

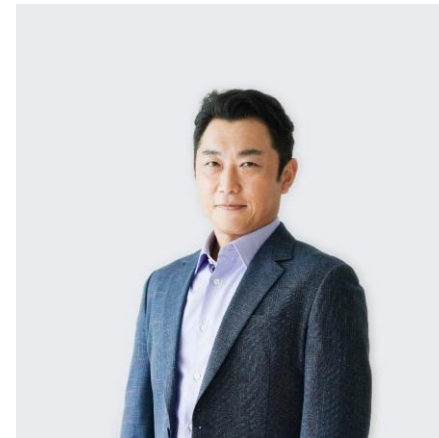
事業計画及び成長可能性に関する事項について

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）

2024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	170名（2024年8月末現在 有期雇用含む 連結）	
資本金	277,173,385円（2024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 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
グループ会社	株式会社公共BPO 地域活性AIテクノロジーズ株式会社	



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。

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

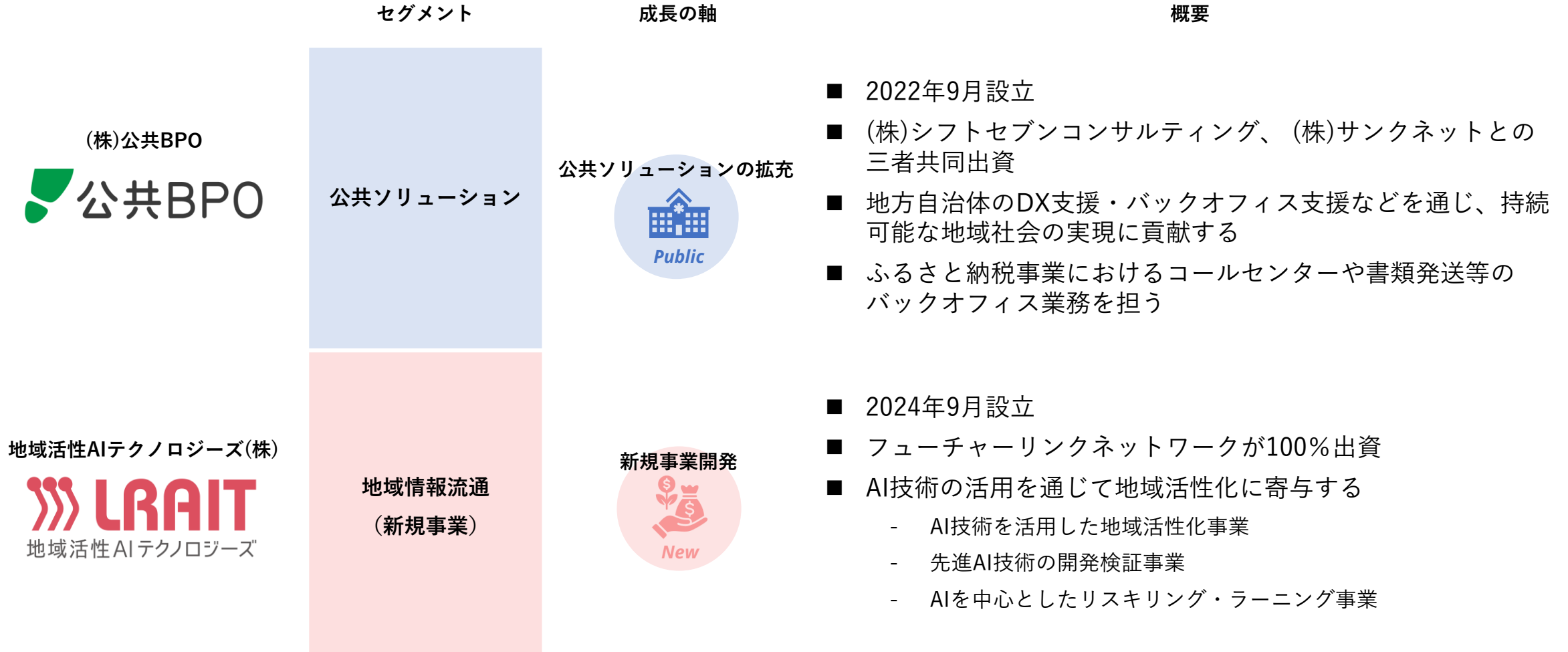
消費者ニーズの多様化
インターネットの利用拡大に伴う
画一的サービスの普及
価格競争の激化

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

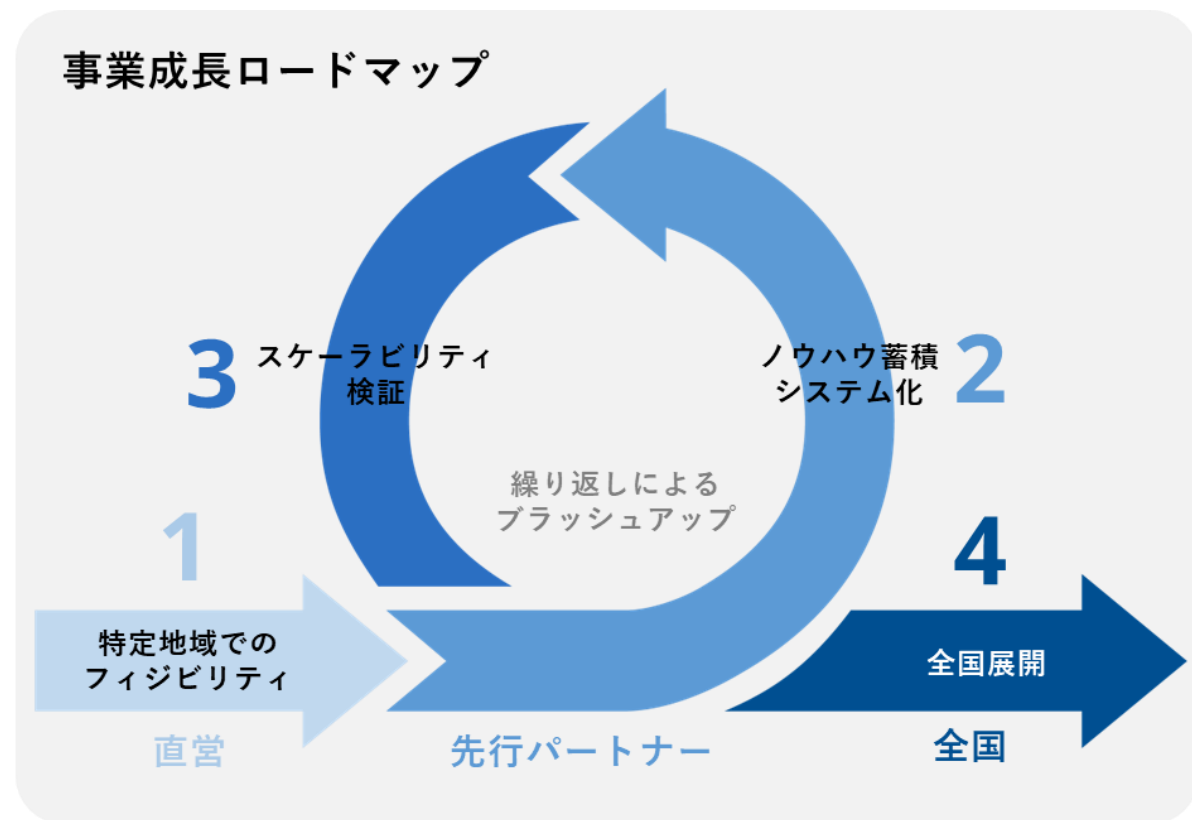
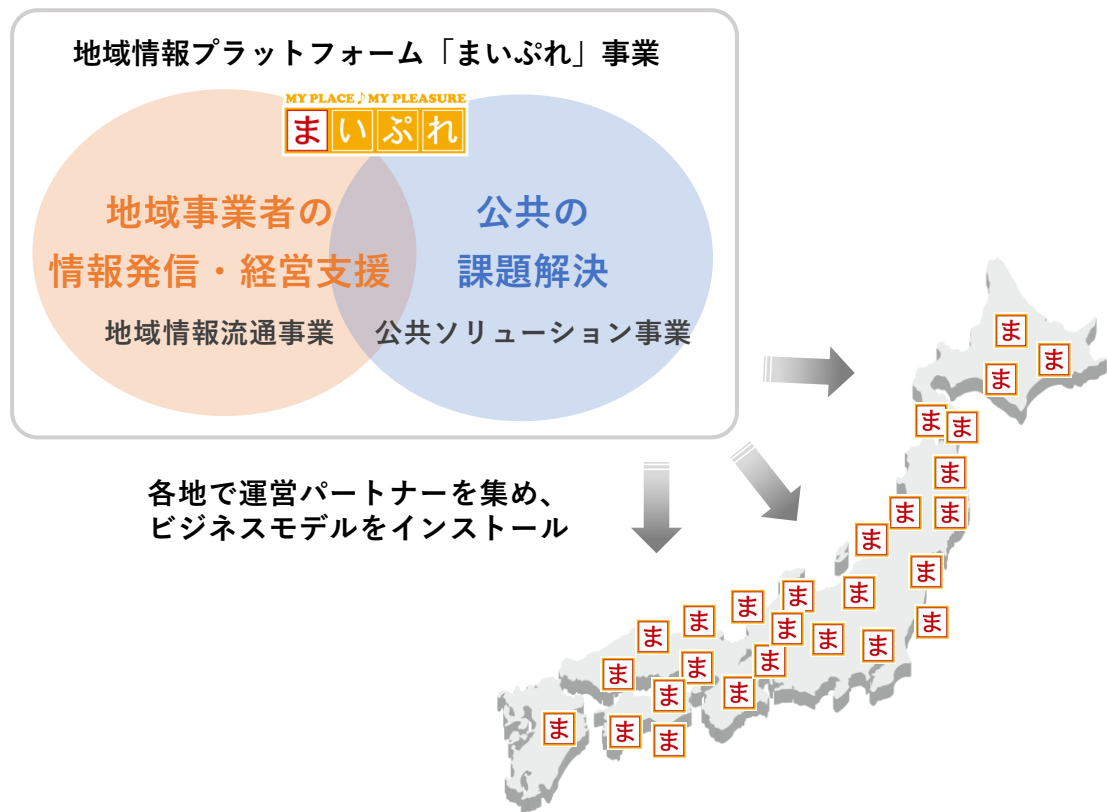
地域活性化を継続的かつ発展的事業の形で実現することで、社会に貢献する。

グループ全体での事業成長と理念実現を目指す。

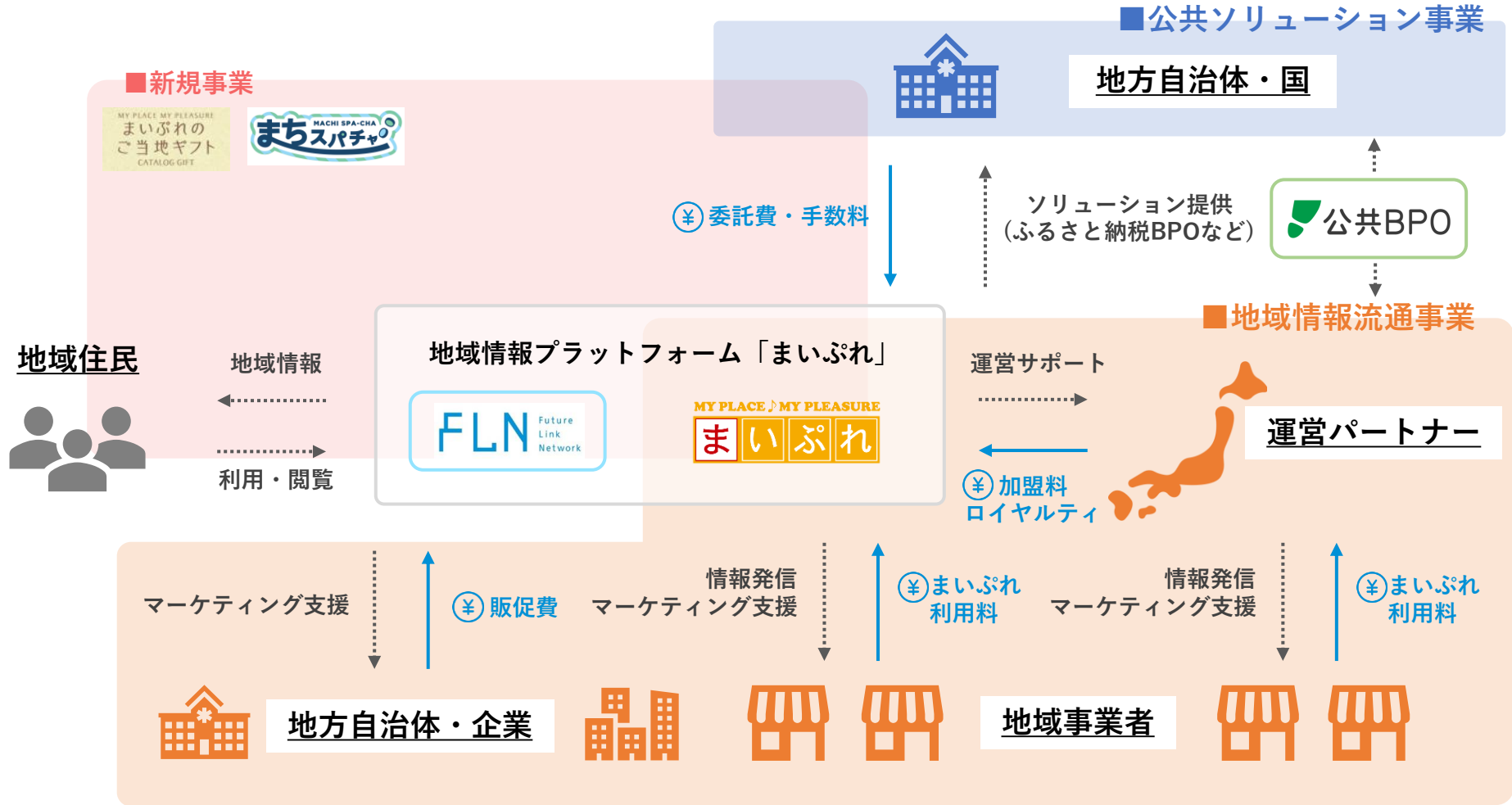


事業内容

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。
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複層的に価値提供を行う、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)	24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	●	9.4%	直営地域のまいぶれ利用料	高単価商品販売に注力中	
			パートナー加盟料等		10.0%	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(固定)			11.1%	パートナーのシステム等継続利用料・研修料	
			ロイヤルティ売上(変動)	●	9.0%	パートナーエリアのまいぶれ利用料のロイヤルティ売上	高単価商品販売に注力中	
新規事業開発 		マーケティング支援売上	販促関連売上			13.6%	広告販促物の制作費等	
			新規事業関連売上			0.7%	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	積極展開中
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			7.1%	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			31.2%	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			2.7%	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

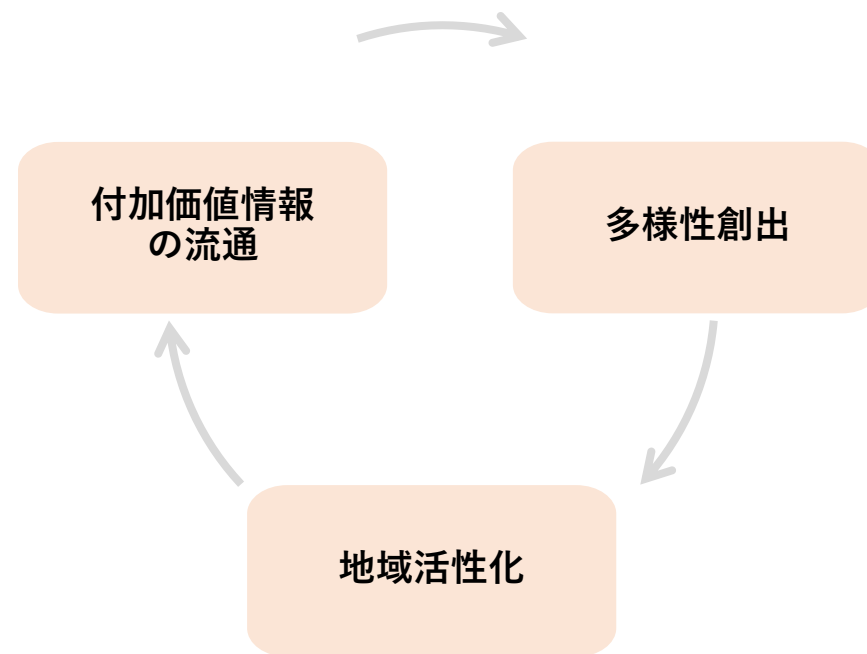
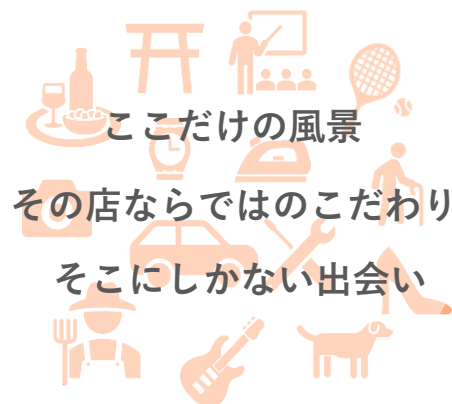
地域の『付加価値情報』を発信する自社運営メディア、地域情報サイト「まいふれ」を全国で展開。
 地域情報サイト「まいふれ」では、市区町村単位で地域を区切り、地域のお店・イベント・コミュニティ・行政情報など、地元暮らしをちょっぴり楽しくするようなオリジナル情報を発信。

■ 「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。

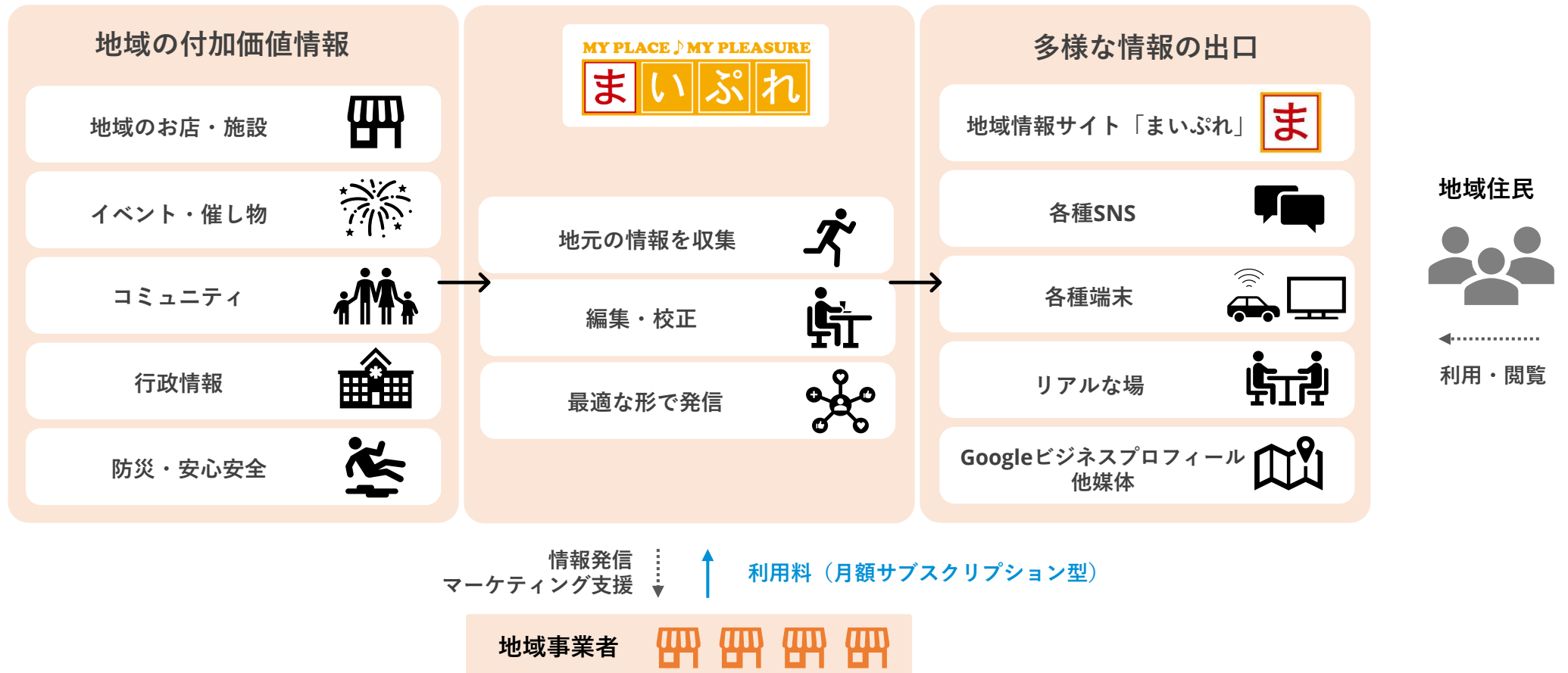
■ 『付加価値情報』の流通による多様性の創出

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。

		セルフプラン	まるまるおまかせプラン（2023年9月～全国販売）			
			エントリー	スタンダード	プレミアム	エンタープライズ
月額費用（税抜）		11,000円	49,000円	74,000円	89,000円	100,000円～
ショップページプラス	まいふれにお店のページを掲載	●	●	●	●	要相談
ニュースシステム	まいふれで最新情報を発信	●	●	●	●	
まいふれアナライザー	GBPの運用チェック機能	●	●	●	●	
まいふれ運用代行	課題にあわせた情報発信代行 ・月1回の打ち合わせ ・各ツール運用代行		●	●	●	
GBP運用代行			●	●	●	
SNS等運用代行				●	●	



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

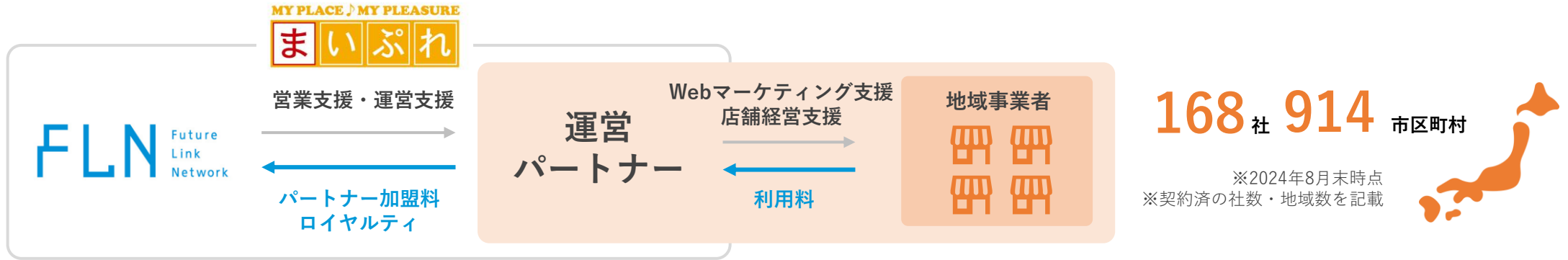
融資・助成金
活用支援

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。

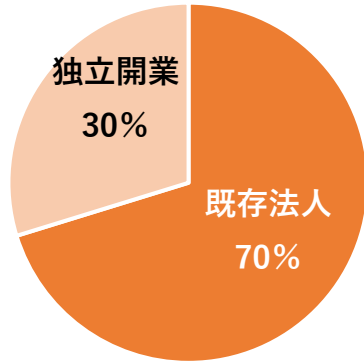


	FLN	運営パートナー
①営業活動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業スタート支援 ・ 営業研修 ・ 事例や提案資料の共有 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営業活動 ・ 掲載店フォロー
②サイト管理	<ul style="list-style-type: none"> ・ コンテンツの校正、支援 ・ 全国パートナーとの情報共有 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 情報収集、入稿、編集 ・ コンテンツ管理
③請求業務	<ul style="list-style-type: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

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。

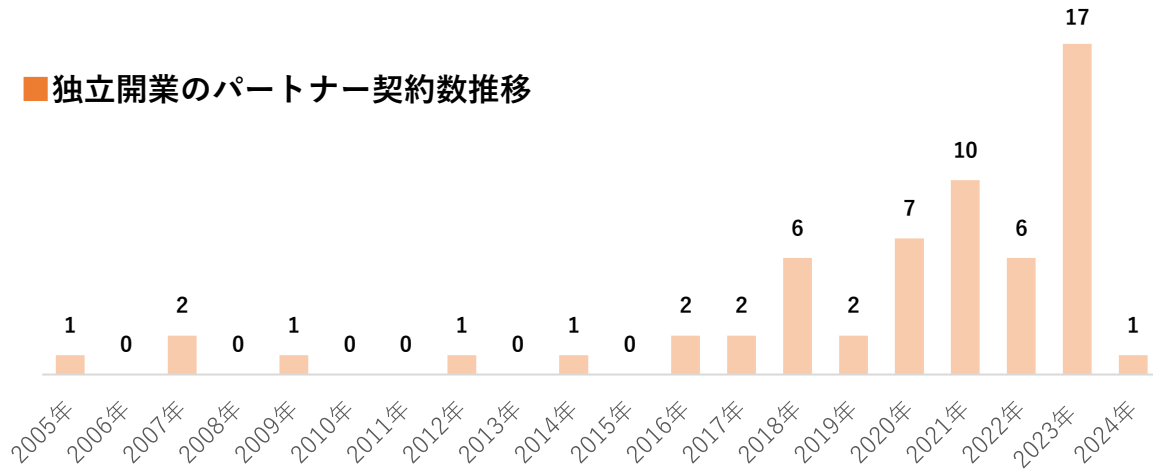
■ 運営パートナー数と既存法人・独立開業の割合

168社

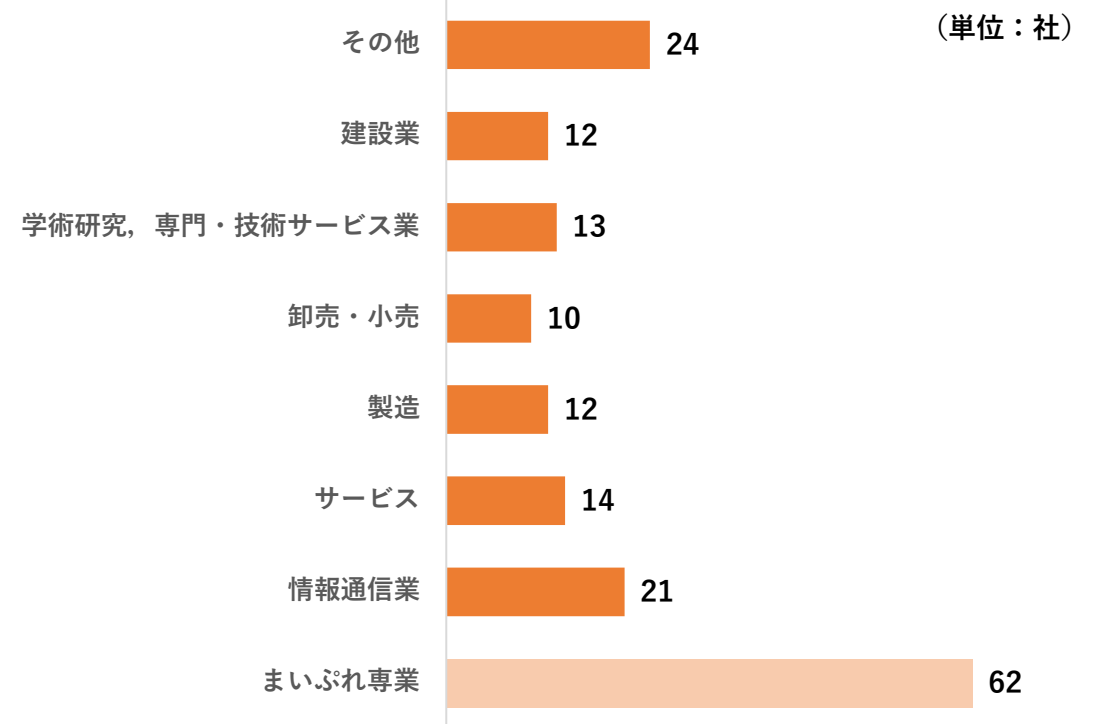


※2024年8月末時点

■ 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

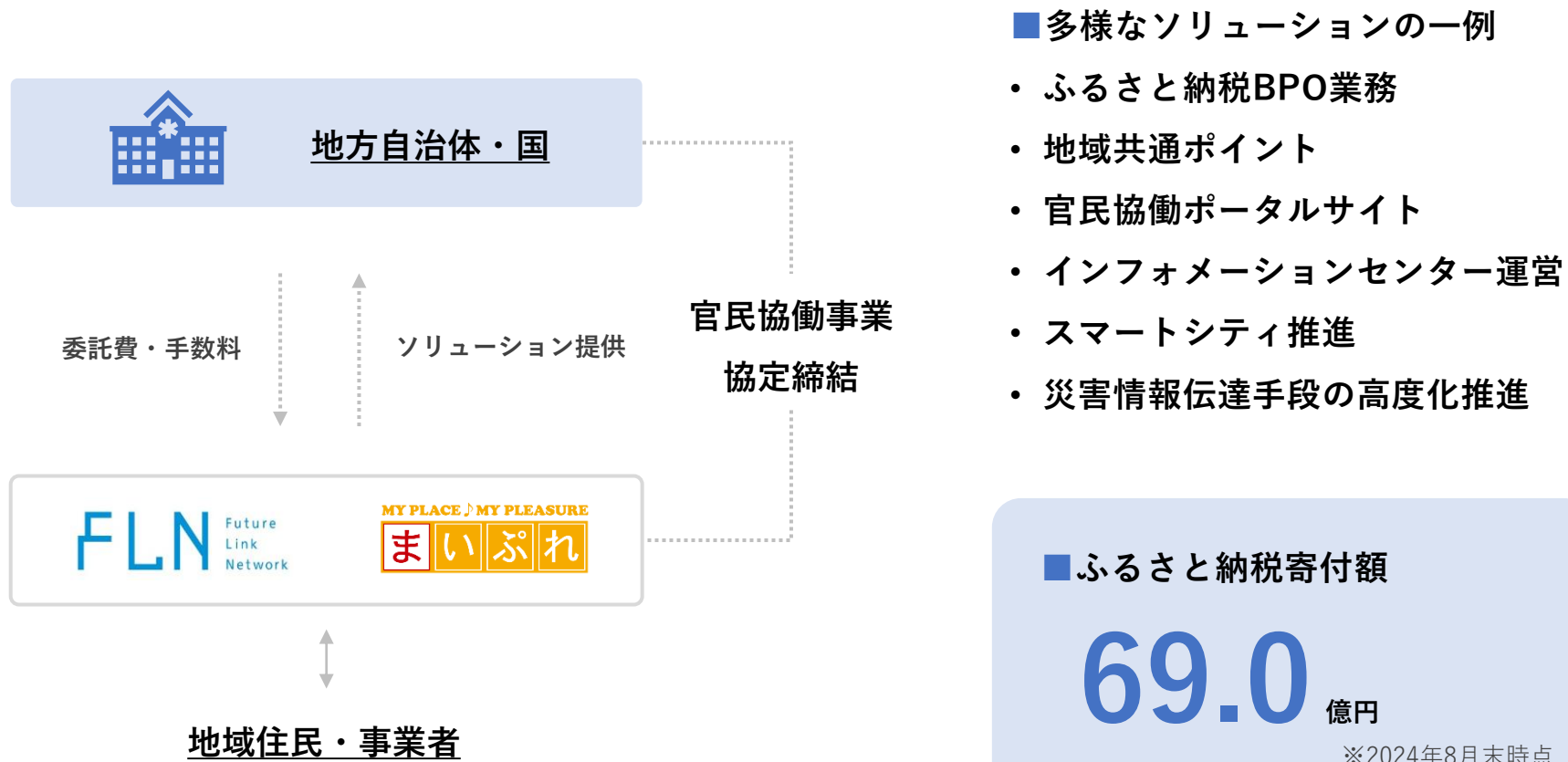


※2024年8月末時点

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、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。



運営パートナーとの連携で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。
 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

2024年8月期の期初計画に対する進捗について、以下に記載の要因により、2024年7月12日付で業績予想の修正を開示。修正計画に対しては概ね計画通りの進捗で着地。

	2024年8月期					
	(百万円)	期初計画	修正計画	実績	期初計画比	修正計画比
売上高		1,758	1,493	1,515	86.1%	101.4%
地域情報流通事業		1,038	813	815	78.5%	100.2%
まいふれ関連売上		128	143	142	110.5%	99.4%
パートナー関連売上		573	457	457	79.7%	99.9%
マーケティング支援売上		336	212	215	64.1%	101.3%
公共ソリューション事業		719	680	699	97.2%	102.3%
ふるさと納税売上		548	495	514	93.9%	103.9%
公共案件売上		124	119	120	96.3%	100.5%
まいふれポイント売上		47	65	65	137.7%	99.6%
売上原価		650	543	562	86.5%	103.5%
売上総利益		1,108	950	953	85.9%	100.3%
売上総利益率		63.0%	63.6%	62.9%	-	-
販管費		1,037	996	991	95.6%	99.5%
営業利益		71	-46	-38	-	83.1%
営業利益率		4.1%	-	-2.5%	-	-
経常利益		70	-46	-39	-	84.7%
当期純利益		54	0	3	5.8%	-

■業績予想修正の背景と今後の改善策

①まるまるおまかせプランの増加ペース未達【地域情報流通事業】

詳細

パートナーエリアでの「まるまるおまかせプラン」の販売ペースが想定を下回り、パートナー関連売上高が未達となった。

改善策

営業指導方法を見直し、従来プランから着実に受注を積み上げるスタイルにシフト。また、メディア価値を高め商品力を強化。

②新規事業の規模拡大が想定に達せず【地域情報流通事業】

詳細

「まいふれのご当地ギフト」「まちスパチャプロジェクト」の2事業が軌道に乗り、手応えを得たものの、新規事業全体として進捗が想定より遅れており、マーケティング支援売上高に属する新規事業関連売上高が未達となった。

改善策

進行中の2事業の利益構造やマーケティングを見直すほか、2024年9月に新設した子会社での事業も推進する。

③公共受託案件の特別利益への計上【公共ソリューション事業】

詳細

一部の大型受託案件が補助金事業となったことで、売上ではなく特別利益への計上となり、純利益に貢献するも売上高・営業利益に影響した。




改善策

受託案件については営業強化を行うほか、ふるさと納税売上など、その他の公共ソリューションセグメント売上での売上・利益増加施策に注力する。

2024年8月期に実績が出た領域での伸びに加え、売上総利益率の改善を計画し、営業利益の黒字化を予定。

	2023年8月期		2024年8月期		2025年8月期（予想）	
	実績	実績	前期比	計画	前期比	
(百万円)						
売上高	1,382	1,515	109.6%	1,719	113.5%	
地域情報流通事業	725	815	112.3%	926	113.7%	
まいぶれ関連売上	114	142	123.8%	182	128.0%	
パートナー関連売上	406	457	112.7%	469	102.7%	
マーケティング支援売上	204	215	105.2%	274	127.5%	
公共ソリューション事業	656	699	106.6%	792	113.2%	
ふるさと納税売上	509	514	101.1%	608	118.3%	
公共案件売上	108	120	110.4%	120	100.5%	
まいぶれポイント売上	38	65	168.0%	62	96.7%	
売上原価	500	562	112.3%	590	105.0%	
売上総利益	882	953	108.0%	1128	118.4%	
売上総利益率	63.8%	62.9%	-	65.7%	-	
販管費	950	991	104.3%	1,073	108.3%	
営業利益	-68	-38	-	55	-	
営業利益率	-4.9%	-2.5%	-	3.2%	-	
経常利益	-69	-39	-	48	-	
当期純利益	-65	3	-	40	1273.3%	

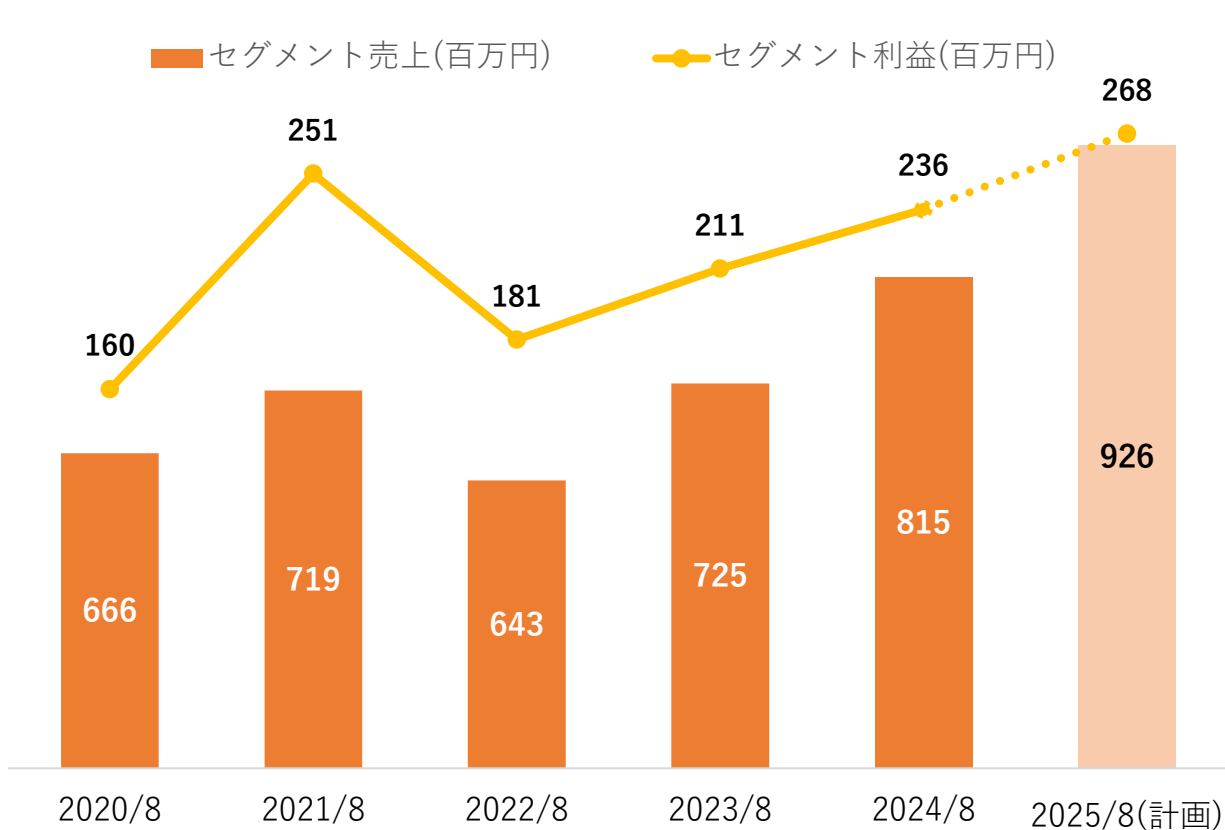
成長戦略の裏付けとなるKPI指標の進捗と、2025年8月期の計画については以下の通り。

成長の軸	KPI	2023年8月期	2024年8月期		2025年8月期（計画）		達成率と計画の詳細	
		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	18,207	20,894	17,784	85.1%	18,022	101.3%	件数より単価を重視する戦略の結果、新規契約が自然減を上回らず、計画未達・純減。2025年8月期においては、営業戦略の変更などによる利用店舗増加を計画。
	平均単価(円) ※2	6,221	9,464	9,031	95.4%	13,617	150.8%	「まるまるおまかせプラン」の契約数の増加ペースが当初想定を下回ったため、平均単価は向上するも、計画未達に。高単価サービスの需要はあるため、今後も単価向上を計画。
プラットフォームの広がり 	運営パートナー数(社)	160	178	168	94.4%	171	101.8%	新規加盟は順調に進捗し、36社増加したものの、撤退勧奨の動き等もあり、純増数としては計画未達に。2025年8月期は、2024年8月期実績を踏まえた現実的な増加ペースを計画。
	展開エリア数 (市区町村)	872	926	914	98.7%	923	101.0%	新規パートナー数の増加にあわせ、展開エリア数も増加。2025年8月期も運営パートナー数と比例した増加を計画。
公共ソリューションの拡充 	ふるさと納税 寄付額(億円)	60.2	68.3	69.0	100.9%	97.4	141.2%	2024年8月期は競争環境が激化するも寄付額向上施策により寄付額計画は達成。奏功した施策の継続や、期末に受託した大型自治体の影響をふまえ、今後も高い伸びを計画。
	ふるさと納税 自治体数(市区町村)	42	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、2024年8月期からは、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こととしたため、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。

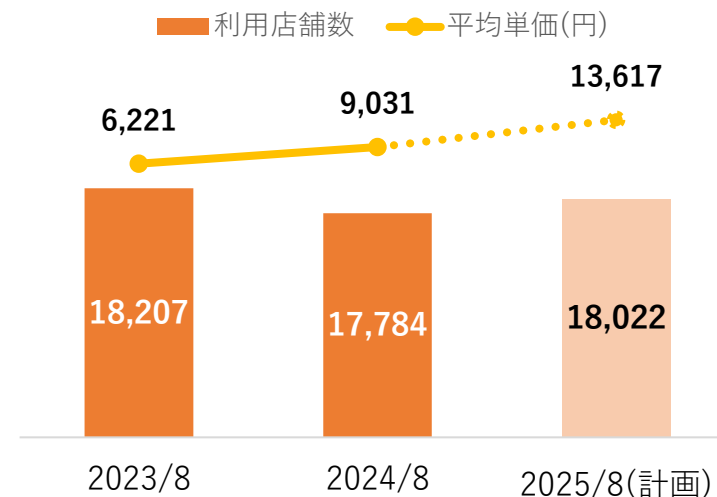
地域情報流通事業の業績・KPIは以下の通り推移している。



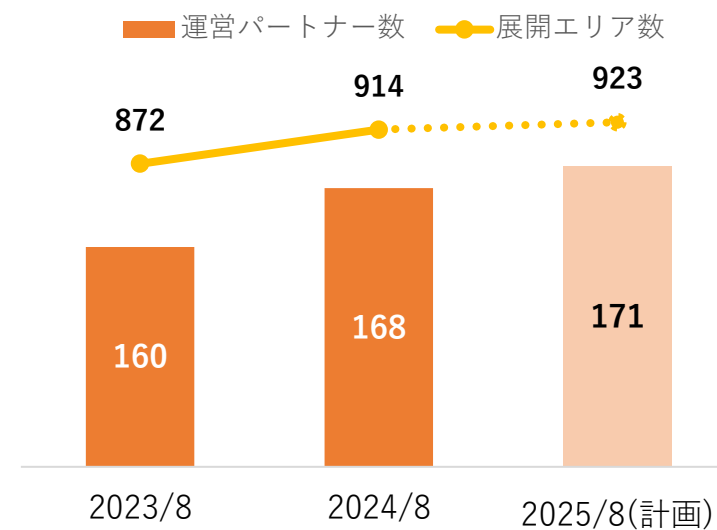
2024年8月期実績の計画との差異 (2023年11月開示情報：売上818百万 | 利益302百万)

新規パートナー契約数、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

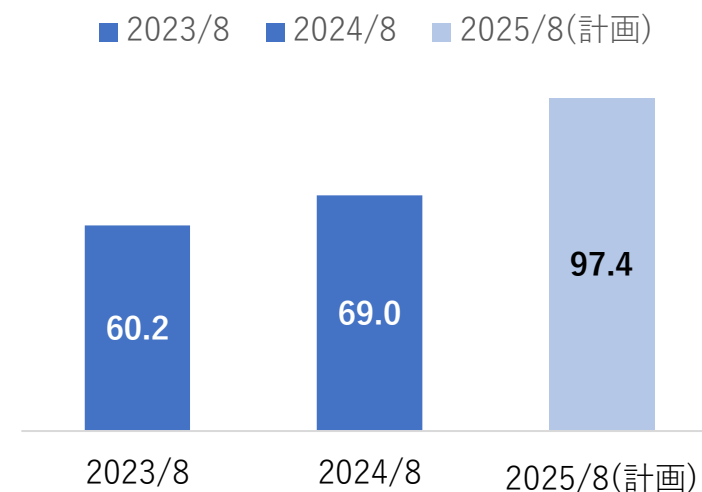
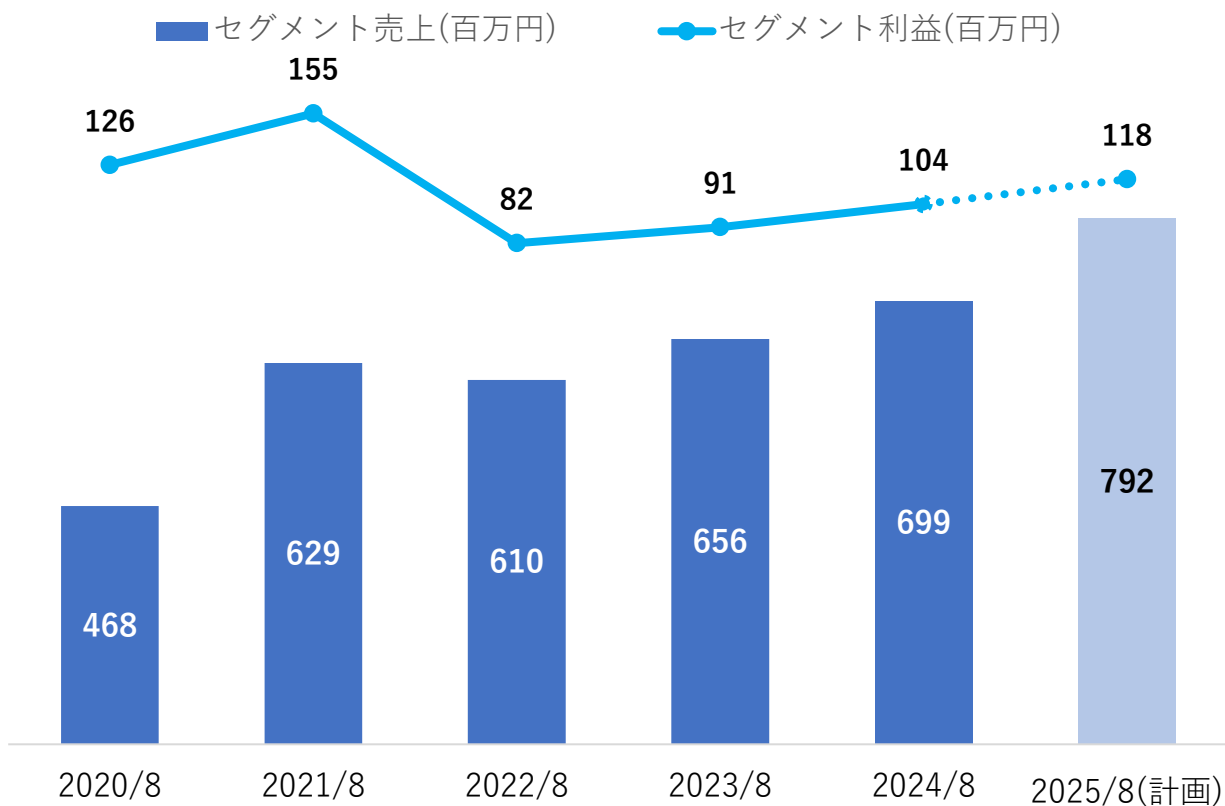


プラットフォームの広がり



※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。



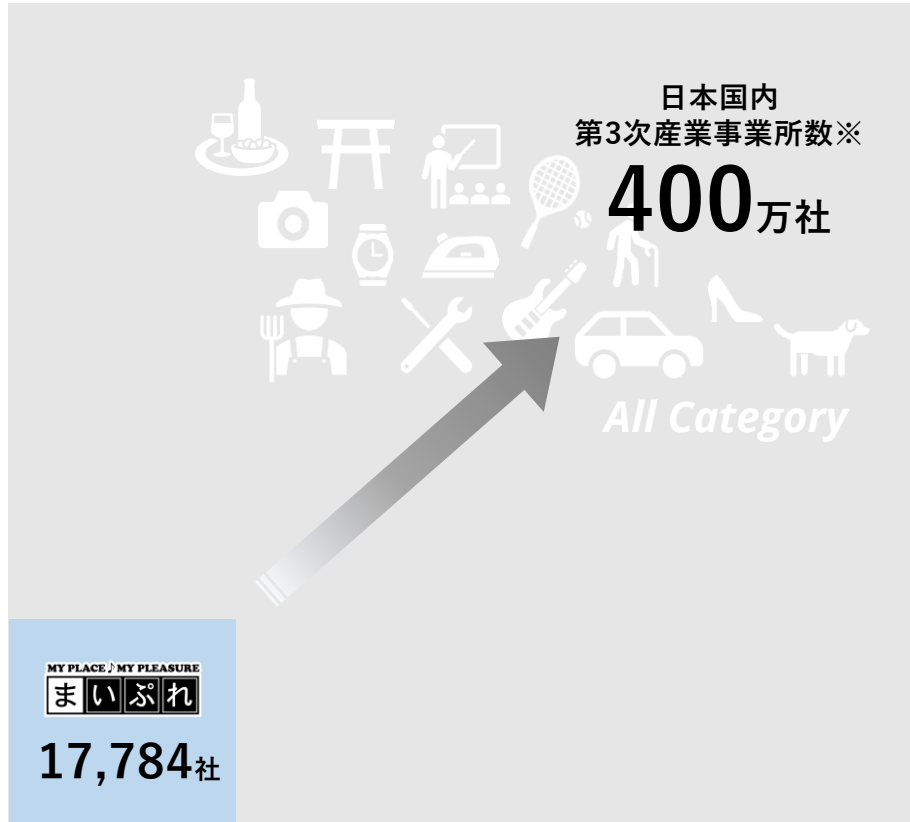
2024年8月期実績の計画との差異 (2023年11月開示情報：売上681百万 | 利益100百万)
 ふるさと納税寄付額が計画を上回ったこと、案件受託が好調であったことなどが影響

※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

「まいふれ」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



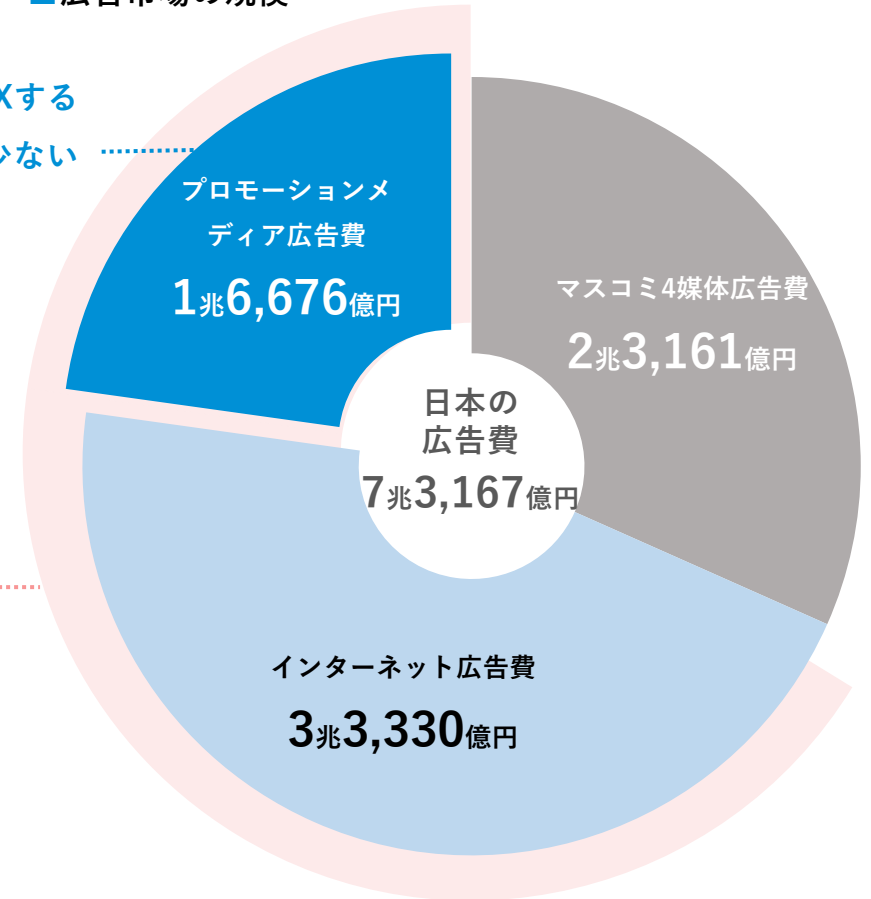
※出典：総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査 産業横断的集計（事業所に関する集計・企業等に関する集計）」表III-1 産業大分類別事業所数および従業者数より

■広告市場の規模

従来型の広告モデルをDXする

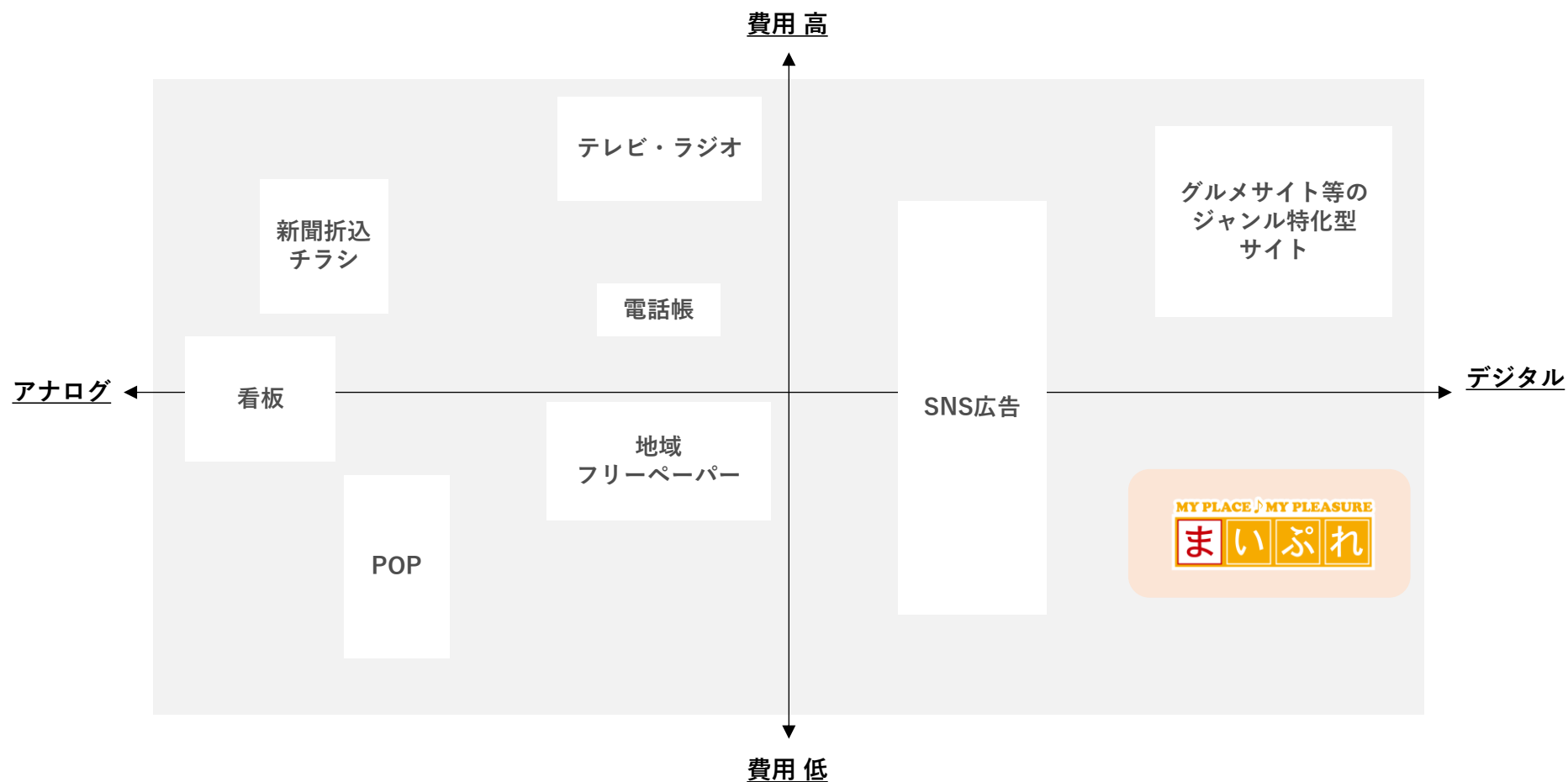
役割は類似企業が少ない

ターゲット市場



※出典：電通「2023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

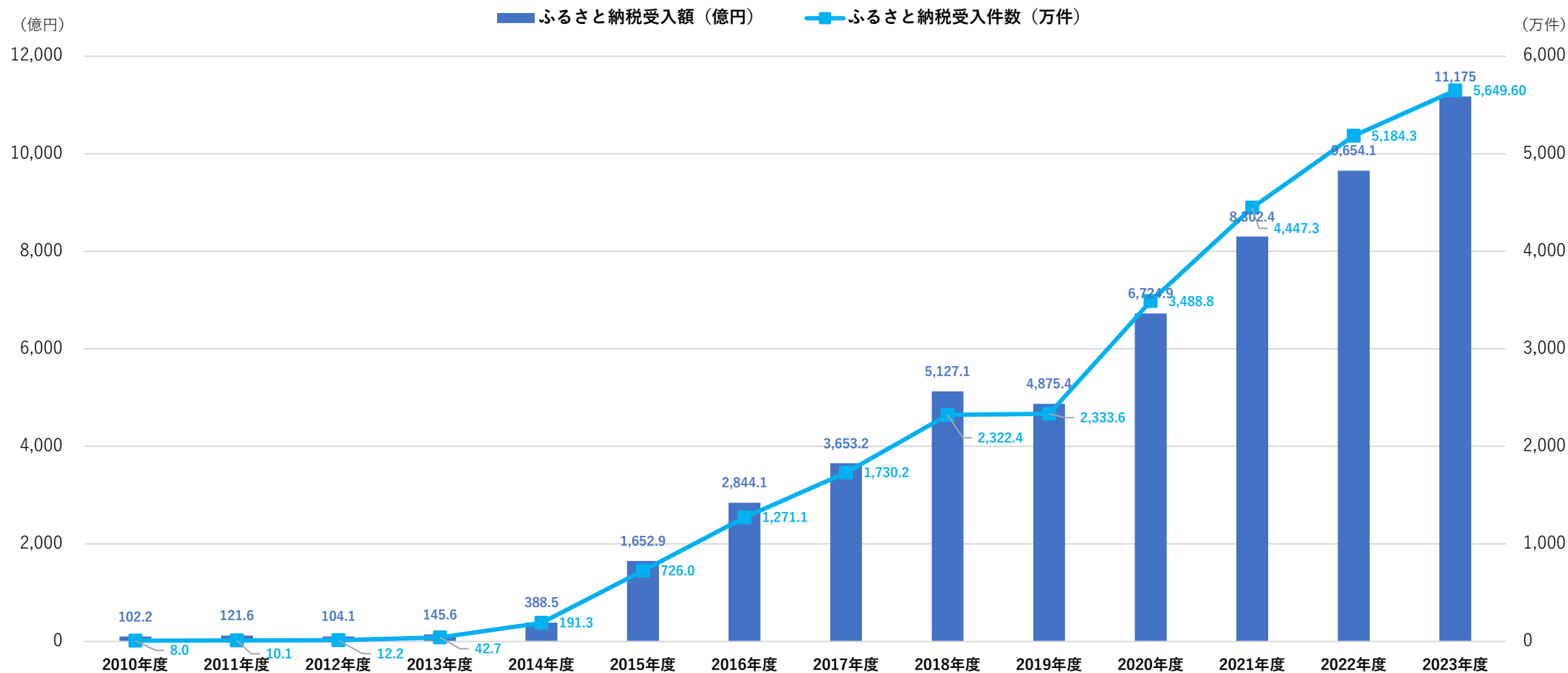
■強み② 地域特化・全国性

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

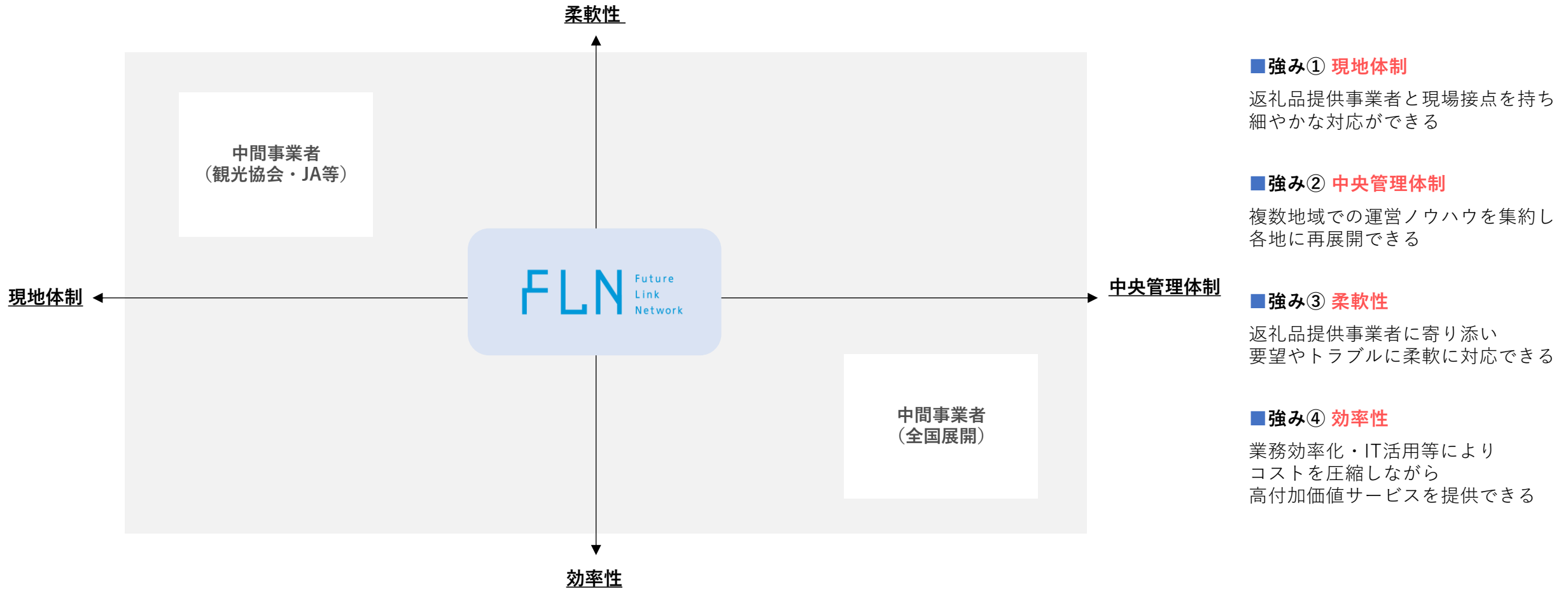
月額数千円～の手頃な価格から
ローカルマーケティングができる

2023年度のふるさと納税による寄付額は11,175億円と4年連続伸長、寄付件数は5,649万件と制度開始以来伸び続けている。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6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

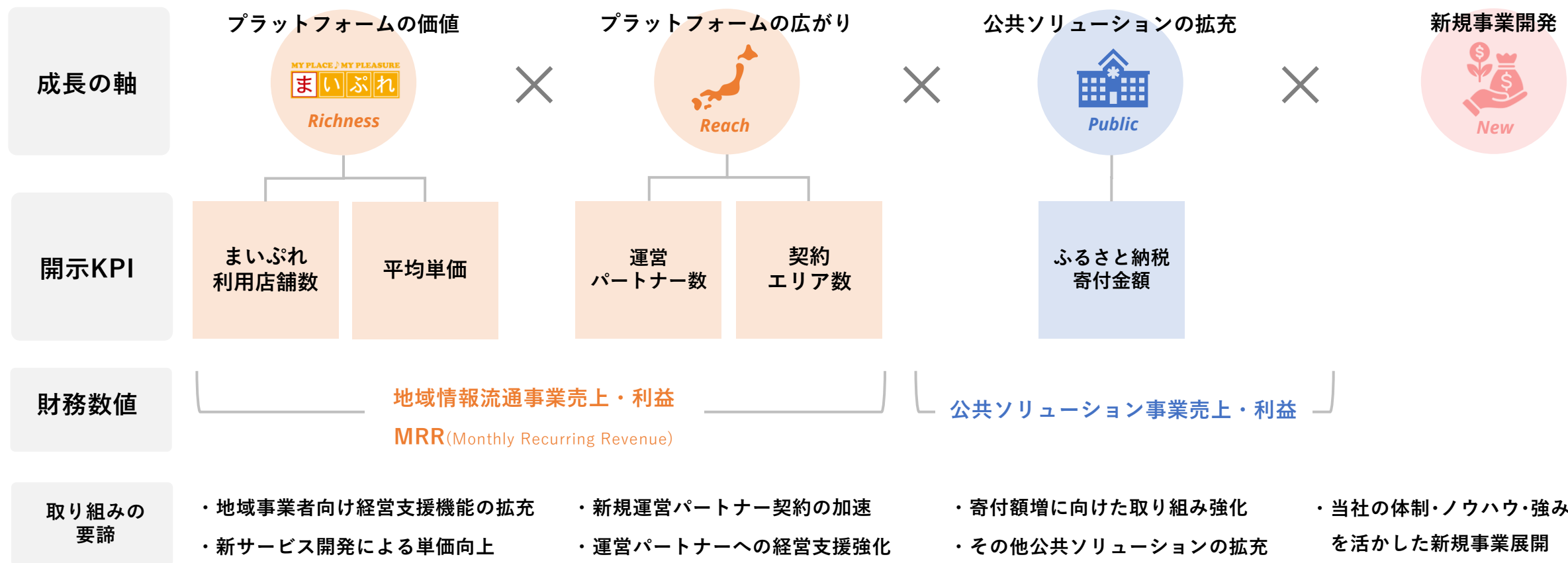
サブスクリプション型で、持続的に価値提供できる地域情報プラットフォーム「まいふれ」のサービスモデルと、直接現地でサポートできる地域密着型の体制による高い信頼感により、解約率が低く、顧客生涯価値（LTV）が高い。

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

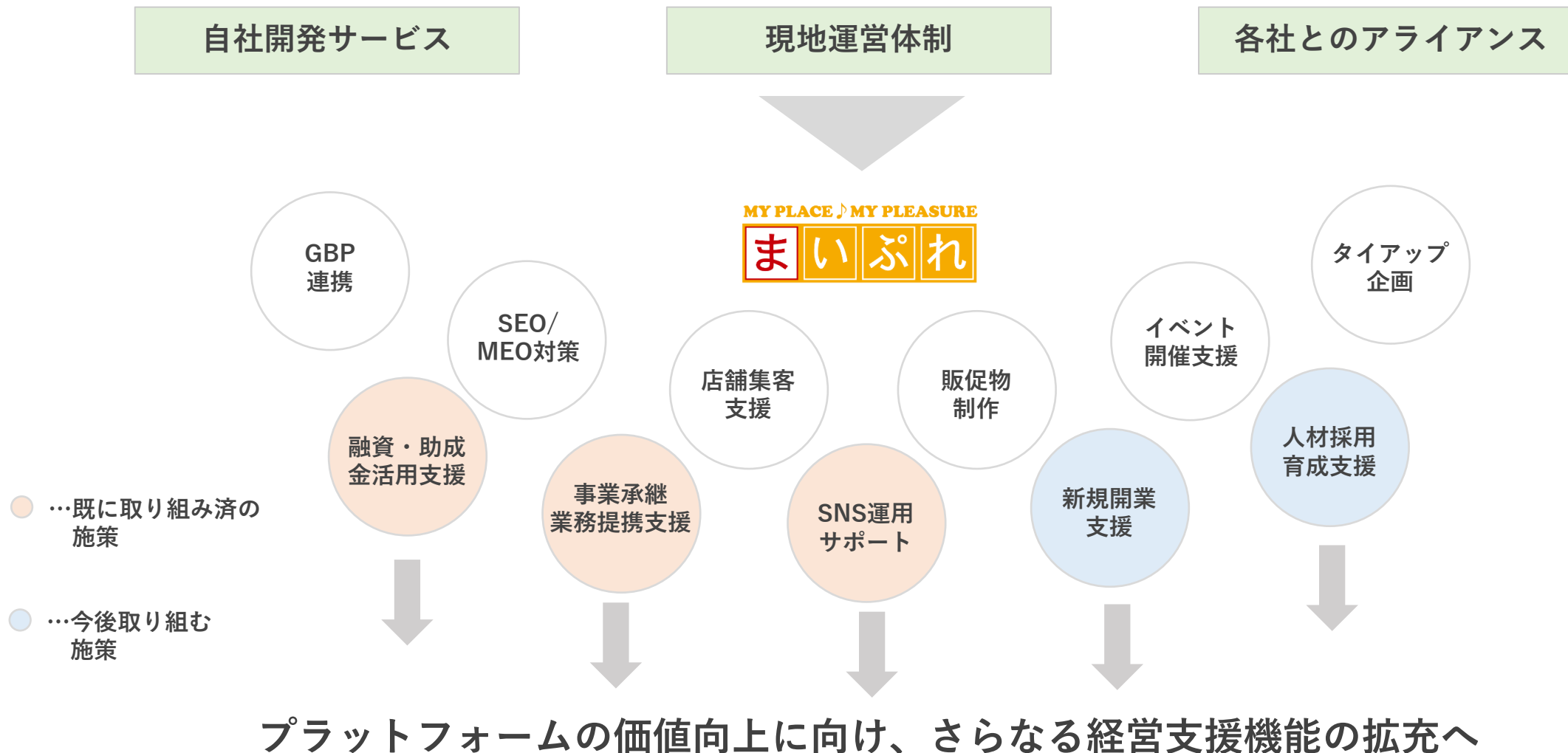
「まいふれ」のサービス価値を高めて単価を向上させ、運営パートナー数を増やすことで展開地域を拡大。このプラットフォームを活用した公共ソリューション事業・新規事業開発の実施により、事業成長を加速。



2024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
P34	地域事業者向け経営支援機能の拡充	地域情報流通	「まるまるおまかせプラン」のプラン拡充により、SEO/MEO対策やSNS運用サポート、集客支援などにおいてより顧客課題にあわせたソリューション提供ができるようになっている。
P35	新サービス開発による単価の向上	地域情報流通	「まるまるおまかせプラン」の利用店舗数は2024年8月時点で全国183店舗となり、引き続き平均単価が大きく向上している。月額10万円からの高単価・高付加価値サービスとなる「エンタープライズプラン」の受注も増加。
P36	新規運営パートナー契約の加速	地域情報流通	運営パートナー数・展開エリア数は増加ペースが緩やかになるも、着実に増加している。
P37	ふるさと納税寄付額増加に向けた取り組み強化	公共ソリューション	市場の競争は激化するも、寄付額向上のマーケティング施策に注力し、2024年8月期の寄付額は計画値を上回り69.0億円となった。
P38	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	公共ソリューション	親会社以外からの受注も安定し、取引数・取引額ともに増加している。
P39	新規事業展開：まいぶれのご当地ギフト	新規事業	販売個数がシリーズ累計1,000個を突破。パートナーエリアでの展開も開始し、今後のエリア拡大の方向性が見えてきた。また、法人企業や地方自治体等からのニーズも顕在化。
P40	新規事業展開：まちspaチャプロジェクト	新規事業	プロジェクト実施ごとに、漫画や配信コンテンツが数万～数十万単位で視聴され、自治体の認知拡大につながっている。リピート契約する自治体も増加。

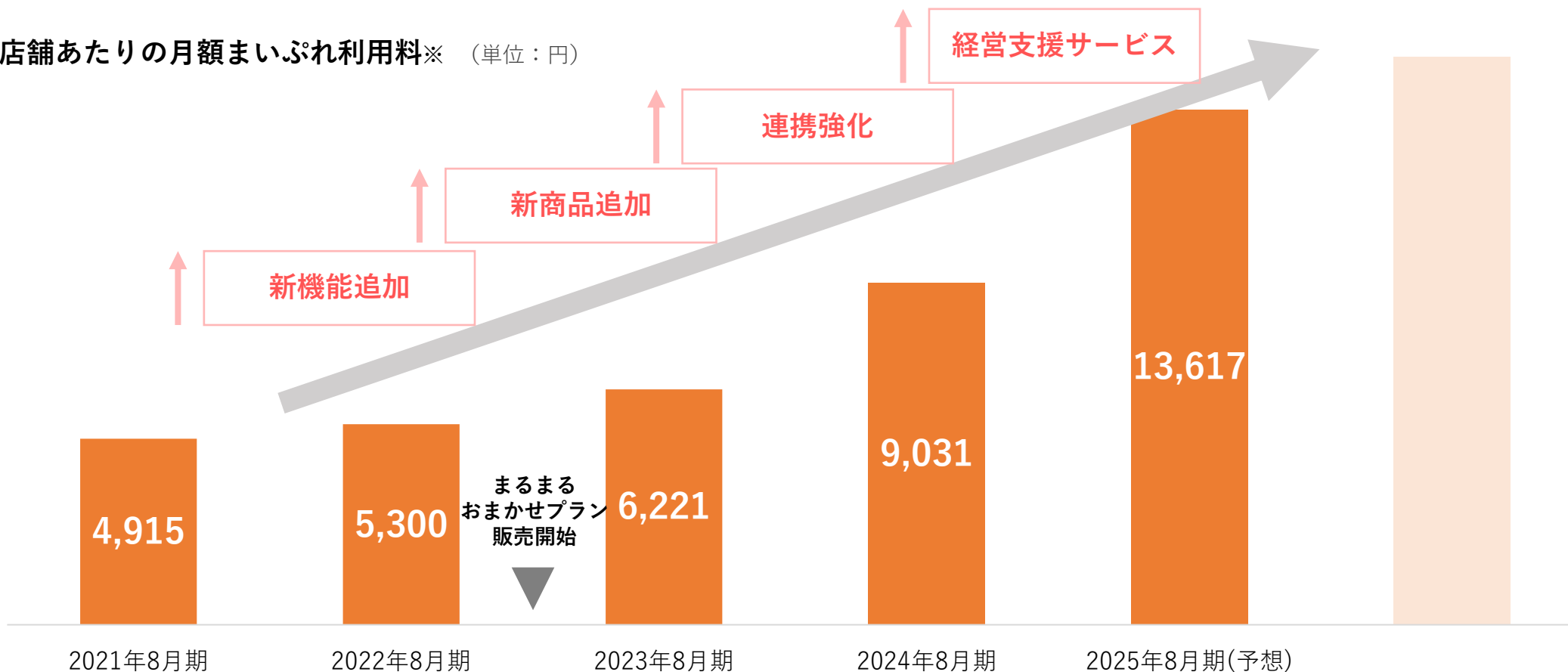
地域事業者向けの経営支援機能を拡充し、プラットフォームの価値を向上させ、MRR増加を目指す。



「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。

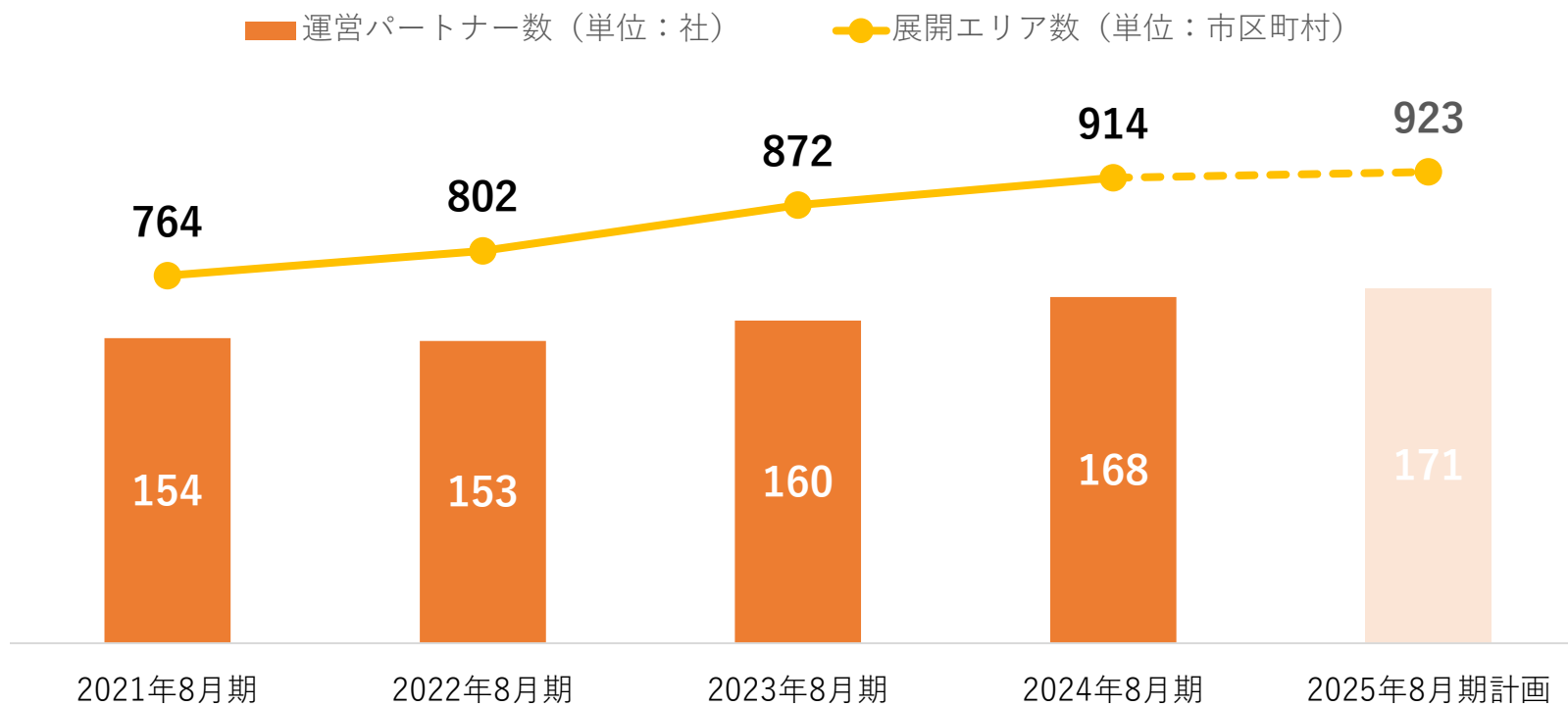
■ 1店舗あたりの月額まいふれ利用料※ (単位：円)



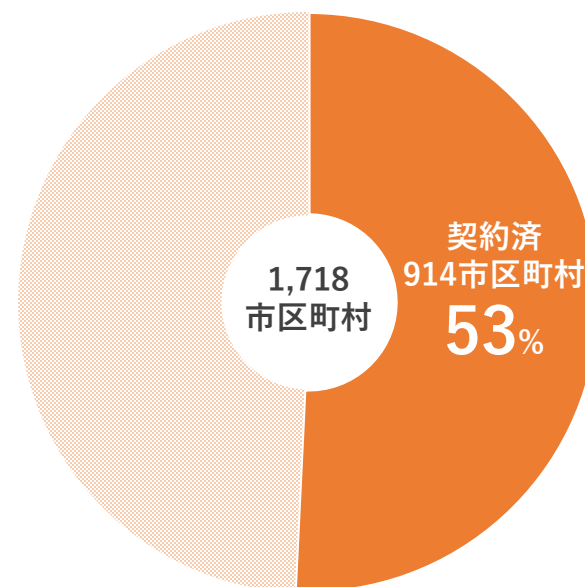
※当社直営エリアの2021～2024年8月期の有料利用店舗の平均単価および2025年8月期の着地見込みで算出しております。

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8月末時点

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

STEP2

STEP3

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。

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。

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

想定する顧客

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

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j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j知るコンテンツ

- ・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

[X](#) | YouTube | [特設サイト](#) etc.



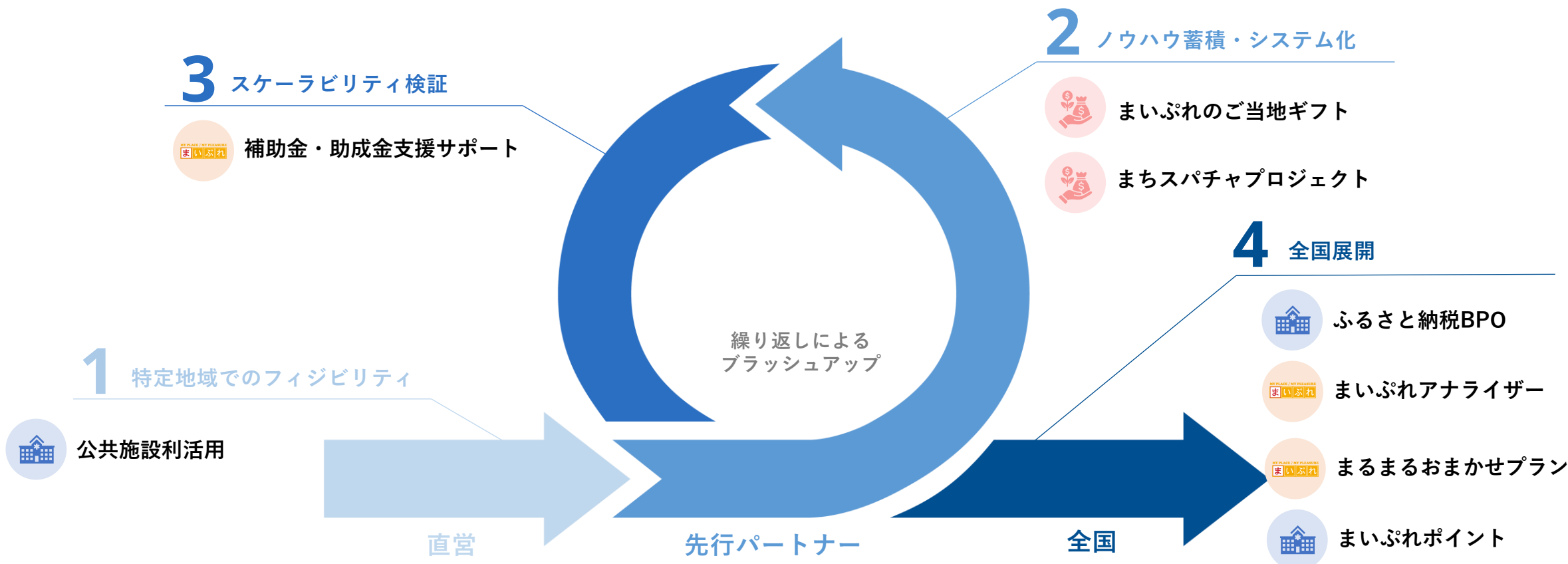
まちを応援する行動

- ・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

成長の軸に基づき様々な取り組みを実施。事業成長ロードマップに沿い、それぞれの展開規模を着実に拡大。



※注力している取り組み内容のみを記載

月次経常収益 = MRR10-17億、年次経常収益 = ARR120-204億をターゲットに長期成長を見込む。

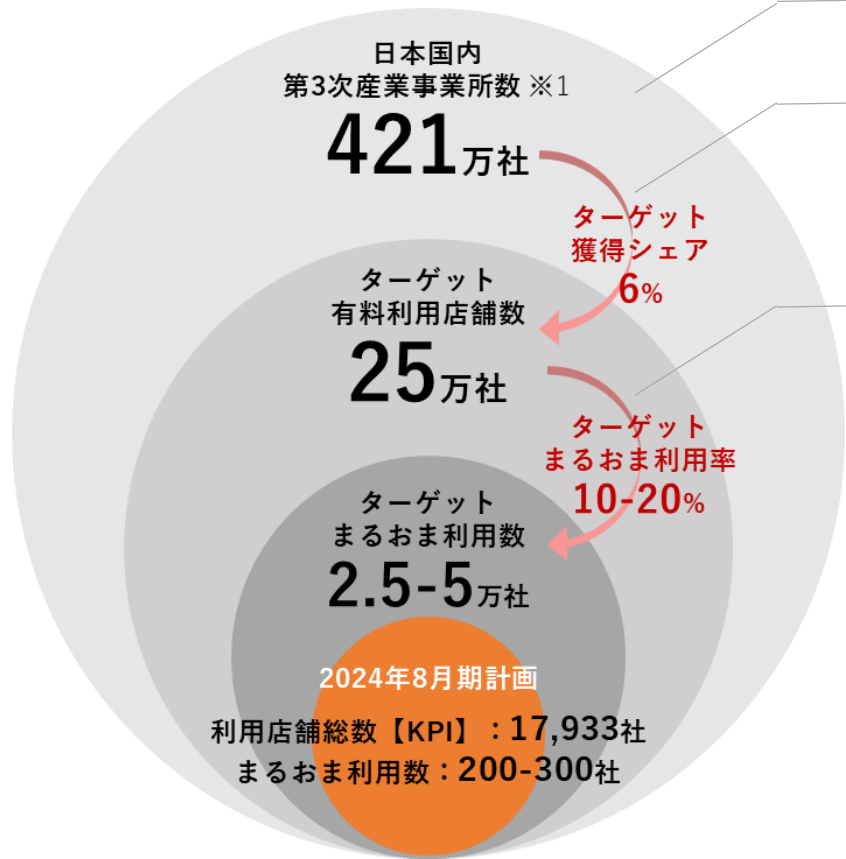
1. ターゲット市場（日本国内第3次産業事業所）【421万社】

2. ターゲット獲得シェア【421万社 × 6% = 25万社】

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。

3. ターゲットまるおま利用率【25万社 × 10-20% = 2.5-5万社】

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）。



- まいふれ（ショップ・ニュースのみで算出※2）直営販売価格：7,000円/月、ロイヤリティ率：20%
- まるおま（エントリープランで算出※2）直営販売価格：38,000円/月、ロイヤリティ率：70%
- 利用店舗の直営：パートナー比率 = 1%：99%を想定

まいふれMRR試算 3.6億

まるおまMRR試算 6.7億-13.5億

ターゲットMRR計 10.4億-17.1億

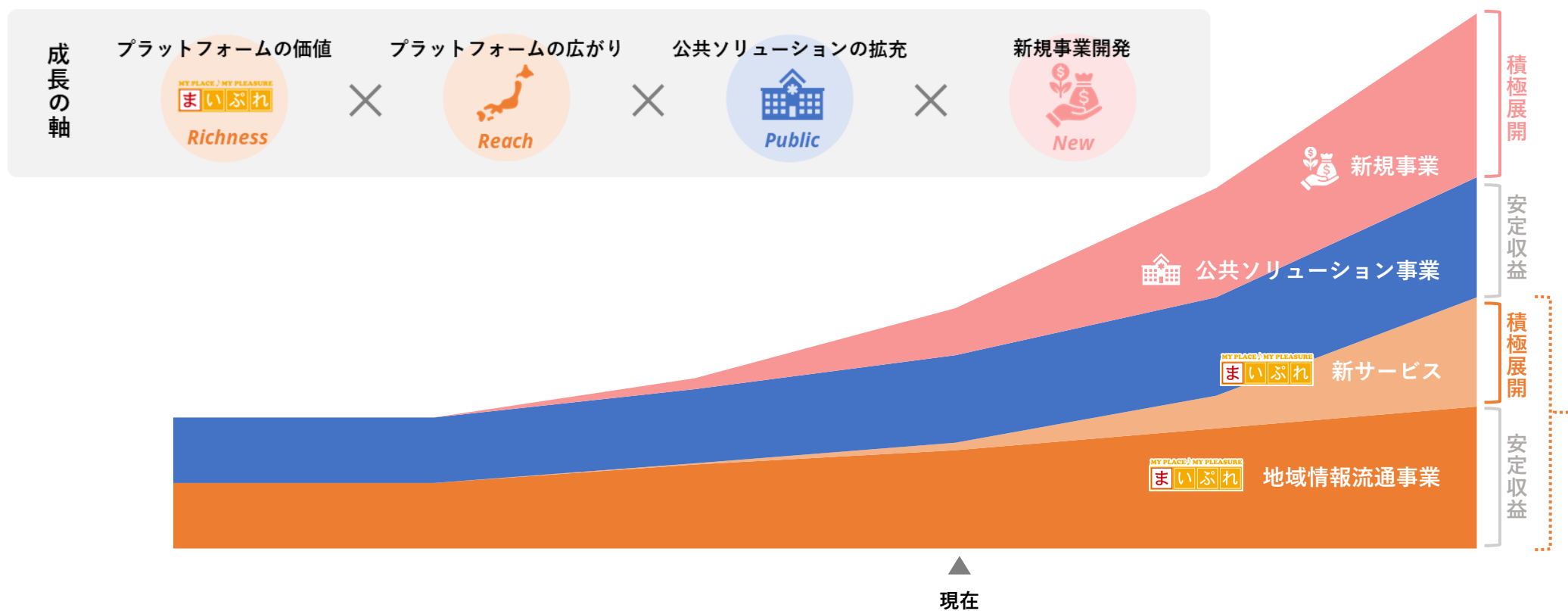
※1) 総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より（2023年6月公表）

※2) 「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30%）」「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。

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。



地域情報流通事業では、月次経常収益 = MRR (Monthly Recurring Revenue) で10-17億規模をターゲットに成長を見込む

その他

IPOによる調達資金について、2024年11月に開示した用途の通り充当が完了。

具体的な用途	充当時期	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
	小計	249,250
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
	小計	15,030
	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>2024年8月31日現在におけるパートナー契約締結先は168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>

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2025年11月の予定です。

