

FUNDELY

株式会社ファンデリー 会社説明資料

株式会社ファンデリー

2018年3月14日（水）

東証マザーズ 3137

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. 業績推移
6. トピックス
7. Appendix

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	
代表取締役	阿部 公祐	
設立	2000年9月25日	
上場市場	東京証券取引所 マザーズ市場（コード3137）	
事業内容	M F D（Medical Food Delivery）事業 健康食宅配事業  マーケティング事業 ①マーケティング支援   ②メディア運営   	

2000年 9月	株式会社ファンデリーを設立
2001年 4月	日本初の栄養士による食事宅配サービス『カウンセリングデリバリー』開始
2004年 4月	健康食通販カタログ『ミールタイム』創刊
2005年 4月	『ミールタイム』の発行を年2回に
2005年 9月	健康食通販サイト『ミールタイム』開設
2007年 4月	「ミールタイム定期コース」を開始 (→現在は「栄養士おまかせ定期便」に名称変更)
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11月	栄養士の交流会「輝く栄養士の会」スタート
2011年10月	『ミールタイム』の発行を年4回に変更
2015年 6月	東京証券取引所マザーズ市場に当社株式を上場
2015年11月	管理栄養士考案のレシピサイト『はちまるレシピ』開設
2016年 9月	身近な疾病に着目、予防が期待できる食材を使用した新ブランド 「medical + mealtime」開発
2016年10月	食や健康に関する情報配信サービス AIoTメディア「ポイント家電」開始

ビジョン

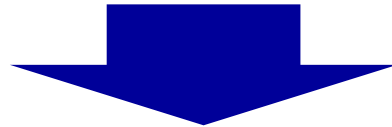
一人でも多くのお客様に健康で楽しい食生活を提案し、豊かな未来社会に貢献します

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

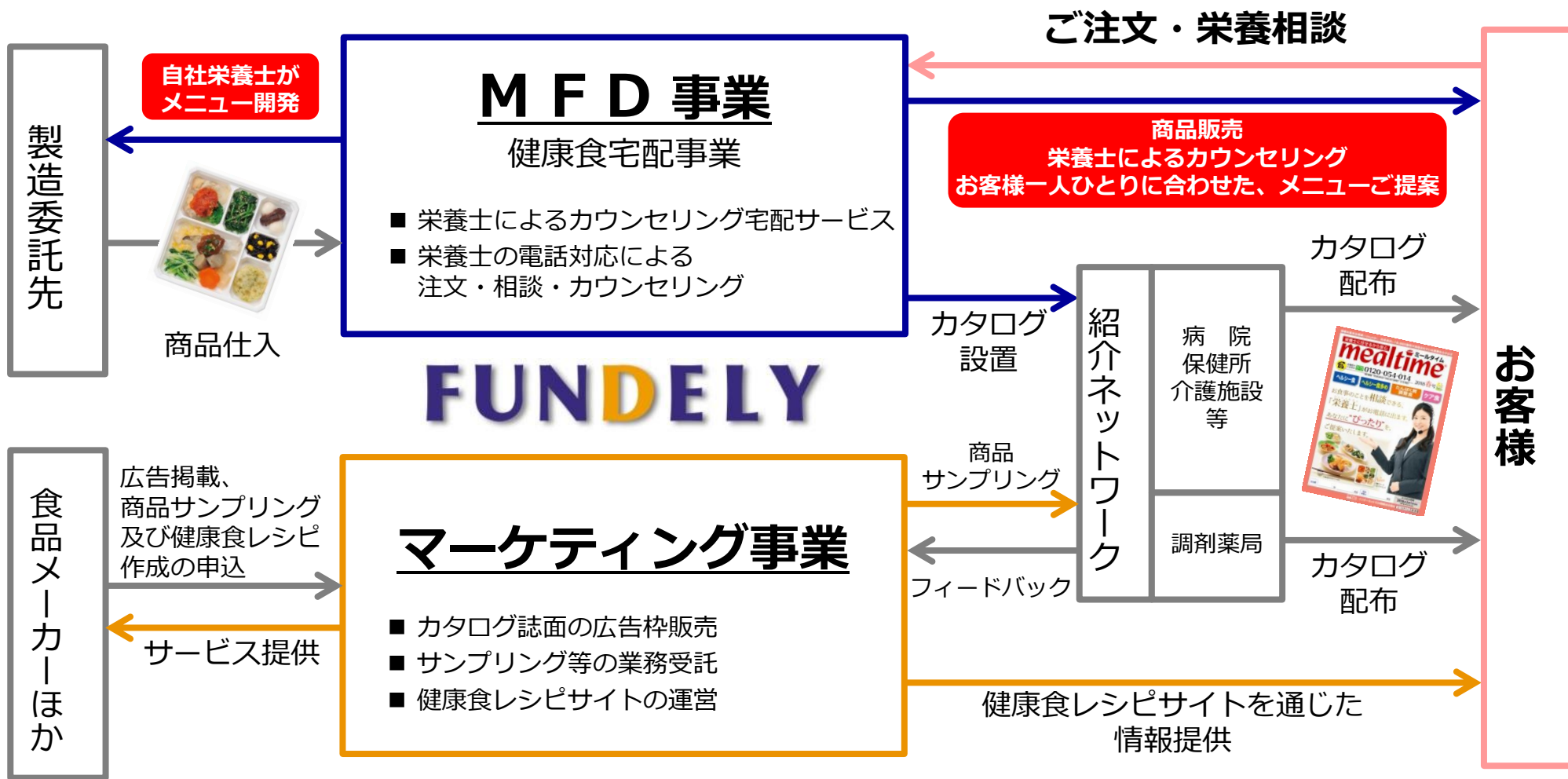
少子高齢化社会、外食機会の増大などによる生活習慣病患者の急増から、医療費が増加し、現状の自己負担レベルでは社会保険システムの維持は困難です。

だからこそ、医療費の削減に貢献し、健康増進の推進を図るためには、

第一に「**食事コントロール**」であり、それでも困難なときに「**医療**」を行う。

これを私たちは、**一食二医**と定義しております。

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. 業績推移
6. トピックス
7. Appendix



「管理栄養士・栄養士」が開発した、 健康食のカウンセリング宅配事業



「管理栄養士・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) 40-009 とんかつの卵とじセット



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) 40-118 ビリ辛マーボー豆腐セット



たんぱく質調整食

たんぱく質10g未満
塩分2.0g未満

腎臓病・糖尿病性腎症・
透析の方向け

(例) 40-158 白身魚の和風野菜あんセット



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) 40-255 骨なし鯖のミルク味噌煮セット



栄養士おまかせ定期便 とは

特徴 1 : 担当の栄養士がサポート

特徴 2 : 毎週もしくは隔週にお届け



**お客様の
健康改善に寄与**

**リピーター獲得
安定的な収益の計上**



広告掲載

食品メーカー等





サンプリング
実施

食品メーカー等

商品 + 冊子も
可能です

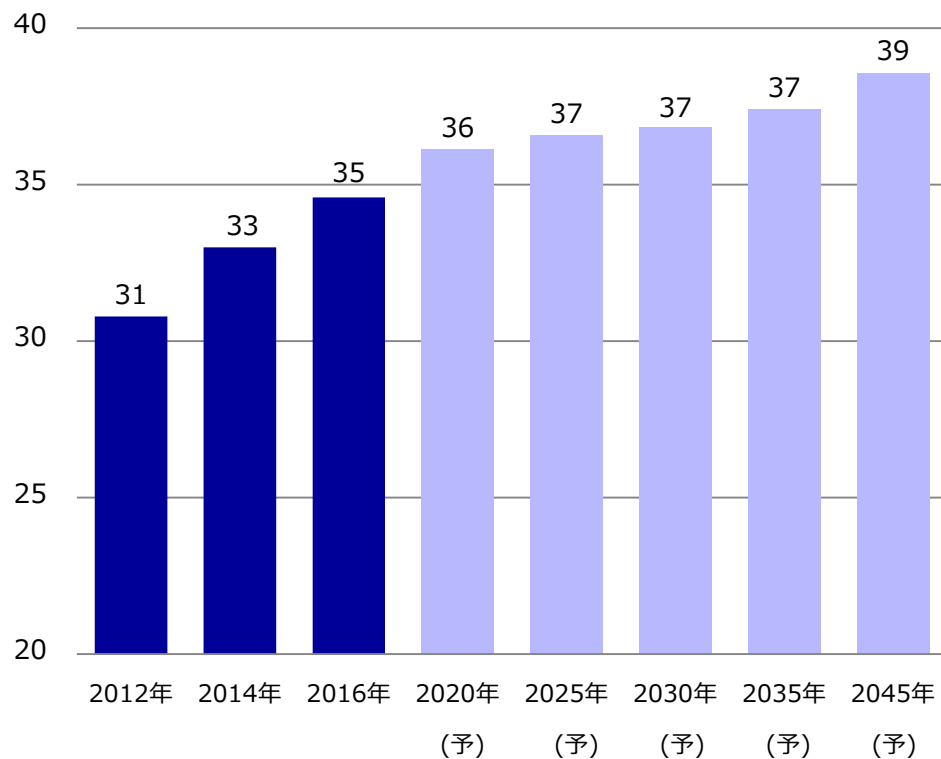


1. 会社概要
2. 事業内容
3. **事業環境**
4. 当社の強み
5. 業績推移
6. トピックス
7. Appendix

高齢者の増加

高齢者人数

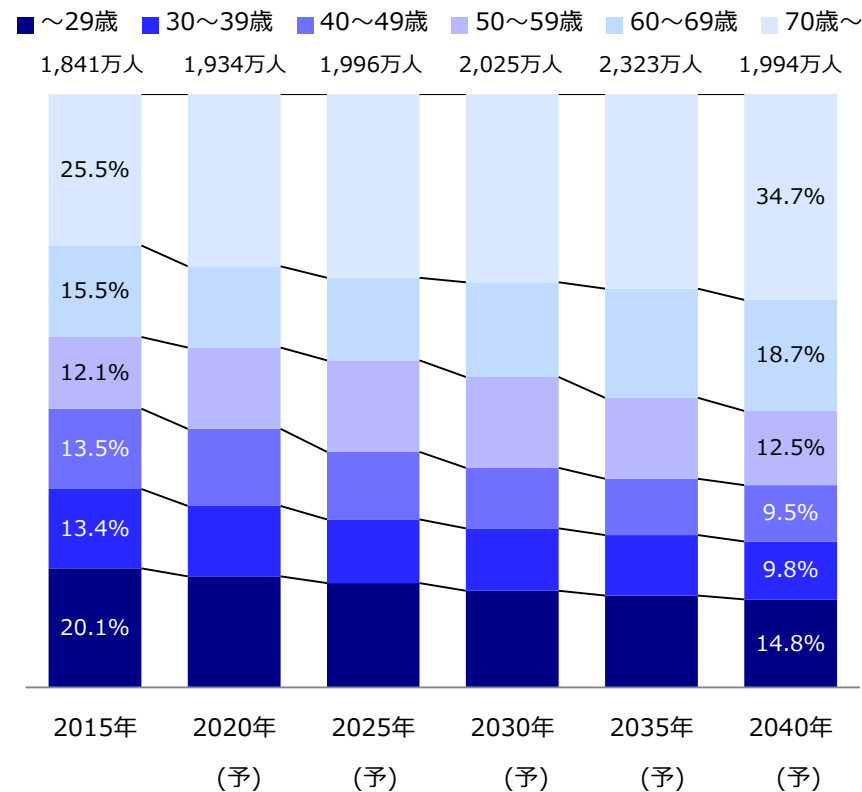
(単位：百万人)



出典：内閣府「平成29年版高齢社会白書」

一人暮らし層の高齢化

単身者 年齢構成比

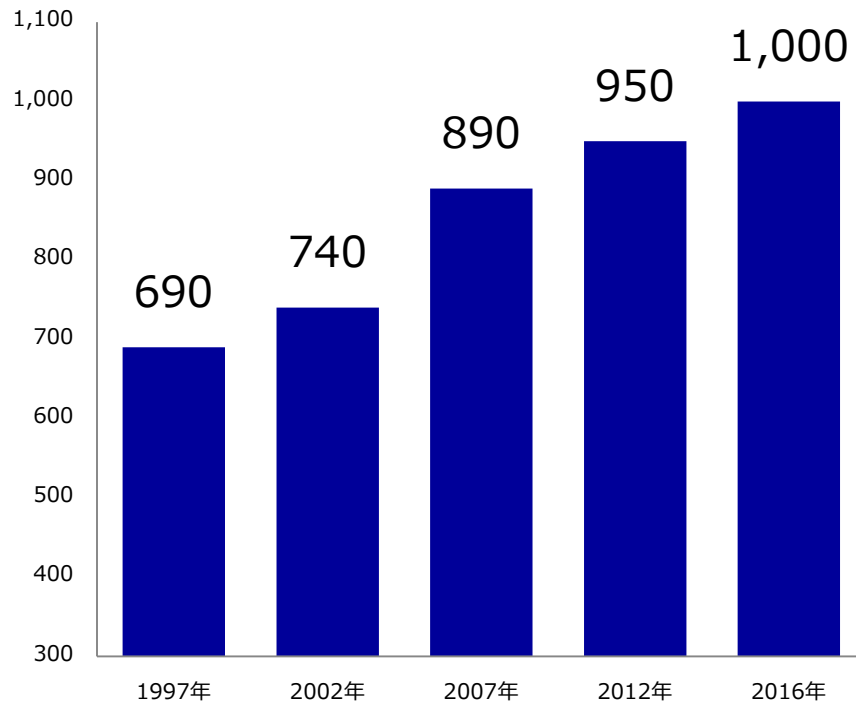


出典：国立社会保障・人口問題研究所
「日本の世帯数の将来推計(全国推計)(2018(平成30)年推計)」

生活習慣病患者数の推移

「糖尿病が強く疑われる者」推計人数

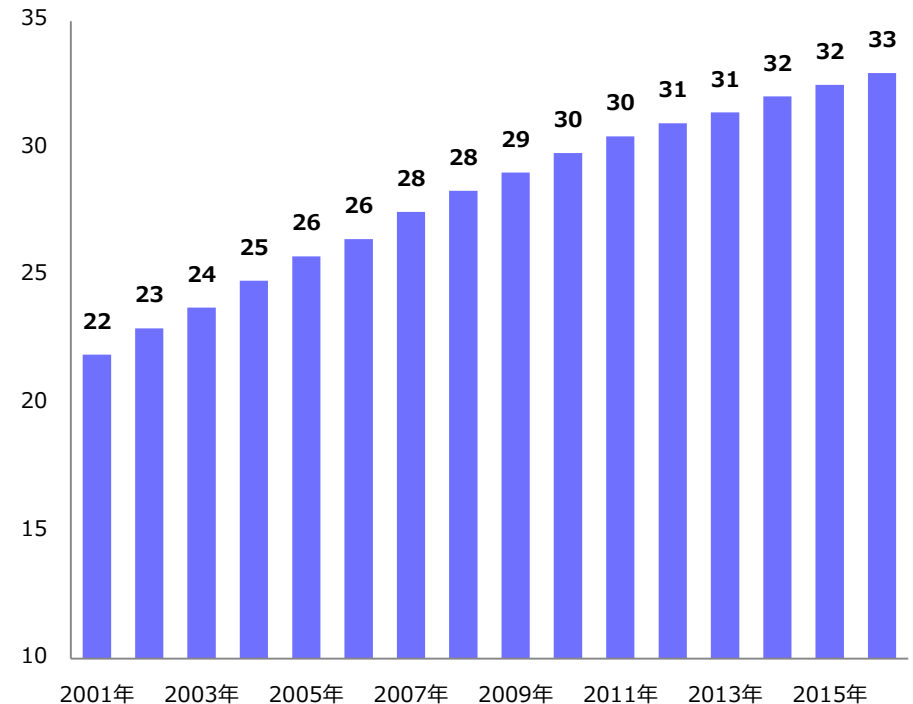
(単位：万人)



出典：厚生労働省「平成28年 国民健康・栄養調査結果の概要」

腎臓病患者数

(単位：万人)



出典：日本透析医学会
「図説 わが国の慢性透析療法の現況(2016年12月31日現在)」

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1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**2,600**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28年国民健康・栄養調査結果の概要より）

脂質異常症

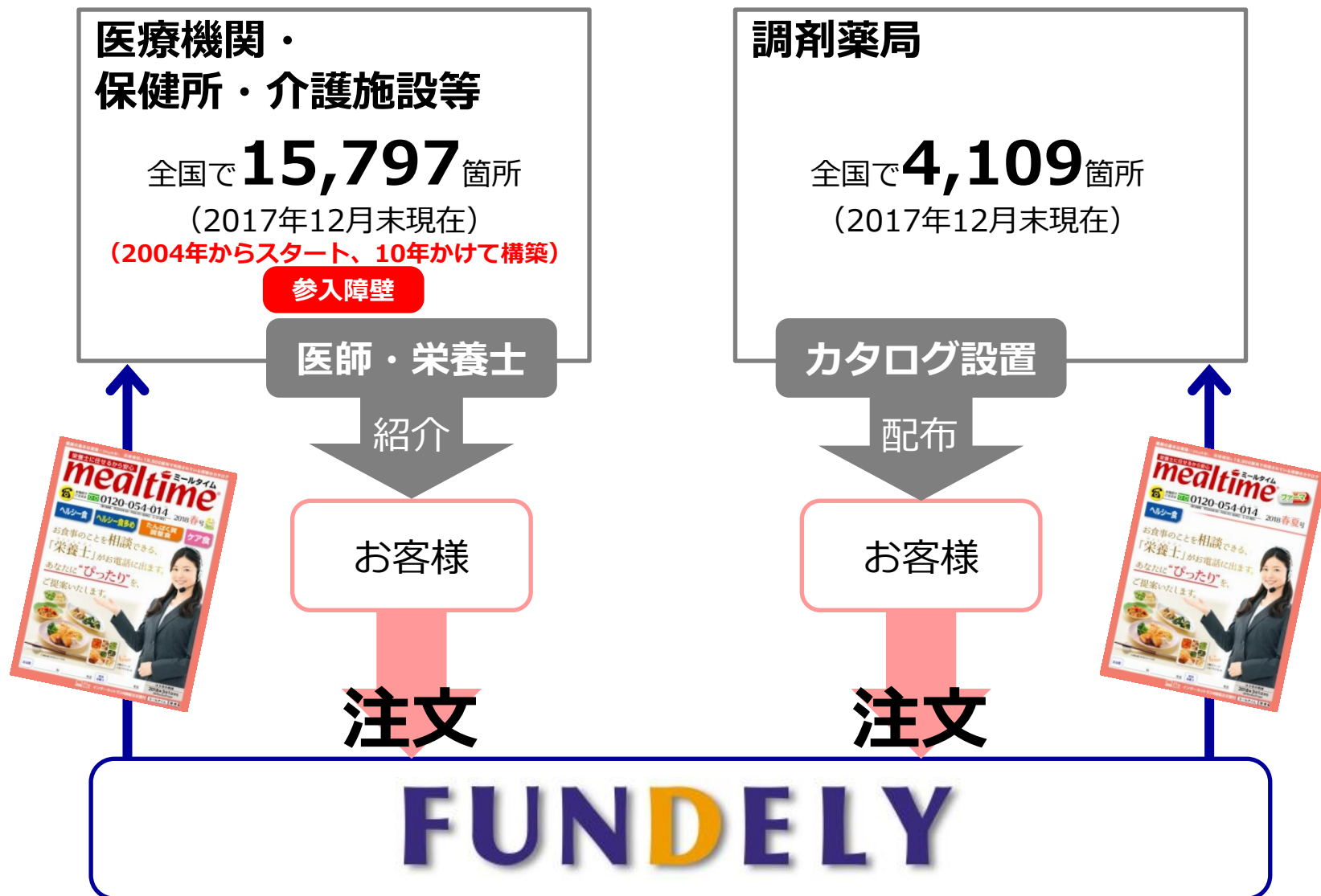
脂質異常症が疑われる人

約**4,220**万人
(約5人に2人)

※平成18年10月1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. 業績推移
6. トピックス
7. Appendix

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
管理栄養士・栄養士の資格保有



社内研修・勉強会を通じ
自己研鑽を行っております

FUNDELY
管理栄養士
栄養士

栄養相談

- ✓ 血液検査結果等を聞き、
カウンセリング
- ✓ 一人ひとりに合わせた
メニューを提案

お客様

注文

担当栄養士のファン
＝リピート率の増加

ヘルシー食 105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 111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

噛む力の衰え・
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

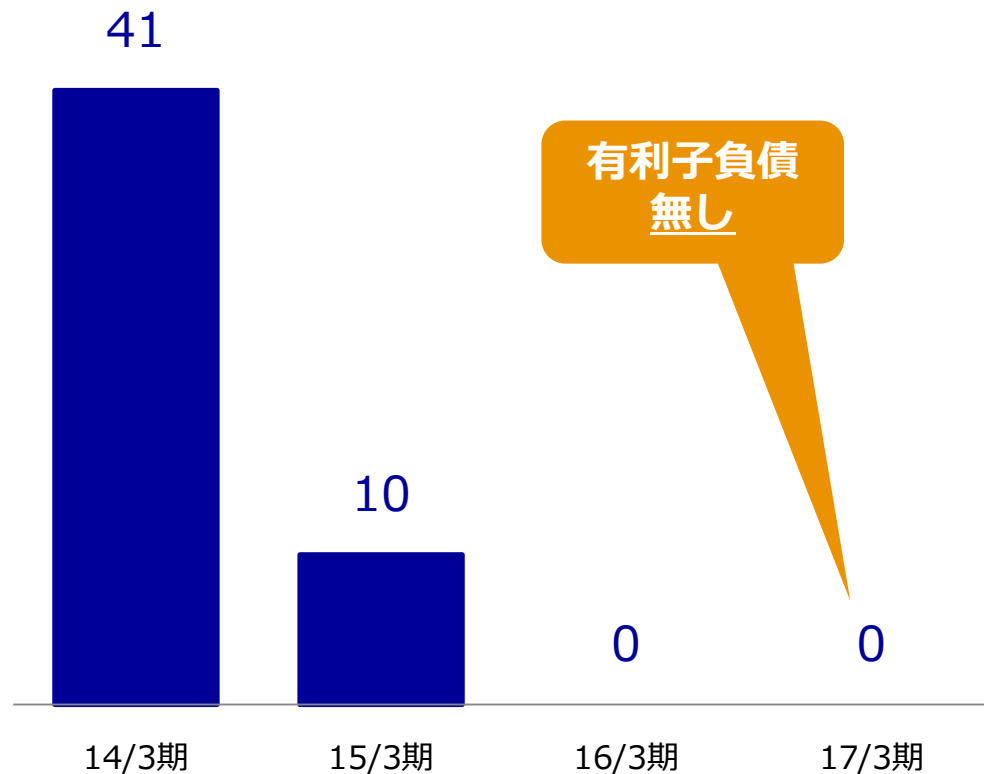
旬の食材を提供

2018年春号

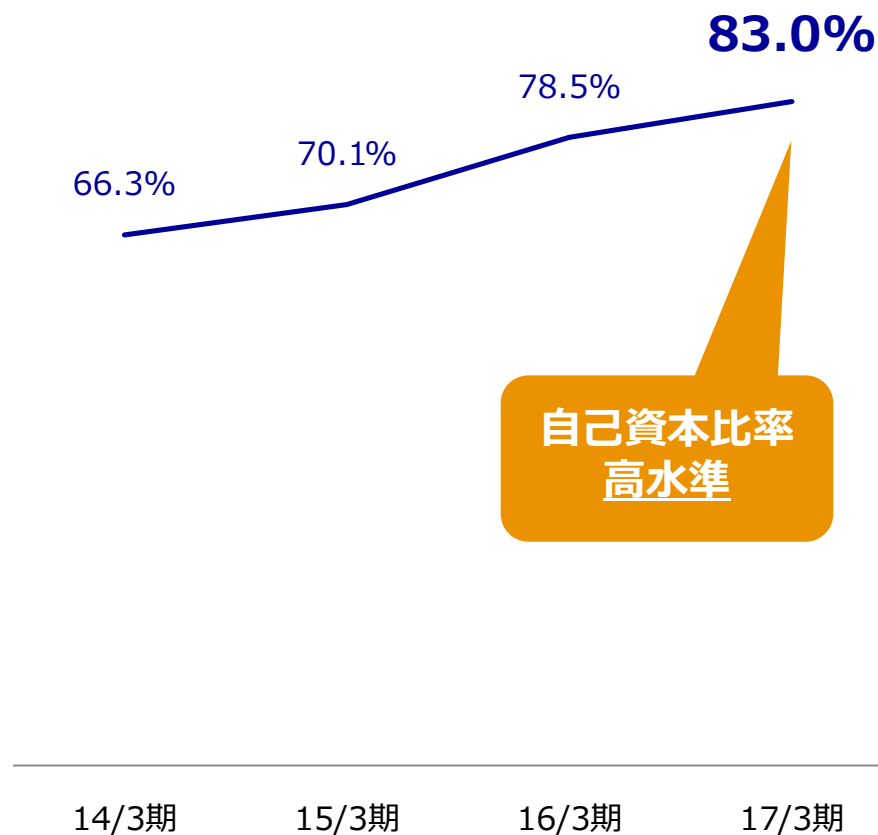
1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. **業績推移**
6. トピックス
7. Appendix

事業の拡大と共に、安定した財務体質へ

有利子負債推移 (百万円)

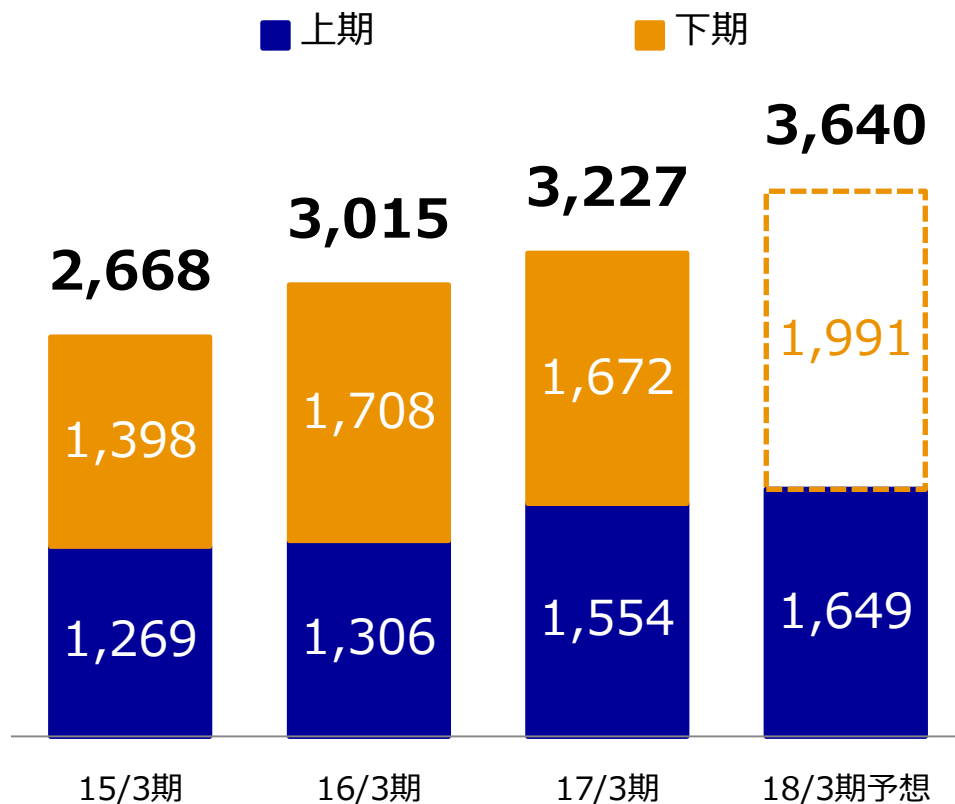


自己資本比率 (%)

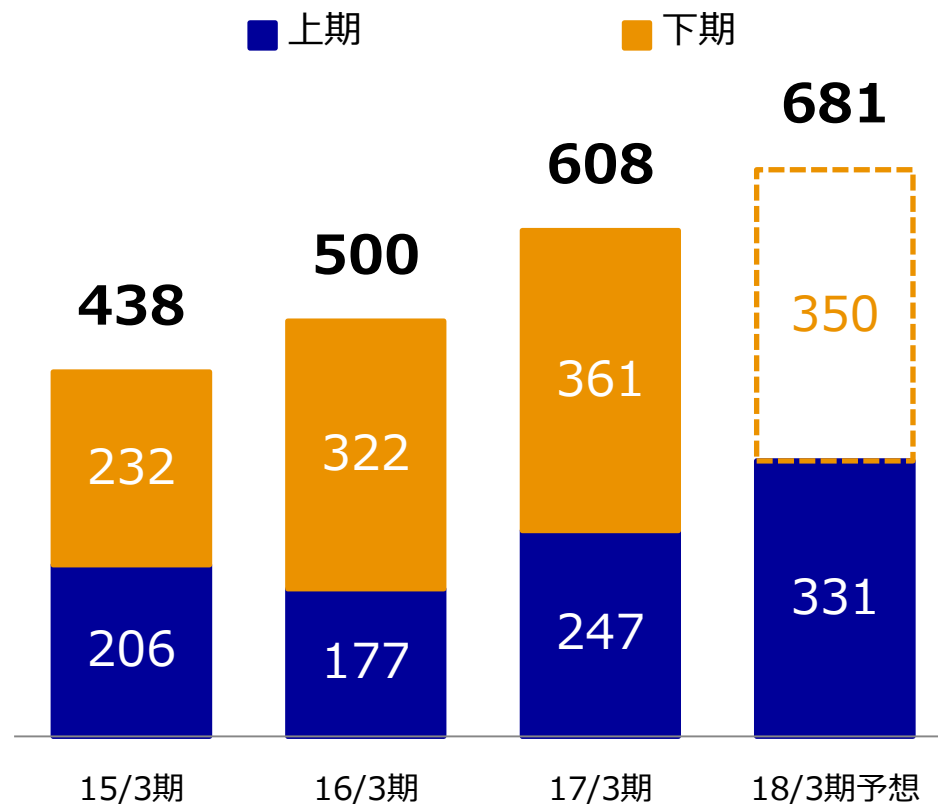


売上・営業利益ともに下期偏重傾向

売上高 (百万円)

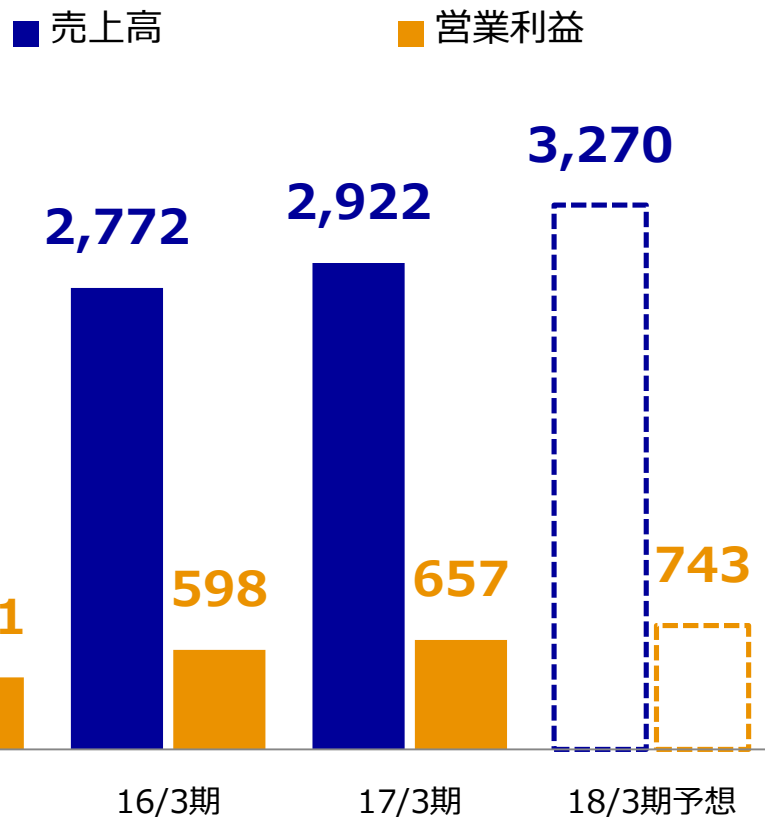


営業利益 (百万円)

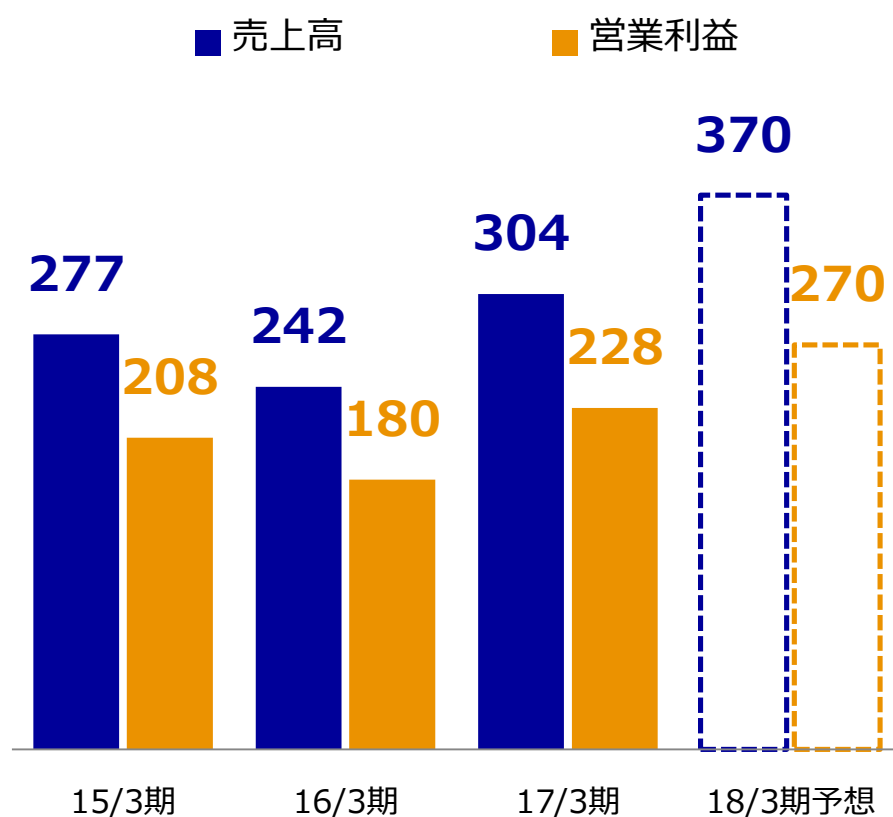


MFD事業は順調に規模拡大、マーケティング事業は高利益率を維持

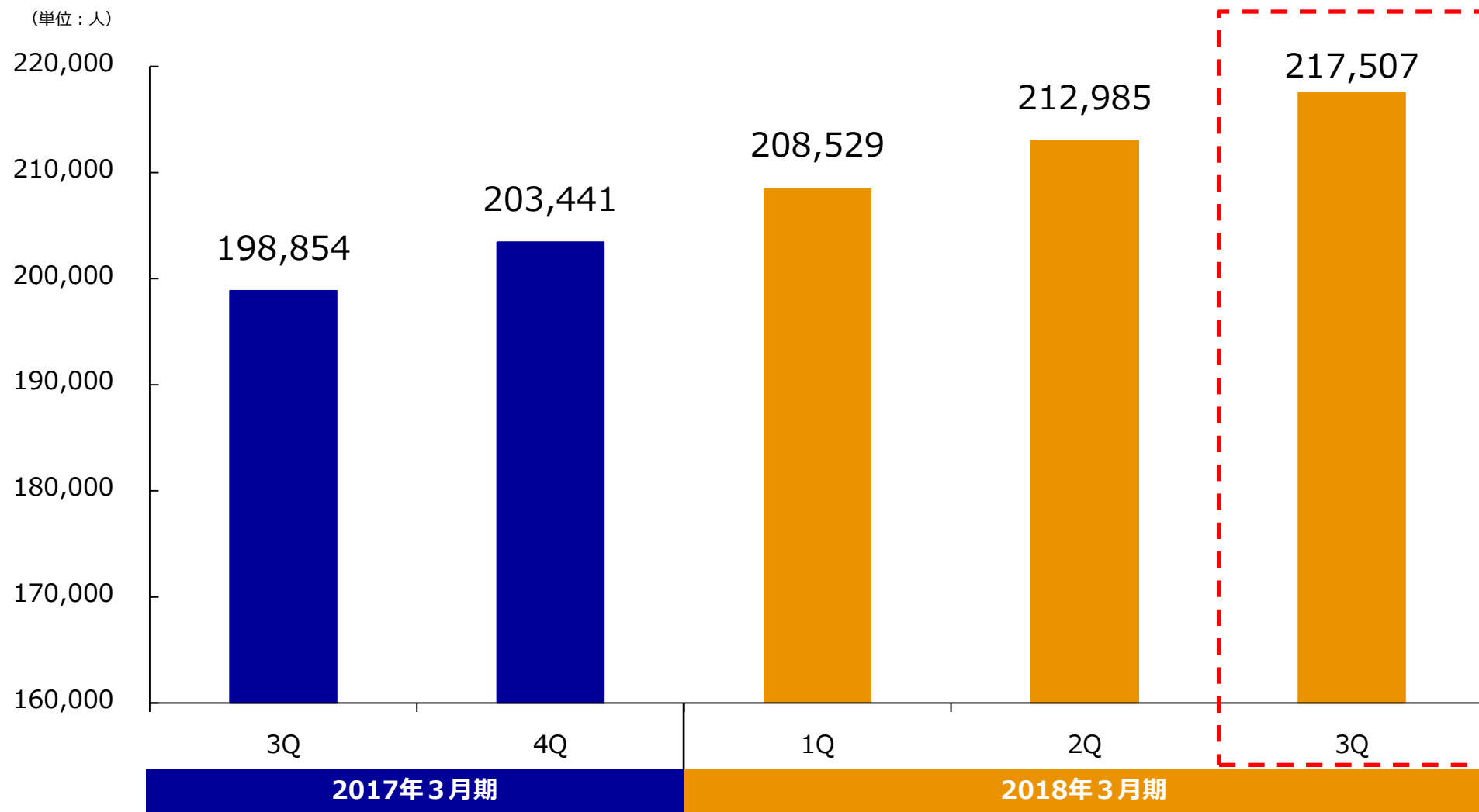
MFD事業 (百万円)



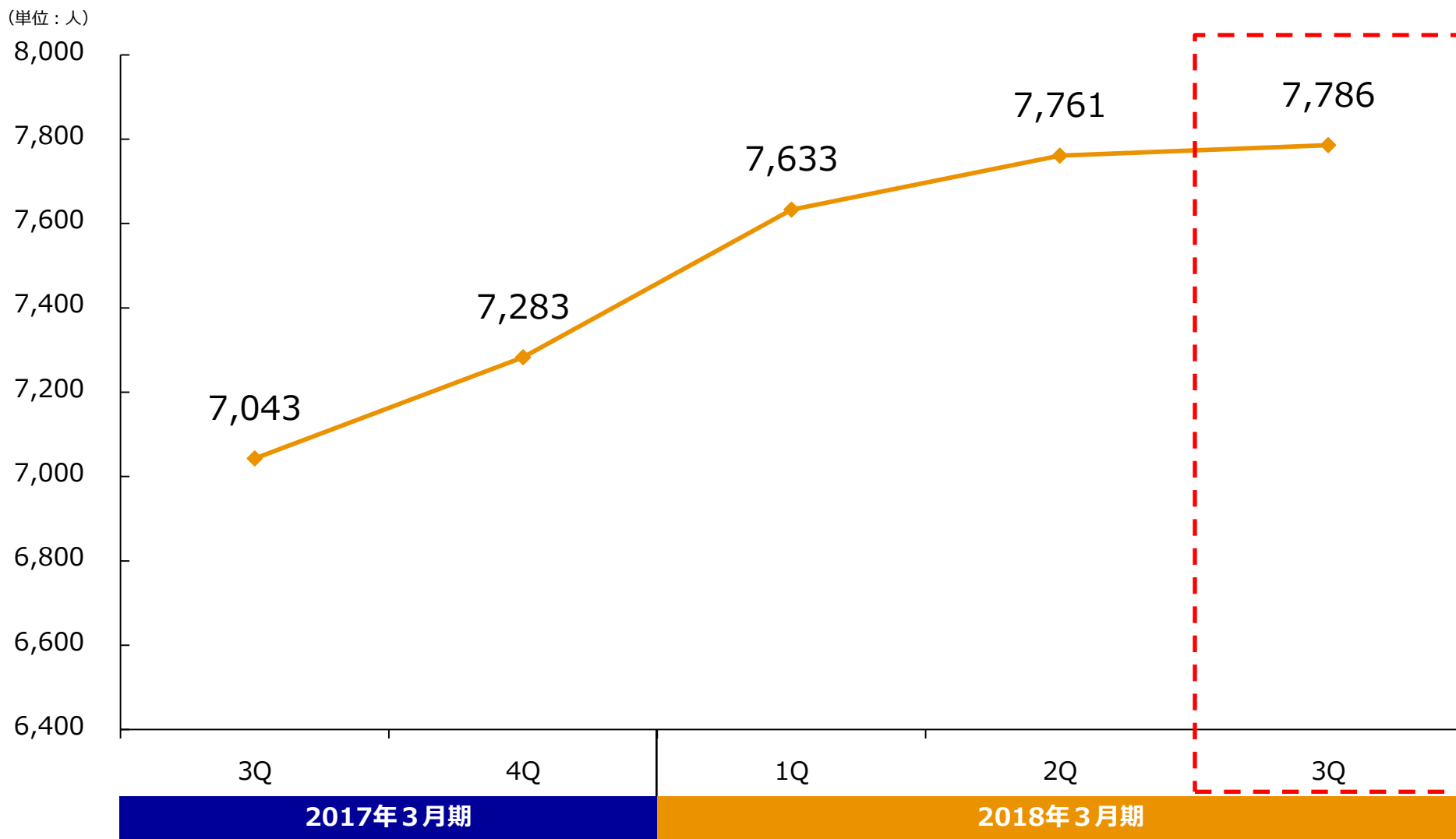
マーケティング事業 (百万円)



会員数は堅調に推移し、22万人に迫る

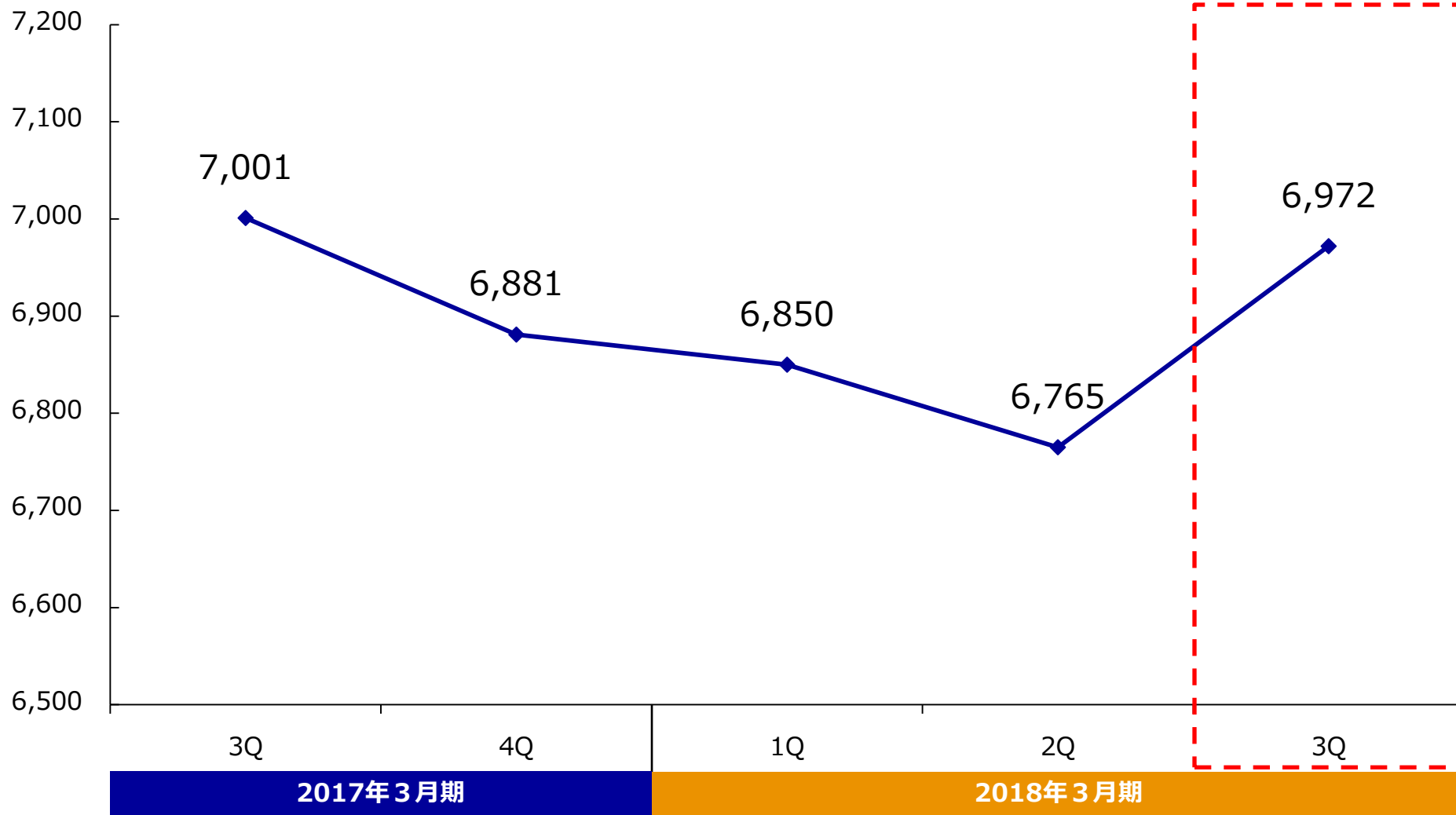


おせち販売に注力した結果、会員数は微増 4Qは改善を目指す

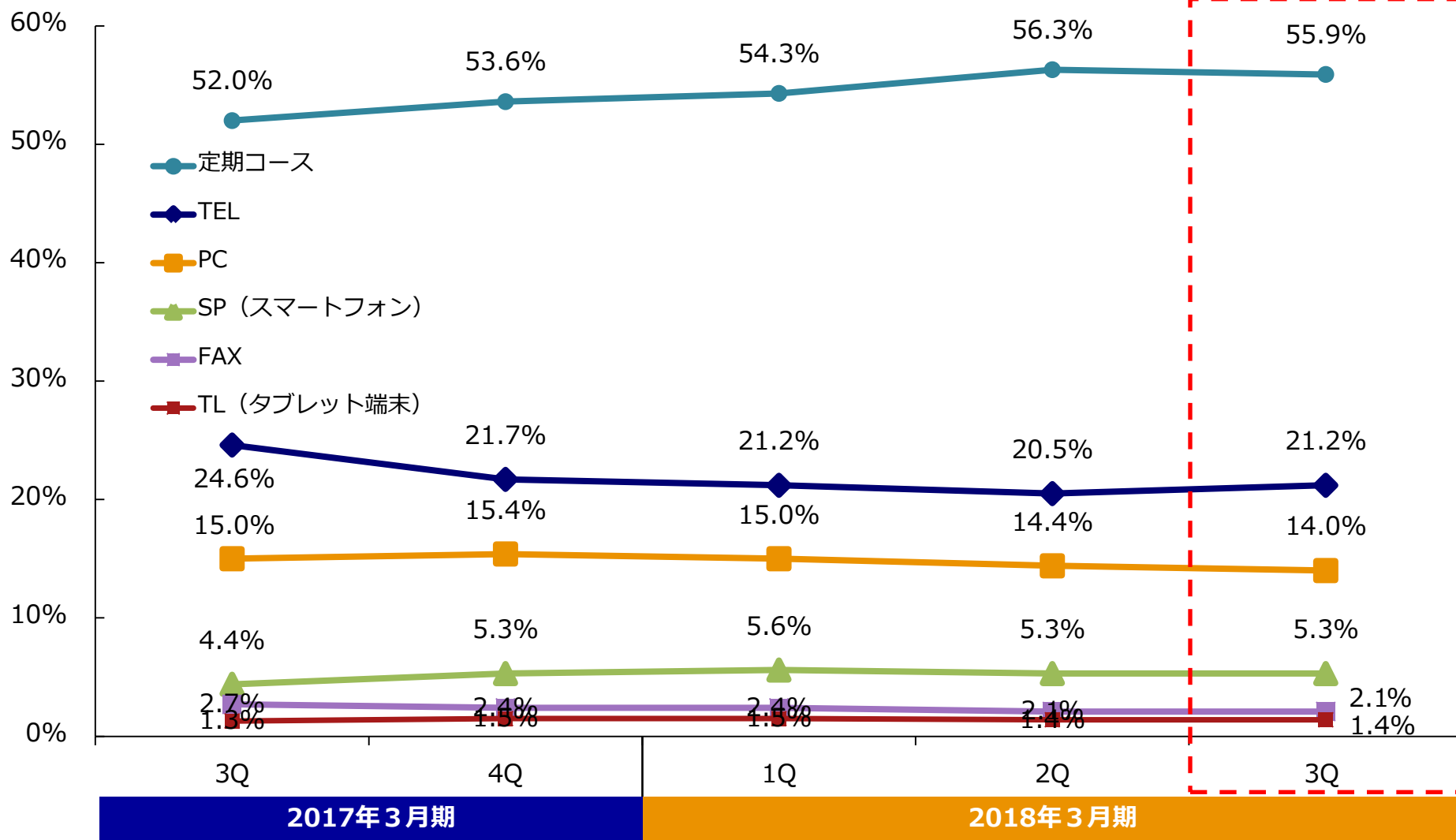


おせち販売により、1件あたりの購入単価が上昇

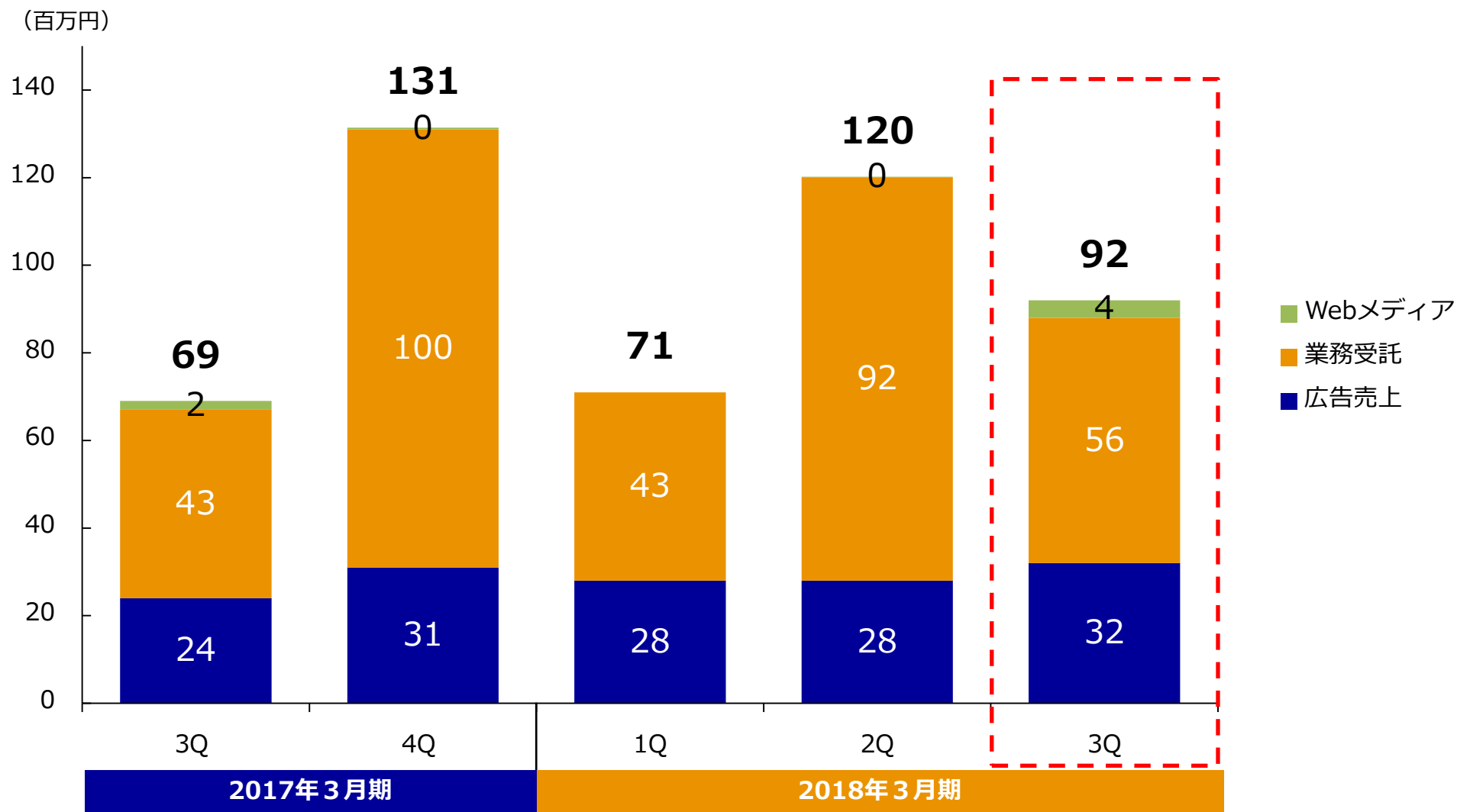
(単位：円、税別)



引き続き、定期コースが売上高の50%以上を占める

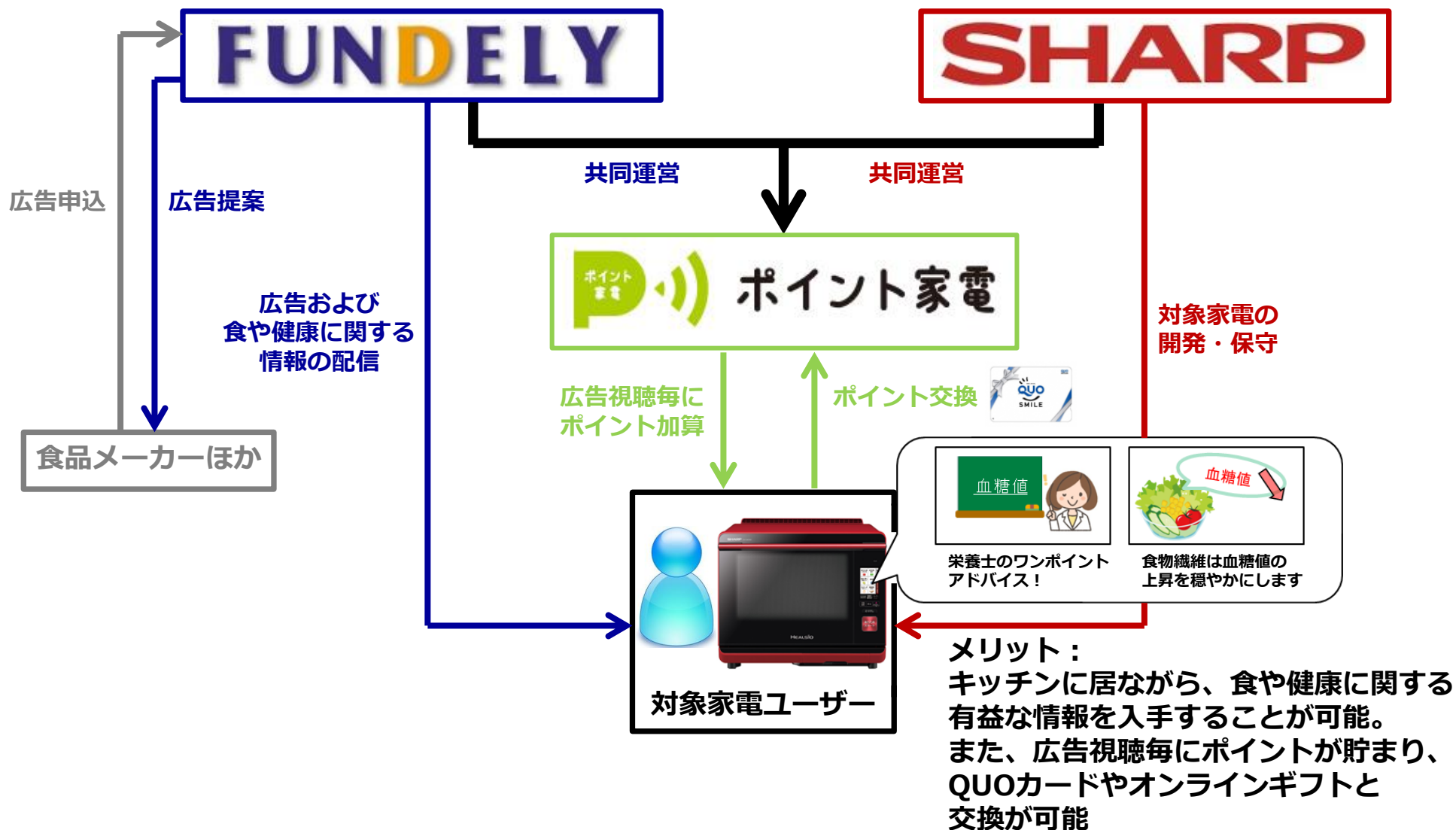


業務受託売上は下期偏重傾向が改善、Webメディアを通じた情報発信を拡充



1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. 業績推移
6. トピックス
7. Appendix

シャープ社とサービス連携契約締結、食や健康に関する有益な情報を発信



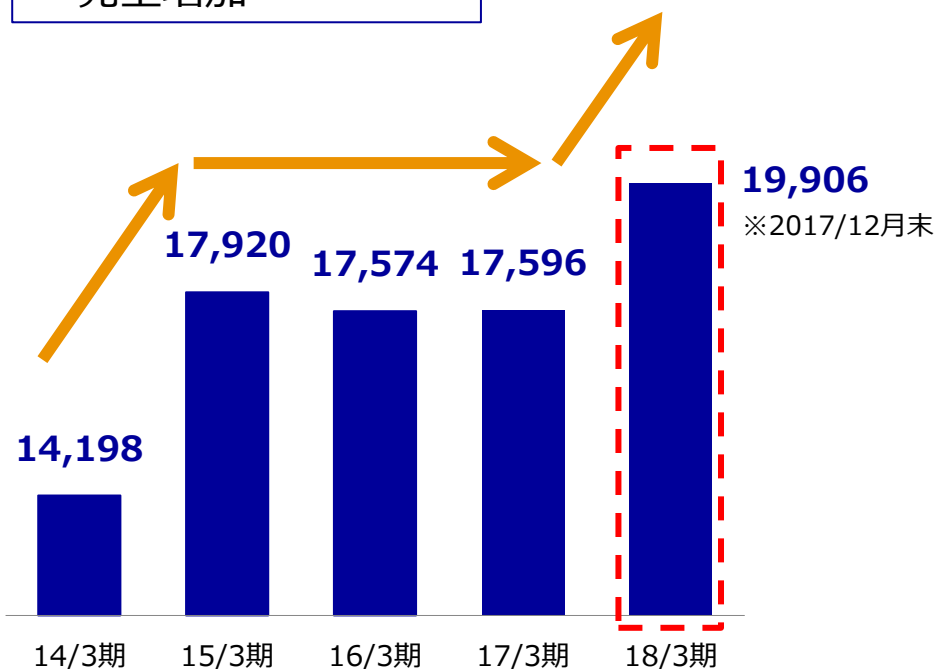
今期末20,000箇所達成は目前

紹介ネットワーク数推移

(単位：箇所)

紹介ネットワーク拡大
→専門家を通じた
カタログ配布増加
→売上増加

今期見込み
20,000箇所



紹介ネットワーク開拓余地

全国の
病院・一般診療所
110,019箇所

※厚生労働省
「平成27年度衛生行政
報告例の概況」

全国の
薬局
58,326箇所

※厚生労働省
「医療施設動態調査
(平成29年3月末概算)」

開拓余地

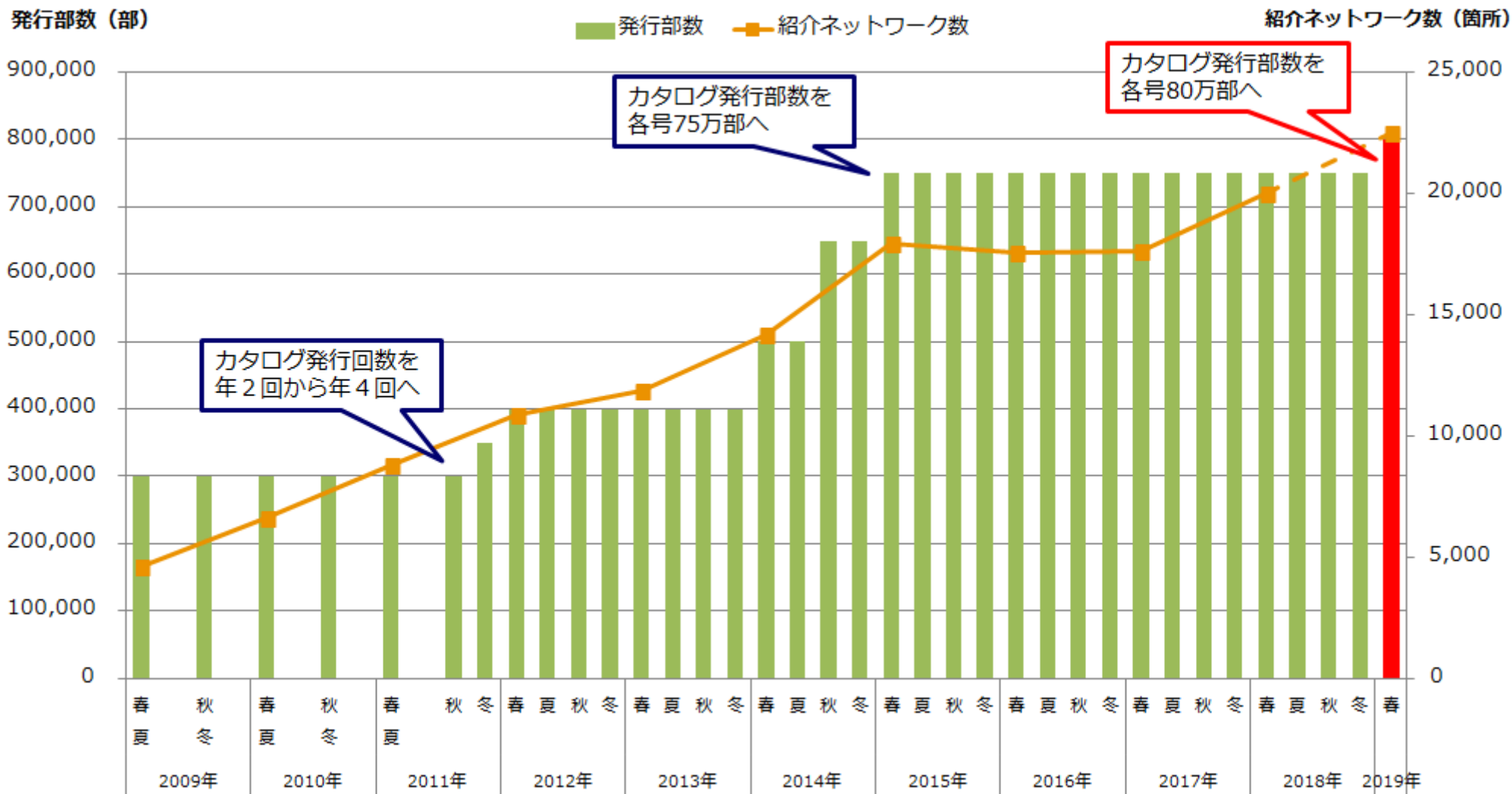
紹介ネットワーク数
15,797箇所

※2017/12月末

紹介ネットワーク数
4,109箇所

※2017/12月末

2019年春号より毎号80万部へ、医療機関からのニーズに対応



自社工場建設に向け、計画が始動

開示項目	開示内容
【1. 新工場建設の目的】	素材にこだわった高品質な商品を提供し、当社ビジョンを達成する。
【2. 新工場の概要】	
（1）名称	ファンデリー第1工場（仮称）
（2）所在地	詳細は決定次第発表いたします。
（3）延床面積	約6千㎡
（4）総投資額	約50億円（建物および設備等）
（5）資金計画	自己資金および借入金等により充当
（6）生産品目	当社健康食『ミールタイム』
（7）生産能力	約9万食／日
（8）着工予定	平成30年度内
（9）操業予定	平成31年度内
【3. 今後の見通し】	当該新工場建設による操業開始は平成31年度内を予定しており、当期の業績予想に変更はございませんが、今後開示すべき事項が生じた場合には、速やかに開示いたします。

業績目標

2022年度 目標

売上高

100億円

営業利益

20億円

営業利益率

20%

業績目標(セグメント別)

	2016年度 実績		2022年度 目標		
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	営業利益率
M F D 事業	29.2億円	6.5億円	91億円	20億円	22%
マーケティング事業	3.0億円	2.2億円	6億円	4億円	67%
メディア事業 (新設予定)	—	—	3億円	2億円	67%
全社費用	—	△2.7億円	—	△6億円	—
合計	32.2億円	6.0億円	100億円	20億円	20%

セグメント別 サマリー

戦略方針

目指す姿

M F D 事業

事業構造の転換

圧倒的NO. 1の
健康食ブランドの確立

**マーケティング
事業**

大型契約の
獲得を推進

商品力を高め、
TVCMと競争できる
サービスを提供する

**メディア事業
(新設予定)**

自社の強みを活かし
新事業を創出

2億円の
セグメント利益を獲得し
3本目の柱へ

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. 業績推移
6. トピックス
7. Appendix

上場後株価終値推移 (2015/6/25~2018/2/28)

長期トレンドで上昇傾向



IRメールを配信し、投資家の皆様とのコミュニケーションを推進

メールアドレスをご登録いただくだけで、
最新IRニュースをタイムリーに配信いたします。
ぜひご登録ください。

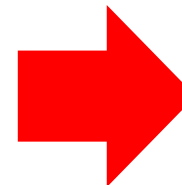
IRサイト

<http://www.fundely.co.jp/ir>

IRメール配信

<http://www.fundely.co.jp/ir/mail>

携帯電話・スマートフォンからのご登録は**こちら**



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