



平成 27 年 12 月 18 日

各 位

会 社 名 株式会社フォーシーズホールディングス
代表者名 代表取締役社長 神代 亜紀
(コード番号 3726 東証二部)
問合せ先 経営企画室長 山戸 明仁
(TEL. 092-720-5460)

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、本日の取締役会において、別紙のとおり中期経営計画を策定いたしましたのでお知らせいたします。

当社は東京証券取引所マザーズ市場に上場しておりましたが、平成 27 年 2 月 1 日付で東京証券取引所市場第二部に上場市場を変更しております。

また、それに併せ、社名を『フォーシーズホールディングス』に変更しております。

このフォーシーズ（4 C s）は、「顧客（Customer）を創造（Creation）し、顧客を大切に（Cherish）にすることで社会貢献（Contribution）する」という意味を込めており、これら英単語の頭文字、4つのCを現わしております。この社名のもと当社グループは、当社グループに関わる全ての人に感動を提供し、多くの人を幸せにするということを会社の中心において事業を進めてまいります。

今後も皆様のご期待にお応えできるよう、更なる業容の拡大と企業価値の向上に努めてまいりますので、一層のご指導ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。

以 上

株式会社フォーシーズホールディングス

中期経営戦略

2015年12月18日

代表取締役社長 洲崎 智広



《経営理念》

『はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする』

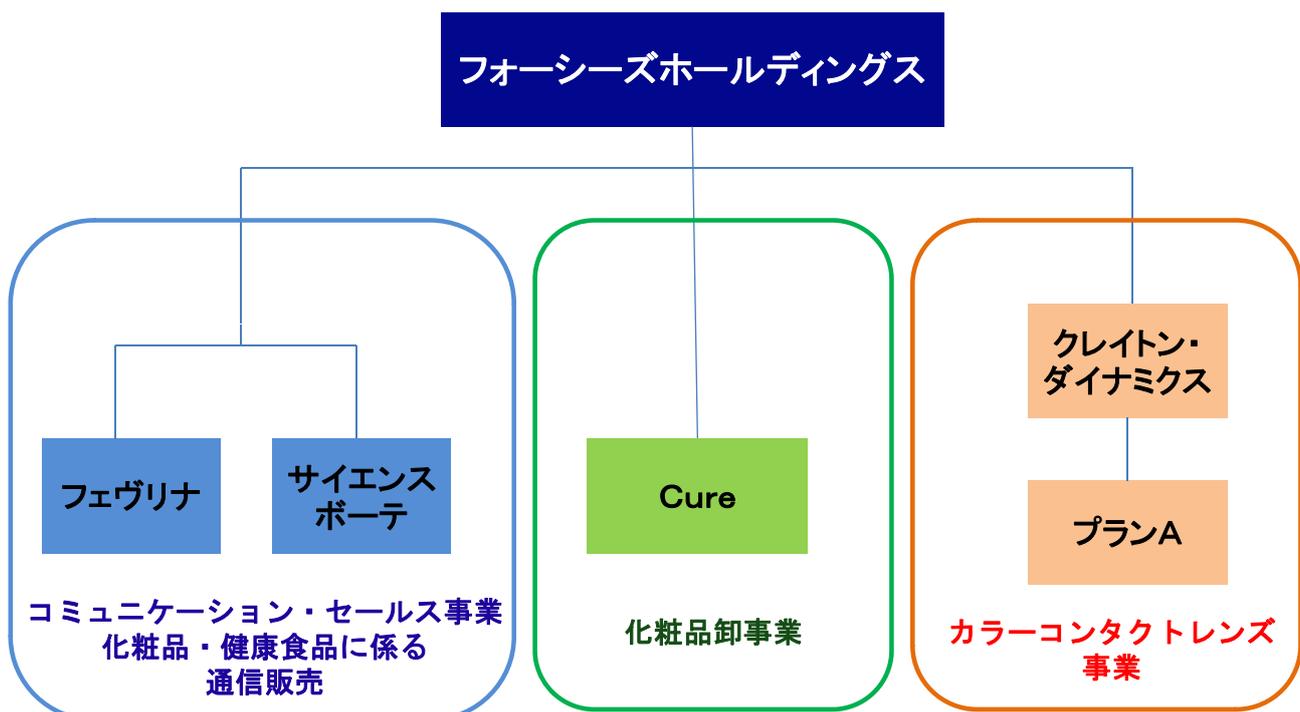
《市場変更》

東証マザーズ上場10年を迎え、東証二部に市場変更

《商号変更》

『フォーシーズホールディングス』へ変更

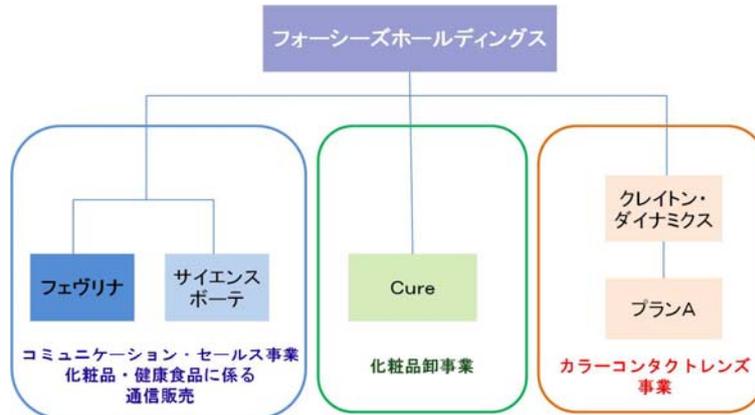
| | |
|------------|--|
| 【会社名】 | 株式会社 フォーシーズホールディングス |
| 【設立】 | 2003年12月5日 |
| 【事業内容】 | <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーション・セールス事業 ・化粧品卸事業 ・カラーコンタクトレンズ事業 |
| 【本店所在地】 | 福岡県福岡市中央区薬院1-1-1 |
| 【代表者】 | 代表取締役 洲崎 智広 |
| 【資本金】 | 8億8,278万円 |
| 【決算期】 | 9月30日 |
| 【株式上場】 | 東京証券取引所 市場第二部（証券コード:3726） |
| 【従業員数(連結)】 | 117名（2015年9月30日時点） |



グループ会社の概要

株式会社 フェヴリナ

- 【 会 社 名 】 株式会社 フェヴリナ
- 【 本店所在地 】 福岡県福岡市中央区薬院1-1-1
- 【 代 表 者 】 代表取締役 神代 亜紀
- 【 事 業 内 容 】 化粧品及び健康食品の通信販売業



カスタマーフレンドによる
お客様ひとりひとりに合った
カウンセリングの実施

お客様

フェヴリナ



お客様ひとりひとりの
専属カスタマーフレンド

商品のご提案

カウンセリングによる
お客様ひとりひとりに合った
商品や使い方をご提案

自社コールセンター

本社に併設されているため
お客様への迅速な対応が可能

ダイレクトメール

お客様からのお声を活かした
よりよいサービスの提供
定期的な情報発信

お肌のお悩み、お手入れ方法、トラブル対応など
様々なご相談を専属スタッフが責任もって対応します！

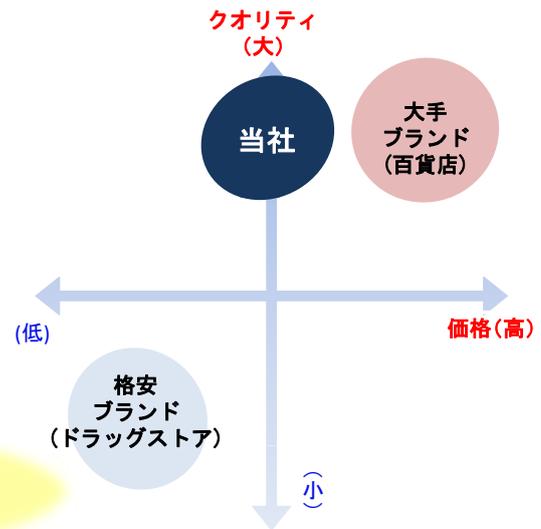
高品質の商品展開

～お客様の素肌をキレイにしてさしあげる～
「無添加」にこだわる安全で安心。
「ナノテクノロジー」を採用した高品質の商品
をご提供。

ナノ化され、お肌の
奥深くまで浸透する
「プラチナムリッチシリーズ」



大ヒット商品
「炭酸ジェルパック」



業績予想 (フェヴリナ単体)

(単位: 百万円)

| | 平成28年 9月期 | 平成29年 9月期 | 平成30年 9月期 |
|------|--------------|--------------|--------------|
| 売上高 | 870 | 1,300 | 1,800 |
| 営業利益 | 21 | 100 | 200 |

主なポイント

✓ 売上高・利益

3年後には売上18億円、営業利益2億円を達成!

✓ 攻めの経営へ

広告宣伝などを積極的に行い、新規顧客を獲得し、攻めの経営を行う。

今後の施策

より多くの顧客を獲得するための施策

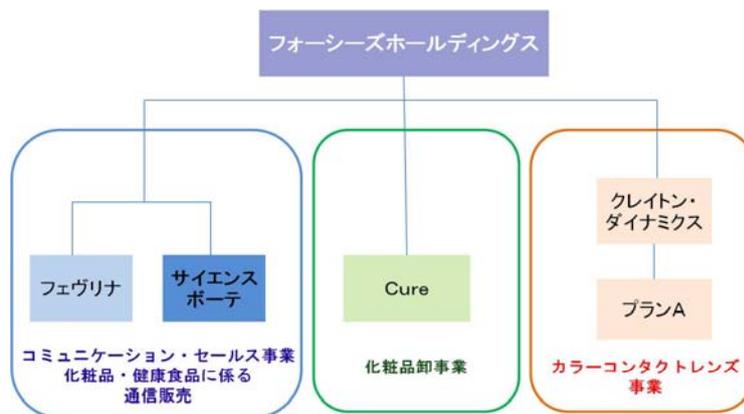
✓ **セカンドブランドの立ち上げ**
ターゲット層をより広くするため、従来のブランドに加え、価格帯やターゲットを変えたセカンドブランドを確立する。

✓ **販路の拡大**
店舗展開の検討や、WEB・スマホ対応を強化し販路を拡大。

✓ **新規顧客の獲得**
グループ会社のノウハウを最大限活用する。

サイエンスポーテ

- 【 会 社 名 】 株式会社 サイエンスポーテ
- 【 本 店 所 在 地 】 福岡県福岡市中央区大名2-8-18
- 【 代 表 者 】 代表取締役 大坂 浩幸
- 【 事 業 内 容 】 化粧品の通信販売業





FINE VISUAL

Medical & Scientific Skin Care

～肌荒れのコンプレックスから生まれた～

肌への優しさと確かな手ごたえを兼ね備えたスキンケアブランド。
医学博士や肌の専門家たちの協力を経た商品をお届けします。

ストーリー



2008年、大坂が創業後単身でハリウッドで営業を行う。映画撮影の際、メイクアップ前のベース作りに採用されたことをきっかけに、日本では2009年1月よりラジオCM商品の発売を開始いたしました。

想いとこだわり

サイエンスボーテの根本にある、
ゆるがない**想い**。
ゆずらない、ゆずれない**こだわり**。



1 肌がキレイになる＝生き方が変わる



2 母に、娘に、友だちに
自信を持って渡したいものづくり



3 No.1より一人ひとりに
気に入ってもらえる商品を！



4 コンプレックスを抱えた方の応援をしたい
ードクターズコスメにかける想いー



馬プラセンタが変えていく。
美容液を凌ぐ化粧水



美容液化粧水

バイタルコンディショニングローション

馬プラセンタが肌への代謝力を高め、
表皮の潤いをキープし、キメが整います。

肌の代謝をあげて保湿力と透明感のある肌へ導く
不可欠な商品です。主成分は、非常に高級かつ希
少な北海道サラブレッド馬プラセンタを高濃度に
配合し、豊富なアミノ酸、ミネラル、酵素、核酸、成
長因子などを一度にバランス良く肌と与えて栄養
を補い、着実に代謝をあげて改善していきます。

肌の代謝をアップさせる
先進のナノカプセル美容クリーム



美容クリーム

バイタルコンディショニングセラム

代謝力を深部からケアし、
年齢による衰えを徹底ブロック。

先端医療の浸透技術「正電荷多重層ナノカプ
セル」を採用し、肌が必要としている有用成
分「ラインファクター」や「フィトキン」をカプ
セル内に閉じ込め、肌が必要としている弱っ
ている組織や細胞へ有用成分を届け、じっく
り行き渡らせます。

馬プラセンタ100%の生美容原液
国産馬プラセンタの
最高峰



馬プラセンタ 100%原液SP1

パーフェクション エスピーワン

化粧水の浸透を促し、保湿力を高めます。
シミのケアにも有効に働きかけます。

全成分が北海道ノーザンファームの馬プラ
センタ100%の原液美容液です。
必須アミノ酸を含む約20種類のアミノ酸、
肌に有用な100種類超のビタミン、ミネラ
ル、酵素などを濃縮。肌細胞の生成に必要
な栄養成分がこれ1本で摂取できます。

業績予想(サイエンスポータ単体)

(単位: 百万円)

| | 平成28年 9月期 | 平成29年 9月期 | 平成30年 9月期 |
|------|--------------|--------------|--------------|
| 売上高 | 919 | 1,400 | 2,000 |
| 営業利益 | 58 | 100 | 160 |

主なポイント

✓利益の拡大

新規顧客の獲得は戦略的、かつ、順調に推移しています。
新規顧客に対し、早いタイミングで、まとめて販売することで収益
構造が改善・良化します。

✓WEB部門の強化

WEB部門の売上は全体の売上の数%です。
WEB部門を強化することで、増収増益をより確実なものにいたしま
す。

今後の施策

顧客の育成・創造と成長力の ある高収益構造を築くために

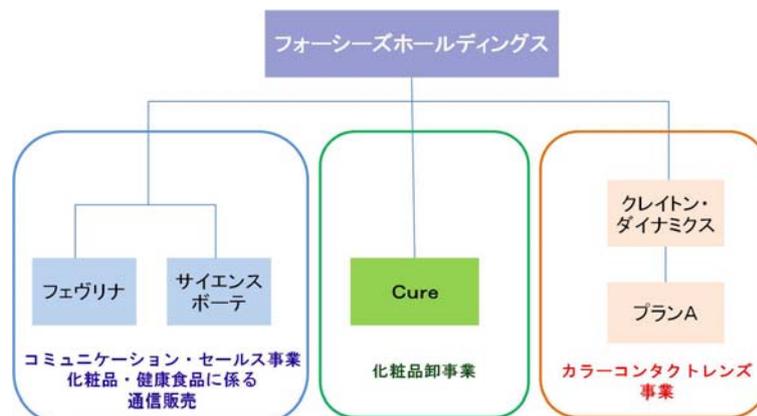
✓One to Oneマーケティングの実施
ここ数年の傾向として、好きな商品をも
自分に合ったタイミングと決済手法で買う
というお客様の購買傾向の変化が顕著
です。

個人の多様な購買傾向に対応するた
めに、コンタクト手段であるDM・WEB・TEL
がうまく連動したOne to Oneマーケティ
ングによる新たなCRMの構築が必要で
す。

今後、再購入のタイミング・選択商品・決
済方法・購入媒体などを細分化・分析を
進め、極めて広告ロスをなくし、広告の
最適化とハイレスポンスの実現を目指
します。

Cure

- 【会社名】 株式会社 Cure
- 【本店所在地】 東京都杉並区阿佐谷南3-37-13
- 【代表者】 代表取締役 梯 英雄
- 【事業内容】 化粧品の卸売販売業



ナチュラルアクアジェル Cure



一店舗で月間30本売り上げればヒット商品と呼ばれるなか、月間1,700本売上を記録。10年以上たった今でもお客様に愛され続けています。

Cure バスタイム



ヒマラヤ山脈に眠る3億年前の岩塩を使用。現地では古くから薬としても使われており、「奇跡の岩塩」と呼ばれています。

口コミだけでここまで売れました！！

一般的な卸売業



Cureは
小売店へ直接提案！！

定期的な企画提案

- ・ノベルティ企画や限定品の販売企画提案を増やす。
- ・新製品発売 (スキンケア製品など)

小売店の底上げ

- ・売上が伸び悩む店舗への直接提案。
- ・Cureバスタイムを未導入企業へのアプローチ。

インバウンド対策

- ・東京オリンピックに向け、海外のお客様も増えていく中、インバウンド需要も増加傾向にあり。

小売店舗との連携

全国の小売店舗と密に連携し、それぞれの店舗ごとにアドバイスを行う。



業績予想 (Cure単体)

(単位：百万円)

| | 平成28年 9月期 | 平成29年 9月期 | 平成30年 9月期 |
|------|--------------|--------------|--------------|
| 売上高 | 546 | 720 | 1,000 |
| 営業利益 | 71 | 85 | 100 |

主なポイント

✓ 売上の拡充

現在5,000店舗以上ある取扱店をさらに開拓することで売上を拡大する！

✓ WEB販売へ強化

市場で高い評価を受けるCureのブランド力を活かし、WEB販売の売上を拡大する。

今後の施策

新製品の販売

✓ **ナチュラルアクアジェルCure**
ミニボトル(お試しタイプ)の限定販売を行うことで、より広いターゲット層へのアプローチ等、多くのユーザーを取り込む施策を取り入れ売上を拡大する。

✓ Cure バスタイム

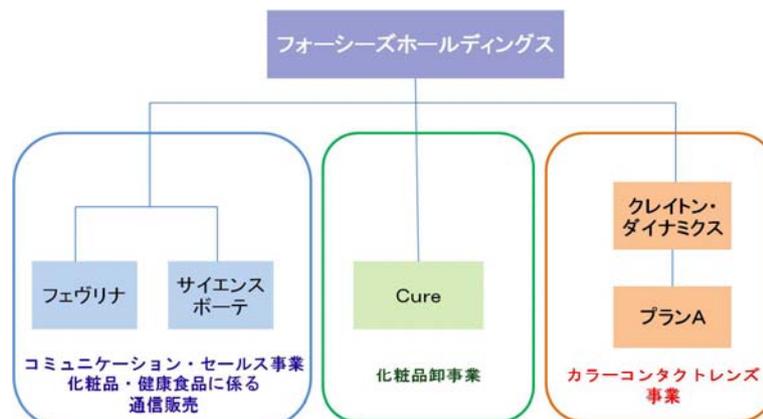
現在の分包タイプと異なるボトルタイプを販売する等、リピーターである消費者への拡販を目指す。

✓ 新アイテム

スキンケアの新製品を販売することにより、相乗効果を狙う。

クレイトン・ダイナミクス プランA

- 【 会 社 名 】 クレイトン・ダイナミクス株式会社
株式会社プランA
- 【 本 店 所 在 地 】 福岡県福岡市中央区天神2-8-41
- 【 代 表 者 】 代表取締役 梯 英雄
- 【 事 業 内 容 】 カラーコンタクトレンズの製造及び販売業

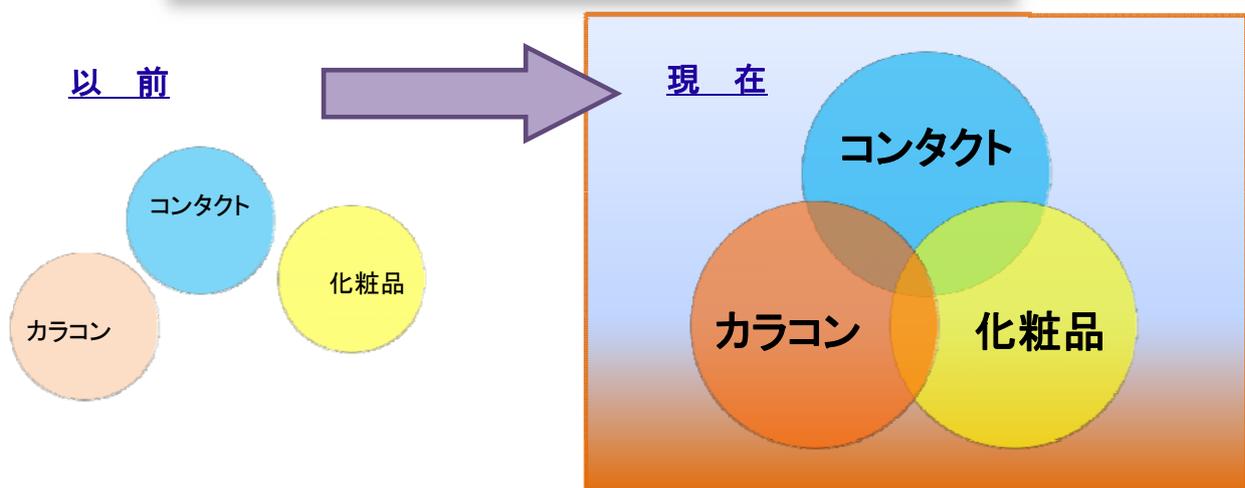


プロダクションイノベーションカンパニー



新しい価値を持ったプロダクトを創造すること(=プロダクトイノベーション)にこだわりと情熱を持っています。

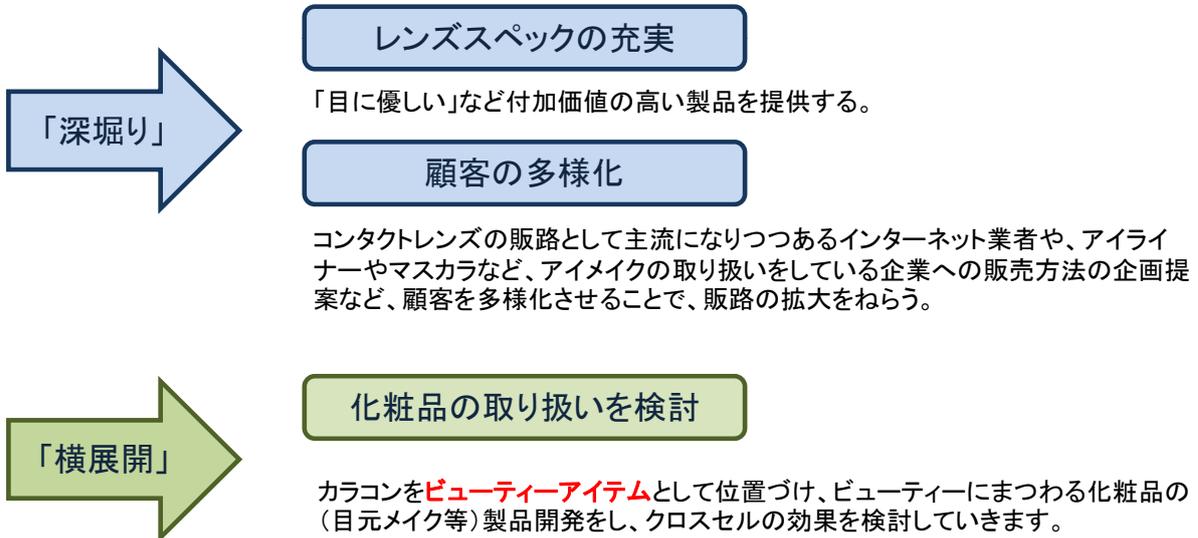
ビューティーカテゴリへのコミット



カラコンは「視力補正」の役割だけでなく、
『瞳を美しく見せる』アイテムとしての需要も増加！！

ビューティーカテゴリでの「深掘り」と「横展開」(マーケティング戦略)

我々は以下のような戦略をもって事業の成長を目指します。



業績予想(クレイトン・ダイナミクス)

(単位: 百万円)

| | 平成28年 9月期 | 平成29年 9月期 | 平成30年 9月期 |
|------|--------------|--------------|--------------|
| 売上高 | 1,861 | 2,300 | 3,000 |
| 営業利益 | 29 | 180 | 220 |

主なポイント

- ✓ **粗利率の向上**
3年後には粗利率10%アップを達成する。
- ✓ **付加価値商品の供給**
カラコンと親和性の高い美容商品の開発を手掛けることで、カラコンに付加価値を供給し、消費者の満足度を高め需要を増加させる。

今後の施策

利益率向上のために

- ✓ **自社承認レンズ**
既存商品を、自社承認の製品供給に切り替えることで、原価をおさえる。
- ✓ **販路を拡大**
主流となったインターネットを利用した販売を強化することで、利益率の高い売上をアップさせる。
- ✓ **自社商品の開発**
自社で商品を企画開発することで、取扱い商品のラインナップを拡大する。

中期事業計画

ビジョン

《3年後》

営業利益 6億円

時価総額 100億円

《5年後》

東証1部上場

今後の取組み

① シナジーを活かした営業戦略

- グループ会社間でノウハウを共有する。
- 早期にシナジーを発揮させるための体制を構築する。
- シナジーを活かした共同企画の実施。

② M&Aの積極活用

- 上場企業としての強みを活かし、スピード感をもった成長戦略の手法の一つとして、M&Aを活用する。

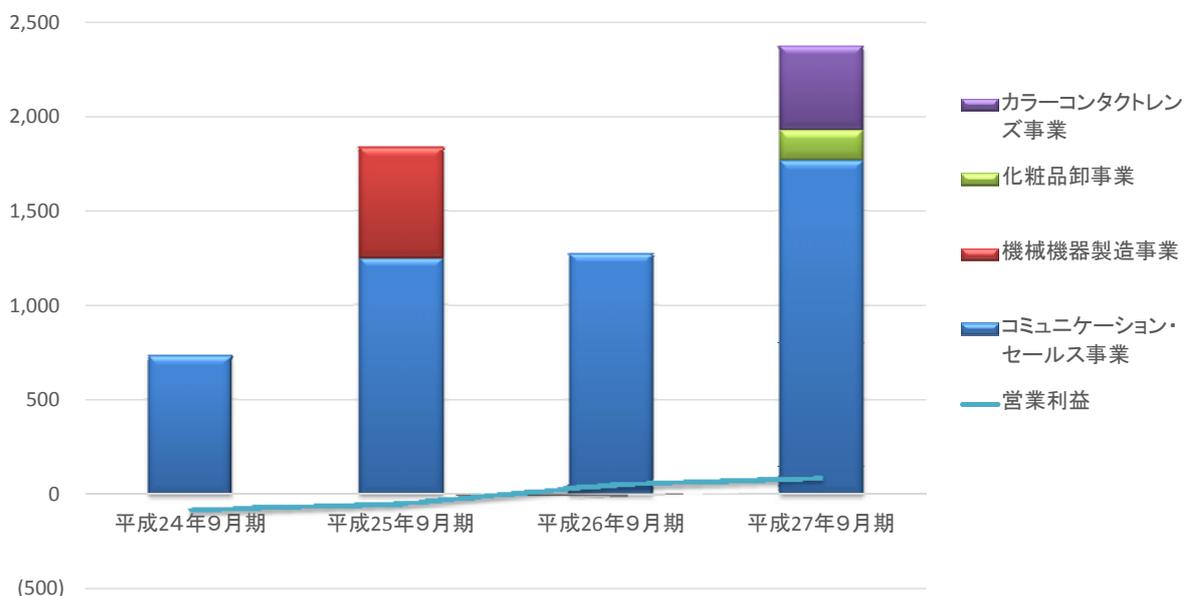
③ 上場会社としての機能強化

- 子会社の増加に対応できる管理部門の体制を強化し、IR活動等を積極的に行うなど企業価値の向上を図ります。

④ 早期の復配

- 今後の更なる成長に必要な内部留保を確保したうえで、3年後の復配を実現します。

業績は回復基調



平成27年9月期（連結）

（単位：百万円）

| | 前期実績 | 業績予想 | 実績 |
|------|-------|-------|--------------|
| 売上高 | 1,273 | 1,800 | 2,373 |
| 営業利益 | 51 | 10 | 87 |

主なポイント

✓ **クレイトン・ダイナミクスの子会社化**

株式交換により当社グループ入り。
カラーコンタクトレンズ事業を営む。

✓ **Cureの新設、事業開始**

Cureを新設し、事業譲受により本格稼働。
化粧品卸事業を営む。

※ 当期業績に含まれる期間は、7～9月の3ヶ月

セグメント別の業績

✓ **コミュニケーション・セールス事業**

売上高 1,761百万円
セグメント利益 14百万円

✓ **化粧品卸事業**

売上高 162百万円
セグメント利益 66百万円

✓ **カラーコンタクトレンズ事業**

売上高 449百万円
セグメント利益 19百万円

業績予想（連結）

（単位：百万円）

| | 平成28年 9月期 | 平成29年 9月期 | 平成30年 9月期 |
|------|--------------|--------------|--------------|
| 売上高 | 4,100 | 6,000 | 7,800 |
| 営業利益 | 125 | 380 | 600 |

主なポイント

✓ **売上高**

シナジー発揮できる体制を早急に確立し、
グループ会社の持つノウハウや販路を最大
限活用し、売上を最大化していく。

✓ **営業利益**

のれん等を償却した後の営業利益で6億円
を見込む。

施策ハイライト

✓ **グループシナジーの活用**

グループでの共同企画商品や
サービスの展開など、シナジーを
活かした営業戦略の展開。

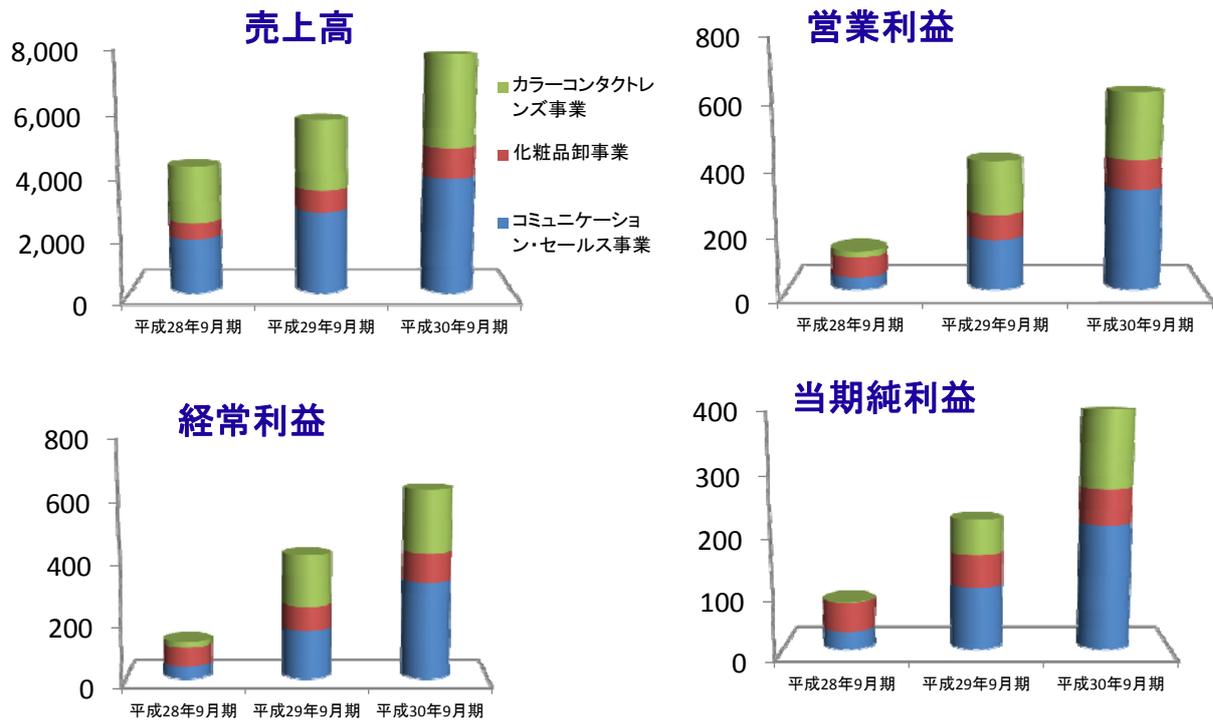
✓ **販売チャネルの検討**

グループ会社それぞれがもつ販
売チャネルをグループ間で活用
する。

✓ **WEB、スマホ対応の強化**

グループ全体において課題とし
て認識している、WEB・スマホ対
策を早急に行う。

連結数値目標 (単位: 百万円)



今後のIRに対する姿勢

- I IRを経営の重要課題の一つと考えます。
- II 上場会社としての説明責任を適切に果たしてまいります。
- III 業績に関りなく、常に公正でタイムリーな情報開示に努めます。
- IV すべての利害関係者に対し、公平な情報提供に努めてまいります。
- V 企業認知度の向上を図るとともに、高い信頼関係を築いてまいります。



フォーシーズホールディングス
4Cs Holdings

〒810-0022 福岡市中央区薬院一丁目1番1号 薬院ビジネスガーデン8階
TEL 092-720-5460 FAX 092-720-5421 URL <http://www.4cs-holdings.co.jp/>