

2025年2月期中間期 決算補足説明資料

2024年10月18日

フュージョン株式会社

証券コード: 3977

目次

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

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.

2025年2月期中間期決算概要



2025年2月期中間期 業績サマリー

■ 売上高は前期比で若干の減少。営業利益、経常利益及び中間純利益は前期比で減少。

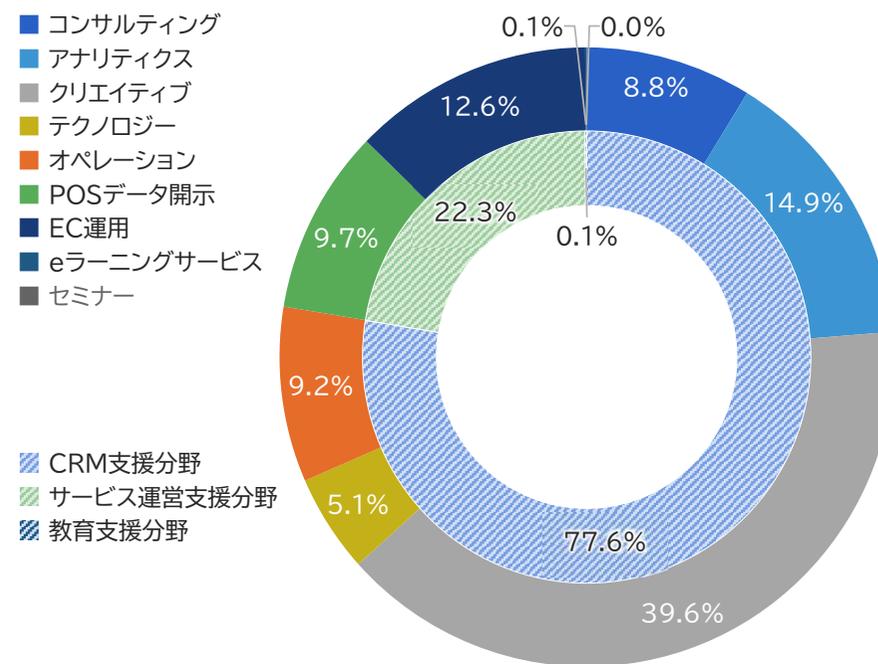
- 売上高: 主力のCRM支援分野においてアナリティクス領域で既存クライアントからの月額契約案件の受注数が増加したものの、クリエイティブ領域とテクノロジー領域で受注済大型案件の売上計上時期ずれが発生したことにより、当中間期までに売上計上に至らなかったことが影響。
- 営業利益: 採用活動の強化に伴い採用費などの関連費用が増加したことにより減少。
- 経常利益・中間純利益: 営業利益と同じ傾向で減少。



サービス分野・領域別売上高内訳

- 主力のCRM支援分野での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、EC運用の売上が堅調。

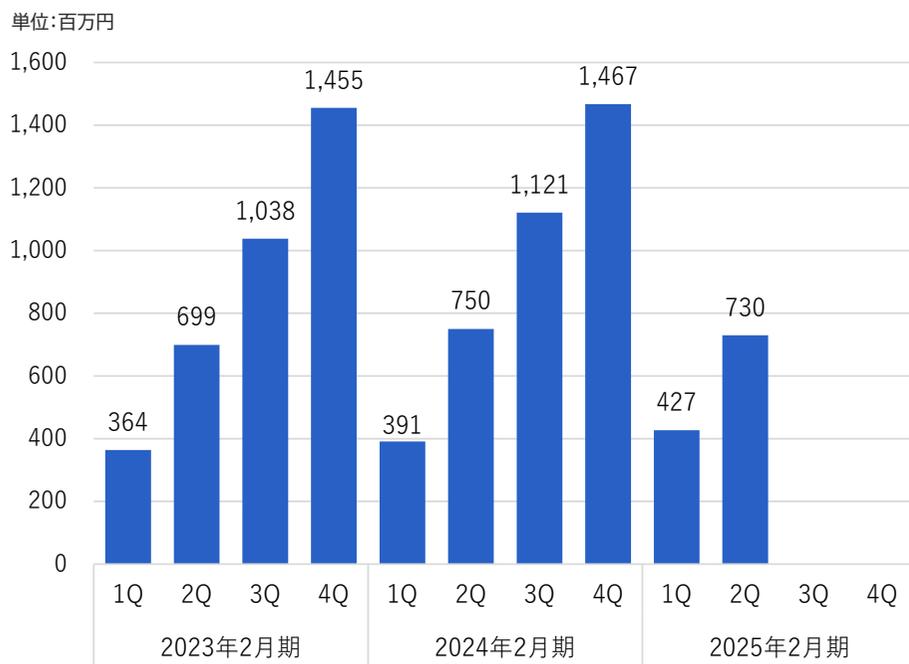
サービス区分	サービス領域
CRM支援分野	コンサルティング
	アナリティクス
	クリエイティブ
	テクノロジー
	オペレーション
サービス運営支援分野	POSデータ開示
	EC運用
教育支援分野	eラーニングサービス
	セミナー



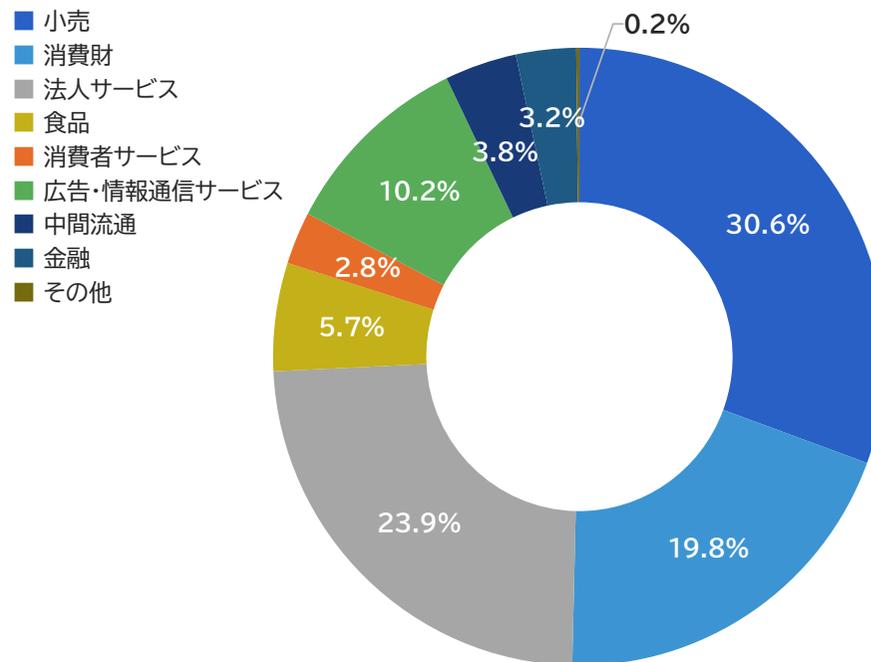
売上高の推移と業種別内訳

- 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



損益の状況



(単位:千円)

	2024年2月期2Q	2025年2月期2Q	増減額	増減率
売上高	750,709	730,203	△20,505	△2.7%
売上原価	448,328	424,271	△24,057	△5.4%
売上総利益	302,380	305,931	3,551	1.2%
販売費及び一般管理費	285,810	298,605	12,795	4.5%
営業利益	16,570	7,326	△9,243	△55.8%
営業外収益	82	4,173	4,090	4,946.6%
営業外費用	229	6,870	6,641	2,892.8%
経常利益	16,423	4,629	△11,794	△71.8%
特別利益	39	—	△39	—
特別損失	1,397	245	△1,151	△82.4%
税引前当期純利益	15,064	4,383	△10,681	△70.9%
法人税等	△2,804	459	3,264	—
当期純利益	17,869	3,924	△13,945	△78.0%

採用活動の強化に伴い採用費等の関連費用が増加

02.

2025年2月期トピックス



■ 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

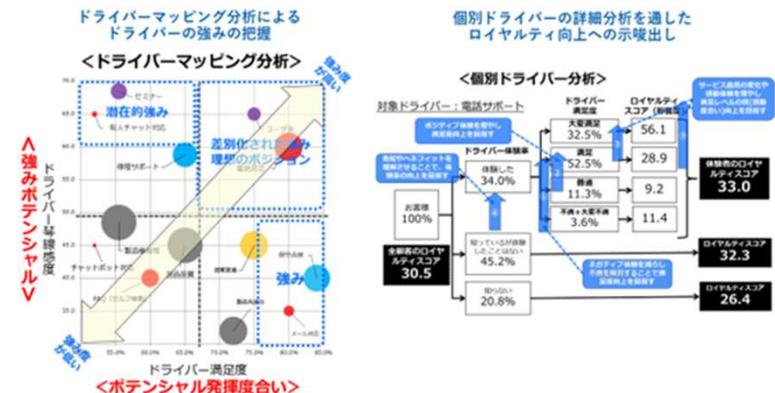
何の提供価値がどのように顧客ロイヤルティに影響を与えているかを3階層で構造化・定量化できます。

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。



第38回全日本DM大賞で金賞受賞！同アワード17年連続の受賞

- 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/
富士フイ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



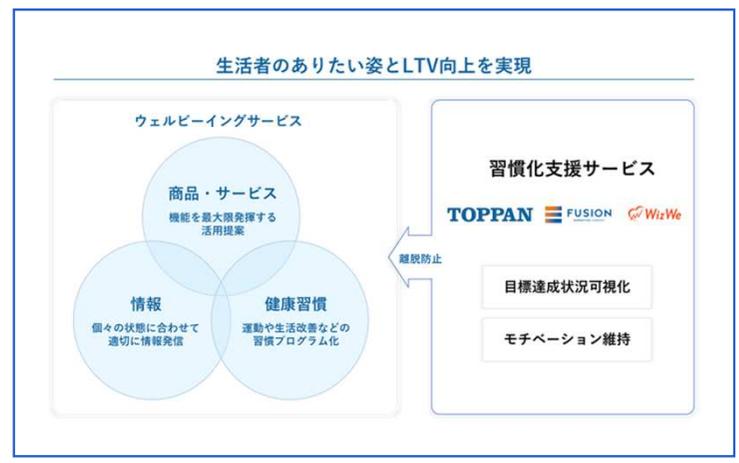
広告主:三井住友カード株式会社様

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

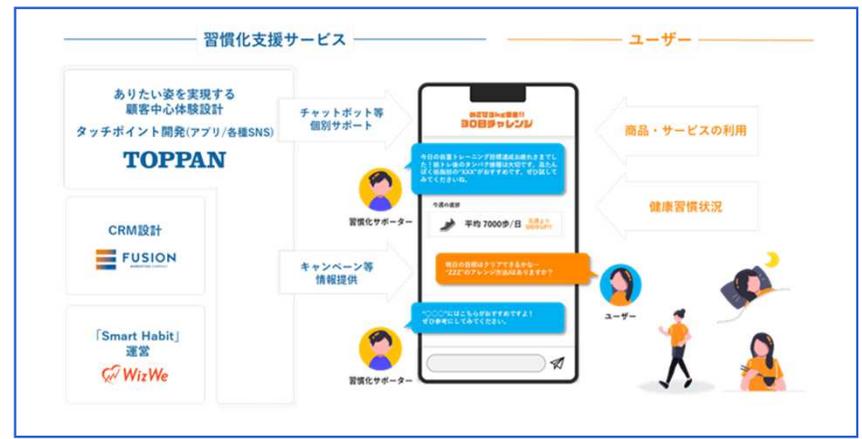
ウェルビーイングはポストSDGsの2023年以降におけるグローバルアジェンダとして注目されています。

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



株主優待制度導入

■ 株主優待制度の概要

対象となる株主様には、株式会社クラダシのギフトカード「Kuradashi Gift」1,000円分を贈呈いたします。

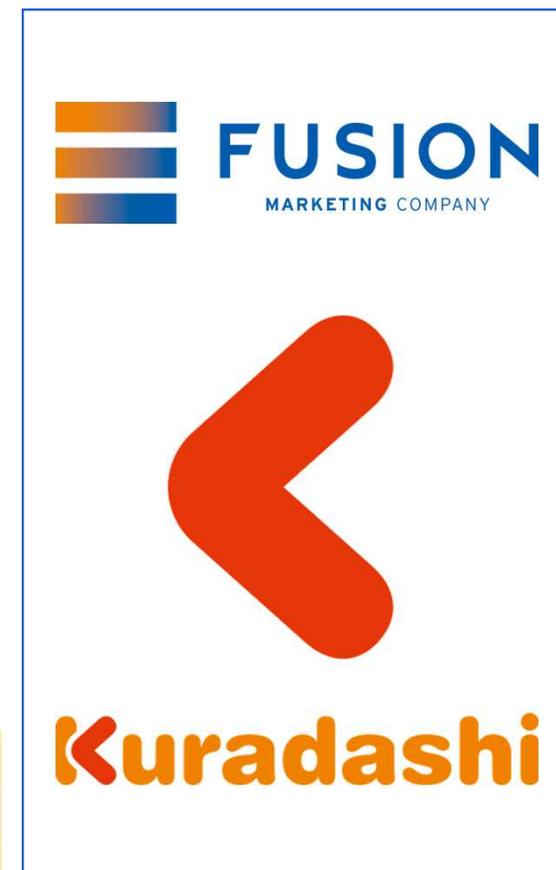
株式会社クラダシは、世の中に山積する社会問題解決を目的に設立されたソーシャルグッドカンパニーであり、フードロス削減を目指し、また食べられるにもかかわらず捨てられてしまう可能性のある食品などをお得な価格で販売しております。さらに、売上の一部を環境保護・災害支援などに取り組む様々な社会貢献団体への寄付やクラダシ基金として活用し、SDGs17の目標を横断して支援しております。

今回の株主優待制度の導入にあたり、SDGsへの貢献という観点から株式会社クラダシの企業理念、事業内容に賛同し、当社株主の皆様への株主還元にあつさわしいと考え、今般採用するに至りました。

なお、株式会社クラダシのギフトカード「Kuradashi Gift」を株主優待とするのは、当社が初の試みとなります。

その他の概要は、下記をご参照ください。

[株主優待制度導入に関するお知らせ \(fusion.co.jp\)](https://fusion.co.jp)



「ソーシャルボンド」日本学生支援債券へ投資

■ 背景と目的

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、今般の投資を決定しました。また、この決定をきっかけとして、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の検討を行ってまいります。学生の修学に関する機会均等に寄与し、次世代の社会を担うであろう豊かな知識を持ち、創造性豊かな人材の育成に貢献できる事を、この取り組みを通じて期待するとともに、当社は本債券を始めとしたグリーンボンド・ソーシャルボンドへの投資を実施することで、今後も社会的責任を果たして参ります。

目標 4：質の高い教育をみんなに
 目標 17：パートナーシップで目標を達成しよう



<本債券の概要>

銘柄	第76回日本学生支援債券
年限	2年
発行額	300億円
発行日	2024年9月9日

地域社会との関り積極的に行っています

■ 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、未来のマーケター育成に努めており、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て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、未来のマーケター育成に努めており、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

