ FDCプロダクツ・アスティ・アージュ 正社員	5点満点	会社満足度 3.1	3.3	3.3	
	仕事満足度 3.4			3.3	3.3		
	上司満足度 3.4			3.7	3.7		
	職場満足度 3.3			3.5	3.5		
	評価給与妥当性 2.7			2.8	2.7		
	研修充実度 3.3			3.6	3.6		
ダイバーシティ	女性従業員比率	正社員・契約社員	%	85.2	85.1	84.4	
	女性管理職比率			36.2	33.8	32.4	
	男女の賃金差異	正規雇用従業員	正社員・契約社員	%	58.9	60.0	60.5
		有期雇用従業員			(未算出)	74.0	65.0
	育児休業制度利用者数	合計	正社員・契約社員	人	(未算出)	48.9	45.7
		女性			79	84	62
		男性			0	2	0
	育児休業取得率	合計	正社員・契約社員	%	79	86	62
		女性			100.0	100.0	98.4
		男性			0.0	33.3	0.0
	ダイバーシティ	育児短時間勤務制度利用者数	正社員・契約社員	人	94.0	95.5	93.8
					合計	138	174
子の看護休暇取得者数					(未算出)	(未算出)	144
介護休暇取得者数		女性	正社員	%	(未算出)	(未算出)	5
		男性			(未算出)	(未算出)	149
		合計			0	0	1
介護休暇取得率	女性	正社員	%	0	0	1	
	男性			0	0	0	
	合計			0	0	1	
再雇用者比率	女性	正社員	%	25.0	33.3	40.0	
	男性			6	5	2	
	合計			4	3	5	
外国人従業員数	女性	正社員・契約社員	人	10	8	7	
	男性			7	10	7	
	合計			1	0	3	
契約社員から正社員への登用数	女性	正社員	人	8	10	10	
	男性			16	18	20	
	合計			18	12	12	
障害者雇用数	女性	正社員	%	34	30	32	
	男性			1.9	1.8	1.6	
	合計			79.2	75.4	89.6	
健康・安全	国内法定健康診断受診率	正社員・契約社員	%	94.0	93.9	94.7	
	ストレスチェック回答率			1,779.6	1,809.3	1,842.8	
	年間平均総実労働時間			3.2	4.7	4.7	
	月間平均残業時間			10.9	11.6	12.0	
	有給休暇平均取得日数			58.5	70.4	68.8	
	有給休暇平均取得率						

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	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期
Scope 1	Scope 1計	t-CO2	355.4	493.4	326.1
	ガソリン		29.2	27.0	22.7
	都市ガス		326.3	466.3	303.5
Scope 2	Scope 2計	t-CO2	1,924.0	1,688.1	1,554.0
	電気使用料*		1,924.0	1,688.1	1,554.0
Scope 3	Scope 3計	t-CO2	71,611.7	80,534.1	84,601.0
	カテゴリ1 購入した製品・サービス		55,828.1	63,831.0	68,512.1
	カテゴリ2 資本財		2,072.3	3,434.7	3,287.0
	カテゴリ3 Scope 1, 2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動		1,802.0	1,834.3	1,787.1
	カテゴリ4 輸送、配送(上流)		304.0	288.0	408.9
	カテゴリ5 事業から出る廃棄物		470	48.6	50.5
	カテゴリ6 出張		93.8	166.6	113.2
	カテゴリ7 雇用者の通勤		2,248.3	2,402.1	2,335.3
	カテゴリ8 リース資産(上流)		4,512.1	4,469.9	4,164.2
	カテゴリ9 輸送、配送(下流)		39.8	43.1	51.1
	カテゴリ10 販売した製品の加工		2,497.5	2,437.5	2,157.8
	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		1,661.6	1,294.6	1,474.9
	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		505.1	283.6	258.9
カテゴリ15 投資	0.0	0.0	0.0		
	総合計		73,891.2	82,715.5	86,481.1

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	2022年2月期	2023年2月期	2024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	5	5	5
			女性	0	0	0
			合計	5	5	5
		社外取締役	男性	3	3	3
			女性	1	1	1
			合計	4	4	4
	監査等委員数	総計	女性取締役比率	11.1	11.1	11.1
			社外取締役比率	44.4	44.4	44.4
			監査等委員である取締役(社内)	1	1	1
		監査等委員である取締役(社外)	男性	2	2	2
			女性	1	1	1
			合計	3	3	3
	取締役会	女性監査等委員比率	25.0	25.0	25.0	
			社外監査等委員比率	75.0	75.0	75.0
			開催回数	18	18	18
		出席率	99.4	98.8	98.8	
			任期	1	1	1
			開催回数	16	15	14
監査等委員会	出席率	97.9	98.3	100.0		
		任期	2	2	2	
		取締役(うち社外取締役)	59(2)	63(2)	75(3)	
	役員報酬	(基本報酬)	49(2)	47(2)	48(2)	
		(ストック・オプション)	2(0)	2(0)	2(0)	
		(賞与)	-(-)	-(-)	11(0)	
会計監査	監査等委員である取締役(うち社外取締役)	(基本報酬)	14(7)	18(11)	20(12)	
		(ストック・オプション)	12(7)	15(10)	17(11)	
		(賞与)	0(-)	0(-)	-(-)	
	株主権	1(0)	1(0)	1(0)		
		1(-)	1(-)	1(-)		
		監査費	42	34	36	
コンプライアンス	非監査費	0	0	0		
		総計	42	34	36	
		買収防衛策	有	有	有	
	コンプライアンス基本方針	有	有	有		
		コンプライアンス委員会	2	2	2	
		コンプライアンス研修	17	15	15	
サステナビリティ	コンプライアンス違反	0	4	3		
		内部通報・相談体制	5	11	14	
		法令違反	2	1	3	
	腐敗防止違反	0	0	0		
		政治献金	0	0	0	
		サステナビリティ	有	有	有	
サステナビリティ委員会	0	2	2			

財務情報

主要財務データ6カ年の推移

項目	2019年2月期	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期
損益状況						
売上高(百万円)	47,118	44,970	39,449	38,123	39,508	39,457
売上総利益(百万円)	27,155	25,780	21,294	19,672	19,727	19,530
販売費及び一般管理費(百万円)	22,171	21,804	18,527	17,884	17,748	17,433
営業利益(百万円)	4,984	3,975	2,767	1,788	1,979	2,096
経常利益(百万円)	6,804	4,312	3,195	2,293	2,342	2,515
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	2,440	2,475	1,622	1,490	1,149	1,300

財政状態						
総資産(百万円)	60,284	53,737	53,000	56,884	50,211	50,643
純資産(百万円)	43,587	39,588	39,543	42,917	38,214	38,596
有利子負債(百万円)	175	82.0	0.0	0.0	0.0	0.0

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)	1,664	2,433	6,633	1,871	3,103	2,666
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	5,407	72	△ 2,169	106	△ 2,371	△ 1,103
フリーキャッシュ・フロー(百万円)	7,071	2,506	4,463	1,977	732	1,563
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△ 9,344	△ 5,468	△ 2,515	△ 1,816	△ 1,834	△ 1,791
現金及び現金同等物の期末残高(百万円)	3,749	785	2,732	2,900	1,799	1,570

1株当たり情報						
1株当たり当期純利益(円)	96.03	112.18	75.00	69.56	53.61	60.65
1株当たり純資産(円)	1,883.30	1,822.10	1,844.69	2,001.22	1,780.71	1,798.49
1株当たり年間配当金(円)	75.00	80.00	81.00	83.00	83.00	83.00

財務指標						
売上高営業利益率(%)	10.6	8.8	7.0	4.7	5.0	5.3
ROA:総資産当期純利益率(%)	3.9	4.3	3.0	2.7	2.1	2.6
ROE:株主資本当期純利益率(%)	5.0	6.0	4.1	3.6	2.8	3.4
自己資本比率(%)	72.6	73.5	74.6	75.4	76.0	76.2
有利子負債比率(%)	0.3	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0

投資指標						
株価収益率(PER)(倍)	22.5	18.4	24.6	24.6	32.5	31.3
株価純資産倍率(PBR)(倍)	1.1	1.1	1.0	0.9	1.0	1.1
株主総利回り(比較指標:配当込みTOPIX)	—	98.8 (96.4)	92.6 (121.8)	90.4 (125.9)	95.5 (136.6)	106.8 (188.0)

(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:総資産当期純利益率=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(2024年2月29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	31,465名

大株主(2024年2月29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)	1,542	7.15
第一生命保険株式会社	1,078	5.00
株式会社広島銀行	1,069	4.96
4℃ホールディングスグループ共栄会	796	3.69
株式会社伊予銀行	739	3.43
尾山嗣雄	405	1.88
株式会社日本カステディ銀行(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
株式会社日本カステディ銀行(信託口)	351	1.63
株式会社三井住友銀行	350	1.62
住川志満子	340	1.58

注:上記のほか当社所有の自己株式2,749千株があります。

株価の動向

	2019年2月期	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期
高値(円)	2,891	2,744	2,153	1,999	1,871	2,038
安値(円)	1,970	2,031	1,609	1,567	1,531	1,721
終値(円)	2,165	2,059	1,844	1,713	1,741	1,901
時価総額(百万円)	63,501	50,097	44,866	41,679	42,360	46,253

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

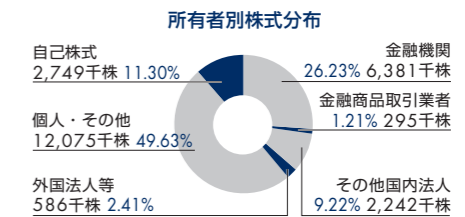
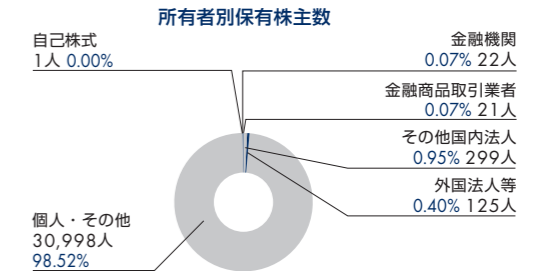
コーポレートガバナンス・ガイドラインについて
 コーポレートガバナンスに対する基本的な考え方や取り組みを体系化したものを「コーポレートガバナンス・ガイドライン」としてまとめ、コーポレートサイトへ掲載しております。当社グループは、健全で透明性の高い企業グループとして社会の信頼と責任に応えてまいります。

URL <https://yondoshi.co.jp/company/governance/>

会社概要(2024年2月29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	7社

株式分布状況(2024年2月29日現在)



4°C

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/>