



2021年12月15日

各 位

会 社 名:株式会社 fonfun

代表者名:代表取締役社長 林 和之

(JASDAQコード番号:2323)

問合せ先:取締役執行役員経営管理部部長 八田 修三

(TEL:03-5365-1511)

## 新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書

当社は、2022年4月に予定される株式会社東京証券取引所の市場区分の見直しに関して、本日スタンダード市場を選択する申請書を提出いたしました。当社は、移行基準日時点(2021年6月30日)において、当該市場の上場維持基準を充たしていないことから、下記のとおり、新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書を作成しましたので、お知らせいたします。

### 記

#### ○ 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の移行基準日時点におけるスタンダード市場の上場維持基準への適合状況は、以下のとおりとなっており流通株式時価総額については基準を充たしておりません。当社は、流通株式時価総額に関しては2025年3月期までに上場維持基準を充たすために各種取組を進めてまいります。

	株主数 (人)	流通株式数 (単位)	流通株式時価総額 (億円)	流通株式比率 (%)
当社の状況 (移行基準日時点)	1,677	13,875	7.1	41
上場維持基準	400	2,000	10.0	25
適合状況	○	○	×	○

※当社の適合状況は、東証が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

#### ○ 上場維持基準の適合に向けた取組の基本方針

当社の「流通株式時価総額」の基準の適合に向けた取り組みについては、「企業価値」と「流通株式総額」の双方を向上させることを基本方針として進めてまいります。「企業価値」については、得意分野への選択と集中による内部的成長、提携及びM&Aによる成長戦略、そしてその資金調達手段として新株予約権の発行等を実施していきます。「流通株式時価総額」については、新株予約権発行等による流通株式数の増加及び今まで手薄であった IR 施策を充実させることにより、現在の当社株式の

流通株式時価総額の向上を図っていきます。

#### ○上場維持基準の適合に向けた課題

上述のとおり、当社の流通株式比率は41%であり、スタンダード市場の上場維持基準を充足しておりますが、流通株式時価総額の上場維持基準の適合には当社株式の株価及び流動性をさらに向上させることが課題と考えており、業績の向上、IR活動の強化等を狙いとした下記の取り組みを確実に実施することで適合を目指してまいります。

#### ○上場維持基準の適合に向けた取り組み

当社は、既存のお客様の多くを占める中小企業のDX化支援に特化し、得意分野かつ成長分野であるSMS事業に選択と集中、内部的成長だけでなく提携やM&Aも活用し、大きな成長を実現していきます。その持続的な成長を可能としていくための指針として、本年12月に中期経営計画を策定しました。流通株式時価総額の上場維持基準の適合に向けて、本計画をベースに、以下のとおり、選択と集中を実施、当社の強固な財務基盤を活かした提携及びM&A等により収益性の高い体質に転換を図るとともに、持続的な成長性のある会社を目指してまいります。

#### 【2025年中期経営計画の概要】

##### 〔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

##### 〔数値計画〕

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

#### 【中期経営計画における5つの戦略の柱について】

1. 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
2. 商品戦略
  - 成長性及び利益率も高い、SMS事業に選択と集中、手厚いサービスで差別化
3. 提携、M&A戦略
  - ターゲット業界に多くのアクセスを持つ会社との提携(顧客戦略との整合)
  - 当社製品との相性のよいサービスを持つ会社との提携(商品戦略との整合)
  - 上記提携先の中で相性がよく、買収チャンスがあれば買収交渉
4. 財務戦略
  - 増資、借入、内部留保等を実施し、10億円を調達
5. IR戦略
  - 中期経営計画の進捗状況を四半期ごとに決算説明資料として開示
  - 社長より動画で個人投資家向けにわかりやすく説明
  - 認知度向上のためHPの情報充実、情報番組等への出演

以上



株式会社 fonfun

中期経営計画(2021/12~2025/3)

---

2021年12月15日

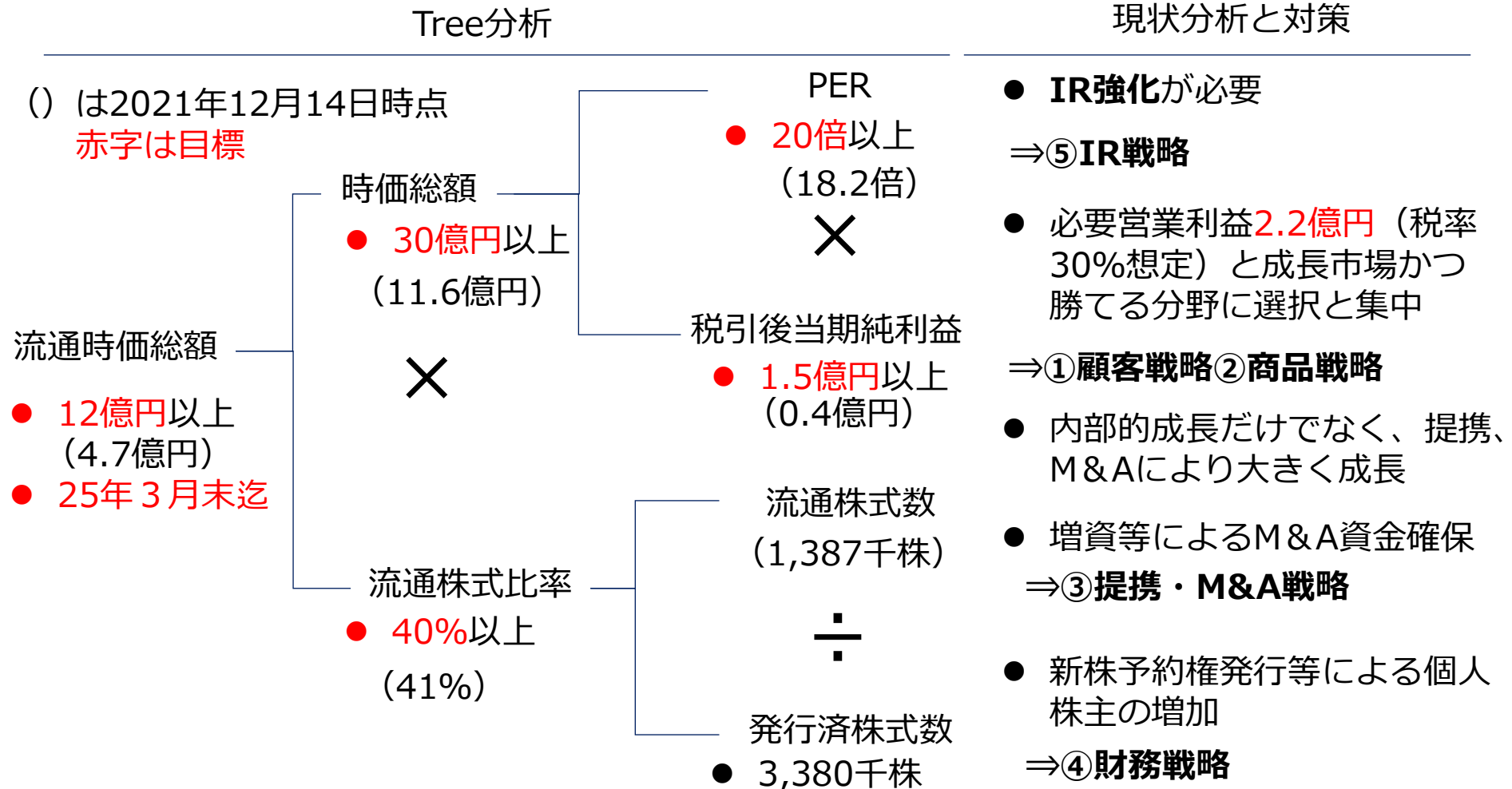
## ■ 中期経営計画

## ■ 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
3. 業績推移

# 計画書策定（中期経営計画）にあたって現状分析

25年3月を目標に流通時価総額目標達成には、得意分野への選択と集中による内部的成長、M&Aによる成長戦略、その実行に必要な財務戦略を実施したい



既存のお客様が多い**中小企業DX化支援**に特化し、得意分野かつ成長分野であるSMS事業に選択と集中、内部的成長だけでなく提携やM&Aも活用し、大きな成長を実現

## 1. 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

## 2. 商品戦略

- 成長性及び利益率も高い、**SMS事業に選択と集中、手厚いサービスで差別化**

## 3. 提携、M&A戦略

- ターゲット業界に多くのアクセスを持つ会社との提携（顧客戦略との整合）
- 当社製品との相性のよいサービスを持つ会社との提携（商品戦略との整合）
- 上記提携先の中で相性がよく、**買収チャンスがあれば買収交渉**

## 4. 財務戦略

- 増資、借入、内部留保の活用等を実施し、**10億円**を調達

## 5. IR戦略

- 中期経営計画の進捗状況を**四半期ごとに決算説明資料**として開示
- 社長より動画で個人投資家向けにわかりやすく説明
- 認知度向上のためHPの情報充実、情報番組等への出演

# 1. 中期経営計画（～25年3月期）

## 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

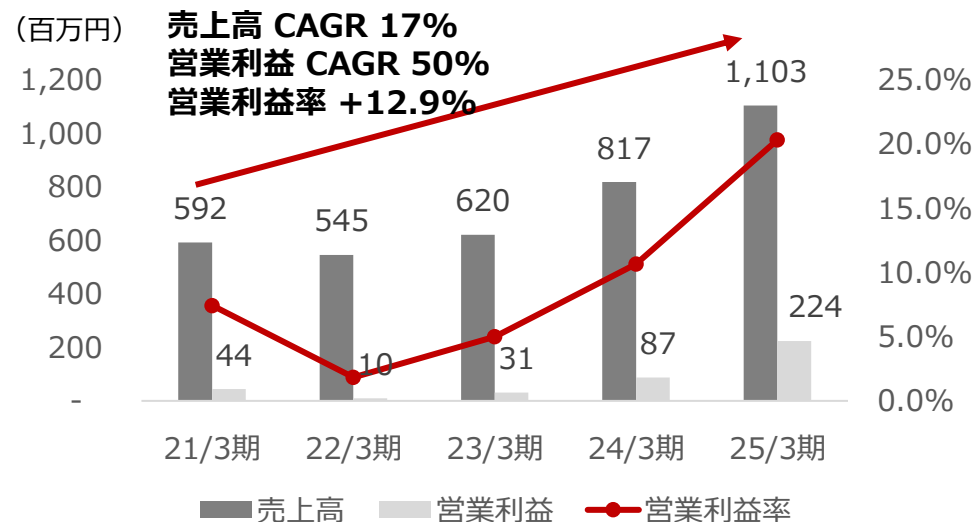
- 売上 11.0億円
- 営業利益 2.2億円（営業利益率20%）
- ROE 10%以上



# 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%	

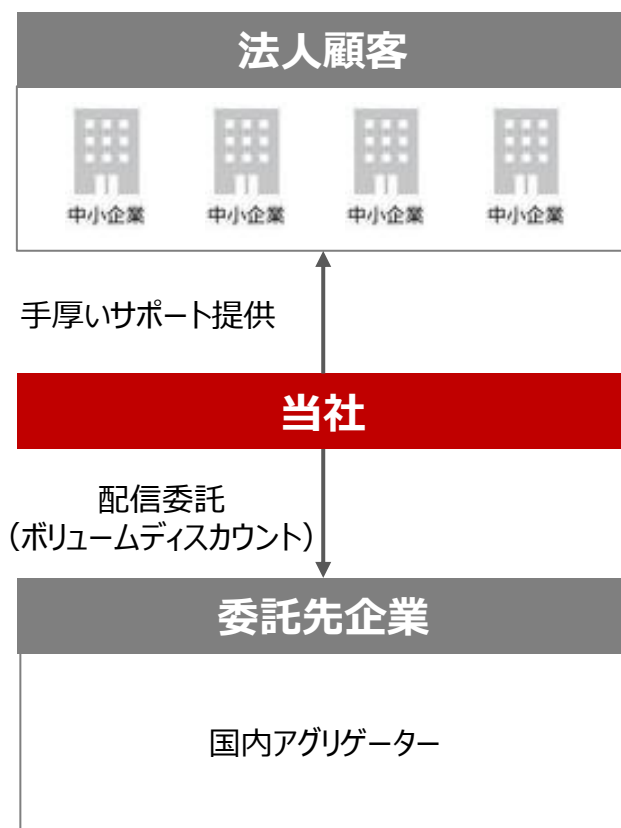


- SMS事業**
  - 高利益事業かつストック型ビジネスであるSMS事業に選択と集中
  - 優位性があるニッチセグメントを選択し、一つ一つNO.1領域を増やしていく
- リモートメール事業**
  - リモートメール事業へのリソース配分は現状のままで、残存者利益を着実に回収
- ボイスメール事業**
  - ボイスメールはSMSとクロスセルすることにより、顧客単価を向上
- メディア事業**
  - メディア事業は大幅縮小
- その他事業**
  - その他事業へのリソース配分は現状のまま

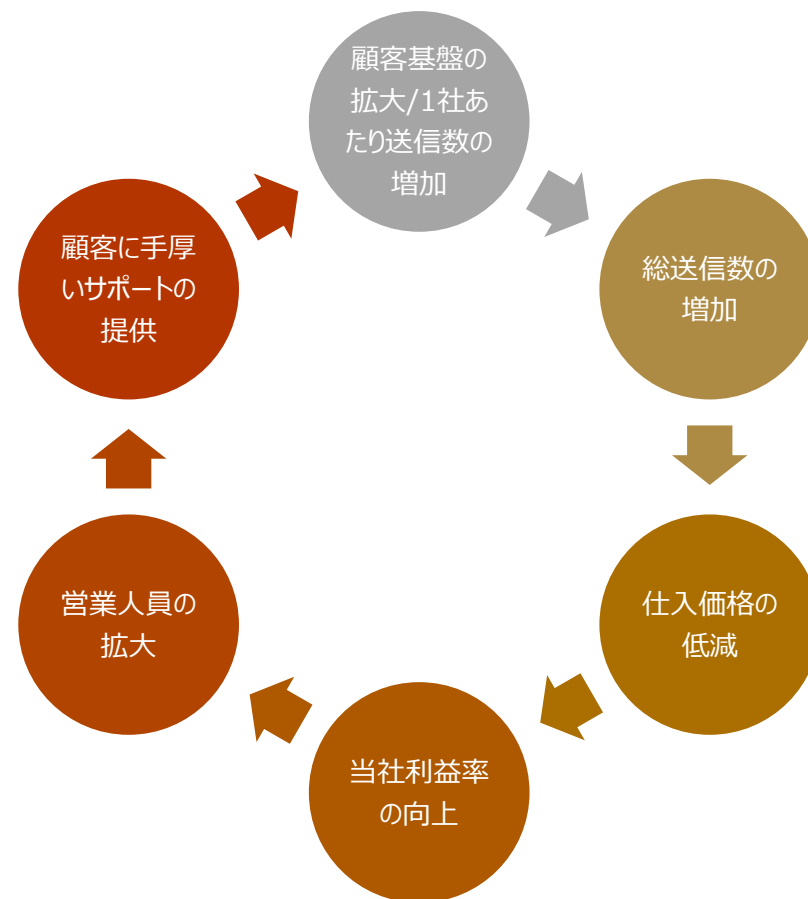
# 当社SMS事業のビジネスモデル

当社SMS事業は、中小企業から受注し、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顧客に提供できる

## 当社SMS事業のビジネスモデル



顧客基盤の拡大/1社あたり送信数の増加は事業の好循環に繋がるビジネスモデル



# 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

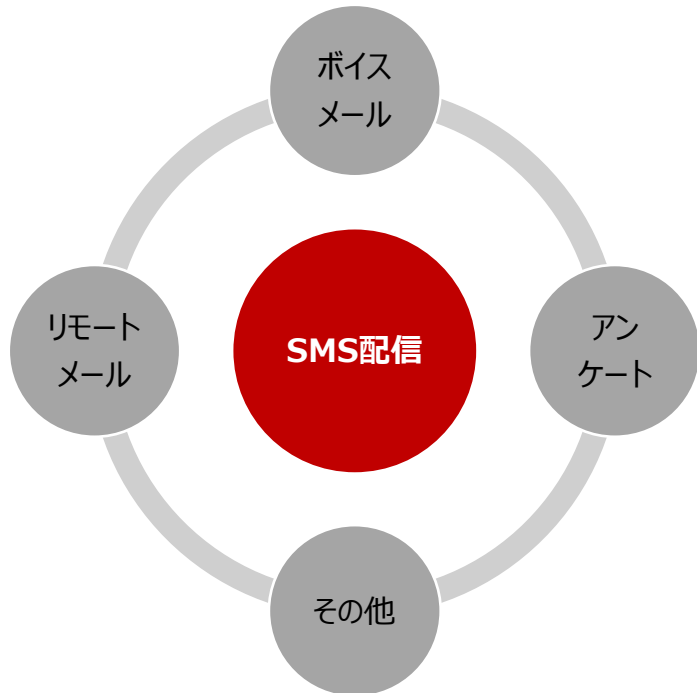
## 提携・M&A戦略

- 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

ターゲット業界を設定し、各ニッチNO.1を獲得、合わせてSMS配信のみならず、中小企業における手厚いサポートを提供し、クロスセルを実施

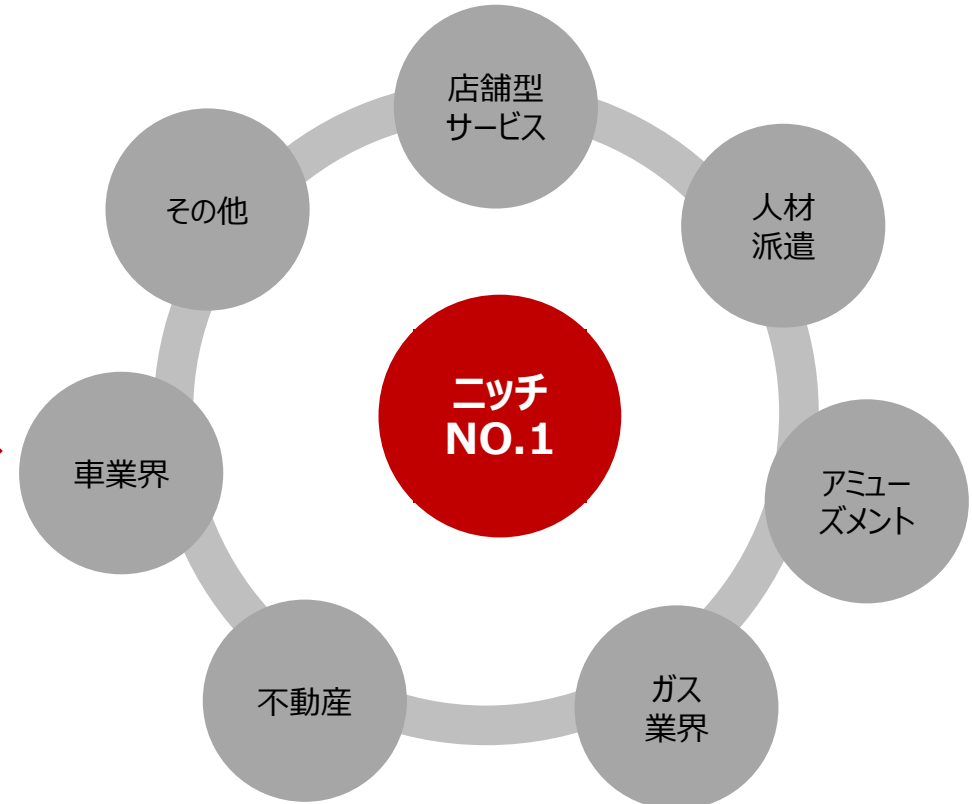
当社

SMS事業中心の手厚いサポートの提供



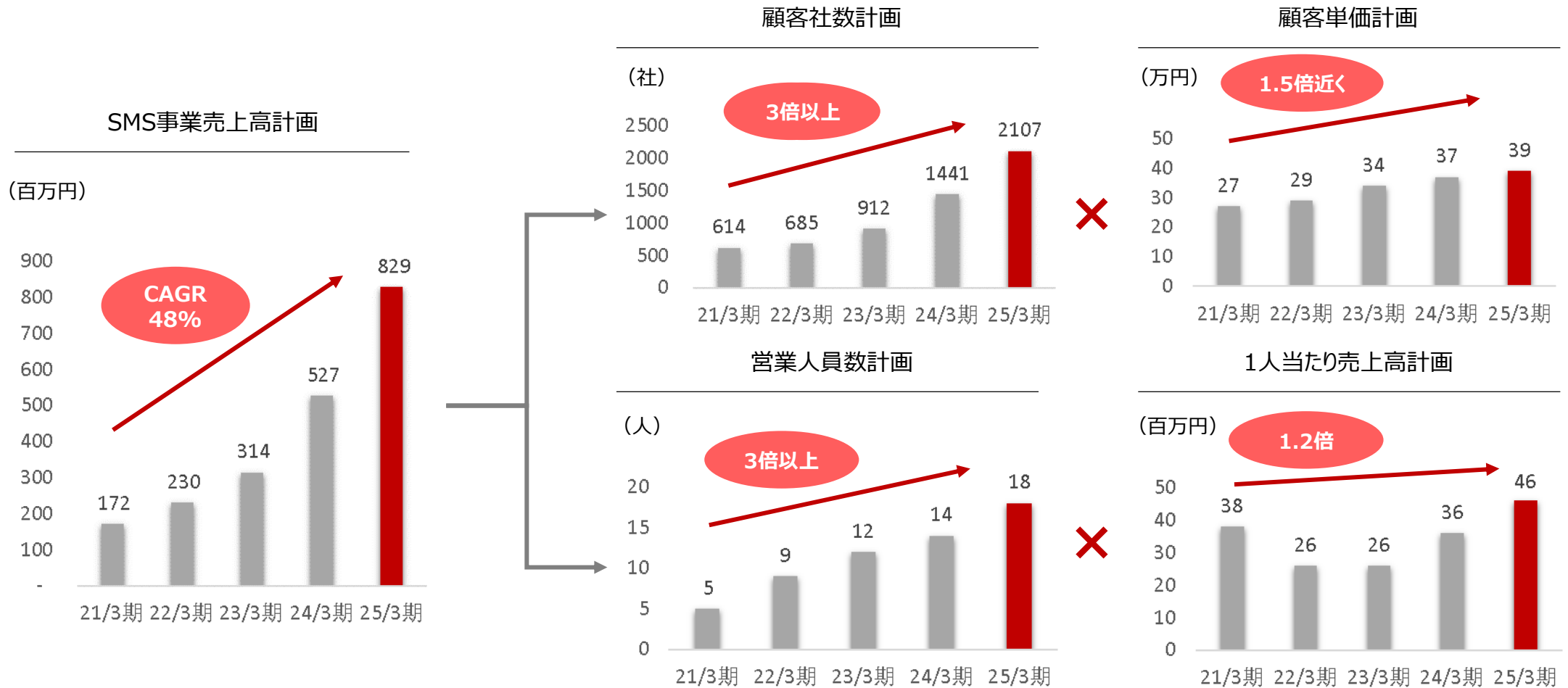
SMS事業中心の手厚いサポート

顧客



# SMS事業の計画KPI

SMS事業の数値計画を達成するために、営業人員を増員し、顧客社数を獲得する同時に、営業プロセス改善により顧客単価と生産性向上に注力

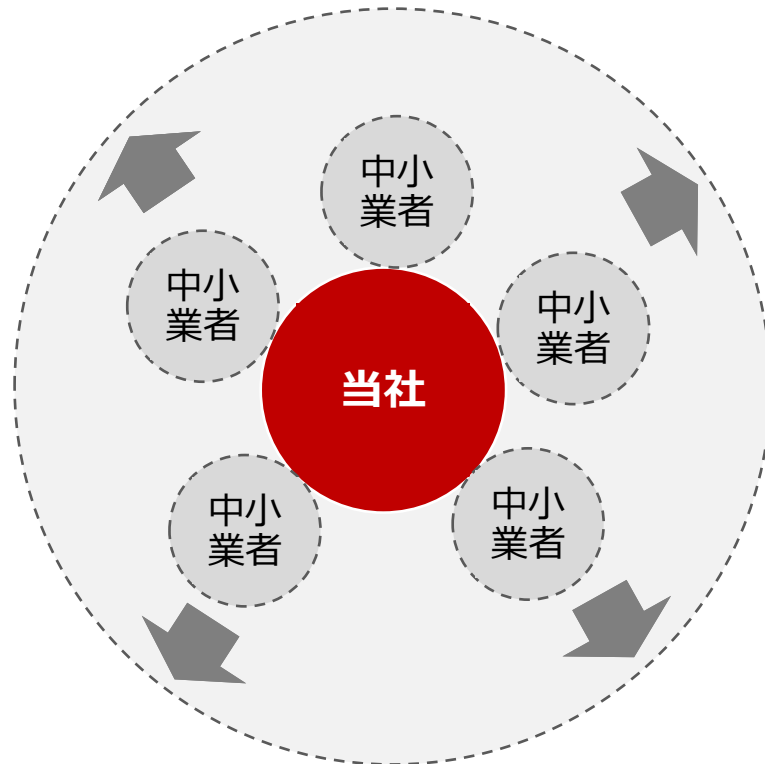


SMS事業のM&A戦略は2つのステップがあり：

- ①ロールアップ戦略で中小企業におけるシェアNo.1（首都圏）を獲得
- ②ラインアップ拡充戦略で手厚いサポートの提供により顧客単価を向上



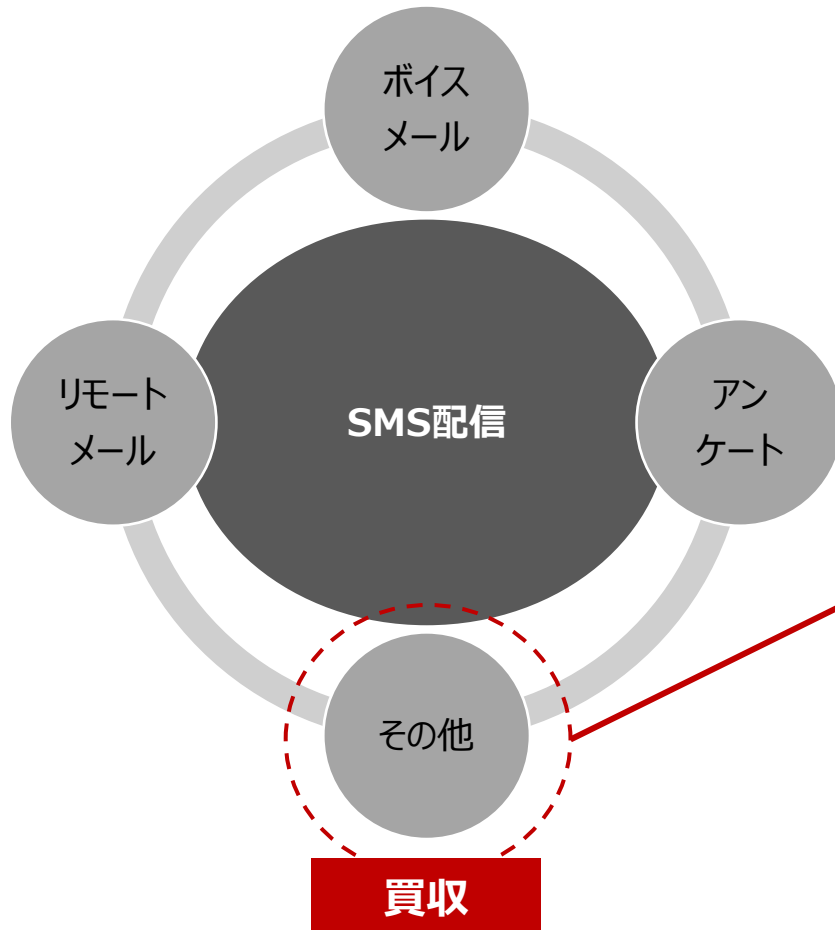
SMS配信を行う中小業者を連続的に買収することにより、SMS配信領域における中小企業シェアNo.1（首都圏）獲得を目指す



- SMS配信を行う中小業者を連続的に買収することにより
  - 顧客基盤を拡大
  - 送信数を増加
  - 仕入価格を低減
- SMS配信領域における中小企業シェアNo.1（首都圏）を獲得

# SMS事業のM&A戦略 – Step2 ラインアップ拡充

SMS配信との相性のよいサービスを持つ会社を買収し、手厚いサポートを提供



SMS配信との相性のよいサービスを持つ会社を買収し、顧客に手厚いサポートを提供することにより顧客単価を向上させる



## 1 財務比率方針

- 手元流動性比率（現預金÷平均月商）**6か月以上**（現状12か月）
- 自己資本比率 **40%以上**（現状61%）
- 負債比率（有利子負債÷自己資本）**0.8以下**（現状0.5）

## 2 資金調達方針

- 手元流動性比率引き下げにより**250百万円**拠出
- 自己資本比率に合わせて増資と借入を実施
- 以上より、成長資金として**1,000百万円**の調達

# 参考資料 1. 会社情報

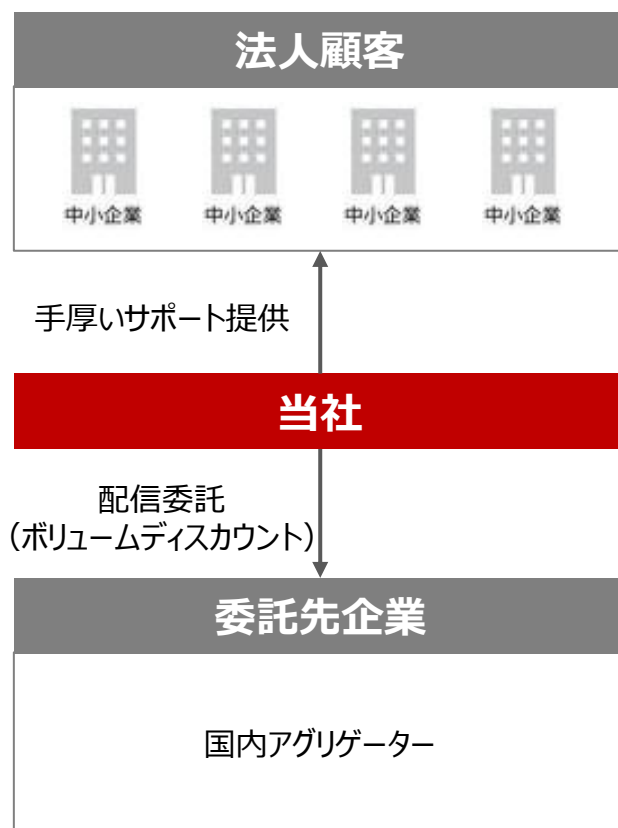
会社名	株式会社fonfun（フォンファン）
設立	1997年03月03日
資本金	100,000千円（2021年12月1日現在）
証券コード	2323
上場取引所	東京証券取引所JASDAQ
所在地	東京都渋谷区笹塚2-1-6 笹塚センタービル 6階
代表者	代表取締役 社長 林 和之
従業員数	22名（2021年12月1日現在）
事業内容	インターネット対応携帯電話向けサービスを中心とした様々なコンテンツ・サービスの提供

## 参考資料 2. SMS事業のビジネスモデル・外部環境

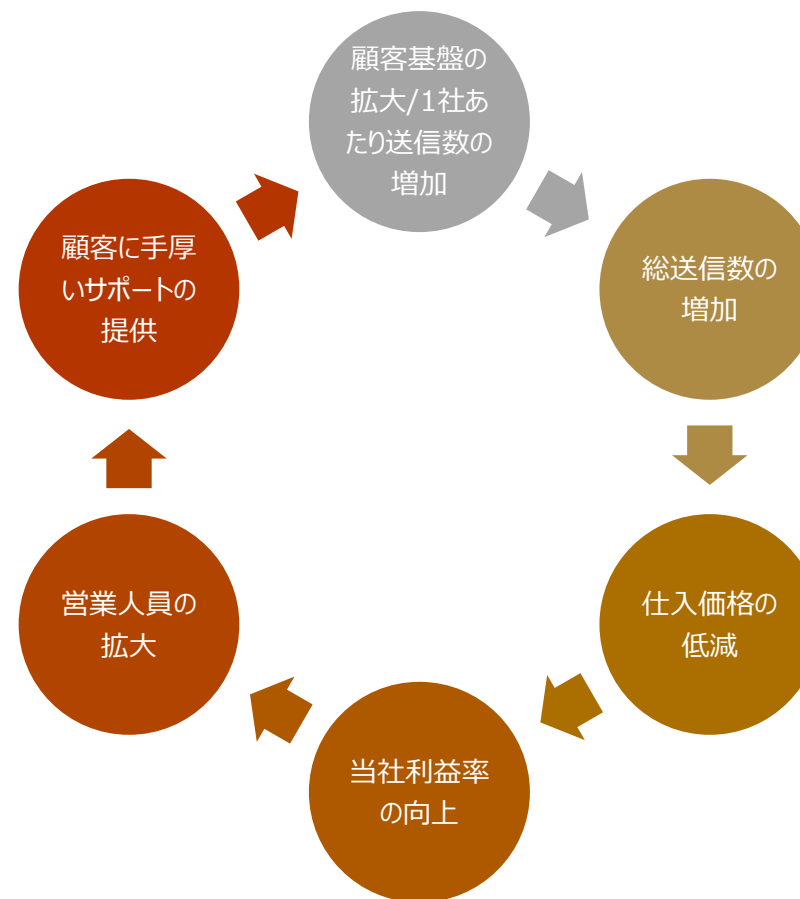
# 当社SMS事業のビジネスモデル

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

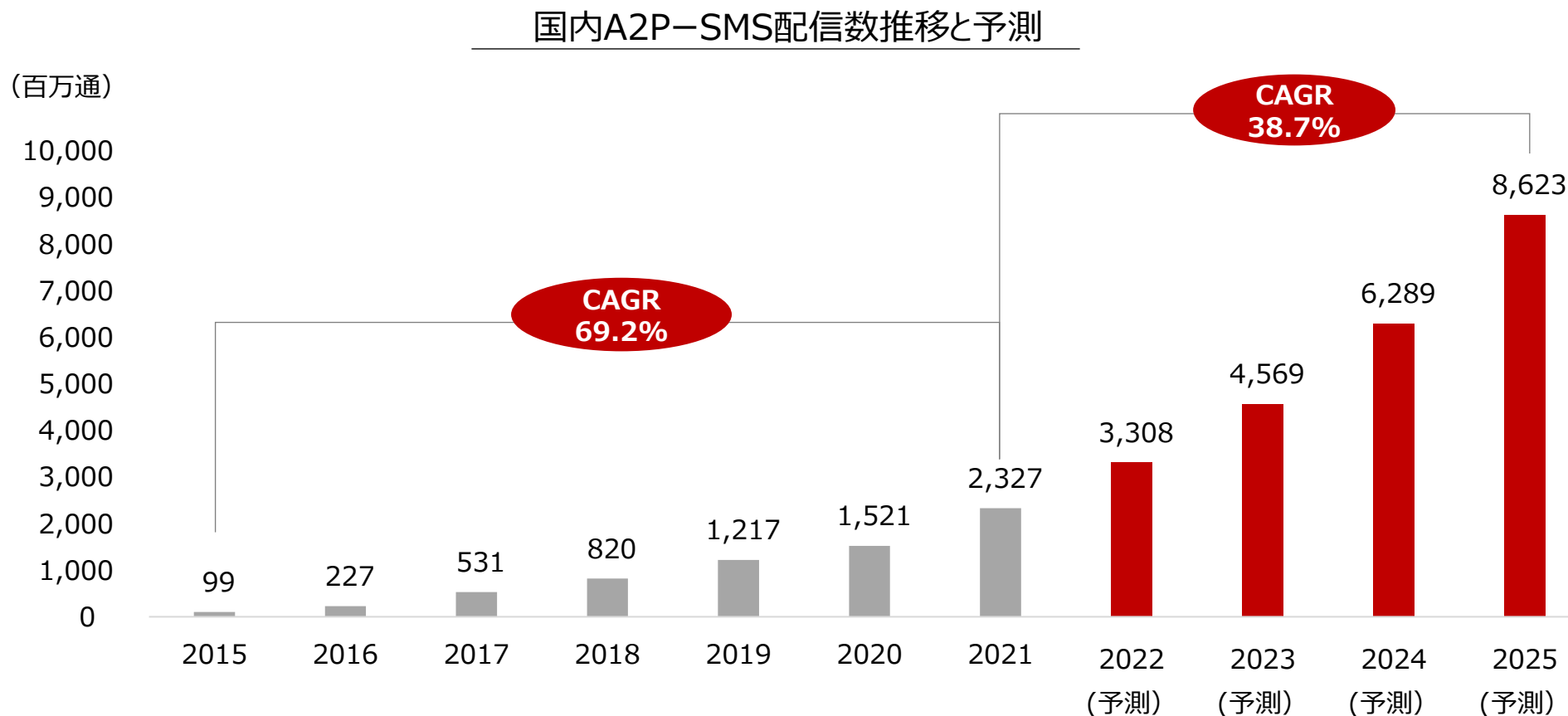


顧客基盤の拡大/  
1社あたり送信数の増加は  
事業の好循環に繋がる  
ビジネスモデル



# 国内のA2P-SMS配信数推移と予測

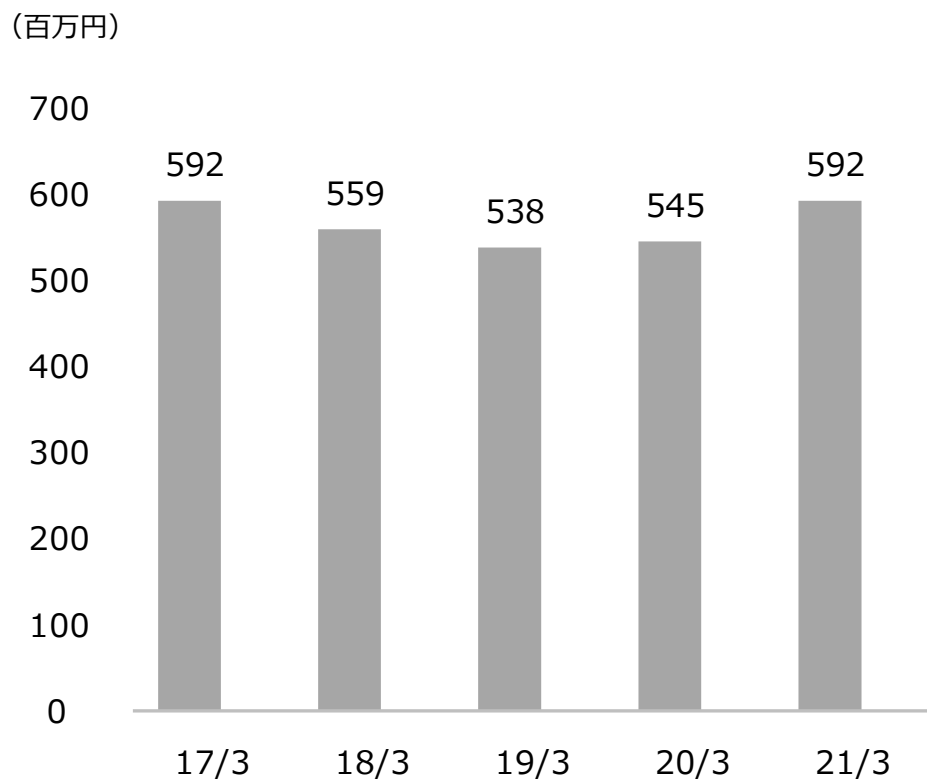
2015年から2021年まで、国内A2P-SMSの配信数はCAGR69%で高成長し、2021年の配信数は23億通  
2025年までCAGR39%で持続成長すると予測され、配信数は86億通に達成と見込む



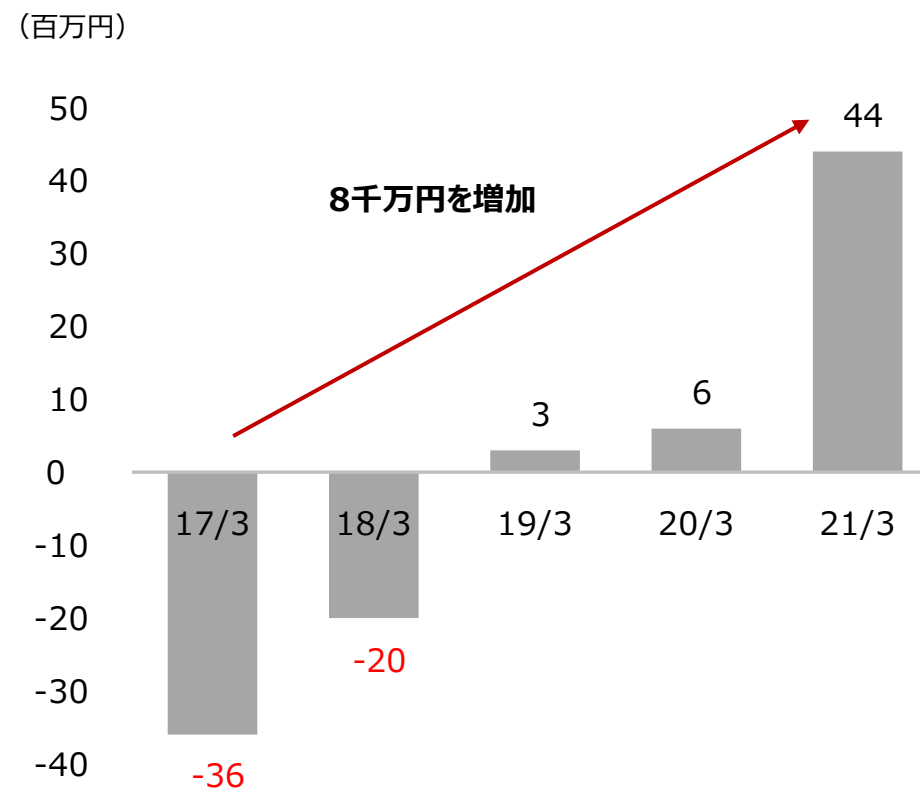
## 參考資料 3. 業績推移

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）



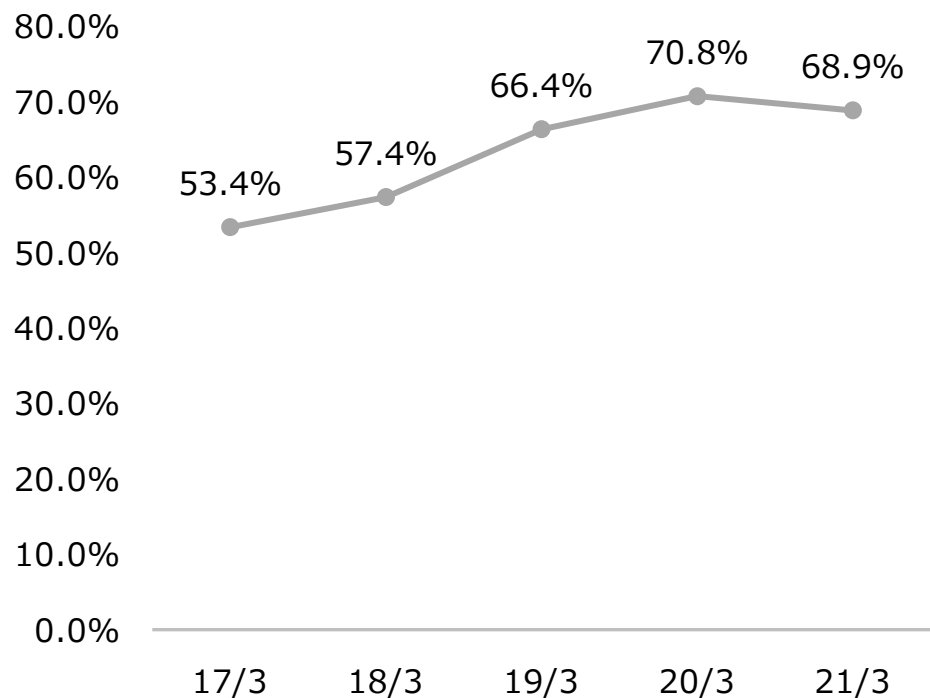
### 営業利益推移（連結）



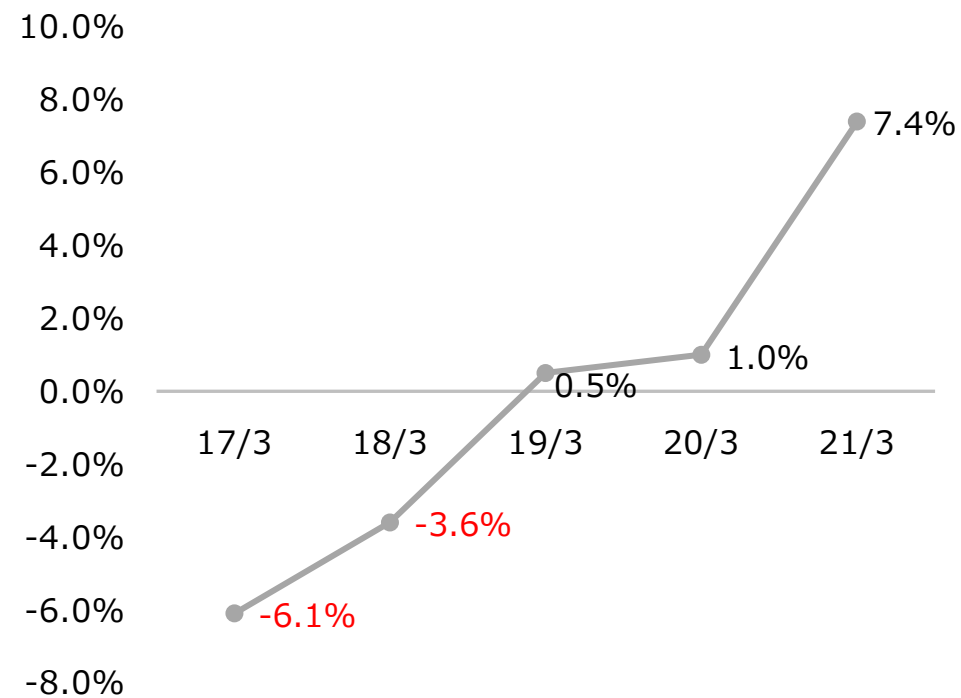


選択と集中により不採算事業を整理し、ストック型事業かつ成長分野であるSMS事業に注力した結果、営業利益率は7.4%まで成長

### 売上高総利益率推移（連結）



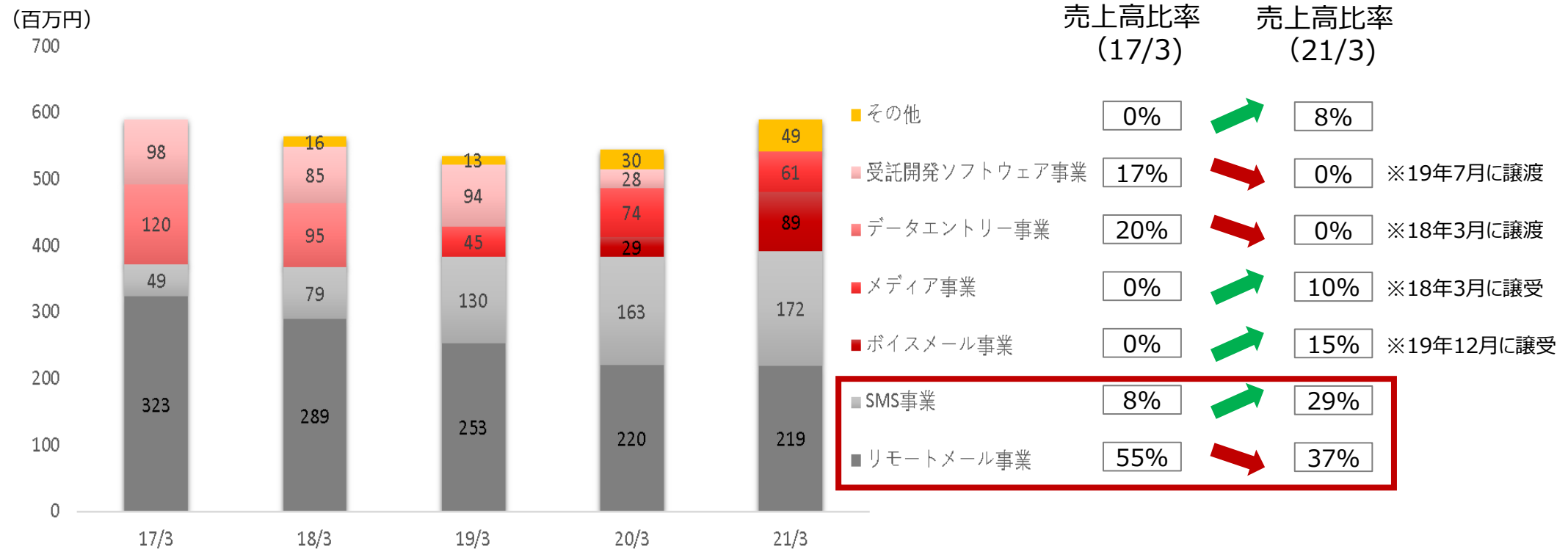
### 営業利益率推移（連結）



# 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。