

## 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	大阪市中央区北浜四丁目5番33号 住友信託銀行株式会社
株主名簿管理人 事務取扱場所	東京都中央区八重洲二丁目3番1号 住友信託銀行株式会社 証券代行部

(郵便物送付先) 〒183-8701  
東京都府中市日鋼町1番10  
住友信託銀行株式会社 証券代行部

(電話照会先) ☎0120-176-417

(インターネット  
ホームページURL) <http://www.sumitomotrust.co.jp/STA/retail/service/daiko/index.html>

### 【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。)を開設いたしました。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。

※株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関である住友信託銀行株式会社は、平成24年4月1日付で商号を「三井住友信託銀行株式会社」に変更する予定です。

※郵便物送付先の住所および電話照会先の電話番号に変更はございません。

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 大阪証券取引所 JASDAQ市場

**F@N**  
COMMUNICATIONS

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8階  
社長室 IR担当: Tel. 03-5766-3530 Fax. 03-5766-3782

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

**F@N**  
COMMUNICATIONS

ファンコミュニケーションズ  
**VOICE**

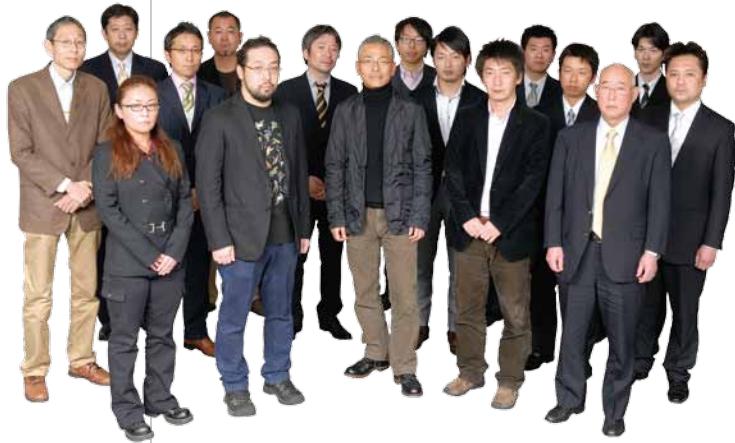
第13期[通期]報告書

2011.1.1▶2011.12.31

# 「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」 この新しい経営ビジョンに、全社一丸となって取り組みます。

当社にとって第13期(2011年12月期)は、スマートフォンを中心とした新しいデバイスやサービスへの対応など、今後進むべき道筋をつける大きな決断の期となりました。ここに当期の業績・営業活動をご報告するとともに、新たな経営ビジョン「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」の実現に向け、全社一丸となって取り組んでまいります。

株式会社ファンコミュニケーションズ 役員・社員一同



## 当期のポイント1 震災の影響を乗り越え、過去最高の売上・利益を記録

2011年3月11日に起きた東日本大震災の影響で国内景気は消費活動が停滞しました。当社の事業においても、震災直後の混乱や広告出稿の自粛などが影響し、一時的に売上が低迷しましたが、国民的な防災意識の高まりから、インターネット経由での防災関連商品や飲料水などの購買が増加しました。また、以降パソコンを使った通販が底堅く推移した結果、過去最高の売上と利益を記録しました。

## 当期のポイント2 スマートフォン対応を加速

当期の事業環境を大きく左右したのは、スマートフォンの急速な普及です。これによりフィーチャーフォンの利用者が減少し、当社の主力事業である

フィーチャーフォン向けアフィリエイト広告サービス「Moba8.net」がダメージを受けました。

しかし一方で、スマートフォン向け広告サービス「ネンド」が順調に推移し、フィーチャーフォン向けの売上減をカバーしたため、モバイル広告全体の売上を維持することができました。

スマートフォン対応はパソコン向けアフィリエイト広告サービス「A8.net」でも着実に成果を上げています。今後もデバイス環境の変化に対応した既存サービスの見直しや新規事業の開発を重点施策としていきます。

### サービス区別売上高

サービス区分	2010年12月期 (千円)	2011年12月期 (千円)
パソコン向けアフィリエイト広告サービス	5,814,724	7,038,260
モバイル向けアフィリエイト広告サービス	2,510,052	2,840,614
自社媒体事業	194,999	434,553
その他	202,800	277,273
合計	8,722,576	10,590,702

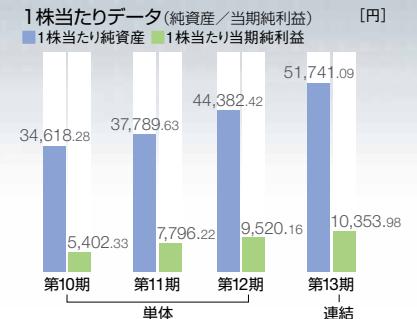
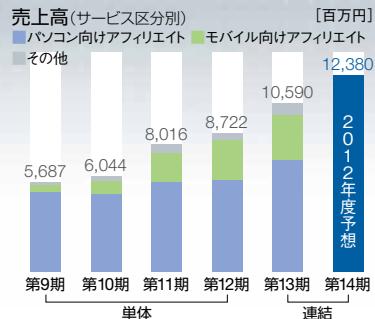
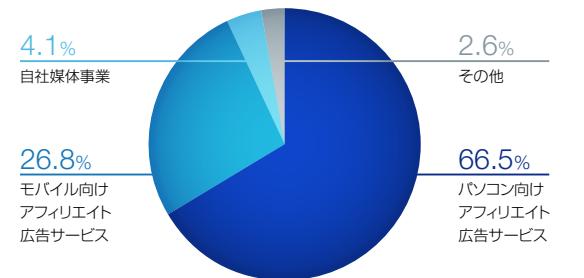
※2011年12月期より連結決算となったため、2011年12月期の数値は連結グループの数値を記載し、2010年12月期の数値は単体の数値を記載しています。

## 当期のポイント3 グループ経営へ移行 連結決算がスタート

2011年8月に株式会社リアラスを買収し、連結子会社化したのをきっかけに、グループ経営による事業拡大を成長戦略の軸に置く方針を固めました。以降、同月に株式会社エイトクロップスを、11月に株式会社アドボカシを新設しました(P6-8ご参照)。これに伴い、当期より連結決算となっております。

当社はこのたび、新たな経営ビジョン「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」を策定しました。今後はグループ一体となって、このビジョンの実現に取り組んでまいります(P8ご参照)。

売上構成比(2011年12月期)



※第13期より連結決算となったため、第12期以前の数値については単体の数値を参考として記載しています。

# インターネット広告市場の変遷とファンコミュニケーションズのビジネス

景気の足踏みが続き、企業などからの出稿が停滞し成長に陰りが見える広告市場。そのような状況下でも、インターネット広告だけは拡大を続けています。今後、さらに成長が見込まれるインターネット広告ですが、そのなかで変化が起きています。スマートフォンという新しいデバイスが、主役に躍り出ようとしているのです。インターネット広告市場の変遷と当社のビジネスについて解説します。

## 国内のインターネット広告市場の動向

インターネット広告市場が拡大しています。ICT関連の出版・調査を手がけるインプレスR&D社の調査によると、2006年には3,630億円だった市場規模は2010年には6,077億円になり、広告市場におけるインターネット広告比率も2006年の5.2%から2010年には10.4%に急伸。2013年には7,718億円、12.6%まで増えると予測されています(図1)。

とりわけ大きな伸びを示しているのが、モバイル向けのインターネット広告です。2006年には390億円の市場でしたが、2010年には1,201億円に拡大。2013年には2,192億円まで伸びると予測されています。

こうした背景のもと、当社の主力サービスであるパソコン向けアフィリエイト広告サービス「A8.net」と、フィーチャーフォン向けアフィリエイト広告サービスとして2006年より開始した「Moba8.net」は順調に拡大してきました。

図1 インターネット広告市場(媒体費のみ)の推移と予測



出所: 財団法人インターネット協会監修、インプレスR&D インターネットメディア総合研究所編「インターネット白書 2011」

しかし、この1~2年でインターネット広告市場に変化が生じてきました。その変化を生み出したのが、iPhoneやAndroid端末に代表されるスマートフォンです。

## フィーチャーフォンからスマートフォンへ

今、コンシューマーはどのようなデバイスを使ってインターネットを利用しているのでしょうか。パソコンの割合が減り、モバイル端末の割合が増加しているのが現状です。

モバイル端末のなかでも注目されるのがスマートフォンです。今や携帯電話キャリアの新製品のほとんどは、従来型の携帯電話(フィーチャーフォン)に代わりスマートフォンが占めています。スマートフォンを利用されている株主の方も多いことでしょう。

インプレスR&D社の調査によると、インターネット利

用デバイスの構成比におけるスマートフォンの割合は、2010年の3.6%から2011年には14.0%に急増しています(図2)。スマートフォンの普及は急速に進んでおり、それを使ってインターネットを利用する人は今後、ますます増えていくものと考えられます。

さらに2010年には0%だったタブレットPCの割合が、2011年には1.7%になっています。最初のタブレットPCであるiPadが国内で販売されてからまだそれほど日が経っていないことを考えると、今後もこのデバイスを使ってインターネットを利用する人が増えていくことも予測されます。

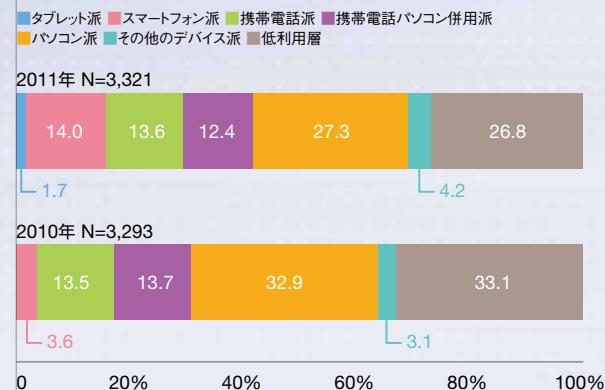
当社もその動きに注目し、既存のサービスをスマートフォンに対応させています。「Moba8.net」では、従来のフィーチャーフォン向けに加え、スマートフォンおよびPCへサービス対象を拡大しました。タブレットPCについても同様にサービス対象としています。

また、2010年に開始したスマートフォン向けアドネットワーク「nend(ネンド)」の拡販に注力するなど、増大するスマートフォンのトラフィックをビジネスに結び付けることに取り組んでいます。

スマートフォンやタブレット端末といったスマートデバイスは今後、普及のスピードを加速していくでしょう。当社は、こうしたインターネットデバイスの変化をビジネスチャンスととらえ、新たなサービスを提供していきます。

どんなデバイスからも当社のサービスを受けることができ、サービス品質のレベルも高い——。皆さんにそれを実感していただけるよう、常に進化する企業でありたいと考えています。

図2 インターネット利用デバイスの構成比[2010-2011年]



出所: 財団法人インターネット協会監修、インプレスR&D インターネットメディア総合研究所編「インターネット白書 2011」



## スマートフォン時代をチャンスととらえ、 世界一のネット広告企業を目指します。

代表取締役社長 柳澤 安慶

### 時代の変化を的確にとらえ、顧客ニーズに合った広告サービスを提供します。

**Q** ネットマーケティング市場の変化の中でどのような方向性を目指していますか。

**A** 現在、FacebookやTwitterといったソーシャルネットワーク（SNS）が大変な注目を浴びています。すでにネットユーザーにとってなくてはならないサービスのひとつになっているのではないのでしょうか。

この変化は当社の広告ビジネスにとってマイナスとプラスの両面をもたらしています。

まずマイナス面は、SNSはもともと口コミ情報中心のクローズドなメディアなので、当社が取り扱う成果報酬型広告を直接表示させることが難しいということです。

一方プラス面は、SNS上の情報はそのコミュニティ内部で完結しないため、外部のいわゆる従来から存在するWebサイトへのアクセスも同時に増えるという点にあります。また、オフィスや屋外などPCでアクセスしづらかったネット環境においても、SNSをきっかけにモバイル端末を通じたアクセスが急増しています。こうした変化が結果的に当社が配信する広告への接触時間を伸ばし価値増大につながっています。

現在、SNSを中心にネット上のコンテンツが再構築されていると言っても過言ではありません。当社もそうした流れを的確につかんで消費者に役立つ広告を、役立つ場所に配信していく努力を続けていきたいと考えています。

**Q** 現在、モバイル端末がフィーチャーフォンからスマートフォンへと移行していますが、これに対する取り組みを教えてください。

**A** 当社の取り組みは現在2つの方向性を持っています。1つは既存サービスのスマートフォンへの対応で

す。あらゆる広告主がスマートフォン向けの広告を配信し、その広告をスマートフォン対応したメディアが素早く掲載するという体制を構築しています。またそのためにも、広告主やメディアが当社の広告管理やレポートなどの管理ツールを利用する際に、スマートフォンから手軽に操作できるようなユーザーインターフェースの改良も、同時に進めていくつもりです。

2つめはスマートフォンにフォーカスした新しいサービスの開発です。すでに独自のスマートフォン向けの広告配信サービスやアプリなどの提供を開始していますが、今後はさらに力を入れていくつもりです。

### 小回りの利く子会社を設立し、 グループ戦略で事業を拡大します。

**Q** 当期から連結決算に移行されていますが、次期の事業展開のポイントを教えてください。

**A** ポイントは3点あると思います。1つめは前述のとおりスマートフォンのトラフィックをサービス全体に取り込むためにスマートフォンへの対応を急ぐということです。

2つめはグローバル展開です。これもスマートフォン絡みになりますが、現在スマートフォンの普及は世界的なトレンドです。この動きは、今までのモバイル端末が各国各様のものだった時代から、共通の端末や決済システムを持った世界共通のプラットフォームに変わりつつあるということです。具体的には、国内のコンテンツプロバイダが海外に向けて広告を出したり、海

外のゲームメーカーが国内のメディアに広告を配信したりすることが当たり前になる時が近づいているということになります。当社もそうした流れに遅れることなく、今後は積極的に海外事業者と提携などを模索していこうと考えています。

3つめは子会社の設立や買収によるグループ戦略です。SNSとスマートフォンの普及でネット上の広告やビジネスも様々なチャンスが広がってきています。そのため当社でも小回りの利く子会社を設立し、スピード感を持った事業展開ができる体制を早期に構築したいと考えています。当期は買収を含め3社を子会社化しましたが、次期も複数の子会社の設立を予定しています。

**Q** 主力のアフィリエイト広告サービスの展開を教えてください。

**A** 繰り返しになりますが、まずはスマートフォンへの対応を徹底して行うということです。

また、今後はタブレット型のデバイスなどを含めたマルチデバイスプラットフォームを構築していくこととなります。もちろん、引き続きアフィリエイト広告サービスで重要になる稼働広告主数とアフィリエイトサイト数をバランスを取りながら拡大させていくということにも力を入れていきます。サービスの範囲を広げながら質も同時に高めていかなければなりません。

営業面では、特にSNSやモバイル環境などの変化に柔軟に対応できるような提案力のある人材を育てていきたいと考えています。

**A8.net**

パソコン向け  
アフィリエイト広告サービス

**Moba8.net**

モバイル向け  
アフィリエイト広告サービス

**adocavo.net**

フィーチャーフォン向け  
CPC広告サービス

**nend** ニンド

スマートフォン向け  
CPC広告サービス

**ad crops**

スマートフォンアプリ向けCPI  
及びリワード広告サービス

Q 次に自社媒体の展開を教えてください。

A これまで通り自社媒体を自社で開発していく一方、当期買収した株式会社リアラスのように自社媒体を有する企業をM&Aすることも有効だと考えています。自社媒体は多くの広告主へのアピールになりますし、利益率の高いビジネスにもつながります。

ただ自社媒体をつくってもエンドユーザーに支持されなければ成長しません。エンドユーザーのニーズを的確にとらえ、彼らに支持されることで媒体力を大きくしていきたい考えです。なかでも、次期はスマートフォン向けの自社媒体、具体的にはアプリ開発に注力していく方針です。

Q 事業面の課題やリスクについて教えてください。

A スマートフォンのトレンドをうまくキャッチアップできるかどうか最大の課題になると思います。当社はPC領域では競争力を持っていますが、新規参入も多い新しいスマートフォンの領域でしっかりシェアを確保できるかどうかというリスクに直面していることも事実です。また、ネット利用が促進されるにつれて、様々な社会問題も表面化しています。

行政によるインターネットへの様々な規制にも今後注意が必要です。さらに、地震をはじめとする自然災害により、営業データを喪失するなどのリスクも当然あります。

もちろん、当社はそうした様々なリスクに対応するために社内にリスク管理委員会を設置し、その回避や問題発生時の対応方法などを常に検討し、対策を進めています。

経営ビジョンを刷新し、さらなる高いステージを目指します。

Q 今後の市場の成長性をどう分析していますか。

A 今や私たちが情報を得る媒体としてインターネット

は大きな割合を占めているはずで、ところが日本の広告市場は依然としてテレビなどマスコミのシェアが高い。コンシューマーの行動やニーズと、マスコミにこだわる広告主との間に“ひずみ”が生じているのです。

しかし、このひずみは今後必ず修正されていくはずで、インターネットを閲覧する時間が伸びるのに従い、広告予算もそこに投入されていくでしょう。インターネットマーケティング市場はまだまだ伸びしろがあるわけです。そのなかでコンシューマーと広告主を結び付けるアドネットワークを普及・拡大させることが、私たちの最大の役割と言えます。

広告ネットワークには、広告スペースを売るモデルやクリックごとに課金するタイプなど様々な種類がありますが、今後最も利用価値が高まっていくのは、アフィリエイト広告のように広告の成果を把握することのできる「パフォーマンスマーケティング」だと確信しています。引き続き当社の事業ドメインをそこに置き、ポジションを確立、維持していくことで、持続的に成長できると考えています。

Q 新しい経営ビジョン「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」に込めた思いと今後の展望を教えてください。

A これまで当社は、「究極のアフィリエイトマーケティングを目指す」という経営ビジョンを掲げてきました。上場当初はまだ「アフィリエイト」(成功報酬型)という広告モデルの認知度が低く、当社がその先頭立って社会に広くその手法を広げていくために、最も優れた専門家になろうという考え方に基づいていました。

しかし現在、「アフィリエイト」はネットビジネスのインフラとして定着し、まだ不十分であるかもしれませんが、私たちが考えていた以上に世の中に浸透してきました。

また、一方で前述のようにスマートフォンの登場によるネット広告の世界プラットフォーム化が進んでいます。今後はボーダレスにデジタルコンテンツを開発し

配布するというのがますます一般化するでしょう。そんな中で、当社もそうした流れを受けて次のステージに進むために経営ビジョンの刷新を決意しました。

まずは、世界中のアドネットワーク事業者と提携を進めることでその足場を固めていきたいと思っています。そして、いずれはデジタルコンテンツだけでなく、関税の撤廃や物流の進化により国際通販ビジネスの流れも加速すると思います。そうした時代にネット広告事業者として最大のパフォーマンスを発揮できる企業を目指していきたいと考えています。引き続きご支援のほどよろしくお願いたします。

伸張を見せる当社スマートフォンのシェア

パソコン向けアフィリエイト広告サービス「A8.net」の成果報酬に占めるスマートフォン割合の推移(単体、月次ベース) ■PC経由成果報酬割合 ■スマホ経由成果報酬割合



モバイル向けアフィリエイト広告サービスにおける「Moba8.net」「アドカポ」「ネンド」売上構成比の推移(単体、月次ベース) ■Moba8.net ■アドカポ ■ネンド



経営ビジョン

「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」

広告主、アフィリエイトサイト/アプリ制作者(メディア)、消費者の3者間に成功報酬の広告モデルを導入し、最大最適なWin-Win-Winの関係を実現するアドネットワークを構築する。

広告主にはマーケティングコストの最適化を、アフィリエイトサイト/アプリ制作者(メディア)には収益の最大化を、消費者には消費コストの低下やサービス品質の向上など継続的なメリットをもたらす。

私たちは世界最大の成功報酬型アドネットワークの構築を目指す企業グループとして存在し、ネット時代にふさわしい生産・販売・消費サイクルの構築にかかわり、新しい付加価値を創造し、社会に貢献するものである。

グループ会社の概要



株式会社リアラス

設立: 2000年9月1日  
2011年8月1日に当社グループ会社に(当社持株比率100%)  
資本金: 1,000万円 代表取締役社長: 関 厚志  
【主な事業内容】  
携帯電話、PCへのゲーム関連コンテンツ、音楽関連コンテンツの配信サービス、インターネット広告事業。PC及びモバイル向けのポイントエンターテインメントサイト「予想ネット」等の運営



株式会社エイトクロップス

設立: 2011年8月1日(当社持株比率100%)  
資本金: 900万円 代表取締役社長: 佐久間 諒  
【主な事業内容】  
スマートフォンアプリのCPIに特化した広告配信を行うアプリインストール型成果報酬サービス「adcrops(アドクロップス)」の運営  
※CPI: Cost Per Installの略で、1インストール当たりの支払額を意味します。



株式会社アドボカシ

設立: 2011年11月1日(当社持株比率100%)  
資本金: 900万円 代表取締役社長: 平田 貴裕  
【主な事業内容】  
ソーシャル・ネットワークおよびスマートフォンを活用した企業向けプロモーションの企画立案、運営支援



株式会社アドジャパン

設立: 2012年3月1日(当社持株比率100%)  
資本金: 900万円 代表取締役社長: 山田 寛  
【主な事業内容】  
世界のアドネットワークを一元管理するプラットフォーム、多言語対応アフィリエイトサービスおよび多言語メディア事業の企画・運営  
※2012年第1四半期から連結対象



株式会社セルフエンプロイド

設立: 2012年3月1日(当社持株比率100%)  
資本金: 900万円 代表取締役社長: 佐藤 吉勝  
【主な事業内容】  
インターネット上での仕事の受委託を目的としたマッチングサイトの企画・運営  
※2012年第1四半期から連結対象

貸借対照表 [千円]	第12期単体 2010年12月31日 現在	第13期連結 2011年12月31日 現在
<b>資産の部</b>		
流動資産	4,669,450	5,287,449
固定資産	1,772,820	2,355,074 ◀1
資産合計	6,442,271	7,642,523
<b>負債の部</b>		
流動負債	2,042,593	2,533,357 ◀2
固定負債	150,823	130,318 ◀3
負債合計	2,193,416	2,663,676
<b>純資産の部</b>		
株主資本	4,187,054	4,930,026
その他の包括利益累計額	1,625	△23,574
新株予約権	60,174	72,395
純資産合計	4,248,854	4,978,847 ◀4
負債純資産合計	6,442,271	7,642,523

1 固定資産

固定資産の内訳は、有形固定資産58,786千円、無形固定資産144,261千円、投資その他資産2,152,025千円。

2 流動負債

流動負債の主な内訳は、買掛金1,523,877千円、未払法人税等469,206千円、ポイント引当金176,040千円。

3 固定負債

長期預り保証金130,318千円。

4 純資産

主な内訳は資本金、資本準備金のほかに利益剰余金4,035,580千円、自己株式△1,266,264千円など。

5 営業活動によるキャッシュ・フロー

増加の主な要因は税金等調整前当期純利益1,758,369千円、法人税等の支払額が579,767千円。

損益計算書 [千円]	第12期単体 2010年1月1日から 2010年12月31日まで	第13期連結 2011年1月1日から 2011年12月31日まで
売上高	8,722,576	10,590,702
売上原価	5,709,606	7,124,750
売上総利益	3,012,970	3,465,951
販売費及び一般管理費	1,583,142	1,744,142
営業利益	1,429,828	1,721,809
営業外収益	71,831	67,815
営業外費用	694	673
経常利益	1,500,965	1,788,951
特別利益	3,702	6,086
特別損失	263	36,667
税金等調整前当期純利益	1,504,403	1,758,369
法人税、住民税及び事業税	592,080	760,587
法人税等調整額	8,218	12,868
法人税等合計	600,298	773,456
当期純利益	904,105	984,913

キャッシュ・フロー計算書  
[千円]

	第12期単体 2010年1月1日から 2010年12月31日まで	第13期連結 2011年1月1日から 2011年12月31日まで
営業活動によるキャッシュ・フロー	933,207	1,285,303 ◀5
投資活動によるキャッシュ・フロー	△534,074	94,767 ◀6
財務活動によるキャッシュ・フロー	△295,290	△319,218 ◀7
現金及び現金同等物の増減額	103,842	1,060,851
現金及び現金同等物の期首残高	1,584,077	1,687,920
現金及び現金同等物の期末残高	1,687,920	2,748,772

6 投資活動によるキャッシュ・フロー

増加の主な要因は有価証券の売却による110,519千円、リアラスの子会社化に伴う現金87,115千円。一方、固定資産の取得で△85,610千円。

7 財務活動によるキャッシュ・フロー

減少の主な要因は配当金の支払156,551千円、自己株式の取得による支出74,625千円。

※第13期より連結決算となったため、第12期の数値については単体の数値を参考として記載しています。

2011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8階
設立	1999年10月1日
資本金	9億5,438万円
従業員数	単体195名(アルバイト、派遣含む) グループ合計231名(アルバイト、派遣含む)
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	佐藤 吉勝 (さとう よしかつ)
取締役	広瀬 計 (ひろせ はかる)
取締役	堂下 裕章 (どうした ひろあき)
常勤監査役	柳澤 信美 (やなぎさわ のぶよし)
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

株式情報

2011年12月31日現在

株式の状況

発行可能株式総数	300,000株
発行済み株式総数	106,590株
株主数	3,943名

株式の分布



大株主 (上位10名)

株主名	持株数(株)	株数百分率(%)
柳澤 安慶	34,540	32.4
(株)ファンコミュニケーションズ	11,763	11.0
楽天(株)	5,779	5.4
アール・シー・ワイ・ブラザーズ(株)	4,296	4.0
松本 洋志	3,162	3.0
張 力牧	2,963	2.8
内田 徹	2,452	2.3
杉山 紳一郎	1,815	1.7
小林 直行	1,615	1.5
日本トラスティ・サービス信託銀行(株)(信託口)	1,414	1.3