

ホリスティック企業レポート カラダノート 4014 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート
2020年10月30日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20201029

カラダノート(4014 東証マザーズ)

発行日: 2020/10/30

妊娠育児中のママ向けアプリで集積したデータベースを根拠に事業を展開
ファミリーデータベース活用の余地の大きさに期待アナリスト: 藤野 敬太 +81(0)3-6812-2521
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

【 4014 カラダノート 業種: 情報・通信業 】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2019/7	637	33.1	89	2.0	90	0.6	63	-1.6	12.7	47.1	0.0
2020/7	732	14.9	123	37.5	124	36.6	83	32.2	16.7	63.4	0.0
2021/7 予	856	16.8	205	66.5	190	53.2	126	51.4	21.7	-	0.0

(注) 単体ベース。2021/7期の予想は会社予想。

【 株式情報 】	【 会社基本情報 】	【 その他 】
株価	1,935円 (2020年10月29日)	本店所在地 東京都港区
発行済株式総数	5,996,000株	設立年月日 2008年12月24日
時価総額	11,602百万円	代表者 佐藤 竜也
上場初値	1,890円 (2020年10月28日)	従業員数 29人 (2020年8月末)
公募・売価格	450円	事業年度 8月1日～7月31日
1単元の株式数	100株	定時株主総会 毎事業年度終了後3ヵ月以内
		【主幹事証券会社】 みずほ証券
		【監査人】 有限責任監査法人トーマツ

> 事業内容

◆ 妊娠育児中のママを対象としたコンテンツ提供を起点として妊娠
育児世帯向け商材のプロモーションを支援

カラダノート(以下、同社)は、妊娠育児中のママを主な対象としたアプリ(コンテンツ)を提供するとともに、妊娠育児世帯に商品やサービスを提供したい企業に対してマーケティング支援を行っている。妊娠育児中のママに役立つコンテンツを提供することでユーザーのパーソナルデータを蓄積し、そのデータに基づいて、ニーズに合った商品やサービスを Recommend していく。同社は、商品やサービスを提供する企業から成果報酬の形で収益を得ることとなる。

同社の事業は、ファミリーデータプラットフォーム事業の単一セグメントで、売上高のほぼすべてが企業からの成果報酬である。内訳の詳細の開示はないが、保険や食材宅配等の分野の企業からの成果報酬が多い。

◆ 子育て向けアプリを中心とした自社コンテンツ

同社の競争力の源泉のひとつは、妊娠育児中のママ及び世帯のパーソナルデータを蓄積する仕組みにある。代表的なのは妊娠・育児中のママにとって有用な機能を持つ子育て向けアプリである。アプリは無料で使用することができ、主だったものとしては、プレママ向け情報提供コンテンツ「ママびより」、陣痛間隔計測ツール「陣痛きたかも」、授乳記録管理ツール「授乳ノート」、離乳食管理ツール「ステップ離乳食」、予防接種管理ツール「ワクチンノート」がある。

妊娠中から 1 歳未満の子どもを持つ親によるダウンロード数は 19 年には 155 万件となり、18 年～19 年の 2 年間の出生数に対するダウンロード率は 87%と高い水準を誇っている。

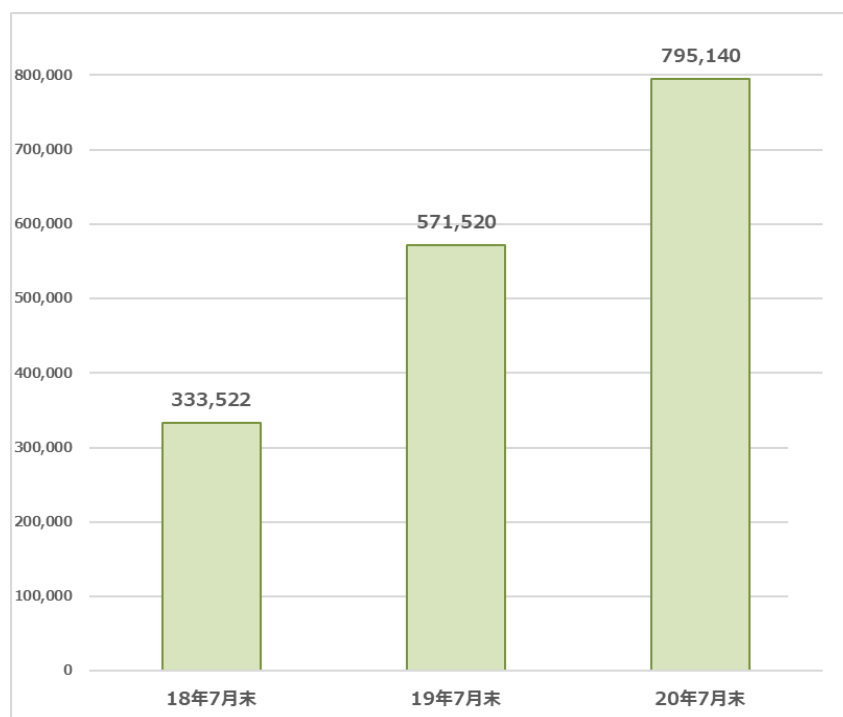
ママ向け以外に、中高年向けの健康をサポートするヘルスケアアプリとして、「血圧ノート」、「お薬ノート」、「通院ノート」があり、20年6月1日末時点で、累計230万ダウンロードとなっている。

20年8月末時点で、子育て向けアプリとヘルスケアアプリを合わせて21個のアプリを運営し、合計ダウンロード数は800万に迫っている。

◆ パーソナルデータが蓄積されたファミリーデータベース

妊娠育児中のママを対象としたアプリや外部広告を通じてキャンペーンを実施し、アンケートに記載されたパーソナルデータを蓄積し、ファミリーデータベースを構築している。毎月約4万件のペースでパーソナルデータの登録が増加しており、20/7期末時点で80万件弱のアクティブなファミリーデータが蓄積されている(図表1)。

【図表1】アクティブファミリーデータ件数の推移 (単位: 件)



(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

◆ 収益のほとんどは提携企業へのプロモーション支援によるもの

同社は、妊娠育児ママ世帯向けにサービス展開をしている提携企業に対し、ファミリーデータベースを活用したプロモーション支援を行っている。具体的には、ファミリーデータベースに蓄積されているパーソナルデータから、提携企業が希望する条件に合致したユーザーを抽出し、見込客としてデータ提

供を行う(これを「送客」と称している)。その見込み客が、提携企業の商品やサービスの購買につながった際に、同社は成果報酬を受け取る。

提携企業の商材には、保険(年間送客数約 30 万件)、食材宅配(同約 16 万件)、幼児教育(同約 5 万件)、住宅、ウォーターサーバー、就労支援がある。同社の売上先上位は保険代理業者と食材宅配業者で占められており、同社の収益も保険や食材宅配によるものが多いと推察される(図表 2)。

【図表 2】売上先上位企業

売上先	主な商材	2018/7期		2019/7期			2020/7期 第3四半期累計期間	
		売上高 (百万円)	売上構成比 (%)	売上高 (百万円)	前期比 (%)	売上構成比 (%)	売上高 (百万円)	売上構成比 (%)
アイブラネット	食材宅配	212	44.4	239	12.4	37.5	140	25.1
F P パートナー	保険	—	—	—	—	—	93	16.7
保険見直し本舗	保険	131	27.3	148	13.1	23.2	62	11.2
3社合計		343	71.7	387	12.7	60.7	297	53.0
全社売上高		479	100.0	637	33.1	100.0	561	100.0

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

同社の売上高のほぼすべてがこの成果報酬であり、成果報酬は、「アクションユーザー数×1 アクションユーザー当たりアクション数×アクション単価(成果報酬単価)」の掛け算で表すことができる。同社では、この掛け算を構成する3項目をKPI(重要指標)としているが、20/7期第3四半期において、アクションユーザー数は月間平均約2.7万人、1アクションユーザー当たりアクション数は月間平均1.5案件となった。また、アクション単価は、同社が現在注力している保険領域では約63%増となっている。

送客による成果報酬以外では、19年4月に開始した内祝いECサイト「ママびより内祝い」のサービスによる収益がある。これは、提携企業へ送客するのではなく、同社自身が運営するECサイトへ送客する形態の事業である。ただし、まだ規模はさほど大きくないと推察される。

> 特色・強み

◆ カラダノートの強み

同社の特色及び強みとして以下の点が挙げられる。

- (1) アプリや育児グッズ等のコンテンツ開発力
- (2) 膨大で良質なアクティブファミリーデータの保有
- (3) 事業領域拡大のコアとなる送客力

> 事業環境

◆ 市場環境(1)～妊婦～1歳児を有する世帯数

厚生労働省の「人口動態統計の年間推計」によると、日本の出生数は、17年946,146人、18年918,400人(確定値)、19年864,000人(推計値)であり、

減少が続いている。20 年上期(1～6 月)の速報値は 430,709 人(前年同期比 8,824 人減)であり、少子化が進んでいる。

同社のアプリは、妊婦、0 歳児、1 歳児を有する世帯を主な対象としている。そのため、17 年～19 年での出生児数合計となる約 272 万人を養育する世帯が、同社のアプリによって消費が喚起されるターゲットとなる。ただし、出生数の減少が見込まれる中、対象となり得る世帯数は減少していくものと考えられる。

◆ 市場環境(2) ～ 子ども 1 人にかかる金額

女性の社会進出に伴う子育て負担軽減ニーズの高まりや、シックスポケット(両親 2 人に加えて祖父母 4 人の財布を指す)という言葉に表されるように、高額な商品子どもに買い与える傾向が強くなっている。出生数の減少が続く一方で、子ども 1 人にかかる金額が増加することによって拡大している市場も存在しており、同社のプロモーション支援の需要先となることが期待される。

同社の事業には直接関係しないが、矢野経済研究所の調査によると、国内ベビー用品・サービスの市場規模は、18 年は 4.1 兆円、19 年予測は 4.3 兆円と、12 年の 2.8 兆円から一貫して増加してきている。少子化の中で市場が拡大しており、子どもにかかる金額の増加の潮流を示すひとつの例と言える。

◆ 競合

子育て向けアプリについて、同社と同じ妊娠育児中のママ向けでは、小規模に展開しているアプリは存在している可能性はあるものの、同社ほどの規模で展開しているものはないと考えられる。ジャンルは異なるが、未就学児のママに浸透しているアプリとしては、ミクシィ(2121 東証一部)が運営している家族アルバムアプリ「みてね」があり、広い意味で競合先となりえよう。

同社のヘルスケアアプリを健康管理支援アプリと見なすと、Welby(4438 東証マザーズ)が提供する「Welby マイカルテ」や「らくらく血圧日記」等のアプリや、日本調剤(3341 東証一部)が提供する「お薬手帳プラス」というアプリとは部分的に競合しているようである。ただし、各社のアプリのターゲットユーザーや用途には違いがある。

> 業績

◆ 過去の業績推移

同社は 15/7 期からの業績を開示している(図表 3)。

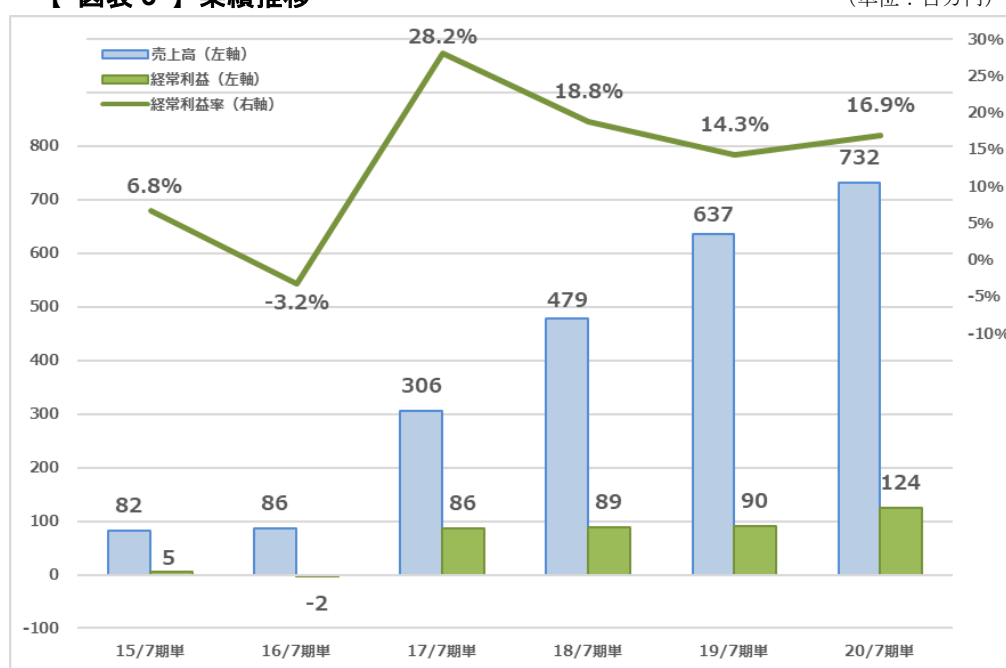
同社は 16/7 期に現在のファミリーデータプラットフォーム事業を開始したが、その際、それまで行っていた製薬会社向けの受託開発をやめた。そのため、16/7 期は売上が前期からほぼ横ばいとなり、僅かだが経常損失を計上し

た。翌 17/7 期は、ファミリーデータプラットフォーム事業のメディア価値の向上と送客数の増加による成果報酬の増加で売上高は急拡大し、売上高経常利益率も 28.2%まで上昇した。

18/7 期以降は、引き続きファミリーデータプラットフォーム事業のメディア価値向上を背景に増収が続いたが、サービス強化や営業強化のために人員を増やしてきたことで人件費等が増加し、売上高経常利益率は 18/7 期 18.8%、19/7 期 14.3%、20/7 期 16.9%と 17/7 期の 28.2%を下回る水準で推移した。

【 図表 3 】 業績推移

(単位: 百万円)



(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

◆ 20 年 7 月期決算

20/7 期業績は、売上高 732 百万円(前期比 14.9%増)、営業利益 123 百万円(同 37.5%増)、経常利益 124 百万円(同 36.6%増)、当期純利益 83 百万円(同 32.2%増)となった。

売上高の詳細の開示はないが、見込顧客の紹介数の増加に加え、提携企業と顧客獲得の効果を上げる取り組みを行うことでアクション単価の上昇も実現でき、増収に貢献した模様である。

売上総利益率は、増収効果によって前期比 0.3%ポイント上昇の 72.9%となった。また、販売費及び一般管理費(以下、販管費)は、人員増による人件費の増加等により同 10.1%増となったが、増収効果により売上高販管費率

は同 2.5%ポイント低下の 56.1%となった。これらの結果、売上高営業利益率は前期比 2.8%ポイント上昇の 16.8%となった。

◆ 21 年 7 月期会社計画

21/7 期の会社計画は、売上高 856 百万円(前期比 16.8%増)、営業利益 205 百万円(同 66.5%増)、経常利益 190 百万円(同 53.2%増)、当期純利益 126 百万円(同 51.4%増)である。

提携企業の商材別売上高については、保険が前期比 50%増、食材宅配は同 40%減、保険と食材宅配以外は同 20%増と同社は予想している。保険は、送客件数の増加に加えて成約率向上に伴うアクション単価の上昇を想定している。食材宅配は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響で送客件数が減少すると見ている。

売上総利益率は、エンジニアの増員はあるものの、増収効果によって前期比 1.2%ポイント上昇の 74.1%を計画している。販管費は、広告運用を内製化することで広告効果が改善するものとして、同 4.3%増に留まるものとしている。その結果、売上高販管費率は同 6.0%ポイント低下の 50.1%を計画している。売上総利益率と売上高販管費率の両方の改善により、21/7 期の売上高営業利益率は同 7.1%ポイント上昇の 23.9%と同社は予想している。

◆ 成長戦略

同社は、現在のメインターゲットである未就学児世帯を対象にした成長と、未就学児世帯以外の開拓による成長の二方向で成長戦略を描いている。

既存の未就学児世帯に対しては、既存のビジネスモデルにおいては、マーケティングオートメーションツールを活用した送客数の増加と、自社コール部隊を通じた販促を行うことによるアクション単価の引き上げを図っていく方針である。また、新規事業として、保険代理事業やママの人材紹介事業を自社で開始する予定であり、商材の追加という形で収益を積み増していく計画である。

未就学児世帯以外の開拓については、既に展開しているヘルスケアアプリによる初孫世代(55～65 歳世代)への浸透を皮切りに、就学児世帯、65 歳以上世帯へと広げていく方針である。ただし、やみくもに展開するわけではなく、同社が持つ「子の誕生データ」を起点にしてマーケティングの領域を広げていく方針である。

> 経営課題/リスク

◆ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大によるリスク

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、同社の送客先の商材によって影響が生じているものがある。食材宅配はマイナスの影響を受けており、21/7 期会社計画においても、食材宅配の提携企業への送客は前期に比べて大きく減少する計画としている。このように、新型コロナウイルス感染症の蔓延次第

によっては、送客先の商材の需給の変化により同社の業績に更なる影響を及ぼす可能性がある。

◆ 配当について

同社では、株主に対する利益還元を重要な経営課題のひとつと位置づけている。しかし、現在は将来の成長に向けた資金の確保を優先するため、配当を実施していない。配当の実施及びその時期については現時点では未定である。

【 図表 4 】 財務諸表

損益計算書	2018/7		2019/7		2020/7	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	479	100.0	637	100.0	732	100.0
売上原価	152	31.7	174	27.4	198	27.1
売上総利益	327	68.3	463	72.6	534	72.9
販売費及び一般管理費	239	50.0	373	58.6	411	56.1
営業利益	87	18.3	89	14.0	123	16.8
営業外収益	2	-	1	-	0	-
営業外費用	0	-	0	-	-	-
経常利益	89	18.8	90	14.3	124	16.9
税引前当期純利益	89	18.8	89	14.0	116	15.8
当期純利益	64	13.4	63	9.9	83	11.4

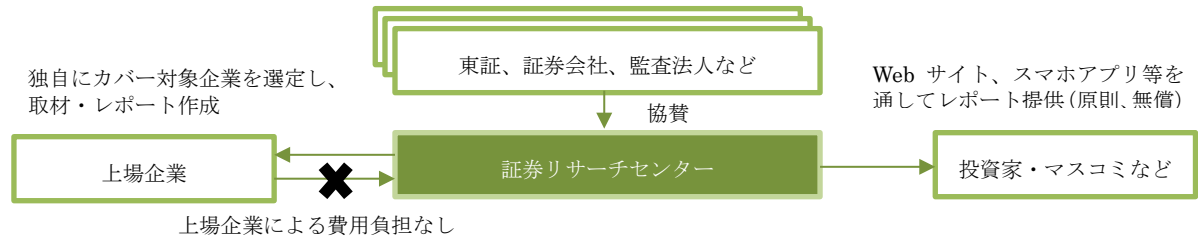
貸借対照表	2018/7		2019/7		2020/7	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	220	94.0	284	92.5	423	96.5
現金及び預金	136	58.2	175	57.1	314	71.8
売上債権	55	23.6	72	23.5	73	16.8
棚卸資産	21	9.1	22	7.3	19	4.4
固定資産	14	6.0	23	7.5	15	3.5
有形固定資産	4	1.8	2	1.0	3	0.7
無形固定資産	0	0.2	10	3.3	0	0.0
投資その他の資産	9	4.1	9	3.3	12	2.7
総資産	234	100.0	307	100.0	438	100.0
流動負債	48	20.6	69	22.6	121	27.8
買入債務	6	2.6	11	3.6	21	4.9
固定負債	13	6.0	2	0.8	-	-
純資産	172	73.4	235	76.6	316	72.2
自己資本	172	73.4	235	76.6	316	72.2

キャッシュ・フロー計算書	2018/7		2019/7		2020/7	
	(百万円)		(百万円)		(百万円)	
営業キャッシュ・フロー	26		62		143	
減価償却費	1		1		3	
投資キャッシュ・フロー	0		-11		-2	
財務キャッシュ・フロー	-6		-11		-2	
配当金の支払額	-		-		-	
現金及び現金同等物の増減額	19		39		139	
現金及び現金同等物の期末残高	136		175		314	

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

(協賛)

株式会社東京証券取引所
みずほ証券株式会社

SMBC 日興証券株式会社
有限責任あずさ監査法人

大和証券株式会社
EY 新日本有限責任監査法人

野村證券株式会社
株式会社 ICMG

(準協賛)

有限責任監査法人トーマツ

三優監査法人

太陽有限責任監査法人

株式会社 SBI 証券

(賛助)

日本証券業協会
宝印刷株式会社

日本証券アナリスト協会
株式会社プロネクサス

監査法人 A&A パートナーズ

いちよし証券株式会社

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。