

FUNDELY

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ファンデリー

2024年6月28日(金)

東証グロース 3137

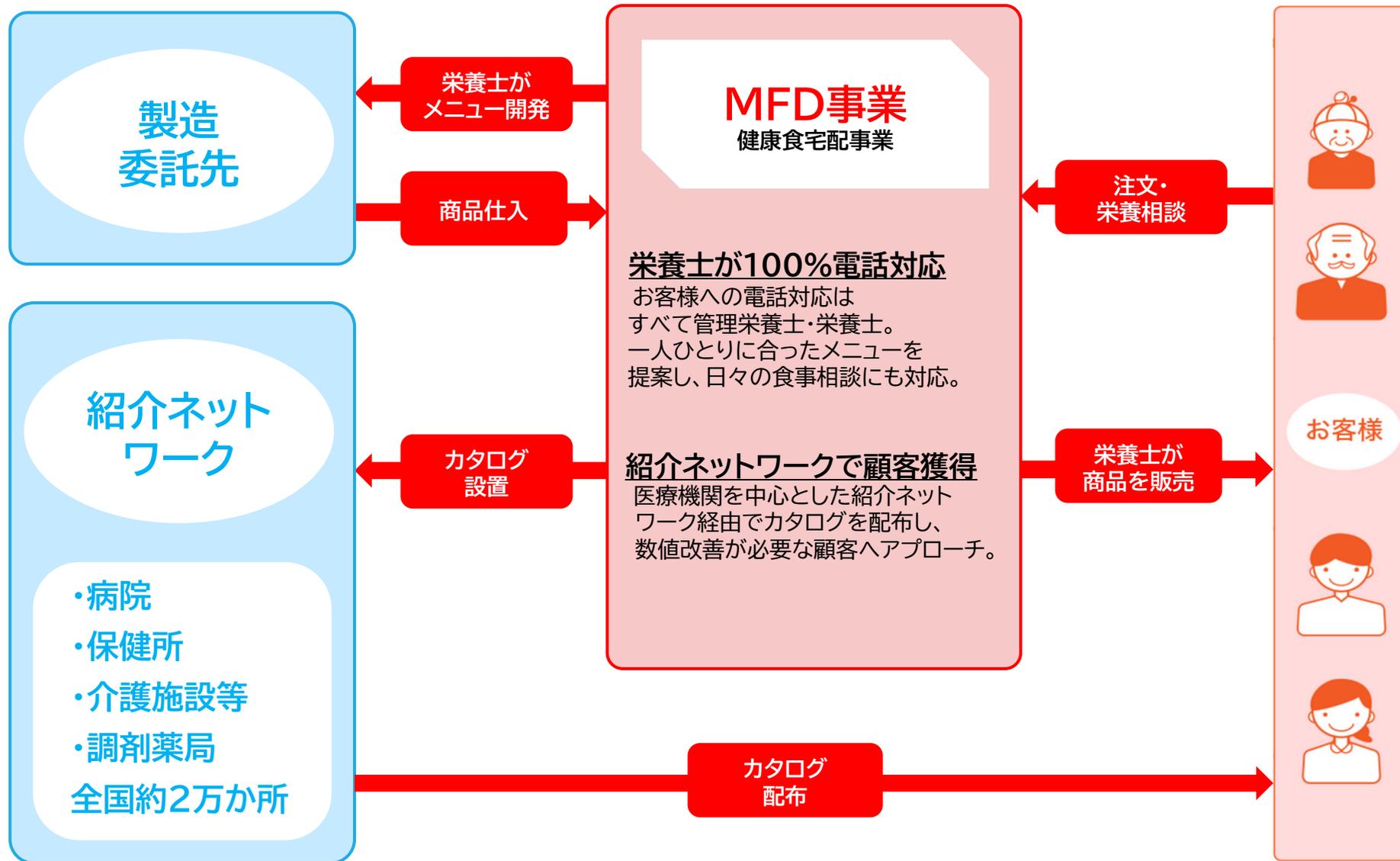
一人でも多くのお客様に健康で楽しい食生活を提案し
豊かな未来社会に貢献します

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. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 成長戦略
5. 経営指標
6. リスク情報

<p>企業名</p>	<p>株式会社ファンデリー</p> <p>社名由来 FUN《面白さ・楽しさ・感動》 DELIVERY《お届けする》</p>
<p>本社所在地</p>	<p>東京都北区赤羽2-51-3 NS3ビル3F</p>
<p>代表者</p>	<p>代表取締役 阿部 公祐</p>
<p>設立</p>	<p>2000年9月25日</p>
<p>従業員数</p>	<p>75名(2024年3月末現在・パート社員含む)</p>
<p>事業内容</p>	<p>MFD(Medical Food Delivery)事業 数値改善を実現させる健康食『ミールタイム』の販売</p> <p>CID(Cooking Immediately Delivery)事業 国産ハイブランド冷食『旬をすぐに』の製造小売</p> <p>マーケティング事業 企業向けマーケティング支援サービス</p>

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 成長戦略
5. 経営指標
6. リスク情報



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。



健康状態に合わせたメニューを管理栄養士がご提案

ヘルシー食

カロリーや塩分を調整した食事

おかず

ごはん付き

アラカルト

スイーツ

多め おかず

多め ごはん付き

低たんぱく食

たんぱく質、カリウム、リン、塩分を抑えた食事

おかず

ごはん付き

アラカルト

スイーツ

パワーアップ食

たんぱく質と特定の栄養を補給できる食事

たんぱく質+
食物繊維

たんぱく質+
カルシウム

たんぱく質+
鉄分

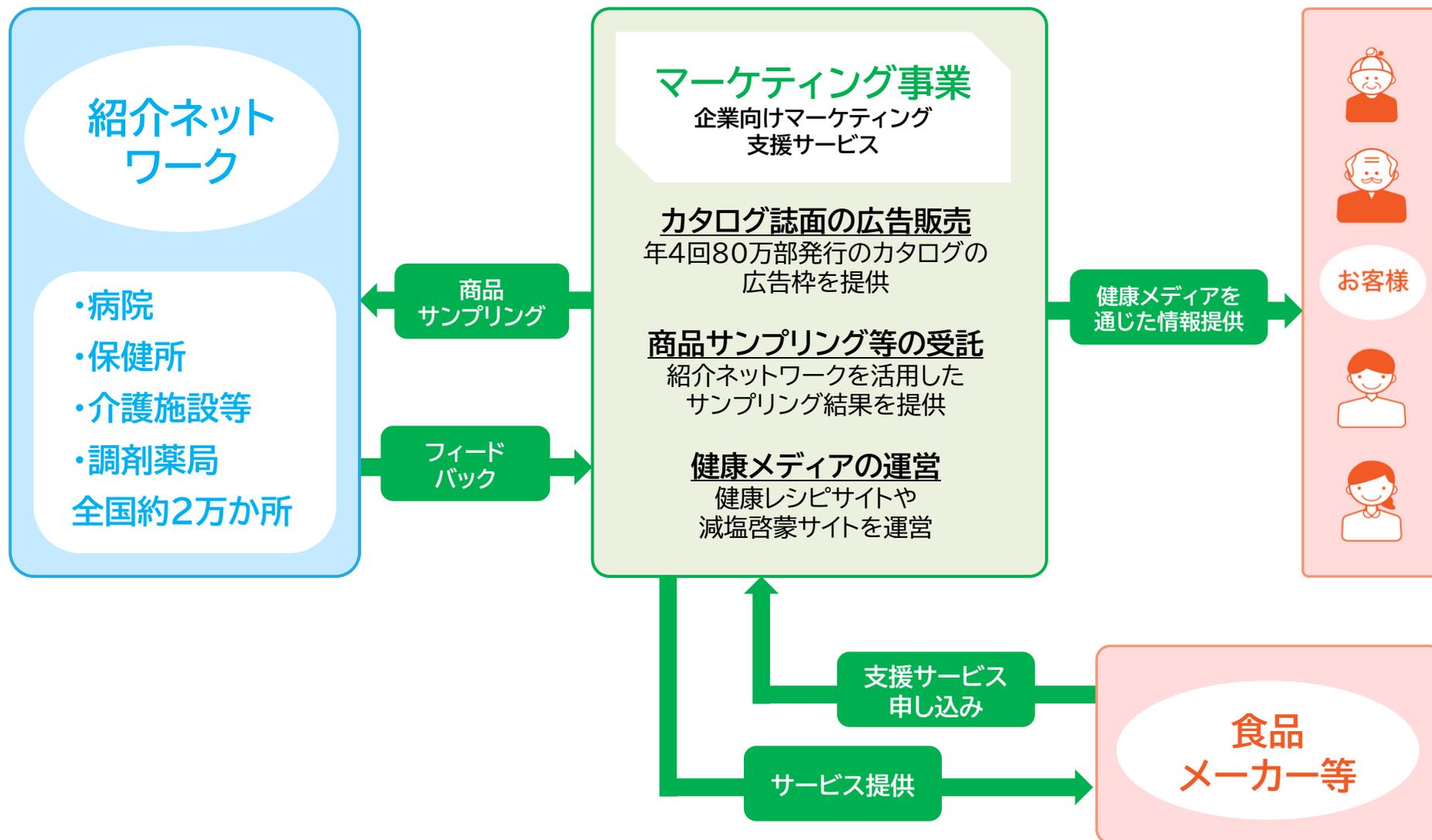
たんぱく質+
マグネシウム

やわらか食

カロリーや塩分に加え、やわらかさを調整した食事

おかず

ごはん付き



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



専門家のリコメンドで
効果的なマーケティング

医師・
栄養士



患者

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)



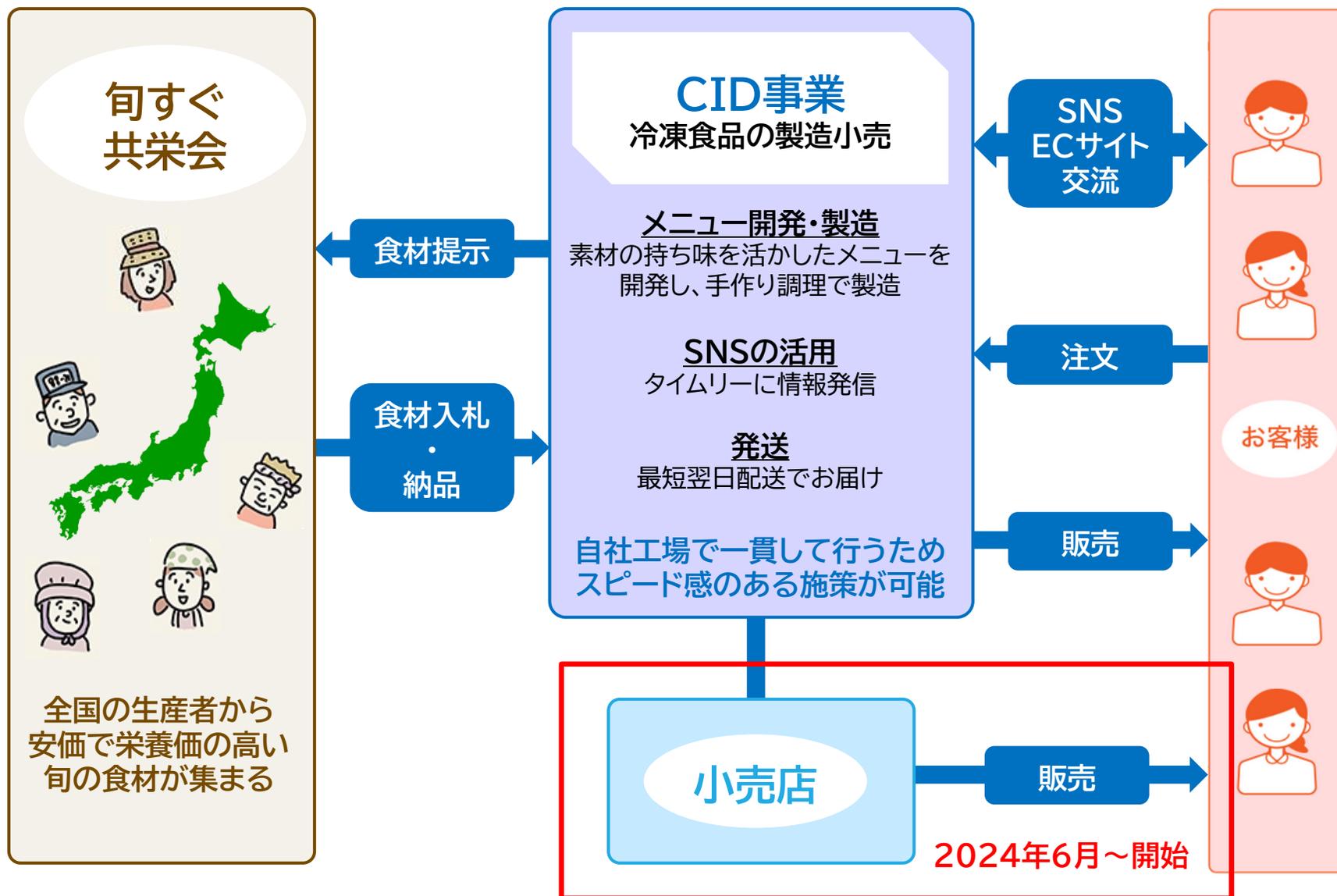
患者



顧客



質の高い
調査結果



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

開発担当者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。



生産者を特定した国産食材100%にこだわった、
82種類の添加物不使用の国産ハイブランド冷食

旬すぐ

種類豊富な一品料理

おかず(肉)

おかず(魚介)

おかず(その他)

カレー

オンザライス

麺・パスタ

旬すぐBOX

40品目以上の食材を使用し、
6~9種類のおかずやスイーツが
楽しめるBOX

白米・玄米

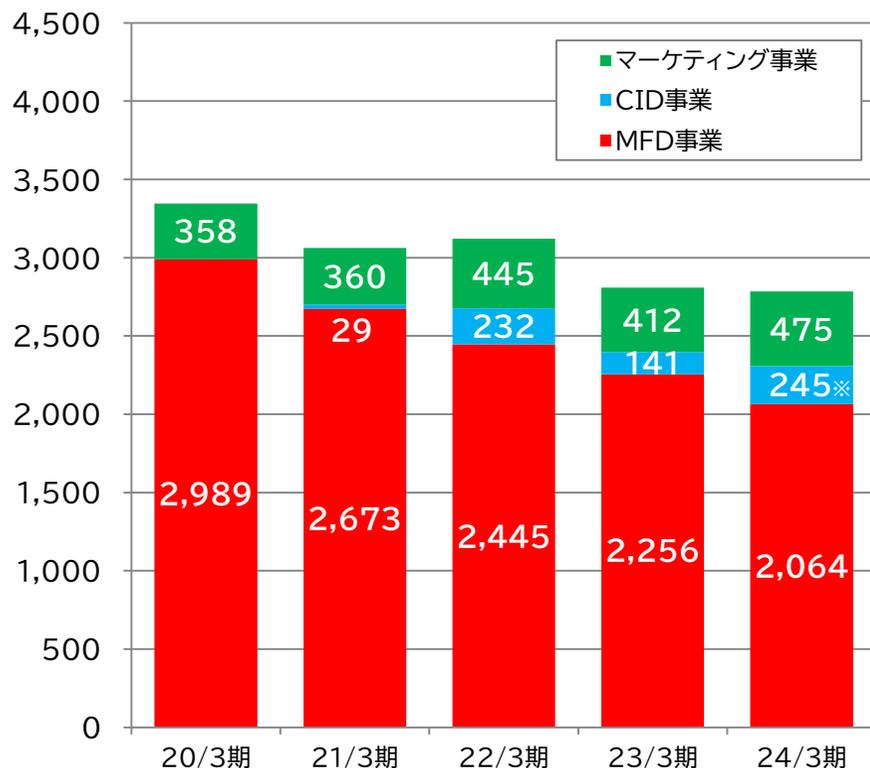
精米して3日以内の、生産者を特定
した特Aランク米のみを使用

電気調理鍋キット

電気調理鍋で本格的な料理を
手軽に調理できるミールキット

売上高

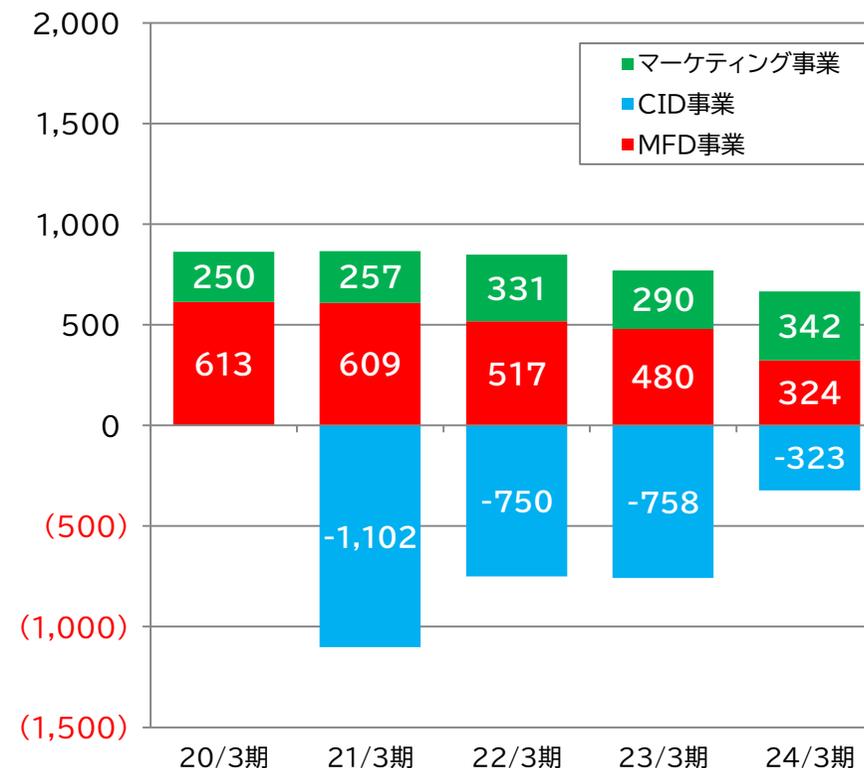
(単位:百万円)



※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138百万円を含んでおります。

営業損益

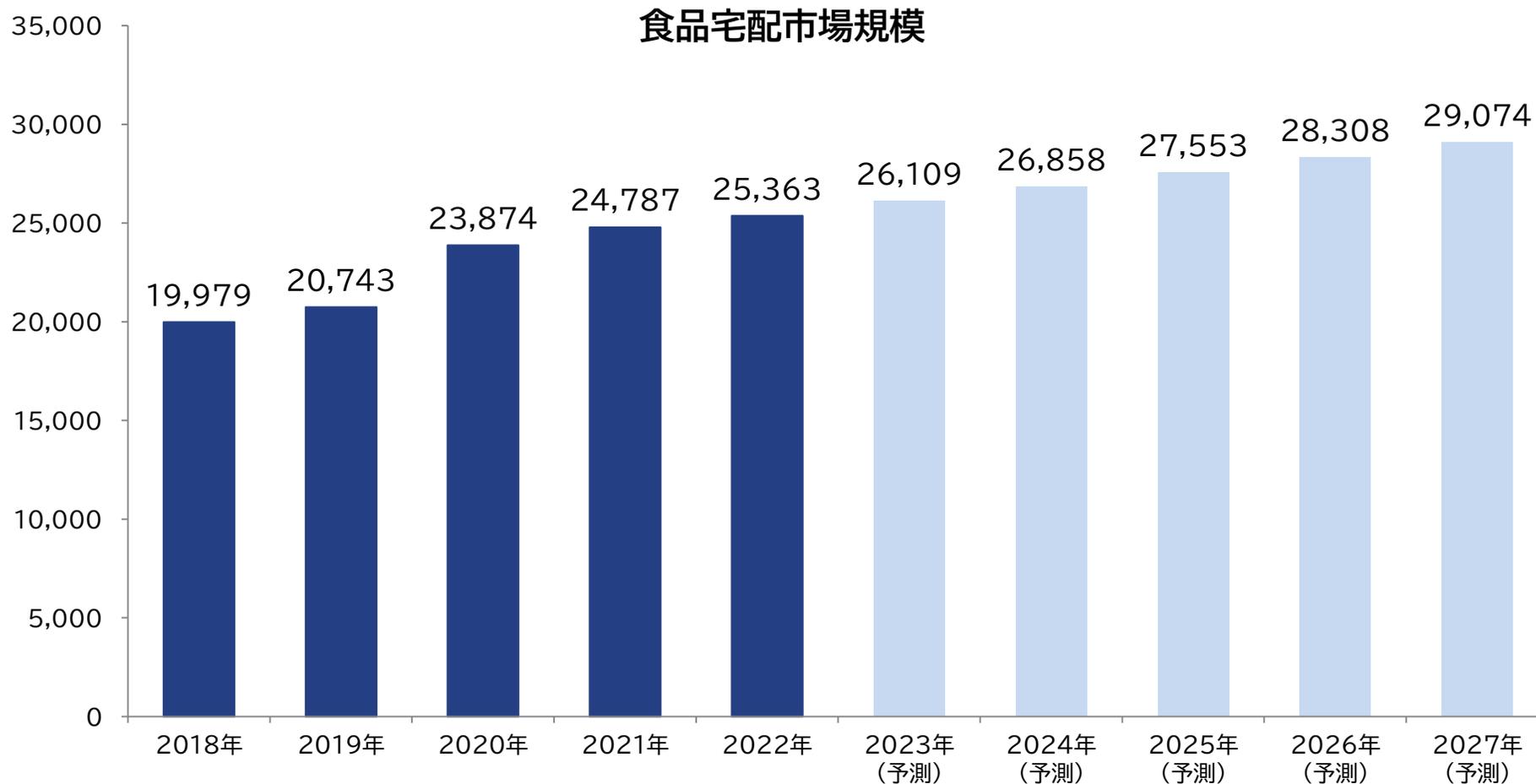
(単位:百万円)



1. 会社概要
2. 事業内容
3. **事業環境**
4. 成長戦略
5. 経営指標
6. リスク情報

MFD・CID事業がメインターゲットとする 食品宅配市場は引き続き拡大傾向

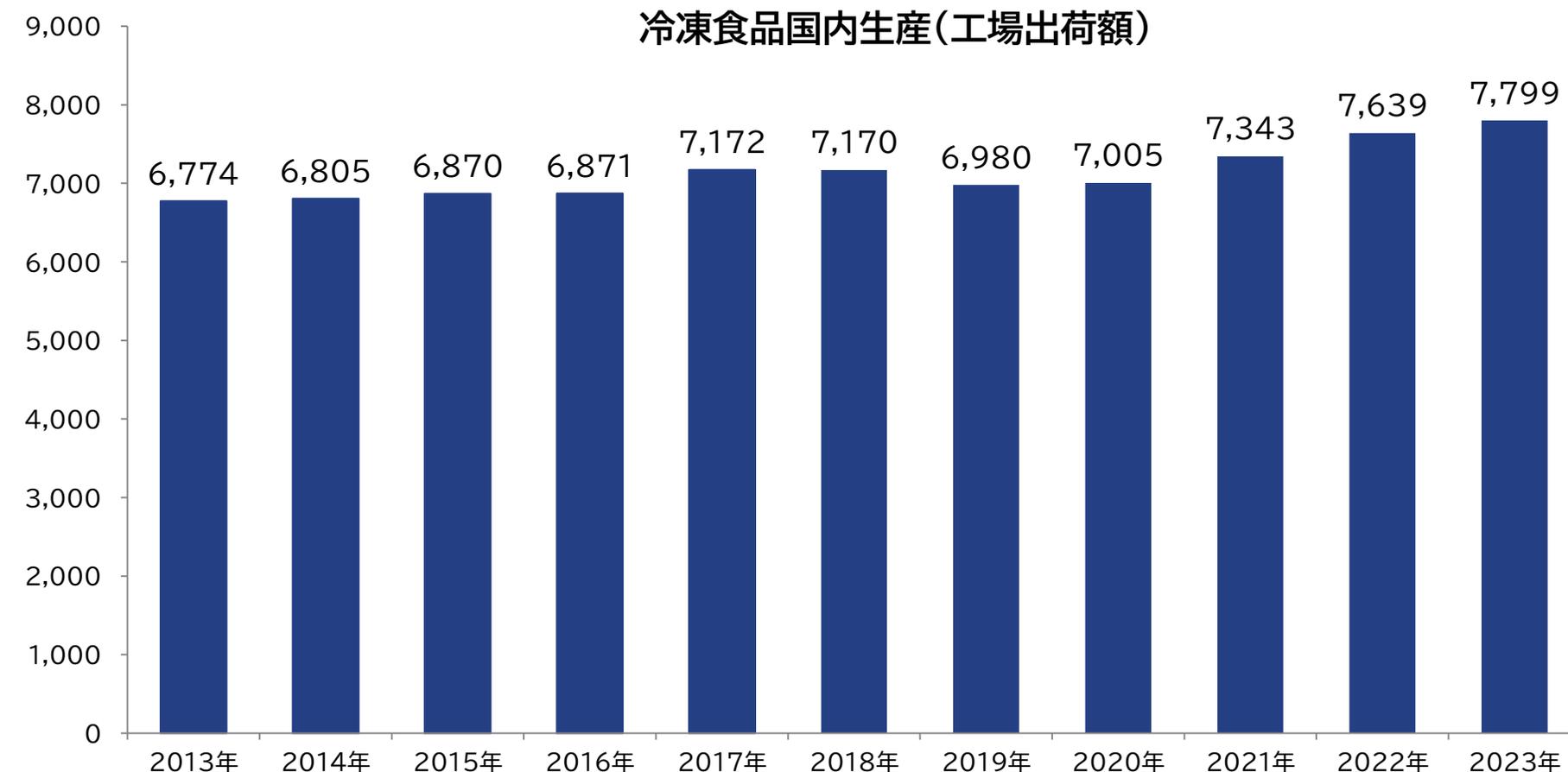
(単位:億円)



出典: 矢野経済研究所「食品宅配市場に関する調査結果 2023」

MFD・CID事業の主力商品である冷凍食品の 国内出荷額は増加傾向にあり、市場の拡大が進む

(単位:億円)

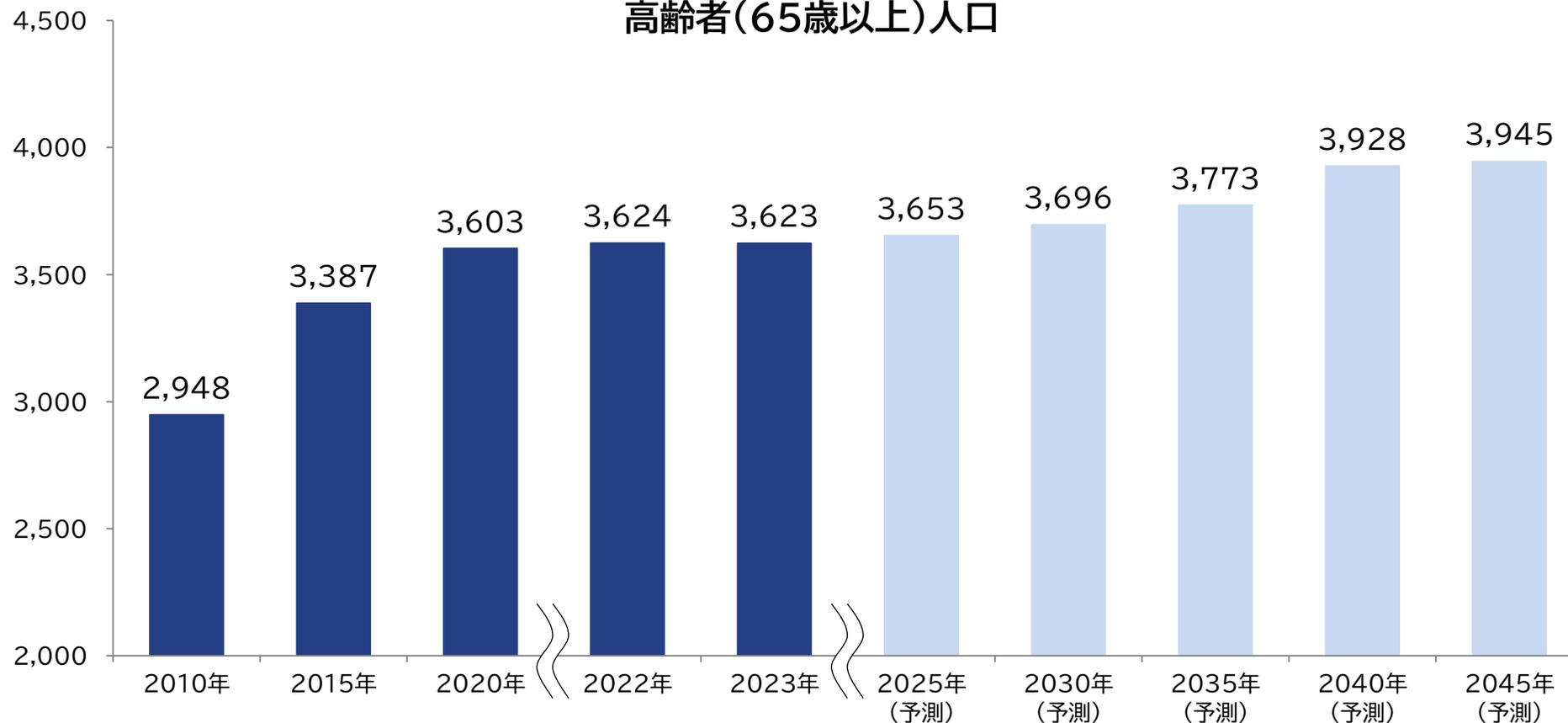


出典:日本冷凍食品協会「令和 5 年(1~12 月)冷凍食品の生産・消費について(速報)」

MFD事業の主要顧客の 高齢者人口は今後も増加

高齢者(65歳以上)人口

(単位:万人)

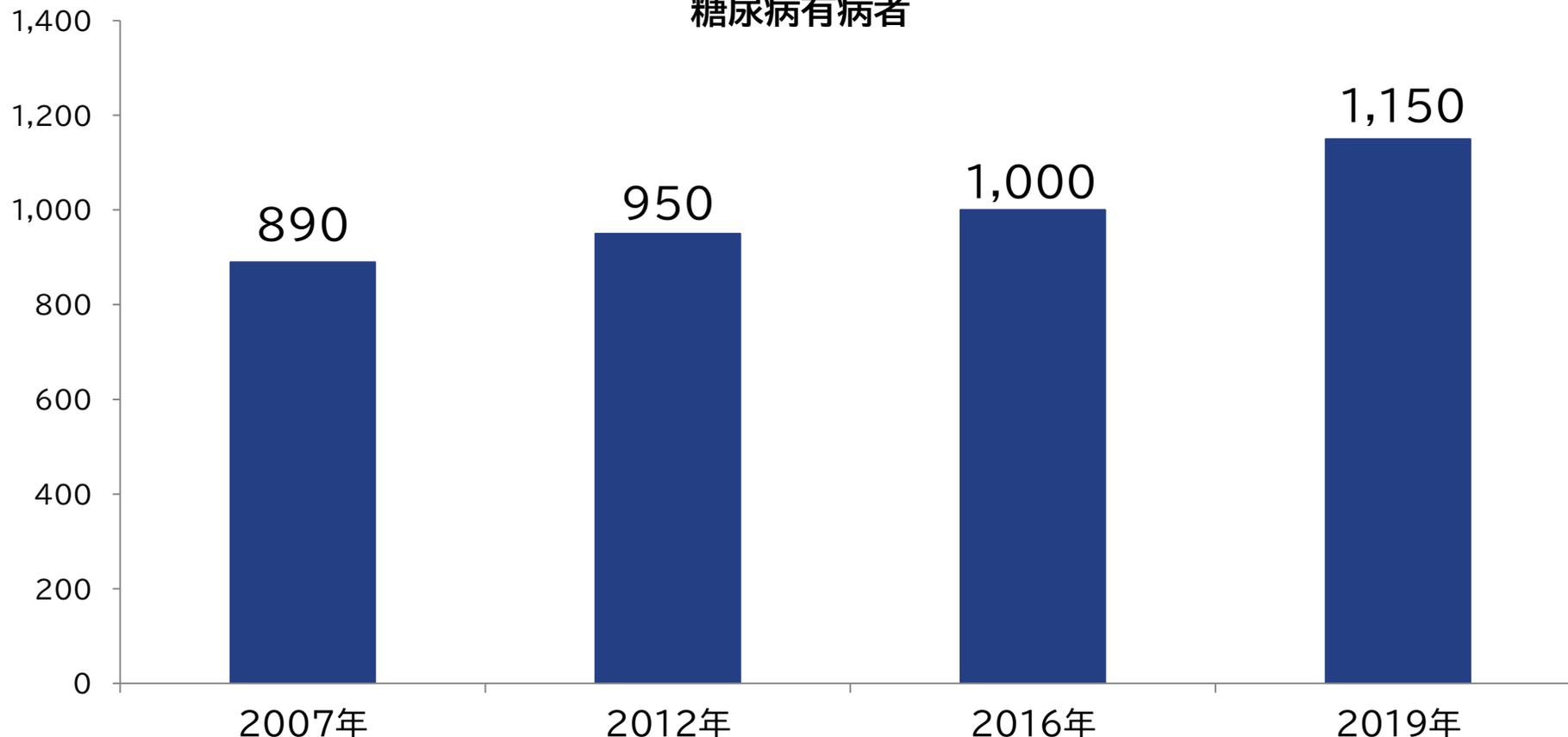


出典:総務省統計局「統計から見た我が国の高齢者」
 1950年~2020年は「国勢調査」、2022年及び2023年は「人口推計」、
 2025年以降は「日本の将来推計人口(令和5年推計)」 出生(中位) 死亡(中位) 推計(国立社会保障・人口問題研究所)から作成

MFD事業の主要ターゲットである 糖尿病患者数は増加の傾向

(単位:万人)

糖尿病有病者

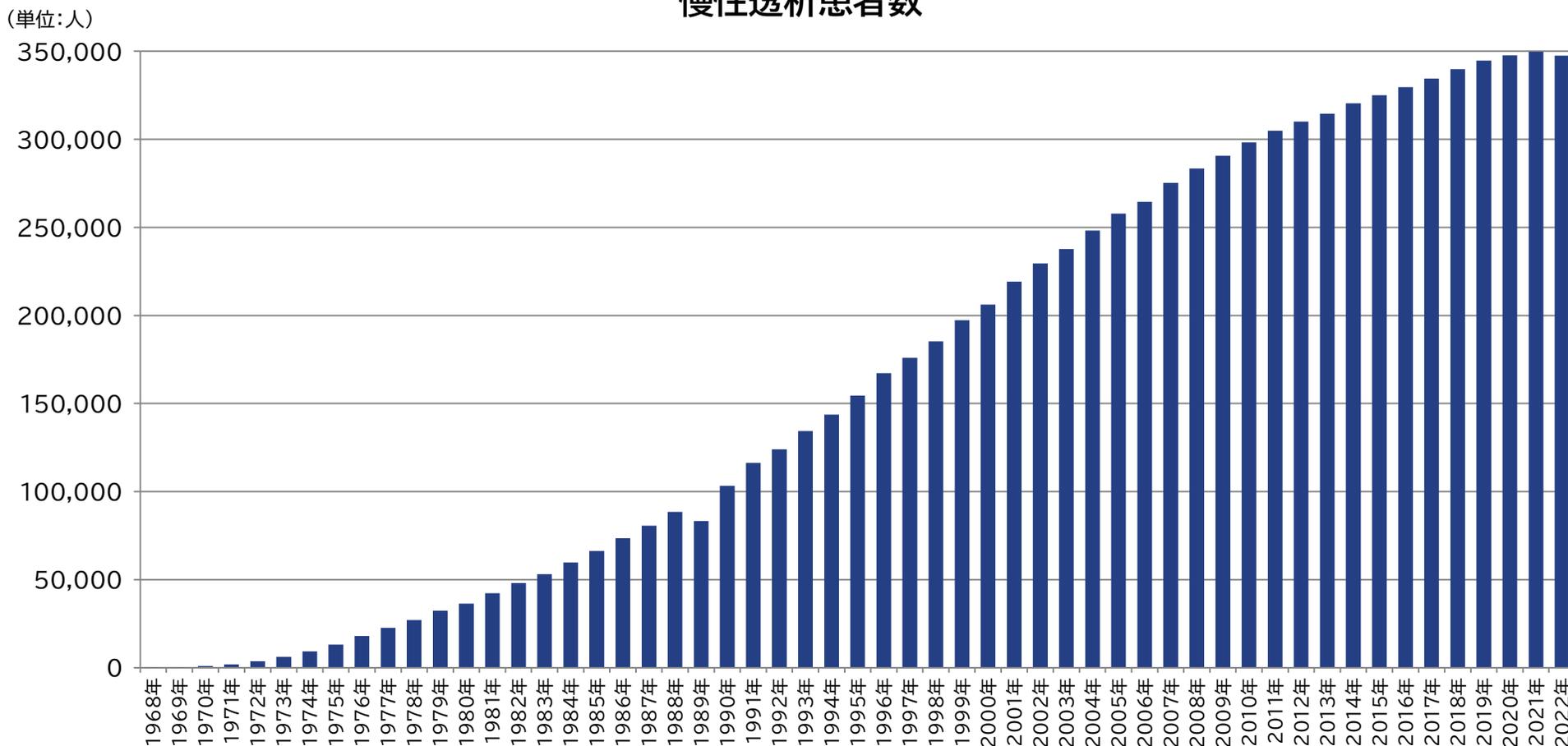


厚生労働省「国民健康・栄養調査」

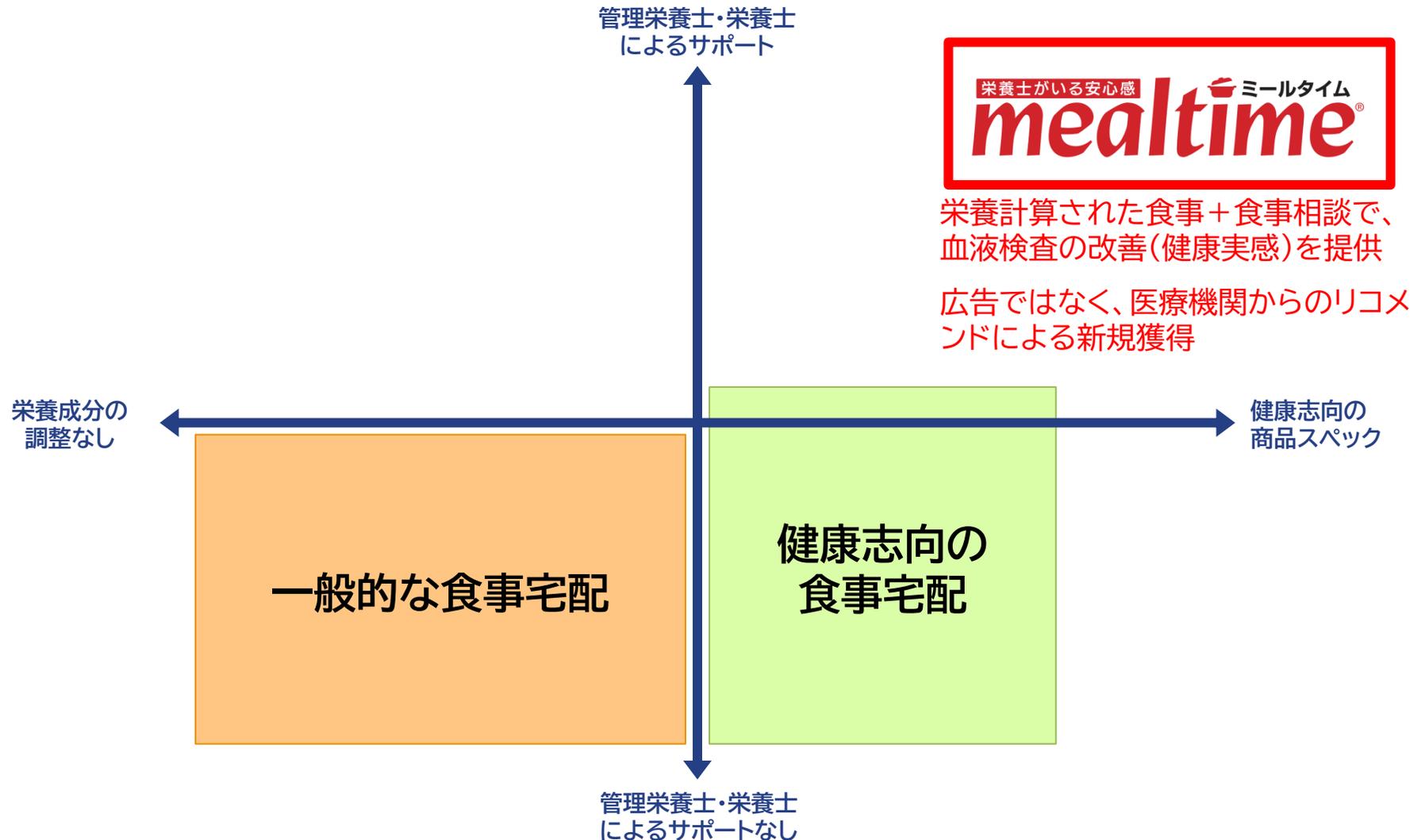
2019年(参考値):厚生労働科学研究費補助金「糖尿病の実態把握と環境整備のための研究」(研究代表者 山内敏正)において推計

MFD事業の主要ターゲットである 透析患者数(腎臓病)は増加の傾向

慢性透析患者数



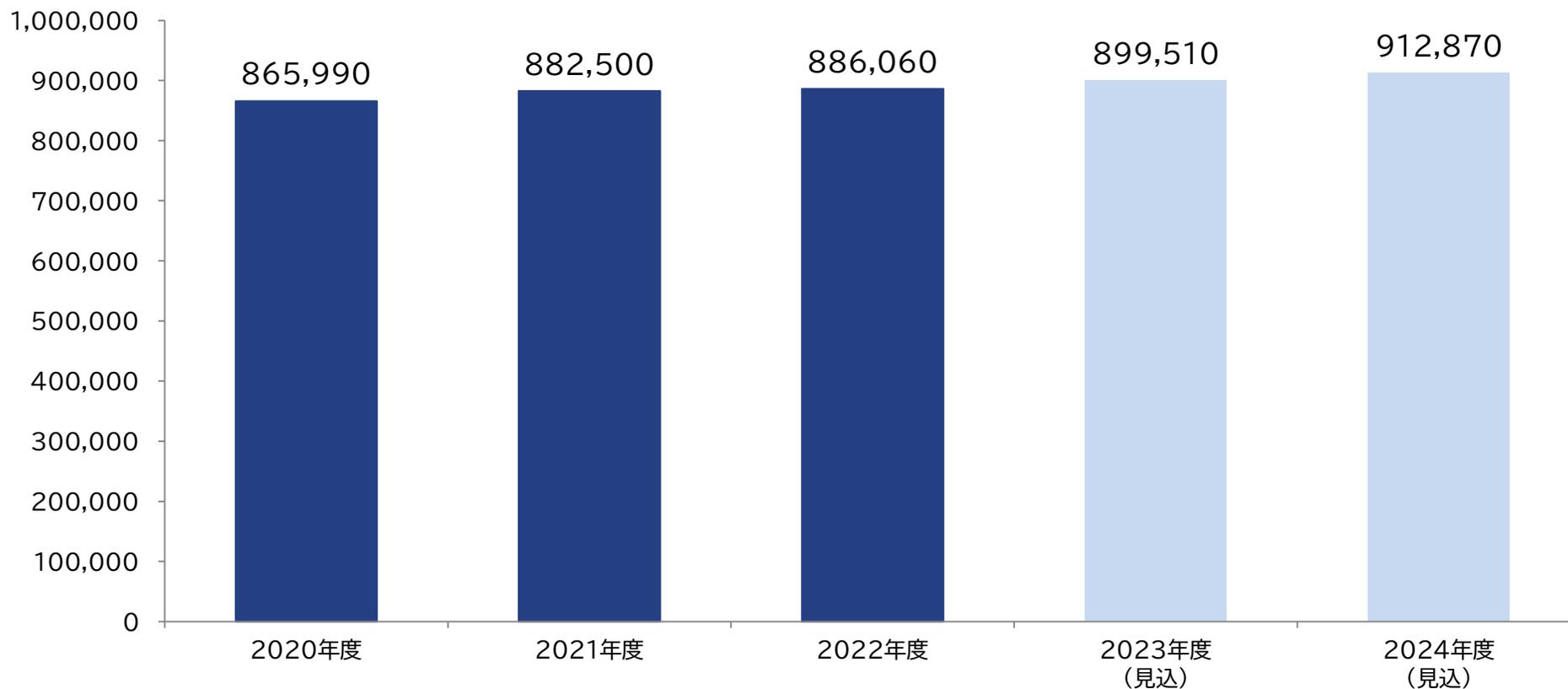
出典: 日本透析医学会「わが国の慢性透析療法の現況(2022年12月31日現在)」



マーケティング事業の主要ターゲットである
健康系食品の市場規模は増加傾向

健康食品、機能性表示食品・サプリメント市場規模推移

(単位:百万円)



出典: 矢野経済研究所「健康食品市場に関する調査を実施(2024年)」

FUNDELY マーケティング事業

当社のアンケート調査は、医療機関で
栄養相談を行っている管理栄養士が回答。

なりすましのリスクを抑え、質の高い調査
結果を提供。また、回答者の管理栄養士との
間に金銭の授受がないので公平性が高い。

調査機関と
回答者の間に
金銭の授受あり

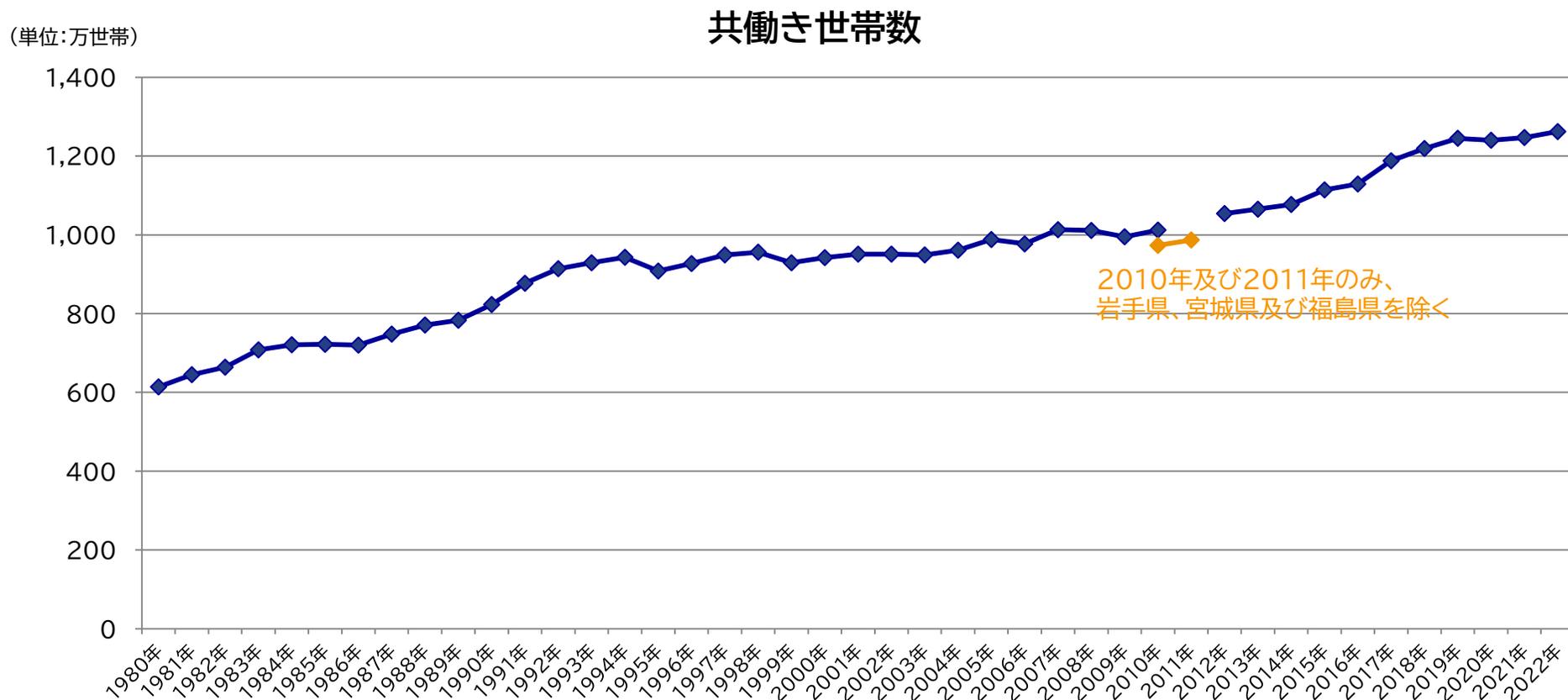
一般的な
アンケート調査会社

調査機関と
回答者の間に
金銭の授受なし

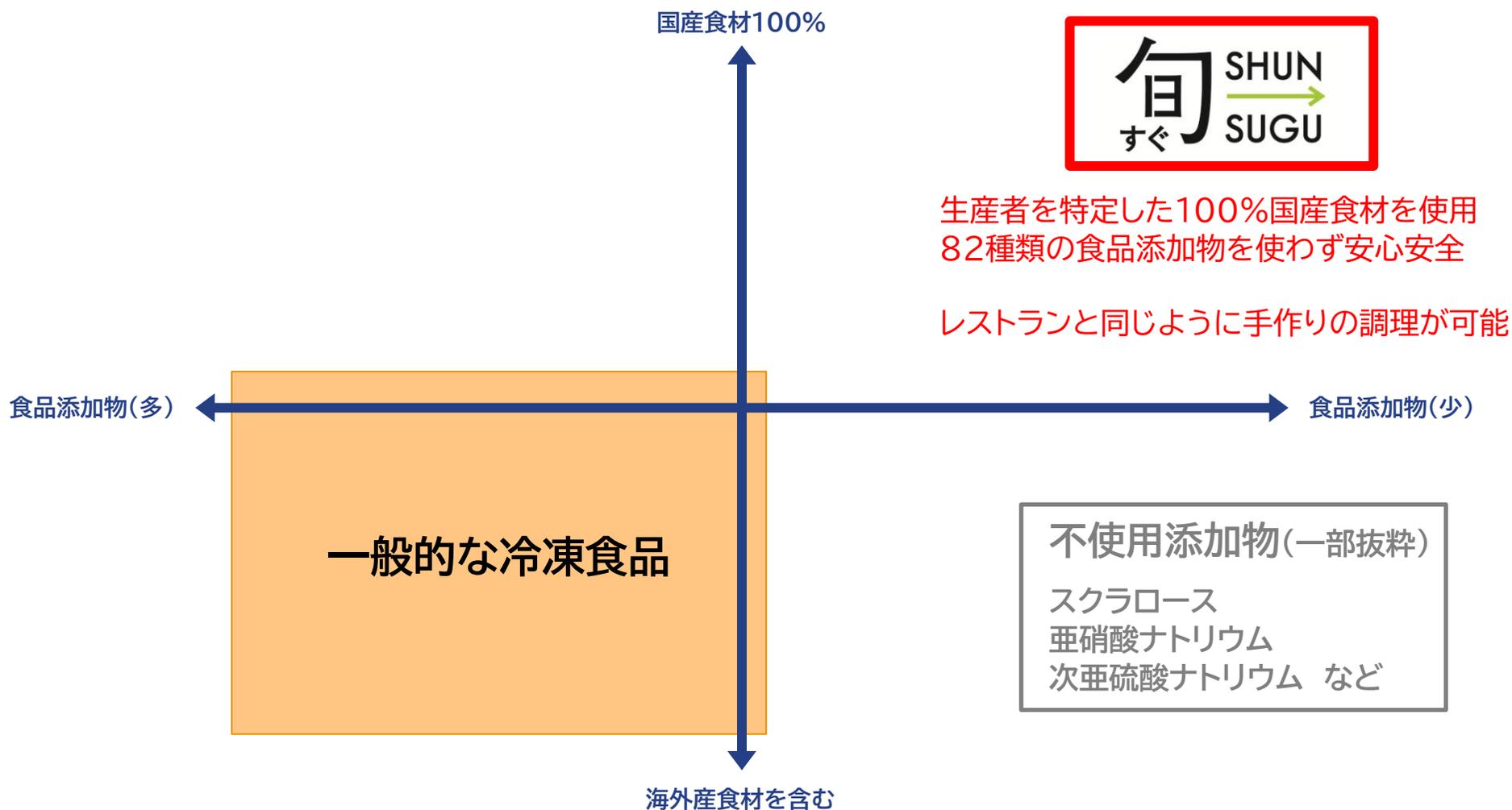
医療機関で活躍する
管理栄養士へのアンケート調査

WEBでのアンケート調査

CID事業の主要ターゲットである 共働き世帯は増加傾向



出典:厚生労働省「令和5年版厚生労働白書」



1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 成長戦略
5. 経営指標
6. リスク情報

	項目	23年3末	24年3末	評価
MFD 事業	「パワーアップ食」カタログ掲載数	8商品	24商品	掲載数の拡大を達成
	「やわらか食」カタログ掲載数	18商品	26商品	掲載数の拡大を達成
	SNSを活用したPR	—	開始	定期会員に繋がる発信が課題

	項目	23年3末	24年3末	評価
CID 事業	高価格帯(498円・598円)比率	48.3%	77.8%	66%を超過
	殿堂入り商品数	4商品	8商品	商品数の拡大を達成
	国産ハイブランド冷食のPR	—	開始	国産100%、82種食品添加物不使用が顧客に定着

	項目	23年3末	24年3末	評価
マーケ ティング 事業	質の高い分析力を活かした提案	-	-	専門家(医師・管理栄養士)の声を活用した提案を実施
	全国約2万箇所の医療機関ネットワークを活かした提案	-	-	2万か所を有効に活用した提案が課題

MFD事業

定期コース会員数を大きく伸ばすため、
医師・栄養士との関係強化に注力し、
顧客満足度を高めるアラカルトメニューの
新規開発を進める戦略とした。

CID事業

売上を加速度的に増やしていくため、
卸売販売箇所数の拡大に重点を置く戦略とした。

マーケティング 事業

継続的に売上を拡大させるべく、製薬企業への
アプローチを増やし、新たな収益基盤の確立を
図る戦略とした。

MFD事業

医師・栄養士との 関係強化

25年3月期 目標

- ①「Mオフ」 毎月2回
(医師、管理栄養士と当社社員の交流会)
- ②「Mealタイム栄養士
スキルアップセミナー」 毎月2回
(社外栄養士向けの勉強会)
- ③「学会への参加」 年間7回以上

アラカルトメニューの 新規開発

25年3月期 目標

新規アラカルトメニューの発売
3商品以上

定期コース会員数の拡大

CID事業

卸売販売の拡大

25年3月期 目標

1,000店舗以上で配荷

WEB販売・卸売の2チャンネルで展開

マーケティング事業

製薬企業への
アプローチを増やす

25年3月期 目標

製薬企業の契約社数
5社以上

新たな収益基盤の確立

時価総額を重視した経営を行い 2027年3月までに時価総額100億円を実現

株式時価総額

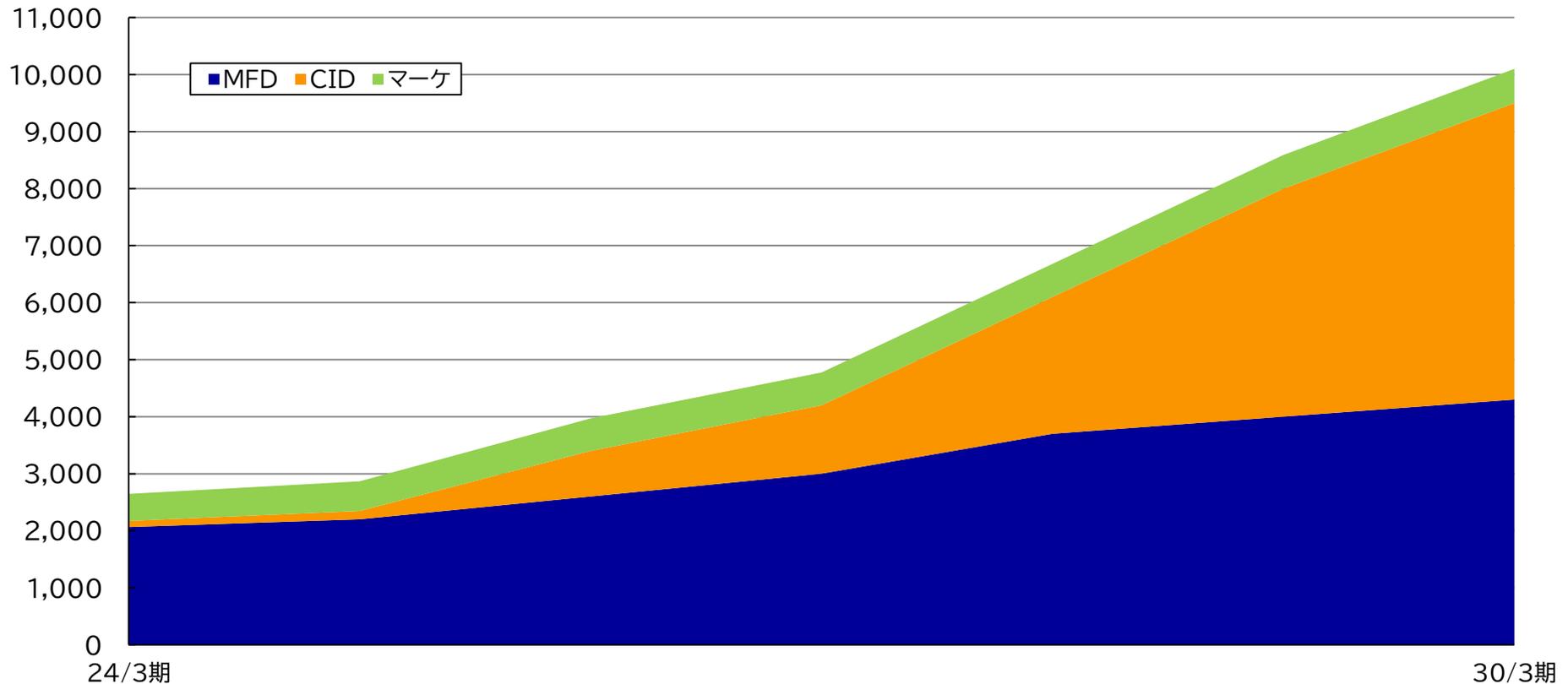
(単位:百万円)



※当数字は今後の経営の指針を示すものであり、具体的な計画に基づくものではありません。

MFD事業は定期コース会員の拡大、CID事業は小売店の販売拡大に注力することで、会社全体の売上高を100億円へ

(単位:百万円)



1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 成長戦略
5. 経営指標
6. リスク情報

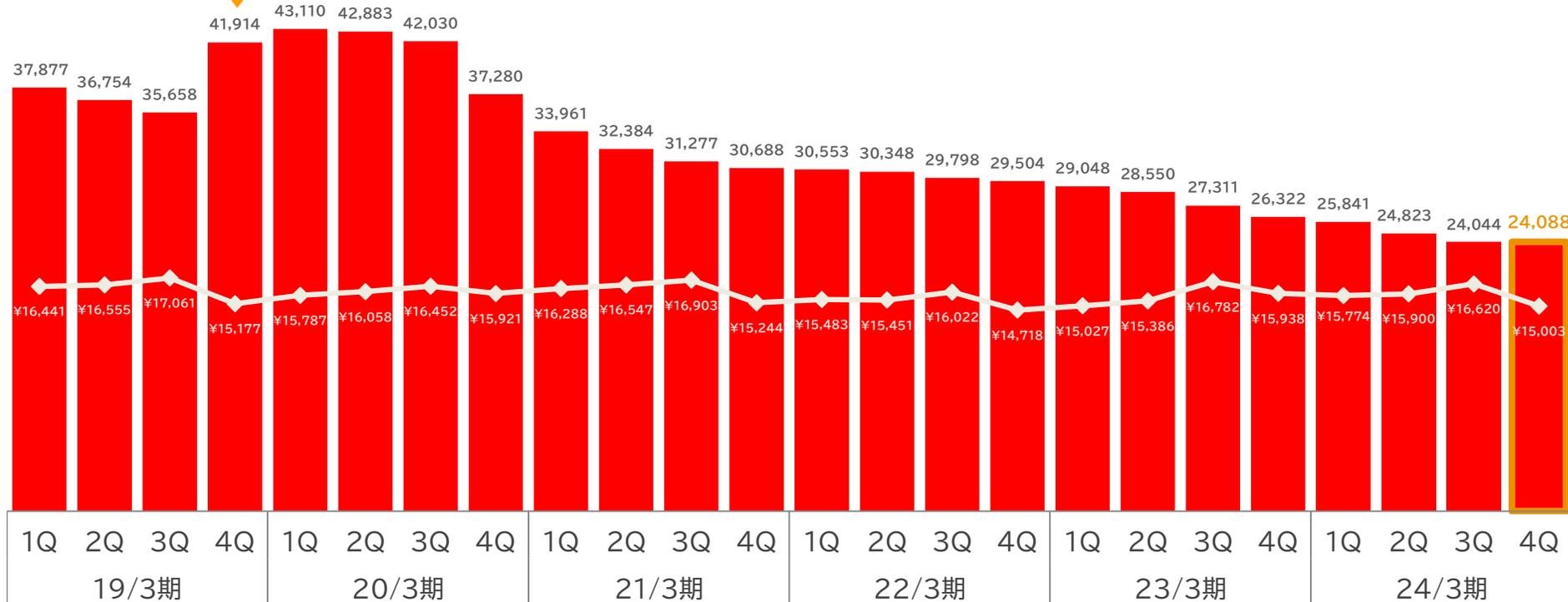
アクティブ/ARPU

単位:人

■ アクティブ会員数
 ◆ 月間ARPU

24/3期4Qは、5年ぶりに
 アクティブ会員数が増加し、好転の兆し

TV放送
 ↓

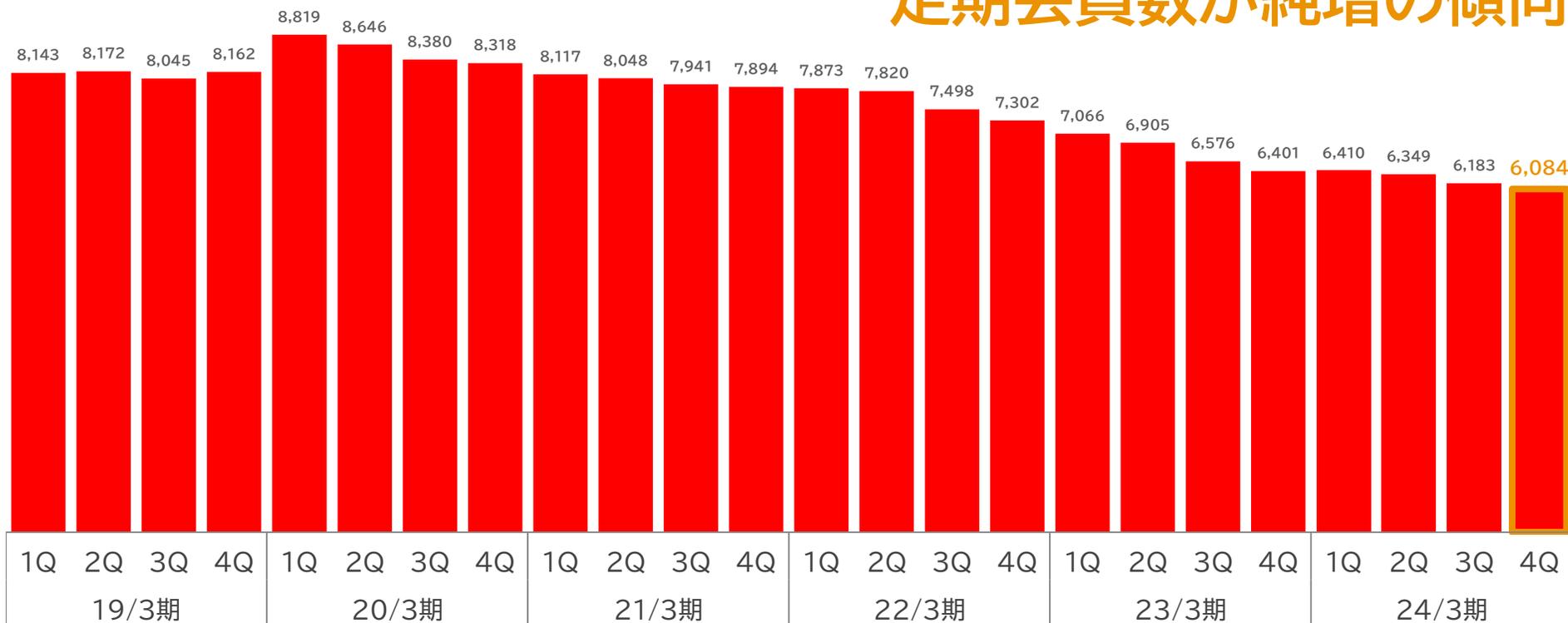


※アクティブ会員数・・・過去1年以内に1回以上購入した会員数
 ※月間ARPU・・・「月間売上高÷月内に1回以上購入した会員数」の3か月平均

定期コース会員数

単位:人

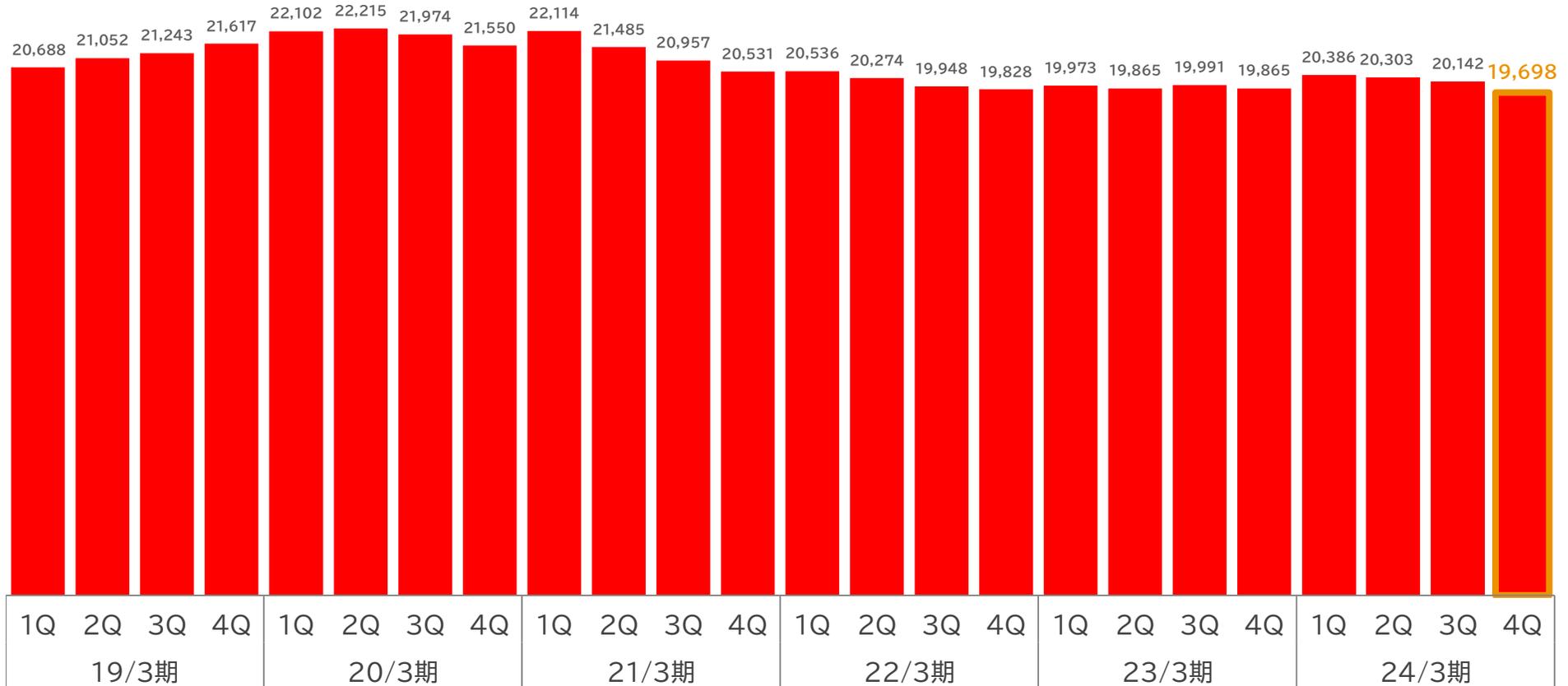
2024年4月以降は
定期会員数が純増の傾向



※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



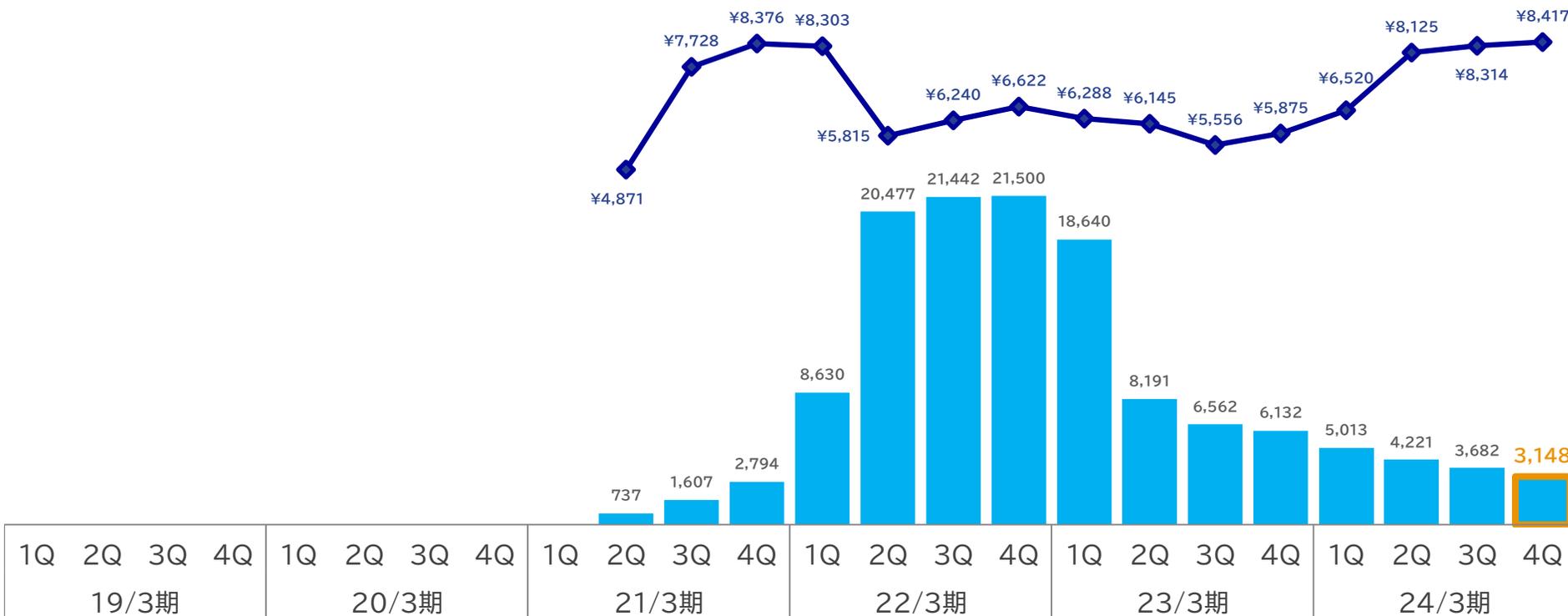
※紹介ネットワーク数・・・四半期末日時点の紹介ネットワーク箇所数

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

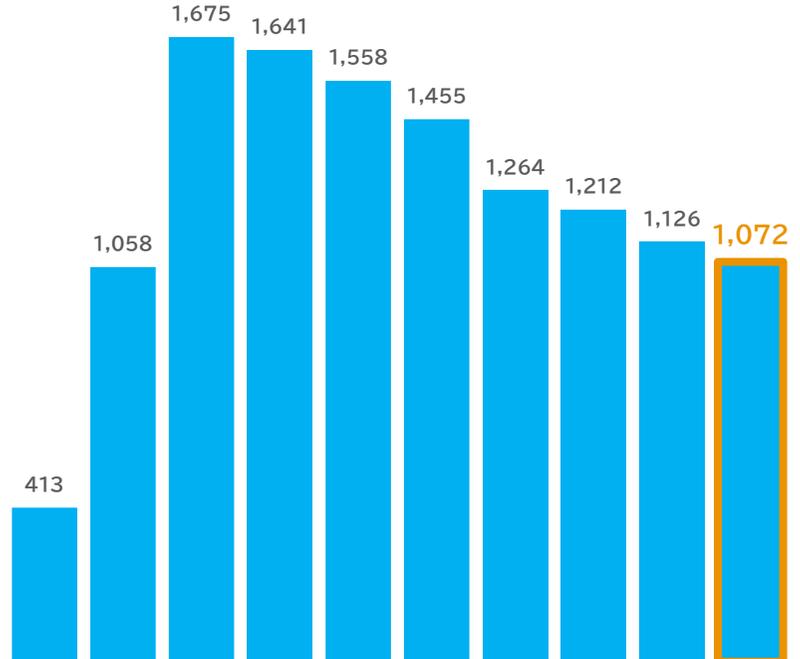
■ アクティブ会員数
◆ 月間ARPU



※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匂すぐ会員数

単位:人



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

※AI匂すぐ会員数・・・四半期末日時点のAI匂すぐ会員数(休止中を除く)

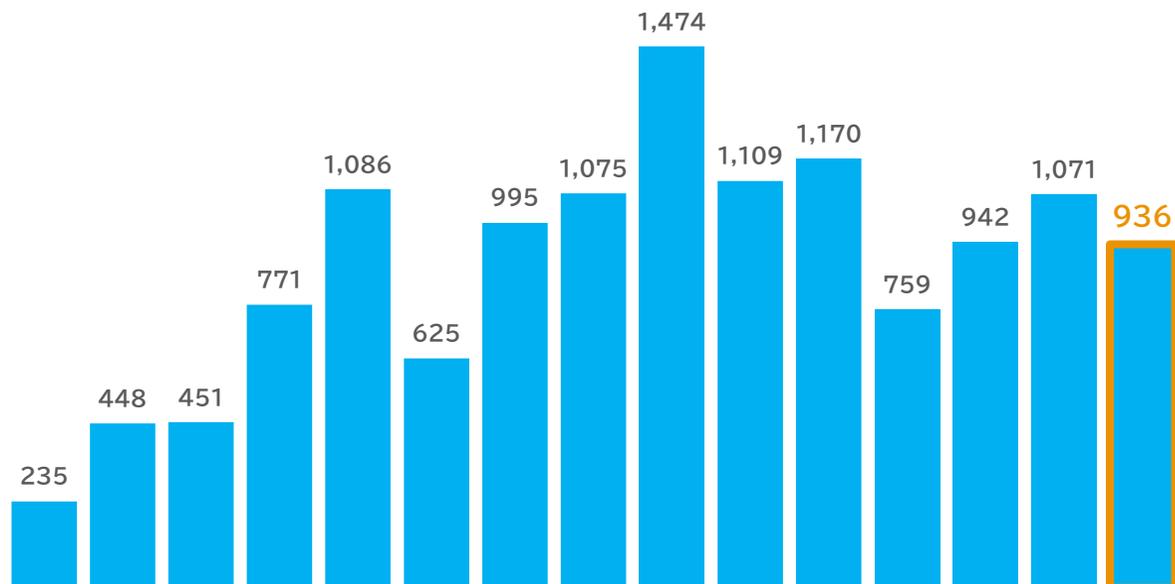
商品レビュー

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					

※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。

全社

CID事業のコスト構造改革を推進し、
4年ぶりに通期での黒字化を達成

	24/3期 (百万円)	24/3期計画 (百万円)	YonY (%)	23/3期 (百万円)	YonY (%)
売上高	2,646	3,037	87.1	2,810	94.2
営業利益又は 営業損失(△)	58	52	111.4	▲285	—
経常利益又は 経常損失(△)	55	51	107.7	▲284	—
当期純利益又は 当期純損失(△)	66	50	131.7	▲284	—

全社

24年3月期に続き、黒字を見込む

	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

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 成長戦略
5. 経営指標
6. リスク情報

リスク	対象事業	概要	発生可能性	影響度	対応方針
競争	MFD CID	食事宅配サービスを提供する新規参入企業が増加しており、当社の競争優位性が確保されない場合、当社の業績・財務状況等に影響を及ぼす可能性がある。	中	中	商品・サービスの改善 ブランド力の強化
仕入価格・製造コストの高騰	MFD CID	天候不順や不作による材料費の上昇、労働力不足による労務費の上昇、原油価格の高騰による製造経費の上昇等が生じた場合、当社の業績・財務状況等に影響を及ぼす可能性がある。	中	中	MFD: 製造委託先の開拓 CID: 仕入先の分散化
製造委託先への依存	MFD	商品仕入高の64.5%を占めている主要な製造委託先1社での製造継続が困難となった場合、当社の業績・財務状況等に影響を及ぼす可能性がある。	低	中	製造委託先の開拓
継続企業の前提に関する重要事象等	会社全体	財務制限条項の一部に抵触しており、取引金融機関が期限の利益の喪失に係る権利行使をした場合、当社の財務状況に影響を及ぼす可能性がある。 継続企業の前提に関する重要な不確実性は認められないと判断している。	低	高	取引金融機関と協議し、当該状況の解消に取り組む。権利行使しないことについては同意を得ている。

上記には、当社の事業展開その他に関してリスク要因となる可能性のある、主要な事項について記載しております。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

2カ年計画でスタンダード市場へ

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

	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"> ・流通株式比率の向上を図る ・継続企業の前提に関する重要事象の解消に取り組む
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	事業部ごとに成長戦略のための施策(P28~30)に取り組む
4	コーポレートガバナス・ コード各原則へ対応	基本原則のみ	全原則	適合に向け必要な取り組み(P45)を実施する

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 (対応済)
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

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。

次回開示は2025年6月を予定しておりますが、変更および訂正があった場合は、速やかに開示いたします。

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/ma>

右のQRコードからもご登録できます

