



# 2024年8月期 第2四半期決算説明資料

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）

2024年4月15日

## 2024年8月期第2四半期 連結業績結果

売上高

**818** 百万円  
 前年同期比 **+13.5%**  
 計画進捗率 **46.6%**

売上総利益

**504** 百万円  
 前年同期比 **+13.5%**  
 計画進捗率 **45.5%**

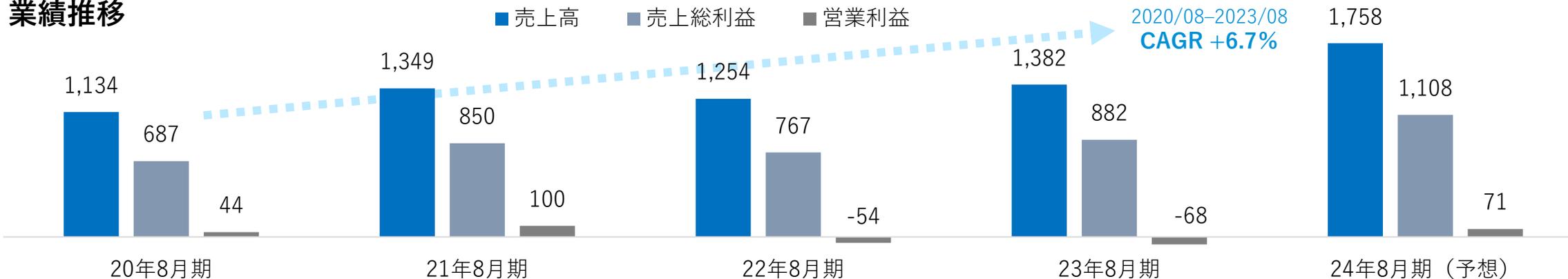
営業利益

**-7** 百万円  
 計画進捗率 **—**

POINT

- 1 地域情報流通事業（MRR）：プラットフォーム利用店舗数が伸び悩むものの、平均単価は計画通り上昇し、着実に成長
- 2 公共ソリューション事業（ふるさと納税）：例年に比べて年末の寄付・売上の伸びは鈍化したものの、順調に増収増益
- 3 新規事業：投資増加により利益影響を与えているが、取り組み内容への手応えから長期的な成長を見込む

## 業績推移



※2022年8月期までは単体決算、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。

**01 事業内容**

**02 2024年8月期第2四半期 連結業績ハイライト**

**03 2024年8月期第2四半期 トピックス**

**04 今後の成長戦略**



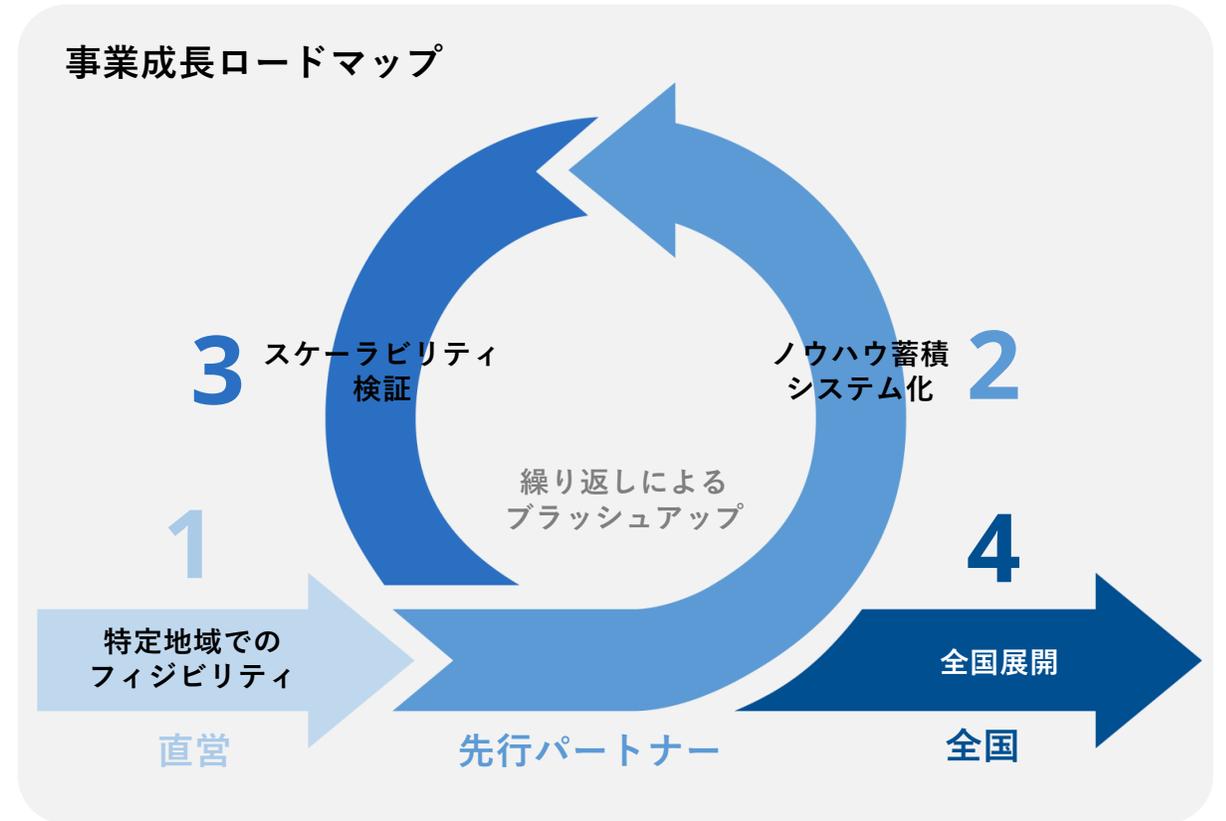
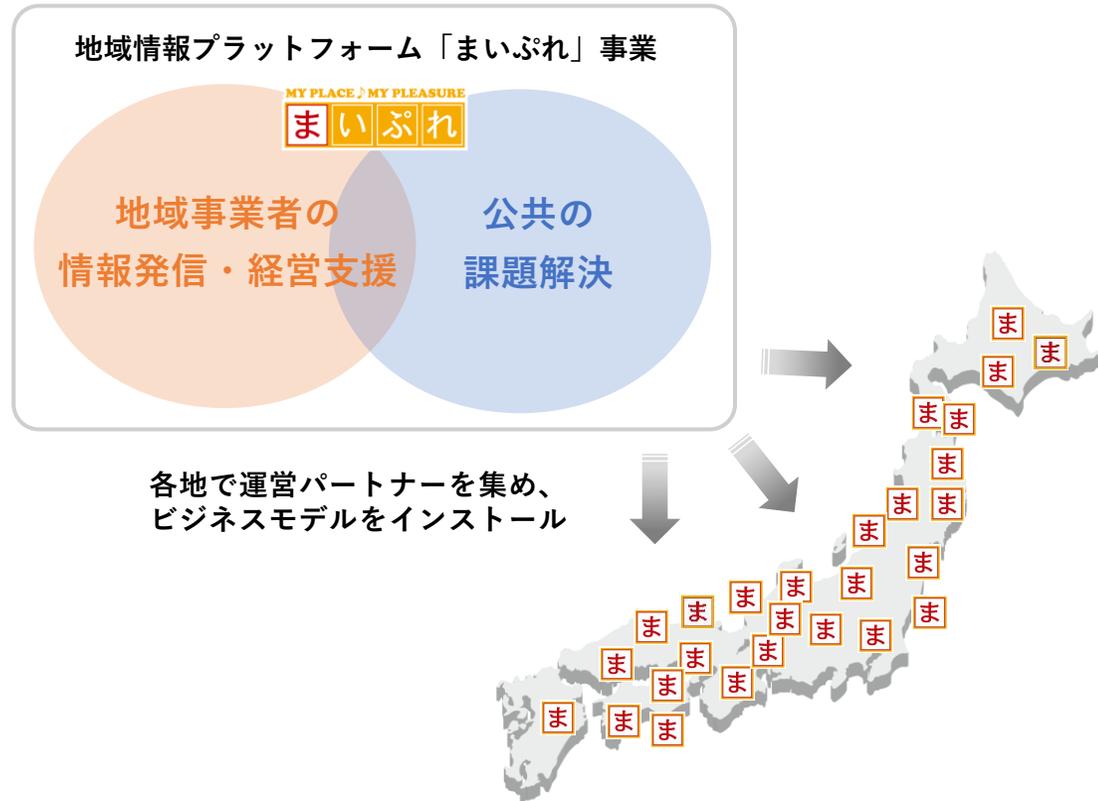
## 01 事業内容

02 2024年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

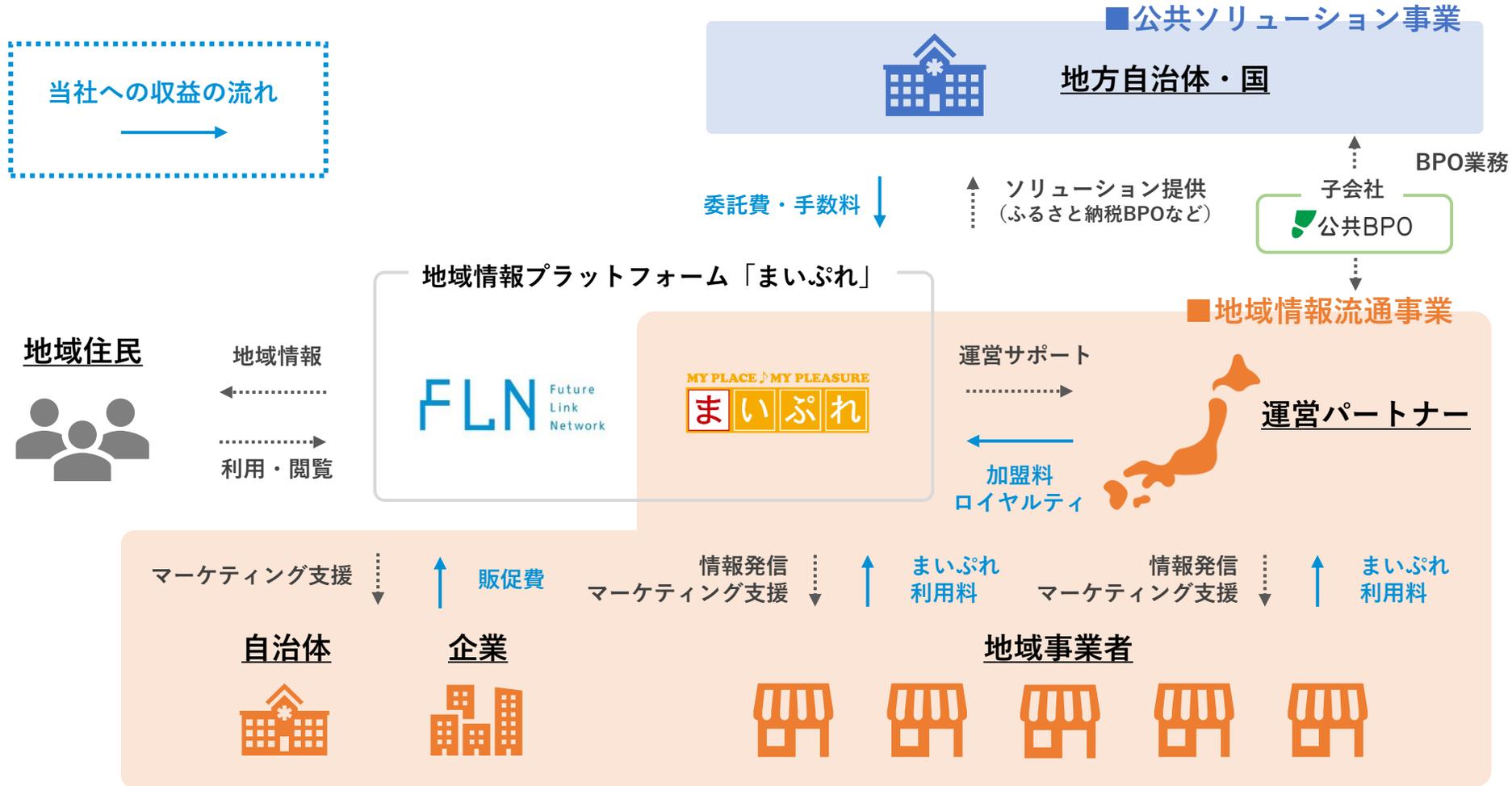
03 2024年8月期第2四半期 トピックス

04 今後の成長戦略

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。  
直営で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モデル。



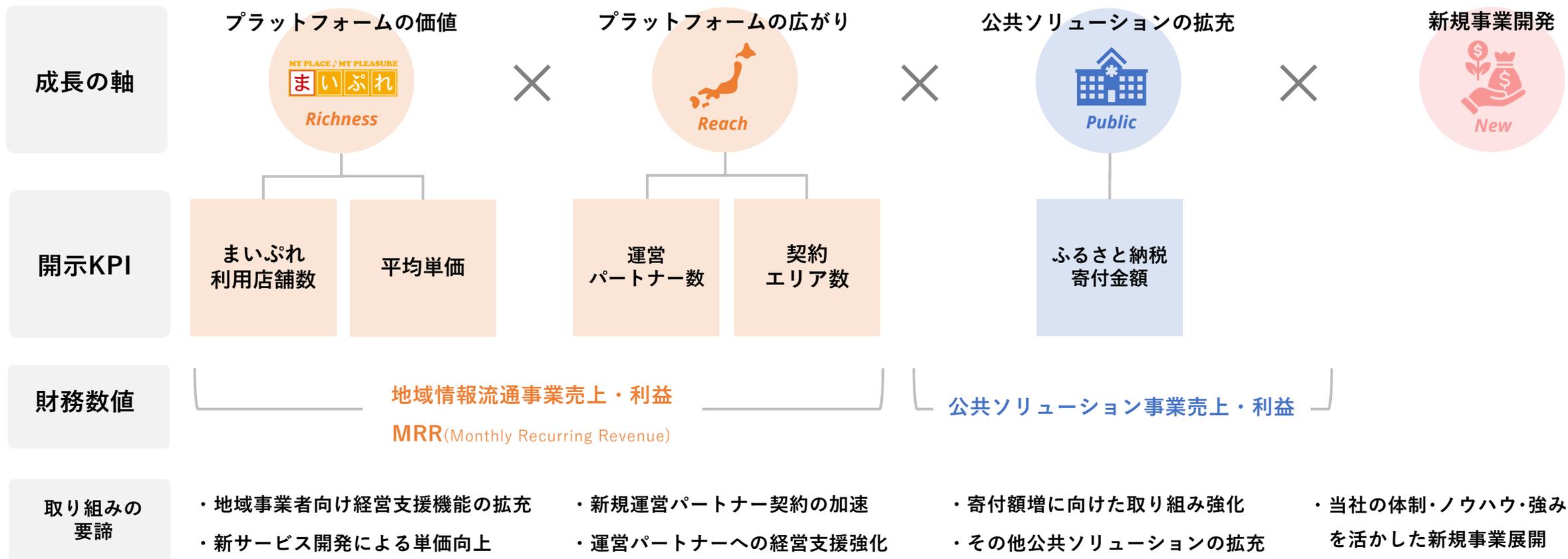
地域情報流通事業・公共ソリューション事業の2セグメントで事業展開。  
 多様な顧客に対して価値提供を行う複層的な収益構造による、独自性の高い事業を有している。



6つの売上項目で財務情報を構成。安定的に売上が積み上がるストック収益≒MRR(Monthly Recurring Revenue)を重視。

成長の軸	セグメント	主な売上項目		ストック(MRR)	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			10.2%	運営パートナーの新規加盟料等	
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	
プラットフォームの広がり 		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			
新規事業開発 								
公共ソリューションの拡充 								

「まいぷれ」のサービス価値を高めて単価を向上させ、運営パートナー契約数を増やすことで展開地域を拡大。こ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。



01 事業内容

**02 2024年8月期第2四半期 連結業績ハイライト**

03 2024年8月期第2四半期 トピックス

04 今後の成長戦略

2024年8月期第2四半期 連結業績結果

売上高

**818**百万円 前年同期比 **+13.5%** 計画進捗率 **46.6%**

売上総利益

**504**百万円 前年同期比 **+13.5%** 計画進捗率 **45.5%**

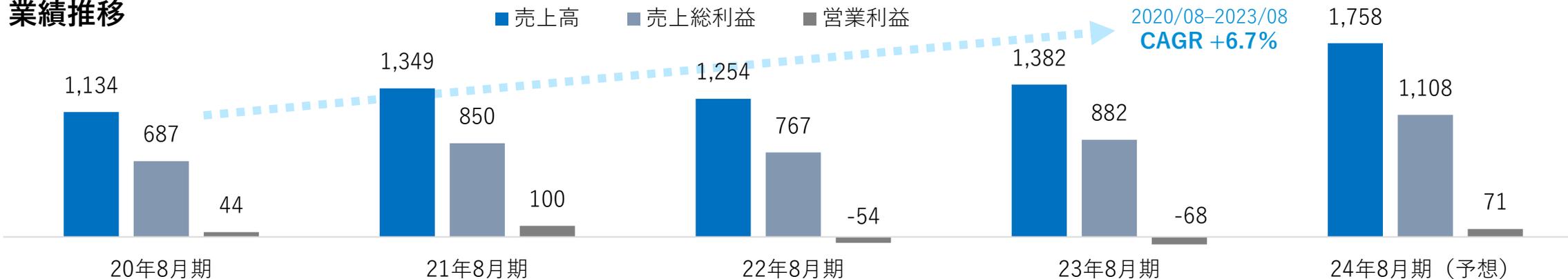
営業利益

**-7**百万円 計画進捗率 **—**

POINT

- 1 地域情報流通事業（MRR）：プラットフォーム利用店舗数が伸び悩むものの、平均単価は計画通り上昇し、着実に成長
- 2 公共ソリューション事業（ふるさと納税）：例年に比べて年末の寄付・売上の伸びは鈍化したものの、順調に増収増益
- 3 新規事業：投資増加により利益影響を与えているが、取り組み内容への手応えから長期的な成長を見込む

業績推移



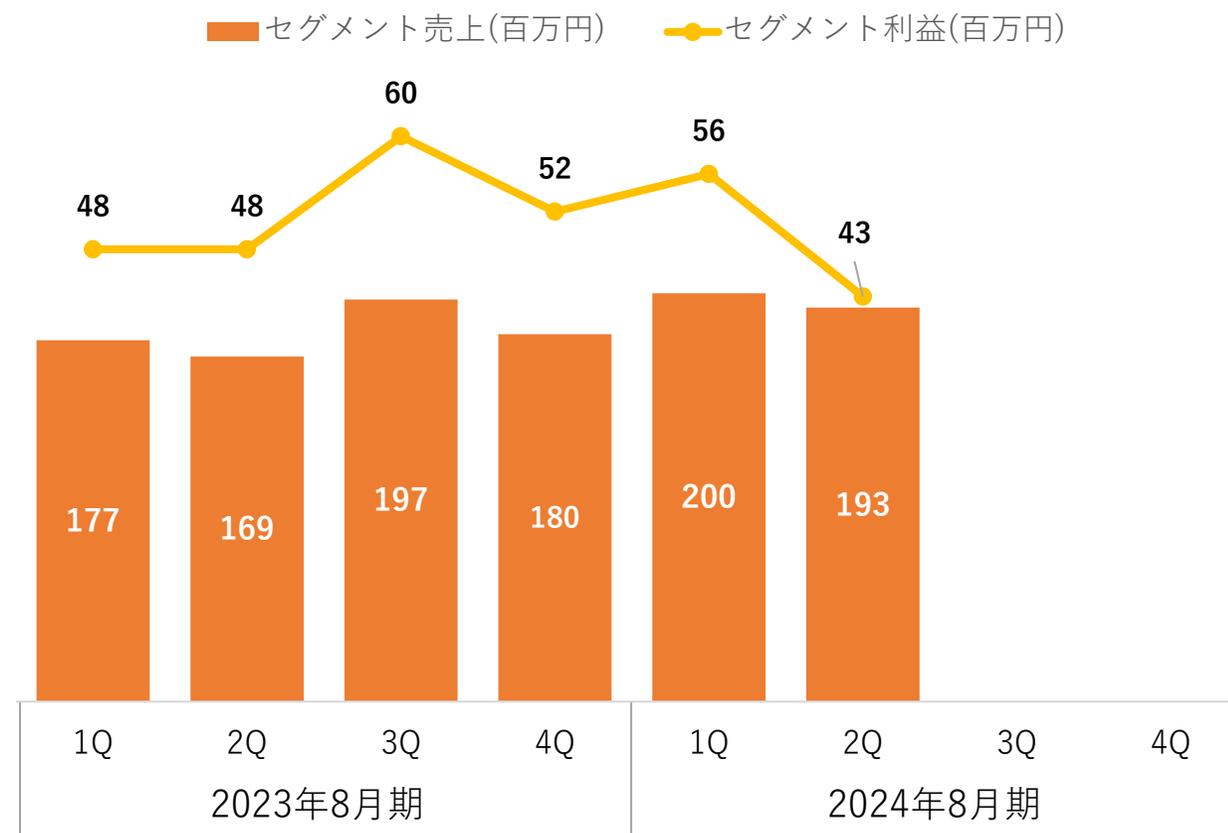
※2022年8月期までは単体決算、2023年8月期は連結決算です。単体決算と連結決算の差異はありますが、比較計算を実施しております。

前年同期比で増収するも、主に新規事業への投資影響により赤字着地。

(百万円)	2023年8月期		2024年8月期			
	2Q実績	通期実績	通期計画	2Q実績	前年同期比	計画進捗率
売上高	721	1,382	1,758	818	113.5%	46.6%
地域情報流通事業	347	725	1,038	393	113.3%	37.9%
まいふれ関連売上	53	114	128	65	122.3%	51.3%
パートナー関連売上	184	406	573	222	120.4%	38.7%
マーケティング支援売上	109	204	336	105	96.9%	31.4%
公共ソリューション事業	374	656	719	425	113.7%	59.1%
ふるさと納税売上	26	509	548	33	129.8%	27.1%
公共案件売上	330	108	124	376	113.8%	68.6%
まいふれポイント売上	17	38	47	15	87.7%	32.3%
売上原価	276	500	650	314	113.6%	48.4%
売上総利益	444	882	1,108	504	113.5%	45.5%
売上総利益率	61.6%	63.8%	63.0%	61.6%	-	-
販管費	454	950	1,037	512	112.8%	49.4%
営業利益	-9	-68	71	-7	-	-10.4%
営業利益率	-1.3%	-4.9%	4.1%	-0.9%	-	-
経常利益	-10	-69	70	-7	-	-10.5%
当期純利益	-9	-65	54	-9	-	-17.1%

前年同期比で増収。新規事業が投資フェーズであることから利益影響を与え、利益率が悪化。マーケティング支援売上のみ前年同期比で減収だが、1Qと比べると回復傾向にある。

(百万円)	地域情報流通事業			
	2023年8月期		2024年8月期	
	2Q実績	通期実績	2Q実績	前年同期比
売上高	347	725	393	113.3%
まいふれ関連売上	53	114	65	122.3%
パートナー関連売上	184	406	222	120.4%
マーケティング支援売上	109	204	105	96.9%
売上原価	83	169	102	122.8%
売上総利益	264	556	291	110.3%
売上総利益率	76.0%	76.7%	74.0%	-
営業利益	97	211	100	102.5%
営業利益率	28.1%	29.1%	25.5%	-



プラットフォームの広がり



運営パートナー数：2Qでの新規契約7社・契約終了※3社により、順調に純増。  
 契約エリア数：パートナーの新規契約増に伴って増加。

※運営パートナーの契約終了後は、原則対象エリアの運営が直営管轄となるため、基本的には契約終了による契約エリアの減少はございません

■運営パートナー数

173社

前年同期比  
+17社

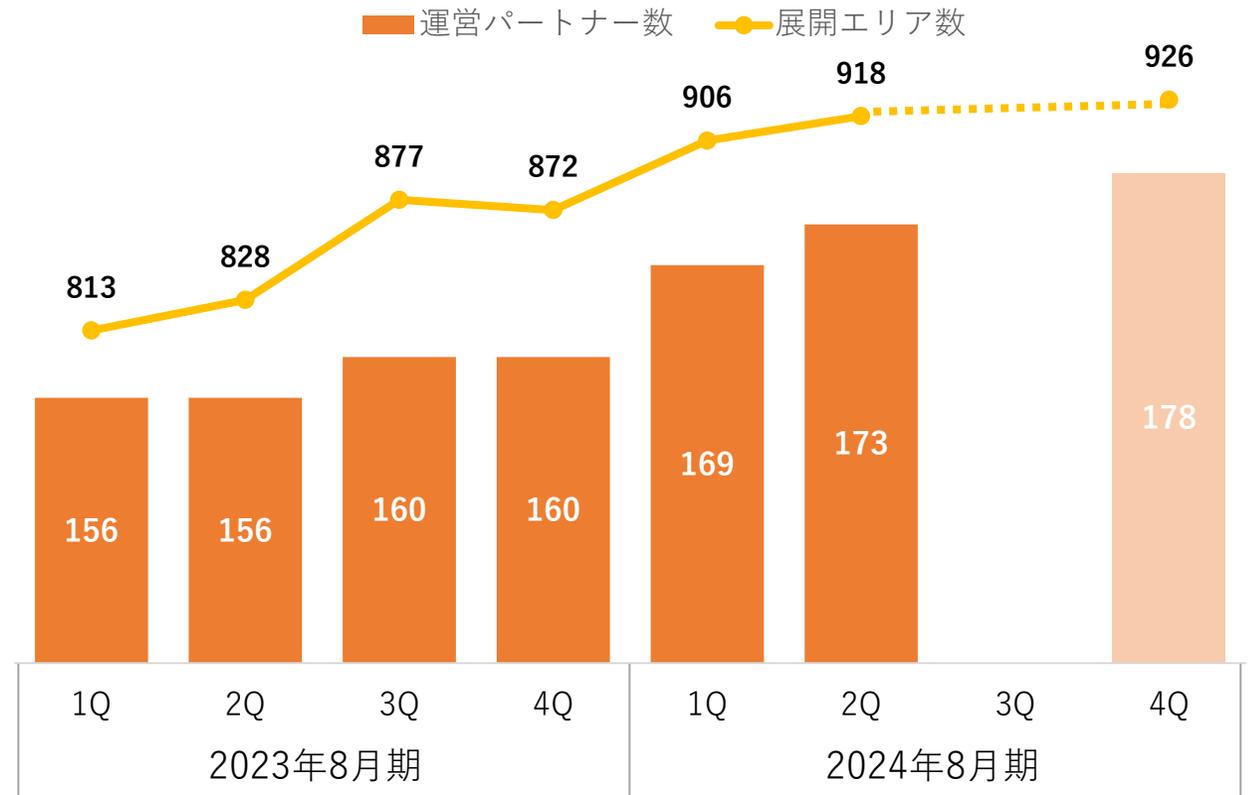
計画達成率  
97.2%  
(計画178社)

■展開エリア数

918市区町村

前年同期比  
+90市区町村

計画達成率  
99.1%  
(計画926市区町村)



プラットフォームの価値



プラットフォーム利用店舗数：件数より単価を重視する戦略の結果、減少するも単価は上昇。  
 平均単価：「まるまるおまかせプラン」の展開により顧客単価が向上し、順調に増加。

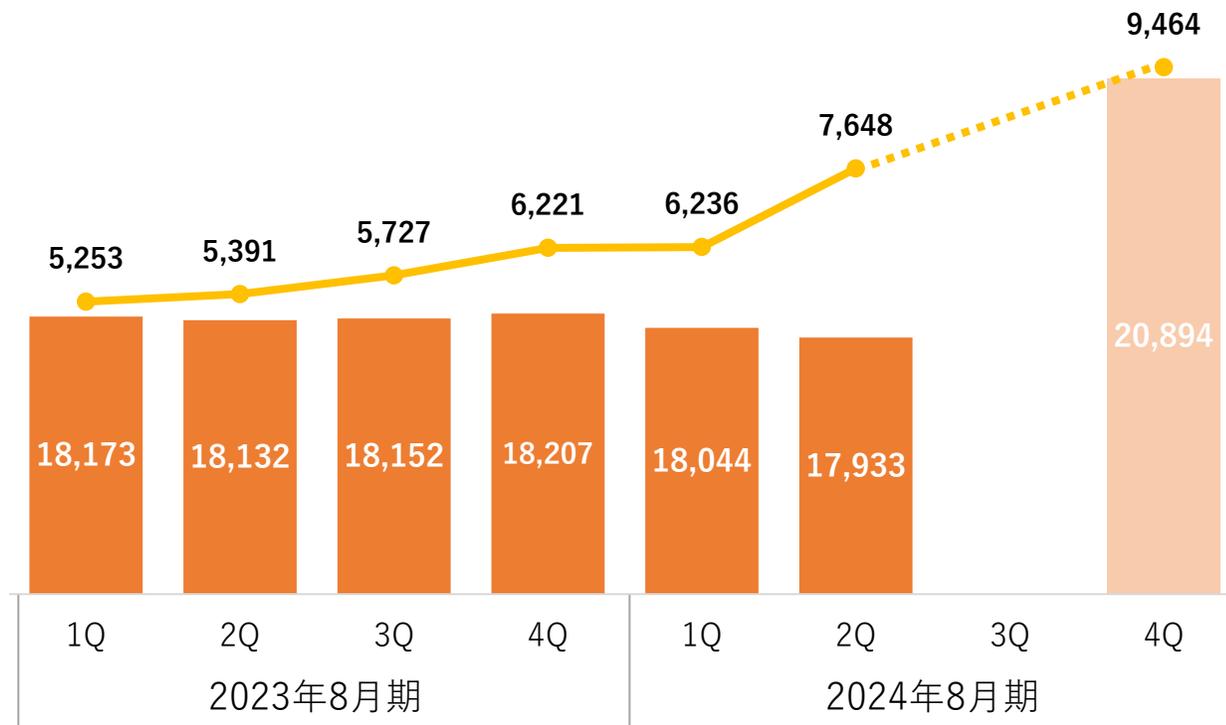
■まいぶれプラットフォーム利用店舗数 ※1

**17,933** 店舗 前年同期比 **△199** 店舗 計画進捗率 **85.8** %  
(計画20,894店舗)

■平均単価 ※2

**7,648** 円 前年同期比 **+2,258** 円 計画達成率 **80.8** %  
(計画9,464円)

■まいぶれ利用店舗数 ●平均単価 (円)



※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2024年2月末時点の有料利用店舗の平均。

■プラットフォーム利用店舗数純減の背景と当社見解

● 前期途中から件数より単価を重視する戦略へ

利用店舗の新規獲得よりも「まるまるおまかせプラン」などの高単価商品を既存顧客に販売する動きに注力

● まいふれ利用店舗の解約率は1.43%(※)

戦略変更にかかわらず、閉店・廃業等の自然解約として一定数の解約が発生する

※1ヶ月の解約店舗数/その月の利用店舗総数。2023年3月～2024年2月の1年間の中央値。

● 単価向上を優先した結果、自然減を上回る新規獲得ができなかった

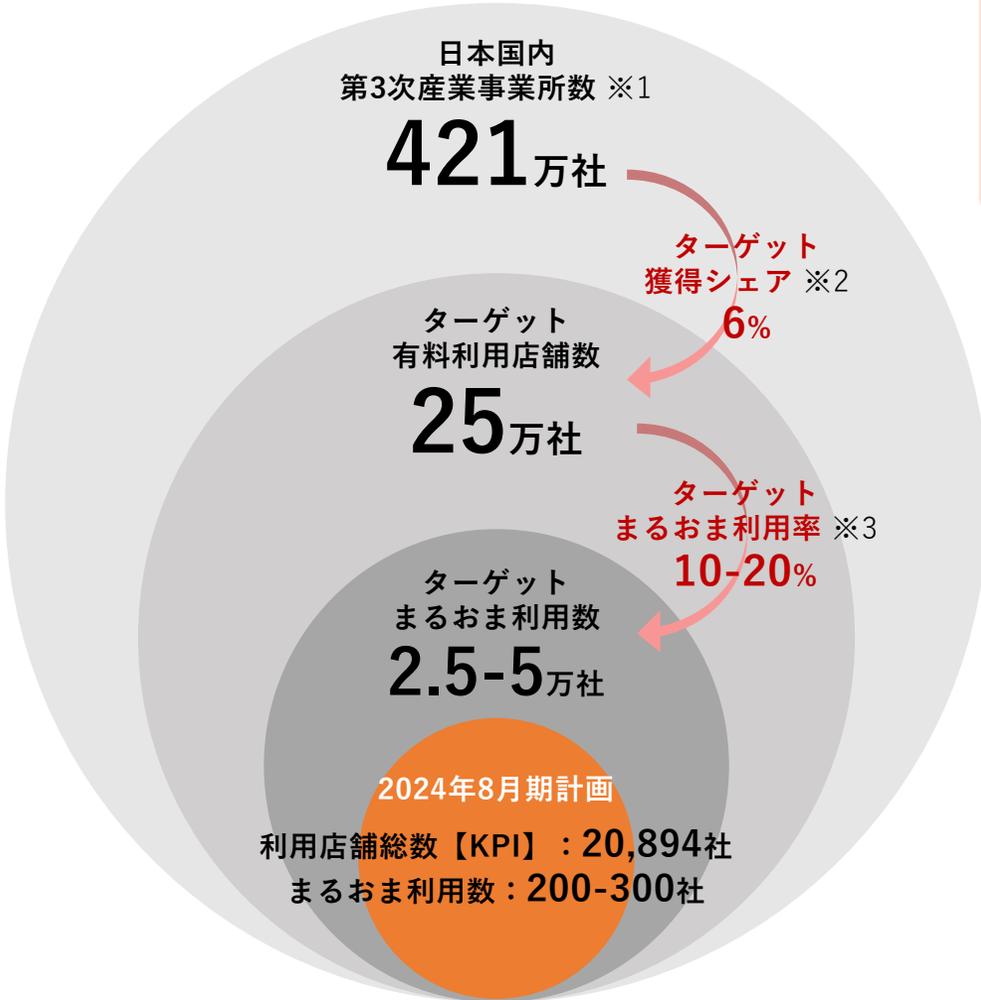
新規加盟パートナーの運営開始時など、利用店舗の新規獲得が増えるタイミングはあるものの、それが全体の自然解約数を上回っていない

● 現時点は自然減でも現方針を継続。その後、件数拡大フェーズへ

当期末のKPI利用店舗数については再構築を検討中

月次ストック収益＝MRRは **10-17億円**をターゲットにしている。

■ターゲット市場規模の試算



※2) ターゲット獲得シェア【6%】

事業所総数に占める、まいふれ有料利用店舗数の割合目標。先行運営地域の実績をもとに設定。新規パートナー加盟時の事業シミュレーションで利用する割合であり、実績はこれを上回る地域もある。

※3) ターゲットまるおま利用率【10-20%（事業所総数に対しては0.6-1.2%）】

まいふれ有料利用店舗に占める、「まるまるおまかせプラン」利用店舗の割合目標（検証中）。

■ターゲットMRRの試算

	月額利用料(税抜)	パートナーエリアのレベニューシェア
まいふれ（ショップ・ニュースのみで算出 ※4）	7,000円/月	20%
まるおま（エントリープランで算出 ※4）	38,000円/月	70%

↓ 利用店舗数の直営：パートナー比率＝1%：99%を想定し、左記ターゲット店舗数よりMRR試算

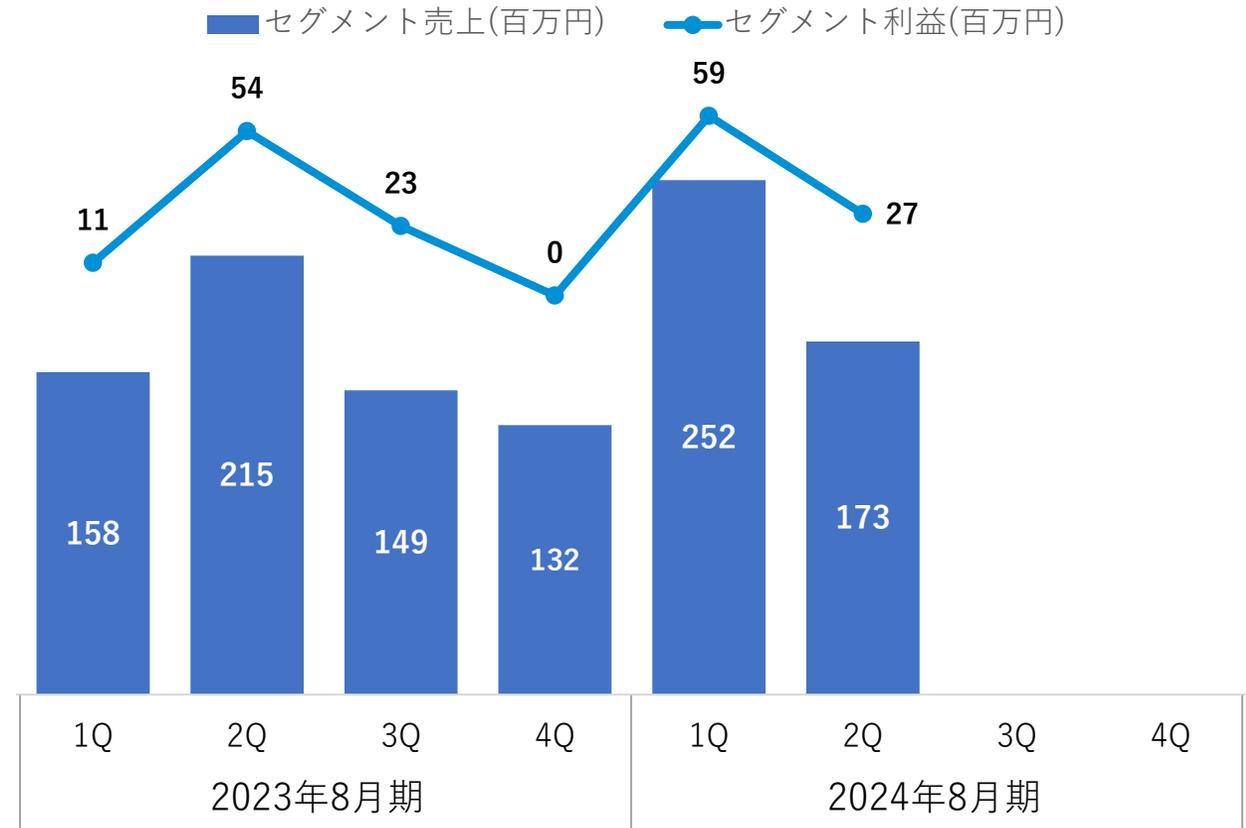
	直営	パートナー経由	計
まいふれMRR試算	1,700万	3.5億	3.6億
まるおまMRR試算	960万-1,900万	6.6億-13.3億	6.7億-13.5億
ターゲットMRR計			<b>10.4億-17.1億</b>

※4) 「まるまるおまかせプラン エントリープラン」の実際販売価格は「①ショップ・ニュース：7,000円（レベニュー率20%）」「②まいふれアナライザー：4,000円（レベニュー率20%）」「③まるまるおまかせプラン：38,000円（レベニュー率70%）」の合計49,000円となりますが、計算を単純化するため、ここでは「②まいふれアナライザー」を含めない試算をしております。

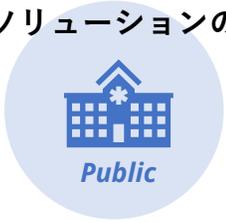
※1) 総務省統計局「令和3年経済センサス－活動調査」より（2023年6月公表）

ふるさと納税事業は競争環境が激化するも、市場の安定成長を背景に、子会社設立による原価削減策等も奏功し増収増益。寄付増加時期の前倒しにより2Qは例年に比べ伸び悩むが、累計期間では前期を上回る結果に。

	公共ソリューション事業			
	2023年8月期		2024年8月期	
	2Q実績	通期実績	2Q実績	前年同期比
(百万円)				
売上高	374	656	425	113.7%
ふるさと納税売上	26	509	33	129.8%
公共案件売上	330	108	376	113.8%
まいぶれポイント売上	17	38	15	87.7%
売上原価	193	331	211	109.6%
売上総利益	180	325	213	118.1%
売上総利益率	48.3%	49.5%	50.2%	-
営業利益	66	91	87	130.4%
営業利益率	17.9%	13.9%	20.5%	-



公共ソリューションの拡充



ふるさと納税寄付額：例年より年末の伸びは鈍化したが、累計では前年3Q時点の水準を上回った。

■ふるさと納税寄付額

**48.8** 億円

前年同期比

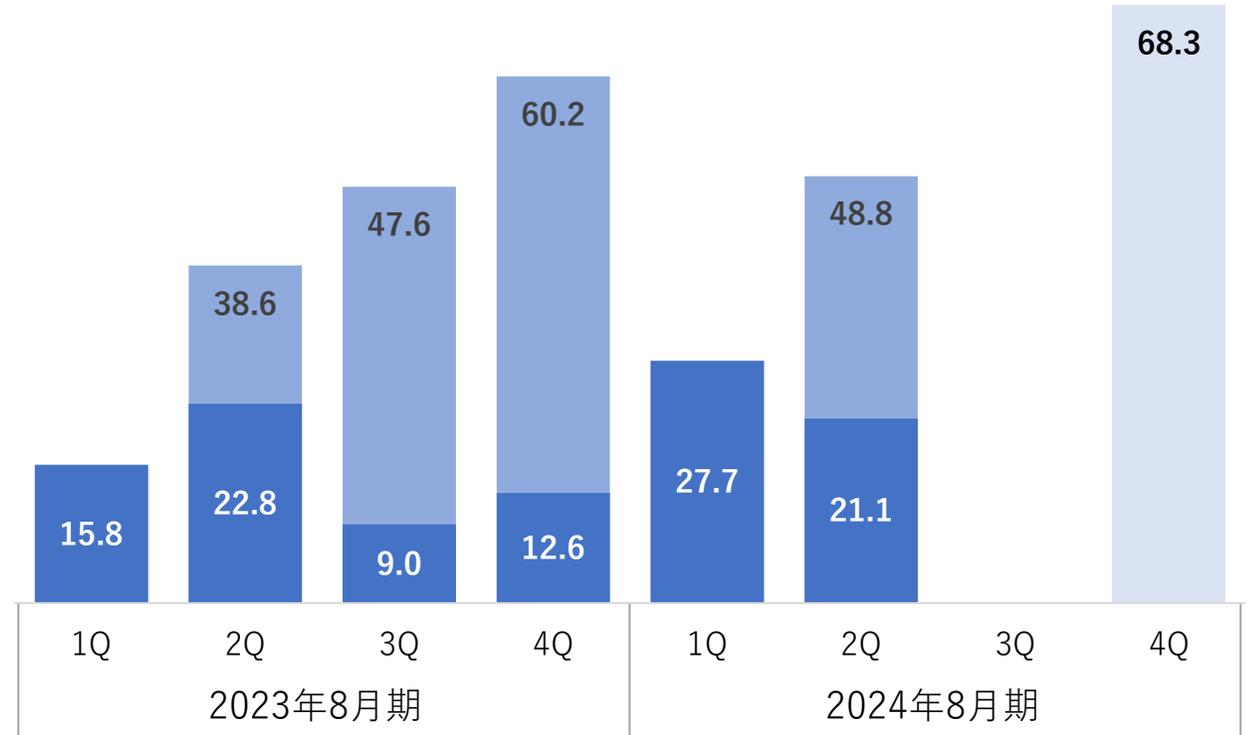
**+10.2** 億円

計画達成率

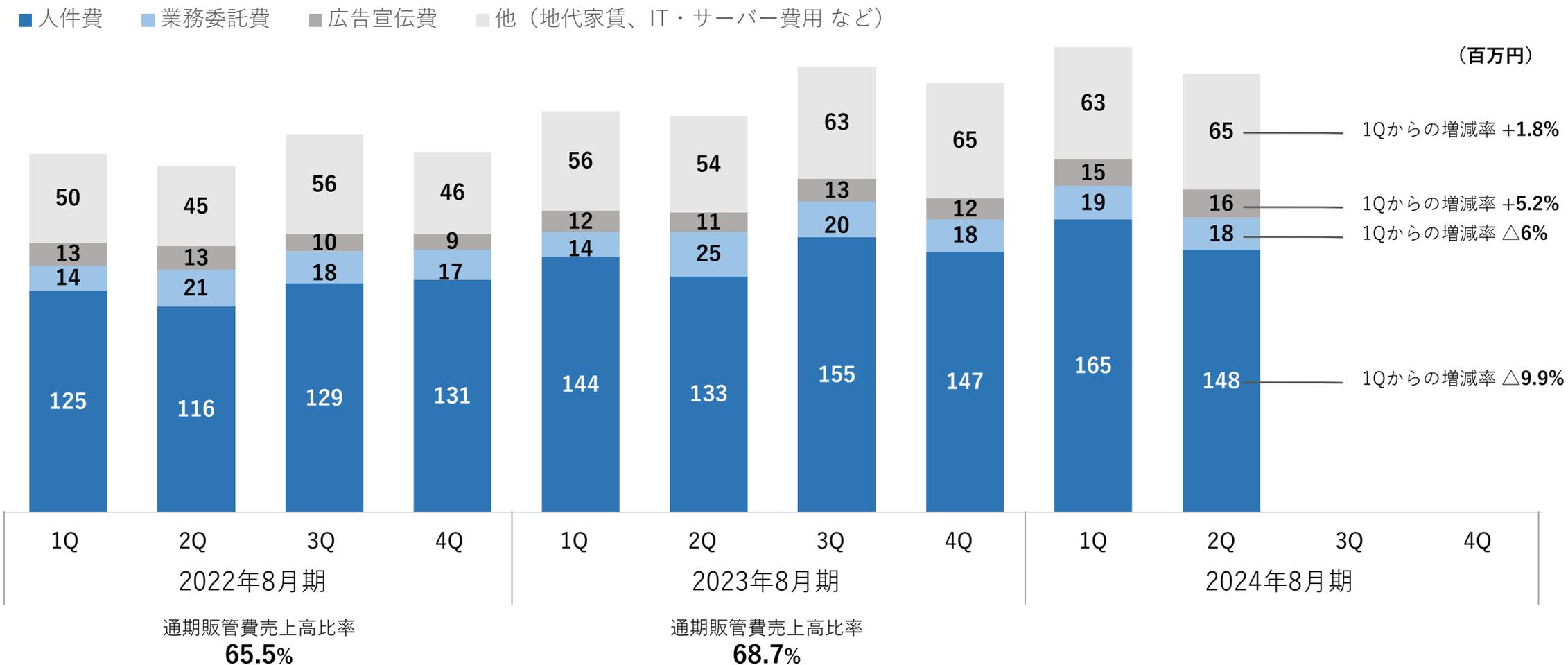
**71.4** %

(計画68.3億円)

■ 寄付額累計 ■ ふるさと納税寄付額 (億円)



通期での増加ペース抑制に向けた調整を計画通り進行。



※2022年8月期までは単体決算、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。

01 事業内容

02 2024年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

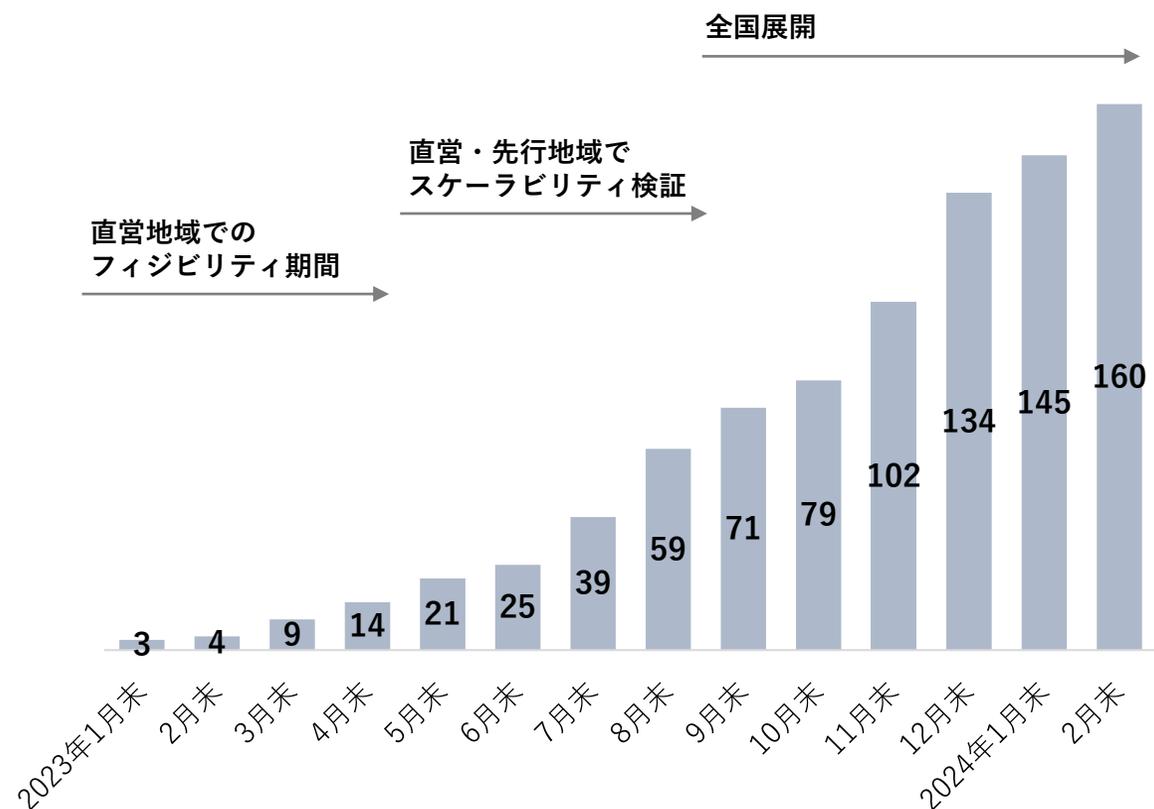
 03 **2024年8月期第2四半期 トピックス**

04 今後の成長戦略

時期	成長の軸	内容
2024年1月	 プラットフォームの 価値	株式会社LITAと協業 SNS×PRスキルを活かしたマーケティング支援開始
	 新規事業開発	「まちスパチャプロジェクト」に岡山県新見市が参画
2024年2月	 公共ソリューションの 拡充	地域ポイント「つげさんポイント」を大阪府貝塚市で運用開始
	 公共ソリューションの 拡充	熊本県玉名市にオフィス兼ワーキングスペース「HOME」をオープン
2024年3月	 新規事業開発	埼玉県川口市のカタログギフト制作に向けたクラウドファンディング開始
	 新規事業開発	「まちスパチャプロジェクト」に茨城県銚田市が参画
	その他（全体）	執行役員制度の導入

- 「まるまるおまかせプラン」の利用店舗数は順調に増加し、2月末時点で**160件**に  
⇒既存プランのパッケージ価格を超えた、より高単価な受注も発生
- 顧客ニーズに即した商品へとブラッシュアップし、リニューアルした新プランでの販売が開始（2024年3月～）  
⇒今後はさらなる利用店舗の増加・収益貢献・利益改善が期待される

■まるまるおまかせプラン利用店舗数の推移



■プランリニューアルの概要

旧	ライト	スタンダード	SNSも まるまる
月額(税抜)	29,000円	49,000円	79,000円
まいふれ運用 (SEO)	●	●	●
GBP運用 (MEO)	●	●	●
SNS運用			●
投稿代行	月2回	月4回	月4回

新	エントリー	スタンダード	プレミアム	エンター プライズ
月額(税抜)	49,000円	74,000円	89,000円	100,000円～
まいふれ運用 (SEO)	●	●	●	要相談
GBP運用 (MEO)	●	●	●	
SNSなど 外部ツール運用		●	●	
投稿代行	月4回	月4回	月6回	

- ・ 運用実態・ニーズに即してプランをチューニング。
- ・ まいふれと外部ツールの連携を促進し、情報量・質を改善。
- ・ 月額10万円～の価格で運用内容を個別設計する『エンタープライズプラン』を設定。基本プランには含まれない「タイアップ記事作成」「自社HP運用」「販促品作成」などを顧客課題にあわせてカスタマイズし、マーケティングを全面支援する。

- 3自治体（岩手県八幡平市、岡山県新見市、茨城県鉾田市）が参画し満足度も高い。今後の契約・内諾自治体も複数ある
- 返礼品開発の取り組みなど新たな試みも行い、寄付額・収益性向上に向けた検証中

### ■ ユーザーからの反応（寄付受付時の応援コメントより抜粋）

まちスパチャプロジェクトで初めて貴自治体を知りました。

今後の旅行などの行く先の候補にしたいと強く思いました。

漫画で紹介されている街は、とても魅力的で一度訪れてみたいと感じました。

新しい挑戦的な企画に参加されている〇〇市を応援します！

### ■ プロジェクト限定返礼品（茨城県鉾田市）

VTuberと地元生産者とのコラボ品



### ■ 導入自治体の声【岩手県八幡平市 企画財政課 行政経営係（ふるさと納税担当部署）】

もともとふるさと納税の中間事業を委託していた株式会社フューチャーリンクネットワークから概要を聞き興味を持ちました。

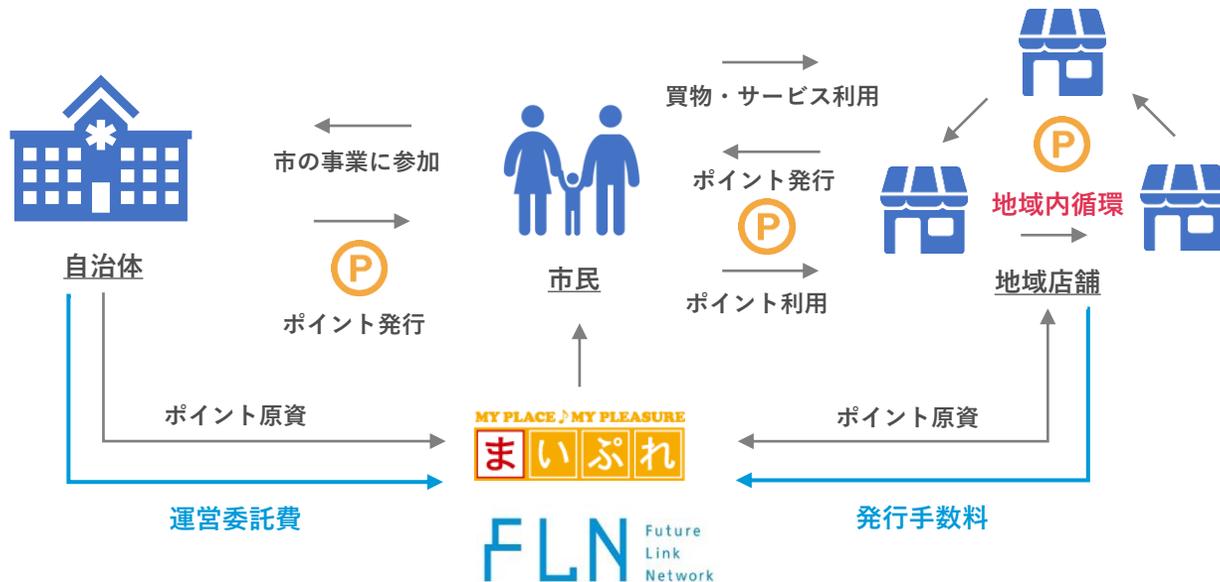
説明を聞き、前提として**まちおこしに関連したプロジェクト**であり、その一環としてふるさと納税の機能があると捉えていました。

当市として、VTuberの活用の前例がなかったので、VTuberとまちおこしを連動させたプロジェクトを庁内で説明する難しさはありましたが、説明をした反応としては、**再生回数などの実績から影響力もある**し、新しい取り組みということで好意的な反応であったと認識しております。

- 2024年3月から新たに大阪府貝塚市で「つげさんポイント」の運用を開始
- これにより、地域ポイント事業の展開地域は全国で12エリア・4自治体との運営となり、今後の拡大の布石に
- 当期3Q以降の売上利益に寄与する見込

■地域ポイント事業のビジネスモデル

市内加盟店で100円の支払いにつき1ポイントが貯まり、1ポイント=1円として利用できる地域限定ポイント。自治体が推進したい施策のインセンティブとして活用することで、地域課題の解決と地域経済活性の両立を図る。



■「つげさんポイント」運用開始による収益影響の見込



- 2024年3月にシステム導入・制度設計・市民へのポイント給付業務を完了し、公共ソリューション事業の売上増加に寄与
- 2024年度以降も運用・保守業務が発生する見込み

- 「玉名市サテライトオフィス等拠点整備支援補助金事業者」への選定に伴い、オフィス兼コワーキングを開設
- 熊本県玉名市内の建物をリノベーションし、2月に竣工（資産増加）
- 玉名市より「玉名市サテライトオフィス等拠点施設利用促進プロジェクト業務」も受託し、3月に売上計上予定
- 「HOME」を公共施設利活用事業の1モデルとし、さらなる事業展開を促進



「l'm」と「home」をひとつにしたHOMEロゴ



玉名で働く選択肢



関係人口の創出



駅前のにぎわい

■有形固定資産の増加

	2024年8月期 1Q	2024年8月期 2Q
有形固定資産合計	91,565千円	112,302千円

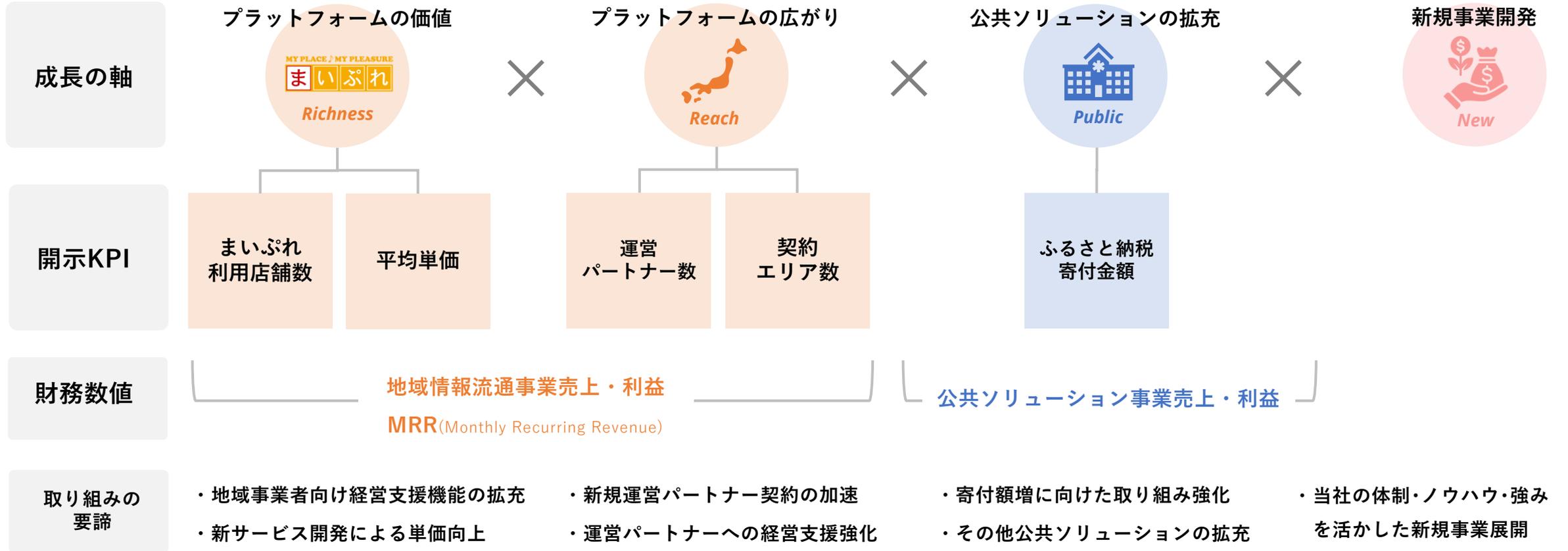
01 事業内容

02 2024年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

03 2024年8月期第2四半期 トピックス

 04 今後の成長戦略

「まいぷれ」のサービス価値を高めて単価を向上させ、運営パートナー契約数を増やすことで展開地域を拡大。こ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。



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い、各取り組みの展開規模を着実に拡大。



### 3 スケーラビリティ検証

補助金・助成金支援サポート

### 2 ノウハウ蓄積・システム化

まいふれ事業承継

まちスパチャプロジェクト

### 4 全国展開

ふるさと納税BPO

まいふれアナライザー

まるまるおまかせプラン

まいふれポイント

### 1 特定地域でのフィジビリティ

まいふれのご当地ギフト

公共施設利活用

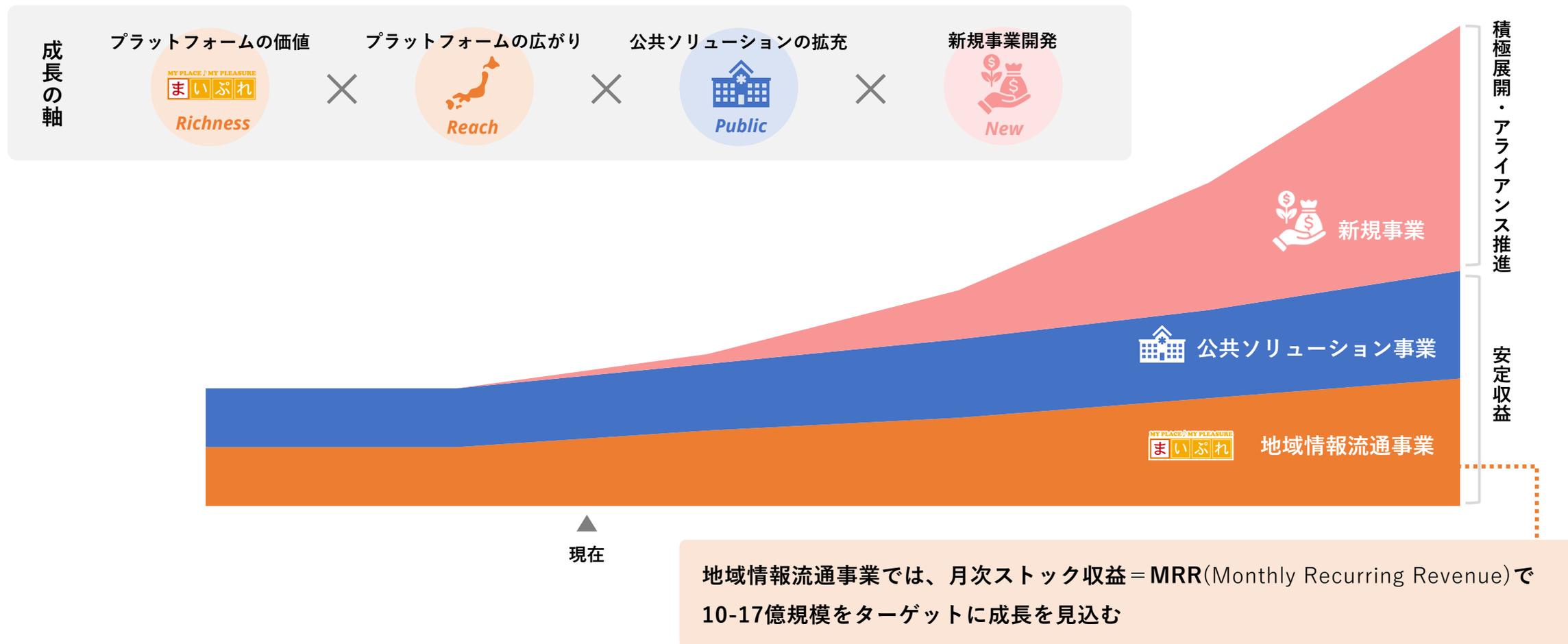


※注力している取り組み内容のみを記載

既存事業と新規事業の両軸で高い成長性を実現。

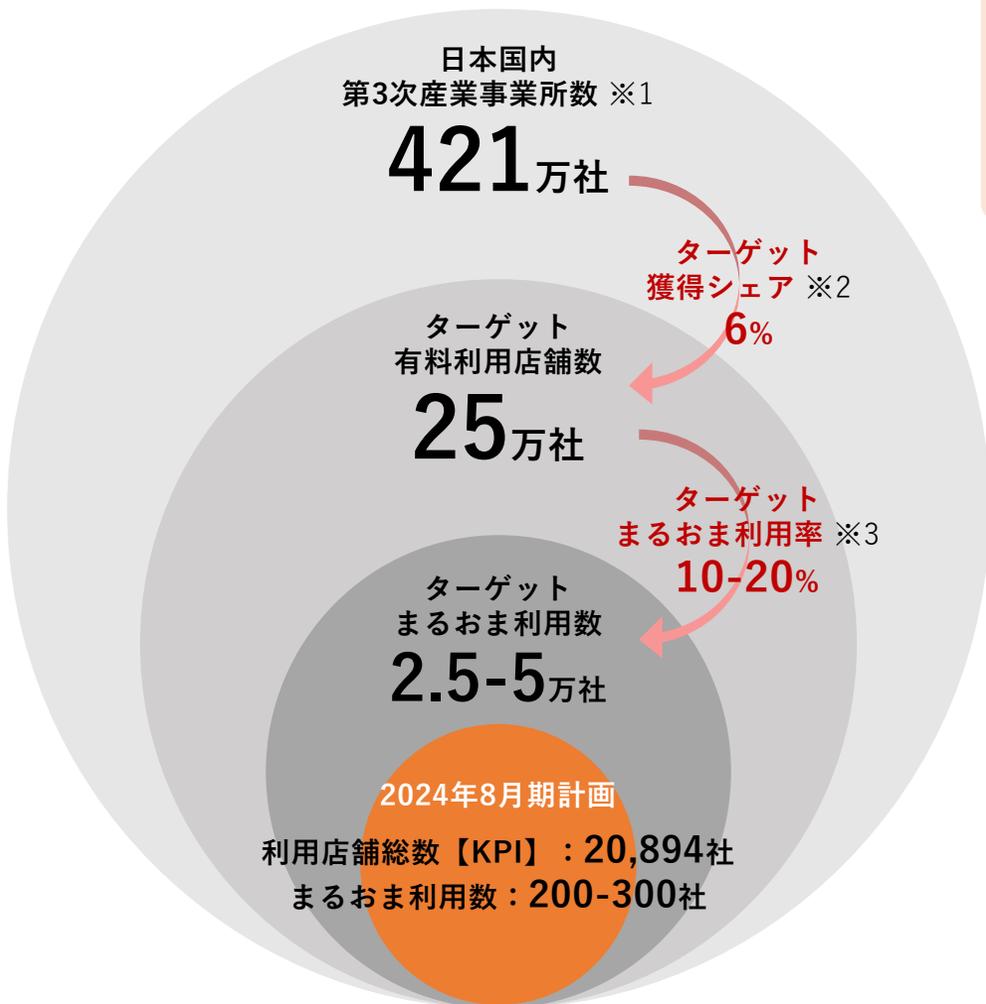
【既存事業領域】 安定収益源であるMRR領域を中心に市場カバレッジの拡大速度を上げ、着実な成長を描く。

【新規事業領域】 早期に採算性を確保し、将来の利益インパクト最大化を目指す。他社アライアンス強化により成長加速。



月次ストック収益＝MRRは **10-17億円**をターゲットにしている。

■ターゲット市場規模の試算



※2) ターゲット獲得シェア【6%】

事業所総数に占める、まいぶれ有料利用店舗数の割合目標。先行運営地域の実績をもとに設定。新規パートナー加盟時の事業シミュレーションで利用する割合であり、実績はこれを上回る地域もある。

※3) ターゲットまるおま利用率【10-20%（事業所総数に対しては0.6-1.2%）】

まいぶれ有料利用店舗に占める、「まるまるおまかせプラン」利用店舗の割合目標（検証中）。

■ターゲットMRRの試算

	月額利用料(税抜)	パートナーエリアのレベニューシェア
まいぶれ（ショップ・ニュースのみで算出 ※4）	7,000円/月	20%
まるおま（エントリープランで算出 ※4）	38,000円/月	70%

利用店舗数の直営：パートナー比率＝1%：99%を想定し、左記ターゲット店舗数よりMRR試算

	直営	パートナー経由	計
まいぶれMRR試算	1,700万	3.5億	3.6億
まるおまMRR試算	960万-1,900万	6.6億-13.3億	6.7億-13.5億
ターゲットMRR計			<b>10.4億-17.1億</b>

※4) 「まるまるおまかせプラン エントリープラン」の実際販売価格は「①ショップ・ニュース：7,000円（レベニュー率20%）」「②まいぶれアナライザー：4,000円（レベニュー率20%）」「③まるまるおまかせプラン：38,000円（レベニュー率70%）」の合計49,000円となりますが、計算を単純化するため、ここでは「②まいぶれアナライザー」を含めない試算をしております。

※1) 総務省統計局「令和3年経済センサス－活動調査」より（2023年6月公表）



# Appendix

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 168名（2024年2月末現在 有期雇用含む 連結）

資本金 275,158,385円（2024年2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。

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

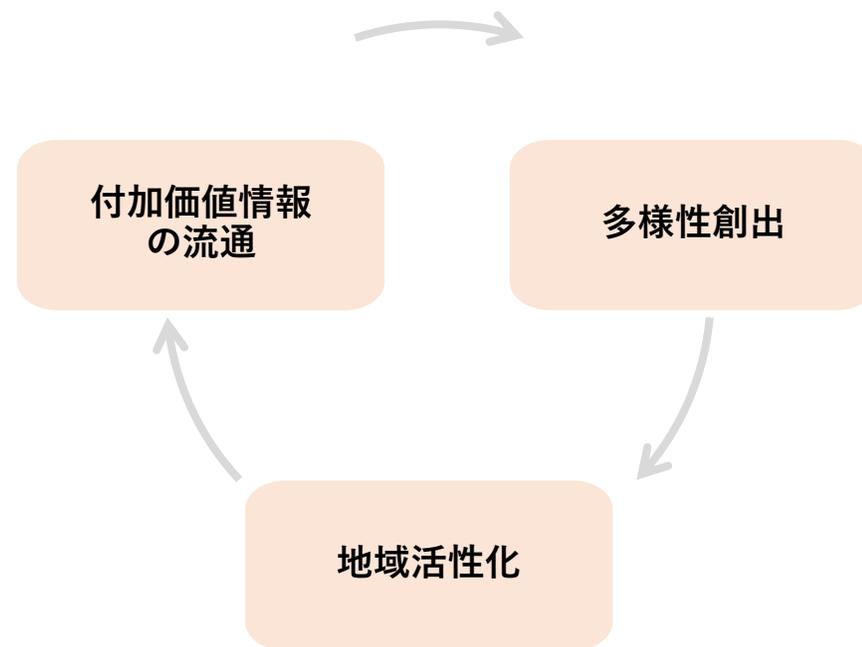
地域の『付加価値情報』を発信する自社運営メディア、地域情報サイト「まいふれ」を全国で展開。  
 地域情報サイト「まいふれ」では、市区町村単位で地域を区切り、地域のお店・イベント・コミュニティ・行政情報など、地元暮らしをちょっぴり楽しくするようなオリジナル情報を発信。

■ 「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。

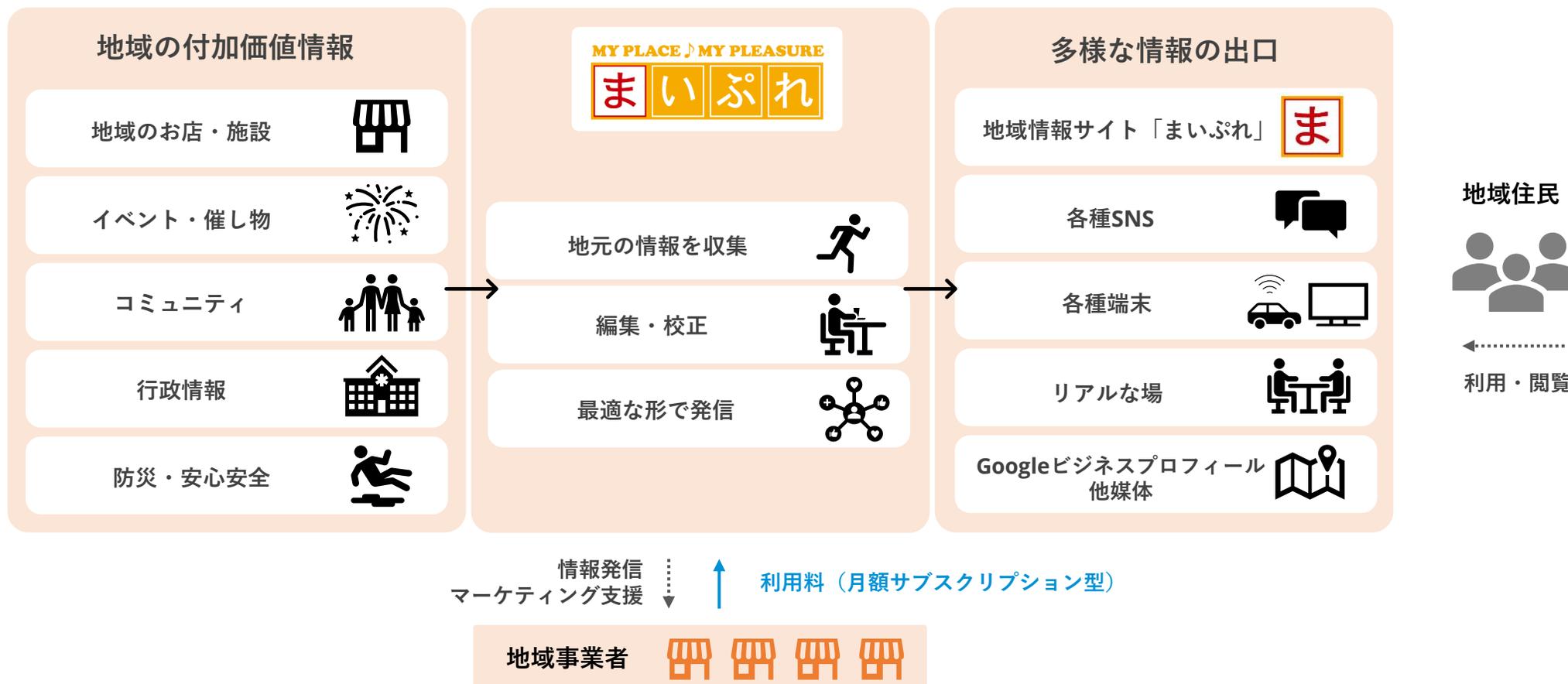
■ 『付加価値情報』の流通による多様性の創出

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。

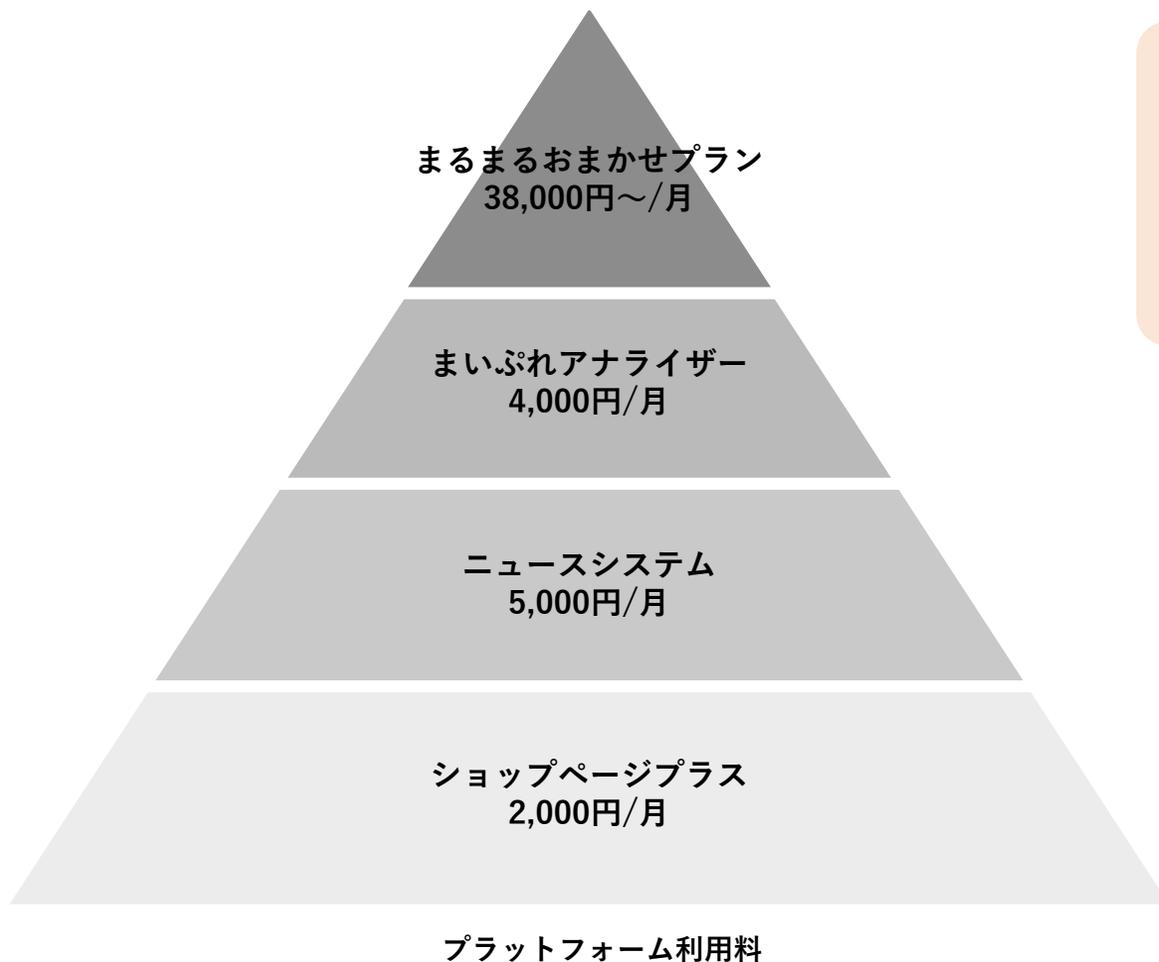


地域情報サイト「まいぷれ」を含む、あらゆる情報の出口から地域情報を流通させているのが地域情報プラットフォーム「まいぷれ」であり、各地域の情報を専属スタッフが足で回って発掘する体制を持っている。地域事業者から毎月定額のプラットフォーム利用料をもらう、サブスクリプション型のサービスとなっている。

### 地域情報プラットフォーム「まいぷれ」

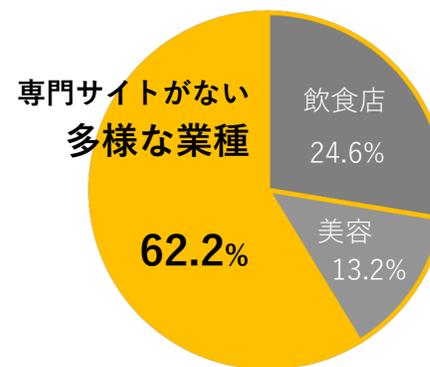


サブスクリプション型のサービスである「まいふれ」は、地域事業者の課題にあわせた段階的なサービス・価格設計。対象となる顧客の業種が幅広く、特化型メディアが存在しない業種や小規模事業者もカバーしていることが特徴。



※1) 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合計。  
 ※2) 当社直営エリアの2024年2月末時点の有料利用店舗の平均。

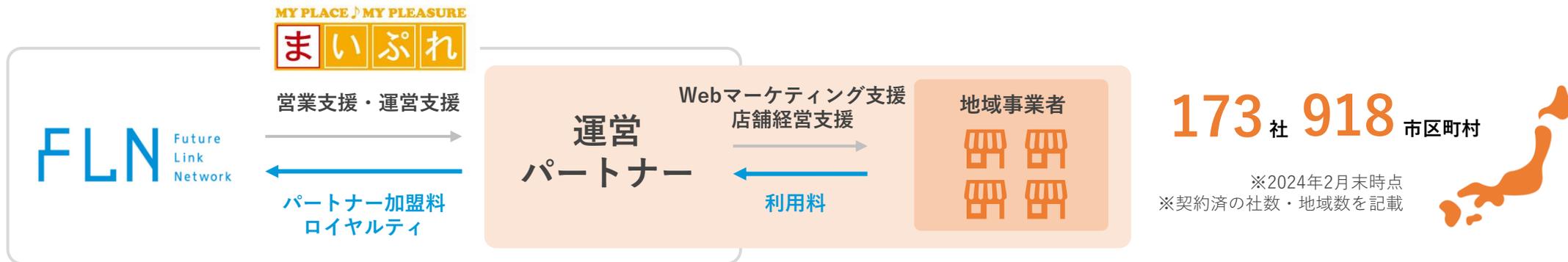
■ サービスの対象となるのは地域事業者の全業種



例) 塾・整体・雑貨屋・畳屋・印鑑屋  
 リサイクル店・老人ホーム・中古車屋など

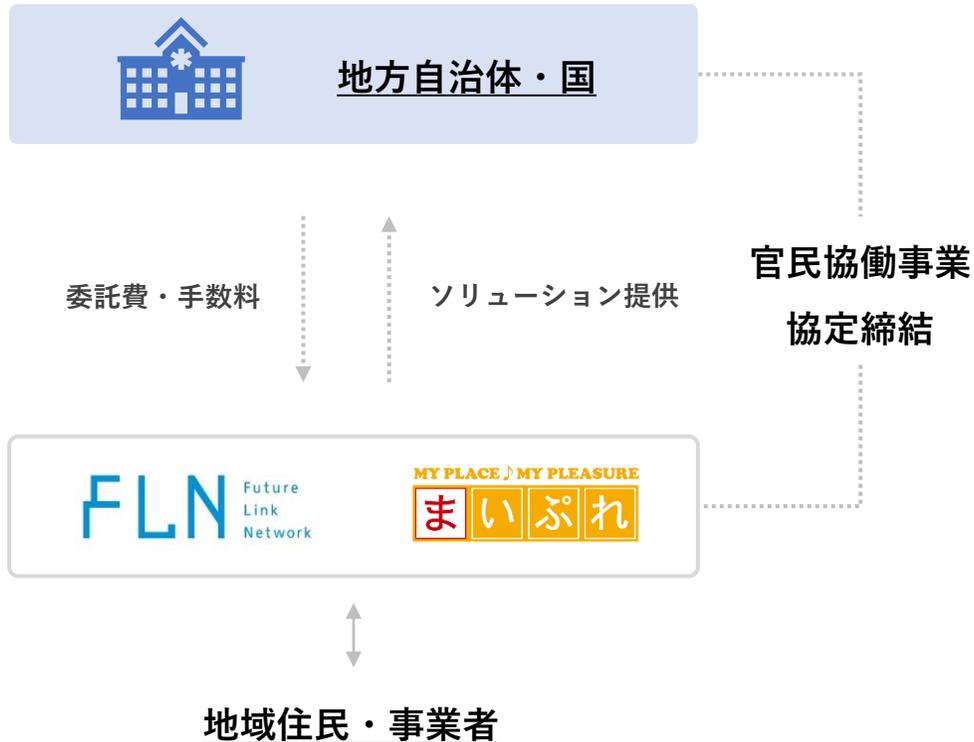
※2024年2月末時点

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>

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。



■ 協定・覚書締結自治体数

111 自治体

■ ふるさと納税受託自治体数

39 自治体

※2024年2月末時点

■ 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

# 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

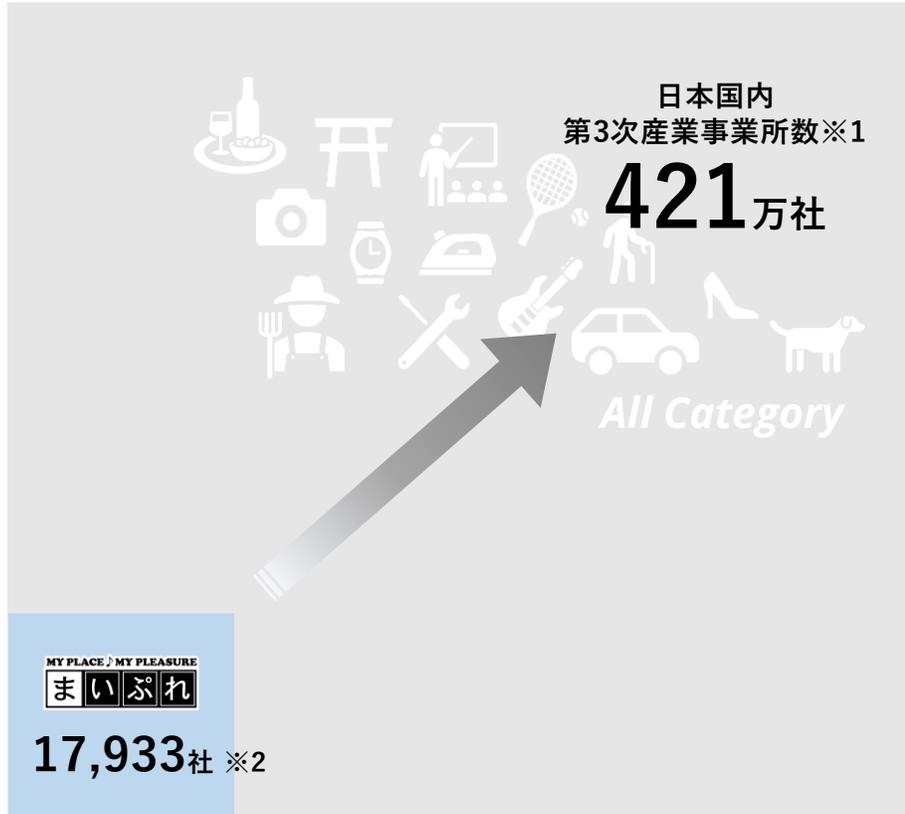
サブスクリプション型で、持続的に価値提供できる地域情報プラットフォーム「まいふれ」のサービスモデルと、直接現地でサポートできる地域密着型の体制による高い信頼感により、解約率が低く、顧客生涯価値（LTV）が高い。

# 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。

「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

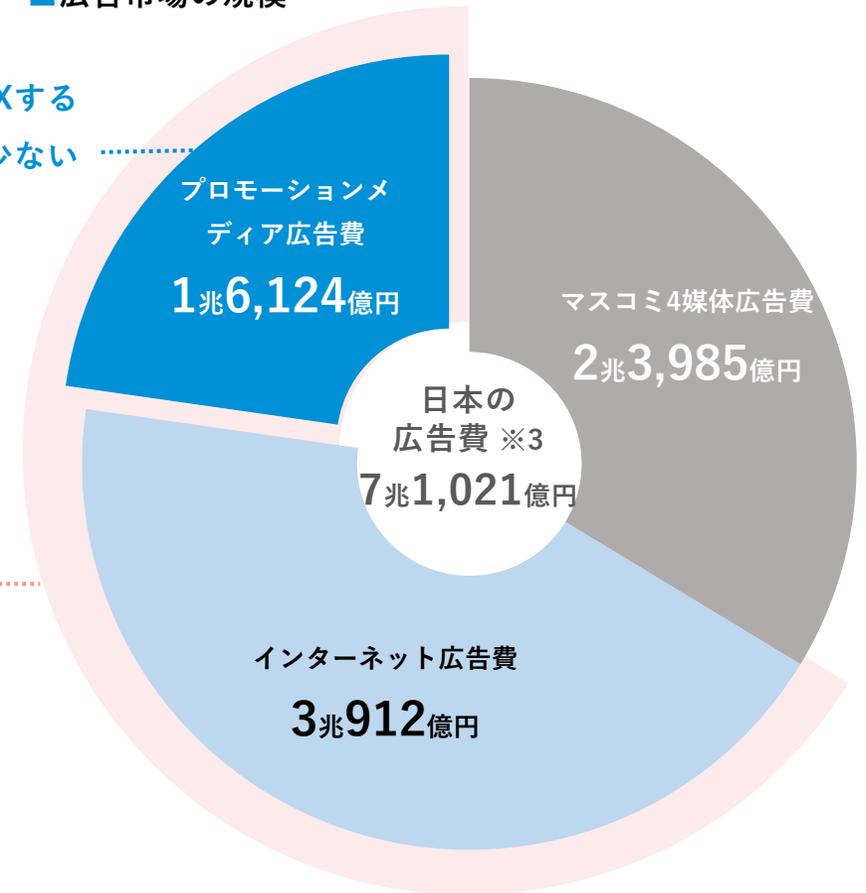


■ 広告市場の規模

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

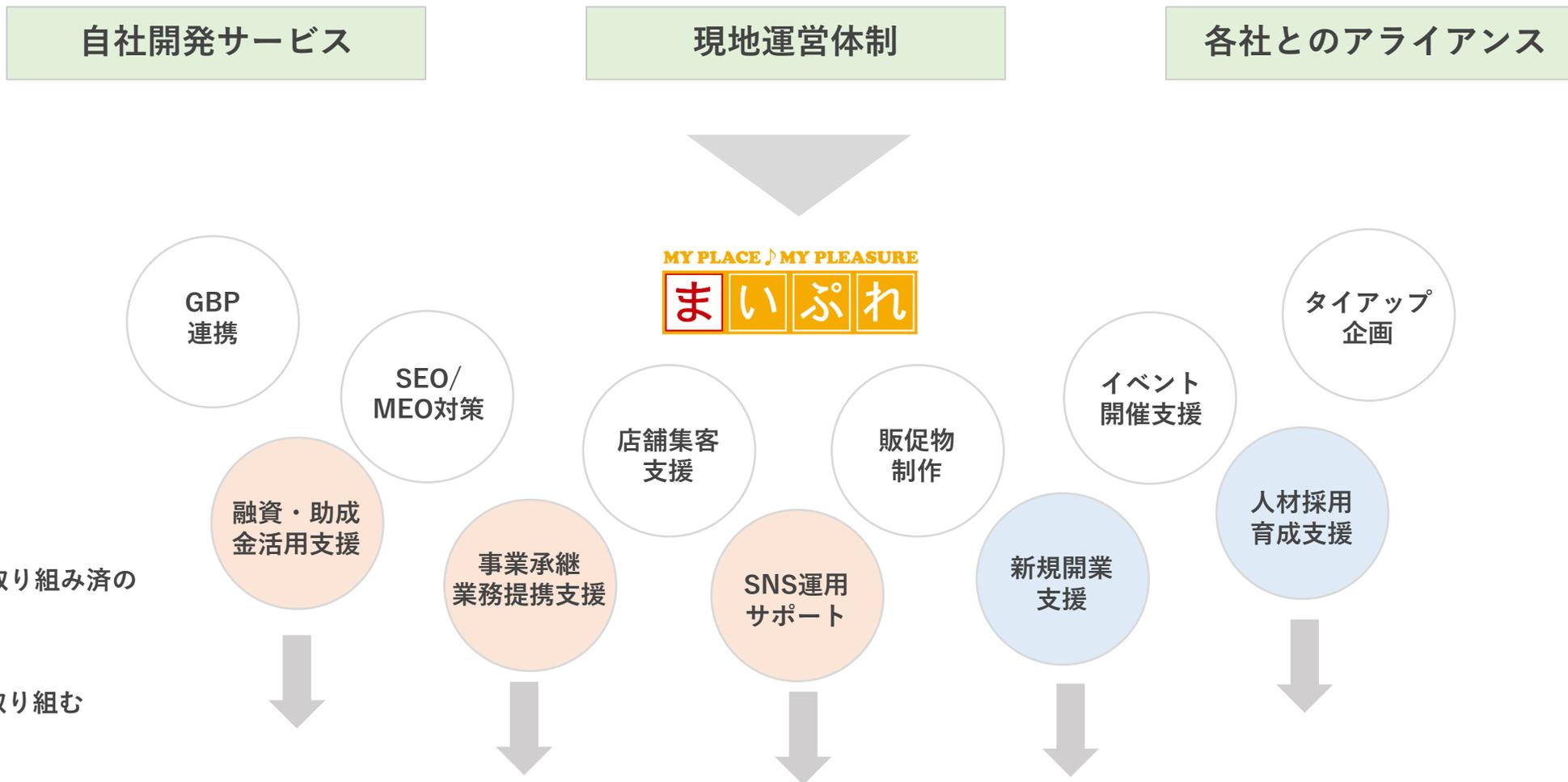


※1) 総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より（2023年6月公表）

※2) 2024年2月末時点

※3) 電通「2022年 日本の広告費」より

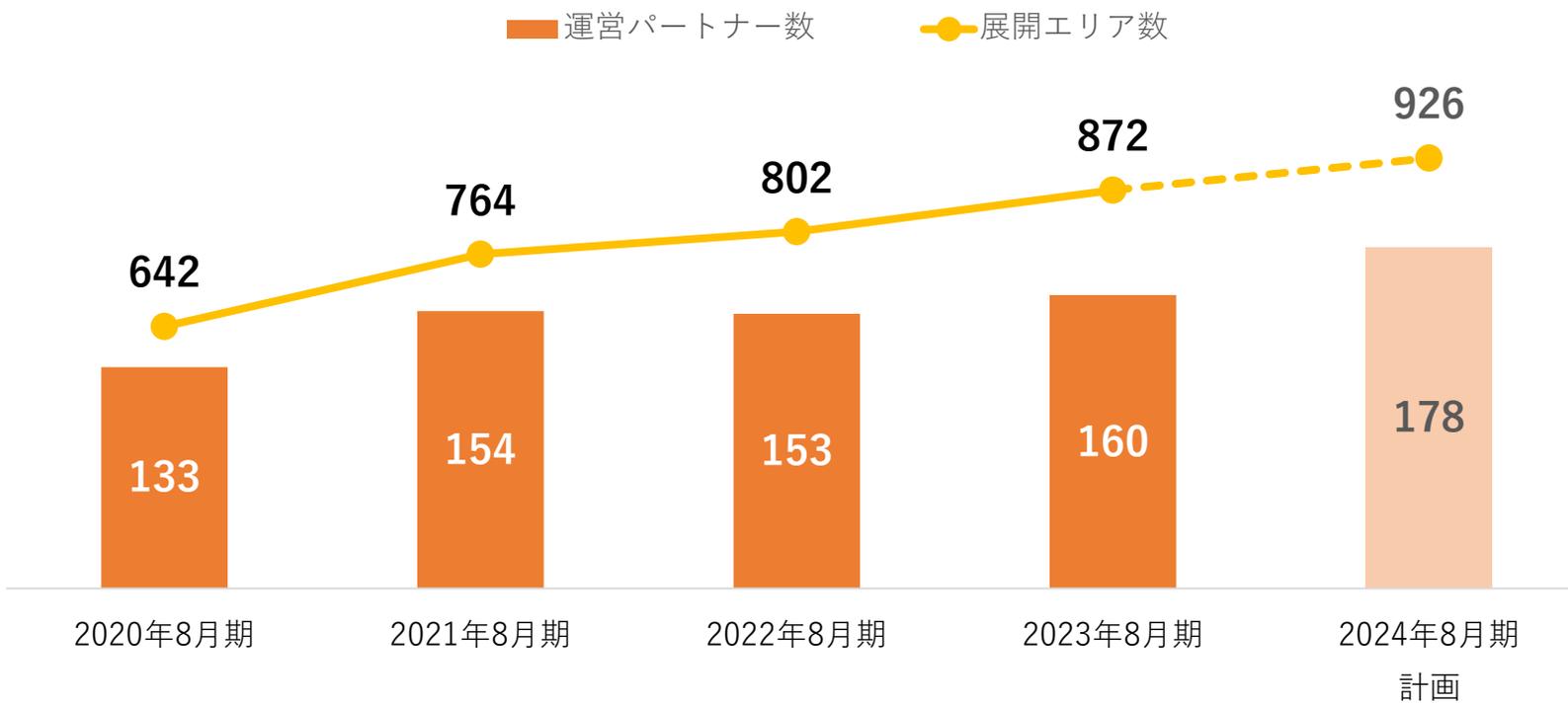
地域事業者向けの経営支援機能を拡充し、プラットフォームの価値を向上させ、MRR増加を目指す。



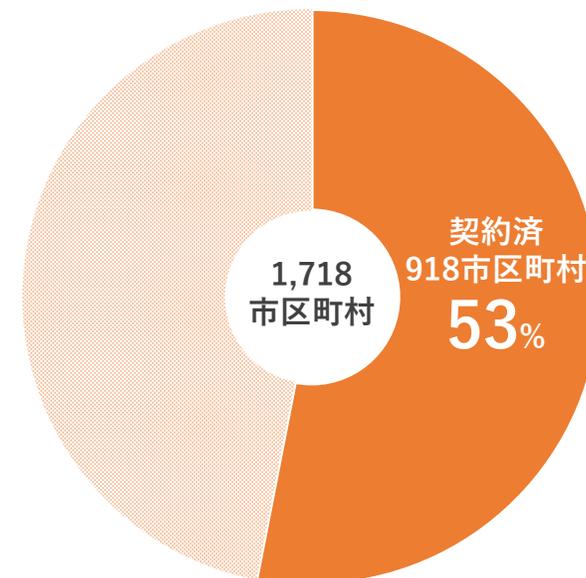
プラットフォームの価値向上に向け、さらなる経営支援機能の拡充へ

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



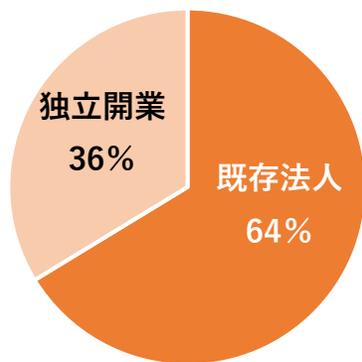
※2024年2月末時点

比率として増えてきている独立開業のパートナーは、まいふれ事業のみを専業として立ち上げるため成長が比較的早い一方で、経営基盤がまだ脆弱な会社も含まれる。また、既存法人についても業種がさまざまであり、異業種からの参入も少なくない。運営パートナーへの経営支援機能を強化することで、パートナーエリアのMRR増加を推進する。

■ 運営パートナー数と既存法人・独立開業の割合

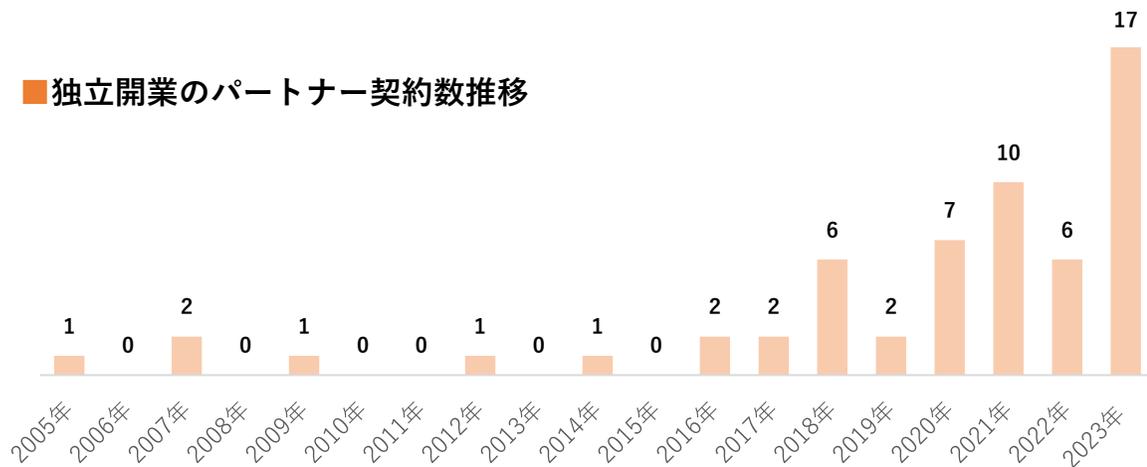
■ 運営パートナー数の業種別社数

173社

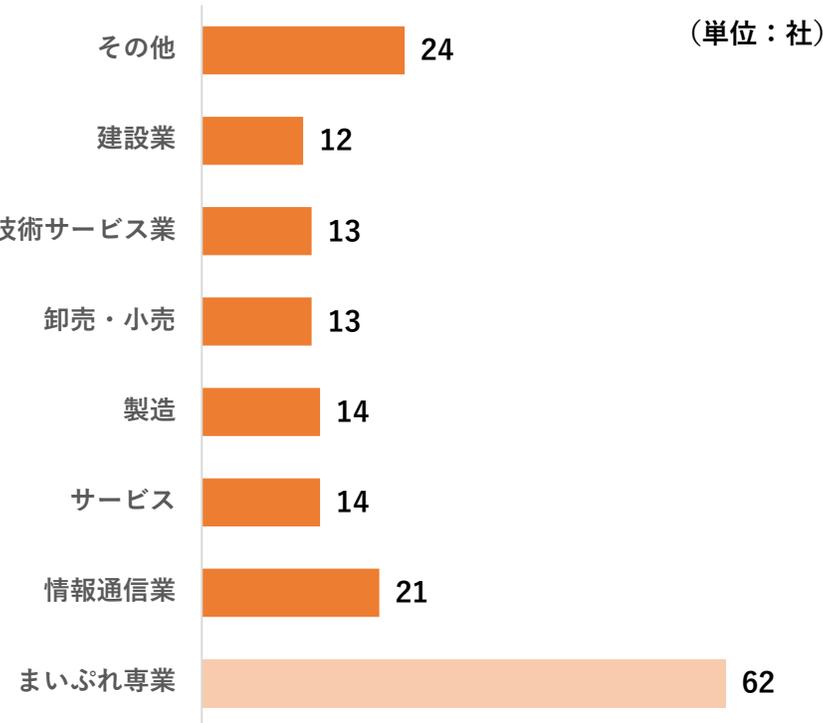


※2024年2月末時点

■ 独立開業のパートナー契約数推移



※2024年2月末時点



(単位: 社)

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者共同出資で設立。

## 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。

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。

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。

