

# FUNDELY

2024年3月期  
決算説明資料

**株式会社ファンデリー**

2024年4月30日(火)

東証グロース 3137

一人でも多くのお客様に健康で楽しい食生活を提案し  
豊かな未来社会に貢献します

わたしたちは、このビジョンを実現するため、挑戦を続けます

1 | 2024年3月期 決算概要

2 | 2025年3月期 業績見込

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | 戦略

7 | 人的資本経営

8 | ESG・SDGs

1 | 2024年3月期 決算概要

2 | 2025年3月期 業績見込

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | 戦略

7 | 人的資本経営

8 | ESG・SDGs

## エグゼクティブサマリー

- 1 全社では減収増益。通期では4年ぶりに黒字。
- 2 MFD事業は減収減益も、アクティブ会員数は四半期ベースで5年ぶりに増加
- 3 CID事業はコスト構造の改革が進み、前年比で損益が大きく改善
- 4 マーケティング事業は予算未達も通期で最高の売上利益
- 5 2025年度の決算でスタンダード市場への移行へ2カ年計画をスタート

## 2024年3月期 第4四半期 決算

	24/3期4Q (百万円)	24/3期3Q (百万円)	QonQ (%)	23/3期4Q (百万円)	YoY (%)
売上高	622	662	94.0	652	95.4
売上原価	322	339	95.0	468	68.9
売上総利益	300	322	92.9	184	162.8
販管費	296	314	94.3	505	58.6
営業利益又は 営業損失(△)	3	8	42.7	▲321	—
経常利益又は 経常損失(△)	33	▲2	—	▲285	—
当期純利益又は 当期純損失(△)	44	▲2	—	▲284	—
EBITDA	116	69	168.4	▲212	—

## 2024年3月期 第4四半期 セグメント別

		24/3期4Q (百万円)	24/3期3Q (百万円)	QonQ (%)	23/3期4Q (百万円)	YonY (%)
MFD 事業	売上高	468	546	85.8	512	91.5
	営業利益	68	92	74.7	103	66.7
CID 事業	売上高	52	64	81.0	30	127.2
	営業利益	▲94	▲73	—	▲426	—
マーケ ティング 事業	売上高	131	88	149.4	109	120.6
	営業利益	97	61	158.5	75	129.4
調整額	売上高	▲30	▲37	—	—	—
	営業利益	▲68	▲71	—	▲73	—

※24/3期4QにおけるCID事業の売上高には、セグメント間の内部売上高30百万円を含んでおります。

※24/3期3QにおけるCID事業の売上高には、セグメント間の内部売上高37百万円を含んでおります。

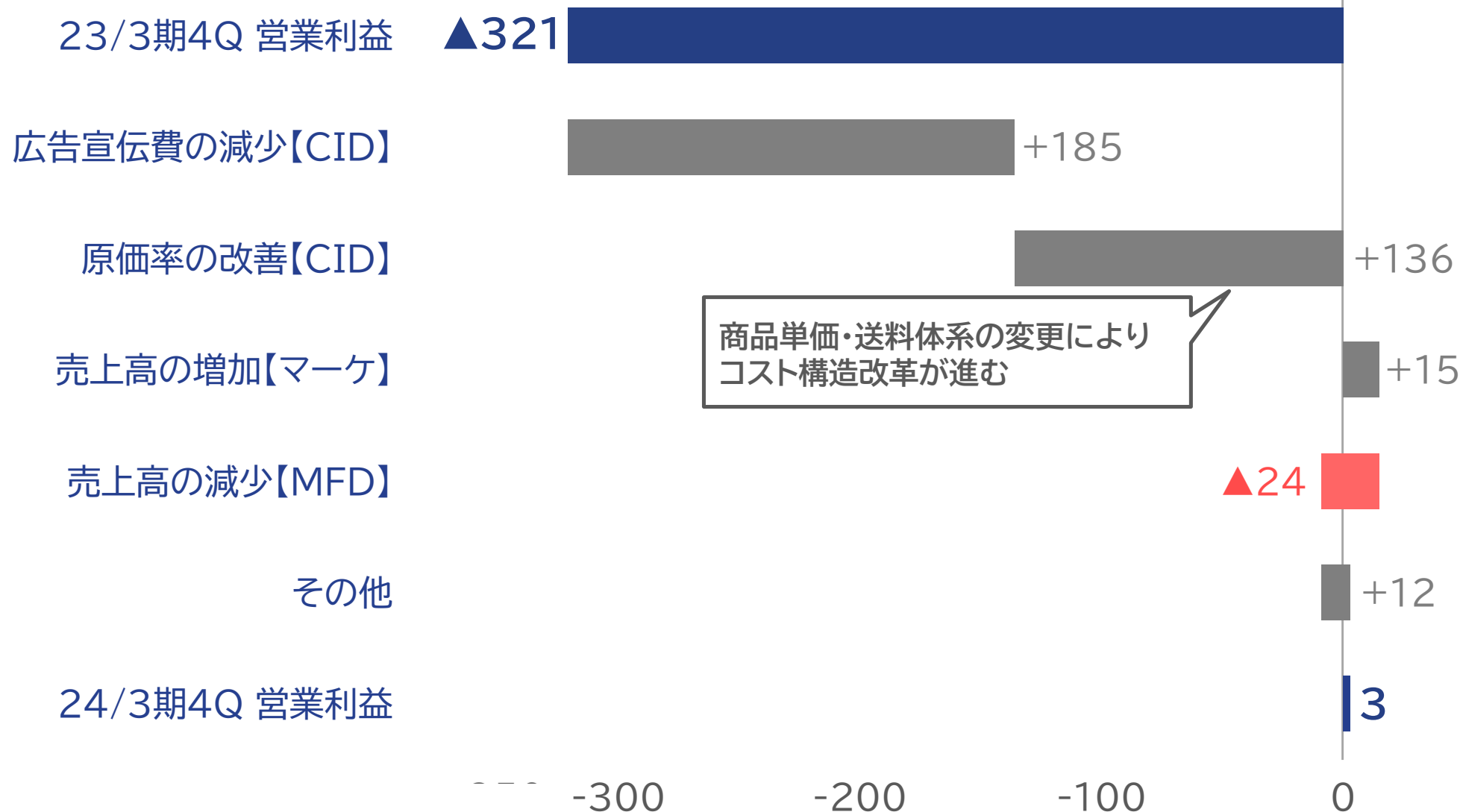
※24/3期4Qにおける調整額のうち、売上高▲30百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲68百万円は全社費用であります。

※24/3期3Qにおける調整額のうち、売上高▲37百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲71百万円は全社費用であります。

※23/3期4Qにおける調整額(営業利益)は、いずれも全社費用であります。

## 2024年3月期 第4四半期決算 要因分析(前年同期比)

単位:百万円

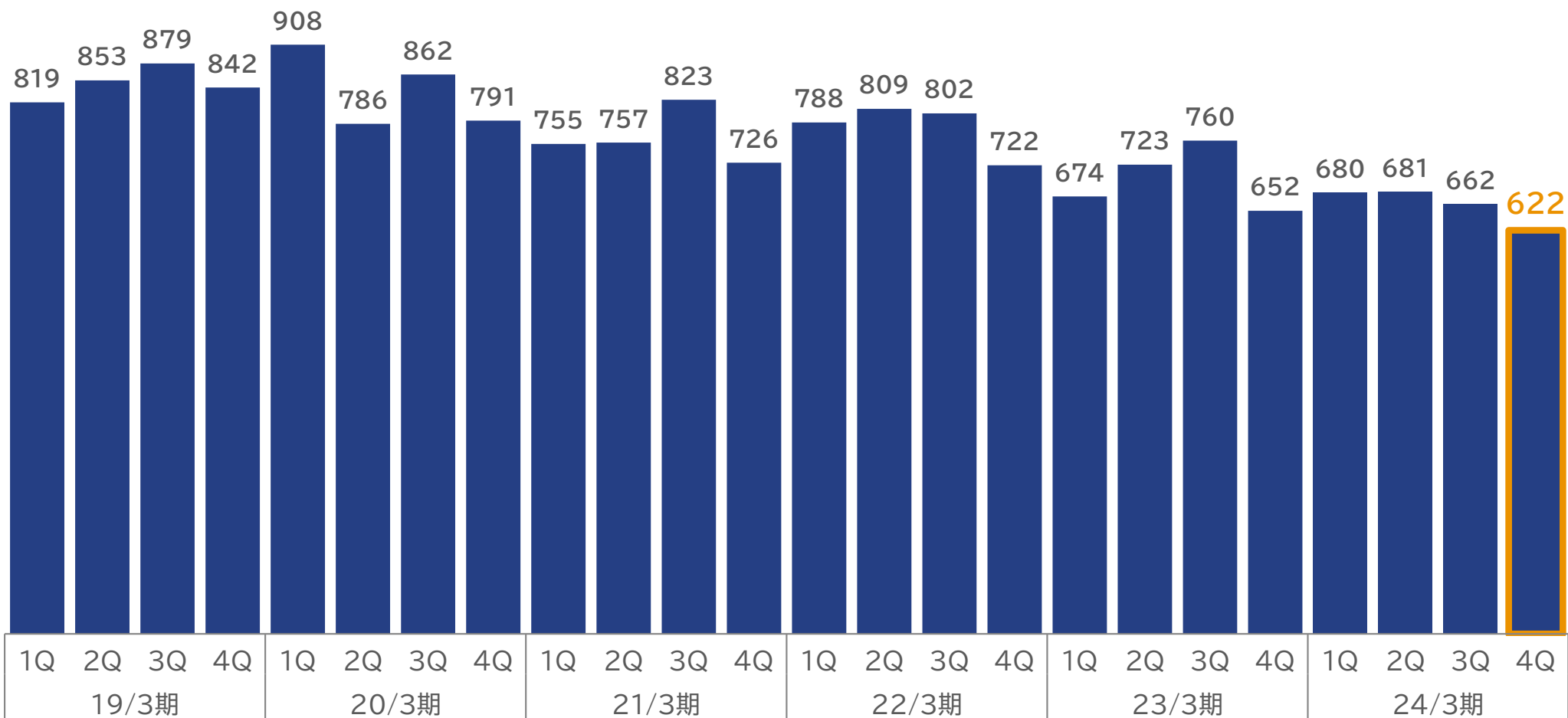




## 四半期決算 売上推移

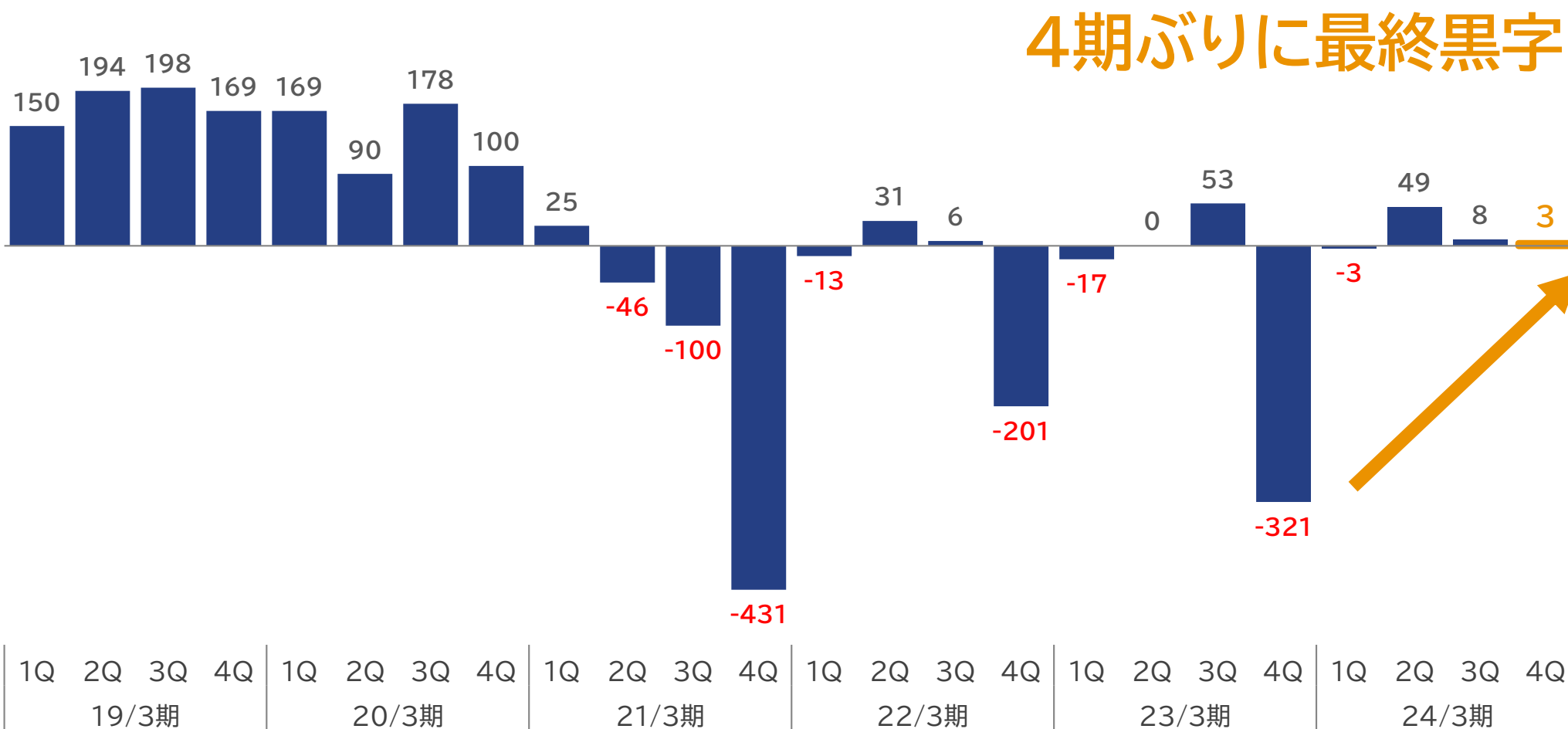
MFD事業「定期会員」の獲得強化へ  
組織改革を実施

単位:百万円



## 四半期決算 営業利益推移

単位:百万円

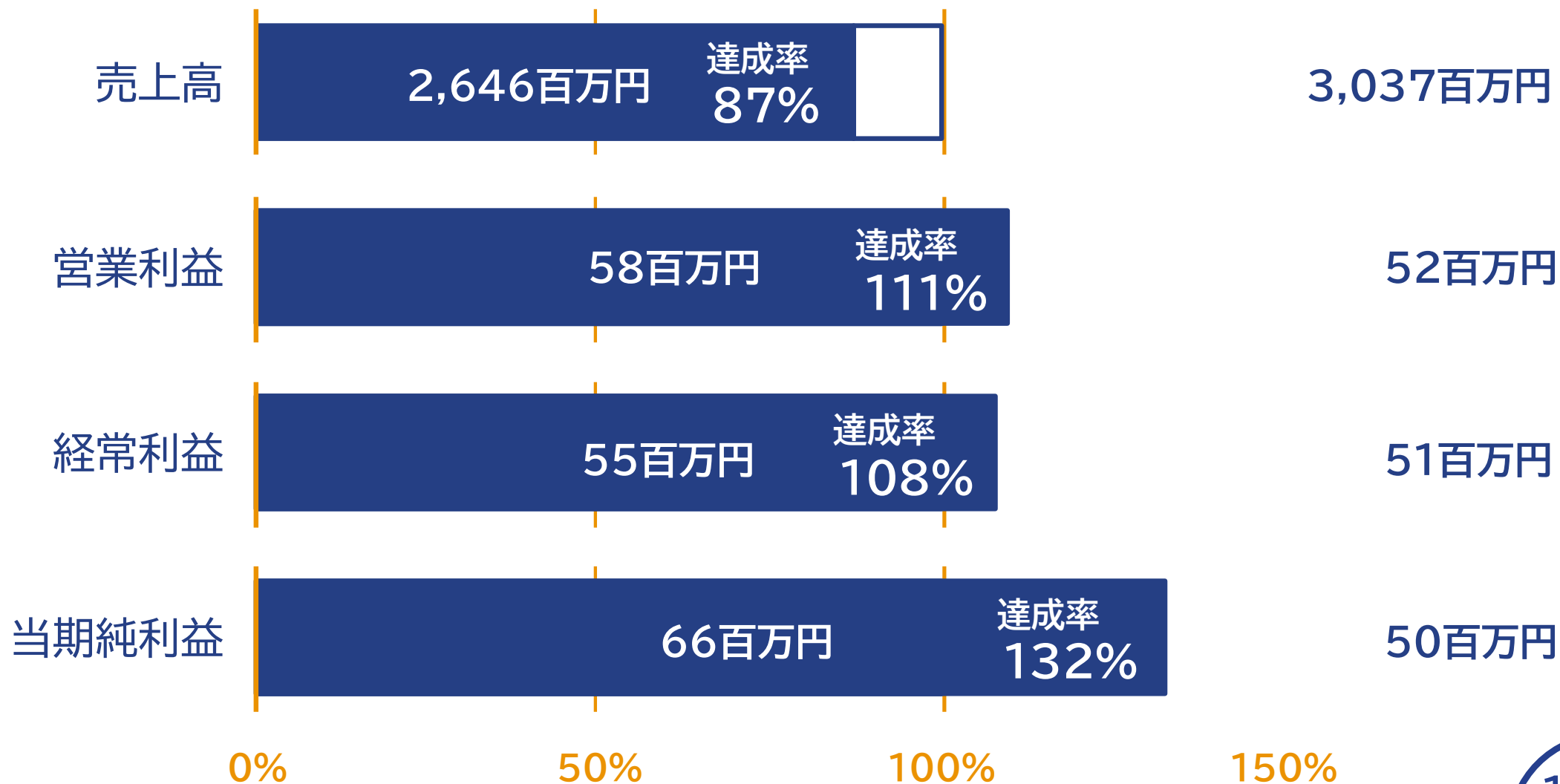


## 四半期決算 財務指標推移

	21/3月期				22/3月期				23/3月期				24/3月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
現預金 (百万円)	1,260	907	744	668	677	1,051	1,005	1,066	1,038	967	1,010	975	835	776	751	781
商品 (百万円)	198	222	164	230	237	242	229	275	253	240	201	188	246	254	249	261
製品 (百万円)	190	391	465	97	162	213	251	98	119	119	136	66	49	88	89	68
減価償却費 (百万円)	88	124	124	124	124	124	124	124	61	60	60	60	60	60	60	60
有利子負債 (百万円)	5,000	4,932	4,864	4,797	4,729	4,662	4,594	4,526	4,459	4,391	4,324	4,256	4,188	4,121	4,053	3,986
自己資本比率 (%)	35.5	35.8	35.5	33.6	33.8	34.1	34.7	11.6	11.4	11.3	12.0	6.8	6.8	7.6	7.8	8.8

全社

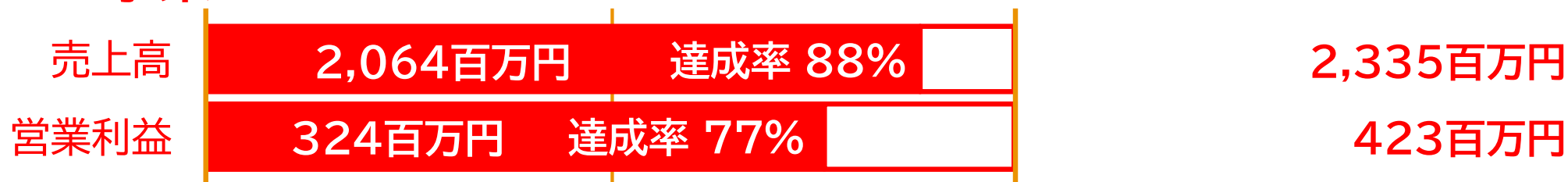
24/3期業績予想



## セグメント別

### MFD事業

24/3期業績予想



### CID事業



### マーケティング事業



0%

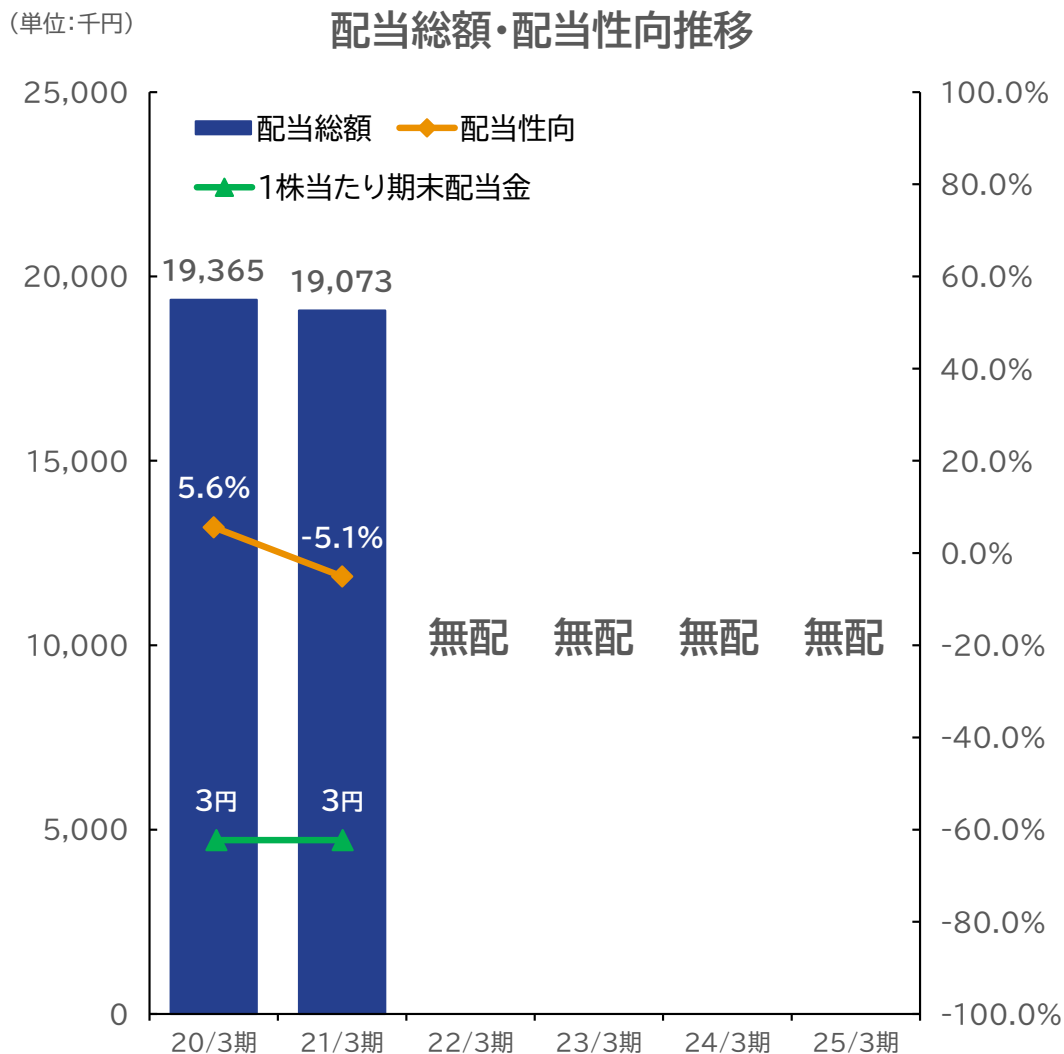
50%

100%

## 業績予想と実績値の差異

	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)	経常利益 (百万円)	当期純利益 (百万円)	1株当たり 当期純利益
前回発表予想(A)	3,037	52	51	50	7.97円
実績値(B)	2,646	58	55	66	10.49円
増減額(B-A)	▲390	5	4	15	
増減率(%)	▲12.9%	11.4%	7.7%	31.7%	
(ご参考)前期実績 (2023年3月期)	2,810	▲285	▲284	▲284	▲44.79円

## 株価と配当



1 | 2024年3月期 決算概要

2 | 2025年3月期 業績見込

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | 戦略

7 | 人的資本経営

8 | ESG・SDGs



# 全社

	25/3期2Q (百万円)	25/3期 (百万円)	24/3期2Q (百万円)	QonQ (%)	24/3期 (百万円)	YonY (%)
売上高	1,430	3,072	1,361	105.0	2,646	116.1
営業利益又は 営業損失(△)	▲11	62	46	-	58	106.9
経常利益又は 経常損失(△)	▲33	20	24	-	55	36.9
当期純利益又は 当期純損失(△)	▲34	19	23	-	66	28.8

	25/3期 (百万円)	24/3期 (百万円)
年間配当金額	0円0銭	0円0銭

## セグメント別

		25/3期2Q (百万円)	25/3期 (百万円)	24/3期2Q (百万円)	QonQ (%)	24/3期 (百万円)	YonY (%)
MFD 事業	売上高	1,106	2,406	1,049	105.5	2,064	116.6
	営業利益	156	363	163	95.9	324	112.1
CID 事業	売上高	73	186	127	57.2	245	76.0
	営業利益	▲205	▲368	▲155	-	▲323	-
マーケ ティング 事業	売上高	266	520	255	104.3	475	109.4
	営業利益	188	367	182	102.9	342	107.4
調整額	売上高	▲15	▲40	▲70	-	▲138	-
	営業利益	▲150	▲299	▲144	-	▲284	-

1 | 2024年3月期 決算概要

2 | 2025年3月期 業績見込

**3 | MFD事業**

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | 戦略

7 | 人的資本経営

8 | ESG・SDGs

## ビジネスの強み



### 紹介NWで顧客を獲得

全国2万か所の医療機関ネットワークの  
医師・栄養士からカタログが配布されるため、  
コストをかけずに新規顧客を獲得できます。



**コストをかけずに  
顧客獲得**

### 数値改善を実現

電話オペレーターは100%栄養士。  
お客様一人ひとりに最適なお食事を提案して  
います。

血糖値・中性脂肪・コレステロール・尿酸値・  
クレアチニン等、圧倒的な数値改善ノウハウが  
あります。

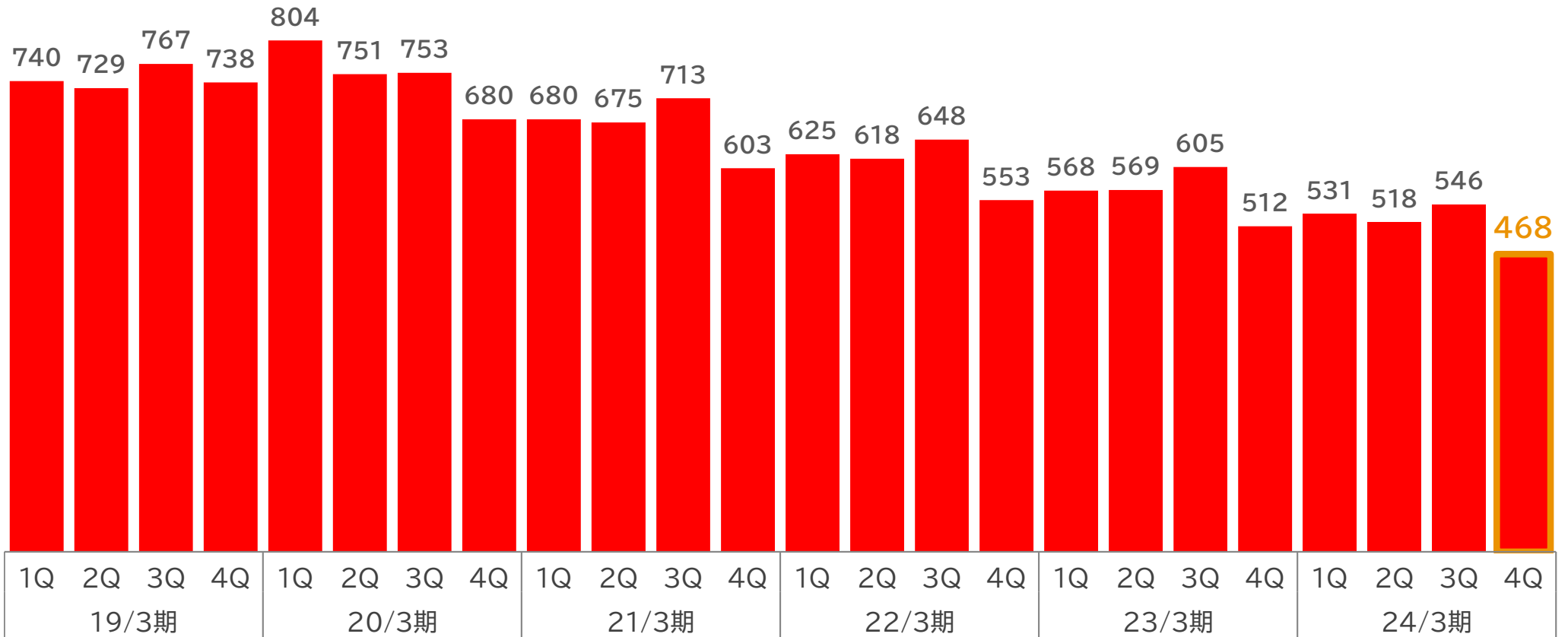


## 一般的な健康食宅配サービスとの違い

	mealtime	一般的な健康食宅配サービス
利用目的	血液検査結果の改善	健康維持・改善
専門家サポート	○ 100%栄養士が受電し、 カウンセリング	× なし
食事提案	栄養士が提案する オーダーメイド型	ユーザーが選択
主な改善事項	ヘモグロビンA1c・血糖値・血圧 コレステロール・中性脂肪 クレアチニン・BUN	体重
集客	医療機関ネットワークの 医師・栄養士から紹介	広告

## 売上高 四半期推移

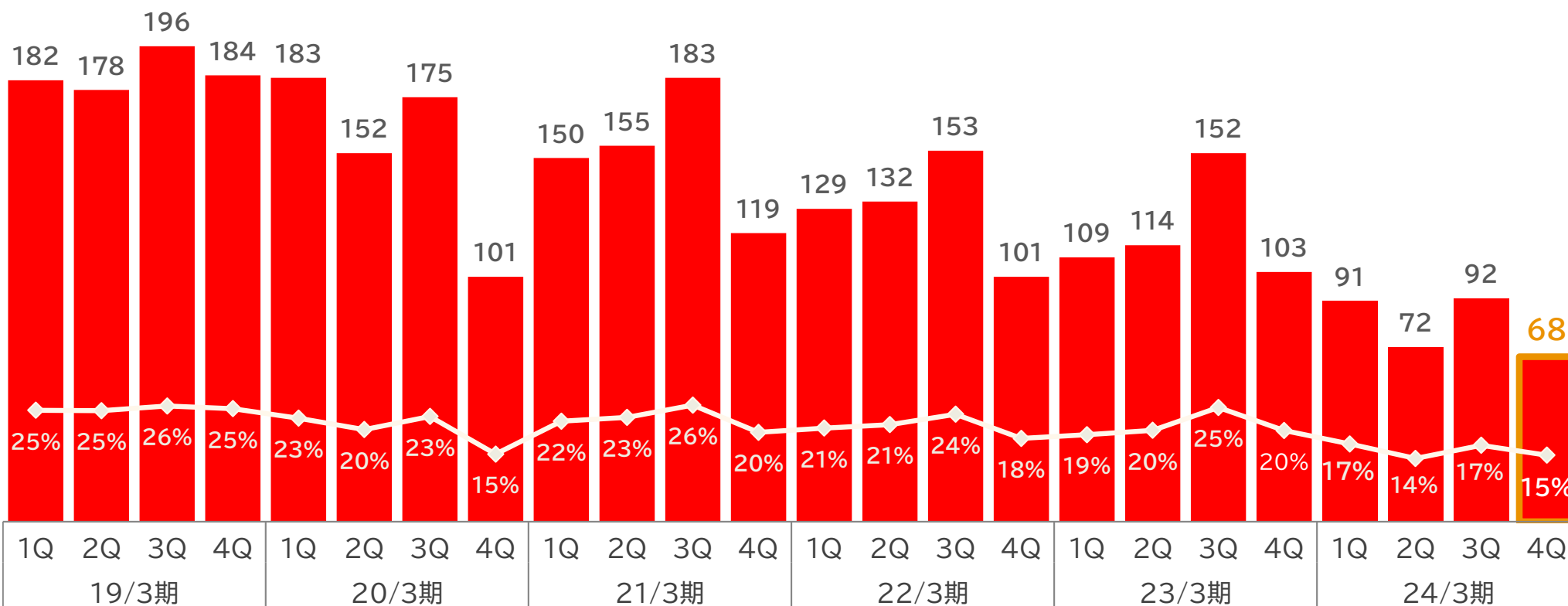
単位:百万円



## 営業利益 四半期推移

単位:百万円

■ 営業利益  
◆ 営業利益率



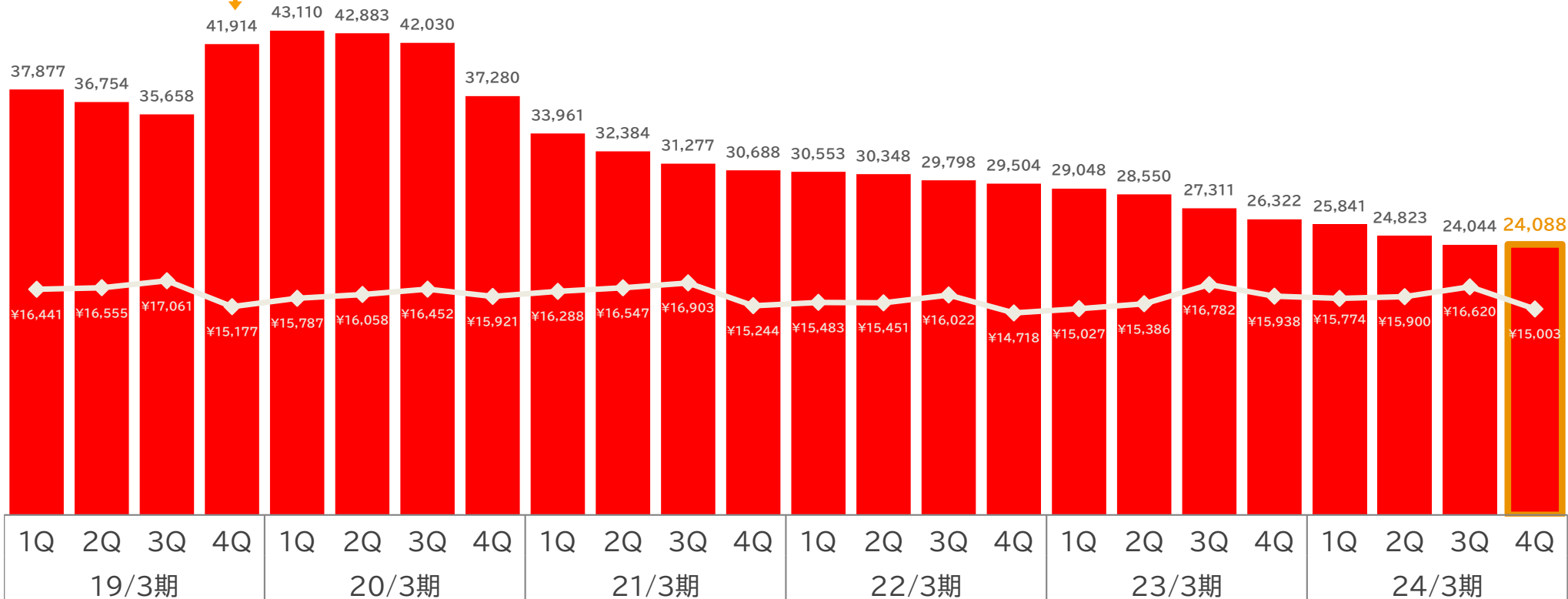
## アクティブ/ARPU

単位:人

— アクティブ会員数  
— 月間ARPU

### 5年ぶりにアクティブ会員が増加

TV放送

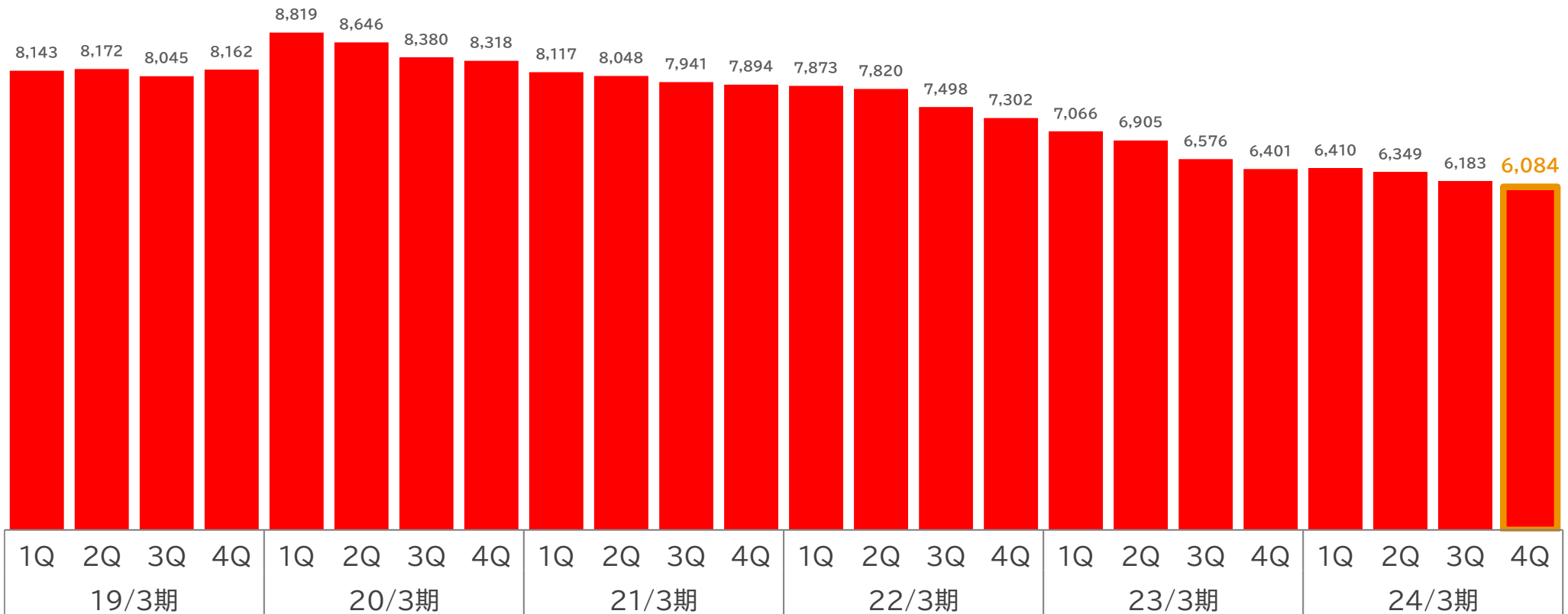


※アクティブ会員数・・・過去1年以内に1回以上購入した会員数  
 ※月間ARPU・・・「月間売上高÷月内に1回以上購入した会員数」の3か月平均



## 定期コース会員数

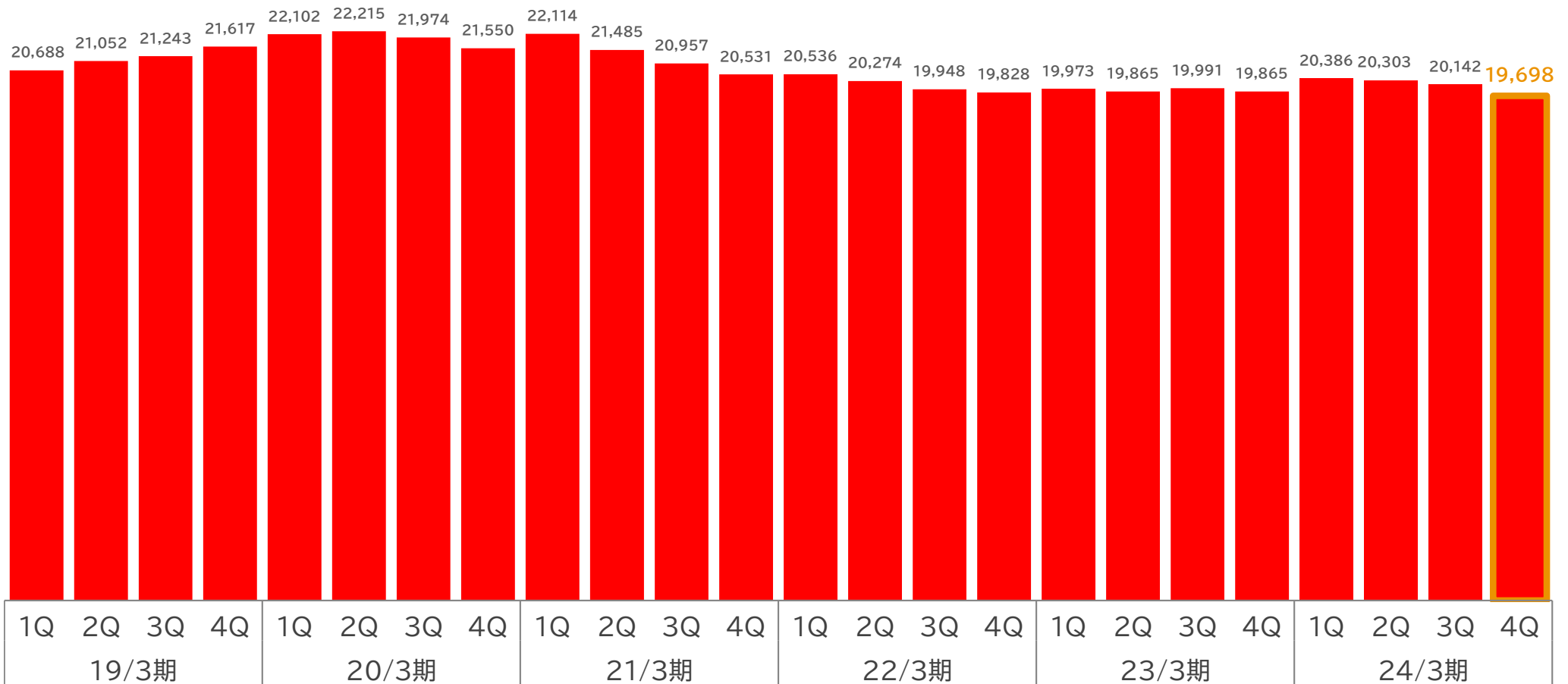
単位:人



※定期コース会員数・・・四半期末日時点の定期コース会員数(休止中を除く)

## 紹介ネットワーク数

単位:箇所



※紹介ネットワーク数・・・四半期末日時点の紹介ネットワーク箇所数

## 2025年3月期 第1Q 重要テーマ

1

ミールタイム20周年記念キャンペーンを継続実施

2

Xを活用した定期コース会員の獲得に注力

3

きめ細やかな定期コース会員とのコミュニケーション

1 | 2024年3月期 決算概要

2 | 2025年3月期 業績見込

3 | MFD事業

**4 | CID事業**

5 | マーケティング事業

6 | 戦略

7 | 人的資本経営

8 | ESG・SDGs

ビジネスの強み



好条件の仕入れ

独自の仕入れネットワーク「旬すぐ共栄会」を通して旬の食材を仕入れています。

採れ過ぎた食材を積極的に活用することで、好条件の仕入れが実現するだけでなく、食品ロス削減にも貢献しています。



顧客の声を活かす

開発担当の料理人が全ての商品レビューに目を通し、返信します。

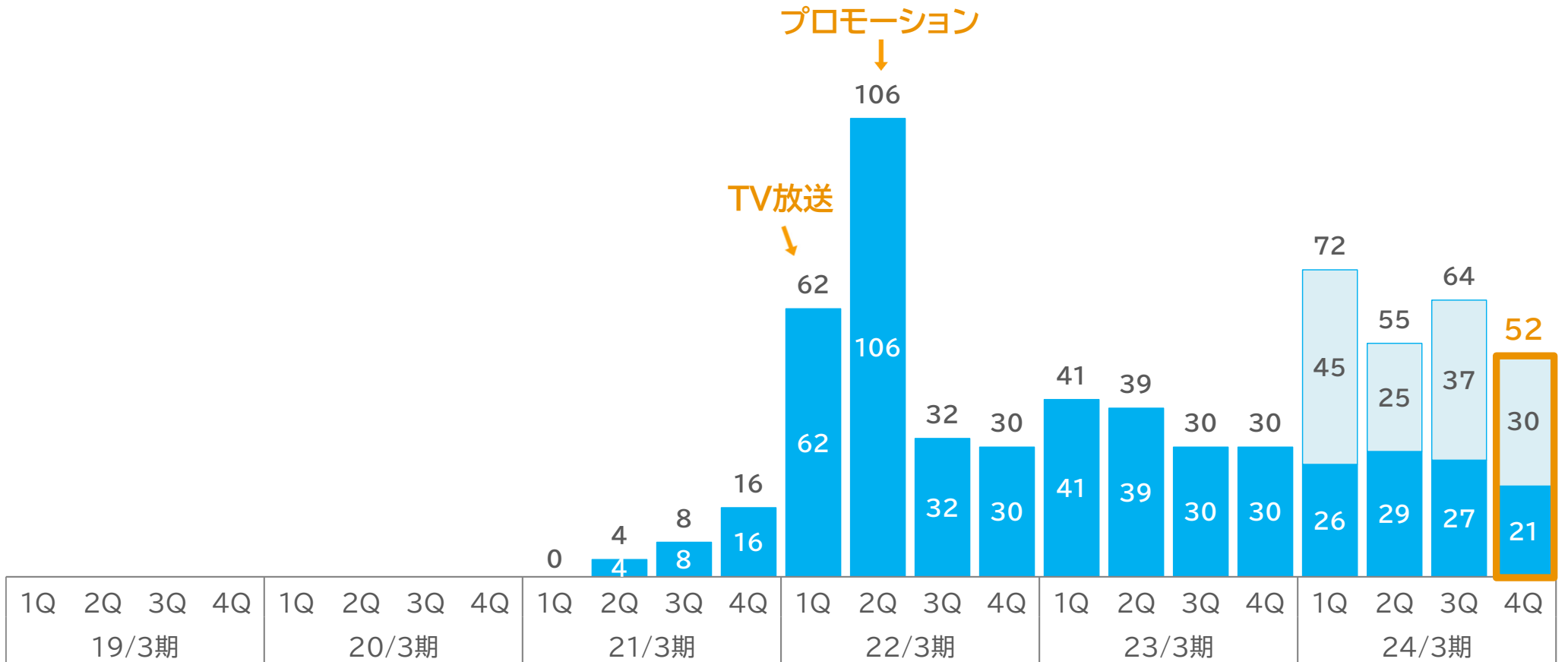
お客様のご意見を改善に活かすため、クオリティの高いハイブランドの商品が完成します。



## 売上高 四半期推移

単位:百万円

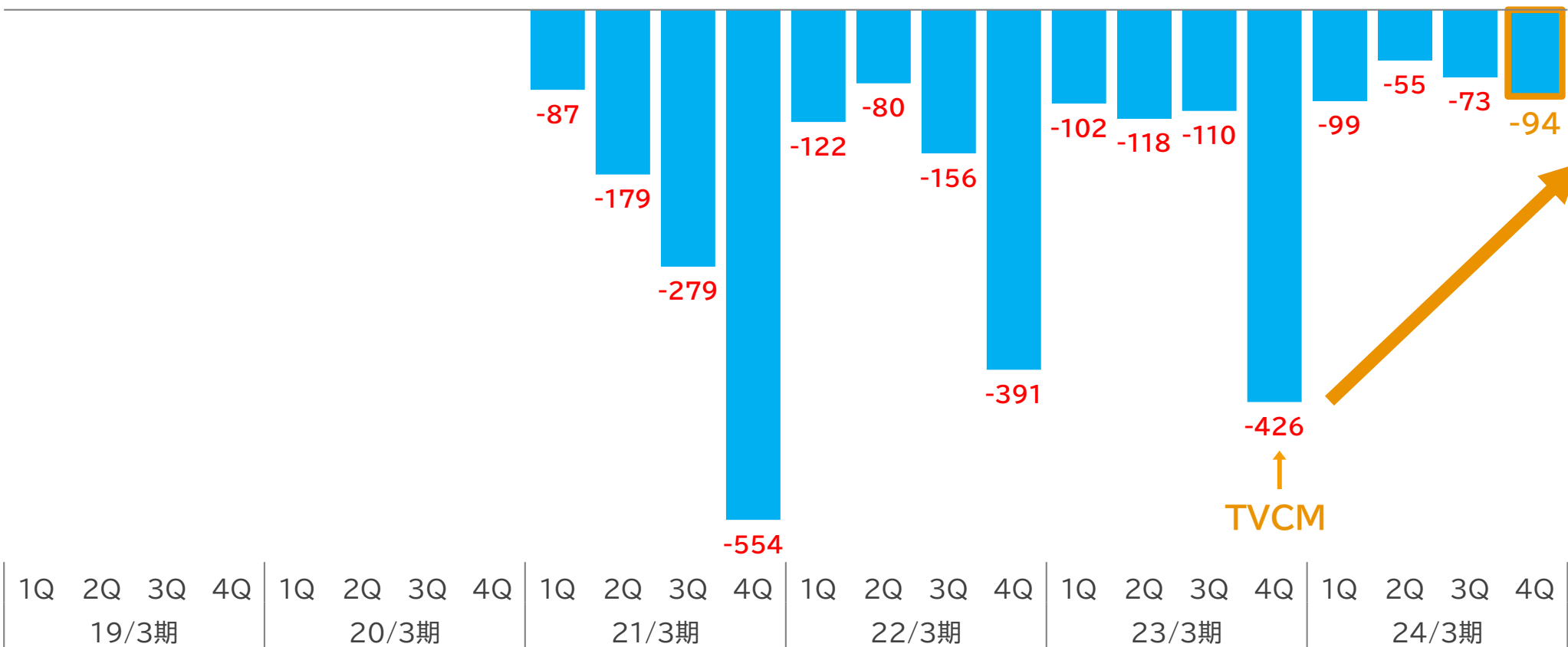
- セグメント間の内部売上高
- 外部顧客への売上高



営業利益 四半期推移

コスト構造の改革が進み、  
前年比で営業損益が改善

単位:百万円

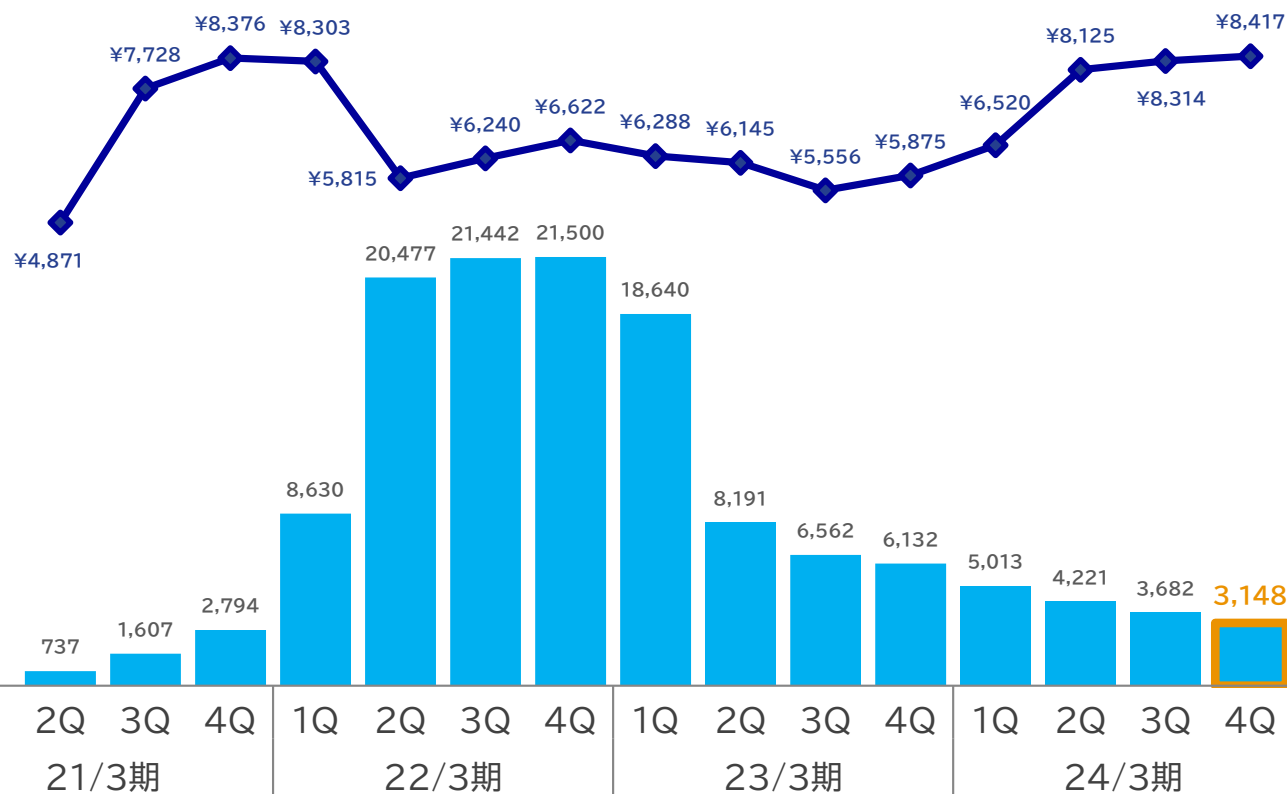


## アクティブ/ARPU

送料体系の変更により  
平均購入単価が上昇

単位:人

■ アクティブ会員数  
◆ 月間ARPU

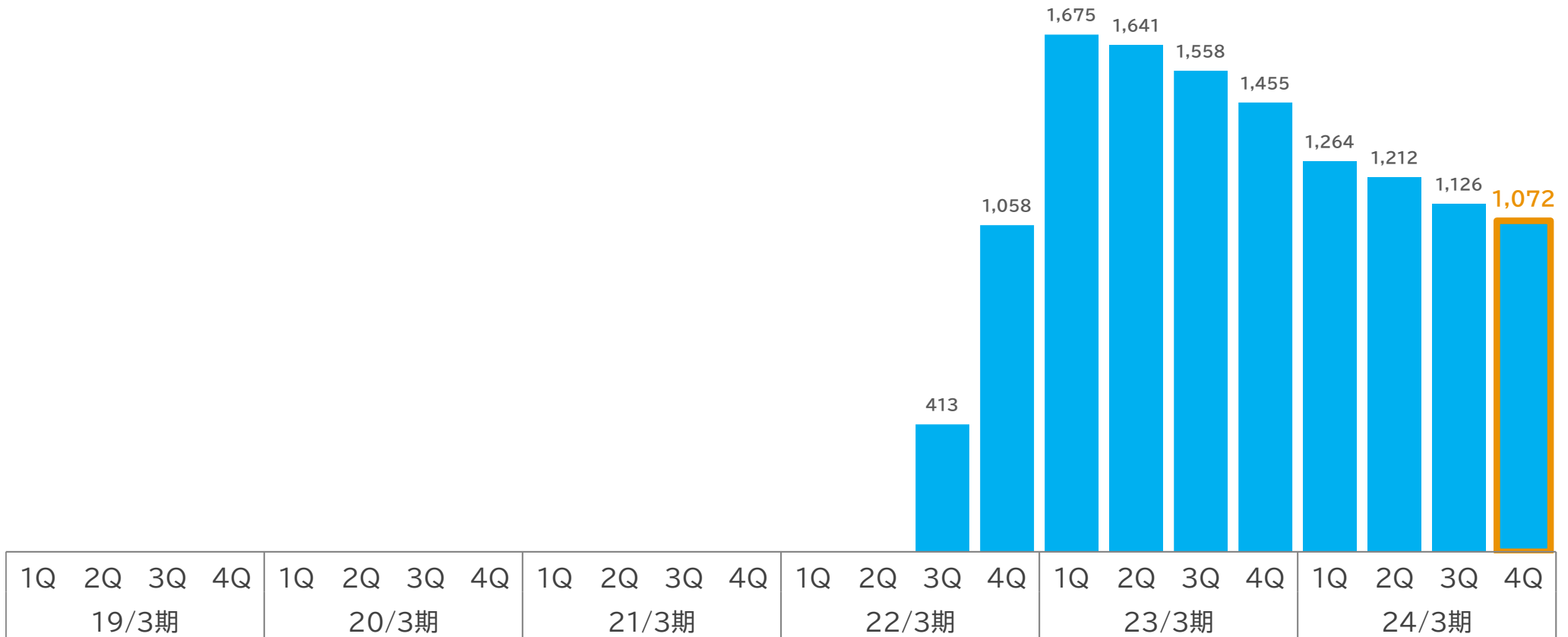


※アクティブ会員数・・・過去1年以内に1回以上購入した会員数  
 ※月間ARPU・・・「月間売上高÷月内に1回以上購入した会員数」の3か月平均



# AI旬すぐ会員数

単位:人



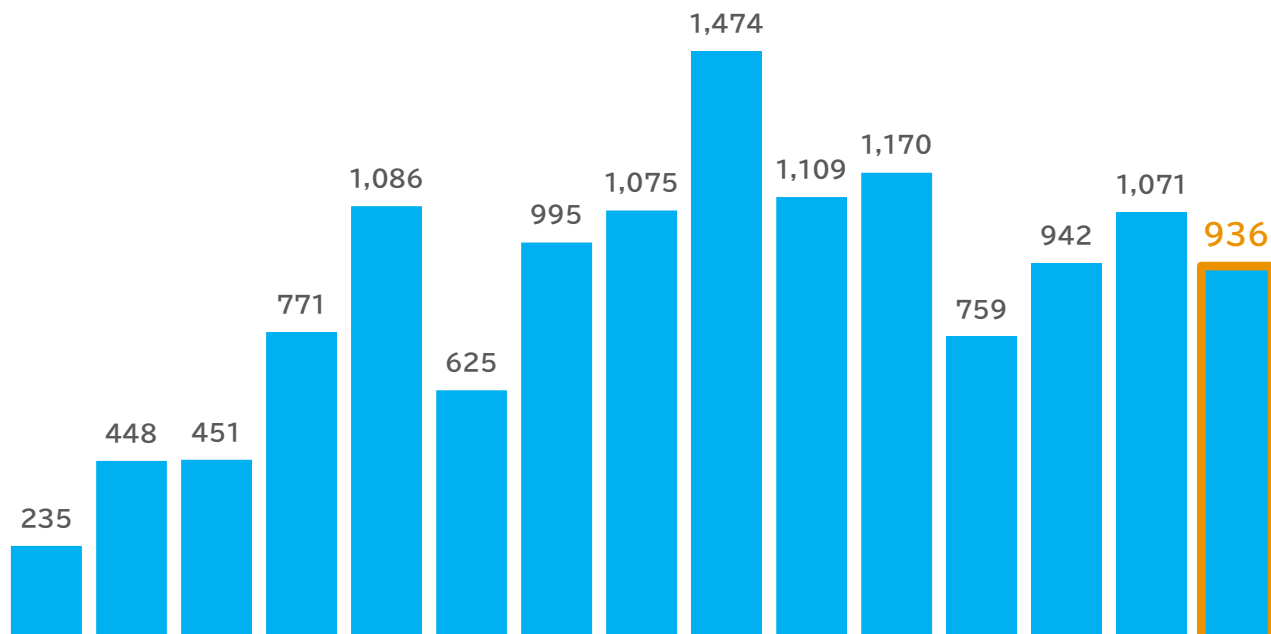
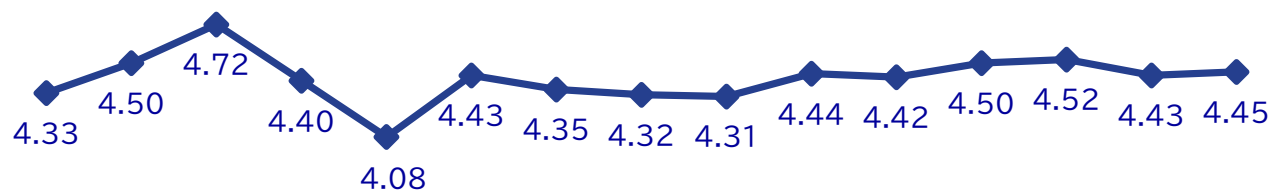
※AI旬すぐ会員数・・・四半期末日時点のAI旬すぐ会員数(休止中を除く)

## 商品レビュー

### 高評価を継続的に獲得

単位:件

■ レビュー件数  
◆ 平均評価



19/3期	20/3期	21/3月期	22/3期	23/3期	24/3期
1Q 2Q 3Q 4Q	1Q 2Q 3Q 4Q	1Q 2Q 3Q 4Q	1Q 2Q 3Q 4Q	1Q 2Q 3Q 4Q	1Q 2Q 3Q 4Q

※レビュー件数・・・各四半期(3か月間)ごとに投稿されたレビュー件数を合計して算出。  
 ※平均評価・・・購入者による商品評価(1~5の5段階)の平均点。

## トピックス

## NTTアグリテクノロジーとの協業を開始

## コラボメニューを発売

NTTアグリテクノロジーの規格外トマトを使用した2メニューを共同開発。

今後も、コラボ商品を展開



『冷食の常識を覆す圧倒的トマト濃厚ホワイトミートソース』



『赤ワインとハーブの芳醇な香り旨みが凝縮！鶏のトマト煮込み』

## 実店舗での販売

ECサイトに加え、2カ所で販売を開始。



スマートストア  
(NTT東日本 本社ビル内)



NTT中央研修センタ

## 2025年3月期 第1Q 重要テーマ

1

卸売先の開拓

2

旬すぐ共栄会を活用し、圧倒的にコストパフォーマンスの良い商品比率を高める

3

商品の改廃によりクオリティの向上を図る

1 | 2024年3月期 決算概要

2 | 2025年3月期 業績見込

3 | MFD事業

4 | CID事業

**5 | マーケティング事業**

6 | 戦略

7 | 人的資本経営

8 | ESG・SDGs

ビジネスの強み

**唯一無二**の  
医療機関ネットワーク

2万か所の医療機関ネットワークを活用し、  
医師・管理栄養士から商品のリコメンドを  
行うため、ヘルスケア商品を取り扱う  
食品メーカー等の売上拡大・ブランド価値  
の向上が実現します。

食品メーカー



当社



医師・  
栄養士



患者

専門家のリコメンドで  
効果的なマーケティング

**質の高い**調査結果で  
マーケティング戦略を提案

専門家(医師・管理栄養士)・患者・顧客に  
対して調査や分析を行うことで、最適な提案  
が可能となります。

専門家  
(医師・管理栄養士)



患者



顧客



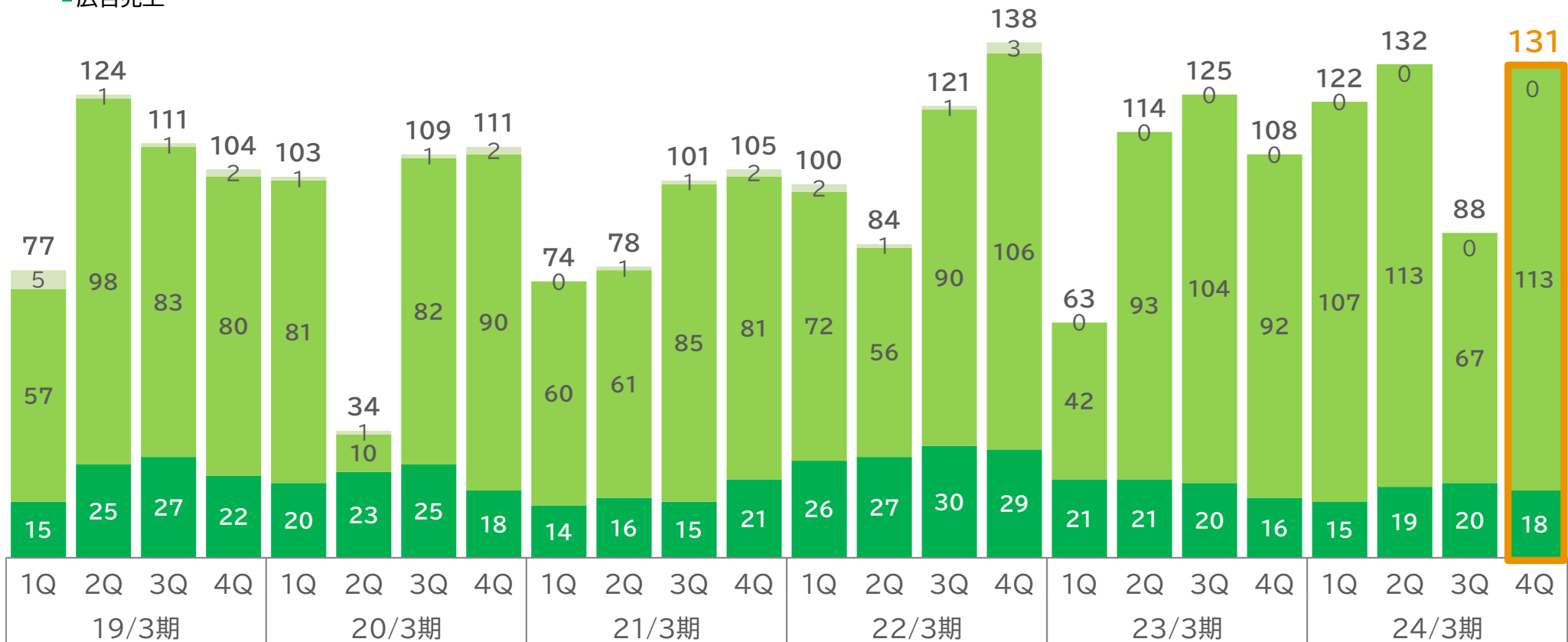
質の高い  
調査結果

## 売上高 四半期推移

過去最高の通期売上高を達成

単位:百万円

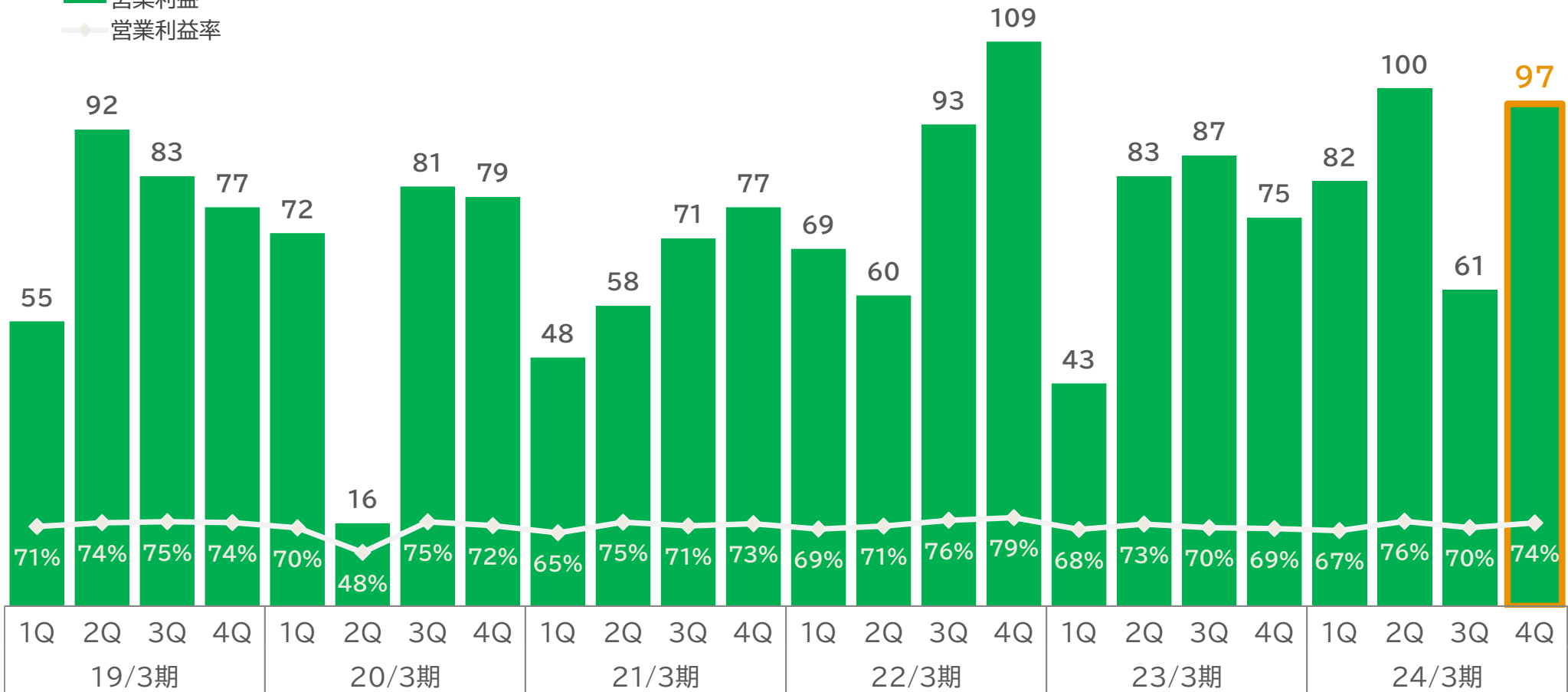
- WEBメディア
- 業務受託
- 広告売上



## 営業利益 四半期推移

単位:百万円

■ 営業利益  
◆ 営業利益率





2025年3月期 第1Q 重要テーマ

1

社内研修制度の充実を図り、若手社員の早期戦力化を実現させる

2

減塩を啓蒙する「らくだ6.0プロジェクト」の賛同企業を集める

3

製薬企業へのアプローチを増やす

1 | 2024年3月期 決算概要

2 | 2025年3月期 業績見込

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

**6 | 戦略**

7 | 人的資本経営

8 | ESG・SDGs

【ヘルスケア事業】 当社の事業ドメイン

食事・情報を提供し、健康で豊かな未来社会に貢献

	生活者		医療従事者 (栄養士)	事業者
	治療 (medical)	健康維持 (wellness)		
meal ソリューション	糖尿病食・腎臓病食等 <b>mealtime</b>	国産100%健康食 <b>勺 SHUN</b> <b>すぐ SUGU</b>		
マーケティング ソリューション				マーケティング事業
情報サービス	web版家庭の医学書 メディカル ネットブック  管理栄養士考案 <b>'80'</b> はちまるレシピ	管理栄養士によるWEB連載 <b>しっかり栄養、パワーアップ食</b>  医師によるWEB連載 <b>パワーアップ! 食と健康</b>  減塩啓蒙プロジェクト <b>5&lt;16.0</b>	ウェビナー 栄養士スキルアップ セミナー	
コミュニティ			栄養士コミュニティサイト <b>Foodish</b>	

主要経営指標

		25/3期1Q 目標	24/3期4Q			24/3期3Q 実績
			目標	実績	評価	
MFD事業	原価率	47.0%以下	45.0%以下	46.7%	×	45.0%
	営業利益率	15.5%以上	15.5%以上	14.2%	×	16.9%
	紹介 ネットワーク数	19,900箇所 以上	20,400箇所 以上	19,698箇所	×	20,142箇所
CID事業	月間ARPU	8,000円	7,500円	8,417円	○	8,314円
マーケティング 事業	営業利益率	69.0%以上	69.0%以上	74.2%	○	69.9%

1 | 2024年3月期 決算概要

2 | 2025年3月期 業績見込

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | 戦略

**7 | 人的資本経営**

8 | ESG・SDGs

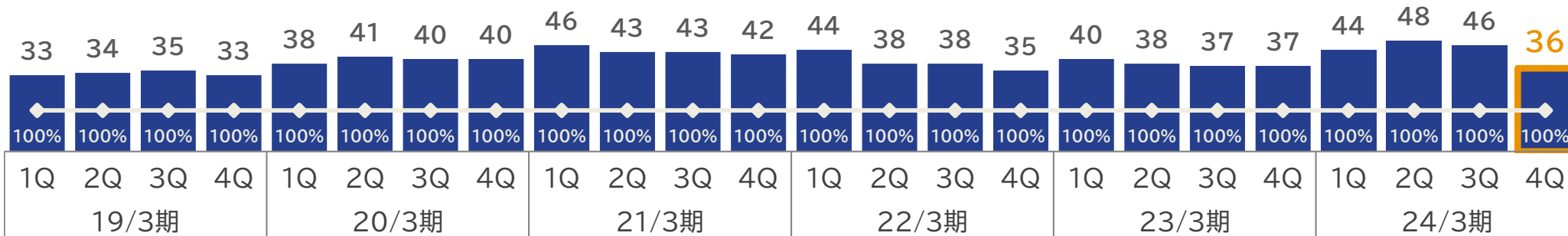
## 専門職 社員数推移

### 栄養士・管理栄養士

単位:人

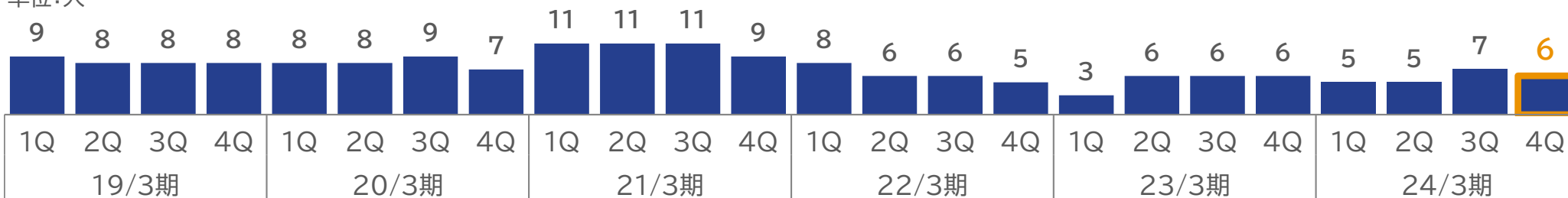
■ 栄養士・管理栄養士の人数  
 ◆ ミールタイム事業において栄養士・管理栄養士が占める割合

栄養士が100%  
受電対応



### システムエンジニア

単位:人



項目	SDGs	25/3期 目標	24/3期			23/3期 実績
			目標	実績	評価	
1 9連休以上取得率※		100%	100%	100%	○	100%
2 有給取得率		90%	90%	129.3%	○	89.1%
3 部活動・交流会開催支援		実施	実施	実施	○	実施
4 月間平均所定外労働時間		20時間以下	29時間以下	22.8時間	○	30.9時間
5 女性管理職率		75%以上	80%以上	81.8%	○	90.0%
6 時短勤務制度を活用する社員数		9名以上	9名以上	9名	○	10名
7 育児休業中の社員との交流会 「ウェルカムデー」の開催		12回	12回	12回	○	12回
8 社内コミュニケーション活性化のための 交流会・BBQの開催		5回	10回	10回	○	13回

※ 2023年6月1日までに入社した社員を対象とする。

1 | 2024年3月期 決算概要

2 | 2025年3月期 業績見込

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | 戦略

7 | 人的資本経営

8 | ESG・SDGs



## 2025年3月期 目標

	重要テーマ	SDGs
<b>E</b> nvironment (環境)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大量調理の過程で発生した余剰食材をもとに「エコメニュー」を発売</li> <li>・規格外野菜の積極的活用</li> <li>・埼玉工場周辺の生産者と取引を推進</li> </ul>	
<b>S</b> ocial (社会)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・栄養士向けスキルアップセミナーを年24回開催</li> <li>・海外在住社員の活躍を推進</li> <li>・栄養学科の学生向け就活セミナー「栄未来2024」の開催</li> </ul>	
<b>G</b> overnance (ガバナンス)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リスクコンプライアンス委員会の実施</li> </ul>	

# 2カ年計画で スタンダード市場へ

グロース市場からスタンダード市場への移行を目指し、  
2026年3月までに課題をクリアします。

	主な課題	直近実績	スタンダード 市場区分変更基準	方針
1	流通株式時価総額	5.4億円 (2024年3月31日)	10億円以上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・流通株式比率の向上を図る</li> <li>・継続企業の前提に関する重要事象の解消に取り組む</li> </ul>
2	流通株式比率	28.3% (2024年3月31日)	25%以上	
3	経常利益	0.5億円 (2024年3月31日)	1億円以上	<p>&lt;MFD事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業部長の変更を含む組織改革の実施</li> </ul> <p>&lt;CID事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卸売拡大に注力するため、新部門を設立</li> </ul> <p>&lt;マーケティング事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・研修体制を強化し、増員を図る</li> </ul>
4	コーポレートガバナンス・ コード各原則へ対応	基本原則のみ	全原則	P51に記載

## コーポレートガバナンス・コード 適合への取り組み

	原則・ 補充原則	原則の概要	当社の対応	対応時期
1	原則 3-1①	上場企業は、経営戦略の開示にあたって、自社のサステナビリティについての取組みを適切に開示すべきである。また、人的資本や知的財産への投資等についても、情報を開示すべきである。	サステナビリティおよび人的資本、知的財産への投資の基本方針をIRサイトにて公表する。	2025年 4月
2	原則 4-8	取締役会において独立社外取締役を少なくとも2名以上選任するか、独立社外取締役を含む独立性を有する者で構成された特別委員会を設置すべきである。	独立社外取締役1名を追加で選任する。 (2024年3月末現在、社外取締役は1名)	2025年 6月
3	補充原則 4-11①	取締役会の全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性及び規模に関する考え方を定め、取締役の選任に関する方針・手続と併せて開示すべきである。	各取締役の知識・経験・能力等を一覧化したスキル・マトリックスを作成しコーポレート・ガバナンスに関する報告書にて開示する。	2024年 6月
4	補充原則 4-11③	取締役会は、毎年、各取締役の自己評価なども参考にしつつ、取締役会全体の実効性について分析・評価を行い、その結果の概要を開示すべきである。	取締役および監査役に対して、アンケート調査による取締役会全体の実効性について分析評価を行い、その結果をIRサイトにて公表する。	2025年 6月

## 免責事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

説明内容に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

お問い合わせ先:  
株式会社ファンデリー  
経営企画室  
e-mail : ir\_info@fundely.co.jp  
TEL : 03-6741-5880

IRメール配信

<https://www.fundely.co.jp/ir/mail>

右のQRコードからもご登録できます

