

Kuradashi

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社クラダシ
(証券コード：5884)

2026年9月29日

目次

会社概要・代表メッセージ

1. エグゼクティブサマリー
2. クラダシグループとは
3. 中期経営計画
4. 中期経営計画の進捗
5. ビジネスモデル
6. サステナビリティ・インパクト経営
7. リスク情報

Appendix

クラdashi会社概要

商号	株式会社クラdashi
設立	2014年7月7日
代表者	関藤 竜也（代表取締役会長） 河村 晃平（代表取締役社長CEO）
所在地	本社 141-0021 東京都品川区上大崎3-2-1 目黒センタービル5F 支社 021-0867 岩手県一関市駅前38番地1 テラス石橋2F 営業所
上場市場	東京証券取引所 グロース市場（証券コード：5884）
事業内容	Kuradashi Food／Kuradashi Energy
従業員	連結：52名 ※アルバイト・インターン等含む、役員・業務委託・派遣社員除く ※2026年6月末時点

B Corp認証

Certified



2022年6月にB Corp認証を取得。

国内のB Corp認証取得企業として初の上場

環境・社会パフォーマンス等に優れた企業に与えられる米国B Lab運営の認証制度

代表メッセージ

未来に実りを——クラダシの挑戦と進化

クラダシは、「善いビジネスで、未来に実りを。」というミッションのもと、公益性と経済性の両立を本気で追求するソーシャルインパクト企業です。私たちは、社会課題の解決を“後付け”ではなく“事業そのものの中核”に据え、ビジネスの成長と社会的インパクトが同じ方向へ拡大する仕組みを築いてきました。フードロス削減を起点に、EC・物流・データを融合した独自のモデルで、新しい市場価値を創出してきたことはその象徴です。

そして今、挑戦の領域は再生可能エネルギーへと広がっています。特に「電力ロス」の解消は、社会にとっても産業にとっても新たなフロンティアです。電力需給の非効率や蓄電最適化といった課題に対し、クラダシならではの発想とスピードで、大きな成長余地があると確信しています。この先、クラダシは単体企業にとどまらず、日本一のソーシャルインパクト企業グループ——“社会貢献の総合商社”として、多角的に価値を生み出す複合体へと進化していきます。フードロスから電力ロスへ、そして未解決のさまざまな課題領域へ。公益性の高い市場で、確かな経済性を持つ事業群を積み上げていきます。

共に働く仲間には、やらされるのではなく、自ら選び取り、楽しみながら挑戦してほしい。そして、プロとしての誇りを持ちつつ、誰に対しても誠実である“プロフェッショナルないい人”であってほしいと願っています。この姿勢こそが、クラダシのプレゼンスと競争力の源泉です。5年後、10年後には、500億、1000億と企業価値を持つグループへ。これは単なる数字の目標ではなく、社会的インパクトを拡大しつつやる中で辿り着く“必然の結果”だと考えています。

創業者の想いを受け継ぎ、次の世代へとバトンを渡しつづける企業として、クラダシはこれからも社会課題を前に進め、人々の選択と行動を変え、より良い未来をつくりつづけます。

善いビジネスで、未来に実りを。その実現に向けて、私たちはこれからも挑戦を続けてまいります。



株式会社クラダシ
代表取締役社長 河村 晃平

1.エグゼクティブサマリー

Executive Summary

エグゼクティブサマリー – クラダシとは

■ 善いビジネスで「もったいない」を価値に変える —— これがクラダシの事業構造

Mission 善いビジネスで未来に実りを。
Good Business. Grows Tomorrow.

Vision 日本一のインパクト企業グループへ。
The Group for Impact.

① どこに「もったいない」があるか

フードロス

Food

様々な理由で行き場が失われた食品

電力ロス

Energy

需要と供給のズレで失われた電力

空き家ロス

Estate

所有者不在で活用されていない住宅

② クラダシの共通モデル

Kuradashi 共通モデル
「もったいない」を価値へ

引き取る
(買取・保有・受託)

価値を再設計する
(販路・用途)

必要な人へ届ける

3つの事業に共通する、ひとつの型

③ 生まれる3つの「よし」

売り手よし

廃棄コストの削減とブランド保護／余剰電力の活用／空き家の管理負担を解消

買い手よし

おトクに購入し社会にも貢献／安定した電力供給と電気コスト削減

社会よし

フードロス削減と支援先への還元／再エネ普及とCO2削減／地域社会の活性化

エグゼクティブサマリー – 中期経営計画と事業内容

■ 中期経営計画の3本の矢と、Food・Energy 2カンパニーの事業展開で非連続の成長へ

① 中期経営計画（2024年7月～2027年6月）

テーマ 「フードロス削減のインフラに」

既存の深掘りと新規の開拓の両輪で、3本の矢を実行

- 1 **EC事業の拡大**
既存事業の深化 — Kuradashi Food を太くする
- 2 **サプライチェーンにおける機能拡張**
既存事業の深化 — ロスが集まる仕組みを拡張
- 3 **新規事業・M&Aによる成長**
新規事業の探索 — 同じ型を新しい「もったいない」へ

2027年6月期（中期経営計画の最終年度）
売上高 100億円 / EBITDA^注 5億円

② 事業内容（2カンパニー体制）

Kuradashi Food フードロス削減事業・サプライチェーン機能

フードロス削減の大きな輪をつくる
商品開発から卸小売・物流代行・冷凍宅配食まで7工程をカバー。ロスが集まる仕組みで、削減量と収益を同時に伸ばす

会員数
66.2万人

パートナー企業
2,343社

Kuradashi Energy 再生可能エネルギー事業・電力小売

未来を動かす電力
系統用蓄電所の開発・保有・運用に加え、中京電力の連結で「発電×小売」へ。使われずに失われる電力ロスを価値に変える

系統用蓄電所
7案件

小売顧客
高圧79 / 低圧564地点

エグゼクティブサマリー – 中期経営計画の進捗

■ 3本の矢の実行と新規事業への投資で、2027年6月期は売上高2.5倍の非連続成長へ

業績

	売上高	EBITDA ^{注1}	営業利益	親会社株主に帰属する 当期純利益
2026年6月期 実績	37.6億円	2.6億円	1.0億円	0.6億円
2027年6月期 業績予想	95.3億円	8.9億円	5.0億円	3.0億円
前年比	+153.2%	+239.6%	+400.0%	+350.3%

総投資額（うち実行済43.5億円）

66.7 億円

実力ROE（蓄電所の通期寄与前提）^{注2}

28.9 %

資本負債比率（27年6月末 想定）

38.4 %

エグゼクティブサマリー – 中期経営計画の進捗

3本の矢の進捗

1 EC事業の拡大

- 日本郵便と資本業務提携（5億円の資金調達）
- 物流・冷凍宅食事業で協業を開始

パートナー 2,343社 /
会員 66.2万人

2 サプライチェーンの機能拡張

- 冷凍宅食事業・物流代行サービスを立ち上げ
- サプライチェーンのカバレッジを拡大し、ロス品が集まる仕組みを構築

周辺事業が収益に寄与

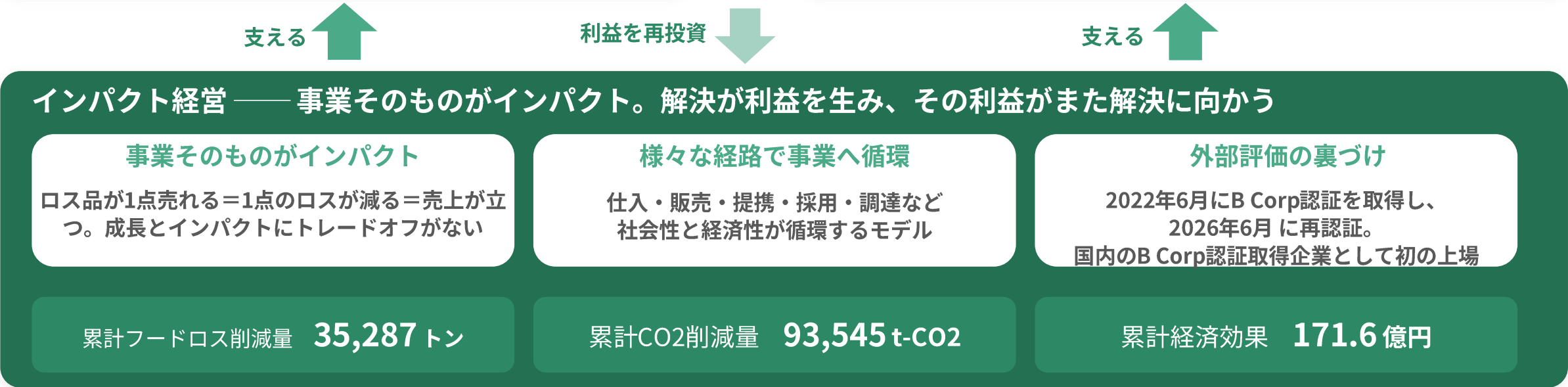
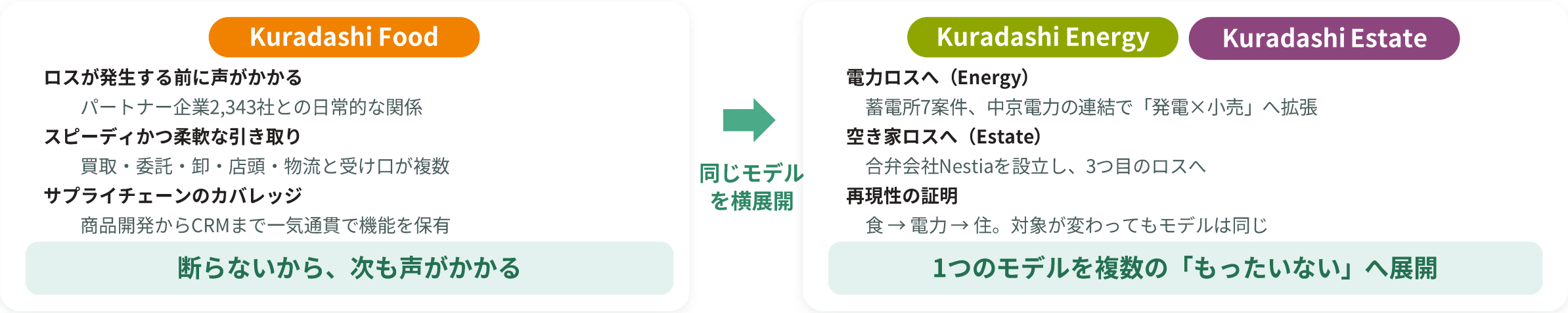
3 非連続な成長のためのM&A

- 中京電力＝電力小売、中村商事＝酒類の調達網、みとわ＝法人ギフト
- 仕入・販路・新領域を同時に獲得

M&A 5件 /
3社売上寄与 約43億円

エグゼクティブサマリー – 競争優位性

■ 「集まる仕組み」 × 「展開できるモデル」 × 「インパクト経営」



エグゼクティブサマリー – 「もったいない」 市場規模

- 同じ型を食→電力→住へ展開。大規模な対象市場に対し、2027年6月期業績予想売上高は95.3億円

Kuradashi Food フードロス

国内フードロス市場 **8,500** 億円
(事業系フードロス 237万トン)

EC・卸小売・物流代行・冷凍宅配食まで7工程をカバー。
パートナー企業 2,343社、会員 66.2万人を基盤に、ロスが集まる仕組みを保有

当社の現在地 (2026年6月期 セグメント売上)
32.6億円 = 市場の約0.4%

Kuradashi Energy 電力ロス

国内系統用蓄電池導入見通し (2030年) **23,800** MWh
(未活用の電力 年間20億kWh以上)

系統用蓄電所7案件を保有・開発。中京電力の連結で「発電×小売」へ拡張し、高圧79地点・低圧564地点の顧客基盤を獲得

当社の現在地 (2026年6月期 セグメント売上)
5.1億円 / 蓄電所 7案件 (稼働1件)

空き家ロス (Kuradashi Estate)

新規事業

2026年4月に合併会社 Nestia を設立 (出資51%)。
空き家 900万戸・市場規模 9兆円を対象に、3つ目の「もったいない」へ。事業の詳細は今後開示予定

FY2027/6 業績予想には未算入

2. クラダシグループとは

About Kuradashi Group

Mission&Vision 私たちが目指す世界

Mission

存在意義

善いビジネスで
未来に実りを。

Good Business. Grows Tomorrow.

私たちの使命は、善いビジネスをつくり、育てつづけること。

仲間を増やし、経済圏を広げながら、より明るい未来をともに切り開いていく。

新たなビジネスの可能性の“種”を蒔き、社会・環境・経済へ確かなインパクトをもたらすことで、実り豊かな未来を実現してまいります。

Vision

目指す姿

日本一の
インパクト
企業グループへ。

The Group for Impact.

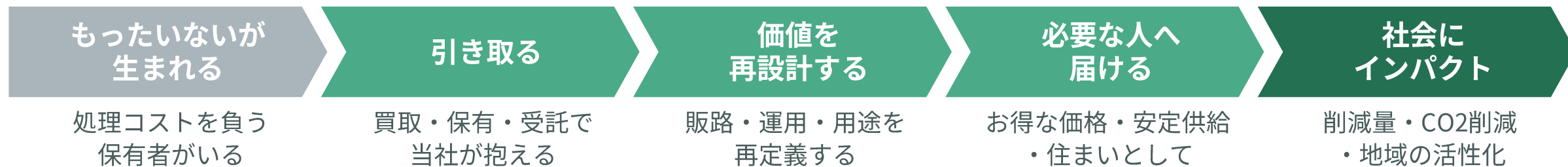
私たちは、“善いビジネス”が生み出す価値で、日本一を目指します。

課題が生まれたときに、「クラダシならできる」と思ってもらえる実行力。志をともにしたくなる揺るぎない信頼。地域や行政、生活者にとって“なくてはならない”インフラのような安定感。

善いビジネスをつくりつづけ、社会・環境・経済の三つの領域で真に必要とされる、インパクト企業グループへと成長していきます。

「もったいない」を価値に変える共通モデル

■ 3事業は別々の事業ではなく、同じ型を異なる「もったいない」に当てはめた水平展開

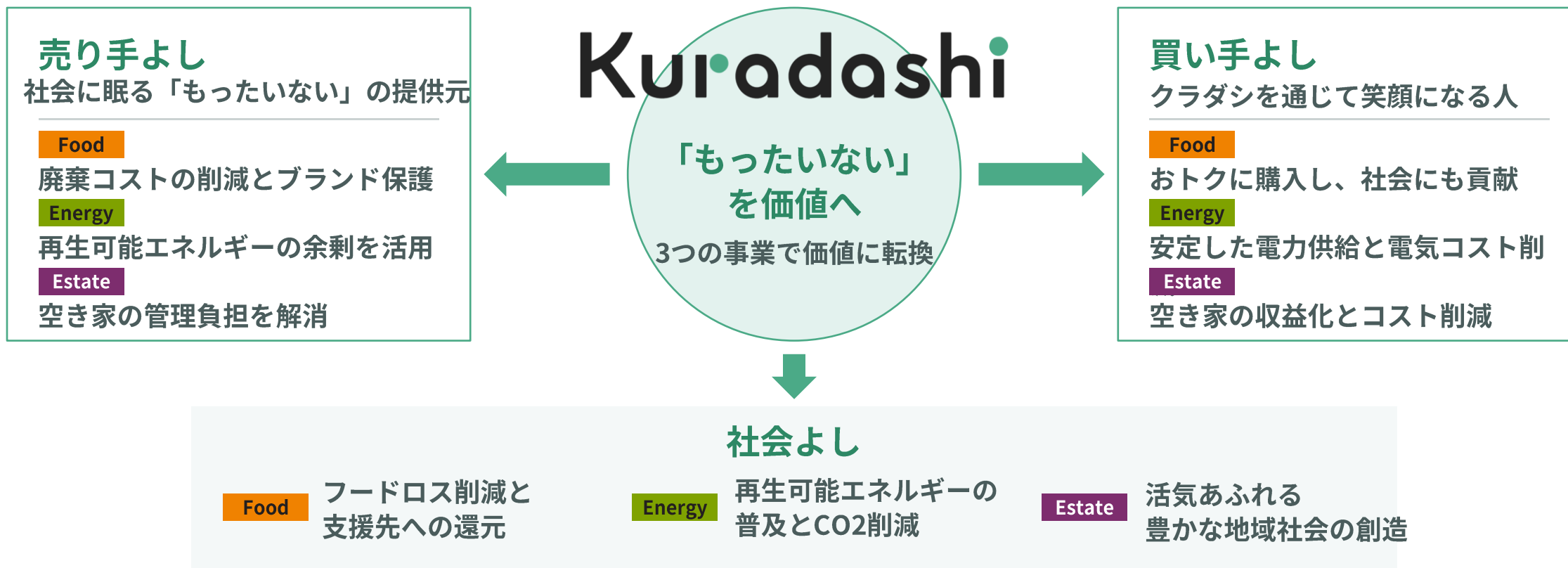


事業	対象となる「もったいない」	当社が担う機能	市場の大きさ
Kuradashi Food	フードロス 商慣習や季節性により市場に出にくくなった食品	EC・卸・店舗・物流受託・商品開発	国内フードロス 461万トン
Kuradashi Energy	電力ロス 需要と発電量のずれで使われない電力	系統用蓄電所の保有・運用・電力小売	未活用電力 年間20億kWh以上
新規事業 Kuradashi Estate	空き家ロス 所有の壁により活用されない住宅ストック	売買・賃貸管理・施設運営・ファンド	空き家900万戸・市場9兆円

クラダシの特徴的なビジネスモデル

- 売り手よし・買い手よし・社会よしを、Food／Energy／Estateの3事業で同時に実現

3つの「よし」を、同時に実現



クラダシ グループ組織図

■ 2カンパニーのグループ体制

2026年8月時点

株式会社クラダシ 東証グロース：5884

Kuradashi Food Company

Kuradashi Energy Company

Kuradashi Estate
CEO直下組織

株式会社クロスエッジ
Dr.つるかめキッチン 100%

株式会社中京電力
電力小売 100%

株式会社Nestia
空き家リパーパス 51%

株式会社L'ATELIER de SHIORI
オンライン料理教室 100%

クラダシ・インベストメント
合同会社／合併 匿名組合出資 51%

株式会社中村商事
酒類・飲料小売 100%

クラダシ・インベストメント2号
合同会社／合併 匿名組合出資 50%

株式会社みとわ
ギフト企画・製造 70%

沿革 & 創業ストーリー

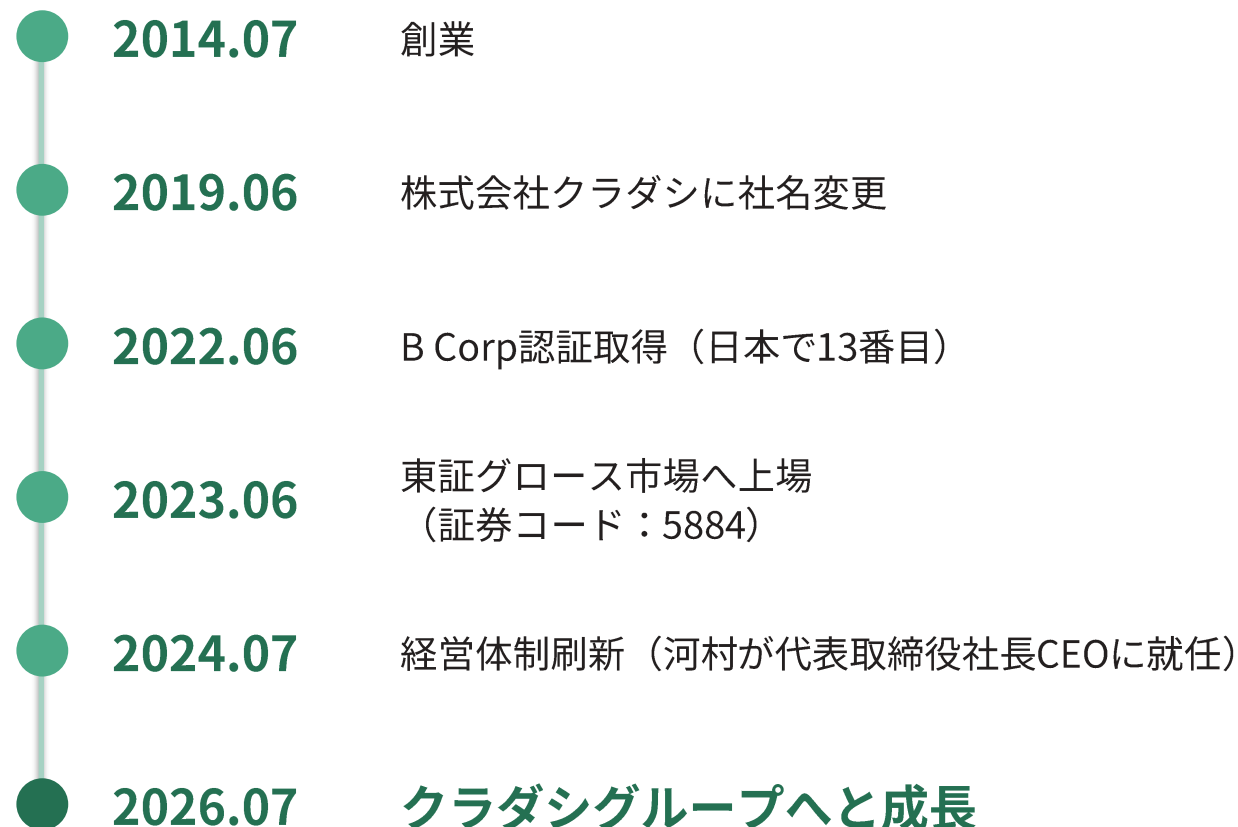
■ 創業から12年。上場後の投資フェーズを経て、グループとしての成長段階へ

クラダシ創業背景

創業者・関藤竜也（現代表取締役会長）は、1995年の阪神淡路大震災で「一人の力の限界」を痛感。

また、1998～2000年の商社パーソン時代、中国駐在で「世界の工場」における大量生産・大量廃棄を目の当たりにし、資源枯渇への危機感を抱く。

これらの原体験を基に、2014年7月、持続可能な仕組みを創ろうという思いから、株式会社クラダシ（旧社名：グラウクス株式会社）を設立。



3.中期経営計画 (25年6月期-27年6月期)

Mid-term Management Plan

中期経営計画テーマ

フードロス削減のインフラに

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

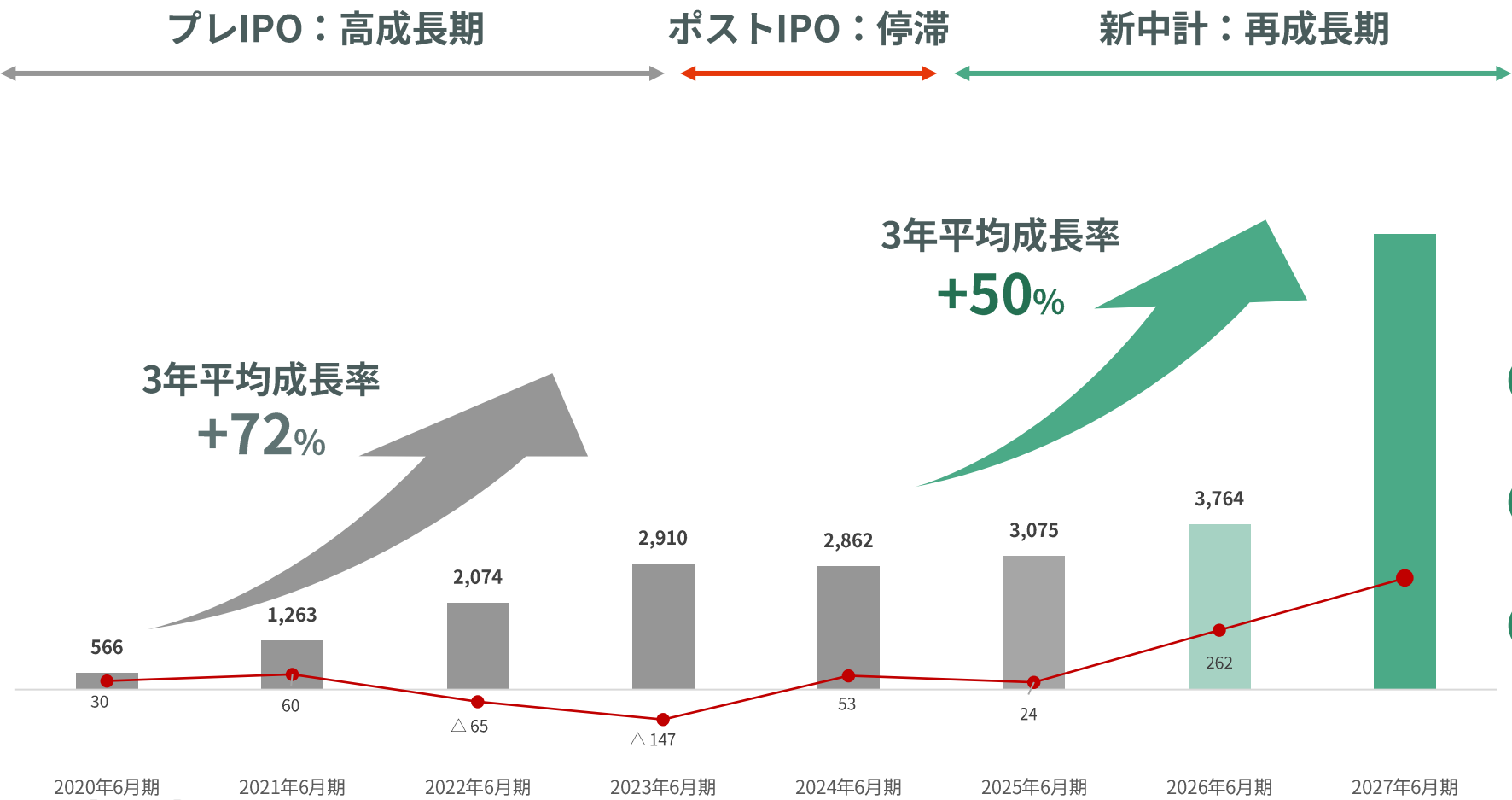
基幹事業であるフードロス品取引と親和性の高い周辺領域で事業を創造
フードロス削減へのシナジー効果によるインフラ化と共に、ポテンシャルの
大きい領域で単体事業としての収益化を図る

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



27年6月期 売上高
100 億円

27年6月期 EBITDA
5 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

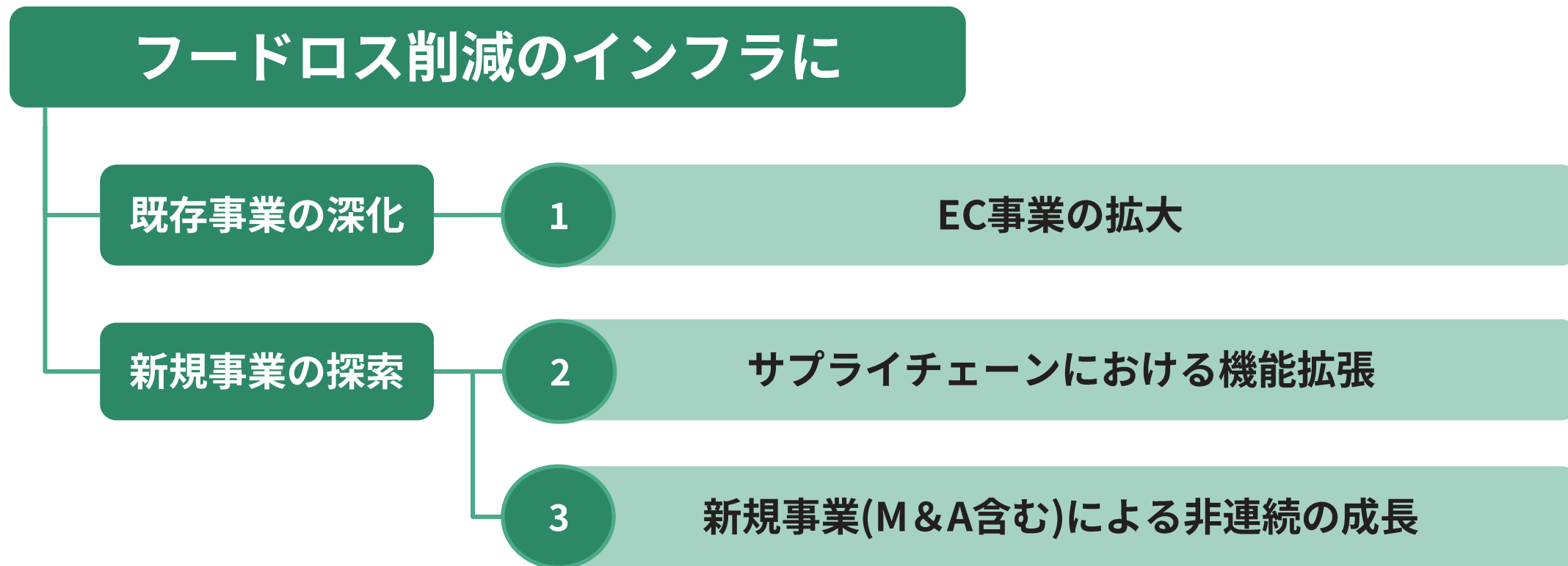
3

新規事業(M&A含む)による非連続成長

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



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



注1：経済産業省「2022年経済構造実態調査」

注2：創業から2026年6月末時点までに取引実績のあるパートナー企業数

注3：創業から2026年6月末時点までの累計会員登録者数

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

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



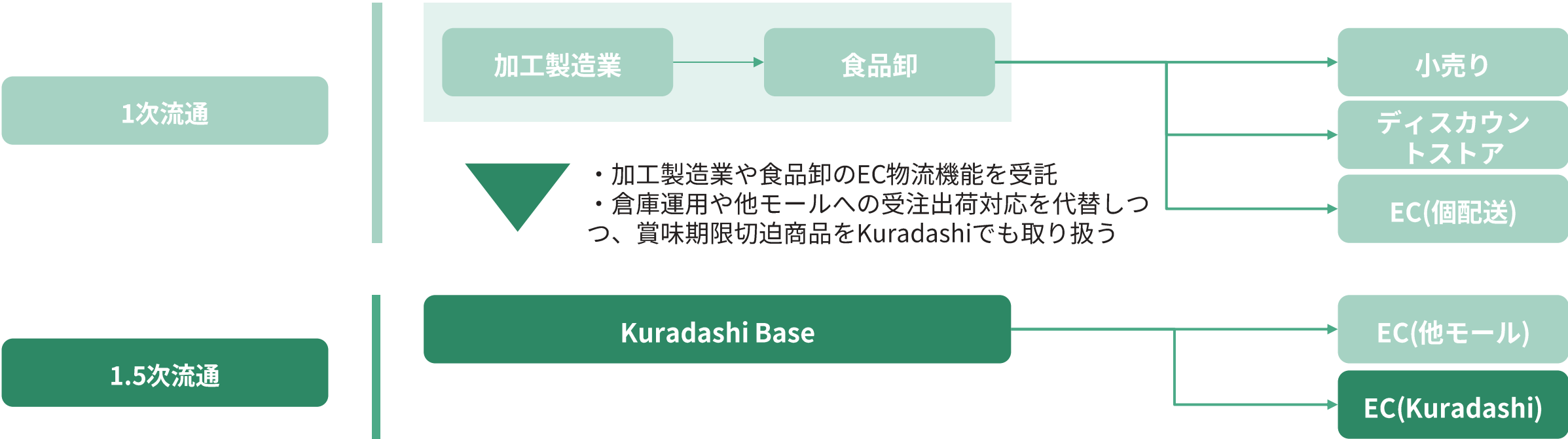
全農 パルテイズ 株式会社 (Seiun Partez Co., Ltd.)



2. サプライチェーンにおける機能拡張



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



2. サプライチェーンにおける機能拡張



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

- 1

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
- 2

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
- 3

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
- 4

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） 【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

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	
	概要	関藤 ^{注1} 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 ^{注1} 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
	スキーム	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^{注2} 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^{注2} 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）	

クラdash経営体制

■ 9つの経営機能を取締役・執行役員でカバーし、グループ経営に必要なスキルを確保

		経営・サステナビリティ	財務・会計	法務・コンプライアンス	人材・組織開発	営業・マーケティング	新規事業・イノベーション	M&A	食品サプライチェーン	再生可能エネルギー
取締役		代表取締役会長 関藤 竜也	●		●	●	●		●	
		代表取締役社長 CEO 河村 晃平	●			●	●	●	●	●
		取締役 CFO 高杉 慧	●	●	●			●		
		社外取締役 柏木 彩	●	●		●	●			
執行役員		Kuradashi Foodカンパニー CEO 徳山 耕平	●		●	●	●			
		M&A シナジー室 室長 大沢 亮	●			●	●		●	●
		Kuradashi Energyカンパニー CEO 山口 達也	●			●	●		●	●
		CAO コーポレート本部長 岡村 薫	●	●	●			●		

4.中期経営計画の進捗

Progress of the Mid-term Plan

2026年6月期 通期 ハイライト

売上高	3,764 百万円	+22.4%	・ 売上高は前年同期比+22.4%の大幅増収。 売上高・各段階損益は過去最高を更新。
EBITDA注1	262 百万円	+239百万円	・ 既存事業成長と大胆な成長投資を両輪で実行し、 収益構造の転換を達成。
親会社株主に帰属する 当期純利益	67 百万円	+18百万円	・ 4QにおけるM&A取得関連費用の計上があるも、 最終利益までの黒字転換及び過去最高益を更新
Kuradashi Food	3,258 百万円	—	・ 主力となるEC事業は堅調に成長 ・ 物流事業等の周辺事業の立ち上がりが収益寄与
Kuradashi Energy	506 百万円	—	・ 蓄電所の稼働開始により収益貢献開始

2027年6月期 通期 連結業績予想

- 売上高は2.5倍（前年比+153.2%）の非連続成長を見込む
- EBITDA9億円、営業利益5億円、最終利益3億円を見込む

	(百万円)	2026年6月期 実績	2027年6月期 業績予想	前年比	前年比（%）
売上高		3,764	9,533	+5,768	+153.2%
EBITDA ^{注1}		262	892	+630	+239.6%
EBITDAマージン（%）		7.0%	9.4%	+2.4pts	-
営業利益		100	503	+402	+400.0%
経常利益		56	357	+300	+529.3%
親会社株主に帰属する当期純利益		67	303	+236	+350.3%

業績予想の前提に以下は含んでおりません。

- ・ 空き家再生事業（Nestia）
- ・ 経済産業省「中小企業成長加速化補助金」に採択

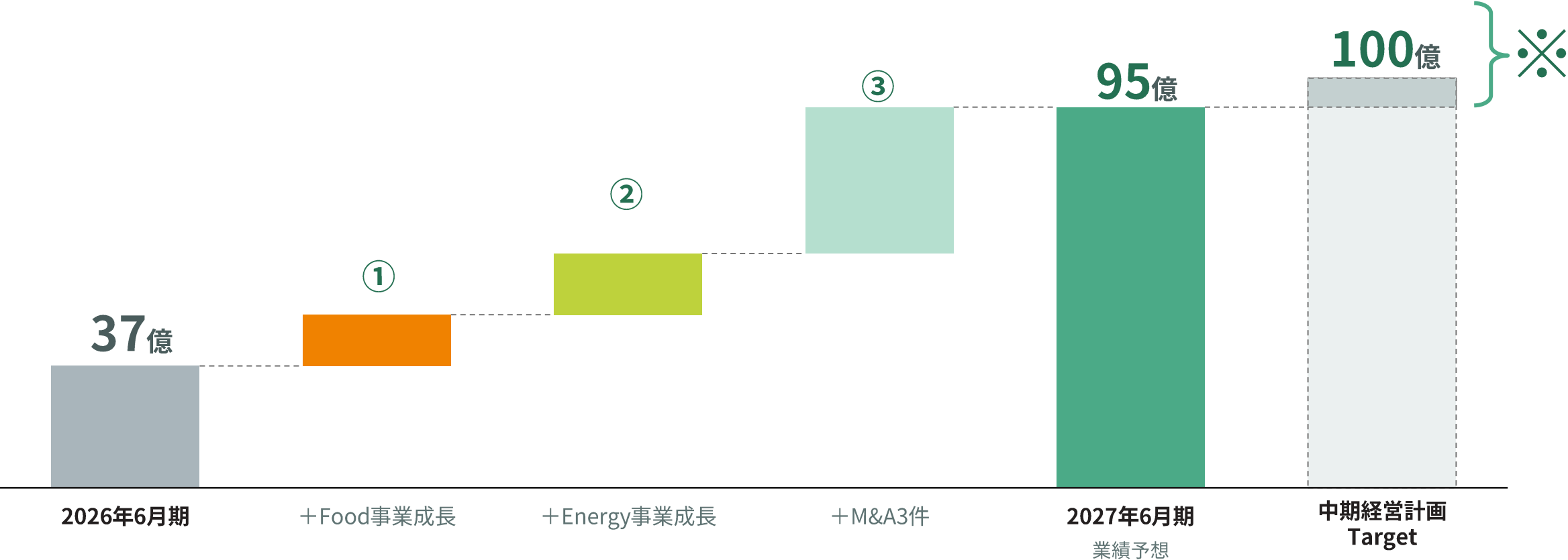
※「中小企業成長加速化補助金」は、経済産業省・中小企業庁が実施する制度で、賃上げへの貢献、輸出による外需獲得、域内の仕入による地域経済への波及効果が大きい、売上高100億円超を目指す中小企業の大胆な投資を支援します。補助上限額は最大5億円、補助率は1/2以内です。

2027年6月期 通期 連結業績予想 – 前提条件 売上高

■ 売上高は前年比+5,768百万円 (+153.2%) を見込む

- ①既存事業の成行成長及び日本郵便との協業事業影響
- ②系統用蓄電所の1号案件通期寄与・2号以降案件の順次運転開始による影響
- ③M&A（中京電力・中村商事・みとわ）の新規連結

※空き家再生事業（Nestia）による積み上げ



2027年6月期 通期 連結業績予想 – ③M&Aの新規連結影響

3社合計の金額的影響 売上高 約43億円

株式会社中京電力
取得日：2026年6月→通期連結

事業内容
小売電気事業（高圧・低圧）

売上高
7億円規模

EBITDAマージン
15%程度

取得の意義

1

電力小売の事業基盤を即時獲得（登録・顧客基盤を一括取得）

2

系統用蓄電池（卸）と組み合わせ「発電×小売」へバリューチェーン拡張

株式会社中村商事
取得日：2026年7月→通期連結

事業内容
酒類等の販売事業

売上高
26億円規模

EBITDAマージン
10%程度

取得の意義

1

酒類・飲料メーカー／卸との取引に基づく調達網を獲得

2

北関東の「地域×リアル店舗」チャンネルをフードロス商品の出口に活用

株式会社みとわ
取得日：2026年8月→通期連結

事業内容
オリジナルギフトの企画・製造・卸売

売上高
10億円規模

EBITDAマージン
9%程度

取得の意義

1

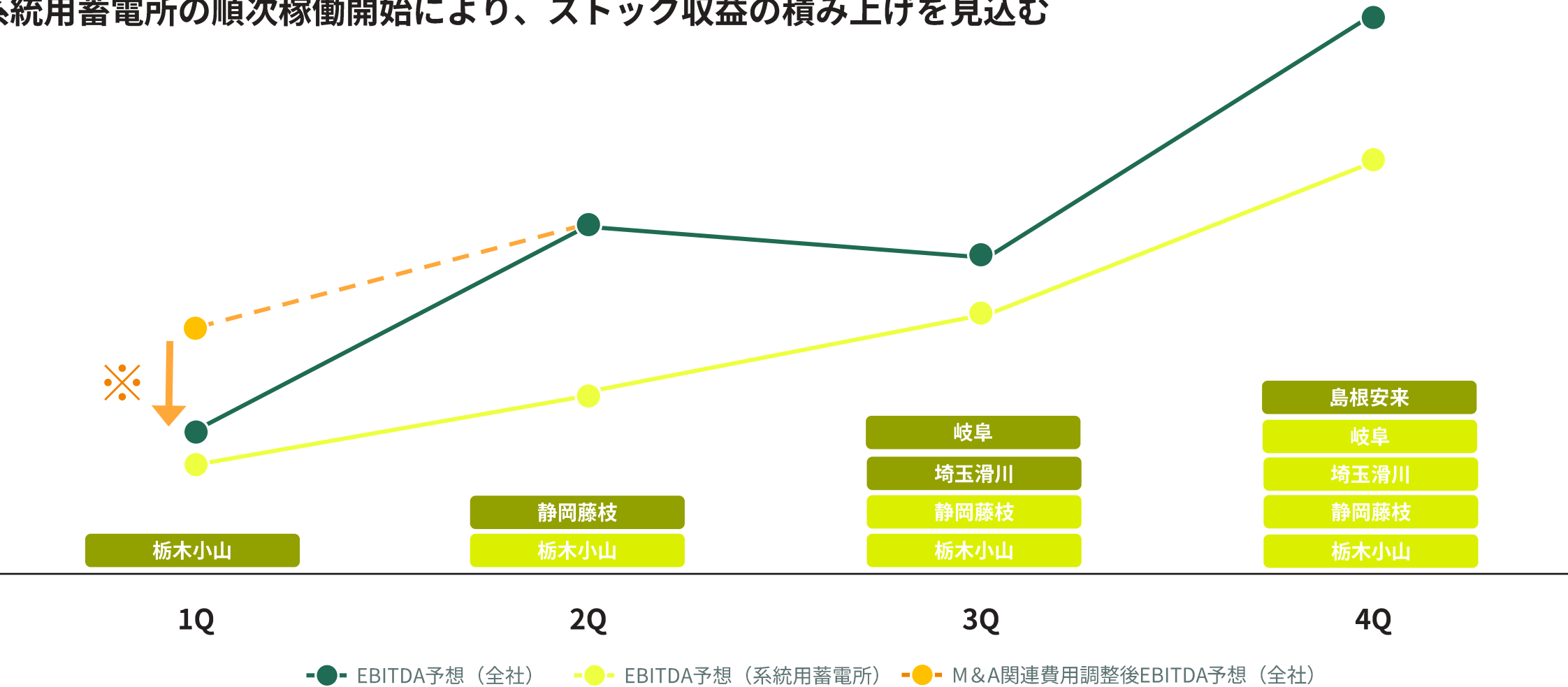
ギフト企画・OEM製造機能を獲得し法人ギフト事業への参入基盤を確立

2

規格外品等を組み込んだ「サステナブルギフト」事業を創出

2027年6月期 四半期別EBITDAの発生イメージ

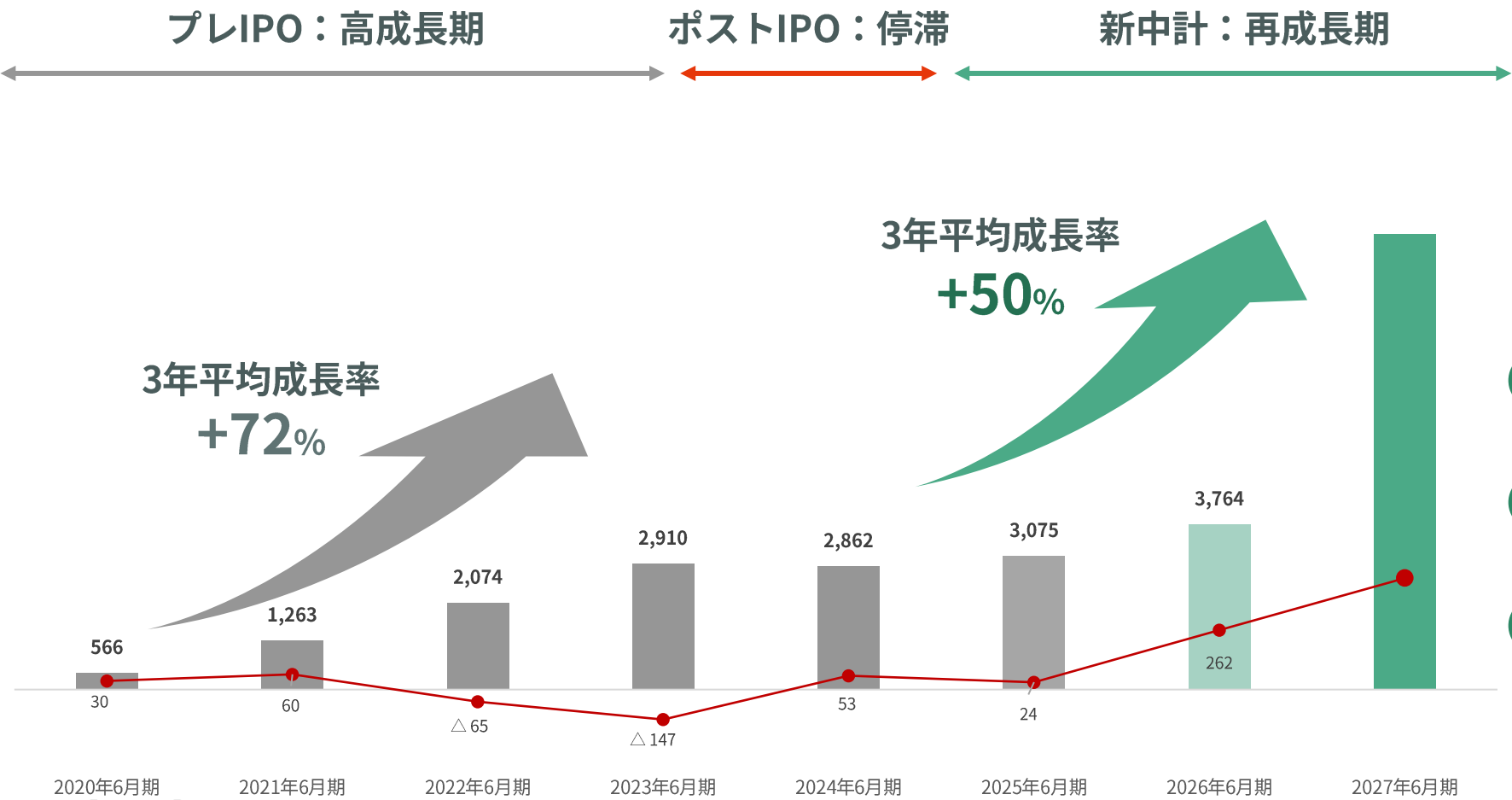
- 1Qは2件分(中村商事・みとわ)のM&A取得関連費用(※)により押し下がり、1Q→4Qでの強い右肩上がりのトレンドを見込む
- 系統用蓄電所の順次稼働開始により、ストック収益の積み上げを見込む



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



27年6月期 売上高
100 億円

27年6月期 EBITDA
5 億円

1

EC事業の拡大

2

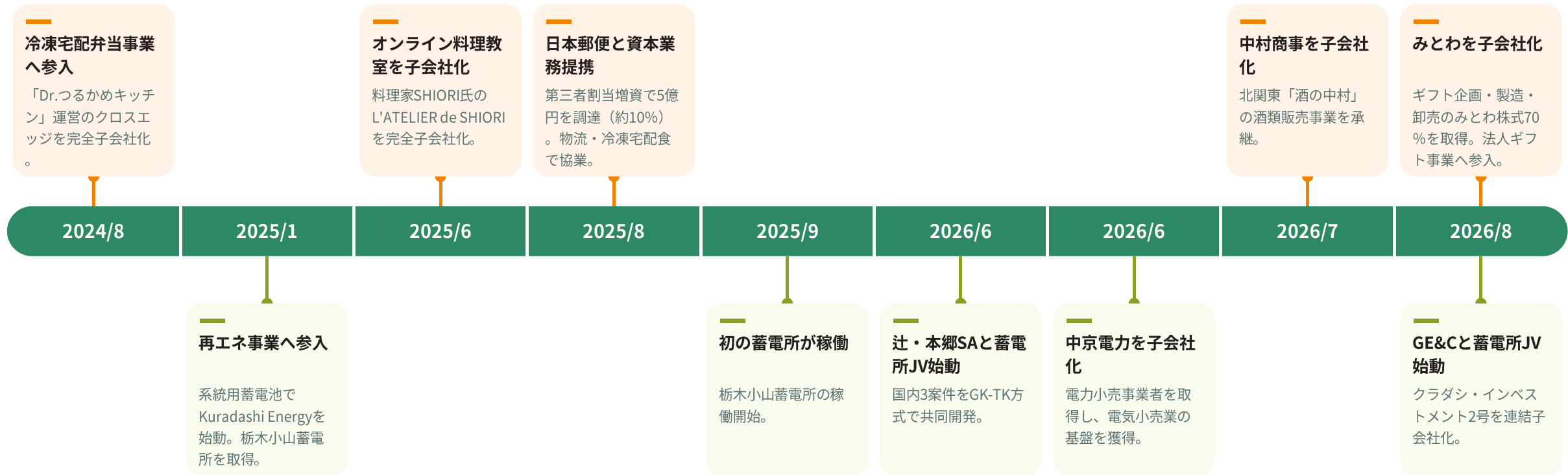
サプライチェーンにおける機能拡張

3

新規事業(M&A含む)による非連続成長

■ 中期経営計画期間で積極的に成長投資を実施

- ・ 5件のM&Aを実行
- ・ 再エネ事業へ参入し系統用蓄電所へ投資（辻本郷SA・GE&Cとの提携含む）
日本郵便との資本業務提携を含むFoodの周辺新規事業創出も並行して実行中



中期経営計画における成果の結実

総投資額

66.7 億円

大胆な成長投資
資金効率と財務安全性を両立

1

実力値ROE

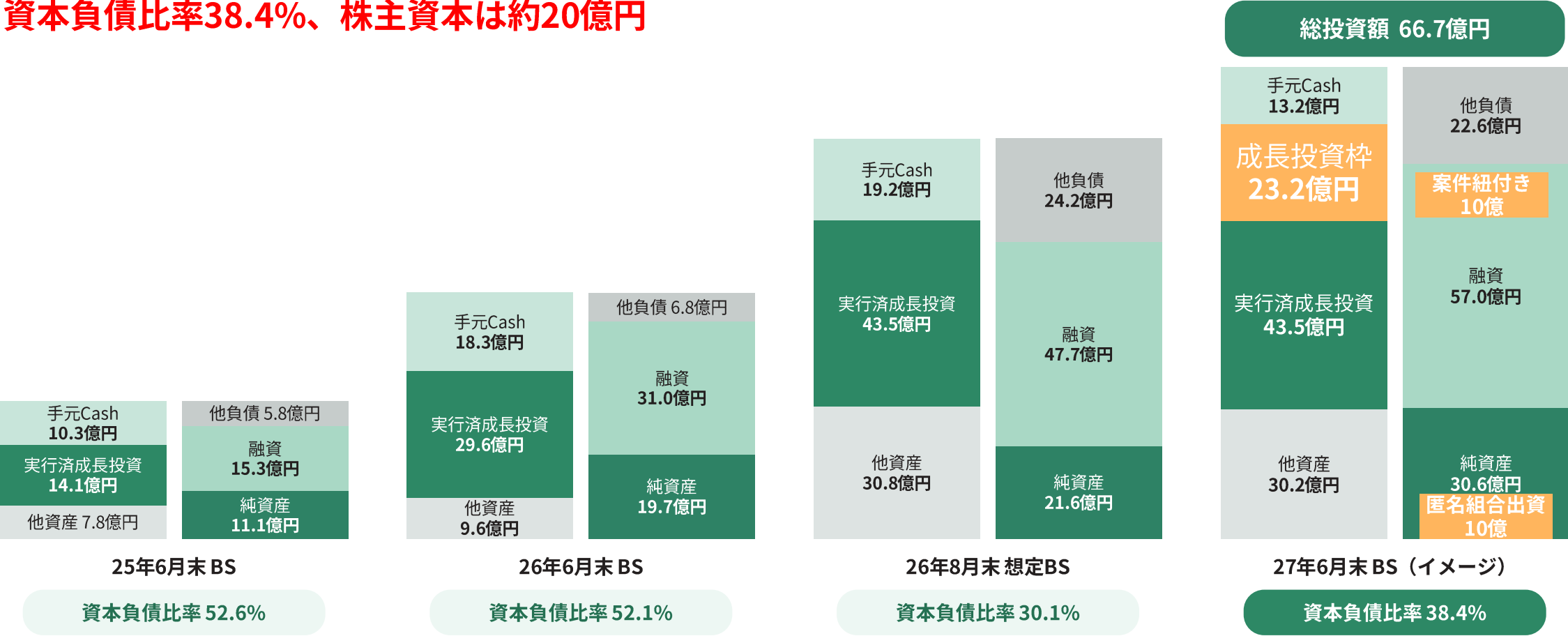
28.9%

投資済案件が年間を通して
寄与した場合のROE

2

大胆な成長投資と資金効率・財務安全性の確保

- 26年8月時点で**43.5億円**を投資実行済
- 残りの**成長投資枠23.2億円**は公表済系統用蓄電所への投資を予定
調達手段は案件紐付き融資およびJVへの匿名組合出資。**新株発行を伴わず既存株主の希薄化は生じない**
- **資本負債比率38.4%、株主資本は約20億円**



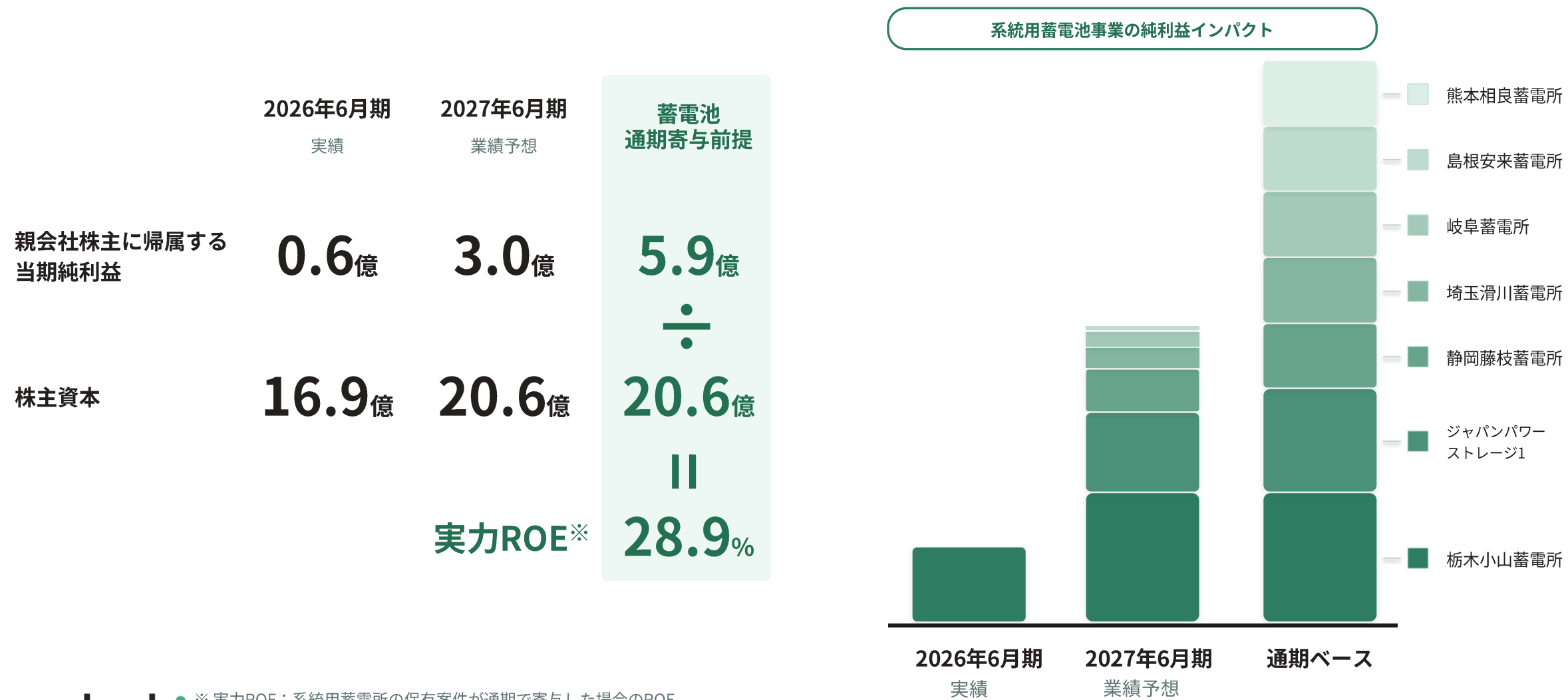
Kuradashi Energy 系統用蓄電所の稼働（予定）一覧

■ 1号案件の栃木小山蓄電所は稼働済み。他案件は2027年6月期中に投資及び順次運転開始予定。

蓄電所名称	出力/容量	電力エリア	ステータス	系統連系	スキーム	持分比率	連結 子会社
栃木小山蓄電所	2MW/8MWh	東京電力	稼働中	2025年6月	自社保有	100.0%	—
埼玉滑川蓄電所	2MW/8MWh	東京電力	準備中	2026年10月 (予定)	辻・本郷スマート アセット JV	51.0%	○
岐阜蓄電所	2MW/8MWh	中部電力	準備中	2026年11月 (予定)			
熊本相良蓄電所	2MW/8MWh	九州電力	準備中	2027年5月 (予定)			
静岡藤枝蓄電所	2MW/8MWh	東京電力	系統連系済	2026年6月	グリーンエネルギー＆ カンパニー JV	50.0%	○
島根安来蓄電所	2MW/8MWh	中国電力	準備中	2027年1月 (予定)			
合同会社ジャパン パワーストレージ1	12MW/48MWh (6基)	非公開	一部稼働中	非公開	匿名組合出資	13.37%	—

実力ROE（系統用蓄電所の通期寄与前提）

- 系統用蓄電所の保有案件が通期で寄与した場合の全社実力ROE※は**28.9%**を想定。



5. ビジネスモデル

Business Model

Kuradashi Food

フードロス削減事業・サプライチェーン機能

フードロス削減の大きな輪をつくる。

日本のフードロスをもっと削減し、最適化する仕組みをつくれませんか。

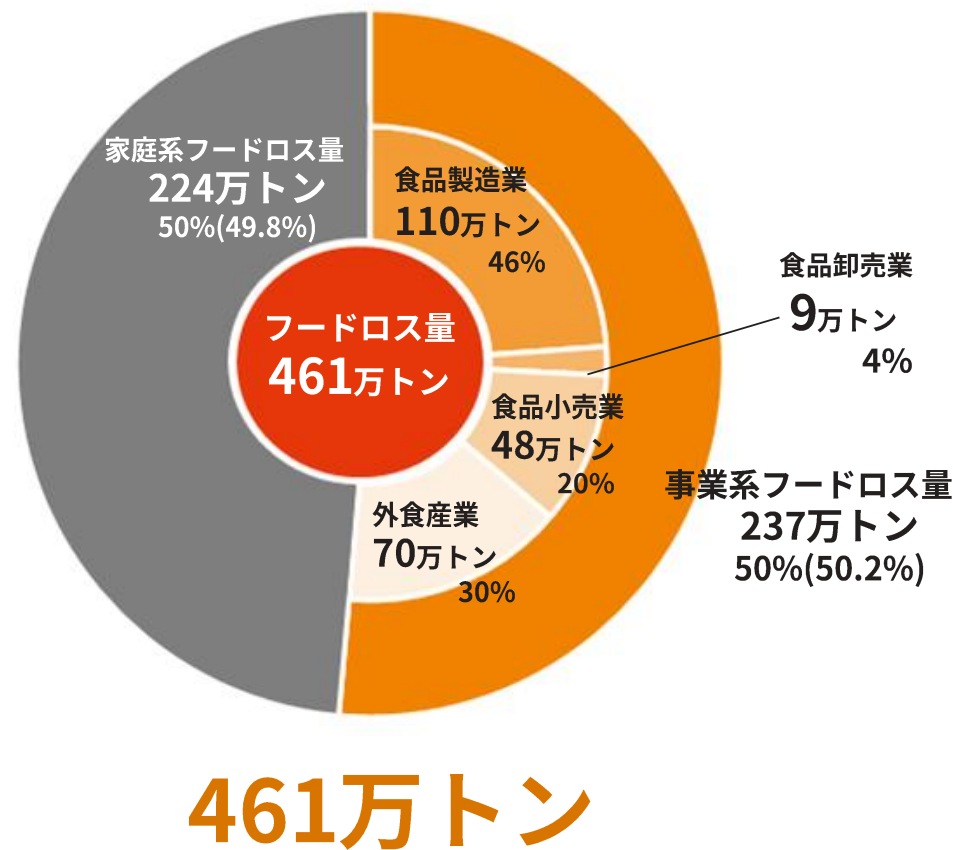
そのために私たちはより濃く関わっていく。食品の開発・生産・販売・流通・食シーン。

食にまつわるあらゆる企業の課題解決を通じてフードロス削減が循環する善い食産業をつくっていく。



Kuradashi Foodが取り組む社会課題

- 国内フードロス461万トンのうち事業系237万トン。商慣習に根差すため供給が枯れにくい



2024年度 国内食品ロス量（合計）

■フードロスになる理由



規格外

商品の割れ、少しの傷、パッケージの汚れ、サイズ違い... 味や品質には全く問題がないにも関わらず、「規格」から外れたことで販売されずに廃棄される商品が沢山あります。



3分の1ルール

「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習慣。製造から最初の3分の1を超えると賞味期限がまだまだ残っていても廃棄される可能性があるのです。

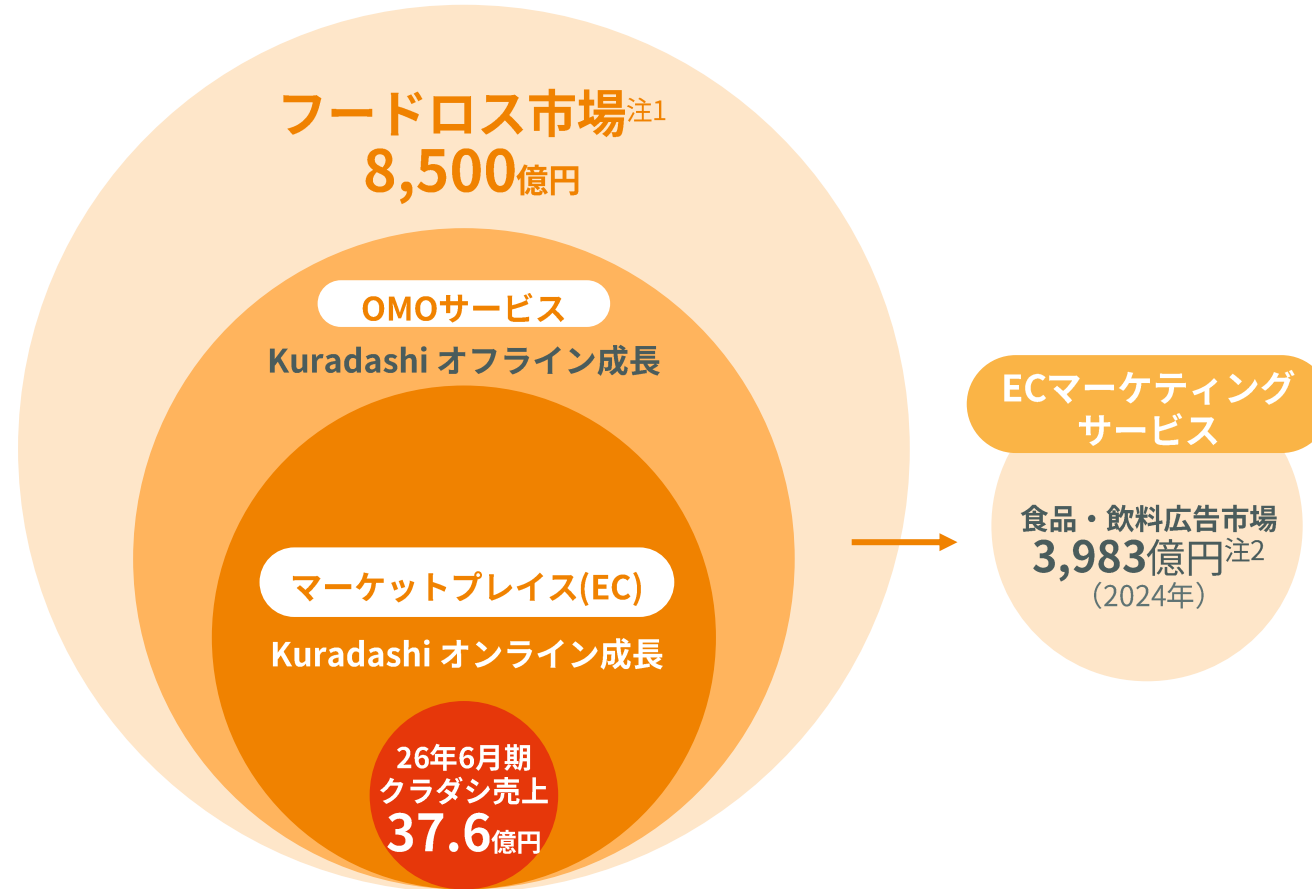


季節商品

恵方巻やクリスマスケーキ、桜や紅葉など四季折々のパッケージ。楽しくて華やかなイベントも、終わると同時に行き場を失ってしまう商品も少なくありません。

Kuradashi Food の市場規模と成長機会

- フードロス市場は約8,500億円。これまでにない新たな市場を開拓



注1：環境省実証実験「令和3年度デジタル技術を活用した脱炭素型2Rビジネス構築等促進に関する実証・検証委託業務報告書」及び経済産業省「令和3年度 デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）報告書」を基にクラダシ試算
注2：電通「2024年 日本の広告費」

Kuradashi Food の周辺市場

■ フードロス品の取引を軸に、隣接する4つの市場へ機能を拡張

01 フードロス削減の取引市場

事業系フードロス237万トンが対象。規格外・3分の1ルール・季節商品という発生要因は商慣習に根差すため、供給が枯れにくい市場構造

当社の基幹事業

02 食品EC市場

食品は3温度帯管理と賞味期限管理を要するためEC化が難しい領域。難しさそのものが参入障壁

ECマーケティング支援

03 食品物流 アウトソーシング市場

物流費の上昇と人手不足により、メーカー・卸の外部委託需要が拡大。全国180拠点以上のネットワークを束ねる4PLとして受託

物流代行サービス

04 冷凍宅配食市場

高齢化と共働き世帯の増加により需要が拡大。Dr.つるかめキッチン累計300万食、日本郵便との共同ブランド（Coming Soon）も展開

冷凍宅配食

Kuradashi Food のバリューチェーンと保有機能

- 7工程すべてに機能を持ち、供給側と需要側の両端からフードロス削減GMVを押し上げる



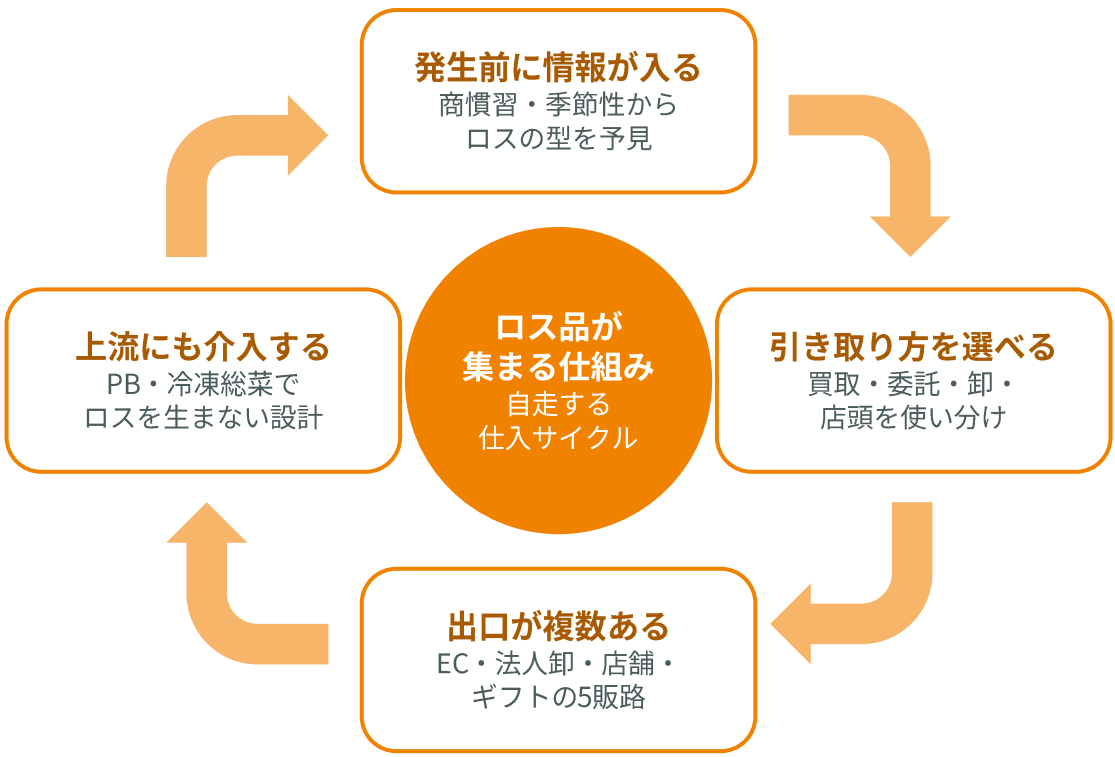
当社が持つ機能——バリューチェーンの7工程すべてをカバー



注1：経済産業省「2022年経済構造実態調査」
注2：創業から2026年6月末時点までに取引実績のあるパートナー企業数
注3：創業から2026年6月末時点までの累計会員登録者数

仕入の独自性 —— ロス品が集まる仕組み

- 発生してから探すのではなく、発生する前に情報が入る導線を持つことが肝



なぜロス品が集まるのか

1. 発生前に情報が入る導線

ロス「発生してから探す」のではなく、商慣習や季節性から発生が読める。パートナー企業2,343社との継続的な関係により、ロス品扱いとなる前に情報が届く。

2. スピーディかつ柔軟な引き取り力

買取・委託・卸・店頭という複数の引き取り方と、EC・法人卸・店舗・ギフトという複数の出口を持つため、数量や鮮度の条件が合わずに断るケースが減る。

3. 手離れの良さから、次も先に声がかかる

引き取り実績が積み上がるほどパートナーの信頼が高まり、次のロス情報がより早く、より多く入る。仕入が仕入を呼ぶ構造になる。

パートナー企業数（累計）注	2,343社	国内の食品関連事業者注	約2.5万社	累計フードロス削減量	43,611トン
---------------	--------	-------------	--------	------------	----------

フードロス削減EC事業（オンライン）

- 会員66.2万人・パートナー企業2,343社。Kuradashiは共感で購入するお客さまの基盤を持つ

Kuradashi

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る可能性のある食品などをおトクに販売するECサービス。売り上げの一部を支援先団体への寄付・クラダシ基金として活用し、SDGs17目標を横断して支援。

会員数（累計）

66.2万人*

パートナー企業数

2,343社*

*2026年6月末時点



フードロス削減EC事業（オフライン）

■ 直営店舗でECの商品を1点から購入できる接点をつくり、参加のハードルを下げる

オフライン店舗を展開し、ECで販売している商品の一つからおトクにご購入いただける機会、より気軽に社会貢献に参画できる機会を提供。



Kuradashi たまプラーザ テラス店



KISARAZU CONCEPT STORE

卸小売・法人ギフト事業

- 中村商事の取引網と店舗、みとわのギフト企画・製造機能により、仕入と販売の両端を拡張

株式会社中村商事		2026年7月 完全子会社化		株式会社みとわ		2026年8月 株式70%取得	
事業内容		酒類・飲料の卸・小売		事業内容		オリジナルギフトの企画・製造・卸売	
主な機能		「酒の中村」北関東3店舗、全酒類卸売業免許		主な機能		群馬県名産品のカタログ販売、販促ノベルティ	
規模		売上高26億円規模／EBITDAマージン10%程度		規模		売上高10億円規模／EBITDAマージン9%程度	

仕入と販売の両端がどう広がるか

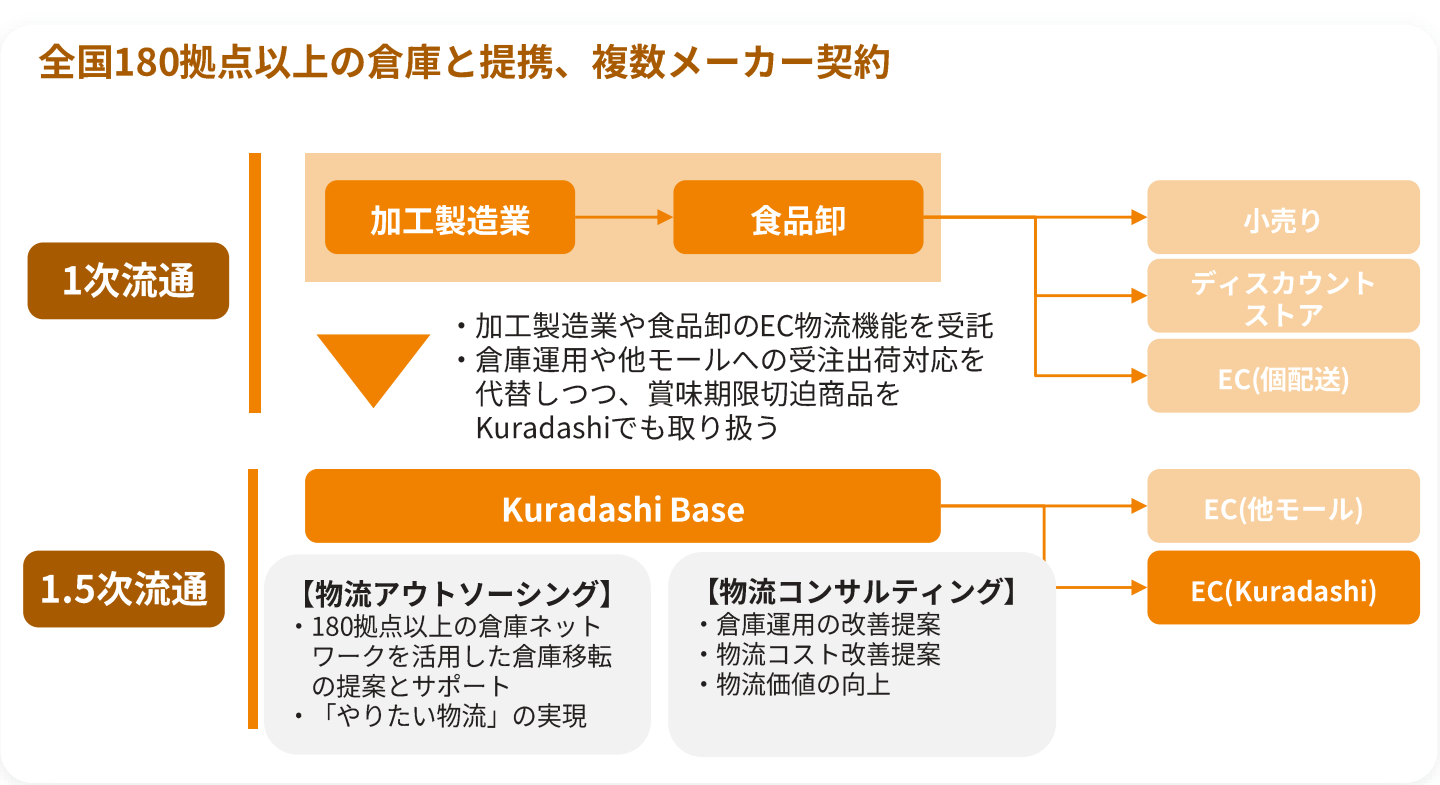
仕入側（供給）		中村商事		販売側（出口）		中村商事・みとわ		商品化の機能		みとわ	
酒類・飲料メーカー／卸との取引に基づく調達網を獲得し、パートナー企業2,343社に新たな商材カテゴリーが加わる				北関東のリアル3店舗とB2B卸に加え、法人向けギフト・カタログという出口が増える				ギフト企画とOEM製造機能により、規格外品など市場に出にくくなった商品を組み込んだギフトを設計可能			

物流代行サービス事業

- 全国180拠点以上のネットワークを束ねる4PLとして、食品物流の課題を解決

物流を、「管理するもの」から「成長を支えるインフラ」へ。

食品メーカーが直面するさまざまな物流課題を、全国180拠点のネットワークと各OMS/WMSの強みを組み合わせて最適な仕組みを構築する「4PL（物流の司令塔）」（※1）として解決する、物流代行サービスを展開。



※1 4PL（フォース・パーティ・ロジスティクス）
企業の物流業務を包括的に設計・管理する仕組みで、3PL（物流業務の外部委託）より、複数の物流事業者やITシステムを統合して最適化を図る。これにより、企業は戦略面に集中でき、コスト削減や効率向上が実現する。

冷凍宅配弁当事業

- Dr.つるかめキッチン は累計300万食。日本郵便との共同ブランド（Coming Soon）も展開



専門医・管理栄養士が監修する冷凍宅配弁当サービス。

累計300万食突破！

（2026年6月末時点）



健康情報が溢れかえっている現代において、「自信を持ってきちんと健康に良いお弁当をお届けしたい」という強い思いから専門医と管理栄養士に監修指導していただき制限食でありながらも、おいしく健康にお召し上がりいただけるように栄養バランスを考えた冷凍宅配弁当を提供しています。

URL: <https://tsurukame-kitchen.com/>

日本郵便との冷凍宅配食

coming soon

郵便局ネットワークを活用した冷凍宅配食サービス

日本郵便との冷凍宅配弁当

- ・冷凍宅食サービスにおける共同ブランドでの事業展開
- ・健康志向商品の開発・展開



■ 料理を通じた行動変容と共感の醸成が、Kuradashiの需要側の継続購入を押し上げる

L'ATELIER de SHIORI

月額制オンライン料理教室事業を展開する「L'ATELIER de SHIORI」。(2025年6月完全子会社化)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。

コンセプト

「食卓から、暮らしを豊かに」

取り組み 内容

- 料理配信サービス：「La Table de SHIORI Online」を中心に、日々の食卓に役立つ手軽な料理を配信。
- オンラインコミュニティの構築：参加者同士で知識や経験をシェアし、お互いに意欲を高め合いながら家庭料理の向上を目指す場を提供。

特性 提供価値

- 圧倒的なおいしさと再現性の高さを兼ね備えたレシピの提供
- 徹底的にユーザーに寄り添うことで築いた生活者からの高い共感力



Kuradashi Energy

系統用蓄電所・電力小売

未来を動かす電力。

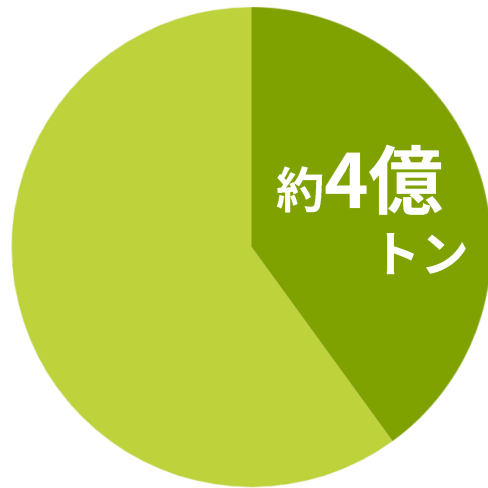
電力の「もったいない」を削減し、もっと最適化できないか。そのために私たちは動きだす。
再生可能エネルギーに宿る可能性を模索する。時を超えて未来を動かす善いエネルギー産業をつくっていく。



Kuradashi Energyが取り組む社会課題

- CO2排出10億トンの41%が電力由来。年間20億kWh以上の電力が使われずに失われている

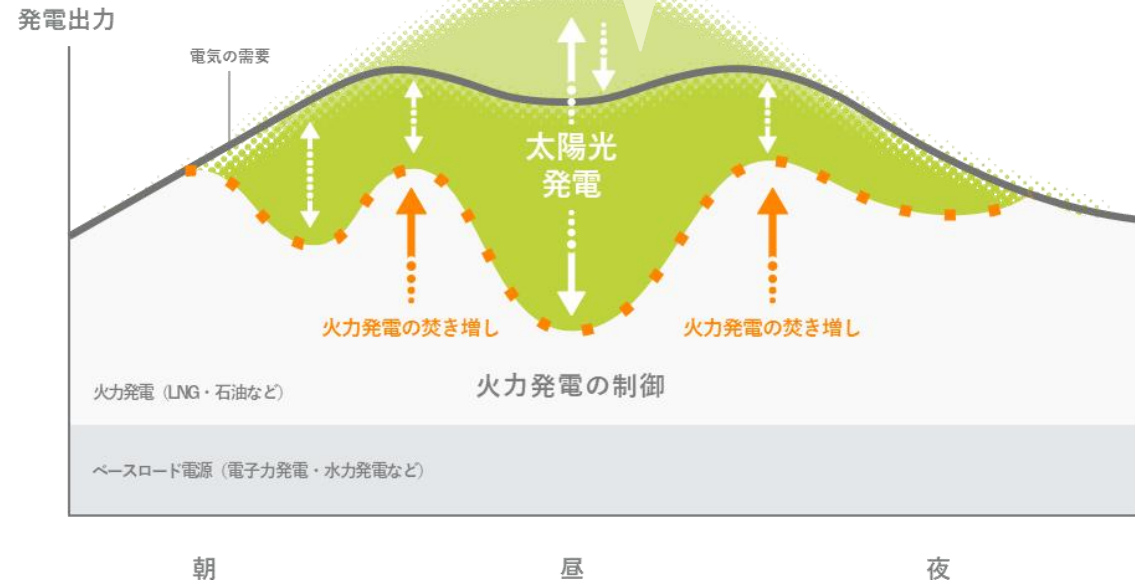
日本のCO2排出量約10億トンのうち
41%が電力によるもの



有効に使われていない電力量は
国全体で年間20億kWh以上
= 50万世帯の年間電力消費
に相当する量

再生可能エネルギー

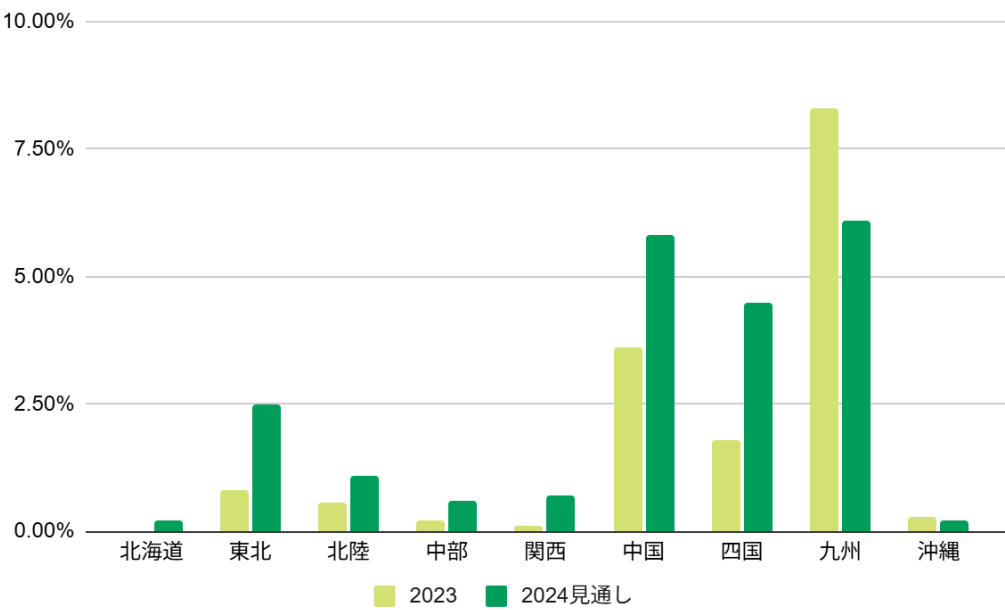
出力が自然条件に左右され、安定供給が困難
発電量と需要が合わずに使われない
電気（電力ロス）が発生



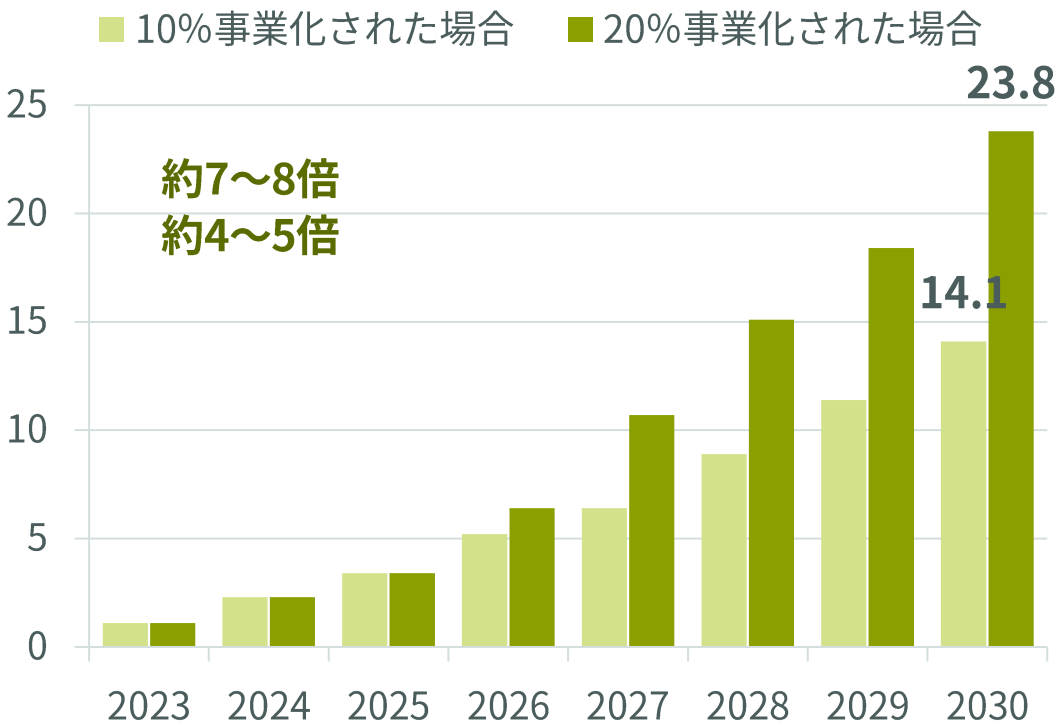
系統用蓄電池の市場規模

- 再生可能エネルギーの普及に伴う出力制御の発生が、系統用蓄電池の導入拡大につながる

エリア毎の出力抑制の実績注1

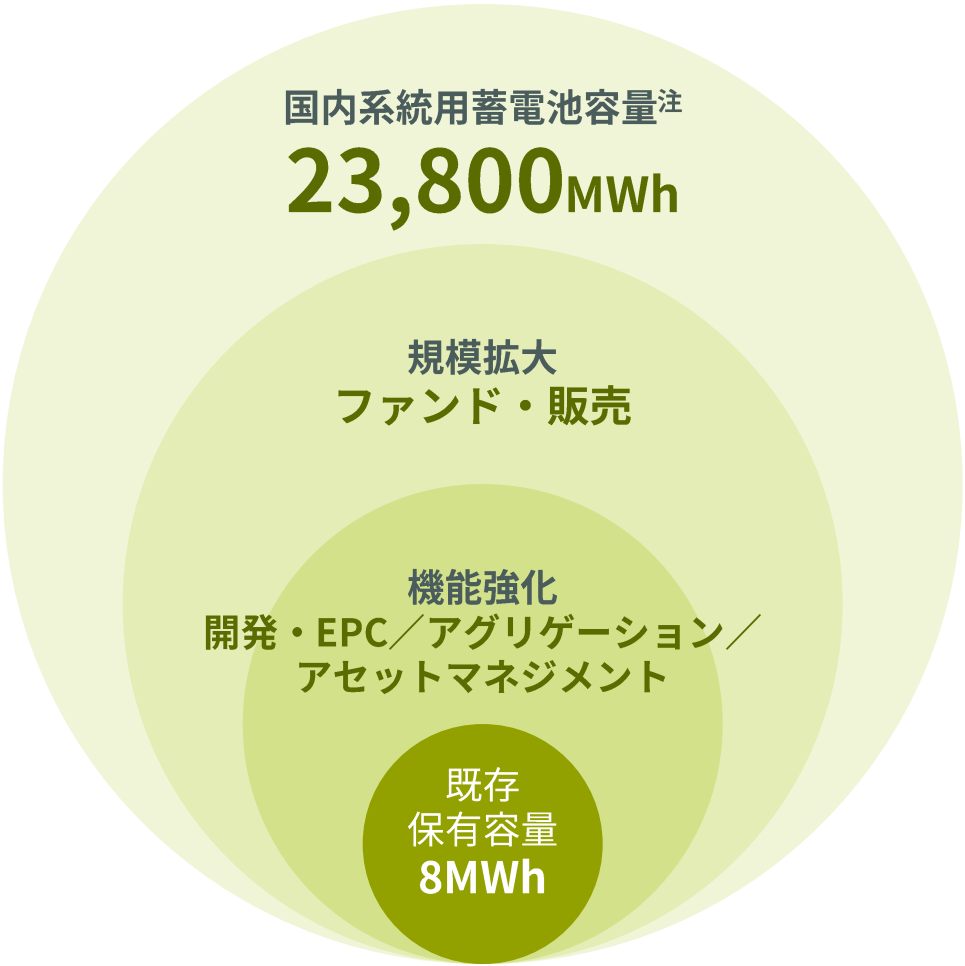


系統用蓄電池の導入見通し注2 GWh



系統用蓄電池の成長機会

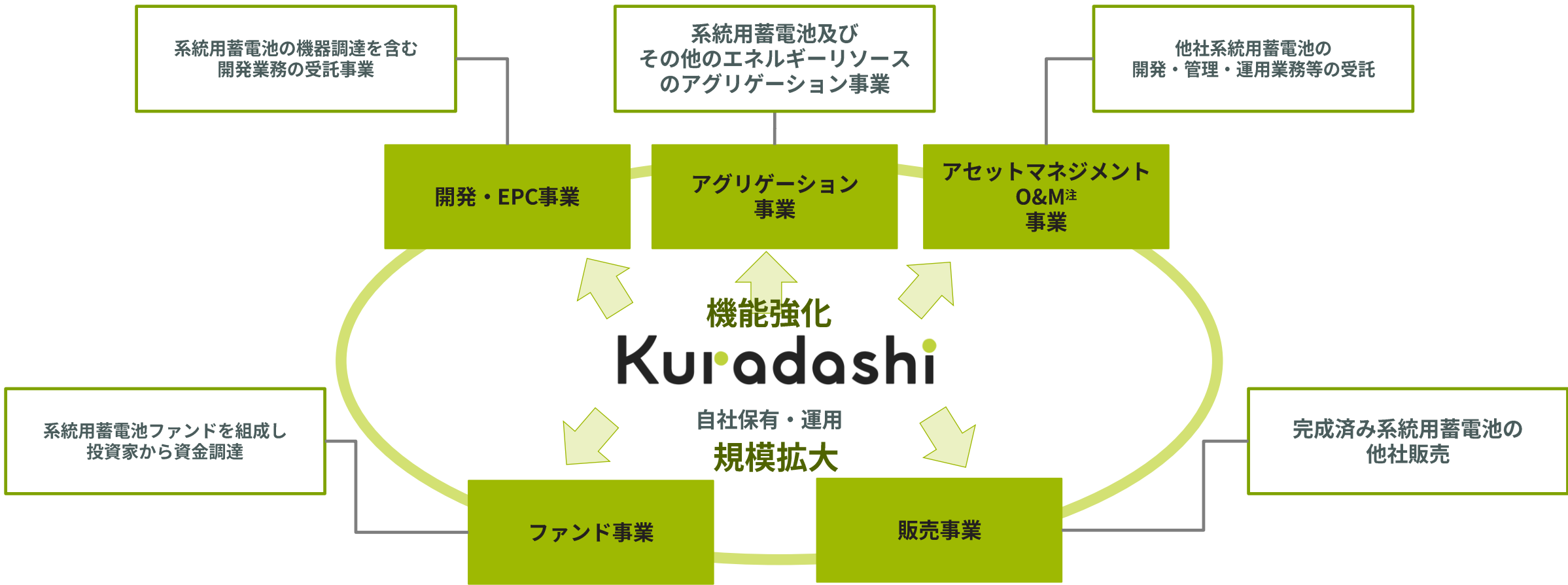
- 2030年までに急成長が見込まれる市場で、機能強化を進めながら規模拡大を狙う



系統用蓄電池事業

■ 保有・開発・運用の一体運営に加え、アグリゲーション・ファンドで規模を拡大

系統用蓄電所を保有・開発・運用し、太陽光発電などで発電した電力を貯め、需給調整市場での取引を通じて必要な時に送電することで、安定した電力供給を行う。また、アグリゲーション事業などの周辺事業も担い、再生可能エネルギーの普及に貢献していく。



系統用蓄電池事業

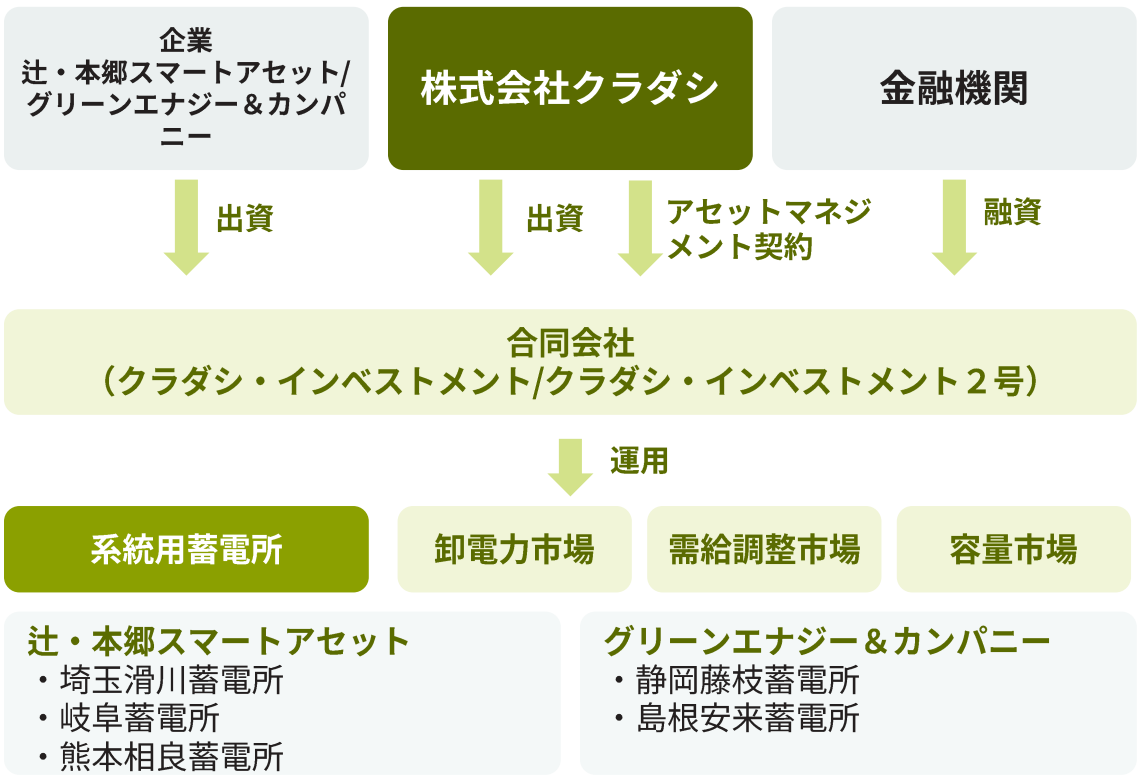
- 自社保有・JV・匿名組合出資の3形態を使い分け、自己資本を抑えながら案件数を積み上げる

自社保有

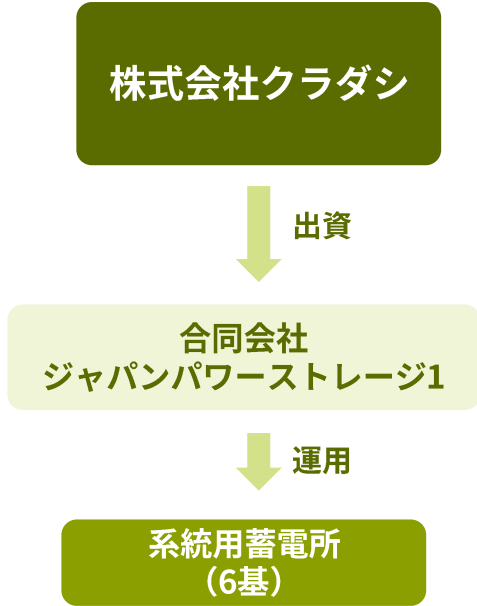
栃木小山蓄電所



ジョイントベンチャー



匿名組合出資



エネルギーサービス事業

■ パートナー企業2,343社への「食×エネルギー」のクロスセルで、両面から企業を支援

2026年6月にグループジョインした中京電力が持つ電力小売り基盤を活用し、Kuradashi Foodで培ったパートナー企業2,343社という強固なネットワークに対して中京電力の電力を提案し、企業のSDGs経営を「食とエネルギー」の両面から支援する、唯一無二の社会的インパクトをクロスセルで展開。



6.サステナビリティ・ インパクト経営

Sustainability & Impact Management

クラdash事業を通じたインパクト

- 創業から積み上げたインパクト。



フードロス削減量

35,287 トン



CO2削減量

93,545 t-CO2



Kuradashi支援総額

1.9 億円



経済効果

171.6 億円

クラダシのインパクト経営

- インパクトは利益の「使い道」ではなく、利益の「生み方」そのもの

一般的なインパクト経営

事業・利益

→
一部を還元

社会貢献・寄付

インパクトは利益の「使い道」。事業が伸びても、インパクトが自動で増えるとは限らず、成長とのトレードオフが起きやすい

クラダシのインパクト経営——事業そのものがインパクト

ロス品が
1点売れる

=

1点の
ロスが減る

=

売上・利益
が立つ

インパクトは利益の「生み方」そのもの。「もったいないを価値へ」のモデルでは、売上が伸びることとロスが減ることが同じ動きになるため、成長とインパクトにトレードオフがない

売上とインパクトが同時に伸びる —— 2026年6月期（前年比）

売上高

+22.4%

37.6億円

フードロス削減量（累計）

+19.1%

35,284トン

CO2削減量（累計）

+19.1%

93,545 t-CO2

事業が伸びればインパクトが増える —— この構造そのものが、クラダシのインパクト経営

インパクト経営による循環

- 社会性への投資は費用ではなく、様々な経路で財務に還元される

社会性への投資

- ・ B Corp認証
(国内初の上場)
- ・ 支援金の還元
(累計1.9億円)
- ・ クラdash基金の運営
- ・ 自治体・商工会議所との連携
- ・ 食の研究会・SDGs教育



01

仕入 —— 選ばれる側になる

パートナー企業2,343社。価格ではなく説明可能性で選ばれる

02

販売 —— 買い手が集まる

会員66.2万人。買うこと自体が社会貢献になる

03

提携 —— 機会が持ち込まれる

日本郵便との資本業務提携、33自治体・商工会議所との連携協定

04

採用 —— レバレッジを利かせて運営

MVVを採用基準に反映。効率的なクラダシグループ運営

05

調達 —— 成長投資ができる

希薄化を伴わずに総投資額66.7億円を実行



財務への還元

- ・ 限界利益率の維持
- ・ 広告宣伝費効率の維持
- ・ 売上機会の拡大
- ・ 人件費効率の維持
- ・ 資本コストの低減

戻った利益を、また社会性に投資する

7. リスク情報

Risk Factors

主要なリスクおよび対応策（全社共通）

当社が事業等のリスクにおいてリスク要因となる可能性があると認識する主要なリスク及び対応策を記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

分類	リスクの内容	顕在可能性	影響の大きさ	発生時期	対応策
事業運営体制	優秀な人材の採用と育成について	中	高	短期	採用チャネルの複線化と社内研修制度の充実、組織力の強化。人材育成・登用のサイクルを整備
事業内容	M&Aや新規事業への取組について	中	高	長期	事業開始前に必要な情報収集及び検討を実施し、開始後は継続的に事業採算性をモニタリング
事業内容	固定資産の減損について	中	高	不特定	取得前に必要性和収益性を十分に検証。取得後も収益性の変化を継続的にモニタリング
システム等	情報セキュリティについて	中	高	中期	ISMS認証を取得・運用し従業員研修を反復実施。AI利用ポリシーを策定し機密情報の取扱いルールを整備
法的規制	個人情報の保護について	中	高	中期	個人情報保護規程を定め、社内教育の徹底と管理体制の構築を実施

主要なリスクおよび対応策（Food事業・Energy事業）

当社が事業等のリスクにおいてリスク要因となる可能性があると認識する主要なリスク及び対応策を記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

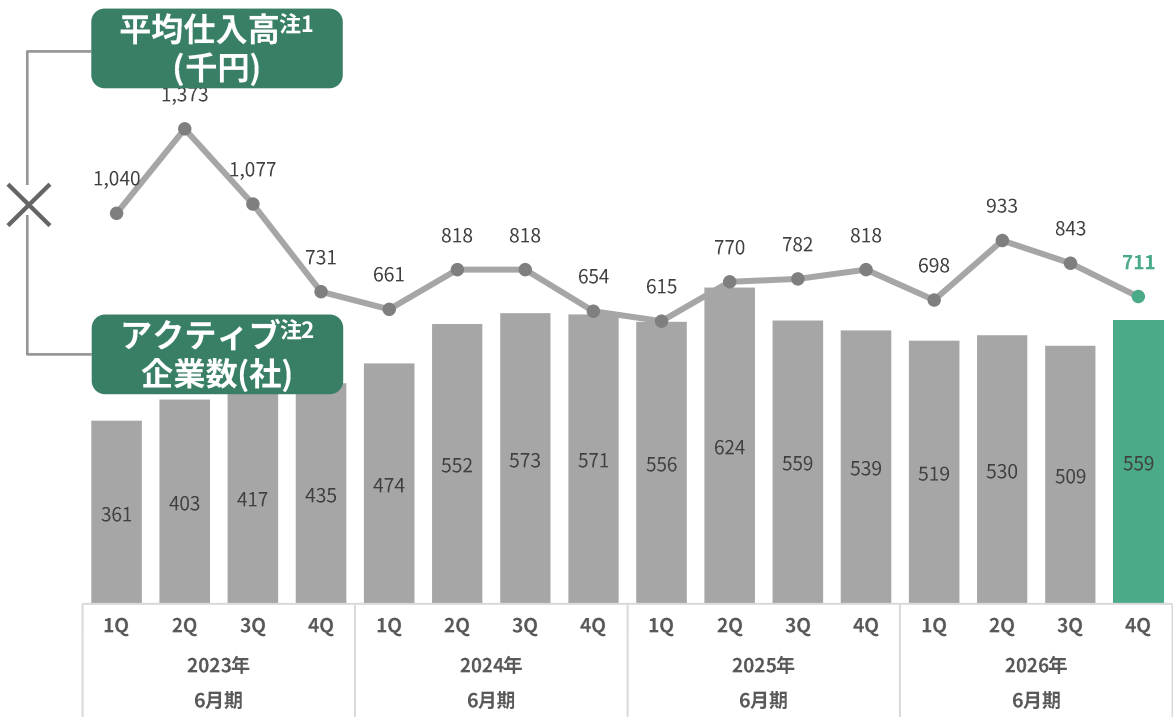
セグメント	分類	リスクの内容	顕在可能性	影響の大きさ	発生時期	対応策
Food	事業環境	フードロス市場について	中	高	中期	1.5次流通の創出により市場そのものを広げる。当社の削減シェアは1%未満で伸びしろが大きい
Food	事業環境	競合他社の動向について	中	高	中期	長年培った顧客基盤と品質、社員教育体制により差別化。7工程をカバーする機能群で優位性を確保
Food	事業内容	物流コストについて	中	高	中期	直送形態の比率拡大による保管コストの圧縮と、委託価格の安定化による配送コストの抑制
Energy	事業環境・市場	系統用蓄電池事業に係る市場変動について	中	高	中期	需給調整・容量・卸電力の3市場から収益を得る構造とし、容量市場収入が収益を下支え
Energy	事業環境・市場	電力市場に係る制度変更について	中	高	中期	電力広域的運営推進機関の公表資料等を通じて制度動向を継続的にモニタリング

Appendix

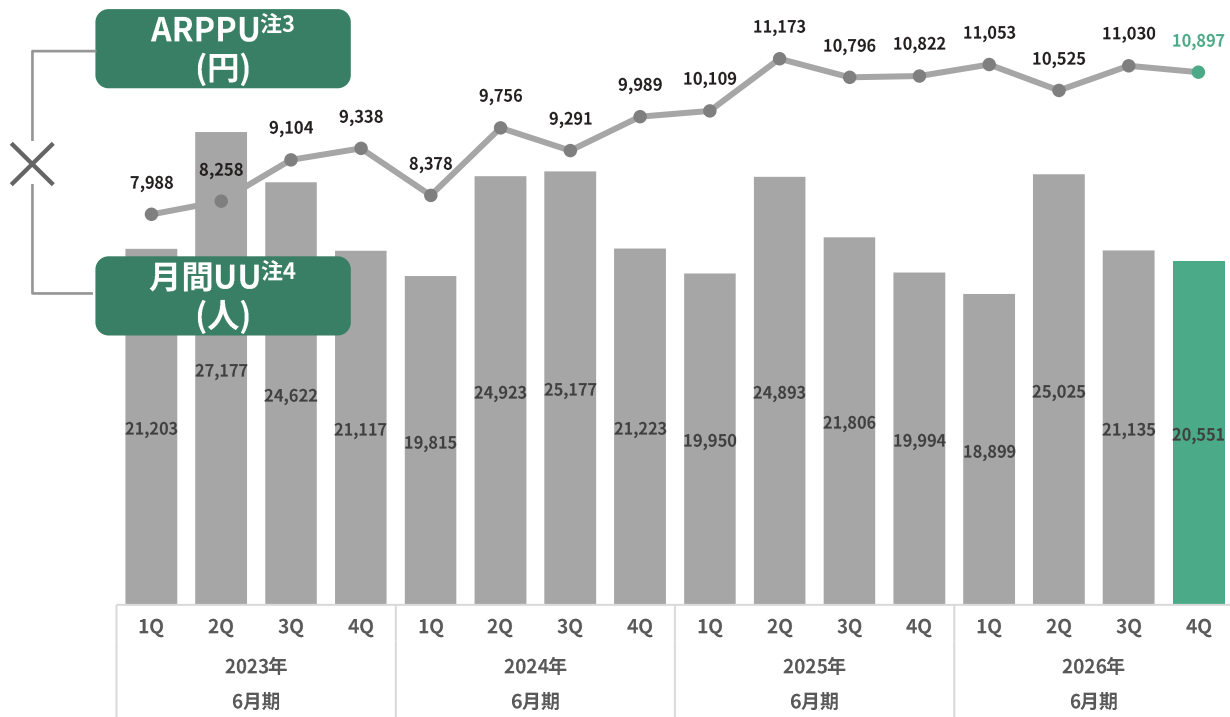
KPI推移（パートナー企業・会員）

- 販売側：新規パートナー企業との取引増加により、アクティブ企業数が増加
- 購入側：「月間UU」は微減も、平均購入回数の伸長により「ARPPU」は高水準維持

パートナー企業：販売側のKPI注5

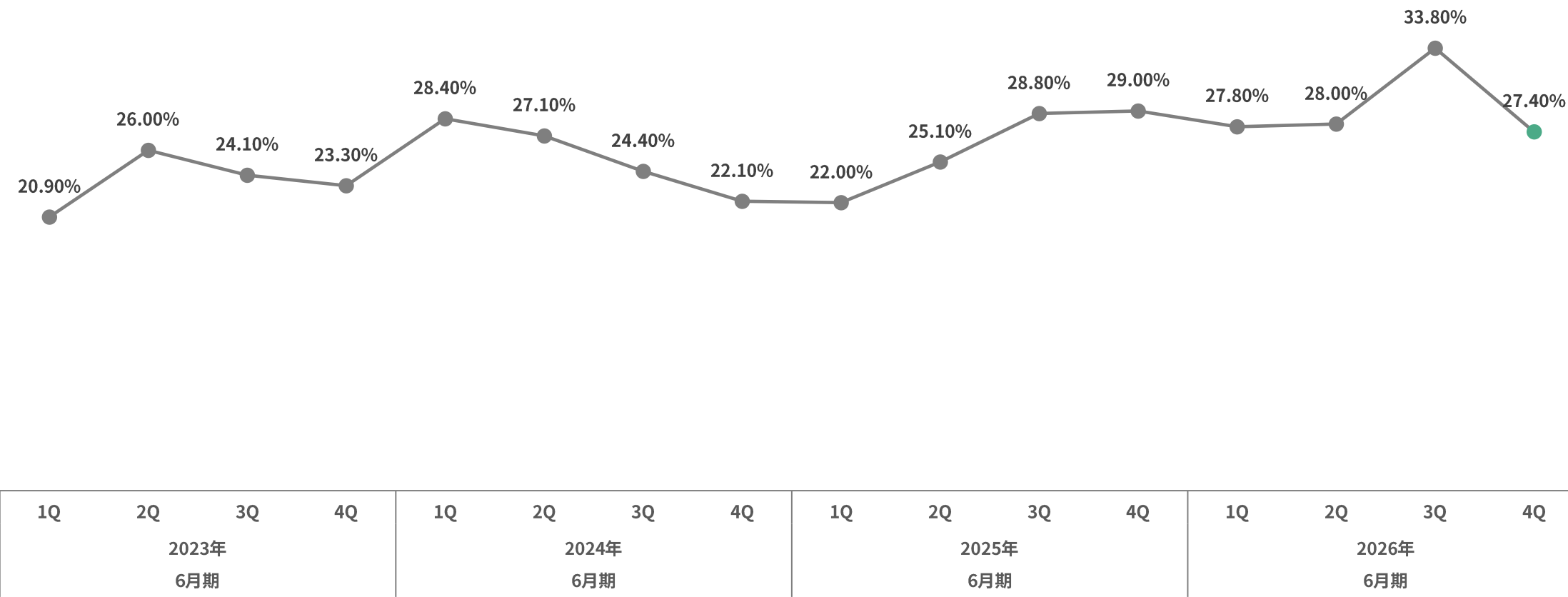


会員：購入側のKPI注5



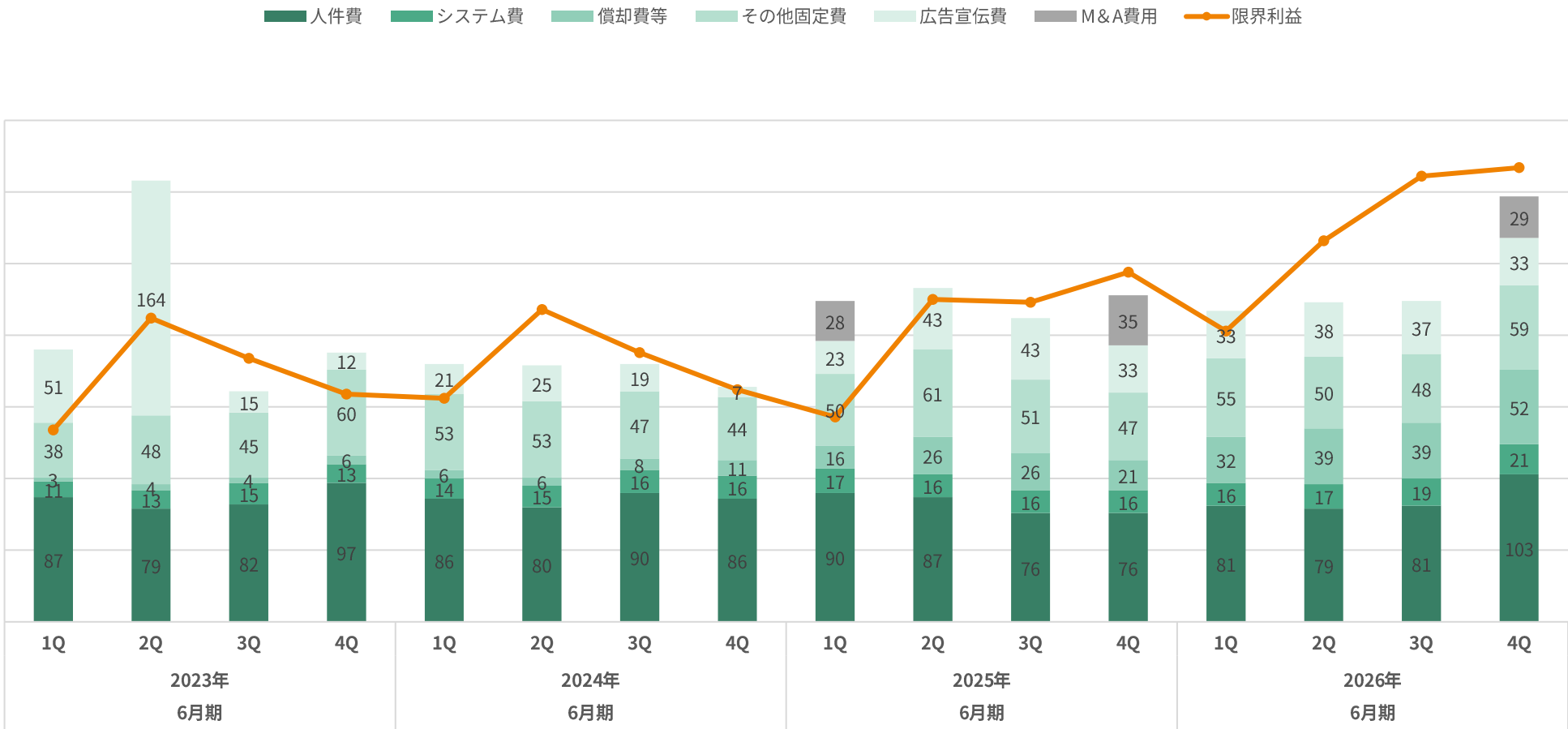
KPI推移（限界利益率）

■ 高水準な限界利益率を維持



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

(百万円)	26年6月期 4Q実績	26年6月期 3Q実績	前Q比	25年6月期 4Q実績	前年度末比
流動資産	2,431	1,750	138.8%	1,449	167.7%
現金及び預金	1,825	1,300	140.3%	1,029	177.3%
固定資産	3,313	2,383	139.0%	1,772	186.9%
資産合計	5,744	4,134	138.9%	3,221	178.3%
流動負債	2,176	1,264	172.2%	1,684	129.3%
借入金	1,687	856	197.0%	1,149	146.8%
固定負債	1,600	1,199	133.4%	427	374.4%
借入金	1,408	1,158	121.6%	382	367.9%
負債合計	3,777	2,463	153.3%	2,111	178.9%
純資産合計	1,967	1,671	117.7%	1,110	177.2%
負債純資産合計	5,744	4,134	138.9%	3,221	178.3%
自己資本比率	29.4%	40.3%	-10.8pts	34.3%	-4.9pts

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)
2026年6月期 決算補足資料 (データシート)

	2023年6月期				2024年6月期				2025年6月期				2026年6月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
	From : To : 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	4/1/2025 6/30/2025	7/1/2025 9/30/2025	10/1/2025 12/31/2025	1/1/2026 3/31/2026	4/1/2026 6/30/2026
<主要財務指標> (百万円)																
売上高	642	818	763	685	552	804	770	734	655	899	775	746	730	953	921	1159
売上高成長率	149.6%	172.9%	123.9%	123.7%	85.9%	98.3%	101.0%	95.3%	118.7%	111.8%	100.5%	101.6%	111.4%	106.0%	118.9%	155.4%
売上総利益	272	370	352	303	281	385	350	313	280	395	355	378	353	436	477	474
売上総利益率	42.4%	45.2%	46.1%	44.2%	50.9%	47.9%	45.5%	42.7%	42.8%	44.0%	45.9%	50.7%	48.4%	45.8%	51.8%	41.0%
販売費及び一般管理費	329	467	331	333	303	345	344	316	361	404	345	362	372	404	400	464
変動費	137	157	168	143	124	167	162	151	136	170	132	133	153	178	174	166
限界利益	134	212	184	159	156	218	188	162	143	225	223	244	203	266	311	317
限界利益率	20.9%	26.0%	24.1%	23.3%	28.4%	27.1%	24.4%	22.1%	22.0%	25.1%	28.8%	32.8%	27.8%	28.0%	33.8%	27.4%
固定費	191	309	163	189	178	178	181	165	225	234	212	229	219	225	225	298
人件費	87	79	82	97	86	80	90	86	90	87	76	76	81	79	81	103
売上高人件費率	13.5%	9.7%	10.8%	14.2%	15.6%	10.0%	11.7%	11.8%	13.8%	9.7%	9.9%	10.3%	11.2%	8.4%	8.8%	8.9%
広告宣伝費	51	164	15	12	21	25	19	7	23	43	43	33	33	38	37	33
EBITDA	-53	-92	25	-23	-16	46	15	7	-65	16	36	36	13	71	116	62
営業利益	-57	-97	20	-30	-22	39	6	-3	-81	-9	10	15	-18	32	77	9
経常利益	-56	-91	22	-45	-20	40	6	-3	-81	-9	8	11	-38	25	69	0
親会社株主に帰属する当期純利益	-56	-92	22	-40	-17	31	4	-5	-83	-10	7	135	-43	18	66	26
<その他財務指標>																
固定費	191	309	163	189	178	178	181	165	225	234	212	229	219	225	225	298
人件費	87	79	82	97	86	80	90	86	90	87	76	76	81	79	81	103
システム費	11	13	15	13	14	15	16	16	17	16	16	16	16	17	19	21
償却費等	3	4	4	6	6	6	8	11	16	26	26	21	32	39	39	52
その他固定費	38	48	45	42	53	53	47	44	50	61	51	47	55	50	48	59
広告宣伝費	51	164	15	12	21	25	19	7	23	43	43	33	33	38	37	33
M&A費用									28			35				29
<主要KPI>																
月間UU (人) *1	21,203	27,177	24,622	21,117	19,815	24,923	25,177	21,223	19,950	24,893	21,806	19,994	18,899	25,025	21,135	20,551
ARPPU (円) *2	7,988	8,258	9,104	9,338	8,378	9,756	9,291	9,989	10,109	11,173	10,796	10,822	11,053	10,525	11,030	10,897
アクティブ企業数 (社) *3	361	403	417	435	474	552	573	571	556	624	559	539	519	530	509	559
平均仕入高 (千円) *4	1,040	1,373	1,077	731	661	818	818	654	615	770	782	818	698	933	843	711
限界利益率 (%) *5	20.9%	26.0%	24.1%	23.3%	28.4%	27.1%	24.4%	22.1%	22.0%	25.1%	28.8%	32.8%	27.8%	28.0%	33.8%	27.4%

※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

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、保証していません。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。

なお、本資料の次回アップデートは、2027年9月頃を予定しております。

Kuradashi

© 2026 KURADASHI Co., Ltd. All Rights Reserved.