

企業調査レポート

フュージョン (3977)



2021.6.1

■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／ESG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（2021年6月1日時点）
従業員	63名(平均年齢：38歳、平均勤続年数：5.1年)
発行済株式数	720,000株
時価総額	720百万円（2021年6月1日時点）

■ 実績と見通し

2021年2月期業績は、売上高1,242百万円（前期比6.2%減）、営業利益及び経常利益は損益均衡、当期純利益2百万円（同81.5%減）だった。第1四半期は仕掛案件が多数あり、好調に推移していたものの、コロナ禍の拡大及び長期化に伴い、同社の主たるクライアントである流通小売業界が、販売促進活動を自粛することとなったため、新規クライアントの獲得及び受注が想定通りに進まず徐々に影響を受ける格好に。ただ、その一方で「巣籠り」と呼ばれる状況の中、リアル店舗での販売機会の減少を代替するべく、流通小売業界ではECサイトなど非対面の営業チャネルへの注力が加速したことで引き合いが増加した面もあった。

2022年2月期については、売上高が1,350百万円（前期比8.7%増）、営業利益は3百万円（同241.3%増）、経常利益は5百万円（前期は387千円の赤字）、当期純利益は3百万円（同41.9%増）をそれぞれ見込んでいる。前期は「Withコロナ」と叫ばれつつも、実態として同社のメイン顧客である流通小売業界では、プロモーション活動の様子見姿勢が顕著に見られていたが、足元では徐々に回復傾向にある。また、全日本DM大賞において、2年連続のグランプリ獲得という快挙を達成したことも追い風となり、高いレベルで消費者コミュニケーションを実施したいという顧客ニーズの下、同社の引き合いも新規で増加している。

※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
2022年2月期 (通期予想)	1,350	8.7%	3	241.3%	3	41.9%	0円
2021年2月期	1,242	△6.2%	0	△97.3%	2	△81.5%	0円
2020年2月期	1,324	10.3%	34	1498.3%	14	-	0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」に関わる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。同社はワンストップでサービス提供を行うことにより、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。足元では、中小企業の事業承継などを手掛けているM&A関連の企業からのDM制作案件なども増加。

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、日本郵便（株）主催の日本最大の賞「全日本DM大賞」において14年連続受賞という実績を有している。また、エコー賞やケープ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

2021年3月5日に発表された「第35回全日本DM大賞」では、同社が手掛けたDM（広告主：（株）リクルートマーケティングパートナーズ）が最優秀賞であるグランプリを獲得。計7作品での受賞となった他、第34回に続き2年連続のグランプリ獲得という快挙も達成するなど、同社の突出した企画・制作力を裏付ける結果となった。なお、第35回は2019年4月～2020年9月にかけて制作・発送されたDMが対象で、応募作品数は712となっている。

グランプリを獲得したのは、多数の従業員数を抱える企業からの「スタディサプリENGLISH法人サービス」の資料請求獲得を目的とした、人事責任者をターゲットとするDM作品だった。第1弾として、アナログ学習の伝統的ツールである単語帳を模した「ホンネの英単語」と題した冊子を制作。収録単語は人事責任者の「担当者」と、研修を受ける「受講者」双方のホンネを集め、研修をデジタル教材に入れ替えると、双方にとってムダが省け効率化できることをわかりやすく伝えた。続く第2弾では、スタディサプリを導入すると、大幅にコスト削減が可能になるというメリットを訴求するのに「経節」を用いるという大胆な施策を講じた。「コスト」と「経節」の「削る」という共通点に着目して、桐箱に経節パック3個を入れて送付。当然発想の奇抜さで終わらず、合計約150社から資料請求、内32社から本申込を獲得。資料請求率は約4%となり、反応率1%で成功とされるDMの世界で前回比約40倍という大幅な反響を実現した。グランプリ作品に限らず、その他の受賞作品についても非常に高い施策効果が見られている。

同社の事業内容及び既存のメイン顧客から、BtoC向けサービス提供の印象が必然的に強くなってしまふものの、上述したような事例から、BtoB領域でも同社の強みが機能していることがわかる。DM大賞での卓抜した実績や定期的に開催しているセミナーがきっかけとなり、実際に引き合いも増加しており、コロナ禍でコストの削減や効率性に対する意識が高まっている中、直接営業がしにくくなっているようなBtoBに属する業界の需要を取り込むことが期待される。



※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
2021	第35回全日本DM大賞 グランプリ 金賞 他全7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	176,200	24.47
花井 優樹	109,000	15.14
プロGRESS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	39,700	5.51
重村 尚史	36,000	5.00
フュージョン従業員持株会	14,700	2.04
花井 由香	12,000	1.67
安田 真	8,000	1.11
合計	581,400	80.75

※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

高付加価値なマーケティングサービスをワンストップで提供

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、マーケティング面の課題の明確化）から、マーケティング戦略策定、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・サポート等、一連のプロセス全体の活動をサポートする。なお、21年2月期から、提供価値の提供先及び内容、戦略方針、売上及び利益構造等の明確化を目的として、下図の通り区分変更を実施（従来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領域）。

(1) マーケティング支援分野

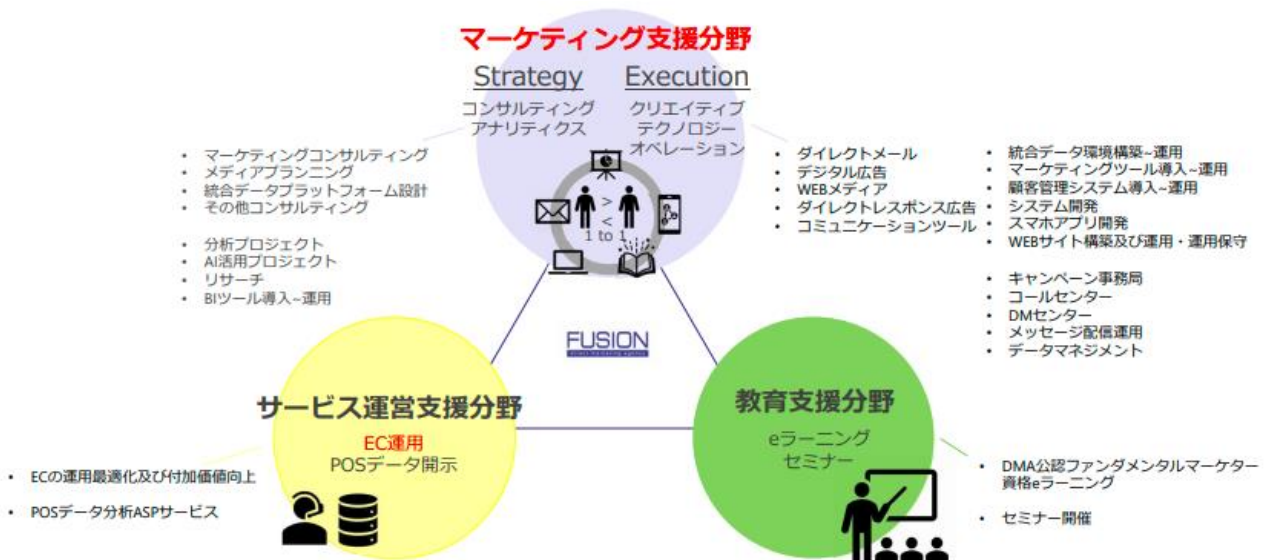
顧客行動データを保有するクライアント企業に対して、各種データの多角的な分析に始まり、高い成果を出すための運用設計まで一貫した戦略立案を行う。さらに、その戦略を具体的な形に落とし込むための、トータルなコミュニケーションのクリエイティブと実行までを同社が担うため、顧客マーケティング（顧客行動データの分析に基づき実施するマーケティング活動）に関するトータル支援を行うことが可能になっている。

(2) サービス運営支援分野

クライアント企業に対して、システム基盤の最適化及び機能開発支援、ECの最適化及び付加価値向上支援を行う。

(3) 教育支援分野

ANA（全米広告主協会）傘下のDMAディビジョン公認のeラーニングサービス「DCFM（DMA Certified Fundamental Marketer）」の提供をはじめ、セミナーの開催により、クライアント企業の社内教育やマーケターのスキルアップを支援する。



※会社資料より抜粋

サービス領域一覧		
区分	領域	主要サービス
マーケティング支援分野	コンサルティング	マーケティングコンサル
		メディアプランニング
		統合データプラットフォーム設計
		その他コンサル
	アナリティクス	分析プロジェクト
		AI活用プロジェクト
		リサーチ
		BIツール導入及び運用
	クリエイティブ	ダイレクトメール
		デジタル広告
		WEBメディア
		ダイレクトレスポンス広告
		コミュニケーションツール
	テクノロジー	統合データ環境構築及び運用
		スマホアプリ開発
		マーケティングツール導入及び運用
		システム開発
		顧客管理システム導入及び運用
		WEBサイト構築及び運用
		運用保守
オペレーション	事務局	
	コールセンター	
	DMセンター	
	メッセージ配信運用	
	データマネジメント	
サービス運営支援分野	POSデータ開示	システム基盤の最適化及び機能開発
	EC運用	ECの最適化及び付加価値向上
教育支援分野	eラーニングサービス	DCFM (DMA Certified Fundamental Marketer) ※ANA (全米広告主協会) 傘下のDMAディビジョン公認のeラーニングサービス
	セミナー	セミナー開催

※会社HPよりRAKAN RICERCAが作成

■業績動向

コロナ禍による流通小売業界の様子見姿勢の影響を受ける格好

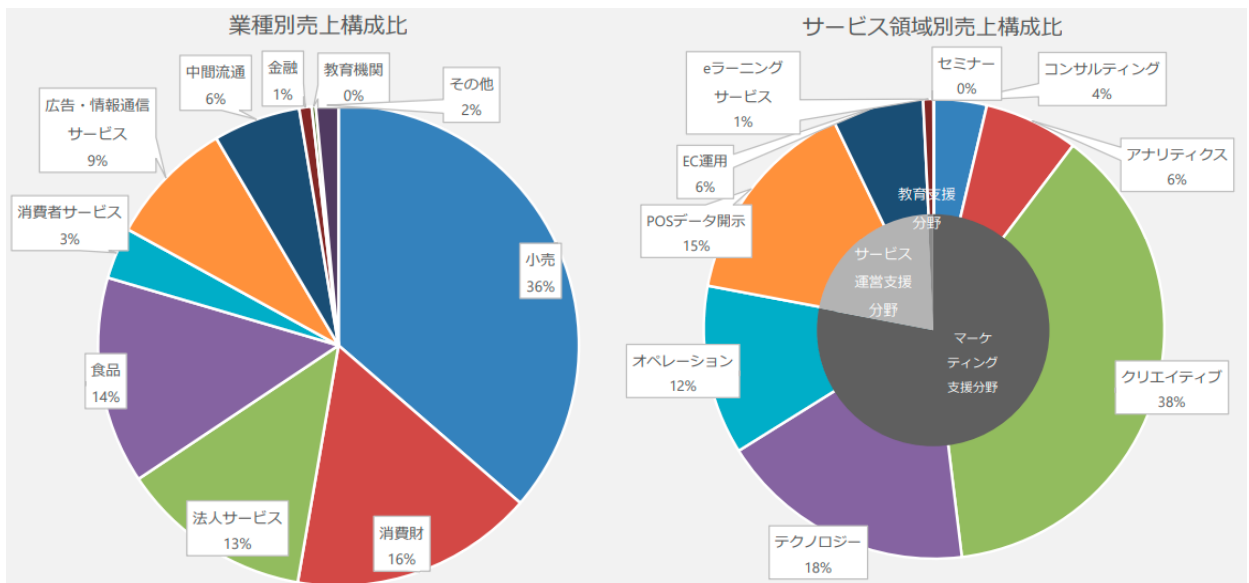
2021年2月期業績

2021年2月期業績は、売上高1,242百万円（前期比6.2%減）、営業利益及び経常利益は損益均衡、当期純利益2百万円（同81.5%減）だった。第1四半期は仕掛案件が多数あり、好調に推移していたものの、コロナ禍の拡大及び長期化に伴い、同社の主たるクライアントである流通小売業界が、販売促進活動を自粛することとなったため、新規クライアントの獲得及び受注が想定通りに進まず徐々に影響を受ける格好に。ただ、その一方で「巣籠り」と呼ばれる状況の中、リアル店舗での販売機会の減少を代替するべく、流通小売業界ではECサイトなど非対面の営業チャネルへの注力が加速したことで引き合いが増加した面もあった。

サービス毎の業績については、マーケティング支援分野の売上高が968,665千円（前期比9.0%減）だった。テクノロジーの領域で既存クライアント企業からスマホアプリ開発案件、Webサイトリニューアル案件等を受注したものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、クライアント企業が販売促進活動を自粛することとなったため、主にクリエイティブの領域でDM案件等の受注ができない状況となり、同時に新規受注獲得も計画どおりの進捗とならず、全体的に売上高は低調に推移した。

サービス運営支援分野の売上高は264,099千円（同7.0%増）だった。EC運用の領域で既存クライアント企業のEC売上好調の影響を受け、当社のECサイト運用案件の売上高増加に繋がった。また、POSデータ開示の領域で安定した顧客基盤を確保していることに加えて、サーバリプレイス案件を受注したことにより、全体的に堅調に推移。

教育支援分野の売上高は9,453千円（同28.6%減）だった。eラーニングサービスの領域でDCFMの販売が堅調に推移したものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、セミナーの開催を見送ったため、全体的に低調に推移。



※会社資料より抜粋

■ 損益計算書

※単位：千円

	2020年2月期	2021年12月期
売上高	1,324,830	1,242,218
売上原価	822,008	796,817
売上総利益	502,822	445,400
販売費及び一般管理費	468,819	444,473
営業利益	34,002	927
営業外収益		
受取手数料	296	562
助成金収入	1,710	-
保険解約返戻金	-	210
受取保険金	-	1,848
その他	215	126
営業外収益合計	2,221	2,747
営業外費用		
支払利息	1,118	1,216
減価償却費	1,684	969
寄付金	461	196
支払手数料	-	1,680
その他	40	-
営業外費用合計	3,304	4,062
経常利益又は経常損失	32,918	△387
特別利益		
固定資産売却益	-	5,404
特別利益合計	-	5,404
特別損失		
固定資産除却損	4	749
特別損失合計	4	749
税引前当期純利益	32,914	4,267
法人税、住民税及び事業税	18,410	1,148
法人税等調整額	△400	356
法人税等合計	18,010	1,504
当期純利益	14,904	2,763

※決算短信よりRAKAN RICERCAが作成

■ 貸借対照表

※単位：千円

	2020年2月29日	2021年2月28日		2020年2月29日	2021年2月28日
資産の部			負債の部		
流動資産			流動負債		
現金及び預金	225,191	211,376	買掛金	113,030	80,415
受取手形	1,463	9,883	1年内返済予定の長期借入金	61,932	62,629
売掛金	164,138	219,375	リース債務	-	696
仕掛品	28,507	14,130	未払金	42,083	17,821
前払費用	15,250	17,575	未払費用	3,728	866
未収還付法人税等	-	8,799	未払法人税等	22,154	574
その他	13,268	3,443	未払消費税等	18,766	16,279
流動資産合計	447,819	484,584	前受金	4,564	6,465
固定資産			預り金	10,857	11,202
有形固定資産			受注損失引当金	-	4,682
建物	201,168	64,810	その他	16	16
減価償却累計額	△112,040	△11,051	流動負債合計	277,134	201,649
建物（純額）	89,127	53,758	固定負債		
工具、器具及び備品	57,631	51,585	長期借入金	87,279	154,594
減価償却累計額	△38,109	△37,652	リース債務	-	2,176
工具、器具及び備品（純額）	19,522	13,932	繰延税金負債	4,867	5,223
土地	40,873	-	資産除去債務	17,596	17,719
リース資産	48,934	39,997	固定負債合計	109,742	179,713
減価償却累計額	△48,934	△37,467	負債合計	386,877	381,362
リース資産（純額）	-	2,529	純資産の部		
有形固定資産合計	149,523	70,221	株主資本		
無形固定資産			資本金	212,928	212,928
商標権	231	190	資本剰余金		
ソフトウェア	3,805	25,619	資本準備金	62,928	62,928
無形固定資産合計	4,037	25,810	資本剰余金合計	62,928	62,928
投資その他の資産			利益剰余金		
投資有価証券	5,590	25,590	利益準備金	390	390
その他	22,740	22,740	その他利益剰余金		
投資その他の資産合計	28,330	48,330	繰越利益剰余金	△35,503	△32,740
固定資産合計	181,891	144,361	利益剰余金合計	△35,113	△32,350
資産合計	629,711	628,945	株主資本合計	240,742	243,505
			新株予約権	2,091	4,077
			純資産合計	242,834	247,583
			負債純資産合計	629,711	628,945

※決算短信より RAKAN RICERCA が作成

■ キャッシュフロー計算書

※単位：千円

	2020年2月期	2021年2月期
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前当期純利益	32,914	4,267
減価償却費	19,372	18,713
受取利息及び受取配当金	△0	△0
支払利息	1,118	1,216
固定資産売却益	-	△5,404
固定資産除却損	4	749
株式報酬費用	2,091	1,985
受注損失引当金の増減額（△は減少）	-	4,682
売上債権の増減額（△は増加）	△47,096	△63,657
たな卸資産の増減額（△は増加）	△16,372	14,377
その他の流動資産の増減額（△は増加）	△2,951	7,500
仕入債務の増減額（△は減少）	32,132	△32,614
未払金の増減額（△は減少）	26,754	△24,844
その他の流動負債の増減額（△は減少）	25,079	△6,730
小計	73,047	△79,759
利息及び配当金の受取額	0	0
利息の支払額	△1,118	△1,216
法人税等の支払額又は還付額（△は支払）	8,305	△27,607
営業活動によるキャッシュ・フロー	80,235	△108,583
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	△12,301	△3,939
無形固定資産の取得による支出	△3,305	△26,009
固定資産の除却による支出	△4	△396
投資有価証券の取得による支出	-	△20,000
有形固定資産の売却による収入	-	77,443
投資活動によるキャッシュ・フロー	△15,610	27,098
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	△65,299	△81,988
リース債務の返済による支出	△2,719	△341
配当金の支払額	△3	-
財務活動によるキャッシュ・フロー	△68,021	67,670
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△3,397	△13,815
現金及び現金同等物の期首残高	228,588	225,191
現金及び現金同等物の期末残高	225,191	211,376

※決算短信よりRAKAN RICERCAが作成

■業績見通し

2022年2月期見通し

2022年2月期については、売上高が1,350百万円（前期比8.7%増）、営業利益は3百万円（同241.3%増）、経常利益は5百万円（前期は387千円の赤字）、当期純利益は3百万円（同41.9%増）をそれぞれ見込んでいる。

新型コロナウイルス感染症に関しては、海外と比較すればやや遅れているとはいえ、ワクチン接種が進捗しつつある。一方、東京及び大阪を中心に感染の収束は未だに見えない状況でもあり、先行きに関しては不透明な部分もある。しかし、コロナ禍の中で事業者及び消費者の販売・購買行動が大きく変化し、EC（電子商取引）の利用者が急増する中で、データ分析や効率性と効果を両立したプロモーションに対するニーズは一段と強まっている状況だ。

前期は「Withコロナ」と叫ばれつつも、実態として同社のメイン顧客である流通小売業界では、プロモーション活動の様子見姿勢が顕著に見られていたが、足元では徐々に回復傾向にある。また、全日本DM大賞において、2年連続のグランプリ獲得という快挙を達成したことも追い風となり、高いレベルで消費者コミュニケーションを実施したいという顧客ニーズの下、同社の引き合いも新規で増加している。具体的には、マーケティングの高度化が必須の金融業界や、対面営業を自粛せざるを得ないBtoB型の法人サービス業といった、新たなクライアントの需要取り込みに注力していくことで増収増益を達成する計画となっている。

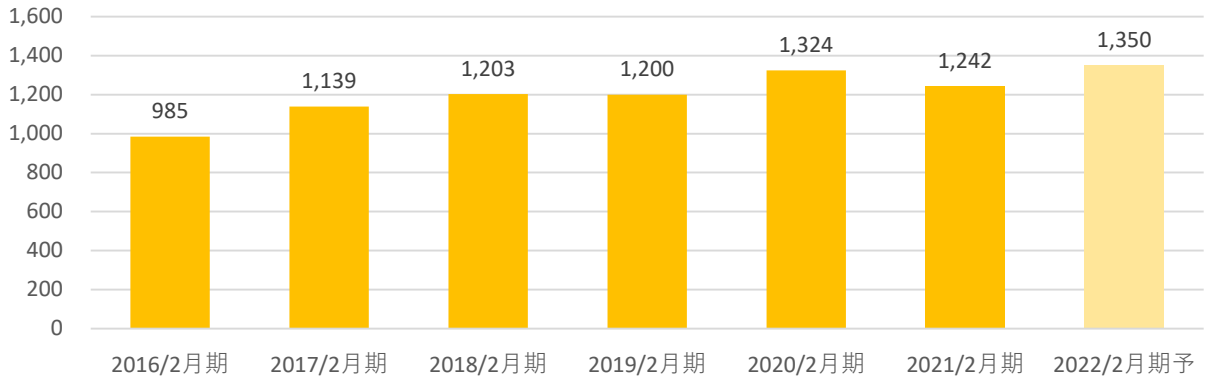
なお、引き続きデータアナリティクス人材やシステムエンジニアの不足状況は継続しており、採用強化姿勢は維持。外注費の推移にも影響してくるため、採用の進捗について関心を持っておきたい。また、同社も出資している北海道大学認定ベンチャー企業の（株）調和技研は、（株）日立ソリューションズ東日本と、コールセンターの業務効率化の取り組みとして、AIとRPA関連技術の適用について検証した結果を受け、コールセンター向け業務効率化ソリューションとして実用化し、2021年4月より提供を開始すると発表している。調和技研の事業拡大の行方にも期待感を持って、気を配っておく必要がある。

※単位は百万円

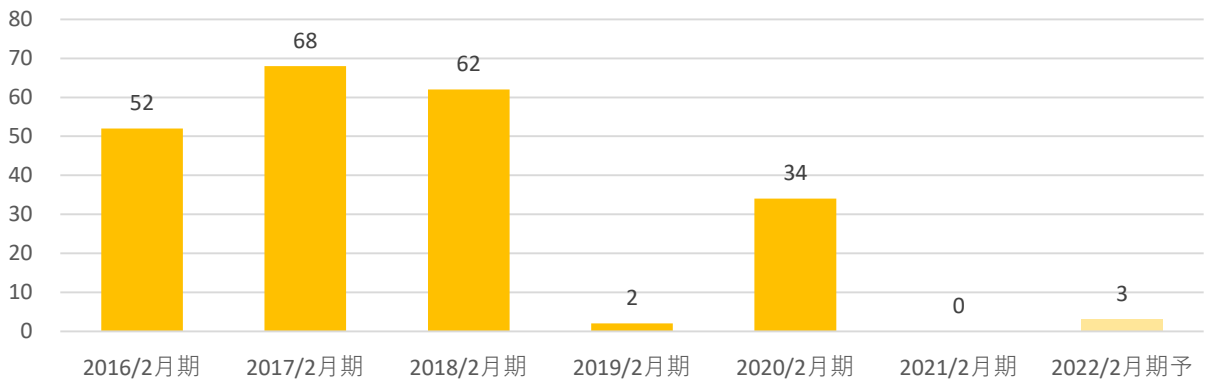
	売上高		営業利益		当期純利益		配当予想
2022年2月期 (通期予想)	1,350	8.7%	3	241.3%	3	41.9%	0円
2022年2月期 (上期予想)	640	2.9%	△25	-	△23	-	0円
2021年2月期 (通期実績)	1,242	△6.2%	0	△97.3%	2	△81.5%	0円
2021年2月期 (上期実績)	622	△0.5%	7	△44.6%	5	△41.2%	0円

※決算短信よりRAKAN RICERCAが作成

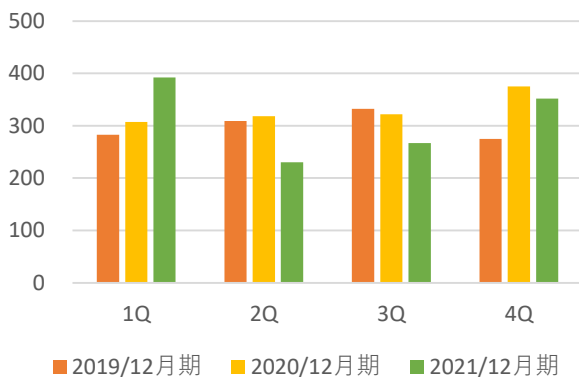
売上高 (百万円)



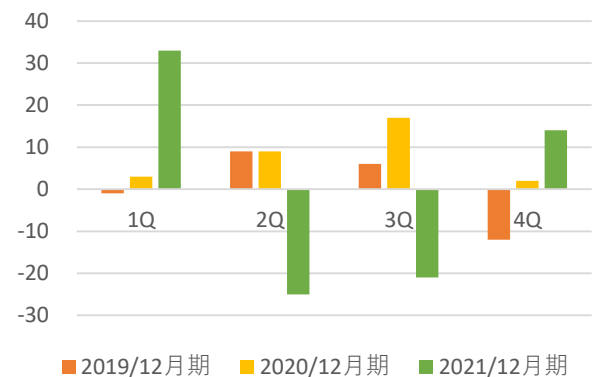
営業利益 (百万円)



売上高 (四半期比較)



営業利益 (四半期比較)



■株主還元

旧本社ビル売却意思決定による減損処理に伴う2019年2月期の無配から、足元では新型コロナウイルスによる業績影響も大きく、2022年2月期も無配の見通しとなっている。株主還元については、2018年2月期には1株2円の配当実績がある通り、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。

■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）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。さらに、2021年5月31日付で資本業務提携の強化も公表。同社の専務取締役である安田真氏が調和技研の社外取締役役に就任したことで、シナジー効果発揮に向けて注目度が一段と高まった印象だ。

さらに、協業というレベルでは、アフターコロナを見据えたデータサイエンティスト仮想常駐サービスに関し、（株）データフォーシーズと2020年8月から取組みを開始している。その他、小売業向けDX推進に向けた施策として、北海道大学発認定ベンチャーAWL（株）の3密回避AIカメラソリューション製品「AWL BOX」と「AWL Lite」の提供コーディネートも実施。この2社以外にも、2020年12月にマザーズ市場に新規上場したプレイド（4165）とセミナーを共催するなど活発な動きを見せている。なお、プレイド（4165）は、サイトやアプリ訪問者の行動・感情をリアルタイムに解析し、個別に最適化した体験の提供を可能にするCX（顧客体験）プラットフォーム「KARTE」を中心として事業を展開している企業だ。CRM（Customer Relationship Management：顧客関係管理）のトータル支援を手掛けている同社とは、相互に送客するような補完関係にあることから、今後の協業関係深化などの行方にも注目しておきたいと弊社では考えている。

■CSR/ESG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 先進取組企業」として認定を受けている。

また、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。

2020年10月には、地域経済への影響力が大きく、成長性が見込まれるとともに地域経済のバリューチェーンの要を担っており、地域経済牽引事業の中心的な担い手候補である企業を経済産業省が選定する「地域未来牽引企業」となった。さらに、2021年3月に、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人 2021（中小規模法人部門）」の認定を受けた（地域の健康課題に即した取組や日本健康会議が進める健康増進の取組をもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度）。こうした豊富な実績からも、多様な観点から企業価値を高めることに継続して努めていることがわかる。



地域未来牽引企業



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。

さらに、2020年6月から持続可能な開発目標（SDGs）実現に向けた取り組みとして、Unipos社ピアボーナス制度（社内で感謝の言葉を添えた少額インセンティブを送り合うことができる制度）での追加機能を活用し、認定NPO法人ノーベル、認定NPO法人 特定非営利活動法人ACEの2団体への寄付活動を行っている。前者は持続可能な開発目標「SDGs」における17のゴールのうち、（5）「ジェンダー平等を実現しよう」に関連し、子どもを産んでも当たり前前に働ける社会の実現を目指しており、後者は（8）「働きがいも経済成長も」に関連し、子ども・若者が自らの意志で人生や社会を築くことができる世界をつくるために、子ども・若者の権利を奪う社会課題を解決することを目標として掲げている。

■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。

新型コロナウイルス感染症のような、大規模な感染症の発生による従業員等の感染に伴って、サービスの提供が一時的に難しくなる可能性がある。また、同感染症の今後の広がり方や収束時期等を正確に予測することは困難な状況にあり、影響の長期化は景気の減速をもたらし、同社クライアント企業の販売促進施策等の自粛といった形で同社事業に大きなリスクを生じさせる可能性がある。

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。

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