

ファンデリーの 会社紹介と成長戦略

(東証マザーズ：3137)

2015年10月7日



目次

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. 成長戦略

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. 成長戦略

会社概要

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	阿部 公祐	
設立	2000年9月25日	
業績 (2015年3月期)	売上高2,668百万円、経常利益437百万円、当期純利益259百万円	
従業員数 (7月1日現在)	50名(内栄養士40名)	
事業内容	M F D (Medical Food Delivery) 事業 健康食通販カタログ『ミールタイム』『ミールタイムファーマ』および 健康食通販サイト『ミールタイム』による健康食宅配事業 マーケティング事業 健康食通販カタログ誌面の広告枠販売 / サンプル等業務受託 健康食レシピサイトの運営	

企業理念

ビジョン

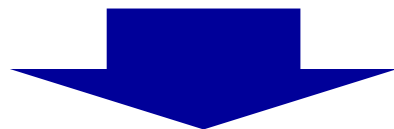
一人でも多くのお客様に健康で楽しい食生活を提案し、豊かな未来社会に貢献します

経営理念

お客様の健康を心から願う企業であり続けます

行動指針

- 1. チャレンジすることを尊重しよう
- 1. 明るく風通しの良い社風をつくろう
- 1. 高い倫理観を持って良識ある行動をとろう



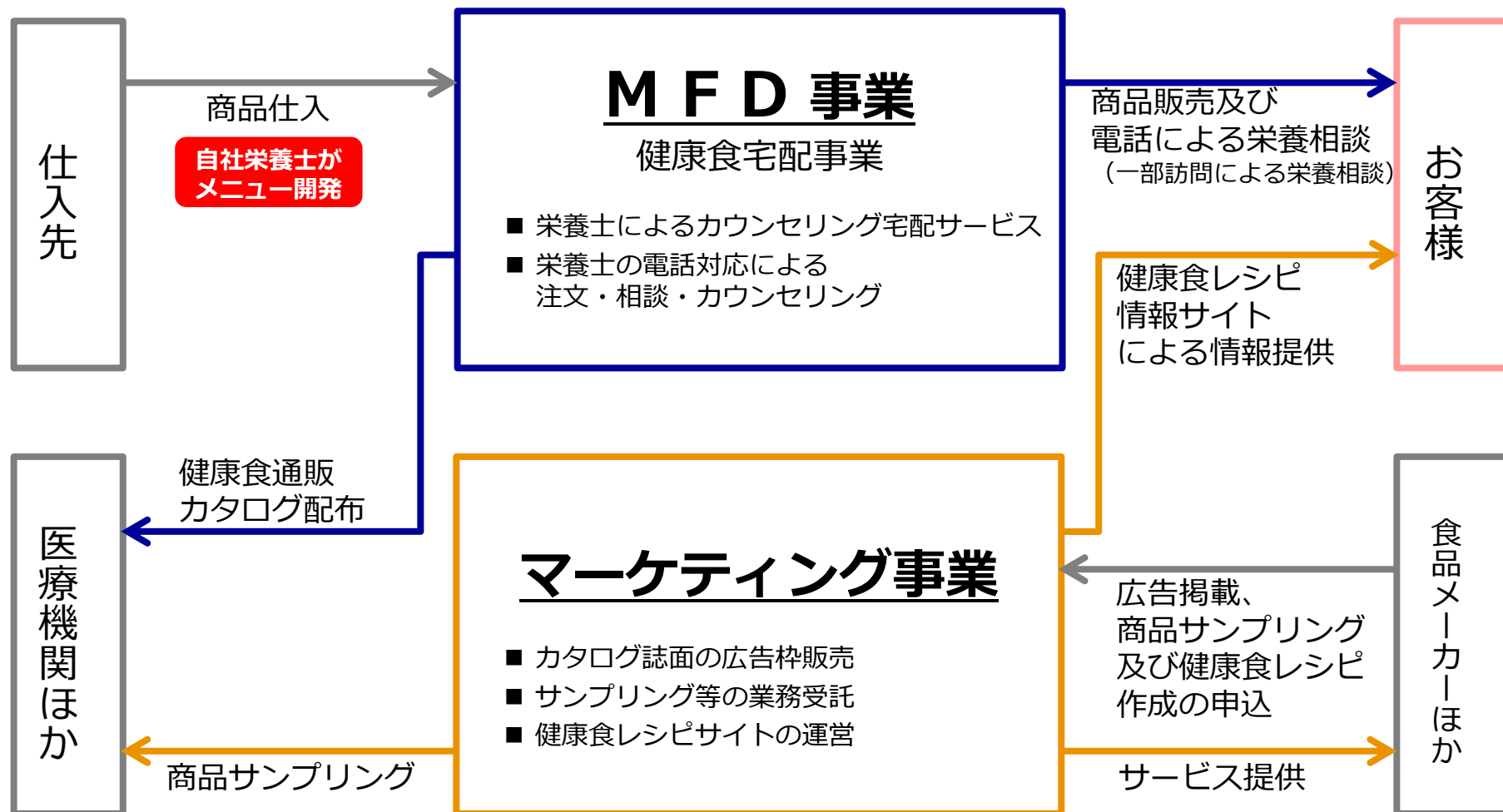
「一食二医社会」の実現

沿革

2000年9月	東京都北区赤羽西に株式会社ファンデリーを設立
2001年4月	栄養士による宅配サービス『カウンセリングデリバリー』を開始
2001年7月	食材宅配サービス「こだわり便」を開始
2004年4月	健康食通販カタログ『ミールタイム』を創刊
2004年4月	プライベートブランド商品の販売開始
2005年9月	健康食通販サイト『ミールタイム』開設
2008年10月	管理栄養士・栄養士コミュニティサイト『Foodish（フーディッシュ）』 開設
2009年8月	大阪府大阪市東淀川区に大阪支社を開設
2009年10月	薬局向け健康食通販カタログ『ミールタイム ファーマ』創刊
2009年10月	介護食系通販カタログ『ミールタイム ケア』創刊
2009年11月	栄養士の交流会「輝く栄養士の会」スタート
2015年3月	大阪府大阪市淀川区に大阪支社を移転
2015年6月	東京証券取引所マザーズ上場

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. 成長戦略

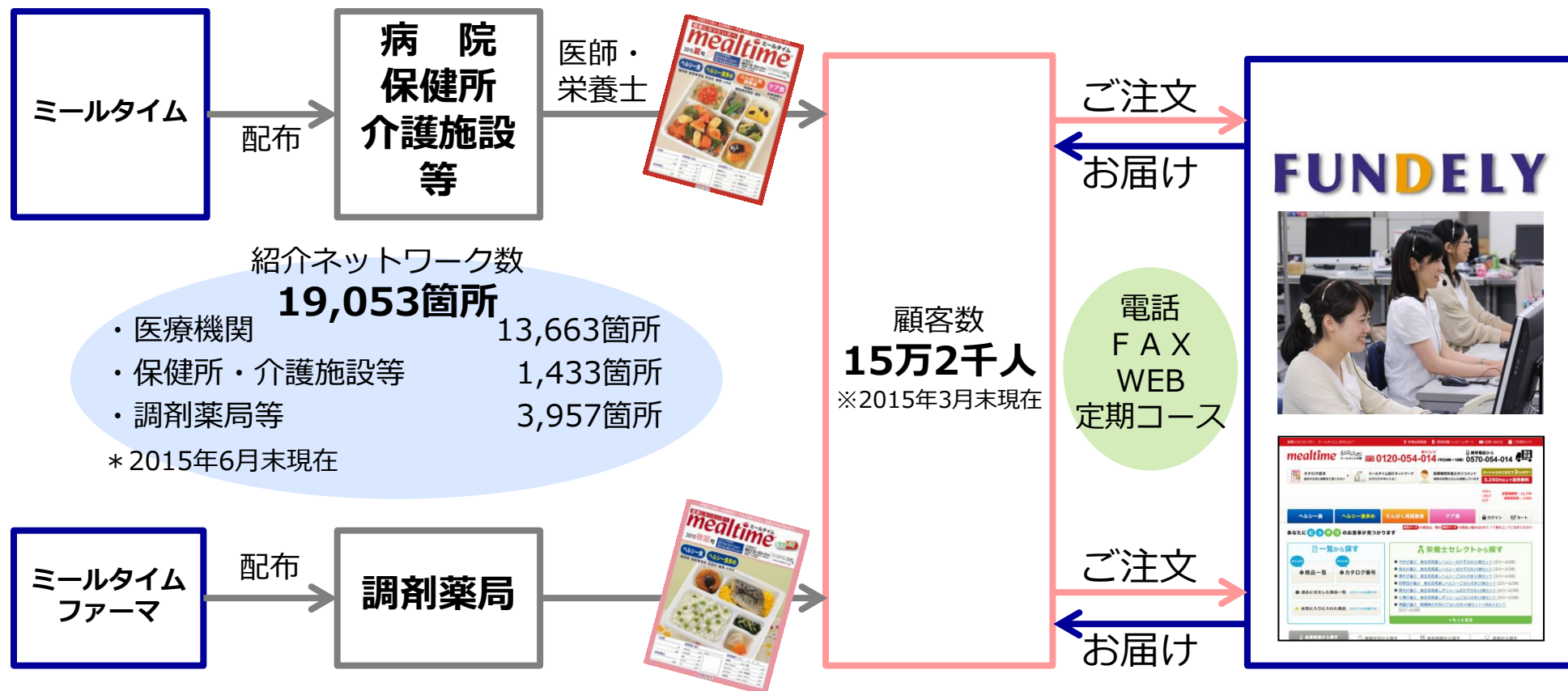
ビジネスモデル



MFD事業（健康食宅配事業）

「栄養士」が開発した健康食のカウンセリング宅配事業

- ①健康食通販カタログ『ミールタイム』『ミールタイムファーマ』を医療機関・調剤薬局等を通じて配布
- ②当社「栄養士」の電話対応による注文・相談・カウンセリング



MFD事業（4つの販売チャネル）

健康食通販カタログ



電話

WEB

FAX

定期コース

MFD事業（食事制限が必要な方へ多様な健康食を提案）

「栄養士」が開発した冷凍のお弁当を宅配

ヘルシー食

エネルギー300kcal未満
塩分2.0g未満

糖尿病・脂質異常症・
高血圧・痛風・メタボの方向け

(例) 29-052 ハンバーグのチーズソースセット



ヘルシー食多め

内容量300g以上
塩分2.0g未満

糖尿病・脂質異常症・
高血圧・痛風・メタボの方向け

(例) 29-092 ビリ辛モツ煮セット



たんぱく質調整食

たんぱく質10.0g未満
塩分2.0g未満

腎臓病・糖尿病性腎症・透析の方向け

(例) 29-109 蓮根のはさみ揚げセット



ケア食

エネルギー500kcal未満
塩分2.0g未満

咀嚼・嚥下困難な方向け

(例) 29-227 白身魚の煮付け風セット



マーケティング事業

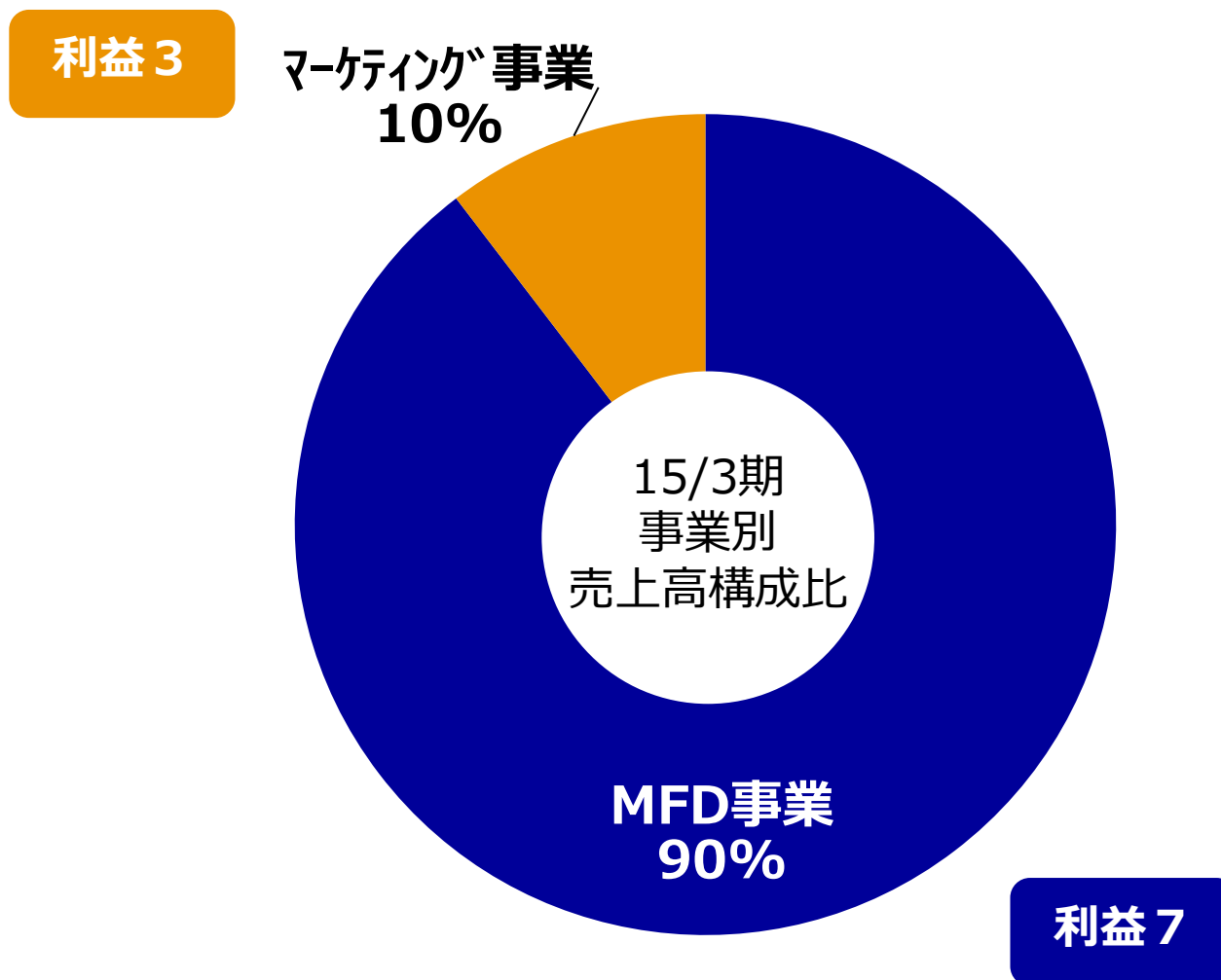
「健康食宅配サービス」から派生した広告・マーケティング支援事業を主に健康関連・食品メーカー向けに展開

紹介ネットワークを通じたアンケートや商品サンプリングの実施

カタログ誌面の広告枠販売

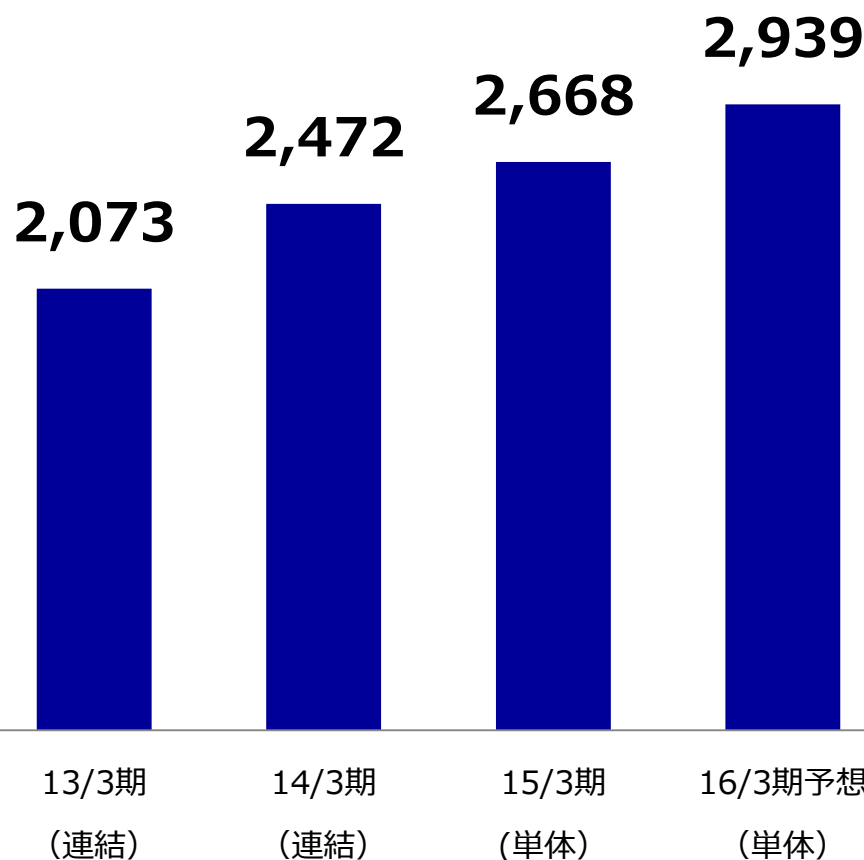
サンプリング等による業務受託

事業別売上高構成比

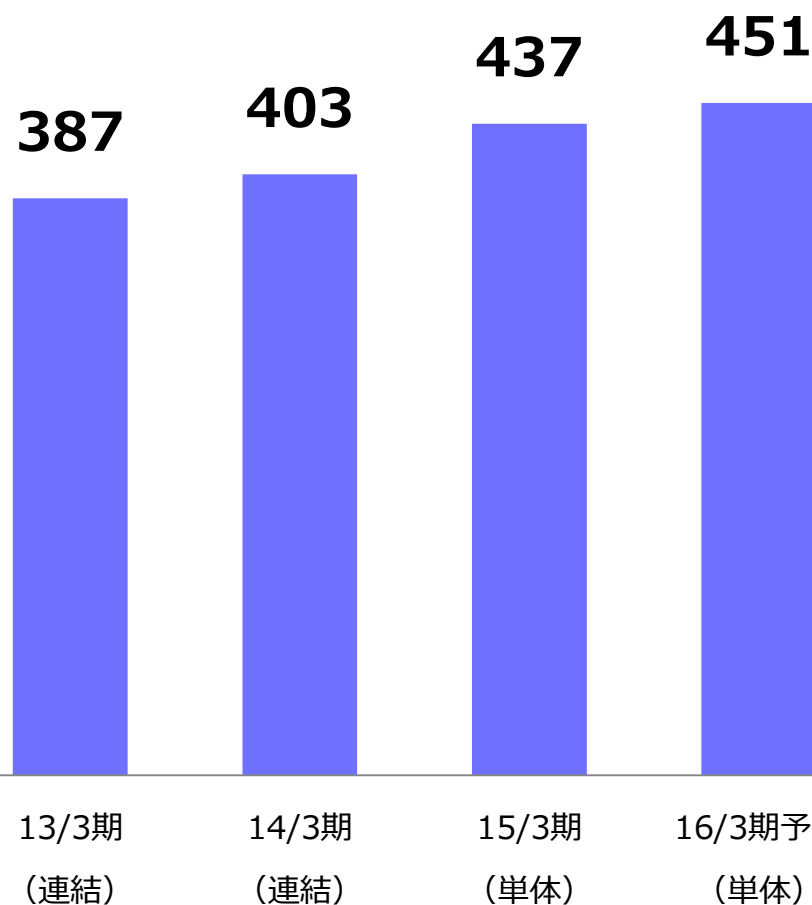


業績動向

売上高 (百万円)



経常利益 (百万円)

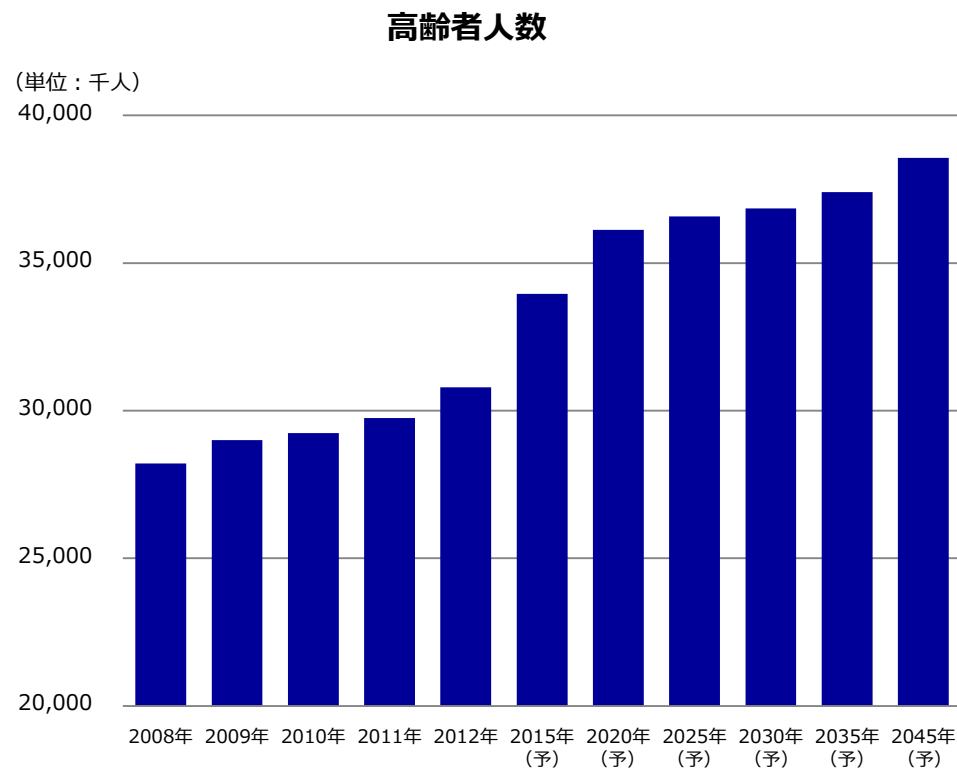


(注) 15/3期の期中に唯一の連結子会社(株) カウンセリングデリバリーを吸収合併したため、15/3期以降の業績は単体となっています。

1. 会社概要
2. 事業内容
- 3. 事業環境**
4. 当社の強み
5. 成長戦略

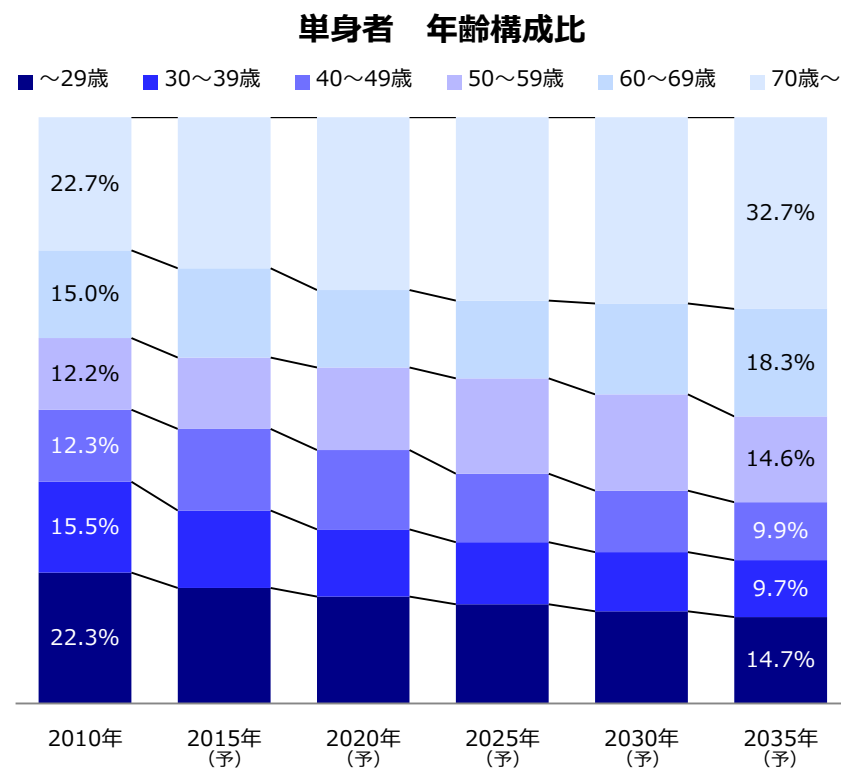
高齢者層の増加

高齢者の増加



出典：内閣府「平成26年版高齢社会白書」

一人暮らし層の高齢化



出典：国立社会保障・人口問題研究所
「日本の世帯数の将来推計（全国統計）2013（平成25）年1月推計」

疾病別食事制限対象者

高血圧

高血圧症有病者と
正常高血圧者の合計

約**5,490**万人
(約2人に1人)

※平成18年10月日現在推計の男女別、年齢階級別の20歳以上の人口を乗じて推計（出典：平成18年国民健康・栄養調査結果の概要の第4部 生活習慣病等の状況より）

糖尿病

糖尿病が強く疑われる者と
可能性を否定できない者の合計

約**2,050**万人
(約4人に1人)

※NGSP値を用いて判定※全国補正值※年齢階級別の20歳以上の人口を乗じて推計（出典：平成24年国民健康・栄養調査結果の概要より）

脂質異常症

脂質異常症が疑われる人

約**4,220**万人
(約5人に2人)

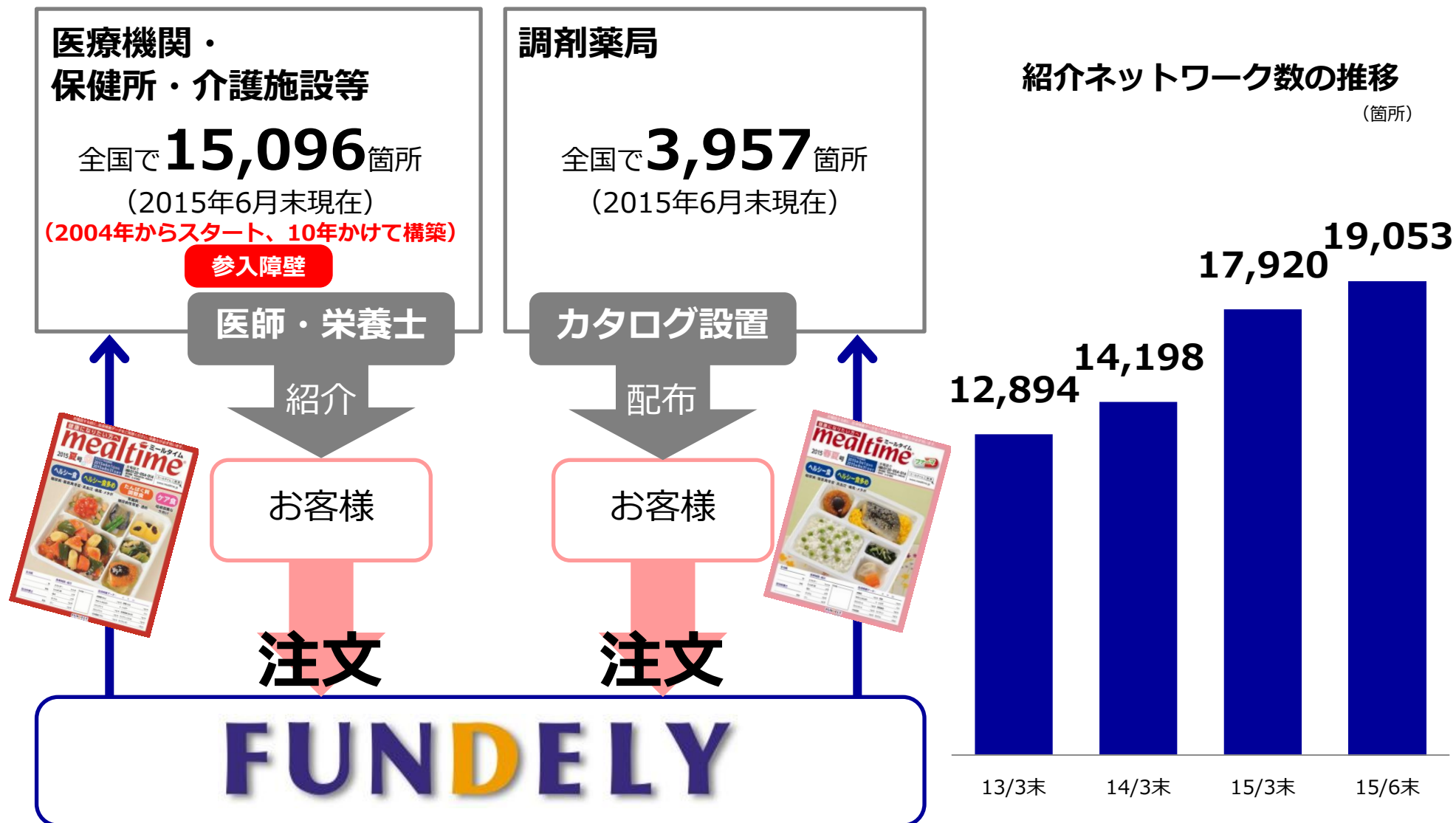
※平成18年10月日現在推計の男女別、年齢階級別の20歳以上の人口を乗じて推計※参考値として、食事の影響を受ける中性脂肪を用い、「動脈硬化性疾患予防ガイドライン（2007年版）」の基準である中性脂肪、LDLコレステロール、HDLコレステロールを用いた判定で行った。（出典：平成18年国民健康・栄養調査結果の概要の第4部 生活習慣病等の状況より）

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. 成長戦略

当社の強み

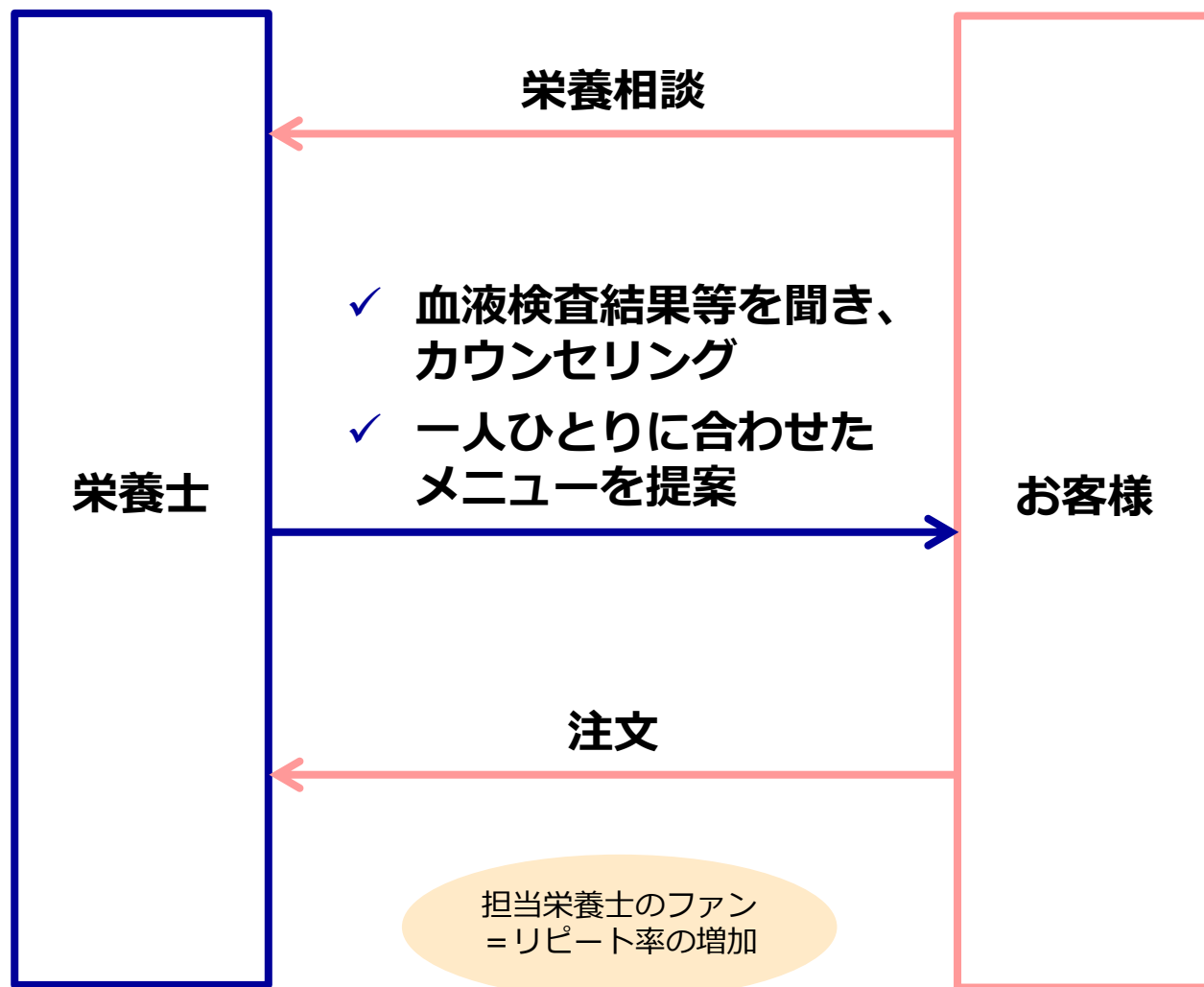
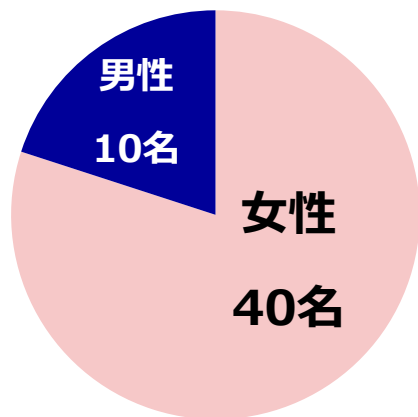
- ① 紹介ネットワークを通じた効率的な顧客獲得
- ② 栄養士の専門性

①紹介ネットワークを通じた効率的な顧客獲得



②栄養士の専門性（専門的なカウンセリング・サービス）

女性社員全員40名が栄養士
(2015年7月1日現在)



②栄養士の専門性（専門知識を生かしたメニュー開発力）

ヘルシー食

93メニュー

おかずのみ300kcal未満
ごはん付き500kcal未満
塩分2.0g未満

糖尿病・脂質異常・高血圧・痛風・メタボリック等の方向け

ヘルシー食多め

29メニュー

おかずのみ300g以上
ごはん付き400g以上
塩分2.0g未満

糖尿病・脂質異常・高血圧・痛風・メタボリック等の方向け

たんぱく質調整食

105メニュー

たんぱく質10.0g未満
塩分2.0g未満

腎臓病・透析等の方向け

ケア食

7メニュー

ごはん付き500kcal未満
塩分2.0g未満

嚥む力の衰え・繊維質苦手等の方向け



年 4 回発刊

毎号 半分 の
メニュー変更

旬の食材を提供

2015年夏号

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. 成長戦略

成長戦略

- ① 紹介ネットワークの拡大・深耕
- ② 定期コース顧客の獲得

①紹介ネットワークの拡大・深耕

紹介ネットワークの拡大

全国108,410箇所

一般病院・一般診療所

※厚生労働省「医療施設動態調査（平成27年6月末概算）」

開拓余地

FUNDELY

13,663箇所

（医療機関紹介ネットワーク数）

※2015/6月末現在

既存紹介ネットワークの深耕

医療機関・
保健所・介護施設等
の栄養士

栄養士同士の
コミュニケーション

栄養士の交流会
「輝く栄養士の会」
など

FUNDELY
の栄養士

②定期コース顧客の獲得

「栄養士おまかせ定期便」の拡充、リピーターの獲得

定期的に召し上がっていただくことにより、健康改善に貢献。
リピーターの獲得により、安定的な売上・利益の計上が見込める。

数値改善を目指すなら!

栄養士おまかせ定期便

「栄養士おまかせ定期便」の特徴

特徴1 担当の栄養士

担当の**栄養士**が、お客様の疾病、制限数値、お好みに合わせてメニューをお選び致します。
バランスよく定期的にお届けするので飽きずに続けられます。

※サービスは無料です。
お食事の料金以外は頂いておりません。

特徴2 定期的にお届け

毎週もしくは**隔週**に
お客様のご希望食数を
ご指定の曜日・時間帯に
お届けいたします。

月 火 水 木 金 土 日

(1回のお届け食数は7食以上からお選び頂けます)

