



ウェルネス領域におけるブランド運営
およびマーケティング・DX支援を行う
株式会社WinC 設立に関する補足説明資料

2024年 7月 16日 株式会社ライスカレー

目次

1. 本件概要
2. 株式会社WinCの概要
3. 株式会社WinCの成長ポテンシャル
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



コミュニティデータプラットフォーム事業



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

02

株式会社WinCの概要

会社概要

会社名	株式会社WinC
所在地	東京都渋谷区道玄坂一丁目12番1号 渋谷マークシティウエスト20階
創業	2024年8月
資本金	3,000万円
代表者	代表取締役 荻原 萌々佳
事業内容	ウェルネスに関連したブランド、サービスの開発・提供

社名「WinC（ウィンク）」に込めた思い

WinC

Wellness in Community

コミュニティを通じて
Wellnessを実現する

&

Wink at Consumer

日常がワクワクするプロダクトを届ける
＝ウィンクする

なぜ「ウェルネス」なのか

当社の強みであるコミュニティデータの分析により

- **美容**コミュニティの中での**健康**需要の高まり
- **健康**コミュニティの中での**美容**需要の高まり

などから、心身両面でのゆたかさへの需要を検知

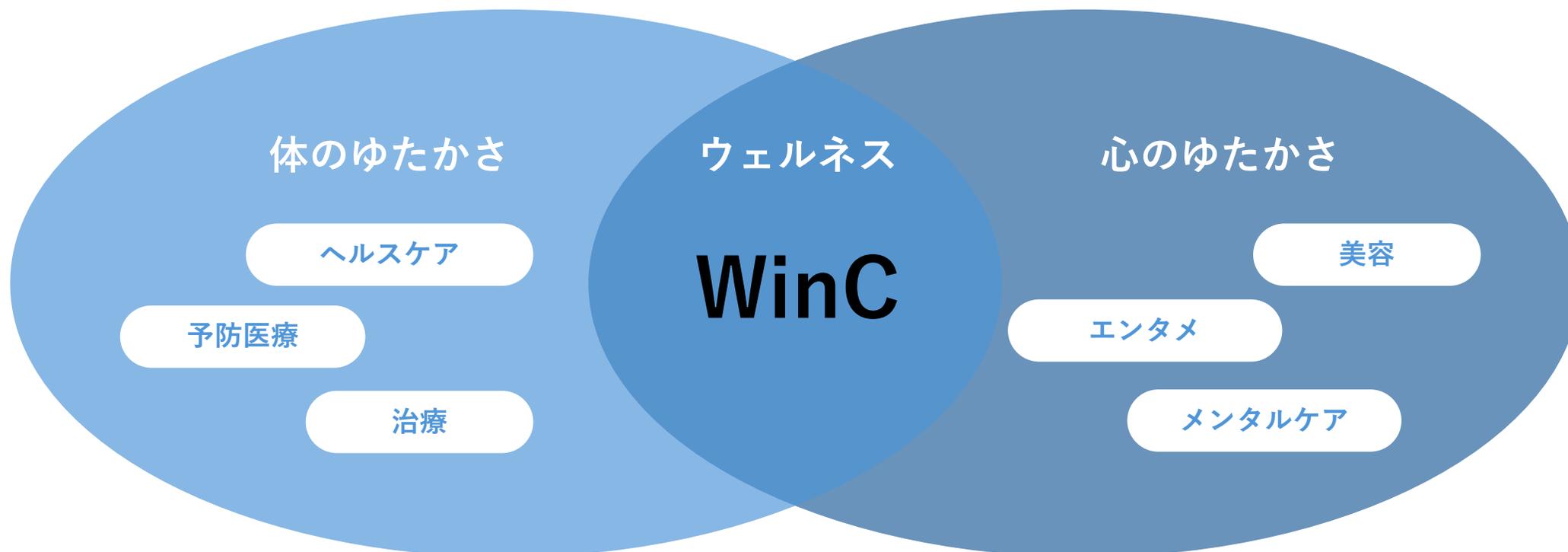
両者のコミュニティが近接してきており、心と体の両方をケアする必要性がわかった

➡ **ウェルネス領域へ本格参入**



私たちが考える「ウェルネス」

- ✓ **体のゆたかさ**と**心のゆたかさ**を、両面から実現していくウェルネス領域の事業を展開
- ✓ ウェルネス領域のマーケティング：
信頼関係を基盤とするコミュニティ経由のマーケティングデータが必要
= **ウェルネス領域は、コミュニティマーケティングに強い当社の得意領域**



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

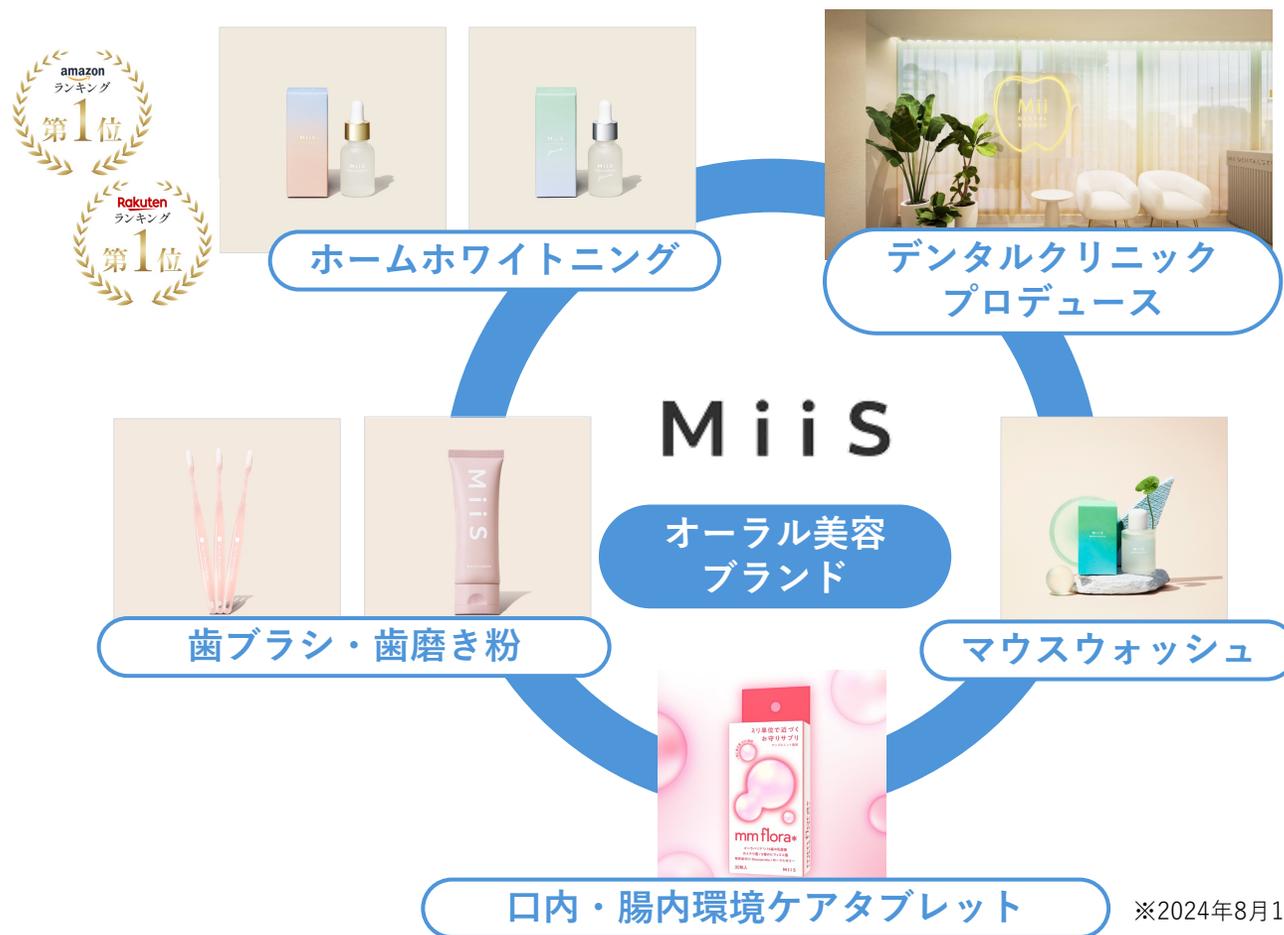
- ケア施設
- アフターケア
- 定期検査

03

株式会社WinCの成長ポテンシャル

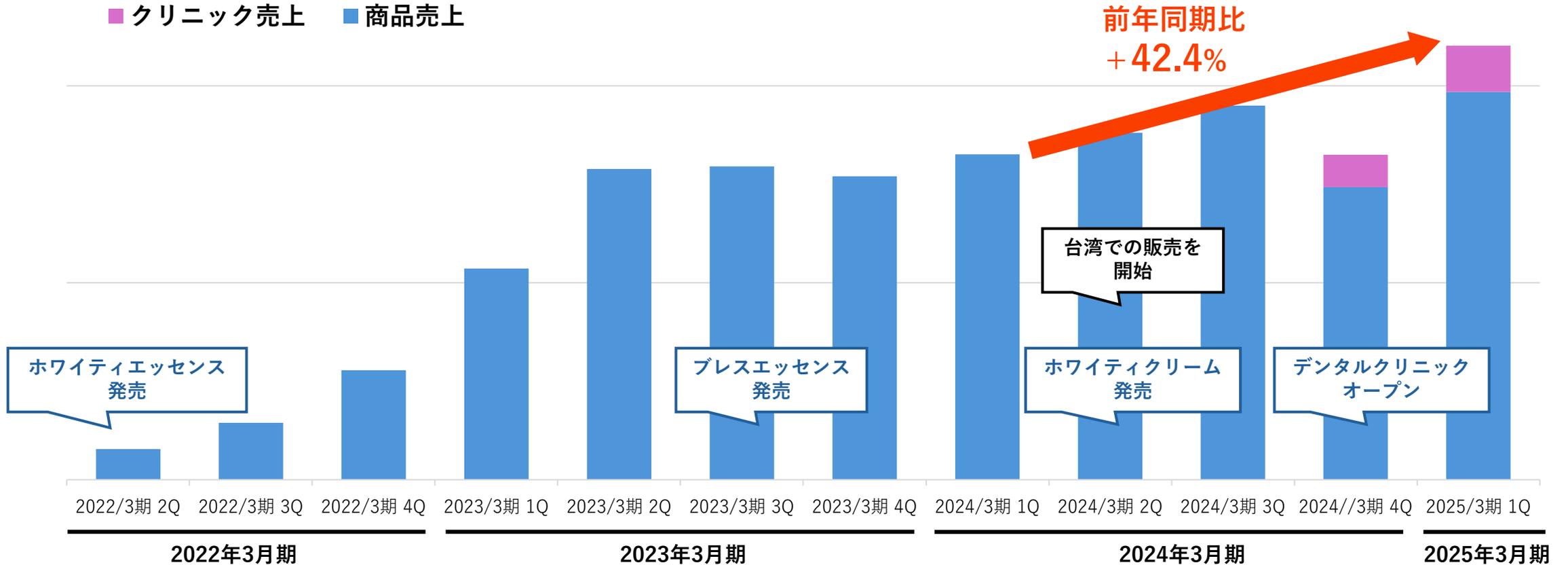
WinC社で展開するオーラル美容ブランド「MiiS」の概要

2021年7月より、オーラル美容ブランド「MiiS」を運営。ウェルネス領域における事業を先行して展開。



WinC社で展開するオーラル美容ブランド「MiiS」の売上高推移

コミュニティを起点としたマーケティングを実施、前四半期の売上高※1は前年同期比+42.4%※2の成長を実現。



※1 当該事業における売上高の詳細は非開示となります

※2 2025年3月期第1四半期の数値は、速報値ベースで未監査の数字です

WinC社で展開するオーラル美容ブランド「MiiS」の今後の成長戦略

オーラル美容ブランド「MiiS」の今後の成長戦略

現在

美容商品

- ホームホワイトニング
- マウスウォッシュ



ヘルスケア商品

- 歯磨き粉
- 歯ブラシ
- 口内・腸内環境ケアタブレット
- デンタルフロス



クリニック

- デンタルクリニックのプロデュース



今後

1. ヘルスケア商品の拡充

2. 店舗の拡大

- 一般社団法人MOMと提携、Mii DENTAL STUDIOを皮切りに、審美・保健診療を行うデンタルクリニックを展開

3. オーラルケア領域におけるエンタープライズ領域への進出

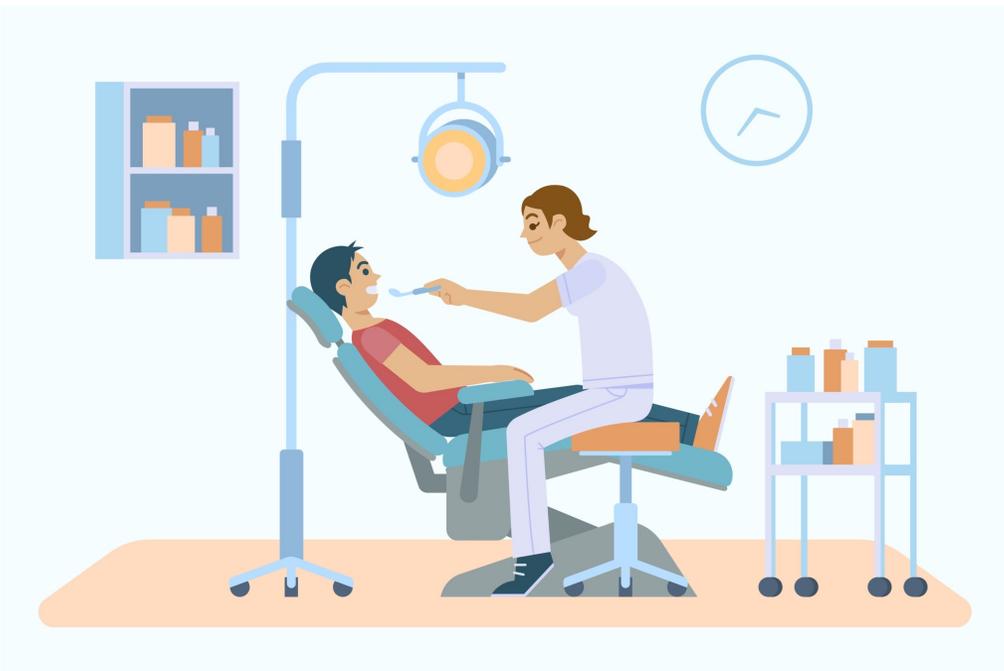
- 法人向け定期検診への対応
- クリニック向けのマーケティング・DX支援

WinCモデル

- ✓ コンシューマ領域で得た知見を、エンタープライズ領域に還元
- ✓ オーラルケア（MiiS）だけでなく、他領域でも展開予定

オーラル美容ブランド「MiiS」への追い風

政府「骨太の方針（2022・2023）」に国民皆歯科検診の導入に向けた検討を行う方針を盛り込みへ



- ・ 自覚症状のなかった異常（虫歯・歯周病、など）が見つかる可能性
- ・ 新規患者が自由にクリニックを選択して受診

自社ブランド展開の視点

- ・ 口内ケアへの関心が高まり、関連商品市場が拡大する



マーケティング・DXの視点

- ・ 選ばれるクリニックと、選ばれないクリニックの差が明確になり、クリニック自体のマーケティングが重要に



ウェルネス事業における他ブランド展開の状況

MiiS以外のブランド展開も、コミュニティデータを生かしたマーケティングを通じて順調に拡大。

HICAT

ウェルネス ▶ ノンカフェイン エナジードリンク



- ✓ 累計販売本数：約10万本
- ✓ HICAT公式VTuber「NiBOSHI」デビュー
- ✓ ヴィレッジヴァンガード、ドン・キホーテ、ラウンドワンなど全国の店舗で取扱が拡大中

SUYALI

ウェルネス ▶ 睡眠



- ✓ ブレインスリープ様と共同開発
- ✓ 90.5%のユーザーが睡眠環境の質が高まったと回答

04

ライスカレーグループの成長戦略

当社の成長戦略における重要な事業領域

コミュニティデータの活用領域 = 当社の成長戦略において重要な事業領域

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

コンシューマ領域

マーケティング・DX

データクラウド

ブランド・サービス

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 
07 SEO・LPO 	08 商品企画 	09 生産 (OEM) 

10 SNS分析  	11 SNS広告管理  
12 Google広告管理 	13 キャンペーン管理 
14 マーケティング管理 	15 データ連携 

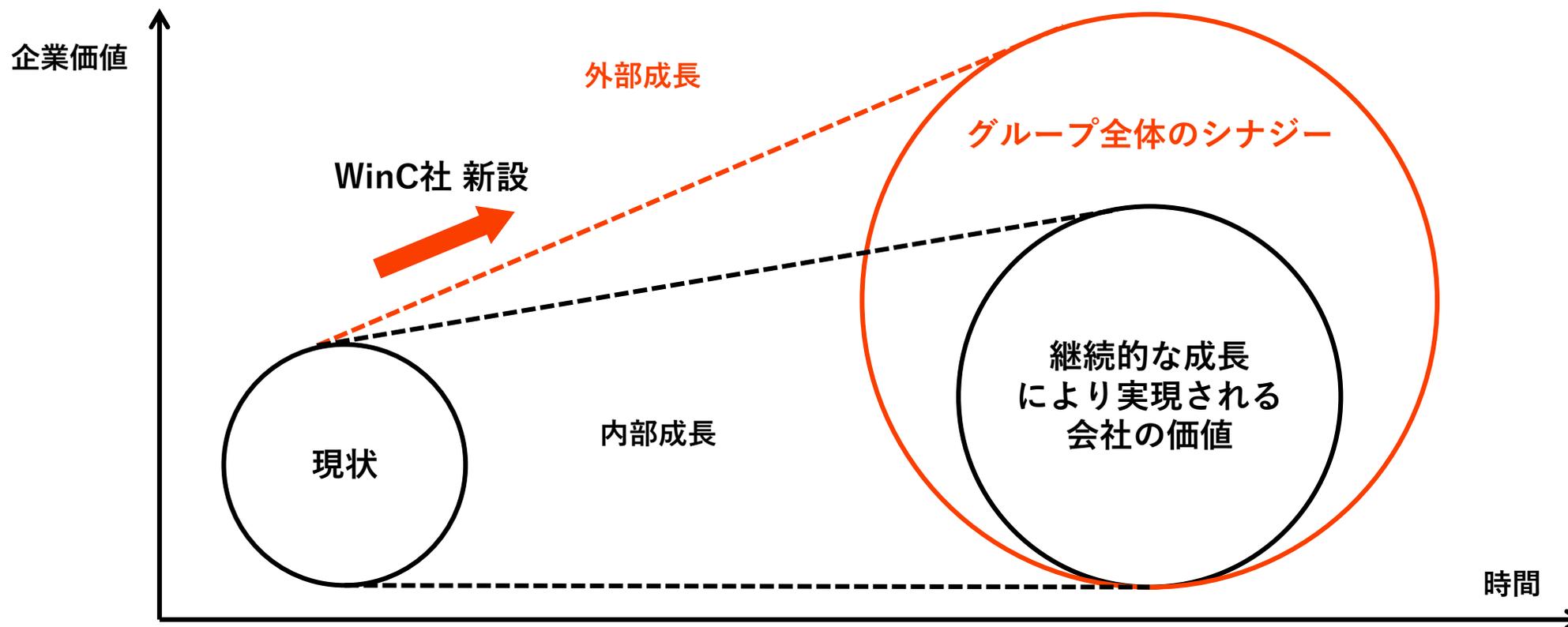
16 自社EC (D2C)  	17 モールEC  
18 卸売店舗 	19 店舗・クリニック プロデュース  
20 IP  	21 コラボ・協業 

大手企業・SMB

SNSコミュニティ
< 今後ウェルネス領域に注力 >

本件によるグループ全体のシナジー

- ✓ WinC社で得られた**コンシューマ領域のノウハウやデータをエンタープライズ領域に応用**
- ✓ 他ブランドにおいてもマーケティング・DX支援を展開し、**領域特化型のマーケティングを強化**
- ✓ 開業やオペレーションの整備など、マーケティングの周辺領域の支援が可能に
- ✓ SNSを中心としたコミュニティ運営・活用・事業経営に実績のある**若手人材の社長登用**により、グループ全体の経営体制を強化



コミュニティデータプラットフォームへ

SNSを中心とした市場の成長を牽引し、
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。
本格参入するウェルネス領域も重要な新領域として注力。

-  **新領域**
コミュニティ関連市場の拡張
-  **ブランド・サービス**
再現性のある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

