



FANCOM

FY25-27

中期経営計画

株式会社ファンコミュニケーションズ
2025年2月10日

©FAN Communications, Inc. All Rights Reserved



Agenda

- 01 経営理念・ビジョンの紹介
- 02 事業紹介
- 03 FY24結果
- 04 FY25-27 の計画目標
- 05 事業環境・市場動向
- 06 成長戦略・主要施策
- 07 企業価値向上のための施策
- 08 まとめ

01 ■ 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」

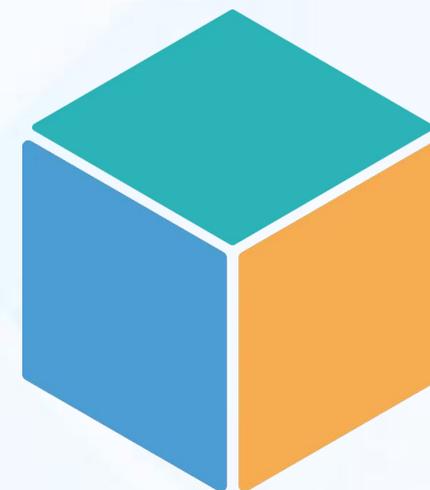
つくる

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。

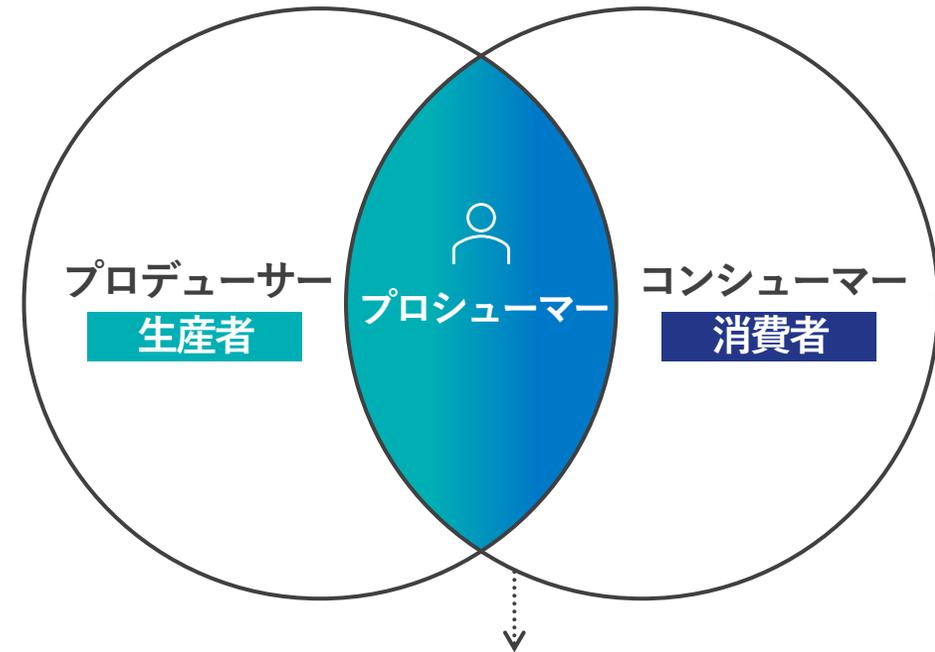
ウサギじゃなくても、カメのように。
「コツコツと」一歩ずつ、着実に前進していきます。



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くるでしょう。

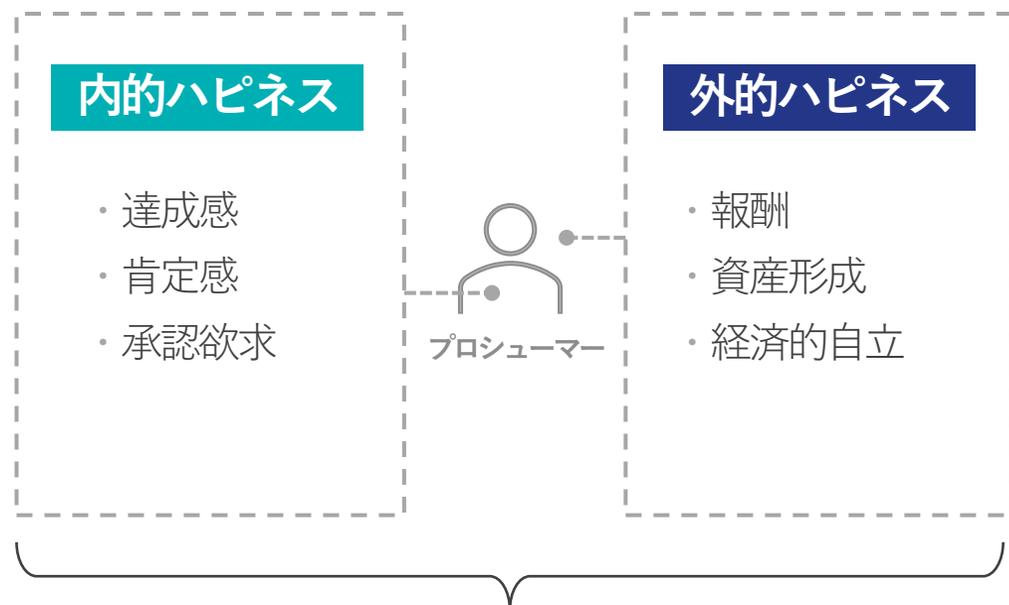
私たちファンコミは、
そんな「プロシューマー」を支援する事業を展開し、
それぞれの喜びを最大化できる企業へと、
新たに進んでいきます。



プロシューマー・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、 プロシューマーとともに成長していく。



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ュ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、プロシュ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、顧客やプロシュ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。

■ 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



1994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

広告インフラ
雇用・消費
顧客の成長

データ活用
成長基盤サービス群
AI活用

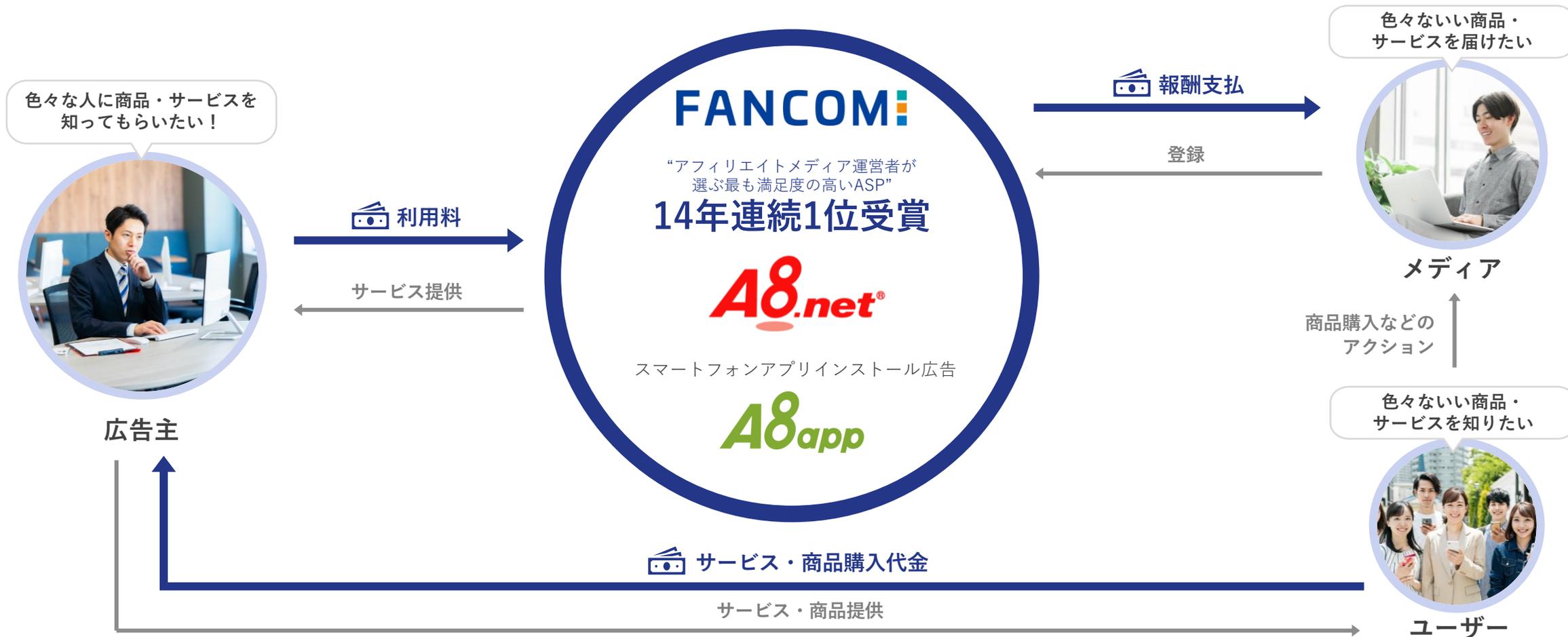
デジタルマーケティングインフラ
プロシューマー人口拡大
グローバル進出支援

プロシューマー・ハピネスの実現

02 ■ 事業紹介

- ビジネスモデル
- 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

“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”14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。



※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2024年】にて、
国内主要ASP24社中よりNo.1を獲得

■ 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

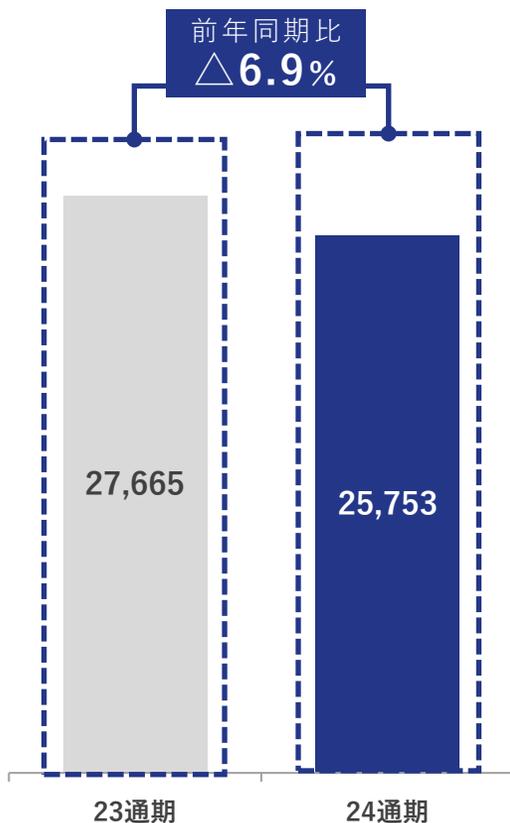
成果を出し続けられる稼働広告主数を増加させることで営業利益の最大化を狙う。

03 ■ FY24結果

- FY24の実績推移

取扱高、売上高の前年同期比減少は事業ポートフォリオの見直し（nend撤退/子会社吸収）による影響。3Qよりインフルエンサーマーケティングなど戦略事業投資を加速。4Qで営業利益回復基調。

(百万円) 取扱高



	2023	2024				前年 同期比	
(百万円)	23通期	1Q 実績	2Q 実績	3Q 実績	4Q 実績	24通期	増減率
取扱高	27,665	6,100	6,291	6,578	6,783	25,753	△6.9%
売上高	7,396	1,702	1,702	1,758	1,798	6,961	△5.9%
営業利益	2,068	352	353	358	531	1,595	△22.8%
(営業利益率)	7.5%	5.8%	5.6%	5.5%	7.8%	6.2%	—
経常利益	2,103	355	426	291	596	1,670	△20.6%
当期純利益	1,233	515	314	165	423	1,419	+15.1%
(当期純利益率)	4.5%	8.5%	5.0%	2.5%	6.2%	5.5%	—

※当期純利益は、子会社の吸収合併に伴う繰越欠損金の利用によって増加。

04 ■ FY25-27 の計画目標

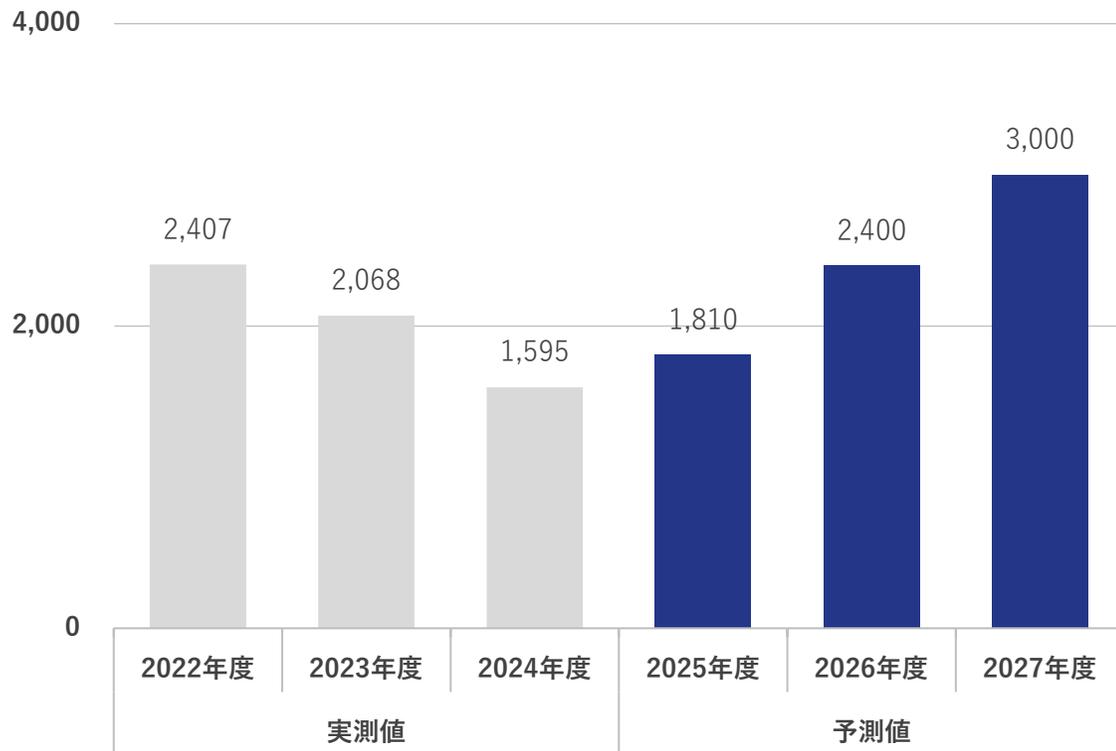
- FY25-27 中期経営計画目標数字

FY25-27 中期経営計画目標数字

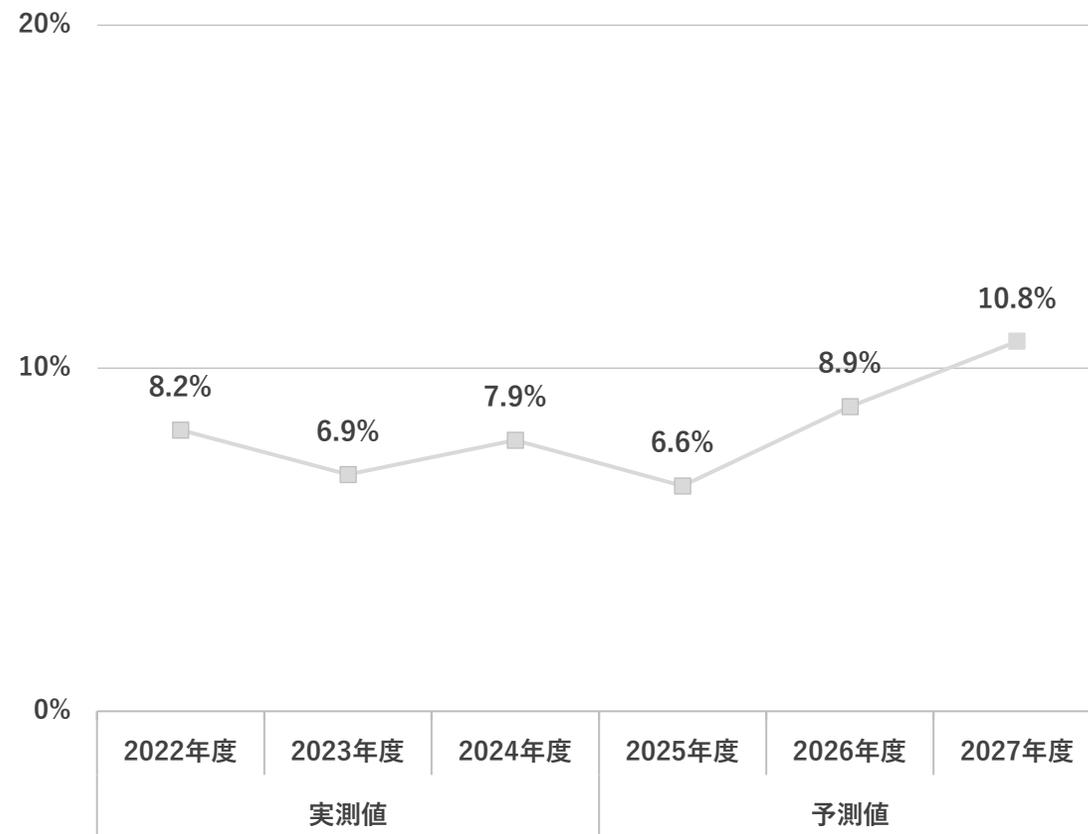
FY27までの**3ヵ年で営業利益を+88%(FY24対比)**、自己資本当期純利益率【ROE】**10%以上**の達成を目指す(配当19円維持の場合)

■ 営業利益【四半期別】目標数字

(百万円)



■ 自己資本当期純利益率【ROE】目標数字



05 ■ 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

(億円)

8,000

2027年度の市場規模は
5,860億円を超える予測



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**



出展：「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>

■ **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**

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きている。**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



A8.net®

WAND

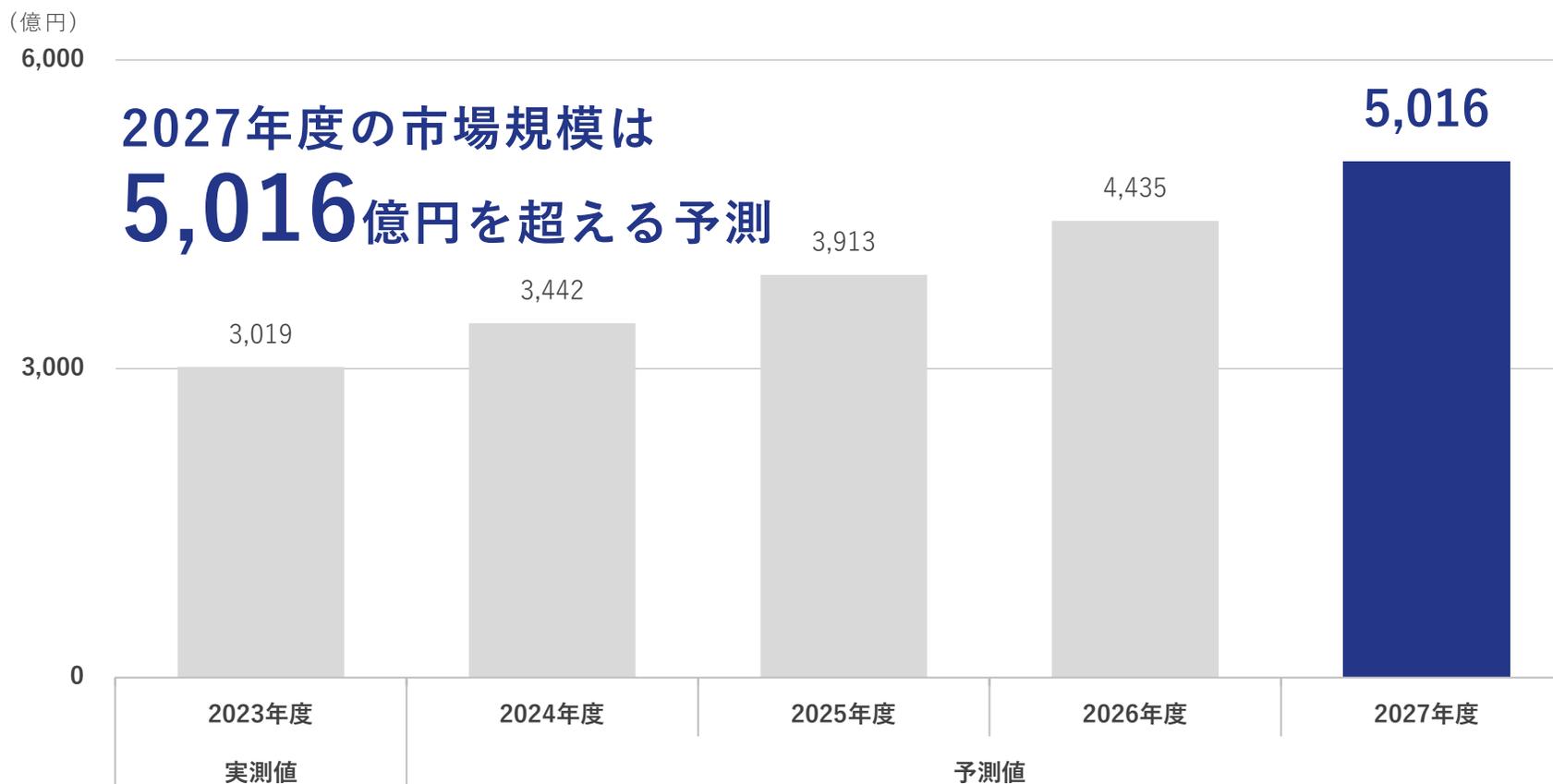
25年間 A8.netを運用してきた
あらゆるノウハウを
アフィリエイト×
インフルエンサーにも投下し拡大

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開始予定

■ 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



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

■ 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**

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。**

FANCOM

強みの強化



アフィリエイトによる集客支援の拡大



戦略事業



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

06 ■ 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

第2創業ではじめるストーリー

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。

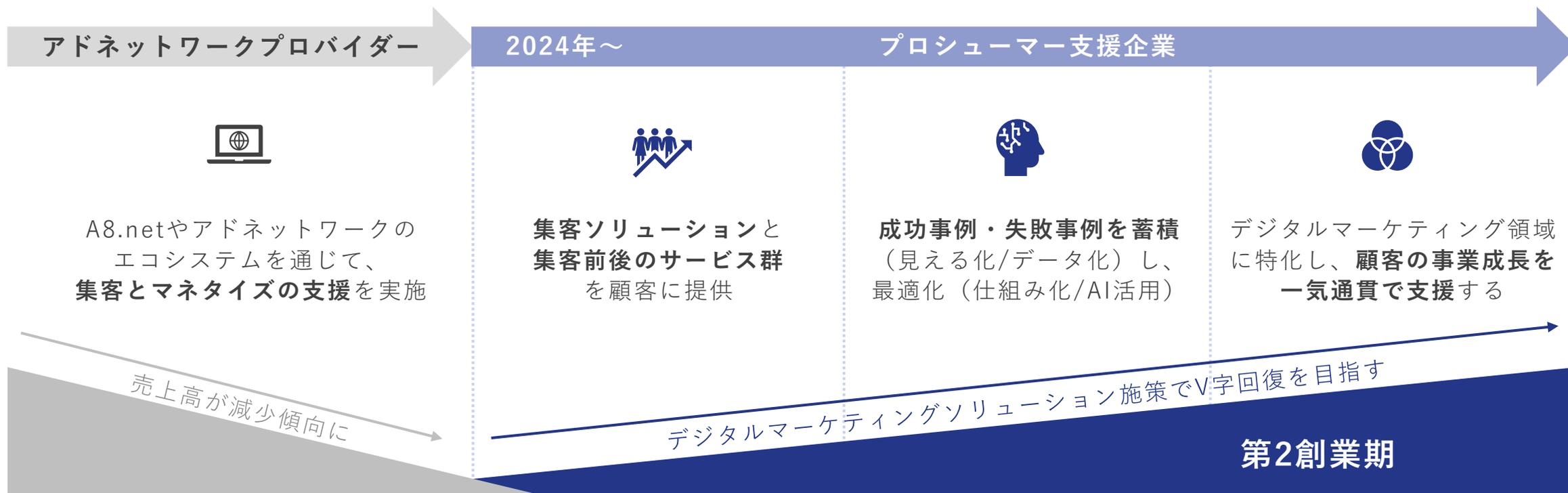
VISON

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

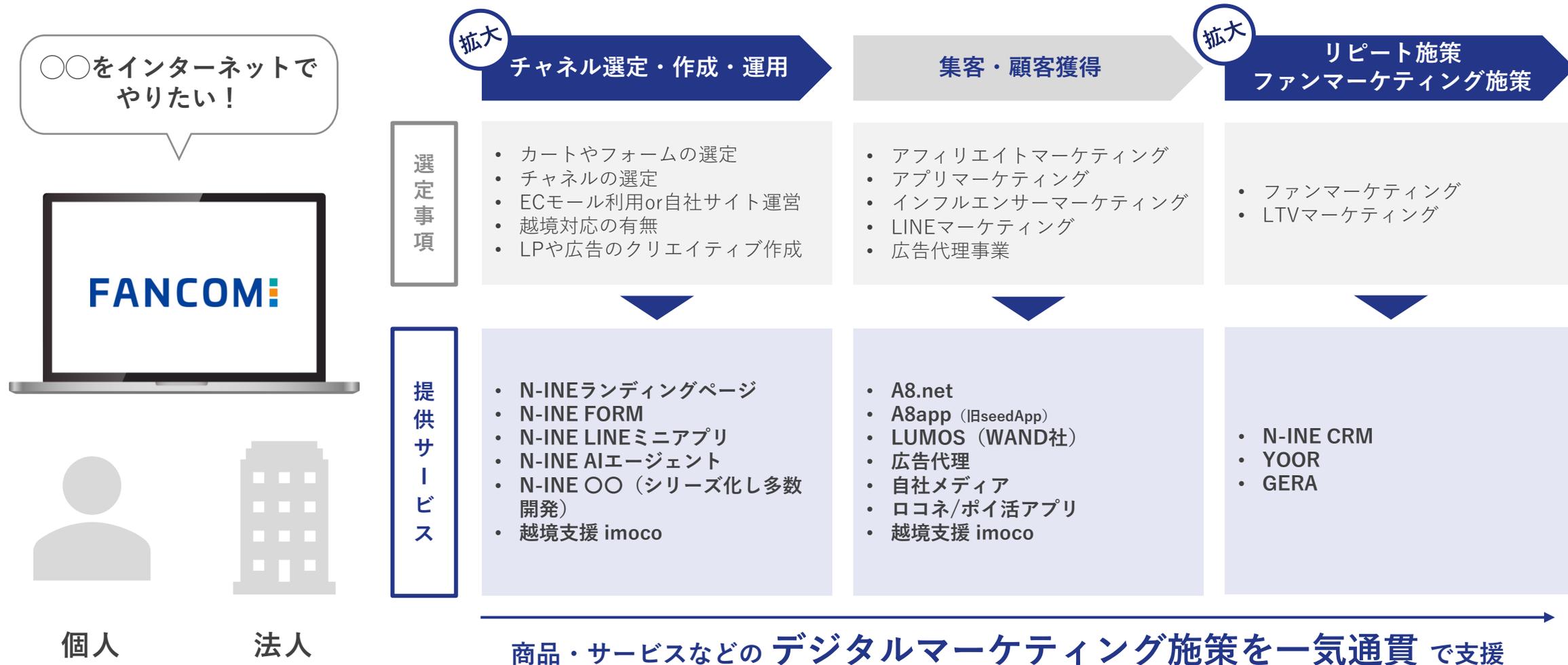
基本方針

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



デジタルマーケティング支援の具体的なイメージ

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

A8.net

A8app

WAND

YOOR

GERA

N-INE

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

FY25-27 成長戦略概要

SMB向けに成果報酬型広告を軸にデジタルマーケティングインフラを構築。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と独自データ×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)

07 ■ 企業価値向上のための施策

- 資本政策について
- 人的投資について

基本方針 ROEを意識した資本政策を常に検討



株主還元の検討

コスト構造の最適化

資本業務提携/買収検討

事業ポートフォリオの最適化

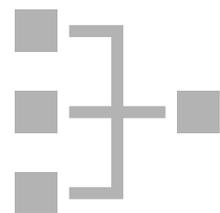
当社コア事業の周辺領域
やAI活用に投資を集中

FY27にROE10%以上、
長期で**ROE15%**を目指す

基本方針 4つの施策を強化し、競争力・成長力を高める

01

仕組み化への投資

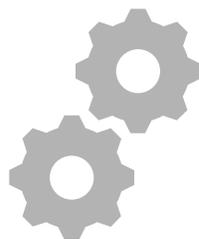


社内仕組み化

セールスイネーブルメントへの投資や情報管理・顧客管理の仕組み構築

02

AI/DX投資



AI/DX投資

社員1人あたりのツール費用を引き上げ(FY25+5,000万予定)、AIの積極的利用などにより生産性を上げる

03

人材

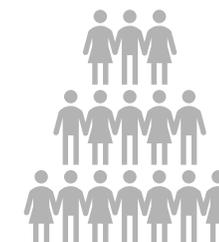


採用と育成

セールス、エンジニアは**新卒採用**を強化。ファンコミカルチャーとスキルを兼ね備えた**DX人材、PdM人材**の育成

04

制度



制度

組織硬直しない人事制度や**仮説思考**ができ**実行力**がみにつけられる環境の提供・評価制度の実行

08 ■ まとめ

- 当社の3年後の姿
- FY27 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

FANCOM



成果報酬型広告をベースとして、デジタルマーケティングインフラを顧客に提供できている状態



AI活用を積極展開、顧客の人手不足を当社の独自データ活用とBPOで解決できている状態



A8.netのトップシェア維持に加えてインフルエンサー×アフィリエイトでトップシェアになっている状態

顧客ネットワークを拡大。営業利益30億 ROE10%以上を目指す

■ 全サービス広告主ID

顧客

6,000

FY24対比

+2,000

■ 全サービスメディアID数

50,000

FY24対比

+20,000

営業利益

30億円

FY24対比

+88%

ROE

10%_{over}

FY24実績見込

7.9%