

FUNDELY

株式会社ファンデリー 会社説明会

株式会社ファンデリー

2016年3月14日（月）

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. 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. 業績推移
6. 成長戦略

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）	
従業員数	43名 （2015年12月末）	
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 / サンプルリング等の業務受託 健康食レシピサイトの運営	

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
2001年7月	食材宅配サービス『こだわり便』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
2011年10月	『ミールタイム ケア』を『ミールタイム』に統合し、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

ビジョン

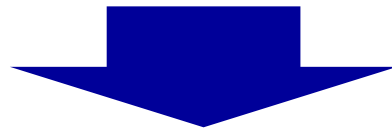
一人でも多くのお客様に健康で楽しい食生活を提案し、豊かな未来社会に貢献します

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。

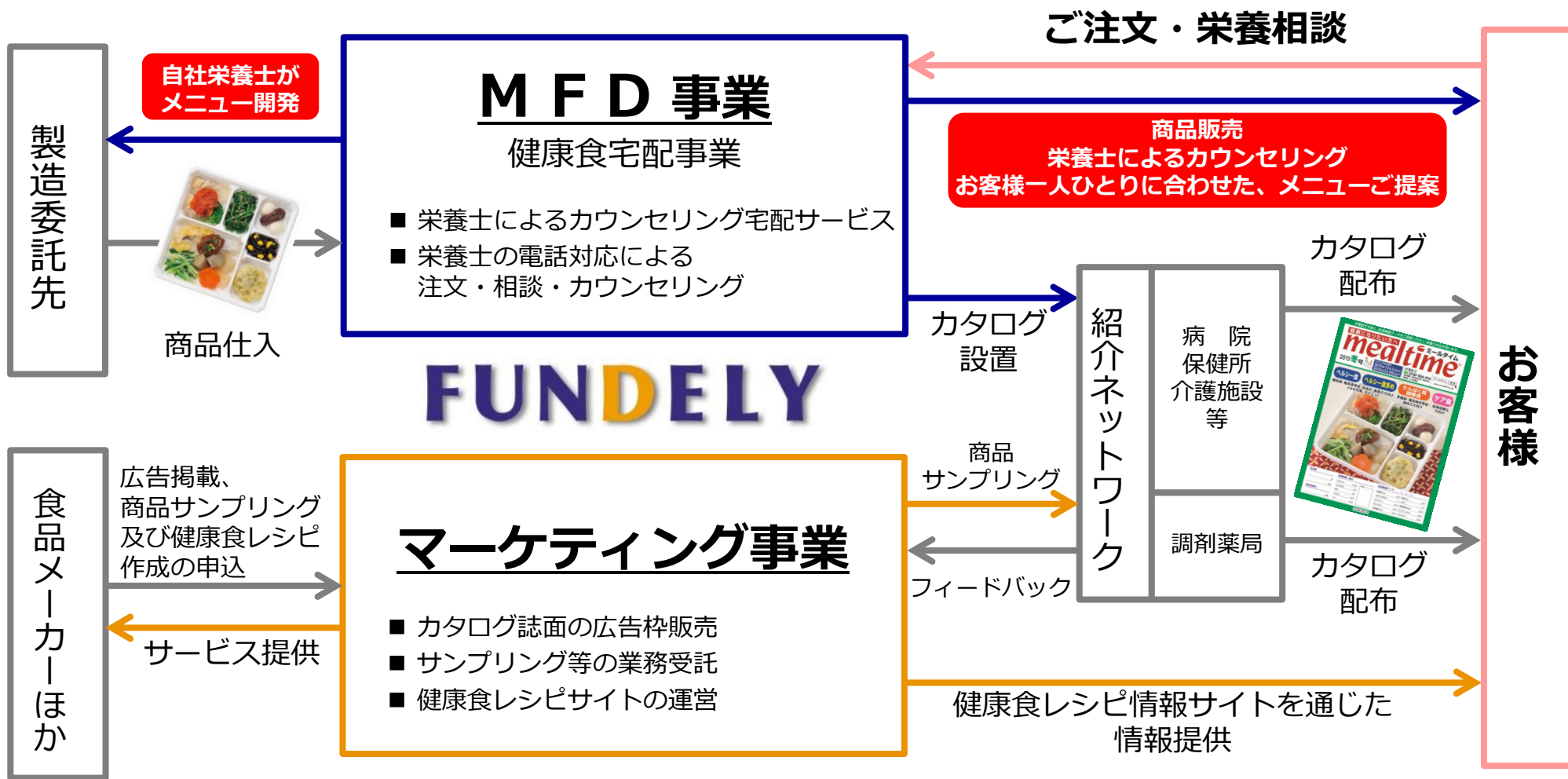
だからこそ、医療費の削減に貢献し、健康増進の推進を図るためには、

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。

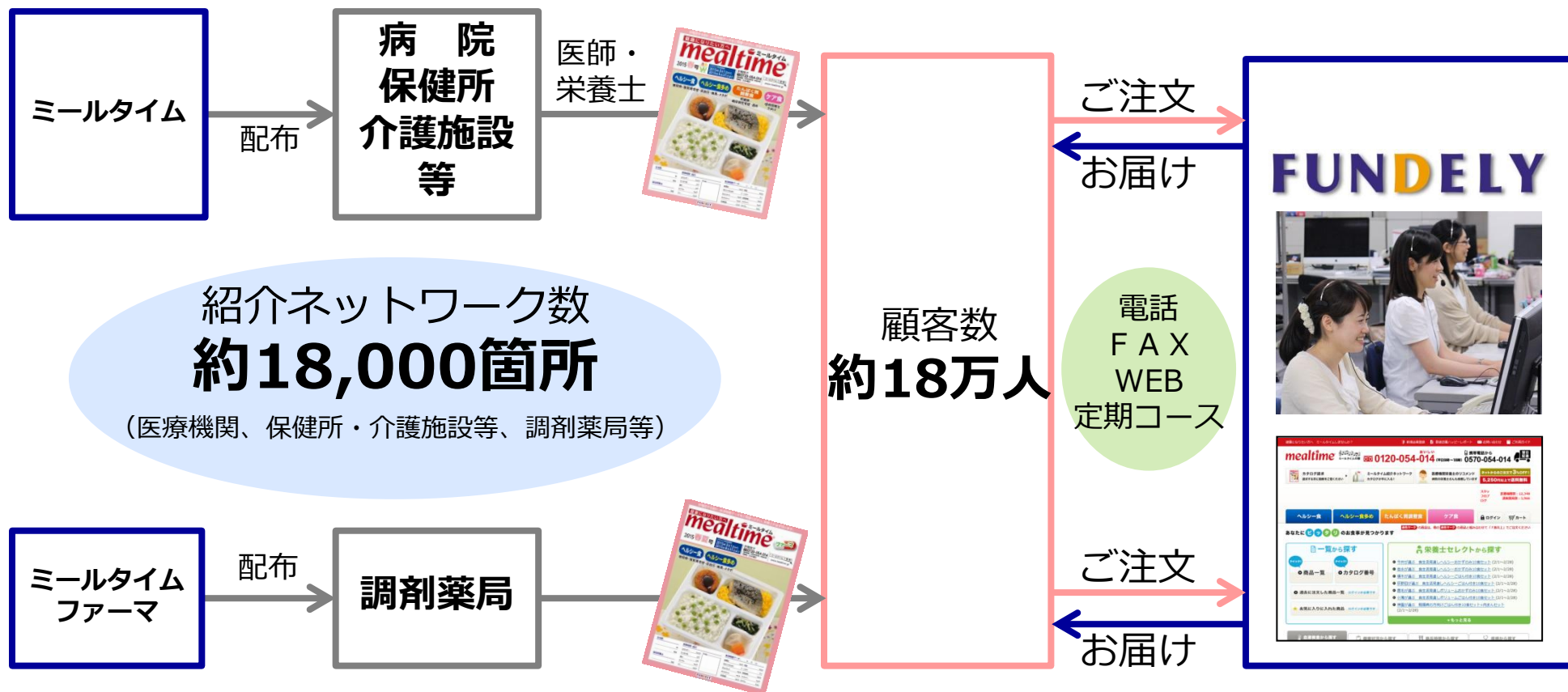
これを私たちは、**一食二医**と定義しております。



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. 成長戦略



「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) 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) 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



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**

**MFD事業の紹介ネットワークを通じた、
広告・マーケティング支援事業**

主に健康関連・食品メーカー向けに展開

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

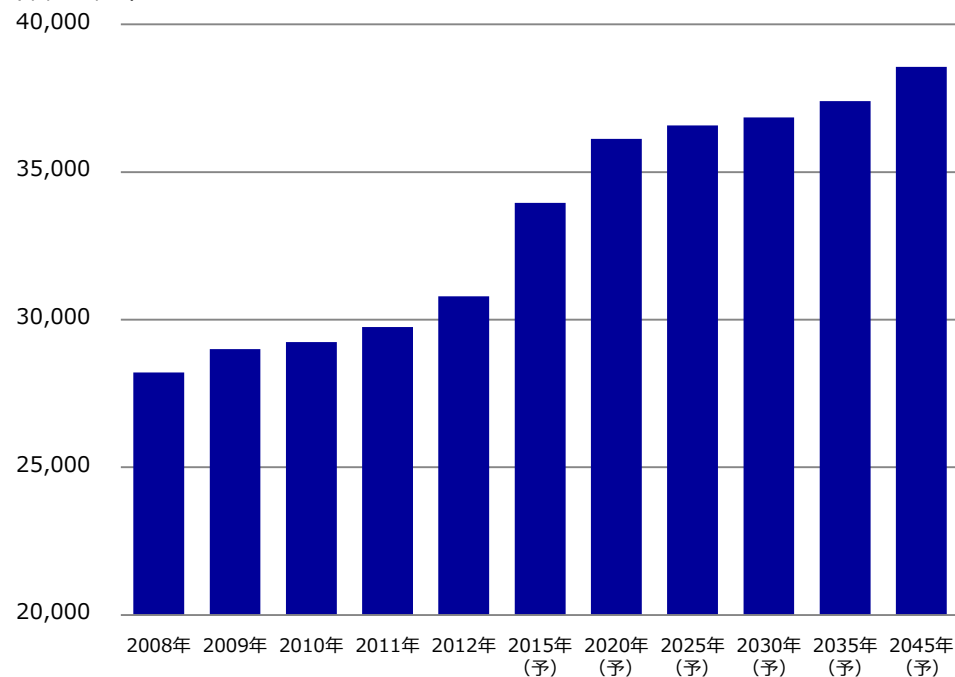
健康食レシピサイトの運営

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. 成長戦略

高齢者の増加

高齢者人数

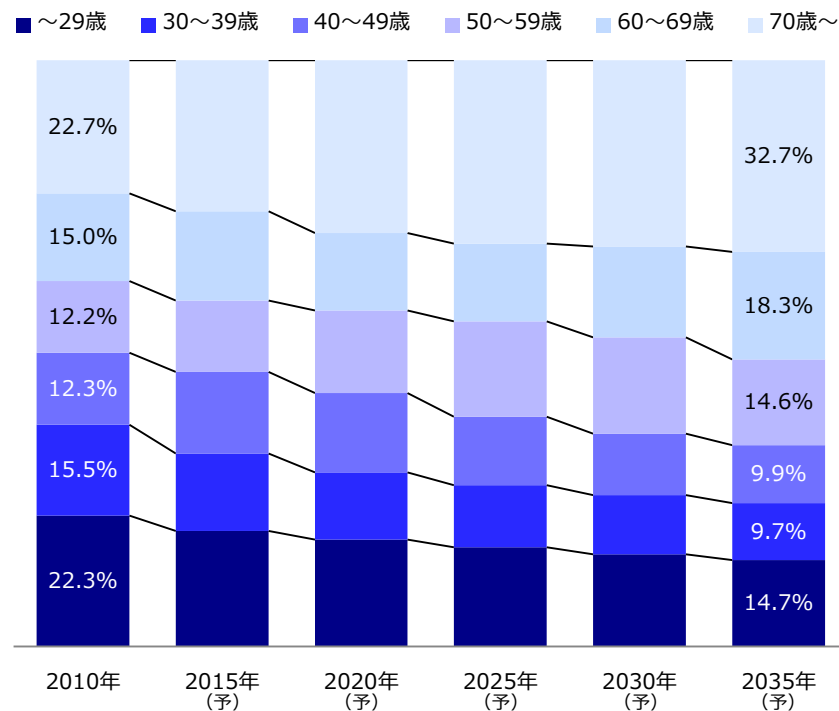
(単位：千人)



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

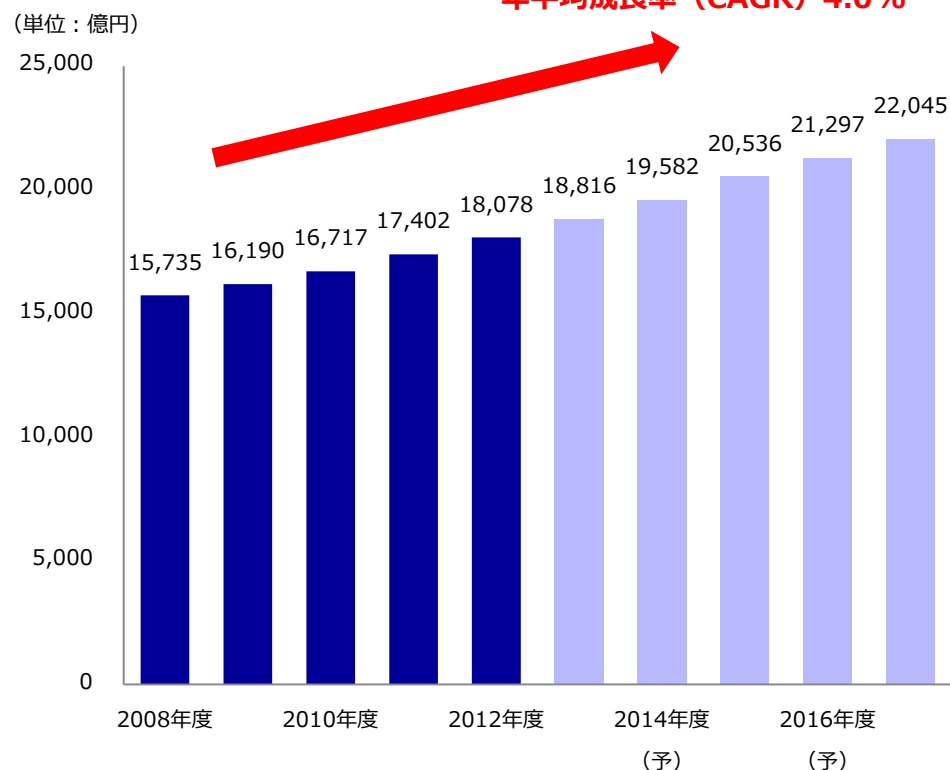
単身者 年齢構成比



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（全国統計）2013（平成25）年1月推計」

食品宅配市場の規模推移

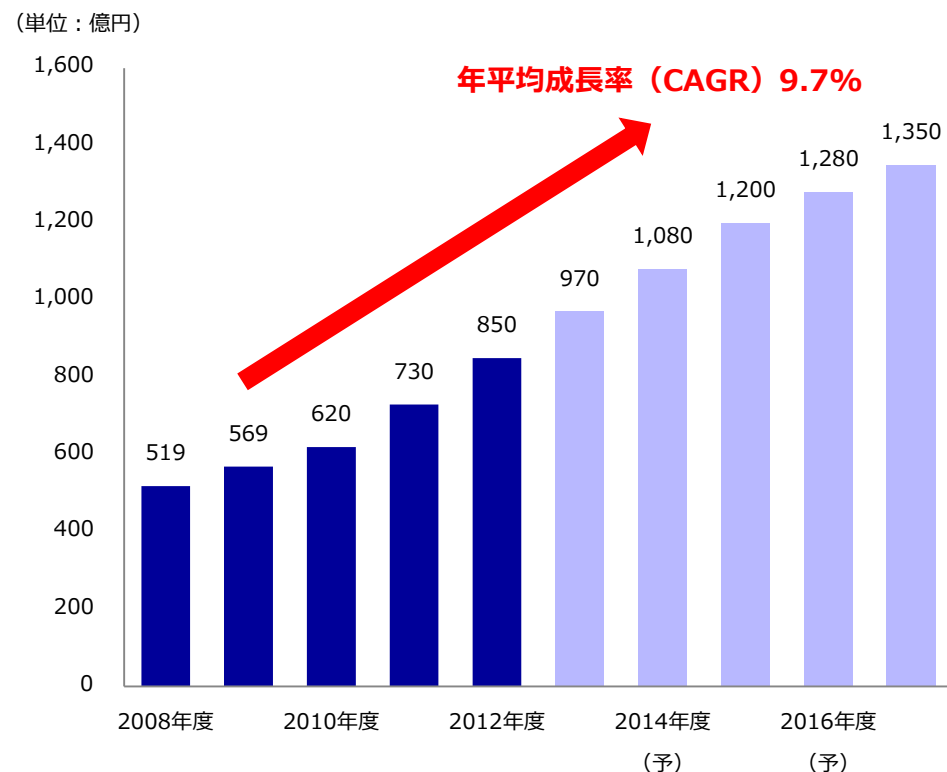
年平均成長率 (CAGR) 4.0%



〔出典〕 矢野経済研究所「食品宅配市場に関する調査結果 2013」

在宅配食サービス市場の規模推移

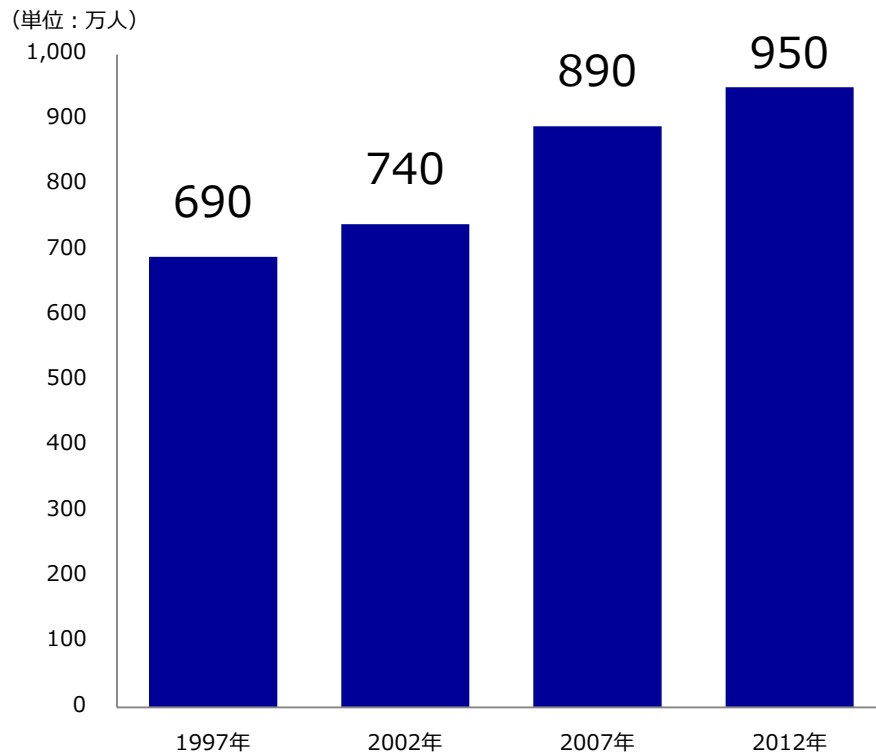
年平均成長率 (CAGR) 9.7%



〔出典〕 矢野経済研究所「食品宅配市場に関する調査結果 2013」

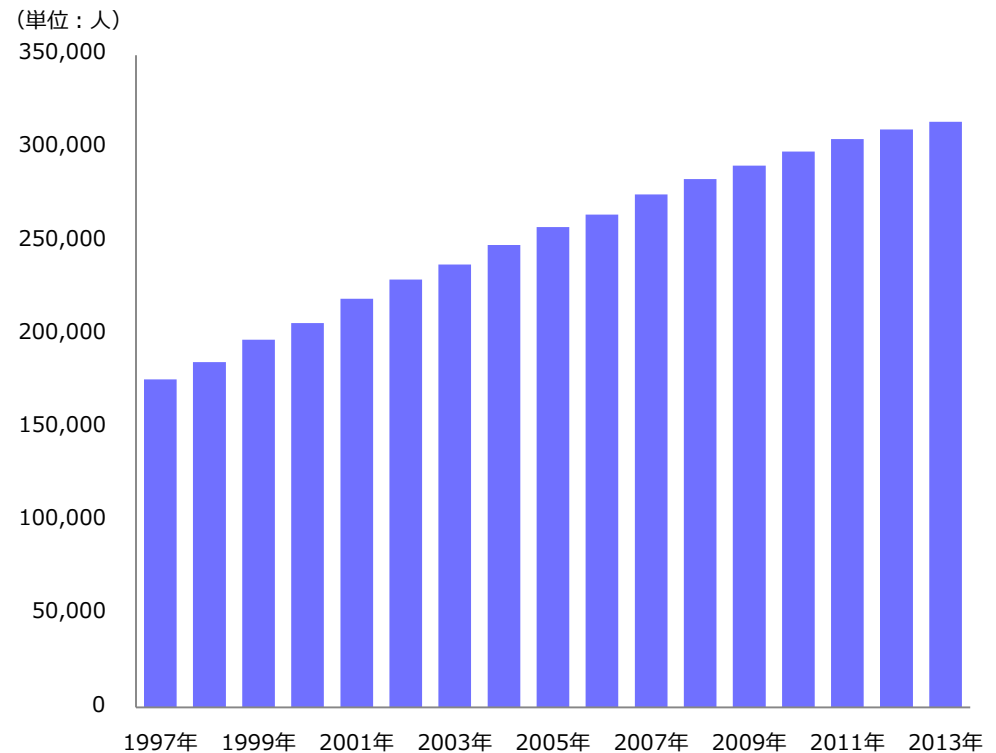
生活習慣病患者数の推移

「糖尿病が強く疑われる者」推計人数の推移



出典：厚生労働省 「平成24年 国民健康・栄養調査結果の概要」

腎臓病患者数



出典：日本透析医学会
「図説 わが国の慢性透析療法の現況（2013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

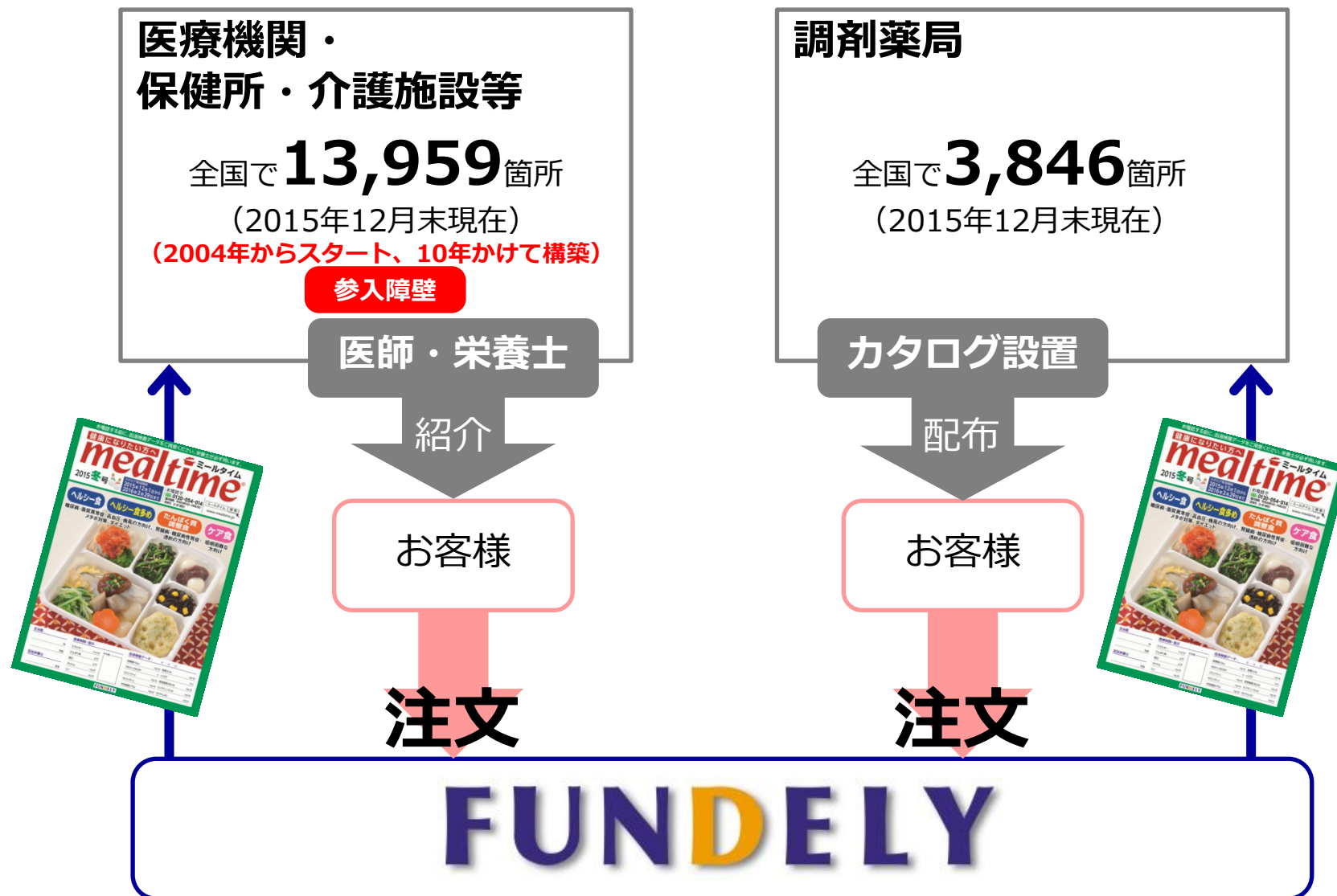
脂質異常症が疑われる人

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）

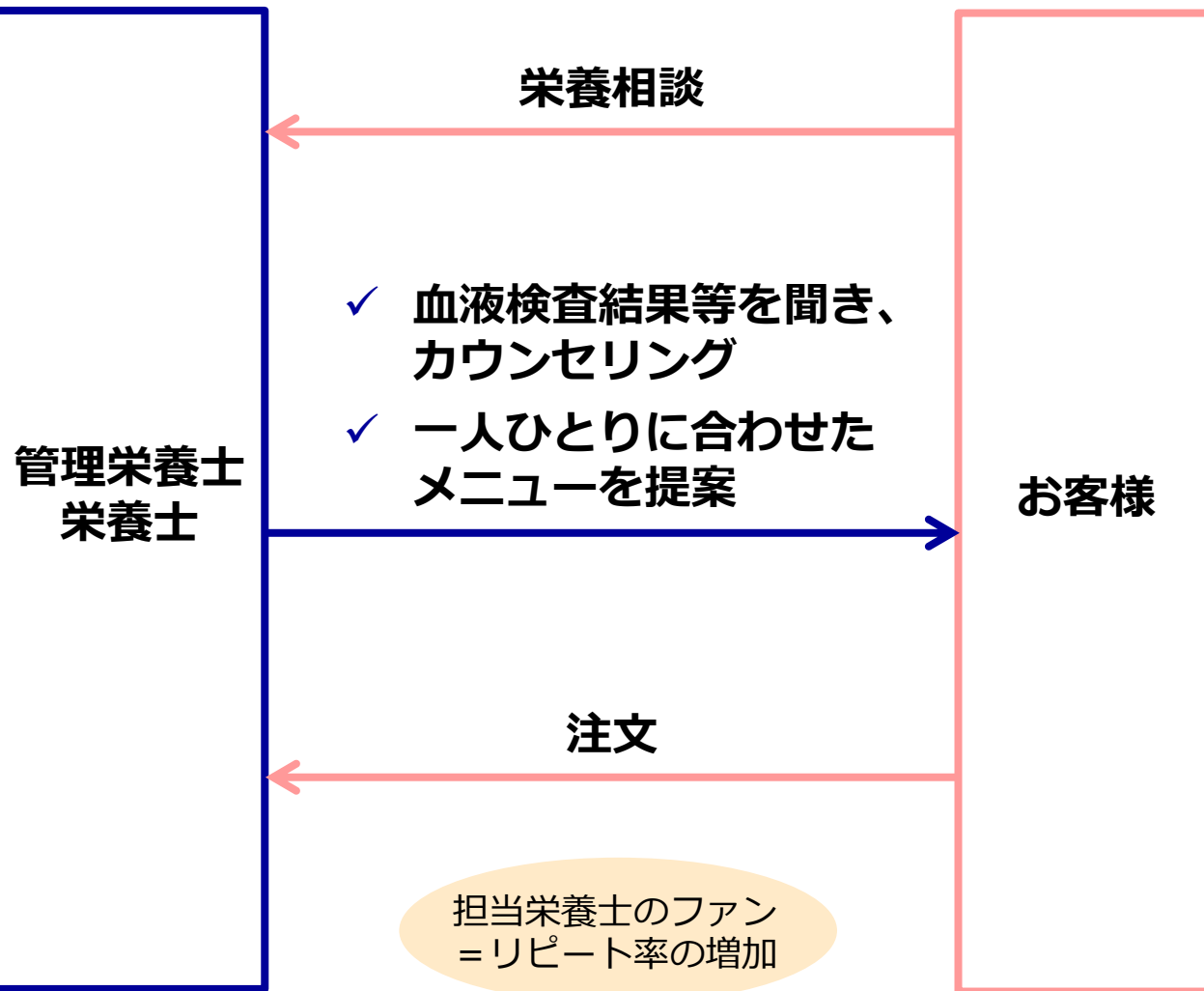
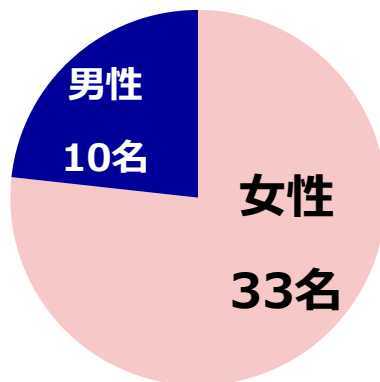
1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
5. 業績推移
6. 成長戦略

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・栄養士の資格を保有
(2015年12月末現在)



②栄養士の専門性（専門知識を生かしたメニュー開発力）

FUNDELY
22

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 107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



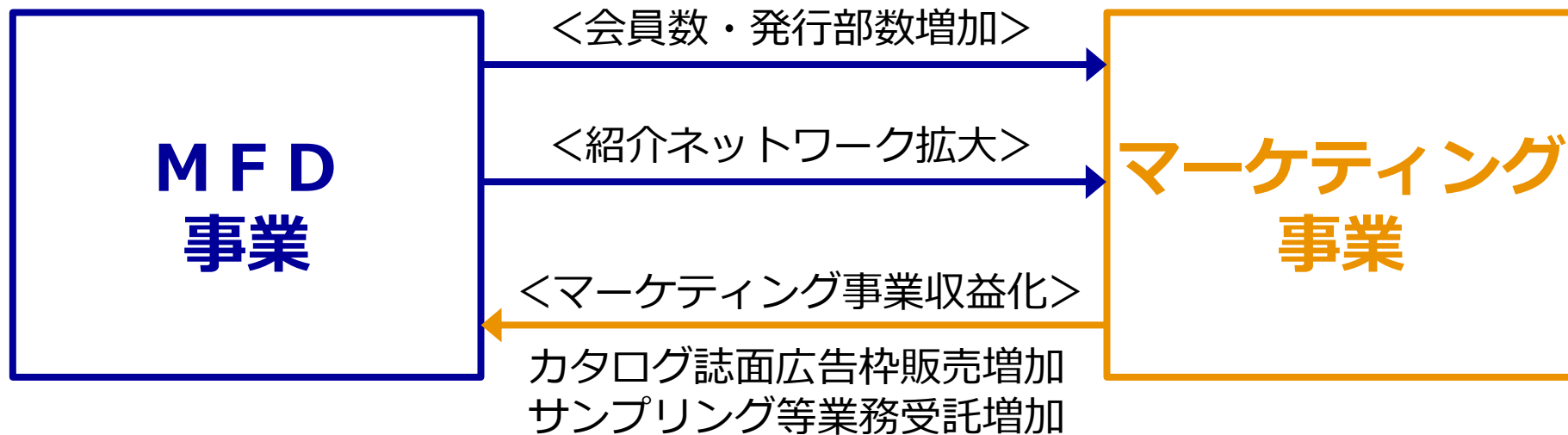
年 **4** 回発刊

毎号 **半分** の
メニュー変更

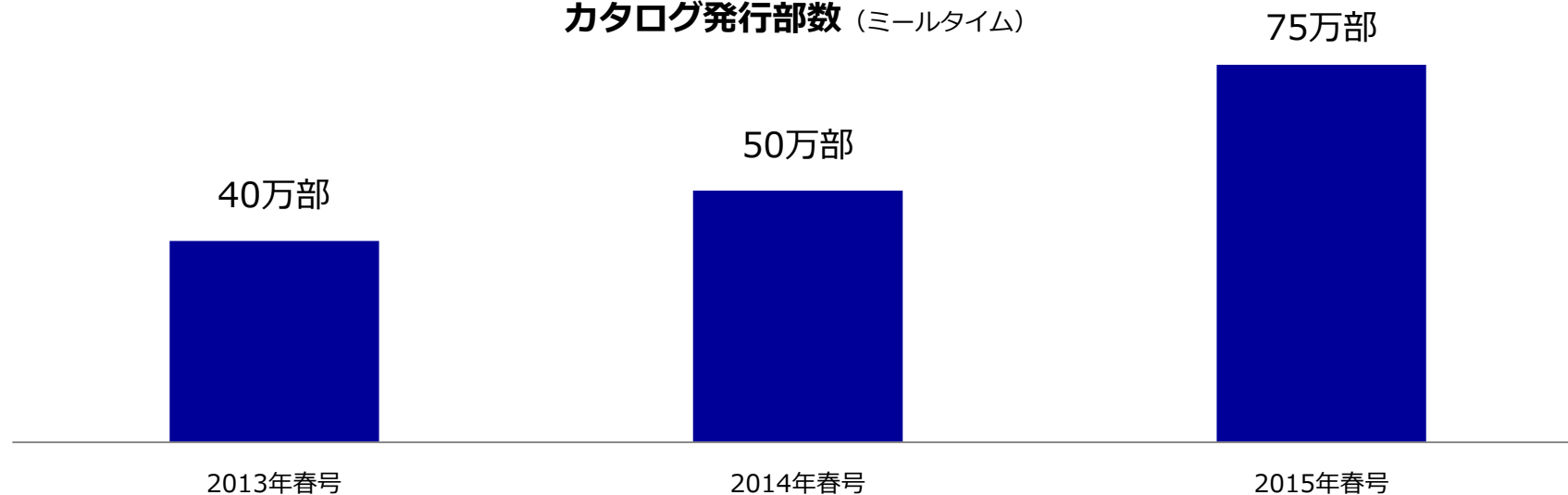
旬の食材を提供

2015年冬号

③マーケティング事業の拡大による収益源の多様化



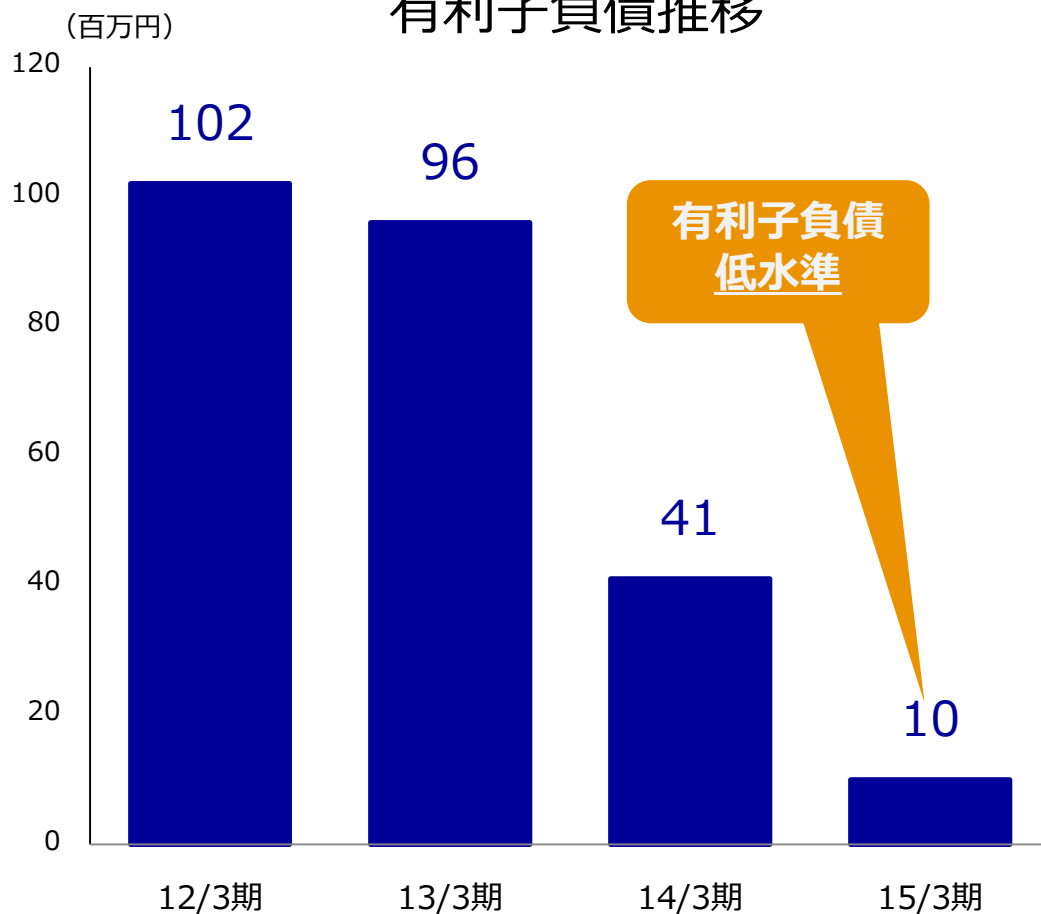
カタログ発行部数（ミールタイム）



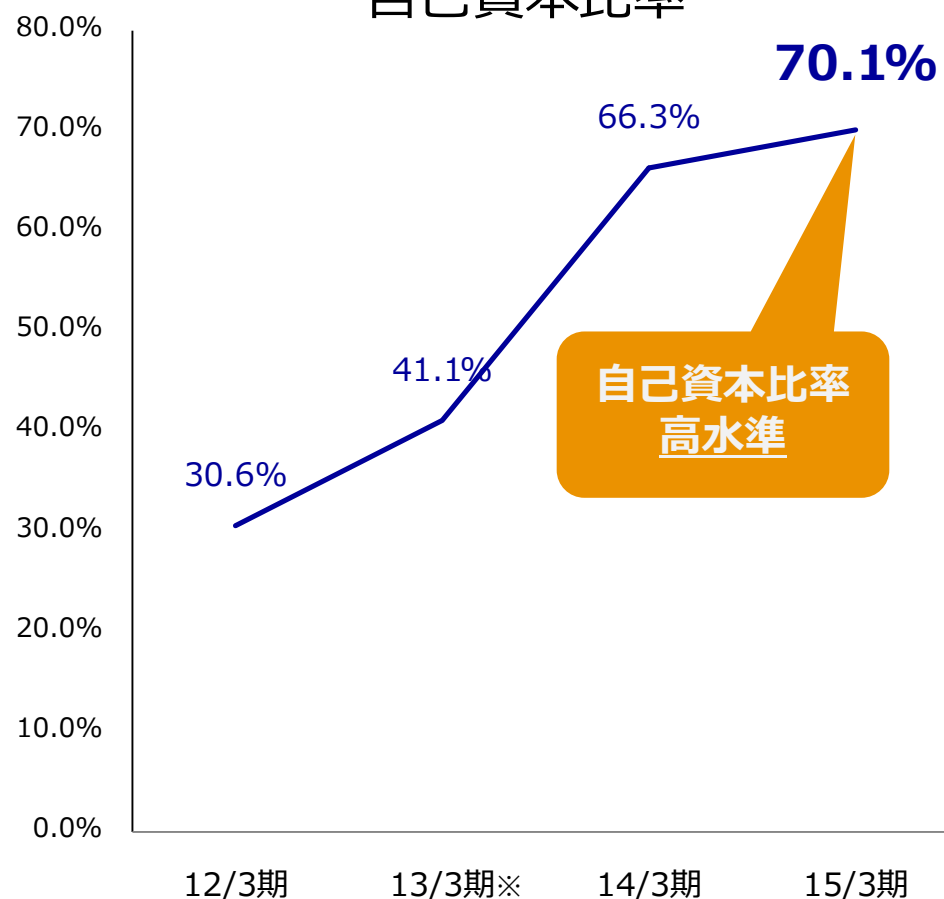
1. 会社概要
2. 事業内容
3. 事業環境
4. 当社の強み
- 5. 業績推移**
6. 成長戦略

事業の拡大と共に、安定した財務体質へ

有利子負債推移



自己資本比率



※ 連結子会社カウンセリングデリバリーが存在した為、連結での自己資本比率を掲載しております。

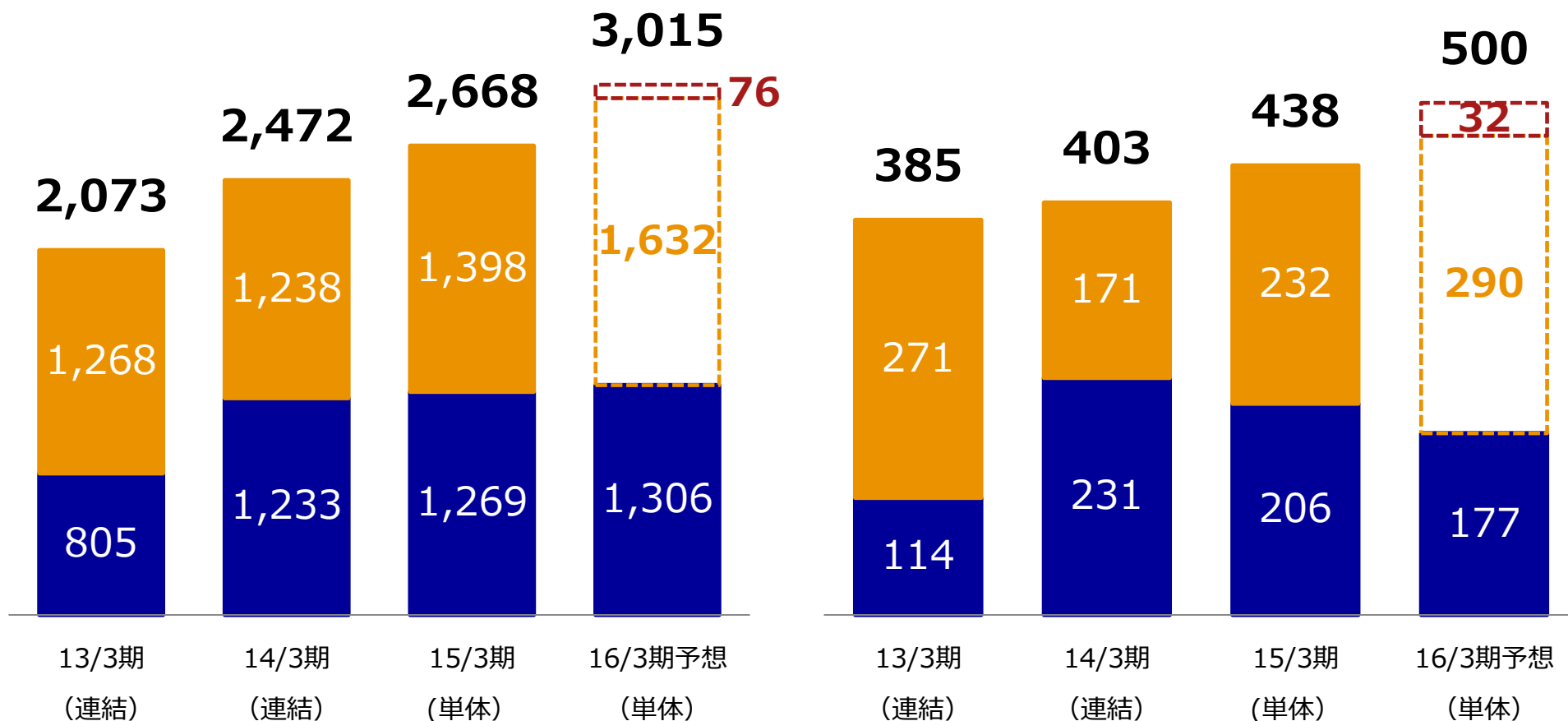
売上・営業利益ともに下期偏重傾向

売上高 (百万円)

営業利益 (百万円)

■ 上期 ■ 下期 □ 下期予想 □ 3.11業績予想修正分

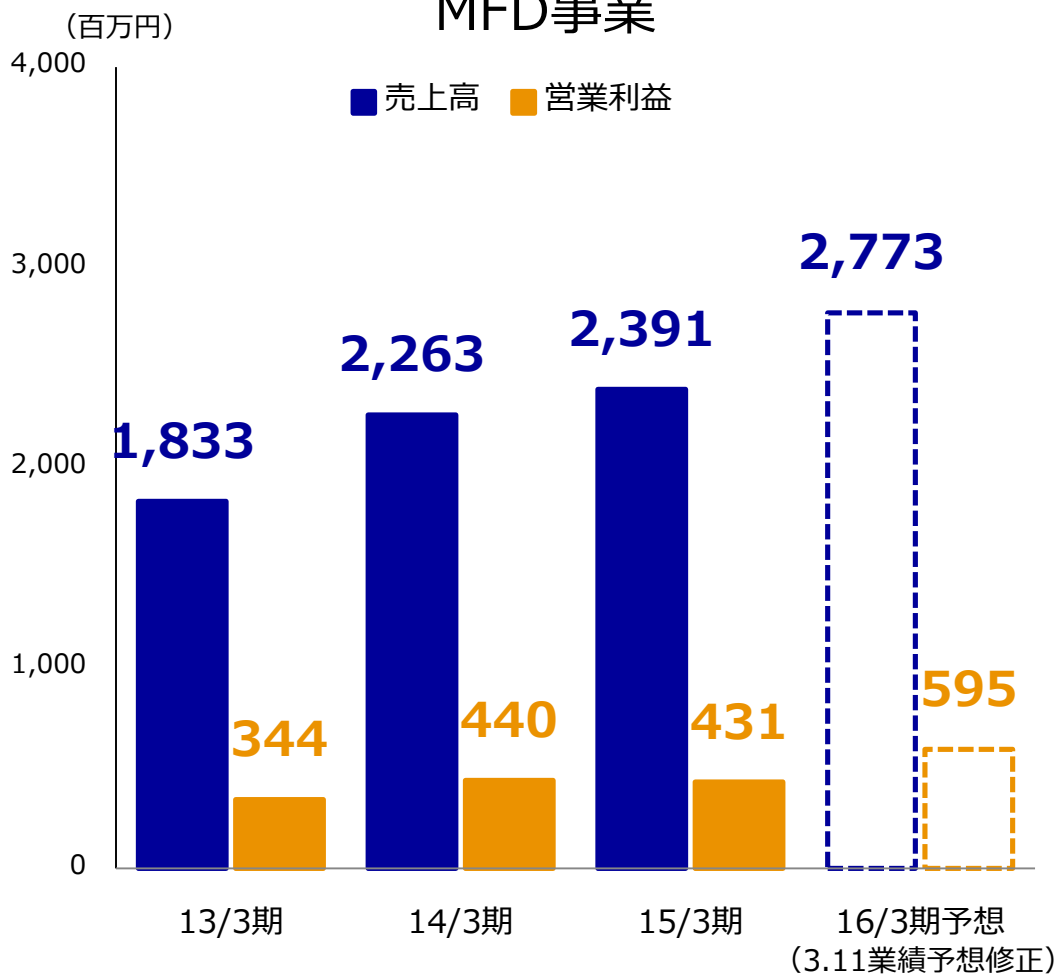
■ 上期 ■ 下期 □ 下期予想 □ 3.11業績予想修正分



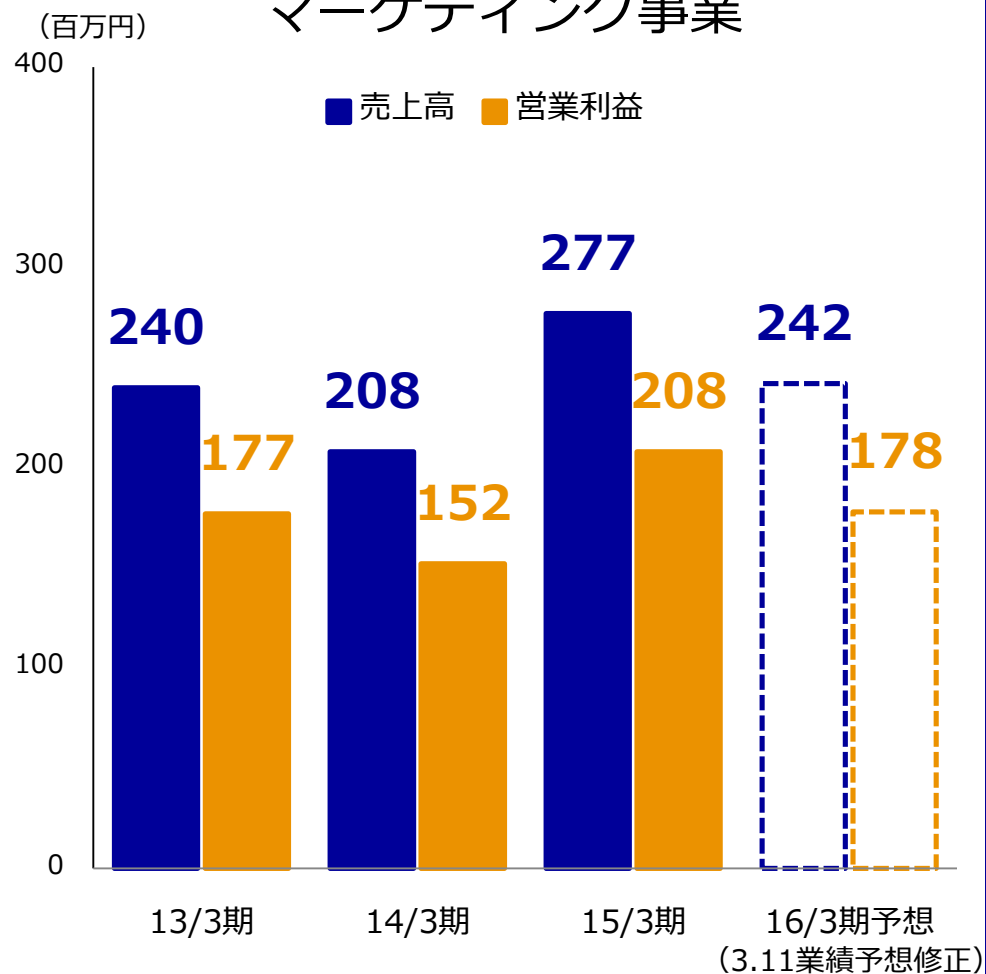
※ 13/3期ならびに14/3期においては連結子会社カウンセリングデリバリーが存在した為、連結業績を掲載しております。
 なお、当社は連結子会社カウンセリングデリバリーを14/3期中に吸収合併しております。

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

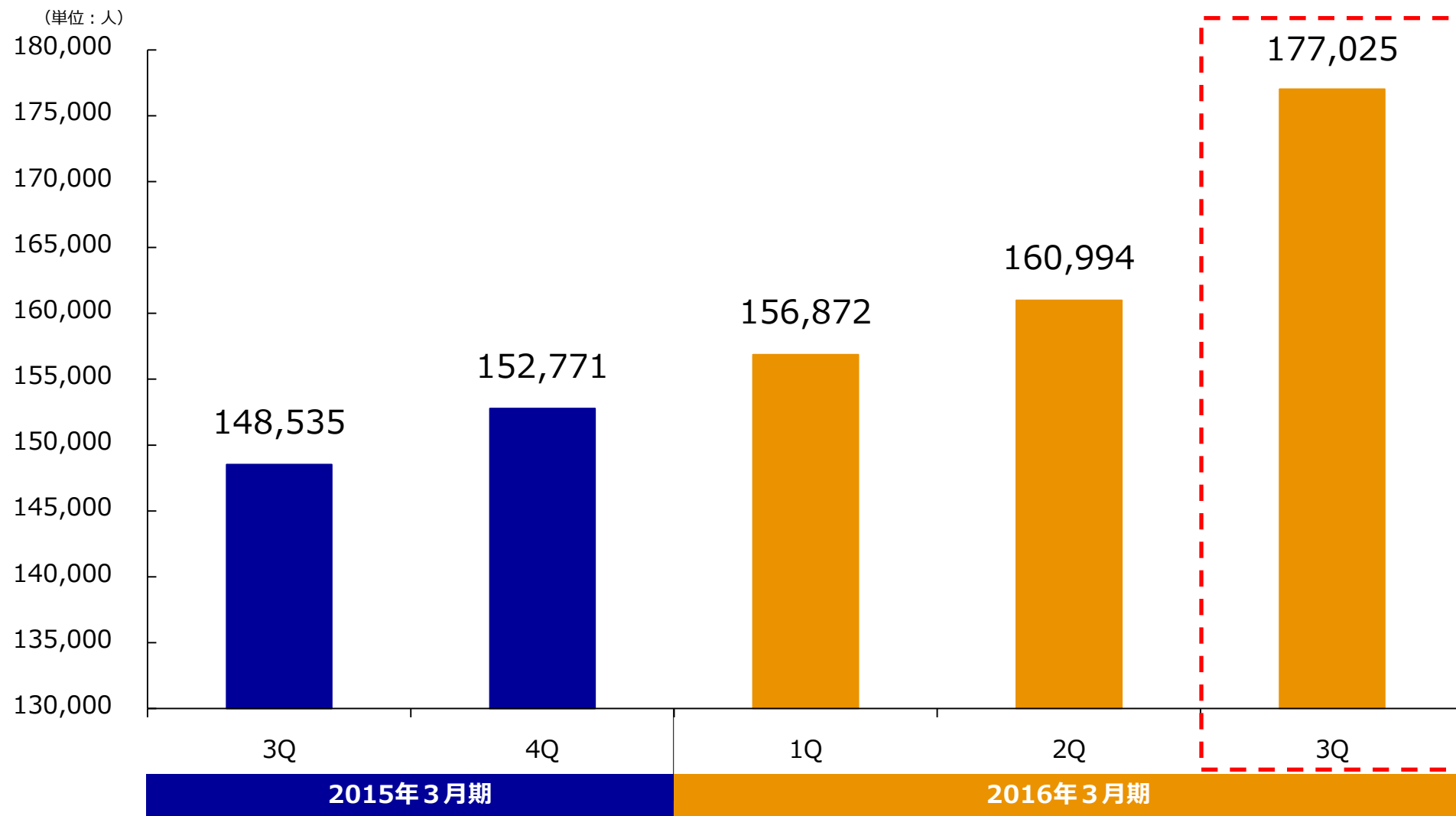
MFD事業



マーケティング事業

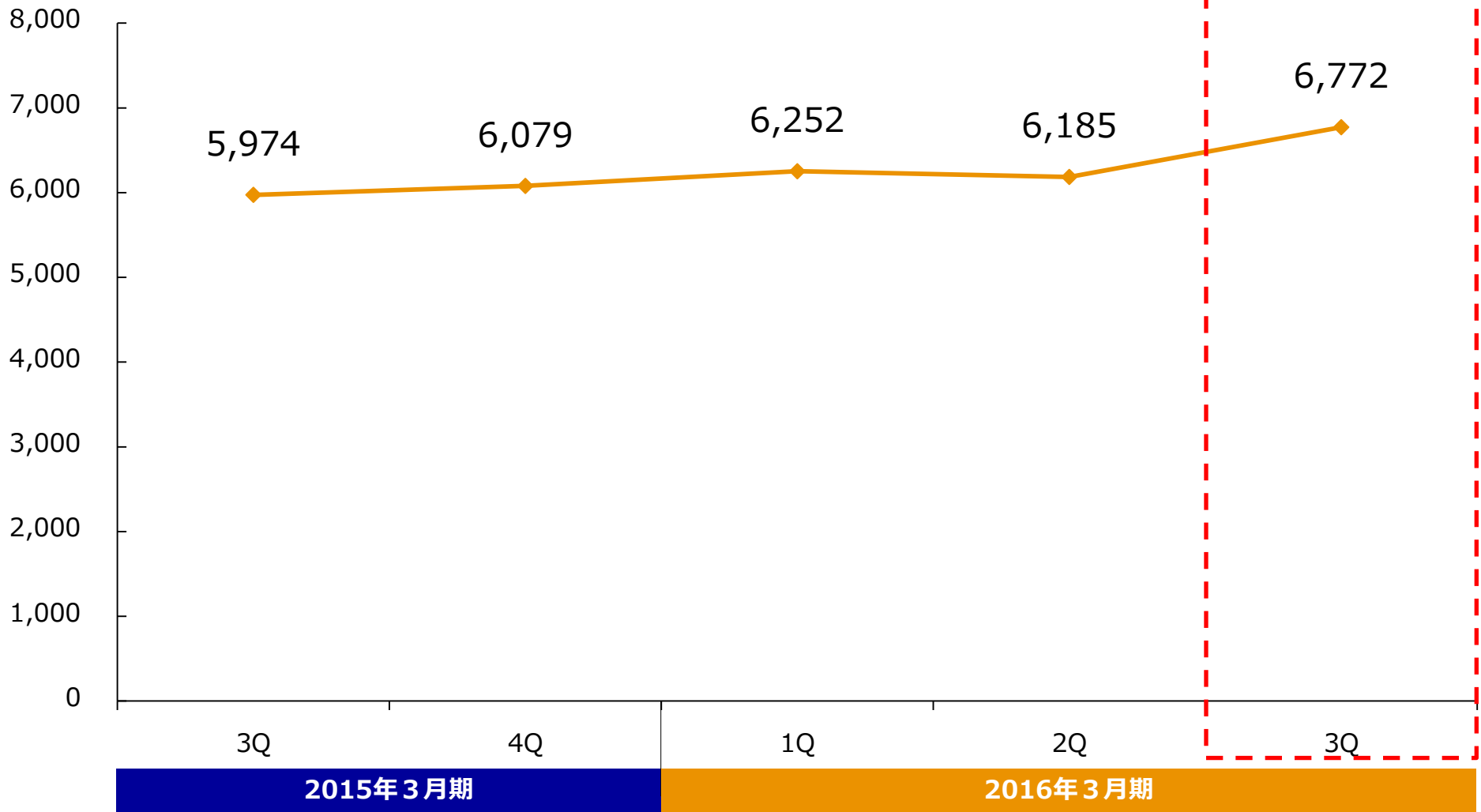


テレビ放送の影響により、大幅に増加し、会員数は17万人を突破

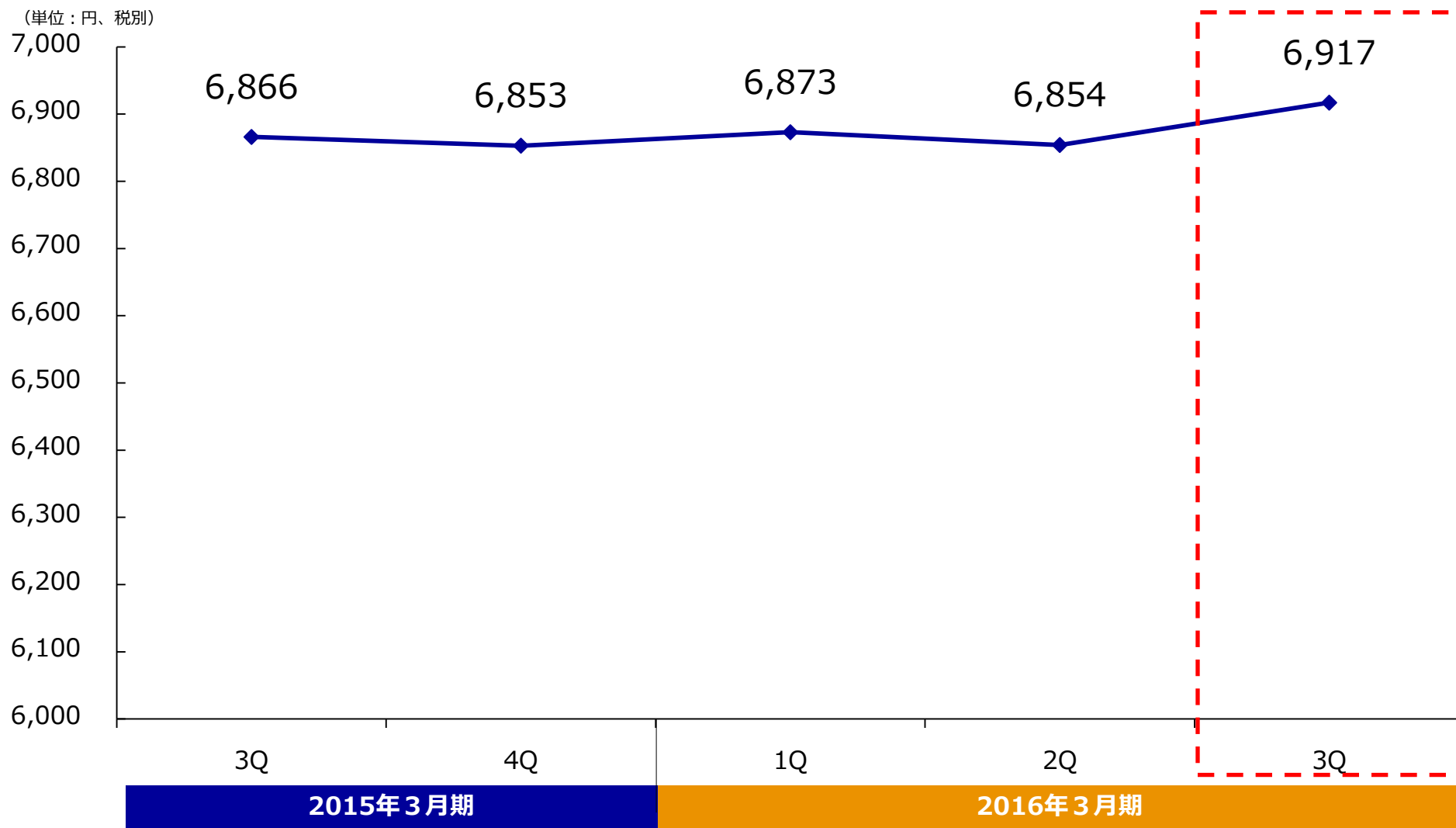


定期コース会員数は堅調に推移

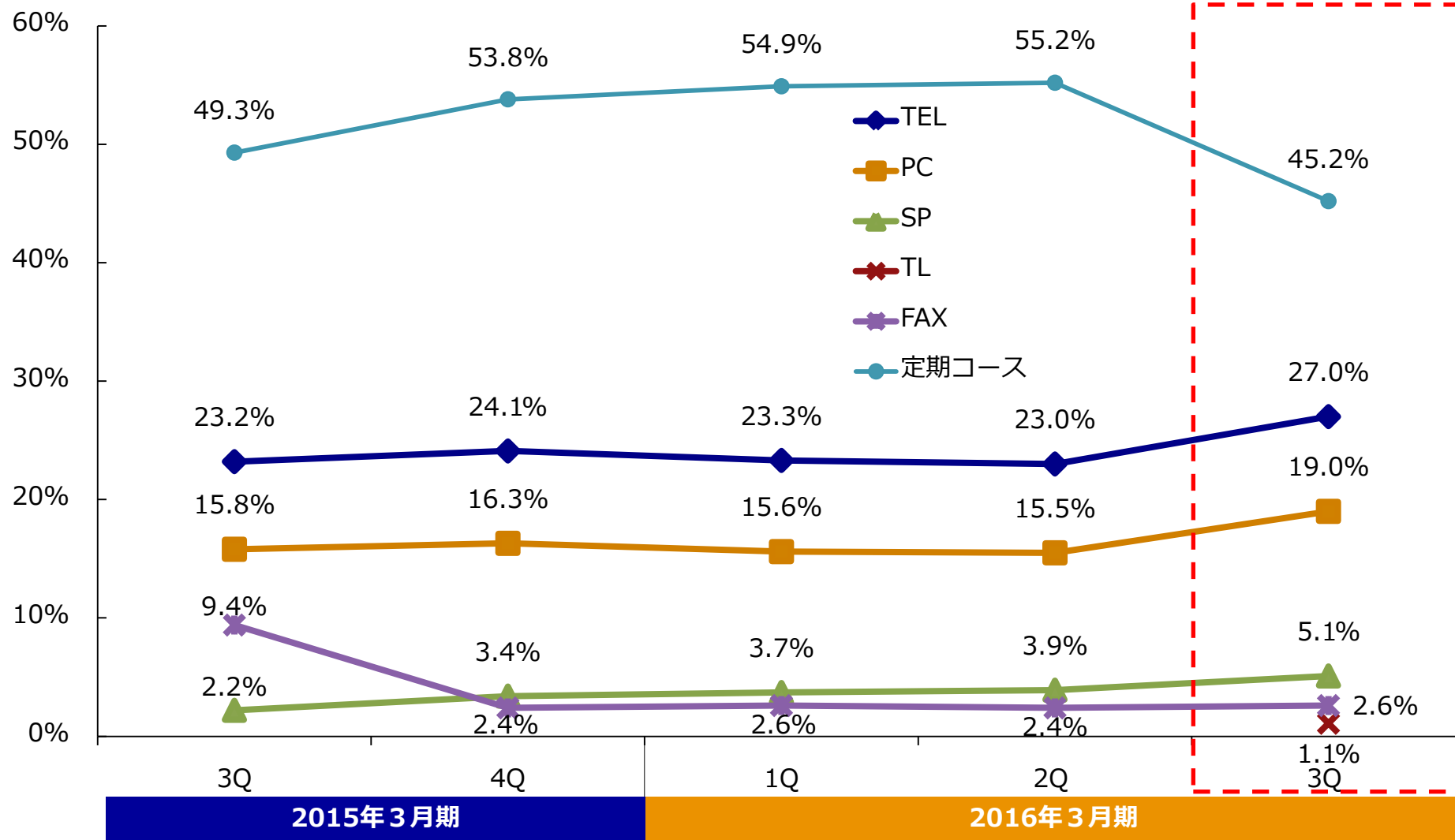
(単位：人)



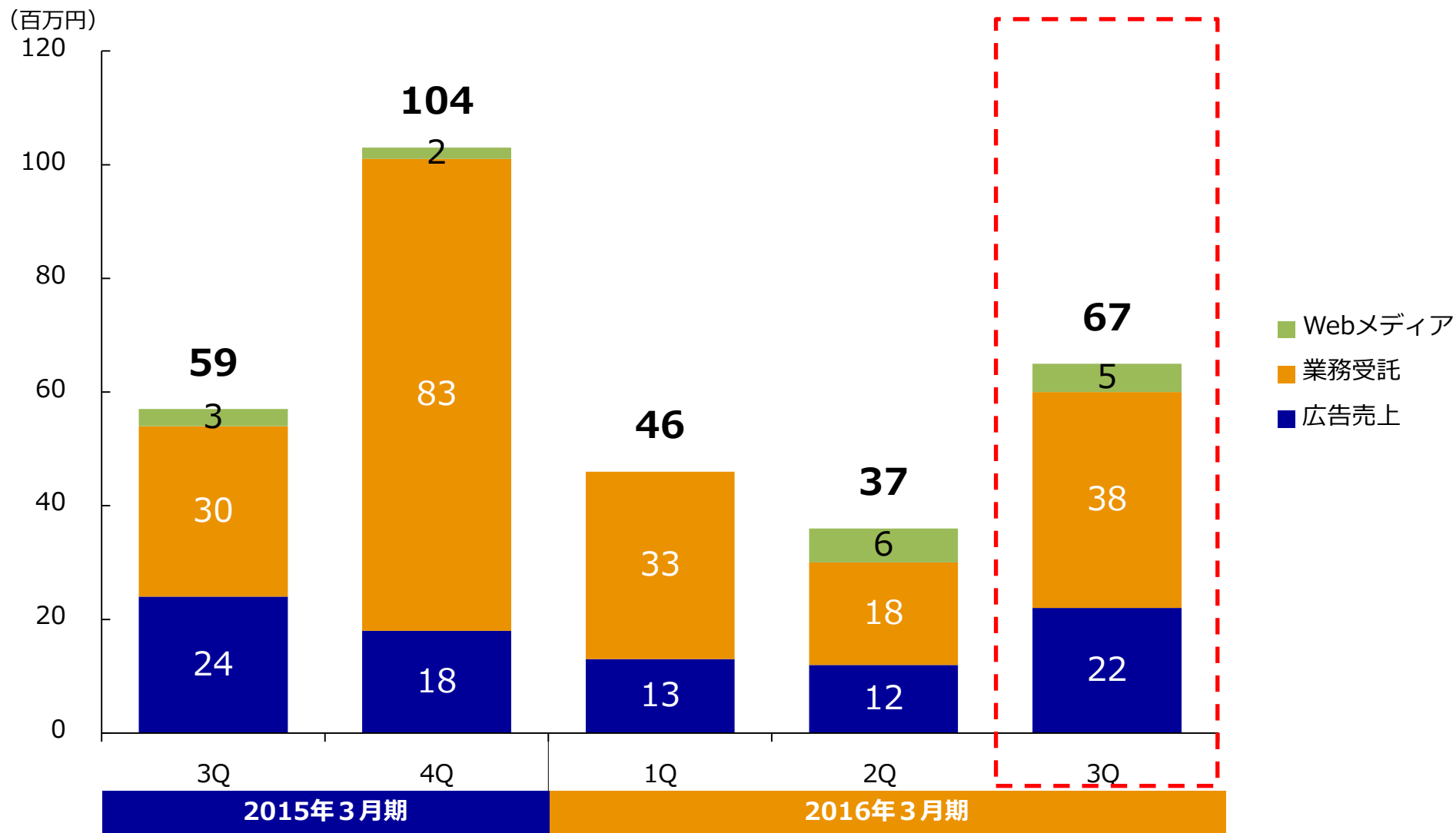
1件あたりの購入単価は、6,900円前後にて推移



テレビ放送の影響から、TEL・PCでの購入が増加、相対的に定期コース比率が減少



業務受託売上は下期偏重傾向、今後も引き続きWebメディア拡充を図る



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. 成長戦略

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