



# 2025年8月期 第3四半期決算説明資料

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7月15日

売上高

1,196 百万円

前年同期比  $\Delta 0.3\%$ 

営業利益

 $\Delta 12$  百万円

前年同期比 +9 百万

親会社株主に帰属する  
四半期純利益

36 百万円

前年同期比 +102.5%

## ■ MRR新商品の開発・販売が好調に進捗。長期的な増収につながる見込

- 直営・パートナーエリアともに、ストック型収益（MRR）のまいぷれ関連売上は前年同期比で増収。
- 新商品のAIエージェント「まいぷれくん」は、販売開始から約3ヶ月で有料契約920件を突破。
- フロー型収益である、新規パートナー契約における初期加盟金と大手チェーン店等への販促売上は、マーケティング手法や営業体制の見直しにより、復調の兆し。
- 一方で、第2四半期までのフロー型収益の計画未達が影響し、セグメント全体では前年を下回る。

## ■ ふるさと納税売上はYoY15.8%増。公共領域も大型受注あり

- ふるさと納税領域では、マーケティング人材を強化し寄付額向上施策を推進し、増収傾向を維持。
- 今後は、2025年10月からのポイント還元廃止前の駆け込み寄付による特需も期待される。
- その他の公共受託案件でも、期中に納品予定の大型プロジェクトが進行し、今後の増収が見込める。

## ■ AIリスクリング研修に伴い、特別利益79百万円が計上

- 生産性向上施策の一環として実施した「AIリスクリング研修」に対し、人材開発支援助成金の入金があり、特別利益が計上。
- 結果として、親会社株主に帰属する当期純利益は前年同期比で102.5%の増益。

## 00 事業概要

01 2025年8月期第3四半期 連結業績ハイライト

02 2025年8月期第3四半期 ビジネスピックアップス

## 03 今後の成長戦略

3-1. MRR領域の進捗

3-2. 関係人口創出事業の進捗

## 04 Appendix

## 00 事業概要

01 2025年8月期第3四半期 連結業績ハイライト

02 2025年8月期第3四半期 ビジネスピックアップ

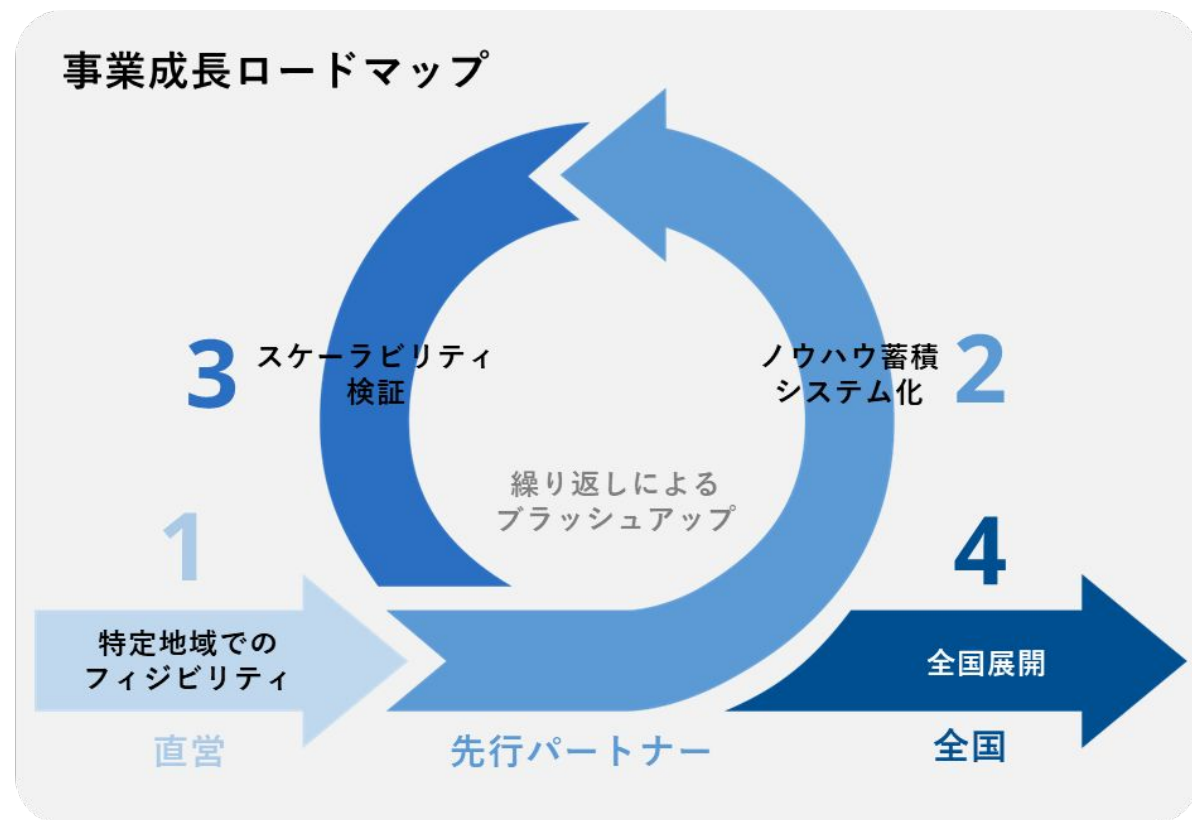
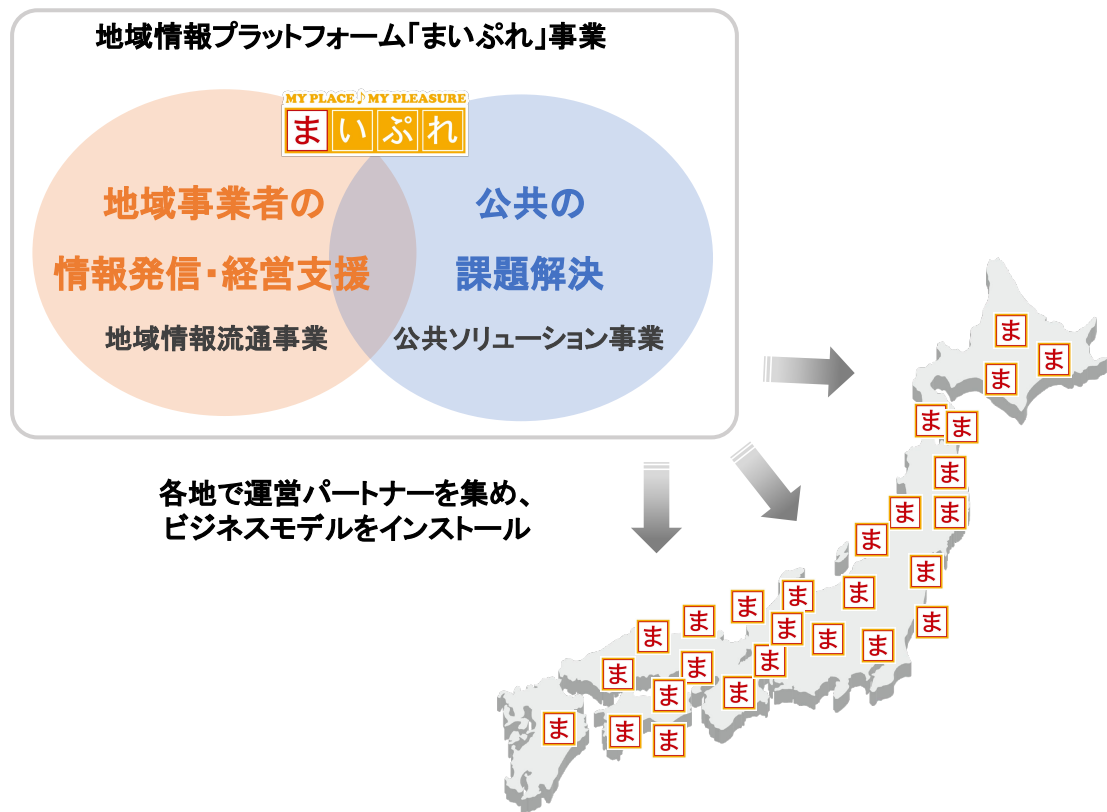
## 03 今後の成長戦略

3-1. MRR領域の進捗

3-2. 関係人口創出事業の進捗

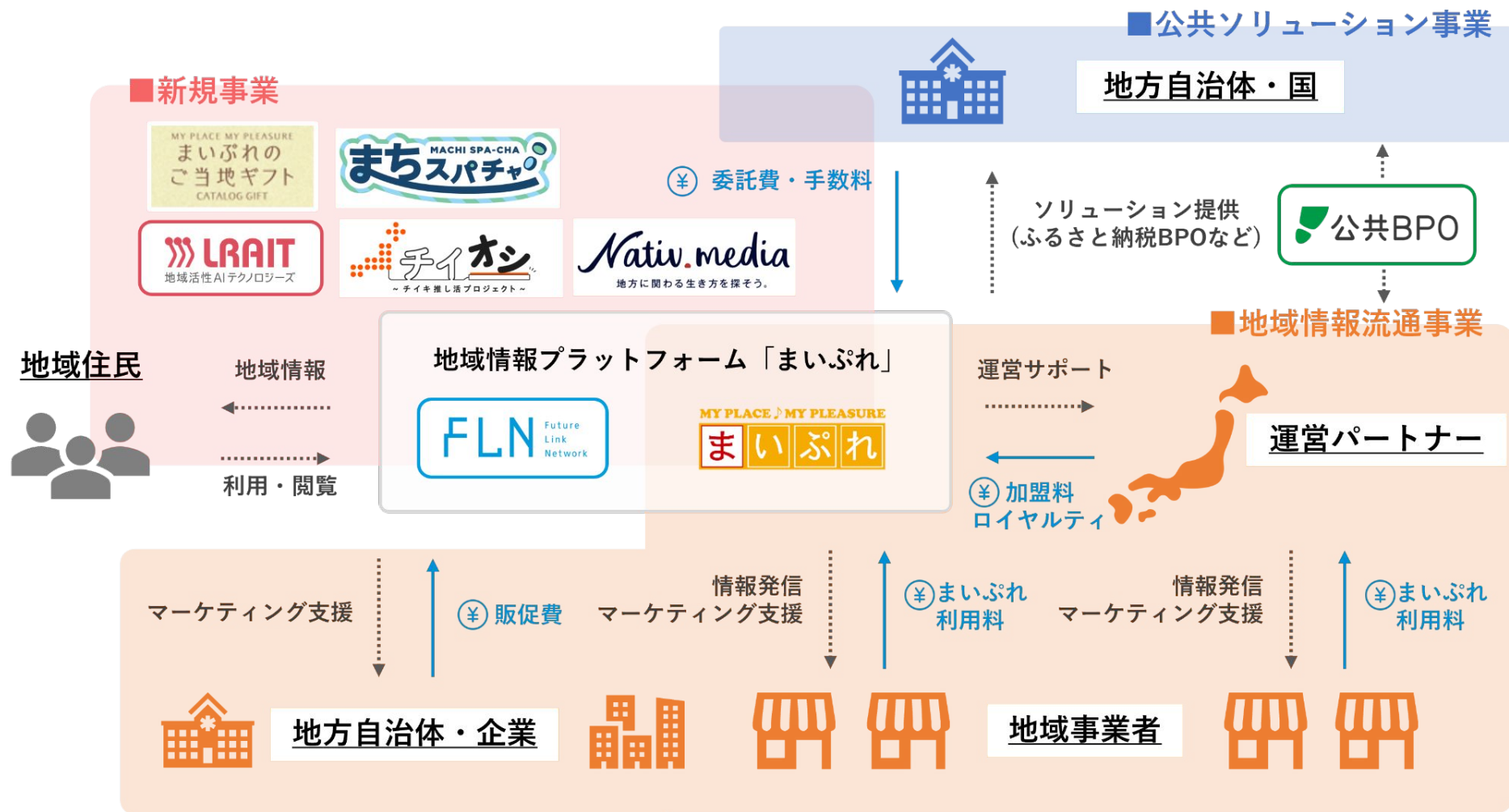
## 04 Appendix

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  Richness	地域情報流通	まいふれ関連売上	●	9.4%	直営地域のまいふれ利用料	高単価商品販売に注力	
				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  Reach		パートナー関連売上	ロイヤルティ売上 (固定)	●	11.1%	運営パートナーのシステム継続利用料・研修料 等	
			ロイヤルティ売上 (変動)	●	9.0%	パートナーエリアのまいふれ利用料のロイヤルティ売上	高単価商品販売に注力
新規事業開発  New		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  Public	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	年末寄付増で上期偏重	
		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		

※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「●」を付与していませんでしたが、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3四半期 連結業績ハイライト

02 2025年8月期第3四半期 ビジネスピックアップス

03 今後の成長戦略

3-1. MRR領域の進捗

3-2. 関係人口創出事業の進捗

04 Appendix



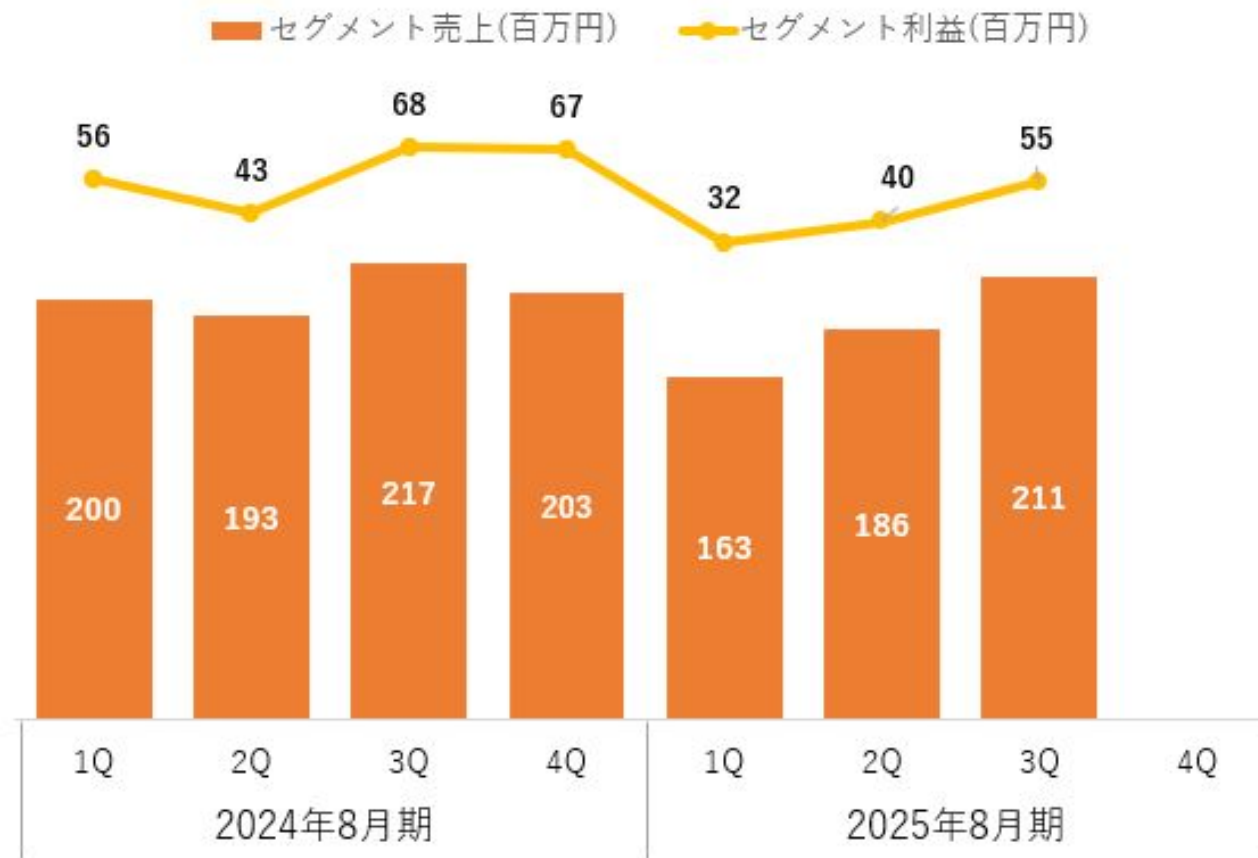
売上高1,196百万円（YoY△0.3%）と微減するも、営業利益は△12百万と赤字幅が減少。

人材開発支援助成金（79百万円）が特別利益に計上されたことにより、親会社に帰属する当期純利益は36百万円で着地。

(百万円)	2024年8月期		2025年8月期			
	3Q実績	通期実績	通期計画	3Q実績	前年同期比	計画進捗率
売上高	1,200	1,515	1,719	1,196	99.7%	69.6%
地域情報流通事業	611	815	926	560	91.7%	60.5%
まいぷれ関連売上	103	142	182	127	123.3%	70.2%
パートナー関連売上	348	457	469	281	80.6%	59.9%
マーケティング支援売上	159	215	274	152	95.5%	55.3%
公共ソリューション事業	588	699	792	635	108.1%	80.3%
ふるさと納税売上	433	514	608	501	115.8%	82.4%
公共案件売上	101	120	120	104	103.4%	86.5%
まいぷれポイント売上	54	65	62	29	54.9%	47.3%
売上原価	444	562	590	452	101.7%	76.6%
売上総利益	755	953	1,128	744	98.6%	66.0%
売上総利益率	62.9%	62.9%	65.7%	62.2%	-	-
販管費	777	991	1,093	757	97.4%	69.3%
営業利益	-22	-38	35	-12	-	-
営業利益率	-1.9%	-2.5%	2.1%	-	-	-
経常利益	-23	-39	28	-16	-	-
当期純利益	19	3	78	42	220.2%	53.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	18	2	77	36	202.5%	47.1%

まいぷれ関連売上はYoY+23.2%と増収。パートナー関連売上では、新規パートナーの契約獲得における初期加盟金が未達となったことによる影響で減収するも、ストック型売上であるロイヤルティ売上はYoY+4.8%の増収。また、フロー型収益の未達傾向に対しても、組織体制の変更や営業企画の推進により復調の兆し。

	地域情報流通事業			
	2024年8月期		2025年8月期	
	3Q実績	通期実績	3Q実績	前年同期比
(百万円)				
売上高	611	815	560	91.7%
まいぷれ関連売上	103	142	127	123.2%
パートナー関連売上	348	457	281	80.6%
初期加盟金	123	151	44	36.3%
ロイヤルティ	225	305	236	104.8%
マーケティング支援売上	159	215	152	95.5%
売上原価	156	217	158	101.3%
売上総利益	454	597	402	88.4%
売上総利益率	74.4%	73.3%	71.7%	-
営業利益	168	236	128	76.1%
営業利益率	27.6%	29.0%	22.9%	-



プラットフォームの価値



- 利用店舗数：新商品「まいぷれくん」をフックにした新規獲得施策により、店舗数増加を推進。
- 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。

■まいぷれプラットフォーム利用店舗数 ※1

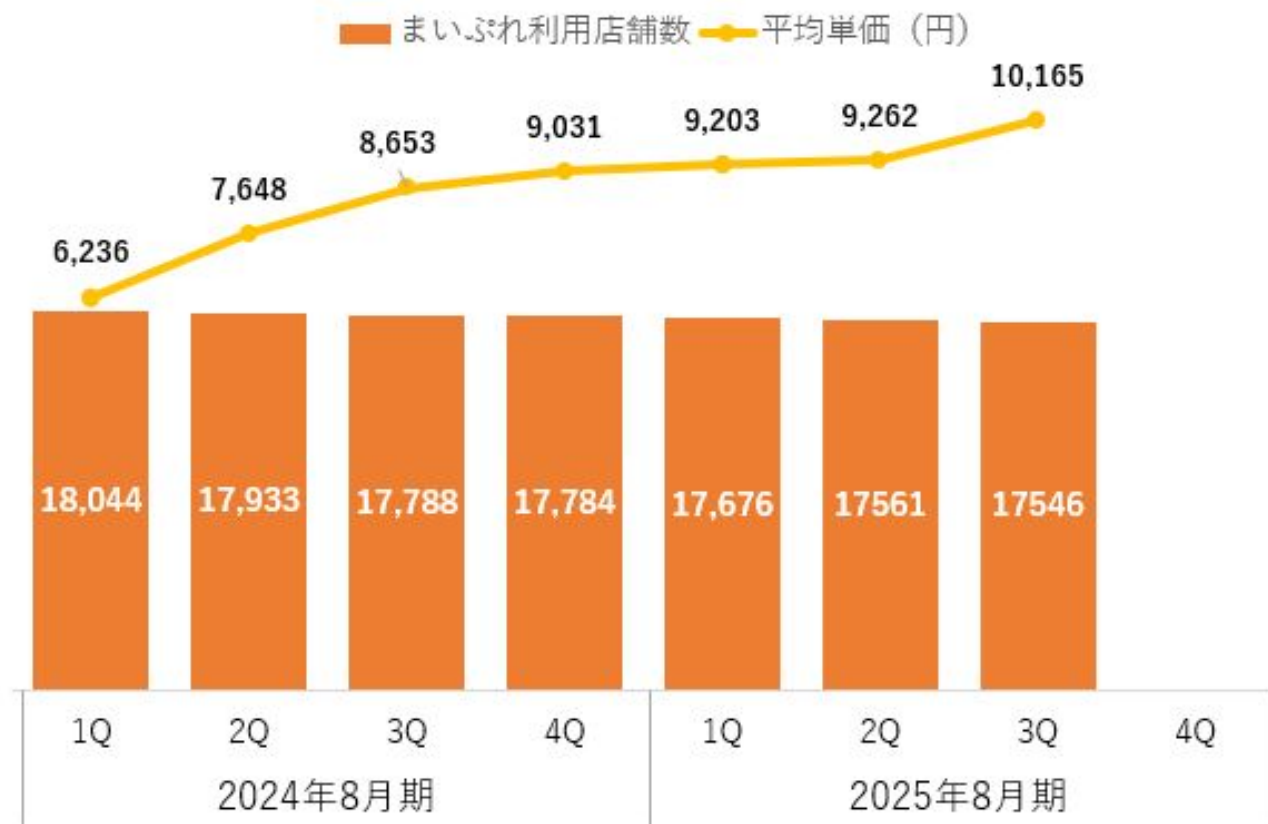
17,546 店舗 前年同期比  $\Delta 242$  店舗

計画進捗率 97.4 % (計画 18,022 店舗)

■平均単価 ※2

10,165 円 前年同期比 +1,512 円

計画達成率 74.7 % (計画 13,617 円)



※1)まいぷれプラットフォーム全体で登録されている(無料利用含む)店舗数の合計。  
 ※2)当社直営エリアの2025年5月末時点の有料利用店舗の平均単価。

プラットフォームの広がり



- 運営パートナー数：3Q中の新規契約社数は3社。前年同期比では14社減。
- 契約エリア数：パートナー数の減少に伴い、エリア数の伸びも減少。

### ■ 運営パートナー数

**159**社

前年同期比  
**△14**社

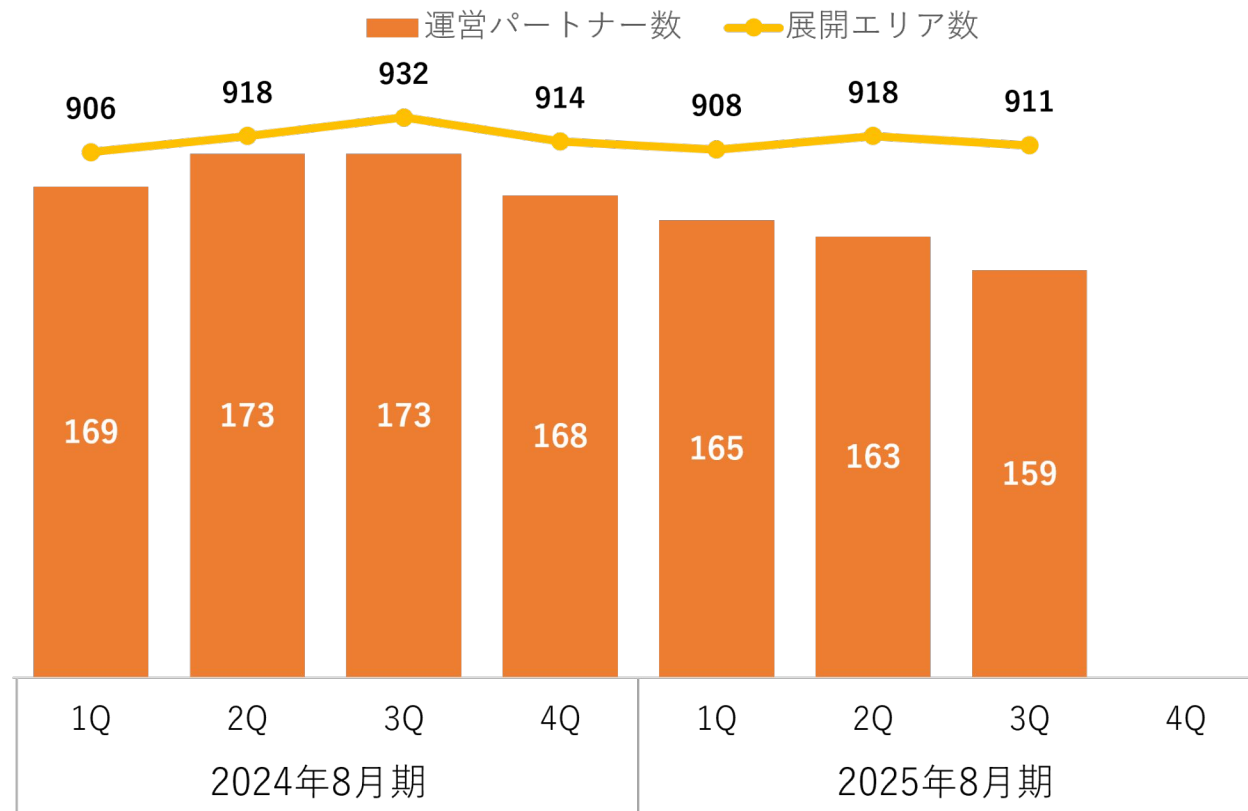
計画達成率  
**93.0**%  
(計画171社)

### ■ 契約エリア数

**911**市区町村

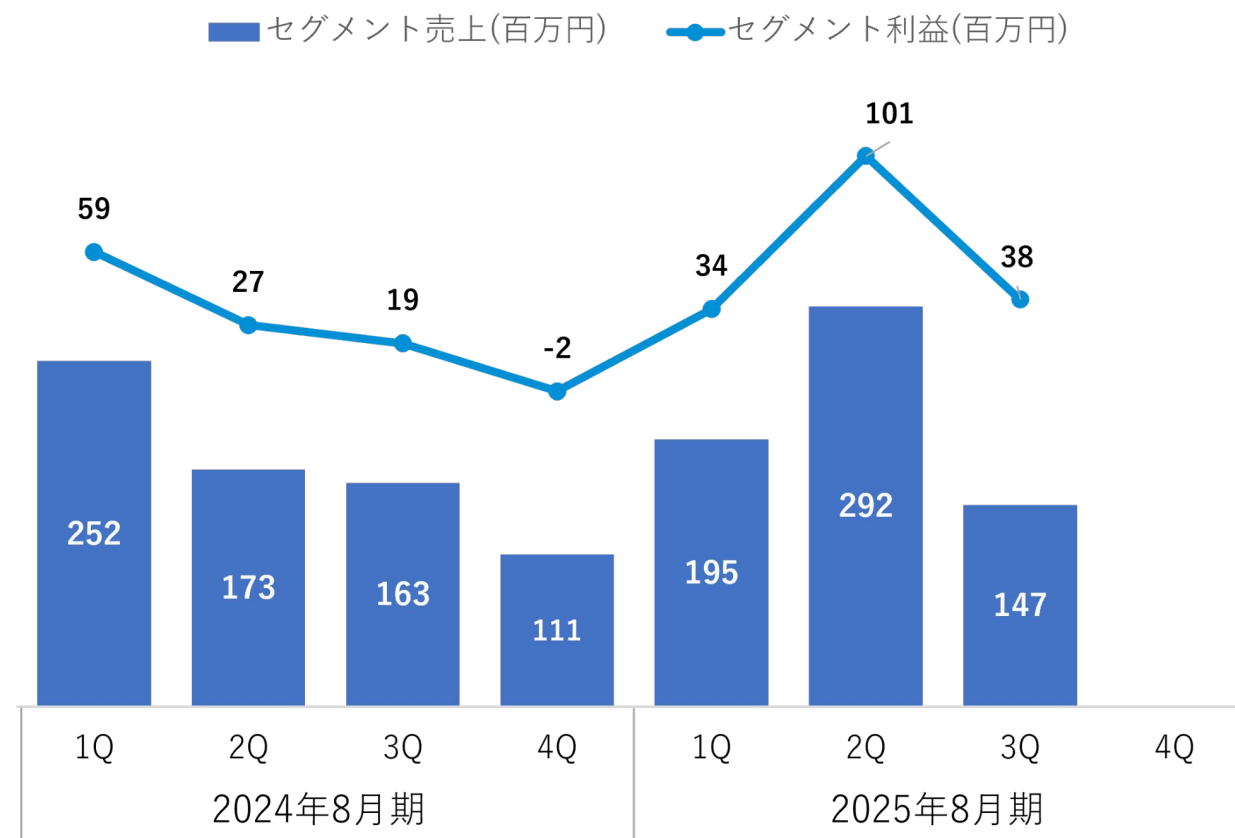
前年同期比  
**△21**市区町村

計画達成率  
**98.7**%  
(計画923市区町村)

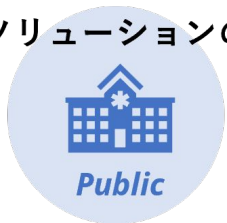


ふるさと納税売上は寄付額売上の増加によりYoY + 15.8%。公共案件売上は2Qまでの増加分が影響しYoY + 3.4%。結果として、セグメント全体で増収・増益傾向を維持している。

	公共ソリューション事業			
	2024年8月期		2025年8月期	
	3Q実績	通期実績	3Q実績	前年同期比
売上高	588	699	635	108.1%
ふるさと納税売上	433	514	501	115.8%
公共案件売上	101	120	104	103.4%
まいぷれポイント売上	54	65	29	54.9%
売上原価	287	344	293	101.9%
売上総利益	300	355	342	113.9%
売上総利益率	51.1%	50.7%	53.8%	-
営業利益	106	104	174	164.1%
営業利益率	18.1%	14.9%	27.5%	-

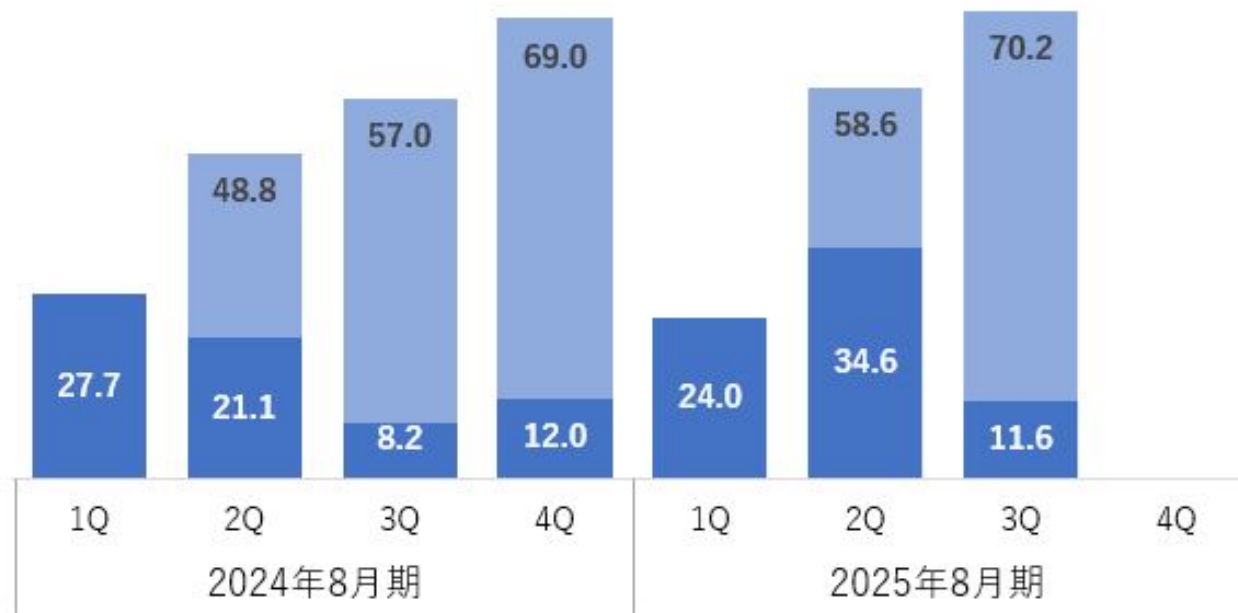


公共ソリューションの拡充



- 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、計画達成に向けて順調に推移。

■ 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

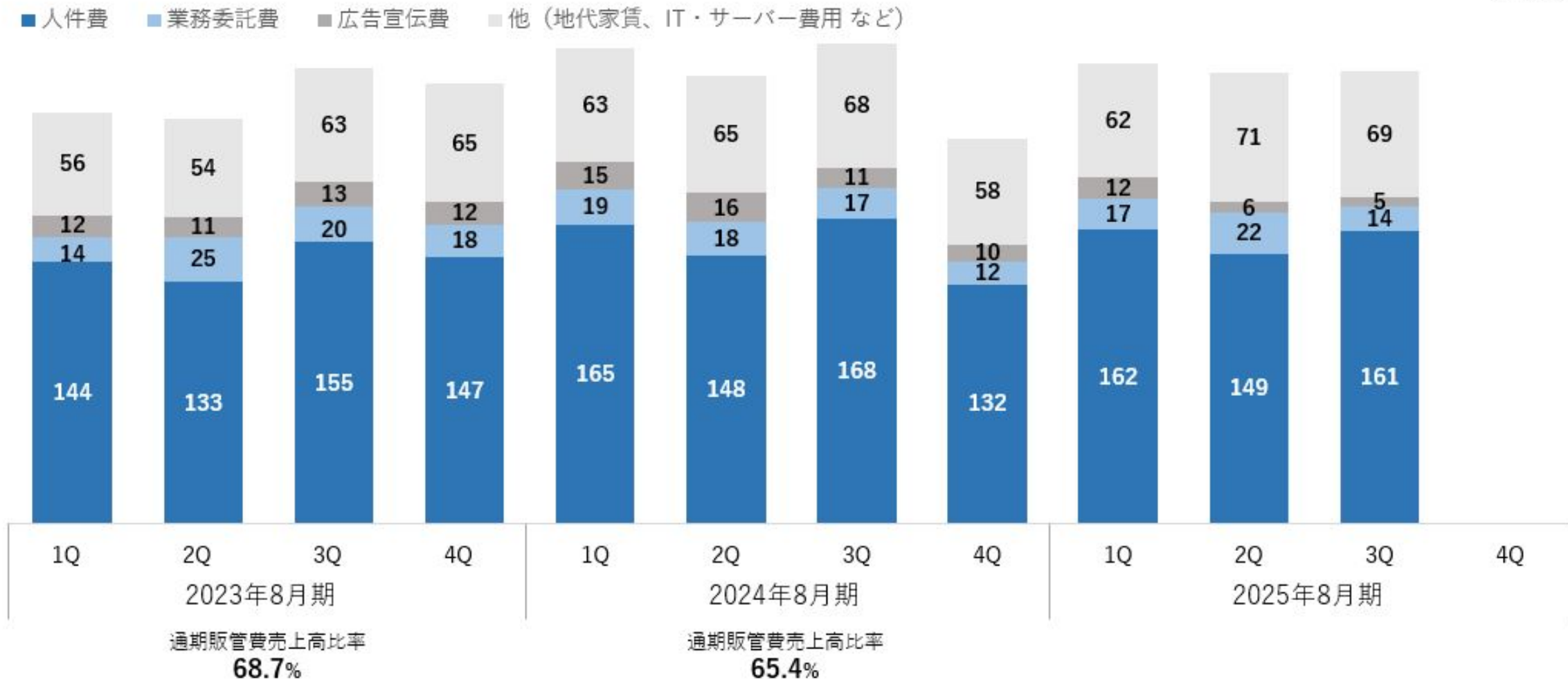
70.2 億円

前年同期比 +13.2 億円

計画達成率 72.1 %  
(計画97.4億円)

前年同期比で減少（YoY△2.6%）。将来の収益に繋がる開発投資を行いつつ、人件費・業務委託費を抑制。

(百万円)



00 事業概要

01 2025年8月期第3四半期 連結業績ハイライト

**02 2025年8月期第3四半期 ビジネスピックアップ**

03 今後の成長戦略

3-1. MRR領域の進捗

3-2. 関係人口創出事業の進捗

04 Appendix



時期	成長の軸	内容
2025年4月	 プラットフォームの 価値	地域情報特化型AIエージェントサービス「まいぷれくん」全国販売開始
2025年5月	 新規事業開発	茨城県鉾田市にて内閣府交付金事業を受託
	 プラットフォームの 価値	「まいぷれくん」新機能追加
2025年6月	 公共ソリューションの 拡充	四国中央市のふるさと納税支援強化へ向け現地オフィスを開設
	 新規事業開発	「チイオシ」と「みんなほけ - みんなで保健室」が連携し、健康支援サービスを提供開始
2025年7月	 プラットフォームの 価値	「まいぷれくん」自動返信機能追加
	 プラットフォームの 価値	「まいぷれくん」Instagram自動連携機能追加

00 事業概要

01 2025年8月期第3四半期 連結業績ハイライト

02 2025年8月期第3四半期 ビジネスピックアップス

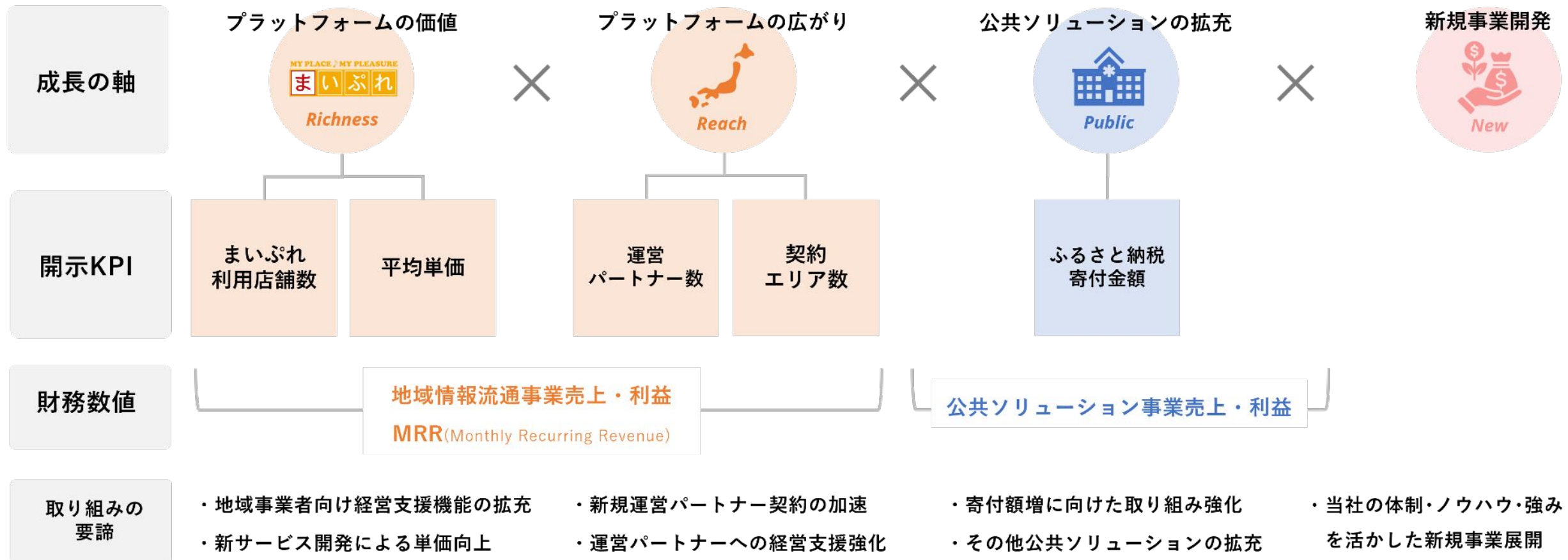
**03 今後の成長戦略**

3-1. MRR領域の進捗

3-2. 関係人口創出事業の進捗

04 Appendix

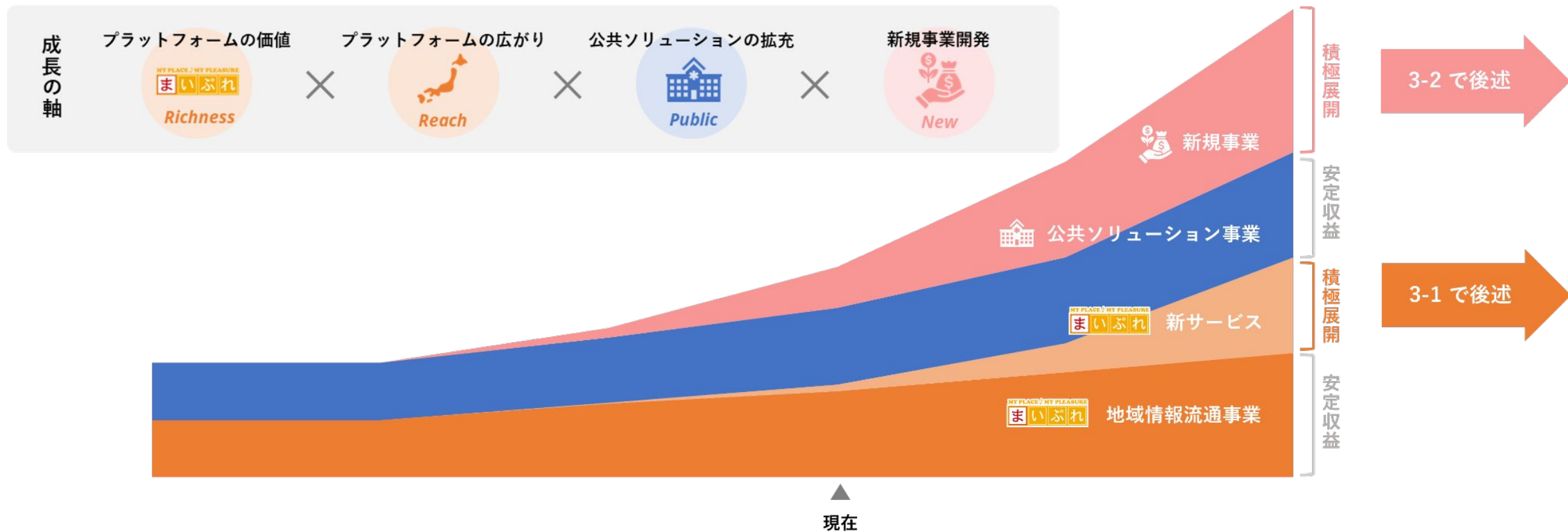
「まいぷれ」のサービス価値を高めて単価を向上させ、運営パートナー数を増やすことで展開地域を拡大。このプラットフォームを活用した公共ソリューション事業・新規事業開発の実施により、事業成長を加速。



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。



## 00 事業概要

01 2025年8月期第3四半期 連結業績ハイライト

02 2025年8月期第3四半期 ビジネスピックアップス

## 03 今後の成長戦略

**3-1. MRR領域の進捗**

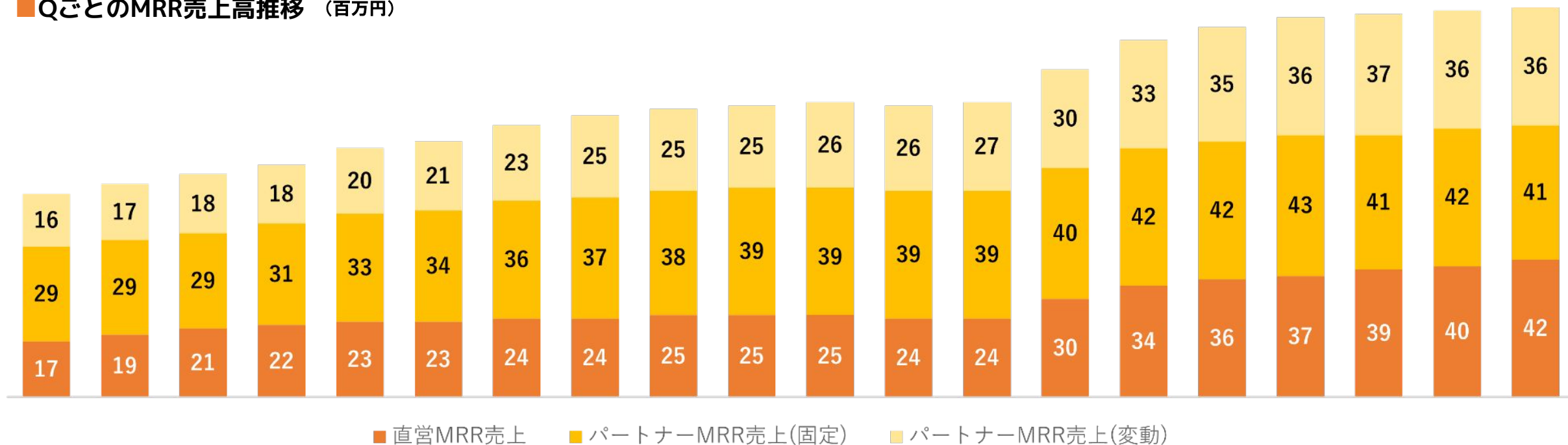
3-2. 関係人口創出事業の進捗

## 04 Appendix

「事業成長モデルの基本方針」の軸の1つである「プラットフォームの価値向上」のため、**地域事業者向け経営支援機能の拡充**に向けたサービス追加や機能開発を推進しており、それにより**MRRが増加**している。

- 2023年6月より運用代行「まるまるおまかせプラン」をリリースし、単価向上を重視した施策へ転換。
- 2025年4月よりAIエージェント「まいぷれくん」をリリースし、収益増加に向けて急速に成長中。

■ QごとのMRR売上高推移 (百万円)



2021年8月期4Q  
(上場時)

2023年6月  
(まるまるおまかせプランリリース)

2025年8月期3Q  
(現在)

「まいぷれくん」は、地域情報プラットフォーム「まいぷれ」に蓄積されたデータをもとに地域へのPR文を提案してくれたり、口コミ返信やSNS投稿などの業務支援もしてくれる、AIエージェント

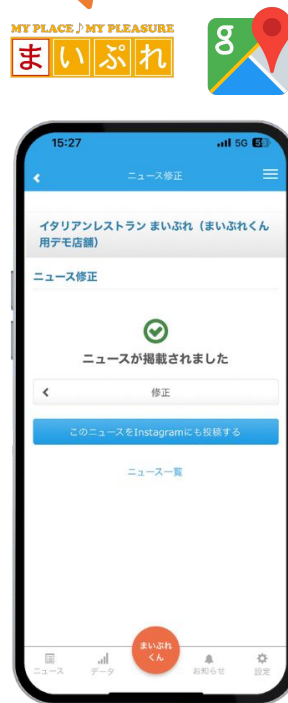
画像をアップしたりトピックを選ぶだけで

お店の特長をつかんだPR文章を自動生成

直感的な操作でだれでもカンタンに発信完了！

Instagram用の表現に自動修正もしてくれる

Instagramにもそのまま投稿完了！





時期	内容
2025年4月	地域情報特化型AIエージェントサービス「まいぷれくん」全国販売開始
2025年5月	<b>「まいぷれくん」新機能追加</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 画像アップロードで自動ニュース作成</li><li>● 会話選択肢ボタンで操作がもっと簡単に</li><li>● Instagramキャプション自動生成機能を追加</li></ul>
2025年6月	<b>「まいぷれくん」経営支援ツールへ お仕事おたすけ機能追加</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 口コミ返信文作成機能</li><li>● メール・DM返信文作成機能</li></ul>
2025年7月	<b>「まいぷれくん」Instagram自動連携機能追加</b>



サービス全国販売開始から約**3ヶ月**で 有料契約店舗数**920**店 突破



有料契約店舗数

**920** 店舗

(2025年7月15日 現在)

展開済み地域数

**112** エリア

(2025年7月時点)



1店舗あたりのニュース  
利用回数平均 (月間)

**2.6** 回/月

(2024年5月実績)



**6.7** 回/月

(2025年5月実績)



1店舗あたりの  
PV数平均 (月間)

**883** PV/月

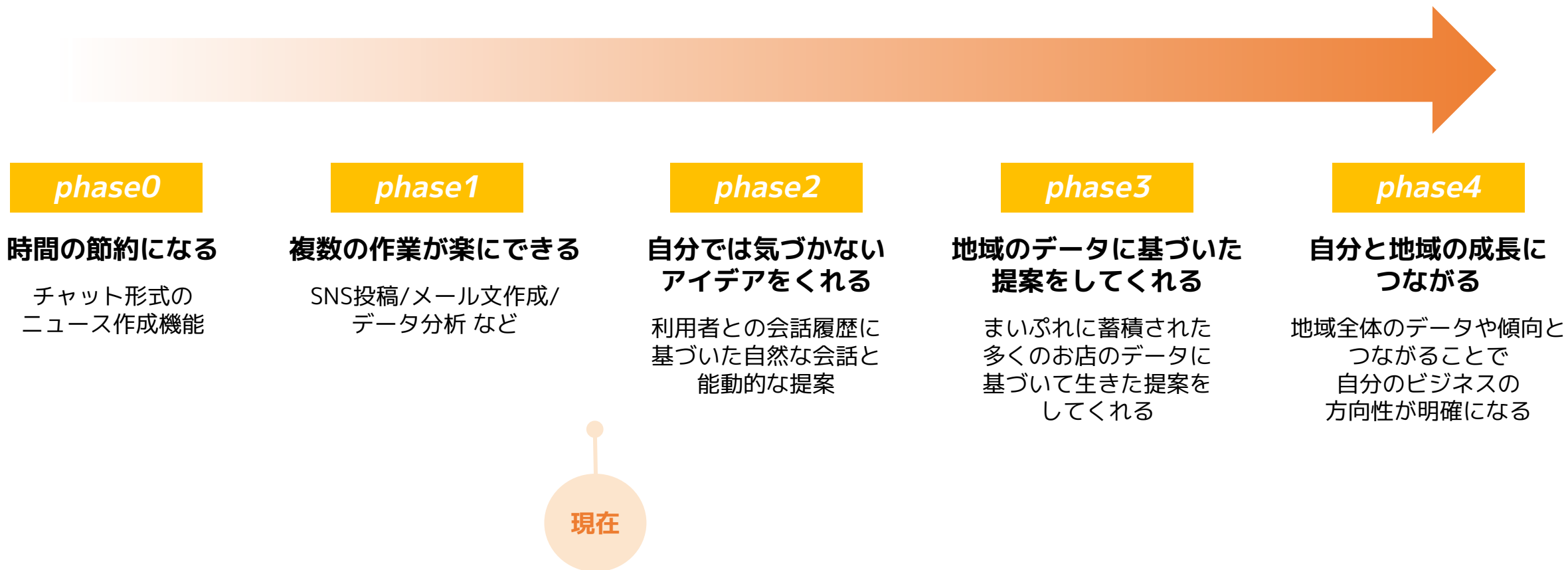
(2024年5月実績)



**1,975** PV/月

(2025年5月実績)

“時短ツール” から “地域と共にビジネスを成長させる支援者” へ



日本国内事業所数 \*1

**421**万社

「まいぷれ」ターゲット有料利用店舗数 \*2

**25**万社

ARRポテンシャル約 **40**億円

「まいぷれくん」導入ターゲット数 \*3

**18-23**万社

ARRポテンシャル約 **40-70**億円

「まるまるおまかせプラン」導入ターゲット数 \*4

**0.5-1.8**万社

ARRポテンシャル約 **20-60**億円

2025年8月期  
利用店舗総数

**1.8**万社

(無料アカウント含む)

Annual Recurring Revenue

## ARR100-170億円規模、拡大余地は極めて大きい

- 「まいぷれ」は業種を問わず幅広く利用されており、国内市場には依然として大きな開拓余地がある。
- 基本商品（月額利用料7,000円：ショップ+ニュース）のみでも、全国25万社（シェア率6%）への導入を想定すれば、国内だけでARR40億円のポテンシャルがある。
- AIエージェント「まいぷれくん」（基本商品に月額2,000～5,000円を追加）は、全有料利用店舗の70～90%への導入を目指して展開中。
- 運用代行「まるまるおまかせプラン」（基本商品に月額38,000円～を追加）は、2～7%の導入率でポテンシャルを再算出。

## 高利益率の商品展開にシフトし、収益性向上へ

- 「まるまるおまかせプラン」は高単価・高付加価値である分、原価率が高く、利益率の観点では課題もあった。
- 開発・販売戦略の主軸をより収益性の高い「まいぷれくん」に移すことで、利益成長を伴う持続的なスケラビリティを目指す。

\*1 総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より、第三次産業事業所数を引用。

\*2 事業所総数 × まいぷれ有料利用店舗数の割合目標（6%）。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、先行運営地域の実績をもとに設定。

\*3 事業所総数 × 「まいぷれくん」利用店舗数の割合目標（70～90%）。割合は検証中。

\*4 事業所総数 × 「まるまるおまかせプラン」利用店舗数の割合目標（2～7%）。2023年9月からの全国販売期間を経て、獲得ポテンシャルを再算出したもの。

## 00 事業概要

01 2025年8月期第3四半期 連結業績ハイライト

02 2025年8月期第3四半期 ビジネスピックアップス

## 03 今後の成長戦略

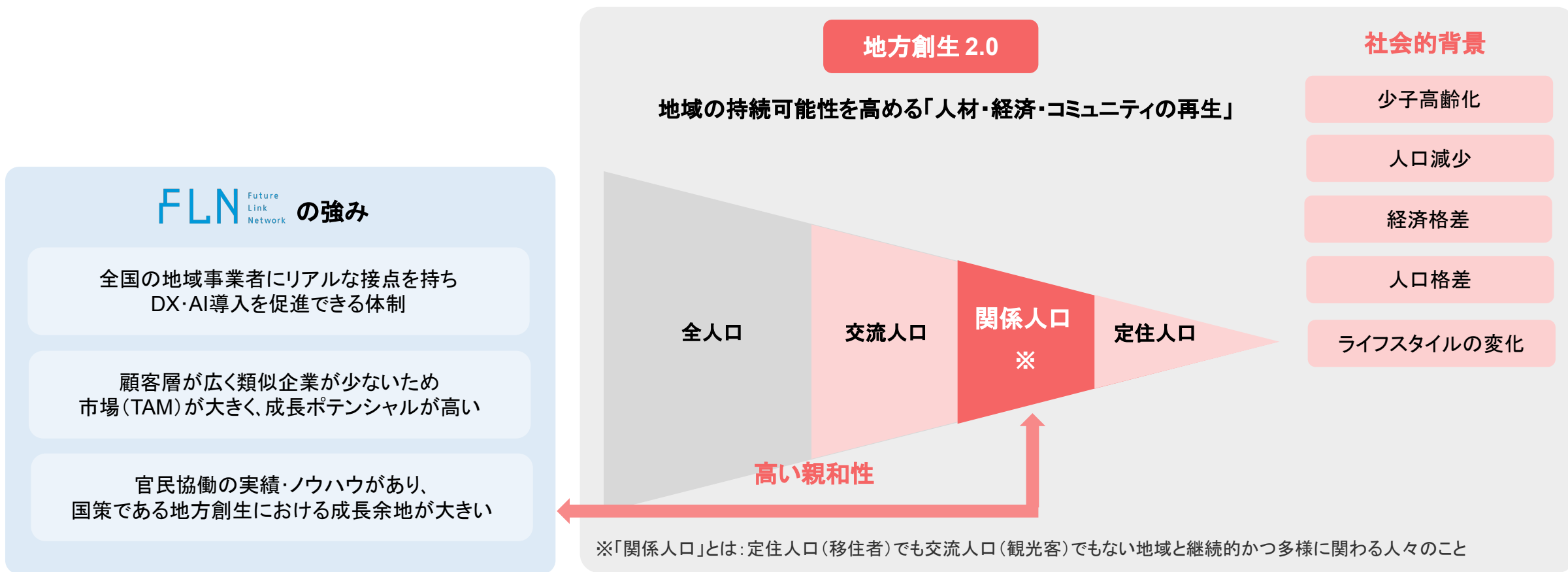
3-1. MRR領域の進捗

**3-2. 関係人口創出事業の進捗**

04 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。

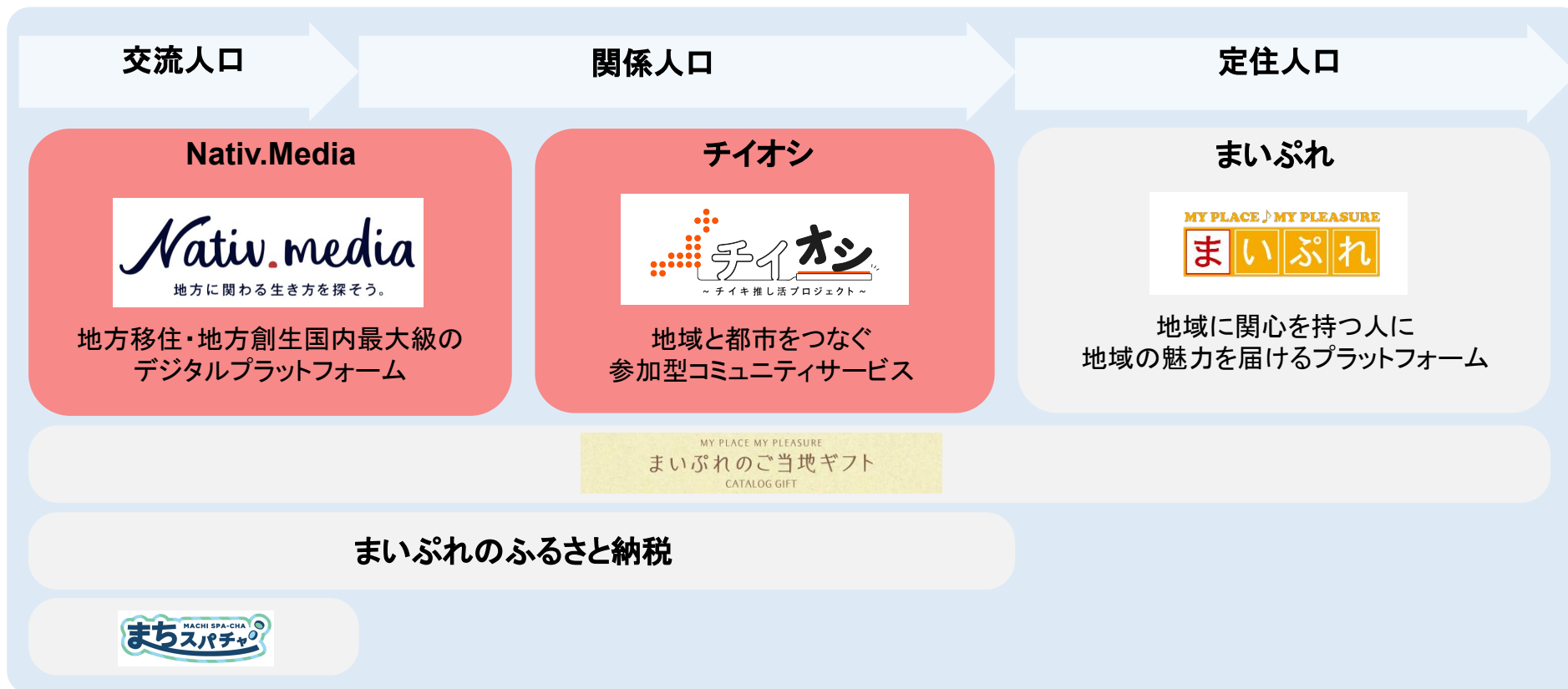


全国の自治体を対象に【交流人口→関係人口→定住人口】への流れを促す。

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。



新規事業 × 既存事業

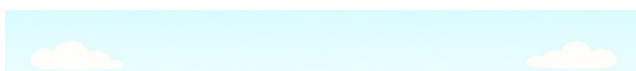


## ■ Nativ.Media 事業の開始（2025年4月）



- カヤック社より譲り受けた「地方移住」「関係人口」をテーマとするプラットフォーム【Nativ.Media】を運営開始
- 元々プラットフォームを利用していた複数自治体との契約を継続
- 「地方で働く」にフォーカスし、地方企業の求人を支援する事業へ展開

## ■ 茨城県鉾田市にて地方創生交付金事業を受託（2025年5月）



FLN、鉾田市における内閣府交付金事業を受託  
VTuberを活用したシティプロモーションで関係人口創出に貢献



- VTuberを活用した地域活性プロジェクトである「まちスパチャプロジェクト」の発展的な形として、包括的なシティプロモーション企画の契約を獲得
- 4Q以降の売上貢献につながる見込

## 00 事業概要

01 2025年8月期第3四半期 連結業績ハイライト

02 2025年8月期第3四半期 ビジネスピックアップス

## 03 今後の成長戦略

3-1. MRR領域の進捗

3-2. 関係人口創出事業の進捗

## 04 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

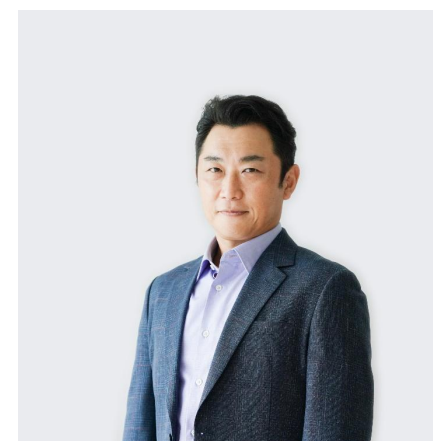
従業員数 165名 (2025年5月末現在 有期雇用含む 連結)

資本金 281,942,666円 (2025年5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日出生まれ、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つため、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。

156社 911市区町村  
※2025年5月末時点



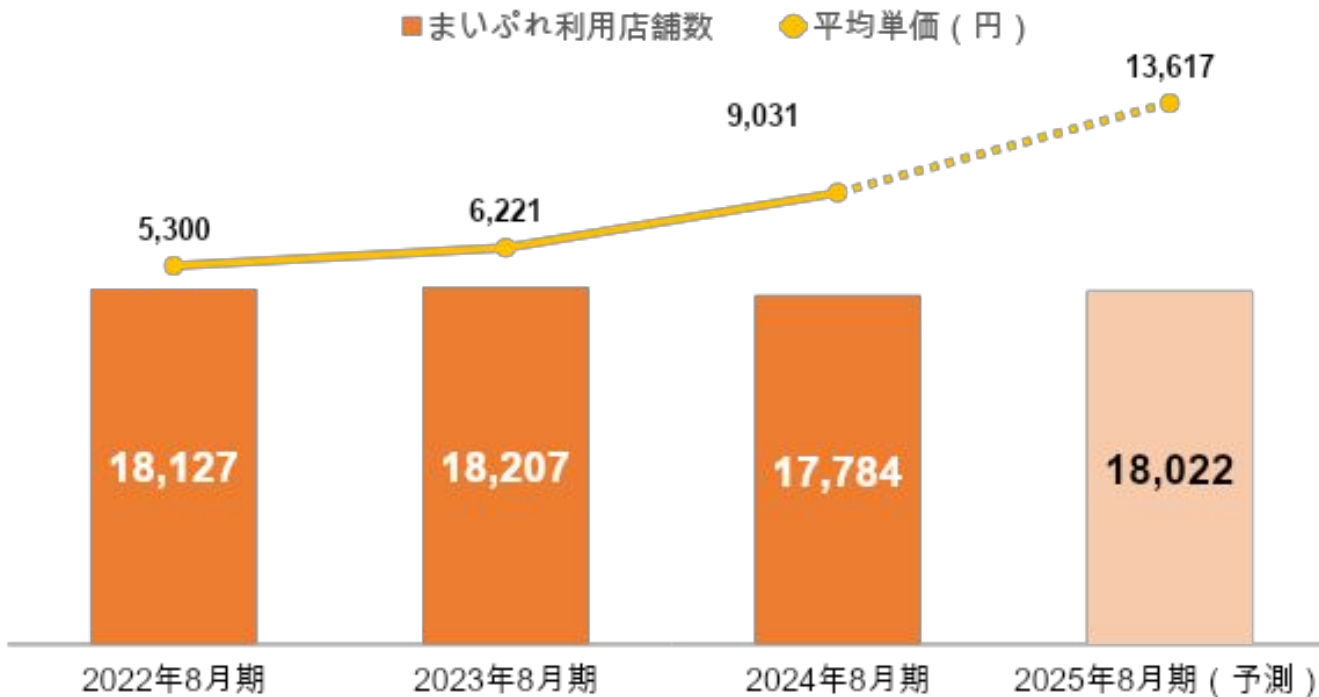
全国規模の展開

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

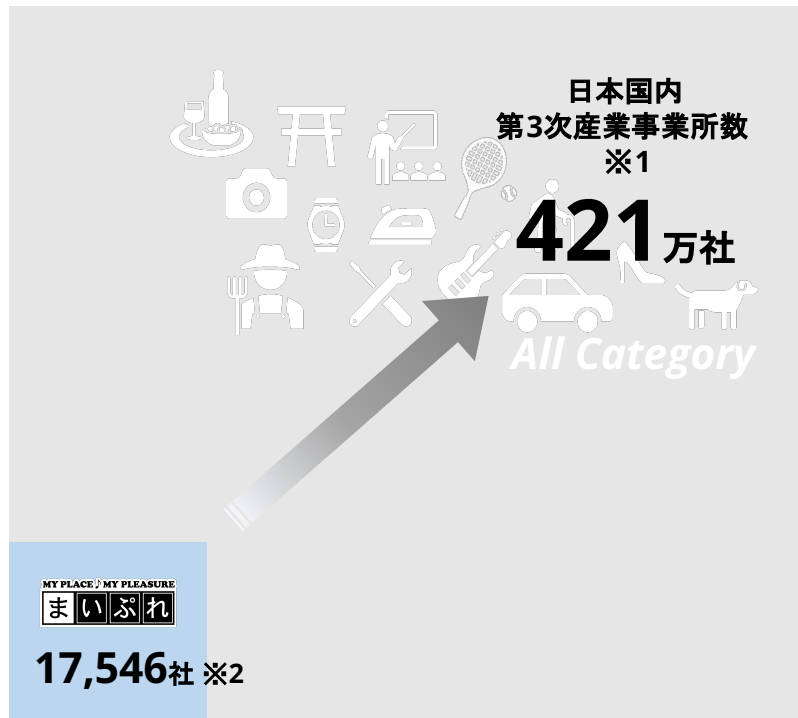
1.42%

※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。



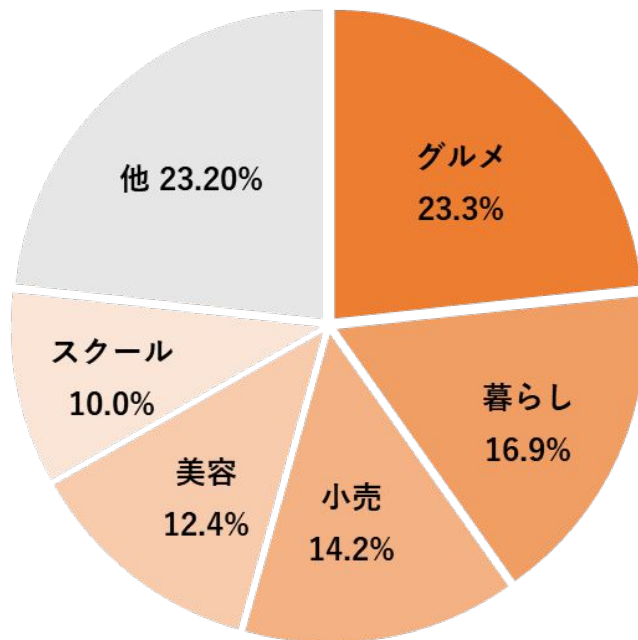
「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わないことから、国内で広大な市場開拓余地がある。また、広告市場においては、プロモーションメディア広告市場でDXを促進する役割も担うためインターネット広告市場とあわせて約5兆の市場規模がある。

■ 顧客対象となる業種の市場規模



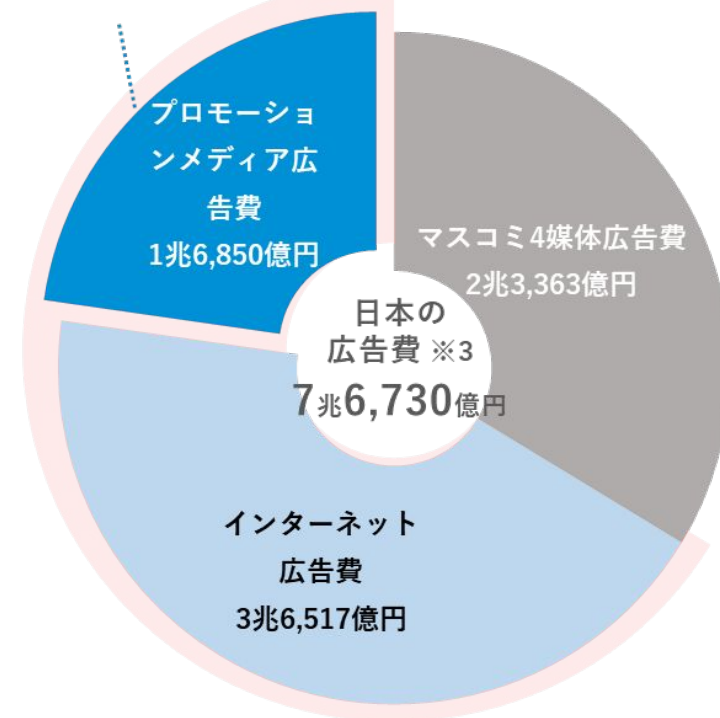
※1) 総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より(2023年6月公表)  
※2) 2025年5月末時点

■ 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

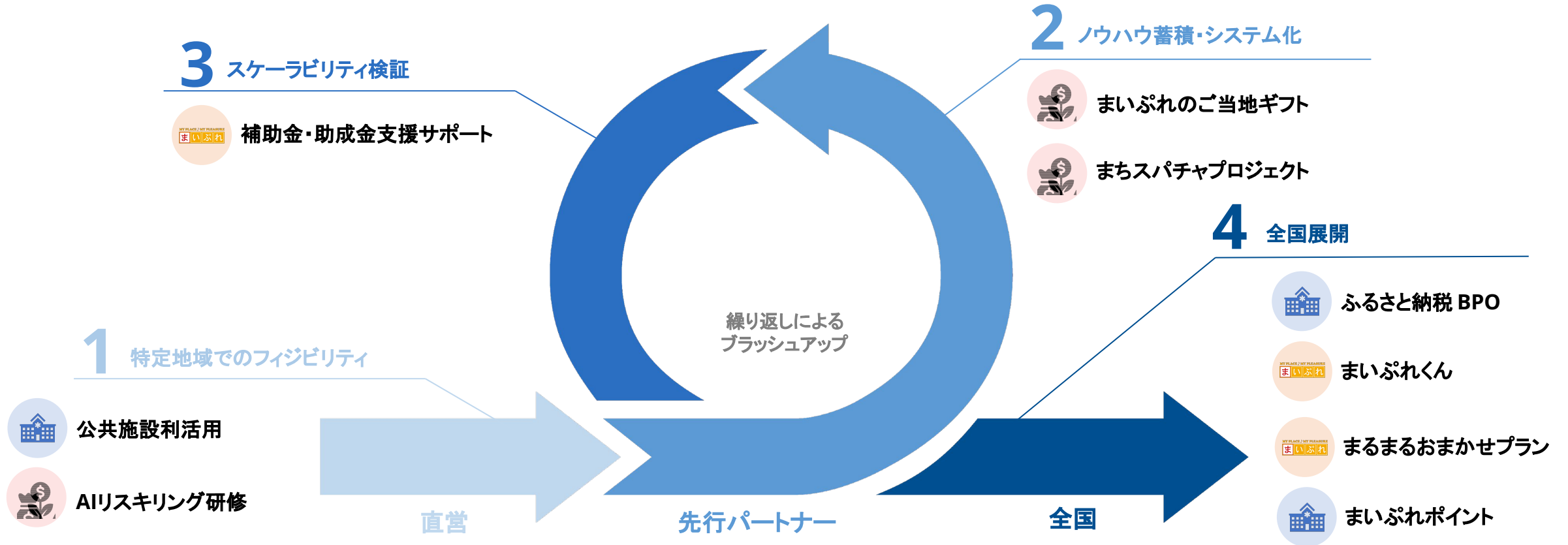
DXコンサルティング

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。



多様な情報の出口



情報発信  
マーケティング支援

地域事業者



プラットフォーム利用料

■プラットフォーム利用店舗数 ※

**17,546** 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5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

156 社

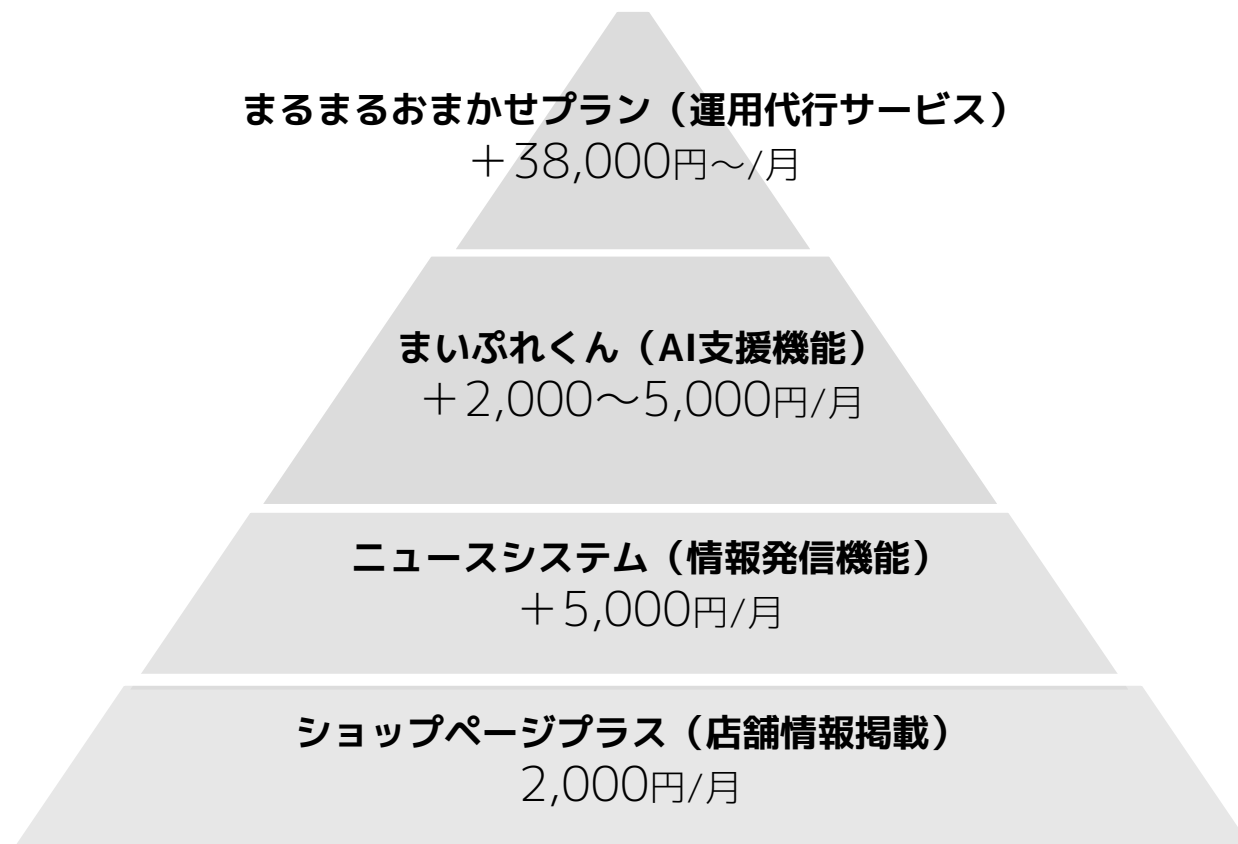
※ 2025年5月末時点

■ 展開エリア数

911 市区町村

※ 2025年5月末時点

プラットフォーム利用料はサービス内容に応じて複数のプランがあり、月次経常収益 = MRR (Monthly Recurring Revenue) として成長基盤となっている。



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

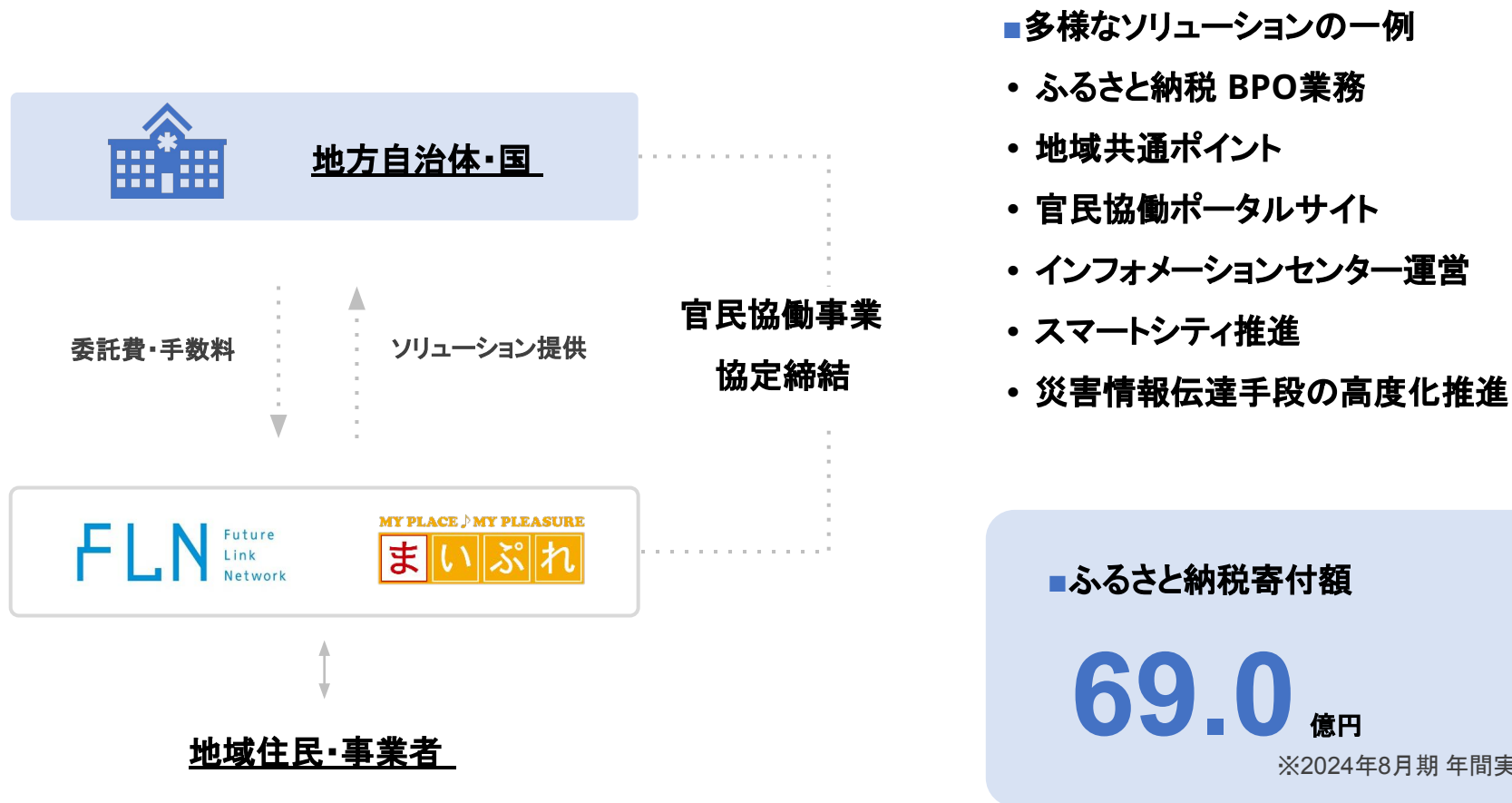
人材  
育成

■平均単価 ※

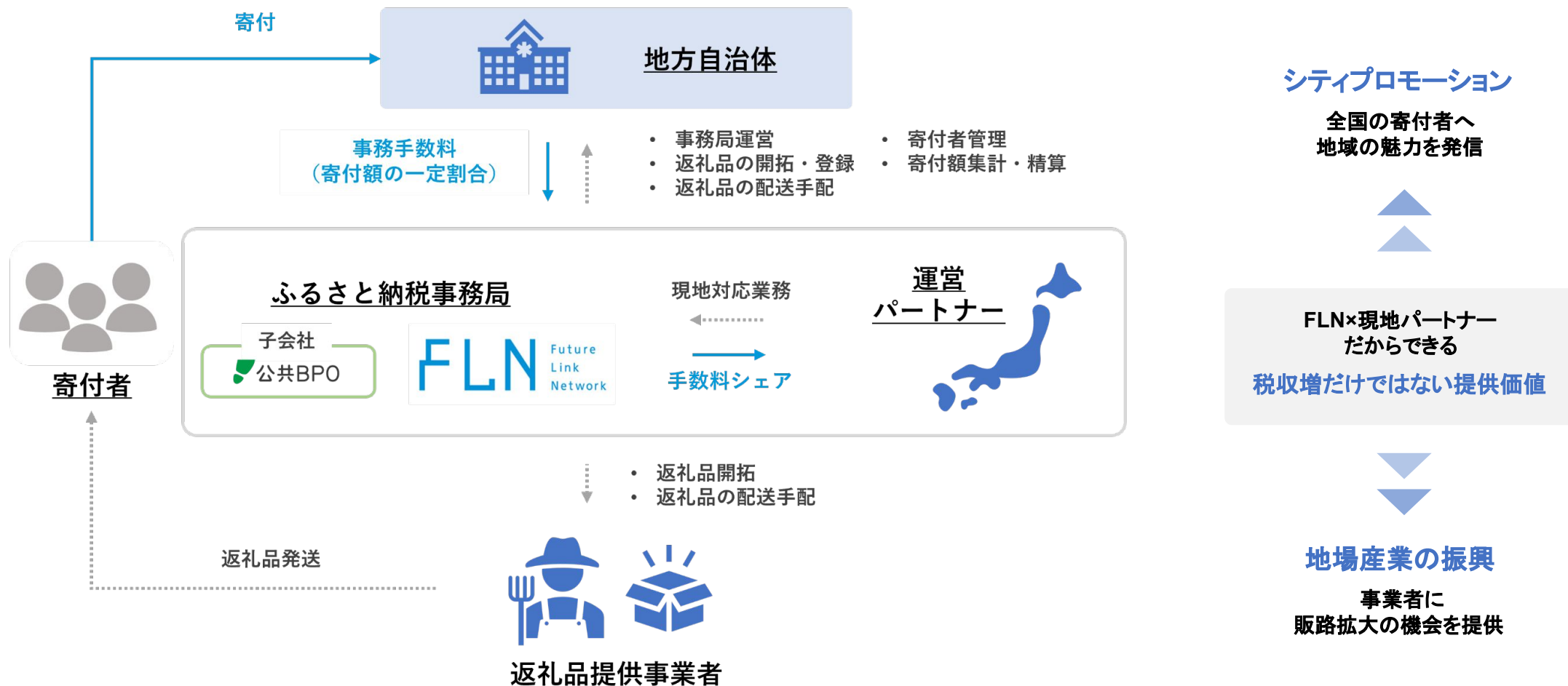
**10,165**円

※当社直営エリアの2025年5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。



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。

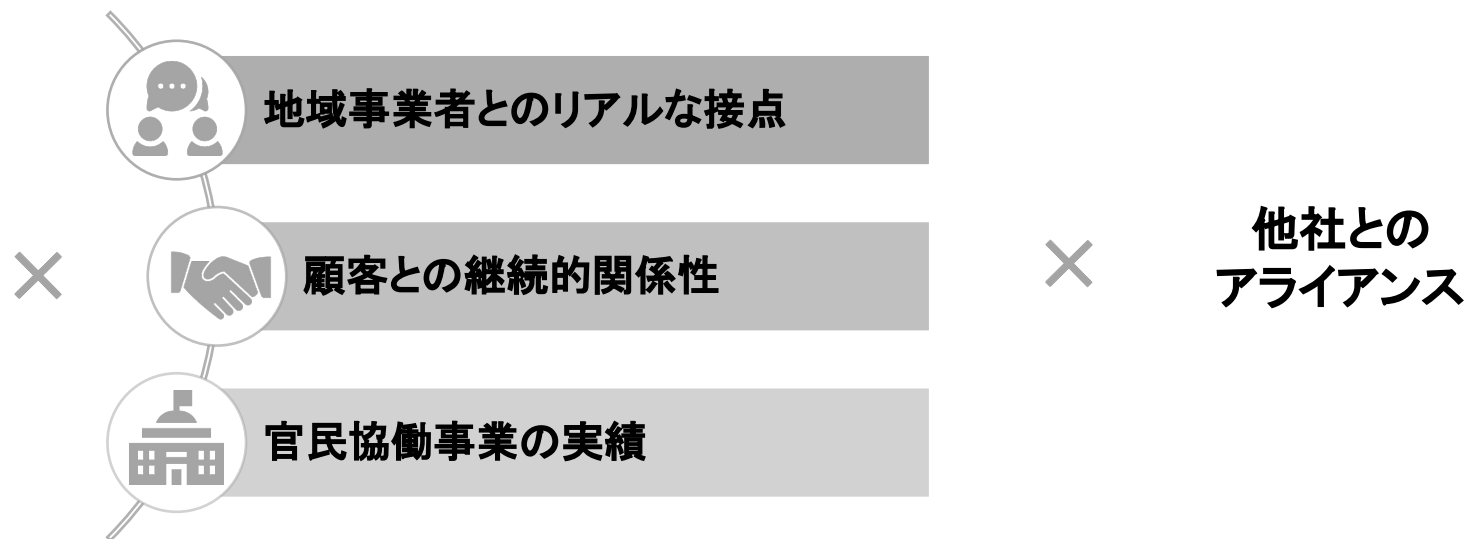


既存事業と両軸で高い成長性を実現するため、新規事業として「関係人口創出事業」を積極展開中。

### 当社ならではのノウハウ



### 当社ならではの強み



新規事業として  
関係人口創出事業を積極的に開発





「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

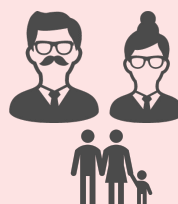
カタログギフト  
&金券 市場 1.2兆円

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



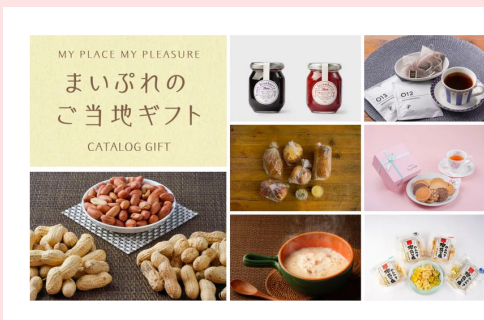
- ギフト文化  
応援消費の  
訴求

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。

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



### まちの魅力を伝えるコンテンツ

- ・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
- ・実際にまちを訪れる

### まちへの応援を促す仕組み

- ・ふるさと納税受付
- ・VTuberとの観光ツアー
- ・特産品販売
- ・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、活動に参画する（＝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。

