



2025年8月期 通期決算説明資料

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10月15日

- 売上は前年同期比で+1.9%増加・売上総利益は前年同期比で+3.6%増加し、事業全体は着実に成長
- 成長が続く事業と横ばい・減少傾向にある事業が明確化

	2024年8月期	2025年8月期				
	(百万円) 通期実績	通期計画 (4/14開示)	修正計画 (9/25開示)	通期実績	前年同期比	修正計画比
売上高	1,515	1,719	1,555	1,544	+1.9%	△0.7%
地域情報流通事業	815	926	769	766	△6.0%	△0.4%
1 MRR売上	447	515	488	488	+9.2%	-
新規パートナー契約売上	151	136	67	64	△57.5%	△3.7%
マーケティング支援売上	205	207	177	177	△13.8%	-
関係人口創出売上	10	67	36	36	+258.7%	△0.7%
公共ソリューション事業	699	792	786	778	+11.2%	△1.0%
2 ふるさと納税売上	514	608	597	589	+14.6%	△1.3%
公共案件売上	185	183	188	188	+1.7%	-
売上原価	562	590	573	557	△0.9%	△2.9%
売上総利益	953	1,128	981	987	+3.6%	+0.6%
販管費	991	1,093	995	1,005	+1.4%	+1.0%
営業利益	-38	35	-13	-17	-	-
経常利益	-39	28	-16	-20	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	2	77	37	28	+1107.0%	△24.5%

ポイント

1

主力MRR領域は堅調に成長。期中で開発・販売の主軸を「まるまるおまかせプラン」からAIエージェント「まいぷれくん」に方針転換。

2

ふるさと納税は高い成長率を維持。トレンドを重視したマーケティング戦略で既存自治体の寄付額増加施策が好調。

売上高

1,741 百万円

前年同期比 +12.7 %

営業利益

0 百万円

前年同期比 +17 百万

親会社株主に帰属する
四半期純利益

29 百万円

前年同期比 +2.6 %

■ 成長領域のMRR・ふるさと納税領域と、関係人口領域に経営資源を集中

- 事業成長の現在地を正しく見極め、成長軌道に乗った事業に集中してリソースを投下する方針。
- 3領域以外から人財・経営リソースをスライドさせ選択と集中を行う。

■ MRRは「まいぷれくん」を主軸に直営・全国共に急拡大

- 新規・既存への営業、インバウンドマーケティングなどあらゆる手段を使って販売促進中。
- 高い開発スピードを維持し顧客満足度の向上につなげる。

■ ふるさと納税は特需と蓄積したマーケティング手法で大幅増を見込む

- 2025年9月末の制度変更に伴う寄付の増加が予想される。
- 前年度から積み重ねてきたマーケティングノウハウを駆使して、注力自治体のさらなる寄付増加を目指す。

■ 継続してAIリスクリングに投資し全社を上げて生産性向上

- 生産性向上に向け、従業員のAI活用促進のためにAIリスクリング研修に継続投資。

- 01 事業概要**
- 02 成長のトラックレコードと中長期の重点方針**
- 03 4つの重点戦略**
 - 3-1. MRRの成長加速**
 - 3-2. ふるさと納税の拡大**
 - 3-3. 関係人口創出事業への注力**
 - 3-4. 生産性の向上**
- 04 2025年8月期 業績結果・2026年8月期 業績予想**
- 05 Appendix**

01 事業概要

02 成長のトラックレコードと中長期の重点方針

03 4つの重点戦略

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. 生産性の向上

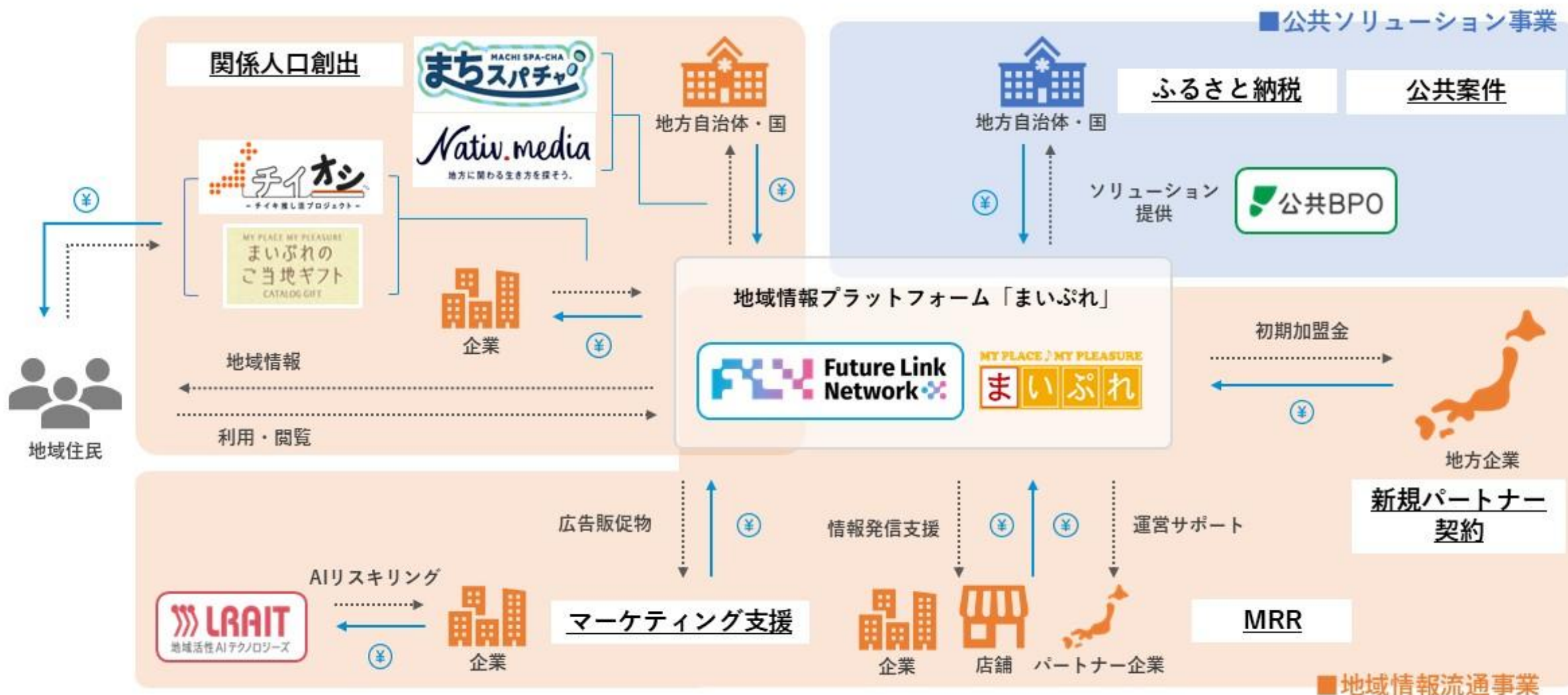
04 2025年8月期 業績結果・2026年8月期 業績予想

05 Appendix

- 当社グループの事業は、「地域情報流通事業」「公共ソリューション事業」の2セグメントから成り立ち、全6つの領域で構成される
- 「MRR」「ふるさと納税」が売上の約7割を占める収益構造。この2つにリソース投下すると共に、「関係人口創出」を第3の成長の柱へ

セグメント	事業領域	主な売上項目 ※これまでのIR資料での表記	内容	25年8月期 売上比率
地域情報流通	MRR	直営まいぶれ利用料	「まいぶれ」プラットフォーム利用料を中心とする月額課金型サービスによる継続収益基盤。直接地域の利用店舗から得る収益と、全国の運営パートナーから得るロイヤルティ収益で構成。	31.7%
		ロイヤルティ売上(固定)		
		ロイヤルティ売上(変動)		
	新規パートナー契約	パートナー加盟料等	新規パートナー企業の開拓による初期加盟金収入。 有力なパートナー数の増加はMRRの増加にもつながる。	4.2%
マーケティング支援	販促関連売上	企業向けのマーケティング・販促支援による収益。 デジタルキャンペーン企画、コンテンツ制作、地域イベント推進などを提供。	11.5%	
	関係人口創出	新規事業関連売上	地方と都市をつなぐ関係人口創出プラットフォーム。 地域活性化の新たな切り口として国策と連動し、戦略的投資領域として注力。	2.3%
公共ソリューション	ふるさと納税	ふるさと納税売上	自治体向けふるさと納税BPO事業。獲得寄付額に応じた手数料が収益となる。	38.2%
	公共案件	公共案件売上	自治体向けDXソリューション、地域ポイントなどの地域活性化支援サービス。 案件ベースの開発・運営が中心。	12.1%
まいぶれポイント売上				

- 地域情報プラットフォーム「まいぷれ」の顧客基盤を軸に、多様なステークホルダーに複層的に価値提供を行う、独自性の高い事業構造
- 「まいぷれ」は直営地域でノウハウを蓄積して標準化を進め、全国の運営パートナーに事業導入することで全国展開するモデル



01 事業概要

02 成長のトラックレコードと中長期の重点方針

03 4つの重点戦略

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

3-3. 関係人口創出事業への注力

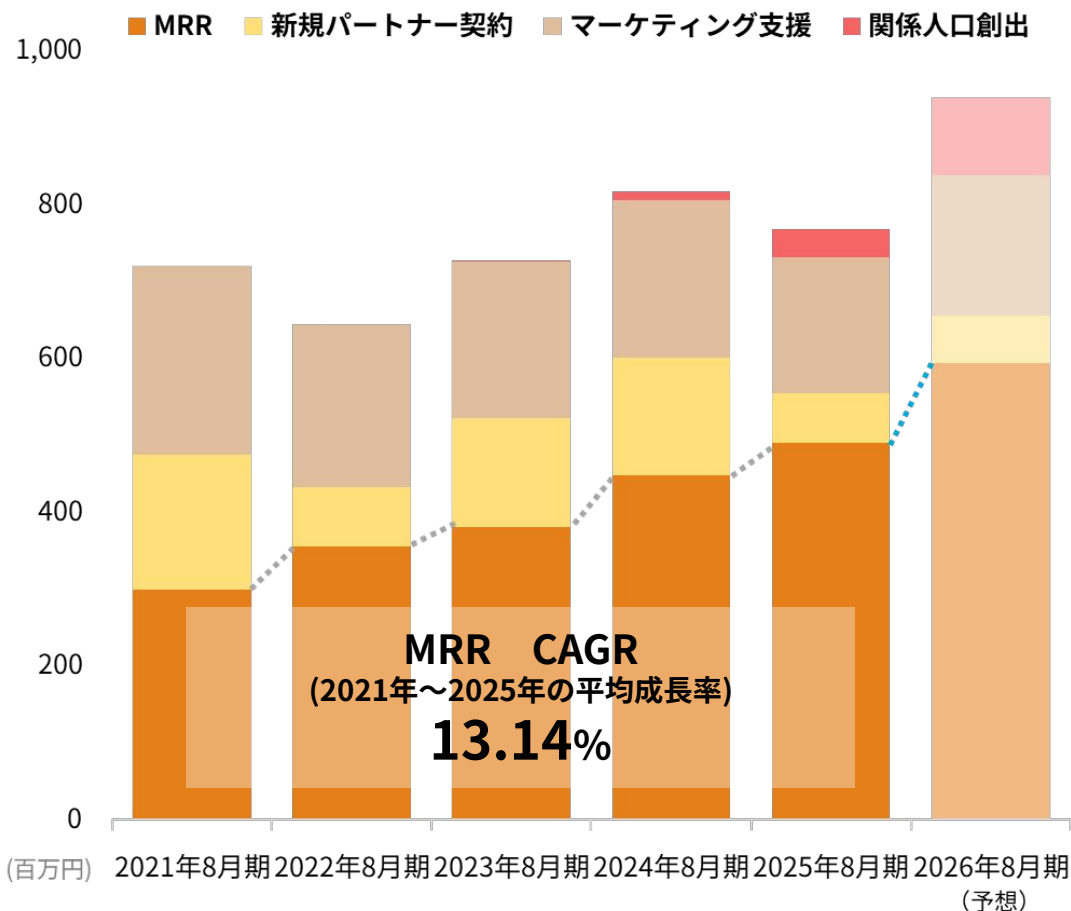
3-4. 生産性の向上

04 2025年8月期 業績結果・2026年8月期 業績予想

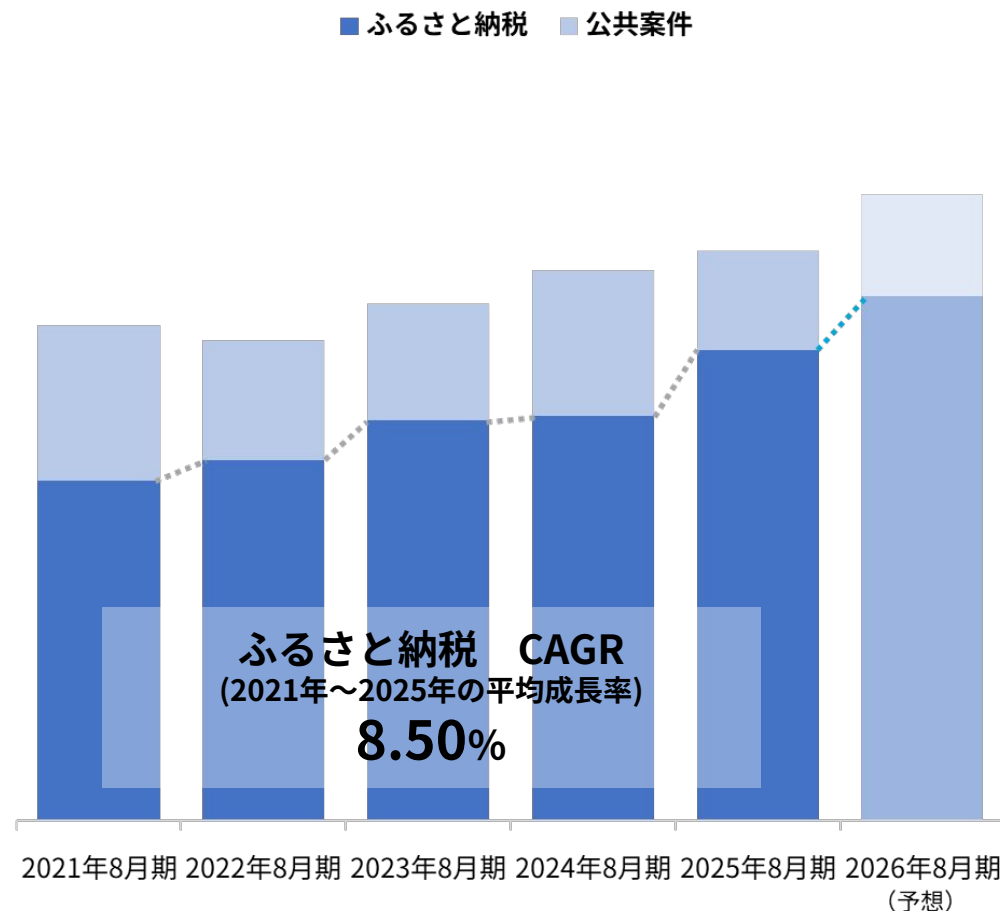
05 Appendix

- 「MRR」「ふるさと納税」が2021年以降、継続的に成長を牽引。2大成長エンジンとして経営資源を集中し、成長率をより高めていく
- 「関係人口創出」は今後第3の成長エンジンとなることを見込み、投資領域として注力
- 横ばい・減少傾向にあるその他の事業は、戦略的維持・縮小の対象とし、計画上也高い成長を見込まない

地域情報流通セグメントの業績推移

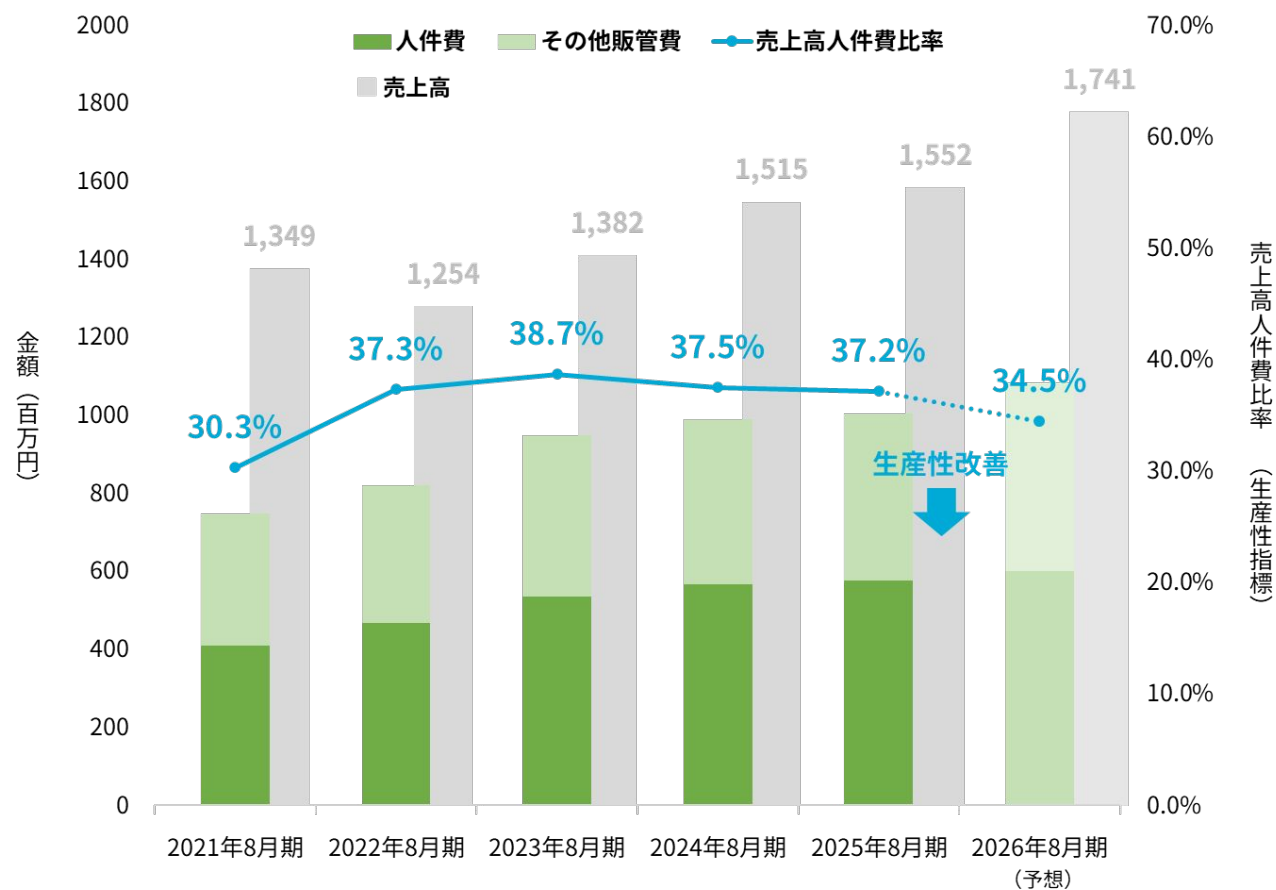


公共ソリューションセグメントの業績推移



- 当社グループの事業においては、人材こそが事業成長の要であり、最も重要な成長投資ポイント
- 2021年の上場以降、持続的成長を実現すべく人的資本への投資を継続
- 中長期的に高い利益体質に転換すべく、生産性を上げ、人件費あたり売上高の向上を図り、より高い成長を実現する

販管費と売上高人件費比率の推移 ※人件費：賞与を除く役職員手当と法定福利費で算出



- 「MRRの成長加速」「ふるさと納税の拡大」「関係人口創出事業への注力」「生産性の向上」の4つが中長期成長のキー
- 2026年8月期は4テーマに絞った経営資源の『選択と集中』により、営業利益黒字化と持続的成長への転換点となる

1 MRRの成長加速

2 ふるさと納税の拡大

3 関係人口創出事業への注力

4 生産性の向上

今期指標

ARR 598百万円
売上成長率 +22.4%

売上高 666百万円
売上成長率 +13.1%

売上高 88百万円
売上成長率 +189.4%

営業利益黒字化への転換

KPI

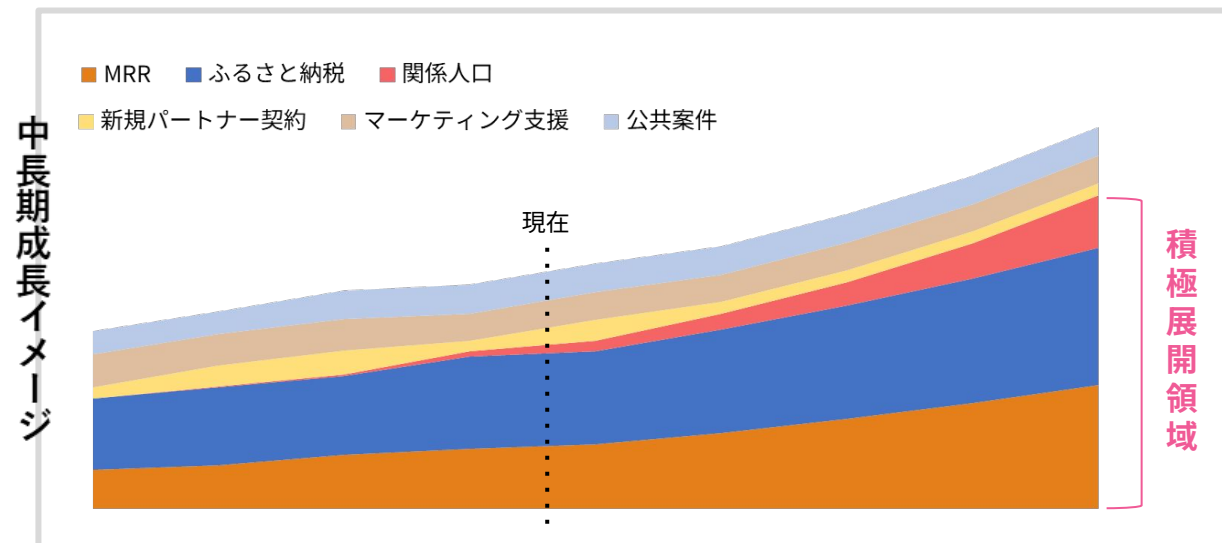
プラットフォームの価値

まいぶれ 利用店舗数	×	平均単価
---------------	---	------

プラットフォームの広がり

運営 パートナー数	×	契約 エリア数
--------------	---	------------

ふるさと納税
寄付金額



01 事業概要

02 成長のトラックレコードと中長期の重点方針

03 4つの重点戦略

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. 生産性の向上

04 2025年8月期 業績結果・2026年8月期 業績予想

05 Appendix

- ARR (Annual Recurring Revenue) のポテンシャルは100-170億円規模であり、拡大余地は極めて大きい
- 現在の開発・販売戦略の主軸は、地域情報特化型AIエージェント「まいふれくん」。運用代行「まるまるおまかせプラン」よりも高い収益性

日本国内事業所数*1

421万社

「まいふれ」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

「まいふれくん」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)

- 「まいふれ」の顧客対象は業種を問わないため、国内で広大な市場開拓余地がある
- 基本商品（ショップ+ニュース）のみでも、シェア率6%・全国25万社への導入を想定すると国内だけでARR40億円のポテンシャルがある
- AIエージェント「まいふれくん」は、全有料利用店舗の70~90%への導入を目指す
- 運用代行「まるまるおまかせプラン」2~7%の導入率でポテンシャルを再算出

参考：まいふれ商品価格

	まいふれ商品	月額費用	パートナー ロイヤルティ率
基本商品（ショップ+ニュース）	店舗情報掲載・情報発信機能	7,000円	20%
まいふれくん	AI支援機能	+2,000~5,000円	約60%
まるまるおまかせプラン	運用代行サービス	+38,000円~	70%

*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 × まいふ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 × 「まいふれくん」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。

- 現行の成長率（直営エリアの成長率および2026年8月期予想を元にYoY20%で試算）では、ARR100億円到達は2040年以降となる
- プラットフォームの価値向上・拡大により成長率を加速させ、より早くARR100億円に到達することがMRR領域の中長期戦略における鍵



- 成長率の維持・拡大に向け、2026年8月期は特にAIエージェント「まいぷれくん」の商品価値向上・販売促進に注力

「まいぷれくん」提案力強化による商品価値向上

- データソース拡充による提案能力の強化**

- 地域密着スタッフ（編集部）の収集情報の構造化・活用
- まいぷれに蓄積された地域情報の活用

- 顧客向けUI/UX改善**

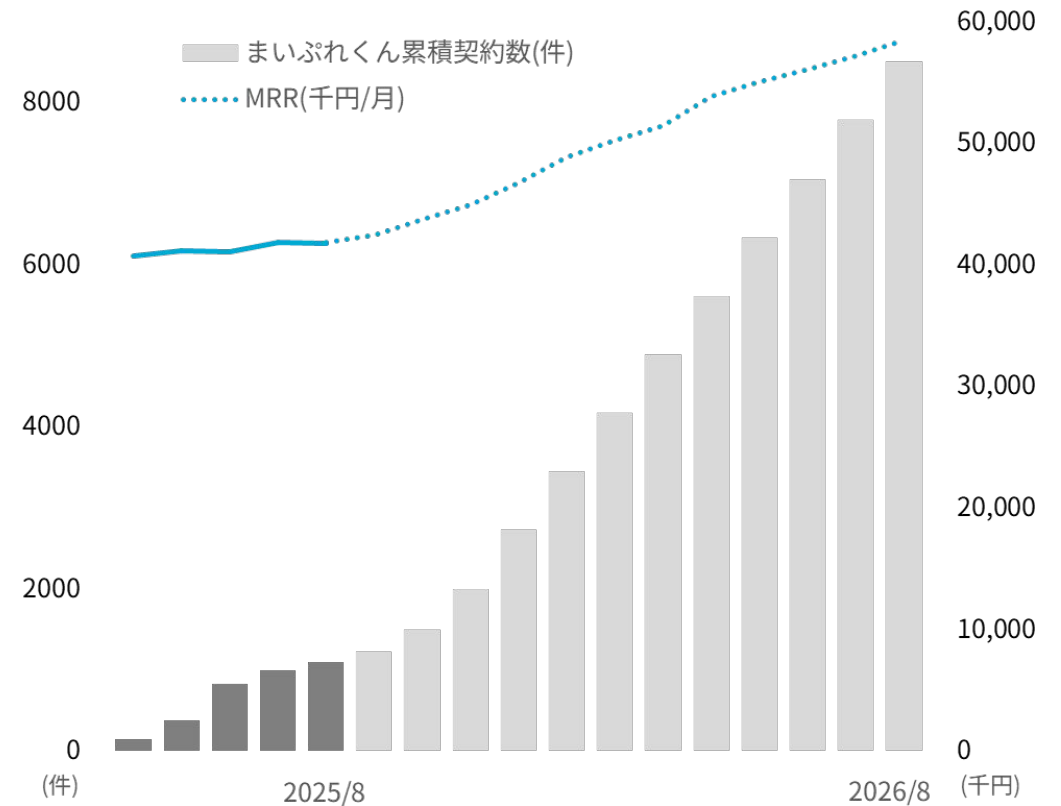
- メイン機能の使いやすさを向上するUIへの刷新
- 最適なタイミングで販促アイデアを提案してくれる相談相手のような体験創出



参考：「まいぷれくん」を徹底解説動画



「まいぷれくん」利用店舗数拡大による収益貢献予測



* MRRには「まいぷれくん」以外のMRR予測値も含む

01 事業概要

02 成長のトラックレコードと中長期の重点方針

03 4つの重点戦略

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

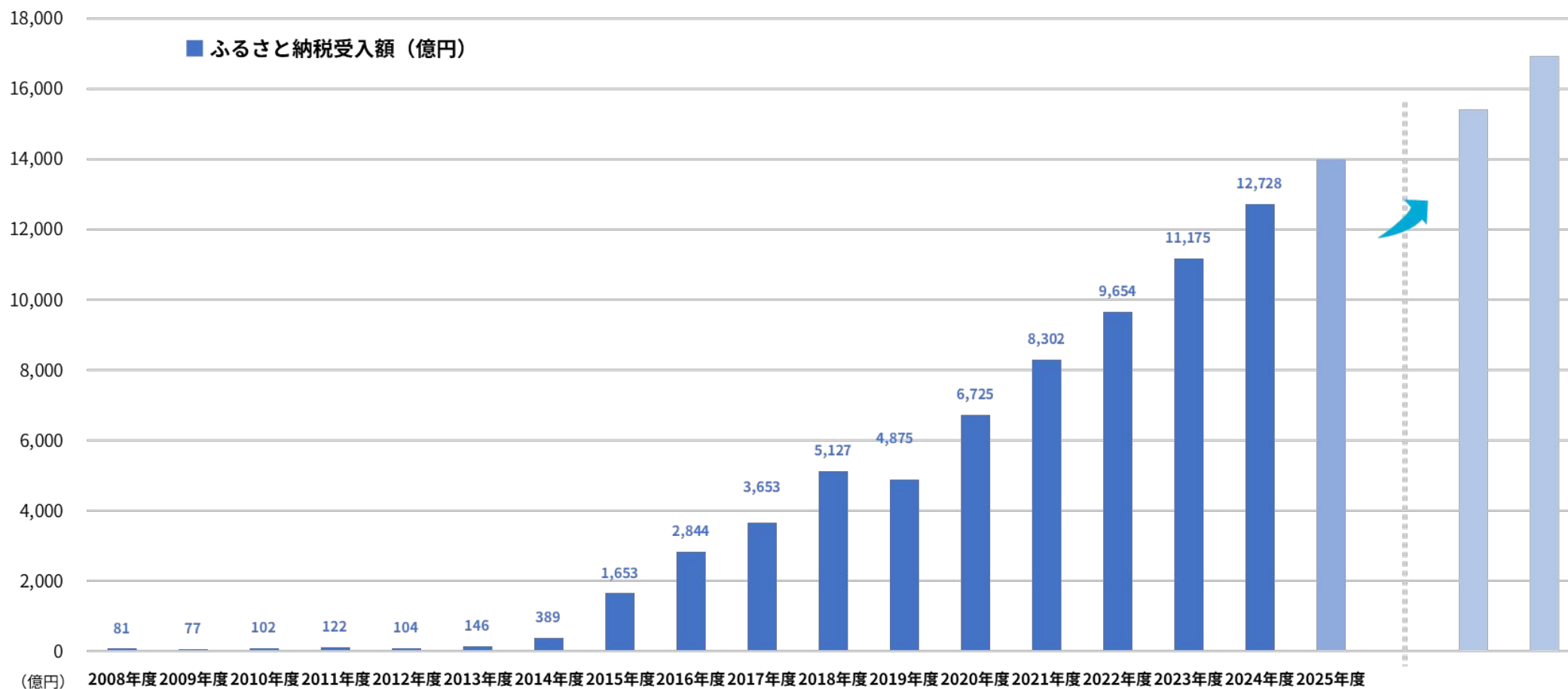
3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. 生産性の向上

04 2025年8月期 業績結果・2026年8月期 業績予想

05 Appendix

- 2024年度のふるさと納税による寄付額は12,728億円と、YoY10%以上で継続的に伸長し続けている
- 寄付文化の定着と制度認知度向上により、今後も市場としての拡大余地が期待できる



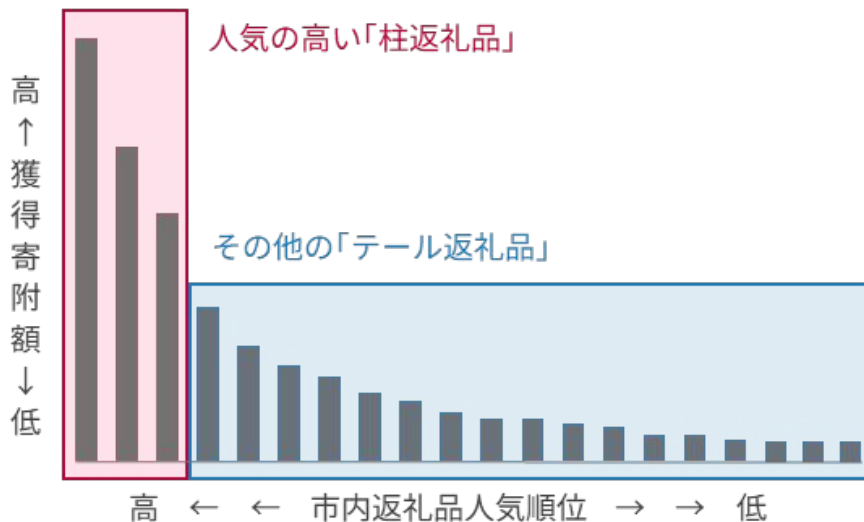
参照：総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果（令和7年度実施）」

- 2015年から約10年間ふるさと納税事業を継続しているからこそ蓄積された経験・知見・データをもとに、寄付額100億円をめざす

寄付伸長を実現するマーケティング

- 柱返礼品の競争力強化と新規返礼品開拓の両立**

- 人気の高い品について、市場を適切に見極め、効果的なPR・マーケティングを実施しプロデュース
- 現地スタッフの足回りを活かし、地域のポテンシャルを最大限発掘。新たな品をテール返礼品として拡充



寄付受付ポータルサイトの拡充

- ポータルサイトごとの特性をふまえた運営**

- 「ふるさとチョイス」「ふるなび」「楽天ふるさと納税」「amazonふるさと納税」など、多数のポータルサイトの運営実績があるからこそ、各媒体の特性を活かした施策が実行可能
- 各受託自治体において、運営ポータルサイトを拡充することでの寄付増加も実現



01 事業概要

02 成長のトラックレコードと中長期の重点方針

03 4つの重点戦略

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. 生産性の向上

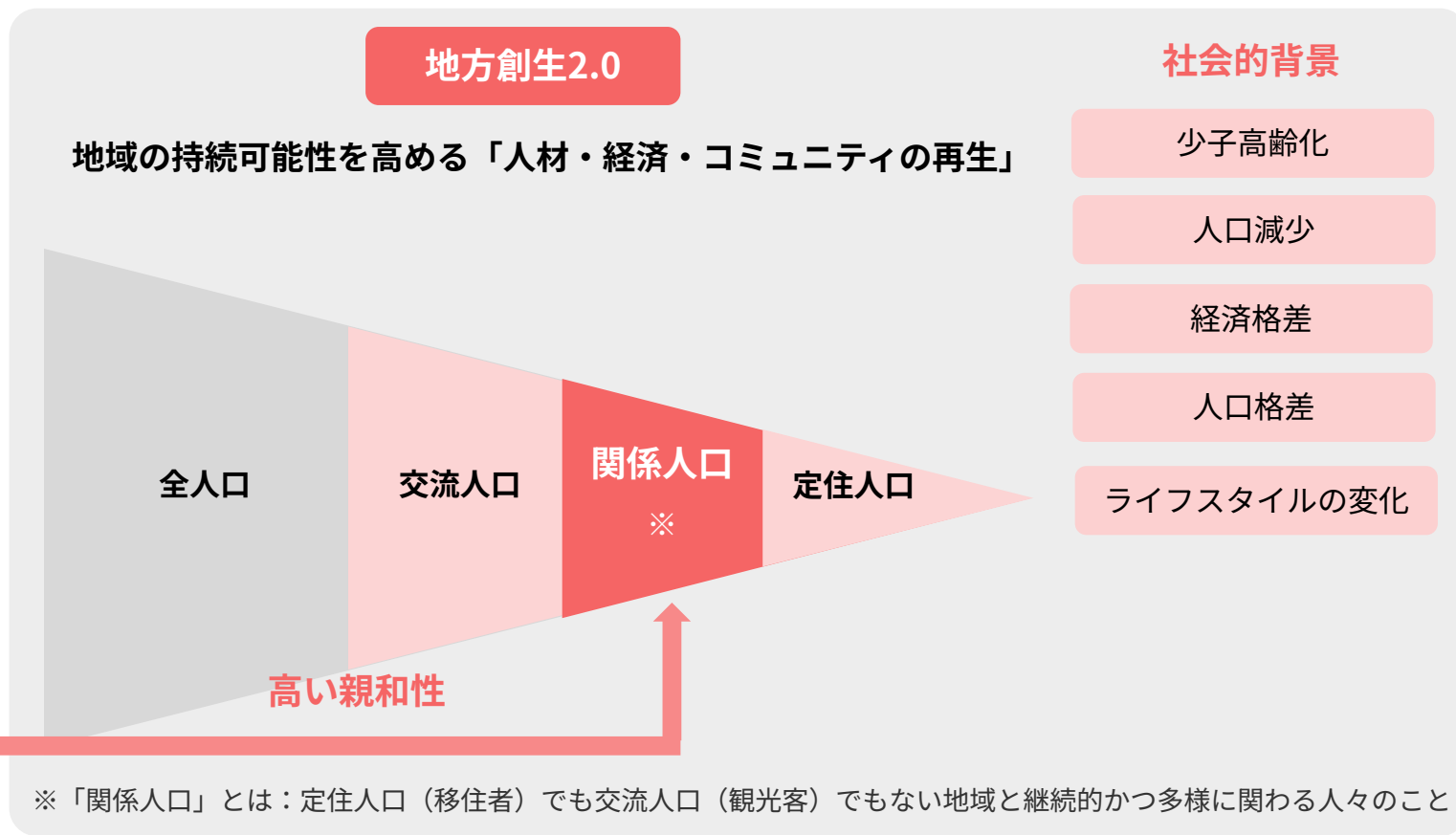
04 2025年8月期 業績結果・2026年8月期 業績予想

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。国策である『地方創生2.0』において、「関係人口」の創出は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」戦略として位置付けられ、取り組みが加速
- FLNの地域密着型の強みは『地方創生2.0』との親和性が高い。これまでFLNの強みを活かして新規事業として実施していた取り組みを、2026年8月期より「関係人口創出事業」と位置付け、戦略的投資領域として市場開拓を目指す

Future Link Network 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

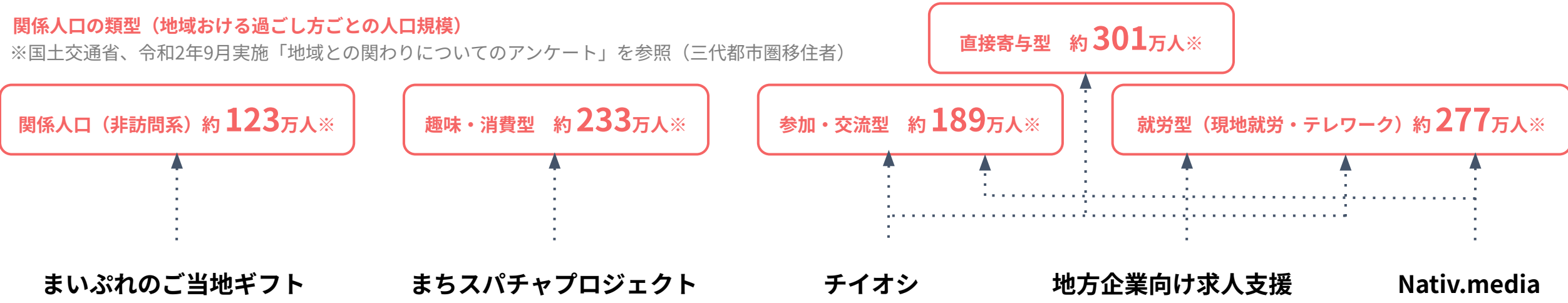


- 「まいぷれのご当地ギフト」「まちspaチャプロジェクト」「地方企業向け求人支援（ホンネサロン運営）」「Nativ.media」など、それぞれのサービスごとにシェア拡大を推進し、関係人口創出という領域におけるポジションを早期獲得する

地域への多様な関わり方を提示し、「関係人口創出」領域におけるポールポジションを獲得

関係人口の類型（地域における過ごし方ごとの人口規模）

※国土交通省、令和2年9月実施「地域との関わりについてのアンケート」を参照（三代都市圏移住者）



地域のモノ・コトの流通を軸にした関係人口創出の仕組み

- 法人販売の再現性確立
- 販展開戦略の実証



IPを軸にした関係人口創出の仕組み

- タレントの関係人口化による利益創出モデルの確立



地方企業の魅力を軸にした関係人口創出の仕組み

- ホンネサロン事業の展開



メディアによる関係人口創出の周辺市場創出

- 地方移住・関係人口創出のメディアポジション確立

01 事業概要

02 成長のトラックレコードと中長期の重点方針

03 4つの重点戦略

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

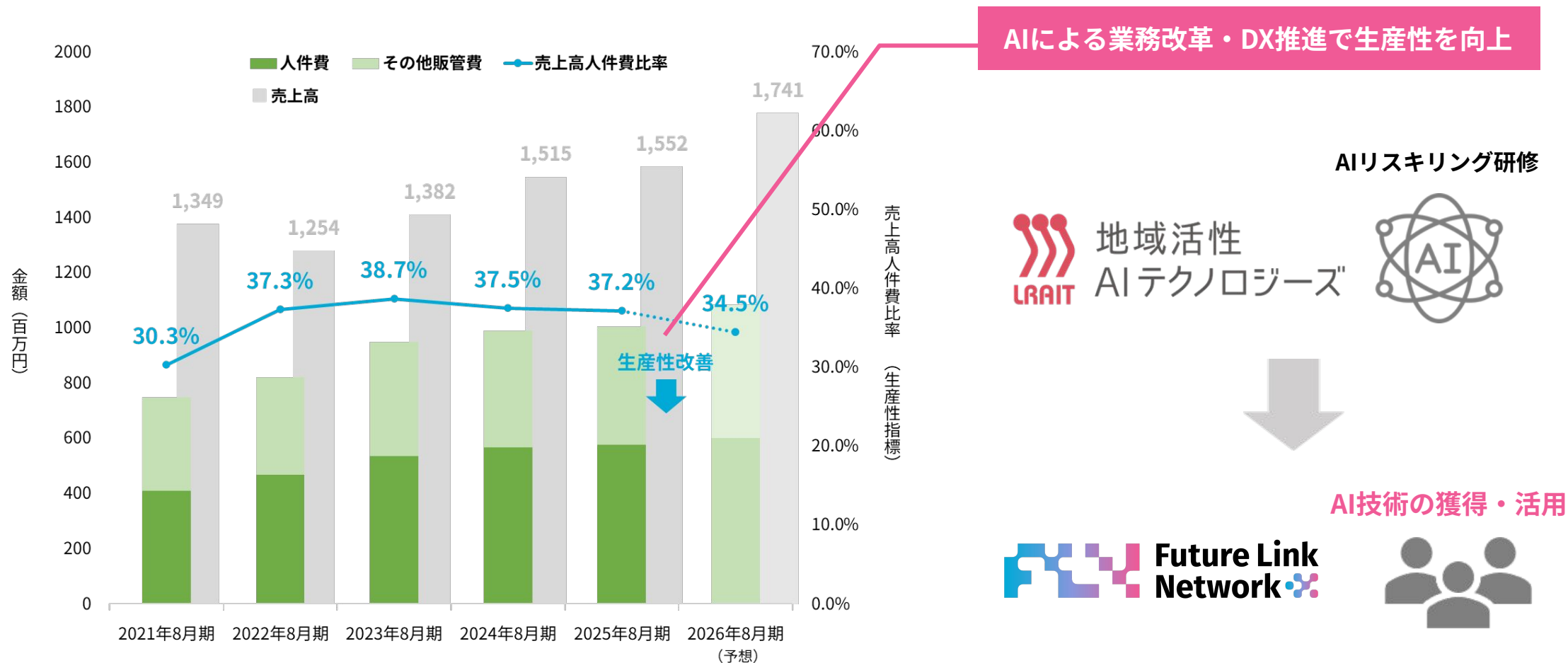
3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. 生産性の向上

04 2025年8月期 業績結果・2026年8月期 業績予想

05 Appendix

- 従業員のAI活用を推進し、生産性向上に寄与することを目的とし、2025年8月期に引き続き、地域活性AIテクノロジーズの提供する「AIリスクリング研修（eラーニング形式）」を受講する



01 事業概要

02 成長のトラックレコードと中長期の重点方針

03 4つの重点戦略

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. 生産性の向上

04 2025年8月期 業績結果・2026年8月期 業績予想

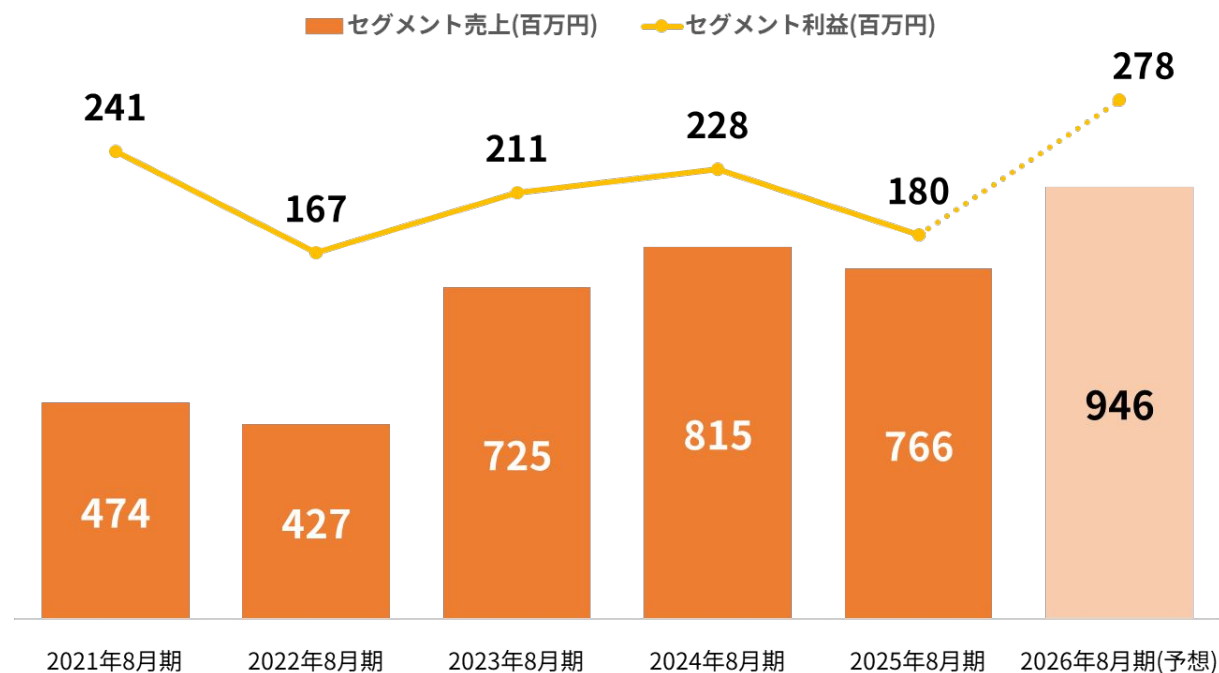
05 Appendix

- 2025年8月期の売上は前年同期比で+1.9%増加。2026年8月期は注力領域を絞ることで全体成長率を+12.7%に伸ばす
- 販管費の増加を適正範囲におさめ、営業利益±0の計画とする

	2024年8月期		2025年8月期		2026年8月期	
	(百万円)	通期実績	通期実績	前年同期比	通期計画	前年実績比
売上高		1,515	1,544	+1.9%	1,741	+12.7%
地域情報流通事業		815	766	△6.0%	945	+23.4%
MRR売上		447	488	+9.2%	598	+22.4%
新規パートナー契約売上		151	64	△57.5%	85	+32.0%
マーケティング支援売上		205	177	△13.8%	173	△2.0%
関係人口創出売上		10	36	+258.7%	88	+144.5%
公共ソリューション事業		699	778	+11.2%	795	+2.2%
ふるさと納税売上		514	589	+14.6%	666	+13.1%
公共案件売上		185	188	+1.7%	128	△31.6%
売上原価		562	557	△0.9%	654	+17.5%
売上総利益		953	987	+3.6%	1,086	+10.0%
売上総利益率		62.9%	63.9%	-	62.4%	-
販管費		991	1,005	+1.4%	1,086	+8.0%
営業利益		-38	-17	-	0	-
営業利益率		-2.5%	-1.1%	-	0%	-
経常利益		-39	-20	-	-2	-
親会社株主に帰属する当期純利益		2	28	+1107.0%	29	+2.6%

- MRRは2025年4月より販売開始したAIエージェント「まいふれくん」の開発・販売に注力し、2026年8月期では前年同期比+22.4%を計画
- 新規パートナー契約は2025年8月期第3四半期以降のトレンドをベースに、2026年8月期は保守的に計画
- マーケティング支援は2025年8月期の計画未達や市場動向を鑑み、利益率改善およびMRR等の他領域へリソースをシフト

	地域情報流通事業				
	2024年8月期	2025年8月期	2026年8月期		
	(百万円)	通期実績	通期実績	通期計画	前年実績比
売上高	815	766	945	+23.4%	
MRR売上	447	488	598	+22.4%	
新規パートナー契約売上	151	64	85	+32.0%	
マーケティング支援売上	205	177	173	△2.0%	
関係人口創出売上	10	36	88	+144.5%	
売上原価	217	216	292	+35.2%	
売上総利益	597	550	653	+18.7%	
売上総利益率	73.3%	71.8%	69.0%	-	
営業利益	228	180	278	+54.9%	
営業利益率	28.1%	23.5%	29.5%	-	



※2024年8月期より、報告セグメントのセグメント資産の見直しを行い「まいふれ」に関わるソフトウェア資産・減価償却費を地域情報流通事業セグメントに分配（2023年8月期以前は過去の集計のまま）

プラットフォームの価値



- 利用店舗数：2025年8月期中より「まいふれくん」をフックにした新規獲得施策を推進し、増加傾向にあることをふまえ、2026年8月期には店舗数増加を計画。
- 平均単価：「まいふれくん」へのシフトに伴い単価上昇幅は減少するも、前年同期比+938円を計画。

■まいふれプラットフォーム利用店舗数 ※1

2025年8月期実績

17,540店舗

前年同期比
△244店舗

計画達成率
97.3%
(計画18,022店舗)

2026年8月期計画

20,104店舗

前年実績比
+2,564店舗

■平均単価 ※2

2025年8月期実績

10,436円

前年同期比
+1,405円

計画達成率
76.6%
(計画13,617円)

2026年8月期計画

11,374円

前年実績比
+938円



※1) まいふ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：2025年8月期は10社の新規契約を獲得するも、純減により前年同期比は下回った。ここまでの傾向を踏まえ保守的に計画し、MRR向上のための運営サポートに注力し全体の底上げを図る。
- 契約エリア数：新規パートナー契約計画に伴い、エリア数増加を計画。

※運営パートナーの契約終了後は、原則対象エリアの運営が直営管轄となるため、基本的には契約終了による契約エリアの減少はない

■運営パートナー数

2025年8月期実績

154社

前年同期比
△14社

計画達成率
91.7%
(計画171社)

2026年8月期計画

148社

前年実績比
△6社

■契約エリア数

2025年8月期実績

914市区町村

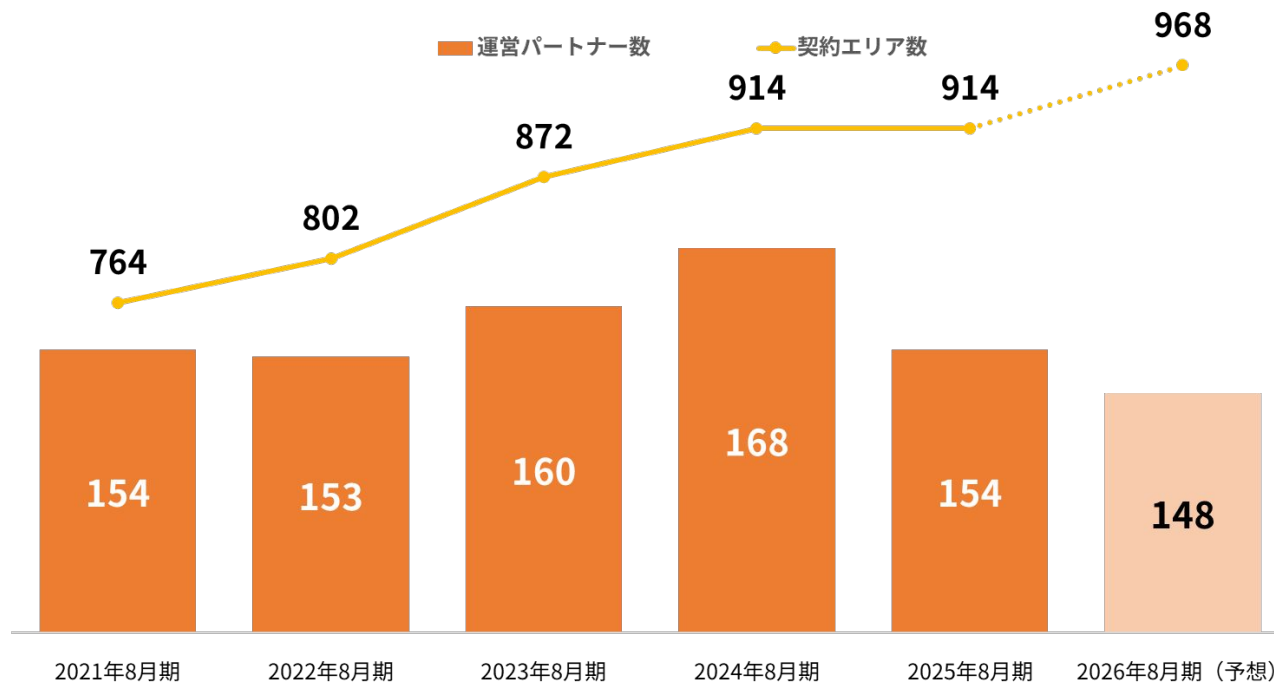
前年同期比
0市区町村

計画達成率
99.0%
(計画923市区町村)

2026年8月期計画 ※

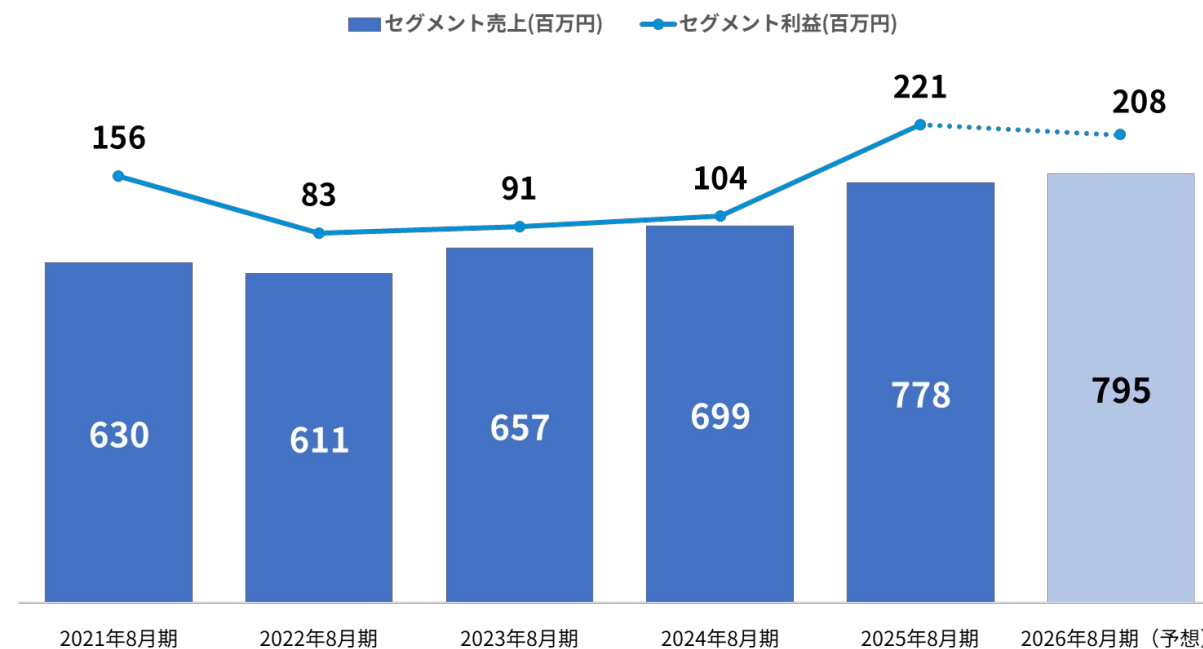
968市区町村

前年実績比
+54市区町村

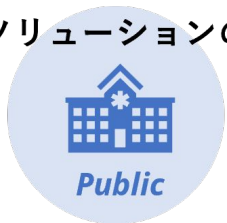


- ふるさと納税売上は、2025年8月期で奏功した寄付額増加施策をブラッシュアップし、2026年8月期は前年同期比+13.1%を計画
- 公共案件は、2025年8月期には大型案件として地域ポイントの機能アップデートの受託開発や自治体DX推進案件が売上を底上げしたが、2026年8月期はリソースを他領域へシフトし、保守的に計画

	公共ソリューション事業			
	2024年8月期	2025年8月期	2026年8月期	
	(百万円)	通期実績	通期計画	通期実績比
売上高	699	778	795	+2.2%
ふるさと納税売上	514	589	666	+13.1%
公共案件売上	185	188	128	△31.6%
売上原価	344	340	362	+6.3%
売上総利益	355	437	433	△0.9%
売上総利益率	50.7%	56.2%	54.5%	-
営業利益	104	221	208	△6.2%
営業利益率	14.9%	28.5%	26.2%	-



公共ソリューションの拡充



- 注力自治体を見極めリソース配分を最適化し、トレンドに乗った主力返礼品の開発や広告によるマーケティング施策を実施することで、前年度比で寄付額大幅増を計画。

■ふるさと納税寄付額

2025年8月期実績

85.3 億円

前年同期比
+16 億円

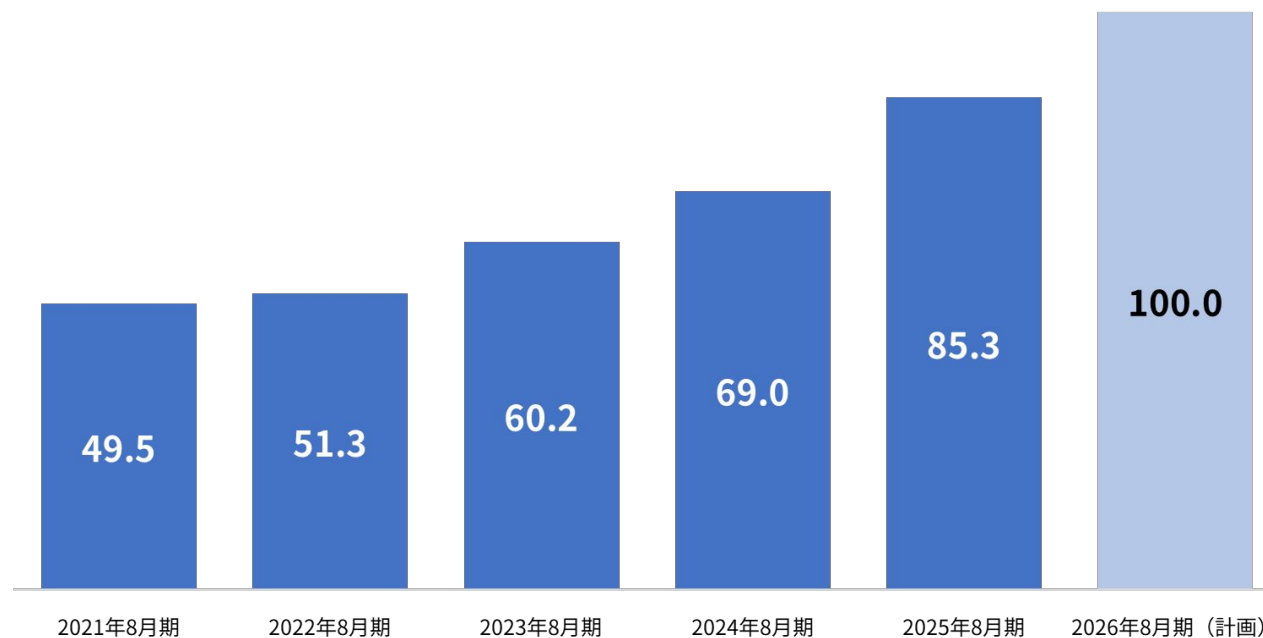
計画達成率
87.6 %
(計画97.4億円)

2026年8月期計画

100 億円

前年実績比
+14.7 億円

■ ふるさと納税寄付額(億円)



01 事業概要

02 成長のトラックレコードと中長期の重点方針

03 4つの重点戦略

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. 生産性の向上

04 2025年8月期 業績結果・2026年8月期 業績予想

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

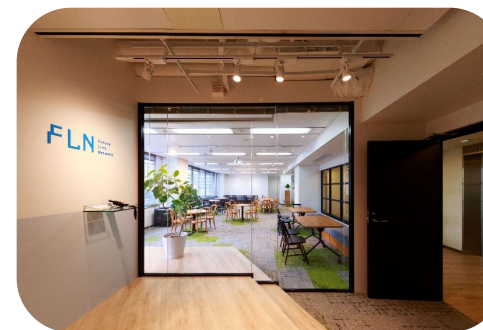
従業員数 163名（2025年8月末現在 有期雇用含む 連結）

資本金 283,970,666円（2025年8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	

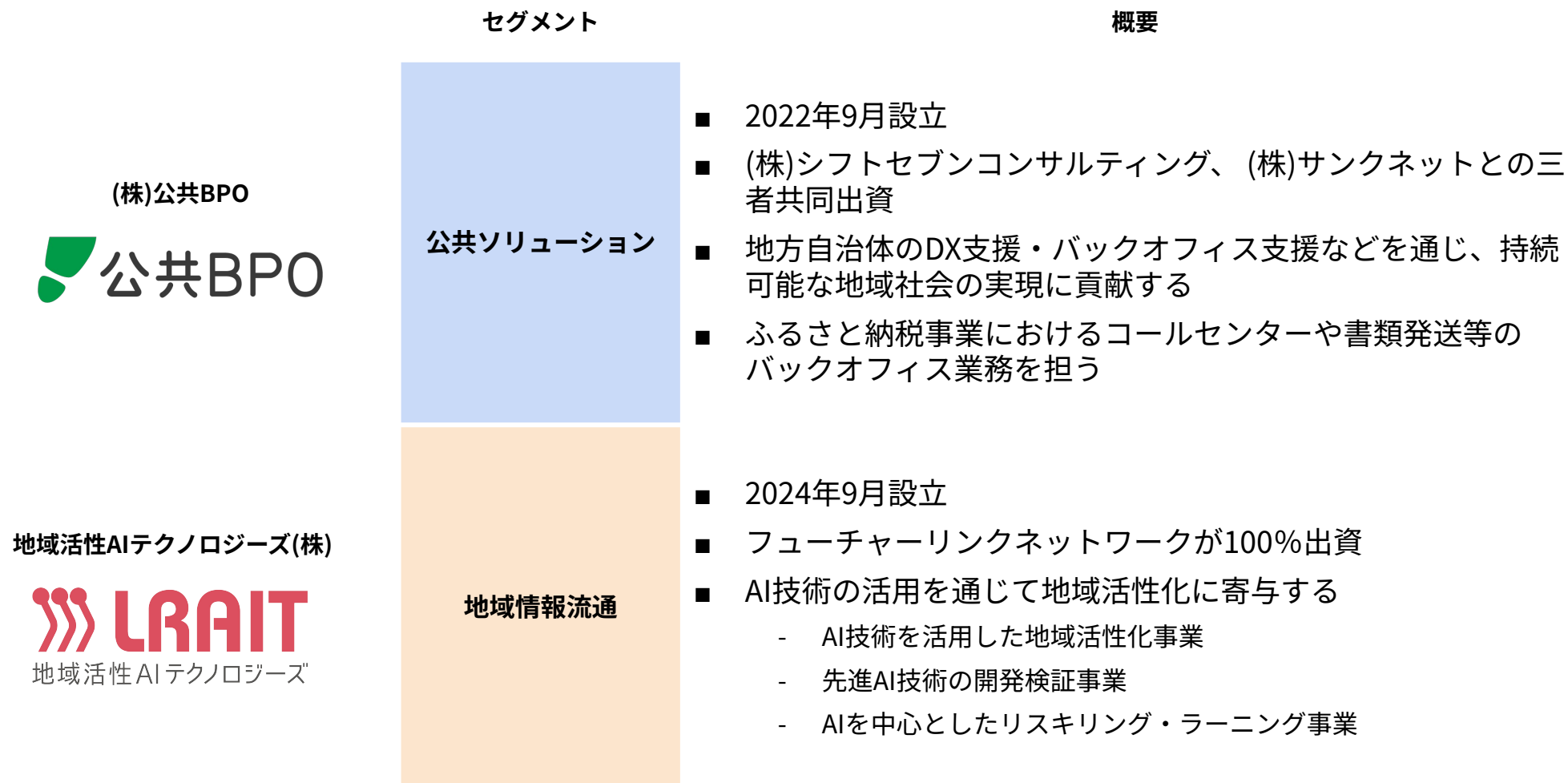
グループ会社 株式会社公共BPO
地域活性AIテクノロジーズ株式会社



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

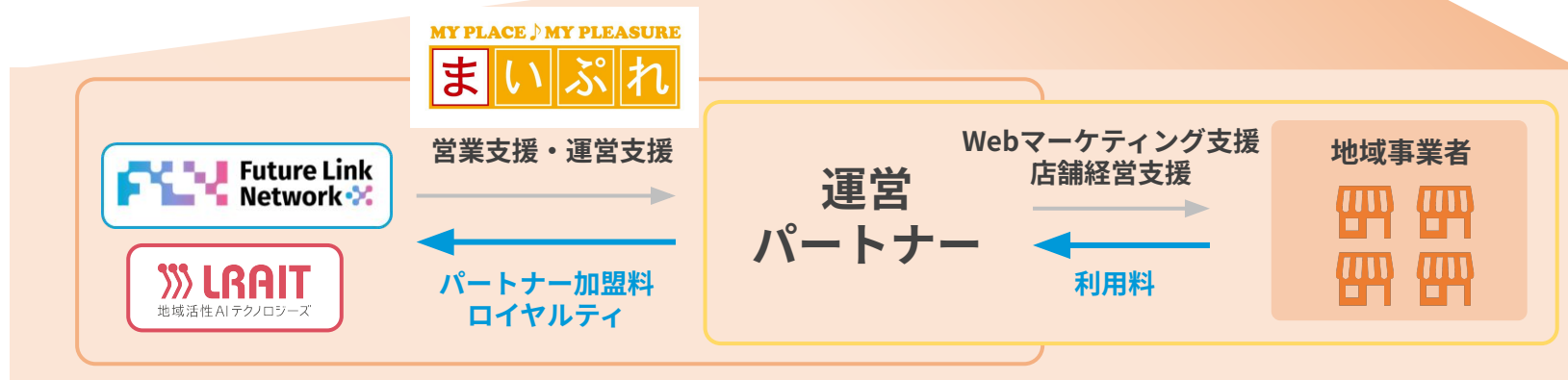
地域活性化を継続的かつ発展的事業の形で実現することで、社会に貢献する。

- 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分野の成長余地が大きい**
- 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。

154 社 **914** 市区町村
※2025年8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

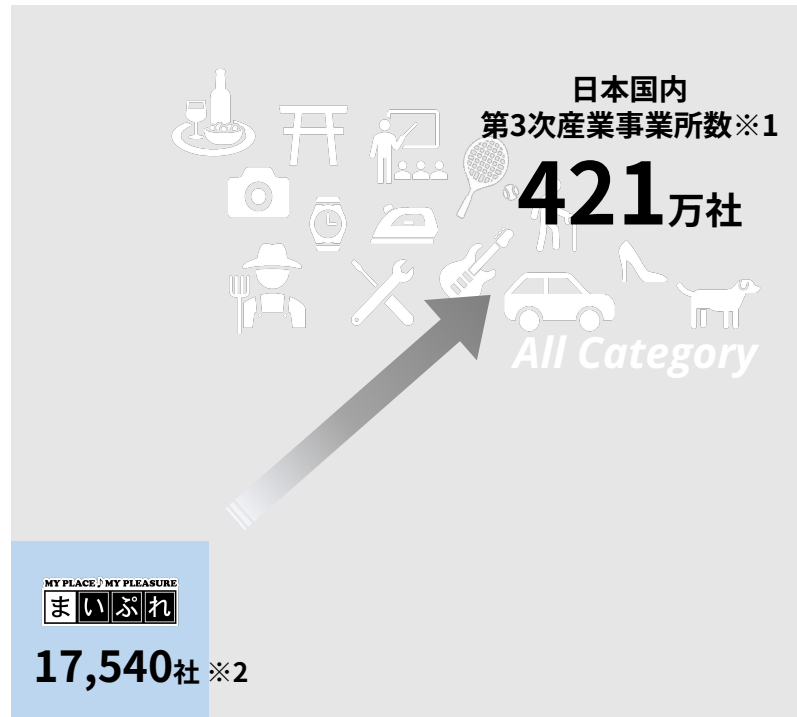
■ 解約率

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。

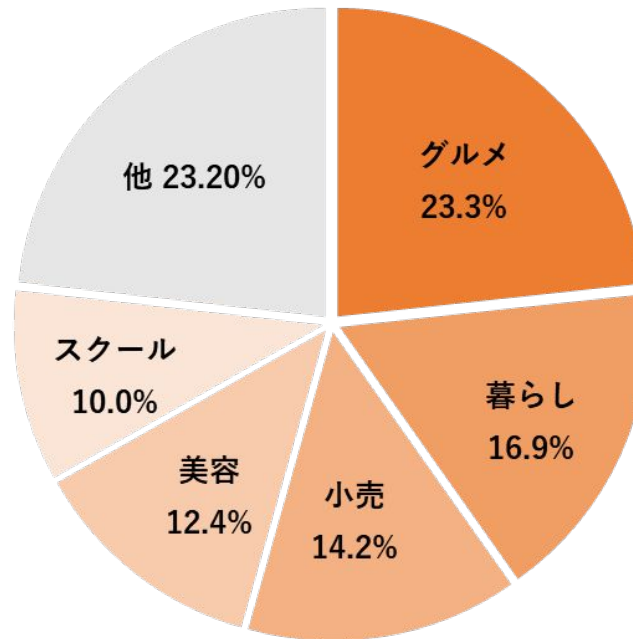
「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わないことから、国内で広大な市場開拓余地がある。また、広告市場においては、プロモーションメディア広告市場でDXを促進する役割も担うためインターネット広告市場とあわせて約5兆の市場規模がある。

■顧客対象となる業種の市場規模



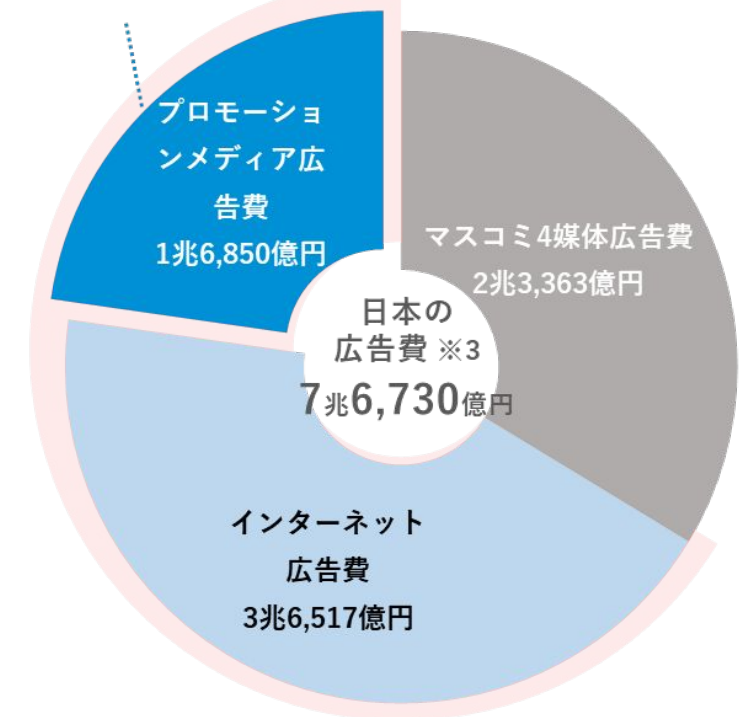
※1) 総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より(2023年6月公表)
※2) 2025年8月末時点

■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

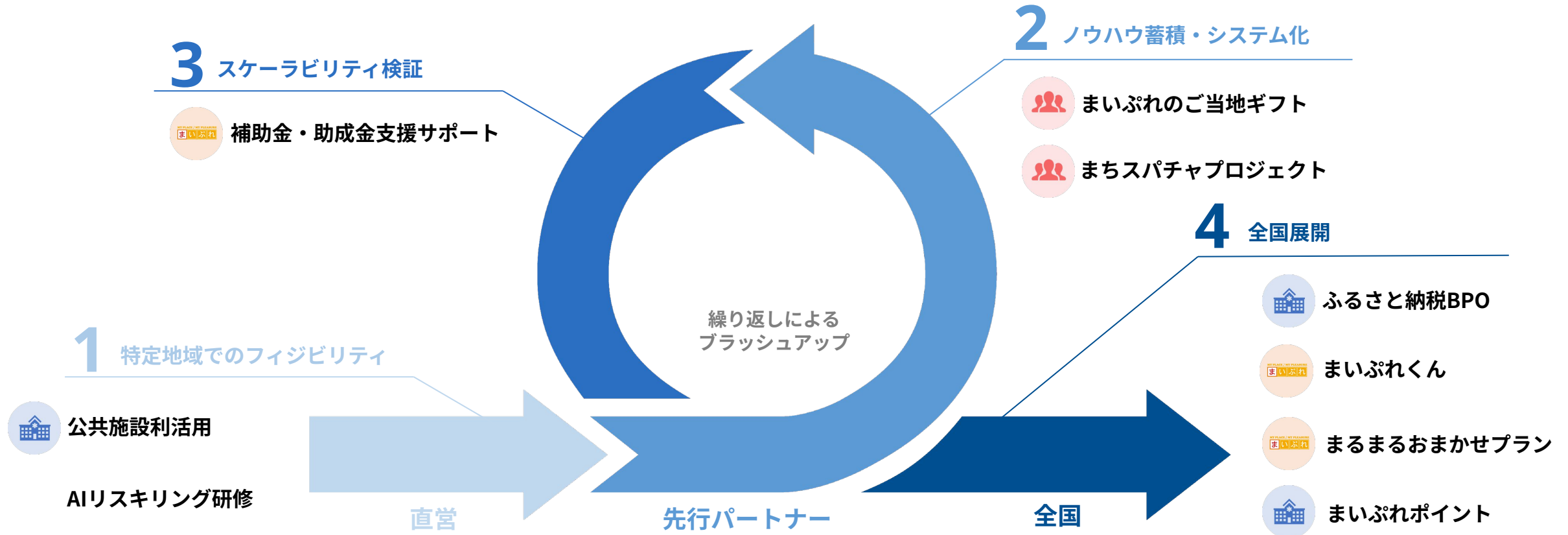
スマートシティ推進

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。



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

多様な情報の出口



■プラットフォーム利用店舗数※

17,540 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8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

154社

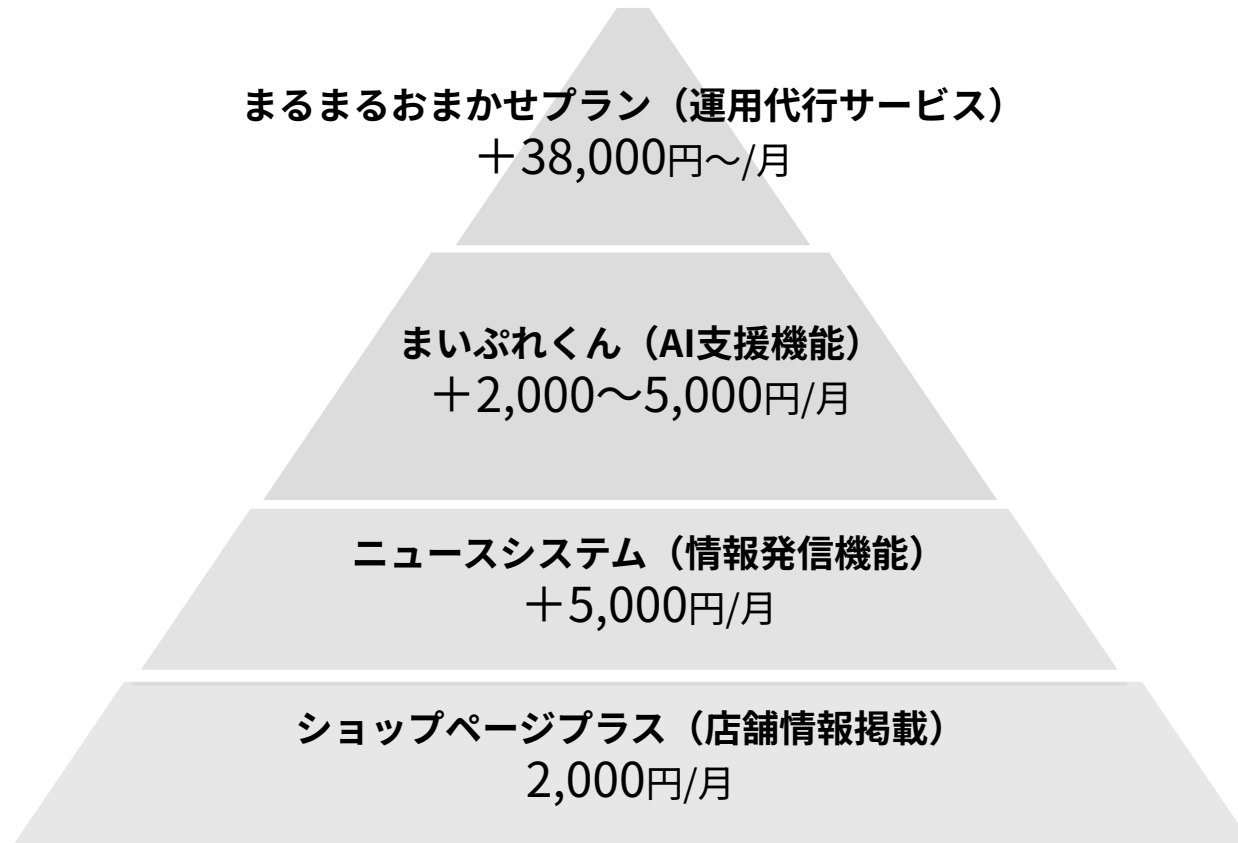
※ 2025年8月末時点

■ 展開エリア数

914市区町村

※ 2025年8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

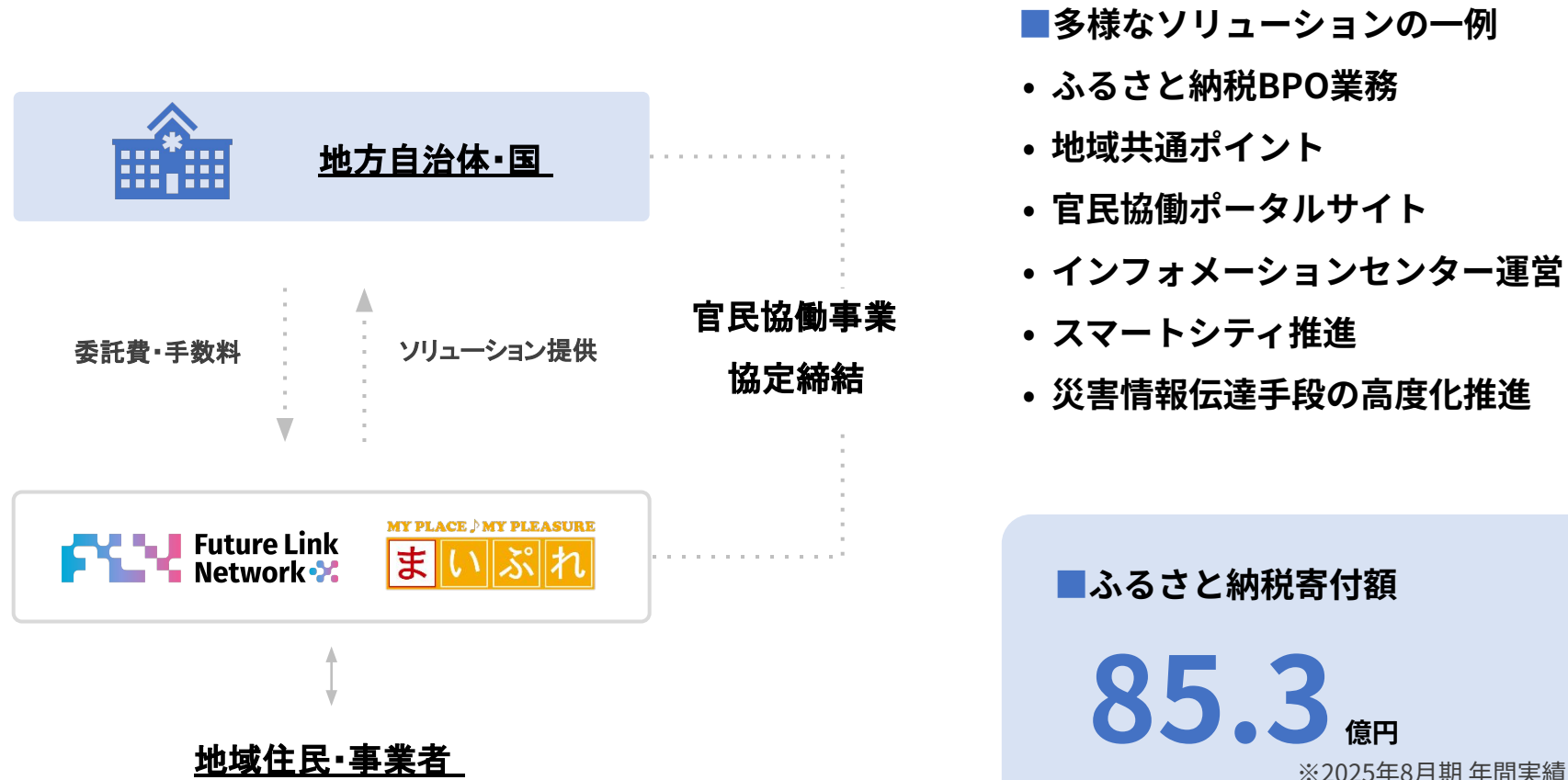
人材
育成

■平均単価※

10,436円

※当社直営エリアの2025年8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。



「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

ギフト市場 11兆円

カタログギフト
& 金券 市場 **1.2兆円**

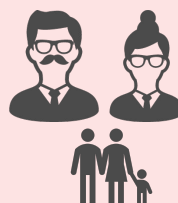
法人ギフト市場 2.8兆円

※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



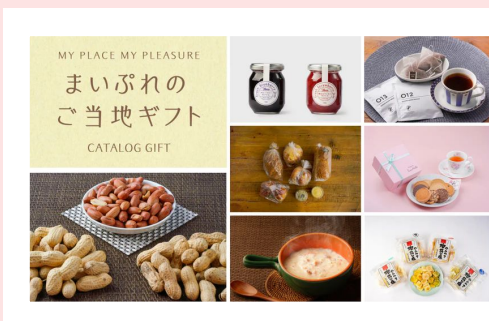
ギフト文化
応援消費の
訴求

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。

