



2025年7月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社カラダノート
(証券コード4014)
2025年6月13日



目次

1. 2025年7月期 第3四半期業績
2. 構造改革の背景と進捗
3. 新たな成長戦略の進捗
4. 長期展望
5. Appendix

1. 2025年7月期 第3四半期業績

四半期単独 概況

売上高 296百万円

前四半期比：▲37百万

営業利益 4百万円

前四半期比：+41百万円

- ・ 四半期単独で黒字転換！構造改革は完了フェーズ
- ・ 宅配水事業の譲渡完了により特損を計上も、キャッシュポジションは大幅改善
- ・ 住友生命様と資本業務提携を正式締結、さらなる企業成長を目指す

累計 概況

売上高 1,075百万円

前年同期比：▲38.7%

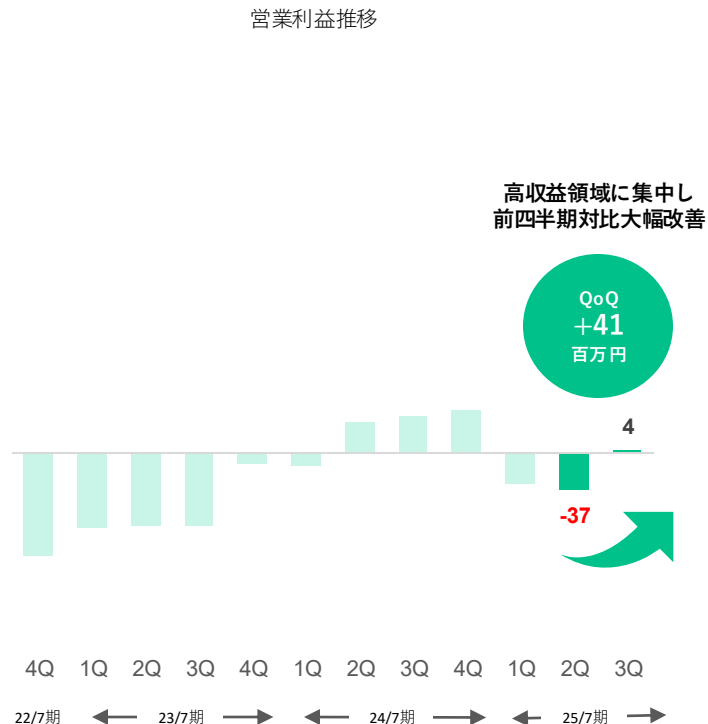
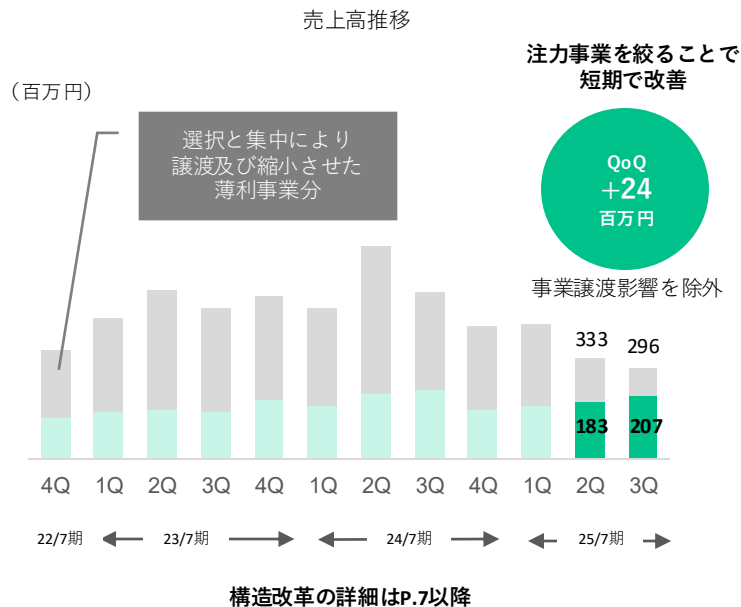
営業利益 ▲65百万円

前年同期比：▲122百万円

- ・ 中期経営計画の利益達成を最優先とした戦略的構造改革を上期に行った影響により、売上高は大幅減も、**フリーキャッシュフローは大きくプラス転換**
- ・ 上期マイナスが大きく3Q累計では赤字継続も、**4Q以降は利益伸長想定**

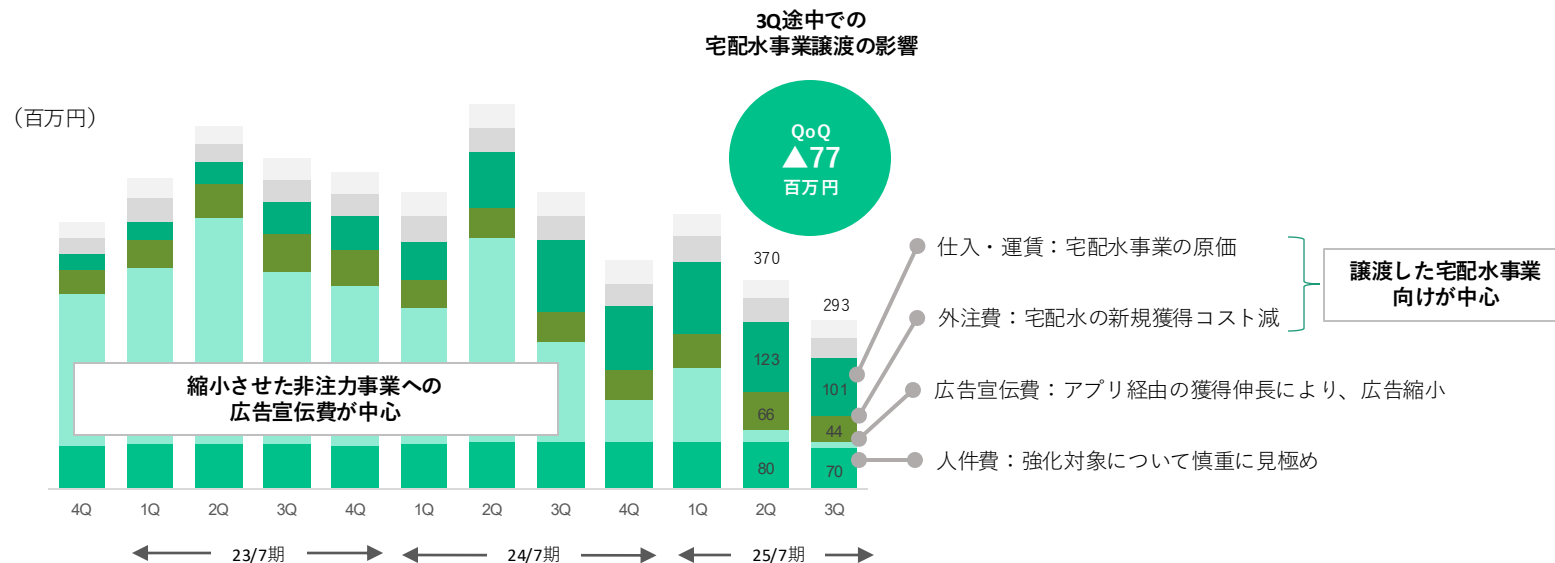
売上高/営業利益 四半期推移

戦略的な構造改革が実を結び、事業譲渡の影響を除くと**QoQ売上増及び利益大幅改善**
 今後はフリーCF及び利益率を重視した経営スタイルへ



コスト推移

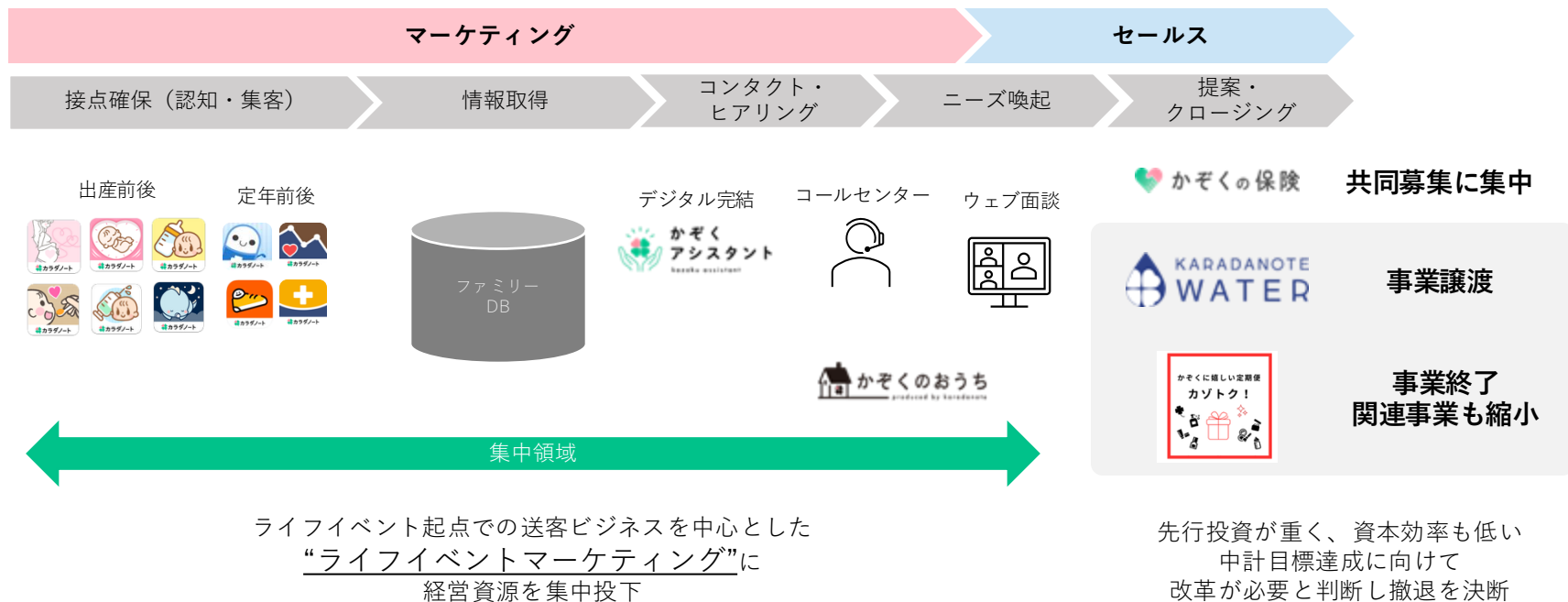
宅配水事業の事業譲渡(3月完了)により、大幅コスト減。次Qも更にコスト減見通し
人件費・広告宣伝費については、利益率を見極め再投資の方針



2. 構造改革の背景と進捗

中計達成に向けた戦略的構造改革について

中計目標（営業利益15億円）達成に向け、非効率事業の撤退を断行
金融領域を軸に据え、**短期間での利益成長**を目指す



再掲：選択と集中の背景（撤退事業について）

持続的な利益成長に向けて、**積極的な選択と集中**を実施いたしました。



へアケア衛生用品事業



当初の目論見

テレマーケティングを活用し子育て世帯に提案を行い、
ストックビジネスとして**安定的な利益成長を期待**
OEMでの自社ブランドにて事業を開始

サブスク型定期便ビジネスである「カゾトク」など
ストック型D2C事業の**広告知見を貯める目的**で
広告を中心とした外部送客事業を開始

結果

- ・ コールセンターの立ち上げに苦戦し、これまでに合計1.7億円の特別損失を計上
- ・ 取次店との関係強化、顧客管理、債権回収等、多岐にわたる管理体制の整備が利益成長の足かせ
- ・ コールセンターは改善・強化されたものの、高収益である金融領域とリソースを取り合う状態に

- ・ 知見獲得に主眼をおき、単体としては非常に薄利な状態が継続。資本効率が悪い状態に
- ・ 前期の税区分の誤りも本事業で発生。
- ・ 選択と集中の観点から、「カゾトク」も事業終了。関連する本事業も縮小

業績影響 今後の方針

事業譲渡により、
売上面ではマイナスも、事業利益は軽微
**コールセンター人員やCS人員を
金融・住宅領域に集中**

事業の縮小により、
売上面ではマイナスも、事業利益は軽微
**強みとするライフイベントマーケティングの
広告運用に人員及び資金を集中**

経営資源を高成長期待領域に集中投下することで
持続的かつ安定的な企業成長に繋げる

3. 新たな成長戦略の進捗

中期経営計画における成長戦略のキードライバー

構造改革を乗り越え、持続的かつ安定的な成長フェーズへ。
“ライフイベントマーケティング”という強みを活かす3つの柱

2024年10月公開の中期経営計画より



施策方針

健康管理アプリ及び
法人顧客基盤の活用により、
収益拡大余地大

累計300万世帯のDB
利活用強化により
収益拡大余地大

最も収益の大きい保険領域を
大手との直接提携で盤石化

顧客基盤の深化・拡張

住友生命様との資本業務提携

住友生命様との資本業務提携について

住友生命様との資本業務提携：背景と増資概要



背景及び 経緯

- 中計の営利目標（15億円）を目指す中で、金融領域での非連続な成長を模索
 - 中計で掲げる重点戦略「金融領域での提携強化」の具体化
- 住友生命様のウェルビーイング戦略（次項）と当社ビジョンの高い親和性
 - 「家族の健康・笑顔」「子育て支援」「少子化対策」への強い想いを共有
- 昨年からの検討を経て、中長期的なパートナーとして出資受入に至る
 - 当社の独立性を維持しつつ、戦略的な関係深化を重視する持分比率
 - 希薄化抑制のため、代表取締役佐藤からの株式売出も併用

第三者割当 増資の概要

- 発行価格 : 1株あたり473円（過去1ヶ月終値平均に基づき算定）
- 割当株数 : 計40万株（新株式30万株 + 自己株式10万株）
- 調達金額 : 189,200,000円
- 割当後持分比率 : 9.72%（売出含む/保険業法を考慮し10%未満）

住友生命様の掲げるウェルビーイング戦略

スミセイ **WX** (ウェルビーイングトランスフォーメーション)

健康増進への貢献

～身体的な豊かさ～

保険を通じた安心の提供

～経済的な備え～

充実した暮らし・世代を支える

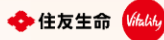
～社会的なつながり～

コアの体験価値
健康増進・経済的な充足

様々なサービスを通じ
ウェルビーイングを実感
(WBの質を計測)

商品サービスの
価値体験

様々な保険・非保険サービス(有償・無償)を
幅広く・重ねて提供し、コアの価値である
Vitality保険へつなげていく



質的深化

一人ひとりに提供する
ウェルビーイング価値を高める

量的進化

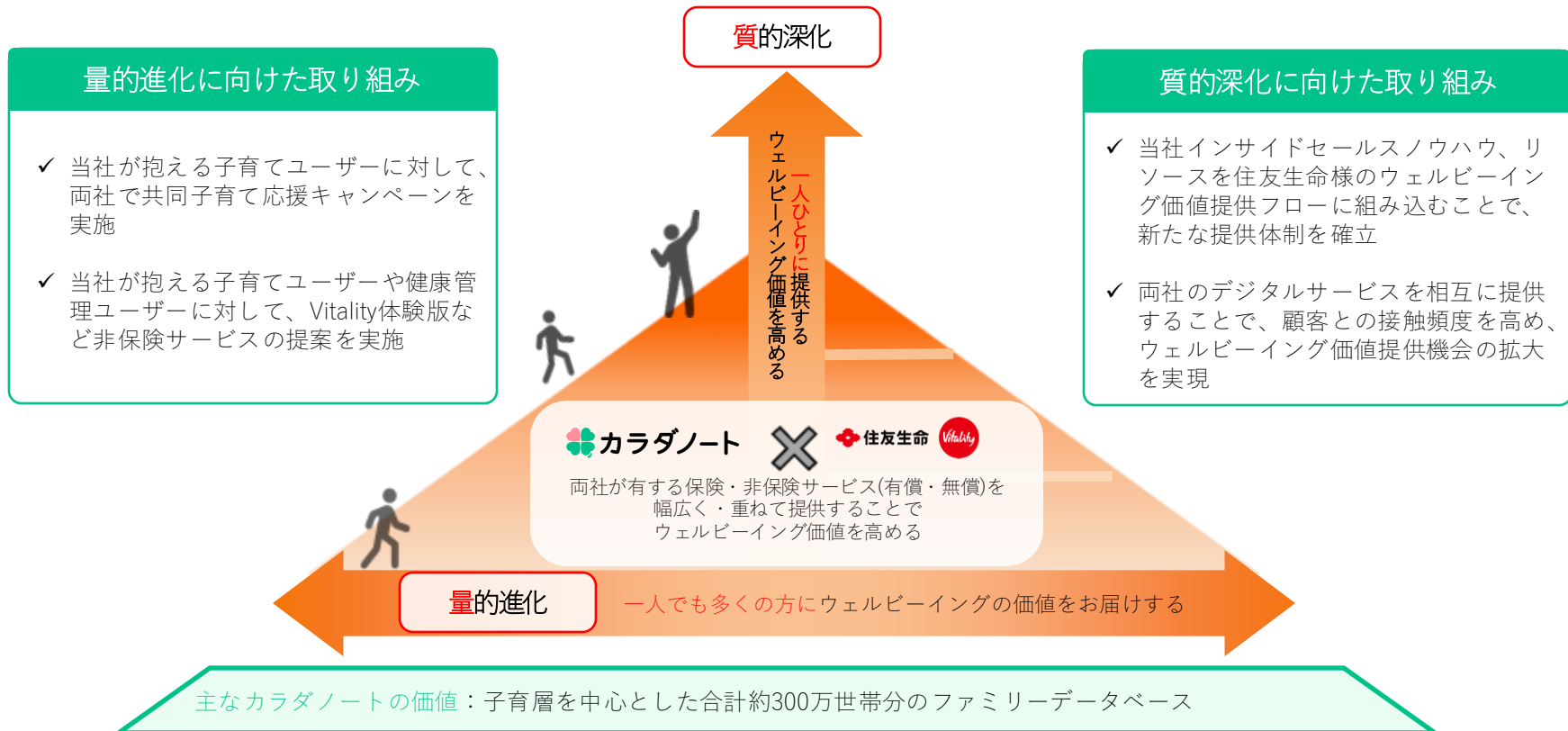
一人でも多くの方にウェルビーイングの価値をお届けする

住友生命の事業変革：お客さまのウェルビーイング実感を高めることを軸に会社全体を変革していく

両社が目指すウェルビーイング価値の最大化

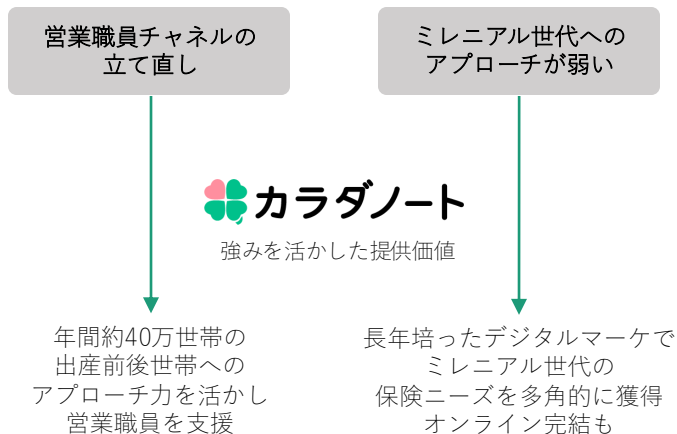
一部支社での実証とデジタル完結型の協業を並行展開

両社にとっての収益性を重視しつつ、最短で共同事業の規模最大化を図る



再掲：生命保険会社様との提携強化ポテンシャル

保険会社様が抱える国内での課題感



保険会社様に対しての当社貢献粗利規模



年間約数百億円の粗利
この内10-15%（数十億）が当社収益の期待値

生命保険会社様との強固な提携関係が収益拡大に重要

顧客基盤の深化・拡張について

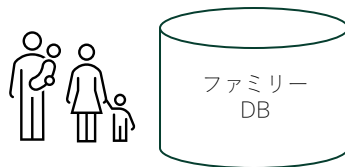
顧客基盤の深化・拡張に向けて経営資源の選択と集中を推進

3Qの短期間で効果が顕在化 4Q以降にも期待

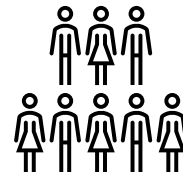
3Q重点アクション

- 高収益領域への選択と集中に向けて、宅配水事業の譲渡及び引き継ぎを実施
- スポンサー企業と送客条件の見直しを協議。条件緩和により継続売上が拡大
- 健康管理アプリの機能拡充により、定年前後世代のDB獲得及び売上が伸長

4Q以降の 重点アクション



新規出産のDBに限らない、
既存DBに対してAIを有効活用し
世帯あたりの継続収益性を伸ばす



結婚前後・定年前後など、
子育て世帯以外の収益性を強化し
会員数を大幅に伸ばす

顧客幅の拡大及び、顧客DBの継続活用に集中してまいります。

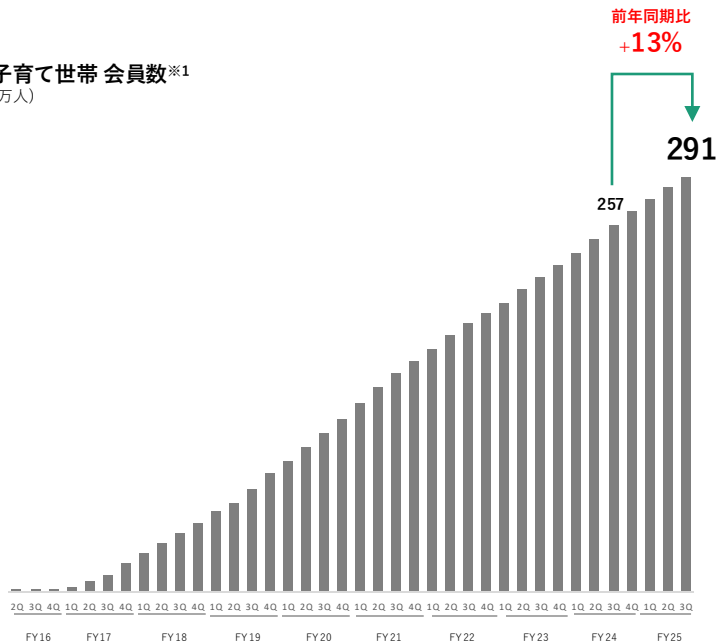
ファミリーデータベース数の推移

今後大きなエコシステムを構築する上で、
子育て世帯以外のファミリーデータベースも強化をしてまいります。

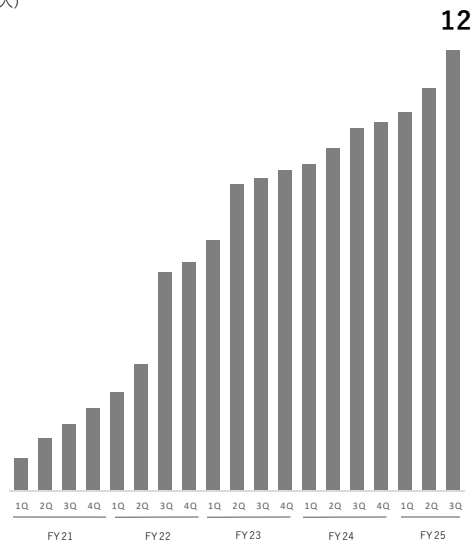
子育て世帯は順調に拡大
期間出生数の43%以上

定年前後世帯も徐々に収益化
伸び余地は非常に大きい

子育て世帯 会員数※1
(万人)



定年前後世帯 会員数※1
(万人)



※1 退会者を除く、情報配信可能なファミリーデータベース数推移

※2 2017年から2024年の出生数合計に対する比率

その他の主なトピックス

今年度も当社代表から、社員の子どもに1人100株を無償譲渡（贈与/1人1回限り）をする制度
“わが子のように”の実行をし、日本経済新聞に取り上げられました。

2023年から開始し、今年で3年目



<https://corp.karadanote.jp/archives/5797>

他社事例と共に、メディアでも紹介

社員の子に株プレゼント、8児のパパ社長が生んだ奇策

読者インサイト + フォローする
2025年5月30日 11:00 [会員限定記事]

保存 グループシェア 記事をギフト

もA 印刷 n 共有



社員のモチベーションと子育てを両立させる工夫を凝らす企業が注目されている

2025年5月30日付 日本経済新聞

今後も当社は、未来の社会に貢献すると共に、
社員とその家族の笑顔も支援できるよう努めてまいります。

4. 長期展望

家族の健康を支え 笑顔をふやす

Corporate Vision

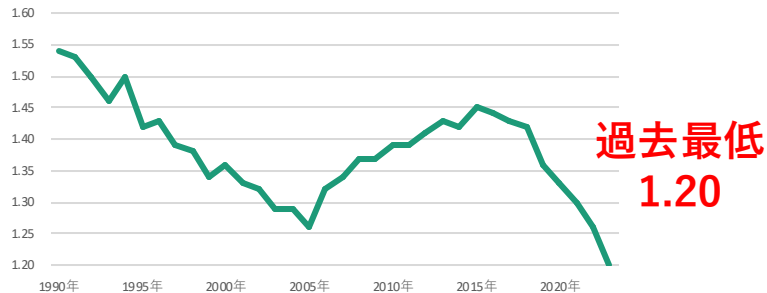


ライフイベントを起点に日本の幸福度を向上

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



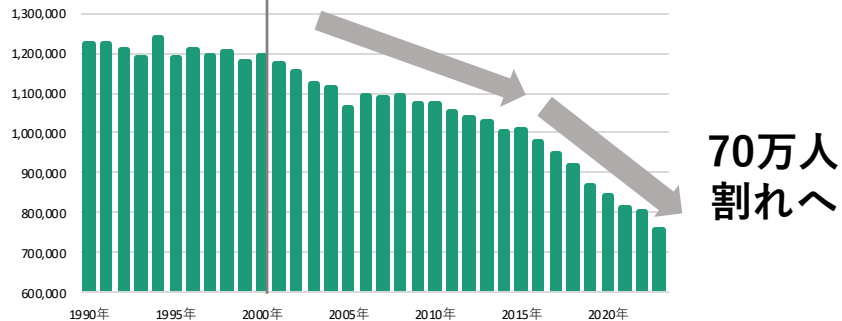
改正子共・子育て支援法が成立
年間3兆6千億円が必要とされる



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



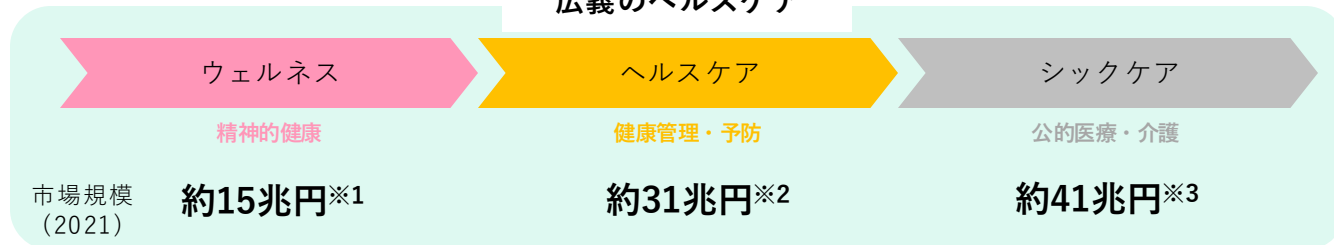
少子化の傾向は楽観視できる状況にない
社会全体で機運を高めていくという発信



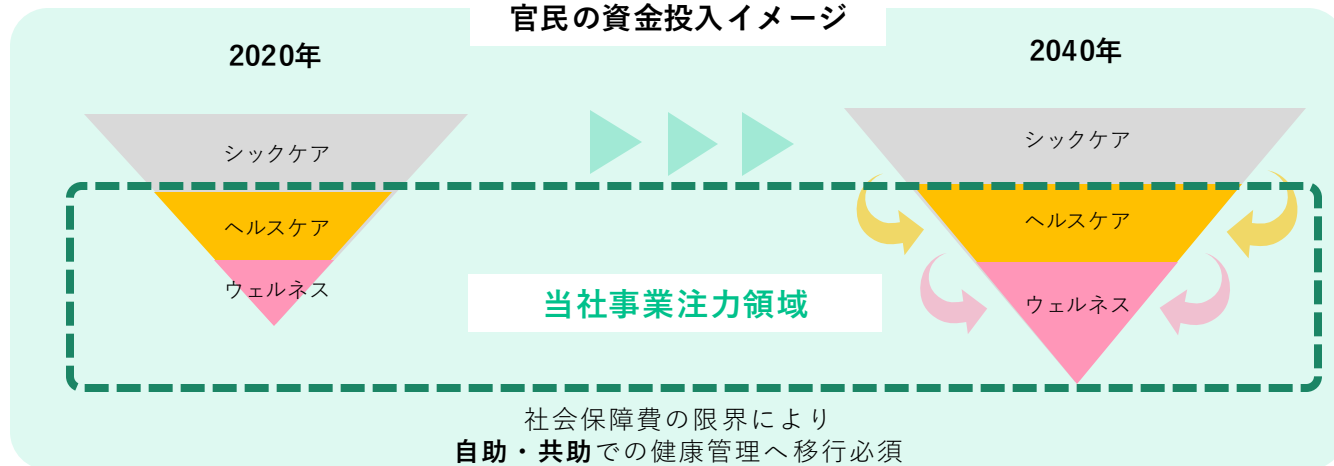
2040年に向けた社会構造の変化

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

広義のヘルスケア



官民の資金投入イメージ

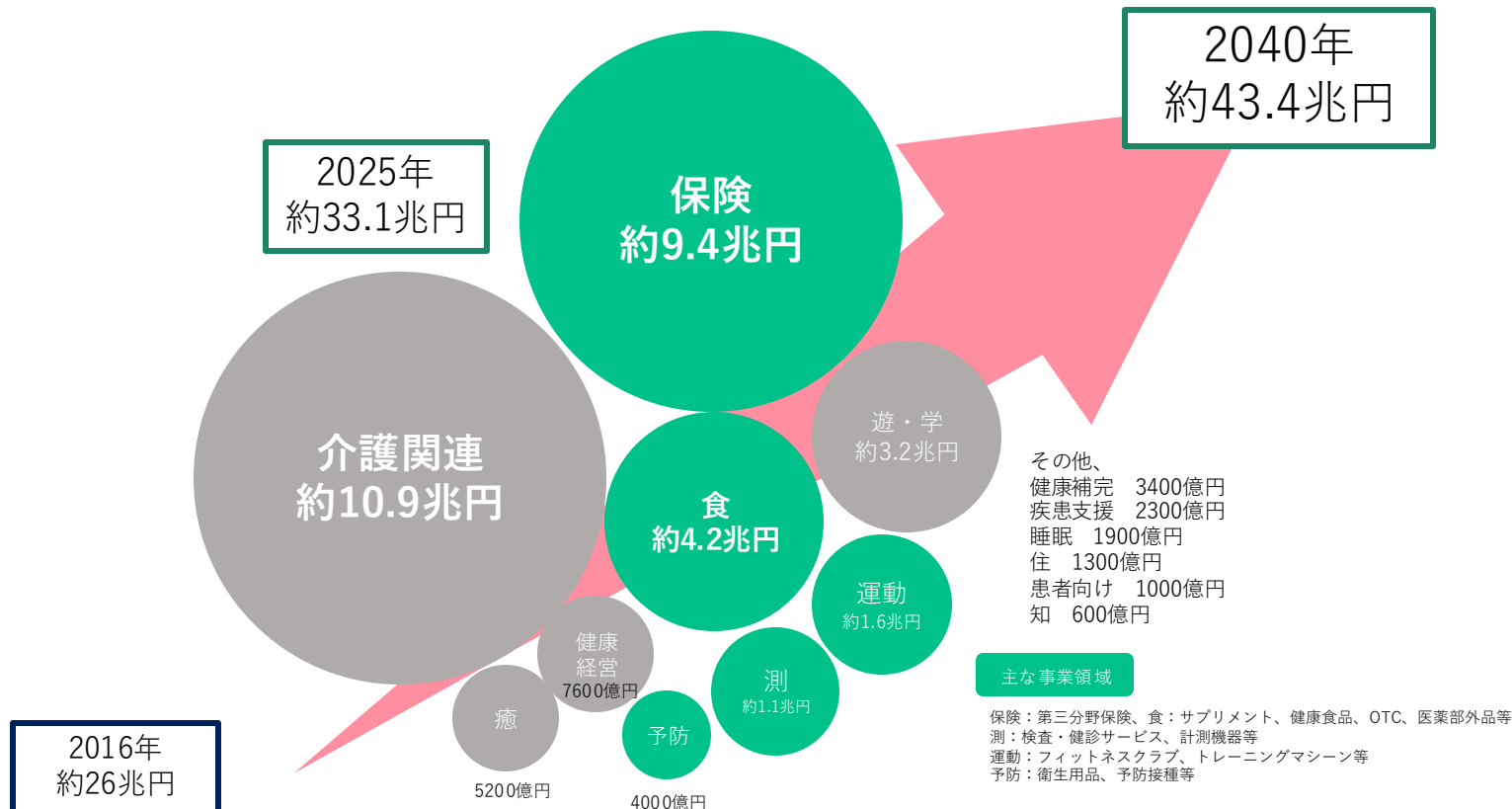


出所：※1 矢野経済研究所「スポーツウェルネス」「健康食品市場」「化粧品市場」「美容市場」「ベビー用品・関連サービス市場」を合算し、当社にて作成

※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が高い

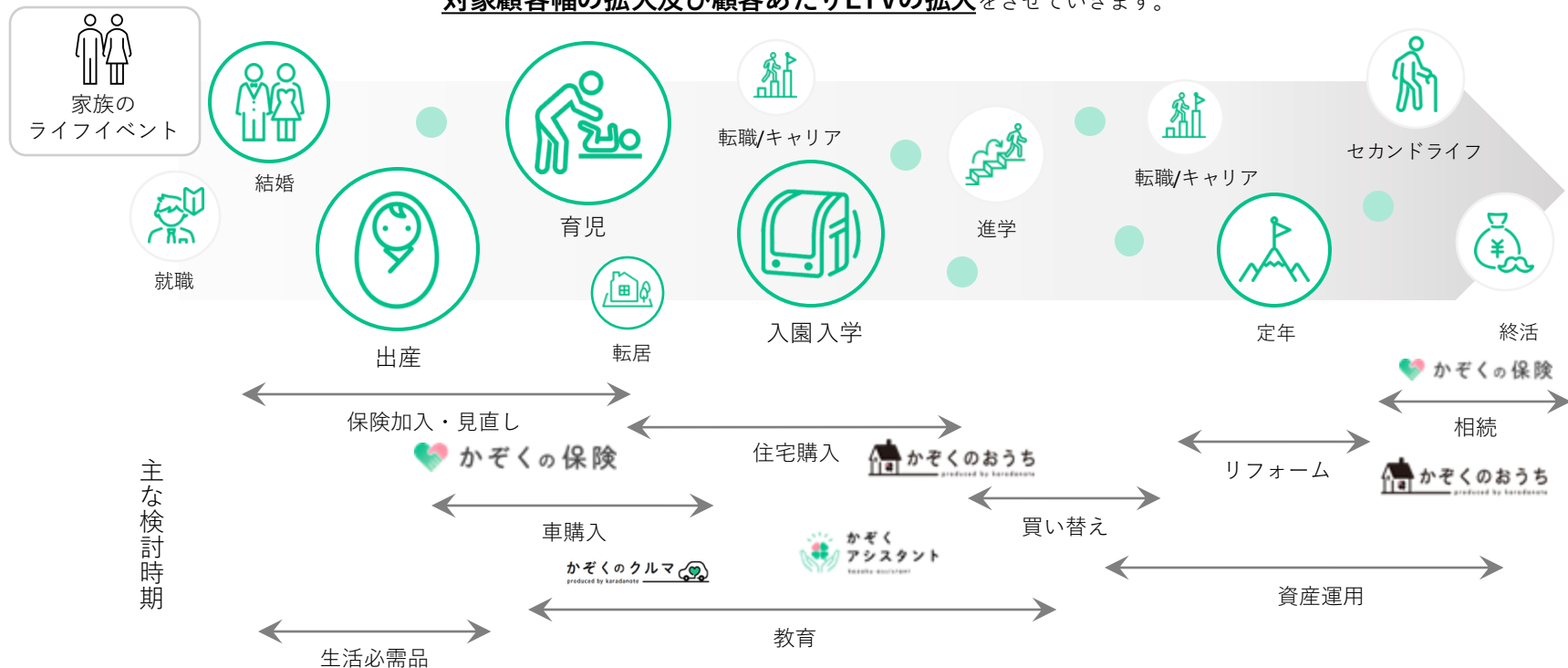


出所：経済産業省「次世代ヘルスケア産業協議会の今後の議論について～アクションプラン2019に向けて～」 公的保険外サービス・ヘルスケア産業(健康保持・増進に働きかけるもの)
『消費トレンド2040市場予測』(日経BP)

※ 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

ライフイベントマーケティングという武器

ライフイベントマーケティングを武器に、
対象顧客幅の拡大及び顧客あたりLTVの拡大をさせていただきます。

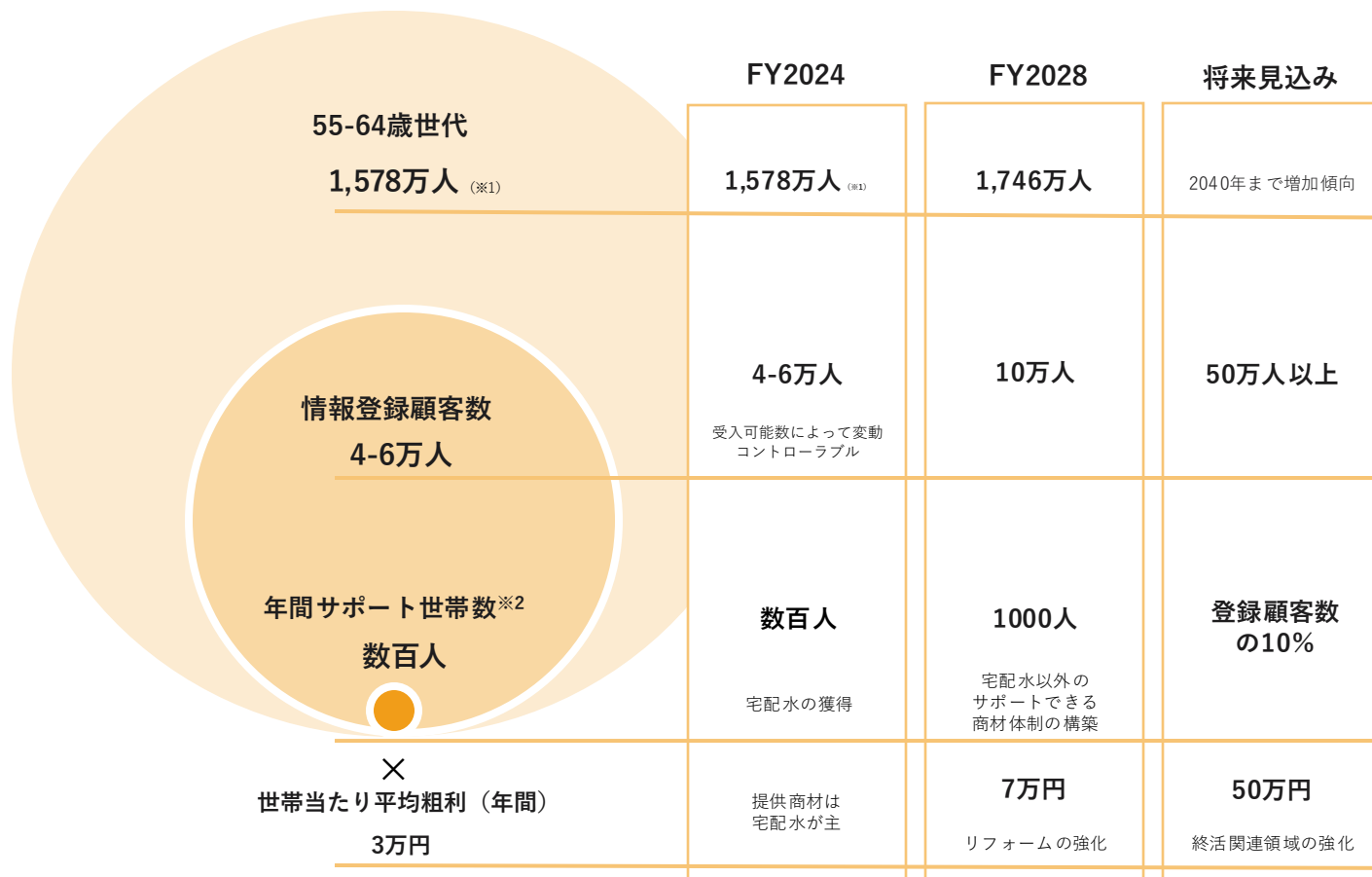


子育て世帯の想定マーケット規模

	FY2024	FY2028	将来見込み
出生数 72.7万人	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 約7千世帯	宅配水の成約世帯が主 保険も増加中	1.2万世帯 保険会社との 提携強化	登録顧客数 の10%
× 世帯当たり平均粗利（年間）※2 4.8万円	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 金融・住宅の強化

（※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

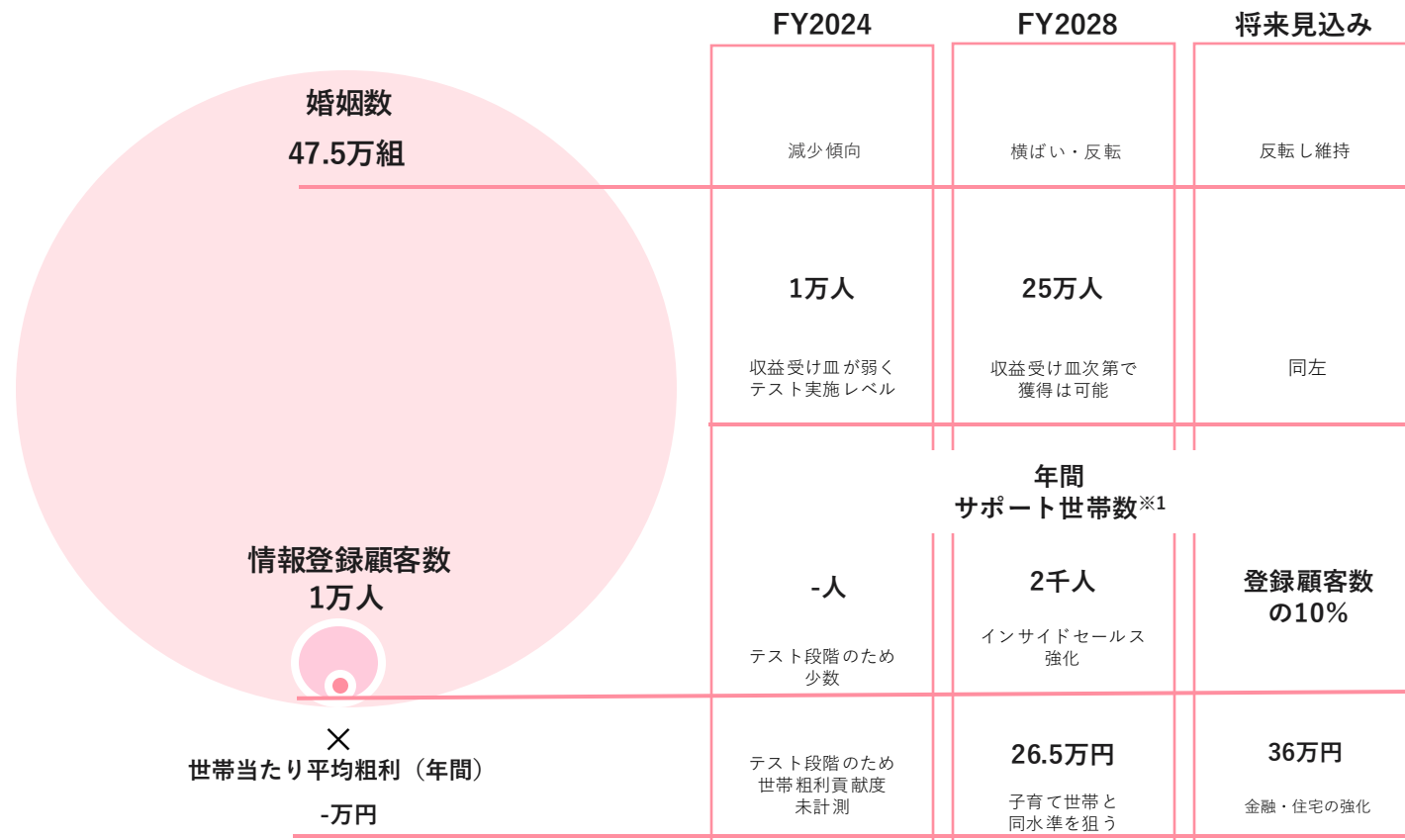
定年前後世帯の想定マーケット規模



(※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)	2025年4月末	2024年7月末	増減	コメント
流動資産	577	926	▲349	現金及び預金の減少等
現金及び預金	335	483	▲148	決算修正に伴う消費税納税、 長期借入金の一部返済による減少等
固定資産	41	109	▲68	事業譲渡により長期前払費用の減少
総資産	619	1,035	▲416	
流動負債	202	477	▲275	未払消費税の減少等
固定負債	128	205	▲77	長期借入金の一部返済による減少
純資産	287	352	▲65	繰越利益剰余金の減少
自己株式	▲94	▲94	—	
自己資本比率	46%	34%		

取締役のスキルマトリクス

当社の取締役に対して特に経験・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。