



2026年2月9日

各 位

会社名 株式会社ファンコミュニケーションズ
代表者名 代表取締役社長 二宮 幸司
(コード番号 2461 東証プライム市場)
問合せ先 取締役副社長 執行役員
コーポレート本部長 吉永 敬
(TEL. 03-5766-3530)

中期経営計画（FY25-27）の一部見直しに関するお知らせ

当社は、2026年2月9日開催の取締役会において、2025年2月10日に開示いたしました中期経営計画（2025年12月期～2027年12月期）の一部見直しを決議いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

1. 見直しの背景

当社は「プロシューマー支援企業」への進化を目指し、中期経営計画を推進しております。初年度となる2025年度の営業利益は、当初計画（18.1億円）を上回る19.65億円となり、目標を超過達成いたしました。

この順調な進捗を踏まえ、最終年度（2027年度）の目標である「営業利益30億円、ROE10%以上」を確実に達成するため、以下の外部環境の変化に対応した戦略の追加と、2026年度計画の修正を行います。

①AI技術の爆発的な進化

AIの徹底活用が今後の競争優位性を決定づけると判断し、プロダクトへの実装および社内オペレーションのAI化への投資を加速させます。

②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を行い、成長投資と株主還元の最適化を図ります。

2. 中期経営計画目標数値の修正

2026年度については、AI環境変化への積極投資および一部戦略事業のストック収益化に注力するため、利益計画を以下のとおり修正いたします。なお、最終年度（2027年度）の目標数値に変更はありません。

項目	2025年度 (実績)	2026年度 (修正後目標)	2027年度 (目標)
営業利益	19.65億円	21.8億円 (旧: 24億円)	30億円
ROE	7.4%	8.2% (旧: 8.9%)	10.0%以上

詳細につきましては、別途資料をご覧ください。

以上



FY25-27
**中期経営計画
一部見直しについて**

株式会社ファンコミュニケーションズ
2026年2月9日

Agenda

- 01 中期経営計画の一部見直し
- 02 経営理念・ビジョンの紹介
- 03 事業紹介
- 04 事業環境・市場動向
- 05 成長戦略・主要施策
- 06 まとめ

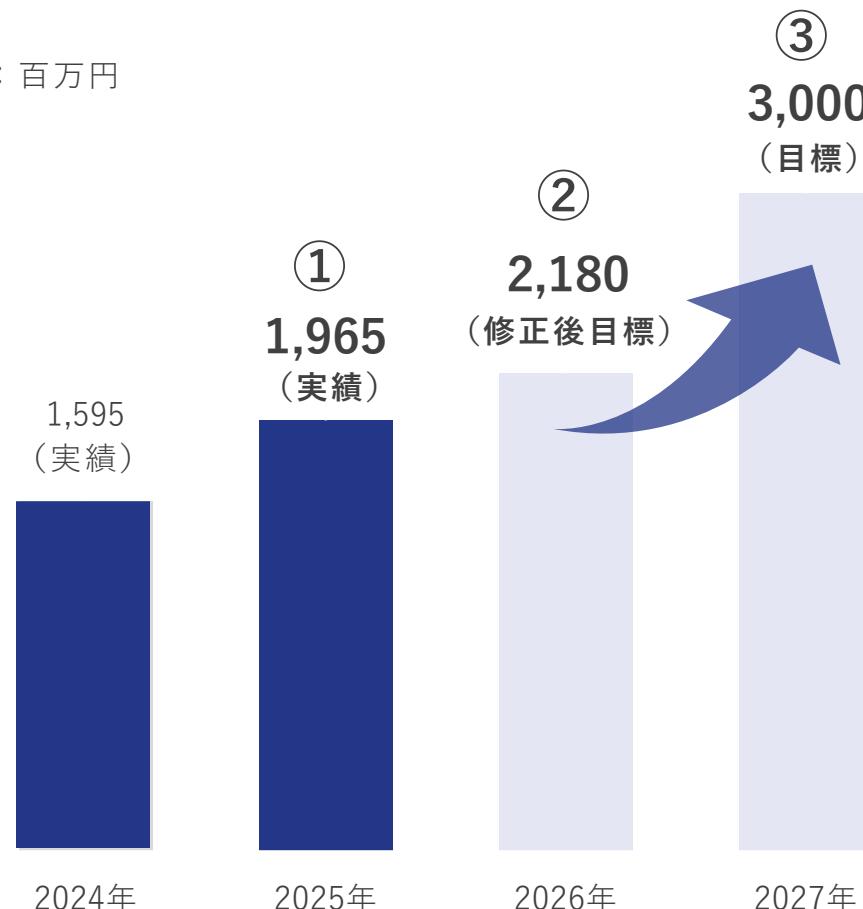
01 ■ 中期経営計画の一部見直し

- 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

中期経営計画見直しの背景

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

P6~

キャピタルアロケーション

P8~

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



DATA・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

MATCHING精度向上

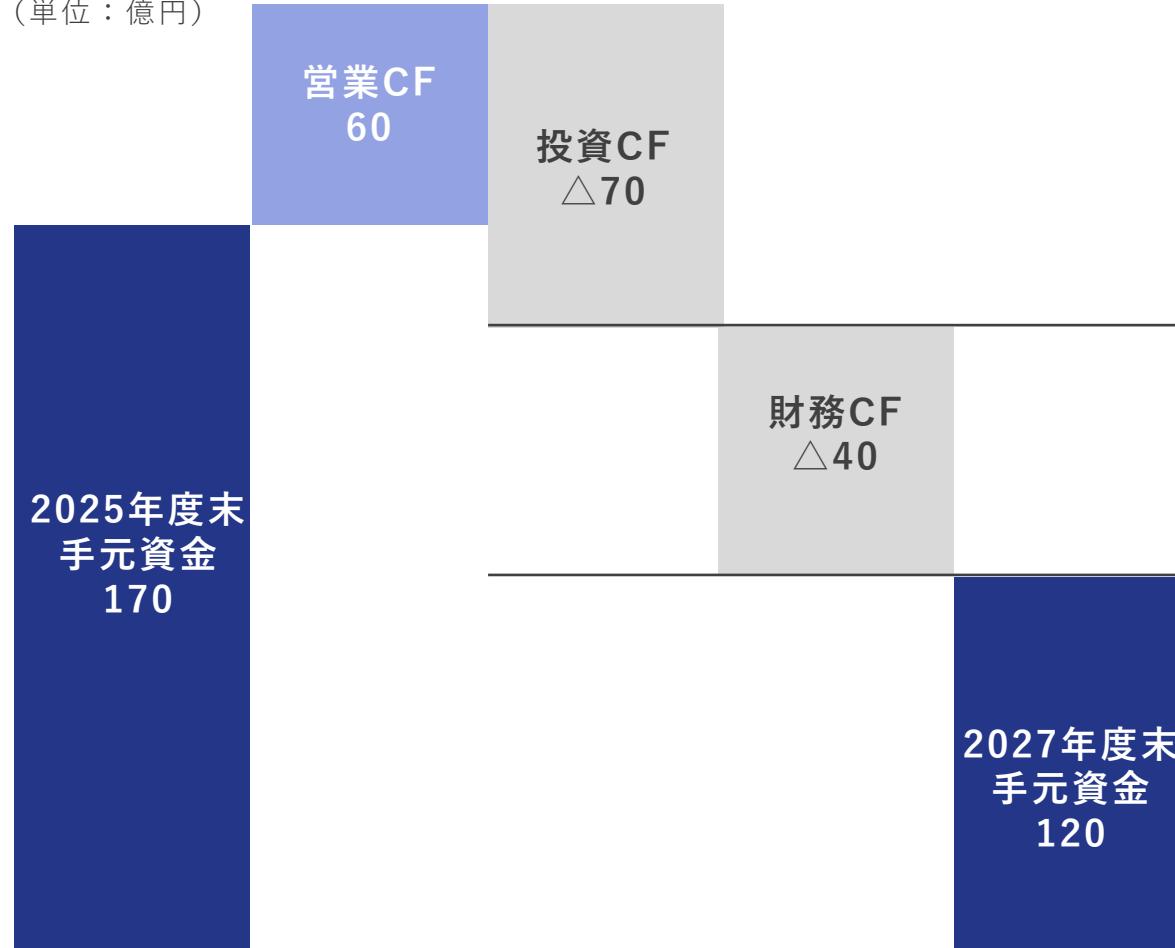
蓄積したデータを活用し、顧客の
提供価値を高める

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&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"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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

02 経営理念・ビジョンの紹介

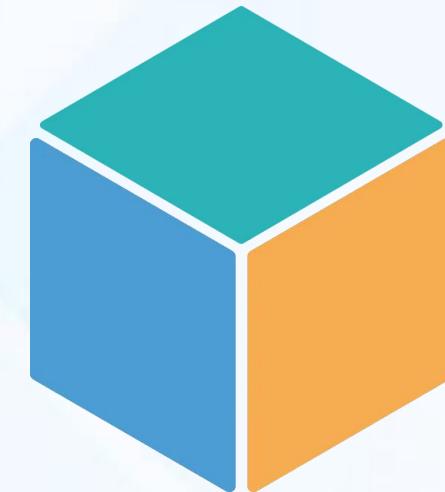
- ・ 企業理念
- ・ プロシューマー・ハピネスへの長期マイルストーン

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。

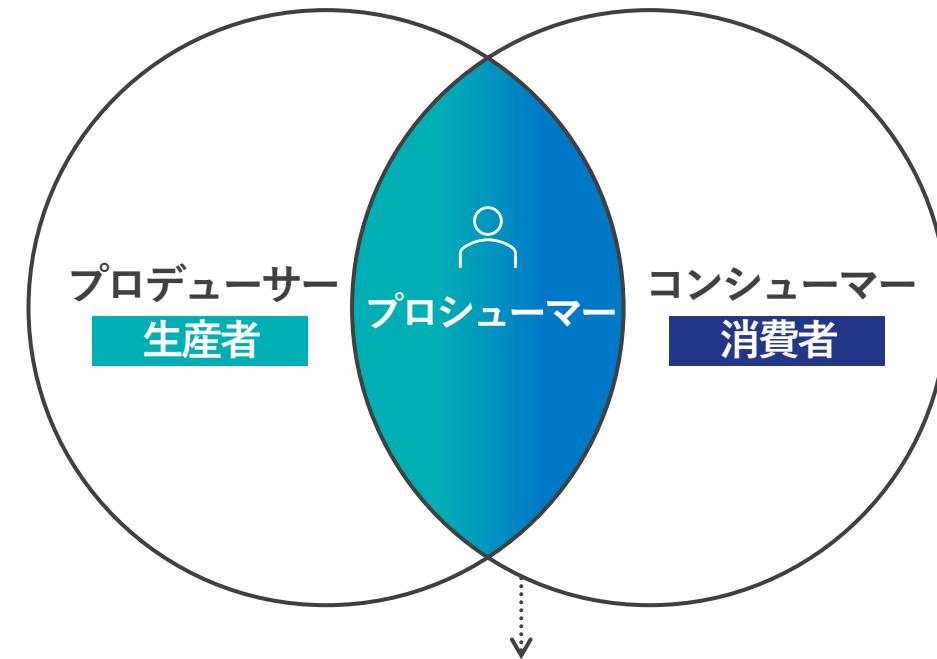
ウサギじゃなくても、カメのように。
「コツコツと」一歩ずつ、着実に前進していきます。



アドネットワーク・プロバイダーから プロシユーマー支援企業へ

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「プロシユーマー」で
あふれる時代がやってくるでしょう。

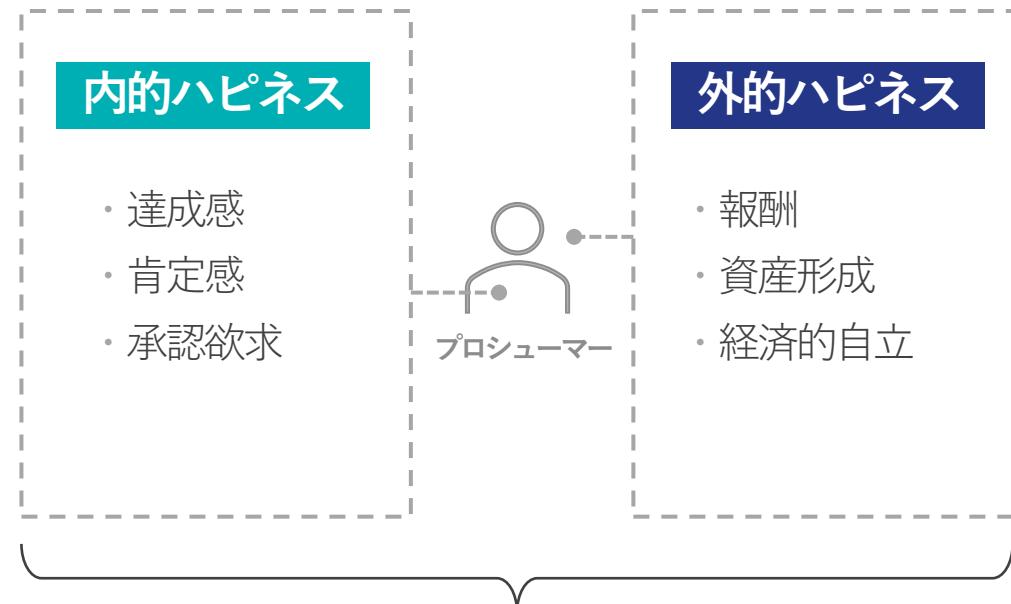
私たちファンコミは、
そんな「プロシユーマー」を支援する事業を展開し、
それぞれの喜びを最大化できる企業へと、
新たに進んでいきます。



プロシユーマー・ハピネス

= 私たちが向かう場所「ビジョン」

本当のハピネスを実現し、 プロシユーマーとともに成長していく



FANCOMIではハピネスとは「**内的ハピネス**」と
「**外的ハピネス**」の2種類あると考えています。

「**内的ハピネス**」とは、やる気やモチベーションに
繋がるプロシユーマーとしての活動そのもの、誰か
に認めてもらえることによるやりがい。

「**外的ハピネス**」とは、プロシユーマーとしての活
動を続けるための金銭的な報酬、インセンティブ。
このどちらをも提供できる事業を展開することで、
顧客やプロシユーマーそれぞれの喜びを最大化でき
る企業へと進んでいきます。

= 私たちが定義する「ハピネス」

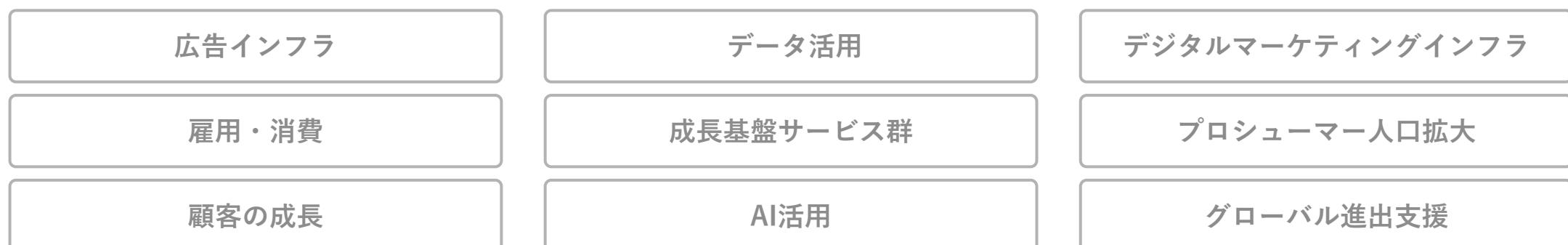
■ プロシューマー・ハピネスへの長期マイルストーン

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



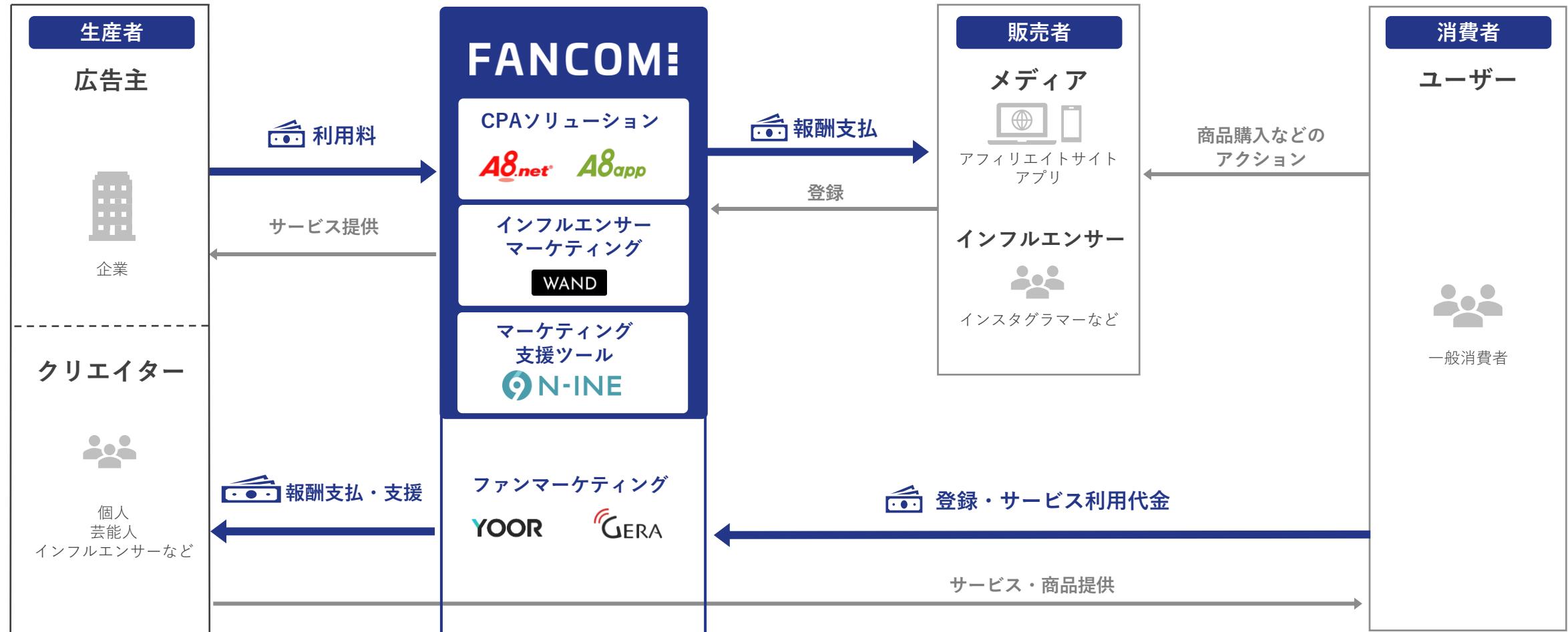
■ 値値提供



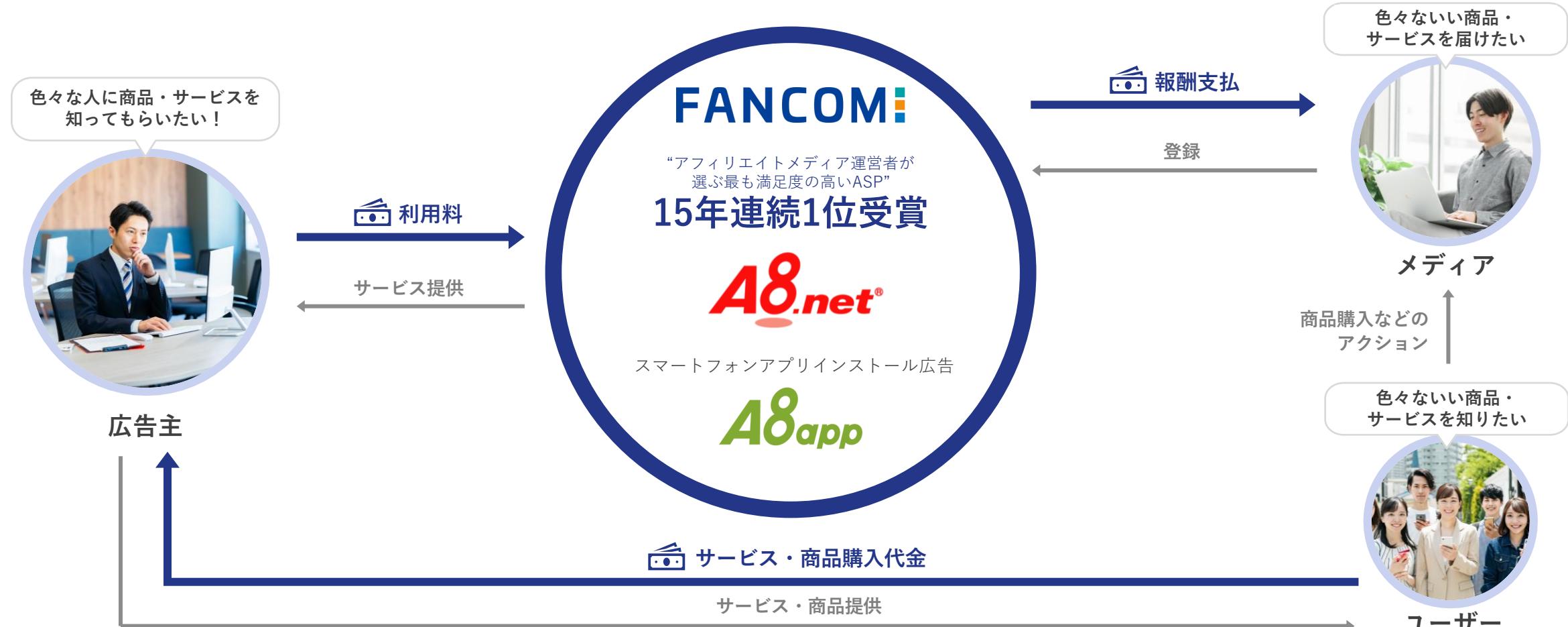
03 ■ 事業紹介

- ビジネスマodel
- CPAソリューション事業 事業概要
- FY25-27 事業拡大のイメージ

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

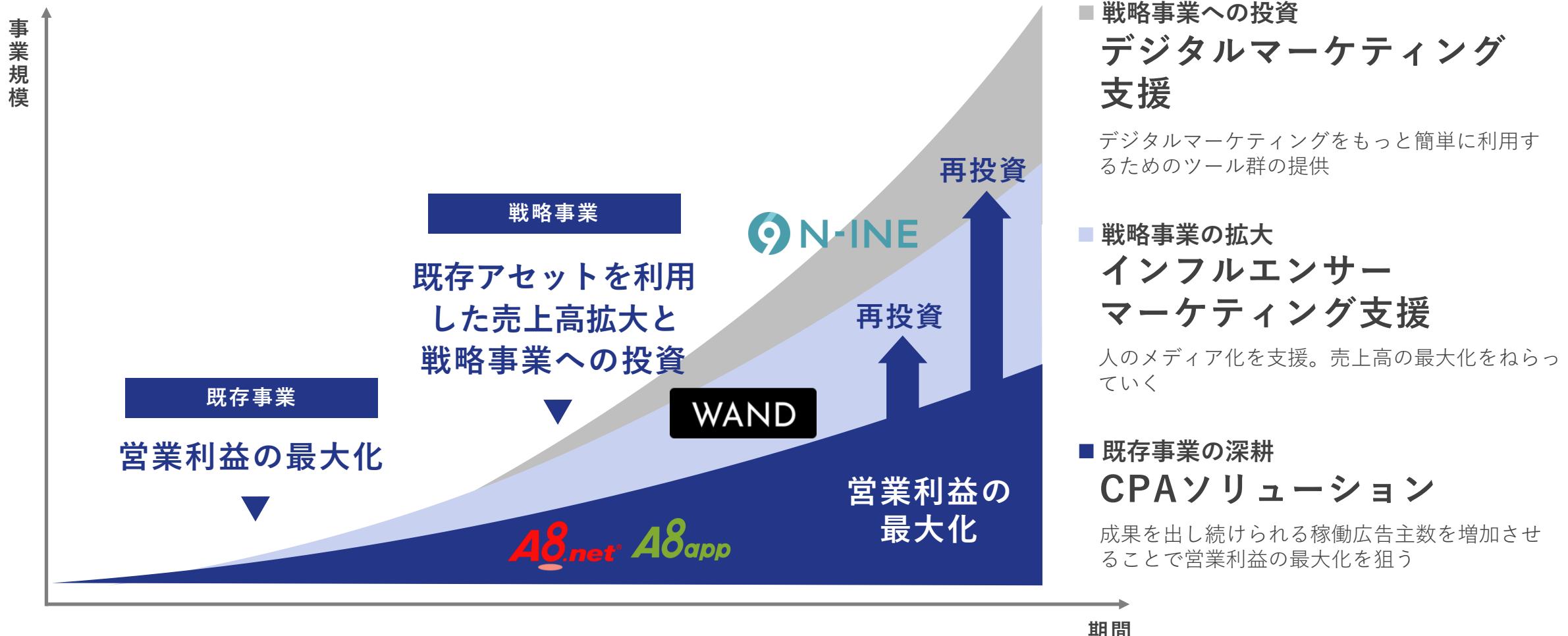


“アフィリエイトメディア運営者が選ぶ最も満足度の高いASP”15年連続1位受賞のA8.netと
アプリ対応のA8app（旧seedApp）とともに、アフィリエイトネットワークを構築する



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



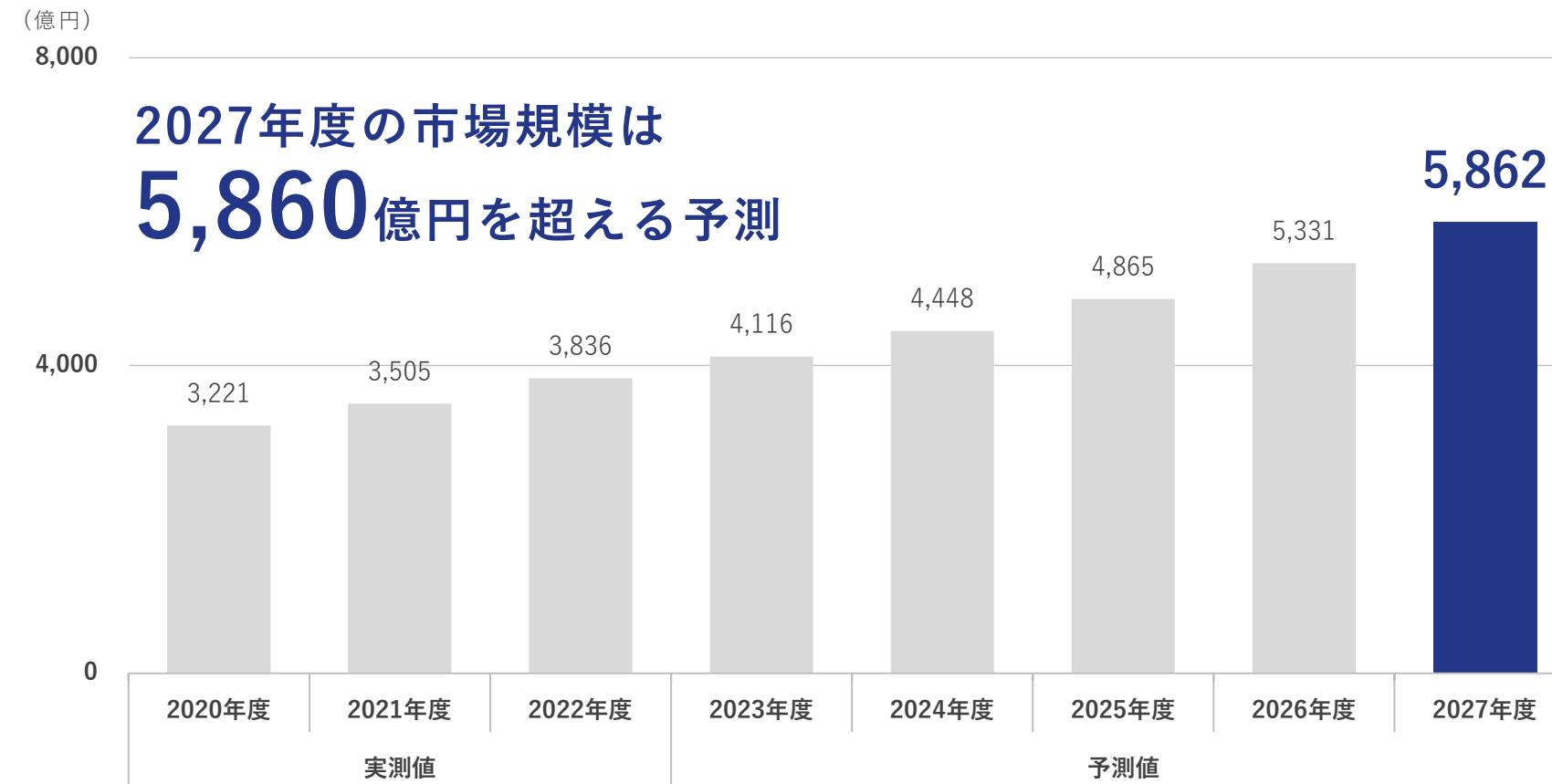
04 ■ 事業環境・市場動向

- ・ 事業環境（アフィリエイト領域）
- ・ 事業環境（インフルエンサーマーケティング領域）
- ・ 事業環境（デジタルマーケティング支援領域）
- ・ まとめ

事業環境（アフィリエイト領域）

インターネット広告市場は今後も成長し続ける見込みであり、当社が展開するアフィリエイトネットワーク事業の追い風となることが見込まれる

■ 国内アフィリエイト市場規模推移と予測



出展：「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

■ 今後の動向予測

SNSを中心とする
若い世代の参入の
増加が見込まれる

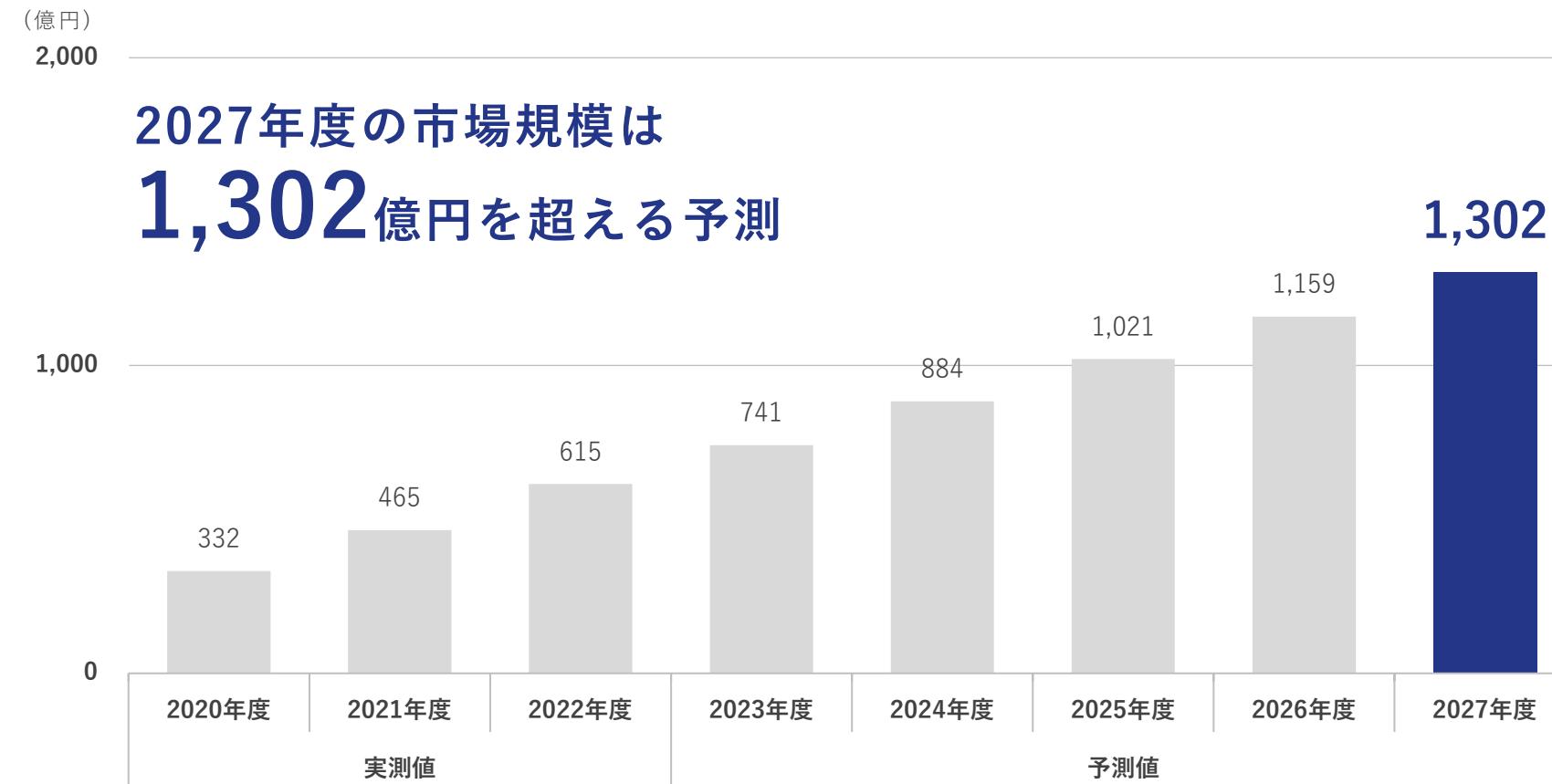
■ 当社の動き

業界最大の登録者数の
A8.netを中心に
インフルエンサーを
取り込み拡大を狙う

■ 事業環境（インフルエンサーマーケティング領域）

インフルエンサーマーケティングの市場規模は、前年比10%以上で成長を続けており、アフィリエイト市場との親和性も高いため、**連動をすることでシナジー効果を期待できる**

■ 国内インフルエンサーマーケティングの市場規模推移と予測



■ 今後の動向予測

SNSの普及と消費者行動変化により、企業はインフルエンサーマーケティングを強化

■ 当社の動き

アフィリエイトとインフルエンサーの連動で**費用対効果の高い集客方法を提供、サポートを実施**

事業環境（アフィリエイト・インフルエンサーマーケティング支援領域）

SNSの発達によりインフルエンサーマーケティングはより拡大。一方、現状の課題がはっきりしている。[インフルエンサー×アフィリエイトでもNo1企業へ](#)

インフルエンサーマーケティングの現状の課題

費用対効果がわからない。運用コストが高い

- ・ フォロワー数での課金だと費用対効果があわない
- ・ インフルエンサーの成果データがないのでコストを効率的に投下できない
- ・ 大量のインフルエンサーへの連絡ややり取りが手間
- ・ 投稿内容が法律に準拠していることのチェックコストが高い



インフルエンサー側の課題

- ・ 色々な広告主の案件を掲載したいが案件が少ない
- ・ 投稿した内容が法律に準拠しているか不安
- ・ 複数の広告主との個別やり取りは大変



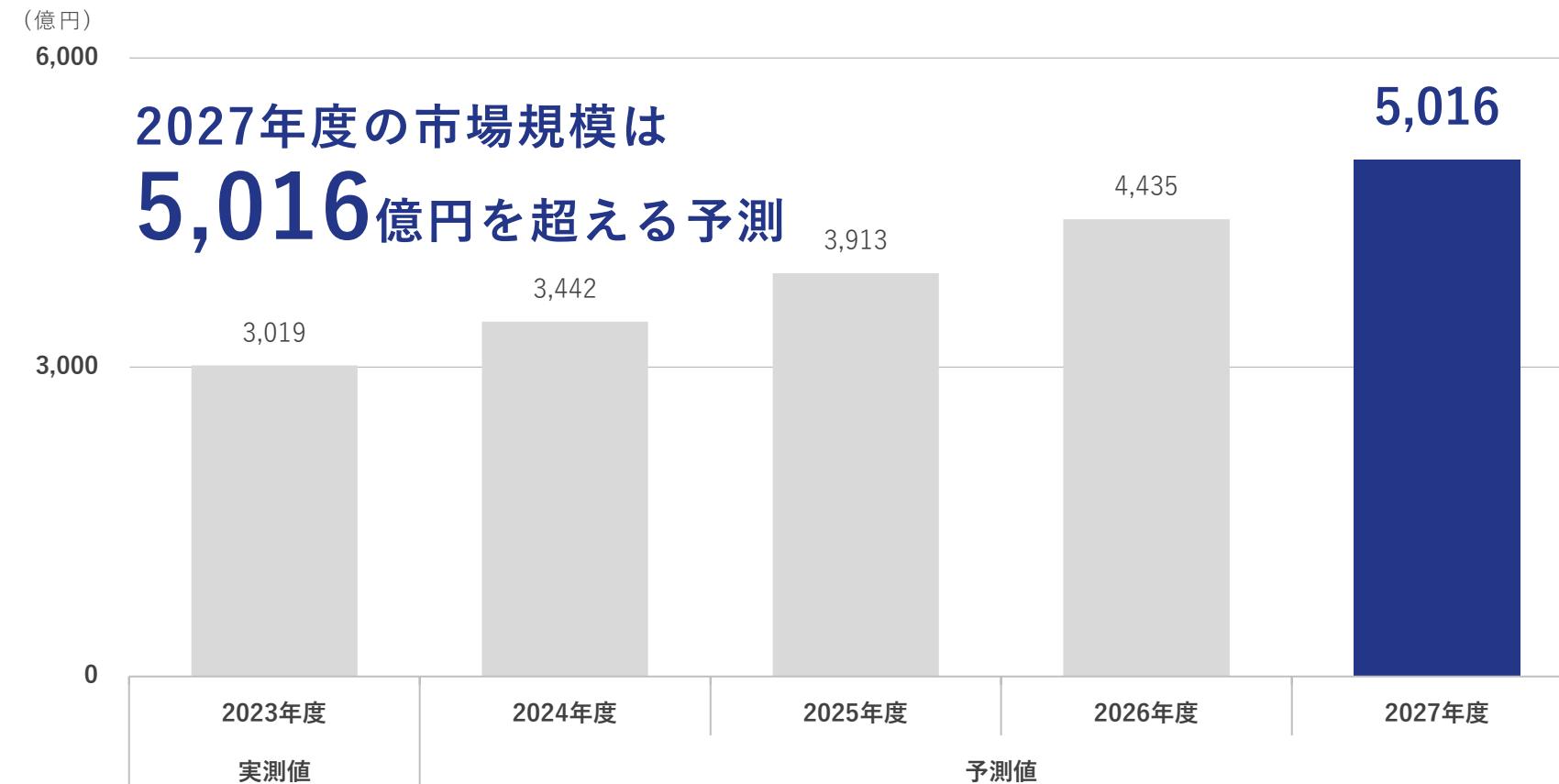
25年間 A8.netを運用してきた
あらゆるノウハウを
インフルエンサー
アフィリエイトにも投下し拡大

A8.netの数多くの広告主とインフルエンサーのマッチングを強化。グループ会社WANDと本格的な取り組みスタート

■ 事業環境（デジタルマーケティング支援領域）

デジタルマーケティング支援ツール（CRMやMAなど）の市場規模は、10%以上の成長率で堅調に拡大を継続。**中小企業による活用が増加傾向**

■ 国内マーケティングの市場規模推移と予測



■ 今後の動向予測

大手企業だけではなく、未開拓層の
中小企業を中心に市場が拡大していく

■ 当社の動き

あらゆるマーケティング
データを蓄積し、
仕組化やAI活用を含
めた価値提供を実施

出展：「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

事業環境（デジタルマーケティング支援領域）

現在多くの企業が抱えている、デジタルマーケティングの課題を解決し、
誰でも簡単にデジタルマーケティングできるツール「N-INE（ナイン）」の提供を目指す

デジタルマーケティングの現状の課題

デジタルマーケティング手法の複雑化/多様化

- WEB/アプリ/プラットフォームなど、
- 何を選択するかの判断が難しい
- 選択したチャネルにより、手段や方法が異なる



デジタルマーケティングに精通する人材不足

- 専門知識がある人材が少ない
- 兼務の場合が多く、リソース不足
- AIの活用ができていないため、人的工数が必要



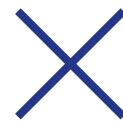
デジタルマーケティングを
もっと簡単に

「N-INE（ナイン）」は、
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
します

コア事業であるアフィリエイトによる集客支援の拡大に加えて、FANCOMIが提供する戦略事業で、インフルエンサーマーケティングやデジタルマーケティング支援ツールを提供し、**市場規模の拡大と共に事業を伸ばしていく**

— FANCOMI —

強みの強化



WAND



戦略事業

アフィリエイトによる集客支援の拡大

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・BPO

アフィリエイト市場拡大

インフルエンサー市場拡大

デジタルマーケティング市場拡大

05 成長戦略・主要施策

- 第2創業ではじめるストーリー
- デジタルマーケティング支援の具体的イメージ
- 競合優位性のつくりかた
- FY25-27 成長戦略概要

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

VISION

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

デジタルマーケティング支援の具体的イメージ

多様なサービスを網羅して提供することで、

顧客が必要なタイミングで、いつでもFANCOMIのサービスを使って課題解決できる基盤を作る



競合優位性のつくりかた

様々なサービスを提供することで、**価格・マッチング・データ活用の3つの競合優位性を作り出し、顧客IDを拡大**する。さらにそのネットワーク効果によって企業の競争優位性も高まる

FANCOMI



WAND

YOOR



競合優位性



価格

(ボリュームディスカウント)



マッチングの量と質

(プロシューマー・広告主・メディア・消費者)



データ活用

(情報・事例・ノウハウ)

顧客ID拡大：FANCOMIも顧客も、競争優位性がさらに高まる

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

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

競合

広告代理店
コンサル
(大手中心)

マーケティング
パーティカルSaaS
(エンプラ中心)

アフィリエイト
ASP
(予算大中心)



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

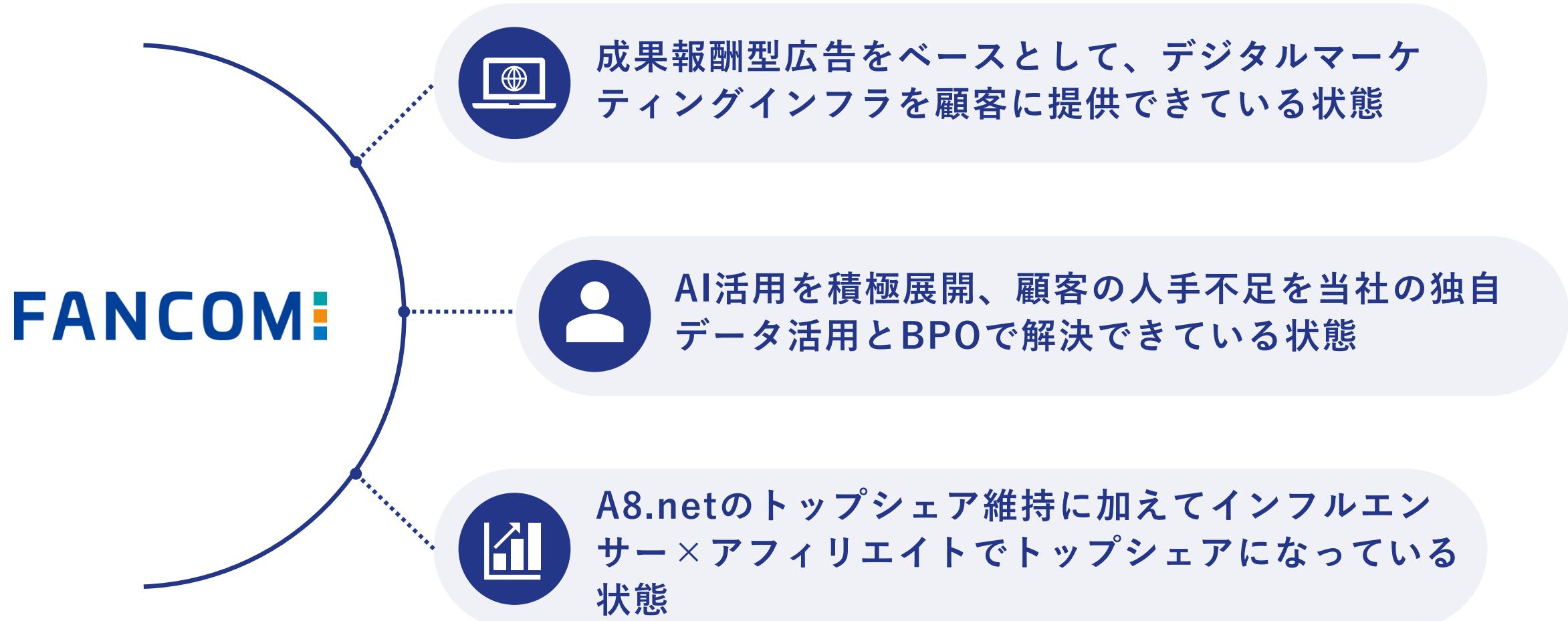
アフィリエイト市場 5,800億

インフルエンサーマーケ市場 1,300億

06 ■ まとめ

- 当社の3年後の姿
- FY27 最終年度の主要数字

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**

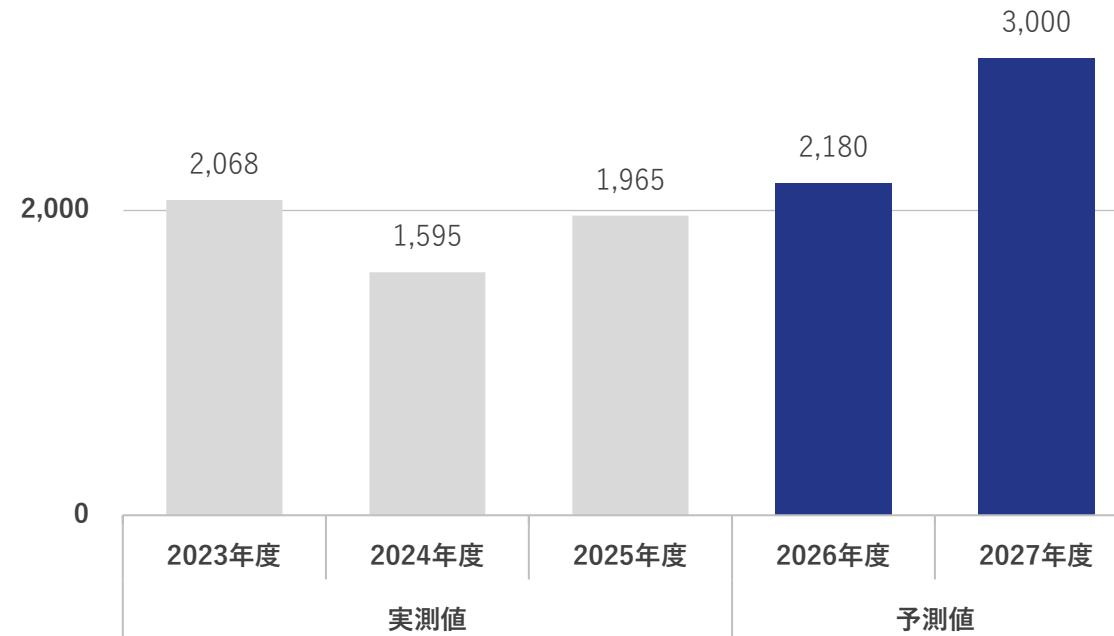


営業利益30億 ROE10%以上を目指す

■ 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