



株式会社フューチャーリンクネットワーク

2025年8月期第1四半期決算説明会 書き起こし

開催日: 2025年1月15日

目次

[業績の結果概要](#)

[事業概要](#)

[2025年8月期第1四半期 連結業績ハイライト](#)

[地域情報流通事業セグメント 業績概況](#)

[公共ソリューション事業セグメント 業績概況](#)

[2025年8月期第1四半期 ビジネスハイライト](#)

[今後の成長戦略](#)

[質疑応答](#)

決算説明会動画URL

<https://youtu.be/DpB6lhknL1w?si=JpWq27YwUjFbdYnn>

業績の結果概要

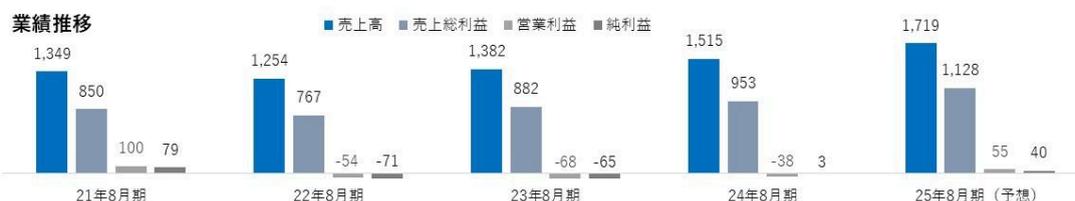
サマリー・2025年8月期第1四半期 連結業績結果

FLN Future Link Network

2025年8月期第1四半期 連結業績結果

売上高	前年同期比	計画進捗率	売上総利益	前年同期比	計画進捗率	営業利益	計画進捗率
358 百万円	△20.6%	20.9%	209 百万円	△24.8%	18.6%	△45 百万円	—

- 地域情報流通事業では、まるまるおまかせプランの販売推進により、直営エリアのまいふれ関連売上は好調に推移（YoY+34.0%）。一方、新規パートナーの契約獲得における初期加盟金の未達と、マーケティング支援売上における販促案件の販売計画の未達により、セグメント売上全体では前年を下回った。
- 公共ソリューション事業では、前年同期には2023年10月のふるさと納税基準改正前の駆け込み需要があったため、ふるさと納税売上は減少（YoY-28.9%）したものの、年末の需要増に向けて受託自治体の寄付額を伸ばす施策に注力し、事業を推進。



※2022年8月期までは単体決算、2023年8月期以降は連結決算です。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。

© Future Link Network Co., Ltd.

2

石井

株式会社フューチャーリンクネットワーク代表取締役の石井です。本日はご参加いただきありがとうございます。それでは、2025年8月期第1四半期決算説明を行います。

まず、業績の結果概要でございます。

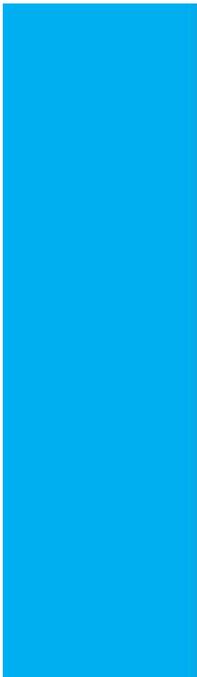
第1四半期の売上高は3億5800万円、前年同期比で20.6%減、計画進捗率は20.9%。売上総利益は2億9百万円、前年同期比で24.8%減、計画進捗率は18.6%。結果、営業利益が4500万円の赤字となりました。

地域情報流通事業では、まるまるおまかせプランが販売推進されたことによって、直営エリアのまいふれ関連売上は好調に推移をしております。

一方、新規パートナーの契約獲得における初期加盟金の未達、そしてマーケティング支援売上における販促案件の販売計画の未達により、セグメント売上全体では前年を下回る結果になりました。

また、公共ソリューション事業では、前年同期には2023年10月のふるさと納税基準改正前の駆け込み需要があったため、ふるさと納税売上は前年同期で減少したものの、年末の需要増に向けて受託自治体の寄付額を伸ばす施策に注力し、事業を推進しているところでございます。

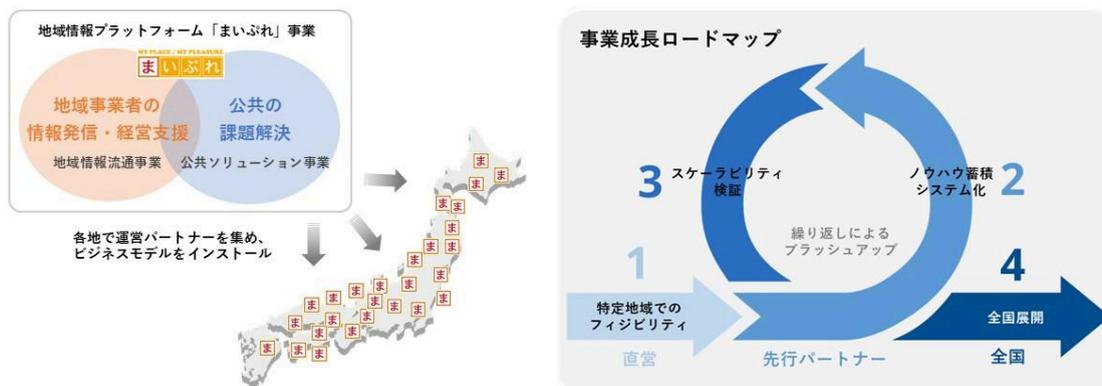
それぞれについては後ほど、詳しく説明させていただきたいと思っております。

- 
- 01 事業概要
 - 02 2025年8月期第1四半期 連結業績ハイライト
 - 03 2025年8月期第1四半期 ビジネスハイライト
 - 04 今後の成長戦略
 - 05 Appendix

本日は、事業概要の後に、連結業績ハイライト、そしてビジネスハイライト、最後に今後の成長戦略という順番でご説明をさせていただきます。

事業概要

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。



まず、事業概要でございます。

当社は地域活性事業を行っております。

事業を行うにあたっては、地域情報プラットフォーム「まいふれ」を基盤としております。スライド左側の図をご覧ください。地域情報プラットフォーム「まいふれ」事業の中に、2つのセグメントがございます。

地域の事業者の情報発信や経営支援を行う「地域情報流通事業」と、もう一つが公共の課題解決を行う「公共ソリューション事業」。この2つのセグメントを内包する事業をまいふれ事業と呼んでおります。

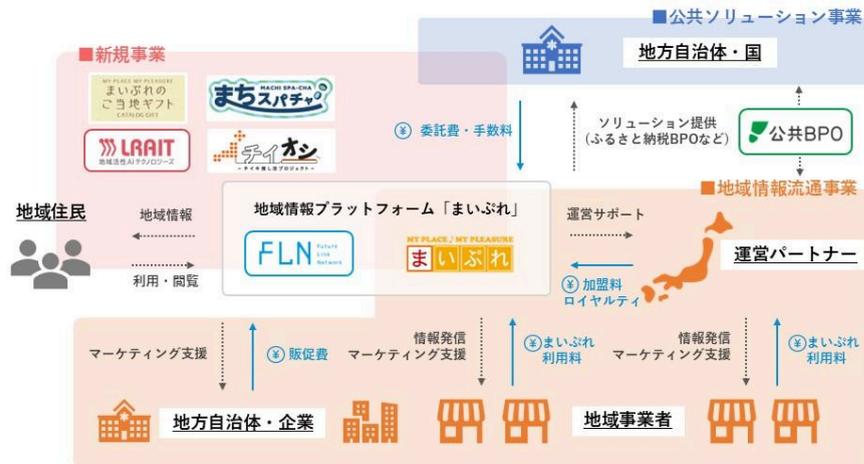
この事業を、運営パートナーと呼ぶ各地の企業にインストールするという、フランチャイズに準じたビジネスモデルを採用することにより、全国に展開する、そのような事業を展開しております。

この事業の推進にあたっては、右側の図で事業成長ロードマップを示しています。まず、主に直営地域を使ってビジネスモデルを作り上げ、フィジビリティを行います。

そして、そこで得たノウハウを蓄積し、システム化し、一部の先行パートナーにインストールする形でスケーラビリティを検証しつつ、全国展開していく。

この順番で新しい事業やサービスを作り上げ、展開する。これが当社の事業モデルの根幹でございます。

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。



© Future Link Network Co., Ltd.

6

収益モデルでございます。

まず、スライド右下に記載の地域情報流通事業セグメントをご覧ください。

「まいぷれ」というスライド中央のロゴから、地域事業者に矢印が伸びているかと思えます。直営地域では、当社のスタッフが地域事業者を訪問し、この「まいぷれ」プラットフォームのサービスをご利用いただくことでマーケティング支援を行っております。そして、プラットフォーム利用料を対価として頂戴しております。

そして、右側に運営パートナーとありますが、パートナーの地域では、当社が直営地域で使ったノウハウを使って運営パートナーに営業指導・サポートを行い、その指導・サポートをもとに運営パートナーが各地域で営業活動を行います。

地域事業者からは、まずはパートナーが利用料をいただき、そのうちの一部をロイヤリティとして当社が頂戴しております。

これらが、地域情報流通事業セグメントのMRR、つまりストック収益の部分でございます。

左下に記載がありますが、地方自治体や企業に対してマーケティング支援を行うスキームもございます。こちらは販促費という形で対価をいただいています。

ここまでの、地域情報流通事業セグメントでございます。

また、スライド右上の部分、公共ソリューション事業セグメントでは、地方自治体や国に対して、当社が持つプラットフォームの体制を使いながらソリューション提供しております。その対価として、委託費や手数料を頂戴しております。

これが公共ソリューション事業セグメントでございます。

そして、この地域情報流通事業セグメント・公共ソリューション事業セグメントのノウハウを使いながら、現在新規事業を立ち上げているというのが当社の収益構造でございます。

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	まいふれ関連売上	直営まいふれ利用料	●	9.4%	直営地域のまいふれ利用料	高単価商品販売に注力中	
		プラットフォームの広がり 	パートナー関連売上	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	
ロイヤリティ売上(固定)					11.1%	パートナーのシステム等継続利用料・研修料		
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%	まいふ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	
	まいふれポイント売上				2.7%	自治体への地域ポイントサービスの運営委託料等		

© Future Link Network Co., Ltd.

7

それぞれの収益事業の中で、まいふれ関連売上にあたる「直営まいふれ利用料」の部分と、パートナー関連売上にあたる「ロイヤリティ売上(変動)」と書いてある部分が、当社が今成長戦略の中心に据えているストックの収益部分でございます。

このMRR、Monthly Recurring Revenue、つまり月次のストック収益の部分をついかに早く上げていくのが当社の注力KPIの1つです。

2025年8月期第1四半期 連結業績ハイライト

連結業績ハイライト・P/L

FLN Future Link Network

前年同期に時期要因で好調だったふるさと納税売上とスポット売上未達の影響を受け、売上高358百万（YoY-20.6%）で着地。

(百万円)	2024年8月期		2025年8月期			
	1Q実績	通期実績	通期計画	1Q実績	前年同期比	計画進捗率
売上高	452	1,515	1,719	358	79.4%	20.9%
地域情報流通事業	200	815	926	163	81.5%	17.6%
まいふれ関連売上	30	142	182	41	134.0%	22.5%
パートナー関連売上	120	457	469	85	71.2%	18.3%
マーケティング支援売上	48	215	274	36	74.1%	13.2%
公共ソリューション事業	252	699	792	195	77.1%	24.5%
ふるさと納税売上	227	514	608	162	71.1%	26.5%
公共案件売上	18	120	120	21	114.6%	17.6%
まいふれポイント売上	6	65	62	11	184.7%	18.7%
売上原価	173	562	590	149	85.2%	25.0%
売上総利益	278	953	1,128	209	75.2%	18.6%
売上総利益率	61.7%	62.9%	65.7%	58.4%	-	-
販管費	263	991	1,073	255	96.9%	23.8%
営業利益	15	-38	55	-45	-	-
営業利益率	3.3%	-2.5%	3.2%	-	-	-
経常利益	14	-39	48	-47	-	-
当期純利益	11	3	40	-47	-	-

© Future Link Network Co., Ltd.

9

続きまして、2025年8月期第1四半期連結業績ハイライトの方に移らせていただきたいと思います。

PLでございます。

先ほどご説明させていただきましたように、2025年8月期第1四半期は全体売上高3億5800万円、地域情報流通事業セグメントが1億6300万円、公共ソリューション事業セグメントが1億9500万円という形になりました。

結果、当期純利益はマイナス4700万円という着地になっております。

地域情報流通事業セグメントも公共ソリューション事業セグメントも、この四半期に関しては前年同期比を割るという結果になってしまっております。

これについて、次のスライドでご説明させていただきます。

- ふるさと納税は年末にかけて寄付のピークを迎えるため、例年、第2四半期に大きく伸びる事業構造。
- 2024年8月期は法改正の影響により、本来のピークである12月ではなく、9月（第1四半期）にピークが到来したため、前期比に比べて大幅に減少したようになっている。



まず、公共ソリューション事業セグメントの、特にふるさと納税売上高が前年同期比で減少していることの背景について、ご説明したいと思います。

ふるさと納税は、年末にかけて寄付のピークを迎えるというのが例年の動きでございます。そのため、例年12月がある第2四半期に大きく伸びる構造になっております。実際、下のグラフで会計期間・累計期間ごとの売上高を示しておりますが、2022年8月期・2023年8月期では、第2Qの比重が多いのが見えていただけかと思っております。

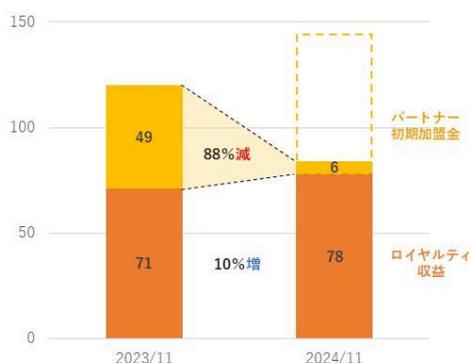
ところが、先期2024年8月期に関しては、法改正があった影響により本来のピークである12月ではなく9月にピークが到来しました。駆け込み需要、つまりお得なうちに寄付をしようという動きが昨年は大きかったために、2024年8月期は第2Qに比べて第1Qが大きく売上高が伸びています。

そして、今年、2025年8月期に関しては、昨年のような駆け込み需要のきっかけとなる制度変更がありませんでしたので、それまでのトレンドの通り、12月つまり第2四半期にピークが来るという形になっております。

結果、第1四半期のみを比較すると、前年対比が減ったという結果になっております。

- まいぷ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、売上が減少。
- マーケティング潮流の変化等により、リード獲得に苦戦。営業体制の強化やマーケティングの見直しを実施するなど、2Q以降の回復を目指して立て直し中。

■パートナー関連売上構成 (2023/11-2024/11)



■まいぷれパートナー契約件数 (1Q時点)

	契約件数	法人企業	新規創業
2023/11	11	2	9
2024/11	1	-	1

※新規増加のみ・解約含まず

- ・ スポット売上の未達がパートナー関連売上全体に大きく影響しているが、パートナーからのロイヤリティ収益 (MRR) については順調に伸びている。
- ・ マーケティングメッセージや広告ターゲット、ツールの見直しなどを含めたマーケティング全般の改善のほか、営業体制の強化も実施することで、通期計画の達成に向けた立て直しを実施。

もう一つ、第1四半期で前年同期を下回る大きな要因となっているのが、パートナー関連売上高でございます。

このパートナー関連売上高の中には、まいぷれの運営パートナーからいただくロイヤリティ収益の他に、パートナーの初期加盟金がございます。

これは、新しくパートナーになっていただくにあたって、営業研修の実施やライセンス付与などのための初期加盟金でございます。

この初期加盟金の獲得、まいぷれ運営パートナーの新規契約が計画を下回りました。結果、初期加盟金が未達になったというのが大きな要因で、売上が減少しております。

これに対しては、我々のマーケティング施策の見直しなどが必要なのですが、マーケティング潮流が変化していることなども影響し、第1四半期に関してはうまく奏功できませんでした。

結果として売上減少となったのですが、補足させていただくと、左側の図でございますが、パートナー関連売上の中のロイヤリティ収益、つまり当社が今成長戦略においているMRRの部分は確実に伸ばしております。

大きく88%減となっている部分は、ストック収益でなくてスポットの部分でございます。

もちろんスポットのパートナーの新規加盟が滞ると、その分後々のロイヤリティ売上も減ってくることになるので、もちろん長期的にはこのままだと影響がありますけれども、リード獲得に苦戦していた第1四半期の施策を見直しながら、営業体制の強化、マーケティング見直しを定期的実施しております。

第1四半期は潮流の変化に関して対応が遅れたという部分がありましたので、2Q以降の回復を目指して、立て直し中でございます。

そのため、少なくともこの第1四半期に関しては、一時的な減少分という形でご理解いただければと思っております。

地域情報流通事業セグメント 業績概況

連結業績ハイライト・地域情報流通事業セグメント 業績概況



新規パートナーの契約獲得における初期加盟金や、マーケティング支援売上における販促案件などスポット売上の未達がセグメント全体に影響するも、まいふれ関連売上等のMRR領域は好調に推移。



地域情報流通事業セグメントの概況でございます。

先ほどのご紹介のように、地域情報流通事業セグメントは、第1四半期で1億6300万円の売上、営業利益が3200万円という形になっております。

新規加盟パートナーの契約獲得における初期加盟金、およびマーケティング支援も含めて、スポット売上の未達がセグメント全体に影響いたしました。

ですが、重要指標のまいふれ関連売上高、MRRに関しては好調に推移をしております。

プラットフォームの価値



- プラットフォーム利用店舗数：2025年8月期中の純増転換を目指し、店舗数増加施策を実行中。
- 平均単価：高単価商品の展開により、前年同期比で2,966円増。

■まいふれプラットフォーム利用店舗数 ※1

17,676 店舗 前年同期比 \triangle 368 店舗 計画進捗率 **98.1%**
(計画18,022店舗)

■平均単価 ※2

9,203 円 前年同期比 **+2,966** 円 計画達成率 **67.6%**
(計画13,617円)



※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) 当社運営エリアの2024年12月末時点の有料利用店舗の平均。

こちら、KPI進捗でございます。

まいふれプラットフォームの利用店舗数は17,676店舗、計画進捗率は98.1%、平均単価は9,203円と、前年同期比で2,966円伸ばすという状態を今のところ維持しております。

プラットフォームの広がり



- 運営パートナー数：新規パートナーの契約獲得の不調により前年同期比4社減少。
- 契約エリア数：パートナー数鈍化に伴いエリア数も減少傾向にあるものの、前年同期比では増加。

■運営パートナー数

165社

前年同期比
△4社計画達成率
96.5%
(計画171社)

■契約エリア数

908市区町村

前年同期比
+2市区町村計画達成率
98.4%
(計画923市区町村)

© Future Link Network Co., Ltd.

14

続いてプラットフォームの広がりについてのKPIでございます。

運営パートナー社は165社、新規パートナーの契約獲得が不調であることも影響し、前年同期比で4社減となっております。

契約エリア数は908市区町村、前年同期比で2市区町村増という結果です。パートナー数の鈍化に伴い、エリア数も減少傾向にあります。前年同期では増加をしているところでございます。

公共ソリューション事業セグメント 業績概況

連結業績ハイライト・公共ソリューション事業セグメント 業績概況



前年がふるさと納税制度改正前の駆け込み需要による1Q偏重であったことから、ふるさと納税売上は前年同期比で減少。その他の公共案件・ポイント売上については計画通り順調に進行しており、セグメント全体として想定の範囲内の進捗。

(百万円)	公共ソリューション事業			
	2024年8月期		2025年8月期	
	1Q実績	通期実績	1Q実績	前年同期比
売上高	252	699	195	77.7%
ふるさと納税売上	227	514	162	71.1%
公共案件売上	18	120	21	114.6%
まいふれポイント売上	6	65	11	184.7%
売上原価	127	344	101	79.4%
売上総利益	124	355	94	76.0%
売上総利益率	49.3%	50.7%	46.7%	-
営業利益	59	104	34	58.1%
営業利益率	23.7%	14.9%	18.2%	-



© Future Link Network Co., Ltd.

15

公共ソリューションの事業セグメントでございます。

売上高は1億9500万円、営業利益3400万円という結果になっております。

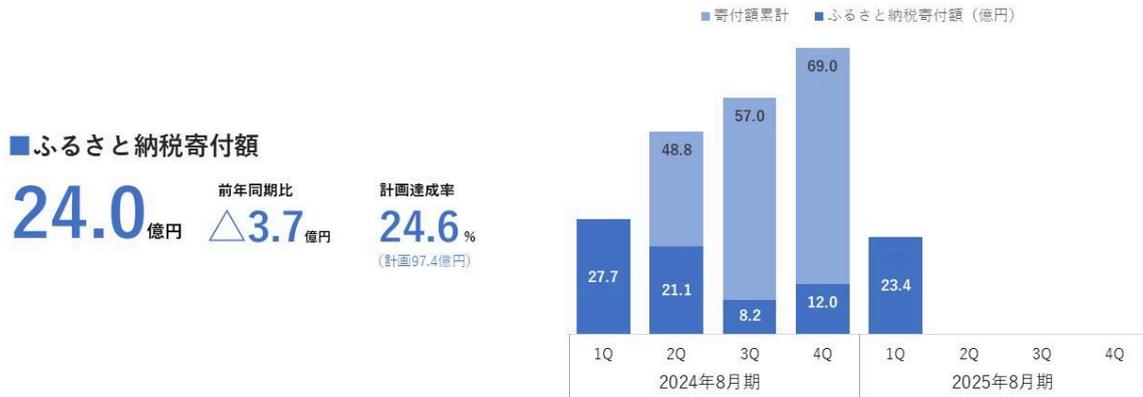
繰り返しになりますが、先期は1Q偏重だったことから、1Qを比較すると売上高が前年同期比で減少となっております。

その他公共案件やまいふれポイントに関しては、計画通り順調に進行しておりますので、セグメント全体としては想定の範囲内の進捗だというふうに認識をしております。

公共ソリューションの拡充



- 前年寄付額が1Q偏重のため、前年同期比では寄付額が減少しているが、今期は例年通り12月に寄付額のピークを迎える2Q偏重のトレンドに戻ったため、例年通りの進捗率となっている。



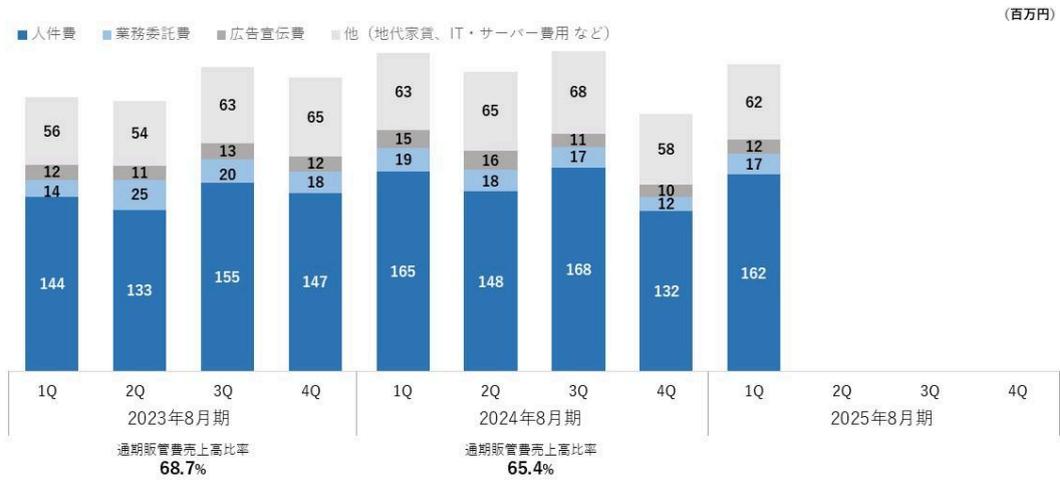
© Future Link Network Co., Ltd.

16

KPIでございます。

ふるさと納税寄付額は24億円で、先ほどご説明したとおり前年同期を割って3.7億円の減少となっております。

前年同様、販管費の抑制を継続し、2025年8月期第1四半期は前年同期比で約8百万円減少。



販売管理費の推移でございます。

前年同様、販管費の抑制を継続しております。2025年8月期第1四半期は、前年同期比で800万円の減少となりました。

2025年8月期第1四半期 ビジネスハイライト

ビジネスハイライト・トピックスサマリー

FLN Future Link Network

時期	成長の軸	内容
2024年9月	 新規事業開発	地域活性AIテクノロジーズ株式会社を設立
	 プラットフォームの価値	「まいふれ」基本機能をアップデート AI強化によりサービス力を向上
	 新規事業開発	「まちスパチャプロジェクト」に熊本県玉名市が参画
2024年10月	 公共ソリューションの拡充	千葉県匝瑳市のふるさと納税BPO業務を開始
	 新規事業開発	地域と都市を結ぶ会員制サービス「チイオシ」を新規リリース
2024年11月	 新規事業開発	「まちスパチャプロジェクト」に岐阜県垂井町・北海道鶴居村が参画

© Future Link Network Co., Ltd.

19

続いて、2025年8月期第1四半期のビジネスハイライトの方に移らせていただきたいと思います。

まず、2024年9月には地域活性AIテクノロジーズを設立いたしました。

これにより、AIRスキリング事業、そしてまいふれで蓄積したAIテクノロジーを他に展開するという事業をまさに今推進させていただいております。

また、まいふれの基本機能を随時アップデートしていますが、AI導入を次々に進めております。これによって大きくサービス力を向上させていただいております。

他にも、まちスパチャプロジェクトに熊本県玉野市が参画いただきました。

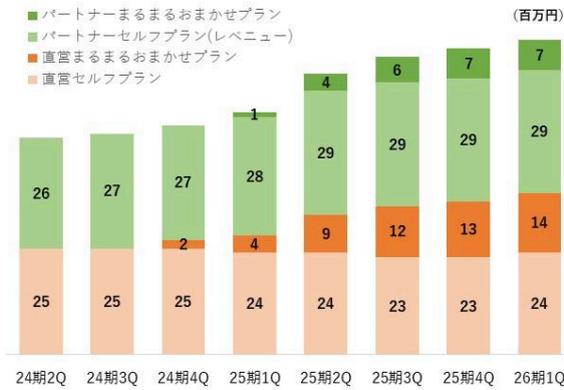
2024年10月には、千葉県匝瑳市のふるさと納税BPO業務が開始。

そして同じく10月に、地域と都市を結ぶ会員制サービスとして「チイオシ」を新規リリースしております。

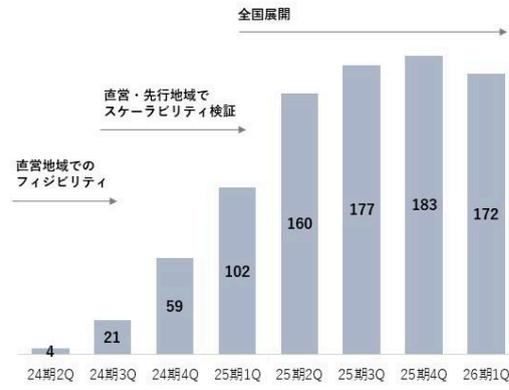
2024年11月には、まちスパチャプロジェクトに岐阜県垂井町と北海道鶴居村に参画いただきました。

- 直営エリアでは順調に受注が生まれ、MRRの伸びに貢献する一方、全国規模での進捗は芳しくない。
- 営業指導方法の改善を継続しているが、今後の進捗に応じて、単価向上施策としての優先度の検討余地あり。

■MRR (Monthly Recurring Revenue)の推移



■まるまるおまかせプラン利用店舗数の推移



© Future Link Network Co., Ltd.

20

まるまるおまかせプランでございます。

単価向上の1つの施策として進めているまるまるおまかせプランですが、直営エリアで順調に売上が生まれ、MRRに貢献しておりますが、全国規模の進捗は決して順調とは言えない状況でございます。

前回の決算説明でお話しさせてもらった通り、営業指導方法の改善を継続させていただいておりますが、今後の進捗に応じては、単価向上施策がいくつかある中でまるまるおまかせプランを1番のプライオリティに置き続けるかという点においては議論の余地があると考えているところでございます。

- 第1四半期で3自治体（熊本県玉名市、岐阜県垂井町、北海道鶴居村）が参画し、着実に成果に貢献。
- 1つのプロジェクトを進行する際のプロデュース・調整コストが大きく、並行して企画を進行できていないことが課題。
- VTuberから年賀状が届くふるさと納税企画を実施するなど、タレントと寄付者をつなぐ新たな企画形式も検証中。



2024年9月 熊本県玉名市



2024年11月 岐阜県垂井町



2024年11月 北海道鶴居村

まちSPAチャプロジェクトでございます。

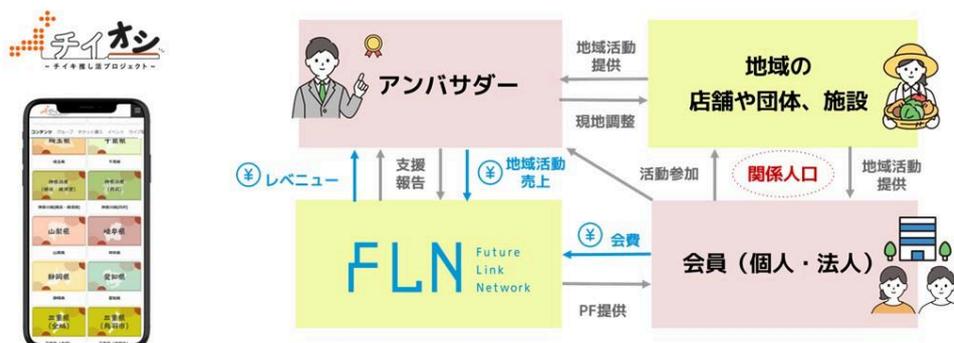
新規事業として始めさせてもらっているまちSPAチャプロジェクトですが、第1四半期では3自治体が参画し、着実に成果に貢献しております。

現在は1つのプロジェクトを進行する際のプロデュース・調整コストが大きく、並行していくつもの企画が進行できていないことが課題になっております。

ここをクリアしないと、よりスピードを上げることは難しいと考えております。

そのような中でも、VTuberから年賀状が届くふるさと納税企画を実施するなど、タレントと寄付者をつなぐ新たな企画形式も検証を始めているところでございます。

- 地域と都市を結ぶ会員制コミュニティサービスを2024年10月に新規リリース。
- 地域活動や課題解決プロジェクトを提供する「アンバサダー」と、地域を応援したい・関わりたいという個人/法人をつなぐことで関係人口を創出し、個人/法人会費を収益とするビジネス。
- リリース後、着実にアンバサダー・個人会員を獲得中。



© Future Link Network Co., Ltd.

22

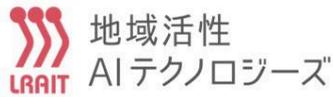
先ほどご紹介した「チイオシ」でございます。

これは、地域と都市を結ぶ会員制コミュニティサービスでございます。昨年10月に新規リリースをいたしました。

地域活動や課題解決プロジェクトを提供するアンバサダーと、地域を応援したい・関わりたいという個人・法人をつなぐことで関係人口を創出し、個人及び法人会費を収益とするビジネスでございます。

リリースして以降、着実にアンバサダーや個人会員を獲得しております。このまま順調に新規事業として大きく育っていくことを期待しています。

- 2024年9月の会社設立直後より、リスキリング事業の展開がスタート。
- 中小企業を対象にAIリスキリング研修として、eラーニング型サブスクリプション研修を提供。
- 地方の中小企業のニーズは高く、案件獲得が進行。第2四半期以降に売上が発生する見込。
- リスキリング市場への参入後には、「まいふれ」で培ったAI機能・技術のOEM展開を計画。



AI技術の力を使い地域の担い手を支援する

第1四半期より AIリスキリング研修の営業活動を推進



© Future Link Network Co., Ltd.

23

もう1つ、新会社の地域活性AIテクノロジーズでございます。

こちらは、まずは中小企業を対象にAIリスキリングを研修として、eラーニング型のサブスクリプションの研修提供を始めております。

まいふれが展開させてもらっているような地方の中小企業においては、非常にニーズが高く、案件確保が順調に進行しております。

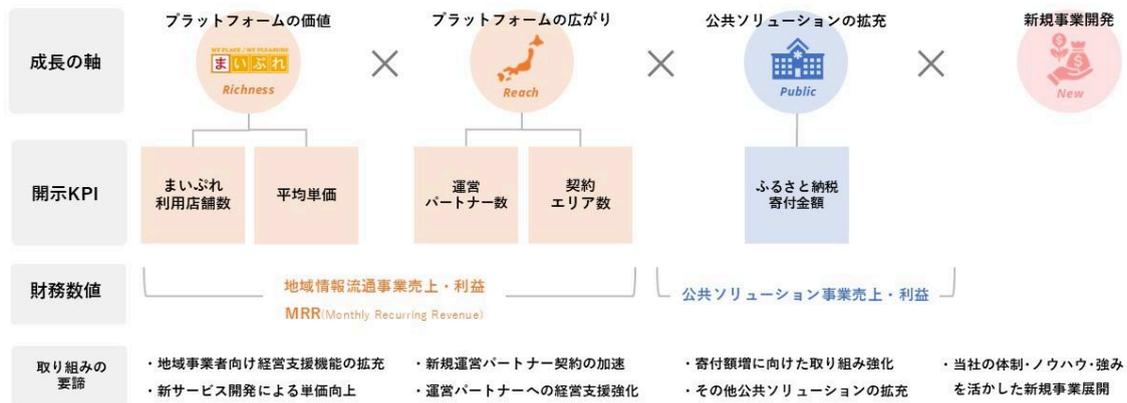
こちらは第2四半期以降に売上が発生する見込みになっております。

また、この地域活性AIテクノロジーのリスキリング事業展開と同時に、次のステップにおいては、まいふれで実装したAI機能をOEM展開するということを計画しております。

こちらにも順調に事業を進捗させてもらっているところでございます。

今後の成長戦略

「まいぶれ」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。



最後に、今後の成長戦略でございます。

現時点において、当社の事業成長モデルにおいては、いかにストック収益の部分伸ばすのかという部分に重点を置いております。

まいぶれの平均単価と利用店舗数の掛け算で、MRRと言っている毎月の月次経常収益が計算できます。これが基本的な収益の基盤であり、プラットフォームの価値だと考えています。

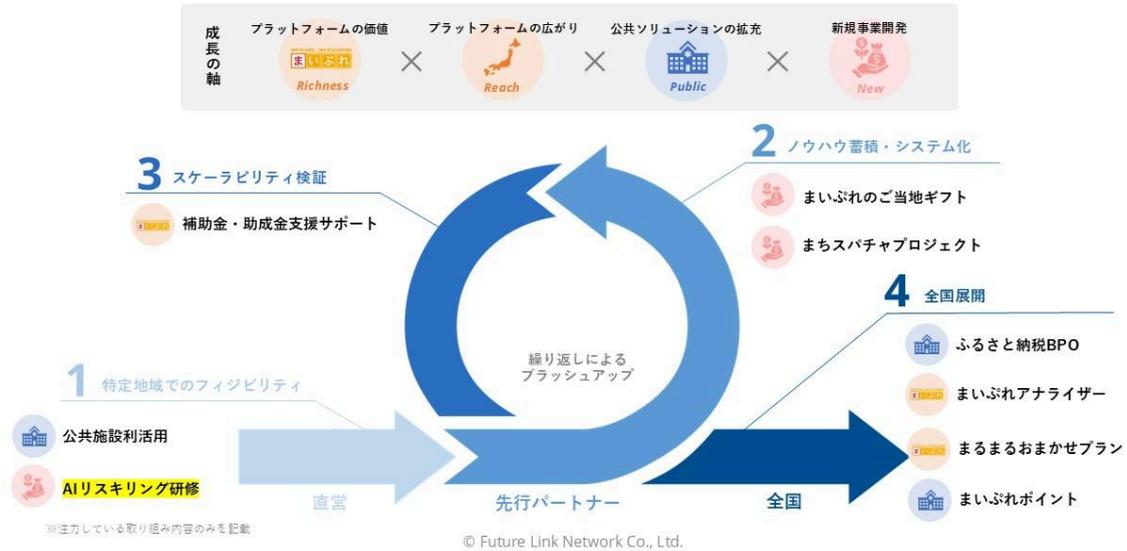
そして、この価値の高まったエリアを、プラットフォームの広がりとして、運営パートナー数を増やしていくことにより他の地域に広げていきます。

上がった価値を横に展開を広げていく、これによってMRR全体を上げていきます。

また、当社の公共ソリューションはまいぶれがある地域でこそ価値を発揮しやすい事業でございます。なので、MRRを上げる過程で広がったプラットフォームによって、当社がソリューションを提供できる自治体の分母が広がってまいります。

ここまでの従来モデルの事業成長の基準であり、これに加えて、まちスパチャプロジェクト・ご当地ギフト・チイオシをはじめとした新規事業を今開発し、推進しているというのが当社の成長モデルの基本方針でございます。

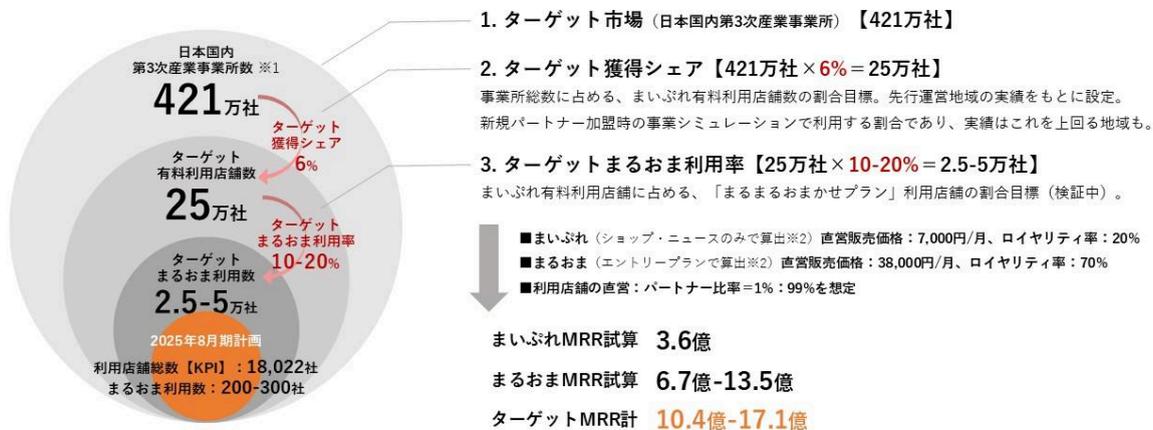
成長の軸に基づき様々な取り組みを実施。事業成長ロードマップに沿い、それぞれの展開規模を着実に拡大。



新規事業や新規サービスは、冒頭でお話ししましたように、まずは直営地域でフィジビリティを行い、先行パートナーに展開しながらノウハウを蓄積しシステム化を行い、エリアを広げていき全国展開するといった流れの事業展開をさせてもらっております。

先ほどご紹介したAIリスク研修に関しては、今一部先行パートナーに提案を始めていますが、パートナー自身に対するリスク研修と、パートナー各社から各地域の中小事業者に対してリスク研修を販売いただくことを並行して実施していくような事業展開を考えております。

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) 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）

※2) 「まるまるおまかせプラン エントリープラン」の直営販売価格は「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」を含まない試算をしております。

© Future Link Network Co., Ltd.

27

MRR領域の成長ポテンシャルを、当社はこのように見ております。

日本全体でまいふれが対象になりそうな事業者は421万社いるというふうに考えております。当社は、過去の経験・実績から、この中の6%は十分にまいふれのお客さんになるだろうという試算をしております。6%となる25万社のうち、直営地域及びパートナー地域の比率を分け、パートナーからいただくロイヤリティを計算し、さらにその25万社から、現在において単価を上げる施策の1つになっているまるまるおまかせプランの利用率を10%から20%に見込んでいるため、その割合で試算をすると、当社がターゲットとできるMRRつまり月間のストック収益に関しては、10億円から17億円が充分に見込めると考えております。

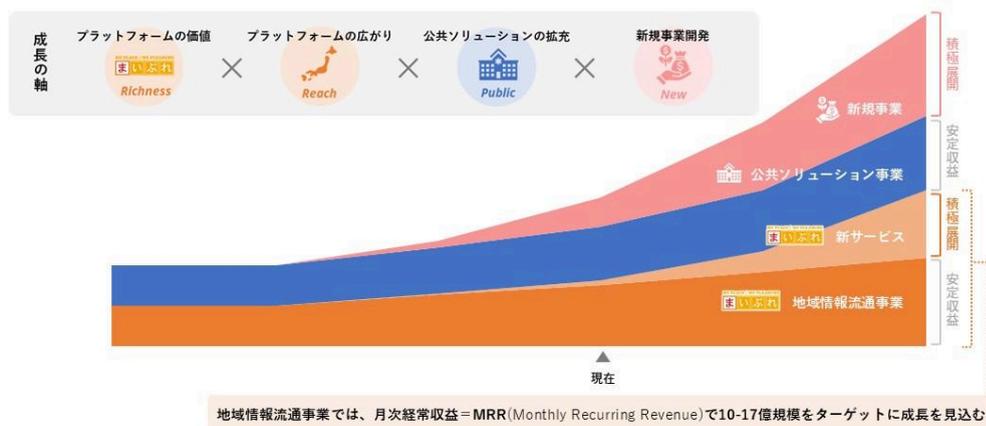
ARRつまり年次でいうと、120億から200億円をターゲットとして、今現在成長戦略を描いております。

このターゲットへの到達をいかに早く実現するかが、当社の成長戦略のキーポイントになると考えております。

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。



© Future Link Network Co., Ltd.

28

成長イメージを図表にすると、このような形でございます。

従来より進めている地域情報流通事業、主にまいぷれプラットフォームの部分に関しては、安定的に少しずつ確実に成長していくものと考えております。

ここに、まるまるおまかせプランをはじめとした、単価を増やす新サービスを乗せ、MRR、月次ストック収益を上げていこうというのが成長性の1段階目でございます。

これにより広がったエリアに公共ソリューション事業を展開しつつ、この公共ソリューション事業・地域情報流通事業のノウハウや体制を使って、新規事業を積極展開するというような構成が現在の当社の成長戦略のイメージでございます。

いささか早口でございましたが、私からのご説明は以上となります。

ご清聴ありがとうございました。

質疑応答

Q1: VTuberを活用した地域活性化の施策についてもう少し詳しく教えてください

A1: 石井

現在、2次元のアニメーションをアイコンとしたVTuberと呼ばれるタレントの方々が多く活動しています。彼らは情報収集能力とキャラクター性を持ち、多くのファンを獲得しています。

VTuberの方々に地域を知ってもらい、地域の魅力・価値を発信してもらうことによって、VTuberの視聴者である、なかなか普段は地域との接点を持っていないZ世代の方々に知ってもらい、

移住交流であったりふるさと納税といったこれまでなかった接点をもってもらい、というのがVTuberを伴った地域活性化事業です。

時代的にも、直接個人の方々がタレントに「推し活」をするように地域を応援する機運を非常に感じています。

事業の特性上、一気に売上が上がり、当期内に貢献することはなかなか想定しにくい部分もありますが、中長期的には大きく事業に貢献すると考えています。

Q2: 第1四半期の結果を踏まえて、2025年8月期の業績予想の達成確度についてどのようにお考えですか？

A2: 石井

ふるさと納税事業における第1四半期の前年度割れは、当初から想定していた範囲内です。また、パートナーの獲得状況については想定外の遅れがありましたが、十分に取り返せるものと考えておりますので、今期の業績予想に変更はございません。

Q3: 地域活性AIテクノロジーズ社で展開されているAIリスティング事業の手応えと今期業績への影響について教えてください。

A3: 石井

AIリスティング事業については、国策として非常に推進されていることに加え、昨年からのAI活用の機運が高まっていることもあり、手ごたえを感じております。

具体的な数字は差し控えますが、第2Q以降、地域活性AIテクノロジーズ社が提供するリスティングへのお申し込みもいただけるようになってまいりました。

現時点では業績予想を変更するタイミングではないため、具体的な数字については差し控えさせていただきますが、貢献する可能性のある分野だと思っています。

Q4: 2024年10月にリリースされたチイキ推し活プロジェクトは、御社の事業・業績にどのような貢献をすると見込んでいるか、教えてください。

A4: 石井

チイキ推し活プロジェクトは、地域を応援したいファンの人々と地域を直接結ぶプラットフォーム事業です。

これまでにない部分として、BtoC、コンシューマーの方々からお金を頂戴し、地域のコンテンツをお届けする形ですので、既存のリソースはあるものの新しい挑戦であることは事実です。

ただ、時代的にも、直接個人の方々から「推し活」をするように地域を応援する機運を非常に感じています。事業の特性上、一気に売上があがり当期内貢献することはなかなか想定しにくい部分もありますが、中長期的には大きく事業に貢献すると考えています。

Q5: 昨年よりAmazonふるさと納税が開始されましたが、御社のふるさと納税事業にはどのような影響がありますか。

A5: 石井

当社が担っているふるさと納税業務は寄付サイトではなく、その裏側の業務でございます。

当社は自治体から委託を受け、地域の事業者を回り、地域の産品を取材し、その魅力をふるさとチョイスや楽天ふるさと納税、そして今回新たに始まったAmazonふるさと納税といった寄付受付サイトに掲載し、寄付を受付するというのが我々の役割でございます。

寄付サイトの場合は、競合が大きく参入してきたわけですので脅威に感じられる部分もあるかと思いますが、当社の場合は、寄付を受け付ける面が増えることはむしろチャンスというふうに考えております。

残念ながら、既に報道にあるように、Amazonふるさと納税の事業開始が随分年末に遅れましたので、当初想定していたほどには大きな影響はないという見込みもあります。

ただ、今後期待できる一つの寄付の出口が増えることとなるので、当社にとってはポジティブな影響だというふうに考えております。

Q6: 2025年10月からふるさと納税のポイント付与禁止などが発表されていますが、ふるさと納税事業への影響をどのようにお考えですか。

A6: 石井

おそらく、影響はあるかと思っています。

本来であれば年末に迎えるピークに時期の変更があるとみています。

多かれ少なかれ影響はあると見込んでいますが、それが具体的にどのくらいの規模になるのかは、現段階では具体的には申し上げにくいと思っています。

Q7:株主優待を年2回にする予定はないのでしょうか？

A7:石井

現時点では年に2回にすることは検討しておりません。

Q8: AIリスクリング事業の収益性についてお聞かせください。

A8: 石井

リスクリングのコンテンツは主にオンラインで提供する形となっております。

ワークショップ等のプログラムは我々が直接お伺いして行っていくものもありますが、

まず原価が高い事業ではありません。

また、今現在国がリスクリングを押ししていることもあり、リスクリングの助成金の対象事業となっております。

従来型のものを仕入れて売るといったような事業形態以上には、利益率が出るというのが実情でございます。

Q9: 色々な事業をやられていますが、1番利益が出そうな「まるまるおまかせプラン」に全勢力を注ぎ込んだ方がいいのではないのでしょうか？

A9: 石井

現在の当社の利益構造といいますと、直営および全国のパートナー経由でお申し込みいただいている「まいぷれ」の利用料を直接いただくものもあれば、レベニューシェアとしていただくものもありますが、このストック収益の部分が一番利益率が高いというのは明確な事実でございます。まるまるおまかせプランはそこに載せていくことによって単価も上がって非常に可能性を感じる部分がありますし、実際にニーズもあるので直営地域で売れている一方で、代行業でするので多かれ少なかれ原価が発生します。

この原価の部分にもAI技術を導入して省力化を図っていますが、従来型のまいぷれのサービスと異なりこのまるまるおまかせプランは原価があるので、利益率では従来型のまいぷれサービスの方が高いです。

まるまるおまかせプランはもちろん現時点での注力事業のひとつですが、先ほどご紹介の通り、直営地域ではそれ相応に売れ始めているもののまだパートナーエリアでの展開がなかなかアクセルを踏み切れていない状態です。

このまいぷれの高付加価値・単価を上げるという施策においてはいくつかその他にも手がございます。

まるまるおかせプランももちろん注力しますが、もっと別のサービスやアプローチもあるのではないかとこのも並行して検討しております。

そのため、まるまるおかせプランも注力しますが、そのみに全振りするというのは特策だとは思っておりません。

Q10: 事実として数字が何年も伸びていないので、社長交代などを含めて、対策をどのように考えていますか？

A10: 石井

ご意見ありがとうございます。

もちろん、もっといい施策があればすぐ導入したいと思いますし、私もこのポジションにこだわるつもりは特にありませんが、現状は確実に結果が出せる自信があつてやらせてもらっているので、もうしばらく結果を出すまで実行させていただきたいと思います。

中川

補足として。事実としては3期前から、12億、13億、15億と売上に関しては計画通りではないにしても数字は伸びています。

売上総利益も伸びています。

我々は成長環境を手に入れるために、人員の投資を先行して行っていたというのが、今までの決算の方でも報告させていただいている通りです。その調整を今期しなければいけないということ、今期の業績予想17億を数字として伸ばしていこうというふうに現時点では考えております。

石井からのご挨拶

石井

本日もご参加いただき、ありがとうございました。

前年同期比割れがあるという形で、決して褒められた数字ではないことは重々承知しているのですが、我々としては非常に可能性を感じているところでございますので、引き続き応援いただければと思っております。

ありがとうございました。

本資料の取り扱いについて

- 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。
- 本資料は、情報の正確性の担保や、内容をより良く伝えることを目的として、決算説明会における発言内容に編集を加える場合があります。具体的な修正範囲は接続詞や言い回し、文法等の修正となります。