



2026年12月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社ファンコミュニケーションズ（証券コード2461）
2026年8月10日

Agenda

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 2026年12月期 第2四半期 連結業績概要
- 03 事業別の概要と重点指標
- 04 FY25-27中期経営計画取り下げについて
- 05 成長戦略について
- 06 会社紹介

01 ■ エグゼクティブサマリー

- 通期業績予想の修正と中期経営計画取り下げについて
- 第2四半期トピックス
- 業績ハイライト
- FY26通期業績予想の修正
- FY26業績予想に対する進捗率
- M&A・配当方針の進捗

■ 通期業績予想の修正と中期経営計画取り下げについて

第2四半期は、CPAソリューション事業、戦略事業ともに計画を下回り減益。これを受け、通期業績予想の修正と中期経営計画の取り下げを決定。

1. 上期実績	売上高3,434百万円（前年同期比△5.8%）、営業利益489百万円（同△54.0%） 戦略事業売上高は同+45.1%と成長を継続しているが計画からは遅れている
2. 通期業績予想の修正	FY26業績予想 営業利益 2,180 → 1,201百万円（△44.9%）
3. 中計数値目標の取り下げ	FY27営業利益30億円・ROE10%以上を取り下げ FY27の新たな数値目標は本決算発表時（2027年2月予定）に提示
4. 変えないこと	基本方針・成長戦略／配当方針（FY27までDOE8%程度）／M＆A方針

注力項目における主要なトピック

事業関連	- インフルエンサーマーケティング事業の運営をしている株式会社レイリーがグループイン。WANDとの連携強化 - A8.net “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” 16年連続1位受賞 - N-INE LINEヤフー社「Technology Partner LINEミニアプリ部門」認定 - ファンコミグローバル運営アプリ合計MAU50万突破
AI/DX関連	- A8.netのメディアと広告主のマッチングにおけるAI活用の検証 成果上昇 - 顧客向けA8.net周辺システムや社内運用業務アプリをAI駆動開発。クリエイティブ生成などの運用業務の効率化 - 全社の顧客管理システムが5月運用開始。顧客課題の深掘り、クロスセル提案基盤構築 - バックオフィスのAX推進に着手 - DX人材育成に向け、スキルレベルなどの定義・整備
資本政策	- 中間配当は予想通り「1株あたり10.5円」で実施 - M & AのDD件数は大幅に増加。前四半期比2倍

取扱高△10.8%・売上高△5.8%・営業利益△54.0%と大幅な減益。CPA減収の一方、戦略事業売上高は前年同期比+45.1%と成長を継続しており、構造転換への対応を加速する。

(百万円)	連結全体		CPAソリューション事業		戦略事業	
	金額	前年同期比	金額	前年同期比	金額	前年同期比
取扱高	11,751	△10.8%	10,728	△12.9%	1,023	18.4%
売上高	3,434	△5.8%	2,480	△17.0%	953	45.1%
営業利益	489	△54.0%	1,613	△19.8%	△472	—%

※CPAソリューション事業・戦略事業の営業利益はセグメント利益

2026年12月期の通期業績予想を下記のとおり修正。CPA事業の事業構造変化への対応および先行投資中の戦略事業の収益化時期の遅れを見込むため。

(百万円)	前回予想 (A)	今回修正予想 (B)	増減額 (B - A)	増減率
売上高	7,800	7,330	△470	△6.0%
営業利益	2,180	1,201	△979	△44.9%
経常利益	2,200	1,181	△1,019	△46.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,430	687	△743	△52.0%
(1株当たり当期純利益)	21.57	10.44	△11.13	△51.6%

■ FY26業績予想に対する進捗率

修正後予想に対する営業利益進捗率は40.8%。下期はCPA事業の構造変化への投資、戦略事業の投資配分最適化を実施。インフルエンサー事業は成長基調のため積極展開し計画達成を目指す。

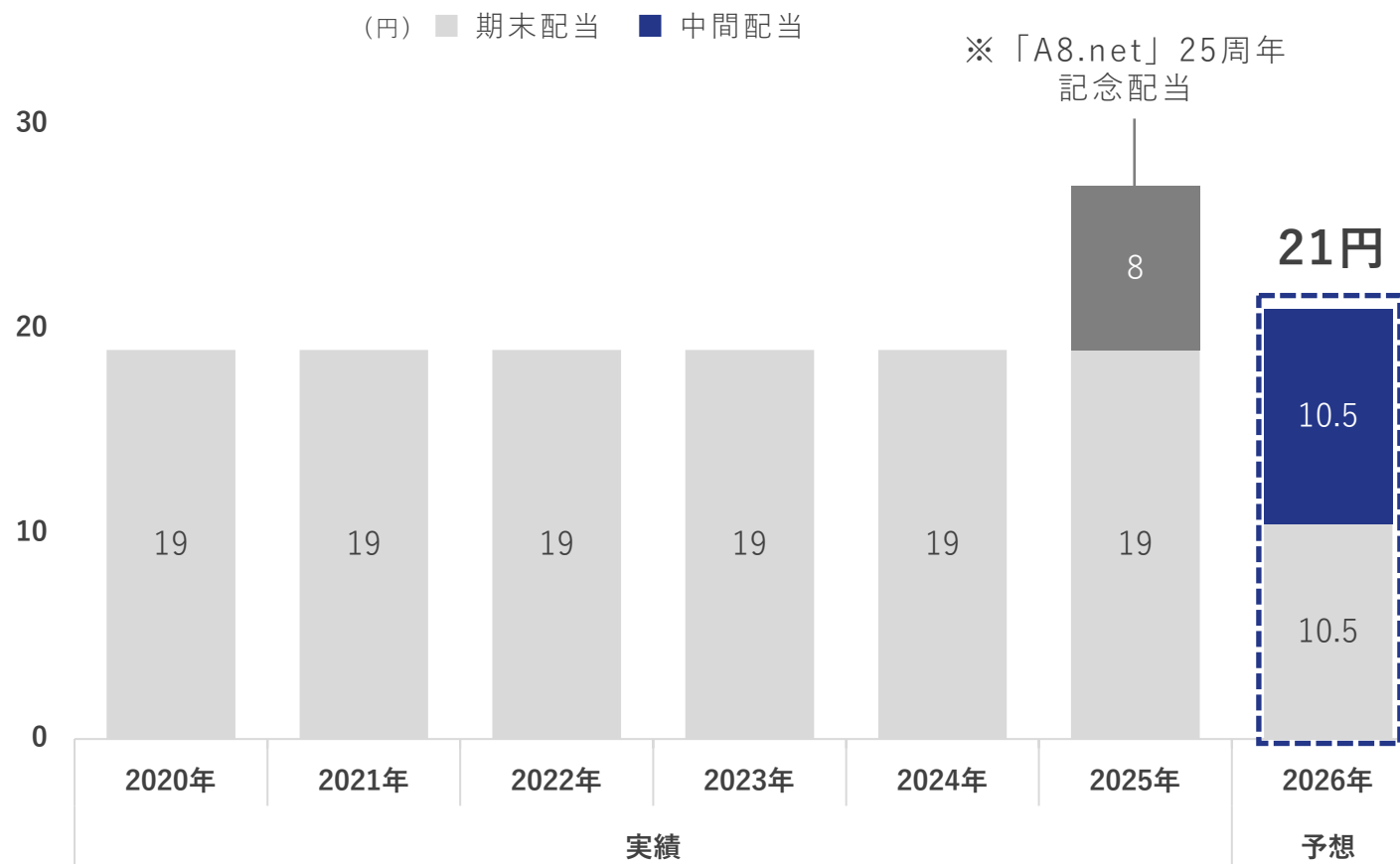
(百万円)	26/12期 通期予想	26/12期 第2四半期実績	進捗率
売上高	7,330	3,434	46.9%
営業利益	1,201	489	40.8%
経常利益	1,181	459	38.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	687	198	28.9%
(1株当たり当期純利益)	10.44	3.01	28.8%

M & Aは、パイプライン拡充中。2 Qは2 件のM & Aを実施。配当は、中間配当・期末配当あわせて21 円予想。FY27まで株主資本配当率（DOE）8%程度は変更なし。

■ M&A 動き



■ 1株当たり配当金額



02 ■ 2026年12月期 第2四半期 連結業績概要

- P/L（第2四半期累計）
- 営業利益増減要因分析（第2四半期累計）
- [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

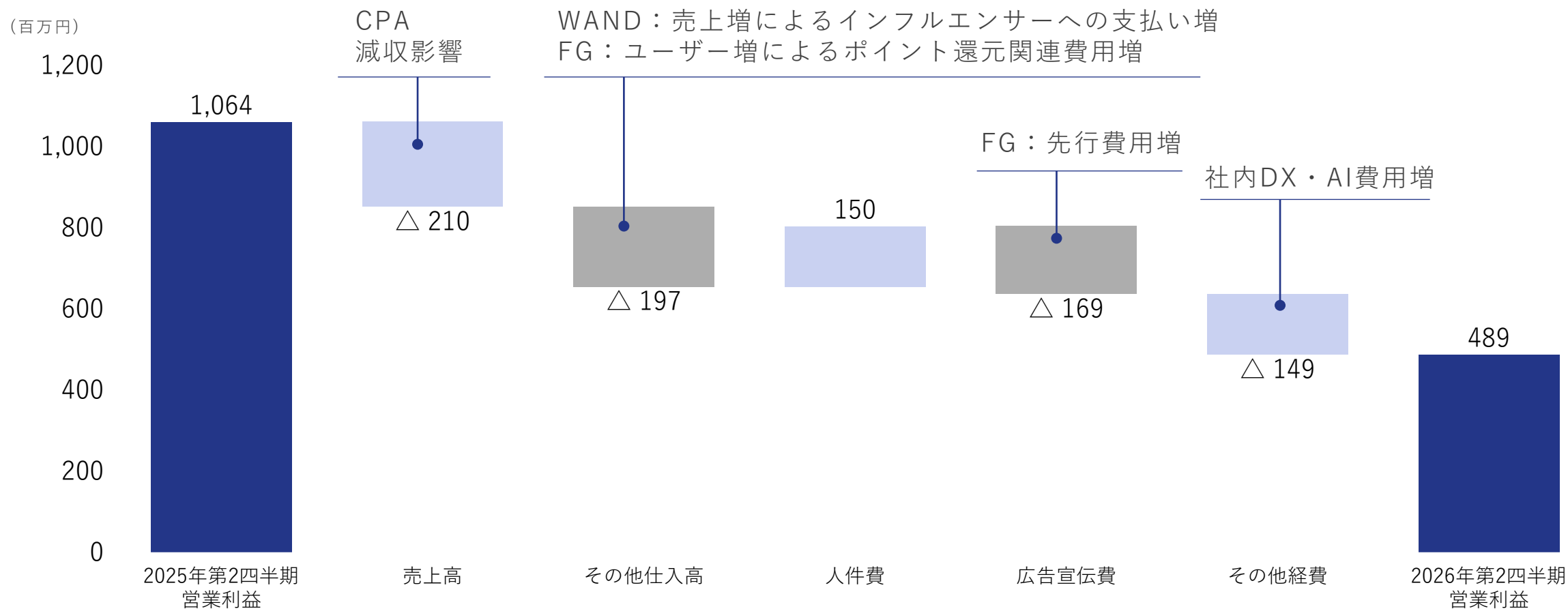
CPAソリューション事業の減収減益、ファンコミグロバルの広告宣伝費投下および社内DX推進に伴う費用の増加により営業利益は減益。投資事業組合運用損の計上により経常利益も減少。

(百万円)	25/12期 第2四半期実績	26/12期 第2四半期実績	前年同期比	
			増減額	増減率
取扱高	13,181	11,751	△1,429	△10.8%
売上高	3,644	3,434	△210	△5.8%
営業利益	1,064	489	△575	△54.0%
(取扱高営業利益率)	8.1%	4.2%	—	—
経常利益	1,047	459	△588	△56.1%
親会社株主に帰属する中間純利益	693	198	△495	△71.3%
(取扱高中間純利益率)	5.3%	1.7%	—	—

※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。

営業利益増減要因分析（第2四半期累計）

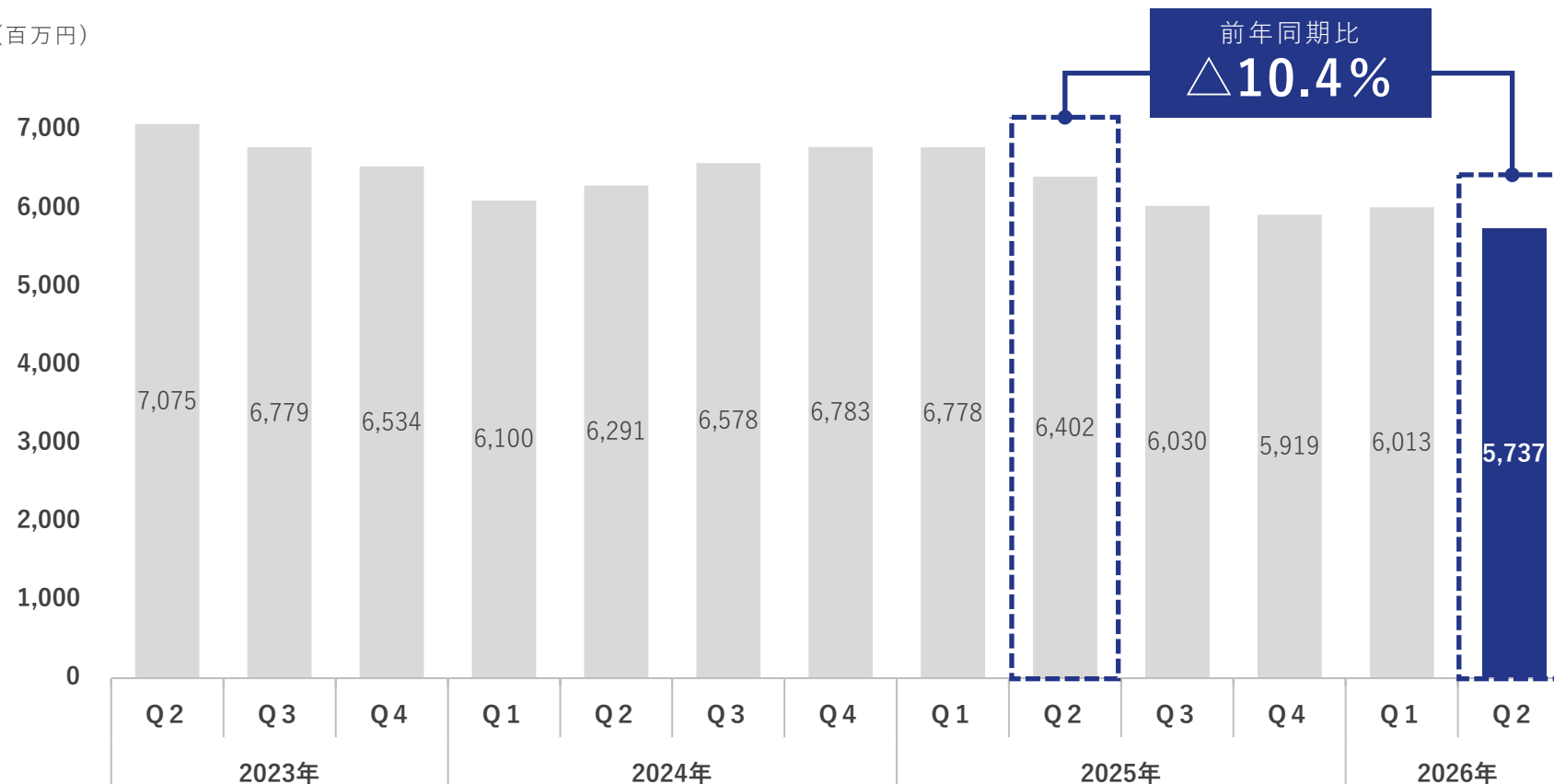
CPA減収、広告宣伝費増加、社内DX推進に伴う費用の増加が減益要因となった一方、人件費はAI活用や組織再編によるリソース再配分を推進し減少。



取扱高は前年同期比△10.4％、前四半期比では△4.6％

■ 取扱高の推移

（百万円）



■ 2026年12月期第2四半期実績

全体

5,737 百万円

前年同期比 △10.4%

前四半期比 △4.6%

※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にて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。

売上高は前年同期比△4.9%、前四半期比では△1.9%

■ 売上高の推移

(百万円)

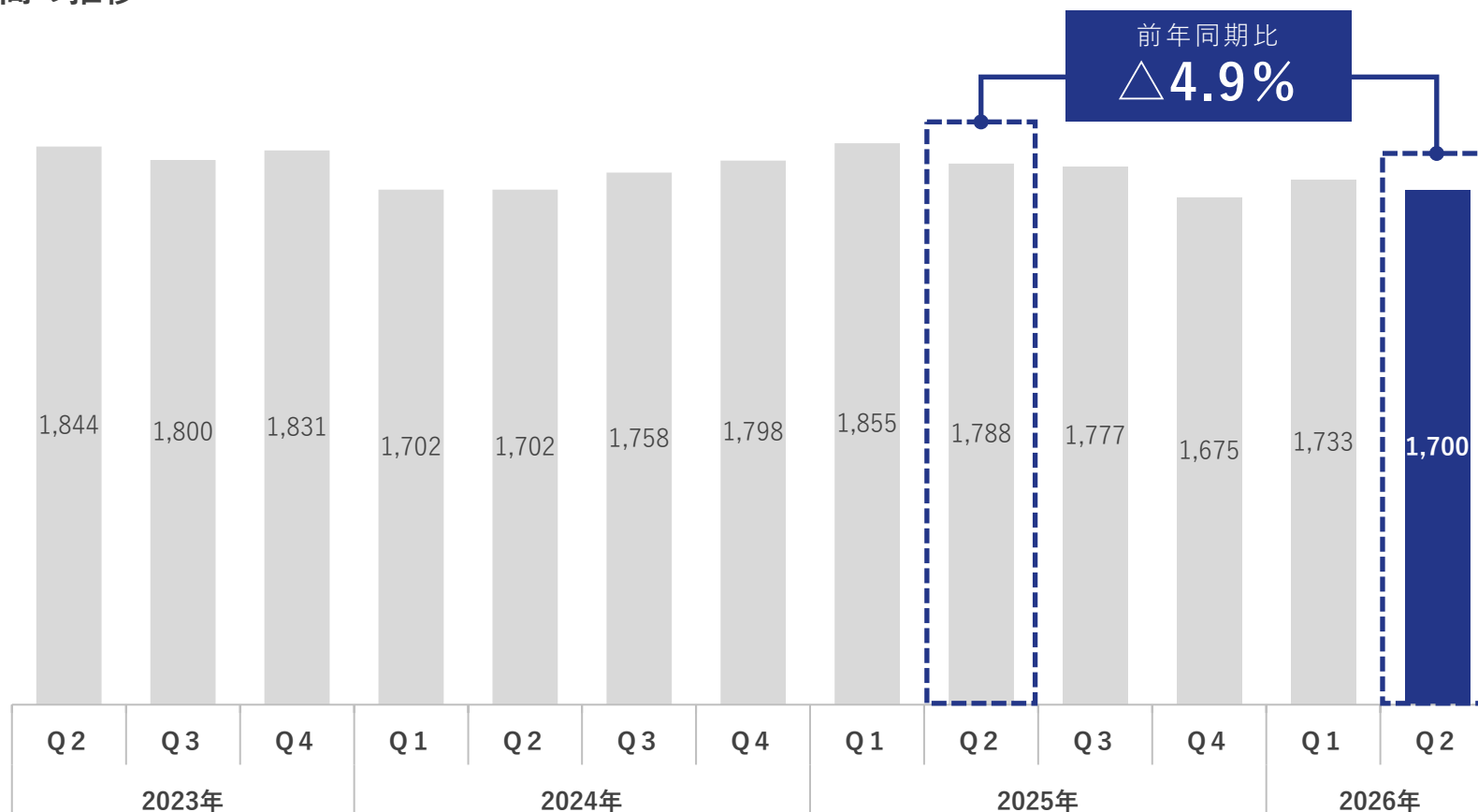
2,000

1,500

1,000

500

0



■ 2026年12月期第2四半期実績

全体

1,700 百万円

前年同期比 △4.9%

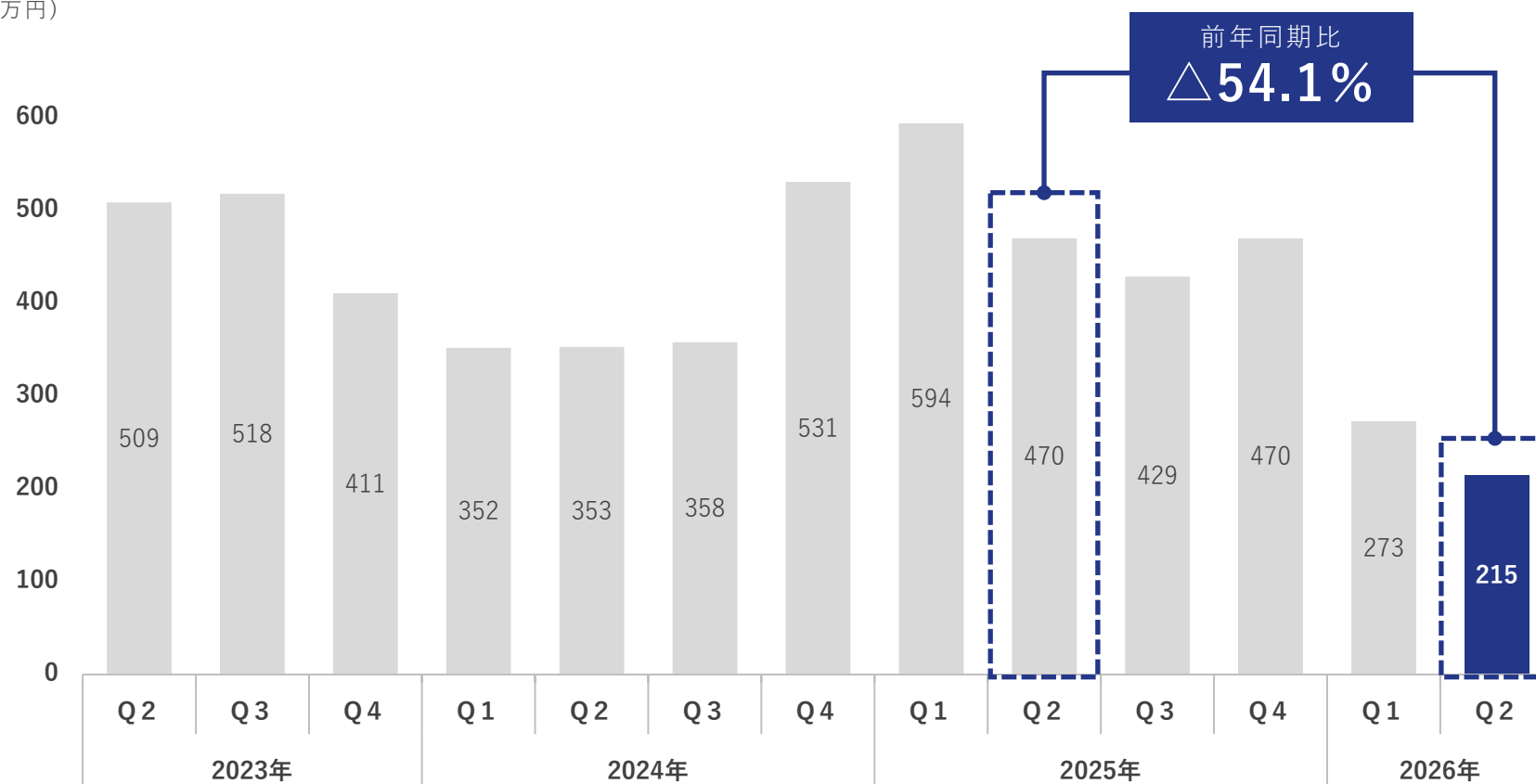
前四半期比 △1.9%

■ 営業利益（四半期推移）

営業利益は前年同期比△54.1%、前四半期比では△21.2%

■ 営業利益の推移

(百万円)



■ 2026年12月期第2四半期実績

全体

215百万円

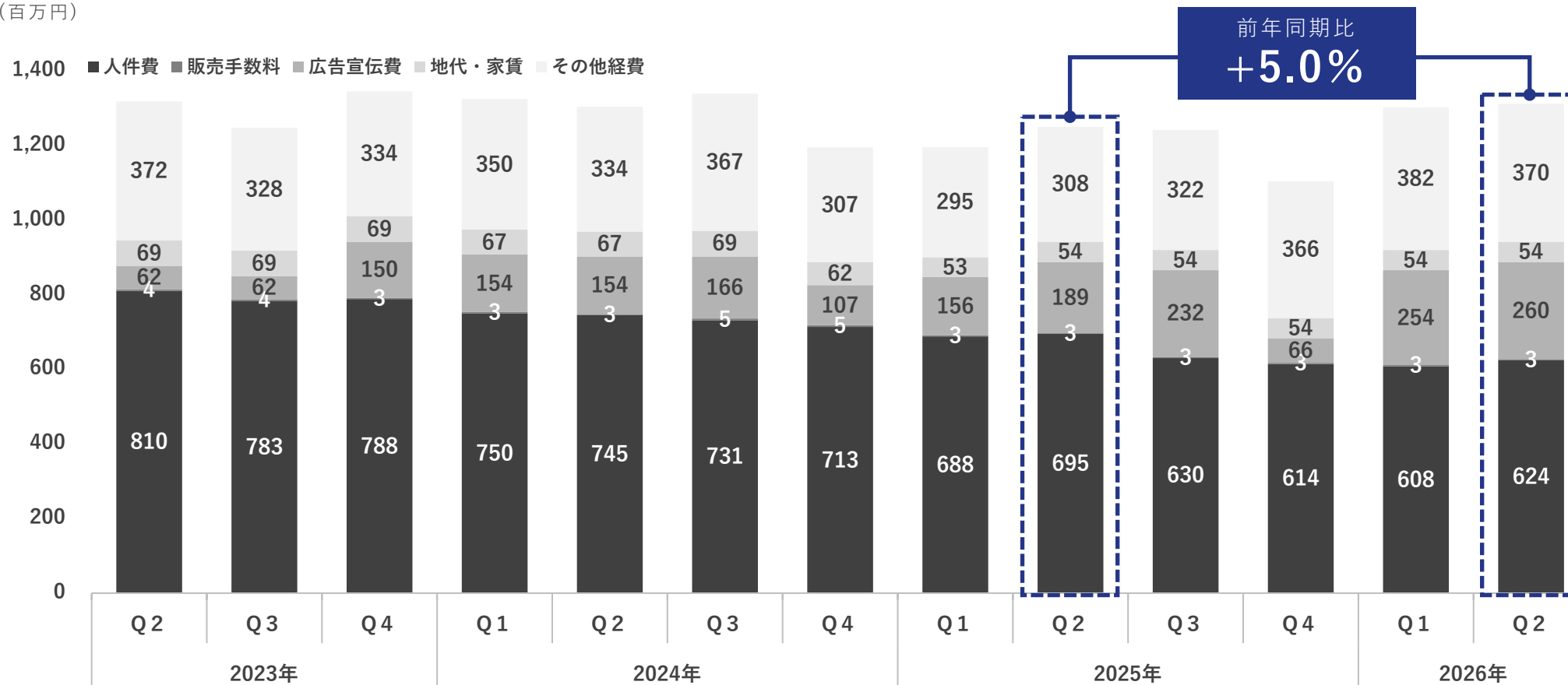
前年同期比 △54.1%

前四半期比 △21.2%

■ 主要費用項目の内訳（四半期推移）

前年同期比+5.0%、前四半期比では+0.8% 新卒社員入社により前四半期比で人件費は微増。

(百万円)



※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

期末配当の支払いと自己株取得、および公社債の取得により現預金と純資産が減少した一方で、公社債取得に伴い投資その他の資産が増加。株主への利益還元と資産運用の最適化を並行して推進。

(百万円)		25/12期 期末	26/12期 第2四半期末	前期末比	
				増減額	増減率
資 産	流動資産	17,957	15,261	△2,695	△15.0%
	現金及び預金	14,694	12,125	△2,569	△17.5%
	固定資産	4,969	5,974	+ 1,004	+ 20.2%
	有形固定資産	70	65	△4	△6.7%
	無形固定資産	862	917	+55	+6.4%
	投資その他の資産	4,036	4,990	+953	+23.6%
	合計	22,927	21,235	△1,691	△7.4%
負債及び 純資産	負債	5,347	4,969	△377	△7.1%
	純資産	17,580	16,266	△1,313	△7.5%
	合計	22,927	21,235	△1,691	△7.4%

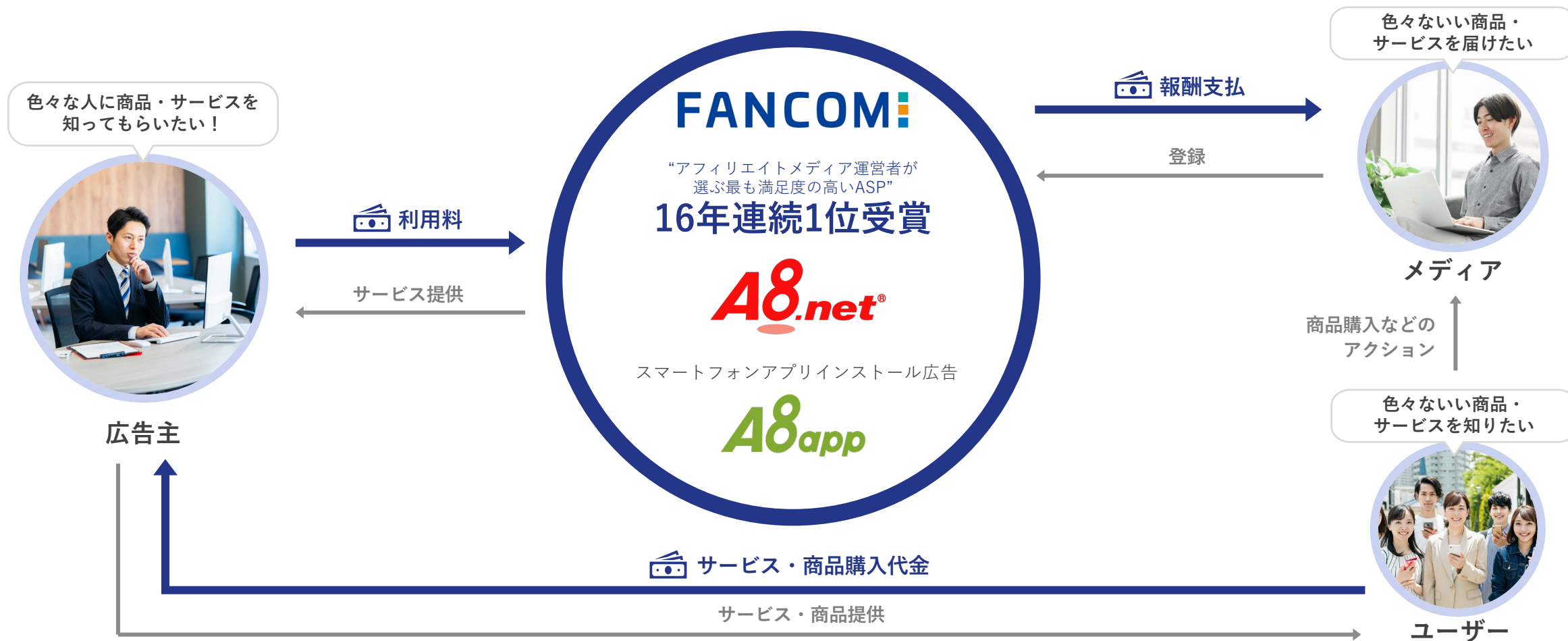
03 ■ 事業別の概要と重点指標

- CPAソリューション事業
- 戦略事業
- FY26重点指標

CPAソリューション事業 概要

圧倒的ブランド力を武器に強固な顧客基盤を構築。

広告主数約3,000社、メディア約360万の日本最大級のアフィリエイトネットワーク。



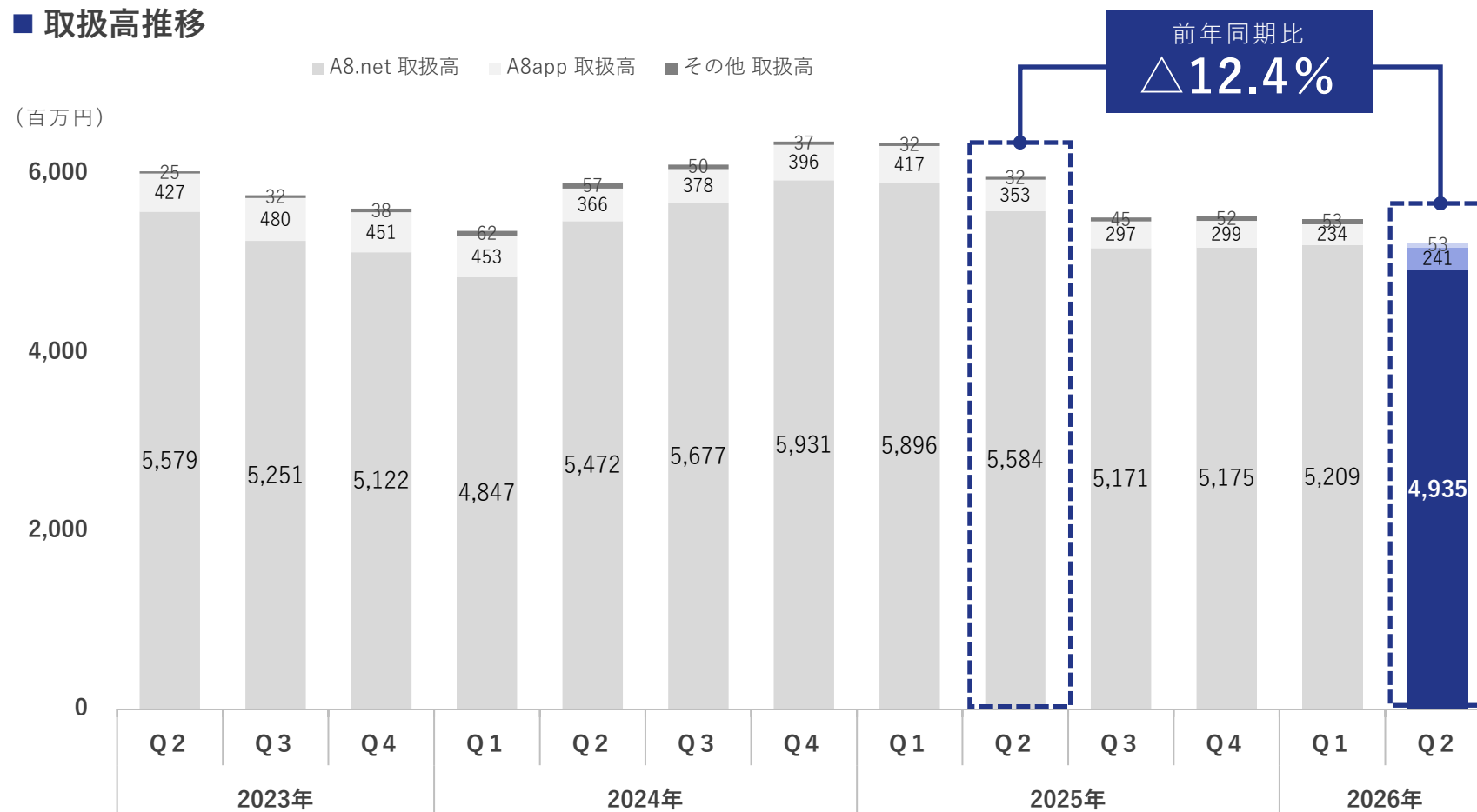
※アフィリエイトマーケティング協会

【アフィリエイト・プログラムに関する意識調査2026年】有効回答数991件

CPAソリューション事業 取扱高(四半期推移)

取扱高は前年同期比△12.4%。FY24 2Q～FY25にかけて伸長していた広告主数社の予算縮小・見直しの影響が継続。

取扱高推移



2026年12月期第2四半期実績

全体
5,230百万円

前年同期比 △12.4%

前四半期比 △4.9%

A8.net
4,935百万円

前年同期比 △11.6%

前四半期比 △5.2%

A8app
241百万円

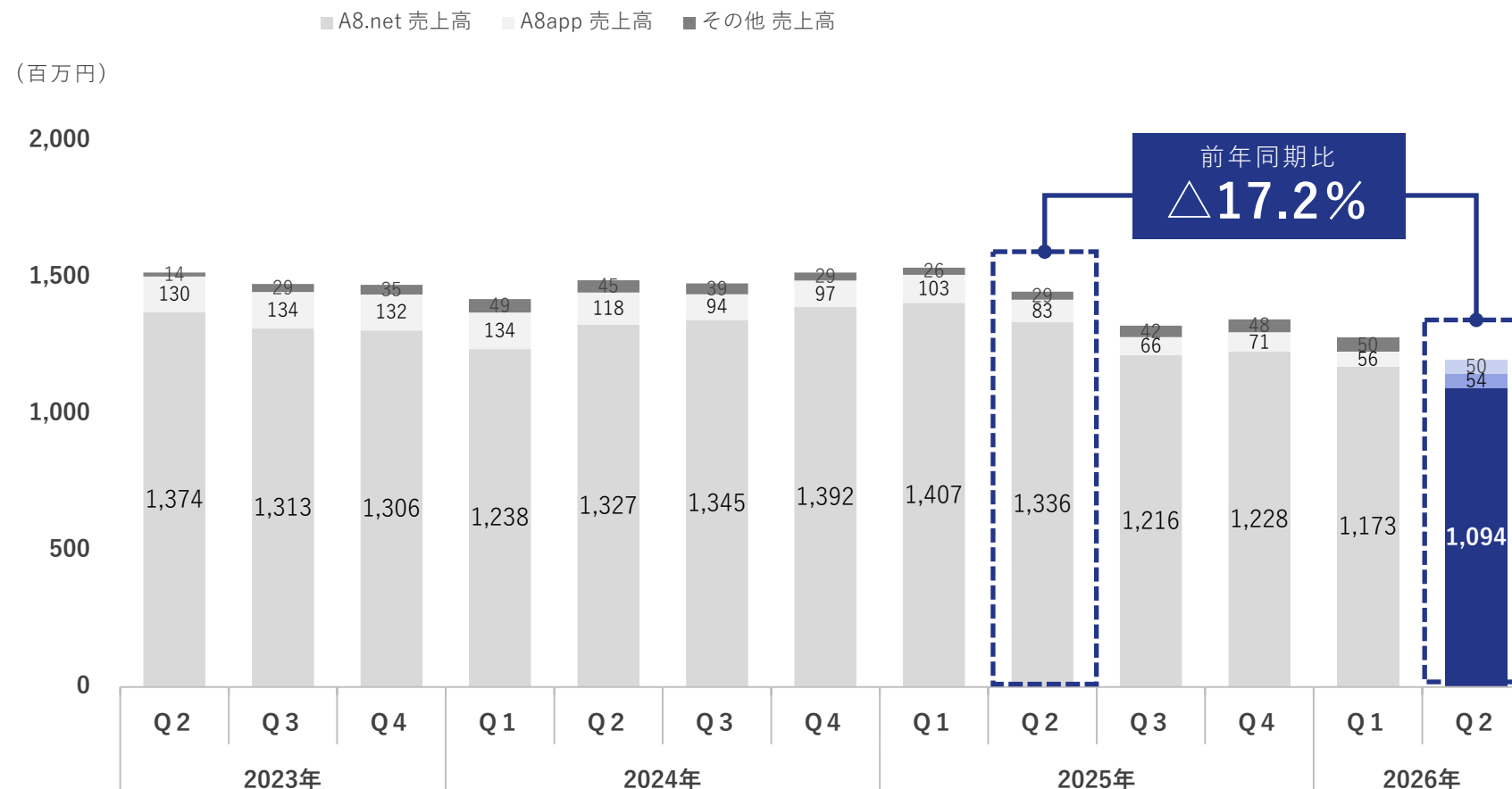
前年同期比 △31.7%

前四半期比 +2.8%

CPAソリューション事業 売上高(四半期推移)

売上高は前年同期比△17.2% 取扱高と同様のトレンドで推移。

売上高推移



2026年12月期第2四半期実績

全体

1,199百万円

前年同期比 △17.2%

前四半期比 △6.3%

A8.net

1,094百万円

前年同期比 △18.1%

前四半期比 △6.7%

A8app

54百万円

前年同期比 △35.0%

前四半期比 △4.6%

■ CPAソリューション事業 第2四半期トピックス

下期以降は、構造変化に対応するための営業とプロダクトへ投資を強化。
成果発生する広告主とメディアのID数が、純増トレンドになることが変化対応のポイント。

■ 売上総利益率（社内管理用数値）

22.5%

前年同期比 △1.5pt

前四半期比 △0.4pt

■ 営業利益率（社内管理用数値）

10.1%

前年同期比 △2.2pt

前四半期比 △1.0pt

※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2四半期トピックス

【2Qポイント】

- ・ 受注広告主数は予算比102.2%まで回復。一方、新規稼働は87.0%と未達。4Qで稼働広告主純増目標
- ・ カテゴリ別コンサルティングは引き続き好調、複数カテゴリで前年比・前四半期比とも売上上昇

【3Q以降のポイント】

- ・ デジタルマーケティング課題→複数商品をベースとしたソリューション営業転換への投資
- ・ SEOメディア低下に伴い、新しいチャネル（SNSなど）経由のメディア開拓、育成、ソリューションへの投資
- ・ AIを活用し、アフィリエイト運用におけるエージェント化への投資

構造変化の内容について

構造変化の内容は検索流入メディアのトラフィック減・稼働減 それに伴う売上総利益率の低下
一方、新しい機会は増大。新しいチャネル・メディアへの投資実行。

構造変化の内容

SEOメディア
のトラフィック減

テールSEO
メディア
の稼働減

アフィリエイトにおける新たな機会

SNS
アフィリエイト
メディア

オフライン
コンバージョン
成果での運用

メディアのAI活用
による
コンテンツ増

生成AIサービス
経由の
新たな集客モデル

検証・投資

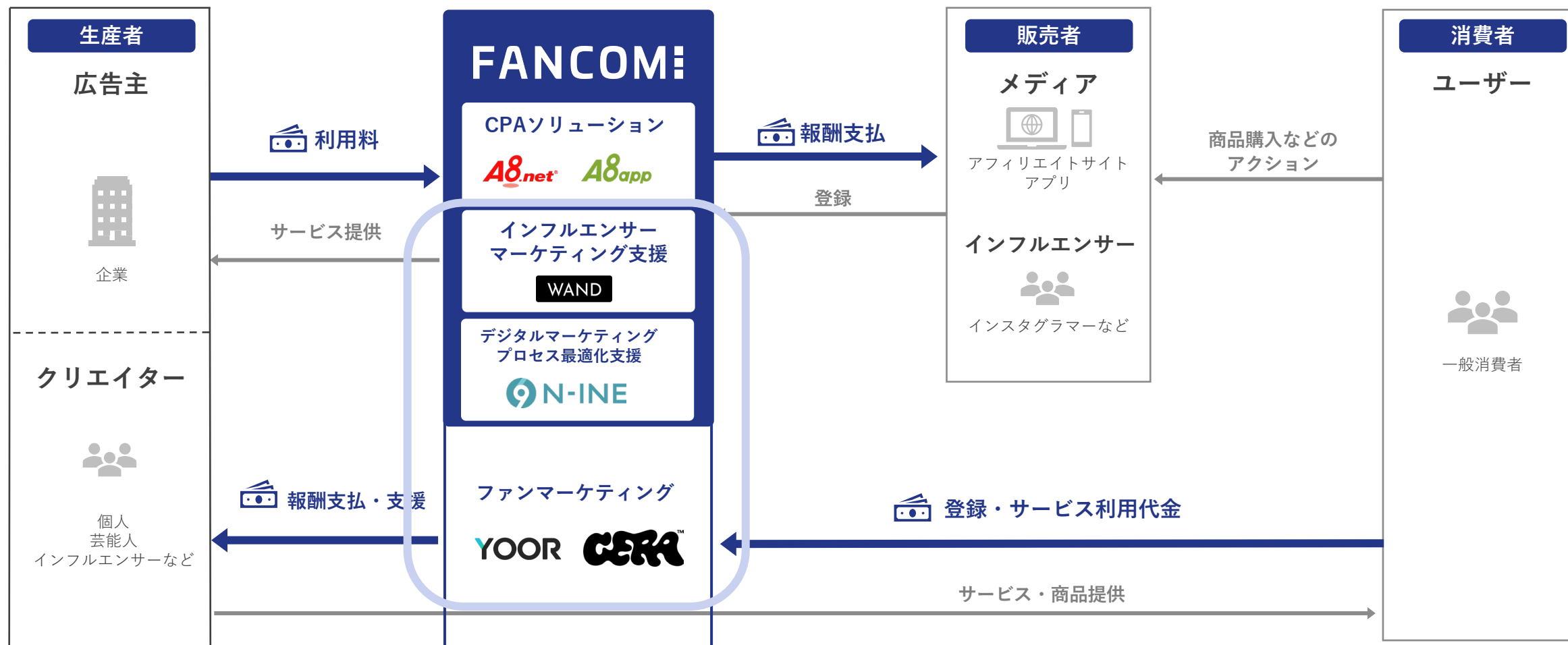
新チャネルメディアの
開拓・育成

AI活用/AI対策支援検証

新チャネルメディア向け
プロダクト検証

■ 戦略事業の取り組んでいる分野

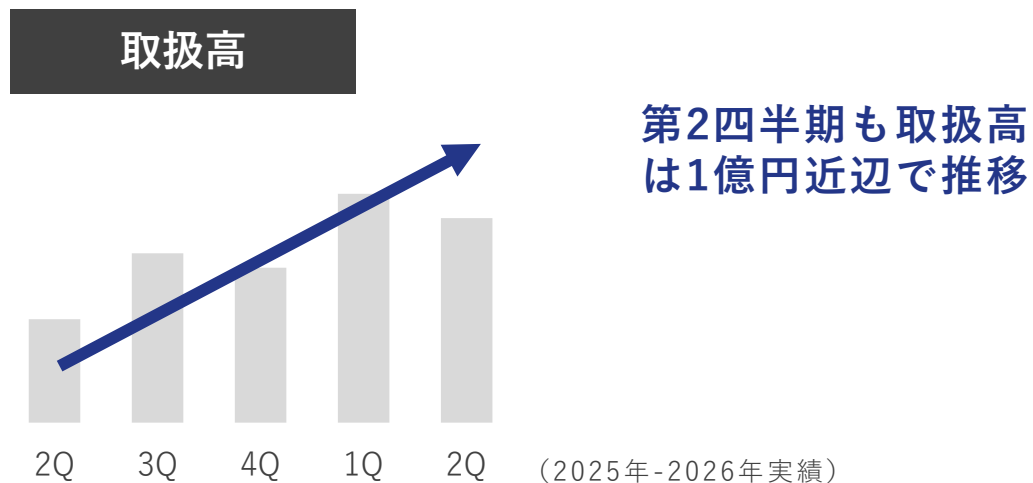
約3,000社の広告主と約360万メディアからなる強固な顧客基盤を土台に、顧客ニーズに対応したインフルエンサーマーケティング支援などの周辺領域への事業拡張・投資を推進。



【WAND】 四半期取扱高は1億円弱で高水準を維持、新規案件の寄与で平均取扱高は上昇基調。

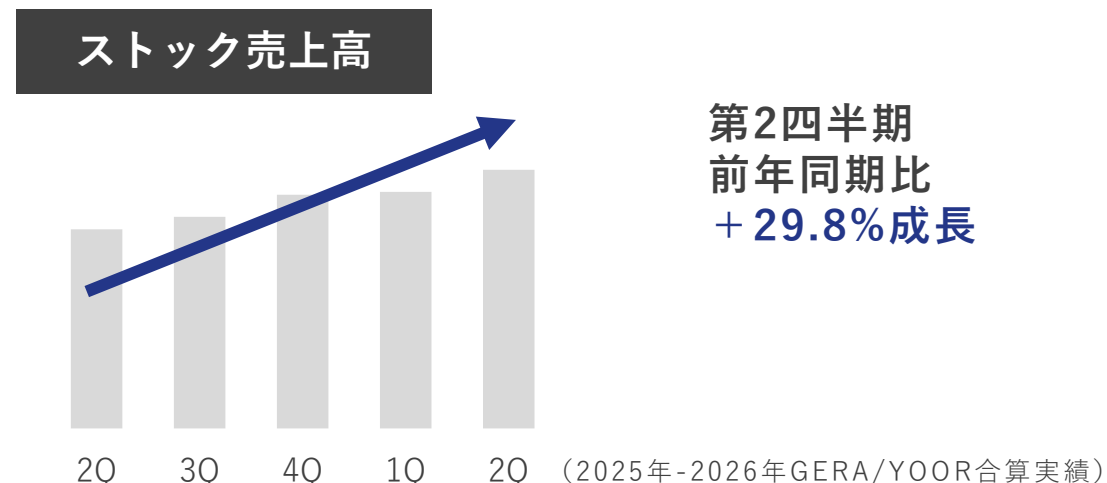
【GERA/YOOR】 ストック売上高が四半期で過去最高を更新、前年同期比+29.8%と好調に推移。

【WAND】 インフルエンサーマーケティング支援



- インフルエンサーキャスティングサービスLUMOSの顧客数増加で下期も拡大基調
- アフィリエイトサービスNOXも広告主数・掲載数が拡大継続中
- 両サービスとも月額プランを設計し、ストック売上比率の向上を計画

【GERA/YOOR】 ファンマーケティング支援



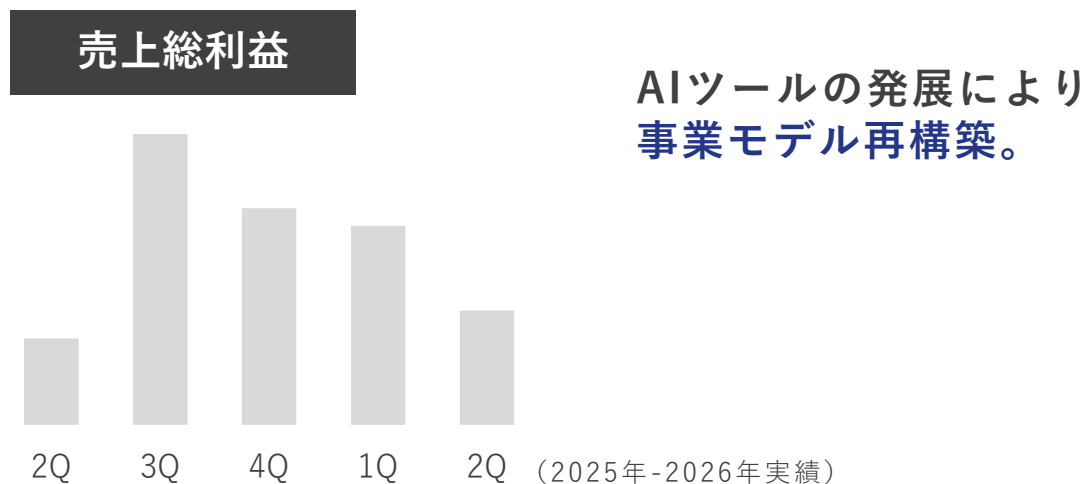
- GERAは番組ラインナップ拡充でメンバーシップ売上が過去最高
- YouTube協業領域を強化（秋元杏月Ch）
- オンラインサロンYOORは単体黒字継続

※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

【N-INE】エンタメ向けLINEミニアプリソリューションは好調。デジマ最適化支援に課題。

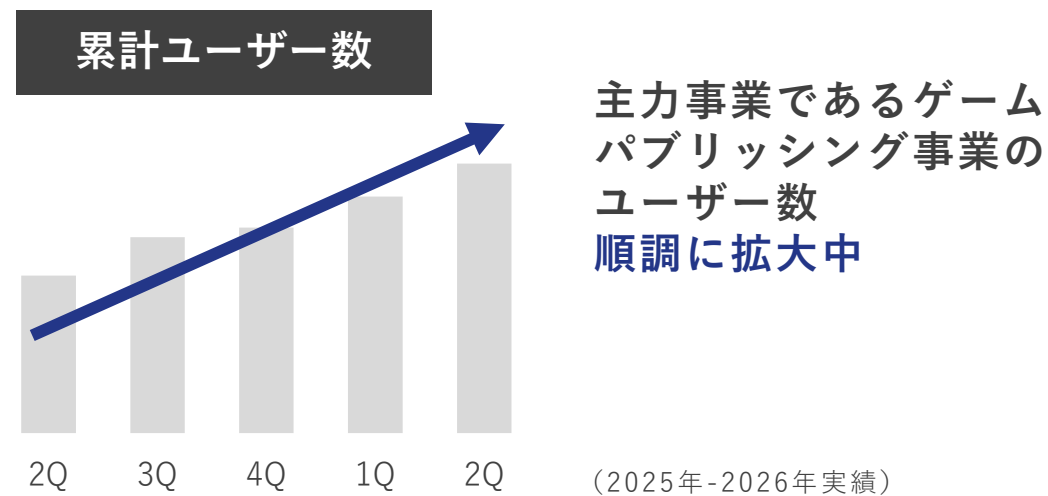
【ファンコミグローバル】想定よりもユーザー獲得が進む一方、原価構造の改善が課題。

【N-INE】デジマプロセス最適化支援



- ・ ツール営業からソリューション営業への転換中
- ・ LINEをベースとしたCRM開発投資を継続
- ・ LP制作や広告運用のAI活用課題があり改善中
- ・ LINEミニアプリは、エンタメ顧客への提供がさらに加速し認定パートナー取得

【ファンコミグローバル】



- ・ ゲームパブリッシング事業は、ポイント交換先の拡充で原価構造の改善に着手
- ・ リリースしているゲーム全アプリの合計で50万MAUを突破。前年比5倍超。
- ・ 推し活アプリ【JKファンダム】韓国バーチャルヒューマン協会とのMOU締結・バーチャルコンテンツ展開強化

■ 重点指標の見直しについて

中期経営計画の取り下げに伴い、全社の重点指標を見直し。当第2四半期までは従来指標で報告し、第3四半期より、新指標の開示を開始予定。

従来指標（当第2四半期まで）	新指標（第3四半期より開示開始予定）
FY27までに取扱高営業利益率10%以上	取扱高営業利益率推移
FY27までに1人当たりの営業利益（FY24の2倍）	1人当たりの営業利益推移
FY27までに戦略事業売上高・全体構成比40%以上	追加 売上発生している顧客数（広告主数）推移
	追加 スtock収益売上高推移

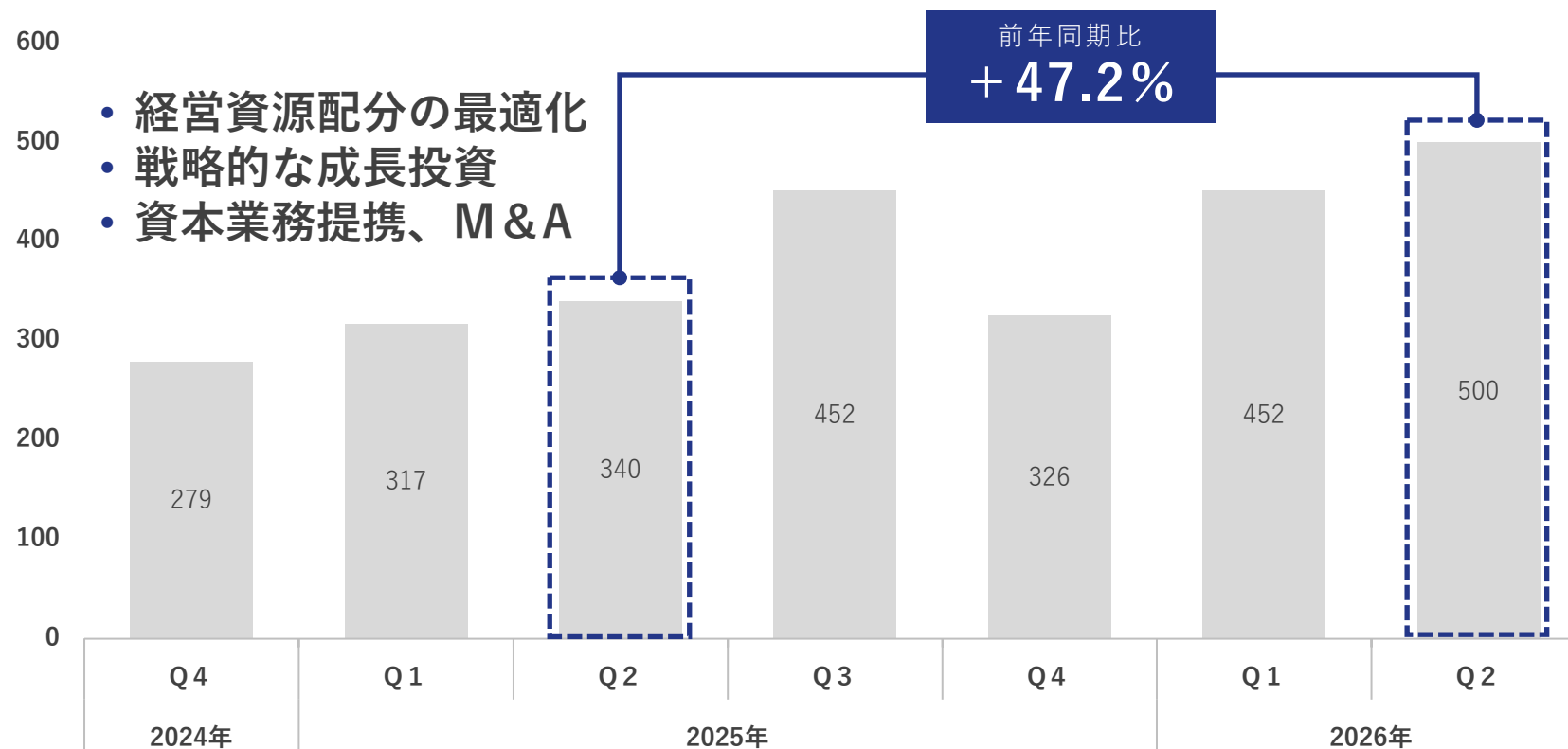
※戦略事業売上高・全体構成比40%以上は廃止。成長状況は、月次開示で実施

[FY26重点指標]戦略事業売上高（四半期推移）

過去最高更新。前年同期比、前四半期比でも成長しているが計画よりも遅れている。

戦略事業売上高の推移

(百万円)



2026年12月期第2四半期実績

全体

500百万円

前年同期比 +47.2%

前四半期比 +10.6%

戦略事業売上高構成比率

29%

前年同期比 +10pt

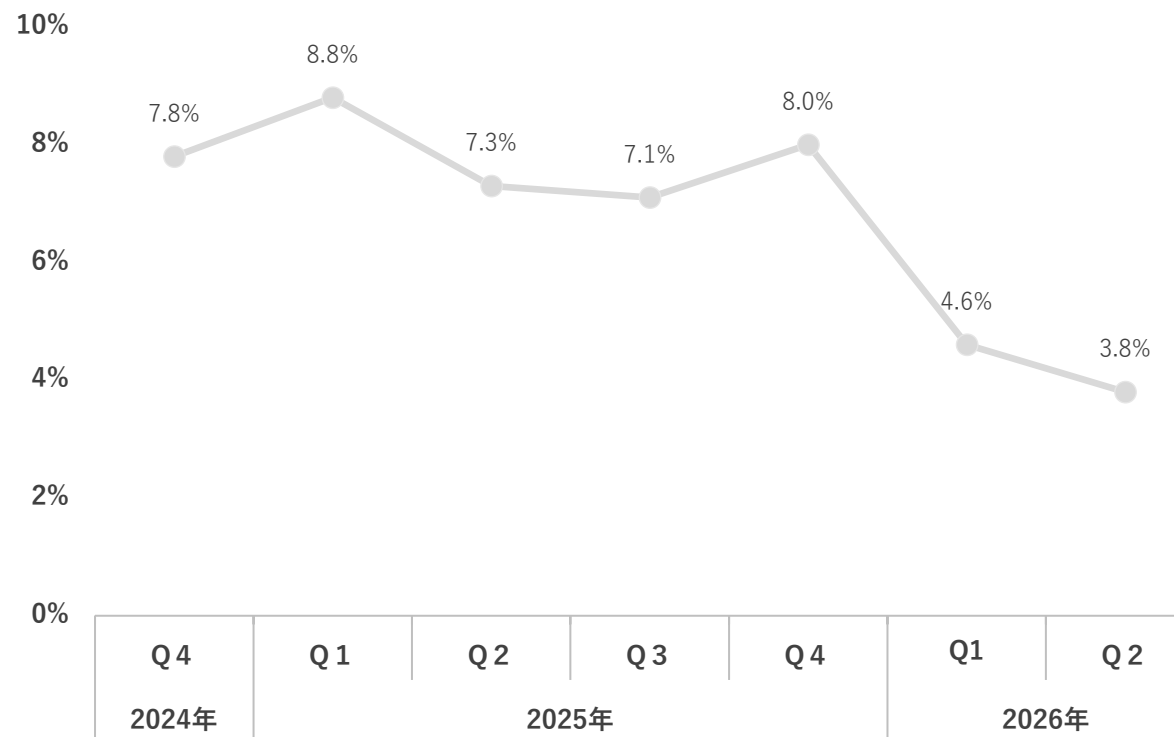
前四半期比 +3pt

■ [FY26重点指標] 営業利益率（四半期推移）

DX/AI活用は第1フェーズ完了。第2フェーズであるAXへの着手をバックオフィスから実施。
AIへの投資は弱めず加速させる。CPAの売上総利益低下と戦略事業の収益化遅れによる数値低下。

■ 取扱高営業利益率の推移

(%)



■ 2026年12月期第2四半期実績

全体

3.8%

前年同期比 **△3.5pt**

前四半期比 **△0.8pt**

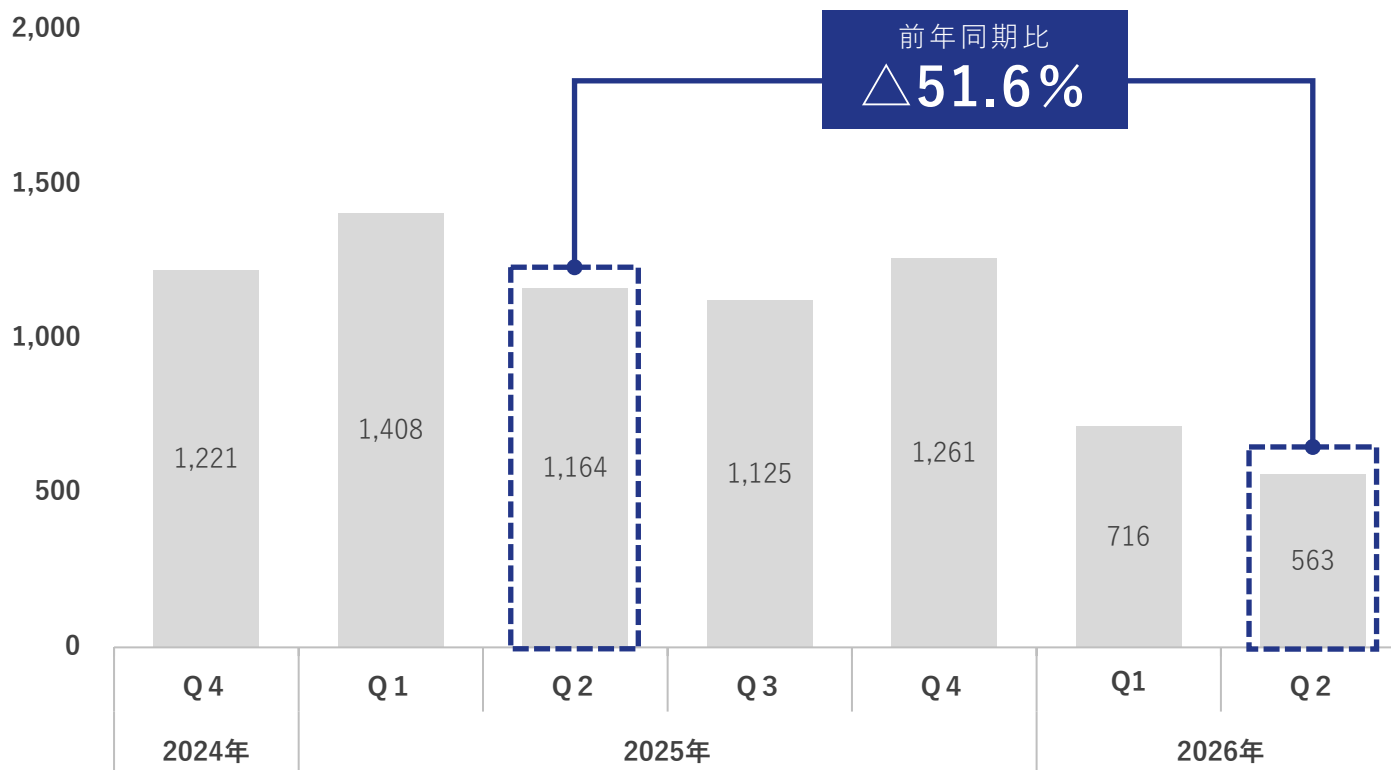
- ・ 既存事業の生産性向上
- ・ 戦略事業への適切な投資と拡大
- ・ 全社生成AI活用促進

■ [FY26重点指標]1人当たりの営業利益（四半期推移）

顧客基盤の整備は完了。クロスセル・アップセルの本格展開のためのプロジェクトを発足。

■ 1人当たりの営業利益の推移

（千円）



■ 2026年12月期第2四半期実績

全体

563 千円

前年同期比 $\Delta 51.6\%$

前四半期比 $\Delta 21.4\%$

- 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

04 ■ FY25-27中期経営計画取り下げ について

- 取り下げ理由と経営方針について

■ 取り下げ理由と経営方針について

取り下げ理由

計画時は「CPAソリューション事業の安定収益 + 戦略事業の成長」を前提に策定。検索経由の集客減少は2010年代後半からの流れ。生成AIの普及により加速。CPAソリューション事業を支えるメディアパートナーの変化により、売上総利益率の低下は一時的なものではなく構造変化として捉え、直近の実績推移をもとに基準の置き直しを実施。戦略事業の計画進捗如何にかかわらず、FY27の目標数値の達成可能性を合理的に見積もることは困難と判断。

基本方針
(変更無し)

成果報酬を軸としたデジタルマーケティング支援サービス群の参加者を増やし、ネットワーク効果による競争優位の確立を目指す。

成長戦略
(変更無し)

成果報酬型広告を入口に顧客基盤を拡大し、AI駆動で顧客への支援範囲を集客から顧客課題全体へ広げる。

主要施策
(見直しや追加あり)

- CPAソリューション事業は、周辺ソリューションの組み合わせや新しい集客チャネル（SNS/LINE）対応強化をし、成果発生広告主とメディアのID数向上を強化する。
- 戦略事業は、インフルエンサー投資継続。集客前後支援は、エンゲージメント向上施策やROAS改善・CVR最大化のソリューションを提供開始。ストック収益確立までの時間軸の再設定、成功事例創出、投資再評価を行い投資規律強化と資本の再配分を行う。
- AI駆動型の顧客課題支援（AIマッチング、運用エージェントなど）への投資を拡大する。
- 既存事業とシナジーあるM&Aを積極的に進め事業スピードを上げる。

05 ■ 成長戦略について

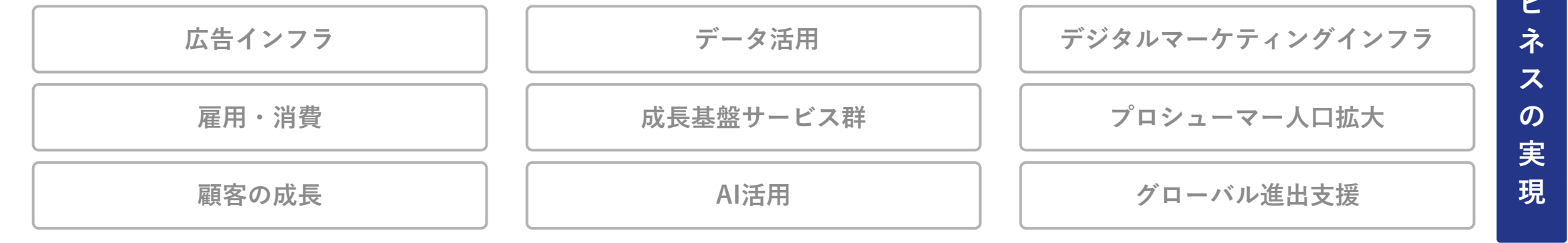
■ プロシューマー・ハピネスへの長期マイルストーン

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
AI駆動で成果報酬を中心とした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

■ 実施内容



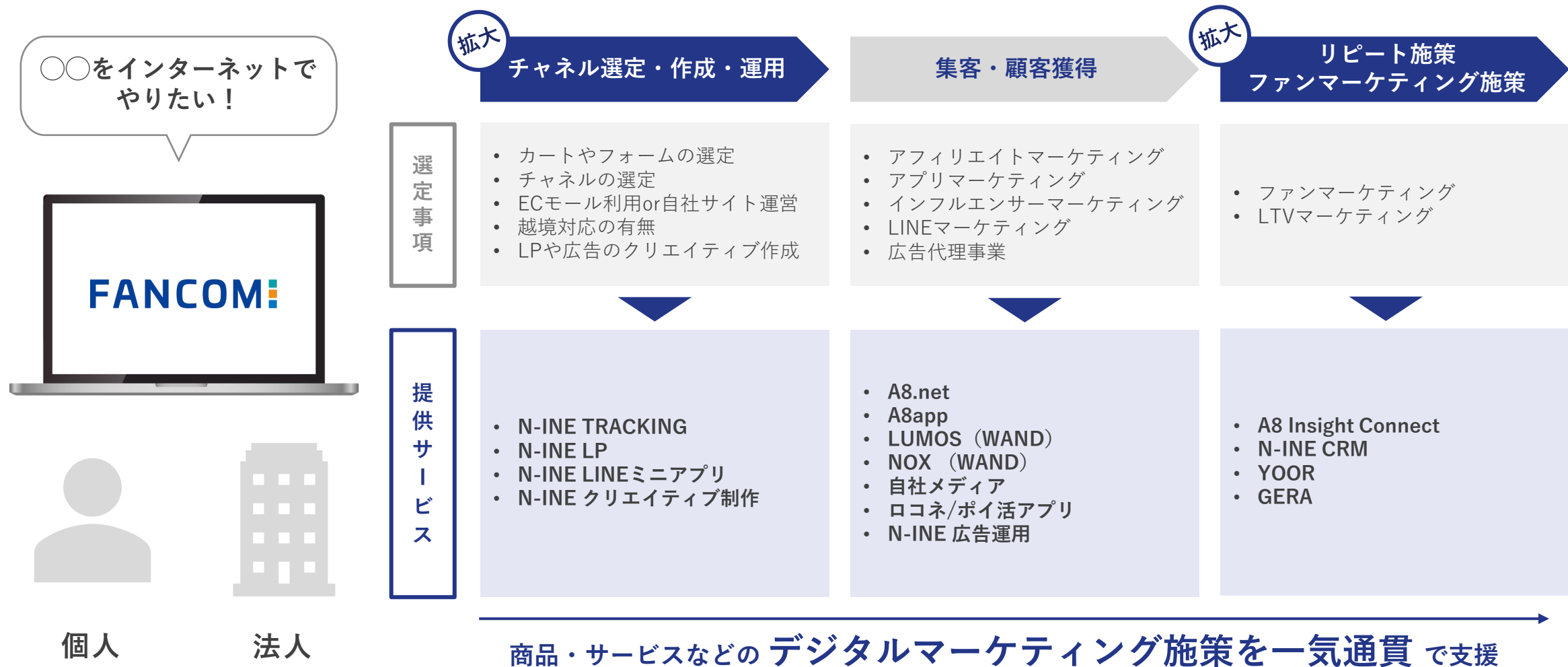
■ 価値提供



プロシューマー・ハピネスの実現

デジタルマーケティング支援の具体的イメージ

2024年から集客ソリューションだけでなく、集客前後のソリューションで価値提供範囲を拡大中
顧客が必要なタイミングで、FANCOMIのソリューションを使って課題解決できる基盤を作る



CPAソリューション事業と戦略事業

25年以上継続している成果報酬型モデルはSMBが安心して利用できる唯一の獲得チャネルであり、これにより長年蓄積した顧客基盤・ブランド力が効率的な顧客獲得力を生む。この強みを活かしデジタルマーケティング周辺領域へ戦略事業として投資、提供するサービス参加者を増やし、ネットワーク効果による競争優位の確立を目指す。



AI駆動グロースサークル戦略で競争力強化

人駆動をベースとした数の拡大による成長は、環境の変化により転換点。AIでマッチングの質とデータ活用を高めるグロースサークルにより、ネットワーク効果の回転速度と上限を引き上げる。

成果発生顧客ID拡大とストック収益拡大※FY26 3Qからの重点指標

顧客単価の向上

クロスセル・アップセルによる複数商品の販売、成果発生の増加により顧客単価が上昇する

AI搭載顧客管理とFANCOMI AIによる顧客課題、提案などの営業効率最大化

顧客の成功

当社の独自データ提供・マッチング精度の向上・集客前後のサービスを提供することにより、CVRが向上

顧客課題をベースとした周辺ソリューションの提案。AIを活用したCVR向上や効果分析の土台の提供

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

データのパイプラインの整備と独自DBを構築し、AI活用による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

■ 既存アセットを核としたM&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&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向上を目指す投資先を厳選

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	• アフィリエイト関連企業 • インフルエンサーマーケ企業 • 会員化されているメディア企業	• 顧客基盤の拡大 • アップセル・クロスセルによる収益最大化
デジマ領域の拡張	• モール運用代行企業 • マーケティングツール企業 • AI関連企業	• アップセル・クロスセルによる収益最大化 • 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 • AI活用による業務効率化及び高度化

06 ■ 会社紹介

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。

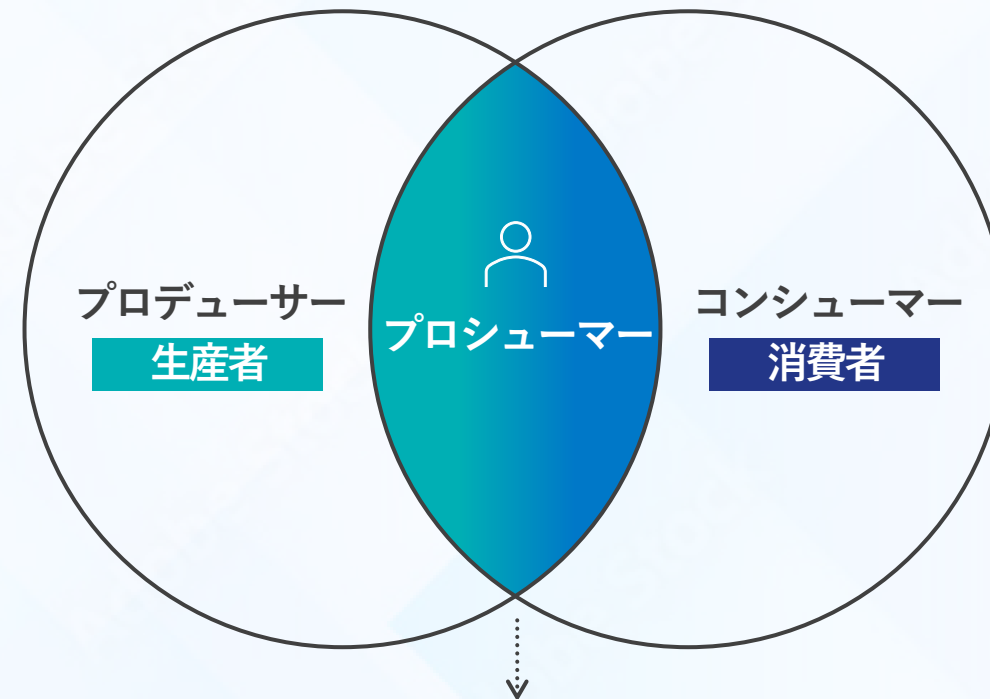
ウサギじゃなくても、カメのように。
「コツコツと」一歩ずつ、着実に前進していきます。



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。

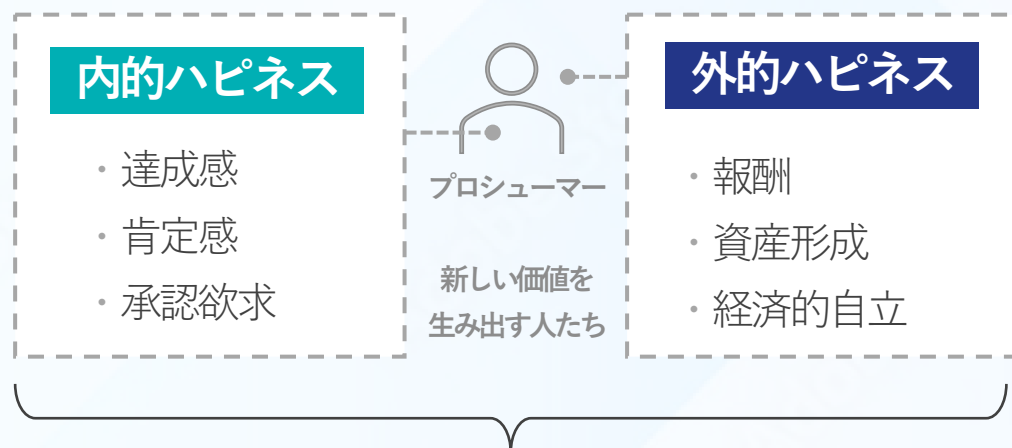
インターネットは個人や中小企業の発想（アイデア）や努力、作品を世界に広告したり情報発信するコストを大幅に下げました。インターネット上で新しい経済圏を作りやすくすることで、消費だけではなく生産や生産に関与するプロシューマーがもっと増える仕組みをこれからも当社はつくっていきます。



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、プロシューマーと共創していく



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**」を生み出すプロシュ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。

プロシュ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創し**、より**豊かな社会の実現**を目指します。

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	11億8,956万円(2026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343名 (2026年6月30日現在※アルバイト・派遣社員含む) グループ合計383名 (2026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

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



- 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