



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3四半期決算説明会 書き起こし

開催日: 2025年7月16日

[2025年8月期第3四半期 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3四半期 ビジネスピックアップ](#)

[今後の成長戦略](#)

[MRR領域の成長戦略](#)

[関係人口創出事業の進捗](#)

[質疑応答](#)

[石井からのご挨拶](#)

[本資料の取り扱いについて](#)

決算説明会動画URL

https://youtu.be/WtdrR9CF_Tg?si=x4hN9gOHeMrOSyS6

2025年8月期第3四半期 連結業績ハイライト

サマリー・2025年8月期第3四半期 連結業績結果

FLN Future Link Network



■ 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リスキリング研修に伴い、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リスキリング研修」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。

© Future Link Network Co., Ltd.

3

まずサマリーでございます。

2025年8月期第3四半期売上高は11億9600万円、前年同期比マイナス0.3%。

営業利益は1200万円の赤字、前年同期比で900万円のプラス。

親会社株主に帰属する四半期純利益は3600万円、前年同期比102.5%。

MRR新商品の開発販売が好調に進捗しており、長期的な増収に繋がる見込みでございます。4月より販売を開始しました「まいぷれくん」が比較的好調で、販売開始から約3ヶ月で有料契約920件を突破しております。

一方、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及び大手チェーン店等への販促売上に関しては、マーケティング手法や営業体制見直しにより復調の兆しがございます。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結果となっております。

公共領域でございますが、ふるさと納税売上は前年同期比**15.8%**増で、公共案件売上でも大型受託を予定している状況でございます。

また、先日発表しましたように、社内でAIリスキリングの研修を行いました。当社の生産性向上施策の一環でございます。これにより特別利益**7900万円**が計上という形になっております。

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%
まいぶれ関連売上	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%
まいぶれポイント売上	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%

© Future Link Network Co., Ltd.

6

連結業績ハイライトの数字でございます。

第3四半期の売上高は11億9600万円。

売上総利益が7億4400万円。

営業利益がマイナス1200万円。

親会社株主に帰属する当期純利益が3600万円という形になっております。

地域情報流通事業セグメント 業績概況

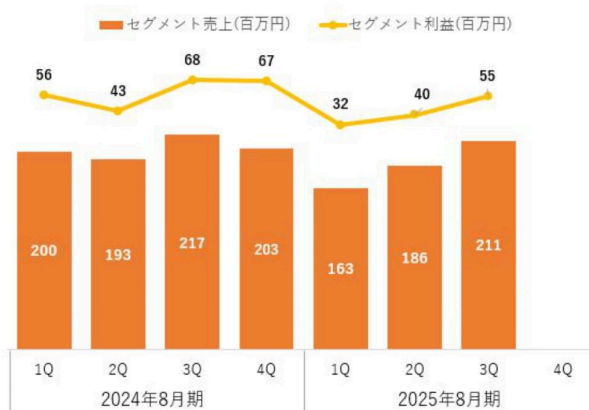
セグメント別に説明いたします。

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



まいふれ関連売上は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。

(百万円)	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
売上高	611	815	560	91.7%
まいふれ関連売上	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%	-



まずまいふれ関連売上高は前年同期比**23.2%**増収をしております。
パートナー関連売上ですが、新規パートナー企業の獲得における初期加盟金が未達となっております。
この結果、パートナー売上高に関しては減収となっておりますが、ストック型売上であるロイヤルティ売上に関しては前年同期比**4.8%**の増収となっております。
フロー型収益の未達傾向に対しても、現在組織体制の変更及び営業企画の推進により復調の兆しでございます。
結果、地域情報流通事業セグメントとしては売上高5億6000万円、営業利益が1億2800万円という形になっております。

プラットフォームの価値



- 利用店舗数：新商品「まいぶれくん」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。

■まいぶれプラットフォーム利用店舗数 ※1

17,546 店舗 前年同期比 Δ 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) まいぶ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。

KPIでございます。

まずまいぶれプラットフォーム利用店舗数は17,546店舗、前年同期比242店舗減という形になっております。

平均単価は10,165円、前年同期1,512円増という形になっております。

2年ほど前より、まずは件数よりも単価を重視する施策を取ってきましたが、これにより高単価商品の展開が奏功し、緩やかな増加傾向を継続しております。

また、新しく「まいぶれくん」をフックにした新規獲得施策を行っておりますので、店舗数増加をこれから推進していく計画となっております。

プラットフォームの広がり



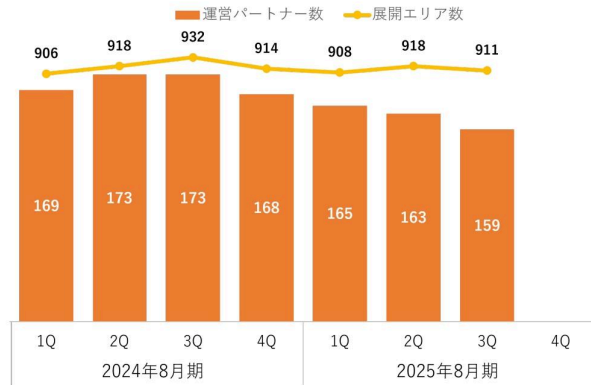
- 運営パートナー数：3Q中の新規契約社数は3社。前年同期比では14社減。
- 契約エリア数：パートナー数の減少に伴い、エリア数の伸びも減少。

■運営パートナー数

159社 前年同期比 $\Delta 14$ 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 $\Delta 21$ 市区町村 計画達成率 98.7% (計画923市区町村)

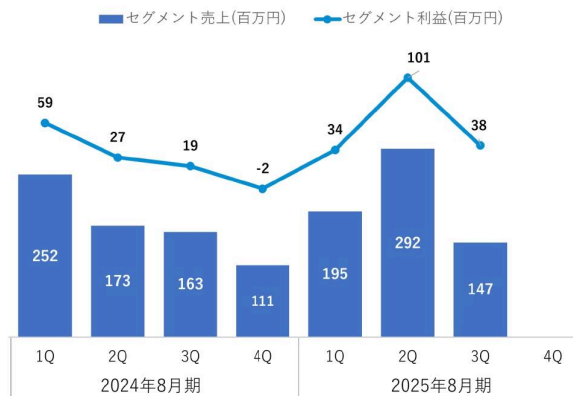


運営パートナー数と契約エリア数です。
 運営パートナー数は159社、前年同期比14社減。
 契約エリア数は911市区町村で、前年同期比21市区町村減という形になっております。
 これは新規契約パートナー数がなかなか伸びきらなかったことが大きな原因でございます。
 また契約エリア数についてもパートナー数が減少したことに伴ってエリア数の伸びも減少しているのが現状でございます。

公共ソリューション事業セグメント 業績概況

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。

(百万円)	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%
まいづれポイント売上	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%	-



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。

公共ソリューション事業セグメントの売上高は6億3500万円、前年同期比108.1%。営業利益が1億7400万円、前年同期比164.1%という形になっております。

寄付額売上が増加したことによって前年同期比15.8%増えているのが、大きな点だと思っております。

公共案件売上の2Qまでの増加分が影響し、結果として昨対プラス3.4%、セグメント全体で増収増益を維持している状況でございます。

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。



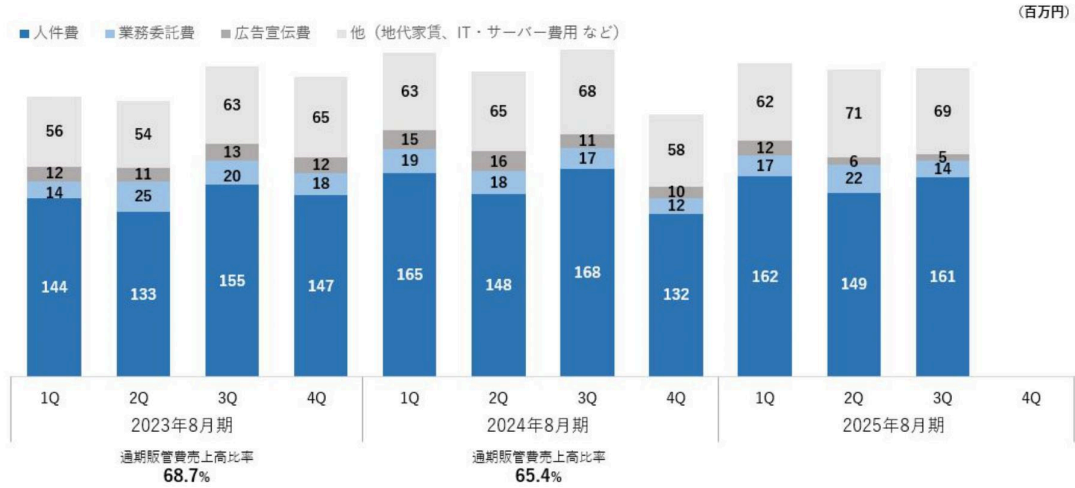
© Future Link Network Co., Ltd.

11

KPIでございます。

ふるさと納税において当社が関与させていただいた寄付額は2025年8月期を通して70.2億円となりまして、前年同期比で13.2億円増という形になっております。注力自治体・返礼品を絞った寄付額増加施策を推進しております。これによって計画達成に向けて順調に推移している状況でございます。

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。



販売管理費でございます。

前年同期比で減少させております。
 将来の収益に繋がる開発は継続して行っております。
 開発は行いつつ、人件費及び業務費を抑制し、結果として販売管理費を抑制することに成功しているのが現状でございます。

2025年8月期第3四半期 ビジネストピックス

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
	 プラットフォームの価値	「まいぷれくん」お仕事おたすけ機能追加（口コミ・メール返信文作成）
2025年7月	 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

2025年4月に、地域情報特化型AIエージェントサービス「まいぷれくん」の全国販売を開始させております。

その後、2025年5月に新機能追加。

そして7月には、Instagram自動連携機能が追加という形で、「まいぷれくん」の機能がバージョンアップをし続けてきているのが現状でございます。

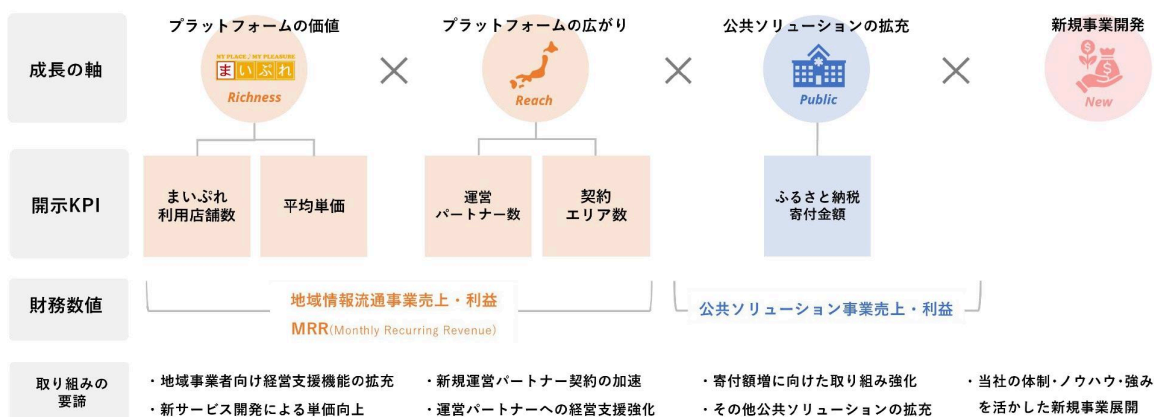
また、関係人口創出事業においては、茨城県鉾田市にて内閣府交付金事業を受託。

また、「チイオシ」と「みんなの保健室(みんなほけ)」が連携するなど新たな動きも進めております。

今後の成長戦略

今後の成長戦略・事業成長モデルの基本方針

「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。



当社の成長戦略のおさらいでございます。

当社は、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するという戦略を取っております。

まず左側のプラットフォームの価値の部分でございますが、プラットフォームの価値はまいぷれの利用店舗数と平均単価によってまいぷれのプラットフォームの価値と捉えさせております。この利用店舗数と平均単価を上げた地域にパートナーが広がることによって、プラットフォームが広がってくる。この単価と利用店舗数の掛け算によって出てくるMRR(月間経常収益)を当社の成長戦略の重要な指標として置いております。また、このまいぷれのエリアが広がることによって、当社の公共ソリューション事業を展開できる地域も広がってまいります。

MRRを成長させる戦略が1歩目。

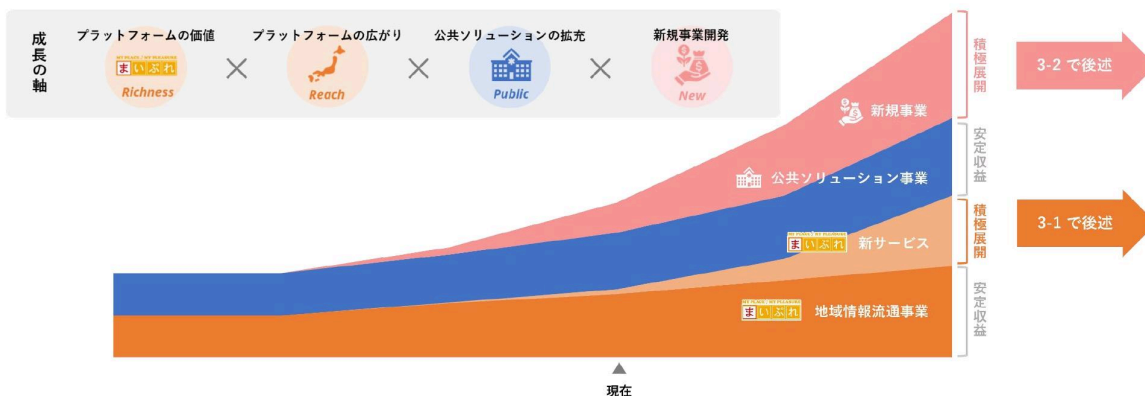
そしてその上に広がる公共ソリューション事業。

そしてこのまいぷれで培ったノウハウ・体制と公共ソリューション事業を合わせて、そのノウハウを活用し新規事業を開発していくというのが当社の成長戦略の基本方針でございます。

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.

17

今後の成長戦略イメージでございます。

基本的に地域情報流通事業に関しては既存のサービスを確実かつ安定的に成長させることを1つのベースにしております。

そしてこの上に新サービスを載せて、積極展開をさせていただきます。

もう1つの公共ソリューション事業も確実かつ着実な安定的な収益として成長させていく。

そしてその上に、この地域情報流通事業及び公共ソリューション事業で培ったノウハウを使って新規事業を積極展開していくということになります。

この2つを成長戦略の中心軸として置いております。

MRR領域の成長戦略

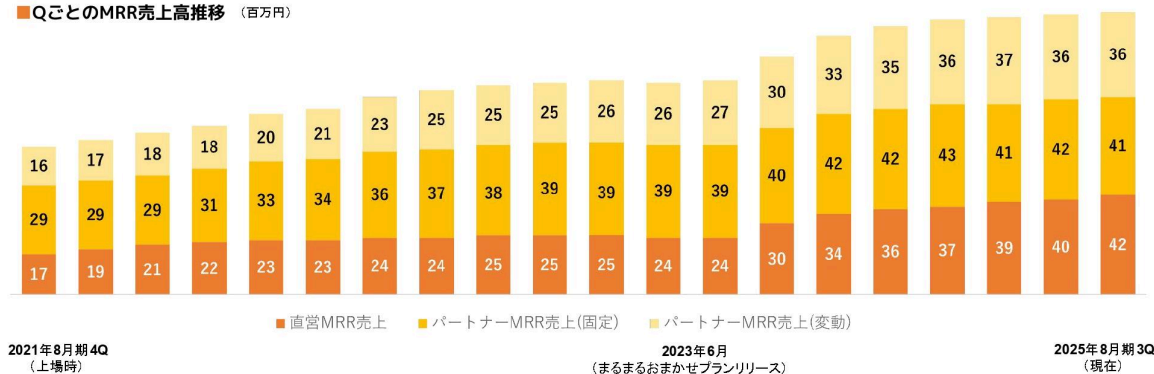
MRR領域の進捗・MRR (Monthly Recurring Revenue・月次経常収益) の推移



「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)

© Future Link Network Co., Ltd.

19

MRR(月間経常収益)の推移でございます。

2021年8月期以降、クォーターごとのMRR売上高推移を掲載しております。

事業成長の基本戦略であるプラットフォームの価値向上のため、地域事業者向けの経営支援機能を拡充し、MRRを増加させ続けております。

2023年6月には運用代行「まるまるおまかせプラン」をリリースし、単価向上重視に方針転換をさせていただきました。

そしてこの度2025年4月より地域情報特化型AIエージェント機能「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している状況でございます。

「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



© Future Link Network Co., Ltd.

20

「まいぷれくん」について簡単に説明いたします。

「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、地域の事業者へPR文を提案したり、あるいは口コミ返信、SNS投稿などの業務支援をしてくれるAIエージェントサービスでございます。

お店の運営には今WEBマーケティングツールの活用が必須になっております。

しかし、必ずしもすべての店長がWEBマーケティングに精通しているわけではなく、文章を考えた

り、最適なコメントを作るのはなかなか難しいと感じられる方も多いのが現状でございます。

一方、人手不足も進んでおり、そのWEBマーケティングツールを活用するアルバイトや従業員を

雇用するのも簡単ではなくなってきております。

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	「まいぷれくん」新機能追加 <ul style="list-style-type: none">• 画像アップロードで自動ニュース作成• 会話選択肢ボタンで操作がもっと簡単に• Instagramキャプション自動生成機能を追加
2025年6月	「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 <ul style="list-style-type: none">• 口コミ返信文作成機能• メール・DM返信文作成機能
2025年7月	「まいぷれくん」Instagram自動連携機能追加

そんな中、この「まいぷれくん」はまいぷれの中に蓄積されたデータとAIのテクノロジーを使って、最適な文章を提案し、投稿をアシストする機能でございます。
7月のバージョンアップでは、非常に集客力の高いSNSであるInstagramの文章を自動的に投稿してくれる機能を実装させていただきました。

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

© Future Link Network Co., Ltd.

22

4月に販売以降、新機能を順次拡充させていただき、大変好評をいただいております。「まいぷれくん」を利用いただいている有料契約店舗数は、7月15日現在で920店舗。112エリアで展開しております。「まいぷれくん」を利用いただいたお店に関しては、それまで1店舗あたりのニュースの平均回数が2.6回だったところが現在6.7回まで増加しております。また1店舗あたりのPV数(ページビュー数)の平均ですが、それまで883PVだったところが現在1,975PVまで成長しております。

“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



「まいぷれくん」の今後でございます。

元々最初は時間の節約になる機能からスタートしました。

その後、複数の作業が楽にできるところまで進化し、今現在の「まいぷれくん」の立ち位置はフェーズ1とフェーズ2の間にあります。

今後、店長が自分では気づかないようなアイデアを、「まいぷれくん」と利用者の会話の履歴によって、自然な形で能動的に提案をするように間もなくバージョンアップをしてまいります。

その後、お店がある地域の情報やデータがまいぷれに蓄積されているのですが、それに基づいた提案にし、最終的には地域の成長にも繋がってくるような存在としてバージョンアップさせていただく予定でございます。



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

*2 事業所総数 × まいぶ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 × 「まいぶれくん」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。

Annual Recurring Revenue

■ ARR100-170億円規模、拡大余地は極めて大きい

- 「まいぶれ」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「まいぶれくん」（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・販売戦略の軸をより収益性の高い「まいぶれくん」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。

© Future Link Network Co., Ltd.

24

MRRの成長のポテンシャルでございます。

まいぶれ事業では、日本の全国の事業者421万社のうち6%は当社のお客様となり得る領域だと計算しております。

これは今までの新規パートナーに案内する時に出したシミュレーションが前提となっております。この6%、25万社のうち何%が「まいぶれくん」を導入していただき、そのうち何%が「まるまるおまかせプラン」を導入してくれるのかによって、当社が狙えるMRRが計算されます。

現在のところ「まいぶれくん」は月額2000円（税抜）から5000円（税抜）のプランがありますが、これをまいぶれ有料利用店舗全体の70%から90%が導入し得るという目標数値にして展開しております。

また運用代行「まるまるおまかせプラン」については、まいぶれの顧客のうち2%から7%の導入率で導入いただけるのではないかと考えております。

これを計算すると、当社が狙える市場規模としてはARRで100億から170億円。

この差は「まいぶれくん」の導入予想比率、「まるまるおまかせプラン」の比率に影響してきますが、100億から170億規模が狙えると考えており、拡大余地は極めて大きいと考えております。

2023年から展開している「まるまるおまかせプラン」は、高単価・高付加価値である分、原価率が非常に高く、利益率の観点で多少課題もありました。

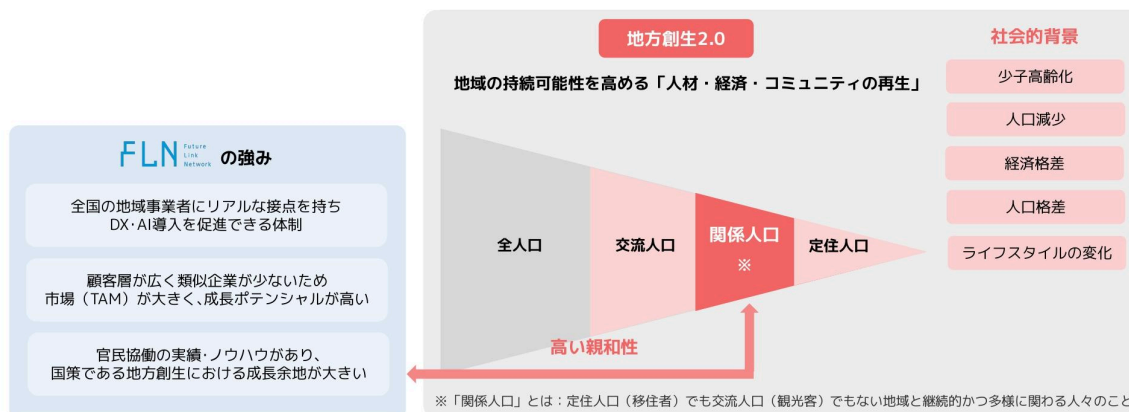
この「まるまるおまかせプラン」で得たノウハウも使って今回「まいぶれくん」が提供できる運びになりました。

この「まいぶれくん」の導入によって、利益成長を伴うスケラビリティを目指していきたいと考えております。

関係人口創出事業の進捗

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。



もう1つの成長戦略は関係人口創出事業でございます。

自民党政権の中で「関係人口」は非常に大きな国策として言われております。仮に自民党政権でなくなったとしても、この関係人口に関しては日本の地方創生の課題として非常に重要なテーマであり、今後国策として中心テーマとして残ることが極めて高い確率で予想されております。

当社がまいふれ及び公共ソリューション事業で培った体制とノウハウを使って、この関係人口の課題解決に貢献していこうというのが、この関係人口事業のポイントでございます。

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。



今までどちらかというともいぶれに関しては定住人口、定住される方に情報発信する文脈が非常にメインだったんですが、この4月から事業を開始させていただいた「Nativ.Media」、それから、新しく始めた「チイオン」を始め、当社が行ってきた新規事業のソリューションは、この関係人口創出において非常に大きな貢献ができるものと考えております。

■ 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）



- 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

© Future Link Network Co., Ltd.

31

まず1つ「Nativ.Media」でございます。

これは2025年4月にカヤック社より譲り受けた事業でございます。
 地方移住、関係人口をテーマとするプラットフォームでございます。
 元々プラットフォームを利用していた複数の自治体とは、そのまま当社が移管を受けた後も契約が継続しております。
 当社が譲り受けた後、「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として展開させていただいております。

もう1つ、2025年5月に茨城県鉾田市より地方創生交付金事業を受託させていただきました。
 これは、新規事業として始めていたVTuberを活用した地域活性化プロジェクト「まちスパチャプロジェクト」の発展的な形として、地方創生交付金事業という形でシティプロモーション企画の契約を獲得しております。
 4Q以降の売上貢献に繋がる見込みでございます。

このような形で当社のMRR領域の進捗及び関係人口事業を進捗させるというのを成長戦略として今事業を進めております。

質疑応答

Q1: 東証市場の改革により、グロース市場の上場基準が時価総額100億円となるようですが、社長の率直な感想とどのように取り組む予定なのか教えてください。

A: ありがとうございます。

率直な感想として、明確に期日が切られたことによって非常に分かりやすくなったと考えております。

当社も上場プラットフォームに参加させてもらった以上、大きく時価総額を上げて資金調達し次のステージへと考えてますので、基本的には望ましい方向に考えております。

当社の事業の今後の成長を考えると、十分達成可能だと考えておりますので、確実に取り組んでいきたいと考えております。

Q2: 営業利益について第3四半期では赤字幅が減少しているとはいえ、ここから今期の着地、来期以降の黒字化までの見通しについて教えてください

A: 「まいぷれくん」を軸としたMRRは先にご説明の通り伸ばさせていただいております。かつこれからもっと加速度的にMRRを増やせる見込みを立てている状況でございます。また一方で、開発進捗は進みながらも販売管理費を抑えることに成功しています。ですので、今期に関して現時点においては目標を変えることなく達成するつもりで進捗させてまいります。

Q3: 「まいぷれくん」は3ヶ月で有料契約が900件を超えたということで急拡大されているようですが、その要因は何でしょうか？また今後の拡大計画や目標についての社長のお考えをお聞かせください

A: 1つは、純粹に件数が順調に拡大しているのはサービスとして非常に完成度が高いことだと思っております。

この「まいぷれくん」はChatGPTなどの生成AIモデルを自分で活用されている方にとっても、そして全くAIを使われてない方にとっても、非常に魅力的なサービスとしてご評価をいただいております。

この「まいぷれくん」が実現する部分に関して、WEBマーケティングの情報発信なのですが、これが今本当に必須になっていて、どんなお店もWEBマーケティングしないとお客さんを呼べない状況になっております。

得意な方は得意な方なりに工夫するのですが、ChatGPTなどの生成AIモデルをご自身で使っても必ずしもシンプルに自分の望む結果が得られるとは限らない状況になっております。

「まいぷれくん」であれば、情報発信に特化した機能でもあるので、最適にお店の状況やまいぷれに蓄積したデータをもとに、すぐに使えるPRをアドバイスしてくれるという意味でご評価いただいているので、拡大が進んでいるのが1つです。

もう1つは、なかなかAIに縁がなかった方も、この「まいぷれくん」というAIシステムであれば非常にハードル低く参画できることがまた魅力的に映ってご評価いただいているようで、この2つの要因がこの急拡大に繋がっていると考えております。

我々の強みは直接お店にご案内できる場所、ラストワンマイルにアタッチする足回りを持っているところですが、なかなかAIについて自ら情報を得ることが苦手な方に関してもご案内できるのが強みになっており、今後も確実かつ着実に広げていけると自信を持っております。

Q4: 「まいぷれくん」の利用店舗は飲食店が多いのですか？利用店舗の特徴はありますか？

A: まずまいぷれくんの前に、まいぷれ全体で言うと、およそ3割弱が飲食店でございます。「まいぷれくん」に関してはまいぷれのお客様に案内してますので、結果そのままおよそ3割弱が「まいぷれくん」を利用いただいていると推測しております。

正確な計算はしておりませんが、ほぼまいぷれの利用率とほぼ同じとお考えください。その中で「まいぷれくん」を特に使う使わないに関しては、正直傾向がなく、ChatGPTなどの生成モデルを使われるリテラシーの高い方も、そうでない方もご利用いただいておりますし、従業員がいるところもないところも、歴史が古いところも浅いところも、店長が若い方もあるいはご年配の方も、特に偏った傾向なく「まいぷれくん」をご利用いただいているのが現状でございます。

Q5: 公共受託案件で期中に納品予定のプロジェクトとありますが、具体的にはどのような案件なのでしょうか？

A: これは地域共通ポイントに関する事業でございます。まいぷれポイントという事業を基盤に、自治体の課題解決のための地域共通ポイントを各自治体で展開させてもらってますが、これに関して大きな受託をいただきました。金額、エリアに関しては現時点では非公表とさせていただきます。

Q6: 関係人口創出事業について、Nativ.Mediaやまちスパチャプロジェクト等は今後どのくらいの収益期待があるのでしょうか？

A: ありがとうございます。関係人口は本当に国策として非常に大きい分野だと思ってますし、国という意味でもそうですし、各自治体も、移住ないしは移住まで来なくても関係人口をどう増やすのかというのは非常に大きなテーマとして、どこの自治体も取り組んでいるテーマでございます。また自治体や国のようなパブリックセクターのみならず、各地域に存在する企業もいかに求人を増やしていくかと考えた際に、地域にいない人、つまり移住定住ないしは関係人口の中からこの地域で働く人を探しているという傾向も見て取れております。そういう意味においては国や自治体という公共の予算プラス、求人ないしはその他観光を考えると非常に可能性が高いと考えております。具体的な金額などに関しては、現時点ではコメントは控えさせていただきます。

Q7: 新規のパートナーの獲得が難しい中、直営エリアを増やす考えはありますか？

A: まず、新規パートナー獲得が難しいというコメントに関しては、今「まいぷれくん」が始まったことによって、我々はAIのメリットを各地域に展開するサービスにもなってきております。そういう意味で言うと、AIで各地域でビジネスができるという文脈において、パートナーのご案内を始めていて、非常に手応えを感じております。今期はパートナー新規開拓は足踏み気味ではあるのですが、必ずしもこれがこのままずっと続くとは思っておりません。2つ目が、もちろん直営地域も力を入れていくのですが、やはりパートナーがいた方がより中長期的に事業の展開が早いと思ってますので、パートナーが決まらないので残りのエリアは全て直営であるというようなことは考えていない状況です。

Q8: 株主優待を今期も継続するようですが、株主の反応はいかがでしょう？また今後も継続するのですか？

A: ありがとうございます。全ての株主のコメントを聞いたわけではないですが、私が聞いた限りで言うと、当社らしい優待だにご評価いただいていると考えております。多くの方が交換してそれぞれ味わったり楽しんだりいただいているようで、私が聞いている限りでは、ご評価いただいていると考えております。基本的に撤退する予定はないですが、現時点に関してはまた改めて考えていければ良いなと考えております。

石井からのご挨拶

本日もご参加いただきありがとうございます。

今までもそしてこれからも愚直に事業を進めていくのですが、特にこの「まいぷれくん」に関しては、長い25年の中でもかなり手応えを感じている新サービスだという風に考えております。

是非皆さんも今後の「まいぷれくん」の展開にご注目いただき、長期目線でご投資いただければという風に考えております。

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。