

# FUNDELY

2026年3月期

第3四半期

決算説明資料

**株式会社ファンデリー**

2026年1月30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(10月~12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(10月~12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** 全社の売上高はYonY97.8%、QonQ106.2%。  
全社の営業利益はYonY141.9%、QonQ144.8%で着地。  
収益構造改革が着実に進展する。
- 2** MFD事業は売上高がYonY101.5%、CID事業は売上高がYonY160.9%となり両部門とも販売食数を伸ばす。
- 3** マーケティング事業は、売上高がYonY81.7%、QonQ99.7%と下回るも、4Qは受注残が多く過去最高のQ売上を見込む。
- 4** 年間予算に対する営業利益の進捗は112%、経常利益の進捗は198%と想定を超える。4Qはさらなる上振れを狙う。

## 2026年3月期 第3四半期 決算

	26/3期3Q (百万円)	26/3期2Q (百万円)	QonQ (%)	25/3期3Q (百万円)	YonY (%)
売上高	689	649	106.2	705	97.8
売上原価	350	337	104.0	373	93.9
売上総利益	338	311	108.5	331	102.1
販管費	283	273	103.5	292	96.9
営業利益又は 営業損失(△)	54	37	144.8	38	141.9
経常利益又は 経常損失(△)	41	24	167.8	27	151.6
当期純利益又は 当期純損失(△)	40	24	168.7	26	152.5
EBITDA	114	98	116.4	100	114.3

## 2026年3月期 第3四半期 セグメント別

		26/3期3Q (百万円)	26/3期2Q (百万円)	QonQ (%)	25/3期3Q (百万円)	YoY (%)
MFD 事業	売上高	541	500	108.3	533	101.5
	営業利益	89	70	126.8	96	92.7
CID 事業	売上高	63	59	106.7	39	160.9
	営業利益	▲59	▲61	-	▲91	-
マーケ ティング 事業	売上高	117	117	99.7	143	81.7
	営業利益	88	89	99.3	106	83.3
調整額	売上高	▲33	▲28	-	▲12	-
	営業利益	▲64	▲60	-	▲73	-

※26/3期3Q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33百万円を含んでおります。

※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。

※25/3期3Q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12百万円を含んでおります。

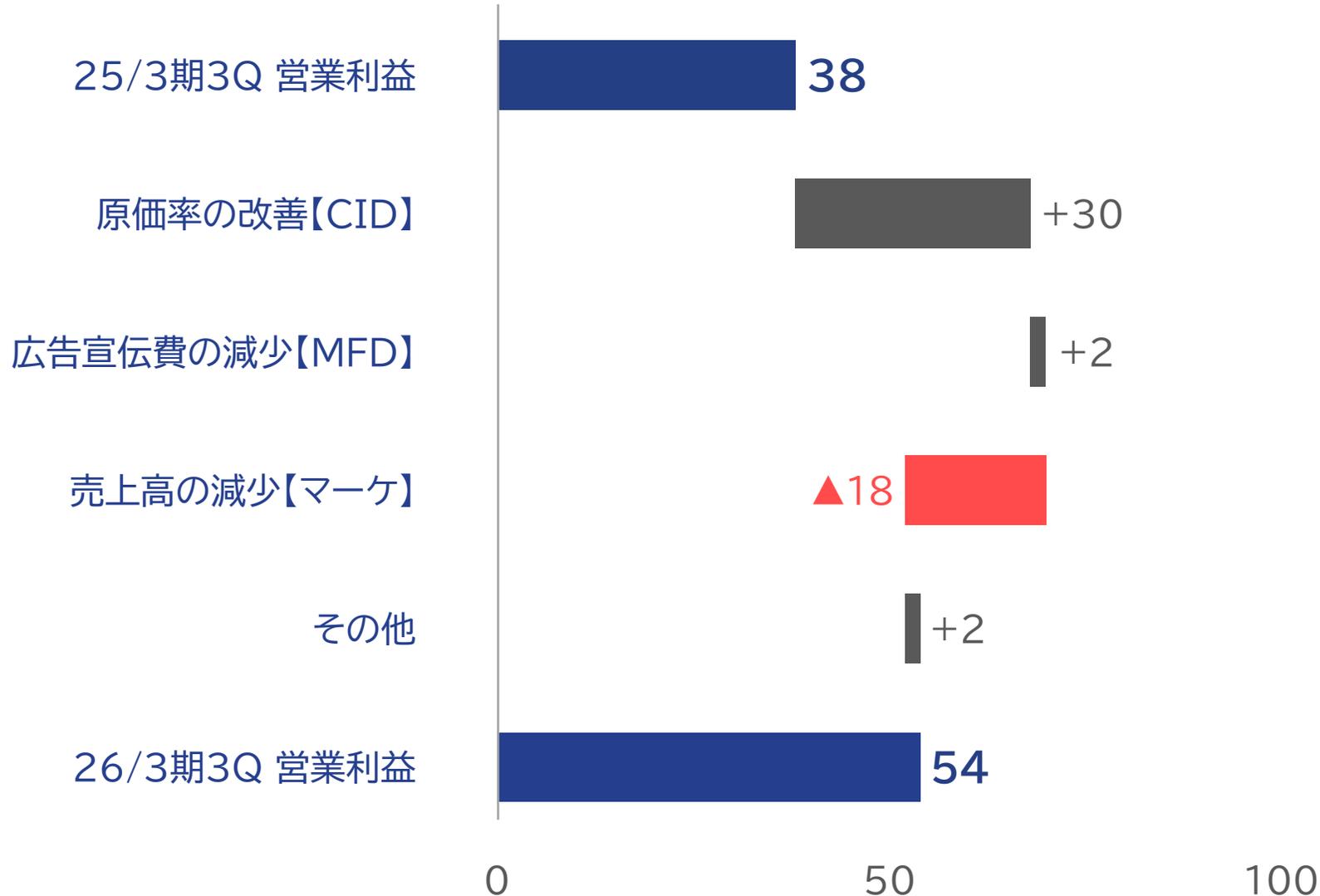
※26/3期3Qにおける調整額のうち、売上高▲33百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲64百万円は全社費用であります。

※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。

※25/3期3Qにおける調整額のうち、売上高▲12百万円はセグメント間取引消去、営業利益▲73百万円は全社費用であります。

## 2026年3月期 第3四半期決算 要因分析(前年同期比)

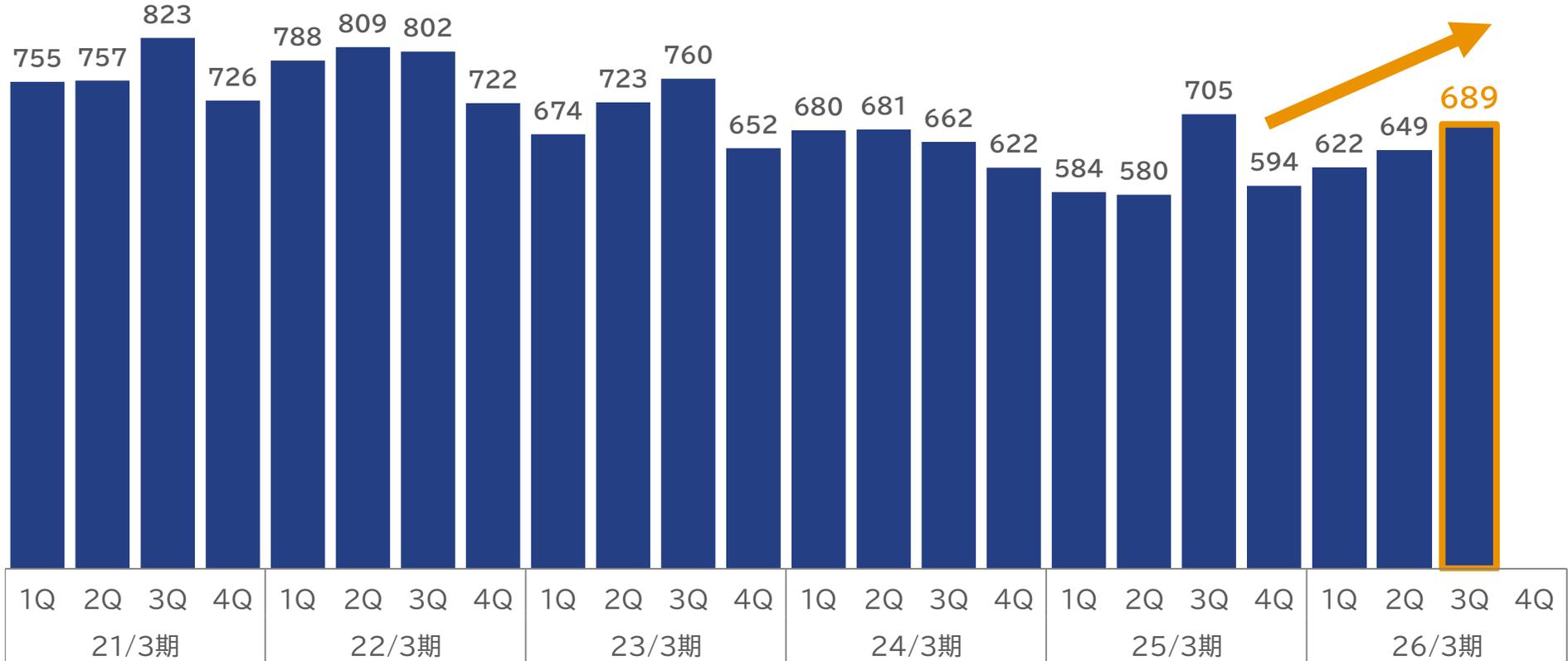
単位:百万円



## 四半期決算 売上推移

単位:百万円

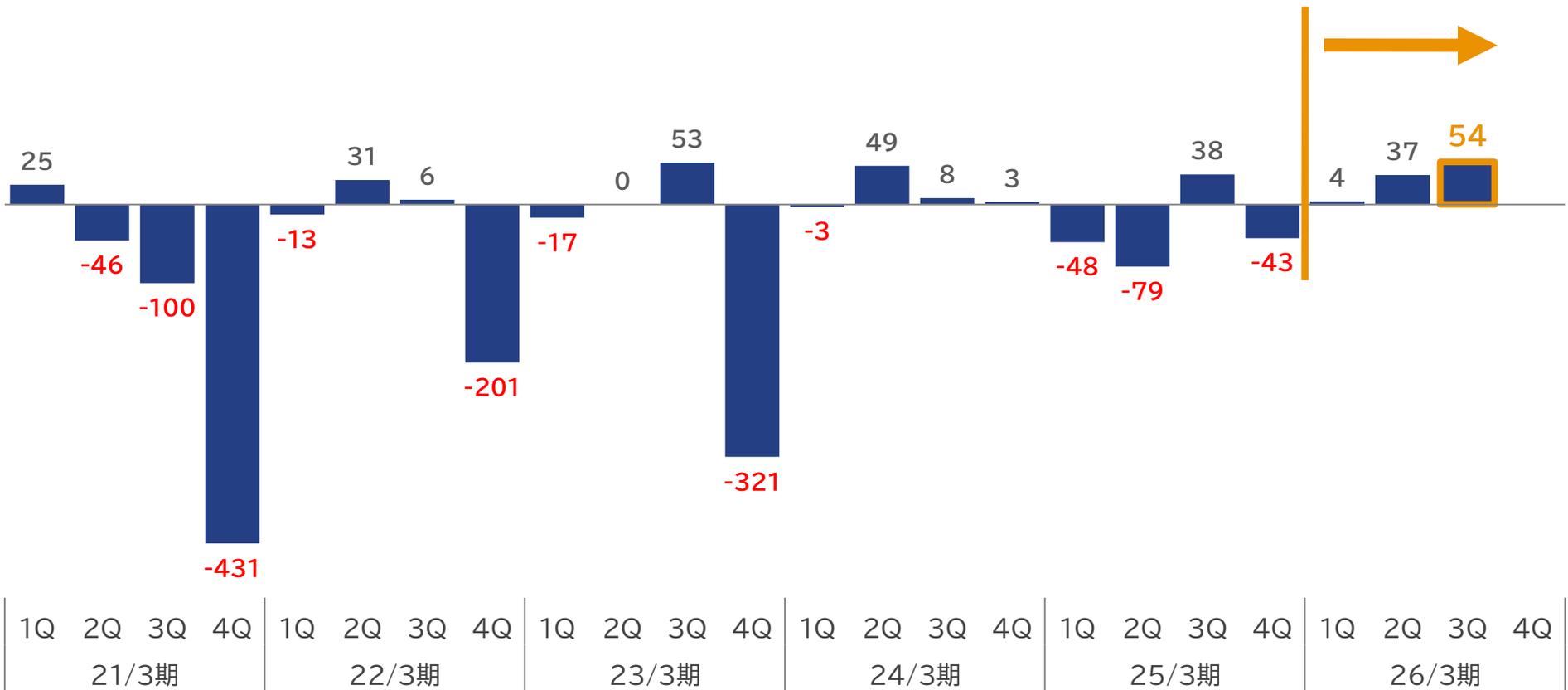
回復傾向が鮮明に



## 四半期決算 営業利益推移

単位:百万円

黒字体質に転換



## 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	3Q
現預金 (百万円)	1,038	967	1,010	975	835	776	751	781	750	707	774	758	609	534	492
商品 (百万円)	253	240	201	188	246	254	249	261	246	218	139	126	148	176	160
製品 (百万円)	119	119	136	66	49	88	89	68	81	52	54	41	50	75	90
減価償却費 (百万円)	61	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	59	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	3,513
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	6.9

1 | 決算概要(10月~12月)

2 | 2026年3月期 業績の見通し

3 | MFD事業

4 | CID事業

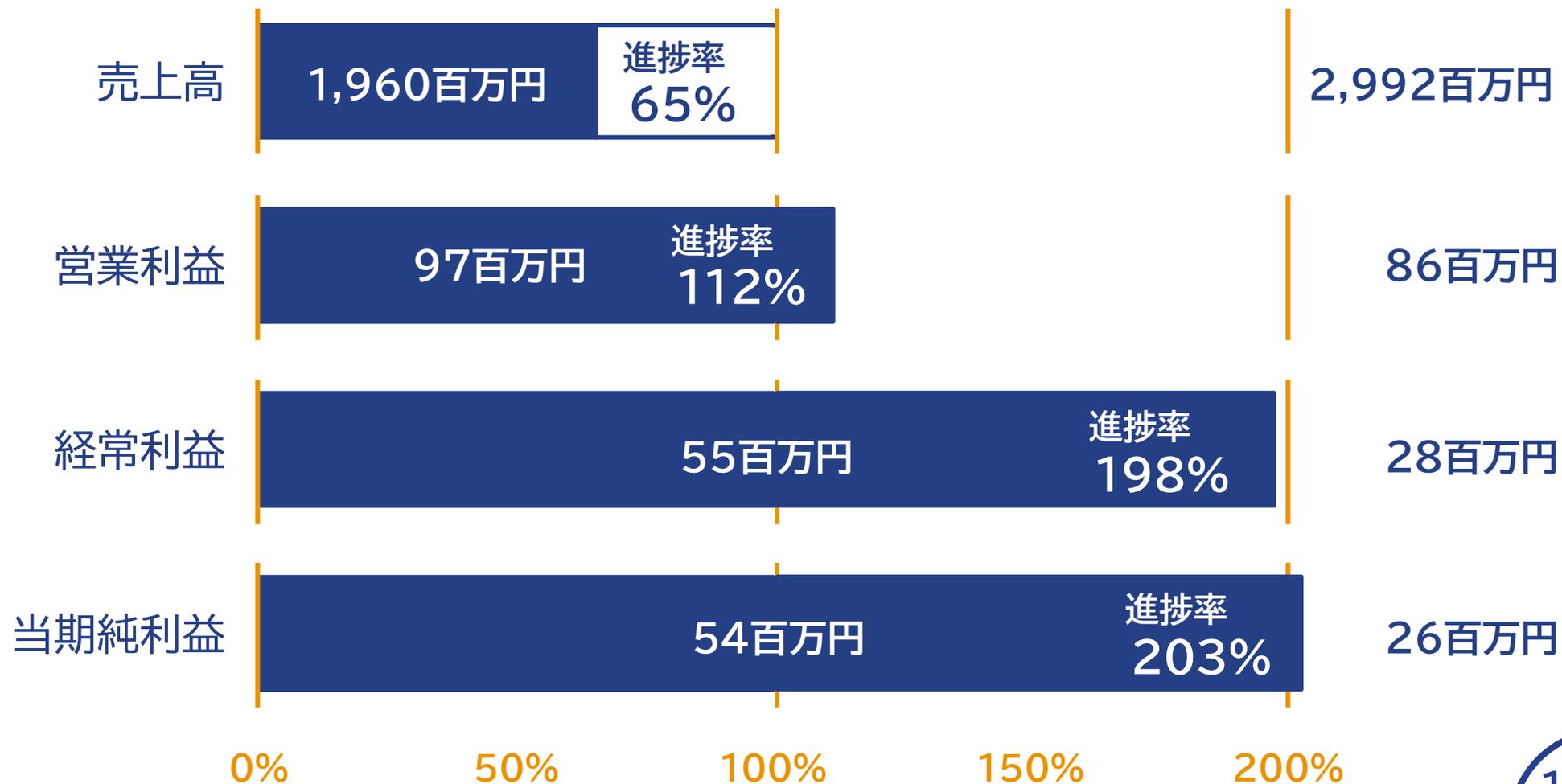
5 | マーケティング事業

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

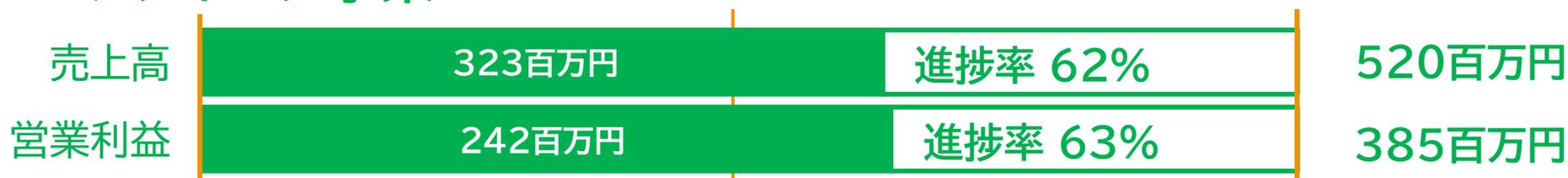
26/3期見通し



CID事業



マーケティング事業



0%

50%

100%

1 | 決算概要(10月~12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



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  
顧客獲得が実現

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。

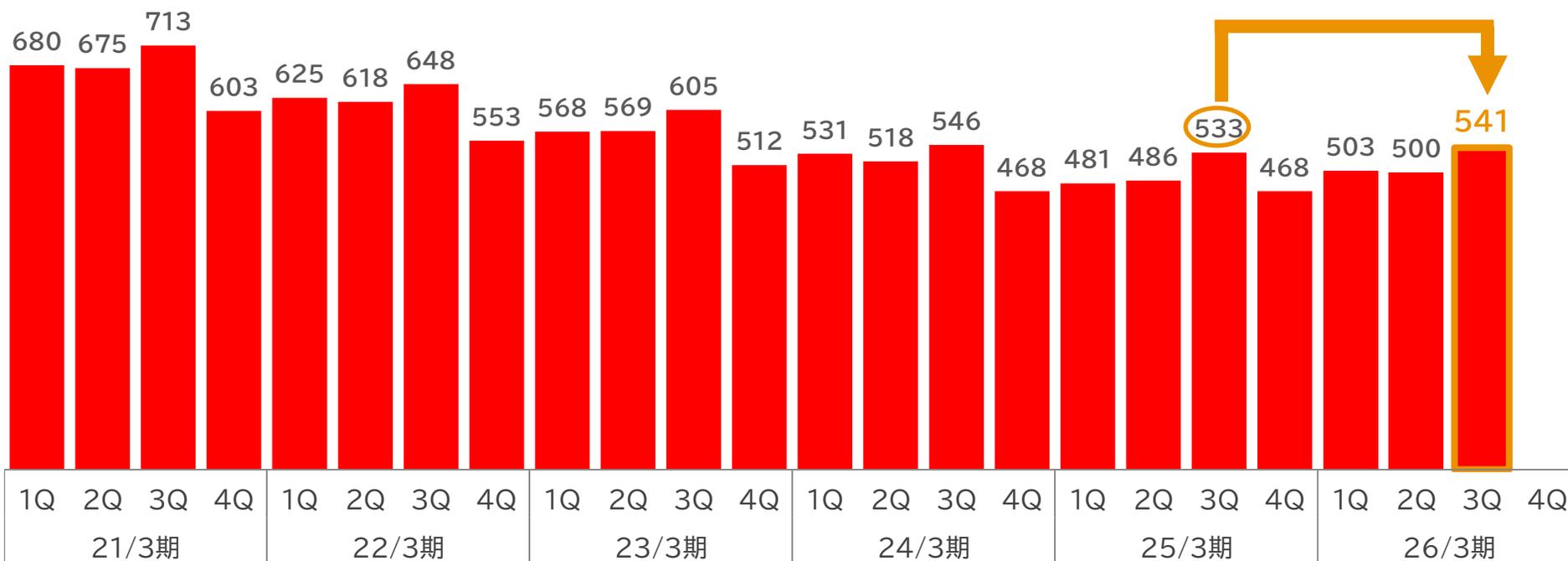
血糖値・中性脂肪・コレステロール・尿酸値・  
クレアチニン等、圧倒的な数値改善ノウハウが  
あります。



## 売上高 四半期推移

単位:百万円

YoYで売上が増加

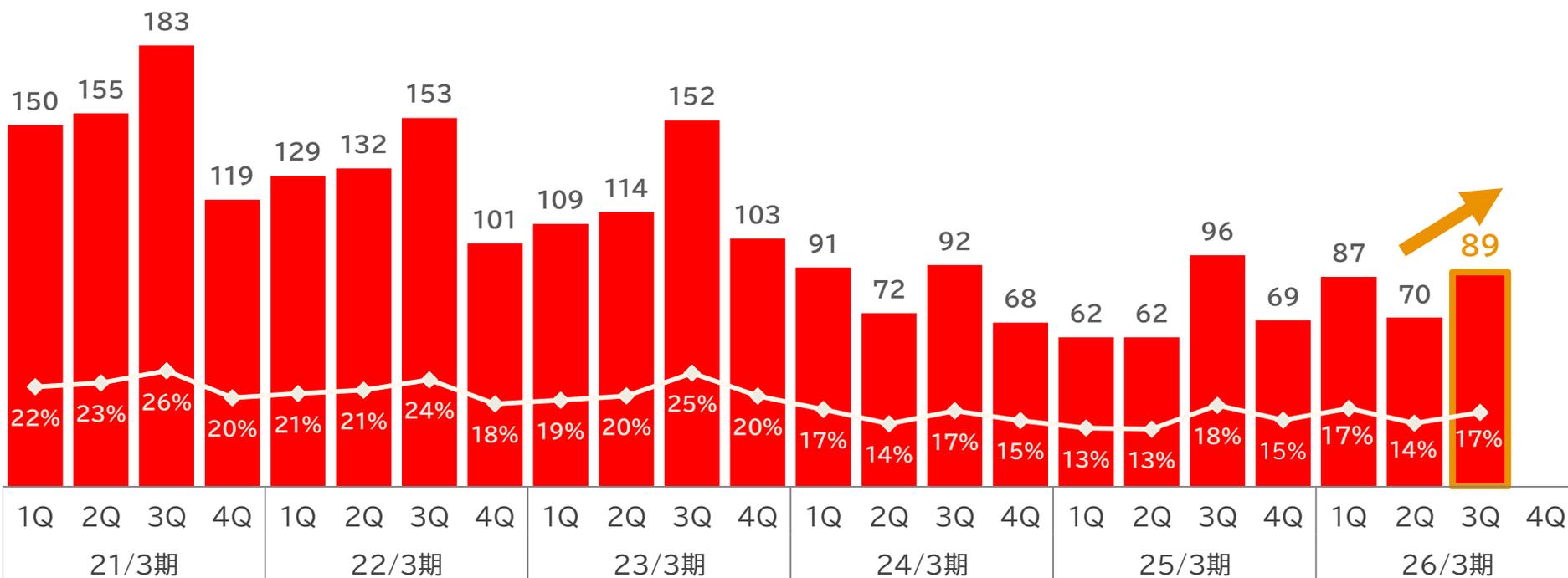


営業利益 四半期推移

単位:百万円

■ 営業利益  
◆ 営業利益率

回復傾向が続く



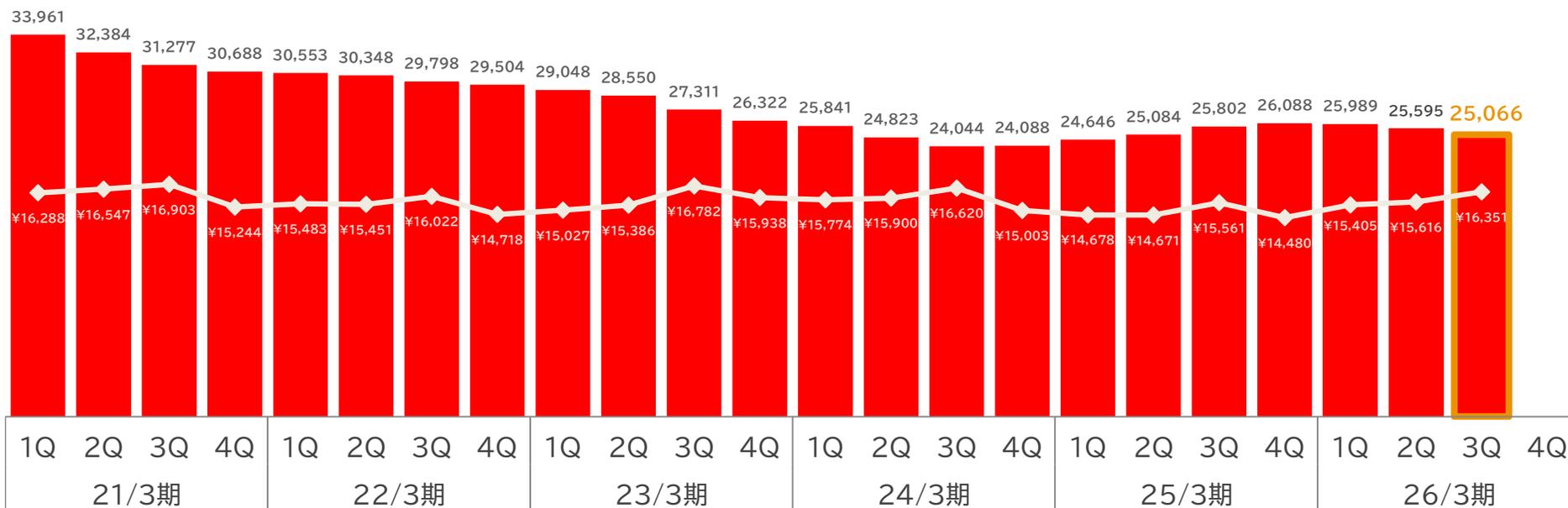
# アクティブ/ARPU

単位:人

■ アクティブ会員数

◆ 月間ARPU

おせちの販売によりARPUが上昇

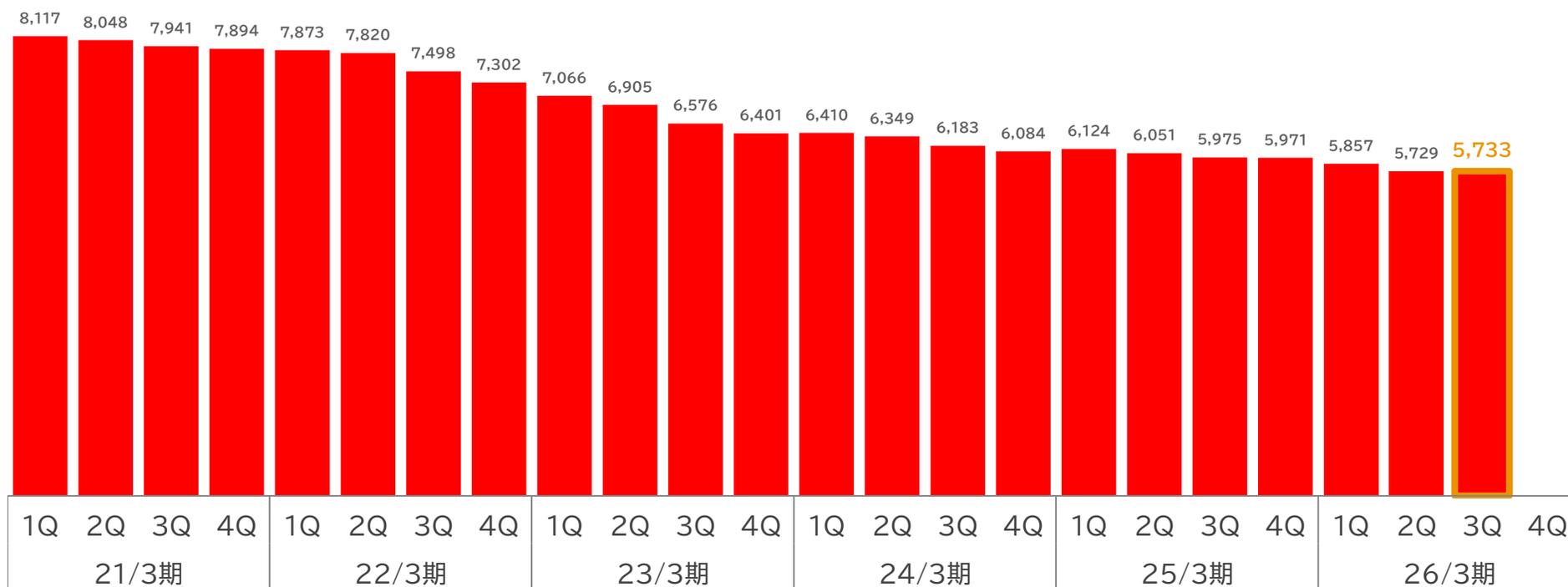


※アクティブ会員数・・・過去1年以内に1回以上購入した会員数  
 ※月間ARPU・・・「月間売上高÷月内に1回以上購入した会員数」の3か月平均

## 定期コース会員数

単位:人

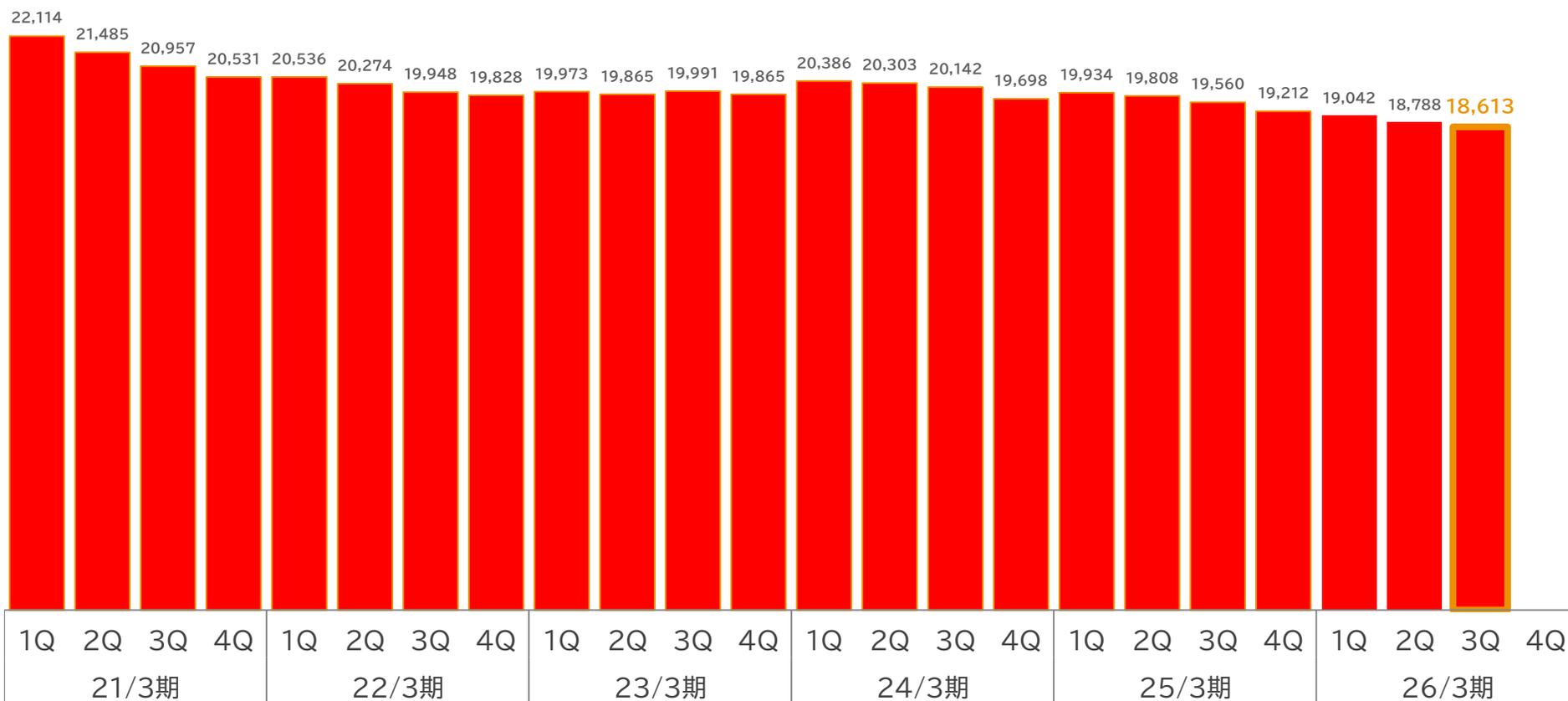
QonQで会員数が微増



※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

1 | 決算概要(10月~12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	56,007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11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

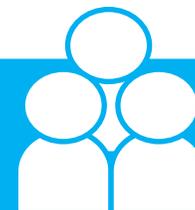
④顧客獲得

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



# 売上高 四半期推移

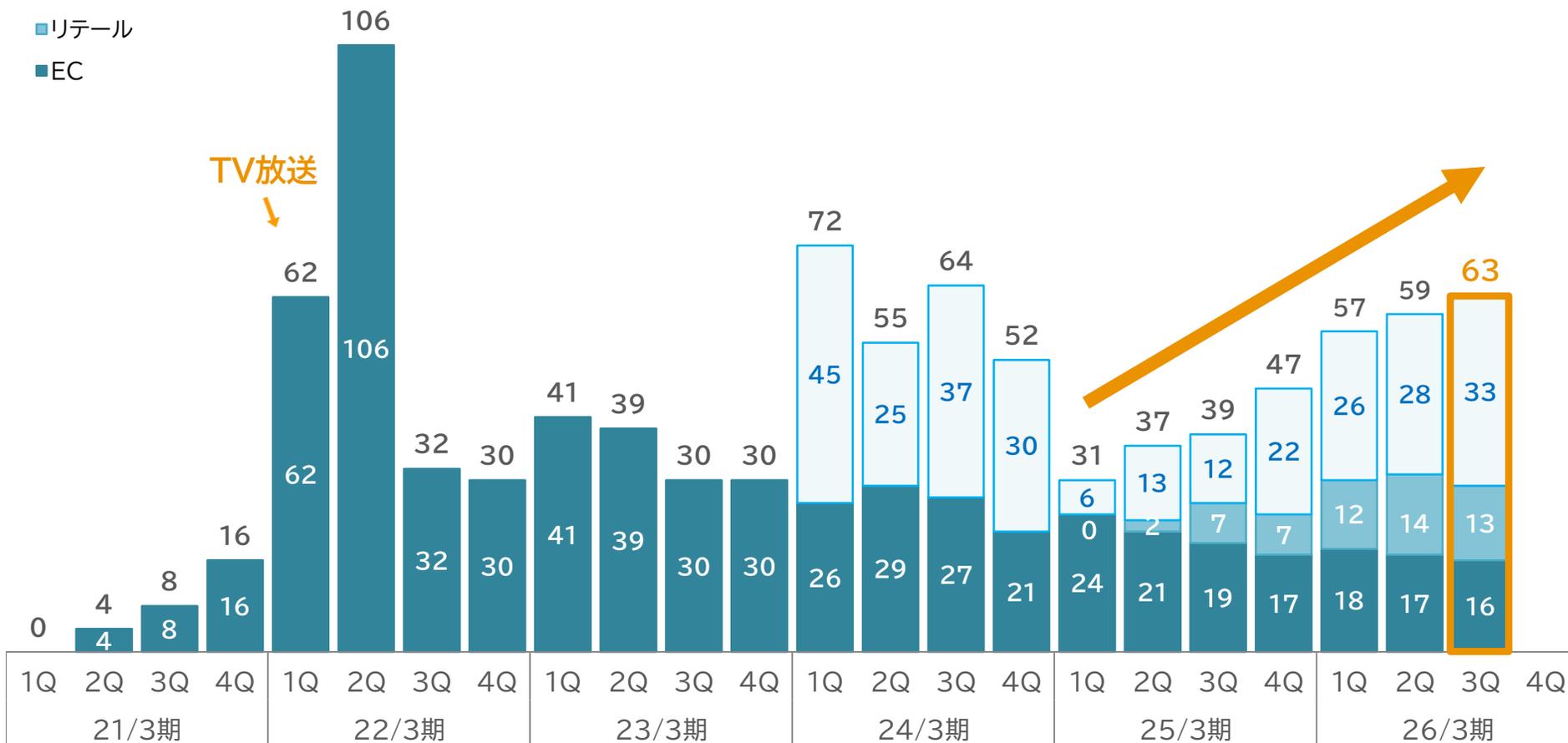
単位:百万円

- 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

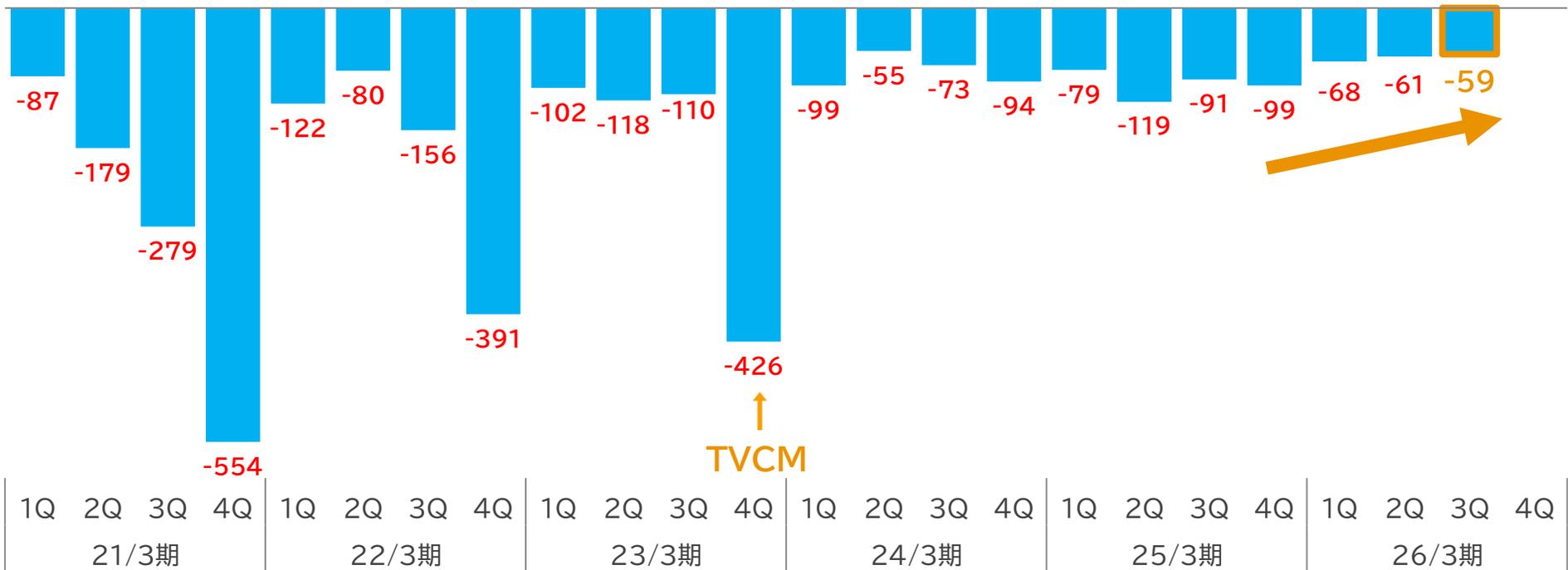
確実に構造改革が進む



営業利益 四半期推移

単位:百万円

マイナスが確実に縮小傾向



## 拡大への取り組み

**① CID事業部 営業部の新設へ**

リテールチャンネル部門の販路拡大を加速

**② EC向け商品の改廃を推進**

ハイブランド冷食として、さらなる品質向上へ

**③ リテールチャンネル向け 新商品の開発**

お客様の声、当社の強みを活かしたメニューを拡充

プロモーション

国産ハイブランド冷食  
の認知度を向上

SNSで魅力を発信

広告費を掛けていないため、  
その分良い食材を使用できる

-70℃で瞬間凍結(特許技術)  
されているため旨み・美味しさが  
閉じ込められている

国産食材  
100%である

食品添加物82種類が  
不使用である

工場でありながら、  
レストランと同じように製造  
するため手作り感がある

生産者が特定されて  
いるため安心感がある

人気のカレーは  
既製品のカレールーではなく  
スパイスから作っている

インジェクションで  
脂を注入していない

成型肉や結着剤を  
使用していない

素材を活かすため  
1℃単位の加熱コントロール  
(特許技術)をしている

1 | 決算概要(10月~12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



専門家のリコmendで  
効果的なマーケティング

医師・  
栄養士



患者

**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

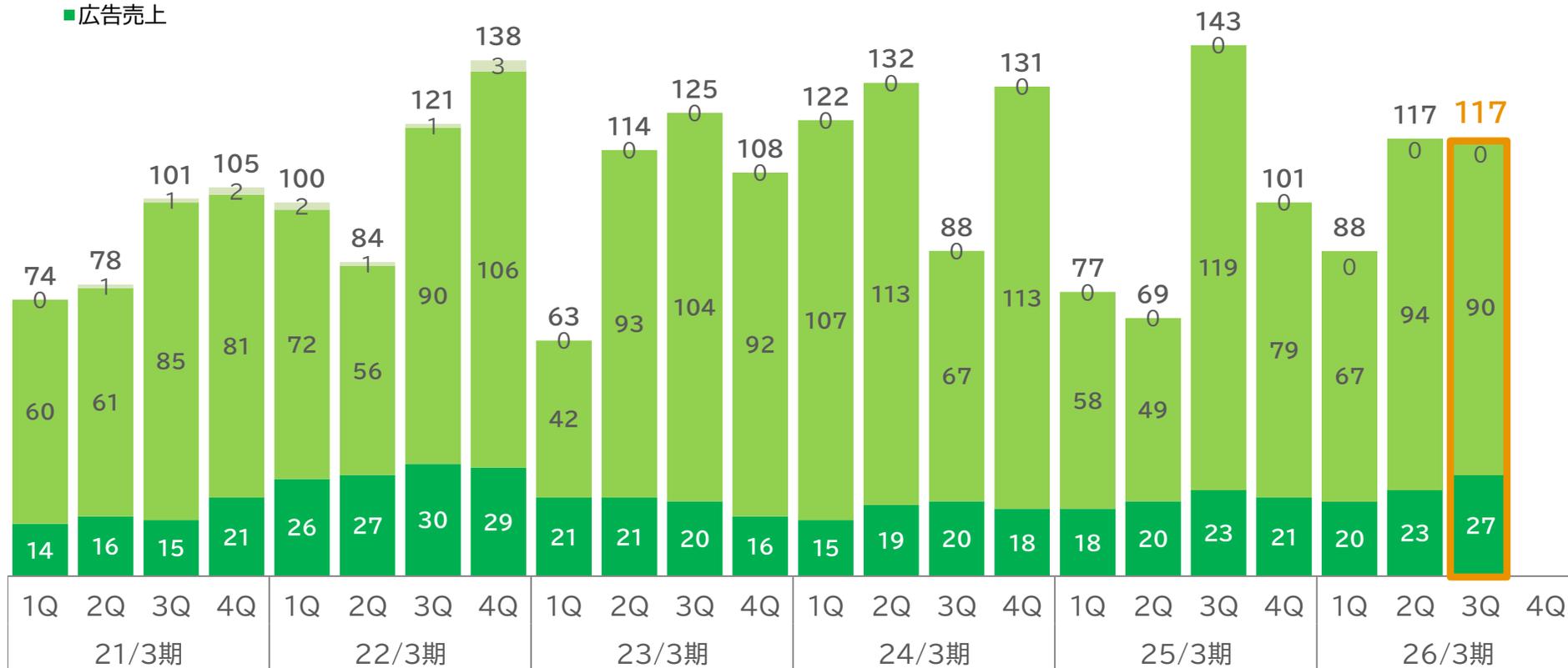


質の高い  
調査結果

## 売上高 四半期推移

単位:百万円

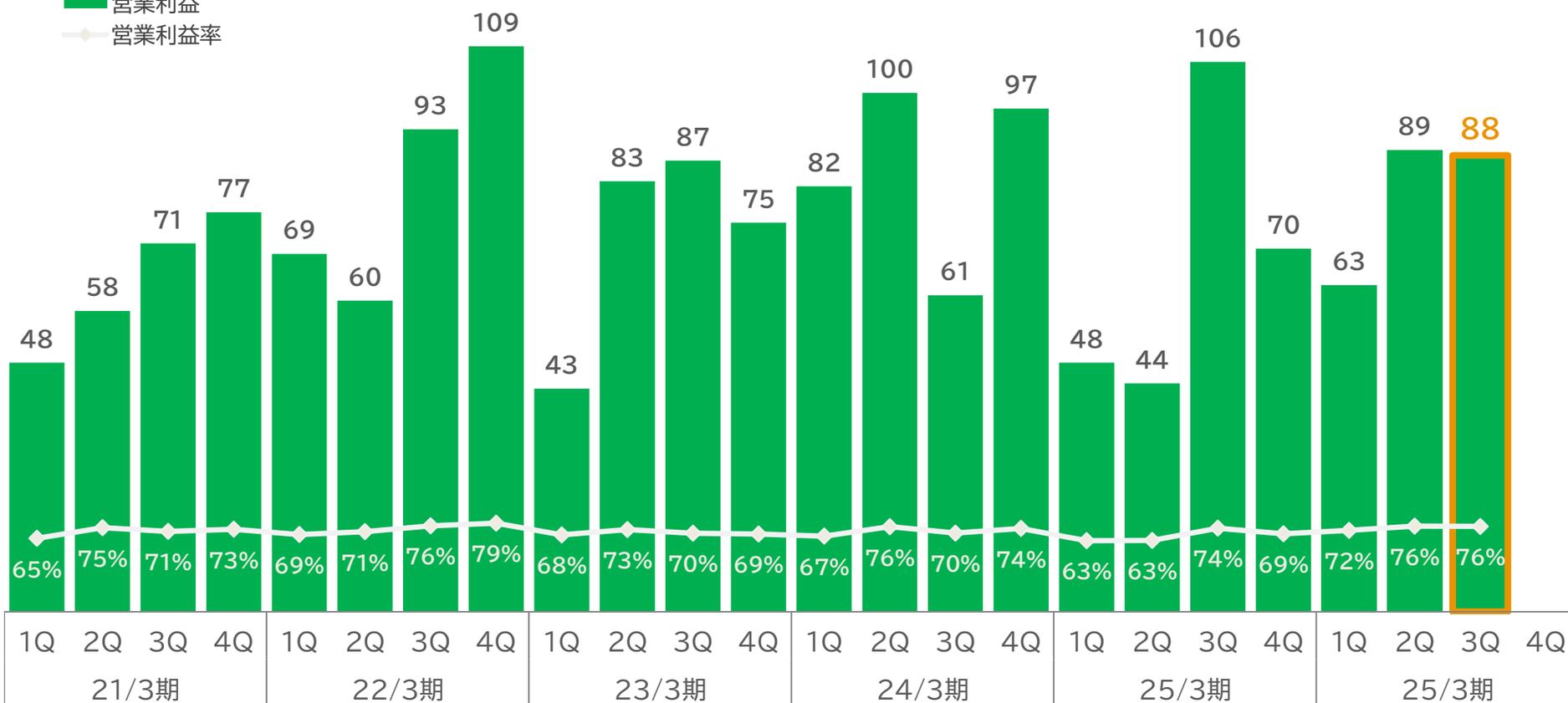
- WEBメディア
- 業務受託
- 広告売上



## 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(10月~12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3Q			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%	○	100%
2	有給取得率	 	90%	52.3%	×	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	21.9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	9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	4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2025」の開催	  	1回	1回	○	1回

※ 2025年6月1日までに入社した社員が対象

## トピックス

## 栄養学科の学生向け就職セミナー「栄未来2025」

様々な業種で活躍する管理栄養士10名によるオンライン講演会を11月16日(日)に開催しました。栄養士を志す学生が多数参加し、活発な質疑応答が行われました。

①企業



(株)ファンデリー  
原 優香

②病院



日本赤十字医療センター  
伊東 郁子

③フリーランス



菱沼 未央

④薬局



日本調剤(株)  
小林 詩歩里

⑤保育園



テノ.コーポレーション(株)  
ほっぺるランド  
根本 葵

⑥委託給食



エームサービス(株)  
青木 宏美

⑦国際



(一社)オルスタ  
太田 旭

⑧食品メーカー



サラヤ(株)  
沢目 晃誠

⑨スポーツ



(株)読売巨人軍  
田中 愛子

⑩介護施設



中津特別養護老人ホーム  
喜久寿苑  
阿部 茉莉

栄養士が活躍する世の中を作り、健康な人々を増やすことで、豊かな未来社会を実現

1 | 決算概要(10月~12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

## 2026年の取り組み

- ①新株主優待制度の開始
- ②株主アンケートの実施  
＜6月予定＞
- ③株主試食会イベント  
＜7月12日(日)10:00～14:00＞
- ④管理栄養士による健康セミナー  
(株主懇親会)  
＜8月23日(日)10:00～12:00＞

### 新株主優待制度

3月31日時点で100株(1单元)以上の当社株式を保有されている株主様を対象とします。

保有株式数に応じて、国産ハイブランド冷食『旬をすぐに』にてご利用いただけるお食事クーポンを贈呈いたします。

2026年3月末より下記の優待内容となります。

保有株式数	優待内容
100株以上	お食事クーポン 3,000円分
500株以上	お食事クーポン 7,000円分
1,000株以上	お食事クーポン 10,000円分
2,000株以上	お食事クーポン 15,000円分

## 株主数

3/31(火) 新株主優待制度への拡充

目標

2026年3月末  
8,000

10/31(金) 2Q決算アフタートークを開催

7/6(日) 管理栄養士による健康セミナーを開催

5,234

10/1(水) 株式分割の実施

7/2(水) 大株主による  
立会外分売の実施

6/6(金) 株主優待の贈呈を開始  
株主アンケートの実施

5/25(日) 試食会イベントを開催

単位:人



## 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

