



# カラダノート

## 2025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)  
2025年9月12日



## 目次

1. サマリー
2. 2025年7月期通期業績及び2026年7月期業績予想
3. 新生カラダノートの強み
4. 成長戦略の柱
5. 長期展望
6. Appendix

# 構造改革完了 ライフイベントマーケティングNo.1企業へ

**黒字回復**

：下期黒字化 資本効率経営への転換

**強みの再定義**

：データとマーケティングを磨き、全てのライフイベントを対象へ

**挑戦**

：巨大市場でNo.1へ 中計達成に向けてまずは最高益

**2. 2025年7月期 通期業績  
及び  
2026年7月期業績予想**

四半期単独  
概況

売上高 195百万円

営業利益 31百万円

前四半期比：▲12百万  
※事業譲渡影響を除外

前四半期比：+27百万円

- 住友生命様への第三者割当増資完了
- 業務提携自体は8月頭の開始 業績への影響は次Q以降
- 提携効果なしで2四半期連続の増益 上期対比104百万の増益

通期  
概況

売上高 1,270百万円

営業利益 ▲35百万円

前年同期比：▲42.0%

前年同期比：▲141百万円

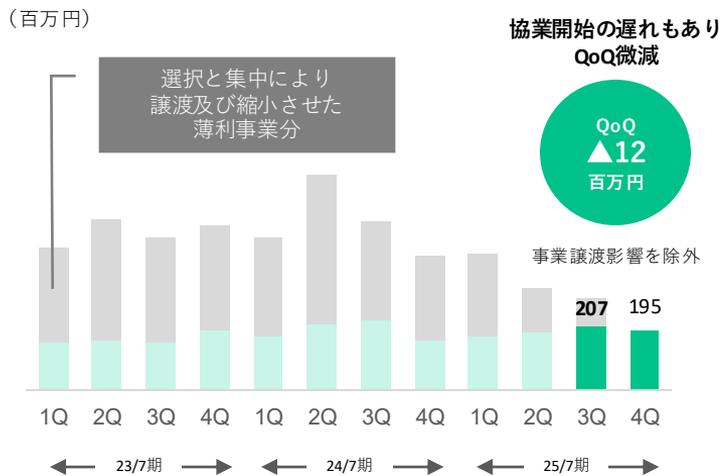
- 構造改革により売上高は大幅減も、非連続な利益成長を重視した土台は完成
- 構造改革を優先させた影響で通期では赤字も、下期は黒字着地

# 売上高/営業利益 四半期推移

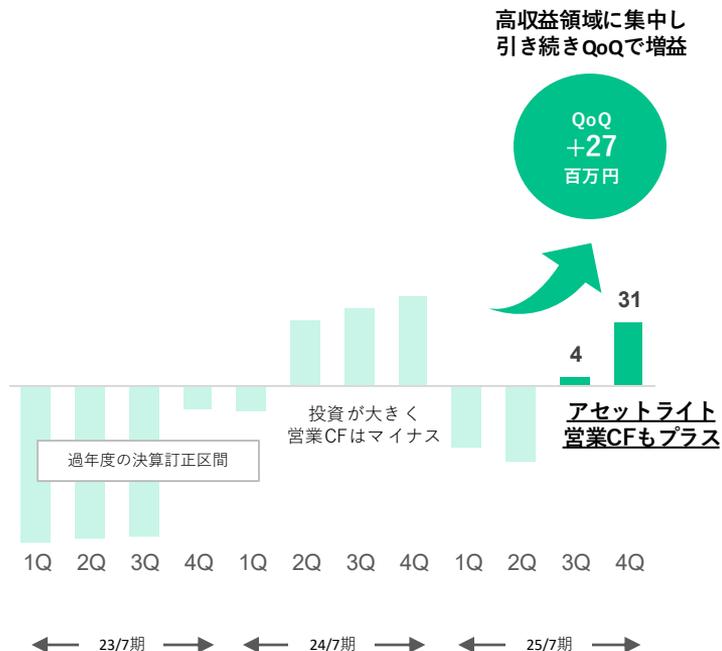
## 構造改革により、前半期対比で104百万円の増益を実現

フリーCF及び利益率を重視し、一時的に売上減少・停滞も今後拡大見通し

売上高推移

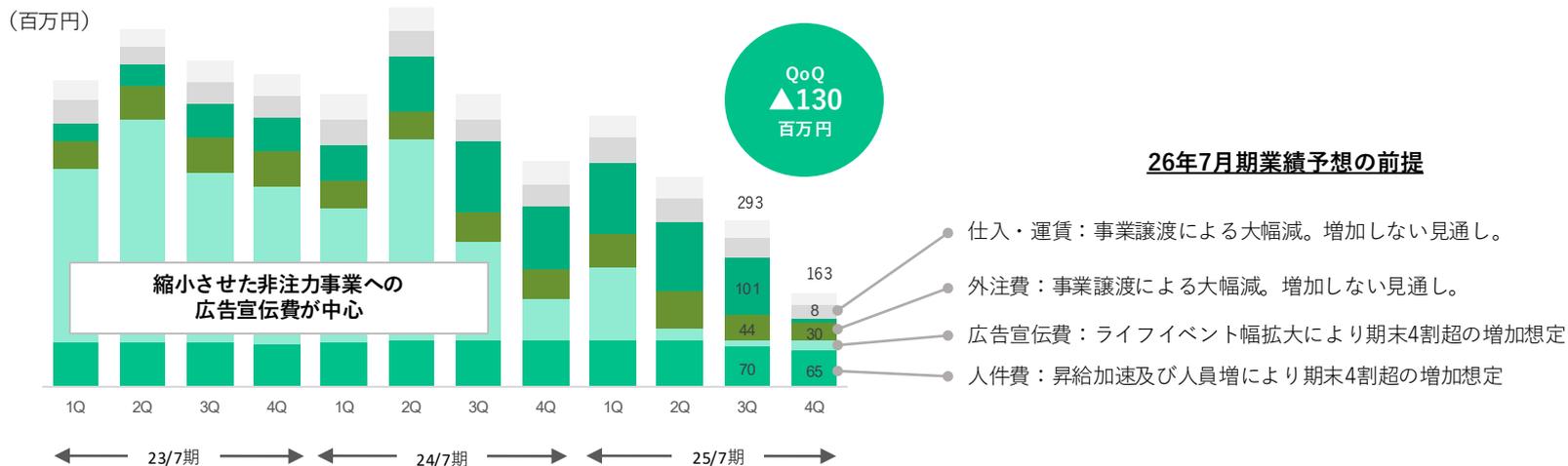


営業利益推移



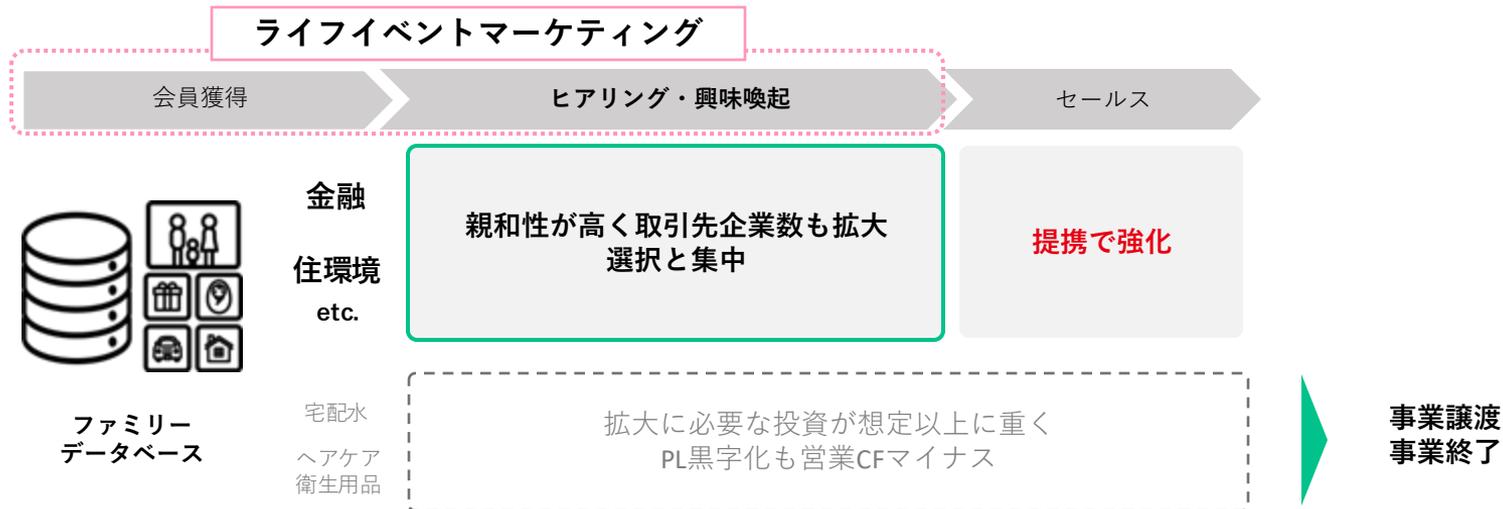
# コスト推移

宅配水事業の譲渡完了(前Q途中で完了)により、**前四半期対比1.3億円**の大幅コスト減  
 26年7月期は4Qコストがスタート地点としつつ、効率重視で投資予定



# 構造改革の振り返り

非連続での利益成長（営業利益15億円）を目指すために改革を断行  
売上は大幅減も、利益拡大がしやすい事業構造への変化を優先



構造改革のみで2四半期連続の増益を実現

提携効果も含めて、さらなる利益成長を目指す

# 2026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。

2026年7月期業績予想  
(前期対比成長率)

予想の前提

売上高

**1,055百万円**

(▲17%)

事業譲渡・終了影響を除くと+39%

- 事業譲渡や事業終了の影響もあり、全社売上は減収見込も影響除外では39%の増収見通し
- 後述の成長戦略の柱に注力することで、中期的には持続的な売上成長を計画。

営業利益

**244百万円**

(+279百万円)

- 住友生命様との業務提携効果は開始済みの範囲のみを織り込み。期中での取引規模拡大を目指す。
- 現行取引先の予算規模安定化で実現可能な水準。
- マーケティング機能の強化を計画。コストの前提はP.7の通り

純利益

**243百万円**

(+313百万円)

- 事業譲渡関連の損失は精算済み
- 繰越欠損金の影響を加味

### 3. 新生カラダノートの強み

Corporate Vision

## 家族の健康を支え 笑顔をふやす

### 毎年のこと



誕生日



健康診断



帰省



定期点検 etc.



カラダノート

### 初めてのこと



出産



入学



結婚



定年 etc.

毎年のこと、初めてのことも  
ライフイベントを起点に日本の幸福度を向上

## 顕在層の奪い合いから、潜在層の先取り時代へ

少子高齢化・Cookieレスの潮流が生む、新市場の開拓機会



### 潜在層を引き上げ

母集団は顕在層の数倍  
収益期待値は圧倒的に大きい

“ライフイベント”は  
潜在層の引き上げに効果大

×



### 高単価商材との相性

特に金融・住環境は親和性が高く、  
その広告市場だけで約8,000億円

CRMやセールス支援も含め  
2つの産業で1兆円以上の市場規模

×



### DB蓄積・長期型

単発施策ではなく、  
長期継続施策・接触が可能

属性や興味関心データを蓄積  
CRMやセールス支援にも活用

潜在層の先取りに強い

## ライフイベントマーケティングNo.1企業へ

## 成果型でのリードジェネレーションが中心

法人・個人共に長期にわたる関係性が強み

### 法人



上位顧客との取引継続率が高く※  
子育て層以外も事業対象とする企業が多い  
金融・住環境・食材関連の企業が約60%

### 個人

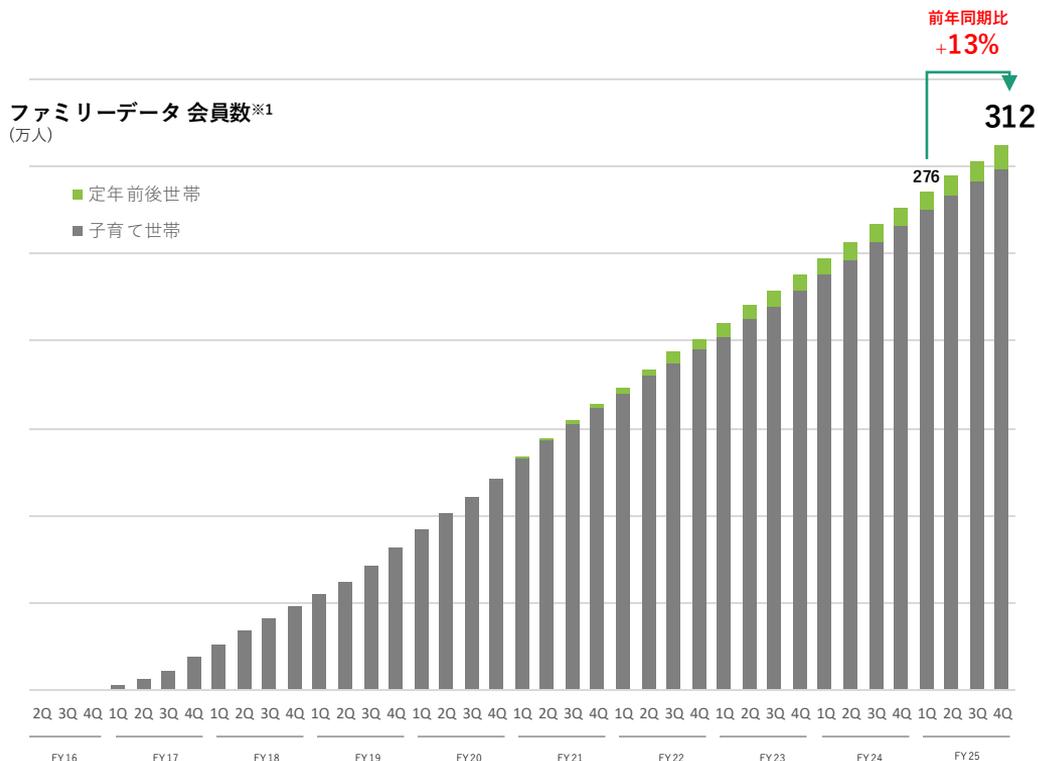


様々な手段で長期の関係性を構築  
ライフイベントを起点にし  
プッシュ型/プル型を組み合わせ提案

多様な業種で良質なリードを安定的に創出  
ライフイベントを問わず展開可能

# 当社ビジネスの基幹となるファミリーデータの推移

収益基盤の強化が進んでいるため、  
**今後は子育て世帯以外のファミリーデータベースも強化加速**



子育て世帯は順調に拡大  
期間出生数の43%以上  
男性比率も拡大させる



毎年のライフイベントもカバーし  
既存顧客との接触頻度を高め  
新規顧客も一気に拡大させる

※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

## 4. 成長戦略の柱

# 成長戦略のキードライバー：新生カラダノートの成長戦略

構造改革で収益基盤を整備 成長ドライバーをより明確化  
**金融領域での提携拡大に限らず、2大ドライバーへ集中**

2024年10月公開の中期経営計画より



短期方針

## 子育て世帯の家族DBを拡大

これまで以上に男性育児を促し  
従来13%程度の男性DB比率を  
50%まで引き上げる

## 対象ライフイベントを拡大

従来の定年前後世代だけでなく  
毎年のライフイベントもカバー  
顧客対象を一気に拡大させる

## 住友生命様との提携拡大

最短で数値成果を出し  
提携規模の拡大を目指す  
周辺領域拡大も

## リード提供先の拡大

高単価商材の拡大を推進  
データ取得基盤を大幅改良  
子育て層以外への提案拡張も準備済

提携自体は実現  
今後はLTV拡大の最重要施策に

住友生命様との業務提携方針について[再掲]

# 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

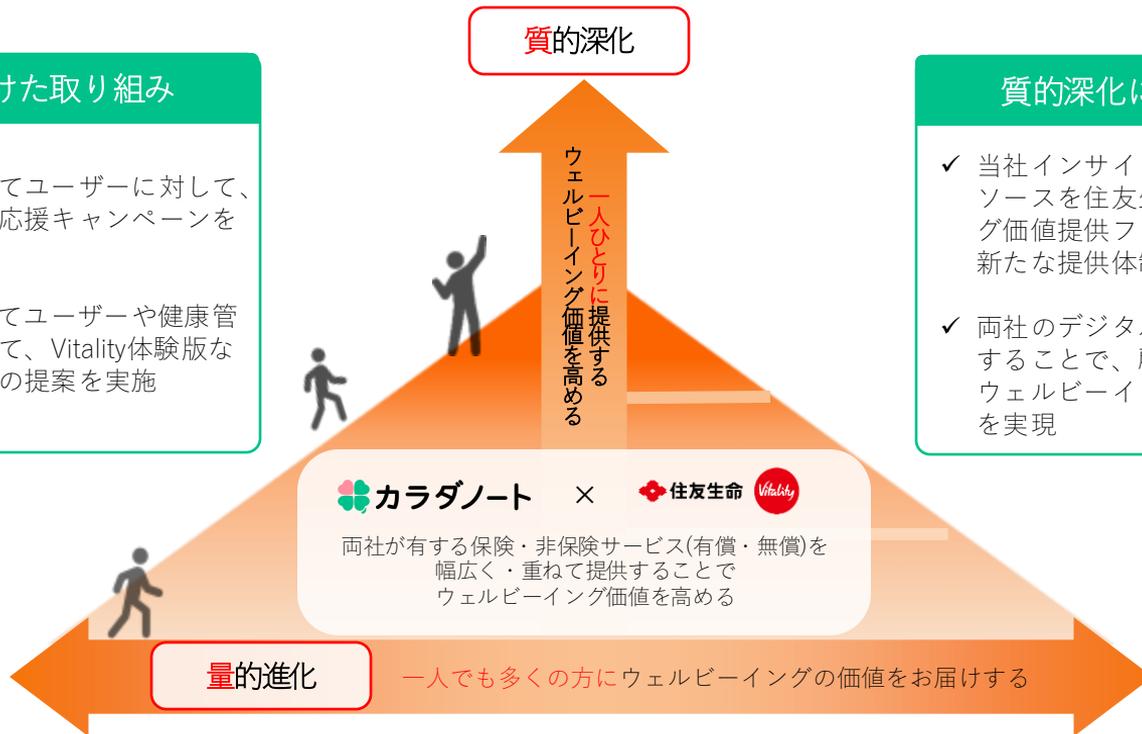
両社にとっての収益性を重視しつつ、最短で共同事業の規模最大化を図る

### 量的進化に向けた取り組み

- ✓ 当社が抱える子育てユーザーに対して、両社で共同子育て応援キャンペーンを実施
- ✓ 当社が抱える子育てユーザーや健康管理ユーザーに対して、Vitality体験版など非保険サービスの提案を実施

### 質的深化に向けた取り組み

- ✓ 当社インサイドセールスノウハウ、リソースを住友生命様のウェルビーイング価値提供フローに組み込むことで、新たな提供体制を確立
- ✓ 両社のデジタルサービスを相互に提供することで、顧客との接触頻度を高め、ウェルビーイング価値提供機会の拡大を実現



## その他の主なトピックス

「令和6年度育児休業取得率の調査結果」および「若年層における仕事と育児の両立に関する意識調査の結果（速報）」の公表イベントに  
共育（トモイク）プロジェクトを代表して佐藤が登壇をいたしました。



今後も当社は、日本における最大の社会課題である少子化に対して  
事業以外の活動でも貢献をしてまいります。

# マネジメントビューポイント

本資料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

### 2025年7月期の業績を どう評価するか

- 売上面は前年同期比42%減と大幅な減収となりましたが、これは住友生命様との提携機会を踏まえ、キャッシュフローや収益性重視の構造改革に踏み切った結果です。営業損益は上期69百万円の赤字から下期35百万円の黒字に転換し、半期で104百万円の大幅改善を達成しました。提携効果なしでも2四半期連続の増益を実現できたことで、キャッシュフロー創出力の高い事業への転換が完了し、持続的な黒字基盤が確立できたと評価しております。
- 構造改革における選択と集中により、セールス領域への分散投資を止めマーケティング領域にリソースを集中投下いたしました。その結果、子育て層のファミリーデータ取得方法を抜本的に改革し、興味関心データの取得量を飛躍的に増加させる基盤を構築できました。これにより従来の子育て世帯中心から全世帯を対象とするライフイベントマーケティング事業への転換土台が完成しました。金融領域以外でも食材宅配や幼児教育における取引拡大、リフォーム案件の開始など着実な改善が見られ、対応産業幅拡大による顧客LTV向上の成長可能性が明確になってまいりました。

### 2026年7月期の 業績予想について

- 高収益領域への集中とコスト構造改革により、営業利益240百万円と過去最高益を計画しております。構造改革の効果により、売上規模は一時的に縮小するものの、中期的には回復させていき、従来規模以上の売上高を早期に実現してまいります。
- 住友生命様との業務提携効果については、8月から本格開始となったばかりのため、計画には最低限の効果のみを保守的に織り込んでおります。開始後の進捗は好調なため、さらに成果を急ぐことで計画を上回る早期の規模拡大を実現し、今期業績の底上げに寄与させたいと考えております。

### 中期経営計画の 達成可能性は

- 子育て層だけでなく、毎年のライフイベントもカバーすることで顧客対象を一気に拡大させる戦略が本格始動しております。子育て層のファミリーデータ取得方法を改革した結果、興味関心データの取得幅が大幅に増加し、潜在層への提案がしやすくなると共に提案産業の幅が大きく広がりました。子育て層以外でもこのデータ活用ノウハウを展開できれば、対象人口が数十倍に増加し事業ポテンシャルも10倍以上に拡大いたします。
- 中期計画達成を見据えると、住友生命様との業務提携規模拡大及び対象ライフイベントの拡大が最も重要な成長施策であり、計画通り推進できれば営業利益15億の達成は十分に現実的な目標と確信しております。

### 住友生命との 業務提携進捗は

- 当社のインサイドセールスノウハウとリソースを活用したウェルビーイング価値提供フローを構築し、既に一部の支社と連携を開始し、順調な立ち上がりを見せております。今後連携先支社の拡大など、規模拡大を目指してまいります。
- 当社が抱える子育てユーザーや健康管理ユーザーに対してのVitality提案も順調な立ち上がりを見せており、Vitality提案以外にも含めたウェルビーイング価値を高める施策も検討中です。

## 5. 長期展望

# 日本における最大の社会課題は少子化

国民全体で少子化問題に取り組んでいく機運  
**カラダノートは“社会機運デザイン企業”へ進化していきます。**

2024年の合計特殊出生率は過去最低を更新

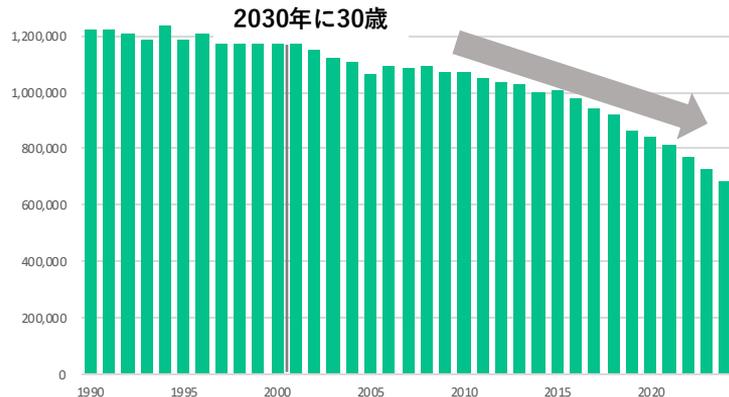


過去最低  
**1.15**

改正子共・子育て支援法が成立  
 2030年までがラストチャンス



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



70万人  
 割れ

地方社会は人口減少に危機感  
 若者・女性に選ばれる地方へ



※各年の出生数 厚生労働省「人口動態統計」をベースに当社作成

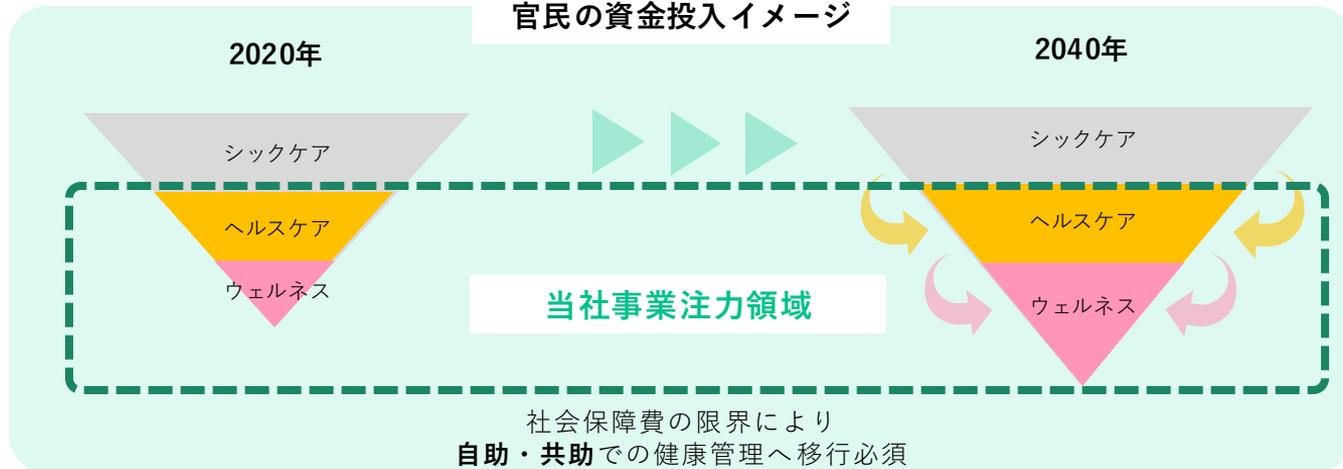
# 2040年に向けた社会構造の変化

ヘルスケアをサポートするサービスも展開しつつ、日本のウェルビーイング全体を向上させる事業を展開してまいります。

## 広義のヘルスケア



## 官民の資金投入イメージ



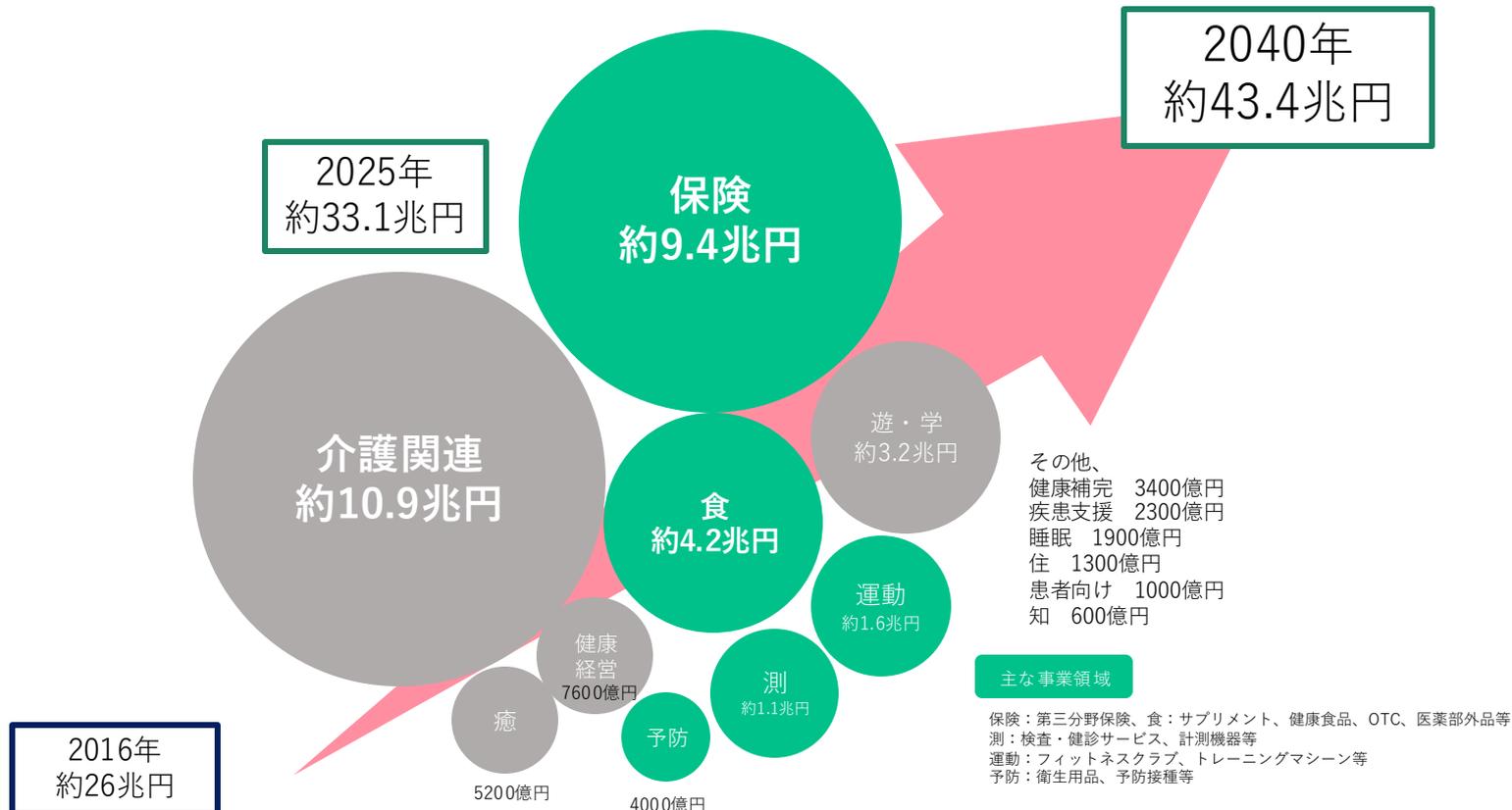
出所：※1 矢野経済研究所「スポーツウェルネス」「健康食品市場」「化粧品市場」「美容市場」「ベビー用品・関連サービス市場」を合算し、当社にて作成

※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

特に市場規模の大きな、保険領域を最優先に注力しております。



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

## 6. Appendix

# 貸借対照表

| (単位：百万円) | 2025年7月末 | 2024年7月末 | 増減   | コメント   |
|----------|----------|----------|------|--|
| 流動資産     | 760      | 926      | ▲166 |  |
| 現金及び預金   | 596      | 483      | 113  | 第三者割当増資や事業譲渡に伴う現預金増加<br>消費税等の修正申告による追加納税や<br>長期借入金の一部返済による減少 |
| 固定資産     | 40       | 109      | ▲69  | 事業譲渡に伴う長期前払費用の取り崩し   |
| 総資産      | 800      | 1,035    | ▲235 |  |
| 流動負債     | 208      | 477      | 269  |  |
| 固定負債     | 103      | 205      | ▲102 | 長期借入金の一部返済による減少  |
| 純資産      | 488      | 352      | 136  | 増資による増加  |
| 自己株式     | ▲9       | ▲94      | ▲85  | 自己株式の処分  |
| 自己資本比率   | 61%      | 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<br>氏名            | 企業経営 | 業界知識 | 営業<br>マーケティング | テクノロジー<br>イノベーション | 財務・会計 | ファイナンス<br>M&A | リスク<br>マネジメント | 法務<br>コンプライアンス | ESG |
|-----------------------|------|------|---------------|-------------------|-------|---------------|---------------|----------------|-----|
| 代表取締役<br>佐藤 竜也        | ●    | ●    | ●             | ●                 |       | ●             |               |                | ●   |
| 取締役<br>山本 和正          | ●    |      | ●             | ●                 |       |               |               |                | ●   |
| 社外取締役<br>松島 陽介        | ●    | ●    |               | ●                 |       | ●             |               |                | ●   |
| 社外取締役(監査等委員)<br>長野 修一 |      |      |               |                   |       |               | ●             | ●              | ●   |
| 社外取締役(監査等委員)<br>横山 敬子 |      |      |               |                   | ●     |               | ●             | ●              | ●   |
| 社外取締役(監査等委員)<br>中村 賢一 | ●    |      |               |                   | ●     | ●             | ●             | ●              | ●   |

## 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。