



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2四半期決算説明会 書き起こし

開催日: 2025年4月15日

[2025年8月期第2四半期 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](#)

[連結業績予想の修正](#)

[2025年8月期第2四半期 ビジネスピックアップ](#)

[今後の成長戦略](#)

[MRR領域の進捗](#)

[関係人口創出事業への参入](#)

[質疑応答](#)

[本資料の取り扱いについて](#)

決算説明会動画URL

<https://youtu.be/DJLmLH9BRUA?si=9qSoUiNSnsu0WMHS>

2025年8月期第2四半期 連結業績ハイライト

まずは、連結業績ハイライト、そして、この後、同じく発表させていただきました連結業績予想修正の件について、その後、2025年8月期第2四半期のビジネスピックアップ、そして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。

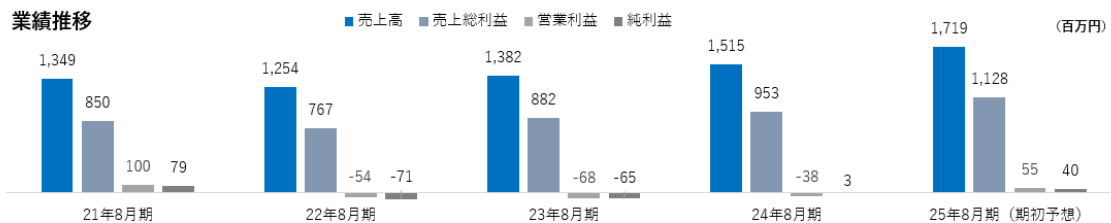
サマリー・2025年8月期第2四半期 連結業績結果

FLN Future Link Network

2025年8月期第2四半期 連結業績結果

売上高	売上総利益	営業利益
837 百万円	502 百万円	△3 百万円
前年同期比 +2.3 %	前年同期比 △0.4 %	計画進捗率 —
計画進捗率 48.7 %	計画進捗率 44.5 %	

- 地域情報流通事業では、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。



※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.

4

まず、2025年8月期第2四半期連結業績のハイライトでございます。
第2四半期は、売上高は8億3700万円（前年同期比2.3%増）、売上総利益は5億200万円（前年同期比0.4%減）、営業利益はマイナス300万円という形になっております。
地域情報流通事業においては、直営パートナー、エリアともにMRRは前年同期比で増加しております。

一方で、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、販促案件の売上が計画を下回る傾向が見られ、セグメント売上全体では前年を下回る形となりました。
一方、公共ソリューション事業では、ふるさと納税売上トレンドが例年通り第2四半期に伸び、寄付額控除施策の奏功により市場の競争に左右されず売上が増加いたしました（前年同期比12.0%増）。
その他、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している状況でございます。

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%
まいふれ関連売上	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%
まいふれポイント売上	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	1,128	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	-	-

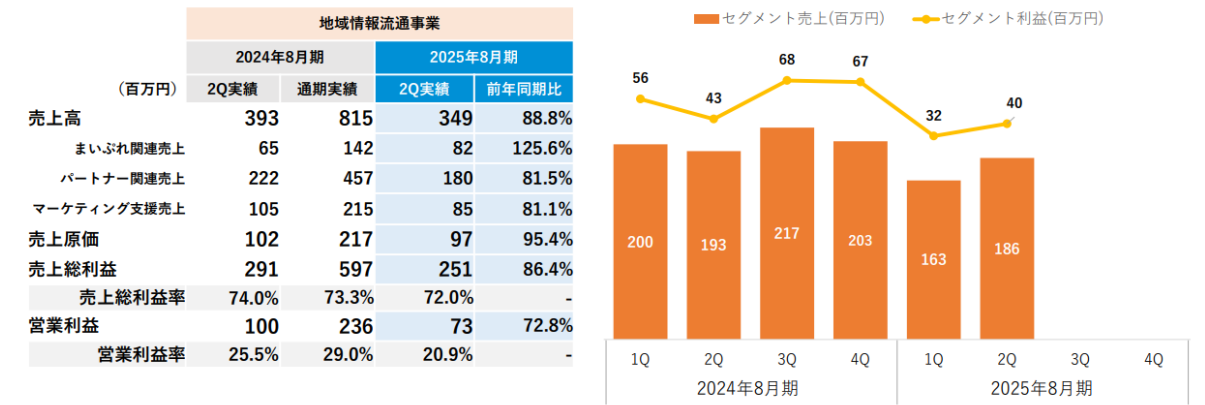
© Future Link Network Co., Ltd.

5

細かく見ていきます。まず、PLでございます。売上高は、昨年在8億1800万円でしたが、今期は8億3700万円となりました。
地域情報流通事業が3億4900万円。
公共ソリューション事業が4億8800万円となっております。

地域情報流通事業セグメント 業績概況

まいぶれの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。



セグメント別に見ます。まず、地域情報流通事業に関しては、売上高は3億4900万円、営業利益は7300万円となっております。
MRR(ストック収益)の部分ですが、こちらは直営、パートナーのエリアともに増加しております。
一方で、先ほども申し上げましたが、新規パートナーの契約獲得における初期加盟金及び販促案件の売上高など、フロー収益が計画を下回る傾向が継続しております。

プラットフォームの価値



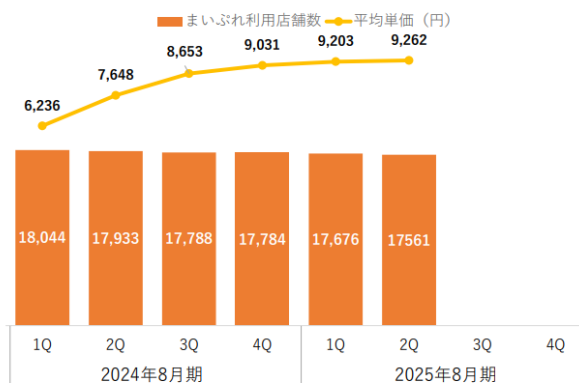
- プラットフォーム利用店舗数：後述する新機能リリースを契機に純増転換を目指す。
- 平均単価：高単価商品の展開により、緩やかな増加傾向を継続。

■まいふれプラットフォーム利用店舗数 ※1

17,561店舗 前年同期比 $\triangle 372$ 店舗 計画進捗率 97.4% (計画18,022店舗)

■平均単価 ※2

9,262円 前年同期比 $+1,129$ 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) 当社直営エリアの2024年12月末時点の有料利用店舗の平均。

それぞれのKPIですが、プラットフォーム利用店舗数が、後ほど説明する新規リリースサービスを契機に純増転換を目指しておりますが、現時点においては前年同期比減となっております。一方、平均単価に関しては、高単価商品の展開により、緩やかな増加傾向を継続している状況でございます。

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。

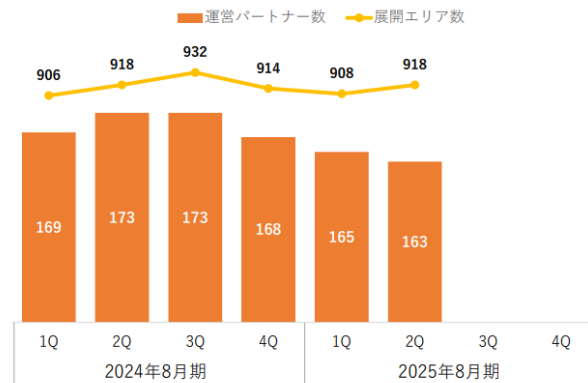
■運営パートナー数

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)

© Future Link Network Co., Ltd.

8

続いて、運営パートナー数、契約エリア数でございます。運営パートナー数は163社で、前年同期比10社減でございます。

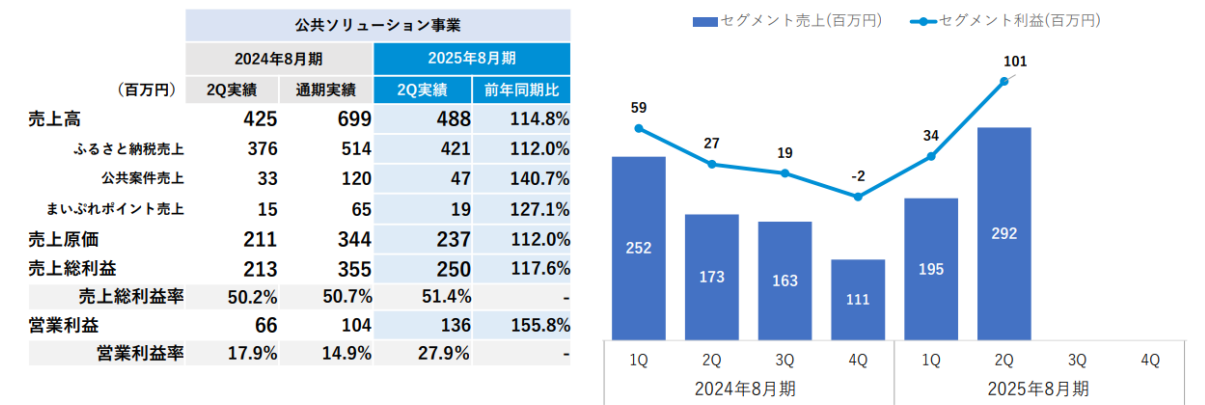
第2四半期中の新規契約は3社にとどまり、結果として前年同期比減となっております。

契約エリア数に関しては、パートナー数の減少に伴いエリア数の伸びも鈍化しております。

現在契約数は918市区町村で、計画達成率は99.5%となっております。

公共ソリューション事業セグメント 業績概況

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。



© Future Link Network Co., Ltd. 9

続いて、公共ソリューション事業セグメントでございます。ふるさと納税は、前期に少し独特な傾向がありましたが、今期になりまして第2四半期に偏重する売上トレンドに戻り、第1四半期分の減少分を取り戻して、累計売上高で増収となっております。

その他の公共案件では、自治体DX推進案件の売上高が大幅増となっております。

ポイント売上高も前年より好調に推移している状況でございます。

売上高が4億8800万円、営業利益が1億3600万円となっております。

公共ソリューションの拡充

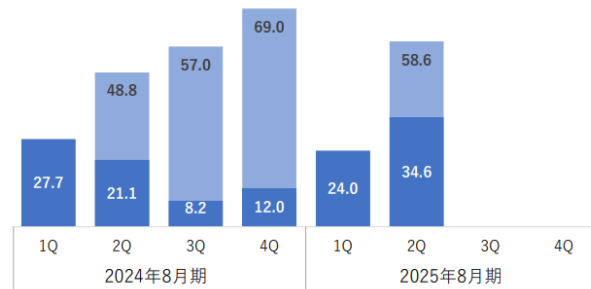


- 米の価格高騰を背景に、ふるさと納税における米の需要が増加。
- 注力自治体・返礼品を絞った寄付額増加施策の推進により、2Q時点で昨年3Q累計寄付額を超過。

■ 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)

© Future Link Network Co., Ltd.

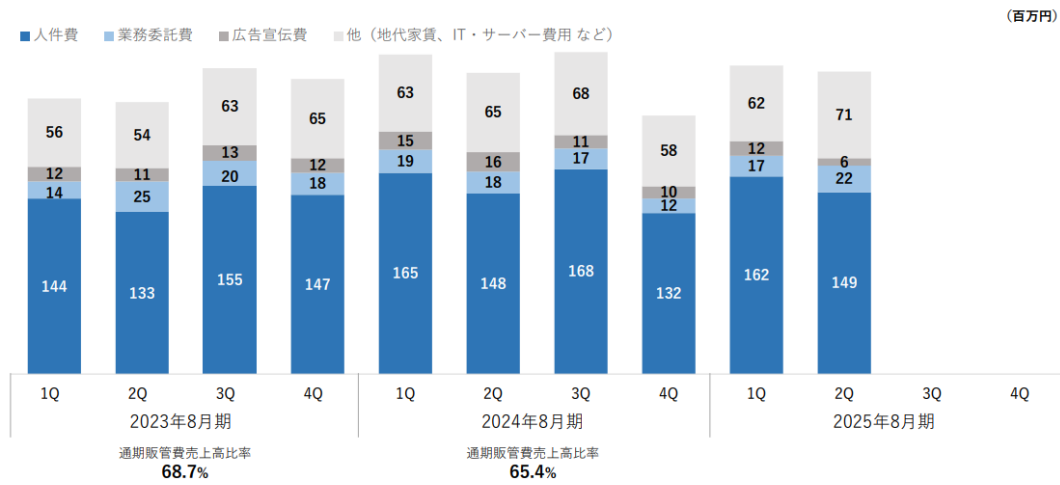
10

公共ソリューション事業セグメントのKPIでございます。昨今、お米が価格高騰しております。その背景から、ふるさと納税における米の需要が増加しております。

また、注力自治体における、重点を絞った寄付額増加推進策によって、第2四半期の現時点で、昨年第3四半期の累計寄付額を超過しております。

現在、当社が関わっている寄付額が58.6億円で、前年同期比9.7億円の増となっております。

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%）。



販管費の推移でございます。広告宣伝費を中心に販管費を抑制しております。生産性向上のため研修費が増加しましたが、全体では前年同期比で減少しているという状況でございます。

連結業績予想の修正

AIリスク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%

© Future Link Network Co., Ltd.

13

続きまして、同じく発表させていただきました連結業績予想の修正についてでございます。
こちら、当社の生産性向上の目的もあり、AIリスクリング研修を導入いたしました。
同じく、人材開発支援助成金の採択をいただきました。
この研修費の発生により営業利益が1900万円減少したことにより、営業利益を1900万円下方修正し、また、助成金の採択によって7900万円の特別利益が計上されたことにより、結果として当期純利益3800万円の上方修正という形に修正をさせていただいております。

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「AIR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。

これはどういうことかと申しますと、当社の生産性向上施策として、当社子会社である地域活性AIテクノロジーズの提供するAIRスキリング研修を受講いたしました。これはAI技術の獲得によって事業成長を推進する目的でございます。

この取り組みに対し、厚生労働省の人材開発支援助成金の採択が決まり、2025年3月21日付けで7900万円を受領しております。

この研修に伴って、グループ全体で研修費として販売管理費が発生しております。

この販売管理費の発生分を営業利益から下方修正し、その上で7900万円の助成金を加えて、結果、最終利益で上方修正するといった形でございます。

このような修正をさせていただきました。

2025年8月期第2四半期 ビジネストピックス

ビジネストピックス・トピックスサマリー			FLN Future Link Network
時期	成長の軸	内容	
2024年12月	 新規事業開発	「まいふれのご当地ギフト」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	「まいふれのご当地ギフト」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	「まいふれ」で地域情報特化型AIエージェント機能をリリース	

© Future Link Network Co., Ltd.

16

続きまして、2025年8月期第2四半期のビジネストピックスの方に移らせていただきたいと思います。

まず、2024年12月、まいふれご当地ギフトの定期便サービスを実施いたしました。これは買っていただいた後に、定期便を送らせていただくサービスでございます。

また、12月にまちスパチャプロジェクトの年末年始企画を実施しております。

昨年ご好評いただきました岩手県八幡平市「まちスパチャプロジェクト第2弾」を受託し、実施させていただいております。

同じく2025年2月に、カヤック社よりNativ.Mediaの事業を譲り受けしております。

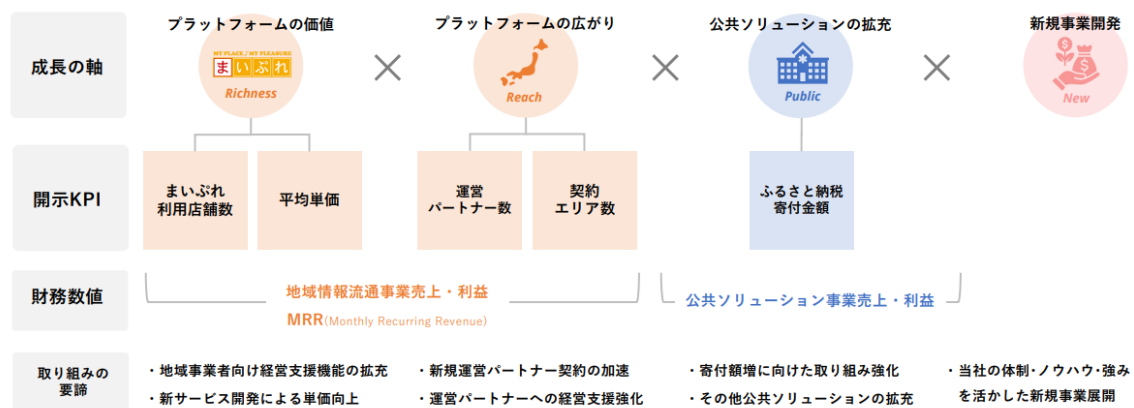
2025年3月には、ANAあきんどさんと連携し、ANAトラベラーズアクティビティで観光コンテンツの販売をさせていただいております。

また、まいふれご当地ギフトがシリーズ累計で発行部数3000個を突破いたしました。

そして先日、まいふれで地域情報特化型AIエージェント機能をリリースしております。

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。



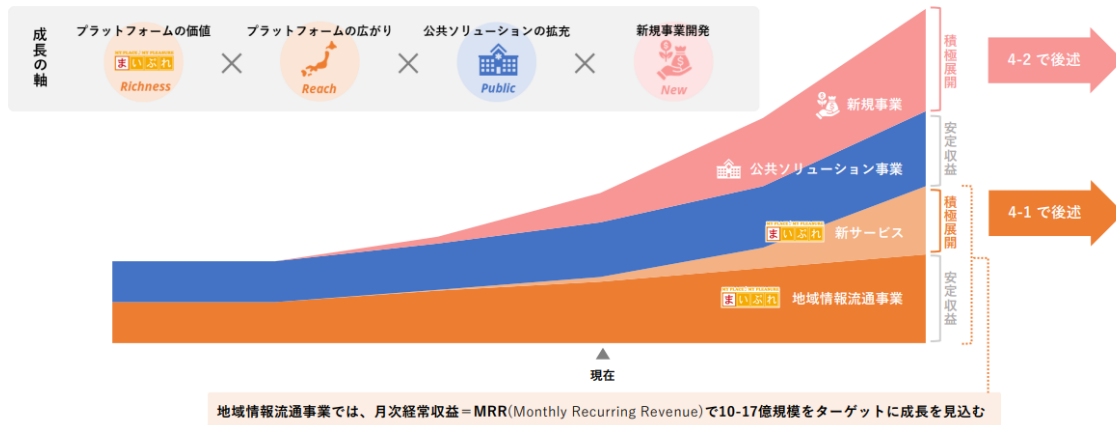
続きまして、今後の成長戦略についてご説明をさせていただきます。

当社は、今後の成長戦略として、基本的にスライドに記載のような流れを想定しています。
まずプラットフォームの価値を上げる。まいぶれのそれぞれの利用店舗数と平均単価を上げる。
そしてプラットフォームの広がり。平均単価を上げたエリアを、運営パートナーを広げることで拡大させていく。
単価と件数、そしてエリアの広がりによって地域情報流通事業のストック収益(MRR)の増加を実現する。
これが当社の成長戦略の中心軸です。
エリアが広がったことにより、当社ならではの公共ソリューションを展開していくことが次の成長戦略。
広がったプラットフォーム、さらに公共ソリューションの実績を使って新規事業を開発していく。
この順番で成長戦略を考えております。

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.

19

結果として、このような形でベースの地域情報流通事業で安定収益を上げながら新サービスを展開し積極的に展開をしていく。このエリアに公共ソリューションの事業を載せていく。公共ソリューションの事業も大きく成長というよりは安定収益、安定的な成長を考えております。その上に新規事業という形で、事業の成長戦略を考えております。

この成長戦略について、MRR関連についてが1つ目、2つ目が新規事業についてという順番でさらに詳しくご説明をさせていただきます。

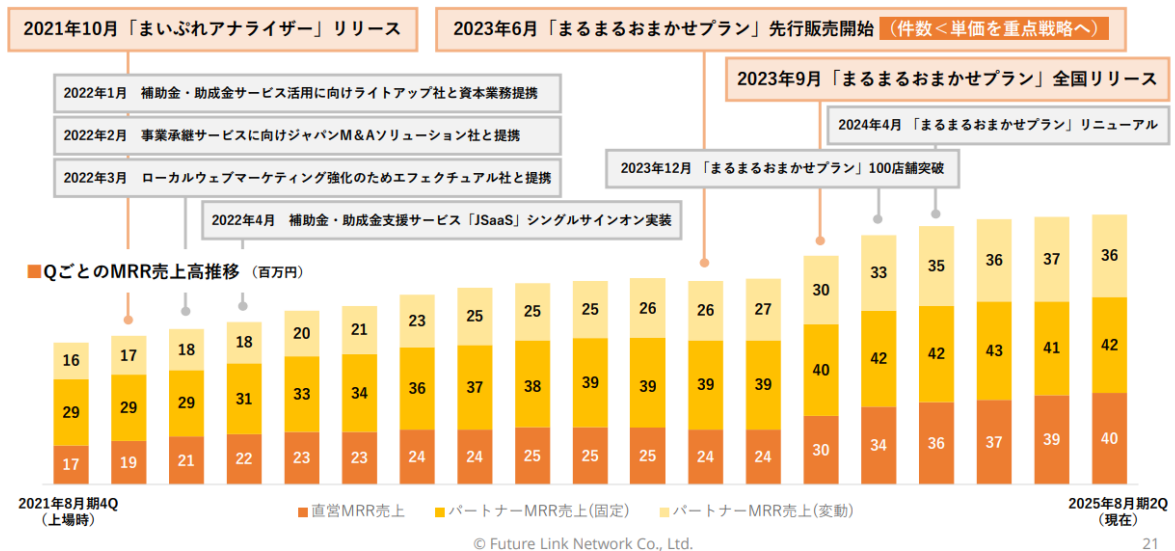
MRR領域の進捗

MRR領域の進捗・地域情報プラットフォーム「まいぶれ」価値向上の変遷

地域情報流通事業

FLN Future Link Network

「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。



まず、MRRの進捗について、2021年8月に上場させていただいて以降、このような形でMRR領域の成長をさせてきました。

グラフはクォーターごとのMRRの売上高推移でございます。

2021年10月、上場後2ヶ月後にまいぶれアナライザーという機能をリリースさせていただきました。アナライザーに関しては、一部採用もいただいたのですが、ニーズも確実にあったものの、当初想定ほど大きく成長できなかったのが事実でございます。

2023年6月にはまるまるおまかせプランの先行販売を開始しました。この先行販売開始にあたっては、当社の戦略を変更しますという発表をさせていただいております。

件数よりもまずは単価を重点戦略に置きますという戦略を発表させていただきました。

その段階で、一旦件数を追うよりもまずは単価を上げるという形の戦略に舵を切って走らせてもらったのがこの2023年6月以降でございます。

2023年9月にまるまるおまかせプランを全国販売し今に至っております。

平均単価は無事予定通りに上げることができておりますが、一方でまるまるおまかせプランも確かにニーズはあったものの、単価が高いこともあり、またパートナーへの営業習熟の鈍化もあり、確実な増加はあるものの、当初想定通りの高い成長性があるかというところはなかなか難しいのが現状でございます。

そんな内部、外部環境を踏まえ、昨年より導入を積極的にしているAI技術を活用した新たなサービス開発を始動させていただいております。

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識

「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

© Future Link Network Co., Ltd.

22

この背景には、まず外部環境としてはAI技術が非常に急速な進化をしております。また、地域事業者に人的リソース不足が大きく発生しております。これは少子高齢化の問題が一つと、最低賃金が上がったことの両輪があるかと思っております。また、この急速なIT環境、特にAIに関する部分の情報発信・取得環境がハードルが上がっているところがあります。当社が対象にしているクライアント、地域の中小事業者の中には、決してリテラシーが高くない事業者さんもある中で、このAIの活用をいかに彼らに進めるかというのもDXの中で非常に大きなテーマと考えております。

一方、内部環境でございます。

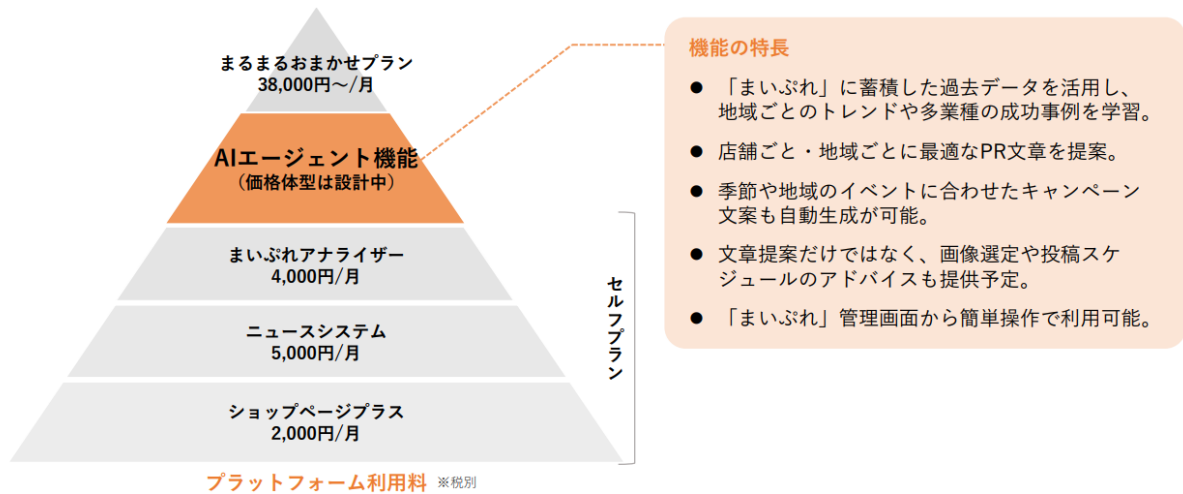
先ほど発表させていただいた通り、当社は生産性向上の意味を含めてリスキリング研修などによって社内のAI活用を活性化させてまいりました。

また、これも随時プレスリリースさせていただいてきましたが、まいぷれ自体のプラットフォームに、昨年来AI技術を積極的に導入し、開発技術を向上させてまいりました。

また、まるまるおまかせプランを受注したことによって、地域の事業者がどのように情報発信すればより効果的なのか、ローカルマーケティングの実践知識を蓄積させていただくことができました。

この外部環境と内部環境、外的要因と内部に蓄積した技術背景を使って、地域情報特化型AIエージェントの機能開発に至ることになりました。

「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。



© Future Link Network Co., Ltd.

23

この新しいサービスは、まるまるおまかせプランほど高い付加価値のサービスではないけれども、セルフプランより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しております。

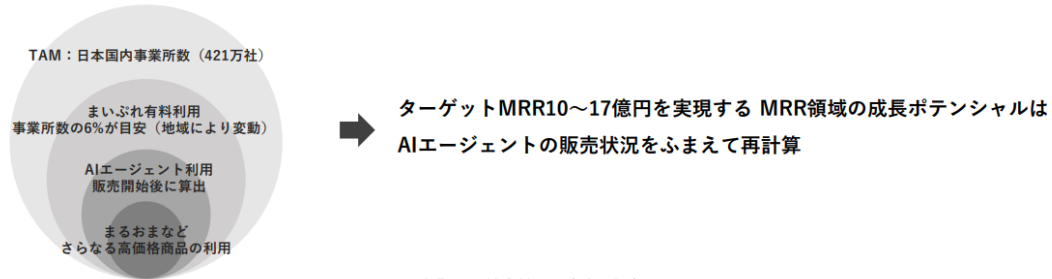
この特徴は、普通によくあるAIエージェントと異なり、まいぷれの中に蓄積されたデータを使うことに一つ大きな特徴があります。

よくあるAIエージェントは、モデルが学習したものをカスタマイズ提供するのみにっておりますが、このまいぷれにクローズドに蓄積されたデータをまいぷれのクライアントに提供するということで、他のAIエージェントとは大きな違いがあります。

この学習されたコンテンツを使って、店舗ごと、地域ごとに最適なPR文書を提案していくと、場合によっては地域の事業者の方々、お店の店舗の方々とディスカッションしながらPR文章を作っていくことができるのが特徴でございます。

季節や地域のイベントのキャンペーン文も自動的に生成が可能になっております。これはまいぷれの管理画面から簡単に行うことで利用可能になっているそんな機能でございます。

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。



© Future Link Network Co., Ltd.

24

今すでにフィジビリティを行い、まもなく正式に全国販売を開始する予定です。もうすでにモニターで使っている段階から非常に好評を得ていて、非常に期待できる機能でございます。

まずは、全国のニュースシステム利用店舗様の約8,000店にトライアル導入し、モニター利用をいただこうと思っております。

その後、興味を持っていただいた方に、有料プランにお申し込みいただくという流れからスタートしようと思っております。

並行して新規店舗への販売も同時にスタートする予定でございます。
販売開始は4月23日を予定しております。

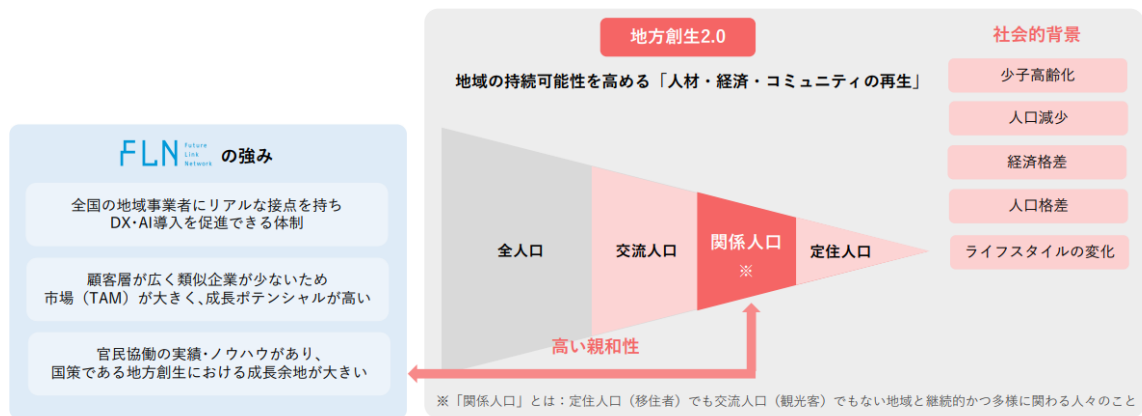
非常に可能性が大きく、今まで従来発表させていただいておりました当社のMRR領域の成長絵図面に関してもリライトを予定しております。

このまいふれAIエージェントが、どれだけどういう頻度でどういうぐらゐの割合で、どのような形で契約が取り付けられるのかなどを精緻に計算した後、またこのターゲットとするMRR領域の数字に関しては発表したいと思っております。

関係人口創出事業への参入

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。



© Future Link Network Co., Ltd.

26

続きまして、新規事業領域でございます。

今回は関係人口創出事業への参入という形でご説明をさせていただきたいと思っております。

まず、地方創生における関係人口創出の重要性ということですが、これは私が言うまでもなく、今現在国のほうで地方創生2.0という形で、関係人口創出を非常に国の重要政策として中心に位置づけております。

地域の持続可能性を高めるために、人材・経済再生戦略という形で明確に国が打ち出している戦略でございます。

当社の強み、地域にリアルな接点を持っているところ、そして顧客が広いかつ継続的なところ、そして官民の実績があるところにおいて、この関係人口創出という国の重要政策においても大きく貢献できるであろうということはよく考えておりました。

2025年4月より当事業となった「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。



■ 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適応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。

© Future Link Network Co., Ltd.

27

まず、この4月より当社の事業となりましたNativ.Mediaと既存事業を連携して、全国の自治体を対象に、交流人口から関係人口に進み、そして定住を促すという流れの事業に取り組もうというのがこの新規事業の1つの大きな軸でございます。

Nativ.Mediaは、地方移住・地方創生に関する国内最大級のデジタルプラットフォームでございます。

特に、地域おこし協力隊の募集など、地域に移住し関係人口を創出するためのメディアとして多く使われてきたところでございます。

加えて、新規事業で昨年より始めているチイオンという事業を中心に、関係人口創出事業に参入していこうと思っております。

これに、まいふれご当地ギフトであったり、あるいは従来から強みを発揮しているまいふれふるさと納税というところが加わることによって、交流人口、関係人口に大きく貢献できるものと当社は考えているところでございます。

一体どのような形でマネタイズがあるのかということに関しては、国や自治体からいただく事業、場合によっては、移住定住をする利用者からの事業、あるいは、場合によって新しいキャリア支援と色んな形を想定をしておりますが、これも順次、具体的になり次第、ご説明をさせていただきたいと思っております。

以上、私からの事業説明でございました。ご清聴ありがとうございました。

質疑応答

Q1: 説明にありました関係人口についてももう少し詳しく教えてください。関係人口が貴社の事業にどのような影響があるのか教えてください。

A: 関係人口に関して、簡単に私から説明させていただくと、今国が推進している政策の一つに関係人口の増加があります。

関係人口とは、定住している場所と、もう一つ、第二の故郷を作る、第二の拠り所を作るという形が、関係人口の簡単な概略でございます。

これによって、地域に関わる人が増える、地域に365日ずっといなくても、地域に住むことによって地域の経済活動が盛んになり人流が増えるということを目的に関係人口を増やしていくというのが国の政策の中心的な点でございます。

この背景は色んな形があって、東京一極集中を是正するということもあるんですけど、もっと多彩な生活の仕方、働き方、暮らし方があるんじゃないかという観点と、安全保障上の問題、災害時の問題などなど色んな背景があるんですけども、関係人口を広げていくことによって地域活性化と国の安全保障、その他働き方というのが実現されるというのが関係人口の中心的なテーマでございます。

当社は地域に根付いたパートナーという、地域に張り巡らされたネットワークという強みがございます。地域の情報発信をすることも他のプレイヤーに比べてかなり強みがあるという風に自負しております。

関係人口を生み出すためには、各地域の魅力を発信し、この土地に訪れてくれること、そしてさらに願わくば関係人口の一員となってもらうことを促進する必要があります。

そういった意味において、関係人口の創出で当社が果たす役割は大きいという風に考えているところでございます。

Q2: まいぶれのAIエージェント機能リリースは、当社の短期・長期の業績にどれくらいインパクトを見込んでいるか教えてください。

A: これは、SaaS型の事業ですので、特に今期第3四半期に入っているところですけど、第3四半期から今期の決算において、極めて大きな数字的インパクトがあるかという点、積み上げ型ですので、そこまでは大きく期待できないかなと思っております。

ただ、長期的には非常に競争力があるサービスですので、アカウント数を、今までずっと客単価を上げることに注力してきたんですが、今は件数も増やすという中心に置いている中で言うと、新規のクライアント開拓という意味においても非常に大きな貢献があると思っております。

また先ほどの、今苦戦しているパートナー開拓という意味においても、AIのソリューションを提供できるという意味においてもかなり強みを発揮できると思っておりますし、結果、中長期的にはかなりの成長曲線、これはまた先ほど申しますように改めて当社がターゲットとするMRRの絵図面という形でご説明させていただきたいと思っておりますけども、大きなインパクトがあるものという風に考えております。

Q3: まるまるお任せプランについて、これまでパートナーエリアの営業力を課題とし、営業の改善を行っていると認識していますが、その取り組みについてどうなったのでしょうか？

A: おっしゃる通り、まるまるおまかせプランはもっと大きくもっと早く拡販したいと考えておりましたし、そのために、パートナーの教育、習熟、インストールも続けてまいりました。もちろんこれも続けていきますが、どうしてもやはり、時間がかかってしまうというのは1点。そうしてる間に、先ほどご案内のように当社の中でAIのノウハウが非常に溜まってきたというところが1つ。さらに先ほど言及しなかった点では、どうしてもまるまるおまかせプランだと当社本体側にディレクター、つまり寄り添う、発信代行を行う人手が必要になってきます。もちろんこちらも、IT化AI化していくことによって、テックタッチでコストを下げしていく努力をするものの、それよりはAIのエージェント機能を大きく提供した方がより、事業の進捗が早いだろうという判断も一方であります。

まるまるおまかせプランを全部廃止するわけではありません。
上位プランは継続する見込みでいるんですけども、件数としてはこの度新しくサービスを開始するAIエージェント機能で大きく数を増やしていくという風に考えております。

Q4: 新規パートナーの契約獲得が計画を下回り、パートナー数も減少していますが、今後の事業展開について社長のお考えを教えてください。

A: 率直に申し上げますと、パートナーの新規開拓の不調は定期的に訪れているところです。これは、世の中の変化に対して、当社のパートナー開拓における営業トークやサービスの説明などのチューニングが追いついていないことが原因だと考えています。現在、パートナーの営業トークを見直していることに加え、今回、AI機能を地域の事業者提供できる準備が整ったことは、新規パートナー開拓を改めて加速化する上で非常に良いきっかけになると考えています。撤退に関しては、事業の進捗やその他の事情により一部発生することはやむを得ないと考えており、問題視しておりません。今回のパートナー数の減少は、撤退が問題というよりは、新しいパートナーを開拓できなかったことが問題だと認識しており、その点に関しては十分に目途が立っているところでございます。

Q5: グロース市場の上場維持基準の引き上げについての報道がありましたが、対策についてどう考えているか教えてください。

A: 当社の事業の将来性、成長性、意義、ポテンシャルを考えると、先日報道された上場維持基準も十分にクリアできると考えております。現時点では正式な発表ではなく報道ベースですが、報道が事実としても、それを超えるだけの成長性を持っていると自負しておりますので、これまで通り愚直に、これまで以上にスピードアップして事業を展開していく方針に変わりはありません。

Q6: 今期の売上のトップラインは過去最高を更新すると思われますが、現在は利益面よりも業績拡大を目指しているのでしょうか。

A: 中期的な視点で見ると、現在の地点においては、おっしゃる通りだと考えております。当社はストック型ビジネスですので、初期投資などを除けば、短期的に利益を出すことは可能です。PLや事業構造を見ていただければご理解いただけるかと思います。しかし、当社はまだまだマーケットを大きく捉え、もっと大きく成長できると考えているため、利益がないがしろにし続けるつもりはありませんが、長いスパンで見た現在の地点では、利益よりも業績拡大を目指している状態にあると考えております。

Q7: 業績予想の修正について助成金関連の影響しか反映されていないのですが、フロー型収益の進捗が計画を下回っていることやまるまるおまかせプランの販売計画が想定よりも速度が上がっていないことに対しては、残り半年でリカバリーされる見込みがあるということでしょうか。

A: おっしゃる通り、今回の業績修正はあくまで助成金に関してのみであり、事業におけるポジティブ・ネガティブな意味合いの修正ではありません。上半期(第1四半期、第2四半期)の業績を見ると、決して順調ではない部分もありますが、現時点においては下半期で十分に取り返せると考えているため、業績に関する修正は現時点で行うつもりはありません。

Q8: 実績として自治体DX案件があったとのこと、具体的にどのような案件ですか？今後も自治体DX案件は獲得できるとお考えですか？

A: 大きなものから小さなものまで様々な案件がありますが、代表的なものとしては、神奈川県のある市区町村DXコンサルティング事業を当社で受託しております。また、茨城県鉾田市には、地域活性化起業人として当社のスタッフが月の約半分常駐し、庁内の業務改善などに取り組んでいます。これらの事業は喜んでいただいております、ニーズもあり、少なくとも2期目の継続契約もいただいているため、一定以上の評価をいただいていると考えておりますし、今後の拡販も十分にあると考えております。しかし、当初の中心成長戦略ではないため、コンサルティングとしてどこまで拡大するかはまだ決めかねており、人員の最適配置をもって決定したいと考えています。

Q9: Nativ.Mediaの事業譲受はどのような業績影響があるのか教えてください。

A: Nativ.Mediaは4月から当社の事業となりましたので、PLにヒットするのは4～8月の5ヶ月分となります。したがって、現時点では業績予想に大きく影響するほどの大きなインパクトはないと試算しております。しかし、引き継ぐ時点でご契約いただいていた自治体や地域の団体からの契約も、現在当社にて取り直しを進めている段階であり、ほぼ継続してご利用いただけていると考えております。また、まいぶれの各地域のお付き合いのある自治体やパートナー経由などでご案内しているところ、ニーズもあり、ご縁をいただけたような状態でもあります。プラスの影響は間違いなくありますが、現時点ではそのレベルを明確に把握することが難しいため、現時点では大きく業績予想に影響するほどの影響はないとさせていただきます。ただし、売上としてはPLにプラスの影響があるという説明に留めさせていただきます。

石井からのご挨拶

石井: いつもご参加ありがとうございます。先ほどご紹介したAIエージェントを含め、関係人口創出における新規事業を含め、非常に楽しい事業展開がまさにこれから始まるところです。もちろんこれまでも期待を込めて事業を行ってきましたが、今回は今まで以上に期待できる事業展開ができそうなので、是非ご期待いただければと思います。本日はどうも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。