

# 事業計画及び成長可能性に関する事項について

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）

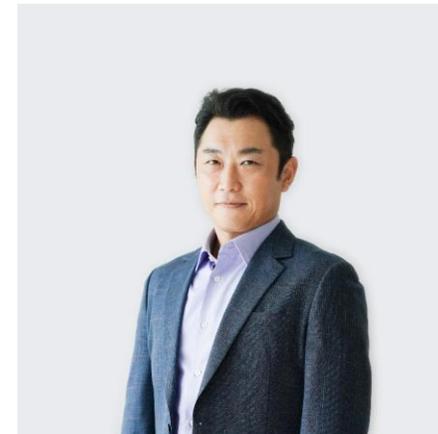
2023年11月



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	107名（2023年8月末現在）
資本金	272,409,785円（2023年8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



経営陣	石井 文晴	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 文晴 *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。

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。

### 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

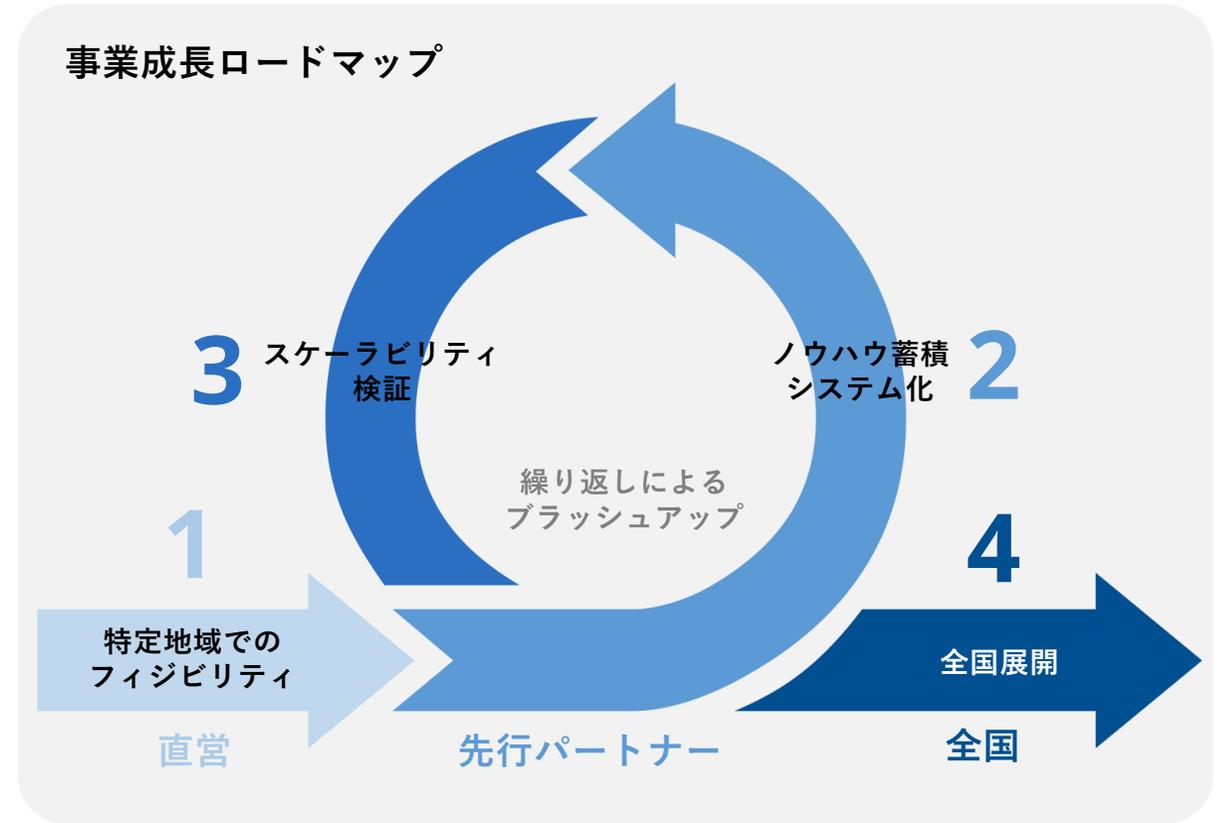
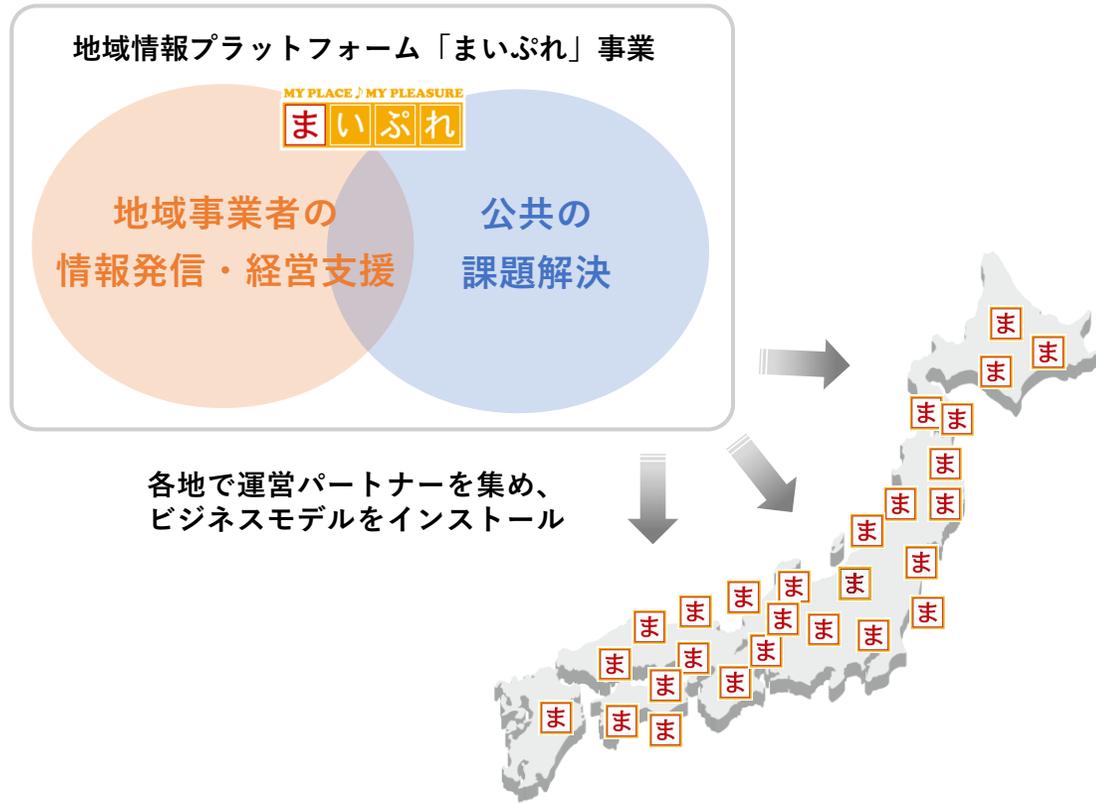
付加価値情報の流通による地域の多様性創出 × 官民協働の地域課題解決

*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。

# 事業内容

地域情報プラットフォーム「まいふれ」を基盤とした地域密着型のビジネスモデルを直営地域で開発。そのノウハウを蓄積して標準化を進め、各地の運営パートナーに事業導入する形で全国展開するビジネスを行っている。



地域情報流通事業・公共ソリューション事業の2セグメントで事業展開。  
 多様な顧客に対して価値提供を行う複層的な収益構造による、独自性の高い事業を有している。



※当社は2023年8月期より「マーケティング支援事業」セグメントを「地域情報流通事業」セグメントへ統合し、2区分に変更しております。

主に6つの売上項目で財務情報を構成。

成長の軸	セグメント	主な売上項目	ストック	23年8月期 売上比率	内容	特徴		
プラットフォームの価値 	地域情報流通	まいぶれ関連売上	直営まいぶれ利用料	●	8.3%	直営地域のまいぶれ利用料	高単価商品 販売に注力中	
		パートナー関連売上	パートナー加盟料等			10.1%	運営パートナーの新規加盟料等	
プラットフォームの広がり 		パートナー関連売上	ロイヤルティ売上	●	19.2%	パートナー地域のまいぶれ利用料 に対するロイヤルティ売上と システム等継続利用料・研修料	高単価商品 販売に注力中	
		マーケティング支援 売上	販促関連売上			14.7%	広告販促物の制作費等	
新規事業開発 			新規事業関連売上			0.1%	まいぶれのご当地ギフトなど、 他に属さない新規事業の売上	
公共ソリューションの拡充 		公共ソリューション	公共案件売上			7.9%	自治体へのコンサルティング等の 個別受託案件売上	年度末のため 2Q偏重
	ふるさと納税売上				36.8%	自治体へのふるさと納税BPO支援 業務に対する売上	年末の寄付増 で1-2Q偏重	
	まいぶれポイント売上				2.8%	自治体への地域ポイントサービス の運営委託料等		

特徴 **1** 地域情報プラットフォームとしての独自性

特徴 **2** 運営パートナーモデルによる全国展開

特徴 **3** プラットフォーム運営体制を活かした公共ソリューション

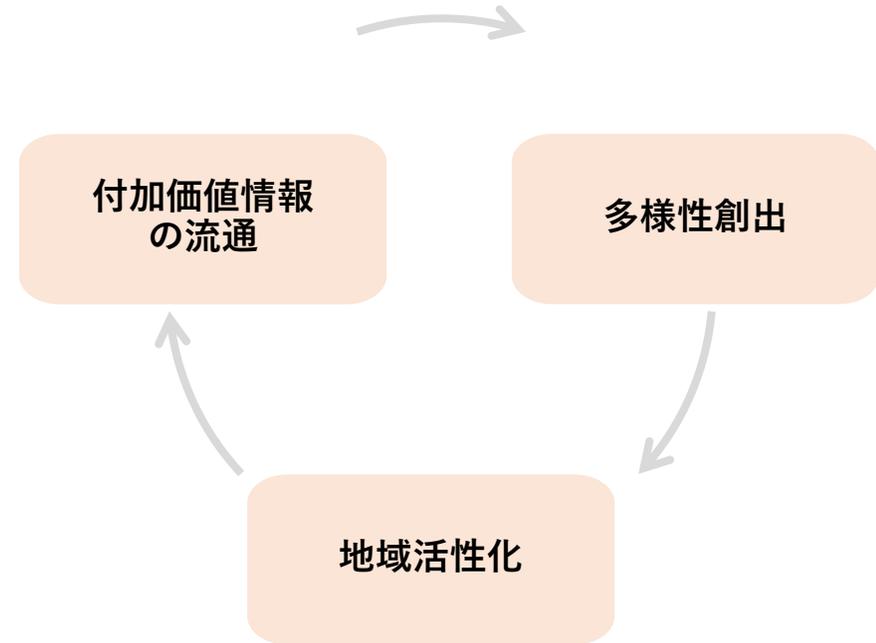
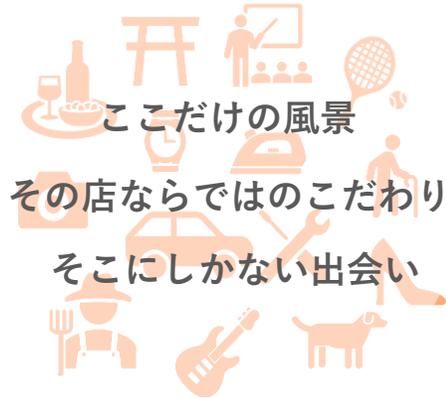
地域の『付加価値情報』を発信する自社運営メディア、地域情報サイト「まいふれ」を全国で展開。  
 地域情報サイト「まいふれ」では、市区町村単位で地域を区切り、地域のお店・イベント・コミュニティ・行政情報など、地元暮らしをちょっぴり楽しくするようなオリジナル情報を発信。

■ 「まいふれ」が発信する『付加価値情報』

多様化する消費者ニーズに対し、安さ・値段・評価点数ではなく、その店ならではの個性や魅力を重視した情報を発信。

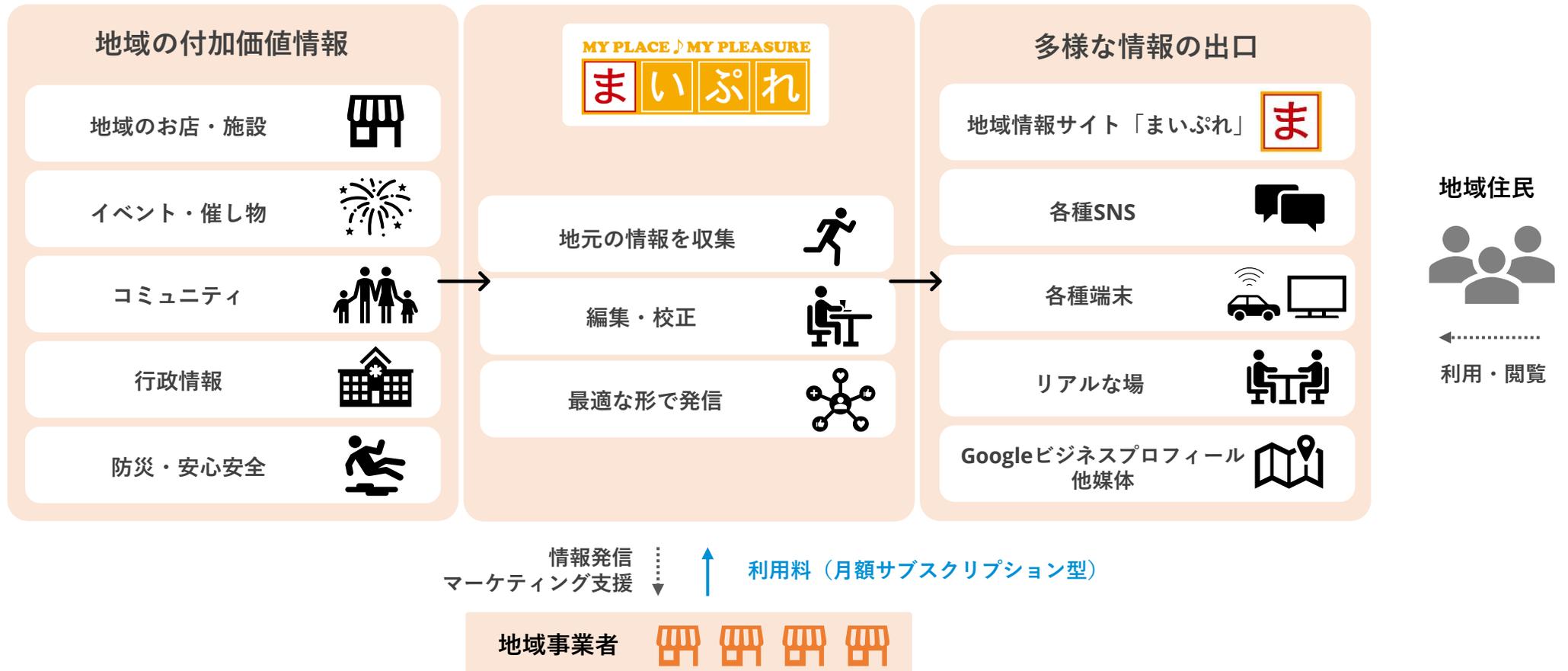
■ 『付加価値情報』の流通による多様性の創出

付加価値情報を流通させることで、事業やサービスの多様性を維持・拡大させ、地域の多様性を創出し、地域活性化を実現。



地域情報サイト「まいぷれ」を含む、あらゆる情報の出口から地域情報を流通させているのが地域情報プラットフォーム「まいぷれ」であり、各地域の情報を専属スタッフが足で回って発掘する体制を持っている。  
 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、サブスクリプション型のサービスモデル。

地域情報プラットフォーム「まいぷれ」



サブスクリプション型のサービスである「まいふれ」は、地域事業者の課題にあわせた段階的なサービス・価格設計。2023年9月より全国的に「まるまるおまかせプラン」がプラン追加され、サービス価値の向上と価格上昇へ。

2023年9月より全国販売開始

	プラン① 地域の方への情報発信ができる	プラン② Googleビジネスプロフィールの 対策ができる	プラン③ 毎月打ち合わせができ 情報発信をまるまる外注できる
月額費用（税込10%）	7,700円/月	12,100円/月	53,900円/月
ショップページプラス	●	●	●
ニュースシステム	●	●	●
まいふれアナライザー		●	●
まるまるおまかせプラン			●

+

プラットフォームの進化によって拡充していく経営支援サービス

店舗交流会  
勉強会

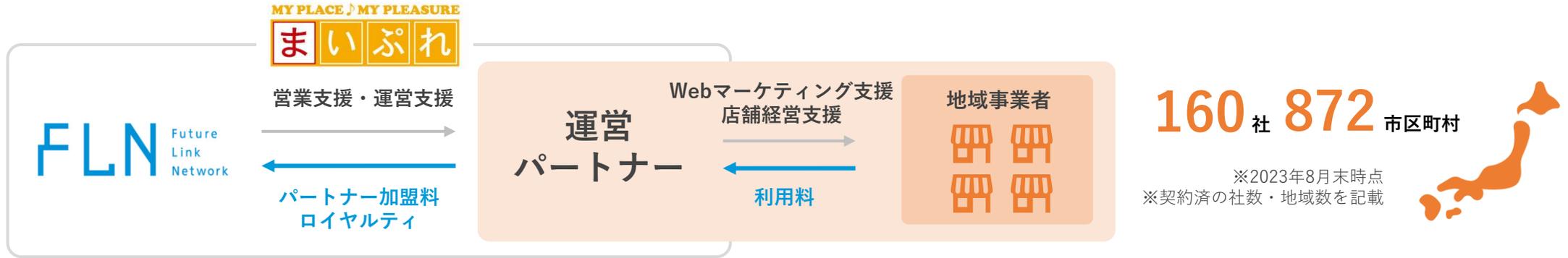
融資・助成金  
活用支援

事業継承・  
業務提携支援

広告・販促支援

SNS運用  
サポート

フランチャイズに準じたビジネスモデルを採用し、各地の運営パートナーとの協業により全国規模で地域密着体制を実現。直営地域で培ったノウハウを研修等のスーパーバイジングを通じて運営パートナーに導入。

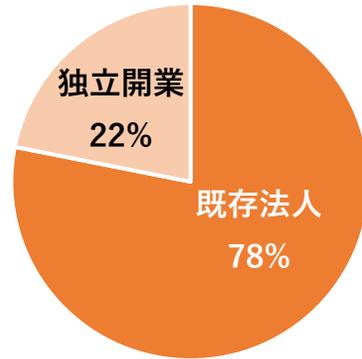


	FLN	運営パートナー
①営業活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業スタート支援</li> <li>・ 営業研修</li> <li>・ 事例や提案資料の共有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 営業活動</li> <li>・ 掲載店フォロー</li> </ul>
②サイト管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツの校正、支援</li> <li>・ 全国パートナーとの情報共有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報収集、入稿、編集</li> <li>・ コンテンツ管理</li> </ul>
③請求業務	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 請求研修</li> <li>・ 契約、請求の業務フロー構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 契約管理</li> <li>・ 口座振替</li> </ul>
④発展事業展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 発展事業の情報共有</li> <li>・ FLN公共担当部署の同行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ナショナルクライアント</li> <li>・ 既存クライアント</li> <li>・ 自治体</li> </ul>

運営パートナーは特定業種や専門性に限定されず、幅広い業種からの参入実績がある。既存法人に限らず、個人が独立開業するケースも年々増加している。

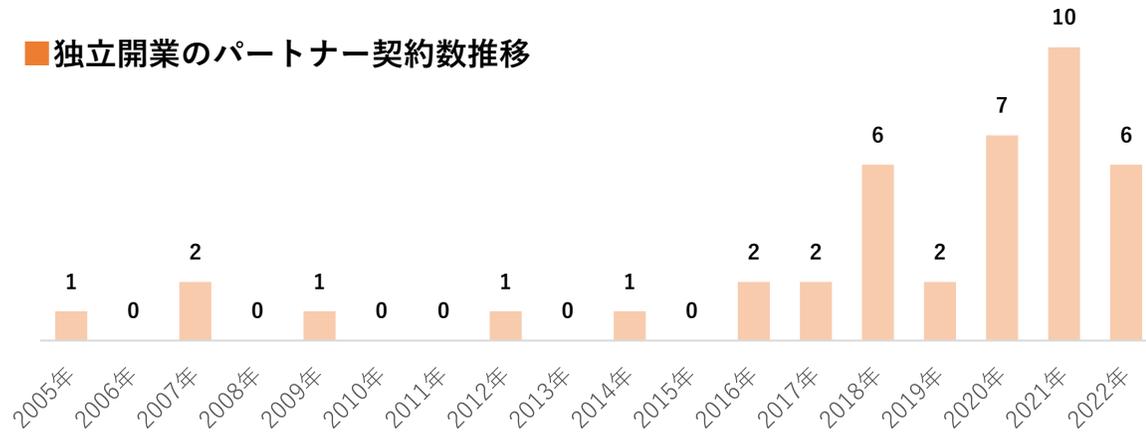
■ 運営パートナー数と既存法人・独立開業の割合

160社

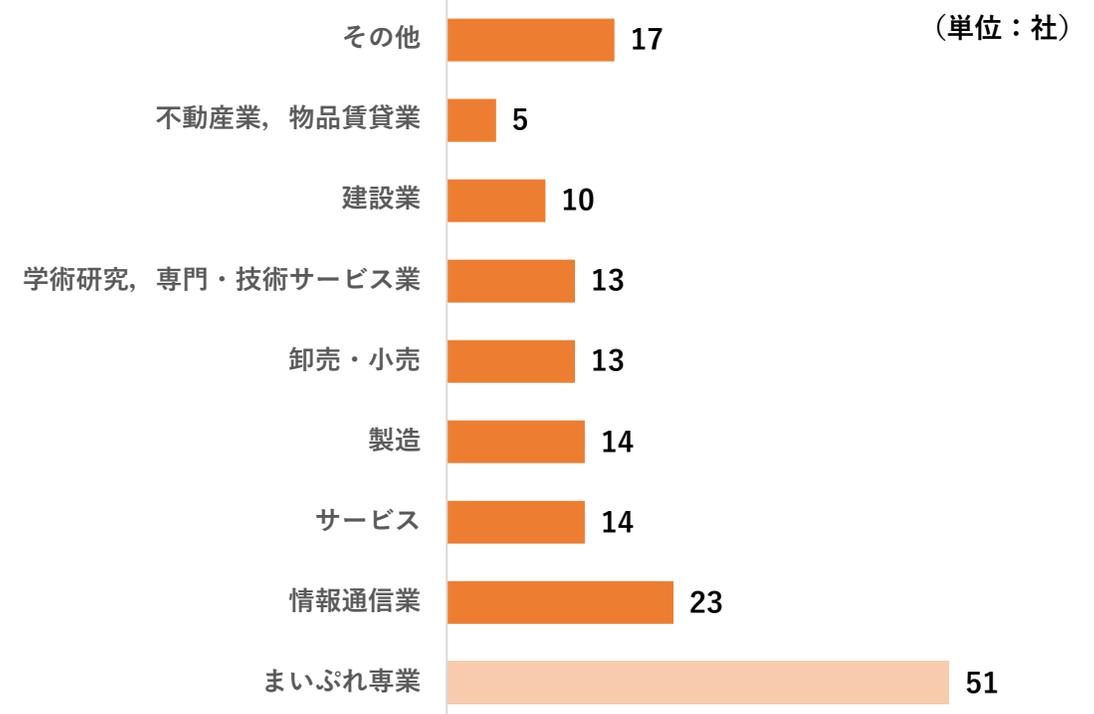


※2023年8月末時点

■ 独立開業のパートナー契約数推移



■ 運営パートナー数の業種別社数



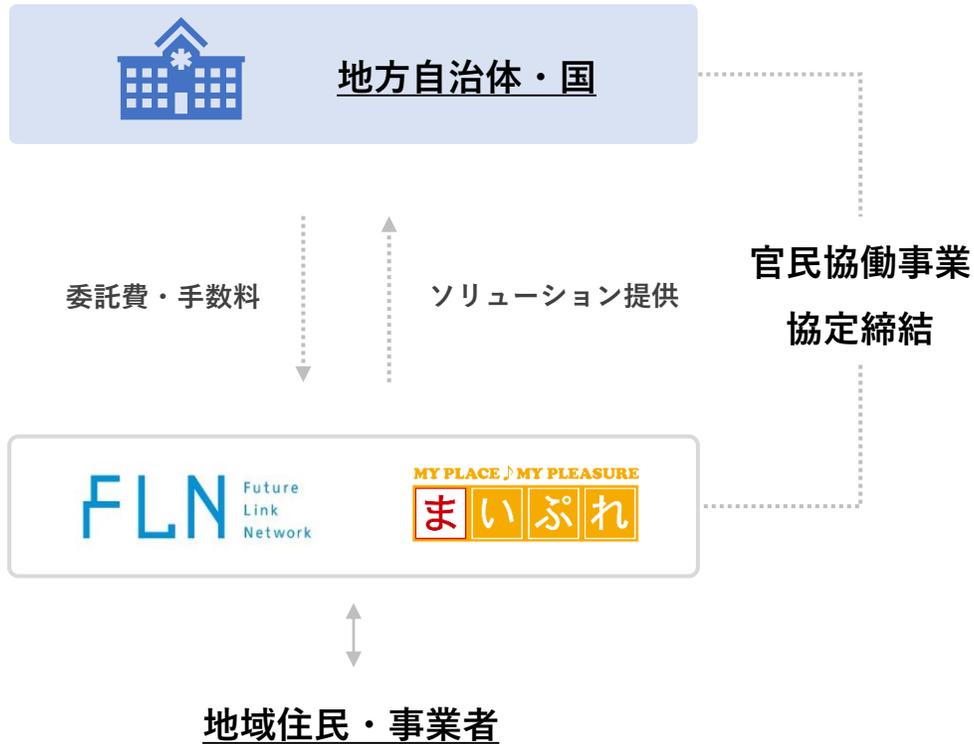
(単位：社)

※2023年8月末時点

運営パートナーには、研修パッケージやマニュアルの提供だけでなく、個社課題に合わせた経営支援にまで踏み込んだ総合的なサポートを提供。運営パートナーの事業成長のスピードアップを図り、パートナーエリアの収益向上を推進。



公共（Public）が抱える課題に対し、地域密着型の体制を活かした多様なソリューションを官民協働事業として提供。地域情報プラットフォーム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を実現。

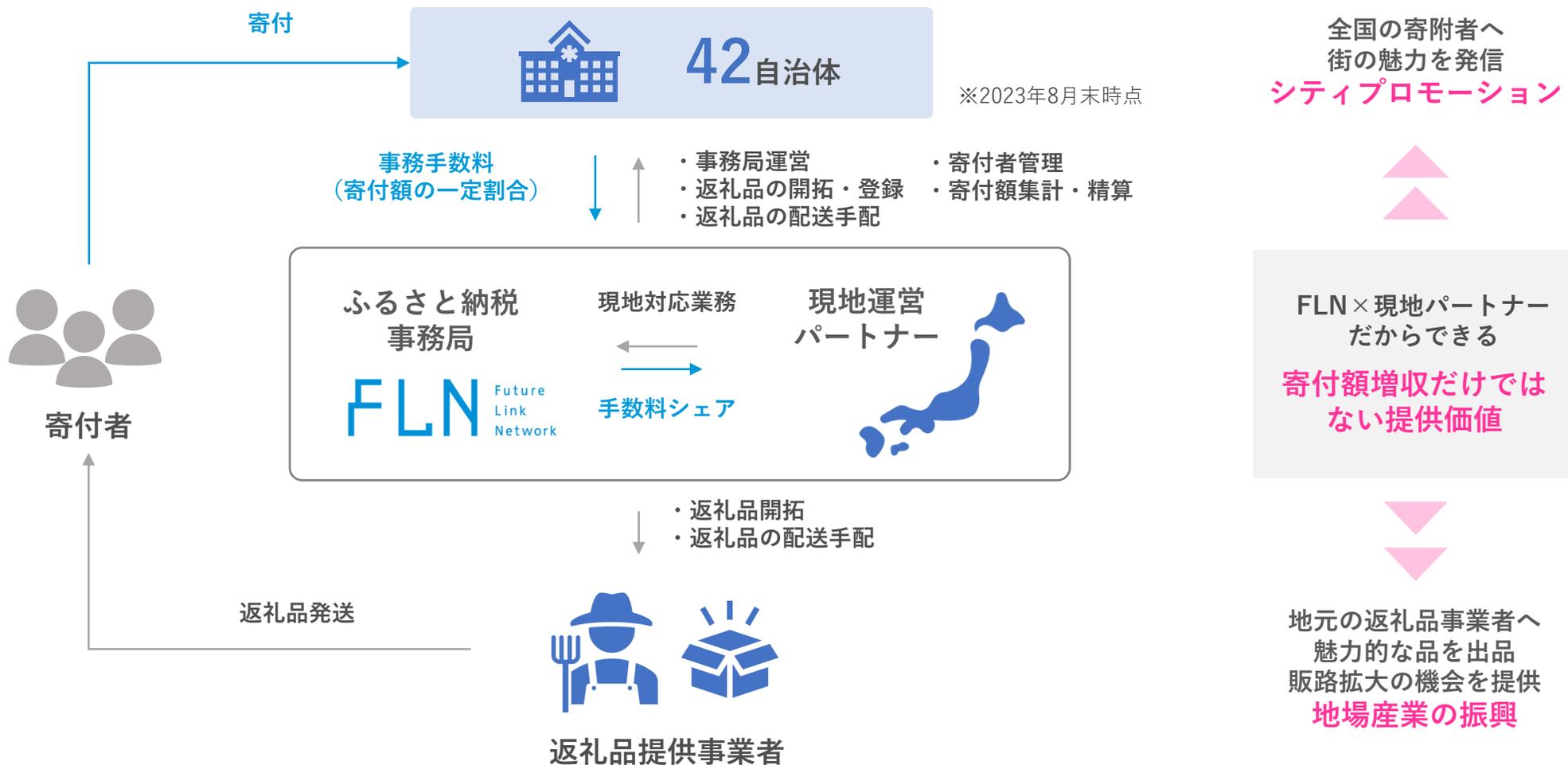


- 多様なソリューションの一例
- ・ ふるさと納税BPO業務
  - ・ 地域共通ポイント
  - ・ 官民協働ポータルサイト
  - ・ インフォメーションセンター運営
  - ・ スマートシティ推進
  - ・ 災害情報伝達手段の高度化推進

■ 公共ソリューション事業売上構成



運営パートナーとの連携によりふるさと納税業務支援を行い、寄付額に応じた事務手数料を対価とする事業モデル。寄付による税収の増加だけでなく『地場産業振興』と『シティプロモーション』につながるふるさと納税を提供。



# 業績状況

2023年8月期の期初計画に対する進捗状況と、差異の発生要因は以下の通り。

	2023年8月期		
	期初計画	実績	計画比
(百万円)			
売上高	1,500	1,382	92.2%
地域情報流通事業	818	725	88.6%
まいぶれ関連売上	127	114	90.0%
パートナー関連売上	437	406	92.8%
マーケティング支援売上	253	204	80.8%
公共ソリューション事業	681	656	96.4%
ふるさと納税売上	469	509	108.4%
公共案件売上	173	108	62.8%
まいぶれポイント売上	37	38	101.9%
売上原価	547	500	91.4%
売上総利益	953	882	92.6%
売上総利益率	63.5%	63.8%	
販管費	941	950	101.0%
営業利益	11	-68	-
営業利益率	0.8%	-4.9%	
経常利益	11	-69	-
当期純利益	8	-65	-

#### ■新規パートナー契約数の未達 【地域情報流通事業】

詳細 まいぶれ運営パートナーの新規契約が当初計画32件に対し28件で着地し、パートナー初期加盟金売上が未達となった。

改善策 広告からのリード獲得の安定化や営業体制の強化等の施策により、期中で契約ペースが回復している。

#### ■新規プラットフォーム利用店舗数の未達 【地域情報流通事業】

詳細 まいぶれプラットフォーム利用店舗数が当初計画20,003店舗に対し18,207店舗で着地し、まいぶれ関連売上・パートナーのロイヤリティ売上が未達となった。

改善策 「まるまるおまかせプラン」の販売開始により、単価向上および新規獲得の後押しが期待される。また、上位・先行パートナーのサポートに注力することにより新規・中堅パートナーの成長を牽引していく計画。

#### ■公共受託案件の失注 【公共ソリューション事業】

詳細 当初計画していた大型の受託案件を獲得することができず、公共案件売上およびそれに紐づく原価が減少となった。

改善策 営業体制の強化により、案件獲得増加に注力する。

#### ■人的資本への投資継続と物価高騰による販管費増 【全体】

詳細 売上高の△117百万円の未達に対し、中長期成長のためプラットフォーム価値向上に向けて人的資本への積極投資を継続したほか、円安を含む物価高騰によるIT・サーバー費用などの増加が影響し、販管費は計画費9百万円増の結果、赤字着地となった。

改善策 単価向上施策による売上高の伸び率向上と販管費の増加ペース抑制により、黒字転換を予定。

2024年8月期は地域情報流通事業の伸び率の向上や販管費の増加ペース抑制により黒字転換を予定。

(百万円)	2022年8月期	2023年8月期		2024年8月期 (予想)	
	実績	実績	前期比	計画	前期比
売上高	1,254	1,382	110.2%	1,758	127.2%
地域情報流通事業	643	725	112.7%	1,038	143.1%
まいぶれ関連売上	106	114	107.9%	128	112.0%
パートナー関連売上	320	406	126.6%	573	141.3%
マーケティング支援売上	216	204	94.5%	336	164.2%
公共ソリューション事業	610	656	107.6%	719	109.6%
ふるさと納税売上	458	509	111.1%	548	107.6%
公共案件売上	111	108	97.3%	124	114.7%
まいぶれポイント売上	40	38	95.3%	47	122.0%
売上原価	487	500	102.7%	650	129.9%
売上総利益	767	882	115.0%	1,108	125.7%
売上総利益率	61.2%	63.8%		63.0%	
販管費	822	950	115.6%	1,037	109.1%
営業利益	-54	-68	-	71	-
営業利益率	-4.4%	-4.9%		4.1%	
経常利益	-56	-69	-	70	-
当期純利益	-71	-65	-	54	-

※当社は2023年8月期より「マーケティング支援事業」セグメントを「地域情報流通事業」セグメントへ統合し、2区分に変更しております。

※2022年8月期は単体決算、2023年8月期は連結決算です。単体決算と連結決算の差異はありますが、比較計算を実施しております。

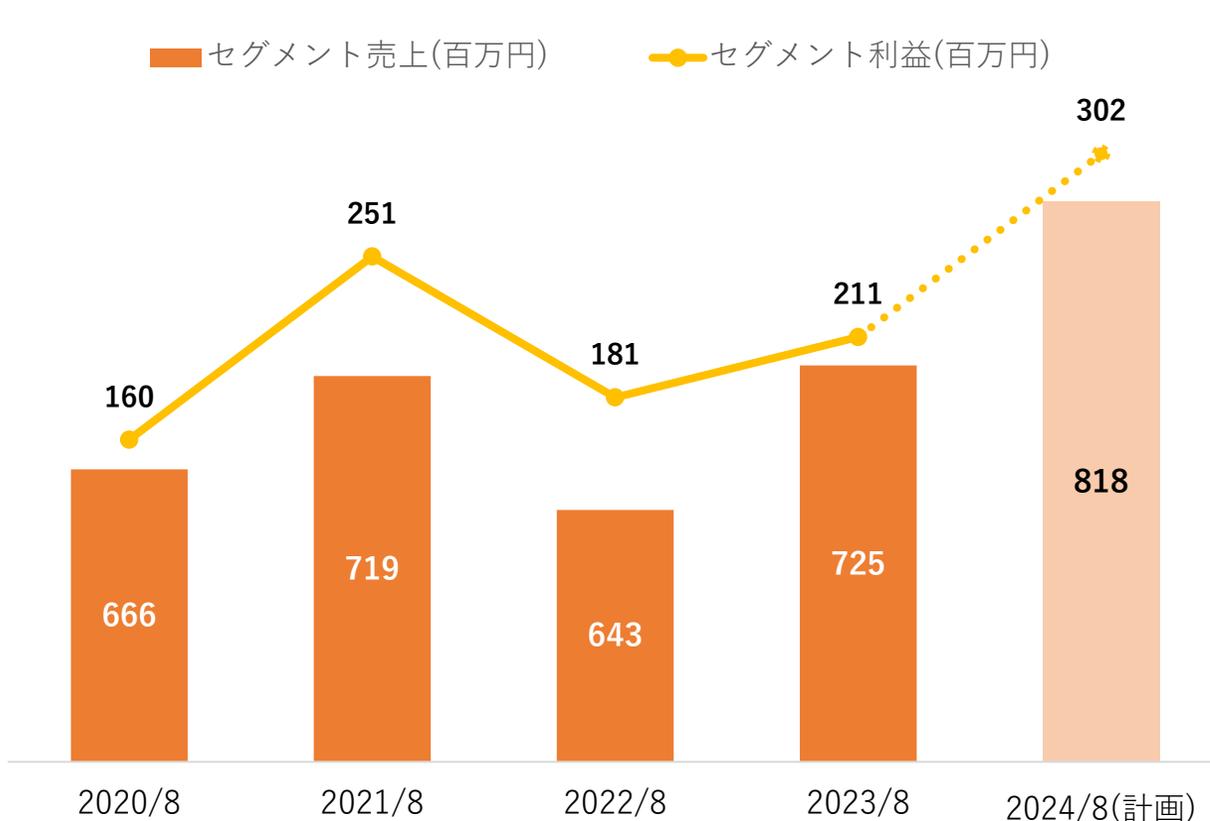
成長戦略の裏付けとなるKPI指標の進捗と、2023年8月期の計画については以下の通り。

成長の軸	KPI	2022年8月期	2023年8月期		2024年8月期（計画）		詳細	
		実績	計画	実績	達成率	計画		前期比
プラットフォームの価値 	プラットフォーム 利用店舗数(店舗) ※1	18,127	20,003	18,207	91.0%	20,894	114.8%	新サービス販売による後押しや パートナーサポートの戦略変更により 利用店舗増加を計画。
	平均単価(円) ※2	5,330	5,870	6,221	105.9%	9,464	152.1%	新サービス「まるまるおまかせプラン」により平均単価向上。 全国展開によりさらに加速化を。
プラットフォームの広がり 	運営パートナー数 (社)	153	173	160	92.4%	178	111.3%	新規獲得ペースは 2023年8月期中に回復傾向に。
	展開エリア数 (市区町村)	802	862	872	101.1%	926	106.2%	新規パートナー数の増加にあわせ 展開エリアの増加を計画。
公共ソリューションの拡充 	ふるさと納税 寄付額(億円)	51.3	54.8	60.2	109.9%	68.3	113.5%	2023年8月期に奏功した寄付額向上 施策をブラッシュアップし、 さらなる寄付額向上に注力。
	ふるさと納税 自治体数(市区町村)	37	46	42	91.3%			2023年8月期まで「ふるさと納税自治体数」をKPIに表記していたが、 今後契約自治体数よりも契約自治体における寄付額に重点をおくため、 2024年8月期からはKPIとして表記しないものとする。

※1) まいぶれプラットフォーム全体で登録されている店舗の合計。

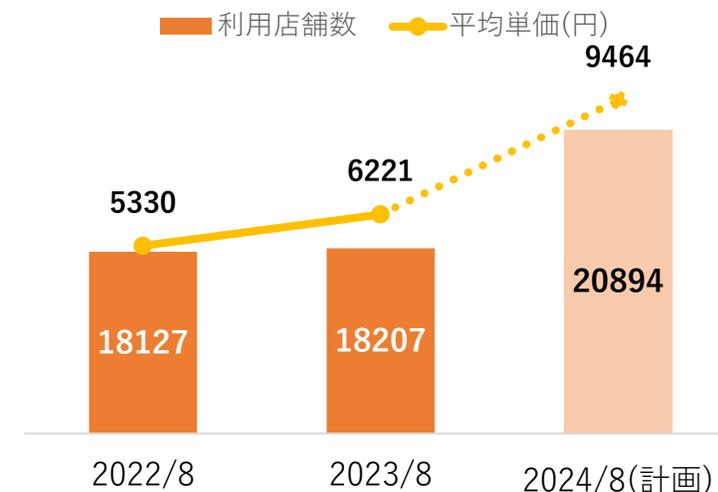
※2) 当社直営エリアの有料利用店舗の平均。

地域情報流通事業の業績・KPIは以下の通り推移している。

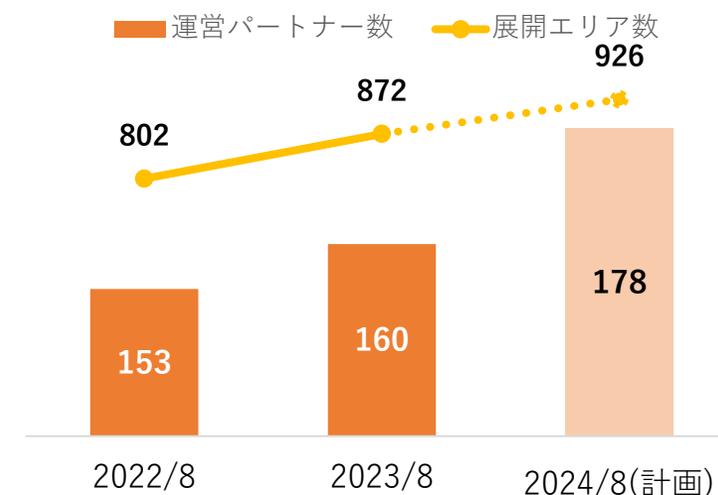


2023年8月期実績の計画との差異 (2022年11月開示情報：売上818百万 | 利益314百万)  
 新規パートナー契約数およびプラットフォーム利用店舗数の未達による売上減少が影響

プラットフォームの価値

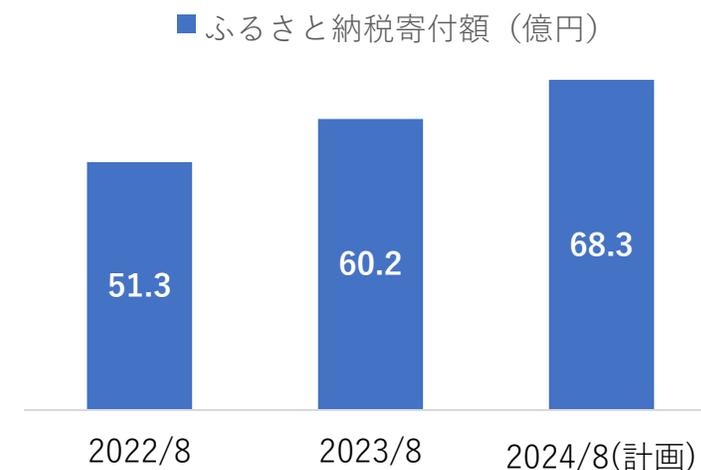
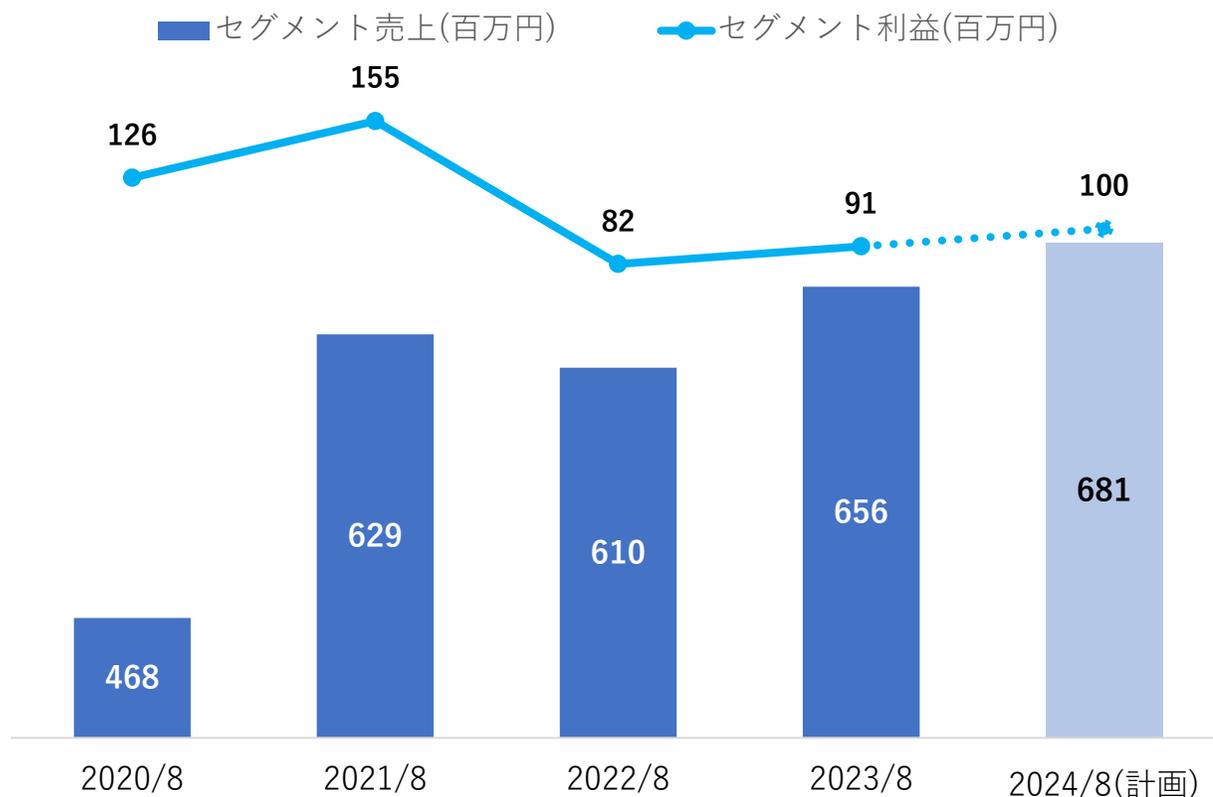


プラットフォームの広がり



※当社は2023年8月期より「マーケティング支援事業」セグメントを「地域情報流通事業」セグメントへ統合し、2区分に変更しております。  
 ※2022年8月期は単体決算、2023年8月期は連結決算です。単体決算と連結決算の差異はありますが、比較計算を実施しております。

公共ソリューション事業の業績・KPIは以下の通り推移している。



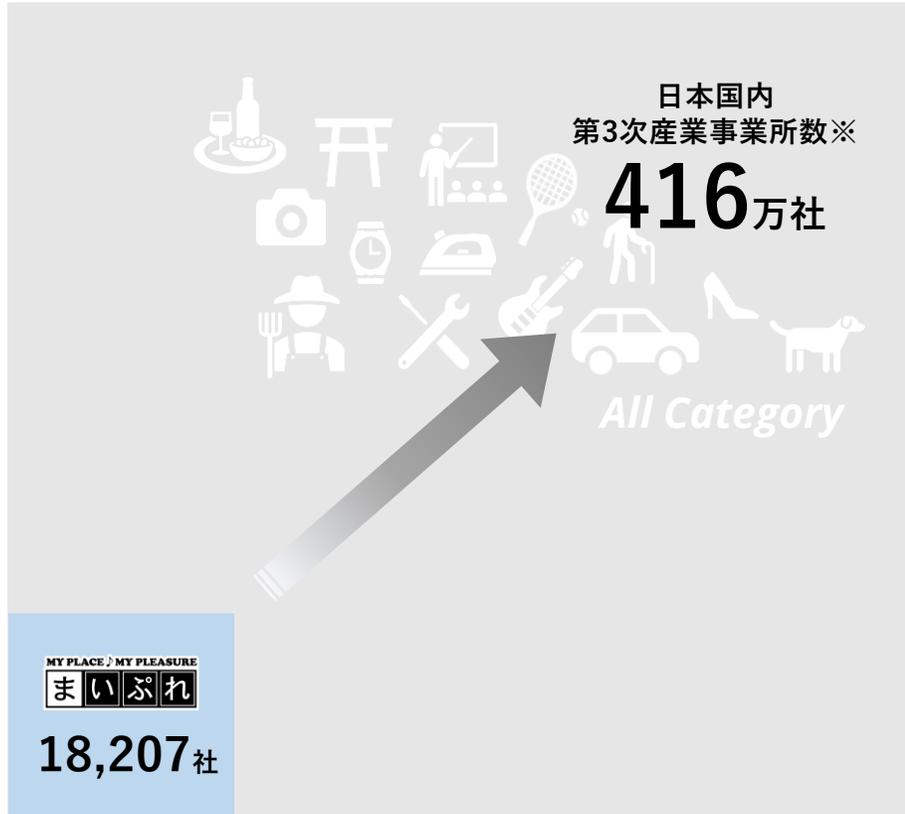
**2023年8月期実績の計画との差異**（2022年11月開示情報：売上681百万 | 利益59百万）  
 大型の公共受託案件の失注により売上・原価ともに減少したことが影響

※2022年8月期は単体決算、2023年8月期は連結決算です。単体決算と連結決算の差異はありますが、比較計算を実施しております。

# 市場環境

「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わず、全事業所が対象となることから、国内で広大な市場開拓余地がある。また、広告市場においては、従来型広告を多く含むプロモーションメディア広告市場でDXを促進する役割も担うためインターネット広告市場とあわせて約4.7兆の市場規模がある。

■顧客対象となる業種の市場規模

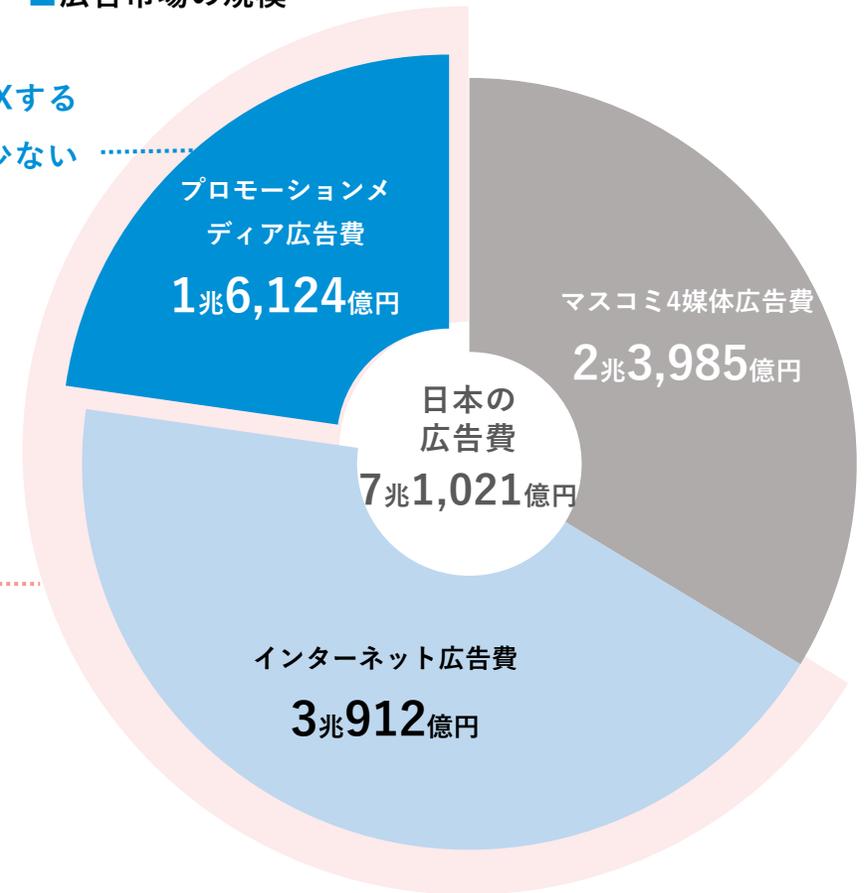


■広告市場の規模

従来型の広告モデルをDXする

役割は類似企業が少ない

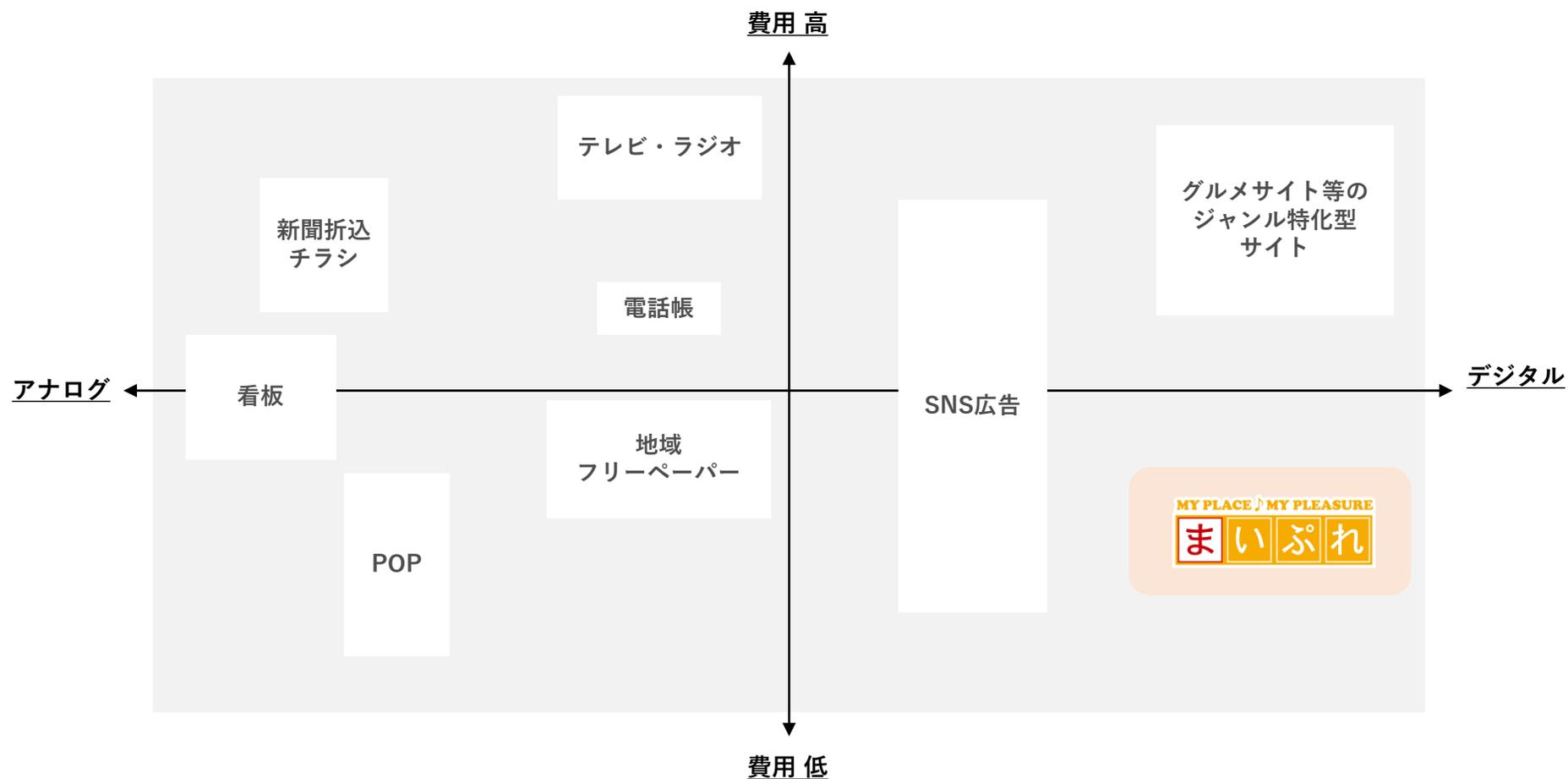
ターゲット市場



※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より

※出典：電通「2022年 日本の広告費」より

地域の多様な業種・業態の事業者に対し、手頃な価格でデジタル領域での情報発信を支援している。



■強み① 現地体制

顧客のITリテラシー有無に関わらず  
細やかなフォローが実現でき  
アナログ→デジタルへDX促進できる

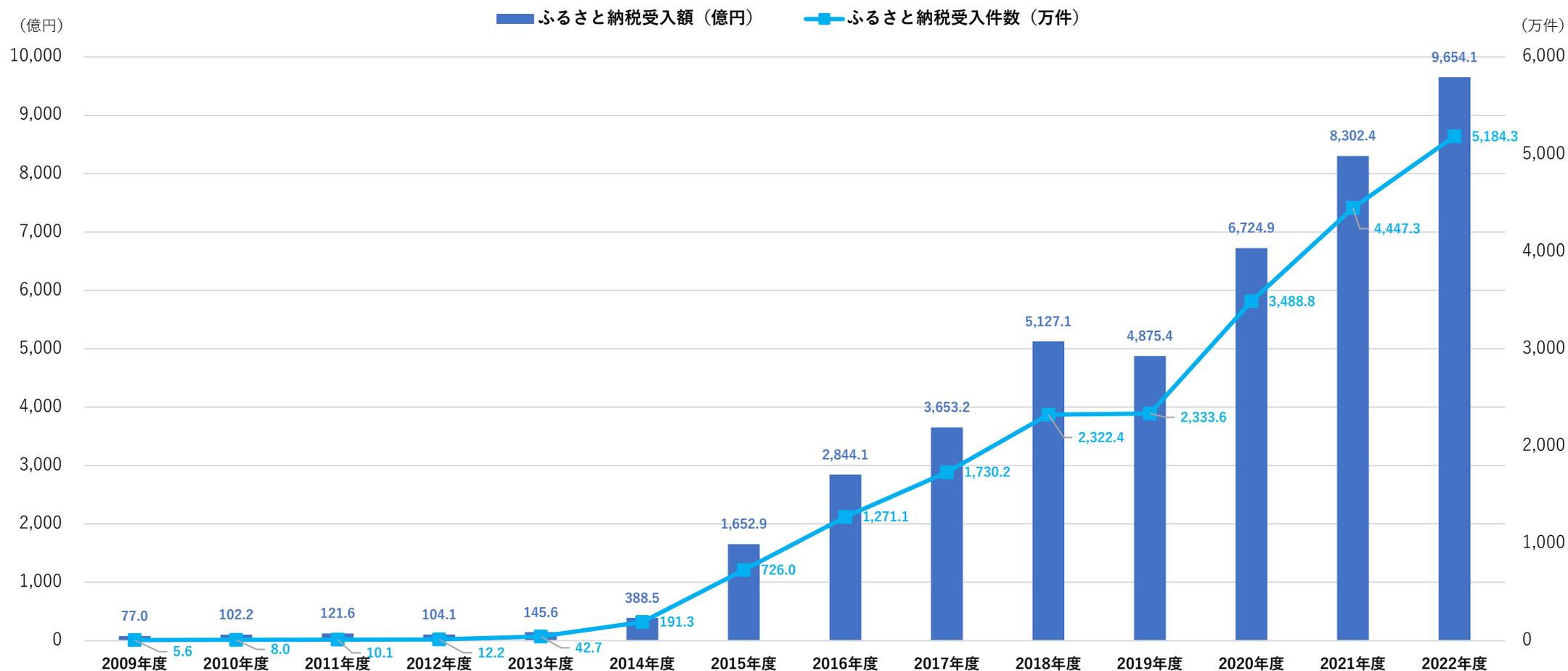
■強み② 地域特化・全国性

専門サイトのない多様な業種も  
地域特化でカバーできる  
一方で全国での展開実績もあり  
業種ごとの事例を各地で展開可能

■強み③ 価格帯

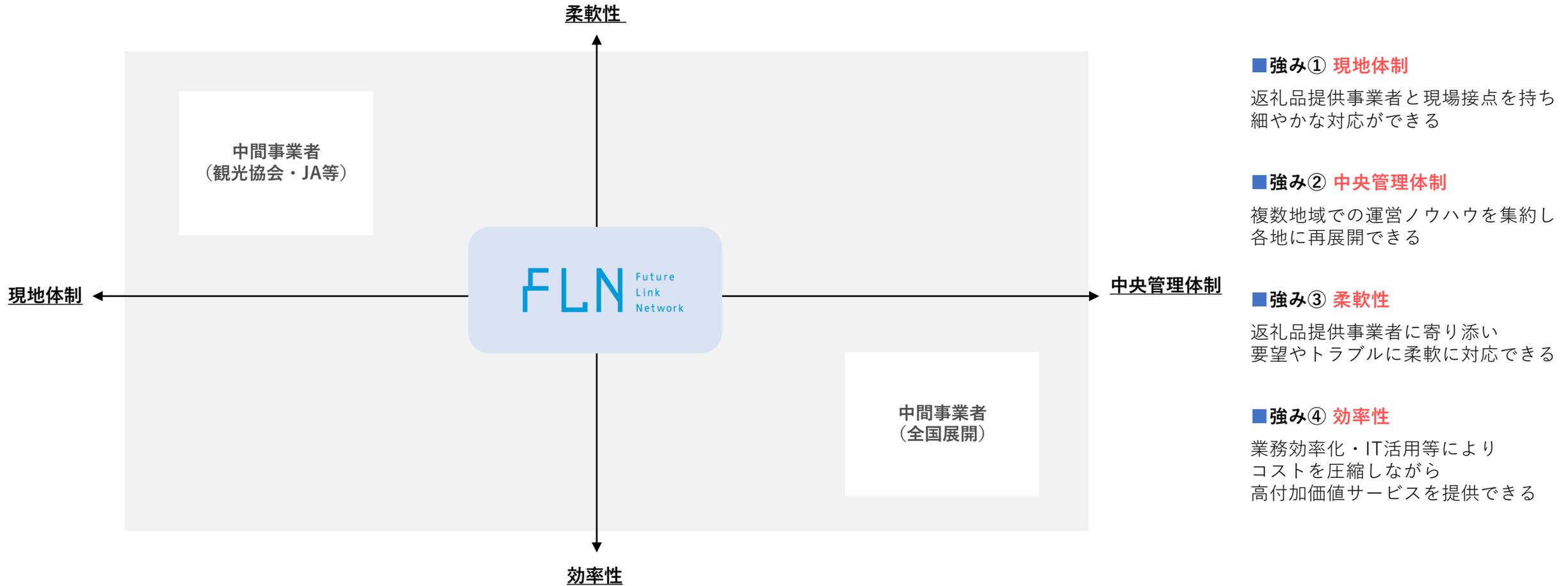
月額数千円～の手頃な価格から  
ローカルマーケティングができる

2022年度のふるさと納税による寄付額は9,654億円と3年連続伸長、寄付件数は5,184万件と制度開始以来伸び続けている。2023年度は1兆円を超えると想定されており、今後も市場としての拡大余地が期待できる。



参照：総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果（令和5年度実施）」

地域情報プラットフォーム「まいふれ」の運営体制を有していることにより、競合他社にはない強みを発揮している。地域密着の現場力とセンター化による効率・発展性を両立した事業を実行。



# 1 全国の地域事業者リアルな接点を持ち、DXを促進できる体制

パートナーモデルで全国に広がる地域密着型の体制により、事業者との直接的な接点をもつことができる。ITリテラシー有無に関わらず全事業者に寄り添い、経営やマーケティングをサポートし、ラストワンマイルをカバー。

# 2 顧客との継続的関係性

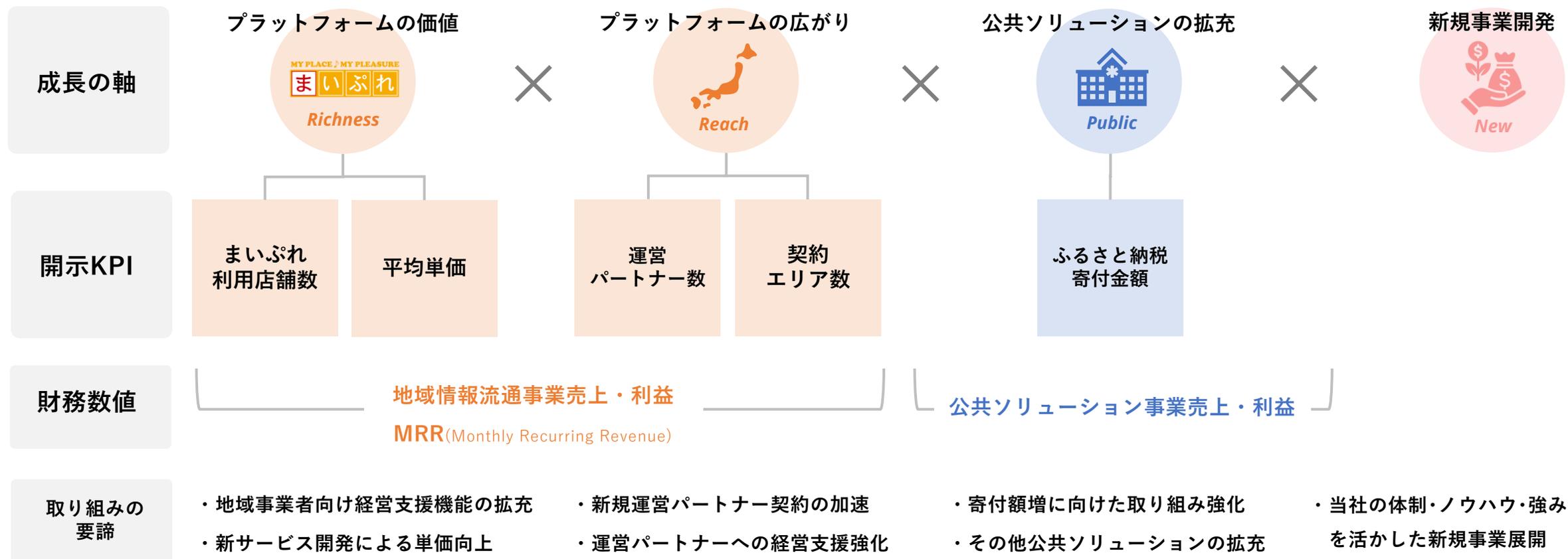
サブスクリプション型で、持続的に価値提供できる地域情報プラットフォーム「まいふれ」のサービスモデルと、直接現地でサポートできる地域密着型の体制による高い信頼感により、解約率が低く、顧客生涯価値（LTV）が高い。

# 3 官民協働事業の実績とノウハウ

創業以来、蓄積してきた官民協働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。

# 成長戦略

「まいぷれ」のサービス価値を高め、単価を向上させると共に、運営パートナー契約数を増やすことで展開地域を広げる。さらに、それらのプラットフォームを活用した公共ソリューション事業・新規事業開発の実施により事業成長を加速。



2023年8月期中より、**件数<単価を重点戦略**と位置づけ。優先的に上位顧客にフォーカスし、質の高いサービスを開発・提供することで単価が向上し、その上で全体顧客に対し事例展開していくことで、高い生産性を実現する戦略へ。

プラットフォームの価値



- 高単価商品として「まるまるおまかせプラン」を開発
- 直営・先行地域で顧客単価を上げられることを実証
- 全国で販売を開始し、MRR（月次経常収益）向上を図る

プラットフォームの広がり

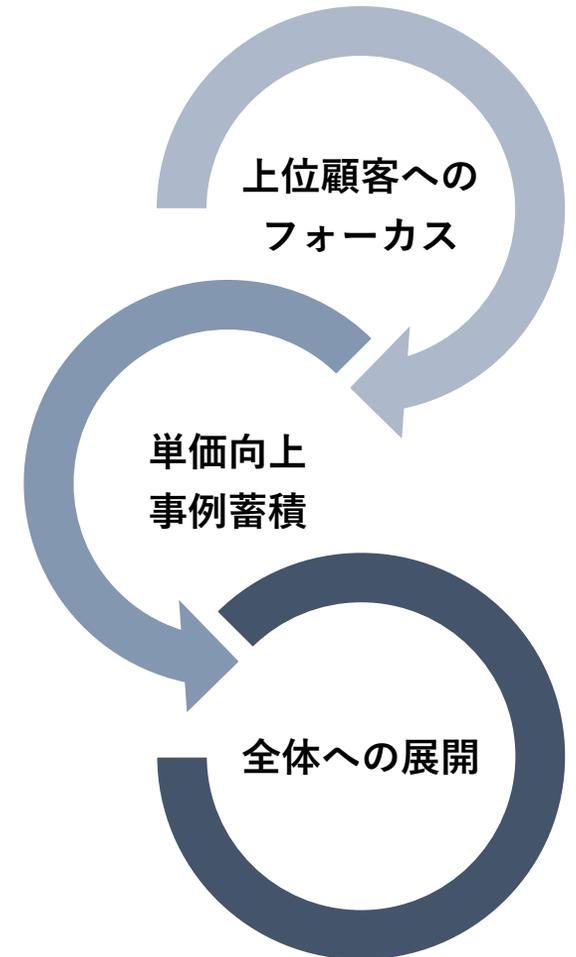


- これまでは運営歴の浅い成長段階のパートナー支援を重視
- 今後は既に体制を確立した上位パートナーに対する支援にも注力
- まいふれ事業の収益モデルを大幅に底上げ

公共ソリューションの拡充



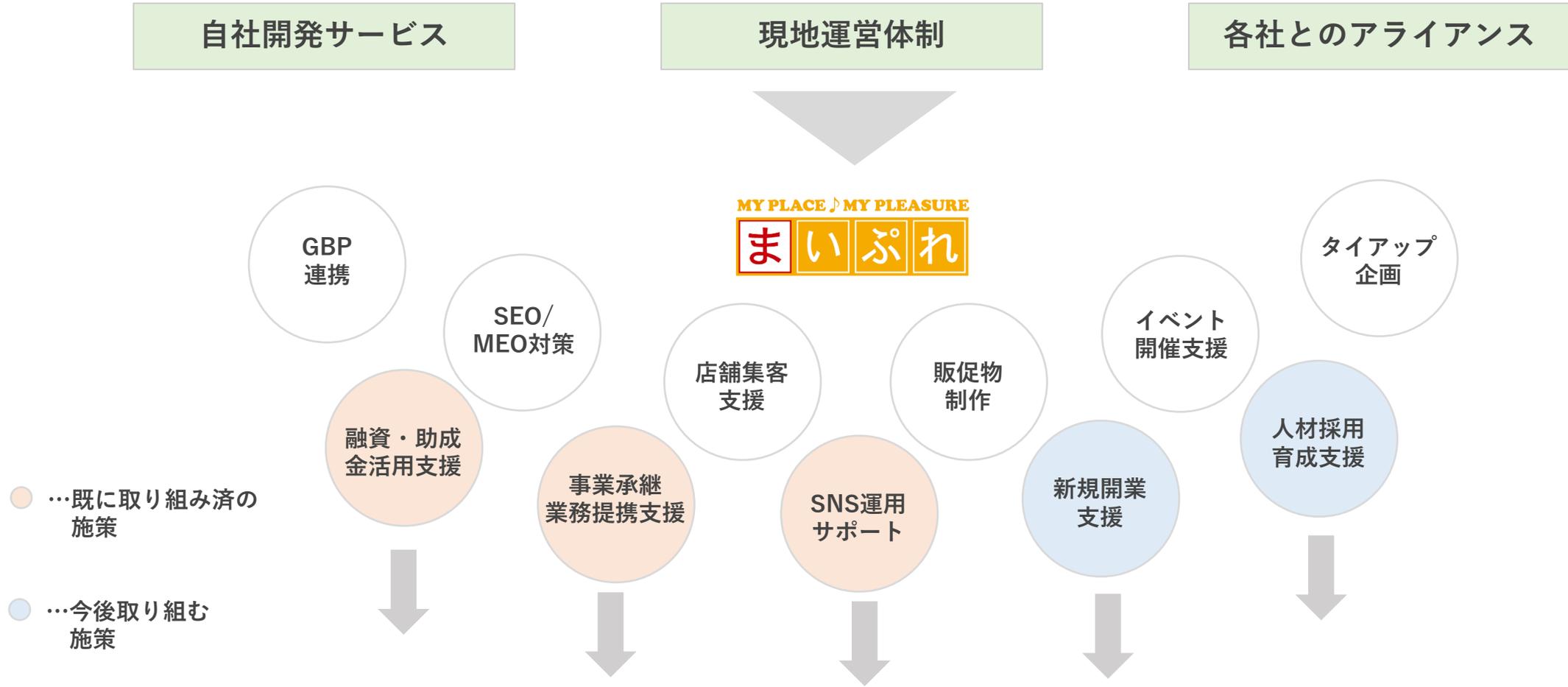
- これまでは受託自治体数がKPI
- 今後は各自治体に高付加価値サービス提供することに注力 (Ex. まいふれのご当地ギフト、まちスパチャプロジェクト)



2023年8月期に掲げていた成長戦略とその進捗状況は下記の通り。

前回資料 該当P	成長戦略	事業	進捗状況
P37	経営支援機能に広がるサブスクリプションモデル	地域情報流通	協業・業務提携によりSNS活用支援・集客支援のサポート体制を強化。 また「まるまるおまかせプラン」の提供開始により、今まで以上に顧客ごとの課題にあわせてソリューション提供ができるモデルへと進化している。
P38	プラットフォーム利用店舗の単価の向上	地域情報流通	2023年6月より直営・先行地域で販売開始した「まるまるおまかせプラン」により、平均単価は大きく向上。
P39	パートナーの成長とエリア拡大	地域情報流通	運営パートナー数・展開エリア数は微増にとどまったが、期中のマーケティング戦略および営業体制の強化により契約ペースが回復している。
P41	ふるさと納税の取り組み拡充	公共ソリューション	寄付ピークである年末を含む第2四半期までは想定売上を下回ったものの、寄付額向上施策が奏功した結果、第3四半期以降の寄付ペースが例年を上回り、年間売上も計画以上に。
P42	子会社「株式会社公共BPO」による 地方自治体向け業務支援サービスの構築	公共ソリューション	設立1期目として体制を整えつつ、期中では親会社以外からの受注も生まれ、黒字着地となった。

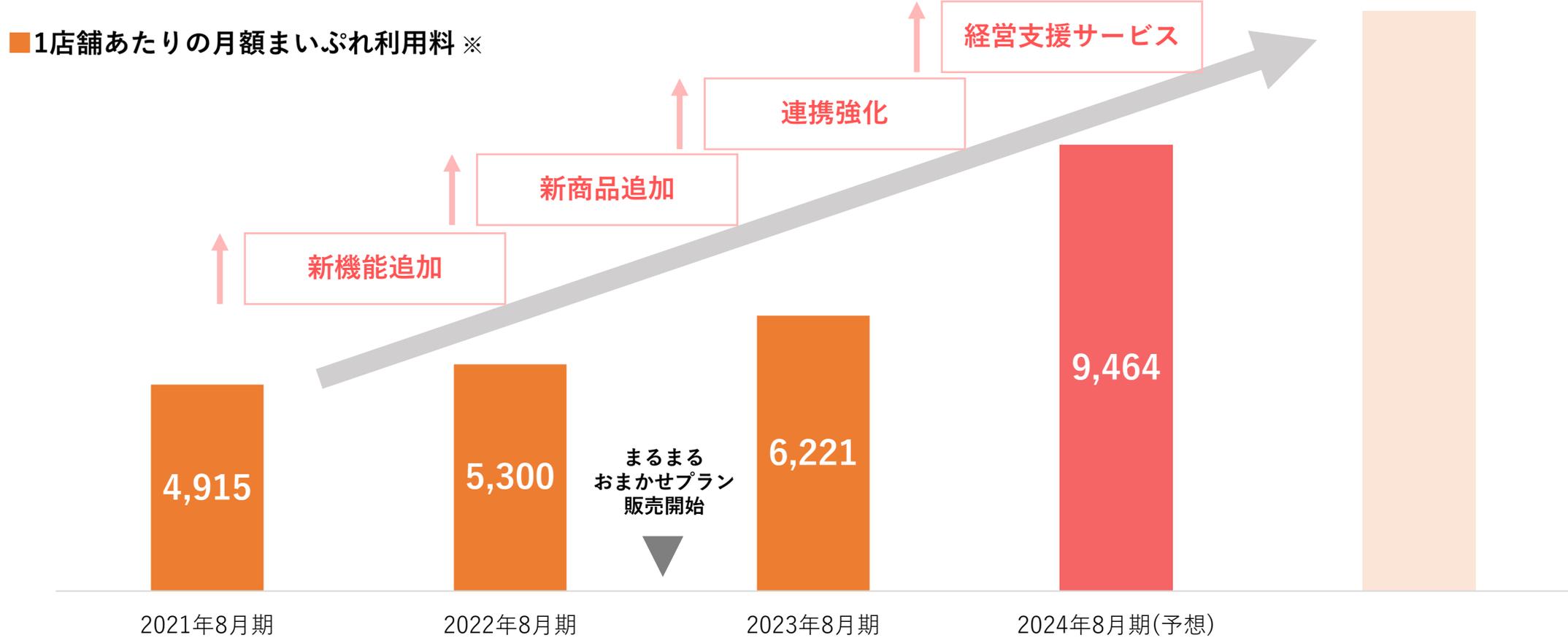
地域事業者向けの経営支援機能を拡充し、プラットフォームの価値を向上させ、MRR増加を目指す。



プラットフォームの価値向上に向け、さらなる経営支援機能の拡充へ

※2022年11月開示におけるP37「経営支援機能に広がるサブスクリプションモデル」

「まるまるおまかせプラン」などの新サービス開発により平均単価を向上させ、MRR増加を目指す。  
 「まるまるおまかせプラン」は2023年6月に先行エリアでの販売開始、2023年9月に全国での販売開始を経て、着実に平均単価の向上に寄与している。

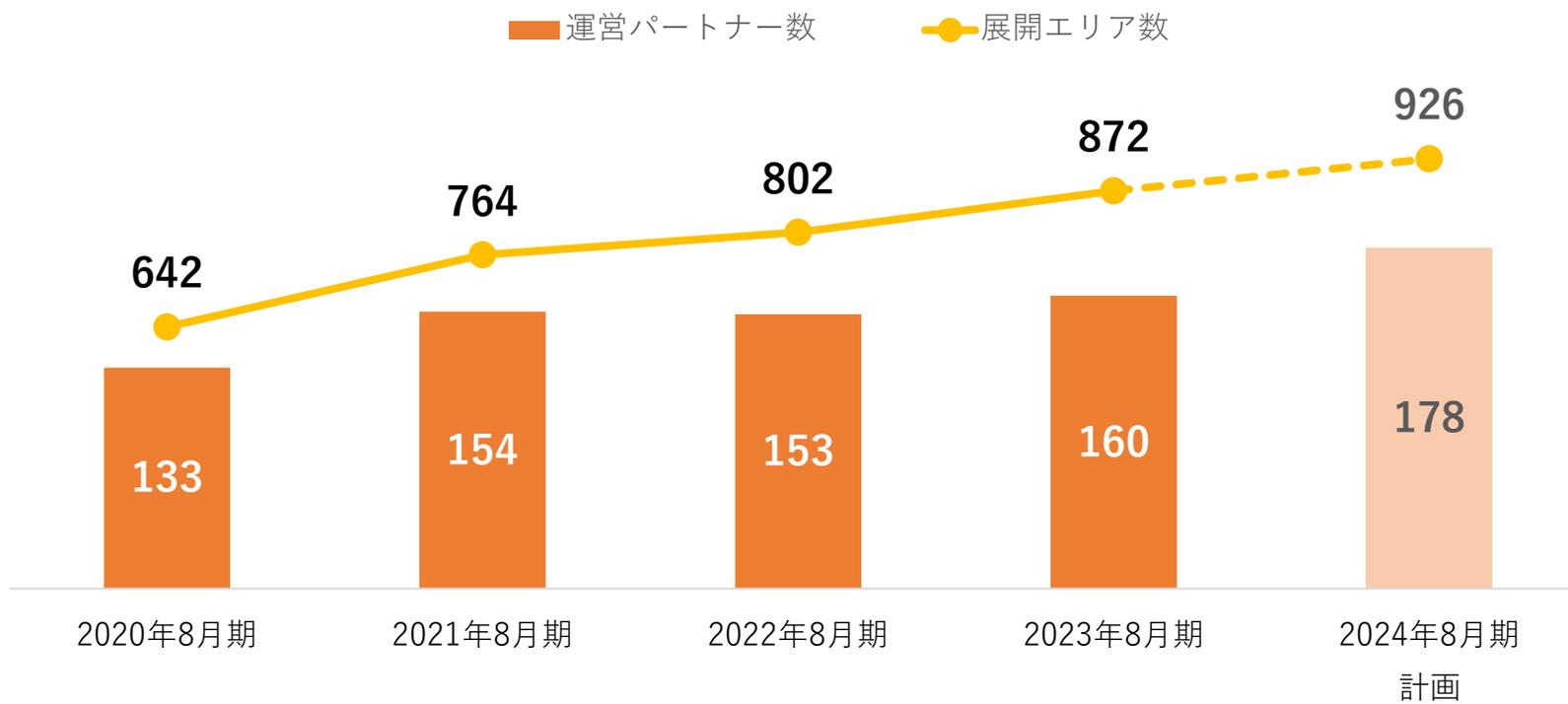


※当社直営エリアの2021～2023年8月期の有料利用店舗の平均単価および2024年8月期の着地見込みで算出しております。

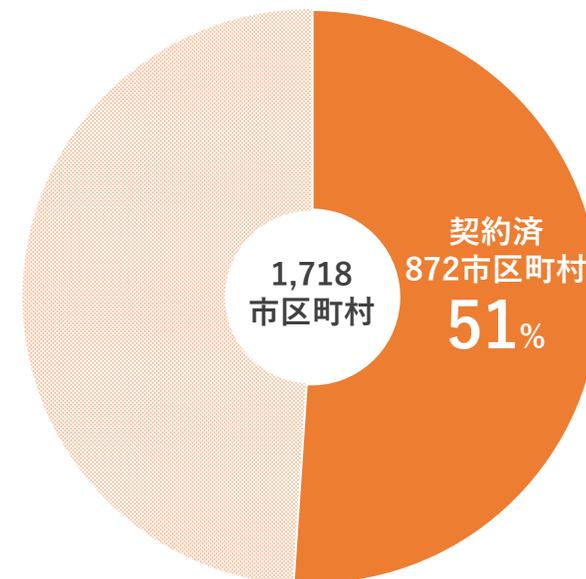
※2022年11月開示におけるP38「プラットフォーム利用店舗の単価の向上」

運営パートナーが増加することで、リーチ可能な地域・顧客・自治体が増加。サービス価値向上による単価向上も伴い、成長エンジンとなる。成長する既存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、新規運営パートナーの増加につながる拡大戦略を計画していく。また、既存パートナーの展開地域も広げることで、全体カバー率を広げる。

■運営パートナー数と展開エリア数の推移



■市区町村カバー率



※2023年8月末時点

※2022年11月開示におけるP39「パートナーの成長とエリア拡大」

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を強化。伸びしろのある返礼品の開拓や商品化支援、広告運用も含めた効果的な寄付受付サイトの運用施策の推進に加えて、子会社である株式会社公共BPOと共にバックオフィス業務の効率化を進め、BPO業務としての品質を高めていく。



### 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。

### 高品質なバックオフィス



運営力×技術力による高品質なバックオフィスサービスと最先端のDX・BPOソリューションを提供し、低コストかつ高信頼な業務効率化を支援。

※2022年11月開示におけるP41「ふるさと納税の取り組み拡充」

自治体DXやふるさと納税による地域活性化のさらなる加速を目的に、「ふるさと納税do」を提供する株式会社シフトセブンコンサルティング、コールセンターやバックオフィス業務を提供する株式会社サンクネットの三社共同出資で設立。

## 公共BPO

地方自治体の業務支援、そして持続可能な地域社会の実現へ

### STEP1

#### 自治体向けバックオフィスの再構築

FLN・シフトセブン・サンクネットのふるさと納税の業務支援におけるコールセンターとBPO業務を段階的に集約し、効率と品質を高め、公共BPOとして新しく自治体に選ばれるバックオフィスを再構築。

### STEP2

#### ローカルで活躍する事業者の支援

全国のふるさと納税の業務支援を行う事業者に対し、低価格で高品質なバックオフィスを提供し、ローカルで活躍する事業者を支援。

### STEP3

#### 地方自治体向け業務支援サービスの構築

FLNと公共BPO両社の強みを活かし、連結グループとして「ふるさと納税の業務支援」から「地方自治体の業務支援」へとソリューションを展開し、持続可能な地域社会構築と地域活性化を加速。

※2022年11月開示におけるP42「子会社「株式会社公共BPO」による地方自治体向け業務支援サービスの構築」

「まいぷれのご当地ギフト」は、カタログギフト特有の「ちょうど良い選択肢」という特徴に、地域の魅力的な製品のラインナップにより「ちょっと良い選択肢」という価値を加えたギフト。全国のまいぷれネットワークを活用し、開拓・開発した商品は、通常の通販等では見つけにくい特徴的な品ぞろえになっている。

地元ギフトの提示するターゲット市場

ギフト市場 11兆円

カタログギフト & 金券 市場 1.2兆円

法人ギフト市場 2.8兆円

※出典：株式会社矢野研究所、「ギフト市場に関する調査を実施(2021年)」より集計

自治体のシティプロモーション市場

想定する顧客

①中小企業の経営者・家族



- ・お中元／お歳暮
- ・手土産
- ・株主優待
- ・懇親会／ゴルフコンペの景品

②個人



ギフト文化  
応援消費の  
訴求

③自治体・公益団体



シティプロ  
モーションの  
訴求

「まいぷれ」のご当地ギフト



魅力的な  
商品ライ  
ンナップ

地域文脈  
を捉えた  
紹介記事

プラスア  
ルファの  
価値創出

VTuberの方々と共に地域の魅力を漫画コンテンツ等で発信することで、VTuberと地域双方の新たな露出機会を創出していくプロジェクト。Z世代を中心としたVTuber視聴者層が楽しめるコンテンツ形式で地域の魅力を紹介することで、視聴者を地域の興味・関心層に引き上げ、より多くの地域に貢献することを目指す。2023年6月よりαテストが開始。

Z世代のVTuber視聴者



「まち」の魅力をを知る

まちへの興味・関心層



「まち」を応援する

まちのファン層



### まちの魅力を伝えるコンテンツ

- ・VTuberが地域と特産品を紹介する漫画
- ・VTuberが声を吹き込んだ漫画動画
- ・VTuberが推せるまちを紹介するライブ配信

### まちの魅力を届ける仕組み

[Twitter](#) | [Youtube](#) | [特設サイト](#) etc.



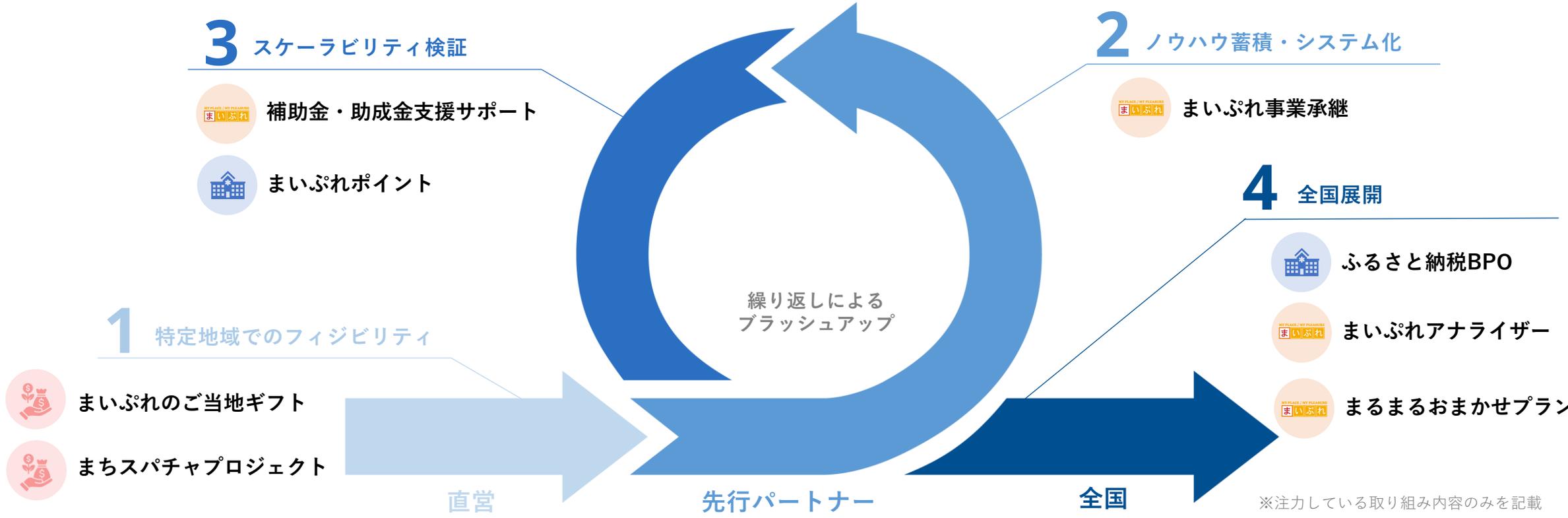
### まちを応援する行動

- ・SNSで漫画や配信をシェアする
- ・ふるさと納税をする
- ・実際にまちを訪れる

### まちへの応援を促す仕組み

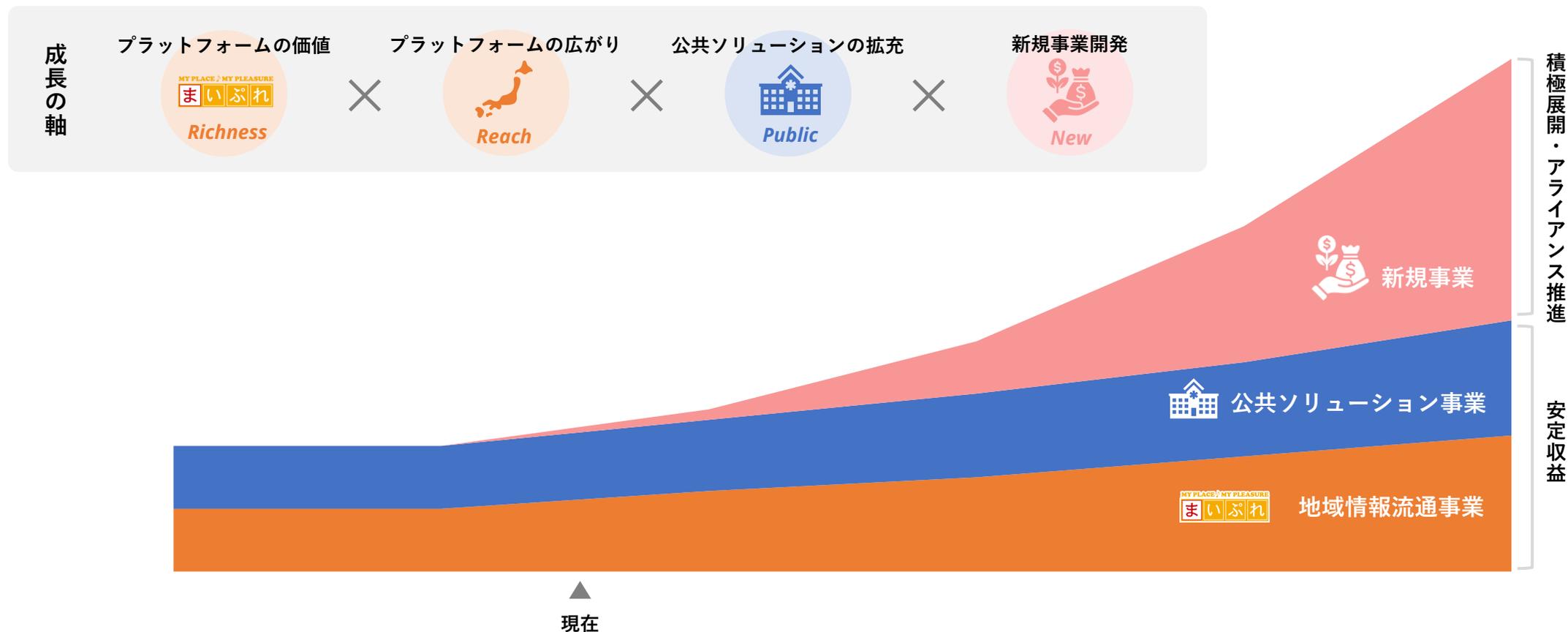
- ・ふるさと納税受付
- ・特産品販売
- ・VTuberとの観光ツアー
- ・移住体験プログラム

成長の軸に基づいてさまざまな取り組みを実施。事業成長ロードマップに沿って、直営地域でのフィジビリティとノウハウ蓄積を経て、スケーラビリティを向上させ、各取り組みの展開規模を広げている。



※注力している取り組み内容のみを記載

既存事業領域を着実に成長させていく一方、当社ならではの体制・ノウハウなどの強みを活用し、新規事業を積極的に開発していく。社内リソースのみで完結する事業のみならず、他社とのアライアンスによる事業化も強化。既存事業と新規事業の両軸で高い成長性を実現していく。



# その他

IPOによる調達資金の使途について、2023年8月期に長期的な事業成長のために計画以上の人的資本投資を行ったことと、広告宣伝費の見直しを行ったため、今後の支出予定額を見直し修正している。

【変更前】 ※2022年11月開示時点

具体的な使途	充当予定時期	金額（千円）
今後の事業規模拡大のための採用費及び人件費	2022年8月期	51,619
	2023年8月期	102,010
	2024年8月期	82,309
運営パートナー獲得を安定的に行うための戦略に伴う広告宣伝費	2022年8月期	6,272
	2023年8月期	22,070
合計		264,280

【変更後】

具体的な使途	充当予定時期	金額（千円）
今後の事業規模拡大のための採用費及び人件費	2022年8月期	51,619
	2023年8月期	118,083
	2024年8月期	79,548
運営パートナー獲得を安定的に行うための戦略に伴う広告宣伝費	2022年8月期	6,272
	2023年8月期	8,758
合計		264,280

当社グループの事業展開上のリスクのうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なものを抜粋。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載する。

	事業等のリスクの内容	発生可能性/影響度	対応方針
インターネット 広告市場	<p>広告市場は市場変化や景気動向の変動による影響を受けやすく、今後、急激な景気の変化等が生じた場合、広告及びインターネット広告の需要に影響する可能性があります。</p>	中/大	<p>インターネット広告媒体としての提供価値にとどまらず、広告と販促支援のサービスを強化し、広告主にとって顧客とのコミュニケーションのプラットフォームを提供する役割を強化してまいります。</p>
パートナー契約の 状況	<p>2023年8月31日現在におけるパートナー契約締結先は160社となっております。これらパートナー各社が何らかの事情によりパートナー契約を解消する場合には、当該エリアの「まいぷれ」の運営が継続困難となり、当社グループが引き継ぐか、同エリアでの運営を希望する地域の企業等に引き継ぎを行います。その場合には、当該エリアでの情報量や営業活動が低下する可能性もあり、収益に影響を及ぼす可能性があります。</p>	高/大	<p>引き続き、パートナー企業の経営支援レベルの向上を図り、パートナーの事業成長を牽引することでパートナー契約の拡大をしてまいります。</p>
システムの安全性	<p>巧妙化・複雑化したサイバー攻撃、不正アクセス、コンピュータウィルスの侵入、自然災害や大規模な事故、その他予期せぬ要因等により、当社のシステム障害や情報漏洩が発生した場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中/大	<p>ネットワークの常時監視、日常的な保守管理、継続的なシステム開発等により、システム障害を未然に防ぎ、万一発生してしまった場合でも迅速に適切な対応を行える体制を構築しております。 また、OS/ソフトウェアの定期アップデートの実施による脆弱性に対する対策、http通信の暗号化など継続的に実施してまいります。</p>
個人情報の管理	<p>外部からの不正アクセスや、当社の関係者や業務提携先等の故意又は過失による漏洩、改ざん、不正使用等の不測の事態により、個人情報外部に流出した場合には、適切な対応を行うための費用の発生や、当社に対する損害賠償の請求、当社の社会的信用の低下等により、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	高/大	<p>ネットワークの管理、独自のプライバシーポリシーの制定及び遵守、全従業員を対象とした社内研修の徹底、内部監査によるチェック等により、個人情報保護に積極的に取り組んでおります。 また、万が一に備え、個人情報漏洩保険に加入し、漏洩時の対応や損害賠償に備えております。</p>

※2022年11月開示において記載していた「新型コロナウイルス感染症の影響」のリスクに関しては、現在新型コロナウイルス感染症は感染法条の5類に移行され、拡大が収束しつつあることや、社会・経済活動の正常化が進行していることから、事業等のリスクとしての記載を取りやめております。

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。

当資料は1年に1回更新して開示いたします。次回開示は2024年11月の予定です。

