



2024年2月期 決算補足説明資料

2024年4月18日
フュージョン株式会社

証券コード: 3977

目次

- | | | |
|---|---------------|----|
| 1 | 2024年2月期決算概要 | P3 |
| 2 | 2024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.

2024年2月期決算概要



- 売上高は前期を上回ったものの、営業利益、経常利益は前期を下回る結果に。
 - 売上高: 主力のCRM支援分野でアナリティクス案件、新規DM案件が伸長。
 - 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改善が進み、売上総利益率が42.8%に改善しましたが、インボイス制度及び電子帳簿保存法への対応に向けた基幹システム改修等の費用の増加により減少。
 - 経常利益: 営業利益と同じ傾向で減少。



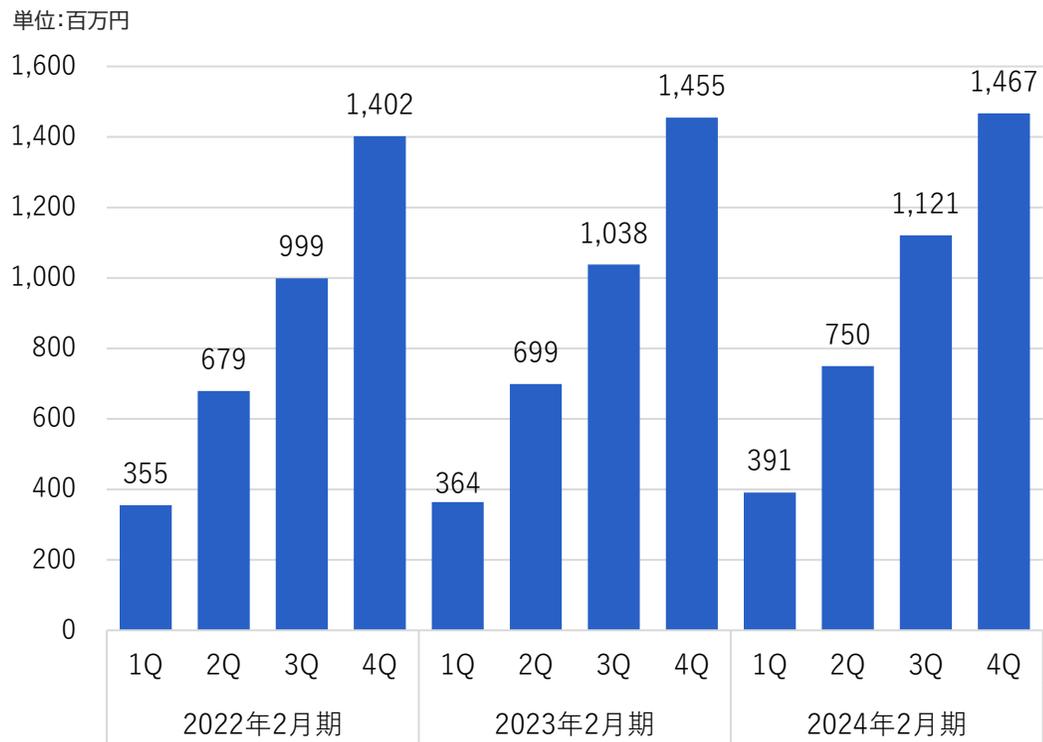
- 主力のCRM支援分野でのアナリティクス、クリエイティブサービスの伸長が売上増加に寄与。
- サービス運営支援分野では、EC運用の売上が堅調。

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

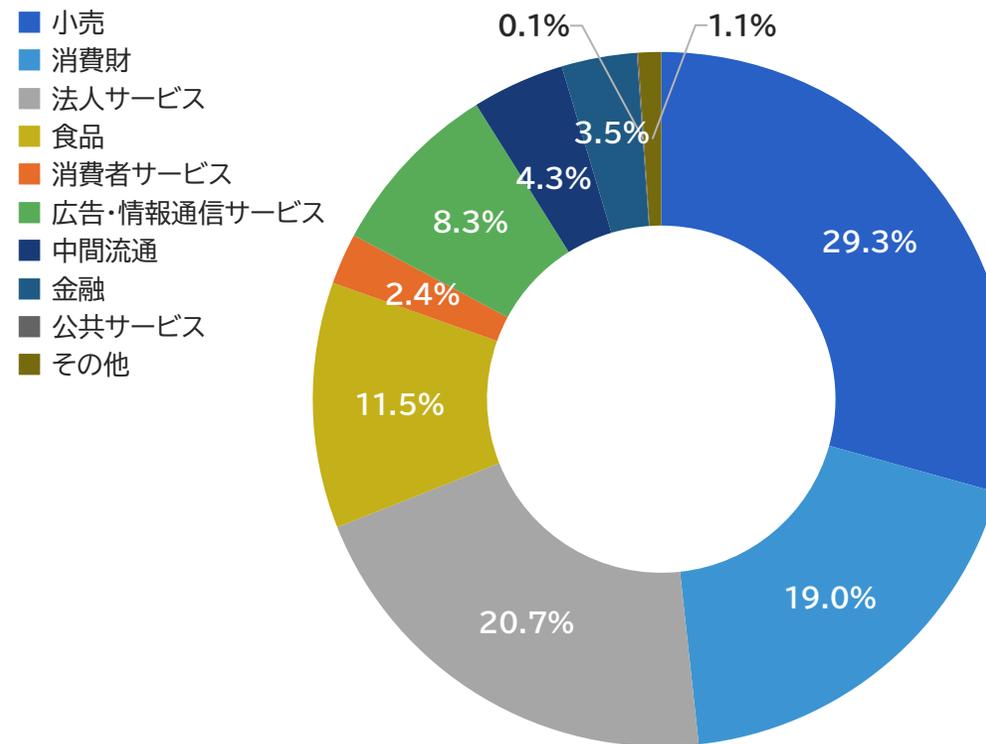


- 法人サービス業に対するビジネスが伸長し、売上増加に寄与。
- 主力の小売業のウエイトは横ばいで推移。

四半期別売上高推移 (2022年2月期～2024年2月期)



業種別売上構成比



(単位:千円)

	2023年2月期	2024年2月期	増減額	増減率
売上高	1,455,568	1,467,931	12,362	0.8%
売上原価	842,072	839,822	△2,250	△0.3%
売上総利益	613,496	628,108	14,612	2.4%
販売費及び一般管理費	558,537	577,871	19,334	3.5%
営業利益	54,959	50,237	△4,722	△8.6%
営業外収益	2,002	711	△1,799	△64.5%
営業外費用	714	373	△341	△47.8%
経常利益	56,246	50,575	△5,671	△10.1%
特別利益	107	289	182	169.7%
特別損失	—	1,414	1,414	—
税引前当期純利益	56,353	49,450	△6,903	△12.3%
法人税等	12,020	△3,139	△15,159	—
当期純利益	44,333	52,589	8,255	18.6%

インボイス制度及び電子帳簿保存法対応に向けての基幹システム改修費等が増加

02.

2024年2月期トピックス



- 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/
富士フィ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「想い」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想いと40年の歩み、これからのための想いを盛り込んだ。

※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

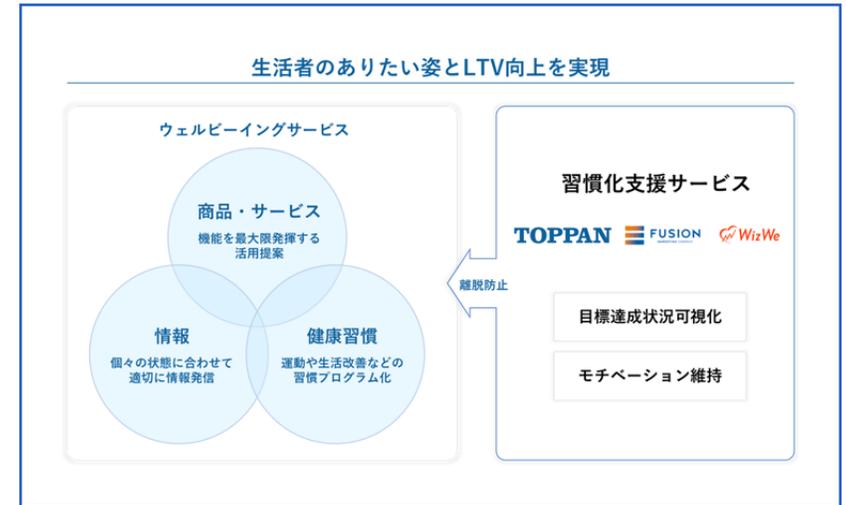


広告主:三井住友カード株式会社様

■ 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



■ 本取組の背景と目的

調和技研の持つChatGPT/LLM導入支援ノウハウと、当社の持つマーケティングやDX支援ノウハウを掛け合わせるにより、クライアント企業の課題解決や生産性向上に大きく貢献できると判断し、今般の取組開始に至ります。

■ サービスの概要

多くのメディアはChatGPTの登場が「ビジネスシーンのみならずあらゆる生活シーンに劇的な変化をもたらす」と喧伝しますが、その一方で当社のクライアント企業の担当者様達からは「業務にどう活用したらよいかわからない」「社内データを投入できない」と生の声が寄せられます。

GPTsの発表等、進化が早すぎることに加えて自社データが学習に使われるリスクから、ChatGPT/LLMの企業内での活用は今一步と言えます。そのため、ChatGPT/LLMを活用してのマーケティング/DXの高度化には多くの可能性があり、それらを実現することでクライアント企業の課題解決に貢献できる余地があります。

当社はマーケティング領域を中心に、クライアント企業の課題抽出や戦略立案といったコンサルティングに強みを持つため、今後のコンサルサービスでの活動を通じて本件サービスの提案や案件化に注力し、調和技研と連携して課題解決に貢献してまいります。



■ 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ふさわしいと考え、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)

