

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

2025年6月30日(月)

東証グロース 3137

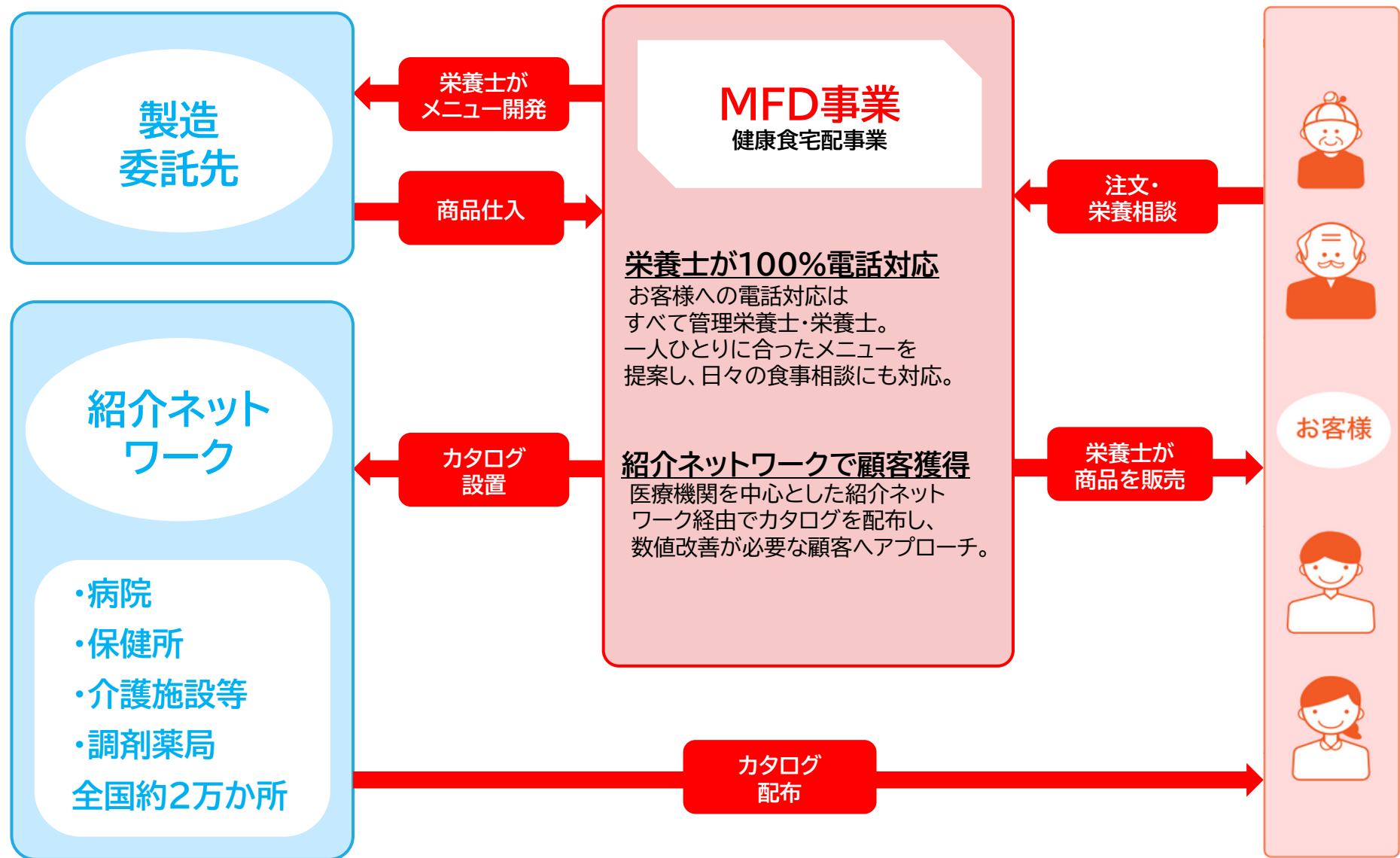
一人でも多くのお客様に健康で楽しい食生活を提案し
豊かな未来社会に貢献します

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

企業名	株式会社ファンデリー	社名由来 FUN《面白さ・楽しさ・感動》 DELIVERY《お届けする》
本社所在地	東京都北区赤羽2-51-3 NS3ビル3F	
代表者	代表取締役 阿部 公祐	
設立	2000年9月25日	
従業員数	63名(2025年3月末現在・パート社員含む)	
事業内容	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 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 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	

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
+
葉酸

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

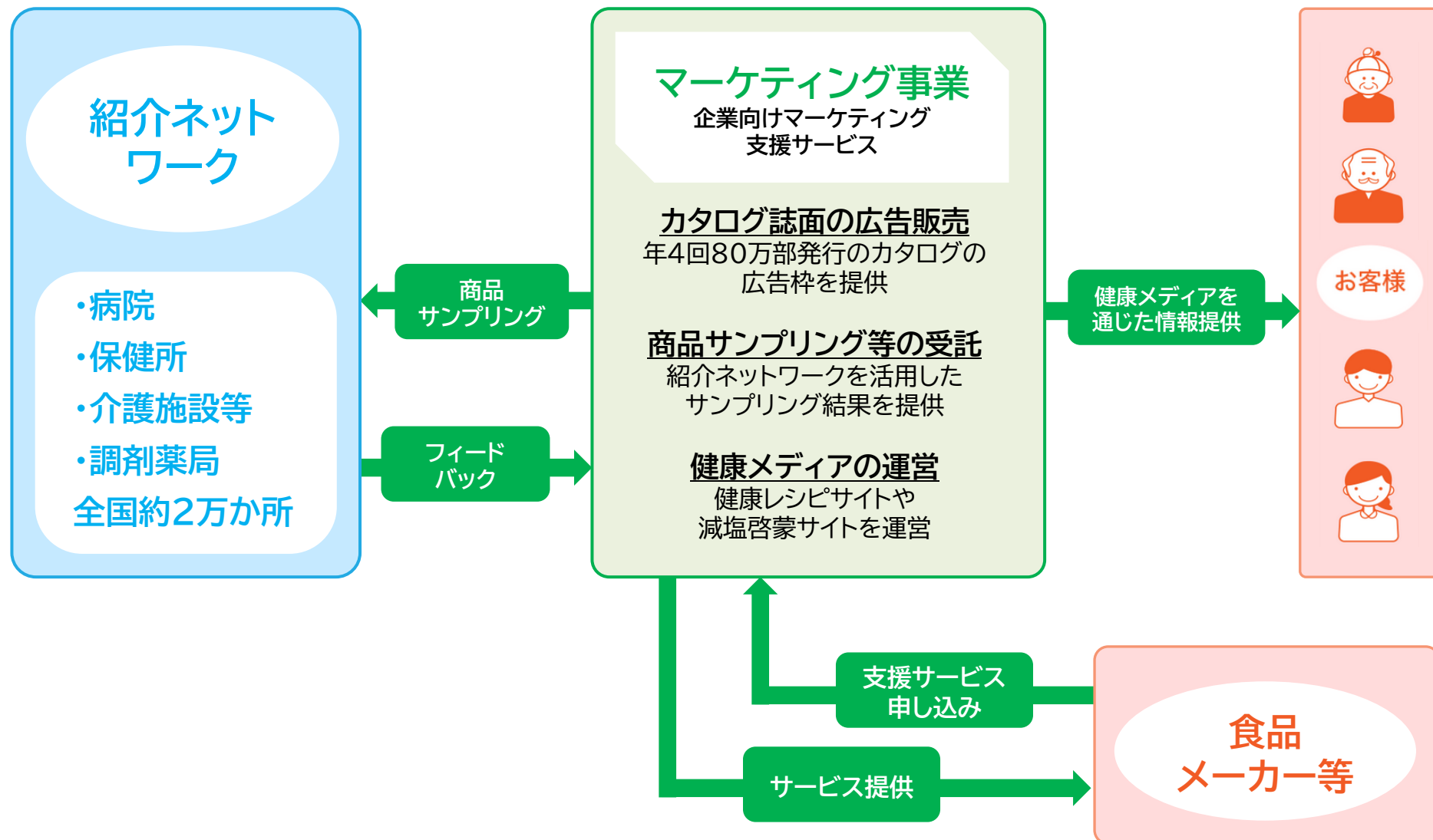
たんぱく質
+
マグネシウム

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mend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mend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)



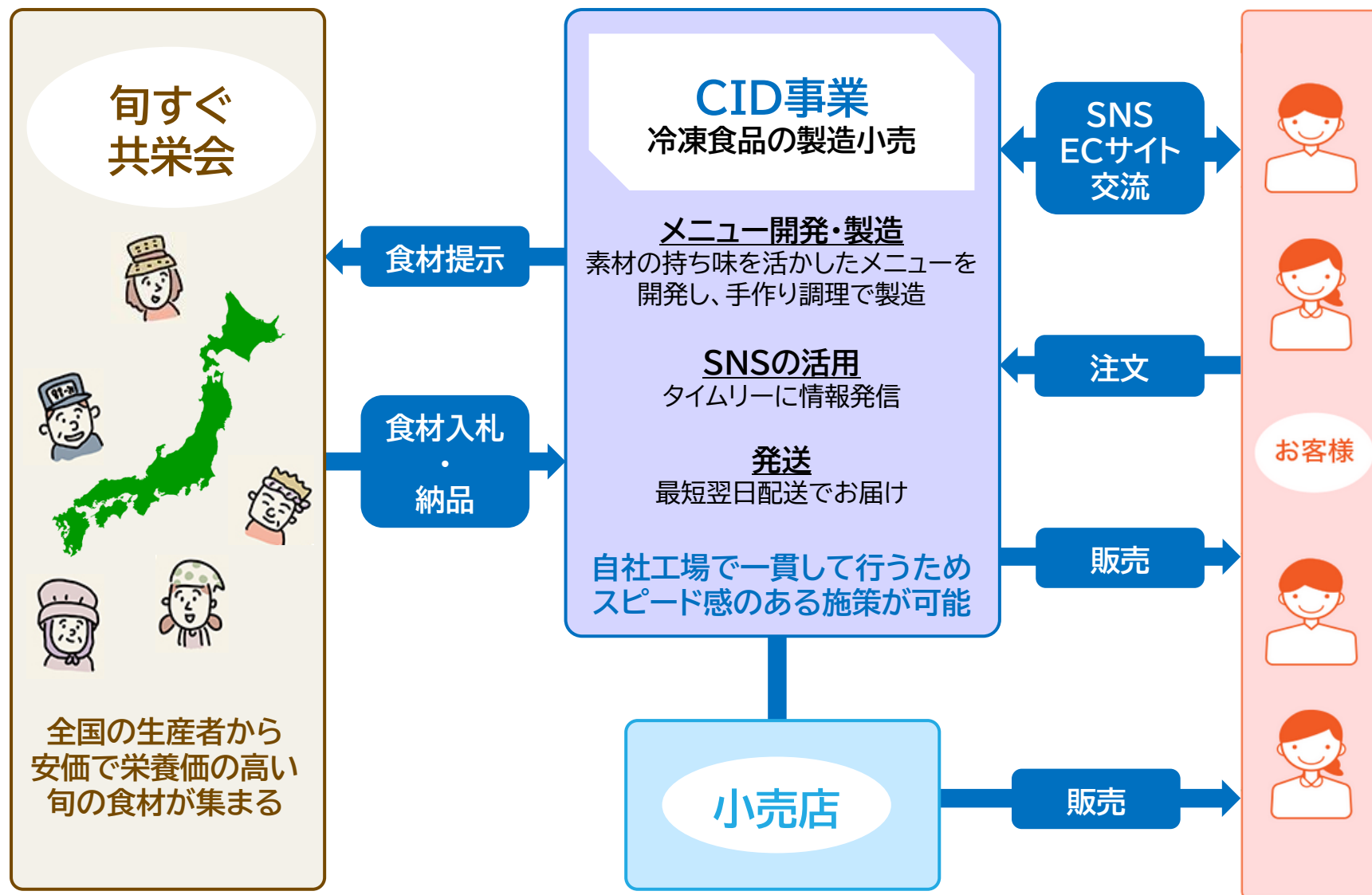
患者



顧客



質の高い
調査結果



小売店からの顧客獲得のフロー

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

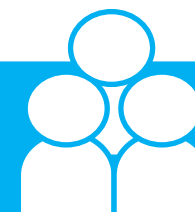
④顧客獲得

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



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)

ハンバーグ

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

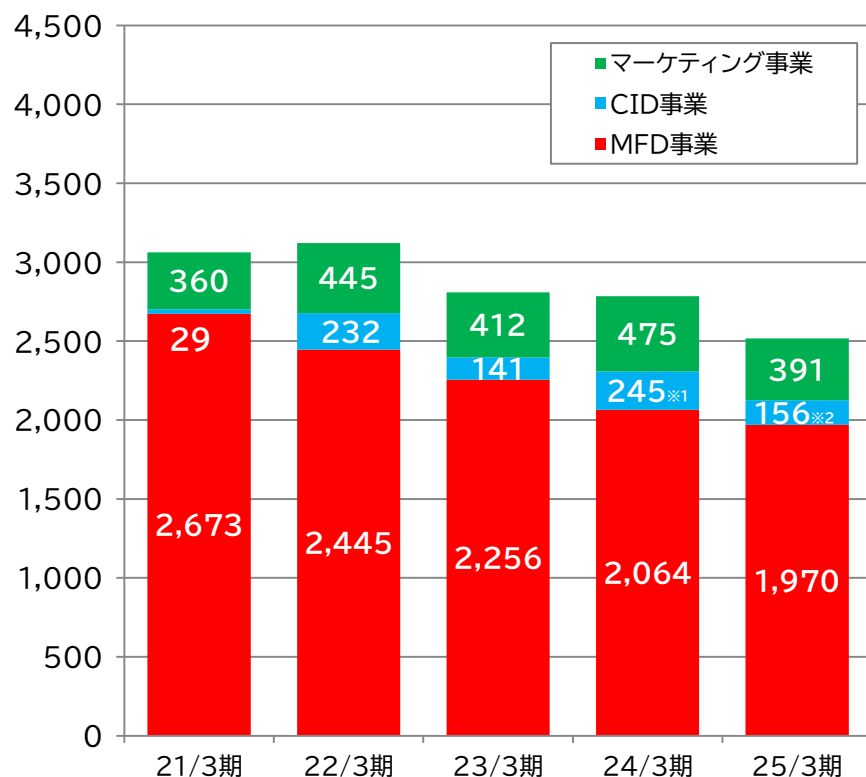
精米して3日以内の、生産者を特定
した特Aランク米のみを使用

超カレー

スパイスにこだわった人気のカレー
5種類と特Aランクのご飯を一度に
楽しめるBOX

売上高

(単位:百万円)

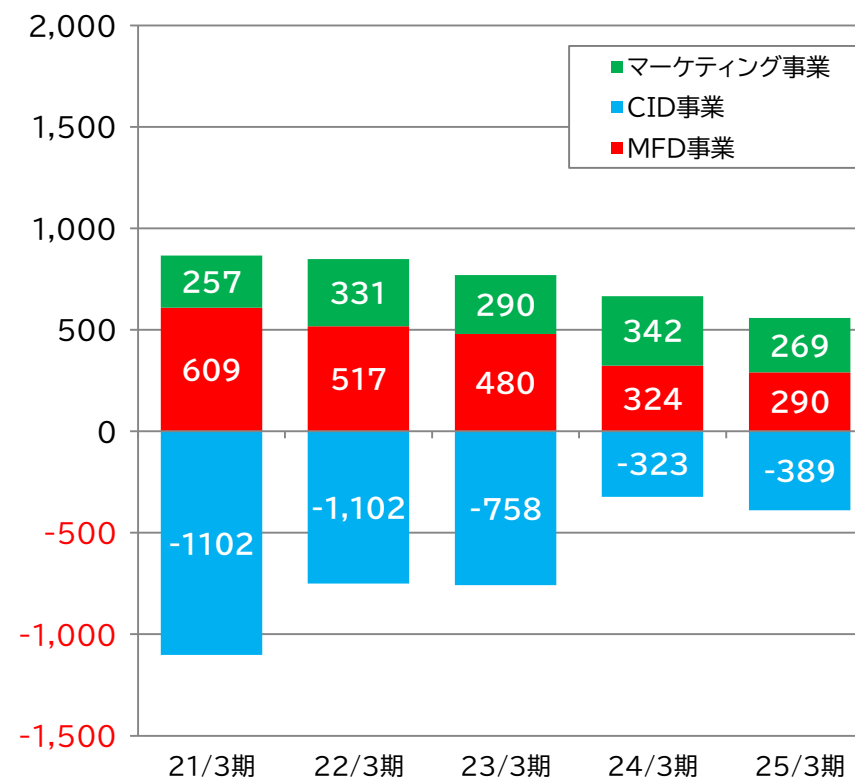


※1…24/3期4QにおけるCID事業の売上高には、セグメント間の内部売上高138百万円を含んでおります。

※2…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54百万円を含んでおります。

営業損益

(単位:百万円)

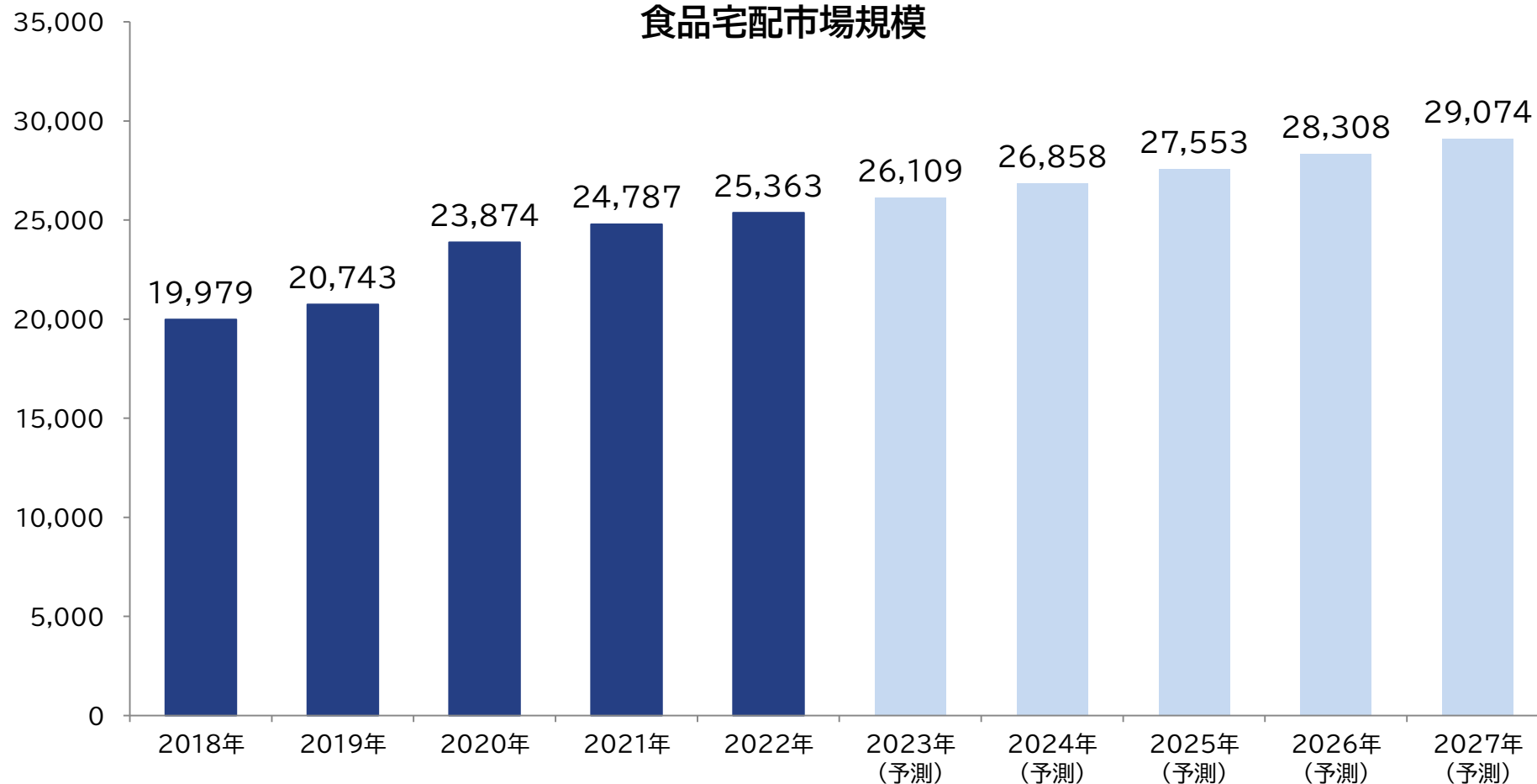


1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 成長戦略
5. 経営指標
6. リスク情報

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)

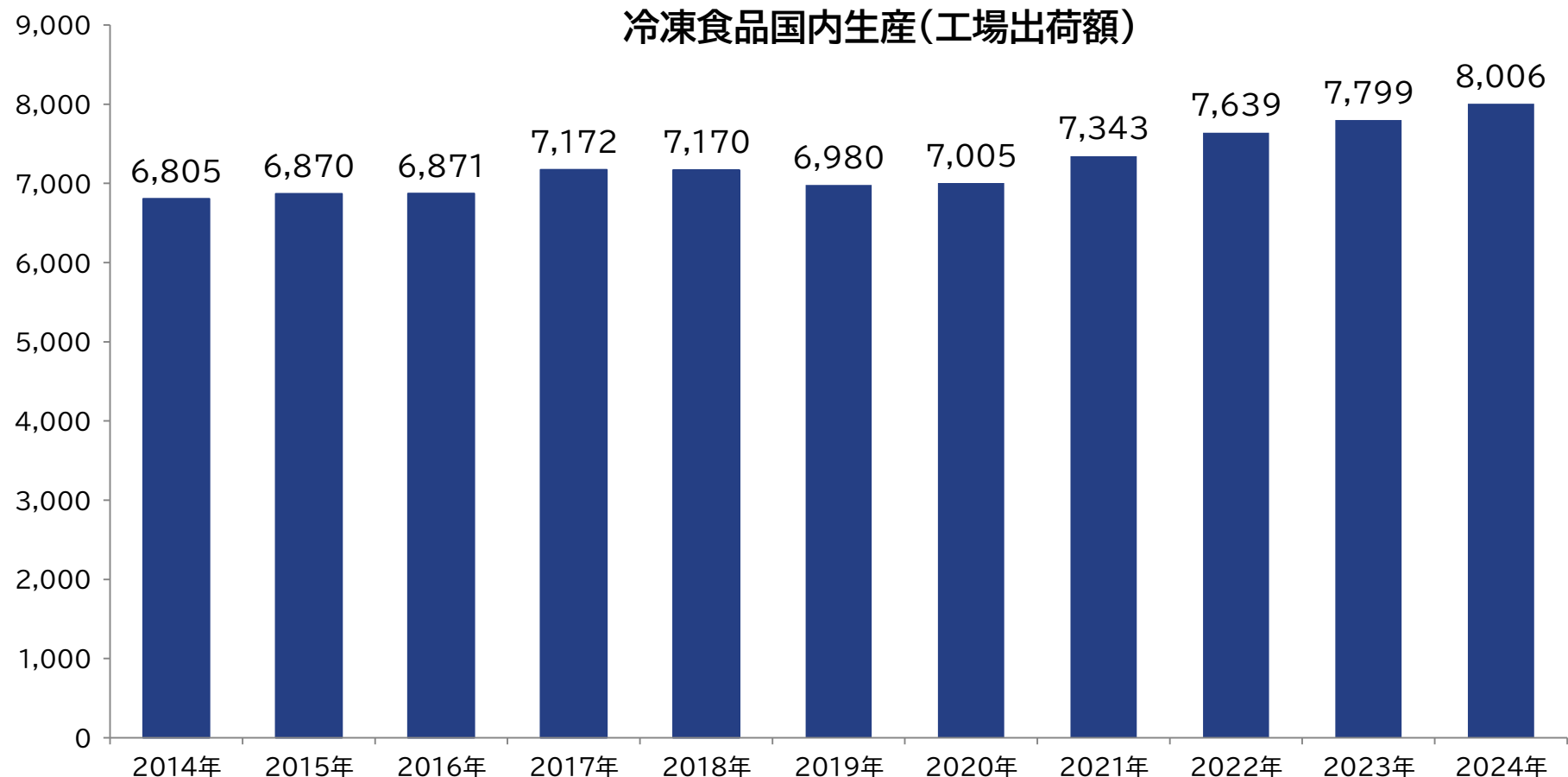
食品宅配市場規模



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)

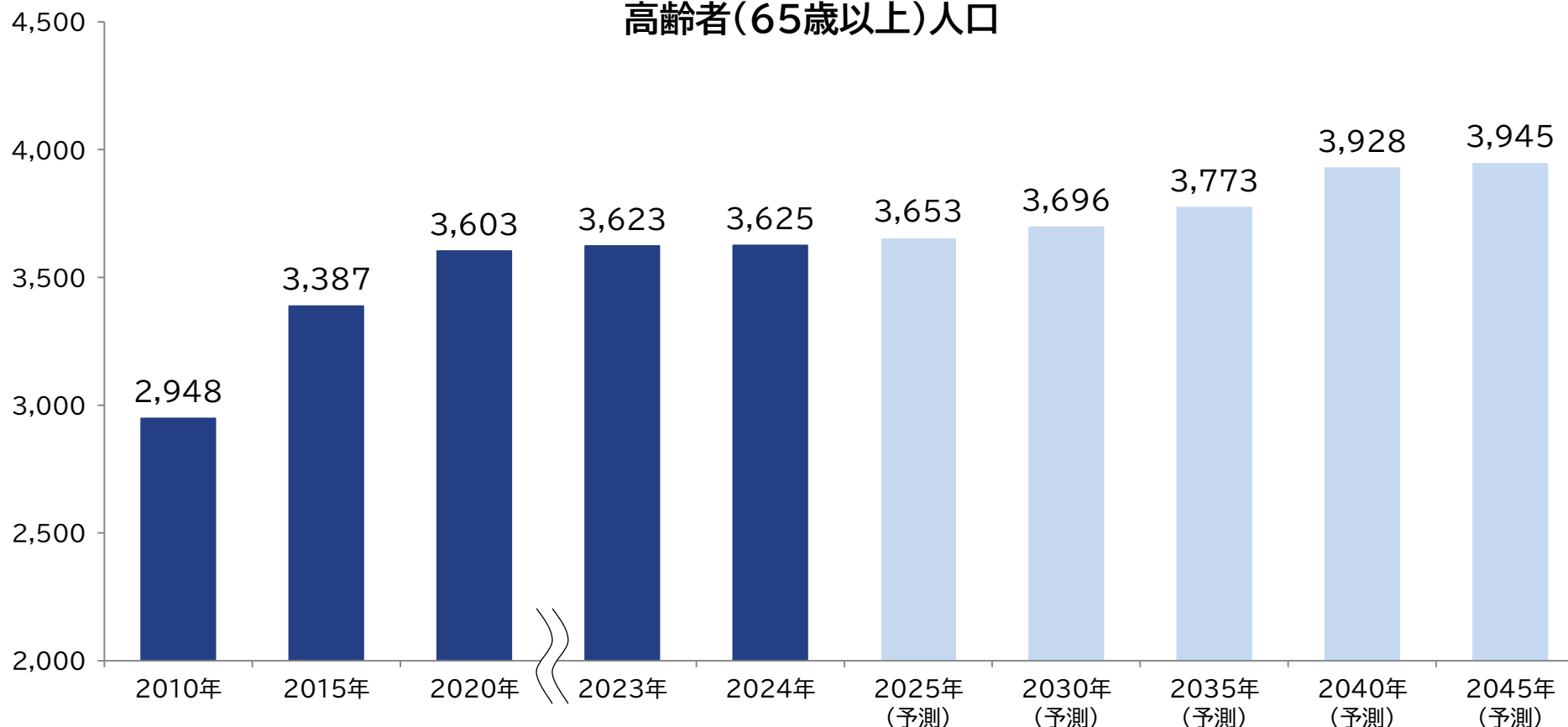


出典:日本冷凍食品協会「令和 6 年(1~12 月)冷凍食品の生産・消費について(速報)」

MFD事業の主要顧客の 高齢者人口は今後も増加

(単位:万人)

高齢者(65歳以上)人口



出典:総務省統計局「統計からみた我が国の高齢者-「敬老の日」にちなんで」

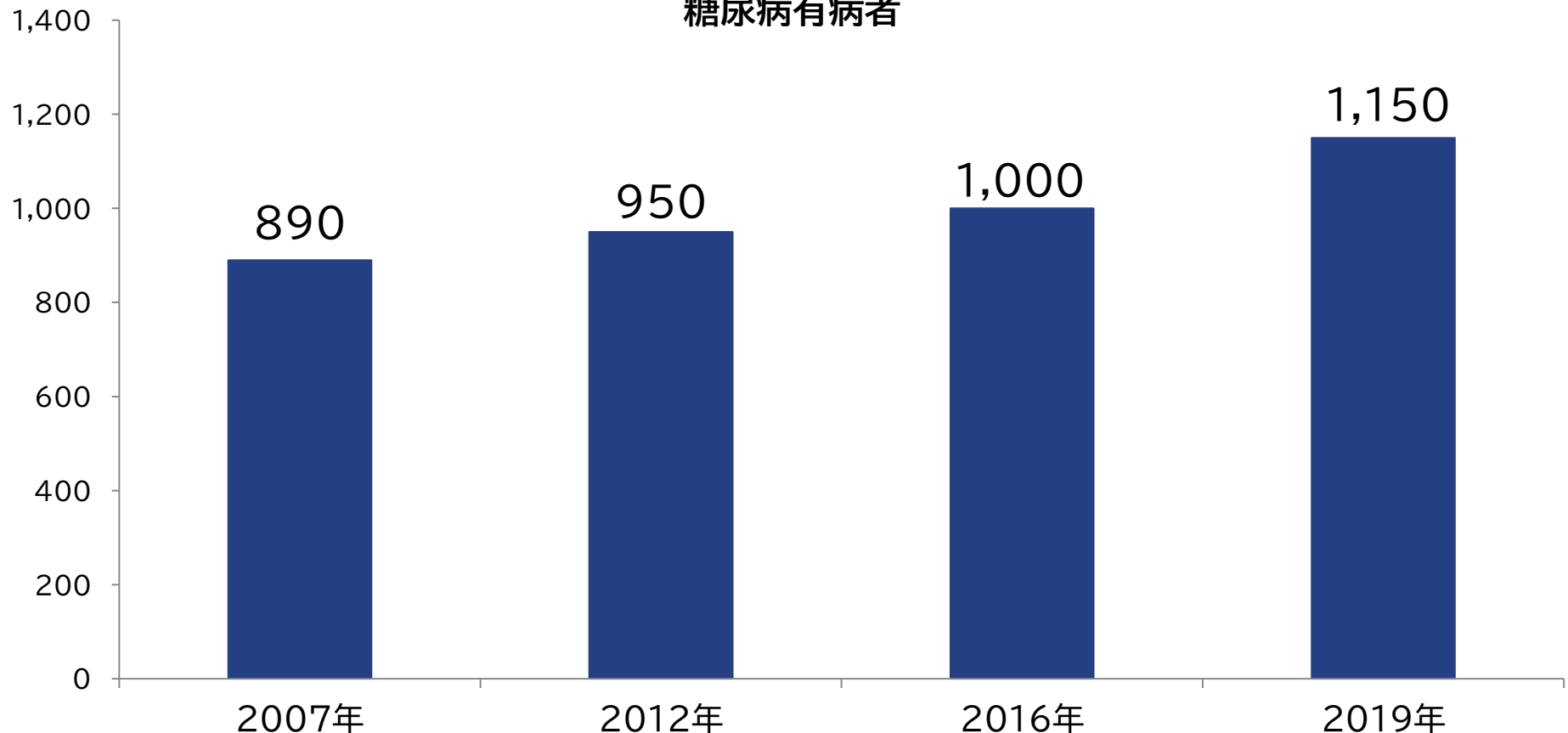
1950年～2020年は「国勢調査」、2023年及び2022年は「人口推計」、

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



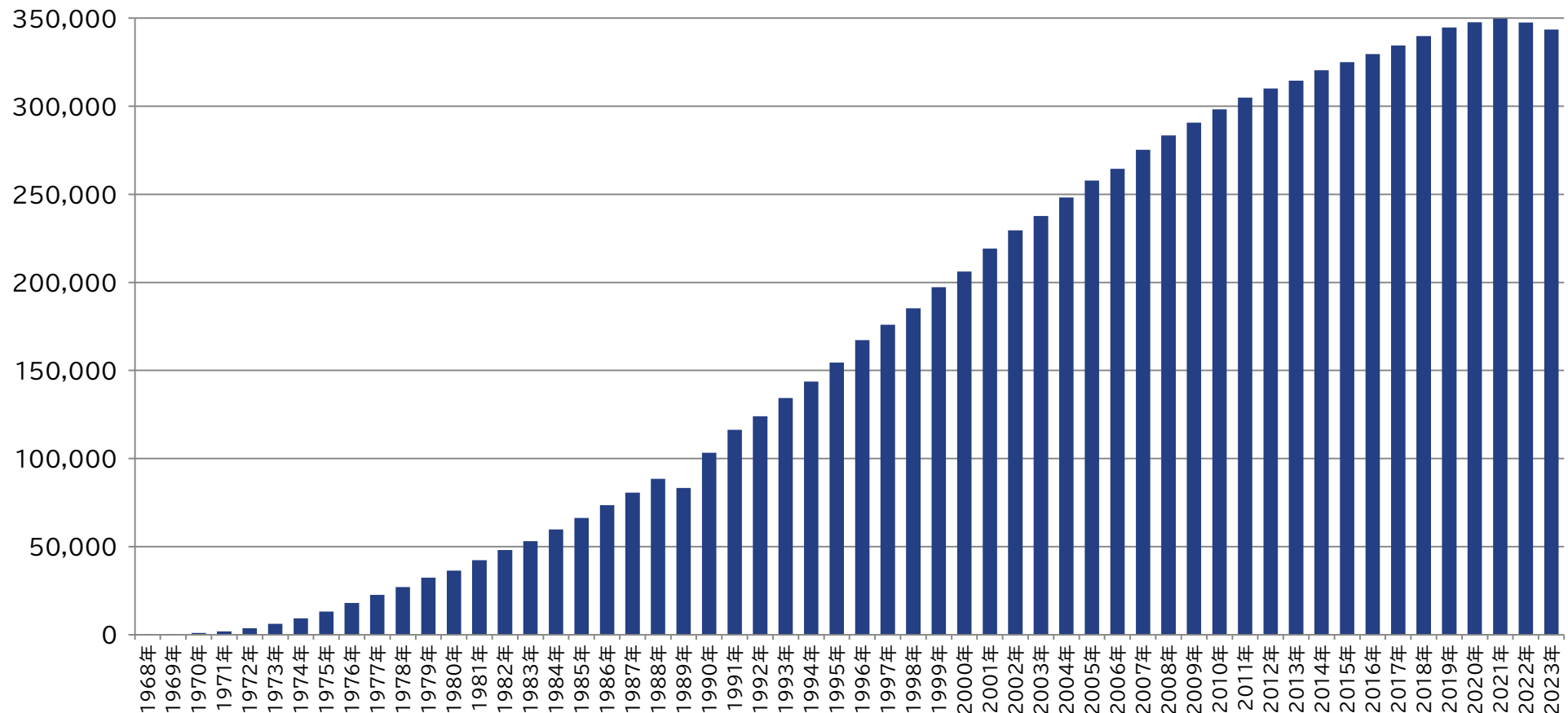
厚生労働省「国民健康・栄養調査」

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

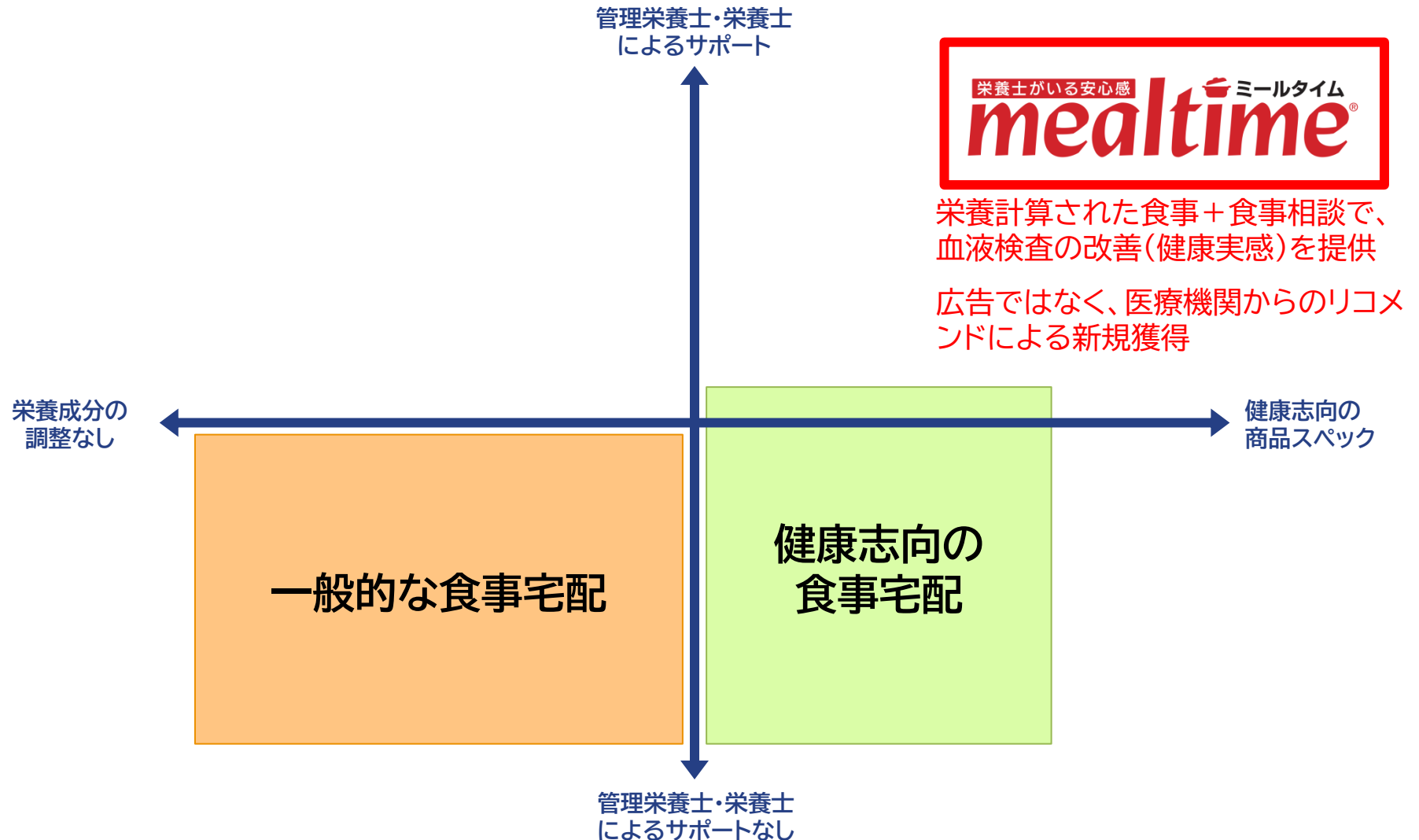
MFD事業の主要ターゲットである 透析患者数(腎臓病)は増加の傾向

慢性透析患者数

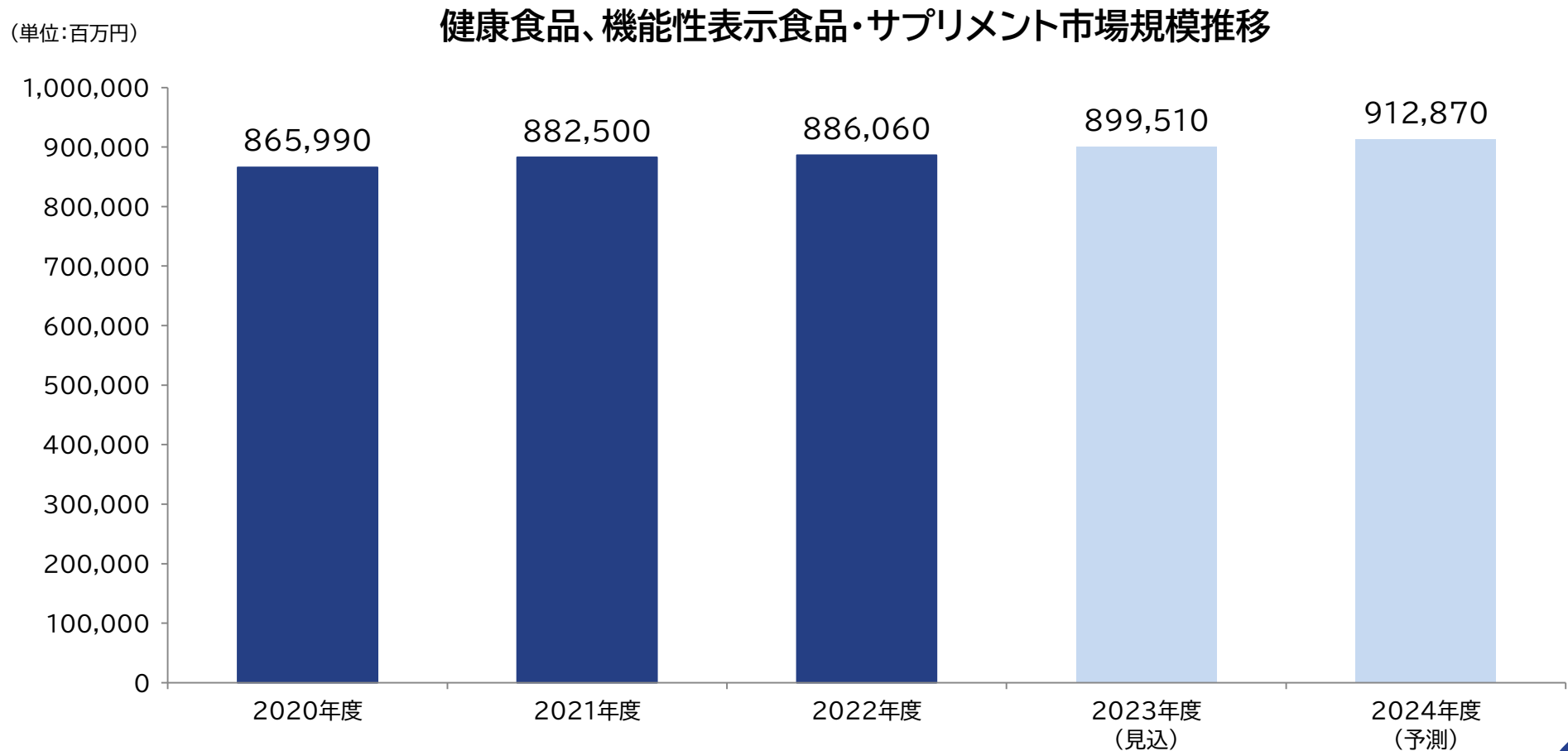
(単位:人)



出典: 日本透析医学会「わが国の慢性透析療法の現況(2023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



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。

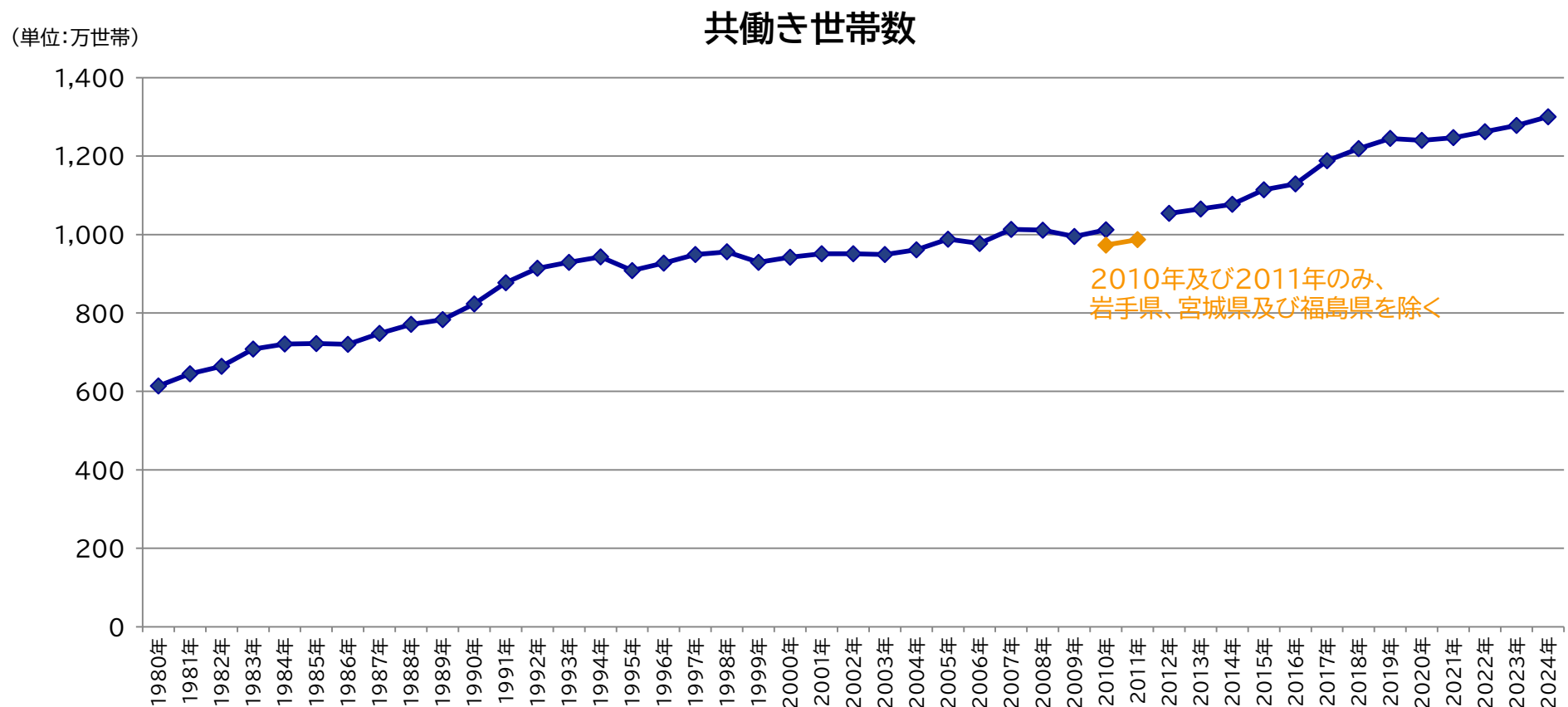
調査機関と
回答者の間に
金銭の授受あり

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

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

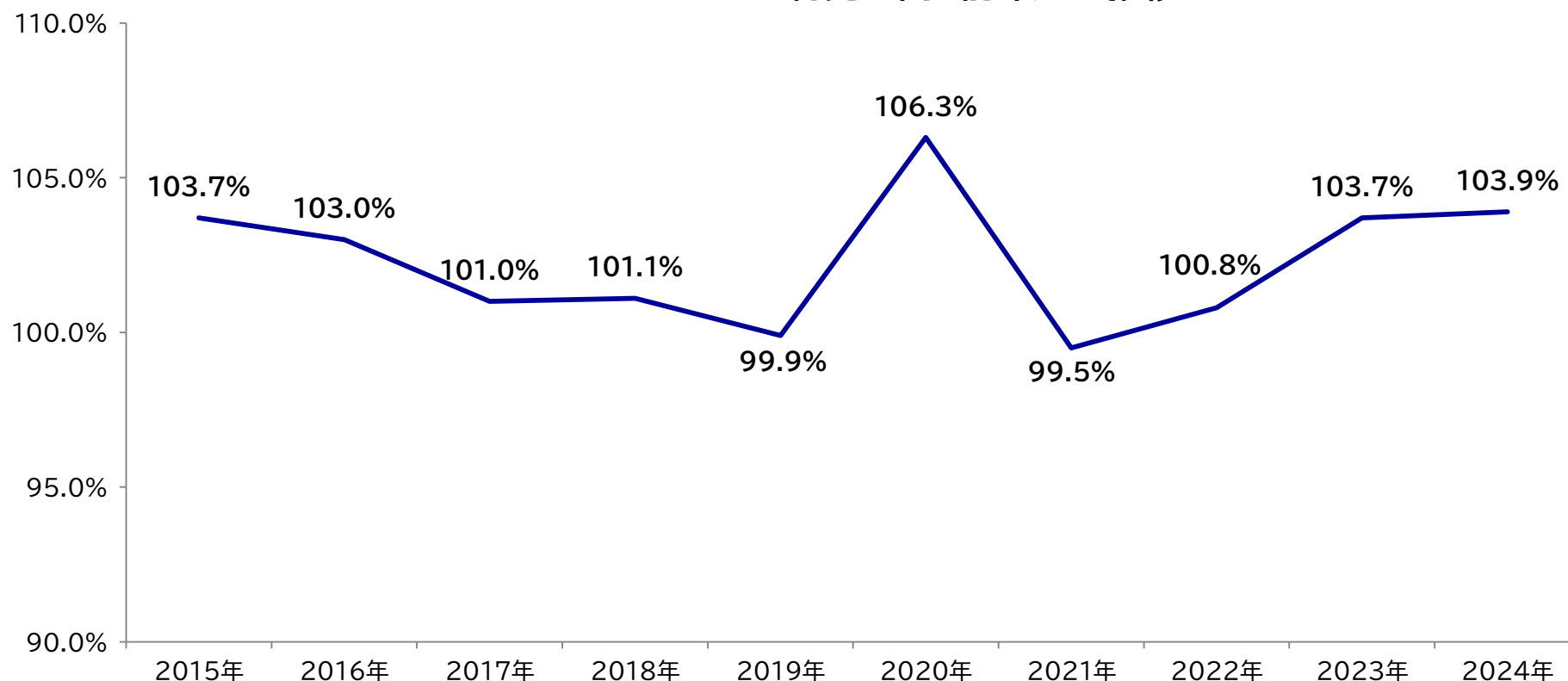


出典:総務省「労働力調査特別調査」(2001年以前)及び総務省「労働力調査(詳細集計)」(2002年以降)

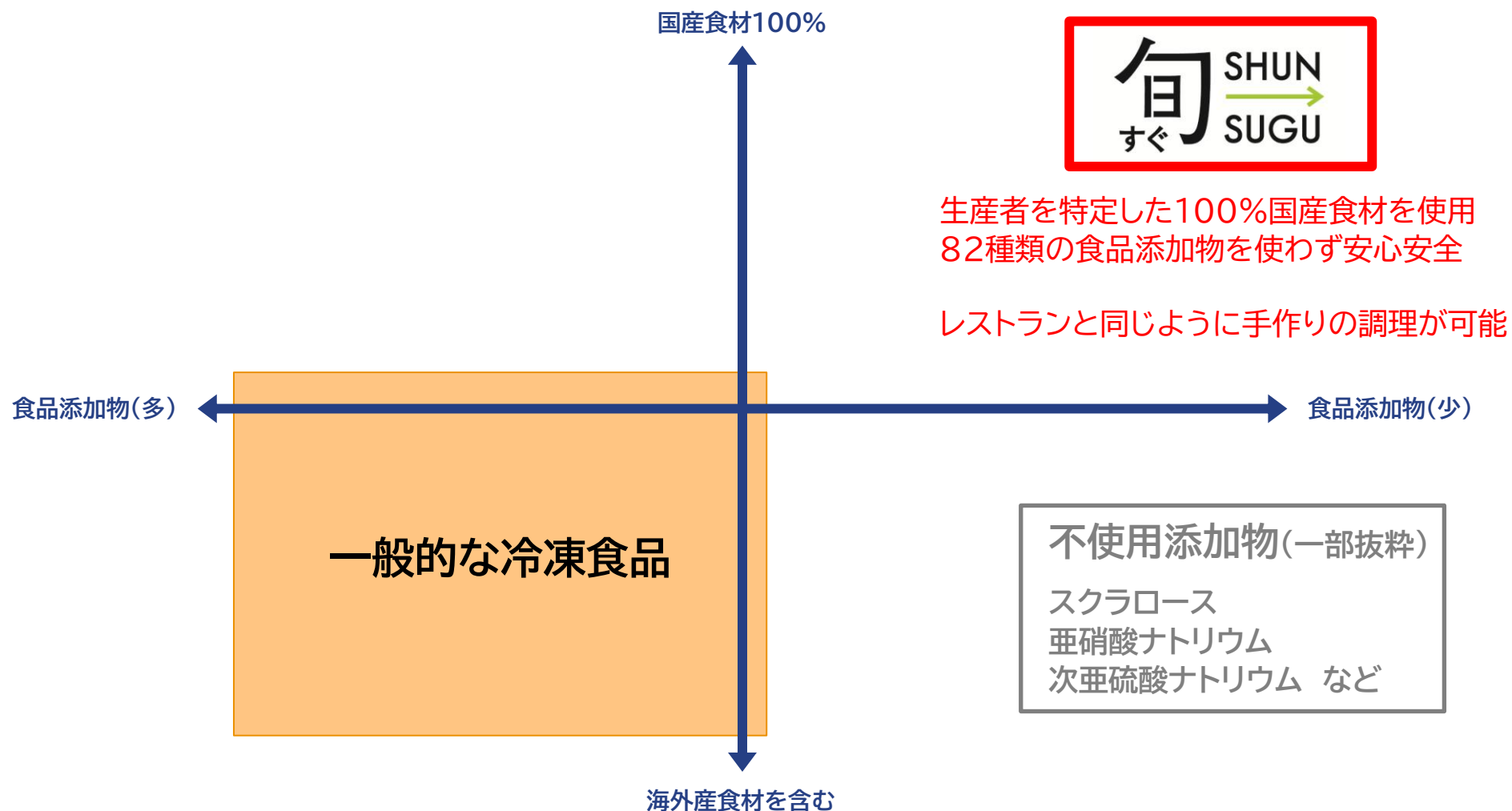
スーパーマーケットの市場はコロナ後、拡大傾向

(単位:百万円)

スーパーマーケット総売上高 前年比の推移



出典:全国スーパーマーケット協会「スーパーマーケット白書(2025年度版)」



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 事業	項目	目標	実績	評価
	「Mオフ」 (医師、管理栄養士と当社社員の交流会)	年24回	年24回	○
	「ミールタイム栄養士スキルアップセミナー」 (社外栄養士向けの勉強会)	年24回	年24回	○
	「学会への参加」	7回以上	8回	○
	新規アラカルトメニューの発売	3品以上	6品	○

CID 事業	項目	目標	実績	評価
	1,000店舗以上で配荷	1,000 店舗以上	384店舗	× 販売開始時期の遅れにより未達 26年3月期1Qで達成見込み

マーケ ティング 事業	項目	目標	実績	評価
	製薬企業の契約社数 5社以上	5社以上	6社	○

MFD事業

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推進する。

CID事業

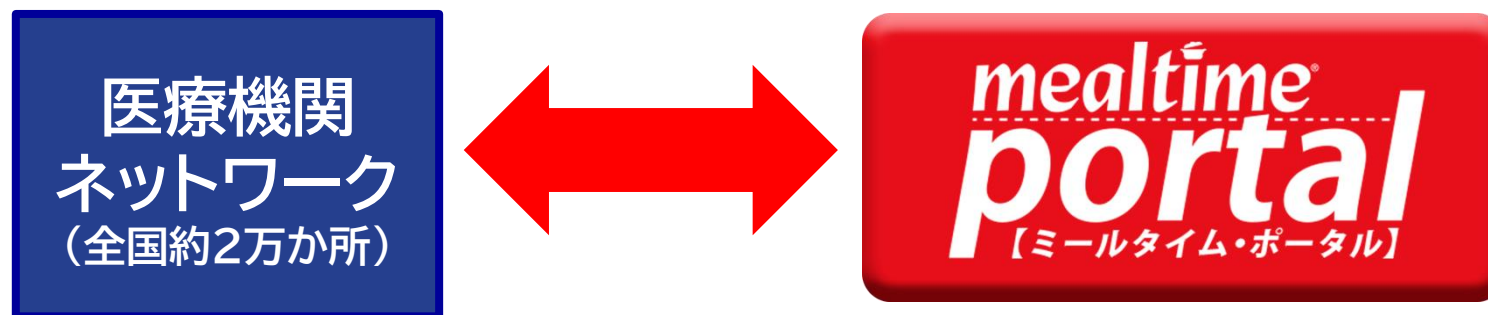
「旬をすぐに」ブランドの魅力を発信し、正しく理解いただいたうえで購入してもらうことで、リピート率の向上を図る。

マーケティング事業

競争優位性が高い「管栄養士推奨マーク」取得サービスの提案を推進し、顧客の獲得を図る。

MFD事業

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
プロモーションを推進



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

CID事業

「旬をすぐに」ブランドの魅力を発信し、
リピート率の向上を図る

『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

マーケティング事業

管理栄養士推奨マーク取得の提案に注力

『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。

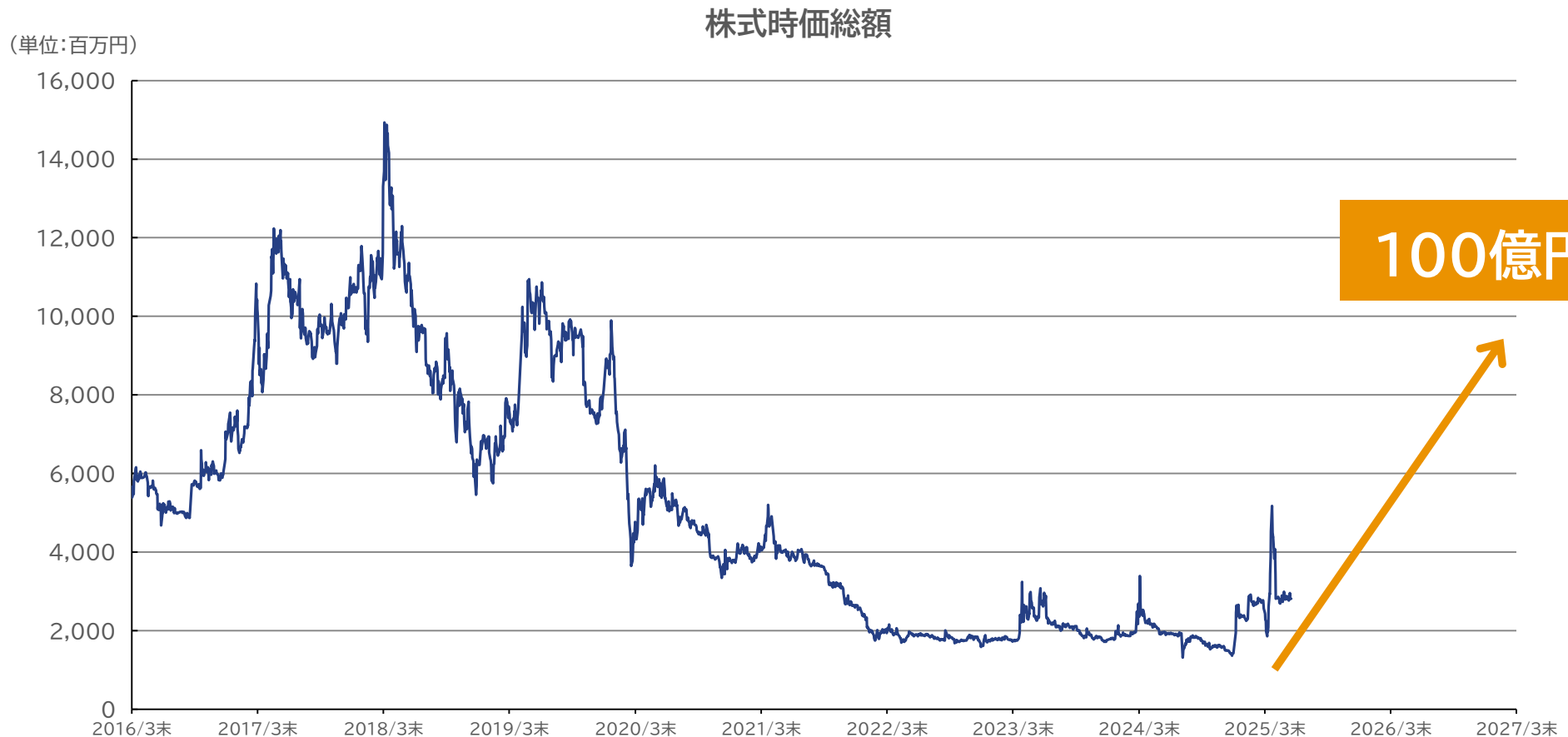
⑨自由なデザイン

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。

時価総額を向上させる経営を行い 2027年3月までに時価総額100億円を実現



※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。

時価総額の向上に向けた取り組み

■成長戦略

事業部ごとの施策(P31～33)を推進し、業績拡大を図る。

■株主優待

「旬をすぐに」のお食事クーポンを配布を実施し、株主様への還元を強化。

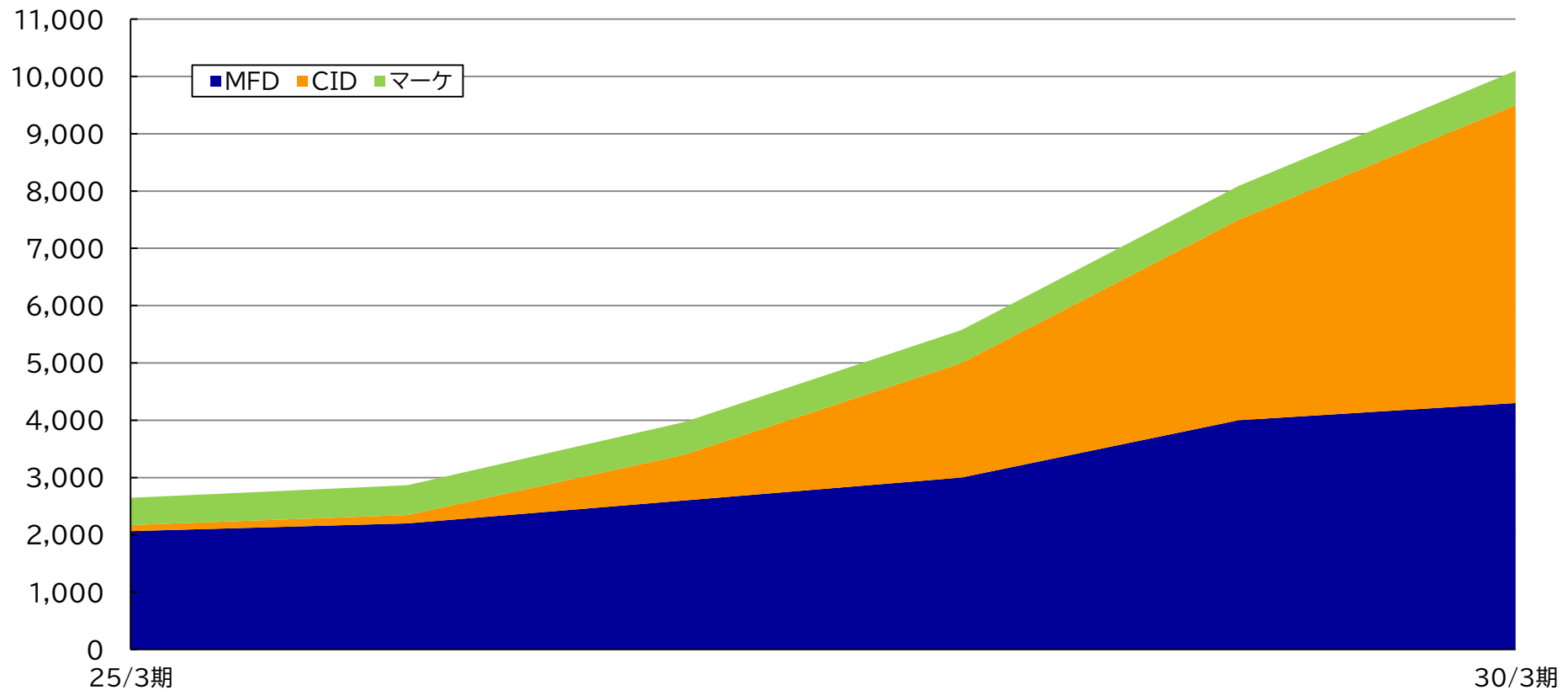
■株主向けイベント

試食イベント、管理栄養士による健康セミナーを実施し、株主様とのコミュニケーションを強化。

成長可能性に関する事項(2024年6月28日開示)に記載しておりました「2カ年(2026年3月末)でスタンダード市場へ」は、移行時期を再検討いたします。

MFD事業は定期コース会員の拡大、CID事業は小売店の販売を拡大することで、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

CID事業の重要な経営指標を新たに設定

今後、リテール売上の割合が大きくなることを見込み、ECサイトに関連する指標から、チャンネル別売上とリテールチャンネルに関する指標に変更した。

前回	今回(変更後)
アクティブ/ARPU	チャンネル別 売上高 【内部売上・リテール・EC】
AI旬すぐ会員	リテールチャンネルの 新規導入店舗数
商品レビュー	

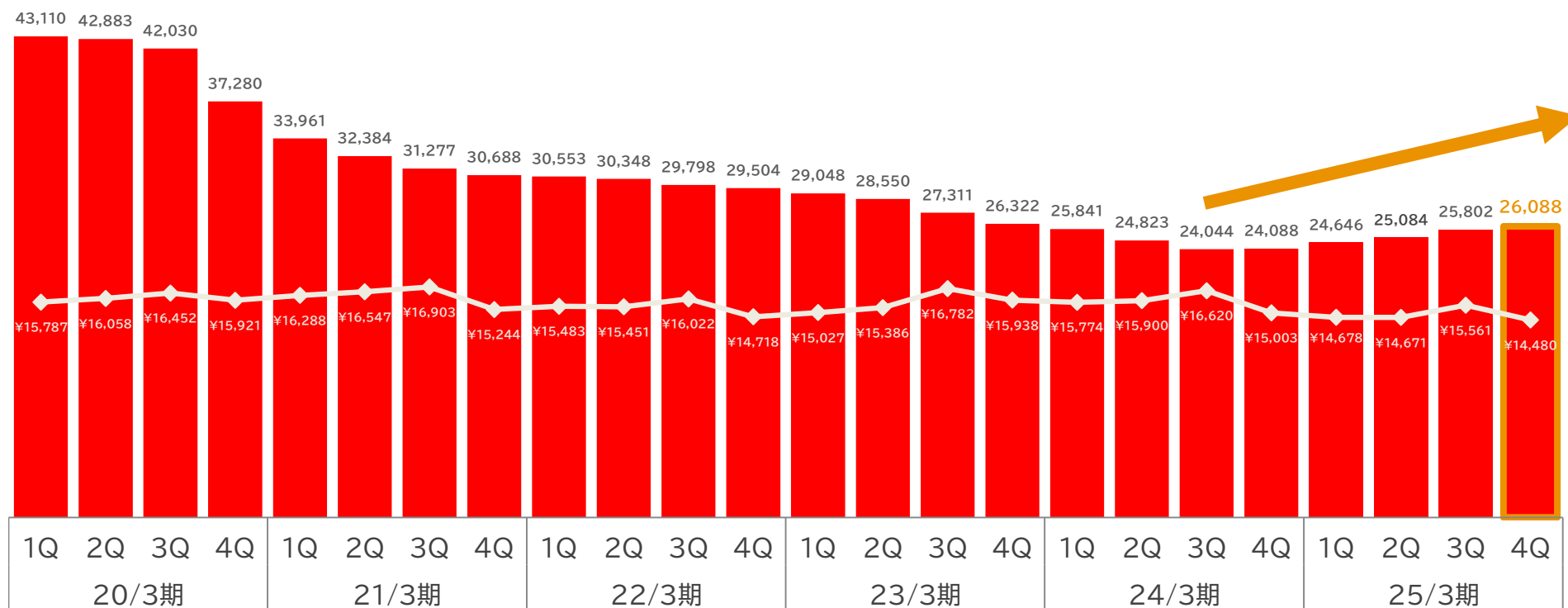
アクティブ/ARPU

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

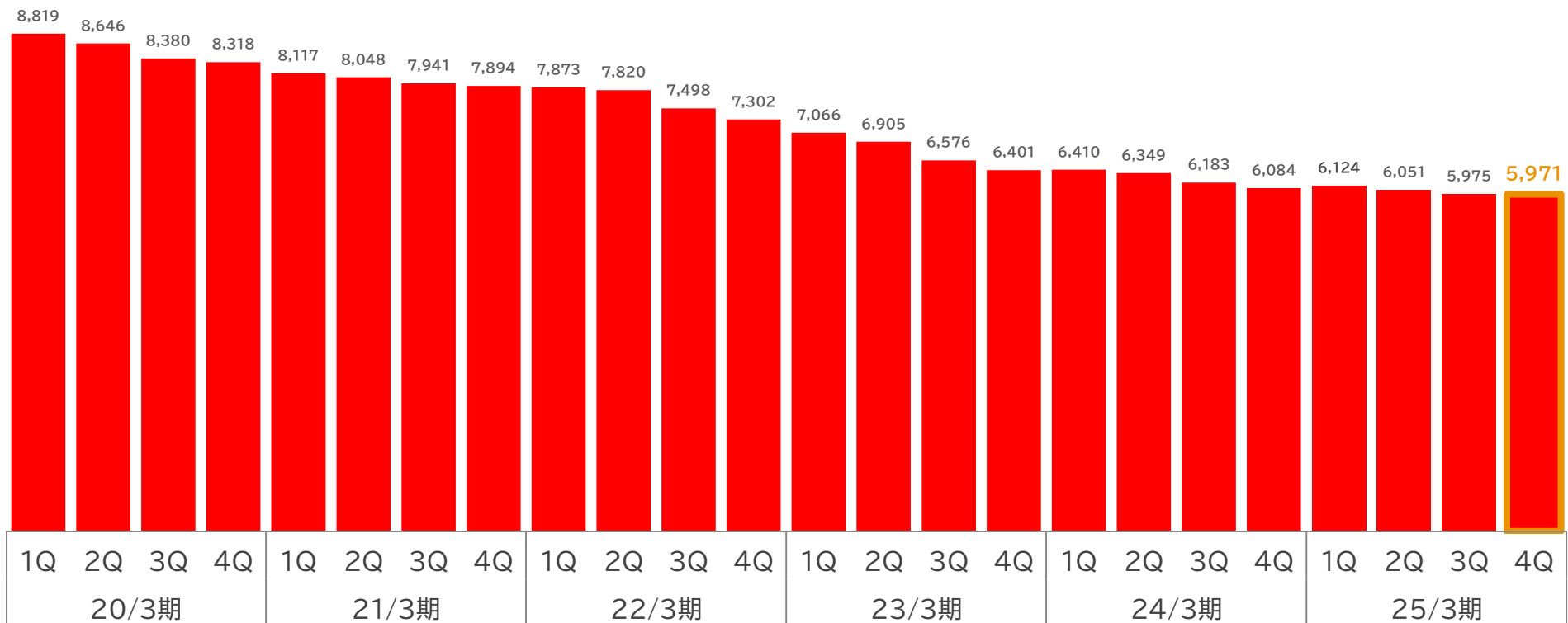


※アクティブ会員数・・・過去1年以内に1回以上購入した会員数

※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

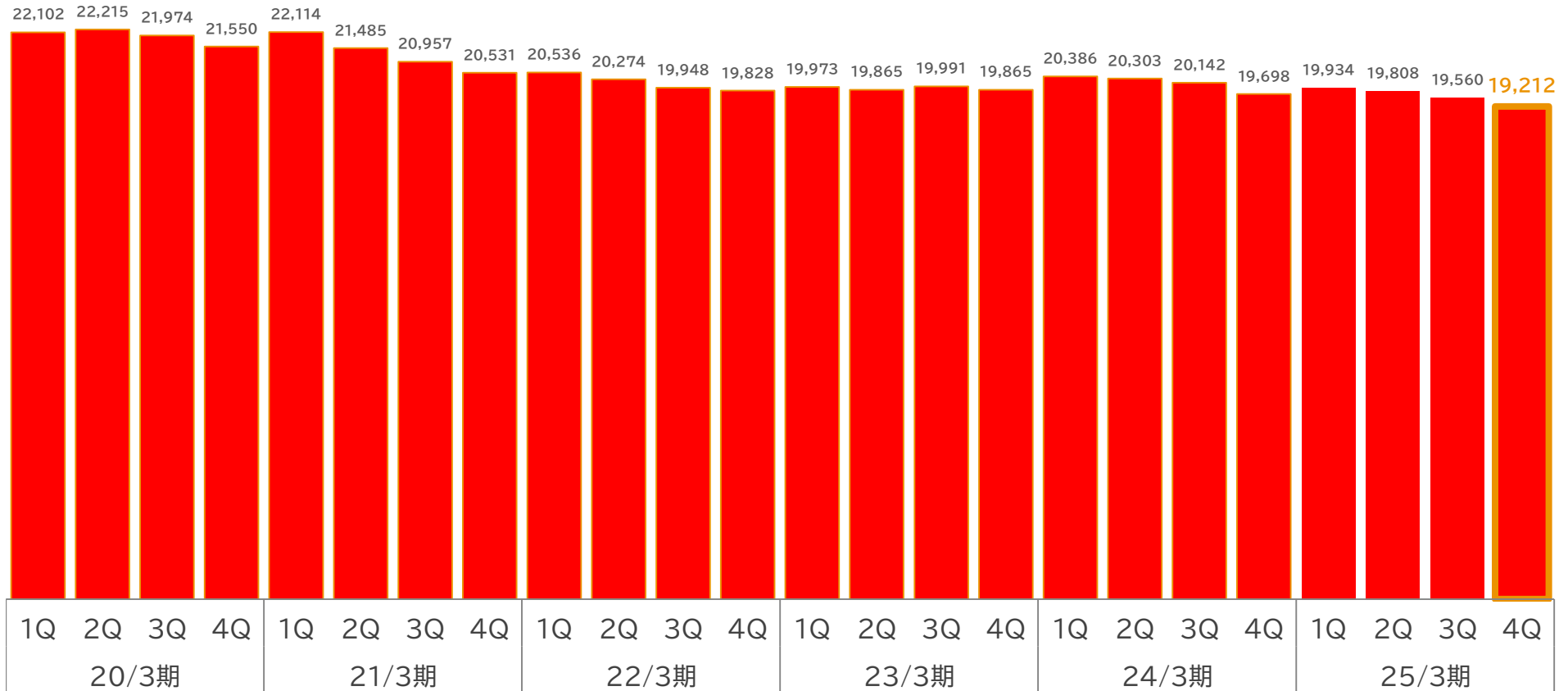
単位:人



※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

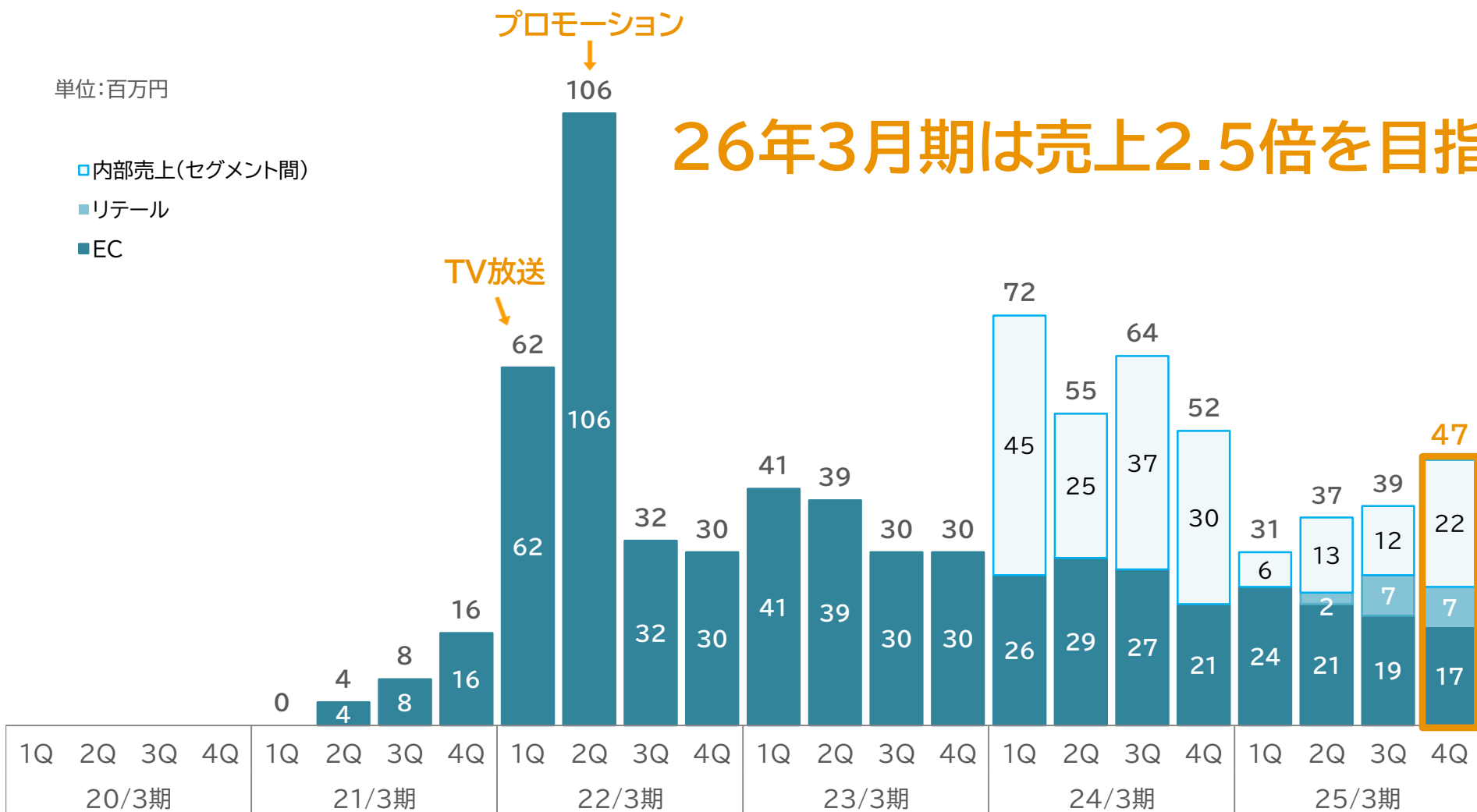


※紹介ネットワーク数…四半期末日時点の紹介ネットワーク箇所数

チャネル別 売上高

単位:百万円

- 内部売上(セグメント間)
- リテール
- EC



リテールチャネルの新規導入店舗数

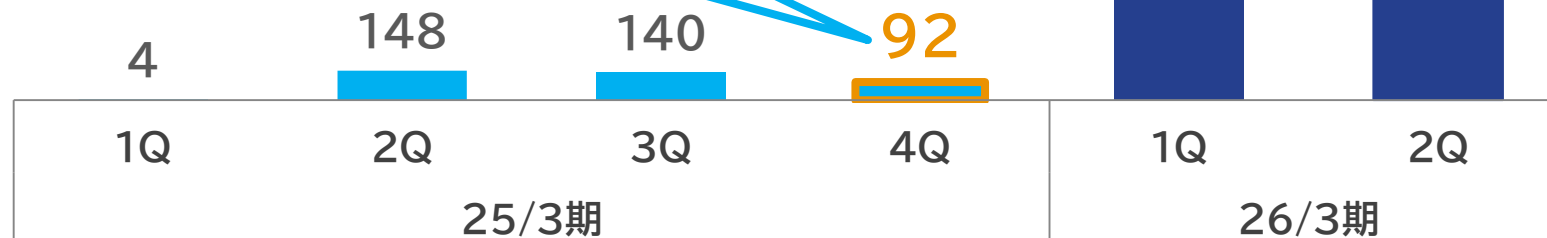
2Qで3,000店舗の導入を目指す

1Qで新たに817店舗を導入(発表済み)

単位:店舗数

新規導入店舗内訳(4Q)

スーパーマーケット	92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



※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

全社

MFD事業およびマーケティング事業の
売上減が主な要因となり計画未達も、
CIDのリテール販売は拡大の兆し

	25/3期 (百万円)	25/3期計画 (百万円)	YonY (%)	24/3期 (百万円)	YonY (%)
売上高	2,464	3,072	80.2	2,646	93.1
営業利益又は 営業損失(△)	▲133	62	－	58	－
経常利益又は 経常損失(△)	▲182	20	－	55	－
当期純利益又は 当期純損失(△)	▲183	19	－	66	－

全社

26年3月期は、黒字転換を見込む

	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

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
競合	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。

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2026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

