

FUNDELY

2025年3月期 決算説明資料

株式会社ファンデリー

2025年4月30日(水)

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 | 2025年3月期 決算概要

2 | 2026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 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

1 | 2025年3月期 決算概要

2 | 2026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 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

エグゼクティブサマリー

- 1 全社は YonY, QonQとも減収減益。
マーケティング事業の減収が主な要因。
- 2 MFD事業は7期ぶりにYonYで営業利益が増加。
売上回復と利益率改善に手ごたえ。
第1QはYonYで増収増益基調の推移。
- 3 CID事業はQonQで売上が増加。
第1Qは新たな小売店で発売され売上は拡大傾向。
第2Qはさらに3,000箇所の小売店において販売開始を計画。
- 4 マーケティング事業は大型案件が計上できず、
YonY, QonQ減収減益も、3月末の受注残は前年比で大きく増加。

2025年3月期 第4四半期 決算

	25/3期4Q (百万円)	25/3期3Q (百万円)	QonQ (%)	24/3期4Q (百万円)	YonY (%)
売上高	594	705	84.4	622	95.6
売上原価	348	373	93.4	322	108.2
売上総利益	245	331	74.2	300	82.0
販管費	289	292	99.0	296	97.8
営業利益又は 営業損失(△)	▲43	38	—	3	—
経常利益又は 経常損失(△)	▲57	27	—	33	—
当期純利益又は 当期純損失(△)	▲57	26	—	44	—
EBITDA	17	100	17.3	116	148.2

2025年3月期 第4四半期 セグメント別

		25/3期4Q (百万円)	25/3期3Q (百万円)	QonQ (%)	24/3期4Q (百万円)	YonY (%)
MFD 事業	売上高	468	533	87.7	468	99.9
	営業利益	69	96	71.7	68	100.4
CID 事業	売上高	47	39	119.8	52	90.7
	営業利益	▲99	▲91	—	▲94	—
マーケ ティング 事業	売上高	101	143	70.4	131	76.8
	営業利益	70	106	65.7	97	71.8
調整額	売上高	▲22	▲12	—	▲30	—
	営業利益	▲83	▲73	—	▲68	—

※25/3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22百万円を含んでおります。

※25/3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12百万円を含んでおります。

※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。

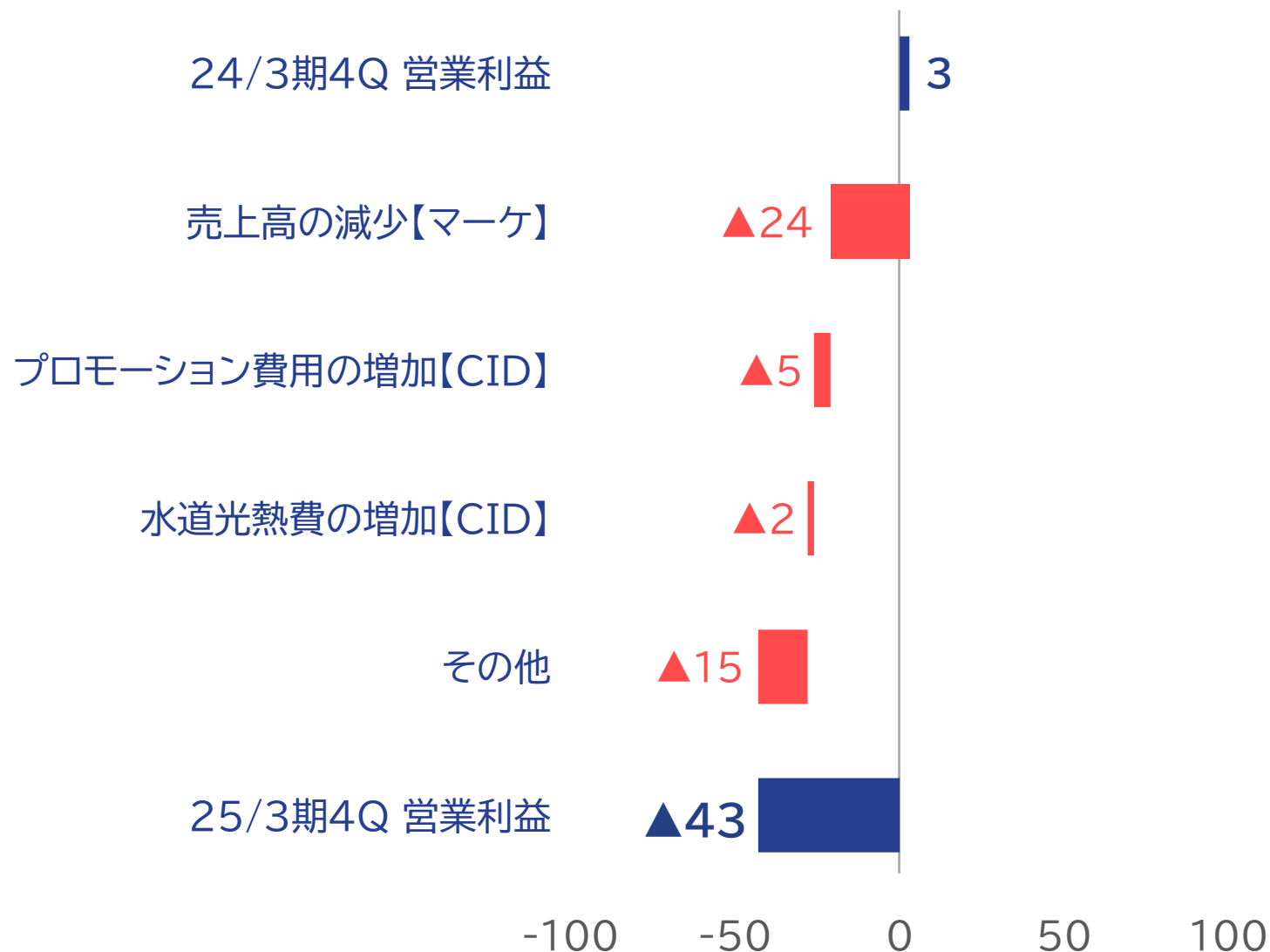
※25/3期4Qにおける調整額のうち、売上高▲22百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲83百万円は全社費用であります。

※25/3期3Qにおける調整額のうち、売上高▲12百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲73百万円は全社費用であります。

※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。

2025年3月期 第4四半期決算 要因分析(前年同期比)

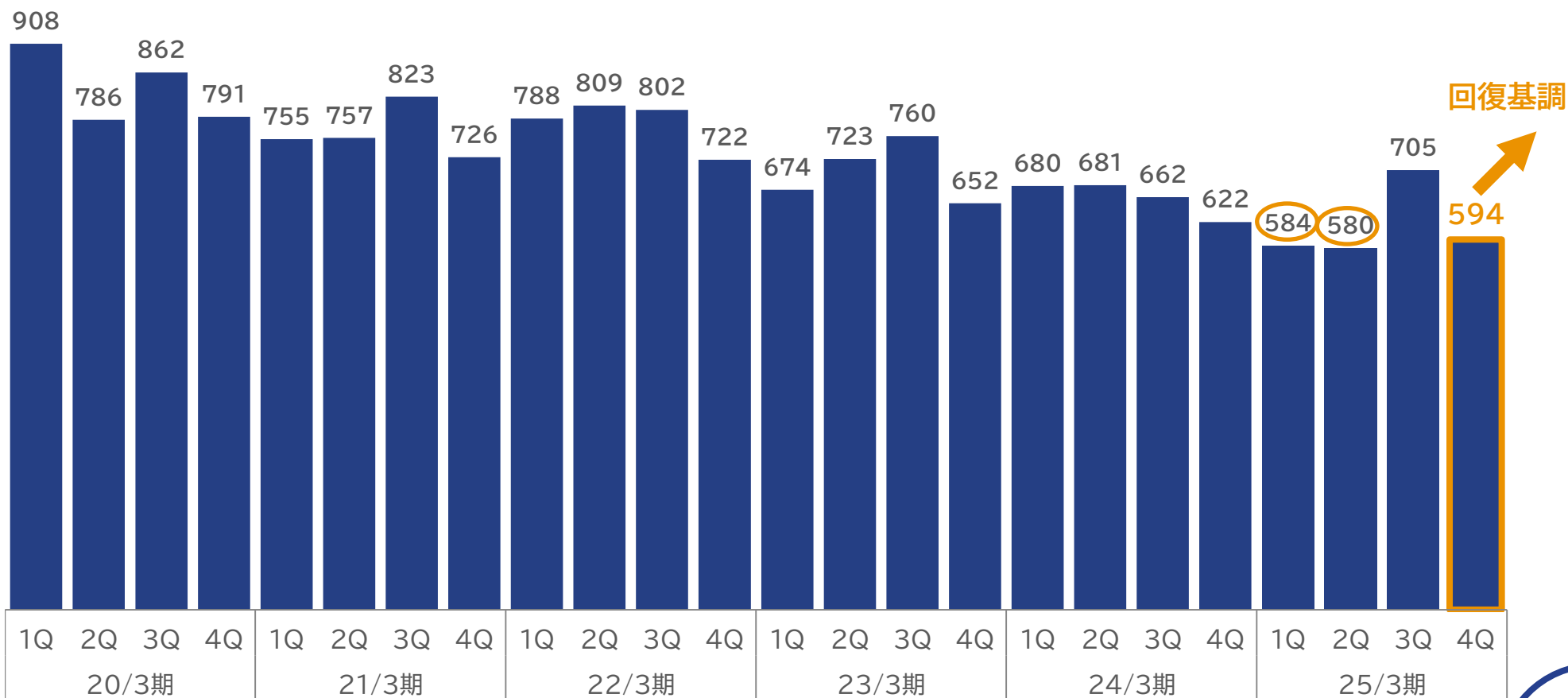
単位:百万円



四半期決算 売上推移

第1、2Qよりも売上が上回る

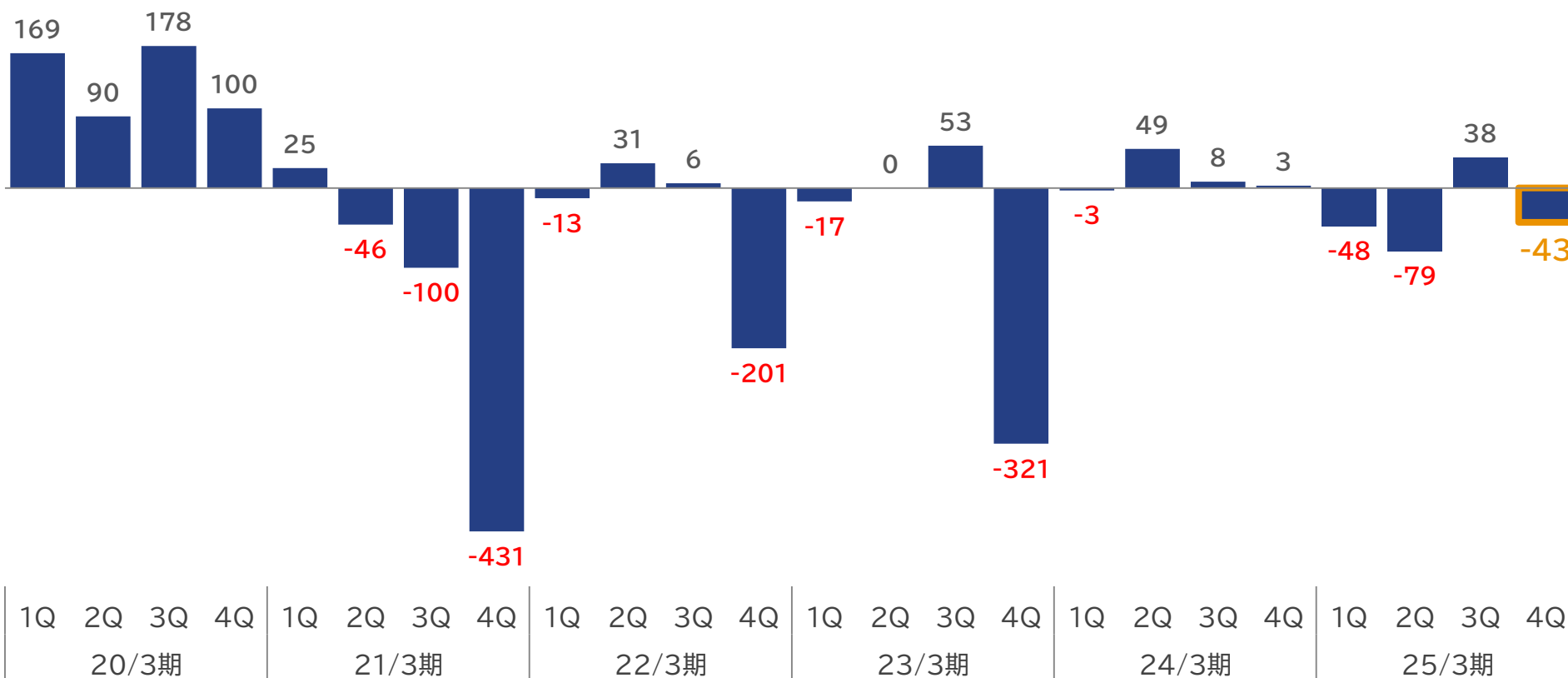
単位:百万円



四半期決算 営業利益推移

単位:百万円

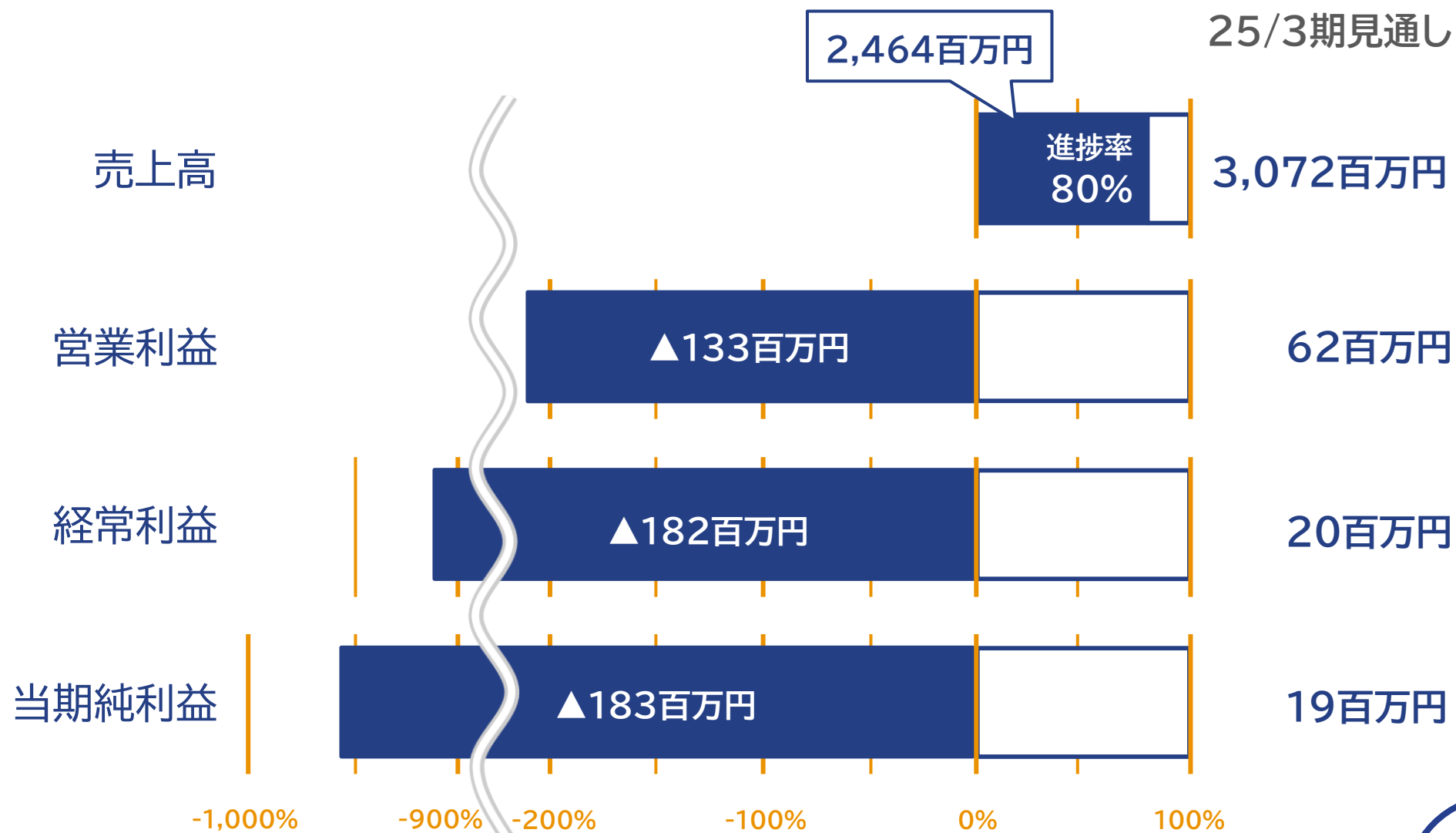
マーケティング事業の売上減が
主な要因となりマイナスに



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	3Q	4Q
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	774	758
商品 (百万円)	237	242	229	275	253	240	201	188	246	254	249	261	246	218	139	126
製品 (百万円)	162	213	251	98	119	119	136	66	49	88	89	68	81	52	54	41
減価償却費 (百万円)	124	124	124	124	61	60	60	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	3,783	3,715
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	6.5	5.3

全社



セグメント別

MFD事業

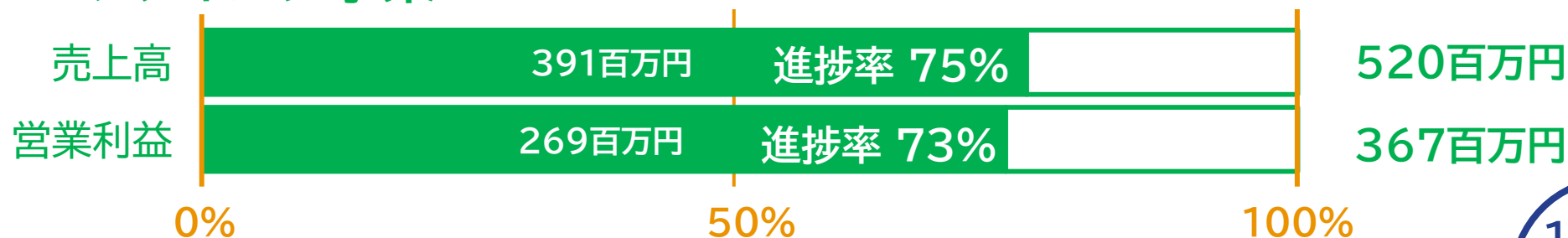
25/3期見通し



CID事業



マーケティング事業



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)	3,072	62	20	19	3.01円
実績値(B)	2,464	▲133	▲182	▲183	▲28.97円
増減額(B－A)	▲608	▲196	▲202	▲202	
増減率(%)	▲19.8%	－	－	－	－
(ご参考)前期実績 (2024年3月期)	2,646	58	55	66	10.49円

1 | 2025年3月期 決算概要

2 | 2026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 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

全社

	26/3期上期 (百万円)	26/3期 (百万円)	25/3期上期 (百万円)	YoY (%)	25/3期 (百万円)	YoY (%)
売上高	1,362	2,992	1,164	117.0	2,464	121.5
営業利益又は 営業損失(△)	▲7	86	▲128	-	▲133	-
経常利益又は 経常損失(△)	▲36	28	▲152	-	▲182	-
当期純利益又は 当期純損失(△)	▲37	26	▲153	-	▲183	-

	26/3期 (百万円)	25/3期 (百万円)
年間配当金額	0円0銭	0円0銭

セグメント別

		26/3期上期 (百万円)	26/3期 (百万円)	25/3期上期 (百万円)	YonY (%)	25/3期 (百万円)	YonY (%)
MFD 事業	売上高	1,039	2,167	968	107.4	1,970	110.0
	営業利益	152	318	124	122.0	290	109.5
CID 事業	売上高	155	398	69	223.9	156	254.2
	営業利益	▲164	▲285	▲199	—	▲389	—
マーケ ティング 事業	売上高	226	520	146	154.8	391	132.9
	営業利益	165	385	92	178.8	269	142.9
調整額	売上高	▲59	▲92	▲19	—	▲54	—
	営業利益	▲161	▲331	▲146	—	▲304	—

1 | 2025年3月期 決算概要

2 | 2026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 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

ビジネスの強み

栄養士がいる安心感 ミールタイム
mealtime[®]

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。

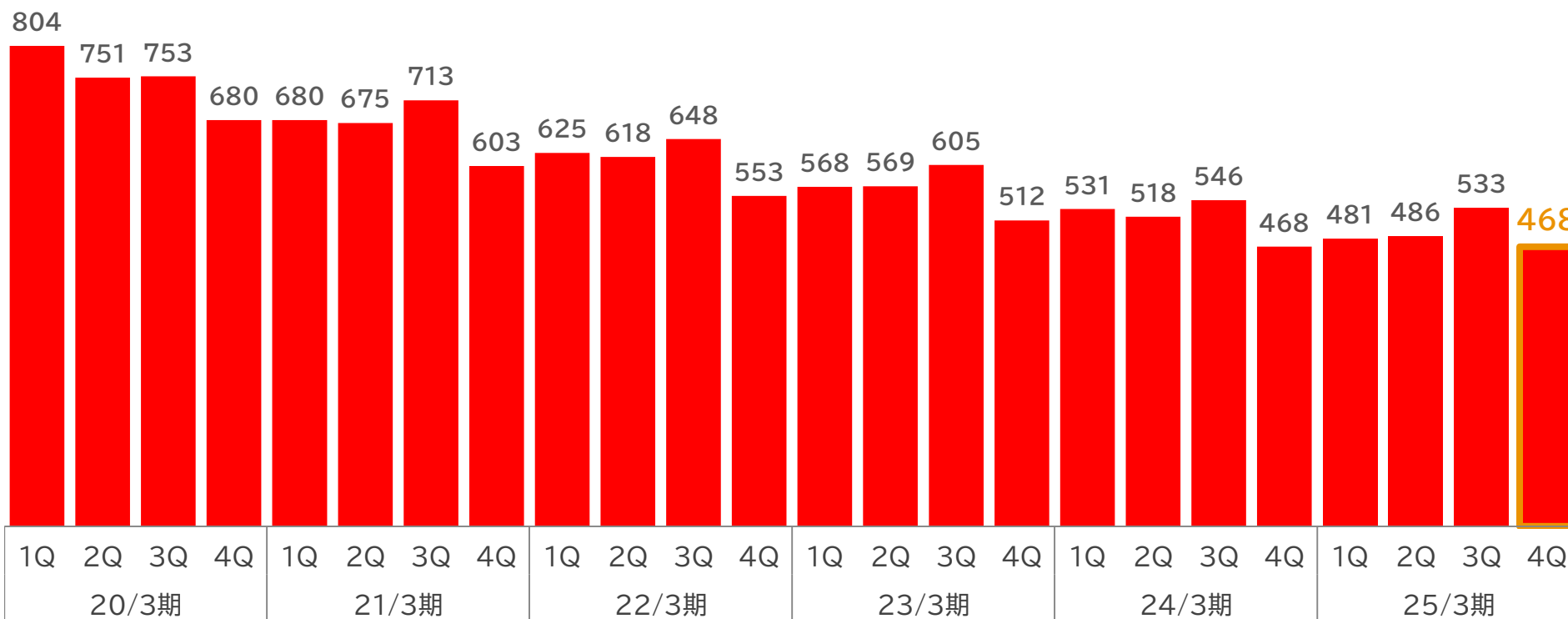
血糖値・中性脂肪・コレステロール・尿酸値・
 クレアチニン等、圧倒的な数値改善ノウハウが
 あります。



売上高 四半期推移

単位:百万円

26年3月期1Qは前年比売上が
プラス基調で推移

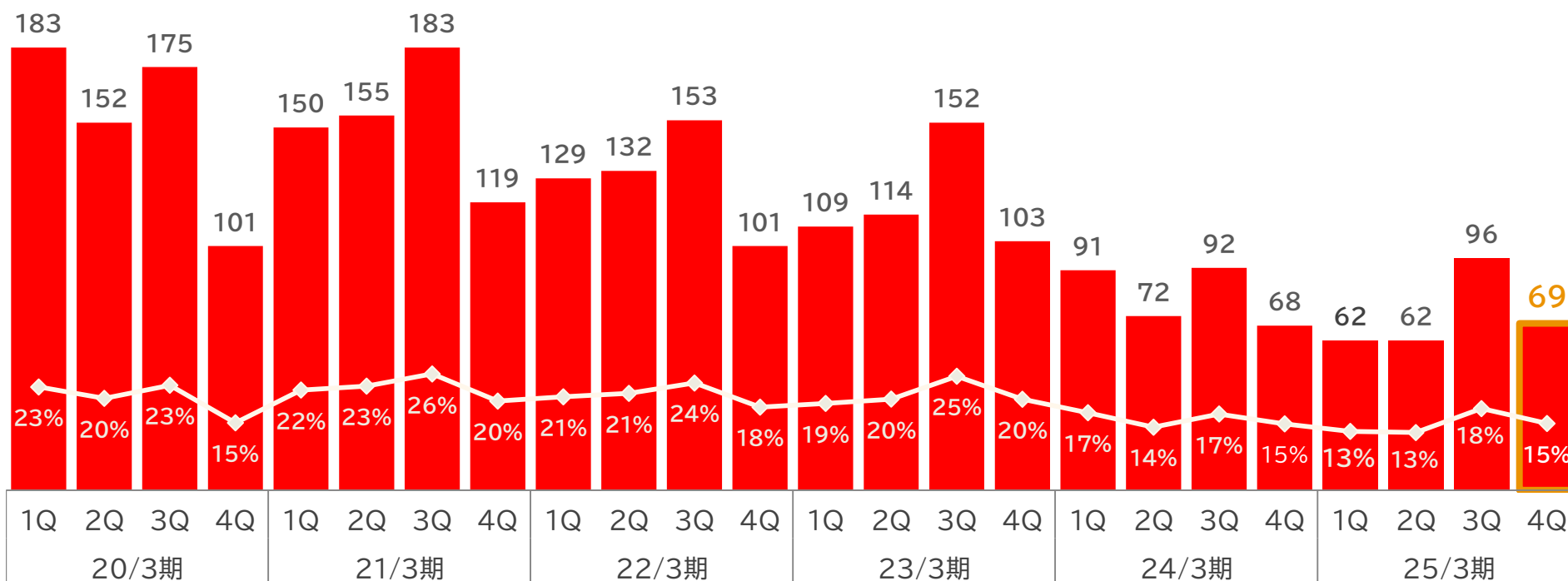


営業利益 四半期推移

単位:百万円

■ 営業利益
◆ 営業利益率

26年3月期1Qは前年比営業利益が
プラス基調で推移



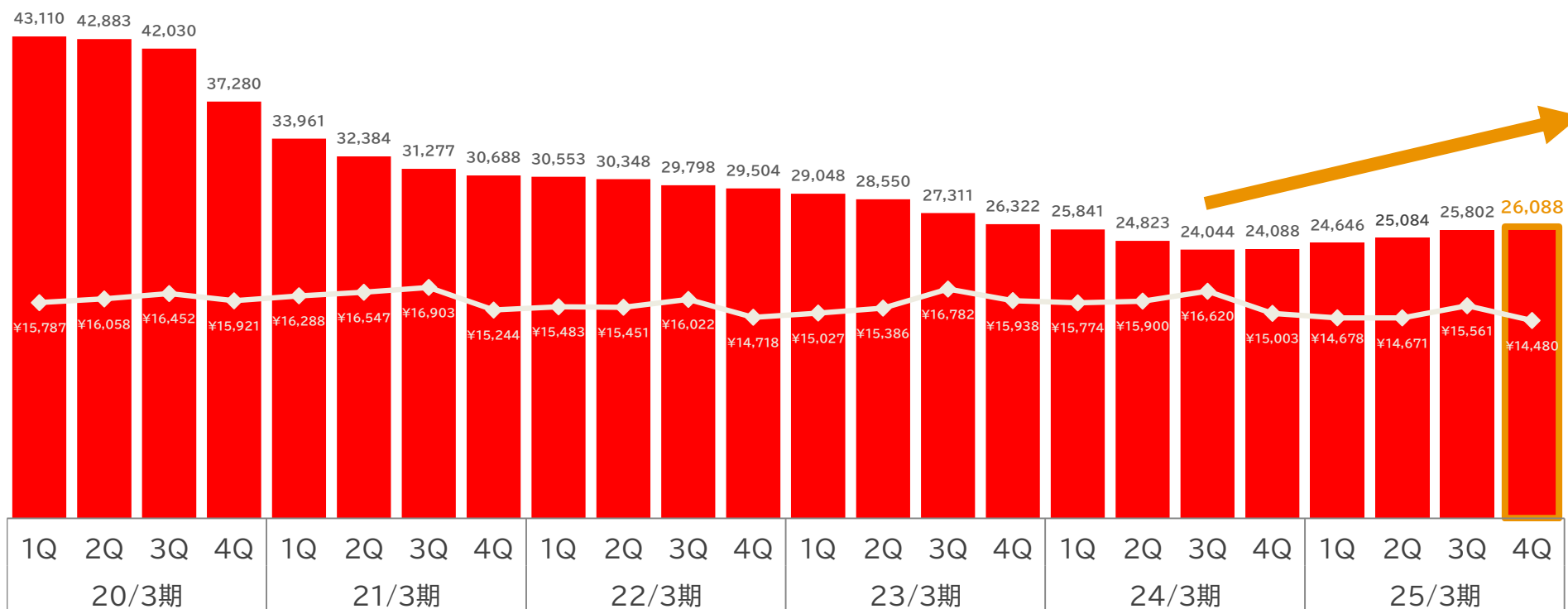
アクティブ/ARPU

単位:人

■ アクティブ会員数

— 月間ARPU

アクティブ会員数は6Q連続して増加

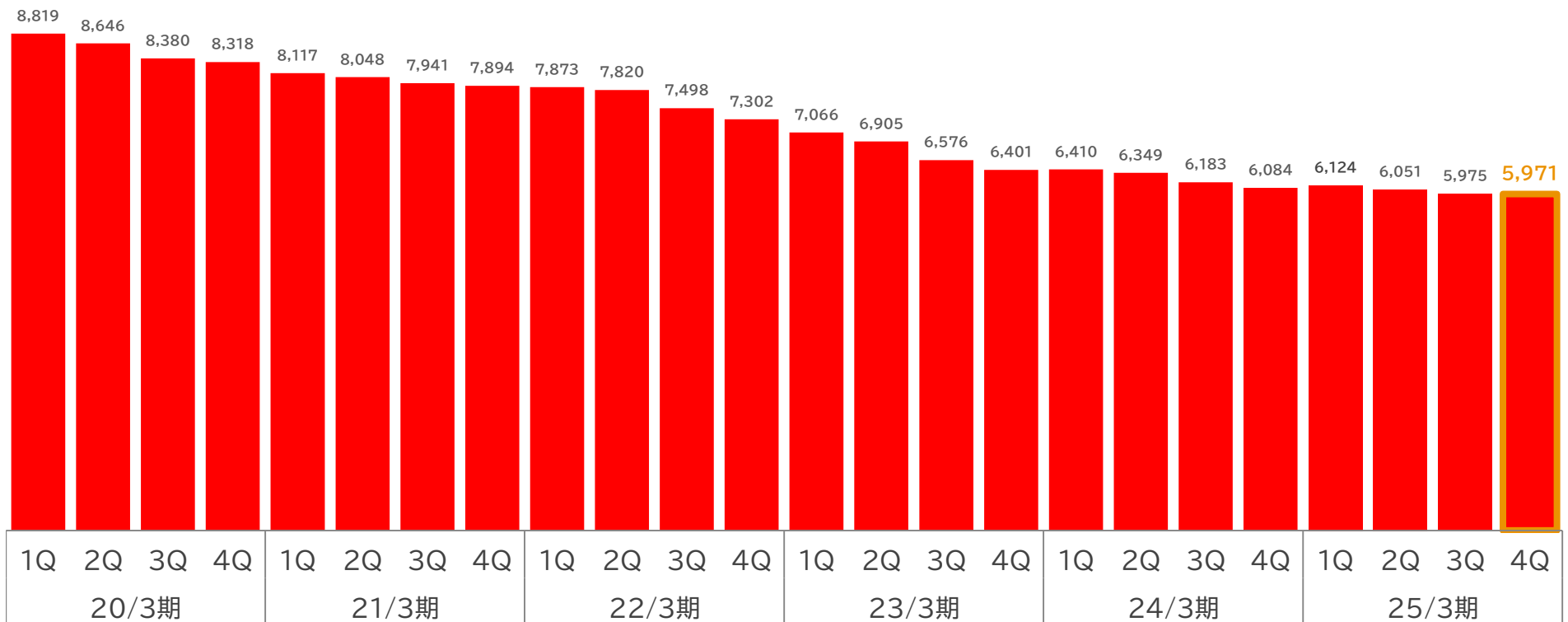


※アクティブ会員数・・・過去1年以内に1回以上購入した会員数

※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

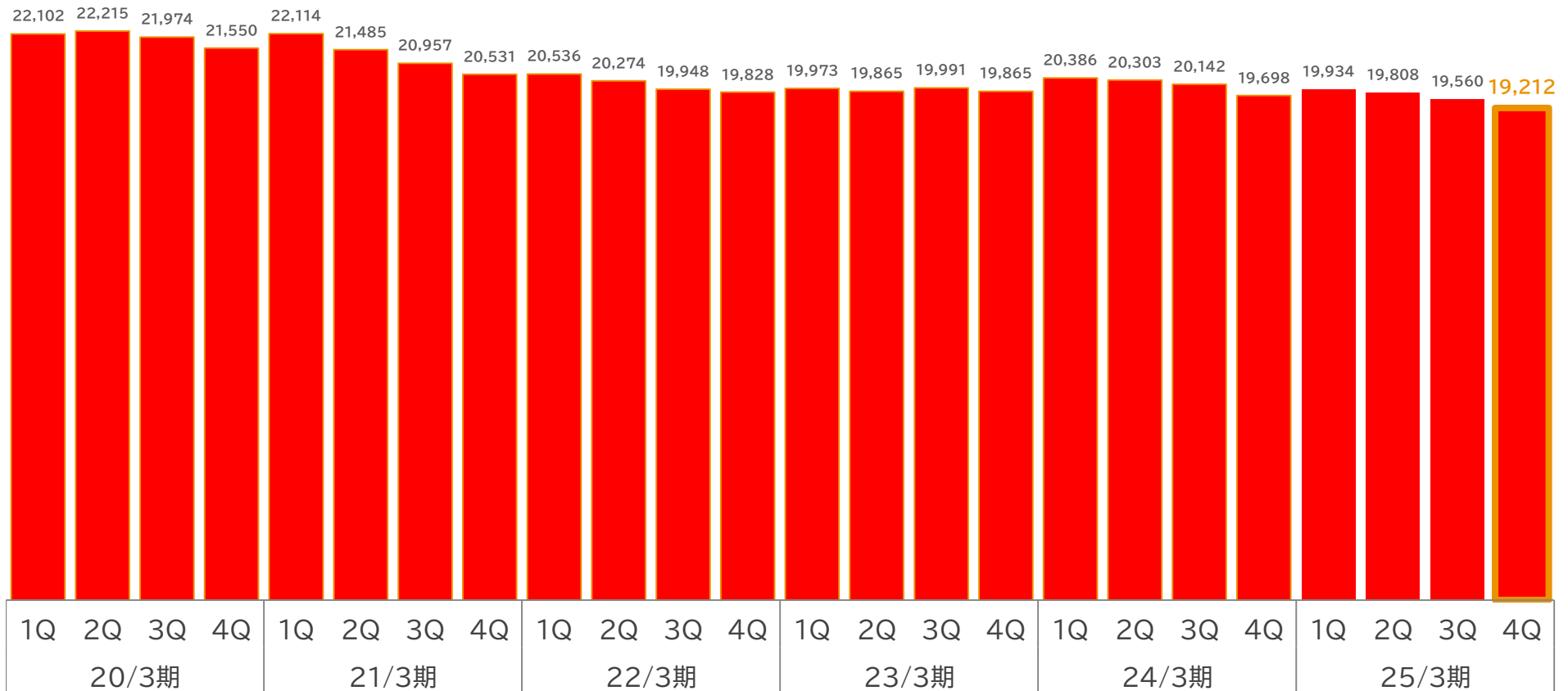
単位:人



※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

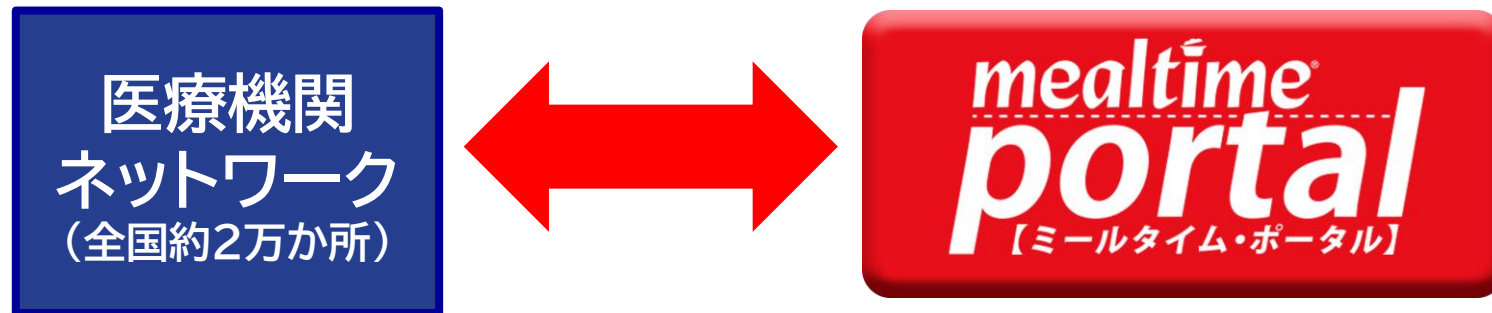
『ミールタイム』価格改定の実施

2025年6月1日(日)より、
米を使用している商品を中心に商品価格を改定

対象商品区分		値上げ率
ヘルシー食	ごはん付	12.0%
	多めごはん付	11.9%
	アラカルト(一部)	8.0%
低たんぱく食	ごはん付	2.5%
	アラカルト(一部)	3.5%
パワーアップ食	ごはん付	11.9%
やわらか食	ごはん付	9.7%

戦略

2万か所の医療機関向けポータルサイト
「ミールタイム・ポータル」を活用したプロモーションを開始



医療機関との連携手段のDX化により
低コストで一斉に情報発信が可能に

1 | 2025年3月期 決算概要

2 | 2026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 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

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
小売店舗にて販売

<参考>国内の総店舗数

スーパーマーケット	23,039店舗※1
ドラッグストア	23,723店舗※2
コンビニエンスストア	55,792店舗※3

※1.出典:全国スーパーマーケット協会『2025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25回(2024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2025年3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

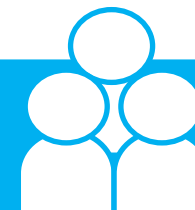
④顧客獲得

ECチャンネル

自社ECサイトから販売

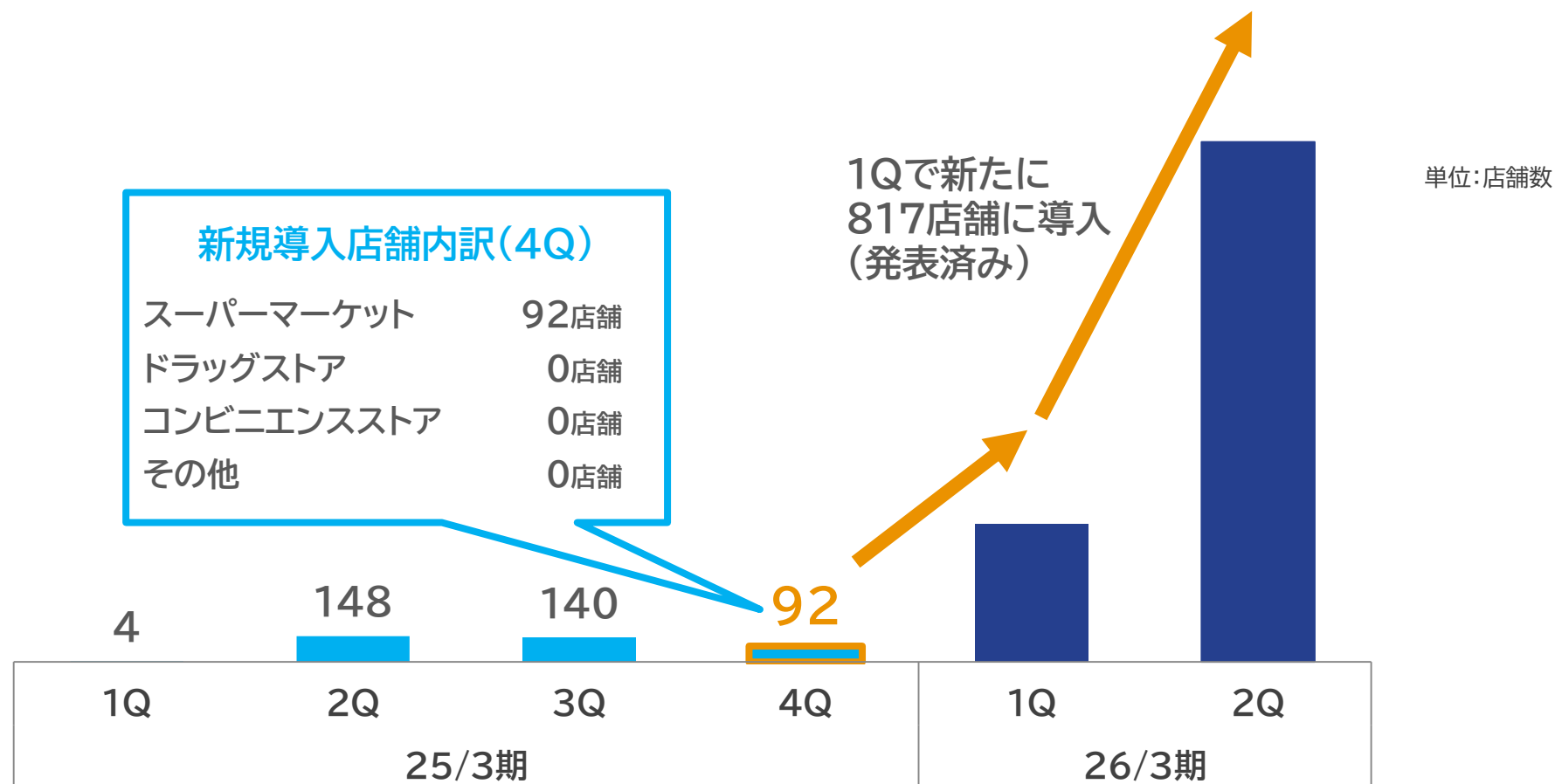
③認知を高める

試食販売など
店頭PR



リテールチャネルの新規導入店舗数

さらに2Qで3,000店舗の導入を目指す

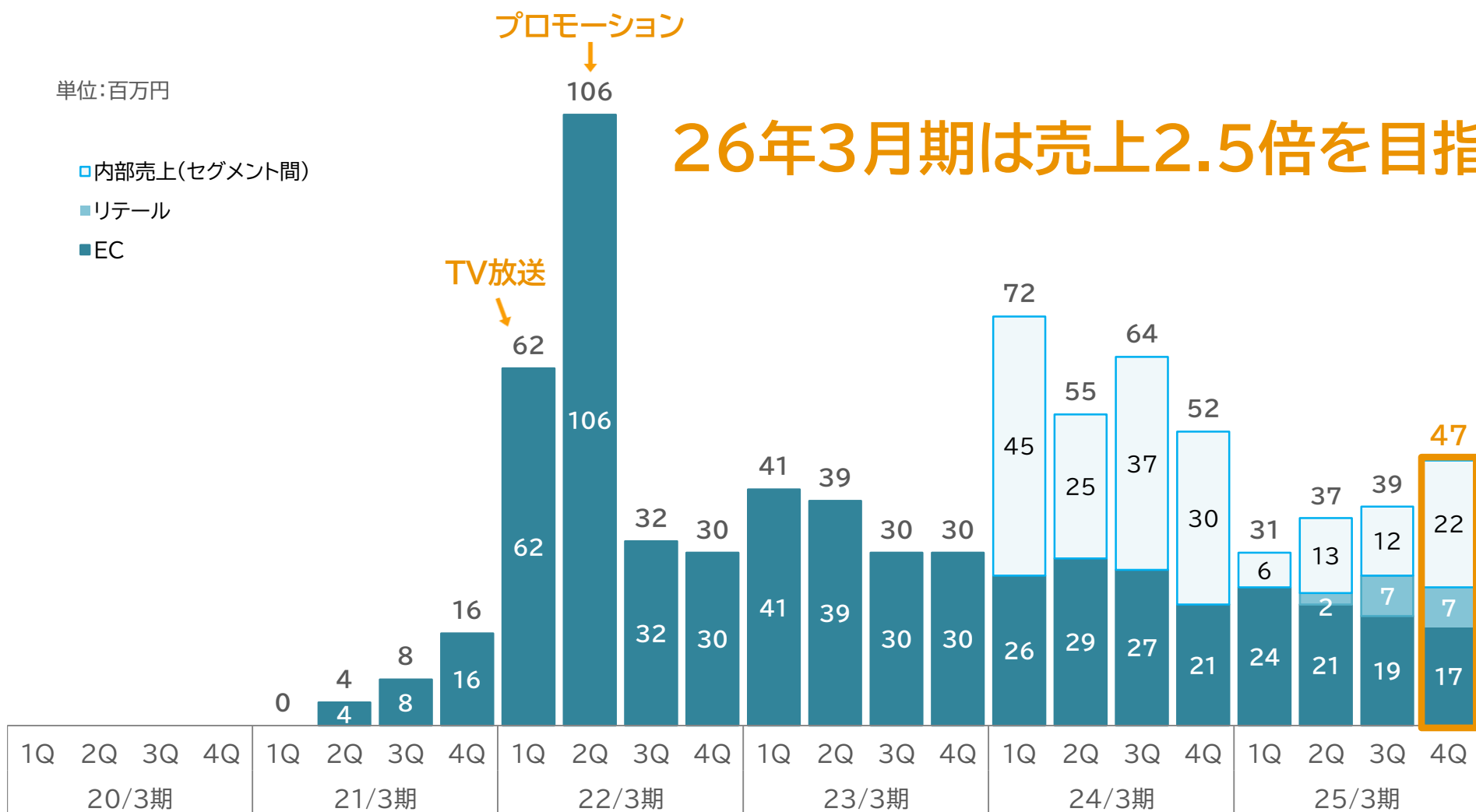


※四半期末時点の新たに『旬をすぐに』の販売を開始した店舗の数

売上高 四半期推移

単位:百万円

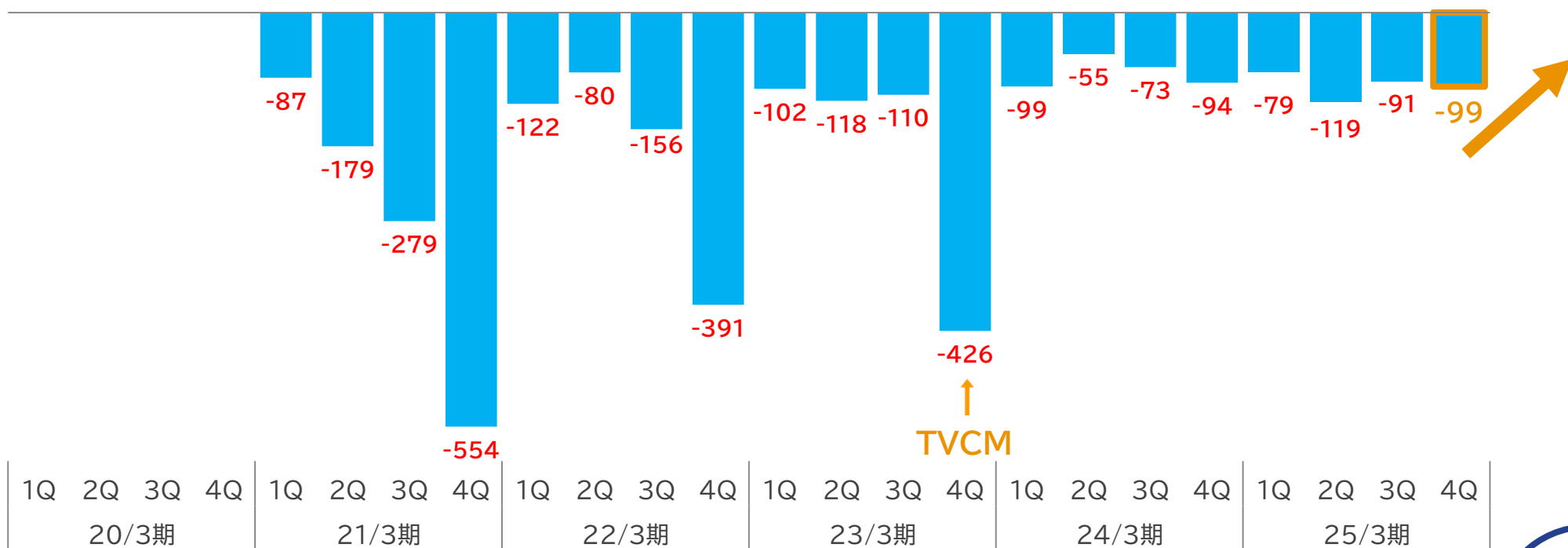
- 内部売上(セグメント間)
- リテール
- EC



営業利益 四半期推移

単位:百万円

26年3月期1Qは新規導入店舗の増加によりマイナス縮小へ



『旬をすぐに』価格改定の実施

下記の通り商品価格を改定

値上げ率

すべてのカテゴリを対象に平均11.3%の値上げ

改定時期

ECサイト向け商品:2025年7月1日(火)受注分より
小売店向け商品:2025年9月1日(月)納品分より

戦略

「国産ハイブランド冷食」ブランド認知度の向上

『旬をすぐに』の特徴

- ①国産食材100%である
- ②食品添加物82種類が不使用である
- ③工場でありながら、レストランと同じように製造するため手作り感がある
- ④生産者が特定されているため安心感がある
- ⑤人気のカレーは既製品のカレールーではなくスパイスから作っている
- ⑥-70℃で瞬間凍結(特許技術)されているため旨み・美味しさが閉じ込められている
- ⑦広告費を掛けていないため、その分良い食材を使用できる
- ⑧素材を活かすため1℃単位の加熱コントロール(特許技術)をしている
- ⑨インジェクションで油を注入していない
- ⑩成型肉や結着剤を使用していない

1 | 2025年3月期 決算概要

2 | 2026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 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

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

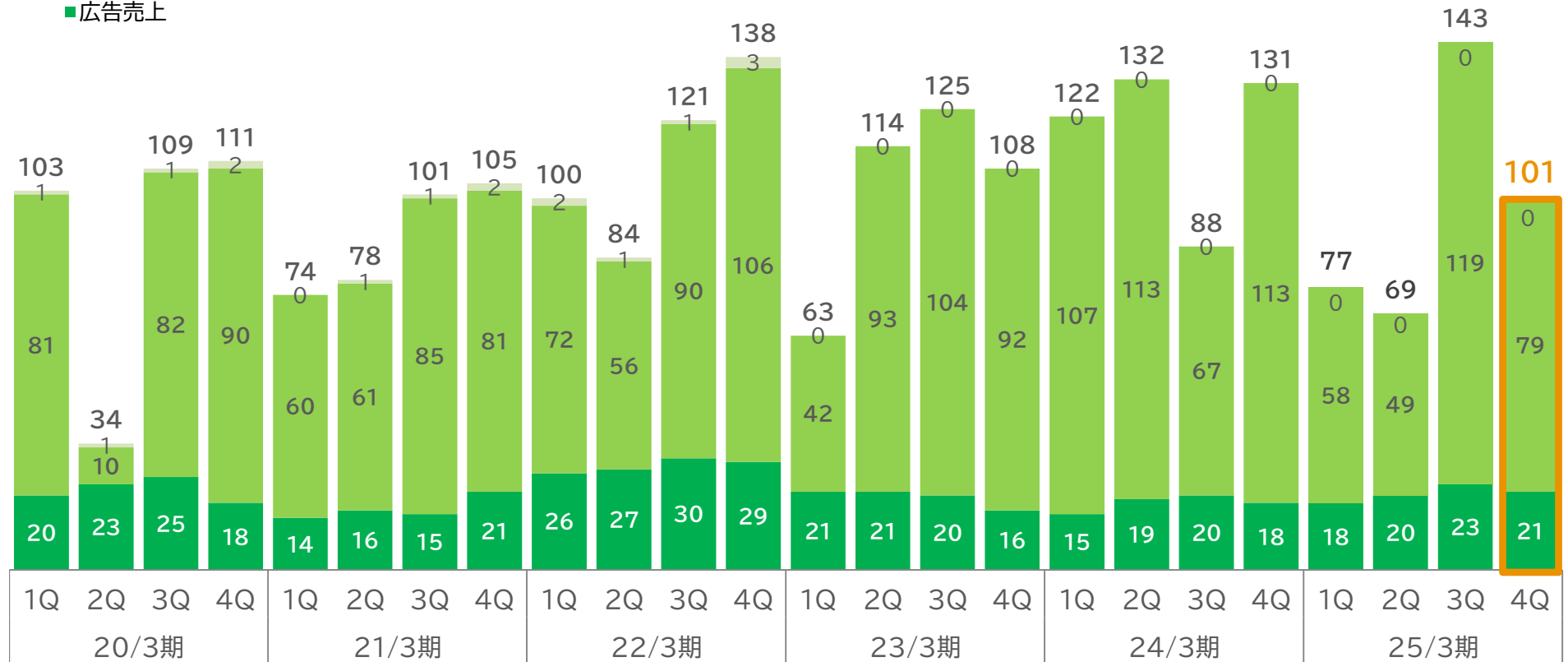


質の高い
調査結果

売上高 四半期推移

単位:百万円

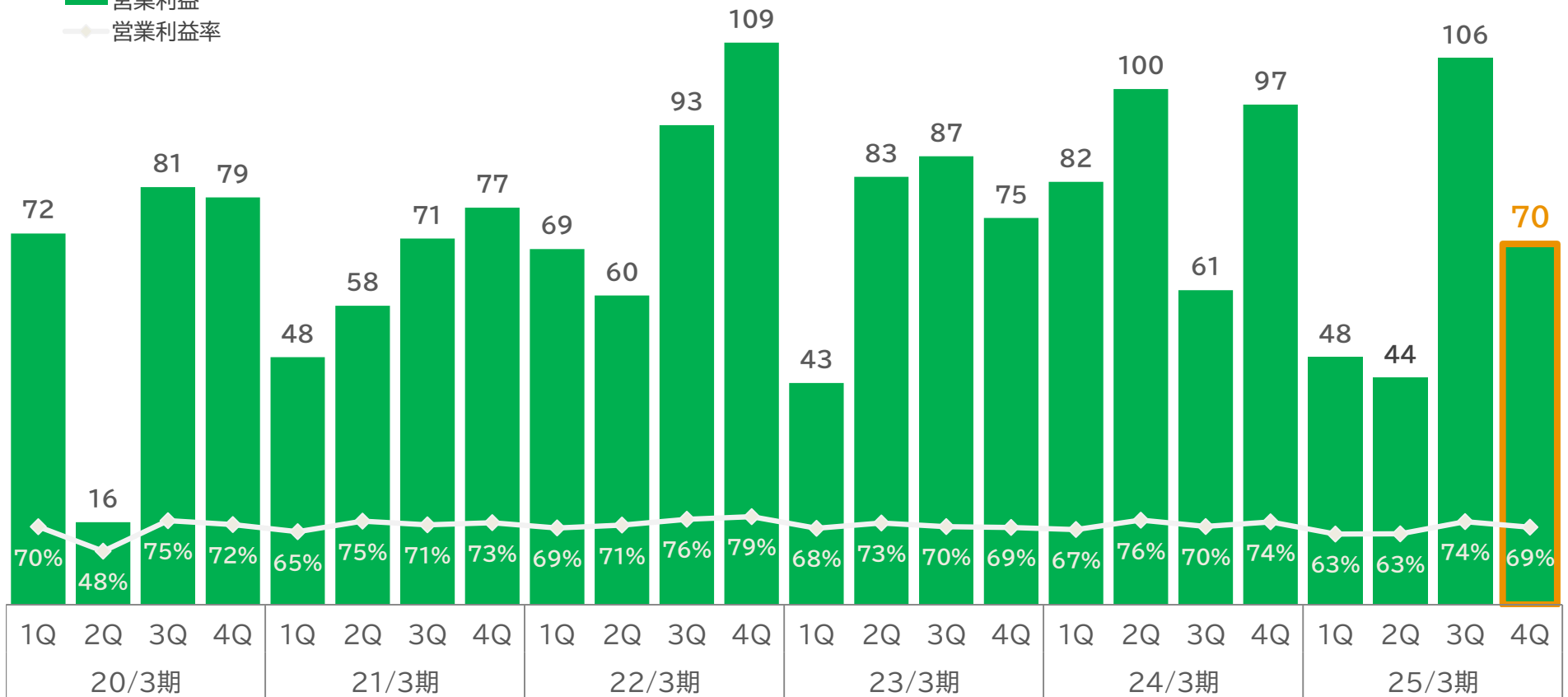
- WEBメディア
- 業務受託
- 広告売上



営業利益 四半期推移

単位:百万円

■ 営業利益
◆ 営業利益率



戦略

管理栄養士推奨マークの取得を提案

『ファンデリー調べ』を利用する企業が多い理由

①無料

効果の高い医療機関リコメンドサンプリングを実施する際、無料で調査可能。

②医療機関の方が回答

医療の最前線で活躍する医療機関勤務の管理栄養士のみが回答。

③回答者の実在確認

ネット調査ではなく、リアルな調査を実施し、回答資料も保管。架空の人物やなりすましを防止。

④謝礼の禁止

回答する管理栄養士に、謝礼・便宜・ポイント還元は一切行わず。

⑤更新料なし

原材料等、商品内容に変更がない場合、更新費用がかからない。

⑥サンプル数の多さ

信頼度の高い調査を行うため、全国かつ2,000ヶ所以上への調査を推奨。16,000ヶ所への大規模な調査も可能。

⑦試飲・試食した回答

美味しさ確かめたうえでの回答。シリーズの調査を行う場合、対象となるすべての商品を調査。

⑧詳細な調査結果を納品

アンケート結果について、詳細なデータを納品。今後のマーケティング戦略に役立つヒントが満載。

⑨自由なデザイン

調査内容を記載すれば、「管理栄養士推奨」のフォントなど、パッケージを自由にデザイン可能。

⑩売上UPの実績多数

棚の獲得、バイヤー様への提案資料作りにも活用可能。

「管理栄養士98%がおすすめ！」というキャッチコピーのバナーを作成したところ、ECサイトへのアクセス数と購入率が上昇。売り場での販売も好調だ。

出典：ダイヤモンド・チェーンストア2025年4月15日・5月1日合併号
『大塚食品 カロリーコントロール×食物繊維ニーズに訴求
「マンナンごはん もち麦・玄米入り」新発売』

1 | 2025年3月期 決算概要

2 | 2026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 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

人的資本経営

	項目	SDGs	26/3期 目標	25/3期 目標	25/3期 実績	評価	24/3期 実績
1	9連休以上取得率※	 	100%	100%	100%	○	100%
2	有給取得率	 	90%	90%	97.5%	○	129.3%
3	部活動の支援	 	実施	実施	実施	○	実施
4	月間平均所定外労働時間	 	18時間以下	20時間以下	16.5時間	○	22.8時間
5	女性管理職率	 	65%以上	75%以上	72.7%	×	81.8%
6	時短勤務制度を活用する社員数	 	9名以上	9名以上	11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	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	5回	5回	○	10回
9	栄養学科の学生向け就職セミナー 「栄養士が未来を切り拓く2025」の開催	 	1回	-	1回	-	1回

※ 2024年6月1日までに入社した社員が対象

1 | 2025年3月期 決算概要

2 | 2026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 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

施策

成長を後押しいただける株主増加への取り組み

	実施内容	実施時期	詳細
1	株主試食イベント	5月25日(日)	5月2日(金)にIRサイト およびIRメールにて告知。
2	株主優待制度	7月以降	6月6日(金)～発送の株主総会招集 通知の案内に詳細を同梱。
3	株主アンケートの実施	6月6日(金)～ 7月31日(木)	6月6日(金)～発送の株主総会招集 通知の案内に詳細を同梱。
4	管理栄養士による健康セミナー(株主懇親会)	7月6日(日)	5月22日(木)にIRサイト およびIRメールにて告知。
5	流通株式比率増加への取り組み	-	流通株式数を増やす取り組みを検討 ①大口株主に売却を要請 ②株式分割

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

