

企業調査レポート

フュージョン (3977)



2026.6.1

■目次

- サマリー
- 経営理念と特色
- 企業沿革
- 大株主
- 経営者
- 事業概要
- 業績動向
 - ・ 損益計算書
 - ・ 貸借対照表
 - ・ キャッシュフロー計算書
- 業績見通し
- 業績グラフ
- 株主還元／優待
- 地域・企業との取組み
- CSR／ESG活動等
- 事業に関するリスク

■ 事業内容

市場調査及びビッグデータ（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伴走型マーケティングパートナー。マーケティングエージェンシーとして、30年以上にわたり蓄積してきた豊富な経験と実績から、常に化する環境に適応しながら、問題設定と最適なCRM戦略設計・戦術実行を伴走して支援する。

所在地	北海道札幌市中央区北4条西4丁目1番地 伊藤ビル4階
代表者	佐々木 卓也（代表取締役社長）
設立日	1991年12月27日（上場日：2017年2月23日）
業種	情報通信
URL	https://www.fusion.co.jp
資本金	213百万円（2026年2月28日時点）
従業員	77名(平均年齢：40.2歳、平均勤続年数：6.4年)
発行済株式数	1,440,600株
時価総額	669百万円（2026年6月1日時点）

■ 実績と見通し

2026年2月期業績は、売上高1,490百万円（前期比0.9%減）、営業利益17百万円（同2.8%増）、経常利益15百万円（同16.0%増）、当期純利益1百万円（前期は16百万円の純損失）と、売上高は微減となったものの、各段階利益で増益を確保し、最終利益でも黒字転換を果たした。ただし、期初予想比の観点では全項目で下振れての着地となっている。特に当期純利益の下振れ幅が大きいが、これは主に貸主都合による東京オフィス移転に伴う一時的な費用として固定資産除却損13百万円を計上したことが大きな要因である。

2027年2月期については、売上高が1,650百万円（前期比10.7%増）、営業利益は33百万円（同94.8%増）、経常利益は32百万円（同102.3%増）、当期純利益は25百万円（前期は1百万円の利益）をそれぞれ見込んでいる。2026年3月には、第40回全日本DM大賞で計4作品で受賞、19年連続のDM大賞受賞となった他、4度目のグランプリ受賞を果たしており、引き続き新規顧客の自然流入に寄与してくるだろう。また、目標数値等の詳細は对外公表していないものの、3月1日から中期経営計画「Rising2028」を新たに策定している点も非常に重要だ。正式な組織として「AI推進室」も2026年3月に新設しており、収益性の向上に取り組んでいる。

※%は前期比、配当を除き単位は百万円

	売上高		営業利益		当期純利益		配当
2027年2月期 (通期予想)	1,650	10.7%	33	94.8%	25	-%	0円
2026年2月期	1,490	△0.9%	17	2.8%	1	-%	0円
2025年2月期	1,504	2.5%	16	△66.6%	△16	-%	0円

※決算短信よりRAKAN RICERCAが作成

■ Purpose

対話があり、互いに想い合い、人間味がある社会を創る。

■ 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。

■ 特色

同社の特色は、「マーケティング」に関わるサービスをワンストップで提供していることである。これまで、企業がダイレクトマーケティングに取組む際、システム会社、コンサルティングファーム、印刷会社など、複数の企業に業務を委託することが一般的だった。そのため、重要な顧客データ（個人情報）の漏洩リスクや販売促進業務の展開スピードの面で、課題があったと考えられる。同社はワンストップでサービス提供を行うことにより、クライアント企業の体制やニーズに合わせた柔軟な対応をとることができる。企業と生活者との間の、直接的で継続的、良質なコミュニケーションを支援することで、両者の距離を縮め、双方が価値や喜びを共有できる社会の発展に貢献する。

また、東京を中心に、free、三井住友カード、花王、グーグル・クラウド・ジャパン、イオンマーケティング、いなげや、鎌田醤油などをクライアントに持つ。ダイレクトマーケティングでは、継続的なアプローチが不可欠となるが、同社では5年以上取引のあるクライアントの数も非常に多く、長期的な支援が実現できている。他にもタイのテレビ通販最大手であるTV Direct社をグループに持つトライステージ、東京電機大学、大手化粧品メーカー、化粧品・健康食品通販企業、大手ショッピングモール開発・運営企業、スーパーマーケットチェーンなど多くの実績がある。

その他、戦略性・ターゲット・タイミング・オファー・クリエイティブといったダイレクトマーケティングに必要な全ての要素を評価する、日本郵便（株）主催の日本最大の賞「全日本DM大賞」において19年連続受賞という実績を有している。また、エコー賞やケーブルズ賞など海外のマーケティング賞も受賞しており、対外的な評価も高い。加えて、DMMエキスパート資格「Direct Mail Marketing Expert」等マーケティング資格の取得を通じて、体系的な知識や高い専門性を持つ人材を揃えている。



2026年3月12日に発表された「第40回全日本DM大賞」では、同社が手掛けたDMが計4作品の受賞となった他、19年連続のDM大賞受賞となるなど、同社の突出した企画・制作力を裏付ける結果となった。なお、第40回は2024年4月～2025年9月にかけて制作・発送されたDMが対象となっている。一例として、金賞を獲得したDMを挙げる。スキマバイトサービス「Timee（タイミー）」を展開しているタイミーが広告主で、物流・卸事業者の新規顧客開拓を目的に同社が手掛けたDM作品だった。

スキマバイト市場の拡大に伴い、これまではWeb申込を中心とした新規顧客獲得を推進していたが、注力領域企業の獲得は限定的で課題認識があった。加えて、限られたインサイドセールスのリソースを踏まえ、意思決定者への効率的な接点構築を望んでいた。そこで、注力領域のひとつである物流・卸業界を対象を絞り、意思決定者への「架電のきっかけを創出するDM」を企画・設計。業界特性を踏まえ、到達率と開封率を高めるアプローチで、商談創出の確度向上を図った。具体的には、タイミーカラーの黄色を基調にキャラクターを活用し、親しみやすいトーンで設計。物流・卸業界に馴染みのある段ボール風の箱型DMとすることで到達率・開封率の向上を図った。さらに、箱裏の目立つ位置に商談オファーチケットを貼付し、自然なアクション喚起への導線を組み込んだ。なお、冊子では「物量に合わせた柔軟な人員配置」という提供価値を軸に、サービス特徴や事例を掲載。現場で使えるオリジナル軍手も同封することで、インパクト創出と架電時の会話喚起を狙った。その結果、従来の架電アプローチでは突破できなかった企業層からも商談を創出し、新規接点拡大に寄与したことに加え、フォロー架電時に接触した担当者の62.2%がDMを認知しており、単なる送付にとどまらない高い到達・想起効果が確認された。

同社の既存のメイン顧客を鑑みると、BtoC企業に対するサービス提供の印象が必然的に強くなってしまっているものの、第37回のグランプリ受賞作品（広告主：freee）、銅賞受賞作品（広告主：グーグル・クラウド・ジャパン）、第36回の銀賞受賞作品（広告主：リクルート）など、BtoB企業に対しても同社の強みが機能していることがわかる。DM大賞での卓抜した実績や定期的に開催しているセミナーがきっかけとなり、実際に引き合いも増加。近年は、上流業務から長期間伴走する形のマーケティング支援が順調に積みあがってきていることもあり、ストック収益構造も強化されてきている。



※会社HPより抜粋

■企業沿革

年	沿革
1991	フュージョン株式会社を札幌市中央区に設立
1993	札幌市中央区南十五条九丁目にフュージョンビル完成
2002	データウェアハウス専用サーバを導入し、ダイレクトマーケティング事業を開始
2005	プライバシーマーク 第10820643号 認証取得 (JIS Q 15001:2006) POSデータ分析ASPサービスの「MDパートナー®」をリリース
2007	福岡市博多区に福岡オフィスを開設
2009	第23回 全日本DM大賞 2作品 銅賞受賞
2010	東京都千代田区麹町に東京オフィスを開設 第24回 全日本DM大賞 銀賞受賞 米国DMA (Direct Marketing Association ※現Data & Marketing Association) 加盟
2011	第25回 全日本DM大賞 銅賞受賞
2012	第26回 全日本DM大賞 4作品 銀賞・銅賞受賞
2013	第27回全日本DM大賞 2作品 銀賞受賞
2014	DMA国際エコ賞 リーダー賞受賞、第28回全日本DM大賞 銀賞1作品 銅賞2作品受賞
2015	第29回全日本DM大賞 金賞2作品 銅賞1作品受賞 DMA国際エコ賞 ブロンズ賞受賞 DM最適化サービス、CRM Analyzer サービス開始
2016	米国ケーブルズ賞を日本企業として初めて受賞、第30回全日本DM大賞 6作品7部門受賞
2017	札幌証券取引所アンビシャス市場 上場 第31回全日本DM大賞 銀賞 銅賞 日本郵便特別賞 全3作品受賞 情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) 認証取得
2018	第32回全日本DM大賞 金賞 銀賞 他全5作品受賞 札幌市中央区北4条西4丁目1番地 伊藤ビル4Fへ札幌本社を拡張移転
2019	第33回全日本DM大賞 金賞 銀賞 他全5作品受賞 北海道大学の産学・地域協働推進機構に研究室を設置 札幌圏地域データ活用推進機構：SARDの設立に参画
2020	第34回全日本DM大賞 グランプリ 金賞 他全5作品受賞
2021	第35回全日本DM大賞 グランプリ 金賞 他全7作品受賞
2022	第36回全日本DM大賞 金賞 他全8作品受賞、創業30周年を機にCI/VIをリニューアル
2023	凸版印刷 (現TOPPAN) と資本業務提携、WizWeに資本参加 第37回全日本DM大賞 グランプリ 金賞 他全6作品受賞
2024	第38回全日本DM大賞 金賞 他全4作品受賞、あるやうむに資本参加 Salesforce AppExchangeにコンサルタント登録
2025	第39回全日本DM大賞 銀賞 他全4作品受賞
2026	第40回全日本DM大賞 金賞 他全4作品受賞

■大株主

氏名又は名称	所有株式数 (株)	発行済株式 (自己株式を除く。) の 総数に対する所有株式数の割合 (%)
花井 秀勝	227,600	15.80
花井 優樹	218,000	15.13
プログレス株式会社	160,000	11.11
TOPPAN株式会社	143,800	9.98
佐々木 卓也	131,600	9.14
清水 敏郎	52,900	3.67
花井 智子	52,200	3.62
フュージョン従業員持株会	32,700	2.27
酒井 由香	24,000	1.67
角田 篤信	21,500	1.49
合計	1,064,300	73.88

※有価証券報告書よりRAKAN RICERCAが作成

■ 経営者情報

1974年7月7日生まれ、北海道帯広市出身。2000年に大手印刷会社からフュージョン株式会社に入社し、2011年5月に代表取締役社長に就任。世界最大のダイレクト・マーケティング団体であるDMA(Direct Marketing Association)により、米国DMA公認ダイレクトマーケティングプロフェッショナルとして公認されている他、近年は全米広告主協会 (Association of National Advertisers [略称: ANA]) が主催する、世界的に権威あるマーケティングアワード「国際エコー賞」の審査委員 (2019年9月) やi専門職大学の客員教員に就任している (2020年4月)。



佐々木 卓也

■ 事業概要

高付加価値なマーケティングサービスをワンストップで提供

同社はプロジェクトを立ち上げる前のリサーチ段階（採算性や影響度の測定、マーケティング面の課題の明確化）から、マーケティング戦略策定、顧客中心の統合データベースシステム構築、投資対効果をクライアントと共有できるプロモーション施策運営・サポート等、一連のプロセス全体の活動をサポートする。

(1) CRM支援分野

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する。

(2) サービス運営支援分野

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する。

(3) 教育支援分野

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する。なお、ANA（全米広告主協会）傘下のDMAディビジョン公認のeラーニングサービス「DCFM（DMA Certified Fundamental Marketer）」の販売は2025年6月30日をもって終了している。

CRM領域の戦略から実行までの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

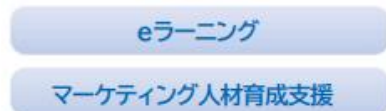
サービス運営支援

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。



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。



※会社資料より抜粋

なお、事業の分類軸を2027年2月期から現在の「サービス種別」から「クライアント業種 × 契約モデル」へ再編しており、第1四半期から開示が変更される予定である。

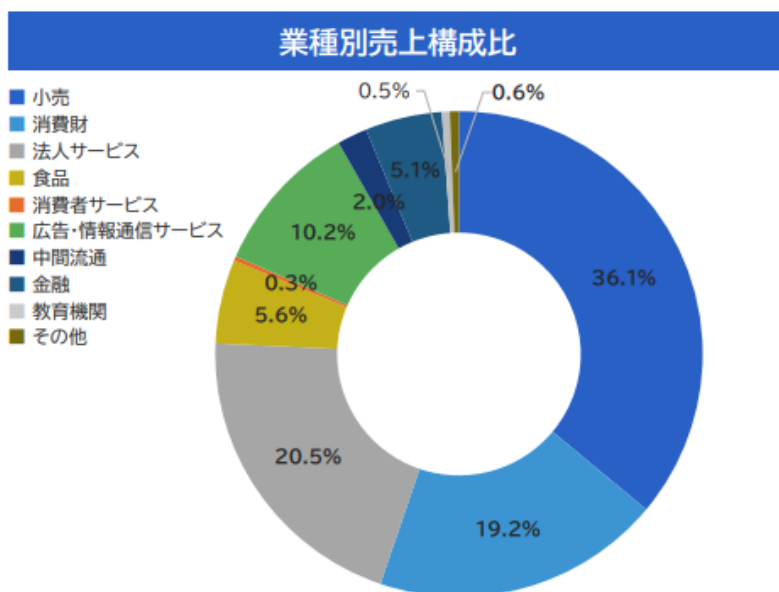
■業績動向

2026年2月期業績

2026年2月期業績は、売上高1,490百万円（前期比0.9%減）、営業利益17百万円（同2.8%増）、経常利益15百万円（同16.0%増）、当期純利益1百万円（前期は16百万円の純損失）と、売上高は微減となったものの、各段階利益で増益を確保し、最終利益でも黒字転換を果たした。ただし、期初予想比の観点では全項目で下振れての着地となっている。特に当期純利益の下振れ幅が大きい。これは主に貸主都合による東京オフィス移転に伴う一時的な費用として固定資産除却損13百万円を計上したことが大きな要因である。

期中に開催された日本郵便主催の第39回全日本DM大賞においては、18年連続のDM大賞受賞となった。こうした高いクリエイティブ実績を背景に、小売業を筆頭に消費財、BtoB領域の法人サービス業を主力とするクライアント構成に大きな変化はないが、広告・情報通信サービスおよび金融の比率がやや増加している。上期までは人的リソースの不足などもあって、新規案件の獲得にやや苦戦。しかし、下期に入って大型のコンサルティングアナリティクス案件をはじめとして、刈り取りが進んだことで、前期と概ね同水準の売上高を確保した。利益面では、上期までの計画超の赤字推移を踏まえ、コンサルティング案件の受注前稼働をはじめとした過度な販管稼働の抑制やAI活用による業務効率化及び業務スピード向上に下期から徹底的に取り組んだ。結果的に粗利改善が実現し、通期で売上総利益率については前期比1.6%pt増の42.3%となった一方、派遣社員からの正社員登用など採用戦略の見直しによる費用増などもあり販管費が同2.9%増となって、営業利益は同2.8%増での着地となっている。

サービス毎の業績については、CRM支援分野の売上高が1,152,471千円（前期比1.5%減）だった。アナリティクスの領域で既存クライアントから大型分析案件を受注した一方、コンサルティング領域における一部案件の終了等が影響した。サービス運営支援分野の売上高は333,401千円（同0.7%増）だった。POSデータ開示領域で新規クライアント企業からPOSデータ開示システムの月額運用を継続して受注したことが貢献している。教育支援分野の売上高は4,566千円（同39.2%増）だった。こちらは、セミナーの領域で新規クライアント企業から研修案件を受注したことに伴っての増加となっている。



※会社資料より抜粋

■ 損益計算書

※単位：千円

	2025年2月期	2026年2月期
売上高	1,504,315	1,490,439
売上原価	891,951	860,052
売上総利益	612,363	630,386
販売費及び一般管理費	595,567	613,116
営業利益	16,796	17,270
営業外収益		
受取手数料	252	546
違約金収入	4,085	—
その他	2	66
営業外収益合計	4,339	613
営業外費用		
支払利息	316	1,969
解約違約金	7,106	—
営業外費用合計	7,422	1,969
経常利益	13,713	15,914
特別利益		
新株予約権戻入益	—	35
特別利益合計	—	35
特別損失		
固定資産除却損	245	13,547
投資有価証券評価損	20,060	—
特別損失合計	20,305	13,547
税引前当期純利益又は純損失(△)	△6,591	2,402
法人税、住民税及び事業税	1,148	1,027
法人税等調整額	8,936	10
法人税等合計	10,084	1,038
当期純利益又は純損失(△)	△16,676	1,363

※会社資料よりRAKAN RICERCAが作成

■ 貸借対照表

※単位：千円

	2025年2月28日	2026年2月28日		2025年2月28日	2026年2月28日
資産の部			負債の部		
流動資産			流動負債		
現金及び預金	368,045	307,250	買掛金	82,343	70,704
売掛金	150,414	183,184	1年内返済予定の長期借入金	49,616	40,008
仕掛品	8,331	7,565	リース債務	247	—
前払費用	20,933	18,012	未払金	30,847	34,030
未収選付法人税等	2,721	7	未払費用	2,980	2,686
その他	13,250	14,996	未払法人税等	2,942	4,479
流動資産合計	563,698	531,016	未払消費税等	9,617	19,714
固定資産			前受金	264	285
有形固定資産			預り金	8,651	14,146
建物	80,234	64,860	その他	—	100
減価償却累計額	△26,011	△20,696	流動負債合計	187,512	186,156
建物（純額）	54,222	44,164	固定負債		
工具、器具及び備品	65,885	79,562	長期借入金	156,658	116,650
減価償却累計額	△47,941	△54,458	繰延税金負債	3,664	3,675
工具、器具及び備品（純額）	17,944	25,103	資産除去債務	18,220	17,357
リース資産	10,558	2,922	固定負債合計	178,542	137,682
減価償却累計額	△10,366	△2,922	負債合計	366,055	323,839
リース資産（純額）	192	—	純資産の部		
有形固定資産合計	72,358	69,268	株主資本		
無形固定資産			資本金	213,128	213,128
商標権	24	0	資本剰余金		
ソフトウェア	32,659	20,989	資本準備金	63,128	63,128
無形固定資産合計	32,683	20,989	資本剰余金合計	63,128	63,128
投資その他の資産			利益剰余金		
投資有価証券	36,590	36,590	利益準備金	390	390
その他	22,691	29,270	その他利益剰余金		
投資その他の資産合計	59,282	65,861	繰越利益剰余金	81,388	82,752
固定資産合計	164,324	156,118	利益剰余金合計	81,778	83,142
資産合計	728,022	687,135	株主資本合計	358,035	359,399
			新株予約権	3,931	3,895
			純資産合計	361,967	363,295
			負債純資産合計	728,022	687,135

※会社資料よりRAKAN RICERCAが作成

■ キャッシュフロー計算書

※単位：千円

	2025年2月期	2026年2月期
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前当期純利益又は純損失 (△)	△6,591	2,402
減価償却費	20,896	23,209
固定資産除却損	245	13,547
新株予約権戻入益	—	△35
投資有価証券評価損益 (△は益)	20,060	—
受取利息及び受取配当金	△2	△49
支払利息	316	1,969
売上債権の増減額 (△は増加)	17,725	△32,769
棚卸資産の増減額 (△は増加)	4,906	766
その他の流動資産の増減額 (△は増加)	△3,292	1,175
仕入債務の増減額 (△は減少)	2,933	△11,638
未払金の増減額 (△は減少)	△10,344	3,182
その他の流動負債の増減額 (△は減少)	△10,239	16,502
小計	36,613	18,261
利息及び配当金の受取額	2	49
利息の支払額	△316	△1,969
法人税等の支払額	△6,185	2,139
営業活動によるキャッシュ・フロー	30,115	18,482
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△9,784	△19,551
無形固定資産の取得による支出	△6,811	—
固定資産の除却による支出	△86	△266
資産除去債務の履行による支出	—	△5,099
投資有価証券の取得による支出	△12,000	—
その他	126	△4,496
投資活動によるキャッシュ・フロー	△28,556	△29,414
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入れによる収入	200,000	—
長期借入金の返済による支出	△33,418	△49,616
リース債務の返済による支出	△642	△247
財務活動によるキャッシュ・フロー	165,939	△49,863
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	167,497	△60,795
現金及び現金同等物の期首残高	200,548	368,045
現金及び現金同等物の期末残高	368,045	307,250

※会社資料よりRAKAN RICERCAが作成

■業績見通し

2027年2月期見通し

2027年2月期については、売上高が1,650百万円（前期比10.7%増）、営業利益は33百万円（同94.8%増）、経常利益は32百万円（同102.3%増）、当期純利益は25百万円（前期は1百万円の利益）をそれぞれ見込んでいる。2026年3月には、第40回全日本DM大賞で計4作品で受賞、19年連続のDM大賞受賞となった他、4度目のグランプリ受賞を果たしており、引き続き新規顧客の自然流入に寄与してくるだろう。また、目標数値等の詳細は对外公表していないものの、3月1日から中期経営計画「Rising2028」を新たに策定している点も非常に重要だ。「伴走型マーケティングパートナーとして、個別最適のソリューションから成果を再現するサービスへ進化する」を指針に、CRM領域におけるMarketing as a Service (MaaS) モデルの構築を推進していくことを目指す。具体的には、(1) ストック型ビジネスへの転換、(2) 複合サービスの再設計、(3) 価格戦略の再設計、(4) 行動計画の一貫性と網羅性の強化、(5) 時間当たり生産性の改善を重点施策として推進することが示されている。

例えば、(1) については現在のストック比率は非開示ながら、中計の最終年度でストック比率50%以上を目指す方針のようだ。(2) と (3) については、(1) とも関連するが、事業の分類軸を「サービス種別」から「クライアント業種 × 契約モデル」へ再編し、ストック型収益の最大化を図ることがベースにある。もう少し補足すると、従来のソリューションベースの「サービス」から「クライアントの問題解決ベースの4つの大分類、11のサービス」へ再編している。これに伴い、価格体系も工数ベースから問題解決の難易度ベースまたは提供価値ベースへの改定を順次進めているもよう。こうした動きに加えて、正式な組織として「AI推進室」を2026年3月に新設。各役務提供のシーンで「作業効率化」レベルでなく、「エージェント開発」と「RAG化の進行」を柱に抜本的な業務フロー見直しを通じて、売上拡大と売上総利益率の改善を進める戦略を同社は推進しており、これらの総合的な取り組みを通じて計画達成を目指す。

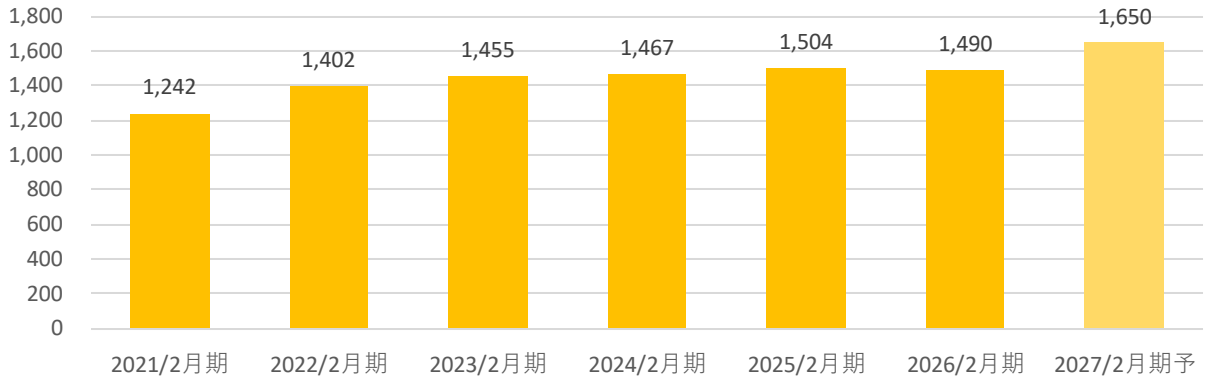
さらに、2025年9月には、日本におけるデータベースマーケティングの草分け的存在である荒川圭基氏が1983年に創業したジェリコとの業務提携を発表した。足元では、荒川氏との共同セミナーや講演を通じて、大阪方面での同社プレゼンスを伝える動きに継続的に取り組んでいる。現状の同社クライアント構成が東京を中心とした関東に集中しているなか、将来的には大阪方面での顧客獲得などに繋げていくことを視野にいれているようだ。なお、足元では中東情勢に伴うナフサ不足によって、印刷インクの調達苦戦なども一部で報じられており、同社に限った話ではないものの、マーケティング関連の事業者にも間接的な影響が生じてこないかは注視が必要だろう。

※%は前期比（前年同期比）、配当を除き単位は百万円

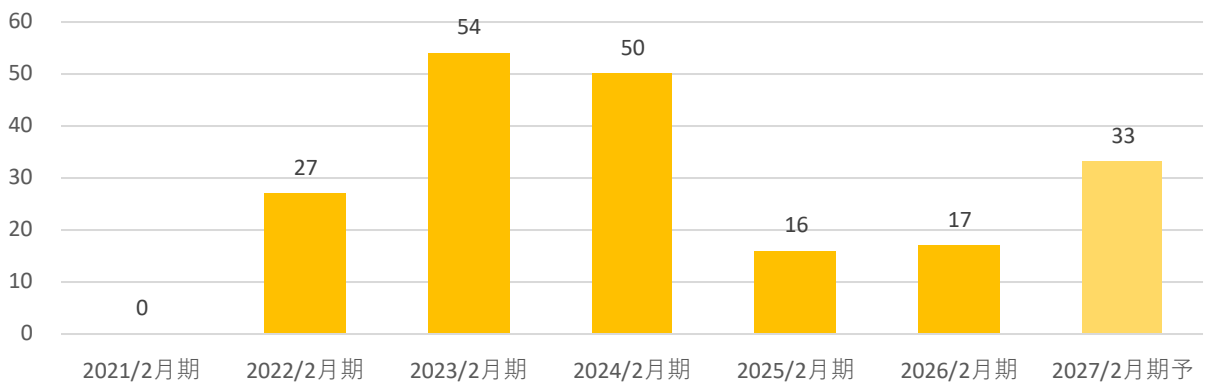
	売上高		営業利益		当期純利益		配当予想
2027年2月期 (通期予想)	1,650	10.7%	33	94.8%	25	-%	0円
2027年2月期 (上期予想)	827	17.1%	6	-%	6	-%	0円
2026年2月期 (通期実績)	1,490	△0.9%	17	2.8%	1	-%	0円
2026年2月期 (上期実績)	706	△3.3%	△42	-%	△44	-%	0円

※決算短信よりRAKAN RICERCAが作成

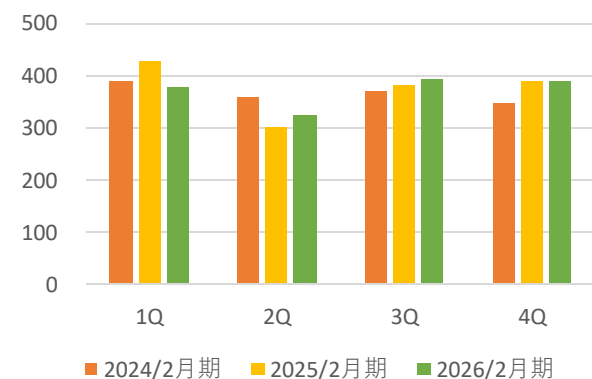
売上高 (百万円)



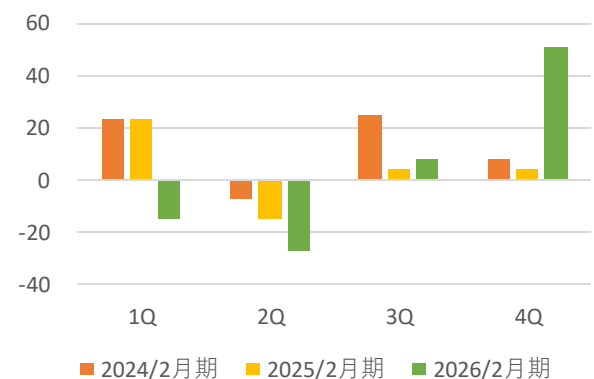
営業利益 (百万円)



売上高 (四半期比較)



営業損益 (四半期比較)



■株主還元

旧本社ビル売却意思決定による減損処理に伴う2019年2月期の無配から、2027年2月期まで継続的に無配見通しとなっている。株主還元については、2018年2月期には1株2円の配当実績がある通り、同社経営陣も重要事項と認識しており、継続的な成長に向けて、内部留保を確保しながら、業績に応じて実施するとしている。

■株主優待

同社の株主優待制度は、毎年2月末日を基準日として、1単元（100株）保有の株主を対象に1,000円相当のデジタルギフト、2単元（200株）以上保有で2,000円相当のデジタルギフトを贈呈するものとなっている。なお、同デジタルギフトの交換先は下記の予定となっている（毎年5月下旬に「株主優待のご案内」を発送予定）。

Amazon ギフトカード / Google Play ギフトコード / PayPay マネーライト

楽天ポイントギフト / QUO カード Pay / d ポイント / au PAY ギフトカード

WWF ジャパンへの寄付

■地域・企業との取組み

2019年4月には、国立大学法人北海道大学が産学・地域協働推進機構に設置した、産業創出部門（先進ITプロトタイプ研究部門）に協同参画し、同大学の施設内に研究室を設置。共同研究テーマである「ITシーズ技術を社会実装するためのプロトタイプ開発」において、北海道大学の最新の研究開発環境を活用し、同社の持つビッグデータ分析ノウハウを更に高度化し、新たな価値を創出する取組みを目指している。

また、行政データのオープン化、利活用支援事業、オープンデータ活用企業へのデータ利活用マッチング支援事業などを行う一般社団法人札幌圏地域データ活用推進機構（略称SARD）の設立（2019年7月）に、札幌市や北海道内地銀二行などと共に設立時社員として参画している。ダイレクトマーケティングエージェンシーとして同社が有するビッグデータ分析・解決支援などに関するノウハウを、他の参画企業・団体が保有するデータに活用し、新たな価値の創出・地域におけるデータ利活用活性化を推進することを目指す。

その他、AI・IoT分野における経済産業省北海道経済産業局からの採択により、地域未来投資促進法に基づく「連携支援計画」（2019年5月）と「北海道AIビジネス創出プロジェクト」（2019年7月）が進行中である。なお、北海道AIビジネス創出プロジェクトは、同社を中心に産業支援機関と金融機関からなる連携支援体制により、AI企業とユーザ企業（ものづくり関連分野、食料品製造関連分野、観光関連分野）の各企業とのマッチング促進とともに、これら産業のAI活用を担う人材の育成を行うことによって、北海道産業の労働生産性等の課題を解決し持続的な発展を実現することを目指す。

加えて、2020年5月18日には、資本業務提携先で、北海道大学公認AI（人工知能）ベンチャー企業である（株）調和技研が実施する第三者割当増資での新株発行の一部を引き受けることを決議し、その払い込みが完了したことを公表している。同社と調和技研は主に、AIの活用やデータ分析の領域で協業を推進しており、提携以来複数の案件で協力体制を組み、実績を積み重ねている。さらに、2021年5月31日付で資本業務提携の強化も公表。同社の専務取締役である安田真氏が調和技研の社外取締役役に就任した。直近では、2023年2月7日に習慣化プラットフォーム Smart Habitを開発・運営するWizWe社に、資本参加したことを発表。2024年11月には、NFT（非代替性トークン）及びDAO（分散型自立組織）のソリューション提供を主力ビジネスとするあるやうむ社に資本参加するなど、シード～アーリーステージのベンチャー企業への投資を通じて、将来への種まきを続けている。

また、2023年2月7日に凸版印刷（※現在のTOPPAN、以下「TOPPAN」表記）との資本業務提携を発表。両社はかねてより良好な協業関係にあり、TOPPANに対して同社がコンサルティングやアナリティクスの領域で個別サービスを提供してきた背景がある。2025年9月には、日本におけるデータベースマーケティングの草分け的存在である荒川圭基氏が1983年に創業したジェリコとの業務提携を発表している。

■ CSR/ESG活動等

女性の活躍推進に関する取り組みが特に優良な企業として、厚生労働大臣より「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律（女性活躍推進法）」に基づく「えるぼし」認定の最高位である「3段階目」の認定を2018年3月に受けているほか、同年7月には札幌市ワーク・ライフ・バランスplus企業の「ステップ3 先進取組企業」として認定を受けている。

また、2020年3月に「北海道働き方改革推進企業シルバー認定」（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道が認定する制度）を受けた他、「北海道あったかファミリー応援企業」（道による育児や介護などの家庭と仕事の両立できる制度など男女が共に働きやすい職場環境づくりに取り組んでいる企業の登録制度）としても認定されるなど、従業員の働きやすさを意識した経営に取り組んでいる。

2020年10月には、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「地域未来牽引企業」となった。さらに、2026年3月に、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人 2026（中小規模法人部門）」の認定を受けた（地域の健康課題に即した取組や日本健康会議が進める健康増進の取組をもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度）。こうした豊富な実績からも、多様な観点から企業価値を高めることに継続して努めていることがわかる。



地域未来牽引企業



また、同社札幌オフィスに常設されている自動販売機の売上の一部は、公益財団法人北海道対がん協会に寄付され、乳がんから女性を守るための活動にあてられており、北海道コカ・コーラボトリングとは共同で「ピンクリボン活動」を推進している。その他、CSR活動の一つとして、日本赤十字社へ、年度でDM発送件数・メール発送件数を集計し、その集計された年間の総プロモーション件数に、検討のうえ決定した割合を乗じて算出された金額を寄付するという活動を行っている。

さらに、2024年4月にはSDGsへの取組方針に設定されている特に貢献すべき目標のうち、「目標5・ジェンダー平等を実現しよう」をターゲットにし、「ジェンダー平等や女性のエンパワーメントを支援している女性支援団体」へ寄付を実施済みである。加えて、一般社団法人北海道IT推進協会が実施する「フードドライブ」（フードドライブ：家庭で使い切れない未使用食品を持ち寄り、支援を必要としている福祉施設・団体等に寄贈することで、食品ロス削減に貢献する活動）への参加、北海道教育委員会が推進する「高校生就業体験活動推進事業」に関して、インターンシップ受け入れ、「さっぽろ圏奨学金返還支援事業」の認定企業として登録するなど、積極的にCSR活動に取り組んでいる。

■事業に関するリスク

同社は、日本国内における流通小売業、製造小売業などのBtoC企業に依存しており、業績は国内の景気動向や個人消費の動向等の経済環境のみならず、BtoC企業各社の景況等に影響されやすい傾向にある。このリスクに対して、BtoB企業や学校法人など多種多様な企業との新規取引を開拓し、特定の業界に依存している状況からの転換を進めている。しかしながら、国内の景気動向、消費動向等の経済情勢並びにBtoC企業各社における景況等が悪化した場合には、クライアント企業数の減少やクライアント企業における販売促進費の抑制、及びマーケティング手法の変更等が想定され、同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

同社の全売上高に占める割合が10.0%以上となる主要クライアント企業の数及び売上高の割合の合計は、2025年2月期において2社にて25.1%、2026年2月期において1社にて17.8%となっている。今後、当該クライアント企業との取引額に関して拡大を図っていきながらも、新規クライアント企業等、当該クライアント企業以外との取引額の拡大を図り、当該クライアント企業への依存度の低減に努めていくが、何らかの事情により、当該クライアント企業との取引額が大幅に減少した場合、もしくは当該クライアント企業との取引の継続が困難な事態に陥った場合には、同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

同社は、ダイレクトメール制作をはじめとする各種表現物の企画・制作等において、企画立案は自社内にて行うものの、実作業の多くは各分野における専門会社等に外注している。これまで同社は、十分なスキルとノウハウを有し、かつ同社又はクライアント企業のニーズに応える品質を維持できる外注先を安定確保できており、また、当該外注先と良好な関係を構築している。しかしながら、外注先の何らかの事情により、同社との取引が継続できなくなった場合、もしくは同社又はクライアント企業が要求する品質の維持ができなくなった場合には、同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

同社が属するマーケティング業界は近年拡大を続けている。そのため、競合企業が多く存在しており、今後も増加する可能性がある。同社は、一連のマーケティング業務をワンストップで提供し、他社との差別化を図り、継続的な事業成長に努めているが、競争の激化により同社の優位性が失われ、同社とクライアント企業との取引が縮小される可能性があり、かかる事態となった場合には、同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

同社のクライアント企業の商行為は、「特定商取引に関する法律」、「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（特定電子メール法）」、「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」等、主にマーケティング事業に関わる法的規制等の影響を受ける。これらの法規制等の導入・強化・改正等に対して同社のクライアント企業が適切な対応を行わなかった場合及び同社がクライアント企業に対し適切な対応を怠った場合は、クライアント企業の業績が悪化する可能性があり、このような事態となった場合には、間接的に同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

※有価証券報告書よりRAKAN RICERCAが作成

重要事項（ディスクレーム）

- 本レポートは、札幌証券取引所が作成したものではありません。
- 本レポートは、面会や電話取材等を通じて本レポートの対象企業より情報提供を受け、RAKAN RICERCA株式会社（以下、弊社）が信頼できると判断した情報をもとに作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、本レポートの対象企業が発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは、あくまで情報の提供を唯一の目的として作成されたもので、有価証券の価値判断や取引及びその他の取引の勧誘又は誘引を目的とするものではありません。
- 本レポートは、対象企業がその作成費用を支払うことを約することにより制作されたものであり、レポートの対象企業が札幌証券取引所に支払った金額すべてが、札幌証券取引所から弊社に支払われています。ただし、本レポートに含まれる仮説や結論はレポートの対象企業によるものではなく、弊社の分析及び評価によるものです。また、本レポートの内容はあくまですべて作成時点のものであり、予告なく変更されることがあります。
- 弊社は、役員及び従業員に対して、所定の手続きを経ずにレポートの対象企業に係る証券又は関連デリバティブを取引することを禁止しています。ただし、弊社の役員及び従業員は、レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して、将来取引を行う可能性があります。そのため、弊社の役員及び従業員は本レポートの客観性に影響を与えうる利害を有する可能性がある点にご留意ください。
- 本レポートの著作権は弊社に帰属しますが、個人目的の使用においては複製が許諾されています。なお、配布、転送、その他の利用は著作権侵害に該当します。また、札幌証券取引所及びレポートの対象企業に対しては、本レポートの利用を許諾しております。
- 本レポートに含まれる情報は、いかなる目的で使用される場合においても、投資者の判断と責任において使用されるべきものであり、本レポート及び本レポートに含まれる情報の使用による結果について、札幌証券取引所及び弊社は如何なる責任を負うものではありません。
- なお、本レポートに関するお問合せに関しては、札幌証券取引所もしくはレポートの対象企業に直接ご連絡ください。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

RAKAN RICERCA株式会社