



フラー株式会社

証券コード 387A

2025年6月期通期 決算説明資料

2025.08.12

01 2025年6月期通期 業績

02 2026年6月期通期 業績予想

03 2025年6月期通期 トピック

04 Appendix（会社概要）

05 Appendix（成長戦略）

（注）04及び05は、2025年7月24日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」
（<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08209/6fb472ac/d67d/4672/8e5e/30055a5b0b9c/140120250723518551.pdf>）を一部抜粋して作成しています。

通期にわたりプロジェクトの受注と納品が順調に推移し、前期比で業績が大幅改善。
積極的な採用投資を継続しながら、売上高と各段階利益はいずれも過去最高。

単位：百万円	前期 2024年6月期	当期 2025年6月期	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	1,517	2,008	+491	+32.4%
クライアントワーク	1,402	1,898	+496	+35.4%
アプリ分析サービス	115	110	△5	△4.9%
売上原価	890	1,155	+265	+29.8%
売上総利益	627	853	+225	+36.0%
販売費及び一般管理費	614	664	+49	+8.0%
営業利益	12	189	+176	+1,363.7%
経常利益	18	185	+167	+897.6%
当期純利益	28	197	+168	+585.0%
売上高売上総利益率	41.4%	42.5%	+1.1pt	-
売上高営業利益率	0.9%	9.4%	+8.5pt	-
クリエイティブ人材 1人当たり売上 (注)1、2	12.4百万円	14.0百万円	+1.6百万円	+12.9%
採用投資額 (注)3	164百万円	201百万円	+37百万円	+22.6%

売上高

クライアントワークは前期着手の大型案件が開発フェーズとなり収益化したほか、大口新規取引があり大幅増収（+496百万円）。アプリ分析サービスはほぼ横ばい（△5百万円）で推移。繁忙により生産性は向上し、クリエイティブ人材1人当たり売上高は14.0百万円と大幅増加（+1.6百万円）。

売上総利益

売上増加により売上総利益は増加（+225百万円）。高い稼働率を維持したことで、新卒採用による下押し影響を吸収し、売上高売上総利益率は増加（+1.1pt）。

営業利益・経常利益

営業利益189百万円、経常利益185百万円はいずれも過去最高益。
販売費及び一般管理費は、規模拡大や上場準備の中で、上場記念賞与の影響（+30百万円）を除きほぼ横ばいに抑制し、高い営業利益、経常利益を確保。売上高営業利益率は9.4％に大幅改善（+8.5pt）。

当期純利益

当期純利益は197百万円となり過去最高益。繰延税金資産の積増しによる法人税等調整額△12,598千円（△は益）を計上。

(注)1. クリエイティブ人材とは、当社に所属するディレクター、デザイナー、エンジニア、データサイエンティストの総称です。
2. クリエイティブ人材1人当たり売上高=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）
3. 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

現金及び預金は1,355百万円を確保し今後の事業展開に向けた流動性を確保。
自己資本比率は53.9%と高水準で高い財務健全性を維持。

単位：百万円	前期末 2024年6月期末	当期末 2025年6月期末	前期末比
流動資産	1,137	1,653	+515
現金及び預金	886	1,355	+469
受取手形、売掛金及び契約資産	214	251	+37
その他	37	46	+8
固定資産	150	181	+31
資産合計	1,288	1,834	+546
流動負債	294	456	+161
1年内返済予定の長期借入金	60	100	+39
未払費用	166	251	+84
その他	68	105	+37
固定負債	226	388	+162
長期借入金	168	331	+163
その他	57	56	△0
負債合計	520	845	+324
純資産合計	767	989	+222
負債・純資産合計	1,288	1,834	+546
自己資本比率	59.6%	53.9%	△5.7pt

資産

現金及び預金は1,355百万円となり、上場後の事業展開に向けた安定資金を確保。
増収に合わせて売上債権（受取手形、売掛金及び契約資産）が増加（+37百万円）。
固定資産の増加は主に業務用パソコン購入と差入敷金増加による。

負債

規模拡大に併せて支払債務全般が増加。
増収に伴う運転資金増加や将来の事業展開に向けて新規借入を実施し、長期借入金（1年内返済予定含む）は203百万円の純増。

純資産

当期純利益の計上（+197百万円）と新株予約権行使による資本金・資本準備金の増加（+24百万円）により、純資産は大幅に増加（+222百万円）。
配当は実施せず、将来の事業成長に備えて内部留保を拡大。
借入金増加により自己資本比率は5.7pt低下したが、53.9%と引き続き財務健全性を確保。

営業CFと財務CFが貢献し、期末キャッシュ残高は大幅に増加。

単位：百万円	前期 2024年6月期	当期 2025年6月期	前期比
営業活動によるキャッシュ・フロー	5	274	+268
税引前当期純利益	18	185	+166
減価償却費	16	18	+1
売上債権の増減額（△は増加）	△44	△37	+6
未払金の増減額（△は減少）	△2	△3	△1
未払費用の増減額（△は減少）	17	83	+65
その他	△0	28	+29
投資活動によるキャッシュ・フロー	△15	△32	△17
有形固定資産の取得による支出	△5	△17	△11
敷金及び保証金の差入による支出	△9	△14	△4
その他	0	0	+0
財務活動によるキャッシュ・フロー	△61	227	+288
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	△60	△196	△136
その他	△1	23	+24
現金及び現金同等額の増減額（△は減少）	△70	469	+539
現金及び現金同等額の期首残高	956	886	△70
現金及び現金同等額の期末残高	886	1,355	+469

営業活動によるキャッシュ・フロー

好業績により営業CFは大幅増（+268百万円）。
税引前当期純利益（185百万円）と営業CF（274百万円）の差分は、上場記念賞与等の影響（当期に費用計上したがキャッシュアウトは翌期）による。

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（△17百万円）は、主に社員増加に伴う業務用パソコンの購入による。
敷金及び保証金の差入による支出（△14百万円）は、柏の葉本社オフィスの契約更新に伴う追加の敷金差し入れによる。

財務活動によるキャッシュ・フロー

400百万円（取引銀行2行、各200百万円ずつ）の長期借入金を実行。
長期借入金の返済による支出（△196百万円）は、約定弁済のほか、既存の借入金の期限前返済（金利条件の良化による借換）による。
なお、上場時の増資による調達（64百万円）は翌期（2026年6月期）扱い。

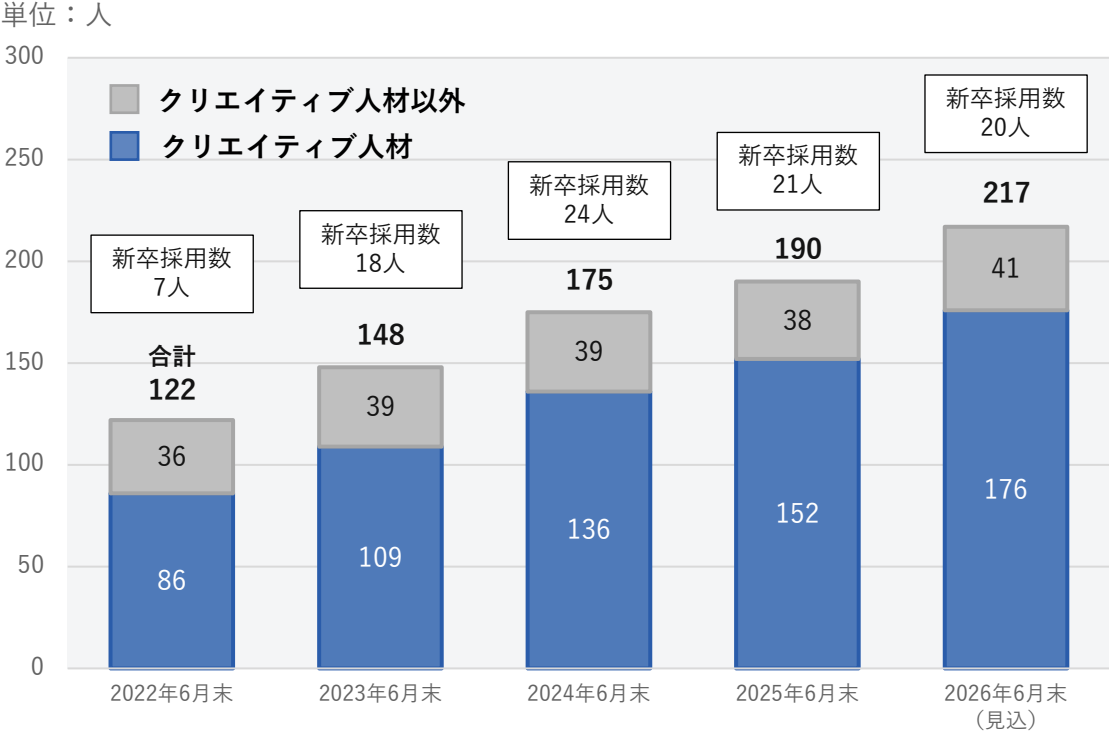
現金及び現金同等額の期末残高

営業CFと財務CFの大幅増加の一方で投資CFは軽微。結果として現金及び現金同等額の期末残高は大幅に増加（+469百万円）し、1,355百万円となる。

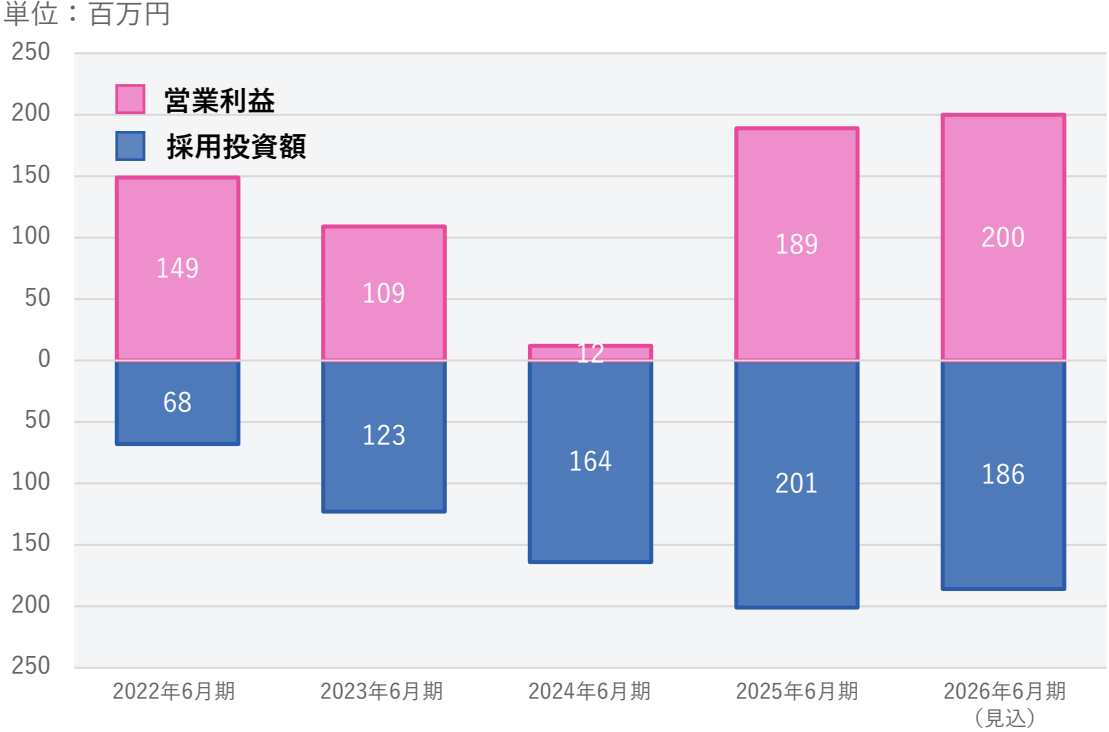
クリエイティブ人材・採用投資の状況

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

- 01 2025年6月期通期 業績
- 02 2026年6月期通期 業績予想**
- 03 2025年6月期通期 トピック
- 04 Appendix（会社概要）
- 05 Appendix（成長戦略）

（注）04及び05は、2025年7月24日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」
（<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08209/6fb472ac/d67d/4672/8e5e/30055a5b0b9c/140120250723518551.pdf>）を一部抜粋して作成しています。

翌期（2026年6月期）は、売上高、利益水準とも堅実な成長を継続する計画。
中長期の事業成長のための積極的な採用投資は継続。

単位：百万円	当期実績 2025年6月期	翌期予想 2026年6月期	当期比 増減額	当期比 増減率
売上高	2,008	2,232	+223	+11.1%
営業利益	189	200	+10	+5.4%
経常利益	185	187	+1	+0.7%
当期純利益	197	160	△37	△18.8%
売上高営業利益率	9.4%	9.0%	△0.4pt	-
クリエイティブ人材 1人当たり売上高	14.0百万円	13.9百万円	△0.1百万円	△0.7%
採用投資額	201百万円	186百万円	△15百万円	△7.5%

売上高

当期の大型案件がリリースを迎える一方で、業務提携の推進等により新規案件の獲得に注力し、売上高は2,232百万円を見込む。
ここ数年の新卒社員増加の影響により、クリエイティブ人材1人当たり売上高はほぼ横ばい。

営業利益・経常利益

増収の一方で、人件費、外注費、その他諸経費、並びに上場の影響による費用増加があるため、営業利益は当期比やや増加の200百万円、売上高営業利益率は9.0%を見込む。
積極的な採用投資を継続し、採用投資額は186百万円の想定。
上場関連費用などを加味し、経常利益は187百万円を見込む。

当期純利益

繰越欠損金の利用が進み繰延税金資産の取り崩しがあると想定とし、当期純利益は160百万円を見込む。

上記の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。

クリエイティブ人材数

クリエイティブ人材
1人当たり売上高

売上高営業利益率



（中期の成長計画）

フラーの魅力を活かした積極的な採用により、年間20～30人程度、将来的にはそれ以上のクリエイティブ人材純増を実現し、事業成長の基盤となる人材確保を目指す。

（実績及び見通し）

2025年6月期は、新卒エンジニアと中途ディレクターを中心に採用が進んだ一方で、退職・休職（育児休業等）の影響があり16人増に留まった。2026年6月期は、上場を機に新卒・中途採用を推進し、併せて退職者の抑制に努めることで純増24人の確保を予定。

（中期の成長計画）

直近新卒採用の影響により漸減したが、外部リソースの活用や、付加価値とブランド力の向上により、中期的にクリエイティブ人材一人当たり売上高1,500万円/人の水準を目指す。

（実績及び見通し）

2025年6月期は、売上が好調で通期に渡って高い稼働を維持したことから、大幅に増加。2026年6月期は、第1四半期に大型案件が一段落し一時的に稼働が下がる影響があるが、第2四半期以降に新規の大型案件の開始を見込んでおり、2025年6月期とほぼ同水準となる見込み。

（中期の成長計画）

直近に売上高営業利益率は急回復。利益水準を重視する経営により、売上高営業利益率10%前後の継続確保を目指す。

（実績及び見通し）

2025年6月期は、売上及び利益水準が急回復したことにより、目標値に近い9.4%を達成。2026年6月期は、9.0%程度の見込みだが、これは上場に伴う一時的な費用（広告費、祝賀会等）による影響を除けばほぼ横ばいの水準。

上記の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。

01 2025年6月期通期 業績

02 2026年6月期通期 業績予想

03 2025年6月期通期 トピック

04 Appendix（会社概要）

05 Appendix（成長戦略）

（注）04及び05は、2025年7月24日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」
（<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08209/6fb472ac/d67d/4672/8e5e/30055a5b0b9c/140120250723518551.pdf>）を一部抜粋して作成しています。

資本業務提携先との取り組み

「アプリのことならフルーにおまかせ」を実現するためヤプリ・電通グループ各社と業務提携を推進。
共同プロモーション、相互プロモーションなど様々な施策を実施。



2024年11月開催
ヤプリ社との共催セミナー
「今」顧客が求めるアプリ
「7つの法則」
アプリのCX設計をテーマとしたヤプリ社との共催セミナー。
社長山崎ほか当社のクライアントワーク、アプリ分析に携わるメンバーが登壇。



2024年8月開催
電通デジタル社との共催セミナー
ユーザーの愛着を育み、復活へと導くアプリ開発の処方箋
アプリ市場のトレンドやアプリを事業成果につなげるポイントなどをテーマに開催。社長山崎、執行役員林が登壇。



2024年12月開催
ヤプリ社との共催イベント
App Year End Conference 2024
アプリの「CX設計」をテーマに開催。アプリ市場のトレンドについてお伝えするとともに、App Apeのデータを用いた業界レポートをご紹介します。



2025年3月立ち上げ
電通グループ各社との提携ブランド
アプリ・デジタル創造アライアンス「D-FULLER」
電通グループ各社との業務提携推進のため共同ブランド「D-FULLER」を立ち上げ。プロモーション、ソリューション提案などに活用。

新卒採用・採用活動のご紹介

2025年4月に新卒社員21名が入社



2025年4月1日に新潟本社で入社式を開催。



社長山崎によるアプリ制作についての
レクチャー。



アクシアル リテイリングへ訪問。
「原信ナルスアプリ」の制作にかけた想いを共有。



藤田金属へ訪問。
工場見学でクライアントの事業内容を体験。

(新卒社員の内訳)	
エンジニア	17人
データサイエンティスト	1人
総合職	3人



2025年6月の新卒社員研修報告会の様子。

フラー独自の採用活動を展開



2025年3月に採用サイトをリニューアル。
両本社の魅力やワークスタイルをPR。



オウンドメディアを活用した候補者向け
記事を毎月数本発信。



2024年の夏と冬にエンジニア向け
インターンシップを開催。



北海道における採用強化のため、
地元高専出身者の札幌常駐を開始。



キャリアイベント「高専キャラバン」を
定期的に開催。今回は全国8高専を訪問。



エンジニア向けイベント、
ビジネスコンテストなどに積極的に参加。

(注) 上の画像はすべて、当社ニュースリリース (<https://www.fuller-inc.com/news-p>) またはフラーのデジタルノート (<https://note.fuller-inc.com/>) より引用。

制作事例のご紹介



アクシアル リテイリング株式会社さま

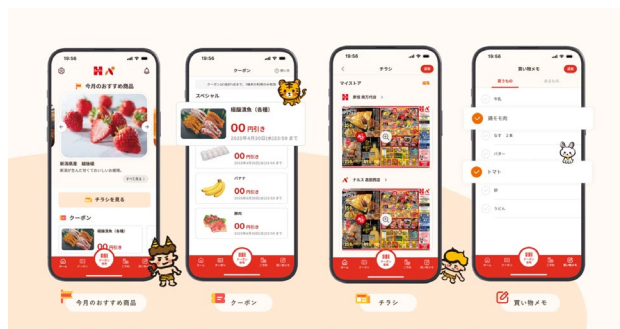
「原信ナルスアプリ」

事業開発 デザイン システム開発 データ分析



新潟県を中心に展開するスーパーマーケット「原信」「ナルス」向け公式アプリのリニューアルを支援しました。

新潟にゆかりのあるメンバーを中心にプロジェクトを推進。店舗ユーザーの目線を大事にしながら、リニューアルに取り組みました。



当社ニュースリリース

2025年4月1日
「原信ナルスアプリ」のリニューアルを支援

<https://www.fuller-inc.com/news/202504-harashinnarus-app-renewal>



株式会社トラストバンクさま

「ふるさとチョイス」

事業開発 デザイン



ふるさと納税総合サイト「ふるさとチョイス」公式アプリのデザインを支援しました。

トラストバンク社と当社がデザイン面で共創し、体験設計や画面デザイン、機能の企画デザインを手がけ、アプリにあわせたふるさとチョイスの魅力の最大化を図りました。



当社ニュースリリース

2025年4月18日
「ふるさとチョイス」のアプリデザインを支援

<https://www.fuller-inc.com/news/202504-furusato-choice-app-design>

フラーのアプリ調査レポートほか



2025年3月6日
「アプリ市場白書2024」



2025年5月27日
「求人アプリ市場調査レポート」



2025年6月5日
「交通・MaaSアプリ市場調査レポート」



2025年6月16日
「百貨店・ショッピングセンターアプリ市場調査レポート」

2025年2月

「App Ape Award 2024」を発表

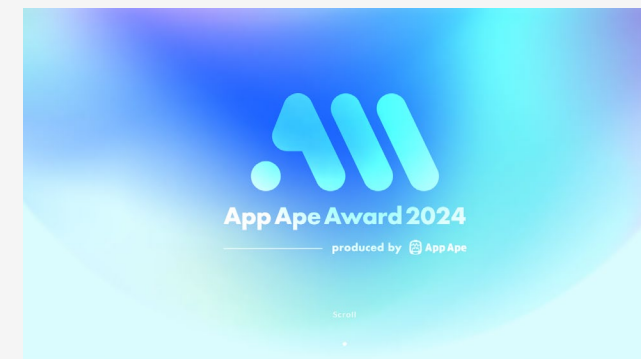
<https://award.appa.pe/>

2024年に多くのユーザーに愛されたアプリを「App Ape」のデータを基に選定。

大 賞：「Duolingo」

特別賞：「My TOYOTA+」

「Pokémon Trading Card Game Pocket」



フラーのアプリ分析チームは、
市場調査レポートを定期的に発信しています。

<https://ja.appa.pe/reports>

01 2025年6月期通期 業績

02 2026年6月期通期 業績予想

03 2025年6月期通期 トピック

04 Appendix（会社概要）

05 Appendix（成長戦略）

（注）04及び05は、2025年7月24日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」

（ <https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08209/6fb472ac/d67d/4672/8e5e/30055a5b0b9c/140120250723518551.pdf> ）を一部抜粋して作成しています。

会社概要



AWS Partner



IS 762756 / ISO 27001
認証拠点：柏の葉本社・新潟本社

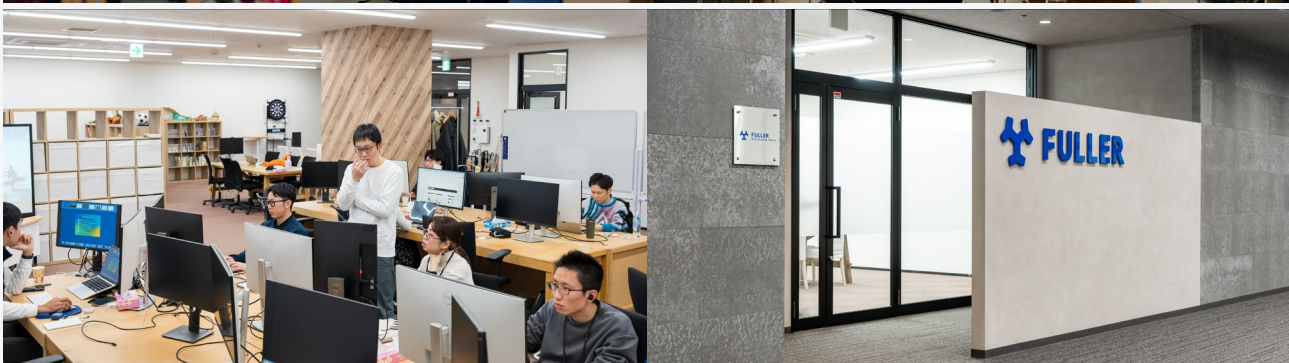
会社名	フラー株式会社
設立日	2011年11月15日
資本金	50百万円（2025年6月30日現在）
従業員数	190人（2025年6月30日現在）
事業内容	デジタルパートナー事業
主要株主 (注1)	(株)ヤプリー（東証グロース4168、持分比率21.79％） (株)電通グループ（東証プライム4324、持分比率20.41％）

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2025年7月24日現在の情報です。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.



2025年7月24日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」より抜粋

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。

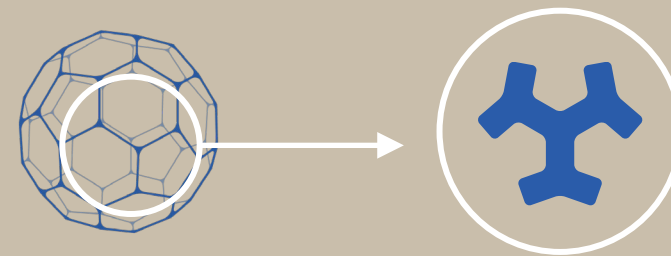
価値観

頼られる存在になろう。



Copyright Fuller, Inc. All Rights Reserved.

社名・ロゴの由来



フラーレンの構造イメージ

社名であるフラーは、炭素原子のみで構成する分子「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・柔軟性にも富む物質です。そのような安定性と柔軟性を併せ持った会社を目指し、フラーと名付けました。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。



2025年7月24日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」より抜粋

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兼デザイングループ長

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兼エンジニアリンググループ長

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 執行役員経営企画グループ長

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事業の戦略立案を担当後、現在は経営企画グループ長として予算管理・法務・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。

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。

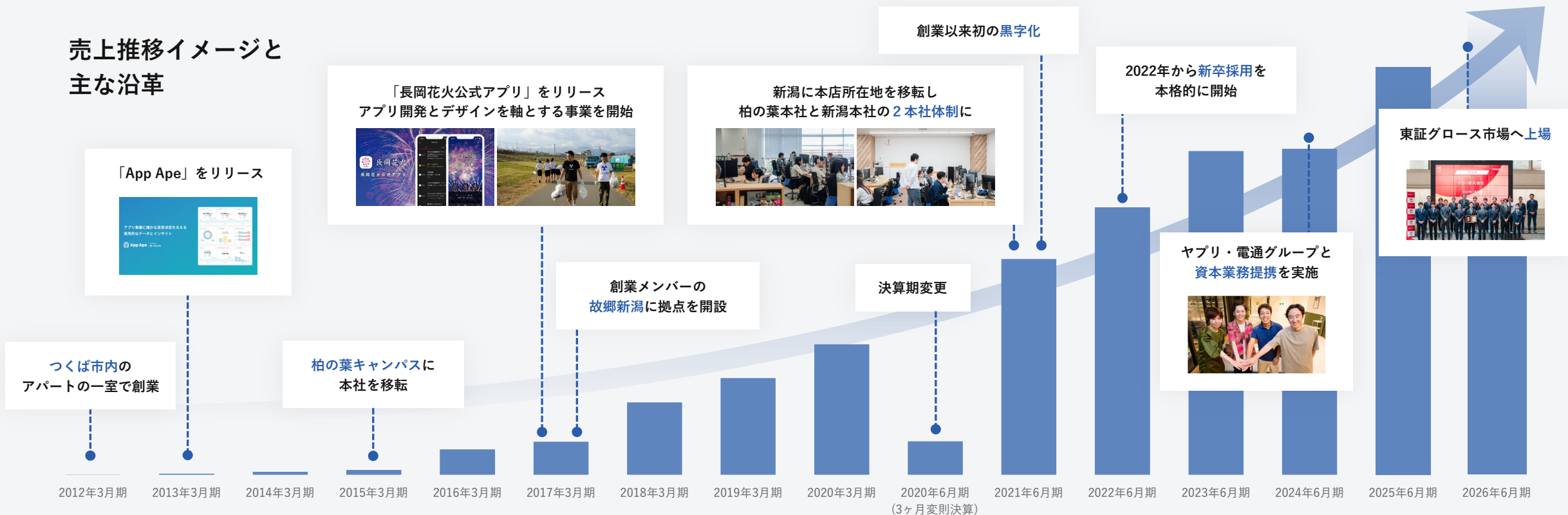
成長期

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

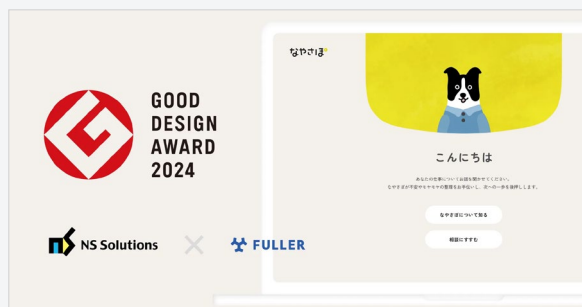
ダッシュボード
オーダーメイド分析

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

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。

「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

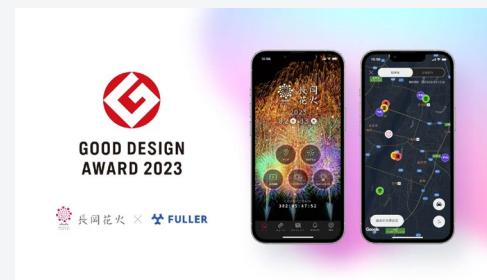
最高のユーザー体験を実現する組織

プロジェクトの提案段階からデザイナーが参加。

「良いデザインを、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。

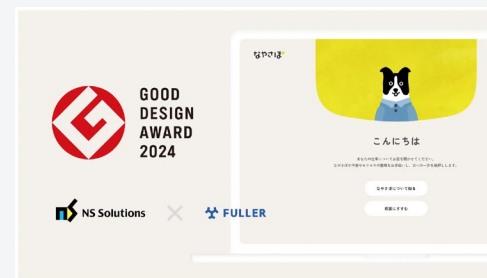
経営陣にデザイナーがいてデザイナー組織が充実したフラーだからこそ実践できるデザインとエンジニアリングの融合は、従来型のITベンダーとの大きな差別化要因に。

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

内定式レポート



【フラー内定式レポート】
2025年新卒の内定式を開きました

総記事数は **359** 本 (2025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



マンガ・電子書籍アプリの1日における利用時間は9.7分 フラーが「マンガ・電子書籍アプリ市場調査レポート2024」を公開

(注) 上記の記事タイトル及び写真は、いずれもフラーのデジタルノート (<https://note.fuller-inc.com/>) より引用。

「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
3人 /7人	5人 /18人	9人 /24人	3人 /24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」
(直近3年間で19回開催)



- 01 2025年6月期通期 業績
- 02 2026年6月期通期 業績予想
- 03 2025年6月期通期 トピック
- 04 Appendix（会社概要）
- 05 Appendix（成長戦略）**

（注）04及び05は、2025年7月24日公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」
（<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08209/6fb472ac/d67d/4672/8e5e/30055a5b0b9c/140120250723518551.pdf>）を一部抜粋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

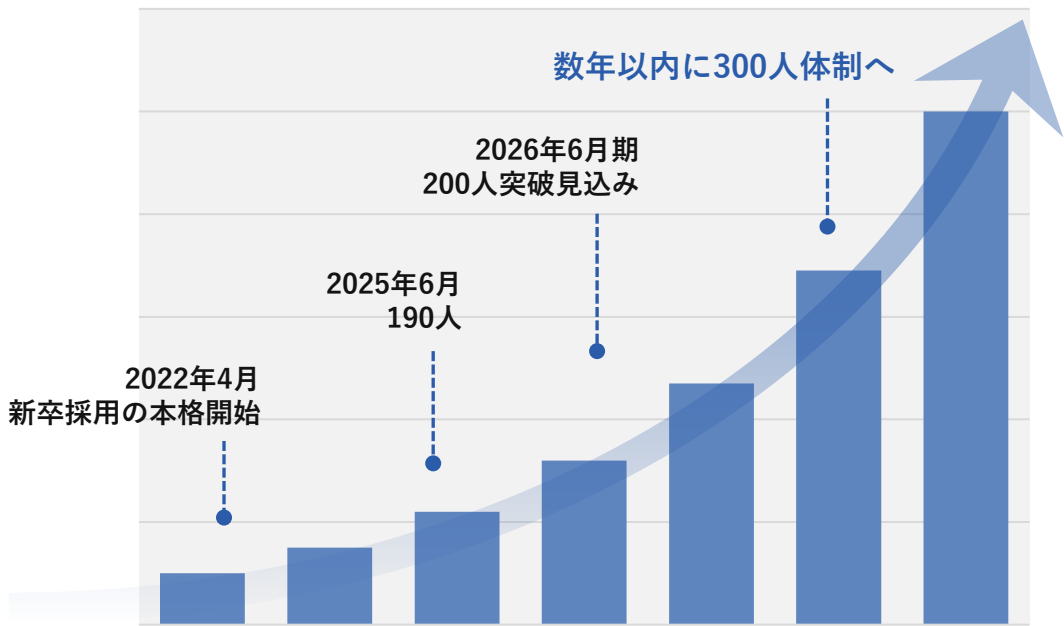
③ 販路の拡大

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。

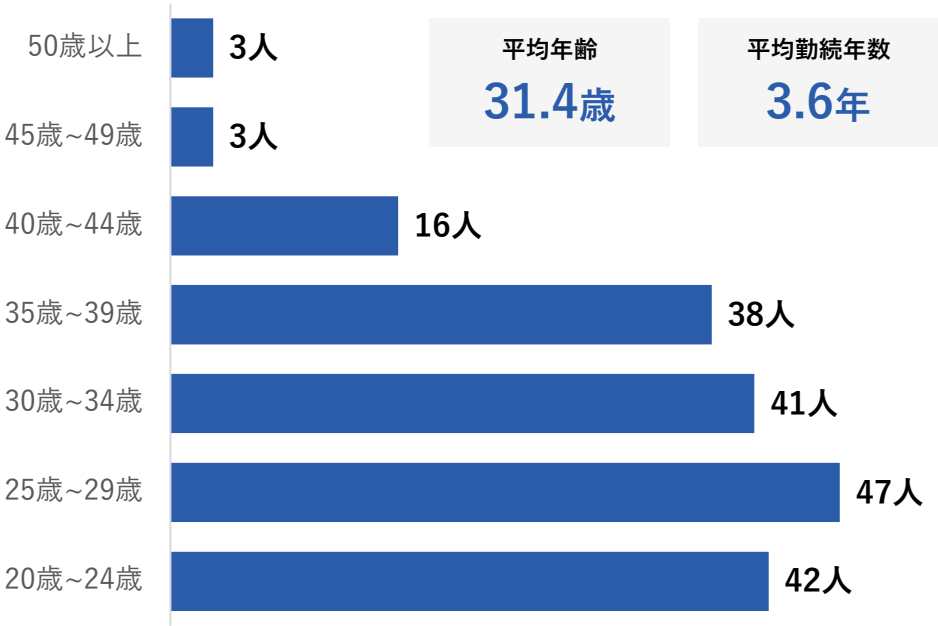
順調な新卒採用と高い定着率
成長の基盤となるクリエイティブ人材の増加を図る

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	データ分析ツール	サーバー・保守	EC・決済	AI
	 			 
	 			 
				 

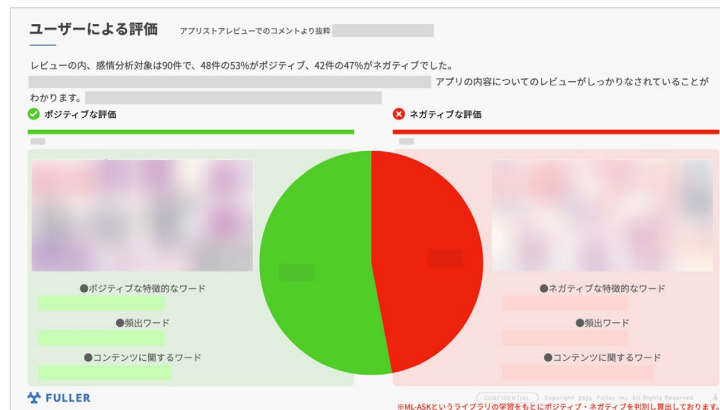
メンバー全員が“ものづくり”と日々向き合う。
ボトムアップでソリューション能力の向上を実現していく。

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。

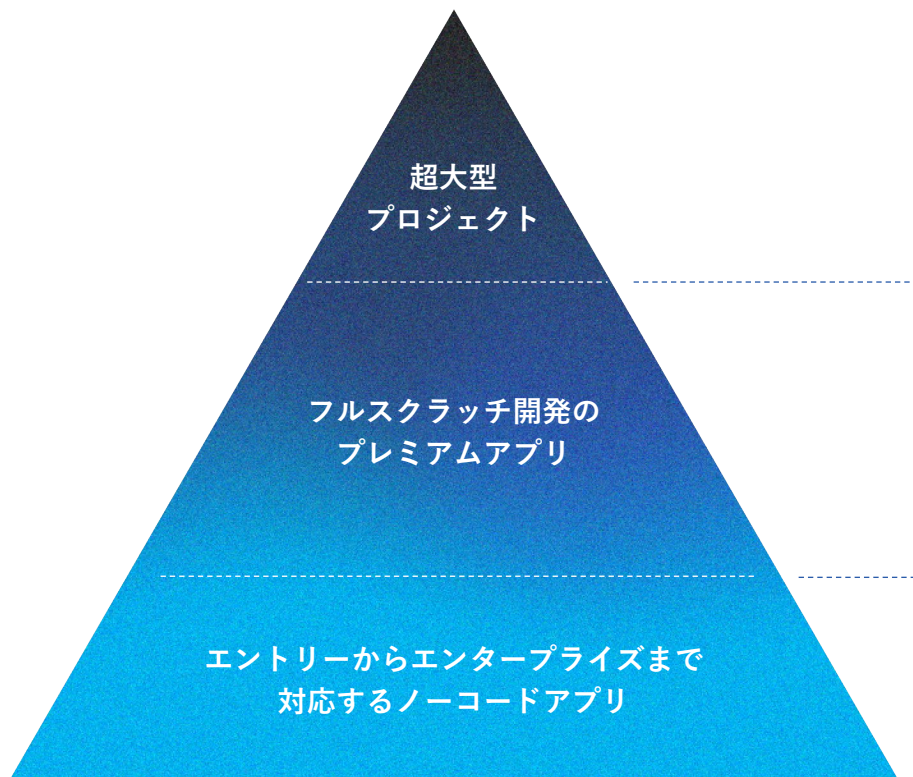
共同提案・相互送客の実施



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。