



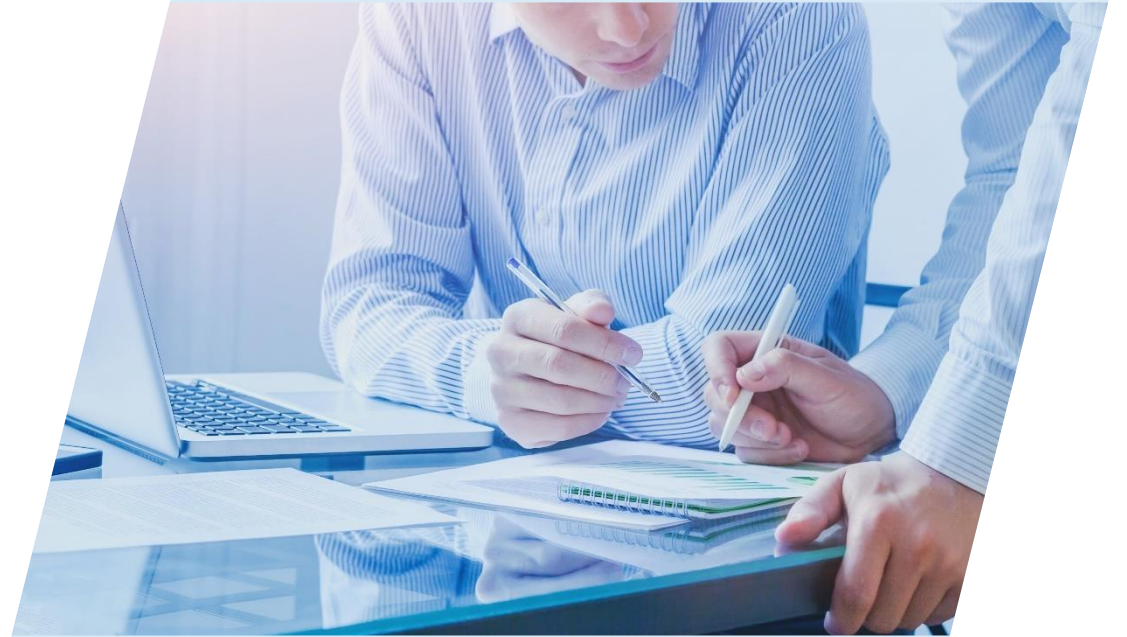
2025年2月期 決算補足説明資料

2025年4月23日
フュージョン株式会社

証券コード：3977

目 次

- | | | |
|---|---------------|----|
| 1 | 2025年2月期決算概要 | P3 |
| 2 | 2025年2月期トピックス | P8 |



01.

2025年2月期決算概要



■ 売上高は前期比で増加。営業利益、経常利益及び当期純利益は前期比で減少。

- 売上高: 主力のCRM支援分野においてクリエイティブ領域で郵券代の値上げの影響により伸び悩んだものの、コンサルティングやアナリティクス領域で既存クライアント企業から複数案件を受注したこと、また、サービス運営支援分野において、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導入を受注したことにより増加。
- 営業利益・経常利益: 採用強化により人件費や採用費などの関連費用が増加したことにより減少。
- 当期純利益: 当社が保有する投資有価証券(非上場株式)の一部について、取得価額に比べ実質価額が大幅に下落したため、投資有価証券評価損を特別損失として計上したことにより減少。

売上高	1,504,315千円
	前年同期比 2.5%

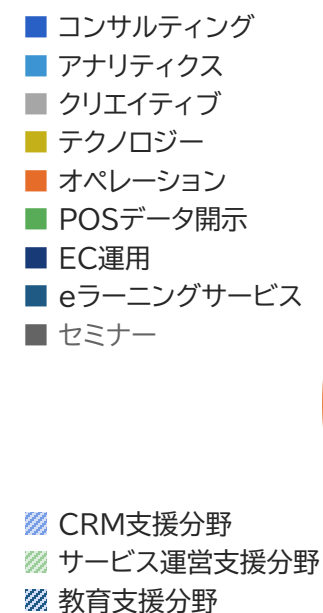
経常利益	13,713千円
	前年同期比 -72.9%

営業利益	16,796千円
	前年同期比 -66.6%

当期純利益	△16,676千円
	前年同期比 -

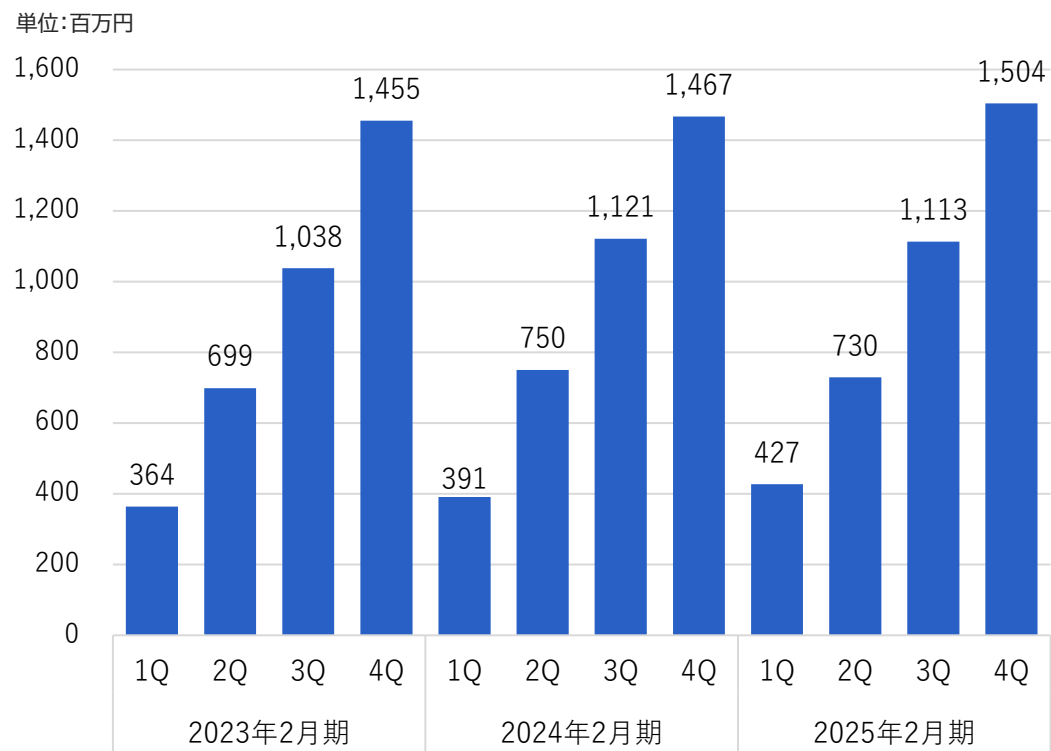
- 主力のCRM支援分野でのコンサルティング、アナリティクスサービスが伸長。
- サービス運営支援分野では、POSデータ開示サービスで新規のPOSデータ開示システム導入を受注。

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運用
教育支援分野	eラーニングサービス
	セミナー

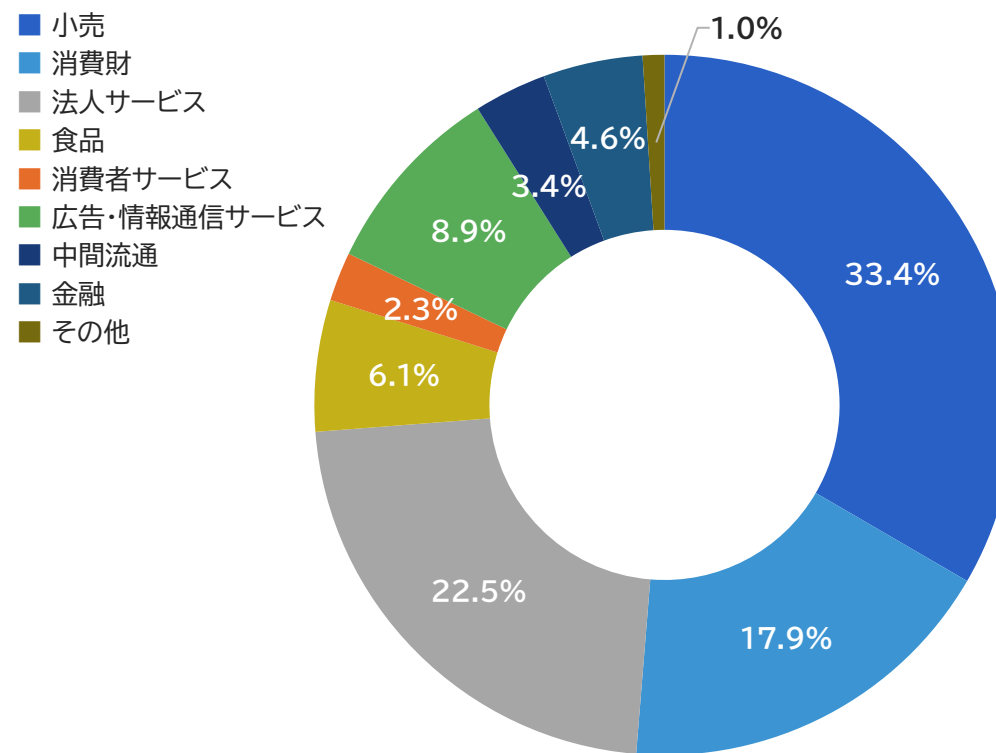


- 法人サービス業に対するビジネスが伸長し、売上増加に寄与。
- 主力の小売業のウエイトは約4パーセント増加。

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	2025年2月期	増減額	増減率
売上高	1,467,931	1,504,315	36,384	2.5%
売上原価	839,822	891,951	52,129	6.2%
売上総利益	628,108	612,363	△15,744	△2.5%
販売費及び一般管理費	577,871	595,567	17,695	3.1%
営業利益	50,237	16,796	△33,440	△66.6%
営業外収益	711	4,339	3,628	510.0%
営業外費用	373	7,422	7,048	1,888.8%
経常利益	50,575	13,713	△36,861	△72.9%
特別利益	289	—	△289	—
特別損失	1,414	20,305	18,891	1,335.7%
税引前当期純利益	49,450	△6,591	△56,041	—
法人税等	△3,139	10,084	13,224	—
当期純利益	52,589	△16,676	△69,265	—

採用活動の強化に伴い採用費等の関連費用が増加

投資有価証券(非上場株式)の一部について、取得価額に比べ実質価額が大幅に下落したため、投資有価証券評価損を計上

02.

2025年2月期トピックス



第39回全日本DM大賞で18年連続の受賞！

- 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、18年連続の受賞！

(2025年3月)

- マイナビ株式会社様で銀賞

組織で“ともに”、マイナビと“ともに”

新入社員が育つ組織風土づくりを提案

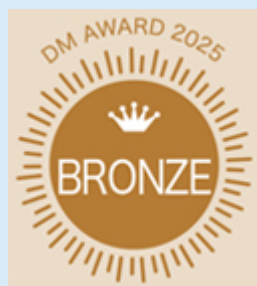
「ともに、育てる」人材育成もマイナビ！商談化600%DM

詳細はこちら

<https://www.dm-award.jp/winner/39th/silver/silver-07.html>



※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:第一生命保険株式会社様



広告主:株式会社エンリージョン様



広告主:フリー株式会社様

■ 株式会社あるやうむ

同社は、「地域間格差を解消する」をビジョンに掲げ、主に「地方創生NFT（※1）発行事業」、「NFTシステム開発コンサルティング事業」、「地域おこし協力隊DAO（※2）事業」を通して最新のテクノロジーを全国へ平等に提供するスタートアップ企業です。

■ 資本参加の目的

- J-Startup HOKKAIDO認定の注目スタートアップへの応援と純投資の位置づけで関係性を強化する
- 今後Web3（※3）やNFTを軸とした同社の「地方創生NFT発行事業」、「NFTシステム開発コンサルティング事業」、「地域おこし協力隊DAO事業」に関連する業務に対して、当社のマーケティング分析やプロモーションのサービス提供を見込むため



※1 NFT…「唯一無二のデジタルデータ」、もしくは「デジタルデータに唯一性を持たせることを可能にする技術」

※2 DAO…ブロックチェーンを活用した新しい組織形態。従来の中央集権型組織とは異なり、参加者同士が協力し合いながら組織運営を行う

※3 Web3…セマンティックウェブ、人工知能、分散型技術（例えばブロックチェーンやデータプライバシー技術）などの進歩を統合する次世代のインターネットの形

■ 株式会社調和技研との協業

投資先でIPO準備中のAI企業、調和技研との協業を加速。
2024年中に同社がヘルプデスク業務を支援する生成AIチャットサービス『AIWEO for ヘルプデスク』を発売するにあたりファーストユーザーとしてスムーズな顧客体験の追求を後押し。

マーケティング現場への投入を通じCX向上と人手不足という、社会課題解決の同時実現を目指す。

■ AIWEO for ヘルプデスクの特徴

- 生成AIとRAGによる自動応答
- 未解決時の有人引継ぎとFAQ登録
- QAデータの分析と改善提案



The advertisement features the FUSION MARKETING COMPANY logo on the left and a stylized map of Japan on the right, with text indicating a partnership with Hokkaido University Venture. The main content is a comparison of customer service challenges. On the left, a man icon represents 'Consultation side's烦恼' (烦恼: Worry/Problem). It lists two issues: 1. Information is too much, and keyword search doesn't lead to the needed info. 2. General rule-based chatbots can't provide desired answers. On the right, a woman icon represents 'Consultation side's烦恼'. It lists two issues: 1. The same question is asked repeatedly, and other business tasks are hindered. 2. Chatbot tools tried but maintenance and other costs were not covered. Below this, it states 'Such problems can be solved smartly!'. At the bottom is the AIWEO for Helpdesk logo.

FUSION MARKETING COMPANY

北大発
認定ベンチャー企業
Hokkaido University Venture
株式会社
調和技研

お問い合わせ対応やナレッジマネジメントで
こんな課題はありませんか？

相談される側の悩み

- ✓ 情報が多く、キーワード検索では欲しい情報にたどり着けないので分かる人を探して聞かなければならない。
- ✓ 一般的なルールベースのチャットボットだと欲しい回答が得られないので直接聞くしかない。

相談される側の悩み

- ✓ 同じ質問が何度も寄せられてしまい、他の業務に、手が回らなくなっている。
- ✓ チャットボットツールも試したが、メンテナンスなど運用コストが見合わなかった。

このような課題をスマートに解決！

アイウエオ
AIWEO
for ヘルプデスク

■ 背景と目的

マーケティングオートメーション(MA)は、CRMのデータベースから対象者を抽出し、その顧客の購買やWEBサイト訪問などのアクションをトリガーに、1人1人に配信するメッセージを変えることで、施策の効果を最大化することができます。

シンプルな施策であれば、MAツールの中で設定を完結させることができますが、条件にこだわると必要なスキルは多岐にわたります。そして、簡易なメール配信ツールからMAツールに切り替えた多くの企業が、自社内でそのスキルを補いきれず、MAの機能を十分に有効活用できていないという課題を抱えています。Salesforce Marketing Cloud Engagement運用支援サービスは、そのようなマーケティング担当者の悩みに寄り添い、MA運用のパートナーとして、自社内に足りないスキルを補完しながらシナリオの設計から実行までを伴走型で支援するサービスです。

■ サービスの特長

Salesforce Marketing Cloud Engagementツール内での設定～実装作業をサービス範囲とし、まずは運用引継ぎプロジェクトとして、運用環境の確認から引継ぎ要件の整理、シナリオ修正・追加の設定実装を行います。その後はPDCAフェーズとして、振り返り会の実施と必要に応じて新規シナリオの設計～実装を担います。

1. CRM支援をPDCAで伴走

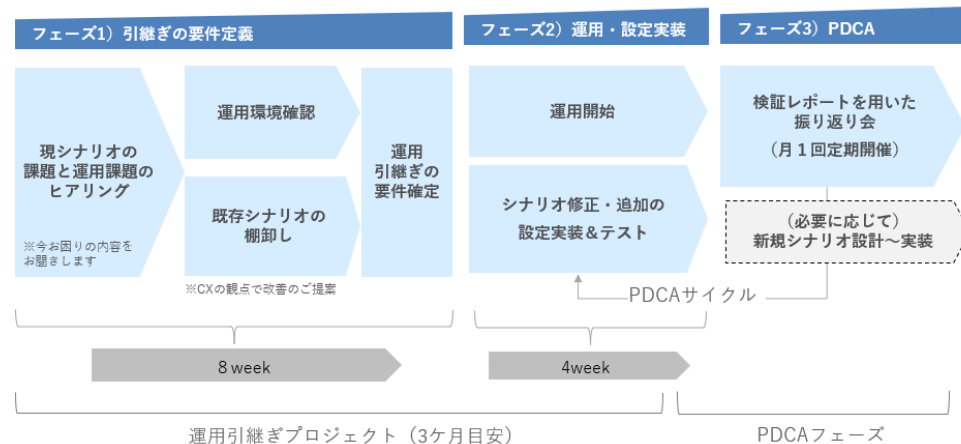
2. 課題解決～ありたい姿を実現

3. Salesforceの認定資格保有

当社は、Salesforce社の認定コンサルティングパートナーです。



運用引継ぎは3ヶ月（目安）のプロジェクトで進行
その後はPDCAを回していくフェーズとして伴走支援します



ISラボ社と業務提携、新サービス『顧客ロイヤルティ可視化サービス』をリリース

■ 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

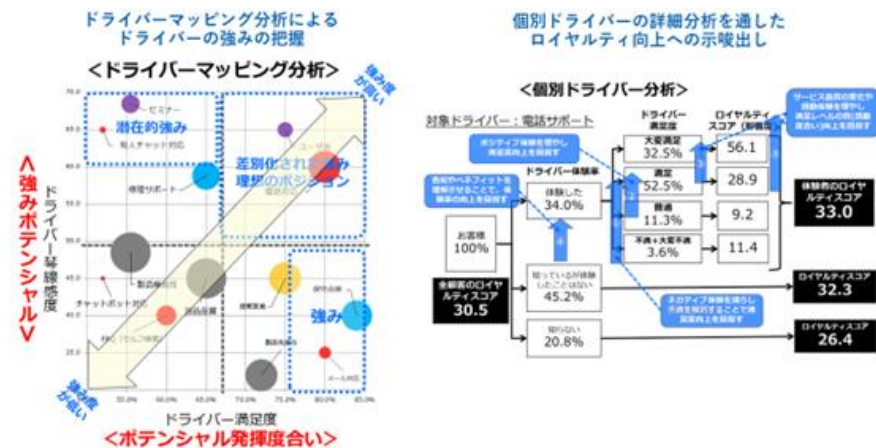
何の提供価値がどのように顧客ロイヤルティに影響を与えているかを3階層で構造化・定量化できます。

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。

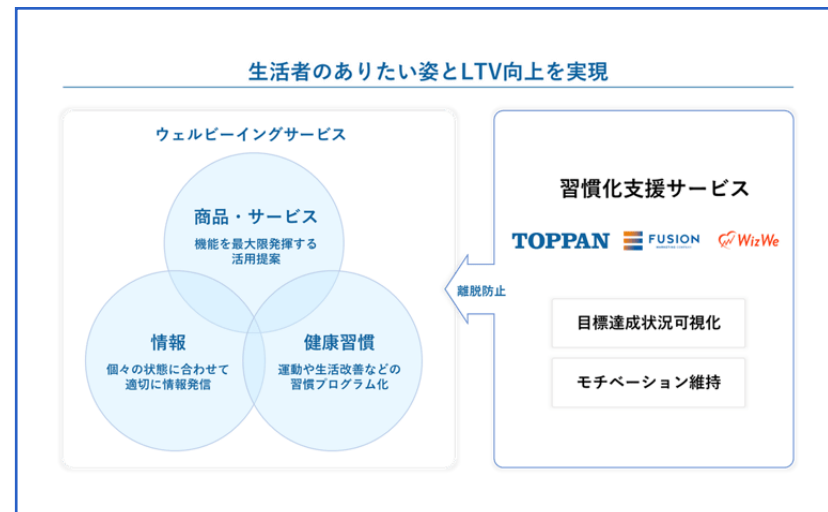


TOPPAN株式会社、株式会社WizWeと習慣化支援サービスを提供開始

■ 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



■ 株主優待の内容変更の理由

当社は、株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高め、個人投資家様を始めとする、より多くの投資家様に当社株式を中長期的に保有していただくことを目的として、株主優待制度を実施してまいりました。このたび、利用者ごとに選択可能な品目での優待のご希望を株主の皆様より複数頂いたこともあり、株主の皆様の利便性向上を目的としてQUOカードpayやAmazonギフトカードなど、ご希望に応じて選択できるデジタルギフト®に優待品目を変更することといたしました。

■ 変更の内容

基準日時点で1単位(100株)の当社株式を保有されている株主様を対象に1,000円相当のデジタルギフト®を贈呈、2単位(200株)以上の当社株式を保有されている株主様を対象に2,000円相当のデジタルギフト®を贈呈いたします。

※対象となる交換先は下記を予定しております。

Amazonギフトカード/ QUOカードpay/PayPayマネーライト/dポイント/

au PAY ギフトカード/ Visa e ギフト vanilla/図書カード NEXT/Uber Taxi ギフトカード/ Uber Eats ギフトカード/ Google Play ギフトコード

- 当社は、パーパス・ビジョン・コアバリューから成る企業理念に基づく事業活動を通じ、社会の持続可能な発展に貢献することが、私たちに期待されているサステナビリティ(持続可能性への取り組み)と考えております。そのような中、自社での教育・育成のみならず、広く優秀な人材の輩出に資する取り組みは、当社における社会的使命の一つであると考えております。

● 2024年度東海大学での講演

当社常務取締役木村達夫が東海大学理系教育センター開講科目(社会情報実践)の講師として登壇

講義内容は、「AIの社会実装」に関する学習を目的として、実務者にしか分からない最新のマーケティング及びAIの知見や未来予想について

● 市立札幌旭丘高等学校数理データサイエンス科授業登壇

当社社員がデータサイエンス/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授業に登壇

● 「ソーシャルボンド」日本学生支援債券へ投資

自社での教育・育成のみならず、広く優秀な人材の輩出に資する取り組みは、当社における社会的使命の一つであると考え投資

これをきっかけとして、今後は奨学金返還支援(代理返還)制度といった踏み込んだ施策の導入も含め、更なる人的資本経営強化を検討

SDGs 4. 質の高い教育をみんなに

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



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