



フラー株式会社

証券コード 387A

2026年6月期通期 決算説明資料

2026.08.12

- 01 2026年6月期通期 業績
- 02 2027年6月期通期 業績予想
- 03 定時株主総会の決議事項
- 04 トピックス
- 05 Appendix（会社概要）
- 06 Appendix（成長戦略）

上場初年度の2026年6月期は、人員増の一方で売上高が前期並みにとどまり減益の結果に。
次期は、直近の大型案件の受注と資本業務提携の拡大により売上成長を見込む。



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（レンジの場合は中間値で判定）。

2026年6月期 通期実績	売上高 20.09 億円  前年同期比 +0.0%	営業利益 0.57 億円  前年同期比 △69.9%	当期純利益 1.32 億円  前年同期比 △32.6%
	売上高 26.00~27.20 億円  前年同期比 +29.4~+35.4%	営業利益 1.80~2.60 億円  前年同期比 +215.1~+355.2%	当期純利益 1.30~1.90 億円  前年同期比 △2.2~+43.0%

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。

修正予想から大幅な変動なく着地。売上高は前期並みにとどまる。
労務費・外注費増加により営業利益は大幅減益だが、補助金収入と税効果により当期純利益は確保。

単位：百万円	2025年6月期 通期	2026年6月期 通期	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)	達成率
売上高	2,008	2,009	+0.0%	2,056	97.7%
クライアントワーク	1,898	1,907	+0.5%		
アプリ分析サービス	110	101	△7.6%		
売上原価	1,155	1,283	+11.1%		
売上総利益	853	726	△14.9%		
販売費及び一般管理費	664	669	+0.8%		
営業利益	189	57	△69.9%	55	103.9%
経常利益	185	102	△44.6%	100	102.9%
当期純利益	197	132	△32.6%	113	117.6%

売上高

売上高は2,009百万円（+0.0%）と前期並み。上期にクライアントワークの大型開発案件が一段落し稼働率が低下したが、下期は複数の新規開発案件に着手し稼働状況が持ち直した。

売上総利益

人員増による労務費増加と外注費増加により売上原価は1,283百万円（+11.1%）。売上高が横ばいのため、売上総利益は726百万円（△14.9%）に減少。

営業利益

販管費は669百万円（+0.8%）と前期並み。上場に伴う諸経費や営業部門の増員による増加を、前期に計上した上場記念賞与の減少が相殺。売上総利益の減少による影響が大きく、営業利益は57百万円（△69.9%）に減少。

経常利益 / 当期純利益

補助金収入57百万円により、経常利益は102百万円（△44.6%）。繰延税金資産の積み増し（法人税等調整額△31百万円）により、当期純利益は132百万円（△32.6%）を確保。

四半期ごとの業績推移

4Qは、新規受注や請負案件の納品などがあり、四半期では過去最高の売上を計上。
期首から低調に推移したが、3Q以降は受注増により稼働率が改善傾向。

単位：百万円	1Q	2Q	3Q	4Q	2026年 6月期 通期	2025年 6月期 通期
売上高	484	464	478	581	2,009	2,008
売上原価	320	313	295	352	1,283	1,155
売上総利益	163	151	182	228	726	853
販売費及び 一般管理費	159	134	162	213	669	664
営業利益	4	17	20	15	57	189
売上総利益 率	33.8%	32.5%	38.2%	39.3%	36.2%	42.5%
営業利益率	0.9%	3.7%	4.2%	2.7%	2.8%	9.4%

売上高

前期からの大型案件が一段落した影響があり、期首から売上は低調に推移したが、3Q以降新規受注により稼働状況が改善。
4Qは請負案件の納品などで四半期売上高581百万円となり過去最高の売上を計上。

売上総利益 / 売上総利益率

1Q、2Qは、人員増加に対して売上水準が伸び悩み、売上総利益、売上総利益率が大きく落ち込んだ。
3Q、4Qは、受注増により稼働率が大幅に改善。売上総利益率は、前年通期水準（42.5%）近くまで改善傾向。

販売費及び一般管理費

4 Qの販売費増加は新卒入社（人件費、採用費、研修費用など）と営業人員増強などによる。期中の増減はあるが、通期の販売費は前期並みに抑制。

営業利益 / 営業利益率

4Qの営業利益率は、売上好調だが、販売費増加の影響があり2.7%に留まる。

新規上場に伴う増資と長期借入金返済により、自己資本比率は66.9%に増加。
現金及び預金は事業規模に対して十分な水準。引き続き、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 期末	前期末比
流動資産	1,653	1,610	△43
現金及び預金	1,355	1,289	△65
受取手形、売掛金及び契約資産	251	258	+6
仕掛品	11	21	+9
その他	34	41	+6
固定資産	181	215	+33
資産合計	1,834	1,825	△9
流動負債	456	373	△83
未払費用	251	203	△48
その他	205	170	△35
固定負債	388	231	△156
負債合計	845	604	△240
純資産合計	989	1,220	+231
負債・純資産合計	1,834	1,825	△9
自己資本比率	53.9%	66.9%	+13.0pt

資産

流動資産は1,610百万円（△43百万円）、うち現金及び預金は1,289百万円（△65百万円）を占めており高い流動性を確保。固定資産は215百万円（+33百万円）となり、主に繰延税金資産の積み増しにより増加。

負債

流動負債は373百万円（△83百万円）となり、減少の要因は前期末に計上した上場記念賞与の支払いによる未払費用の減少など。固定負債は231百万円（△156百万円）となり、長期借入金返済と長期前受金減少により大幅に減少。

純資産

純資産は1,220百万円（+231百万円）。当期純利益の計上（+132百万円）と、公募増資・新株予約権行使による資本金・資本準備金の増加（+98百万円）により増加。

自己資本比率

自己資本比率は66.9%となり前期末から13.0pt上昇。純資産の増加（+231百万円）と負債の減少（△240百万円）によるもの。

減益と上場記念賞与の支払いにより営業CFは25百万円のマイナス。
現金及び現金同等物の減少は主に短期の定期預金預入によるもので、手許流動性は懸念なし。

単位：百万円	2025年6月期 通期	2026年6月期 通期	前期比
営業活動によるキャッシュ・フロー	274	△25	△299
税引前当期純利益	185	102	△82
減価償却費	18	19	+1
補助金収入	△0	△57	△56
売上債権の増減額（△は増加）	△37	△12	+24
未払費用の増減額（△は減少）	83	△46	△130
未払消費税等の増減額（△は減少）	32	△40	△73
その他	△7	9	+17
投資活動によるキャッシュ・フロー	△32	△527	△495
有形固定資産の取得による支出	△17	△24	△6
定期預金の預入による支出	—	△500	△500
その他	△14	△2	+11
財務活動によるキャッシュ・フロー	227	△13	△240
長期借入れによる収入	400	—	△400
長期借入金の返済による支出	△196	△100	+96
増資・新株予約権行使による収入	24	97	+73
その他	△1	△11	△10
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	469	△565	△1,035
現金及び現金同等物の期末残高	1,355	789	△565

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業CFは25百万円のマイナス。税引前当期純利益を確保したものの、前期以前に前受けしていた補助金収入の計上（△57百万円）、前期末に計上した上場記念賞与の支払いによる未払費用の減少（△46百万円）、未払消費税等の納付（△40百万円）などが影響。

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資CFは527百万円のマイナス。余資運用として定期預金へ500百万円を預け入れたことが大半。他は主に有形固定資産の取得（業務用PC等）。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務CFは13百万円のマイナス。上場時の増資・新株予約権行使による収入97百万円、長期借入金返済による支出100百万円など。

現金及び現金同等物の期末残高

現金及び現金同等物は789百万円（△565百万円）。減少の大半は短期の定期預金預入によるもの。

人材の確保が先行し、クリエイティブ人材1人当たりの売上高・粗利、利益率が低下^{(注)1。}
資本業務提携の推進と営業体制の強化により、顧客基盤は着実に拡大。

	2025年6月期 通期	2026年6月期 通期	前年同期比
クリエイティブ人材 1人当たり月間売上高 ^{(注)2}	1,202千円	1,075千円	△10.6%
クリエイティブ人材 1人当たり月間粗利 ^{(注)3}	510千円	388千円	△23.9%
売上総利益率	42.5%	36.2%	△6.3pt
営業利益率	9.4%	2.8%	△6.6pt
クライアントワーク 月平均顧客数	34.1社	41.6社	+22.0%
クライアントワーク 月平均顧客単価	4,642千円	3,823千円	△17.6%

クリエイティブ人材1人当たり月間売上高 / 月間粗利

人材確保が先行する中で売上高が伸びず、1人当たり月間売上高は1,075千円（△10.6％）に低下。
労務費・外注費の増加も重なり、1人当たり月間粗利は388千円（△23.9％）に落ち込んだ。

売上総利益率 / 営業利益率

同様の要因により、売上総利益率は36.2％（△6.3pt）に低下。
営業利益率は2.8％（△6.6pt）と目途の10％に及ばず。販管費を抑制し黒字水準は確保。

クライアントワーク月平均顧客数 / 月平均顧客単価

提携先の紹介や営業体制の強化により新規取引先の開拓が進み、月平均顧客数は41.6社（+22.0％）に拡大。一方、前期の大型案件の反動で月平均顧客単価は3,823千円（△17.6％）に低下。

(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.クリエイティブ人材1人当たり月間売上高=月間平均売上高÷月間平均クリエイティブ人材数。なお、本通期決算より算出式を一部変更しており、本資料内の2025年6月期（前年同期）の数値は、変更後の算出式により算出した数値を掲載しています。
3.クリエイティブ人材1人当たり月間粗利=月間平均売上総利益÷月間平均クリエイティブ人材数

採用投資額は前期比11.8%減に抑制。調整後営業利益は235百万円に減少。
クリエイティブ人材は81.6%を占め収益ポテンシャルの高い人員構成を維持。

単位：百万円	2025年6月期 通期	2026年6月期 通期 (前年同期比)
採用投資額 (注)	201	178 (△11.8%)
調整後営業利益 (営業利益+採用投資額)	390	235 (△39.9%)

(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

2026年4月に新卒19名（うちエンジニア16名）が入社し中途採用も継続。新卒採用数の前期比微減と採用業務効率化により、採用投資額は178百万円（△11.8%）に抑制。

調整後営業利益

採用投資がなかった場合の営業利益。当期は235百万円（△39.9%）。売上高が横ばいの中で労務費・外注費が増加したため前期を下回ったが、事業採算は一定を確保。

	2025年6月期 期末	2026年6月期 期末 (前期末比)
従業員数	190人	207人 (+8.9%)
うちクリエイティブ人材数	152人	169人 (+11.2%)
クリエイティブ人材の割合	80.0%	81.6% (+1.6pt)

従業員数 / クリエイティブ人材数

2026年4月に新卒19名（うちエンジニア16名）が入社し、期末従業員数は207人（+8.9%）、うちクリエイティブ人材は169人（+11.2%）。

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81.6%となり、前期末から1.6pt上昇。目安の「8割」を上回る水準を維持。

- 01 2026年6月期通期 業績
- 02 2027年6月期通期 業績予想**
- 03 定時株主総会の決議事項
- 04 トピックス
- 05 Appendix（会社概要）
- 06 Appendix（成長戦略）

大型案件と資本業務提携拡大により高い売上成長を見込む。
人件費、外注費、AI費用等の増加を吸収し、営業利益・経常利益は増益となる見通し。

単位：百万円	2026年6月期 通期実績	2027年6月期 通期予想	増減額	増減率
売上高	2,009	2,600 ～2,720	+590 ～+710	+29.4% ～+35.4%
営業利益	57	180 ～260	+122 ～+202	+215.1% ～+355.2%
経常利益	102	180 ～260	+77 ～+157	+74.9% ～+152.6%
当期純利益	132	130 ～190	△2 ～+57	△2.2% ～+43.0%
営業利益率	2.8%	6.9% ～9.5%	+4.1pt ～+6.7pt	-
クリエイティブ人材 1人当たり月間売上高	1,075千円	1,240千円 ～1,297千円	+165千円 ～+222千円	+15.4% ～+20.7%
採用投資額	178	174	△3	△1.9%

※受注見通し等の不確実性を考慮し、2027年6月期の売上高・各段階利益の予想数値はレンジ形式としています。

売上高

足元の大型受注に加えて、ヤプリ及び電通グループ各社との提携拡大を図っていくことで、売上高は2,600～2,720百万円（+29.4%～+35.4%）と高い成長を見込む。クリエイティブ人材1人当たり月間売上高は大幅に改善。

営業利益・経常利益

増収の一方で、人員増加による人件費増加、受注増に伴う外注費の増加、AIサービスの利用費用増加などがあり、営業利益180～260百万円（+215.1%～+355.2%）、経常利益180～260百万円（+74.9%～+152.6%）を見込む。なお、2027年4月新卒入社をやや抑制したため、採用投資額はやや減少する見通し。

当期純利益

繰越欠損金の利用が進み、繰延税金資産が取崩しとなる想定とし、当期純利益は130～190百万円（△2.2%～+43.0%）を見込む。

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。

増収見通しの背景

2027年6月期の予想売上高は2,600～2,720百万円と高い成長を見込む。
前期からの積み上げに加え、営業施策の継続とAIの全社活用により、事業拡大を目指す。



増収見通しの背景

1

既存顧客・受注済案件の通期寄与

前期に獲得した大型案件が期初から通期で売上に寄与。既存顧客・受注済案件とアプリ分析サービスで、期初時点で前期売上高に相当する水準を概ね確保。

2

営業施策による販売力の強化

直近の営業施策により販売力を強化し、積極的なアウトバウンド営業へシフト。さらに提携先との連携を強め、商談の拡大や新規受注の創出につながっている。

3

AIの全社活用によるソリューションの深化・拡大とAIに最適化した開発体制への移行

事業領域の拡大やプロダクトへのAI機能搭載により、ソリューションを深化・拡大。開発工程をAIに最適化し、品質を保ちながら採算性を高める。

2026年6月期下期に開始した3つの営業施策は、商談の拡大や新規受注の創出など、着実に進展。
これらの施策を継続・強化し、増収の実現につなげていく。

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)

- ・営業企画部門の設置
- ・営業部門を2026年6月期に5人増員
- ・地域営業のため専任担当（関西・新潟・北海道）
- ・営業部門にプロジェクト経験者を登用
- ・既存取引先とのエンゲージメント強化
- ・経営トップ含め全社一体となった事業推進

進捗と成果

- ・計画通り営業部門を5人増員
- ・各地域で新規案件を受注、大型商談も進行中
- ・プロジェクト経験者による提案で新規受注を実現
- ・既存取引先との関係強化により取引規模が拡大

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「新たな顧客価値創出」を推進。



進捗と成果

- ・各提携先との連携による商談が増加
- ・提携先経由で大型案件を受注し、開発が進行中

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」の構築をより重視。

- ・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 Services」等のプラットフォーム

進捗と成果

- ・金融機関やプラットフォーム企業等とのパートナーシップを推進し、新たな商談を創出
- ・一部パートナーとは共同提案を実施中
- ・確度の高い案件が複数進行中

フルーはAI時代においても高い品質のものづくりを続け、
「ソリューションの深化と拡大」と「AIに最適化した開発体制への移行」の両輪で事業を拡大していく。

ソリューションの深化と拡大

プロダクトへのAI機能の導入

- 1 顧客プロダクトへのAI機能搭載を推進。培ってきたものづくりの知見とデザイン力に加えて、AI時代の良質なユーザー体験を提供し、フルーのプロダクト・ソリューションを深化させる。

事業領域の拡大をAIの活用で加速

- 2 AIにより技術的な参入障壁が低下したことで、これまでのスマホアプリを中心とした得意領域に加え、EC開発や他社開発プロダクトの引き継ぎ・モダナイゼーション（古い技術の最新化）など、幅広いニーズに応えていく。

AIに最適化した開発体制への移行

AI活用人材の育成

- 3 従業員の半数近くがエンジニア経験者で、新卒入社も大半がエンジニア。平均年齢31.5歳の若手中心の年齢構成は、AI活用人材としての伸びしろが大きいことを意味する。「Claude」全社導入により、AIに関して実務的な知見を持ち、事業をけん引していく人材の育成は急速に進んでいる。

開発工程をAIに最適化

- 4 ディレクター・デザイナー・エンジニア・データサイエンティストと、開発の全工程を担う職種が社内に揃う。企画開発から、運用までを見据え、AIに最適化した工程の構築を図り、高い品質を保ちながら、開発効率を高める。

➡ AIを追い風に、ヒトの力を最大化。質と速度を両立したものづくりを武器として、さらなる事業拡大へ

- 01 2026年6月期通期 業績
- 02 2027年6月期通期 業績予想
- 03 定時株主総会の決議事項**
- 04 トピックス
- 05 Appendix（会社概要）
- 06 Appendix（成長戦略）

資本金の額の減少（無償減資）

資本政策の柔軟性・機動性の確保及び税負担の軽減を目的に資本金の額を減少。
無償減資であり純資産額及び業績への影響はない。

無償減資による純資産の変動内容

単位：百万円	無償減資前 (2026年6月30日)	無償減資後 (2026年12月31日)	増減額
資本金	99	30	△69
資本準備金	415	415	—
その他資本剰余金	—	69	+69
利益剰余金	705	705	—
自己株式	△0	△0	—
純資産合計	1,220	1,220	—

目的

今後の資本政策の柔軟性・機動性の確保及び税負担の軽減を図るため、会社法第447条第1項の規定に基づき、資本金の額を減少。

減少する資本金の額

事業年度末現在（2026年6月30日）の資本金の額 99,668,612円のうち、69,668,612円を減少し、減資後の資本金を30,000,000円（※）とする。

※新株予約権行使により、減資後の資本金の額は変動することがあります。

資本金の額の減少の方法

会社法第447条第1項に基づき、資本金の額を減少し、その全額をその他資本剰余金に振り替えます。なお、発行済株式総数の変動はない。

日程

取締役会決議日	2026年8月12日
株主総会決議日	2026年9月28日（予定）
債権者異議申述公告日	2026年10月5日（予定）
債権者異議申述最終期日	2026年11月5日（予定）
効力発生日	2026年12月31日（予定）

定時株主総会の決議事項は他に株主提案議案があります。株主提案の内容とこれに対する会社意見については、本日公表の「株主提案に対する当社取締役会の意見に関するお知らせ」をご確認ください。

(注) 本件の詳細は、本日公表の「資本金の額の減少に関するお知らせ」をご覧ください。

取締役及び監査役の異動（2026年9月28日付）

新規上場から1年が経過し、新たな成長段階を目指し、経営体制を刷新。
定時株主総会后、取締役6名（うち社外3名）・監査役3名（全て社外）の体制となる。

異動前 (太字は退任予定)

代表取締役社長	山崎 将司
取締役会長	渋谷 修太 (退任)
取締役	櫻井 裕基 (退任)
取締役	宮毛 忠相 (退任)
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 (退任)
社外監査役 (常勤)	富川 八峰
社外監査役	塚本 幹夫 (辞任)
社外監査役	三木 孝則
社外監査役	田中 慈乃

異動後 (太字は新任予定)

代表取締役社長	山崎 将司
取締役	林 浩之 (新任)
取締役	伊津 惇 (新任)
社外取締役	長屋 洋介
社外取締役	庵原 保文
社外取締役	吉岡 真 (新任)
社外監査役 (常勤)	富川 八峰
社外監査役	三木 孝則
社外監査役	田中 慈乃

取締役4名の退任

渋谷修太（現 取締役会長）、櫻井裕基（現 取締役CDO）、宮毛忠相（現 取締役CFO）の3名は任期満了により退任。創業者の渋谷は顧問、櫻井及び宮毛は従業員となる予定。
安田裕美子氏（現 社外取締役、(株)電通デジタル執行役員）は任期満了により退任。

新任取締役3名の就任

事業の中核を担ってきた林浩之（現 執行役員、事業統括担当）、伊津惇（現 執行役員CTO、エンジニアリング担当）の2名が新たに取締役に就任。
安田氏の退任により、新たに吉岡真氏（(株)電通デジタル執行役員）が社外取締役に就任。

塚本監査役の辞任

本人からの申し出により、2026年9月28日開催予定の定時株主総会終結の時をもって、一身上の都合により辞任予定。

(注) 本件の詳細は、本日公表の「取締役及び監査役の異動に関するお知らせ」をご覧ください。

- 01 2026年6月期通期 業績
- 02 2027年6月期通期 業績予想
- 03 定時株主総会の決議事項
- 04 トピックス**
- 05 Appendix（会社概要）
- 06 Appendix（成長戦略）

2026年6月期における制作事例

主に大手企業向けに多種多様なデジタルプロダクトを支援。
スマートフォンアプリに加え、テレビ向けアプリ、業務用ツールなど、ソリューション領域を拡大。



リージョナルマーケティングさま
「EZOCAアプリ」
(スマホアプリ)



オルビスさま
「ORBIS公式アプリ」
(スマホアプリ)



花王さま
「Kaoコレモ!」
(スマホアプリ)



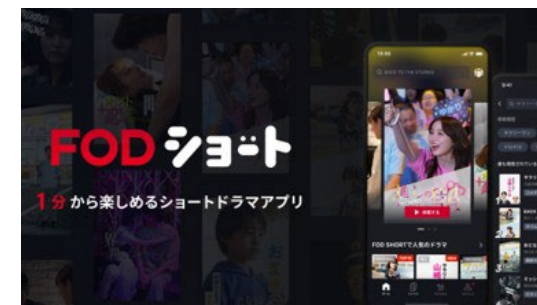
三菱地所ハウスネットさま
営業支援ツール「MirCA」
(タブレット向け業務用ツール)



三菱地所さま
「みなとみらいポイントアプリ」
(スマホアプリ)



日本放送協会さま
「NHKプラス」
(テレビ向けアプリ)



フジ・ネクステラ・ラボさま
「FOD SHORT」
(スマホアプリ)

2026年6月期に公表したアプリ調査レポート

「App Ape」のデータを活用し、市場動向・地域・年代など多角的な視点からアプリ調査レポートを発信。
2026年6月期は生成AIなど話題性の高いテーマも含め、年間31件のレポートを公開。

2026年6月期に公開した調査レポートの例

市場調査レポート



2026年2月
生成AIアプリ市場調査レポート2025年12月版

都道府県別レポート



2025年12月
都道府県別アプリ利用動向レポート2025 東北編

年代別レポート



2026年6月
年代別アプリ利用動向レポート2026 10代編

アプリ市場白書



2026年3月
アプリ市場白書2025

(株)ヤプリ及び(株)電通グループとの資本業務提携が進捗し、年間を通じて収益貢献を拡大。
次期以降の事業成長のため、取り組みを継続。

ヤプリとの取り組み

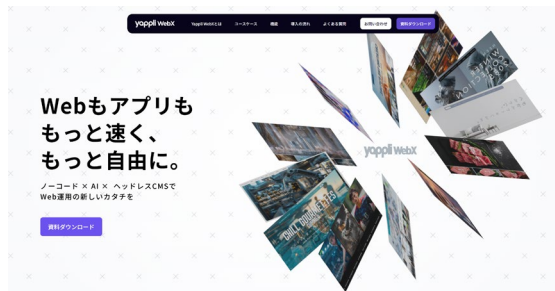


相互送客

アプリ開発プラットフォーム「Yappli」と当社のフルスクラッチ開発によりアプリ開発市場をフルカバー。

「Yappli」活用提案

「Yappli」と当社のソリューションを組み合わせた効率性と機能性を兼ね備えたアプリ開発を提案。



「Yappli WebX」デザイン業務

同社のウェブ構築プラットフォーム「Yappli WebX」を活用したウェブサイト制作を推進。

電通グループとの取り組み



共同プロジェクトの受注

電通デジタルとの複数の共同プロジェクトが年間を通じて収益貢献。同社グループのクライアント企業に向けた共同提案を継続的に実施。

電通グループ各社のネットワークを活用した情報発信

取り組みの一部

- ・電通デジタルとの共同セミナーの開催
- ・電通デジタルのオウンドメディア「KNOWLEDGE CHARGE」への掲載
- ・電通総研のソリューションウェブサイト上への取り組み掲載

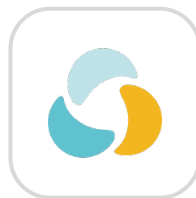


common StoryHub

AIを活用した新機能 街のニュース 実証実験スタート



common



東急株式会社さま

「common」

AIを活用したニュース配信機能を追加

地域コミュニティアプリ「common」に、StoryHub株式会社と連携し「街のニュース機能」を追加。地域コミュニティとAI編集の力を組み合わせた地域情報流通モデルの実証実験を開始しました。

地域に点在する多様な情報をAIで収集・整理・編集し、必要な人に、必要な地域情報を、タイムリーに届ける仕組みを構築。ユーザーの登録エリア・興味に合わせて記事をカスタマイズして表示します。

フルーは東急のデジタルパートナーとして、機能追加に伴うデザイン・開発、実装といったデジタル領域で伴走支援しました。

当社ニュースリリース

2026年6月25日

東急の地域コミュニティアプリ「common」、AIを活用した
ニュース配信機能を追加

<https://www.fuller-inc.com/news/202606-common-ai-news>

- 01 2026年6月期通期 業績
- 02 2027年6月期通期 業績予想
- 03 定時株主総会の決議事項
- 04 トピックス
- 05 Appendix（会社概要）**
- 06 Appendix（成長戦略）

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6月30日現在）
従業員数	207人（2026年6月30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％）

役員	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）

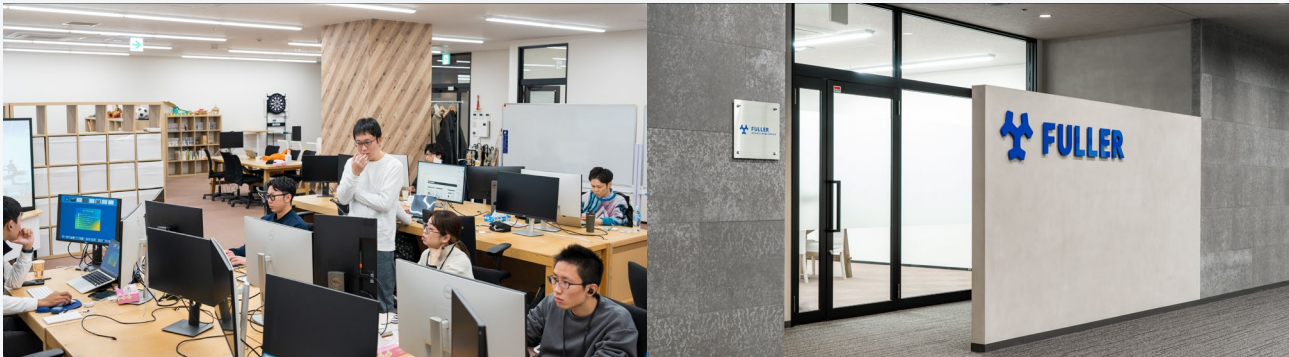
(注) 1. 持分比率は2026年6月30日現在。なお、(株)ヤプリー及び(株)電通グループは当社を持分法適用関連会社としています。
2. Chief Design Officerの略。最高デザイン責任者。
3. Chief Financial Officerの略。最高財務責任者。



Copyright Fuller, Inc. All Rights Reserved.



柏の葉本社 千葉県柏市



新潟本社 新潟県新潟市

経営理念

ユメ

世界一、ヒトを惹きつける会社を創る。

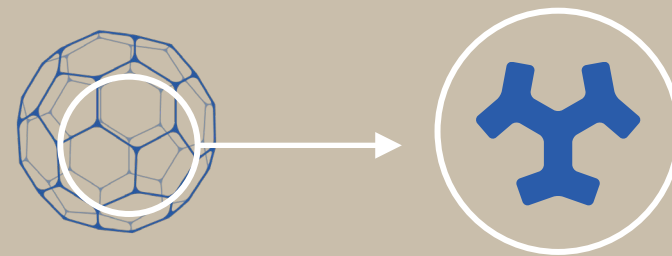
ミッション

ヒトに寄り添うデジタルを、みんなの手元に。

価値観

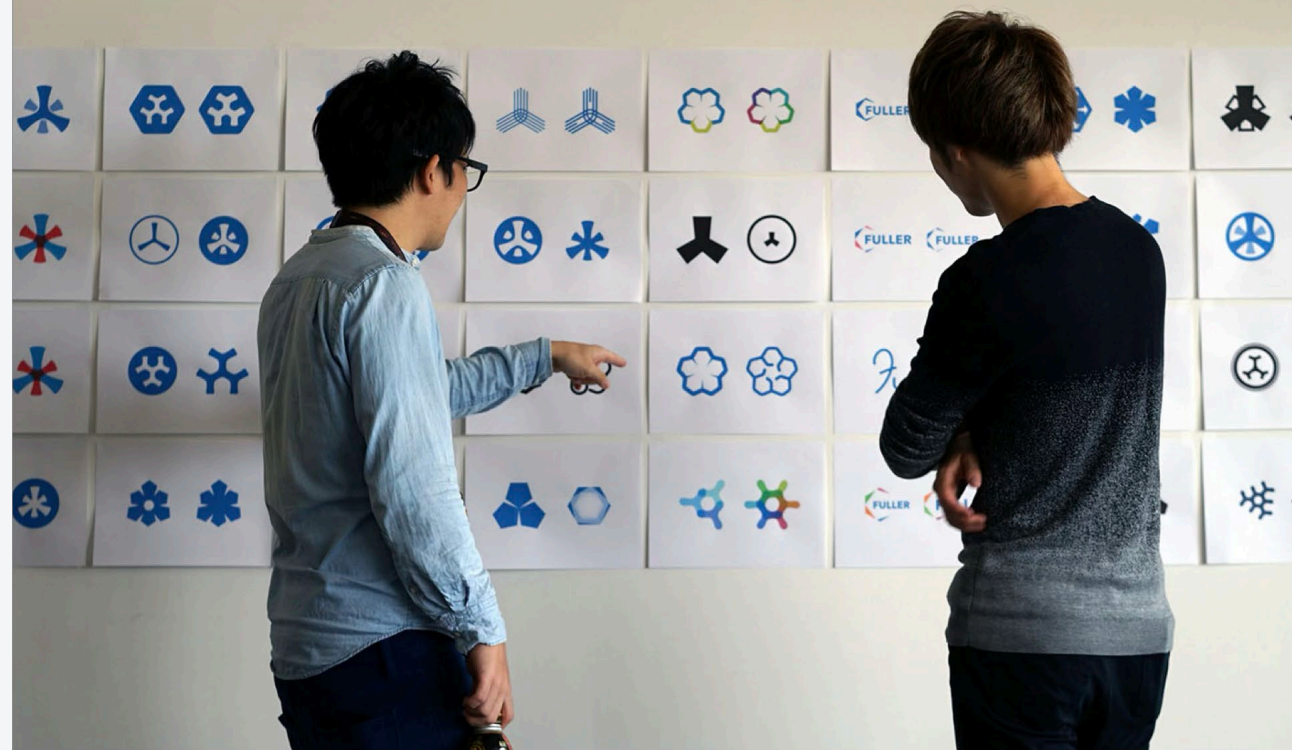
頼られる存在になろう。

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。

フラーは、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（2026年8月12日現在）

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花火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兼人事グループ長

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。

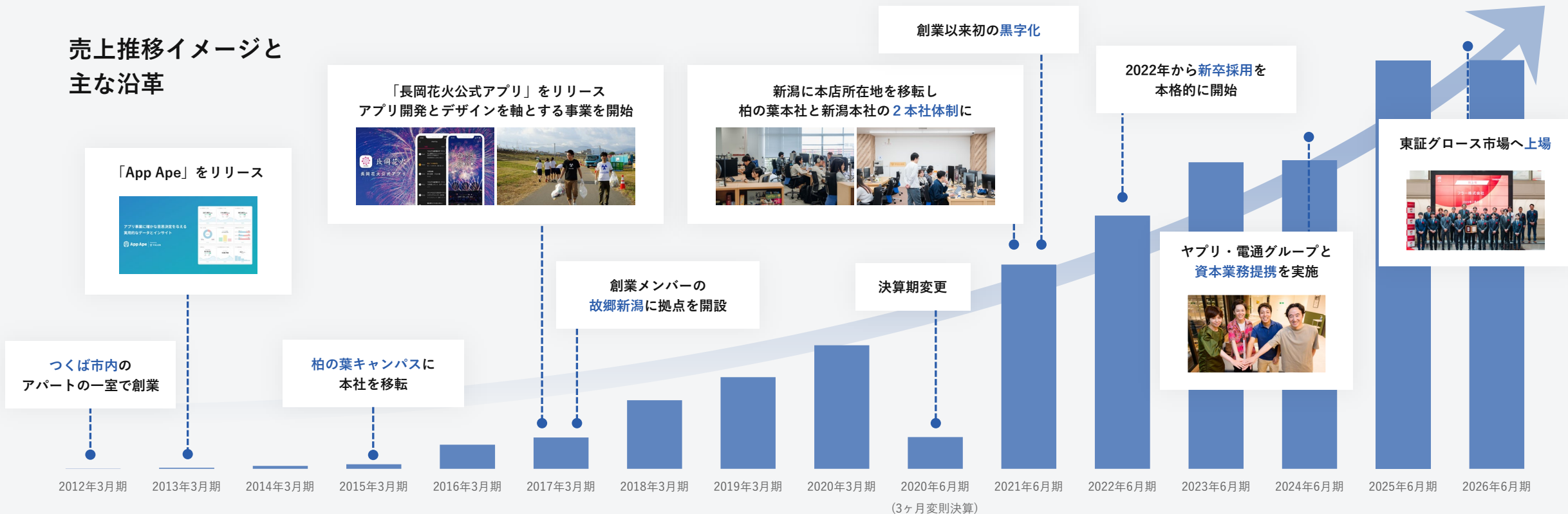
成長期

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



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**

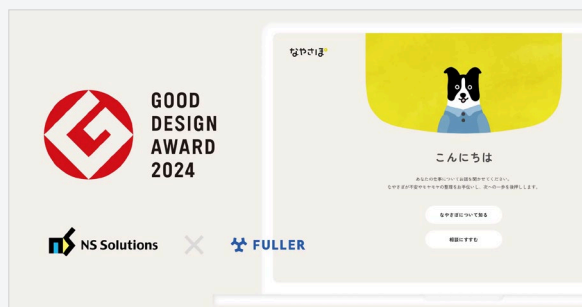
ダッシュボード
オーダーメイド分析

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：東急の方々とフル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ル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。

「よいデザインを、あたりまえに。」

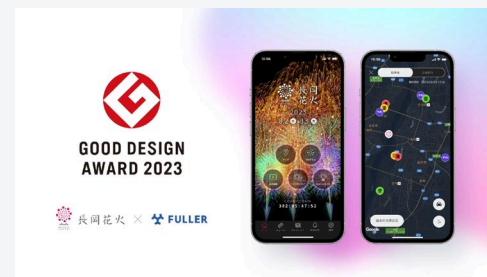
最高のユーザー体験を設計するデザイン組織

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



写真左は山崎将司（代表取締役社長）、写真右は櫻井裕基（取締役CDO）

「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方

総記事数は **461** 本 (2026年6月30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
(2026年6月30日現在)

27 校

多数の高専出身者が活躍

幹部社員※のうち高専出身者

(2026年6月30日現在)

※常勤取締役・執行役員・部門管理者

7 人 / 13人

従業員の高専出身者割合

(2026年6月30日現在)

23.7 %

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月期通期 業績
- 02 2027年6月期通期 業績予想
- 03 定時株主総会の決議事項
- 04 トピックス
- 05 Appendix（会社概要）
- 06 Appendix（成長戦略）**

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

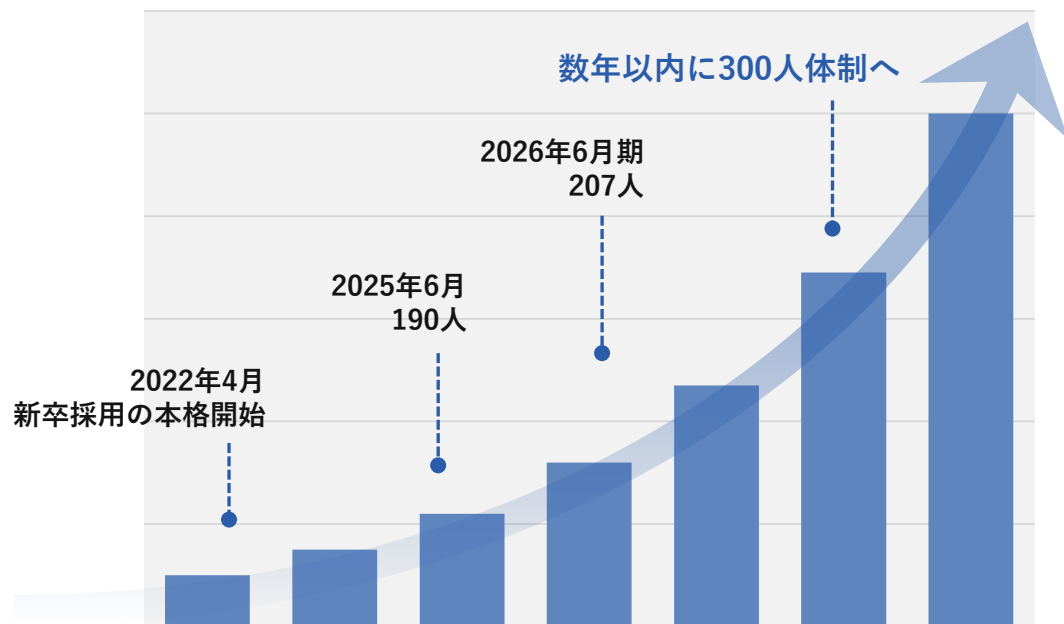
③ 販路の拡大

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。

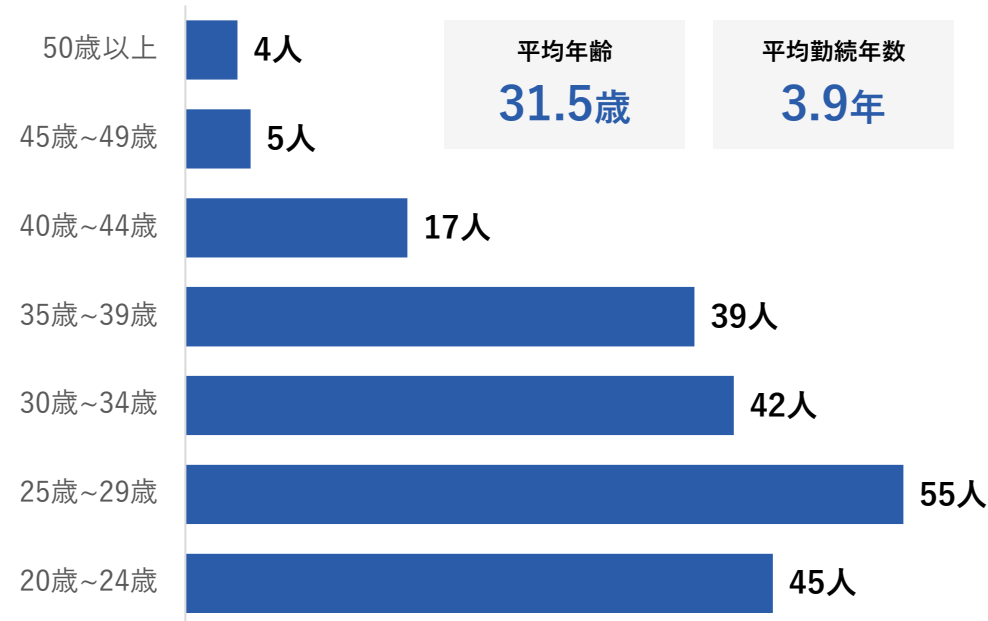
順調な新卒採用と高い定着率 成長の基盤となるクリエイティブ人材の増加を図る

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
2026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是不可欠。
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

Claude

Figma

ChatGPT

GitHub Copilot

Gemini

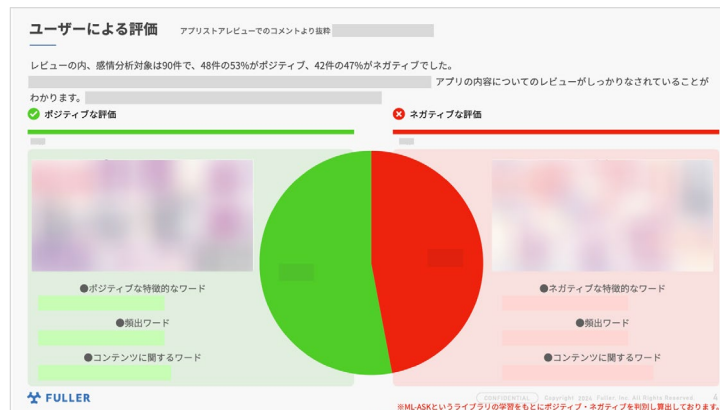
メンバー全員が“ものづくり”と日々向き合う。
ボトムアップでソリューション能力の向上を実現していく。

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、フルーの“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ルーの特長。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ル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・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ルーにおまかせ」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・イベントの開催



2024年11月1日にヤプリ本社で開催した
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。

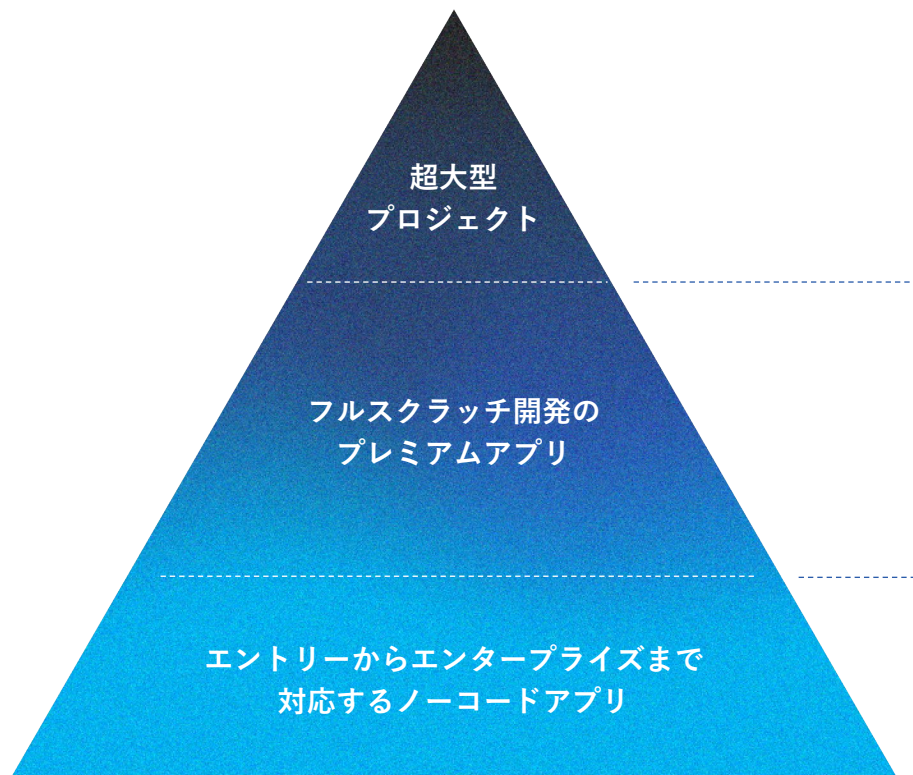
共同提案・相互送客の実施



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。