



株式会社 fonfun

2022年3月期第3四半期決算説明資料

2022年2月10日

■ 2022年3月期 第3四半期業績

連結決算ハイライト

連結業績サマリー

セグメント別サマリー

連結貸借対照表

■ 中期経営計画進捗について

■ 参考資料

1. 会社情報
2. 当社SMS事業のビジネスモデル・外部環境
2. 業績推移

2022年3月期 第3四半期業績

1

成長事業の選別を実施し、リモートメール事業で効率的に利益を得ながら、
SMS事業の伸長を実現
注力事業であるSMS事業は、新規獲得件数を伸ばし、
事業売上高は前期比14.4%

2

長期借入金増加により、現預金を厚くし、不確実な事態に備えるとともに、
注力事業である**SMS事業の更なる成長のための投資資金を確保**、
純資産比率は55.7%と**財務基盤は引き続き盤石**

連結業績サマリー



減収減益なるも、営業利益は確保

(単位：百万円)	21/3 3Q 20/12/31	22/3 3Q 21/12/31	対前期比 増減額	対前期比 増減率	
売上高	448	410	-38	-8.4%	メディア事業の非注力化による売上高減少 △36百万円が最大の要因
売上原価	138	140	-2	-2.2%	
売上高総利益	310	270	-40	-13.1%	
売上高総利益率(%)	69.3%	64.5%	-4.8%		
販管費	275	268	-7	-2.7%	メディア事業の非注力化による 広告費用減少による
販管費率(%)	61.4%	65.3%	-3.9%		
広告宣伝費	32	19	-12	-39.2%	東証 新市場区分対応のために外部に依頼した スポットの業務委託費6百万円が主な増加分
支払手数料	61	69	8	13.2%	
役員報酬	28	30	1	6.9%	
給料及び手当	55	53	-2	-4.9%	
地代家賃	12	11	-0	-2.5%	
のれん償却額	31	27	-4	-13.2%	
その他	53	56	2	4.3%	
営業利益	35	2	-33	-94.2%	
営業利益率(%)	7.8%	0.5%	-7.3%		
営業外収益	2	1	-1	-38.7%	
営業外費用	4	3	-1	-22.4%	
経常利益	33	-0	-33	N.A.	
特別損失	0	24	-24	N.A.	第2四半期にメディア事業ののれんの帳簿価額 23百万円の減損損失を計上したことによるもの
法人税等調整前全四半期純利益又は純損失	33	-24	-57	N.A.	
法人税等合計	-1	1	2	N.A.	
純利益又は純損失	34	-24	-58	N.A.	
親会社に帰属する純利益又は純損失	34	-24	-58	N.A.	

セグメント別サマリー

注力事業であるSMS事業は、新規獲得件数を伸ばし、売上高は前期比14.4%成長

事業の選別を実施し、リモートメール事業で効率的に利益を得ながら、SMS事業を伸長を実現

(単位：百万円)	21/3 3Q 20/12/31	22/3 3Q 21/12/31	対前期比 増減額	対前期比 増減率
売上高	448	410	-37	-8.4%
SMS事業	131	150	-18	-14.4%
リモートメール事業	168	142	-25	-15.3%
ボイスメール事業	67	65	-1	-2.5%
メディア事業	45	8	-36	-80.9%
その他	35	43	7	21.9%
営業利益	35	2	-33	-94.2%
SMS事業	56	48	-8	-14.1%
リモートメール事業	49	61	-11	-23.9%
ボイスメール事業	18	19	0	2.0%
メディア事業	16	-4	-20	N.A.
その他	6	4	-2	-32.5%
営業利益率	7.9%	0.5%	-7.4%	N.A.
SMS事業	43.3%	32.5%	-10.8%	N.A.
リモートメール事業	29.6%	43.2%	13.7%	N.A.
ボイスメール事業	27.8%	29.1%	1.3%	N.A.
メディア事業	35.3%	-51.3%	-86.6%	N.A.
その他	18.4%	10.2%	-8.2%	N.A.

SMS事業

- 業種横展開、既存顧客への紹介等が奏功し、新規獲得件数が好調に推移、合わせて送信数も増加

リモートメール事業

- 経営効率の向上努力により営業利益は大幅に増加

メディア事業

- 前四半期に、他事業に集中するため、経営資源を割かない方針を決定

連結貸借対照表

(単位：百万円)	21/3 通期 21/3/31	22/3 3Q 21/12/31	増減額
流動資産	671	788	117
現金及び預金	531	654	123
売掛金	103	101	-1
その他	36	32	-3
固定資産	232	190	-41
有形固定資産	6	6	0
無形固定資産	200	149	-51
のれん	195	143	-51
その他	5	5	0
投資その他の資産	25	33	8
繰延資産	0	0	0
資産合計	904	979	75
流動負債	183	232	49
買掛金	18	16	-1
短期借入金	54	56	2
1年内返済予定の長期借入金	55	102	47
その他	55	56	0
固定負債	150	202	51
長期借入金	131	181	50
退職給付に係る負債	18	20	1
負債合計	333	433	99
株主資本	570	545	-24
資本金	100	100	0
資本剰余金	607	607	0
利益剰余金	37	13	-24
自己株式	-174	-174	0
純資産合計	570	546	-24
負債純資産合計	904	979	75

成長資金確保

・長期借入金増加により、現預金を厚くし、不確実な事態に備えるとともに、注力事業であるSMS事業の更なる成長のための投資資金を確保

財務基盤は引き続き盤石

・資産における純資産比率は55.7%と財務基盤は引き続き盤石であり、資金調達余力あり

中期経営計画の進捗について

SMS事業の3年後数値目標達成のための戦略

中小企業における手厚いサポートを提供し、営業人員の採用と営業プロセスの再構築を行い、多くの会社と提携することにより、3年後の数値目標の達成を目指す

顧客戦略

- ターゲットを中小企業に特化し、ニッチシェアNO.1を狙う
- 具体的にはBtoC領域で、クリーニング、トランクルーム等業界を一つ一つ開拓し、各NO.1を狙う

商品戦略

- お客様にコンサルティングを行い、SMSを核に最適なツールを選択し、手厚いサポートを提供
- クロスセル対象商品としては、アンケート他親和性の高いサービスを提供

営業戦略

- 属人化した営業から組織的な営業へ転換し、営業人員を採用
- 一気通貫型から営業プロセスを再構築し、分業型モデルへの転換、生産性の劇的な向上
- マーケティング担当を設置し、戦略、マーケティング機能強化

提携・M&A戦略

- ターゲット業界中小企業に多くのアクセスを持つ企業と提携し、顧客基盤を拡大
- 海外企業含む当社製品との相性のよいサービスを持つ会社と提携し、SMS事業を中心に手厚いサポートを提供

営業に強い成功企業を参考に営業体制の整備の実施、成長資金を確保し、主力SMS事業の拡大成長に向け、迅速かつ着実の準備を実施

顧客戦略

- 新規顧客ターゲットを特定業界の中小企業に特化し、ニッチシェアNO.1を狙い、**新営業体制始動**

商品戦略

- お客様へのコンサルティングを指向し、**単なるツール販売者にならないことを徹底**

営業戦略

- 早期に属人化営業の脱却を図るべく、組織的な営業における**成功企業のモデルを全面導入**
- 分業型モデルへの転換し、**若年層営業担当の早期戦力化を実現すべく、教育強化**
- **マーケティング担当を設置し、デジタルのみならずアナログも含めたマルチ対応実行**

提携・M&A戦略

- 提携企業の選定と並行しながら、**順次アプローチ開始**
- **成長資金を長期借入金により確保**

3年後 Vision

- SMS配信領域における中小企業シェアNo.1（首都圏）の獲得
- 中小企業における手厚いサポート提供の実現

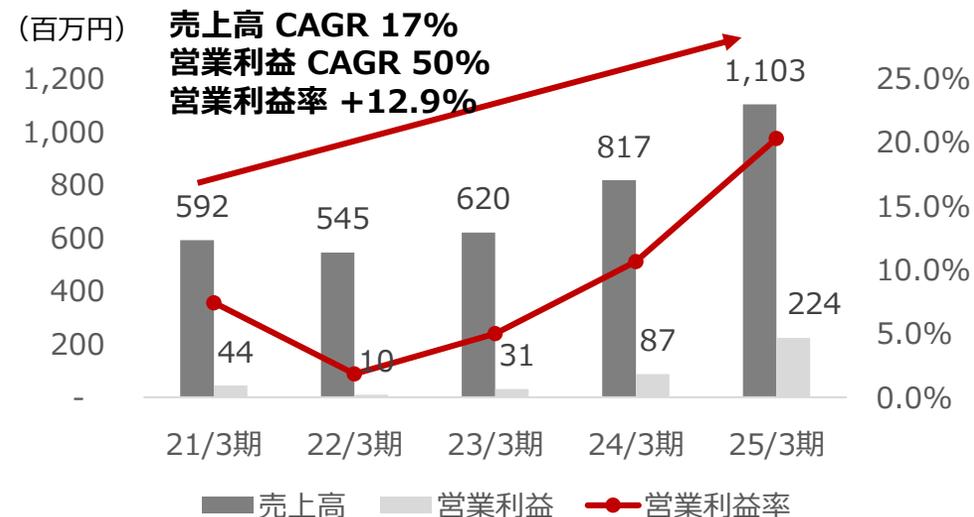
3年後 数値目標

- 売上 11.0億円
- 営業利益 2.2億円（営業利益率20%）
- ROE 10%以上

3年後数値目標と将来像

選択と集中により不採算事業を整理し、ストック型事業かつ成長分野であるSMS事業に注力

(百万円)	実績	予算	予算	予算	予算	CAGR
	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	
売上高	592	545	620	817	1,103	17%
SMS事業	172	230	314	527	829	48%
リモートメール事業	219	198	182	166	149	-9%
ボイスメール事業	89	87	88	88	89	-
メディア事業	61	7	-	-	-	-
その他	49	24	36	36	36	-7%
営業利益	44	10	31	87	224	50%
営業利益率	7.4%	1.8%	5.0%	10.6%	20.3%	



- SMS事業**
 - 高利益事業かつストック型ビジネスであるSMS事業に選択と集中
 - 優位性があるニッチセグメントを選択し、一つ一つNO.1領域を増やしていく
- リモートメール事業**
 - リモートメール事業へのリソース配分は現状のままで、残存者利益を着実に回収
- ボイスメール事業**
 - ボイスメールはSMSとクロスセルすることにより、顧客単価を向上
- メディア事業**
 - メディア事業は大幅縮小
- その他事業**
 - その他事業へのリソース配分は現状のまま

参考資料 1. 会社情報

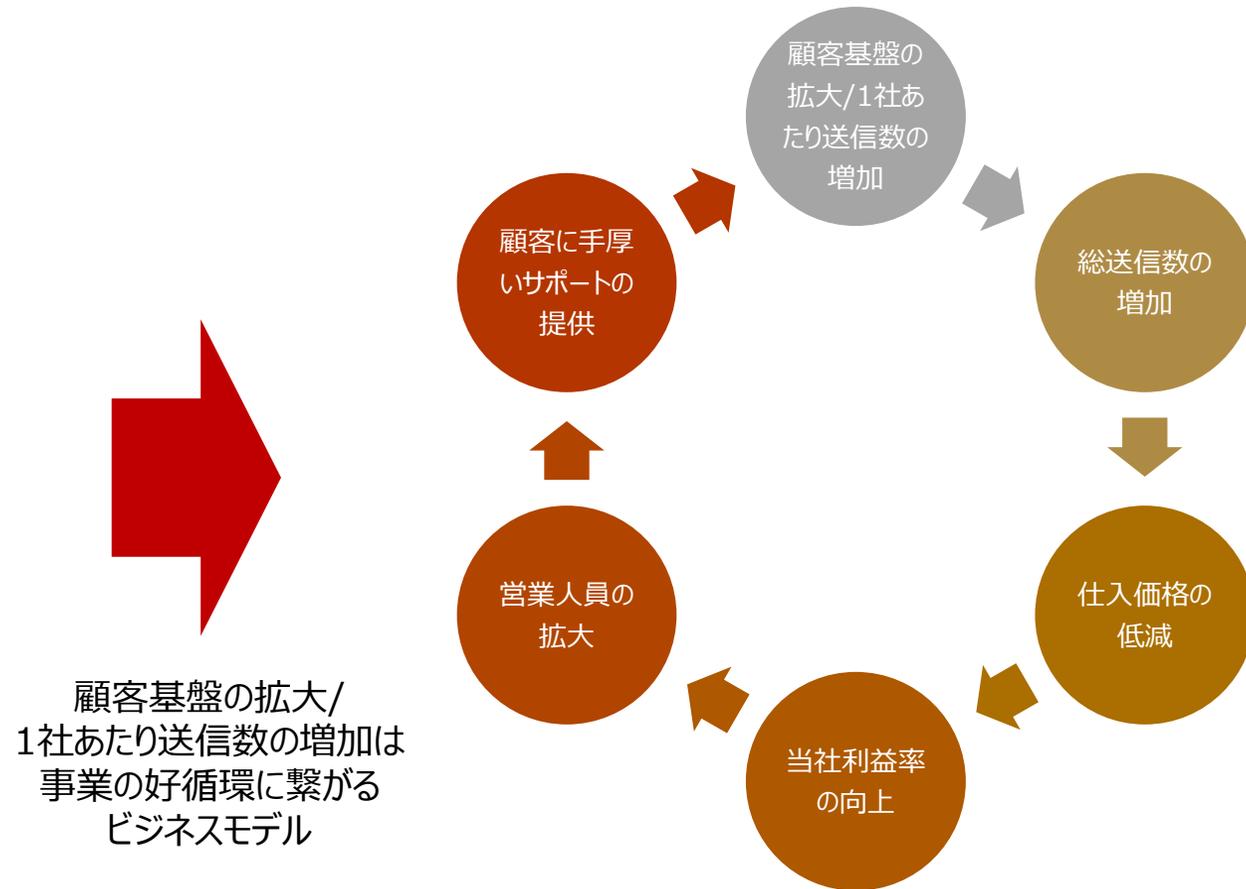
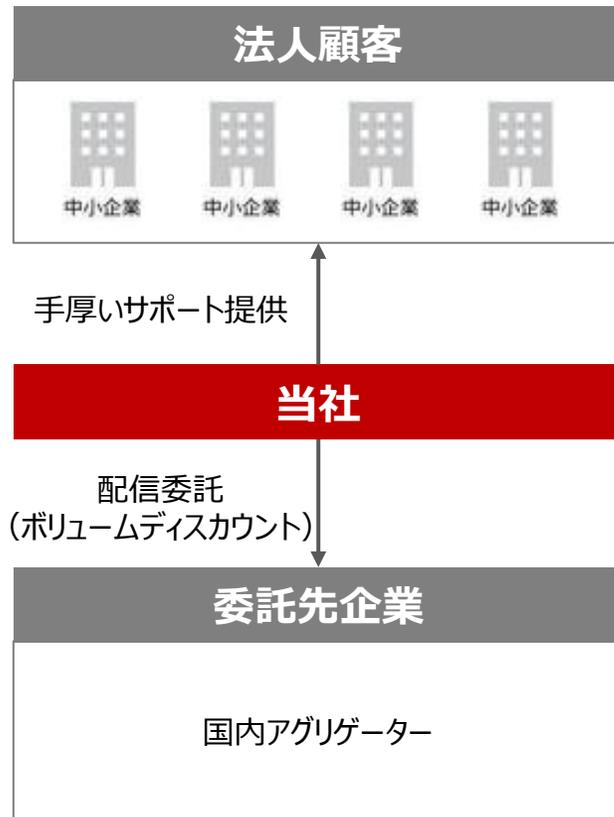
会社名	株式会社fonfun（フォンファン）
設立	1997年03月03日
資本金	100,000千円（2021年12月1日現在）
証券コード	2323
上場取引所	東京証券取引所JASDAQ
所在地	東京都渋谷区笹塚2-1-6 笹塚センタービル 6階
代表者	代表取締役 社長 林 和之
従業員数	22名（2021年12月1日現在）
事業内容	インターネット対応携帯電話向けサービスを中心とした様々なコンテンツ・サービスの提供

参考資料 2. SMS事業のビジネスモデル・外部環境

当社SMS事業のビジネスモデル

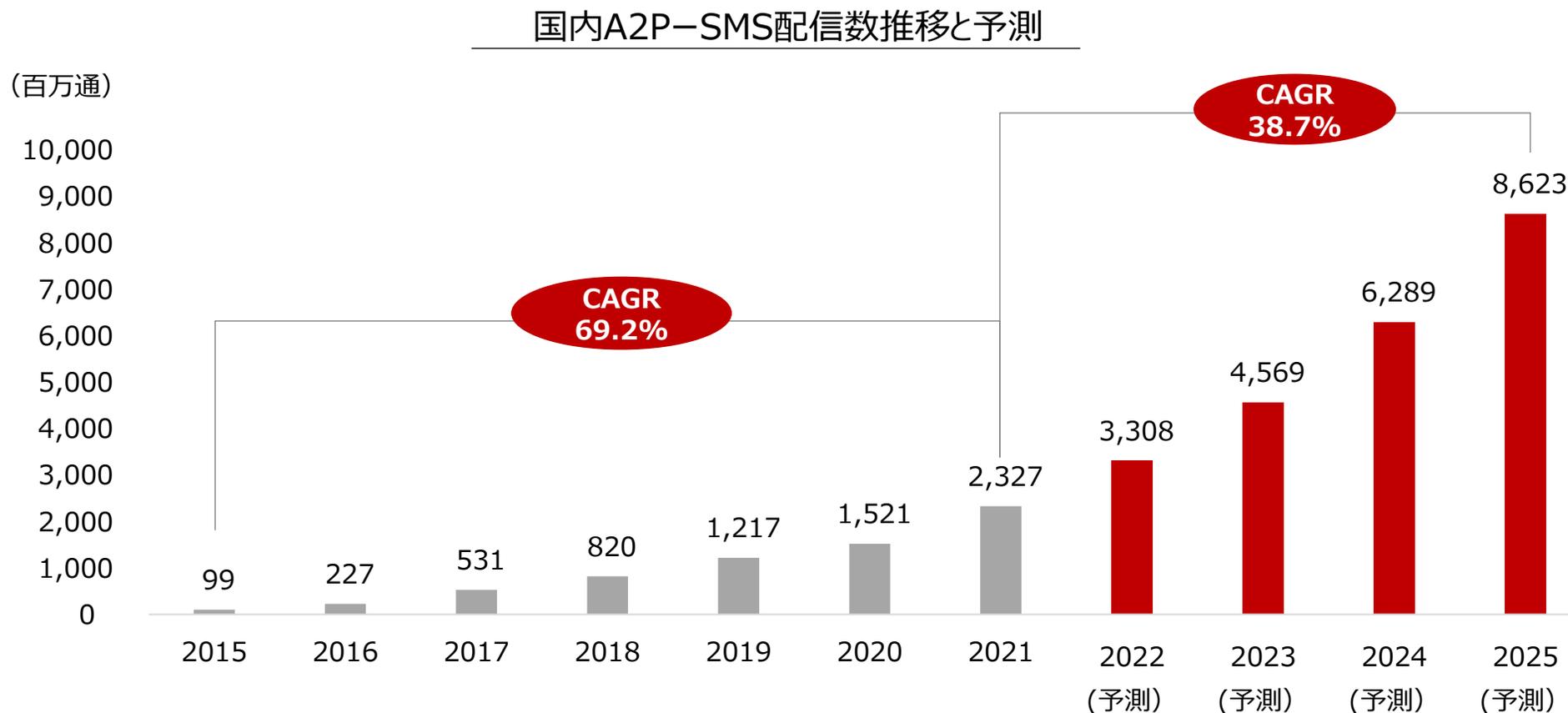
当社SMS事業は、中小企業から申込を受け、国内アグリゲーターに配信委託をするビジネスモデル
顧客基盤の拡大と1社あたり送信数の増加により仕入価格が低減し、より手厚いサポートをお客様に提供できる

当社SMS事業のビジネスモデル



国内のA2P – SMS配信数推移と予測

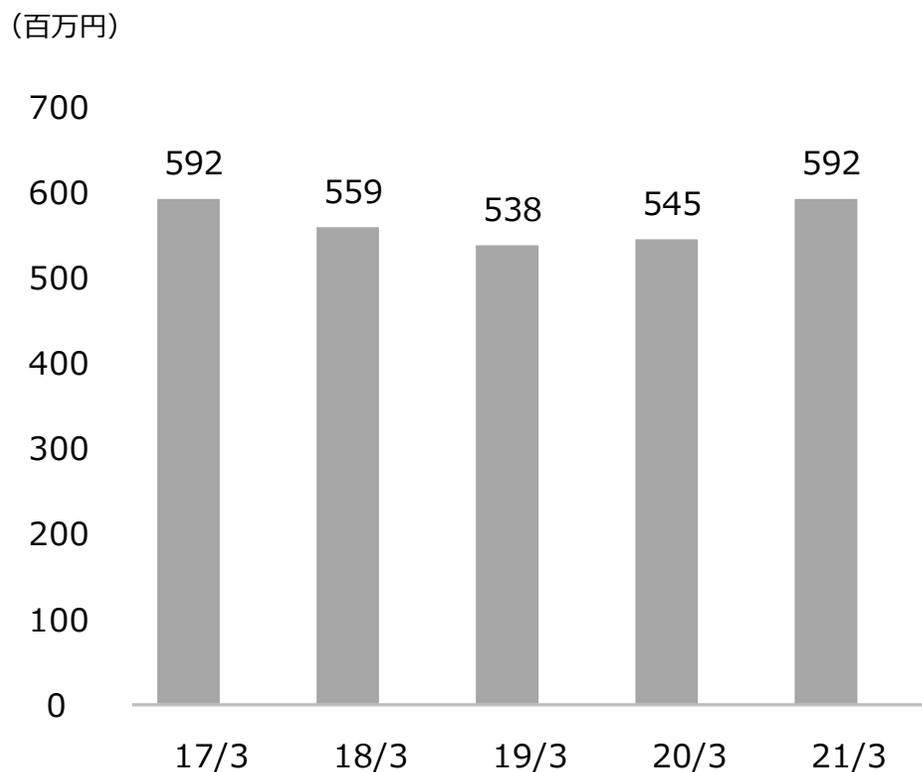
2015年から2021年まで、国内A2P-SMSの配信数はCAGR69%で高成長し、2021年の配信数は23億通
2025年までCAGR39%で持続成長すると予測され、配信数は86億通に達成と見込む



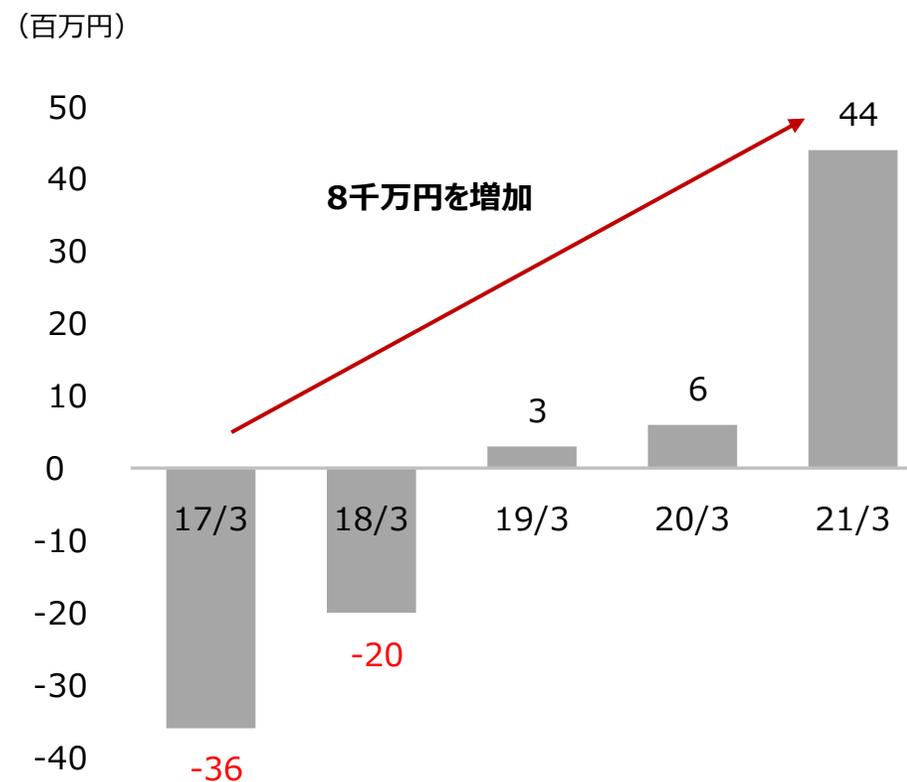
參考資料 3. 業績推移

17年3月期から19年3月期まで、売上高が減少していたが、21年3月期まで元の水準に回復
18年3月期まで営業利益は赤字だったが、19年3月期から黒字化

売上高推移（連結）

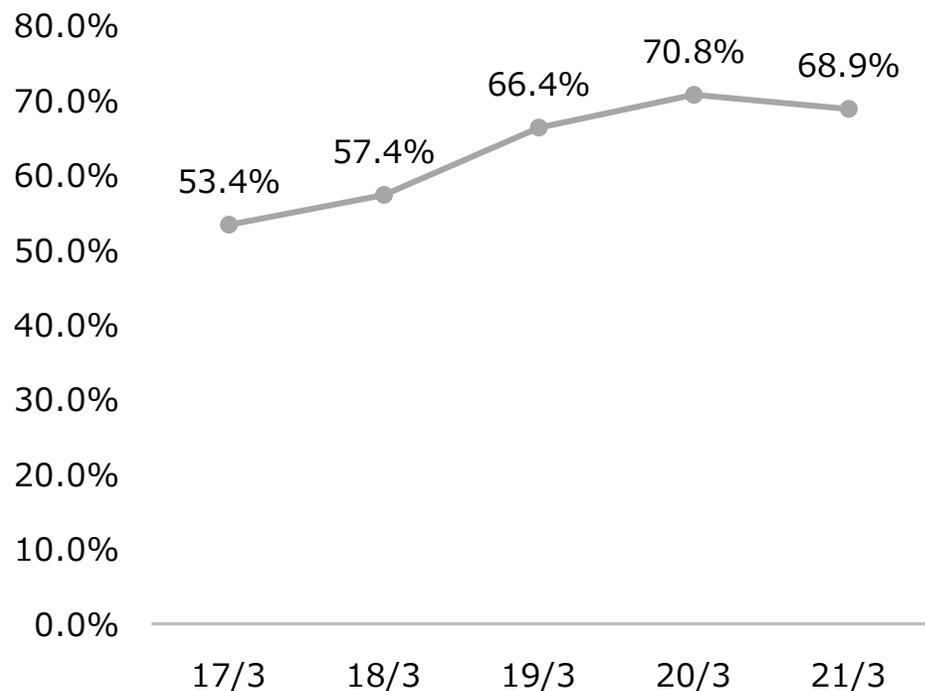


営業利益推移（連結）

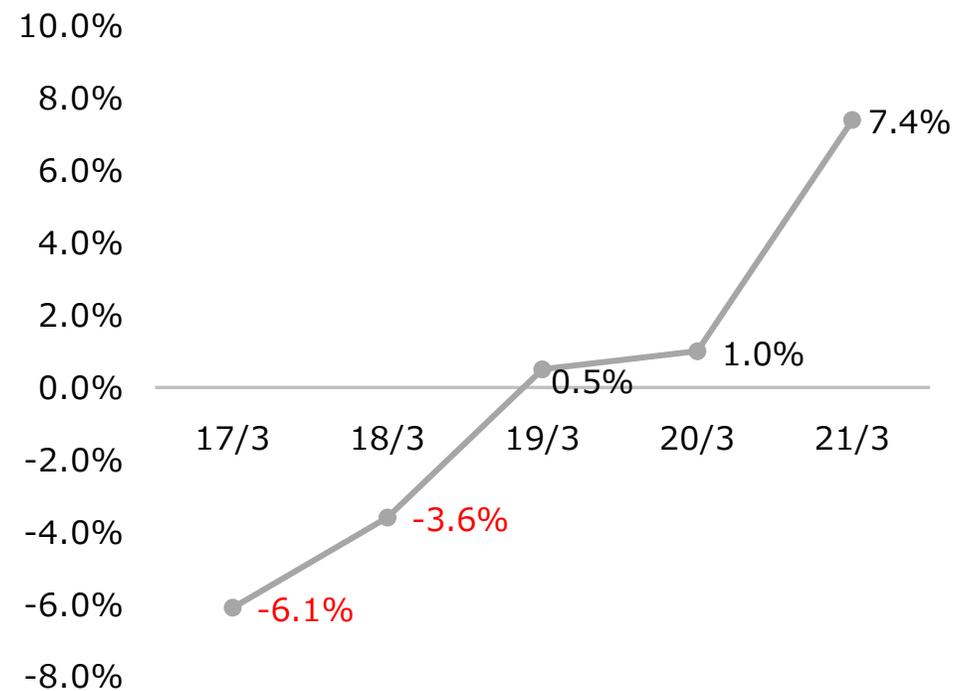


選択と集中により不採算事業を整理し、ストック型事業かつ成長分野であるSMS事業に注力した結果、営業利益率は7.4%まで成長

売上高総利益率推移（連結）



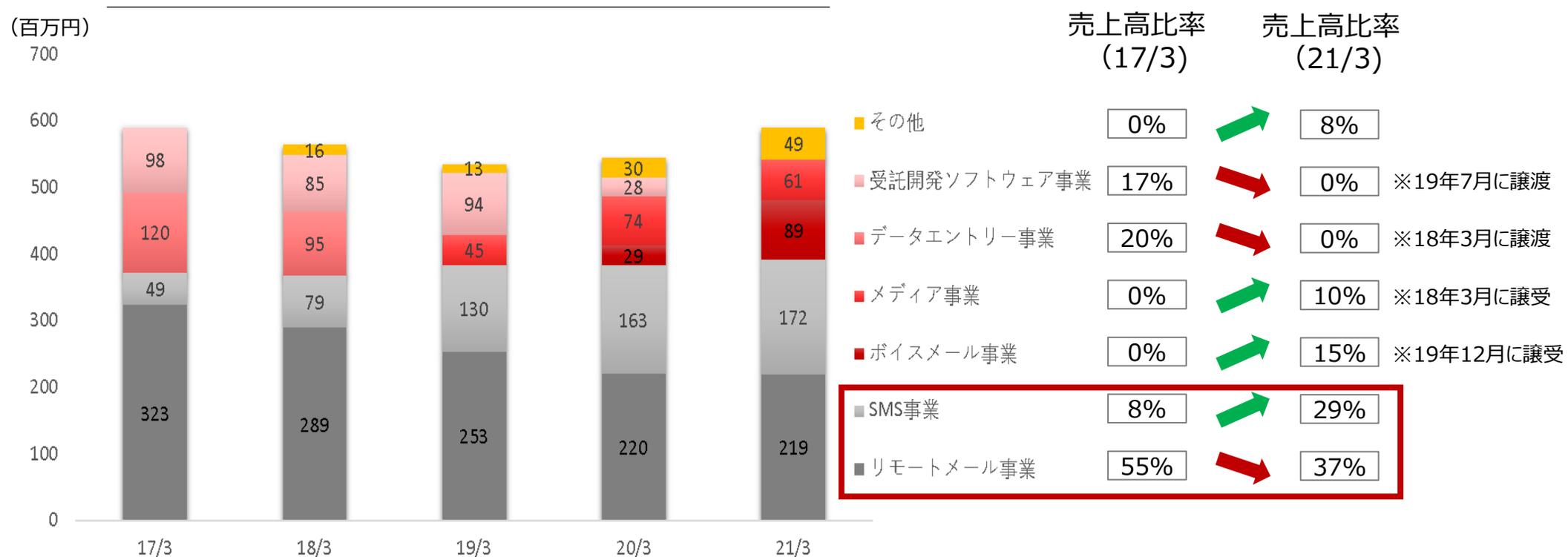
営業利益率推移（連結）



前5カ年売上高横ばいの要因

従来の主力事業リモートメール事業がフューチャーフォンの減少により下落傾向である一方、代わりにSMS事業が大きく成長し、主力事業になりつつある

事業別売上高推移





【注意事項】 本資料における、将来の予想については、当社が把握しうるかぎりの情報をもとにしておりますが、今後の環境の変化等により、予想と異なる結果になることがあります。本資料をもとに意思決定を行った結果について、当社は一切の責任を負いません。ご了承ください。