



KURASHICOM

2023年6月23日 適時開示情報 補足説明資料

子会社設立及び株式会社ステイト・オブ・マインドのファッションブランド「foufou」事業を
吸収分割により承継する会社の株式取得（孫会社化）に関するお知らせ

株式会社クラシコム

（証券コード：7110）

ファッションD2Cブランド「foufou」がグループプジョイン予定

デザイナー マール・コウサカ氏が立ち上げたブランド「foufou」を8月に子会社化予定



左から (株)クラシコム 佐藤、マール・コウサカ氏、(株)クラシコム 青木

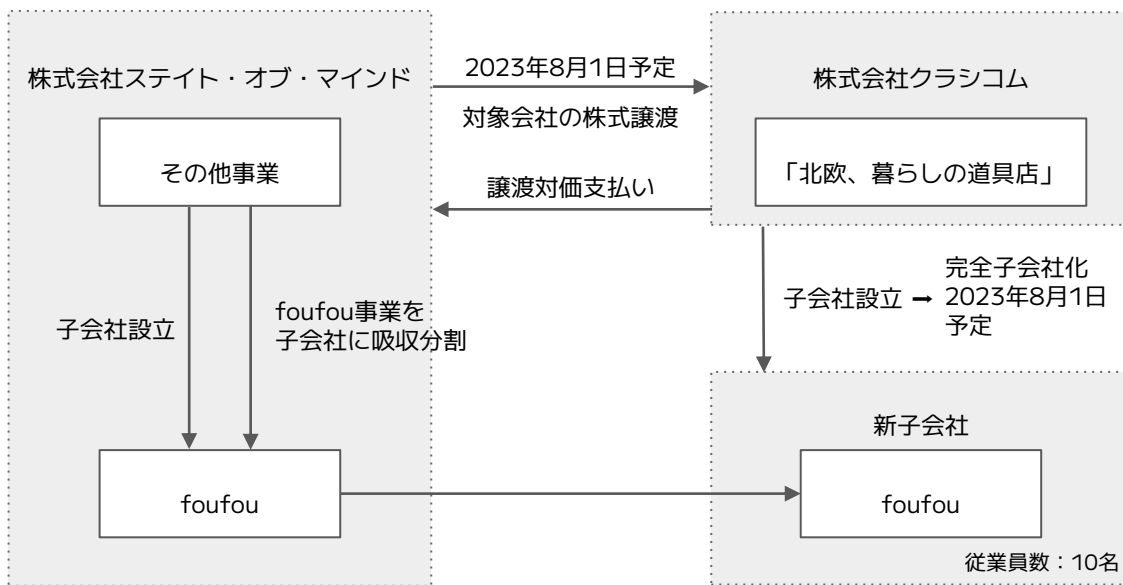
ファッションD2Cブランド「foufou」の子会社化

株式会社ステイト・オブ・マインドが運営するファッションD2Cブランド事業「foufou（フーフー）」を
会社分割により独立させ、その会社の全株式を取得することで当社の完全子会社とする

● 取引の概要

- ・ **取得会社の運営事業**
アパレル商品の企画・製作、販売
- ・ **取得会社の売上規模**
年間4億円程度 ※管理会計ベース
- ・ **取得価額**
3億円
- ・ **契約締結日**
2023年6月23日
- ・ **会社分割の効力発生日（予定）**
2023年8月1日
- ・ **株式譲渡実行日（予定）**
2023年8月1日

● スキームの概要



子会社化による財務インパクト

取得価額3億円は全て手元現金でカバー、本件に伴う資金調達はない
8/1に子会社化するため、今期（23年7月期）には影響なく、来期（24年7月期）から連結開示を開始

- 取得価額は3億円の予定
直近3Q末時点のネットキャッシュは38.4億円
取得価額はその1割にも満たない事もあり資金調達はしない
- fofou事業の年間売上高は4億円規模
23年7月期のクラシコム売上高の約6.7%に相当
- 将来的には高い収益性を目指せる事業
適切なPMIを実施し、クラシコムと同等程度のEBITDAマージンを目指す
- 来期の期首から連結決算を開始し、期首から子会社の業績を連結で取り込む

取得価額

3億円

予定

年間売上規模

約**4**億円

直近管理会計ベース

ファッションD2Cブランド「foufou」概要

デザイナー マール・コウサカ氏が立ち上げたブランド事業

年間売上

約**4**億円

管理会計ベース

● 「foufou (フーフー)」概要

- ・ 2016年デザイナー マール・コウサカ氏が設立したファッションD2Cブランド。ブランドコンセプト「健康的な消費のために」
- ・ ハンドメイドで製作しSNSでの販売を始め、ステイト・オブ・マインド社との協業、同社による買収を経て、同社の一事業としてブランドを運営
- ・ 「foufou」の世界観を表現するコンテンツをSNSで発信して、ユーザーのエンゲージメントを最大化し、購入会員化・リピーター化する

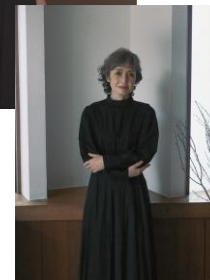
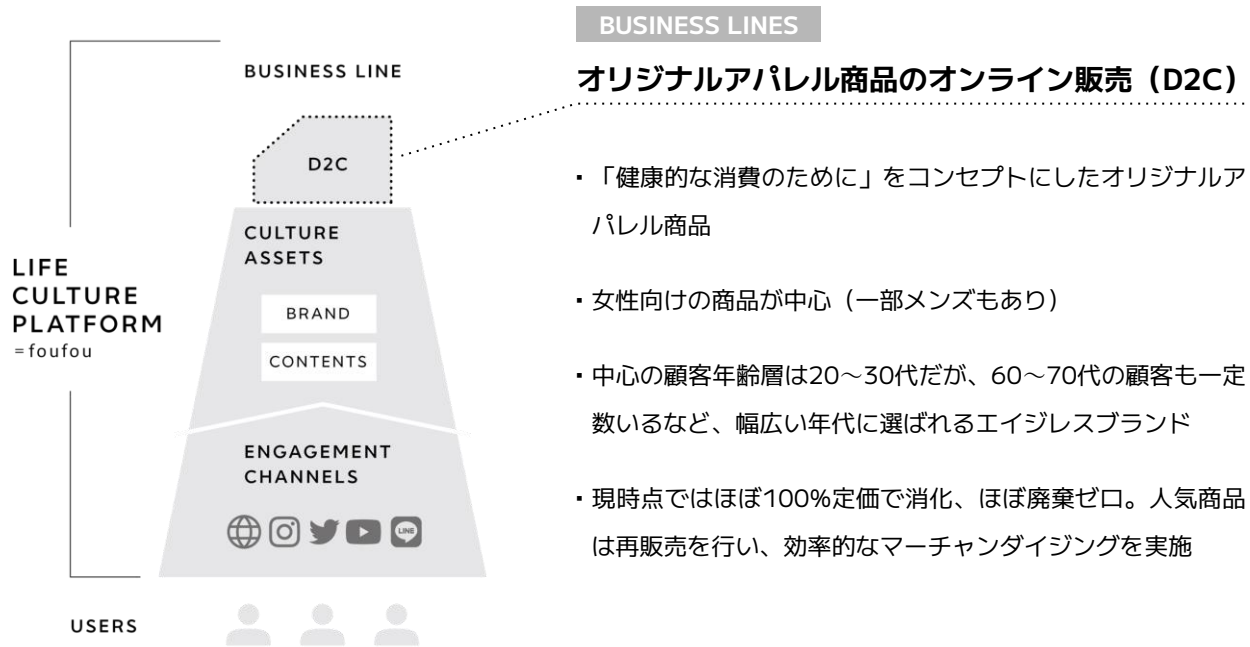


「foufou」デザイナー マール・コウサカ氏

1990年生まれ。東京都出身。大学卒業後、文化服装学院の夜間コースに入学。2016年、在学中にEC専売のファッションブランドfoufouを立ち上げる。SNSでダイレクトに販売する形態をとる。流行に左右されずセールを行わずそのほとんどの商品は日本で生産するなど自身が掲げる「健やかさ」を持った商品づくりや見せ方を続ける。20年10月、著書『すこやかな服』（晶文社）を刊行。22年8月、実店舗「the boutique」オープン。

「foufou」のライフカルチャープラットフォーム1

マール・コウサカ氏がリードする「foufou」の世界観に共感する幅広いお客様に対し、オリジナルアパレル商品を販売するプロダクトブランド



「foufou」のライフカルチャープラットフォーム2

世界観を表現したコンテンツをユーザーに届ける活動が、ブランドの強みの源泉



2023年6月時点

ファッションD2Cブランド「foufou」の高いブランドカ

商品のデザインと背景にある世界観・顧客との関係性に強みを持つ注目のブランド

ポップアップイベント
「フーフレア展」



伊勢丹 新宿店にて企画展を開催

2022年9月

ブランドの特徴「フレア」にフォーカスした、
商品の展示・試着・購入が行える企画展

マール・コウサカ氏著書
「すこやかな服」(晶文社)



マール・コウサカ氏 初の著書

2020年9月

foufouの歴史、マール・コウサカ氏が大切に
している考え・姿勢について書き出した本を出版

常設直営路面店
「the boutique」



foufou初の常設店舗を出店

2022年8月

foufou設立から7年目の2022年、東京・祐天寺
に初の常設リアル店舗をオープン

「foufou」のグループジョインによって広がる可能性

クラシコムが強みを活用した「foufou」ブランドの規模拡大によるグループの成長

● クラシコムのアセット活用によるfoufouの成長

十分な収益性の確保と売上成長の両立

「foufou」は当社にグループジョインすることにより流通オペレーション面や資金面の支援を得て、中長期的な成長に専念することが可能に。また、クラシコムのマーケティングや効率的な事業運営のノウハウを活用することで、営業利益率についても当社既存事業と同水準を達成できると見込んでいる。

● ライフカルチャープラットフォームの有機的な拡張

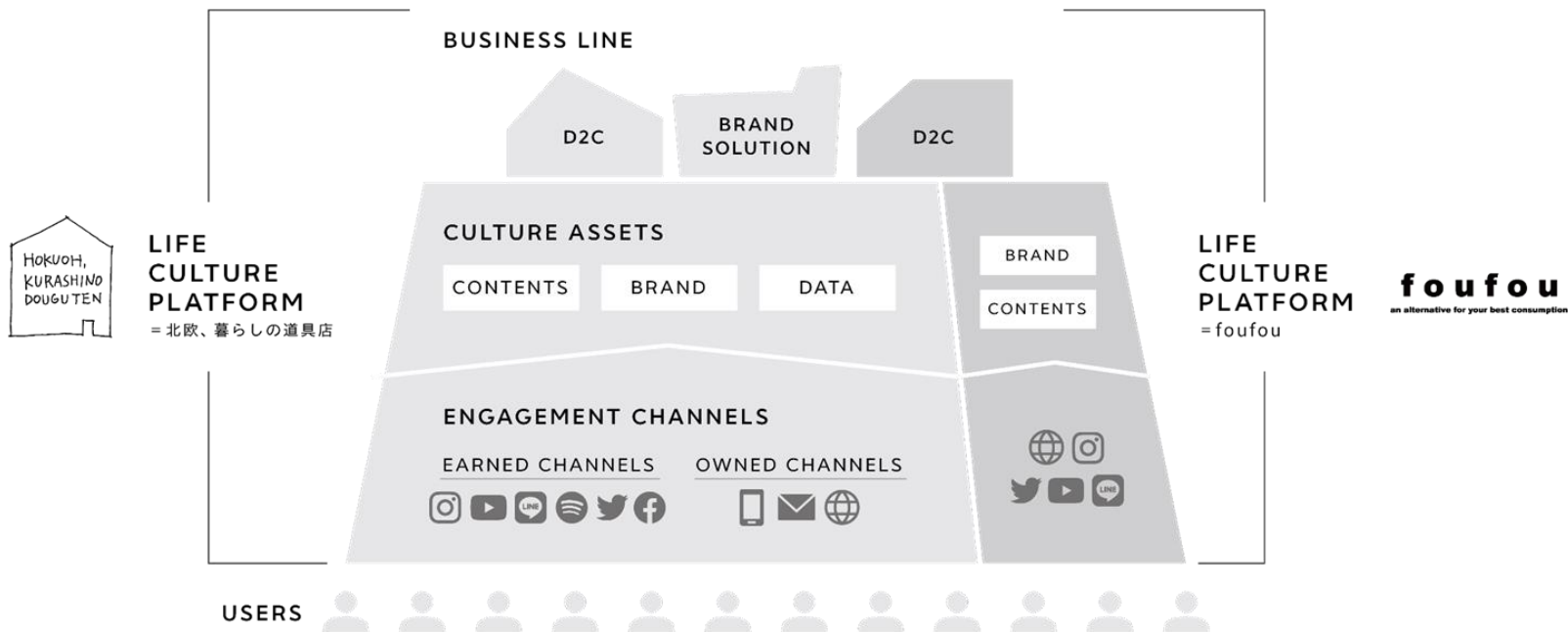
ライフカルチャープラットフォームの拡大に繋がる投資は積極的に検討

ネットキャッシュが38億円あり、かつ過去数年は毎年5億円前後、今期については6億円超の営業CF創出を見込んでいる。

未開拓のマーケティング施策など既存事業の投資案件とともに、M&Aなどインオーガニックな成長も含めて様々なオポチュニティーを常に探し、ライフカルチャープラットフォーム拡大に繋がる可能性のある投資は積極的に検討する。

「北欧、暮らしの道具店」と「foufou」のシナジー

ライフカルチャー（世界観）が支えるユニークなプラットフォームであり、かつ、有力なD2Cブランドである「foufou」
ビジネスモデル、ブランドの親和性が高く、オリジナルのコラボ商品の開発や両社の顧客の交流も可能



免責事項

[将来見通しに関する注意事項]

- ・ 本資料の作成に当たり、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、経済状況の変化やお客様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。

[商標について]

本資料に掲載されている会社名、ロゴ、製品名、サービス名およびブランドなどは、株式会社クラシコムまたは該当する各社の登録商標または商標です。