



カラダノート

2024年7月期 決算説明資料

株式会社カラダノート
(証券コード4014)
2024年9月13日



目次

1. サマリー
2. 2024年7月期 通期業績
3. 家族向け事業の状況
4. 社会向け事業の状況
5. 今後の展望
6. Appendix

1. サマリー

2024年7月期
累計

売上高 2,193百万円

前年比：+7%

営業利益 100百万円

前年比：+338百万円

- 投資フェーズを越えて利益体質へと変化
- 営業利益は、6月修正の計画を達成
- 6月開示の税区分誤謬の影響もあり売上高が計画対比未達も、営業利益は前年対比**338百万円の大幅増益を達成**

事業
概況

- ストックの積み上げは堅調に推移。期末契約者数は1.4万人を突破
- 産業ごとに利益率の良い成果地点を見極め、適切な振り分けを推進
インサイドセールス部隊が強みへと進化
- 大手生保や保険代理店とのPoC案件が利益底上げ

マネジメントビューポイント

今回の決算についてよりご理解をしていただくために、マネジメントビューポイントを掲載しております。

マネジメントビュー

2024年7月期の業績を どう評価するか

- 売上面は、計画を下回る着地となり残念な結果でありました。特に、6月に開示をいたしました過年度の決算訂正要因でもある税区分の誤りは売上高拡大において尾を引く形となっておりますが、これは一過性の特殊要因で、これまで以上に採算効率を重視した筋肉質な収益構造並びに会計処理におけるガバナンス体制の強化をするきっかけになったと捉えております。
- 利益面については、3期ぶりの黒字着地かつ期初開示の予算を大きく上回る着地となり、満足のいく結果となりました。特に社会向け事業において、大手企業向けのPoC案件が好調に推移をしたことが利益面の伸長につながっており、今後のポテンシャルを感じております。ストック事業の規模拡大により、固定費をカバーできる割合が高まってきていることも利益伸長の要因です。
- M&Aの中止及び過年度の決算訂正と、大きなトラブルが立て続けに2つ発生する1年となり、ステークホルダーの皆様には多大なるご迷惑をおかけした1年でもございました。一方で、これらの事案を機に会社全体の強化を行えたことで、中長期的にはポジティブな影響を大きくしていけると確信しております。

2025年7月期の 業績予想について

- 2024年7月期に発生をした2つの事案を機に、より収益力の高い経営戦略へと切り替えを推進しております。その過程ということもあり、広告宣伝費を中心とした投資のボリュームを慎重に試算し、売上高の成長率についても20%という慎重な目線を設定しております。
- 税区分の誤りが生じたヘアケア衛生用品関連商材における取引の再開を慎重に行なっている影響で、本案件の取引規模は前年対比で大きくマイナススタートになる見通しを立てており全体としても影響を受けるスタートを見込んでおります。一方利益面では、上述の通り戦略の切り替えを推進している関係上、前年対比2倍の着地を見込んでおります。

メドレー社との協業 狙いや期待は

- メドレー社と当社は、共に2009年創業で長年に渡り交流がございました。ヘルスケア領域を主軸としている点で近接する事業が多いと認識しておりますが、今回は医療ヘルスケア領域における人材不足解消を支援する目的で協業を開始させていただきました。当社としては、さらに協業範囲が拡大していくことを期待しております。
- 厚生労働省の調べでは、潜在看護師の数は50万人にのぼるとされており、退職理由の1位は“出産・育児”というデータもございます。従事者不足の解消に向けて、子育てしながらでも働きやすい環境の提案を進めてまいります。

訴訟の状況と 今後への影響は

- 7月までに4回の裁判期日が実施されており、肅々と我々の正当性について主張をしております。裁判にかかる費用については軽微であり、予算上もすでに織り込んでおります。M&Aの中止に伴う人員確保の遅れにより、保険の単独募集強化は遅れる形となっておりますが、大手生保や大手保険代理店との取引関係強化により、収益性自体は単独募集と遜色ない水準を実現できております。
- 10月に開示予定の“中期経営計画-事業計画及び成長可能性に関する事項-”では、M&Aの中止による影響を踏まえて中期経営計画の実現方法見直しを行い、改めてご説明をしたいと考えております。

2025年7月期業績予想

業績予想についてよりご理解をいただくために、段階ごとに予想の前提を掲載しております。

	2025年7月期業績予想 (前期対比成長率)	予想の前提
売上高	2,633百万円 (+20%)	<ul style="list-style-type: none">• 前期発生の特殊要因影響を保守的に見積もり、上期は前年対比マイナススタートを見込む• ストック売上は順調に積み上げ 売上の40%程度を見込む• 収益構造の改革を優先 求人領域も事業拡大
営業利益	200百万円 (+99%)	<ul style="list-style-type: none">• 産業ごとに利益率の良い成果地点や採算性の分析を行い、利益重視での取引強化方針• 個人向け営業人員の増員は行わず、ライフイベントの拡大に向けたマーケティング・法人営業の強化を実施
純利益	200百万円 (+74%)	<ul style="list-style-type: none">• 繰越欠損金の影響を加味

2. 2024年7月期 通期業績

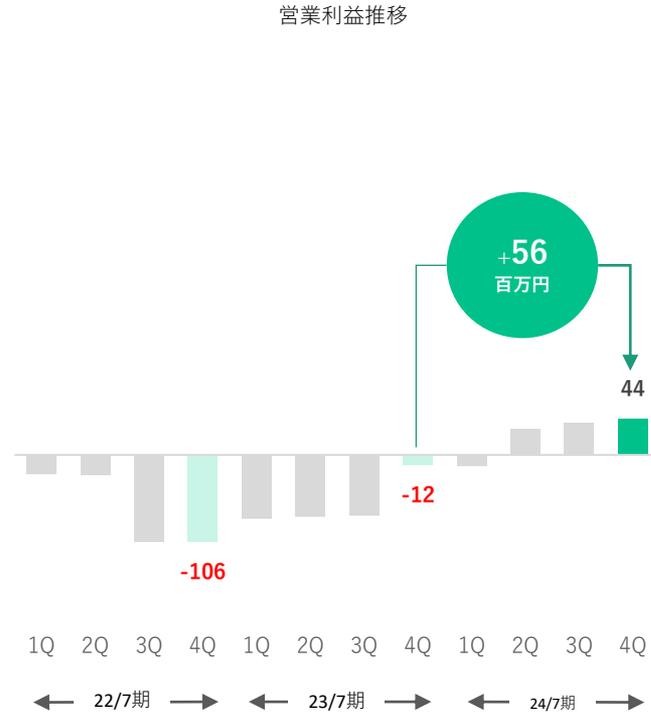
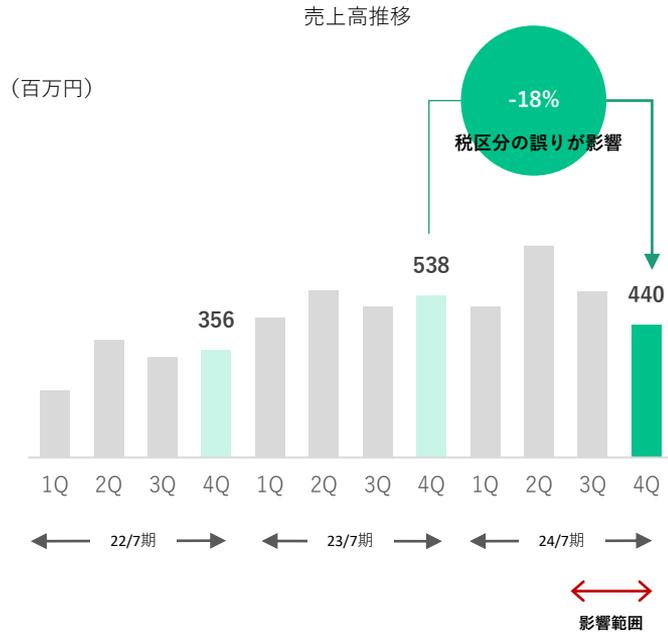
2024年7月期 通期業績

営業利益は上方修正数値も達成
売上高は特殊要因の影響もあり、予想比未達

(百万円,%)	2024年7月期 通期 (2023年8月 - 2024年7月)		2024年7月期 通期計画	
	実績	前年同期比	通期計画	業績予想比
売上高	2,193	+7%	2,300	95%
売上総利益	1,482	▲2%	-	-
営業利益	100	+338	100	100%
当期純利益	114	+487	100	114%

売上高/営業利益 四半期推移

売上高は特殊要因もあり前年同期比マイナス
一方で、固定費が微増するも 営業利益は大幅増加



コスト推移

営業人員の採用が順調に進捗し、人件費は増加
 ストック事業の規模拡大に伴い、コスト効率は大幅改善

(百万円)



売上高比率	
前年同期	今期
11%	25%
51%	17%
14%	18%

- 仕入・運賃：宅配水事業の規模拡大による
- 外注費：大きな変動はなし
- 広告宣伝費：慎重に再開をしたため
- 人件費：営業人員の採用により増加

3. 家族向け事業の状況

当社のビジネスモデル

ライフイベントの顧客接点を起点に、安心と便利を提供することでビジョン実現に繋げています。



当社の強み・特徴

出産期を中心にライフイベントデータを取得し、一気通貫に収益に繋げることが一番の強み

9割超の出産世帯へのリーチ率



総ダウンロード数1,100万超
健康管理アプリで60歳前後のユーザーも多数

毎年過半数の出産前後個人情報取得



年間出生数の
50.8%

毎月新規で3-3.5万人の
個人情報と興味関心データを新規取得

大きな意思決定への橋渡しが主な収益源



自社CCにて
オンライン面談
アポイントを獲得



オンライン面談を
大手保険代理店、
住宅企業中心に提供

オンライン面談を介在する
ハイブリッドECをサポート

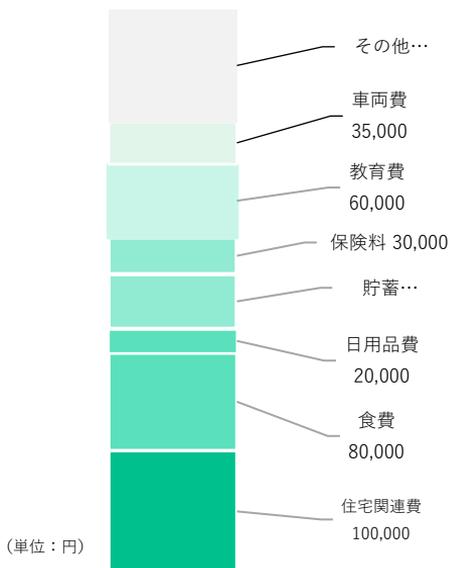
ライフイベントを支援することで家族の心身の健康を支え、
日本の幸福度を向上させることが我々のビジョン

家族向け事業：取り組み方針

子育て世帯の収入を増やす取り組みも強化を開始
収入と支出の最適化で家族の笑顔をふやします。

世帯手取り月収462,000円※1

関東近郊に住む30歳代共働き夫婦
2歳と0歳の乳幼児を子育て中



車関連



教育関連



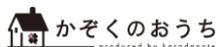
金融関連



生活必需品



住関連



主な事業

直近の取り組み

潜在看護師・介護士の活躍促進に向け、
株式会社メドレーと協業

インサイドセールスを活用し、
大手生保・大手保険代理店との取引関係を強化

取次代理店の活用強化

住宅展示場への誘導を強化
工務店に強いマーケ企業の株式会社新大陸と協業

※1 「2022年 国民生活基礎調査の概況」の子育て世帯平均年収(785万円)をベースに、当社家族コンシェルジュがシミュレーションした家計モデル
※2 住宅関連費は住宅金融支援機構調査の利用者の建売住宅の融資金額を参考に360万円ローンを30年返済設定(月額100千円)

生活必需品領域の解約防止施策を強化したことで、解約率が大きく減少

期末契約者数

14,212人

ARPU_{※1}

5,283円

解約率

1.03%

粗利LTV/CAC_{※2,3}

3.2倍

※1 ARPU : 社内管理数値を元に算出

※2 粗利LTV : LTVから直接コストを差し引いたもの。通常は解約率を元に継続期間を算出するが保守的に保険7年間、宅配水5年間を継続期間として算定

※3 CAC : 顧客1人を獲得するためにかったコスト

家族向け事業：金融・生活必需品（ストック型）主要KPI 四半期推移

解約率の低下もあり、期末契約者数は過去最高の前Q同等の伸び

期末契約者数(人)
獲得効率を重視しつつも純増数好調

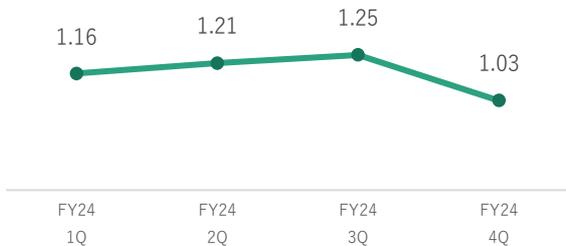


ARPU(円)
新規契約者数の獲得加速に伴い微減*

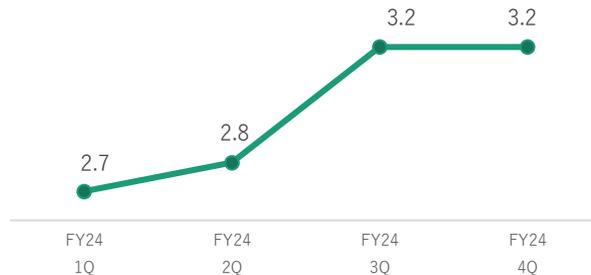


※ 2Q,3Qの算出時に誤って別区分の売上を含んでいた影響を補正しております。

解約率(%)
CS対応の強化により解約率が低下



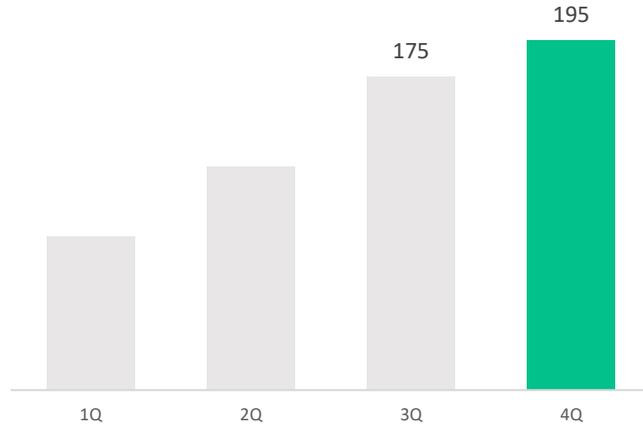
粗利LTV/CAC(倍)
引き続き、CAC安定で3倍を超過推移



家族向け事業：住関連（フロー型）主要KPI推移

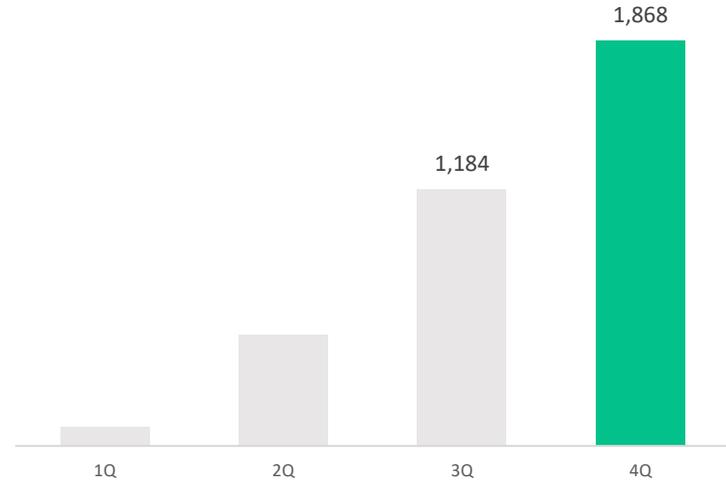
出産前後での住関連需要喚起は引き続き好調で、パイプラインも拡大
提携・面談ともに、早期収益貢献を優先して対応

提携企業数



住宅展示場訪問も成果地点に加える切り替え提案を優先
協業での企業数拡大も推進開始

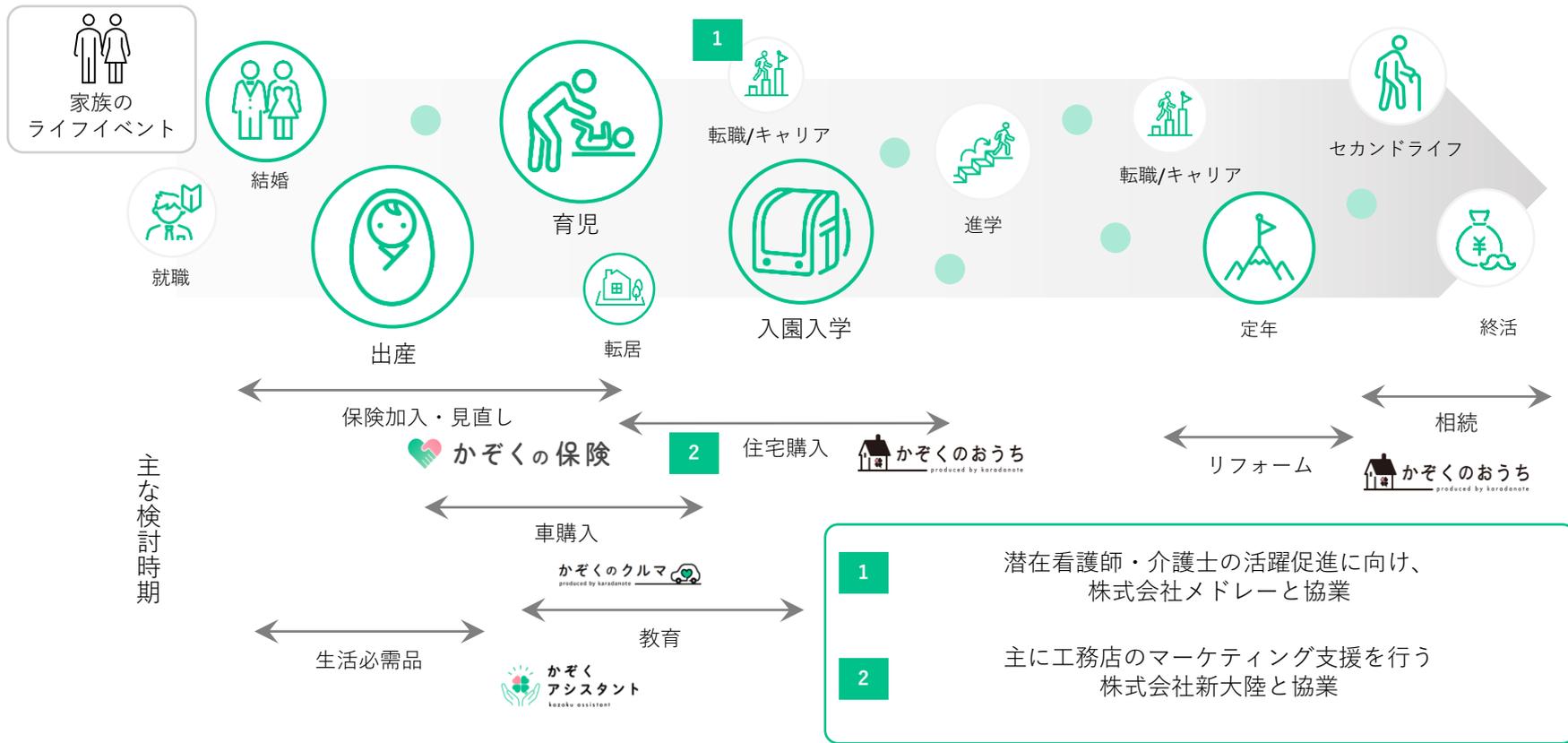
住宅検討顧客面談数（累計）



一部の提携企業で住宅展示場訪問での課金プランを開始
本プランでの面談を優先的に対応

家族向け事業：主なトピックス

出産前後で転職をする割合が非常に高い医療・福祉従事者の活躍促進に向けてメドレー社と協業を開始



4. 社会向け事業の状況

社会向け事業：日本における最大の社会課題は少子化

「人口戦略会議」においても少子化によって地方の消滅など厳しい状況を発信
国民全体で少子化問題に取り組んでいく機運

2023年の合計特殊出生率は過去最低を更新



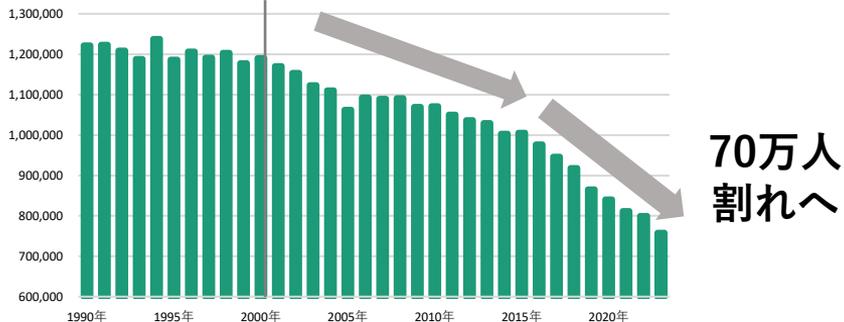
改正子共・子育て支援法が成立
年間3兆6千億円が必要とされる



危機感の高まり

若い世代の人口急減が始まるため、ここから数年が最重要

2030年に30歳



少子化の傾向は楽観視できる状況にない
社会全体で機運を高めていくという発信



社会向け事業：少子化はグローバルアジェンダ 日本は先進事例

今後、少子化対策や子育て支援の潮流はグローバルで拡大見通し

イーロンマスク氏は少子化問題に再三警鐘を鳴らす



(日本の記録的な少子化 出生数の倍以上の死亡数という報を受けて)

もし何も変わらなければ、
日本は消滅するだろう

2024年2月29日

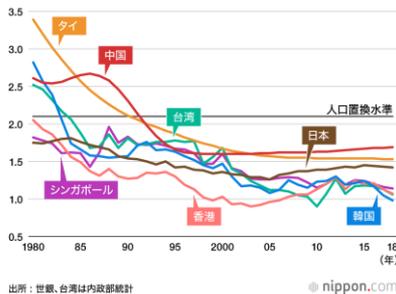


(東京都のマッチングアプリを評価し)
抜本的な対策を取らなければ、
日本（他の多くの国も）
は消滅してしまう！

2024年6月5日

多くの国で出生率が人口置換水準を下回る

アジアの国・地域の合計特殊出生率の推移



少子化先進国である日本で成功事例を作りつつ
世界に展開をしていける市場可能性

社会向け事業：少子化対策の中心企業へ

国や自治体との連携を増やすために
社会的影響力の大きい企業との連携を加速

少子化対策に注力



出産期の顧客DB数では国内トップクラス
官民との子育て支援での連携を推進



×

社会的影響力



国や自治体との連携を視野にJV・共同事業の展開
少子化問題の課題解決を目指す

社会向け事業：主なトピックス

当社代表が、内閣官房による人口問題やこども・子育て支援を目的とした
気運醸成実行計画の策定に向けた「気運醸成アドバイザー」に就任



気運醸成アドバイザー
就任



The screenshot shows the official website of the Japanese Cabinet Secretariat. The main heading is "内閣官房" (Cabinet Secretariat). Below it, there are navigation tabs for "内閣官房について" (About Cabinet Secretariat), "会員・発表" (Members/Press), "政策・制度" (Policy/Regulation), and "情報提供" (Information Provision). The main content area features a press release titled "人口問題やこども・子育て支援のための気運醸成に向けた実行計画の基本方針について" (Regarding the Basic Policy for the Action Plan for Promoting the Atmosphere for Addressing Population Issues and Child Care Support). The release is dated August 30, 2024, and issued by the Cabinet Secretariat, Ministry of Health, Labour and Welfare. The text states that the government has decided on the basic policy for the action plan to promote the atmosphere for addressing population issues and child care support, and it is published below. A link is provided for the "気運醸成実行計画基本方針" (PDF/134KB). A reference link is also provided for the "人口問題やこども・子育て支援のための気運醸成に向けた実行計画の策定について" (PDF/238KB).

これまで以上に官民一体となった子育て環境の改善に向けて
企業活動を通じての社会課題の解決に尽力してまいります。

5. 今後の展望

家族の健康を支え 笑顔をつやます

Corporate Vision

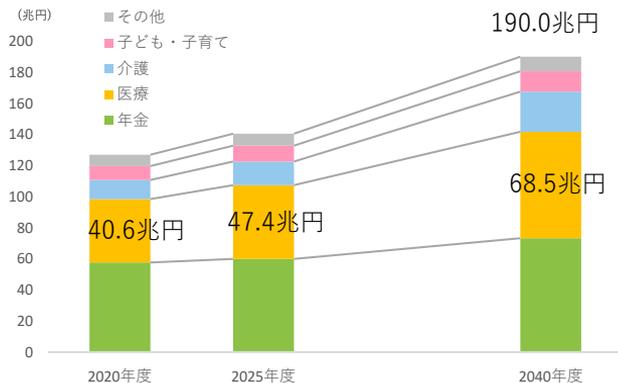


ライフイベントを起点に日本の幸福度を向上

日本が抱える社会的課題

様々な社会課題の大元は“少子高齢化”
少子高齢化の解決は日本の未来における最重要課題

高齢化による社会保障費の増大



出所：厚生労働省「2040年を見据えた社会保障の将来見通し」「社会保障の給付と負担の現状（2020年度予算ベース）」より当社作成

特に健康寿命の延伸による
医療費の圧縮が急務

少子化による未来を担う世代の減少



出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」より当社作成

子育てしやすい環境づくりによる
出生率の改善が急務

カラダノートは事業を通じて、
医療費の圧縮並びに、出生率の改善を目指します

2040年に向けた社会構造の変化

社会保障クライシスの解消に向け、
官民ともにシックケアより**ウェルネス・ヘルスケア**への資金流入が加速



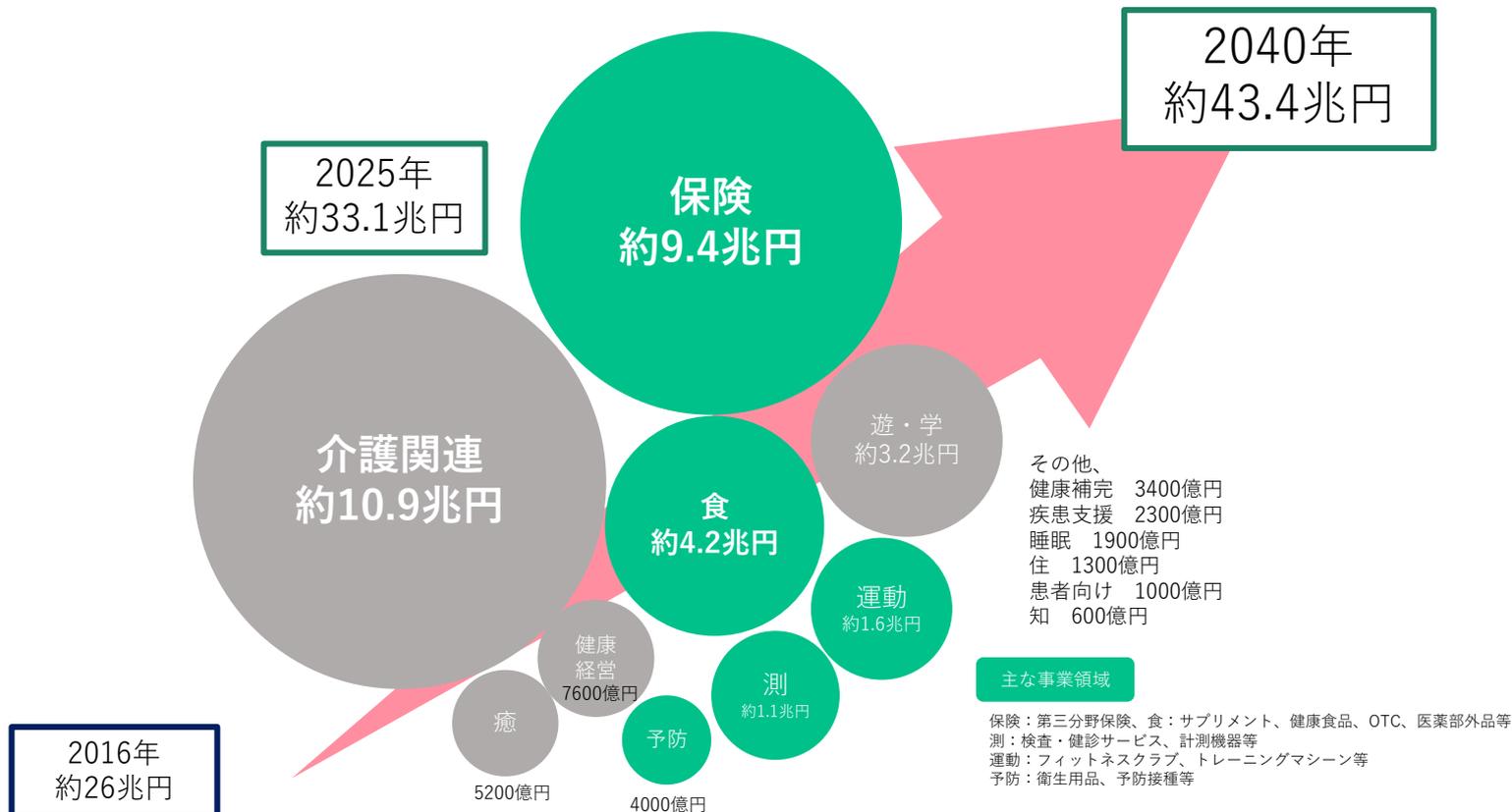
出所：※1 矢野経済研究所「スポーツウェルネス」「健康食品市場」「化粧品市場」「美容市場」「ベビー用品・関連サービス市場」を合算し、当社にて作成

※2 経済産業省「次世代ヘルスケア産業協議会の今後の議論について～アクションプラン2019に向けて～」より当社にて作成、※3 厚生労働省「社会保障の給付と負担の現状（2020年度予算ベース）」より当社作成

ウェルネス：積極的に心身の健康維持・増進を図ろうとする生活態度・行動 ヘルスケア：健康の維持や増進のための行為や健康管理のこと

ヘルスケア・ウェルネス市場の成長可能性

公的保険外でのヘルスケア産業は多岐に渡り、他産業に比べても成長率は高い



出所：経済産業省「次世代ヘルスケア産業協議会の今後の議論について～アクションプラン2019に向けて～」 公的保険外サービス・ヘルスケア産業(健康保持・増進に働きかけるもの)
『消費トレンド2040市場予測』(日経BP)

※ 遊・学：健康志向旅行、ヘルスツーリズム、癒：エステ・リラクゼーションサービス

成長戦略のキードライバー

個人顧客向け



×



×



対象顧客幅の拡大

ライフイベント取得幅の拡大
接触チャネルの拡大

顧客あたりLTVの拡大

事業領域の拡大
提案商材幅の拡大

かぞくコンシェルジュの増員

グループ化も活用

法人顧客向け

業務提携・受託



概念実証 (PoC)



共同事業化・JV
ビジョン共有型

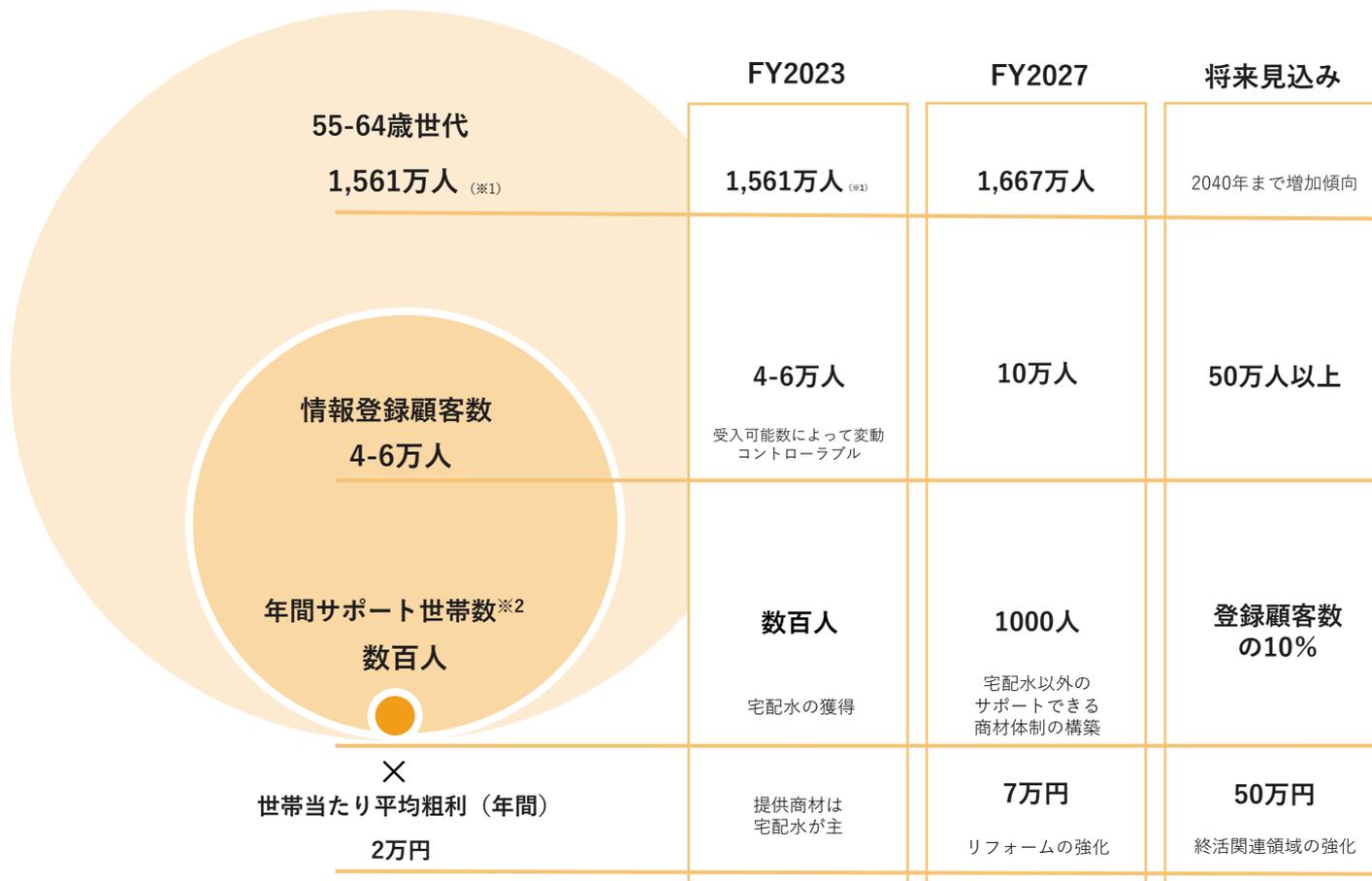
子育て世帯の想定マーケット規模

	FY2023	FY2027	将来見込み
出生数 77万人	減少傾向	減少傾向	ロビイング 大企業巻き込みで 反転を目指す
情報登録顧客数 30-50万人	35万人 受入可能数によって変動 コントロール可能	40-50万人 体制を強化し 安定化を図る	同左
年間サポート世帯数^{※1} 7千世帯	宅配水の成約世帯が主 保険も増加中	1.1万世帯 個人向けセールス強化 FP職の増員	登録顧客数 の10%
× 世帯当たり平均粗利（年間）^{※2} 3.5万円	世帯粗利貢献度では 保険成約が主	26.5万円 保険と住宅の成約が中心 宅配水も上乗せ	36万円 高単価商材比率の上昇

(※1) 宅配水、保険、住宅などを当社経由で成約完了までサポートした数 FY2023で6,925世帯

(※2) 対象事業の粗利をサポート世帯数で割った金額 34,652円

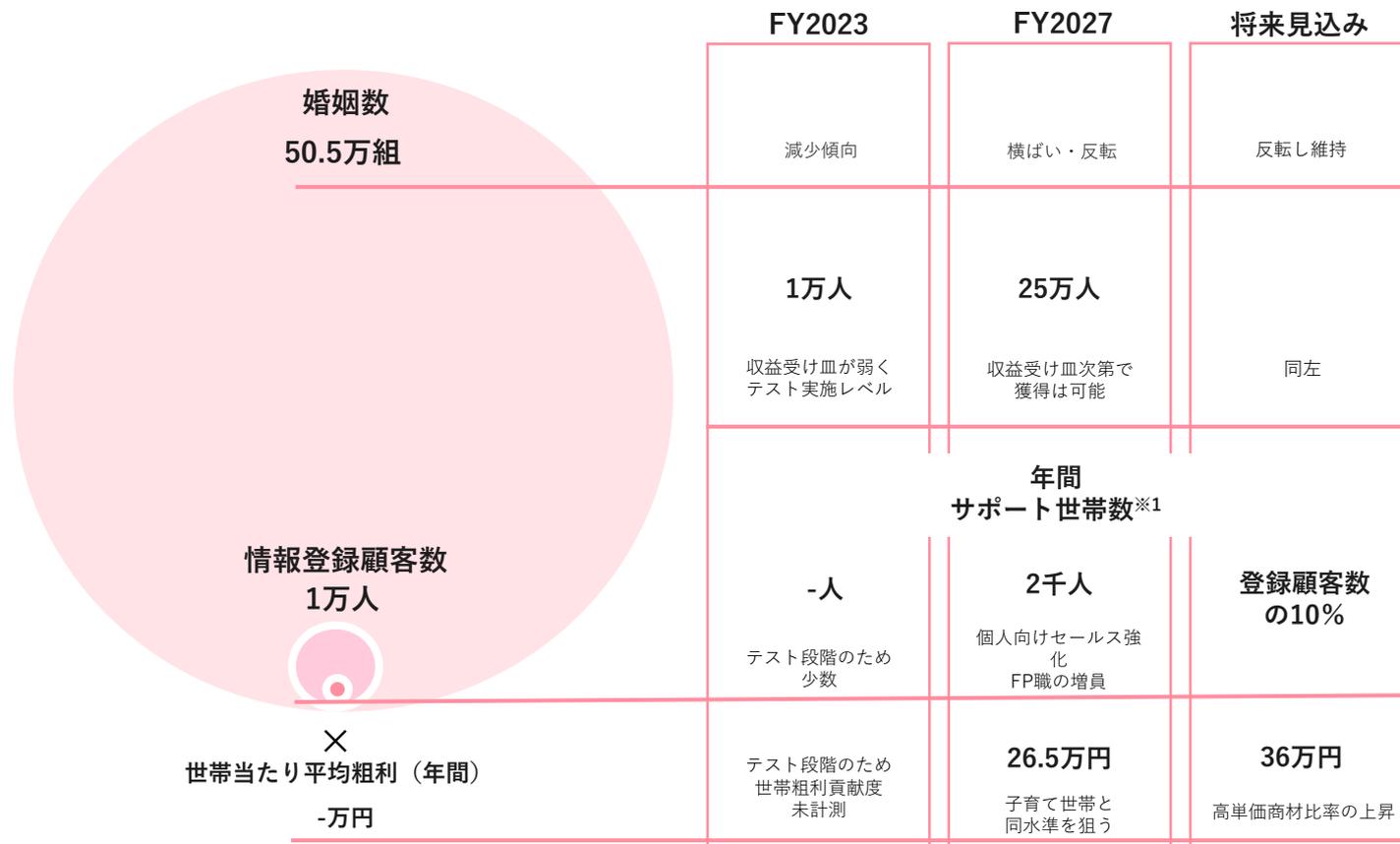
定年前後世帯の想定マーケット規模



(※1) 出展：総務省統計局 人口統計（2023.4）

(※2) 宅配水、保険、住宅などを当社経由で成約完了までサポートした数

結婚世帯の想定マーケット規模



(※1) 宅配水、保険、住宅などを当社経由で成約完了までサポートした数

6. Appendix

貸借対照表

(単位：百万円)	2024年7月末	2023年7月末	増減	コメント
流動資産	926	1,069	△143	現金及び預金の減少等
現金及び預金	483	686	△203	長期借入金の一部返済による減少、 固定資産の増加等
固定資産	109	19	+90	長期前払費用の増加
総資産	1,035	1,087	△52	
流動負債	477	560	△83	未払金の減少等
固定負債	205	305	△100	長期借入金の一部返済による減少
純資産	352	221	+131	繰越利益剰余金の増加等
自己株式	△94	△94	—	
自己資本比率	34%	20%		

取締役のスキルマトリクス

当社の取締役に對して特に経験・専門性を活かすことを期待する分野は以下のとおりです。

当社役職 氏名	企業経営	業界知識	営業 マーケティング	テクノロジー イノベーション	財務・会計	ファイナンス M&A	リスク マネジメント	法務 コンプライアンス	ESG
代表取締役 佐藤 竜也	●	●	●	●		●			●
取締役 山本和正	●		●	●					●
社外取締役 松島陽介	●	●		●		●			●
社外取締役(監査等委員) 長野修一							●	●	●
社外取締役(監査等委員) 横山敬子					●		●	●	●
社外取締役(監査等委員) 中村賀一	●				●	●	●	●	●

本資料の取り扱いについて

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動する可能性があります。

本資料は、当社をご理解いただくための情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券への投資を勧誘するものではありません。本資料に全面的に依拠した投資等の判断は差し控え願います。