

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 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
特別口座の口座管理機関 三井住友信託銀行株式会社

株主名簿管理人 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
事務取扱場所 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)

FINANCIAL RESULTS

当期の業績 ▶▶ 大きな環境変化の中でも増収増益を維持しました。

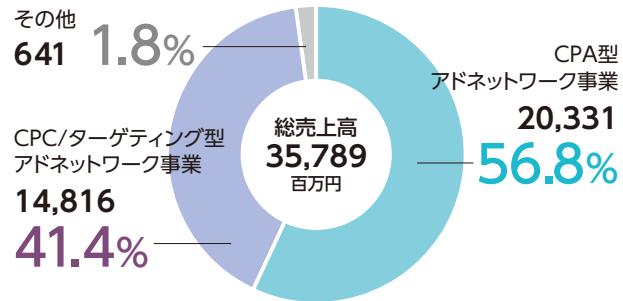
第17期(2015年12月期)は、引き続きスマートフォン経由の広告収入が拡大し、「A8.net」を中心とした成功報酬型広告の売り上げが増加しました。一方で、国内におけるスマートフォンの普及の伸び率が一段落したことや、一般消費者のスマートフォンアプリに対する目新しさが失われたことなどから、「nend」や「adcrops」といったスマートフォン向け広告サービスの成長は前期に比べ縮小しました。また、引き続きスマートフォン広告への対応のための投資を継続していることから、利益率もやや低下傾向にあります。そうした中でも創業以来16期連続の増収、8期連続の増益を確保することができました。

報告セグメント別では、CPA型アドネットワーク事業は、A8.netが29.9%増と好調で、特に美容・人材分野が大きく伸びました。CPC/ターゲティング型アドネットワーク事業は、「nend」においてゲーム分野の広告主の投稿が減少しましたが、「nex8」が広告主を増やすことで売上が増加しました。

■ 2015年12月期の実績 (単位:百万円)

	2014年通期	2015年通期	増減率 (対前期比%)
売上高	31,990	35,789	11.9 ↑
営業利益	5,889	6,114	3.8 ↑
経常利益	5,948	6,179	3.9 ↑
当期純利益	3,630	3,950	8.8 ↑

■ セグメント別売上高と構成比 (単位:百万円)

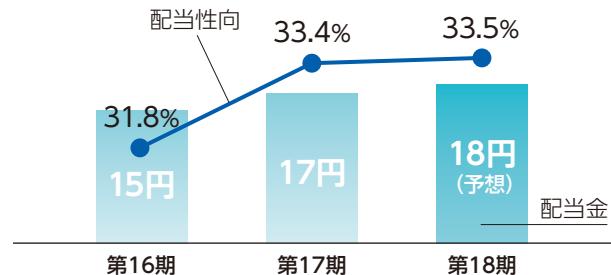


利益配分および配当方針 ▶▶ 引き続き安定配当を実施していきます。

当社グループは株主に対する利益還元を重要課題の一つと認識しており、企業体質の強化及び積極的な事業展開を勘案しながら、配当や自己株式の買入れなどを実施していきたく考えています。配当方針については、純利益の30%程度を連結配当性向とし、当期は1株当たり17円、来期は同18円※の配当を予定しています。

※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。

■ 配当金・配当性向の推移



SEGMENT & SERVICE

報告セグメント ▶▶ 第2四半期決算より新セグメントを適用しました。

主にデバイス別に分類していた報告セグメントを広告モデル別に変更し、各サービスを整理しました。スマートフォンの普及により各サービスに複数のデバイスが混在していたため、今後の経営戦略の推進方針をより明瞭に開示するには報告セグメントの変更が必要と判断しました。

セグメントの名称	事業内容
CPA型アドネットワーク事業	アフィリエイト広告サービスA8.net及びMoba8.netの運営 スマートフォンアプリ向けCPI広告サービスadcropsの運営
CPC/ターゲティング型アドネットワーク事業	スマートフォン向け運用型広告サービスnendの運営 ターゲティング・アドプラットフォームnex8の運営
その他	「予想ネット」「ミートアイ」などの自社媒体の運営、 インターネット広告代理業等

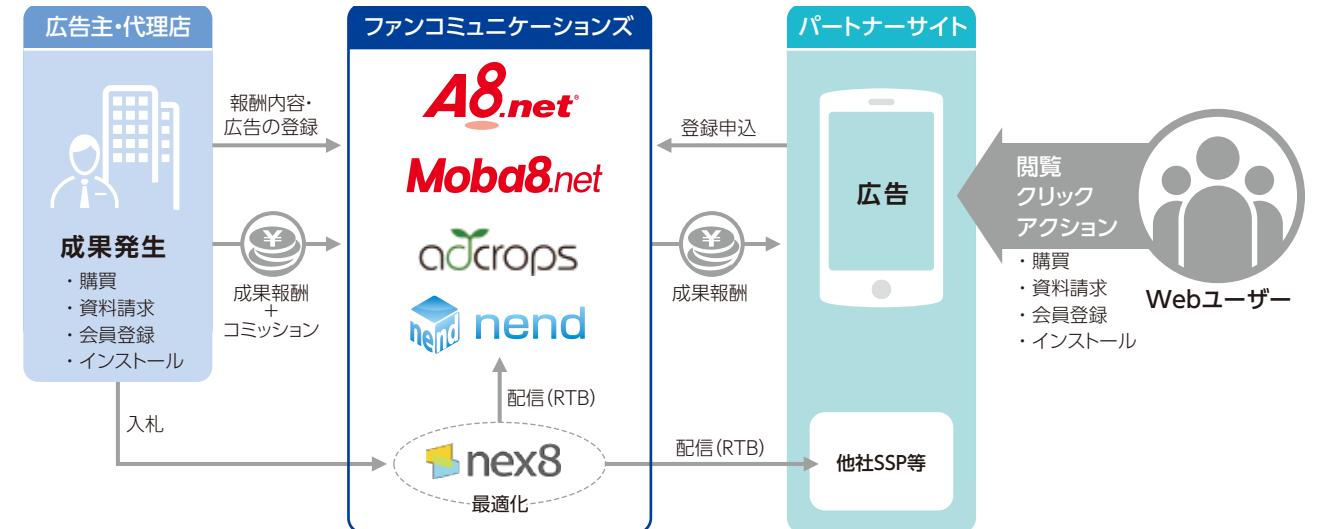
主要サービス ▶▶ 広告の費用対効果と最適化を追求しています。

当社グループのサービスは、消費者を広告主のWebサイトに誘導し、そこで購買、資料請求、会員登録など広告主があらかじめ設定したアクション(成果)を達成することにより広告費用が発生するCPA型と、広告主のWebサイトに送客することで広告費用が発生するCPC型に大きく分けられます。

※1 Webメディアの広告枠を最大化させる媒体側の広告管理プラットフォーム。

※2 Real Time Biddingの略。オンライン広告の入札の仕組みで、1インプレッションごとに広告枠の情報分析とそれに基づいた競争入札を行い、配信広告を決定する方法。

また、ターゲティング型広告分野では、国内外のアドエクスチェンジ・SSP※1への接続や、アドテクノロジーを活用したビッグデータの解析、最適な広告を買い付けるRTB※2などのサービス開発を進めています。



変化が激しいネット広告市場の中で、 核心を捉え着実に事業を成長させていきます。

代表取締役社長 柳澤安慶

平素はご支援を賜り、厚く御礼を申し上げます。第17期(2015年12月期)は前期に引き続きスマートフォン(スマホ)対応の広告に力を入れてきた結果、おかげさまで増収増益で着地することができました。ただし、現在はスマホの普及も一段落し、スマホ広告の目新しさも次第になくなってきています。そのためここ数年のような著しい成長が難しくなってきました。そこで現在は、既存のサービスの改善と新しいサービスの開発に同時に取り組んでおります。将来を見据え、次の成長のチャンスを的確に捉えていきたいと考えています。

スマホ広告市場の変動に大きな影響を受けました

Q 当期(2015年12月期)の事業環境と業績について説明してください。

2008年に国内で発売されたiPhoneを中心にスマホは世界レベルでイノベーションを起こし、スマホ向けのインターネット広告

市場も急成長しました。ところが、2014年はいよいよ国内販売台数が前年割れをするなど、その成長に陰りが見えてきました。また、ユーザーにとってもスマホのアプリに対する目新しさが次第に薄れ、本当に必要なアプリだけを利用するフェーズに移行してきました。そんな中で広告主の広告サービスへの予算や求めるものが大きく変わり、当社もその対応を進めてまいりました。

一方で、スマホ利用者のネットへのアクセス時間は増加傾向で、ゲームやSNSだけでなく、ショッピングなどの利用も促進されています。そのため、eコマース関連の広告が多いアフィリエイト広告サービスにとってはようやく追い風が吹いてきた状況です。

来期は次の成長のための投資に軸足を置きます

Q 来期(2016年12月期)の見通し、取り組みについて教えてください。

「A8.net」は当期、当社サービスの中で29.9%増と最も伸びました。スマホからの広告利用ユーザーの比率も50%近くに達し順調に成長しています。しかし、当社としてはスマホ比率をさらに高めなければならないと引き続き危機感を持っております。また、さらに多くの広告主およびメディアの皆様にご利用いただくために機能の改善を進めていく予定です。

「Moba8.net」は、そもそもフィーチャーフォン向けに立ち上げたサービスですが、現在はほぼ100%スマホ広告にシフトしています。A8.netが幅広い広告主やメディアに対応するのに対して、Moba8.netは特定の広告主に品質の高い特定のメディア様とのプロモーションを提供していただけるサービスとして棲み分けを図っております。さらに広告効果を高めるための機能の追加や運用人員の強化など投資を進めてまいります。

「nend」はここ数年、スマホ広告市場の拡大とともに成長してきましたが、当期は主力のゲーム広告主様の予算縮小やユーザーの広告慣れからくる効果低下などから苦戦いたしました。今後は引き続きゲーム広告以外の分野への拡張やネイティブ

■ 2016年12月期通期連結業績予想 (単位:百万円)

	2015年通期実績	2016年通期予想	増減率(対前期比%)
売上高	35,789	38,000	6.2
営業利益	6,114	6,200	1.4
経常利益	6,179	6,240	1.0
当期純利益	3,950	4,170	5.6



TOP INTERVIEW

広告などの新しい広告フォーマットの運用、広告主の顧客リテンションを高める機能追加などサービスを改良していきます。さらに海外に顧客を広げる施策にも力を入れてまいります。

子会社のエイトクロップスが運営する「ad crops」は、ユーザーがスマホにアプリをインストールした際に広告料金が発生するCPI (Cost per install) 型広告を扱っています。前期はアプリブームに乗って高収益を上げましたが、当期はアプリプラットフォームを提供する企業がリワード広告を排除する方針を打ち出したため、メディアや広告主が混乱するなど大変苦戦しまし

た。来期はサービスの原点に立ち返り、広告効果の高いメディア様にネットワークに参加していただくなど、サービスの品質向上に努めてまいります。

「nex8」はスマートフォンに特化したDSPとして、当社のサービスや外部のSSPIに対しより効果の高い広告を配信できるターゲティング・アドプラットフォームとして前期に本格的なサービスを展開し始めました。しかし、当期は大きく市場環境が変化したため期首の想定より業績が伸びず苦戦いたしました。そこで来期はサービス領域をPCまで広げたり、効果の高い方式に機

能を絞り込むなど方向性を修正したいと考えております。来期は投資が先行しますが、翌期以降当社の主力サービスに育ってくれるよう期待しています。

国内はさらにサービス領域を深耕し、海外へも拡大していきます

Q 今後の事業戦略やビジョンについて教えてください。

電通の調査によると、インターネット広告市場は制作費も含めるとすでに1兆2,000億円程度の規模になっています。しかし、ネット広告の持つ媒体としてのポテンシャルを考えると近い将来、TV広告と肩を並べる2兆円規模になる可能性は高いですし、ここしばらくは高成長が維持されると思います。

一方で、当社の主力であるアフィリエイト広告は、広告としてのポテンシャルに加え、消費者自身をメディア（ブログなど）として自分が利用した商品やサービスの販売をお手伝いしていただくネット時代の新しいプロモーション手法です。これはネット上にお店の入り口を設けたり、お店で商品を販売する販売員の機能を代替するなど、今までの概念では捉えきれないような市場ポテンシャルも同時に持っています。

そんな中で国内小売りのEC化率はまだ一桁台と低いことから、今後も当社のサービスは広告市場を上回るような大きな需要があると考えています。そのため、広告主とメディアと消費者の動向を注視しながら、安定的に拡大していくことで潜在市場を取り込むことが重要だと思います。奇をてらった戦略よりも、着実に今あるサービスの規模を拡大していくことが大切ではないかと思います。

また、インターネットはボーダレスですから、海外の広告市場へと事業領域を広げることが重要です。すでに世界中にメディアも広告主もいますので、当社がその間に介在していけば、自然とビジネスがグローバル化していくと考えています。

当然、言語や商習慣、法律などが各国ごとに違いますから、英語圏から少しずつ環境の整備を始めています。

グローバル展開に当たっては、東京発で事業を行っていることは大きな強みではないかと考えています。というのも、現在のインバウンド消費に見られるように国内の商品は品質が高く、同時に消費者の目も非常に肥えています。日本は世界でもユニークな先端的な消費が行われている場所ではないでしょうか。その中心となる東京で育った広告サービスの品質は世界でもかなりレベルの高いものになっていると思います。特に当社が得意とする成果報酬型の領域に関してはもっとも進化した場所になっている可能性が高いと思います。そうした強みをシステム開発や運用に活かし、世界に挑戦していきたいと考えています。

Q 株主の皆様へのメッセージをお願いします。

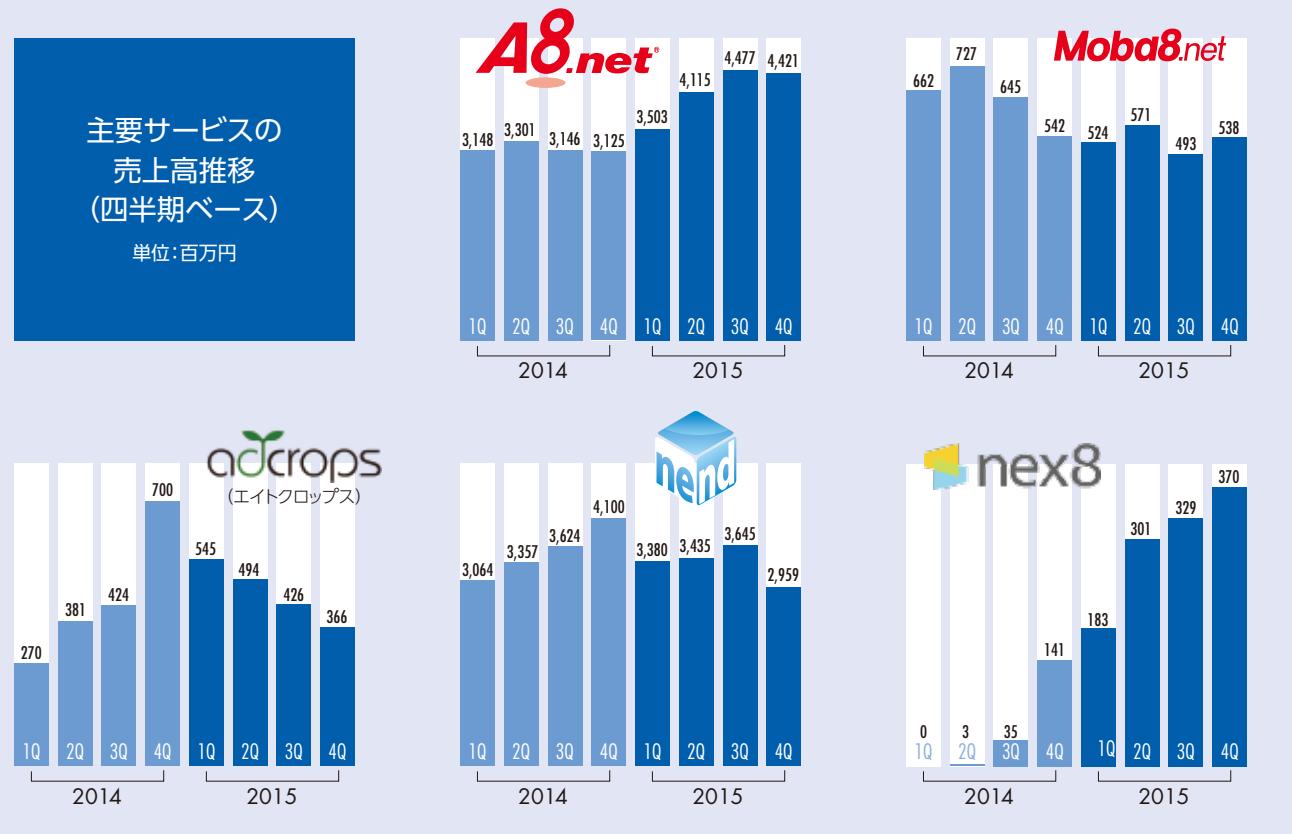
現在、日本の製造業は次第に国際競争力を失いつつあり、将来不安を抱えた国民の消費を喚起することも難しいという厳しい経済環境にあります。ではどこに成長市場があるのか。当社が属しているインターネット産業が最大のポテンシャルを持っているのではないのでしょうか。

インターネットが登場してまだ20年ですが、世界は大きく変わりました。しかしまだその入口にすぎません。今後、数十年かけてリアルな産業やビジネスがインターネット上で行われていくことは間違いないでしょう。

この成長分野の中で当社は着実にマーケティングビジネスを展開しています。創業以来、環境変化を何度も経験しながら成長を続けてきた当社を、ぜひ長い目でご支援いただければ幸いです。

主要サービスの売上高推移 (四半期ベース)

単位: 百万円



インターネット広告とeコマースの良い関係

— 新たな市場を創り、共に成長を遂げる —

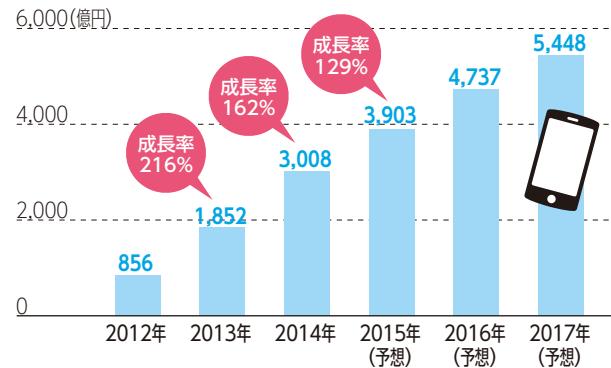
インターネット広告市場は、スマートフォン向け広告をけん引役に、2015年も大きく伸ばしました。インターネット広告はeコマースと相互に影響し合って成長していくと考えられています。客観的なデータをもとに、インターネット広告市場とeコマース市場の現在と未来を見ていきます。

インターネット広告が2桁成長、スマートフォン向け広告が市場をけん引

電通の調査*1によると、2015年の日本の総広告費は6兆1,710億円(前年比100.3%)で、このうちインターネット広告は1兆1,594億円と前年比110.2%を記録。広告費全体をけん引しました。

その主役はスマートフォン(スマホ)向け広告です。国内におけるスマホの普及率が過半数に達し、ユーザーのインターネット利用はスマホへ本格的にシフトしました。また、スマホ向けの広告媒体や広告フォーマットの登場により広告主のプロモーション環境は大きく改善されており、2015年以降もスマホ広告市場は伸びていくと予測されています*2。

スマートフォン広告市場予測 (CyberZ/シード・プランニング)



eコマースにとってインターネット広告は必要不可欠な存在

インターネット広告の伸びはeコマース(EC)市場の成長と密接に関係しています。現実の店舗は人通りを考慮して出店すれば顧客を獲得できますが、ECでは、検索エンジンで消費者が見つけてくれるのを待つだけでは商売になりません。ポータルサイトなど多くの人が集まる場所に広告を掲載し、顧客を誘導する必要があります。したがって、ECサイトと広告掲

載サイトは相互に影響し合い、成長を遂げてきたわけです。

米国のインターネット広告市場規模は、約7兆6,000億円と日本の約7倍に達する見込みですが*3、その背景としてECとの相乗効果が挙げられます。アマゾンに代表される米EC企業は、売り上げを伸ばすために莫大な広告費を投入。それによりインターネット広告市場も急成長しました。

EC市場は2021年度に25兆円超へ

小売りにおけるECの存在感は増すばかりです。2014年のB2C(企業対個人)のEC市場規模は12兆7970億円、前年比114.6%に成長しています。しかも、全商取引に占める割合(EC化率)は年々増加し、2014年には4.37%となっています*4。また、ECを利用する世帯(2人以上)の割合は2004年から2014年までに3倍近くに膨らんでいます*5。

野村総合研究所では、EC市場は2021年度には25兆円超まで拡大すると予測。モバイル端末の普及に伴い時間や場所を問わずにECを利用できるようになったことが市場の成長を後押ししていると分析しています。

取引の多様化や新規参入が成長に拍車

成長の背景には商取引の多様化もあります。大手だけでなく中小のネットショップなどによるB2C、オークションやフリーマーケットなどの個人間売買を軸にしたC2C(個人対個人)、さらにC2B(個人対企業)と市場は広がりをを見せています。

一方最近では、地方活性化策の一環として、地域の産業を日本全国や世界に売り込む手段としてECを活用する動きもあります。将来的には、いま現実世界で展開している農業や漁業、卸・小売、製造業など多くの事業者が新たにEC市場に参入し、成長に拍車をかける可能性があります。

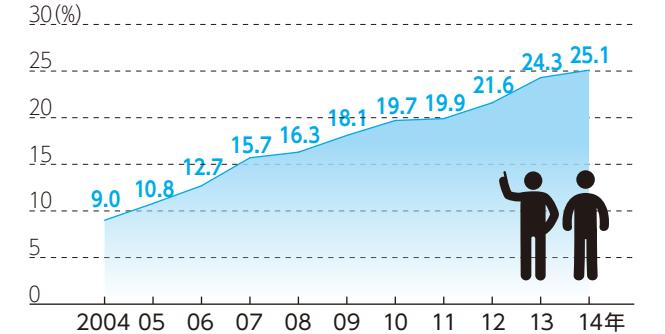
当社は今後も、インターネット広告とECの両市場の動向を的確にとらえ、戦略的かつ機動的に事業を展開していきます。

(参考資料) ※1:電通「2015年日本の広告費」、※2:CyberZ/シード・プランニング「2015年スマートフォン広告市場動向調査」、※3:米国eMarketer社2016年予測、※4:経済産業省「平成26年度電子商取引に関する市場調査」、※5:総務省「家計消費状況調査平成26年結果の概況」

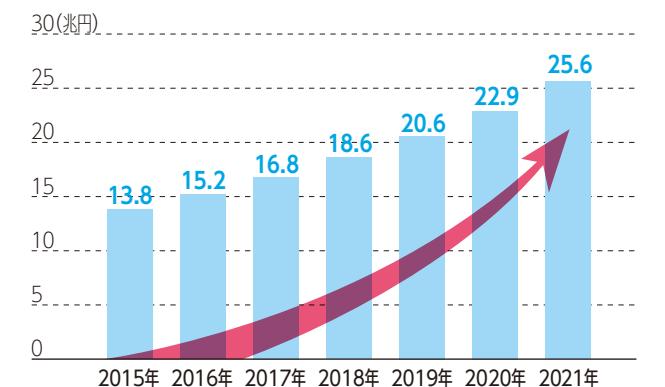
B2CのEC市場規模とEC化率の推移 (経済産業省)



ECで商品・サービスを購入した2人以上の世帯の割合 (総務省)



国内B2C EC市場規模予測 (野村総合研究所)



FINANCIAL STATEMENTS

貸借対照表 〔千円〕	第16期連結 2014年12月31日 現在	第17期連結 2015年12月31日 現在
資産の部		
流動資産	15,911,394	18,949,251 ▲1
固定資産	2,443,533	2,284,428 ▲2
資産合計	18,354,927	21,233,679
負債の部		
流動負債	6,298,662	6,349,889 ▲3
固定負債	153,941	142,540 ▲4
負債合計	6,452,604	6,492,429
純資産の部		
株主資本	11,790,038	14,630,391
その他の包括利益累計額	15,357	11,973
新株予約権	96,927	98,885
純資産合計	11,902,323	14,741,250 ▲5
負債純資産合計	18,354,927	21,233,679

- 流動資産**
主な増加要因は、現金及び預金3,081,116千円増によります。
- 固定資産**
主な減少要因は、投資有価証券196,348千円減によります。
- 流動負債**
主な増加要因は、未払法人税等405,104千円減の一方、買掛金670,111千円増によります。
- 固定負債**
減少要因は、長期預り保証金11,401千円減によります。
- 純資産**
主な増加要因は、利益剰余金2,789,337千円増によります。
- 営業活動によるキャッシュ・フロー**
収入増加の主な要因は、税金等調整前当期純利益6,114,561千円計上の一方、法人税等2,566,936千円の支払いによります。
- 投資活動によるキャッシュ・フロー**
支出増加の主な要因は、投資有価証券の償還による収入2,109,106千円の一方、投資有価証券の取得による支出2,090,160千円、有形固定資産の取得による支出206,905千円、無形固定資産の取得による支出106,994千円によります。
- 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、株式の発行による収入35,657千円の一方、配当金1,011,282千円の支払いによります。

損益計算書 〔千円〕	第16期連結 2014年1月1日から 2014年12月31日まで	第17期連結 2015年1月1日から 2015年12月31日まで
売上高	31,990,509	35,789,555
売上原価	21,658,571	25,299,122
売上総利益	10,331,937	10,490,432
販売費及び一般管理費	4,442,164	4,376,218
営業利益	5,889,772	6,114,214
営業外収益	66,743	66,353
営業外費用	7,985	710
経常利益	5,948,530	6,179,856
特別利益	4,414	7,379
特別損失	21,350	72,675
税金等調整前当期純利益	5,931,593	6,114,561
法人税、住民税及び事業税	2,327,546	2,181,934
法人税等調整額	△34,611	△17,387
法人税等合計	2,292,935	2,164,546
少数株主利益	8,135	-
当期純利益	3,630,523	3,950,014

キャッシュ・フロー計算書 〔千円〕	第16期連結 2014年1月1日から 2014年12月31日まで	第17期連結 2015年1月1日から 2015年12月31日まで
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,948,124	4,161,091 ▲6
投資活動によるキャッシュ・フロー	143,078	△114,540 ▲7
財務活動によるキャッシュ・フロー	△372,679	△975,625 ▲8
現金及び現金同等物に係る換算差額	△13,936	10,987
現金及び現金同等物の増減額	3,704,586	3,081,913
現金及び現金同等物の期首残高	5,620,946	9,325,532
現金及び現金同等物の期末残高	9,325,532	12,407,446

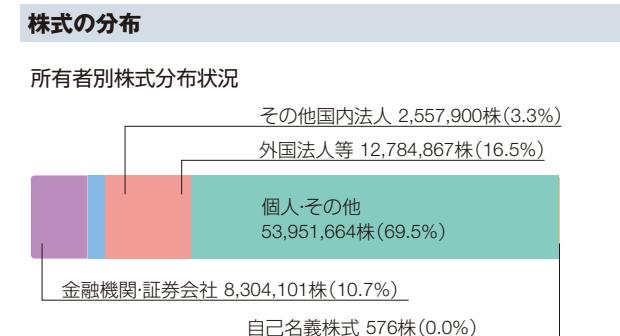
CORPORATE DATA

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	11億2,700万円
従業員数	単体297名(アルバイト、派遣社員含む) グループ合計349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

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)

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	77,599,108株
株主数	16,068名



大株主(上位10名)		
株主名	持株数(株)	株数百分率(%)
柳澤 安慶	27,783,600	35.80
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	2,378,600	3.06
アール・シー・ワイ・ブラザーズ(株)	1,966,000	2.53
松本 洋志	1,662,000	2.14
日本マスタートラスト信託銀行(株)(信託口)	1,549,700	1.99
THE BANK OF NEW YORK 133524	1,381,400	1.78
内田 徹	1,066,000	1.37
BBH(LUX) FOR FIDELITY FUNDS PACIFIC FUND	1,005,900	1.29
日本トラスティ・サービス信託銀行(株)(信託口)	990,000	1.27
杉山 紳一郎	984,000	1.26