



2024年7月3日

各位

株式会社アインホールディングス
代表取締役社長 大谷 喜一
(コード9627:東証プライム市場 札証)
問い合わせ先
役職・氏名 代表取締役専務
水島 利英
TEL 03-5333-1812

株式会社 Francfranc の株式取得（子会社化）のお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、株式会社 Francfranc（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：佐野 一幸、以下「FJP」という。）の全株式を取得し（以下「本株式取得」という。）、子会社化することを決議いたしましたので、下記のとおりお知らせします。

記

1. 株式取得（子会社化）の目的・理由・方法

当社グループは、地域のインフラとなるべく、ファーマシー事業とリテール事業を柱の事業としております。ファーマシー事業においては、全国に調剤薬局チェーンを展開しており、当社及びグループ各社は、積極的な新規出店のほか、M&Aを活用して事業拡大を図っております。また、医療機関と連携した在宅対応や継続的な服薬管理、「かかりつけ薬剤師・薬局」機能の強化等、全国各地で地域に密着した医療サービスの提供に取り組んでおります。

リテール事業においては、お客様のニーズに応えるオンリーワンのトータルビューティショップとして、常に新鮮なコスメ&ビューティアイテムを楽しく選べる場を提供することを目指しているコスメ&ドラッグストア「アインズ&トルペ」を展開し、コスメを中心とした独自性のある商品構成とすることで他社店舗との明確な差別化を図るとともに、更なる拡大を進めております。

今回、当社が全株式を取得する方法により子会社化するFJPは、創業以来、20代～30代の女性を中心とする幅広い層のお客様をターゲットとした主力ブランド「Francfranc」を中心にインテリア・雑貨小売販売事業を展開しており、国内152店舗、海外9店舗の店舗運営及びECを通じて、都会的かつ洗練されたライフスタイル提案を実践しております。

「アインズ&トルペ」と「Francfranc」は、出店エリア、主要な顧客層及びその価値観に類似性がある一方で、販売する商品のカテゴリーは異なる部門を得意とする補完関係にあることから、当社グループにFJPを迎えることにより、両社の強みを活かしたシナジーを発揮することができると考えております。具体的には以下のようなシナジーを見込んでおります。

① クロスマーチャンダイジング

異なる商品カテゴリーを強みとする両社の店舗が、互いのプライベート商品を陳列し、顧客に対して、幅広い商品選択肢を提示することで、顧客満足度及び顧客単価の向上が可能です。

② 戦略的な店舗開発

「アインズ&トルペ」と「Francfranc」の出店エリアは主要都市を中心に駅ビルや商業施設等、ターゲットが近く、店舗同士に親和性があります。大規模面積の物件への戦略的共同出店等、出店形態のバリエーションを拡大し、更なるビジネス機会の拡大を図ることが可能です。

③ ノウハウの共有による魅力的な商品開発

「アインズ&トルペ」及び「Francfranc」は、ともに顧客へのライフスタイルの提案をミッションに掲げ、顧客の価値観に影響を与えられる商品開発に注力してまいりました。両社の商品開発ノウハウを共有することで、更に満足度の高い商品開発を行うことが可能です。

相互に補完関係にある両社の有する強みを融合することで、顧客サービスの向上を実現させ、グループの企業価値を高めてまいります。

2. 異動する子会社の概要

(1) 商号	株式会社 Francfranc		
(2) 所在地	東京都港区北青山三丁目5番12号		
(3) 代表者の役職・氏名	代表取締役 社長執行役員 佐野 一幸		
(4) 事業内容	インテリア・雑貨の企画・開発・販売		
(5) 資本金	100 百万円 (2023 年 8 月末時点)		
(6) 創業年月日	1990 年 7 月 11 日		
(7) 大株主及び持株比率	FF 投資事業有限責任組合	59.63%	
	株式会社 BLUE WEDGE	25.47%	
	株式会社セブン&アイ・ホールディングス	14.90%	
(8) 上場会社と当該会社との関係	資本関係	当社と当該会社との間には、記載すべき資本関係はありません。また、当社の関係者及び関係会社と当該会社の関係者及び関係会社の間には、特筆すべき資本関係はありません。	
	人的関係	当社と当該会社との間には、記載すべき人的関係はありません。また、当社の関係者及び関係会社と当該会社の関係者及び関係会社の間には、特筆すべき人的関係はありません。	
	取引関係	当社と当該会社との間には、記載すべき取引関係はありません。また、当社の関係者及び関係会社と当該会社の関係者及び関係会社の間には、特筆すべき取引関係はありません。	
(9) 当該会社の最近3年間の連結経営成績及び連結財政状態			
	2021 年 8 月期	2022 年 8 月期	2023 年 8 月期
純資産	6,943 百万円	9,346 百万円	7,477 百万円
総資産	25,348 百万円	23,799 百万円	22,551 百万円
1 株当たり純資産	123,751 円 20 銭	165,757 円 08 銭	154,180 円 21 銭
売上高	36,144 百万円	37,272 百万円	39,484 百万円
営業利益	4,067 百万円	3,461 百万円	2,568 百万円
経常利益	4,026 百万円	3,447 百万円	2,411 百万円
当期純利益	2,300 百万円	2,149 百万円	1,194 百万円
1 株当たり当期純利益	35,745 円 02 銭	38,297 円 87 銭	21,550 円 15 銭
1 株当たり配当金	200 円	0 円	0 円

(注) 2021 年 8 月期は FJP 単体の経営成績及び財政状態を記載しております。

3. 株式取得の相手先の概要

(1) FF 投資事業有限責任組合 (2024 年 6 月末時点)

(1) 所在地	東京都港区虎ノ門一丁目 3 番 1 号	
(2) 設立根拠等	投資事業有限責任組合契約に関する法律に基づき組成された投資事業有限責任組合	
(3) 組成目的	株式の取得及び保有	
(4) 組成日	2021 年 7 月 15 日	
(5) 出資の総額	非公開	
(6) 出資者・出資比率・出資者の概要	非公開	
(7) 業務執行者の概要	名称	日本成長投資アライアンス株式会社
	所在地	東京都港区虎ノ門一丁目 3 番 1 号
	代表者の役職・氏名	代表取締役社長 立野 公一
	事業内容	投資ファンドの組成及び運用
	資本金	15 百万円 (2024 年 3 月末時点)
(8) 上場会社と当該ファンドとの間の関係	当社と当該ファンド及び業務執行者との間には、記載すべき資本関係・人的関係・取引関係はありません。また、当社の関係者及び関係会社と当該ファンド及び業務執行者の間には、特筆すべき資本関係・人的関係・取引関係はありません。当該ファンド及び業務執行者は当社の関連当事者に該当しません。	

(2) 株式会社 BLUE WEDGE (2023 年 9 月末時点)

(1) 所在地	東京都港区南青山七丁目 1 番 9 号
(2) 代表者の役職・氏名	代表取締役 高島 郁夫
(3) 事業内容	資産管理
(4) 資本金	3 百万円
(5) 設立年月日	2002 年 1 月 21 日
(6) 純資産	44 百万円
(7) 総資産	22,501 百万円
(8) 大株主及び持株比率	非公開
(9) 上場会社と当該会社との間の関係	当社と当該会社との間には、記載すべき資本関係・人的関係・取引関係はありません。また、当社の関係者及び関係会社と当該会社の間には、特筆すべき資本関係・人的関係・取引関係はありません。当該会社は当社の関連当事者に該当しません。

(3) 株式会社セブン&アイ・ホールディングス (2024年2月末時点)

(1) 所在地	東京都千代田区二番町8番地8	
(2) 代表者の役職・氏名	代表取締役社長 最高経営責任者 (CEO) 井阪 隆一	
(3) 事業内容	コンビニエンスストア、総合スーパー、食品スーパー、専門店、フードサービス、金融サービス、IT/サービスなど、各事業を中心とした企業グループの企画・管理・運営 (純粋持株会社)	
(4) 資本金	50,000 百万円	
(5) 設立年月日	2005年9月1日	
(6) 連結純資産	3,900,624 百万円	
(7) 連結総資産	10,592,117 百万円	
(8) 大株主及び持株比率	日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	14.83%
	伊藤興業株式会社	8.07%
	株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	5.09%
	JP MORGAN CHASE BANK 385632 (常任代理人 株式会社みずほ銀行)	3.77%
	SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT (常任代理人 香港上海銀行)	2.50%
	SMB C 日興証券株式会社	2.15%
	日本生命保険相互株式会社 (常任代理人 日本マスタートラスト信託銀行株式会社)	2.01%
	三井物産株式会社 (常任代理人 株式会社日本カストディ銀行)	1.85%
	STATE STREET BANK WEST CLIENT — TREATY 505234 (常任代理人 株式会社みずほ銀行)	1.63%
	日本証券金融株式会社	1.41%
(9) 上場会社と当該会社との関係	<p>当該会社は、2024年4月30日現在、当社株式を2,750千株 (所有割合 (注) : 7.78%) 所有しております。</p> <p>当社の社外取締役1名が、本日現在、当該会社の代表取締役副社長を兼務しております。</p> <p>また、当該会社は当社との間で資本業務提携契約を締結しております。</p> <p>当該会社は当社の関連当事者に該当しません。</p>	

(注) 「所有割合」とは、当社が2024年6月6日に公表した「2024年4月期 決算短信〔日本基準〕(連結)」(以下「当社通期決算短信」という。)に記載された2024年4月30日現在の発行済株式総数(35,428,212株)から当社通期決算短信に記載された2024年4月30日現在の当社が保有する自己株式数(100,091株、期末自己株式数(433,891株)から株式会社日本カストディ銀行(信託E口)が保有する株式数(333,800株)を控除した株式数(35,328,121株)に対する割合(小数点以下第三位を四捨五入しております。)をいいます。

4. 取得株式数、取得価格及び取得前後の所有株式の状況

(1) 異動前の所有株式数	0株 (議決権の数：0個) (議決権所有割合：0%)
(2) 取得株式数	47,987株 (議決権の数：47,987個) (議決権割合：100%)
(3) 取得対価	49,976百万円 なお、アドバイザー費用等については未定のため、含めておりません。また、潜在株式の取得金額を含みます。
(4) 異動後の所有株式数	47,987株 (議決権の数：47,987個) (議決権所有割合：100%)

5. 日程

(1) 取締役会決議日	2024年7月3日
(2) 契約締結日	2024年7月3日
(3) 株式譲渡実行日	2024年8月20日(予定)

(注) 本株式取得の実行は、独占禁止法第10条第2項に基づく届出にかかる公正取引委員会審査の結果において、排除措置命令の発令等がないことが前提となります。

6. 今後の見通し

本株式取得により、FJPは当社の連結子会社となり、当社グループの企業価値向上に資するものと考えております。なお、本株式取得による2025年4月期通期の当社連結業績に与える影響については現在精査中です。今後、開示すべき事項が生じた場合には、速やかに開示いたします。

以上

株式会社Francfrancの株式取得について

株式会社 アイホールディングス

2024年7月3日

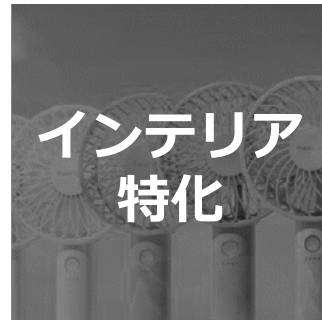
株式取得の目的

株式会社Francfrancは、20代～30代を中心とする幅広い層を主要顧客とした主カブランドである「Francfranc」を中心にインテリア・雑貨小売販売事業を展開している。「アインズ&トルペ」とは、**出店エリア・顧客層・価値観に高い親和性がある一方で主要商品カテゴリーは異なる**という補完関係にあり、**双方の強みを活かしたシナジーを発揮**することができる。

共通する顧客層

20代～30代を中心とした幅広い層

Francfranc



×

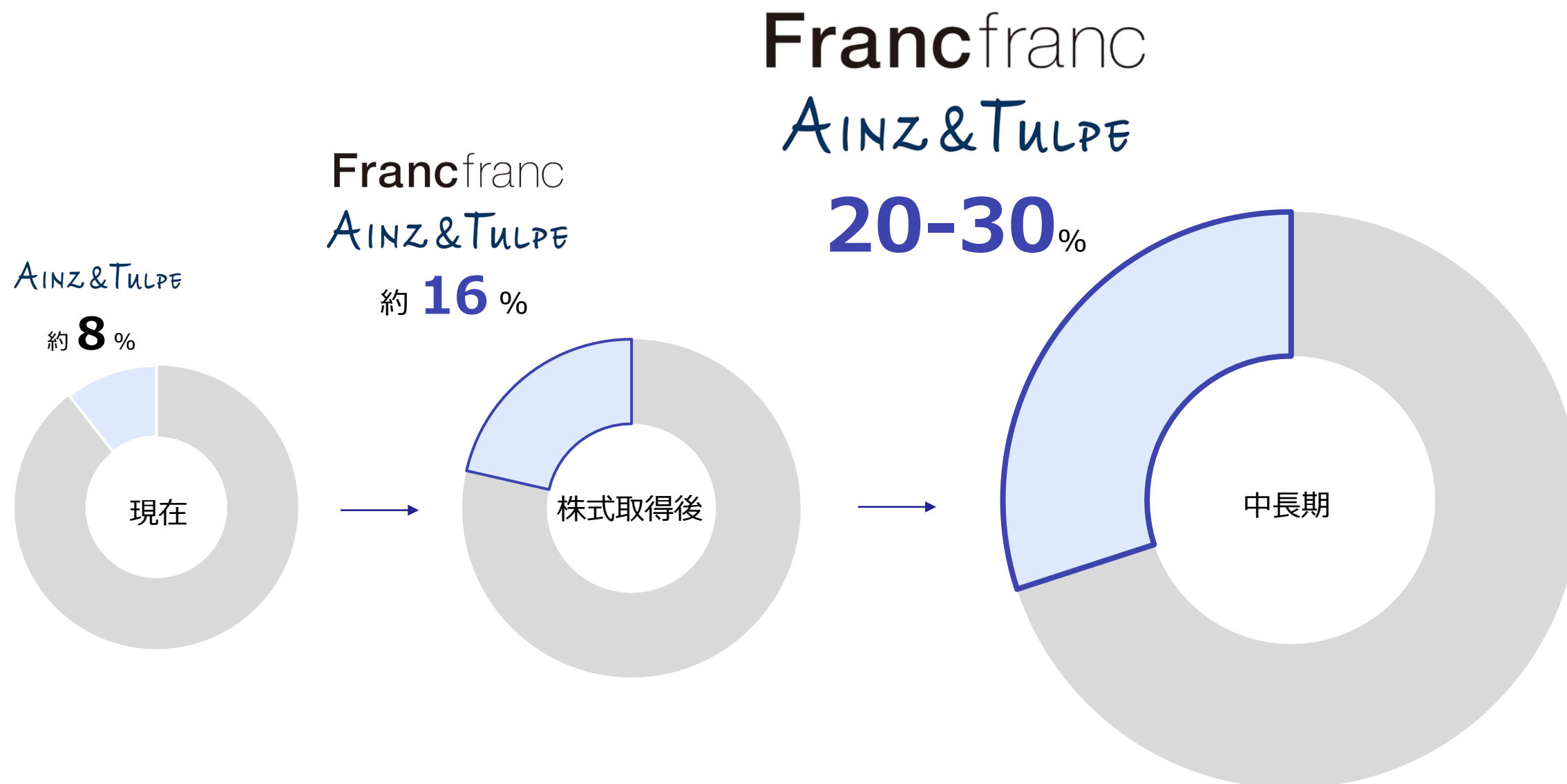
AINZ & TULPE



それぞれのブランド・SPA型商品・店舗を活用することで
リテール事業をさらに発展させていく

リテール事業の拡大

成長戦略として**リテール事業を中核事業として成長させていく**必要がある。「アインズ&トルペ」は独自のビジネスモデルにより高い収益力を実現しており、この強みと「Francfranc」のポテンシャルを最大限に活かしたシナジーにより、リテール事業を拡大させていく。



AINZ & TULPE について

AINZ & TULPE - コンセプト

1 hour enjoy

迷って、出会って1時間
ワクワクするようなコスメを。

国内外のコスメを中心に、
ビューティケア、ヘルスケア商品まで、
からだの中と外から美くなる
幅広い専門性の高い品揃えと、
最新コスメトレンドを発信する
トータルビューティショップです。

気軽に立ち寄れる、
新しいキレイとの出会いの場を提供し、
迷って、出会って、ワクワクする、
しあわせな店舗体験を提供します。

AINZ & TULPE - 特徴

美容に関心のある人に特化した商品構成とすることで、おしゃれに感度の高い人にフォーカスし、「キレイになりたい」というニーズに最も応えることのできる**トータルビューティショップ**として展開している。



自分らしく、美しく生きる暮らしの提案

「アインズ&トルペ」を都市部中心に展開。美しくすこやかな毎日を楽しむための、さまざまな提案を行っている。



■ 主要顧客

内側と外側の両方から美しく健康になりたい方

■ 店舗数

日本全国に**83店舗**を展開（24/6月末）

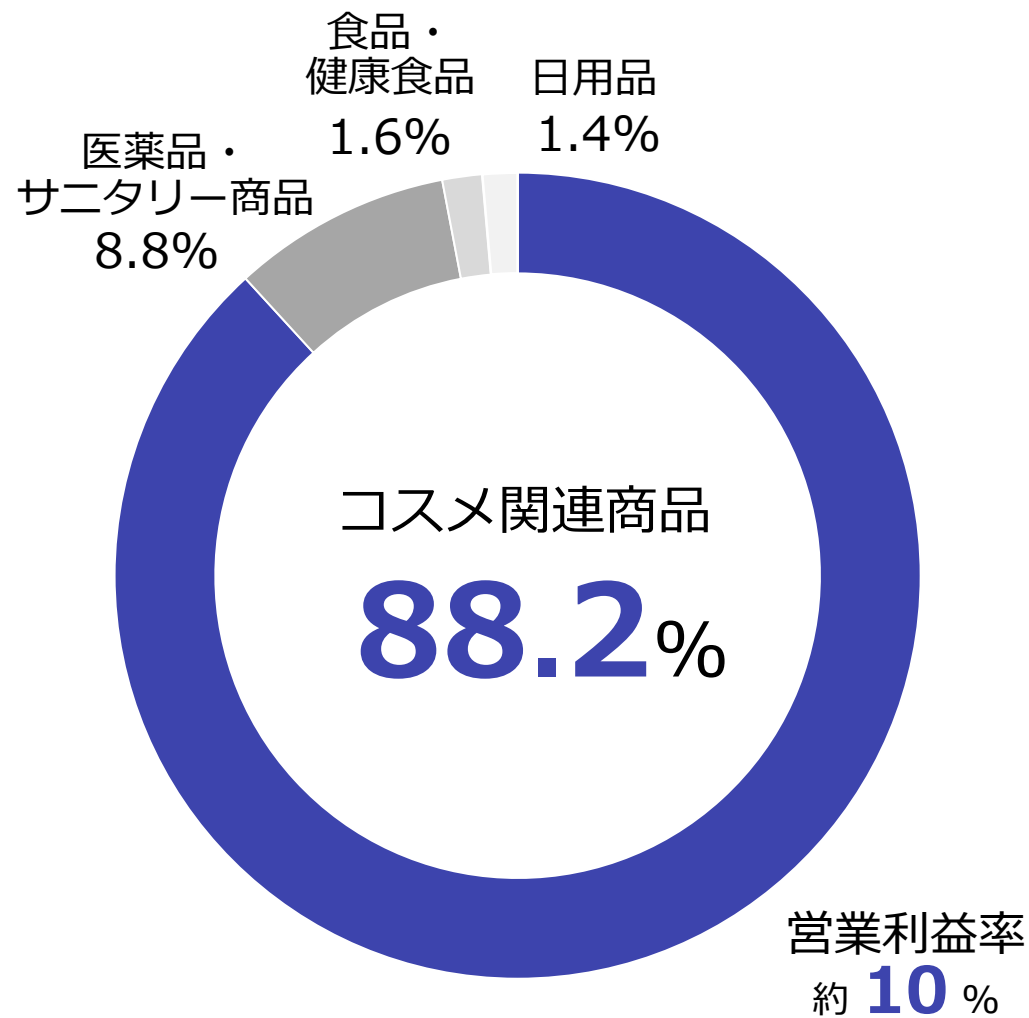
■ 商品構成

コスメ関連商品が**90%**を占める、コスメ特化型

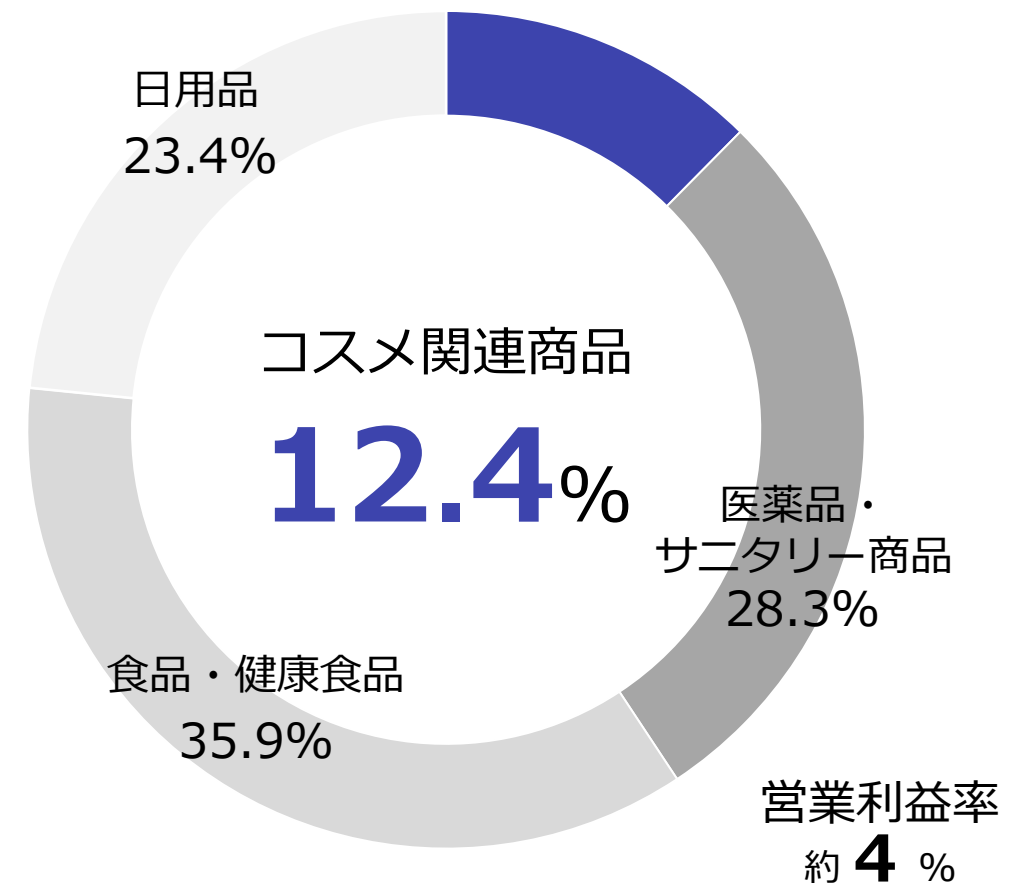
AINZ&TULPE - 独自のビジネスモデル

商品構成の**90%をスキンケア・メイクを中心としたコスメ関連商品に絞り込む**ことで一般的なドラッグストアとの差別化と豊富な品揃えを実現しつつ、店舗ごとに売り場をつくり上げる独自の店舗オペレーションを推進し、高い営業利益率を実現している。

AINZ&TULPEの商品構成



一般的なドラッグストアの商品構成



▶ アインズ&トルペ 24/4期実績 ▶ ドラッグストア 商業動態統計月報 (24/3月 経済産業省)、企業分析ツール「バフェット・コード」

Franc franc について

VALUE by DESIGN

デザインによって毎日をより楽しく、より豊かに

既成概念にとらわれない価値。

楽しむことに手を抜かないデザイン。

そこから生まれた商品は、単なる「物」ではありません。

Francfrancは常に、生活という「文化」を提案し、

新たなマーケットを創出し続けます。

Francfranc - 特徴

既成概念にとらわれることなく、**本当の豊かさを追い求め、自分の「好き」なものに囲まれて生きる暮らしを提案**するために「Francfranc」は誕生。今までもこれからも価値あるデザインを積極的に取り入れ、お客さまに提供していく。



デザインによって毎日をより楽しく、より豊かに

「Francfranc」というブランドを介して提案する、とびきりの、ワクワクした、自由な、真の価値ある暮らしのための提案を行っている。

■ 主要顧客

20代～30代を中心とした幅広いお客さま

■ 店舗数

日本全国・香港に**161店舗**を展開

■ 商品構成

家具、食器・キッチン雑貨、家電・照明等、幅広く取り揃え、**90%がSPA型**

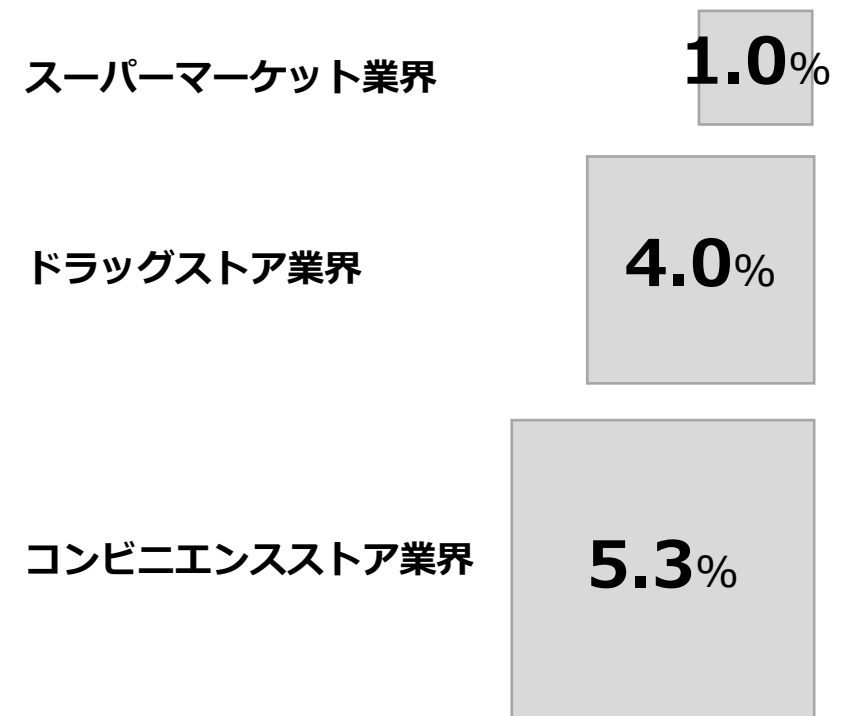
Francfranc - SPA型のビジネスモデル

SPA型（商品の企画から生産、販売までの機能を垂直統合したビジネスモデルである製造小売業）商品が90%を占める「Francfranc」は競合とは一線を画した独自のポジションで、隣接する業界と比較しても、高い水準の営業利益率を保っている。

Francfrancの営業利益率



他の小売業界の平均営業利益率



- ▶ 2023年 スーパーマーケット年次統計調査報告書（全国スーパーマーケット協会、日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会）
- ▶ 企業分析ツール「バフェット・コード」

Francfranc - 高いブランド力

創業以来、**顧客からの人気と信頼を安定的に維持**し、さまざまな調査においても、その高いブランド人気を示されている。顧客へのブランディングのみならず、**採用面への良い影響**も見込まれる。

LINE リサーチ

■ 調査結果

一番好きなインテリアショップに関する調査で、**第4位**にランクイン

- 1位 ニトリ
- 2位 無印良品
- 3位 IKEA

4位 Francfranc

■ 好きな理由

- 「デザインが好き」が8割超の高い割合
- 「色やサイズが豊富」「流行を取り入れている」といったデザイン関連の理由も高い

【調査について】

- LINEユーザーを対象にしたスマートフォンWeb調査
- 調査対象：日本全国の15歳～64歳の男女
- 実施時期：2024年3月28日～2024年4月1日
- 有効回収数：5,255サンプル

日経 X TREND

■ 調査結果

「顧客幸福度」ランキング2024の調査で、**第3位**にランクイン

- 1位 無印良品
- 2位 IKEA

3位 Francfranc

■ 好きな理由

- 持っているだけで気分が上がる
- ワクワクやトキメキを与えてくれる
- 欲しかったルームシューズを履くたびにテンションがあがる
- ショップに行った時にトキメキを感じた

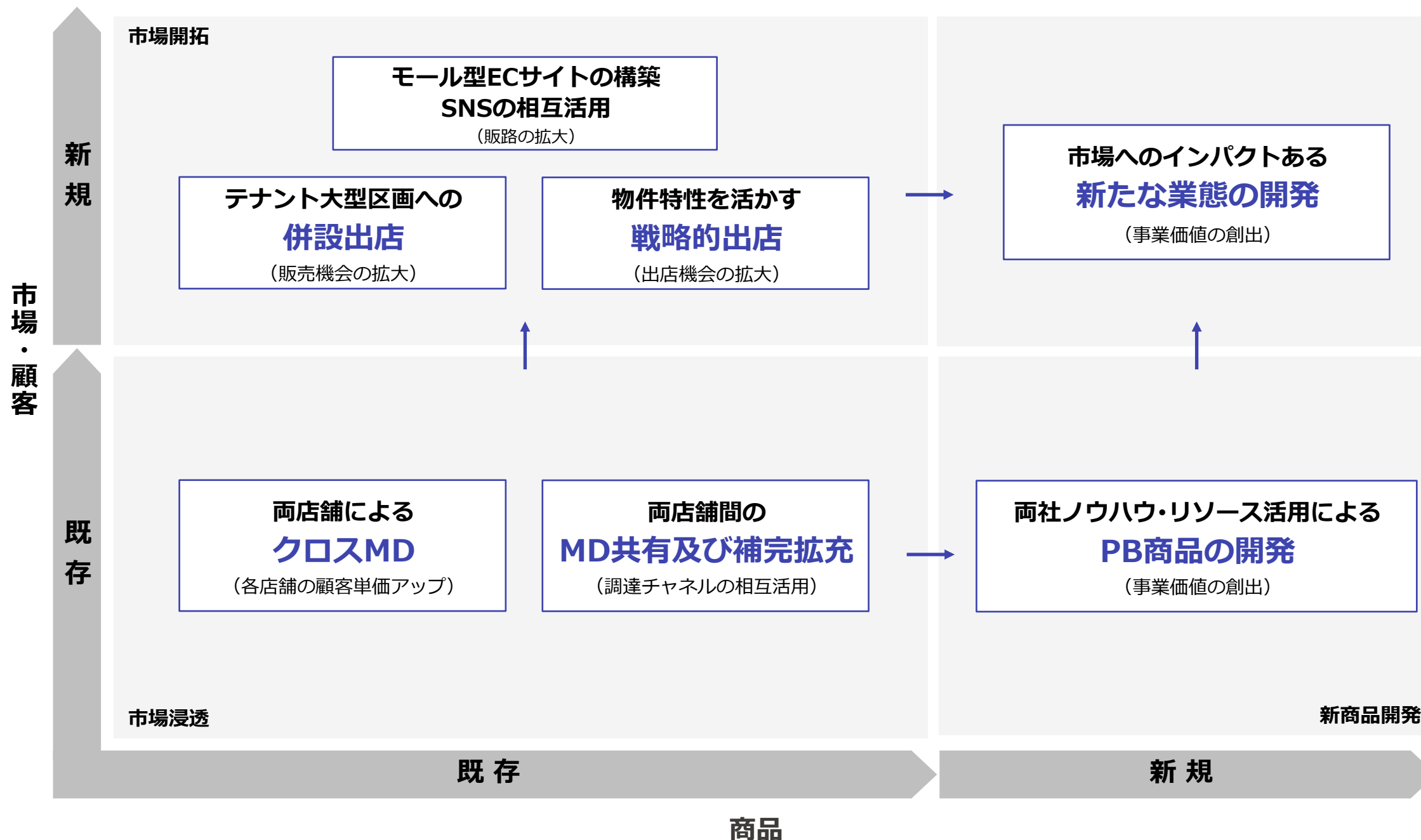
【調査について】

- 日経ビジネスが監修してファン総合研究所が楽天インサイトを通じてインターネット調査
- 調査対象：日本全国の20歳～69歳の男女
- 実施時期：2023年12月、2024年1月（2回実施）
- 有効回収数：延べ10万5,800サンプル

双方の強みを活かしたシナジー

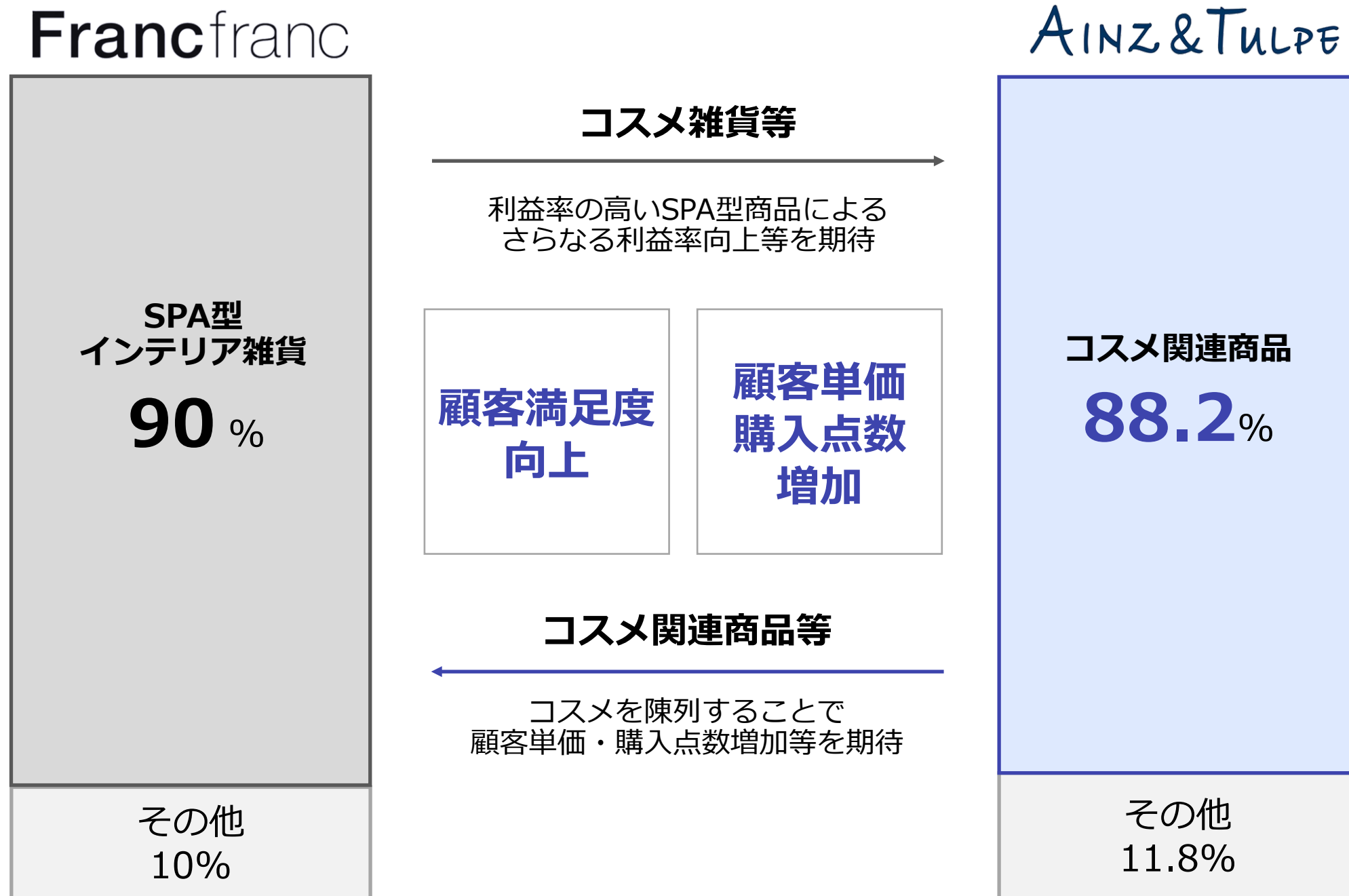
想定シナジーの全体像

既存の両ブランドにおけるシナジーのみならず、新規領域においても、それぞれのノウハウを活用した満足度が高く魅力的なPB商品の開発、店舗を活かした出店戦略の推進、さらに両ブランドの強みを活かした新たな業態の開発も検討する。



① クロスマーチャンドライジング - 1

異なる商品カテゴリーを強みとする店舗が連携することで、顧客に対して幅広い商品選択肢を提示でき、顧客満足度及び顧客単価・購入点数の向上が可能となる。



① クロスマーチャンドライジング - 2

「Francfranc」ではインテリア雑貨等、「アインズ&トルペ」ではコスメ等を取り扱う等、お互いに保有していない**商品カテゴリーを相互補完**することが可能となる。

まとめ
買い

	Francfranc 雑貨	AINZ & TULPE コスメ
Make UP	 スタンド型ミラー	 リップ
Face Care	 フェイシャルスチーマー	 美容液

別々に購入していた商品を1か所で購入することが可能になり、
さらにライフスタイル関連商品の選択肢が拡大

② 戦略的な店舗開発 - 出店エリア

出店エリアは主要都市を中心に駅ビルや商業施設等と近似しており、**店舗同士の親和性が高い**。
大規模テナントへの戦略的共同出店等、出店形態のバリエーションを検討し、**更なるビジネス
機会の拡大**が可能となる。

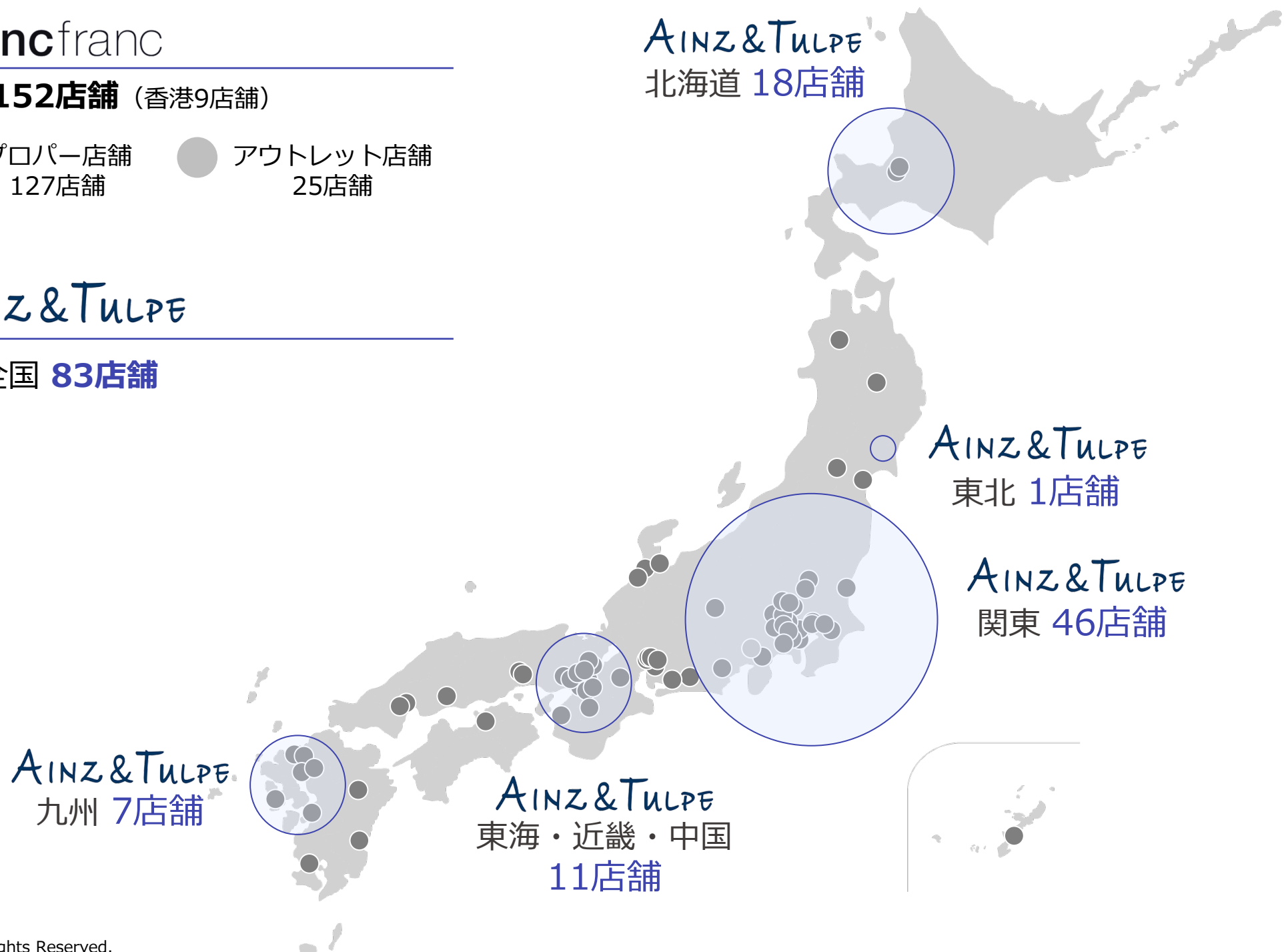
Francfranc

全国**152店舗** (香港9店舗)

● プロパー店舗 127店舗 ● アウトレット店舗 25店舗

AINZ&TULPE

○ 全国 **83店舗**



② 戦略的な店舗開発 - 新業態

市場にインパクトを与える新業態の開発（事業価値の創出）も検討していく。両ブランドは既に日本全国の主要なエリアへの出店を果たし、今後はさらに顧客満足度の高い新しい業態を開発・展開することが可能となる。

Franc franc

新業態の
開発

AINZ & TULPE

② 戦略的な店舗開発 - 札幌市隣接店舗の事例

両ブランドの札幌ステラプレイス店（札幌駅ビル商業施設）は完全に隣接し、「Francfranc」全国152店舗、「アインズ&トルペ」全国83店舗の中で**それぞれともに坪売上高1位を記録**している。さらに、**両店舗間では回遊する消費行動**が認められ、隣接出店した場合の相乗効果が実証されている。



③ ノウハウの共有による商品開発

両ブランドはともに顧客へのライフスタイルの提案をミッションに掲げ、顧客の価値観に影響を与えられる商品開発に注力してきた。それぞれのノウハウを共有することで、更に満足度の高い商品開発を行うことが可能となる。



「暮らし」と「美と健康」の両面からサポートする
魅力的で満足度の高い商品開発が可能

本件に係る照会先

**株式会社アインホールディングス
経営企画室
TEL03-5333-1812
<https://www.ainj.co.jp/corporate/>**

事前に株式会社アインホールディングスの許可を書面で得ることなく、本資料を転写・複製し、又は第三者に配布することを禁止いたします。本資料は、情報の提供のみを目的として作成されたものであり、特定の証券の売買を勧誘するものではありません。本資料に記載された事項の全部または一部は、予告なく修正・変更されることがあります。本資料には、将来の業績に関する記述が含まれておりますが、これらの記述は将来の業績を保証するものではなく、経営環境の変化等により、実際の数値と異なる可能性があります。



AIN GROUP