

FUNDELY

2026年3月期

第2四半期

決算説明資料

株式会社ファンデリー

2025年10月31日(金)

東証グロース 3137

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

わたしたちは、このビジョンを実現するため、挑戦を続けます

1 | 決算概要(7月～9月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

1 | 決算概要(7月～9月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

エグゼクティブサマリー

- 1** 全社の売上はYonY 111.9%,QonQ 104.3%となり増収。上半期は計画が上振れし、営業利益・経常利益ともに黒字化。
- 2** MFD事業はYonYで売上高102.8%、営業利益113.6%。1Qに引き続き、売上が改善傾向。
- 3** CID事業は生産金額が上昇し、収益構造が改善。国産食材100%・82種類の食品添加物不使用が評価され店舗導入が進む。
- 4** マーケティング事業はYonYで売上高169.5%、営業利益で200.7%。公正な第三者機関として調査を行う「管理栄養士推奨」を取得するマーケティング支援が好調。

2026年3月期 第2四半期 決算

	26/3期2Q (百万円)	26/3期1Q (百万円)	QonQ (%)	25/3期2Q (百万円)	YonY (%)
売上高	649	622	104.3	580	111.9
売上原価	337	325	103.5	372	90.7
売上総利益	311	296	105.2	208	149.9
販管費	273	291	93.9	287	95.1
営業利益又は 営業損失(△)	37	4	828.3	▲79	—
経常利益又は 経常損失(△)	24	▲10	—	▲92	—
当期純利益又は 当期純損失(△)	24	▲10	—	▲92	—
EBITDA	98	64	153.2	▲19	—

2026年3月期 第2四半期 セグメント別

		26/3期2Q (百万円)	26/3期1Q (百万円)	QonQ (%)	25/3期2Q (百万円)	YonY (%)
MFD 事業	売上高	500	503	99.4	486	102.8
	営業利益	70	87	80.6	62	113.6
CID 事業	売上高	59	57	104.5	37	159.4
	営業利益	▲61	▲68	—	▲119	—
マーケ ティング 事業	売上高	117	88	133.4	69	169.5
	営業利益	89	63	140.3	44	200.8
調整額	売上高	▲28	▲26	—	▲13	—
	営業利益	▲60	▲78	—	▲67	—

※26/3期2QにおけるCID事業の売上高には、セグメント間の内部売上高28百万円を含んでおります。

※26/3期1QにおけるCID事業の売上高には、セグメント間の内部売上高26百万円を含んでおります。

※25/3期2QにおけるCID事業の売上高には、セグメント間の内部売上高13百万円を含んでおります。

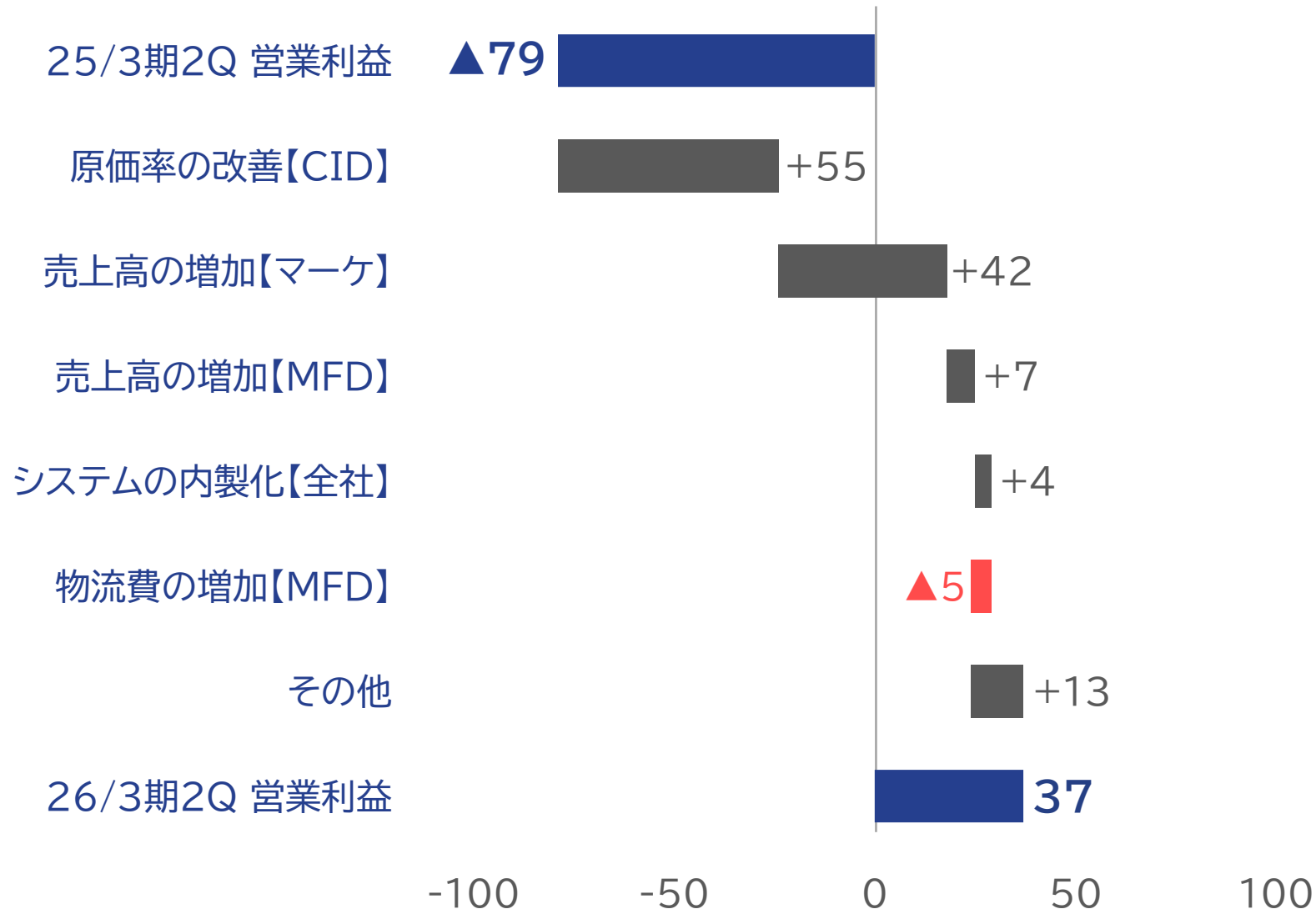
※26/3期2Qにおける調整額のうち、売上高▲28百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲60百万円は全社費用であります。

※26/3期1Qにおける調整額のうち、売上高▲26百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲78百万円は全社費用であります。

※25/3期2Qにおける調整額のうち、売上高▲13百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲67百万円は全社費用であります。

2026年3月期 第2四半期決算 要因分析(前年同期比)

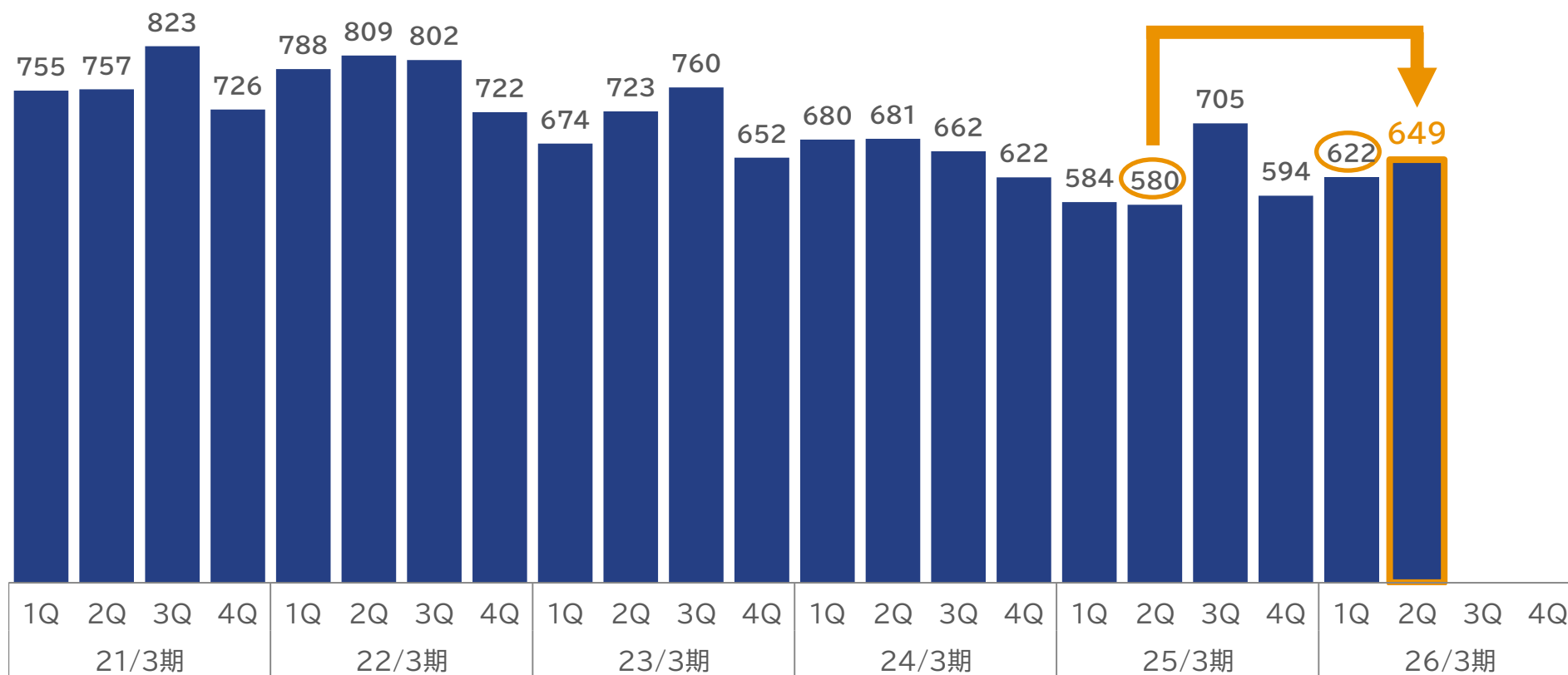
単位:百万円



四半期決算 売上推移

単位:百万円

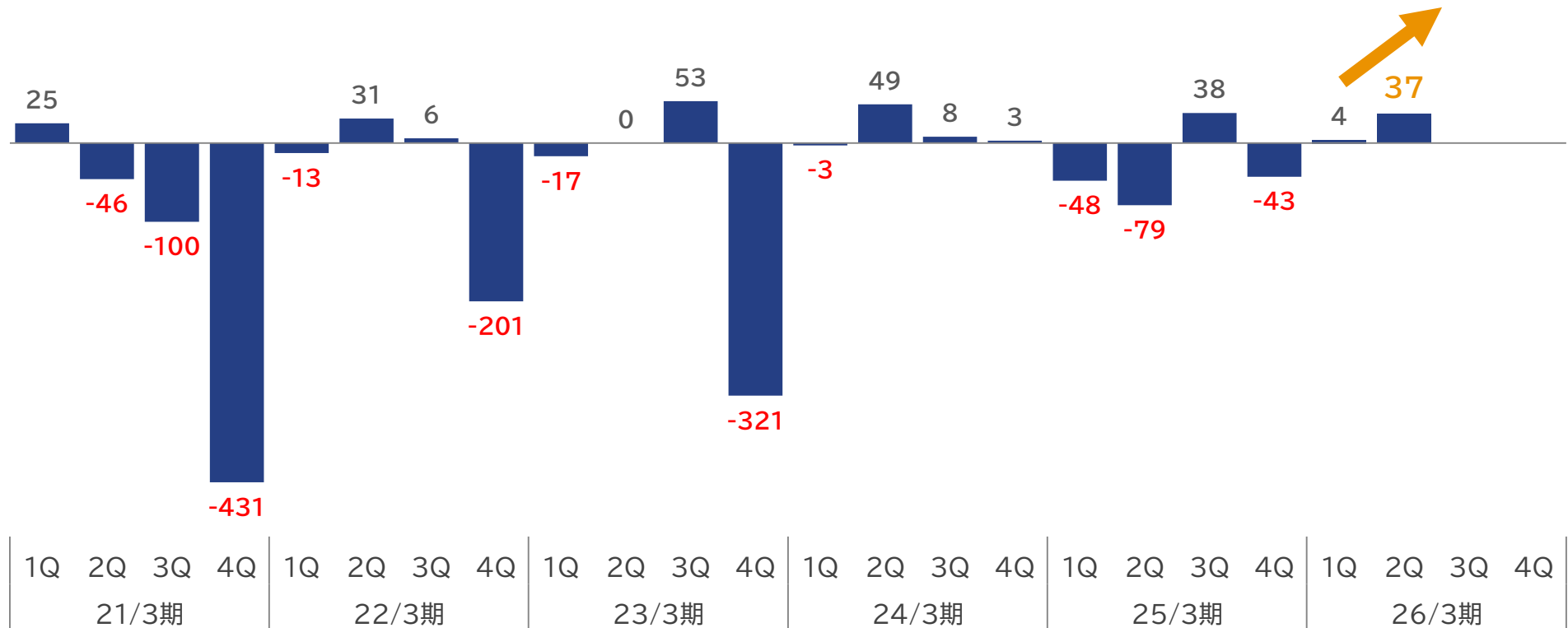
YonY, QonQともに増加



四半期決算 営業利益推移

単位:百万円

確実な黒字トレンドへ



四半期決算 財務指標推移

	23/3月期				24/3月期				25/3月期				26/3月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
現預金 (百万円)	1,038	967	1,010	975	835	776	751	781	750	707	774	758	609	534
商品 (百万円)	253	240	201	188	246	254	249	261	246	218	139	126	148	176
製品 (百万円)	119	119	136	66	49	88	89	68	81	52	54	41	50	75
減価償却費 (百万円)	61	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	59	59
有利子負債 (百万円)	4,459	4,391	4,324	4,256	4,188	4,121	4,053	3,986	3,918	3,850	3,783	3,715	3,648	3,580
自己資本比率 (%)	11.4	11.3	12.0	6.8	6.8	7.6	7.8	8.8	7.7	5.9	6.5	5.3	5.2	5.8

1 | 決算概要(7月～9月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

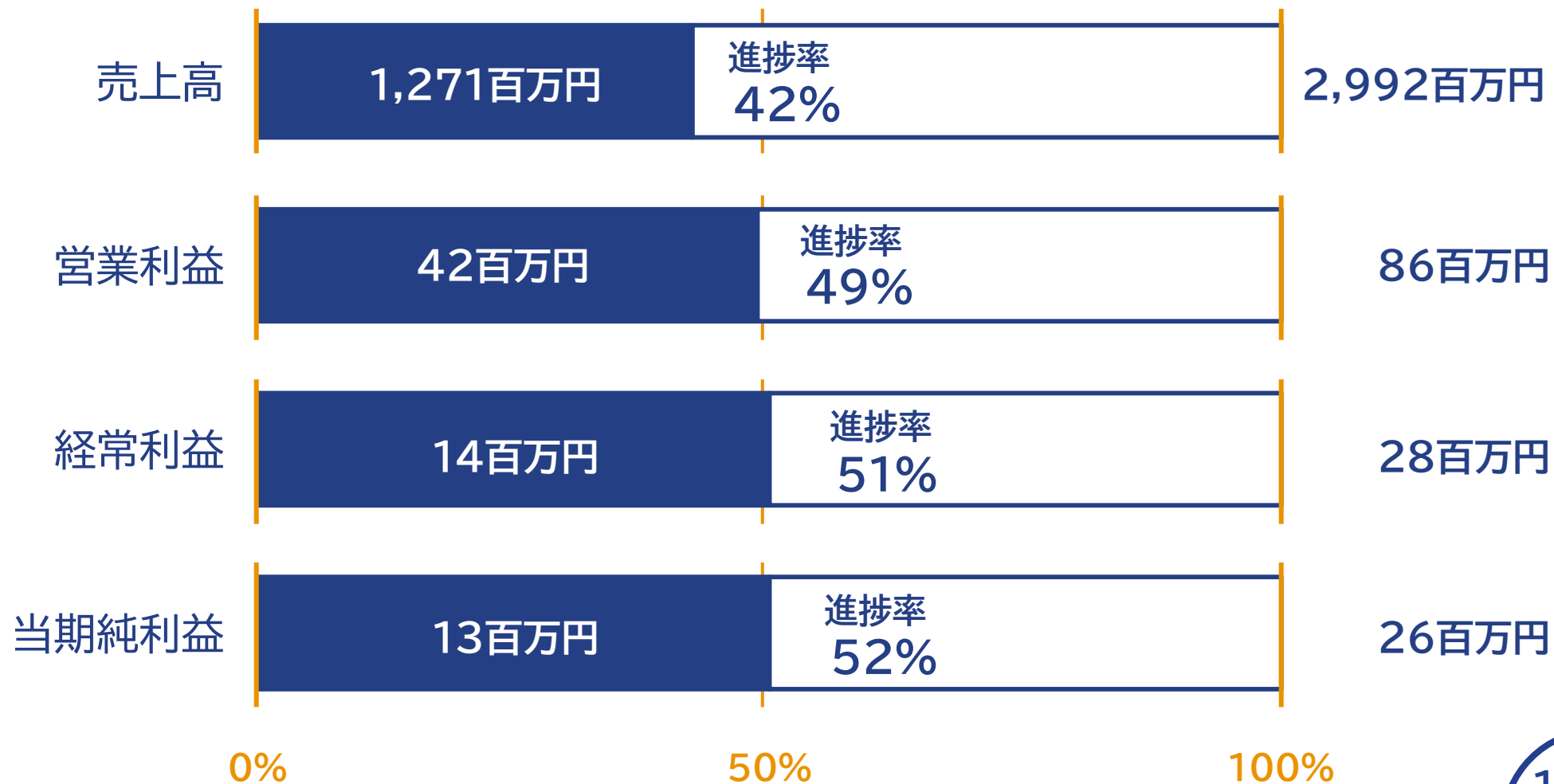
5 | マーケティング事業

6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

全社

26/3期見通し



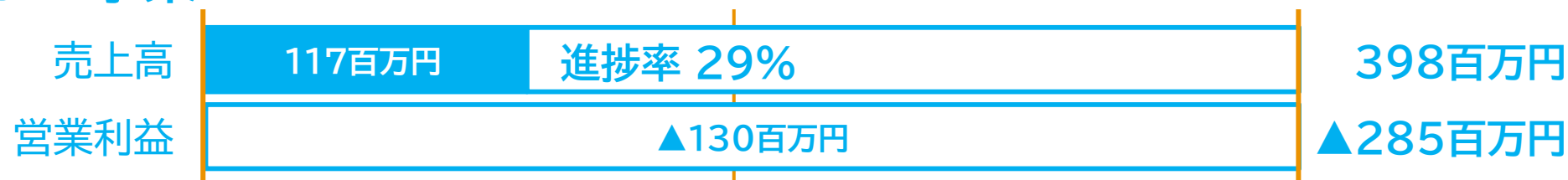
セグメント別

MFD事業

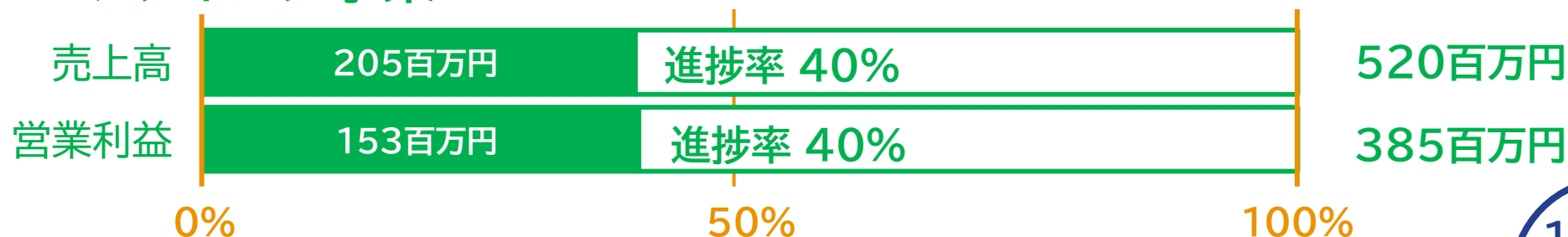
26/3期見通し



CID事業



マーケティング事業



1 | 決算概要(7月～9月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

ビジネスの強み

栄養士がいる安心感 ミールタイム
mealtime

紹介NWで顧客を獲得

全国約2万か所の医療機関ネットワークの
 医師・栄養士からカタログが配布されるため、
 コストをかけずに新規顧客を獲得できます。



コストをかけずに
 顧客獲得

数値改善を実現

電話オペレーターは100%栄養士。
 お客様一人ひとりに最適なお食事を提案して
 います。

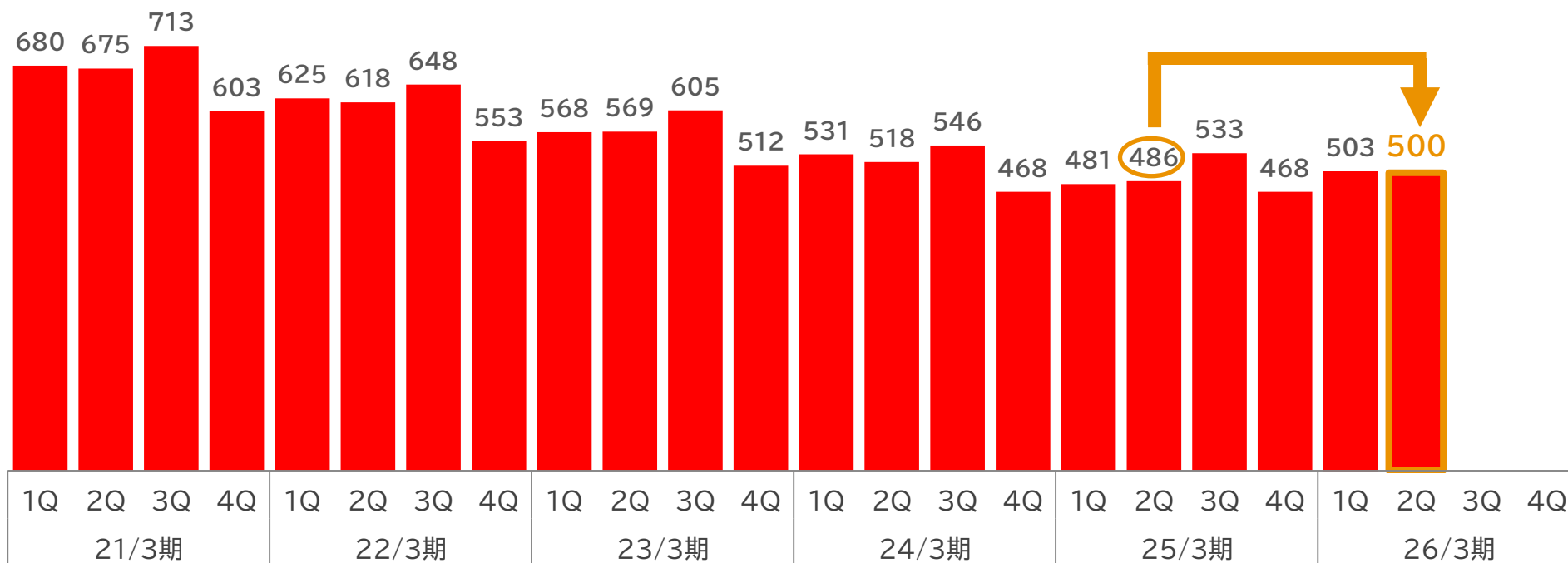
血糖値・中性脂肪・コレステロール・尿酸値・
 クレアチニン等、圧倒的な数値改善ノウハウが
 あります。



売上高 四半期推移

単位:百万円

確実な回復傾向
YonYで売上が増加

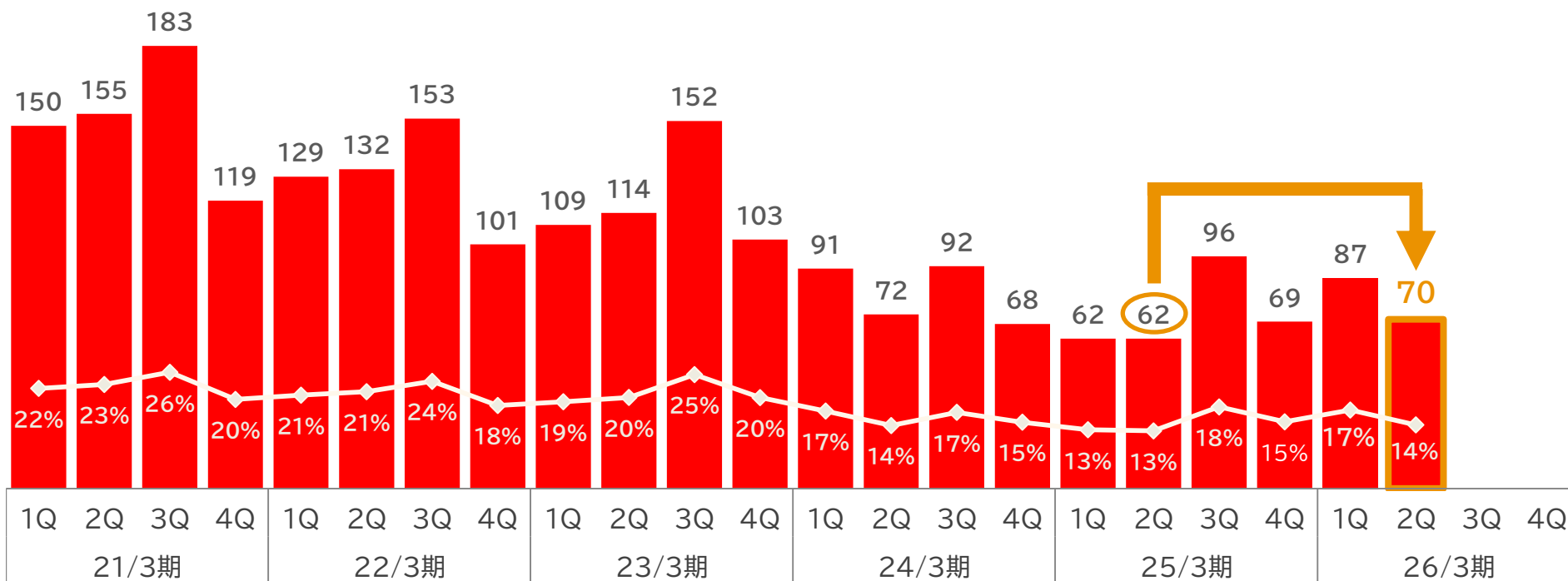


営業利益 四半期推移

単位:百万円

■ 営業利益
◆ 営業利益率

YonYで営業利益が増加

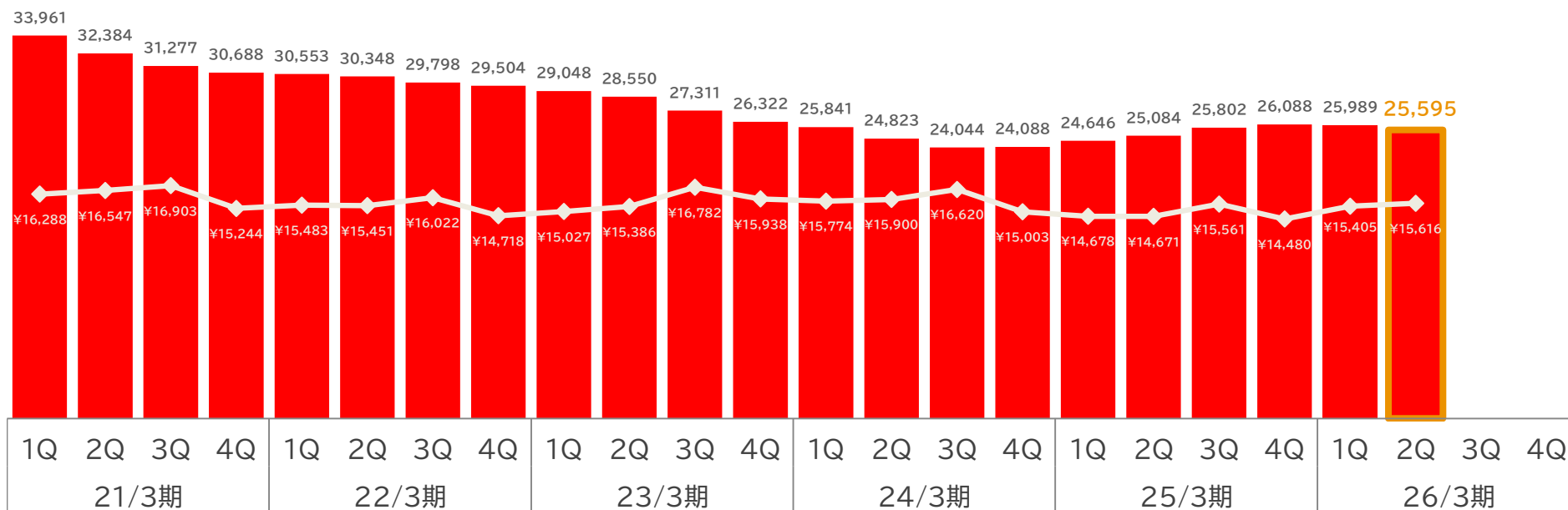


アクティブ/ARPU

単位:人

■ アクティブ会員数

— 月間ARPU

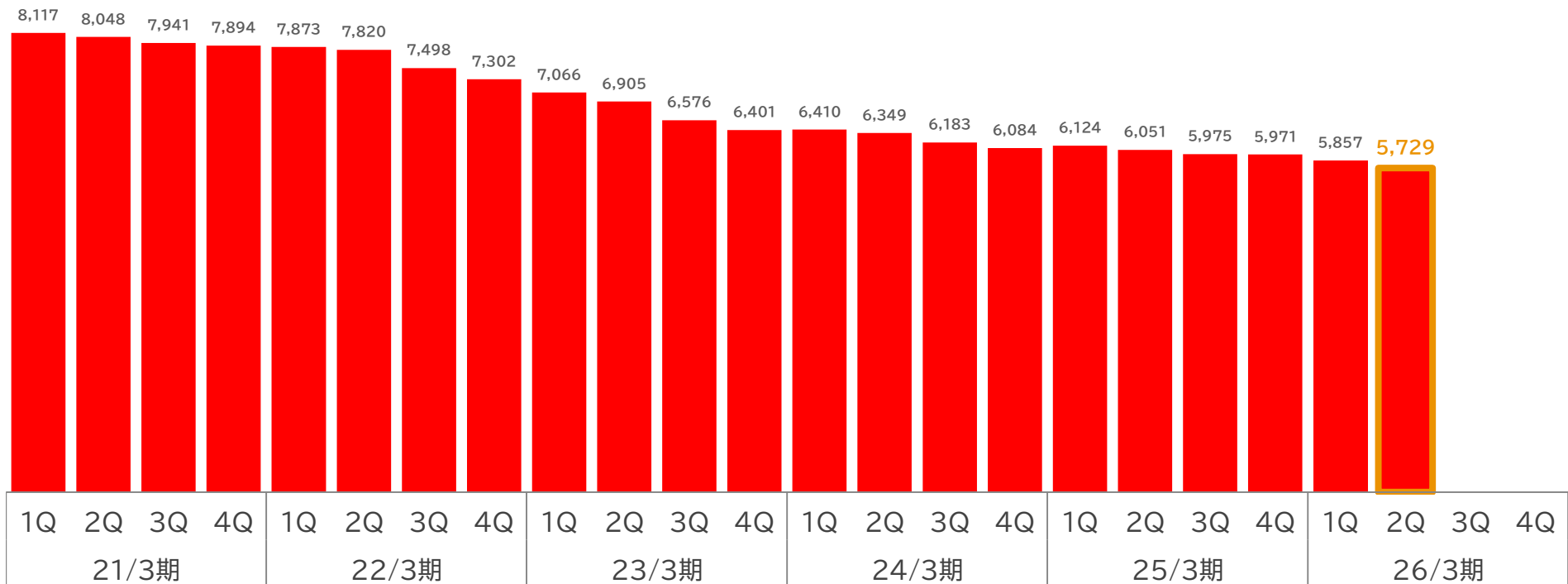


※アクティブ会員数・・・過去1年以内に1回以上購入した会員数

※月間ARPU・・・「月間売上高÷月内に1回以上購入した会員数」の3か月平均

定期コース会員数

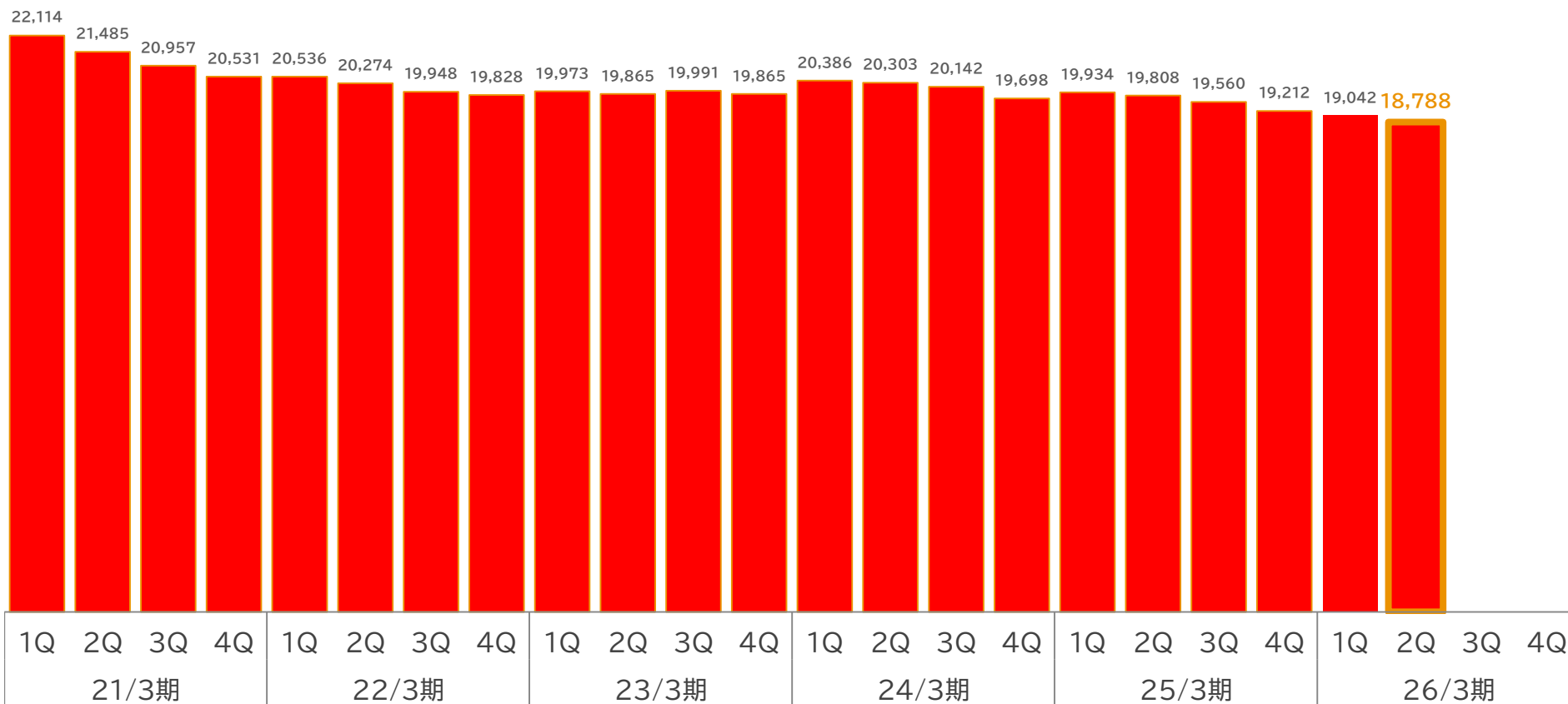
単位:人



※定期コース会員数…四半期末日時点の定期コース会員数(休止中を除く)

紹介ネットワーク数

単位:箇所



※紹介ネットワーク数・・・四半期末日時点の紹介ネットワーク箇所数

トピックス

栄養士の食事相談サポート付きのおせち4種を発売



ヘルシータイプ

カロリー・
塩分が気になる方

響輝 (ひびき)

13,612円 (税込14,700円)

和洋折衷&贅沢食材37品目。
上質な品々で、輝かしい新年
を迎えられるようお願いを込め
ました。

低たんぱくタイプ

たんぱく質・
塩分が気になる方

耀弥 (かぐや)

13,612円 (税込14,700円)

38品目の和洋折衷ご褒美お
せち。明るく穏やかなお正月を
お迎えいただくに相応しい品
質にこだわりました。

叶芽 (かなめ)

10,834円 (税込11,700円)

糖質が気になる栗きんとんや
黒豆も無理なくお楽しみいた
だけるよう、品目のバランスを
調整しました。

縁志 (えにし)

10,834円 (税込11,700円)

黒豆や伊達巻、希少な国産数の
子などお正月の定番食材を 詰
め込みました。余計な調味はせ
ず、素材の良さをいかしました。

1 | 決算概要(7月～9月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

ビジネスの強み



好条件の仕入れ

独自の仕入れネットワーク「旬すぐ共栄会」を通して旬の食材を仕入れています。

採れ過ぎた食材を積極的に活用することで、好条件の仕入れが実現するだけでなく、食品ロス削減にも貢献しています。



顧客の声を活かす

開発担当者が全ての商品レビューに目を通し、返信します。

お客様のご意見を改善に活かすため、クオリティの高いハイブランドの商品が完成します。



顧客獲得のフロー

①小売店へ
「旬をすぐに」を提案



②販売店舗を拡大

リテールチャンネル

スーパー、ドラッグストア、コンビニなどの
小売店舗にて販売

<参考>国内の総店舗数

スーパーマーケット	23,039店舗※1
ドラッグストア	23,723店舗※2
コンビニエンスストア	55,923店舗※3

※1.出典:全国スーパーマーケット協会『2025年版スーパーマーケット白書』

※2.出典:日本チェーンドラッグストア協会『第25回(2024年度)日本のドラッグストア実態調査』

※3.出典:日本フランチャイズチェーン協会『コンビニエンスストア統計調査月報2025年8月度』

店舗数を増やすとともに商品の
認知を高めECユーザーを獲得

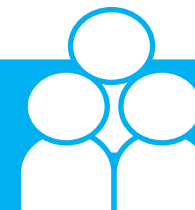
④顧客獲得

ECチャンネル

自社ECサイトから販売

③認知を高める

試食販売など
店頭PR



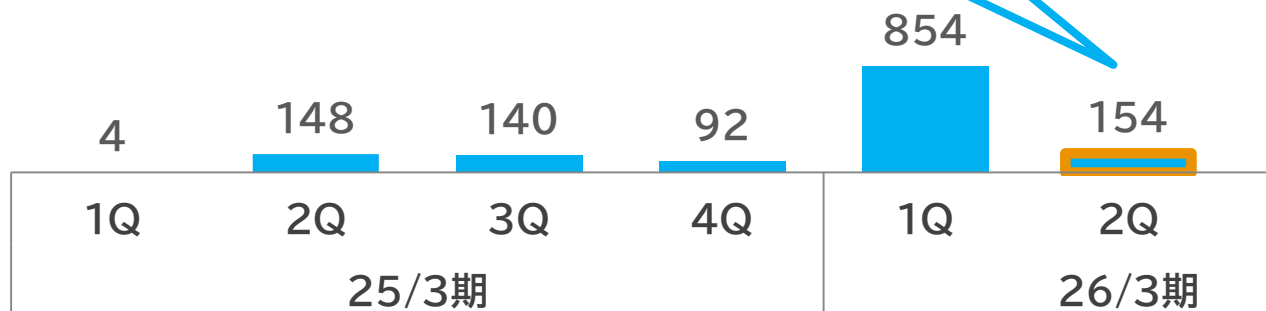
リテールチャネルの新規導入店舗数※1

2Qで見込んでいた店舗
導入数に遅れも
国産ハイブランド冷食への
引き合いは継続

単位:店舗数

新規導入店舗内訳(2Q)

スーパーマーケット	154店舗
ドラッグストア	0店舗
コンビニエンスストア	0店舗
その他	0店舗



国内の総店舗数

スーパーマーケット
約2.3万店舗※2

ドラッグストア
約2.4万店舗※3

コンビニエンスストア
約5.6万店舗※4

※1.四半期末時点の新たに『旬をすぐに』の販売を開始した店舗の数

※2.出典:全国スーパーマーケット協会『2025年版スーパーマーケット白書』

※3.出典:日本チェーンドラッグストア協会『第25回(2024年度)日本のドラッグストア実態調査』

※4.出典:日本フランチャイズチェーン協会『コンビニエンスストア統計調査月報2025年8月度』

売上高 四半期推移

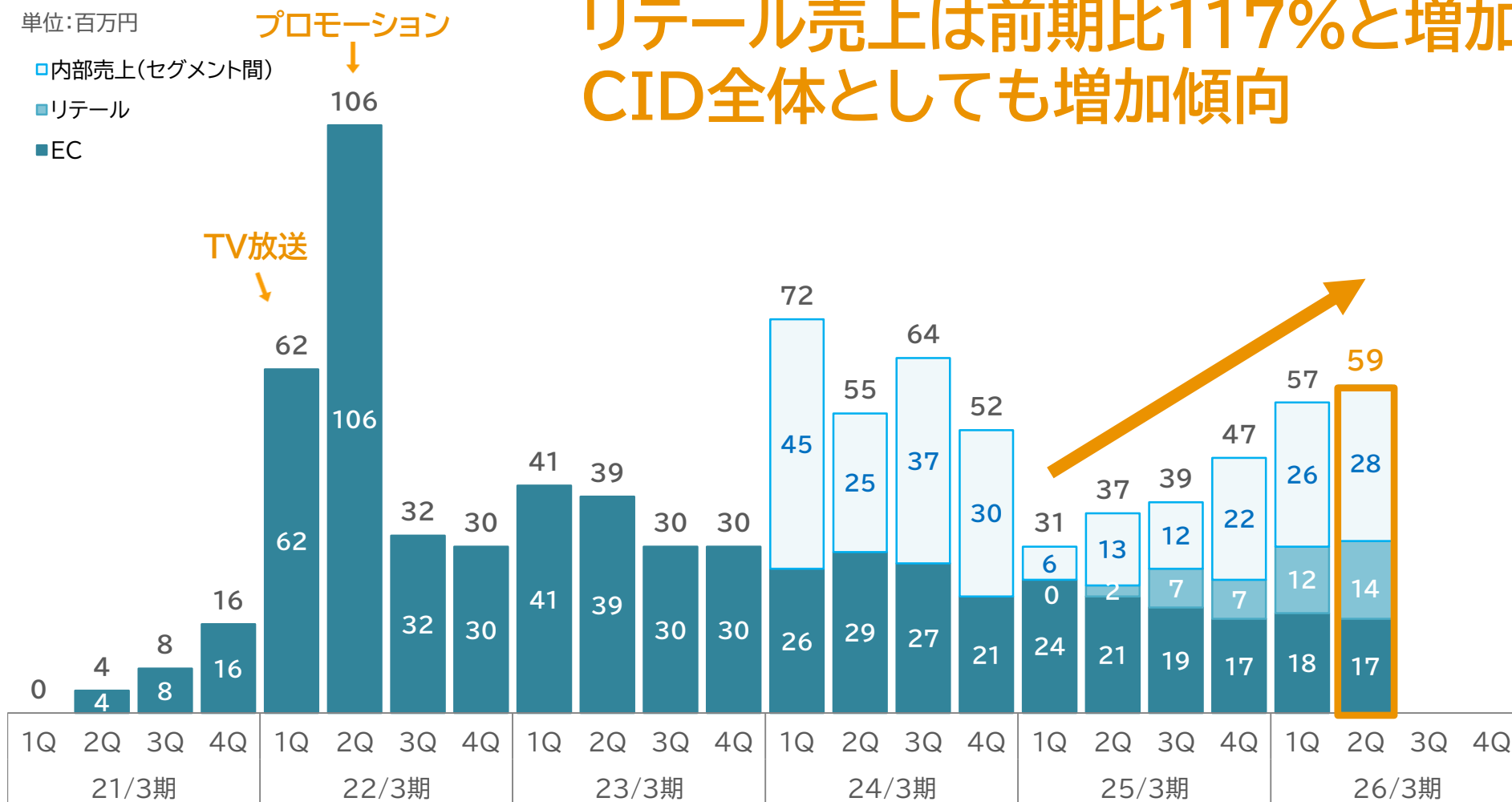
単位:百万円

- 内部売上(セグメント間)
- リテール
- EC

プロモーション

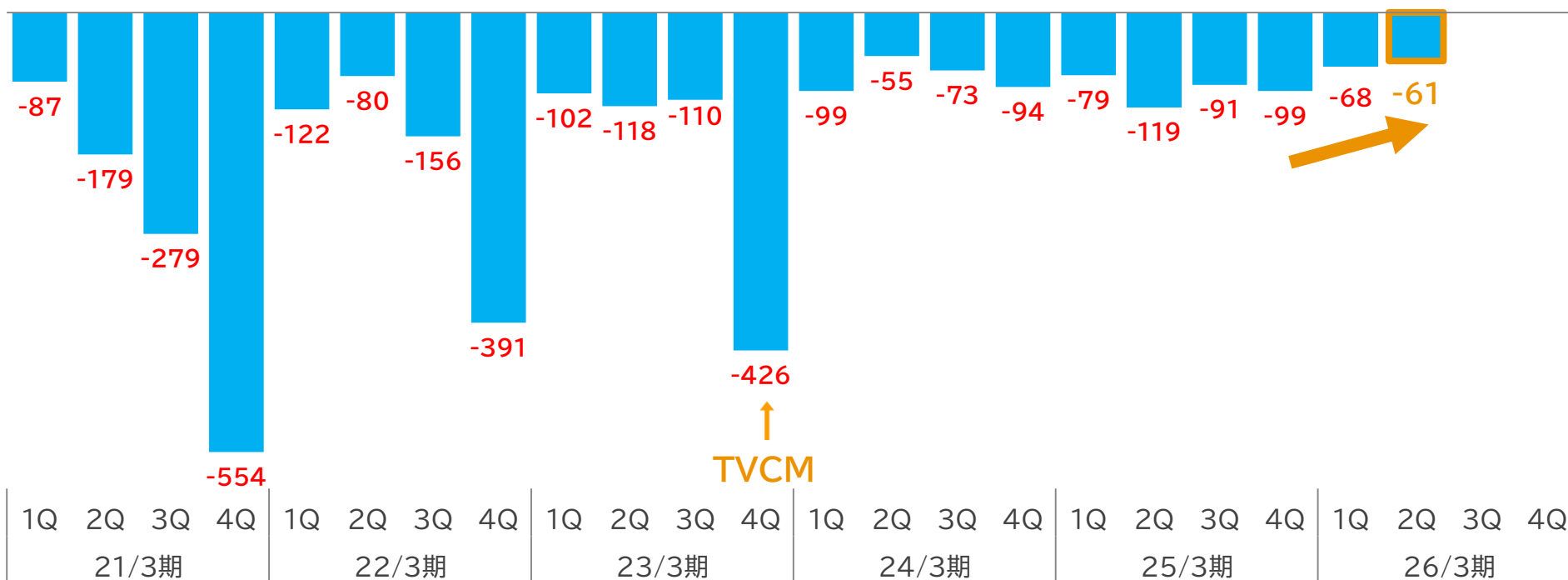
TV放送

リテール売上は前期比117%と増加
CID全体としても増加傾向



営業利益 四半期推移

単位:百万円

RCの売上増加により
マイナスは確実に縮小

プロモーション



1 | 決算概要(7月～9月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

ビジネスの強み

唯一無二の 医療機関ネットワーク

約2万か所の医療機関ネットワークを活用し、医師・管理栄養士から商品のリコmendを行うため、ヘルスケア商品を取り扱う食品メーカー等の売上拡大・ブランド価値の向上が実現します。

食品メーカー



当社



医師・
栄養士



患者

専門家のリコmendで
効果的なマーケティング

質の高い調査結果で マーケティング戦略を提案

専門家(医師・管理栄養士)・患者・顧客に対して調査や分析を行うことで、最適な提案が可能となります。

専門家
(医師・管理栄養士)



患者



顧客

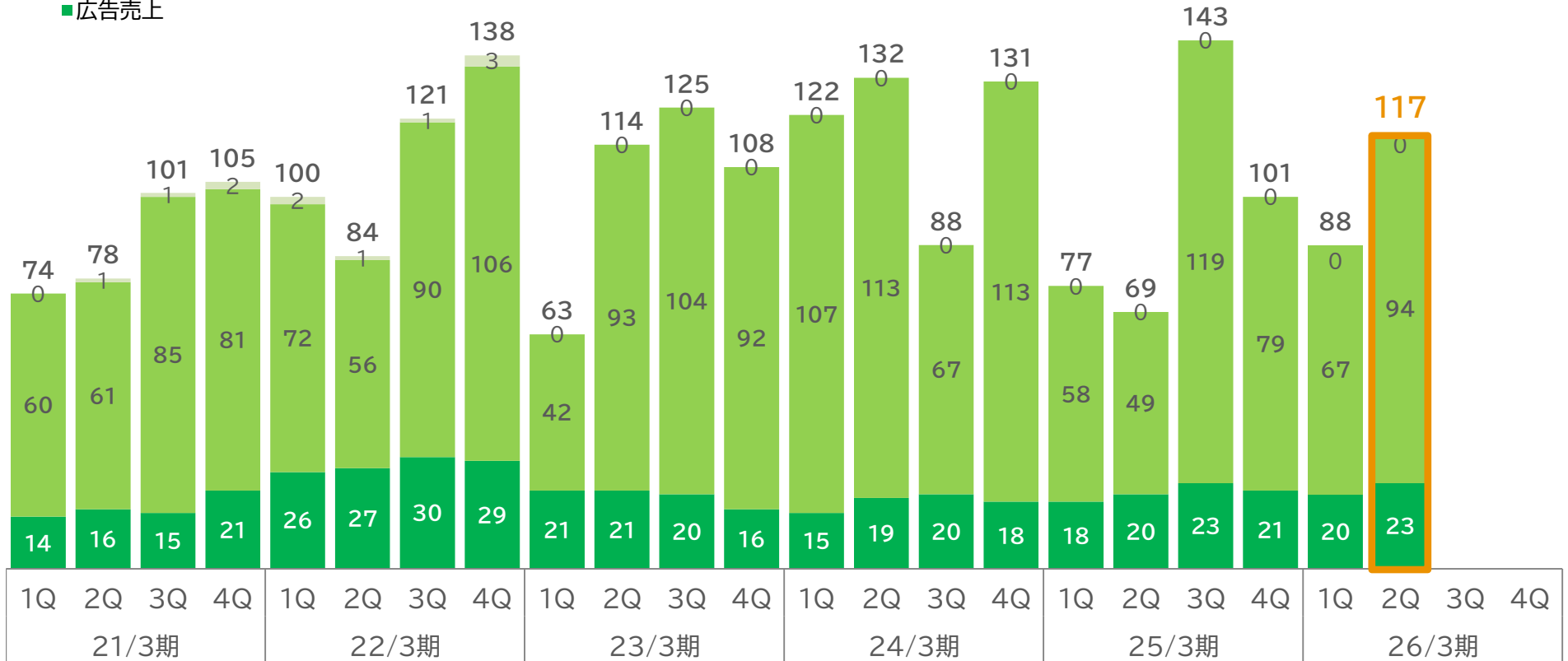


質の高い
調査結果

売上高 四半期推移

単位:百万円

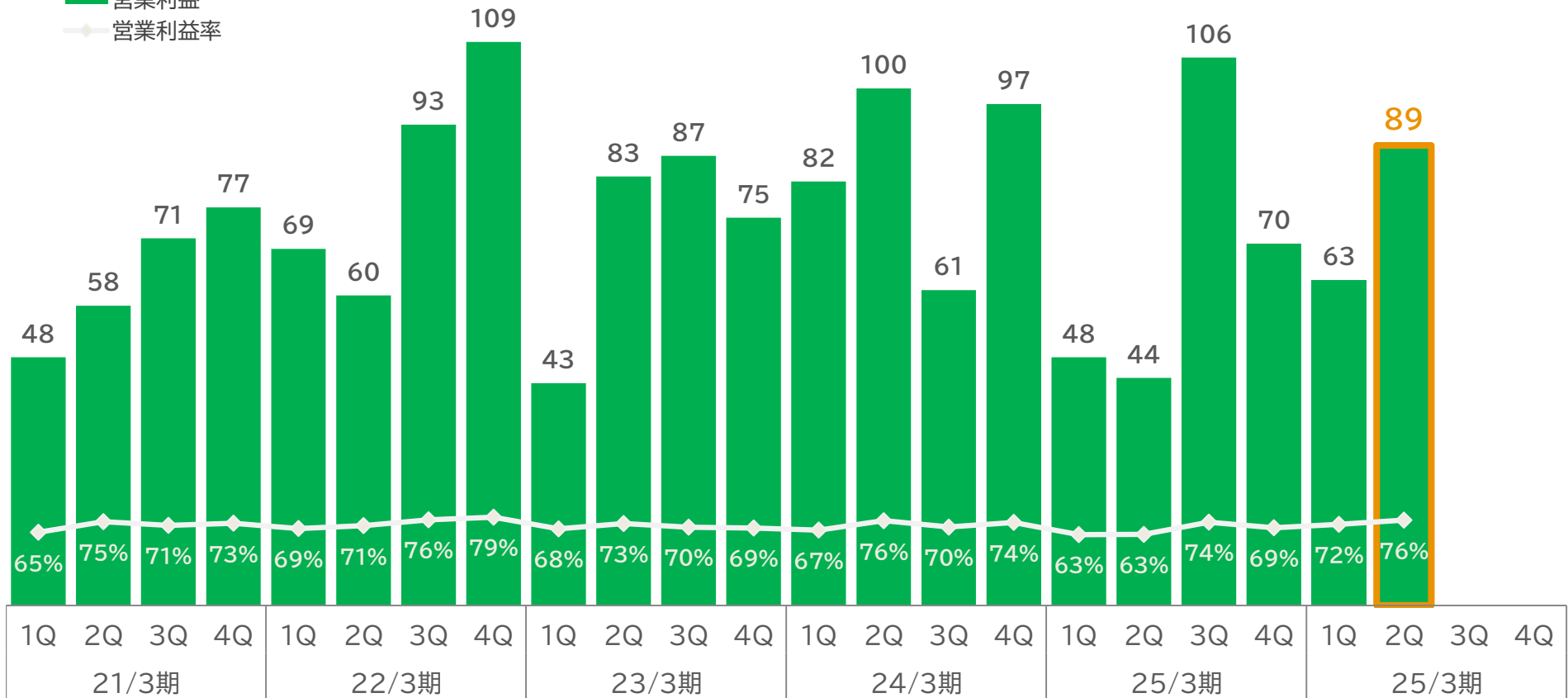
- WEBメディア
- 業務受託
- 広告売上



営業利益 四半期推移

単位:百万円

■ 営業利益
◆ 営業利益率



1 | 決算概要(7月～9月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

人的資本経営

	項目	SDGs	26/3期2Q			25/3期 実績
			年度目標	実績	途中 評価	
1	9連休以上取得率※	 	100%	-	-	100%
2	有給取得率	 	90%	63.2%	×	97.5%
3	部活動の支援	 	実施	実施	○	実施
4	月間平均所定外労働時間	 	18時間以下	20.9時間	×	16.5時間
5	女性管理職率	 	65%以上	75.0%	○	72.7%
6	時短勤務制度を活用する社員数	 	9名以上	10名	○	11名
7	育児休業中の社員との交流会 「ウェルカムデー」の開催		12回	6回	○	12回
8	社内コミュニケーション活性化のための 交流会・BBQの開催	 	5回	2回	○	5回
9	栄養学科の学生向け就職セミナー 「栄養士が未来を切り拓く2026」の開催	 	1回	-	-	1回

※ 2025年6月1日までに入社した社員が対象

1 | 決算概要(7月～9月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

5 | マーケティング事業

6 | ESG・SDGs

7 | ファン株主2万人構想

株主アンケート結果(一部抜粋)

アンケート概要

調査対象：当社の株主様 3,975名(単元以上所有株主)

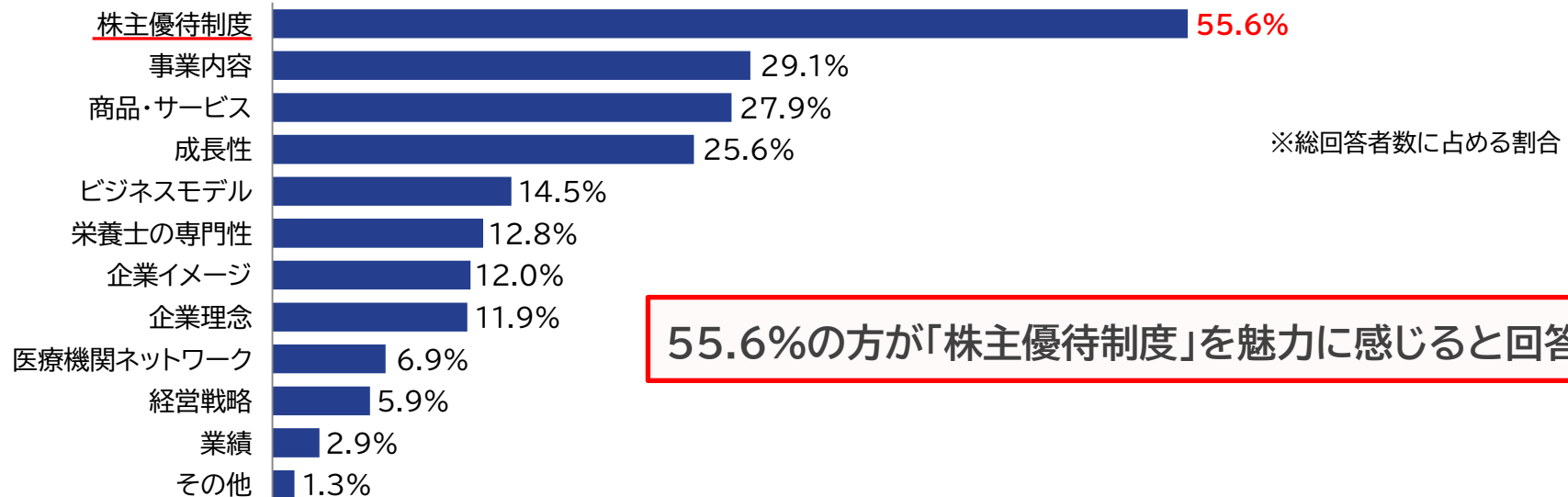
調査方法：2025年3月末の株主様に対し、招集通知にアンケートを同封

回答方法：ウェブ回答

集計対象：523件

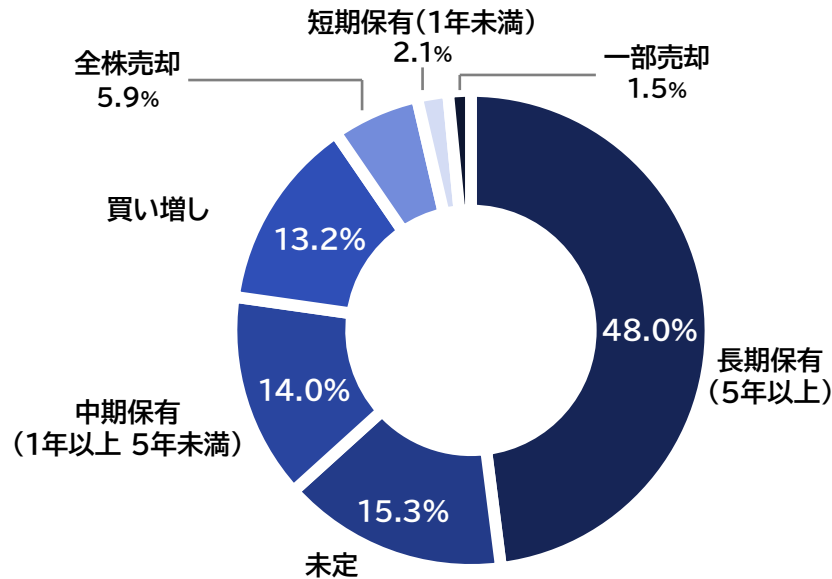
回答率：13.2%

Q2 当社株式のどのような点に魅力を感じますか。(複数回答可)



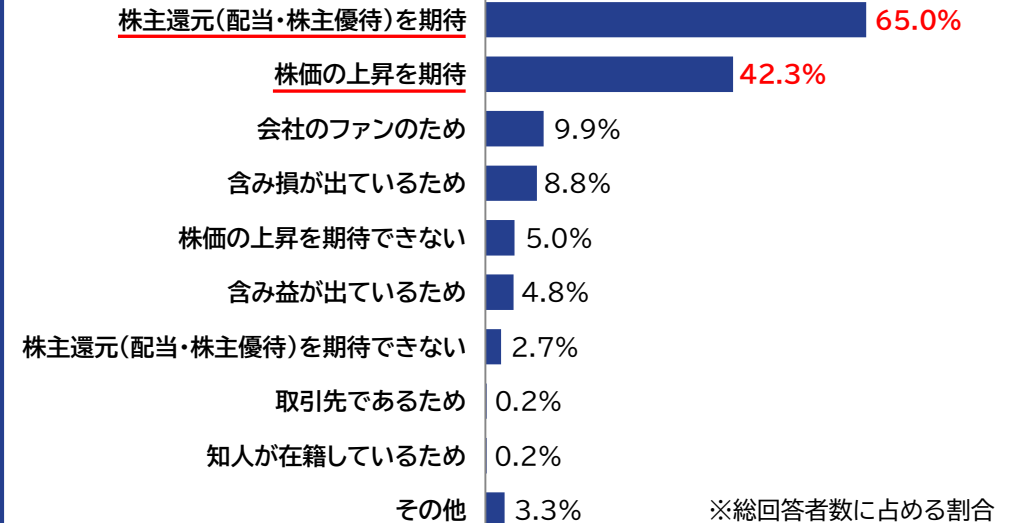
株主アンケート結果(一部抜粋)

Q3 当社株式の今後の保有方針について
お聞かせください。(1つだけ)



75%以上の株主様が「買い増し」もしくは「1年以上の保有」の方針。

Q4 Q3の保有方針を選択した理由を
お聞かせください。(複数回答可)



40%以上の株主様が「株主還元(配当・株主優待)を期待」「株価の上昇を期待」を選択。

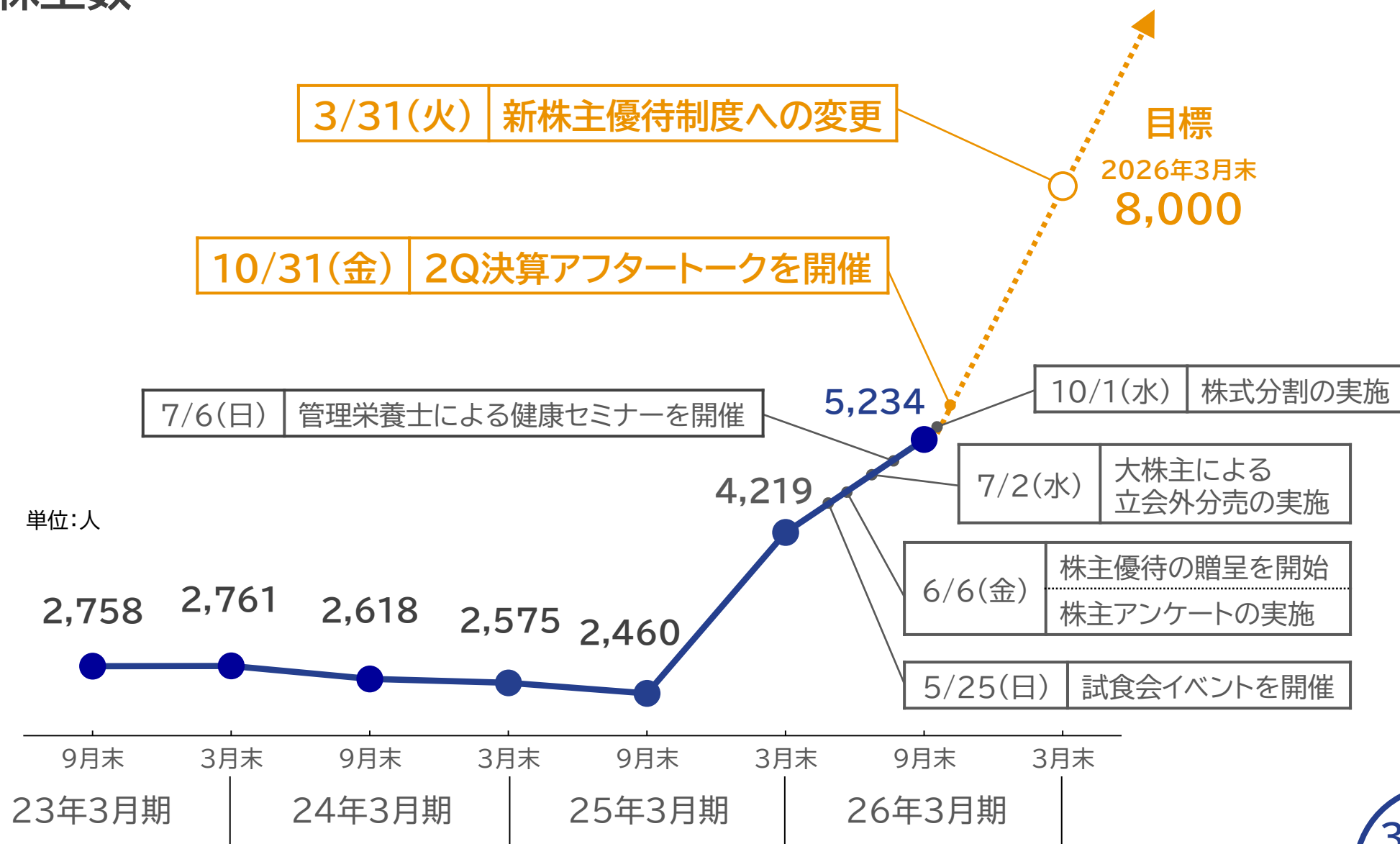
株主アンケート結果

今回ご紹介した項目以外の集計結果も
IRサイトにて公開しております。

下記URLからご覧ください。
https://ssl4.eir-parts.net/doc/3137/ir_material/261132/00.pdf



株主数



免責事項

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

IRメール配信

<https://www.fundely.co.jp/ir/mail>

右のQRコードからもご登録できます

