



2025年6月期 第3四半期 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3四半期 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
- ・ 株主優待制度の拡充

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3四半期 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
- ・ 株主優待制度の拡充

3. 中期経営計画

4. サステナビリティ

5. Appendix

会社概要

会社名	株式会社クラdash
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 ● 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



クラdash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

売り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 🌈

ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」

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。

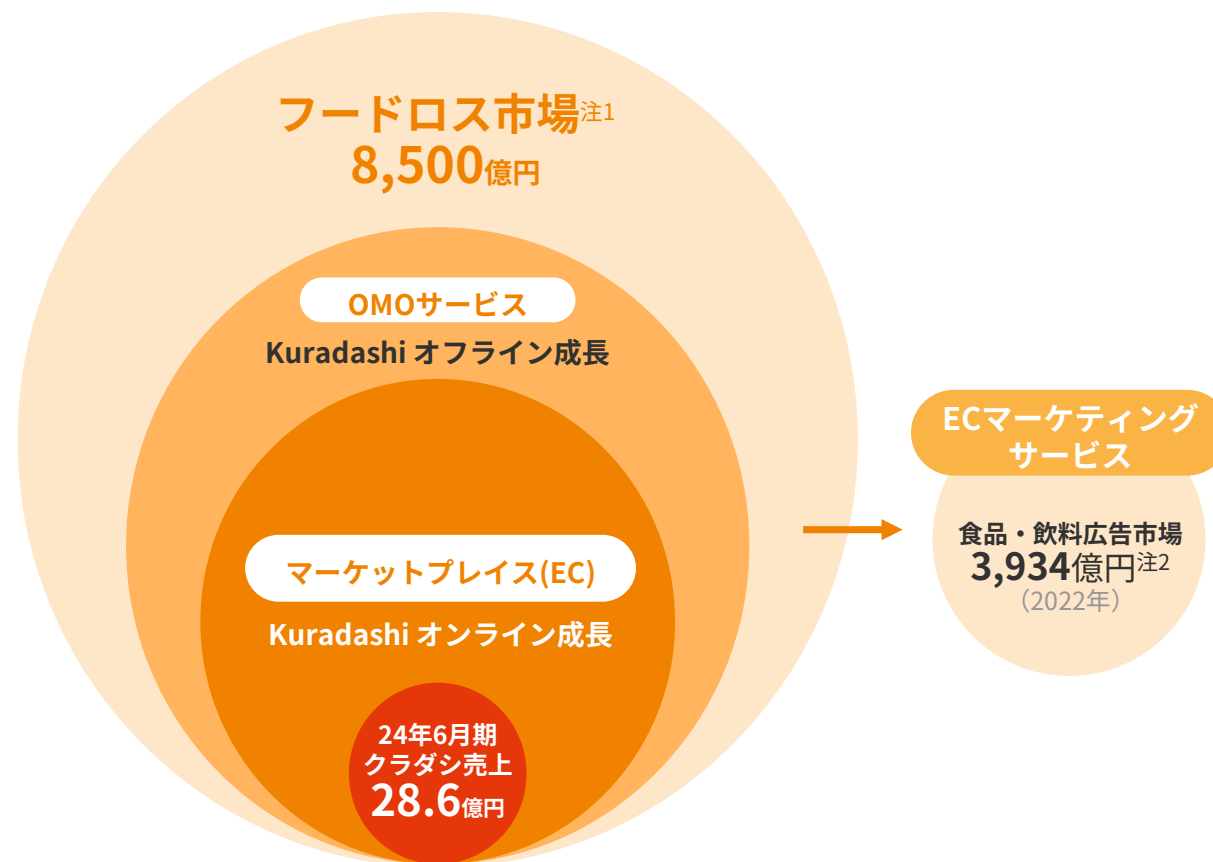
楽しくておトクなお買い物が、社会に良いことにつながる。そんな、全く新しいソーシャルグッドマーケットを創出しています。



Kuradashi

成長機会

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



提供価値と強み

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

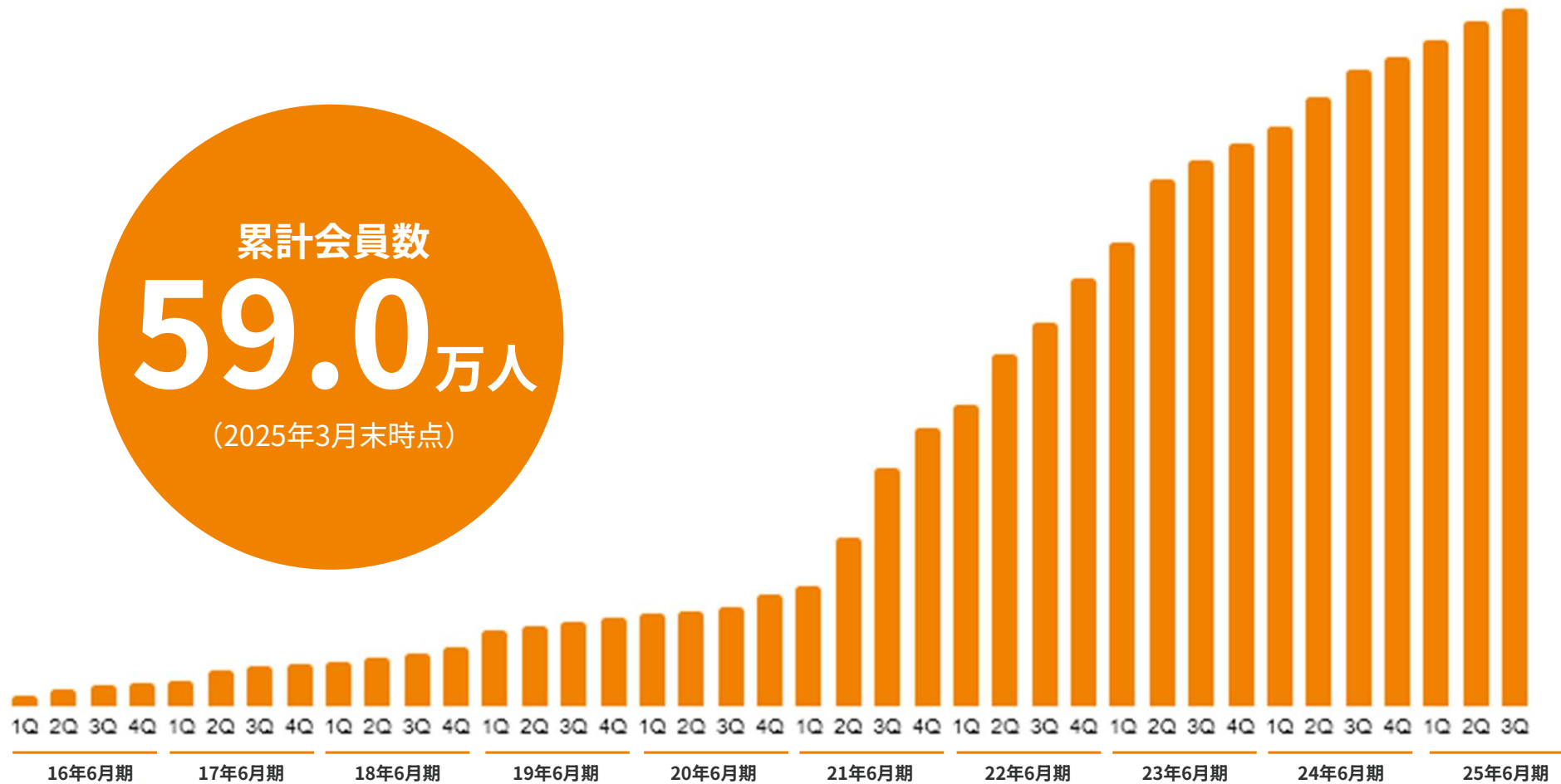
代表的なパートナー企業例：



提供価値と強み

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
59.0万人
(2025年3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

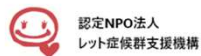
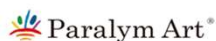
累計支援金額

2025年3月末時点

1.6億円

社会貢献団体への寄付

さまざまな支援先



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3四半期 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
- ・ 株主優待制度の拡充

3. 中期経営計画

4. サステナビリティ

5. Appendix

25年6月期 第3四半期 連結ハイライト

売上高（前年同期比）

7.7 億円
(+0.5%)

売上総利益（前年同期比）

3.5 億円
(+1.5%)

EBITDA（前年同期比）^{注1}

36 百万円
(+21百万円)

当期純利益（前年同期比）

7 百万円
(+3百万円)

25年6月期 第3四半期 連結サマリー

連結決算 ハイライト

売上高は厳しい市場環境下においても成長を確保し、**前年同期比+0.5%**。
在庫コスト・物流コスト圧縮完了、利益改善策の効果により限界利益増加、**営業黒字化を達成。**

売上高 775百万円
(前年同期比+0.5%)

- 主力のEC事業^{注1}は前年同期比+0.7%成長。

限界利益額:223百万円
(前年同期比+18.7%)

限界利益率：28.8%
(前年同期比+4.4pts)

EBITDA:36百万円
(前年同期比+21百万円)

- 稼ぐ力である限界利益^{注2}は**前年同期比+18.7%と大きく成長。**
- 限界利益率は**2Qまでの特殊要因（在庫コストの圧縮）の対応が完了し、物流コストの改善もあり、高水準の28.8%**
- EBITDA^{注3}は上記の影響を主要因として前年同期比+21百万円。

サステナビリティ

- 茨城大学、法政大学との共同研究を実施
ソーシャルグッドな世界の実現を目指し、クラdashi基金を活用した共同研究を大学2校と実施

中期経営計画
成長戦略の実行

- EC事業の拡大
「**提携ECモールへの出品**」・「**eギフトサービス「AnyGift」**」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**

業績予想

- 通期業績予想の修正**
第3四半期までの進捗及び第4四半期の状況を精査した結果、業績予想の修正を決議

株主優待制度

- 株式優待制度の拡充**
投資先としての魅力を高め、より多くの株主様に中長期的に当社株式を保有いただく

中期経営計画 成長戦略の実行

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
提携ECモールへの出品
eギフトサービスリリース

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

ユーザーサイドの拡大施策として、「提携ECモールへの出品」、「eギフトサービス「AnyGift」リリース」を実施

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tock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投資によるユーザビリティ改善

新規会員獲得
コアファン化

1. EC事業の拡大

販売チャネルの多様化・ECサイト機能の強化施策として、
「提携ECモールへの出品」や「eギフトサービス「AnyGift」リリース」

提携ECモールへの出品

- フードロス削減の取り組みを加速すべく、**ファミリーマート**、**ローソン**と協働を開始。
- 同社オンラインサービスでの限定商品の販売やキャンペーンの実施などを通じ、ソーシャルグッドの輪を広げていく取り組みを展開。



eギフトサービス「AnyGift」

- Kuradashiを大切な人へのちょっとした贈り物として気軽に活用いただきたいという思いから、ギフトサービス「AnyGift」を導入。
- サービス開始にあわせて、Kuradashiオリジナルギフト商品の販売開始。



中期経営計画 成長戦略の実行

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
系統用蓄電所を取得

2. 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「栃木小山蓄電所」の機器類の搬入、備え付け及び工事の完了。事業年度内の稼働を目指す。

名称	栃木小山蓄電所
所在地	栃木県小山市
事業用地面積	1,457m ²
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	2025年1月(済)
着工	2025年2月(済)
完成	2025年4月(済)
運転開始（予定）	2025年5月(予定)



25年6月期 第3四半期 連結業績

- 売上高：厳しい市場環境下においても成長を確保し、前年同期比+0.5%。
- 利益：在庫コストの圧縮完了・物流コストの改善による限界利益の良化により、営業黒字達成。

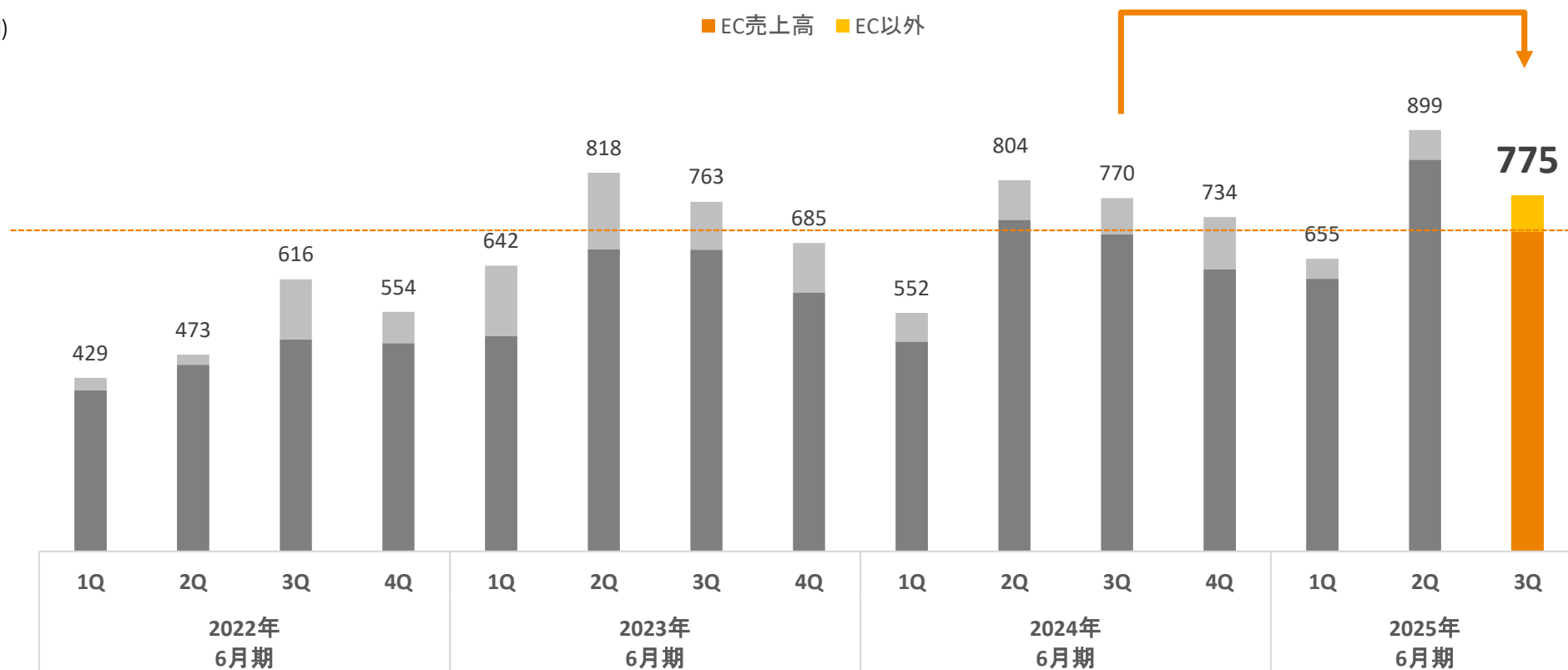
(百万円)	24年6月期 3Q (24年1月-3月)	25年6月期 3Q (25年1月-3月)	前年同期比	24年6月期 3Q累計 (23年7月-24年3月)	25年6月期 3Q累計 (24年7月-25年3月)	前年同期比
売上高	770	775	+0.5%	2,127	2,329	+9.5%
売上総利益	350	355	+1.5%	1,016	1,031	+1.5%
売上総利益率(%)	45.5	45.9	+0.5pts	47.8	44.3	▲3.5pts
限界利益 ^{注1}	188	223	+18.7%	563	592	+5.2%
限界利益率(%)	24.4	28.8	+4.4pts	26.5	25.4	▲1.0pts
EBITDA ^{注2}	15	36	+21百万円	45	▲12	▲58百万円
営業利益	6	10	+5百万円	24	▲79	▲104百万円
経常利益	6	8	+2百万円	26	▲82	▲109百万円
当期純利益	4	7	+3百万円	18	▲85	▲104百万円

売上高の四半期別推移

- 主力であるEC事業は前年同期比+0.7%成長。

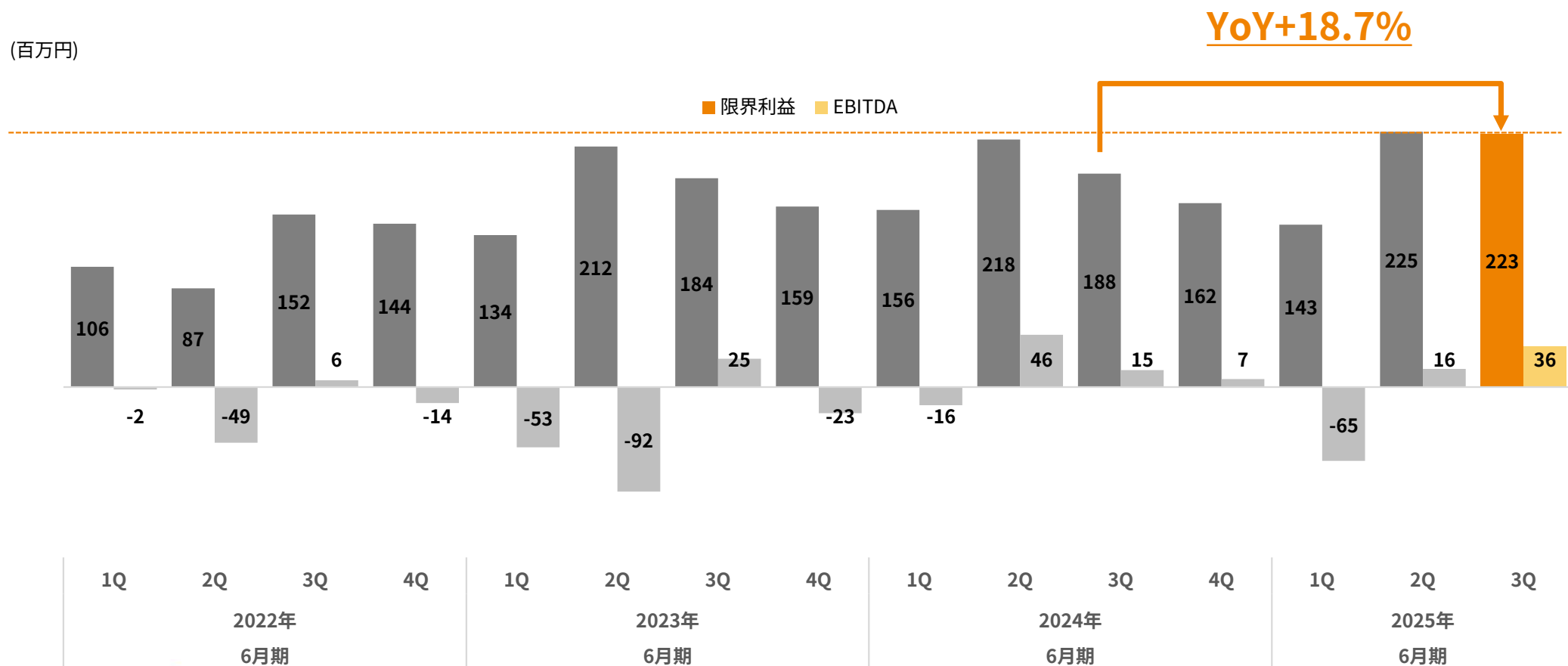
(百万円)

■ EC売上高 ■ EC以外



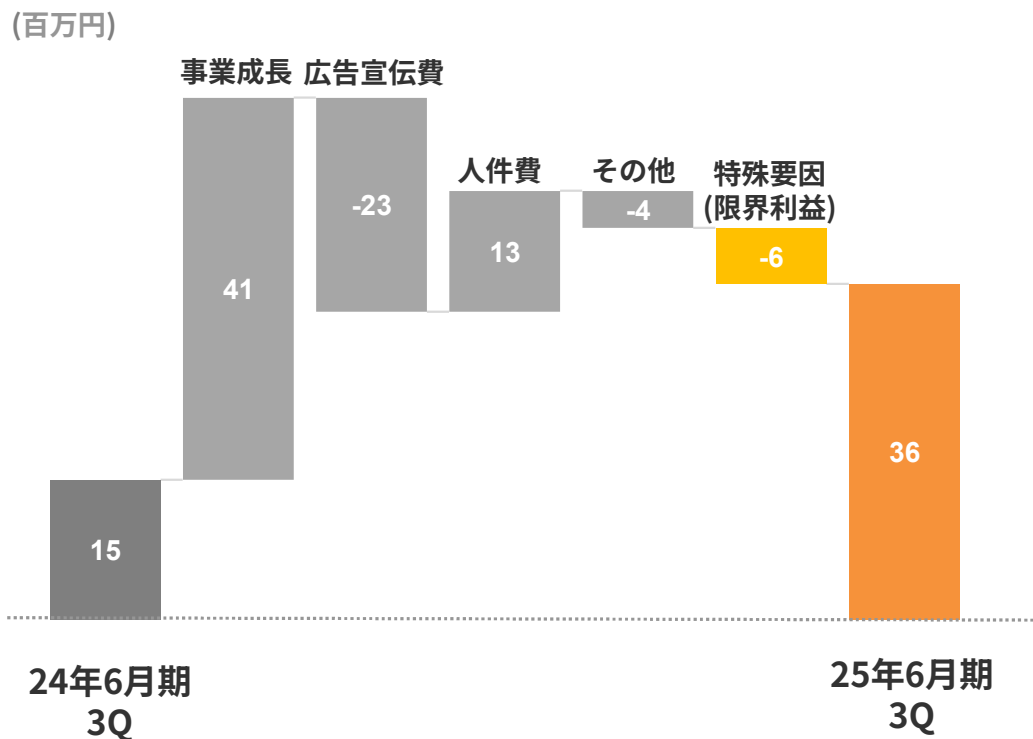
各利益の四半期別推移

- 在庫コストの圧縮完了・物流コストの改善により限界利益は前年同期比+18.7%
- 限界利益の増加に加え、固定費の堅実なコントロールにより営業黒字達成。



25年6月期 第3四半期 EBITDA増減

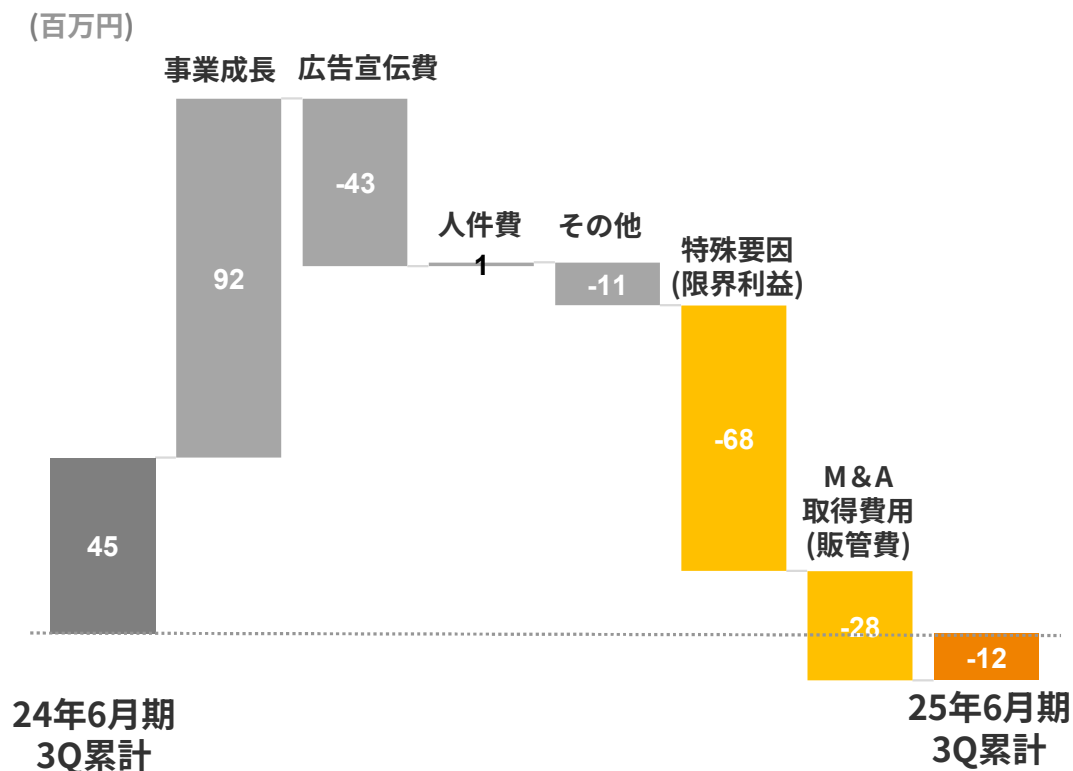
- 限界利益率を主とした事業成長と、人件費抑制による固定費削減によるEBITDA増加
- その他・特殊要因を含め、前年同期比でEBITDAが21百万円増加



- 事業成長 (+41百万円)
売上高影響：+3百万円
利益率影響：+38百万円
- 広告宣伝費 (▲23百万円)
効率を重視しながらも積極的なマーケティング活動により増加
- 人件費 (+13百万円)
人員の最適化により減少
- 特殊要因(限界利益) (▲6百万円)
株主優待：▲6百万円

25年6月期 第3四半期(累計) EBITDA増減

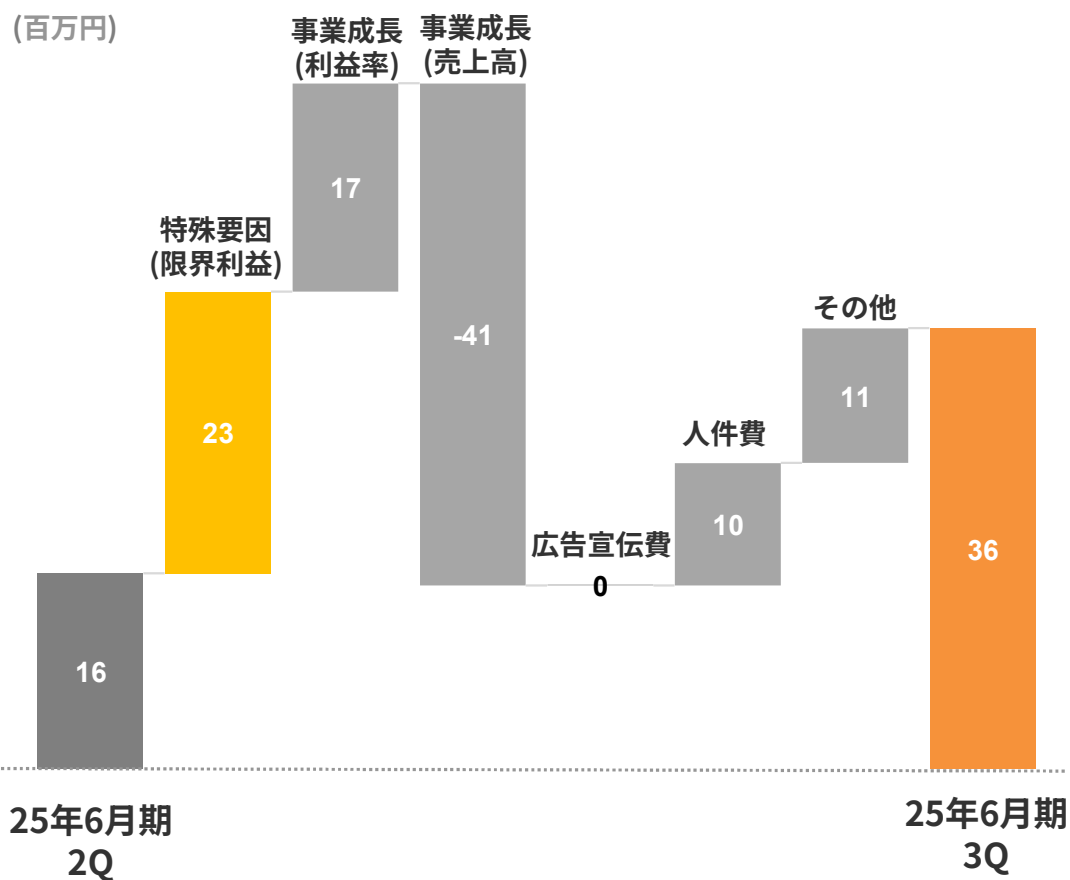
- 実力値としては前年同期比プラス。1Q及び2Qは特殊要因が大きく発生も3Qでの改善あり。



- 事業成長 (+92百万円)
売上高影響：+69百万円
利益率影響：+23百万円
- 広告宣伝費 (▲43百万円)
効率を重視しながらも積極的なマーケティング活動により増加
- 特殊要因(限界利益) (▲68百万円)
在庫クリアランス：▲47百万円
株主優待：▲21百万円
- 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

25年6月期 第3四半期 EBITDA 当2Q増減

- 年末商戦の反動減による物量差はあるも、稼ぐ力である限界利益率が改善
- 加えて、固定費の規律あるコントロールによりコスト構造は改善

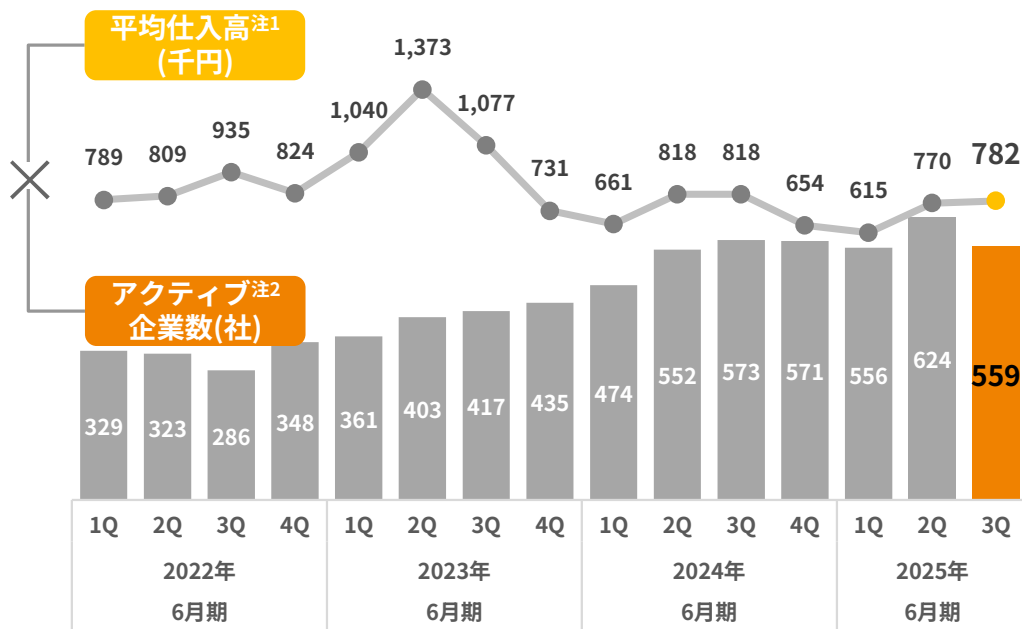


- 特殊要因(限界利益) (+23百万円)
在庫クリアランス：+22百万円
株主優待：+1百万円
- 事業成長 (▲24百万円)
売上高影響：▲41百万円
利益率影響：+17百万円
- 人件費 (+10百万円)
人件費の最適化により減少

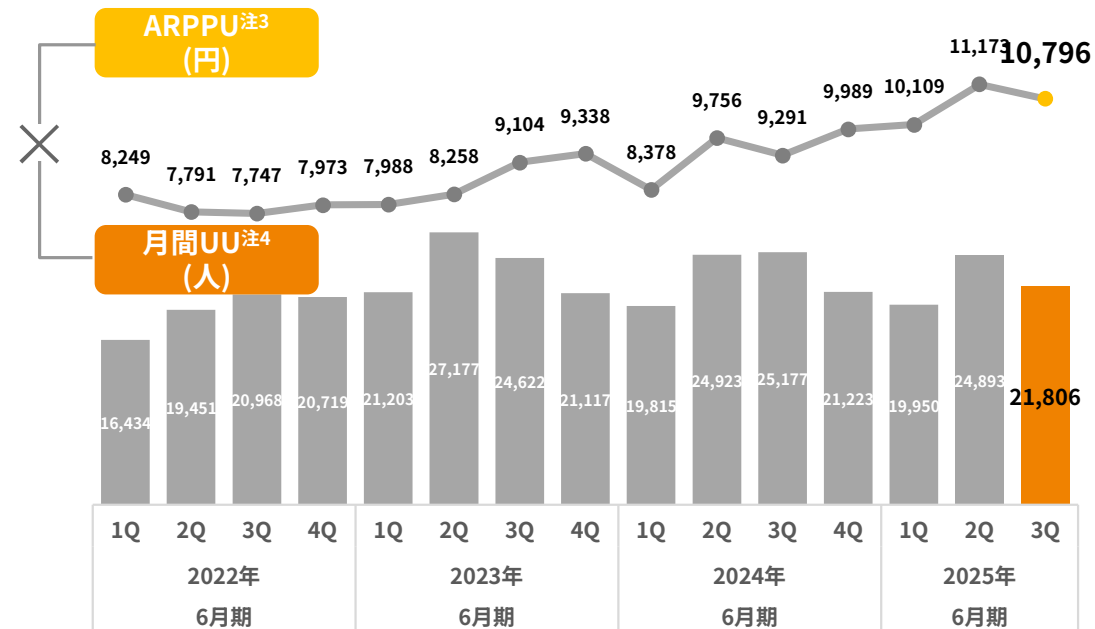
KPI推移（パートナー企業・会員）

- 販売側：「アクティブ企業数」は減少も、年末商戦以降、「平均仕入高」は継続上昇。
- 購入側：「月間UU」は大型ヒット商品出ず減少も、商品単価上昇により「ARPPU」は高水準。

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

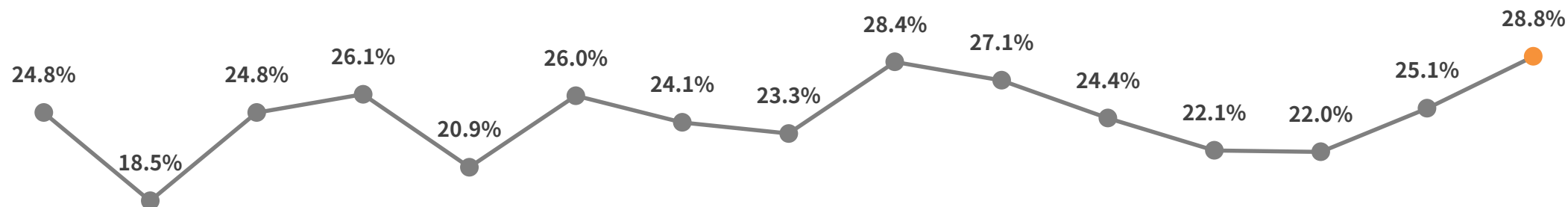
注3：Average Revenue per Paid User(UU一人当たり平均購入金額)

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）

- 在庫コストの圧縮完了・物流コストの改善による限界利益率が大幅に改善



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
2022年				2023年				2024年				2025年		
6月期				6月期				6月期				6月期		

25年6月期 業績予想の修正

- 売上高：食品値上げの悪影響が再来し(Appendix参照)、業績予想を下方修正
- 利益は若干の修正に留まる
 - ①第3四半期からの高い限界利益率が継続
 - ②第4四半期に第1号系統用蓄電所の運転開始及び周辺領域での事業機会が発生
高利益率の蓄電池事業の業績発生を見込む。

(百万円)	25年6月期			24年6月期 ^{注2}	
	修正後	修正前 ^{注3}	増減率	通期	増減率
売上高	3,200	3,900	▲17.9%	2,862	+11.8%
営業利益	23	31	▲25.8%	21	+9.5%
EBITDA ^{注1}	118	123	▲4.1%	53	+122.6%
経常利益	16	24	▲33.3%	23	▲30.4%
当期純利益	14	22	▲36.4%	12	+16.7%

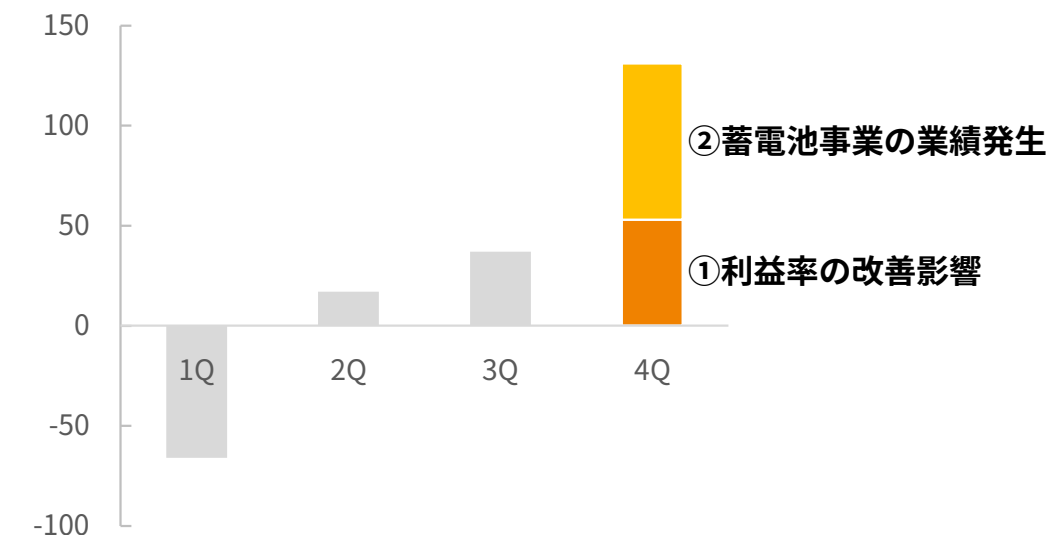
注1：EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+敷金償却費

注2：24年6月期は個別財務諸表

注3：2024年8月8日発表

EBITDAの発生イメージ

(百万円)



株主優待制度の拡充

- 株主の皆さまの日頃のご支援に感謝するとともに、株主優待制度を通じて当社サービスのご理解をより一層深めていただき、当社のファンになっていただくことを目的として株主優待を実施。
- 投資先としての魅力を高め、より多くの株主様に中長期的に当社株式を保有いただくため、**株主優待制度の拡充**を実施。
- 株主優待は、2025年6月末時点の当社株主名簿に記載又は記録された株主様に対して、2025年9月中旬ごろを目途に送付。

保有株式数	前回	今回 ^{注1}	額面金額（前回比）
1単元 （100株）	『Kuradashi Gift』 2,000円分 （1,000円チケット×2枚）	『Kuradashi クーポン』 4,000円分 （2,000円チケット×2枚）	額面金額2倍
2単元 （200株）	『Kuradashi Gift』 4,000円分 （1,000円チケット×4枚）	『Kuradashi クーポン』 8,000円分 （2,000円チケット×4枚）	額面金額2倍
3単元以上 （300株以上）		『Kuradashi クーポン』 12,000円分 （2,000円チケット×6枚）	新設

1. 事業概要

2. 25年6月期 第3四半期 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
- ・ 株主優待制度の拡充

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

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

プレIPO：高成長期

ポストIPO：停滞

新中計：再成長期

3年平均成長率
+72%

3年平均成長率
+50%

27年6月期 売上高

100 億円

1

EC事業の拡大

2

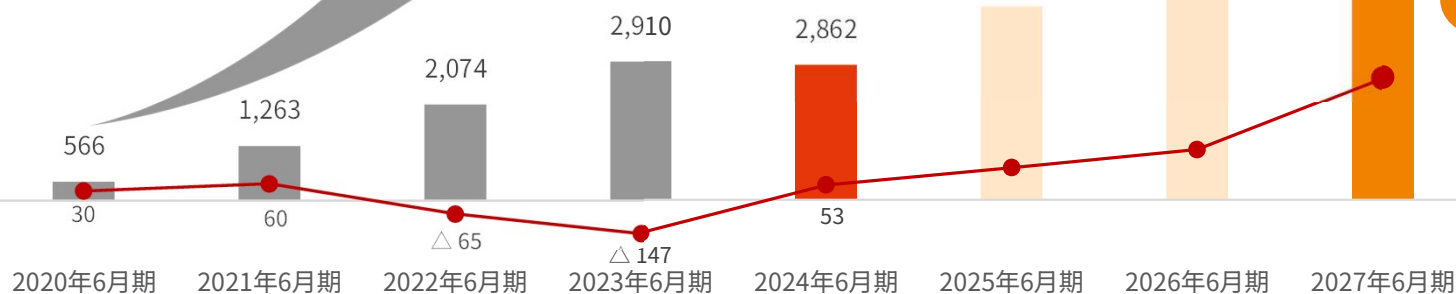
サプライチェーンにおける機能拡張

3

新規事業(M&A含)による非連続成長

27年6月期 EBITDA

5 億円



中期経営計画における成長戦略

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



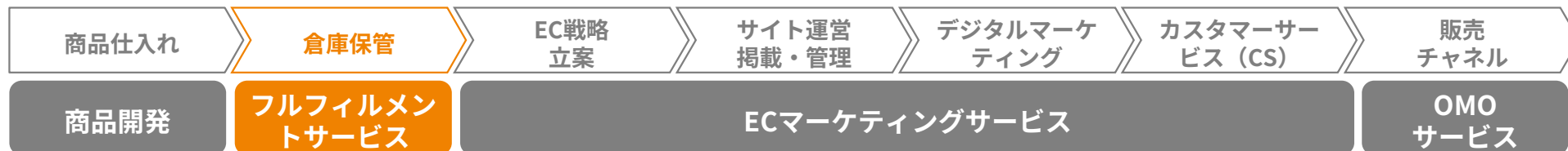
OGAWA



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

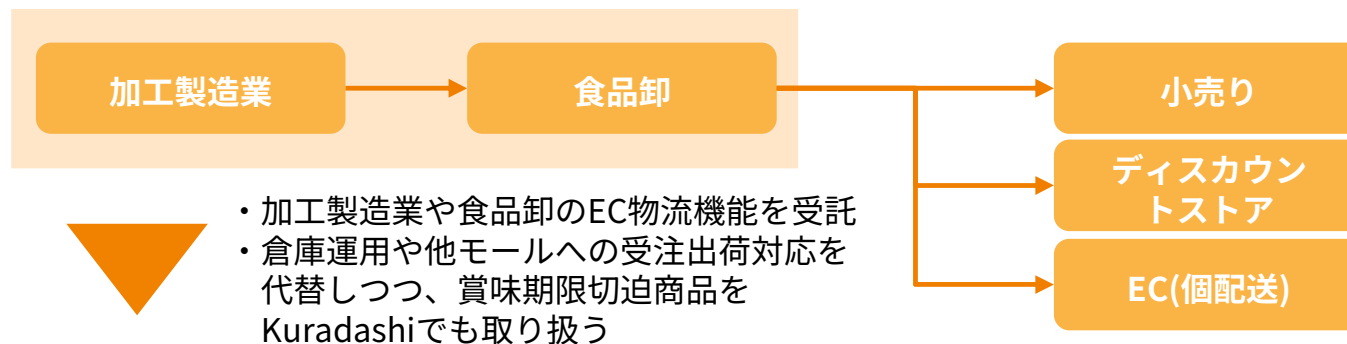


**Kuradashi
Base**



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

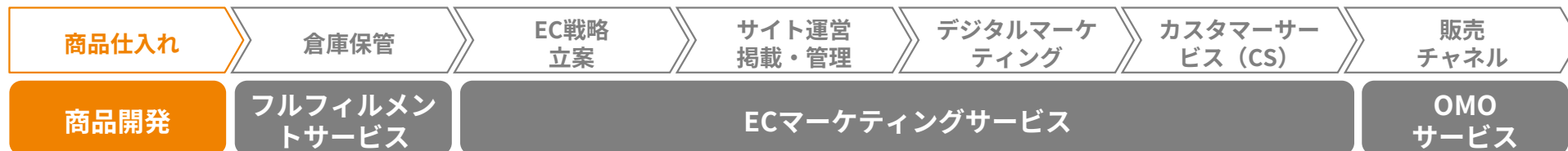


1.5次流通



Kuradashi

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



Kuradashi

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

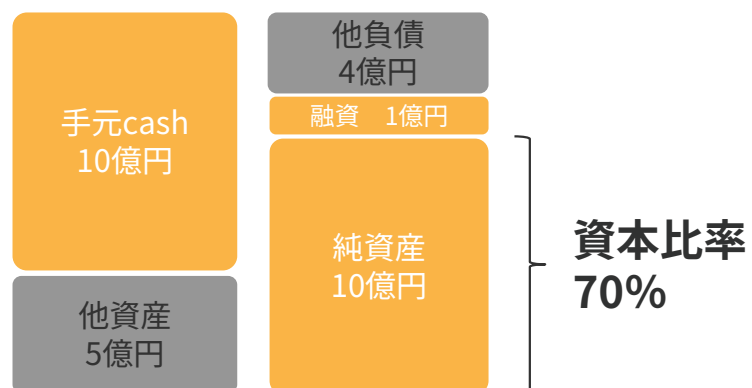
展開の方向性

【既存事業領域】 EC事業の拡大	・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
【新規事業領域】 サプライチェーン 機能拡張	【Stores】 ・ECサイト運営企業のカテゴリ領域拡充 ・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） 【Hub】 ・販売チャネルの拡充（オンライン・オフライン両軸） 【Base】 ・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
新規領域	・サステナビリティ分野への投資

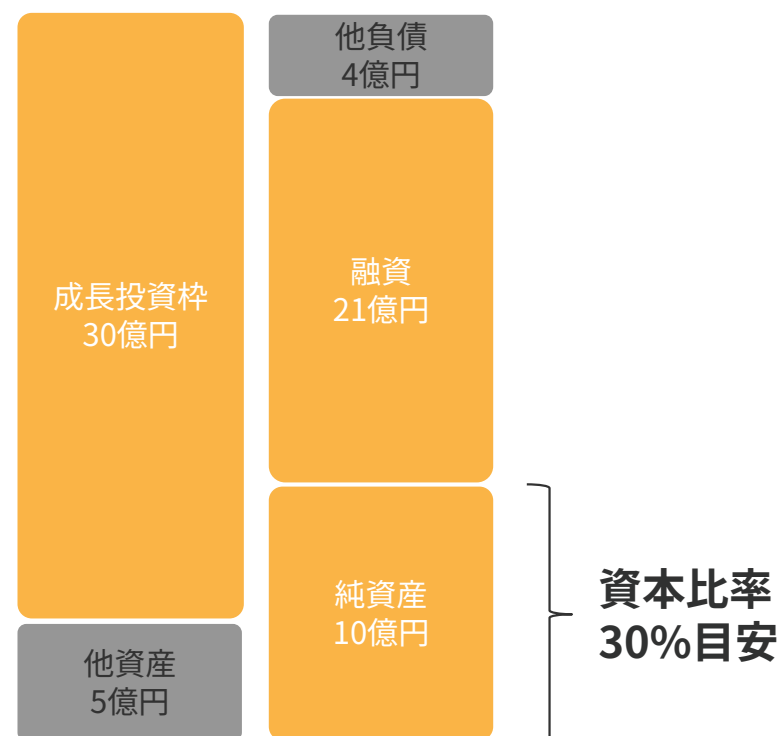
BS及び成長投資資金

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



M&Aの実績：Dr.つるかめキッチン

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

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

親和性

健康で豊かな食生活の提供

40～60代メイン

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

Kuradashi

インセンティブプランとの連動

目的	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		
スキーム	概要	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)	
	対象株式	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	
	行使条件	1段階	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
		2段階	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
	希薄化率	0%	
	PL影響	なし	
対象者 (付与比率)	・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3四半期 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
- ・ 株主優待制度の拡充

3. 中期経営計画

4. サステナビリティ

5. Appendix

サステナビリティ・インパクト

Kuradashiによる社会・環境・経済へのポジティブ・インパクト（2025年3月末時点 累計）



フードロス削減量
28,365トン



CO2削減量
75,195トン



経済効果
138億円

サステナビリティ取り組み

クラdash基金を通じたソーシャルインパクトの創出・食の解決への貢献

大学との共同研究の最終報告会

- 茨城大学・法政大学との共同研究の最終報告会を開催
- 各大学の学生より研究発表を実施。行政・省庁関係者との活発な意見交換により社会課題への取り組みの推進や学生との交流を通じた未来のソーシャルアントレプレナー育成に貢献。



Kuradashi

食のサステナビリティ研究会

- さまざまな食の社会・環境課題や取り組みについて学び、行動変容につなげる機会を継続的に創出
- 2025年2月に開催した第6回研究会のテーマは「食の物流課題とサステナビリティ」を切り口に有識者による最新の社会・環境課題の事例の共有や交流会を実施。



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
- ・ 株主優待制度の拡充

3. 中期経営計画

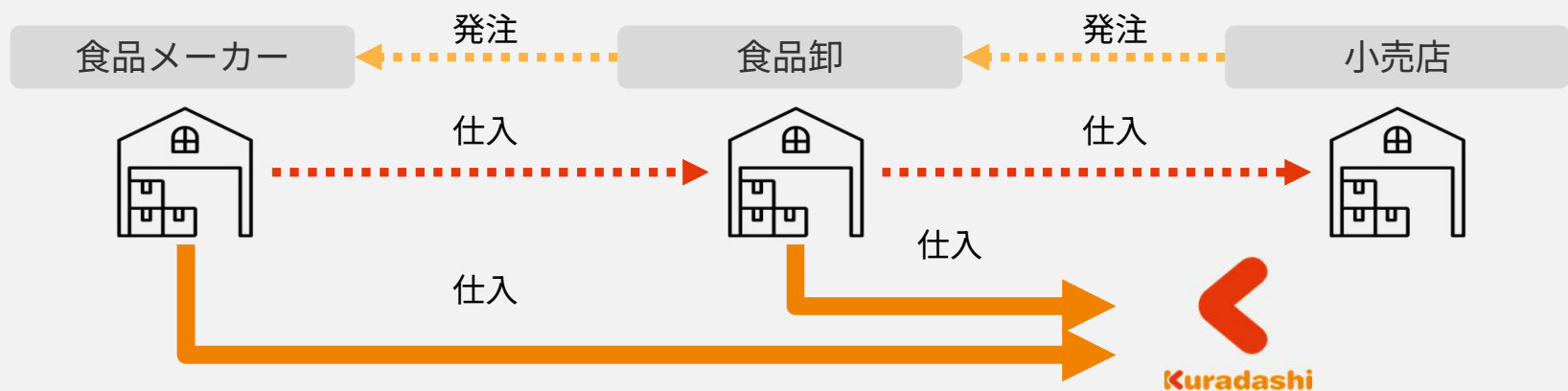
4. サステナビリティ

5. Appendix

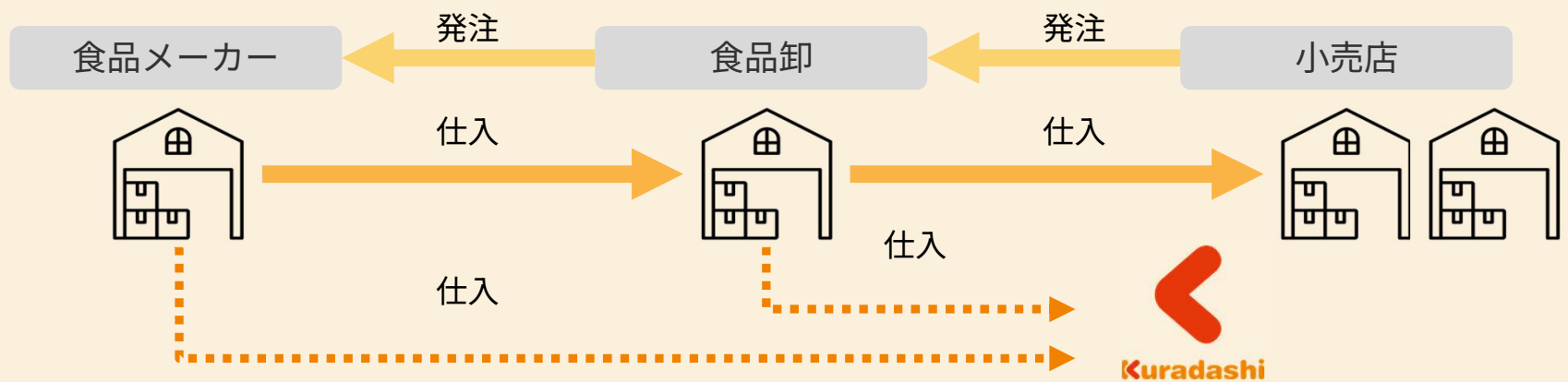
食品値上げによる影響

- 値上げ前に小売側が在庫確保をするため、メーカー・卸の在庫処分が進む
- そのため1次流通の回転が上がり、1.5次流通（当社）への流通案内が減少する

通常時



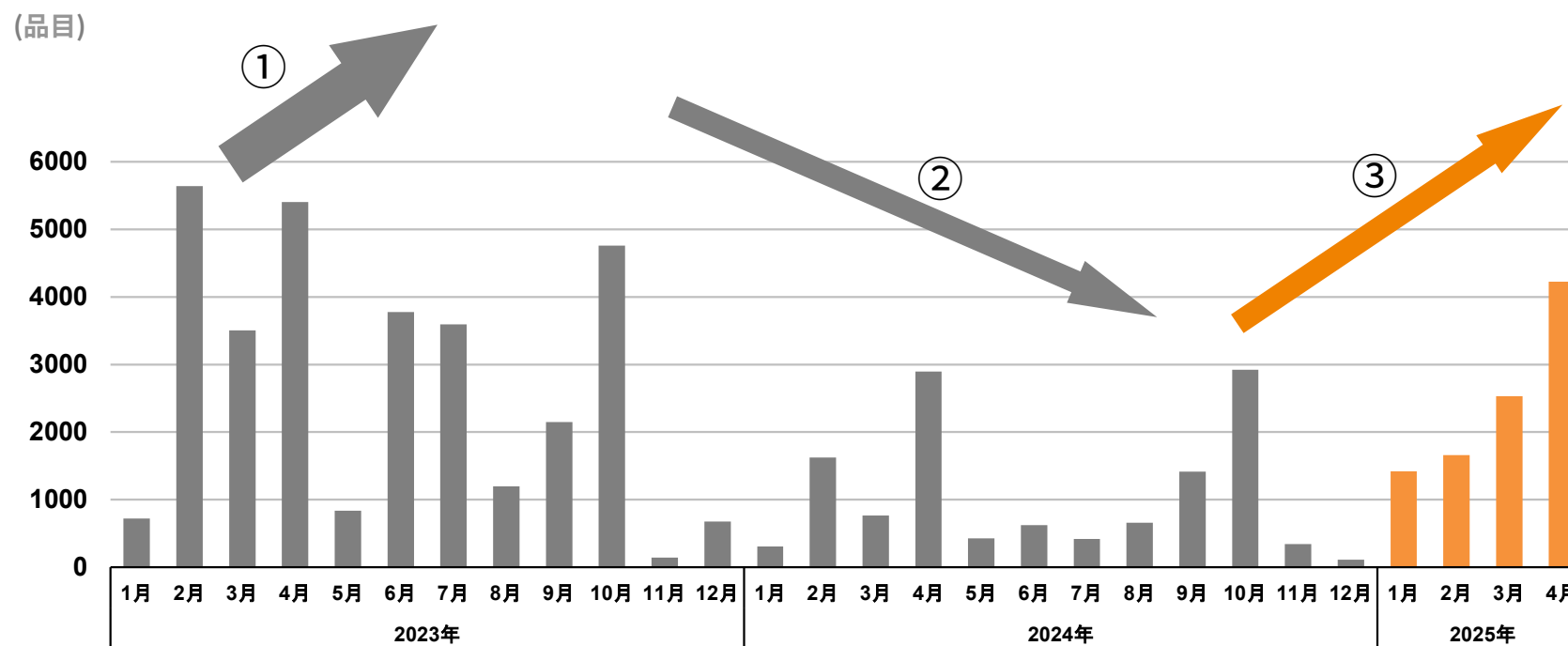
値上げ前



食品値上げの推移

- 2022～2023年の歴史的な食品値上げ(①)から、2024年は食品値上げの抑制傾向が伺えた(②)ものの、2024年の後半から、再び食品値上げのペースが加速(③)しており、2025年は2024年の水準を上回るペースで食品値上げが発生
- 2025年も食品価格の上昇傾向は続く可能性が高く、引き続き注視が必要

月別の値上げ品目数推移^{注1}



注1：帝国データバンク「食品主要195社」価格改定動向調査より

系統用蓄電池事業

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）

系統用蓄電池事業

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

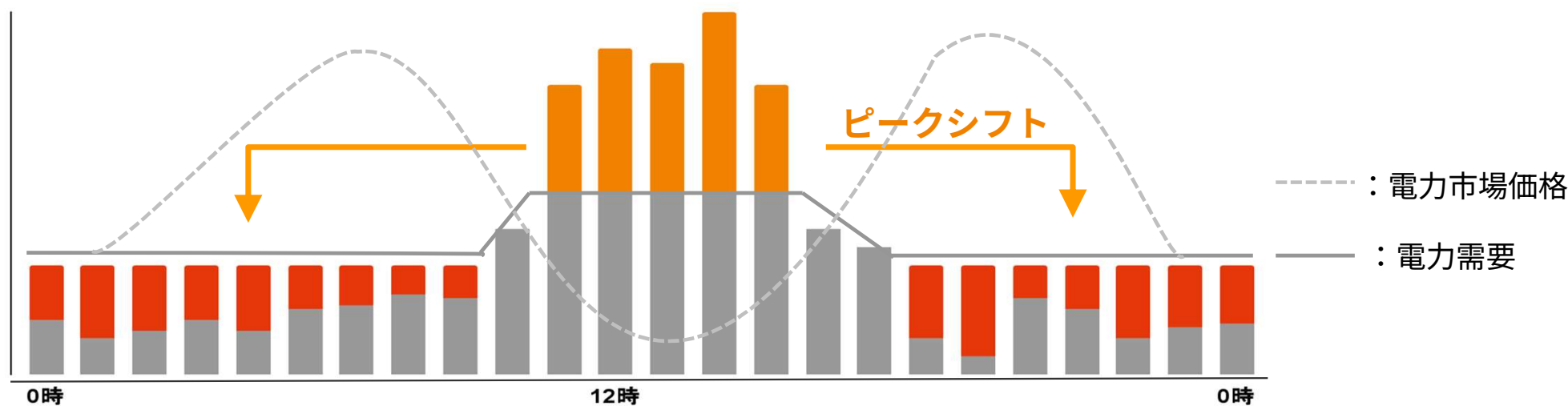
系統用蓄電池を利用した市場での電力売買取引を通じ、

- ・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

ロスになりうる電力

*イメージ図



蓄電池

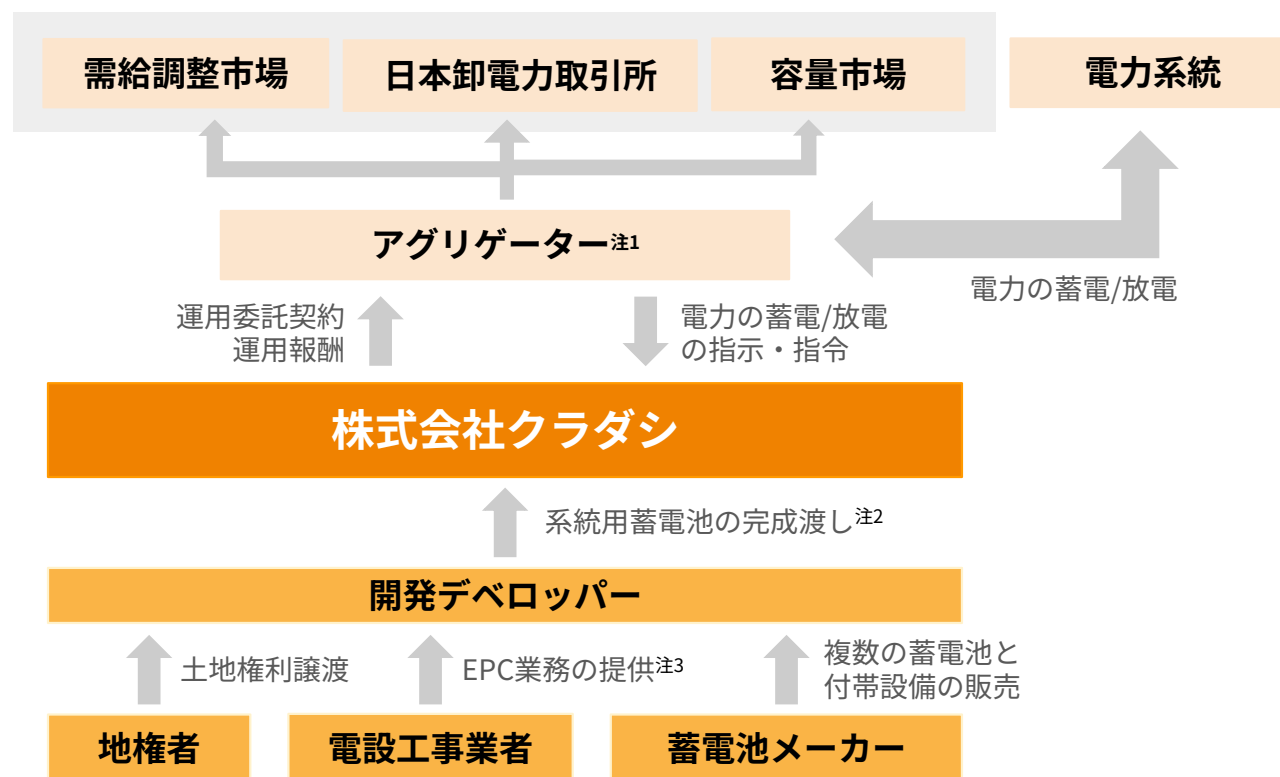
放電(売電)

充電(買電)

放電(売電)

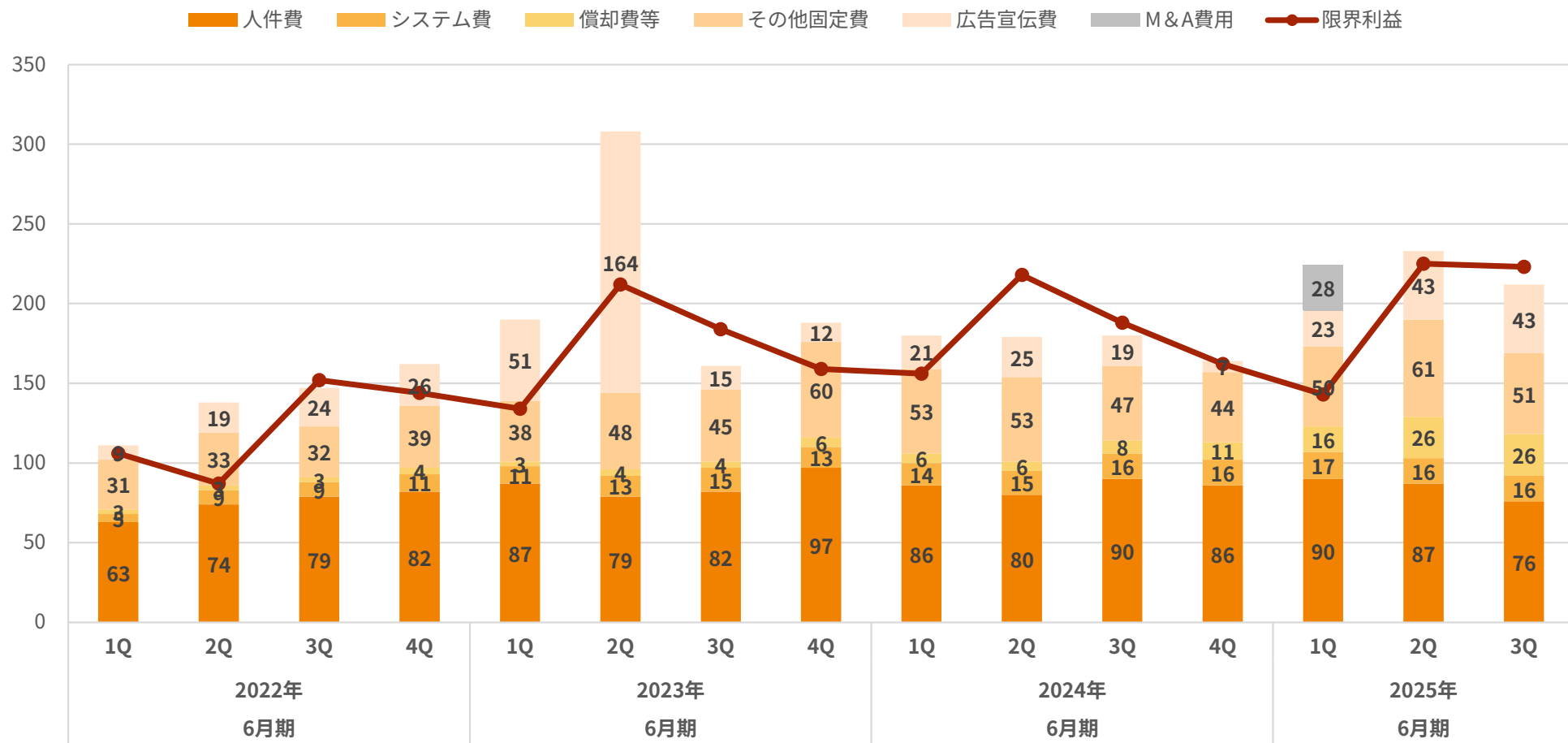
系統用蓄電池事業

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



固定費の推移と限界利益

(百万円、売上高比率%)



連結貸借対照表

- 系統用蓄電所の取得により固定資産が増加
- 短期ブリッジローンにより流動比率低下も、長期に借り換える前提のため問題なし

(百万円)	25年6月期 3Q実績	25年6月期 2Q実績	前Q比	24年6月期 4Q実績	前年度末比
流動資産	932	1,270	73.4%	1,279	72.9%
現金及び預金	672	984	68.3%	982	68.5%
固定資産	1,491	712	209.4%	174	853.1%
資産合計	2,423	1,983	122.2%	1,454	166.6%
流動負債	1,054	589	179.0%	316	332.9%
借入金	730	209	348.3%	36	1998.1%
固定負債	398	432	92.2%	94	423.0%
借入金	398	432	92.2%	94	423.0%
負債合計	1,453	1,021	142.3%	411	353.6%
純資産合計	970	961	100.9%	1,043	93.0%
負債純資産合計	2,423	1,983	122.2%	1,454	166.6%
自己資本比率	39.7%	48.1%	▲8.5pts	71.5%	▲31.8pts

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)

	2022年6月期				2023年6月期				2024年6月期				2025年6月期		
	1Q 7/1/2021 To : 9/30/2021	2Q 10/1/2021 12/31/2021	3Q 1/1/2022 3/31/2022	4Q 4/1/2022 6/30/2022	1Q 7/1/2022 9/30/2022	2Q 10/1/2022 12/31/2022	3Q 1/1/2023 3/31/2023	4Q 4/1/2023 6/30/2023	1Q 7/1/2023 9/30/2023	2Q 10/1/2023 12/31/2023	3Q 1/1/2024 3/31/2024	4Q 4/1/2024 6/30/2024	1Q 7/1/2024 9/30/2024	2Q 10/1/2024 12/31/2024	3Q 1/1/2025 3/31/2025
<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	775
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%	100.5%
売上総利益	213	223	292	284	272	370	352	303	281	385	350	313	280	395	355
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%	45.9%
販売費及び一般管理費	219	275	289	303	329	467	331	333	303	345	344	316	361	404	345
変動費	106	135	140	139	137	157	168	143	124	167	162	151	136	170	132
限界利益	106	87	152	144	134	212	184	159	156	218	188	162	143	225	223
限界利益率	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%	28.8%
固定費	112	140	149	163	191	309	163	189	178	178	181	165	225	234	212
人件費	63	74	79	82	87	79	82	97	86	80	90	86	90	87	76
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%	9.9%
広告宣伝費	9	19	24	26	51	164	15	12	21	25	19	7	23	43	43
EBITDA	-2	-49	6	-14	-53	-92	25	-23	-16	46	15	7	-65	16	36
営業利益	-6	-52	3	-19	-57	-97	20	-30	-22	39	6	-3	-81	-9	10
経常利益	-5	-52	4	-21	-56	-91	22	-45	-20	40	6	-3	-81	-9	8
当期純利益	-3	-31	2	-47	-56	-92	22	-40	-17	31	4	-5	-83	-10	7
<その他財務指標>															
固定費	112	140	149	163	191	309	163	189	178	178	181	165	225	234	212
人件費	63	74	79	82	87	79	82	97	86	80	90	86	90	87	76
システム費	5	9	9	11	11	13	15	13	14	15	16	16	17	16	16
償却費等	3	3	3	4	3	4	4	6	6	6	8	11	16	26	26
その他固定費	31	33	32	39	38	48	45	42	53	53	47	44	50	61	51
広告宣伝費	9	19	24	26	51	164	15	12	21	25	19	7	23	43	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	24,893	21,806
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	11,173	10,796
アクティブ企業数 (社) *3	329	323	286	348	361	403	417	435	474	552	573	571	556	624	559
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	782
限界利益率 (%) *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%	28.8%

*2025年6月期1Qより連結ベース

*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発生したパートナー企業

*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 限界利益 (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

ディスクレームー

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。