

各 位

会社名 株式会社クラダシ  
 代表者名 代表取締役社長 関藤 竜也  
 (コード番号：5884 東証グロース市場)  
 取締役執行役員 CFO  
 問い合わせ先 コーポレート本部長 高杉 慧  
 TEL. 03-6456-2296

### 2023年6月期の業績予想について

2023年6月期(2022年7月1日から2023年6月30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	2023年6月期 (予想)			2023年6月期 第3四半期累計期間 (実績)		2022年6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	3,004	100.0	44.9	2,224	100.0	2,073	100.0
営業損失(△)	△164	—	—	△134	—	△74	—
経常損失(△)	△170	—	—	△126	—	△74	—
当期(四半期) 純損失(△)	△170	—	—	△126	—	△80	—
1株当たり当期 (四半期)純損失 (△)	△17円76銭			△13円18銭		△9円17銭	
1株当たり配当金	—			—		—	

- (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. 当社は、2021年9月29日付で普通株式1株につき10,000株の割合で株式分割を行っておりますが、上記では、2022年6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(四半期)純損失(△)を算定しております。  
 3. 2022年6月期(実績)及び2023年6月期第3四半期累計期間(実績)の1株当たり当期(四半期)純損失(△)は期中平均発行済株式数により算出しております。  
 4. 2023年6月期(予想)の1株当たり当期純損失(△)は、公募株式数(1,150,000株)を含めた予定期中平均発行済株式数により算定しております。

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に作成されたものではありません。投資を行う際は、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。なお「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)は引受証券会社より入手することができます。

また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、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、実際の当社グループの財政状態、経営成績その他の結果は、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。

#### 【2023年6月期業績予想の前提条件】

本資料に記載の2023年6月期の業績予想数値は、2023年2月までの実績値に2023年3月以降の予想数値を合算して算出した数値となっております。

(当社全体の見通し)

当社は「ソーシャルグッドカンパニーでありつづける」というミッションのもと、世の中に山積する課題を解決するために社会性、環境性、経済性を同時にかなえるビジネスの実現を目指しています。その主たる事業内容は、フードロス(※1)削減のためのマッチングビジネスであり、インターネット及びオフラインでの店舗販売を活用することで、フードロス商材を顧客に届けることを目的とした

「Kuradashi」の運営であります。具体的には、ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」の運営を主要事業としております。ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」では、「3分の1ルール(※2)」に抵触した商品、季節商品、終売商品、賞味期限切迫商品、滞留商品など、様々な理由で販路を失いブランドイメージ保護及び市場価格保護のために廃棄される商品をサプライヤー(以下、パートナー企業(※3))から買い取り、ECサイトを通じて消費者に販売しております、その他のサービスとして、パートナー企業のブランディングを支援するサービス「Kuradashi Stores」及び商業施設にて期間限定のポップアップストア「Kuradashi Hub」を運営しております。

当事業年度は、前述の新型コロナウイルス感染症によるライフスタイルの変化に加え、地方自治体との提携・マスメディア向けのイベント等の広報活動、会員(※4)のアクティブ率向上施策として、会員限定クーポンの発行、メールマガジン・SNS等を利用した販促活動や、更なるユーザー体験の改善を図るためのシステム及びアプリへの開発投資や、業容拡大に耐えうる強固な事業基盤の構築・新規事業への拡大のための積極的な人材登用、また、SNSを利用した広告宣伝活動への投資等を継続的に行っております。

このような状況の下、当社の2023年6月期の業績予想は、売上高3,004百万円(前期比44.9%増)、営業損失164百万円(前期は営業損失74百万円)、経常損失170百万円(前期は経常損失74百万円)、当期純損失170百万円(前期は当期純損失80百万円)を見込んでおります。

※1 「フードロス」とは、売れ残りや食べ残し、賞味期限切れ食品など、本来は食べることができたはずにもかかわらず廃棄される食品の呼称であり、フードロス商材とはフードロスとなる可能性のある食品の呼称であります。

※2 「3分の1ルール」とは、製造日から賞味期限までを3等分し、納品・販売期限を設ける商慣習であります。製造から最初の3分の1を超過すると製造業者及び卸業者から小売業者へ納品できないルールのため賞味期限がまだ残っているにもかかわらず廃棄される可能性があります。

※3 商品の仕入先であるサプライヤーを「パートナー企業」と呼称しております。

※4 「Kuradashi」の利用のためには会員登録が必須であり、その登録が完了した消費者を「会員」と呼称しております。

(売上高)

当社は、「Kuradashi」運営事業の単一セグメントであります。

取引形態は在庫型とマーケットプレイス型の2種類に分類されます。契約形態は売買契約である点、「Kuradashi」での販売価格は当社が決定する点、掲載業務及びカスタマーサポート業務は当社が行う点は両者共通ですが、在庫型は当社がパートナー企業から仕入れ当社倉庫へ一括納入いただいたうえで「Kuradashi」へ掲載・販売し、会員から受注した分を当社倉庫から会員へ配送する取引形態である一方、マーケットプレイス型は、先に「Kuradashi」へ掲載・販売し、会員から受注した分だけを当社からパートナー企業へ発注・仕入し、パートナー企業から会員へ直接配送する取引形態です。

配送コストについて、マーケットプレイス型は仕入価格に会員への配送コストが含まれている一方で、在庫型は配送コストは仕入価格に含まれず、自社倉庫からの配送コストとして荷造運送費が発生す

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に作成されたものではありません。投資を行う際は、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します。なお「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)は引受証券会社より入手することができます。

また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、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、実際の当社グループの財政状態、経営成績その他の結果は、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。

るため、取引形態により売上総利益率が異なり、セールスマックスの変動により、売上総利益率が変動する可能性があります。一方で、その他の利益を構成する要素は同一の形態で発生するため、在庫型とマーケットプレイス型の限界利益率（※5）はいずれも同水準であるとして計画を算定しております。

ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」の売上高の計画数値は、月間UU（※6）及びARPPU（※7）を月別に見積り、これらに乗じて算出しております。また、月間UUについては、既存会員及び新規会員それぞれの予想値を算定しております。

既存会員（※8）の購入者数は、累計会員数（※9）に対する足元期間（※10）のアクティブ率実績及び季節性を踏まえて算出しております。

新規会員（※11）の購入者数は、有料広告流入と自然流入による新規会員獲得数に対する足元期間のアクティブ率実績及び季節性を踏まえて算出しております。新規会員獲得数は、有料広告流入については、Web広告等の広告宣伝費予算を運用開始の2021年7月から2023年2月までの実績を踏まえた想定顧客獲得単価で除したものの、及び、自然流入については、足元期間の実績を踏まえて算出しております。

会員数にアクティブ率を乗じて算出されたこれらの月間UUはいずれも2022年6月期以降一定水準の通増率で推移していることから、2023年6月期以降もこのトレンドは継続するとの前提のもと設定しております。

上記の結果、2023年6月期第4四半期会計期間における月間UUは29,252人（前年同期は20,719人）を見込んでおります。

ARPPUは、購入単価に購入回数に乗じて算定しており、足元期間の実績に基づき算出しております。購入単価及び購入回数は安定的に推移しており、2023年6月期以降もこのトレンドは継続するとの前提のもと設定しております。

上記の結果、2023年6月期第4四半期会計期間におけるARPPUは8,069円（前年同期は7,973円）を見込んでおります。

また、「Kuradashi Stores」及び「Kuradashi Hub」の売上高の計画数値は、足元期間の実績に直近の受注見込みを考慮し、算出しております。

上記の結果、2023年6月期の売上高は3,004百万円（前期比44.9%増）を見込んでおります。

なお、上記の売上高計画を達成するためにはパートナー企業から必要な商品供給を受ける必要がありますが、足元期間の実績から、2023年6月期第4四半期会計期間におけるアクティブ企業数（※12）は442社（前年同期は348社）、平均仕入高（※13）は0.9百万円（前年同期は0.8百万円）を見込んでおり、売上高計画達成のために必要な商品供給を受けられると見込んでおります。

- ※5 限界利益（売上高から売上原価及び変動費（荷造運賃、支払手数料及び寄附金）を控除した金額）を売上高で除して算出
- ※6 月間UU（Unique Userの購入ID数）の四半期（3ヶ月）の平均数
- ※7 Average Revenue per Paid User（月間UU1人当たり平均購入金額）
- ※8 前月以前に会員登録を行った会員ID数
- ※9 月末時点で会員登録を行っている会員ID数
- ※10 2022年10月から2023年2月までの期間
- ※11 当月に会員登録を行った会員ID数
- ※12 四半期会計期間内に取引が発生したパートナー企業
- ※13 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

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に作成されたものではありません。投資を行う際は、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します。なお「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）は引受証券会社より入手することができます。

また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、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、実際の当社グループの財政状態、経営成績その他の結果は、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。

(売上原価、売上総利益)

ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」の商品原価については、在庫型及びマーケットプレイス型ごとに、足元期間(※10)の実績に基づいた原価率に、売上高を乗じて算定しております。

「Kuradashi Stores」及び「Kuradashi Hub」についても同様に、取引形態ごとの原価率を設定し、売上高に乗じて算定しております。

上記の結果、2023年6月期の売上原価は1,652百万円(前期比55.9%増)、売上総利益は1,352百万円(前期比33.4%増)を見込んでおります。

なお、前事業年度と比較して、マーケットプレイス型の売上構成比率が上昇していることから、売上高の増加率に対して、売上原価の増加率が大きくなっております。

(販売費及び一般管理費、営業利益)

販売費及び一般管理費は、変動費として主に荷造運賃(※14)及び支払手数料(※15)、固定費として主に人件費、広告宣伝費により構成されております。

荷造運賃については、倉庫の契約状況等の内部環境や業界動向による外部環境の影響を受けるため、直近の実績を反映するために2023年2月単月の実績を踏まえた配送当たり単価に、販売予定数量を乗じて算出しております。また、支払手数料については、販売代金に所定の決済手数料率を乗じて算出しております。

その結果、2023年6月期の限界利益率は24.3%(前期は限界利益率23.7%)を見込んでおります。

人件費については、人員計画に対して人件費単価を乗じて算出しております。人員計画は、全社及び各部の事業戦略を踏まえ、必要な人員数を算出し策定しており、当事業年度末時点の正社員数を41名(前期は39名)と見積もっております。

広告宣伝費については、2023年6月期において、当社の認知度向上及び新規会員獲得のため、積極的な投資を行いました。定常的に行う新規会員獲得のためのWeb広告等に係る費用に加え、当期に行ったブランディング及び認知度向上のための一時的なマス向け広告費用で構成されており、2023年6月期における計上額は、Web広告等が172百万円(前期は76百万円)、マス向け広告費用が91百万円(前期は3百万円)であります。なお、当第3四半期累計期間までの計上額はWeb広告等が140百万円、マス向け広告費用が91百万円であります。今後しばらくマス向け広告を行う予定がないことから、当第4四半期会計期間においては過去から定常的に行うWeb広告のみを運用開始の2021年7月から2023年2月までの実績を踏まえた顧客獲得単価から逆算し、売上高計画の達成に必要な額を策定しております。

その他固定費については、定常的に発生する固定費の他、当第4四半期会計期間に上場に伴う一時的な費用38百万円を見込んでおります。

その結果、2023年6月期の人件費は351百万円(前期比17.2%増)、広告宣伝費は263百万円(前期比230.2%増)、その他固定費280百万円(前期比50.0%増)を見込んでおります。

上記の結果、2023年6月期の販売費及び一般管理費は、1,516百万円(前期比39.4%増)を見込んでおり、営業損失は164百万円(前期は営業損失74百万円)を見込んでおります。

※14 商品を会員に発送する際に発生する運送料、荷役費及び保管料等

※15 決済代行会社への手数料

(営業外損益、経常利益)

営業外費用については、契約金利と借入残高を乗じて、支払利息を算定している他、上場時に発生する手数料等の費用11百万円を見込んでおります。

上記の結果、2023年6月期の経常損失は170百万円(前期は経常損失74百万円)を見込んでおります。

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に作成されたものではありません。投資を行う際は、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)をご覧ください。なお「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)は引受証券会社より入手することができます。

また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、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、実際の当社グループの財政状態、経営成績その他の結果は、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。

(特別損益、当期純利益)

特別利益及び特別損失については見込んでおりません。

上記の結果、2023年6月期の当期純損失は170百万円（前期は当期純損失80百万円）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あります。

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に作成されたものではありません。投資を行う際は、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します。なお「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）は引受証券会社より入手することができます。

また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、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、実際の当社グループの財政状態、経営成績その他の結果は、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場合があります。