

## 株主メモ (株式会社のご案内)

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)	<a href="http://www.smtb.jp/personal/agency/index.html">http://www.smtb.jp/personal/agency/index.html</a>

【特別口座について】  
株券電子化前に「ほふり」(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 < <a href="https://www.fancs.com/">https://www.fancs.com/</a> > 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)

**FANCOM** 

### 株式会社ファンコミュニケーションズ

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-1-8青山ダイヤモンドビル  
社長室 IR担当: Tel. 03-5766-3530 Fax. 03-5766-3782

<https://www.fancs.com/>

**VOICE** ファンコミュニケーションズ  
2019年12月期[通期] 報告書  
2019.1.1 ▶ 2019.12.31

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。

**FANCOM** 



## ごあいさつ

今、ネット広告業界は大きな逆風の中にいます。従来のマスメディア広告の市場規模をデジタル広告が上回るようになっていく中で、ネット広告を通じた社会問題が噴出しているからです。

その一つはプライバシーの問題。私たちのネット上の活動がネット事業者によって捕捉され、広告ビジネスに利用されていることに対する社会からの批判です。また、フェイクニュースや著作権、モラルを無視したコンテンツを利用し、注目を集めることでアクセスを誘導し収益を上げるような広告ビジネスの頻発も問題視されています。

こうした社会問題は、消費者のネット広告への信頼を低下させ、一時的に成長を減速させています。

けれども、ネット広告の持つ「一人ひとりに求められる情報を低コストで届けることができる」本質的な価値はまったく揺るぎません。現状の様々な問題を乗り越えて、ネット広告業界はさらなる成長を遂げていくと私は確信しております。

代表取締役社長 柳澤 安慶

当期の業績

広告市場環境の変化に対応しきれませんでした。

当期（2019年12月期）は、前期から取り組んできた市場環境の変化、特にITP\*への対応を完了し、再び攻めの体制を整えたいと考えて事業に取り組んでまいりました。上半期はそうした取り組みが順調に進み、ITPに対応した業務フローも定着をほぼ完了いたしました。

しかしながら、下半期において検索エンジンのアルゴリズムの大きな変更があり、そこまで培ってきたメディアとの関係性やプロモーションが大きなダメージを受け、売上が伸び悩むという結果になってしまいました。

また、ターゲティング広告はプライバシー問題を乗り越えることが難しいと判断し、一部サービスを撤退するなど、ネット広告市場の変化に引き続き対応しなければならないという厳しい期となってしまいました。

\* ITP: iOS上の機能で、Safariブラウザが広告配信などを目的とする追跡用Cookieを識別すると一定期間後にCookieの利用制限などを行うこと。

2019年12月期の実績 [百万円]

	2018年通期	2019年通期	増減率 (対前期比)
売上高	35,340	34,200	△3.2%
営業利益	4,209	3,747	△11.0%
経常利益	4,364	3,785	△13.3%
当期純利益*	2,554	2,488	△2.6%

\*親会社株主に帰属する当期純利益

セグメント別の状況

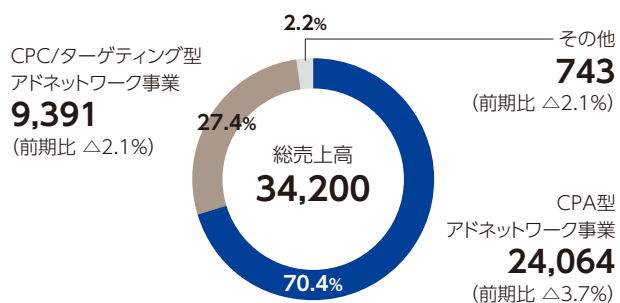
すべてが厳しい状況でした。

CPA型アドネットワーク事業区分は、前述の検索エンジンのアルゴリズム変更により、「A8.net」の売上が伸び悩みました。また、昨年からの度重なる検索エンジンの変化に対して事業撤退をするメディアや広告主も現れ、A8.netの稼働広告主数が減少するという厳しい期となりました。一方、「SeedApp」はアプリのダウンロードを促進する広告ネットワークとして独自性を発揮し、順調に成長することができました。

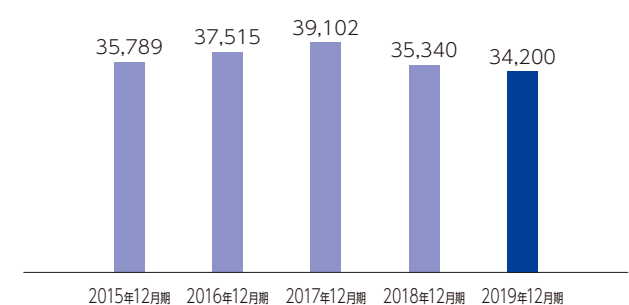
CPC/ターゲティング型アドネットワーク事業区分は、「nend」が引き続き動画広告の取り扱い増に取り組むものの、主力のディスプレイ型広告の減少により、減収という結果になってしまいました。一方、子会社のファンコミュニケーションズ・グローバルを通じた海外広告主の国内プロモーションを支援する事業は堅調に推移いたしました。また、ターゲティング広告を主力とする「nex8」はネット広告環境の変化に伴い、2019年12月をもってサービスを停止いたしました。

その他の区分では、子会社のシーサーがやはり広告環境の変化のため、主力のメディア広告売上が伸びず、残念ながら減収、赤字転落となってしまいました。

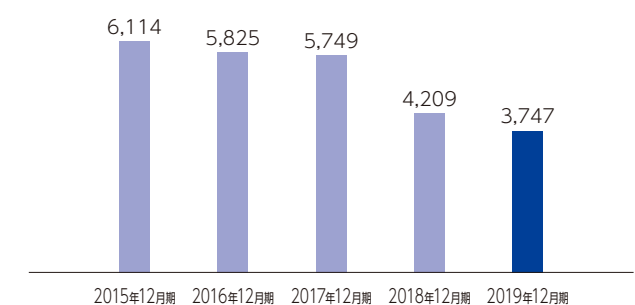
セグメント別売上高と構成比 [百万円]



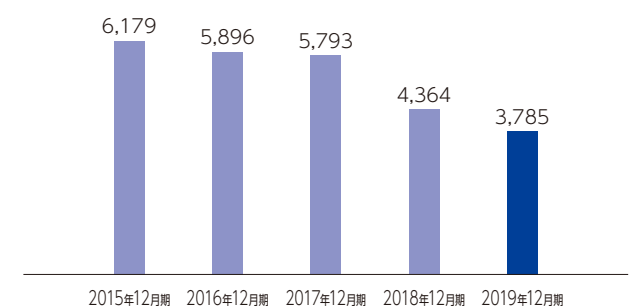
売上高 [百万円]



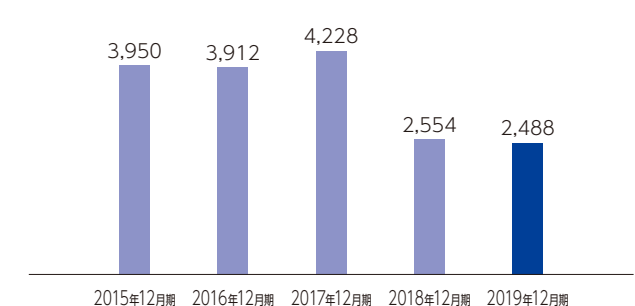
営業利益 [百万円]



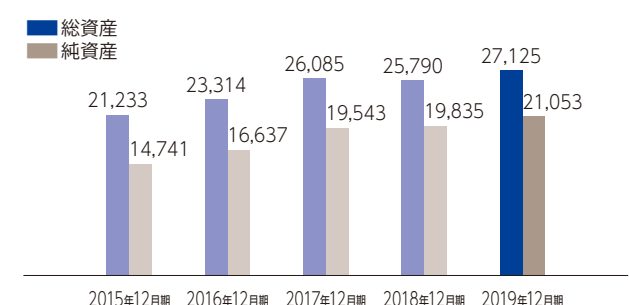
経常利益 [百万円]



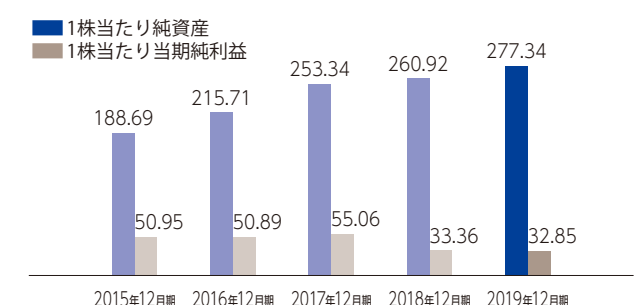
親会社株主に帰属する当期純利益 [百万円]



総資産／純資産 [百万円]



1株当たりデータ(純資産／当期純利益) [円]



消費者でありながら、生産や販売に参加することに人生の喜びを感じる、  
そんな新しい消費のカタチ「プロシューマー・ハピネス」を目指して。



🗨️ 当期の業績が厳しかった背景を教えてください。

前々期から取り組んできたITPの対応は、当社が長年かけて培ってきた成功報酬型広告を実現するためのトラッキング技術と、その技術を利用するための業務手順を大幅に変更するもので、事業そのものにとって大きな負担となりました。そこでここ数年は、何よりもその課題を取り除くため、どちらかというところの期間を過ごしてきました。

そして当期はようやくその問題も排除でき、下期から攻めに転じられると考えていたところで、検索エンジンの大きなアルゴリズムの変更に見舞われて、再び守勢に転じなければならないような状況でした。

また、ITP後のターゲティング広告も、サービス品質を高め、生き残りを模索してきましたが、上半期の市場環境をみて撤退の判断をいたしました。

全体として、期首に想定した状況を上回る変化のスピードに、結局、太刀打ちできなかったということになります。ただし、ここ数年のネット広告市場の環境の変化には、当社のサービスも組織も着実に対応してきており、その耐性を強めていることも確実で、もう少し時間がかかるかもしれませんが、この苦境を脱することに全力を尽くしたいと思います。

🗨️ 来期(2020年12月期)の見通しを教えてください。

来期もしばらくは変化への対応が必要になると考えています。しかしながら、前期より進めている改善策が少しずつ効果を示し始めるはずですが、上半期は当期実績を下回る業績となりますが、下半期に次第に回復していくとみています。

プラットフォームや検索エンジンのルール変更の影響を受けるのは、ある程度やむを得ないわけですが、私たちがサービスを始めた原点に立ち戻り、私たちだけにしか提供できないサービスの本質的価値をもう一度見直し、それを積み上げることで、影響を最小限に抑え、事業全体を新しい成長のステージに上げる期にしたいと考えています。

2020年12月期通期連結業績予想 [百万円]

	2019年 通期実績	2020年 通期予想	増減率 (対前期比)
売上高	34,200	34,300	0.3%
営業利益	3,747	3,750	0.1%
経常利益	3,785	3,790	0.1%
当期純利益*	2,488	2,610	4.9%

\*親会社株主に帰属する当期純利益

🗨️ 各サービスの具体的な取り組みを教えてください。

まず主力の「A8.net」は当期、久しぶりに稼働広告主を減らしてしまうという状況に陥りました。受注数が思うように伸びない中で、受注から稼働までの期間が長くなってしまったり、効果を実感できず離脱する広告主が増えてしまったからです。これはある意味、私たちが20年近くにわたって取り組んできたやり方の限界が見えてきたということだと思います。

そこで受注からサービス提供までのフローを見直し、当期の第4四半期より抜本的な改善を行うべく対応しております。また、検索エンジンのアルゴリズム変更の影響を受けにくくするため、一部のメディアに偏ってしまいがちな成果を、より広いメディアに享受してもらうためのサポート強化などを進めています。



A8.netの利用広告主と参加メディアの状況

	2018年12月期	2019年12月期	増減
稼働広告主ID数	3,491	3,468	↓
登録パートナーサイト数	2,539,128	2,711,938	↑

「seedApp」は現在、ゲーム関連の広告主が中心ですが、「A8.net」とのシナジーも大きくなってきましたので、営業や運営体制を見直し、「A8.net」と共通なより広い分野の広告主に利用していただくためのサービスに拡充をすすめていきます。



「nend」は引き続き動画広告の配信に注力してまいります。またディスプレイ型広告の減少もだいぶペースが落ちてきましたので、新しい広告クリエイティブを投入してより広告主様に満足いただけるようなアドネットワークを目指してまいります。また、「nend」の営業・運用チームは、「広告主のユーザーを獲得するためのソリューション提供」が中心でしたが、今後は「nend」の運用で培った当社ならではのノウハウを活用して、「広告主のユーザーのリテンションやロイヤリティを向上するようなコンサルティング領域」までサービスを広げていく予定です。



nendの利用広告主と参加メディアの状況

	2018年12月期	2019年12月期	増減
稼働広告主ID数	314	267	↓
登録パートナーサイト枠数	928,948	982,499	↑

❓ 新規事業に関する取り組みはいかがでしょうか。

当社の新規事業は2つの軸で進めています。ひとつは、既存事業の延長線上にある新規事業です。例えば、当社は「A8.net」を20年近く運用しているわけですが、その蓄積として1万社を超える広告主の利用実績や、130万にも及ぶメディアとの取引などがあるわけです。現在もリアルタイムに5000社を超える企業と取引があり、多くのメディアに広告収益化のインフラを提供しているわけです。こうした顧客ベースの延長線上には様々なビジネスチャンスがあると考えています。時代の変化とともに、当社の顧客の求めている価値も変わってきています。それらを一つ一つ掘り起こし、優先順位をつけて新規事業として立ち上げていきたいと考えています。私たちの

子会社2社ですが、まずファンコミュニケーションズ・グローバル社は、引き続き海外ゲームベンダーの日本国内のプロモーションを支援する業務を強化してまいります。当期の課題は特定のクライアントに予算が集中してしまうことであり、来期はクライアント数を増やし売上の分散化を図りながら売上増加を目指します。また、来期からは一部海外ゲームの日本国内でのローカライズ・パブリッシング事業にも進出する予定です。



シーサー社は、当期にブランドセーフティー問題などで広告単価が下落し、赤字に転落してしまいました。そこで来期は抜本的な事業構造の見直しを行い、コストを最適化し、創業事業のブログ運営やメディア事業などの品質を高め、再び成長のトレンドに乗せるための転換期にしたいと考えています。



都合で事業や価値を考えず、あくまで顧客がこれから何を求めてくるのかという目線で、顧客だけを見て新しいことにチャレンジできればと思っています。

もうひとつは、まったく新しい事業の構築です。これは前期の終わりに立ち上げた新規事業開発部が中心になって進めています。当期は準備期間として、組織づくりや事業開発のフレームワークづくりを進めてきました。来期から本格的に事業をリリースしていけると考えています。新規事業開発部では、当社の事業領域にこだわらず、今、ネット上で求められている新しいサービスをまっさらな状態で生み出していければ良いと考えています。

❓ 当期に社名ロゴや新しいビジョンの制定をおこなっていますが、その狙いや思いについてお聞かせください。

当社は昨年10月1日に20周年を迎えました。ビジョンや社名ロゴの変更はそれを機に、企業として次の20年の成長を目指すための決意を刷新しようと準備してきました。

まずビジョンですが、「プロシューマー・ハピネス」という言葉を掲げました。プロシューマーというのは、Producer（生産者）+Consumer（消費者）の造語で、生産にかかわる消費者を指します。当社は創業以来、「A8.net」という消費者がブログなどを活用して生産者側の目線に立って販売活動にかかわることで収益を得るという、まさにこの「プロシューマー」予備軍のような人々を支援してきました。しかしながら、この20年は、インターネットがどんなものなのか？ ネット広告とは本当に成立するのか？ アフィリエイト広告という仕組みはどんな価値があるのか？ など、ネット社会が進展する中で、様々な優先的に説明しなければならぬテーマがあり、そちらをメッセージの中核に据えてきました。そしてあえて「プロシューマー」という言葉に直接的には触れてきませんでした。

しかし、創業から20年たった今、ネット広告がマスメディア広告の価値を上回り、アフィリエイト型の広告が世の中で当たり前になり、SNSを通じて広告そのものの在りようが大きく変わった今だからこそ、あらためて「プロシューマー」という人々の役割にフォーカスして、その人々の幸せを実現することをビジョンにしようという思いに至りました。

現代社会はモノ余り時代でもあります。大量生産から大量消費を生み出すために、企業と消費者の間を広告でつなぐ時代はすでに終焉を迎えようとしていると思います。これから消費者が求めるものは、モノではなくコト、そのコトも誰かに喜んでもらえる自分なりの社会的な役割を実感できるようなコトだと思っています。

消費者が生産者側に回り、モノづくりに参加する、そしてそれを利用して喜んでもらえる人のもとに届けることができる、そんなプロシューマー的消費者が社会の中心になっていく時代が、これからの20年なのではないかと思っています。そして、私たちはこのプロシューマーの幸せを促進し、支えるようなインフラをつくる企業をつくらうと思います。



ビジョンをデザイン化した社内ポスター

新しいロゴマークのFANCOMIの「I」の部分に3つのカラーを施しました。これは「生産者」でもあり「販売者」でもあり「消費者」でもある「I」、つまり未来の「私=プロシューマー」を表現しています。新しいビジョンと社名ロゴのもと、新生ファンコミュニケーションズとしての初年度として当期はスタートすることになります。



## Q 企業理念や行動指針も刷新したそうですが、どのような思いを込めているのでしょうか。

理念制定は、もともと当社の中にある創業からの企業DNAを言語化しようという取り組みでした。最終的に「つくる、信じる、コツコツと。」という言葉が生まれました。

当社にとって一番大切なことは、まず「つくる」ことです。頭の中で考えているだけで行動に移さないようでは意味がありません。まずは実際に手を動かして「つくる」という行為を大切にしようということです。

次に「自分たちがついているモノ」の価値を「信じる」ことです。社会に価値を認めてもらえるまで時間がかかろうと決まってもあきらめない。もっと言うと、信じることの強さを信じるということです。

そして、「コツコツと」自分たちにできることを日々積み重ねていく価値観を大切にしようということです。ウサギのように一気に前進することを目指すのではなく、たとえ歩みはカメのようであっても、着実に前に出ることを大切にしようという考え方です。

行動指針は、「プロシューマー・ハピネス」を目指す中で、ファンコミュニケーションズの一員として、どんな振る舞いをしてほしいかということをもとめたものです。「ファンミズム宣言」という副題もつけました。



常に理念を忘れないよう社内ポスターを掲示

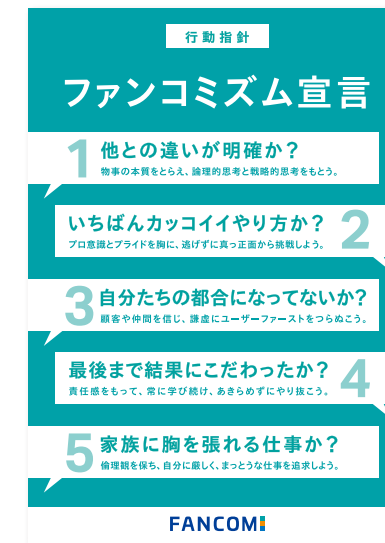
「他との違いが明確か?」という問いかけは、常に何かをつくるときに既に存在しているものとの「違い」を意識しようということです。違いとは戦略そのものであり、自分の頭の中で、しっかり考えることで生まれるきっかけになるものです。

「いちばんカッコイイやり方か?」という問いかけは、安易に決めないようにしようということです。自分たちの行為を俯瞰したときにもっと「カッコイイやり方」がないのか常にあきらめずに考え抜いてほしいということです。

「自分たちの都合になってないか?」という問いかけは、顧客不在になりがちな自分や組織都合に対する戒めです。常に顧客のための目線を忘れないでほしいということです。

「最後まで結果にこだわったか?」という問いかけは、結果を常に自分ごととして捉えてほしいということです。結果を環境や他人のせいにするのではなく、自分の結果としてしっかりと向き合うということです。

「家族に胸を張れる仕事か?」は、どんな仕事であっても、当社の一員として行う行動は、常に家族に胸を張って語れるものでなければならない。もし迷うようなことがあったら常に家族の顔を思い出して確認してほしい、という思いを込めたものです。



社内ポスターで日々、5つの問いかけを確認



## 社内啓発ツールの作成について

新たなビジョン、理念、行動指針の社内浸透を図るため、社内啓発ツールを作成。オフィスにポスターを貼り、携帯用のカードを全社員に配布しました。社員全員がベクトルを合わせ、考え方や思いを共有することで、モチベーションを高め、会社も社員も成長を遂げたいと考えています。

## Q 最後に、今後の成長投資と株主還元について教えてください。

当社は創業以来、ストック型のビジネスを大切にしてきました。初期投資期間が多少長くなっても、顧客がストックされその価値と資産効率が高まるようなビジネスを目指してまいりました。つまり、一時的な流行や売上を追わずにじっくりと投資していくという考え方です。今後もこの考え方に変化はありません。

一方で、20年ビジネスを続けてきたことで、幸いなことに安定した財務状況を構築することもできています。現在、無借金であり、現金同等物の保有も200億円を超えています。

私たちの事業ドメインであるネットコミュニケーションサービス分野は、在庫もなく、そのため倉庫もいらず生産ラインを持つ必要もありません。大規模な投資はあまり必要ありません。それゆえに、当社が抱える資産の効率化は経営の重要なテーマだと考えています。

現在は、安定した財務を維持しながら、市況などを考察しつつ、当社のビジョン「プロシューマー・ハピネス」を目指すうえで、足りない領域の事業や企業が「割安」で買収できるような機会があれば、保有する現金などを躊躇なく投入していこうという考え方に立っています。

そうした機動的な財務戦略の余力を持ちながら、可能な限りネットサービス企業の資本効率の良さを株主の皆様にも享受していただけるような還元策もとっていきたくと考えています。来期より配当性向の目安を連結純利益の30%から50%相当に上昇させていただきました。また、株価の動向を見ながら、割安と判断できれば自己株式の購入も機動的に行っていきたいと考えております。

株主の皆様におかれましては、引き続き長い目でのご支援をよろしくお願いいたします。



## A8.netユーザーのための国内最大級イベント 毎年、主要都市で開催しています。

当社の主要サービスA8.netは本年、サービス開始より20周年を迎えます。2006年より広告主とメディアの関係をより深めていただくイベントとして「A8フェスティバル」を企画運営しておりますが、2020年はさらにパワーアップして開催したいと考えています。



A8.netは、累計広告主数約19,600、アフィリエイトメディア数約261万と国内最大規模(2019年6月現在)のアフィリエイトサービスで、満足度ランキング\*で9年連続1位に選ばれています。

そして、このA8.netをより有効に活用したいというユーザー様の声を形にしたのが、A8フェスティバルです。イベント会場に広告主の皆様がブースを出展し、来場されるメディアの方々に商品やサービスを紹介するもので、年に3回、東京・大阪・福岡の3都市で開催。過去最大で113ブース、2500人超の来場者を集めるなど国内最大規模のアフィリエイトイベントです。

広告主側は、もっと商品をアピールする場所や機会があれば、Webサイト上では伝えきれない商品の魅力や商品に対する想いを直接メディアの方々に伝え、広告掲載を促進し売上増加につなげられるのにと考えています。一方、メディア側にとっても、掲載する商品やサービスを実際に体験したり、開発担当者の方に話を聞いたりしてみたいという気持ちがあります。

A8フェスティバルは、この双方のニーズを満たすべく、直接の交流の場、コミュニケーションの機会を提供しています。ブースのほかにも商談スペースの設置やステージ企画、アフィ

リエイトに関するセミナーなど、広告主側には出展による効果がより高まり、メディア側にはモチベーションがアップするような施策を盛り込み好評を得ています。

\* アフィリエイトマーケティング協会の「アフィリエイト・プログラムに関する意識調査」における、アフィリエイトメディアが選ぶ最も満足度の高いASP(アフィリエイトサービス・プロバイダー)の調査。



## 財務諸表

連結貸借対照表 [千円]	前期 2018年12月31日 現在	当期 2019年12月31日 現在
<b>資産の部</b>		
流動資産	22,596,975	23,970,606 ▲1
固定資産	3,193,271	3,154,585 ▲2
資産合計	25,790,246	27,125,192
<b>負債の部</b>		
流動負債	5,800,864	5,917,643
固定負債	153,578	154,237
負債合計	5,954,442	6,071,881
<b>純資産の部</b>		
株主資本	19,769,594	20,818,685
その他の包括利益累計額	△2,666	192,190
新株予約権	68,876	42,434
純資産合計	19,835,804	21,053,310 ▲3
負債純資産合計	25,790,246	27,125,192

### 1 流動資産

主な増加要因は、現金及び預金が832,942千円増加、有価証券が218,973千円増加したことによりです。

### 2 固定資産

主な減少要因は、投資有価証券が202,311千円減少したことによりです。

### 3 純資産

主な増加要因は、利益剰余金が1,049,091千円増加したことによりです。

### 4 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を3,676,794千円計上した一方、法人税等の支払額が1,216,337千円あったことによりです。

### 5 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、事業譲受による支出が405,000千円、投資有価証券の取得による支出が715,769千円あった一方、投資有価証券の償還による収入が850,908千円あったことによりです。

### 6 財務活動によるキャッシュ・フロー

支出減少の主な要因は、配当金の支払額が1,285,040千円あったことによりです。

連結損益計算書 [千円]	前期 2018年1月1日から 2018年12月31日まで	当期 2019年1月1日から 2019年12月31日まで
売上高	35,340,668	34,200,488
売上原価	26,558,078	26,225,676
売上総利益	8,782,590	7,974,811
販売費及び一般管理費	4,572,863	4,227,657
営業利益	4,209,726	3,747,153
営業外収益	159,252	41,170
営業外費用	4,248	2,626
経常利益	4,364,730	3,785,697
特別利益	61,562	49,473
特別損失	506,827	158,376
税金等調整前当期純利益	3,919,466	3,676,794
法人税、住民税及び事業税	1,348,025	1,208,673
法人税等調整額	17,188	△20,392
法人税等合計	1,365,214	1,188,280
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	2,554,252	2,488,514

連結キャッシュ・フロー計算書 [千円]	前期 2018年1月1日から 2018年12月31日まで	当期 2019年1月1日から 2019年12月31日まで
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,001,805	2,533,021 ▲4
投資活動によるキャッシュ・フロー	51,997	△418,844 ▲5
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,099,685	△1,285,040 ▲6
現金及び現金同等物に係る換算差額	1,799	3,805
現金及び現金同等物の増減額	955,917	832,942
現金及び現金同等物の期首残高	16,822,087	17,778,004
現金及び現金同等物の期末残高	17,778,004	18,610,946

## 会社情報／株式情報 (2019年12月31日現在)

### 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	11億7,367万円
従業員数	単体410名(アルバイト、派遣社員含む) グループ合計505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

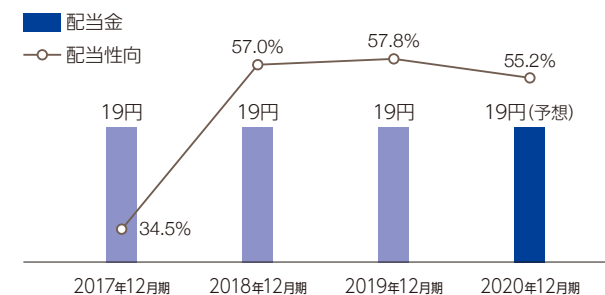
### 役員

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	二宮 幸司 (にのみや こうじ)
取締役	吉永 敬 (よしなが たかし)
社外取締役	小尾 一介 (おび かずすけ)
社外取締役	穂谷野 智 (ほやの さとし)
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)

\*監査役の春原幸充、柿本謙二及び出澤秀二の3氏は、社外監査役です。

### 配当方針／配当金・配当性向

このたび当社は、安定的な配当を実施する目的から、将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、配当性向を連結純利益の30%程度から50%程度に変更することといたしました。この方針に基づき、2020年12月期の配当予想を1株当たり19円としております。

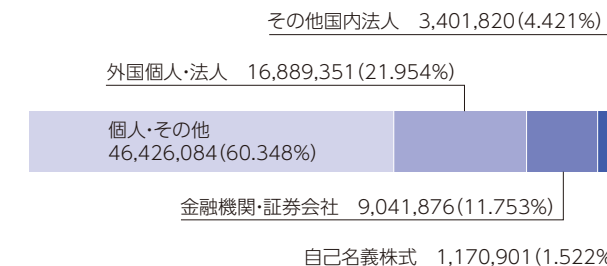


### 株式の状況

発行可能株式総数	240,000,000株
発行済株式総数	76,930,032株
株主数	9,238名

### 株式の分布

所有者別株式分布状況



### 大株主 (上位10名)

株主名	所有株数	持株比率
柳澤安慶	27,783,600	36.11%
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	4,488,671	5.83%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	2,371,300	3.08%
ステート ストリート バンク アンド トラスト クライアント オムニバス アカウント OM02 505002	1,804,700	2.34%
松本洋志	1,665,400	2.16%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	1,533,700	1.99%
アール・シー・ワイ・プラザーズ株式会社	1,533,000	1.99%
株式会社光通信	1,405,400	1.82%
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 505224	1,300,000	1.68%
自社(自己株口)	1,170,901	1.52%