



2026年2月期 決算補足説明資料

2026年4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月期決算概要 | P3 |
| 2 | 2026年2月期トピックス | P8 |
| 3 | Appendix | P17 |



01.

2026年2月期決算概要



2026年2月期 業績サマリー



■ 売上高は前期比で減少。営業利益、経常利益及び当期純利益は前期比で増加。

- 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支援分野において既存クライアント企業へのアップセルやクロスセルが伸び悩み、結果前期比で0.9%の減少。
- 営業利益: 派遣社員からの正社員登用など採用戦略見直しにより人件費や採用費などの関連費用が増加したものの、社内稼働の管理体制を強化し、社外原価の見直しを進めたことで、売上総利益率が大きく改善し増加。
- 経常利益・当期純利益: 営業利益と同じ傾向で増加。

売上高	1,490,439千円
	前年同期比 -0.9%

経常利益	15,914千円
	前年同期比 16.0%

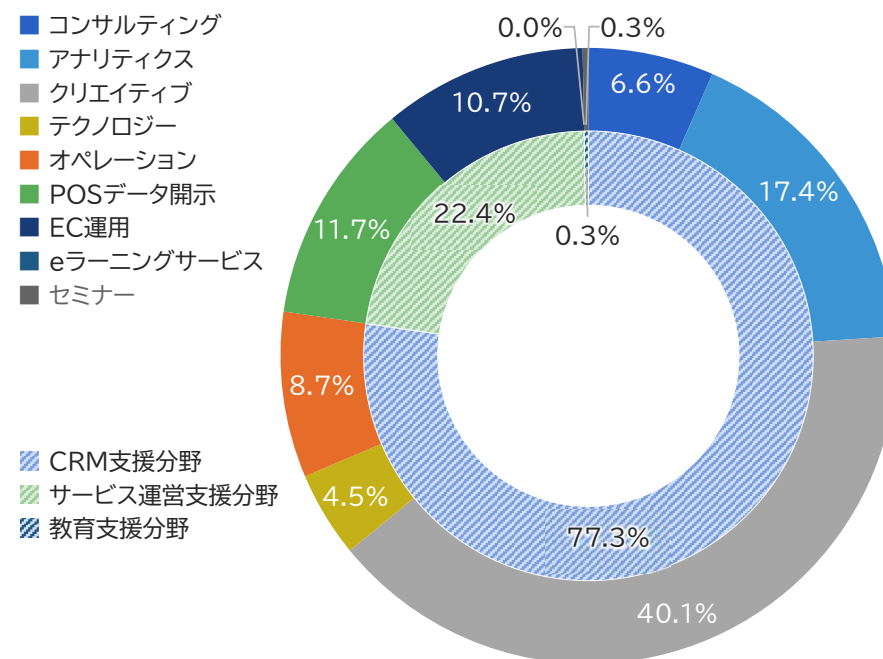
営業利益	17,270千円
	前年同期比 2.8%

当期純利益	1,363千円
	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大型分析案件受注により伸長も、コンサルティングが継続案件の終了などにより減少。
- 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。

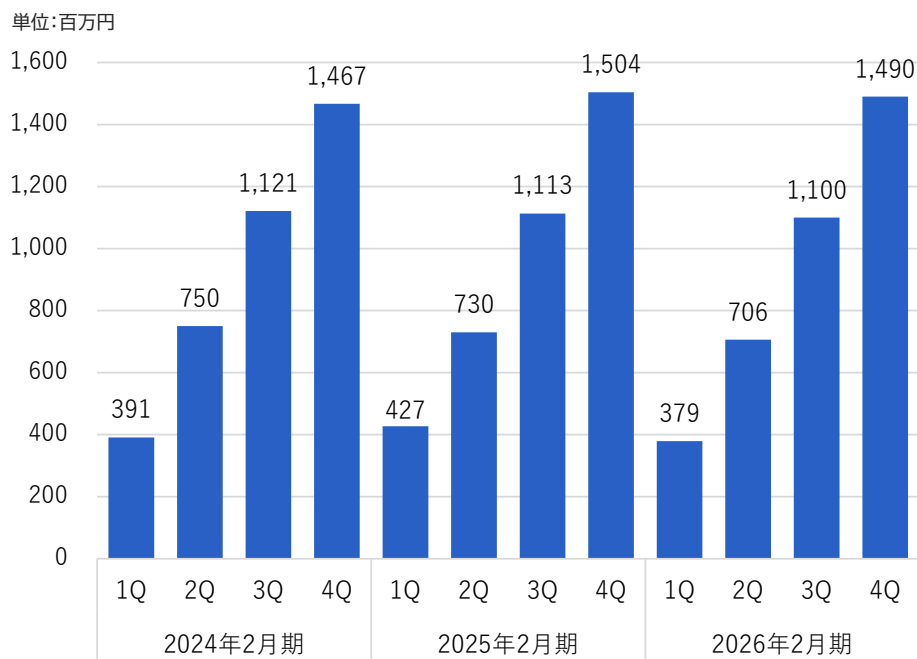
サービス区分	サービス領域
CRM支援分野	コンサルティング
	アナリティクス
	クリエイティブ
	テクノロジー
	オペレーション
サービス運営支援分野	POSデータ開示
	EC
教育支援分野	eラーニングサービス
	セミナー



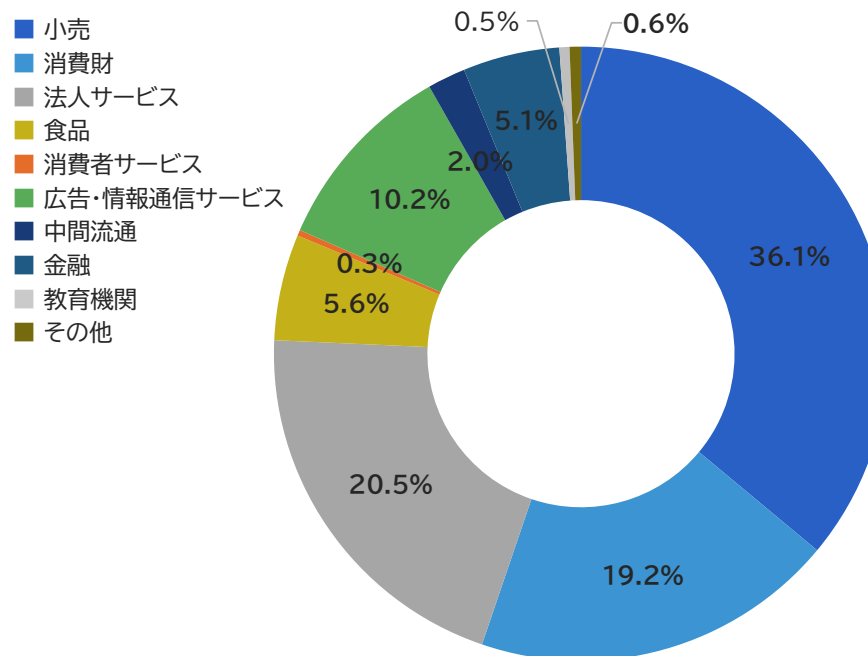
売上高の推移と業種別内訳

- 主力の小売業、消費財に対するウエイトは大きな変化なし。
- 金融機関のウエイトは約5パーセント増加。

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	2026年2月期	増減額	増減率
売上高	1,504,315	1,490,439	△13,876	△0.9%
売上原価	891,951	860,052	△31,899	△3.6%
売上総利益	612,363	630,386	18,023	2.9%
販売費及び一般管理費	595,567	613,116	17,549	2.9%
営業利益	16,796	17,270	474	2.8%
営業外収益	4,339	613	△3,726	△85.9%
営業外費用	7,422	1,969	△5,453	△73.5%
経常利益	13,713	15,914	2,201	16.1%
特別利益	—	35	35	—
特別損失	20,305	13,547	△6,758	△33.3%
税引前当期純利益	△6,591	2,402	8,993	—
法人税等	10,084	1,038	△9,046	△89.7%
当期純利益	△16,676	1,363	18,039	—

社内稼働の管理体制を強化、社外原価の見直しを進め、売上総利益率が改善

派遣社員の正社員登用など採用戦略の見直しにより人件費や採用費等の関連費用が増加

東京オフィス移転に伴う費用を固定資産除却損に計上。貸主都合による中途解約に起因する一時的費用

02.

2026年2月期トピックス



第40回全日本DM大賞で19年連続の受賞！通算4回目のグランプリ受賞！



- 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、19年連続の受賞！
グランプリ受賞は通算4回目！（2026年3月）

- アシックス商事株式会社で金賞 グランプリ受賞
試着できる原寸大のスニーカーのインパクトで
購買者数前年比142.9%を達成

詳細はこちら

https://www.dm-award.jp/winner/40th/gold_gp.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:株式会社タイミー



広告主:株式会社ポーラ



広告主:フリー株式会社

- 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) 株式会社マイナビ 教育研修事業部 事業推進統括部 HR推進部 部長 田口 弘毅様

(右) 株式会社マイナビ 教育研修事業部 事業推進統括部 HR推進部 マーケティングチーム 販売促進課 砂川 遥加様

～人材育成もマイナビへ！昨対比600%の商談化を実現した、新たな顧客開拓DM戦略～

今回の事例では、マイナビの主力事業である就職情報サービス利用企業への人材開発・組織開発サービス認知向上向けDMの企画・制作を行いました。

具体的な施策については、下記ページをご覧ください。

<https://www.fusion.co.jp/case/case028>

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。

3社共同開催セミナー **無料** **オンライン**

顧客の「心」を掴み、離さない。
顧客接点からLTV最大化に導く
ロイヤルティ戦略

2026年 **1月21日** 水 13:00~14:30
視聴後、アンケート回答でセミナー資料プレゼント!

樋口 直之 (YUIDEA) | 網野 光明 (nissenLINX) | 渡部 弘毅 (FUSION)

単なる表面的な販促ではなく、顧客が「無意識に、そして永続的に」商品やサービスを選び続けるようになるための、「心理」と「実行」に基づくロイヤルティ戦略を、3社の専門家が徹底解説

FUSION **オンライン開催** **IntimateMerger**

AI x データで変わる小売の顧客体験
ハイパーパーソナライゼーション
CRM最前線

10.28 (火) 11:30~12:30
参加無料

フュージョン株式会社 取締役 花井 優樹 | 株式会社インティメート・マージャー 代表取締役社長 築島 亮次

現場での実例と課題、そしてAIが切り拓く未来の顧客体験について議論。CRMやCDPを再定義し、メールマーケティングの効率化と顧客とのエンゲージメントをどのように進化させるか、経営・現場目線で解説

- 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



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

『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

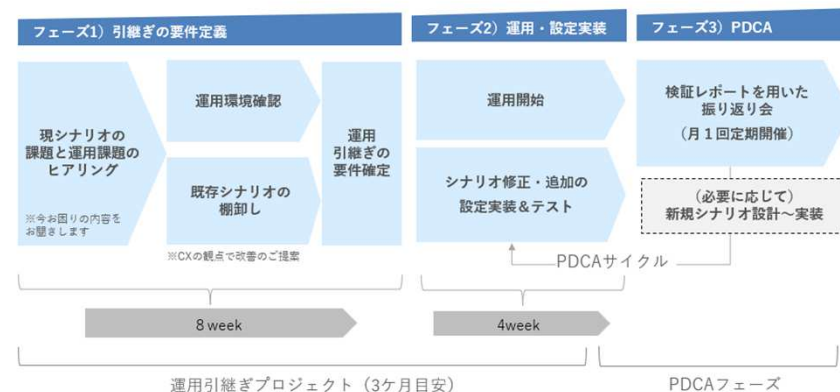
2. 課題解決～ありたい姿を実現

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



株主優待の利便性向上により、株式保有の魅力を強化

- 交換先を利用率の高いラインナップへ見直し、WWFジャパンへの寄付を新たに追加

株主の皆様の利便性向上と選択肢拡充を実施

株主優待として提供するデジタルギフト®の交換先を見直し、日常利用しやすい選択肢と社会貢献につながる選択肢を拡充

・利用率の高い交換先へ見直し

交換先を利用率の高いラインナップへ見直し、使いやすさを向上

・楽天ポイントギフトを追加

日常利用しやすい交換先を追加し、利便性をさらに向上

・WWFジャパンへの寄付を追加

自然環境保全への寄付先を追加し、選択肢を多様化

交換先ラインナップ(変更後)

Amazon
ギフトカード

Google Play
ギフトコード

PayPay
マネーライト

楽天ポイント
ギフト

QUOカード
Pay

dポイント

au Pay
ギフトカード

WWFジャパン
への寄付

交換先のみ変更/その他条件に変更なし

2026年2月末基準の株主優待より適用

100株保有:1,000円相当/200株以上保有:2,000円相当

北海道大学より「北大発認定スタートアップ企業」に認定



■ 北大発認定スタートアップ企業とは

「北海道大学の研究成果を社会実装する企業」、または「同大のスタートアップ・エコシステムの一員として北大と共に成長する企業」を認定する称号付与制度です。

■ 称号獲得の背景と目的

同大の大学院情報科学研究院-情報理工学部門-複合情報工学分野-調和系工学研究室の川村秀憲氏が約10年間にわたり当社社外取締役を担い、AI研究の知見と実務を融合させた事業運営を行ってまいりました。今回の認定は、継続的な産学連携の取り組みと、研究知の実装実績が評価されたものです。

CRM領域を中心にデータドリブンなマーケティング支援を行うという当社事業の強みを更に高度化するため、北海道大学との連携を通じ、統計科学、データ解析、AI活用、を推進し、再現性の高いマーケティングサービスの提供を進めて参ります。

<具体的な注力ポイント>

1. データサイエンス領域における共同検討の深化
2. 研究成果の事業実装スピードの向上
3. 北海道発の高度マーケティング人材の育成

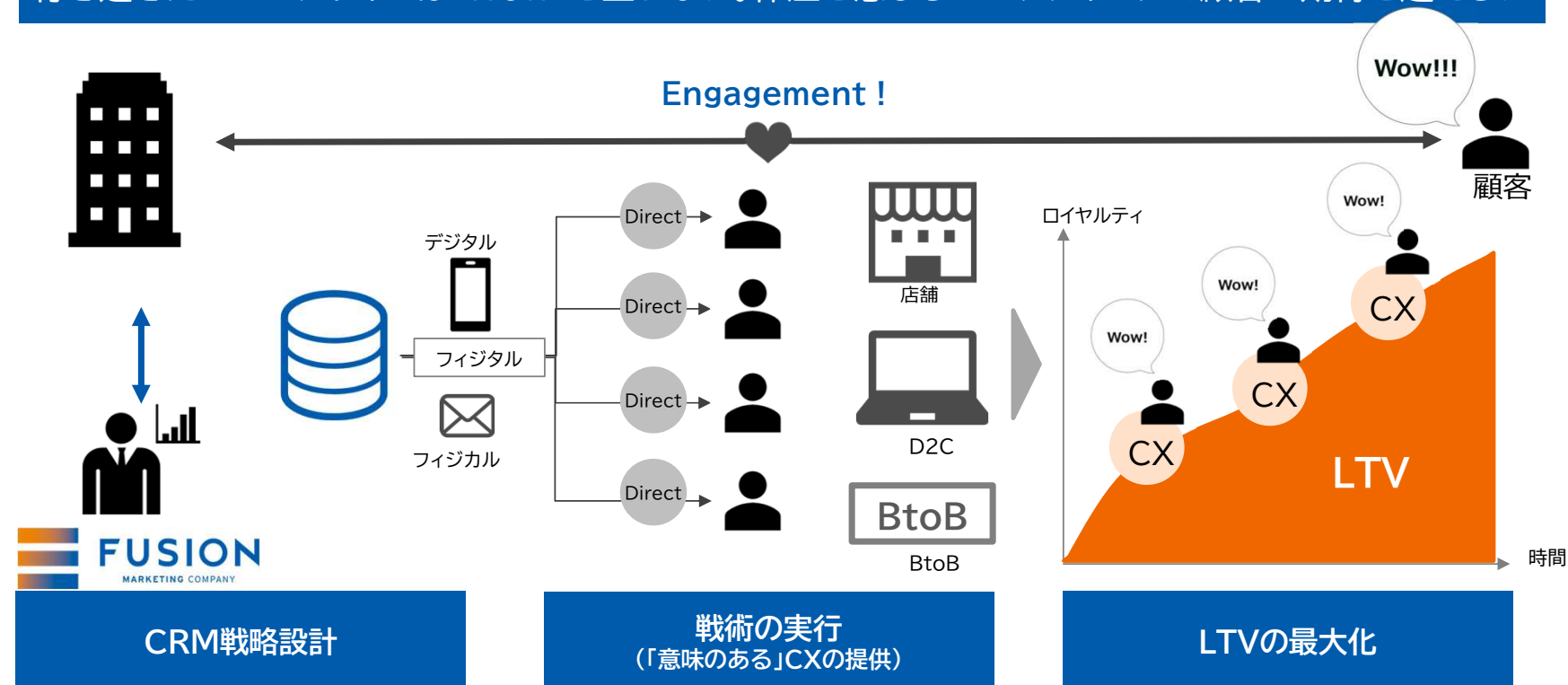


03.

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。



※フィジカル=フィジカルとデジタルを組み合わせた造語

※CX(Customer Experience):顧客体験

※LTV(Life Time Value):顧客生涯価値



常に化する環境に適応しながら、問題設定と最適なCRM戦略設計・戦術を伴走支援

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。

POSデータ開示

EC

教育支援

クライアントのマーケター育成支援として、eラーニング、セミナー等の学習機会を提供。

eラーニング

マーケティング人材育成支援

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(コーポレート統括部)TEL:011-271-8055