



カラダノート

2024年7月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社カラダノート
(証券コード4014)
2024年3月15日



目次

1. サマリー
2. 2024年7月期 第2四半期業績
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

1. サマリー

2024年7月期
第2四半期累計

売上高 1,201百万円

前年同期比：+18%

営業利益 55百万円

前年同期比：+152百万円

- 売上高の対通期進捗率は52.2%と順調
- 営業利益は通期予想を既に超過も、採用強化を見据えて据え置き

第2四半期
概況

- 家族向け事業はストック・フロー共に堅調に推移
- 社会向け事業は保険領域、製薬領域におけるPoCが継続
- 固定費を維持しつつ売上高成長した結果、営業利益率は1Q対比で大幅改善

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させていただくために、マネジメントビューポイントを掲載します。

マネジメントビュー

上期業績を どう評価するか

- 売上面は、計画を上回る推移となりました。家族向け事業では、予定利率が高まったことで貯蓄性の高い一時払い保険の加入が伸びたことや、コロナ禍による食材宅配需要が一巡し事業者によるプロモーションが再開されたことなどが底上げ要因となりました。社会向け事業では、引き続き保険領域・製薬領域でのPoC案件を継続実施しており、次のフェーズに向けて取り組みを強化しております。
- 利益面は、既に通期予想を超過する着地となりました。売上面での計画上振れ及び、個人向けの営業人員採用が計画から遅延していることが主な要因となります。

下期のポイントは何か

- 昨夏より、資料請求型から成約課金型へとビジネスモデルの変化をしてきた住関連領域が更なる収益拡大のポイントになります。パイプラインとしては計画を上回る進捗となっており手応えを感じておりますが、モデル変更初年度で各ステップの進展速度が読みきれないため、成約時期が遅れないよう顧客とのコミュニケーションを強化してまいります。
- 社会向け事業においては、PoC案件を業務提携や共同事業化へと進展させられるかがポイントになります。各領域ともに一定の結果が出ておりポジティブな状況ではありますが、短期的な数字については未だ顧客企業の予算状況に左右される部分もあり、更に深く入り込むことで事業パートナーとしての確固たるポジションの確立を目指しております。
- 上期は計画を超過する推移となっておりますが、上述の通り新たな取り組みの立ち上がり時期が読みきれないことから、通期計画については据え置きとさせていただいております。立ち上がり次第で上期を上回る利益率は実現可能と考えております。

昨年末に開示をした 訴訟の影響は

- 適時開示に記載の通りですが、原告の重大な表明保証違反並びに重要な取引先との信頼関係をあえて毀損させたことを契機として当社は株式譲渡契約を解除するに至りましたが、解除は無効で契約実行を求めるといった趣旨の訴訟を提起されております。我々としては、裁判にて肅々と正当性を明らかにする所存です。合わせて、譲渡契約解除に伴う損害賠償を請求する反訴についても提起済みです。

少子化の影響は 出ているか

- 厚生労働省が発表した2023年の出生数は75万8631人で、前年から5.1%減少しました。一方で弊社アプリの利用者数については、様々な機能拡充の結果前年対比同等水準で推移しております。また、アプリ経由で各種個人データ登録をするユーザー数は、機能拡充の結果前年対比で大幅に増加をしており、広告宣伝費を減らしつつも子育て世帯の情報登録顧客数は同等水準で維持できております。
- 弊社が事業として注力対象に据えている産業として金融関連・住関連がありますが、弊社ユーザー調査によると子供を持つ家族の約8割が保険の見直し、約6割が住み替えを出産前後で行っており、弊社の獲得数に比べるとまだまだ膨大な獲得余地があると考えております。

政策による ポジティブな影響は

- 期待されていた「異次元の少子化対策」についてはいまだに小規模なものが多く、子育て世帯の可処分所得を上げるまでには至っていません。今年の12月振り込み分から児童手当が拡充する点については期待をしております。
- 一方で、少子化対策に限らずその手段とも言える「女性活躍支援」については政策の旗振りが有効に機能しており、企業内の意識の高まりも感じております。結果として、女性活躍支援を切り口とした子育て支援につながる企業ニーズは高まっている感覚です。

2. 2024年7月期 第2四半期業績

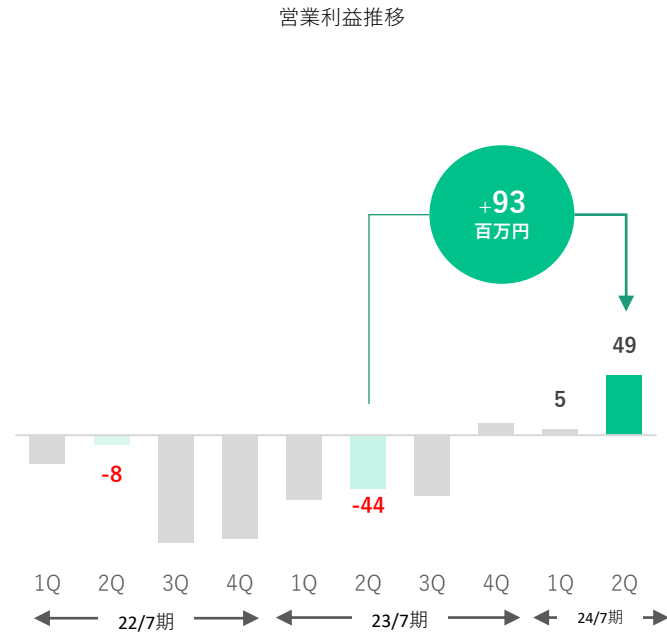
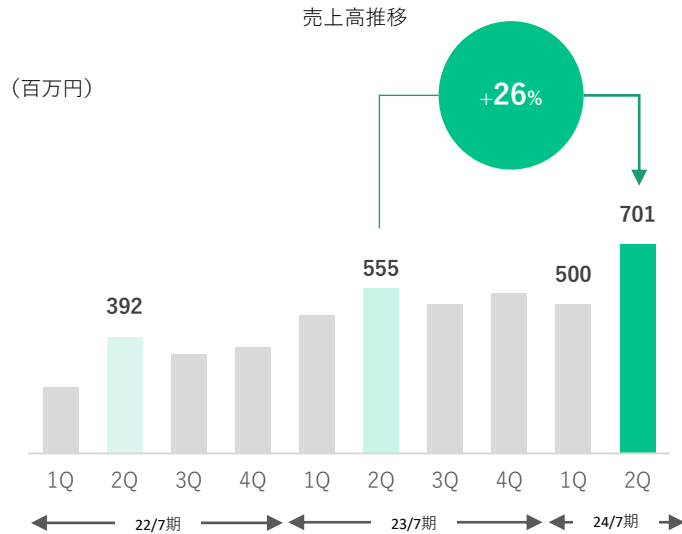
2024年7月期 第2四半期業績累計

累計売上・営業利益ともに前年同期比大幅伸長
営業利益は通期予想を超過

(百万円,%)	2024年7月期 第2四半期累計 (2023年8月 - 2024年1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	1,201	+18%	2,300	52%
売上総利益	882	+13%	-	-
営業利益	55	+152	50	109%
当期純利益	58	+168	34	171%

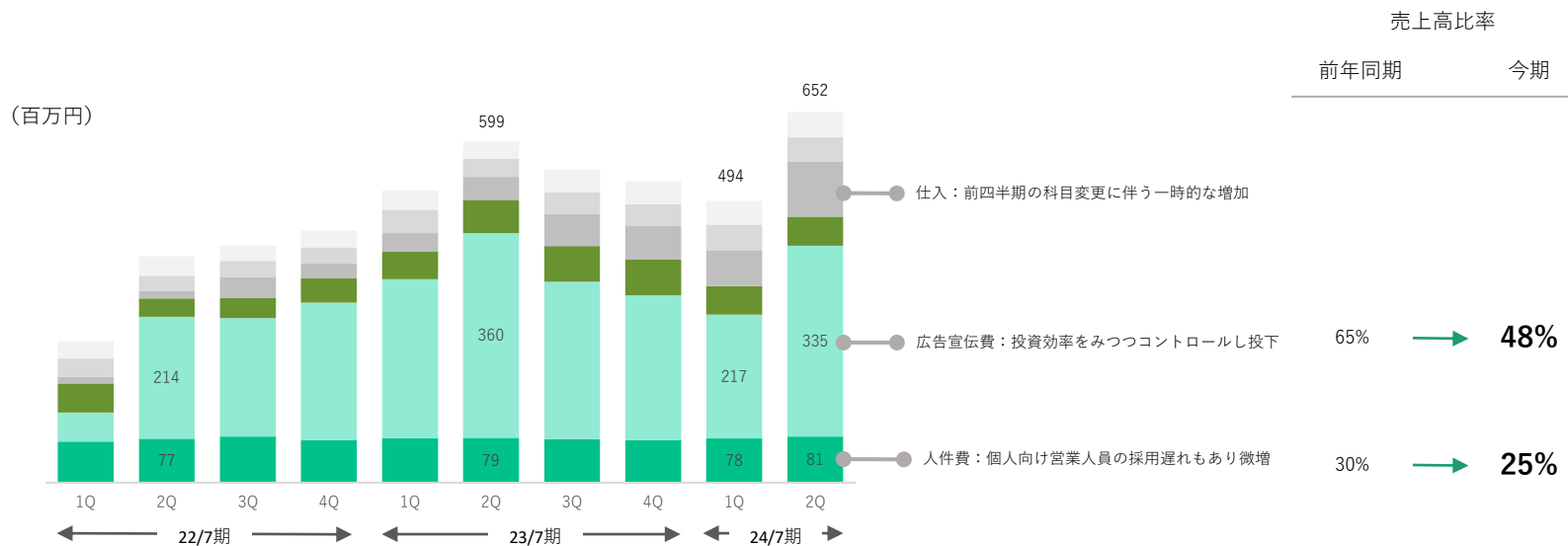
売上高/営業利益 四半期推移

四半期売上高は過去最高を更新
固定費が横ばいの結果、営業利益は大幅増加



コスト推移

広告宣伝費、人件費共に前年同期比で売上高比率低下
個人向け営業人員の採用は強化想定



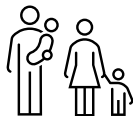
3. 家族向け事業の状況

家族向け事業：取り組み方針

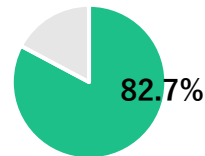
子育て世帯の家計に占める割合が高い領域から事業の内製化を加速
 家族に“安心”と“便利”を提供しています。

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

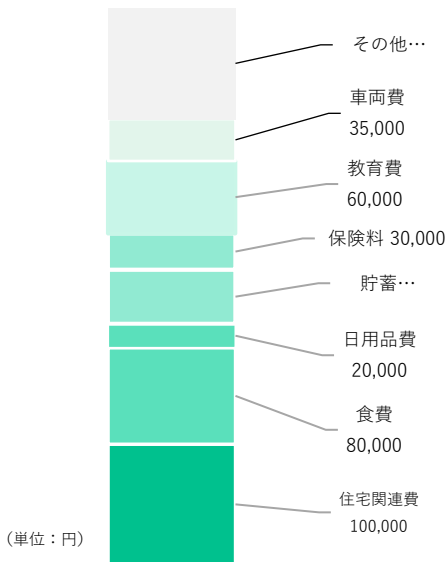


子供が生まれた世帯のうち
 車を乗り換えたいと回答した世帯
 (弊社調べ)



主な事業

直近の取り組み



便利	車関連	NEW! かぞくのクルマ produced by karadanote
便利	教育関連	かぞくアシスタント KAZOKU ASISTANT
安心	金融関連	かぞくのみらい produced by カラダノート かぞくの保険
便利	生活必需品	KARADANOTE WATER カラダノート
安心	住関連	かぞくのおうち produced by karadanote

andモビリティ社との提携によりサービス開始

FP人員の採用強化

インサイドセールスの内製化、取次代理店の活用強化

提携企業拡大、顧客面談対応の体制強化

※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)

販路拡大により堅調に契約者を獲得

期末契約者数

10,899人

ARPU_{※1}

6,352円

解約率

1.21%

粗利LTV/CAC_{※2,3}

2.8倍

※1 ARPU : 社内管理数値を元に算出

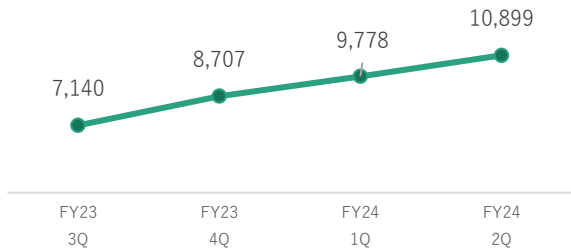
※2 粗利LTV : LTVから直接コストを差し引いたもの。通常は解約率を元に継続期間を算出するが保守的に保険7年間、宅配水5年間を継続期間として算定

※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

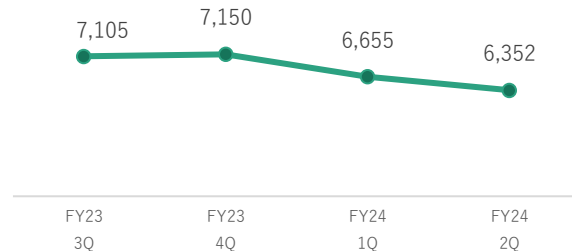
非ストック型の住関連強化を優先しつつも、堅調に推移

期末契約者数(人)
獲得効率を重視しつつも純増数拡大

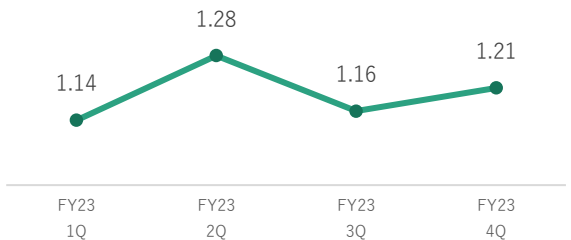


ARPU(円)

次年度手数料比率が高まり減少傾向も下げ止まり基調

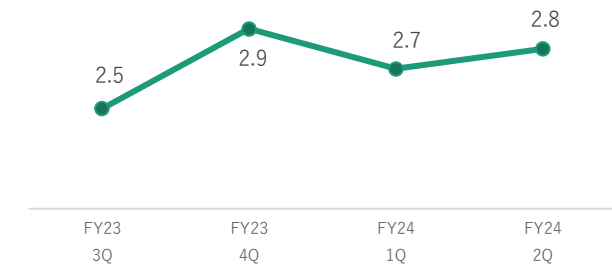


解約率(%)
一定の範囲内で安定推移



粗利LTV/CAC(倍)

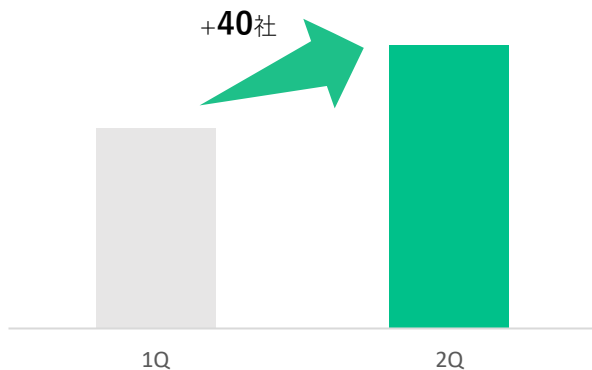
収益性向上によりLTV改善



家族向け事業：住関連（フロー型）主要KPI推移

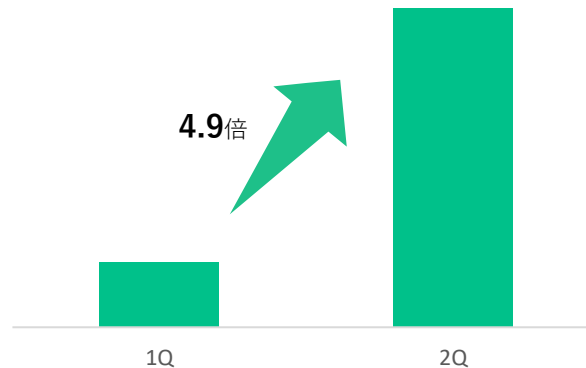
顧客への幅広い選択肢の提供と、より多くの需要を捉えるべく
提携企業数と住宅検討顧客面談数を主要KPIとしております。

提携企業数



地域別での提案企業数を確保していくべく、
全国網羅の住宅メーカーとの提携を強化

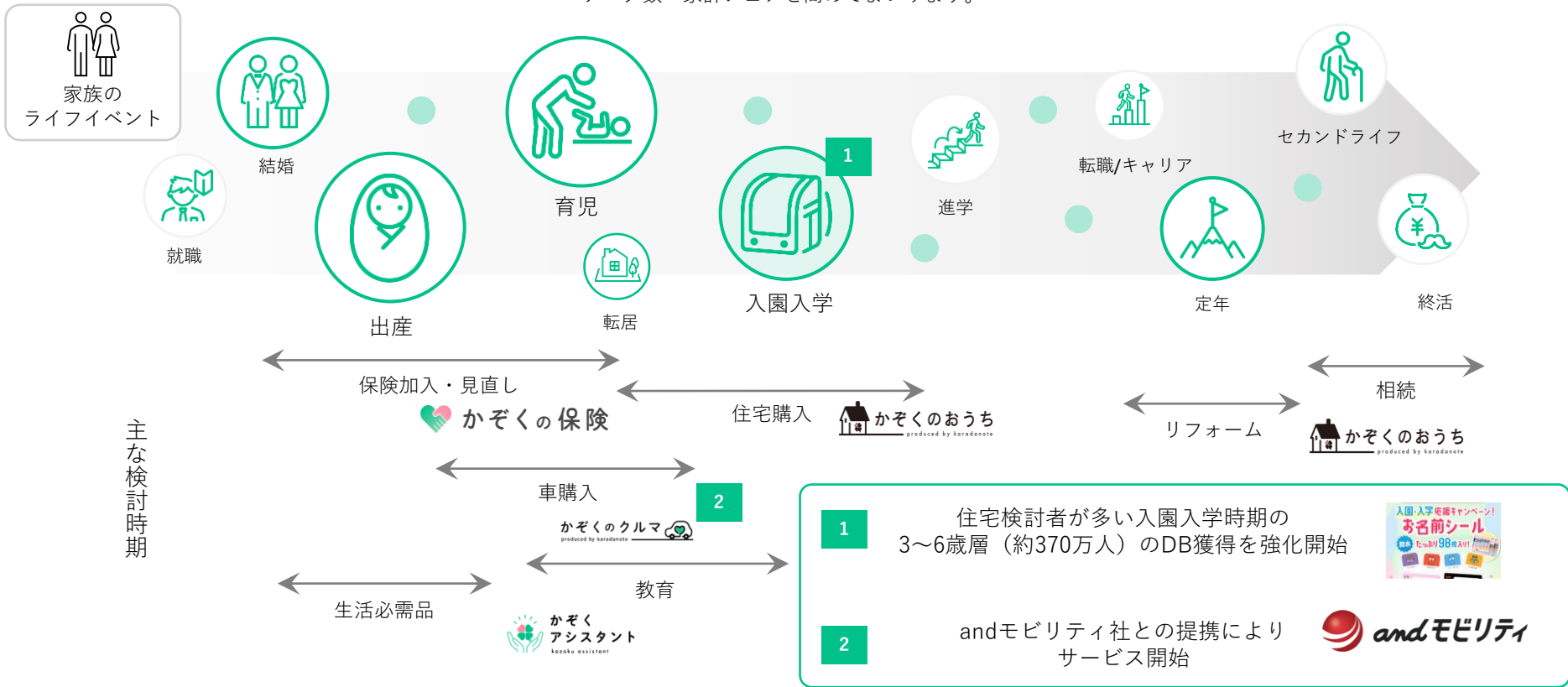
住宅検討顧客面談数



更なる人材採用が急務
成約に向けた顧客フォローを強化

家族向け事業：主なトピックス

主に住・車関連の意思決定領域を強化
データ数×家計シェアを高めてまいります。

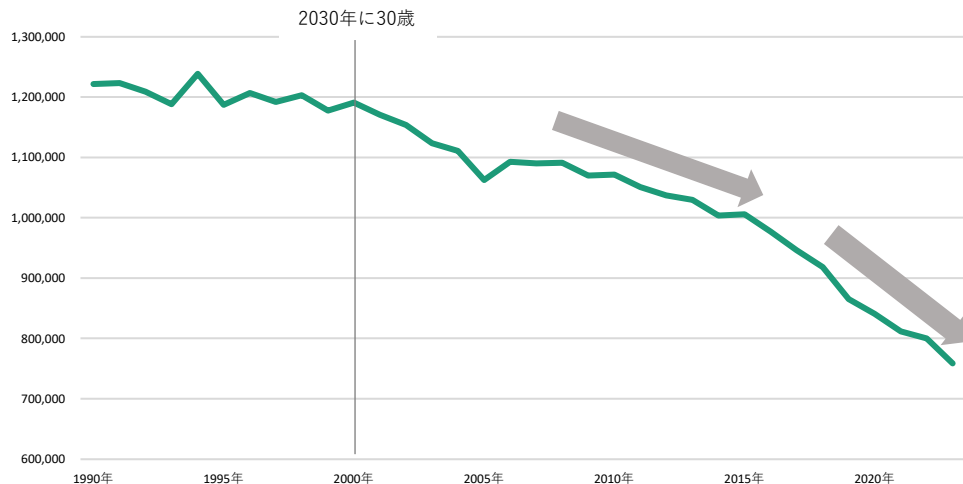


4. 社会向け事業の状況

社会向け事業：日本における最大の社会課題は少子化

社会インフラ維持のためにも“少子化問題”は解決必要
官民一体となり取り組むべき

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



※各年の出生数 厚生労働省「人口動態統計」をベースに弊社作成



(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

出典：2024年2月29日付
イーロン・マスク氏のXの投稿

社会向け事業：取り組み方針

自社単独では実現できない“社会風潮を変える”ことを主眼に
多角的に共同事業化を模索してまいります。

少子化対策に注力



×

社会的影響力



JV・共同事業の展開により、少子化問題の課題解決を目指す

社会向け事業：取り組みの現状

特に子育て支援・フェムテックという切り口での引き合いが増加中
自社提供価値の磨き込みも企業ニーズを踏まえて展開中

弊社提供価値



弊社アセットを活用した
社会課題解決型事業開発



1000万DL超の
アプリデータを利活用した
事業開発



ライブイベントマーケティングの
内製化・共同事業化支援

⋮

主な進行中パイプライン



中部電力の顧客基盤を活用した収益強化
医療系子会社と連携をした官民連携
などを視野に取り組みを展開

MS&AD

あいおいニッセイ同和損保

子育て共有スコアの活用や
地方公共団体に対しての子育て支援など
を視野し取り組み展開

大手店舗型保険代理店

インサイドセールス部隊の強化支援から
オンライン・リアル連携での
面談機会最大化支援まで展開

大手製薬会社

弊社アプリを活用した小児ワクチン接種率
引き上げ施策を共同で展開
治験被験者の募集も

⋮

5. 今後の展望

家族の健康を支え 笑顔をつやます

Corporate Vision

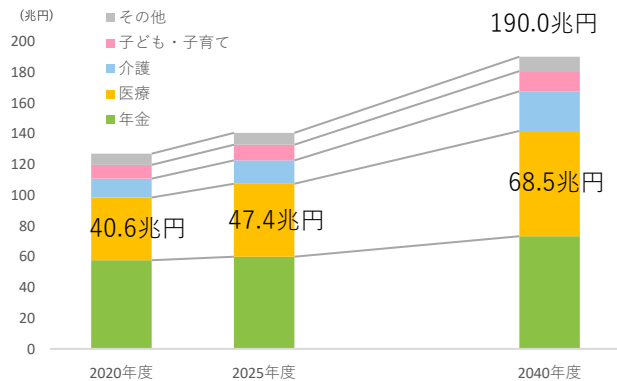


ライフイベントを起点に日本の幸福度を向上

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

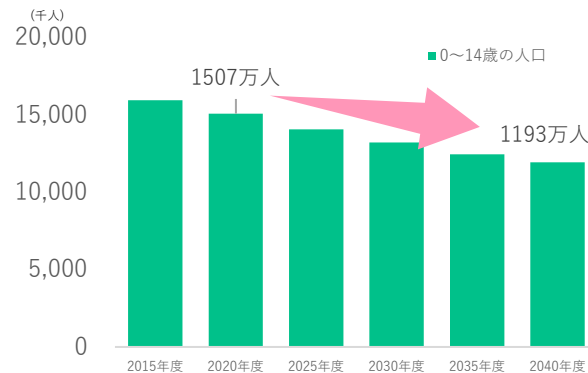
高齢化による社会保障費の増大



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



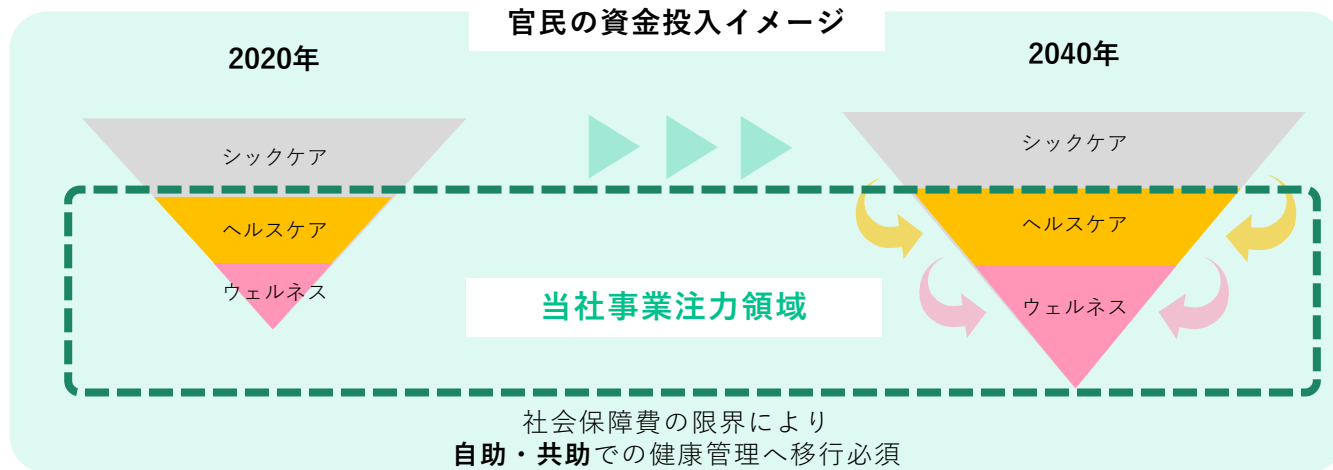
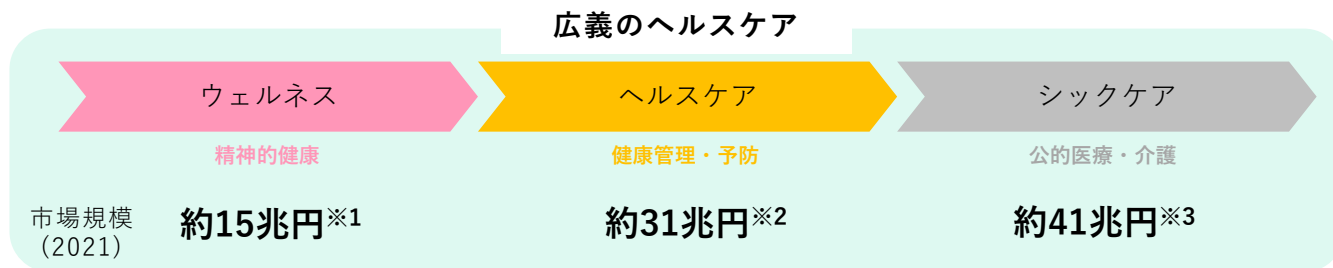
出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」より当社作成

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



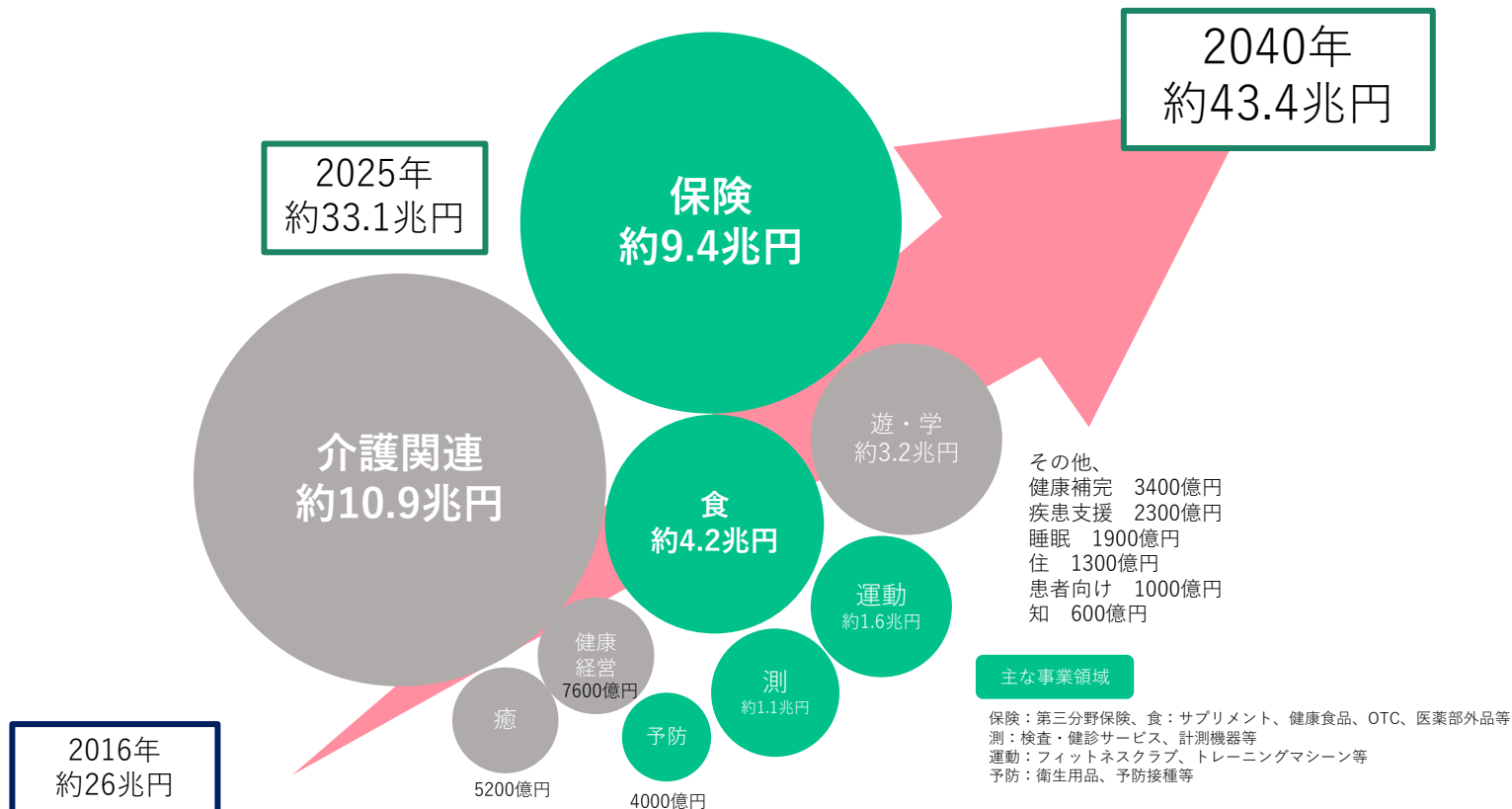
出所：※1 矢野経済研究所「スポーツウェルネス」「健康食品市場」「化粧品市場」「美容市場」「ベビー用品・関連サービス市場」を合算し、当社にて作成

※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

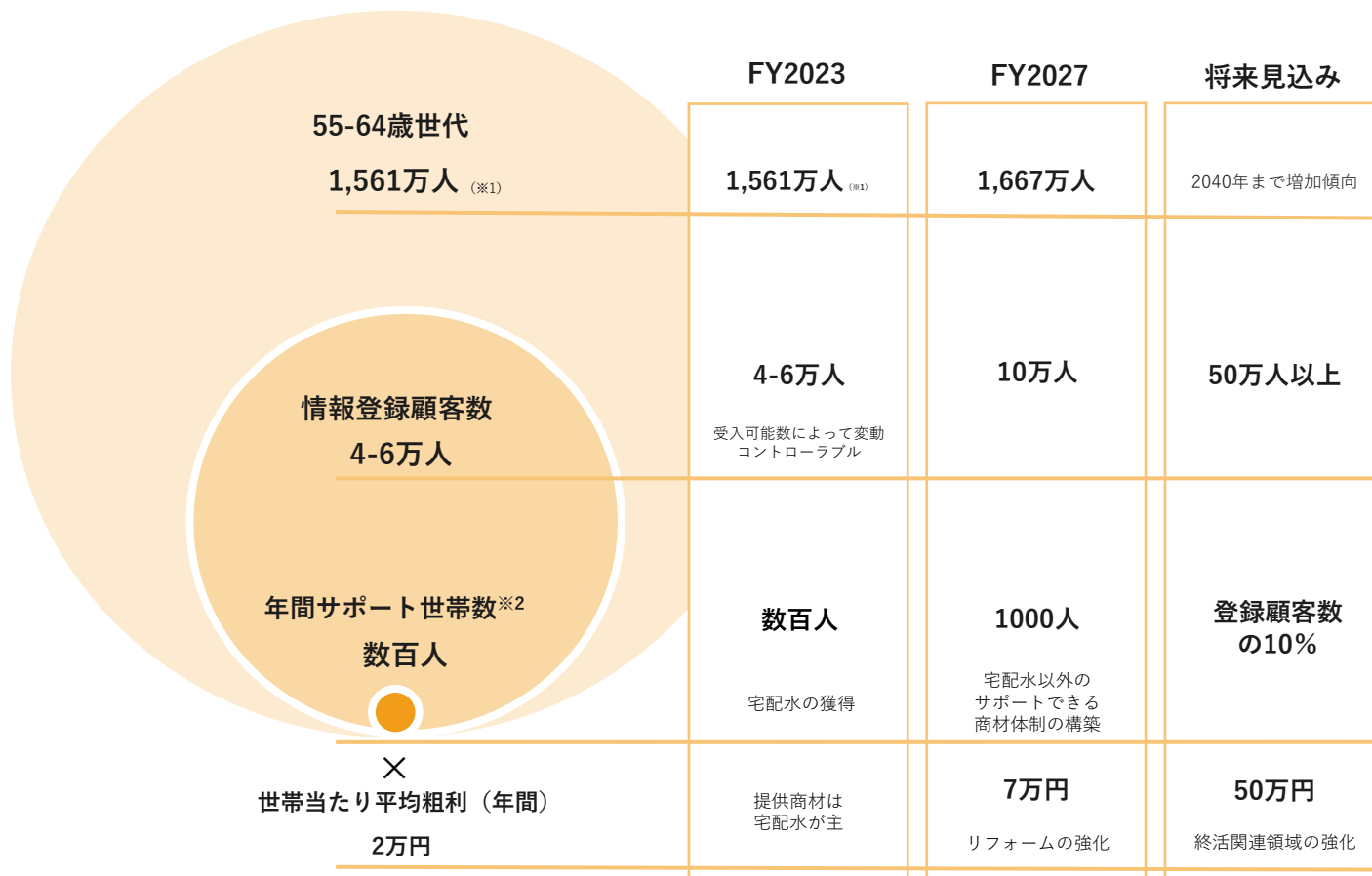
子育て世帯の想定マーケット規模

	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 コントロールラブル	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

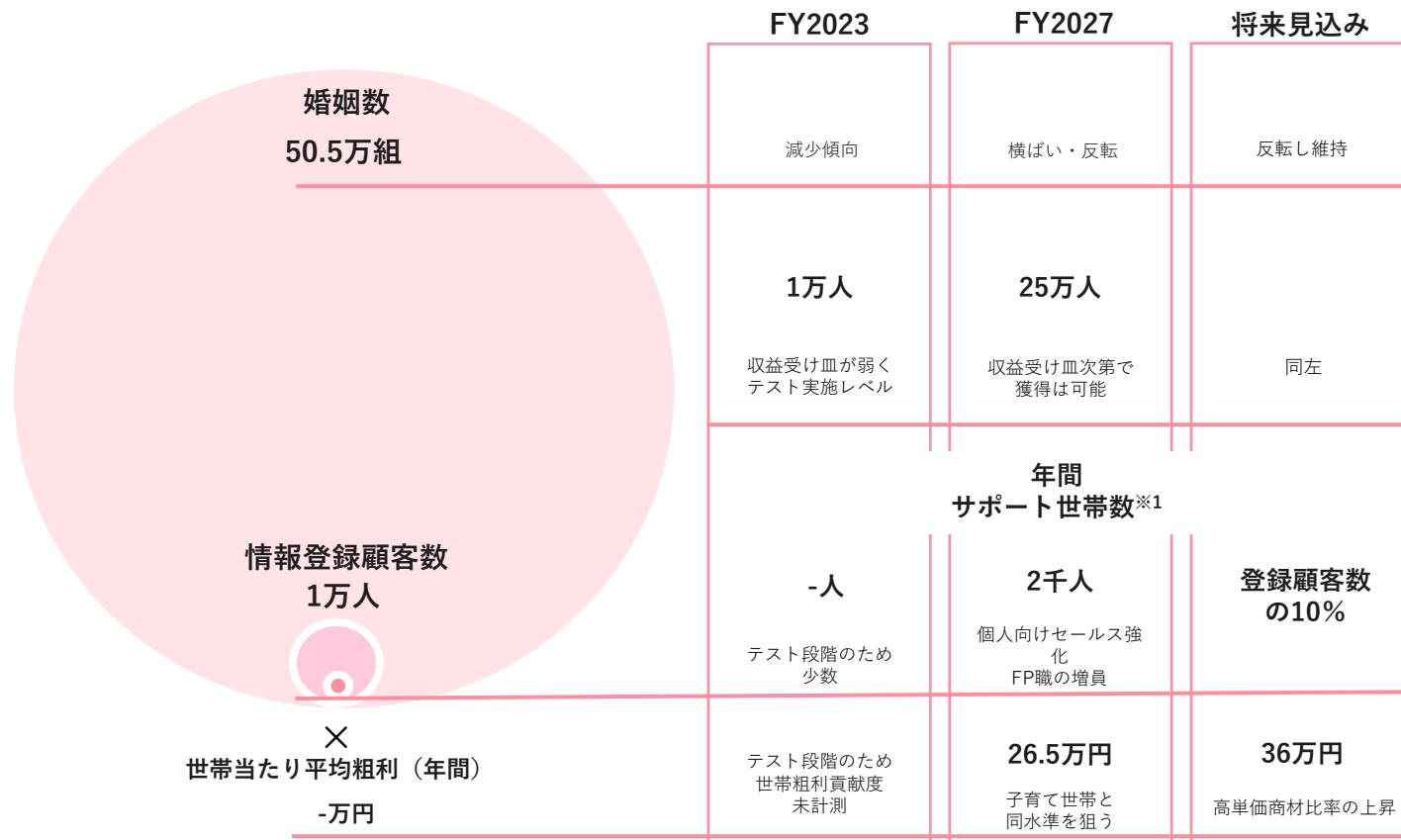
定年前後世帯の想定マーケット規模



(※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。



アプリデータを利活用
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1月末	2023年7月末	増減	コメント
流動資産	1,065	1,069	△4	現金及び預金の減少、売掛金他の増加
現金及び預金	474	687	△213	長期借入金の一部返済他による減少、 売掛金の増加
固定資産	46	19	+27	長期前払費用の増加
総資産	1,111	1,088	+23	
流動負債	404	406	△2	
固定負債	255	305	△50	長期借入金の一部返済
純資産	451	378	+73	繰越利益剰余金の増加等
自己株式	△94	△94	—	
自己資本比率	41%	35%		

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、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願います。