

2026年2月期中間期 決算補足説明資料

2025年10月14日
フュージョン株式会社

証券コード: 3977

目 次

1	2026年2月期中間期決算概要	P3
2	2026年2月期トピックス	P8
3	Appendix	P15



01.

2026年2月期中間期決算概要



2026年2月期中間期 業績サマリー



■ 売上高は前期比で減少。営業利益、経常利益及び中間純利益も前期比で減少。

- 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企業から分析案件を受注、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追加開発や月額運用を受注したものの、CRM支援分野においてクリエイティブ領域で大型のDM案件の売上計上時期すれなどによる受注減により減少。
- 営業利益: 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。
- 経常利益・中間純利益: 営業利益と同じ傾向で減少。

売上高	706,264千円
	前年同期比 -3.3%

経常利益	△43,530千円
	前年同期比 -

営業利益	△42,791千円
	前年同期比 -

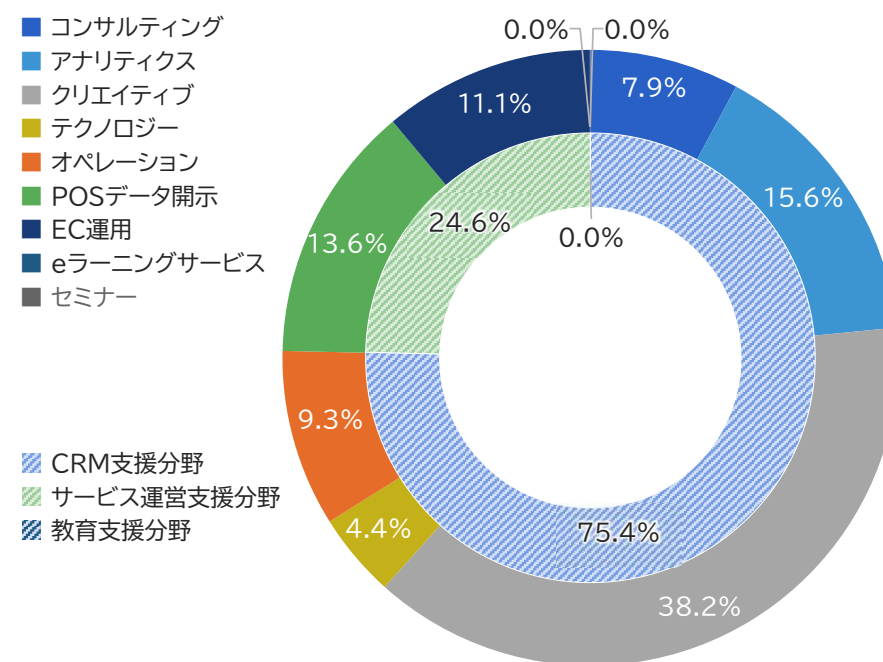
当期純利益	△44,916千円
	前年同期比 -

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が堅調も、クリエイティブが微減。
- サービス運営支援分野では、POSデータ開示でシステムの追加開発や月額運用費増加し伸長。

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

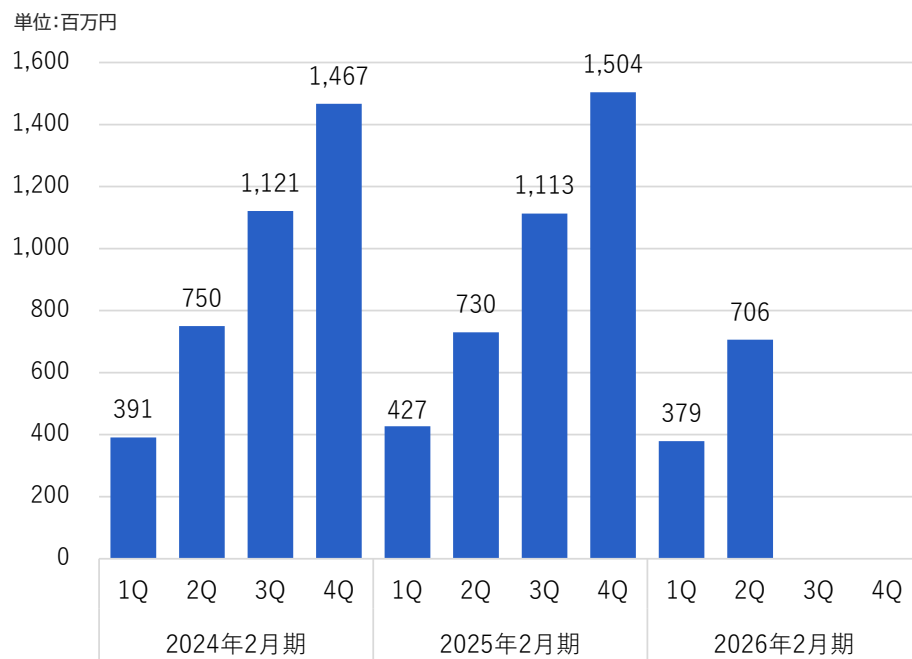
※ANA(全米広告主協会)公認のeラーニングサービスDCFMは、2025年6月30日を以ってサービス提供を終了いたしました。



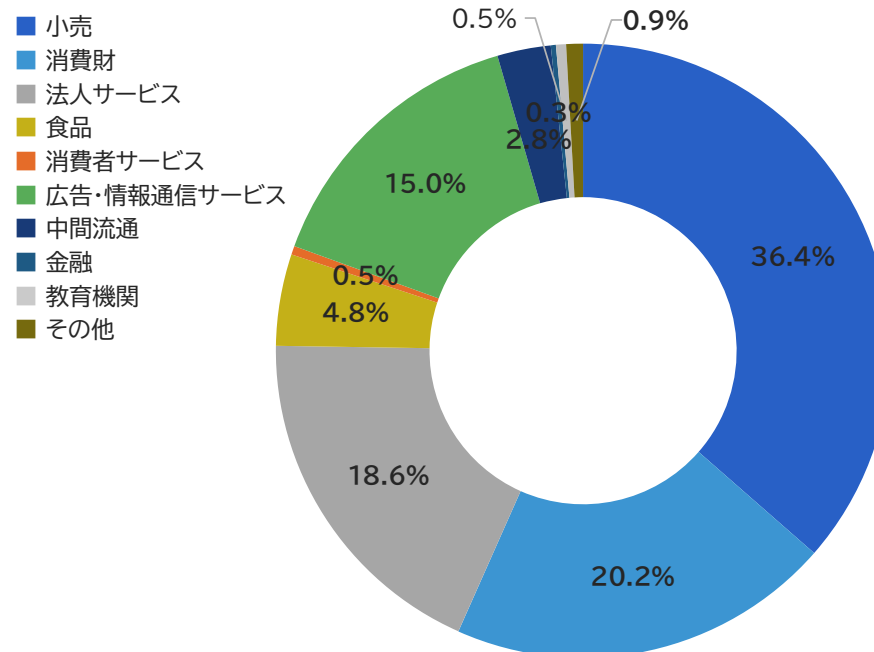
売上高の推移と業種別内訳

- 主力の小売業、消費財に対するウェイトが約3パーセント増加。
- 法人サービスのウェイトは約4パーセント減少。

四半期別売上高推移
(2024年2月期～2026年2月期)



業種別売上構成比



損益の状況

(単位:千円)

	2025年2月期2Q	2026年2月期2Q	増減額	増減率
売上高	730,203	706,264	△23,939	△3.3%
売上原価	424,271	425,672	1,401	0.3%
売上総利益	305,931	280,591	△25,340	△8.3%
販売費及び一般管理費	298,605	323,383	24,778	8.3%
営業利益	7,326	△42,791	△50,117	—
営業外収益	4,173	313	△3,860	△92.5%
営業外費用	6,870	1,052	△5,818	△84.7%
経常利益	4,629	△43,530	△48,159	—
特別利益	—	35	35	—
特別損失	245	855	610	249.0%
税引前当期純利益	4,383	△44,350	△48,733	—
法人税等	459	565	106	23.1%
当期純利益	3,924	△44,916	△48,840	—

採用活動の強化に伴い採用費等の関連費用が増加

02.

2026年2月期トピックス



株式会社ジェリコと業務提携

■ 株式会社ジェリコ

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（以下「荒川氏」）が1983年に創業したデータベースマーケティング専門のコンサルティング企業です。荒川氏はRFMセルコード分析や顧客ロイヤルティプログラムを日本国内に紹介し普及させたことから、今日あらゆる企業で幅広く行われる顧客データ分析の基礎を築いた権威として知られております。

■ 業務提携の目的

当社はかねてよりビッグデータ分析とそれに基づくプロモーションメソッドを磨き上げてまいりました。2025年現在、国内最大規模の顧客データハンドリング企業であると自負しておりますが、上述の通りこの分野の国内第一人者が運営する企業との連携を強化することで一層のサービス向上を図るために今般の業務提携に至るものです。



当社札幌本社大会議室のサインプレート
当社は荒川氏へのリスペクトを込めて札幌本社の大会議室に荒川氏の名を冠して「Tamaki」と名付けております

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

『Salesforce Marketing Cloud Engagement』運用支援サービスをリリース



■ 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

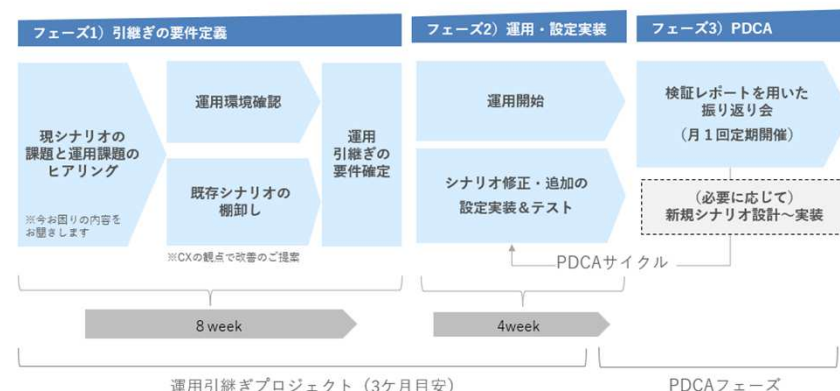
2. 課題解決～ありたい姿を実現

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



事例紹介

- 当社は、単なるツール導入や運用、提案のみのコンサルティングに留まらず、戦略立案～施策実行・効果検証まで伴走型でご支援しており、その支援実績を当社コーポレートサイトで公開しております。



(左) ジオテクノロジーズ株式会社 GPマーケティング ストラテジックプランニング 阿部 泰之様

(中央) ジオテクノロジーズ株式会社 ジオソリューション営業本部 エンタープライズセールス 岩本 健太様

(右) フュージョン株式会社 アカウントプランナー 角谷 朋希

～ジオテクノロジーズ(株)と協業、CRM×広告で効率的な新規顧客獲得を実現～

今回の事例では、CRMを専門とするフュージョンと、人流・価値観データを活用した高度な分析を得意とするジオテクノロジーズ株式会社が協業し、新規顧客の獲得支援を行いました。

協業の背景や具体的な施策については、下記ページをご覧ください。

[ジオテクノロジーズと協業しCRM×広告で効率的な新規顧客獲得を実現](#)

これまでの事例紹介については、下記ページをご覧ください。

<https://www.fusion.co.jp/case>

■ 共催ウェビナー・オンラインセミナーの開催



- 当社は、他社との共催でウェビナーやオンラインセミナーを開催しております。マーケティング・商品企画担当者や販促・プロモーション担当者、経営企画担当者などを対象として、戦略や事例紹介をお届けすることによりマーケティング支援を行っております。

本ウェビナーでは、特にBtoB企業のマーケティング担当者を対象に、Web広告とDMを最適化するための実践的なメソッドを事例を交えて詳しく解説

本ウェビナーでは、2025 年2月にネオマーケティングと当社で実施した「浮気されてしまうブランドに関する実態把握調査」を軸に、ブランドスイッチの実態を読み解きながらブランド戦略に必要な「記憶に残る仕組み」と「絆を深める体験」の在り方について解説

- 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。

● 2025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

● さっぽろ圏奨学金返還支援事業認定企業

「さっぽろ圏奨学金返還支援事業」の認定企業として登録。これは、若者の経済的負担を軽減し、地域に根ざした人材の育成・定着を支援する取り組みであり、当社の人的資本経営および SDGs(持続可能な開発目標)の理念と深く結びついています。

SDGs 4. 質の高い教育をみんなに

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

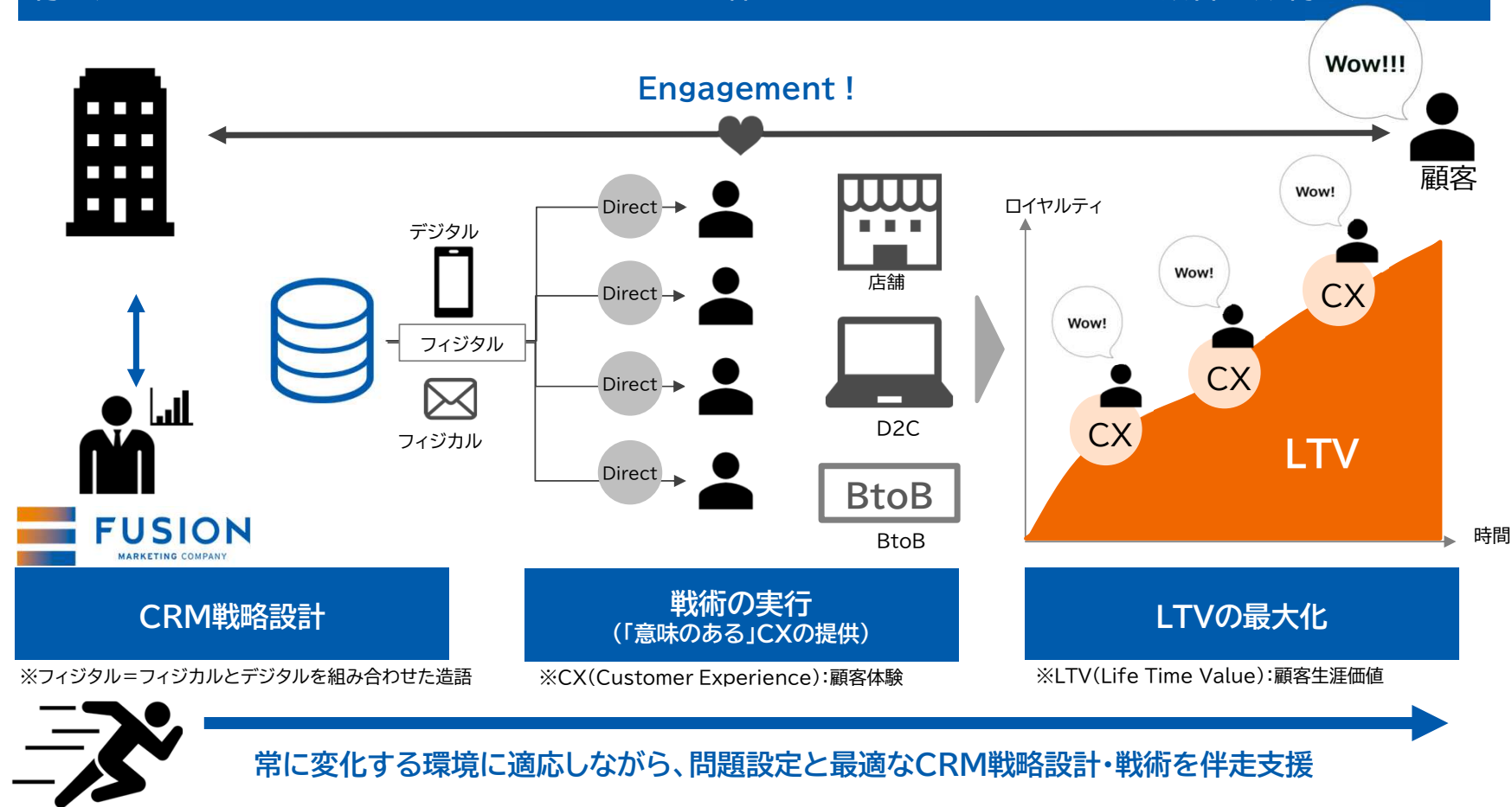


03.

Appendix



伴走型マーケティングパートナーとして、“企業をもっと顧客の近くへ”
行き過ぎたパーソナライズは“Wow”を生まない。体温を感じるマーケティングで顧客の期待を超える。



サービスラインナップ



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

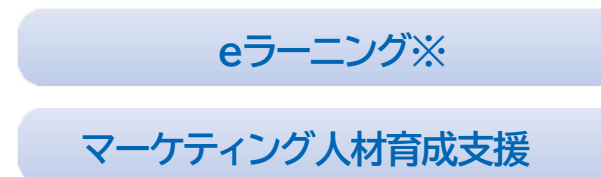
サービス運営支援

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 marketer 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。



※ANA(全米広告主協会)公認のeラーニングサービスDCFMは、2025年6月30日を以って サービス提供を終了いたしました。

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