




2022年8月期 第3四半期決算説明資料

株式会社フューチャーリンクネットワーク（東証グロース：9241）

2022年7月14日

- 01 事業内容
- 02 第3四半期累計期間業績ハイライト
- 03 第3四半期トピックス
- 04 業績予想修正について（2022年6月30日発表）
- 05 今後の成長戦略



01 事業内容

会社名	株式会社フューチャーリンクネットワーク
設立	2000年3月（決算期：8月）
本社所在地	千葉県船橋市
従業員数	102名（2022年5月末現在）
資本金	267,355,060円（2022年5月末現在）
事業内容	地域情報流通事業 公共ソリューション事業 マーケティング支援事業



経営陣	石井 丈晴	代表取締役
	岡田 亮介	取締役
	中川 拓哉	取締役
	板倉 正弘	社外取締役
	片町 吉男	社外取締役
	神崎 進	監査役
	清水 行雄	社外監査役
	松本 高一	社外監査役



代表取締役 石井 丈晴 *Takeharu ISHII*

1973年12月23日生まれ、千葉県出身。慶應義塾大学 商学部 卒業。新卒で株式会社リクルートに入社し、人事部で活躍。社会の役に立つ事業がしたいと考え、2000年3月に「地域活性」をキーワードに当社を設立し、独立。地域の付加価値増大を目的に、地方企業と協業しながら全国で地域情報流通事業を展開する。

地域活性化を
継続的かつ発展的事業の形で
実現することで、
社会に貢献する。

インターネットの利用拡大に伴い、割引情報や価格比較による行動選択が容易になりました。人口減少が進む日本においては、地域の「付加価値」を高め、ビジネスとして地域課題解決に取り組む存在こそが必要です。

社会課題

少子高齢化・人口減少
地域課題の増加・複雑化による
自治体のマンパワー不足
都市圏への過度な一極集中

市場環境

消費者ニーズの多様化
インターネットの利用拡大に伴う
画一的サービスの普及
価格競争の激化

付加価値情報の流通による地域の多様性創出 × 官民協働の地域課題解決

Our VISION

地域活性化を継続的かつ発展的事業の形で実現することで、社会に貢献する

- ① 「地域情報サイト まいぶれ」とは
- ② 地域情報プラットフォームについて
- ③ パートナーモデルの全国展開
- ④ 地域情報プラットフォームを活用した
公共ソリューション事業
- ⑤ 地域情報プラットフォームを活用した
マーケティング支援事業

2000年より、地域の『付加価値情報』を発信する自社運営メディア「地域情報サイト まいぷれ」を全国で展開しています。「地域情報サイト まいぷれ」では、市区町村単位で地域を区切り、地域のお店・イベント・コミュニティ・行政情報など、地元暮らしをちょっぴり楽しくするようなオリジナル情報を発信しています。



■ 「まいぷれ」が提供する『付加価値情報』

安さ・値段

クーポン割引

評価点数

ここだけの風景

その店ならではのこだわり

そこにしかない出会い



■ 「地域情報サイト まいぷれ」サイト数

308 サイト

※2022年6月1日時点



単なるメディアにとどまらず、地域の専属スタッフが自ら足で集めた地域情報を発掘する体制をもち、多様な情報の出口を備えたプラットフォームとして進化しています。地域事業者から毎月定額のプラットフォーム利用料をもらうことでマネタイズする、サブスクリプション型のビジネスモデルにより成り立っています。

地域情報プラットフォーム「まいぷれ」



当社が直営地域として運営するだけでなく、地域に根ざした全国の運営パートナーと協業することで、地域密着体制の構築を実現しています。技術や運営ノウハウを共有しながら、プラットフォーム全体を進化させています。フランチャイズに準じたビジネスモデルにより、パートナー数・契約地域数の拡大が、収益拡大に直結します。

154 社 791 市区町村

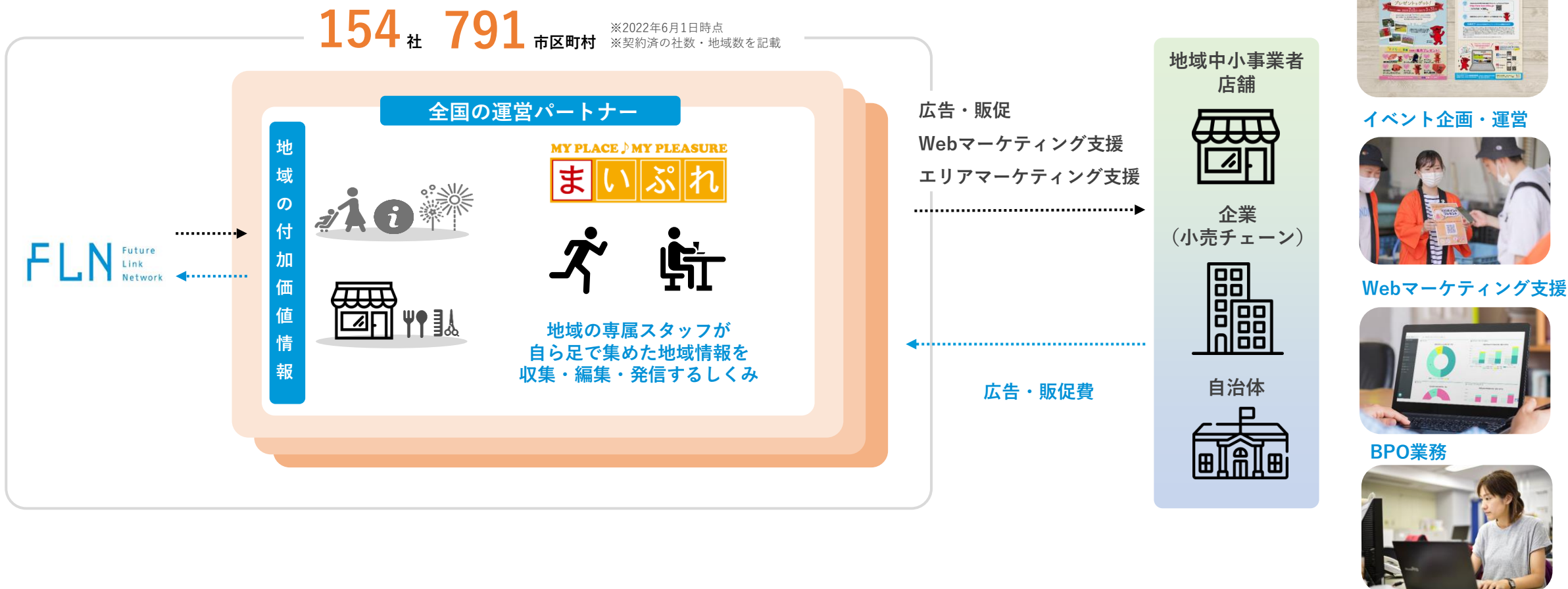
※2022年6月1日時点
※契約済の社数・地域数を記載



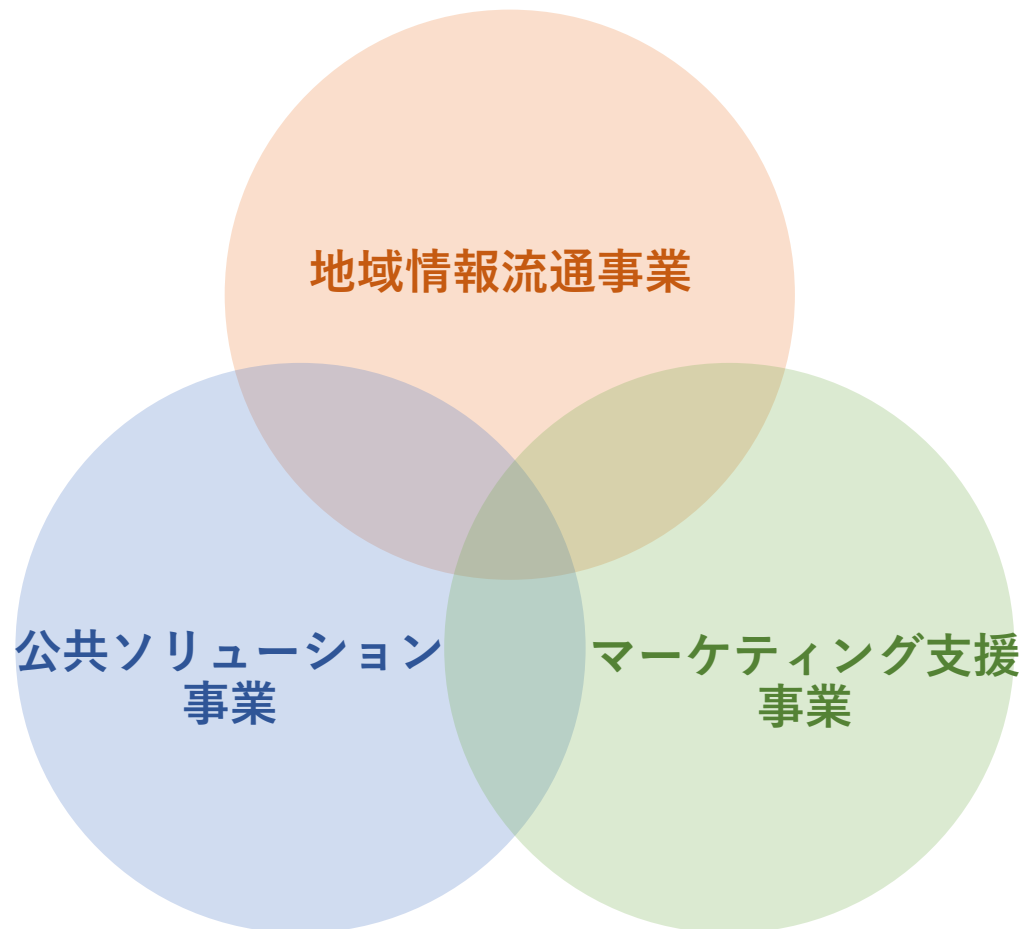
公共（Public）が抱える課題に対して、地域に根付いた足回りを活かしたさまざまなソリューションを「官民協働事業」として提案します。地域情報プラットフォーム「まいぷれ」の運営体制があるからこそできる、実行力のある課題解決型事業です。



特定の商圈や地域に直接情報を発信したい企業に地域情報プラットフォーム「まいぷれ」を活用して、マーケティングソリューションを提供します。地域との接点を活かし、店舗や企業の販促支援・Webマーケティング支援を担います。



当社の事業は地域情報プラットフォーム「まいふれ」を基盤に、3事業が重なりながら、独自性の高い事業構造で展開しています。



地域情報流通事業

地域の「付加価値」を発掘し、地域情報として流通させることで、地域活性化を行う事業。各地域のスタッフが、直接付加価値を発掘し、地域情報サイトだけでなく、あらゆるデバイス、あらゆる場所を使って情報を発信。当社が直営地域として運営するだけでなく、全国各地域に根ざした運営パートナー各社と、技術や運営ノウハウを共有しながら、地域情報プラットフォーム「まいふれ」を構築・運用。

公共ソリューション事業

地方自治体や国を対象に、公共（Public）が抱える課題に対して、地域情報プラットフォーム「まいふれ」を活用した官民協業モデルの課題解決を実施する事業。地域に根ざした運営体制と情報流通技術やノウハウ、自社の開発・制作体制を活用した、独自の官民協働事業を多数展開。

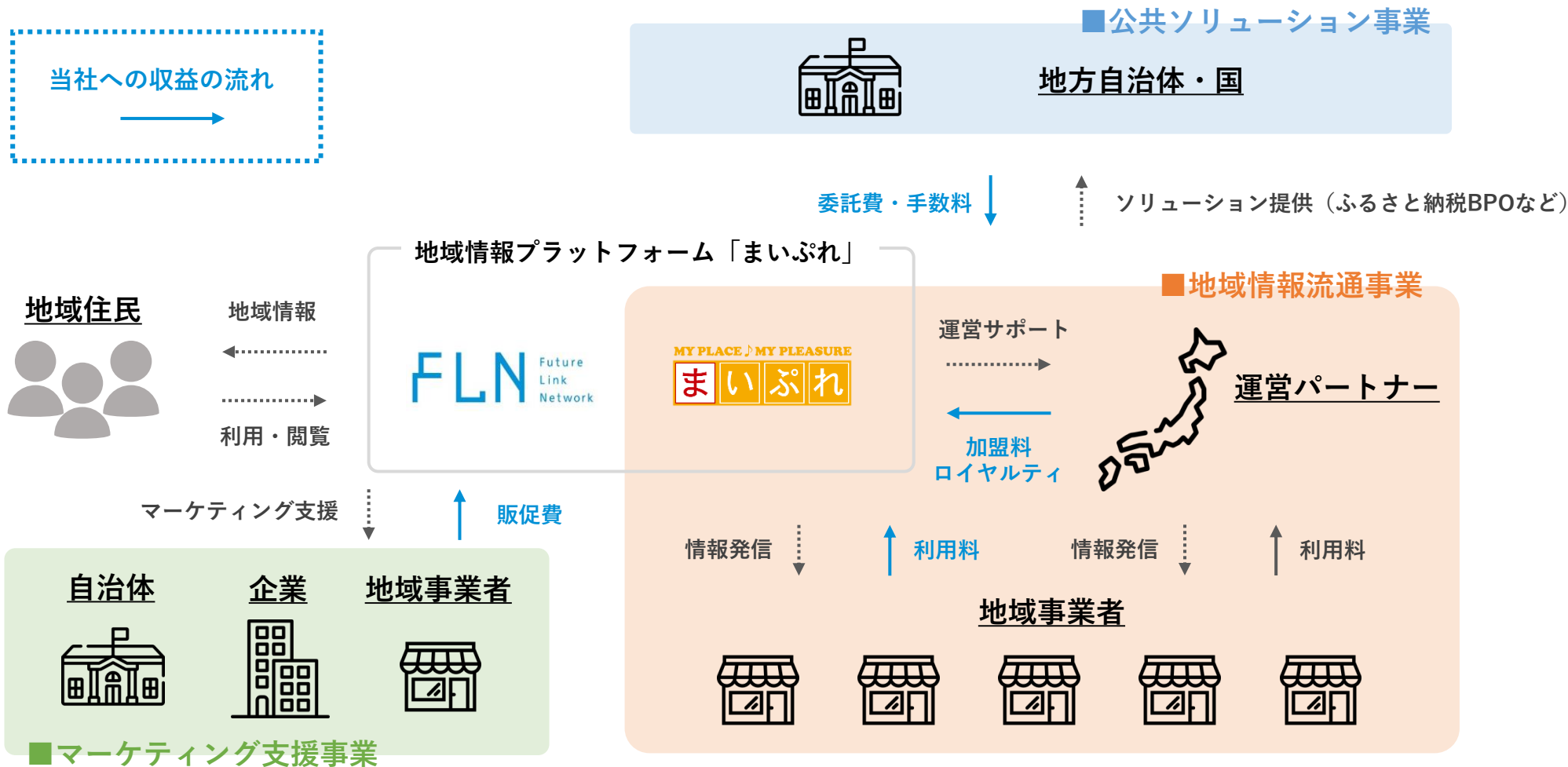
マーケティング支援事業

特定の商圈や地域に直接情報を発信したい企業や地域事業者に対し、地域情報流通プラットフォーム「まいふれ」を活用して、マーケティングを支援する事業。ウェブマーケティング施策を含めた情報発信支援だけでなく、販促物制作から、地域のコミュニティと連動したイベント等の企画・運営、バックオフィス業務のBPOまでを複層的に絡め、サービスやブランドの認知度向上に寄与。

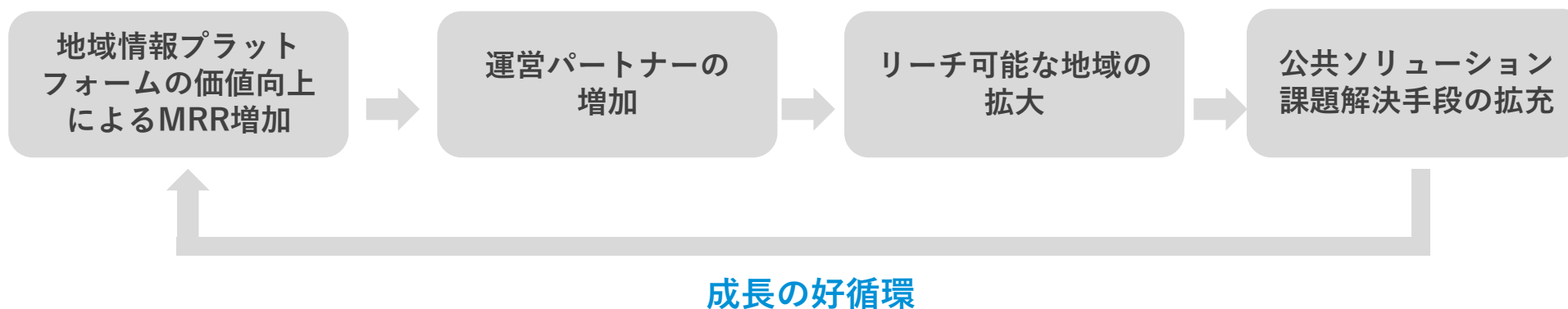
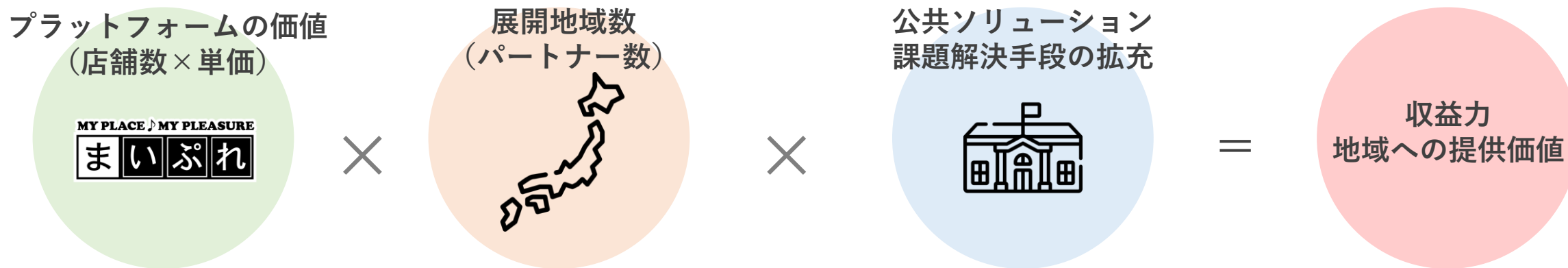
3つの事業セグメントは、特に下記の特徴を強みとしています。この強みをさらに洗練させていくことで事業成長を確固たるものにします。

- **全国の中小事業者リアルな接点を持ち、DXを促進できる体制**
直営のみならず、全国154社のパートナーがいることで、地域とオフラインの接点を持つことができ、ITリテラシーの高くない事業者にも寄り添い、経営やマーケティングを直接サポートできる、ラストワンマイルの強み。
- **顧客との継続的関係性**
持続的に効果を発揮する地域情報プラットフォーム「まいぷれ」のサービス価値と、直接オフラインでサポートできる体制による安心・信頼感を提供できるため、解約率が低く、顧客生涯価値（LTV）が高い。
- **官民協業事業の実績とノウハウ**
創業以来、蓄積してきた官民協業事業の実績とノウハウで、持続的にニーズを掴み、新たなサービスを展開することができる。

当社の事業の収益構造は、地域情報プラットフォーム「まいぷれ」を基盤にした3事業により、多種多様な顧客に対して価値提供を行うことで、多方面にわたる独自の収益構造で成り立っています。



「まいぷれ」のサブスクリプション型サービスとしての価値を高め、単価を向上させると共に、展開地域（運営パートナー数）を広げることにより、公共ソリューションの提供地域・課題解決手段の拡充も行い、成長の好循環を作ります。





02 第3四半期累計期間業績ハイライト

1. プラットフォーム利用店舗数・平均単価は順調に増進

新サービスの展開により、利用店舗は前期比1,417店舗、平均単価は前期比311円それぞれ増加しており、順調に推移している。

2. 積極的投資により、成長戦略通りの新サービス展開が進む

地域事業者の経営支援サービスとして株式会社ライトアップと組んだ補助金・助成金サービスや、ジャパンM&Aソリューション株式会社と組んだまいふれ事業承継、株式会社エフェクチュアルとの資本業務提携によるローカルウェブマーケティング技術の強化など、順調に展開できている。

3. パートナーの新規契約が低調

第1四半期の広告からのリード獲得不足の影響に加え、第2四半期の新型コロナウイルス感染症が急拡大する中で、運営パートナーの獲得が想定通りに進まず、新規事業参入に躊躇されるケースもあった。そのためパートナーの初期加盟金が得られず、地域情報流通事業の売上・営業利益に影響が出ている。

4. まいふれアナライザーの追加開発が予定より若干の遅れ

まいふれアナライザーの追加開発に想定以上の時間がかかったため、販売計画に影響が出ている。

■売上高

前年同期比

1,012 百万円

96.4 %

■営業利益

前年同期比

-2 百万円

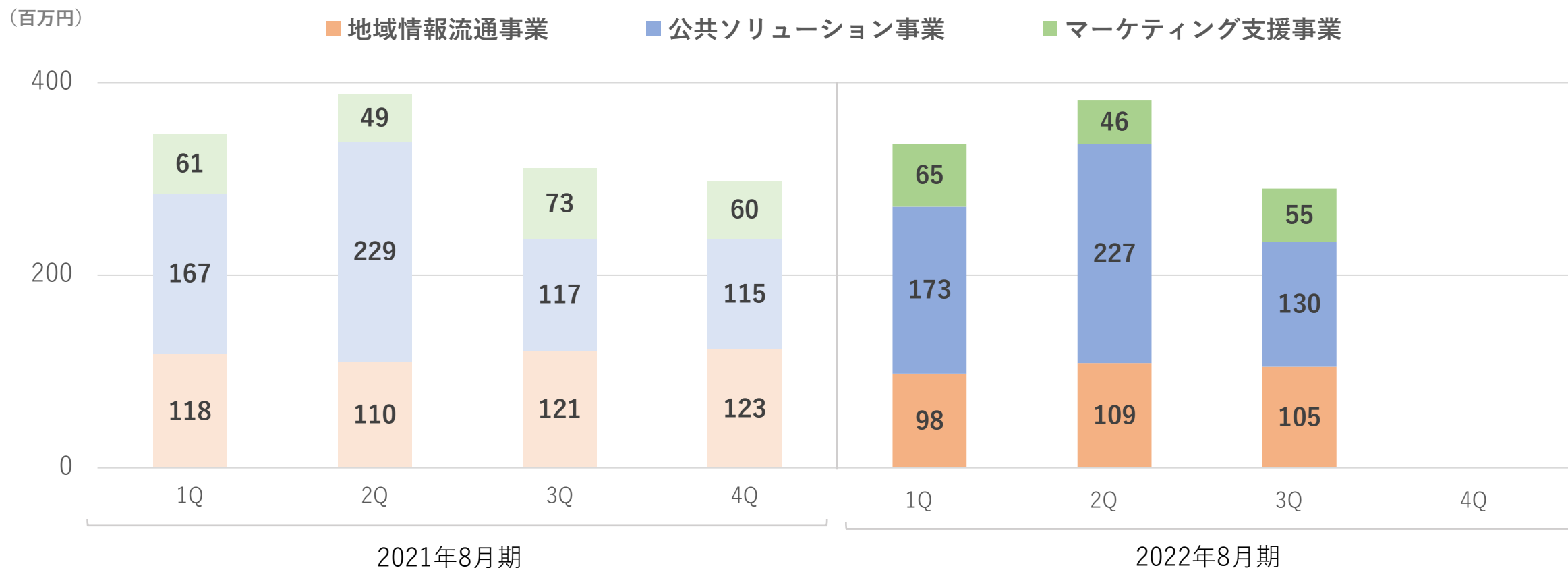
- %

- 売上高は前年同期比**3.6%**減。
- 地域情報流通事業は、新型コロナウイルス感染症が急拡大する中で、新規事業参入に躊躇されるケースもあり、運営パートナーの獲得が想定以上に進まず、前年同期比**10.6%**減。
- 公共ソリューション事業は、ふるさと納税受託自治体数の減少や公共案件売上の計上時期の期ズレなどはあるが、前年と同水準の前年同期比**3.3%**増で着地。
- マーケティング支援事業は、広告キャンペーン等の需要が伸びず、前年同期比**9.3%**減。
- 販管費は、広告宣伝費の抑制等可能な削減を行ったものの、成長戦略に沿った積極的な投資を続けていくべき段階と判断しており、前年同期比**12.6%**増。

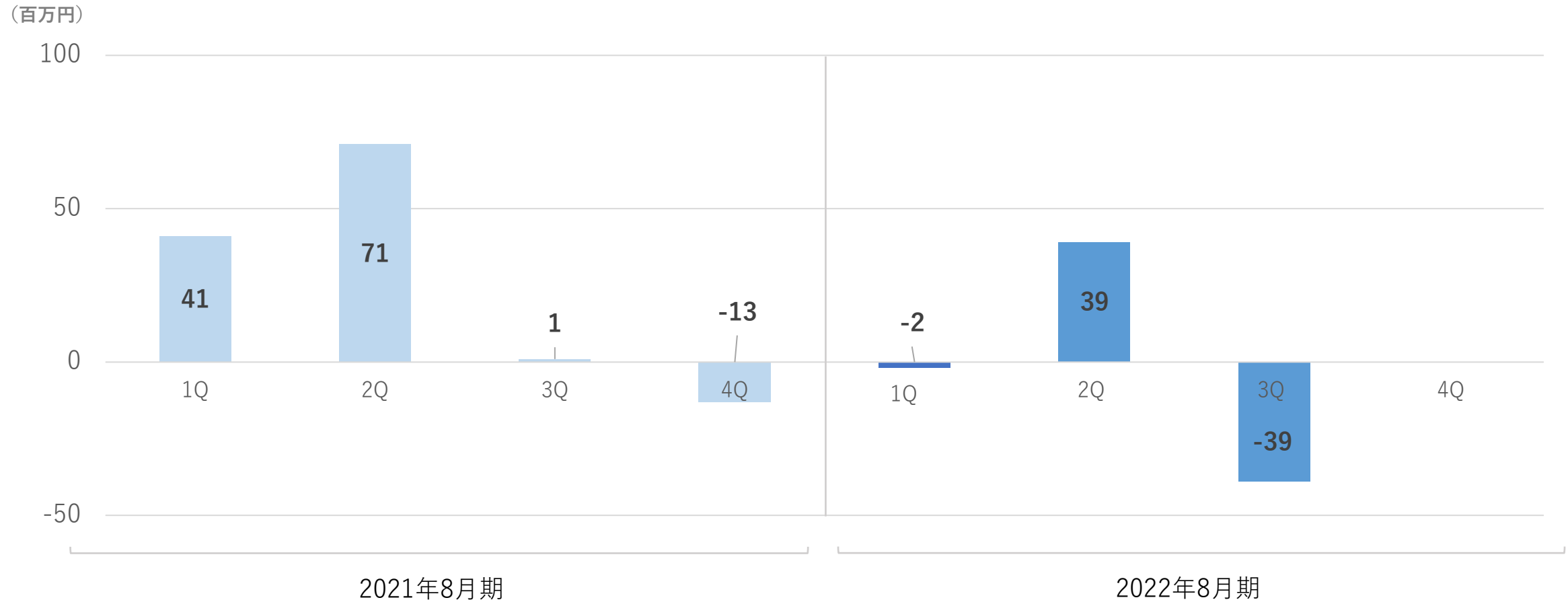
まいふれプラットフォーム価値向上に向けて、新サービスの提携や積極的な投資をしているため、販管費に関しては予定通り進捗しています。

(単位：百万円)	2021年8月期 3Q		2021年8月期 通期	2022年8月期 3Q			2022年8月期 通期計画
	実績	売上高比率		実績	売上高比率	前期比	
売上高	1,049	100.0%	1,349	1,012	100.0%	96.4%	1,233
地域情報流通事業	350	33.4%	474	313	30.9%	89.4%	424
公共ソリューション事業	514	49.0%	629	531	52.4%	103.3%	594
マーケティング支援事業	184	17.5%	245	167	16.5%	90.7%	214
売上原価	388	37.0%	498	398	39.3%	102.5%	482
売上総利益	661	63.0%	850	613	60.5%	92.7%	750
売上総利益率	63.0%		63.0%	60.6%			60.8%
販管費	547	52.1%	749	616	60.8%	112.6%	825
営業利益	113	10.8%	100	-2	-2.3%	-	-74
営業利益率	15.2%		7.4%	5.0%			-
経常利益	111	10.6%	94	-3	-3.8%	-	-75
当期純利益	97	9.2%	79	-5	-5.1%	-	-86

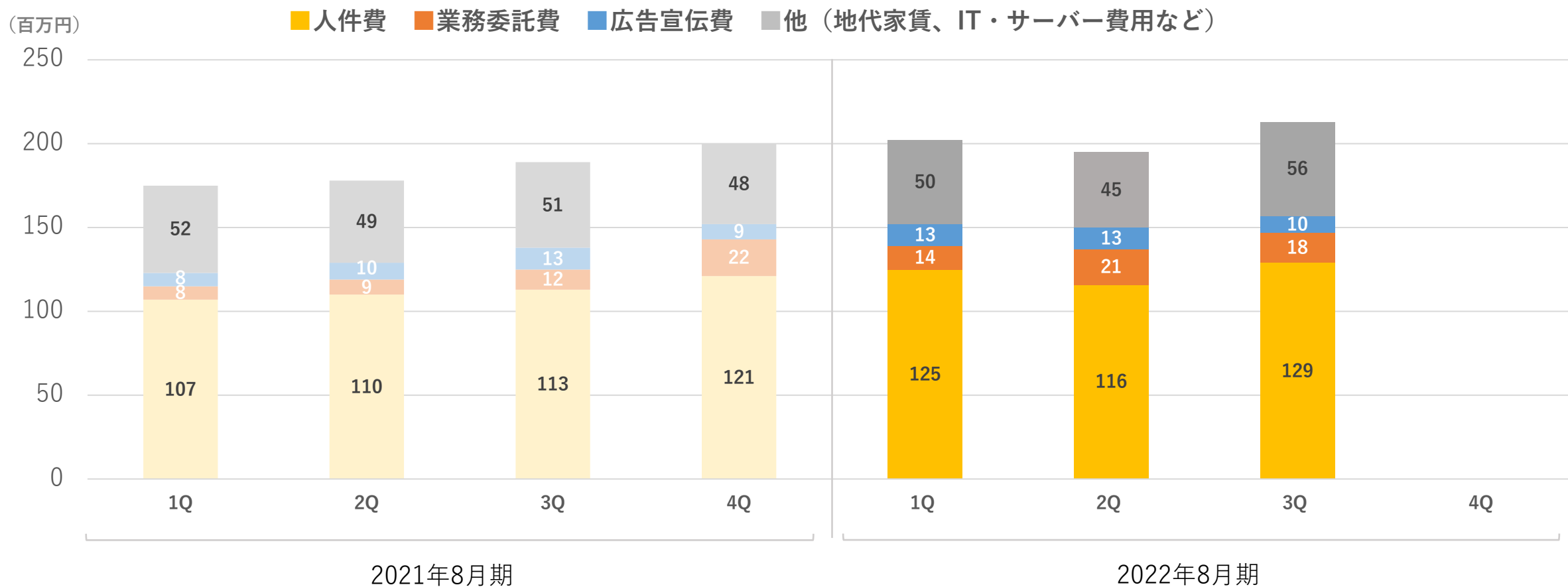
- ・地域情報流通事業は、パートナー初期加盟金の獲得遅延により前年同期比を下回っています。
- ・公共ソリューション事業は、ふるさと納税に起因する売上高は順調に推移しているが、受託自治体数の減少や公共案件売上の計上時期の期ズレにより、前年と同水準となっています。
- ・マーケティング支援事業は、広告キャンペーン等の需要が伸びず前年よりも減収となっています。



3Qの利益計画は、減収および費用の増加により、前期水準を下回り赤字となっています。



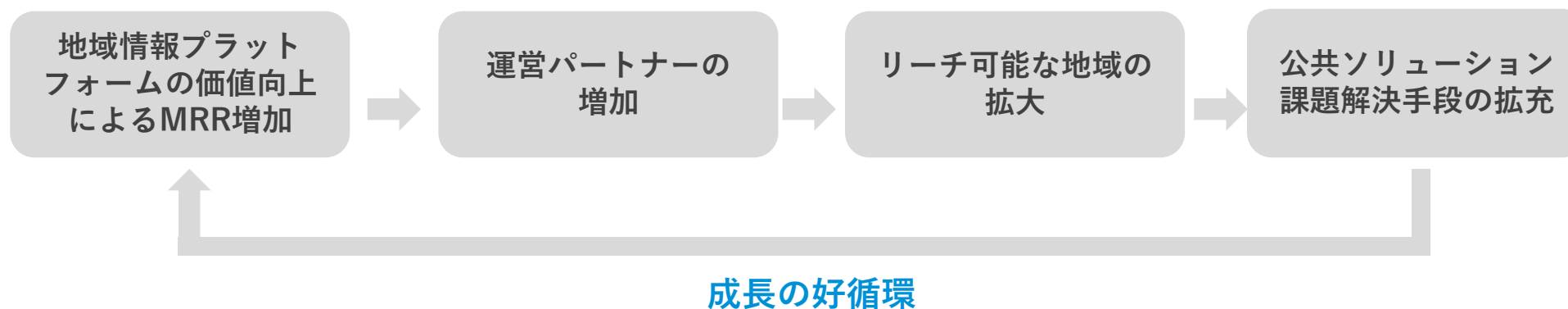
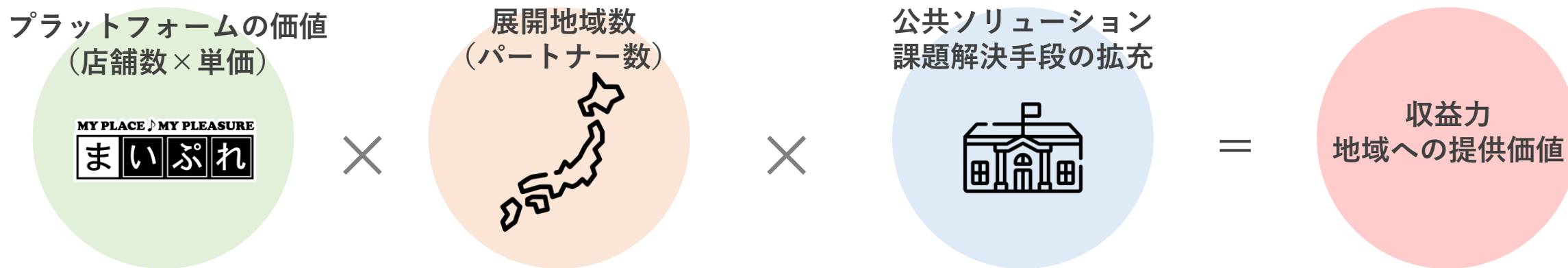
販管費及び一般管理費については、事業の成長に向けて地域情報プラットフォームの拡大・開発のための積極的な投資を行っていくべき段階と判断し、前年同期比人件費12.2%増、業務委託費79.2%増、広告宣伝費19.5%増と当初計画通り進行しています。



投資による固定資産の増加と流動資産の減少に加え、固定負債の減少により、自己資本比率44.1%と安定に推移しています。

	2021年8月期末 実績		2022年8月期 3Q実績		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
(単位：百万円)					
流動資産	754	89.3%	644	81.4%	▲14.5%
現金及び預金	569	67.5%	491	62.0%	▲13.7%
固定資産	90	10.7%	147	18.6%	62.6%
資産合計	844	100.0%	792	100.0%	▲6.3%
流動負債	375	44.4%	350	44.2%	▲6.6%
負債合計	491	58.2%	442	55.9%	▲10.0%
純資産合計	353	41.8%	349	44.1%	▲1.1%
負債純資産合計	844	100.0%	792	100.0%	▲6.3%
自己資本比率	41.8%		44.1%		

収益力および地域への提供価値増加に必要なプラットフォームの価値・展開地域数・公共ソリューションおよび課題解決手段の拡充について、それぞれの指標の進捗状況を共有します。



収益力および地域への提供価値増加に必要なプラットフォームの価値・展開地域数・公共ソリューションおよび課題解決手段の拡充について、それぞれの指標の進捗状況を共有します。



プラットフォームの価値
(店舗数 × 単価)

まいふれプラットフォーム
利用店舗数 *注1

17,984 店舗

平均単価 *注2

5,226 円



展開地域数
(パートナー数)

運営パートナー数

154 社

契約エリア数

791 市区町村



公共ソリューション
課題解決手段の拡充

ふるさと納税寄附金額 *注3

44.9 億

ふるさと納税自治体数

38 市区町村

*注1) 「まいふれプラットフォーム利用店舗数」は、まいふれプラットフォーム全体で登録されている店舗の数を集計したもの。
*注2) 当社直営エリアの2022年5月末時点の有料利用店舗の平均。新商品「まいふれアナライザー」の利用料含む。

*注3) 第3四半期累計期間

プラットフォームの価値を高める投資およびサービスレベルの向上により、プラットフォーム利用店舗数・平均単価は微増で推移しています。

プラットフォームの価値
(店舗数×単価)



■プラットフォーム利用店舗数

17,984 店舗 ^{累積増減} +1,417 店舗

■平均単価

5,226 円 ^{累積増減} +311 円

- ・ 地域事業者の経営支援サービスとして株式会社ライトアップと組んだ補助金・助成金サービスやジャパンM&Aソリューション株式会社と組んだまいぷれ事業承継、株式会社エフェクチュアルとの資本業務提携によるローカルウェブマーケティング技術の強化など、順調に展開できている。
- ・ 一方で、まいぷれアナライザーの追加開発に想定以上の時間がかかったため、販売計画に影響が出ている。

第3四半期においてはふるさと納税売上は前年同期比同程度で推移。一方で受託自治体数の減少や公共案件売上の計上時期の期ズレが発生する見込みとなり、想定ほど売上が伸びていません。

公共ソリューション
課題解決手段の拡充




■ふるさと納税寄付額

44.9 億円 前年同期比 +1.1 億円

■ふるさと納税自治体数

38 市区町村 累積増減 +4

- ふるさと納税売上は、累計期間で新規7自治体の受託、3自治体が契約終了となり、サービス提供自治体は38となっている。12月の年間寄付額最大期を過ぎ、第3四半期も売上としては想定通りで推移している。
- 公共案件売上については、千葉県白井市からの案件受託や消防庁の実証実験による防災情報配信への参画、まいふれポイントシステムのリプレイス完了、まいふれアナライザーの公共施設利活用などを推進しているが、売上計上時期の期ズレが発生する見込みとなり、想定ほどの売上が達成できていない。



03 第3四半期トピックス

公募調達した資金をもとに、2022年8月期においては主に地域情報プラットフォームの価値向上に向けて積極的な開発投資や他社との事業提携を行っています。

日付	指標	トピックス
2022.3.1	展開 エリア	まいふれオープンエリア300版達成
2022.3.10	PF価値	ローカルウェブマーケティング技術の強化にむけた株式会社エフェクチュアルに対する資本業務提携
2022.4.19	PF価値	「まいふれ」利用店舗向けに株式会社ライトアップ社の補助金・助成金支援サービス「JSaaS」へのシングルサインオン実装
2022.6.2	公共 ソリューション	加古川市の「ICTを活用した安全・安心に係るスマートシティの取組」が総務大臣表彰を受賞
2022.6.15	公共 ソリューション	大阪府枚方市と協働で運営する地域ポイント「ひらかたポイント」のアプリが1万DL突破
2022.6.20	PF価値	「まいふれ」有料店舗数のうちGBP連携数が4,000店舗を突破
2022.6.30	公共 ソリューション	株式会社シフトセブンコンサルティングとの業務提携及び合併会社設立に向けた基本合意に関するお知らせ



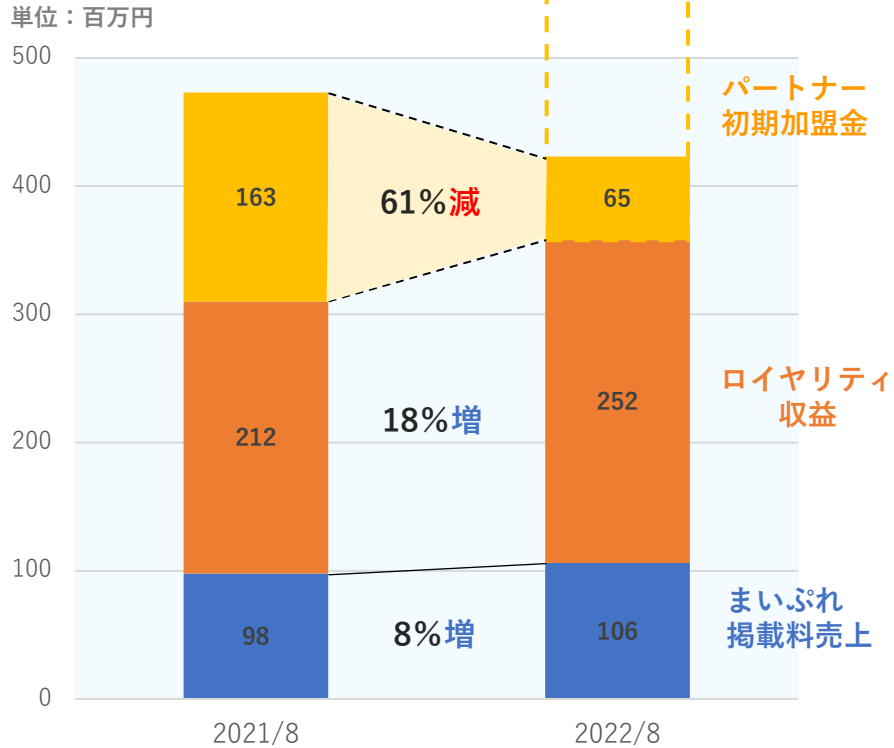
04 業績予想修正について（2022年6月30日発表）

2022年8月期業績予想（2022年6月30日発表）のサマリー

(単位：百万円)	2022年8月期 当初計画	2022年8月期 修正計画	増減額	増減率
売上高	1,531	1,233	-298	-19.5%
地域情報流通事業	597	424	-173	-29.0%
公共ソリューション事業	676	594	-82	-12.1%
マーケティング支援事業	256	214	-42	-16.4%
売上原価	538	482	-56	-10.4%
売上総利益	992	750	-242	-24.4%
販管費	891	825	-66	-7.4%
営業利益	101	-74	-175	—
経常利益	97	-75	-172	—
当期純利益	71	-86	-157	—

- 当社は2022年6月30日の取締役会において、最近の業績の動向等を踏まえ、2021年10月14日に公表いたしました2022年8月期の通期業績予想を修正しています。
- 売上高は当初計画比19.5%減。各事業セグメントで計画を下回った。特に地域情報流通事業の減収額が大きく影響。
- 中期的な成長のためプラットフォーム開発への人材投資、新サービス拡販、広告投資を実行し、販管費は計画費7.4%減と予定範囲内で消化。
- 結果、営業利益、経常利益、当期純利益で赤字となり、計画未達と前期比減収減益で着地の見込み。

地域情報流通事業売上構成（2021-2022）



- まいふれ運営パートナーの新規契約が計画を下回り、パートナー初期加盟金が未達となったため、地域情報流通事業の売上の減少となった。計画では2022/8期で33社増の187社予定であったが、4社増の158社の着地予定に修正しています。

※地域情報流通事業の売上構成要素のうち、「まいふれ掲載料売上（プラットフォーム利用料）」および、全国でまいふれを運営しているパートナーからの「ロイヤリティ収益」については順調に伸びている

- 原因として広告のリード不足、新型コロナウイルス感染症急拡大の中での新規事業参入への躊躇などの要因があったが、3Q・4Qでは組織再編なども行い抜本的な営業手法の見直しによって立て直しを行っていきます。

まいふれパートナー契約件数・企業内訳

	契約件数	法人企業	新規創業
2019/8	25	15	10
2020/8	28	17	11
2021/8	35	22	13
2022/8	13	7	6

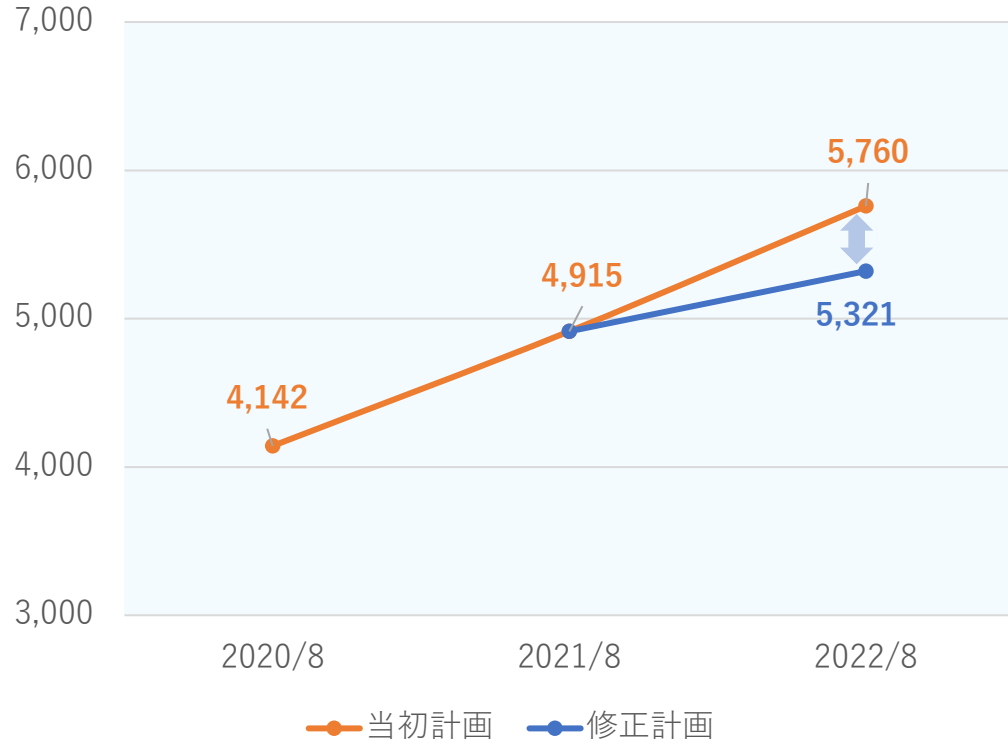
※新規増加分のみ・解約含まず

➤ 新規パートナーの契約件数は過去3期間増加傾向にある。また、運営パートナーとなる企業は法人企業の新規事業導入の場合もあれば、新規創業でまいふれ事業専門会社を設立する場合もあり、その件数も増加傾向。

➤ まいふれパートナーとなる企業の本業における業種の偏重は特になく、多種多様な業種の企業が参加している。

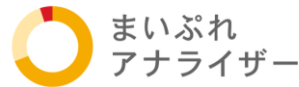
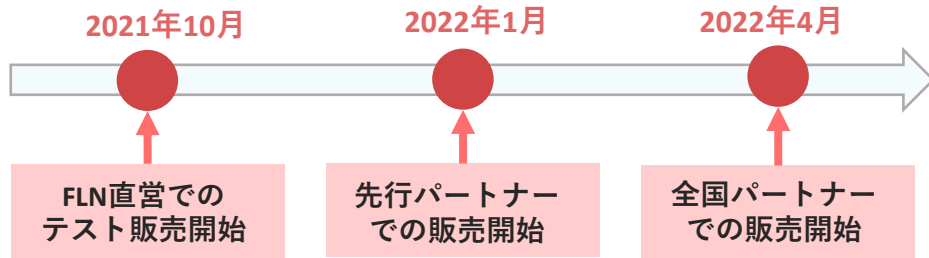
2022年8月期パートナー契約社の業種例：飲食業、情報処理サービス業、小売業、人材サービス業、製造業

まいふれプラットフォーム利用料の平均単価（単位：円）



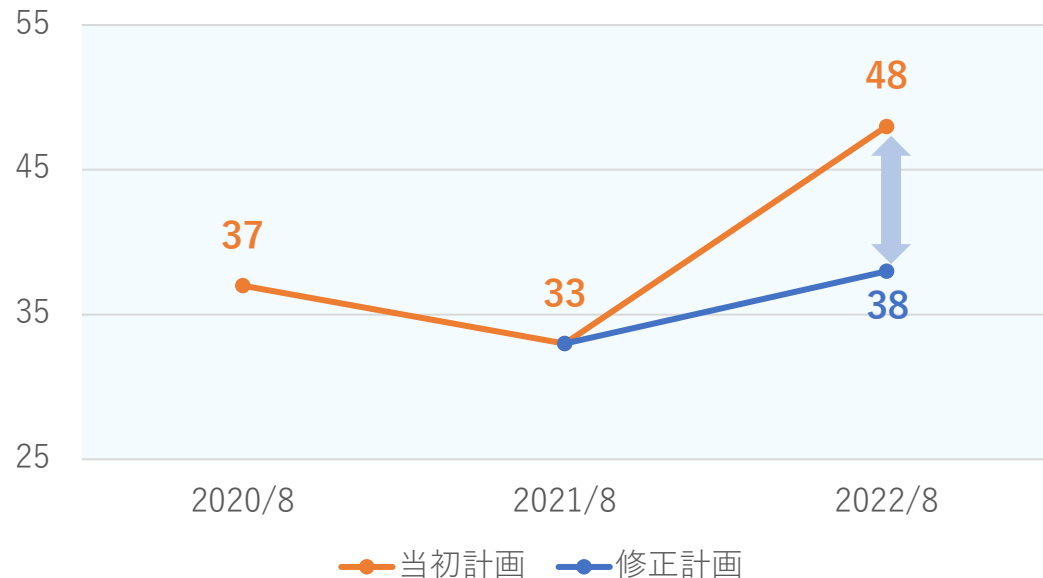
- 収益力および地域へのプラットフォーム提供価値を示す指標としてプラットフォーム利用店舗数・平均単価を挙げている。新サービスである「まいふれアナライザー」は、平均単価の向上が見込まれるが、想定よりも開発の遅延が発生してしまったため、当初2022年8月期末に想定していた販売数に届かず、平均単価は当初計画を下回る見込みです。
- 現時点では予定していた開発は完了し、全国の運営パートナーで販売もスタート。2023年8月期に平均単価の伸びを促進できるよう、さらなる開発やその他プラットフォームの価値向上に向けた施策を行っていきます。

まいふれアナライザー販売計画

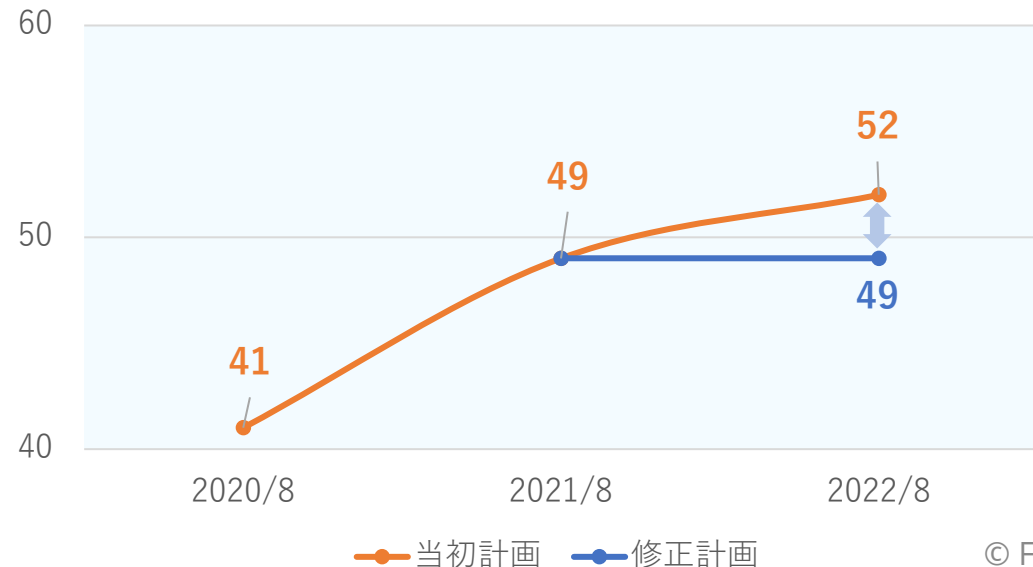


➤ 『まいふれアナライザー』は、Googleが提供する店舗・施設情報の管理サービス「Googleビジネスプロフィール」を分析し、効果的に運用するためのサポートツールとなっており、利用者が何を改善・運用していけば良いのかを示せることが特徴のサービス。

ふるさと納税受託自治体数



ふるさと納税寄付額（単位：億円）



- ふるさと納税寄付額は年々増加し市場は拡大しているものの、ふるさと納税支援業務に参入する民間事業者も増加傾向にある。競争が激化する中で新規ふるさと納税BPO業務の受託自治体数が計画を下回り、また契約期間終了となった自治体も発生し、当初計画の受託自治体数48件が38件で着地する見込みです。
- 既存受託自治体のふるさと納税寄付額は当初計画以上の伸びは見られなかったため、昨年と同程度の49億円で着地する見込みです。
- ふるさと納税事業の価値向上施策として、株式会社ソフトセブンコンサルティングと業務提携し合併会社を設立する予定。ふるさと納税BPO業務をはじめ、自治体DXを加速させていく事業に取り組んでいきます。

(参考) IPDCを活用した災害情報伝達手段事業



自然災害が発生した場合、防災行政無線の屋外スピーカーからの音声十分に聞こえにくい状況においては、屋内に設置する戸別受信機による情報伝達が有効です。そこで、消防庁において地上デジタル放送波を活用した新しい情報伝達手段について社会実装としての実証実験を行うことになりました。

FLNはこれまでLアラートの開発事業や、V-Low帯を使用した防災情報の伝達に係る実証実験事業など、災害情報伝達に関する事業に数多く参画してきました。これらのICTを活用した地域活性化についての知見や実績を受け、本実証事業をFLNが受託しています。

■公共ソリューション事業について

- 当期売上に見込んでいた「IPDCを活用した災害情報伝達手段事業」が、年度事業の採択時期が遅れ、完了時期が2023年8月期と期ズレとなることとなり、2022年8月期での売上計上ができず、公共ソリューション事業の売上未達要因の一つとなりました。
- 2023年8月期での売上計上を予定し引き続き事業を着実に進めていきます。

■マーケティング支援事業について

- 売上を見込んでいた大手小売チェーンの広告キャンペーン予算が鈍化し、想定の上売上に達しませんでした。

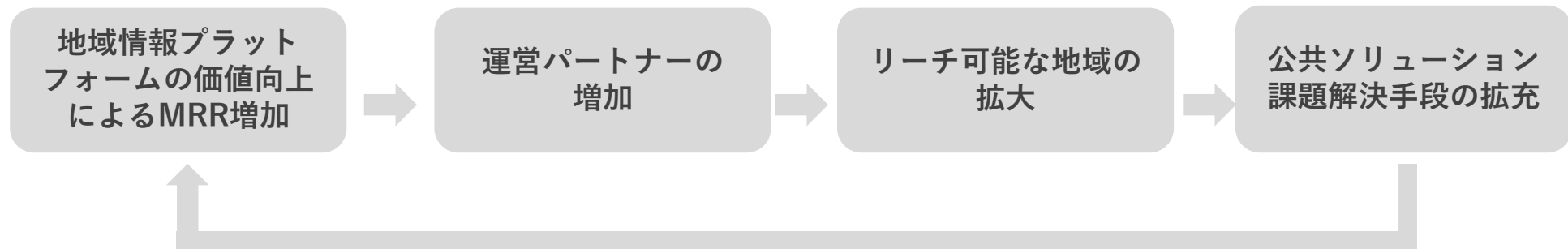
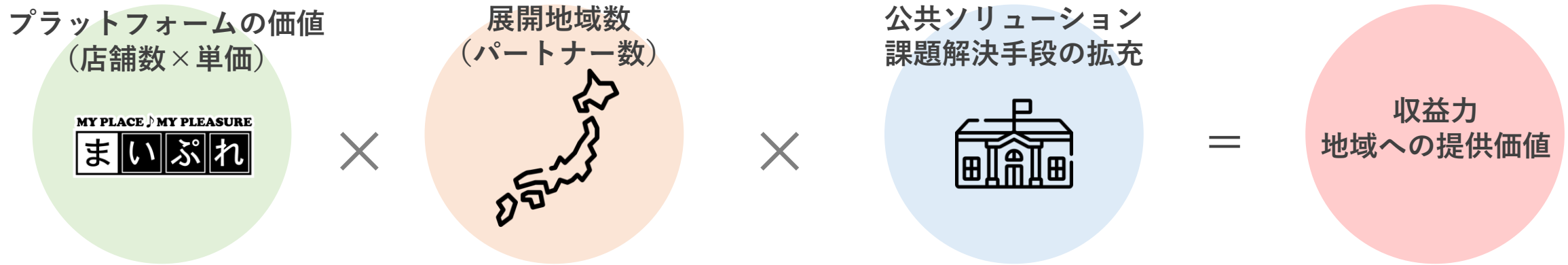
(単位：百万円)	2022年8月期 修正計画	増減額
売上高	1,233	-298
地域情報流通事業	424	-173
公共ソリューション事業	594	-82
マーケティング支援事業	214	-42
売上原価	482	-56
売上総利益	750	-242
販管費	825	-66
営業利益	-74	-175
経常利益	-75	-172
当期純利益	-86	-157

- 売上に関しては前述のように大幅に計画を下回る結果になったが、今後の中長期での事業成長を見据えて、当初の成長戦略の変更はせず、計画通りの投資を続けていきます。
- 当期においては、広告宣伝費の抑制等可能な削減を行ったものの、事業の成長に向けて地域情報プラットフォームの拡大・開発のための人件費やシステム開発費等の支出は継続し、販売管理費は計画から7.4%減少にとどまりました。
- 結果として当期の営業利益、経常利益、当期純利益は赤字の着地見込みです。



05 今後の成長戦略

「まいぷれ」のサブスクリプション型サービスとしての価値を高め、単価を向上させると共に、展開地域（運営パートナー数）を広げることにより、公共ソリューションの提供地域・課題解決手段の拡充も行い、成長の好循環を作ります。



成長の好循環

現状、まいぷれプラットフォーム利用店舗数は17,984店舗ですが、当社の地域情報流通事業・マーケティング支援事業における顧客層は幅広く、国内の第三次産業を生業とする事業所数だけでも約416万社あります。



※出典：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス－活動調査結果（確報）_産業横断的集計（結果の概要）」 表III-1 産業大分類別事業所数および従業者数 から集計

地域事業者への提供価値を単なる「広告掲載」にとどまらせず、幅広い経営支援機能に広がるサブスクリプションモデルとして進化させ、全国的にプラットフォーム利用事業者の増加を促進させていきます。

従来型支援イメージ

まいふれ掲載店

掲載料 ↓ ↑ 掲載枠・機能の提供

まいふれ

今後の経営支援イメージ

顧客

プラットフォーム利用料 ↓ ↑ 経営支援 経営トータルサポート

地域情報プラットフォーム「まいふれ」

取り組み済の施策

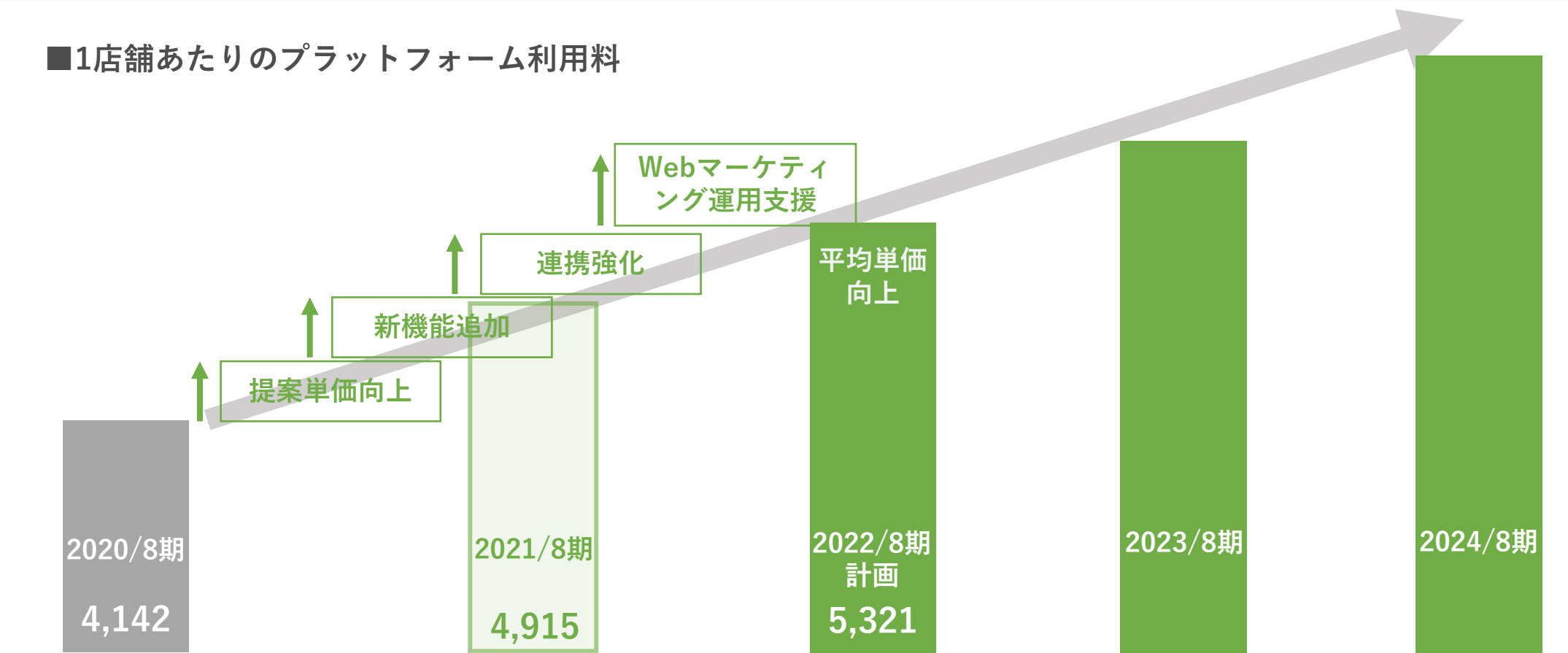
店舗集客支援	販促物制作
イベント開催支援	タイアップ企画
SEO・MEO対策	Webマーケティング
SNS運用サポート	Googleビジネスプロフィール連携

今後の取り組み

融資・助成金活用支援
新規開業出店支援
事業継承・業務提携支援
人材採用・育成支援

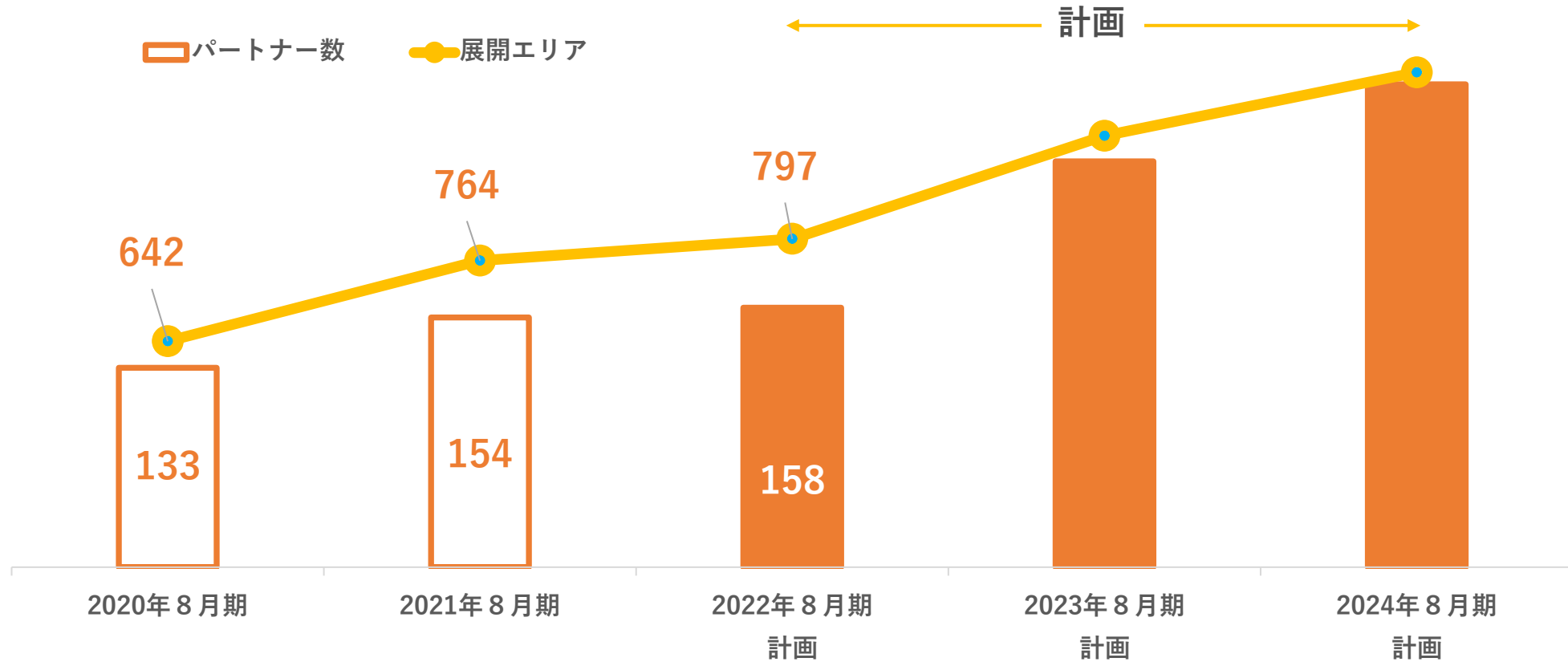
Googleビジネスプロフィールとの連携やニュース機能追加商品開発、インサイト機能の提供価値向上により、「まいぶれ」プラットフォーム利用料（サブスクリプションモデル）の平均単価の向上を目指しています。

■1店舗あたりのプラットフォーム利用料

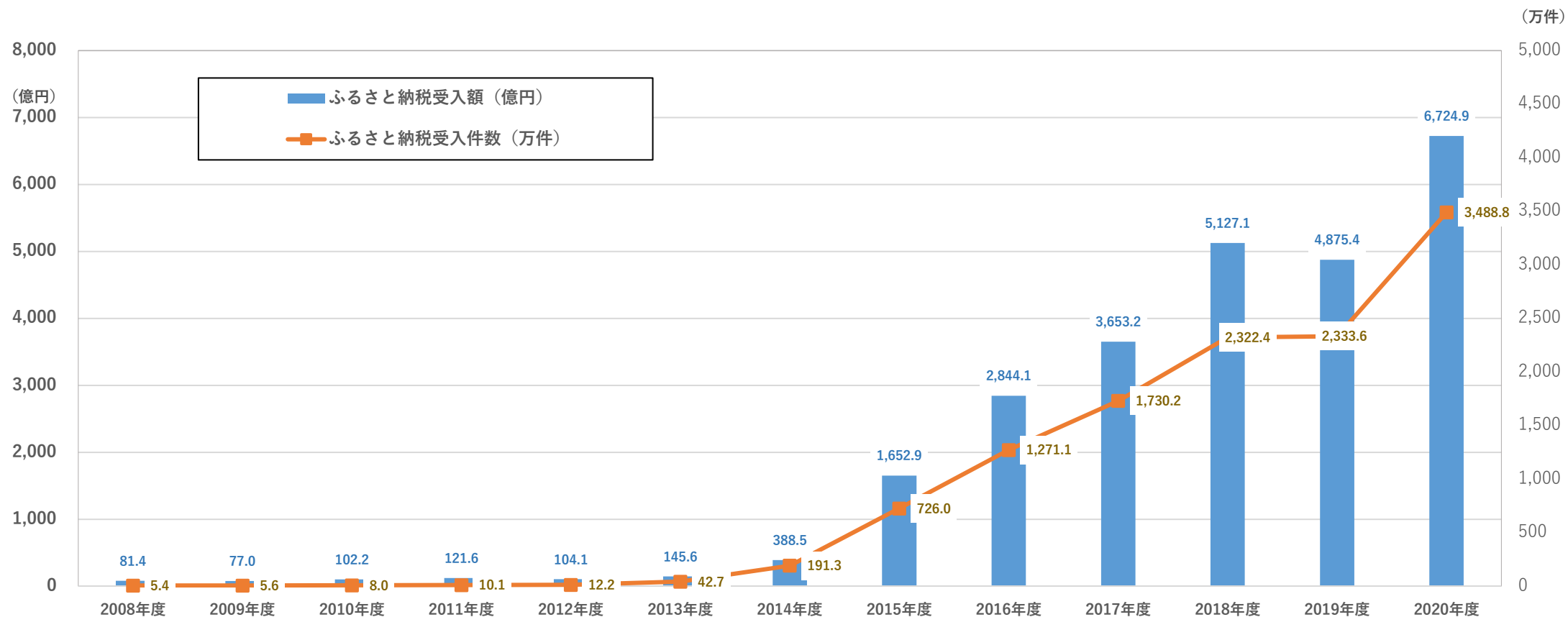


※月額掲載単価は当社直営エリアの2020年8月時点の平均、2021年8月期末及び2022年8月期の着地見込みの平均で算出しております。

運営パートナーの増加によるリーチ可能な地域・顧客・自治体が増加すると、サービス価値向上によるまいぷれ利用料単価の増加も伴い、成長エンジンとなります。パートナーへハンズオンの運営支援を強化し成長するパートナーの運営事例をもとに、事業参入へのハードルを下げ、契約希望の問い合わせを増加し、契約パートナーの増加につながる拡大戦略を計画します。



2020年度はふるさと納税の受入額が約6,725億円で、前年度から約1.4倍の増加となりました。また受入件数も約3,489万件となり、約1.5倍に増えています。今後もさらなる市場規模の拡大が予想されています。



参照：総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果（令和2年度実施）」

未だ成長市場のふるさと納税において、展開地域の拡大および契約自治体における寄付額向上の施策に取り組めます。これまでの寄付額向上実績やノウハウをもとにして、新規開拓と寄付額の増加に向けた各種施策を強化します。

■ 寄付額の増加に向けた各種施策

返礼品の開拓



これまでの知見と積極的な返礼品開拓力を活かし、寄付額に寄与する期待値の高い返礼品のラインナップを、各地の受託自治体で増やし、寄付額向上を支援。

商品化支援



事業者との顔の見える関係性を構築できる強みを活かし、返礼品提供事業者のサポートから、返礼品の魅力を高めるための商品化支援を進め、寄付額向上を図る。

サイト運営施策



「ふるさとチョイス」をはじめとする寄付受付サイトの運用数増加と寄付者誘導施策に注力。広告投下・運用により、直接寄付額につながる施策に取り組む。

受託自治体増



受託自治体数の増加は、翌期以降の寄付額向上にも寄与する。既存パートナー運営エリアや、現在受託中自治体の近隣等に最新事例を案内し、新規受託へ。

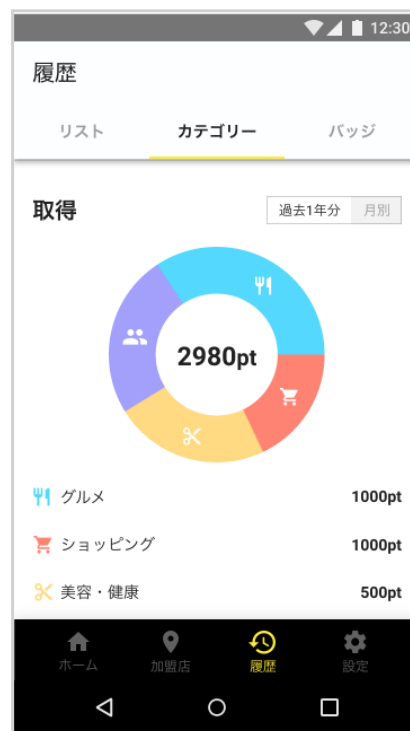
地域ポイントを展開する8エリアすべてで、自社開発の新ポイントシステム（二次元コードを使用したスマホアプリ型システム）へのリプレイスを実施。2022年8月期は移行工数が見込まれるものの、サービス価値向上とともに、翌期以降の原価圧縮へ。

■ 新地域ポイントシステム（スマホアプリ）画面イメージ

ホーム画面（二次元コード読取画面）



利用履歴画面



バッジ取得画面（2022年8月期も継続開発中）



本開示には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本開示に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

