



2025年3月期  
第1四半期決算説明資料

2024年8月 株式会社ライスカレー

# Who We Are

# Community Data Platformer

ライスカレーは、

1. コミュニティ（特定の共通分野で興味関心をもつユーザー群）について、SNS上のコミュニティを中心に取得される**独自データの収集・分析**を通じ
2. 加速度的に変化・多様化する消費者の**ニーズ・インサイト**を捉え
3. **さまざまな事業を創り成長させ続ける**

データを軸として事業を展開するSNSを中心としたコミュニティ消費時代のキープレイヤーです。

# ライスカレーグループ概要

## 会社概要

|      |                                    |
|------|------------------------------------|
| 社名   | 株式会社ライスカレー                         |
| 英文表記 | Ricecurry, Inc.                    |
| 所在地  | 東京都渋谷区道玄坂1-12-1<br>渋谷マークシティウエスト20階 |
| 代表者  | 代表取締役 大久保遼                         |
| 設立   | 2016年4月                            |
| 資本金  | 249,909,400円（2024年7月31日時点）         |
| 従業員数 | 136名（2024年3月31日時点）                 |
| 事業内容 | コミュニティデータプラットフォーム事業                |

## 代表取締役

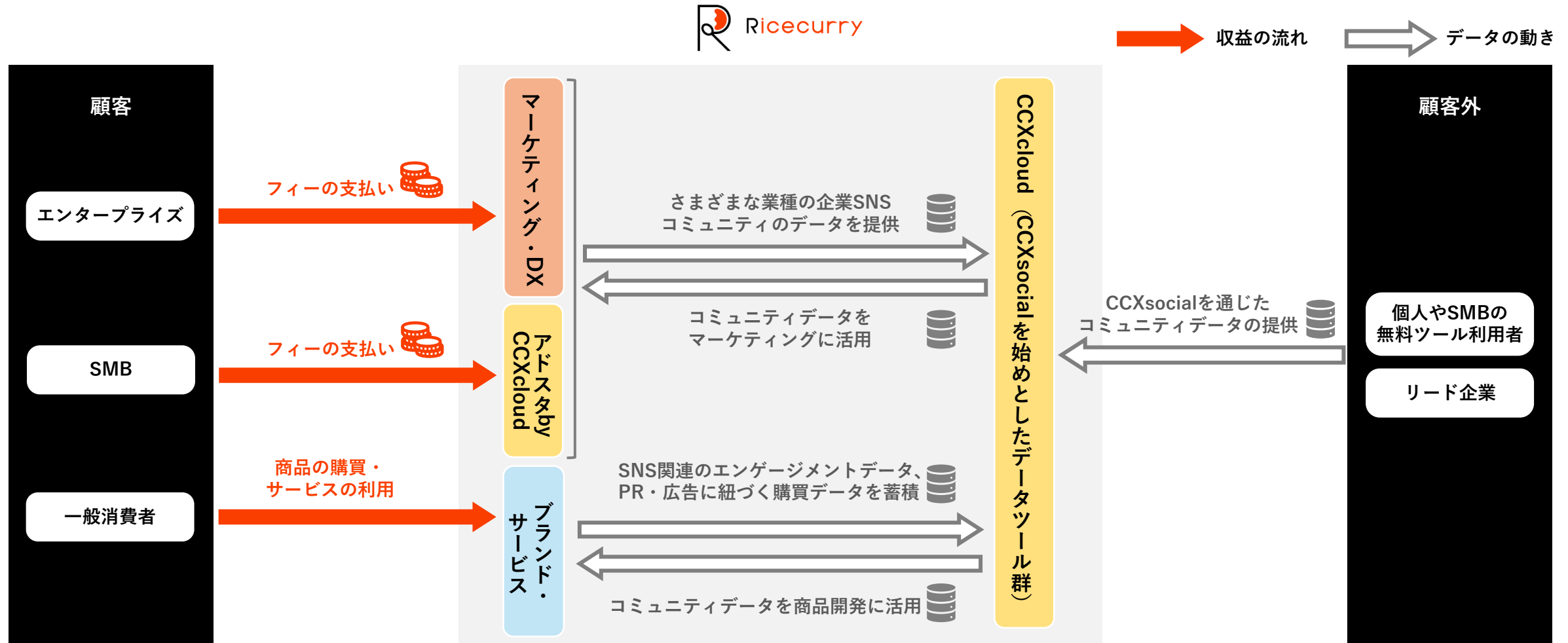


大久保 遼

- 2012年  
東京大学経済学部金融学科 卒業
- 2012年  
ゴールドマン・サックス証券株式会社投資銀行部門 入社。  
通信・メディア・テクノロジーセクターを中心にM&Aアドバイザリー業務に従事。
- 2014年  
オンライン広告テクノロジー企業であるMomentum株式会社を創業。機械学習・自然言語処理を使ったブランド棄損防止ツールを開発。  
Syn.ホールディングス株式会社に売却。
- 2016年  
株式会社ライスカレー製作所（現当社）を設立、代表取締役社長に就任。

# 事業の独自性

データクラウドである「CCXcloud」を基盤に、一般消費者から企業まで、SNS上の消費活動・情報発信に関する横断的なデータを蓄積。データから導かれるさまざまなインサイトを軸に、BtoB・BtoC領域において相互にシナジーを発揮した事業成長を実現し、競合優位性を構築。



# コミュニティデータプラットフォームとしての事業領域

## 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



### 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



### 新領域

#### 新領域

19 商品企画



20 生産 (OEM)



21 生成AI活用

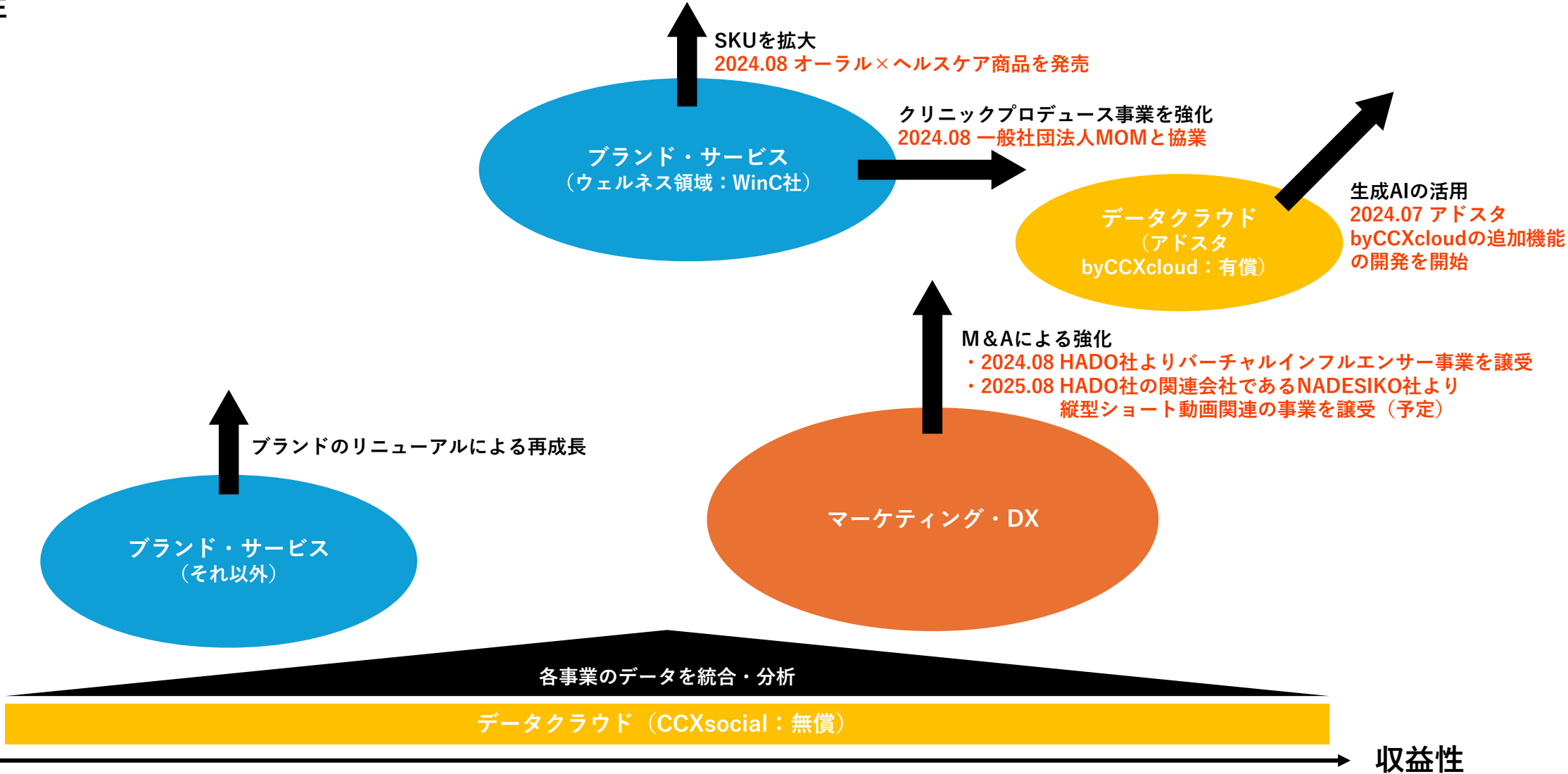


大手企業・SMB

SNSコミュニティ  
＜ 今後ウェルネス領域に注力 ＞

# 事業ポートフォリオ

成長性



収益性

1. 2025年3月期 第1四半期決算
2. 事業別主要数値の進捗
3. トピックス
4. 財務関連資料
5. Appendix

**01**

**2025年3月期 第1 四半期決算**



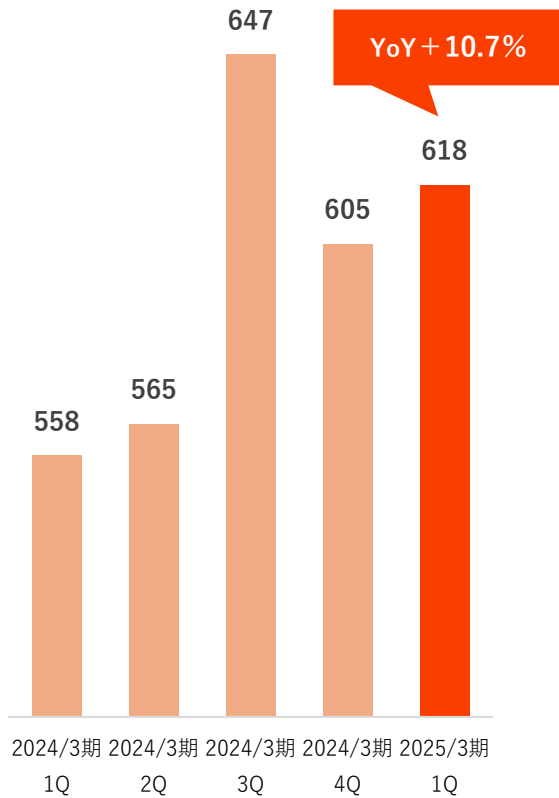
# 2025年3月期 第1四半期 業績サマリー

|                   |                   |             |   |
|-------------------|-------------------|-------------|---|
| 売上高               | 6.18億円            | YoY + 10.7% | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 全体について           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 全領域で好調に推移し、売上総利益はYoYで+17.0%</li> </ul> </li> </ul>   |
| エンタープライズ領域        | 4.18億円            | YoY + 10.1% | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ エンタープライズ領域について           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ エンタープライズ領域は季節性があるため、下半期に偏重する傾向あり</li> <li>・ 1Qは順調な立ち上がり。8月のM&amp;Aは2Qから寄与</li> </ul> </li> </ul>     |
| コンシューマ領域          | 2.00億円            | YoY + 12.2% | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ コンシューマ領域について           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ WinC単体ではYoYで+47.0%</li> <li>・ 一方でリニューアルするブランドへの投資を一時的に抑えた結果、全体としての成長はYoYで+12.2%</li> </ul> </li> </ul> |
| 売上総利益<br>(売上総利益率) | 3.50億円<br>(56.7%) | YoY + 17.0% | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 営業利益について           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 販売促進費、上場関連費用等が増加したがYoYで+31.5%に</li> </ul> </li> </ul>  |
| 営業利益<br>(営業利益率)   | 0.26億円<br>(4.3%)  | YoY + 31.5% | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 当期純利益について           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 上場に伴う、繰越欠損金の利用制限による均等割以外の法人税等の計上、及び繰延税金資産の増加額の減少によりYoYで-14.7%</li> </ul> </li> </ul>                      |
| 当期純利益<br>(当期純利益率) | 0.22億円<br>(3.5%)  | YoY - 14.7% | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 業績予想の進捗について           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 比重の大きい下半期に向けて、1Qは順調に推移</li> </ul> </li> </ul>   |

# 四半期業績推移

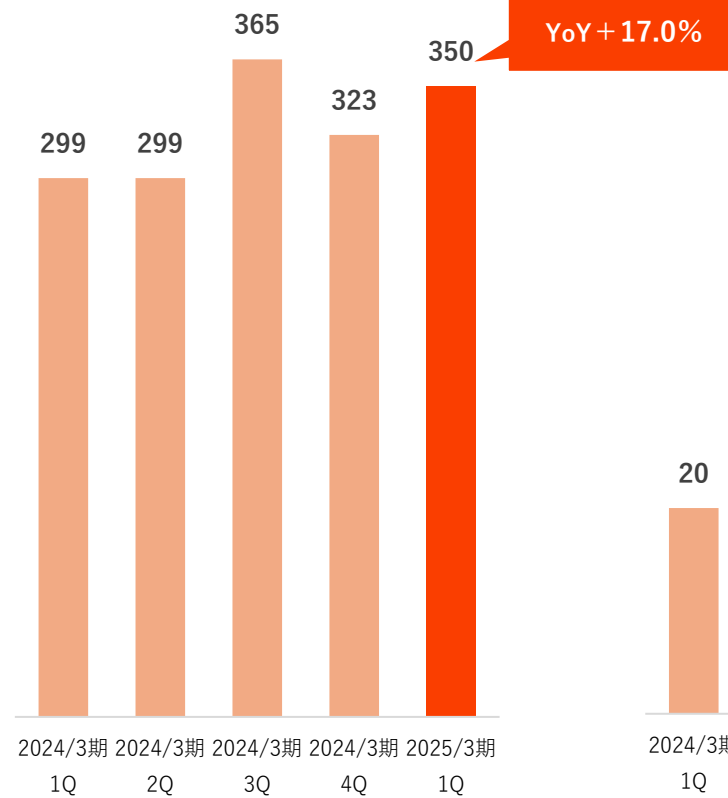
### 売上高

(単位：百万円)



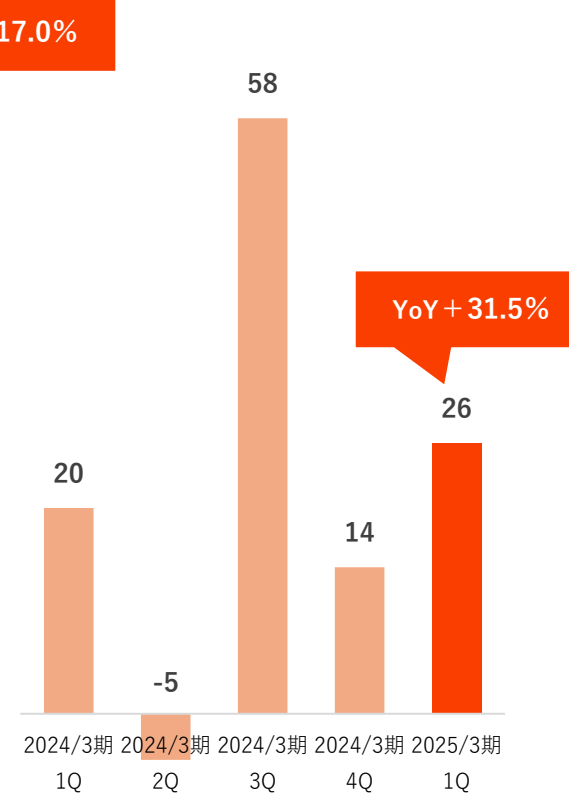
### 売上総利益

(単位：百万円)



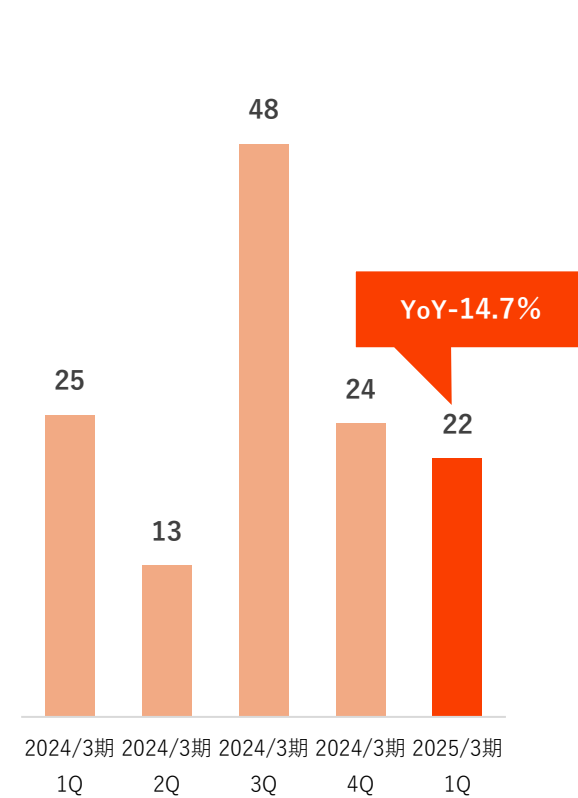
### 営業利益

(単位：百万円)



### 当期純利益／当期純利益率

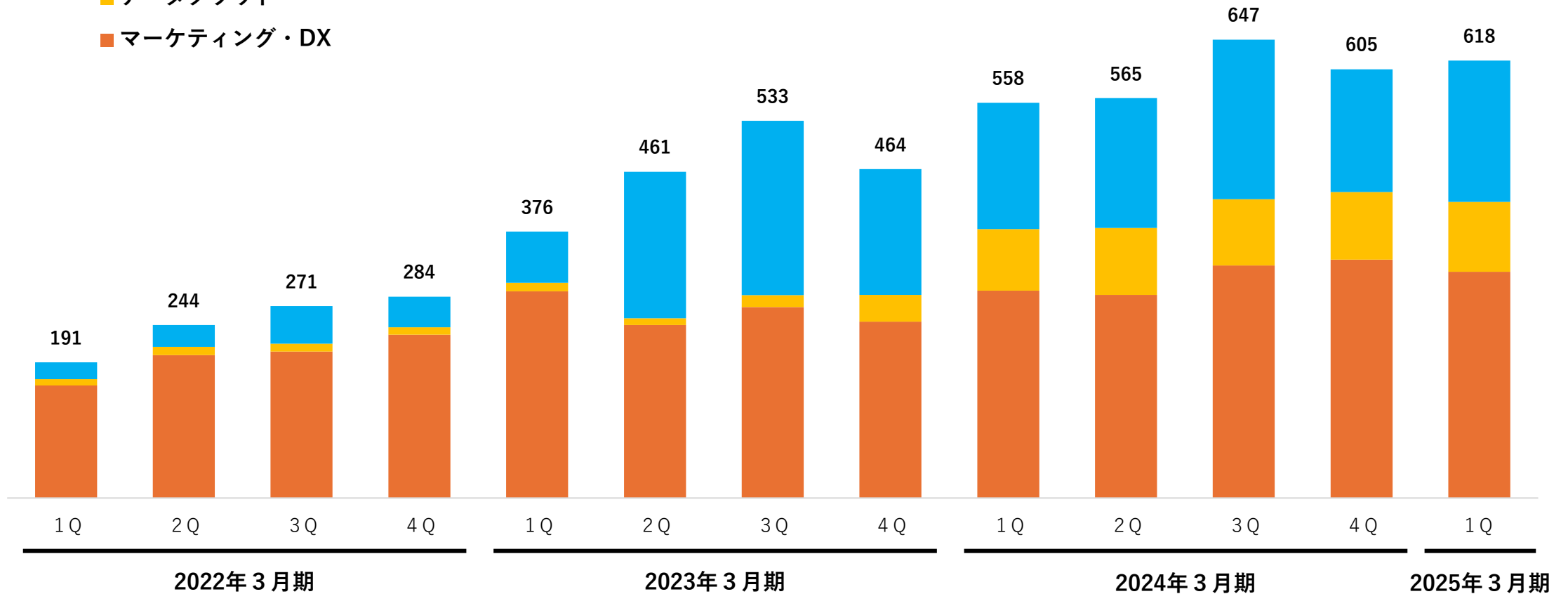
(単位：百万円)



# 売上高（四半期）推移

(単位：百万円)

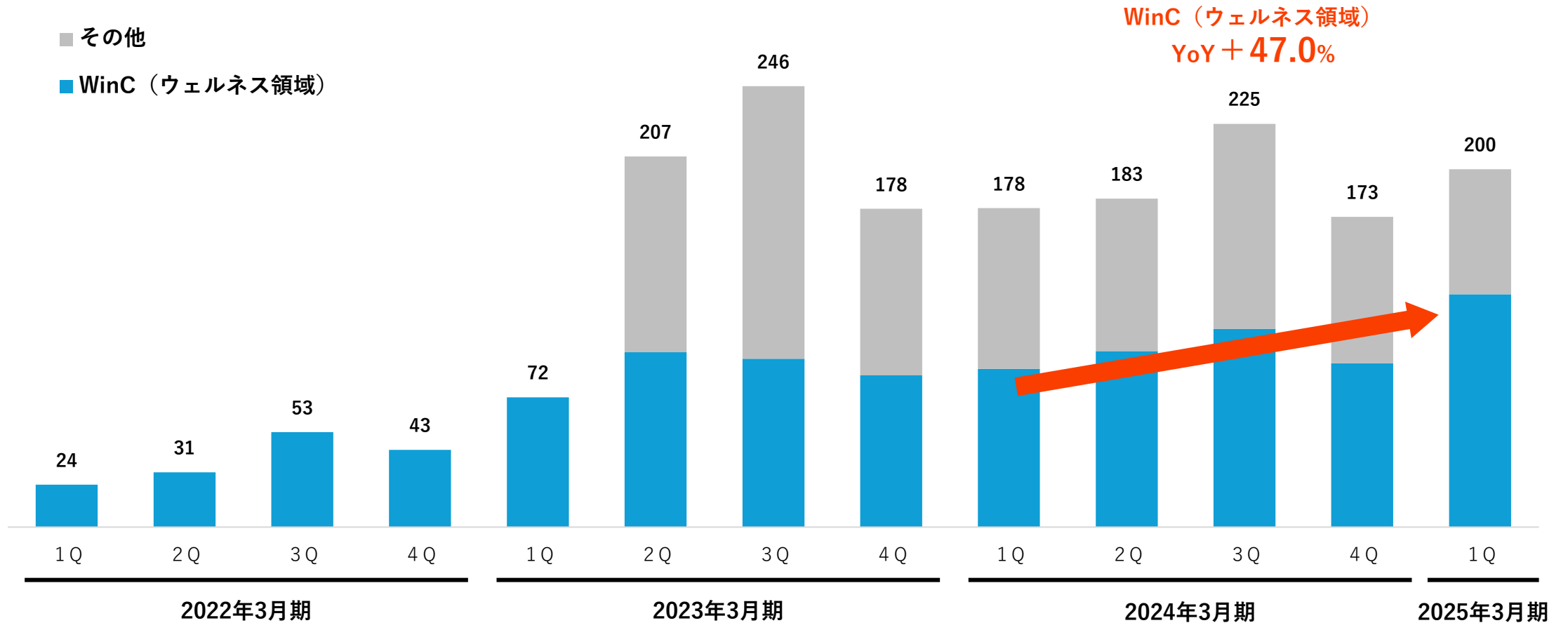
- ブランド・サービス
- データクラウド
- マーケティング・DX



# コンシューマ領域の売上高（四半期）推移

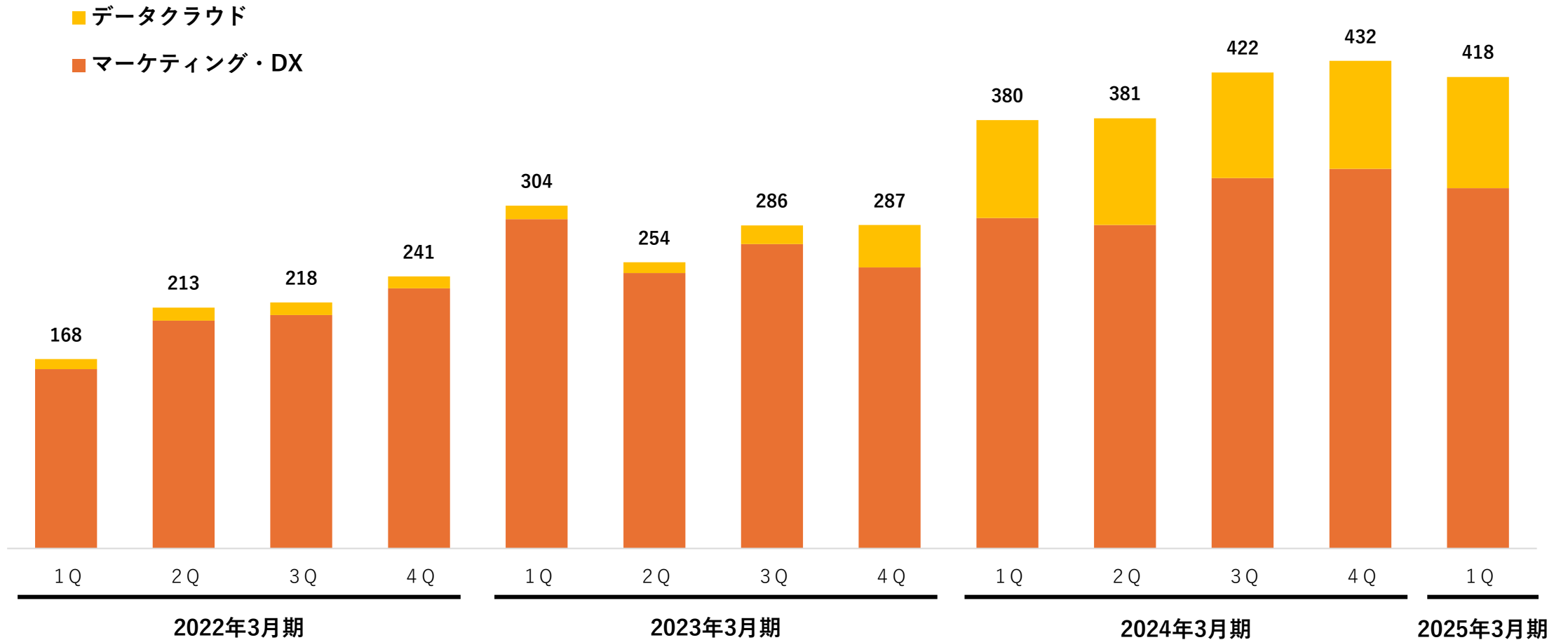
主要2ブランドの平均売上高は94百万円

(単位：百万円)



# エンタープライズ領域の売上高（四半期）推移

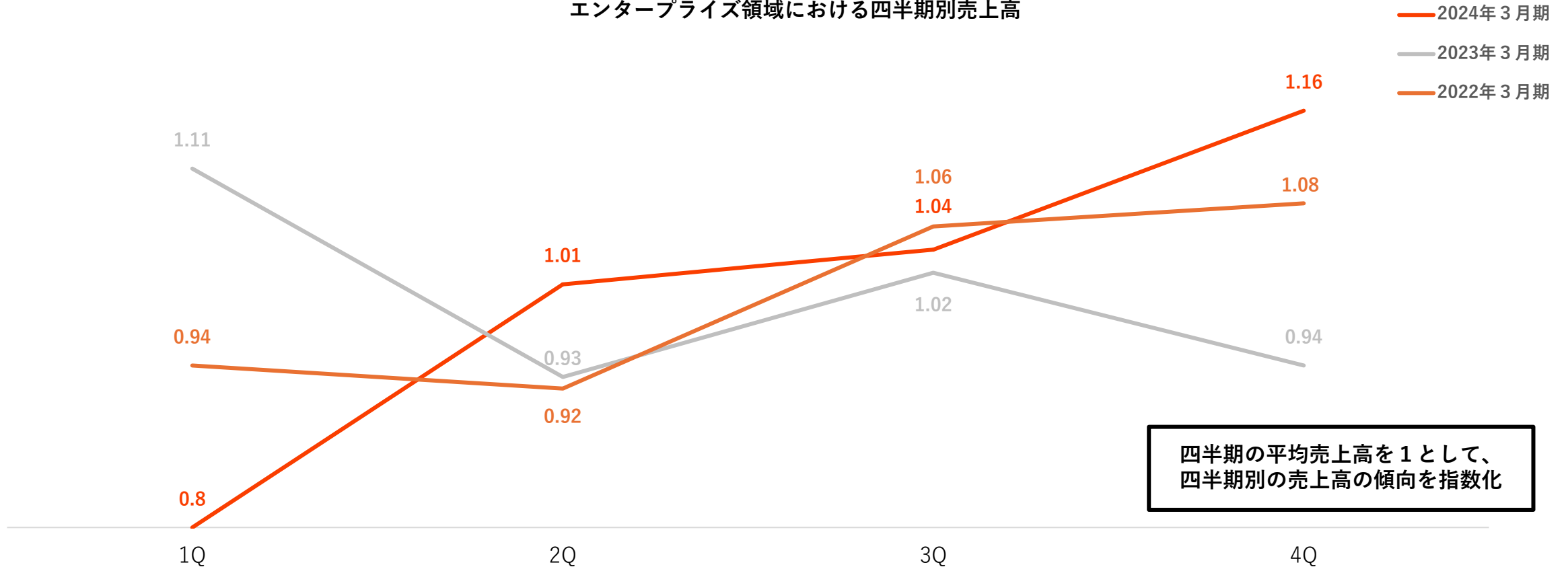
(単位：百万円)



# エンタープライズ領域における季節性による売上高の傾向

一般的に決算期末企業が多い12月や3月に広告宣伝の需要が高まる傾向あり

エンタープライズ領域における四半期別売上高



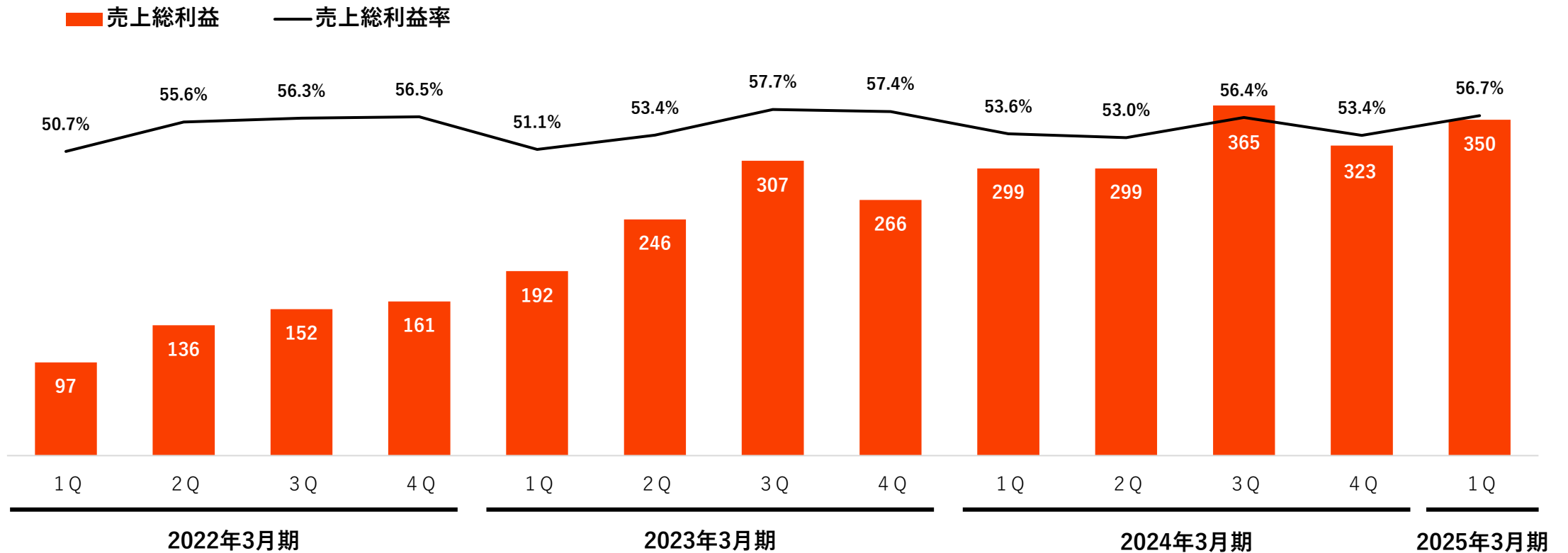
四半期の平均売上高を1として、  
四半期別の売上高の傾向を指数化

※2023年3月期は、大型案件の納品が期ずれしたことにより、2022年3月期4Qの売上が2023年3月期の1Qに繰り越したため、通常と異なり上振れ

# 売上総利益（四半期）推移

セールスマックスに変化等により変動はあるが、高粗利商材の伸びによる貢献もありYoYで+17.0%

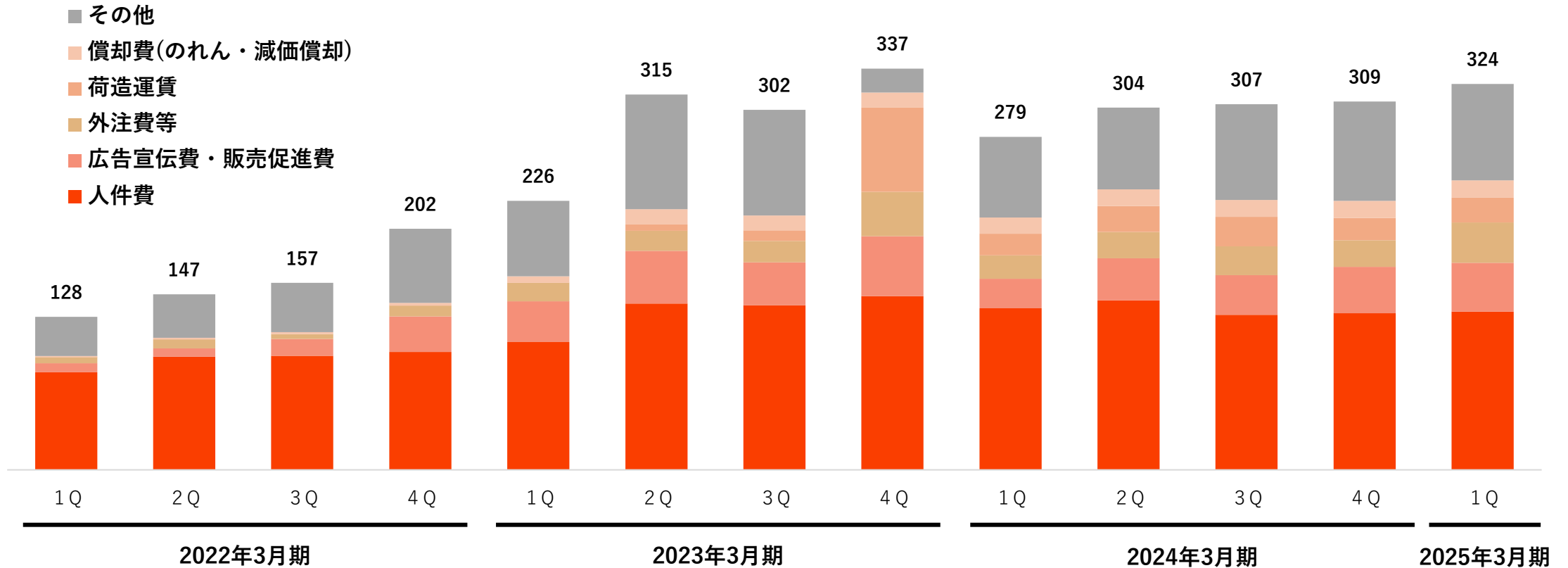
(単位：百万円)



# 販管費（四半期）推移

YoYでは、ECモールの売上増加に伴うポイント等販促費用が増加し、上場準備に伴う外注費等も増加

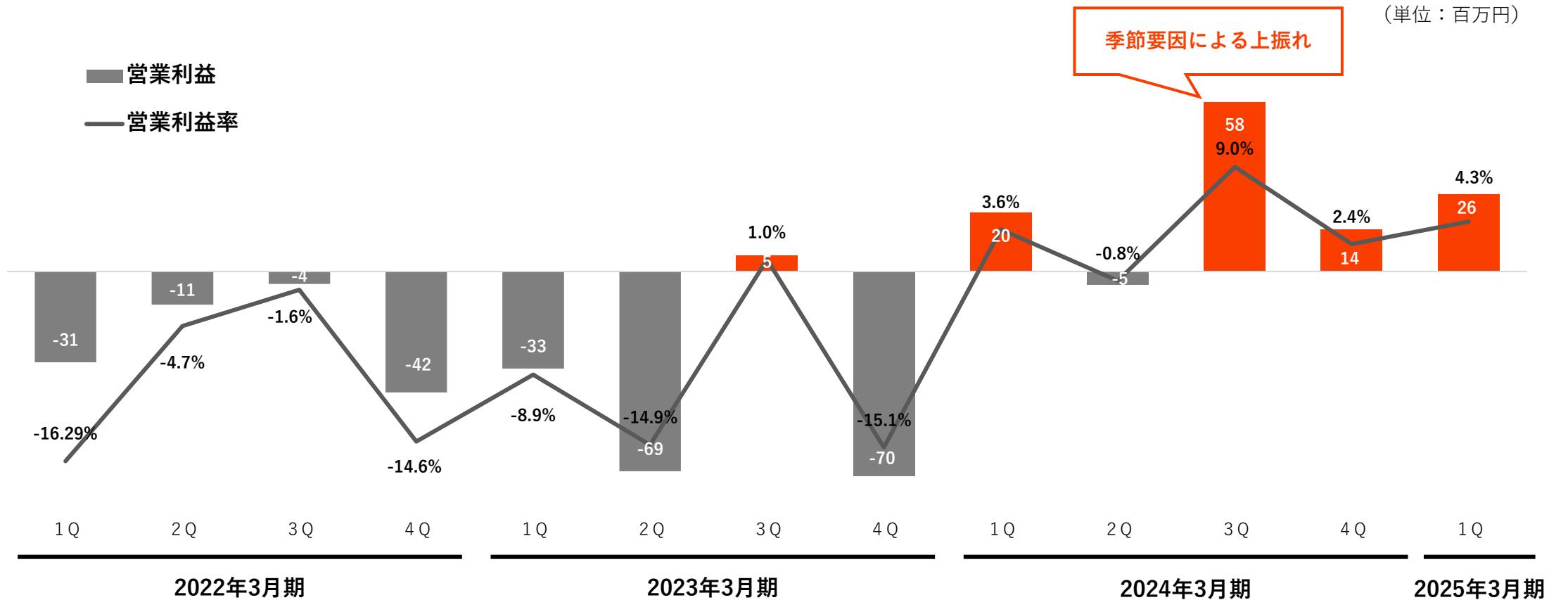
(単位：百万円)





# 営業利益（四半期）推移

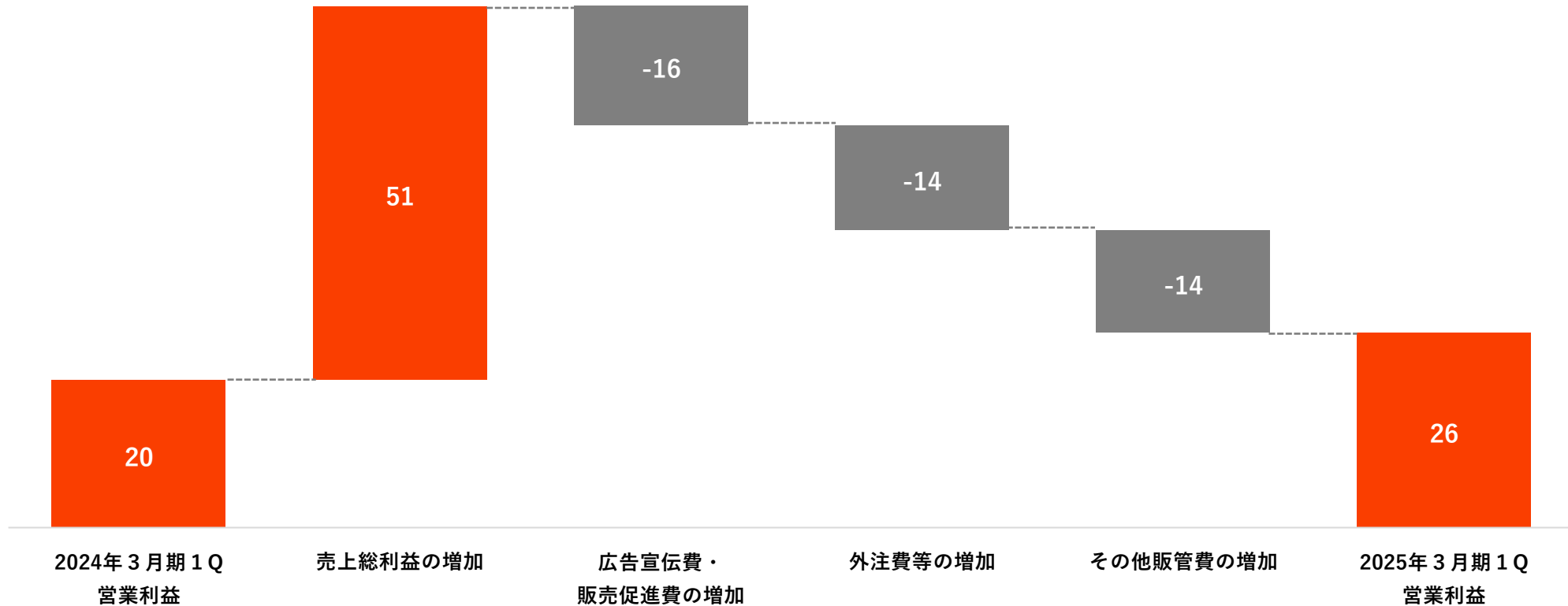
コンシューマ領域が投資回収フェーズに移行したことにより継続的な黒字体質へ転換



# 営業損益増減要因

YoYでは、ECモールの売上増加に伴うポイント等販促費用が増加し、上場準備に伴う外注費等も増加

(単位：百万円)



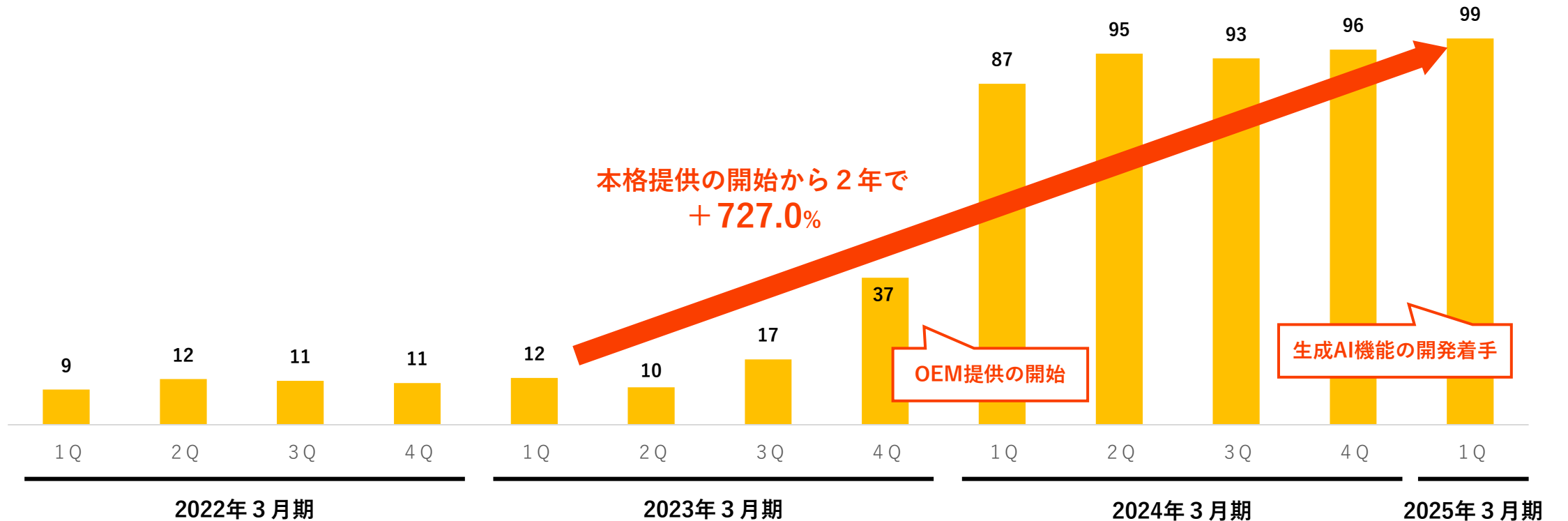
# 02

## 事業別主要数値の進捗

# データクラウド（有償ツール）の売上（四半期）推移

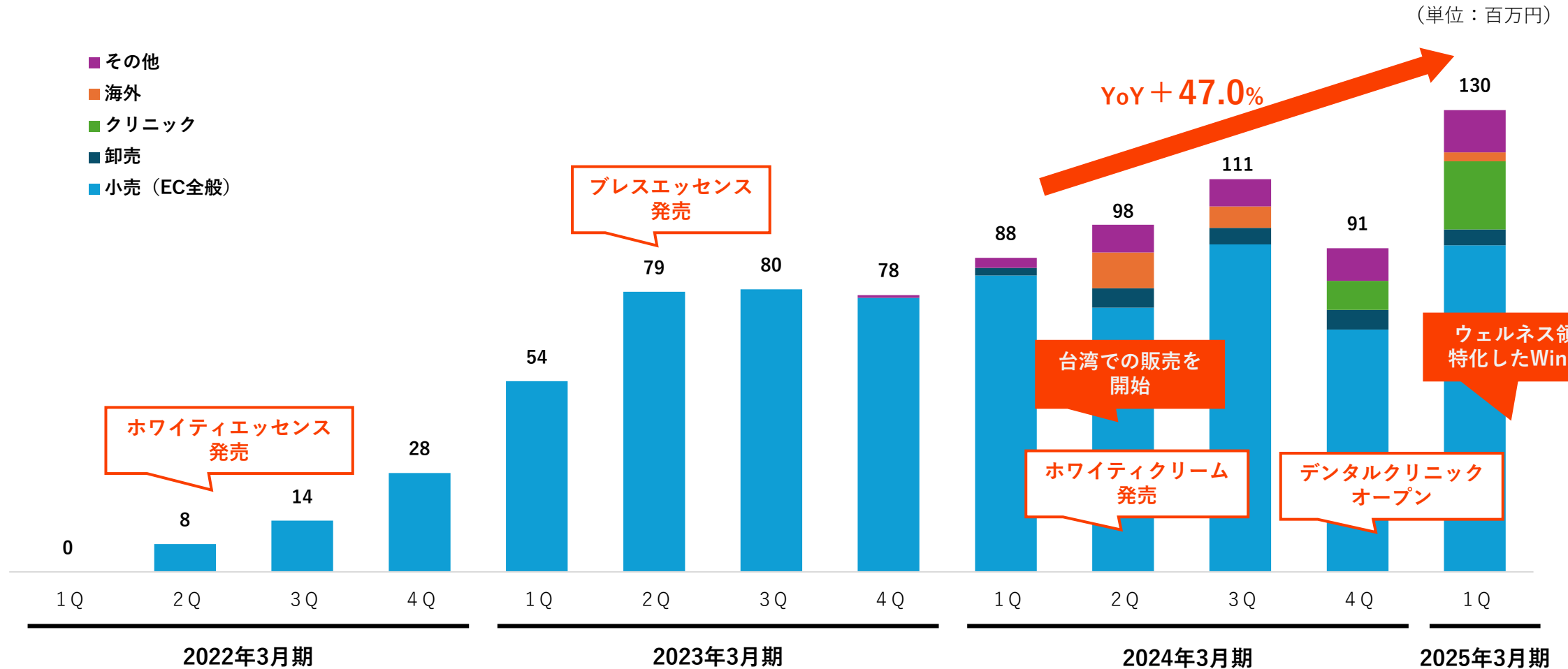
アドスタby CCXcloudのOEM提供、およびCCXcloudシリーズにおける生成AIを活用した有償機能のリリースにより増加

(単位：百万円)



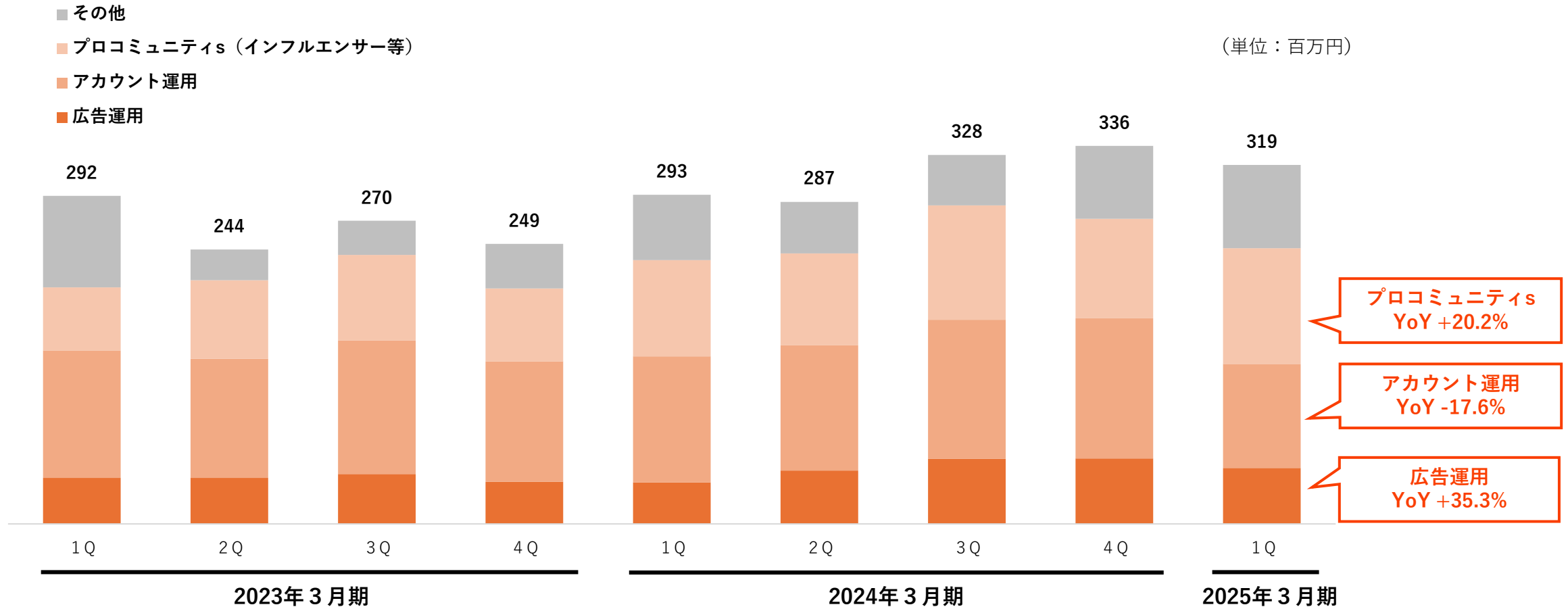
# WinCの売上高（四半期）推移

EC売上、クリニック支援事業が好調に推移



# マーケティング・DX事業の売上高（四半期）推移

プロコミュニティs（インフルエンサー等）が成長。アカウント運用が、年度を跨ぐ中で一部大型案件を失注。第2四半期で再度獲得に注力、第3四半期以降で再成長見込み。



03

トピックス

# トピックス① IP事業に参入

株式会社HADOから、バーチャルインフルエンサー事業を譲受。  
インフルエンサーをバーチャル化し「会社のIP資産」として管理・育成することを可能にしたメディア、  
ならびに効果的なショート動画制作ノウハウを獲得。



段階的な事業譲受（銀行からの資金借入による）

第1段階（2024年8月）

バーチャルインフルエンサー（IP）事業の譲受

事業シナジーを検証しながら、  
段階的に事業を統合

第2段階（2025年8月予定）

HADO社の関連会社であるNADESIKO社より、  
縦型ショート動画を活用したマーケティング事業の譲受



# トピックス② ウェルネス領域に本格参入

2024年8月1日を効力発生日とする新設分割により、株式会社WinCにコンシューマ領域に関する資産・負債を承継。当社のコミュニティデータ活用が非常に効果的である領域として「ウェルネス事業」に注力するための体制を整備。



ブランド・サービス事業の  
権利義務を継承



## WinC

ウェルネス領域に特化した事業を展開  
2024年8月より事業を開始

### WinC社が取り組むウェルネス事業の領域



- ・ フィットネス
- ・ ヘルスデータ
- ・ 美容
- ・ エンタメ
- ・ 健康食品
- ・ その他健康・美容関連サービス

- ・ クリニック
- ・ 診療
- ・ ドラッグストア

- ・ ケア施設
- ・ アフターケア
- ・ 定期検査

## トピックス③ WinC社が「経営DX賞」を受賞

Mii DENTAL STUDIOのDXが評価されメディカルフォースアワード2024において「経営DX賞」を受賞。健康と美容を両立する審美・予防歯科を今後複数プロデュースし、事業を拡大する予定。

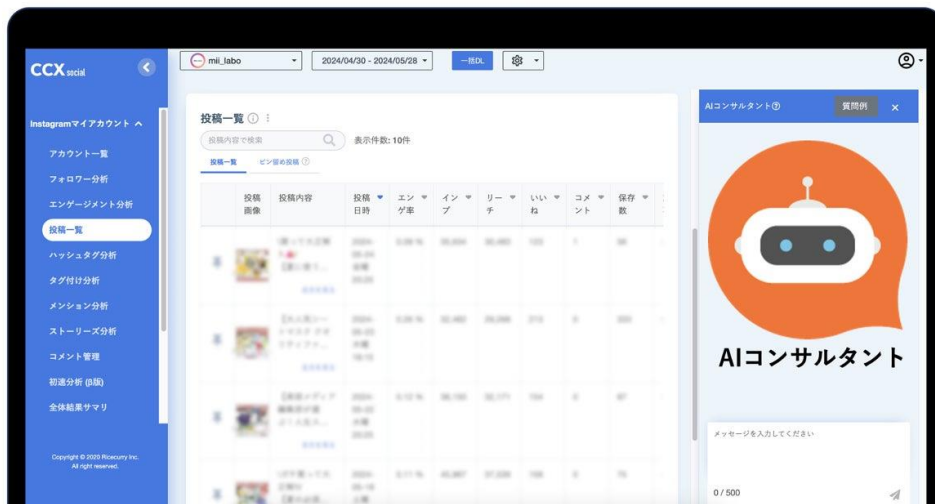


# トピックス④ CCX socialに生成AIを搭載

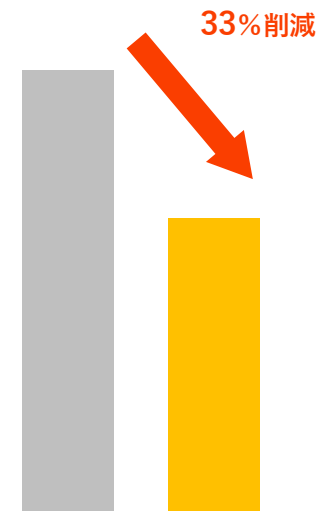
CCXsocial（SNS分析・管理ツール）に、生成AIを活用した各種機能を実装。当社内のSNS運用チームにおいても利用を開始し、業務効率を改善。今後、全社的に利用を推進するとともに、顧客への提供も全面的に行なっていく予定。

SNS分析ツール「CCX social」

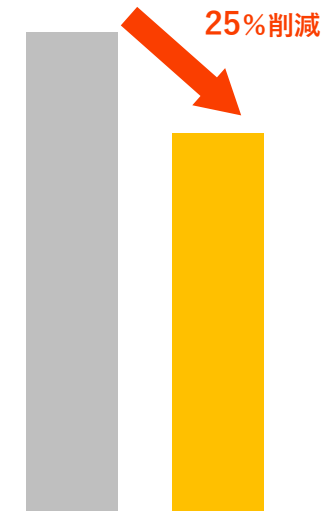
生成AIを活用した「AIコンサルタント」をリリース



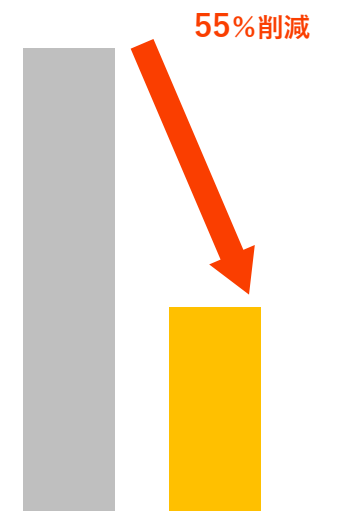
企画・アイデア出し  
にかかる時間



レポート作成時間



テキストコンテンツの  
作成時間



# トピックス⑤ TikTok公式イベントに登壇

TikTokが日本国内初となる事業者向けオフラインのカンファレンスイベント「ILLUMINATE 2024 Summer」を開催。「スポーツ業界から紐解く企業でも使えるファンマーケ手法」に当社上級執行役員辻馨が登壇。



**TikTok for Business**  
**ILLUMINATE**  
 2024 Summer

**2024 6/26 Wed.**  
 14:00-17:30 **参加無料**  
 @ 渋谷ストリームホール

TikTokクリエイター  
オムライス兄さん

ワンメディア株式会社  
代表取締役  
明石ガクト

博報堂 執行役員  
エグゼクティブクリエイティブディレクター  
嶋 浩一郎

株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント  
SHIBUYA109 lab. 所長  
長田 麻衣

株式会社ライスカレ  
コミュニティプロデュース事業部  
上級執行役員 専務部長  
辻 馨

note 株式会社  
noteプロデューサー/プログラマー  
徳力 基彦

日本テレビ  
プロデューサー  
井上 直也

TikTokクリエイター  
あきとんとん

TikTokクリエイター  
神堂きょうか

フィギュアスケーター  
小塚 崇彦

# トピックス⑥ OEM/ODM事業（新領域）への進出

オリジナルグッズ・ギフトのデザイン制作・仕入れを全面的にサポートするOEM/ODM事業を開始。  
 コミュニティデータを活用したマーケティングに関する知見と、自社ブランドの運営を通じて得た知見や実績を数多くもったデザインノウハウ、また独自の仕入れルートにより、価格を抑えた高品質なグッズが提供可能に。

## OEM/ODMブランド



**猫街商店**  
 (NEKOMACHI SHOUTEN)

## HICATでのコラボ実績 ※一部



## SUYALIでのコラボ実績



04

## 財務関連資料

# 損益計算書

(単位：百万円)

|        | 2022年3月期 | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 2025年3月期 1Q |
|--------|----------|----------|----------|-------------|
| 売上     | 991      | 1,834    | 2,375    | 618         |
| 売上総利益  | 546      | 1,012    | 1,286    | 350         |
| 売上総利益率 | 55.1%    | 55.2%    | 54.2%    | 56.7%       |
| 営業利益   | -88      | -167     | 88       | 26          |
| 営業利益率  | -8.9%    | -9.1%    | 3.7%     | 4.3%        |
| 当期純利益  | -89      | -122     | 110      | 22          |
| 当期純利益率 | -8.9%    | -6.6%    | 4.6%     | 3.5%        |

# 貸借対照表

(単位：百万円)

|              | 2022年3月期   | 2023年3月期     | 2024年3月期     | 2025年3月期 1Q  |
|--------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>流動資産</b>  | <b>505</b> | <b>536</b>   | <b>1,104</b> | <b>1,294</b> |
| 現預金等         | 345        | 196          | 638          | 845          |
| 売上債権         | 135        | 192          | 256          | 231          |
| <b>固定資産</b>  | <b>78</b>  | <b>719</b>   | <b>691</b>   | <b>684</b>   |
| のれん          | 0          | 535          | 497          | 487          |
| 繰延資産         | 0          | 0            | 0            | 15           |
| <b>資産の部</b>  | <b>583</b> | <b>1,255</b> | <b>1,795</b> | <b>1,993</b> |
|              |            |              |              |              |
| <b>流動負債</b>  | <b>201</b> | <b>376</b>   | <b>590</b>   | <b>505</b>   |
| 有利子負債        | 20         | 95           | 233          | 212          |
| <b>固定負債</b>  | <b>85</b>  | <b>238</b>   | <b>453</b>   | <b>415</b>   |
| 有利子負債        | 85         | 238          | 453          | 415          |
| <b>負債の部</b>  | <b>286</b> | <b>614</b>   | <b>1,043</b> | <b>920</b>   |
| <b>純資産の部</b> | <b>297</b> | <b>642</b>   | <b>752</b>   | <b>1,073</b> |

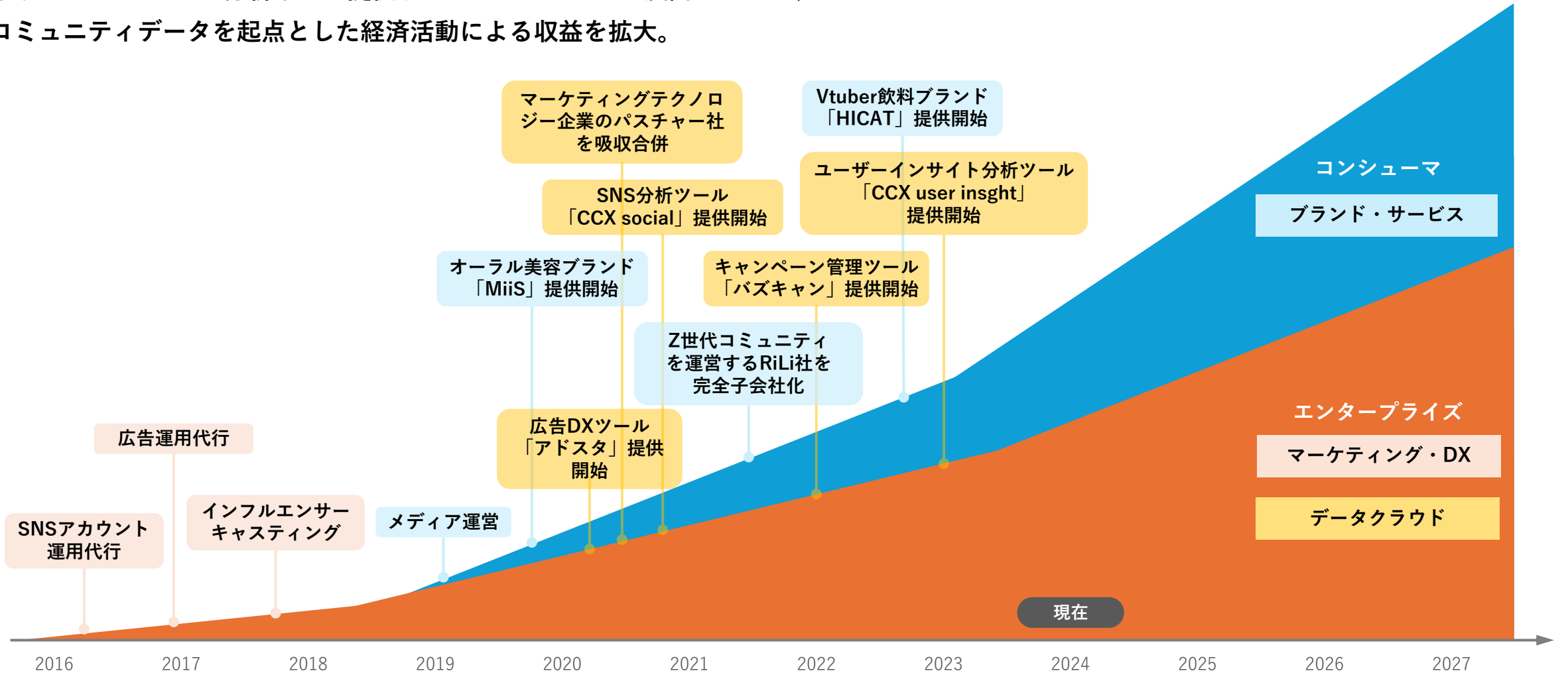


**05**

# Appendix

# 事業拡大の経緯

マーケティングソリューションの提供および、自社ブランドの展開を両輪とした成長、  
 ならびにDX・データ分析などを提供するデータクラウドの展開によって、  
 コミュニティデータを起点とした経済活動による収益を拡大。



# 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。