



2025年12月期  
**決算説明資料**

株式会社ファンコミュニケーションズ  
2026年2月10日

# Agenda

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 2025年12月期 連結業績概要
- 03 事業別の概要と重点指標
- 04 中期経営計画の一部見直し
- 05 2026年12月期 連結業績・配当予想
- 06 会社紹介
- 07 参考資料 - 中期経営計画概要

# 01 ■ エグゼクティブサマリー

- 2025年12月期 連結業績
- 業績予想に対する達成率

## 業績ハイライト

## 通期 前年比

取扱高  $\triangle 2.4\%$  売上高  $+1.9\%$  営業利益  $+23.1\%$

通期  
ハイライト

- 「A8.net」は、営業利益で全社を牽引。昨年対比営業利益率+1.65ポイント改善
- インフルエンサーマーケティング支援「WAND」は8月にローンチした「NOX」の立ち上げ、「LUMOS」の非音楽領域への拡張も進んだが、計画比では進捗に遅れ
- N-INEは成功事例の創出はでき始めているが計画比では進捗に遅れ
- ファンマーケティングの「GERA」「YOOR」は、両事業とともにストック売上高が順調に拡大。解約率も低水準で安定し、12月に単月黒字を達成
- 情報管理ツールへの投資。仕組み化・見える化をベースとした運用とAI活用が浸透

## 対処するべき課題

- 戦略事業の収益構造がストック型になりきれておらずボラティリティが高い
- AI浸透によるデジタルマーケティングビジネスの構造変化への対応
- AI浸透によるA8.netの広告主・メディアのニーズ変化への対応
- 社内における更なるDX・AI活用推進

## ■ 業績予想に対する達成率

8月8日付公表の上方修正予想に対し、営業利益以下の全利益項目を上振れて達成。取扱高は計画をわずかに下振れたものの、修正予想を着実に達成

| (百万円)           | 25/12期<br>通期予想<br>(2025/8/8修正予想) | 25/12期<br>通期実績 | 達成率    |
|-----------------|----------------------------------|----------------|--------|
| 売上高             | 7,440                            | 7,096          | 95.4%  |
| 営業利益            | 1,950                            | 1,965          | 100.8% |
| 経常利益            | 1,940                            | 2,014          | 103.8% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 1,280                            | 1,307          | 102.2% |
| (1株当たり当期純利益)    | 19.32                            | 19.74          | 102.2% |

## 02 ■ 2025年12月期 連結業績概要

- P/L
- 営業利益要因分析
- [取扱高・売上高・営業利益・主要費用項目の内訳] (四半期推移)
- B/S

取扱高は減少したものの、AI活用による生産性向上やリソース再配分の徹底により、  
営業利益は+23.1%の大幅増益。取扱高営業利益率は前年比1.6pt増の7.8%へと大きく向上

| (百万円)           | 24/12期<br>通期実績 | 25/12期<br>通期実績 | 前年同期比 |        |
|-----------------|----------------|----------------|-------|--------|
|                 |                |                | 増減額   | 増減率    |
| 取扱高             | 25,753         | 25,131         | △622  | △2.4%  |
| 売上高             | 6,961          | 7,096          | +134  | +1.9%  |
| 営業利益            | 1,595          | 1,965          | +369  | +23.1% |
| (取扱高営業利益率)      | 6.2%           | 7.8%           | —     | —      |
| 経常利益            | 1,670          | 2,014          | +343  | +20.6% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 1,419          | 1,307          | △111  | △7.9%  |
| (取扱高当期純利益率)     | 5.5%           | 5.2%           | —     | —      |

※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。

## ■ 営業利益増減要因分析

先行投資の広告宣伝費や事業成長による仕入高の増加があった一方、売上高の増加と効率的な販管費コントロールによって吸収

(百万円)

2,500

2,000

1,500

1,000

500

0



その他仕入高

人件費

広告宣伝費

その他経費

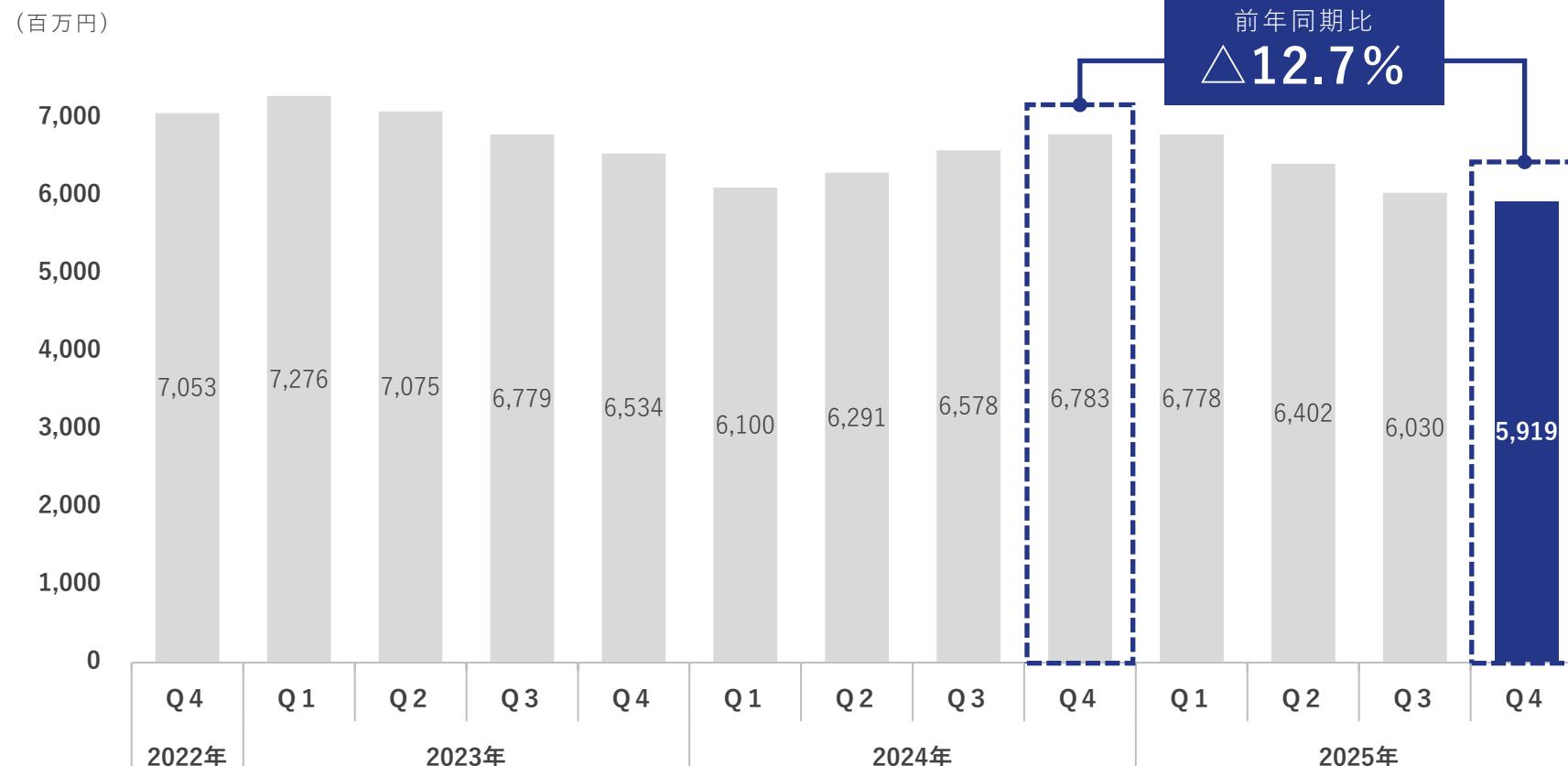
2025年通期 営業利益



## 取扱高（四半期推移）

取扱高は前年同期比△12.7%、前四半期比では△1.9%、主力のCPAソリューション事業の取扱高減少（前年同期比△13.2%）による影響が大きい

## ■ 取扱高の推移



## ■ 2025年12月期第4四半期実績

全体  
**5,919** 百万円

前年同期比 ..... △12.7%

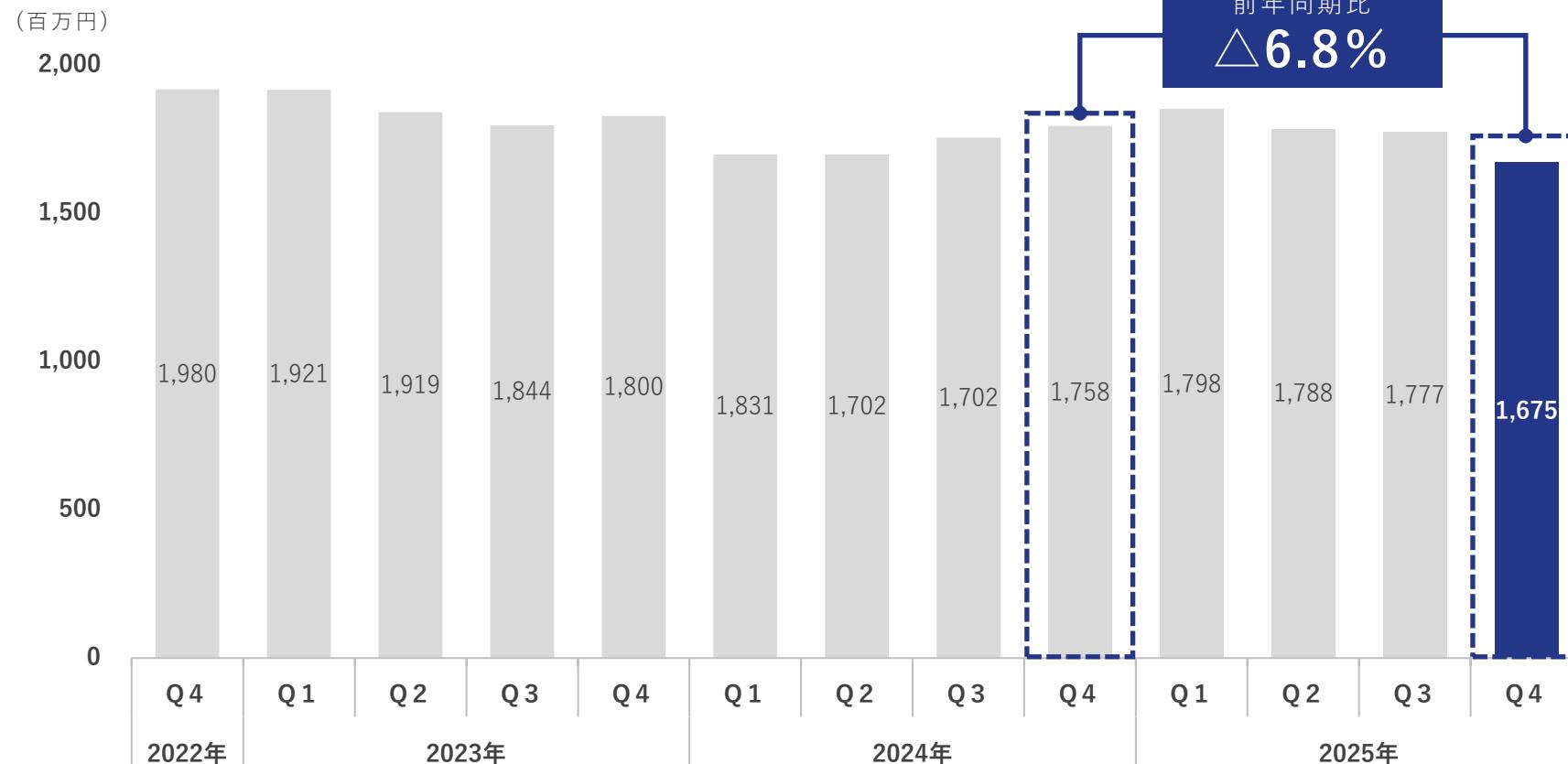
前四半期比 ..... △1.9%

※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。

## 売上高（四半期推移）

売上高は前年同期比△6.8%、前四半期比では△5.7%、取扱高は前年同期比より減少したが、  
売上総利益率の高い戦略事業の比率向上が奏功し、売上高は前年並みで着地

## ■ 売上高の推移



## ■ 2025年12月期第4四半期実績

全体  
**1,675** 百万円

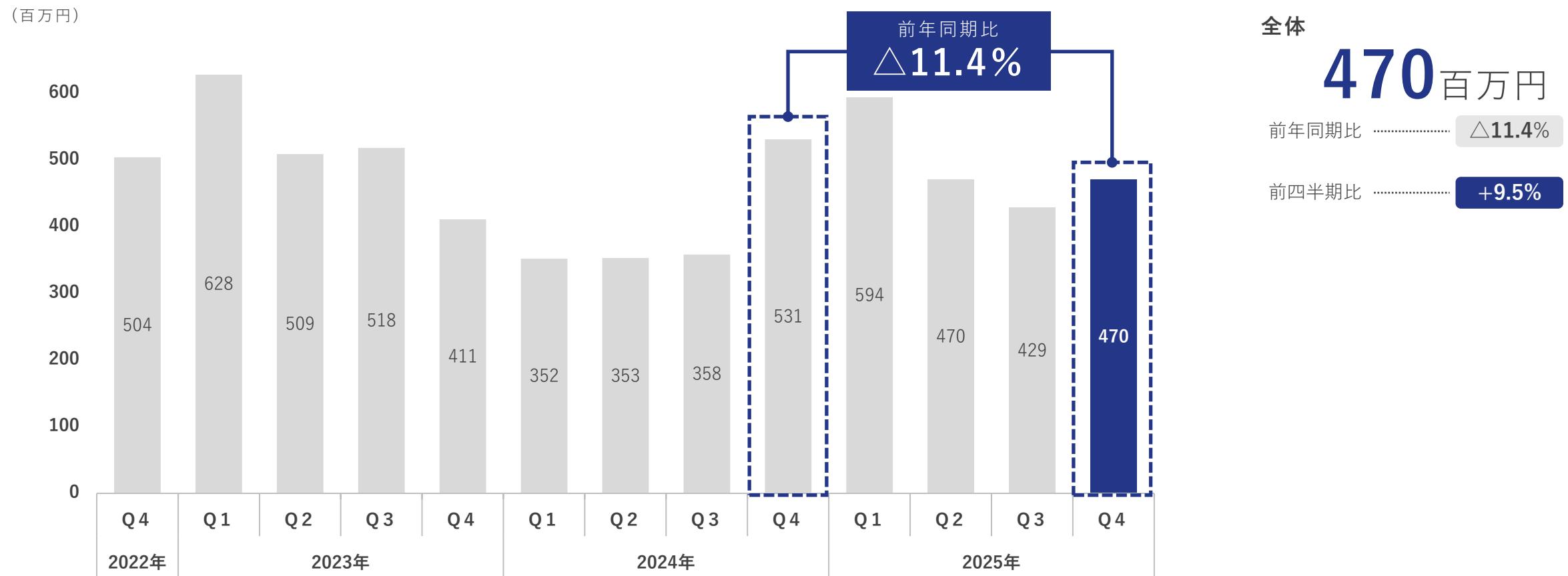
前年同期比 ..... △6.8%

前四半期比 ..... △5.7%

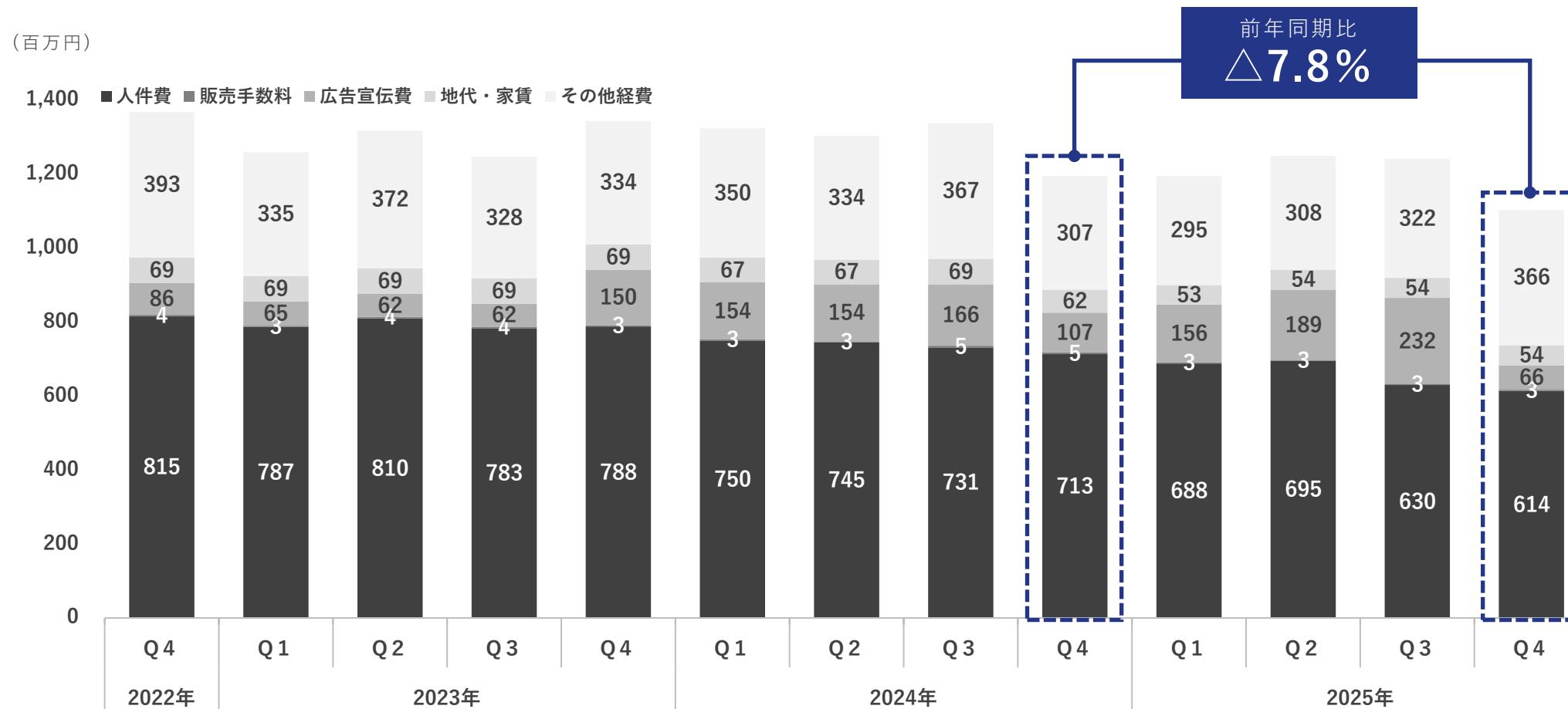
## ■ 営業利益（四半期推移）

営業利益は前年同期比△11.4%、前四半期比では+9.5%、第2四半期から継続していたファンコミグローバルの先行投資（広告宣伝費）一巡に伴う、費用対効果の最適化

## ■ 営業利益の推移



前年同期比△7.8%、前四半期比では△11.2%、その他費用（AI活用に向けた社内ツール利用料等）の増があった一方で、人件費減トレンドの継続、ファンコミグローバルの広告宣伝費の最適化



※その他経費は、業務委託費、支払手数料、データセンター費用、のれんの償却など

当社の資本政策に基づき、今期、中間記念配当を実施  
現金及び預金の減少は、配当による影響と公社債などの購入

|     | (百万円)    | 24/12期 期末 | 25/12期 期末 | 前期末比   |         |
|-----|----------|-----------|-----------|--------|---------|
|     |          |           |           | 増減額    | 増減率     |
| 資産  | 流動資産     | 20,785    | 17,957    | △2,828 | △13.6%  |
|     | 現金及び預金   | 16,917    | 14,694    | △2,223 | △13.1%  |
|     | 固定資産     | 2,570     | 4,969     | +2,399 | +93.3%  |
|     | 有形固定資産   | 53        | 70        | +16    | +31.5%  |
|     | 無形固定資産   | 1,016     | 862       | △153   | △15.1%  |
|     | 投資その他の資産 | 1,500     | 4,036     | +2,536 | +169.0% |
|     | 合計       | 23,356    | 22,927    | △429   | △1.8%   |
| 純資産 | 負債       | 5,297     | 5,347     | +49    | 0.9%    |
|     | 純資産      | 18,059    | 17,580    | △479   | △2.7%   |
|     | 合計       | 23,356    | 22,927    | △429   | △1.8%   |

## 03 ■ 事業別の概要と重点指標

- CPAソリューション事業
- 戦略事業
- FY25重点指標

## CPAソリューション事業 概要

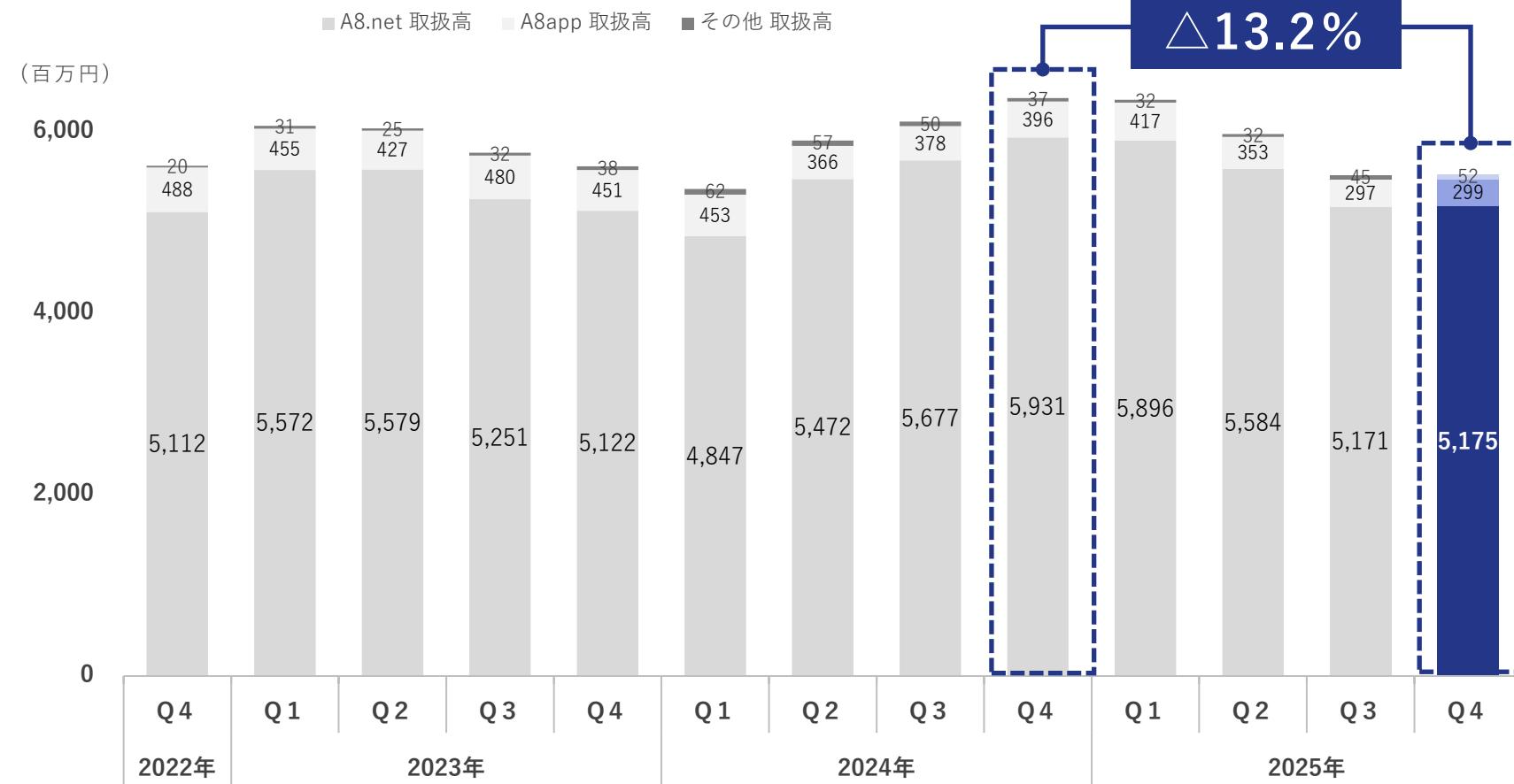
日本最大級のアフィリエイトネットワーク  
圧倒的ブランド力を武器に強固な顧客基盤を構築



## CPAソリューション事業 取扱高(四半期推移)

A8.netの取扱高は前年比△12.7%、季節需要等は着実に取り込めた一方、特定ジャンルの広告予算見直しにより減少

## ■ 取扱高推移



## ■ 2025年12月期第4四半期実績

全体 **5,527** 百万円

前年同期比 ..... **△13.2%**

A8.net **5,171** 百万円

前年同期比 ..... **△12.7%**

A8app **299** 百万円

前年同期比 ..... **△24.6%**

## CPAソリューション事業 第4四半期トピックス

AI台頭による検索行動の変化で既存メディア広告枠の競争激化により今後の粗利低下を予想。これらの構造変化に即応すべく、組織体制を26年1月に変更

## ■ 売上総利益率（社内管理用数値）

**23.9%**

前年同期比 ..... +0.2pt

前四半期比 ..... +0.2pt

## ■ 営業利益率（社内管理用数値）

**11.7%**

前年同期比 ..... +0.2pt

前四半期比 ..... △0.3pt

※左記に記載された売上総利益率と営業利益率の数値は、会計監査を受けていない社内管理用の速報値です。当社は社内管理においてサービス別にPL管理を実施しております

## 第4四半期トピックス

## 【4Qポイント】

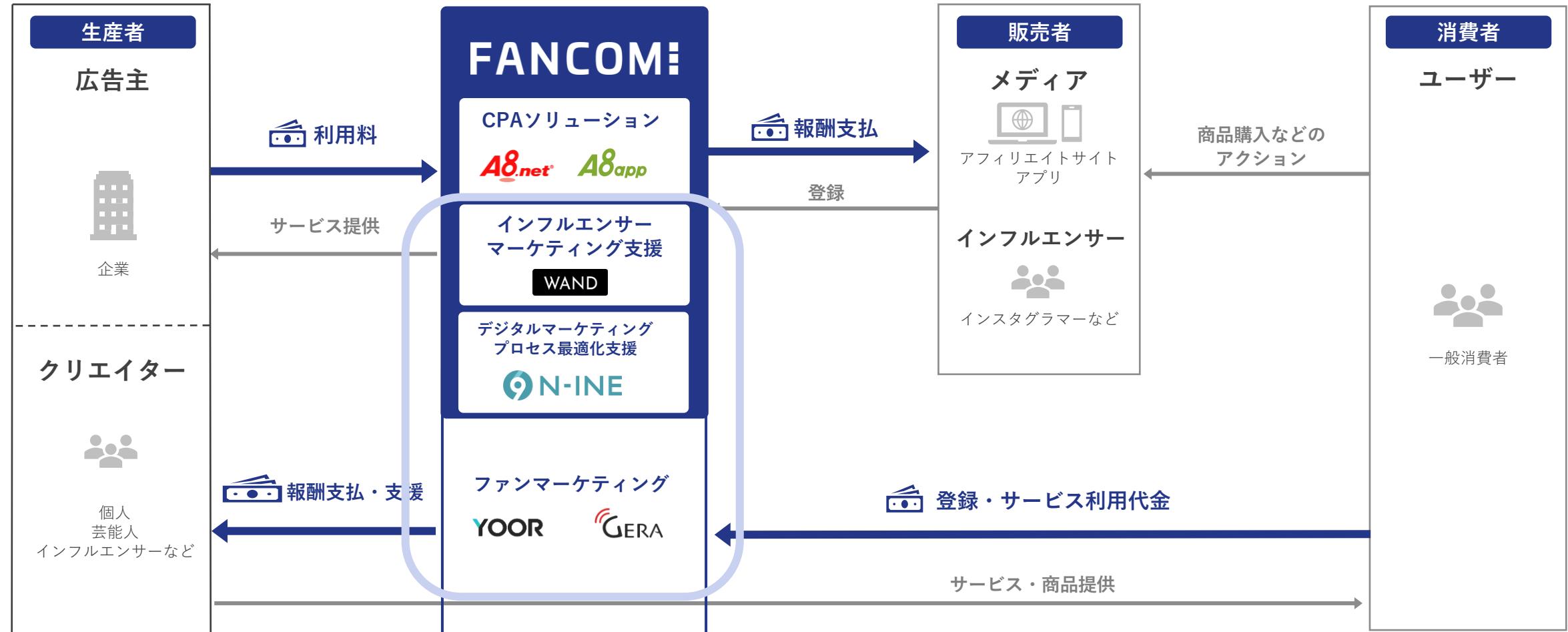
- ・ トレンド需要の取り込み：年末需要（グルメ）やリカバリーウェア等の新トレンドを着実に取り込み
- ・ 特定ジャンルの伸長：2Qより取り組んでいる特定ジャンルへの注力は一定の成果あり、今後も継続予定

## 【来期以降のポイント】

- ・ ID数拡大と単価向上：A8ブランドを活かした新規顧客（ID数）獲得の最大化と、顧客単価の向上を推進
- ・ 営業組織の分割：KPIごとに営業組織を分割、それぞれの顧客ニーズにあわせた体制構築
- ・ AI活用：国内で一番AI活用しているASPへアップデートしていく

## 戦略事業の取り組んでいる分野

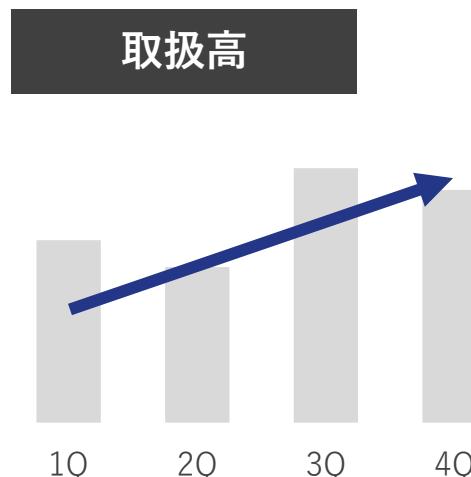
約3,000社の広告主と約350万メディアからなる強固な顧客基盤を土台に、顧客ニーズに対応したインフルエンサーマーケティング支援などの周辺領域への事業拡張・投資を推進



【WAND】NOXの立ち上げとLUMOSの戦略的な非音楽分野拡張により、事業基盤の強化が進展

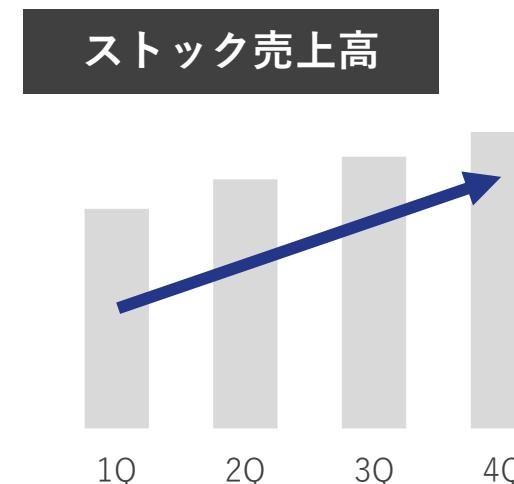
【GERA/YOOR】12月に単月黒字化を達成。ストック収益の伸長により収益性が改善

### 【WAND】インフルエンサーマーケティング支援



2024年の  
完全子会社化以降  
堅調に推移

### 【GERA/YOOR】ファンマーケティング支援



第4四半期  
前四半期比  
+9.0%

- 大型案件の計上期ズレに伴い、取扱高は前四半期比で微減、計画比でもビハインド
- 収益のボラティリティの高さが課題だが、前年比での成長は堅調
- 安定的な成長サイクル実現が最優先課題

- GERA：知名度向上を背景に人気演者を続々起用。ユーザー増に伴いストック収益が伸長
- YOOR：営業効率化によりアップセルが加速。サブスク件数は過去最高水準に達し、盤石な基盤を確立。新機能開発や新領域開拓を推進

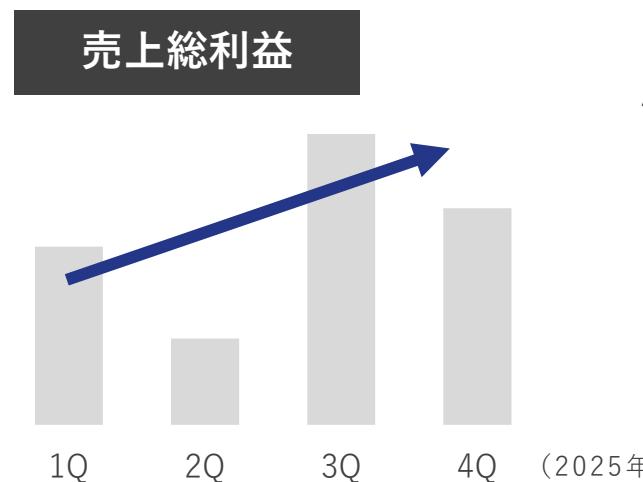
※上記に記載されたストック売上高の数値は、会計監査を受けていない社内管理用の速報値です。当社は社内管理においてサービス別にPL管理を実施しております

## 戦略事業 主要KPI

【N-INE】AI活用したLPやクリエイティブ生成開始、新しいチャネルLINEミニアプリへ積極投資

【ファンコミグローバル】広告投資の最適化により営業利益改善

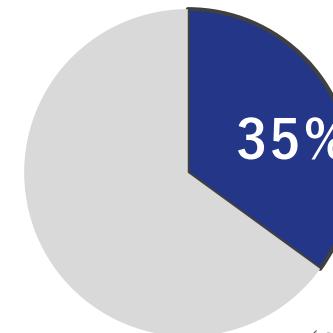
## 【N-INE】デジマプロセス最適化支援



成功事例は多くなって  
きているが  
**一過性収益が中心**

## 【ファンコミグローバル】

## 代理店事業構成比



事業ポートフォリオの再編中  
代理店事業比率の低下  
取扱高構成比推移  
2024 : 65%  
2025 : 35%

- 顧客基盤は拡大も、ストック売上比率の低さに起因する収益のボラティリティが継続
- AI活用したクリエイティブやLP生成のリリースにより、A8.net顧客へのクロスセルを本格化しID数（ストック収益）拡大を狙う

- 広告代理事業構成比の低下は、概ね達成
- 広告投資の最適化により、4Q営業利益は改善
- ゲームパブリッシング事業での積極投資と、新規事業への戦略投資を両立させる体制を構築

※上記に記載された代理店事業構成比の数値は、会計監査を受けていない社内管理用の速報値です。当社は社内管理においてサービス別にPL管理を実施しております

事業別の概要と重点指標

## [FY25重点指標]について

FY25において当社の成長と効率性を示す重点指標として、以下3点を設定

|            | 内容  | 中期経営計画最終年度<br>FY27目標数値     |
|------------|---|----------------------------|
| 戦略事業の売上高   | <p>FY25-27中期経営計画上の既存事業以外の<br/>注力領域の規模感と成長速度を測る指標</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・インフルエンサーマーケティング「WAND」</li><li>・デジタルマーケティングプロセス最適化支援「N-INE」</li><li>・ファンマーケティング「GERA」「YOOR」</li><li>・ファンコミュニケーションズ・グローバル</li></ul> | <p>戦略事業<br/>売上高構成比約40%</p> |
| 営業利益率      | 全社の収益性の進捗を確認する指標  | 10%                        |
| 1人当たりの営業利益 | 生産性とリソース配分の最適化を評価する指標   | FY24比で約2倍                  |

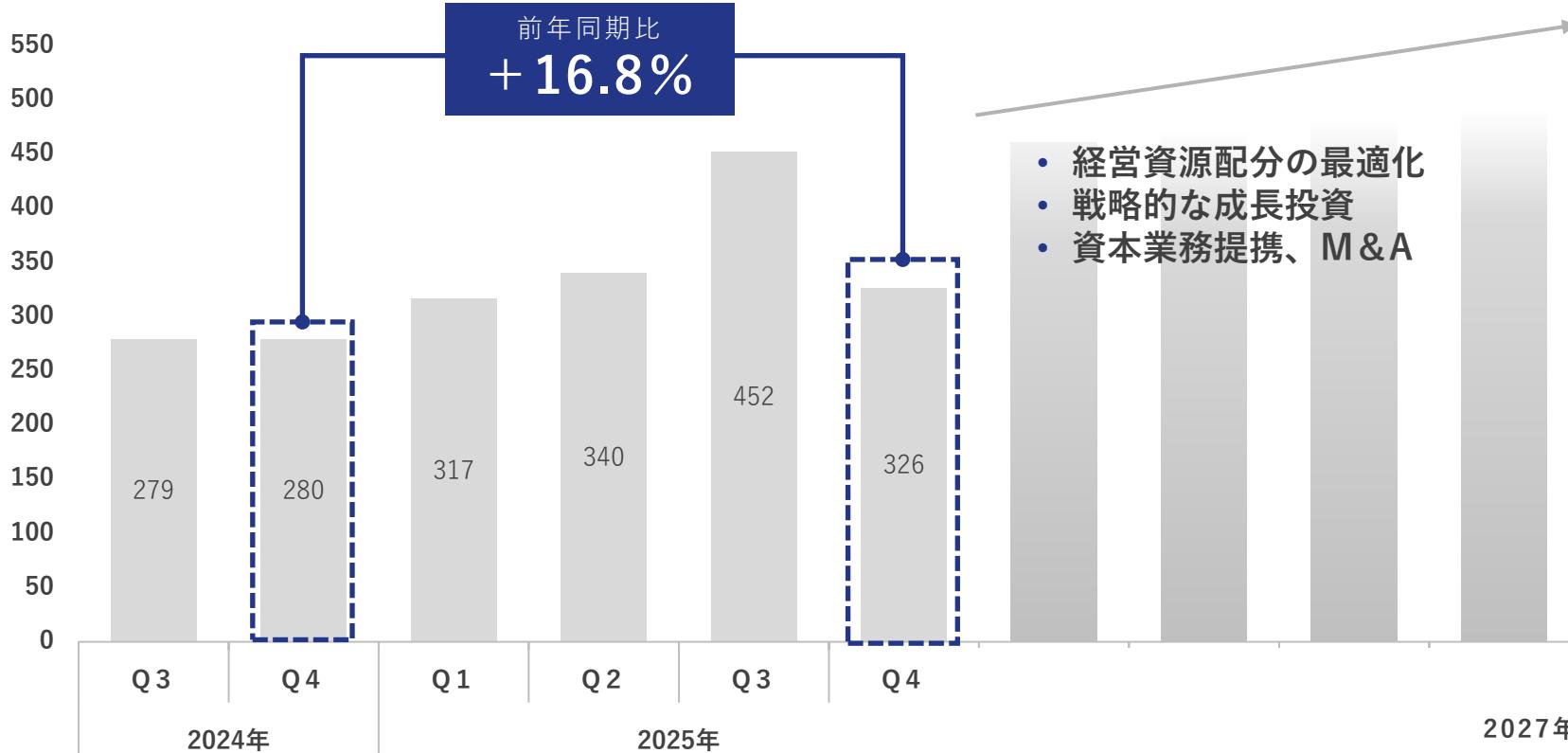
## [FY25重点指標]戦略事業売上高推移（四半期推移）

戦略事業を強化し、事業ポートフォリオの変革へ

戦略事業は、売上総利益率が高い事業が多いため、取扱高よりも売上高を重要指標としている

## 戦略事業売上高の推移

(百万円)



■ 2025年12月期第4四半期実績

全体

326 百万円

前年同期比 ..... +16.8%

前四半期比 ..... △27.8%

戦略事業売上高構成比率

19%

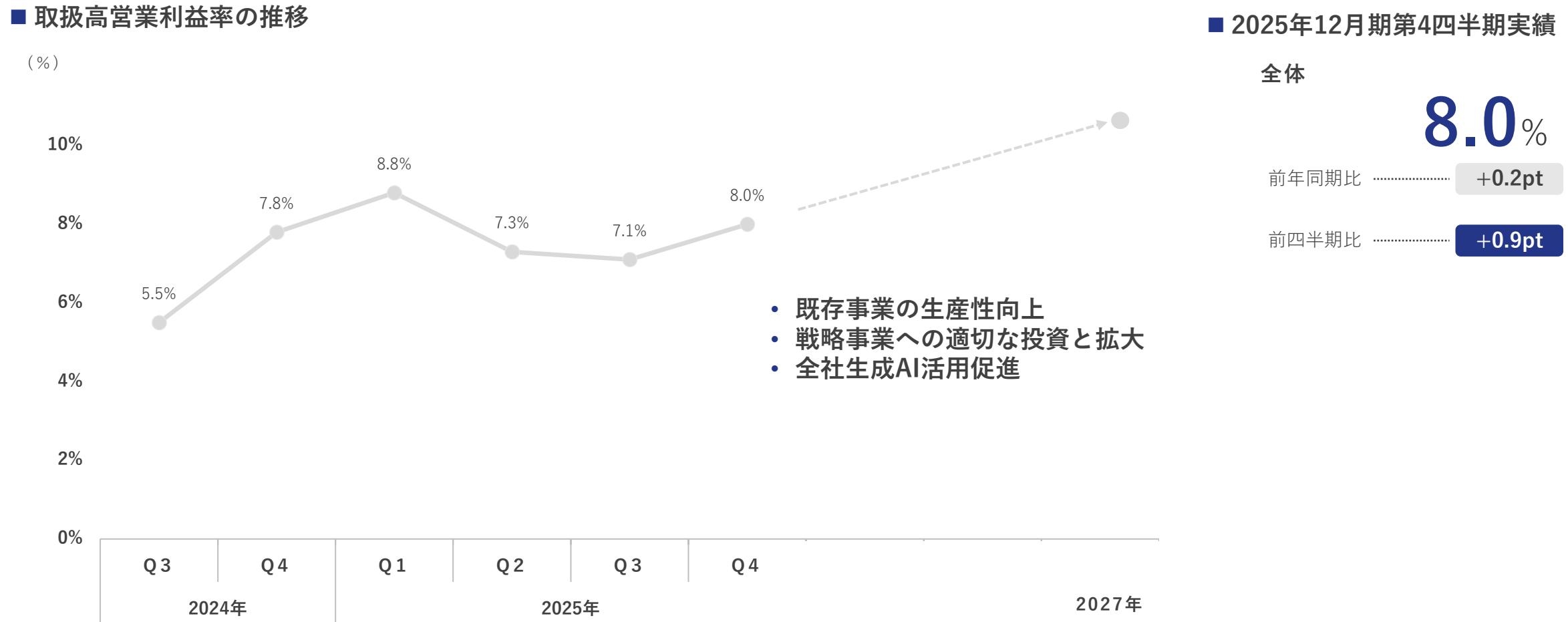
前年同期比 ..... △6pt

前四半期比 ..... +4pt

## [FY25重点指標] 営業利益率推移（四半期推移）

既存事業の生産性向上（見える化・仕組み化）と戦略事業の規模拡大に伴う収益力強化  
全社における生成AIの活用も加速し、営業利益10%以上の早期達成を目指す

## ■ 取扱高営業利益率の推移

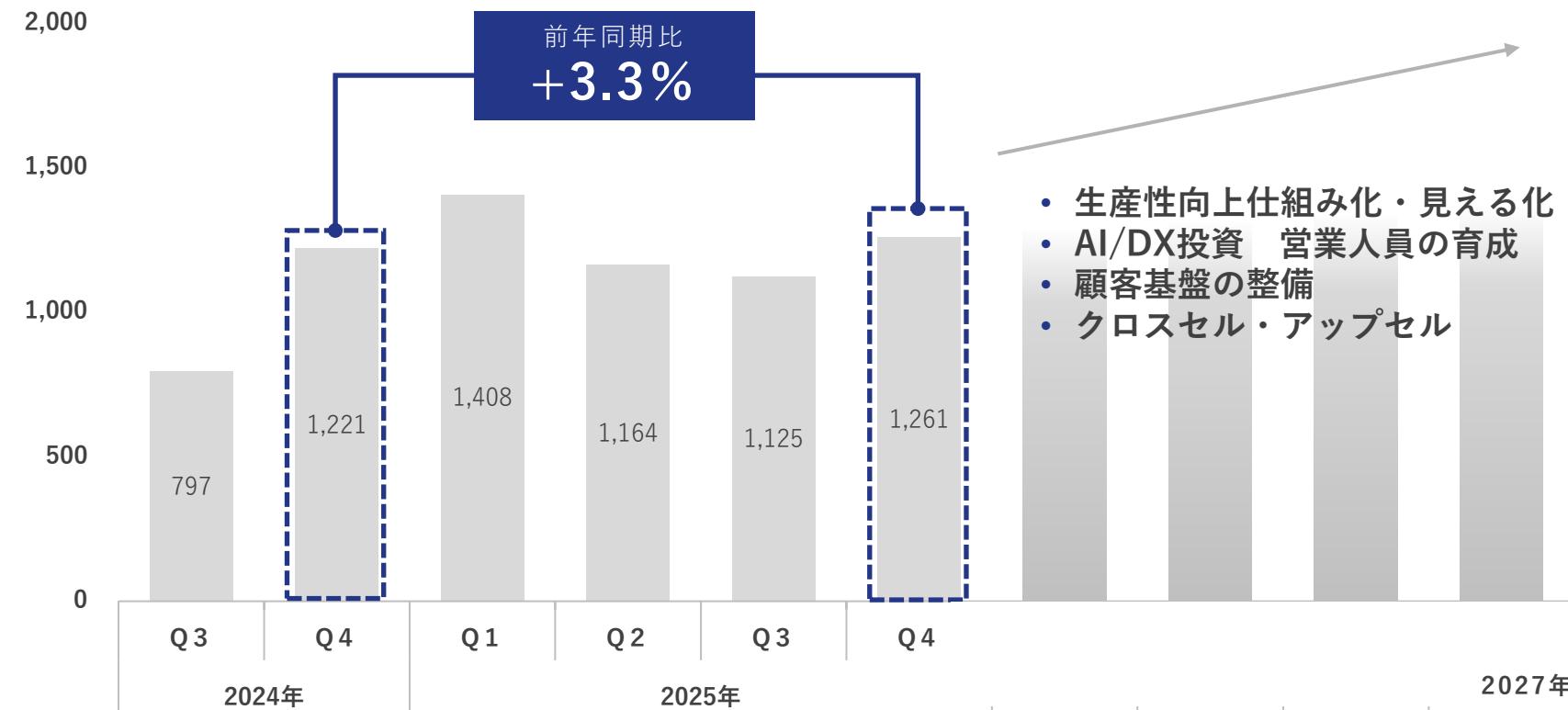


## [FY25重点指標]1人当たりの営業利益推移（四半期推移）

FY25では生産性向上のための基盤づくり。FY26-27では、顧客管理基盤の整備、クロスセル・アップセル体制構築、売上総利益を意識した営業体制の構築により1人あたりの営業利益を拡大させる

## ■ 1人当たりの営業利益の推移

(千円)



## ■ 2025年12月期第4四半期実績

全体

**1,261** 千円

前年同期比 ..... +3.3%

前四半期比 ..... +12.1%

- ・生産性向上仕組み化・見える化
- ・AI/DX投資 営業人員の育成
- ・顧客基盤の整備
- ・クロスセル・アップセル

## 2026年12月期 強化することと重点指標

## 対処するべき課題

- ・ 戦略事業の収益構造がストック型になりきれておらずボラティリティが高い
- ・ AI浸透によるデジタルマーケティングビジネスの構造変化への対応
- ・ AI浸透によるA8.netの広告主・メディアのニーズ変化への対応
- ・ 社内における更なるDX・AI活用推進

## 強化すること

- ・ 戦略事業（N-INE、WAND等）の収益構造をボラティリティの低いストック型へ再構築し、27年度以降を支える持続的な収益基盤を確立するための投資を実行
- ・ AI普及による市場環境の急速な変化に対応し、競争優位性を堅持するための組織再編およびプロダクトのAI実装を加速
- ・ 全社統一の顧客管理基盤を構築・運用開始。中期経営計画達成の鍵となるクロスセルを最大化し、資本効率の向上を推進

## FY26 重点指標

- ・ 全社営業利益率
- ・ 1人あたりの営業利益
- ・ FANCOMI 顧客ID数（売上発生しているID数/サービスごとのID数ではない）
- ・ クロスセル数/率

## 04 ■ 中期経営計画の一部見直し

- FY26 営業利益計画目標数値の見直し
- 中期経営計画見直しの背景
- AI活用における競争力強化
- キャピタルアロケーション
- 既存アセットを核としたM&A戦略

## FY26 営業利益計画目標数値の見直し

25年度は目標を超過して達成。26年度はAI環境変化への投資と計画から遅れている一部の戦略事業の収益基盤をストック売上比率の向上に注力し、最終年度の目標30億円達成を目指す

単位：百万円



① 2025年

達成

- ・ 当初計画18.1億円（2025年8月に19.5億円に上方修正）に対し、19.65億円で超過達成

② 2026年

変更あり

- ・ 当初計画24億円に対し、21.8億円へ修正
- ・ AI普及に伴う顧客ニーズの変容に対応  
→プロダクトへのAI実装、業務のAI化へ積極投資
- ・ 戦略事業 収益基盤をストック型へ

③ 2027年

変更なし

- ・ 当初計画から変更なし

27年度営業利益30億、ROE10%以上の目標に対して追加で注力すべきことを明確化

### 外部環境の変化

#### AI技術の爆発的な進化

- AIの早期かつ徹底的な活用が、今後の競争優位性を決定づける
- コスト削減に留まらず、事業モデルそのものを革新する最大の機会へ

#### 資本効率性の追求

- 資本コストを意識した規律あるキャピタルアロケーションが不可欠
- 成長投資と最適な株主還元を通じて、企業価値を最大化する経営への転換が求められる

### 戦略の追加

#### AI活用による競争力強化

P28～

#### キャピタルアロケーション

P30～

### 目指すべき姿

#### AI駆動型デジタルマーケティング支援に向けた事業ポートフォリオ拡大加速

- AI駆動のプロダクトとオペレーションを強みとし、顧客のマーケティングを一気通貫で支援する高収益モデルへ
- 既存アセットを利用した資本効率及び収益性の最大化を図る

## AI活用による競争力強化

AI活用に向けた基盤を整理し、全社横断で付加価値を創出できる人材、組織力を強化  
個別プロダクトへAIを組み込むことで、他社には真似できない独自の価値と競争力を構築

### AI活用に向けた 基盤の整理

- 社内に蓄積してきたビッグデータの統合や、ナレッジのデジタル化を推進
- DX推進、AI推進チームを組成し、成功事例の共有や課題解決を横断的に行う体制を構築
- AI利用ガイドラインの策定や、リテラシー教育を実施

### 業務効率化

- 社内オペレーションシステム「FANCOMI AI」の開発 データパイプラインの整備
- 営業やオペレーション、バックオフィスの全領域にAIを活用し、全社横断的な自律化・高度化を推進し、オペレーションコストを最小化
- AIを活用し付加価値を創出できる人材の育成と、AI活用が標準化された文化の醸成

### 個別プロダクト への応用

- **投資ポイント 各プロダクトのAI活用定義を明確化し、事業成長を最大化する**
  - A8.net：運用・機能へAIを活用し、国内No.1のAI活用ASPへ進化させる
  - N-INE：デジタルマーケティングの工程をAIで再定義し、顧客成果の最大化と再現性を両立
  - FANCOMI AI：社内データと各サービスを接続し、オペレーションでの顧客価値提供を最大化

競争優位性の確立の軸となるグロースサークル戦略は、すべてのプロセスにAI活用をすることで実現可能性が飛躍的に向上する

## 競争優位性の確立

AIを最大限活用し、ID拡大と顧客単価向上を同時に実現する

## 顧客単価の向上

クロスセルによる複数商品の販売や料金のバンドル化や成果発生上昇により顧客単価が上昇する

FANCOMI AIによるデータ分析・商談分析  
AIエージェントによるオペレーションの自動化

## 顧客ID拡大×クロスセル

顧客IDとストック収益を拡大する

AI搭載顧客管理とFANCOMI AIによる  
営業効率最大化



## データ・ノウハウの蓄積

成功体験データや失敗データ等の  
あらゆるデータを蓄積する

サービスデータ・社内データ・商談データ・外部データ  
等様々なデータのパイプラインを整備。  
独自データベースを構築、AI活用をすることであらゆる  
オペレーションにおいて、業務効率化と顧客価値提供  
スピードを向上

## マッチング精度向上

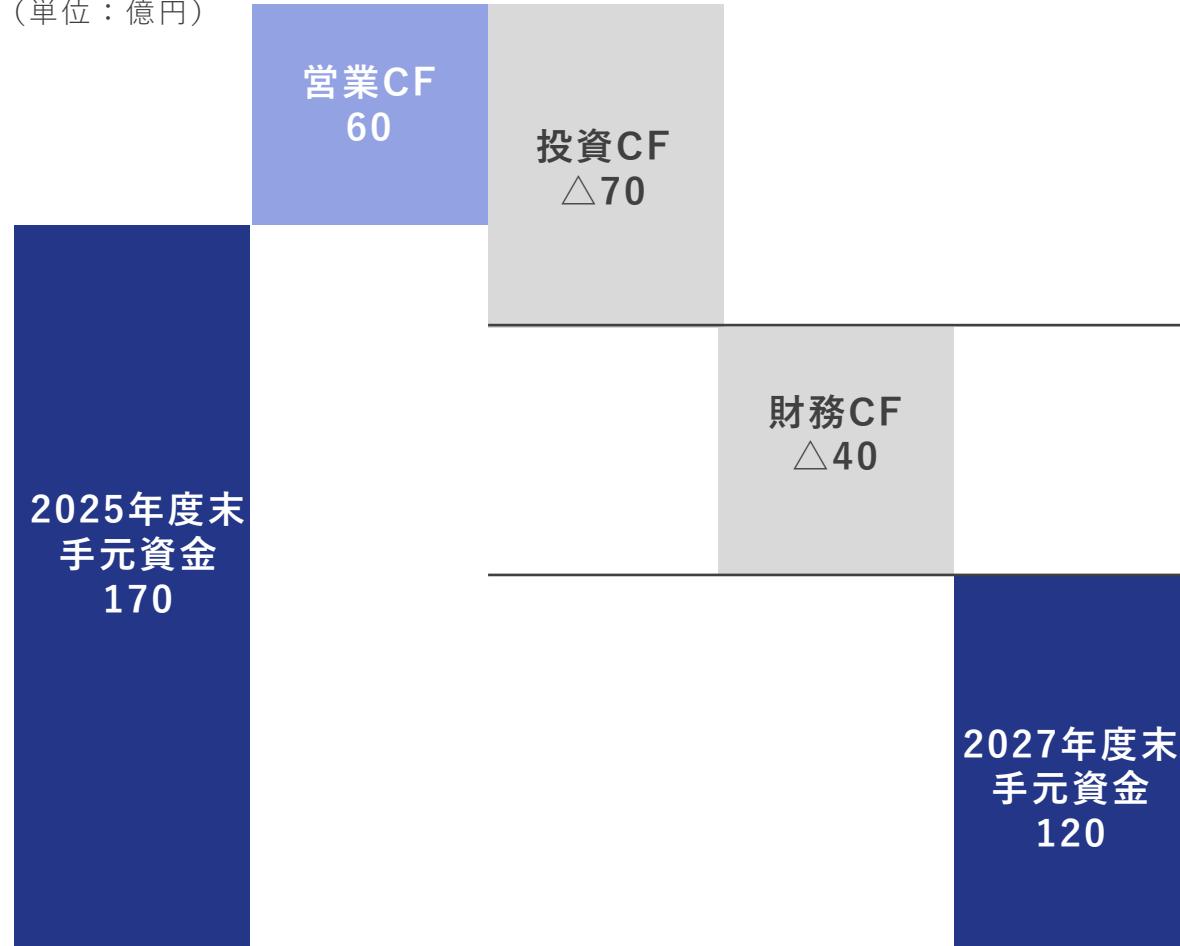
蓄積したデータを活用し、顧客の  
提供価値を高める

A8.netなど主力サービスへのAI機能提供  
AIエージェントによるパートナーの業務効率化  
やオペレーションの自動化

## ■ キャピタルアロケーション

2027年度ROE10%以上を目指し、既存事業の利益最大化のための投資、M&Aを軸にした成長投資の具体化、安定した株主還元をバランスよく実行していく計画

(単位：億円)



### ■ 事業構造革新に向けた積極投資

- **AI活用 + 社内事業への投資 (10億円)**
  - DX (AIツールなど)への投資
  - A8.net-AI活用や戦略事業への投資
- **M&A投資 (60億円)**
  - 資本コストを上回るリターンを生み出す投資対象に積極投資
  - 投資対象先が見つからない場合は「戦略的待機資金」とする

### ■ 株主還元の拡充と資本効率の追求

- 2027年度まではDOE8%程度をベースとする
- RS導入を目的とした自社株買いの実施
- 機動的な自社株買いの検討

### ■ 持続的成長を支える強固な財務流動性の確保

- **事業の運転資金 (40億円)**
  - 強固な財務基盤と与信を維持し、顧客からの信頼を堅持
  - メディアへの支払いサイクルの多様化も含め2ヶ月分を維持
- **戦略的待機資金 (80億円)**
  - 機動的なM&Aの実現や不測の事態に備えるための資金
  - 安全性と流動性を考慮した効率的な余資運用

## 既存アセットを核としたM&amp;A戦略

アセットである既存顧客3,000社とのシナジーを最大化できる領域をターゲットとし、顧客の価値提供範囲を広げながら、中長期での持続的成長へ繋げる

## ■ M&amp;A方針

## 基本方針

- 当社顧客やターゲットへの価値提供を加速させる投資先（デジタルマーケティング領域）を厳選
- ROE向上を目指せる投資先を厳選

## 投資規律

- 投資実行の可否は、資本コストや個別案件リスク・事業特性を反映した期待収益率（IRR）に基づき判断
- 目標IRRはカテゴリや事業フェーズにより変動。ただし、ROE向上への寄与を前提とし、IRR15%を投資判断の基準となるハードルレートとして設定

## ■ 具体的な方向性

| 投資テーマ      | 具体的なターゲット   | 期待シナジー  |
|------------|---|---|
| 既存事業の強化・深化 | <ul style="list-style-type: none"> <li>アフィリエイト関連企業</li> <li>インフルエンサー・マーケ企業</li> <li>会員化されているメディア企業</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客基盤の拡大</li> <li>アップセル・クロスセルによる収益最大化</li> </ul>  |
| デジマ領域の拡張   | <ul style="list-style-type: none"> <li>モール運用代行企業</li> <li>マーケティングツール企業</li> <li>AI関連企業</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>アップセル・クロスセルによる収益最大化</li> <li>デジタルマーケティング支援拡充による価値提供範囲の拡大</li> <li>AI活用による業務効率化及び高度化</li> </ul> |

# 05 ■ 2026年12月期 連結業績・配当予想

- ・ 連結業績予想
- ・ 配当方針変更／配当金額予想

AI浸透による市場環境の変化を成長の機会と捉え、投資を実行  
一部戦略事業の計画見直しを反映し、売上高9.9%増、営業利益10.9%増の増収増益を狙う

| (百万円)           | 25/12期<br>通期実績 | 26/12期<br>通期予想 | 増減率   |
|-----------------|----------------|----------------|-------|
| 売上高             | 7,096          | 7,800          | 9.9%  |
| 営業利益            | 1,965          | 2,180          | 10.9% |
| 経常利益            | 2,014          | 2,200          | 9.2%  |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 1,307          | 1,430          | 9.4%  |
| (1株当たり当期純利益)    | 19.74          | 21.57          | 9.3%  |

## ■ 配当方針変更／配当金額予想

2026年12月期より株主還元方針を変更し、株主資本配当率（DOE）8%を指標として導入  
業績変動に左右されない安定的な配当と、資本効率向上の両立を図る

## ■ 配当方針の変更

従来

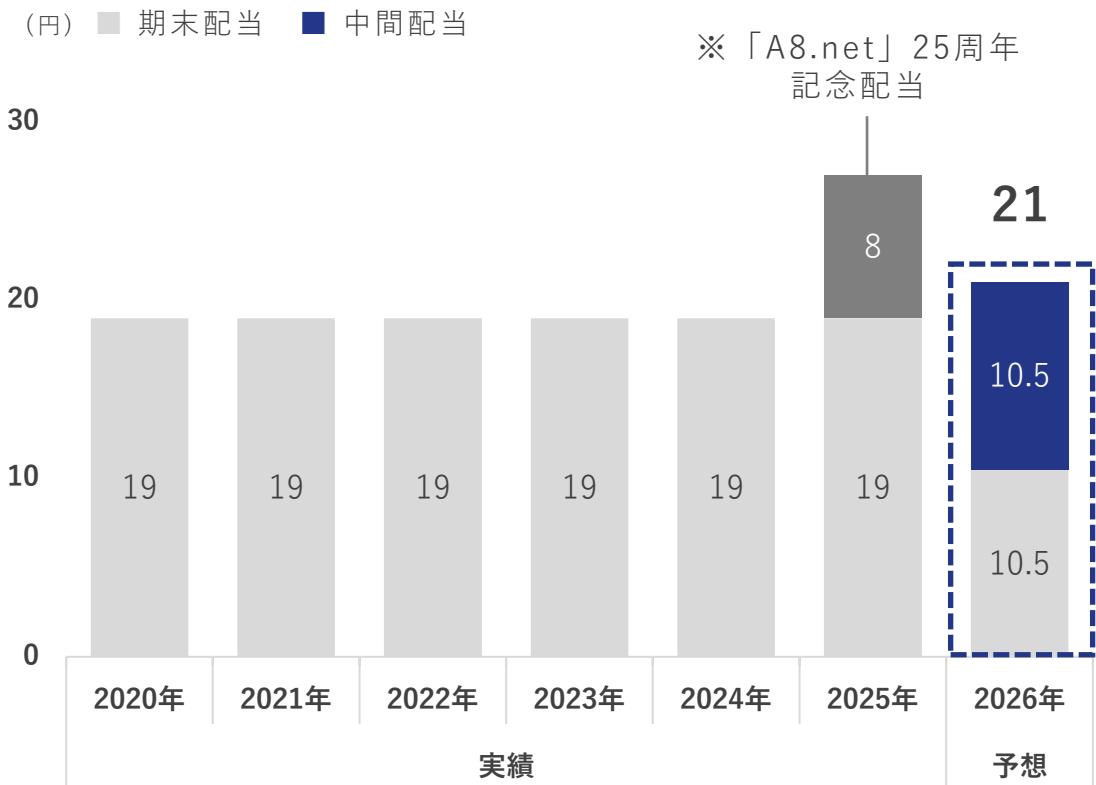
- 連結配当性向 50%程度を基準



新

- 配当基準としてDOEを導入
- 中間配当導入
- 2027年度まではDOE8%程度をベースとする

## ■ 1株当たり配当金額



# 05 :: 会社紹介

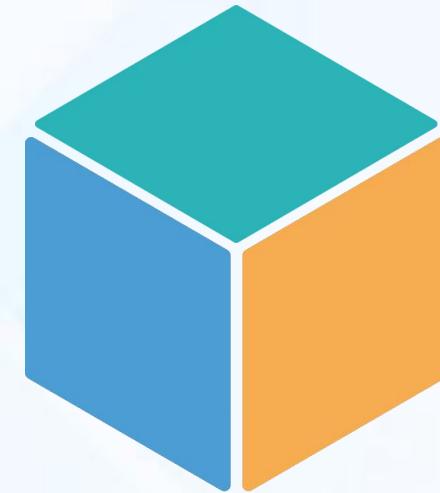
- 会社概要
- IR情報

## 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。

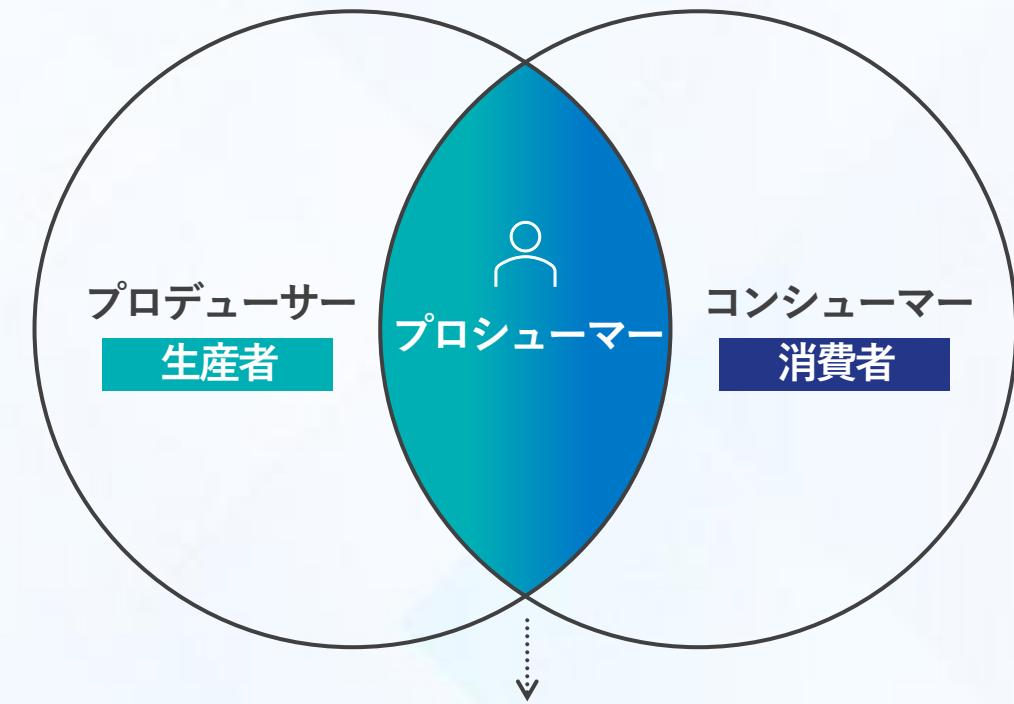
ウサギじゃなくても、カメのように。  
「コツコツと」一歩ずつ、着実に前進していきます。



# アドネットワーク・プロバイダーからプロシューマー支援企業へ

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。

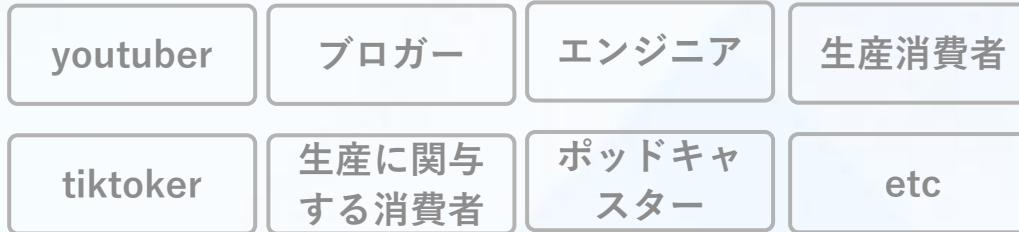
インターネットは個人や中小企業の発想（アイデア）や努力、作品を世界に広告したり情報発信するコストを大幅に下げました。インターネット上で新しい経済圏を作りやすくすることで、消費だけではなく生産や生産に関与するプロシューマーがもっと増える仕組みをこれからも当社はつくっていきます。



## プロシューマー・ハピネス

= 私たちが向かう場所「ビジョン」

## 2つのハピネスの両立を支援し、プロシユーマーと共に創していく



### 2つのハピネスを最大化

= 私たちが定義する「ハピネス」

FANCOMIは、インターネット上で「**新しい価値**」をつくること、そして「**新しい価値**」を生み出すプロシユーマーを応援することに取り組んできました。

インターネットの登場から30年、世界はより複雑で多様化しています。

プロシユーマーが新しい価値を創出し**拡大する**には、「**デジタルマーケティング**」の活用が欠かせません。

FANCOMIは、その「デジタルマーケティング」をもっと簡単にできる環境を整え、**プロシューマーと共に創**し、より豊かな社会の実現を目指します。

## LINE公式アカウント

IR情報やPRニュースをタイムリーにお届けします  
是非ご登録ください



## 中期経営計画資料の刷新

(リンク先)

中期経営計画の一部見直しについて

## 今後のIRイベントスケジュール

- 2026/02/26 グロース・キャピタル主催「Growth IR Seminar」
- 2026/03/18 日本証券新聞社「個人投資家向けIRセミナー（福岡）」

※諸般の事情により、本イベントの開催を延期または中止させていただく場合がございます。  
最新の状況につきましては、当社IRサイトにて随時ご案内いたします。

|         |  |
|---------|--|
| 会社名     | 株式会社ファンコミュニケーションズ<br>(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     | 11億8,956万円(2025年12月31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333名 (2025年12月31日現在※アルバイト・派遣社員含む)<br>グループ合計373名 (2025年12月31日現在※アルバイト・派遣社員含む) |
| 本社所在地   | 〒150-0002<br>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   |



# 06 :: 參考資料

- 中期經營計劃概要

FANCOMIは、アドネットワークプロバイダーからプロシューマー支援企業へ進化する

### ビジョン

**プロシューマー・ハピネス**  
外的ハピネス（物理的欲求）と  
内的ハピネス（精神的欲求）の両立

### 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

アドネットワークプロバイダー

2024年～

プロシューマー支援企業



A8.netやアドネットワークの  
エコシステムを通じて、  
集客とマネタイズの支援を実施

売上高が減少傾向に



集客ソリューションと  
集客前後のサービス群  
を顧客に提供



成功事例・失敗事例を蓄積  
(見える化/データ化)し、  
最適化（仕組み化/AI活用）



デジタルマーケティング領域  
に特化し、顧客の事業成長を  
一気通貫で支援する

デジタルマーケティングソリューション施策でV字回復を目指す

第2創業期

## 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



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

月額利用料 + 成果報酬

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

競合

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

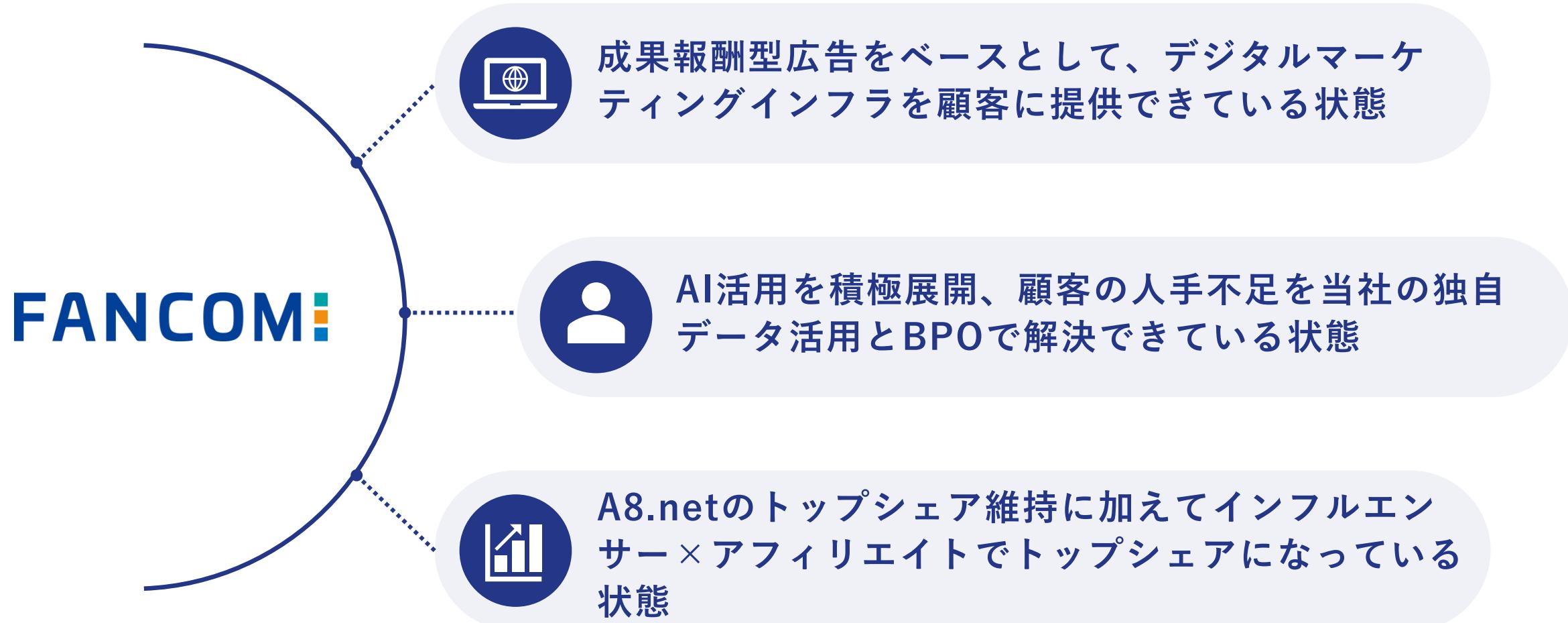
2027年市場規模  
アフィリエイト市場 5,800億  
インフルエンサーマーケ市場 1,300億

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)

プロシューマー支援企業への通過点として、**SMB向けデジタルマーケティングソリューション分野の新たなマーケットリーダーへ**

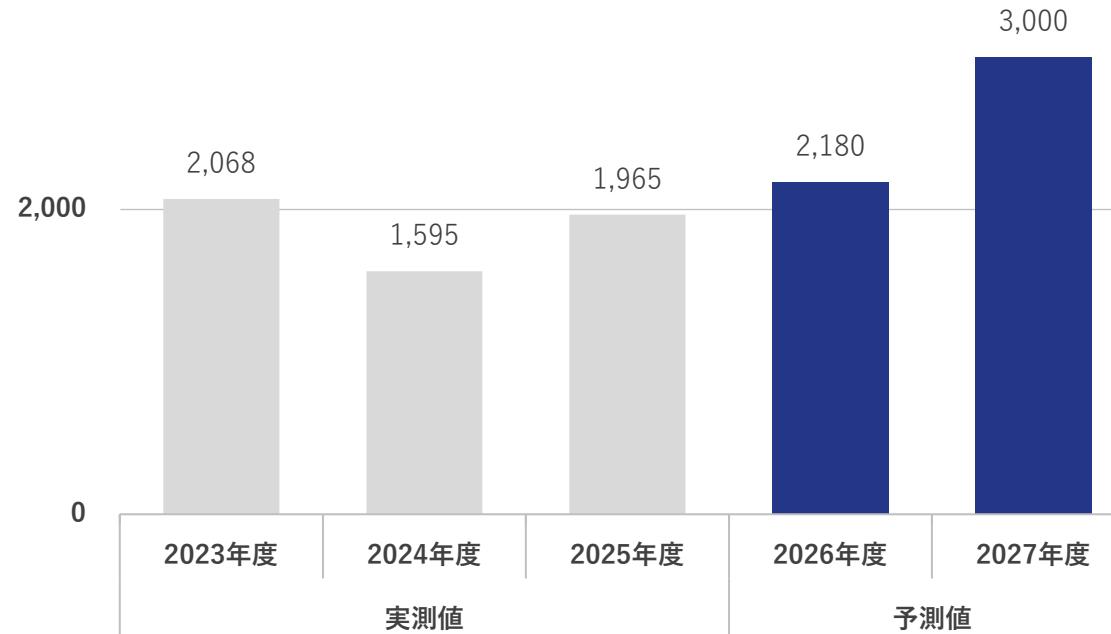


営業利益30億 ROE10%以上を目指す

■ 営業利益 数値

(百万円)

4,000



■ 自己資本当期純利益率【ROE】年度末数値

20%

10%

0%

6.9%

7.9%

7.4%

8.2%

11.4%



- 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に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關しましては、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ないようにお願いいたします。

■ 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@fancs.com](mailto:ir-info@fancs.com)