FURYU
Precious days, always

証券コード: 6238

決算説明資料

2027年3月期 第2四半期決算説明資料

INDEX

03 会社概要

10 2027年3月期　第2四半期決算概要

17 通期業績予想に対する進捗

26 事業の進捗

39 フリュー中期ビジョン2027

45 参考資料

© FURYU CORPORATON

会社概要

FuRyu
Precious days, always

© FURYU CORPORATION

会社概要（2026年3月31日現在）

商号	フリュー株式会社		
設立	2007年（平成19年）4月1日　※オムロンエンタテインメント㈱より全部事業譲受		
代表取締役社長	榎本　雅仁		
本社	東京都渋谷区鶯谷町2-3 COMSビル2F		
事業内容	キャラクター商品・プリントシール機・家庭用ゲームの開発・製造・販売、インターネット通信販売		
従業員数	連結565名/単体512名	**資本金**	16億3,921万円
決算日	3月31日	**発行済株式総数**	28,296,000株
市場	東証プライム	**証券コード**	6238

© FURYU CORPORATION

FuRyu
Precious days, always

社名の由来

「風流（ふりゅう）」

フリュー株式会社

フリューの社名は、日本古来のエンタテインメント文化
「風流（ふりゅう）」に由来します。

我々は、美しさや楽しさを追求する心を大切にしています。

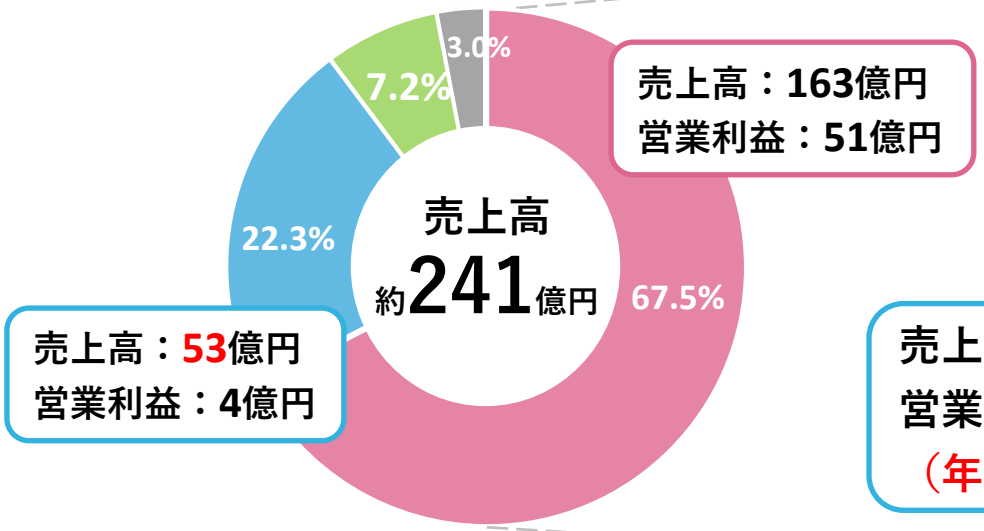
© FURYU CORPORATION

事業ポートフォリオの変遷

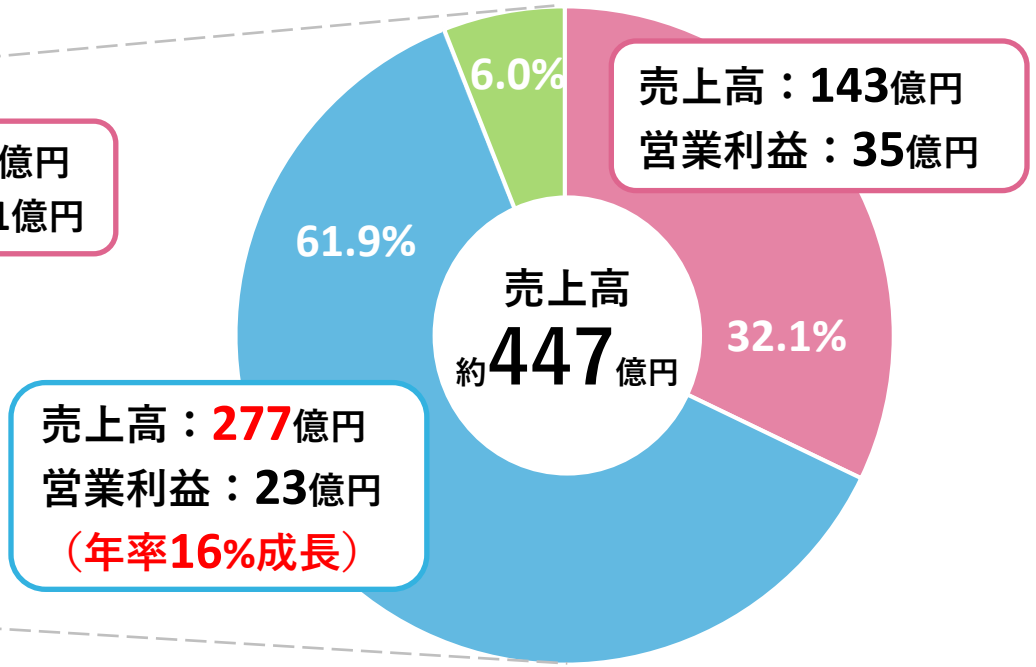
ガールズトレンドビジネスに加え、世界観ビジネスも主軸に

ガールズトレンドビジネス　世界観ビジネス　フリューニュービジネス　その他

2016年3月期（10年前）



2026年3月期



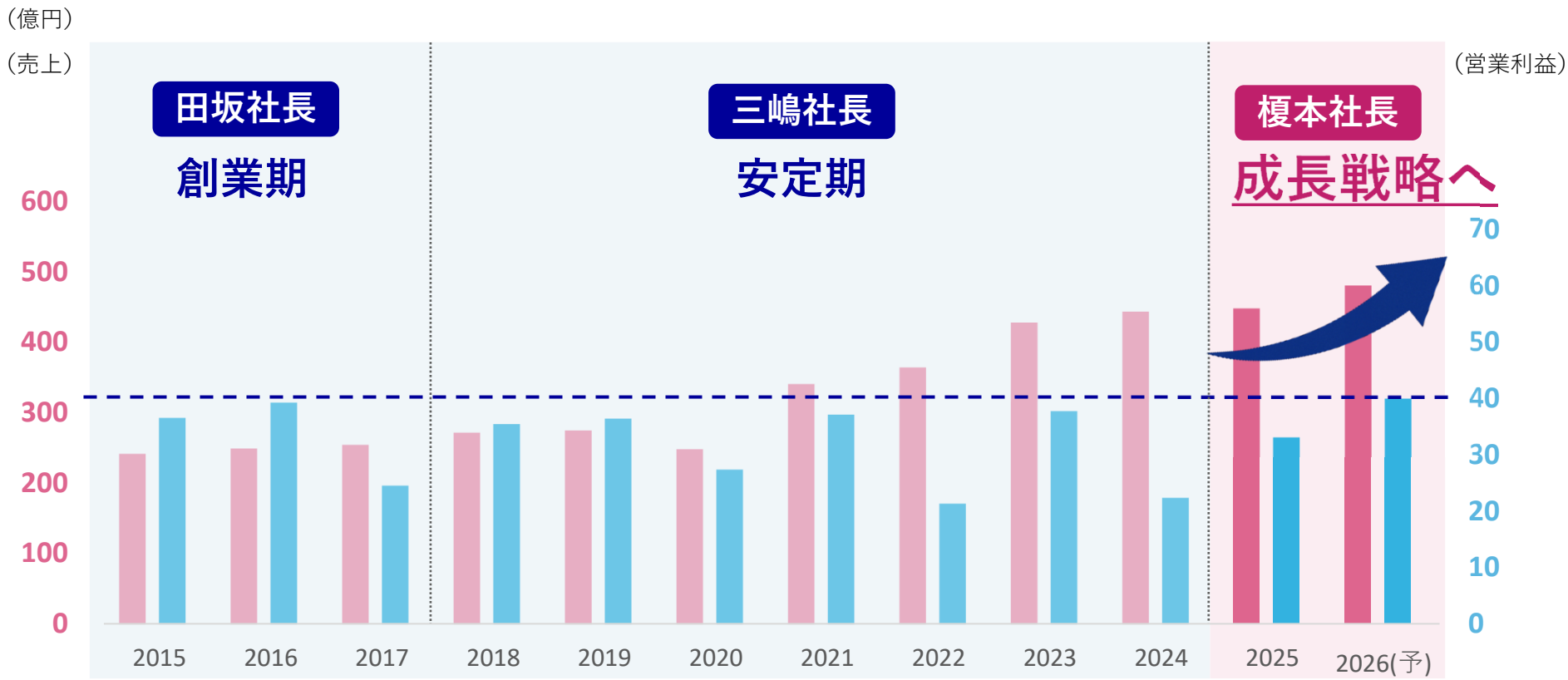
- 10年前に比べて世界観ビジネスが急成長（売上高53億→277億）

© FURYU CORPORATION

※2016年3月期については旧セグメントのため、GTBは簡便的にプリントシールとコンテンツメディアの合計で集計

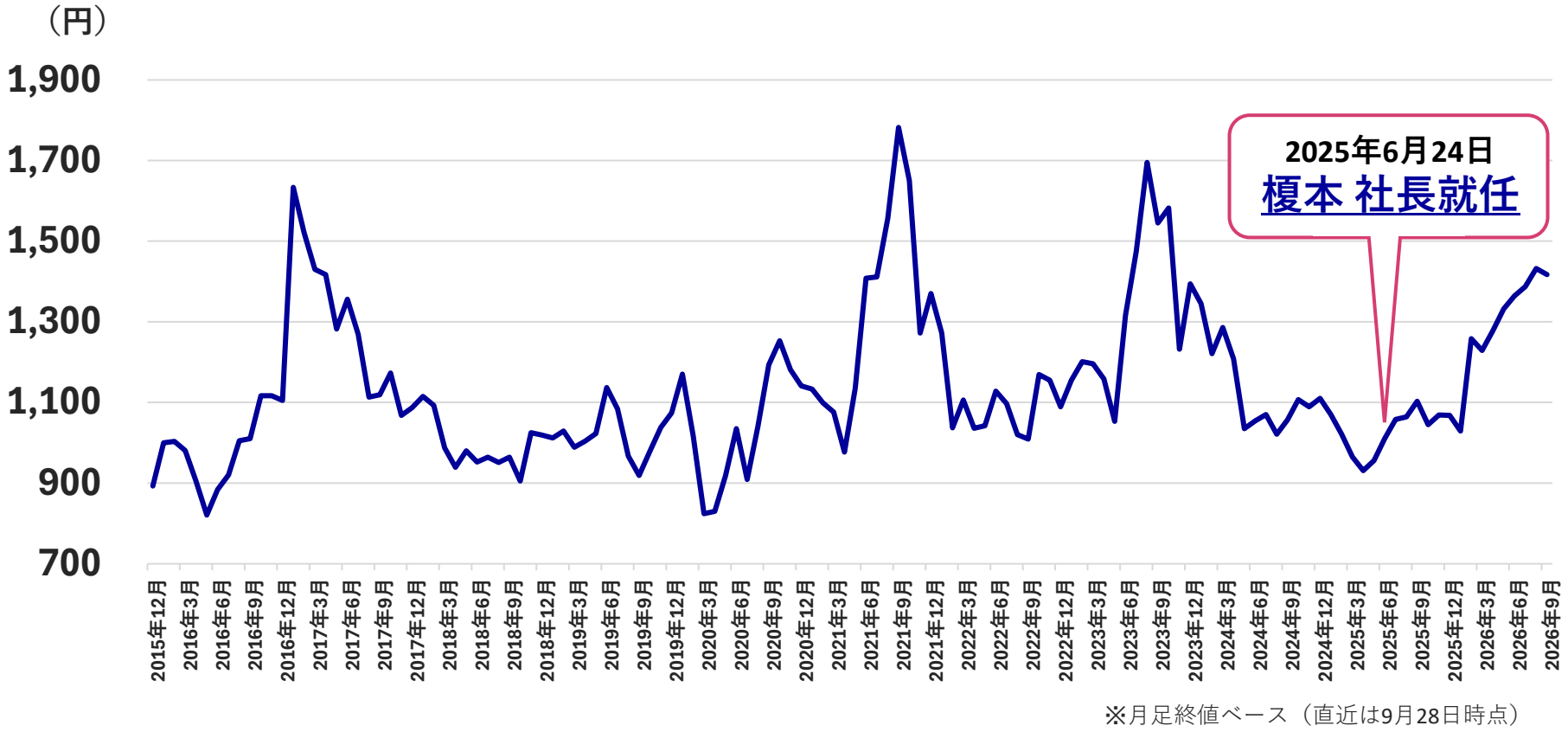
業績の変遷

営業利益40億円突破！そして成長へ！！



© FURYU CORPORATION

株価の推移 上場来 （2015年12月～現在）



※月足終値ベース（直近は9月28日時点）

© FURYU CORPORATION

フリューの２軸の自社評価

自社の強みを活かし、「IP×プリ×かわいい」での世界展開
自社の弱みは、他社で補完

	共通の強み	強み	共通の弱み
世界観ビジネス	**「かわいい」を創出する能力** ①「かわいい」を創出する企画力 ②優れた製品を作る開発力 ③メーカー気質で業界最後発参入でもコツコツPDCAを回し改善	**IP獲得力＆表現力** 旬のIP含め、幅広いIPにアプローチそれぞれのIPの魅力を最大限引き出している	・マーケティング ・ブランディング →*KSFが確立していて必要性が小さかった ・自前のIPが限定的 →自社IPにも取組中 ・海外のノウハウ不足 →数年前まで国内事業中心だった
ガールズトレンドビジネス		・商品企画、技術力に限定したマーケティング力 ・ピクトリンク利用者数	
今後の成長戦略の骨子	**IP×プリ×かわいい** IP獲得×プリ×かわいいを武器にグローバルで戦える会社に変える！		他社との協業による補完 ・マーケティング会社契約 ・商社・事業会社との協業

* Key Success Factor（重要成功要因）

© FURYU CORPORATION

2027年3月期 第2四半期決算概要

FuRyu
Precious days, always

© FURYU CORPORATION

27年3月期 第2四半期 業績ハイライト

FuRyu
Precious days, always

連結全社

世界観・ガールズトレンドともに売上好調も、
世界観では高価格帯ホビーの発売時期ずれにより減益

売上　：　132億（YoY 116.5%）
営業利益　：　9億（YoY　87.7%）

世界観ビジネス

販売好調で増収も、
高価格帯ホビーの発売時期ずれにより減益

売上　：　85億（YoY 117.4%）
営業利益　：　6億（YoY　86.0%）

ガールズトレンドビジネス

価格統一効果・国内IPコラボプリの好調により増収増益

売上　：　41億（YoY 119.5%）
営業利益　：　9億（YoY 107.7%）

フリューニュービジネス

家庭用ゲームの発売時期の違いにより減収減益

売上　：　5億（YoY 90.3％）
営業利益　：　▲0.5億（YoY▲0.2億）

© FURYU CORPORATION

27年3月期 第2四半期 連結概要

FuRyu
Precious days, always

世界観・ガールズトレンドともに売上好調も、
世界観では高価格帯ホビーの発売時期ずれにより減益

（単位：百万円）	1Q（4月～6月）			2Q（7月～9月）			2Q累計		
	2026年3月期	2027年3月期	率	2026年3月期	2027年3月期	率	2026年3月期	2027年3月期	率
売上高	10,104	**12,019**	119.0%	11,378	**13,259**	116.5%	21,482	**25,279**	117.7%
世界観ビジネス	6,293	**8,161**	129.7%	7,272	**8,536**	117.4%	13,566	**16,697**	123.1%
ガールズトレンドビジネス	3,365	**3,393**	100.9%	3,482	**4,160**	119.5%	6,847	**7,554**	110.3%
フリューニュービジネス	446	**464**	104.1%	623	**562**	90.3%	1,069	**1,027**	96.1%
営業利益	702	**1,073**	152.8%	1,093	**959**	87.7%	1,796	**2,033**	113.2%
世界観ビジネス	618	**866**	140.3%	736	**633**	86.0%	1,354	**1,500**	110.8%
ガールズトレンドビジネス	663	**841**	126.8%	858	**924**	107.7%	1,521	**1,765**	116.0%
フリューニュービジネス	▲27	**▲90**	-	▲21	**▲56**	-	▲49	**▲147**	-
全社費用	▲550	**▲543**	-	▲479	**▲541**	-	▲1,030	**▲1,085**	-
経常利益	707	**1,069**	151.2%	1,076	**961**	89.3%	1,783	**2,031**	113.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	463	**681**	147.2%	662	**610**	92.2%	1,125	**1,292**	114.8%

© FURYU CORPORATION

27年3月期 第2四半期 世界観ビジネス 概要

販売好調で増収も、高価格帯ホビーの発売時期ずれにより減益

（単位：百万円）	1Q（4月～6月）			2Q（7月～9月）			2Q累計		
	2026年3月期	2027年3月期	率	2026年3月期	2027年3月期	率	2026年3月期	2027年3月期	率
売上高	6,293	**8,161**	129.7%	7,272	**8,536**	117.4%	13,566	**16,697**	123.1%
クレーンゲーム景品	4,244	**6,041**	142.4%	5,383	**6,353**	118.0%	9,627	**12,395**	128.7%
海外物販	784	**965**	123.0%	879	**1,393**	158.5%	1,664	**2,359**	141.8%
高価格帯ホビー	760	**680**	89.5%	870	**475**	54.6%	1,631	**1,156**	70.9%
くじ	504	**473**	93.9%	138	**312**	225.8%	642	**786**	122.4%
営業利益	618	**866**	140.3%	736	**633**	86.0%	1,354	**1,500**	110.8%
仕入時 平均送金レート(円/1米ドル)	146.65	**157.75**	107.6%	148.06	**158.24**	106.9%	147.37	**157.99**	107.2%

＜為替影響＞
・想定レートに比べ、2Q累計で約365百万円の損失方向

2Q概要

＜クレーンゲーム景品＞
・新規ファンシーに加え、
定番カテゴリーが堅調に推移し
前年同期比で売上大幅増

＜海外物販＞
・北米の売上拡大
・中国についてはやや低調
・販売割合
約50%：北米
約20%：中国
約20%：アジア（中国除く）
約10%：欧州

＜高価格帯ホビー等＞
・売上減少による利益減
主な発売タイミングが３Q以降

＜くじ＞
・タイトル4本を発売

© FURYU CORPORATION

27年3月期 第2四半期 ガールズトレンドビジネス概要

価格統一効果・国内IPコラボプリの好調により増収増益

	（単位：百万円）	1Q（4月～6月）			2Q（7月～9月）			2Q累計		
		2026年3月期	2027年3月期	率	2026年3月期	2027年3月期	率	2026年3月期	2027年3月期	率
	売上高	3,365	3,393	100.9%	3,482	4,160	119.4%	6,847	7,554	110.3%
※1	GTB既存ビジネス	3,360	3,340	99.4%	3,475	4,099	118.0%	6,835	7,439	108.8%
	プリ：アミューズメント施設	1,572	1,259	80.1%	1,469	1,985	135.2%	3,041	3,245	106.7%
	プリ：直営店	264	222	84.1%	290	263	90.5%	555	485	87.5%
	ピクトリンク	1,455	1,804	123.9%	1,650	1,797	108.9%	3,106	3,602	116.0%
※2	その他	67	54	80.2%	64	52	80.9%	132	106	80.5%
※1,3	GTB新規ビジネス	4	53	1149.4%	7	61	806.0%	11	114	981.0%
	営業利益	663	841	126.8%	858	924	107.7%	1,521	1,765	116.0%
※1	GTB既存ビジネス	700	921	131.4%	899	1,066	118.6%	1,600	1,987	124.2%
※1,3	GTB新規ビジネス	▲37	▲80	-	▲41	▲142	-	▲78	▲222	-
	プレイ数(万回)	638	626	98.1%	724	729	100.8%	1,361	1,355	99.6%
	ピクトリンク会員数(万人)	130	118	90.6%	126	117		-	-	-

※1　新規事業によるコスト発生により収益性がわかりづらくなっているため
　　既存ビジネスと新規ビジネスに売上・営業利益を区分して表示いたします。
※2　既存ビジネスその他にはコンテンツサービスが含まれております。
※3　新規ビジネスはIPプリ、推し活プリ“SUKELU factory“、レタッチサービスの事業となります。

2Q概要

＜プリ：アミューズメント施設＞

・夏の新筐体発売時期後ろ倒しにより売上が7月にシフトし増収

・国内IPプリ好調により、プレイ数が前年同期比プラスに回復

＜プリ：直営店＞

・直営店数31店（26年9月時点）

・不採算店舗閉店により売上減少

＜ピクトリンク＞

・前2Q時点では価格統一対象の約6割が適用済み
　当2Qでは全対象への適用が完了し、前年同期比で残る約4割分の増収効果が寄与

・中学生無料会員は34万人超

＜GTB新規＞

・レタッチ：赤字継続も赤字圧縮

・IPプリ：コストのみ

・推し活プリ：売上計上

© FURYU CORPORATION

27年3月期 第2四半期 フリューニュービジネス 概要

家庭用ゲームの発売時期の違いにより減収減益

（単位：百万円）	1Q（4月～6月）			2Q（7月～9月）			2Q累計		
	2026年3月期	2027年3月期	率	2026年3月期	2027年3月期	率	2026年3月期	2027年3月期	率
売上高	446	**464**	104.1%	623	**562**	90.3%	1,069	**1,027**	96.1%
家庭用ゲームソフト	170	**231**	135.6%	330	**273**	82.7%	501	**504**	100.7%
アニメ	184	**145**	79.0%	214	**190**	89.2%	398	**336**	84.4%
その他※	90	**86**	96.0%	78	**99**	125.8%	169	**186**	109.9%
営業利益	▲27	**▲90**	-	▲21	**▲56**	-	▲49	**▲147**	-

※ その他には以下、事業が含まれます。
ゲームアプリ（撤退/前年まで）・広告プランニング（前年まで）・オルドット

2Q概要

＜家庭用ゲームソフト＞
・新規発売なし
⇒前年2Qはオリジナル1本発売

・過去タイトルの
ダウンロード販売が貢献

＜アニメ＞
・前年2Qビデオグラムや
商品化タイミングにより、
主要売上であった『ゆるキャン△』
3期等の売上が当期は減少

・アニメ子会社の立ち上げコスト
（本社移転コスト）に加えて
人件費などが先行

＜その他（オルドット）＞
・固定費見直しによる赤字圧縮

・広告宣伝費の効率的な運用推進
により、収益性を向上

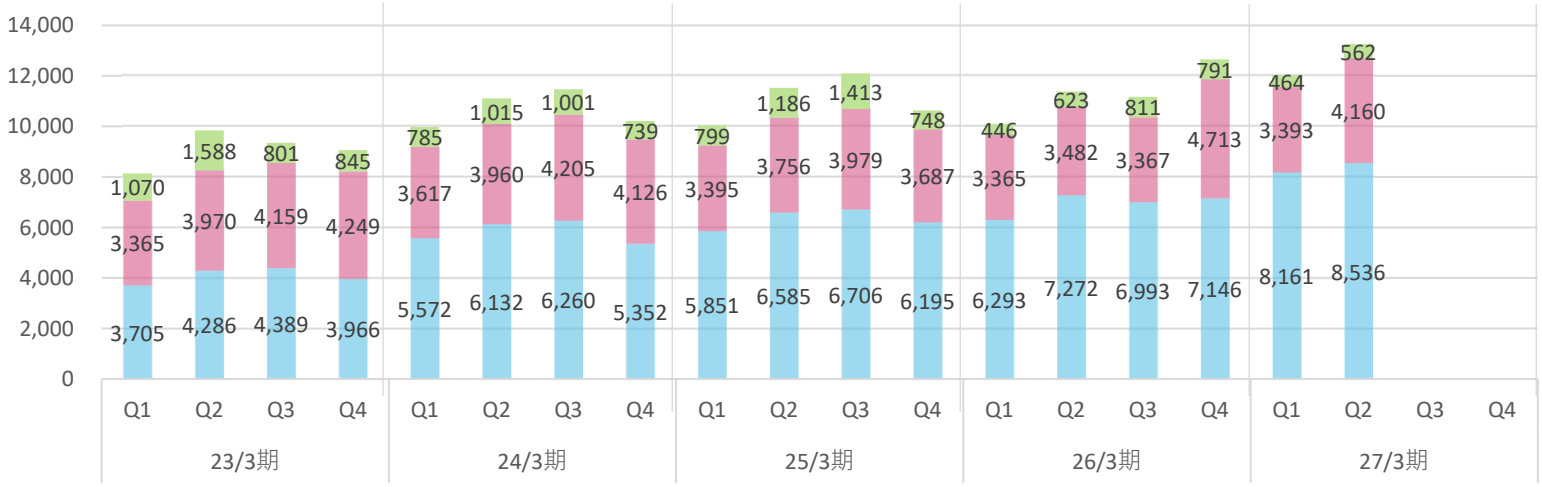
© FURYU CORPORATION

四半期業績推移（売上高・営業利益）

FuRyu
Precious days, always

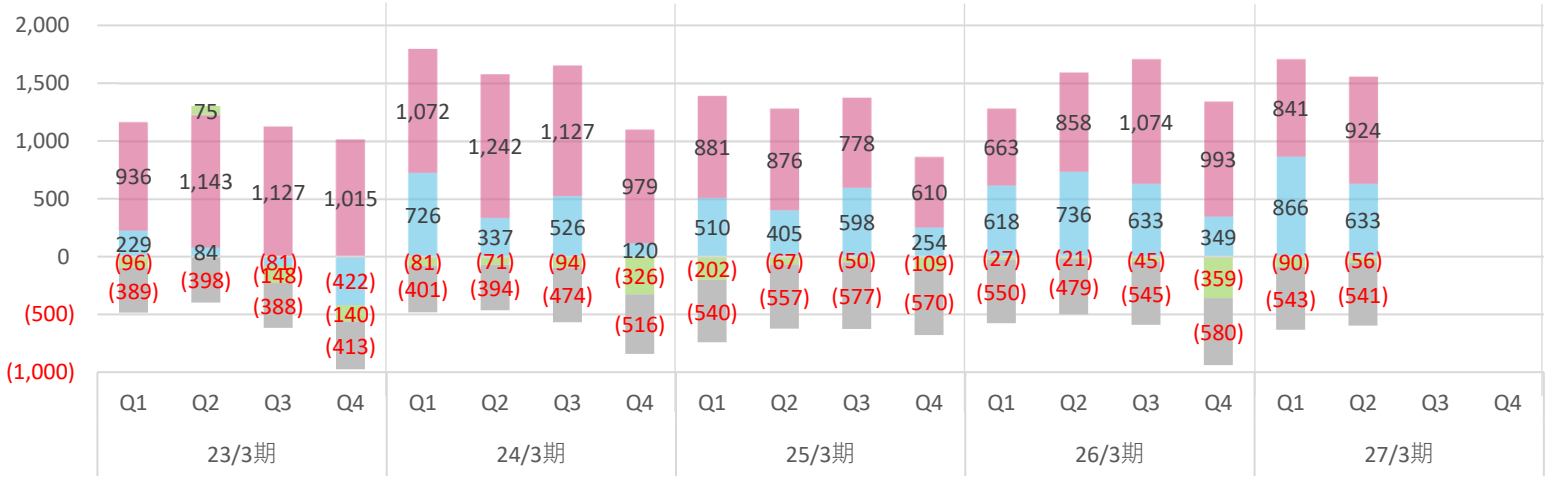
【売上高】

（単位：百万円）



【営業利益】

（単位：百万円）



© FURYU CORPORATION

通期業績予想に対する進捗

FuRyu
Precious days, always

© FURYU CORPORATION

通期業績予想の修正

FuRyu
Precious days, always

通期業績予想は売上のみ上方修正、利益は円安などにより据え置き

（単位：百万円）	2026年3月期 実績	2027年3月期 前回公表予想	2027年3月期 修正予想	2026年 3月期比	前回予想比
売上高	44,767	**48,000**	**54,000**	120.6%	112.5%
営業利益	3,315	**4,000**	**4,000**	120.6%	100.0%
経常利益	3,302	**4,000**	**4,000**	121.1%	100.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,060	**2,500**	**2,500**	121.3%	100.0%

セグメント別	売上	営業利益	2027年3月期　連結業績予想の変更
世界観ビジネス	35,000 （＋6,000）	3,100 （＋300）	・クレーンゲーム景品・海外物販の受注好調を受け売上増 ・為替影響について1ドル=160円想定での影響に変更（年間8億）
ガールズトレンドビジネス	16,000 （±0）	3,500 （▲300）	・足元の状況を加味して修正 ・下期プレイ数・有料会員数回復に向けた先行投資＋海外への先行投資を加速
フリューニュービジネス	3,000 （±0）	▲200 （±0）	変更なし
全社費用	-	▲2,400 （±0）	変更なし

( )内は前回公表予想比

© FURYU CORPORATION

通期業績予想に対する進捗　PL

FuRyu
Precious days, always

＜世界観ビジネス＞

・国内クレーンゲーム市場好調は3Q以降も継続、海外物販は計画通り利益貢献 → 通期で続く見込み

＜ガールズトレンドビジネス＞

・プリ・ピクトリンクの主要KPI達成に向け、3Q以降の利用促進施策等を積極化
　加えて、新規事業への先行投資を強化 → これに伴う費用を織り込み、営業利益予想を下方修正

＜フリューニュービジネス＞

・2Qはアニメのコストが増加、3Qは各事業の収益拡大により、フリューニュービジネス全体で利益貢献を見込む

（単位：百万円）	2027年3月期 年間予想	2027年3月期 修正	2027年3月期 2Q	進捗率	2027年3月期 3Qイメージ	2027年3月期 通期イメージ
売上高	48,000	**54,000**	**25,279**	46.8%		
世界観ビジネス	29,000	**35,000**	**16,697**	47.7%		
ガールズトレンドビジネス	16,000	**16,000**	**7,554**	47.2%		
フリューニュービジネス	3,000	**3,000**	**1,027**	34.2%		
営業利益	4,000	**4,000**	**2,033**	50.8%		
世界観ビジネス	2,800	**3,100**	**1,500**	48.4%		
ガールズトレンドビジネス	3,800	**3,500**	**1,765**	50.4%		
フリューニュービジネス	▲200	**▲200**	**▲147**	－		
全社費用	▲2,400	**▲2,400**	**▲1,085**	－		
経常利益	4,000	**4,000**	**2,031**	50.8%		
親会社株主に帰属する当期純利益	2,500	**2,500**	**1,292**	51.7%		

© FURYU CORPORATION

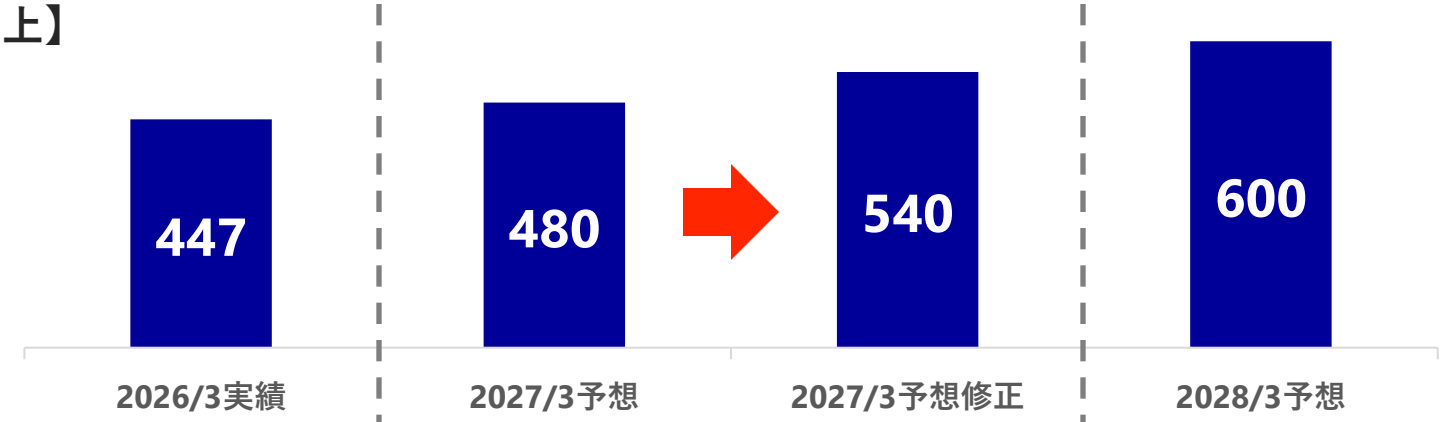
通期業績予想の修正 為替影響

円安による営業利益への影響は年間▲8億円を想定

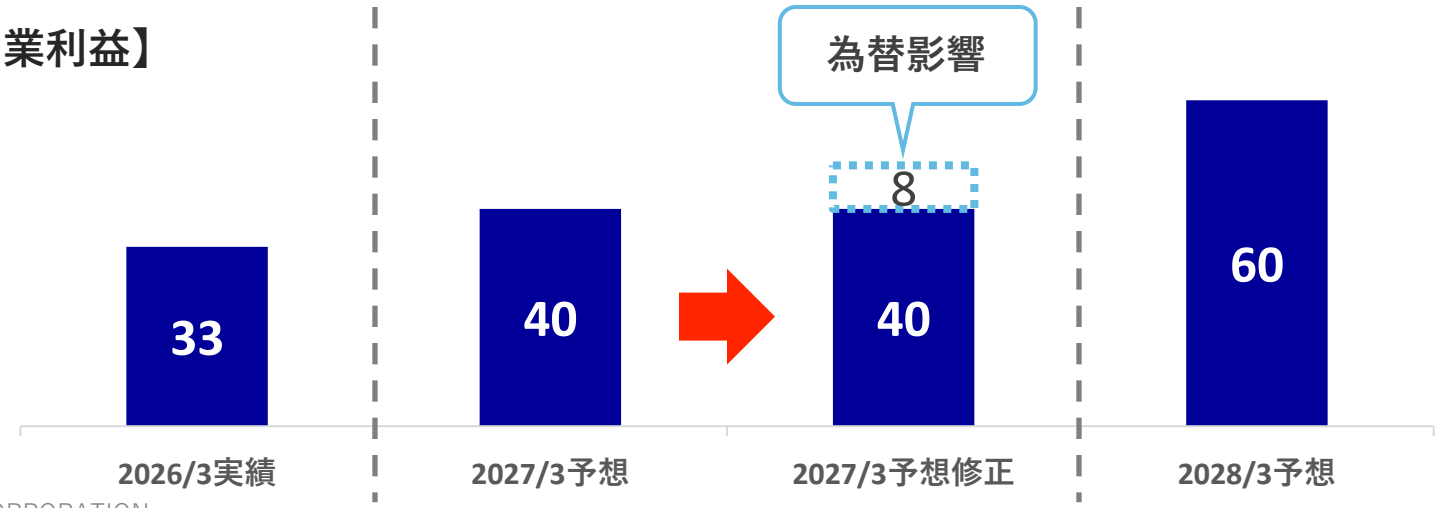
前提条件の変更　27年3月期 想定レート： 1USD = ~~150円~~ → **160円**

（単位：億円）

【売上】



【営業利益】



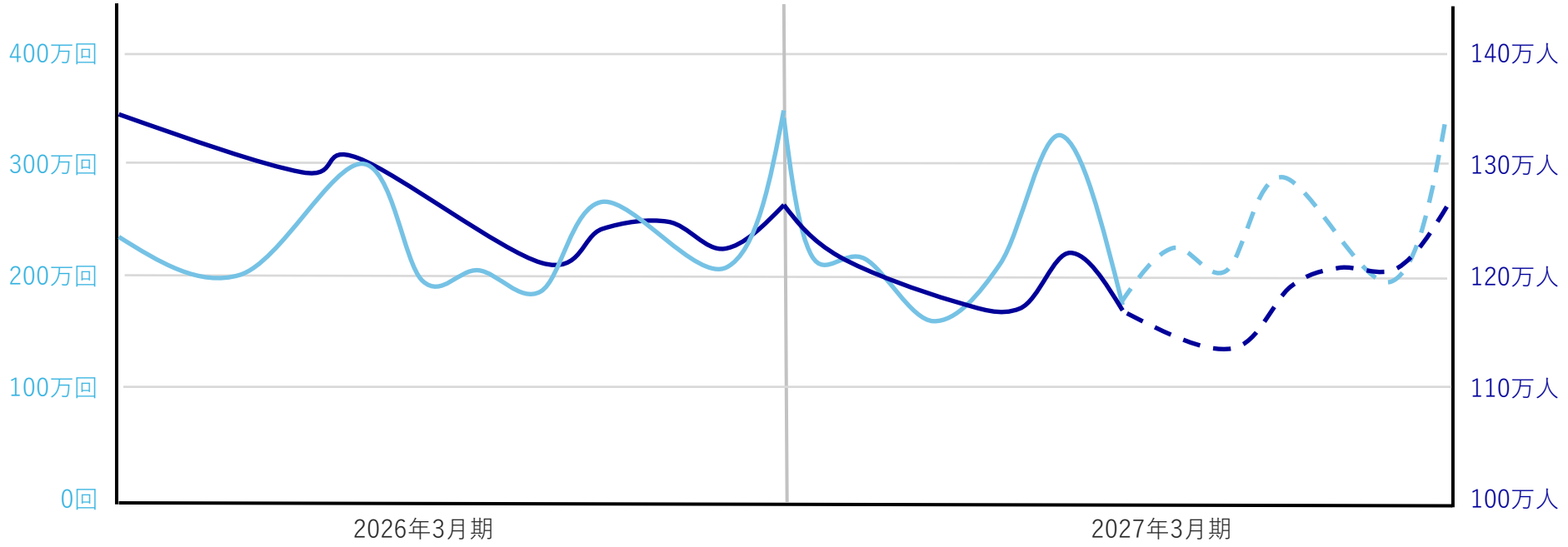
© FURYU CORPORATION

当期のプレイ回数とピクトリンク有料会員数の見通し

2026年3月期を底としてプレイ数の回復を計画

2026年3月末有料会員数
約127万人
年間総プレイ回数
約2,800万回

2027年3月末有料会員数(予想)
約127万人
年間総プレイ回数(予想)
約2,900万回



© FURYU CORPORATION

FuRyu
Precious days, always

2026年11月13日 発表

自己株式取得 30億円

（2026年11月～2027年3月）過去最大

1

2028年3月期
ROE15%に向けて
資本効率改善の観点から

2

キャピタル・アロケーション
方針での
戦略投資として実行

3

1株当たりの価値向上による
株主価値の最大化

© FURYU CORPORATION

株主還元と財務方針

FuRyu
Precious days, always

安定的な配当と機動的な自己株式取得を通じて、株主還元の充実を目指す
2028年3月期にROE15.0％以上が目標
2026年11月自己株式取得　30億

	2025年3月期 実績	2026年3月期 実績	2027年3月期 ※2 予想
発行済株式数	28,296,000株	28,296,000株	**28,296,000株**
期末自己株式数	※1 1,817,325株	※1 1,809,258株	※1 **1,809,258株**
１株当たり当期純利益（EPS）	61.50円	77.81円	**94.40円**
1株当たり配当金（DPS）	39.00円	40.00円 （増配）	**40.00円**
配当性向	63.40%	51.40%	**42.40%**
自己株式取得額	―	―	**自己株式取得額： 上限30億円（予定）**
純資産額	22,424百万円	23,627百万円	―
1株当たり純資産（BPS）	846.87	892.06	―
自己資本当期純利益率（ROE）	7.30%	8.90%	**約10%**

※1　期末自己株式数には、「株式給付信託（BBT-RS）」が保有する当社株式（2026年３月期　110,828株、2025年３月期　120,000株）が含まれております。
また、「株式給付信託（BBT-RS）」が保有する当社株式を、期中平均株式数の計算において控除する自己株式に含めております（2026年３月期　113,717株、2025年３月期　120,000株）

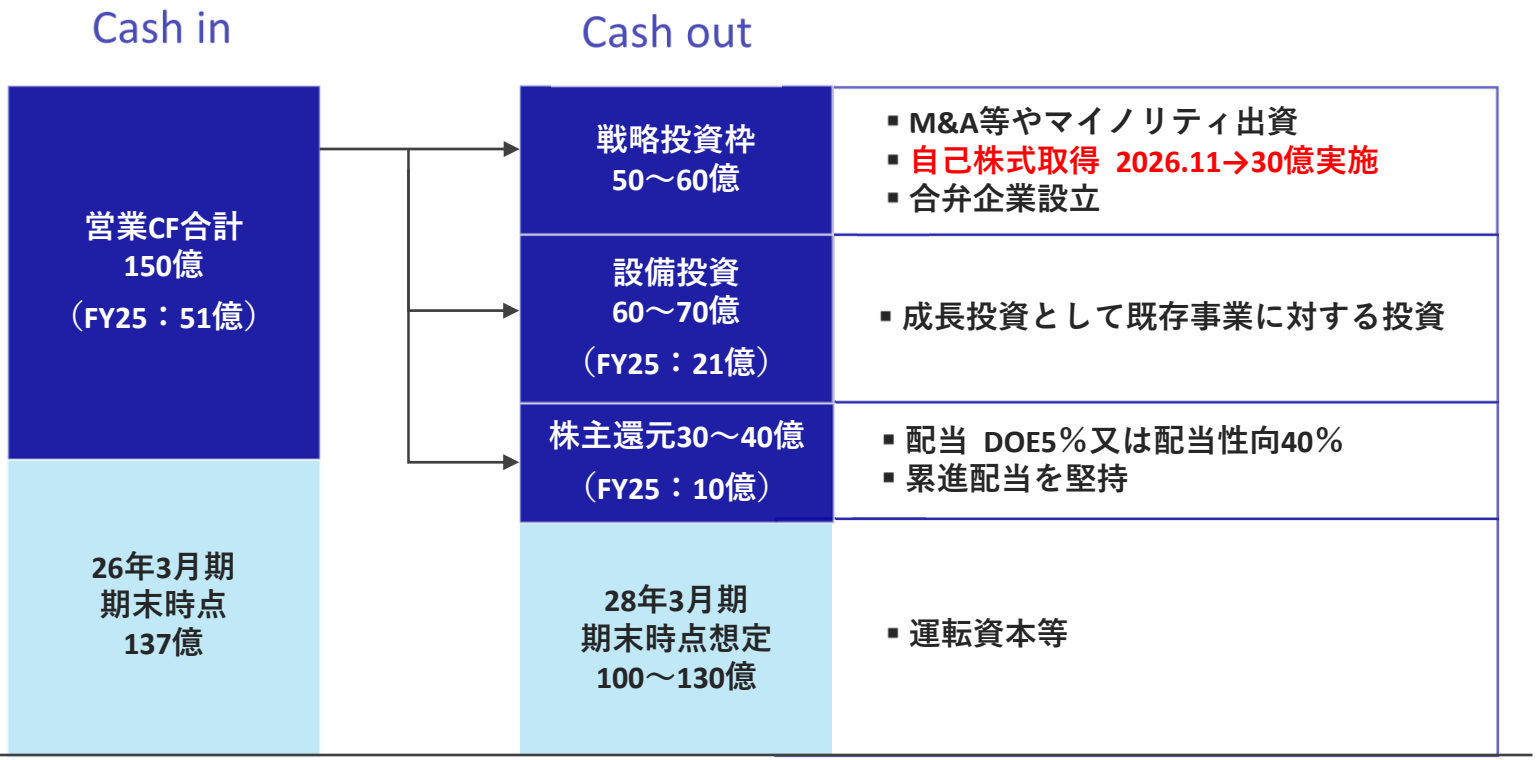
※2　2026年11月発表の自己株式取得については取得株数が予測となりますので反映しておりません。

© FURYU CORPORATION

キャピタル・アロケーション

中期ビジョンの達成に向け、
キャピタル・アロケーションに基づく戦略投資を推進

26年3月期から28年3月期の3年間におけるキャピタルアロケーションの基本方針



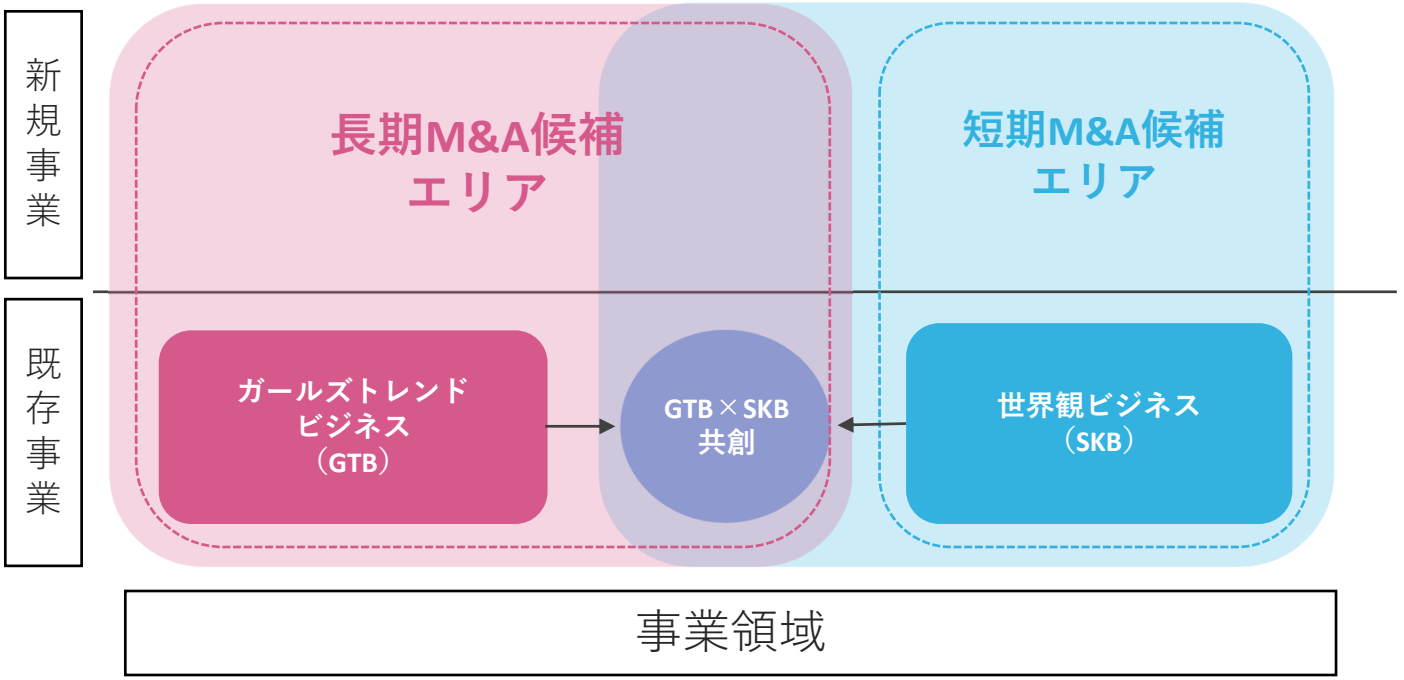
※資金で足りない場合の投資については、負債などでの資金調達を検討
戦略投資が好調であった場合→配当方針を維持しながら他に回す

© FURYU CORPORATION

M&A方針（28年3月期までの方針）

- 目的　　：事業シナジーの創出や新規事業の獲得により、成長を加速するため
- 対象範囲：世界観ビジネスの周辺で事業を展開しており、
  事業シナジーにより、共にさらなる成長が実現できるような企業

M&A検討領域イメージ



© FURYU CORPORATION

事業の進捗

FuRyu
Precious days, always

© FURYU CORPORATION

世界観ビジネス

FuRyu
Precious days, always

© FURYU CORPORATION

事業の進捗 世界観ビジネス

FuRyu
Precious days, always

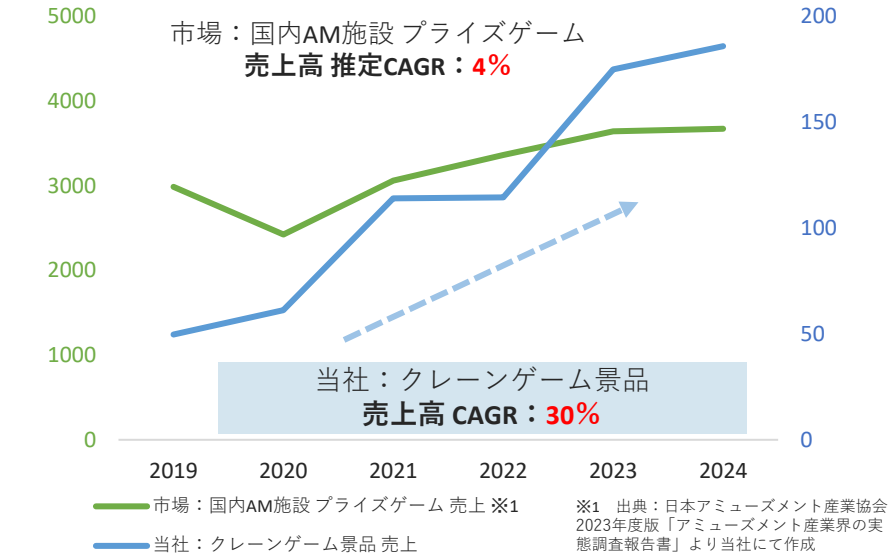
＜クレーンゲーム景品＞

市場：AM施設プライズゲーム市場は、好調で市場拡大中

当社：主要IPの入れ替わりはあるが売上好調を維持

IPのチャレンジも受注生産でリスク回避しながら実施

参考（市場：国内AM施設 プライズゲーム売上高）と
（当社：クレーンゲーム景品売上高）年度別推移



※1　出典：日本アミューズメント産業協会 2023年度版「アミューズメント産業界の実態調査報告書」より当社にて作成

＜海外物販＞

市場：日本アニメグッズの需要が伸びており市場拡大傾向

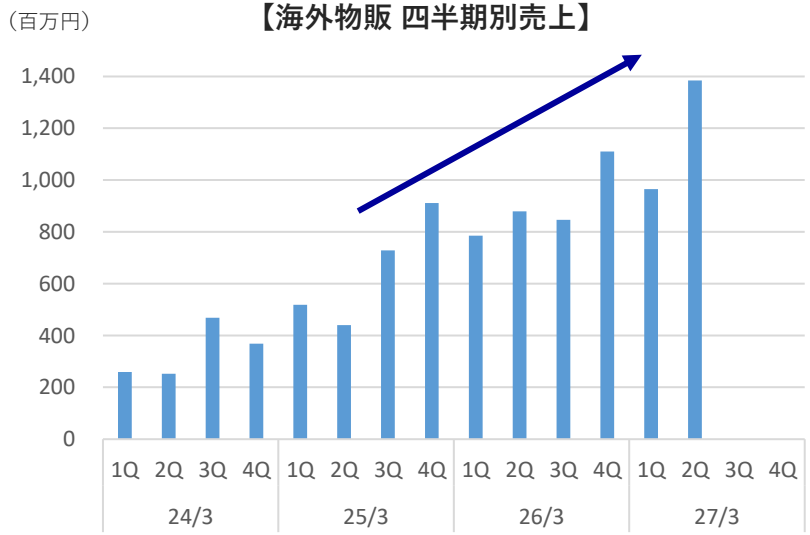
当社：好調。売上が前年比約1.5倍のペースで拡大中

アメリカ・欧州・アジア向け受注が伸び売上貢献

新たな販路開拓と販売先の国ごとに特化したIP獲得を進める

米国子会社の増資により事業基盤を強化し、

海外売上のさらなる拡大を目指す



＜カプセルトイ＞

・新規事業参入

・26年12月販売開始予定

・IP獲得力・商品開発力を活かし事業を拡張

＜高価格帯ホビー＞

・高品質に加え、高人気×高粗利の商品に絞り、
25年度に利益体質化を実現し利益貢献

・26年度は売上、利益共に増加する見込み

© FURYU CORPORATION

第2四半期 発売商品例　- 株式会社サンリオ -

FuRyu
Precious days, always

クロミの♡バースデーパーティ



展開アイテム例









本商品のポイント

アイドル衣装がポイントのフリューオリジナルデザインでクロミをお祝い！
フリューならではのデザインでキャラクターの魅力を引き出し、ファンの期待に応えるラインナップを展開

© FURYU CORPORATION

FuRyu
Precious days, always

Splash Color!



展開アイテム例







本商品のポイント

ペンキでいたずらする ディズニー スティッチとリロイのカラフルなフリューオリジナルテーマアート
リロイを加えた独自のアレンジで、キャラクターの新たな魅力を引き出しファンの心をつかむラインナップ

© FURYU CORPORATION

ガールズトレンドビジネス

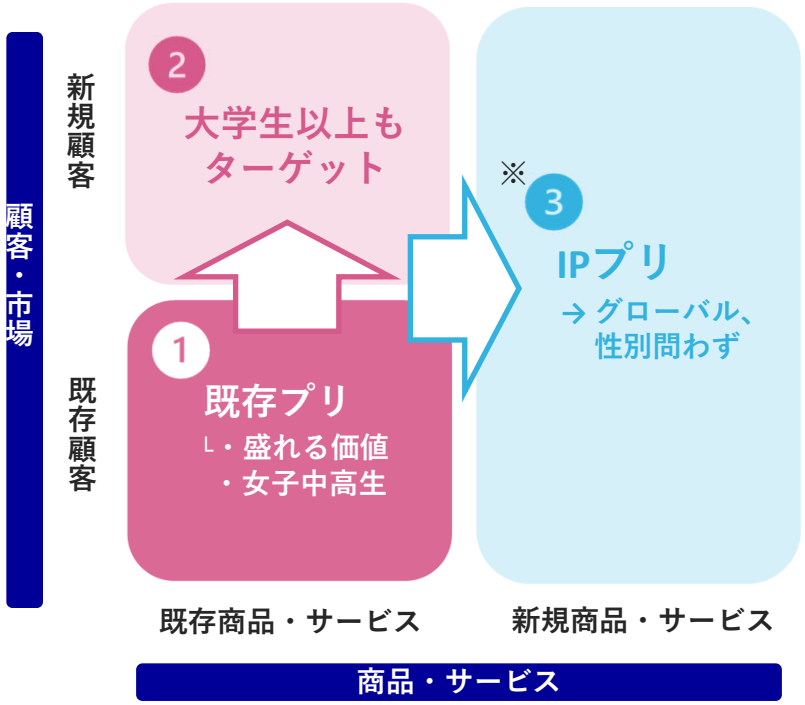
FuRyu
Precious days, always

© FURYU CORPORATION

GTB成長戦略

固定概念を脱却し、自社の強みで商品・サービスの新領域へ

ガールズトレンドビジネスの成長戦略



既存事業 1		＜プリの想起向上＞ ・女子中高生をターゲット ・『盛れる』という 体験価値の訴求強化
既存事業 2	新規顧客	＜新商品設計＞ ・メインターゲットに加え 幅広い女性をターゲット ・撮影体験そのものの 『楽しい』という価値を訴求
新規事業 3	新規商品＆新規顧客	＜IPプリ・推し活プリ＞ ・推し活ユーザをターゲット 世界観事業の強みをいかす

※ 2026年5月に中国子会社「广州芙游娱乐有限公司」を設立
キャラクターIPプリでのテストマーケティングを実施

© FURYU CORPORATION

FuRyu
Precious days, always

一貫した体験価値の設計

「**知る** → **来店** → **撮影** → **共有**」の顧客体験を一貫して設計し、
プリントシール機の新たな楽しさを訴求。幅広い世代の利用促進と撮影機会の拡大を図る。

顧客体験の一貫設計により、幅広い世代の来店・複数機種の利用を促進し、SNSでの情報発信・拡散が従来より増加

01 知る・興味を持つ（来店前）
SNSやプロモーションで世界観と新たな
楽しさを発信し、認知拡大と来店のきっかけをつくる

02 目に留まり、選ばれる（店頭）
機種ビジュアルや店頭演出で視認性を高め、
撮影予定のない来店客にも興味を喚起し、利用につなげる



03 楽しむ（撮影）
写りに加え、撮影・背景・落書きなどの体験価値を高め、
満足度を向上

04 保存・共有する（撮影後）
撮影した画像を保存・SNSで共有し、
投稿を見た人の来店や、友人を誘う再来店につなげる

一貫した顧客体験設計による顧客層・撮影機会の拡大

平成プリ	FLASH	わたウサ2
大人世代の呼び戻し	**新機種の認知拡大**	**定番化と利用シーンの拡大**
過去の体験価値を再提案し、大人世代の来店を促進	盛れる以外の楽しさを提供し、プリに対する価値認識を変化	機種ごとの異なる楽しさを提供し、同日複数機種の撮影を促進

> 成果 | 大人世代の再来店、新たな体験価値の認知、複数機種の利用による撮影機会の拡大

今後の戦略：新機種「Kirary」へ展開

知る	洗練された世界観で幅広い世代の認知・来店意向を向上
来店	筐体・店頭演出と連動施策で興味を喚起し、撮影を促進
撮影	大人も満足できる撮影体験で満足度と複数機種利用を向上
共有	SNS投稿を促す仕掛けで認知を広げ、新たな来店を創出

※UGC（User Generated Content）：ユーザー自身がSNSなどに投稿する写真・動画などのコンテンツ

© FURYU CORPORATION

FuRyu
Precious days, always

ＩＰプリをフックとした消費者接点の拡大

多様なターゲットのニーズをとらえたIPコラボを継続展開し、新たな消費者層の獲得を目指す

ターゲット	主な狙い	11月				12月				1月				2月				3月			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
低年齢 ファミリー層	話題性の創出による 新たな消費者層の獲得	moove（XR）																			
IPファン層	IPファンの取り込みによる 新たな消費者層の獲得	プリコラボ																			
						プリコラボ															
														プリコラボ							
おとな層	世界観訴求による プリ離反層の再獲得					プリコラボ															
						プリコラボ															

施策種別　プリコラボ　moove（XR）

moove（XR）とは

mooveは、キャラクターやアーティストが目の前にいるような臨場感の中でファンがIPの世界観に入り込み、その一員になったかのような特別な動画・撮影体験を提供する新しいプリコンテンツです。

© FURYU CORPORATION

GTB新規ビジネス

FuRyu
Precious days, always

推し活プリ

“推し活”印刷機
『SUKELU factory』/『DIYfoto factory』



設置開始日

2026年3月

各国の設置台数（10月末時点）

日本：100台以上　海外：数台

今後の展開・トピックス

拡大する「推し活」需要を的確に捉え、
今後も多様なキャラクターIPとの連携を強化。

“推し活”印刷機である『SUKELU factory』
ならではの体験を通じてファン層を新規獲得し、
国内外でのリピート利用と稼働率向上を図る。

海外IPプリ

海外展開モデルのフォト機
『YES foto archive』



設置開始日

2026年7月

各国の設置台数（10月末時点）

中国：数十台　米国：テストマーケティング

今後の展開・トピックス

米国市場でのテストマーケティングを本格始動。

IPコラボなしの環境下においても
高いユーザー評価を獲得しており、
海外における純粋な「推し活プリ」需要の
確かな手ごたえを確認。

【設置目標】2028年3月末までに『SUKELU』『DIYfoto』『YES foto』合計で 600台 の設置を目指す

© FURYU CORPORATION

フリューニュービジネス

FuRyu
Precious days, always

© FURYU CORPORATION

事業の進捗 フリューニュービジネス

FuRyu
Precious days, always

アニメ子会社（フリュー・ピクチャーズ株式会社）での立ち上げコストが発生も下期での収益を計画

【家庭用ゲーム】

＜進捗＞

・今期発売タイトルの仕込み

・海外ローカライズ版、
過去タイトルの移植版の展開も堅調

・他社発売タイトルの開発を受託

＜今期施策＞

・自社タイトル
『アノマリス／ANOMALITH』
『クライムライト／CRYMELIGHT』
をリリース

・Steam等のPC市場を強化し、
海外販売の拡大を目指す

【アニメ】

＜進捗＞

・人員増強等による制作体制の強化

・7月～9月山梨県立博物館にて
『ゆるキャン△と山梨▲』展を開催
→来館者数は3万人を突破

＜今期施策＞

・11月7日・8日
『ゆるキャン△ジャンボリー in 渚園』を開催
→体験型イベントを浜松市と共催

・「悠久の愚者アズリーの、賢者のすゝめ」
の認知拡大
→放送前のKV・メインビジュアルの解禁、
先行上映会の実施等

【Olu.】

＜進捗＞

・SNS施策の強化により
自社サイトへの送客が伸長

・大手ECサイトの在庫連携により
販売機会損失を軽減

・既存顧客のリピート率が上昇

＜今期施策＞

・SNSでの話題化を通じた
新規顧客獲得を強化

・POPUPの積極展開により
顧客接点を拡大

・既存顧客へのアプローチを強化

発売・放映タイトル

発売・放送時期予定	タイトル	サブセグメント
2026年10月	アノマリス／ANOMALITH	家庭用ゲーム
2026年11月	クライムライト／CRYMELIGHT	家庭用ゲーム
2027年1月	悠久の愚者アズリーの、賢者のすゝめ	アニメ
2027年4月	ゆるキャン△ SEASON４	アニメ
2027年7月	乙女ゲームのヒロインで最強サバイバル	アニメ

※アニメは幹事タイトルのみ記載

© FURYU CORPORATION

安定経営から成長経営に　企業変革 推進中

FuRyu
Precious days, always

企業変革として、企業価値向上に向け以下の取り組みを推進

風土改革
目指す風土の設定
「私たちは、チームワークを大切にして成長します」

評価
早期抜擢・降格人事
取締役評価方法も見直し

経営
社外取締役の変更

組織力
基本動作の徹底
会議、週報、目標設定

体制
GTBの体制変更

報酬
時価総額連動報酬
役員報酬への導入

予算
トップダウン予算
ボトムアップからの転換

戦略
マーケティング強化
支援会社の導入

ガバナンス
取締役会改革
改革の着手

© FURYU CORPORATION

フリュー中期ビジョン2027

FuRyu
Precious days, always

© FURYU CORPORATION

中期ビジョン　目指す経営指標と定量目標

◆中期ビジョン

「ROE：15％以上・営業利益率：10％以上」

◆経営戦略

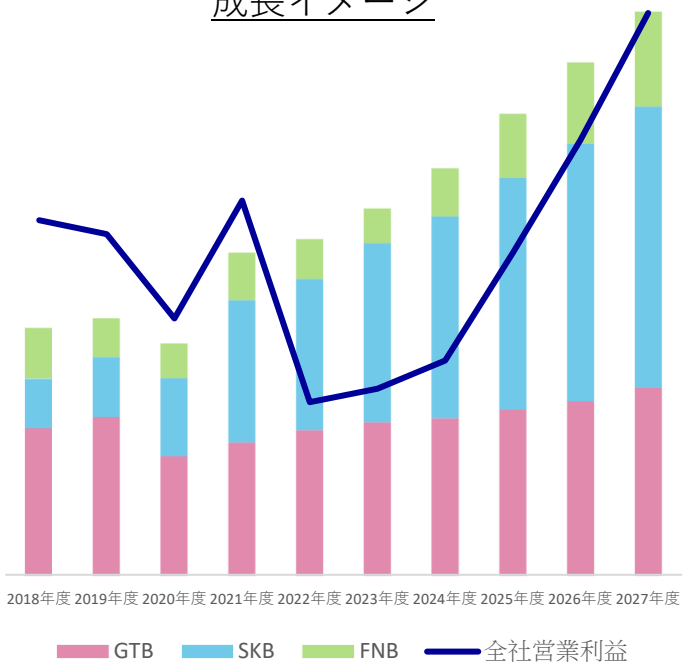
- 成長力：世界観ビジネス（SKB）
- 収益力：ガールズトレンドビジネス（GTB）
- 将来性：フリューニュービジネス（FNB）

◆2027年度目標

- 売上　　：600億円（5年CAGR 10%）
- 営業利益：　60億円（5年CAGR 26%）

※2022年度 実績比

成長イメージ



© FURYU CORPORATION

中期ビジョン　基本方針

FuRyu
Precious days, always

基本方針

世界中に笑顔を届ける総合エンタテインメント企業

世界観ビジネス（SKB）

成長力

・有力版権の取得
・フィギュアの拡大
・EC販売の拡大
・海外展開加速

成長ドライバー

・フィギュアの拡大

ガールズトレンドビジネス（GTB）

収益力

・プリ体験の価値向上
・LTV最大化
・強みを活用したプリ関連事業拡大

成長ドライバー

・LTV最大化

フリューニュービジネス（FNB）

将来性

・新規事業における戦略の再構築
・1-2年で新規事業の選択と集中
・集中事業に経営資源を投入
・未来の売上100億事業を創出

組織風土改革

■動的ビジョン（注）の実現：社員の自律的なキャリアアップとモチベーション向上による社員と会社の成長

・企業価値向上を担う多様な人材の育成
・働きがいのある職場環境の推進
・多才で多様な人材リソースの獲得
・チャレンジとチームワークを促す仕組みづくり

（注）個人の「やりたいこと」と「できること」、会社の「やらねばならないこと」を重ね合わせていくことで社員と会社の成長をめざす
フリューで働く人たちの大切な価値観

© FURYU CORPORATION

中期ビジョン　25年度進捗

FuRyu
Precious days, always

◆中期ビジョン

「ROE：15％以上・営業利益率：10％以上」

◆2027年度目標

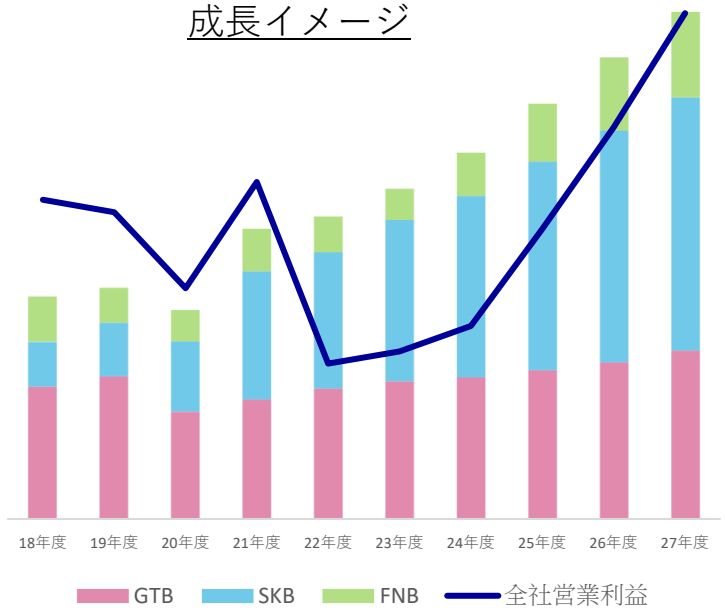
- ROE　　：15%以上
- 営業利益率：10%以上
- 売上　　：600億円（5年CAGR10%）
- 営業利益　：　60億円（5年CAGR26%）

※2022年度 実績比

◆2025年度実績

- ROE　　：8.9%（24年度：7.3%）
- 営業利益率：7.4%（24年度：5.1%）
- 売上　　：447億円
- 営業利益　：　33億円

成長イメージ



目標達成に向け、売上・営業利益拡大を図るべく、引き続き戦略的な施策を強化

© FURYU CORPORATION

ROE向上に対する考え方

FuRyu
Precious days, always

株主資本コストを上回る水準を意識し、2028年3月期ROE15％以上を目指す

	2025/03（実績）	2026/03（実績）	2028/03（目標）	ROE向上のための方針
	7.3％	8.9％	**15.1％**	15％以上の水準を維持
収益性 ①売上高純利益率 当期純利益÷売上高	3.7％	4.6％	**7.4％**	GTBの高水準利益率維持 SKBの利益率向上
資産効率性 ②総資産回転率 売上高÷総資産	1.57回	1.53回	**1.44回**	不要資産の圧縮 売上高の増加
財務レバレッジ ③総資産÷自己資本	1.27倍	1.27倍	**1.41倍**	現状の自己資本比率水準を維持

CAPMベースに、市場の期待値を考慮した場合、株主資本コストは7%～8%と認識しており、ROEは資本コストとほぼ同じ水準

（注）CAPMベース リスクフリーレート 10年国債利回り平均 2.4% マーケットリスクプレミアム 5.53% β値 0.86（60か月月次）

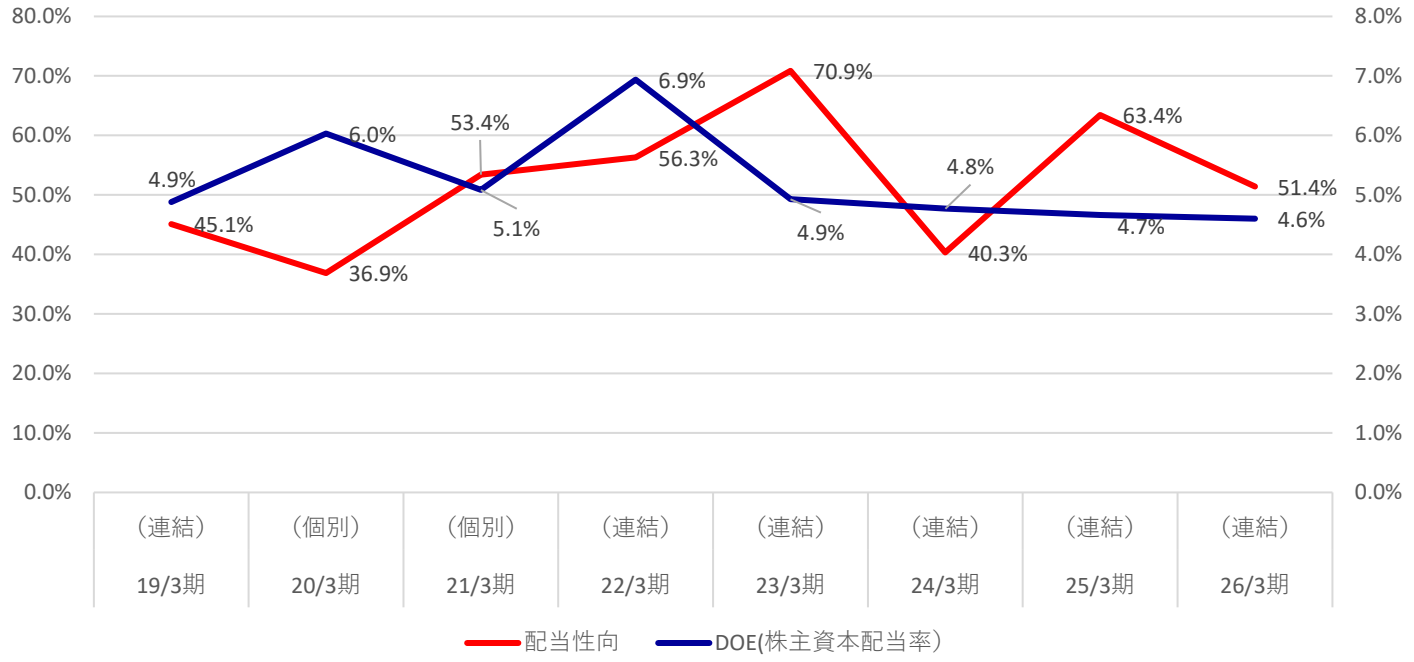
© FURYU CORPORATION

株主還元策と経営指標

FuRyu
Precious days, always

配当性向40%またはＤＯＥ（株主資本配当率）5%を参考指標として配当

ROE　×　配当性向　＝　DOE



※2020年3月期、2021年3月期は個別決算のため参考値として記載しております。

© FURYU CORPORATION

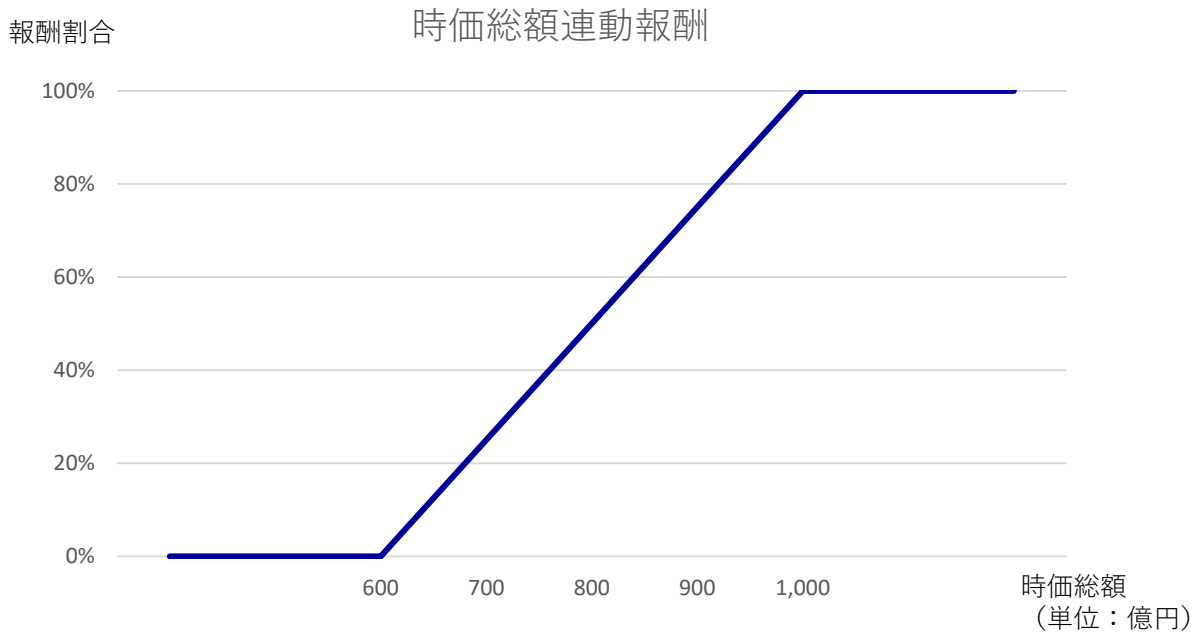
参考資料

FURYU
Precious days, always

© FURYU CORPORATION

役員等の時価総額連動報酬について

役員等※への時価総額連動報酬制度の導入
中長期的な企業価値向上に対する意識を高める施策



中期経営計画期間（初回は2027年3月期～2028年3月期）で
時価総額600億超を達成し報酬が発生（600億未満は報酬なし）

最大　24.5万株（参考：約297百万円　2026年5月18日の終値1,212円）

※　取締役（ただし、社外取締役は除きます。また、監査役は本制度の対象外とします。）及び取締役を兼務しない執行役員

© FURYU CORPORATION

主要な経営指標の推移

（単位：百万円）	2022年3月期（連結）	2023年3月期（連結）	2024年3月期（連結）	2025年3月期（連結）	2026年3月期（連結）
売上高	34,058	36,400	42,768	44,305	44,767
営業利益	3,709	2,134	3,771	2,239	3,315
経常利益	3,707	2,179	3,735	2,280	3,302
親会社株主に帰属する当期純利益	2,544	1,443	2,491	1,627	2,060
1株当たり当期純利益（EPS）：円	93.01	53.62	94.22	61.50	77.81
発行済株式数：株	28,296,000	28,296,000	28,296,000	28,296,000	28,296,000
配当総額	1,422	1,004	1,031	1,037	1,063
配当性向：%	55.9	70.9	41.4	63.4	51.4
1株当たり配当金（DPS）：円	52	38	39	39	40
純資産額	21,250	20,152	21,862	22,424	23,627
自己資本比率：%	75.5	77.7	77.1	79.8	77.9
1株当たり純資産（BPS）：円	776.71	762.2	826.88	846.87	892.06
自己資本当期純利益率（ROE）：率	12.0	7.0	11.9	7.3	8.9
従業員数：人	488	507	529	537	565
平均為替レート（米ドル）：円	112.37	135.47	144.55	152.47	150.72

© FURYU CORPORATION

セグメント別　業績推移（年度別）

（単位：百万円）	2022年3月期（連結）	2023年3月期（連結）	2024年3月期（連結）	2025年3月期（連結）	2026年3月期（連結）
売上高	34,058	36,400	42,768	44,305	44,767
世界観ビジネス	15,175	16,347	23,317	25,338	27,707
ガールズトレンドビジネス	14,738	15,745	15,911	14,818	14,388
フリューニュービジネス	4,144	4,307	3,540	4,148	2,672
営業利益	3,709	2,134	3,771	2,239	3,315
世界観ビジネス	2,375	▲189	1,710	1,768	2,337
ガールズトレンドビジネス	3,536	4,223	4,421	3,147	3,589
フリューニュービジネス	▲762	▲310	▲574	▲430	▲454
全社費用	▲1,439	▲1,589	▲1,787	▲2,246	▲2,156

© FURYU CORPORATION

業績推移（四半期別）

（単位：百万円）	2023年3月期 1Q	2Q	3Q	4Q	2024年3月期 1Q	2Q	3Q	4Q	2025年3月期 1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	8,142	9,845	9,351	9,061	9,974	11,108	11,467	10,218	10,046	11,528	12,099	10,631
世界観ビジネス	3,705	4,286	4,389	3,966	5,572	6,132	6,260	5,352	5,851	6,585	6,706	6,195
ガールズトレンドビジネス	3,365	3,970	4,159	4,249	3,617	3,960	4,205	4,126	3,395	3,756	3,979	3,687
フリューニュービジネス	1,070	1,588	801	845	785	1,015	1,001	739	799	1,186	1,413	748
営業利益	679	904	510	39	1,315	1,112	1,085	257	648	656	748	185
世界観ビジネス	229	84	▲81	▲422	726	337	526	120	510	405	598	254
ガールズトレンドビジネス	936	1,143	1,127	1,015	1,072	1,242	1,127	979	881	876	778	610
フリューニュービジネス	▲96	75	▲148	▲140	▲81	▲71	▲94	▲326	▲202	▲67	▲50	▲109
全社費用	▲389	▲398	▲388	▲413	▲401	▲394	▲474	▲516	▲540	▲557	▲577	▲570

（単位：百万円）	2026年3月期 1Q	2Q	3Q	4Q	2027年3月期 1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	10,104	11,378	11,172	12,112	12,019	13,259		
世界観ビジネス	6,293	7,272	6,993	7,146	8,161	8,536		
ガールズトレンドビジネス	3,365	3,482	3,367	4,173	3,393	4,160		
フリューニュービジネス	446	623	811	791	464	562		
営業利益	702	1,093	1,116	403	1,073	959		
世界観ビジネス	618	736	633	349	866	633		
ガールズトレンドビジネス	663	858	1,074	993	841	924		
フリューニュービジネス	▲27	▲21	▲45	▲359	▲90	▲56		
全社費用	▲550	▲479	▲545	▲580	▲543	▲541		

© FURYU CORPORATION

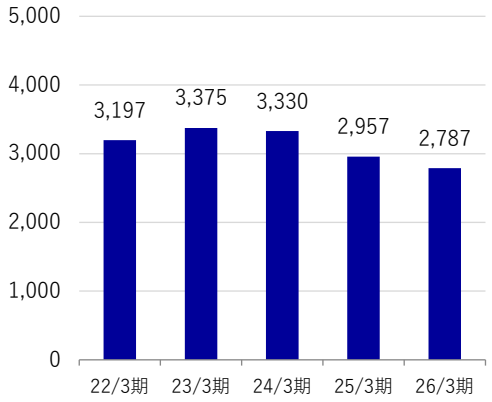
サブセグメント別　業績推移（四半期別）

	2025年3月期				2026年3月期				2027年3月期			
（単位：百万円）	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	10,046	11,528	12,099	10,631	10,104	11,378	11,172	12,112	12,019	13,259		
世界観ビジネス	5,851	6,585	6,706	6,195	6,293	7,272	6,993	7,146	8,161	8,536		
クレーンゲーム景品	4,443	5,184	5,065	3,921	4,244	5,383	5,317	4,680	6,041	6,353		
海外物販	538	447	726	920	784	879	845	1,110	965	1,393		
高価格帯ホビー	628	682	579	658	760	870	346	889	680	475		
くじ	240	272	334	695	505	138	483	467	473	312		
ガールズトレンドビジネス	3,395	3,756	3,979	3,687	3,365	3,482	3,367	4,173	3,393	4,160		
GTB既存ビジネス	3,358	3,731	3,974	3,684	3,360	3,475	3,359	4,154	3,340	4,099		
プリ：アミューズメント施設	1,419	1,766	2,050	1,737	1,572	1,469	1,198	1,876	1,259	1,985		
プリ：直営店収入	297	326	315	326	264	290	282	321	222	263		
ピクトリンク	1,552	1,554	1,531	1,546	1,455	1,650	1,818	1,898	1,804	1,797		
その他	89	83	77	74	67	64	59	58	54	52		
GTB新規ビジネス	37	24	4	3	4	7	7	18	53	61		
フリューニュービジネス	799	1,186	1,413	748	446	623	811	791	464	562		
家庭用ゲームソフト	117	474	677	189	170	330	453	312	231	273		
アニメ	266	313	311	196	184	214	179	374	145	190		
カラーコンタクト	221	223	235	211	0	0	0	0	0	0		
その他	193	176	189	151	90	78	179	103	86	99		
営業利益	648	656	748	185	702	1,093	1,116	403	1,073	959		
世界観ビジネス	510	405	598	254	618	736	633	349	866	633		
ガールズトレンドビジネス	881	876	778	610	663	858	1,074	993	841	924		
GTB既存ビジネス	875	896	810	666	700	899	1,111	1,154	921	1,066		
GTB新規ビジネス	6	▲19	▲32	▲56	▲37	▲41	▲37	▲160	▲80	▲142		
フリューニュービジネス	▲202	▲67	▲50	▲109	▲27	▲21	▲45	▲359	▲90	▲56		
全社費用	▲540	▲557	▲577	▲570	▲550	▲479	▲545	▲580	▲543	▲541		

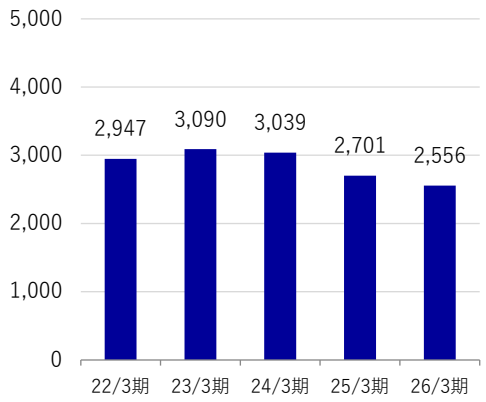
© FURYU CORPORATION

KPI　年度別推移

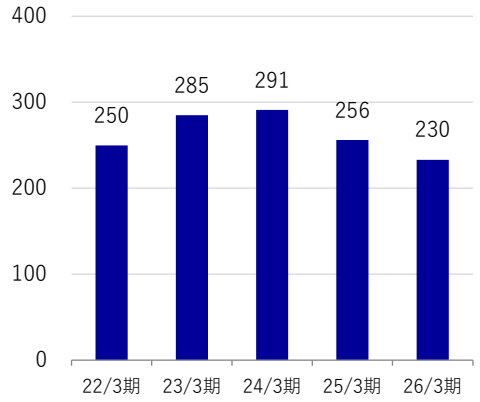
■ 総プレイ回数（万回）



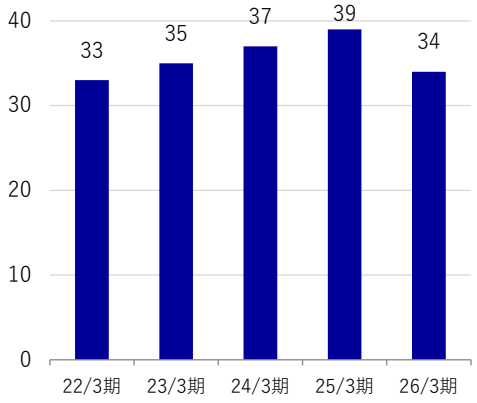
■ AM施設プレイ回数（万回）



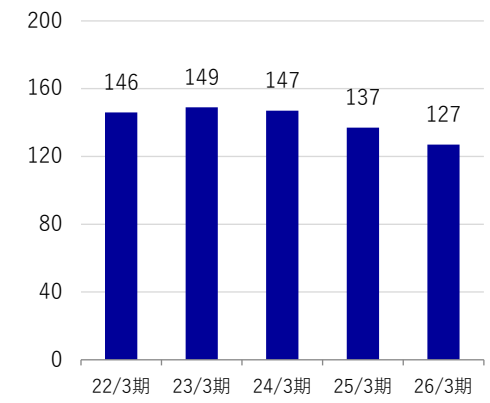
■ 直営店プレイ回数（万回）



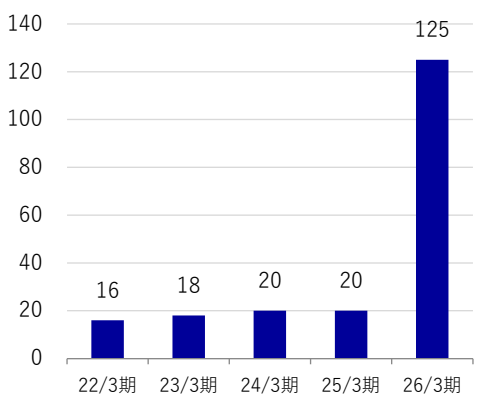
■ 直営店店舗数（店）



■ ピクトリンク期末有料会員数（万人）



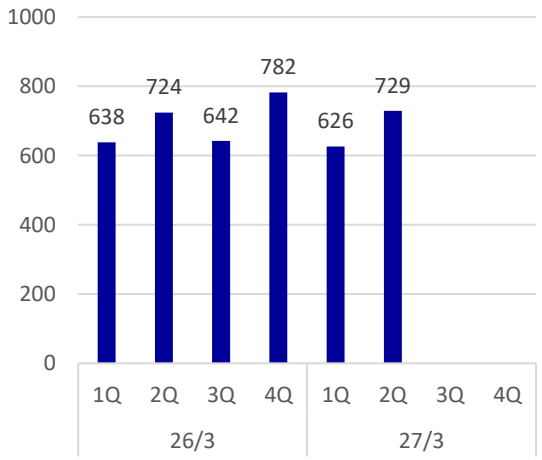
■ ピクトリンク プレミアム会員数（万人）



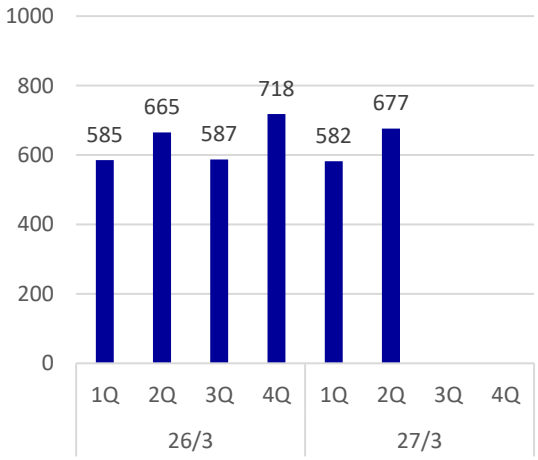
© FURYU CORPORATION

KPI　四半期別推移

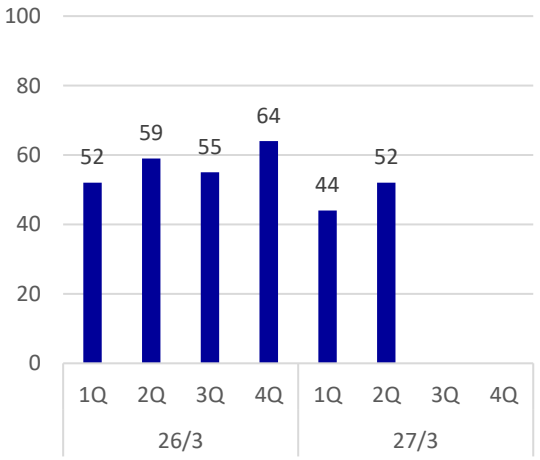
■ 総プレイ回数（万回）



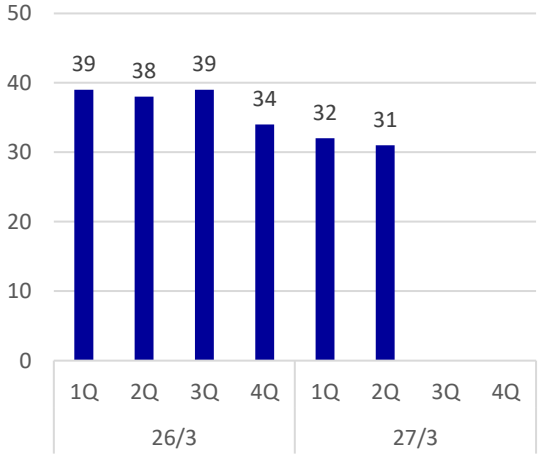
■ AM施設プレイ回数（万回）



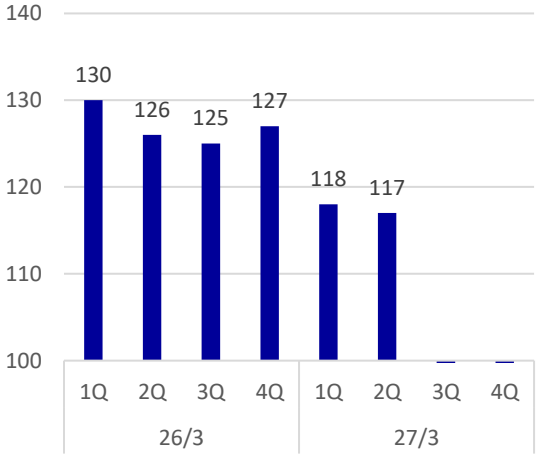
■ 直営店プレイ回数（万回）



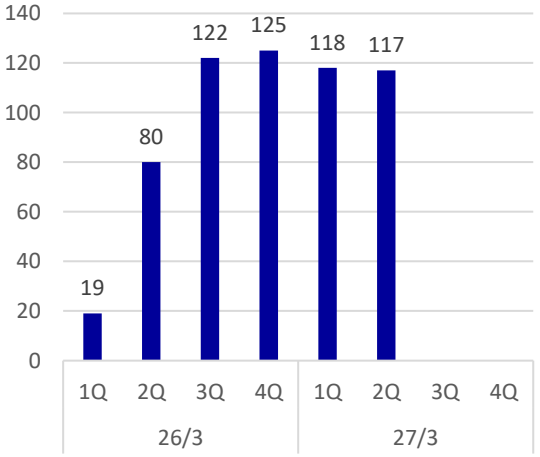
■ 直営店店舗数（店）



■ ピクトリンク期末有料会員数（万人）



■ ピクトリンク プレミアム会員数（万人）



© FURYU CORPORATION

株式について（2026年9月30日現在）

発行可能株式総数	104,400,000株
発行済株式の総数	28,296,000株
株主数	9,614名

株主名	持株数（株）	持株比率（%）
風流商事株式会社	4,360,000	16.24
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,793,500	10.41
TM株式会社	1,415,000	5.27
フリュー社員持株会	863,700	3.22
BNY GCM Client Accounts	860,419	3.21
田坂　吉朗	840,000	3.13
NOMURA PB NOMINEES LIMITED OMNIBUS-MARGIN(CASHPB)	798,567	2.98
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	572,600	2.13
株式会社SBI証券	561,697	2.09
吉田　眞人	512,232	1.91

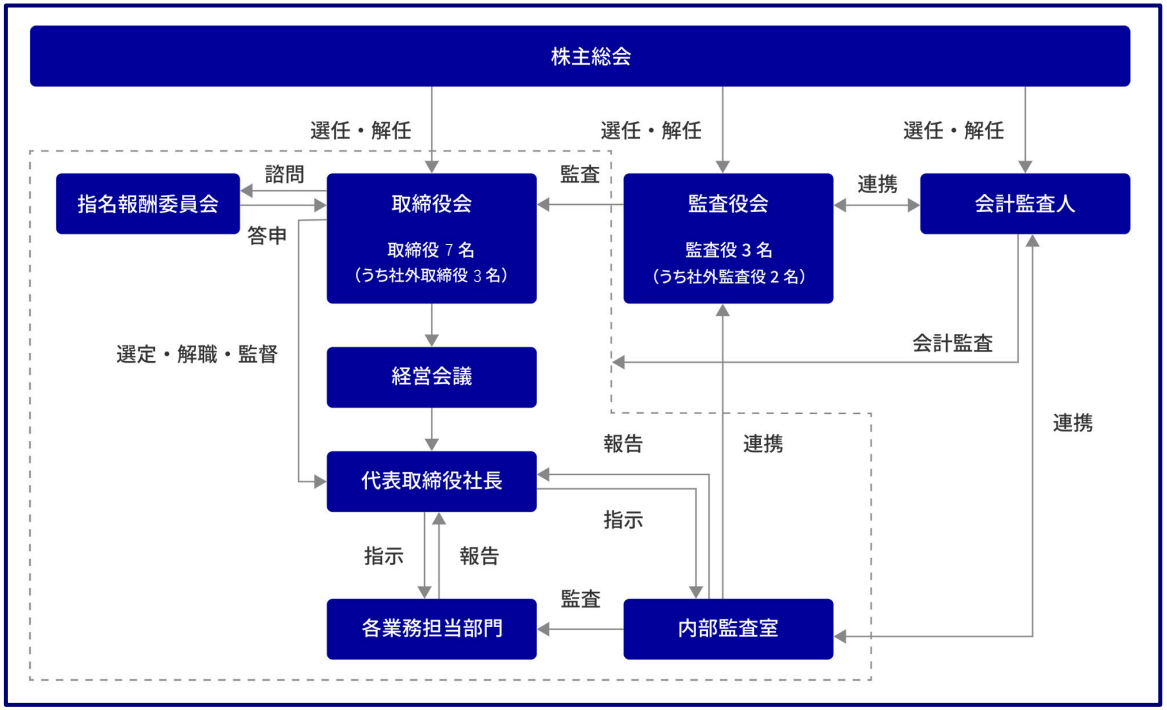
※1 当社は、自己株式を1,797,930株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
※2 持株比率は自己株式を控除して計算しております。

© FURYU CORPORATION

コーポレート・ガバナンス

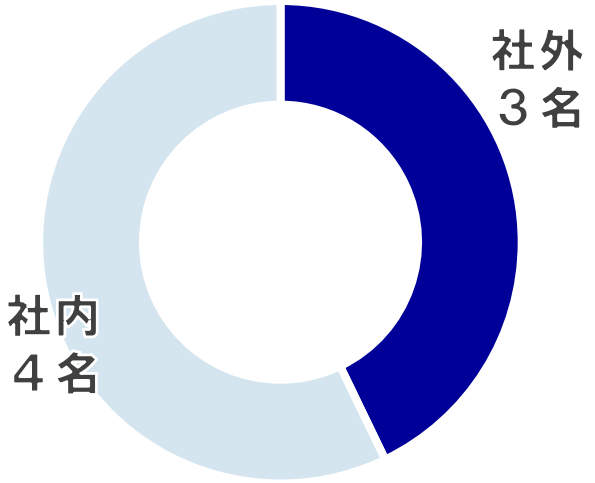
FuRyu
Precious days, always

過半数を独立社外役員が占める指名報酬委員会を設置
取締役会については独立社外役員の比率を1/3以上にすることで監督機能を強化



2026年6月末

取締役の構成比率



【特記事項】
女性取締役３名
（取締役のうち1/3が女性）
経営経験のある社外取締役３名

© FURYU CORPORATION

ディスクレーマー

本資料は、フリュー株式会社及び連結子会社（以下「当社グループ」）の
経営方針、事業計画、業績見通し等についてご理解いただくことを目的として作成したものであり、
当社の株式その他の金融商品の購入、売却等を勧誘するものではありません。

本資料の作成にあたっては正確な情報の提供に努めておりますが、
その正確性、完全性を保証するものではありません。
本資料に関連して生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。

本資料に記載されている当社グループの計画、見通し、戦略及び考え方のうち、
歴史的事実でないものは将来の業績等に関する見通しであり、
本資料作成時点で入手可能な情報に基づく経営者の判断や仮定に依拠したものです。

これらの見通しは、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確定要素を含んでおり、
経済環境の変化や当社グループの事業領域における競争環境・規制の変化その他様々な要因により、
実際の業績は見通しと大きく異なる可能性があります。

本資料に記載されている将来の業績見通しに関する情報は、本資料作成時点のものであり、
当社グループは、新たな情報や発表日以降に発生する事象等によって、
当該見通しを更新又は修正する義務を負うものではありません。

© FURYU CORPORATION

本資料に関するお問い合わせ先
フリュー株式会社　経営戦略統括部 財務経理部　IR担当

Email：info-ir@furyu.jp

FuRyu
Precious days, always

© FURYU CORPORATION