

FUNDELY

2025年3月期

第2四半期

決算説明資料

株式会社ファンデリー

2024年10月31日(木)

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 | 決算概要(7月~9月)

2 | 2025年3月期 業績の見通し

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 | 決算概要(7月~9月)

2 | 2025年3月期 業績の見通し

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** 全社は YonYで減収減益。CID事業およびマーケティング事業の売上高・営業利益の減少が影響。
- 2** MFD事業はYonYで減収減益も、QonQで売上高が増加。アクティブ会員数も増加しており、改善の傾向。
- 3** CID事業はメニュー構成の見直しにより製造数を縮小したことで、YonYで減収となるが、3Q以降、リテール販売の拡大が見込まれる。
- 4** マーケティング事業は、下期偏重の売上獲得を見込む。

2025年3月期 第2四半期 決算

	25/3期2Q (百万円)	25/3期1Q (百万円)	QonQ (%)	24/3期2Q (百万円)	YonY (%)
売上高	580	584	99.3	681	85.2
売上原価	372	335	111.9	324	114.8
売上総利益	208	248	83.6	356	58.3
販管費	287	297	96.9	307	93.7
営業利益又は 営業損失(△)	▲79	▲48	-	49	-
経常利益又は 経常損失(△)	▲92	▲59	-	38	-
当期純利益又は 当期純損失(△)	▲92	▲60	-	38	-
EBITDA	▲19	12	-	110	-

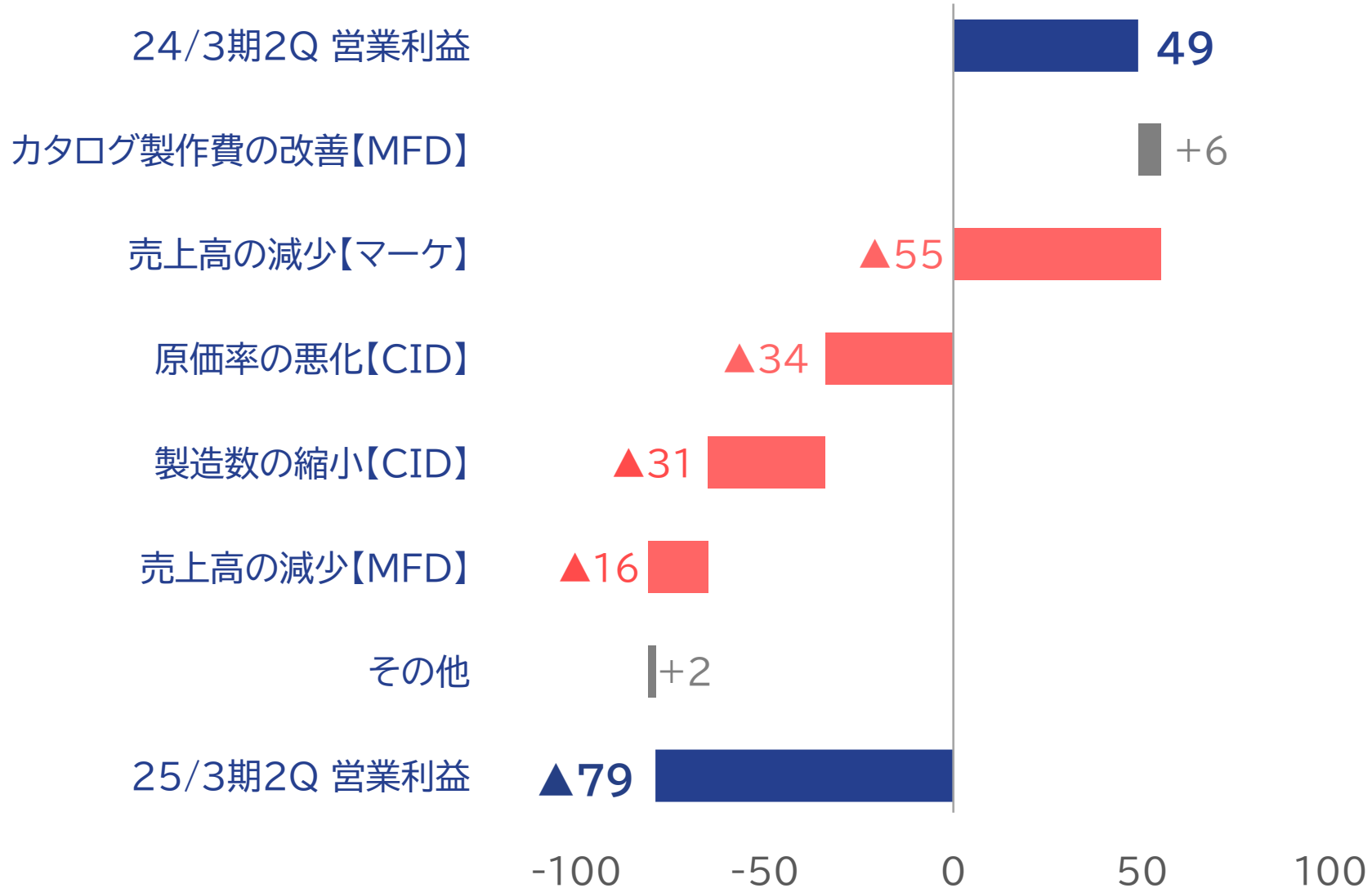
2025年3月期 第2四半期 セグメント別

		25/3期2Q (百万円)	25/3期1Q (百万円)	QonQ (%)	24/3期2Q (百万円)	YoY (%)
MFD 事業	売上高	486	481	100.9	518	93.8
	営業利益	62	62	98.9	72	85.9
CID 事業	売上高	37	31	118.7	55	67.6
	営業利益	▲119	▲79	-	▲55	-
マーケ ティング 事業	売上高	69	77	90.1	132	52.3
	営業利益	44	48	92.7	100	44.5
調整額	売上高	▲13	▲6	-	▲25	-
	営業利益	▲67	▲79	-	▲67	-

※25/3期2Q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13百万円を含んでおります。
 ※25/3期1Q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6百万円を含んでおります。
 ※24/3期2Q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25百万円を含んでおります。
 ※25/3期2Qにおける調整額のうち、売上高▲13百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲67百万円は全社費用であります。
 ※25/3期1Qにおける調整額のうち、売上高▲6百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲79百万円は全社費用であります。
 ※24/3期2Qにおける調整額のうち、売上高▲25百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲67百万円は全社費用であります。

2025年3月期 第2四半期決算 要因分析(前年同期比)

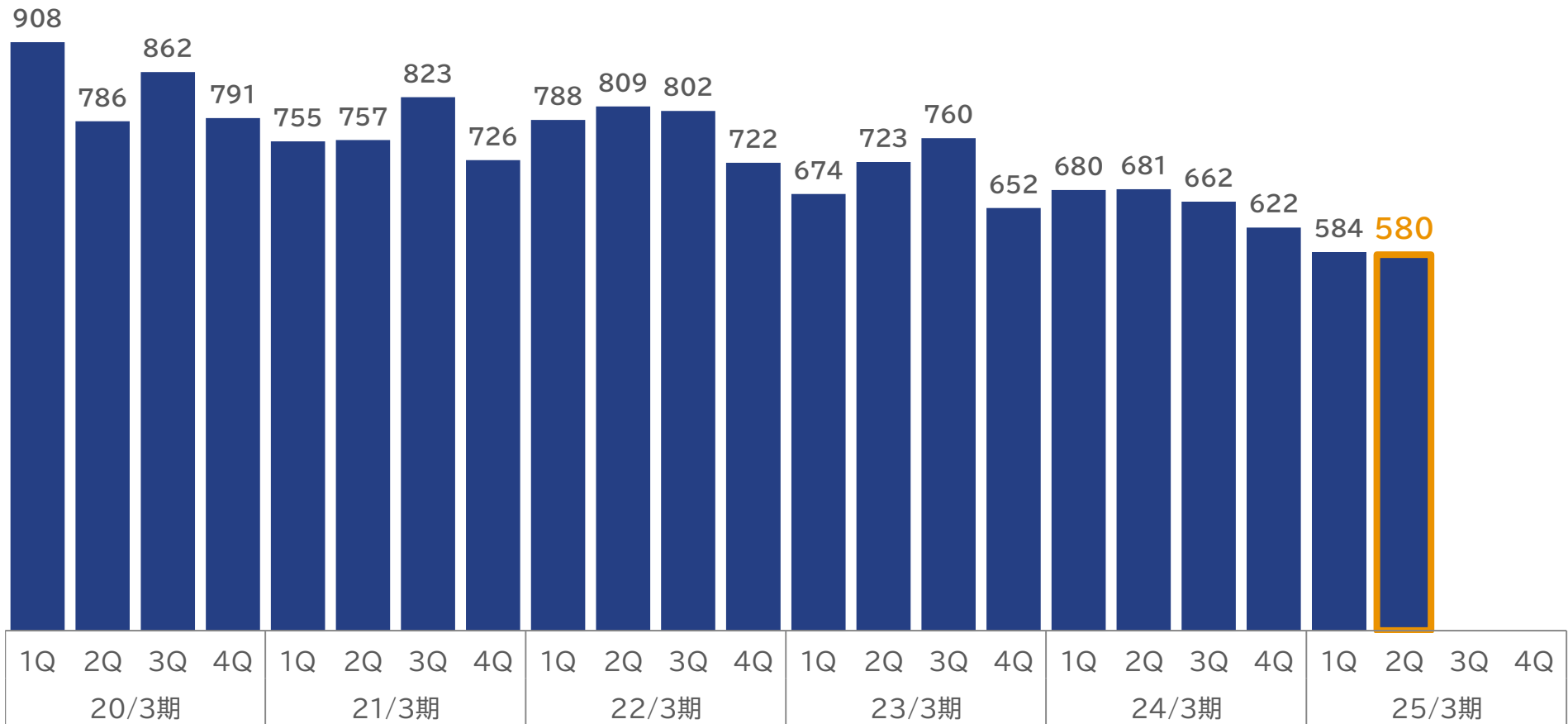
単位:百万円



四半期決算 売上推移

マーケティング事業の売上減により
1Qより減少、3Qは増加の見通し

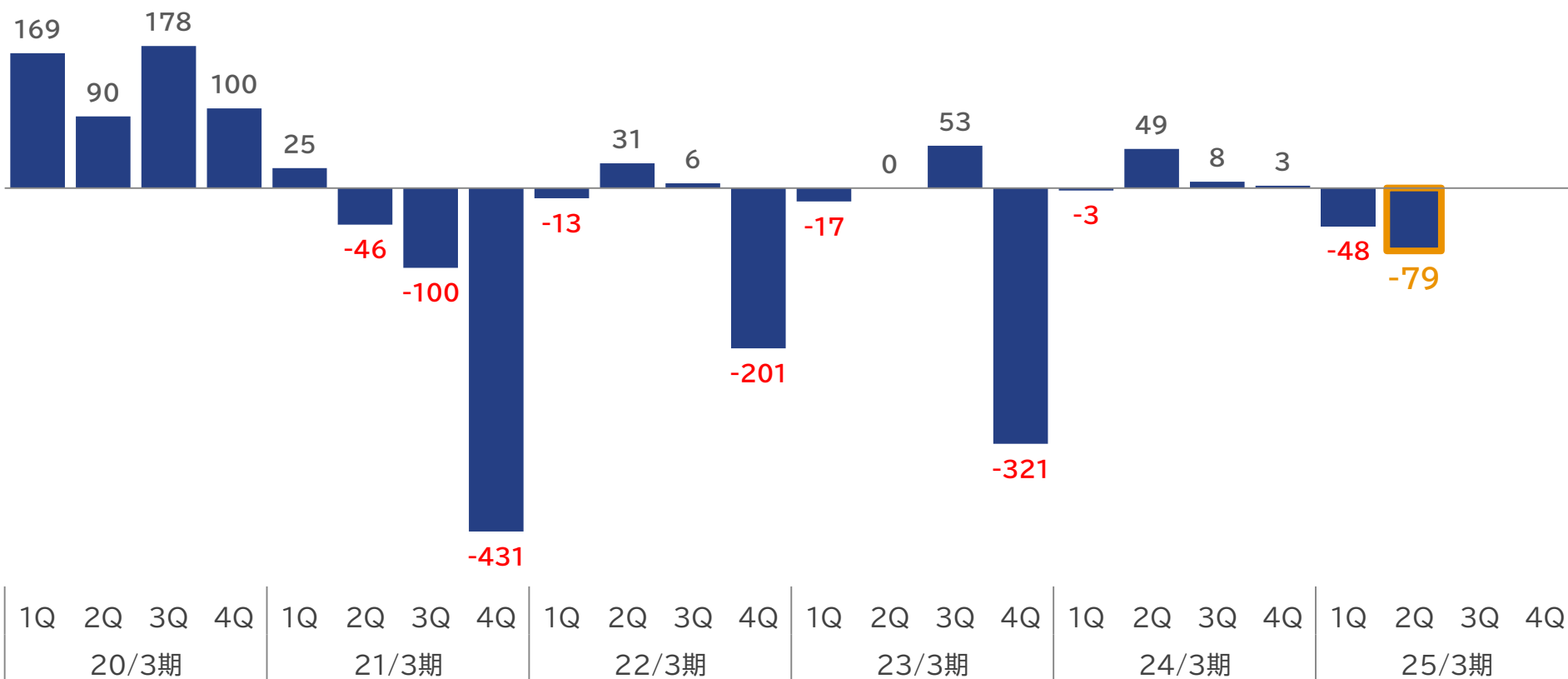
単位:百万円



四半期決算 営業利益推移

CID事業の一時的な製造調整および
マーケティング事業の売上減が影響し1Qより減少

単位:百万円



四半期決算 財務指標推移

	22/3月期				23/3月期				24/3月期				25/3月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
現預金 (百万円)	677	1,051	1,005	1,066	1,038	967	1,010	975	835	776	751	781	750	707
商品 (百万円)	237	242	229	275	253	240	201	188	246	254	249	261	246	218
製品 (百万円)	162	213	251	98	119	119	136	66	49	88	89	68	81	52
減価償却費 (百万円)	124	124	124	124	61	60	60	60	60	60	60	60	60	60
有利子負債 (百万円)	4,729	4,662	4,594	4,526	4,459	4,391	4,324	4,256	4,188	4,121	4,053	3,986	3,918	3,850
自己資本比率 (%)	33.8	34.1	34.7	11.6	11.4	11.3	12.0	6.8	6.8	7.6	7.8	8.8	7.7	5.9

1 | 決算概要(7月~9月)

2 | 2025年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

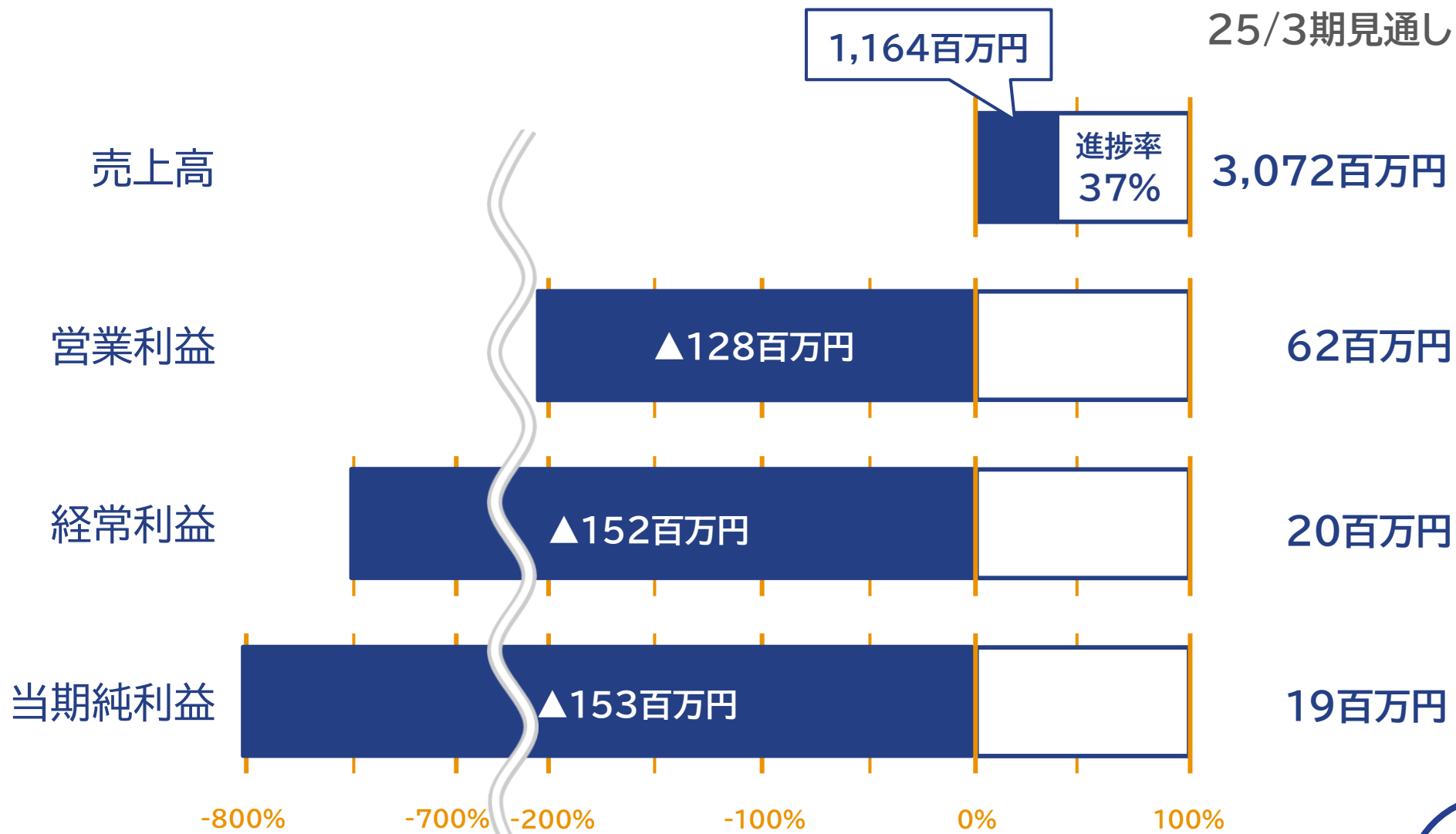
5 | マーケティング事業

6 | 戦略

7 | 人的資本経営

8 | ESG・SDGs

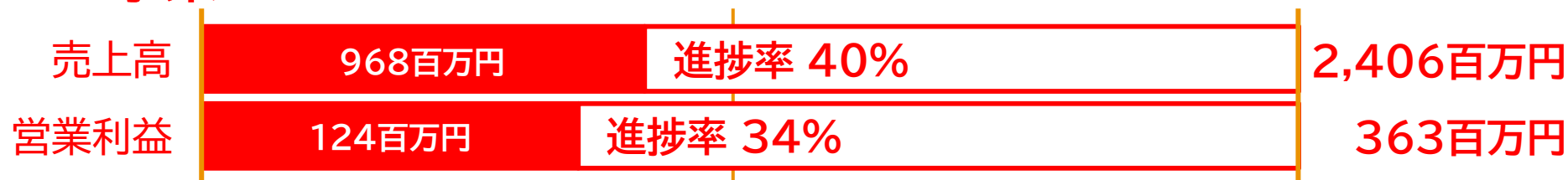
全社



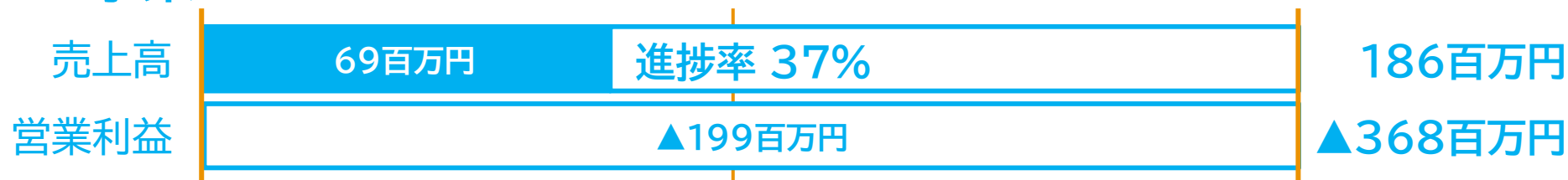
セグメント別

MFD事業

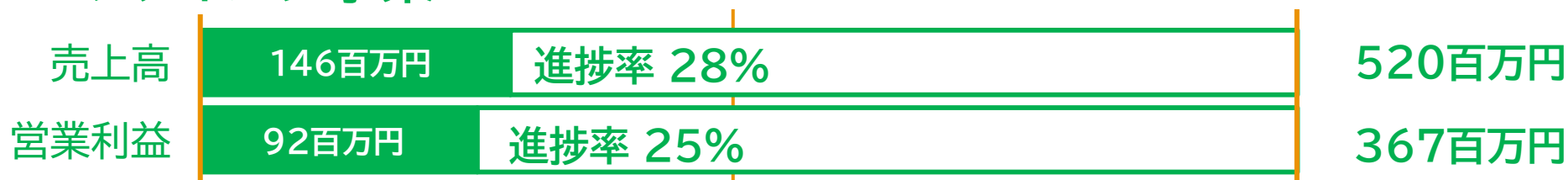
25/3期見通し



CID事業

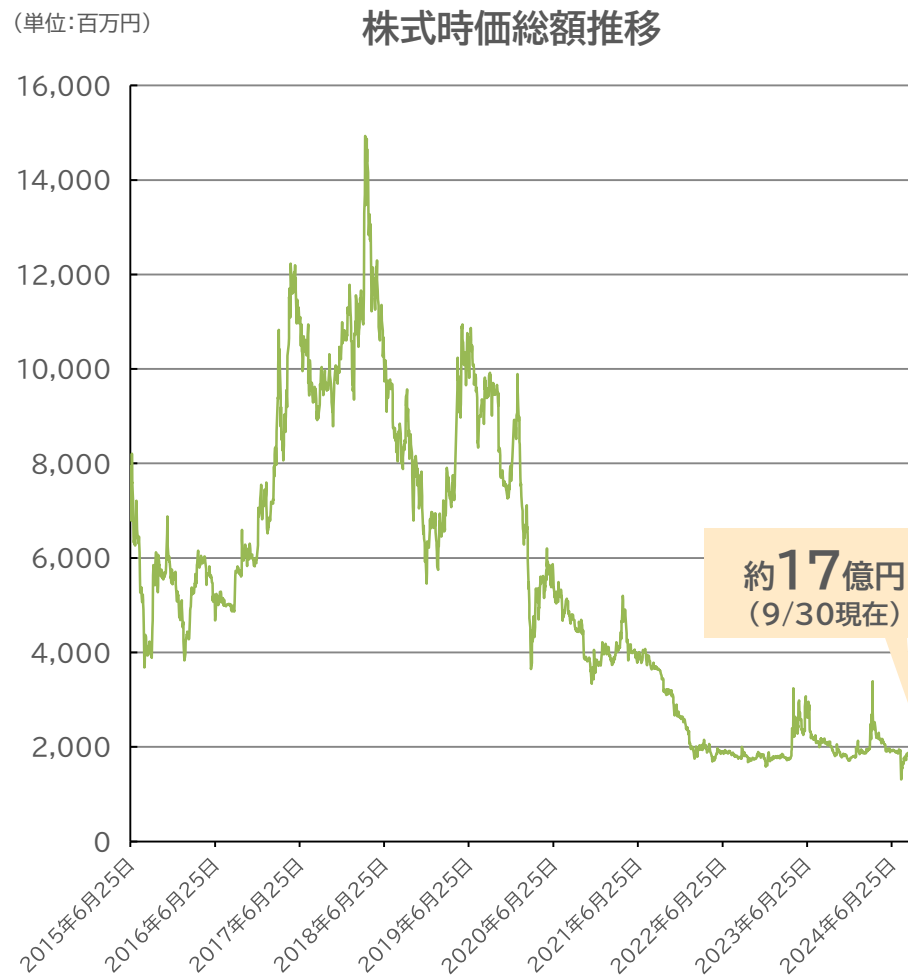
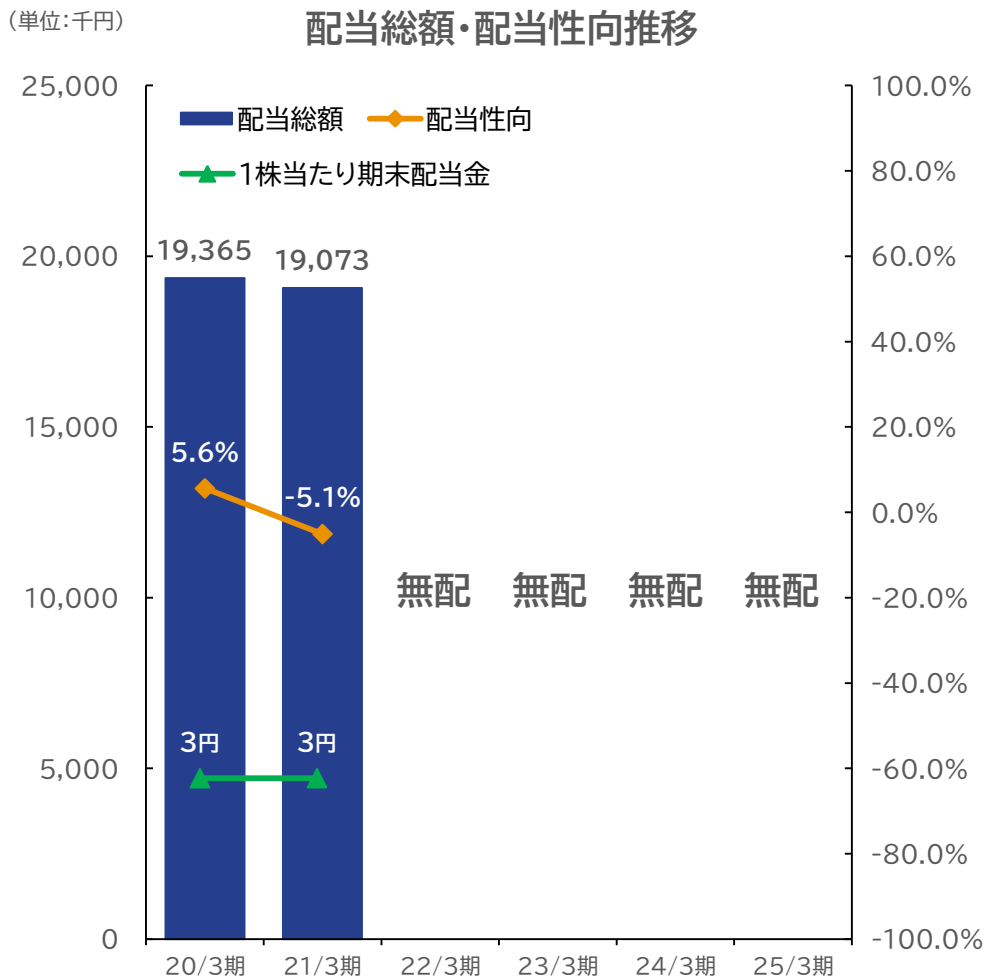


マーケティング事業



0% 50% 100%

株価と配当



1 | 決算概要(7月~9月)

2 | 2025年3月期 業績の見通し

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。



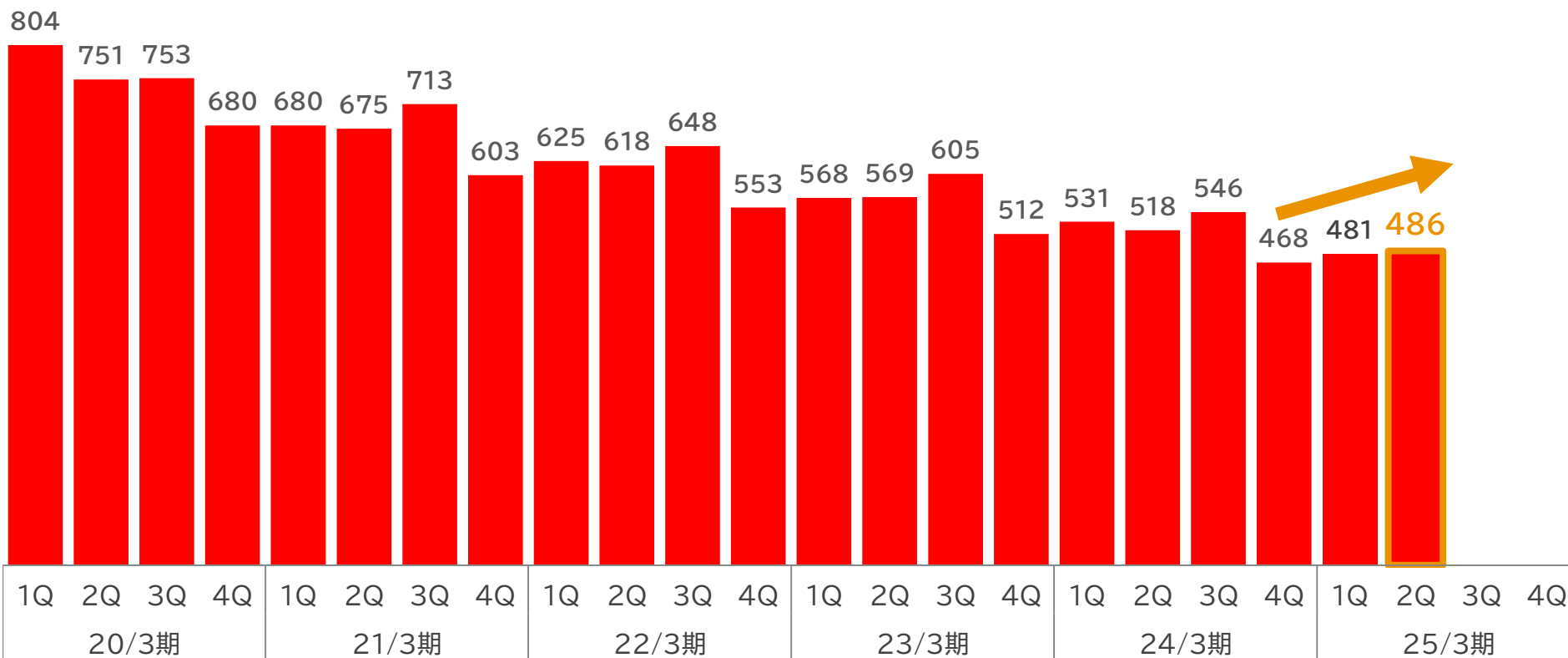
一般的な健康食宅配サービスとの違い

	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

売上高は増加し、改善の傾向

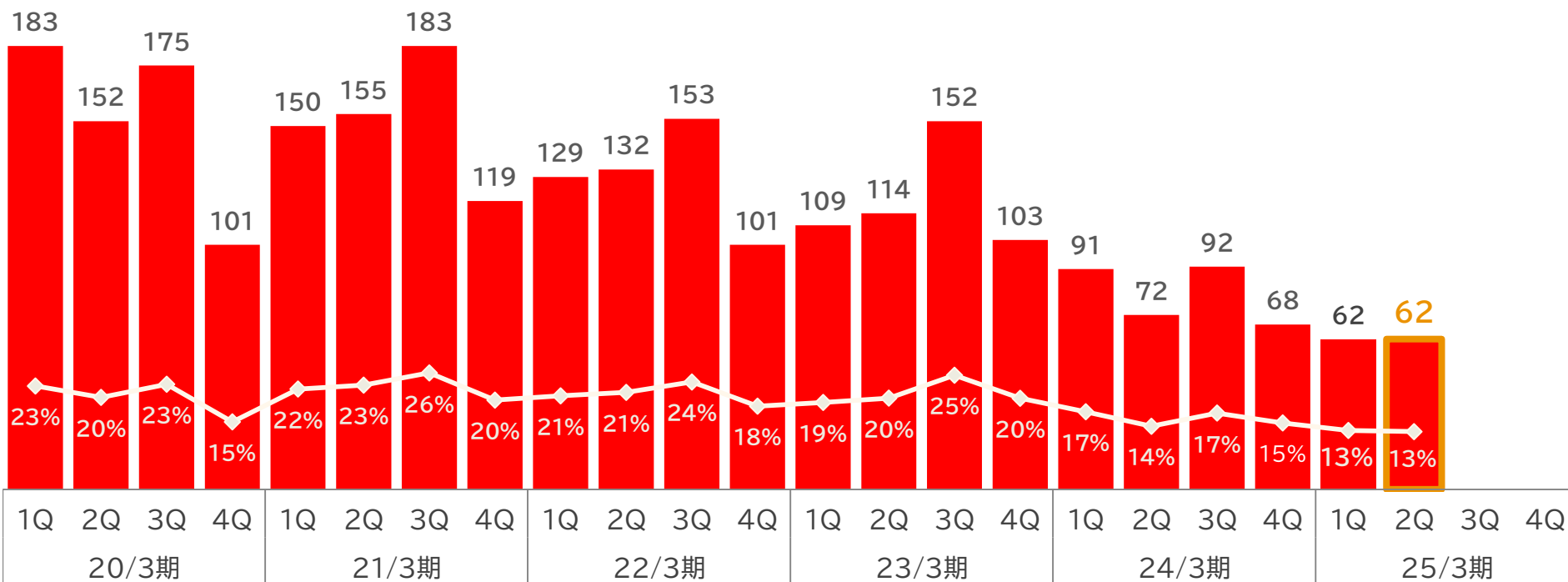


営業利益 四半期推移

単位:百万円

■ 営業利益
◆ 営業利益率

商品構成の見直しを行い
第3Qは前Q比で原価率が1.5%改善する見込み

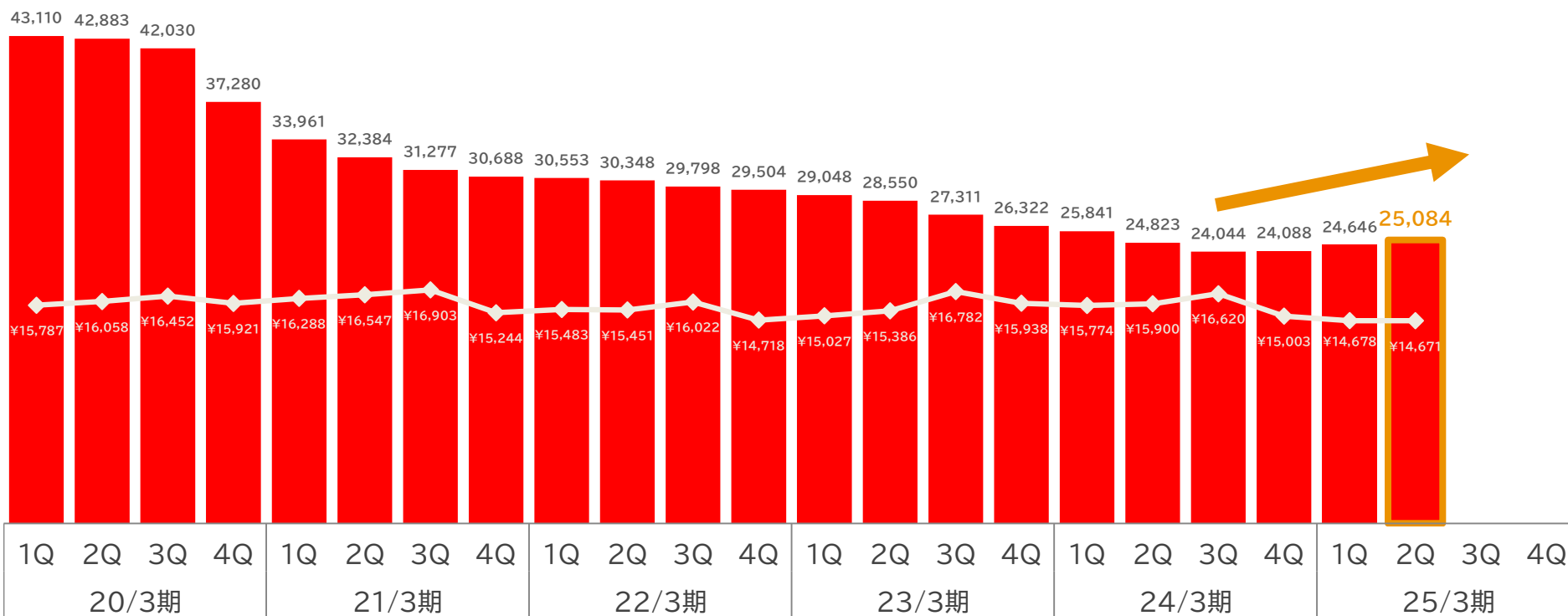


アクティブ/ARPU

単位:人

■ アクティブ会員数
 ◆ 月間ARPU

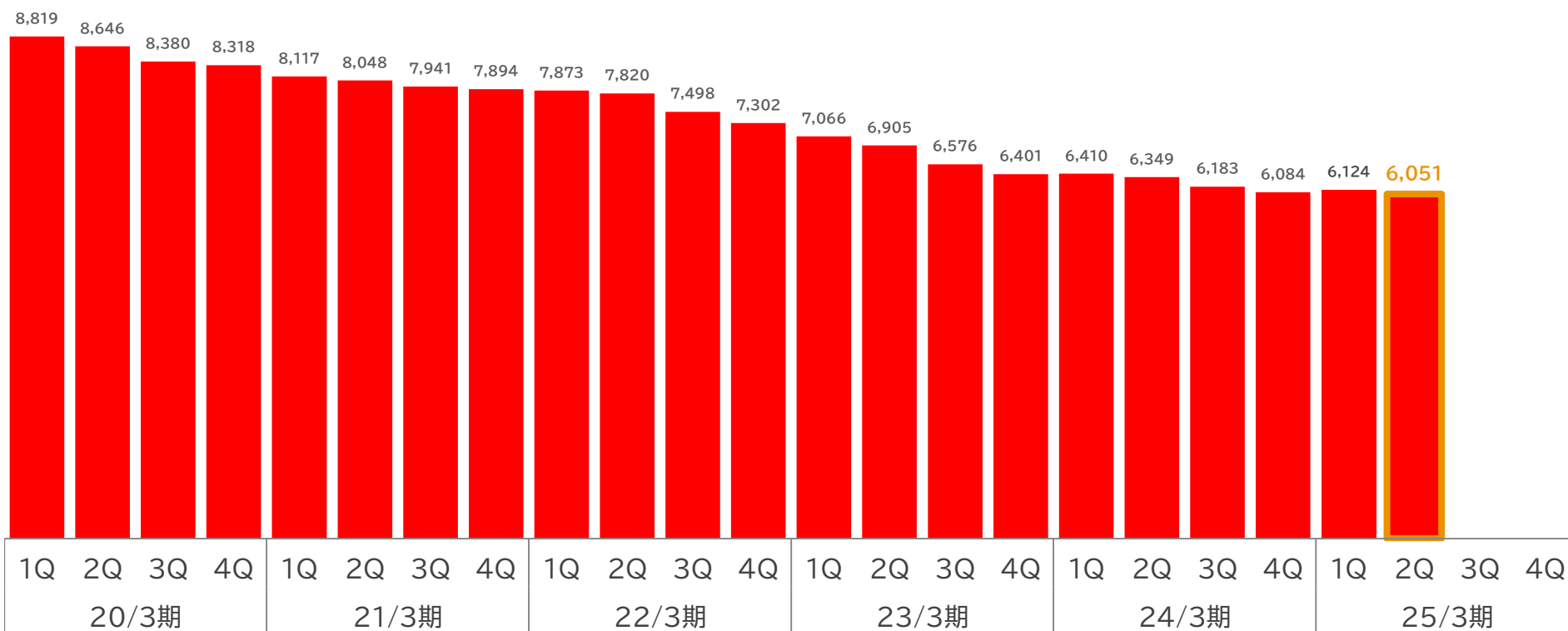
アクティブ会員数は上昇トレンド



※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

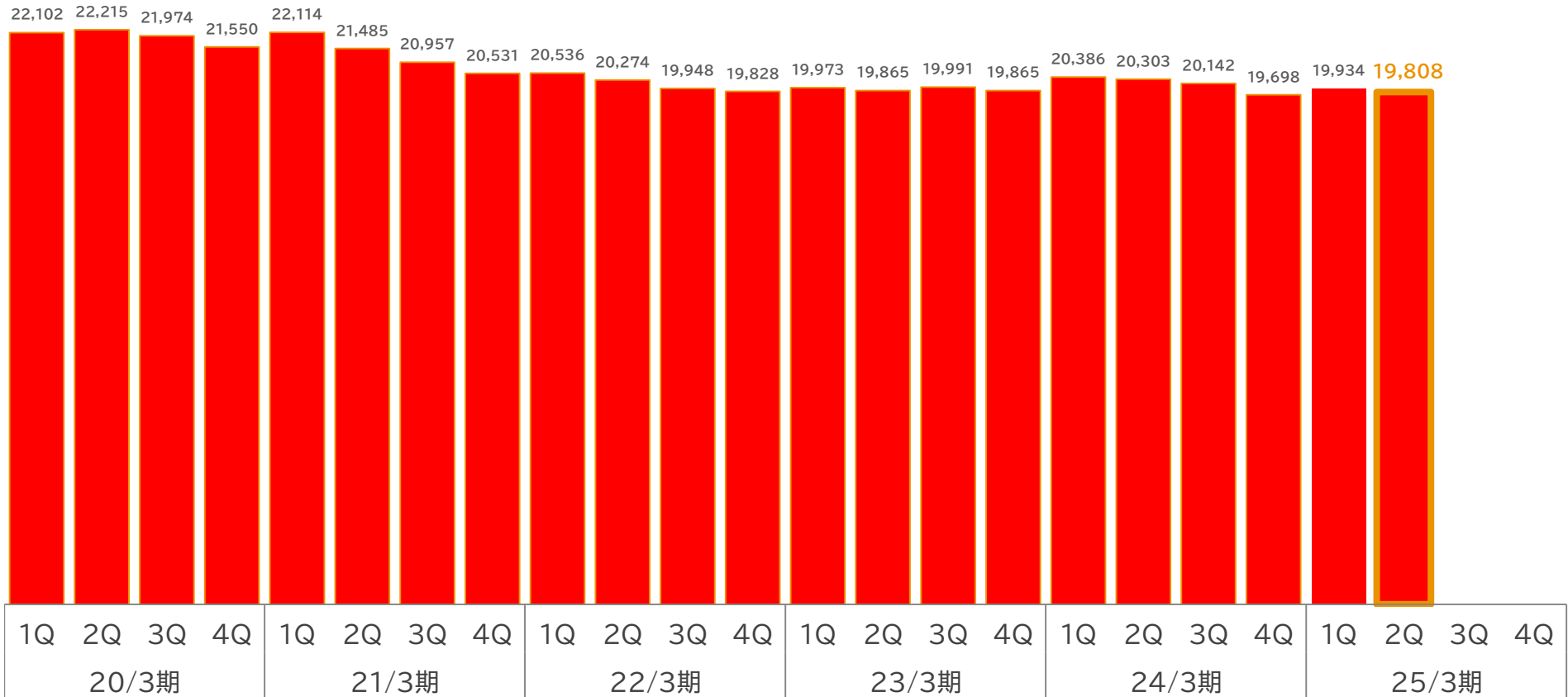
単位:人



※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

トピックス

栄養士の食事相談サポート付き『私のおせち』 今年も和洋折衷の新タイプ2種を加えた4種類を発売

ヘルシータイプ

新発売



響輝 (ひびき)

13,612円 (税込14,700円)

ミールタイム栄養士イチオシ!
和洋折衷&贅沢食材37品目。
上質な品々で、輝かしい新年
を迎えられるようお願いを込め
ました。

エネルギー・塩分が気になる方



叶芽 (かなめ)

9,908円(税込10,700円)

定番の本格おせち。糖質が気
になる栗きんとんや黒豆も無
理なくお楽しみいただけるよ
う、品目のバランスを調整し
ました。

低たんぱくタイプ

新発売



耀弥 (かぐや)

13,612円 (税込14,700円)

ミールタイム栄養士イチオシ!
37品目の和洋折衷ご褒美お
せち。明るく穏やかなお正月を
お迎えいただくに相応しい品
質にこだわりました。

たんぱく質・塩分が気になる方



縁志 (えにし)

9,908円(税込10,700円)

黒豆や伊達巻、希少な国産数
の子などお正月の定番食材を
詰め込みました。余計な調味は
せず、素材の良さをいかしまし
た。

1 | 決算概要(7月~9月)

2 | 2025年3月期 業績の見通し

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。



顧客獲得のフロー

①小売店へ
「旬をすぐに」を提案



②販売店舗を拡大

リテールチャンネル

スーパー、ドラッグストア、コンビニなどの小売店舗

<参考>国内の総店舗数

スーパーマーケット	23,078店舗※1
ドラッグストア	23,041店舗※2
コンビニエンスストア	55,709店舗※3

※1. 出典:全国スーパーマーケット協会『2024年版スーパーマーケット白書』
 ※2. 出典:日本チェーンドラッグストア協会『第24回(2023年度)日本のドラッグストア実態調査』
 ※3. 出典:日本フランチャイズチェーン協会『コンビニエンスストア統計調査月報2024年9月度』

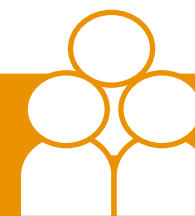
店舗数を増やすとともに商品の
認知を高めECユーザーを獲得

④顧客獲得

ECチャンネル

WEB販売を実施する自社ECサイト

試食販売など
店頭PR



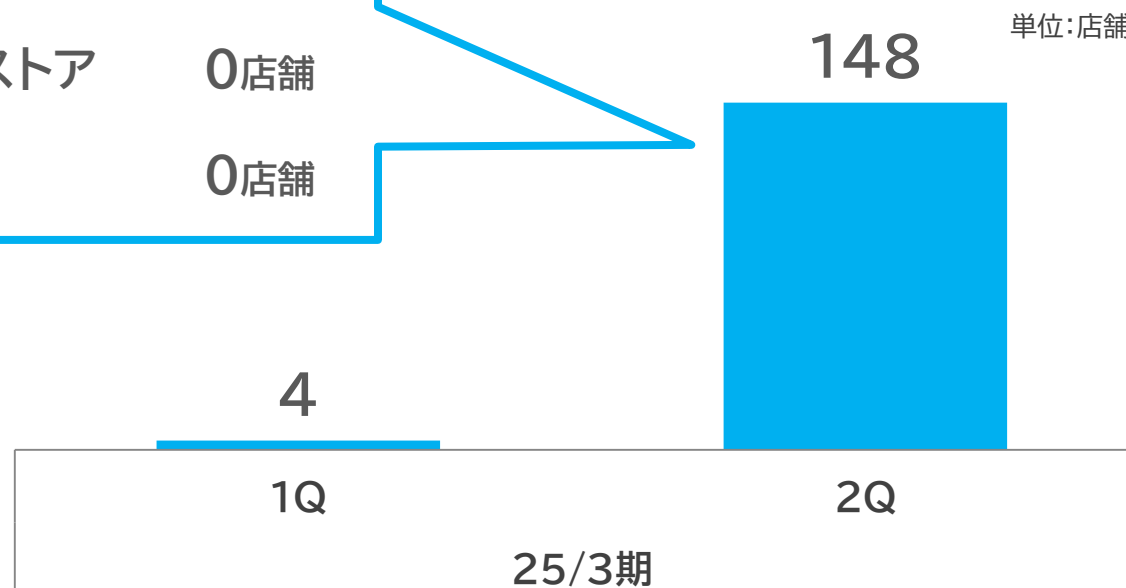
③認知を高める

リテールチャネルの新規導入店舗数

新規導入店舗内訳(2Q)

スーパーマーケット	148店舗
ドラッグストア	0店舗
コンビニエンスストア	0店舗
その他	0店舗

今年度1,000店舗以上の導入を目指す



※四半期末時点で『旬をすぐに』の販売を開始した店舗の累計数

売上高 チャンネル別

リテールチャンネルは3Q以降、さらに拡大の見込み

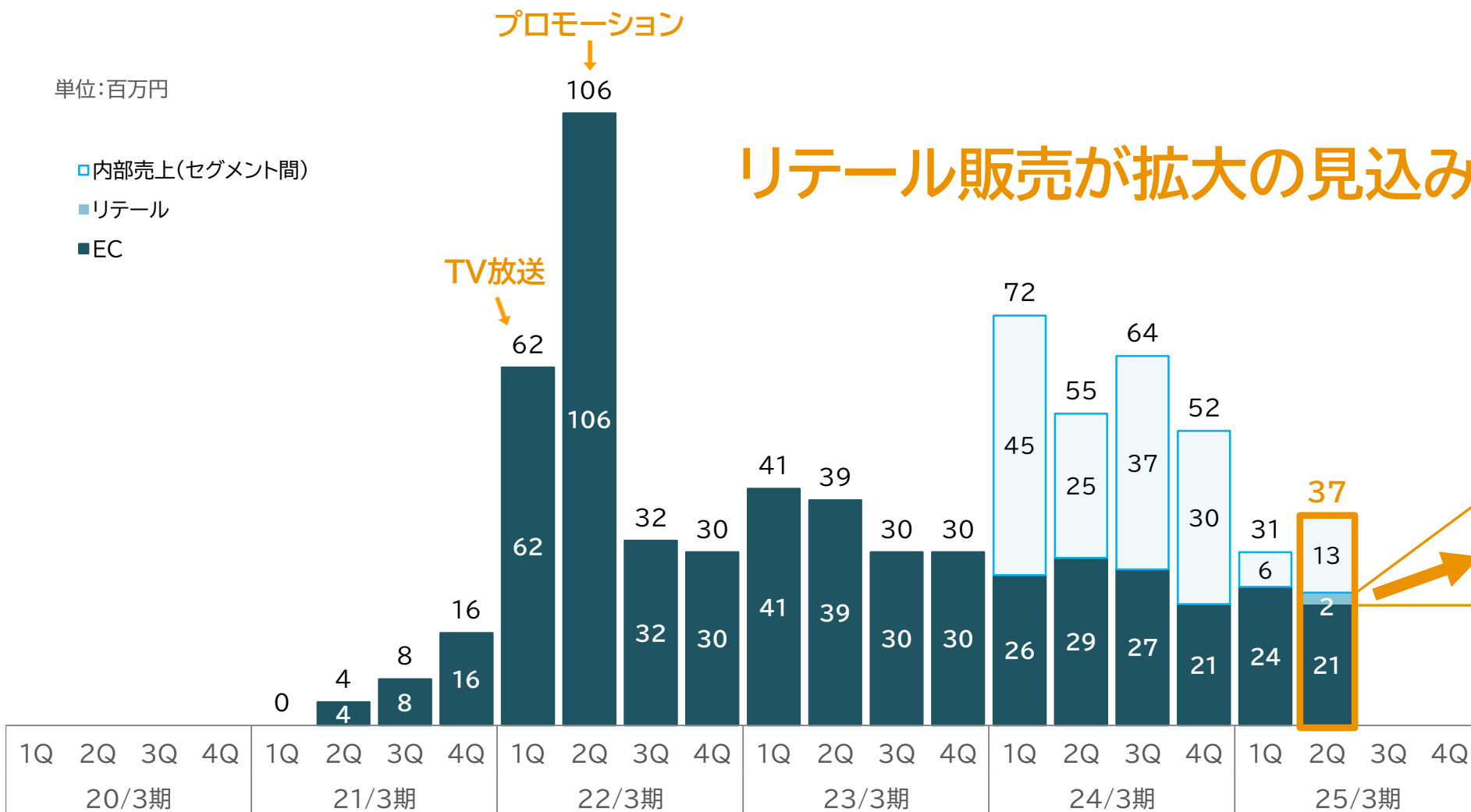
販売チャンネル		25/3期2Q (百万円)	25/3期1Q (百万円)	QonQ (%)
EC		21	24	86.7
リテール	スーパーマーケット	2	0	4,761.7
	ドラッグストア	0	0	—
	コンビニエンスストア	0	0	—
	その他	0	0	35.4
		2	0	950.3
内部売上(セグメント間)		13	6	200.2
合計		37	31	118.7

売上高 四半期推移

単位:百万円

- 内部売上(セグメント間)
- リテール
- EC

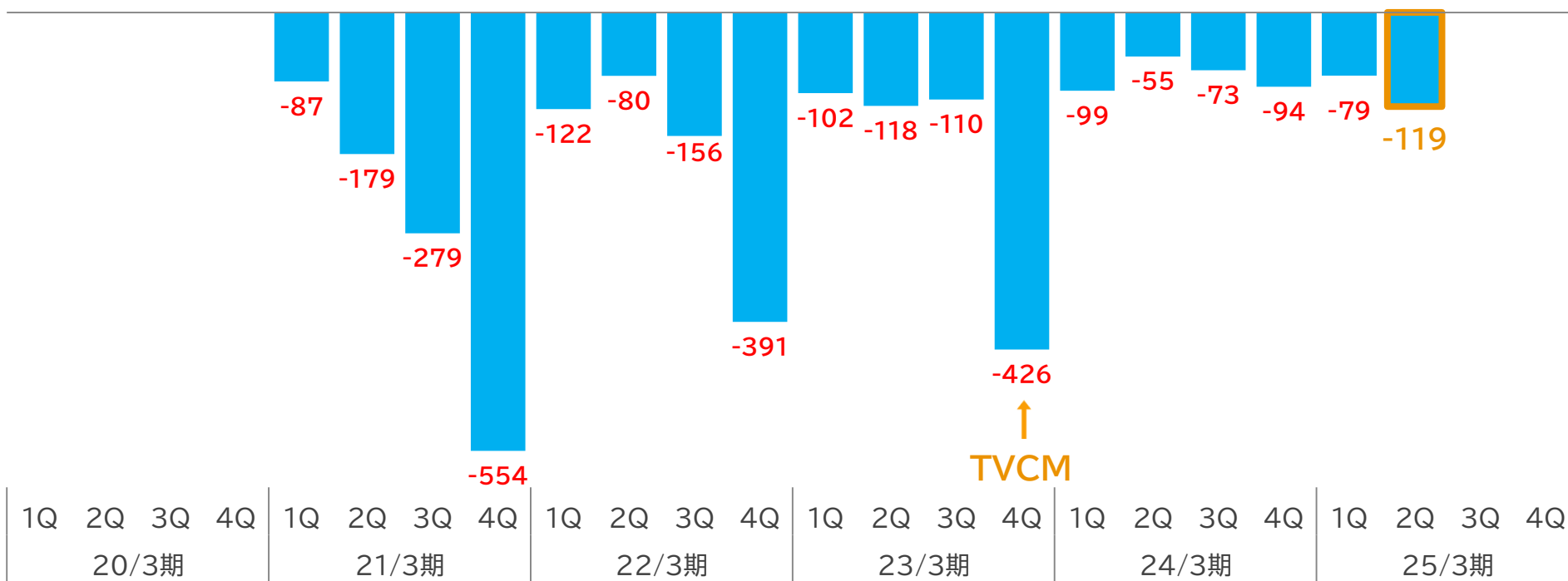
リテール販売が拡大の見込み



営業利益 四半期推移

単位:百万円

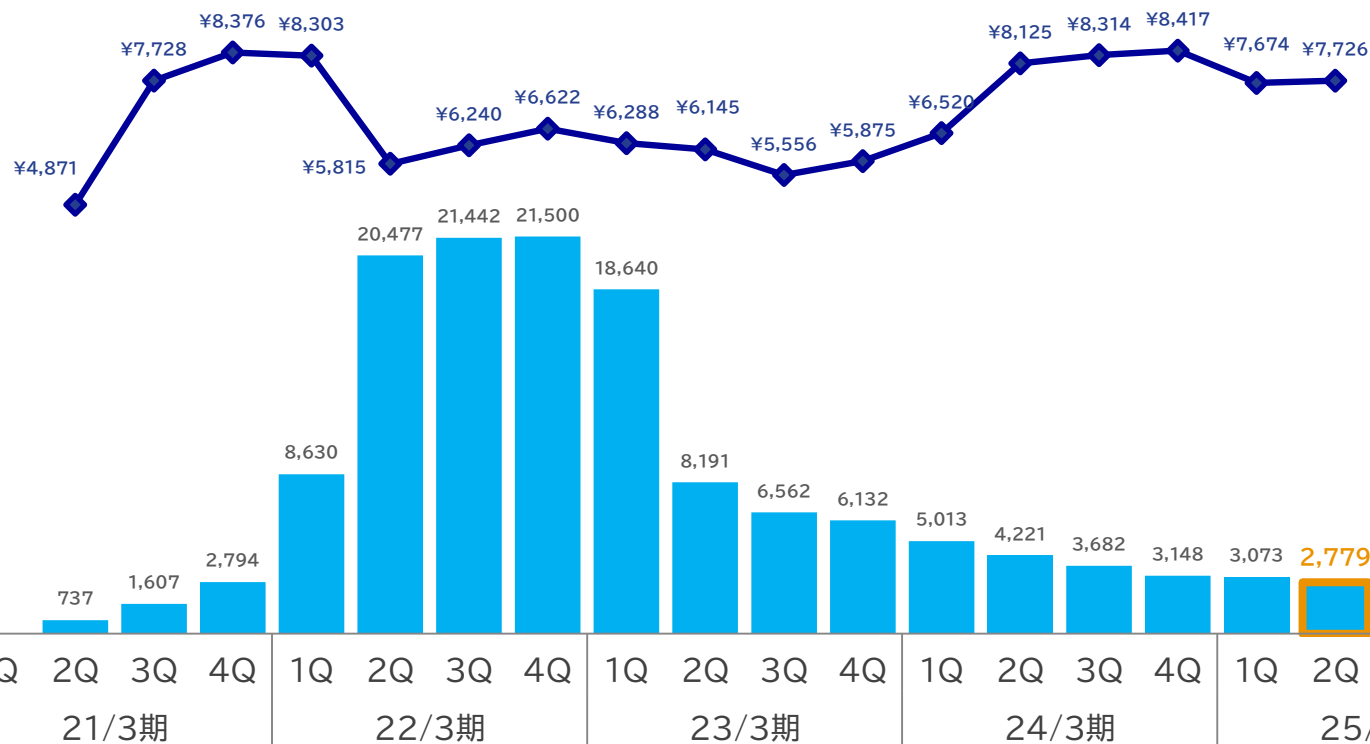
今後の収益改善のため、製造品目の見直しおよび製造数の調整を実施。
2Qは一時的にYonYで損益が悪化。



ECチャネルのアクティブ/ARPU

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

1 | 決算概要(7月~9月)

2 | 2025年3月期 業績の見通し

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



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



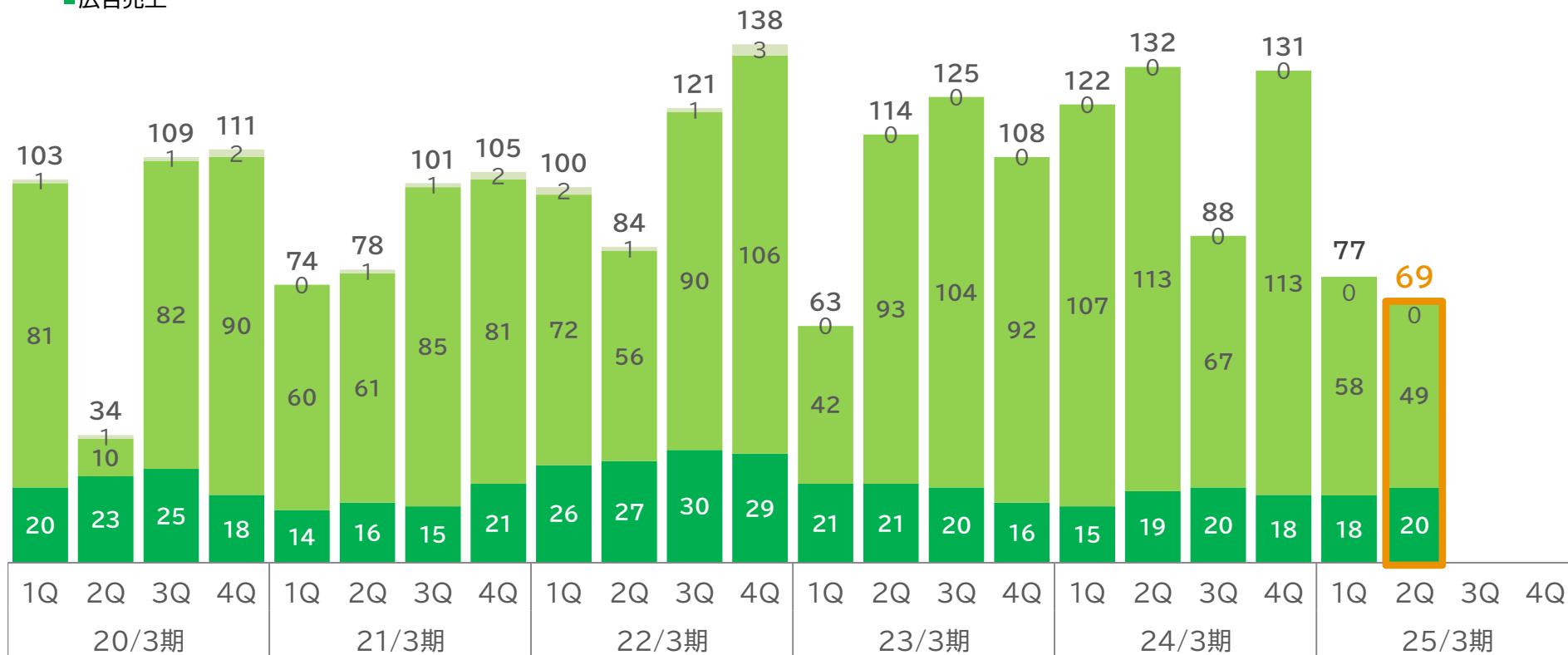
質の高い
調査結果

売上高 四半期推移

下期偏重の獲得となる見通し

単位:百万円

- WEBメディア
- 業務受託
- 広告売上

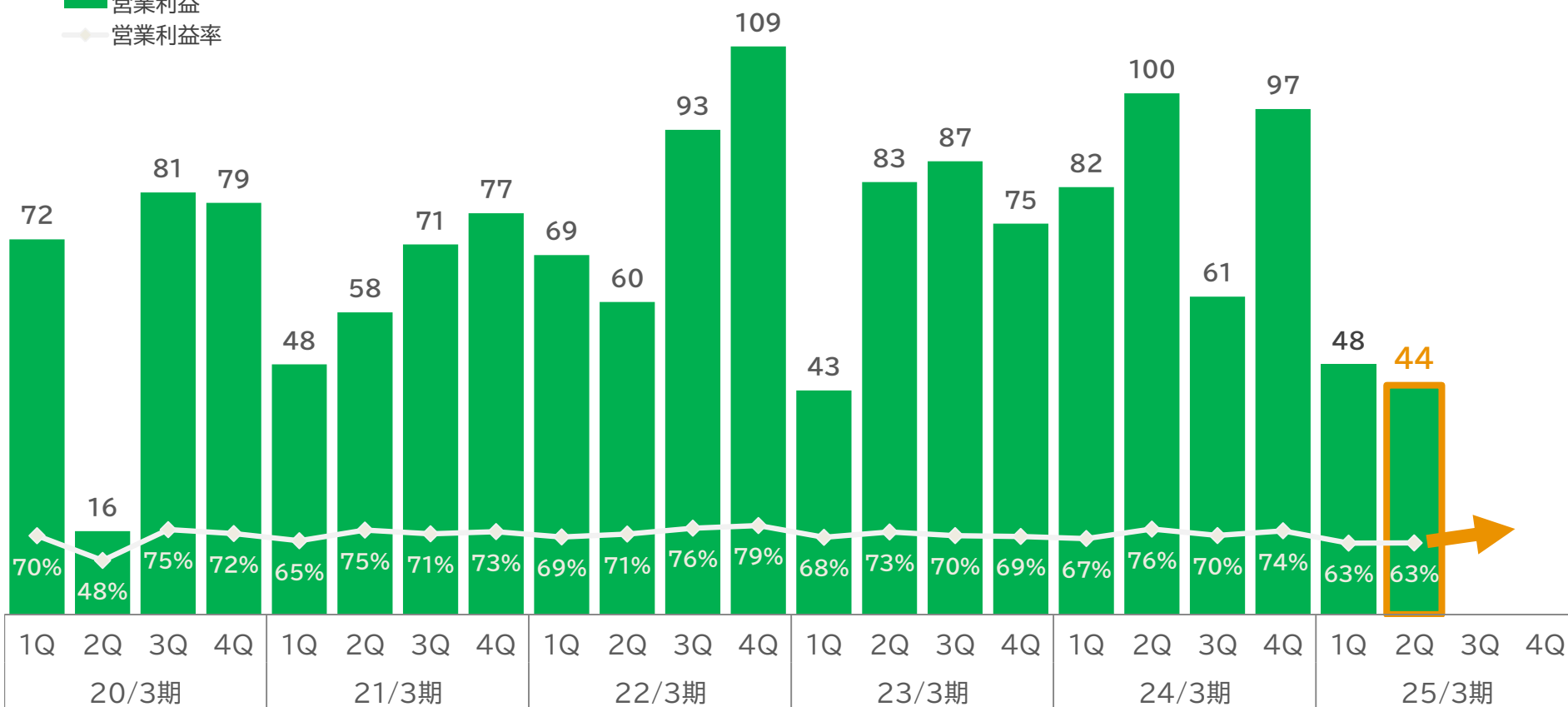


営業利益 四半期推移

3Qは売上増加が見込まれ
営業利益率70%以上を想定

単位:百万円

■ 営業利益
◆ 営業利益率



トピックス

不適切な飲酒の撲滅に向け、アサヒビール社と協業 生活習慣病のリスクを高める量の飲酒をしている 70万人にノンアルコール飲料のサンプルを配布

アサヒビール社と筑波大学の共同研究により“飲酒量が多い人にノンアルコール飲料を提供することで飲酒量が減少する”ことが実証されています。

当社は、生活習慣病のリスクを高める量を飲酒している方に対し、医療機関ネットワークを通してノンアルコール飲料のサンプルを配布し、食事に取り入れていただくことで、飲酒量を減らす提案を実施しております。

2024年3月に開始し、12月末までに70万人への配布を予定しています。



ノンアルコール飲料

産

<企業>
 ・適正飲酒セミナー
 ・産業医や保健師を介したノンアルコール飲料のサンプル配布

学

<全国の取り組み大学> <筑波大学>
 ・若年層への啓発 ・共同研究
 ・適正飲酒セミナー

医 ※3

<医療機関(医師・栄養士)>
 ・飲酒量コントロール提案
 →筑波大学の研究結果説明
 →ノンアルコール飲料のサンプル配布



※1：1日当たりの純アルコール摂取量が男性で 40g 以上、女性 20g 以上の方

※2：国民健康・栄養調査（令和元年）の生活習慣病のリスクを高める量を飲酒している者の割合より推計

※3：アルコール健康障害の予防を中心に携わる医師・保健師・栄養士等との連携を指す

1 | 決算概要(7月~9月)

2 | 2025年3月期 業績の見通し

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 mealtime	国産100%健康食 勺 SHUN すぐ SUGU		
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 '80' はちまるレシピ	管理栄養士によるWEB連載 しっかり栄養、パワーアップ食 医師によるWEB連載 パワーアップ! 食と健康 減塩啓蒙プロジェクト 5くぽ60	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 Foodish	

主要経営指標

		25/3期3Q 目標	25/3期2Q			25/3期1Q 実績
			目標	実績	評価	
MFD事業	原価率	47.0 %以下	49.5%以下	48.3%	○	48.7%
	営業利益率	15.0 %以上	11.0%以上	12.8%	○	13.0%
	紹介 ネットワーク数	19,900箇所 以上	19,600箇所 以上	19,808箇所	○	19,934箇所
CID事業	月間ARPU	7,500円	7,500円	7,726円	○	7,674円
	リテール 新規導入店舗	300箇所	—	148店舗	—	4店舗
マーケティング 事業	営業利益率	70.0%以上	65.0%以上	63.4%	×	63.2%

1 | 決算概要(7月~9月)

2 | 2025年3月期 業績の見通し

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

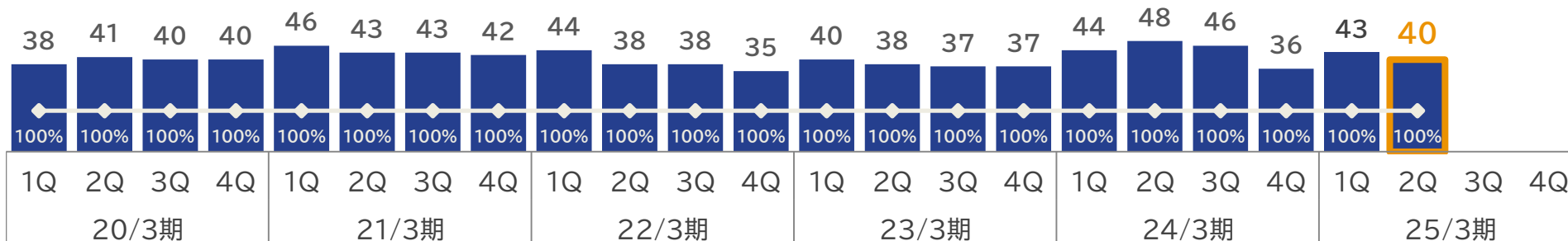
専門職 社員数推移

栄養士・管理栄養士

単位:人

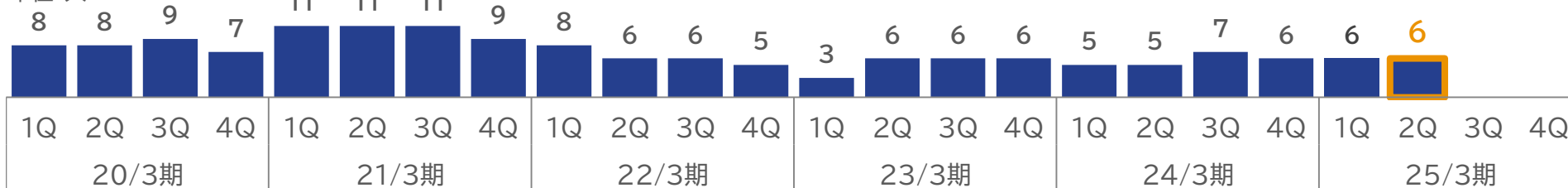
■ 栄養士・管理栄養士の人数
 ● ミールタイム事業において栄養士・管理栄養士が占める割合






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			24/3期 実績
			目標	2Q時点	評価	
1	9連休以上取得率※	 	100%	100%	○	100%
2	有給取得率	 	90%	88.4%	-	129.3%
3	部活動・交流会開催支援	 	実施	実施	○	実施
4	月間平均所定外労働時間	 	20時間以下	24.5時間	-	22.8時間
5	女性管理職率	 	75%以上	81.8%	○	81.8%
6	時短勤務制度を活用する社員数	 	9名以上	10名	○	9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	6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	3回	○	10回

※ 2024年6月1日までに入社した社員を対象とする。

1 | 決算概要(7月~9月)

2 | 2025年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業






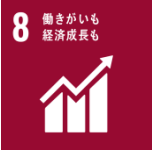


5 | マーケティング事業

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
<p>Environment (環境)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・規格外野菜の積極的活用 ・埼玉工場周辺の生産者と取引を推進 	  
<p>Social (社会)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・栄養士向けスキルアップセミナーを年24回開催 ・海外在住社員の活躍を推進 ・栄養学科の学生向け就活セミナー「栄未来2024」の開催 	   
<p>Governance (ガバナンス)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・リスクコンプライアンス委員会の実施 	

トピックス

管理栄養士・栄養士として活躍したい学生を支援

栄養学科の学生向け オンライン就職セミナーの 開催が決定

様々な業種で活躍する管理栄養士・栄養士が、
仕事内容・やりがい・使命などを講演いたします。

<概要>

タイトル:栄未来(栄養士が未来を切り拓く)2024

開催日時:2024年11月17日(日) 13時00分~17時45分

開催方法:Zoomウェビナー

参加対象:管理栄養士・栄養士養成課程で学ぶ

2026年3月卒業予定の学生

参加費:無料

特設サイト:<https://www.fundely.co.jp/eimirai>

栄未来2024

① 企業 関根 知美 株式会社ファンデリー	② 薬局 山崎 なつ実 株式会社フォーラル	③ 保育園 齋藤 るみ 学校法人正和学園	④ フリーランス 渥美 まゆ美 株式会社Smile meal	⑤ 給食委託会社 青木 宏美 エムサービス株式会社
⑥ 食品メーカー 沢目 晃誠 サラヤ株式会社	⑦ 病院 齊藤 大蔵 海老名総合病院	⑧ 介護施設 内海 暁子 医療法人三慶会	⑨ 国際 太田 旭 一般社団法人オルスタ	⑩ スポーツ栄養 石川 三知 Office LAC-U

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。

新たな取り組みを赤字で記載

	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	4.9億円※ (2024年9月30日)	10億円以上	<input type="checkbox"/> 流通株式比率の向上 <input type="checkbox"/> 継続企業の前提に関する重要事象の解消 <input checked="" type="checkbox"/> XのIRアカウント(@Fundely_IR)による積極的な発信
2	流通株式比率	28.3% (2024年3月31日)	25%以上	
3	経常利益	▲1.5億円 (2024年9月30日)	1億円以上	経常利益1億円以上達成に向けた指標 <MFD事業> <input type="checkbox"/> 定期コース会員数を増やす <CID事業> <input type="checkbox"/> 販売店舗数を増やす <マーケティング事業> <input type="checkbox"/> 大型案件を獲得する
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	P48に記載

※ 2024年9月30日現在の時価総額(約17億円)に2024年3月31日時点の流通株式比率(28.3%)を乗じて算出

コーポレートガバナンス・コード 適合への取り組み

2025年4月以降の対応に向け、準備を進める

変更箇所を赤字で記載

	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2月までに公表内容を確定。	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9月末現在、社外取締役は1名)	2025年 6月
3	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4月にアンケート調査を実施。	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

