



2025年6月期 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4四半期 連結業績報告
3. 25年6月期 通期 連結業績報告
4. 中期経営計画
5. サステナビリティ
6. Appendix

1. 事業概要
2. 25年6月期 第4四半期 連結業績報告
3. 25年6月期 通期 連結業績報告
4. 中期経営計画
5. サステナビリティ
6. 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

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。
フードロス削減に特化した食品プラットフォームの運営を中心に、
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。

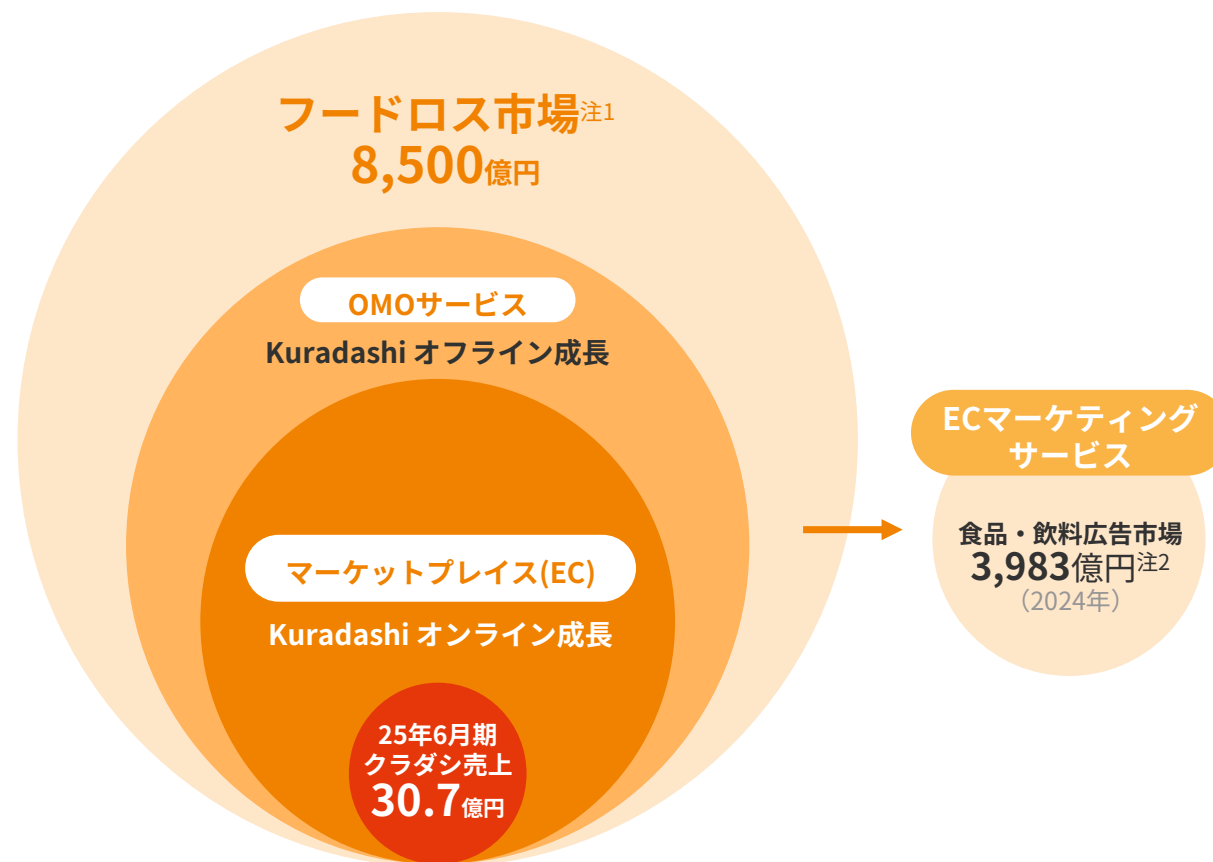
楽しくておトクなお買い物が、社会に良いことにつながる。そんな、全く新しいソーシャルグッドマーケットを創出しています。



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

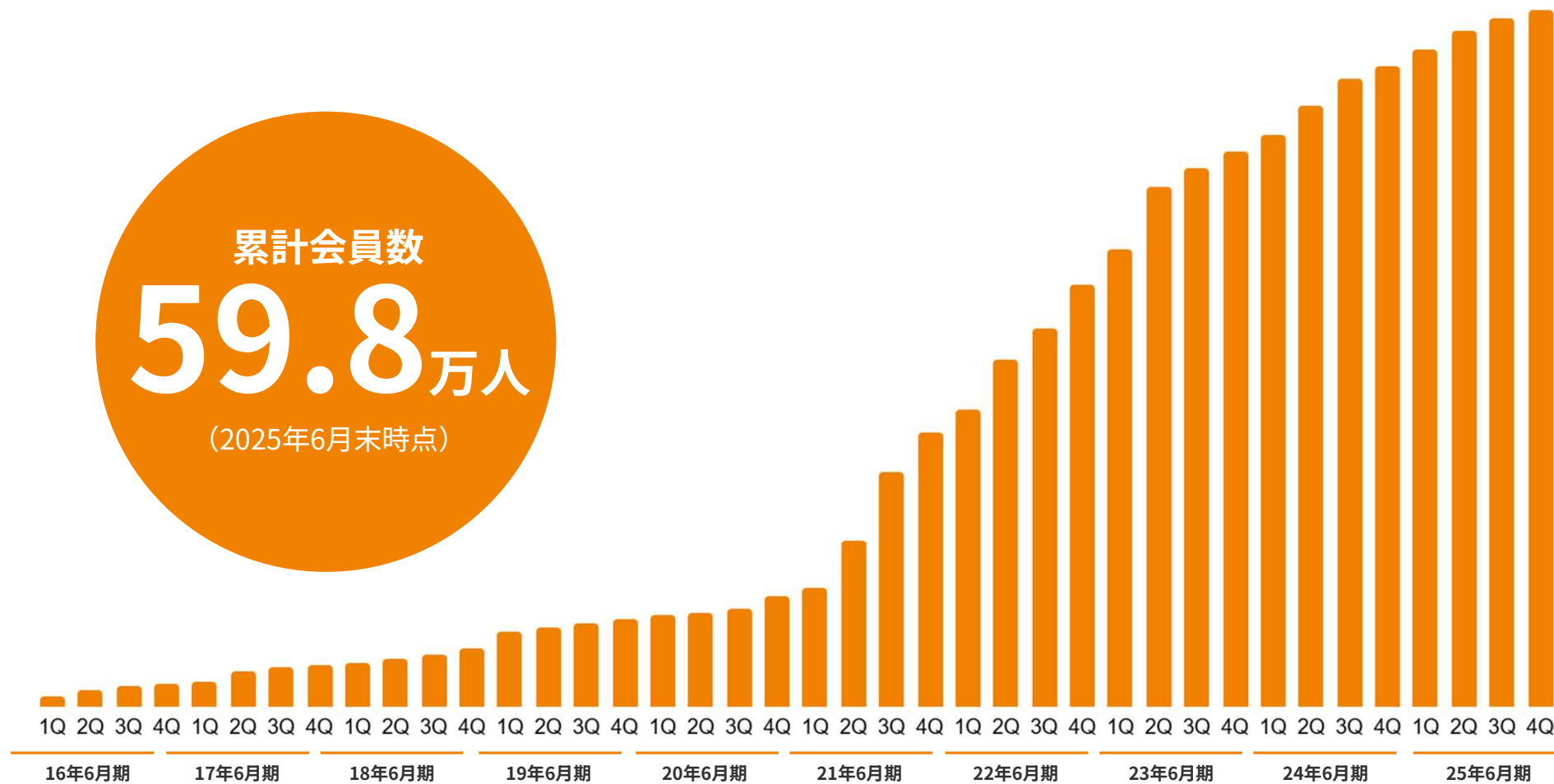
代表的なパートナー企業例：



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
59.8万人
(2025年6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

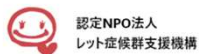
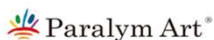
累計支援金額

2025年6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4四半期 連結業績報告

- ・ハイライト
- ・中期経営計画-成長戦略実行

3. 25年6月期 通期 連結業績報告

4. 中期経営計画

5. サステナビリティ

6. Appendix

売上高（前年同期比）

7.4億円
(+1.6%)

売上総利益（前年同期比）

3.7億円
(+20.5%)

EBITDA（前年同期比）注1

36百万円
(+29百万円)

当期純利益（前年同期比）

54百万円
(+60百万円)

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+1.6%**。
M & A取得関連費用35百万円計上による押し下げ影響あるも、利益改善策により**営業黒字を達成**。

売上高 746百万円
(前年同期比+1.6%)

- 主力のEC事業^{注1}は前年同期比**+2.4%成長**。

限界利益額:244百万円
(前年同期比+50.5%)

- 稼ぐ力である限界利益^{注2}は**前年同期比+50.5%**。高利益率である系統用蓄電池周辺事業の獲得を含め、継続成長。

限界利益率: 32.8%
(前年同期比+10.7pts)

- 限界利益率は徹底した商品設計・物流コスト管理により、**高水準の32.8%**。

EBITDA:36百万円
(前年同期比+29百万円)

- EBITDA^{注3}はM & A取得関連費用35百万円計上による押し下げ影響があるも、上記の影響を主要因として**前年同期比+29百万円**。

ビジネス
ハイライト

中期経営計画
成長戦略の実行

- **株式会社L'ATELIER de SHIORIの取得**
上場後2件目のM & Aを実行。生活者の行動変容を促し、フードロス削減への「共感」を高めることで更なる事業成長の加速を狙う
- **系統用蓄電池の進捗状況の更新**
系統接続が完了し、市場取引開始予定時期を発表

サステナビリティ

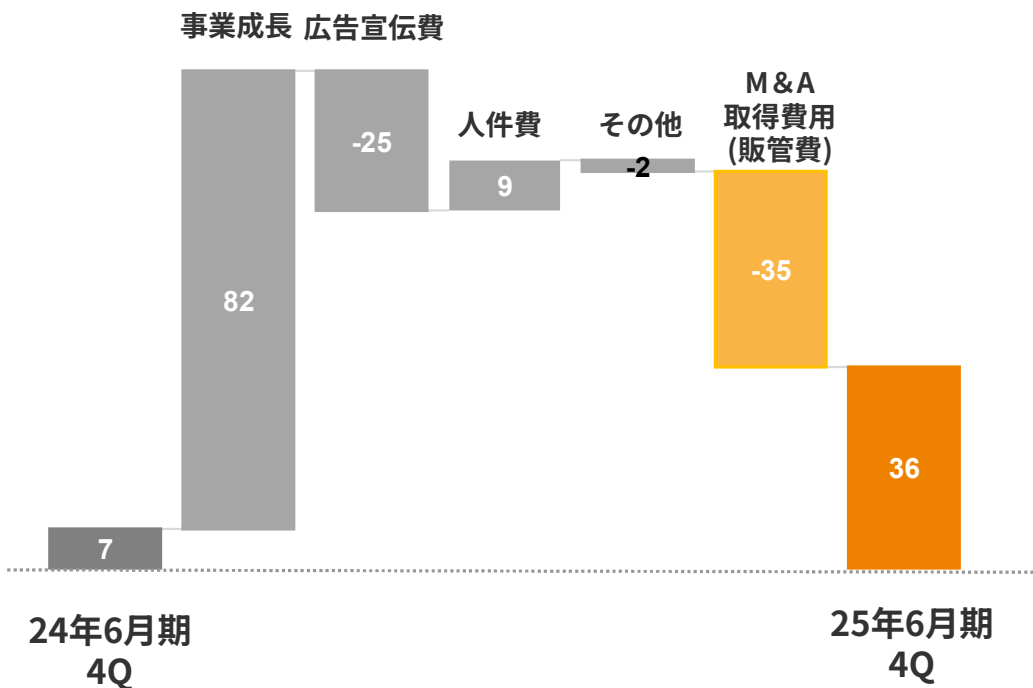
- 「TGC teen ICHINOSEKI FES2025」に初出店
フードロス削減と地方創生を目指した取り組みを実施

25年6月期 第4四半期 EBITDA増減

4Q

- 限界利益率の良化による事業成長と人件費抑制（固定費削減）により EBITDAが**前年同期比+29百万円**
- M & A取得関連費用35百万円計上による特殊要因を除くと**実力値EBITDAは71百万円**

(百万円)



- 事業成長（+82百万円）
売上高影響：+3百万円
利益率影響：+78百万円
- 広告宣伝費（▲25百万円）
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（+9百万円）
人員の最適化により減少
- M&A取得費用(販管費)（▲35百万円）
M&A専門家報酬等の一時的費用

25年6月期 第4四半期 連結業績

4Q

- 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+1.6%。
- 利益：M & A取得関連費用35百万円計上による押し下げ影響あるも、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**。
- L'ATELIER de SHIORIの取得に伴う負ののれんの計上、法人税等調整額の計上により、**当期純利益は黒字着地**。

(百万円)	24年6月期 4Q (24年4月-6月)	25年6月期 4Q (25年4月-6月)	前年同期比
売上高	734	746	+1.6%
売上総利益	313	378	+20.5%
売上総利益率(%)	42.7	50.7	+8.0pts
限界利益 ^{注1}	162	244	+50.5%
限界利益率(%)	22.1	32.8	+10.7pts
EBITDA ^{注2}	7	36	+29百万円
営業利益	▲3	15	+19百万円
経常利益	▲3	11	+15百万円
当期純利益	▲5	54	+60百万円

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

株式会社L'ATELIER de SHIORIの取得

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

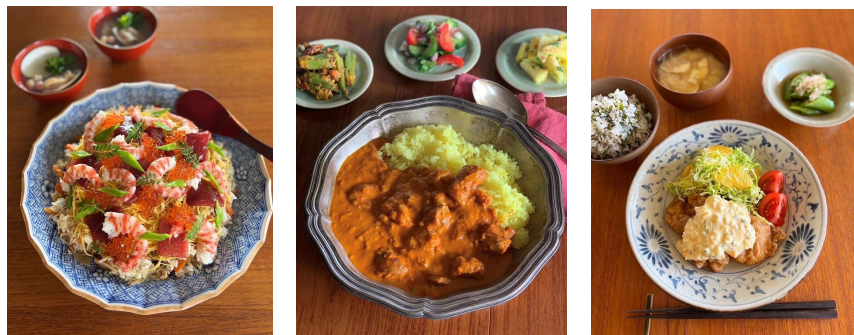
「L'atelier de SHIORI」について

4Q

月額制オンライン料理教室事業を展開する「L'atelier de SHIORI」を6月に完全子会社化
生活者の行動変容を促し、フードロス削減への「共感」を高めることで更なる事業成長の加速を狙う

「L'atelier de SHIORI」とは？

- 「食卓から、暮らしを豊かに」をコンセプトに月額制のオンライン料理教室を中心に事業を展開
- 日々の食卓に役立つ手軽な料理の配信や、過去の動画・レシピのアーカイブを提供し、参加者同士が知識や経験をシェアし合うコミュニティを形成



Kuradashi

シナジー効果・狙い

Kuradashi

L'atelier de SHIORI

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

より生活者に近い視点
生活者からの高い共感力
生活者に行動変容を起こさせる力

双方の強みを生かし、生活者の行動変容を促進
フードロス削減への「共感」を高める

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
系統用蓄電所を取得

系統用蓄電所の進捗について

4Q

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、備え付け及び工事が完了。
取引開始時期を最新の見込みに基づき、変更。

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)
系統連携	2025年6月(済)
JEPX取引開始	2025年9月(予定)
需給調整市場取引開始	2025年12月(予定)



1. 事業概要

2. 25年6月期 第4四半期 連結業績報告

3. 25年6月期 通期 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
- ・ 26年6月期 業績予想

4. 中期経営計画

5. サステナビリティ

6. Appendix

売上高

30.7 億円

YoY +7.5%

売上総利益

14.0 億円

YoY +6.0%

限界利益^{注1}

8.3 億円

YoY +15.4%

EBITDA^{注2}

24 百万円

YoY -29百万円

営業利益

-63 百万円

YoY -85百万円

当期純利益

-31 百万円

YoY -44百万円

連結決算
ハイライト

食品値上げ等の外部環境が厳しい中、**売上高は前年比+7.5%**の成長。
利益改善効果により**限界利益は前年比+15.4%**も、在庫クリアランス影響・2件のM&A取得費用という一過性要因によりEBITDA/営業利益は減益。一過性要因を除いた**実力値は成長**。

売上高：3,075百万円
(前年比+7.5%)

主力のEC事業^{注1}は前年同期比**+9.9%**成長。

限界利益：837百万円
(前年比+15.4)

稼ぐ力である限界利益^{注2}は**前年同期比+15.4%と大きく成長**

限界利益率：27.2%
(前年比+1.9pts)

限界利益率は上期の特殊要因（在庫クリアランス/株主優待）があるも、利益改善策の効果が下期発現し、通期で**高水準の27.2%と前年同期比+1.9pts**。

EBITDA^{注3}：+24百万円
(前年比▲29百万円)

在庫クリアランス/株主優待68百万円・M&A取得関連費用63百万円の押し下げ要因あるも、限界利益の成長を主要因として**通期でプラスを確保。実力値は成長**

営業利益：▲63百万円
(前年比▲85百万円)

在庫クリアランス/株主優待68百万円・M&A取得関連費用63百万円の押し下げ要因を除いた**実力値は成長**

経常利益：▲70百万円
(前年比▲94百万円)

融資による戦略的な成長投資資金の確保により支払利息は前年比+8百万円

税前利益：▲52百万円
(前年比▲75百万円)

L'ATELIER de SHIORIの取得に伴う負ののれんを18百万円計上

当期純利益：▲31百万円
(前年比▲44百万円)

将来課税所得計画に基づく繰延税金資産の計上により法人税等調整額をプラス25百万円計上

非連続の成長に向けたアクションを実行、中期経営計画の実現に向けた種まきの1年

**サクセッションプラン（社長交代）
次世代経営陣インセンティブプラン**
次世代への早期バトンタッチによる
非連続な成長を狙い
大胆なインセンティブプランにより
業績達成への強いコミットメントを創出する

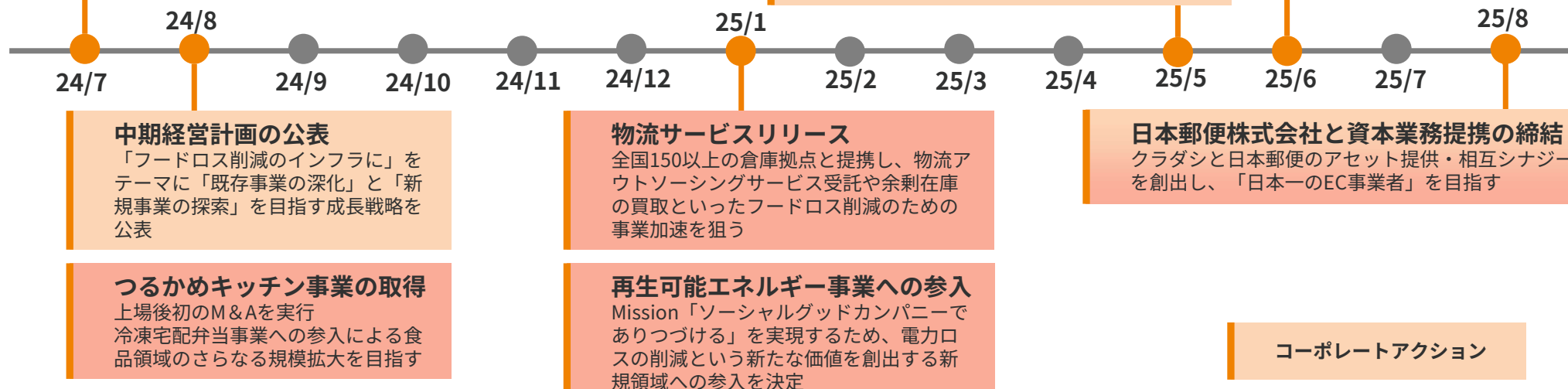
カンパニー制へ移行
事業成長の加速・新規事業の創出の
ため、意思決定と業務執行のスピー
ドを上げるべくカンパニー制へ移行

L'atelier de SHIORI事業の取得

上場後2件目のM&Aを実行
生活者の行動変容を促し、フードロス削減へ
の「共感」を高めることで更なる事業成長の
加速を狙う

株主優待制度の拡充

株主様の当社サービスのより一層の理解を通
じて当社のファンになっていただき、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していただきたい思
いを込めて制度拡充を実施。

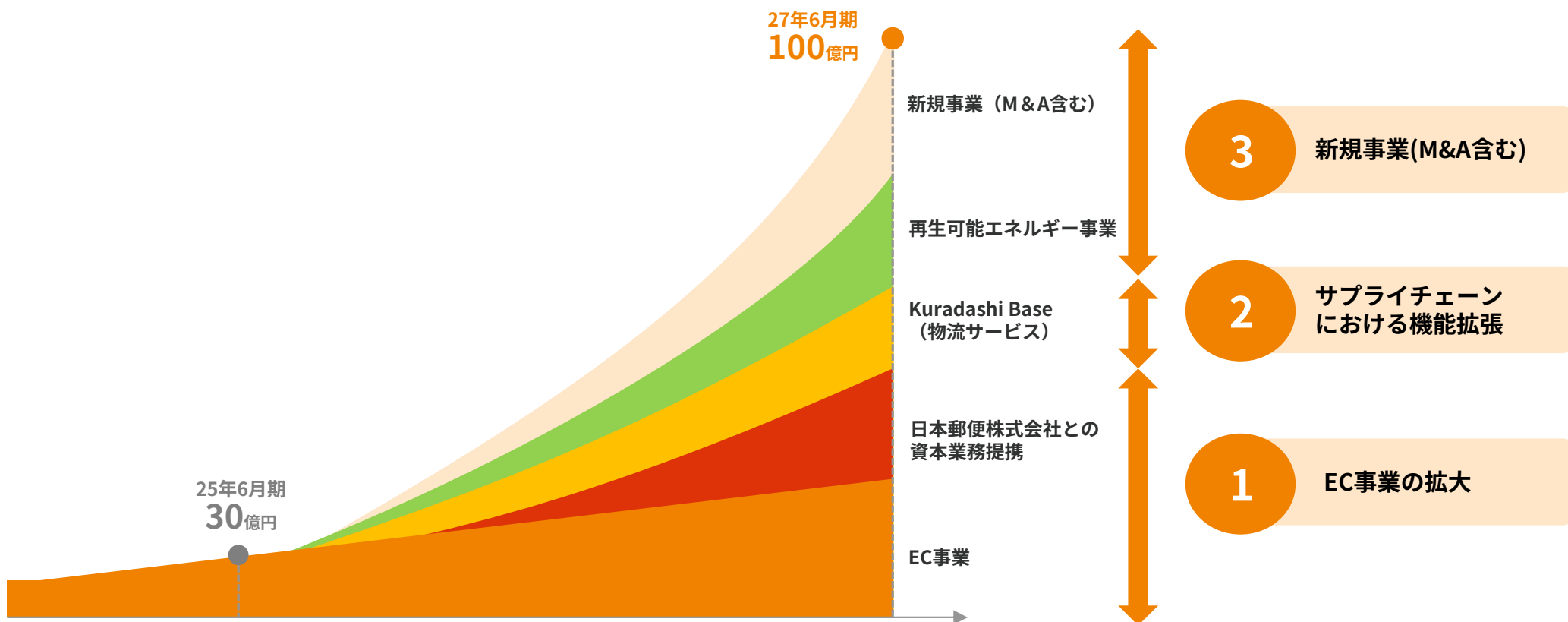


コーポレートアクション

事業アクション

中期経営計画における成長戦略

日本郵便株式会社との業務提携で拡大成長を実現し、同時に親和性の高い周辺領域で事業を創造
再生可能エネルギー事業およびM&Aによりさらなる非連続成長を図る



Kuradashi

注：図は各サービスの成長イメージであり売上高比率及び増加率の予測を表すものではありません

All Rights Reserved.

クラdashiと日本郵便のアセット提供・相互シナジーを創出し、
「**日本一のEC事業者**」を目指す



資本提携の概要

日本郵便を割当予定先とした第三者割当増資を実施。

日本郵便は当社の主要株主となり、今後の経営的・戦略的連携の深化を図り中長期的な視点で当社の企業価値向上に資する強固なパートナーシップを構築。

取引概要

日本郵便による第三者割当増資 調達額：約5億円

発行新株式数	: 1,213,900株（増資後出資比率10%）
発行価格	: 423円
払込期間	: 8月20日～8月22日

資金使途

提携事業の推進を含むフードロス削減事業の拡大及び成長投資

資金調達額

5億円

業務提携の概要

A ソーシャルグッドな「食」の提供

ECサイト等にてクラダシ商品を掲載

- ・郵便局ネットワークと連携し、ECサイトでフードロス削減を推進
- ・高齢者向けに「フードロス削減」の啓発を盛り込んだ特集ページを展開

B 冷凍宅食サービスの開発

郵便局ネットワークを活用し、冷凍宅食サービスの開始

- ・高齢化社会の進展、単身・共働き世帯の増加に対応
- ・「健康に配慮したお弁当」をお届けするサービスを通じた健康支援

C 物流・ロジスティクス分野での協業

日本郵便の物流インフラを活用

- ・日本郵便のインフラの活用によるコストメリットと配送品質の向上
- ・新規地域での配送ネットワーク構築による効率的物流網構築

D 新しい社会価値の提示

フードロス削減のための商品拡充

- ・日本郵便のネットワークを活用した、フードロス商品調達

食品小売業の枠を超えて

「ソーシャルグッド」
な暮らしを支える
トータルサポートサービスの
構築へ

基幹事業であるフードロス削減への取り組みを、日本郵便の保有するアセットを活用しシナジー創出ポテンシャルの高い領域において、収益力を更に強め「日本一のEC事業者」を目指す

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
日本郵便のアセットを活用
仕入・配送・顧客層

新規事業の探索

2

サプライチェーンにおける機能拡張

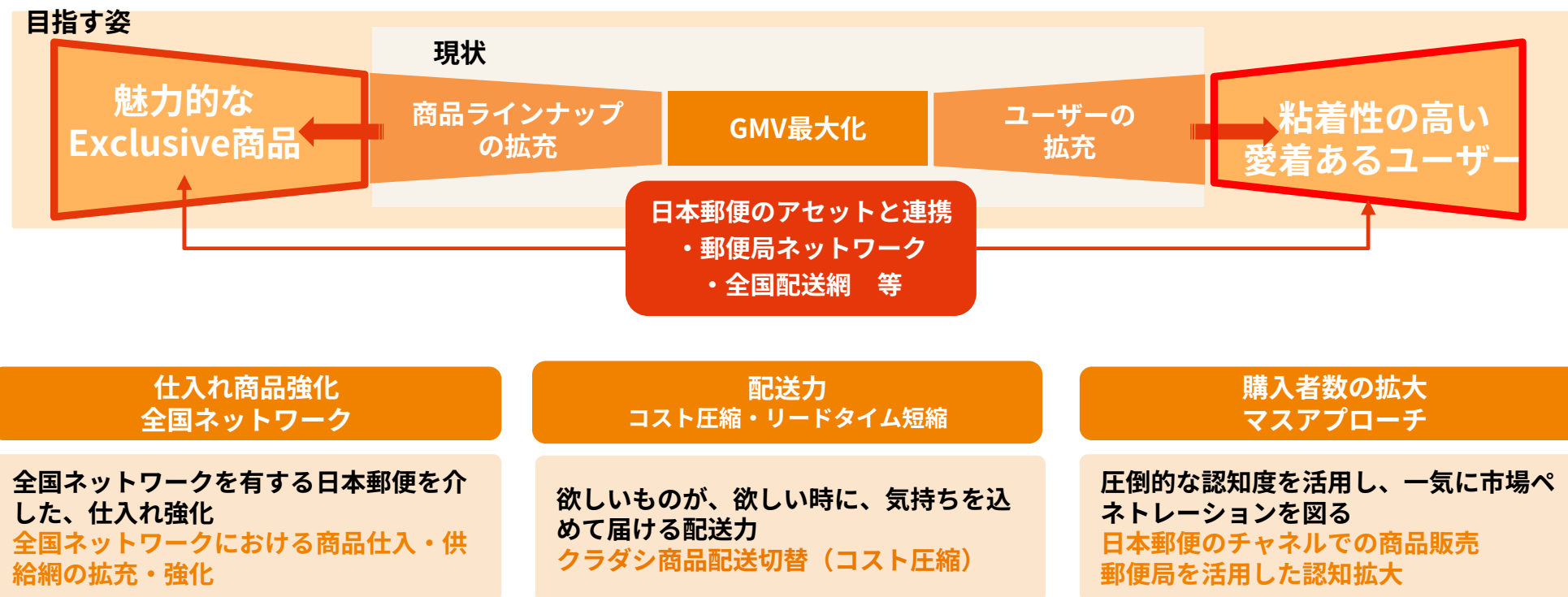
3

新規事業(M & A含む)による非連続の成長

EC事業の拡大

日本郵便のアセットを活かし、ユーザーと仕入れの両輪を拡充

全国の郵便局ネットワーク、ゆうパックによる物流インフラなどを活かし、物販・地域支援・EC支援など新領域での展開を加速していきます。

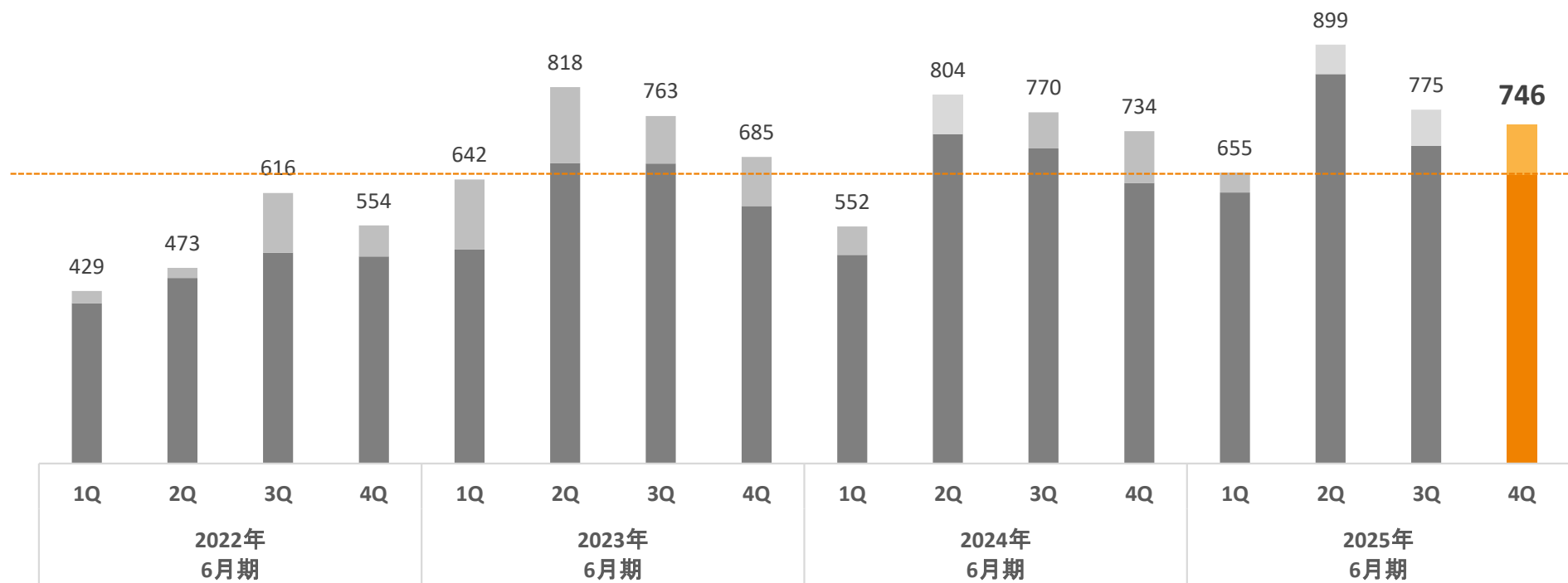


売上高の四半期別推移

- 年間を通して前年同四半期に対し成長

(百万円)

■ EC売上高 ■ EC以外



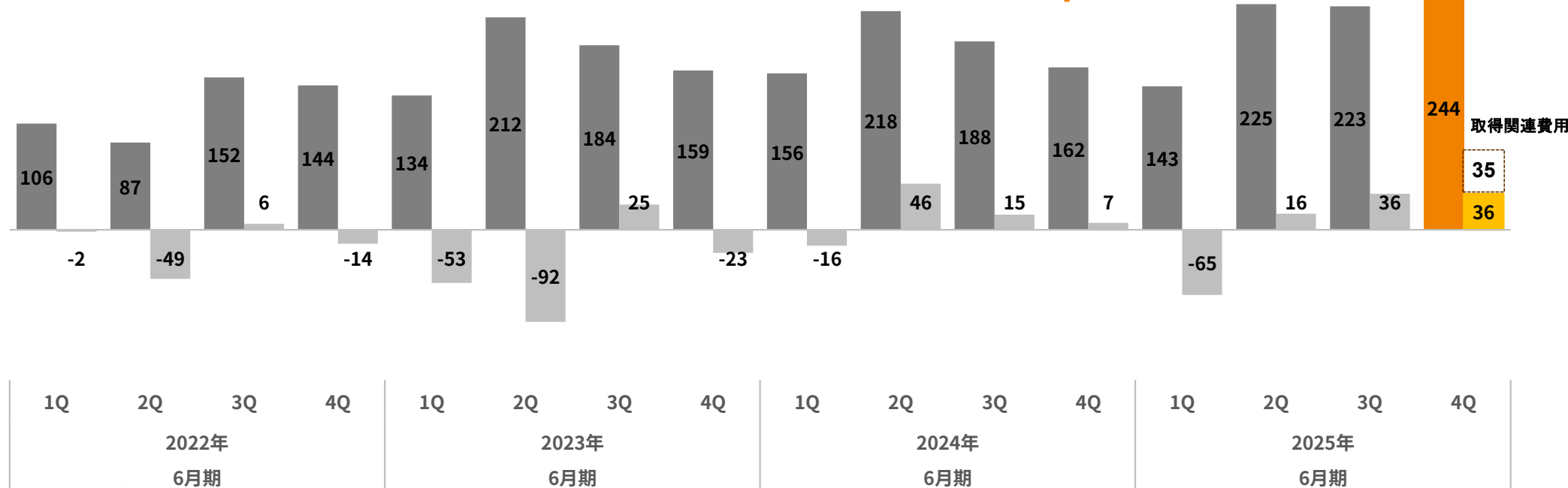
各利益の四半期別推移

- 1Qは在庫クリアランス等による一時的費用32百万円・M&A費用28百万円により前年同期比マイナスだが、2Q以降は力強い成長トレンド。
- 4QはM&Aによる取得関連費用を35百万円を計上。EBITDAの実力値は71百万円

(百万円)

■ 限界利益 ■ EBITDA

YoY+50.6%



取得関連費用

25年6月期 通期 連結ハイライト

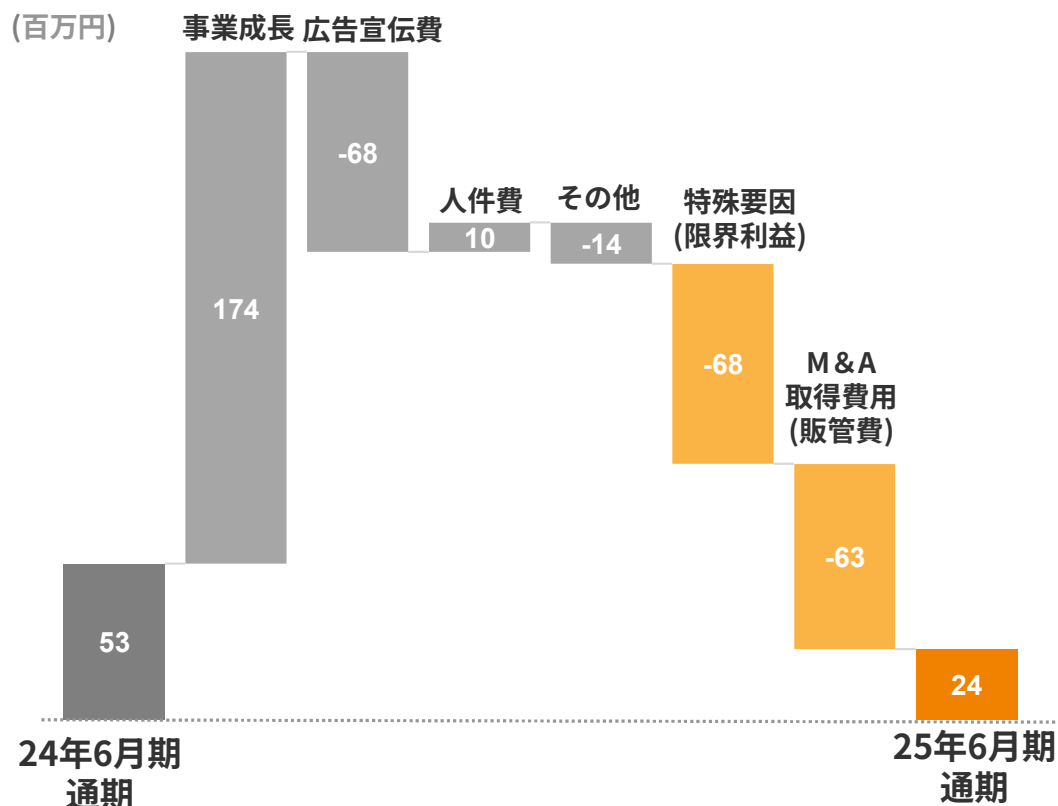
通期

(百万円)	24年6月期 通期 (23年7月-24年6月)	25年6月期 通期 (24年7月-25年6月)	前年同期比
売上高	2,862	3,075	+7.5%
売上総利益	1,330	1,409	+6.0%
売上総利益率(%)	46.5	45.8	▲0.6pts
限界利益 ^{注1}	725	837	+15.4%
限界利益率(%)	25.4	27.2	1.9pts
EBITDA ^{注2}	53	24	▲29百万円
営業利益	21	▲63	▲85百万円
経常利益	23	▲70	▲94百万円
当期純利益	12	▲31	▲44百万円

25年6月期 通期 EBITDA増減

通期

- 1Q・2Qの在庫クリアランス68百万円、1Q・4QのM&A取得費用63百万円の一時費用が発生
- 一時費用の影響を除いた実力値は155百万円（前期比+102百万円）

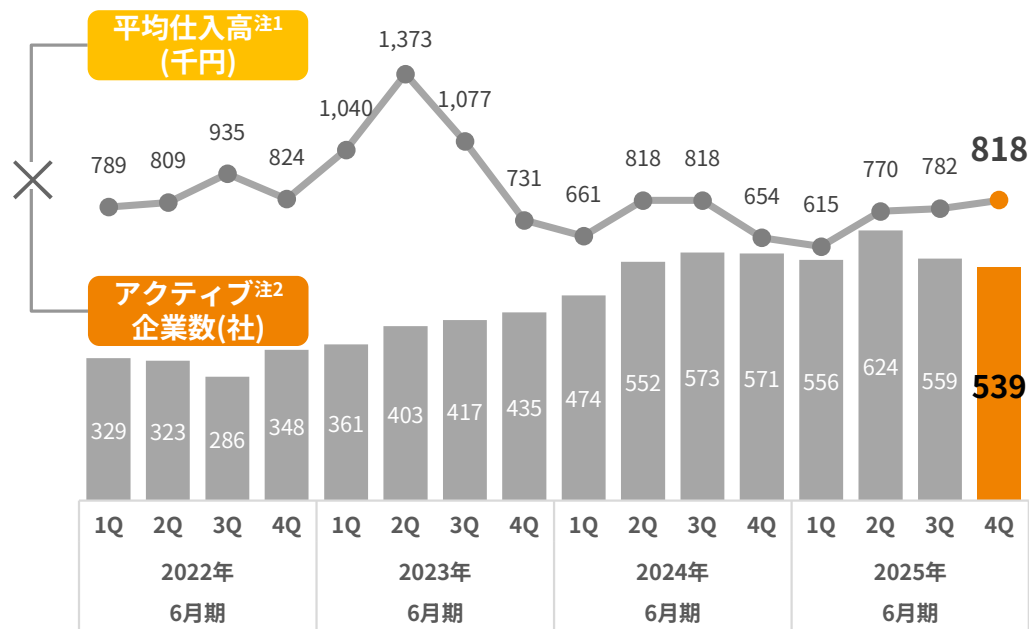


- 事業成長（+174百万円）
売上高影響：+81百万円
利益率影響：+93百万円
- 広告宣伝費（▲68百万円）
効率を重視しながらも積極的なマーケティング活動により増加
- 特殊要因(限界利益)（▲68百万円）
在庫クリアランス：▲47百万円
株主優待：▲21百万円
- M&A取得費用(販管費)（▲63百万円）
M&A専門家報酬等の一時費用

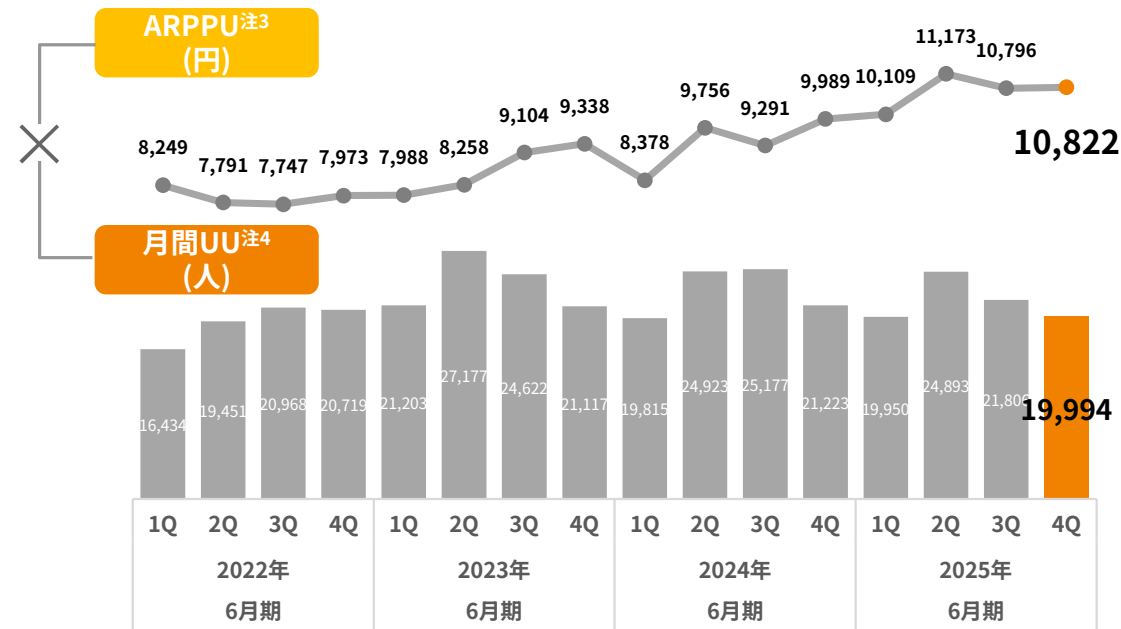
KPI推移（パートナー企業・会員）

- 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」は上昇を継続。
- 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}



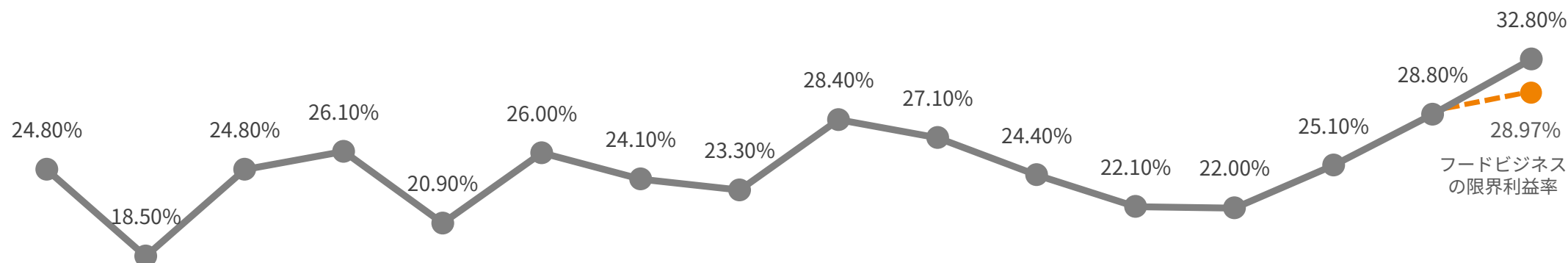
会員：購入側のKPI^{注5}



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高水準な限界利益率を維持
- 当4Qは高利益率の系統用蓄電池事業の周辺領域での受注獲得により、利益率が大幅上昇



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

26年6月期 業績予想

- 2026年6月期は、売上高3,607百万円（YoY+17.3%）、EBITDA298百万円（YoY+274百万円）を計画

(百万円)	25年6月期	26年6月期		
	実績	業績予想	YoY(百万円)	YoY(%)
売上高	3,075	3,607	+531	+17.3%
営業利益	▲63	168	+232	—
EBITDA ^注	24	298	+274	+1,133.7%
経常利益	▲70	137	+208	—
当期純利益	▲31	124	+155	—

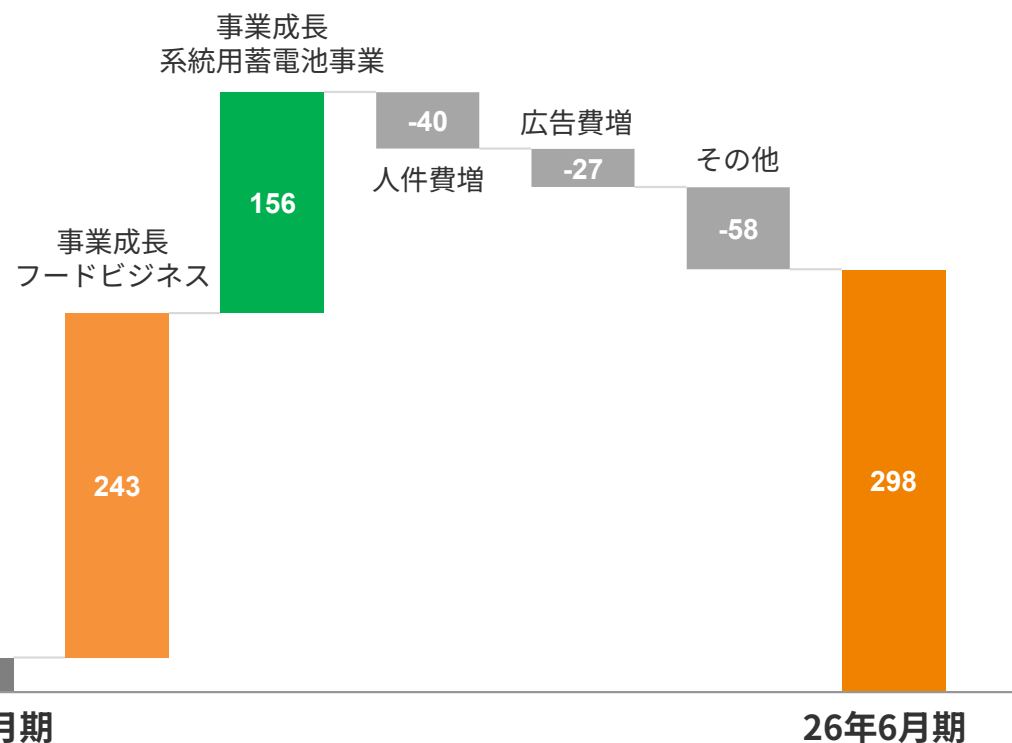
26年6月期 業績予想の前提

(百万円)	25年6月期	26年6月期	
	実績	業績予想	前提
売上高	3,075	3,607	・ 食品値上げによる厳しい外部環境が継続する前提で保守的に想定 ・ 系統用蓄電池事業は、12月の需給調整市場での取引開始により本格的に売上高・利益へのインパクトを見込む
営業利益	▲63	168	・ フードビジネスの限界利益率は25年6月期下期と同水準を想定 ・ 高利益率の系統用蓄電池事業は、売上高と同様に12月の需給調整市場での取引開始により本格的なインパクトを見込む
EBITDA ^注	24	298	・ 25年9月から系統用蓄電池の償却発生
経常利益	▲70	137	・ 借入増加に伴う支払利息増加
当期純利益	▲31	124	・ 重要な特別損益発生予定なし

※日本郵便株式会社との資本業務提携の影響は織り込みなし

26年6月期 EBITDAの増減分析

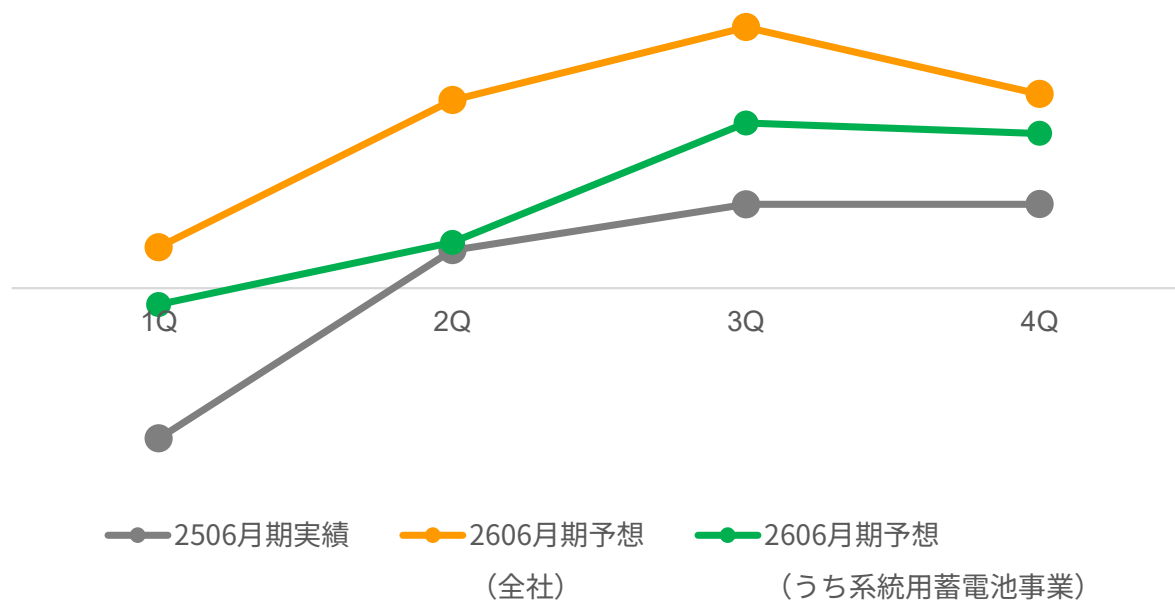
(百万円)



- 事業成長（フードビジネス）：
限界利益率は25年6月期下期と同水準を想定し前年比大幅成長を見込む
L'atelier de SHIORIの取込も寄与
- 事業成長（システム用蓄電池事業）：
12月の需給調整市場での取引開始から本格的に売上高・利益へのインパクトを見込む
- 人件費：
非連続の成長のための採用加速
- 広告宣伝費：
EC事業における効率的かつ積極的なマーケティング活動により若干増加予定
- その他固定費：
外注費・諸税金・監査報酬 など

26年6月期 EBITDA発生イメージ

EBITDAの四半期別発生イメージ



- 25年6月期と同様のトレンドを想定
- 系統用蓄電池事業は、9月(1Q最終月)のJEPX市場での取引開始を見込み、12月(2Q最終月)の需給調整市場での取引開始により本格的に売上高・利益へのインパクトを見込む

1. 事業概要
2. 25年6月期 第4四半期 連結業績報告
3. 25年6月期 通期 連結業績報告
4. 中期経営計画
5. サステナビリティ
6. 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

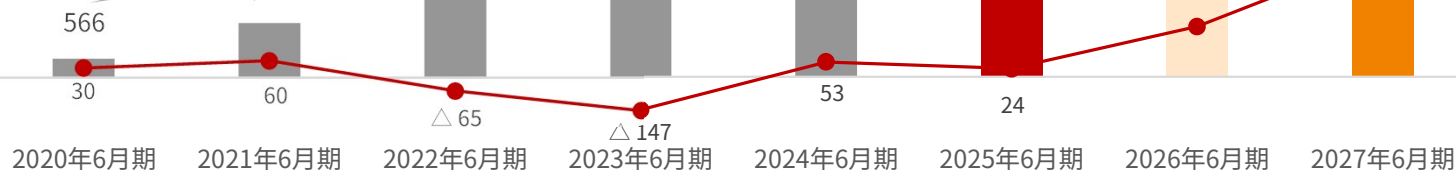
サプライチェーンにおける機能拡張

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



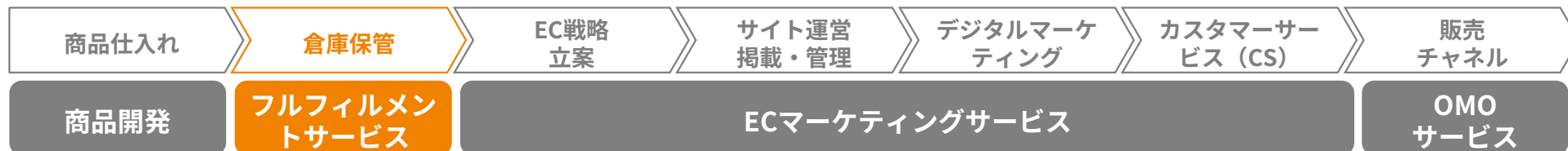
OGAWA



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

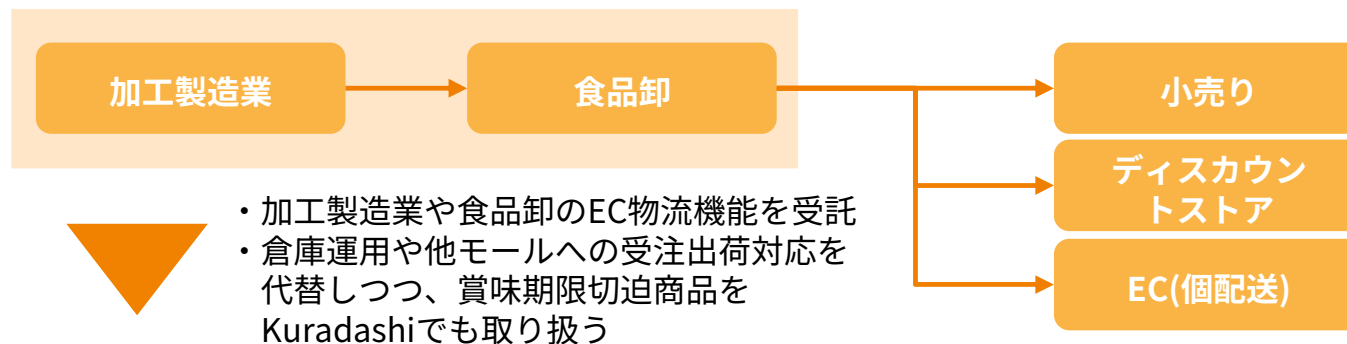


**Kuradashi
Base**



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

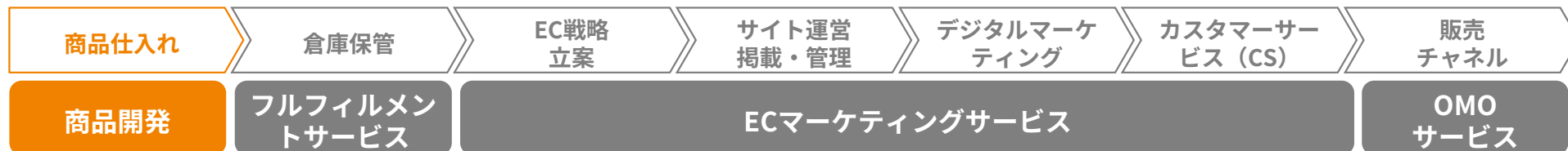


1.5次流通



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

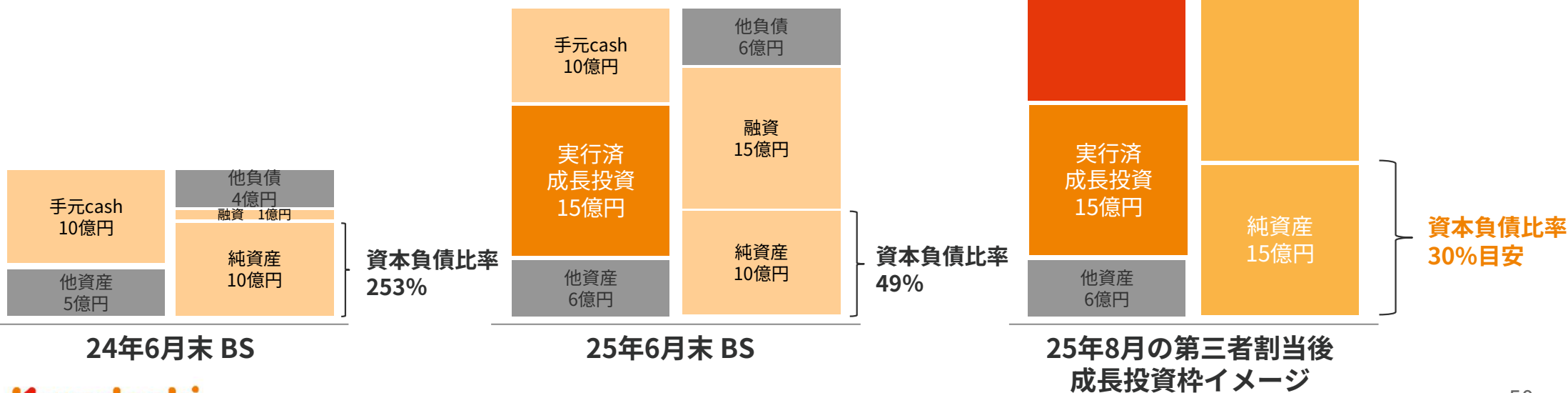
展開の方向性

【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・成長投資資金

第三者割当増資及び積極融資により成長投資資金を確保し、
積極投資を志向

※資本負債比率30%以上を目安



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

再生可能エネルギー事業の立ち上げとともに、カンパニー編成を見直し
また、AX・サステナビリティ・M&Aを注力領域として
意思決定と業務執行のスピード向上による非連続な成長を狙う

取締役会

監査役会

代表取締役社長 CEO 河村

AX PJT

サステナビリティ PJT

M & A 取締役CFO 高杉

コーポレート本部
CAO 岡村

フードビジネスカンパニー
CEO 徳山

ソーシャルグッドマーケット

Kuradashi
Kuradashi Hub

フードロス領域
toCビジネス/toBビジネス/卸事業

Kuradashi Base

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 Stores

ブランディング/マーケティング
SNSなどの広告受託事業

グリーンインフラカンパニー
CEO 大沢

Kuradashi Green

再生可能エネルギー事業

Kuradashi

1. 事業概要
2. 25年6月期 第4四半期 連結業績報告
3. 25年6月期 通期 連結業績報告
4. 中期経営計画
5. サステナビリティ
6. 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（25年6月末時点 累計）



フードロス削減量
29,627トン



CO2削減量
78,541トン



経済効果
144億円

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

「TGC teen ICHINOSEKI FES2025」に初出店

- 若年層の転出超過という課題を抱える一関市において、若者が集まる「TGC teen ICHINOSEKI FES 2025」に出展
- イベントを通じて、市の活性化とフードロス削減の啓発を推進

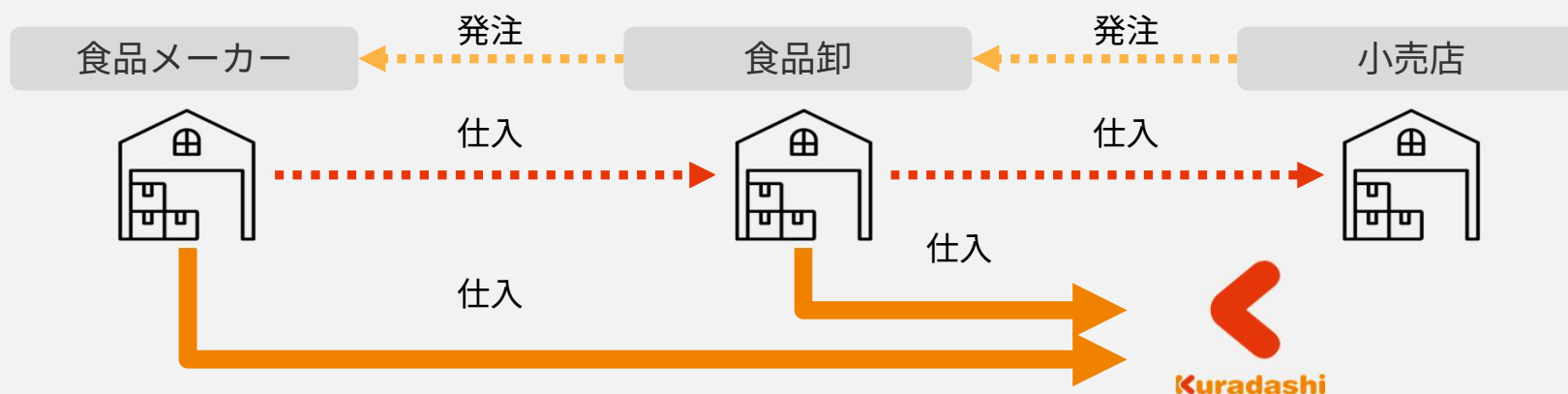


1. 事業概要
2. 25年6月期 第4四半期 連結業績報告
3. 25年6月期 通期 連結業績報告
4. 中期経営計画
5. サステナビリティ
6. Appendix

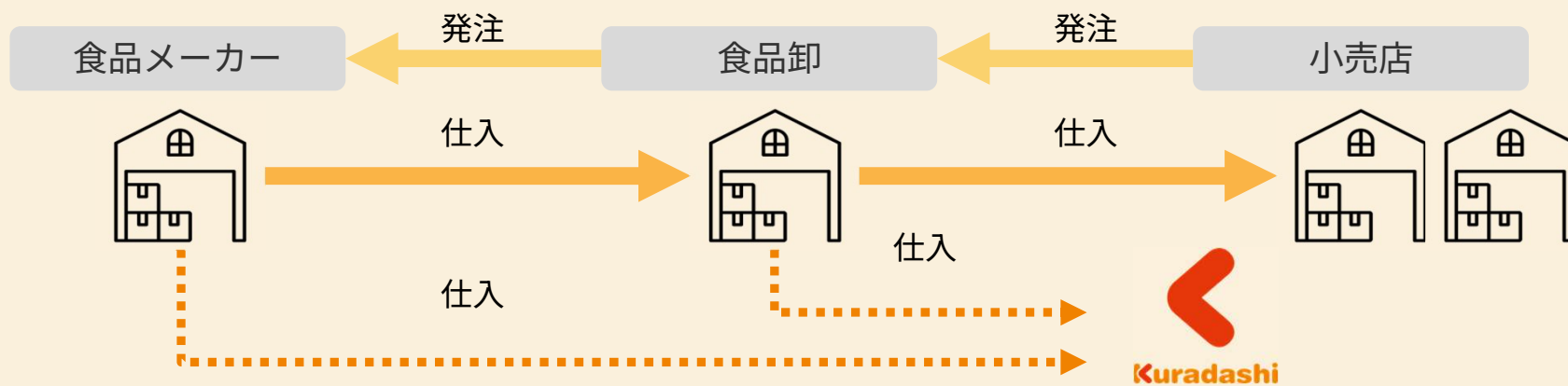
食品値上げによる影響

- 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



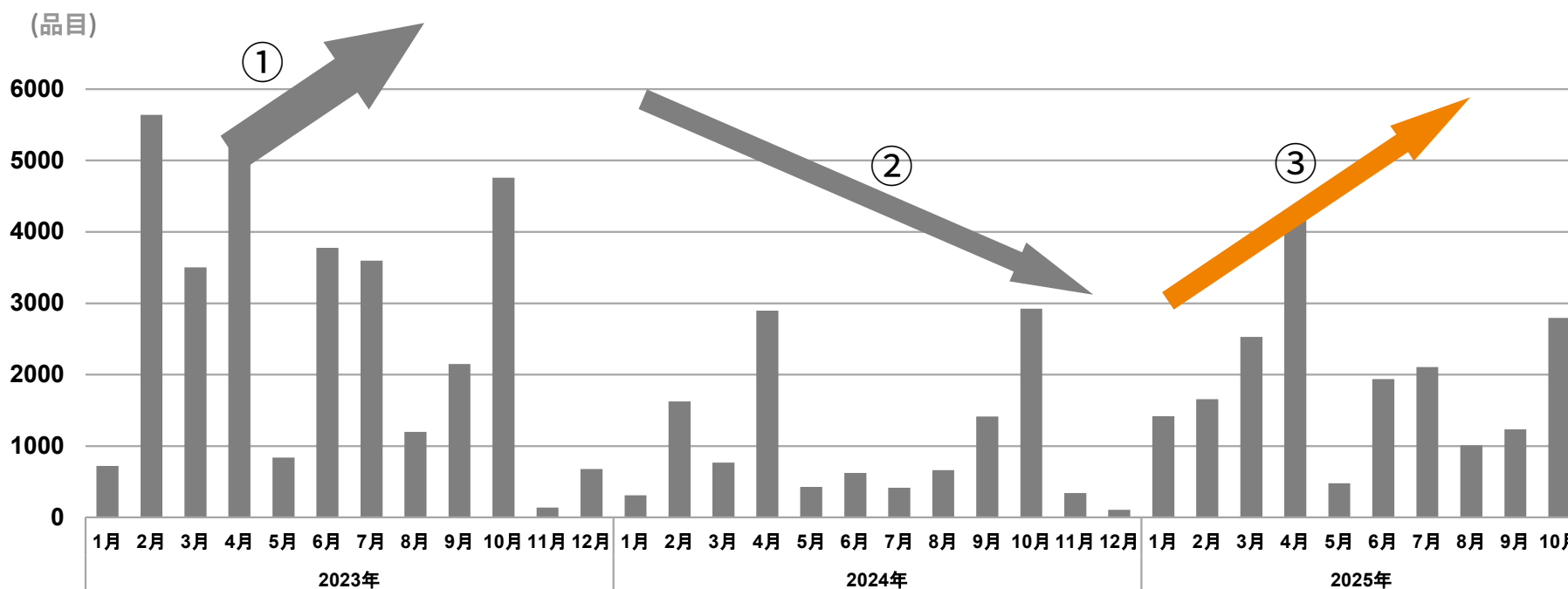
値上げ前



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}



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

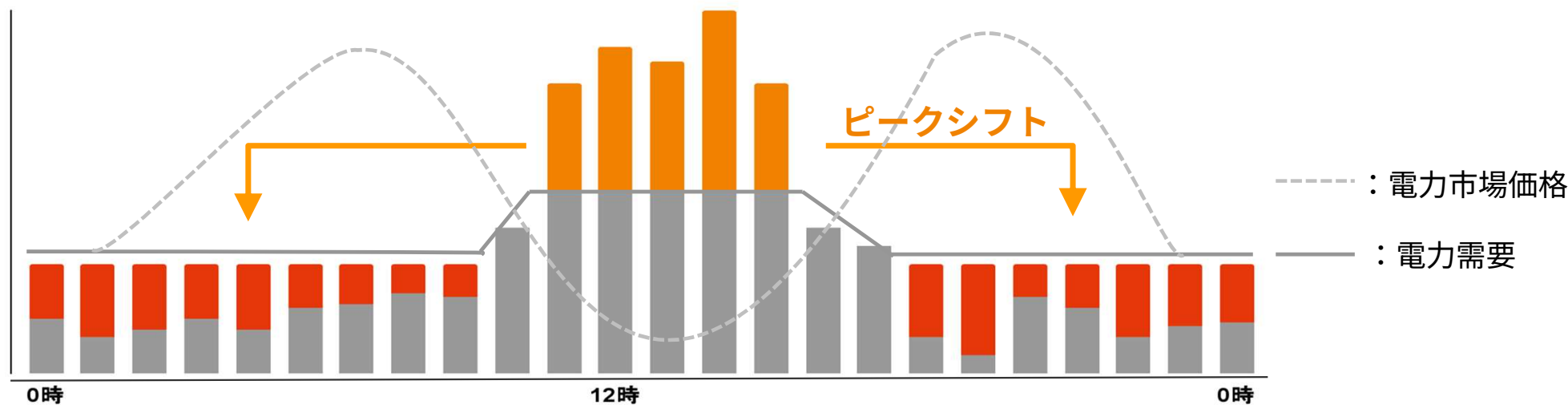
系統用蓄電池を利用した市場での電力売買取引を通じ、

- ・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

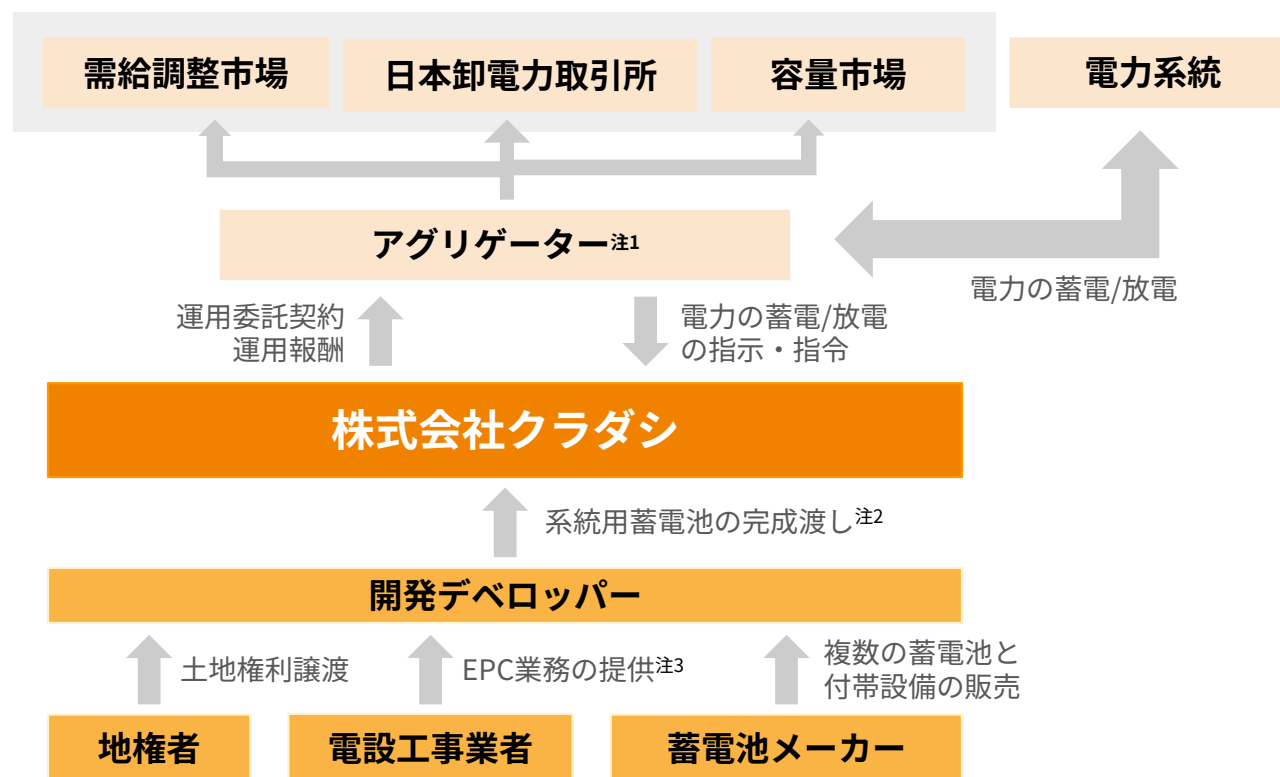
放電(売電)

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



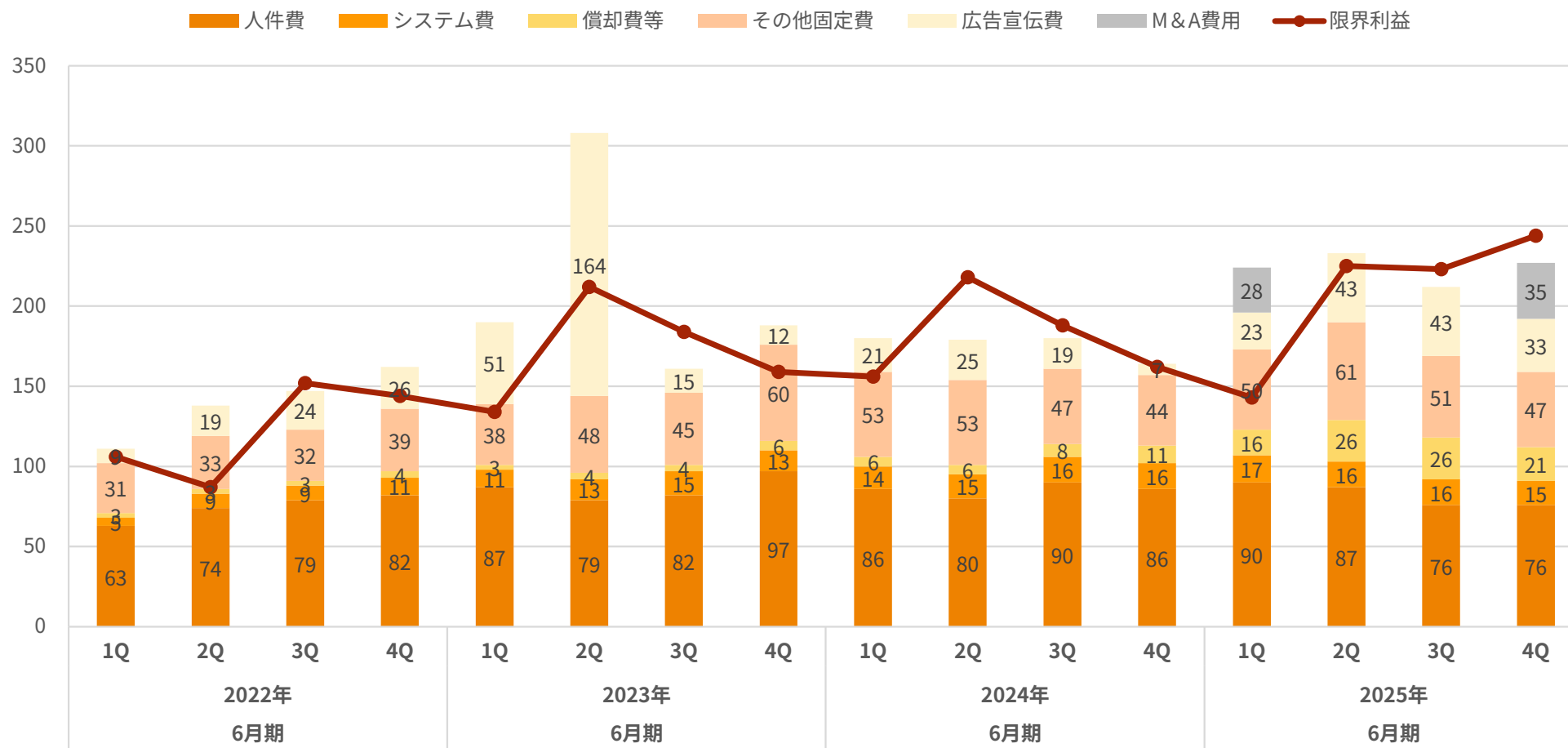
株主優待制度の拡充

- 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、25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

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及びM&A関連資産の計上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 4Q実績	25年6月期 3Q実績	前Q比	24年6月期 4Q実績	前年度末比
流動資産	1,449	932	155.4%	1,279	113.3%
現金及び預金	1,029	672	153.1%	982	104.8%
固定資産	1,646	1,491	110.4%	174	941.8%
資産合計	3,096	2,423	127.7%	1,454	212.9%
流動負債	1,684	1,054	159.6%	316	531.5%
借入金	1,149	730	157.3%	36	3142.3%
固定負債	382	398	96.1%	94	406.5%
借入金	382	398	96.1%	94	406.5%
負債合計	2,066	1,453	142.4%	411	502.9%
純資産合計	1,029	970	106.0%	1,043	98.6%
負債純資産合計	3,096	2,423	127.7%	1,454	212.9%
自己資本比率	33.1%	39.7%	▲6.6pts	71.5%	▲38.4pts

財務データシート

株式会社クラdashi 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	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
	From : To :	7/1/2021 9/30/2021	10/1/2021 12/31/2021	1/1/2022 3/31/2022	4/1/2022 6/30/2022	7/1/2022 9/30/2022	10/1/2022 12/31/2022	1/1/2023 3/31/2023	4/1/2023 6/30/2023	7/1/2023 9/30/2023	10/1/2023 12/31/2023	1/1/2024 3/31/2024	4/1/2024 6/30/2024	7/1/2024 9/30/2024	10/1/2024 12/31/2024	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	746
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%	101.6%
売上総利益	213	223	292	284	272	370	352	303	281	385	350	313	280	395	355	378
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%	50.7%
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	362
変動費	106	135	140	139	137	157	168	143	124	167	162	151	136	170	132	133
限界利益	106	87	152	144	134	212	184	159	156	218	188	162	143	225	223	244
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%	32.8%
固定費	112	140	149	163	191	309	163	189	178	178	181	165	225	234	212	229
人件費	63	74	79	82	87	79	82	97	86	80	90	86	90	87	76	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%	10.3%
広告宣伝費	9	19	24	26	51	164	15	12	21	25	19	7	23	43	43	33
EBITDA	-2	-49	6	-14	-53	-92	25	-23	-16	46	15	7	-65	16	36	36
営業利益	-6	-52	3	-19	-57	-97	20	-30	-22	39	6	-3	-81	-9	10	15
経常利益	-5	-52	4	-21	-56	-91	22	-45	-20	40	6	-3	-81	-9	8	11
当期純利益	-3	-31	2	-47	-56	-92	22	-40	-17	31	4	-5	-83	-10	7	54
<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	229
人件費	63	74	79	82	87	79	82	97	86	80	90	86	90	87	76	76
システム費	5	9	9	11	11	13	15	13	14	15	16	16	17	16	16	16
償却費等	3	3	3	4	3	4	4	6	6	6	8	11	16	26	26	21
その他固定費	31	33	32	39	38	48	45	42	53	53	47	44	50	61	51	47
広告宣伝費	9	19	24	26	51	164	15	12	21	25	19	7	23	43	43	33
M&A費用													28			35
<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	19,994
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	10,822
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	539
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	818
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%	32.8%

※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。