



### 主力商品

(ダニコロリ、ダニコロリ極み、アイ・メモリー、循善豆(じゅんぜんとう))

- 本社所在地：・・・東京都渋谷区恵比寿1丁目19番23号 東邦ビル2F
- 事業概要：・・・通信販売事業  
↳日用品や健康食品など生活に役立つ商品のEC販売
- 常時使用する従業員：・・・6人（2025年2月期）
- 現在の売上高：10 億円（25年2月期）
- 法人番号：6010601056847
- Web：https://kurashi-labo.co.jp/

## 企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役  
高梨 祐弥

### くらしの種を拾う

私たちは、日々の暮らしの中にある疑問や発見に敏感であり続け、それをビジョンへと昇華し、実現する行動力を持ちます。想像力と実行力をもって、新たな製品・サービスを創出し、人々の生活に欠かせない存在となることで、社会に新たな価値を提供し続けます。

**小さな気づきを価値に変え、顧客・地域・社員の未来を豊かにする100億企業を目指します。**

## 売上高100億円実現の目標と課題

### 実現目標

株式会社くらしラボは、2025年度における売上高約11億円から、2037年度までに売上高100億円の達成を目指し、年平均成長率約20%のペースで成長を図ってまいります。この目標達成に向けては、既存の主力ブランド「ダニコロリ」に加え、新たな製品カテゴリへの拡張（例：ヘルスケア事業、自然派日用品etc）、台湾・東南アジアを起点とした海外展開、DXによる業務効率化およびCRM強化などを成長エンジンと位置づける。

### 課題

- 1:広告費用依存による集客コスト増（CPA上昇）
- 2:人材不足による業務過多・新規事業推進の遅れ
- 3:Web以外の販路の未整備による認知不足
- 4:定期継続率の維持・向上における顧客接点の最適化
- 5:海外展開に向けたローカライズ・物流・法規対応体制の構築
- 6:多ブランド・多商品体制に対応する組織・ITインフラ整備の遅れ

## 売上高100億円実現に向けた具体的措置

### 目指す成長手段

主力ブランド「ダニコロリ」の拡充に加え、健康食品など新商品の開発を加速し、商品ラインを多角化。CRMの強化や広告表現の最適化によりLTVを最大化し、顧客基盤を強化する。また、Web以外の販路（ドラッグストア等）や海外市場（台湾・東南アジア）への進出により、売上の拡大とブランド認知の向上を図る。さらに、AI・DXを活用した業務効率化を進め、生産性向上を支える。

### 実施体制

新卒採用を中心に毎年数名の人員を増強し、マーケ・cs・商品開発部門の体制を強化。外部パートナー（コンサル、広告代理店、現地企業）との連携も活用し、社内外で柔軟な運営体制を構築する。ツール活用と業務プロセスの見直しにより、成長に対応できる組織・IT基盤を整備していく。

【売上高100億円の実現に向けた計画と体制】

株式会社くらしラボは、現在の主力商品「ダニコロリ」シリーズに加え、ヘルスケア領域における「アイ・メモリー」や「循善豆」などの新商品開発を推進し、事業の多角化を進めています。2050年までに200商品を開発する目標を掲げ、毎年20%前後の成長率を維持することで、2037年に売上高100億円の達成を目指します。

今後は、定期通販モデルを軸としたD2C戦略を基盤に、ブランドごとのLTV最大化やCRM強化を進めつつ、Webに限定されない販路の開拓（ドラッグストア、量販店等）や、台湾を中心とした海外展開も強化します。また、広告表現や顧客対応におけるAI・DX活用（BIツール・チャットボット・生成AIなど）により業務効率を高め、少人数体制でも高収益を実現する仕組みを構築します。

組織体制面では、毎年3~4名の新卒採用を継続し、人材育成やスキルアップ支援にも力を入れています。加えて、外部パートナー（広告代理店、コンサル、システムベンダー等）との連携を深め、社内外のハイブリッド体制で成長戦略を実行しています。

こうした成長を支える事業別の売上構成についても、2024年時点で85%を占めていた「ダニコロリ」中心の事業に加え、2037年以降はヘルスケア・生活支援商品などの事業および新規事業としての海外展開の売上比率が45%に達するよう計画的に推移させ、リスク分散と持続的成長を両立します。商品戦略・販路拡大・組織構築・DX・海外展開の各視点から、売上高100億円達成に向けた実現可能性の高い成長戦略と体制を構築します。

