

2023年2月期 第2四半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

2022年10月14日



目次

1. はじめに.....	P3
2. 当社の概要.....	P4
3. 2023年2月期第2四半期決算概要.....	P8
4. 2023年2月期第2四半期トピックス.....	P15

1. はじめに

FUSION

MARKETING COMPANY

Let's team up and climb that mountain!

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"

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」という想いを変えることなく、
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

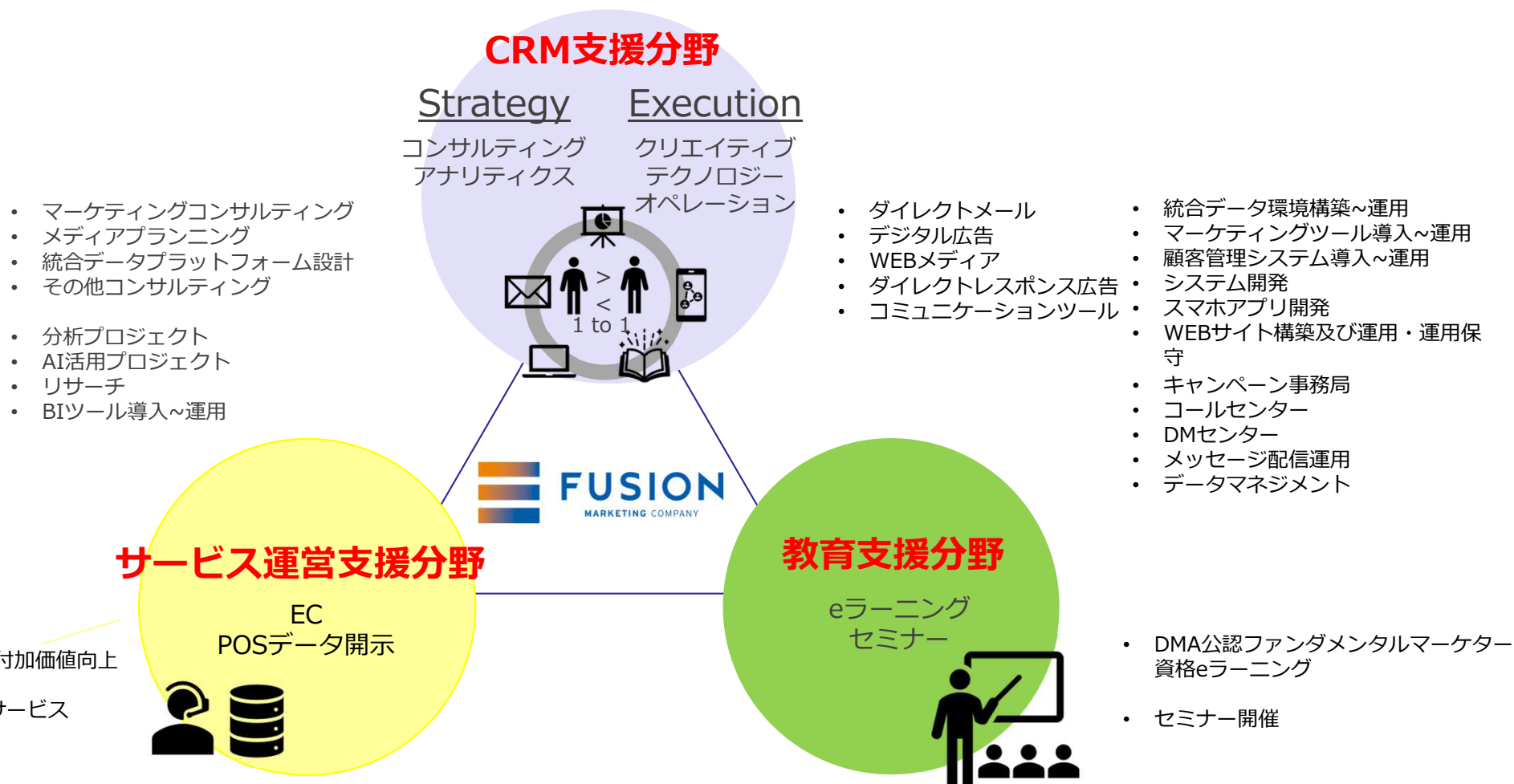
会社概要

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	東京都千代田区麹町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	89名（役員、パート、派遣含む。2022年9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

- ・ 2021年2月期より、従前のダイレクトマーケティング事業の単一セグメントを維持しながら、3つの分野に属するサービスの再定義を進め、提供価値の提供先及び内容の明確化、戦略方針の明確化、売上及び利益構造の明確化を実施。
- ・ 2022年3月より当社事業を「総合マーケティング支援事業」とし、併せてCIとVI変更も実施。



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または法人を顧客とし、かつ対象顧客のリストを保有している企業です。
- 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しています。



※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月期第2四半期決算概要

2023年2月期第2四半期の業績サマリー

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なりました。

- 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：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。また、期初計画どおりに人員採用が進捗せず、人件費が計画を下回ったことも改善の一因。
- 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

699,775千円

前年同期比 3.0%増

経常利益 42,836千円

前年同期比 117.4%増

営業利益

41,359千円

前年同期比 413.3%増

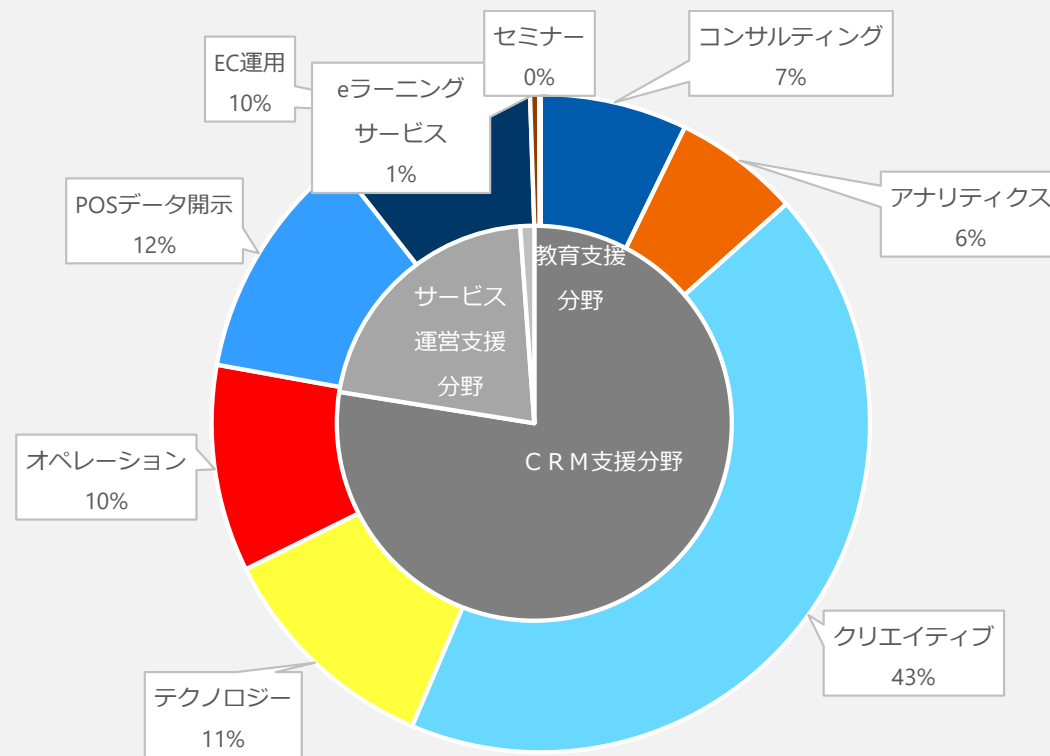
四半期純利益 36,991千円

前年同期比 119.2%増

サービス分野・領域別売上高内訳

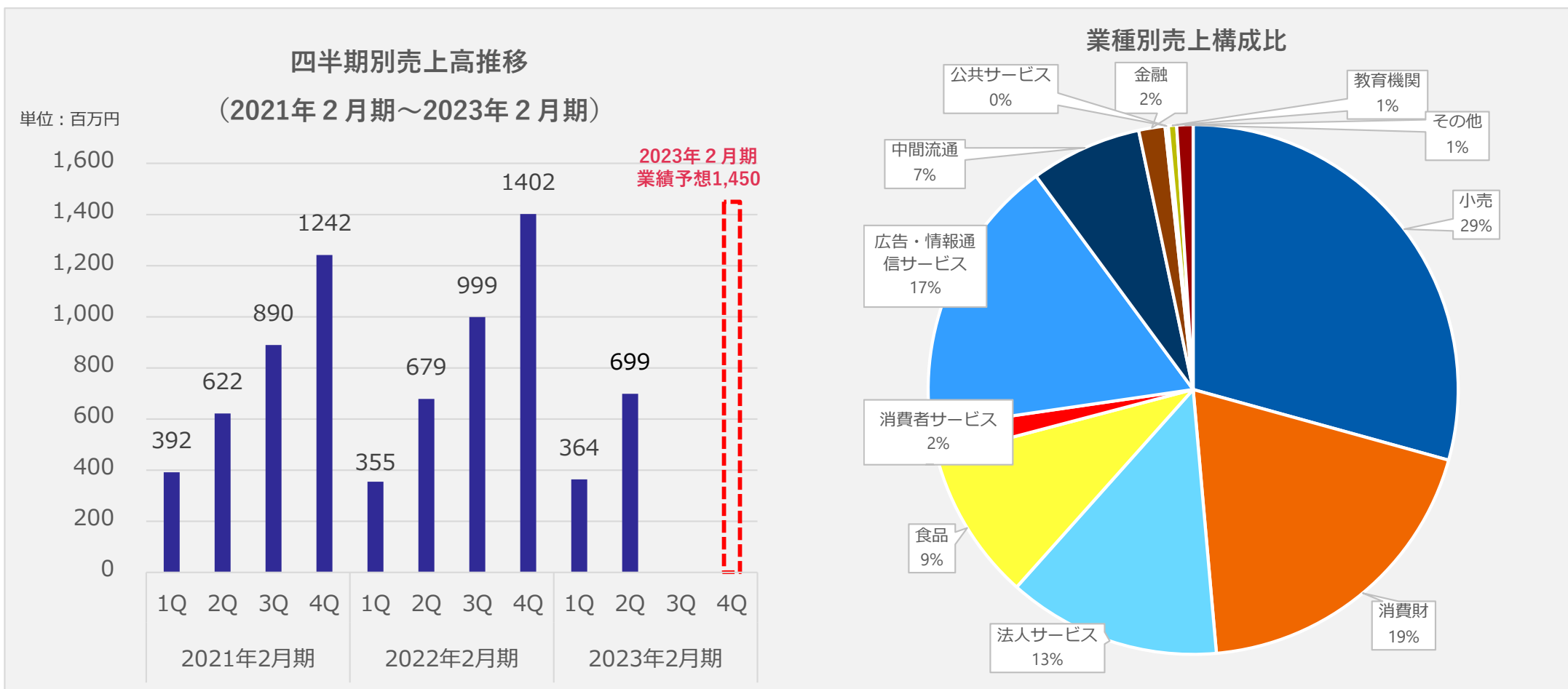
- 主力のCRM支援分野でのコンサルティング、クリエイティブサービスの伸長が売上増加に寄与。
- サービス運営支援分野では、EC運用の売上が堅調。

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。
- 消費財及び広告・情報通信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2Q	2023年2月期2Q	増減額	増減率
売上高	679,405	699,775	20,370	3.0%
売上原価	414,806	390,147	-24,659	-5.9%
売上総利益	264,598	309,628	45,030	17.0%
販売費及び一般管理費	256,542	268,268	11,726	4.6%
営業利益	8,056	41,359	33,303	413.4%
営業外収益	12,225	1,879	-10,346	-84.6%
営業外費用	576	402	-174	-30.2%
経常利益	19,705	42,836	23,131	117.4%
特別利益	-	107	-	-
特別損失	14	-	-	-
税引前当期純利益	19,691	42,943	23,252	118.1%
法人税等	2,813	5,951	3,138	111.6%
当期純利益	16,878	36,991	20,113	119.2%

プロジェクト管理の精度が高まり、大幅に原価率を改善。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っている

2022年2月期2Qは助成金収入6,713千円、受取保険金3,289千円等が計上されている

貸借対照表

(単位：千円)

	2022年 2月期末	2023年 2月期2Q末	増減額	増減率	主な増減要因
資産	616,867	584,833	△ 32,034	-5.2%	
流動資産	468,183	430,020	△ 38,163	-8.2%	<ul style="list-style-type: none"> ・現金及び預金 -5,125 ・売掛金 -17,909
固定資産	148,683	154,813	6,130	4.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・有形固定資産 3,530 ・無形固定資産 2,599
負債	335,047	266,129	△ 68,918	-20.6%	
流動負債	218,791	180,331	△ 38,460	-17.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・未払金 -26,601 ・買掛金 -8,362
固定負債	116,255	85,797	△ 30,458	-26.2%	<ul style="list-style-type: none"> ・長期借入金 -30,084
純資産	281,819	318,704	36,885	13.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・利益剰余金 36,991
自己資本比率	45.0%	53.8%			

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

キャッシュ・フローの状況

(単位：千円)

	2022年2月期 2Q	2023年2月期 2Q	2023年2月期2Qの主な内訳	
営業CF	93,135	38,560	税引前四半期純利益	42,943
			減価償却費	8,765
			賞与引当金の増加	5,784
			売上債権の減少	17,909
			棚卸資産の減少	3,248
			仕入債務の減少	-8,362
			未払金の減少	-28,153
			法人税等の支払額	-9,522
			投資CF	-8,568
			無形固定資産の取得	-6,518
財務CF	-32,919	-30,405	長期借入金の返済	-30,084
現金及び現金同等物の増減額	51,647	-5,125		
現金及び現金同等物の残高	263,023	258,971		

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

ソフトウェア
(クライアント
用サーバー
リプレイス
等)



4. 2023年2月期第2四半期トピックス

2023年2月期第2四半期トピックス一覧

1. 第36回全日本DM大賞で15年連続の受賞
2. 株式会社調和技研との資本業提携後の連携強化
3. Work from Any Office (WAO) の導入
4. 対外発信の強化
5. 設立30周年を迎えCIとVIを変更

第36回全日本DM大賞で15年連続の受賞

金賞など計8作品で受賞。多様な業種への対応が進み、15年連続の受賞。（2022年3月）



●株式会社DINOS CORPORATION様のDMで金賞と特別賞
超優良顧客のさらなるファン化に成功した香木「パラサント」を同封したDM。



●株式会社ネクスウェイ様/株式会社エッグ様で金賞と特別賞
自治体のふるさと納税担当者向けに「寄附金受領証明書 発送代行サービス」の
内容と導入メリットを訴求したDM。



広告主：
花王株式会社様



広告主：
株式会社東京個別指導学院様



広告主：
株式会社リクルート様



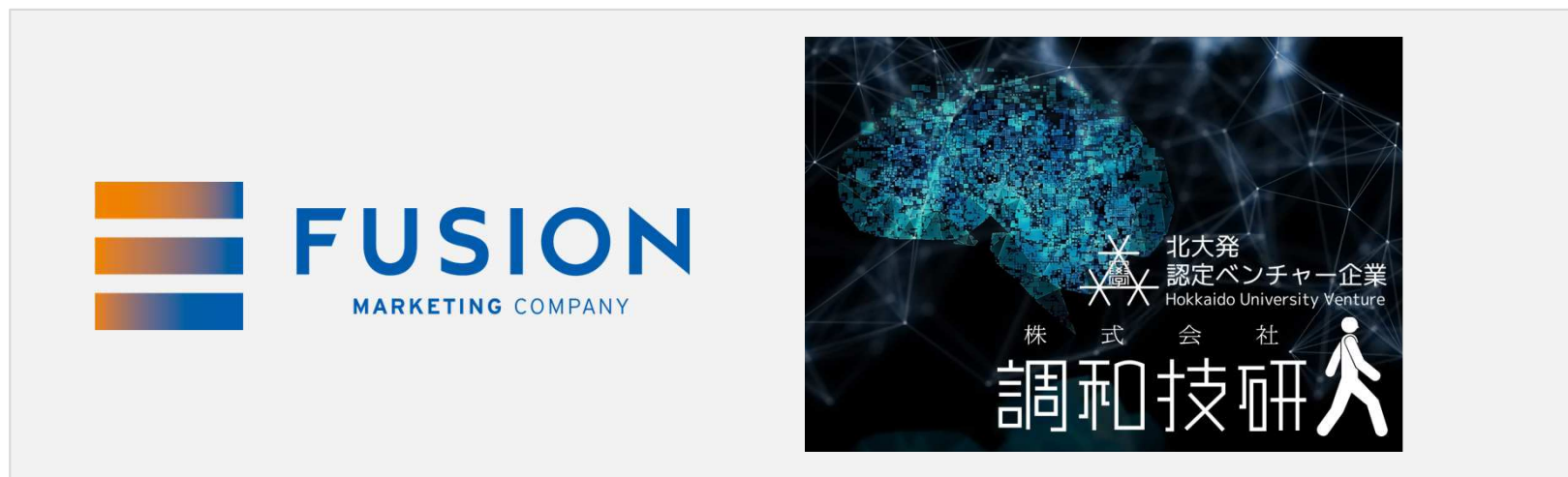
広告主：
株式会社リクルート様



広告主：
ピットニーボウズジャパン株式会社様

株式会社調和技研との資本業提携後の連携強化

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。

The screenshot shows the 'New Articles' (新着記事) section of the FUSION Marketing Company website. The header includes the company logo, navigation links for 'お問い合わせ' (Contact), '資料ダウンロード' (Download Materials), and 'JP/EN' language toggle. A main menu lists 'サービス' (Services), '事例・実績' (Cases/Track Record), 'マーケティングコラム' (Marketing Column), 'ニュース' (News), '会社紹介' (Company Introduction), 'IR', and '採用情報' (Recruitment Information). The article grid features three featured posts: 1) '優良顧客とは違う！ロイヤルカスタマーが重視される理由と維持の方法' (Why loyal customers are valued and how to maintain them), dated 2022-10-11, with tags for CRM and Royal Customer. 2) '【簡易計算シート付】LTVとは？重視される背景やCRMとの関係、計算方法...' (LTV: Background, relationship with CRM, and calculation methods), dated 2022-10-03, with tags for CRM and Consulting. 3) '【全日本DM大賞の事例から学ぶ】BtoBプロモーションで成果を出すため...' (Learning from All Japan DM Grand Prize cases: Achieving results with B2B promotion), dated 2022-09-26, with tags for Case, B2B, and Campaign. A sidebar on the right lists various content categories like BtoB, Consulting, and MA. A '人気の記事' (Popular Article) button and an upward arrow are at the bottom.

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

The screenshot shows the official note page for FUSION on Note.com. The header includes the 'note FES.22.' logo and the company name 'フュージョン株式会社【公式】'. The main content is a blue-bordered graphic with the text '#5分でわかるDCFMSシリーズ データベースマーケティング編' (5-minute DCFM series: Database Marketing Edition) and the FUSION logo. Below the graphic, the title '【5分でわかるDCFMS】データベースマーケティング編' is displayed, along with a heart icon and the number '9'. A 'フォロー' (Follow) button is visible on the left side.

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（管理部） TEL : 011-271-8055



FUSION
MARKETING COMPANY