



2026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)
2026年9月10日

目次



1. 2026年7月期通期業績及び2027年7月期業績予想
2. 2026年7月期の総括
3. 成長戦略への取り組み
4. カラダノートが目指す世界
5. Appendix

**1. 2026年7月期通期業績
及び
2027年7月期業績予想**

変革の1年から、成長の1年へ

過去最高益で変革を完了

次の成長の芽

FY2027は成長の1年に

：2期ぶりの営業黒字 開示上の懸念事項もすべて解消

：保険代理店のグループ化で保険提案体制を拡張

住友生命との協業も新ステージへ

：売上高15億円（+41.6%）を計画 成長可能性資料は10月開示

2026年7月期 通期（連結）

売上高 1,059百万円（予想比 +0.4%） 営業利益 218百万円 当期純利益 256百万円（過去最高）

全利益段階で黒字転換を実現。営業CFもプラス。当期純利益は過去最高を更新

（百万円）	前期実績	通期実績	前期比	対予想
売上高	1,270	1,059	▲16.6%	100.4%
営業利益	▲34	218	黒字転換	89.7%
経常利益	▲43	196	黒字転換	80.7%
当期純利益	▲69	256	黒字転換	105.4%

売上高は計画を達成

前期比の減収は薄利事業の譲渡など構造改革によるもの。
カラダノートライフパートナーズ社（以降、KNLP社）の3ヶ月分を連結（みなし取得日2026年5月1日）

営業利益は未達

金融・教育領域における外部企業環境の変化の影響。
提携先の拡大や切り替えで対応進行中

経常利益

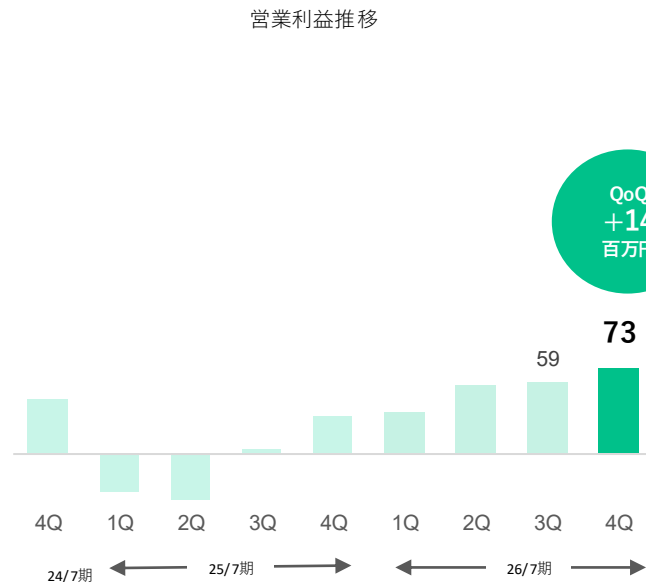
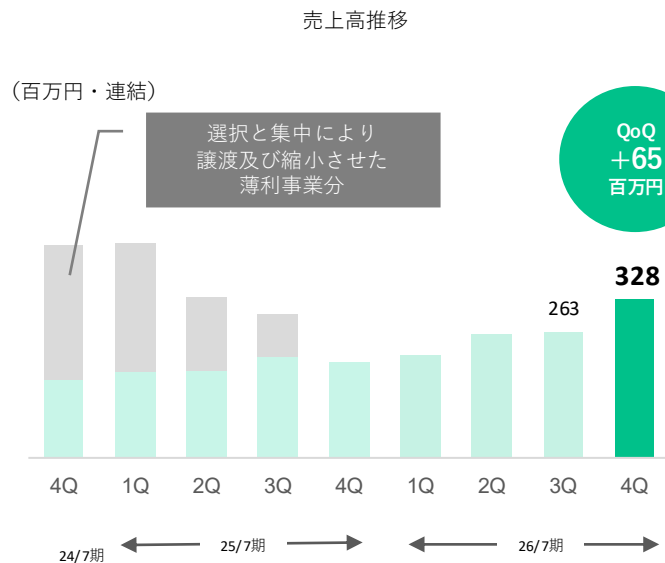
株主優待関連費用（15百万円）を営業外費用として計上
今期以降は予算化済み

当期純利益は過去最高

繰延税金資産の計上等に伴う税費用軽減も寄与し、過去最高益を達成

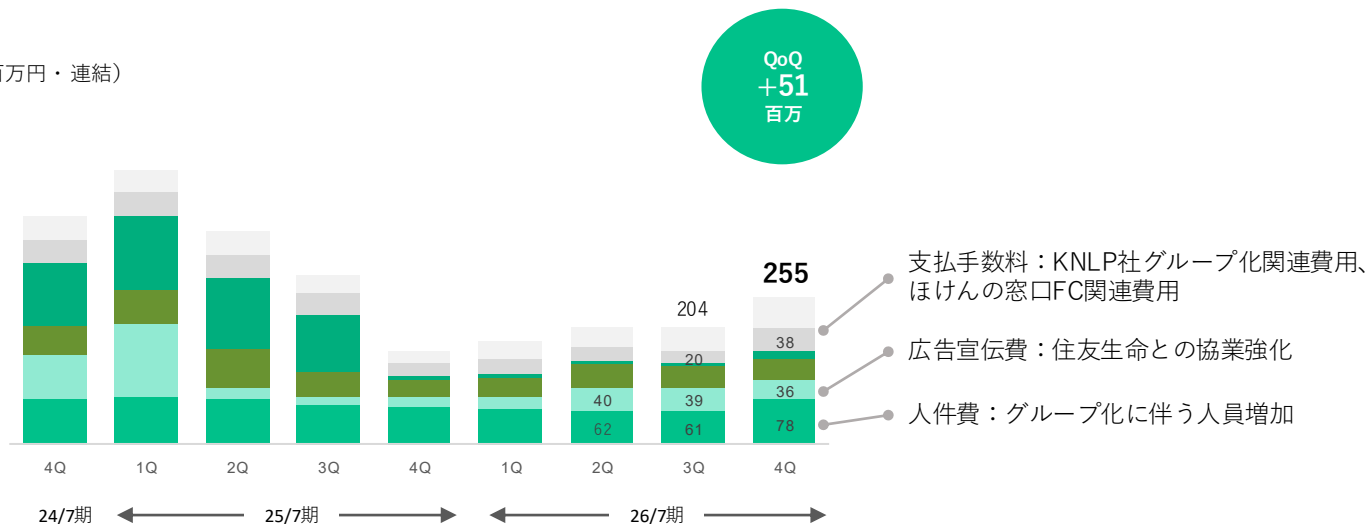
売上高/営業利益 四半期推移

4Qは成長軌道に回帰。売上高は前年同期比+68%、単体ベースでもYoY+35%と大幅増収



投資規律を維持。4Qの増加は主にKNLP社の連結によるもの

(百万円・連結)



2027年7月期 業績予想

グループ化に伴う金融領域の強化を軸に、更なる事業拡大と増収増益を実現します。
また、M&Aを重要な成長手段と位置付け、非連続な成長機会の獲得を追求してまいります。

2027年7月期 業績予想（前期対比）

予想の前提

売上高	1,500百万円 (+41.6%)	- 新たなM&Aは織り込まず、現有グループで+41.6%の成長を計画 - 住友生命との提携深化が最大のドライバー - KNLP社は12ヶ月連結。クロスセル・オンライン強化による実質成長を織り込む - 教育・住環境・終活など、ライフイベント幅の拡大が継続
調整後 EBITDA	400百万円 (マージン 26.7%)	- のれん償却額・減価償却費等 合計約50百万円を営業利益に加算 - グループ化に伴い、FY2027より開示を開始
営業利益	350百万円 (+59.9%)	- 短期回収を規律とした広告投資と、人材への投資を継続 - のれん償却費を織り込み済み
純利益	277百万円 (+8.1%)	- 株主優待原資（年間30百万円）を営業外費用として計上 - 前期の当期純利益には、繰越欠損金の活用および繰延税金資産の計上による押し上げ効果が含まれていたため、税引前当期純利益では307百万円（前期比57.0%増）を見込んでおります。

※調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費等の非現金支出費用

2. 2026年7月期の総括

短期目標：高い利益率かつ安定的なフリーCFを創出する、強固な事業基盤の確立

通期実績：営業利益率20%を実現し、利益創出の基盤を確立

創出した利益を3つの領域へ投下

既存事業の効率的成長

<方針>
選択と集中の完遂
AIを活用した生産性の最大化

<通期実績>

2期ぶりの営業黒字・過去最高純利益
5期ぶりの営業キャッシュ・フロープラス
日常的にAIを活用する文化に

非連続成長への投資

<方針>
大手事業会社との関係性深化
市場再編を契機とした戦略的連携の加速

<通期実績>

住友生命との取引規模の拡大を実現
KNLP社のグループ化が完了
更なる提携拡大に向けて、パイプライン強化

ステークホルダーへの還元

<方針>
ファン株主層の拡大と
平均給与10%以上のアップ

<通期実績>

株主優待制度を新設計で再開（シェア型）
10単元以上の株主が217名増加
年間優待利回り9.4%
全社員のベースアップを複数回実施

このサイクルを回し、更に利益率の高いビジネスへ進化させていく

主なトピックス①：住友生命との協業進捗 - ウェルビーイング価値の最大化

量的進化と質的深化の両輪で協業が進展。最重要パートナーとして関係を深化

量的進化に向けた取り組み

FY2026の実績

- ✓ Vitalityのデジタル獲得が大幅に伸長し、住友生命の中計達成に貢献

今後の方針

- ✓ Vitalityと掛け合わせた非保険共同サービスの展開予定

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

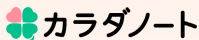
質的深化に向けた取り組み

FY2026の実績

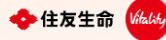
- ✓ アポイント・面談などウェルビーイング価値提供フローにおける主要KPIで目標値を超過

今後の方針

- ✓ 全国展開に向けた本社主導型ハブ機能の強化を共同展開



×



両社が有する保険・非保険サービス(有償・無償)を幅広く・重ねて提供することで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

主なカラダノートの価値：子育て層を中心とした合計約300万世帯分のファミリーデータベース

主なトピックス②：カラダノートライフパートナーズのグループ化完了

財務・法務両面でクリーンな経営体制のもと、グループ一体での成長を開始



期待されるシナジー

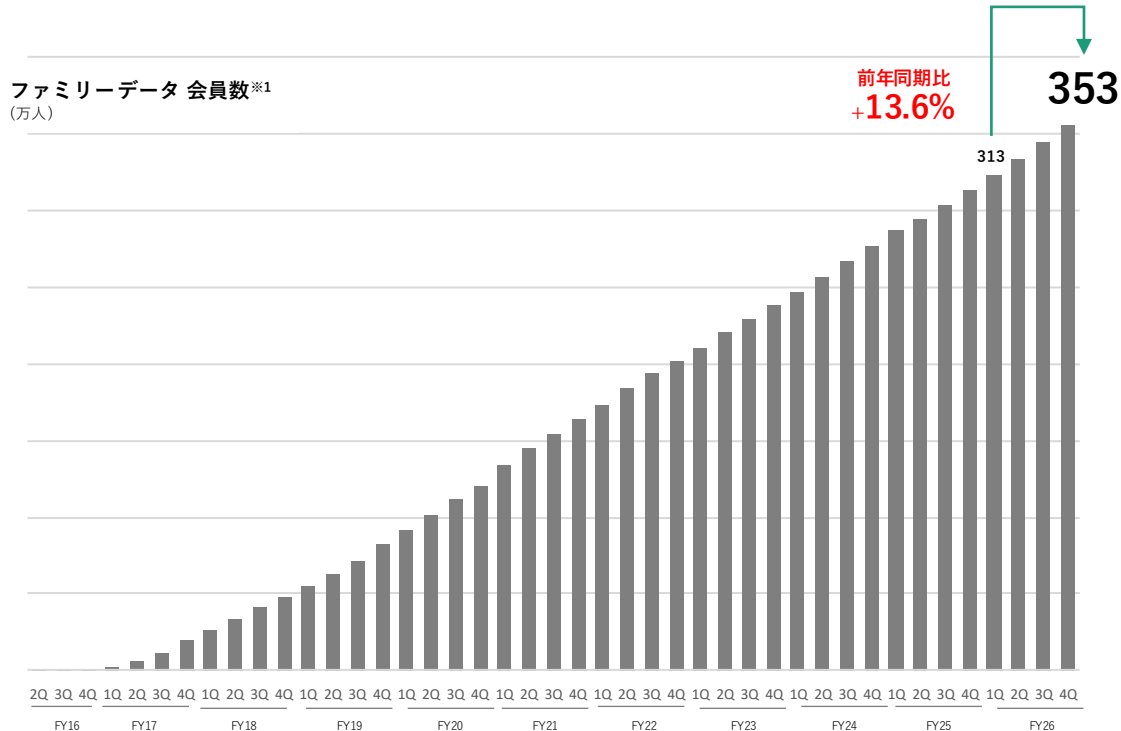
対象会社	株式会社カラダノートライフパートナーズ
事業内容	保険無料相談サービス（ほけんの窓口FC） 今後オンライン及び訪問も展開予定
取得割合	発行済み株式の100%
効力発生日	2026年6月1日（当初予定の8月1日から前倒し） ※会計上のみなし取得日：2026年5月1日
連結業績への影響	FY2026：4Q（5～7月）の3カ月分を連結 FY2027：12ヶ月分（通期）を連結



送客や共同募集に加え、自社募集（店舗）を獲得。今後も金融領域のビジネスを多角化

基幹となるファミリーデータの推移とトピックス

DB数・応募数は着実に拡大。
収益性を確認しながら、対象世代の拡大に挑戦



主なTopics



アプリ内での
追加アクション機能をリリース
習い事・住宅領域で展開強化



誕生日起点でアプローチを行い
KNLP店舗に送客
という施策を強化

※1 子育て世帯 + 定年前後世帯 + KNLPの合算。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

3. 成長戦略への取り組み

顕在層の奪い合いから、潜在層の先取り時代へ

オンリーワンかつNo.1がとれる市場環境



×



×



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

ライフイベントマーケティングNo.1企業へ

非連続な利益成長を支える2大エンジン

全ライフイベントへの展開と金融領域を活かしたLTVの飛躍的拡大

対象顧客幅の拡大



2027年7月期方針

- 住友生命との共同プロダクトをリリースし、新たな顧客接点を創出
- ウェルビーイング軸での集客を強化し、子育て層以外へ顧客幅を拡大
- ファミリーデータからの再アクションを強化し、"毎年のこと"の収益化を推進

×

顧客あたりLTVの拡大



2027年7月期方針

- 住友生命との連携深化を中心に、金融領域への注力を継続
- KNLPの対面チャネルを有効活用し、あらゆるライフイベント商材をカバー
- エコ商材など高単価商材の展開で、顧客あたり単価の向上を実現

毎年10月に成長可能性資料（中期経営計画）を開示。本年も開示予定

AIに代替されにくい、対人で価値を生む事業領域へ戦略的に投資

カラダノート本体の立ち位置

ライフイベントマーケティングNo.1企業へ

ライフイベントデータ×AIで大きな発展可能性

グループ化の方針

ライフイベントを起点とした バリューチェーン強化

軽アセット型でFCFが厚いビジネスモデルを狙う

今後のM&A判断基準（3つの条件）



ファミリーDBとの利活用余地

長年蓄積してきた累計340万人超のファミリーDBと連携でき、クロスセル・LTV向上に寄与する事業



ライフイベントマーケティングとの親和性

ライフイベント期に検討意欲が高まり、
軽アセット・高FCFで投資回収サイクルが
短い事業を中心に検討



投資回収における規律

銀行借入と手元資金を柔軟に組み合わせつつ、
投資回収期間3~5年を絶対基準として機動的に判断
宅配水事業での反省を踏まえ、FCFでの回収を重視

上記3条件を満たす案件について、慎重かつ機動的に検討

株主還元の方針

第1回優待の年間利回りは9.4%相当。総還元性向の目安を定め、利益成長を還元につなげる

第1回優待（2026年7月31日基準日）の実績



対象株主数

633名

制度発表前 416名から +52%

1人当たり配布額

23,697円

年間換算 47,394円

優待のお届け

10月上旬

株主総会招集通知に同封

制度発表後、出来高・流動性も改善

FY2027の還元方針

原資ベースの継続

優待原資は年間30,000千円をベースに、半期ごとに業績を踏まえ取締役会にて決定



総還元性向の目安値を策定

株主還元全体に投じる金額全体の目安を検討
目安値に沿って、利益成長に応じた優待予算を決定



還元の拡充へ

利益成長を還元につなげる。
配当開始についても引き続き検討
優待に限らない株主還元を検討

※年間優待利回りは優待額確定のお知らせを開示する前営業日である2026年8月14日終値（506円）を基準に「年間合計÷（株価×10単元・1,000株）」で算出した参考値。
優待原資は営業外費用として計上し、営業利益への影響はございません

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

2026年7月期の業績を どう評価するか

- ・ 営業利益が期初計画未達となったことは真摯に受け止めております。金融・教育領域の外部環境変化の影響を受けましたが、営業利益率は年間を通じて20%超を維持し、影響は足元で落ち着いています。一方で、売上高は計画を達成し、当期純利益は過去最高となりました。グループ化の効果もありますが、その手前で2期ぶりの営業黒字・5期ぶりの営業キャッシュ・フローのプラスに至れたことは、構造改革が実を結んだ証であり、非常に良かったと評価しております。
- ・ 継続企業の前提に関する記載も解消し、財務・法務両面で懸念のない経営体制が整いました。財務基盤をさらに強くしながら、ここからは攻めに転じてまいります。「変革の1年」を経て、ようやく成長を語れる位置に立てたと感じています。

2027年7月期の 業績予想について

- ・ 売上高1,500百万円（前期比+41.6%）・営業利益350百万円は、新たなM&Aを織り込まず、現有グループのみで実現する計画です。達成の肝は2つ。住友生命様との座組をしっかりと作り上げること、そしてカラダノートライフパートナーズ社とのグループシナジーを形にすることです。この2つをやり切れば、この数字は実現できると考えています。
- ・ グループ経営への移行に伴い、EBITDA（400百万円）の開示を開始いたします。今後は追加のM&Aにも積極的に取り組み、償却負担に左右されない実質的な稼ぐ力をEBITDAベースで伸ばしていくことを重視してまいります。本計画には織り込んでおりませんが、機会があれば機動的に実行し、成長を加速させたいと考えています。

住友生命との 業務提携進捗は

- ・ 「量的進化」と「質的深化」、大枠で2つの取り組みを進めておりますが、ともに好調です。Vitalityのデジタル獲得は大幅に伸長し、アポイント・面談などの主要KPIも計画を超過しました。当社にとって最重要パートナーとの関係は、この1年で着実に深まったと感じています。
- ・ 次に狙うのは、保険成約という最終成果を生み出すデジタルの勝ち筋を、両社で確立することです。Vitalityと掛け合わせた共同プロダクトの年内リリースで対象顧客を広げ、当社のインサイドセールスが見込み顧客の創出から面談設定までを担う体制を全国に広げます。この確立が、予算拡大の最短ルートだと考えています。

KNLPグループ化の 手応えと今後は

- ・ 株式取得に至るまでには決して平坦ではない経緯がありましたが、想定以上に優秀なメンバーが残ってくれていたことは、私たちにあって大きな収穫でした。経営体制が変わった中でも、シナジー創出に前向きに取り組んでくれています。グループ送客の開始、経営管理・ガバナンスの移行完了と、統合は初期から順調に進んでおります。
- ・ FY2027は、オンラインと店舗・対面を統合したハイブリッド募集体制を構築し、FP一人あたりの生産性向上とクロスセルの拡大に取り組みます。このメンバーとであれば必ず成果に繋がれると考えており、ここで確立した統合モデルを再現可能な形にして、保険代理事業のロールアップM&Aへと展開してまいります。

4. カラダノートを目指す世界

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.

毎年のことも、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

当社が描く少子化課題の解決と理想の姿

マクロの現実



出生数**70万人割れ**
過去最低を毎年更新
2030年までが最後のチャンス

ミクロの現実



「キャリアや経済面が不安」
「自由がなくなるのが嫌」
「日本は子育てしにくい」



子育てが、「個人・家庭の問題」になりすぎている



社会保障クライシス

しかし、“少子化”は社会全体の問題



社会の閉塞感



経済的負担の軽減

孤独の軽減

ポジティブイメージの醸成

共育での機運拡大

前途有望感の醸成

子育てを社会全体で行うものにする。それが日本の幸福度を向上させる。

ビジョンを体現する当社の組織 —当社がこの課題を解ける理由

代表佐藤は4人の育児に奮闘する父



子育て経験を12年前からプロダクトに反映
初期リリース前からテストユーザーとして利用

社員の40%が子育て中



営業職も開発職も、
ユーザー体験を仕事に活かす環境

1年で4人の新しい命が誕生



育休取得・復帰率100%



直近1年に社内で
4人の新しい命が誕生

代表の佐藤から社員の子供に
1人1単元の株式を譲渡する制度
“わが子のように”

女性が自然と活躍する環境



女性社員比率56%



37.5%

女性管理職比率37.5%

子供の有無や世代を問わず活躍
20代の次世代管理職候補も複数

企業・家族・社会をつなぐ当社ビジネスモデル

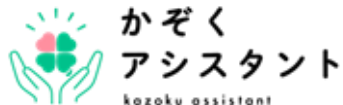
企業スポンサーを原資に、家族のライフイベントを無償でサポート
想いと収益の両面を追求し、持続可能な社会課題の変革を目指す。



目指す姿－テクノロジーで、家族のウェルビーイングを最大化する

かぞくアシスタント

家族の意思決定を支援する
AIアシスタントへと進化



ビッグテックにはない
ユーザー回答の大量な一次データを活用し
潜在的な課題・ニーズを先取り
データとテクノロジーで
家族のウェルビーイングを高める

子育て支援アプリ

社会全体で子育て支援
真の「トモイク」を推進



完全なる共働き共育てを実現
未来を創る「育児」が社会に讃えられ、
支えられる環境を構築。
トモイク家庭がより多くの経済的恩恵を
享受できる仕組みを創出

健康管理アプリ

繋がりの中で健康増進
家族の絆も合わせて高める



三世代で支え合う健康増進を実現
家族の絆を起点とした見守りとサポート

健康になることが経済的な得にも
繋がる仕組みを創出

5. Appendix

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2026年7月末	2025年7月末	増減	コメント
流動資産	1,044	744	300	
現金及び預金	884	596	288	借入金及び利益剰余金の増加
固定資産	525	25	500	M&Aに伴うのれんの増加
総資産	1,570	769	801	
流動負債	317	184	133	M&Aに伴う借入金の増加
固定負債	515	104	411	M&Aに伴う借入金の増加
純資産	737	480	256	利益剰余金の増加
自己株式	▲9	▲9		
自己資本比率	47.0%	62.5%		

“ライフイベントマーケティング”の発展可能性

「ライフイベントデータ×潜在層」で巨大な広告・マーケティング市場を再定義

高収益モデルを確立させてまいります。



従来のデジタルマーケティング



短期潜在層

「今すぐ欲しい」「困っている」



直接的な広告

検索広告やSNS広告で短期効果を合わせる



奪い合いの市場

コストが高騰、競争激化

デジタルマーケティングの発展余地



長期潜在層

「いつか必要」「まだ検討前」



人生伴走型

顧客接点の中で効果を出す



「先取り」の市場

競合よりも先にアプローチ可能

ライフイベントデータ×AIで大きな発展可能性

＝ライフイベントマーケティング

業界構造の変化が当社の事業機会を拡大

急速な営業環境の転換が
オンラインでのリードジェネレーションに追い風

業界構造
の変化

保険代理店の比較推奨販売の見直し

生命保険会社の銀行出向原則廃止

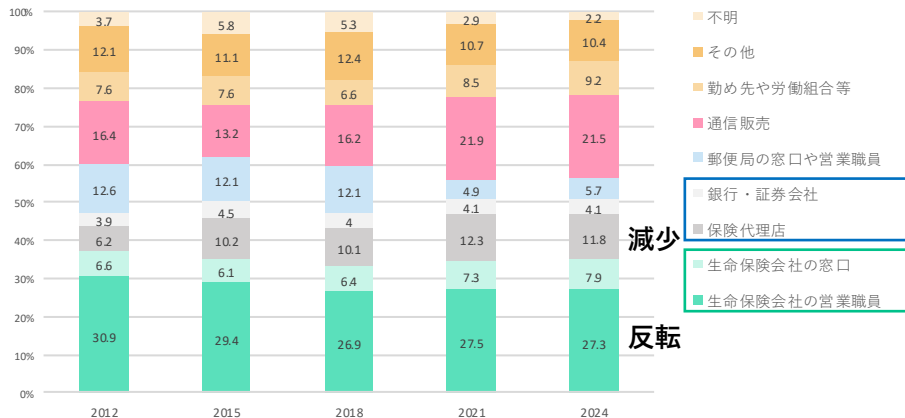
建築資材の高騰・金利の上昇

コロナ禍を経ての住宅展示場の位置付け見直し

生命保険業界

保険代理店経由での加入意向が約20年ぶりに減少
生命保険会社経由は窓口と合算で上昇
今後、巨大市場でのパイの奪い合いがより活発化

生命保険への加入意向のあるチャネル

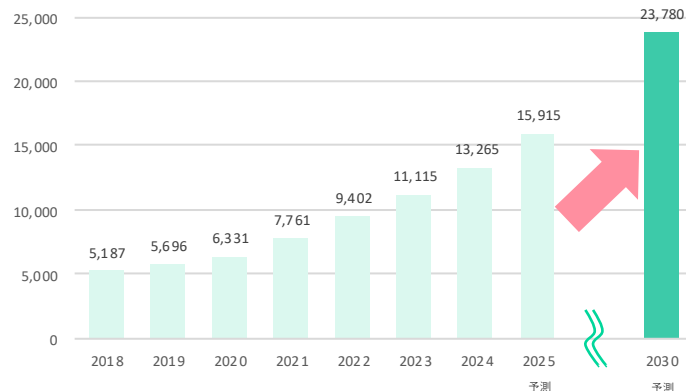


出典：保険の加入チャネル：生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査（2025年1月発行）」

住宅産業

新設住宅着工数は横ばいと停滞をしているものの、
顧客獲得の肝となるマッチングサービス市場を筆頭に
消費者向け不動産テック市場は更に成長が見込まれる

消費者向け不動産テック市場規模



出典：矢野経済研究所 不動産テックに関する調査

リード単価

約2万～10万円^{※3}

×

潜在層への需要喚起

対象人口
市場規模



出産



未就学

約570万

※1

3,420億円^{※4}



結婚



定年

約1420万人

※2

8,520億円^{※4}



約1億人

毎年のライフイベント

※1：0歳からの人口合計（人口統計 2024年より）

※2：平均初婚年齢である30歳、定年の平均60歳 共に上下2歳ずつを見た人口合計（人口統計 2024年より）

※3：金融関連、住関連への弊社リード取引単価実績から、最低は1つのみ、最高は複数提案した場合の単価

※4：単価の中央値として6万円をとり、人口数にかけた金額



厚生労働省 共育(トモイク)プロジェクト
推進委員として共働き・共育を推進
定期的にイベント登壇やメディア取材に対応
会社としてもトモイクに寄与する取り組みを強化



代表佐藤個人が、出身地・つくば市へ
児童向け書籍購入のための寄附を実施
子育て環境の改善への想いを、事業の枠を超えて体现
今後も継続予定

事業系統図



対価発生箇所



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。