

平成 14 年 7 月 5 日

各位

株式会社ソフマップ
代表取締役社長 山科 光男
(コード No.2690)

ヤマギワ株式会社
代表取締役社長 小長谷 哲
(非上場)

株式会社ソフマップ、ヤマギワ株式会社のソフト関連事業を取得

～本件の営業権譲受によりソフト事業分野の拡大・強化を目指す～

～2003年度新品・中古ソフト関連売上高 500 億円を計画・名古屋エリアへの進出へ～

本日、当社は、ヤマギワ株式会社のソフト関連事業の営業権を譲受する旨の基本合意を締結いたしました。この M&A の相乗効果により、2003 年度ソフト関連事業売上高 500 億円を目標とし、さらに秋葉原地区店舗販売チャンネルを強化・拡大するとともに、名古屋エリア進出を展開して参ります。

◆基本合意に至った理由

当社は、かねてより新品及び中古の DVD・PC・TV ゲーム等のソフトウェアコンテンツ事業を重要な戦略として位置づけしております。また今後大きく変貌する秋葉原地区での、拠点獲得・店舗統廃合による販売力・チャンネル強化、さらに名古屋エリア進出も視野に入れ、事業戦略を策定して参りました。

一方、ヤマギワ株式会社は近年、本業である、他社との競合において明確な差別化を持ち、優位性を持つ照明、インテリア事業に経営資源の集中と事業強化を推進しており、ソフト関連事業の譲渡を検討しておりました。

今回の M&A によって、そのスケールメリットはもとより、店舗網の強化・拡大や、豊富な人材を引き継ぐことにより、当社において最も強い事業であるソフト関連事業のシェアをさらに拡大・強化できるとともに迅速かつ効率的出店が可能となることから、両社の思惑が一致し、非常に意味あるものと判断し実現したものです(*本件 M&A による事業展開内容は、別紙参照)。

なお、経営体制に関しては、当社完全 100%子会社のソフマップソフト株式会社(仮称)を受け皿会社として経営にあたります。

【本件に関する、お問い合わせは】

株式会社ソフマップ 総合企画部 広報・IR室 松田まで
Tel:03-3253-0082 Fax:03-3253-4228 e-mail:Press@sofmap.com

ヤマギワ株式会社 広報室 渡辺まで
Tel:03-3253-5111 Fax:03-3251-7942



M&Aの概要

●事業展開

- 1 当社の最も強い事業分野であり粗利率の高いソフト関連事業を、これを機にさらに仕入量増大・販売力強化を実施することで、今まで以上のスケールメリットを追求・拡大し、2003年度ソフト関連売上高 500 億円の計画と収益構造の改善を図ります。
さらに、今回のM&Aを中古ソフト関連事業拡大のための強力な基盤とし、今後は当該業界でのシェアをさらに拡大させて参ります。
- 2 店舗展開に関しては、秋葉原地区の5店舗、神奈川県横須賀市の1店舗、さらに名古屋市の2店舗の、合計8店舗の販売チャネルの増強となり、当社既存店舗40店舗との販売力相乗効果が見込めます。また、大商圏である名古屋エリアの2店舗に関しては、当地区への進出の足がかりとし、当社の認知度向上・販売力強化に繋がります。売り場面積に関しては、2002年6月時点で弊社全店舗合計11,354坪(37,533㎡)から、今回の8店舗(1,800坪=5,950㎡)を加えて、合計13,154坪(43,484㎡)となり、売上高に関しても、年間で約80億円の増加、今期反映される売上高として約40億円を見込んでおります。
- 3 また、当社の最も強い事業であるインターネット販売に関しても、ヤマギワ株式会社のもつデザイン性を重視した輸入家電・照明・雑貨等を、取扱い商品に盛り込み、Eコマース事業での提携販売を強化・拡大する計画です。
- 4 今回のM&Aによる、ソフト関連事業譲受は、通常の大規模総合店舗“GIGA STORE (ギガストア)”の出店と比較し、また上記相乗効果を考慮すると、投資回収も早く、初年度より利益貢献が可能であり、短期及び中期的にも大きな利益貢献を獲得できる事業投資であり、当社の将来戦略上(店舗・売上・収益)からも重要な投資戦略と認識しています。

●内容

1 仕入れ・調達分野

2003年度新品・中古ソフト関連売上高500億円以上を計画

今回のM&Aを、新品・中古ソフト関連事業拡大への基盤とし、2001年度実績の337億円から、2003年度の売上高を500億円以上と計画しています。その内訳は、DVDソフト関連で100億円、中古ソフト関連で100億円、TVゲーム関連で140億円、PCゲーム・他ビジネス関連で150億円、さらにCD音楽ソフト関連で20億円と計画しています。

DVDソフト関連事業売上高の倍増(2003年度100億円)による、仕入ボリュームメリットの獲得

2001年度実績(売上高)で、ソフマップ42億円、ヤマギワソフト39億円の合計81億円という規模と今後の当該市場動向・消費傾向を踏まえて、2003年度計画で計100億円が予想されます。その規模は業界トップクラスの位置づけと予想され、仕入れメリットもさらに大きく出せます。



2 販売体制分野

既存商圏と新規商圏の店舗・販売チャネルを獲得

秋葉原地区は、2004年以降の再開発施設の完成・進展に伴い商業特性が変貌すると想定され、常磐新線の開通によるつくば方面への商圏の拡大や、再開発施設完成による就業・就学人口の増加、さらに競合他社の大型店出店を控え、秋葉原地区ソフトショップの中で売上高トップグループである今回の秋葉原地区5店舗は、それら当該地区から現電気街への想定主導線に近く、また将来（秋葉原地区再開発後）を想定した場合、新商業マップに対応する「種店舗」としても有効であり、これを基に当社既存店の統廃合による秋葉原エリアの強化も可能になると想定しています。また、市場動向を踏まえて、速やかな中古専門店等への業態転換も視野に入れていきます。

名古屋商圏は、東京大阪に次ぐ大商圏であり、特に昨今では、名駅地区と栄地区の繁華街の2極化が顕著で、また名古屋駅南側に再開発予定地等もあり、今後も中部地区の中心として、その発展が容易に予想できます。名古屋地区で、名駅エリア・栄エリアともに NO.1 の売上高と知名度を誇る当該2店舗は、当社未出店の名古屋地区において、強力な販売チャネルを獲得したと認識しています。また、栄地区の繁華街に位置する“ナディアパーク店”については、市場動向等の状況を踏まえて、都市型“GIGA STORE(ギガストア)”店舗への移行も視野に入れて運営して参ります。

会員戦略拡大

会員戦略では、ソフマップ約267万人(2002年5月末現在)と、ヤマギワソフト約37万人(2002年2月20日現在)の合計約304万人という、大規模なカード会員を保有することになり、中期的には、ソフマップのCRM(カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)戦略の中に盛り込み、顧客嗜好に合わせたワントゥーワンビジネスを展開し、会員数拡大を目指すとともに、今まで以上に会員向けサービスの拡充を図って参ります。

(本件 M&A による8店舗の内容は、別紙参照)

以上