

M&A / GROUP EXPANSION

株式会社チチカカの 株式取得（子会社化）に 関するお知らせ

補足説明資料

- エスニック衣料・雑貨の企画／製造／販売
- 発行済株式の全部を取得（議決権所有割合 100.00%）
- ライフスタイル事業の領域拡大

株式会社ジェリービーンズグループ

2026.09.10



世界の色と手仕事を、グループの新しい柱に

株式会社チチカカの全株式を取得し、連結子会社化します

独自の商品企画力 × 当社グループの経営資源

ブランド価値を維持しながら、収益性を高め、ライフスタイル事業の領域を広げます

チチカカの強み

中南米をはじめ世界各地の色彩・民族柄・刺繍・伝統技法を、現代のカジュアルウェアに落とし込む独自の商品企画力とブランド力。

当社グループの基盤

婦人靴・スポーツブランドの販売に加え、運送・倉庫管理などロジスティクスで蓄積した経営資源とマーケティングノウハウ。

生み出す価値

コスト構造の改善による収益性向上と、衣料・雑貨・インテリアまで広がるライフスタイル事業の拡大。

※ 本資料は、2026年9月10日公表の適時開示「株式会社チチカカの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」の理解を補助するために作成した補足資料です。開示事項の詳細は適時開示本文をご参照ください。

この資料でわかること

01

本件の概要

取得のスキーム、
対象会社と相手先、
日程と業績への影響

THE DEAL

02

チチカカという ブランド

1977年ブランド創設。
「世界の文化」を軸にした
商品企画とブランド資産

THE BRAND

03

LOOKBOOK

色・柄・刺繍。
商品でみる
ブランドの世界観

THE PRODUCTS

04

シナジーと 今後

当社グループとの
相乗効果と、
収益性改善の道筋

THE SYNERGY

本開示の概要

株式会社チチカカの株式取得（子会社化）に関するお知らせ

開示事項	株式会社チチカカの株式取得（子会社化）
取得対象会社	株式会社チチカカ（本社：東京都港区、代表取締役社長：高橋 晴香）
取得の相手先	スターシーズ株式会社（同社が発行済株式の100%を保有）
取得内容	発行済株式の全部を取得（議決権所有割合 100.00%、異動前 ー%）
取得価額	金1円
日程	取締役会決議日 2026年9月10日／株式譲渡契約締結日 2026年9月10日／株式譲渡実行日 2026年9月10日
取得の理由	同社の独自の提案力・商品企画力・ブランド力は、当社が今後注力するライフスタイル事業との親和性が高く、当社グループの事業領域の拡大に資すると判断したため。
今後の見通し	当社の業績等への影響については現在精査中。今後、適時開示の必要が生じた場合は速やかに公表いたします。

※ 記載内容の詳細および確定した内容は適時開示本文をご参照ください。

株式会社チチカカ

1977年ブランド創設。世界の文化を、日常の服に。

名称	株式会社チチカカ
所在地	東京都港区新橋四丁目21番3号
代表者	代表取締役 高橋 晴香
事業の内容	洋服・雑貨の小売、卸売
資本金	1,000万円
設立年月日	1992年3月31日
大株主	スターシーズ株式会社 100%
当事会社間の関係	資本関係・人的関係・取引関係・関連当事者への該当状況 いずれも該当事項はありません

公式サイト www.titicaca.jp / オンラインショップ www.titicaca-online.jp

- 世界各国の生産者との取引により、伝統文化をベースとした衣料・雑貨を企画・製造
- 販売チャネルは、日本国内の実店舗と自社EC・複数のECモール
- 本件により、当社が議決権の100.00%を取得し連結子会社となります

チチカカ



「世界の文化」を、商品企画の差別化軸に

価格やトレンドの競争だけではなく、文化的背景のあるデザインそのものをブランド資産にしている点が、チチカカの事業構造上の特徴です。

DESIGN DNA

色彩・民族柄・刺繍・ 伝統技法

中南米を中心とした世界各地の色彩、民族柄、刺繍、伝統技法を、現代のカジュアルファッションに落とし込むことが商品企画の核。一般的なカジュアルブランドとの価格・トレンド競争に依存しない差別化軸を持っています。

LIFESTYLE

アパレル単体ではなく ライフスタイル型

衣料品だけでなく、バッグ、アクセサリ、服飾雑貨、インテリア・生活雑貨まで展開。顧客との接点を「服を買う時」に限定せず、ギフト、旅行、アウトドア、日常雑貨へとカテゴリ横断で購買機会をつくれる事業構造です。

STORY

伝統文化・生産者との つながりを商品価値へ

HAPPY TRADE COLLECTION などを通じ、海外の生産者や伝統技術との関係を商品ストーリーとして展開してきた実績があります。単なる「エスニック風デザイン」とは異なり、商品背景・生産背景まで含めて付加価値を形成しています。

※ HAPPY TRADE COLLECTION は生産者・伝統技術との取り組みを示す同社の取り組み名称であり、同社の全商品がフェアトレード商品であることを意味するものではありません。なお、現在は実施しておりません。

チチカカ

PLAY COLORFUL



色、柄、刺繍。

チチカカの商品は、世界のどこかにある手仕事と文化が起点になっています。

ここからは、商品を通じてブランドの世界観をご紹介します。



チチカカ

LOOKBOOK — OPENING

「宝探し」のような
売場体験そのものが、
ブランドをつくってきた。

創業期から、商品が数多く並ぶ市場（メルカド）のような楽しさを、店舗体験として重視してきました。商品そのものだけでなく、色・柄・雑貨を含めた売場全体で世界観を伝えるため、店舗は販売チャネルであると同時にブランドメディアとしても機能しています。

Photo：株式会社チチカカ 公式Instagram（@titicaca_jp）



色と柄 — ブランドの原点にある「エスニック」

世界各地のテキスタイルを、現代のシルエットで着られる形に翻訳する



LOOK 01

総柄バルーンパンツ

世界各地のテキスタイルを想起させる総柄を、ゆとりのあるシルエットに。日常のリラックスウェアとして着られる一本。



LOOK 02

ストライプ×民族柄ワイドパンツ

縦に流れる民族柄をワイドシルエットで。街のスナップにもなじむ、日常に取り入れやすい柄使い。



LOOK 03

ペイズリー柄マキシスカート

黒のトップスと合わせることで、柄の存在感を保ちながら落ち着いた印象に。柄物を主役にした王道スタイル。

※ 掲載写真は株式会社チチカカ公式Instagram (@titicaca_jp) より。ブランドの世界観を示すイメージであり、価格・仕様・展開状況を示すものではありません。

刺繍とハンドクラフト — 手仕事で、価値になる

生産背景と技術そのものが、商品の付加価値を形づくる



LOOK 04

カルチャー刺繍プルオーバー

中南米の文化的モチーフを背面に大きく配した一枚。デザインの背景にある物語が、そのままブランド資産になる。

※ 掲載写真は株式会社チチカカ公式Instagram (@titicaca_jp) より。



LOOK 05

レース刺繍ロングガウン

黒地に繊細な刺繍とレースを重ねた羽織り。柄物のボトムと合わせても成立する、汎用性の高いレイヤードアイテム。



LOOK 06

刺繍テープ切替Tシャツ

ベーシックな白Tに民族柄のテープを差し込むだけで、エスニックの表情に。間口を広げる商品づくりの一例。

日常に取り入れやすいエスニックへ、間口を広げる

ブラック・ベージュなどのベーシックカラー＋刺繍・柄で、より広いカジュアル需要へ



LOOK 07

刺繍袖プルオーバー

落ち着いたチャコールに、袖口の刺繍だけを効かせた一枚。



LOOK 08

ブラックカーディガン

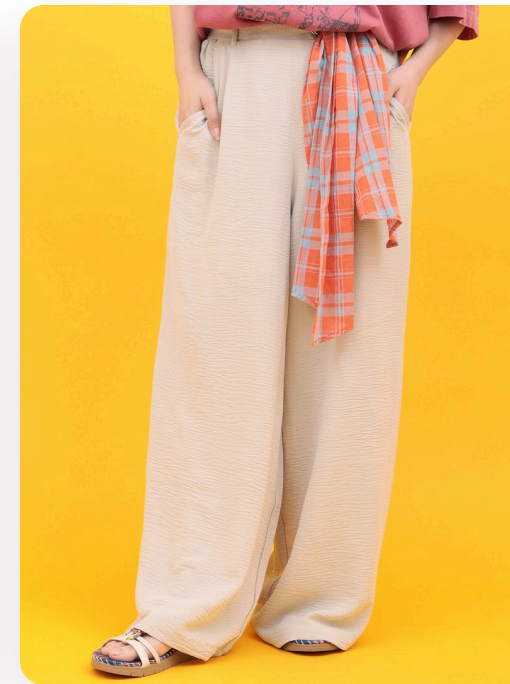
無地の羽織りと柄ボトムの組み合わせ。柄の分量をコントロールできる。



LOOK 09

ボーダーニットトップス

コアなエスニックファン以外にも届く、ベーシック寄りの提案。



LOOK 10

ベーシックワイドパンツ

通勤・通学、旅行、アウトドアなど実用性を重視した商品構成。

※ 掲載写真は株式会社チチカカ公式Instagram (@titicaca_jp) より。

ディテールに、文化が宿る

量産の平均値では出せない、手仕事由来の表情



Detail 01

トーン・オン・トーンの刺繍

同系色の刺繍で、近づいたときにだけ気づく表情をつくる。



Detail 02

レースと透けの重ね

素材の抜け感で、柄に頼らずに世界観を伝えるアプローチ。



Detail 03

背面のカルチャーモチーフ

文化的背景のあるモチーフを、商品ストーリーとして展開する。

※ 掲載写真は株式会社チチカカ公式Instagram (@titicaca_jp) より。

服だけではない — バッグ・雑貨・インテリアまで

顧客接点を「服を買う時」に限定しない、カテゴリー横断の購買機会



Item 01

刺繍ショルダーバッグ

服と同じ世界観を持つ服飾雑貨。ギフト需要も取り込みやすい。



Item 02

総柄トートバッグ

旅行・アウトドアなど、日常の別シーンへ接点を広げるアイテム。



Item 03

柄使いバケットハット

単価は抑えつつ、ブランドの入口になる小物カテゴリー。

※ 同社はこのほか、ラグなどのインテリア・生活雑貨も展開しています。掲載写真は同社公式Instagram (@titicaca_jp) より。

ラインナップイメージ

「強いエスニック」から「日常のエスニック」まで、幅のある商品構成



GRAPHIC

グラフィックTシャツ

文化的モチーフをプリントで表現。価格帯を抑えた入口商品。



LAYER

レース羽織り

透け感のある素材で、季節をまたいで着られる羽織りもの。



HANDCRAFT

かぎ編みニット

手編み風の表情を活かした、ハンドクラフト感のあるトップス。



OUTER

総柄ブルゾン

アウトドアシーンにも対応する、実用性を意識した柄アウター。



DYE

タイダイ染めトップス

染めの技法そのものを商品価値にした、一点物感のある一枚。

※ 掲載写真は株式会社チチカカ公式Instagram (@titicaca_jp) より。実際に展開するラインナップ・カラー・仕様とは異なる場合があります。

ブランド資産を残しながら、顧客接点を広げてきた

「チチカカ＝世界文化・色・刺繍」というブランドDNAを維持しつつ、商品テイスト・顧客層・販売チャンネルを広げる事業推進が、同社の特徴です。

STORE

メルカド（市場）的な 店舗体験

商品が数多く並ぶ市場のような楽しさ・宝探し感を、創業期から店舗体験として重視。売場全体で世界観を伝えるため、店舗は販売チャンネルであると同時にブランドメディアとして機能します。

RANGE

強いエスニックから 日常のエスニックへ

鮮やかな民族柄だけでなく、ブラック・ベージュなどのベーシックカラー＋刺繍・柄も展開。通勤・通学、旅行、アウトドアなど実用性を重視した商品もあり、より広いカジュアル需要を取り込める構成へ拡張しています。

CHANNEL

EC・コラボ・ 新ブランドの展開

自社ECに加え、楽天市場、ZOZOTOWN、Yahoo!ショッピング、Amazonなど複数のECチャンネルを活用。「ちびまる子ちゃん」等のコラボレーションに加え、2025年には妹分ブランド「Órale!（オラレ!）」を立ち上げています。

※ 「Órale!」はアメカジ・古着風・トレンド・手に取りやすい価格帯へ領域を拡張する妹分ブランドです。記載のブランド名・作品名は各社の商標または登録商標です。

株式取得の相手先 — スターシーズ株式会社

株式会社チチカカの発行済株式の100%を保有する親会社です。当社および当社の関係者との間に、資本関係・人的関係・取引関係はありません。

1989年3月設立

設立年月日

142,295万円

資本金（2026年2月28日現在）

10,382,417千円

連結売上高（2026年2月期）

145名

従業員数（2026年2月28日現在）

名称／所在地	スターシーズ株式会社／東京都港区新橋四丁目21番3号
代表者	代表取締役 鈴木 雅順
事業の内容	衣料品事業／系統用蓄電池事業／GPUサーバー事業
発行済株式数／決算期	8,631,100株（2026年6月1日現在）／2月末日
当事会社間の関係	資本関係・人的関係・取引関係・関連当事者への該当状況 いずれも該当事項はありません

※ 主要株主および連結業績の詳細は、適時開示本文「3. 株式取得の相手先の概要」をご参照ください。

取得内容と今後のスケジュール

2026年9月10日



取締役会決議日

全株式の取得および子会社化を決議し、同日付で適時開示を行います。

2026年9月10日



株式譲渡契約締結日

スターシーズ株式会社との間で株式譲渡契約を締結します。

2026年9月10日



株式譲渡実行日

議決権所有割合100.00%を取得し、株式会社チチカカを連結子会社化します。

実行後



統合と業績精査

グループ機能との連携を進めるとともに、業績への影響を精査し、必要が生じた場合は速やかに公表します。

当社グループとのシナジー

売上ポテンシャルを、利益を含めて最大化する

Synergy 01

ロジスティクスによるコスト削減

当社グループのJBロジスティクスが担う運送・倉庫管理の機能を活用し、物流コスト構造を見直すことで、売上総利益から先の利益改善につなげます。

Synergy 02

マーケティング・EC運用ノウハウの投入

当社グループが蓄積してきたデジタルマーケティング／EC運用のノウハウを投入し、既存の複数チャネルにおける販売効率を高めます。

Synergy 03

グループ商品領域の拡張

カジュアルアパレルに加え、ラグなどのインテリア・生活雑貨まで商品領域が広がることで、グループ全体でより幅広いニーズに応えられるようになります。

Synergy 04

エスニック × スポーツ／エンタメ

当社グループのスポーツ・エンターテインメント領域と掛け合わせた新しい価値創造に加え、チチカカが培ってきたコラボレーションのノウハウをジェリービーンズ側にも活かします。

収益性改善の道筋

ブランド資産を毀損せずに、コストと売上の両面から利益を積み上げる

STEP 01

現状の把握

2026年2月期は売上高 約14億円、赤字での着地。ブランド力と商品企画力に対して、収益構造に改善余地があると認識しています。

STEP 02

コスト構造の改善

JBロジスティクスの活用による物流コストの削減を中心に、固定費・変動費の両面から損益分岐点を引き下げます。

STEP 03

売上機会の拡大

グループのマーケティング／EC運用ノウハウと、チチカカのコラボレーション実績を掛け合わせ、既存チャネルの販売効率と新規接点を高めます。

STEP 04

ライフスタイル事業の柱へ

衣料・雑貨・インテリアまでを含むライフスタイル事業の一翼として位置づけ、グループの成長と企業価値の向上につなげます。

ブランドDNAは維持し、事業構造を変える

今後の見通し

IMPACT

当期業績への影響

当社の業績等への影響については現在精査中です。今後、適時開示の必要が生じた場合は、速やかに公表いたします。本資料の記載は、業績への影響額を示すものではありません。

PORTFOLIO

事業ポートフォリオ における位置づけ

当社グループは、子会社の設立およびM&Aによる事業の多角化を推進し、当社および連結子会社13社により、ライフスタイル事業、サステナブル事業、エンターテインメント事業を営んでいます。チチカカは、ライフスタイル事業の一翼を担います。

DISCLOSURE

今後の情報開示

株式譲渡実行、業績への影響、統合の進捗などについて、適時開示すべき事項が生じた場合には速やかにお知らせいたします。最新情報はコーポレートサイトの「IR・ニュース」よりご確認ください。

当社グループのさらなる成長と、企業価値の向上へ

将来予測・記載に関する注意事項

Forward-Looking Statements / Disclaimer

本資料の位置づけ

本資料は、2026年9月10日公表の適時開示「株式会社チチカカの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」の理解を補助することを目的とした補足資料です。開示事項の正式な内容は適時開示本文が優先します。本資料と適時開示本文の記載に差異がある場合には、適時開示本文の記載によるものとします。

将来予測に関する注意

本資料に記載されている事業計画・戦略、当社グループの将来の業績等に関する事項は、現時点で入手可能な情報に基づき当社の判断のもとに作成したものであり、リスクや不確実性を含んでいます。実際の結果は、事業環境、市場動向、統合の進捗状況その他様々な要因により、本資料の記載と大きく異なる可能性があります。

業績への影響・数値について

本件による当社の業績等への影響については現在精査中であり、通期の業績予想には織り込んでおりません。影響が生じる場合には速やかに公表いたします。シナジーおよび収益性改善に関する記載は当社の想定であり、その実現を保証するものではありません。

商品写真・商標について

本資料に掲載している商品写真は、株式会社チチカカ公式Instagramアカウント（@titicaca_jp）に掲載された写真を、同社の同意のもとブランドの世界観を示すイメージとして使用しています。実際に展開するラインナップ・カラー・価格・仕様とは異なる場合があります。「TITICACA」「チチカカ」「Órale!」「JELLY BEANS」その他本資料に記載の名称は、各社の商標または登録商標です。

著作権について

本資料の著作権は株式会社ジェリービーンズグループに帰属し、当社の事前の書面による承諾なく複製・転載することを禁じます。本資料は当社グループのIR情報の提供を目的としており、有価証券取引の勧誘を目的としたものではありません。

チチカカ × **JELLY BEANS** Group

世界の色と手仕事を、 もっと多くの人の日常へ。

当社グループは、株式会社チチカカが約50年かけて育ててきた「世界の文化」というブランドDNAを維持しながら、グループの経営資源とマーケティングノウハウを掛け合わせることで、新たな価値の創出と事業機会の拡大を目指してまいります。

本件に関するお問い合わせは、株式会社ジェリービーンズグループ IR広報室（TEL 03-4570-6139）までお寄せください。今後の進捗・続報は、適時開示およびコーポレートサイトの「IR・ニュース」よりご確認いただけます。

