

2023年2月期 決算補足説明資料

フュージョン株式会社

証券コード：3977

2023年4月14日



目次

1. はじめに.....	P3
2. 当社の概要.....	P4
3. 2023年2月期決算概要.....	P8
4. 2023年2月期トピックス.....	P15

1. はじめに

FUSION

MARKETING COMPANY

当社ミッション

"マーケティングの力で、企業をもっと顧客の近くへ"

33th

Let's team up and climb that mountain!

フュージョン株式会社は、1991年の創業当時から

「ダイレクトマーケティングの分野で最先端を切り開く」という想いを变えることなく、
たくさんの企業とその先にいる生活者との距離を縮めることを目的として事業を発展させてきました。

ダイレクトマーケティングは、近年認知度を上げ、企業と生活者が直接繋がるのが当たり前になりました。
そして、データを正しく取得し、活用することは企業経営において重要課題になっています。

私たちは、長い間「ダイレクトマーケティングエージェンシー」を掲げてきましたが、ダイレクトマーケティングはマーケティングそのものに変化したという考えから、「マーケティングカンパニー」として進化、挑戦する決断をしました。

当社が目指すのは、「対話があり、互いに思い合い、人間味がある社会を創る」ことです。

データ・テクノロジー・クリエイティブを融合 (=フュージョン) し、意味のある顧客体験を生み出していきます。

先の見えない世界だからこそ、クライアント企業の良き相談相手として併走し、共に成長する、そんな会社であり続けたいと心から思っています。



2. 当社の概要

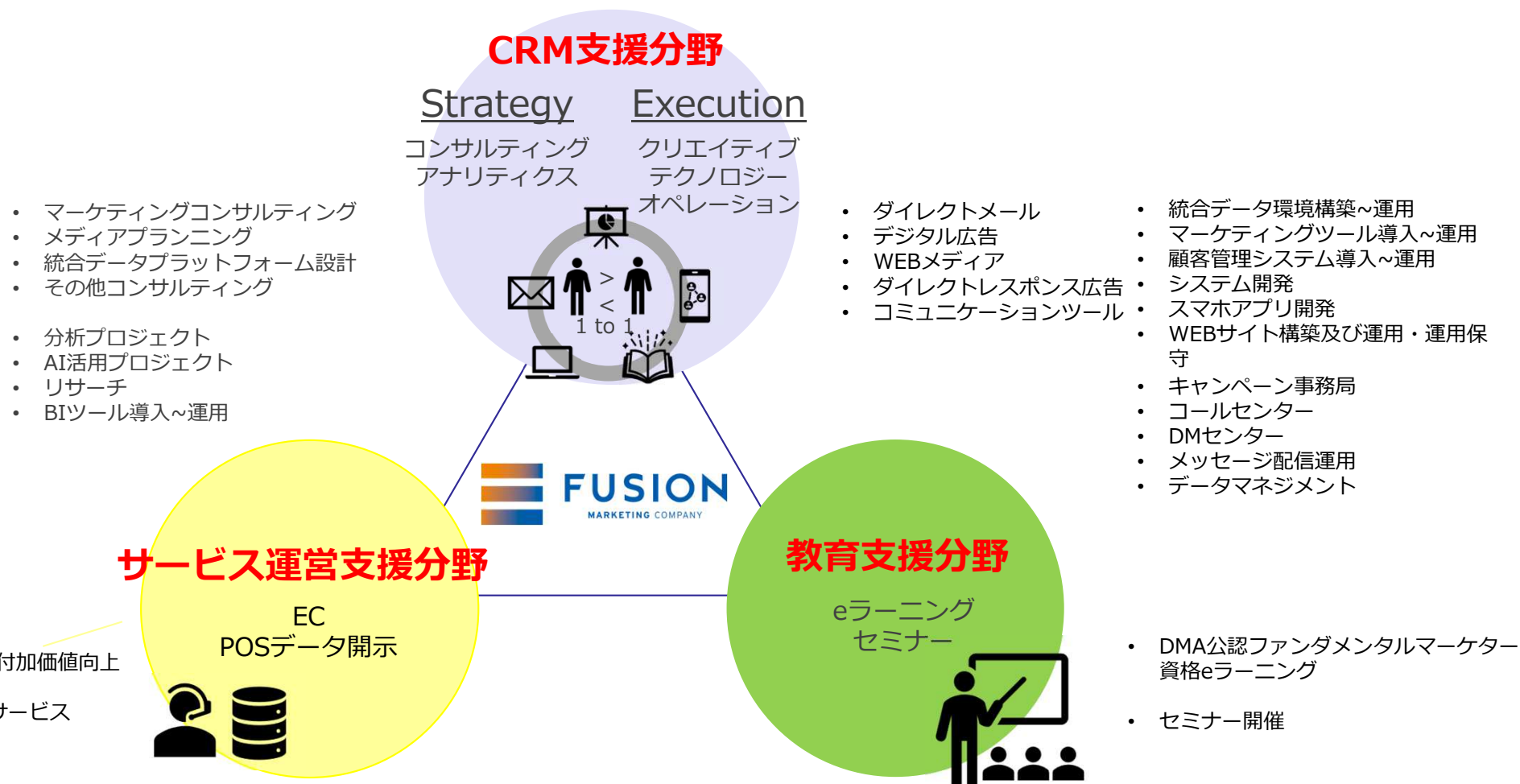
会社概要

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	212,928,000円
発行済株式総数	720,000株
上場市場	札幌証券取引所アンビシャス
代表者	代表取締役会長 花井 秀勝 代表取締役社長 佐々木 卓也
本社所在地	札幌市中央区北4条西4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	92名（役員、パート、派遣含む。2023年3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/IEC 27001:2013およびJIS Q 27001:2014)



事業概要

・「総合マーケティング支援事業」としての当社事業概要

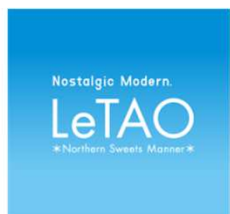


参考：全米広告主協会(ANA)による「ダイレクトマーケティング」の定義

一つまたは複数の広告メディアを使って、測定可能な反応あるいは取引をどんな場所でも達成できる双方向のマーケティング手法。

クライアント企業例

- クライアント企業は一般消費者又は法人を顧客とし、かつ対象顧客のリストを保有している企業。
- 顧（個）客とコミュニケーション強化を図りたい企業や、データ分析に基づいたプロモーション施策検討～実施を行いたい企業に向けて、ニーズに合わせたマーケティングサービスを提供。



※当社との取引実績があり企業名の公表を許可頂いているクライアント企業のみを抜粋しています



3. 2023年2月期決算概要

2023年2月期業績サマリー

売上高、営業利益、経常利益及び当期純利益の全てで前期を上回る結果に。

- ・売上高：主力のCRM支援分野でコンサル案件、DM案件（特にBtoB企業からの引き合いが増加）が伸長。
- ・営業利益：コンサルティング案件の新規獲得等による受注増加から、全体売上高に占める同案件の比率が上昇、また、プロジェクト管理の精度を高めることで原価率の低減が進み、大幅に改善。
- ・経常利益、四半期純利益：営業利益と同じ傾向で増加。

売上高 1,455,568千円
前年同期比 3.8%増

経常利益 56,246千円
前年同期比 35.5%増

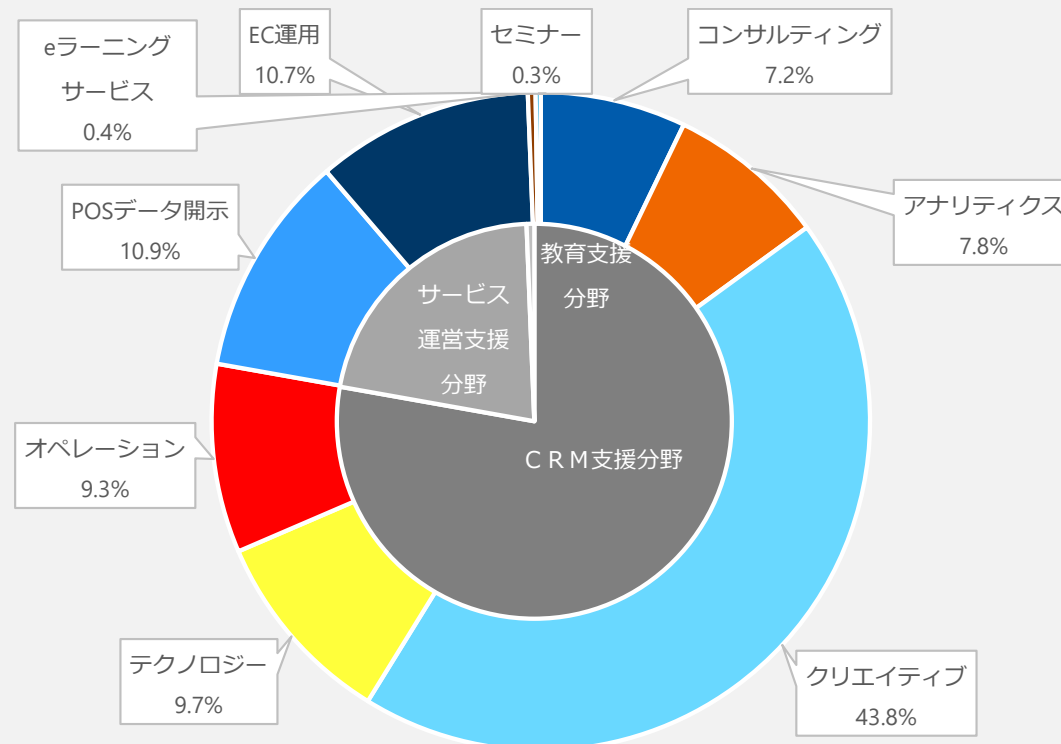
営業利益 54,959千円
前年同期比 102.1%増

当期純利益 44,333千円
前年同期比 30.8%増

サービス分野・領域別売上高内訳

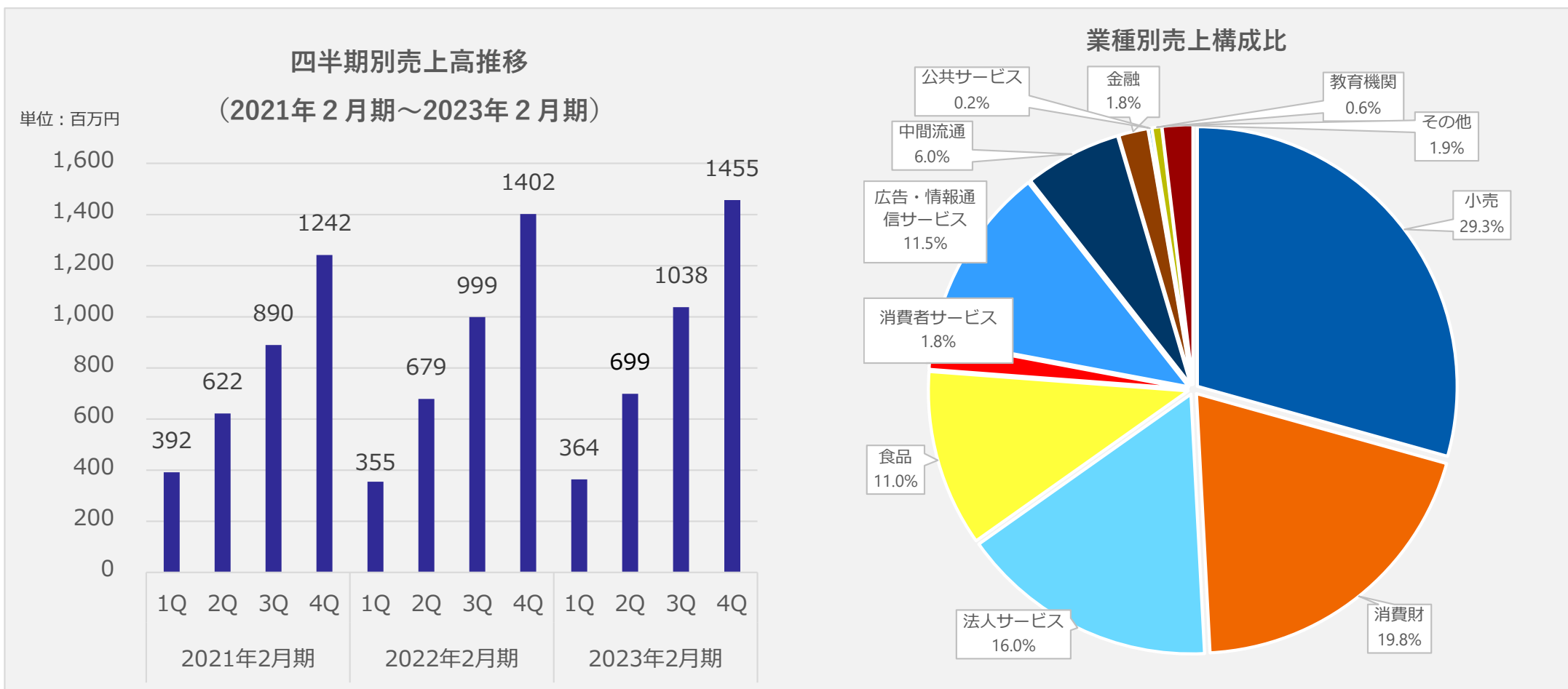
- 主力のCRM支援分野でのコンサルティング、クリエイティブサービスの伸長が売上増加に寄与。
- サービス運営支援分野では、EC運用の売上が堅調。

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



売上高の推移と業種別内訳

- 前期から継続して相対的に主力の小売業のウェイトが低下しており、ターゲット業種への横展開という戦略どおりに進展。
- 消費財及び法人サービス業に対するビジネスが伸長し、売上増加に寄与。



損益の状況

(単位：千円)

	2022年2月期	2023年2月期	増減額	増減率
売上高	1,402,554	1,455,568	53,014	3.8%
売上原価	855,309	842,072	-13,237	-1.5%
売上総利益	547,245	613,496	66,251	12.1%
販売費及び一般管理費	520,056	558,537	38,481	7.4%
営業利益	27,188	54,959	27,771	102.1%
営業外収益	17,421	2,002	-15,419	-88.5%
営業外費用	3,102	714	-2,388	-77.0%
経常利益	41,506	56,246	14,740	35.5%
特別利益	-	107	-	-
特別損失	872	0	-872	-
税引前当期純利益	40,634	56,353	15,719	38.7%
法人税等	6,752	12,020	5,268	78.0%
当期純利益	33,881	44,333	10,452	30.8%

コンサルティング案件の受注増加、プロジェクト管理の強化により、製造経費を削減。その結果、売上総利益の増加率が売上高の増加率を大きく上回る

2022年2月期は助成金収入9,723千円、受取保険金3,289千円等計上

貸借対照表

(単位：千円)

	2022年 2月期末	2023年 2月期末	増減額	増減率	主な増減要因
資産	616,867	641,618	24,751	4.0%	
流動資産	468,183	461,709	△ 6,474	-1.4%	<ul style="list-style-type: none"> 現金及び預金 -8,333 売掛金 -3,248
固定資産	148,683	179,908	31,225	21.0%	<ul style="list-style-type: none"> 有形固定資産 8,306 無形固定資産 2,858 投資その他の資産20,060
負債	335,047	315,572	△ 19,475	-5.8%	
流動負債	218,791	254,957	36,166	16.5%	<ul style="list-style-type: none"> 買掛金 33,555 未払金 10,222
固定負債	116,255	60,615	△ 55,640	-47.9%	<ul style="list-style-type: none"> 長期借入金 -54,734
純資産	281,819	326,045	44,226	15.7%	<ul style="list-style-type: none"> 利益剰余金 44,333
自己資本比率	45.0%	50.1%			

ハイブリッド
ワークに対応し、
東京オフィス内
部造作工事を実
施

(株)WizWeへの資
本参加

キャッシュ・フローの状況

(単位：千円)

	2022年2月期	2023年2月期	2023年2月期の主な内訳	
営業CF	136,403	101,484	税引前四半期純利益	56,353
			減価償却費	19,251
			売上債権の減少	3,248
			棚卸資産の増加	-686
			前払費用の減少	6,711
			仕入債務の増加	33,555
			未払金の増加	8,877
			法人税等の支払額	-14,283
投資CF	-20,358	-49,007	有形固定資産の取得	-18,481
			無形固定資産の取得	-10,589
			投資有価証券の取得	-20,060
財務CF	-63,325	-60,810	長期借入金の返済	-60,168
現金及び現金同等物の増減額	52,719	-8,333		
現金及び現金同等物の残高	264,096	255,763		

ハイブリッド
ワーク対応で
東京オフィス
内部造作工事、
PC等取得

ソフトウェア
(クライアント
用サーバー
リプレイス
等) 取得

(株)WizWeへの資
本参加



4. 2023年2月期トピックス

2023年2月期トピックス一覧

1. 第37回全日本DM大賞でグランプリ受賞！同アワード16年連続の受賞
2. 株式会社WizWeへの資本参加
3. 資本業務提携した凸版印刷株式会社とCRM施策支援サービスの提供開始
4. 株式会社調和技研との資本業務提携後の連携強化（再掲）
5. Work from Any Office（WAO）の導入（再掲）
6. 对外発信の強化（再掲）
7. 設立30周年を迎えCIとVIを変更（再掲）

第37回全日本DM大賞でグランプリ受賞！同アワード16年連続の受賞

グランプリを受賞！多様な業種への対応が進み、16年連続の受賞。（2023年3月）



● freee株式会社様のDMでグランプリ（金賞）

上場企業の経理部へクラウドERP『freee』の認知と導入促進のために慰労の想いを込めてテンキーチョコを同梱し送付したDM。

● アシックスジャパン株式会社様/

富士フイルムビジネスイノベーションジャパン様で銀賞と特別賞
ECサイト会員未登録の店舗顧客に対して登録を促すDMを送付。

DMにパーソナライズ二次元コードを記載し、送付後の効果測定と行動分析を実施。



※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：
グーグル・クラウド・ジャパン合同会社様



広告主：
株式会社ポーラ様



広告主：
公益財団法人日本賃貸住宅管理協会様

CRM領域での顧客の定着化・習慣化にフォーカスした共同サービスの立ち上げへ



● 株式会社WizWe

同社は、「習慣化プラットフォームで、100億人をありたい姿へ」をビジョンに掲げ、「Smart Habit」「Smart Habit LTV」など、行動の習慣化を後押しするプラットフォームサービスを開発・運営するスタートアップ企業です。

● 資本参加の目的

クライアント企業が抱える、顧客マーケティングに関わるあらゆる業務を伴走型で支援するマーケティングパートナーとしての当社の強みと、サービスや商品利用の定着化・習慣化にプラットフォームをもつ同社とは、互いの強みを補完し合うことで大きな相乗効果を期待できると判断し、この度の資本参加を決定しました。

● 具体的な協業内容

①クライアント企業への共同提案 ②「Smart Habit LTV」導入企業に対するワークフロー設計 ③相互送客

資本業務提携した凸版印刷株式会社とCRM施策支援サービスの提供開始

2023年3月より「CRM施策支援サービス」の提供を開始



● 概要

① CRM施策におけるデジタル/リアルの統合的展開を実現

当社はデータ分析に基づく複数チャネルを使用したトータルなCRM支援を行う企業です。

紙媒体においては全日本DM大賞で16年連続の受賞を果たすなど、デジタル施策と組み合わせた企画/クリエイティブで豊富なノウハウを有しており、凸版印刷のデジタルマーケティング機能と連携することで、デジタル・リアルを問わず、全ての媒体を活用したCRM施策の統合的な企画運用を更に強化することが出来ます。

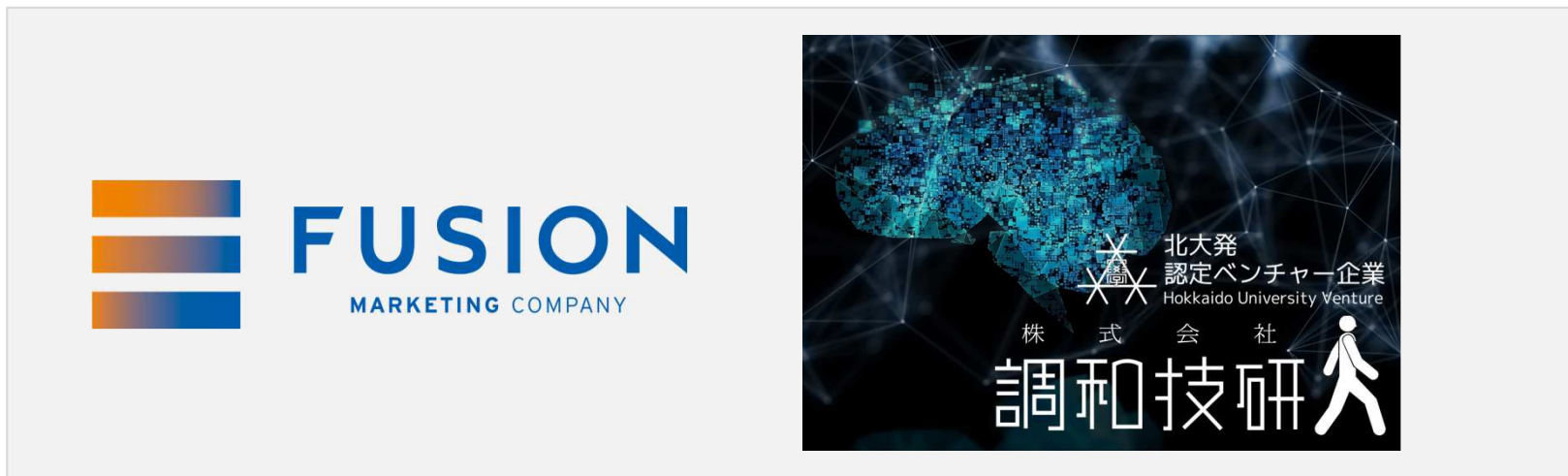
② 凸版印刷札幌エンゲージメントセンターにおけるCRMのPDSサイクルを強化

Plan（企画設計）」「See（可視化・分析）」に強みを持つ当社と、「Do（業務実行）」に強みを持つ

凸版印刷「札幌エンゲージメントセンター」が連携することにより、CRM施策のPDSサイクルをシームレスに回す拠点化を進め、継続型で成果を上げるモデルのサービス提供体制を強化します。

株式会社調和技研との資本業務提携後の連携強化

北海道大学認定AIベンチャーとの連携を加速中



● 調和技研が2022年3月にシリーズB実施で3億円を調達し成長を加速

同社は2022年3月にトヨタ自動車との共同開発を発表し一層注目を集め、今般シリーズB実施で3億円の資金調達に成功し、着実にAIプロダクト化を進めています。同社は画像認識、音声認識、自然言語解析をはじめとするAIを用いた高度なソリューションの提供、AIを活用した社会に役立つ製品・サービスの開発や提供を行っています。

● 連携の進捗状況

同社の持つAIに関する高度な専門性を活用し、当社のコンサルティング力や提案力の強化を実施。当社の既存サービスに付加価値を追加する共同研究を継続中。さらに、同社のコーポレート部門サポート等も順調に進捗。

Work from Any Office (WAO) の導入

より自由な働き方を目指して、自身の所属するオフィス以外で働くことを可能にする「Work from Any Office」をスタート。

札幌本社、東京オフィス、福岡オフィスのいずれかを選び、年に一回連続3日間以上5日間、総日程7日間以内の出張の形で働くことができる制度。

◆導入の目的

- ①自律主体的な働き方を尊重し、フレキシブルで生産性高く仕事を行うこと。
- ②転地効果で創造性アップを狙うとともに、非日常性を社員に提供すること。
- ③他のオフィスの社員とのコミュニケーション強化を図ること。

「Work from Any Office」の取り組みにより、当社がワークスタイルの変革として目指す「どこでも誰とでも生産性高く働ける環境」の実現を推進し、より働きやすい職場、より働きたくなる職場づくりを行ってまいります。



対外発信の強化

社員がライターとなってマーケティングコラムやnoteの執筆を強化中。ノウハウや社内の取組み、風土を積極的に発信することで、新規クライアント企業からの引き合い創出や、採用募集のシーンで大きく貢献。



フュージョンマーケティングコラム
<https://www.fusion.co.jp/column>



フュージョン公式note
https://note.com/fusion_ltd

設立30周年を迎えCIとVIを変更

全てのマーケティングがダイレクトマーケティングとなっている状況への対応

● 2022年3月に経営理念を「マーケティングカンパニー」に変更

「戦略と戦術の両方をサポートし、企業と生活者との距離を縮めるトップダイレクトマーケティングエージェンシーの実現」を経営理念としておりましたが、市場の変化への対応を目的として30周年の節目である2022年3月より経営理念を「マーケティングカンパニー」に変更。

● コーポレートアイデンティティ（CI）とビジュアルアイデンティティ（VI）を刷新

新ロゴは体温の上昇をモチーフにした3本線のマークによって、Fの文字を表現しています。選択した2色にはそれぞれ意味があり、ブルーには「誠実さ、知性、謙虚さ、強い意志」を、オレンジには、「体温、安心感、開拓心、そして少しのユーモア」を込めました。これらの意味を込めた2色を融合（フュージョン）し、このロゴマークに人間味を持たせました。また、当社の意思をこめて「FUSION」の書体には力強いものを選択し、マーケティング業界の先駆者として前へ進んでいく様を、斜めにカットしたFの文字で表現しています。



新ロゴ

CIのご説明



本資料の取り扱いについて

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



FUSION
MARKETING COMPANY