



フラー株式会社

証券コード 387A

2026年6月期第3四半期 決算説明資料

2026.05.12

01 2026年6月期第3四半期 業績

02 直近のトピック

03 Appendix（会社概要）

04 Appendix（成長戦略）

（注）「03」及び「04」は、2025年9月26日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」を再構成して作成しています。

人材の採用が進んだ一方で、売上高が伸びず減益。四半期純利益は一定確保。  
 今後は事業提携の推進と営業体制強化により、人材増加に見合う売上成長を目指す。

↗ → ↘ 指標に記載の矢印のアイコンは、前年同期からの増減を示しています（「クリエイティブ人材の割合」のみ前期末からの増減）。

四半期 業績	<p>売上高</p> <p><b>14.28</b>億円 <span>↘</span></p> <p>前年同期比 <math>\Delta</math>0.5%</p>	<p>営業利益</p> <p><b>0.41</b>億円 <span>↘</span></p> <p>前年同期比 <math>\Delta</math>77.6%</p>	<p>四半期純利益</p> <p><b>0.94</b>億円 <span>↘</span></p> <p>前年同期比 <math>\Delta</math>49.7%</p>
	<p>クリエイティブ人材の割合<sup>(注)1、2</sup></p> <p><b>80.3%</b> <span>↗</span></p> <p>前期末比 +0.3pt</p>	<p>クリエイティブ人材 1人当たり月間売上高<sup>(注)1、3</sup></p> <p><b>1,047</b>千円 <span>↘</span></p> <p>前年同期比 <math>\Delta</math>11.3%</p>	<p>営業利益率</p> <p><b>2.9%</b> <span>↘</span></p> <p>前年同期比 <math>\Delta</math>10.0pt</p>

(注) 1. クリエイティブ人材は、当社従業員のうちディレクター、デザイナー、エンジニアの総称です。なお、エンジニアには、iOS、Android、フロントエンド、サーバーサイド、データサイエンス、品質保証の各分野における技術者を含んでいます。  
 2. 常勤従業員に占めるクリエイティブ人材の割合です。  
 3. クリエイティブ人材1人当たり月間売上高=月あたり売上高÷((クリエイティブ人材 期首在籍数+クリエイティブ人材 期末在籍数)÷2)

売上高横ばいの中で、労務費増加により売上総利益が減少。販管費増加を抑制したが営業利益は減益。  
補助金収入と税効果会計により四半期純利益94百万円を計上。

単位：百万円	2025年6月期 3Q累計	2026年6月期 3Q累計	前年同期比 増減率	2026年6月期 通期業績予想 (2026年2月12日 公表の修正予想)	進捗率
売上高	1,434	1,428	△0.5%	2,056	69.5%
クライアントワーク	1,350	1,352	+0.1%		
アプリ分析サービス	83	75	△9.7%		
売上原価	825	930	+12.7%		
売上総利益	609	497	△18.3%		
販売費及び一般管理費	423	456	+7.7%		
営業利益	185	41	△77.6%	55	75.7%
経常利益	185	88	△52.2%	100	88.6%
四半期(当期)純利益	186	94	△49.7%	113	83.3%

## 売上高

3Q累計の売上高は1,428百万円（前年同期比△0.5%）とほぼ横ばい。上期に落ち込んだ稼働率は、直近の受注により改善傾向。  
(株)ヤプリー及び電通グループ各社との販売提携（顧客紹介、共同受注等）が収益貢献を開始しており、今後の売上成長に向けた取り組みが進展。

## 売上総利益

労務費増加やAIツール費用増加等により、売上原価が930百万円（+12.7%）に増加。低採算案件の影響もあり、売上総利益は497百万円（△18.3%）に減少。

## 営業利益

上場に伴う諸経費（広告費、IR関連費用等）やITツール費の増加はあったが、効率的な業務運営に努めたことで、販売費及び一般管理費は+7.7%の増加に留まる。売上総利益の減少の影響が大きく、営業利益は41百万円（前年同期比△77.6%）。

## 経常利益 / 四半期純利益

補助金収入57百万円があり経常利益は88百万円（△52.2%）。さらに法人税等調整額△6百万円（△は益）があり、四半期純利益は94百万円（△49.7%）を計上。

売上高は横ばいで推移したが、稼働状況の改善により売上総利益率が回復傾向。  
直近の受注や仕掛案件の収益認識により4Qの売上高は上向く見込み。

単位：百万円

	2026年6月期 1Q	2026年6月期 2Q	2026年6月期 3Q	2026年6月期 3Q累計
売上高	484	464	478	1,428
売上原価	320	313	295	930
売上総利益	163	151	182	497
販売費及び一般管理費	159	134	162	456
営業利益	4	17	20	41

売上総利益率	33.8%	32.5%	38.2%	34.9%
営業利益率	0.9%	3.7%	4.2%	2.9%

### 売上高

3Qの売上高は、1Q、2Qから横ばいで推移。売上計上していない仕掛中の案件があり、稼働状況は改善傾向。

直近の受注や仕掛案件の収益認識などを踏まえ4Qは上向く見込み。

### 売上原価

3Qの売上原価は、仕掛品が積み上がった（2Q末から36百万円増加）影響があり、1Q、2Qと比較して減少。

### 売上総利益 / 売上総利益率

3Qの売上総利益は182百万円となり、1Q、2Qより増加。3Qの売上総利益率は38.2%となり、前期通期実績（42.5%）に及ばないが、1Q、2Qからは回復傾向。

### 販売費及び一般管理費

3Qの販売費は、1Q並みとなり2Qから増加（2Qは賞与減の影響により一時的に低下）。

### 営業利益 / 営業利益率

3Qの営業利益は20百万円、営業利益率は4.2%となりやや回復傾向だが、目途としている営業利益率10%には及ばず。

現金及び預金は十分な水準。増資、新株予約権行使と四半期純利益計上により純資産は増加。  
自己資本比率は66.6%となり高い財務健全性を確保。

単位：百万円

	2025年6月期 期末	2026年6月期 3Q末	前期末比
流動資産	1,653	1,579	△74
現金及び預金	1,355	1,273	△82
受取手形、売掛金及び契約資産	251	209	△41
仕掛品	11	44	+33
その他	34	50	+16
固定資産	181	195	+14
資産合計	1,834	1,774	△60
流動負債	456	335	△120
未払費用	251	120	△130
その他	205	215	+9
固定負債	388	256	△131
負債合計	845	592	△252
純資産合計	989	1,182	+192
負債・純資産合計	1,834	1,774	△60
自己資本比率	53.9%	66.6%	+12.7pt

## 資産

現金及び預金は1,273百万円（△82百万円）となり事業規模に対して十分な水準。短期請負案件による仕掛品残高44百万円（+33百万円）。4Q以降に収益認識見込み。業務用PC購入、繰延税金資産積み増しにより固定資産が増加（+14百万円）。

## 負債

賞与減少（前期末は上場記念賞与があった）により未払費用が減少（△130百万円）。補助金の収益認識、長期借入れの約定返済により固定負債が減少（△131百万円）。

## 純資産

公募増資と新株予約権行使により資本金及び資本準備金が増加（+98百万円）。四半期純利益の計上により利益剰余金が増加（+94百万円）。

## 自己資本比率

純資産増加により自己資本比率は66.6%となり前期末から12.7pt増加。

人材確保が先行し、クリエイティブ人材一人当たり売上高と各利益率は減少。  
業務提携、営業体制強化などの効果により顧客基盤は拡大傾向。

	2025年6月期 3Q累計	2026年6月期 3Q累計	前年同期比	【参考】 2025年6月期 通期
クリエイティブ人材 1人当たり月間売上高	1,180千円	1,047千円	△11.3%	1,162千円
売上総利益率	42.5%	34.9%	△7.6pt	42.5%
営業利益率	12.9%	2.9%	△10.0pt	9.4%
クライアントワーク 月平均顧客数	33.2社	42.7社	+28.4%	34.1社
クライアントワーク 月平均顧客単価	4,525千円	3,538千円	△21.8%	4,642千円

### クリエイティブ人材1人当たり月間売上高

人材確保が先行した中で、売上横ばいとなり、クリエイティブ人材1人当たり月間売上高は1,047千円に低下（△11.3%）。

### 売上総利益率 / 営業利益率

売上横ばいと労務費増加により売上総利益率は34.9%に低下（△7.6pt）。売上総利益減少の影響が大きく、営業利益率は2.9%と前年同期比減少（△10.0pt）、目途としている10%に及ばず。

### クライアントワーク月平均顧客数

提携先からの紹介などにより新規取引先開拓が進捗。クライアントワーク月平均顧客数は増加（+28.4%）し顧客基盤は拡大傾向。

### クライアントワーク月平均顧客単価

前期に大型開発案件があったことなどから、クライアントワーク月平均顧客単価は減少（△21.8%）。

中長期の事業成長のため、新卒エンジニア中心に積極採用は継続。  
 従業員の8割以上をクリエイティブ人材が占める収益ポテンシャルの高い人員構成。

単位：百万円	2025年6月期 3Q累計	2026年6月期 3Q累計 (前年同期比)	【参考】 2025年6月期 通期
採用投資額 (注)	137	126 (△7.8%)	201
調整後営業利益 (営業利益+採用投資額)	323	168 (△47.9%)	390

(注) 採用投資額=採用費(人材紹介手数料、採用広告費、インターン経費等)+新卒人件費(入社から1年間)+採用部門人件費

## 採用投資額

2025年4月に新卒社員21名（うちエンジニア18名）が入社。2026年4月は新卒19名（うちエンジニア16名）が入社。即戦力の中途採用も当期に12名。採用数微減と業務効率化により採用投資額は前年同期から7.8%減少。

## 調整後営業利益

採用投資がなかったとした場合の調整後の営業利益。  
 調整後営業利益は168百万円と47.9%減少。一定の事業採算は確保。

	2025年6月期 3Q末	2026年6月期 3Q末 (前年同期比)	【参考】 2025年6月期 期末
従業員数	168人	188人 (+11.9%)	190人
うちクリエイティブ人材数	134人	151人 (+12.7%)	152人
クリエイティブ人材の割合	79.8%	80.3% (+0.5pt)	80.0%

## 従業員数 / クリエイティブ人材数

前年同期末との比較（直近1年間の変動）では、新卒採用等により従業員数が20人増加（+11.9%）。ほぼクリエイティブ人材が17人増加したことによる（+12.7%）。

## クリエイティブ人材の割合

クリエイティブ人材（ディレクター、デザイナー、エンジニア）の割合は収益性に影響。従業員に占めるクリエイティブ人材の割合は80.3%となり、目安の「8割」を上回る。

### 課題

直近の業績のボラティリティは大型案件の受注状況、取引継続動向の影響が大。  
クリエイティブ人材採用は順調に推移しており、これに見合う売上成長が求められる。  
売上安定化と今後の事業拡大のため「継続的な新規受注獲得」が最重要の経営課題。

### 施策① 営業体制の強化

従来の紹介・インバウンド中心から、  
「積極的なアウトバウンド営業」へシフト。

(具体的な取り組み)

- ・営業企画部門を設置、戦略的な営業活動を推進
- ・渉外増員による取引先とのエンゲージメント強化
- ・地域営業の専任担当（関西・新潟・北海道）
- ・営業部門にPM経験者を登用し、提案力を強化
- ・経営トップ含め全社一体となった事業推進

### 施策② 業務提携先との連携強化

業務提携は進捗しつつも深化余地は大きい。  
単なる顧客紹介・販促連携（セミナー等）のほか、  
ノウハウを持ち寄った共同ソリューション提供等の  
「提携による新たな顧客価値創出」を推進。



### 施策③ 販路の拡大

開発案件受注は「販路」が重要。  
従来活用してきた人的関係だけでなく、よりスケール  
ラブルな「大手企業・プラットフォームとの密接な  
パートナーシップの構築」を重視。

- ・大型プロジェクトを抱える大手開発ベンダー、  
ITコンサルティング等のソリューション企業
- ・銀行、証券会社等の金融機関
- ・「Studio」「Amazon Web Service」等の  
プラットフォーム

これらの営業施策を着実に実行していくことで、  
ソリューション提供能力の拡大と統合した持続的な事業成長の実現を目指す。

01 2026年6月期第3四半期 業績

02 直近のトピック

03 Appendix（会社概要）

04 Appendix（成長戦略）

（注）「03」及び「04」は、2025年9月26日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」を再構成して作成しています。

# 制作事例のご紹介

## 三菱地所ハウスネット株式会社さま 営業支援ツール「MirCA」

事業開発 デザイン システム開発



三菱地所ハウスネットの業務用ウェブアプリ「MirCA（ミルカ）」の企画、デザイン、開発を支援しました。

これまで主に紙ベースだった物件の査定書や提案書をデジタル化し、提案力向上および不動産売買におけるDX推進に貢献しました。



### 当社ニュースリリース

2026年3月6日  
三菱地所ハウスネットの営業支援ツール「MirCA（ミルカ）」のデザイン・開発を支援

<https://www.fuller-inc.com/news/202603-mirca>



## 三菱地所株式会社さま

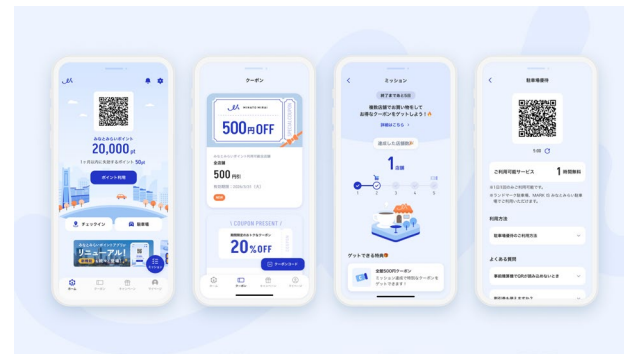
## 「みなとみらいポイントアプリ」

事業開発 デザイン



三菱地所が提供するポイントアプリ「みなとみらいポイントアプリ」のリニューアルにあたり、企画、デザインを支援しました。

シンプルで直感的なデザインに刷新したほか、みなとみらいでのお買い物体験をより便利に楽しくサポートするための新機能を実現しました。



### 当社ニュースリリース

2026年3月13日  
三菱地所「みなとみらいポイントアプリ」リニューアルをフラワーが支援

<https://www.fuller-inc.com/news/20260313-minatomirai-app>

日本放送協会さま

## 「NHKプラス」テレビ向けアプリ

事業開発 デザイン

日本放送協会が手がけるテレビ向けアプリ「NHKプラス」のリニューアルにあたり、企画・デザインを支援しました。

テレビアプリならではのUIの特性を徹底して調査し、ユーザーに寄り添った直感的に理解しやすいUI設計を実現しました。

当社ニュースリリース

2026年3月31日  
フルーが「NHKプラス」テレビ向けアプリの企画デザインを支援

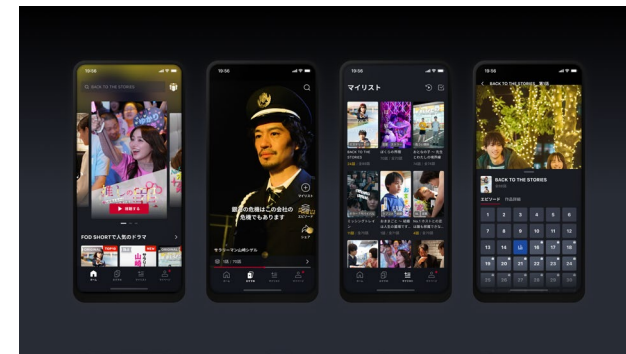
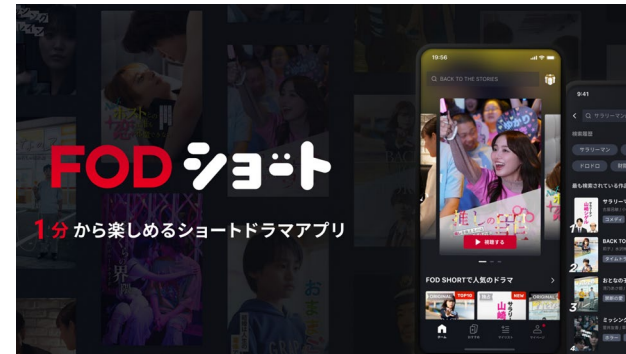
<https://www.fuller-inc.com/news/202603-nhk-one-tv-app>



株式会社フジ・ネクステラ・ラボさま

## 「FOD SHORT」

デザイン



フジテレビが運営する縦型ショート動画アプリ「FOD SHORT」の立ち上げにあたって、同社グループのフジ・ネクステラ・ラボと共同で、アプリデザインを支援しました。

それぞれの動画作品を引き立てながらも「FOD」のブランドを感じられるデザインを追求し、併せて利用者が快適に利用できるUIを実現しました。

当社コーポレートサイト

事例紹介 - FOD SHORTのデザインを支援

<https://www.fuller-inc.com/works/fnl>

2026年3月5日

## 「アプリ市場白書2025」をリリース

App Apeに蓄積されたデータをもとに、2025年の国内アプリ市場の動向や利用実態をまとめた白書を公開しました。多角的な観点から国内アプリ市場の実態を分析しています。

(ダウンロードリンク)

<https://ja.appa.pe/reports/whitepaper-mobilemarket-2025>

(プレスリリース)

<https://www.fuller-inc.com/news/202603-whitepaper-mobilemarket-2025>



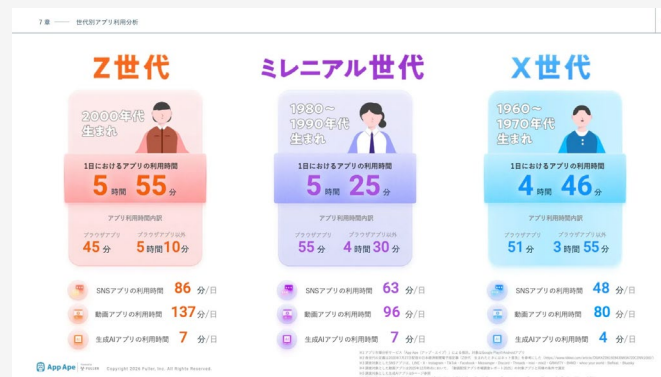
2026年2月17日

「生成AIアプリ市場調査レポート2025年12月版」

### アプリ市場の概況



### 世代別アプリ利用時間の違い



2026年1月14日

「教育・学習アプリ市場調査レポート2025」

01 2026年6月期第3四半期 業績

02 直近のトピック

**03 Appendix（会社概要）**

04 Appendix（成長戦略）

（注）「03」及び「04」は、2025年9月26日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」を再構成して作成しています。

# 会社概要



証券コード 387A



AWS Partner



IS 762756 / ISO 27001  
認証拠点：柏の葉本社・新潟本社

会社名 フラー株式会社

設立日 2011年11月15日

資本金 99百万円（2026年3月31日現在）

従業員数 188人（2026年3月31日現在）

事業内容 デジタルパートナー事業

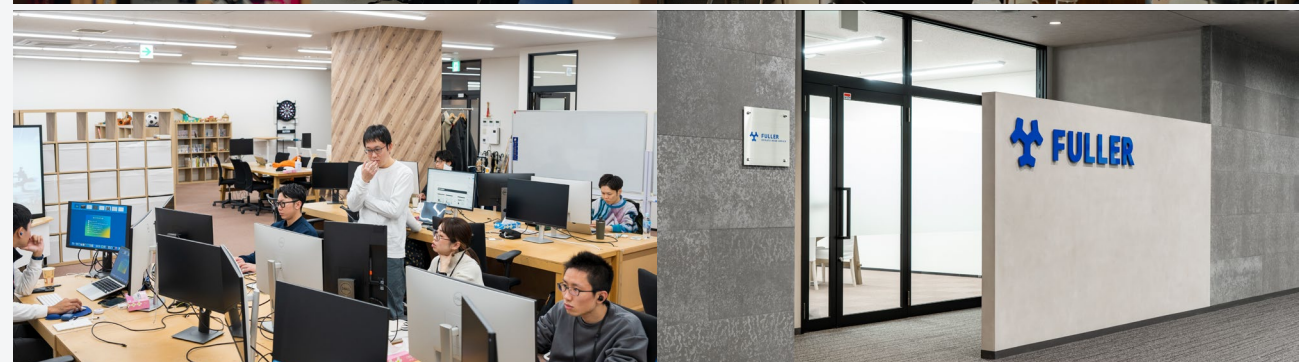
主要株主  
(注1) (株)ヤプリー（東証グロース4168、持分比率21.25%）  
(株)電通グループ（東証プライム4324、持分比率19.91%）

代表取締役社長	山崎 将司
取締役会長	渋谷 修太
取締役CDO(注)2	櫻井 裕基
取締役CFO(注)3	宮毛 忠相
社外取締役	長屋 洋介
社外取締役	庵原 保文
社外取締役	安田 裕美子
社外監査役（常勤）	富川 八峰
社外監査役	塚本 幹夫
社外監査役	三木 孝則（公認会計士）
社外監査役	田中 慈乃（弁護士）

(注) 1. 持分比率は2026年3月31日現在。なお、(株)ヤプリー及び(株)電通グループは当社を持分法適用関連会社としています。  
2. Chief Design Officerの略。最高デザイン責任者。  
3. Chief Financial Officerの略。最高財務責任者。



Copyright Fuller, Inc. All Rights Reserved.



# 経営理念

## ユメ

世界一、ヒトを惹きつける会社を創る。

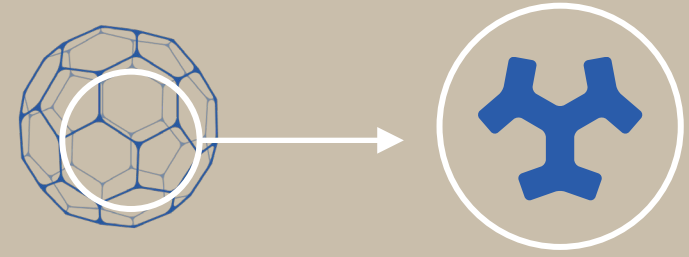
## ミッション

ヒトに寄り添うデジタルを、みんなの手元に。

## 価値観

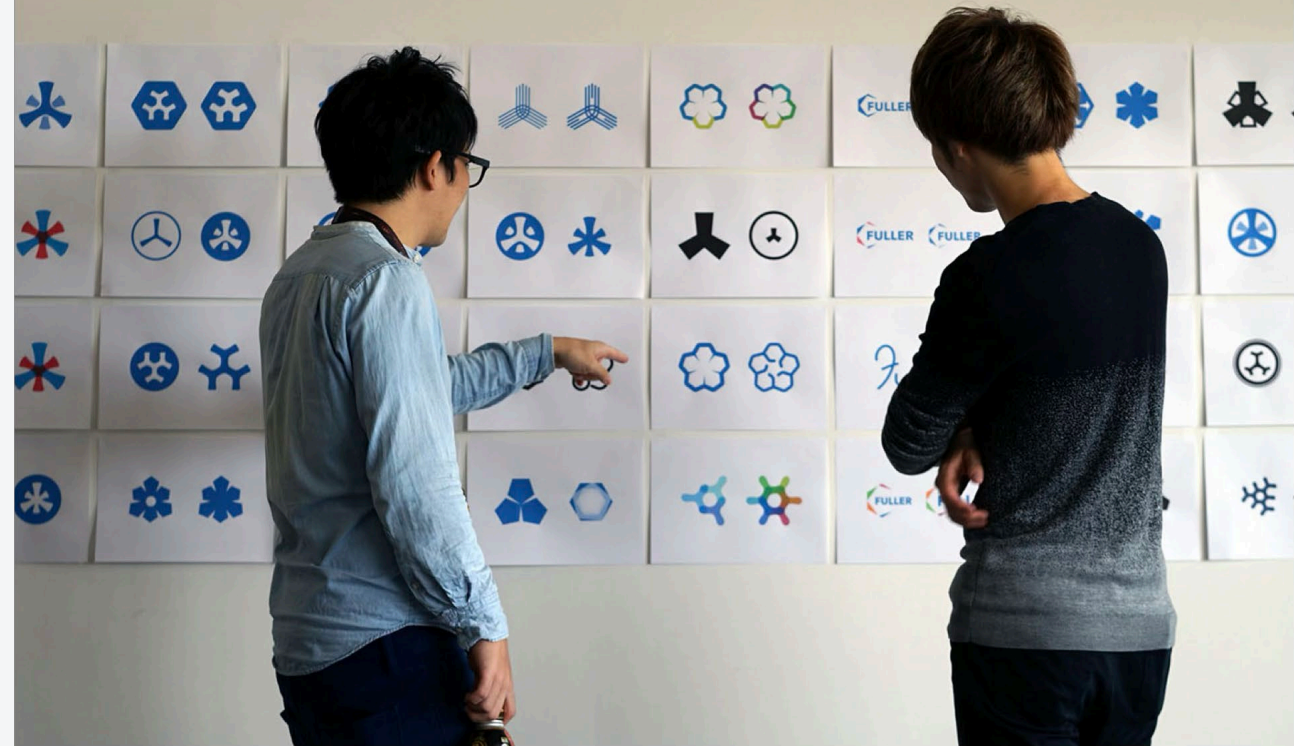
頼られる存在になろう。

## 社名・ロゴの由来



フラーレンの構造イメージ

フルーという社名は、炭素原子で構成される分子「フラーレン（Fullerene）」に由来しています。フラーレンは分子としての安定性がある一方で、応用性・柔軟性にも富むという特徴があります。そのような安定性と柔軟性を併せ持った会社を目指しフルーと名付け、フラーレンの構造イメージの一部をかたどって当社のロゴマークとしています。



すべての企業のデジタルパートナーを目指して  
スマートフォンアプリのデザイン・開発を中心に  
ビジネスのDXを総合的に支援しています。

フルーは、デジタル領域全般（事業開発、デザイン、システム開発・運用、データ分析）で「頼られる存在」として顧客に寄り添い、新しい価値を共創する関係を構築していくことを目指しています。

顧客にとって最高のデジタルパートナーとして高い当事者意識を持って、「より良いモノを創りたい」「ともに価値創造をしたい」といったメンバーの想いを結集していくことで、本当に求められるモノを提供する企業でありたいと考えています。

右写真は2017年にリリースした「長岡花火公式アプリ」です。2023年度のグッドデザイン賞を受賞しました。  
クライアントワークの第1号案件であり、デジタルパートナー事業の原点となっています。



# 経営陣プロフィール

## 山崎 将司

代表取締役社長

新潟

1988年生。新潟県出身。千葉大学工学部デザイン学科卒業。富士通株式会社でBtoBプロジェクトのUIデザイナーを担当。2015年当社入社。執行役員CDO、執行役員COOを歴任。クライアントワーク事業を立ち上げた実績により2020年に代表取締役社長就任。デザイナーとして「2014 iF DESIGN AWARD」「2023年度 グッドデザイン賞」を受賞。ユメは世界のデザインに対する価値基準を底上げすること。

## 渋谷 修太

取締役会長

高専

新潟

1988年生。新潟県出身。長岡高専を経て、筑波大学理工学群社会工学類卒業。グリー株式会社を経て、2011年11月に当社を創業、代表取締役に就任し、現在は取締役会長。2016年「Forbes 30アンダー30」選出、2021年「EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー2021ジャパン」受賞。2020年、故郷の新潟へUターン移住し、新潟ベンチャー協会代表理事、長岡高専客員教授に就任するなど新潟県内で活躍。ユメは世界一ヒトを惹きつける会社を創ること。



## 櫻井 裕基

取締役CDO

高専

新潟

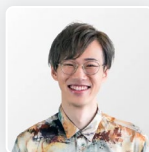
1989年生。新潟県出身。長岡高専を経て、千葉大学工学部デザイン学科卒業。2012年に共同創業者として当社に参画し、2014年取締役。創業期から当社の成長を牽引。現在は取締役CDOとして、当社競争力の源泉であるデザイン部門を指揮している。「2024年度 グッドデザイン賞」受賞。ユメは世界一働きやすい会社を創ること。



## 宮毛 忠相

取締役CFO兼経営管理グループ長

1975年生。奈良県出身。京都大学経済学部卒業後、大手銀行を経て、上場企業の管理部門を歴任した後、2017年当社入社。管理部門全般の業務構築を担当。現在は取締役CFOとして、当社の企業成長にあわせた内部統制システムの構築を主導。ユメは企業文化・テクノロジーの進歩に適合した効率的な内部管理体制を創ること。



## 林 浩之

執行役員デジタルパートナーグループ長

1991年生。愛知県出身。同志社大学経済学部卒業。2018年当社入社。ディレクターとして主要案件を担当後、現在はデジタルパートナー事業全般を統括。当社の事業成長を推進している。ユメは世の中のあたりまえを変えること。



## 伊津 惇

執行役員CTO

高専

新潟

1989年生。新潟県出身。長岡高専電子機械システム工学専攻修了。2017年当社入社。iOSエンジニアとして長岡火花公式アプリなどを担当後、現在はCTOとして当社のエンジニア組織を支えている。ユメは世界を変えるプロダクトを創ること。



## 伊藤 弘樹

執行役員CISO兼人事室長

高専

1986年生。北海道出身。苫小牧高専電子・生産システム工学専攻修了。2012年当社入社。創業当時からエンジニアの中心としてApp Apeサービスの構築・運用などを担当。現在はフラーの情報セキュリティと人事を担当。ISMS認証の取得に尽力。ユメはヒトとシステムが健全であり続けること。



## 下田 純平

執行役員採用広報グループ長

高専

1988年生。群馬県出身。群馬高専を経て、筑波大学システム情報工学研究科修士課程修了。2019年当社入社。App Ape事業の戦略立案等を担当後、現在は執行役員として経営企画・採用・広報などを統括。ユメはフラーがフラーらしく成長し続けること。

CDO : Chief Design Officerの略。最高デザイン責任者。  
COO : Chief Operating Officerの略。最高執行責任者。  
CFO : Chief Financial Officerの略。最高財務責任者。  
CTO : Chief Technology Officerの略。最高技術責任者。  
CISO : Chief Information Security Officerの略。最高情報セキュリティ責任者。

高専

高等専門学校（高専）出身者

新潟

新潟県出身者

「自動車だったらトヨタ、家電だったらソニーといった、日本発で世界一といえる会社をITの世界でも創りたい」という思いから、高専出身メンバーが集まりフルーを創業。

堅実な事業成長を遂げ、2025年7月に東証グロース市場上場。今後本格的な成長局面へ。

## 創業期

2011年11月、高専出身メンバーが茨城県つくば市で創業。  
2014年にアプリ分析ツール「App Ape」をリリース。

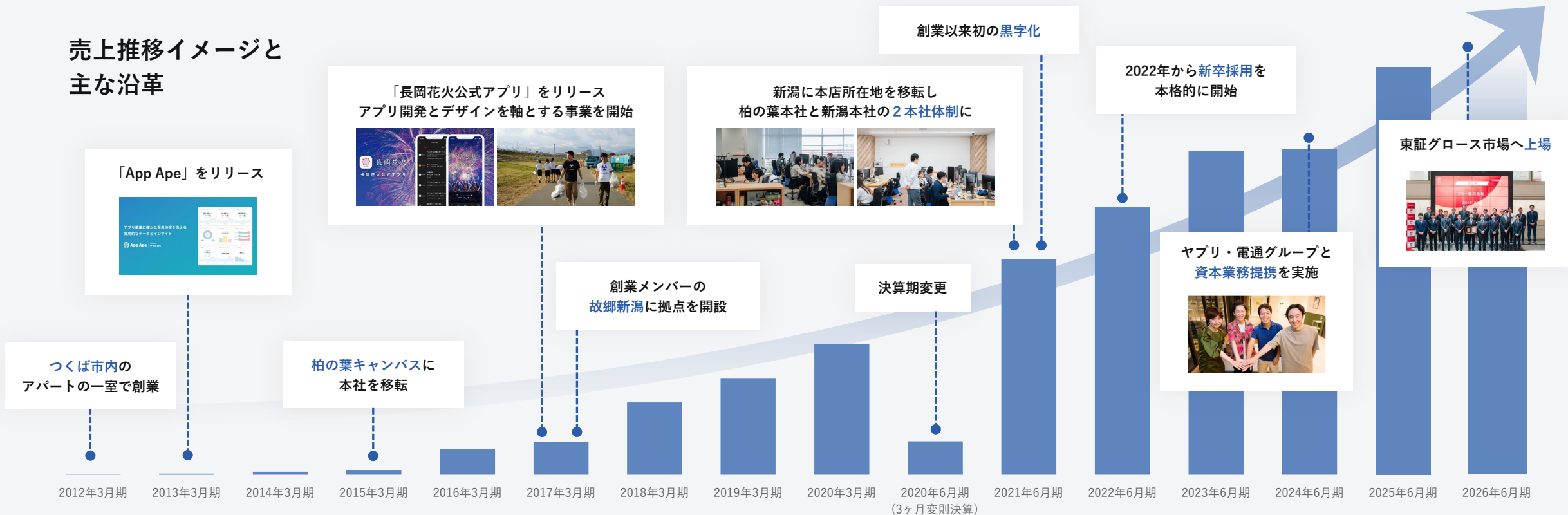
## 成長期

2017年の「長岡花火公式アプリ」を契機とし、アプリ開発とデザインを軸とするクライアントワークを開始。

## 拡大期

黒字化を達成。事業戦略・デザイン・開発・データ分析などの総合ソリューション「デジタルパートナー事業」を拡大。

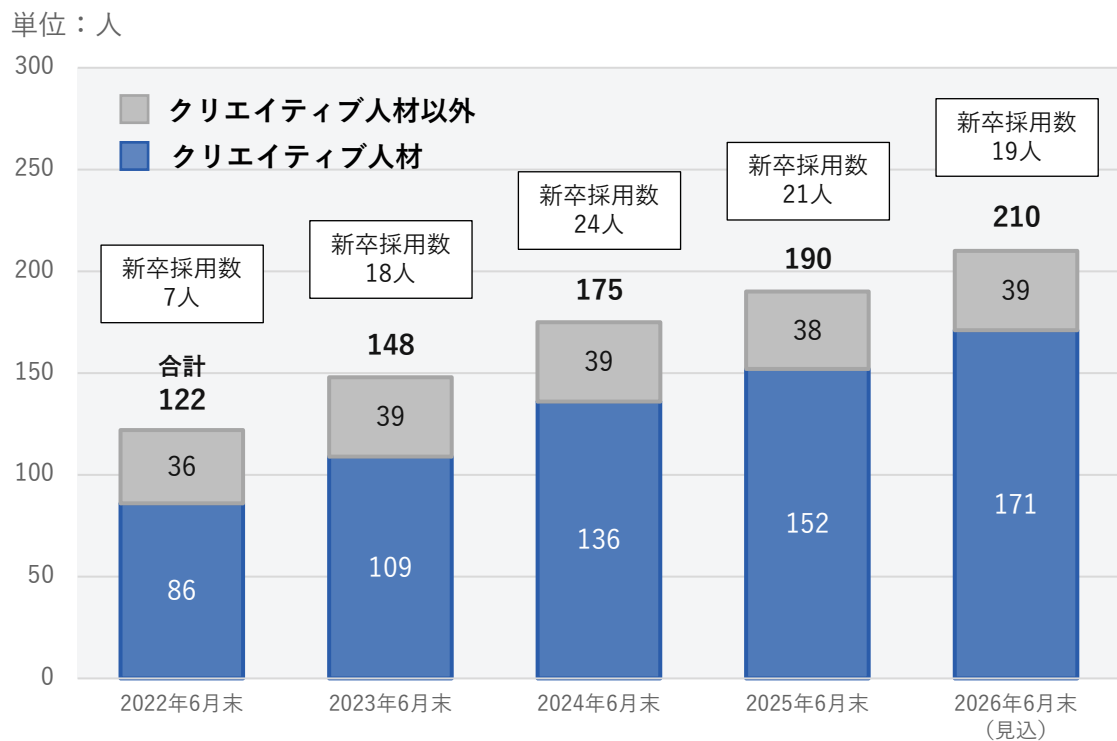
## 売上推移イメージと 主な沿革



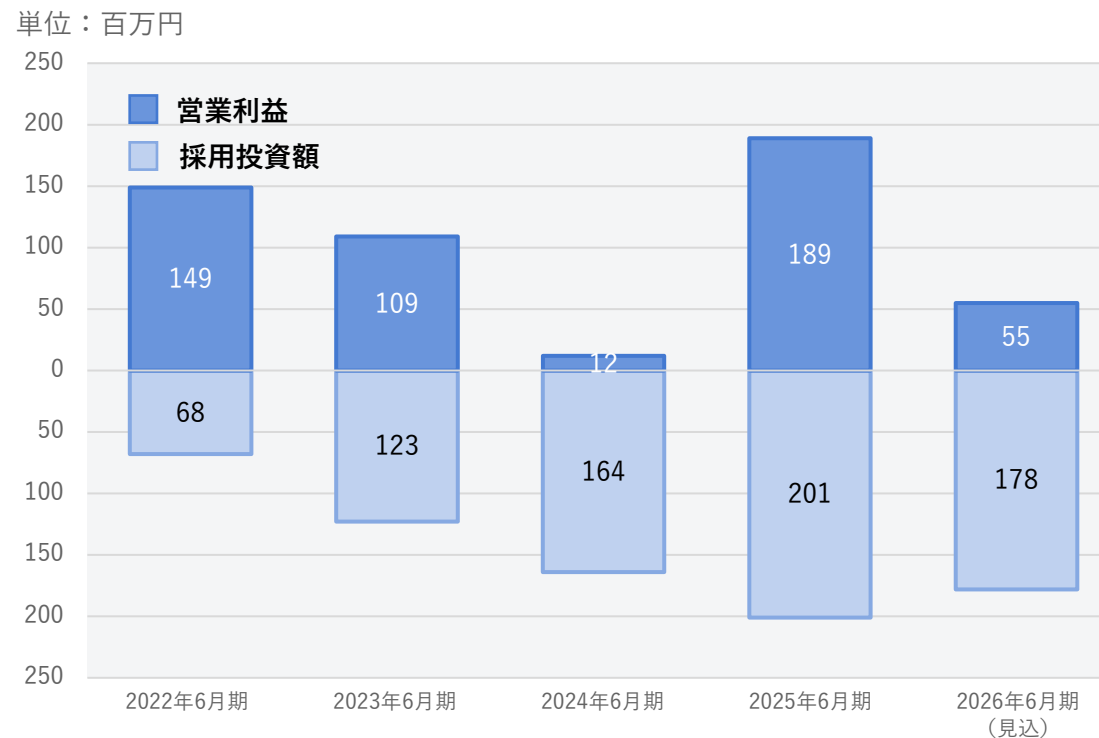
# クリエイティブ人材・採用投資の状況

事業の基盤となるクリエイティブ人材は直近の積極的な新卒採用に支えられ順調に増加。  
採用投資額を吸収した上で営業利益は過去最高となり「利益確保」と「将来への人材投資」を両立。

### 従業員数・クリエイティブ人材数・新卒採用数の推移



### 営業利益・採用投資額(注)の推移



(注) 採用投資額=採用費(人材紹介手数料、採用広告費、インターン経費等)+新卒人件費(入社から1年間)+採用部門人件費

# 主なソリューションと特長

## 事業開発

市場調査

コンサルティング

サービス戦略企画

グロース支援

## デザイン

UIデザイン

ユーザー体験設計

コンセプト設計

ブランディング

## システム開発・運用

アプリケーション開発  
(iOSアプリ、Androidアプリ、Webアプリ)

インフラ構築・運用

## データ分析・App Ape

データ活用支援

分析基盤構築

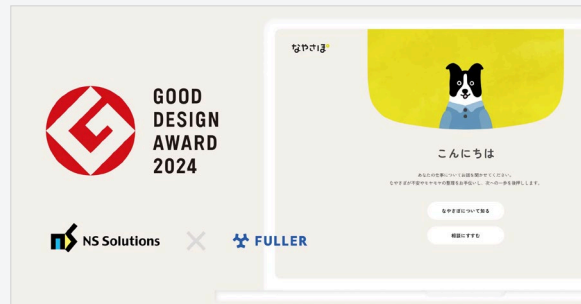
**App Ape**  
ダッシュボード  
オーダーメイド分析

### 顧客と並走する事業開発



顧客と同じ目線で事業の立上げから成長まで並走。  
デジタル戦略の成功を目指す。  
(写真：東急の方々とフラーのプロジェクトメンバー)

### デザインに対する高い評価



顧客企業やユーザーから信頼されるデザイン能力。  
複数のデザイン賞を受賞するなど高い外部評価。

### ユーザー体験を重視した プロダクト開発



顧客企業のプロダクトやサービスを実際に体験。  
開発メンバー自らの体験をモノ創りに反映。  
(写真：スノーピークの製品を用いてキャンプをするフラーのプロジェクトメンバー)

### App Apeを用いた 独自の分析・企画提案



アプリ事業に確かな意思決定を与える  
実用的なデータとインサイト

App Ape | FULLER

アプリ市場の情報とノウハウを提供。  
「アプリのフラー」を支える当社独自のサービス。

「良いデザインを、あたりまえに。」



代表取締役社長（山崎・写真左）・取締役CDO（櫻井・写真右）が  
現役デザイナーとしてデザイン経営をリード

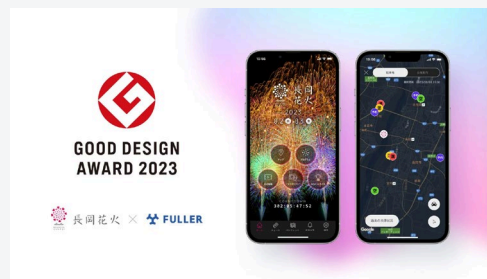
## 最高のユーザー体験を実現する組織

プロジェクトの提案段階からデザイナーが参加。

「よいデザインを、あたりまえに。」をモットーに、はじめからおわりまで一貫したデザイン思考を実践。

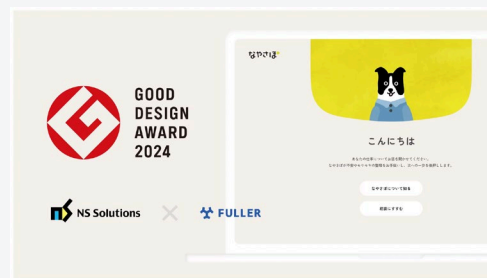
経営陣にデザイナーがいてデザイナー組織が充実したフラードからこそ実践できるデザインとエンジニアリングの融合は、従来型のITベンダーとの大きな差別化要因に。

### グッドデザイン賞の実績



2023年度グッドデザイン賞 (一財)長岡花火財団「長岡花火公式アプリ」

フラード担当デザイナー：一野瀬麻里奈、櫻井裕基、山崎将司



2024年度グッドデザイン賞 日鉄ソリューションズ(株)「なやさぼ」

フラード担当デザイナー：櫻井裕基、原智美、吉原龍佑



# 「フラーのデジタルノート」による情報発信

あらゆるステークホルダーに向けて、オウンドメディア「フラーのデジタルノート」を発信。フラーらしい「ヒト」「アプリ」「リレーション」に焦点をあてた高品質のコンテンツにより、営業活動、人材採用、社員のロイヤリティ向上、ブランドイメージ向上など事業全般に活用。

「フラーのデジタルノート」  
<https://note.fuller-inc.com/>

## フラーの デジタルノート



### メンバーの紹介



住み慣れた新潟で見つけたやりたい仕事。フラーで見つけた、仕事や地元の新たな魅力【新潟ではたらく】

### クライアントワーク事例紹介



「あなたのまち」を手に中に 中日新聞社の生活圏情報アプリ「Lorcle」開発秘話

### アプリデータにまつわる発信



お客様を“儲けさせる” 松屋フーズ公式アプリに込める思いとは App Ape Award 2023 リテール賞アプリインタビュー

### インターンの紹介



プロからの実践的な知識を求めて挑戦 サマーインターン体験記

### トップからのメッセージ



トップ対談：2026年のフラーとデジタルの向き合いかた

総記事数は **430** 本 (2026年3月31日現在)

現在も月6~8本程度の記事を  
コンスタントに提供

### アプリ市場調査レポートの紹介



検索から対話へ。生成AIアプリ利用時間は1年半で56倍。スマホ時間の主戦場はどこへ向かう？

# 「高専のフラー」のブランディング

創業以来、長期的な視野で高専各校と連携し「高専のフラー」のブランディングを推進。  
各界から注目を浴びる高専との関係性を人材採用に活用。

## 高専とのつながりが採用に貢献

### 新卒採用数のうち高専出身者

2022年4月	2023年4月	2024年4月	2025年4月	2026年4月
3人	5人	9人	3人	13人
/7人	/18人	/24人	/21人	/19人

採用実績のある高専  
(2025年6月30日現在)

26校

## 多数の高専出身者が活躍

### 幹部社員※のうち高専出身者

(2025年6月30日現在)

※常勤取締役・執行役員・部門管理者

9人 / 13人

### 従業員の高専出身者割合

(2025年6月30日現在)

21.1%

共同創業者4名はいずれも高専出身



会長渋谷が代表理事を務める  
高専の同窓会支援組織「高専人会」



卒業生が多数在籍する  
長岡高専・函館高専・苫小牧高専との包括的連携協定



高専生向けキャリアイベント「高専キャラバン」  
創業間もない2012年以降継続的に開催



- 01 2026年6月期第3四半期 業績
- 02 直近のトピック
- 03 Appendix（会社概要）
- 04 Appendix（成長戦略）**

（注）「03」及び「04」は、2025年9月26日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」を再構成して作成しています。

① リソースの拡充

チームメンバーの輪を拡げる

② ソリューション能力の向上

“ものづくり”を究める

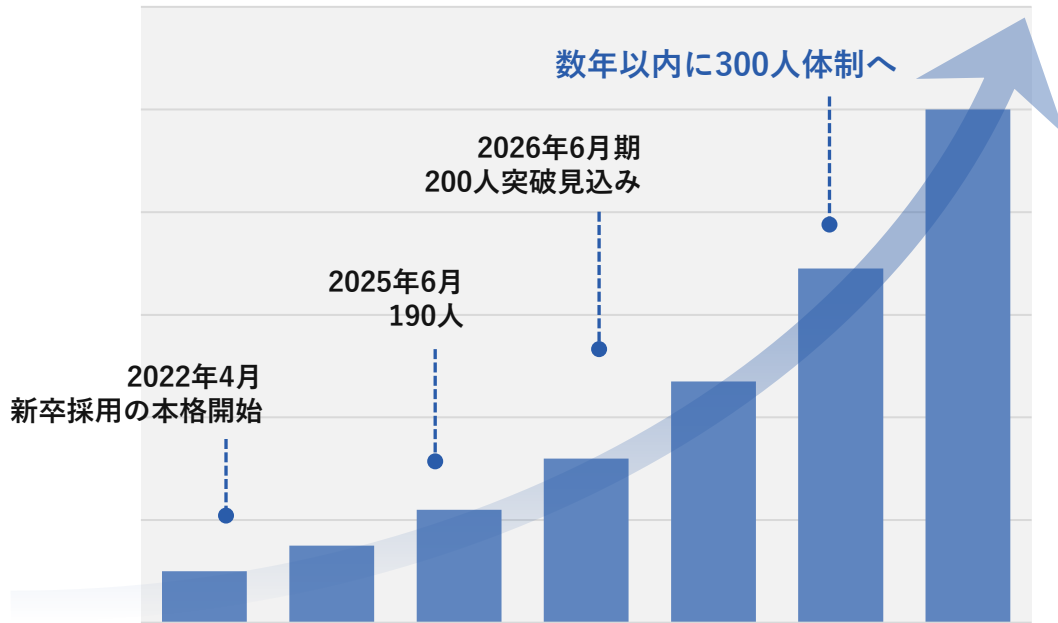
③ 販路の拡大

多くのヒトへ価値を届ける

従業員数、とりわけクリエイティブ人材の確保は、事業成長のため必要不可欠。  
上場後のブランド力向上を契機として、さらに人材採用を積極的に推進。

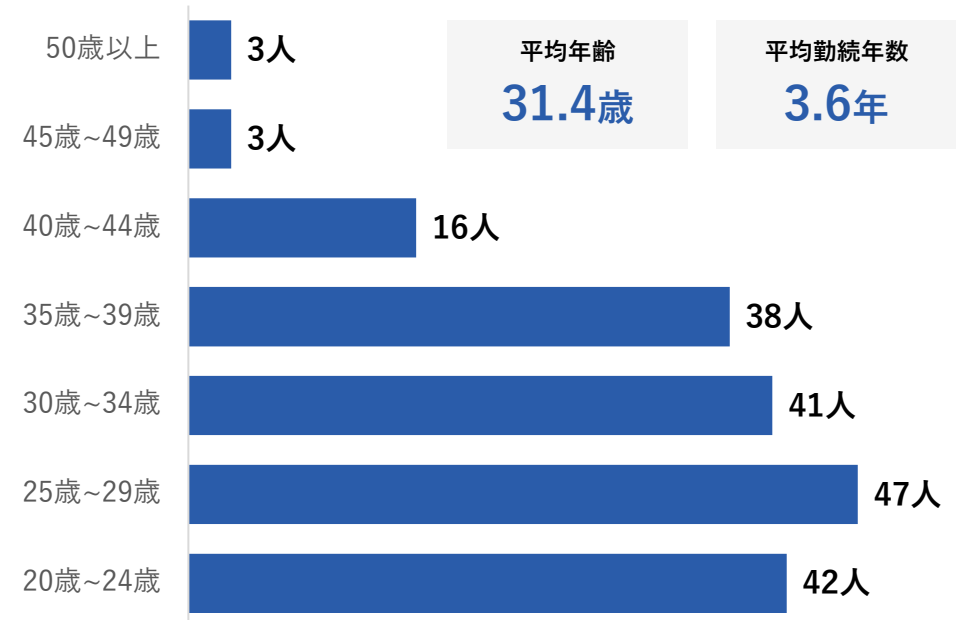
### 順調な新卒採用と高い定着率 成長の基盤となるクリエイティブ人材の増加を図る

従業員数推移イメージ



### 若手中心の年齢構成 「ヒト」の育成により中長期の成長を実現

年齢別従業員数  
2025年6月30日現在



ソリューション能力の向上のため、開発パートナー（外注先）の活用によるリソースの柔軟な調達は不可欠。  
 フラーにない技術、能力を結集して、大規模プロジェクトの受注に対応。

フラーのプロジェクトを支える主な開発パートナー企業

エンジニアリングリソースの提供・技術協力

**ADGLOBE**

(株)アドグローブ

**YAZ**

(株)YAZ

**レバテック**

レバテック(株)

**コベリン**

(同)コベリン

デバッグ・検証・脆弱性診断

**IMAGICA  
GEEQ**  
Global Gaming Service Company

(株)IMAGICA GEEQ

**Canon**

キヤノンイメージングシステムズ(株)

会員基盤・ポイント等

**CREANS MAERD**

(株)クレアンスメアード

**NSK**

日本システム開発(株)

➡ フラーの強みを活かしながら売上成長を続けていくため、今後とも開発パートナーを積極的に開拓

フラーの得意分野に特化するため、自社プロダクト・内製にこだわらず、優れたサービスを柔軟に活用。  
グローバルスタンダードの機能・利便性を享受しつつ、工期・トータルコスト・研究開発負担を低減。

企画・デザイン・開発・分析の専門チームによる「最良のモノづくり」

+

売上優先の自前主義ではなく、顧客利益のため「最良の外部サービス」を活用

### ノーコードツール

Studio

yappli

Retool

### データ分析ツール

Google Analytics

Looker Studio

Google Big Query

KARTE

QuickSight

### サーバー・保守

aws

Google Cloud

mackerel

### EC・決済

shopify

stripe

### AI

GitHub Copilot

Figma

ChatGPT

Devin

Gemini

Claude

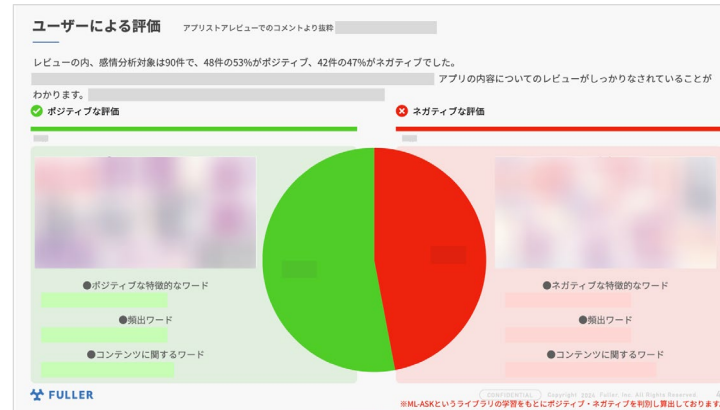
メンバー全員が“ものづくり”と日々向き合う。  
ボトムアップでソリューション能力の向上を実現していく。

### メンバー全員が主役 「ものづくり勉強会」



「ものづくり勉強会」を毎月開催。メンバー全員が主役となり、ノウハウを共有するだけでなく、“ものづくり”に対する「想い」を参加者全員に共有。

### 現場のメンバー主体で AIを“ものづくり”に活用



図：アプリレビューのAI解析資料

よりよい“ものづくり”のため、現場メンバーが主体となってAIの活用を推進。業務効率化からアプリデータ分析やソリューションへの活用まで、フラーの“ものづくり”力を強化。

### コミュニケーションの良さが 高品質な“ものづくり”を実現



“ものづくり”に参加するメンバー間のコミュニケーションの良さがフラーの特長。顧客を含めチームが一致団結し、より高品質な“ものづくり”を追求。

➡ “ものづくり”に向き合うカルチャーはフラーのコアコンピタンス。今後の規模拡大の中でもさらに発展させていく。

2024年6月にヤプリー・電通グループと資本業務提携を実現（両社とも持分比率20%程度）。  
 「アプリのことならフラーにおまかせ」を実現するため最良の2社と提携。

社外役員として経営へ参画



写真は右から順に、  
 (株)ヤプリー庵原保文社長（当社社外取締役）、  
 渋谷修太（当社会長）、山崎将司（当社社長）、  
 (株)電通デジタル安田裕美子執行役員（当社社外取締役）

共同セミナー・イベント of 開催



2024年11月1日にヤプリー本社で開催した  
 共同セミナーに、当社がアプリ制作の  
 プロフェッショナルとして登壇。

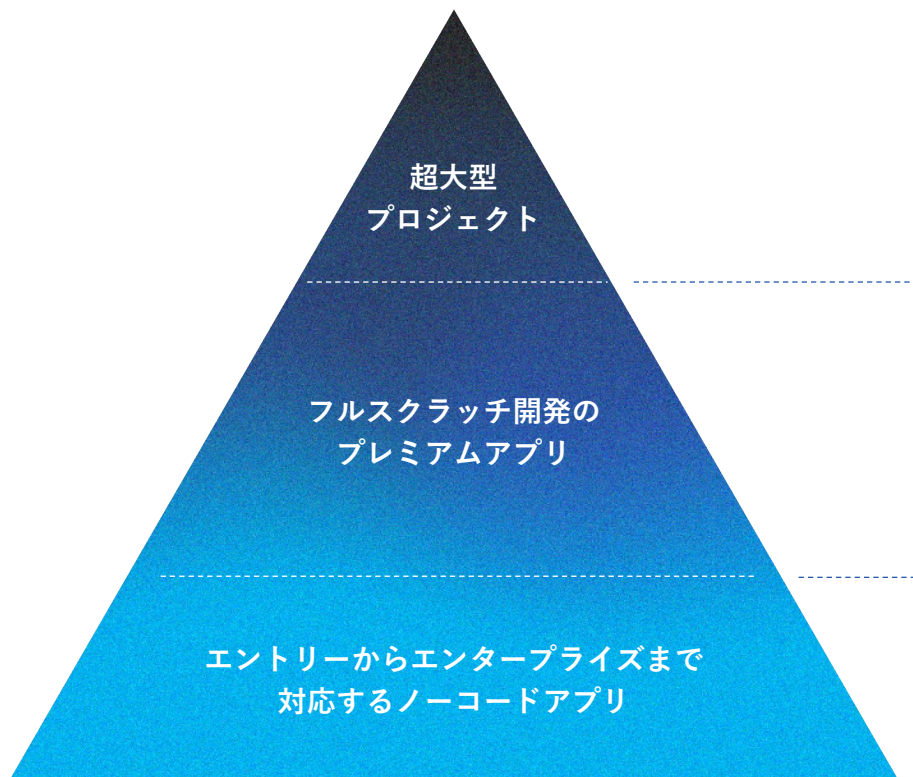
共同提案・相互送客 of 実施



電通グループとの提携ブランド  
 「D-FULLER」を立ち上げ。  
 電通グループとのソリューション提携を推進。

提携を通して安定した販路を確保し、継続的な新規受注により持続的な事業成長を実現。  
日本のアプリ市場のリーディングカンパニーへ。

共同提案・相互送客を積極的に展開、国内アプリ市場をフルカバー



**dentsu** DENTSU DIGITAL **X** 電通総研

(株)電通グループ及びそのグループ企業  
圧倒的なビジネス推進力をもつ、国内有数の大企業  
向けDXソリューションカンパニー

**FULLER**

フラー(株)  
フルスクラッチ開発を強みとする企画・デザイン・  
開発・分析の専門チーム、ユーザー体験を重視した  
最良のアプリづくりを目指す

**yappli**

(株)ヤプリ  
896のアプリ導入実績を誇るノーコードアプリの  
プラットフォームのトッププレイヤー



販売提携先は  
さらに拡大を図る

**Studio.inc**  
Studio(株)

**第四北越銀行**  
(株)第四北越銀行

その他、大手ITベンダー、  
コンサルティング会社等



フラー株式会社

<https://www.fuller-inc.com/>

**本資料の取り扱いについて**

本資料における将来の見通しに関する記述は、現在当社が入手している情報に基づいて行った判断・評価・事実認識・方針の策定等に基づいて記載もしくは算定しています。こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は、今後の事業運営や内外の経済、その他状況の変化等により、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等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。