



2025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）

2025年4月14日

2025年8月期第2四半期 連結業績結果

売上高

837 百万円 前年同期比 +2.3 % 計画進捗率 48.7 %

売上総利益

502 百万円 前年同期比 △0.4 % 計画進捗率 44.5 %

営業利益

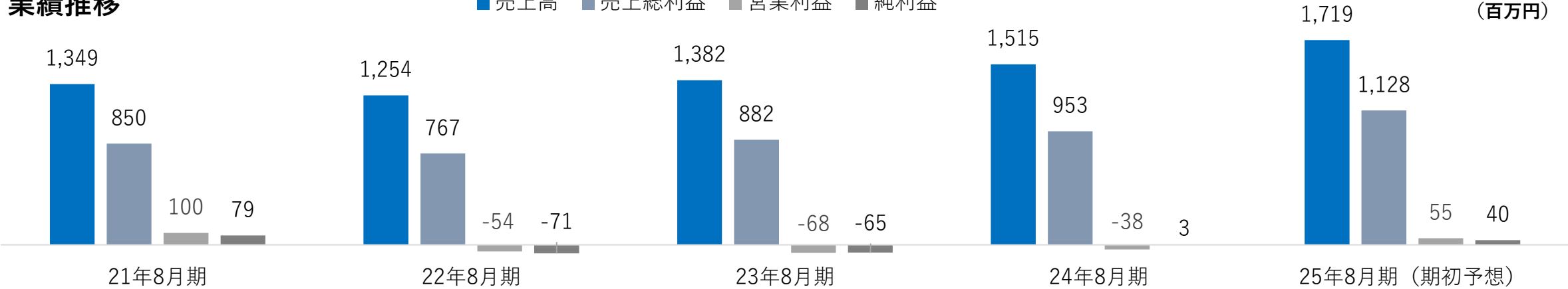
△3 百万円 計画進捗率 —

■地域事業流通事業では、直営・パートナーエリアともにMRRは前年同期比で増加。
一方、フロー型の収益である、新規パートナーの契約獲得における初期加盟金と、販促案件の売上高が計画を下回る傾向が継続し、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、ふるさと納税の売上トレンドが例年通り第2四半期偏重の推移となり、寄付額向上施策の奏功により市場の競争激化に反して売上増加した（YoY+12.0%）。その他の公共案件売上・まいぷれポイント売上も、前年より好調に推移。

業績推移

■売上高 ■売上総利益 ■営業利益 ■純利益



※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。

00 事業概要

01 2025年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

02 連結業績予想の修正

03 2025年8月期第2四半期 ビジネストピックス

04 今後の成長戦略

4-1. MRR領域の進捗

4-2. 関係人口創出事業への参入

05 Appendix

00 事業概要

01 2025年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

02 連結業績予想の修正

03 2025年8月期第2四半期 ビジネストピックス

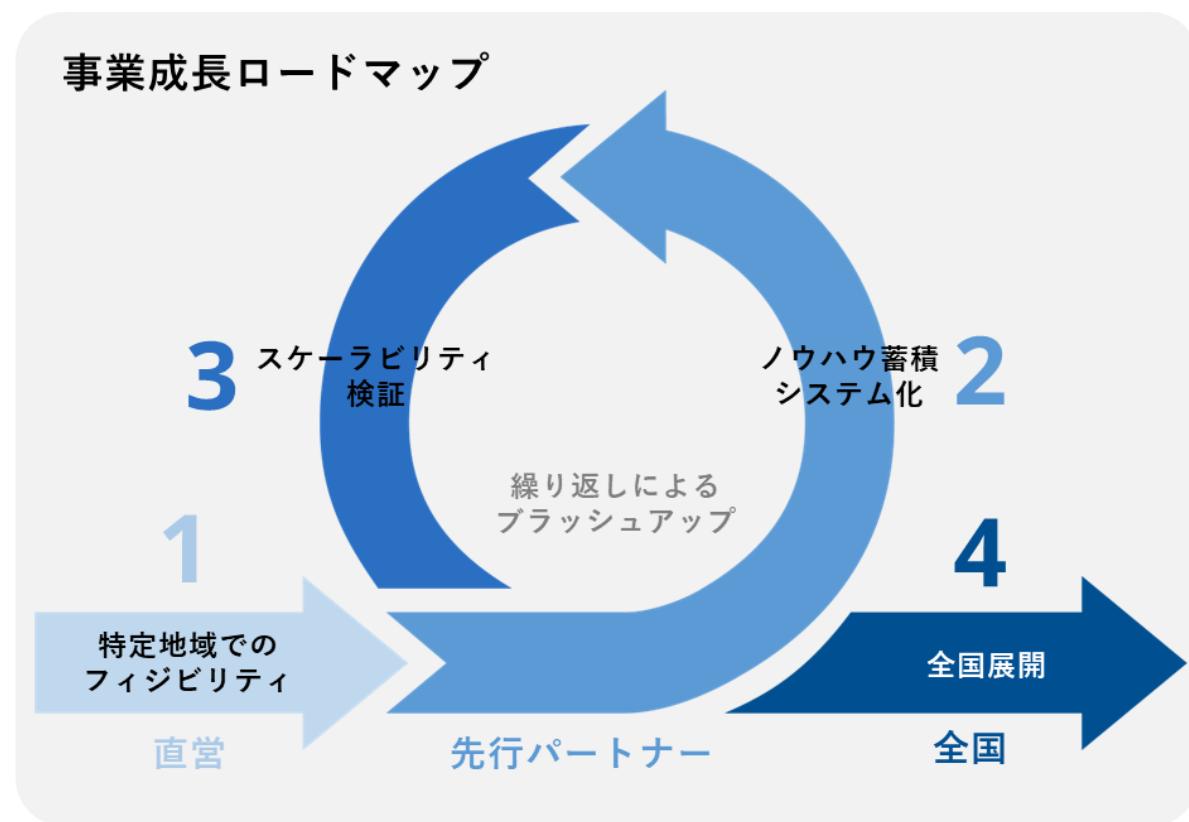
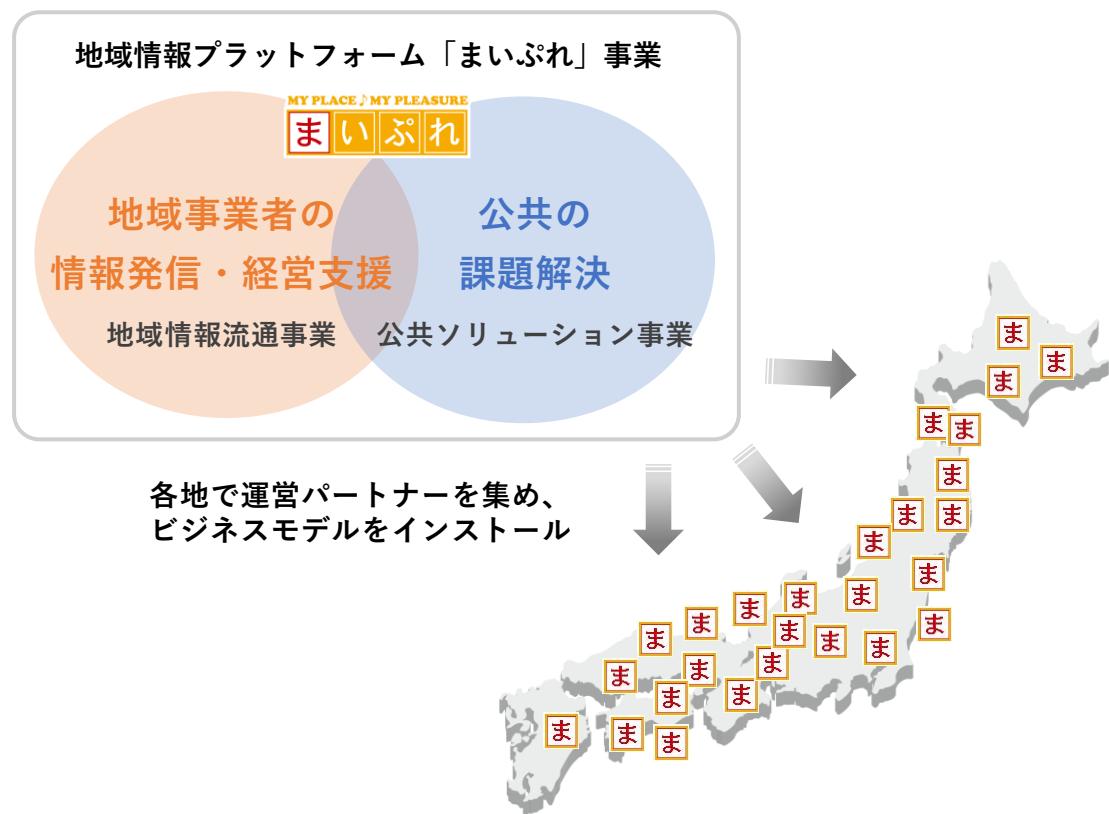
04 今後の成長戦略

4-1. MRR領域の進捗

4-2. 関係人口創出事業への参入

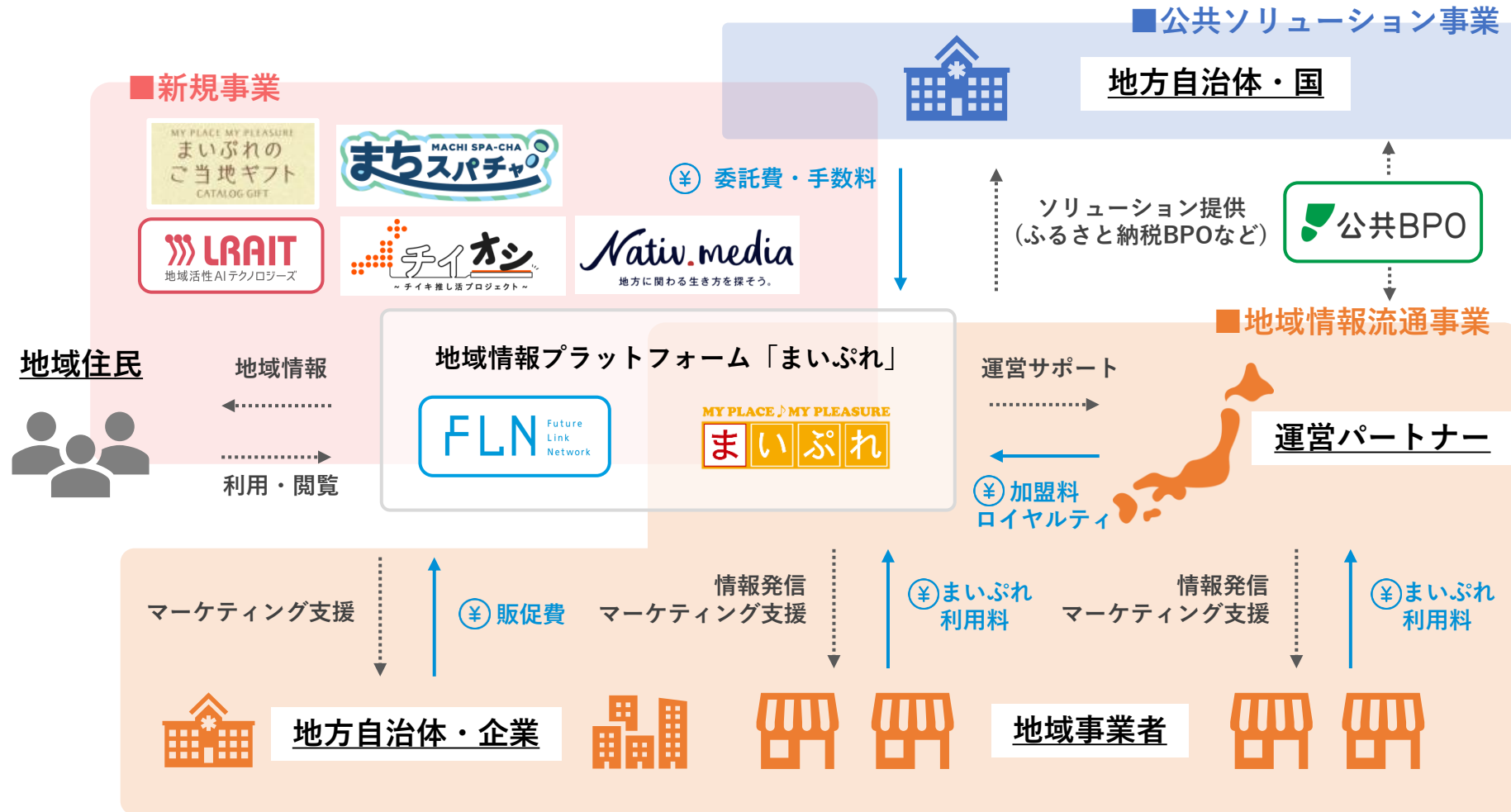
05 Appendix

地域情報プラットフォーム「まいぷれ」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	まいぷれ関連売上	直営まいぷれ利用料	●	9.4%	直営地域のまいぷれ利用料	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		10.0%	運営パートナーの新規加盟料 等	
			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ぷれ 利用料のロイヤルティ売上	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		13.6%	広告販促物の制作費等
		新規事業関連売上			0.7%	まいぷ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
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			7.1%	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
		まいぷれポイント売上			2.7%	自治体への地域ポイントサー ビスの運営委託料等	
新規事業開発 							
公共ソリューションの拡充 							

※2025年8月期第1四半期までは「パートナー関連売上 ロイヤルティ売上（固定）」にストック（MRR）の「●」を付与しておりませんでした。重要な月次経常収益であるため、MRRとして表記いたします。

00 事業概要

01 2025年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

02 連結業績予想の修正

03 2025年8月期第2四半期 ビジネストピックス

04 今後の成長戦略

4-1. MRR領域の進捗

4-2. 関係人口創出事業への参入

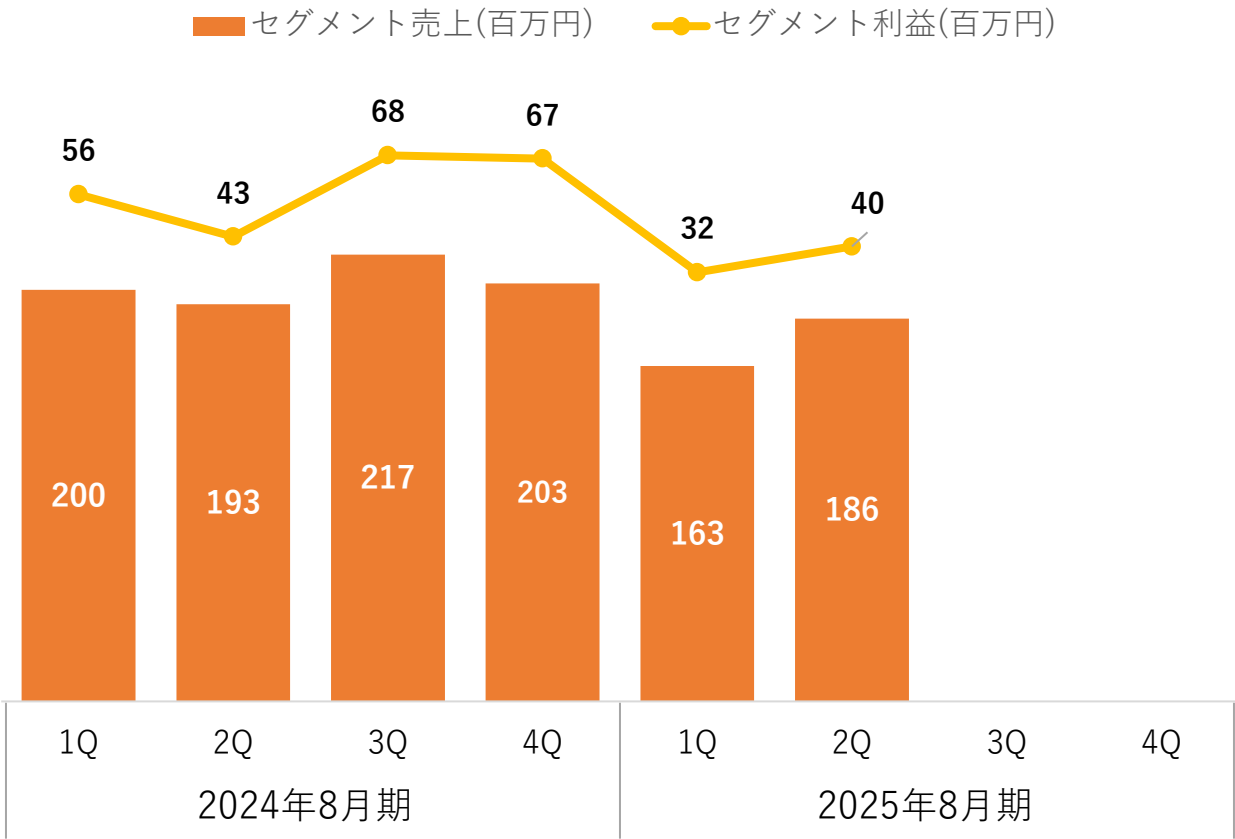
05 Appendix

売上高837百万円（YoY+2.3%）と増収し、営業利益は△3百万と赤字幅を縮小し、前年同期比で改善。

(百万円)	2024年8月期		2025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	818	1,515	1,719	837	102.3%	48.7%
地域情報流通事業	393	815	926	349	88.8%	37.7%
まいぶれ関連売上	65	142	182	82	125.6%	45.5%
パートナー関連売上	222	457	469	180	81.5%	38.5%
マーケティング支援売上	105	215	274	85	81.1%	31.2%
公共ソリューション事業	425	699	792	488	114.8%	61.6%
ふるさと納税売上	376	514	608	421	112.0%	69.2%
公共案件売上	33	120	120	47	140.7%	39.4%
まいぶれポイント売上	15	65	62	19	127.1%	30.9%
売上原価	314	562	590	335	106.6%	56.8%
売上総利益	504	953	1128	502	99.6%	44.5%
売上総利益率	61.6%	62.9%	65.7%	60.0%	-	-
販管費	512	991	1,073	505	98.7%	47.1%
営業利益	-7	-38	55	-3	-	-
営業利益率	-0.9%	-2.5%	3.2%	-	-	-
経常利益	-7	-39	48	-5	-	-
当期純利益	-9	3	40	-18	-	-

まいふれのMRR (Monthly Recurring Revenue) は直営・パートナーエリアともに増収。
一方、新規パートナーの契約獲得における初期加盟金や、販促案件の売上高など、フロー収益は計画を下回る傾向が継続。

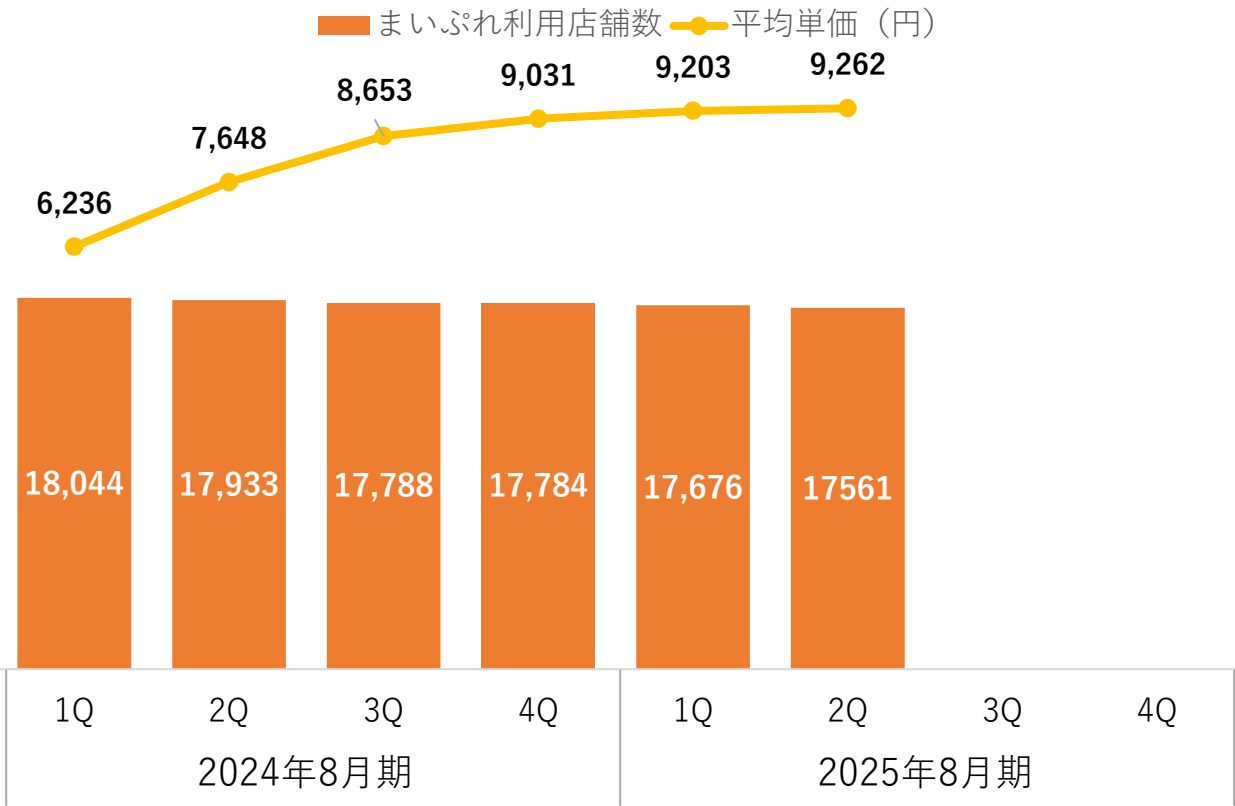
(百万円)	地域情報流通事業			
	2024年8月期		2025年8月期	
	2Q実績	通期実績	2Q実績	前年同期比
売上高	393	815	349	88.8%
まいふれ関連売上	65	142	82	125.6%
パートナー関連売上	222	457	180	81.5%
マーケティング支援売上	105	215	85	81.1%
売上原価	102	217	97	95.4%
売上総利益	291	597	251	86.4%
売上総利益率	74.0%	73.3%	72.0%	-
営業利益	100	236	73	72.8%
営業利益率	25.5%	29.0%	20.9%	-



プラットフォームの価値



- プラットフォーム利用店舗数：後述する新機能リリースを契機に純増転換を目指す。
- 平均単価：高単価商品の展開により、緩やかな増加傾向を継続。



※1) まいぷ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12月末時点の有料利用店舗の平均。

プラットフォームの広がり



- 運営パートナー数：2Q中の新規契約は3社に留まり、前年同期比で純減。
- 契約エリア数：パートナー数の減少に伴い、エリア数の伸びも鈍化。

■運営パートナー数

163 社

前年同期比
△10 社

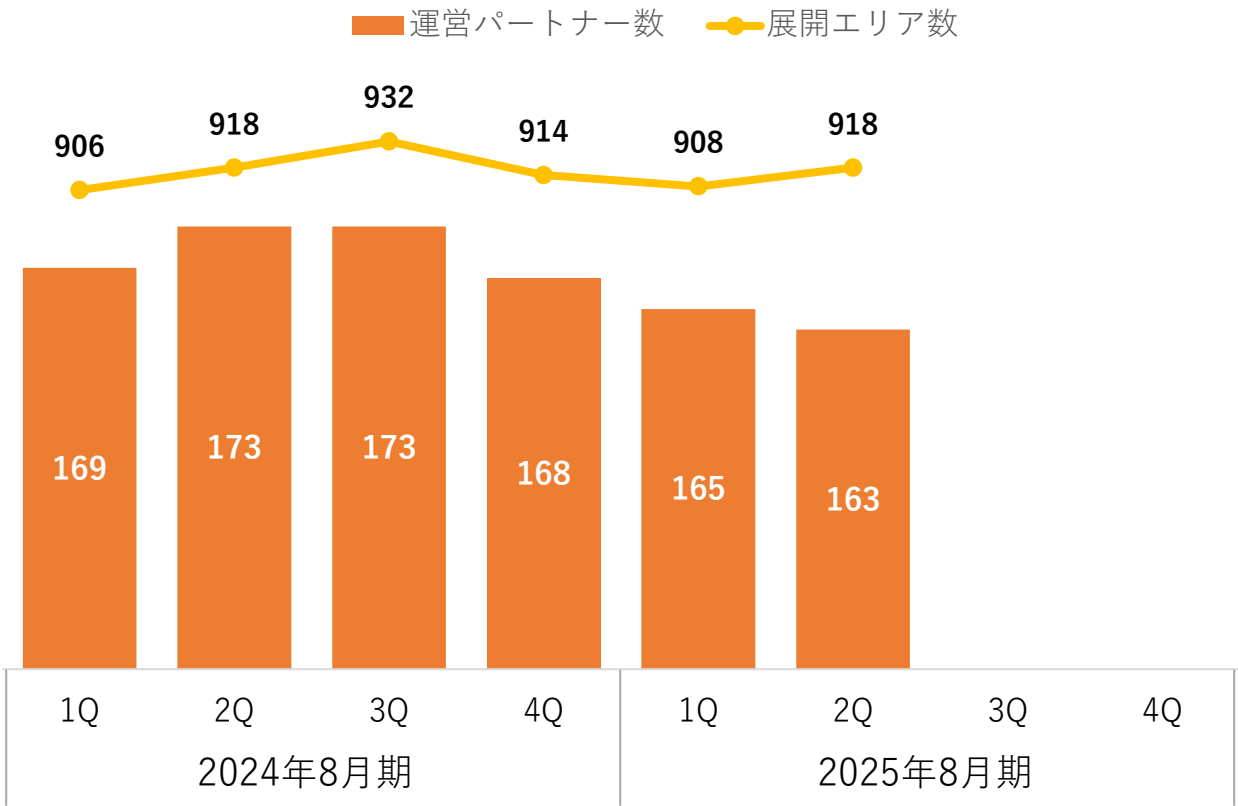
計画達成率
95.3 %
(計画171社)

■契約エリア数

918 市区町村

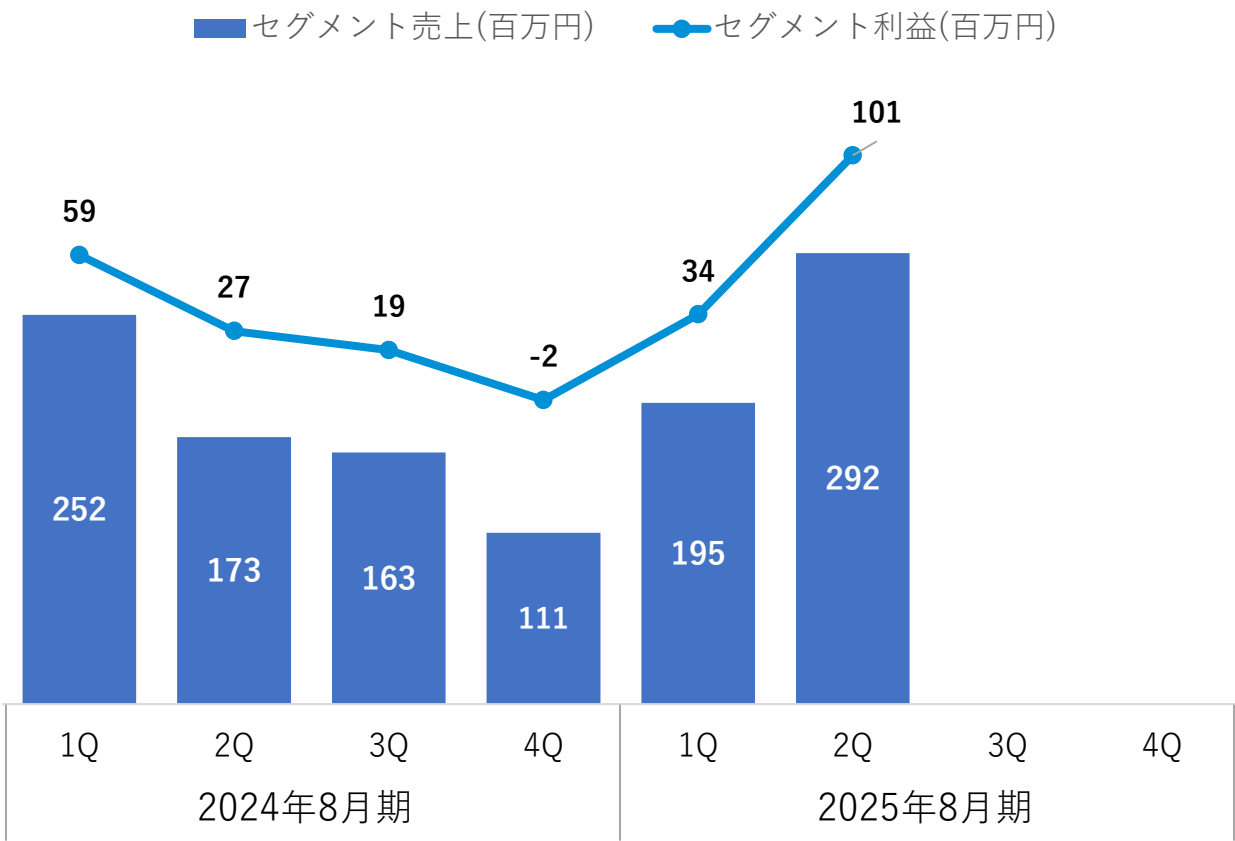
前年同期比
+0 市区町村

計画達成率
99.5 %
(計画923市区町村)

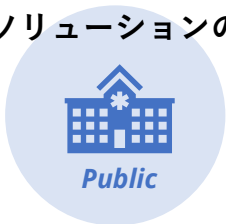


ふるさと納税は年末を含む2Q偏重の売上トレンドに戻り、1Qの減少分も取り戻して累計売上高で増収。
その他の公共案件では自治体DX推進案件の売上高が後押しし、大幅増。ポイント売上高も前年より好調に推移している。

(百万円)	公共ソリューション事業			
	2024年8月期		2025年8月期	
	2Q実績	通期実績	2Q実績	前年同期比
売上高	425	699	488	114.8%
ふるさと納税売上	376	514	421	112.0%
公共案件売上	33	120	47	140.7%
まいふれポイント売上	15	65	19	127.1%
売上原価	211	344	237	112.0%
売上総利益	213	355	250	117.6%
売上総利益率	50.2%	50.7%	51.4%	-
営業利益	66	104	136	155.8%
営業利益率	17.9%	14.9%	27.9%	-



公共ソリューションの拡充



- 米の価格高騰を背景に、ふるさと納税における米の需要が増加。
- 注力自治体・返礼品を絞った寄付額増加施策の推進により、2Q時点で昨年3Q累計寄付額を超過。

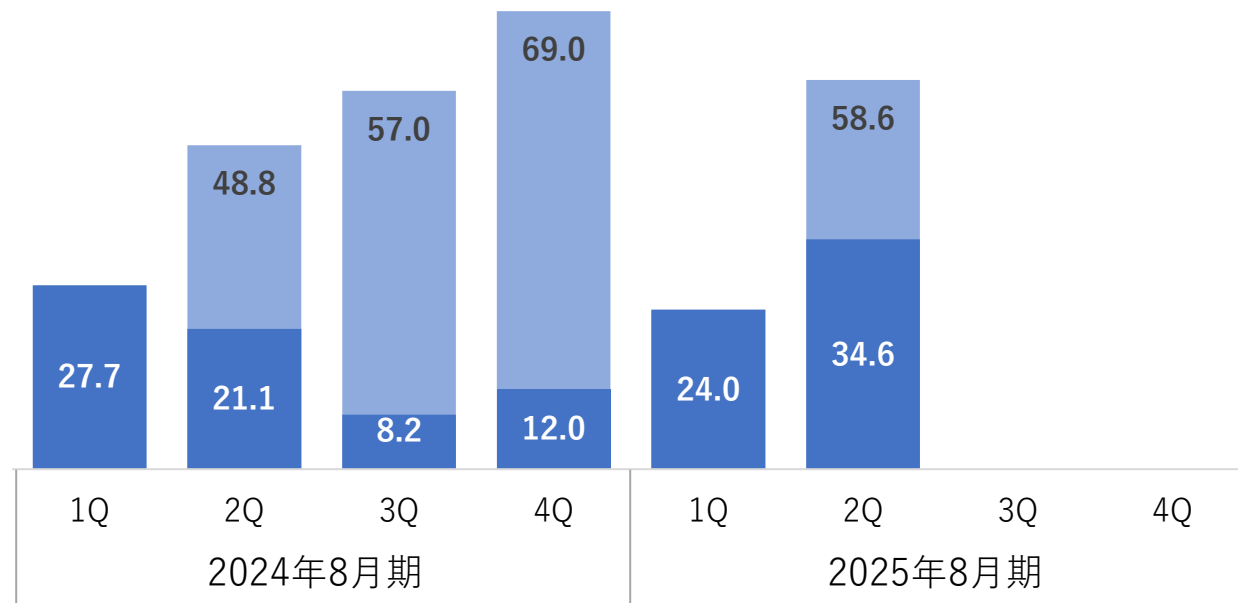
■ 寄付額累計 ■ ふるさと納税寄付額（億円）

■ ふるさと納税寄付額

58.6 億円

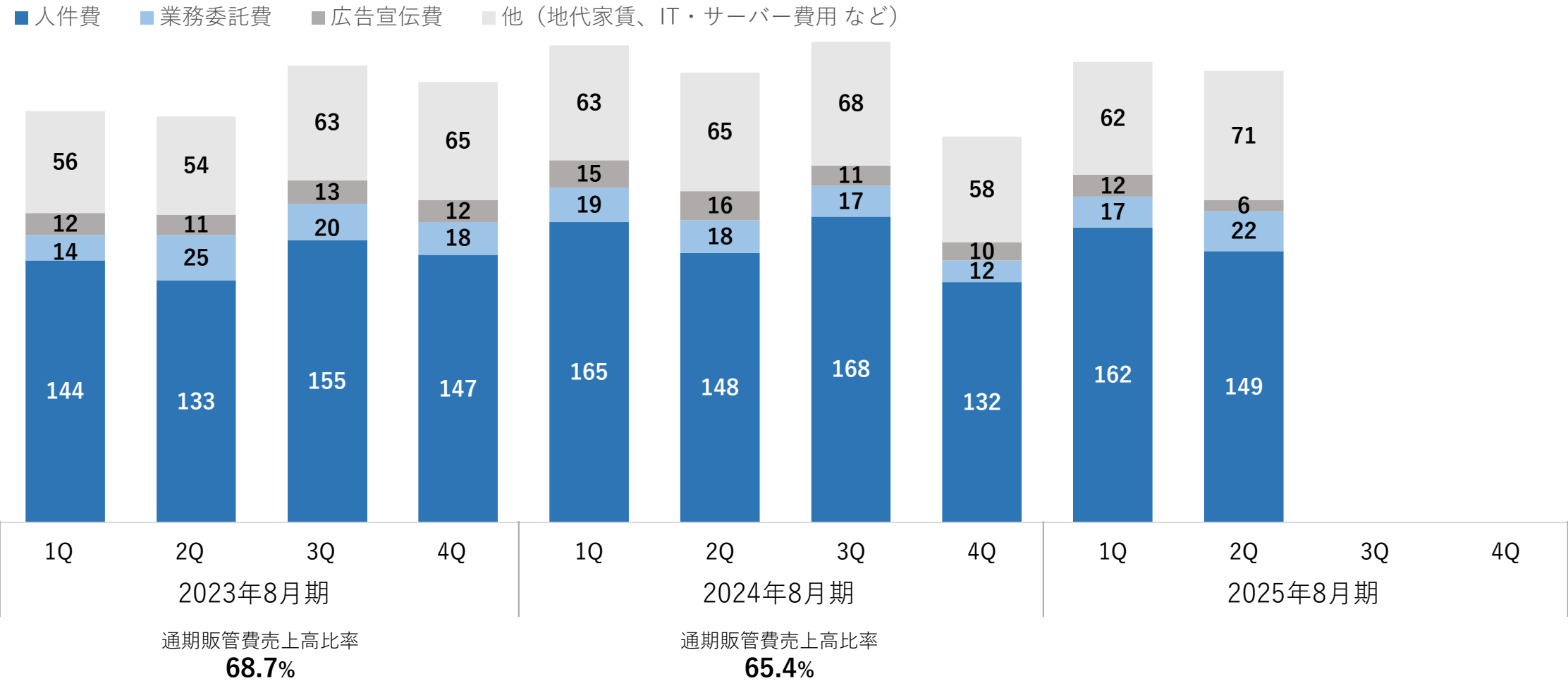
前年同期比
+9.7 億円

計画達成率
60.2 %
(計画97.4億円)



広告宣伝費を中心に販管費抑制を継続。生産性向上のため研修費が増加するも、全体では前年同期比で減少（YoY△1.3%）。

(百万円)



00 事業概要

01 2025年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

02 連結業績予想の修正

03 2025年8月期第2四半期 ビジネストピックス

04 今後の成長戦略

4-1. MRR領域の進捗

4-2. 関係人口創出事業への参入

05 Appendix

AIリスキリング研修の導入と人材開発支援助成金の採択決定により、営業利益が△19百万円の下方修正、当期純利益は38百万円の上方修正となった。

	(百万円)	2024年8月期 通期実績(参考)	2025年8月期 当初予想	2025年8月期 修正予想	増減額	増減率
売上高		1,515	1,719	1,719	0	-
売上原価		562	590	590	0	-
売上総利益		953	1128	1128	0	-
売上総利益率		62.9%	65.7%	65.7%	-	-
販管費		991	1,073	1,093	+19	101.9%
営業利益		-38	55	35	△19	63.9%
営業利益率		-2.5%	3.2%	2.1%	-	-
経常利益		-39	48	28	△19	58.6%
特別利益		50	0	79	+79	-
当期純利益		3	40	78	+38	196.8%
親会社株主に帰属する当期純利益		2	39	77	+38	199.7%

FLNにおける生産性向上施策の一環として、地域活性AIテクノロジーズの提供する「AIリスキリング研修（eラーニング形式）」を受講し、AI技術の獲得による事業成長を推進。この取り組みに対し、厚生労働省の『人材開発支援助成金（事業展開等リスキリング支援コース）』の採択が決まり、2025年3月21日付で79百万円を受領。



■会計上の処理

- グループ全体でのリスキリング研修の経費として、年間を通じておよそ19百万円が販管費として計上。
- 助成金79百万円は、2025年8月期第3四半期連結会計期間（2025年3月1日～5月31日）において特別利益として計上。

00 事業概要

01 2025年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

02 連結業績予想の修正

03 2025年8月期第2四半期 ビジネストピックス

04 今後の成長戦略

4-1. MRR領域の進捗

4-2. 関係人口創出事業への参入

05 Appendix

時期	成長の軸	内容
2024年12月	 新規事業開発	「まいぷれのご当地ギフト」 定期便サービスを実施
	 新規事業開発	「まちスパチャプロジェクト」 年末年始企画を実施
2025年2月	 新規事業開発	岩手県八幡平市にて「まちスパチャプロジェクト」 第二弾を実施
	 新規事業開発	カヤック社より「Nativ.Media」 事業譲受
2025年3月	 新規事業開発	ANAあきんどと連携し「ANAトラベラーズアクティビティ」で観光コンテンツを販売
	 新規事業開発	「まいぷれのご当地ギフト」 シリーズ総計発行部数3,000個を突破
	 プラットフォームの価値	「まいぷれ」で地域情報特化型AIエージェント機能をリリース

00 事業概要

01 2025年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

02 連結業績予想の修正

03 2025年8月期第2四半期 ビジネストピックス

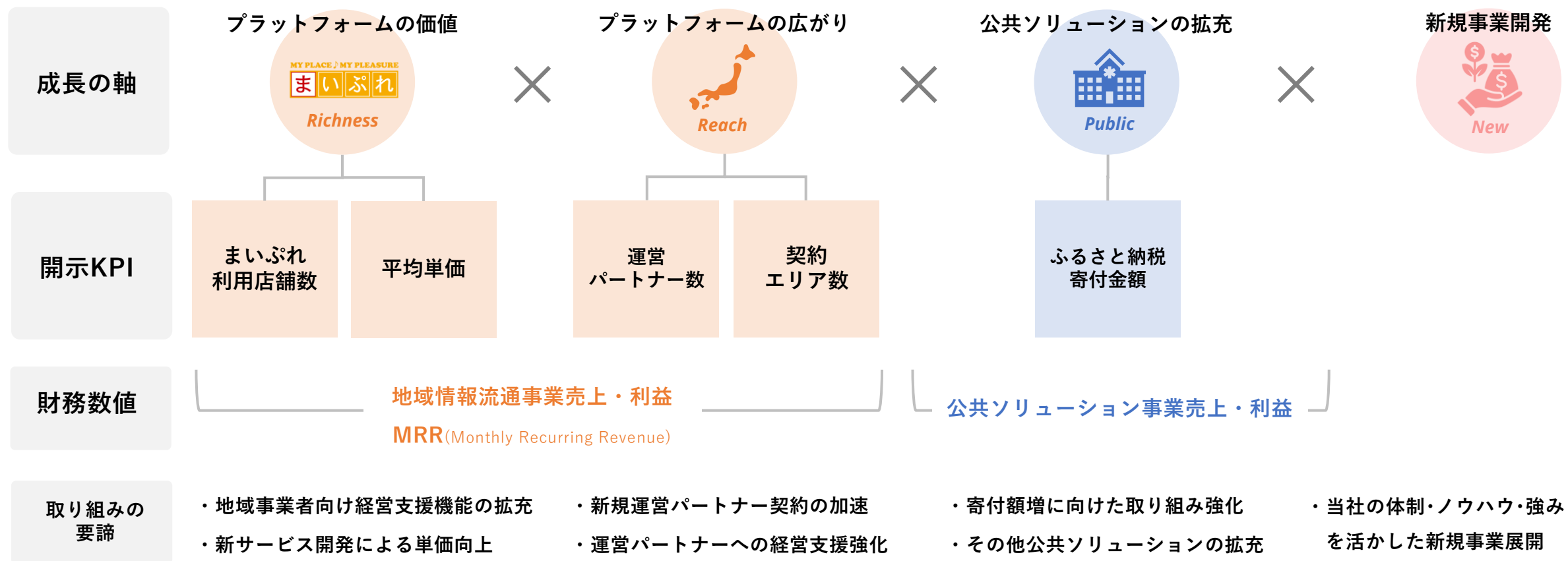
04 今後の成長戦略

4-1. MRR領域の進捗

4-2. 関係人口創出事業への参入

05 Appendix

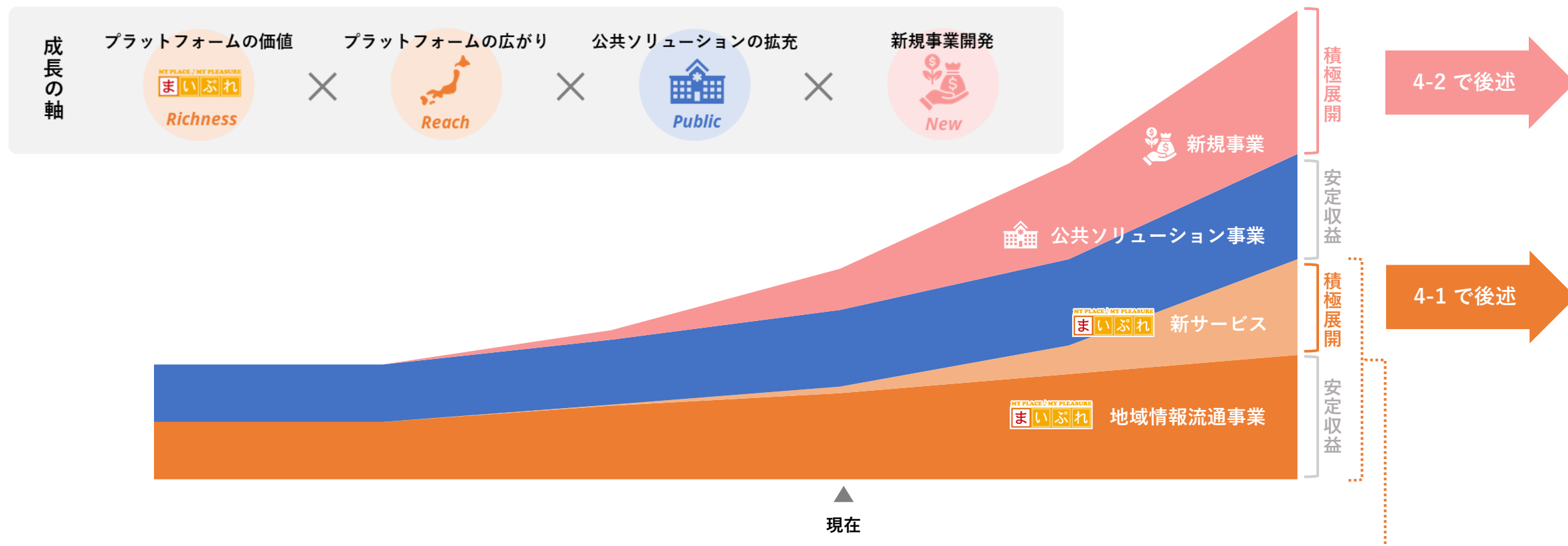
「まいふれ」のサービス価値を高めて単価を向上させ、運営パートナー数を増やすことで展開地域を拡大。
このプラットフォームを活用した公共ソリューション事業・新規事業開発の実施により、事業成長を加速。



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

00 事業概要

01 2025年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

02 連結業績予想の修正

03 2025年8月期第2四半期 ビジネストピックス

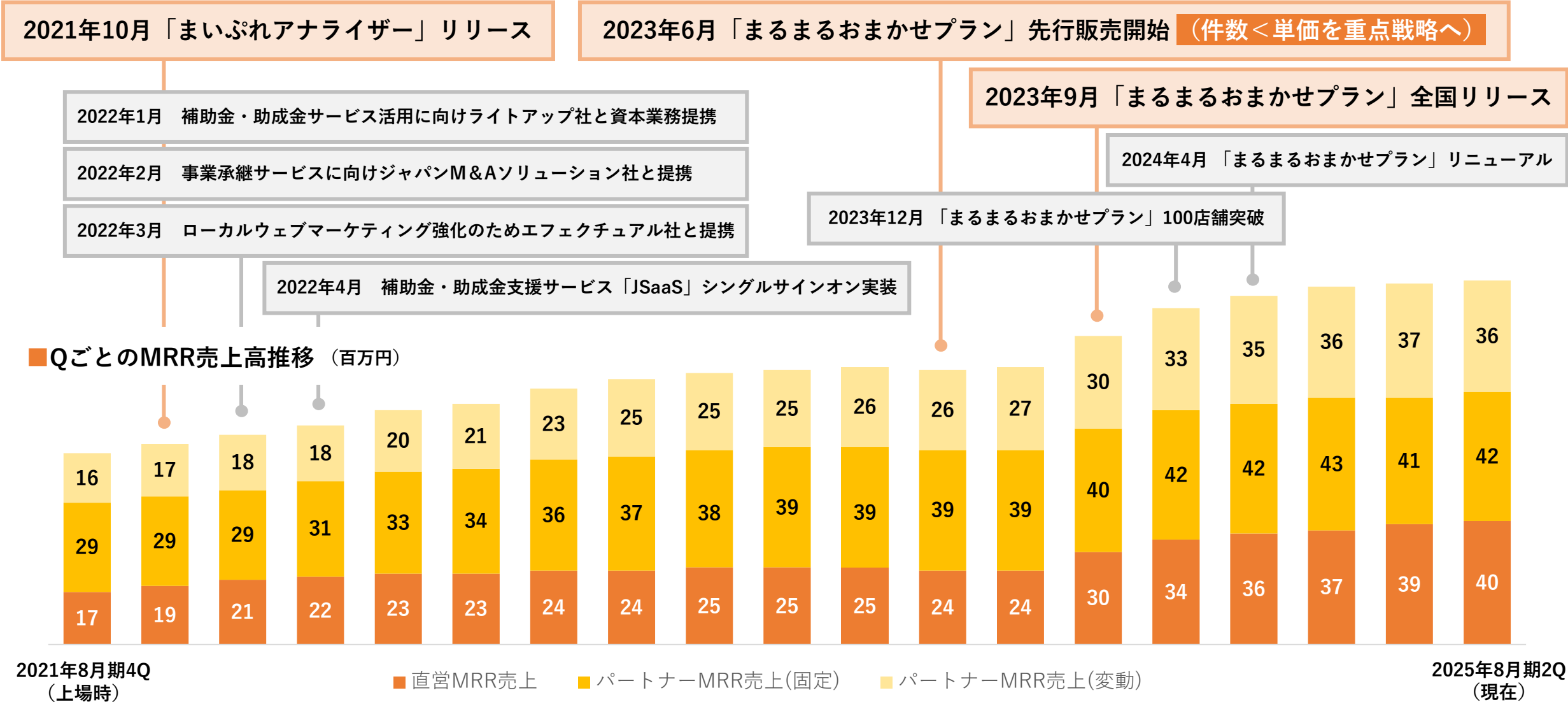
04 今後の成長戦略

4-1. MRR領域の進捗

4-2. 関係人口創出事業への参入

05 Appendix

「地域事業者向け経営支援機能の拡充」を軸に、プラットフォームの価値向上を推進。



価値向上の変遷を経た内部・外部環境を踏まえ、AI技術を活用した新たなサービス開発を始動。

■外部環境



- AI技術の急速な進化と社会実装の加速
- 地域事業者の人的リソース不足
- 急速に変化する情報発信・取得環境により、発信に求められるスキルの難易度・ハードルが上昇

■内部環境

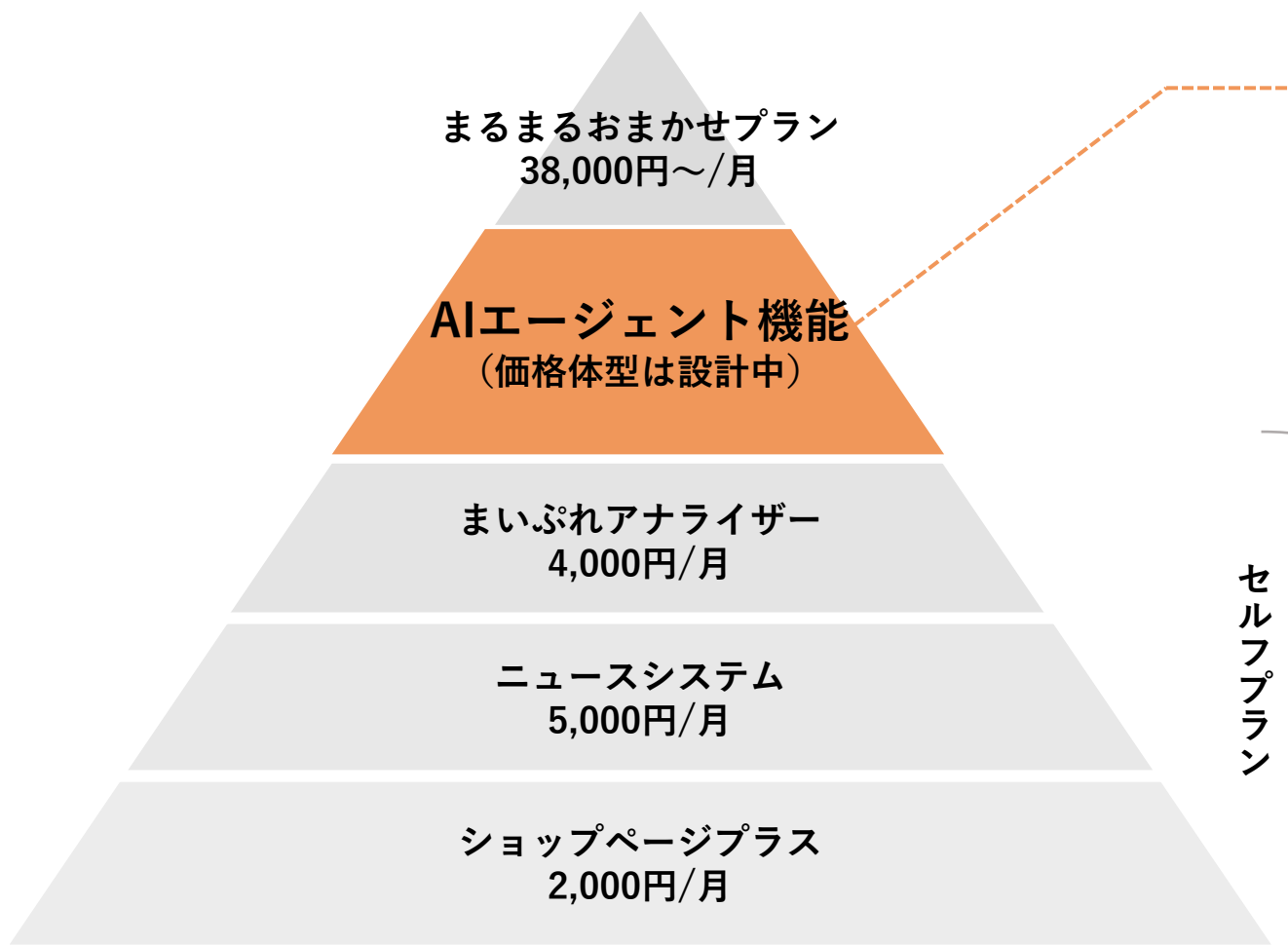


- リスキリング研修などによる社内でのAI活用の活発化
- AIを活用した開発技術の向上
- 情報発信代行サービス（まるまるおまかせプラン）を通じて蓄積された、ローカルマーケティングの実践知

「まるまるおまかせプラン」の提供を通じて得られたニーズへの確信と蓄積されたナレッジを活用し

『地域情報特化型AIエージェント機能』の開発へ

「まるまるおまかせプラン」ほど高付加価値のサービスは求めないものの、「セルフプラン」よりも手間なくマーケティング効果の高い情報発信を行いたい層に向けて、AIエージェント機能を付与するプランを設計中。

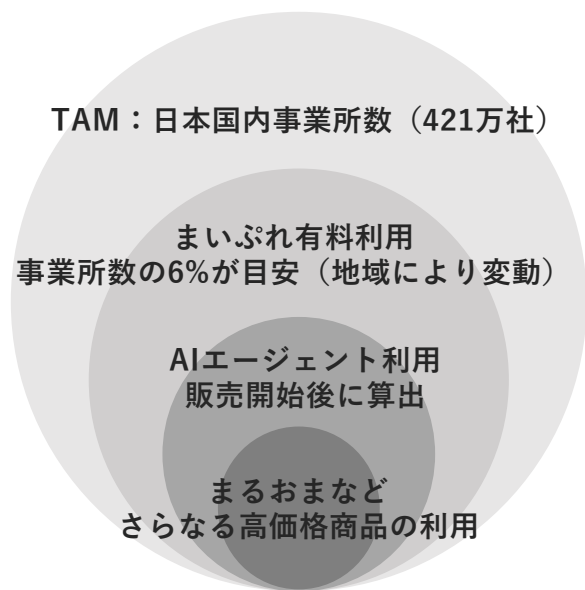
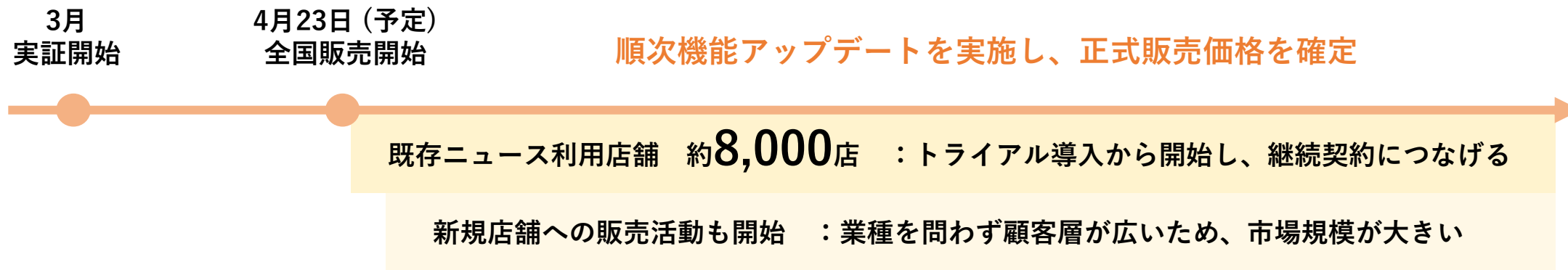


機能の特長

- 「まいぷれ」に蓄積した過去データを活用し、地域ごとのトレンドや多業種の成功事例を学習。
- 店舗ごと・地域ごとに最適なPR文章を提案。
- 季節や地域のイベントに合わせたキャンペーン文案も自動生成が可能。
- 文章提案だけではなく、画像選定や投稿スケジュールのアドバイスも提供予定。
- 「まいぷれ」管理画面から簡単操作で利用可能。

プラットフォーム利用料 ※税別

AIエージェント機能は2025年4月より正式に全国販売を開始。既存の全国ニュース利用店舗約8,000店にトライアル導入し、その後の継続契約につなげる。新規店舗への販売活動も同時にスタート。



ターゲットMRR10～17億円を実現する MRR領域の成長ポテンシャルは AIエージェントの販売状況をふまえて再計算

00 事業概要

01 2025年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

02 連結業績予想の修正

03 2025年8月期第2四半期 ビジネストピックス

04 今後の成長戦略

4-1. MRR領域の進捗

4-2. 関係人口創出事業への参入

05 Appendix

少子高齢化・人口減少により、都市と地方の格差が拡大。国や自治体では「関係人口」の創出を、地域の持続可能性を高める「人材・経済・コミュニティの再生」戦略として位置づけ、取り組みが加速している。

FLNの地域密着型の強みは『地方創生2.0』との親和性が高く、注力すべき新規事業のテーマであると捉えている。

FLNの強み

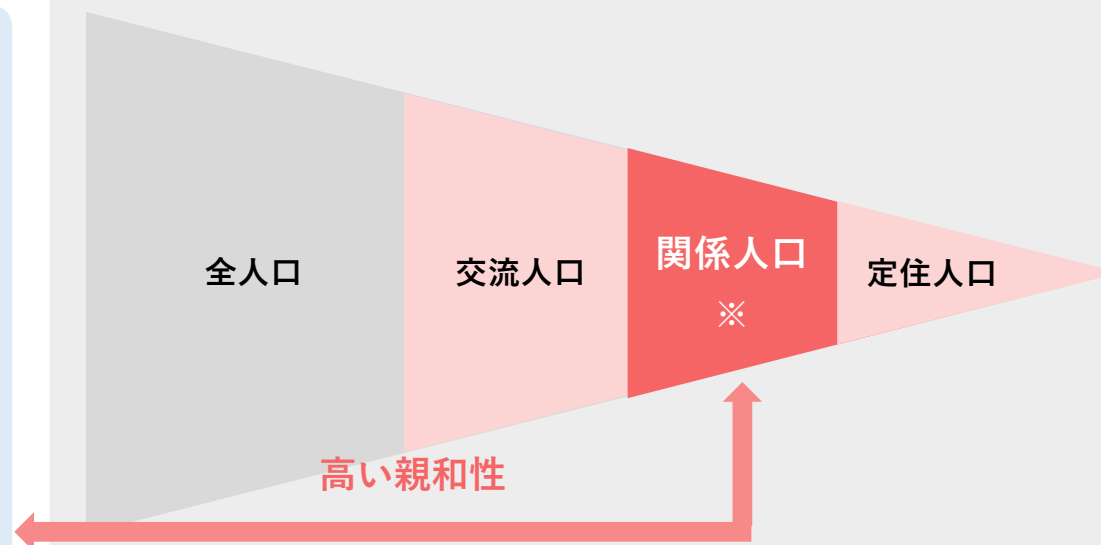
全国の地域事業者リアルな接点を持ち
DX・AI導入を促進できる体制

顧客層が広く類似企業が少ないため
市場（TAM）が大きく、成長ポテンシャルが高い

官民協働の実績・ノウハウがあり、
国策である地方創生における成長余地が大きい

地方創生2.0

地域の持続可能性を高める「人材・経済・コミュニティの再生」



社会的背景

少子高齢化

人口減少

経済格差

人口格差

ライフスタイルの変化

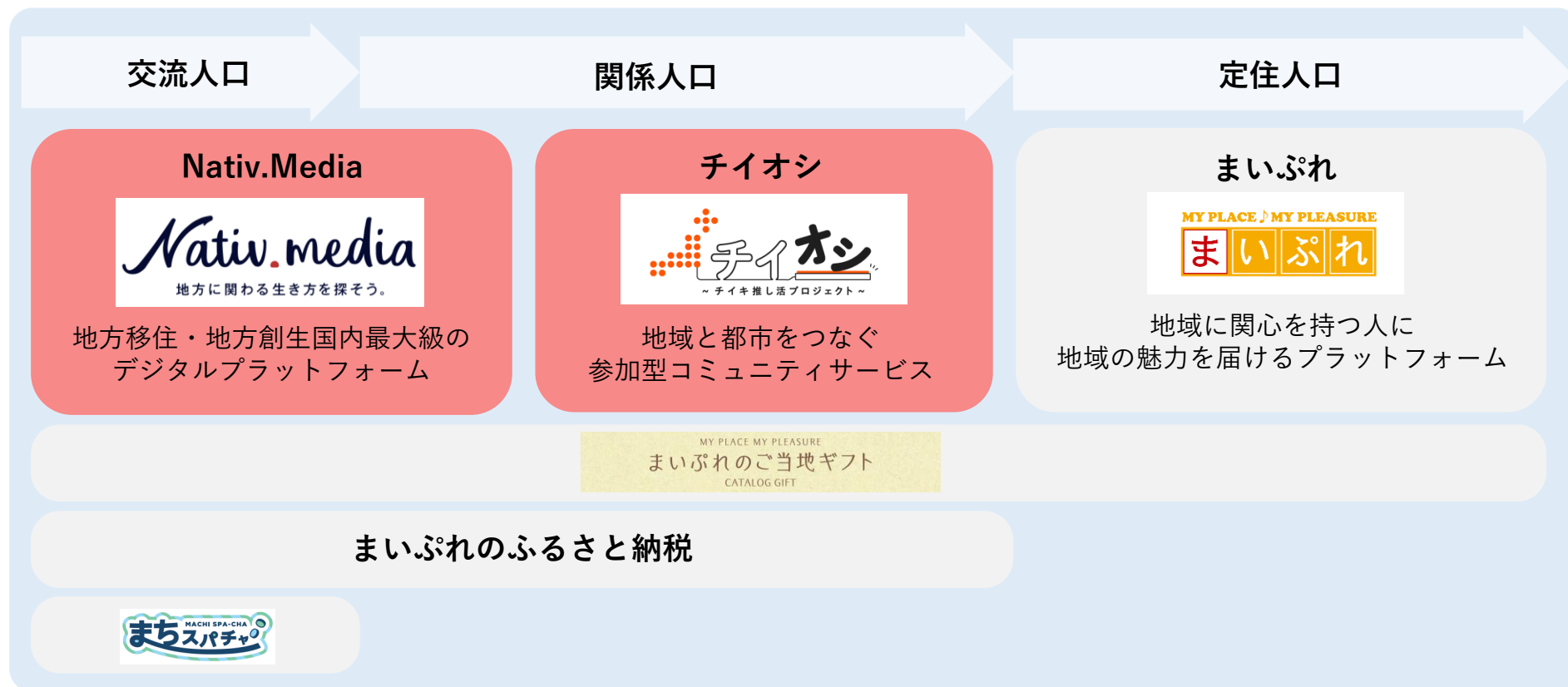
※「関係人口」とは：定住人口（移住者）でも交流人口（観光客）でもない地域と継続的かつ多様に関わる人々のこと

2025年4月より当社事業となった「Nativ.Media」と既存事業とを連携し、全国の自治体を対象に【交流人口→関係人口→定住人口】への流れを促す。社会的な関心の高まる地方創生領域で、FLNの強みを活かした総合的な地域活性に取り組む。



FLN Future Link Network

新規事業 × 既存事業



■ Nativ.Mediaとは

「Nativ.Media」は、地域の魅力を深く発信し、地域での活動や移住に関心を持つユーザーに広く遡及できるプラットフォーム。外部サイトと連携した情報拡散力の強さが特長で、自治体の魅力を発信する記事や求人広告、セミナー開催などを通じ、地域の魅力を効果的に伝える。

00 事業概要

01 2025年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

02 連結業績予想の修正

03 2025年8月期第2四半期 ビジネストピックス

04 今後の成長戦略

4-1. MRR領域の進捗

4-2. 関係人口創出事業への参入

05 Appendix

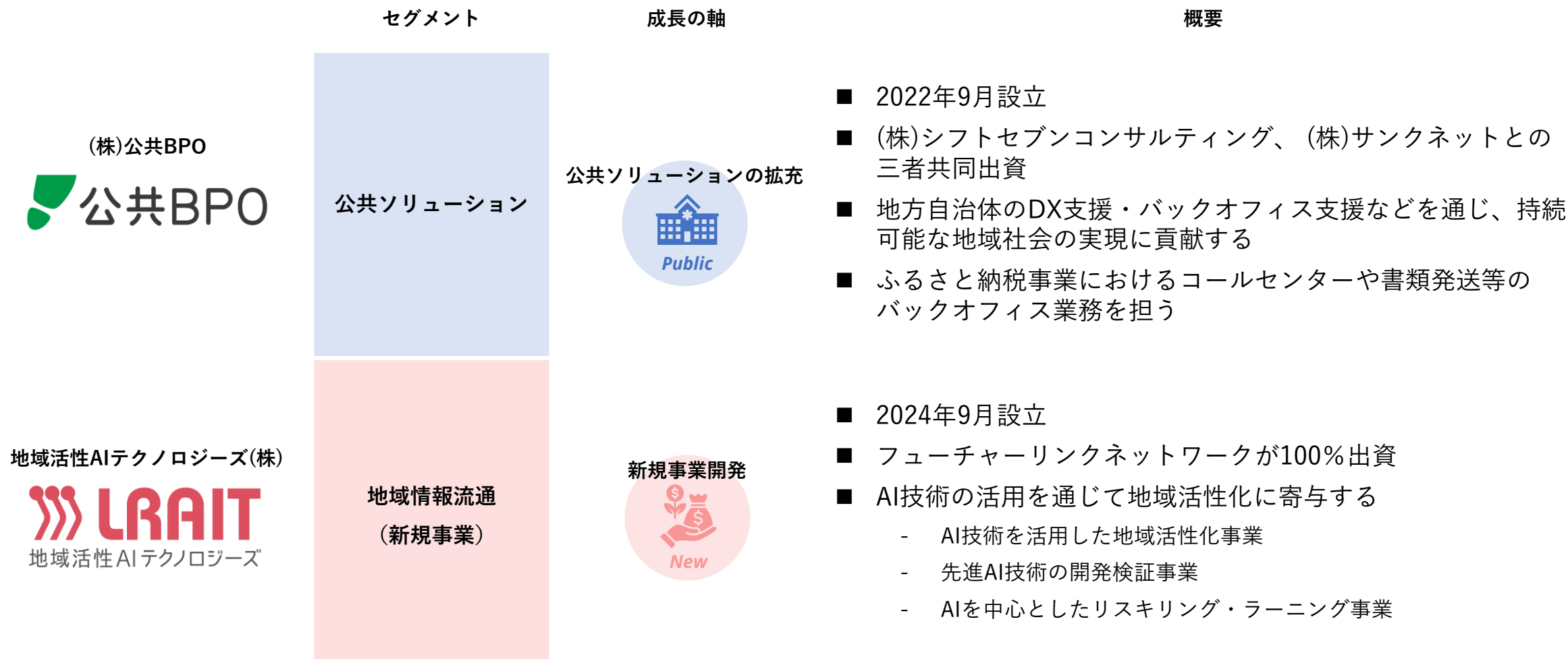
会社名	株式会社フューチャーリンクネットワーク	
設立	2000年3月（決算期：8月）	
本社所在地	千葉県船橋市	
従業員数	163名（2025年2月末現在 有期雇用含む 連結）	
資本金	279,922,670円（2025年2月末現在）	
事業内容	地域情報流通事業 公共ソリューション事業	
経営陣	石井 丈晴	代表取締役
	岡田 亮介	取締役
	中川 拓哉	取締役
	板倉 正弘	社外取締役
	片町 吉男	社外取締役
	神崎 進	監査役
	松本 高一	社外監査役
	石倉 雅恵	社外監査役
グループ会社	株式会社公共BPO 地域活性AIテクノロジーズ株式会社	



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。

グループ全体での事業成長と理念実現を目指す。



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。

- 1 全国の地域事業者リアルな接点を持ち、DX・AI導入を促進できる体制**
- 2 安定的な収益基盤(サブスクリプションモデル)を持つビジネスモデル**
- 3 顧客層が広く類似企業が少ないため、市場(TAM)が大きく、成長ポテンシャルが高い**
- 4 官民協働の実績・ノウハウがあり、国策である地方創生における成長余地が大きい**
- 5 他社が参入しにくい地方の中堅・中小企業を顧客基盤とし、
新サービスを継続的に提供できる**

パートナーモデルの採用により、全国で地域密着型の強固な顧客基盤を築けている。

地域事業者と直接的な接点を持てるため、最新のIT技術に不安を感じる事業者にも、ニーズに即したソリューションを顧客特性・地域特性を踏まえて提供でき、地方へのDX・AI導入を進める担い手になっている。

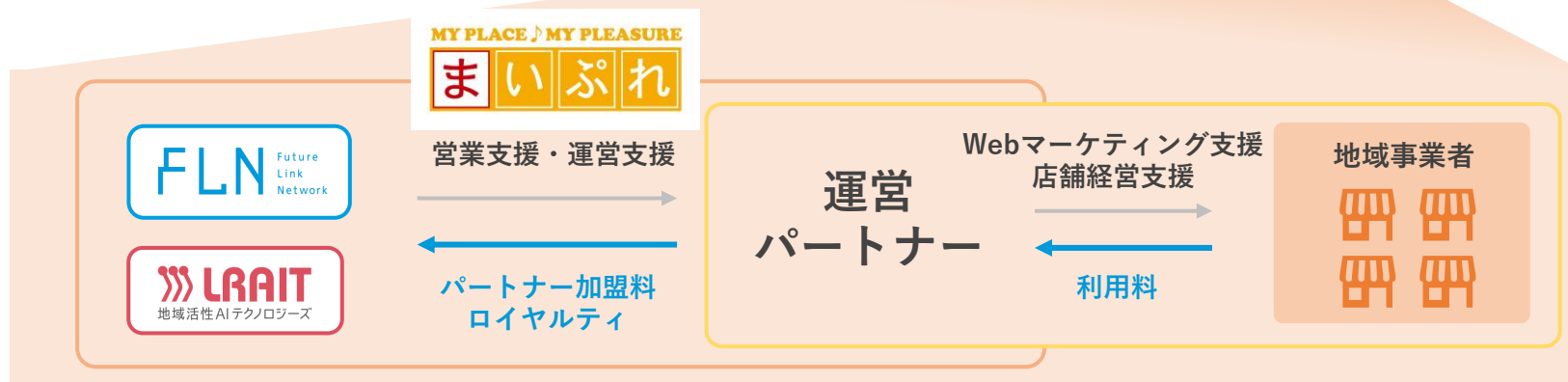
163 社 918 市区町村
※2025年2月末時点



全国規模の展開

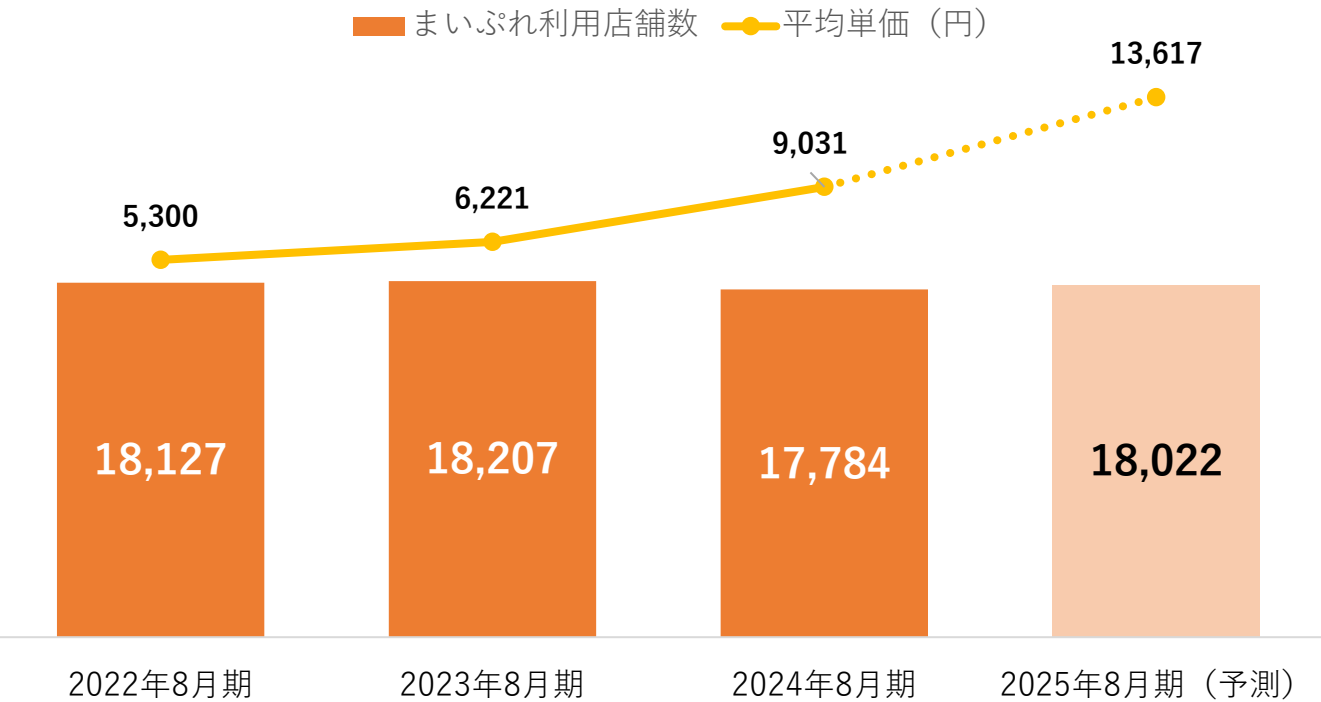
地域密着型の強固な顧客基盤

ラストワンマイルの担い手



「まいぷれ」はサブスクリプション型のサービスモデルで、持続的に価値向上を行うことで安定的な収益基盤となる。地域密着型で顧客と高い信頼関係を築いているため、解約率が低く、顧客生涯価値（LTV）が高い。

■ 利用店舗数と平均単価の推移



■ 定期的なアップデートによる品質向上

2024年9月	「まいぷれ」 AI機能導入
2024年4月	「まるまるおまかせプラン」 プランリニューアル
2023年9月	「まるまるおまかせプラン」 販売開始
2023年1月	ニュース機能バージョンアップ
2022年4月	補助金・助成金支援システム連携アップデート

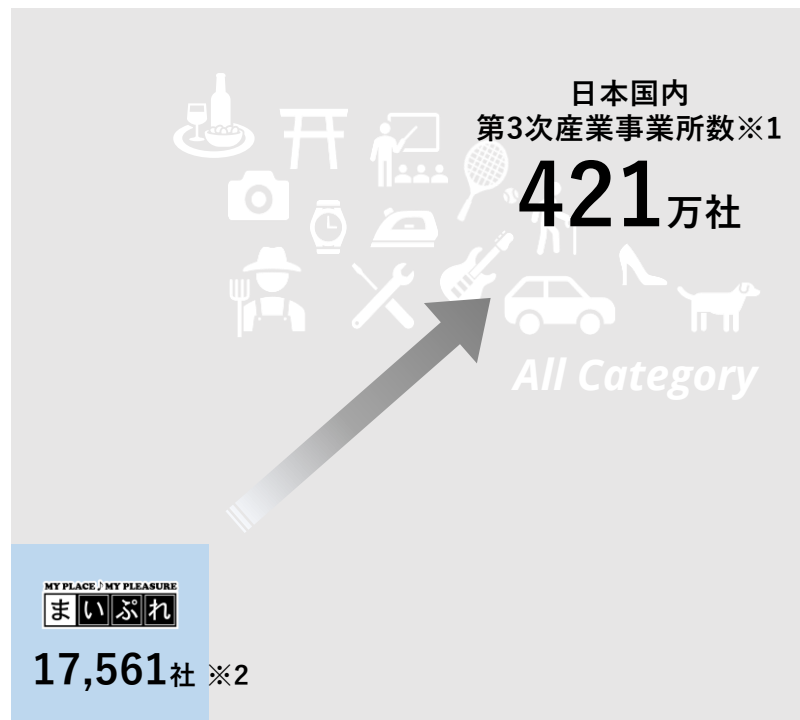
■ 解約率

1.42 %

※1ヶ月の解約店舗数/その月の利用店舗総数。
2024年2月～2025年1月の1年間の中央値。

「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わないことから、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、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5兆の市場規模がある。

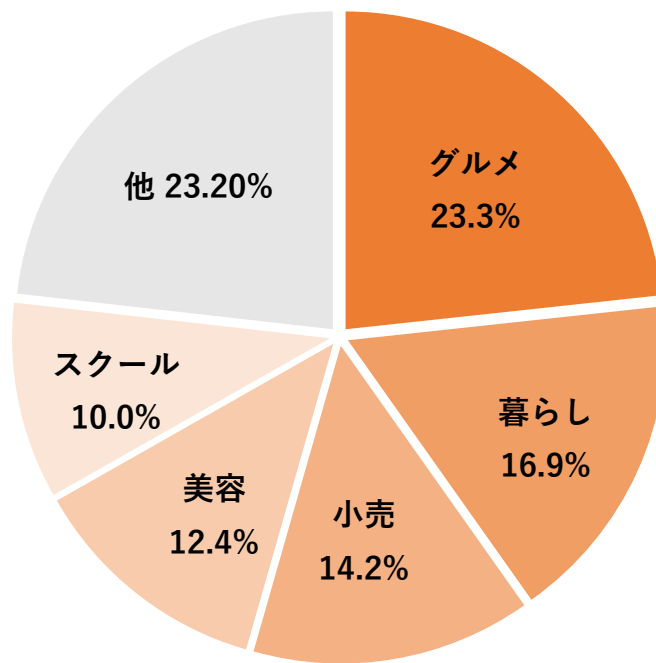
顧客対象となる業種の市場規模



※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）

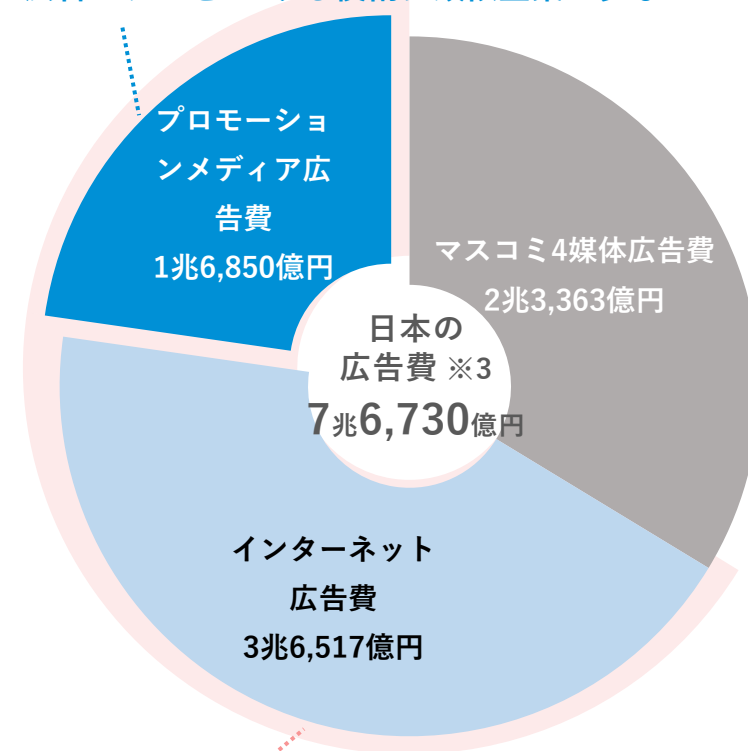
※2) 2025年2月末時点

まいぷれ利用顧客の業種内訳



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

※3) 電通「2024年 日本の広告費」より

25年の実績やノウハウ、地域密着体制、自社開発体制などを強みに、多分野でのソリューション提供が可能。

地場産業振興



ふるさと納税BPO

シティ プロモーション

インフォメーション
センター運営

官民協働
ポータルサイト



関係人口創出

公共不動産利活用



DX化

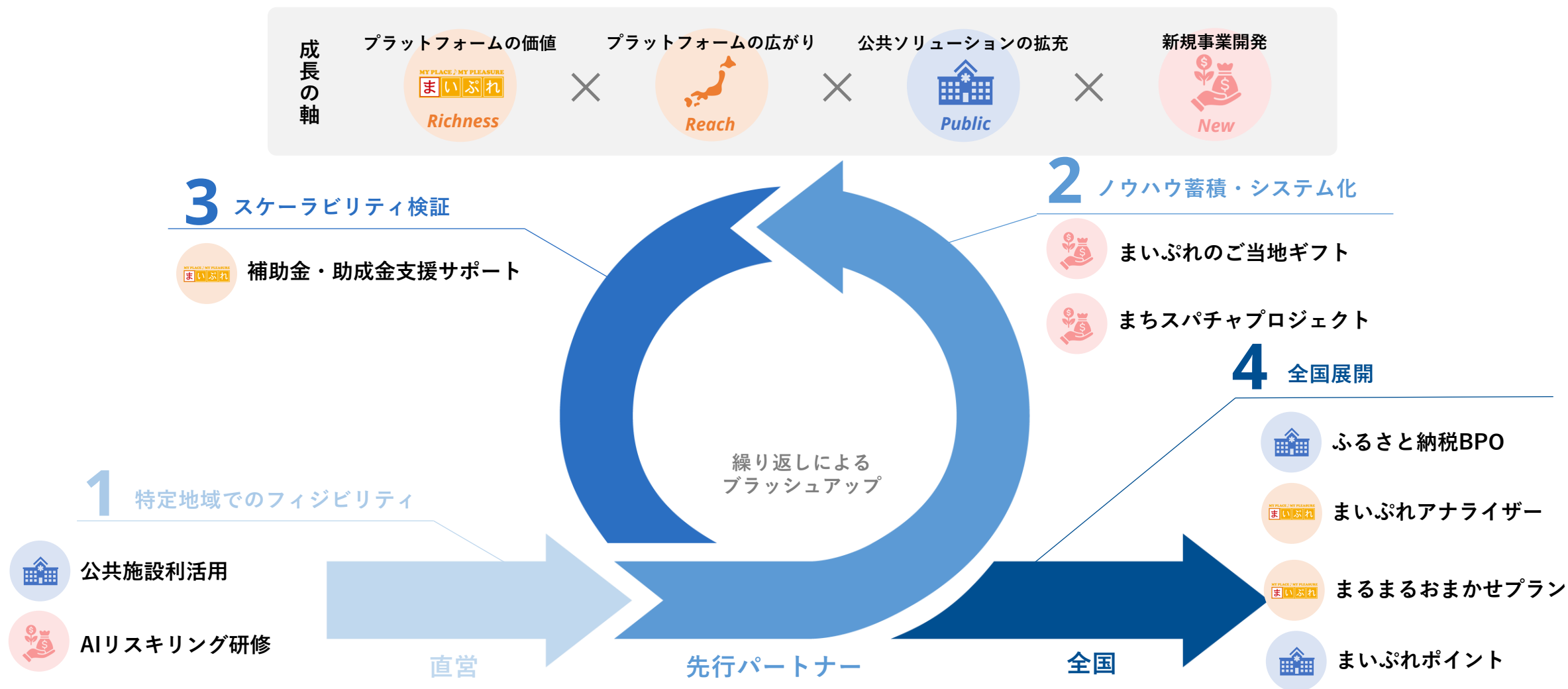
スマートシティ推進

DXコンサルティング

災害情報伝達手段の
高度化推進



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

地域の多様な魅力を発信するプラットフォームとして、地域情報サイト「まいぷれ」を全国で展開。
地域事業者の情報発信・マーケティングを支援し、毎月定額の利用料をいただくサブスクリプション型サービス。



MY PLACE ♪ MY PLEASURE
まいぷれ

多様な情報の出口



情報発信
マーケティング支援



プラットフォーム利用料

地域事業者



■プラットフォーム利用店舗数 ※

17,561 店舗

※ まいぷれプラットフォーム全体で登録されている店舗の合計
※ 2025年2月末時点

フランチャイズに準じたビジネスモデルで、各地の運営パートナーと協業し全国規模で地域密着体制を実現。直営地域でノウハウを蓄積して標準化を進め、スーパーバイジングを通じて各地の運営パートナーに導入。



■ 運営パートナー数

163 社

※ 2025年2月末時点

■ 展開エリア数

918 市区町村

※ 2025年2月末時点

プラットフォーム利用料は月次経常収益＝MRR(Monthly Recurring Revenue)として成長基盤となっている。

		月額費用（税抜）	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）				パートナー ロイヤルティ率
				エントリー	スタンダード	プレミアム	エンタープライズ	
			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	まいぷれにお店のページを掲載	●	●	●	●	●	要相談	20%
ニュースシステム	まいぷれで最新情報を発信	●	●	●	●	●		
まいぷれアナライザー	GBPの運用チェック機能	●	●	●	●	●		30%
まいぷれ運用代行	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			●	●	●	●		70%
SNS等運用代行				●	●	●		

+

プラットフォームの進化によって
今後も経営支援サービスを拡充

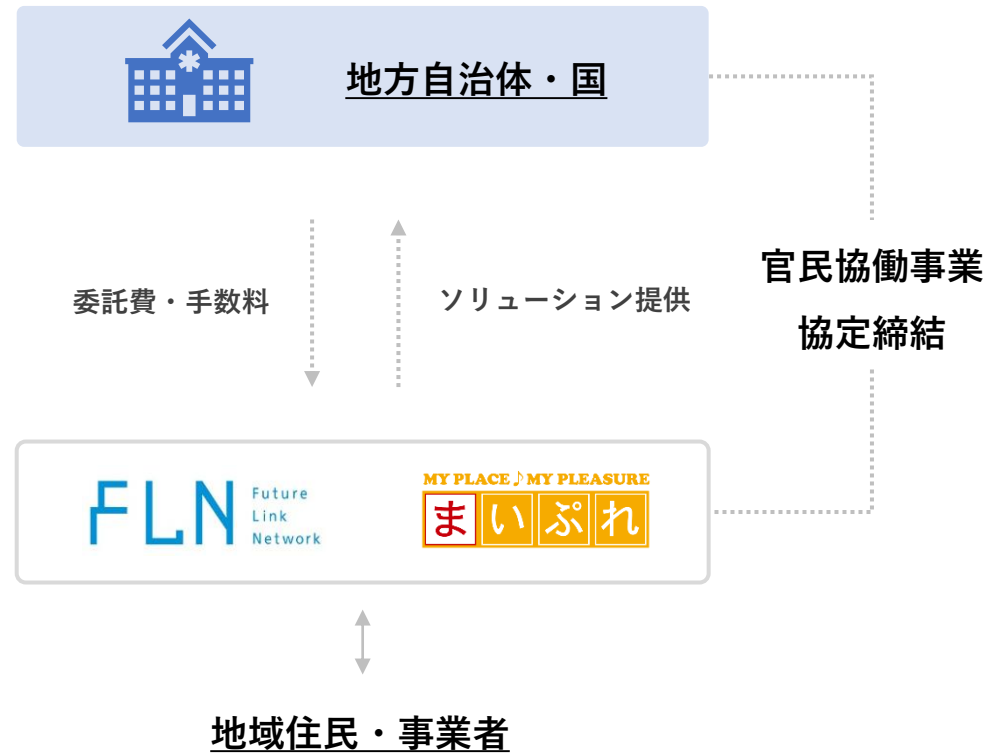
- 求人
- 助成金
- 事業承継
- 販促
- 人材育成

平均単価 ※

9,262円

※当社直営エリアの2025年2月末時点の有料利用店舗の平均

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。



■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

■ふるさと納税寄付額

69.0 億円

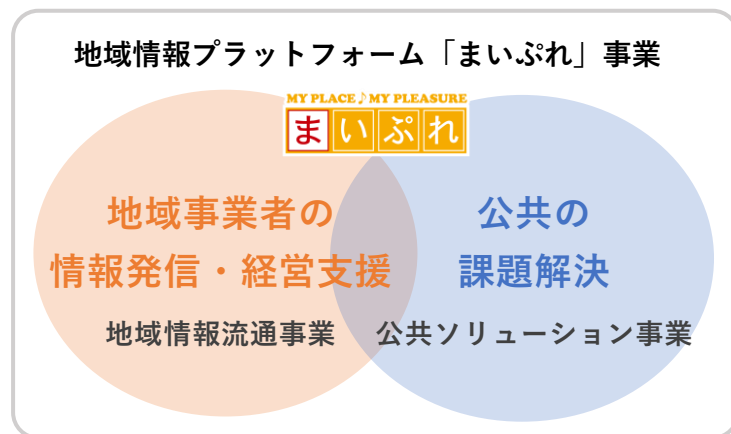
※2024年8月期 年間実績

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。

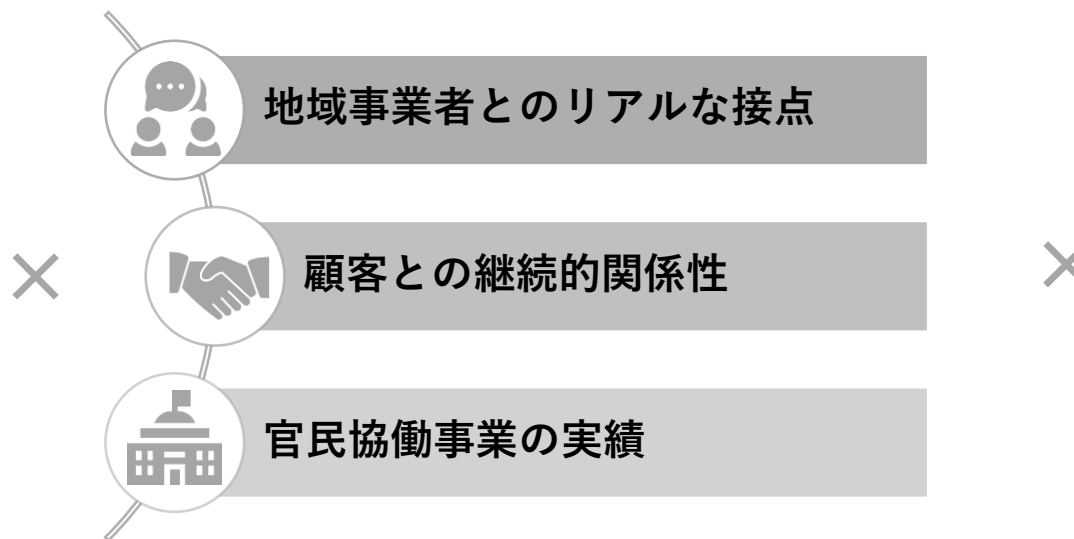


既存事業と両軸で高い成長性を実現するため、新規事業を積極展開中。

当社ならではのノウハウ



当社ならではの強み



他社との
アライアンス



新規事業を積極的に開発



「まいふれのご当地ギフト」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。全国のまいふ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

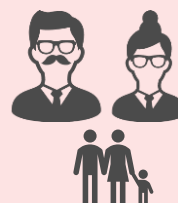
法人ギフト市場 2.8兆円

※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

「まいふれ」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。

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 \(Twitter\)](#) | [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
- ・ 実際にまちに訪れる

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

サービス概要

各地域の「アンバサダー」が提供する地域活動や課題解決プロジェクト等に、会員となった個人や法人が参加することができる会員制サービス。参加者は応援したい地域を選択し、活動に参加する（＝推す）ことで、地域と深く関わる事が可能。これにより、広く地域に興味・関心を持つ交流人口を、関係人口への移行を促す。

プロジェクトの例

- ・ フラワーアレンジメント体験
- ・ 放置された竹林を再生し竹炭へと生まれ変わらせる体験



想定する顧客

①企業



- ・ 福利厚生としてワーケーションや地方体験を取り入れたい。
- ・ 社員のキャリア形成として、社外研修を検討している。

観光体験
の提供

社会人
インターン

②個人



- ・ 地方でリモートワークをしたい。
- ・ 地方移住に興味がある。
- ・ 週末だけでも新しい環境で暮らしてみたい。
- ・ 故郷や好きな地域に貢献したい。

地域
コミュニティ
への参加

移住情報
の紹介

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。

