

A stylized graphic of a staircase made of blue horizontal bars of varying lengths, ascending from the bottom left towards the top right. The bars have a gradient from dark blue to light blue.

FUNDELY

第20期報告書

2019年4月1日～2020年3月31日

証券コード：3137

株式会社ファンデリー

**現状に留まることなく
挑戦し、成長する企業へ**

中長期的な成長への視界が開けてきました。 今後の当社にご期待ください。



2020年3月期を振り返って

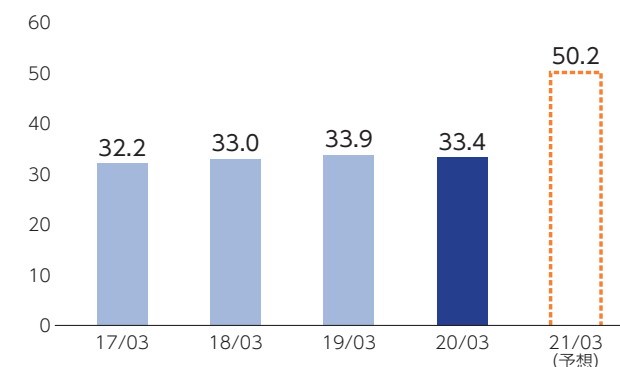
消費税率10%への引き上げが2019年10月1日から施行されたことによって個人消費の落ち込みが懸念されるなか、当社の主力であるMFD事業においては、新規顧客の獲得基盤となる紹介ネットワークの拡大に取り組むとともに、安定した収益源の獲得に向けて定期コースの提案を強化しました。これらの結果、MFD事業は前年度並みの売上高を確保しました。一方、マーケティング事業においては、当社の健康食通販カタログの広告枠や紹介ネットワークを活用した医療機関リコメンドサンプリングの獲得に注力しました。しかし、期半ばに契約締結の遅れが生じたことに加えて、期末には新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって多くの企業が営業活動を縮小した

影響もあり、契約締結に向けた追い込みができず、受注件数が減少しました。その結果、全体では減収となりました。また、利益面においても、運送業界における人手不足の深刻化を起因に物流費が上昇したほか、新工場の稼働に伴う初期費用が発生したことで、営業利益、経常利益、当期純利益ともに減益となりました。

こうしたなか、当社では新たにSPA（製造小売事業）モデルでの事業展開に向けて、当社初の自社工場の稼働に全力を注ぎました。この事業は、自社で製造した商品を販売するため、軌道に乗れば収益拡大に貢献します。2020年3月期（当期）の業績は前期までに7年続いた増収増益がストップするなど、芳しいものではありませんでしたが、この自社工場の稼働準備

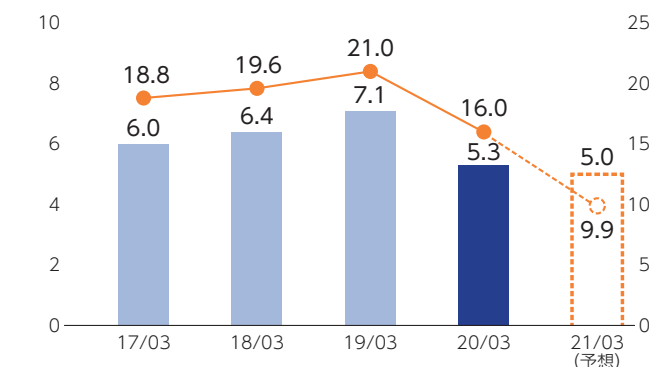
売上高

(単位:億円)



営業利益、営業利益率

(単位:億円、%)



が整ったことで中長期的な成長への視界が開けてきた一年であったと考えています。

2021年3月期の見通し

2021年3月期は、いよいよ先に述べた当社初の工場で製造した商品を販売します。この新商品は、旬の食材を調理してすぐにお届けするという特徴にちなんで『旬をすぐに』と名付け、MFD事業のなかで展開していきます。販売が開始されることで、MFD事業の売上高は大幅増収を見込んでいます。また、マーケティング事業においても受注確度の高い案件を確実に獲得するなどして、増収とする計画です。しかし、利益面においては、新工場の操業初年度にあたり、稼働率がやや低めに推移することが見込まれること、人件費や採用経費が増加し、『旬をすぐに』のPR活動費も発生するため、営業利益、経常利益、当期純利益ともに減

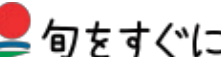
益を予想しています。

なお、新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって、今後の国内経済のさらなる急変の可能性もあります。業績予想の修正の必要が生じた場合には、速やかに開示します。

今後の成長戦略について

今後、当社の成長戦略において中心となるのは、『旬をすぐに』の事業です。当社には、食事療法を必要とされている方を主要顧客とする『ミールタイム』がありますが、『旬をすぐに』は若年層の働き盛り世代を中心に、食材の良さを重視する方々を顧客層として想定しています。そのため、『旬をすぐに』は高齢者を中心としてきた当社の顧客層を広げる商品と位置付けています。

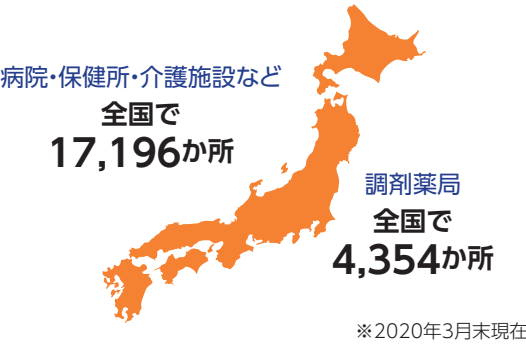
MFD事業におけるブランドのすみわけ

ブランド	ターゲット	訴求方法	強み・特長
	・糖尿病・腎臓病などで食事療法を必要とされる方	・紹介ネットワークの医師・栄養士が推奨	・栄養士による電話でのカウンセリング
	・若年層 ・食材の良さを重視する方	・SNSを使ったタイムリーな情報発信	・国産の旬の食材

ファンデリーの強みの源泉

紹介ネットワーク

紹介ネットワークは、当社が独自に築き上げた、全国の病院・調剤薬局などとのネットワークです。食事制限が必要な方や健康への意識が高い方との接点を持つため、MFD事業の健康食通販カタログの配布やマーケティング事業の健康志向商品のサンプリング実施において活用することで、ターゲット層への高い訴求効果を生み出します。



栄養士

当社の栄養士は、健康食のメニュー開発やカウンセリングサービス、広告コンテンツの企画に携わります。食と健康に関する豊富な知識を活かした提案は高い評価をいただき、当社ブランドの確立に貢献。また、新たに始める自社製造事業においても商品の特徴である「旬」なメニューの開発を担うなど、当社ビジネスモデルの独自性に欠かせない存在です。



栄養士の知見を新ビジネスへ展開

配信機能を持つウォーターオープンなどのAIoT家電に広告などを提供する事業を、シャープ社と提携して2016年に開始。当社の栄養士が持つ食や健康に関する知見を活かして、有益なコンテンツを配信することで、食品メーカーなどの広告出稿を獲得し、新たな収益の柱として成長させていきます。





今後、『ミールタイム』は食事療法を行うための商品としてメディカルな色合いを強く出していく一方、『旬をすぐに』は商品のセールスポイントである食材の良さを前面に押し出し、ターゲットとする顧客層に的確に訴求していきます。また、『旬をすぐに』の 프로모ーションにはSNSを活用していきます。ターゲット層の情報接触頻度が高く、食材の良さの伝播においては口コミが適していると考えているからです。この2つのブランドのすみわけを進め、MFD事業の二本柱となるよう育てていきたいと思ひます。

すでに、『旬をすぐに』は多くの皆様から期待いただいています。当社としては初めての大きな投資ということもありますが、一日も早く大きな収益を上げて、ご期待にお応えしていきたいと思ひます。

株主還元について

当期の振り返りでも述べましたが、将来的な展望が見えてきており、私自身、今後の当社に期待感を抱いています。また、ここ数年、一定規模の収益を着実に上げられるようになってきており、工場建設を進めたなかでも、財務バランスの管理における目安としている自己資本比率30%以上を維持できていることから、企業体質が強固になってきたと感じています。こうした状況に鑑み、当社初となる配当を、期初の予定通りさせていただきます。長く当社を支えてくださった株主の皆様には、配当という形での還元をお待たせしてしまいましたが、今後も継続して配当できるよう、事業拡大を図っていきます。また、2020年6月30日を期限に自己株式を取得させていただく予定です。

今後も、企業体質の強化、および将来の事業展開のための財源を確保しつつ、安定して還元していくことを基本方針としていきます。株主の皆様の期待に応えるべく、従業員とともに精進してまいりますので、今後とも応援のほど、よろしくお願い申し上げます。

トピックス

適正な塩分摂取を啓蒙するプロジェクトを開始

過剰摂取することで高血圧や糖尿病などを引き起こしやすい塩分。当社は、減塩の重要性を啓蒙するプロジェクトを2020年4月に開始しました。食と健康を扱う

企業の社会的な役割としてはもちろん、塩分量を抑えた健康食宅配サービス『ミールタイム』の売り上げ向上に資する活動として、積極的に展開していきます。

らくだ6.0プロジェクトオフィシャルサイト

<https://rakuda6.fundely.co.jp/>



都道府県別の塩分摂取量を掲載



塩について学べる情報を掲載

プロジェクトロゴにこめた想い

かつて塩田から採取した塩を町へ運んでいた「らくだ」。人と塩をつなげる象徴としてイメージキャラクターに採用しました。



新たな顧客層を開拓する健康食セットを発売

「津川友介先生監修7食セット」を2020年4月に発売しました。津川氏は、著書『世界一シンプルで科学的に証明された究極の食事』が10万部を突破するなど著名な方です。本商品は、著書でも紹介している、複数の信頼できる研究において健康に良いと報告されている食材で構成しています。この発売によって、食事療法を必要とされる方に加えて、疾病を持たない方も顧客層に取り込んでいきます。



さわらの香ばしピーナッツ味噌焼きセット



鶏もも肉とナッツの甘辛オイスター炒めセット

—— 津川友介氏 プロフィール ——



カリフォルニア大学ロサンゼルス校(UCLA)助教授(医師)。聖路加国際病院で医師として勤務した後、世界銀行を経て、ハーバード大学で修士号と博士号を取得。著書に10万部突破のベストセラー『世界一シンプルで科学的に証明された究極の食事』(東洋経済新報社、2018年)がある。

“旬の食材”を活かしたメニューをお届けできる体制を構築

——SPAモデルへの挑戦で、顧客層拡大へ。

さらなる成長に向けて新設中だった当社初の自社工場が、いよいよ稼働しました。旬の食材を活かしたお食事を一年中、スピーディにお届けできる体制を整えたことで収益向上はもちろん、より多くのお客様に健康で楽しい食生活を提案します。

埼玉工場

所在地：埼玉県本庄市
延床面積：約6千㎡
敷地面積：約2万6千㎡
生産能力：約9万食/日

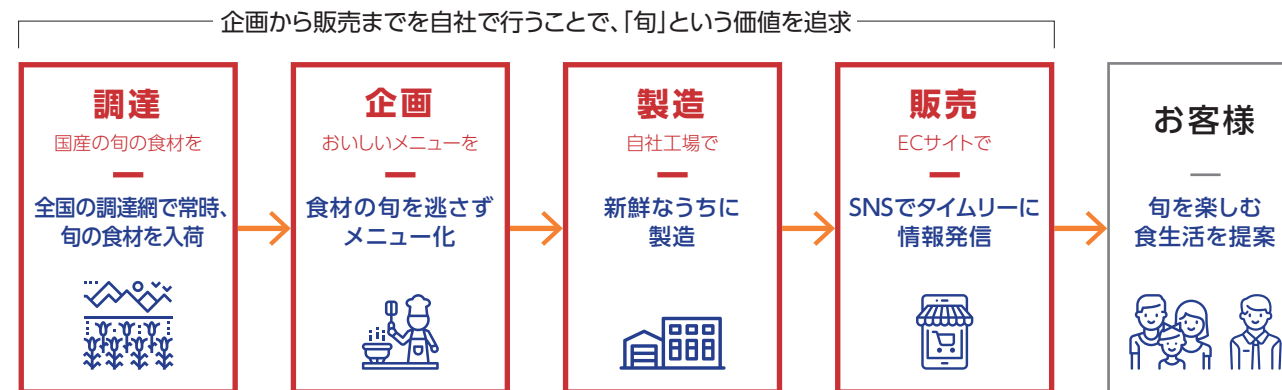


旬の食材を活かしたビジネスモデルで顧客層を拡大

旬の食材は、栄養価が高く、おいしいため、『ミールタイム』においても支持されていました。しかし、気候などによって計画通りの調達が難しい側面がありました。そこで、調達状況に応じて臨機応変に製造できる自社工場の利点を活かし、旬の食材を全国から集める新しいビジネスモデルを構想。食材の調達から、メニュー開発、製造、販売までを自社内で完結させる

ことで、常に高品質な商品を実現します。

自社工場の完成を機に、さらなる成長ステージに入っていきたい——この思いから生み出したのが、『旬をすぐに』と名付けた、旬の食材のおいしさをお届けする商品です。今後、メディカルなお食事『ミールタイム』に『旬をすぐに』を加えることで、一人でも多くのお客様に健康で楽しい食生活を提案していきます。



ブランドコンセプト 旬をすぐに

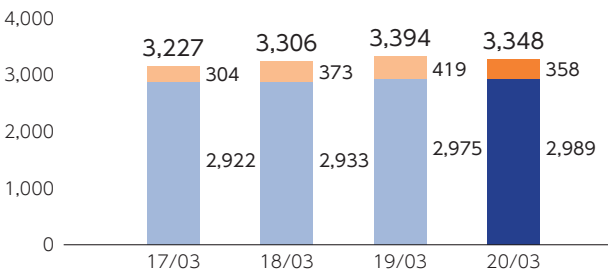
食材には、もっともおいしく、そしてよく収穫される旬の時期があり、それは食材によって異なります。当社は、この“旬”の食材を“すぐに”調理することをコンセプトに商品化しました。季節を感じられるお食事をお届けします。

旬カレンダー（抜粋）

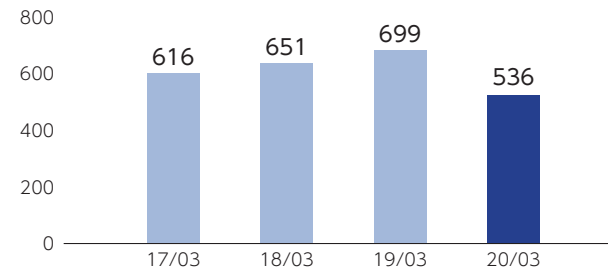
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
マアジ												
マイワシ												
マダラ												
ブリ												
にんじん												
じゃがいも												
かぼちゃ												

業績

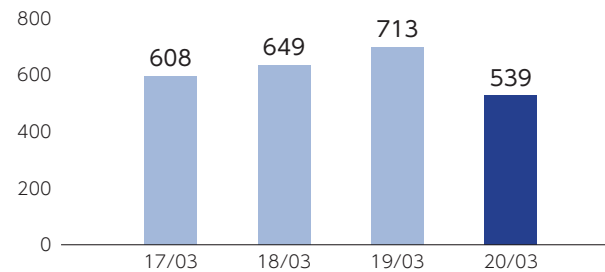
売上高 (単位:百万円)



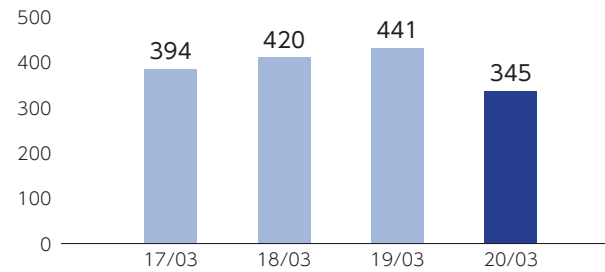
経常利益 (単位:百万円)



営業利益 (単位:百万円)

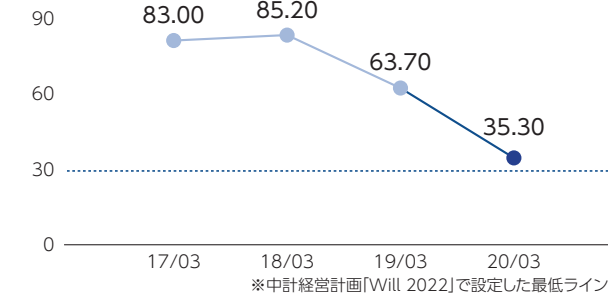


当期純利益 (単位:百万円)

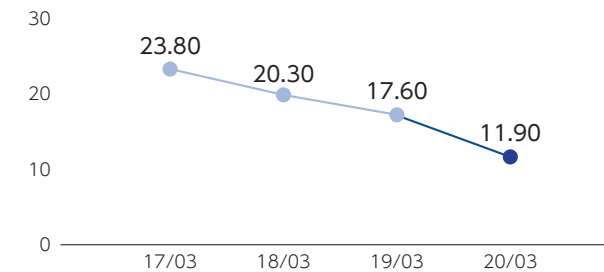


主要指標

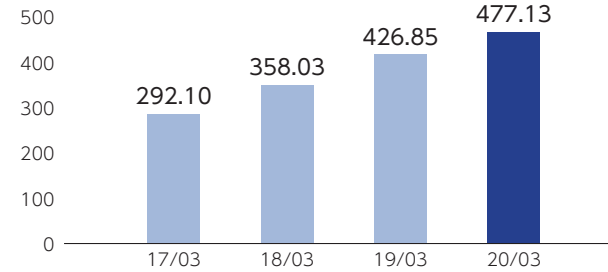
自己資本比率 (単位:%)



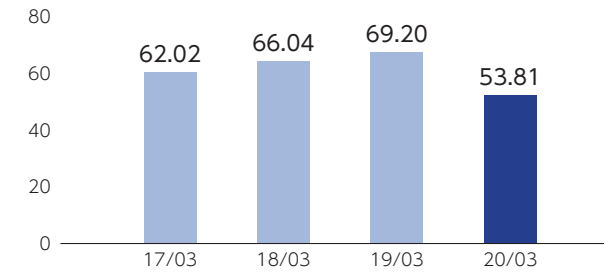
自己資本利益率 (単位:%)



一株当たり純資産 (単位:円)

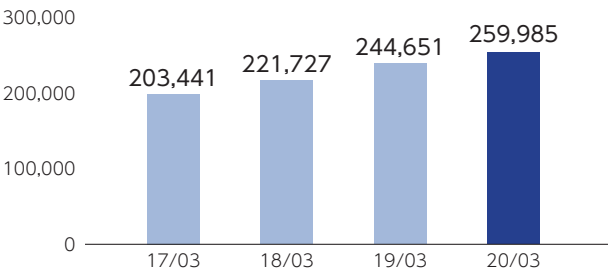


一株当たり純利益 (単位:円)

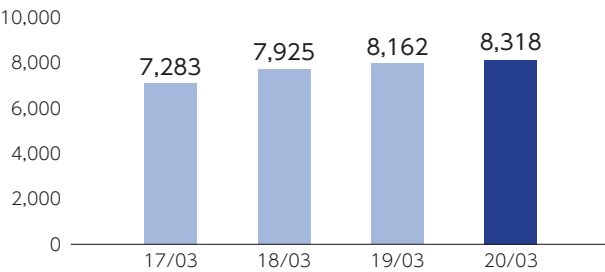


参考情報

『ミールタイム』会員数 (単位:人)



「栄養士おまかせ定期便」会員数 (単位:人)

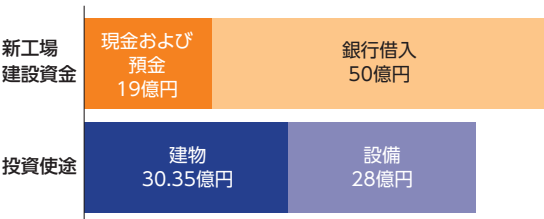


ポイント

新工場建設によって、一時的に収益性・安全性指標が低下

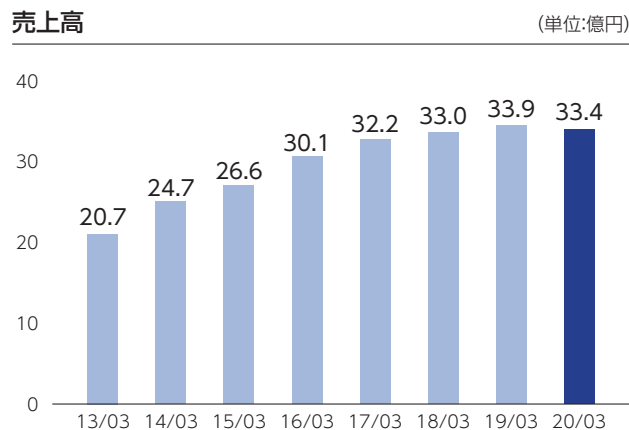
当社は、これまで高い自己資本比率を維持してきましたが、自社工場の建設によって低下しました。また、建設費を現金および預金、短期借入金でまかない、さらに今後は減価償却費が発生する予定です。今回の投資は、中長期的な成長に向けたものであり、工場稼働後には収益拡大に貢献するものと考えています。

工場建設投資額



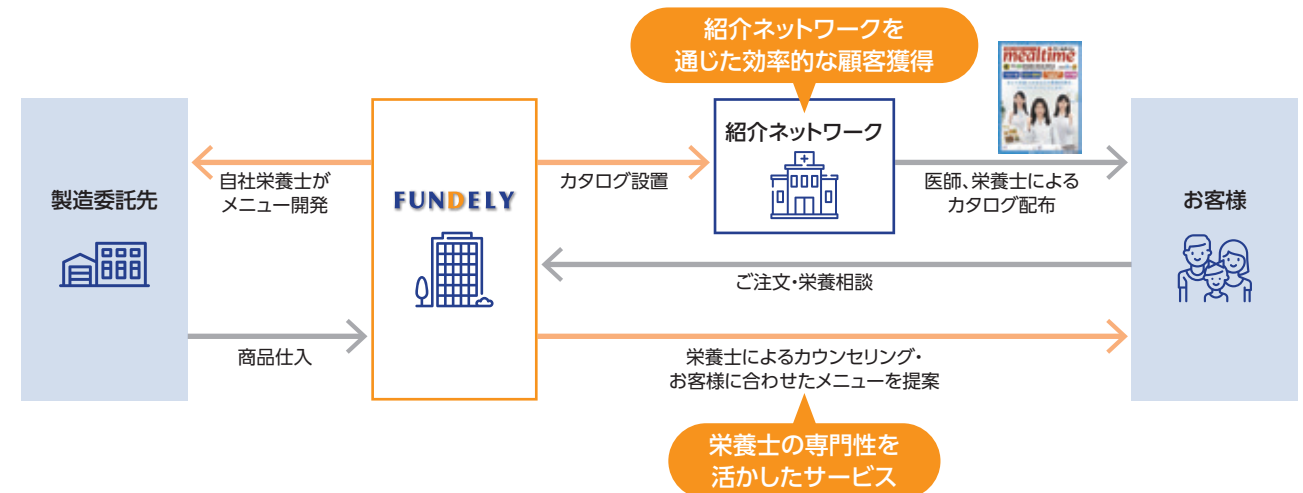
紹介ネットワークを基盤とした ビジネスモデル

当社はこれまで、主に二つのサービスを展開してきました。一つは、主力事業でもある、食事制限が必要な方に健康食をお届けする「健康食宅配サービス」。もう一つは、食品メーカーなどのマーケティング活動を支援する「広告・医療機関リコメンドサンプリングサービス」です。いずれのサービスも、提携する全国の病院・調剤薬局などからなる「紹介ネットワーク」と自社栄養士による食と健康に関する知見がビジネスモデルの独自性を生み出しています。これらは当社の強み、そして、成長の源泉となります。



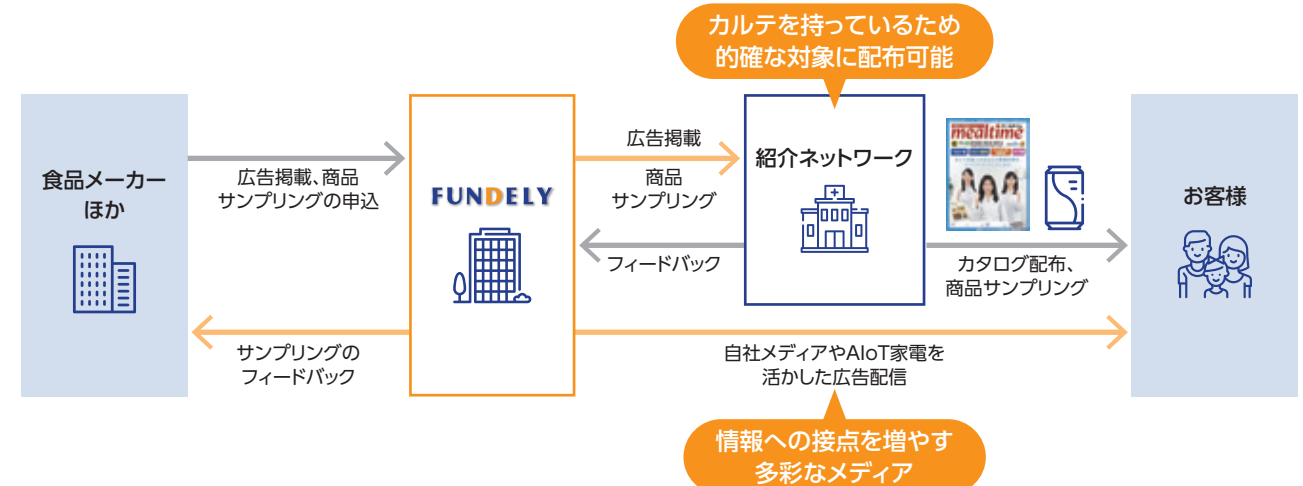
健康食宅配サービス

当社の収益の大部分を獲得する主力サービス。生活習慣病などで食事制限が必要な方を対象に、栄養士が考案した健康食を販売しています。病院や調剤薬局などからなる紹介ネットワークを通じて、食事通販カタログ『ミールタイム』『ミールタイム ファーマ』を配布し、お客様の健康状態に適したメニューをお届けします。また、電話でご注文いただく際の付帯サービスとして、当社の栄養士がお客様から直接ヒアリングし、健康状態に合ったメニューを提案するカウンセリングサービスを提供しています。



広告・医療機関リコメンドサンプリングサービス

健康志向の商品を販売する食品メーカーなどのマーケティング活動を支援しています。当社の食事通販カタログの誌面広告枠や、紹介ネットワークとして連携する病院や調剤薬局などを通じてのサンプリングサービスの提供によって、ターゲット層に対して的確に訴求します。また近年は、電子レンジなどの、シャープ社のAloT家電を通じた広告配信も実施。食と健康に関するコンテンツ制作力と多彩なコンタクトポイントを活かして、高い宣伝効果をもたらします。



新商品紹介

2020年6月1日から『ミールタイム』において、理研ビタミン株式会社の「素材力だし®」シリーズを使用した商品の発売を開始しました。

「素材力だし®」は、化学調味料・食塩無添加の顆粒だし。「素材力だし®」を使うことで、塩分を抑えられるだけでなく、だし本来のうま味が引き立ち、料理の素材本来のおいしさを味わうことができます。

NEW **ヘルシー食**
「牛肉とカラフル野菜のだししゃぶセット」
 主菜のだししゃぶのたれに「素材力だし®本かつおだし」を使用し、さらに主菜には「素材力だし®こんぶだし」を併用しています。かつおとこんぶのうま味の相乗効果で、塩分を抑えながらも飽きのこない味わいに仕上げました。赤や黄色のカラフルな野菜の彩りもお楽しみください。



NEW **たんぱく質調整食**
「あじと揚げなすのだし浸しセット」
 主菜のだしに「素材力だし®本かつおだし」を使用し、あじ・揚げなす・小松菜にたっぷりだしをかけています。副菜のじゃがいもとニラの炒め物には「素材力だし®本かつおだし」と「素材力だし®こんぶだし」を併用し、ごま油で炒めることで、減塩ながら食欲をそそる一品となっています。



250種類以上の豊富なメニューを498円～ご提供

楽しく食事コントロールが続けられるよう、旬の食材を使用した季節感のあるメニューを様々取り揃えております。商品はトレータイプのお食事のほか、めん類、デザート、おせち等がございます。また、保存は冷凍庫で簡単保存。食べたいときに電子レンジで温めるだけ。生活習慣病や食事制限が必要な方に、安心してお召し上がりいただける食材、栄養バランスとなっております。



全国各地の医療機関にて紹介されている信頼感

『ミールタイム』は年4回(3月・6月・9月・12月)80万部ずつ発行、『ミールタイム ファーマ』は年2回(3月・9月)25万部ずつ発行しております。全国の病院・クリニック・診療所などで活用され、診療の現場や栄養食事指導の現場で『ミールタイム』の健康食が推薦されています。ニーズの高まりを受け、2019年3月から『ミールタイム』の発行を各号75万部から80万部へと増刷いたしました。



栄養士おまかせ定期便をご活用いただけます

栄養士おまかせ定期便(定期コース)では、担当の栄養士がおお客様の疾病、食事制限数値、お好みに合わせてメニューをお選びし、毎週もしくは隔週、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。(1回のお届け食数は7食以上からお選びいただけます。)定期的に栄養バランスの良いお食事が届くため、お食事療法を継続しやすく、数値改善につながりやすいコースです。



無料で栄養相談を受けることができます

『ミールタイム』のオペレーターは必ず栄養士。上手に食事コントロールができない方や、食事制限の仕方がわからない方など、一人ひとりに合わせたアドバイスをさせていただきます。効果的な食事コントロールを実現します。お電話注文時には、食事制限数値・血液検査結果を必ず伺います。栄養相談に妥協せず、数値改善をお手伝いいたします。



最短で翌日配送・日本全国配送可能

平日12時までにご注文いただければ、最短で翌日午前中にお届けいたします。急な退院の場合でもすぐに食事コントロールを開始できます。また、4,980円以上のご注文で日本全国どこでも送料が100円(常温)または200円(冷凍)となります。



詳しくはこちらをご参照ください
<https://www.mealtime.jp/quality/3>

『ミールタイム』のご注文は おいしい
0120-054-014

携帯電話から
0570-054-014

まずはお気軽に
 お電話ください!!
 (平日9時～17時30分)



会社概要 2020年3月31日現在

会社名	株式会社ファンデリー (Fundely Co., Ltd.)
本社所在地	〒115-0045 東京都北区赤羽2-51-3 NS3ビル3F
大阪支社	〒532-0011 大阪府大阪市淀川区西中島7-4-17 新大阪上野東洋ビル8F
設立	2000年9月25日
資本金	279,703千円
従業員数	68名

株式の状況 2020年3月31日現在

発行可能株式総数	25,300,000株
発行済株式総数	6,455,100株
株主数	3,211名

大株主の状況

株主名	所有株式数 (株)	持株比率 (%)
阿部 公祐	4,044,100	62.65
宮入 知喜	201,000	3.11
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	105,200	1.63
利川 美緒	78,300	1.21
阿部 ふよう	66,000	1.02
岡崎 博	64,700	1.00
阿部 恵一	59,000	0.91
阿部 美子	42,000	0.65
中山 慶一郎	36,000	0.56
中山 隆弘	33,500	0.52

役員 2020年6月23日現在

代表取締役	阿部 公祐
常務取締役	宮入 知喜
取締役	利川 美緒
取締役	茅野 智憲
取締役(社外)	山崎 雄一
常勤監査役(社外)	村木 和彦
監査役(社外)	成願 隆史
監査役(社外)	島田 直樹

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	6月開催
基準日	期末配当金:毎年3月31日 中間配当金:毎年9月30日
1単元の株式数	100株
株主名簿管理人および 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先 および電話照会先	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 電話:0120-782-031(フリーダイヤル)
公告方法	電子公告により行います。 https://www.fundely.co.jp/ やむを得ない事由により電子公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

