

企業調査レポート

フュージョン (3977)



2020.6.3

■目次

- サマリー
- 経営理念と特色
- 企業沿革
- 大株主
- 経営者
- 事業概要
- 業績動向
 - ・ 損益計算書
 - ・ 貸借対照表
 - ・ キャッシュフロー計算書
- 業績見通し
- 業績グラフ
- 株主還元／優待
- 地域・企業との取組み
- CSR活動等
- 事業に関するリスク

■ 事業内容

ビッグデータ等の分析、システムの設計・構築、各種プロモーションに関する高度なコンサルティングを行う総合マーケティングサービスプロバイダ企業であり、ダイレクトマーケティングに関わる業務全てを担うダイレクトマーケティングエージェンシーである。日本でも数少ないダイレクトマーケティング専門のエージェンシーとして、25年以上にわたり蓄積してきた経験と実績から、最適なサービスを提案する。

所在地	北海道札幌市中央区北4条西4丁目1番地 伊藤ビル4階
代表者	佐々木 卓也（代表取締役社長）
設立日	1991年12月27日（上場日：2017年2月23日）
業種	情報通信
URL	https://www.fusion.co.jp/
資本金	213百万円（2020年6月3日時点）
従業員	67名(平均年齢：37.5歳、平均勤続年数：4.9年)
発行済株式数	720,000株
時価総額	1,004百万円（2020年6月3日時点）

■ 実績と見通し

2020年2月期業績は、売上高1,324百万円（前期比10.3%増）、営業利益34百万円（同1,498.3%増）、経常利益32百万円（同2,993.0%増）、当期純利益14百万円（前期は228百万円の赤字）だった。大型のDM案件やブランドサイト制作案件等のダイレクトプロモーション関連売上が大幅に伸長する見込みとなったことに加えて、販売費及び一般管理費においてもローコストオペレーションがなされたことで、営業利益、経常利益及び当期純利益の各利益については、従来計画を大幅に上回っての着地となっている。

2021年2月期については、売上高が1,400百万円（前期比5.7%増）、営業利益は19百万円（同43.7%減）、経常利益は16百万円（同49.3%減）、当期純利益は11百万円（同23.4%減）をそれぞれ見込んでいる。新型コロナウイルスの影響について、現時点では今後の動向が不透明であることから、会社計画には織り込まれていない。そのため、今後計画を見直す可能性はあるとはいえ、同社は流通・小売業に強みを持っており、現時点で著しい影響は受けていないとみられる。

※売上高、営業利益、当期純利益の単位は百万円

	売上高		営業利益		当期純利益		配当
2021年2月期 (通期予想)	1,400	5.7%	19	△43.7%	11	△23.4%	0円
2020年2月期	1,324	10.3%	34	1498.3%	14	-	0円
2019年2月期	1,200	△0.3%	2	△96.6%	△228	-	2円

※決算短信よりRAKAN RICERCAが作成

■ 経営理念

戦略と戦術の両方をサポートし、企業と生活者との距離を縮める「トップダイレクトマーケティングエージェンシー」を実現する。

■ 社是

全ての企業・ブランドのために対話があり、互いに想い合い、人間味や体温を感じる社会を創る。

■ 特色

同社の特色は、「マーケティングリサーチ」「マーケティングシステム」「ダイレクトプロモーション」の3つのサービスをワンストップで提供していることである。これまで、企業がダイレクトマーケティングに取り組む際、システム会社、コンサルティングファーム、印刷会社など、複数の企業に業務を委託することが一般的だった。そのため、重要な顧客データ（個人情報）の漏洩リスクや販売促進業務の展開スピードの面で、課題があったと考えられる。同社は3つのサービスをワンストップで提供することにより、クライアント企業の体制やニーズに合わせた柔軟な対応をとることができる。企業と生活者との間の、直接的で継続的、良質なコミュニケーションを支援することで、両者の距離を縮め、双方が価値や喜びを共有できる社会の発展に貢献する。

また、東京を中心にイオンマーケティング、いなげや（8182）のほか、コープデリ連合会などをクライアントに持つ。ダイレクトマーケティングでは、継続的なアプローチが不可欠となるが、同社では5年以上取引のあるクライアントが80%を超えているなど、長期的な支援が実現できている。他にもタイのテレビ通販最大手であるTV Direct社をグループに持つトライステージ（2178）、東京電機大学、大手化粧品メーカー、化粧品・健康食品通販企業、大手ショッピングモール開発・運営企業、スーパーマーケットチェーンなど多くの実績がある。

その他、戦略性・ターゲット・タイミング・オファー・クリエイティブといったダイレクトマーケティングに必要な全ての要素を評価する日本最大の賞「全日本DM大賞」において13年連続受賞という実績を有しており、最新（2020年3月6日）の第34回では、最優秀賞であるグランプリを獲得している。また、エコー賞やケーブルズ賞など海外のマーケティング賞も受賞しており、対外的な評価も高い。加えて、米国でもっとも権威のあるダイレクトマーケティングの資格「DMA Certified Fundamental Marketer」、DMMエキスパート資格「Direct Mail Marketing Expert」等マーケティング資格の取得を通じて、体系的な知識や高い専門性を持つ人材を揃えている。



※会社HPより抜粋

■ 企業沿革

年	沿革
1991	フュージョン株式会社を札幌市中央区に設立
1993	札幌市中央区南十五条九丁目にフュージョンビル完成
2002	データウェアハウス専用サーバを導入し、ダイレクトマーケティング事業を開始
2005	プライバシーマーク 第10820643号 認証取得 (JIS Q 15001:2006) POSデータ分析ASPサービスの「MDパートナー®」をリリース
2007	福岡市博多区に福岡オフィスを開設
2009	第23回 全日本DM大賞 2作品 銅賞受賞
2010	東京都千代田区麹町に東京オフィス 開設 第24回 全日本DM大賞 銀賞受賞 米国DMA (Direct Marketing Association ※現Data & Marketing Association) 加盟
2011	第25回 全日本DM大賞 銅賞受賞
2012	第26回 全日本DM大賞 4作品 銀賞・銅賞受賞
2013	第27回全日本DM大賞 2作品 銀賞受賞
2014	DMA国際エコー賞 リーダー賞受賞 第28回全日本DM大賞 銀賞1作品 銅賞2作品受賞
2015	第29回全日本DM大賞 金賞2作品 銅賞1作品受賞 DMA国際エコー賞 ブロンズ賞受賞 DM最適化サービス、CRM Analyzer サービス開始
2016	米国ケーブルズ賞を日本企業として初めて受賞 第30回全日本DM大賞 6作品7部門受賞
2017	札幌証券取引所アンビシャス市場 上場 第31回全日本DM大賞 銀賞 銅賞 日本郵便特別賞 全3作品受賞 情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) 認証取得 (ISO/IEC 27001:2013およびJIS Q 27001:2014)
2018	第32回全日本DM大賞 金賞 銀賞 他全5作品受賞 札幌市中央区北4条西4丁目1番地 伊藤ビル 4Fへ札幌本社を拡張移転
2019	第33回全日本DM大賞 金賞 銀賞 他全5作品受賞 北海道大学の産学・地域協働推進機構に研究室を設置 札幌圏地域データ活用推進機構：SARDの設立に参画
2020	第34回全日本DM大賞 グランプリ 金賞 他全5作品受賞

■大株主

氏名又は名称	所有株式数 (株)	発行済株式 (自己株式を除く。) の 総数に対する所有株式数の割合 (%)
花井 秀勝	179,200	24.89
花井 優樹	109,000	15.14
プログレス株式会社	80,000	11.11
佐々木 卓也	65,800	9.14
花井 智子	40,000	5.56
株式会社SBI証券	26,400	3.67
フュージョン従業員持株会	13,100	1.82
花井 由香	12,000	1.67
安田 真	8,000	1.11
藤本 哲也	6,300	0.88
合計	539,800	74.97

※有価証券報告書よりRAKAN RICERCAが作成

■ 経営者情報

1974年7月7日生まれ、北海道帯広市出身。2000年に大手印刷会社からフュージョン株式会社に入社し、2011年5月に代表取締役社長に就任。世界最大のダイレクト・マーケティング団体であるDMA(Direct Marketing Association)により、米国DMA公認ダイレクトマーケティングプロフェッショナルとして公認されている他、近年は全米広告主協会 (Association of National Advertisers [略称：ANA]) が主催する、世界的に権威あるマーケティングアワード「国際エコー賞」の審査委員 (2019年9月) やi専門職大学の客員教員に就任している (2020年4月)。



佐々木 卓也

■事業概要

3領域を融合した高付加価値サービスをワンストップで

同社はプロジェクトを立ち上げる前のリサーチ段階（採算性や影響度の測定）から、事業計画策定、顧客中心の統合データベースシステム構築、投資対効果をクライアントと共有できるプロモーション施策運営等、一連のプロセス全体の活動をサポートする。マーケティングリサーチ、マーケティングシステム、ダイレクトプロモーションにおいて、それぞれ高い専門性を有しており、この3つの領域を融合した高付加価値の高いサービスをワンストップで提供する。



(1) マーケティングリサーチ

「CRM Analyzer」「CRMコンサルティング」「ビッグデータ分析」「各統計データ分析」「WEBログ分析」「SNSデータ分析」「商圏分析」「アンケート分析」などを手掛けている。売上換算で約6兆円以上、消費者2000万人以上のビッグデータによる分析を行う。また、CRM（顧客管理）のために必要な分析ノウハウを詰め込んだ「CRM Analyzer」は、売上構造分析、顧客分析、商品の購買間隔に着目した商品分析などを行う。

(2) マーケティングシステム

「顧客管理システム」「マーケティングオートメーション」「プライベートDMP」「メール配信システム」「POSデータ分析システム」「ECシステム」などを手掛ける。これまでの取り扱いレコード総数は300億件以上。ビッグデータだけに限らず、それぞれの規模にふさわしい分析アプローチで提案する。

「マーケティングオートメーション」では、コンサルティング、ソフトウェア、アウトソーシングで構成されており、コンサルティングにおいては、各種顧客データの分析に基づき、実現可能な運用設計まで一貫した戦略立案を行う。ソフトウェアについては、同社は中立の立場で複数のベンダーとパートナー契約を結んでいるため、課題や環境、要望に合わせてスムーズな導入と活用を実現。

アウトソーシングでは、単なる配信代行に留まらず、成果を出すための企画フェーズにおける「知恵のアウトソーシング」を提供。基本代行サービスのほか、企画代行サービスでは、成果を出すためのキャンペーン企画から、Eメールに留まらないトータルなコミュニケーションのクリエイティブと実行までを行う。

(3) ダイレクトプロモーション

「ダイレクトメール」「メールマガジン」「Webマーケティング」「キャンペーンシナリオ設計」「カスタマージャーニー設計」「ポイントプログラム設計」などを提供する。同社のダイレクトメールの特徴は、顧客が既の実施しているDMを預かり、その内容を戦略的に紐解く点にある。行動心理学に基づく独自のノウハウで改善レポートを作成することで、社内に成功するDMノウハウを蓄積。また、洗い出された解析結果に対して、改善の方向性を設計して提案。改善後のKPIを策定し、目標を明確にしている。そして、クリエイティブの制作、ターゲットのセグメンテーションを実行し、設定したKPIに対する効果を検証し、成功要因、更なる改善ポイントを報告する。つまり、DM解析→改善設計→改善実施→検証である。

■業績動向

安定した顧客基盤と新規受注獲得～各サービスが堅調～

2020年2月期業績

2020年2月期業績は、売上高1,324百万円（前期比10.3%増）、営業利益34百万円（同1,498.3%増）、経常利益32百万円（同2,993.0%増）、当期純利益14百万円（前期は228百万円の赤字）だった。大型のDM案件やブランドサイト制作案件等のダイレクトプロモーション関連売上が大幅に伸長する見込みとなったことに加えて、販売費及び一般管理費においてもローコストオペレーションがなされたことで、営業利益、経常利益及び当期純利益の各利益については、従来計画を大幅に上回っての着地となっている。

サービス毎の業績については、マーケティングリサーチの売上高が179,399千円（前期比21.1%増）だった。継続受注案件に加え、スポットの調査・分析案件、コンサルティング案件などの獲得より順調に推移した。特に分析、レポート、予測といった引き合いが増えている。

マーケティングシステムの売上高は407,308千円（同2.5%増）となり、安定した顧客基盤を確保していることに加えて、大型のECサイト運用の受注やビッグデータ向けインフラ再構築案件などの獲得により堅調に推移。

ダイレクトプロモーションの売上高は738,121千円（同12.6%増）だった。既存重点クライアント企業から大型のDM案件等を継続受注しているほか、新規クライアント企業からも大型のDM案件、ブランドサイト制作案件などを受注が好調となるなど、各サービスいずれも堅調に推移している。

なお、同社は2018年5月（2019年2月期）には業容拡大と人員増加への対応に加え、最新のワークスタイルを実現する中で、社員のモチベーションと生産性を向上させるべく札幌駅前にオフィスの拡張移転を実施している。2020年2月期の業績に直接影響しているわけではないものの、これにより、特にエンジニアやデータアナリティクス人材について採用力が高まり、優秀な人材の問い合わせやエントリーが継続的に増加している。

■ 損益計算書

(単位：千円)

	前事業年度 (自 2018年3月1日 至 2019年2月28日)	当事業年度 (自 2019年3月1日 至 2020年2月29日)
売上高	1,200,862	1,324,830
売上原価	730,787	822,008
売上総利益	470,075	502,822
販売費及び一般管理費	467,947	468,819
営業利益	2,127	34,002
営業外収益		
受取手数料	221	296
助成金収入	—	1,710
その他	205	215
営業外収益合計	426	2,221
営業外費用		
支払利息	839	1,118
減価償却費	422	1,684
寄付金	213	461
その他	13	40
営業外費用合計	1,489	3,304
経常利益	1,064	32,918
特別損失		
減損損失	212,988	—
固定資産除却損	2,591	4
特別損失合計	215,579	4
税引前当期純利益又は税引前当期純損失(△)	△214,514	32,914
法人税、住民税及び事業税	1,171	18,410
法人税等調整額	13,153	△400
法人税等合計	14,325	18,010
当期純利益又は当期純損失(△)	△228,840	14,904

※決算短信より抜粋

■ 貸借対照表

(単位：千円)

	前事業年度 (2019年2月28日)	当事業年度 (2020年2月29日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	228,588	225,191
受取手形	959	1,463
売掛金	117,545	164,138
仕掛品	12,134	28,507
前払費用	12,448	15,250
未収還付法人税等	7,991	—
その他	13,120	13,268
流動資産合計	392,788	447,819
固定資産		
有形固定資産		
建物	200,614	201,168
減価償却累計額	△107,127	△112,040
建物(純額)	93,487	89,127
工具、器具及び備品	45,872	57,631
減価償却累計額	△28,769	△38,109
工具、器具及び備品(純額)	17,102	19,522
土地	40,873	40,873
リース資産	48,934	48,934
減価償却累計額	△46,466	△48,934
リース資産(純額)	2,467	—
有形固定資産合計	153,930	149,523
無形固定資産		
商標権	273	231
ソフトウェア	2,639	3,805
無形固定資産合計	2,912	4,037
投資その他の資産		
投資有価証券	5,590	5,590
その他	22,740	22,740
投資その他の資産合計	28,330	28,330
固定資産合計	185,174	181,891
資産合計	577,962	629,711

※決算短信より抜粋

■ 貸借対照表

(単位：千円)

	前事業年度 (2019年2月28日)	当事業年度 (2020年2月29日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	80,897	113,030
1年内返済予定の長期借入金	66,132	61,932
リース債務	2,719	—
未払金	14,968	42,083
未払費用	1,664	3,728
未払法人税等	1,786	22,154
未払消費税等	2,745	18,766
前受金	2,847	4,564
預り金	7,223	10,857
その他	19	16
流動負債合計	181,003	277,134
固定負債		
長期借入金	148,378	87,279
資産除去債務	17,475	17,596
繰延税金負債	5,267	4,867
固定負債合計	171,121	109,742
負債合計	352,124	386,877
純資産の部		
株主資本		
資本金	212,928	212,928
資本剰余金		
資本準備金	62,928	62,928
資本剰余金合計	62,928	62,928
利益剰余金		
利益準備金	390	390
その他利益剰余金		
繰越利益剰余金	△50,407	△35,503
利益剰余金合計	△50,017	△35,113
株主資本合計	225,838	240,742
新株予約権	—	2,091
純資産合計	225,838	242,834
負債純資産合計	577,962	629,711

※決算短信より抜粋

■ キャッシュフロー計算書

(単位：千円)

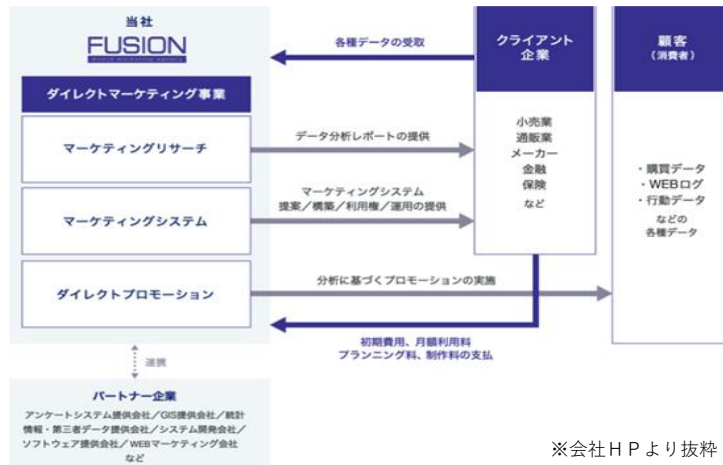
	前事業年度 (自 2018年3月1日 至 2019年2月28日)	当事業年度 (自 2019年3月1日 至 2020年2月29日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前当期純利益又は税引前当期純損失 (△)	△214,514	32,914
減価償却費	27,296	19,372
受取利息及び受取配当金	△0	△0
支払利息	839	1,118
減損損失	212,988	—
固定資産除却損	2,591	4
株式報酬費用	—	2,091
売上債権の増減額 (△は増加)	34,730	△47,096
たな卸資産の増減額 (△は増加)	735	△16,372
その他の流動資産の増減額 (△は増加)	779	△2,951
仕入債務の増減額 (△は減少)	△23,926	32,132
未払金の増減額 (△は減少)	△8,767	26,754
その他の流動負債の増減額 (△は減少)	△6,853	25,079
小計	25,898	73,047
利息及び配当金の受取額	0	0
利息の支払額	△839	△1,118
法人税等の支払額又は還付額 (△は支払)	△16,119	8,305
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,939	80,235
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△56,395	△12,301
無形固定資産の取得による支出	△2,300	△3,305
定期預金の払戻による収入	4,200	—
固定資産の除却による支出	△763	△4
投資活動によるキャッシュ・フロー	△55,258	△15,610
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入れによる収入	150,000	—
長期借入金の返済による支出	△41,062	△65,299
リース債務の返済による支出	△11,398	△2,719
配当金の支払額	△1,420	△3
財務活動によるキャッシュ・フロー	96,119	△68,021
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	49,799	△3,397
現金及び現金同等物の期首残高	178,789	228,588
現金及び現金同等物の期末残高	228,588	225,191

※決算短信より抜粋

■業績見通し

2021年2月期見通し

2021年2月期については、売上高が1,400百万円（前期比5.7%増）、営業利益は19百万円（同43.7%減）、経常利益は16百万円（同49.3%減）、当期純利益は11百万円（同23.4%減）をそれぞれ見込んでいる。新型コロナウイルスの影響について、現時点では今後の動向が不透明であることから、会社計画には織り込まれていない。そのため、今後計画を見直す可能性はあるとはいえ、同社は流通・小売業に強みを持っており、現時点で著しい影響は受けていないとみられる。



新型コロナウイルスの影響によって北海道から東京への出張等が制限されているが、この点も同社はWeb会議システム等を早期から駆使しており、影響は限られているものと見ている。逆に、出張の抑制で経費削減効果を生むことも期待され、新型コロナウイルスの収束後もWebツールを一段と駆使することにより、その効果常態化が意識されることである。

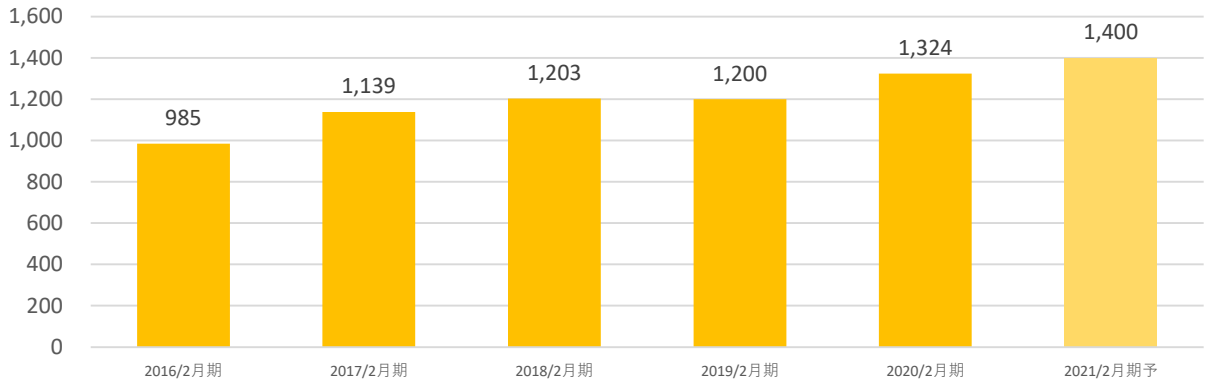
なお、あくまで今後の感染状況等の影響次第ではあるが、会社側の見解としては、プロモーションを自粛する動き（ショッピングモールや化粧品など）が出てくる可能性も想定している。また、人件費が高騰しているデータアナリティクス人材やシステムエンジニアの採用を強化しているため、採用が予定より遅れた場合、短期的に損益面では好影響となる可能性もあるが、継続して採用及び中途人材の育成を強化し費用を投じる方針である。

※単位は百万円

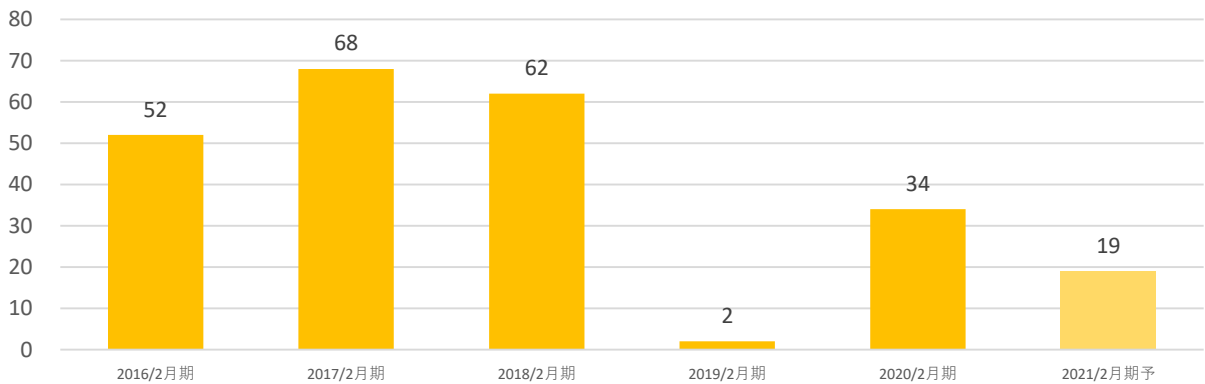
	売上高		営業利益		当期純利益		配当予想
	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	
2021年2月期 (通期予想)	1,400	5.7%	19	△43.7%	11	△23.4%	0円
2021年2月期 (上期予想)	698	11.6%	17	29.9%	10	17.1%	0円
2020年2月期 (通期実績)	1,324	10.3%	34	1498.3%	14	-	0円
2020年2月期 (上期実績)	626	5.6%	13	63.7%	9	132.4%	0円

※決算短信よりRAKAN RICERCAが作成

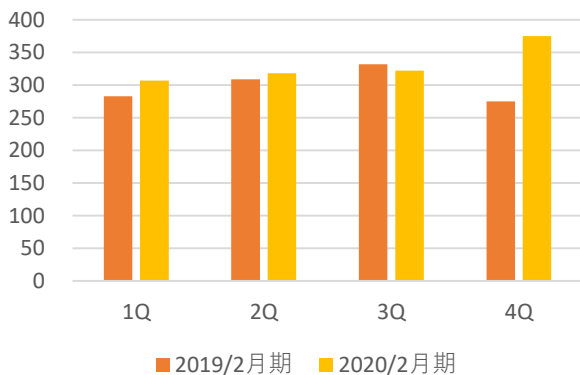
売上高 (百万円)



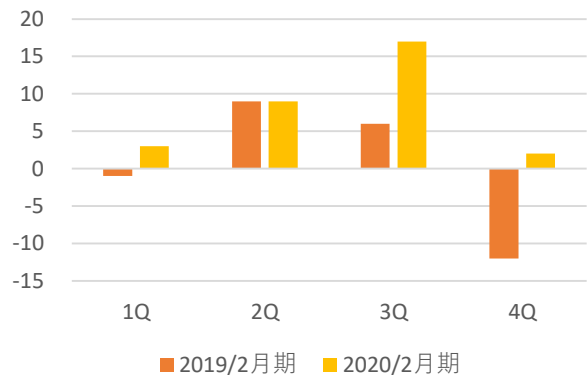
営業利益 (百万円)



売上高 (四半期比較)



営業損益 (四半期比較)



■株主還元

2019年2月期に実施した旧本社ビル売却意思決定による減損処理によって、無配となっているものの、株主還元については、同社経営陣も重要課題と認識しており、継続的な成長に向けて、内部留保を確保しながら、業績に応じて実施するとしている（実際に2018年2月期には1株2円の配当を実施している実績がある）。

■株主優待

株主優待制度は現在導入なし。

■地域・企業との取組み

2019年4月には、国立大学法人北海道大学が産学・地域協働推進機構に設置した、産業創出部門（先進ITプロトタイプ研究部門）に協同参画し、同大学の施設内に研究室を設置。共同研究テーマである「ITシーズ技術を社会実装するためのプロトタイプ開発」において、北海道大学の最新の研究開発環境を活用し、同社の持つビッグデータ分析ノウハウを更に高度化し、新たな価値を創出する取組みを目指している。

また、行政データのオープン化、利活用支援事業、オープンデータ活用企業へのデータ利活用マッチング支援事業などを行う一般社団法人札幌圏地域データ活用推進機構（略称SARD）の設立（2019年7月）に、札幌市や北海道内地銀二行などと共に設立時社員として参画している。ダイレクトマーケティングエージェンシーとして同社が有するビッグデータ分析・解決支援などに関するノウハウを、他の参画企業・団体が保有するデータに活用し、新たな価値の創出・地域におけるデータ利活用活性化を推進することを目指す。

その他、AI・IoT分野における経済産業省北海道経済産業局からの採択により、地域未来投資促進法に基づく「連携支援計画」（2019年5月）と「北海道AIビジネス創出プロジェクト」（2019年7月）が進行中である。なお、北海道AIビジネス創出プロジェクトは、同社を中心に産業支援機関と金融機関からなる連携支援体制により、AI企業とユーザ企業（ものづくり関連分野、食料品製造関連分野、観光関連分野）の各企業とのマッチング促進とともに、これら産業のAI活用を担う人材の育成を行うことによって、北海道産業の労働生産性等の課題を解決し持続的な発展を実現することを目指す。

加えて、2020年5月18日には、資本業務提携先で、北海道大学公認AI（人工知能）ベンチャー企業である株式会社調和技研が実施する第三者割当増資での新株発行の一部を引き受けることを決議し、その払い込みが完了したことを公表している。同社と調和技研は主に、AIの活用やデータ分析の領域で協業を推進しており、提携以来複数の案件で協力体制を組み、実績を積み重ねている。

現時点ではまだ、様々な組織と積極的にリレーションを構築する動きが先行している段階ではあるものの、長期的にはこうした取組みが具体的に実を結ぶ可能性があることから、動向に注目しておきたい。

■CSR活動等

女性の活躍推進に関する取り組みが特に優良な企業として、厚生労働大臣より「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律（女性活躍推進法）」に基づく「えるぼし」認定の最高位である「3段階目」の認定を2018年3月に受けているほか、同年7月には札幌市ワーク・ライフ・バランスplus企業の「ステップ3 先進組企業」として認定を受けている。

直近では、2020年3月に「北海道働き方改革推進企業シルバー認定」（働き方改革に積極的に取り組む企業を、その取組の段階に応じて道が認定する制度）を受けた他、「北海道あったかファミリー応援企業」（道による育児や介護などの家庭と仕事の両立できる制度など男女が共に働きやすい職場環境づくりに取り組んでいる企業の登録制度）としても認定されるなど、従業員の働きやすさを意識した経営に取り組んでいる。



※会社HPより抜粋

また、同社札幌オフィスに常設されている自動販売機の売上の一部は、公益財団法人北海道対がん協会に寄付され、乳がんから女性を守るための活動にあてられており、北海道コカ・コーラボトリングとは共同で「ピンクリボン活動」を推進している。その他、CSR活動の一つとして、日本赤十字社へ、年度でDM発送件数・メール発送件数を集計し、その集計された年間の総プロモーション件数に、検討のうえ決定した割合を乗じて算出された金額を寄付するという活動を行っている。

■事業に関するリスク

同社は、日本国内における流通小売業、製造小売業などのB to C企業に依存しており、国内の景気動向や個人消費の動向等の経済環境のみならず、B to C企業各社の景況等に影響されやすい傾向にある。B to C企業各社の景況等が悪化した場合、具体的には、クライアント企業数の減少やクライアント企業における販売促進費の抑制、マーケティング手法の変更等による業績影響が想定される。その他、主要クライアント企業において、何らかの事情により、取引額が大幅に減少した場合、もしくは取引の継続が困難な事態に陥った場合には、業績に影響を及ぼす可能性がある。

同社のクライアントの商行為は、「特定商取引に関する法律」、「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（特定電子メール法）」、「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」等、主にダイレクトマーケティング事業に関わる法的規制等の影響を受ける。これらの法規制等の導入・強化・改正等に対して同社クライアントが適切な対応を行わなかった場合及び同社がクライアント企業に対し適切な対応を怠った場合は、クライアント企業の業績が悪化する可能性があり、間接的に影響を受ける可能性がある。

人材募集広告や人材紹介サービスの活用により、恒常的に必要な人材の確保に努めている他、より優秀な人材を確保しつつ、人材の流出を最小限に抑えるため、従業員の能力向上のための教育研修の強化に努めている。しかし、必要とする専門人材を計画通りに確保できなかった場合、また、必要な人材の流出が発生した場合には、同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

同社は、クライアント企業の顧客の個人情報を取扱っている。そのため、当該個人情報の管理として、個人情報取扱規程等を整備し、個人情報管理に関するシステムのセキュリティ対策を講ずるとともに、全役職員を対象とした教育研修を実施して個人情報の適正管理に努めている。また、封入作業等を依頼する外注先等に対しても監視、指導を徹底している。2005年8月には、一般財団法人日本情報経済社会推進協会が発行するプライバシーマークを取得。また、個人情報以外の情報についても情報システム管理規程を整備し、体制の強化や社員教育などを通じてシステムとデータの保守・管理に万全を尽くしており、2017年9月には、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の認証を取得した。ただし、これらの情報が関係者や業務提携先の故意又は過失により、外部へ流出もしくは悪用される事態が発生した場合には、損害賠償を含む法的責任を追及される可能性があるほか、信用の低下等により、同社業績に影響を及ぼす可能性がある。

※有価証券報告書よりRAKAN RICERCAが作成

重要事項（ディスクレーム）

- 本レポートは、札幌証券取引所が作成したものではありません。
- 本レポートは、面会や電話取材等を通じて本レポートの対象企業より情報提供を受け、RAKAN RICERCA株式会社（以下、弊社）が信頼できると判断した情報をもとに作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、本レポートの対象企業が発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは、あくまで情報の提供を唯一の目的として作成されたもので、有価証券の価値判断や取引及びその他の取引の勧誘又は誘引を目的とするものではありません。
- 本レポートは、対象企業がその作成費用を支払うことを約することにより制作されたものであり、レポートの対象企業が札幌証券取引所に支払った金額すべてが、札幌証券取引所から弊社に支払われています。ただし、本レポートに含まれる仮説や結論はレポートの対象企業によるものではなく、弊社の分析及び評価によるものです。また、本レポートの内容はあくまですべて作成時点のものであり、予告なく変更されることがあります。
- 弊社は、役員及び従業員に対して、所定の手続きを経ずにレポートの対象企業に係る証券又は関連デリバティブを取引することを禁止しています。ただし、弊社の役員及び従業員は、レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して、将来取引を行う可能性があります。そのため、弊社の役員及び従業員は本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性がある点にご留意ください。
- 本レポートの著作権は弊社に帰属しますが、個人目的の使用においては複製が許諾されています。なお、配布、転送、その他の利用は著作権侵害に該当します。また、札幌証券取引所及びレポートの対象企業に対しては、本レポートの利用を許諾しております。
- 本レポートに含まれる情報は、いかなる目的で使用される場合においても、投資者の判断と責任において使用されるべきものであり、本レポート及び本レポートに含まれる情報の使用による結果について、札幌証券取引所及び弊社は如何なる責任を負うものではありません。
- なお、本レポートに関するお問合せに関しては、札幌証券取引所もしくはレポートの対象企業に直接ご連絡ください。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

RAKAN RICERCA株式会社