

第19期報告書

2018年4月1日～2019年3月31日

FUNDELY

証券コード：3137

さらなる成長に向けた
新たな挑戦

株式会社ファンデリー

ファンデリーは、挑戦を続けながら 多くの方に健康をお届けしてまいりました。

医療費増大などの社会課題の浮上や健康ニーズの高まりがあるなか、
当社は、食事や情報を通じて健康をお届けすることで成長してまいりました。
一人でも多くの方に健康をお届けしたい——この想いをもち今後も挑戦してまいります。

人々の 暮らしのなかへ

2011年
健康食の通信販売を
より利用しやすい
サービスに改善



健康食を必要な方へ

一人でも 多くの方を 食で健康に

2001年
日本初「栄養士が届ける
食事宅配」を
開始

全国の人々へ

2004年
健康食の通販カタログを
創刊し、全国の病院などから
配布開始

健康を社会に広げるために

健康情報を 身近なものに

2016年
AIoT機器を活用した
健康情報発信



ビジョンの実現

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。

2000年
株式会社
ファンデリー設立

売上高

2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018



進化期への準備が整いました。
成長を加速させていく当社に
ぜひご期待ください。

代表取締役
阿部 公祐

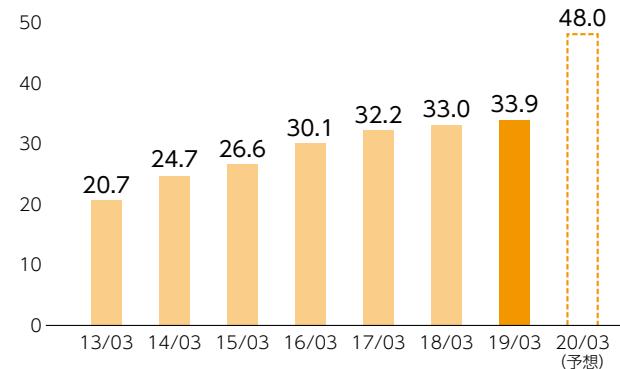
2019年3月期を振り返って

当社が属する健康・宅配市場は、飲食店のメニューなどで「塩分カット」という言葉を見かけたり、共働き世帯や高齢者の増加にともなって手軽さを求める声や報道を聞いたりするように、追い風のなかにあると考えております。そうしたなか当社は、2018年2月に中期経営計画を発表いたしました。事業構造の転換や自社の強みを活かした新事業の創出、とりわけ主力のMFD事業では生産から販売まで自らで行うSPA(製造小売業)モデルへの転換など、これまでの延長線にとどまらない組織へと変貌を遂げようとしております。

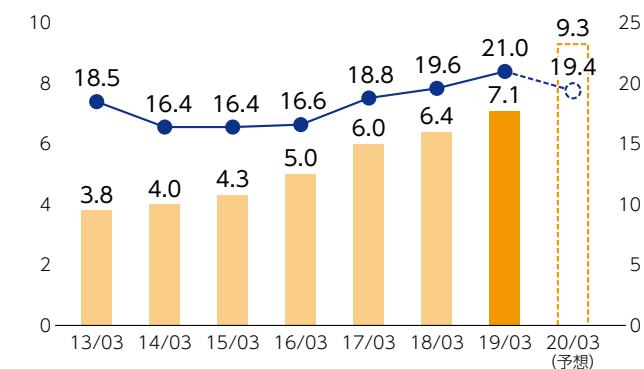
計画初年度の2019年3月期は、今後必要な生産システムの構築などを優先課題とし、人的リソースを集中的に投下してまいりました。その影響もあり、経営成績は期初計画にわずかに届かなかったものの、前期比では7期連続で増収増益とする

**7期連続で増収増益を達成。
ビジネスモデルに確信。**

売上高 (単位:億円)



営業利益、営業利益率 (単位:億円、%)



ことができました。組織づくりに注力したなかでも、このような結果を出すことができたのは、築き上げてきたビジネスモデルが着実に成果を生むレベルにまで成熟した証だと考えております。当社のビジネスモデルは、栄養士によるカウンセリングサービスや高い商品開発力、そして全国21,000か所を超える医療機関などの紹介ネットワークを強みに、それらを組み合わせた独創的なものです。栄養士の継続的な採用や医療機関との関係構築などは、長年にわたる地道な努力の成果であり、他社が一朝一夕に追随できるものではないと自負しております。

当期の成果を受けて、このビジネスモデルに私は改めて確信を持ちました。そして、MFD事業のスケール拡大とメディア事業の創出を目指す「進化期」に向けて準備が整ったと考えております。このビジネスモデルを土台に、中期経営計画を着実に実行し、さらなる成長を図ってまいります。

■ 今後に向けて

2020年3月期は、中期経営計画の着実な実行に向けて、全社一丸となって取り組んでいく一年です。とりわけ、期中の稼働を目指す工場の建設は、SPAモデルへの転換を果たすためのプロジェクトとして注力してまいります。SPAモデルへの転



ビジネスモデルを土台に、 組織力を高めて、進化期へ。

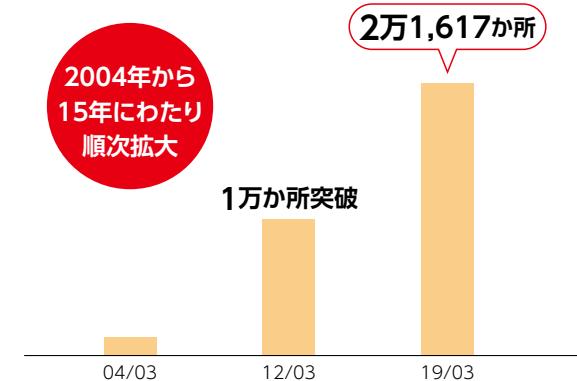
■ 2022年度 業績目標(セグメント別)

セグメント	売上高	営業利益	営業利益率
MFD事業	91億円	20億円	22%
マーケティング事業	6億円	4億円	67%
メディア事業	3億円	2億円	67%
全社費用	-	△6億円	-
合計	100億円	20億円	20%

マーケティング事業

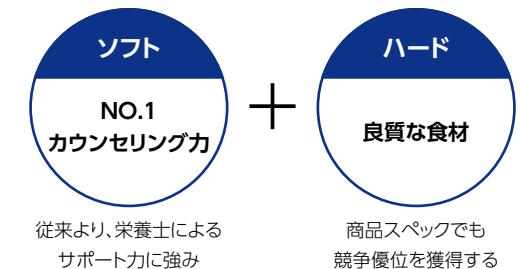
当社のサンプリングは、患者と接する医師や栄養士からなる紹介ネットワークを通じて渡すため、的確なターゲットへの訴求が可能。ネットワーク数を増やして訴求力を高めていきます。

紹介ネットワーク数



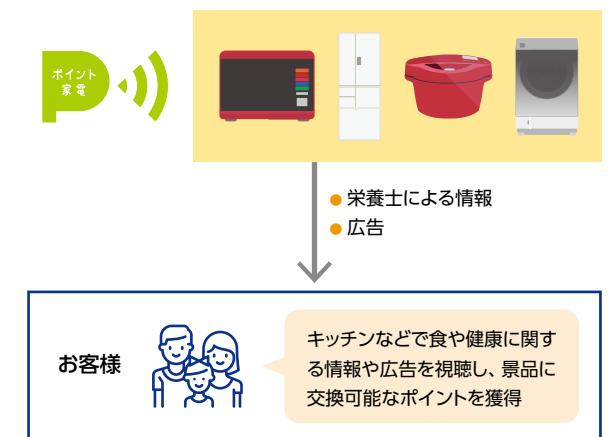
MFD事業

栄養士によるサポート力が当社の強みです。圧倒的NO.1の健康食ブランドを確立するために、良質な食材など商品スペックでも競争優位を獲得してまいります。



メディア事業

メディアの価値はコンタクトポイントが多くなるほど高まります。そのため、シャープ社と連携し、さまざまなIoT機器を通じて情報を配信していきます。



換は、収益向上につながることはもちろんですが、なにより「お客様に喜んでいただける商品を自らつくりたい」という私たちの想いを実現するものです。良質なメニューを提供するために食材の質も追求し、生産者との関係構築にも力を入れてまいります。

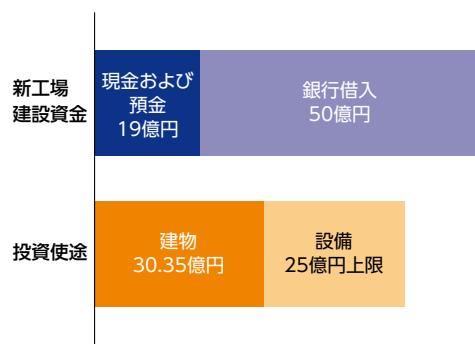
また、工場建設が順調に進み、稼働のめどが立ってきたことによって、中長期的なビジネスの発展の兆しが見えてまいりました。投資支出も一段落することで、利益拡大に邁進していく段階に入ってきていると考えております。こうした状況を踏まえ、これまでご支援くださった株主様へ利益を還元するため、2020年3月期から配当を実施することといたしました。さらなる成長を目指して、従業員とともに精進してまいります。今後とも応援のほど、よろしくお願い申し上げます。

SPAモデルに転換し、 私たちの想いを実現。

工場稼働までのスケジュール



今後予定している工場建設投資額



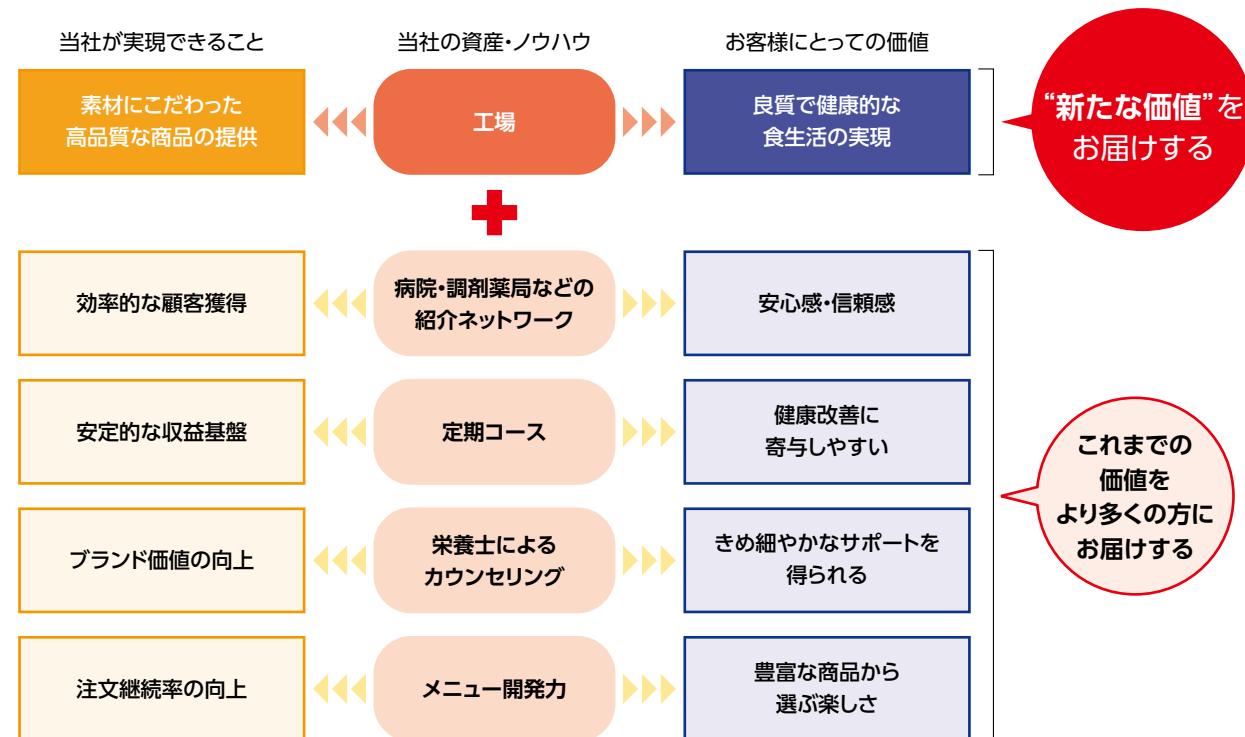
新工場について

初の自社工場、2019年度内に完成。 企業価値を高めていきます。

当社はこれまで、健康食を求める方にさまざまな価値をお届けしてきました。自社工場を持つことによって、これまでの価値をより多くの方にお届けするとともに、素材にこだわった高品質な商品をお客様にお届けするという新たな価値を生み出していきます。相乗効果をもたらす工場の稼働によって、当社は成長を加速させていきます。



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㎡



提供価値を磨くなかで 進化してきたビジネスモデル

健康で楽しい食生活を提案し、
豊かな未来社会に貢献することをビジョンとする当社は、
お客様が求める健康食宅配サービスのあり方を追求してきました。
その実現に向けた新工場の果たす役割も含めて、その内容をご紹介します。



▶▶ 気づかされた「食」ビジネスの本質

健康食宅配サービス『ミールタイム』は、その特長である栄養士によるカウンセリングがサービス開始時よりお客様から高い評価をいただき、当社の成長を牽引してきました。しかし、それでは満足できませんでした。お客様から「健康改善も大事だけれど、もっと食の楽しさを味わいたい」という声をいただいていたからです。これまでお客様の健康改善を大事にするあまり、商品それ自体のおいしさやバリエーションを追求することが手薄になっていたのです。

「食」ビジネスにおいて、商品の味や品質、メニューの豊富さは非常に重要です。そのことを再認識し、改めて商品を磨くことに注力しました。

▶▶ 商品を磨くなかで得た確信

2011年、大きな改革を実行しました。まず、カタログ『ミールタイム』の発行を年2回から4回に増やしました。そのねらいは旬の食材を使って季節感のある料理をお届けすること、メニュー数を増やして選べる楽しさを提供することにあります。また、利便性を高めるために、他社商品の取り扱いをなくし冷凍を中心



とした自社商品のみに変更。同時に、日々の食事として取り入れていただくために大幅な値下げも断行しました。すると、お客様から「購入しやすい価格になったことで日々の食事に取り入れられるようになった」「おいしいので食事の時間が楽しみになった」というお声を数多くいただくようになりました。

一連の成果はお客様の声にとどまりません。安定した収益確保につながる「栄養士おまかせ定期便」の会員数が増加し、それともなると売上も拡大して、上場することができました。また、栄養士がサポートするという従来の強みに加えて「おいしく、手ごろで、メニューが豊富なファンデリーの健康食」という商品品質が認知され、当社のビジネスモデルは、より強固なものとなりました。

商品を磨くことで、より多くの方々に支持されるようになった当社は、さらなる「食の楽しさ」を追求すべく工場建設に乗り出しました。

「栄養士おまかせ定期便」会員数 (単位:人)



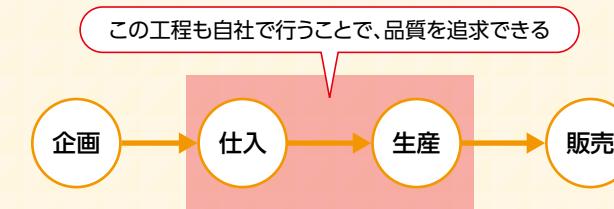
▶▶ 想いを実現するSPAモデルへの転換

それが2020年3月期に完成する初の自社工場です。当社は、この工場建設を経て、従来のメニュー開発や販売のみならず、調達、生産までを自社で一貫するビジネスモデル「SPAモデル」に取り組んでいきます。これにより、今まで以上に収益性の高いビジネスモデルを構築するとともに、食の原点ともいえる食材の追求などにも踏み込んでチャレンジできるようになります。

人生100年時代に向け、ますます人々の健康への意識は高まっています。そうしたなかで、食事制限が必要な方ばかりではなく、健康維持を求める方も支援できれば、よりいっそう成長が図れると考えています。

一人でも多くの方に健康で楽しい食生活を提供できるよう、当社は挑戦を続けていきます。

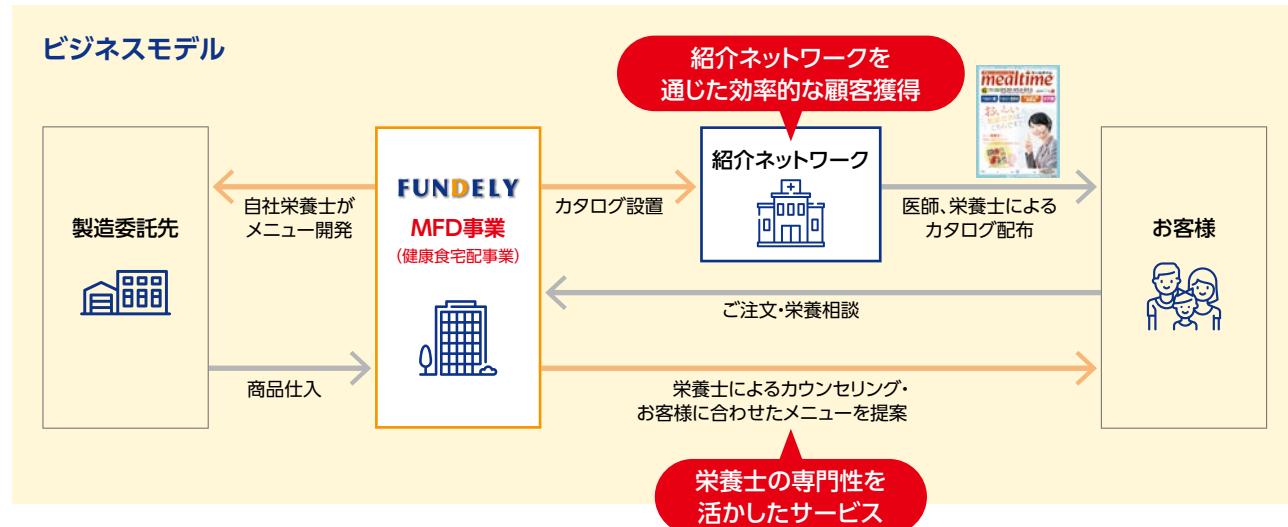
SPAモデル



MFD事業

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。



強みの源泉 1 信頼性を裏付ける人材基盤——栄養士

当社の栄養士は、人々の健康を願い、食と健康に関する豊富な知識を持つ専門家です。当社は創業時から積極的に栄養士を社員として採用し、その能力を商品開発やカウンセリングに活かしています。確かな知識に対する信頼感のもと、お客様の健康を思い、親身に対応する姿勢が評価され、高いリピート率を実現しています。



マーケティング事業

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、あるいは病院などの紹介ネットワークを通じたサンプリングを活用することで、ターゲット層への的確な訴

求が可能です。また近年は、普及の進むシャープ社のAIoT機器を通じた広告配信も実施。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。



強みの源泉 2 確かな訴求を担う顧客接点——紹介ネットワーク

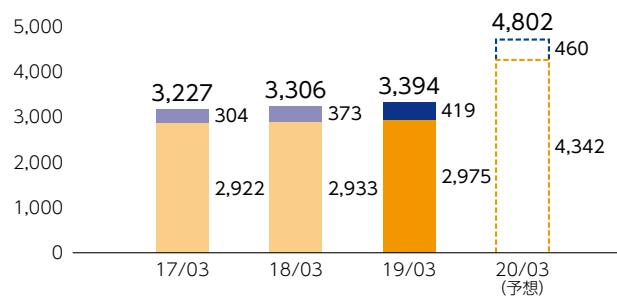
紹介ネットワークは、MFD事業の食事通販カタログを無料で配布いただいている、当社独自のネットワークです。当社が長年にわたり関係を構築してきたこのネットワークを活用し、マーケティング事業において、食品メーカーなどが製造・販売する健康志向の商品のサンプリングを実施。健康志向の商品を必要としている患者様に直接配布が可能です。



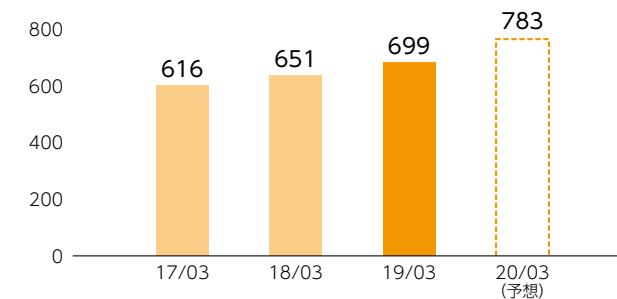
※2019年3月末現在

業績

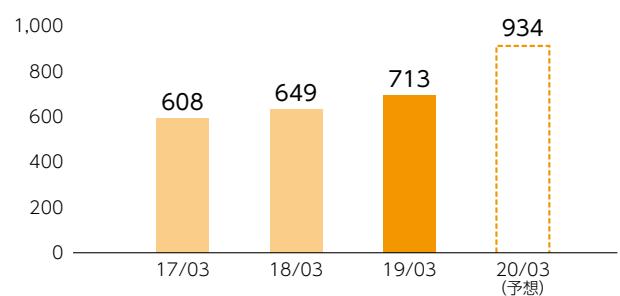
売上高 MFD事業 マーケティング事業 (単位:百万円)



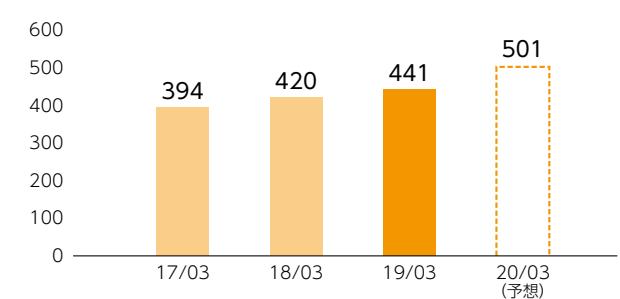
経常利益 (単位:百万円)



営業利益 (単位:百万円)

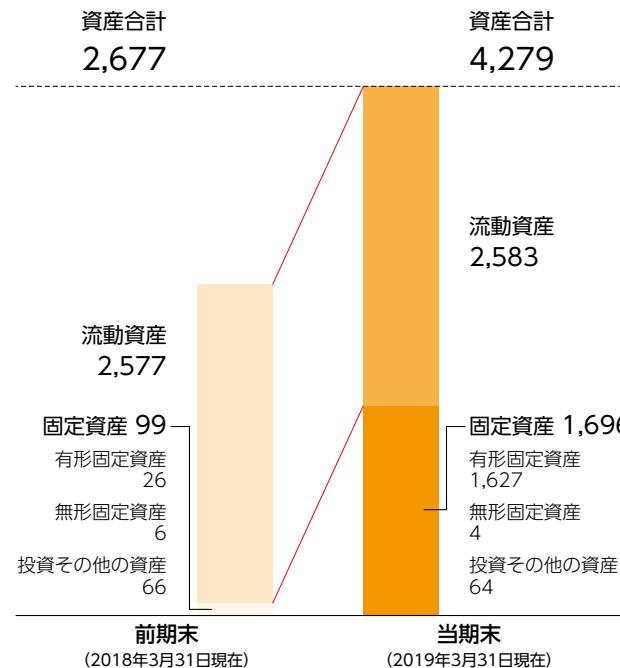


当期純利益 (単位:百万円)

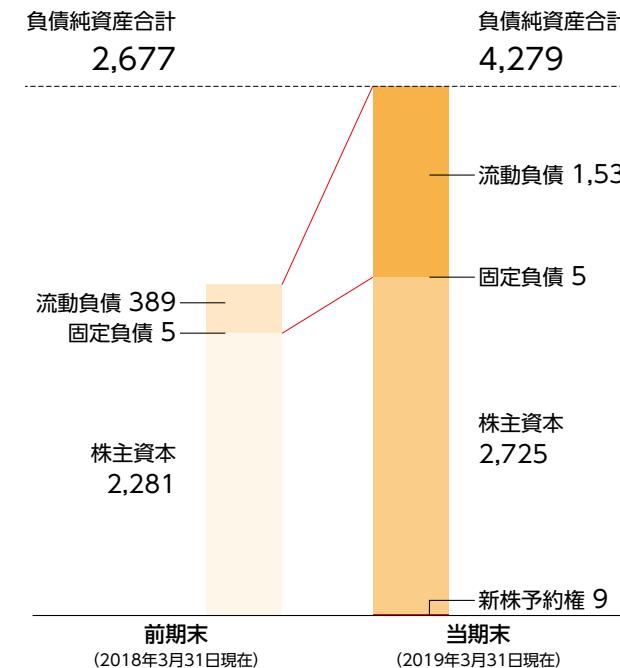


財務状態

資産の部 (単位:百万円)



負債純資産の部 (単位:百万円)

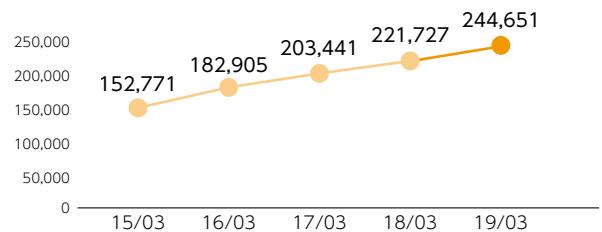


ポイント

7期連続で増収増益を達成

MFD事業では、企業との共同開発商品の発売やテレビ番組での紹介によって認知度が向上し、売上高・会員数がともに増加しました。マーケティング事業では、健康志向商品を扱う食品メーカーと食事コントロールに取り組む消費者を結び、病院で働く栄養士を通じた商品推奨サービスが高く評価され、多くの案件を獲得できました。

『ミールタイム』 会員数 (単位:人)

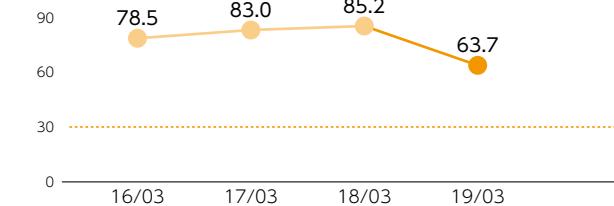


ポイント

新工場建設を推進

工場建設にともない、資産、負債ともに大幅に増加しました。有形固定資産の増加は、工場建設用地の購入や工場の着工によるものです。また、工場資金の銀行借入によって、有利子負債が発生しています。また、自己資本比率は63.7%となりました。中期経営計画「Will 2022」では最低ラインを30%に設定しています。

自己資本比率 (単位:%)



当社が運営するWebサイトの内容充実を図りました。

当社は、Webサイトの運営を通じて、医療機関関係者や患者様など、各ステークホルダーの皆様へ有益な情報を発信しています。当期は、ECサイト『ミールタイム』の健康管理カレンダーや栄養士のコミュニティサイト『Foodish』の栄養価計算ツールの機能を追加し、利便性を高めました。



IRサイトが表彰されました。



当社のIRサイトが、日興アイ・アール「2018年度 全上場企業ホームページ充実度ランキング」において「最優秀サイト」に選ばれました。今回選定されたのは全上場企業3,785社の上位5%の179社で当社として初となります。

企業間コラボレーションを推進しました。

健康で楽しい食生活を多くの皆様に提案するため、様々な企業とのコラボレーションを推進しています。例えば、その一つが、はごろもフーズ社とのコラボ商品「練馬大根を使った練馬スパゲティ」です。

FUNDELY × はごろもフーズ × JA東京あおば



練馬大根を使った練馬スパゲティ
江戸東京野菜を使った糖尿病・高血圧の方に配慮した商品。具材に「シーチキン®」を使用し、たんぱく質を多く摂れる商品です。
※はごろもフーズ社の登録商標

また、串カツ田中ホールディングス社の店舗では、当社が制作した食育に役立つメニュー表が設置され、認知度向上に貢献しました。



食育媒体
「串カツでわかるたべもののはたらき」
食べ物のはたらきを学びながら、様々な串カツをおいしく召し上がれるように、当社の栄養士の知見を活かして制作された食育媒体です。

ポイント家電の対象家電を拡充しました。

当社は、シャープ社の無線LAN機能を搭載した家電を通じ、ユーザーに有益な、食や健康に関する情報を音声や画像を用いて配信するサービス『ポイント家電』を、シャープ社と共同で運営しています。2017年度に引き続き、2018年度も対象家電を拡充しました。2018年11月には、これまでのキッチン家電の枠を超えて、洗濯機も対象としました。これによって、食品にとどまらず、日用品メーカーなどの広告配信が可能となりました。



ウォーターオープン
「ヘルシオ AX-XW500」



水なし自動調理鍋
「ヘルシオ ホットクック KN-HW16D」



プラズマクラスター
冷蔵庫「SJ-GX55E」



プラズマクラスター
洗濯乾燥機「ES-W111」

洗濯開始時の洗濯容量計測後に、広告や健康に関する情報を音声で配信。

「ミールタイム健康フェスタ」を開催しました。

2018年11月4日(日)、品川インターシティホールにて、健康に役立つセミナーと、当社栄養士による栄養相談会などを組み合わせた「ミールタイム健康フェスタ」を実施しました。当日は、骨密度や血管年齢の無料測定会も開催し、約400名のお客様が参加。盛況のうちに終了し、アンケートでは好評価の声を多数いただきました。



健康セミナー(左)や栄養士による無料の栄養相談会(右)を実施



「健康セミナー」講演者
森 維久郎 氏 (医師)
医療法人翔誠会 ぶくだ内科 / 公益社団法人地域医療振興協会 東京北医療センター
講演テーマ
「生活習慣病の食事療法・運動療法の最新の知見
～現場で何が起きているか?～」

新商品紹介

NEW 塩分を抑えながら香ばしさをプラスした
「ミールタイム五目炒飯」
共同開発先の味の素冷凍食品社が使用している葱油を使用した「ミールタイム五目炒飯」。通常*1より塩分約46%、たんぱく質約40%カットを実現し、塩分、たんぱく質を抑えながら、食欲そそる香ばしさが広がります。



NEW 魚介や野菜のうま味を活かした
「ミールタイム海老ピラフ」
味の素冷凍食品社と共同開発した「ミールタイム海老ピラフ」。魚介類のだしや野菜ペーストなどを使用し、食材のうま味をお楽しみいただけます。たんぱく質を抑えてあるので腎疾患の方も安心しておいしく召し上がれます。



NEW 1個76kcal! 「カスタードシュークリーム
いちごのアイシングがけ」
カスタードクリームに「パルスイート®カロリーゼロ*2」を使用するなど、上白糖使用時と比較してエネルギーを約30%カットしています*3。ダイエット目的の方にもお楽しみいただけるヘルシースイーツです。



*1 女子栄養大学出版部 エネルギー早わかり 第4版「五目チャーハン」と比較して
*2 「パルスイート®」は味の素社の登録商標
*3 上白糖は、「パルスイート®」と同等の甘さを感じられる使用量で計算

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を続けられるよう、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ましたら、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 2019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	274,939千円
従業員数	55名

株式の状況 2019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	6,384,000株
株主数	3,146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	63.35
宮入 知喜	201,000	3.15
資産管理サービス信託銀行 株式会社(証券投資信託口)	161,000	2.52
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	114,200	1.79
岡崎 博	71,500	1.12
阿部 ふよう	66,000	1.03
阿部 恵一	59,000	0.92
日本トラスティ・サービス信託銀行 株式会社(信託口)	52,800	0.83
阿部 美子	42,000	0.66
利川 美緒	42,000	0.66

役員 2019年6月25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(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。 http://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。

