



# カラダノート

## 2024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)  
2024年6月14日



## 目次

1. サマリー
2. 2024年7月期 第3四半期業績
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

# はじめに

税区分の誤りによる過年度の決算訂正につき、ご迷惑をおかけしますこととお詫び申し上げます。

## 決算訂正の理由

税区分の誤りにより、国外取引にあたる広告宣伝費について消費税における課税区分を「不課税」とすべきところが「課税」として処理されていたことが発覚いたしました。監査法人とも協議の上、過去に提出した有価証券報告書、四半期報告書並びに決算短信、四半期決算短信を訂正することいたしました。

## 過年度業績 及び 今後の影響

税区分の誤りが発生した広告宣伝費は、主にヘアケア・衛生用品関連商材への送客に使用をしておりました。訂正の結果、過年度決算においては合計191百万円の当期純利益減少が発生致します。

ただし、顧客企業との取り決めにより、過小計上されていた広告宣伝費相当分については今後の取引にて補填されることが確定しているため、2024年7月期第4四半期以降において合計191百万円同等額程度の利益底上げが見込まれます。

当会計年度に与える影響につきましては、本日開示の「業績予想の上方修正に関するお知らせ」に反映しております。

# 1. サマリー

## 2024年7月期 第3四半期累計

売上高 1,754百万円

前年同期比：+16%

営業利益 57百万円

前年同期比：+283百万円

- 売上高の対通期進捗率は76.2%と順調
- 1,2Qの決算訂正がありつつも、**業績予想を上方修正**

## 第3四半期 概況

- 四半期単体で、**前年同期比112百万円の増益**を達成
- 税区分の誤りに伴う調査のため、一時的に一部送客を停止（再開済み）
- 事業、案件別での採算管理を強化。引き続き、**選択と集中を推進**。

## 2. 2024年7月期 第3四半期業績

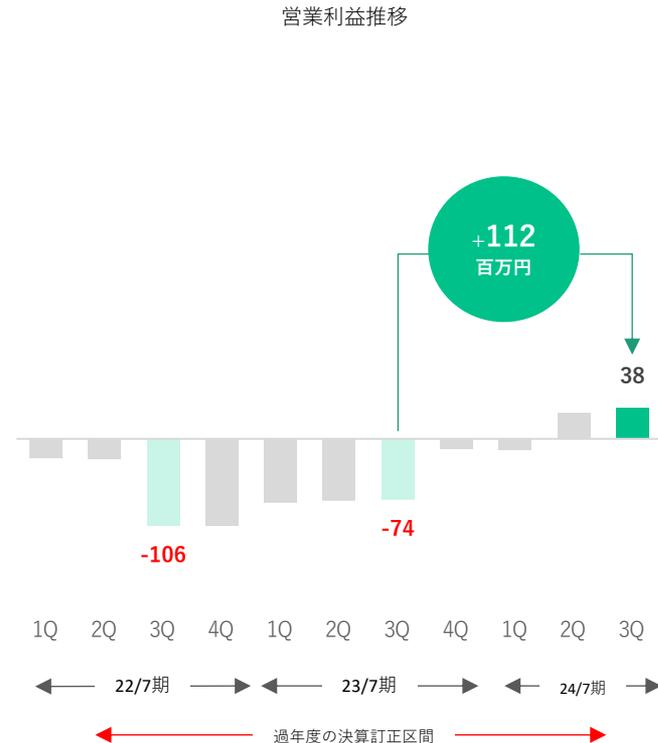
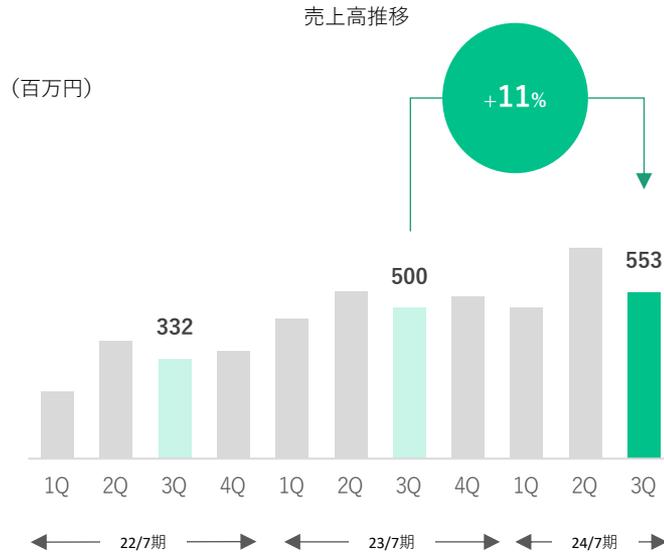
# 2024年7月期 第3四半期業績累計

累計売上は通期計画に対して順調な進捗  
営業利益は、4Q見通しを踏まえて通期予想を上方修正

(百万円,%)	2024年7月期 第3四半期累計 (2023年8月 - 2024年4月)		2024年7月期 通期計画	
	実績	前年同期比	通期計画	業績予想進捗率
売上高	<b>1,754</b>	<b>+16%</b>	2,300	<b>76%</b>
売上総利益	<b>1,234</b>	<b>+9%</b>	-	-
営業利益	<b>57</b>	<b>+283</b>	100	<b>57%</b>
当期純利益	<b>59</b>	<b>+298</b>	100	<b>59%</b>

# 売上高/営業利益 四半期推移

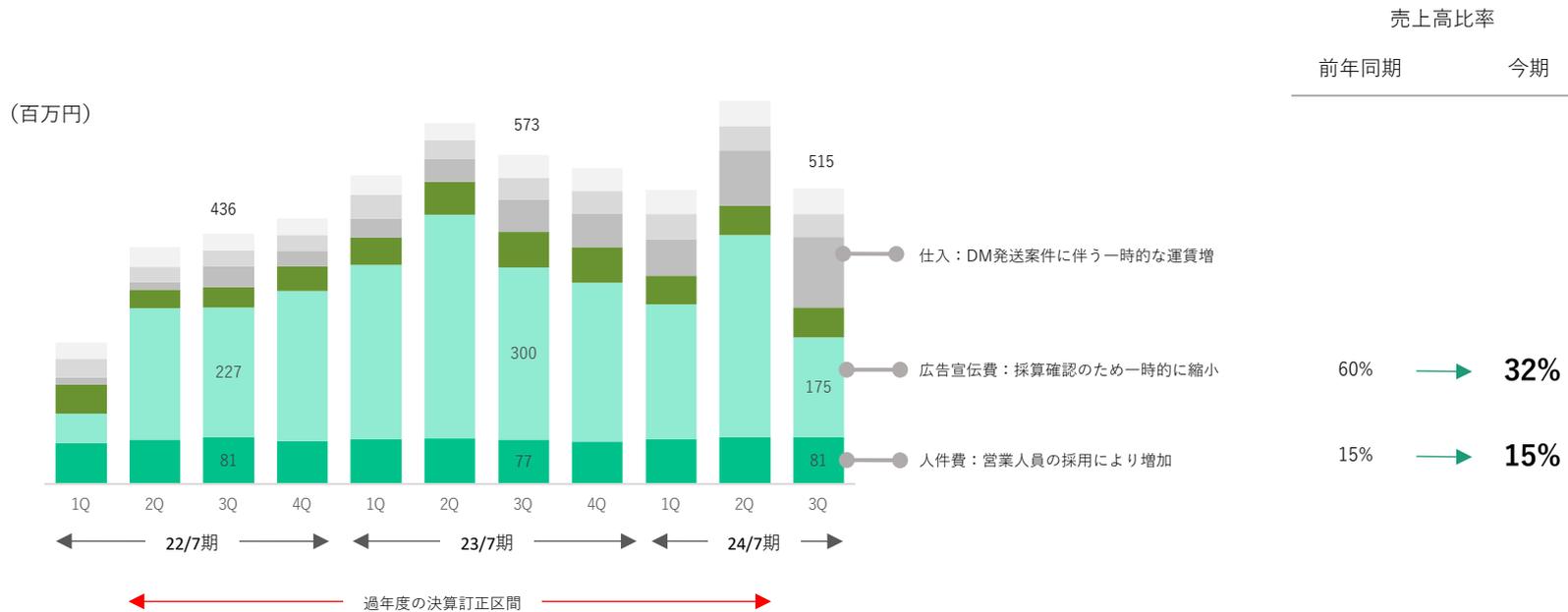
送客を一時停止したため、四半期売上高の成長率に一部影響（再開済み）  
 固定費が微増も、営業利益は大幅増加



Note: 過年度の決算訂正及び業績予想の上方修正を踏まえた数値となります。

# 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  
コスト効率は前年同期比で大幅改善



Note: 過年度の決算訂正及び業績予想の上方修正を踏まえた数値となります。

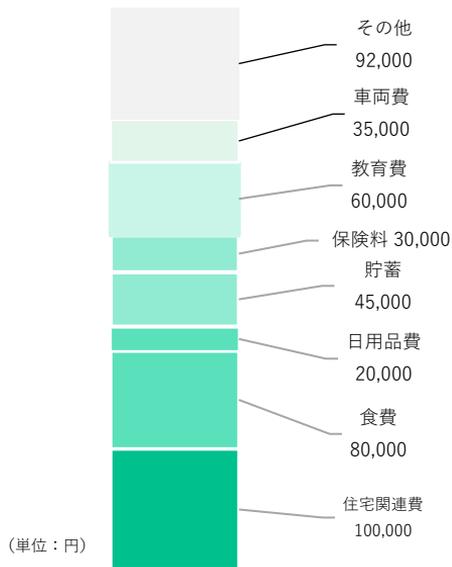
### 3. 家族向け事業の状況

# 家族向け事業：取り組み方針

住や金融といった、子育て世帯の家計に占める割合が高い領域から事業を強化  
家族に“安心”と“便利”を提供しています。

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

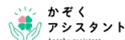


車関連



便利

教育関連



便利

金融関連



安心



生活必需品



便利



住関連



安心

## 主な事業

## 直近の取り組み

プロフェッショナルサービスで営業人材を支援  
テレマーケティングAIで生産性を向上

取次代理店の活用強化

大和ハウス工業株式会社と業務提携  
住宅展示場への誘導を強化

※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)

# 家族向け事業：金融・生活必需品（ストック型）主要KPI 第3四半期

金融領域の獲得コストをコントロールし、粗利LTV/CACは大幅改善

期末契約者数

12,561人

ARPU<sup>※1</sup>

6,162円

解約率

1.25%

粗利LTV/CAC<sup>※2,3</sup>

3.2倍

※1 ARPU : 社内管理数値を元に算出

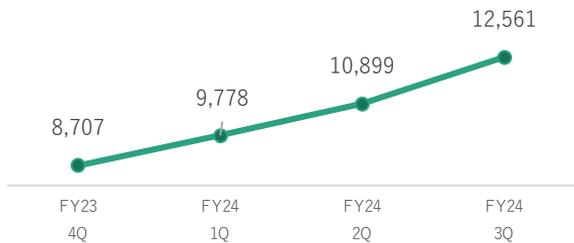
※2 粗利LTV : LTVから直接コストを差し引いたもの。通常は解約率を元に継続期間を算出するが保守的に保険7年間、宅配水5年間を継続期間として算定

※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

取次店での獲得が伸長し、期末契約者数は過去最高の伸び

期末契約者数(人)  
獲得効率を重視しつつも純増数拡大



ARPU(円)  
減少傾向も下げ止まり基調



解約率(%)  
一定の範囲内で安定推移



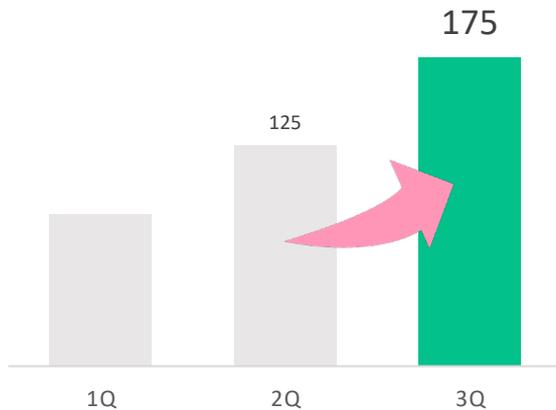
粗利LTV/CAC(倍)  
金融領域のコストコントロールにより大幅改善



# 家族向け事業：住関連（フロー型）主要KPI推移

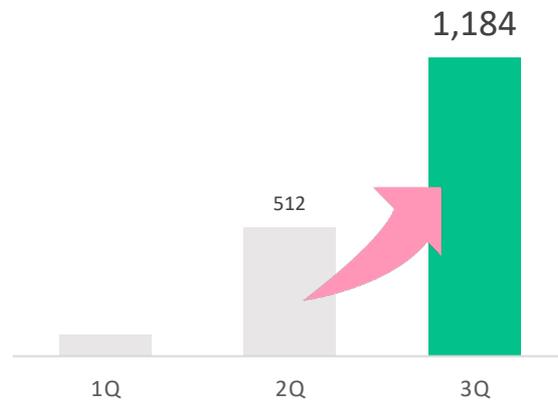
出産前後での住関連需要喚起は引き続き好調で、パイプラインも拡大  
早期に収益の柱にすべく、課金プランを拡大

提携企業数



提携企業数は順調に拡大  
引き続き、全国展開の企業との提携を優先

住宅検討顧客面談数（累計）



順調に顧客面談数は大幅伸長  
早期収益化を目指し、住宅展示場訪問での課金も開始



## 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

## 少子化対策にける国や自治体の投資が加速 社会インフラ維持のために今後さらに投資しなければならない状況

2023年の合計特殊出生率は過去最低を更新



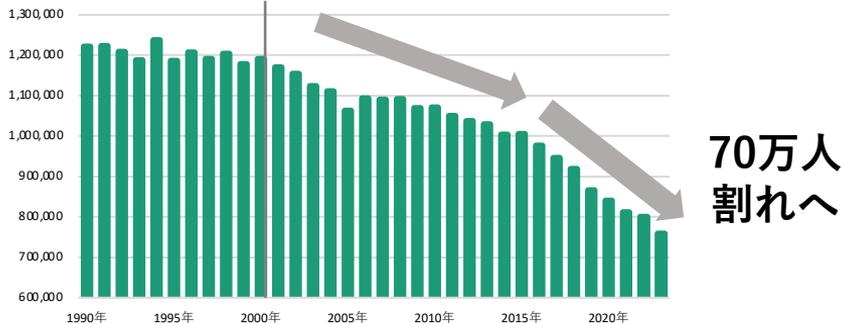
改正子ども・子育て支援法が成立  
年間3兆6千億円が必要とされる



### 投資が加速

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



70万人  
割れへ

東京都の婚活支援  
マッチングアプリを夏頃本格実施へ



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



×

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

弊社代表の佐藤が、男性の育休取得促進に取り組む  
厚生労働省のイクメンプロジェクト推進委員に就任



×

育てる男が、家族を変える。社会が動く。



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

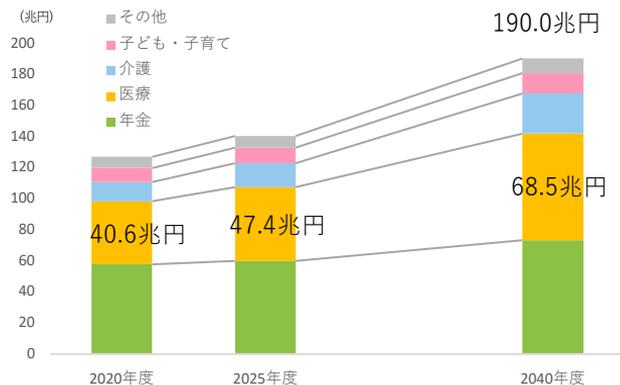


ライフイベントを起点に日本の幸福度を向上

# 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

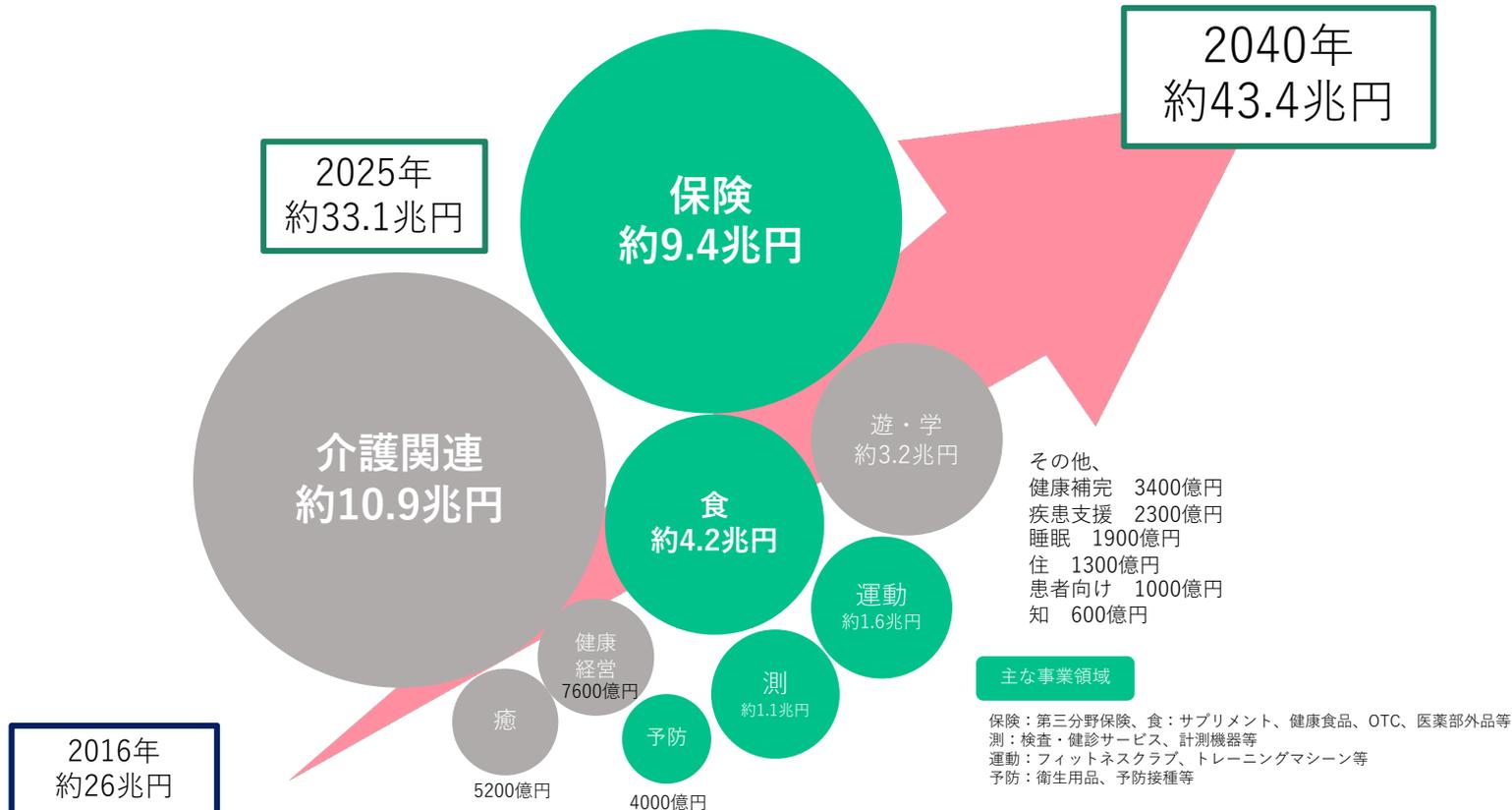
社会保障クライシスの解消に向け、  
官民ともにシックケアより**ウェルネス・ヘルスケア**への資金流入が加速



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  
接触チャンネルの拡大

### 顧客あたりLTVの拡大

事業領域の拡大  
提案素材幅の拡大

### 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

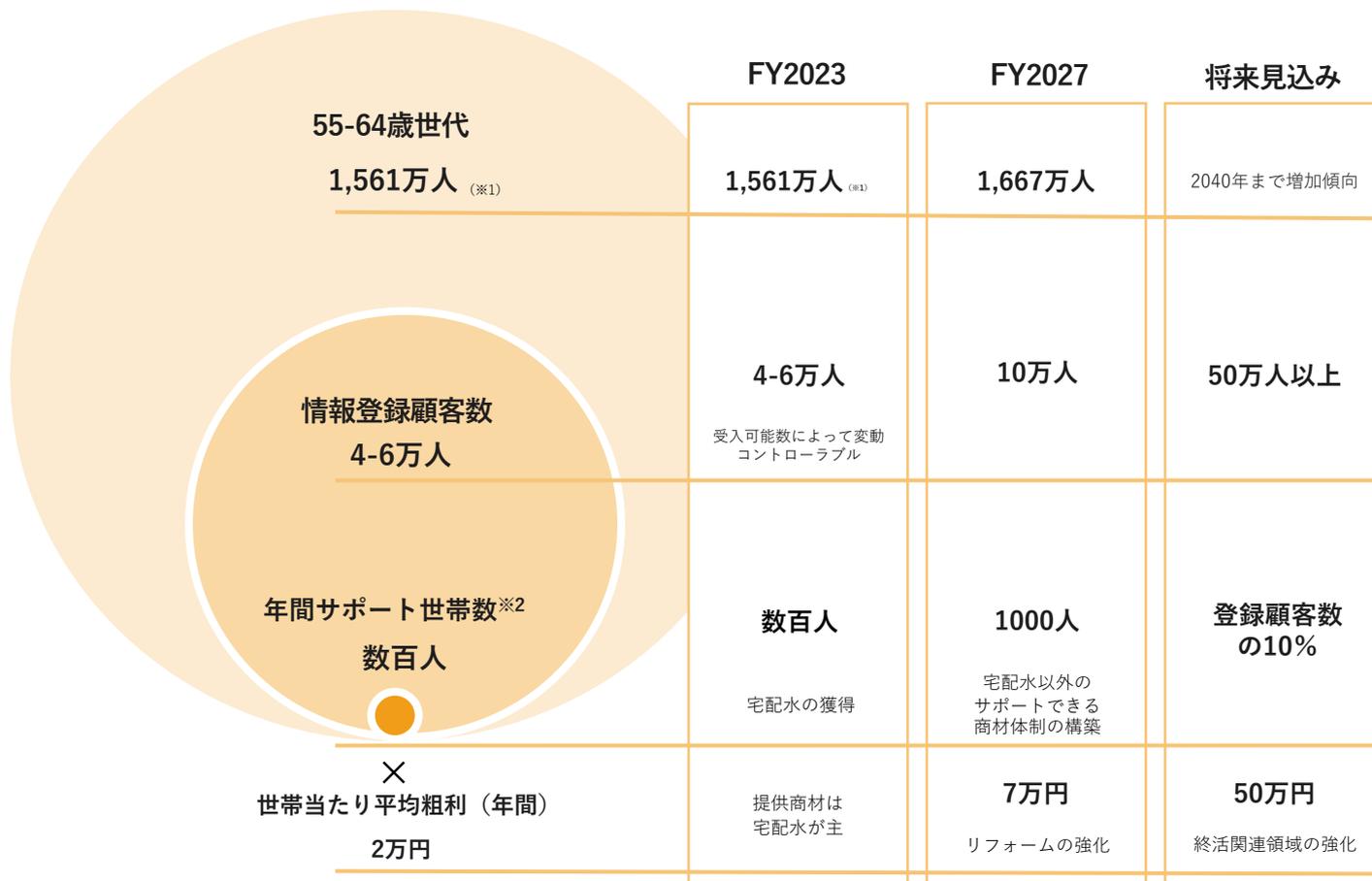
# 子育て世帯の想定マーケット規模

	FY2023	FY2027	将来見込み
<b>出生数</b> 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
<b>情報登録顧客数</b> 30-50万人	35万人 受入可能数によって変動 コントロール	40-50万人 体制を強化し 安定化を図る	同左
<b>年間サポート世帯数<sup>※1</sup></b> 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%
× <b>世帯当たり平均粗利（年間）<sup>※2</sup></b> 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、住宅などを弊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

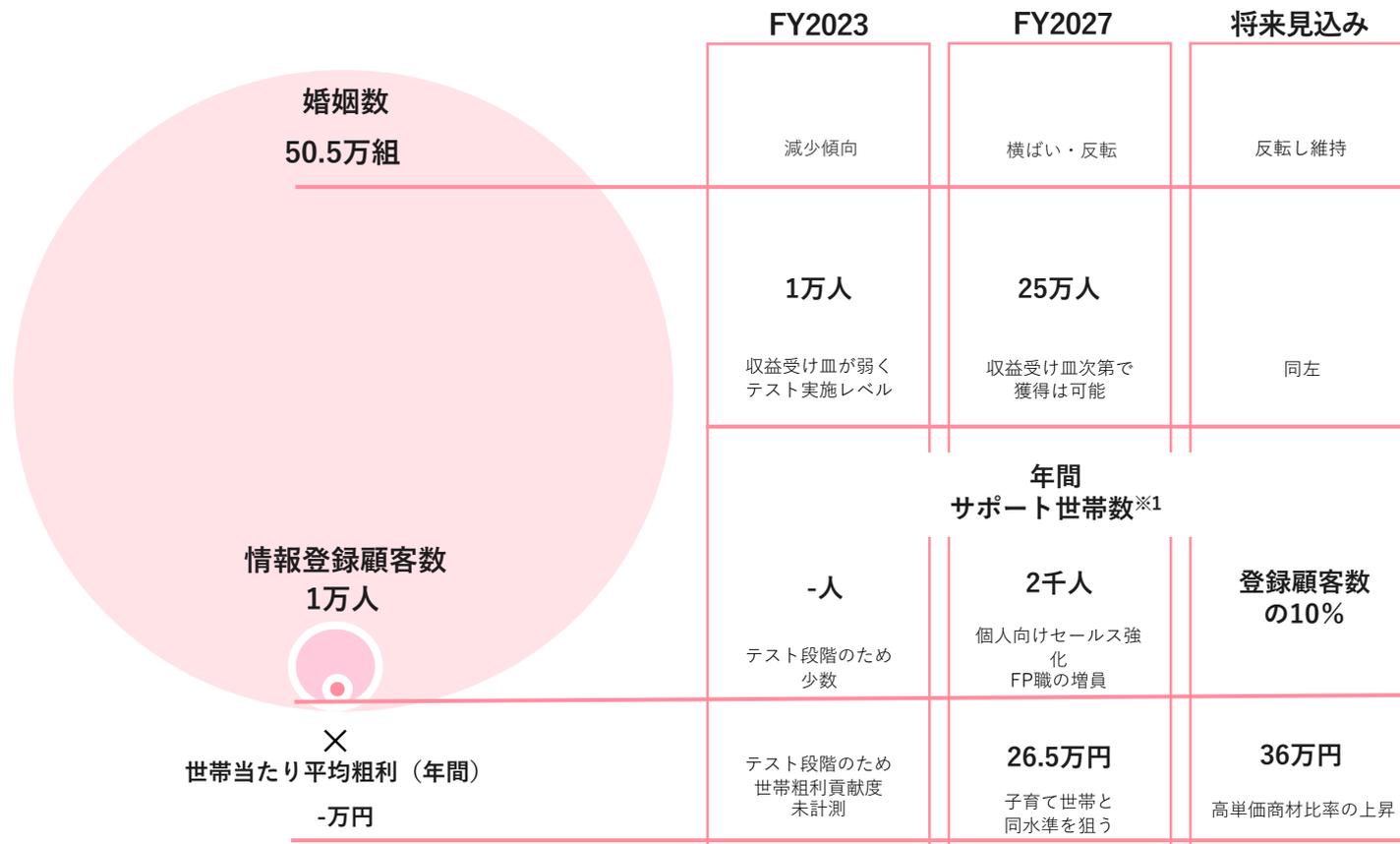
# 定年前後世帯の想定マーケット規模



(※1) 出展：総務省統計局 人口統計（2023.4）

(※2) 宅配水、保険、住宅などを弊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、住宅などを弊社経由で成約完了までサポートした数

## 6. Appendix

# 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がっています。



## 家族パートナーシップ事業



アプリデータを活用した事業開発



ライフイベントマーケティングの内製化・共同事業化支援



弊社アセットを活用した社会課題解決型事業開発

# 貸借対照表

(単位：百万円)	2024年4月末	2023年7月末	増減	コメント
流動資産	960	1,069	△109	現金及び預金の減少等
現金及び預金	537	687	△150	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	70	19	+ 51	長期前払費用の増加
総資産	1,030	1,088	△58	
流動負債	503	561	△58	未払消費税の増加等
固定負債	230	305	△75	長期借入金の一部返済
純資産	297	222	+75	繰越利益剰余金の増加等
自己株式	△94	△94	—	
自己資本比率	29%	20%		

Note:過年度の決算訂正及び業績予想の修正を踏まえた数値となります。

# 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、弊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、弊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ます。