

第18期報告書

2017年4月1日～2018年3月31日

数字で見る FUNDELY

当社の現在の姿を様々な数字を通じて
ご覧いただけます。

紹介ネットワーク

約**2.0**万
か所

病 院 保 健 所
介 護 施 設 調 剤 薬 局

2004年の『ミールタイム』創刊以来、紹介ネットワークの拡大と深耕を継続しており、当社事業の基盤となっております。

会員数

約**22**万人

健康食宅配サービス『ミールタイム』は確かな安心感で多くの方にご支持をいただき、累計会員数は22万人を突破いたしました。



ミールタイム

年
約**300**万部

お客様に旬の味をお届けするため、3月・6月・9月・12月の年4回、75万部ずつのカタログ発行をしております。2019年3月からは各号80万部へと増刷し、さらなる会員数拡大を目指します。

売上高経常利益率

2期連続
19%
以上キープ

紹介ネットワークを通じた効率的な顧客獲得と、継続的な費用見直しにより、高い利益率を維持しております。

売上高・経常利益

6期連続
増収増益

広範な紹介ネットワークと栄養士によるカウンセリングサービスを核として、2012年度より6期連続で増収増益を達成しております。



企業理念

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

一食二医とは…
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」、それでも困難なときに「医療」を行うのが望ましいという、当社が提案する造語。

TOP MESSAGE

「一食二医社会」の実現に向けて、 革新的な経営を継続してまいります。

株主の皆様におかれましては、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。
2018年3月期、当社は栄養士によるきめ細かいカウンセリングサービスを活かした、付加価値の高い商品・サービスの提供と品質向上を通じて業容の一層の拡大に努めました。この結果、当期の業績は前期比で増収増益となり、成長軌道の維持に成功しました。本年4月には2023年3月期を最終年度とする中期経営計画「Will 2022」がスタート。さらなる成長へ向け新たな挑戦を開始しています。当社の競争優位性は10年以上かけて構築した独自のビジネスモデルと、未知の領域に果敢に挑む革新的な経営姿勢にあります。今後も先駆的な経営を継続することで、持続的な成長と株主価値の向上を成し遂げ、「一食二医社会」の実現に貢献してまいります。

株主の皆様には、一層のご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。



1972年11月15日生まれ。学習院大学卒業後、朝日火災海上保険株式会社に入社。2000年に当社を設立し、代表取締役就任。

代表取締役 **阿部 公祐**



代表取締役
阿部 公祐
KOSUKE ABE

FUNDELY

新工場の建設や
メディア事業の本格始動など
新たな取り組みを通じて、
ヘルスケア総合企業への進化を
確かなものとしてまいります。

Q 2018年3月期の経営成績をどのように評価・分析していますか。

A 過去最高の売上・利益を達成しましたが、ヘルスケア総合企業を目指すには、もっと急角度の成長が必要だと考えています。

2018年3月期も前期比で増収増益を達成し、売上高および各利益段階で過去最高を更新しました。成長軌道を維持できたことで株主様に対する最低限の責任は果たせたものと考えておりますが、期初に設定した予算計画は未達となっており、この業績に全面的に満足しているわけではありません。目指しているのはもっと大きな規模感ですので、売上、利益とも、さらに急角度で伸ばしていかなければならないと気を引き締めています。

Q 2018年3月期も、営業利益率は19%以上を確保されています。ファンデリーが高収益経営を継続できているのは何故だとお考えですか。

A 広範な紹介ネットワークと栄養士によるカウンセリングサービスを核とした独自のビジネスモデルが高い収益性を生み出しています。

優位性の源泉は、独自のビジネスモデルにあると考えています。当社は2000年の創業以来、医療機関や調剤薬局など全国2万か所以上の紹介ネットワークの構築に取

り組むとともに、栄養士がカウンセリングを行う独自性の高いビジネスモデルを創造してきました。新たなビジネスモデルの構築には多大な労力と時間がかかりましたが、それが他社との差別化につながり、参入障壁となっています。英語には「簡単にできることは簡単に壊れる（イージーカム・イージーゴー）」ということわざがありますが、時間をかけて先駆的なビジネスの創出・確立に努めたことが、現在の高い収益性につながっていることを実感しています。

Q 昨年10月に新工場の建設を発表されました。新工場建設の目的と期待される効果を教えてください。

A メニュー開発の迅速化や製販一体となった機動的な事業運営には、自社工場の建設が不可欠であると判断しました。

投資額50億円で当社初の自社工場を建設します。着工は2018年度内、稼働開始は2019年度内で、1日9万食製造可能な生産能力を計画しています。当社はこれまで10社程度の取引先様に製造を委託してきましたが、迅速なメニュー開発や製販一体となった機動的な事業運営には、自社工場の建設が不可欠であると判断しました。また、自社工場を持つことにより、競合他社とまったく異なる健康食をお届けすることができますし、中間流通の簡素化によりコストの削減効果も期待できます。

Q 本年4月、中期経営計画「Will 2022」がスタートしました。本計画における定量目標と戦略方針を説明していただけますか。

A 最終年度の業績目標として、売上高100億円、営業利益20億円、営業利益率20%を掲げています。

本年2月、2019年3月期から2023年3月期までの5か年を対象期間とする中期経営計画「Will 2022」を発表しました。本計画では、最終年度の業績目標として、売上高100億円、営業利益20億円、営業利益率20%を掲げています。MFD事業では、「圧倒的NO.1の健康食ブランドの確立」に向けて、企画、製造、小売を一貫して手掛けるSPAモデルへの事業構造転換を進めていきます。一方、マーケティング事業では、大型契約の獲得に注力するとともに、社内に蓄積したビッグデータを活用して、MFD事業とのシナジー効果が見込まれる新ビジネスの創出に取り組んでいく方針です。

Q 中期経営計画では、メディア事業の本格的な立ち上げを戦略方針として掲げています。同事業の概要と今後の戦略を教えてください。

A 『ポイント家電』サービスの拡充を図り、当社の売上・収益を担う「第3の柱」に育てていく方針です。

インターネットを活用したメディア事業については、収益構造を確立させ、独立したセグメントとして発展させて

いきたいと考えています。すでに広告視聴でポイントがたまる『ポイント家電』サービスをシャープ社と共同で運営しており、今後は対象家電の拡大を図り、早期の収益貢献を目指していく考えです。メディア事業全体としては、売上高3億円、営業利益2億円(いずれも2023年3月期)を計画しています。IoTやAIの浸透といった社会環境の変化を的確に捉えつつ、当社の売上・収益を担う「第3の柱」に育てていきます。

Q 10年後、20年後のファンデリーについて、どのようなビジョンを抱えていますか。

A ヘルスケア総合企業として「一食二医社会」実現への取り組みを牽引し、豊かな未来社会に貢献します。

私は食を通じて社会に貢献するためファンデリーを創業し、血液検査数値改善の実現を強みとした宅配ビジネスを展開してきました。食を通じた社会貢献という創業来の基本理念は今後も変わることはありません。ただ健康食の宅配という限定されたビジネスではなく、健康に関する研究や情報発信に経営資源を投入すると同時に、新たなビジネスの創出にも力を注ぎ、当社をヘルスケア総合企業に進化させたいと考えています。その際の指針となるのは「一食二医」の考え方です。食事コントロールによる疾病予防に重点を置く「一食二医社会」の構築を牽引することで、医療費の抑制と人びとの健康で楽しい食生活に貢献してまいります。



Q 株主還元に対する考え方を教えてください。

A 企業の着実な利益成長による株主価値の拡大こそが株主様のご支援に応える最善の方策だと信じています。

当社は発展余力の大きな成長企業です。今後も着実に成長を続けていくためには、将来投資の源泉となる内部留保の充実が欠かせません。そのため、2018年3月期を含め、これまで株主様への配当は見送らせていただきました。戦略投資が一段落し、安定成長のステージに入った時点で配当を開始する予定です。現段階においては、短期視点の配当よりも、企業の着実な利益成長による株主価値の拡大こそが株主様のご支援に応える最善の方策だと考えています。持続的な成長により企業価値の向上を図

り、その果実を株主の皆様と分かち合いたいと考えています。

Q 最後に株主の皆様メッセージをお願いします。

A 「一食二医社会」への取り組みを加速し、豊かな未来社会の実現を目指してまいります。

少子高齢化が進行する現代日本において、医療費の抑制とセルフメディケーションの進展は、誰もが健康に生活できる社会を実現する上で、避けて通ることのできない喫緊の課題となっています。私たちファンデリーは「一食二医」の理念を幅広く社会に発信するとともに、ヘルスケア総合企業として高品質の商品・サービスを提案し、豊かな未来社会に貢献してまいります。応援のほど、よろしくごお願い申し上げます。

中期経営計画 (2018年度～2022年度)

Will 2022

中期経営計画策定の目的

当社が属する食事宅配市場は、共働き世帯の増加やライフスタイルの多様化、女性の社会進出、食料品の購入や飲食に不便を感じる高齢者を中心とする買物弱者の増加といった社会的背景もあり、宅配需要が増加しているため堅調に推移しております。さらに現在、当社が主な顧客としている生活習慣病患者は年々増加傾向にあり、また、少子高齢化が進むことにより65歳以上の高齢者のみの世帯が増加するなど、市場の成長が見込める経営環境となっております。

このような環境の中、団塊の世代の先頭である1947年生まれが75歳となり「本格的なひとり暮らし社会」が始まる2022年問題を確実に捉え、「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」という当社ビジョンを達成するため、中期経営計画「Will 2022」を策定いたしました。

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)

	2017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
MFD事業	29.3億円	6.7億円	91億円	20億円	22%
マーケティング事業	3.7億円	2.7億円	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	—	△3.0億円	—	△6億円	—
合計	33.0億円	6.4億円	100億円	20億円	20%

戦略方針

目指す姿

MFD事業

▶ 事業構造の転換

- ① SPA(製造小売業)モデルへ転換し、品質を向上させる
- ② 「良質なメニューは、良質な食材から」という考えのもと、生産者の方々と信頼関係を構築する
- ③ リピート率重視のビジネスモデルから、Life Time Valueを高めるストックモデルに転換する
- ④ WEB注文比率21%→65%を目指し、サービス体制の変更を図る

▶▶ 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

- ① 採用を強化し、クライアントとの関係強化を図る
- ② マスマーケティングを多用している食品メーカー等に広告効果が高い医療機関リコメンドサンプリングを積極的に提案
- ③ MFD事業と連携し、ビッグデータの活用、アンケート実施等、新ビジネスを創出する

▶▶ 商品力を高め、TVCMと競争できるサービスを提供する

医療機関リコメンドサンプリングを成長ドライバーに



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

- ① 『ポイント家電』の早期収益化
- ② 新事業の創出に挑戦できる社内の環境づくり
- ③ ヘルスケアビジネスにおけるマネタイズノウハウの構築

▶▶ 2億円のセグメント利益を獲得し3本目の柱へ

『ポイント家電』を軸に新部門を立ち上げ



MFD事業

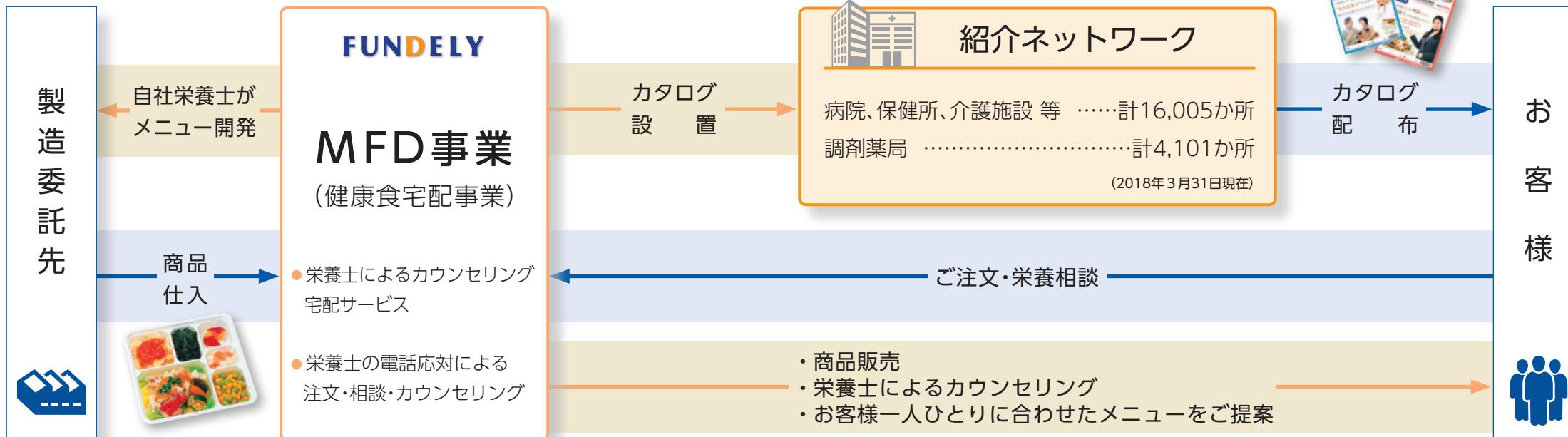
(健康食宅配事業)

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』を、全国の医療機関や調剤薬局など、約20,000か所の紹介ネットワークを通じて配布。生活習慣病患者様や食事制限が必要な方々に、栄養士が開発した健康食をご紹介しております。さらに、お客様一人ひとりに合わせたメニューをご提案させていただき、カウンセリングサービスに注力しております。

戦略方針▶▶

全国の医療機関や調剤薬局など約20,000か所の紹介ネットワークを通じ、医師や栄養士の方々から、『ミールタイム』をご紹介いただくビジネスモデルは、効率的な顧客獲得を可能にしております。また、お客様からの電話には必ず当社栄養士が対応し、お客様一人ひとりに合わせたメニューをご提案することで、血液検査数値の改善をサポートいたします。

ビジネスモデル

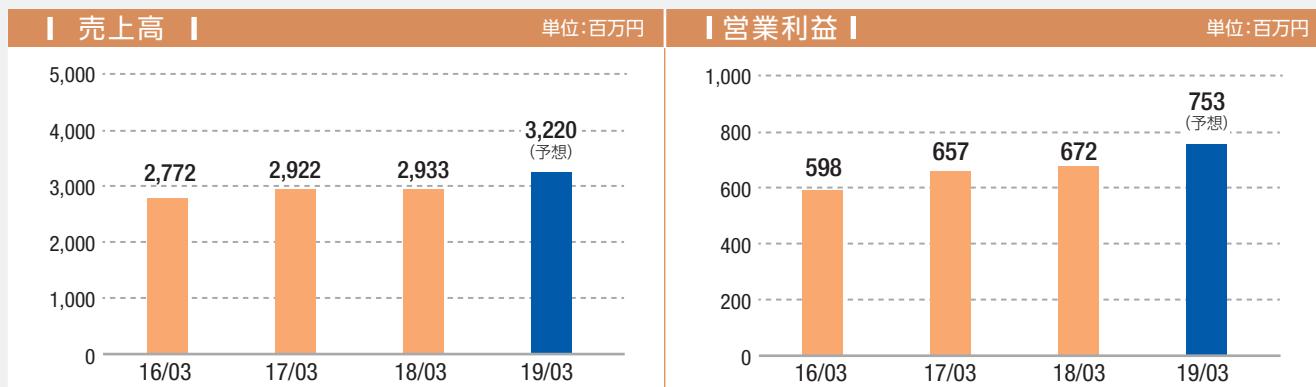


2018年3月期概況

従来より実施している季節ごとの商品入れ替えのみならず、より具体的な疾病の予防が期待できる食材を使用した新ブランド「medical+mealtime(メディカル ミールタイム)」等の新商品の開発、また、全国の医療機関等へサービス認知度の向上にむけた取り組みによる紹介ネットワークの拡大と深耕を通して新規顧客の獲得に努めました。

さらに、当社の管理栄養士・栄養士がお客様の疾病、制限数値、嗜好に合わせて食事を選び定期購入できるサービス「栄養士おまかせ定期便」への積極的な移行に注力いたしました。

その結果、売上高は2,933,124千円(前期比0.4%増)、セグメント利益(営業利益)は672,122千円(前期比2.3%増)となりました。



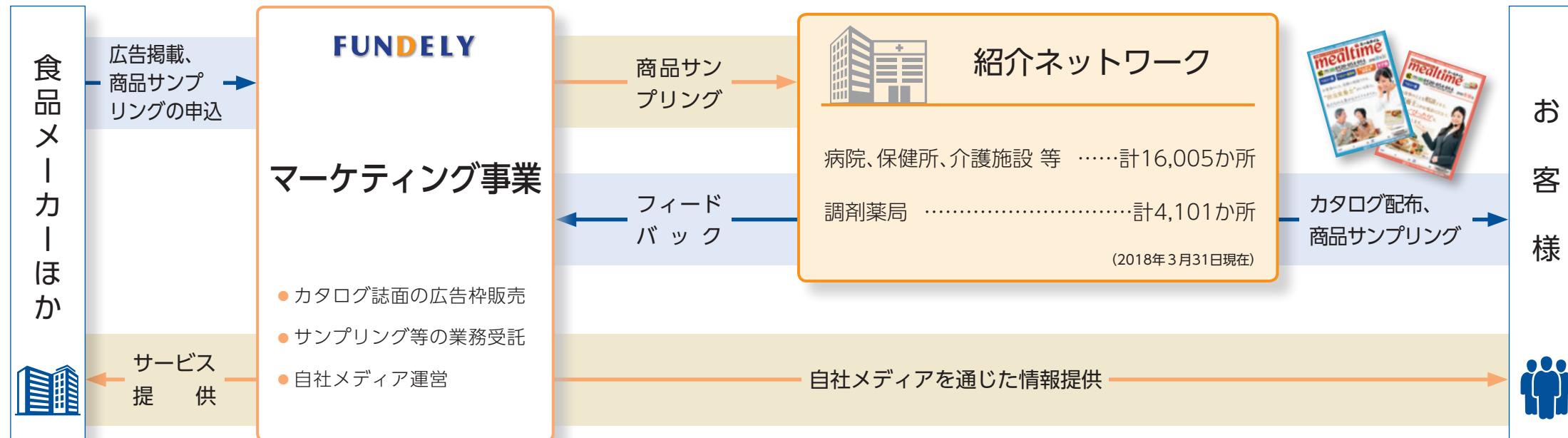
マーケティング事業

健康食通販カタログ『ミールタイム』および『ミールタイム ファーマ』の誌面広告枠の販売や、全国の紹介ネットワークを通じたサンプリング等の業務受託、さらには自社メディアを通じた健康情報の提供等、食品メーカー等のマーケティング活動支援を行っております。

戦略方針

『ミールタイム』の紹介ネットワークを基盤とした、誌面広告枠の販売やサンプリング等の業務受託は、食品メーカー等の健康志向の高い商品の魅力を、ターゲットとする方にダイレクトにお届けすることができます。医師や栄養士の方のリcommendとともに生活習慣病患者様の手にカタログや商品が渡るため、高い広告効果を実現できます。

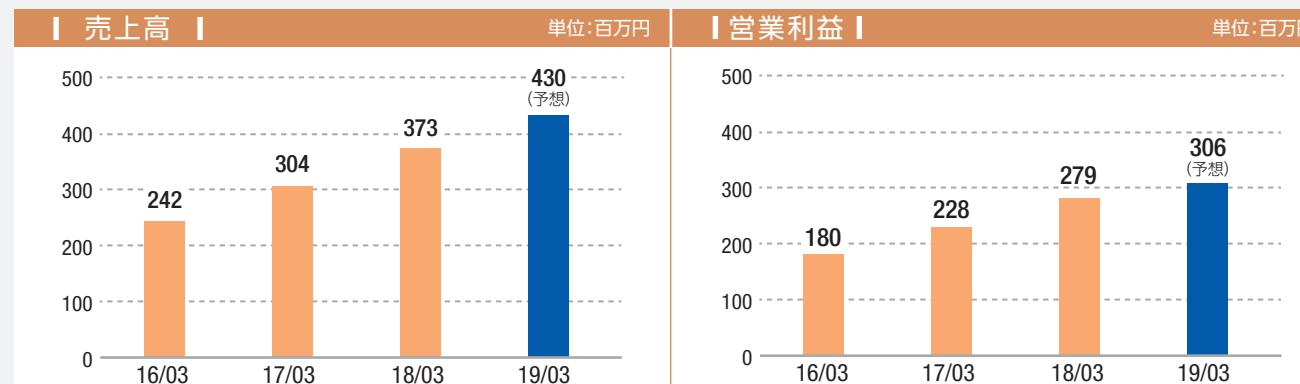
ビジネスモデル



2018年3月期概況

健康食通販カタログ『ミールタイム』および『ミールタイム ファーマ』の2誌による誌面広告枠の販売、また、医療機関の紹介ネットワークを活用した業務受託において新規および複数の案件を獲得し、堅調に推移しました。

その結果、売上高は373,157千円(前期比22.5%増)、セグメント利益(営業利益)は279,066千円(前期比22.3%増)となりました。



1 WEB版家庭医学書「メディカルネットブック」開設

医師・管理栄養士監修のWEB版家庭医学書(医療情報サイト)「メディカルネットブック」(<https://m-netbook.jp/>)を2017年11月に開設いたしました。身近な疾病である「糖尿病」「脂質異常症」「高血圧」「痛風」「腎臓病」をテーマに、それぞれの分野で著名な医師・管理栄養士の方々に監修いただき、書店で販売されている家庭医学書さながらの信頼できる情報を発信しております。

個人の費用負担が無く、健康管理が行いやすい社会環境の創出を目的として、無料でご利用いただけるサイトとなっております。



サイトイメージ

2 IRサイトリニューアル、英語版コーポレートサイト開設

2017年8月、より多くの株主・投資家の皆様に当社をご理解いただき、投資判断の参考としていただくため、IRサイトのデザインを一新し、コンテンツを拡充いたしました。また、国内の株主・投資家のみならず、昨今の外国人投資家の動向を踏まえ、海外の株主・投資家にも当社の企業情報を発信し、グローバルなコミュニケーションを図っていくため、英語版コーポレートサイトを新たに開設いたしました。

今後も引き続き、IRサイトおよび英語版コーポレートサイトのコンテンツ拡充を図り、国内外の株主・投資家の皆様にむけた情報発信に努めてまいります。



サイトイメージ



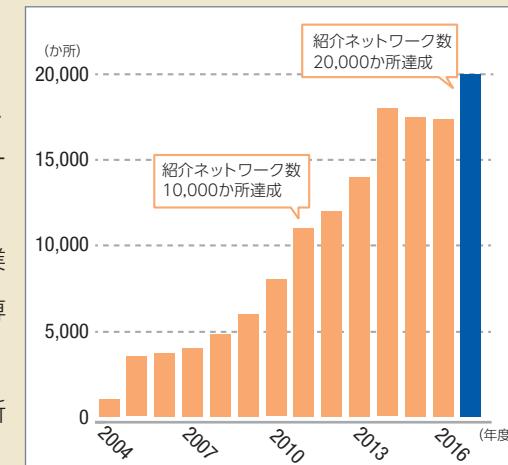
日興アイ・アール社
2017年度ホームページ充実度ランキング

3 紹介ネットワーク 2万か所突破

当社は、医療機関や調剤薬局等、全国の紹介ネットワークを通じ、健康食通販カタログ『ミールタイム』および『ミールタイム ファーマ』を配布しております。

2018年3月期につきましては、紹介ネットワーク数を当事業における重要な指標と捉え、当期末20,000か所の達成を目指し、専門の部門を立ち上げ、拡大に努めてまいりました。

その結果、2018年3月、当社紹介ネットワーク数が20,000か所(前期末17,596か所、前期末比13.6%増)を突破いたしました。



4 ポイント家電 対象家電追加

当社は、シャープ社が製造販売するウォーターオープン「ヘルシオ」の無線LAN機能を搭載した3機種を通じ、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』を運営しております。対象家電を所有するユーザーは、本サービスを通じ、食品メーカー等の広告を1回視聴するごとに、各種景品に交換可能な『PKポイント』が1ポイント付与されます。

2017年12月には、シャープ社が発売したプラズマクラスター冷蔵庫2機種と、水なし自動調理鍋「ヘルシオ ホットクック」が新たに対象家電に追加されました。



プラズマクラスター冷蔵庫



水なし自動調理鍋「ヘルシオ ホットクック」



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々に、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。



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。



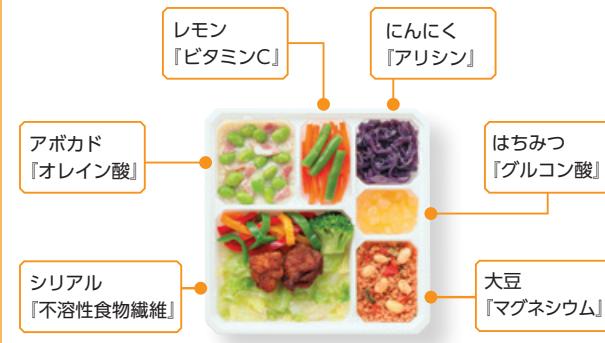
新商品紹介

ケロック社
『オールブラン オリジナル』を使用したメニューを発売

身近な疾病等に着目し、予防が期待できる食材を使用したブランド「medical + mealtime」で、「便秘症」に着目し、ケロック社『オールブラン オリジナル』を使用したメニューを2018年3月1日(木)、健康食宅配サービス『ミールタイム』で発売いたしました。

開発した「ケロック『オールブラン オリジナル』使用若鶏もも肉の唐揚げセット」は、食物繊維を1日の1/3量※摂取できるよう調整し、お腹の調子を整えるのに有効な食材を使用いたしました。

※日本人の食事摂取基準(2015年版)：男性(18～69歳)1日の摂取目標量20g以上であることから20gの1/3量を想定し設定



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。)定期的にバランス良くお食事が届くため、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。



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)75万部ずつ発行、『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月からは『ミールタイム』の発行を各号80万部へと増刷します。



最短で翌日配送・日本全国配送可能

平日18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、『ミールタイム』のお食事は、4,980円以上のご注文で日本全国どこでも送料が200円となります。

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



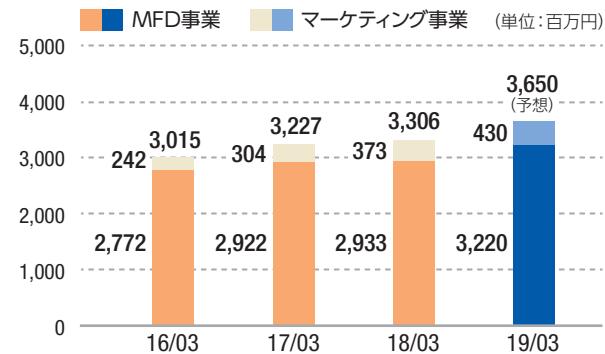
『ミールタイム』のご注文は

おいしい
0120-054-014
携帯電話から **0570-054-014**

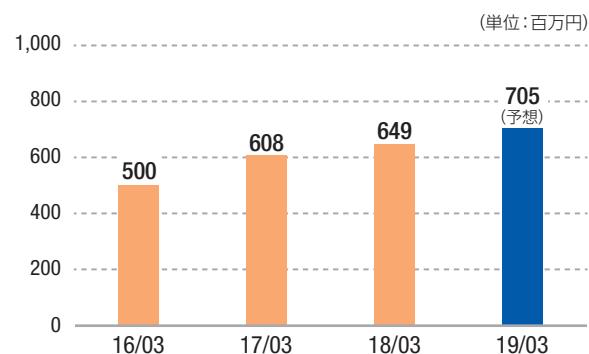
まずは私たちにお電話ください!!
(平日9時～18時)



売上高



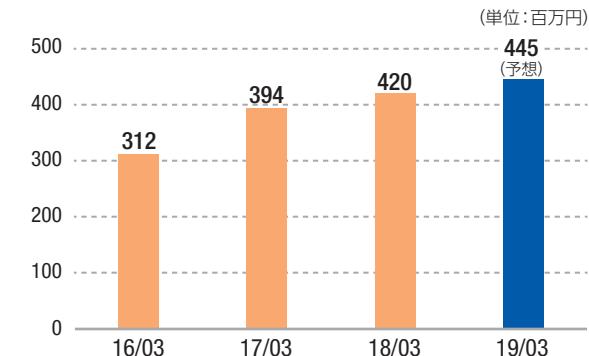
営業利益



経常利益



当期純利益



ポイント

●売上高(セグメント別)

当期の売上高は3,306百万円(前期比2.5%増)となりました。
MFD事業においては、当社の管理栄養士・栄養士がお客様の疾病、食事制限数値、嗜好に合わせて食事を選び定期購入できるサービス「栄養士おまかせ定期便」への積極的な移行を中心として販売に注力いたしました。
マーケティング事業においては、健康食通販カタログ『ミールタイム』および『ミールタイム ファーマ』の2誌による誌面広告枠の販売、

また、医療機関の紹介ネットワークを活用した業務受託において新規および複数の案件を獲得し、堅調に推移しました。

●営業利益・経常利益・当期純利益

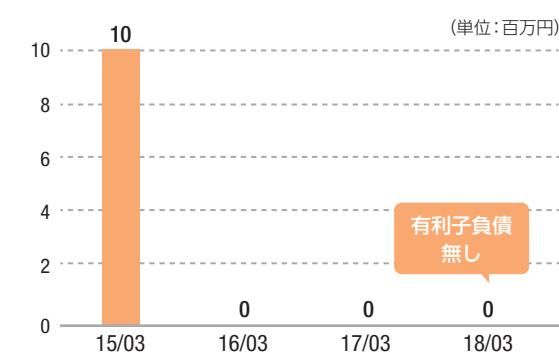
当期の営業利益は649百万円(前期比6.8%増)、経常利益は651百万円(前期比5.7%増)、当期純利益は420百万円(前期比6.6%増)となりました。
増益の主な要因として、高利益構造のマーケティング事業において、前期比22.5%増と堅調な売上高となったことが挙げられます。

貸借対照表(要旨)

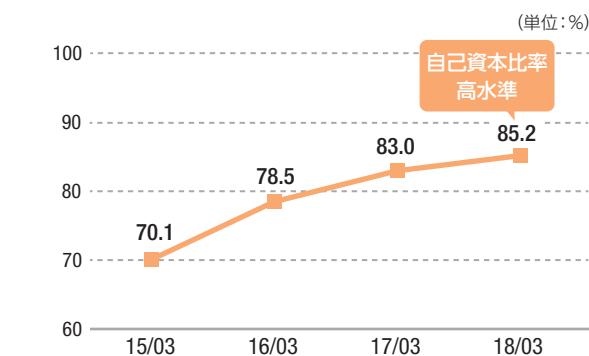
(単位:百万円)

科目	前期末	当期末
	2017年3月31日現在	2018年3月31日現在
資産の部		
流動資産	2,175	2,595
固定資産	65	81
有形固定資産	9	26
無形固定資産	9	6
投資その他の資産	46	49
資産合計	2,240	2,677
負債の部		
流動負債	374	389
固定負債	5	5
負債合計	379	395
純資産の部		
株主資本	1,860	2,281
資本金	274	274
資本剰余金	224	224
利益剰余金	1,362	1,783
新株予約権	—	0
純資産合計	1,860	2,282
負債純資産合計	2,240	2,677

有利子負債推移



自己資本比率



●安定した財務体質

当期末の資産は2,677百万円(前期末比437百万円増)となりました。この主な要因は、現金及び預金の増加413百万円によるものです。
また、紹介ネットワークを基盤とした高収益構造により、有利子負債は3期連続でゼロとなっております。
自己資本比率は85.2%の高水準となっており、将来における企業成長と経営環境の変化に対応するため、安定した財務体質を堅持しております。

会社・株式情報

会社概要

2018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	274,236千円
従業員数	49名

株式の状況

2018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	6,373,500株
株主数	2,551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	63.45
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	328,800	5.16
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)	133,000	2.09
日本トラスティ・サービス信託銀行 株式会社(信託口)	108,500	1.70
阿部 恵一	69,000	1.08
阿部 ふよう	66,000	1.04
MSIP CLIENT SECURITIES	47,900	0.75
阿部 美子	42,000	0.66
利川 美緒	42,000	0.66

役員

2018年6月26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。

