

Kuradashi

2025年6月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社クラダシ
(証券コード：5884)

1. 事業概要

2. 25年6月期 第2四半期 連結業績報告

- ・ハイライト
- ・中期経営計画-成長戦略実行
- ・連結業績報告-詳細
- ・業績予想

3. 中期経営計画

4. サステナビリティ

5. Appendix

1. 事業概要

2. 25年6月期 第2四半期 連結業績報告

- ・ハイライト
- ・中期経営計画-成長戦略実行
- ・連結業績報告-詳細
- ・業績予想

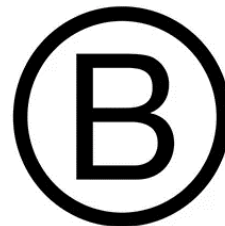
3. 中期経営計画

4. サステナビリティ

5. Appendix

会社名	株式会社クラダシ
代表取締役	関藤 竜也 代表取締役会長 河村 晃平 代表取締役社長 CEO
創立	2014年7月7日
所在地	東京都品川区上大崎三丁目2番1号
事業内容	食品プラットフォーム運営事業 <ul style="list-style-type: none">● ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」● Kuradashi Hub● Kuradashi Stores● Dr.つるかめキッチン

Certified



Corporation

クラダシは、日本で13番目に
B Corp 認証注1を取得しました。

Mission

ソーシャルグッドカンパニーでありつづける

もったいないを価値へ～凸と凹をマッチングすることで世界を豊かにする。
世の中に山積する社会課題解決を目的に設立したソーシャルグッドカンパニー。
社会性、環境性、経済性に優れた活動をしていきます。

Vision

日本で最もフードロスを削減する会社

国内消費食料の約6割を輸入しているにも関わらず、世界有数のフードロス大国である日本。
「3分の1ルール」などの商慣習のために、その多くを無駄にしているのです。
私たちクラダシは1.5次流通革命を通じて、日本のフードロスを削減します。

Kuradashi の特徴的なビジネスモデル

フードロス削減に特化した食品プラットフォーム
サプライヤー良し、消費者良し、社会良しの三方良しのソーシャルグッドを実現



社会貢献団体への寄付 & クラダシ基金の活動原資

売上げの一部を環境保護や動物愛護などのさまざまな社会貢献団体へ寄付
もしくはクラダシ基金の活動に充当し、SDGsの17の目標を横断して支援 🌈

おトクな買い物がフードロス削減 更には社会貢献活動へつながるプラットフォーム

楽しいお買い物で、
みんなトクする
ソーシャルグッドマーケット

Kuradashi

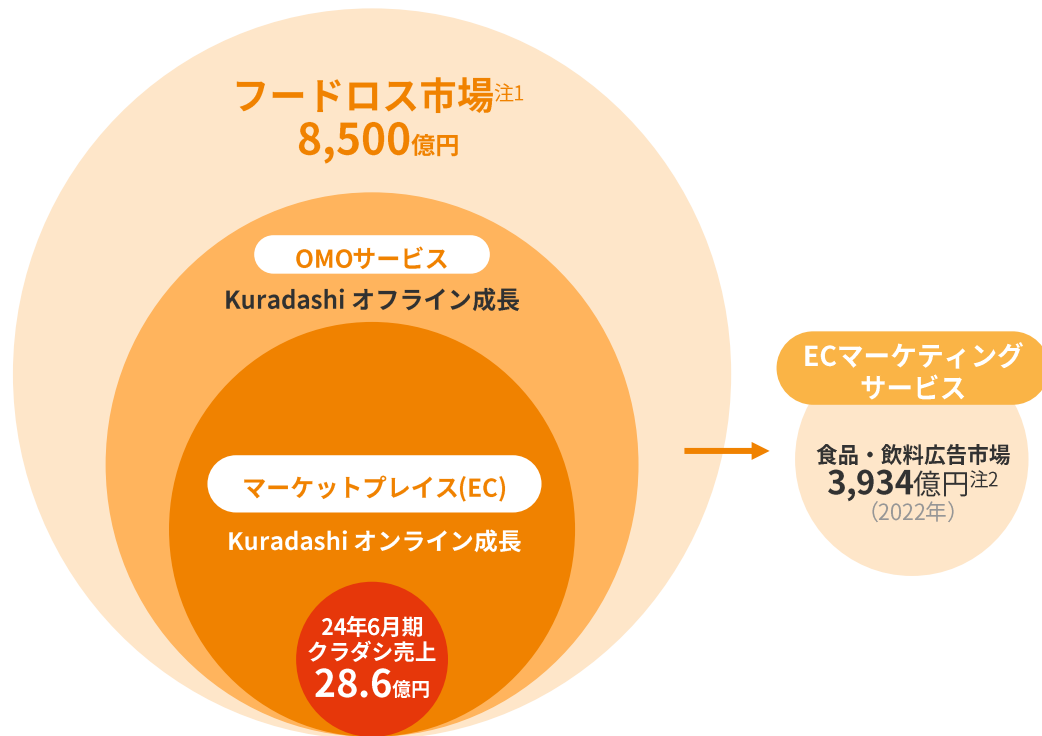
フードロス削減を目指し、まだ食べられるにもかかわらず捨てられてしまう可能性のある食品などを、おトクに販売しています。

さらに、売上の一部を環境保護・災害支援などに取り組むさまざまな社会貢献団体への寄付やクラダシ基金として活用し、SDGs17の目標を横断して支援しています。

楽しくておトクなお買い物が、社会に良いことにつながる。そんな、全く新しいソーシャルグッドマーケットを創出しています。



フードロス市場は約8,500億円
国を挙げて解決すべき社会課題であり、周辺市場も含めて大きなポテンシャルを有する



パートナー企業からの賛同

- 事業コンセプトと社会貢献の取り組みに賛同いただき、多くのパートナー企業からの商品出品を継続実現

代表的なパートナー企業例：

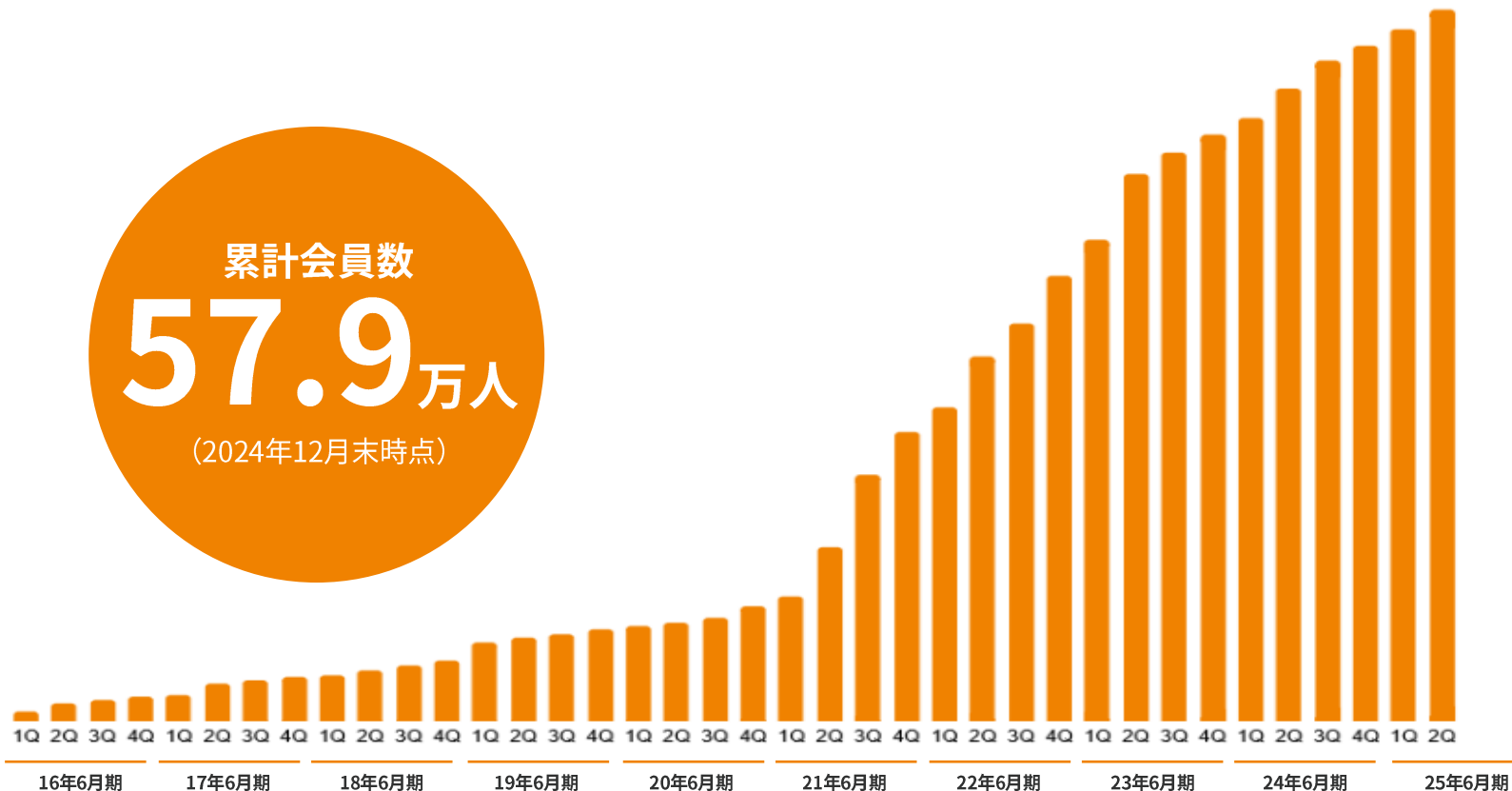


フードロス削減に賛同するKuradashi会員数は加速的に増加

累計会員数

57.9万人

(2024年12月末時点)



サステナビリティへの貢献

クラダシのユニークな事業モデルである社会貢献活動への支援

累計支援金額

2024年12月末時点

1.5億円

社会貢献団体への寄付

さまざまな支援先



日本自然保護協会



公益社団法人

国土緑化推進機構



Good Neighbors Guatemala



Paralym Art®



ブルーシー・アランド・グリーンランド株式会社



ピースボート
災害支援センター



Lifeboat
The International Lifeboat Center



日本ボランティアセンター
JCV



認定NPO法人

レット症候群支援機構

クラダシ基金の活動原資

代表的な活動

地方創生



食のサステナビリティ研究会



フードバンク支援



SDGs教育



1. 事業概要

2. 25年6月期 第2四半期 連結業績報告

- ・ハイライト
- ・中期経営計画-成長戦略実行
- ・連結業績報告-詳細
- ・業績予想

3. 中期経営計画

4. サステナビリティ

5. Appendix

売上高（前年同期比）

8.9 億円
(+11.8%)

売上総利益（前年同期比）

3.9 億円
(+2.6%)

EBITDA（前年同期比）^{注1}

16 百万円
(-30百万円)

当期純利益（前年同期比）

-10 百万円
(-42百万円)

連結決算 ハイライト

年末商戦の刈り取りとDr.つるかめキッチン事業により**前年同期比+11.8%成長**。
在庫コスト圧縮費用・広告宣伝費の投下など、**成長のための費用拠出により赤字着地**。

売上高 899百万円
(前年同期比+11.8%)

- 主力の**EC事業^{注1}**が前年同期比+15%と成長。

限界利益額:225百万円
(前年同期比+3.3%)

限界利益率: 25.1%
(前年同期比▲2.1pts)

EBITDA:16百万円
(前年同期比▲30百万円)

- 稼ぐ力である限界利益^{注2}は前年同期比+3.3%と成長
- 限界利益率は将来コスト負担の削減を目的とした**在庫クリアランス影響(▲22百万円)**および**株主優待費用(▲7百万円)**の影響あるも、高水準の25.1%
- EBITDA^{注3}は上記の影響を主要因として前年同期比▲30百万円。

ビジネス ハイライト

サステナビリティ

- **第3回 食のサステナビリティ共創・協働フォーラムを開催**
「食×サステナビリティ」を切り口に有識者による最新の社会・環境課題、業界をリードする食品企業トップによるサステナビリティ経営戦略について発信。今回で3回目

中期経営計画
成長戦略の実行

- **EC事業の拡大**
「**Kuradashiオリジナル**」・「**【備えてKuradashi】デイリーストック定期便**」リリース
- **サプライチェーンにおける機能拡張**
新サービス「**物流サービス**」リリース
- **新規事業による非連続成長**
再生可能エネルギー事業参入、**系統用蓄電所を取得決定**

業績予想

- **通期業績予想は変更なし**
成長戦略実行の影響可能性を織り込み、変更なし

基幹事業であるフードロス品取引と親和性の高い周辺領域で事業を創造
フードロス削減へのシナジー効果によるインフラ化と共に、
ポテンシャルの大きい領域で単体事業としての収益化も図る

フードロス削減のインフラに

既存事業の深化

1

EC事業の拡大

商品ラインナップ強化：
新商品ブランドをリリース

新規事業の探索

2

サプライチェーンにおける機能拡張

3

新規事業(M&A含む)による非連続の成長

1. EC事業の拡大

マーケットプレイスモデル、商品ラインナップの強化施策として、「Kuradashiオリジナル」や「【備えてKuradashi】デリーストック定期便」の展開を開始

目指す姿



グロース戦略

パートナーサイド

ロス品の情報を早期にキャッチ

- ・ マーケットプレイスモデル/卸機能を強化し取引の裾野を拡大
- ・ ストック型商材の拡充

商品
ラインナップ

Ops体制

パートナー・ユーザー双方の利便性向上

- ・ Ops DXによるリードタイム短縮
- ・ Base事業によるUX改善

配送力
リードタイム短縮

ユーザーサイド

CRMによる新規会員・コアファン創出

- ・ 広告費、販促費の効率的投下
- ・ SKU充実によるF2転換/コアファン化
- ・ UI/UX投資によるユーザービリティ改善

新規会員獲得
コアファン化

今回
→

1. EC事業の拡大

マーケットプレイスモデル、商品ラインナップの強化施策として、「Kuradashiオリジナル」や「【備えてKuradashi】 デイリーストック定期便」の展開を開始

Kuradashiオリジナル

- 「まいにちお得、ずっとお徳」をテーマに、日々の食卓を豊かにし、お財布にも地球にもやさしい商品をお届けするシリーズ商品
- 製造過程で一定発生する規格外・端材などを商品化。
- 2024年よりテスト販売を開始し、約50商品^{注1}を掲載。月20~30のペースで商品増加中。



Kuradashiオリジナル

【備えてKuradashi】 デイリーストック定期便

- 災害時だけではなく、日常生活のさまざまな「もしも」に役立つ新しい備蓄商品を「備えてKuradashi」シリーズとして販売。2025年1月より、備蓄商品をセットで2か月に一度お届けする定期便のサービスも開始。
- ローリングストックとフードロス削減を同時に推進。

いろんな「もしも」においしく備える



デリーストック〇アクションはじめませんか？

基幹事業であるフードロス品取引と親和性の高い周辺領域で事業を創造
フードロス削減へのシナジー効果によるインフラ化と共に、
ポテンシャルの大きい領域で単体事業としての収益化も図る

フードロス削減のインフラに

既存事業の深化

1

EC事業の拡大

新規事業の探索

2

サプライチェーンにおける機能拡張
物流サービスをリリース

3

新規事業(M&A含む)による非連続の成長

2. サプライチェーンにおける機能拡張

【物流サービス】ロジスティクスソリューションカンパニー発足後、全国150以上の倉庫拠点と提携物流アウトソーシングサービス受託や倉庫の余剰在庫買い取りの実現など、事業加速中



Kuradashi Base



食品EC運用ノウハウ及び食品メーカーとのリレーションを活かして、難易度の高い食品（3温度帯）のEC物流サービスを提供
食品流通の課題を解消しつつ、Kuradashi出品への導線を創出、他モールとの差別化を図る

基幹事業であるフードロス品取引と親和性の高い周辺領域で事業を創造
フードロス削減へのシナジー効果によるインフラ化と共に、
ポテンシャルの大きい領域で単体事業としての収益化も図る

フードロス削減のインフラに

既存事業の深化

1

EC事業の拡大

新規事業の探索

2

サプライチェーンにおける機能拡張

3

新規事業(M&A含む)による非連続成長
再生可能エネルギー事業への参入

3. 新規事業による非連続の成長

新規領域として再生可能エネルギー事業（系統用蓄電池事業など）へ参入

- 2050年カーボンニュートラルの実現に向け、温室効果ガスの排出量の少ない再生可能エネルギーへの切替、蓄電池の普及が急務
- 今後拡大していく系統用蓄電池事業を中心にサステナブルかつ成長性のある分野として参入を決定

Mission

ソーシャルグッドカンパニーでありつづける

もったいないを価値へ～凸と凹をマッチングすることで世界を豊かにする。
世の中に山積する社会課題解決を目的に設立したソーシャルグッドカンパニー。
社会性、環境性、経済性に優れた活動をしていきます。

フードロス市場

+

再生可能エネルギー（蓄電池等）市場

提供価値

フードロス削減

提供価値

再生可能エネルギーの電力系統の
安定化（電力ロスの削減）

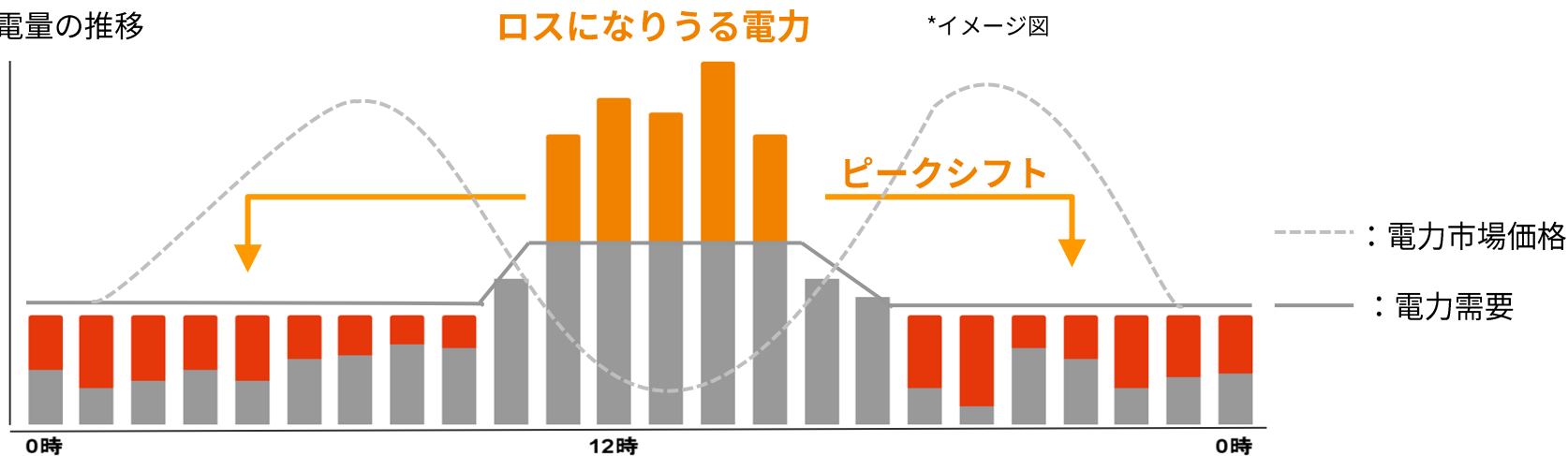
3. 新規事業による非連続の成長

新規領域として再生可能エネルギー事業（系統用蓄電池事業など）へ参入

系統用蓄電池を利用した市場での電力売買取引を通じ、

- ・再生可能エネルギー(太陽光発電)発電量のピークシフトを担い、電力ロスを削減する
- ・電力価格が低価格時間帯に充電(買電)し、高価格時間帯に放電(売電)することで収益をあげていく

太陽光発電量の推移



蓄電池

放電(売電)

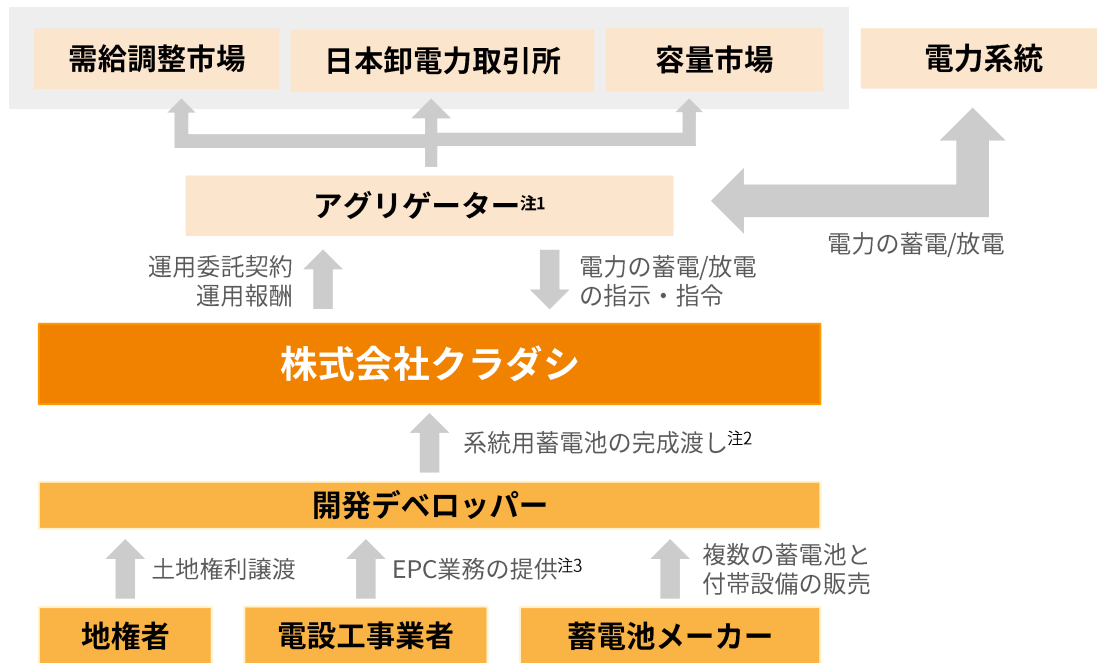
充電(買電)

放電(売電)

3. 新規事業による非連続の成長

新規領域として再生可能エネルギー事業（系統用蓄電池事業など）へ参入
1号案件として「（仮称）栃木蓄電所」の開始を決定

名称	（仮称）栃木蓄電所
所在地	栃木県小山市
事業用地面積	1,457㎡
設備所元	リチウムイオン蓄電池
蓄電システム出力	1,990kW
蓄電容量	8.14MWh
事業用地取得日 （予定）	2025年2月
着工（予定）	2025年2月
事業開始（予定）	2025年5月



25年6月期 第2四半期 連結業績

- 売上高：主力のEC事業の成長により前年同期比で伸長
- EBITDA：物流コスト圧縮を見据えた在庫クリアランス(▲22百万円)、株主優待制度の導入(▲7百万円)の計上により前年同期比で減収

(百万円)	24年6月期 2Q (23年10月-12月)	25年6月期 2Q (24年10月-12月)	前年同期比	24年6月期 2Q累計 (23年7月-12月)	25年6月期 2Q累計 (24年7月-12月)	前年同期比
売上高	804	899	+11.8%	1,356	1,554	+14.6%
売上総利益	385	395	+2.6%	666	675	+1.4%
売上総利益率(%)	47.9	44.0	▲3.9pts	49.1	43.5	▲5.6pts
限界利益 ^{注1}	218	225	+3.3%	374	369	▲1.5%
限界利益率(%)	27.1	25.1	▲2.1pts	27.6	23.7	▲3.9pts
EBITDA ^{注2}	46	16	▲30百万円	29	▲49	▲79百万円
営業利益	39	▲9	▲49百万円	17	▲90	▲108百万円
経常利益	40	▲9	▲49百万円	19	▲91	▲111百万円
当期純利益	31	▲10	▲42百万円	13	▲93	▲107百万円

特殊要因の影響

- 1Q・2Qで発生した特殊要因（在庫処分・株主優待・M&A関連費用）の影響額は2Q累計で91百万円
- 影響額を除いた場合の2Q累計実力値は限界利益率26.7%、EBITDA42百万円

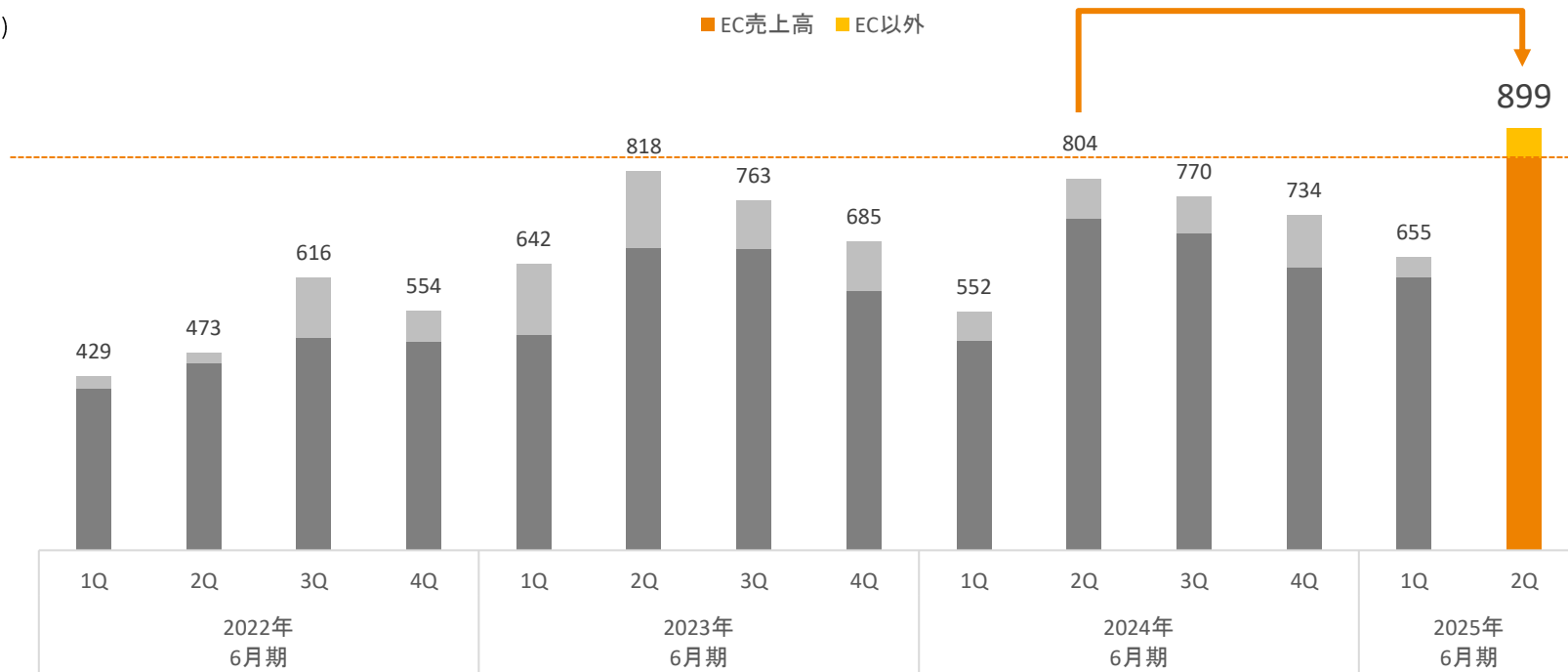
(百万円)	25年6月期 2Q累計 (実績)	特殊要因影響額			25年6月期 2Q累計 (影響除く実力)
		1Q	2Q	2Q累計	
売上高	1,554	33	29	62	1,617
限界利益 ^{注1}	369	33	29	62	432
限界利益率(%)	23.7%				26.7%
EBITDA ^{注2}	▲49	61	29	91	42
営業利益	▲90	61	29	91	1

売上高の四半期別推移

- 主力であるEC取引は前年同期比で+15%成長

(百万円)

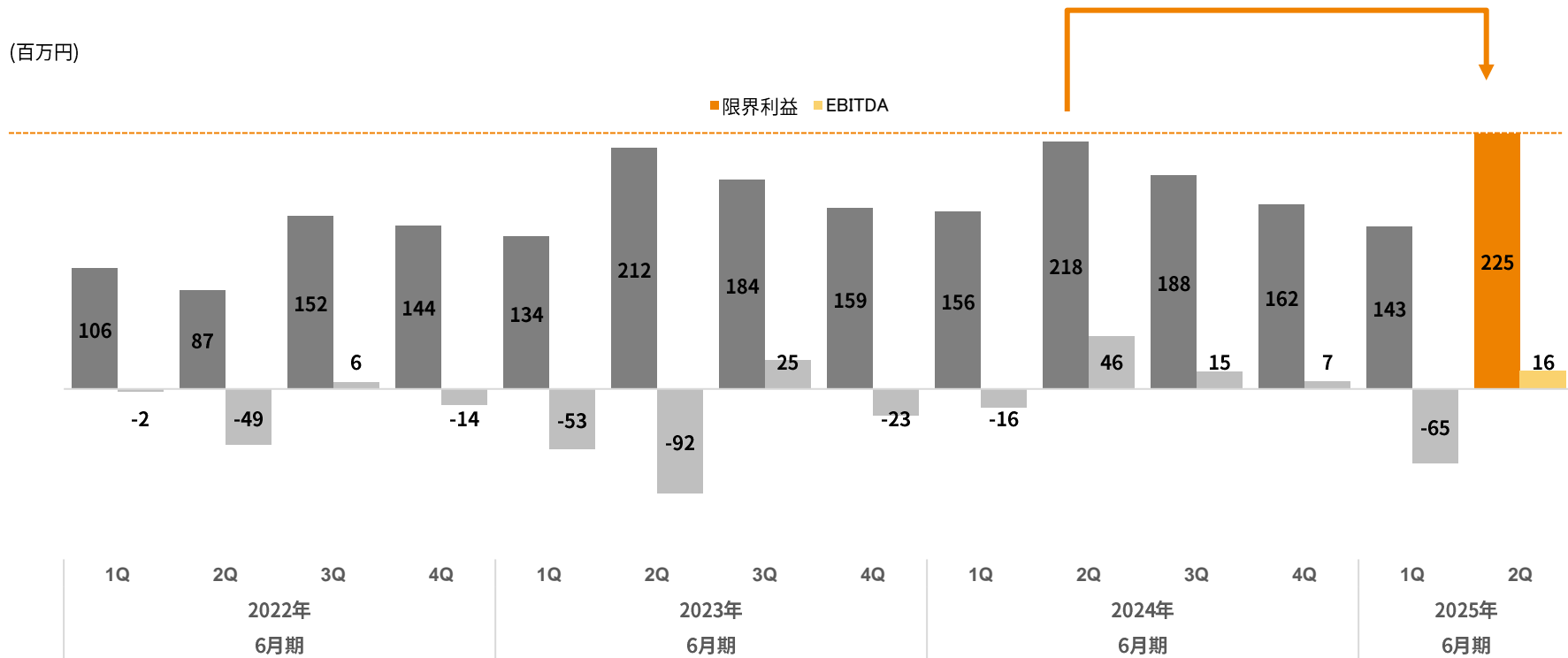
■ EC売上高 ■ EC以外



各利益の四半期別推移

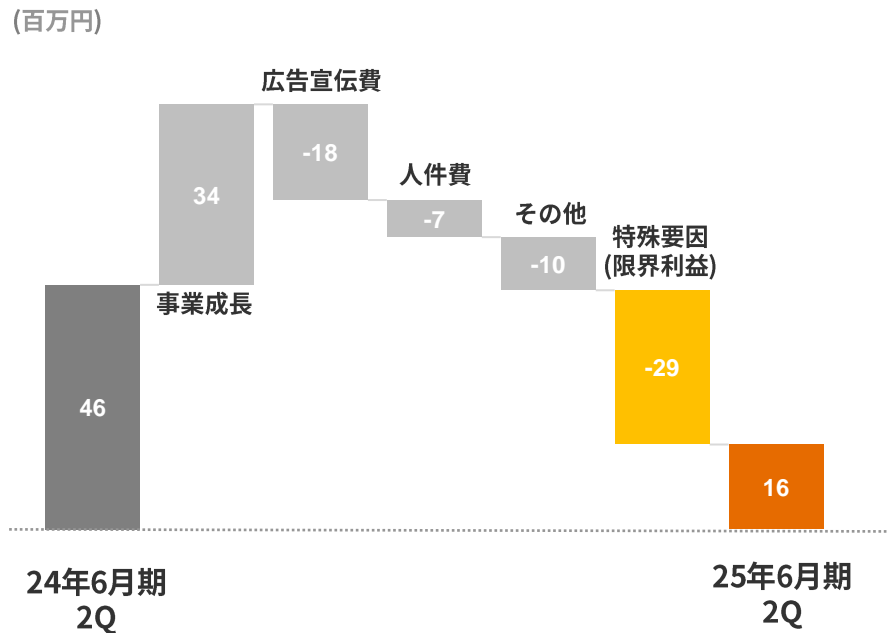
- 1Qに引き続き、将来コスト負担の削減を目的とした在庫クリアランス影響(▲22百万円)及び株主優待の開始(▲7百万円)があるも、売上高増加による限界利益の伸長

(百万円)



25年6月期 第2四半期 EBITDA増減

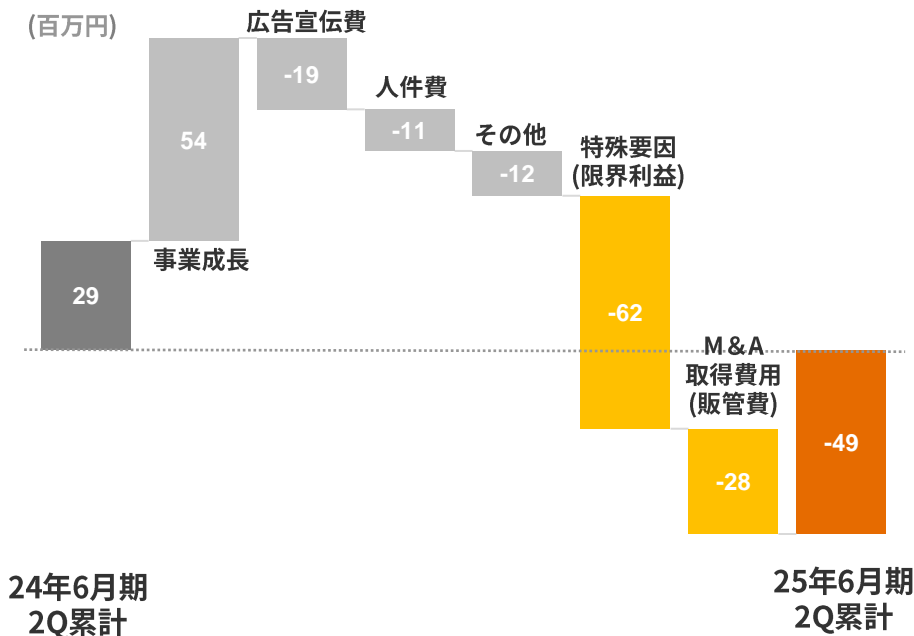
- 実力値としては前年同期比プラスである一方、1Qに引き続き、2Qも特殊要因が発生



- 事業成長 (+35百万円)
売上高影響：+34百万円
利益率影響：+1百万円
- 特殊要因(限界利益) (▲29百万円)
在庫クリアランス：▲22百万円
株主優待：▲7百万円

25年6月期 第2四半期(累計) EBITDA増減

- 実力値としては前年同期比プラスである一方、1Qに引き続き、2Qも特殊要因が発生

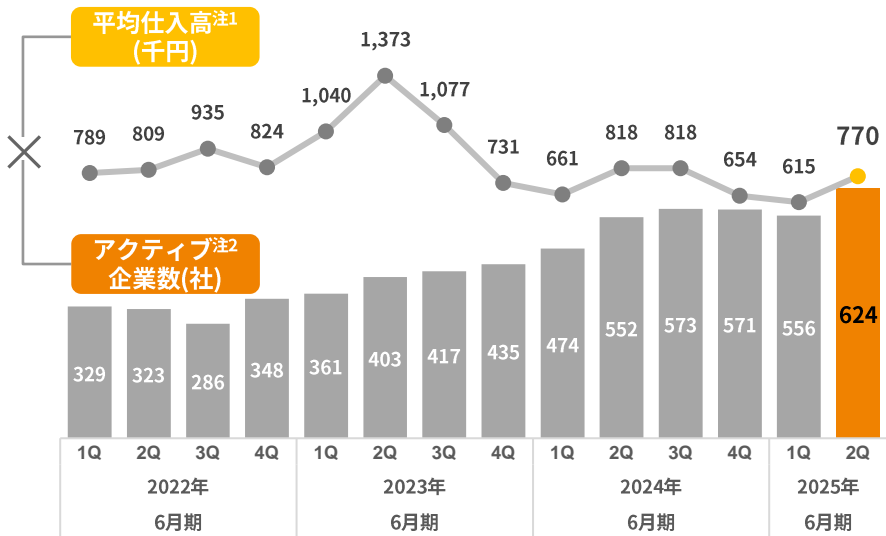


- 事業成長 (+54百万円)
売上高影響：+69百万円
利益率影響：▲15百万円
- 特殊要因(限界利益) (▲62百万円)
在庫クリアランス：▲47百万円
株主優待：▲15百万円
- M&A取得費用(販管費) (▲28百万円)
Dr.つるかめキッチン事業取得の専門家報酬等

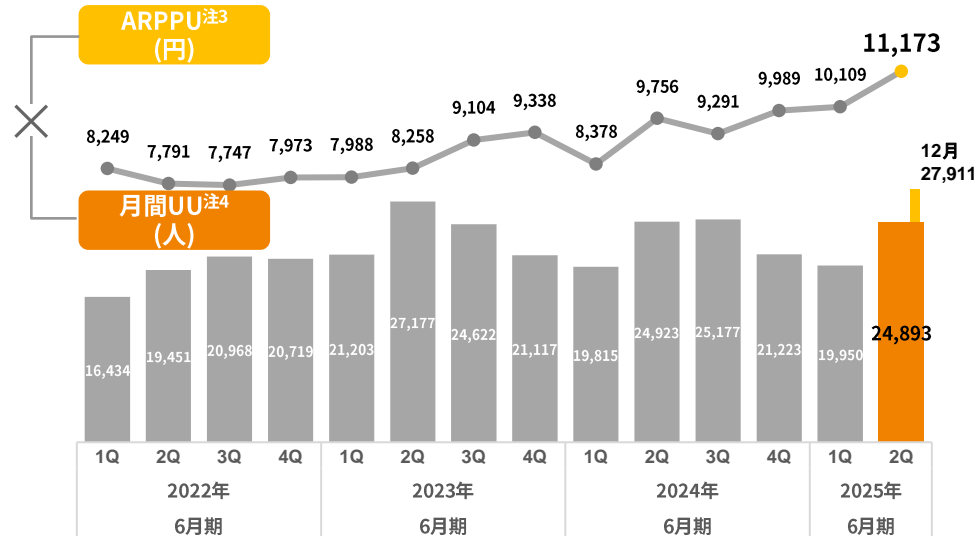
KPI推移（パートナー企業・会員）

- 販売側：「アクティブ企業数」は反転大幅増、年末商戦影響あり「平均仕入高」も上昇
- 購入側：商品単価上昇による「ARPPU」上昇継続。「月間UU」は年末商戦影響あり、増加

パートナー企業：販売側のKPI^{注5}



会員：購入側のKPI^{注5}



注1：四半期(3か月間)の仕入額をアクティブパートナー企業数で除して算出

注2：四半期中に取引が発生したパートナー企業数

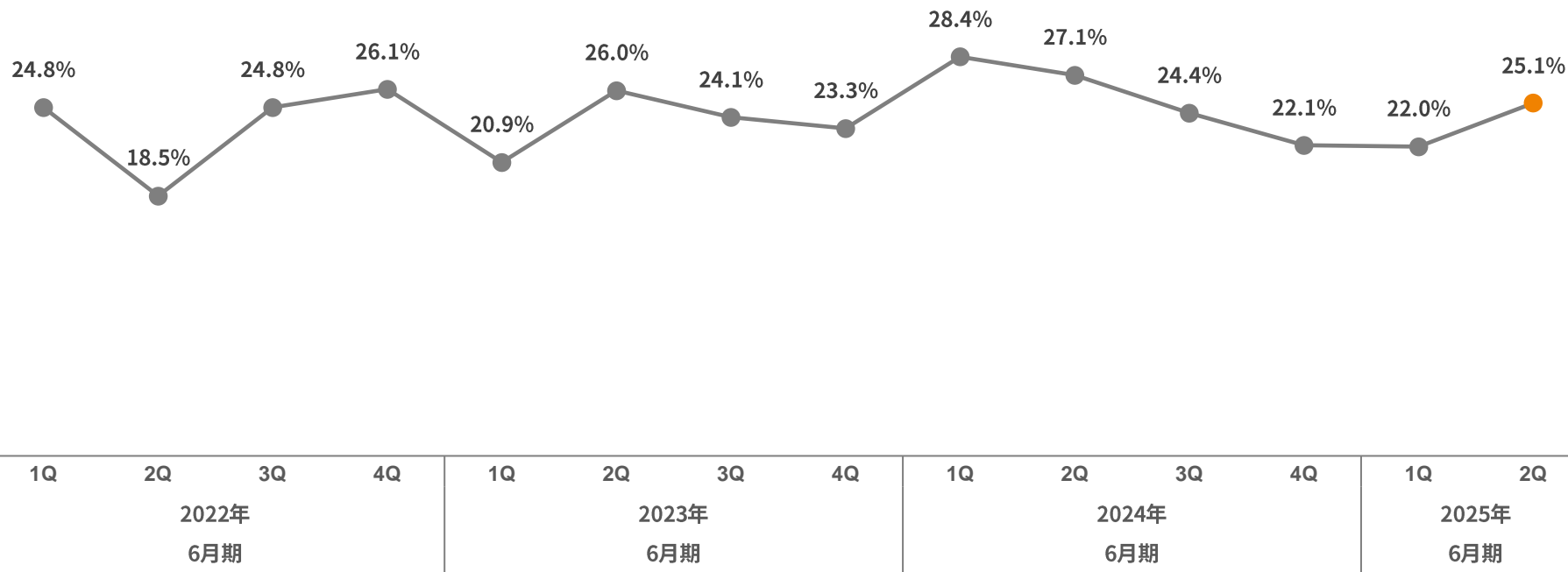
注3：Average Revenue per Paid User(UU一人当たり平均購入金額)

注4：月次UU数(購入会員ID数)の四半期(3か月)平均数

注5：2025年6月期1Qから連結ベースの数値

KPI推移 (限界利益率)

■ 20%~25%の適正水準を維持



25年6月期 業績予想の進捗

- 売上高：通期業績予想に対する進捗率は39.8%と、半分に満たない進捗
- 各段階損益：通期黒字の予想に対し、上期は赤字着地
- 通期業績予想：変更なし
 - ・ 利益率の改善
 - ・ 成長戦略の実行により4Qに新事業の業績発生を見込む

(百万円)	25年6月期		
	上期実績	業績予想	進捗率
売上高	1,554	3,900	39.8%
営業利益	▲90	31	—
EBITDA ^{注1}	▲49	123	—
経常利益	▲91	24	—
当期純利益	▲93	22	—

【4Q発生見込】^{注2}

物流事業

蓄電池事業

1. 事業概要

2. 25年6月期 第2四半期 連結業績報告

- ・ハイライト
- ・中期経営計画-成長戦略実行
- ・連結業績報告-詳細
- ・業績予想

3. 中期経営計画

4. サステナビリティ

5. Appendix

中期経営計画テーマ

「フードロス削減のインフラに」

創業以来掲げてきたMission「ソーシャルグッドカンパニーでありつづける」、
Vision「日本で最もフードロスを削減する会社」の実現を加速していきます。

中期経営計画テーマ

フードロス削減のインフラに

業績目標

売上高 (2027年6月期)

100 億円

EBITDA^注 (2027年6月期)

5 億円

成長戦略

基幹事業であるフードロス品取引と親和性の高い周辺領域で事業を創造
フードロス削減へのシナジー効果によるインフラ化と共に、ポテンシャルの
大きい領域で単体事業としての収益化を図る

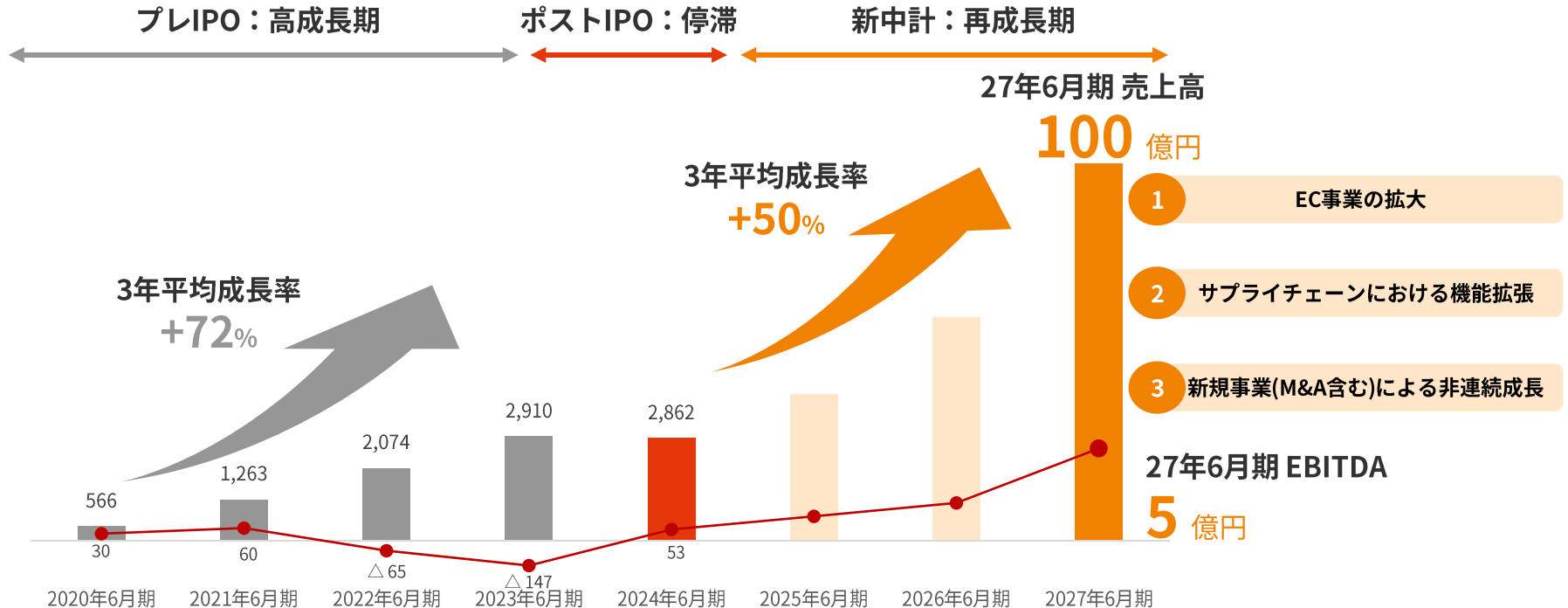
1. EC事業の拡大
2. サプライチェーンにおける機能拡張
3. M&A含む新規事業による非連続の成長

注：EBITDA=営業利益+各種償却費等の非資金損益項目

業績目標と成長イメージ

27年6月期通期売上高は100億円、EBITDAは5億円と高成長を目指す

①EC事業の成長 ②サプライチェーンにおける機能拡張 ③新規事業(M&A含む)による非連続成長を実行しIPO前の高成長軌道に再突入する



基幹事業であるフードロス品取引と親和性の高い周辺領域で事業を創造
フードロス削減へのシナジー効果によるインフラ化と共に、
ポテンシャルの大きい領域で単体事業としての収益化も図る

フードロス削減のインフラに

既存事業の深化

1

EC事業の拡大

新規事業の探索

2

サプライチェーンにおける機能拡張

3

新規事業(M&A含む)による非連続の成長

1.EC事業の拡大

パートナー/ユーザーの双方向拡大、オペレーション強化によりフードロス削減の輪を拡大



グロース戦略

パートナーサイド

ロス品の情報を早期にキャッチ

- ・ マーケットプレイスモデル/卸機能を強化し取引の裾野を拡大
- ・ ストック型商材の拡充

商品
ラインナップ

Ops体制

パートナー・ユーザー双方の利便性向上

- ・ Ops DXによるリードタイム短縮
- ・ Base事業によるUX改善

配送力
リードタイム短縮

ユーザーサイド

CRMによる新規会員・コアファン創出

- ・ 広告費、販促費の効率的投下
- ・ SKU充実によるF2転換/コアファン化
- ・ UI/UX投資によるユーザービリティ改善

新規会員獲得
コアファン化

2. サプライチェーンにおける機能拡張



Kuradashi
Stores



Kuradashi
Hub



オンライン販売・ブランディングノウハウを食品メーカー等に提供
クライアント企業のブランド価値を高めつつ、自社のメディア効果も最大化



Kuradashi

Kuradashi

サステナビリティ特化型ブランディング支援 **Brand Studio**

累計70案件突破



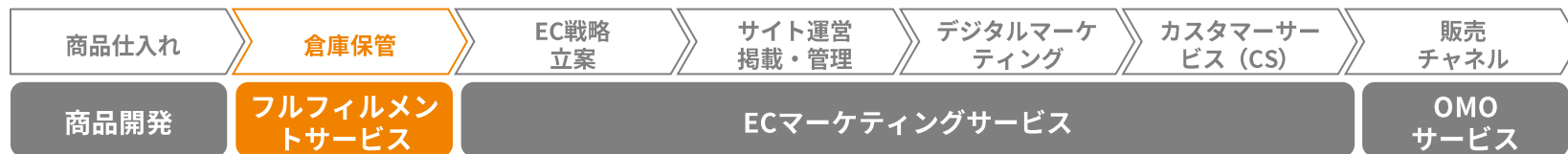
OGAWA



全農 パルテイズ 株式会社



2. サプライチェーンにおける機能拡張

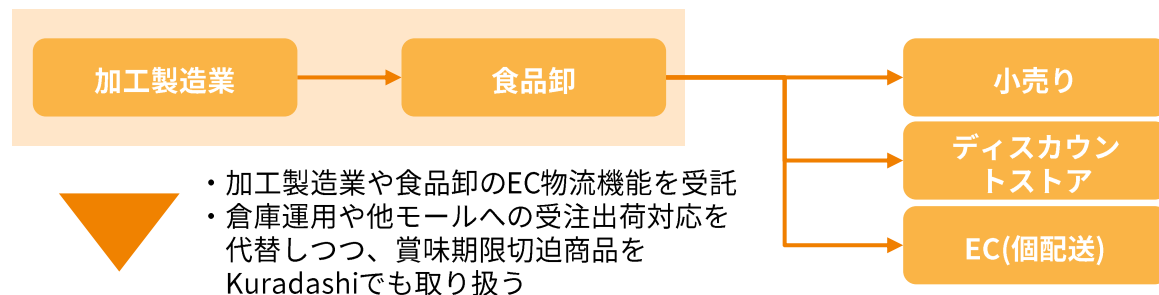


Kuradashi Base



食品EC運用ノウハウ及び食品メーカーとのリレーションを活かして、難易度の高い食品（3温度帯）のEC物流サービスを提供
食品流通の課題を解消しつつ、Kuradashi出品への導線を創出、他モールとの差別化を図る

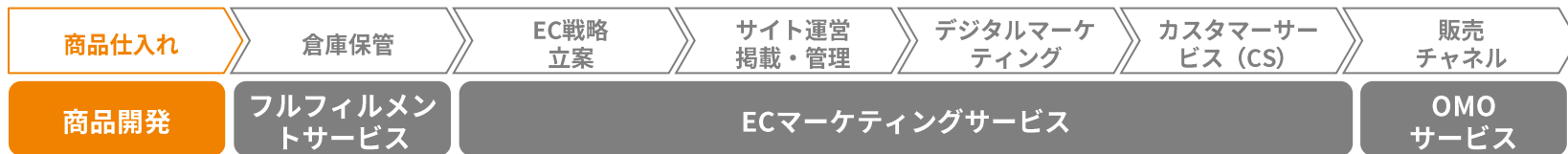
1次流通



1.5次流通



2. サプライチェーンにおける機能拡張



Kuradashi Forecast



Kuradashiの蓄積データやサプライヤーとのリレーションを活用し、サステナブルなPB商品開発や定期便といったサプライチェーン上流でフードロスが出ない仕組みを構築

事例：プライベートブランド「つくってKuradashi」の開発

ロスになりそうな食材を、調理加工・冷凍した総菜を開発し販売。購買データを商品開発・改善に活用



3.非連続な成長のためのM&A

既存事業の拡大・新規事業の立ち上げに加え、M&A活用により事業成長加速・非連続成長を目指す

M&Aの考え方

- 既存事業領域/新規事業領域を中心に、シナジーのある**同種あるいは注力領域**を優先対象
- **黒字企業/事業を合理的なEBITDA倍率で**取得し投資効率を追求
- **デット**資金を基本とした資金調達方法により、**資本コスト最小化**を企図
- 経営支援/シナジー追求により**獲得事業の成長**を支援

領域

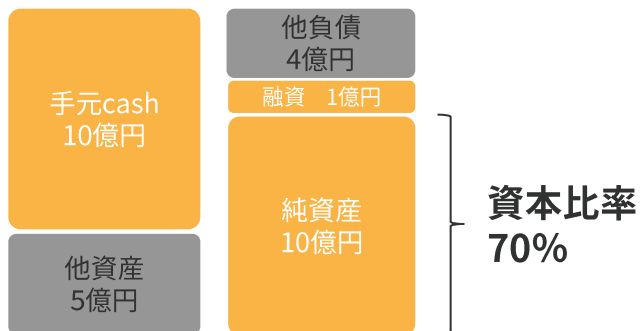
展開の方向性

<p>【既存事業領域】 EC事業の拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・商品製造企業 ・商品設計/PB（プライベートブランド） ・食品EC事業
<p>【新規事業領域】 サプライチェーン 機能拡張</p>	<p>【Stores】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ECサイト運営企業のカテゴリー領域拡充 ・EC戦略/マーケティングコンサルティング ・ブランドソリューション（広告事業） <p>【Hub】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売チャネルの拡充（オンライン・オフライン両軸） <p>【Base】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・倉庫事業/運送事業 ・倉庫管理WMS及びサイト販売システムOMS
<p>新規領域</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・サステナビリティ分野への投資

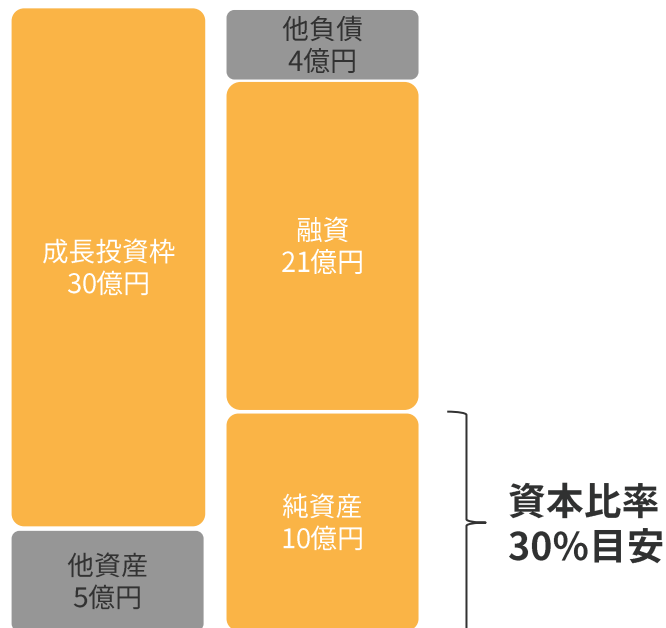
BS及び成長投資資金

融資による調達により積極的に成長投資資金を確保
財務安全性の観点から負債資本比率30%以上を目安とする

2024年6月末 BS



融資調達による
財務レバレッジ調整後イメージ



クラダシの強みを活用した「Dr.つるかめキッチン」の規模拡大によるグループの成長

Kuradashi



- ミッション** ソーシャルグッドカンパニーでありつづける
- ビジョン** 日本で最もフードロスを削減する会社
- ユーザー層** 女性7割 30～50代メイン

親和性

健康で豊かな食生活の提供

40～60代メイン

- 市場** フードロス市場
- 販売モデル** 都度購入（フロー型）
- 強み** EC運営・マーケティングノウハウ
食品製造業とのネットワーク
食品サプライチェーン知見

補完

冷凍宅配弁当市場

定期購入（ストック型）

マーケティングノウハウ
冷凍宅配弁当の開発・製造ノウ
ハウ

インセンティブプランとの連動

<p>目的</p>	<p>次世代経営者向けインセンティブ設計 キャリアコミットメントとインセンティブの一体化パッケージで 当社の非連続な成長と中長期の企業価値・株主価値の向上を目指す経営体制を構築する</p>			
<p>スキーム</p>	<p>概要</p>	<p>関藤[*]を付与者、次世代経営者を予約権者とする譲渡予約権(※)の締結 (※行使条件付きの相対コールオプション契約)</p>		
	<p>対象株式</p>	<p>関藤[*]との相対取引：2,906,000株 (1段階 1,453,000株 + 2段階 1,453,000株) ※発行済株式総数の約27%に相当</p>		
	<p>行使条件</p>	<p>1段階</p>	<p>25/6期 - 27/6期の3か年において、AかつBの達成 A. 上記期間の継続在籍 B. 年度決算にて売上高 50 億円 & EBITDA** 2 億円の達成</p>	
		<p>2段階</p>	<p>25/6期 - 27/6期の3か年において、AかつBの達成 A. 上記期間の継続在籍 B. 年度決算にて売上高 100 億円 & EBITDA** 5 億円の達成</p>	
	<p>希薄化率</p>	<p>0%</p>		
	<p>PL影響</p>	<p>なし</p>		
<p>対象者 (付与比率)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新代表取締役社長CEO 河村 (約8割) ・経営幹部 数名 (約2割) 			

組織体制 カンパニー制

事業成長の加速・新規事業の創出のため
意思決定と業務執行のスピードを上げるべくカンパニー制へ移行

取締役会

監査役会

代表取締役社長 CEO 河村

カンパニー統括兼 CFO 高杉

フードロスインフラビジネス

グリーンビジネス

コーポレート本部

本部長
岡村

フードビジネス
カンパニー

カンパニーCEO
河村

フードロス領域
toCビジネス/toBビジネス/卸事業

ソーシャルグッドマーケット

Kuradashi
Kuradashi Hub

ブランド
ソリューション
カンパニー

カンパニーCEO
徳山

ブランディング/マーケティング
SNSなどの広告受託事業

Kuradashi Stores

ロジスティクス
ソリューション
カンパニー

カンパニーCEO
築地

物流アウトソーシング事業
物流コンサルティング事業

Kuradashi Base

グリーンインフラ
カンパニー

カンパニーCEO
大沢

再生可能エネルギー事業

Kuradashi Green

1. 事業概要

2. 25年6月期 第2四半期 連結業績報告

- ・ハイライト
- ・中期経営計画-成長戦略実行
- ・連結業績報告-詳細
- ・業績予想

3. 中期経営計画

4. サステナビリティ

5. Appendix

Kuradashiによる社会・環境・経済へのポジティブ・インパクト（2024年12月末時点 累計）



フードロス削減量

26,964トン



CO2削減量

71,482トン



経済効果

131億円

サステナビリティ取り組み

クラダシ基金を通じた食の解決への貢献

クラダシチャレンジ ピッチアワードの開催

- 2024年10月21日に、2024年6月から全国10地域で開催した社会貢献型インターンシップの最終合同報告会・ピッチアワードを開催。
- 5グループ21名の学生が、現地での収穫作業体験や地域の方々との対話を通じて考えた課題と解決に向けた提案をコンテスト形式で発表。



「食のサステナビリティ共創・協働」フォーラム2024

- 2024年10月に第3回となる同イベントを開催。
- 「食×サステナビリティ」を切り口に有識者による最新の社会・環境課題、業界をリードする食品企業トップによるサステナビリティ経営戦略について発信。



1. 事業概要

2. 25年6月期 第2四半期 連結業績報告

- ・ハイライト
- ・中期経営計画-成長戦略実行
- ・連結業績報告-詳細
- ・業績予想

3. 中期経営計画

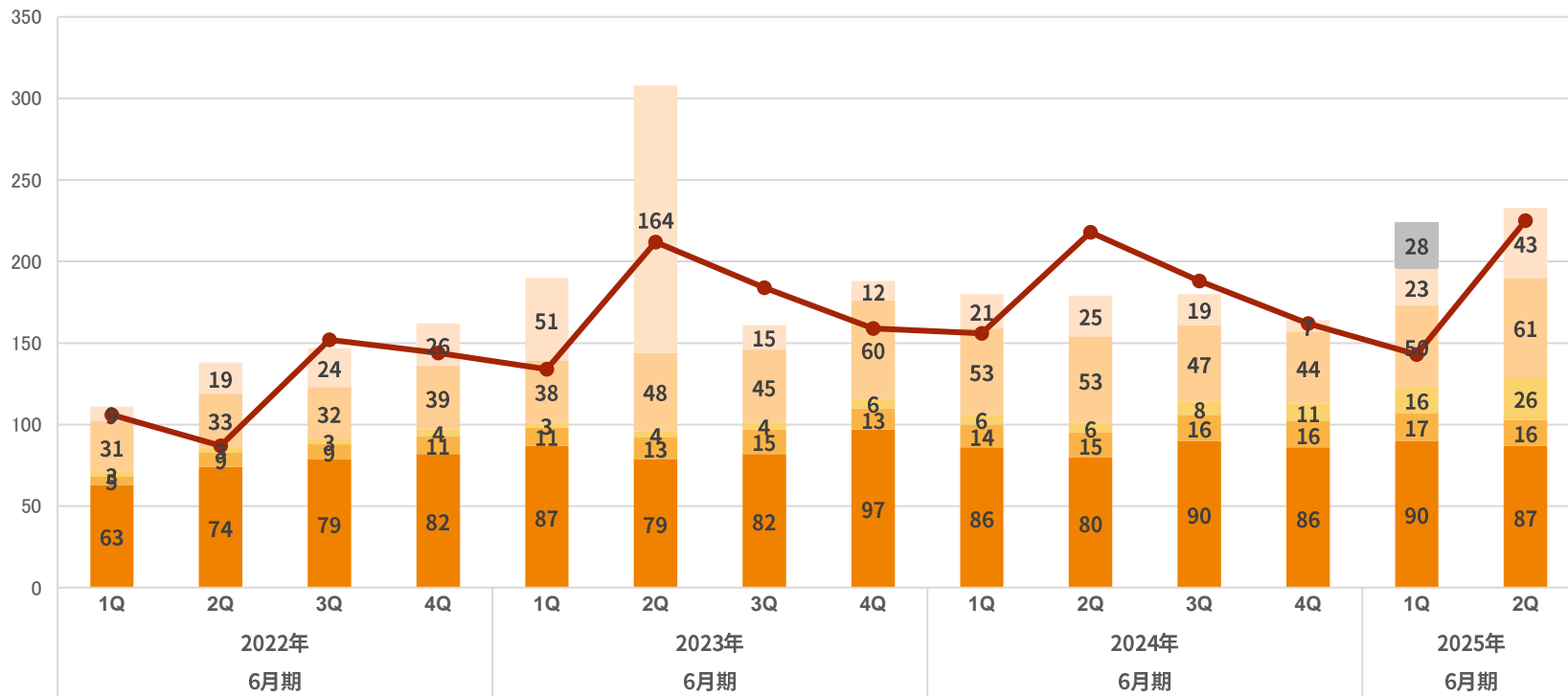
4. サステナビリティ

5. Appendix

固定費の推移と限界利益

(百万円、売上高比率%)

■ 人件費
 ■ システム費
 ■ 償却費等
 ■ その他固定費
 ■ 広告宣伝費
 ■ M&A費用
 ● 限界利益



連結貸借対照表

■ 大幅な変動なし

(百万円)	25年6月期 2Q実績	25年6月期 1Q実績	前Q比	24年6月期 4Q実績	前年度末比
流動資産	1,270	1,318	96.4%	1,279	99.3%
現金及び預金	984	1,033	95.3%	982	100.3%
固定資産	712	721	98.7%	174	407.4%
資産合計	1,983	2,039	97.2%	1,454	136.3%
流動負債	589	786	74.9%	316	186.0%
借入金	209	488	43.0%	36	573.7%
固定負債	432	290	148.7%	94	458.7%
借入金	432	290	148.7%	94	248.5%
負債合計	1,021	1,077	94.8%	411	248.5%
純資産合計	961	962	99.9%	1,043	92.2%
負債純資産合計	1,983	2,039	97.2%	1,454	136.3%
自己資本比率	48.1%	46.9%	+1.3pts	71.5%	▲28.1pts

財務データシート

株式会社クラダシ KURADASHI Co., Ltd (証券コード: 5884)

2025年6月期 決算補足資料 (データシート)

From : To :	2022年6月期				2023年6月期				2024年6月期				2025年6月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
	7/1/2021	10/1/2021	1/1/2022	4/1/2022	7/1/2022	10/1/2022	1/1/2023	4/1/2023	7/1/2023	10/1/2023	1/1/2024	4/1/2024	7/1/2024	10/1/2024

<主要財務指標> (百万円)

売上高	429	473	616	554	642	818	763	685	552	804	770	734	655	899
売上高成長率	296.2%	190.2%	143.7%	125.8%	149.6%	172.9%	123.9%	123.7%	85.9%	98.3%	101.0%	95.3%	118.7%	111.8%
売上総利益	213	223	292	284	272	370	352	303	281	385	350	313	280	395
売上総利益率	49.7%	47.1%	47.4%	51.3%	42.4%	45.2%	46.1%	44.2%	50.9%	47.9%	45.5%	42.7%	42.8%	44.0%
販売費及び一般管理費	219	275	289	303	329	467	331	333	303	345	344	316	361	404
変動費	106	135	140	139	137	157	168	143	124	167	162	151	136	170
販管費	106	87	152	144	134	212	184	159	156	218	188	162	143	225
販管費率	24.8%	18.5%	24.8%	26.1%	20.9%	26.0%	24.1%	23.3%	28.4%	27.1%	24.4%	22.1%	22.0%	25.1%
固定費	112	140	149	163	191	309	163	189	178	178	181	165	225	234
人件費	63	74	79	82	87	79	82	97	86	80	90	86	90	87
売上高人件費率	14.9%	15.7%	12.9%	14.8%	13.5%	9.7%	10.8%	14.2%	15.6%	10.0%	11.7%	11.8%	13.8%	9.7%
広告宣伝費	9	19	24	26	51	164	15	12	21	25	19	7	23	43
EBITDA	-2	-49	6	-14	-53	-92	25	-23	-16	46	15	7	-65	16
営業利益	-6	-52	3	-19	-57	-97	20	-30	-22	39	6	-3	-81	-9
経常利益	-5	-52	4	-21	-56	-91	22	-45	-20	40	6	-3	-81	-9
当期純利益	-3	-31	2	-47	-56	-92	22	-40	-17	31	4	-5	-83	-10

<その他財務指標>

固定費	112	140	149	163	191	309	163	189	178	178	181	165	225	234
人件費	63	74	79	82	87	79	82	97	86	80	90	86	90	87
システム費	5	9	9	11	11	13	15	13	14	15	16	16	17	16
償却費等	3	3	3	4	3	4	4	6	6	6	8	11	16	26
その他固定費	31	33	32	39	38	48	45	42	53	53	47	44	50	61
広告宣伝費	9	19	24	26	51	164	15	12	21	25	19	7	23	43
M&A費用														28

<主要KPI>

月間UU (人) *1	16,434	19,451	20,968	20,719	21,203	27,177	24,622	21,117	19,815	24,923	25,177	21,223	19,950	24,993
ARPPU (円) *2	8,249	7,791	7,747	7,973	7,988	8,258	9,104	9,338	8,378	9,756	9,291	9,989	10,109	11,169
アクティブ企業数 (社) *3	329	323	286	348	361	403	417	435	474	552	573	571	556	624
平均仕入高 (千円) *4	789	809	935	824	1,040	1,373	1,077	731	661	818	818	654	615	770
販管費率 (%) *5	24.8%	18.5%	24.8%	26.1%	20.9%	26.0%	24.1%	23.3%	28.4%	27.1%	24.4%	22.1%	22.0%	25.1%

※2025年6月期1Qより連続ベース

*1 月間UU (Unique Userの購入ID数) の四半期 (3ヶ月) の平均数

*2 Average Revenue per Paid User (月間UU 1人当たり平均購入金額)

*3 四半期会計期間内に取引が済んだパートナー企業

*4 四半期会計期間の仕入高をアクティブ企業数で除して算出

*5 販管費率 (売上高から売上原価及び配送料等の変動費を控除した金額) を売上高で除して算出

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されており、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。また当社は、記載内容に重要な変動がある場合を除き、本資料の記述を修正する予定はありません。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、当社の有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。