

FUNDELY

2026年3月期

第1四半期

決算説明資料

株式会社ファンデリー

2025年7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(4月～6月)

2 | 2026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 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

1 | 決算概要(4月～6月)

2 | 2026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 | 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とも増収増益。
上半期の営業利益は黒字が視野に。
- 2** MFD事業はYonYで売上高104.4%、営業利益139.3%。
売上回復と利益率改善が進む。
- 3** CID事業は販売店舗数の拡大が進み、製造数が増加。
生産効率が向上し、着実に損益改善が進む。
- 4** マーケティング事業はYonYで増収増益。
下期に多数の案件を見込む。

2026年3月期 第1四半期 決算

	26/3期1Q (百万円)	25/3期4Q (百万円)	QonQ (%)	25/3期1Q (百万円)	YonY (%)
売上高	622	594	104.6	584	105.5
売上原価	325	348	93.4	335	97.2
売上総利益	296	245	120.5	248	119.2
販管費	291	289	100.7	297	98.2
営業利益又は 営業損失(△)	4	▲43	-	▲48	-
経常利益又は 経常損失(△)	▲10	▲57	-	▲59	-
当期純利益又は 当期純損失(△)	▲10	▲57	-	▲60	-
EBITDA	64	17	371.0	12	524.7

2026年3月期 第1四半期 セグメント別

		26/3期1Q (百万円)	25/3期4Q (百万円)	QonQ (%)	25/3期1Q (百万円)	YoY (%)
MFD 事業	売上高	503	468	107.5	481	104.4
	営業利益	87	69	126.5	62	139.3
CID 事業	売上高	57	47	120.4	31	180.9
	営業利益	▲68	▲99	-	▲79	-
マーケ ティング 事業	売上高	88	101	87.3	77	114.5
	営業利益	63	70	91.1	48	132.7
調整額	売上高	▲26	▲22	-	▲6	-
	営業利益	▲78	▲83	-	▲79	-

※26/3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26百万円を含んでおります。

※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。

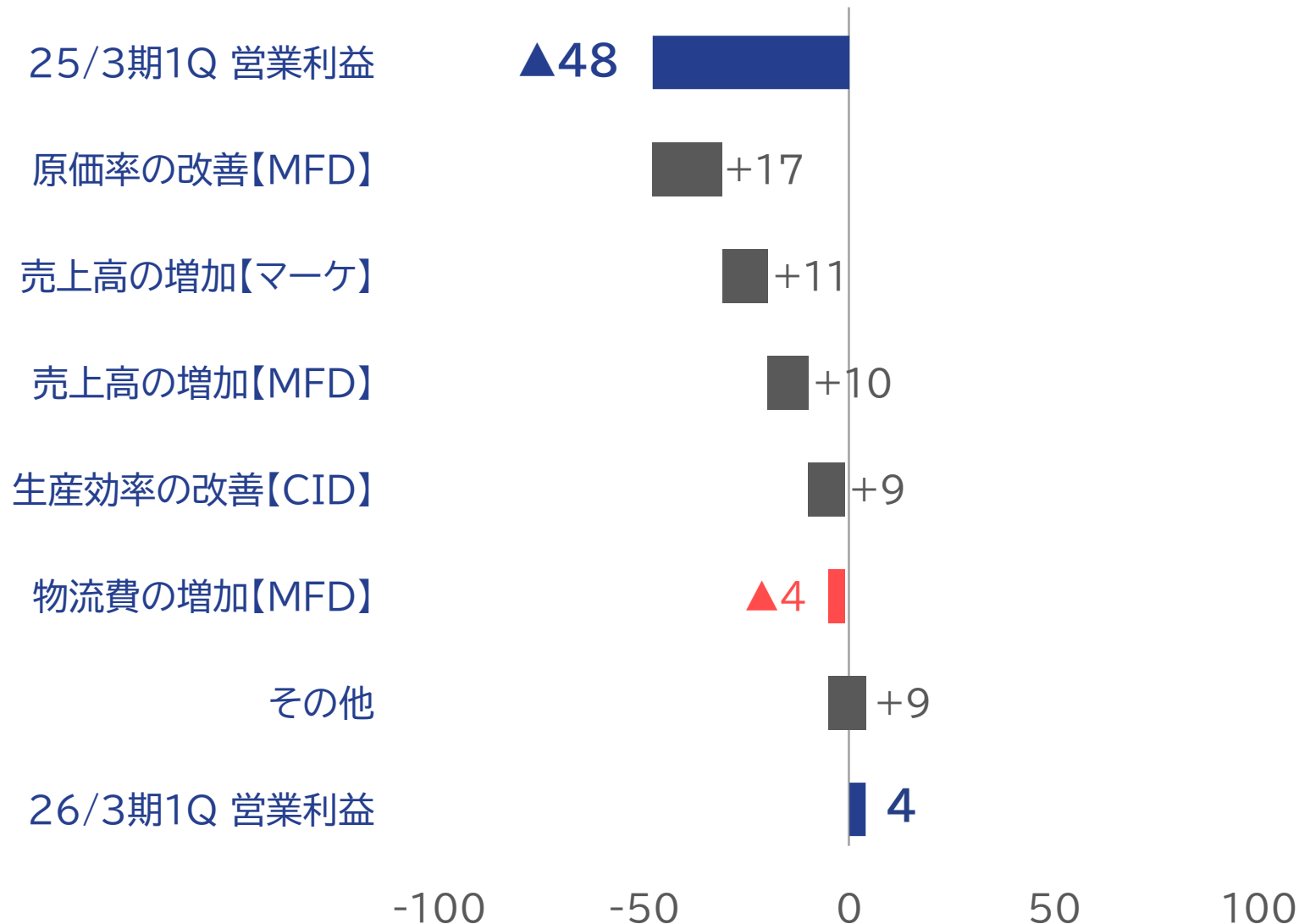
※26/3期1Qにおける調整額のうち、売上高▲26百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲78百万円は全社費用であります。

※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。

2026年3月期 第1四半期決算 要因分析(前年同期比)

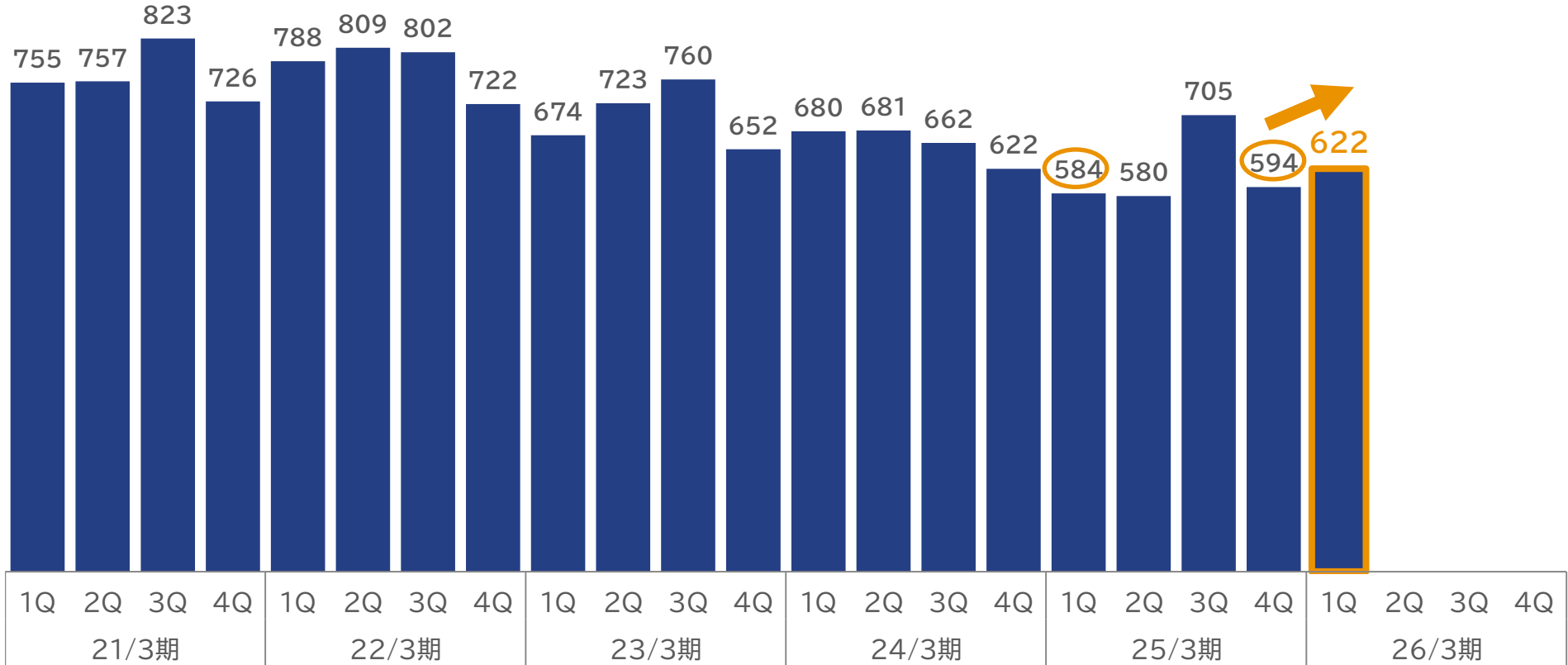
単位:百万円



四半期決算 売上推移

単位:百万円

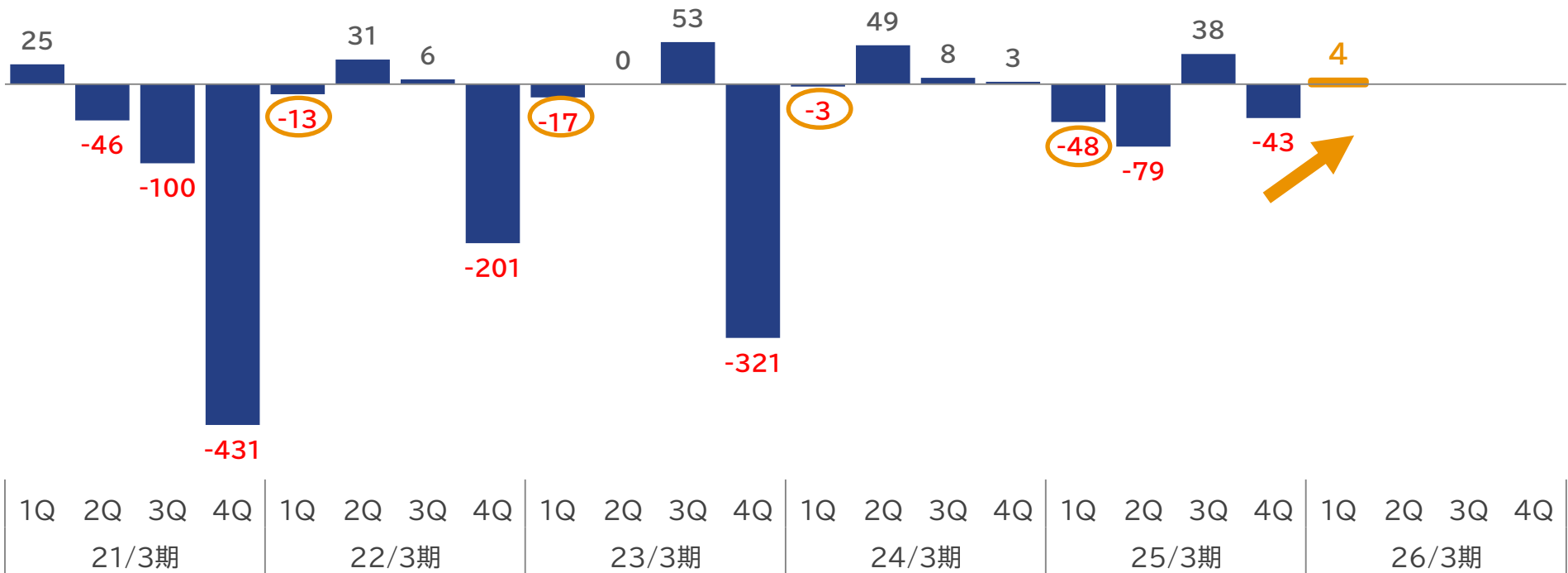
YonY, QonQともに増加



四半期決算 営業利益推移

単位:百万円

第1Qの営業利益は
5年ぶりに黒字に転換



四半期決算 財務指標推移

	23/3月期				24/3月期				25/3月期				26/3月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
現預金 (百万円)	1,038	967	1,010	975	835	776	751	781	750	707	774	758	609
商品 (百万円)	253	240	201	188	246	254	249	261	246	218	139	126	148
製品 (百万円)	119	119	136	66	49	88	89	68	81	52	54	41	50
減価償却費 (百万円)	61	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	59
有利子負債 (百万円)	4,459	4,391	4,324	4,256	4,188	4,121	4,053	3,986	3,918	3,850	3,783	3,715	3,648
自己資本比率 (%)	11.4	11.3	12.0	6.8	6.8	7.6	7.8	8.8	7.7	5.9	6.5	5.3	5.2

1 | 決算概要(4月～6月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

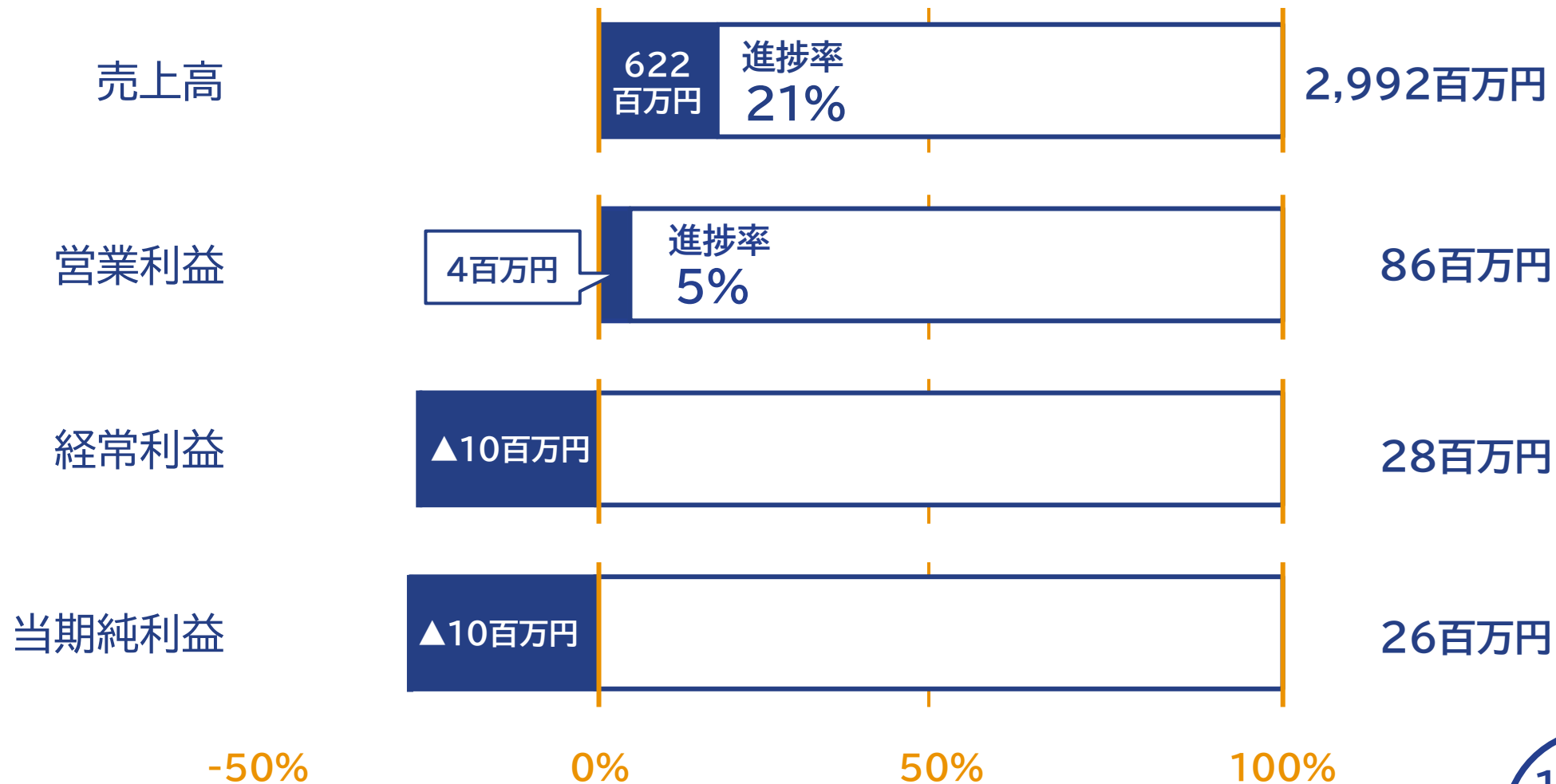
5 | マーケティング事業

6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

全社

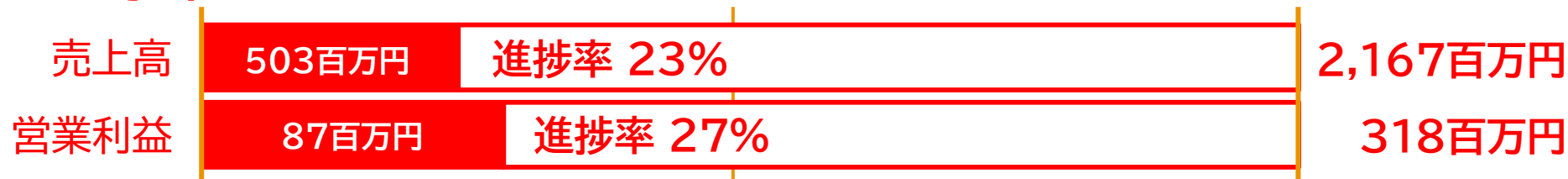
26/3期見通し



セグメント別

MFD事業

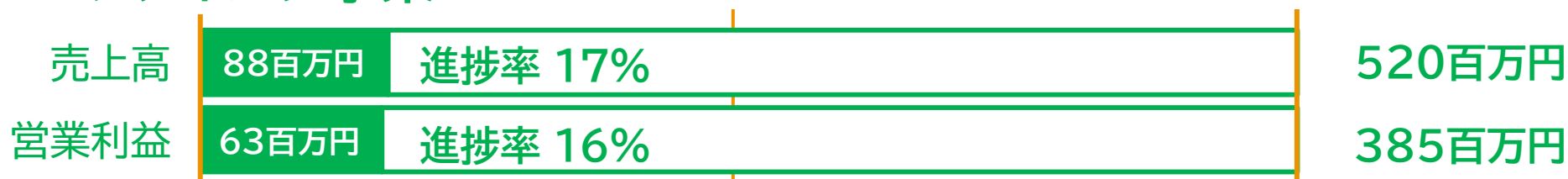
26/3期見通し



CID事業



マーケティング事業



0%

50%

100%

1 | 決算概要(4月～6月)

2 | 2026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 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

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。

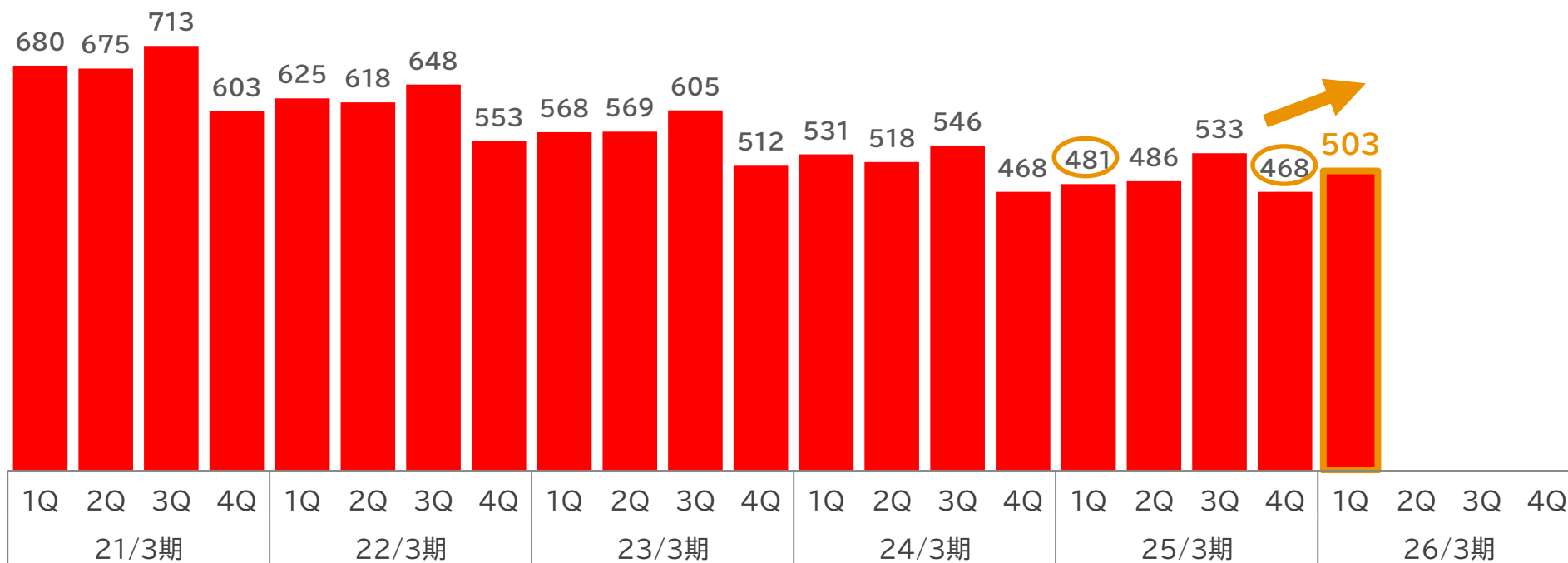
血糖値・中性脂肪・コレステロール・尿酸値・
クレアチニン等、圧倒的な数値改善ノウハウが
あります。



売上高 四半期推移

単位:百万円

YonY、QonQで売上が増加

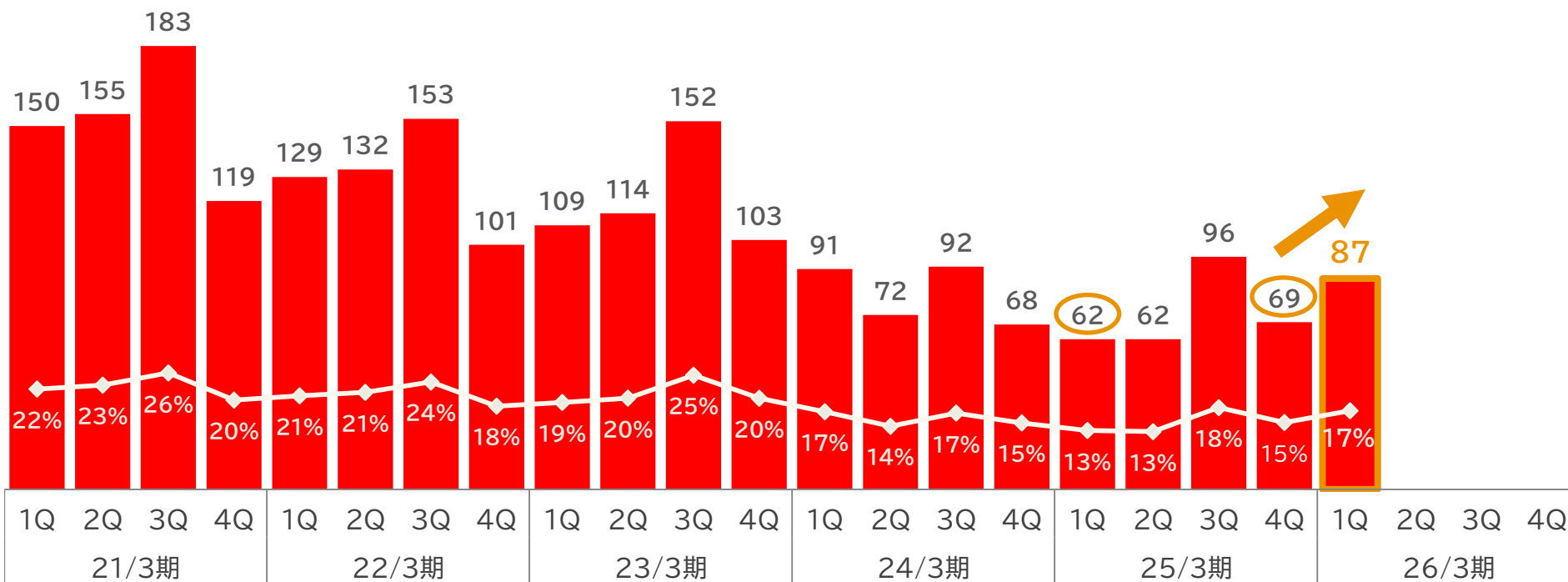


営業利益 四半期推移

単位:百万円

■ 営業利益
◆ 営業利益率

YonY、QonQで利益が増加
利益率が前4Qより2ポイント改善

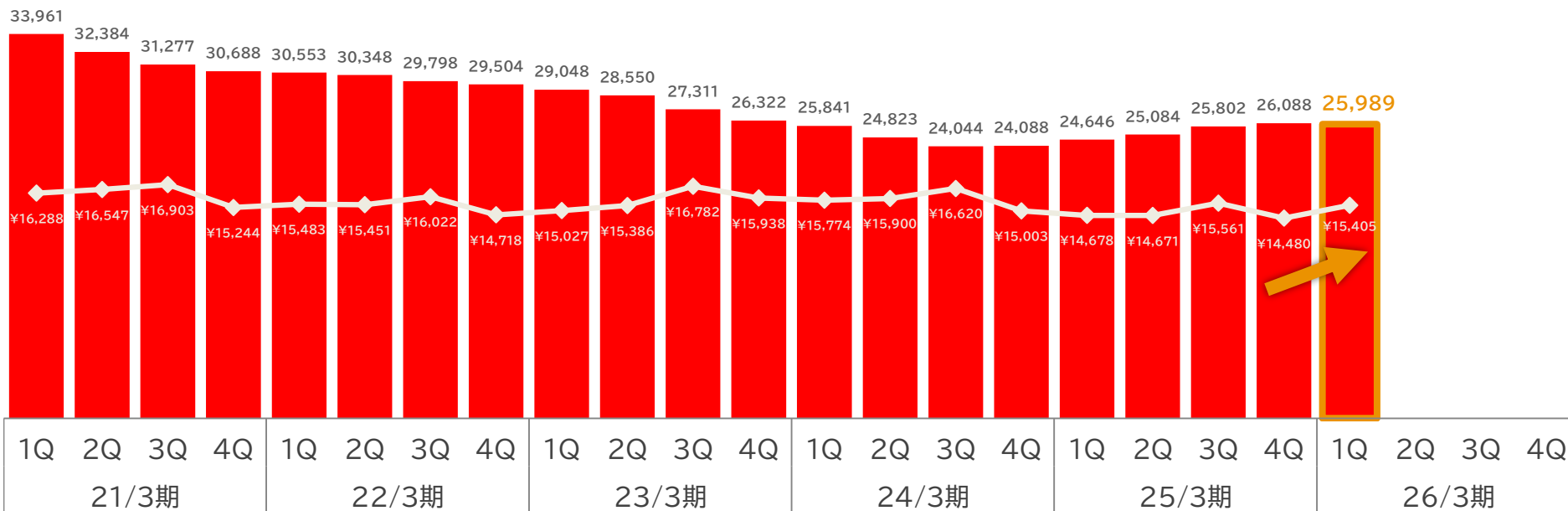


アクティブ/ARPU

単位:人

■ アクティブ会員数
 ◆ 月間ARPU

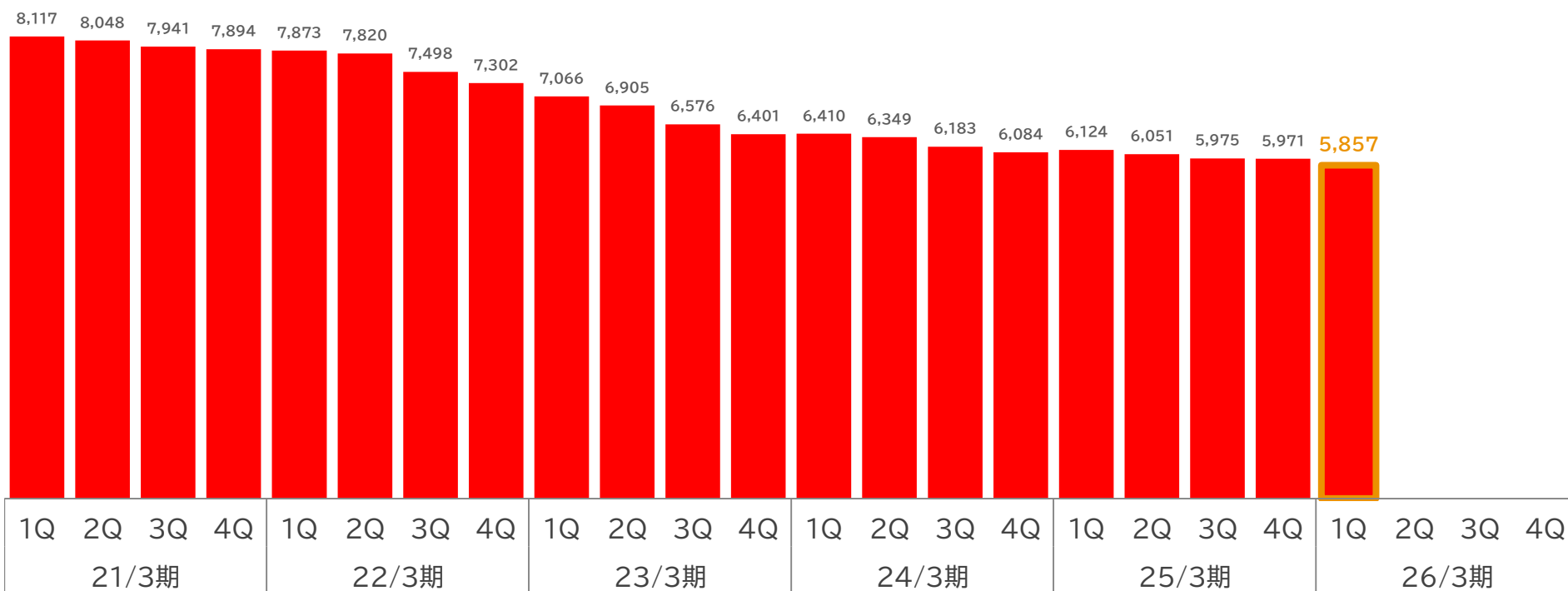
アクティブ会員数が減少も、
 価格改定によりARPUが上昇



※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

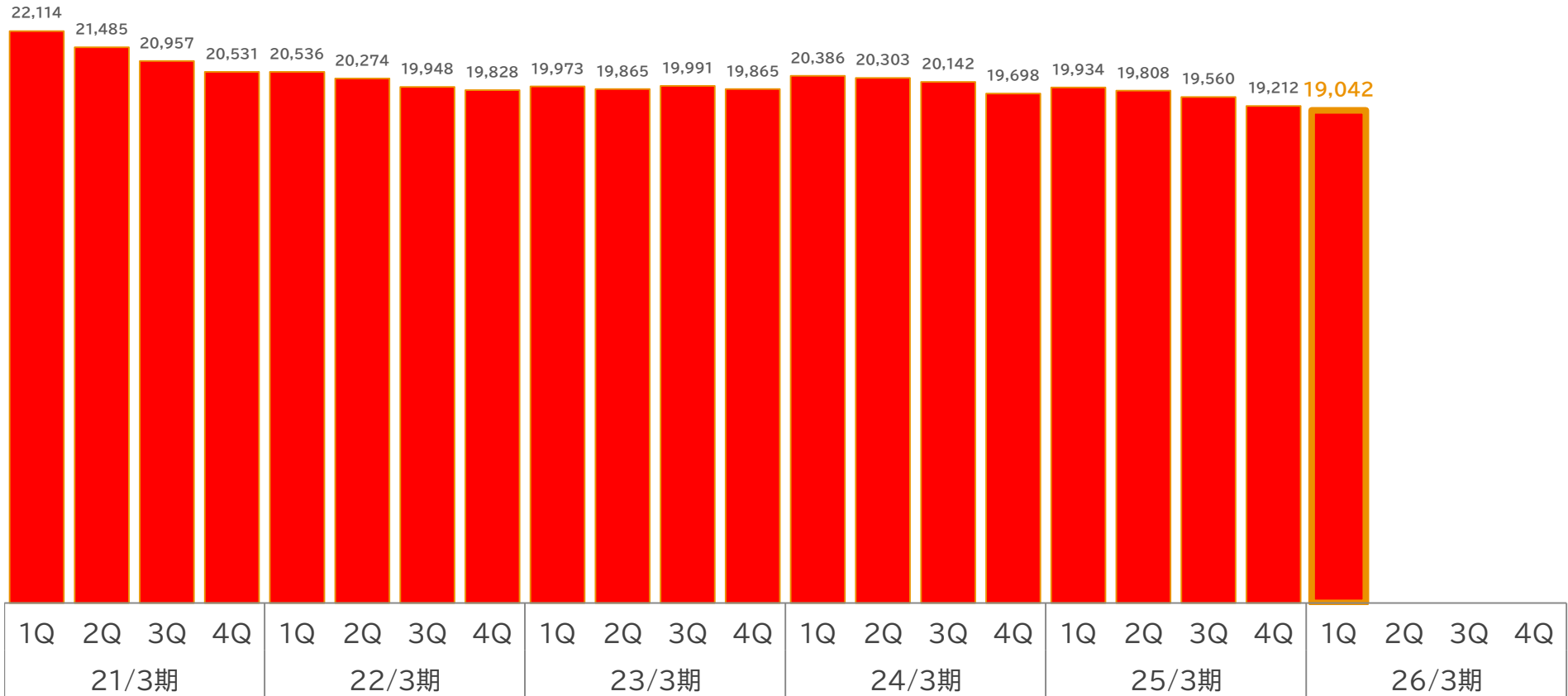
単位:人



※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

商品ラインナップ

ミールタイムの中華シリーズ メニューが拡充



旨み味わうミールタイム餃子
(12個入り)

発売日:2024年12月1日(日)

栄養成分:1個(18g)あたり

エネルギー	32kcal
たんぱく質	1.4g
脂質	1.5g
炭水化物	3.7g
食塩相当量	0.14g



旨み広がるミールタイム肉焼売
(10個入り)

発売日:2025年3月1日(土)

栄養成分:1個(18g)あたり

エネルギー	32kcal
たんぱく質	1.5g
脂質	1.6g
炭水化物	3.1g
食塩相当量	0.14g



ミールタイム五目炒飯

発売日:2025年6月23日(月)

栄養成分:1個(200g)あたり

エネルギー	335kcal
たんぱく質	7.0g
脂質	7.2g
炭水化物	60.6g
食塩相当量	1.1g

第1Q
発売



ミールタイム肉まん
(4個入り)

発売日:2025年10月頃を予定

栄養成分:1個(70g)あたり

エネルギー	168kcal
たんぱく質	4.5g
脂質	5.6g
炭水化物	26.4g
食塩相当量	0.4g

開発中

今後もアラカルト商品を積極的に展開

1 | 決算概要(4月～6月)

2 | 2026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 | 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

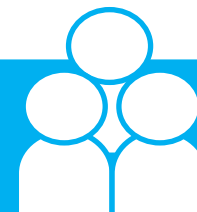
④顧客獲得

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



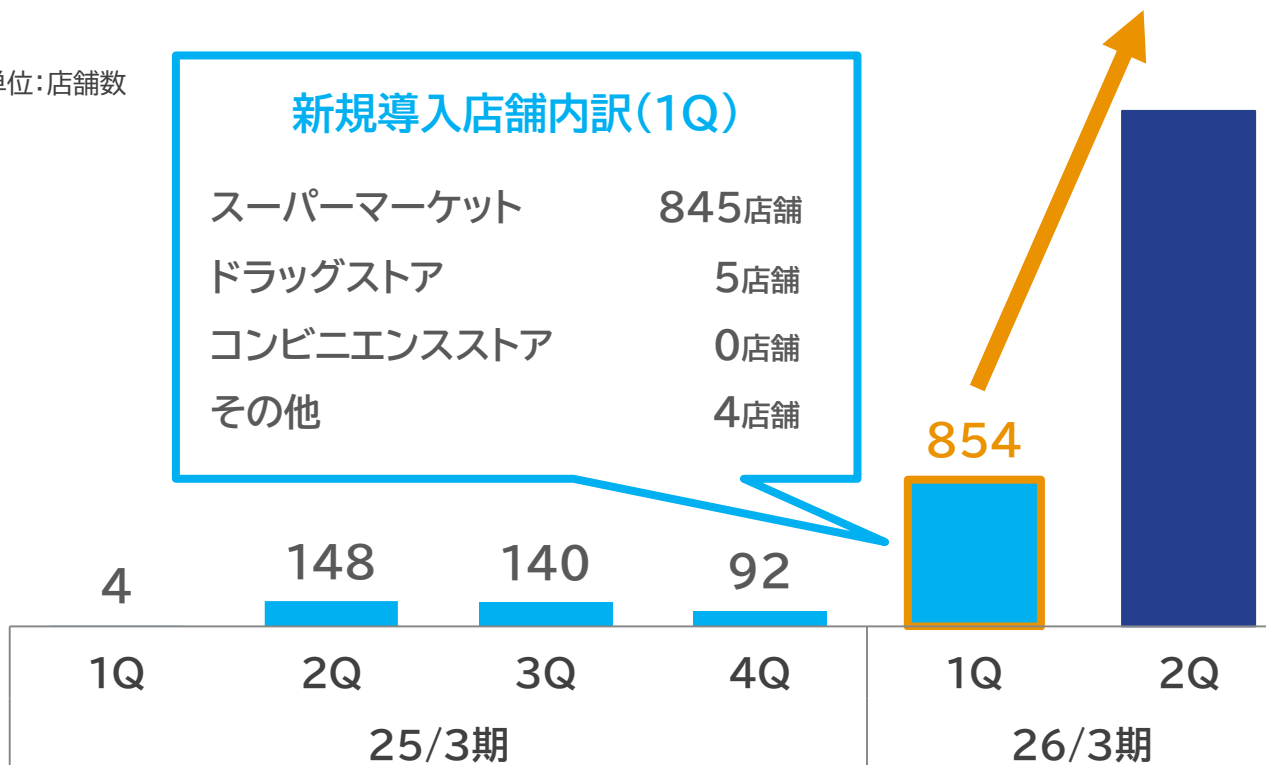
リテールチャネルの新規導入店舗数※1

1Qで販売店舗を大きく拡大
2Qで3,000店舗の導入を目指す

単位:店舗数

新規導入店舗内訳(1Q)

スーパーマーケット	845店舗
ドラッグストア	5店舗
コンビニエンスストア	0店舗
その他	4店舗



国内の総店舗数

スーパーマーケット
約2.3万店舗※2

ドラッグストア
約2.4万店舗※3

コンビニエンスストア
約5.6万店舗※4

販売店舗数の
増加余地は大きい

※1 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

※2.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』

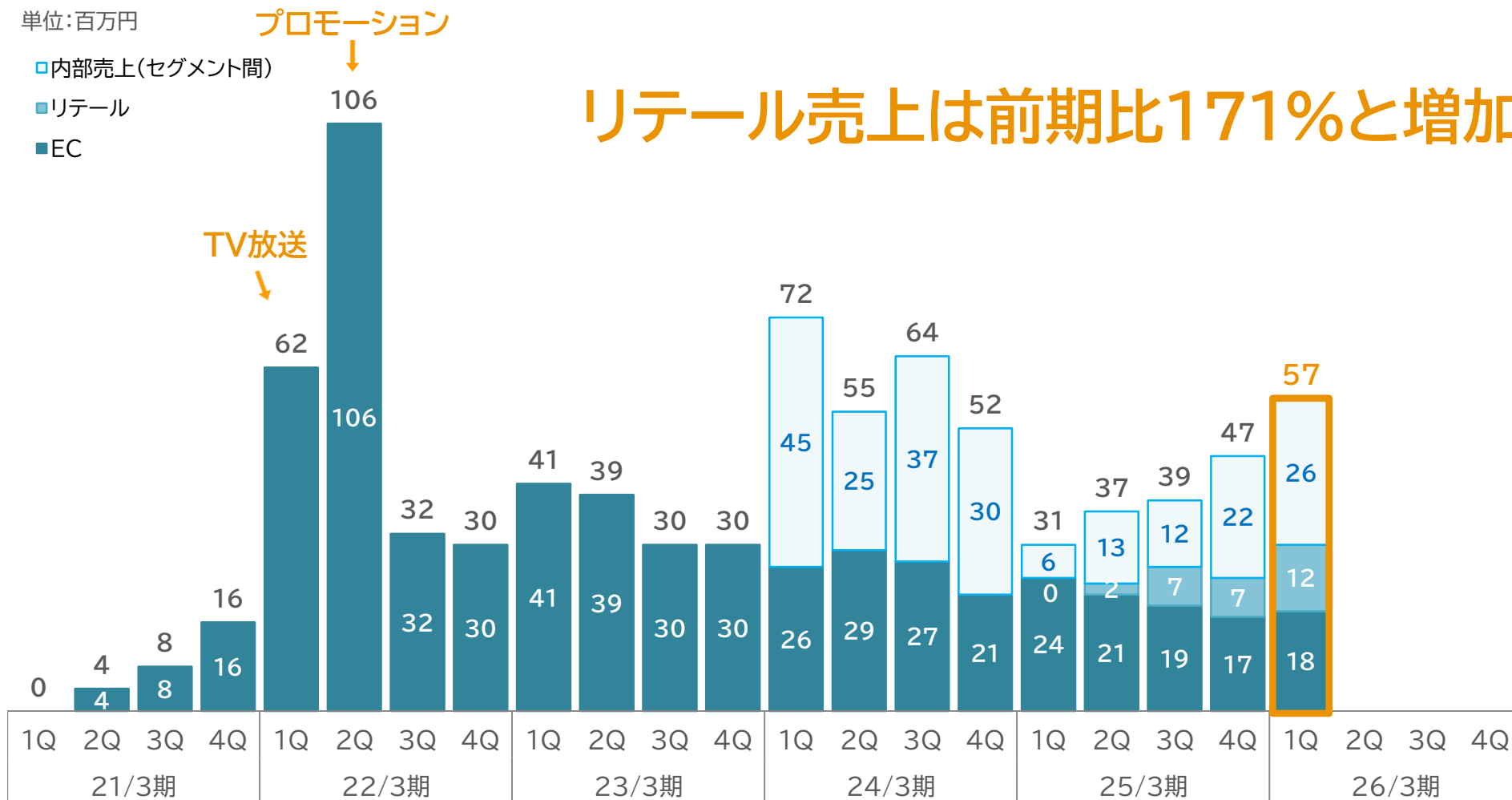
※3.出典:日本チェーンドラッグストア協会『第25回(2024年度)日本のドラッグストア実態調査』

※4.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』

売上高 四半期推移

単位:百万円

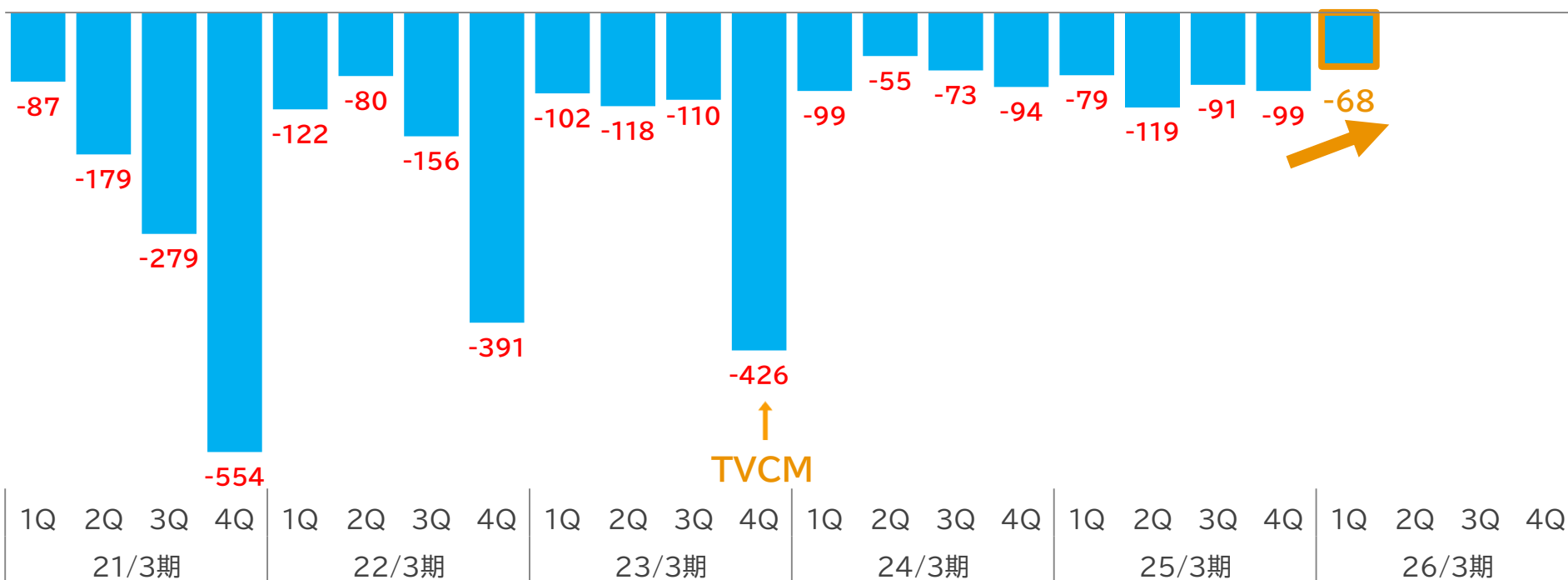
- 内部売上(セグメント間)
- リテール
- EC



営業利益 四半期推移

単位:百万円

新規導入店舗の増加により
損益が改善



プロモーション

国産ハイブランド冷食
の認知度を向上

SNSで魅力を発信

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

-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

国産食材
100%である

食品添加物82種類が
不使用である

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

生産者が特定されて
いるため安心感がある

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

成型肉や結着剤を
使用していない

インジェクションで
油を注入していない

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

1 | 決算概要(4月～6月)

2 | 2026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

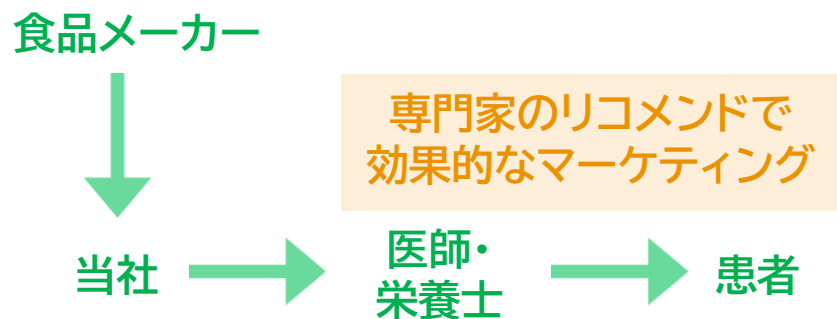
6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

ビジネスの強み

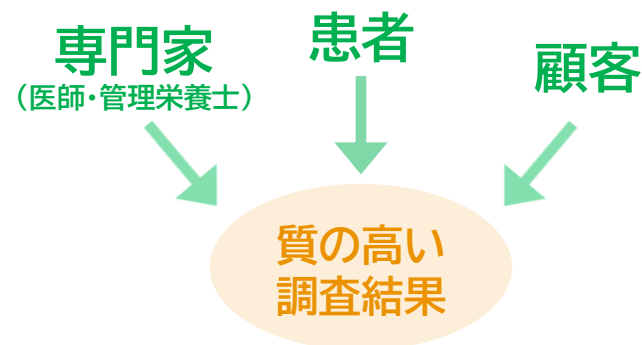
唯一無二の
医療機関ネットワーク

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。



質の高い調査結果で
マーケティング戦略を提案

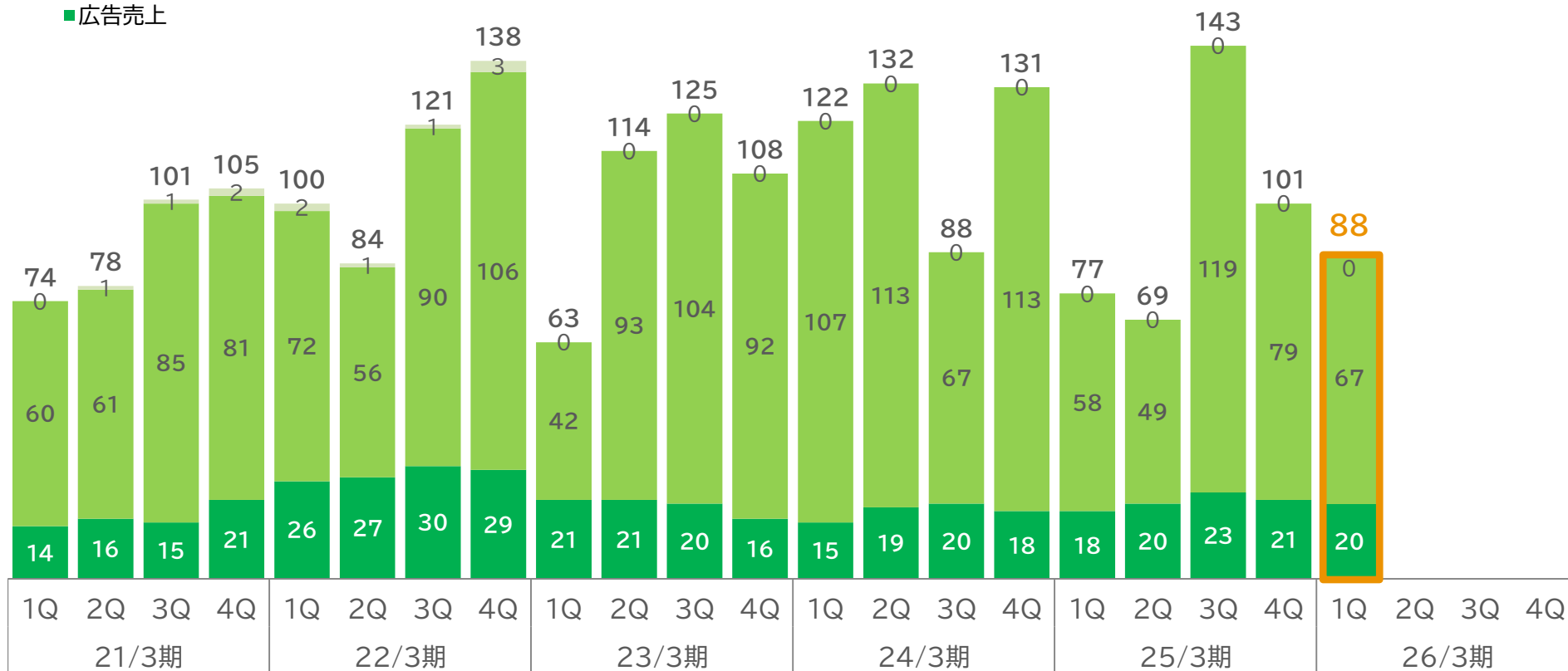
専門家(医師・管理栄養士)・患者・顧客に対して調査や分析を行うことで、最適な提案が可能となります。



売上高 四半期推移

単位:百万円

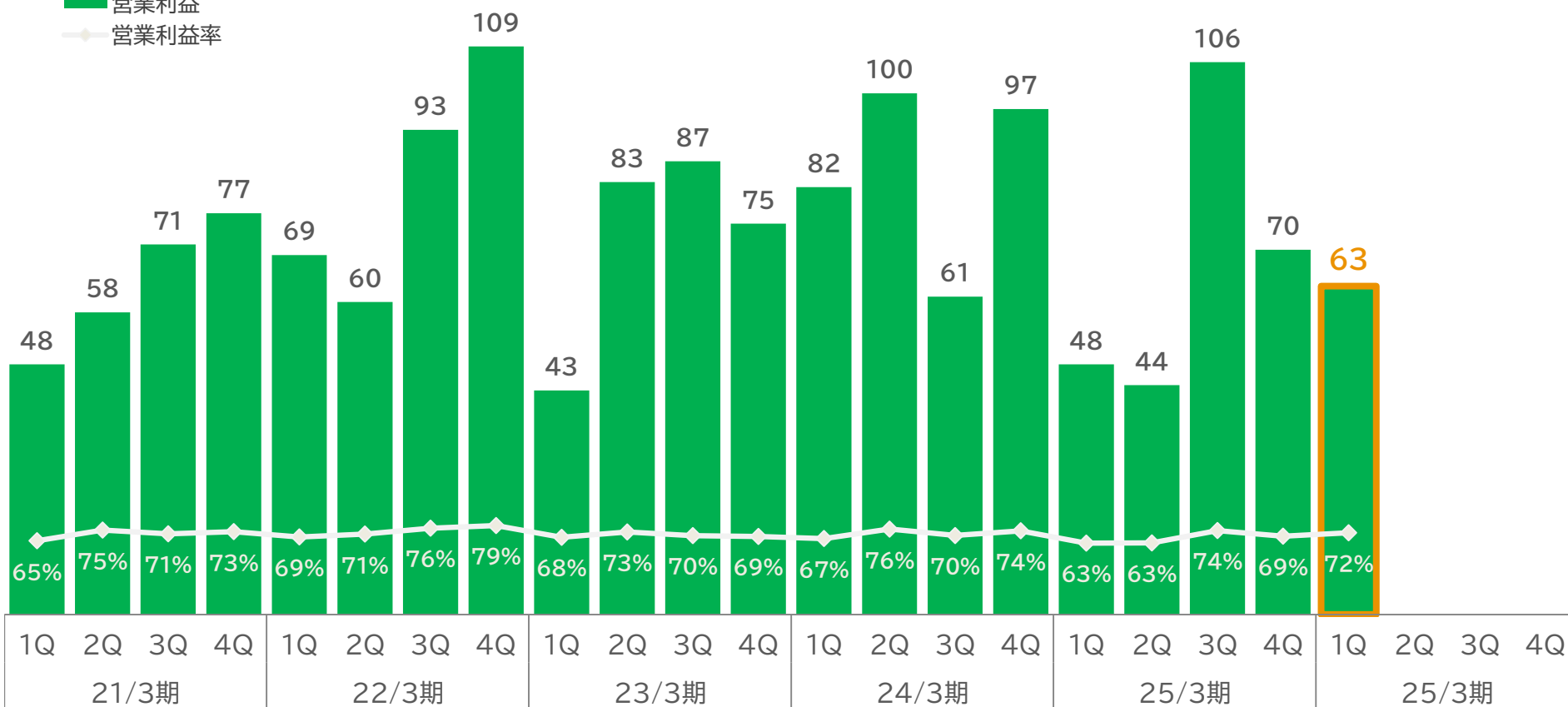
- WEBメディア
- 業務受託
- 広告売上



営業利益 四半期推移

単位:百万円

■ 営業利益
◆ 営業利益率



栄養士の知識習得に役立つスキルアップセミナーを月2回開催

製薬企業・食品メーカーと栄養士をマッチング
ミールタイム・ポータルを活用し、参加者を募集

1Q 開催

4.9(水) 明星食品社

『低糖質なのに、しっかりうまい！
新しい選択肢ロカボNOODLES』

5.7(水) ロート製薬社

『0.586gが変えてくれるわたしの未来
～食事と一緒にVision R～』

6.4(水) キッコーマン食品社

『1日不足分の果実を手軽に！
～あたらしい果物のかたち～』

4.23(水) インボディ・ジャパン社

『体重とBMIばかり見てませんか？
～体組成からわかること～ 栄養指導力を高めよう！』

5.21(水) 雪印メグミルク社

『骨の健康と「MBP」』

6.18(水) 竹本油脂社

『栄養士が知っておきたい！
ごま油の健康価値と簡単レシピの活用術！』

2Q 開催予定

7.2(水) 横浜石心会病院様

7.16(水) 日本コカ・コーラ社

8.6(水) ツムラ社

8.20(水) カゴメ社

1 | 決算概要(4月～6月)

2 | 2026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 | 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1Q			25/3期 実績
			目標	実績	評価	
1	9連休以上取得率※	 	100%	-	-	100%
2	有給取得率	 	90%	40.3 %	-	97.5%
3	部活動の支援	 	実施	実施	○	実施
4	月間平均所定外労働時間	 	18時間以下	20.1時間	-	16.5時間
5	女性管理職率	 	65%以上	72.7%	○	72.7%
6	時短勤務制度を活用する社員数	 	9名以上	10名	○	11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	3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	2回	-	5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2026」の開催	 	1回	-	-	1回

※ 2025年6月1日までに入社した社員が対象

1 | 決算概要(4月～6月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

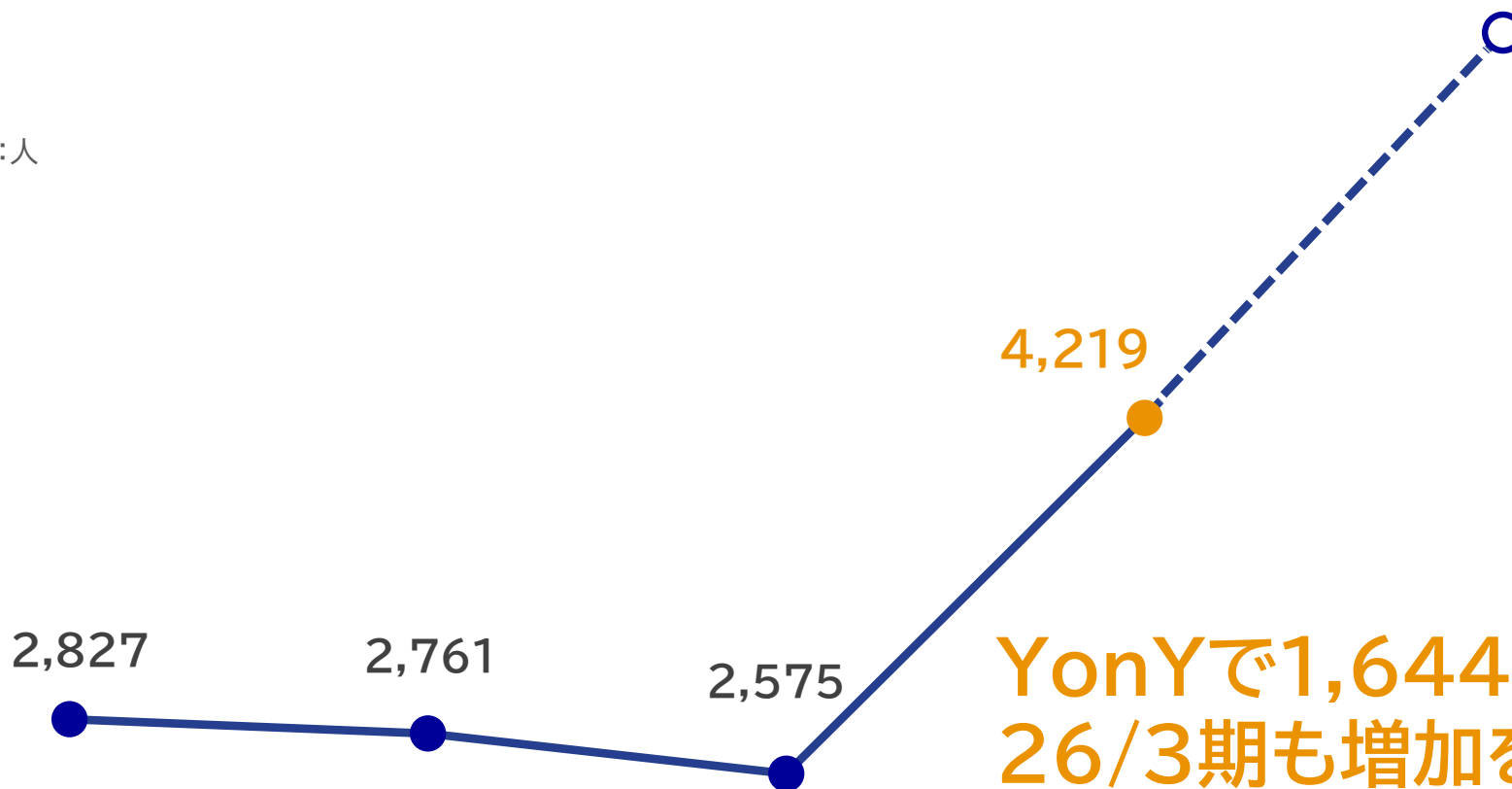
5 | マーケティング事業

6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

株主数

単位:人



YonYで1,644名増加
26/3期も増加を見込む

22/3期末

23/3期末

24/3期末

25/3期末

26/3期末

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

