



札証IR 個人投資家向け会社説明会

2024年8月7日
フュージョン株式会社
(札幌証券取引所アンビシャス市場)

証券コード: 3977

目次

- | | | |
|---|-------------------|-----|
| 1 | 会社概要 | P3 |
| 2 | 事業内容 | P9 |
| 3 | 2025年2月期第1四半期決算概要 | P15 |
| 4 | 2025年2月期トピックス | P21 |

本資料に記載されている計画や見通し、戦略などは本書面の作成時点において取得可能な情報に基づく将来の業績に関する見通しであり、これらにはリスクや不確実性が内在しております。かかるリスク及び不確実性により、実際の業績等はこれらの見通しや予想とは異なる結果となる可能性があります。

本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開された情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性について、当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

【本資料に関するお問い合わせ先】フュージョン株式会社(コーポレート部門)TEL:011-271-8055



01.

会社概要



商号

フュージョン株式会社

設立

1991年12月(H3年12月)

資本金

213,128,612円(2024年7月現在)

発行済株式総数

1,440,600株(2024年7月現在)

上場市場

札幌証券取引所アンビシャス市場

代表者

代表取締役社長 佐々木 卓也

本社所在地

札幌市中央区北四条西四丁目1番地

東京オフィス

東京都千代田区麴町2丁目4番

福岡オフィス

福岡市中央区天神1丁目4-1

従業員数

94名

(役員、パート、派遣含む。2024年7月現在)

事業内容

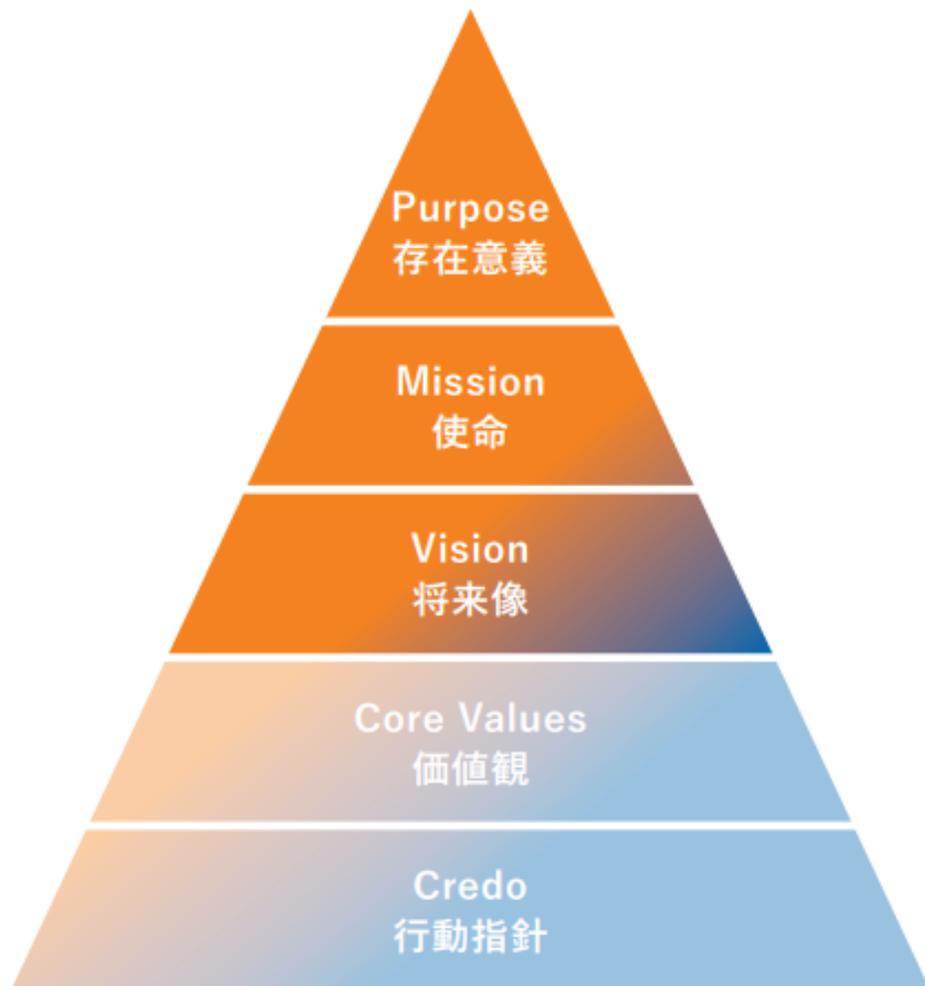
総合マーケティング支援事業

第三者認証

・プライバシーマーク
(JIS Q 15001:2006)

・ISMS
(ISO/IEC27001:2013及びJIS Q 27001:2014)





Purpose

対話があり、互いに思い合い、
人間味がある社会を創る。

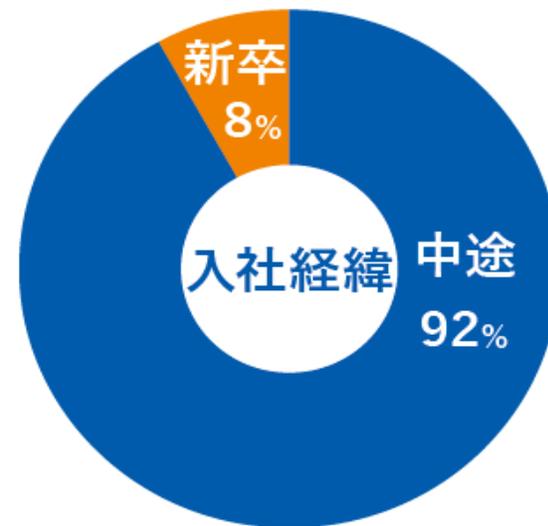
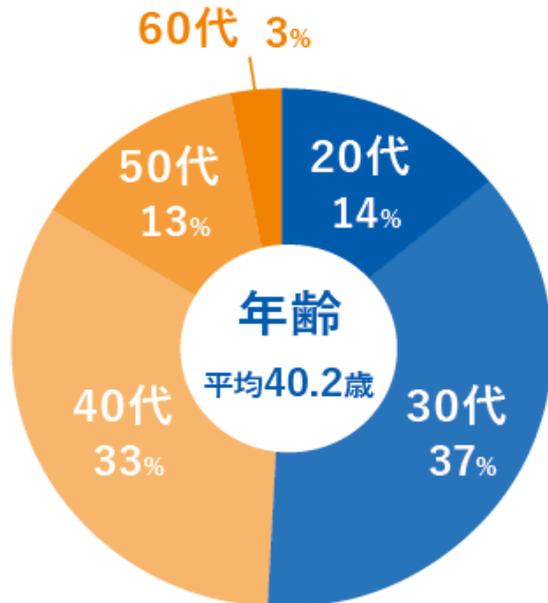
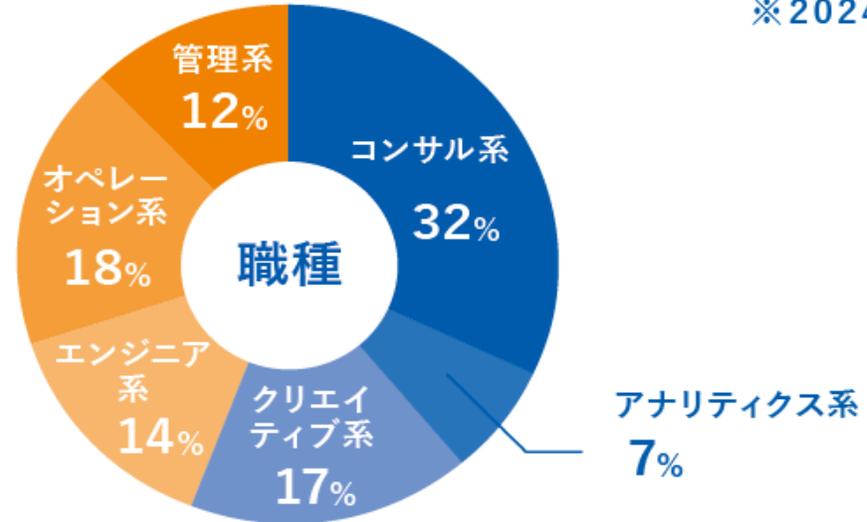
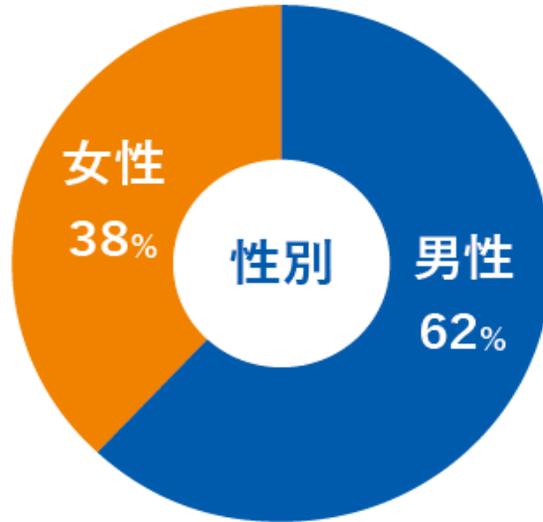
Mission

マーケティングの力で、
企業をもっと顧客の近くへ。

Vision

データ・テクノロジー・クリエイティブを融合し、
意味のある顧客体験を生み出す
マーケティングカンパニー。

※2024年3月現在



成長を支援し、魅力的な人の集まりを創る

複数ツールで効率的な業務

Teams (チャット)、Sharepoint (ファイル共有)、Backlog (プロジェクト管理)、Copilot&ChatGPT (生成AI) などを活用しています。ツール導入は社員の声や社会の動向を踏まえて迅速かつ柔軟に判断しています。

豊富なナレッジ、情報がオープン

会社のルールや社内用語は社内Wiki、提案資料のテンプレート、中期経営計画や総会資料はポータルサイトにまとめて新入社員も含めて全社員が情報にアクセスしやすい環境を整えています。

充実した研修、成長支援

入社時研修、階層別研修、業務分野別・テーマ別学びを深めるための研修、WEB寺子屋など、中途社員も学生も入社後に知識・スキルを身につけ、成長しやすい環境です。人事制度にて活躍や成長のために必要な行動、行動のベースとなる知識・スキルが言語化されています。

資格取得奨励制度

会社が「本人にとってのスキル向上になり」「会社の事業運営にもつながる」と考える資格を指定し、受験・取得・保有などを支援する制度です。初回の受験料や、取得後の表彰金支給で社員の自己研鑽を応援しています。

サークル活動支援金

3名以上の会員を集め、会社にサークル設立申請書を届けて認可を得たサークルは、用具購入・施設利用費などに充てられる支援金を得て、自由に活動できる制度です。

副業

事前の申請にて、本業に支障が出ない限り、副業をすることが可能です。社外での活動を会社として積極的に応援しております。

認定制度等取得一覧

私たちはより良い職場の実現を目指し、認定資格等の取得を積極的に行っています。



健康経営優良法人(2024年3月)

「健康経営優良法人」とは、経済産業省と日本健康会議が2016年より新たに開始した優良な健康経営を実施している法人を認定する制度です。



地域未来牽引企業

地域未来牽引企業(2020年10月)

「地域未来牽引企業」は、地域経済への影響力が大きく、成長性が見込まれるとともに地域経済のバリューチェーンの要を担っており、地域経済牽引事業の中心的な担い手候補である企業を、経済産業省が選定するものです。



北海道働き方改革推進企業シルバー認定(2020年3月)

働き方改革に積極的に取り組む企業を、その取組の段階に応じて北海道が認定し、取組を広く紹介することで、道内企業の働き方改革の取組を促進し、もって道内企業の持続的発展や労働者の福祉の増進に資すること目的とした制度です。



えるぼし3段階認定(2018年3月)

「くるみん」とは「子育てサポート企業」として、厚生労働大臣の認定を受けた証です。

02.

事業内容



マーケティングのプロとして、「CRM」を支援する会社です。

CRMとは、「Customer Relationship Management」の略であり、日本語では「顧客関係管理」と訳されます。
顧客情報を管理・分析し、顧客と良好な関係を構築・維持するためのマーケティング手法です。

CRM支援

顧客関係マネジメント



マーケティングの中でも「CRM領域」を得意としています。CRMはマーケティング分野における将来性や経済インパクトで注目を集めている分野です。2000年頃から約20年間、CRM支援に携わってきており、既に多くの実績や成功事例があります。

Professional

専門家がチームで価値提供



高い専門性を持つ人材がおり、支援はプロジェクト型で進めます。そのため、市場調査・顧客データ分析等のデータに基づく戦略立案から、意味のあるCX（顧客体験）を提供するマーケティングキャンペーンの設計・運営まで、マーケティング課題の解決をワンストップで支援することができます。

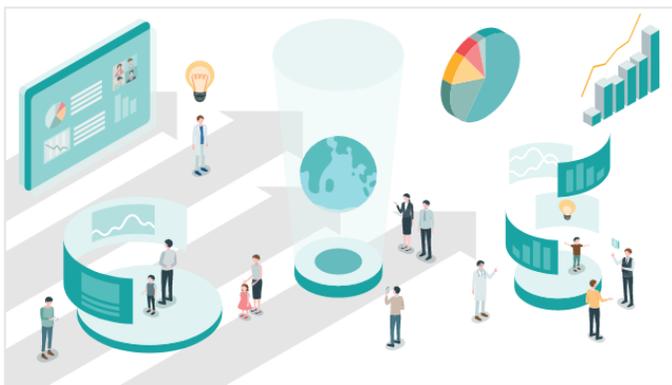
Culture

組織風土・文化



チーム・年齢・役職に関係なく社員同士が気軽にコミュニケーションを取っています。全員に課題解決の取り組みや自身の意見が求められ、知識やスキル獲得に熱心な社員が多いです。カジュアルなコミュニケーションの場として、任意参加の懇親会開催やサークル活動等による交流機会もあります。

マーケティングデータ量の急速な増加



「ビッグデータ」という言葉が流行になるなど、昨今データを用いたマーケティングは一般的になりました。また、2025年には世界のデータ量が175ゼタバイトに増加、データ量の3割がリアルタイムデータになるなどの予測がされています。

多くの企業は一貫性のある優れた顧客体験のためにデジタル化を推進し、消費者はリアルタイムで膨大なパーソナライズされた顧客体験を享受するようになりました。その結果、受け取る情報量の多さに消費者は疲弊するようになってきました。

このような低品質な顧客体験は消費者の離反の原因になっており、今後は顧客体験の「質」が問われるようになってきています。

人口減少に伴う顧客数増加の困難さ、顧客の取り合い



日本人の人口は2030年には1億1638万人、2060年には8877万人になると予測されています(出所:総務省「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(2017)」)。

人口の減少に伴い企業は顧客数を伸ばすことが難しくなっており、企業間で顧客の取り合いになることが予想されます。そのため、獲得した顧客を維持するためのCRMに軸足を置いたマーケティング活動が今まで以上に重要になります。

CRMへの注目



CRMはマーケティング分野で注目を浴びており、例えば、日経クロストレンドの「今後伸びるビジネス」2023年下半期ランキングのマーケティングで第2位となる等、将来性や経済インパクトが予測されています。

CRMとは、「Customer Relationship Management」の略であり、日本語では「顧客関係管理」と訳されます。顧客情報を管理・分析し、顧客と良好な関係を構築・維持するためのマーケティング手法です。

CRM領域の戦略から実行までを伴走型マーケティング支援

CRM支援

CRM戦略策定から購買データ分析、クリエイティブ、テクノロジー、マーケティングオペレーションまで、顧客マーケティングに関わるあらゆる業務をワンストップで支援。



クライアントのマーケティング課題解決支援

サービス運営支援

POSデータ開示サービス、ECサイト運用など、マーケティング支援とともに、クライアント事業のサービス運営も支援。

POSデータ開示

EC

教育支援

クライアントのマーケター育成支援として、eラーニング、セミナー等の学習機会を提供。

eラーニング

マーケティング人材育成支援

CRMの戦略から戦術までを支援できる、5つの領域。

あらゆる顧客接点を
組み合わせた
マーケティングキャンペーンの
運用を支援



データに基づく
コンサルティングと
意味のあるCX(顧客体験)を通じて
マーケティング課題に伴走し
解決を支援

四角形の領域切り取り(R)

顧客データ分析を始め
複数の分野を組み合わせ
内部・外部の環境を
可視化・分析

データ利活用や
CRMコンテンツ配信を
最適に実行するための
システム導入・運用まで
包括的に支援

測定可能な
あらゆる顧客接点を通して、
意味のあるCX(顧客体験)を提供する
クリエイティブを提案します。

		フュージョン株式会社	マーケティング コンサルティング 会社	市場調査会社	データ分析会社	クリエイティブ 制作会社	デジタル マーケティング 会社	広告代理店	CRM ソフトウェア 提供会社
戦略	CRM戦略策定	○	◎	×	×	×	×	×	○
	市場調査と消費者洞察	○	○	◎	○	×	×	○	
	購買データ分析	○	×	○	◎	×	×	×	○
戦術	クリエイティブ制作	○	×	×	×	◎	×	◎	×
	デジタル マーケティング	○	×	×	×	×	◎	◎	×
	マルチチャンネル マーケティング	○	○	×	×	×	○	◎	×
	CRM ソフトウェア提供	○	×	×	×	×	×	×	◎

取引企業例



03.

2025年2月期第1四半期 決算概要



■ 売上高は前期を上回ったものの、営業利益、経常利益及び四半期純利益は前期を下回る結果に。

- 売上高: 主力のCRM支援分野でアナリティクス案件及びリサーチ案件が伸長。また、サービス運営支援分野でECの領域で大型プロジェクトのリリース業務支援及び定期的な業務支援を追加受注。
- 営業利益: 採用活動の強化に伴い関連費用が増加したことにより減少。
- 経常利益、四半期純利益: 営業利益と同じ傾向で減少。

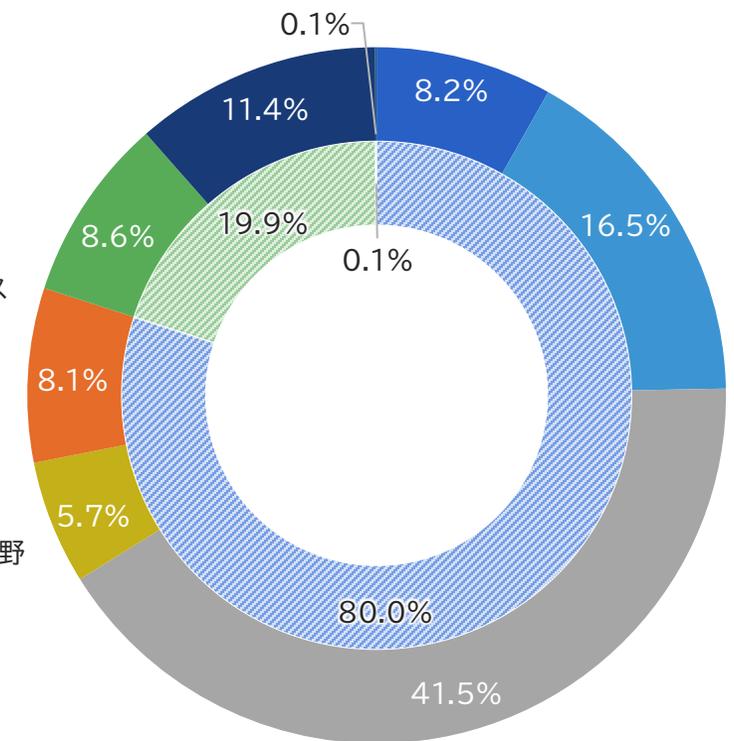


- 主力のCRM支援分野でのアナリティクス、コンサルティングの伸長が売上増加に寄与。
- サービス運営支援分野では、ECの売上が堅調。

サービス区分	サービス領域
CRM支援分野	コンサルティング
	アナリティクス
	クリエイティブ
	テクノロジー
	オペレーション
サービス運営支援分野	POSデータ開示
	EC
教育支援分野	eラーニングサービス
	セミナー

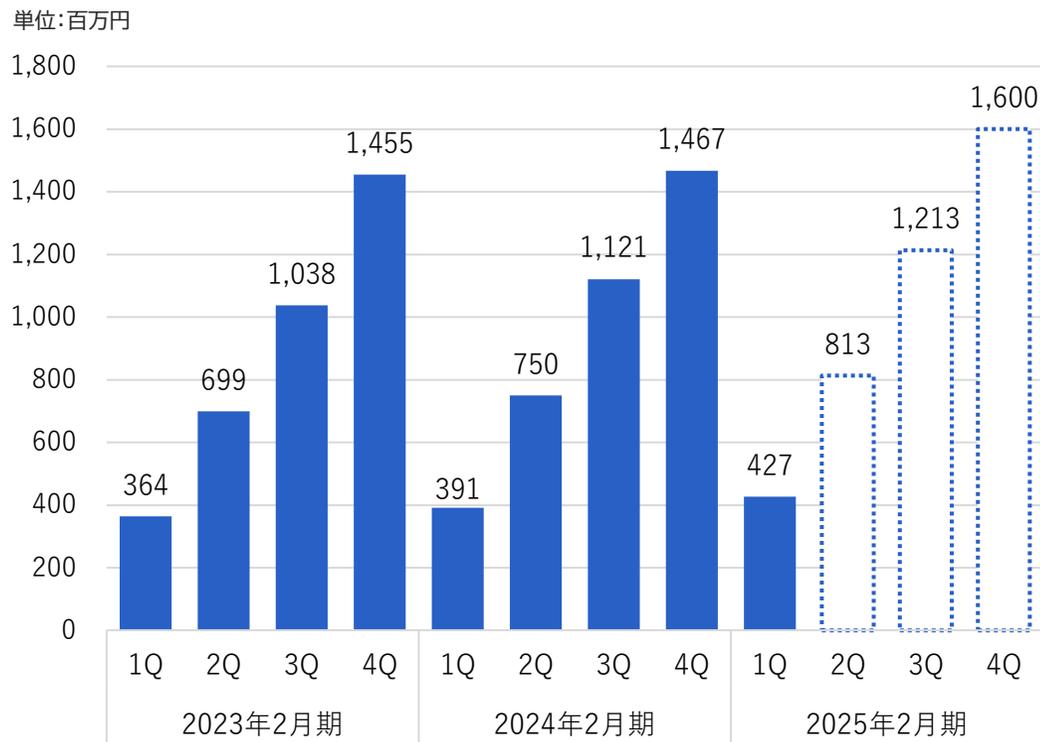
- コンサルティング
- アナリティクス
- クリエイティブ
- テクノロジー
- オペレーション
- POSデータ開示
- EC運用
- eラーニングサービス

- CRM支援分野
- サービス運営支援分野
- 教育支援分野

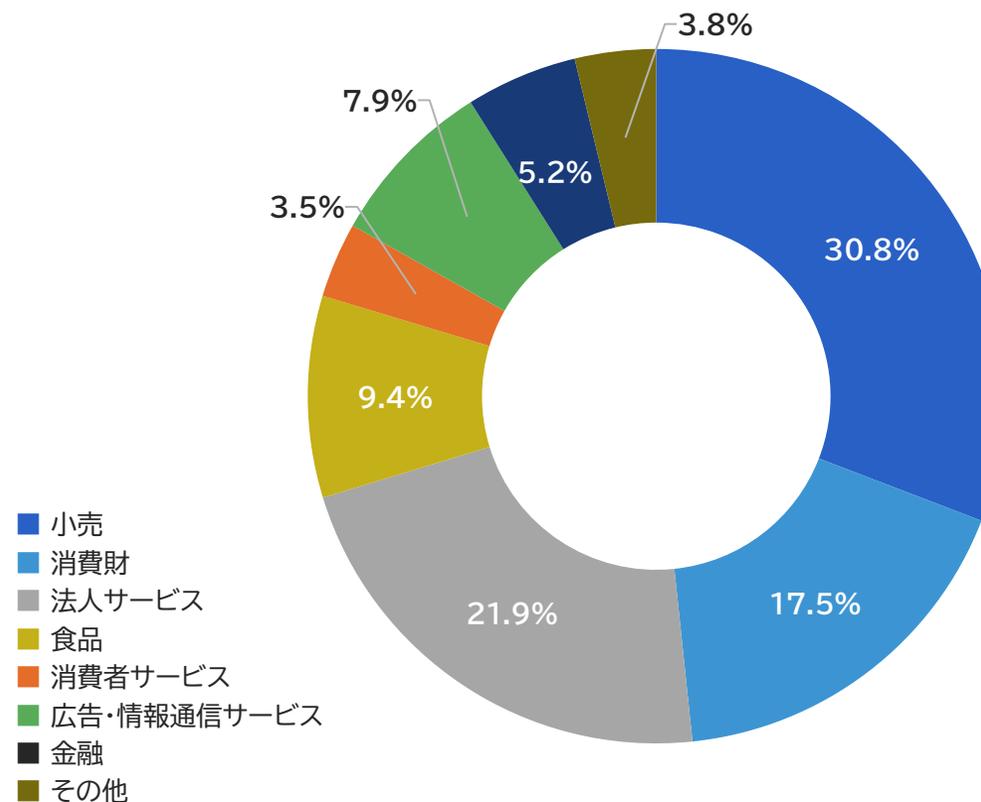


- 法人サービス業及び金融業に対するビジネスが伸長し、売上増加に寄与。
- 主力の小売業のウエイトは横ばいで推移。

四半期別売上高推移 (2023年2月期～2025年2月期)



業種別売上構成比



(単位:千円)

	2024年2月期1Q	2025年2月期1Q	増減額	増減率
売上高	391,791	427,142	35,351	9.0%
売上原価	231,656	257,073	25,417	11.0%
売上総利益	160,134	170,069	9,934	6.2%
販売費及び一般管理費	136,331	146,773	10,441	7.7%
営業利益	23,802	23,295	△507	△2.1%
営業外収益	11	4,097	4,086	36,230.2%
営業外費用	125	6,829	6,704	5,333.4%
経常利益	23,688	20,563	△3,125	△13.2%
特別利益	39	—	△39	—
特別損失	1,092	245	△847	△77.5%
税引前当期純利益	22,634	20,317	△2,316	△10.2%
法人税等	227	324	97	42.6%
当期純利益	22,406	19,993	△2,413	△10.8%

採用強化に伴い
関連費用が増加

(単位:千円)

	2024年2月期末	2025年2月期1Q末	増減額	増減率
資産	595,703	593,465	△2,238	△0.4%
流動資産	412,818	409,956	△2,861	△0.7%
固定資産	182,885	183,508	623	0.3%
負債	217,060	194,828	△22,231	△10.2%
流動負債	189,110	174,529	△14,581	△7.7%
固定負債	27,949	20,299	△7,650	△27.4%
純資産	378,643	398,636	19,993	5.3%
自己資本比率	62.9%	66.5%		

自己資本比率は
66.5%と前期末
から3.6%上昇

04.

2025年2月期トピックス



- 金賞を受賞！DM単体の成果に加え、デジタル施策との補完・相乗効果にも高い評価を得て、17年連続の受賞（2024年3月）



- アシックスジャパン株式会社様/
富士フィルムビジネスイノベーションジャパン様で金賞と特別賞
ブランド40周年を記念して、顧客への感謝の気持ちとブランドに込めた「思い」を伝え、顧客とのさらなるエンゲージメント強化を目指した。アシックスウォーキングの開発に至った思いと40年の歩み、これからのための思いを盛り込んだ。

※全日本DM大賞(主催:日本郵便株式会社)は、DM施策に対する日本最大のアワード



広告主:株式会社ポーラ様



広告主:株式会社スプリックス様

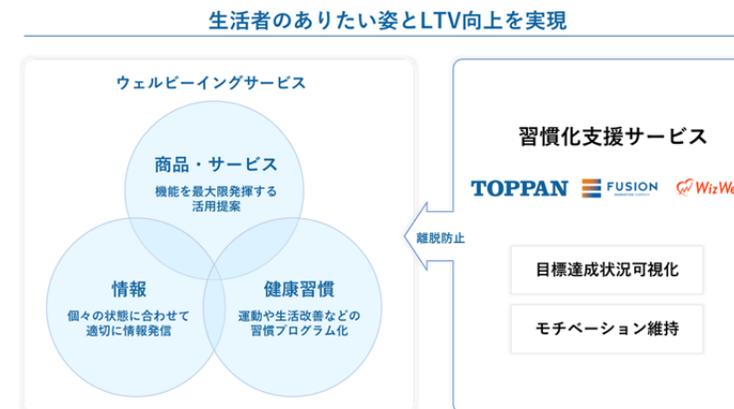


広告主:三井住友カード株式会社様

■ 背景と狙い

ウェルビーイングはポストSDGsの2023年以降におけるグローバルアジェンダとして注目されています。

変革を推進していく上での重要な要件の一つが、生活者視点での新しい価値創造で、コロナ禍を経て、人びとは「自分らしくいきいきと生きること」を重視する傾向にあります。このため企業が提供する商品やサービスは、単純な機能や価格の競争ではなく、一人一人のウェルビーイングに貢献できるかという視点で価値を捉えなおすことが必要です。今回、企業の生活者向けウェルビーイング事業を支援し、生活者のウェルビーイングな状態を高めるために3社の知見と強みを活かした習慣化支援サービスを提供していきます。



■ 習慣化支援サービスの概要

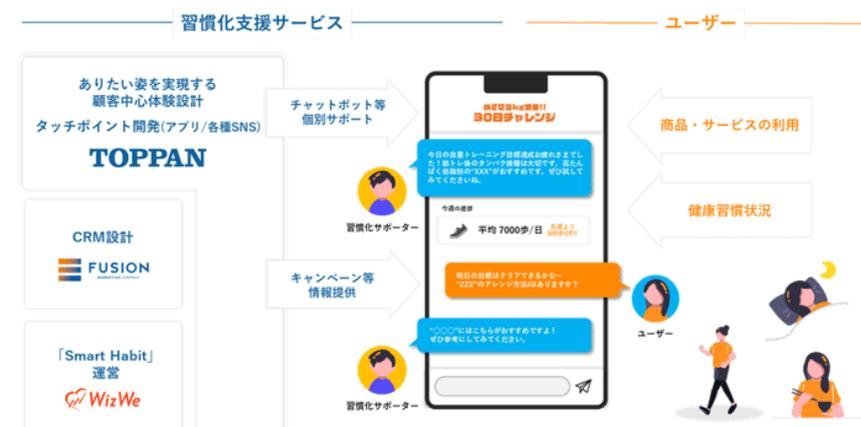
- 顧客中心の体験を重視した習慣化支援サービスの提供
- データ分析による顧客の行動と健康状態の因果関係導出

【3社の役割】

TOPPAN:顧客体験設計、タッチポイント開発(アプリ/各種SNS)全体管理

フュージョン:CRM設計

WizWe:「Smart Habit」の運営



■ 背景と目的

顧客ロイヤルティの向上は、LTVを最大化し長期的な収益の安定を実現するために不可欠です。顧客の心理ロイヤルティを把握する手法としては、顧客満足度調査やNPS®調査などによる定量的な可視化が行われることが多い一方、何がどの程度ロイヤルティに影響を及ぼしているのかは把握しづらい側面がありました。

今回当社は、こうした課題を解決するためISラボ代表である渡部弘毅氏と業務提携契約を締結し、当社が提供するCRM支援サービスの課題設定フェーズに渡部氏の持つ心理ロイヤルティ可視化のフレームを組み込んだ『顧客ロイヤルティ可視化サービス』を共同開発しました。

■ サービスの特長

『顧客ロイヤルティ可視化サービス』では何がどのように心理ロイヤルティに影響を与えるかを構成する要素である『ロイヤルティドライバー』を洗い出し、ロイヤルティドライバーごとに顧客満足度の詳細調査を行います。これにより、CRMにおける課題設定やあるべき姿の検討が心理ロイヤルティの面から可能になります。

1. 3階層での構造化と定量化

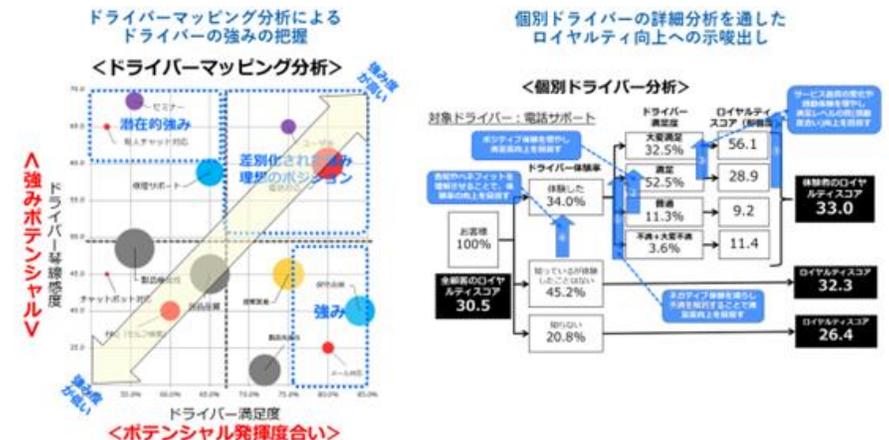
何の提供価値がどのように顧客ロイヤルティに影響を与えているかを3階層で構造化・定量化できます。

2. ロイヤルティドライバーの6つの法則

ロイヤルティドライバー満足度や琴線感度、体験率などに応じて心理ロイヤルティを構造化・定量化できます。

3. 数値に基づいた科学的なマネジメント

LTVへの収益貢献度がわかり、定量化の結果数値に基づく科学的なロイヤルティマネジメントができます。



■ 高校生や大学生にマーケティングやデータサイエンスの授業を実施

● 2024年度 東海大学での講演について

当社 常務取締役 木村 達夫は、東海大学理系教育センター開講科目の講師として登壇いたします。

■ 講義科目名：社会情報実践

この講義は「AIの社会実装」に関する学習を目的としており、実務者にしか分からない最新のマーケティングおよびAIの知見や未来予想について、6月と7月に各1回お話しいたします。

当社は、マーケティング分野のリーディング企業として、未来のマーケット育成に努めており、教育機関からの講義や講演の要請に積極的にお応えしていこうと考えております。

● 市立札幌旭丘高等学校 数理データサイエンス科の授業での登壇について

当社社員が、2024年6月19日(水)の市立札幌旭丘高等学校 数理データサイエンス科の新1年生向け授業に登壇することとなりましたので、お知らせいたします。

データサイエンス/データサイエンティストとしてのキャリア理解と、ワークショップを通しデータ分析を身近に感じてもらうことを目的としています。

当社は、マーケティング分野のリーディング企業として、未来のマーケット育成に努めており、教育機関からの講義や講演の要請に積極的にお応えしていこうと考えております。

SDGs 4. 質の高い教育をみんなに

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

