

2020年9月23日

各位

会社名 株式会社カラダノート
代表者名 代表取締役 佐藤 竜也
(コード番号：4014 東証マザーズ)
問合せ先 取締役コーポレート本部長 平岡 晃
(TEL 03-4431-3770)

2021年7月期の業績予想について

2021年7月期(2020年8月1日から2021年7月31日)における当社の業績予想は、次のとおりであります。

【個別】

(単位：百万円、%)

項目	決算期	2021年7月期 (予想)		2020年7月期 (実績見込み)		2019年7月期 (実績)	
		対売上 高比率	対前期 増減率	対売上 高比率	対売上 高比率		
売上高		856	100.0	732	100.0	637	100.0
営業利益		205	24.0	123	16.8	89	14.0
経常利益		190	22.2	124	16.9	90	14.3
当期純利益		126	14.8	83	11.4	63	9.9
1株当たり当期純利益		21円68銭		16円73銭		12円65銭	
1株当たり配当金		0円00銭		0円00銭		0円00銭	

- (注) 1. 当社は、連結財務諸表及び四半期連結財務諸表を作成しておりません。
2. 2018年11月1日付で、普通株式1株につき20,000株の株式分割を行っておりますが、2019年7月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算出しております。
3. 2019年7月期(実績)及び2020年7月期(実績見込み)の1株当たり当期純利益は、期中平均発行済株式数により算出しております。
4. 2021年7月期(予想)の1株当たり当期純利益は、公募による予定株式数(1,000,000株)を含めた予定期中平均発行済株式数により算出し、オーバーアロットメントによる売出しに関する第三者割当増資分(最大224,800株)を考慮しておりません。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

【2021年7月期業績予想の前提条件】

1. 当社の見通し

当社は、「家族の健康を支え 笑顔をふやす」というコーポレートビジョンのもと、家族を軸とした様々な社会課題をテクノロジーやマーケティングで解決できる会社を目指し、ライフステージに応じたファミリーデータプラットフォーム事業を展開しております。

事業の流れとしては、主に妊娠育児層のママを対象として、自社コンテンツや外部広告を通じて応募するとプレゼントがもらえるアンケート付きキャンペーンページに誘導し、そこで取得したユーザーの生活状況などを含む個人情報をパーソナルデータとしてお預かりし、蓄積しております。蓄積したパーソナルデータをもとに、ユーザーのニーズに沿ったサービスをレコメンドし、当該サービスを提供する企業に合致するパーソナルデータを提供することで、家族向けサービスを提供する企業のプロモーションを支援しております。

当社が主に対象としている子供市場において、厚生労働省の2019年人口動態統計の年間推計によると、日本人の国内出生数は86万4千人となり、年々減少傾向にあるものの、株式会社矢野経済研究所「子供市場総合マーケティング年鑑 2019年度版」によると、2019年度の子供関連ビジネスの市場規模推移は前年比2.2%増の15兆4,168億円と順調な成長が見込まれております。その中で、当社の提供している主要な商材である保険、食材宅配、幼児教育などに関する市場規模は3.2兆円(※)を見込んでおります。

当社の提供しているサービスである、妊娠、育児層ママ向けのライフサポートにまつわるプロモーション支援サービスに関しては、保険、食材宅配、幼児教育などの複数の商材を提供しており、現時点では食材宅配及び保険が売上の大半を占めております。保険に関しては、パーソナルデータの提供件数が順調に増加しており、併せて、契約単価の向上に対する取組みも進めていることから、前期比50%増の売上を見込んでおります。食材宅配に関しては、2020年4月よりコロナウィルス感染症の拡大の影響で、一時的な需要過多に対応しきれないことにより、クライアント企業の新規集客施策が全面的に停止となりました。足元では食材宅配の売上の多くを占める首都圏生協への送客が再開しており、回復基調に入ってきているものの、コロナウィルス感染症の更なる拡大も考慮し、前期比40%減の売上を見込んでおります。

このような状況のもと、2021年7月期の業績予想については、売上高 856 百万円（前期比 16.8%増）、営業利益 205 百万円（前期比 66.5%増）、経常利益 190 百万円（前期比 53.2%増）、当期純利益 126 百万円（前期比 51.4%増）となる見込みであります。

※（2019 食材宅配市場規模（2019 富士経済調査）+2019 宅配水市場規模（2019 矢野経済研究所調査））×世帯別利用率の傾斜（WizBiz 調査）、2019 幼児教育+通信教育+子供英会話+習い事+スポーツ教室の合計（2019 矢野経済研究所調査）、保険の加入・見直し率（2016 生命保険文化センター調査）※初年度平均掛金 40 万円(当社調べ)

2. 業績予想の前提条件

(1) 売上高

当社の売上高は、妊娠、育児層ママ向けのライフサポートにまつわるプロモーション支援サービスが大半を占めており、アクションユーザー数(※)にアクションユーザー一人当たりの成果単価を乗じることにより算出しております。

妊娠、育児層ママ向けの商材ごとに、第1四半期は足元の積みあがっている金額を基に算出しておりますが、第2四半期以降はコロナウィルス感染症の再拡大の影響を相当程度加味した上で、前期実績値と予想されるアクションユーザー数の伸び率の見込み、アクションユーザー一人当たりの成果単

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

価を元に算出しております。なお、同キャンペーン内にて複数の商材が存在する場合もあり、送客件数は商材別に重複してカウントしております。成果単価については、全商材含めたアクションユーザー一人当たりの平均単価にて算出しております。

売上の商材別の内容としては、保険において、当社が提供したパーソナルデータによる成約率が足元で好調に推移していることから、クライアント企業への送客件数の増加を見込むほか、成約率向上によるクライアント企業への送客単価の向上も相まって、結果として前期比 50%増の売上を見込んでおります。食材宅配に関しては、コロナウィルス感染症の今後の拡大状況が不透明であることから、クライアント企業への送客単価の変動はないものの、送客件数については 2021 年 7 月期の期中平均送客件数が前期のコロナウィルス感染症発生前（2019 年 8 月～2020 年 3 月）の期中平均送客件数の 50%程度の回復にとどまると見込んでおり、前期比 40%減と保守的に作成しております。その他の商材に関しては、コロナウィルス感染症における影響で伸びている商材があることや、前年度成長率を加味した結果、前期比で 20%増加する見込みです。

以上の結果、売上高は前期比 16.8%増の 856 百万円を見込んでおります。

※ アクションユーザー：当社の収益につながる行動をしたユーザー

(2) 売上原価、売上総利益

当社の売上原価は、原価要素別に分類して算出しており、主にパーソナルデータをお預かりするために実施しているアンケート付きキャンペーンのプレゼントの仕入と運賃、並びにアプリやキャンペーンなどの制作に携わる人員の人件費が大半を占めております。

売上原価の原価要素のうち仕入・運賃は、アクションユーザー一人当たりのプレゼント単価・運賃は変わらないものの、アクションユーザー数に比例して増加する見込みであります。

人件費は、運用しているアプリの利便性向上を実現するためのエンジニアを中心に増員する予定であり、前期比で 3 割程度増加する見込みであります。

以上の結果、売上総利益は前期比 18.7%増の 634 百万円を見込んでおります。

(3) 販売費および一般管理費

当社の販売費及び一般管理費は、費用要素別に分類して算出しております。

人件費は、商材を拡大するための営業人員を中心に増員する予定であり、前期比で 3 割程度増加する見込みであります。

広告宣伝費は、当社の会員登録を促進するための google や facebook などへの出稿費用となりますが、2020 年 7 月期の後半に広告運用を内製化したことで会員登録者の獲得効率が向上していることから、2021 年度は広告によるユーザーの獲得数増加を見込んでいるものの、広告宣伝費は前期比で 3 割程度減少する見込みであります。

その他の費用については、各費用要素の前期実績から予想される数値を元に積み上げ方式により算出しております。

以上の結果、販売費及び一般管理費は前期比 4.0%増の 429 百万円を見込んでおります。

(4) 営業利益

以上の結果、営業利益は前期比 66.5%増の 205 百万円を見込んでおります。

(5) 営業外損益

営業外収益については、特段見込んでいる事項はありません。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

営業外費用については、新規株式上場に伴う株式公開費用 15 百万円を見込んでおります。

(6) 経常利益

以上の結果、経常利益は前期比 53.2%増の 190 百万円を見込んでおります。

(7) 特別損益

特別損益については、特段見込んでいる事項はありません。

(8) 当期純利益

税引前当期純利益 190 百万円より法人税額等を差し引き、当期純利益は前期比 51.4%増の 126 百万円を見込んでおります。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は様々な要因によって異なる場合がございます。

以上

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。