

4°Cレポート2025



すべては、お客様の“笑顔”や“ときめき”のために

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、社員、取引先、株主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.....	4

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.....	6
リスクと機会、マテリアリティ.....	8

編集方針 「4℃レポート2025」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。2025年2月期(2024年3月1日～2025年2月28日)の活動を中心に、2025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。

経営戦略と資源配分

経営戦略～社会価値の創造	
・ブランド事業.....	10
・アパレル事業.....	12
財務戦略.....	13

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.....	21

データセクション

非財務情報.....	22
財務情報.....	24
企業情報・株主情報.....	25

数字で見る 4℃ホールディングスグループ



業績 (2025年2月期)

売上高	459.0億円	(前期比+16.3%)
営業利益	19.6億円	(前期比△6.5%)
当期純利益	13.7億円	(前期比+5.9%)



事業規模・従業員の状況 (2025年2月28日現在)

連結子会社数	8社
従業員数(連結)	1,076名
女性管理職比率	32.6%
政府目標の「女性管理職比率30%」を上回る	



株主情報 (2025年2月28日現在)

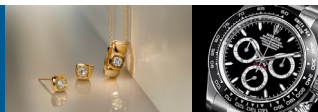
株主数	30,564名
1株当たり配当金	83円
将来の100円配当の実現を目指す	



人財育成 (2025年2月期)

年間教育研修総時間	24,721時間
年間教育研修費(外注費)	45.9百万円

ブランド事業



ジュエリーブランド数 (2025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

(2025年6月30日現在)

125店舗

ジュエリー会員数

(2025年6月30日現在)

※4℃メンバーズクラブ会員数

134万人

「GINZA RASIN」店舗数

(2025年6月30日現在)

4店舗

RASIN会員数

(2025年6月30日現在)

※GINZA RASINメンバーズ会員数

5万人

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
- ▶ 株式会社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



店舗数

(2025年6月30日現在)

「パレット」105店舗

会員数

(2025年6月30日現在)

※パレット会員数

54万人

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、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。

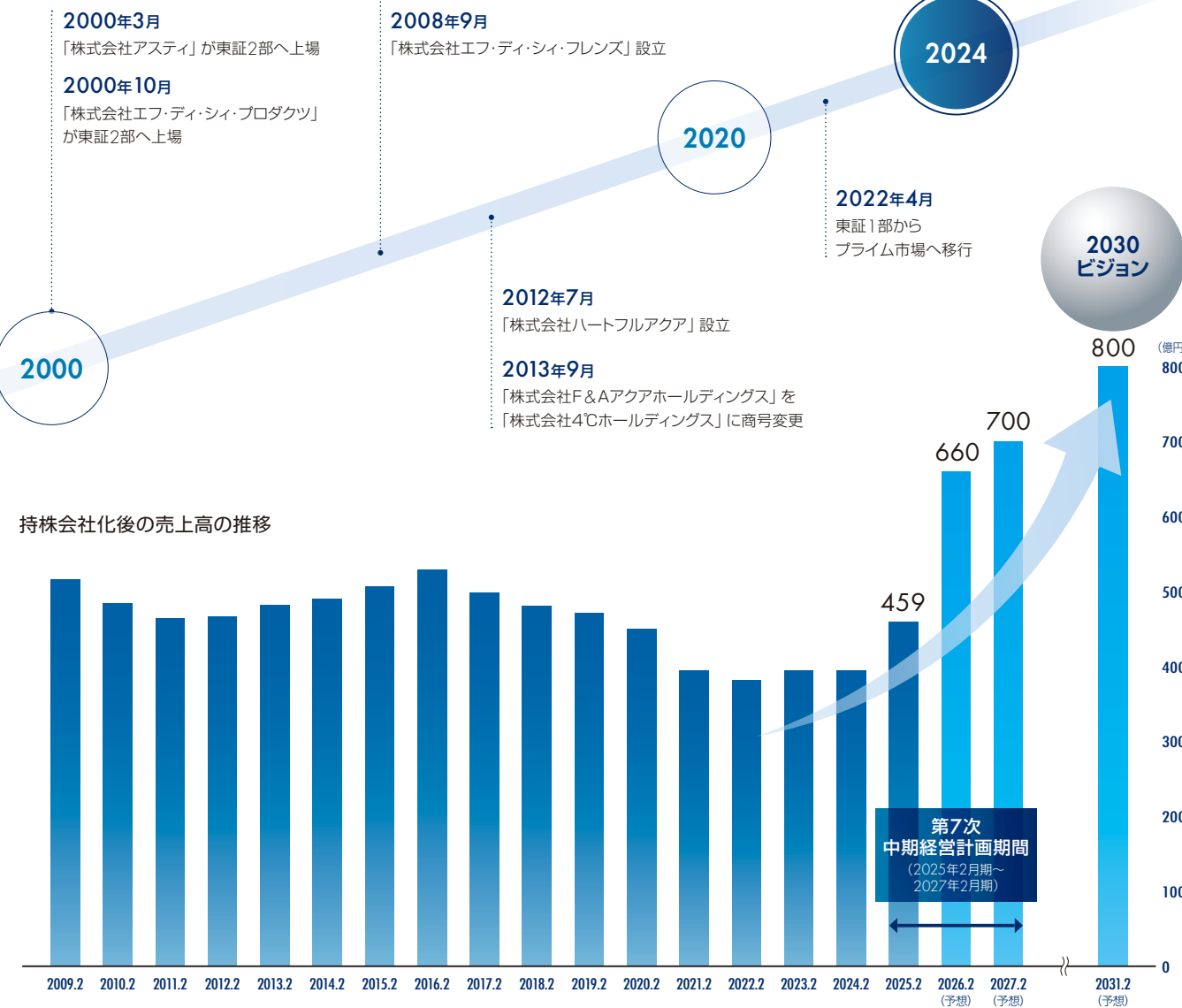
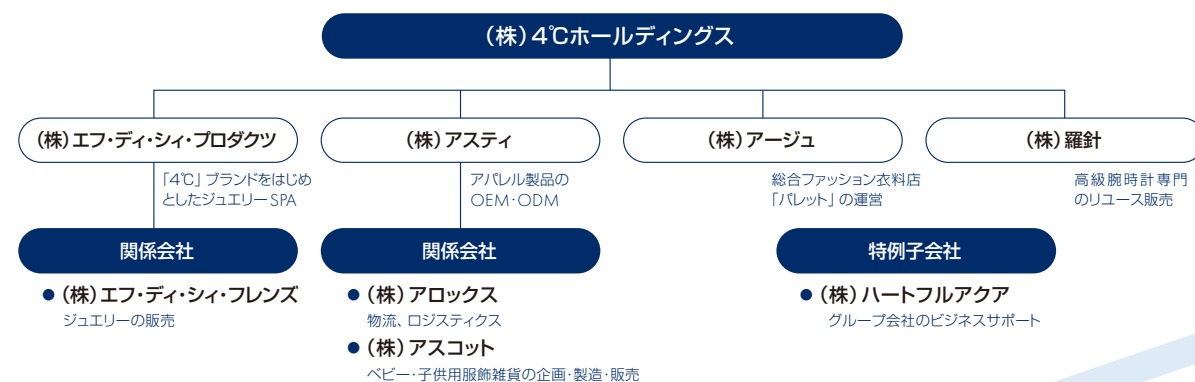
そして2006年、株式会社アスティと株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツの共同持株会社である「株式会社F&Aアクアホールディングス」を設立し、2013年に現在の「株式会社4℃ホールディングス」に商号変更しました。

現在、当社グループは、株式会社4℃ホールディングスおよび子会社8社で構成され、**核となる4つの事業会社**により、**ブランド事業とアパレル事業の2つのセグメント**を展開しています。

ブランド事業は、**株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツ**によるジュエリーの企画・製造・販売と、**株式会社羅針**による高級ブランド時計のリユース販売で構成されています。アパレル事業は、OEM・ODMを中心とした製造を担う**株式会社アスティ**と、総合衣料品店「パレット」をチェーン展開する**株式会社アージュ**が中核を担っています。

2024年12月には株式会社羅針を子会社化し、新たな事業領域への拡大を図るとともに、異なる顧客層と市場特性を持つ4つの事業ポートフォリオを構築しました。

4℃ホールディングス グループ組織図



2024年12月
株式会社羅針を子会社化

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

2008年9月
「株式会社エフ・ディ・シー・フレンズ」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

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

2022年4月
東証1部からプライム市場へ移行

トップメッセージ



代表取締役社長
増田 英紀

「まっとうな経営」を貫き、
多様な事業と人財の力で
持続的な成長を実現してまいります。

挑戦し続ける企業風土

4°Cホールディングスグループは1950年の創業以来、「人間尊重」と「社会貢献」を基本理念に掲げ、ジュエリー、アパレルなどのファッション関連事業を展開してまいりました。お客様の“笑顔”

や“ときめき”を原点とし、既成概念にとらわれない挑戦を重ねてきた企業文化は、今もなお当社の根幹を成しており、将来を見据えた成長戦略をけん引する原動力として受け継がれています。

羅針の子会社化と事業ポートフォリオの強化

2024年12月には、成長分野となるリユース事業を手がける株式会社羅針を子会社化し、「4°C」ブランドを展開するブランド事業に新たな価値を加えました。さらに、アパレル事業におけるOEM・ODMおよび「パレット」チェーンの展開を通じて、

当社グループは、異なる顧客層と市場特性を持つ4つの事業領域において、経済環境や消費行動の変化への柔軟な対応力を備えた強固な事業ポートフォリオを形成しています。

第7次中期経営計画と2030ビジョンのローリング

第7次中期経営計画初年度となる2025年2月期は、売上高は459億2百万円（前期比16.3%増）と、株式会社羅針の第4四半期連結効果も寄与し、大幅な増収を達成しました。一方で、営業利益は19億60百万円（前期比6.5%減）となりましたが、これは「4°C」ジュエリー事業の苦戦等が影響したものです。親会社株主に帰属する当期純利益は13億77百万円（前

期比5.9%増）と2期連続で増益を確保し、収益基盤の着実な拡充を示す結果となりました。

こうした中、2025年4月11日の決算発表にて公表させていただいた通り、第7次中期経営計画および2030ビジョンの数値計画を、一段高い目標値へとローリングいたしました。その背景には、2025年2月期に当社が過去最大となる約108億円

のM&Aを実行し、羅針を子会社化したことがあります。今後は、新事業の収益力を活かし、既存事業への成長投資・人財投資も加速させてまいります。これにより、当社グループの業績水準は大きく引き上がり、当初の2031年2月期を目標としていた主要な数値計画が、2027年2月期に前倒しで達成できる見通しとなりました。営業利益は、第7次中期経営計画期間の3カ年で、約167%の大幅な増加を見込んでおり、目標とする

経営指標であるのれん償却前ROEについても、2031年2月期に8%以上としていた従来目標を、2027年2月期に大幅な前倒しで達成する見込みです。これに伴い、2030ビジョンにおける2031年2月期の数値目標も見直し、売上高800億円、営業利益55億円、のれん償却前ROE10%以上を新たに設定いたしました。

人的資本経営の実践

「人財」こそが最大の資産であるとの認識のもと、当社グループでは2022年度に導入した教育制度体系を基盤に、階層別研修やOJTを通じて一人ひとりの成長とキャリア形成を支えています。また、性別や障がいの有無、雇用形態などにかかわらず、

誰もが能力を発揮できる環境を整備し、多様性を力に変える組織づくりを推進しています。これからも、「人」を中心に据えた経営を通じて、グループの未来を担う人財の育成に努めてまいります。

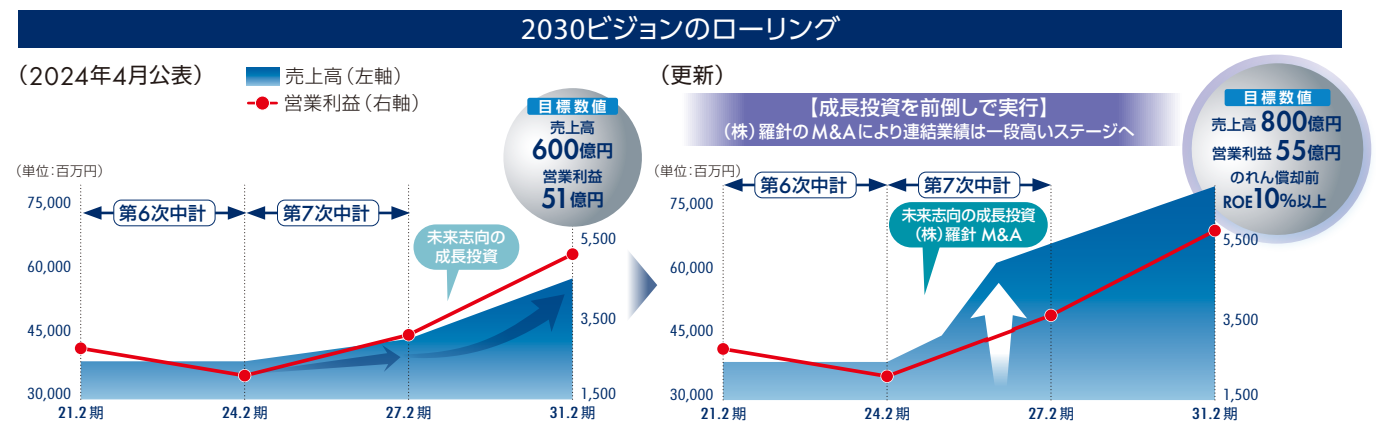
「まっとうな経営」で、未来を切り拓く

当社グループは、変化の激しい経営環境をリスクではなく成長の機会と捉え、社会課題に真正面から向き合いながら、代々受け継がれてきた「まっとうな経営」を貫くことこそが、企業としての信頼を築く原動力になると信じています。

今後も、すべてのステークホルダーの皆様からのご期待に

応えるべく、経営の質を高め、企業価値の持続的な向上に努めてまいります。

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 (2025年2月期～2027年2月期) 目標数値の更新			
【営業利益】第7次中期経営計画期間の3カ年で 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月期に 前倒し達成 見込み			
第7次中期経営計画 (2025年2月期～2027年2月期)			
	2025年2月期実績	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	70,000百万円
営業利益	1,960百万円	2,800百万円	3,500百万円
経常利益	2,351百万円	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%	8.0%以上

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、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おいて独自性と強みを発揮することで、社会的・経済的価値を創出してまいります。

インプット (2025年2月期)

財務資本

純資産 38,935百万円

人的資本

グループ従業員数 1,076人
他平均臨時雇用者数 1,252人

知的資本

登録商標数 (4℃ホールディングスグループ)
日本 150件
海外 58件

社会・関係資本

主要取引先 (陸会・パートナー会) 137社
店舗数 234店舗
物流拠点 3拠点

自然資本

電力使用量 3,761千kWh
CO₂排出量 86,792t-CO₂

マテリアリティ

社会的価値の創造

生活文化の向上

環境負荷の削減

気候変動への対応

人的資本経営の実践

人財の育成と確保

ウェルビーイング

人間尊重

コーポレートガバナンス

強み

ブランド事業

1. 100万人の顧客基盤
2. SPAのものづくり力
3. ECサイトのプラットフォーム
4. 接客力
5. 高精度な真質力と仕入れ力

アパレル事業

1. 海外生産基盤
2. 企画提案力
3. サプライチェーンマネジメント
4. 店舗開発力
5. 品揃え力
6. 運営管理能力

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℃」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

4℃

ホールディングスグループ事業領域

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

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

(株) 羅針

ブランド事業

高級ブランド時計のリユース販売

東京・銀座を拠点とし、ブランド時計の販売・買取を展開。リアル店舗・EC・海外販路による価値を提供する業界のリーディングカンパニー

(株) アージュ

アパレル事業

総合衣料チェーンの運営

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加速

アウトプット (2025年2月期)

売上構成比

ブランド事業 47%

アパレル事業 53%

売上高 45,902百万円

ブランド事業 21,676百万円 (前期比+27.5%)

アパレル事業 24,226百万円 (前期比+7.9%)

注：外部顧客に対する売上高を表示しています。

セグメント利益構成比

ブランド事業 60%

アパレル事業 40%

セグメント利益 2,530百万円

ブランド事業 1,509百万円 (前期比+5.8%)

アパレル事業 1,020百万円 (前期比△2.4%)

注：調整額を除いたセグメント利益です。

アウトカム (2025年2月末時点)

財務資本

積極的な株主還元
・TSR 107.2%
・DOE 4.6%

人的資本

男女賃金格差 68.2% ((株) 4℃ホールディングス)
女性管理職比率 32.6% (4℃ホールディングスグループ)
離職率 27.9% (4℃ホールディングスグループ)
男性育児休業取得率 50.0% (4℃ホールディングスグループ)

知的資本

登録商標数 (4℃ホールディングスグループ)
・日本 6件減少
・海外 2件減少

社会・関係資本

主要取引先 (陸会・パートナー会) 1社増加
店舗数 3店舗減少

自然資本

電力使用量 8.1%増加
CO₂排出量 0.4%増加

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

「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

事業戦略の推進

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

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

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

1 人財投資

持続的な企業価値の向上に向けた人的資本の強化

2 ブランド価値向上・マーケティング投資

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

3 出店投資

「パレット」成長投資、強固な事業ポートフォリオの構築

4 システム・DX投資

デジタル社会への移行、環境変化への対応

VISION

～目指す企業像～

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、お客様の一歩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

インテロダクション

価値創造

経営戦略と資源配分

サステナビリティ戦略

データセクション

6 株式会社4℃ホールディングス

4℃レポート 2025 7

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



リスクと機会		マテリアリティ		主な施策	KPI	現状（2025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		社会的価値の創造 生活文化の向上 ▶詳細は P.10ご参照		■ブランド価値向上 ■パレットマーケット拡大 ■生産管理力と企画提案力の強化	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 459.0億円 連結営業利益 19.6億円	
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		環境負荷の削減 気候変動への対応 ▶詳細は P.16ご参照		■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	CO₂排出量削減率 （Scope1,2 2022年度比） 2030年度▲50% 再生エネルギー比率 2030年度50%	CO₂排出量削減率 （Scope1,2 2022年度比） ▲17.5% 再生エネルギー比率 9.4%	
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		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 32.6% 離職率 27.9% 男性育休取得率 50.0%	
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		経営理念の実践 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 ■投資家との建設的な対話	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83.4% ストレスチェック回答率94.6% 実施済 実施済 開示済	

経営戦略～社会価値の創造

4℃ホールディングスグループは、「お客様の生活文化を向上させる企業であり続ける」ことを使命に掲げ、ブランド事業とアパレル事業を軸に、多様な価値提供に取り組んでいます。ジュエリーブランド「4℃」では、MD改革やOMO戦略の推進により、現代の女性が重視する価値観やライフスタイルに寄り添った商品・サービスを展開しています。また、高級ブランド時計を扱う

リユース事業においては、豊富な品揃えと高い接客品質に加え、確かな目利きと信頼性を強みに、新たな顧客層の開拓を進めています。さらにアパレル事業では、地域密着型店舗の拡充や海外生産基盤の強化を通じて、日常に潤いと利便性をもたらしめています。こうした取り組みを通じて、グループ全体として社会課題の解決と生活文化の創造を両立する企業を目指しています。

2026年2月期の事業別重点施策

事業別重点施策のサマリーは以下の通りです。



ブランド事業

株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツ

「4℃」MD改革の成果を示す重点管理指標の向上

2026年2月期も引き続き「女性売上高」「販売単価」「10大都市成長率（売上高成長率）」の3項目を重点管理指標として下図の通り目標設定しています。これらの達成に向け、店舗ごとの特性を踏まえた最適な品揃え・プロモーション展開を行い、各店の需要に応じた商品提案をきめ細かく推進してまいります。

成長基盤のベースとなる重点管理指標



マーケティングカレンダーによる計画と実行力の向上

「未来の顧客を育てる」観点から、顧客起点の体質づくりと計画的な販促運営の実現に向けて、マーケティングカレンダーを導入・運用しています。年間を通じたイベント企画を軸に、顧客属性別に価値観やニーズを明確化し、それに応じた商品・演出・販促を具体化。部門間の連携を強化し、実行力をもって取り組んでいきます。

マーケティングカレンダー



関西地区における旗艦店のオープン

銀座本店の旗艦店化によって得られた成功体験を活かし、2025年7月5日に、関西初となる旗艦店「4℃ SHOWCASE グランフロント大阪店」をグランドオープンいたしました。従来のようにショーケース越しにジュエリーを眺めるだけでなく、お客様が特別な体験を楽しめる店舗として生まれ変わりました。「自由に触れて、感じたままに選ぶ。誰かに決められた“似合う”より、自分の“好き”に出会ってほしい。」そんな想いを込めた、新しいコンセプトチャルショップです。



「4℃」SHOWCASE グランフロント大阪店

DX推進・OMO戦略の展開

2025年3月より稼働した新たな基幹システムと、OMO (Online Merges with Offline) 戦略を連携させ、デジタルとリ

アルを融合した顧客体験価値の向上に取り組んでいます。また、デジタルマーケティング部門を新設し、顧客の行動履歴や嗜好に基づいた提案力を高めるとともに、ECと店舗の往来をスムーズにする購買体験の設計を強化しています。

「4℃」ブランドプロモーションの展開



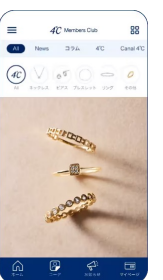
全国の主要エリアに展開した交通広告

銀座駅デジタルサイネージ

4℃アプリのリリース

2025年6月、全ブランド共通公式アプリ「4℃ Members Club」をリリースしました。本アプリは、CRM基盤としての機能を担い、顧客理解の深化とパーソナライズされた価値提供を目指します。

公式アプリ「4℃ Members Club」



株式会社羅針

首都圏におけるシェア拡大

2025年1月にオープンした「GINZA RASIN 新宿店」が通期で稼働することで、首都圏における潜在顧客の開拓を進め、市場シェアと売上の拡大を図ります。

GINZA RASIN 新宿店



財務基盤を活かした品揃えの拡充

羅針では、当社グループの盤石な財務基盤を活かし、在庫の拡充と商品ラインアップの強化に取り組んでいます。また、高い鑑定技術と接客マナーを備えた専門人財の育成を通じて、信頼性と競争力のさらなる向上を目指しています。

高級ブランド時計に特化



コラム

羅針の特徴

- 「GINZA RASIN」を国内4店舗展開
- 2025年2月期の業績は、売上高239億円、営業利益17億円と、大幅増収増益
- 豊富な品揃え…特にロレックスの品揃えは、業界屈指
- 販売力…確かな商品知識と丁寧な接客サービス
- 買取力…熟練の鑑定士による査定、競争力のある買取価格
- 商品管理能力…30名の商品管理スタッフによる検品、技術者によるメンテナンス



買取

販売

メンテナンス

経営戦略～社会価値の創造

アパレル事業



株式会社アスティ

アパレル・バッグ領域におけるOEM・ODM事業の展開

株式会社アスティは、ファッション衣料やバッグ分野において、OEM・ODM生産を主軸とし、企画から生産までを一貫して手がけることで顧客の幅広いニーズに対応しています。素材開発力を強みとして、協力工場と連携しながら機能性素材やサステナブル素材での商品化を実現しています。社内外の展示会を通じて既存顧客との取り組み強化や新規顧客の開拓にも力を入れています。



「ファッションワールド東京(春)」アスティ展示ブース



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

海外生産体制の強化と競争力の向上

海外生産においては、バングラデシュを中心に、中国やベトナム等の生産拠点を活用し、取引先の多様な要望に柔軟に対応できる体制を整えています。特にバングラデシュでは首都ダッカでの生産アイテムの拡大や素材開発力の強化に加え、国内最大の港湾都市チッタゴンでも協力工場の開拓を進め、生産能力の強化を図っています。同国での生産体制強化によってさらなる競争力の向上を目指します。



バングラデシュ協力工場



株式会社アージュ

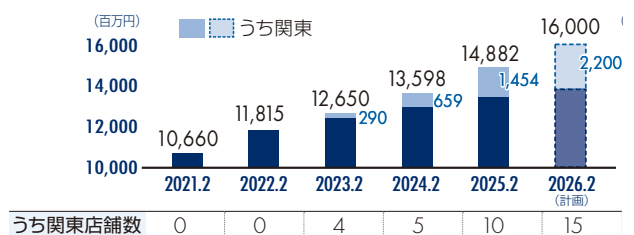
地域に根ざしたデ일리ファッション事業の展開

株式会社アージュは、婦人服・服飾雑貨・実用衣料品を中心とするリテール事業を、西日本を主な拠点として展開しています。主力ブランドであるデ일리ファッション「パレット」では、ファッションを日常的に楽しみたいお客様に向けて、衣料品から雑貨、生活用品までをリーズナブルな価格で提供し、地域密着型の店舗づくりを進めています。幅広い年代・ライフスタイルに対応した商品とサービスを通じ、日常の買い物を気軽に楽しめる売場環境の実現を目指しています。

出店拡大と地域特性に応じた店舗運営力の強化

2026年2月期においては、第7次中期経営計画に基づき、既存店の売上成長を図るとともに、毎期10店舗の新規出店を継続し、売上拡大を推進しています。関西エリアでのドミナント戦略をさらに深化させる一方、関東エリアへの展開も加速しており、出店エリアの拡充と並行して、地域ごとの特性に応じた店舗運営力の強化にも注力しています。

「パレット」売上高の推移



季節需要への対応と商品力の差別化

商品戦略としては、近年の高温傾向を踏まえ、夏季向け婦人関連商品の品揃えを強化。各店舗の販売実績や地域ごとの気候特性に基づく最適な商品構成により、既存店の売上成長につなげています。また、企画商品は他社との差別化を図るうえで重要な位置づけとし、価格・品質に対する信頼性の向上にも取り組んでいます。

ロジスティクス体制の見直しによる価格競争力の強化

直接物流・直接貿易の運用を拡大することで、原価率の低減と価格競争力の強化を図っており、競争環境の中でも持続的な成長に向けた基盤づくりを進めています。

財務戦略

重要な経営指標

当社では、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指標として、「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。2025年2月期は、のれん償却前営業利益が2,645百万円(前期比2.0%増)、のれん償却前ROEは5.3%となりました。今後も、これらの指標の継続的な向上を図ることで、資本効率を意識した経営を推進してまいります。

資金調達

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月期には、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、2025年2月末時点の有利子負債は149億円となりました。この結果、自己資本比率は76.2%から58.5%へと低下し

投資戦略

持続的な企業成長を支えるため、既存事業の強化と新たな成長領域の開拓にバランスよく投資しています。2025年2月期には、ブランド事業の強化を目的として、株式会社羅針を総額108億円で子会社化し、リユース市場への参入を果たしました。また、当期における設備投資は、総額7億67百万円(長期

株主還元方針

株主の皆さまへの安定的かつ継続的な利益還元を最重要課題の一つと位置づけております。2025年2月期の年間配当は、前期と同水準の1株当たり83円とし、配当性向は129.3%となりました。将来的には、年間配当100円の実現を視野に入れつつ、株主資本配当率(DOE)4%以上の維持・達成を目標に掲げ

ます。なお、2025年2月期から2027年2月期にかけての指標推移は、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(計画)	4,049百万円	7.4%
2027年2月期(計画)	—	8.0%以上

※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

ましたが、財務の健全性は維持されており、この財務レバレッジを基に、資本収益性と資本効率のさらなる改善につなげてまいります。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。

前払費用を含む)を実施しています。セグメント別では、ブランド事業が2億74百万円、アパレル事業が4億89百万円であり、いずれも主に店舗の新規出店や改装等に充当しました。なお、当期中において、重要な影響を及ぼす設備の除却や売却はありません。

ております。必要に応じて、自己株式の取得等も含めた機動的な株主還元策を検討してまいります。

引き続き、財務の健全性を確保しながら、成長戦略と株主還元の両立による企業価値向上を目指してまいります。



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、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います。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の実現を目指します。

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

■ 主に(株)4℃ホールディングス ■ 主に事業会社

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 アドバンスト・スクール 女性活躍支援プログラム	まっとうな経営塾	コンプライアンス	風土改革	DX研修	
部長						階層別研修	
課長						ビジネススクール	
マネージャー/チーフ		マーケティング ファッショントレンド					
6~10年目							
2~5年目							
新入社員							

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(2025年2月期)	目標
女性管理職比率	32.6%	2031年2月期 40.0%
離職率	27.9%	2031年2月期 15.0%
男性育休取得率	50.0%	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、多様性を認め合う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)

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、2025年2月期には男性育休取得率が50.0%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。

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。2024年で54回目となり、これまでの寄付総額は3億2千万円を超えました。この活動は、皆様にご愛顧いただき、今後も継続してまいります。



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）

2050年度までにGHG（温室効果ガス）のサプライチェーン排出量（Scope 1・2・3）のネットゼロを目指し、具体的な取り組みを進めています。2022年度には、本社ビルおよび株式会社エフ・ディ・シー・プロダクツの品質管理センター・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。2030年度までに再生エネルギー導入比率50%の達成を目標とし、今後店舗やグループ各拠点での導入を推進してまいります。加えて、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。

みんな電力

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、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、2023年は気候変動分野でスコア「B-」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、「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

moreTrees®

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。

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	
（気候変動による） 物理的リスク	評判リスク	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	
		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
	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
機会	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。

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。

気候関連リスク・機会の管理に用いる目標

項目		2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	目標
温室効果ガス排出量	Scope 1、2、3	82,715.5 tCO ₂	86,481.1 tCO ₂	86,792.8 tCO ₂	—
	Scope 1、2	2,181.5 tCO ₂ 2022年2月期比▲4.3%	1,880.1 tCO ₂ 2022年2月期比▲17.5%	2,124.8 tCO ₂ 2022年2月期比▲6.8%	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%	8.7%	2031年2月期 50.0%

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

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。



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。2024年度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2025年度は以下に取り組み、取締役会の実効性を高めていきます。

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。

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。

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。

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	左記のうち非金 銭報酬等	
取締役 (監査等委員を除く)(うち社外取締役)	64 (6)	50 (6)	1 (0)	－ (－)	12 (0)	13 (0)	7 (2)
取締役 (監査等委員)(うち社外取締役)	16 (8)	14 (7)	－ (－)	1 (0)	1 (－)	1 (－)	5 (4)
合計 (うち社外役員)	80 (14)	64 (13)	1 (0)	1 (0)	13 (0)	14 (0)	12 (6)

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	2,035

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し、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。

役員一覧 (2025年5月29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: 20,100株 取締役会への出席回数(出席率): 14/14回(100%)	2. 岡藤 一朗 代表取締役専務	所有する当社の株式数: 24,100株 取締役会への出席回数(出席率): 14/14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): 14/14回(100%)	4. 新井 宏 取締役執行役員	所有する当社の株式数: 2,500株 取締役会への出席回数(出席率): 14/14回(100%)
5. 児玉 直樹 社外取締役	所有する当社の株式数: 800株 取締役会への出席回数(出席率): 14/14回(100%)	6. 高下 昌宏 取締役(監査等委員)	所有する当社の株式数: 5,140株 取締役会への出席回数(出席率): 14/14回(100%)
7. 北川 展子 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): 14/14回(100%)	8. 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): 11/11回* ※ 河添博氏は、2024年5月30日開催の定時株主総会で新たに選任された以降の出席回数を記載しております。

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	⑦ CSR/ 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	○			○		○		○	○
高下 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）					○	○			
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					○		○	○	○

非財務情報

社会：人財

カテゴリー	項目			対象	単位	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期
人財	従業員数（正規雇用）	女性	正社員・契約社員	人	1,006	846	862	
		男性			176	157	214	
		合計			1,182	1,003	1,076	
	従業員数（臨時雇用）	女性	臨時雇用社員		1,001	1,122	1,198	
		男性			35	43	54	
		合計			1,036	1,164	1,252	
	平均勤続年数	女性	正社員・契約社員	年	7.5	7.9	7.6	
		男性			13.5	13.3	10.3	
		合計			8.4	8.7	8.1	
	平均年齢	女性		歳	32.1	32.5	32.8	
		男性			42.8	42.7	40.2	
		合計			33.7	34.1	34.2	
	従業員平均給与	女性		千円	3,179	3,345	3,483	
		男性			5,255	5,531	5,709	
		合計			3,593	3,771	3,996	
	管理職者数	女性	課長職以上	人	28	24	29	
		男性			53	50	62	
合計		81			74	91		
新卒採用者数	女性	正社員	40		59	104		
	男性		8		4	5		
	合計		48		63	109		
新卒3年後定着率		3年前の新卒社員	%	55.9	52.7	50.0		
人財育成	中途採用者数	女性	正社員・契約社員	人	83	73	60	
		男性			7	9	25	
		合計			90	82	85	
	従業員の離職率			%	22.1	26.9	27.9	
	年間教育研修総時間（内外含む）			時間	27,398	17,907	24,721	
従業員 エンゲージメント	1人当たり年間研修時間		※ FDC プロダクツ・アスティ・アージュ 正社員	5点満点	23.6	17.9	23.1	
	教育研修費（外注費）				40,920	41,225	45,964	
	1人当たり年間教育費（外注費）				35	41	43	
	会社満足度				3.3	3.3	3.3	
	仕事満足度				3.3	3.3	3.3	
	従業員満足度	上司満足度		3.7	3.7	3.7		
		職場満足度		3.5	3.5	3.5		
		評価給与と妥当性		2.8	2.7	2.9		
		研修充実度		3.6	3.6	3.6		
		女性従業員比率		正社員・契約社員	%	85.1	84.4	80.6
	女性管理職比率		課長職以上	33.8		32.4	32.6	
	男女の賃金差異	正規雇用従業員	正社員・契約社員	%	60.0	60.5	61.0	
		有期雇用従業員	有期雇用社員		74.0	65.0	68.9	
		合計	全社員		48.9	45.7	45.2	
	ダイバーシティ	育児休業制度利用者数	女性	正社員・契約社員	人	84	62	56
			男性			2	0	2
			合計			86	62	58
育児休業取得率		女性	%		100.0	98.4	100.0	
		男性			33.3	0.0	50.0	
		合計			95.5	93.8	96.7	
育児短時間勤務制度利用者数			正社員・契約社員	人	174	133	139	
子の看護休暇取得者数		女性			(未算出)	144	134	
		男性			(未算出)	5	5	
		合計			(未算出)	149	139	
介護休業制度利用者数		女性			0	1	9	
		男性			0	0	5	
介護休暇取得者数		合計	0	1	14			
			0	1	3			
		再雇用者比率		正社員	%	33.3	40.0	100.0
健康・安全		外国人従業員数	女性	正社員・契約社員	人	5	2	7
			男性			3	5	9
	合計		8			7	16	
	契約社員から正社員への登用数	女性		10		7	11	
		男性		0		3	2	
		合計		10		10	13	
	障害者雇用数	女性	全社員		18	20	21	
		男性			12	12	13	
		合計			30	32	34	
	障害者雇用率			%	1.8	1.6	1.9	
	国内法定健康診断受診率				75.4	89.6	83.4	
	ストレスチェック回答率				93.9	94.7	94.6	
	年間平均総実労働時間		正社員・契約社員	時間	1,809.3	1,842.8	1,833.3	
	月間平均残業時間				4.7	4.7	4.9	
	有給休暇平均取得日数				11.6	12.0	10.6	
	有給休暇平均取得率				70.4	68.8	67.3	

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	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期
Scope 1	Scope 1計		t-CO ₂	493.4	326.1	371.6
	ガソリン			27.0	22.7	24.9
	都市ガス			466.3	303.5	346.7
Scope 2	Scope 2計			1,688.1	1,554.0	1,753.2
	電気使用量*			1,688.1	1,554.0	1,753.2
Scope 3	Scope 3計			80,534.1	84,601.0	84,668.1
	カテゴリ1	購入した製品・サービス		63,831.0	68,512.1	69,683.0
	カテゴリ2	資本財		3,434.7	3,287.0	2,210.6
	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		1,834.3	1,787.1	1,830.6
	カテゴリ4	輸送、配送（上流）		288.0	408.9	198.9
	カテゴリ5	事業から出る廃棄物		48.6	50.5	52.1
	カテゴリ6	出張		166.6	113.2	285.3
	カテゴリ7	雇用者の通勤		2,402.1	2,335.3	2,329.3
	カテゴリ8	リース資産（上流）		4,469.9	4,164.2	4,412.0
	カテゴリ9	輸送、配送（下流）		43.1	51.1	53.7
	カテゴリ10	販売した製品の加工	2,437.5	2,157.8	1,924.7	
	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	1,294.6	1,474.9	1,427.6	
	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	283.6	258.9	260.1	
カテゴリ15	投資	0.0	0.0	0.0		
総合計			82,715.5	86,481.1	86,792.8	

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	2023年2月期	2024年2月期	2025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	2
			女性	1	1	1
			合計	4	4	3
		総計	9	9	8	
		女性取締役比率	%	11.1	11.1	12.5
	社外取締役比率	%	44.4	44.4	37.5	
	監査等委員数	監査等委員である取締役（社内）	男性	1	1	1
			女性	0	0	0
			合計	1	1	1
		監査等委員である取締役（社外）	男性	2	2	1
			女性	1	1	1
			合計	3	3	2
		総計	4	4	3	
		女性監査等委員比率	%	25.0	25.0	33.3
	社外監査等委員比率	%	75.0	75.0	66.7	
	取締役会	開催回数	回	18	18	14
		出席率	%	98.8	98.8	100
		任期	年	1	1	1
	監査等委員会	開催回数	回	15	14	15
		出席率	%	98.3	100.0	98.0
		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） （基本報酬） （ストック・オプション） （賞与） （株式給付信託）	総額	63 (2)	75 (3)	64 (6)
			（基本報酬）	47 (2)	48 (2)	50 (6)
			（ストック・オプション）	2 (0)	2 (0)	1 (0)
			（賞与）	- (-)	11 (0)	- (-)
			（株式給付信託）	13 (0)	12 (0)	12 (0)
			監査等委員である取締役（うち社外取締役） 総額	18 (11)	20 (12)	16 (8)
監査等委員である取締役（うち社外取締役） （基本報酬） （ストック・オプション） （賞与） （株式給付信託）		（基本報酬）	15 (10)	17 (11)	14 (7)	
		（ストック・オプション）	0 (-)	- (-)	- (-)	
		（賞与）	1 (0)	1 (0)	1 (0)	
		（株式給付信託）	1 (-)	1 (-)	1 (-)	
会計監査	監査費		34	36	46	
	非監査費		0	0	0	
	総計		34	36	46	
コンプライアンス	株主権	買収防衛策	有／無	有	有	有
	コンプライアンス基本方針		回	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			15	15	14
	コンプライアンス違反			4	3	2
	内部通報・相談		件	11	14	5
	法令違反			1	3	1
	腐敗防止違反			0	0	0
	政治献金		百万円	0	0	0
	サステナビリティ	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	

財務情報

主要財務データ6力年の推移

項目	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	2025年2月期
損益状況						
売上高 (百万円)	44,970	39,449	38,123	39,508	39,457	45,902
売上総利益 (百万円)	25,780	21,294	19,672	19,727	19,530	19,942
販売費及び一般管理費 (百万円)	21,804	18,527	17,884	17,748	17,433	17,982
営業利益 (百万円)	3,975	2,767	1,788	1,979	2,096	1,960
経常利益 (百万円)	4,312	3,195	2,293	2,342	2,515	2,351
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	2,475	1,622	1,490	1,149	1,300	1,377

財政状態						
総資産 (百万円)	53,737	53,000	56,884	50,211	50,643	66,494
純資産 (百万円)	39,588	39,543	42,917	38,214	38,596	38,935
有利子負債 (百万円)	82	0	0	0	0	14,900

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)	2,433	6,633	1,871	3,103	2,666	3,023
投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	72	△ 2,169	106	△ 2,371	△ 1,103	△ 10,536
フリーキャッシュ・フロー (百万円)	2,506	4,463	1,977	732	1,563	△ 7,513
財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△ 5,468	△ 2,515	△ 1,816	△ 1,834	△ 1,791	7,648
現金及び現金同等物の期末残高 (百万円)	785	2,732	2,900	1,799	1,570	1,705

1株当たり情報						
1株当たり当期純利益 (円)	112.18	75.00	69.56	53.61	60.65	64.18
1株当たり純資産 (円)	1,822.10	1,844.69	2,001.22	1,780.71	1,798.49	1,812.89
1株当たり年間配当金 (円)	80.00	81.00	83.00	83.00	83.00	83.00

財務指標						
売上高営業利益率 (%)	8.8	7.0	4.7	5.0	5.3	4.3
ROA:総資産当期純利益率 (%)	4.3	3.0	2.7	2.1	2.6	2.4
ROE:株主資本当期純利益率 (%)	6.0	4.1	3.6	2.8	3.4	3.6
自己資本比率 (%)	73.5	74.6	75.4	76.0	76.2	58.5
有利子負債比率 (%)	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	22.4

投資指標						
株価収益率 (PER) (倍)	18.4	24.6	24.6	32.5	31.3	28.0
株価純資産倍率 (PBR) (倍)	1.1	1.0	0.9	1.0	1.1	1.0
株主総利回り (比較指標:配当込みTOPIX)	98.8 (96.4)	93.5 (126.4)	91.2 (130.7)	96.6 (141.8)	108.4 (195.1)	107.2 (200.2)

(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 (2025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	30,564名

大株主 (2025年2月28日現在)

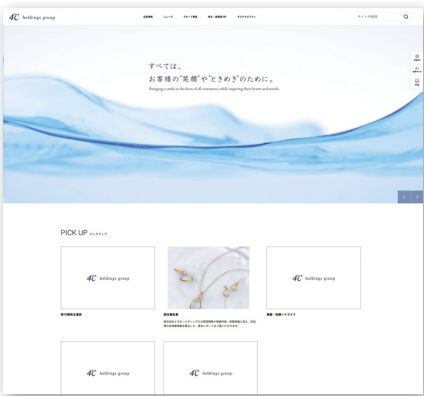
株主名	持株数 (千株)	発行済株式(自己株式を除く)の総数に対する 所有株式数の割合 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,975	9.14
第一生命保険株式会社	1,078	4.99
株式会社広島銀行	1,069	4.95
4℃ホールディングスグループ共栄会	828	3.83
株式会社伊予銀行	739	3.42
大田敏子	634	2.93
尾山嗣雄	400	1.85
株式会社日本カストディ銀行(三井住友信託銀行再信託分・株式会社もみじ銀行退職給付信託口)	352	1.63
株式会社三井住友銀行	350	1.62
住川志満子	340	1.57

注: 上記のほか当社所有の自己株式2,714千株があります。

株価の動向

	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	2025年2月期
高値 (円)	2,744	2,153	1,999	1,871	2,100	1,974
安値 (円)	2,031	1,609	1,567	1,531	1,721	1,726
終値 (円)	2,059	1,844	1,713	1,741	1,901	1,794
時価総額 (百万円)	50,097	44,866	41,679	42,360	46,253	43,650

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

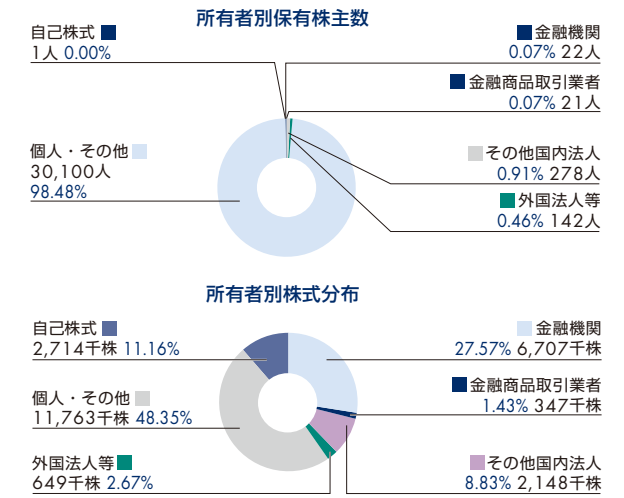
コーポレートガバナンス・ガイドラインについて
コーポレートガバナンスに対する基本的な考え方や取り組みを体系化したものを「コーポレートガバナンス・ガイドライン」としてまとめ、コーポレートサイトへ掲載しております。当社グループは、健全で透明性の高い企業グループとして社会の信頼と責任に応えてまいります。

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

会社概要 (2025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 (2025年2月28日現在)





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/>