OEM・メーカー事業を運営する株式会社松村商店の全株式取得に関する補足説明資料

2024年9月　株式会社ライスカレー

目次

1. 本件概要
2. 当社が考えるコミュニティデータ活用
3. 株式会社松村商店の概要
4. ライスカレーグループの成長戦略

01

本件概要

本件概要

2024年10月1日を予定日として、 OEM・メーカー事業を運営する株式会社松村商店の全株式を取得し、子会社化いたします。

会社名	株式会社松村商店 MATSUMURA SHOUTEN Co.,Ltd
事業内容	キッズ・ティーンズ向け財布・ポーチ・バック等のオリジナル服飾雑貨・企画・製造・販売、卸事業
譲渡予定日	2024年10月1日（予定）
株式取得価格	915百万円（予定）
取得資金の調達方法	銀行借入
2025年3月期の連結業績への影響	現在精査中

本件概要

MATSUMURA SHOUTEN Co.,Ltd

（単位：千円）

売上高（2024年2月期実績）	902,627
営業利益（2024年2月期実績）	113,198
本件により生じるのれん※	算定中

キッズ・ティーン向けのOEM・メーカー事業を運営

KIDS ITEM

当社オリジナルのキッズシリーズです。
小さなお子様が喜ぶような、カラフルでキュートなリュックや、ショルダー、きれいめなママアイテムを各種取りそろえております。
詳しくはこちら>>

JUNIOR ITEM

かわいいキャラクターから遊び心があるアイテムまで幅広く取り扱っています。
ポップでキュートなHappyになれる商品です。詳しくはこちら>>

TEENS ITEM

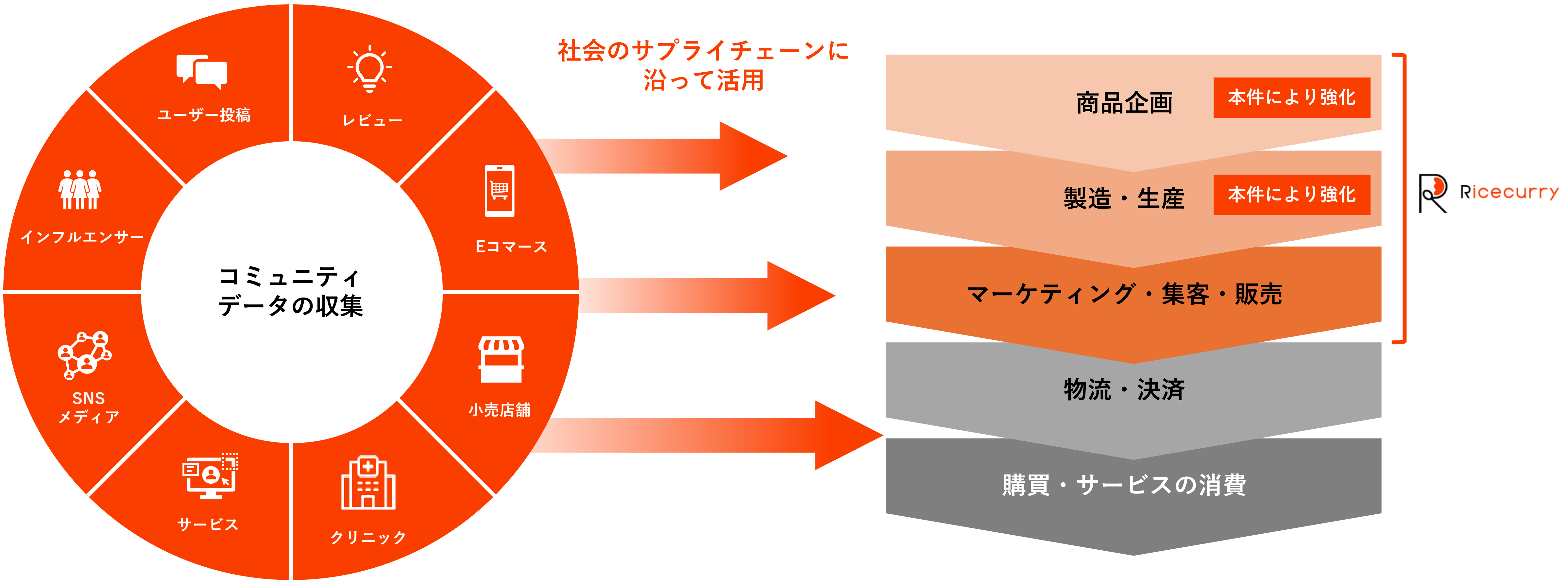
ティーンズを中心にカジュアルかわいいアイテムを提案！
トレンドをMIXしたベーシックでオシャレなバッグ、財布、ポーチが勢ぞろいです。
詳しくはこちら>>

※本件により生じるのれん価格は現在算定中ですが、▲数千万円～数千万円程度になることを想定しております

02 当社が考えるコミュニティデータ活用

コミュニティデータの可能性

当社は、「誰もが、ありのままに一歩ふみ出せる場所づくりを。」をミッションに、「コミュニティデータ（SNSをはじめとした消費者のデジタル上の情報発信やそれに紐づく消費活動から得られるデータ）」を起点とした「コミュニティデータプラットフォーム事業」を展開しております。



時代の変化にともなうコミュニティデータ活用の必要性

従来のビッグデータ分析を通じた商品・サービスの開発、マーケティング活動	コミュニティデータ分析を通じた商品・サービスの開発、マーケティング活動
多様化する価値観・課題への対応	
• デモグラフィックデータ、調査対象グループのデータ • ターゲティング対象の選定、ペルソナの設計	• コミュニティ内のあらゆる趣味嗜好データ • コミュニティニーズの発掘
激しく変化する市場トレンドへの対応	
• 市場調査、大規模なアンケートリサーチ • ターゲット顧客は一定期間固定	• コミュニティを対象とした調査、分析 • コミュニティの変化に応じてニーズを随時反映
商品の撤退／展開に関する判断の早期化	
• 市場に一定規模を投下、マーケティング実施後に判断 • 基本的には商品投下の都度市場開発	• 販売規模を調整しながら、随時CPAを判断 • コミュニティに対して幅広い商品群を投下

Ricecurry

コミュニティデータの活用領域

コミュニティデータの活用により独自性や競合優位性を築くことができる、当社の成長戦略上重要な事業領域

コミュニティデータプラットフォーム事業

エンタープライズ領域

マーケティング・DX
- 01 SNS運用
- 02 インフルエンサーPR
- 03 オンライン広告運用
- 04 顧客分析
- 05 動画制作
- 06 ウェブ制作

データクラウド
- 07 SNS分析
- 08 SNS広告管理
- 09 Google広告管理
- 10 キャンペーン管理
- 11 マーケティング管理
- 12 データ連携

大手企業・SMB

コンシューマ領域

ブランド・サービス
- 13 自社EC（D2C）
- 14 モールEC
- 15 卸売店舗
- 16 店舗・クリニックプロデュース
- 17 IP
- 18 コラボ・協業

SNSコミュニティ
＜ 今後ウェルネス領域に注力 ＞

新領域

新領域
- 19 商品企画（メーカー）
- 20 生産（OEM/ODM）
- 21 生成AI活用

本件譲受により強化する領域（19、20）

03 株式会社松村商店の概要

Ricecurry

株式会社松村商店の概要

MATSUMURA SHOUTEN Co.,Ltd

会社名	株式会社松村商店
本社所在地	東京都墨田区石原4丁目25番15号
設立	1979年11月
事業内容	キッズ・ティーンズ向け　財布・ポーチ・バッグ等のオリジナル服飾雑貨の企画・製造・小売・卸売
資本金	1,000万円
従業員数	23名
拠点	墨田区本社、八潮物流センター、奈良営業所

株式会社松村商店の財務情報

（単位：千円）

損益計算書

	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期
売上高	**769,421**	**1,027,794**	**902,627**
売上原価	488,112	734,356	577,927
売上総利益	**281,309**	**293,438**	**324,701**
販管費	199,760	213,832	211,503
営業利益	**81,549**	**79,606**	**113,198**
経常利益	**93,650**	**86,989**	**119,311**
当期純利益	**40,733**	**36,652**	**63,091**

貸借対照表

	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期
流動資産	496,446	461,493	399,939
固定資産	697,016	718,479	727,738
資産合計	**1,193,462**	**1,179,972**	**1,127,677**
流動負債	190,814	173,660	191,262
固定負債	306,488	273,500	140,512
負債合計	**497,302**	**447,160**	**331,774**
株主資本	696,161	732,812	795,904
純資産合計	696,161	732,812	795,904
負債・純資産合計	**1,193,462**	**1,179,972**	**1,127,677**

株式会社松村商店の強み

1 盤石な収益基盤

松村商店は、アパレル雑貨関連のティーン・キッズ領域におけるOEM・メーカー市場において高い市場シェアを誇り、大手店舗や問屋との継続的な取引関係を有しています。コロナ禍でも安定的に利益が出ており、今後も安定した事業運営が期待できます。また、1979年の創業よりOEM・メーカー事業を運営し、40年以上に渡りティーン・キッズ領域に特化したアパレル雑貨関連製品の商品企画から生産まで幅広く手掛けてきた知見とノウハウは、競合他社を大きく上回るものを保有していると考えています。

2 小ロットから大ロットまで、幅広い需要にこたえる生産体制

複数の中国工場と強いパイプラインを持ち、小ロットから大ロットまで幅広く生産可能な体制を整えています。
くしくもコミュニティ消費社会において、多種多様なニーズに応えた小ロットの生産が可能なメーカーは高い価値を持ち、今後さらなるニッチな需要の拡大に応えられる生産体制です。

3 長年の安定的な経営により築き上げられた減損リスクが極めて低い資産状況

想定時価純資産9.36億円（利益剰余金・不動産・保険返戻金・有価証券など）、過去3年間の純利益の平均が4,682万円程度であり、安定的な経営基盤を築いています。結果、本買収による想定のれん金額は算定中ですが、きわめて減損リスクの少ないディールとなっております。

Ricecurry

04 ライスカレーグループの成長戦略

Ricecurry

本件実施後のライスカレーグループ

エンタープライズ領域

**株式会社
ライスカレー**

・コミュニティデータクラウド「CCXcloud」開発・提供
・企業向けマーケティングソリューション・DX支援
・広告配信ツール「アドスタ by CCXcloud」開発・提供

コンシューマ領域

**株式会社
WinC※**

ウェルネス事業
・オーラル美容ブランド「MiiS」
・その他ブランド運営
・審美歯科プロデュース
・グッズ制作サービス「猫街商店」

新領域

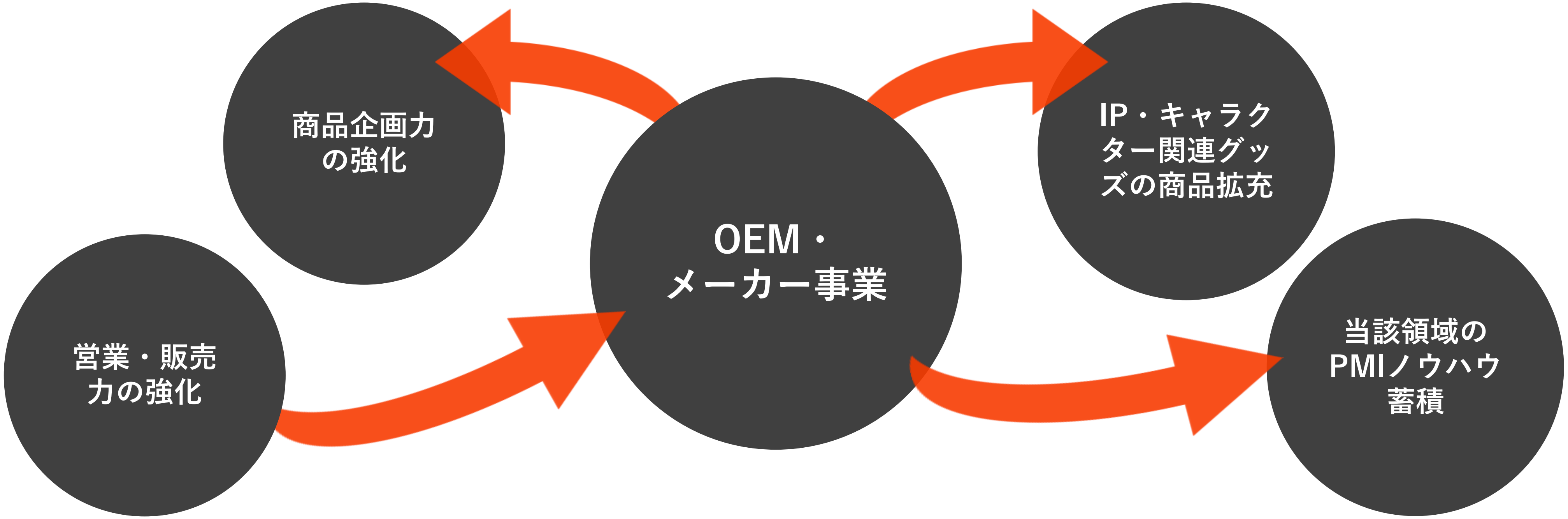
**株式会社
松村商店**

OEM・メーカー事業
・40年にわたる服飾雑貨の企画
・ローコストでハイクオリティな生産体制
・自社倉庫による物流機能

※株式会社RiLiは2024年10月1日に株式会社WinCを存続会社として吸収合併いたします

本件によるグループ全体のシナジー

- ✓ 当社がブランド・サービス領域で培ってきたコミュニティデータの商品企画への活用により、OEM・メーカーとしての商品企画力における競争優位性を強化
- ✓ 当社がマーケティング・DX領域で培ってきた精緻なKPI管理による営業により、問屋や大手店舗に対する販売力を強化
- ✓ 当社のOEM・メーカーにおける既存の取り組み（猫街商店）と合わせ、グループ全体として、SNSと相性の良いIP・キャラクター関連商品の取り扱い拡大に取り組む
- ✓ 当社が商品企画・OEM領域（新領域）に継続的なM&Aを通じて参入拡大していくための、モデルケースとして今後PMIノウハウを横展開することができる



コミュニティデータプラットフォーマーへ

SNSを中心としたコミュニティデータを様々な事業に活用することで、
コミュニティ消費時代のキープレイヤーとしての圧倒的なポジションを確立。

新領域
OEM・ODM関連市場への参入

ブランド・サービス
ウェルネス領域を中心にToCサービス拡大

マーケティング・DX／データクラウド
継続性の高いToBソリューションの拡大
データ管理・DX支援ツールの拡大

コミュニティ消費時代の
キープレイヤーへ

ディスクレーマー

本資料の作成にあたり、当社は当社が入手可能な統計等、第三者情報についての正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、
その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、
当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその達成を約束するものではありません。

当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、
今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。