

PC / Tablet / SmartPhone AdNetwork × Performance Marketing

株主メモ(株主のご案内)

事業年度	毎年1月1日から12月31日まで	
定時株主総会	毎年3月開催	
基準日	定時株主総会	毎年12月31日
	期末配当金	毎年12月31日
	中間配当金	中間配当を実施するときは6月30日
	そのほか必要があるときは、あらかじめ公告して定めた日	

【株式に関する住所変更等のお届出およびご照会について】

証券会社に口座を開設されている株主様は、住所変更等のお届出およびご照会は、口座のある証券会社宛にお願いいたします。証券会社に口座を開設されていない株主様は、下記の電話照会先にご連絡ください。

株主名簿管理人 および 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
株主名簿管理人 事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
(郵便物送付先)	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
(電話照会先)	☎ 0120-782-031
(インターネット ホームページURL)	http://www.smtb.jp/personal/agency/index.html

【特別口座について】

株券電子化前に「ほぶり」(株式会社証券保管振替機構)を利用されていなかった株主様には、株主名簿管理人である上記の三井住友信託銀行株式会社に口座(特別口座といいます。)を開設しております。特別口座についてのご照会および住所変更等のお届出は、上記の電話照会先をお願いいたします。

公告の方法	当社のホームページに掲載する < http://www.fancs.com > ただし、やむをえない事由により電子公告を行うことができない場合は、日本経済新聞に掲載します。
上場証券取引所	東京証券取引所 市場第一部(証券コード2461)



当期の業績

増収を確保しましたが、
原価が膨らみ減益となりました。

第18期（2016年12月期）は、国内におけるスマートフォンの普及が一巡し、その急激な伸びは落ち着いたと考えられます。しかし、企業のインターネットやスマートフォンアプリを活用したマーケティングへの取り組みは堅調に拡大しています。

こうした事業環境の中、当社グループはスマートフォンを中心にした取り組みにより主にスマートフォン経由の広告収入が拡大し、売上高が増加しました。一方、売上原価などの上昇により利益率が減少し、営業利益・経常利益は減益となりました。なお、親会社株主に帰属する当期純利益は法定実効税率の引き下げにより横ばいで着地しました。

■ 2016年12月期の実績 (単位:百万円)

	2015年通期	2016年通期	増減率 (対前期比%)
売上高	35,789	37,515	4.8 ↑
営業利益	6,114	5,825	△4.7 ↓
経常利益	6,179	5,896	△4.6 ↓
当期純利益*	3,950	3,912	△1.0 ↓

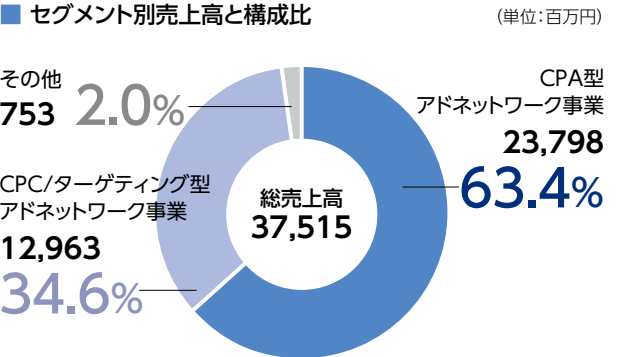
※親会社株主に帰属する当期純利益

セグメント別の状況

主力のCPA型サービス区分は増収増益でした。

CPA型アドネットワーク事業は、各種キャンペーンや広告主に向けて費用対効果を高めるコンサルティング活動を行い、主力の「A8.net」が美容分野で大きく伸ばして、売上高が前期比+17.1%、セグメント利益が同+14.0%と増収増益になりました。

CPC/ターゲティング型アドネットワーク事業は、主力の「nend」の利用広告主数の減少とCPC単価の減少などで売上高が前期比-12.5%、セグメント利益が-19.9%と減収減益になりました。また、その他事業は、広告収入の確保により売上高が前期比+17.5%、セグメント利益が同+409.7%と増収増益でした。

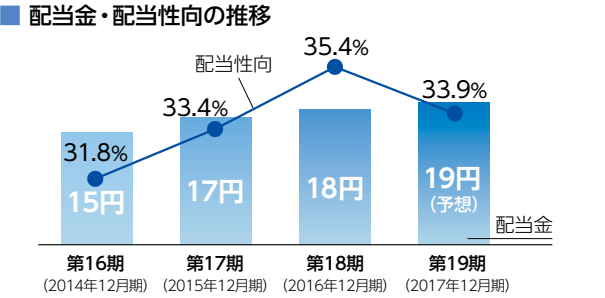


配当方針と配当額

引き続き増配を予定しています。

配当方針につきましては、従来どおり純利益の30%程度を連結配当性向としています。配当額は、当期は1株当たり18円、来期は同19円*を予定しています。

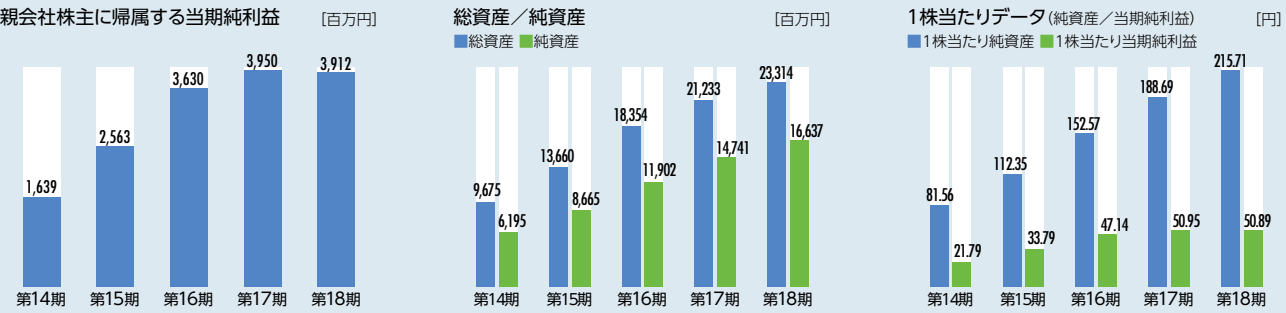
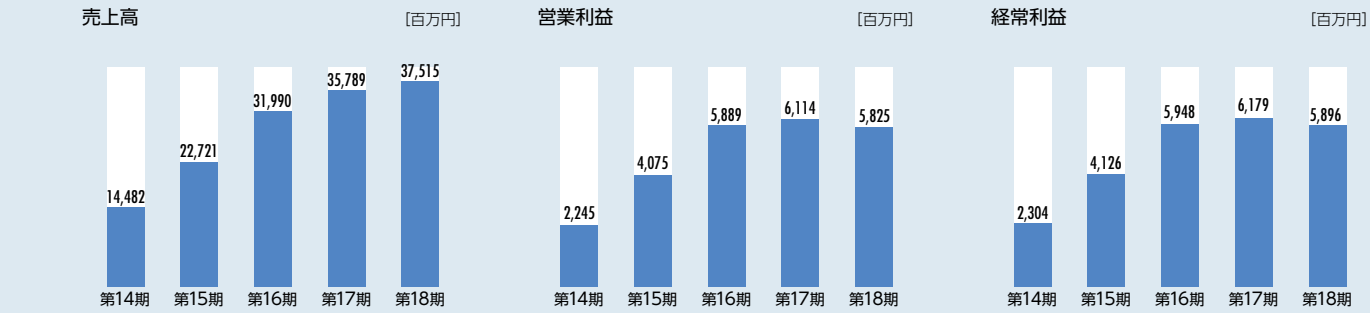
※業績の変動により配当性向及び配当金額が変動する可能性があります。



グループ会社の状況

連結子会社2社を吸収合併。

当社はグループの経営と組織運営の効率化を目的に、2016年10月と2017年2月の当社取締役会で株式会社エイトクロップスと株式会社ファンメディアの連結子会社2社の吸収合併を決定しました。それぞれの効力発生日は2017年1月1日と5月1日です。これにより当社の連結子会社は、株式会社アドジャパンの1社となります。





日本のeコマース化率は まだわずか5%程度です。 ネット広告の可能性は 大きく広がっています。

ネット社会へのシフトは着実に進んでいると思いますが、それでも日本の商取引に占めるeコマース(EC)の比率は5%前後*とまだまだ低いわけです。これからも便利で安価なECの利用はさらに拡大していくことでしょう。そんな社会において、企業と消費者のコミュニケーションをネット上で仲介する当社のビジネスモデルは、その価値をますます高めていくものと確信しております。引き続きご支援のほど、よろしくお願いいたします。

代表取締役社長 柳澤安慶

※経済産業省「平成27年度電子商取引に関する市場調査」より



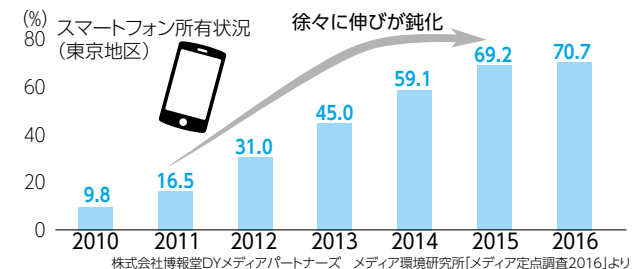
スマホ普及の落ち着きと投資先行を反映した決算となりました。

Q 当期(2016年12月期)業績の背景を説明してください。

CPA(cost per action:アクション成果報酬)型広告が順調に伸びた一方、CPC(cost per click:顧客誘導成果報酬)型広告が苦戦しました。苦戦理由の一つとして、CPC型広告顧客の割合の多くを占めるスマートフォン(スマホ)のゲーム会社の予算縮小があげられ、その原因は「スマホの普及が一巡したこと」「ユーザーがスマホゲームに目新しさを感じなくなったこと」などにより広告の費用対効果を低下させてしまったからではないかと考えています。また、CPC型広告は2014年12月期、2015年12月期に急激な成長を見せ、弊社の売上拡大に貢献してくれたため、その反動ということも言えるかもしれません。結果、全社売上高は、わずかな増収を確保することにどまりました。

このような状況の中で、今後の成長戦略として、苦戦しているCPC型広告への新しい機能追加、人材、設備のてこ入れや、リターゲティング広告、動画広告など新しいサービスへの投資を先行させたため、営業利益は微減という結果となりました。

■ スマートフォンの普及率



来期は引き続きサービスの改善を進め、次の成長戦略の土台をつくります。

Q 来期(2017年12月期)の施策と業績の見通しを教えてください。

当期はサービスの品質向上のため、サービス全体の再編や各々の内容、機能を見直す取り組みを積極的におこなってきましたが、来期もこれを継続することになります。また、動画広告や新しい自社媒体などの新たなサービスも複数リリースを予定しております。

結果として、全体的には投資が先行するため、当期と同程度の営業利益率を見込んでおりますが、来期後半から再来期(2018年12月期)にかけて徐々に投資が売上に結び付き、費用対効果が高まることで営業利益率も改善に向かうという想定をしています。通期では過去最高の売上高と営業利益を見込んでおります。

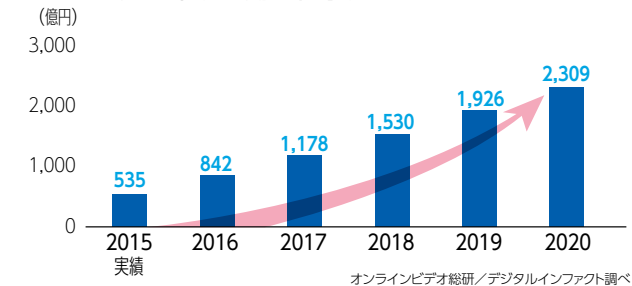
■ 2017年12月期通期連結業績予想

(単位:百万円)

	2016年通期実績	2017年通期予想	増減率 (対前期比%)
売上高	37,515	40,000	6.6
営業利益	5,825	6,200	6.4
経常利益	5,896	6,240	5.8
当期純利益*	3,912	4,300	9.9

※親会社株主に帰属する当期純利益

■ 動画広告の市場規模推計・予測



Q 具体的な取り組みをサービス別に教えてください。

「A8.net」は当期、計画通りの業績を収めました。スマホの普及はA8.netの主力広告であるeコマースの接触機会と時間を増やすことにつながり、広告主の出稿意欲も高まっています。来期以降もサービス機能改善を進め、営業力を強化することでより多くの広告主およびメディアにご利用いただけるようなサービスにしていきたいと考えております。

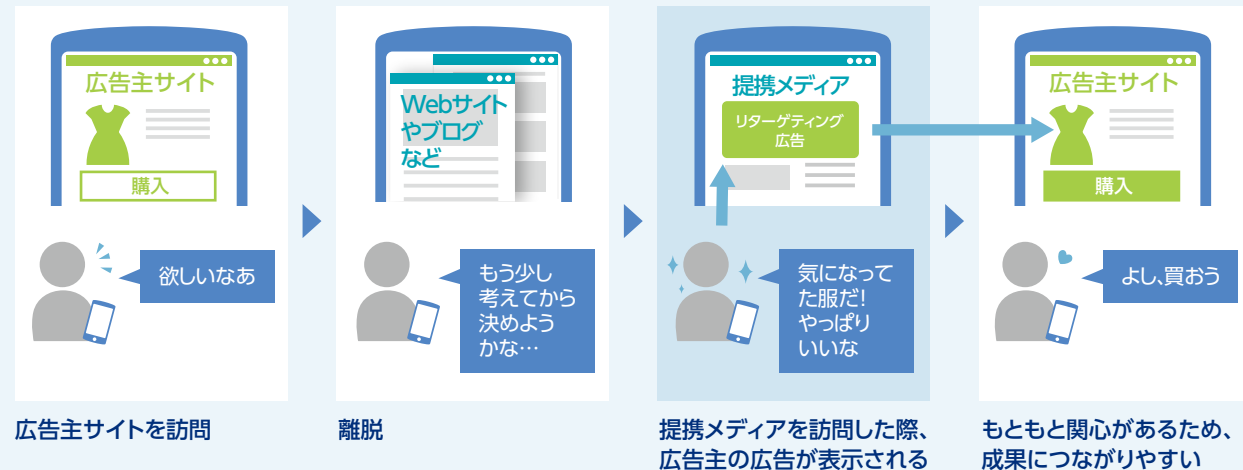
「Moba8.net」はモバイル広告を中心としたサービスを展開してきましたが、スマホの普及によりモバイル広告とパソコン広告の垣根が次第になくなり、A8.netとサービス機能が重複するようになってきました。社内リソース効率化の観点から、Moba8.netの広告やメディアを徐々にA8.netへ移行させ、来期はサービスを統合したいと考えています。

「nend」はより効果の高いメディアとのマッチングや記事型などの新しい広告表現の提供をはじめとし、少しずつ「広告効果を

高める改善」を継続しておりますので、減収にも徐々にブレーキがかかることを期待しています。また、当期は市場環境の変化に伴い既存顧客にもう一度アクションをしてもらうリテンション型広告や動画広告サービスなどを強化することで、新たな広告予算の獲得を目指していきます。

「nex8」は当期に様々なターゲティング手法を持つターゲティングプラットフォームという位置づけから、リターゲティング広告(過去広告主のサイトに訪れた消費者に対し、より最適な広告を再配信するサービス)のみを展開するべく、サービスの絞り込みを行いました。当期はまだまだ利用広告主数が少ないため売上の的にはふるわないものの、広告主は着実に増えてきております。来期は新規広告主獲得のみならず、継続性が高いサービスを目指してまいりますので、次第に当社をけん引するサービスに育ってくれるものと期待しております。

リターゲティング広告のしくみ



Q 連結子会社の吸収合併もサービス改善と関係があるのでしょうか。

スマホ普及の一巡により変化した市場環境に効率よく対応するために、3社あった子会社のうち2社を本体で吸収することとしました。CPI(cost per install:スマホアプリのインストールを促進する広告)型広告を手掛けるエイトクロップスは来期1月に合併を完了しました。ポイントメディア運営を行うファンメディアは来期5月に合併する予定です。

エイトクロップスにて運営していたCPI型広告サービス「ad crops」は2015年に本体で開始しているCPI型広告サービス「seedApp」と広告主およびメディアをすみわけ、より効率的な展開を目指していく予定です。

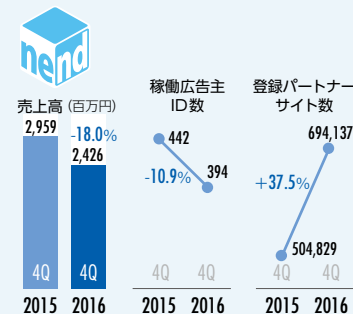
ファンメディアは、A8事業部内での独自のメディア開発・運営機能と統合し、ファンメディアが運営しているメディアの中で将来

性のある仕組みを取り込み、A8.netの広告主と近い関係性を強みに事業価値を高めていく予定です。

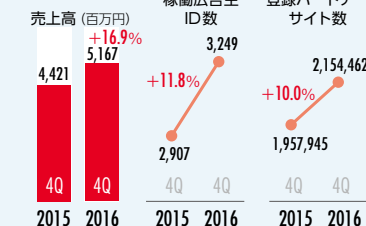


主なサービスの 売上高ほか主要指標

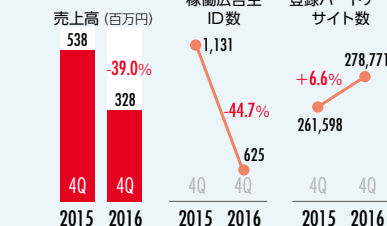
各サービスの売上高は、連結間取引(相殺前)の金額となります。



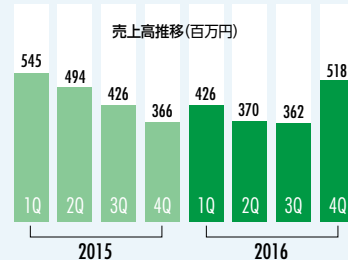
A8.net



Moba8.net

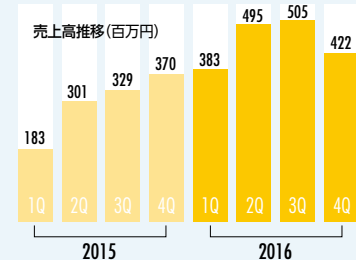


ad crops



ad cropsの数値はエイトクロップス単体の売上高で、ad crops以外の売上も含まれています。

nex8



Q 社内の組織や体制、人材に関する取り組みはいかがですか。

技術・開発部門については、日本最大規模のアドネットワークやアドテクノロジー、ビッグデータなどに対応できる高度な技術を備えた人材の採用を進めています。営業部門においては、広告主の満足度向上や生産性を上げるための組織づくりに取り組んでいます。

また2015年採用からスタートした定期新卒採用も来期4月で3期生が22名入社する予定で、1、2期生とともに若い戦力となる

ことが期待されます。新卒採用の体制や教育支援も充実してきております。さらに、海外売上高を高める取り組みも全社で進めており、外国人の採用も徐々におこなっております。

また、全社をあげて長時間労働は正に対する取り組みを積極的にすすめており、残業時間の削減、有給休暇取得促進を行うと同時に、いかに短時間でより品質の高い仕事を達成するかという生産性の向上も推進しております。

アドネットワークを拡大し、他社の追隨を許さない企業を目指します。

Q 今後の戦略やビジョンについて教えてください。

ネット社会以前の広告は、消費者に企業が売りたい商品やサービスの情報を伝え、いかに共感を得ることで購入してもらえるようにするかというサービスでした。マスメディアを利用して広告主が一方的に情報を消費者に届けることで、消費者はそれら

の情報を頼りに消費をするという構造になっていました。

ところがネット社会が広がると、消費者は企業から一方的に届けられる情報より、その企業の商品やサービスを実際に購入して使ったことのある他の消費者の体験情報の方が信用できると考

ワークライフバランスを推進し生産性を向上

当社は働き方改革としてワークライフバランスを重視し、仕事の生産性を高める取り組みを行っています。2016年2月と2017年1月に下記の3つの休暇取得促進制度を導入。これにより平均残業時間が減り、有給休暇の取得率が上がってきています。

当社はこれまでも、「スポーツ観戦推奨時間休暇」「ボランティア休暇」「配偶者出産休暇」といったユニークな制度を導入してきました。今後も社員が働きやすく、「仕事力」向上につながる取り組みを続けていきます。

▶飛び石連休有休促進制度(飛び促(トビソク))

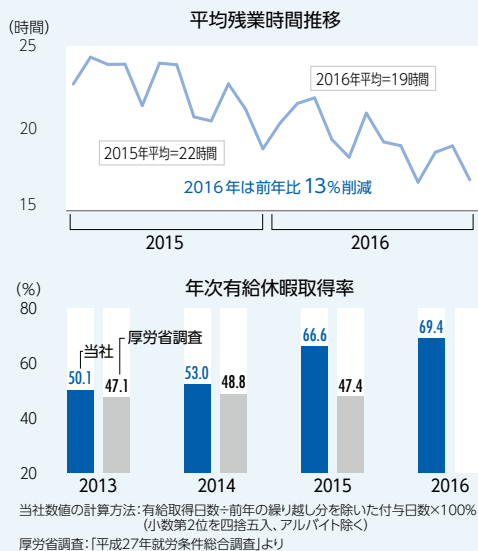
飛び石連休の際、土日祝日に挟まれている平日に有給休暇取得を推奨する制度

▶ハッピーサタデー(ハピサタ)

土曜日が祝祭日となる場合に、前日の金曜日もしくは翌々日の月曜日に有給休暇取得を推奨する制度

▶残念月

三連休のない残念な月の第3金曜日に有給休暇取得を推奨する制度



えるようになってきました。なぜなら、売るために自分たちの商品やサービスの良いところばかり伝える企業と比べ、消費者はより客観的に評価しているからです。これが消費者のメディア化です。

ブログやSNSを通し誰もが簡単に情報を発信できるようになったおかげで、消費者は自身の消費体験をもって次々にメディア化していきます。また最近、副業が大変注目されていますが、3Dプリンタの普及やクラウドといった効率的なインフラ提供サービスにより、消費者自身が簡単にモノづくりをし、ネットを通じて販売できる消費者のEC化も散見されるようになってきました。私たちはこうした消費者のメディア化やEC化をいち早くニーズとしてとらえ、アドネットワークというインターネット上にある無数の

Q アドネットワークをどのように拡大していくのでしょうか。

基本的には、現在のサービス規模それぞれを着実に拡大させていきます。当社には17年に及ぶ実績があります。また現在、様々なデバイス上で成功報酬型アドネットワークとして日本最大規模を誇っています。なぜ当社がこのような規模に成長できたかという、広告主にもメディアにとっても満足のいく広告効果を提供し続けてきたからだと思います。こうした優位性

Q 株主の皆様へのメッセージをお願いします。

インターネットビジネスは、デバイスや通信技術、SNSやブログなどイノベーションに満ちた変数の多い成長分野です。そのため安定的な長期投資が難しいとも言われています。しかし、当社のアドネットワーク事業は、広告主やメディアを1つずつ積み上げるストック型であり、変数を含みつつも継続して伸びていくことが期待できるビジネスです。そのため当期のような市場環境の変化にも大きく落ち込むようなことがなく収益を確保し、上場以来、増配を続けられるわけです。

また、景気変動に強い側面もあります。景気が悪いときには、広告主は費用対効果を求めて当社の成功報酬型広告を選

メディアへの広告配信を管理する仕組みを提供してきました。今後、消費者によるメディア化、EC化は間違いなくさらに進むと思われます。その中で私たちの提供する仕組みは企業と消費者を結ぶ新しい「消費情報プラットフォーム」になる可能性を秘めていると思います。

当社の現在のビジョンは「世界最大の成功報酬型アドネットワーク企業グループを目指す」というものですが、引き続きこのビジョンのもと、アドネットワークの規模を着実に拡大することで「消費者と企業」あるいは「消費者と消費者」の新しい消費コミュニケーションのインフラを支える企業になっていきたいと思っています。

を活用してさらにアドネットワークを利用していただけるユーザー数を積み上げていければと考えております。

また、インターネットに国境はありませんから、海外にも広げていきたいと考えています。これまで国内で行ってきたように、広告主やメディアとなるお客様の間で着実に成功事例をつくっていくことがまずは大切だと考えております。

びます。節約志向に走る消費者のメディア化やお得な消費をしたい消費者のネット利用も促進されます。逆に好景気時には、新しいビジネスが立ち上がりネット広告への投稿意欲が高まり当社の業績をけん引します。

私たちはこれから訪れるリアルを上回るとされるネット消費社会の中を、アドネットワークという武器で、企業と消費者、消費者と消費者をつなぐ広告・情報・ビジネスのインフラになりたいと思っています。長期的な視点でぜひご支援いただければ幸いです。

Financial Statements

連結貸借対照表 [千円]	第17期 2015年12月31日 現在	第18期 2016年12月31日 現在
資産の部		
流動資産	18,949,251	20,896,081 ◀1
固定資産	2,284,428	2,417,953 ◀2
資産合計	21,233,679	23,314,035
負債の部		
流動負債	6,349,889	6,513,452 ◀3
固定負債	142,540	162,697 ◀4
負債合計	6,492,429	6,676,150
純資産の部		
株主資本	14,630,391	16,553,613
その他の包括利益累計額	11,973	△540
新株予約権	98,885	84,812
純資産合計	14,741,250	16,637,885 ◀5
負債純資産合計	21,233,679	23,314,035

連結損益計算書 [千円]	第17期 2015年 1月 1日から 2015年12月31日まで	第18期 2016年 1月 1日から 2016年12月31日まで
売上高	35,789,555	37,515,940
売上原価	25,299,122	27,495,339
売上総利益	10,490,432	10,020,600
販売費及び一般管理費	4,376,218	4,195,359
営業利益	6,114,214	5,825,240
営業外収益	66,353	78,422
営業外費用	710	7,286
経常利益	6,179,856	5,896,376
特別利益	7,379	13,253
特別損失	72,675	16,715
税金等調整前当期純利益	6,114,561	5,892,915
法人税、住民税及び事業税	2,181,934	1,914,259
法人税等調整額	△17,387	66,508
法人税等合計	2,164,546	1,980,768
非支配株主に帰属する当期純利益	－	－
親会社株主に帰属する当期純利益	3,950,014	3,912,146

連結キャッシュ・フロー計算書 [千円]	第17期 2015年 1月 1日から 2015年12月31日まで	第18期 2016年 1月 1日から 2016年12月31日まで
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,161,091	3,728,530 ◀6
投資活動によるキャッシュ・フロー	△114,540	226,334 ◀7
財務活動によるキャッシュ・フロー	△975,625	△1,829,128 ◀8
現金及び現金同等物に係る換算差額	10,987	11,081
現金及び現金同等物の増減額	3,081,913	2,136,817
現金及び現金同等物の期首残高	9,325,532	12,407,446
現金及び現金同等物の期末残高	12,407,446	14,544,263

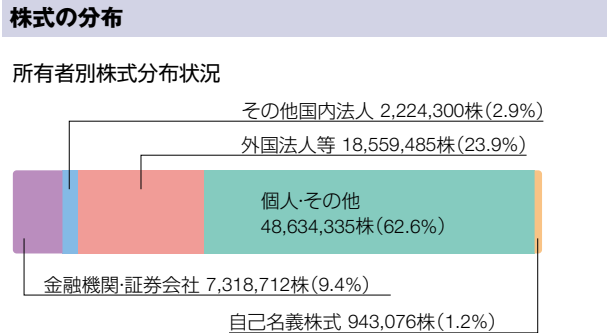
- 1 流動資産
主な増加要因は、現金及び預金2,036,817千円増によります。
- 2 固定資産
主な増加要因は、投資有価証券176,181千円増加によります。
- 3 流動負債
主な増加要因は、未払法人税等330,267千円減の一方、買掛金393,819千円増によります。
- 4 固定負債
主な増加要因は、長期預り保証金14,574千円増によります。
- 5 純資産
主な増加要因は、利益剰余金2,592,971千円増によります。
- 6 営業活動によるキャッシュ・フロー
収入減少の主な要因は、税金等調整前当期純利益5,892,915千円計上の一方、法人税等2,259,355千円の支払いによります。
- 7 投資活動によるキャッシュ・フロー
収入増加の主な要因は、投資有価証券の取得による支出1,886,802千円の一方、投資有価証券の償還による収入2,149,343千円によります。
- 8 財務活動によるキャッシュ・フロー
支出増加の主な要因は、配当金の支払1,155,232千円及び自己株式の取得による支出689,925千円によります。

Corporate Data

会社概要	
商号	株式会社ファンコミュニケーションズ
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
設立	1999年10月1日
資本金	11億3,591万円
従業員数	単体380名(アルバイト、派遣社員含む) グループ合計395名(アルバイト、派遣社員含む)
会計監査人	有限責任 あずさ監査法人

Stock Information

株式の状況	
発行可能株式総数	240,000,000株
発行済み株式総数	77,679,908株
株主数	12,178名



役員	
代表取締役社長	柳澤 安慶 (やなぎさわ やすよし)
取締役副社長	松本 洋志 (まつもと ひろし)
取締役	広瀬 計 (ひろせ はかる)
取締役	佐藤 吉勝 (さとう よしかつ)
取締役	関 厚志 (せき あつし)
取締役	二宮 幸司 (にのみや こうじ)
取締役	吉永 敬 (よしなが たかし)
常勤監査役	春原 幸充 (すのはら ゆきみつ)
監査役	柿本 謙二 (かきもと けんじ)
監査役	出澤 秀二 (いでさわ しゅうじ)

大株主 (上位10名)		
株主名	持株数 (株)	株数百分率 (%)
卯澤 安慶	27,783,600	35.77
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	4,863,300	6.26
アール・シー・ワイ・ブラザーズ株式会社	1,867,000	2.40
松本 洋志	1,662,800	2.14
THE BANK OF NEW YORK 133524	1,390,800	1.79
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505224	1,160,000	1.49
内田 徹	1,066,000	1.37
杉山 紳一郎	999,500	1.29
株式会社ファンコミュニケーションズ	943,076	1.21
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	882,100	1.14