



FANCOM!

日本証券アナリスト協会セミナー

会社説明資料

株式会社ファンコミュニケーションズ
2025年9月11日

©FAN Communications, Inc. All Rights Reserved



Agenda

- 01 会社紹介
- 02 事業紹介
- 03 競争優位性
- 04 成長戦略
- 05 資本政策・株主還元
- 06 最後に
- 07 Appendix

01 ■ 会社紹介

- 会社概要
- 自己紹介
- 沿革
- 企業理念
- ビジョン

会社名	株式会社ファンコミュニケーションズ (英文表記：FAN Communications, Inc.)
証券コード	2461(東京証券取引所プライム市場)
決算期	12月
設立	1999年10月1日
資本金	11億7,367万円(2025年6月30日現在)
代表取締役社長	二宮 幸司 (にのみや こうじ)
従業員数	単体366名 (2025年6月30日現在 ※アルバイト・派遣社員含む) グループ合計404名 (2025年6月30日現在 ※アルバイト・派遣社員含む)
本社所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-1-8 青山ダイヤモンドビル
TEL	03-5766-3530(IR)
FAX	03-5766-3782





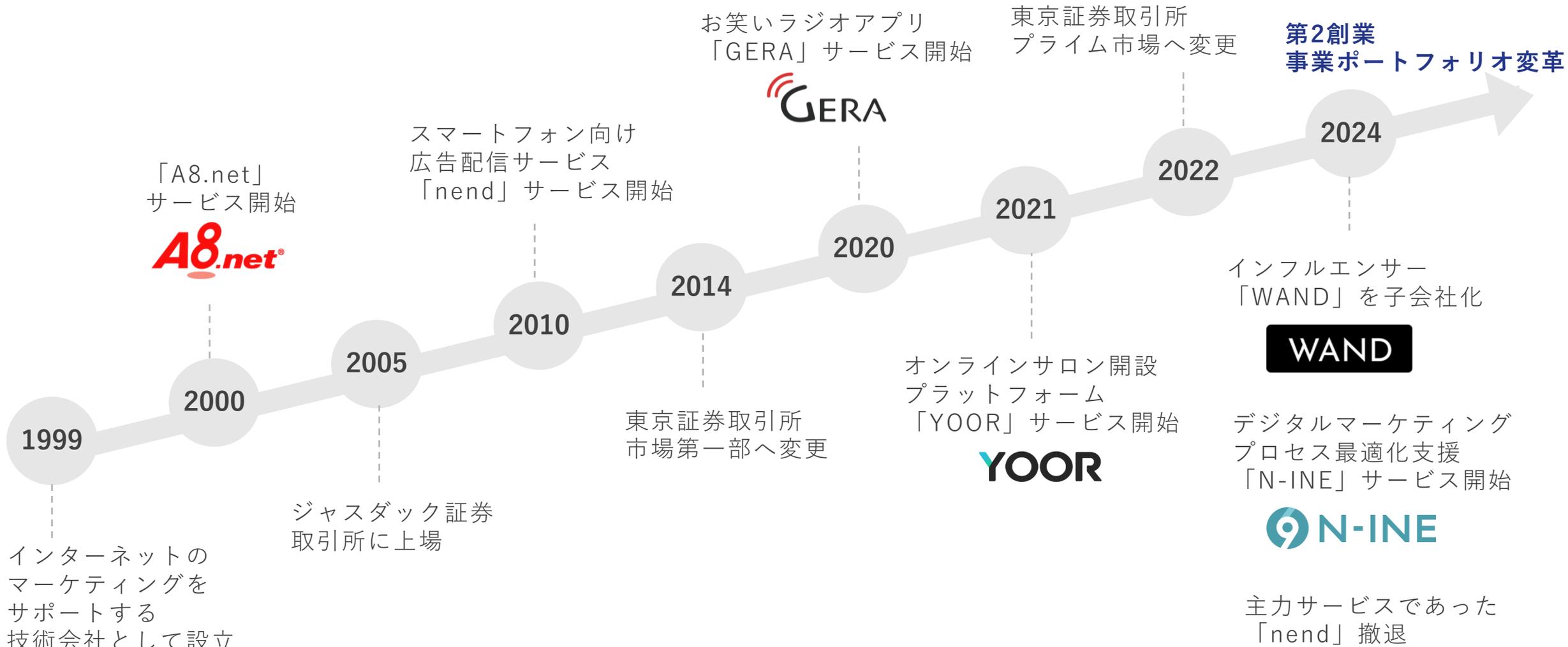
代表取締役社長 二宮 幸司

■ 経歴

- 2004年4月 入社
- 2011年1月 MC事業部ADN推進部長
- 2012年3月 ADN事業部長
- 2013年4月 執行役員（現任）
- 2015年3月 取締役
- 2024年3月 代表取締役社長（現任）

2004年 新卒（最初は営業アルバイト）で株式会社ファンコミュニケーションズに入社。A8.netの新規営業/マネージャーを経て、ファンコミの新規事業領域を10年以上責任者として牽引。nendを中心としたアドテクノロジー事業など新規事業によりもたらした累計営業利益額は100億以上。





私たちに内在するDNA「企業理念」

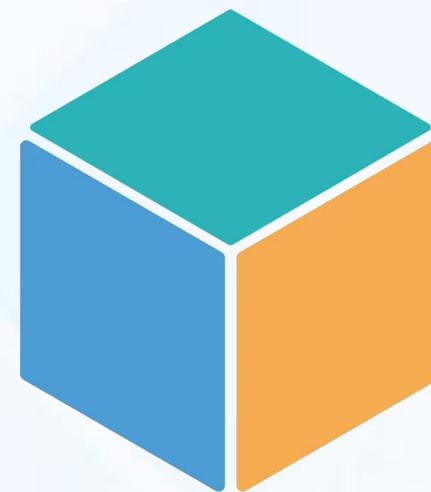
つくる

信じる

コツコツと

新しい価値を「つくる」。その可能性を「信じる」。
たとえ社会にすぐに受け入れられなくても、
私たちは、決してあきらめません。

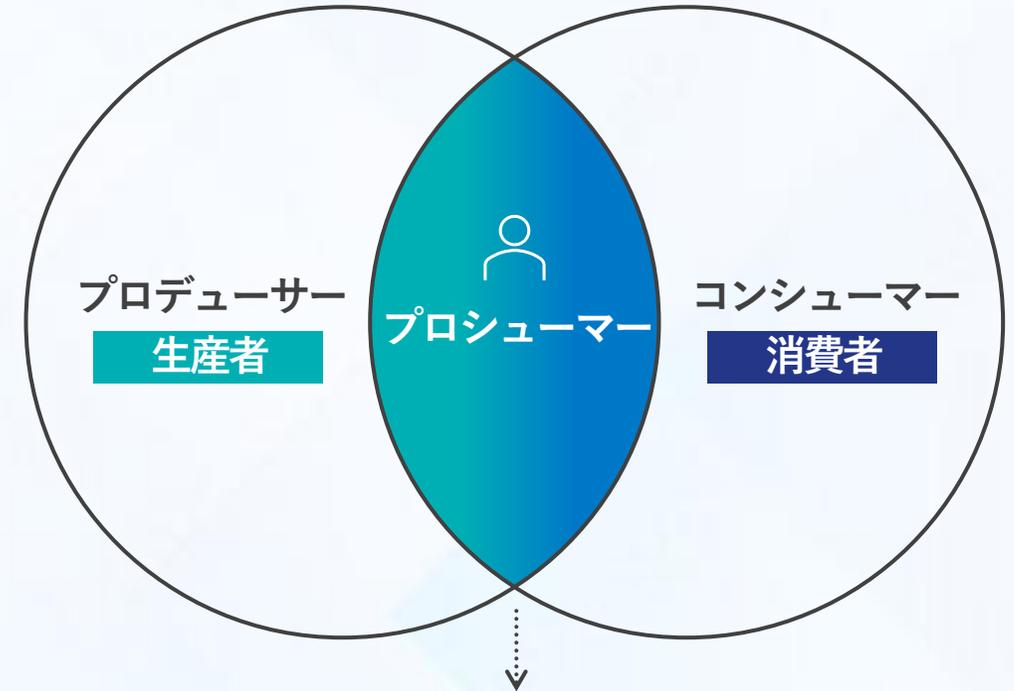
ウサギじゃなくても、カメのように。
「コツコツと」一歩ずつ、着実に前進していきます。



プロシューマー・ハピネス

大量生産・大量消費の時代が生み出した市場メカニズムが終わりを迎えつつあります。生産と消費、その境界線があいまいになり、どちらの顔も持つ「プロシューマー」であふれる時代がやってきています。

インターネットは個人や中小企業の発想（アイデア）や努力、作品を世界に広告したり情報発信するコストを大幅に下げました。インターネット上で新しい経済圏を作りやすくすることで、消費だけではなく生産や生産に関与するプロシューマーがもっと増える仕組みをこれからも当社はつくっていきます。



プロシューマー・ハピネス

= 私たちが向かう場所「ビジョン」

生産・消費行動の課題解決を「デジタルマーケティング」の領域からアプローチ。
新しい価値がたくさん創出され、世界に広がる豊かな社会の実現を目指す。

「インターネット」を使って価値を創出



プロシューマー
「新しい価値」をつくる

アフィリエイトメディア YouTuber インフルエンサー
ブロガー エンジニア ベンチャー

+

「デジタルマーケティング」で価値を広げる支援



FANCOM
「新しい価値」を広げる

成果がみえる ターゲットを絞れる 少額から始められる
個人でもできる エンゲージメント強化 スピーディな発信

プロシューマーとの共創により「豊かな社会」の実現へ ✨

02 ■ 事業紹介

- 広告の歴史と当社との関係性
- 事業概要
- 収益構造

■ 広告の歴史と当社の関係性

当社は広告代理店ではなく、**プロシューマー支援企業であり、生産・消費行動の課題解決をする会社**
 プロシューマーが生産者と消費者をつなぎ、消費行動を後押しできる環境をどんな時代でも用意する。



マスメディア時代

マスメディアから消費者への一方通行の情報伝達が中心。

インターネット時代

インターネットにより個人が台頭。個人も情報発信し、消費者とのインタラクティブなコミュニケーションができる時代に。

SNS時代

テキストメディアだけではなく、ヒト自身がメディアになる時代に。

AI時代

AI 情報の取得 × ヒト 感情・信頼 で

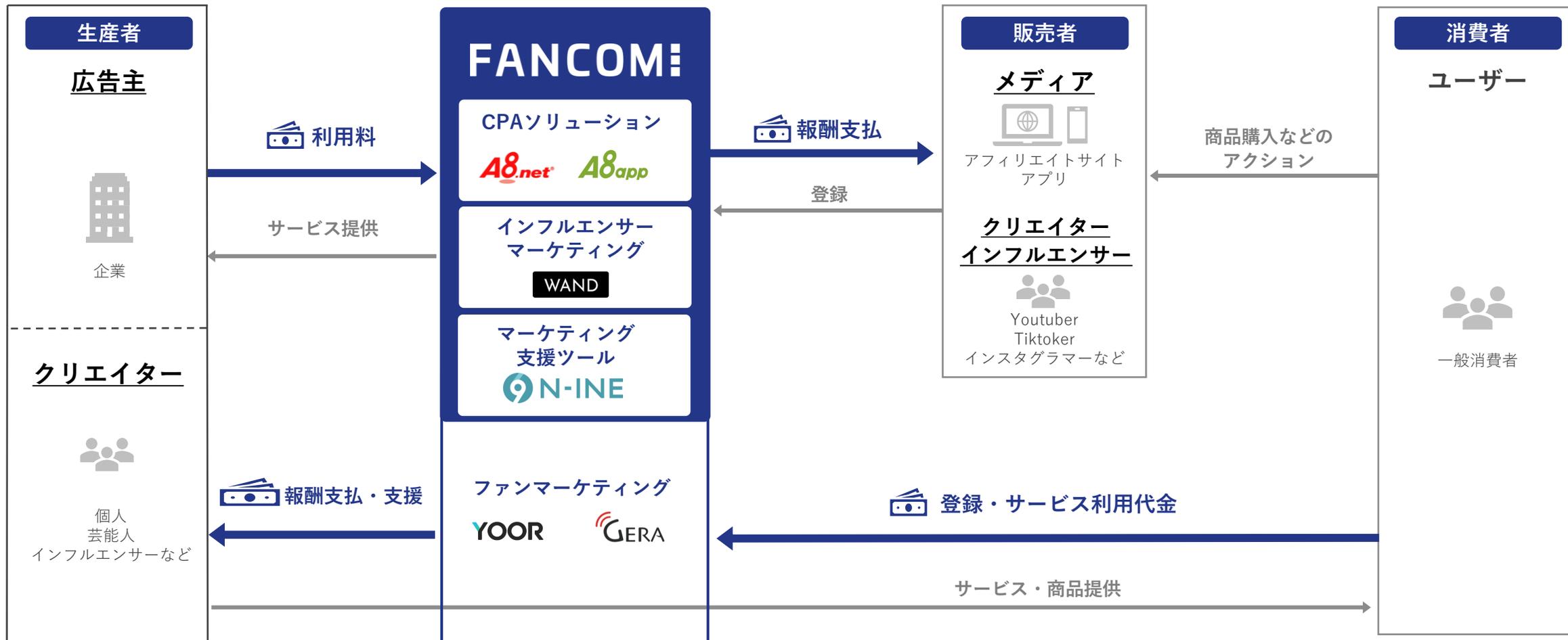
行動する時代へ

デジタルマーケティング活動における、クライアントの様々なニーズに対応する各種サービスを展開。

CPA ソリューション 事業		アフィリエイト広告	<ul style="list-style-type: none"> • 広告主とメディアを繋ぐ、日本最大級のアフィリエイトサービスプロバイダ（ASP） • 利用者満足度15年連続No.1*1
		スマートフォンアプリインストール広告	<ul style="list-style-type: none"> • スマートフォンアプリ向けCPI広告サービス • アプリインストールから、起動や課金など複数成果地点を1つのプロモーション内で設定・運用可能
戦略事業		インフルエンサーマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> • TikTokを中心としたソーシャルメディアマーケティング支援 • 音楽業界に強み
		デジタルマーケティングプロセス最適化支援	<ul style="list-style-type: none"> • デジタルマーケティングのあらゆるビジネスプロセスを最適化し、顧客の成長を支援するサービス群を提供
		ファンマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> • 芸人のお笑いラジオが聴けるアプリ「GERA」 • 無料でオンラインサロンを開設できるサービス「YOOR」
		海外広告主のマーケティング支援	<ul style="list-style-type: none"> • 海外企業の日本市場参入や拡大などのマーケティング支援 • モバイルゲームデベロッパー支援

*1：アフィリエイトマーケティング協会【アフィリエイト・プログラムに関する意識調査2025年】国内主要ASP23社、有効回答数1,374件

生産者・販売者・消費者を結ぶ事業を行っており、広告主から頂く費用で売上を得ている。
ファンマーケティングは、広告だけではなく課金などにより生産者と消費者をつないでいる。



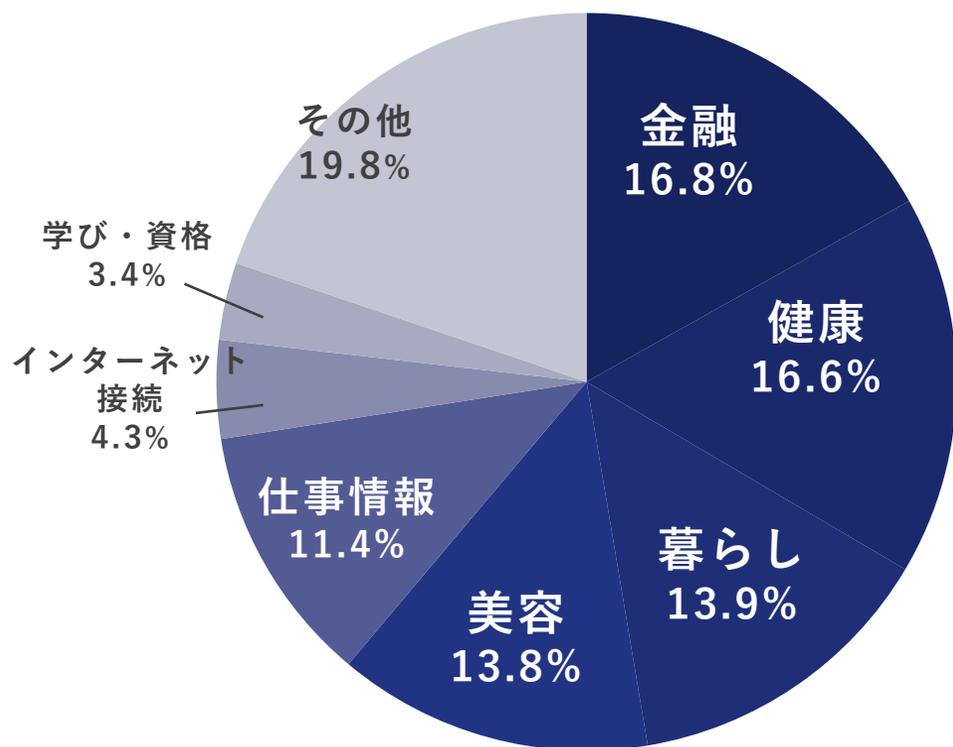
03 ■ 競争優位性

- 圧倒的な広告主数とメディア数
- 強固な顧客基盤が生み出す高い収益性

■ 圧倒的な広告主数とメディア数

A8.netは業界最大級の広告主とメディア数を誇り、幅広いジャンルを網羅することで、安定した事業基盤を構築。“アフィリエイトメディア運営者が選ぶ最も満足度の高いASP”15年連続1位を受賞*1

■ A8.netジャンル別構成比 (2025年単月のデータ)



■ 稼動広告主ID数 約**3,500**社

■ 登録メディアサイト数 約**350**万件

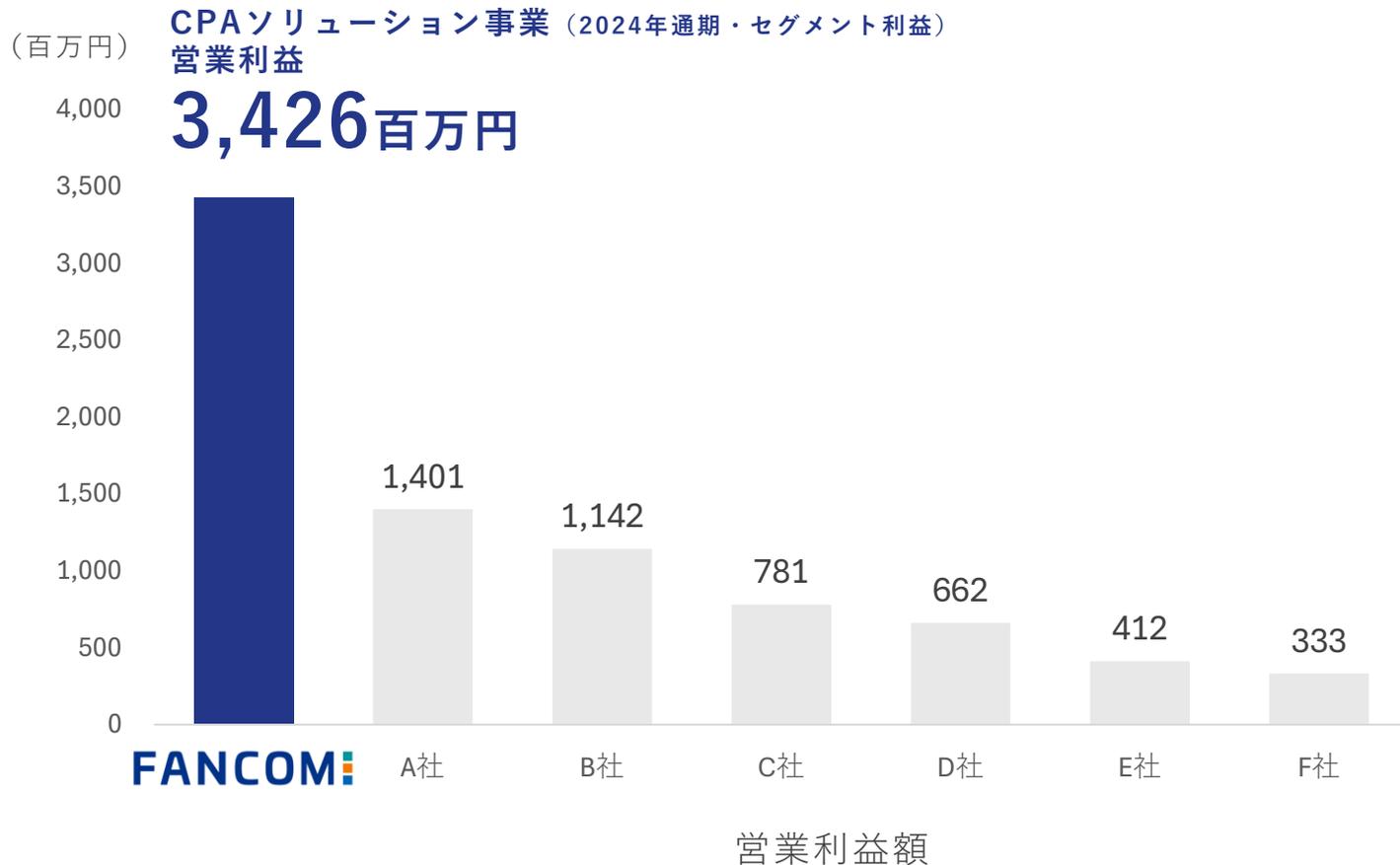
成果報酬型広告ネットワークの規模がもたらす強み

- 不景気に強い広告形態。
- 1つのジャンルが下降トレンドでも他のジャンルが上昇する可能性がある。
- 時代のトレンドにより、変化のあるメディアや広告主の情報（データ）の宝庫。
- プラットフォームビジネスにおけるネットワーク効果をだしやすい。（データ・マッチング・価格面）

*1：アフィリエイトマーケティング協会【アフィリエイト・プログラムに関する意識調査2025年】国内主要ASP23社、有効回答数1,374件

■ 強固な顧客基盤が生み出す高い収益性

CPAソリューション事業は圧倒的な認知度と安定した顧客基盤によって、他社を大きく上回る高い収益性を実現。**長年にわたり築き上げてきたロイヤルカスタマーとの強固な関係が収益基盤を支えている。**



収益性が高い理由

- 特定ジャンルに依存していない。
- 毎月固定費をいただくモデル。
(競合他社にはあまりみられない)
- 特にEコマースのジャンルは、成果が
であれば解約する理由はほぼない広告手法
となる。
- 外からは見えないオペレーション
エクセレンス (AIでより加速させる
ことができる)
- 圧倒的ブランド力により顧客獲得コスト
が低い。

注：上場しているASP各社の前期通期決算の営業利益額にて作成。全社業績ではなく、ASPが属しているセグメントの数値を抜き出して作成。

04 ■ 成長戦略

- プロシューマー・ハピネスへの長期マイルストーン
- 周辺事業へ価値提供範囲をひろげる
- 顧客価値提供拡大イメージ
- FY25-27 事業拡大のイメージ
- FY25-27 主要施策
- 事業環境

プロシューマー・ハピネスへの長期マイルストーン

デジタルマーケティング領域に集中し、顧客の事業成長を一気通貫で支援する。費用対効果の高いデジタルマーケティングインフラを提供することで、プロシューマー・ハピネスを実現する。

■ 実施内容

アドネットワークを通して、個人や企業の**マネタイズ**や**新規顧客獲得**を支援



1999年 - 2023年

広告に限らず、デジタルマーケティングにおける**成長基盤サービス群**を提供



2024年 - 2030年

デジタルマーケティング全般が**FANCOMIのサービス**ですべて**完結**

FANCOMI サービス群拡大

2031年～未来

■ 価値提供

基本方針

各サービスの顧客IDを拡大させ、ネットワーク効果を生み出す

広告インフラ

データ活用

デジタルマーケティングインフラ

雇用・消費

成長基盤サービス群

プロシューマー人口拡大

顧客の成長

AI活用

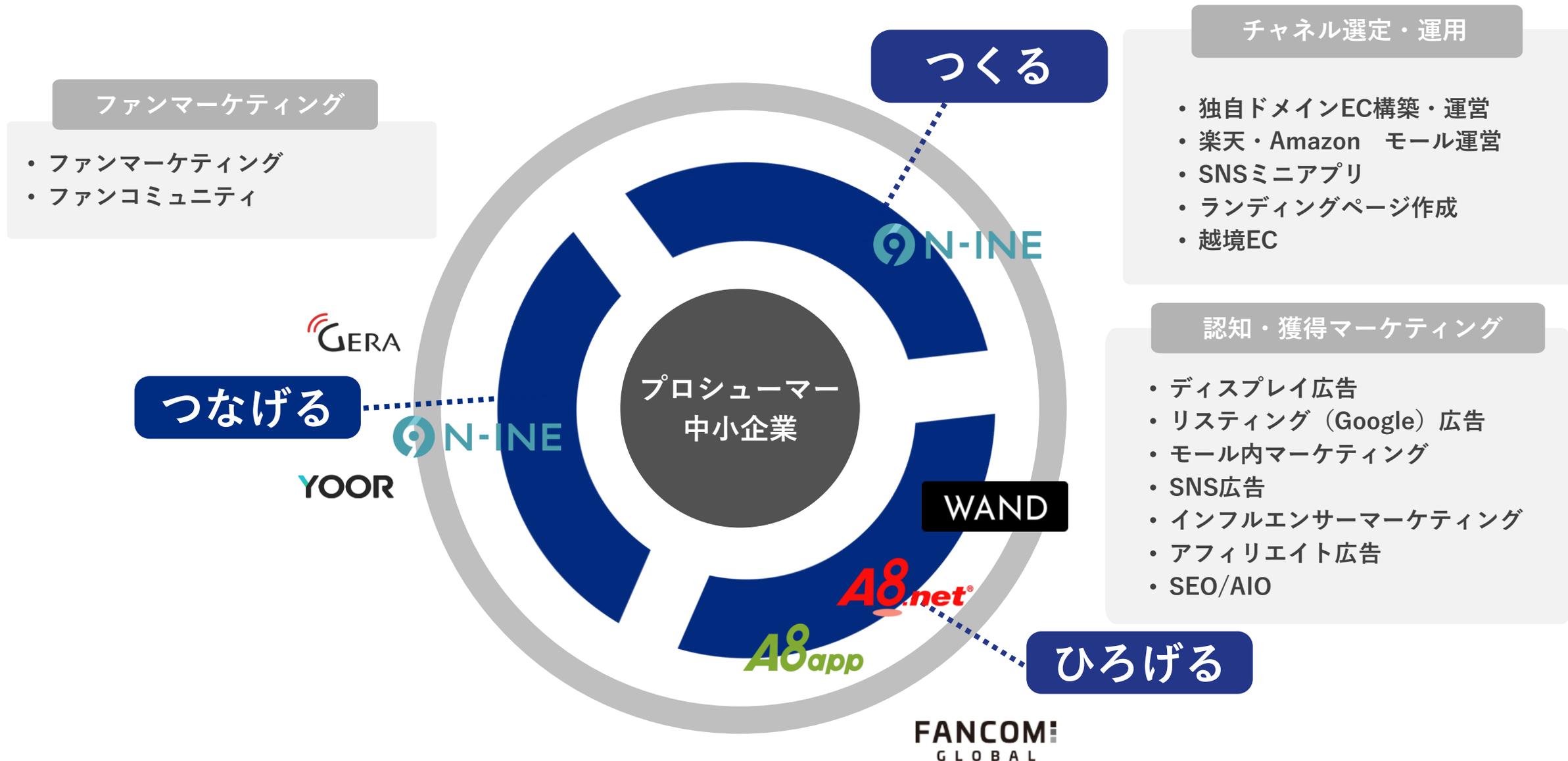
グローバル進出支援

プロシューマー・ハピネスの実現

■ 周辺事業へ価値提供範囲をひろげる

CPAソリューション事業において長年蓄積してきたビッグデータと優良な顧客基盤、A8.netのブランド力による効率的な顧客獲得力を活かし、デジタルマーケティング周辺事業（戦略事業）を顧客に提供。





FY25-27 事業拡大のイメージ

FY25～ 既存事業の営業利益最大化と既存事業の付加価値向上を目的とし、**戦略事業の拡大・投資**を行い、**新たなビジネスチャンス**を狙っていく。



■ 戦略事業への投資
デジタルマーケティング支援

デジタルマーケティングをもっと簡単に利用するためのツール群の提供。

■ 戦略事業の拡大
インフルエンサーマーケティング支援

人のメディア化を支援。売上高の最大化をねらっていく。

■ 既存事業の深耕
CPAソリューション

成果を出し続けられる稼働広告主数を増加させることで営業利益の最大化を狙う。

SMB向けに一気通貫でデジタルマーケティング支援。顧客ネットワーク拡大によるビジネスマッチングの質の向上、独自データ×AI活用BPOによるコスト効率の向上を顧客に提供。

FANCOMIの戦略【主要ターゲット：中小企業】 ※下記3つの市場が最大TAM

月額利用料＋成果報酬

AIを活用したBPO
集客+集客前後マーケティング
ツール運用代行

2027年市場規模
IT系BPO市場 **3兆2千億**
デジタルマーケBPO市場 **4,000億**※当社推定

×

**集客前後
マーケティングツール**
N-INE・ファンマーケティング

2027年市場規模
デジタルマーケティング市場 **5,000億**
(分析やCRM市場)

×

**集客ソリューション
アフィリエイト広告**
A8.net・A8app・LUMOS

2027年市場規模
アフィリエイト市場 **5,800億**
インフルエンサーマーケ市場 **1,300億**

競合

広告代理店
コンサル
(大手中心)

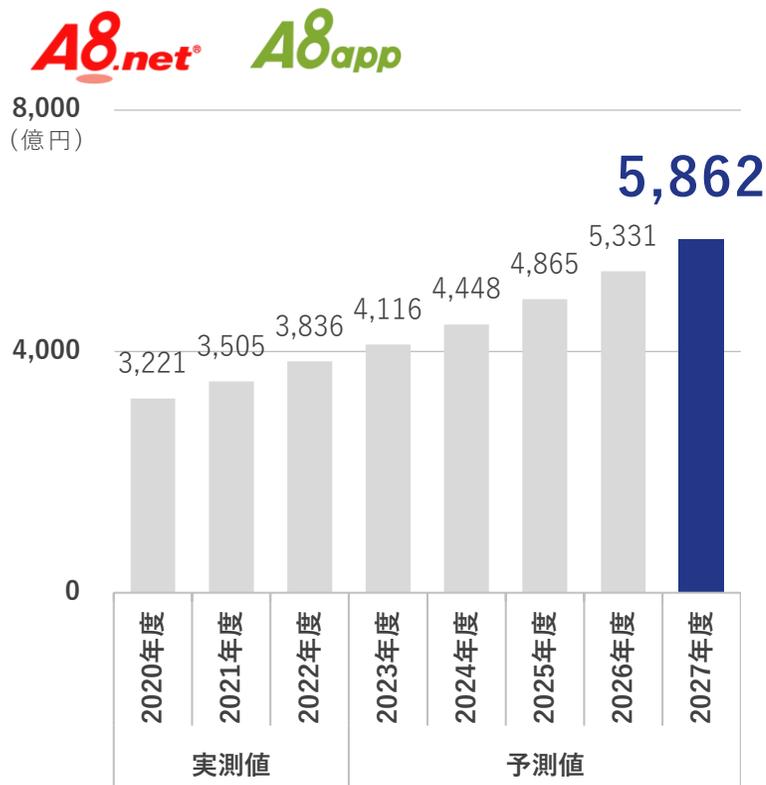
マーケティング
バーティカルSaaS
(エンプラ中心)

アフィリエイト
ASP
(予算大中心)

インフルエンサーマーケティング、デジタルマーケティング支援ツールの市場規模は、前年比10%以上で成長を続けており、当社が展開するアフィリエイト市場とのシナジーが見込まれる。

(各市場規模推移と予測)

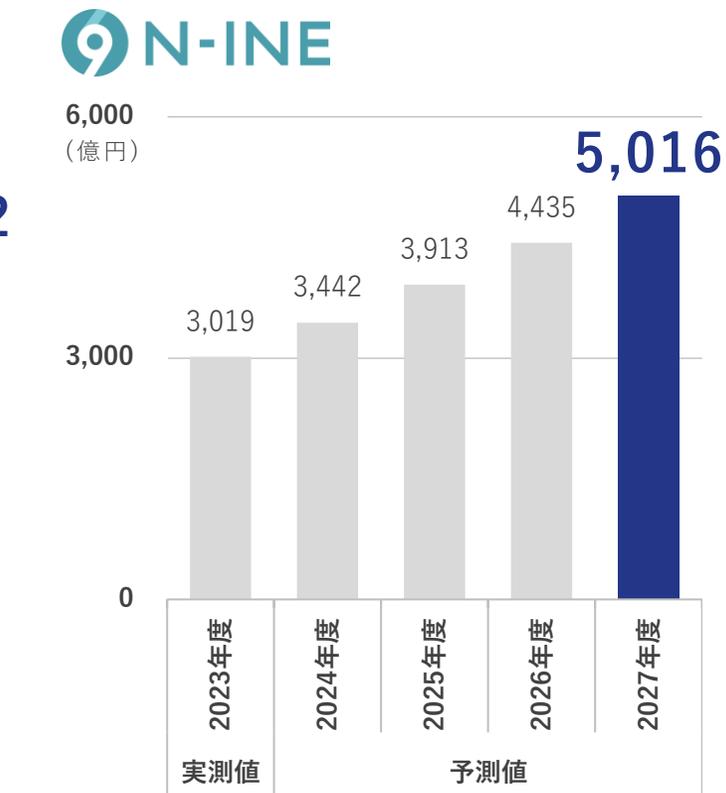
■ 国内アフィリエイト



■ 国内インフルエンサーマーケティング



■ 国内デジタルマーケティング (分析・CRMなど)



*1: 出典 「アフィリエイト市場に関する調査を実施 (2024年)」 (株式会社矢野経済研究所) より https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3523

*2: 出典 「サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ」 より <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000053.000013256.html>

*3: 出典 「デジタルマーケティング市場に関する調査を実施 (2024年)」 (株式会社矢野経済研究所) より https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3604

05 ■ 資本政策・株主還元

■ 資本政策・株主還元

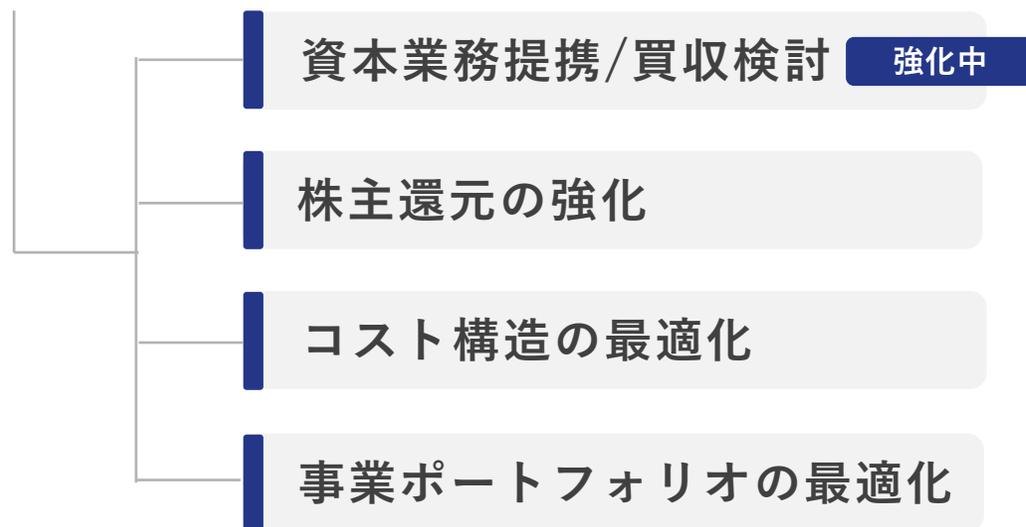
基本方針 ROEを意識した資本政策を常に検討。

期末配当は19円を継続しており、2025年度は中間記念配当8円を加算して27円の配当を実施予定。

■ 基本方針

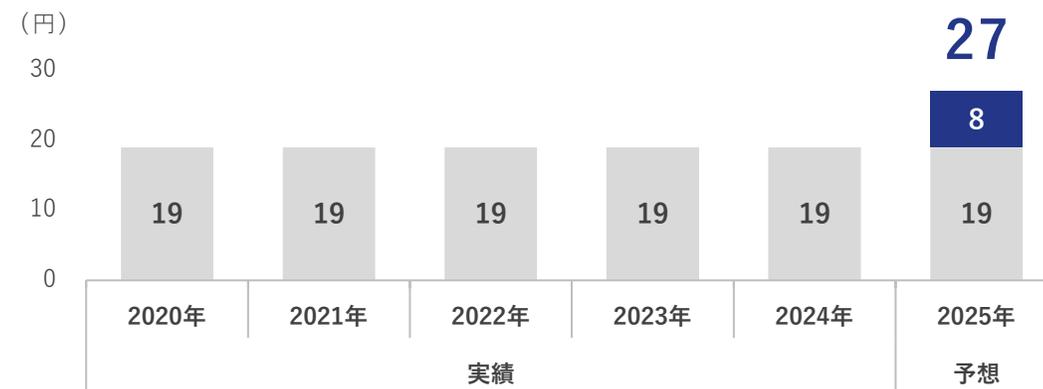
FY27にROE10%以上、

長期で**ROE15%**を目指す

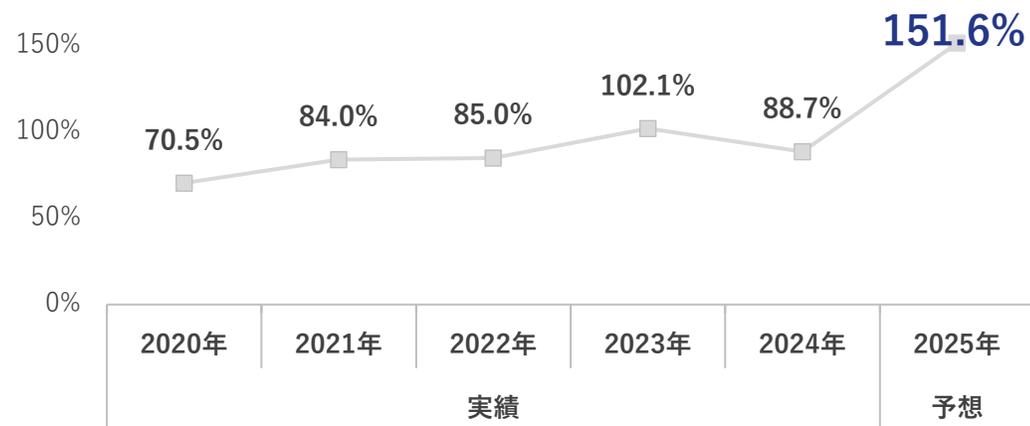


当社コア事業の周辺領域やAI活用に投資を集中

■ 1株当たり配当金額



■ 配当性向





06 ■ 最後に

FY25-27 中期経営計画

顧客ネットワークを拡大。2027年に営業利益30億、ROE10%以上を目指す。

■ 全サービス広告主ID



■ 全サービスメディアID数





最後に

覚えておいて欲しいポイント



FANCOM

1.ファンコミとは？ 2.競争優位性 3.成長戦略 ※毎月月次売上高開示中

FANCOM

1

ビジョンはプロシューマー・ハピネス
生産・消費行動における課題を解決する会社

2

アフィリエイトは不景気に強い広告形態
圧倒的顧客基盤と高い収益性が強み

3

A8.netはキャッシュエンジン。成長は、戦略事業
がになう。毎月の月次売上開示をチェック！

- 当資料に掲載されている業績見通し、その他今後の予測・戦略などに関する情報は、当資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内で行った判断に基づくものです。
- しかしながら実際には、通常予測し得ないような特別事情の発生または通常予測し得ないような結果の発生などにより、当資料記載の業績見通しとは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおります。
- 当社は、投資家の皆様にとって重要と考えられるような情報について、その積極的な開示に努めてまいりますが、当資料記載の業績見通しのみ全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになられるようお願いいたします。
- 記載内容については細心の注意を払っておりますが、記載された情報の誤りやデータのダウンロードなどによって生じた障害などに関しましては、当社は一切責任を負うものではありませんのでご了承ください。
- なお、いかなる目的であれ、当資料を無断で複製、または転送などを行われぬようお願いいたします。

■ 問い合わせ先

株式会社ファンコミュニケーションズ

E-mail : ir-info@fancom.com



07 Appendix



前年同期比で営業利益が大幅に増加。

(百万円)	24/12期 第2四半期	25/12期 第2四半期	前年同期比	
			増減額	増減率
取扱高	12,391	13,181	+789	+6.4%
売上高	3,404	3,644	+239	+7.0%
営業利益	706	1,064	+358	+50.7%
(取扱高営業利益率)	5.7%	8.1%	—	—
経常利益	781	1,047	+266	+34.1%
親会社株主に帰属する四半期純利益	830	693	△136	△21.4%
(取扱高四半期純利益率)	6.7%	5.3%	—	—

※2022年12月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しております。
 ※取扱高とは2022年12月期以降において過去との増減分析の為社内では算出した数値であり、2021年12月期まで売上高として公表しておりました。

通期業績予想を上方修正。中期経営計画において26年以降で達成を予定していたYoYでの営業利益成長率20%以上を前倒し。

(百万円)	24/12期 実績	25/12期 前回発表予想	25/12期 今回修正予想	YoY 増減率
売上高	6,961	7,200	7,440	6.9%
営業利益	1,595	1,810	1,950	22.2%
経常利益	1,670	1,820	1,940	16.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,419	1,180	1,280	△9.8%
(1株当たり当期純利益)	21.43	17.81	19.32	△9.8%

修正後通期予想に対しての進捗率。来年度以降に向けた成長投資を実行予定。成長投資領域は、インフルエンサー領域とAI活用領域を中心に設定。

(百万円)	25/12期 通期予想 (2025/8/8修正予想)	25/12期 第2四半期 実績	進捗率
売上高	7,440	3,644	48.9%
営業利益	1,950	1,064	54.5%
経常利益	1,940	1,047	53.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,280	693	54.1%
(1株当たり当期純利益)	19.32	10.47	54.1%

