



FANCOM

2024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
2025年2月12日

©FAN Communications, Inc. All Rights Reserved



Agenda

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 2024年12月期 連結業績概要
- 03 セグメント別の概要
- 04 2025年12月期 業績・配当予想
- 05 中期経営計画について（2025年2月10日公表）
- 06 会社概要
- 07 参考資料

01 ■ エグゼクティブサマリー

- 2024年12月期サマリー

2024年12月期



A8.net/A8app(旧seedApp)
(CPAソリューション事業)

事業ポートフォリオ見直し(主力事業nend撤退と子会社吸収合併)によるマイナス影響は3Qまで。4Qに営業利益も回復基調

N-INE
デジタルマーケティング支援
(新規事業)

取扱高上昇トレンドが継続。広告主の業種多様化が順調に進んでいる。スマホアプリ向け広告のseedAppのサービス名称をA8appに改名、A8.netのリソース活用による最適化

GERA・YOOR
ファンマーケティング
(新規事業)

12月に正式リリース。CRM、フォーム、LPなどデジタルマーケティングのプロセスを簡単にできるツール群。24年目標 100ID→実績 70ID

子会社WAND
インフルエンサーマーケティング
(新規事業)

オンラインサロンYOORの利用者、GMVが急増。24年度GMVは23年度対比で351%増
ラジオアプリGERAの売上は、23年度対比で213%成長

子会社ファンコミグローバル
(新規事業)

24年度に買収したWANDのPMIが順調。WANDは3Qに続き、4Qの取扱高、営業利益もともに過去最高を更新。A8.netとの連携を強化予定

海外顧客のスマホアプリ広告代理事業以外の事業の多角化を推進中。カジュアルゲームの事業立ち上がりの兆しはでてきているが、予算乖離幅大

02 ■ 2024年12月期 連結業績概要

- 2024年12月期 第4四半期主要数値サマリー
- 業績予想への進捗
- P/L(通期)
- [取扱高・売上高・営業利益] (四半期推移)

2024年12月期 第4四半期主要数値サマリー

前年同期比マイナス幅は減少傾向。前四半期比では、回復基調へ。

■ 取扱高

6,783 百万円

前年同期比 +3.8%

前四半期比 +3.1%

■ 売上高

1,798 百万円

前年同期比 △1.8%

前四半期比 +2.3%

■ 営業利益

531 百万円

前年同期比 +29.2%

前四半期比 +48.3%

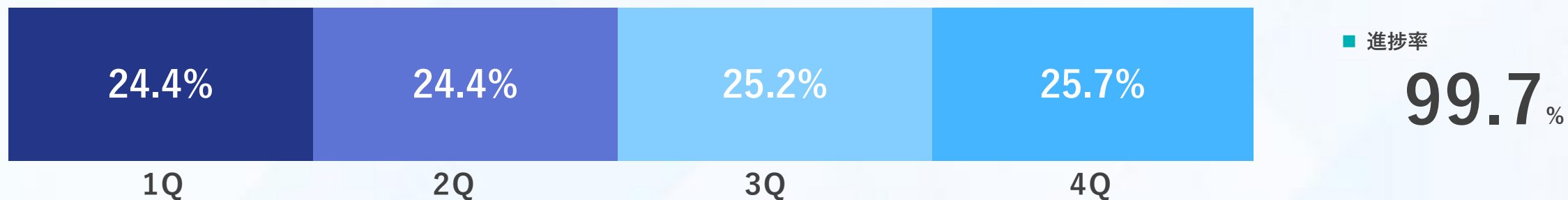
第4四半期トピックス

- 取扱高・売上高は、ほぼ計画通り
- 4Q営業利益は前年同期比、前四半期比で大きく伸長
- 4Qはファンコミュニケーションズ・グローバルの広告宣伝費減
- WAND A8.netとの連携による売上が4Qで発生
- オンラインサロンYOORのGMV 前四半期対比で60%増
- デジタルマーケティング支援サービスN-INEを正式リリース
- 定期的な事業ポートフォリオ見直しにより、ブログサービスの売却と新規事業サービス2つの撤退を決定

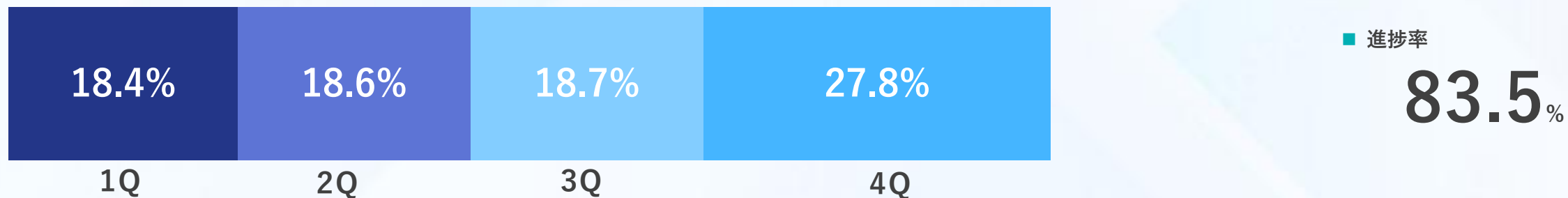
業績予想への進捗

第4四半期までの連結売上高進捗率は99.7%で、計画に対してオンラインで進捗した。一方営業利益の進捗率は83.5%であるが、これは先行投資による影響が大きい。

24/12期第4四半期売上高進捗率



24/12期第4四半期営業利益進捗率



※2024年5月2日に公表しました業績予想から修正は行っておりません。

前年同期比で、取扱高、売上高、営業利益は減少したものの、純利益については増加。

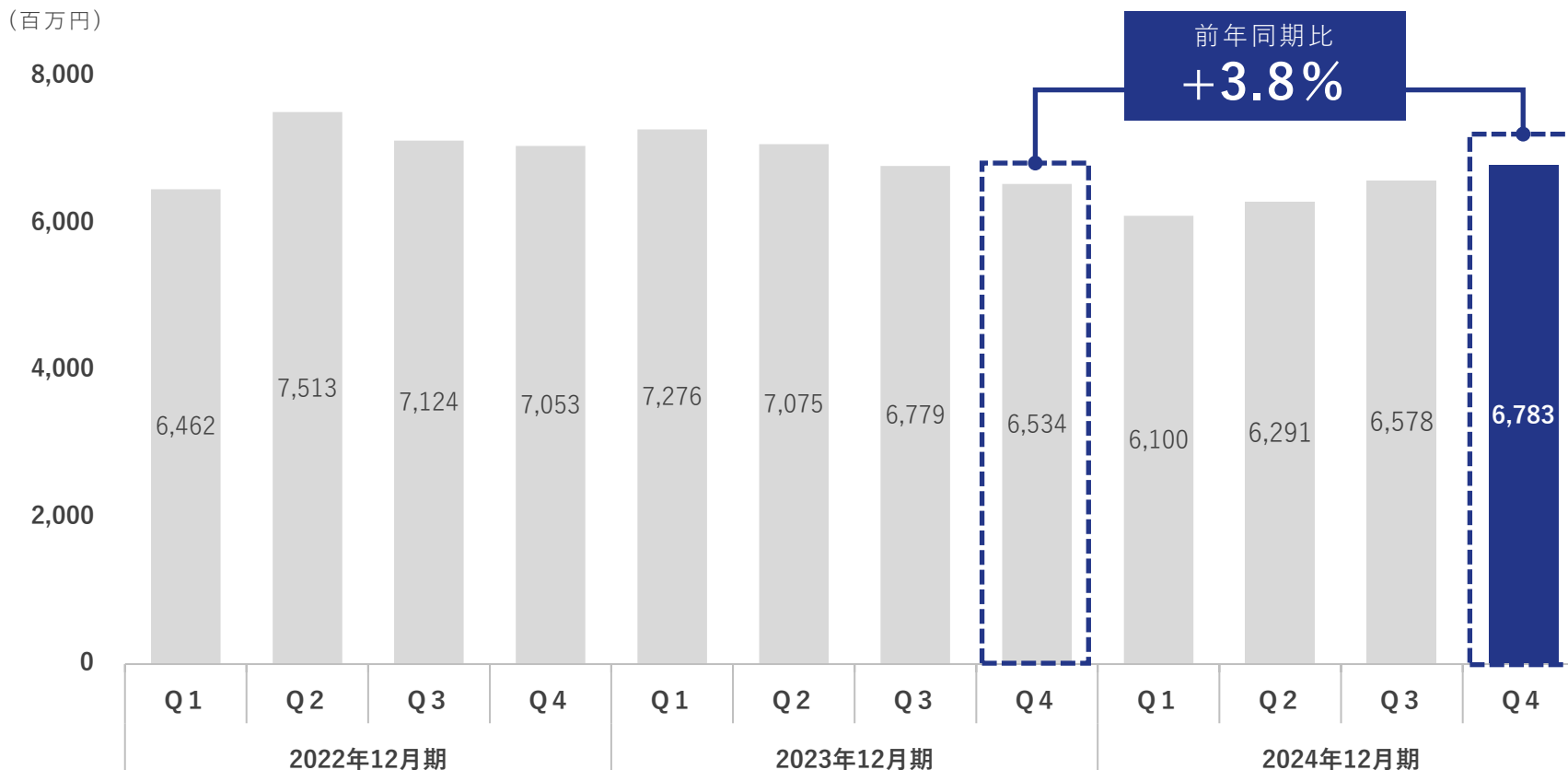
(百万円)	23/12期 通期	24/12期 通期	前年同期比	
			増減額	増減率
取扱高	27,665	25,753	△1,912	△6.9%
売上高	7,396	6,961	△435	△5.9%
営業利益	2,068	1,595	△473	△22.8%
(取扱高営業利益率)	7.5%	6.2%	—	—
経常利益	2,103	1,670	△433	△20.6%
当期純利益	1,233	1,419	+186	+15.1%
(取扱高純利益率)	4.5%	5.5%	—	—

※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。

[取扱高] (四半期推移)

取扱高は前年同期比で+3.8%、前四半期では+3.1%と回復基調。
CPAソリューション事業での取扱高増加が寄与した。

■ 取扱高の推移



■ 2024年12月期第4四半期実績

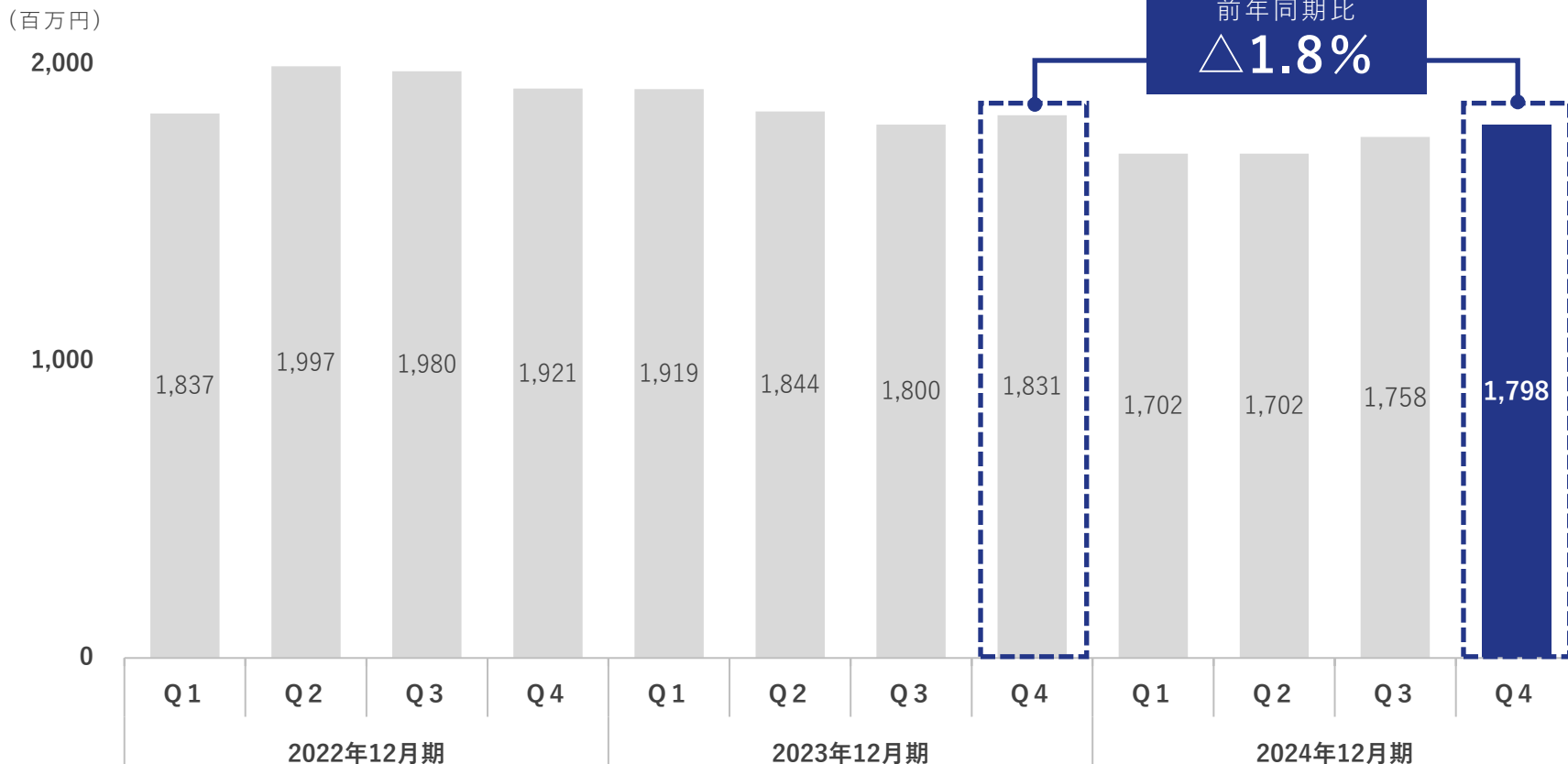


※取扱高は連結間取引相殺前の数値です。
 ※2022年12月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しております。
 ※取扱高とは2022年12月期以降において過去との増減分析の為社内にて算出した数値であり、2021年12月期まで売上高として公表しておりました。

[売上高] (四半期推移)

売上高は前年同期比△1.8%、前四半期比2.3%とこちらも回復傾向にある。

■ 売上高の推移



■ 2024年12月期第4四半期実績

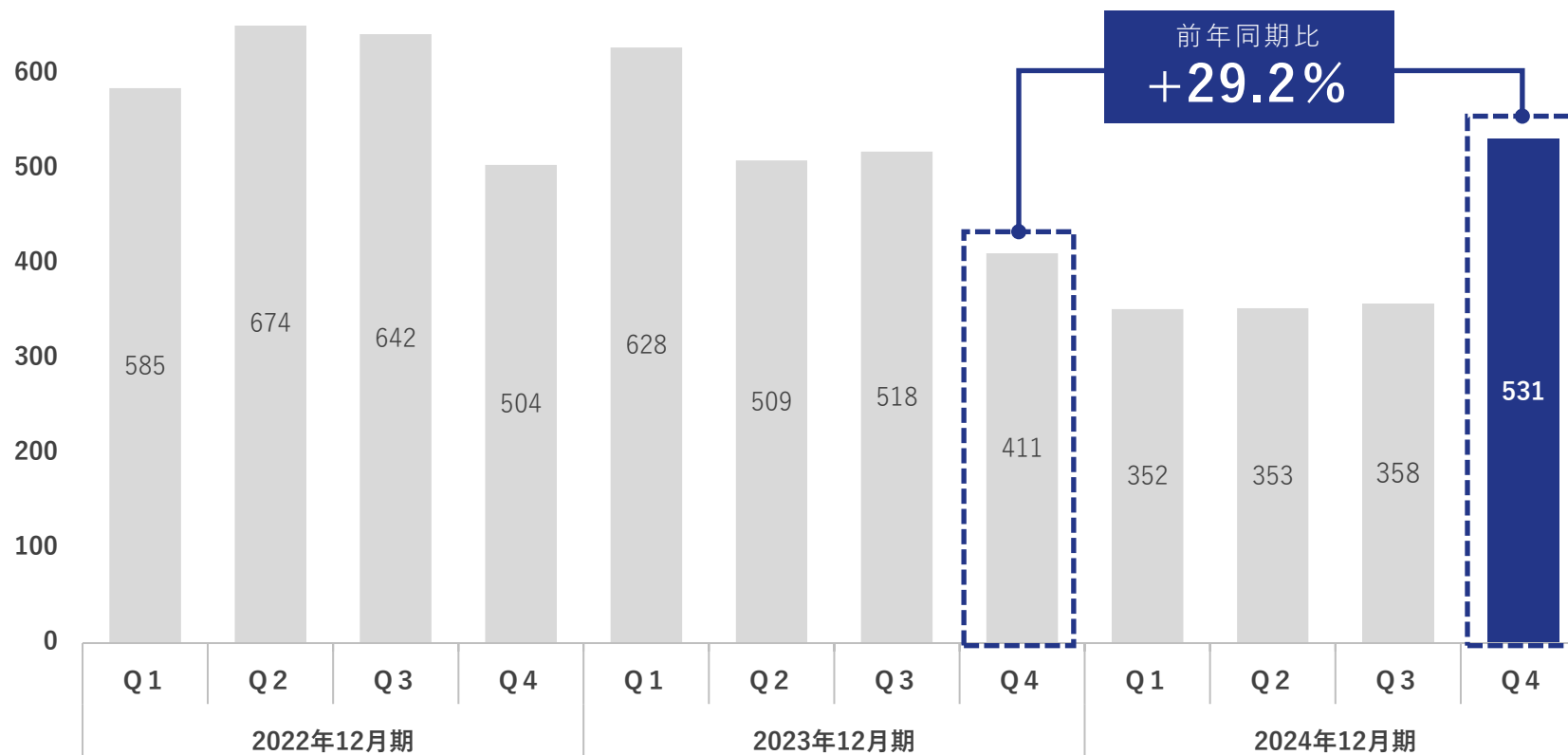
全体
1,798百万円
 前年同期比 $\triangle 1.8\%$
 前四半期比 **+2.3%**

[営業利益] (四半期推移)

営業利益は前年同期比+29.2%、前四半期比+48.3%と売上高の増加や広告宣伝費・データセンター費用などの減少により増加となった。

■ 営業利益の推移

(百万円)



■ 2024年12月期第4四半期実績

全体

531 百万円

前年同期比 +29.2%

前四半期比 +48.3%

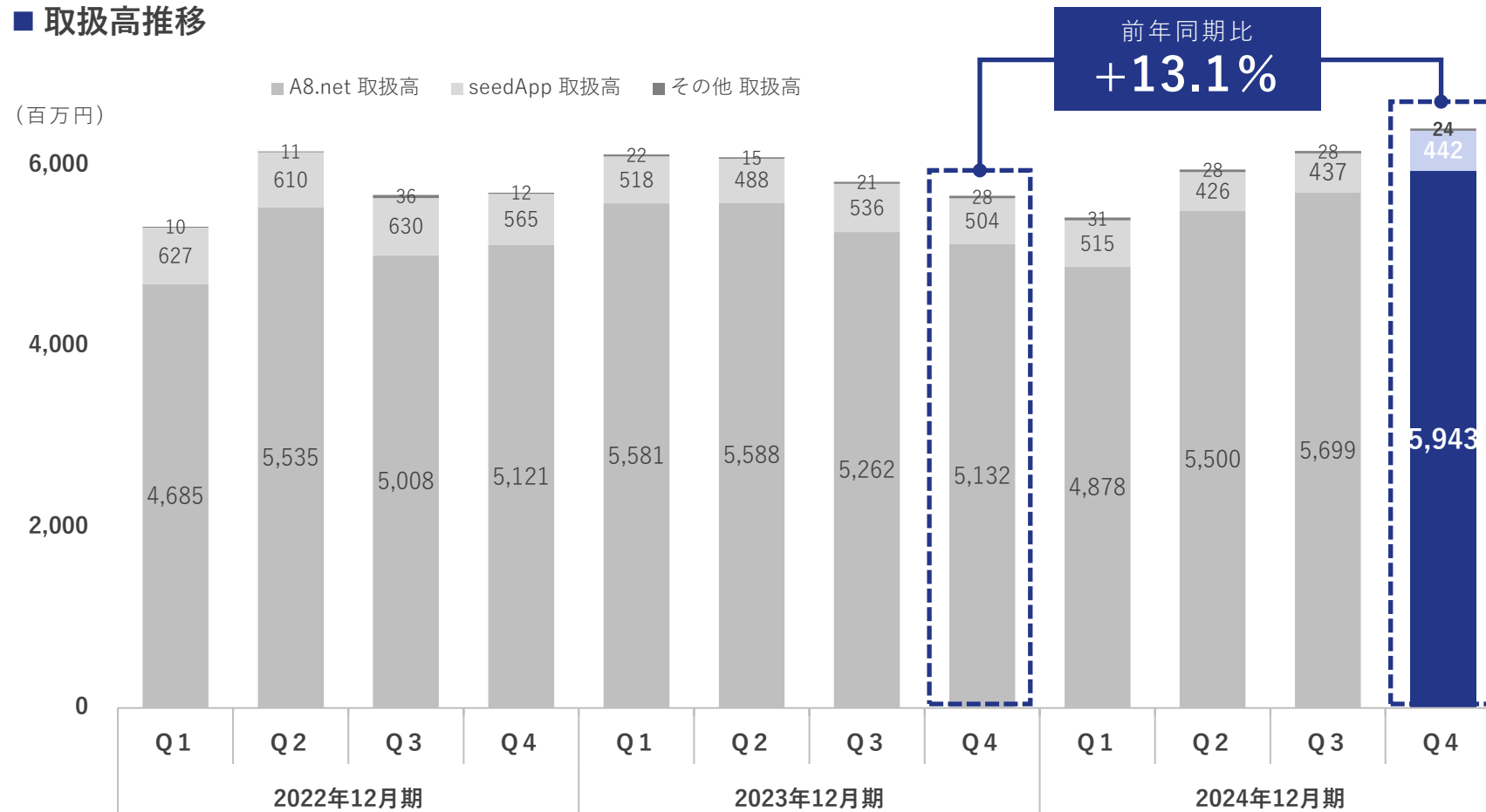
03 ■ セグメント別の概要

- CPAソリューション事業
- 新規事業

CPAソリューション事業 取扱高(四半期推移)

取扱高はCPAソリューション事業全体として前年同期比+13.1%、A8.netにおいては+15.8%増加した。

取扱高推移



2024年12月期第4四半期実績

全体
6,411百万円
 前年同期比 **+13.1%**

A8.net
5,943百万円
 前年同期比 **+15.8%**

seedApp
442百万円
 前年同期比 **△12.3%**

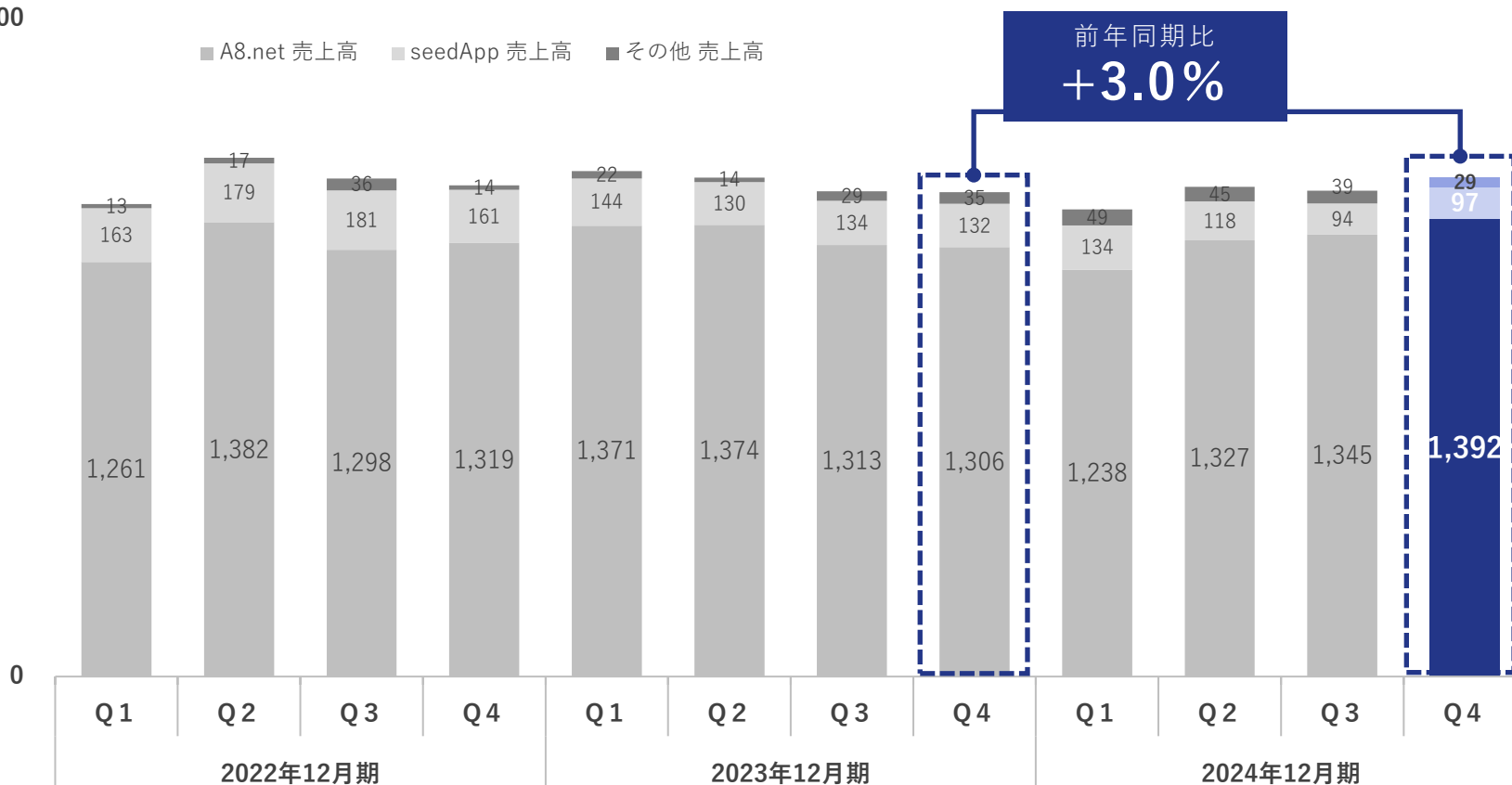
※取扱高は連結間取引相殺前の数値です。

■ CPAソリューション事業 売上高(四半期推移)

売上高はCPAソリューション事業全体では前年同期比+3.0%、A8.netは+6.6%、seedAppは△26.5%であった。

■ 売上高推移

(百万円)
2,000



■ 2024年12月期第4四半期実績

全体
1,518百万円
前年同期比 **+3.0%**

A8.net
1,392百万円
前年同期比 **+6.6%**

seedApp
97百万円
前年同期比 **△26.5%**

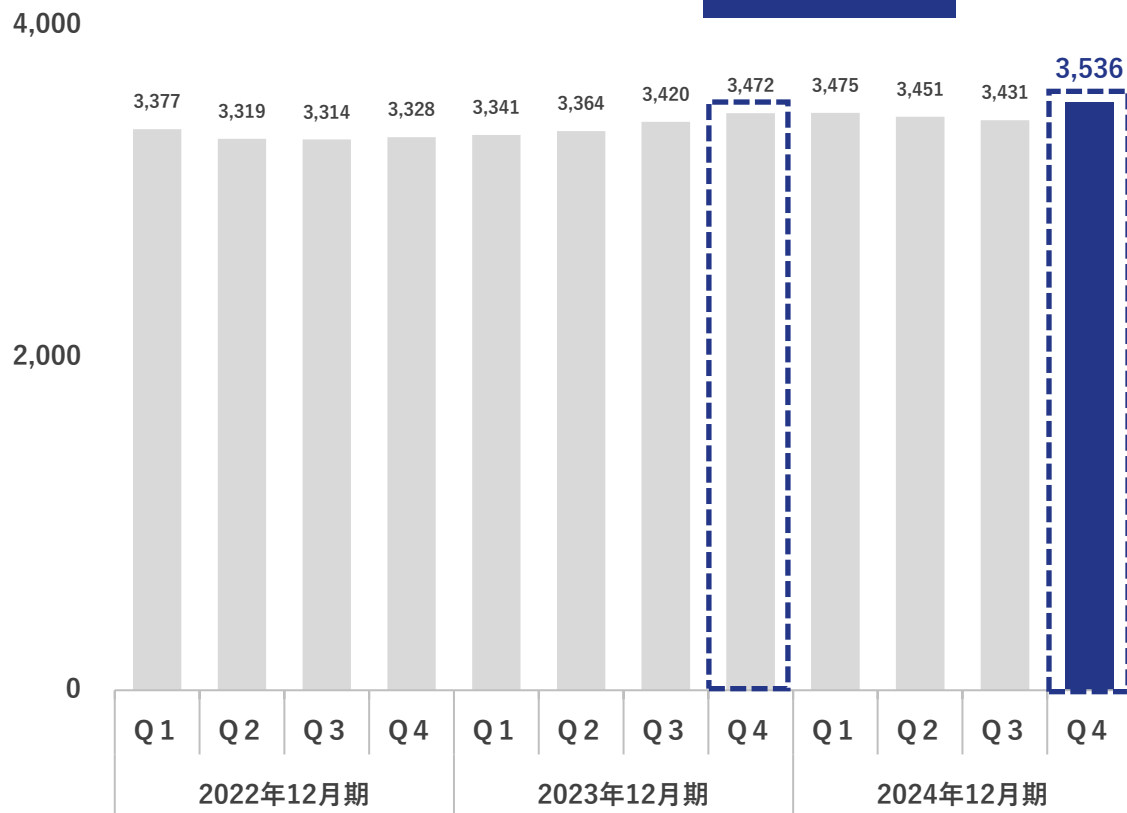
※その他は受託開発やSeasaa関連売上です。

A8.net 稼働広告主ID数・登録パートナーサイト数(四半期推移)

A8.netの稼働広告主ID数と登録パートナーサイト数は前年同期比で共に増加。
登録パートナーサイト数は350万を突破した。

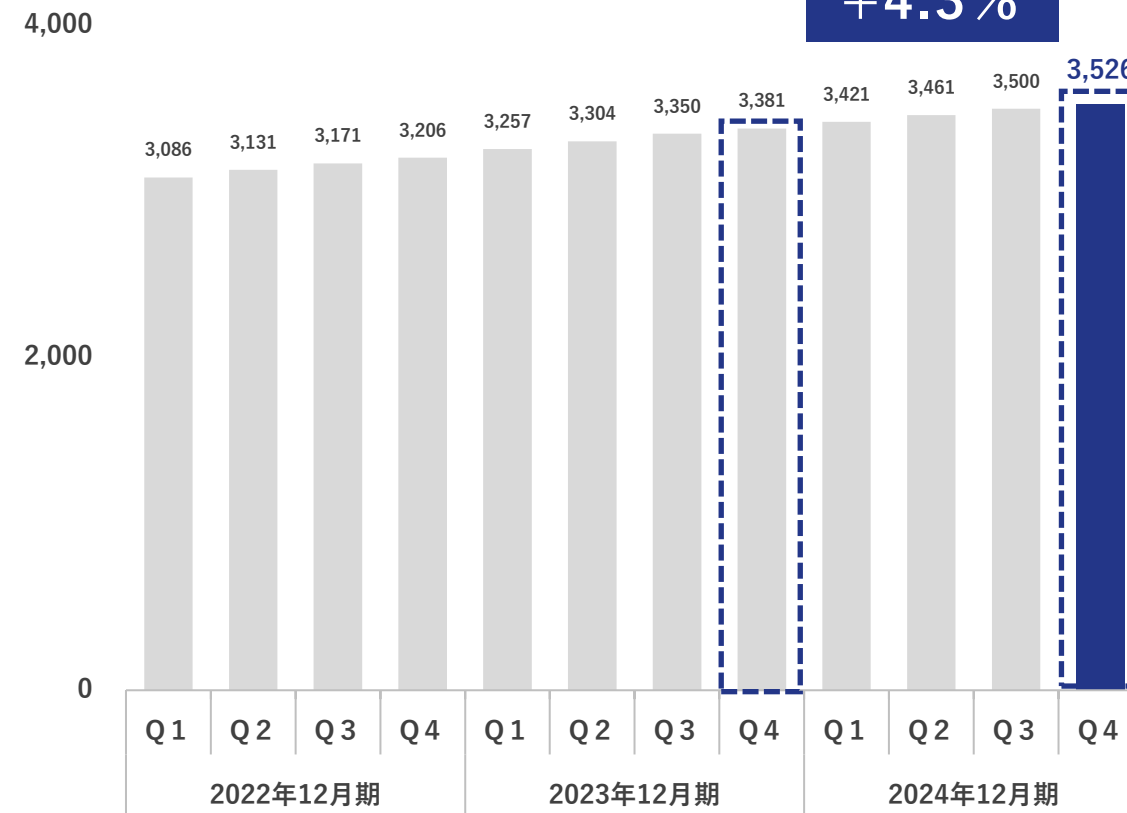
稼働広告主ID数推移

(件)



登録パートナーサイト数推移

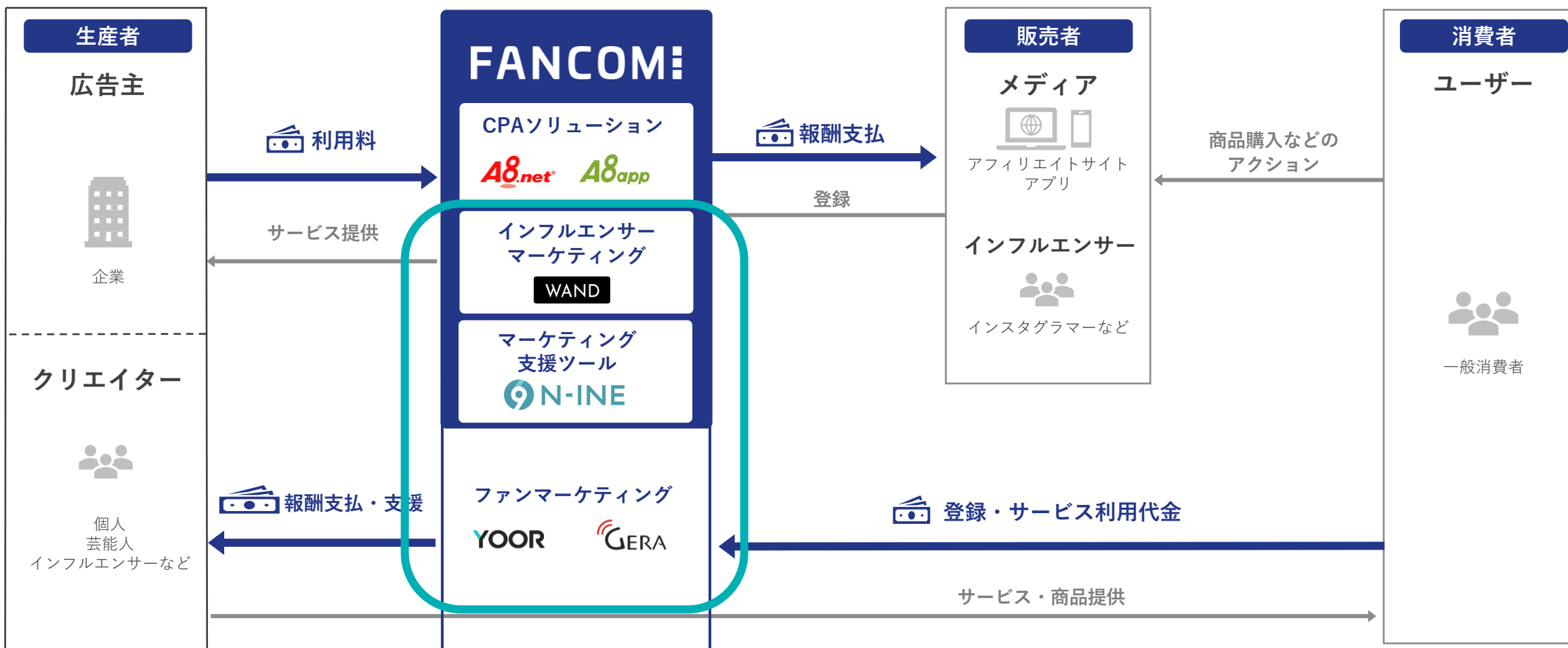
(千件)



※稼働広告主数は各四半期最終月の稼働広告主数を記載しています。

■ 新規事業の取り組んでいる分野

コア事業であるCPAソリューション事業に親和性の高い**インフルエンサーマーケティング支援**や**マーケティング支援ツール**、**ファンマーケティング事業**を**戦略事業**として投資中



■ 新規事業 第4四半期サマリー

選択と集中を加速。マーケティング領域に絞って事業を展開。4Qで成長加速したのは、WANDとYoor。2つの新規事業のクローズとブログサービスの売却を実行

2024実行

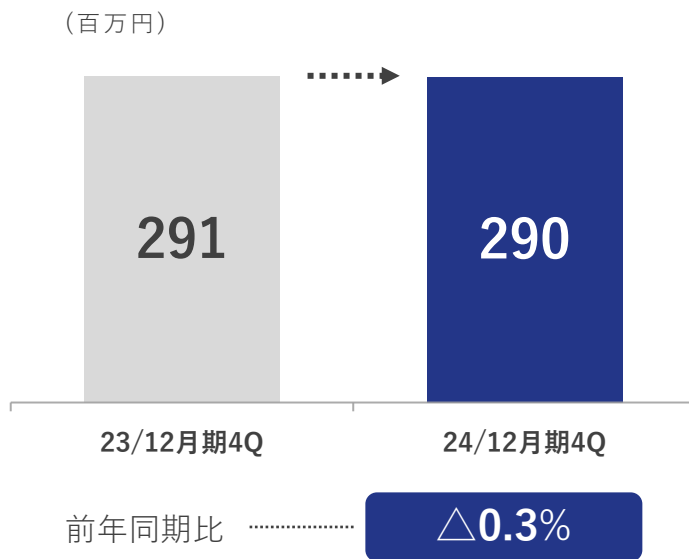
投資しない
事業の選定
選択と集中

検証
スピード
重視

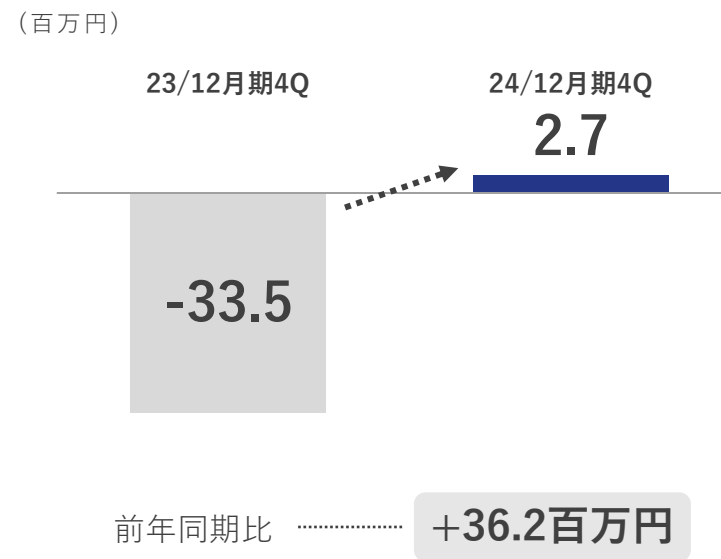


広告代理事業以外の売上が上昇傾向。ゲームパブリッシング事業が売上を牽引。

■ 取扱高



■ 営業利益



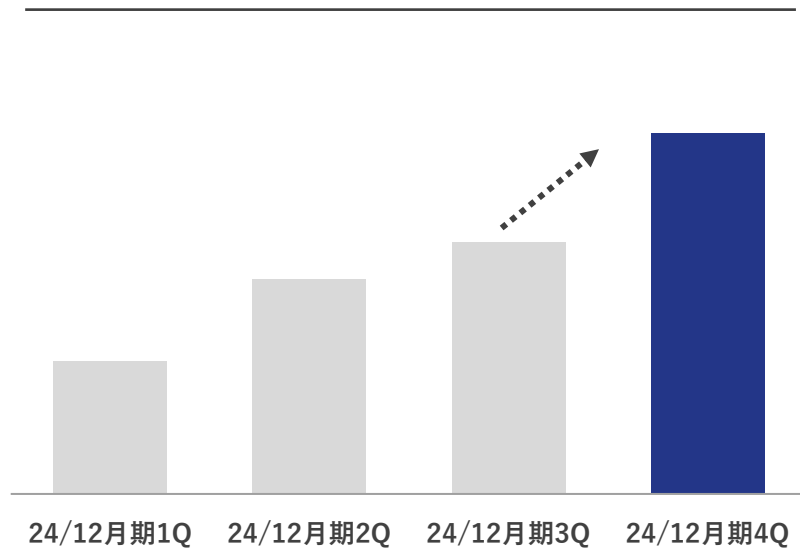
トピックス

- ・ 4Qは広告宣伝費の縮小により黒字化。

※取扱高は連結間取引相殺前の数値です。
 ※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。

WANDは、グループ入り後の業務統合が順調。
4Qにおいて、取扱高、営業利益ともに過去最高を更新。

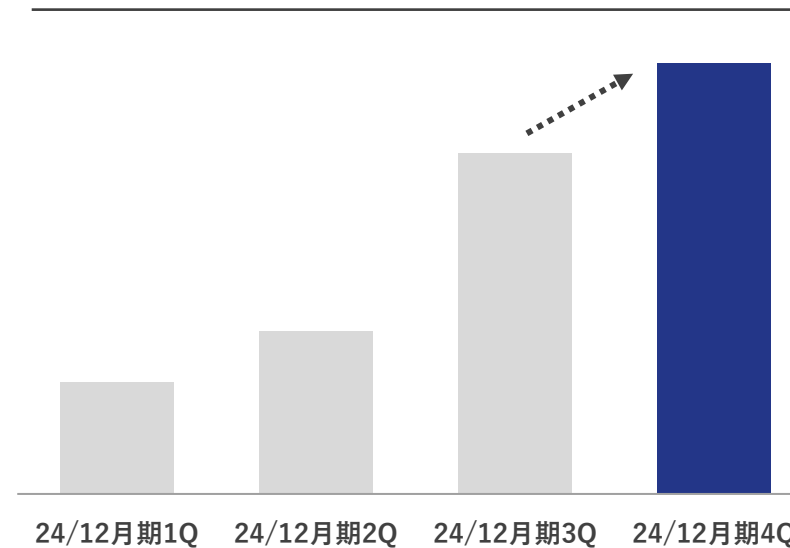
■ **取扱高**



前四半期比

+41.6%

■ **営業利益**



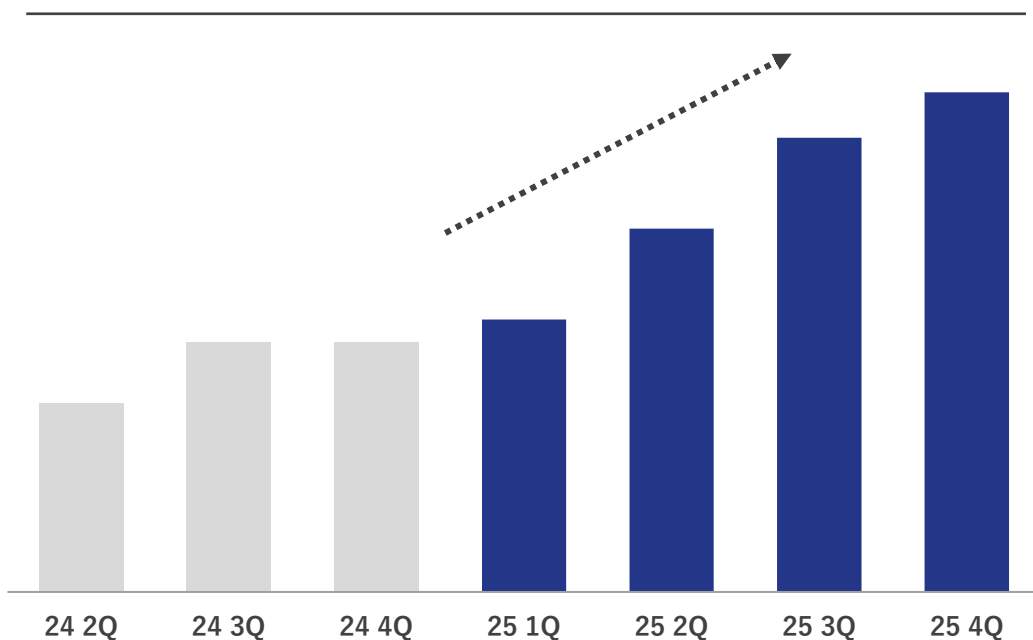
前四半期比

+26.4%

FY25上半期は人員投下や新サービス投入で投資拡大、A8.netとの連携も強めて**新たな顧客獲得**を狙う。

FY25よりセグメント名は新規事業ではなく**戦略事業**へ変更。新しく企画する事業もデジタルマーケティング領域に集中。事業拡大を急ぐ

■ 売上高計画



※24 1Qまではnend売上が含まれるため2Qから記載

インフルエンサーマーケティング支援

WAND

取扱高・売上高の拡大

マーケティング支援ツール

N-INE

ID拡大・MRR(月間経常収益)拡大

ファンマーケティング

YOOR GERA

ストック売上拡大
(サブスクリプション)

ファンコミュニケーションズ
・グローバル

広告代理事業以外の事業拡大

04 ■ 2025年12月期 連結業績予想

- P/L(予想値)

当期純利益は、24/12期で吸収合併に伴う繰越欠損金の利用の反動で減少するものの、売上高、営業利益、経常利益は**増収増益の予測**。

(百万円)	24/12期 通期実績	25/12期 通期予想	増減率
売上高	6,961	7,200	+3.4%
営業利益	1,595	1,810	+13.4%
経常利益	1,670	1,820	+9.0%
当期純利益	1,419	1,180	△16.9%
(一株当たり当期純利益)	21.43	17.81	△16.9%

(円)	24/12期実績	25/12期予想
配当予想	19	19

05 ■ 中期経営計画について (2025年2月10日公表)

2月10日公表の資料を抜粋して説明

- 中期経営計画概要
- 事業環境・市場動向
- 成長戦略・主要施策
- まとめ

■ 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。

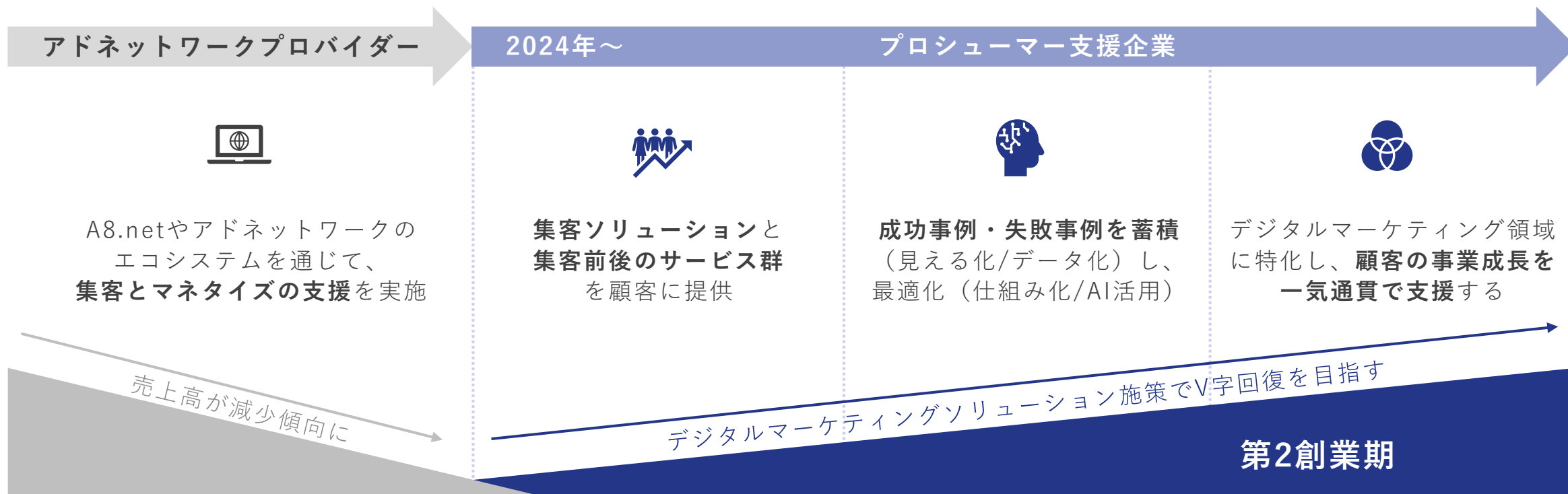
ビジョン

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



■ 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。

■ 事業環境（アフィリエイト領域）

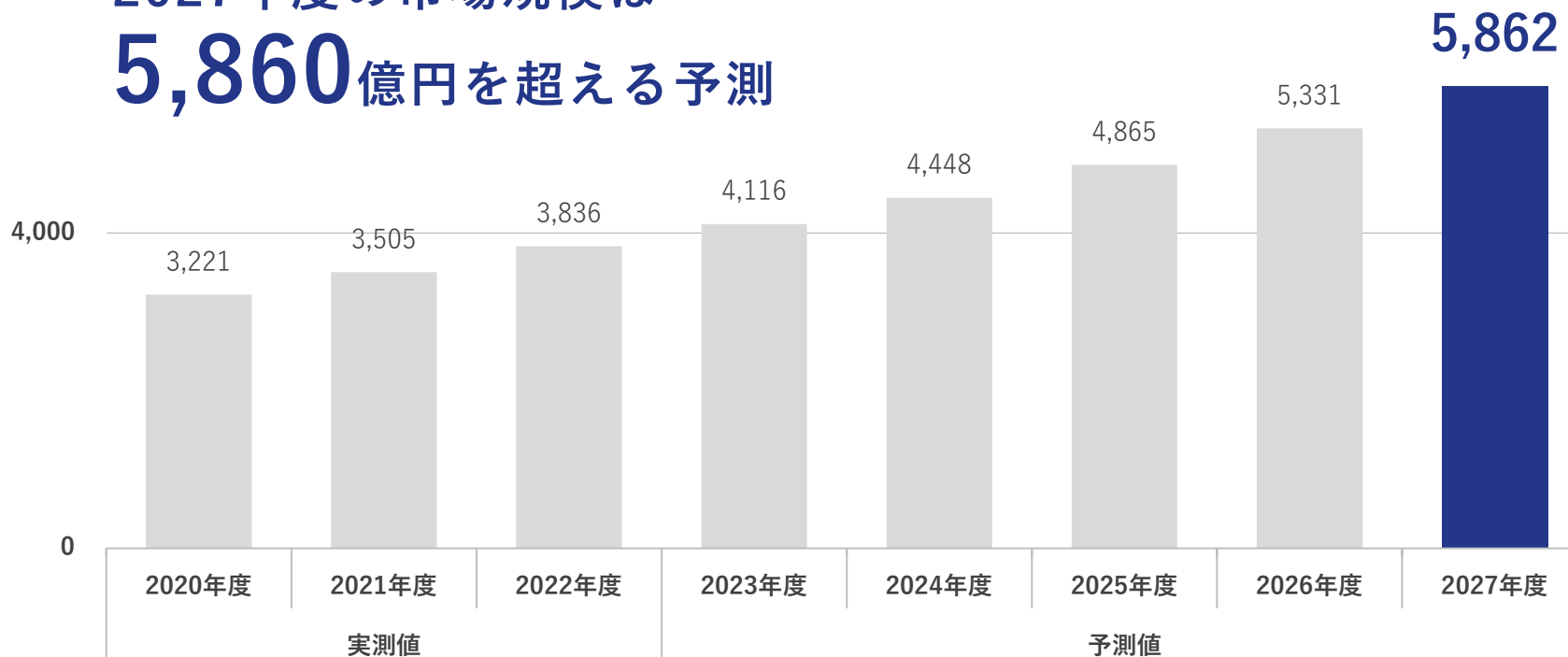
インターネット広告市場は今後も成長し続ける見込みであり、
当社が展開するアフィリエイトネットワーク事業の追い風となることが見込まれる。

■ 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。**

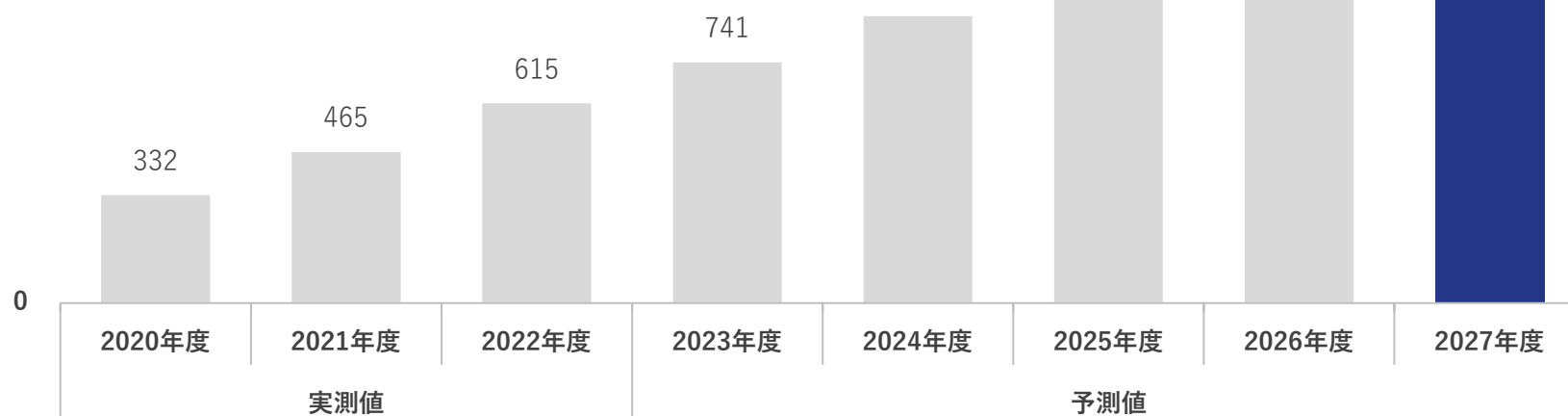
■ 国内インフルエンサーマーケティングの市場規模推移と予測

(億円)

2,000

2027年度の市場規模は
1,302億円を超える予測

1,000



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

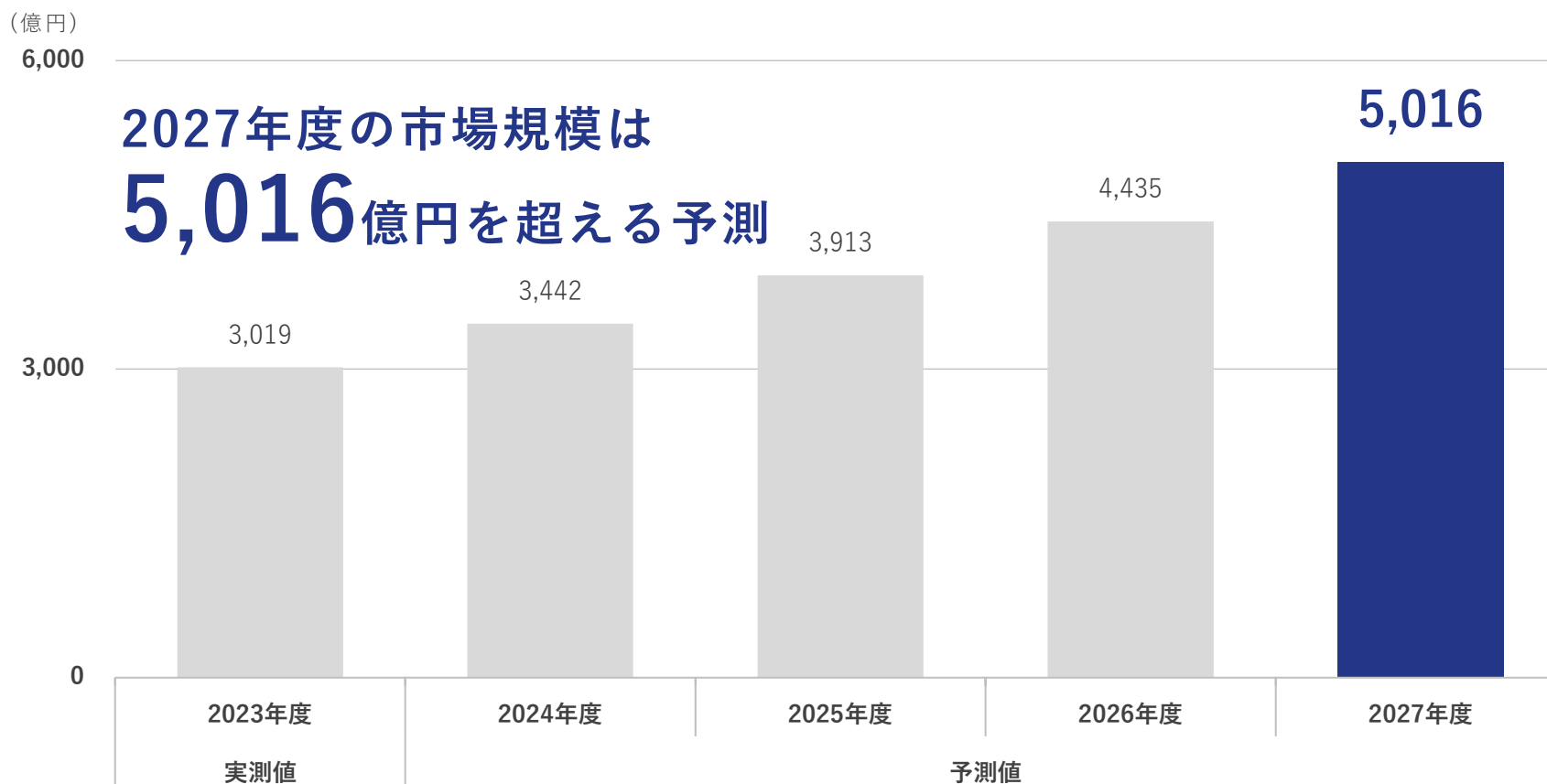
25年間 A8.netを運用してきた
あらゆるノウハウを
インフルエンサー
アフィリエイトにも投下し拡大

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

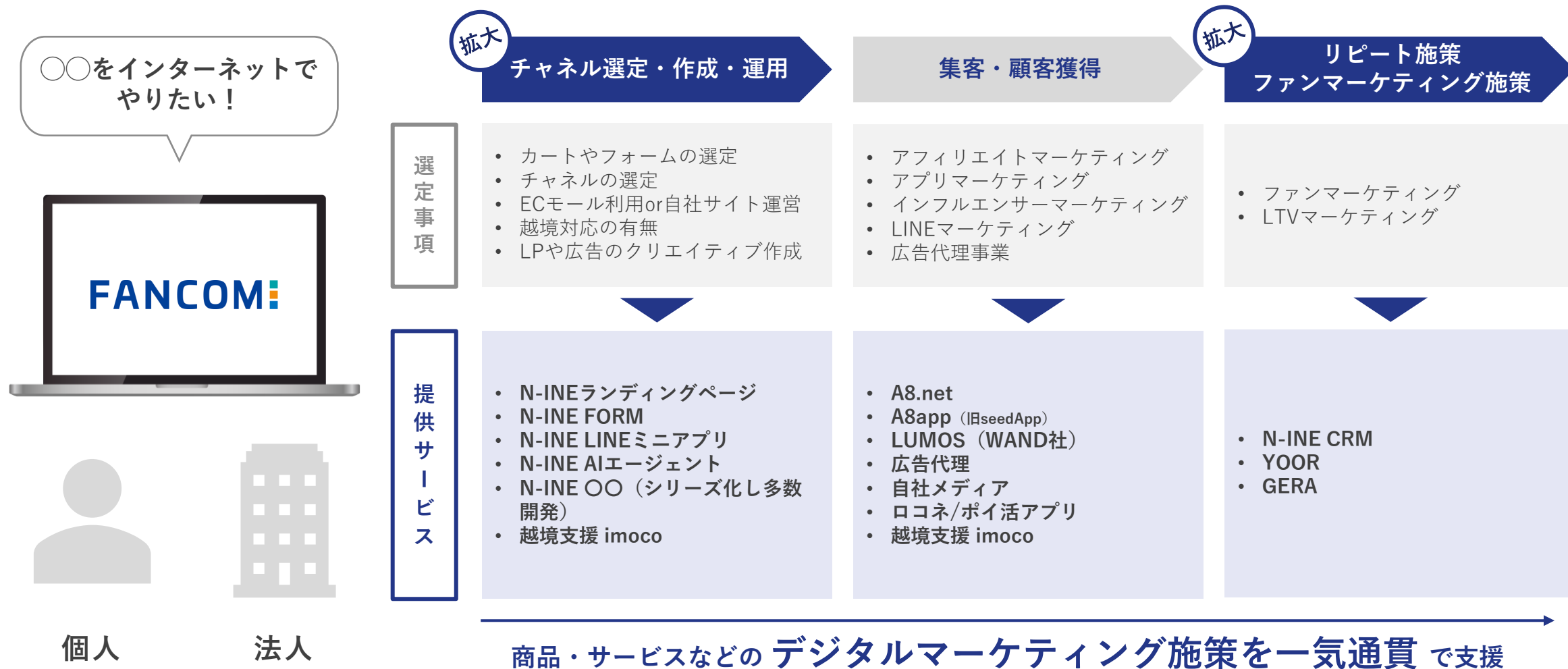


デジタルマーケティングを もっと簡単に

「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。

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。



FY25-27 成長戦略概要

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

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
 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)

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

7.9%

06 ■ 会社紹介

- ビジョン
- 会社概要

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。

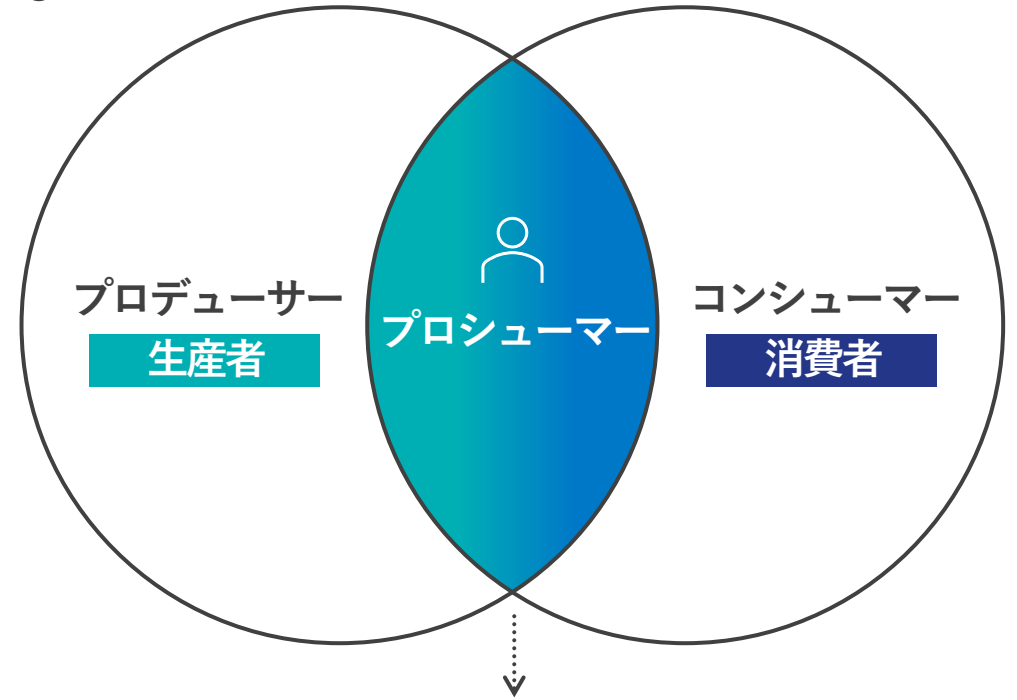
ウサギじゃなくても、カメのように。
「コツコツと」一歩ずつ、着実に前進していきます。



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」

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	11億7,367万円(2024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415名 (2024年12月31日現在※アルバイト・派遣社員含む) グループ合計435名 (2024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 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



07 ■ 参考資料

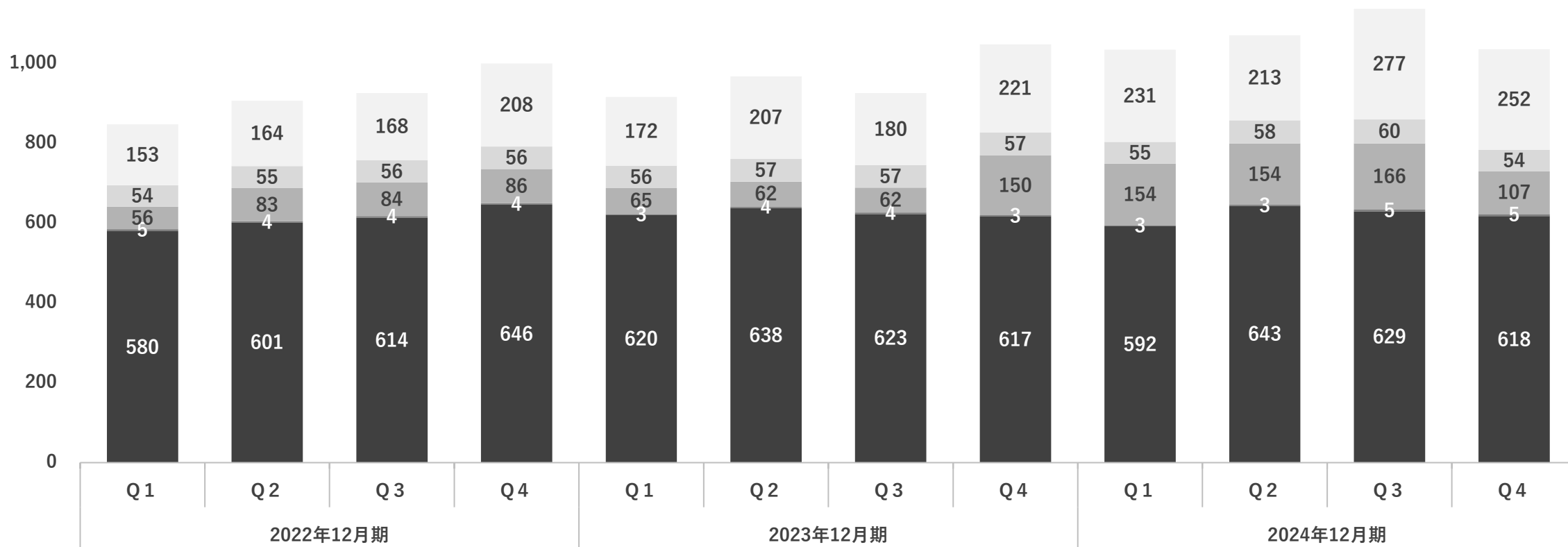
- 販管費
- B/Sサマリー
- 免責事項

■ 販管費（連結・四半期ベース）

2023年Q4からの広告宣伝費増加はファンコミュニケーションズ・グローバルの新規顧客獲得のための活動が影響している。

(百万円)

1,200 ■ 人件費 ■ 販売手数料 ■ 広告宣伝費 ■ 地代・家賃 ■ その他経費



※本表は過去との比較可能性を考慮し、収益認識に関する会計基準適用前の比率で計算しています。
 ※その他経費は、業務委託費、支払手数料など

無形固定資産の増加はWAND社買収時のれんによるもの。

(百万円)		23/12期 年度末	24/12期 年度末	前期末比	
				増減額	増減率
資産	流動資産	21,155	20,785	△370	△1.7%
	現金及び預金	17,299	16,917	△382	△2.2%
	固定資産	2,223	2,570	+347	+15.6%
	有形固定資産	92	53	△39	△42.4%
	無形固定資産	387	1,016	+629	+162.5%
	投資その他資産	1,742	1,500	△242	△13.9%
	合計	23,378	23,356	△22	△0.1%
負債及び純資産	負債	5,489	5,297	△192	△3.5%
	純資産	17,888	18,059	+171	+1.0%
	合計	23,378	23,356	△22	△0.1%

- 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ぬようお願いいたします。

■ 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@fancom.com