

第24期

ビジネス・レポート

(2023年4月1日～2024年3月31日)

FUNDELY

CONTENTS

社長メッセージ

「2024年3月期の実績および今後の展望」	P.1
各事業のトピックス	P.3
新商品のご紹介	P.7

株式会社ファンデリー

証券コード:3137



ヘルスケア事業を通じて 豊かな未来社会に貢献します

代表取締役 阿部 公祐

ごあいさつ

株主の皆様には、日頃より当社へのご理解とともに厚いご支援を賜り心より御礼申し上げます。

ライフスタイルや生活様式の多様化に伴い、宅配や冷凍食品への需要が増加しているため、当社を取り巻く市場環境は良好な状況が続くものと考えられます。一方、物価上昇などで個人消費の回復が遅れるおそれもあり、国内外経済は依然先行き不透明な状態が続いております。こうした事業環境のもと、管理栄養士・栄養士によるサポート、他社とのコラボ商品開発や管理栄養士推奨品など、当社の強みを活かした最高品質の商品・サービスを提供し収益拡大に努めてまいります。

株主の皆様におかれましては、引き続き当社事業にご期待いただくとともに、変わらぬご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2024年3月期(当期)を振り返って

一人でも多くの方に健康で楽しい食生活を提案し、価値の高い商品・サービスの提供と品質向上に努めてまいりました。

MFD事業では、定期購入サービスである「栄養士おまかせ定期便」の利用者拡大、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』の紹介ネットワーク拡大を軸に推し進め、新規・定期購入顧客数の増大に努めました。減収減益となりましたが、アクティブ会員数は四半期ベースで5年ぶりに増加しました。

CID事業では、旬や国産100%の食材にこだわった冷凍食品を当社の埼玉工場で製造し、WEBサイトを通じて販売する『旬をすぐに』を展開しています。

「食」の安全に対する意識が高まるなか、食品添加物82種類を使用しておりません。また、新たにNTTアグリテクノロジー社(NTT東日本グループ)との協業を開始し、同社から仕入れた野菜を使ったメニューの発売やプロモーションの実施により、新規顧客の獲得と販売数拡大に努めました。特にコスト構造の改革が進み、前年比で損益が大きく改善しました。

マーケティング事業では、『ミールタイム』・『ミールタイム ファーマ』の2誌に掲載する広告枠の販売、紹介ネットワークを活用した業務受託で複数の案件を獲得しました。当社紹介ネットワークのアンケート調査に基づく「管理栄養士推奨」マークは、その公平性で多くの食品メーカーから高い評価と信頼を得ております。予算は未達でしたが、通期で最高の売上高・営業利益となりました。

これらの結果、減収増益となり通期では4年ぶりに黒字化しました。当期の売上高は26億46百万円(前年同期比5.8%減)、営業利益は58百万円(前年同期は営業損失2億85百万円)、経常利益は55百万円(前年同期は経常損失2億84百万円)、当期純利益は66百万円(前年同期は当期純損失2億84百万円)となりました。

2025年3月期の見通し

MFD事業では、全国2万か所の紹介ネットワークを活用して新規顧客の獲得を図ってまいります。また、

SNSの「X」を活用した定期コース会員の獲得に注力します。そして、定期コース会員とのきめ細やかなコミュニケーションを大切にしていきます。

CID事業では、卸売先の開拓を行います。当社は設立以来、お客様へ直接商品を販売してきましたが、2025年3月期は全国の小売店に『旬をすぐに』を置いていただく卸売に注力します。全国の生産者ネットワーク「旬すぐ共栄会」を活用して、圧倒的にコストパフォーマンスの良い商品の比率を高めていきます。また、新たに商品の改廃を進めてクオリティの向上を図ってまいります。

マーケティング事業では、提案力をつけるため社内研修制度の充実を図り、若手社員の早期戦力化を実現させます。そして、製薬企業へのアプローチを増やし、当社の強みを活かしたマーケティング支援を行います。さらに、減塩を啓蒙する「らくだ6.0プロジェクト」の認知拡大に努め、多くの賛同企業を集めます。

これらの取り組みにより、当社は2か年計画でスタンダード市場への移行を目指します。来期の見通しは、売上高30億72百万円(前年同期比16.1%増)、営業利益62百万円(前年同期比6.9%増)、経常利益20百万円(前年同期比63.1%減)、当期純利益19百万円(前年同期比71.2%減)を見込んでいます。

MFD (Medical Food Delivery) 事業

ミールタイム20周年記念キャンペーン

『ミールタイム』は2004年4月にスタートし、2024年4月をもって、おかげさまで20周年を迎えました。栄養士のサポートにより血液検査結果の改善を実現させる健康食宅配サービスとして、これまで約30万人のお客様にご利用いただいています。

20周年を記念した、『ミールタイム』カタログ2024春号の発行に合わせ、新規顧客獲得のため、「お友達紹介キャンペーン」を実施しました。紹介した方も、された方も2,000円分の割引やQUOカードプレゼントがある、お客様還元企画です。

『ミールタイム』は、これからも皆さまの健康を家族のように全力でサポートします。

お友達紹介キャンペーン

ミールタイムをお友達にご紹介ください！

お友達紹介キャンペーンの概要が記載されています。

栄養士がいる安心感 **mealtime**

2024春号の発行が告知されています。

『ミールタイム』2024春号(表紙)

Xを活用した定期コース顧客の獲得

ミールタイム栄養士一人ひとりがアカウトを開設し、SNS経由のご連絡にも対応しました。

スマートフォンから、希望する栄養士へ気軽にご連絡いただけます。

X (旧Twitter) であなたに

ピッタリな栄養士を探してみよう！！



Xのプロフィール欄に栄養士の指導方針や想いが掲載されています。「この人だ！！」と思う栄養士をフォローし、一緒に数値改善を目指しましょう。

CID (Cooking Immediately Delivery) 事業

NTTアグリテクノロジーとの協業

NTTアグリテクノロジー社の最先端農業ハウスで収穫した規格外トマトを使用した2メニューを発売しました。

「冷食の常識を覆す圧倒的トマト濃厚ホワイトミートソース」は形が崩れやすく、冷凍食品での使用は難しいとされる輪切りトマトを濃厚なチーズを乗せて焼き上げ、牛肉の旨味の効いたホワイトソースと合わせました。

「赤ワインとハーブの芳醇な香り 旨みが凝縮！鶏のトマト煮込み」は、皮ごと大きくざく切りしたトマトをとろけるまでじっくり煮つめました。

1つのトマトから輪切り部分とざく切り部分を分けて調理することで、規格外のトマトを余すことなく使い切っています。

今後も、規格外野菜をおいしくメニュー化し、食品ロスの削減や『旬をすぐに』の販売拡大に繋げていきます。



「冷食の常識を覆す圧倒的トマト濃厚ホワイトミートソース」



「赤ワインとハーブの芳醇な香り 旨みが凝縮！鶏のトマト煮込み」

小売店での販売を開始

NTTアグリテクノロジー社へ『旬をすぐに』を卸売販売し、実店舗での販売を開始しました。

卸売先を増やし、ECサイト以外の販路を拡大することで、商品の認知と売上拡大に繋げていきます。

2025年3月期は小売店への営業を積極的に行います。



スマートストア
(NTT東日本 本社ビル内)



NTT中央研修センター

マーケティング事業

アサヒビールとの協業

アサヒビール社と当社が協業し、生活習慣病のリスクを高める量を飲酒している方(※1)の削減に取り組んでいます。

アサヒビール社と筑波大学の共同研究により“飲酒量が多い人にノンアルコール飲料を提供することで飲酒量が減少する”ことが実証されています。

当社の医療機関ネットワークを通して、筑波大学の研究結果を説明するとともに、ノンアルコール飲料のサンプルを配布し、飲酒量コントロールの提案を実施しています。

企業・大学・医療機関の産・学・医が連携することで「お酒とのいい関係」を長く楽しめる社会の実現を目指します。

産	<企業> ・適正飲酒セミナー ・産業医や保健師を介したノンアルコール飲料のサンプル配布
学	<全国の取り組み大学> <筑波大学> ・若年層への啓発 ・共同研究 ・適正飲酒セミナー
医	※3 <医療機関(医師・栄養士)> ・飲酒量コントロール提案 →筑波大学の研究結果説明 →ノンアルコール飲料のサンプル配布



※1：1日当たりの純アルコール摂取量が男性で40g以上、女性20g以上の方
 ※2：国民健康・栄養調査（令和元年）の生活習慣病のリスクを高める量を飲酒している者の割合より推計
 ※3：アルコール健康障害の予防を中心に携わる医師・保健師・栄養士等との連携を指す

医療機関ネットワークを活用したマーケティング支援

食品メーカーの販売拡大を支援するため、紹介ネットワークの医療機関に勤務する管理栄養士へアンケートを実施し、当該商品の推奨率を調査しています。

2024年3月期は明治社の商品パッケージに、機能性表示食品として初めて「管理栄養士推奨」と記載いただきました。このほかにも、多数の企業で当社の調査をご利用いただいています。



全社

学生向けオンライン就活セミナー「栄未来2023」を開催

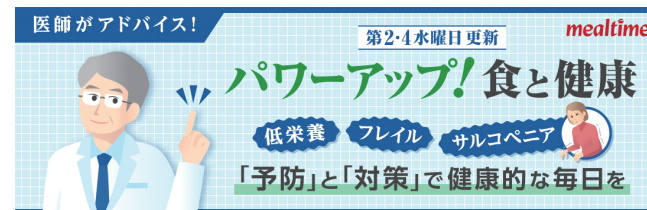


管理栄養士・栄養士を志す学生に向けて、様々な業種で活躍する管理栄養士10名によるWEBセミナーを開催しました。管理栄養士・栄養士が更に活躍する世の中を作り、健康な人々を増やすことで、当社ビジョンに掲げる豊かな未来社会の実現を目指します。

MFD事業では、医療機関・調剤薬局・食品メーカーなど栄養士との繋がりが事業拡大において重要な役割を果たすため、学生と良好な関係を構築することで事業の発展に繋がっていきます。また、本セミナーの開催を通じて、主催者である当社のブランド力の向上に資することを期待しています。

医師・管理栄養士が執筆するWEBメディアが連載30回を突破

加齢により心身が老い衰えた状態になる「フレイル」や、筋肉量が減少して身体機能が低下する「サルコペニア」、食事と関連性の高い生活習慣病について、予防・対策法などの役立つ情報を医師・管理栄養士が紹介しているWEBメディアです。毎月2回更新を継続し、連載30回を突破しました。今後も、医師・管理栄養士の専門的な視点から、役立つ情報を発信していきます。



医師によるWEBメディア「パワーアップ！食と健康」

<https://powerup.mealtime.jp>



管理栄養士によるWEBメディア「しっかり栄養、パワーアップ食」

<https://powerupshoku.mealtime.jp>



ヘルシー食おかず

肉団子の甘酢あんかけ



通常のお酢の代わりにキング醸造社「日の出 便利なお酢糖質ゼロ」を使用することで、エネルギーを約74%*カットしています。

*日本食品標準成分表 2020年版(八訂)「穀物酢」と同量比較

価格 598 円

内容量 187g

エネルギー	239kcal	炭水化物	21.9g
たんぱく質	13.0g	糖質	18.0g
脂質	10.8g	食物繊維	3.9g
		食塩相当量	1.8g

商品紹介 ▶



管理栄養士おすすめポイント

自然な甘みとコクが肉団子と相まった一品です。食塩相当量は1.8gにおさえつつ、「日の出 便利なお酢糖質ゼロ」による昆布のうま味、副菜にはかつお節などのだしとうま味を活用し、味に奥行きを感じていただけるよう仕上げました。



大浦 あかね

ヘルシー食ごはん付

豚肉とひよこ豆のカレー



冷凍宅配食では日本初となる機能性表示食品です。糖の吸収をおだやかにし、食後血糖のピーク値を抑える機能が報告されている太陽化学社の「グアーガム分解物」を使用しています。

価格 598円

内容量 292g

エネルギー	420kcal	炭水化物	69.9g
たんぱく質	13.0g	糖質	61.5g
脂質	11.7g	食物繊維	8.4g
		食塩相当量	1.5g

商品紹介 ▶



管理栄養士おすすめポイント

トマトベースのカレーにれんこんやひよこ豆を加え、食感も楽しめるメニューに仕上げました。1食あたり420kcalで食物繊維を8.4g摂取できるため、血糖値が気になる方にも安心してお召し上がりいただけます。



原 優香

ヘルシー食スイーツ

超絶！あまりんのムース(2個入り)



埼玉県産の高級いちご「あまりん」をムース層・トッピングに贅沢に使用したスイーツです。上白糖の代わりに植物由来甘味料「ラカントホホワイト」を使用することで、エネルギーを抑えました。

価格 988 円

内容量 210g

エネルギー	79kcal	炭水化物	14.5g
たんぱく質	1.9g	糖質	13.5g
脂質	5.0g	食物繊維	1.0g
		食塩相当量	0.0g (1個105gあたり)

商品紹介 ▶



管理栄養士おすすめポイント

「あまりん」本来の甘みを感じただけのよう、カットした果物をたっぷりトッピングしています。1個あたり79kcalのため、スイーツを食べたいけれどエネルギーが気になる方に魅力的な商品となっております。



中野 夏実

旬すぐ

そみファで奏でるコクの四重奏 鶏と根菜の和風クリームスープ



全農ビジネスサポート社とのコラボメニューです。国産大豆と国産米を使った、塩分ゼロの大豆発酵食品「発酵そみファ」を使用した根菜たっぷりの和風クリームスープです。

価格 398円

内容量 228g

エネルギー	278kcal	炭水化物	29.4g
たんぱく質	13.1g	糖質	26.2g
脂質	10.8g	食物繊維	3.2g
		食塩相当量	1.9g

商品紹介 ▶



管理栄養士おすすめポイント

発酵そみファ、バター、チーズ、芝麻醤を使用したコク深い味わいです。塩分1.9gでも物足りなさを感じません。また、食物繊維と発酵食品と一緒に摂ることで善玉菌を増やすことができます。おいしく食べて腸内環境を整えましょう。



峯岸 葉子