



# 事業計画及び成長可能性に関する事項について

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11月

# 0 エグゼクティブサマリー

---

1

事業内容

地域情報プラットフォームを基盤とした **地域密着型のビジネスモデル** を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

2

業績状況

**売上高・営業利益共に前期比増、修正計画比は概ね計画通りの着地**  
2026年8月期は3つの注力事業を定め、赤字脱却に尽力する

3

市場環境

**サブスク型の安定収益基盤** を持つ。25年で築き上げた全国の地域事業者・自治体との接点、ノウハウを活かした経営やマーケティングを支援を行う

4

成長戦略

**MRR・ふるさと納税領域** にリソース投下し、**関係人口創出領域** を新たな成長の柱に育てると同時に、**生産性の向上** に取り組む

**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。**

- 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				

売上高

**1,544**百万円

親会社株主に帰属する  
当期純利益

**28**百万円

ふるさと納税寄付額

**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)

まいふれプラットフォーム利用店舗数

**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)

平均単価

**10,436**円

前年同期比  
**+1,405**円

計画達成率  
**76.6**%  
(計画13,617円)

運営パートナー数

**154**社

前年同期比  
**△14**社

計画達成率  
**91.7**%  
(計画171社)

契約エリア数

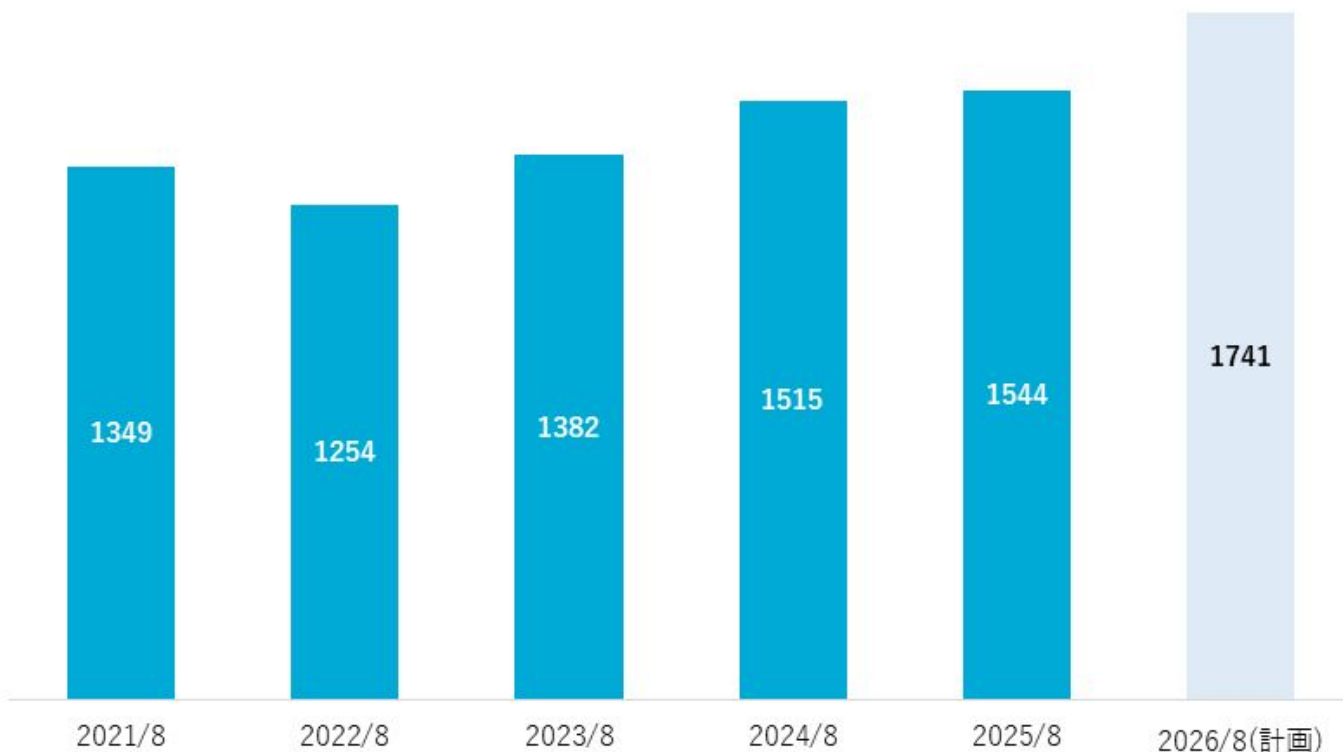
**914**市区町村

前年同期比  
**0**市区町村

計画達成率  
**99.0**%  
(計画923市区町村)

サブスクリプション型の安定した収益基盤を土台に堅調に成長。2026年8月期は3つの注力事業を定め、赤字脱却に尽力する。生産性向上のため、2025年8月期よりAIリスキリング研修に投資。

上場以来売上高推移



2025年8月期  
営業利益  
**-17** 百万円

2025年8月期  
親会社株主に帰属する  
当期純利益  
**28** 百万円  
前年同期比 **+1107.0** %

## 目次

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 業績状況
4. 市場環境
5. 成長戦略
6. その他



# 1 会社概要

---

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

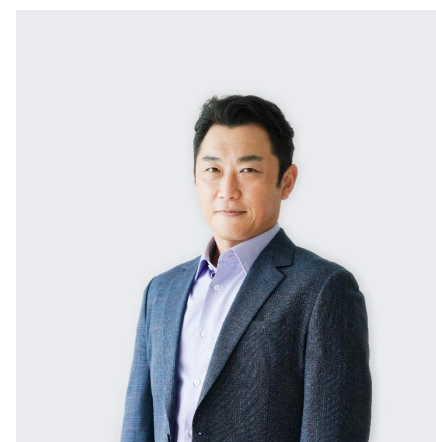
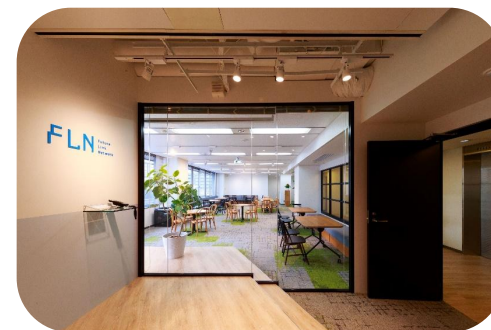
従業員数 166名（2025年8月末現在 有期雇用含む 連結）

資本金 282,911,166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。

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。

グループ全体での事業成長と理念実現を目指す。

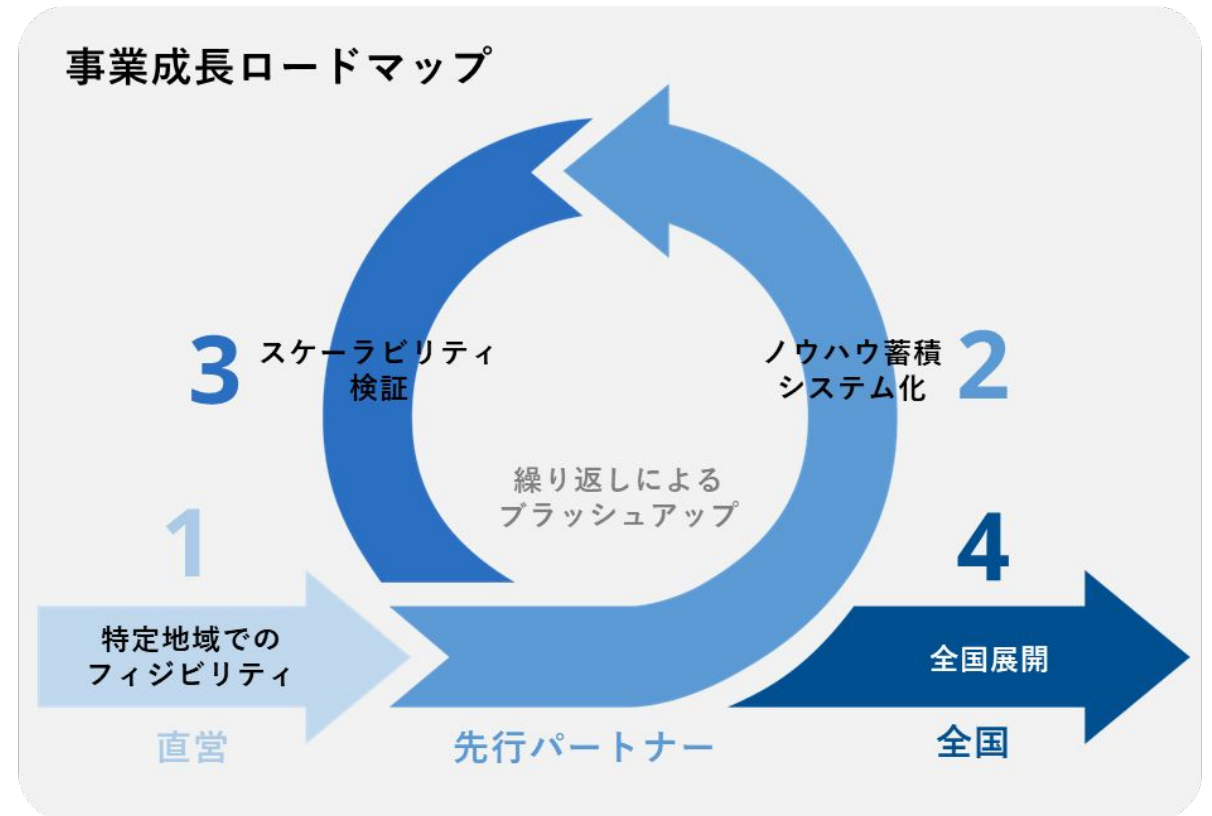
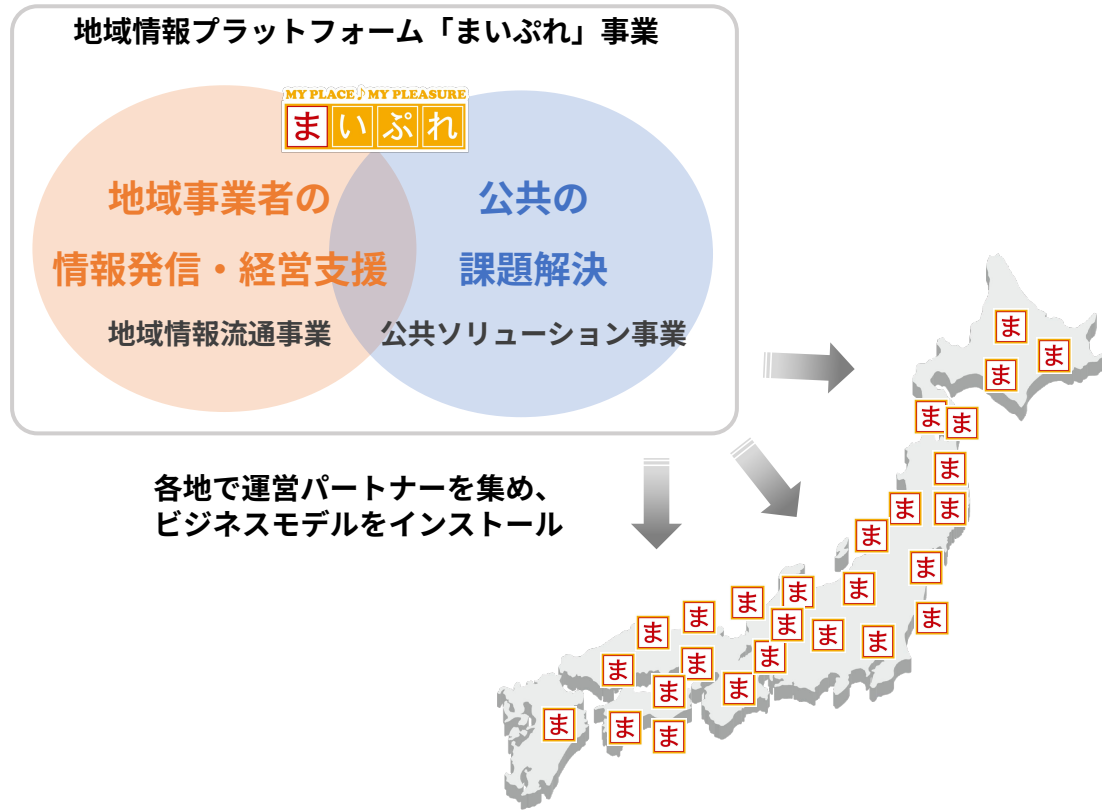
セグメント	概要
<p>(株)公共BPO</p>  <p>公共ソリューション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2022年9月設立</li> <li>■ (株)Workthy、(株)サンクネットとの三者共同出資</li> <li>■ 地方自治体のDX支援・バックオフィス支援などを通じ、持続可能な地域社会の実現に貢献する</li> <li>■ ふるさと納税事業におけるコールセンターや書類発送等のバックオフィス業務を担う</li> </ul>
<p>地域活性 AIテクノロジーズ (株)</p>  <p>地域情報流通 (新規事業)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2024年9月設立</li> <li>■ フューチャーリンクネットワークが 100%出資</li> <li>■ AI技術の活用を通じて地域活性化に寄与する                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- AI技術を活用した地域活性化事業</li> <li>- 先進AI技術の開発検証事業</li> <li>- AIを中心としたリスキリング・ラーニング事業</li> </ul> </li> </ul>

# 2

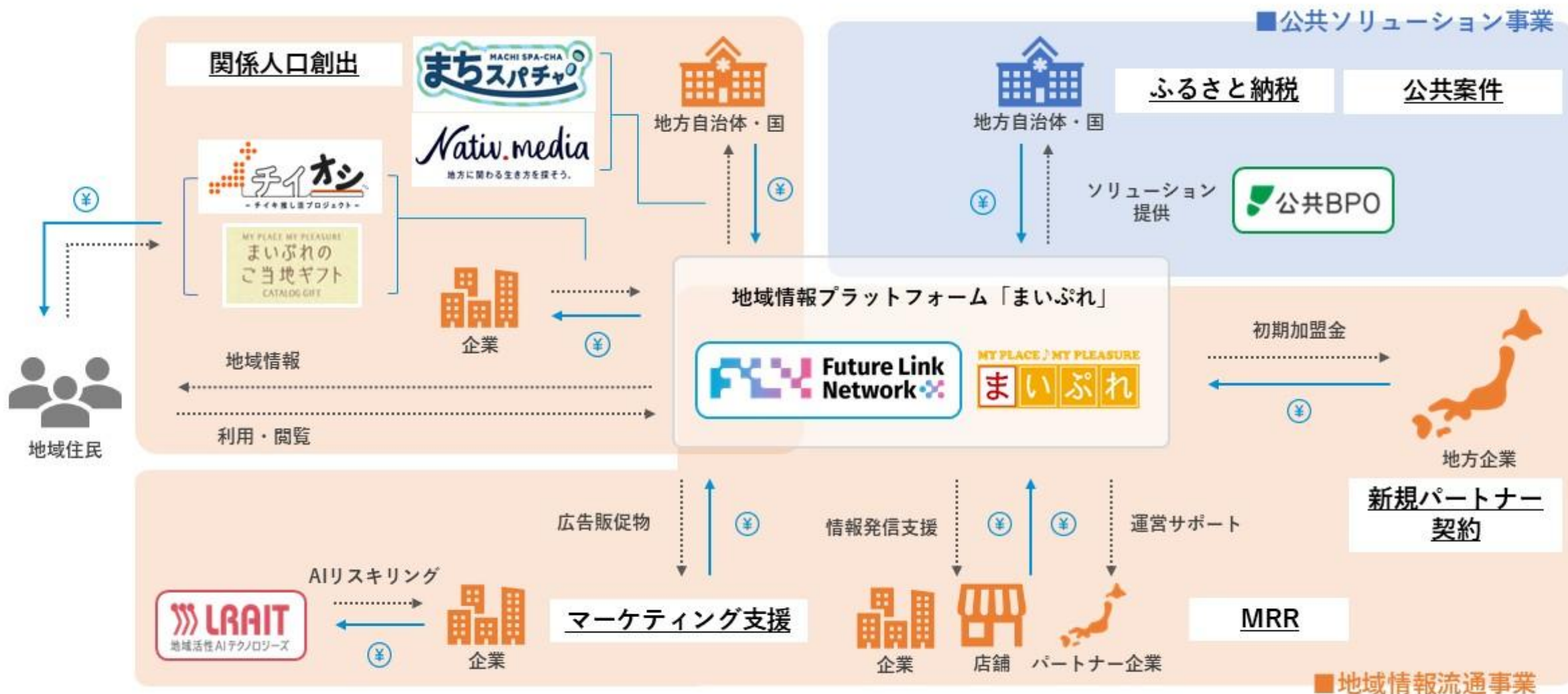
## 事業内容

---

地域情報プラットフォーム「まいふれ」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



- 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				



**特徴 1** 地域情報プラットフォームの運営

特徴 2 運営パートナーモデルによる全国展開

特徴 3 プラットフォーム運営体制を活かした公共ソリューション

特徴 4 国策と連動した関係人口創出事業

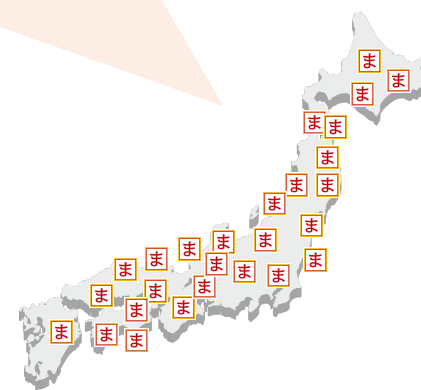
## 地域の魅力を可視化し、持続可能な地域活性化を支える情報発信・経営支援プラットフォーム

- ✓ 地域の魅力＝付加価値情報を収集・編集し、地域ならではの魅力に光を当てる
- ✓ メディアとして地域密着体制で情報発信のサポートはもちろん、経営支援も行うプラットフォーム
- ✓ 地域専属スタッフが足で集める一次情報を基に、地域のハブとなる
- ✓ 直営地域で蓄積したノウハウを、全国のパートナー地域に展開してスケールさせている

■ まいふれプラットフォーム利用店舗数

**17,540** 店舗

※ 2025年8月末時点



2000年より全国で情報発信支援・経営支援を展開

VISION

付加価値情報の循環により、地域の"らしさ"が活きる。各地域に多様性が生まれ活性化していく

社会背景

消費者ニーズの多様化  
↓  
価格や数値の評価では  
捉えられない「個性」  
を求める

まいぷれの取り組み

地域の魅力を流通させ、  
多様な事業の存続を支援

まいぷれの描く未来

地域の多様性を維持・  
拡大し、地域社会の活性化



## 「地域情報サイト まいぷれ」は情報の発掘から拡散まで一気通貫で担う情報メディア



### ショップページ：取材に基づく店舗紹介

店舗情報だけでなく、写真・ストーリーなど付加価値情報を編集し掲載。



### ニュース機能：店舗からの最新情報発信

イベント情報・新商品・季節メニューなどを、店舗からタイムリーに発信が可能。Googleマップとも連携。



### 特集記事：地元根ざしたオリジナルの編集企画

地域の魅力を掘り下げる特集コンテンツで、より深い地域の魅力を発信。



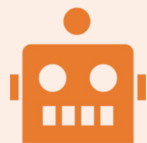
### SNS発信：地域情報を横断的に拡散

X（旧Twitter）／Instagram／LINEなど複数のSNSを活用し、情報到達範囲を拡大。



## 情報発信の「わからない・できない」を解決し、地域事業者の成長を支える

2026年8月期注力サービス



### まいぷれくん（地域情報特化型AIエージェント）

地域情報の蓄積データを用いて、PR文作成・口コミ返信・SNS投稿支援などを効率化。今後、経営の相談も可能になるサービスを目指して開発を推進中。



### まるまるおまかせプラン

まいぷれ、GBP、LINE、Instagramの運用を丸ごと代行。専属スタッフが地域特性を踏まえた最適な情報発信を継続的にサポート



### まいぷれアナライザー

Googleビジネスプロフィールの運用状況を可視化。検索流入や口コミ対応の効果を数値で確認可能



## 地域に根ざした運営体制 × デジタル発信力の掛け合わせが競争優位



### 地域密着型の運営により一次情報を獲得できる

現地に精通したスタッフによる取材で、高い信頼性と鮮度を持つ情報を収集。地域特性に合わせたコンテンツ制作が可能。



### スタッフが顧客と二人三脚で支援

導入からその後の運用までを一貫してサポート。顧客の声を直接フィードバックできる体制。



### 多様な発信チャンネルによりSEO/MEOで高い優位性

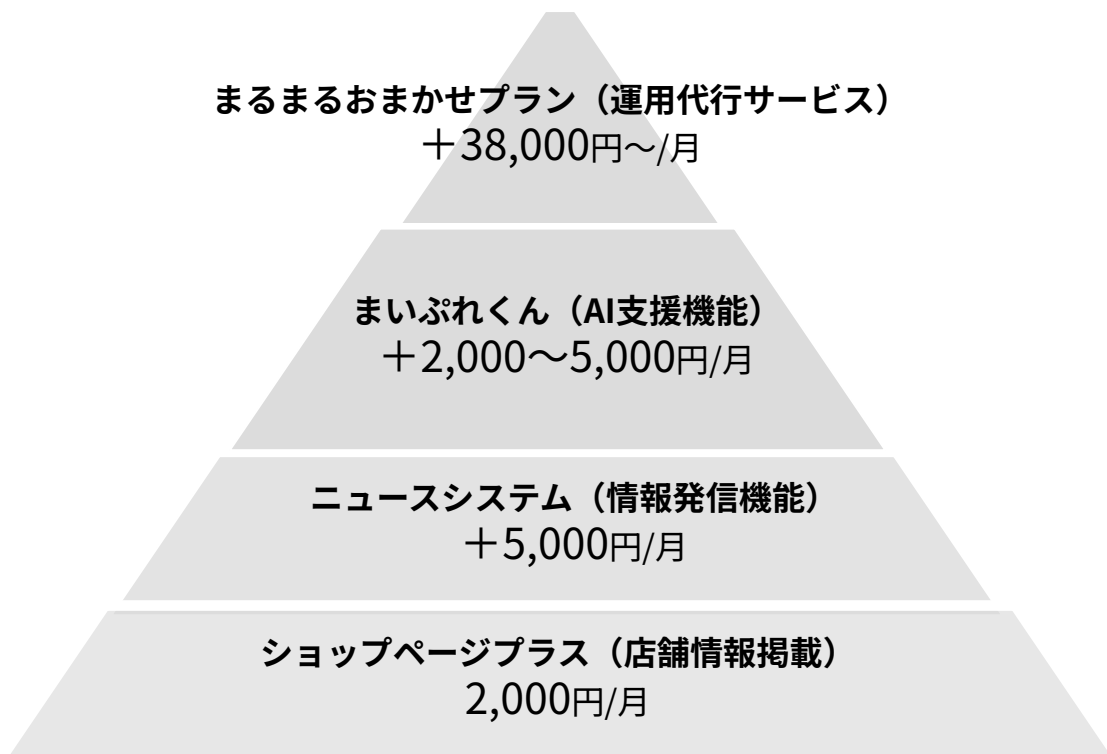
検索エンジン最適化と地図検索最適化の両面からアプローチ。ショップページ、特集記事、Googleマップ連携による相乗効果。



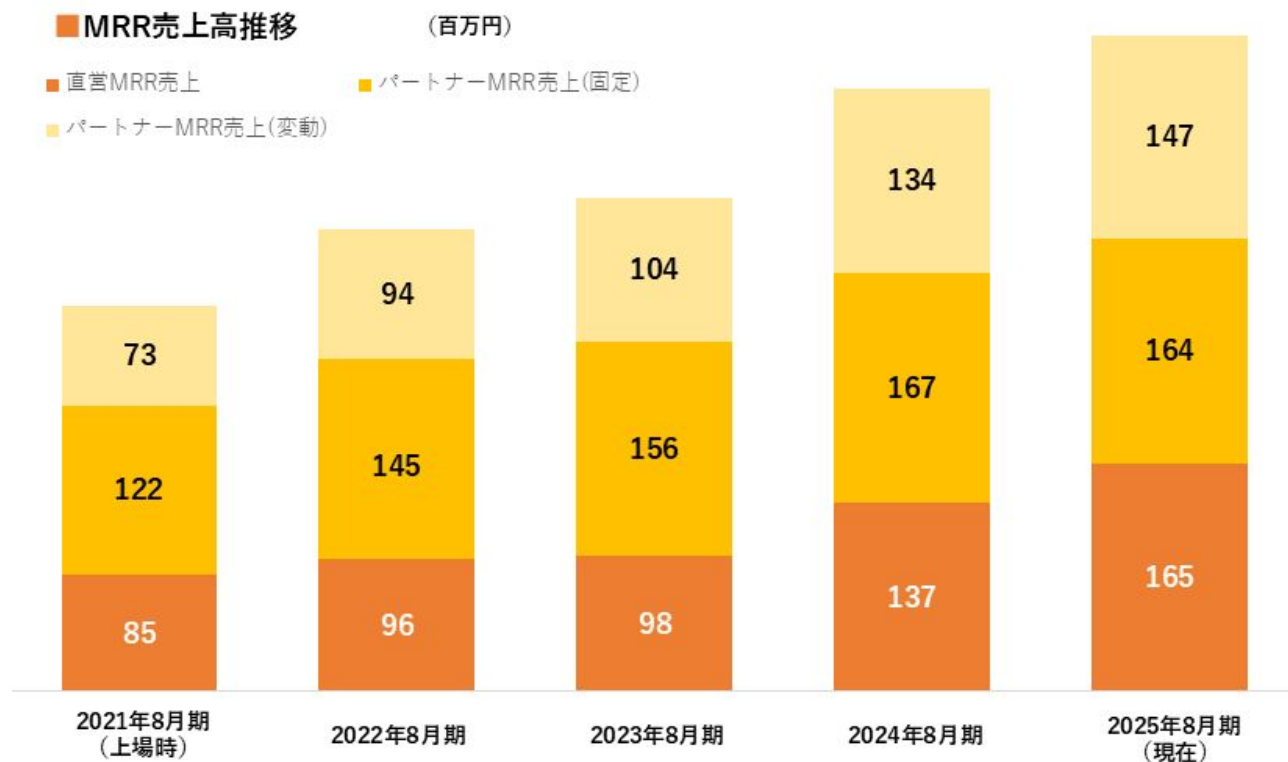
### 直営×パートナーの全国展開モデルで標準化と拡張性を両立

直営地域でノウハウを蓄積し、パートナー展開で迅速に全国拡大。共通プラットフォームによる効率的な運営と品質担保。

## 地域事業者と継続的に伴走する、安定性と拡張性を備えたサブスクリプションモデル



初期費用  
33,000円



収益の中心は、直営地域の事業者からの月額プラットフォーム利用料と、パートナー地域における月額プラットフォーム利用料のレベニューシェア。月額定額制で安定した収益基盤を構築している。

特徴 1 地域情報プラットフォームの運営

特徴 2 運営パートナーモデルによる全国展開

特徴 3 プラットフォーム運営体制を活かした公共ソリューション

特徴 4 国策と連動した関係人口創出事業



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

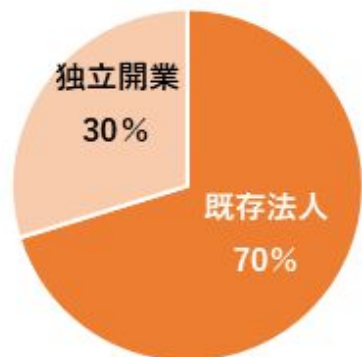
■ 展開エリア数  
**914**市区町村  
※ 2025年8月末時点

運営パートナーは特定業種や専門性に限定されず、幅広い業種からの参入実績がある。

また、運営パートナーは特定業種や専門性に限定されないため、新規事業を検討している企業や独立志向のある個人ならば幅広く営業ターゲットとなる。

■運営パートナー数と既存法人・独立開業の割合

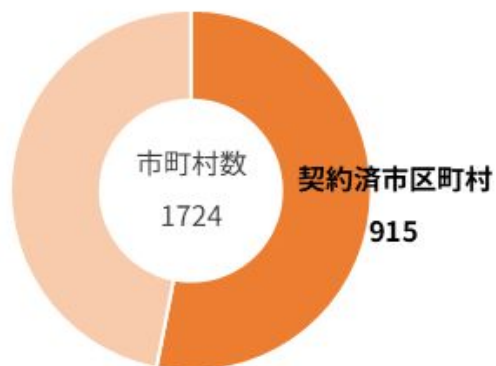
154社



※2025年8月末時点

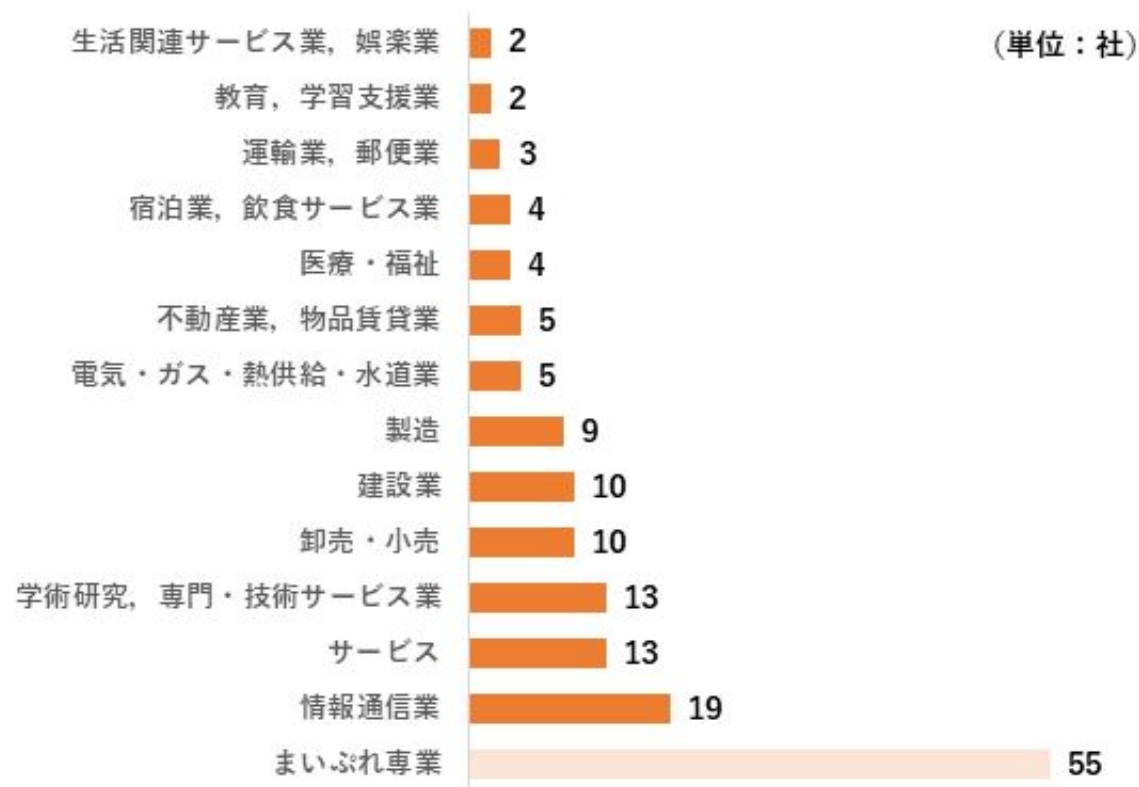
■市区町村カバー率

未開拓地域は  
まだまだ残る



※2025年8月末時点

■運営パートナー数の業種別社数



※2025年8月末時点

運営パートナーには、研修パッケージやマニュアルの提供だけでなく、個社課題に合わせた経営支援にまで踏み込んだ総合的なサポートを提供。運営パートナーの事業成長のスピードアップを図り、パートナーエリアの収益向上を推進。



事業立ち上げ支援

営業研修/マネジメント支援

発展事業の展開支援

資金調達



法人設立



事業計画の立案



採用支援



個別提案の共同準備



営業同行



営業・マネジメント研修



動画研修システムの提供



自治体への共同提案



新たな発展事例の構築



新サービスの共同提案



個別サポート



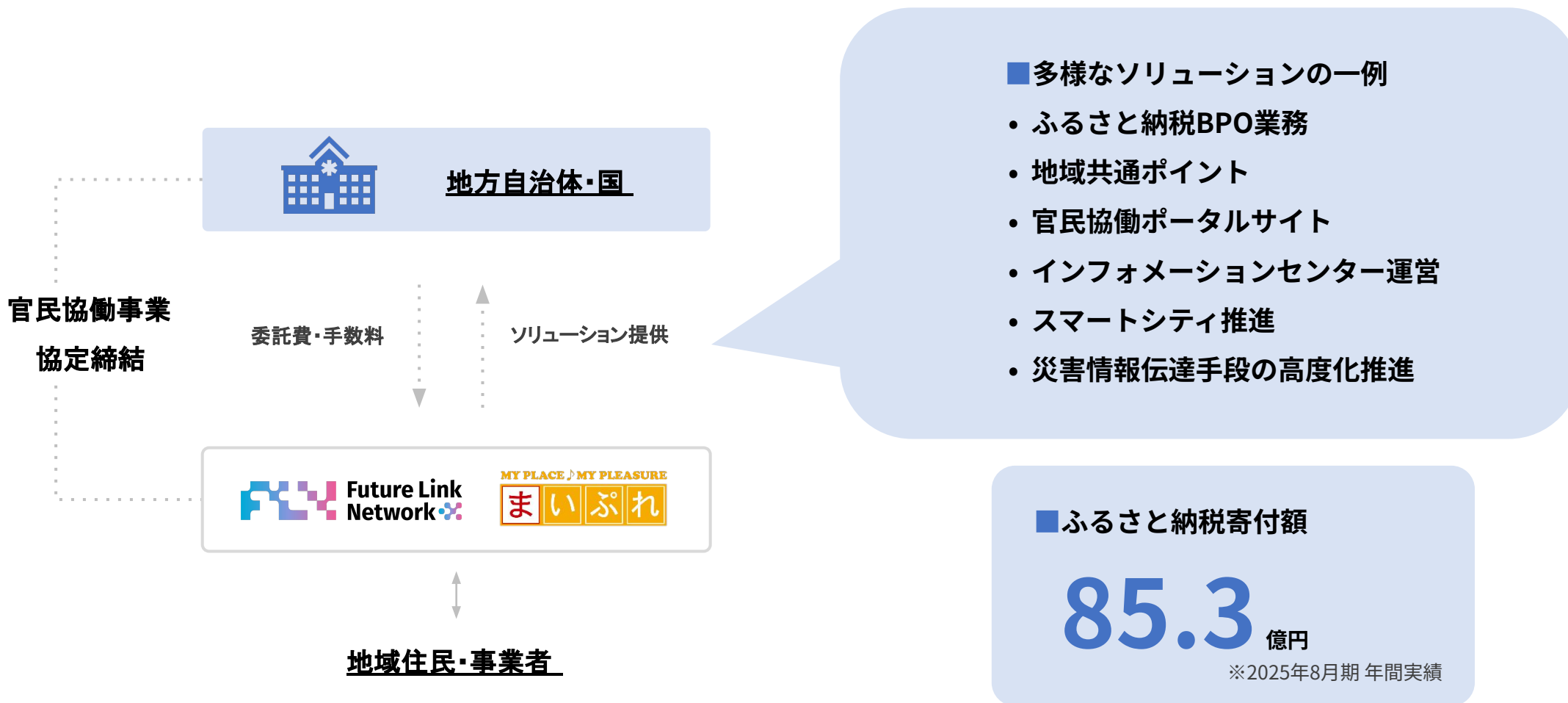
特徴 1 地域情報プラットフォームの運営

特徴 2 運営パートナーモデルによる全国展開

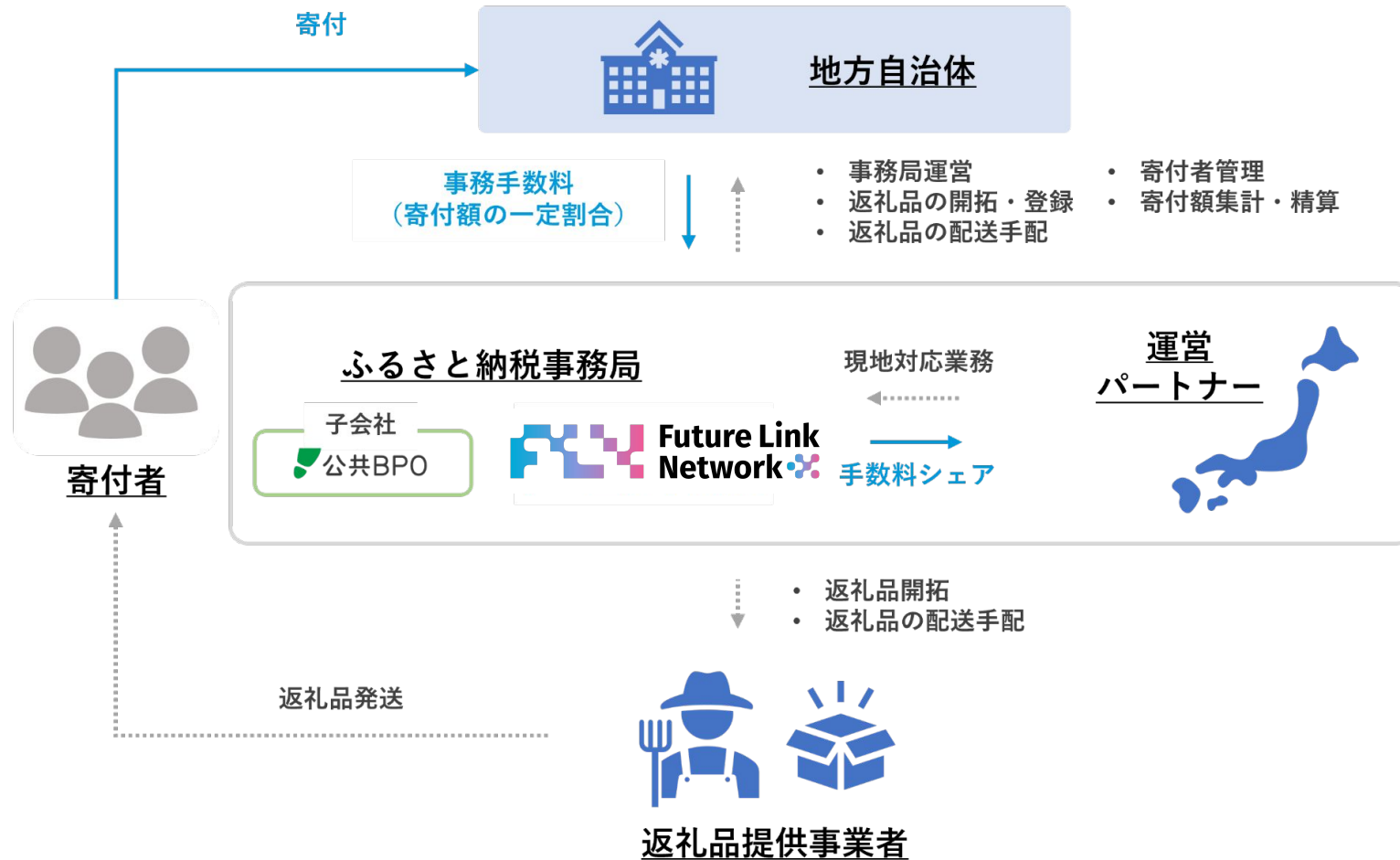
特徴 3 **プラットフォーム運営体制を活かした公共ソリューション**

特徴 4 国策と連動した関係人口創出事業

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。



**当社のふるさと納税事業の強み**

FLN×現地パートナー  
だからできる  
税収増だけではない提供価値

↓

**地場産業の振興** 事業者に販路拡大の機会を提供

**シティプロモーション** 全国の寄付者へ地域の魅力を発信

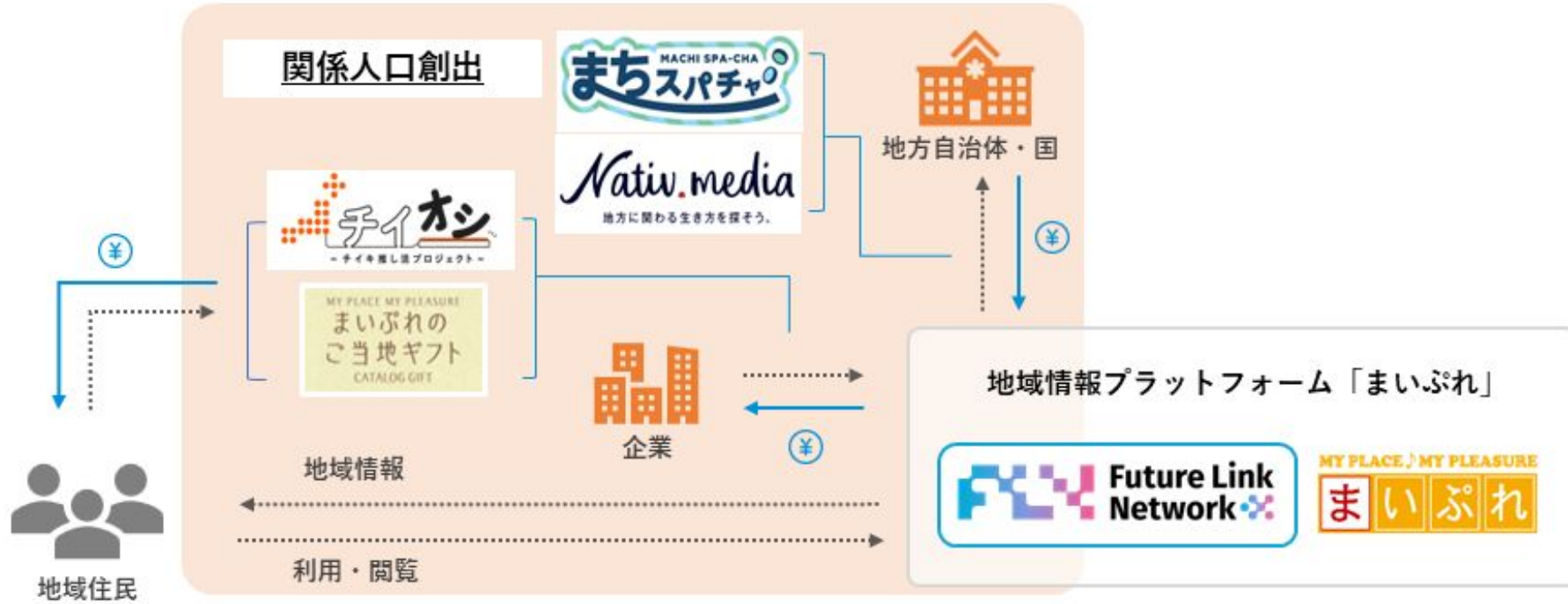
特徴 1 地域情報プラットフォームの運営

特徴 2 運営パートナーモデルによる全国展開

特徴 3 プラットフォーム運営体制を活かした公共ソリューション

特徴 4 国策と連動した関係人口創出事業

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の獲得を目指す



まいぷれのご当地ギフト

まちSPAチャプロジェクト

チイオン

地方企業向け求人支援

Nativ.media

MY PLACE MY PLEASURE  
まいぷれのご当地ギフト  
CATALOG GIFT



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

IPを軸にした関係人口創出の仕組み

地方企業の魅力を軸にした関係人口  
創出の仕組み

メディアによる関係人口創出の周  
辺市場創出



「まいぷれのご当地ギフト」は、カタログギフト特有の「貰い手が自分でほしい商品を選べる」という機能性に、「地域の温もりが伝わる」というテーマ性を加えたギフト。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。

### 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**

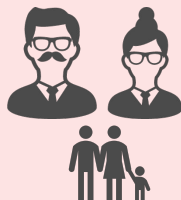
**法人ギフト市場 2.8兆円**

※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**

### 想定する顧客と利用シーン

#### 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



- ・内祝い
- ・手土産
- ・プレゼント

#### ③ 自治体・公益団体



産品を通じた  
シティプロモーション

### 事業の強み



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」の魅力を知る

まちへの興味・関心



「まち」を応援する

まちのファンになる



### 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

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

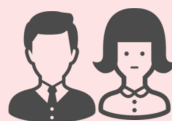


- ・ 福利厚生としてワーケーションや地方体験を取り入れたい。
- ・ 社員のキャリア形成として、社外研修を検討している。

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

地方創生・移住促進・関係人口創出に特化した専門メディアとして2017年にスタート。地域に根ざした暮らしや仕事のリアルな姿を伝え、関係人口の創出を目指す情報プラットフォーム。地方自治体や企業と連携し、移住希望者やUターン・Iターン検討者に向けた情報発信を行うことで、都市部人材と地域をつなぐ新しい接点を創出する。

### 想定する顧客

①大都市圏に住む「移住」「地域活動」に関心のある25～54歳



②求人課題を抱える地方の中小企業



③自治体・公益団体



### 主要コンテンツ

#### 地域の仕事”ホンネ”サロン



地域の本音と企業の魅力をリアルに伝えるオンラインセミナー

#### Nativeチャンネル



自治体や事業者が投稿した記事がSNSやニュースアプリで広く拡散される。移住希望者や関係人口候補者との接点形成を図る。

### 事業の強み

記事閲覧数

月間最大**42万PV**

情報拡散力

SmartNews  
NTTドコモd  
メニューなどにも  
配信される

# 3

## 業績状況

---

2025年8月期の期初計画に対する進捗について、以下に記載の要因により、2025年4月14日付／9月25日付で業績予想の修正を開示。9月25日付の修正計画に対しては概ね計画通りの進捗で着地。

(百万円)	期初計画	修正計画 (4月14日)	修正計画 (9月25日)	実績	期初計画比	修正計画比 (9月25日)
売上高	1,719	1,719	1,555	1,544	89.9%	99.3%
地域情報流通事業	926	-	769	766	82.7%	99.6%
MRR売上	515	-	488	488	94.9%	100.0%
新規パートナー契約売上	136	-	67	64	47.3%	96.3%
マーケティング支援売上	207	-	177	177	85.4%	100.0%
関係人口創出売上	67	-	36	36	53.6%	99.3%
公共ソリューション事業	792	-	786	778	98.2%	99.0%
ふるさと納税売上	608	-	597	589	96.9%	98.7%
公共案件売上	183	-	188	188	102.6%	100.0%
売上原価	590	590	573	557	94.4%	97.1%
売上総利益	1,128	1,128	981	987	87.5%	100.6%
売上総利益率	65.7%	65.7%	63.1%	63.9%	-	-
販管費	1,073	1,093	995	1,005	93.7%	101.0%
営業利益	55	35	-13	-17	-	129.0%
営業利益率	3.2%	2.1%	-	-1.1%	-	-
経常利益	48	28	-16	-20	-	124.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	40	77	37	28	36.8%	-

#### ■4月14日付：業績予想修正の背景

##### AIリスティング研修の導入と人材開発支援助成金の採択決定

AIリスティング研修に対し助成金が採択され、特別利益として計上したことで営業利益を下方修正、当期純利益を上方修正した。

#### ■9月25日付：業績予想修正の背景と今後の改善策

##### ①新規パートナー契約の不調【地域情報流通事業】

**詳細** マーケティング潮流の変化により、リード獲得に苦戦。新規契約獲得における不調が継続し、当初予想を下回る。

**改善策** 期中にマーケティング施策を見直し、組織体制を変更。2026年8月期は2025年8月期のトレンドをベースに保守的に計画。

##### ②方針転換等によるMRR売上の鈍化【地域情報流通事業】

**詳細** 前年度より継続して高単価商品の販売に注力していたものの、全国展開スピードに課題。期中で新たに地域情報特化型AIエージェント「まいぶれくん」の開発・販売を開始。

**改善策** 「まいぶれくん」は低単価・高利益率であり、長期的な成長貢献度が高い。サービス価値向上のための開発と販促に注力。

##### ③マーケティング支援事業の計画未達【地域情報流通事業】

**詳細** 大手小売チェーンの広告予算の獲得が計画を下回り売上未達。市場全体として日本の広告費全体に占めるプロモーションメディア広告費は減少傾向にある（出典：電通「日本の広告費」）

**改善策** 業務効率化による利益率の改善に注力し、伸びが見込めるMRR等の領域にリソースをシフトしていく。

MRR、ふるさと納税、関係人口創出領域に注力、継続してAIリスキリング研修を導入し生産性向上を通して営業利益改善を目指す。

	2024年8月期		2025年8月期		2026年8月期（予想）	
	(百万円)	実績	実績	前期比	計画	前期比
売上高		1,515	1,544	101.9%	1,741	112.7%
地域情報流通事業		815	766	94.0%	945	123.4%
MRR売上		447	488	109.2%	598	122.4%
新規パートナー契約売上		151	64	42.5%	85	132.0%
マーケティング支援売上		215	177	86.2%	173	98.0%
関係人口創出売上		10	36	358.7%	88	244.5%
公共ソリューション事業		699	778	111.2%	795	102.2%
ふるさと納税売上		514	589	114.6%	666	113.1%
公共案件売上		185	188	101.7%	128	68.4%
売上原価		562	557	99.1%	654	117.5%
売上総利益		953	987	103.6%	1,086	110.0%
売上総利益率		62.9%	63.9%	-	62.4%	-
販管費		991	1,005	101.4%	1,086	108.0%
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	-	29	102.6%

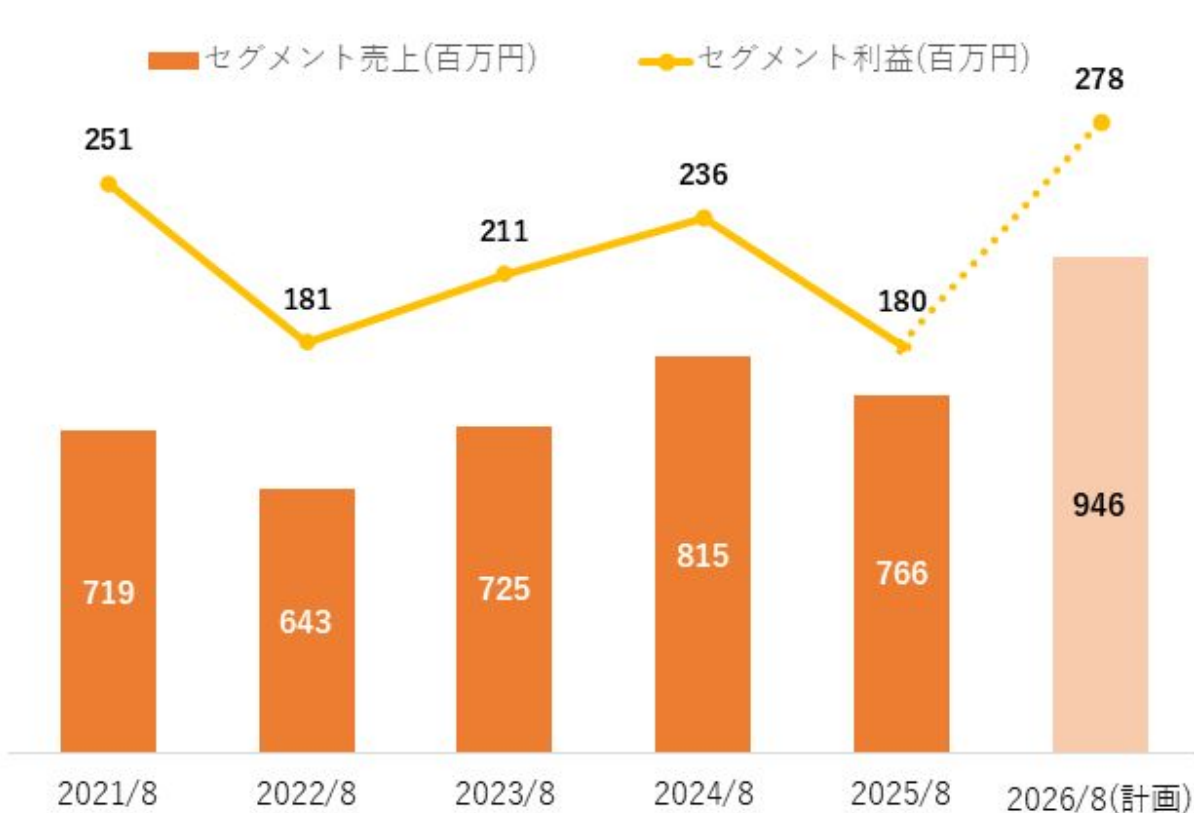
成長戦略の裏付けとなるKPI指標の進捗と、2026年8月期の計画については以下の通り。

成長の軸	KPI	2024年8月期		2025年8月期		2026年8月期 (計画)		達成率と計画の詳細
		実績	計画	実績	達成率	計画	前期比	
プラットフォームの価値 	プラットフォーム 利用店舗数(店舗) ※1	17,784	18,022	17,540	97.3%	20,104	101.3%	件数より単価を重視する戦略を上半期まで継続、下半期から件数も重視する戦略変更に伴い計画未達。2026年8月期においては、まいぶれくんをフックに利用店舗増加を計画。
	平均単価(円) ※2	9,031	13,617	10,436	76.6%	11,374	150.8%	「まるまるおまかせプラン」の契約数の増加ペースが当初想定を下回り、平均単価は向上するも、計画未達に。2026年8月期は単価を重視しつつも利用店舗数増加にシフト。
プラットフォームの広がり 	運営パートナー数(社)	168	171	154	91.7%	148	101.8%	マーケティングの潮流の変化などが要因となり、純増が純減を上回らず計画未達に。2026年8月期は、2025年8月期実績を踏まえて保守的に計画。
	展開エリア数 (市区町村)	914	923	914	99.0%	968	101.0%	2025年8月期はほぼ計画通りに推移。運営パートナー数は減少するものの、パートナー撤退後は直営に引き継ぐため展開エリア数の減少は計画していない。
公共ソリューションの拡充 	ふるさと納税 寄付額(億円)	69.0	97.4	85.3	87.6%	100	141.2%	2025年8月期は競争環境が激化するもマーケティング施策が奏功し寄付額は前年比で大幅に増加したものの計画未達。マーケットは成長傾向にあるため、奏功した施策を継続し、今後も高い伸びを計画。

※1)まいぶ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)当社直営エリアの有料利用店舗の平均。



地域情報流通事業の業績・KPIは以下の通り推移している。



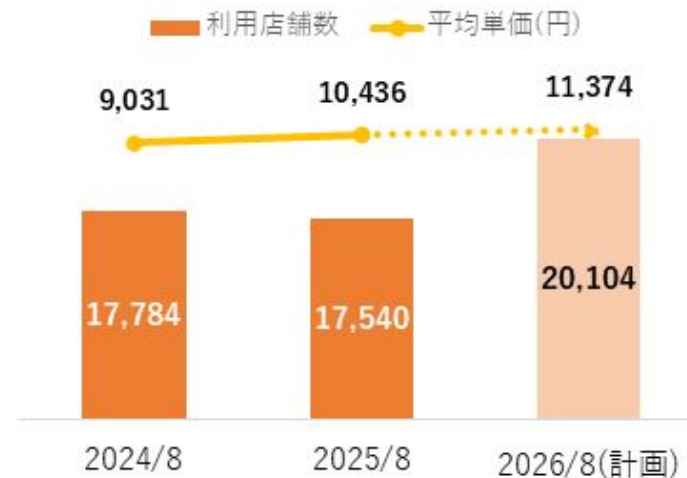
**2025年8月期実績の計画との差異**（2024年11月開示情報：売上 926百万 | 利益 268百万）  
 パートナーエリアでのまるまるおまかせプラン販売鈍化が売上・利益減少に影響

※当社は2023年8月期より「マーケティング支援事業」セグメントを「地域情報流通事業」セグメントへ統合し、2区分に変更しております。  
 ※2022年8月期は単体決算、2023年8月期は連結決算です。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。

**MRRの成長加速**

**プラットフォームの価値**

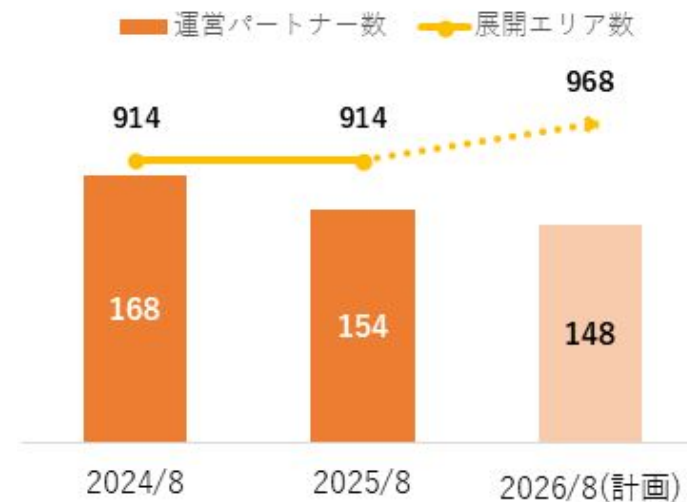
- ・利用店舗数
- ・平均単価



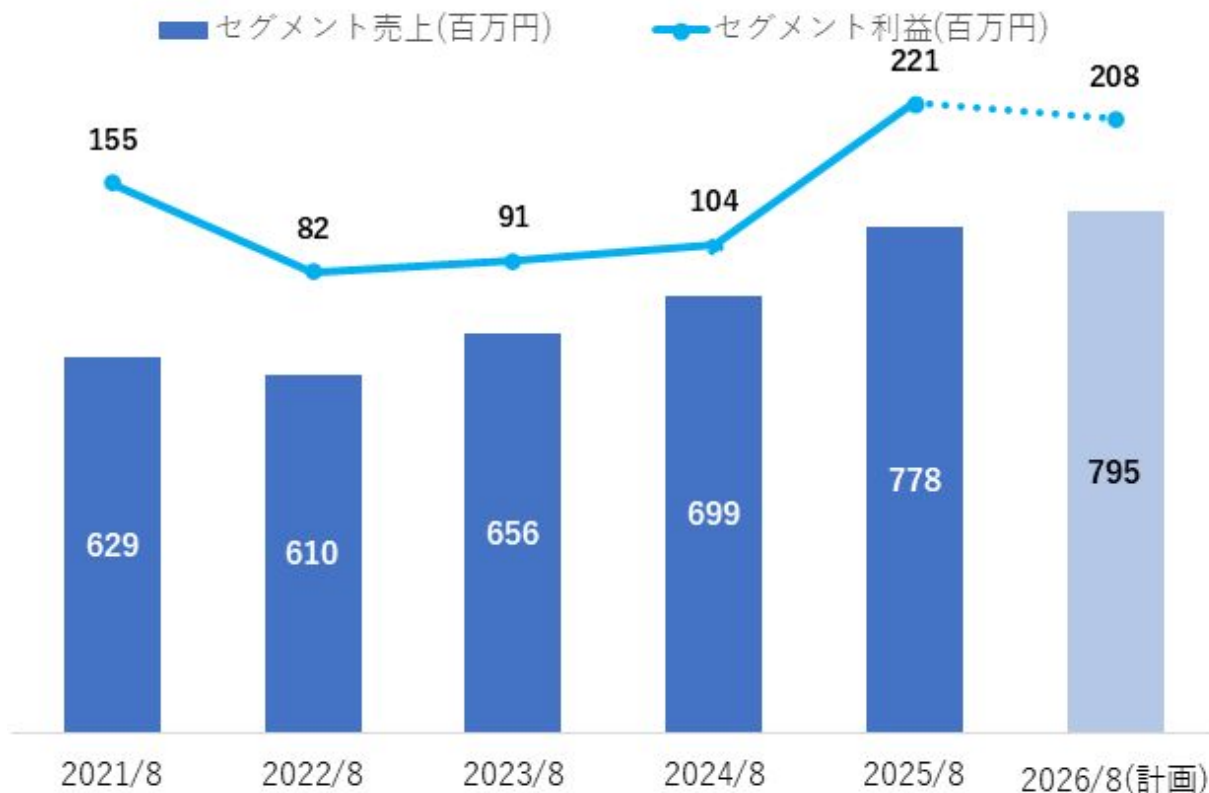
**MRRの成長加速**

**プラットフォームの広がり**

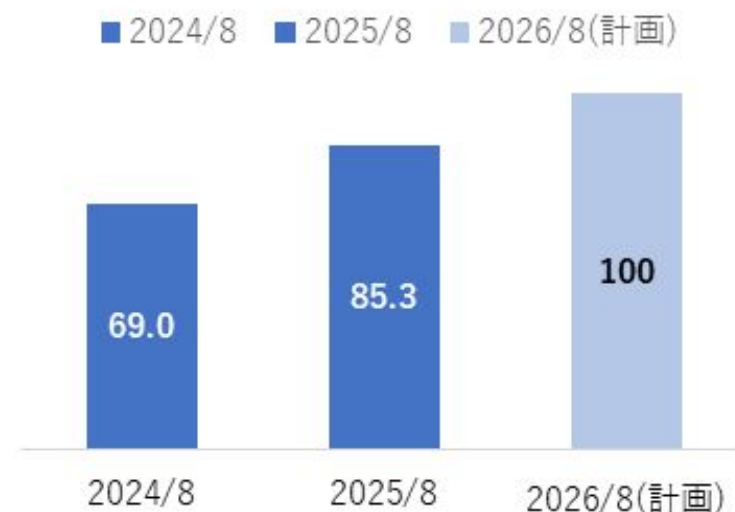
- ・運営パートナー数
- ・展開エリア数



公共ソリューション事業の業績・KPIは以下の通り推移している。



ふるさと納税の拡大  
  
 公共ソリューションの拡充  
 ・寄付額



**2025年8月期実績の計画との差異**（2024年11月開示情報：売上792百万 | 利益118百万）  
 寄付額増加のマーケティング施策が奏功したものの、新規自治体数の目標未達が計画未達に影響した

※2022年8月期は単体決算、2023年8月期は連結決算です。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。

# 4 市場環境

---

# 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

パートナーモデルで全国に広がる地域密着型の体制により、事業者との直接的な接点をもつことができる。ITリテラシー有無に関わらず全事業者に寄り添い、経営やマーケティングをサポートし、ラストワンマイルをカバー。

# 2 顧客との継続的関係性と安定的な収益基盤

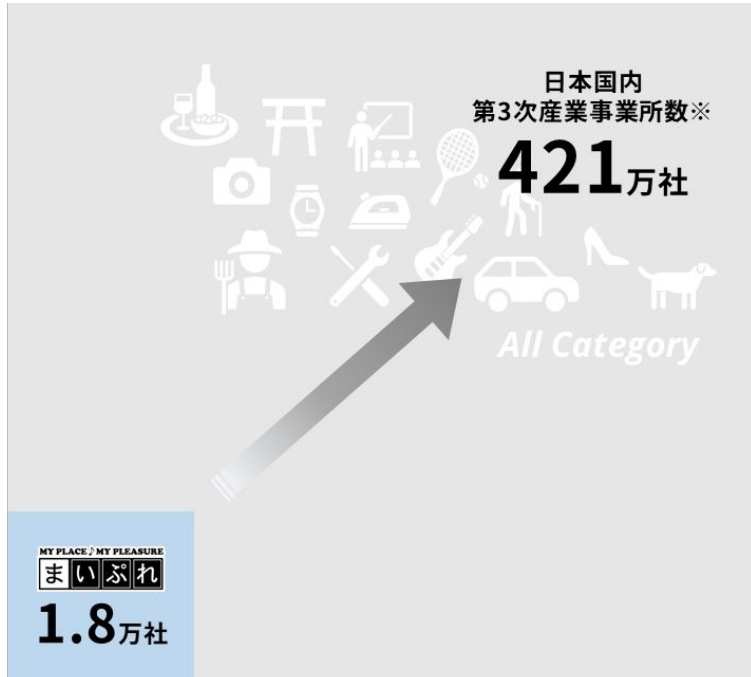
サブスクリプション型で、持続的に価値提供できる地域情報プラットフォーム「まいふれ」のサービスモデルと、直接現地でサポートできる地域密着型の体制による高い信頼感により、解約率が低く、顧客生涯価値（LTV）が高い。

# 3 官民協働事業の実績・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

創業以来、蓄積してきた官民協働事業の実績とノウハウで、持続的にニーズを掴み、新たなサービスを展開することができる。また、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。

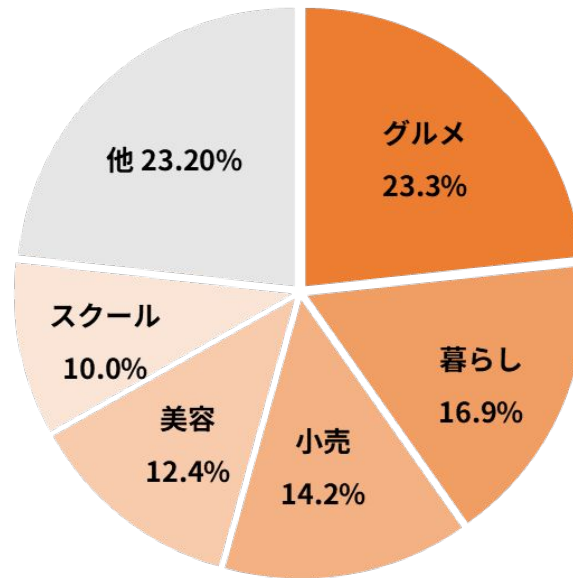
- 「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わないことから、国内で広大な市場開拓余地がある。
- 広告市場においては、プロモーションメディア広告市場でDXを促進する役割も担うため、インターネット広告市場とあわせて約5兆の市場規模がある。

■顧客対象となる業種の市場規模

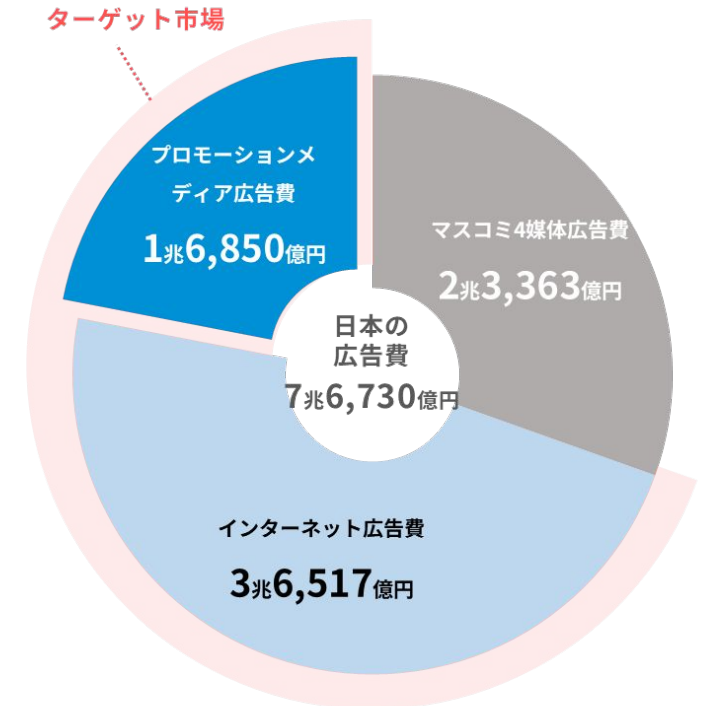


※総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より

■まいぷれ利用顧客の業種内訳



■広告市場の規模



※出典：電通「2024年 日本の広告費」より

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

- 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%）。

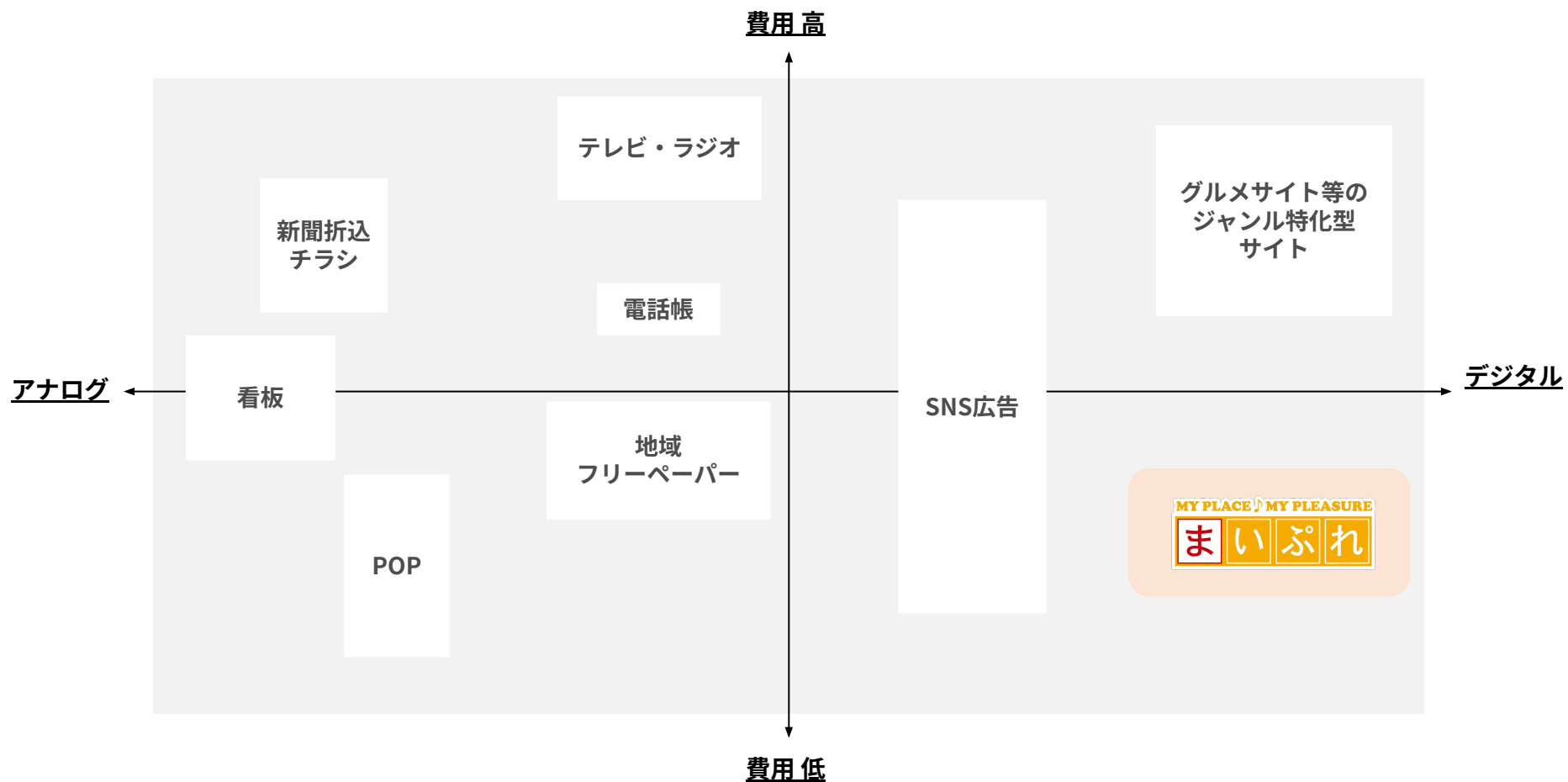
新規パートナー加盟時の事業シミュレーションで利用する割合であり、先行運営地域の実績をもとに設定。

\*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。

- 地域の多様な業種・業態の事業者に対し、手頃な価格でデジタル領域での情報発信を支援している。



**強み**

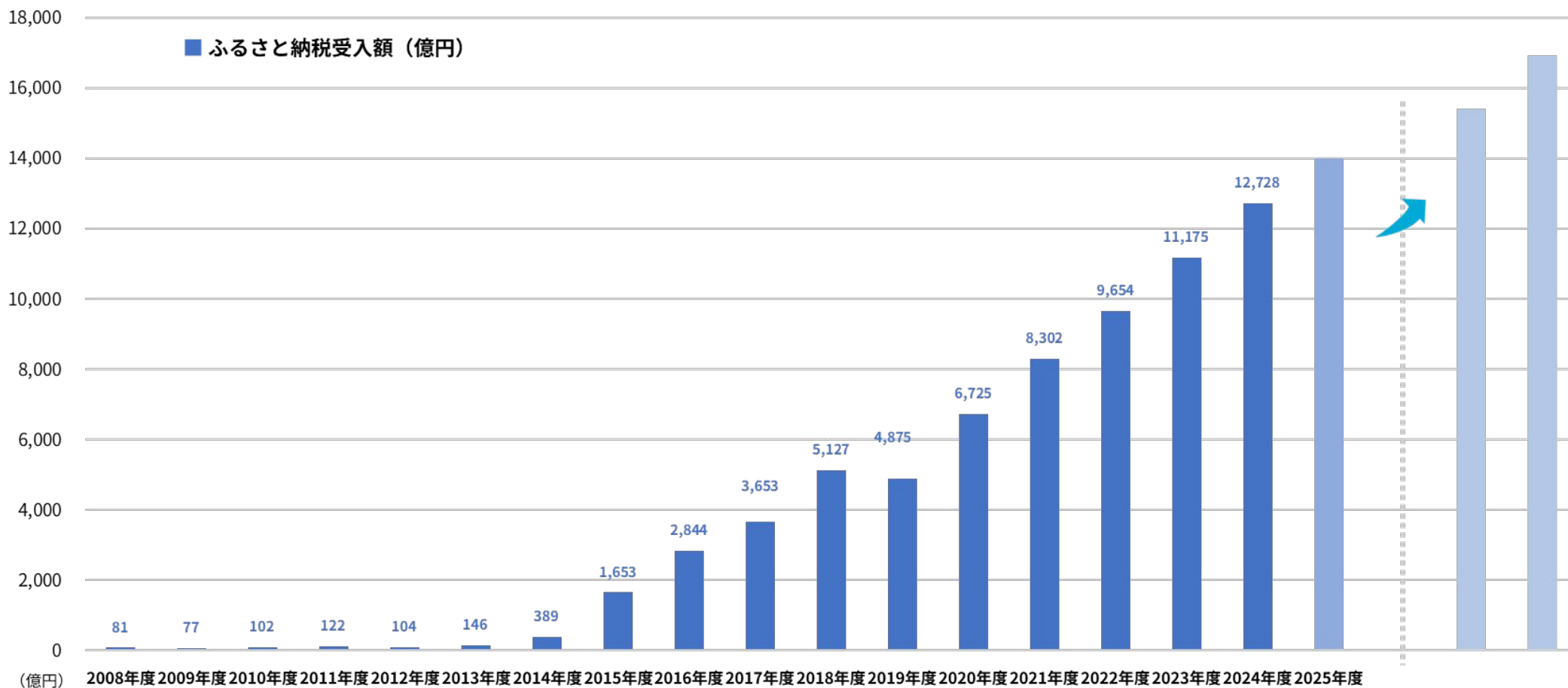
- 1 現地体制**

顧客のITリテラシー有無に関わらず細やかなフォローが実現できアナログ→デジタルへDX促進できる
- 2 地域特化・全国性**

専門サイトのない多様な業種も地域特化でカバーできる  
一方で全国での展開実績もあり業種ごとの事例を各地で展開可能
- 3 価格帯**

月額数千円～の手頃な価格からローカルマーケティングができる

- 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）」



- 地域情報プラットフォーム「まいぷれ」の運営体制を有していることにより、競合他社にはない強みを発揮している。
- 地域密着の現場力とセンター化による効率・発展性を両立した事業を実行。

### 強み

#### 1 現地体制

返礼品提供事業者と現場接点を持ち細やかな対応ができる

#### 2 中央管理体制

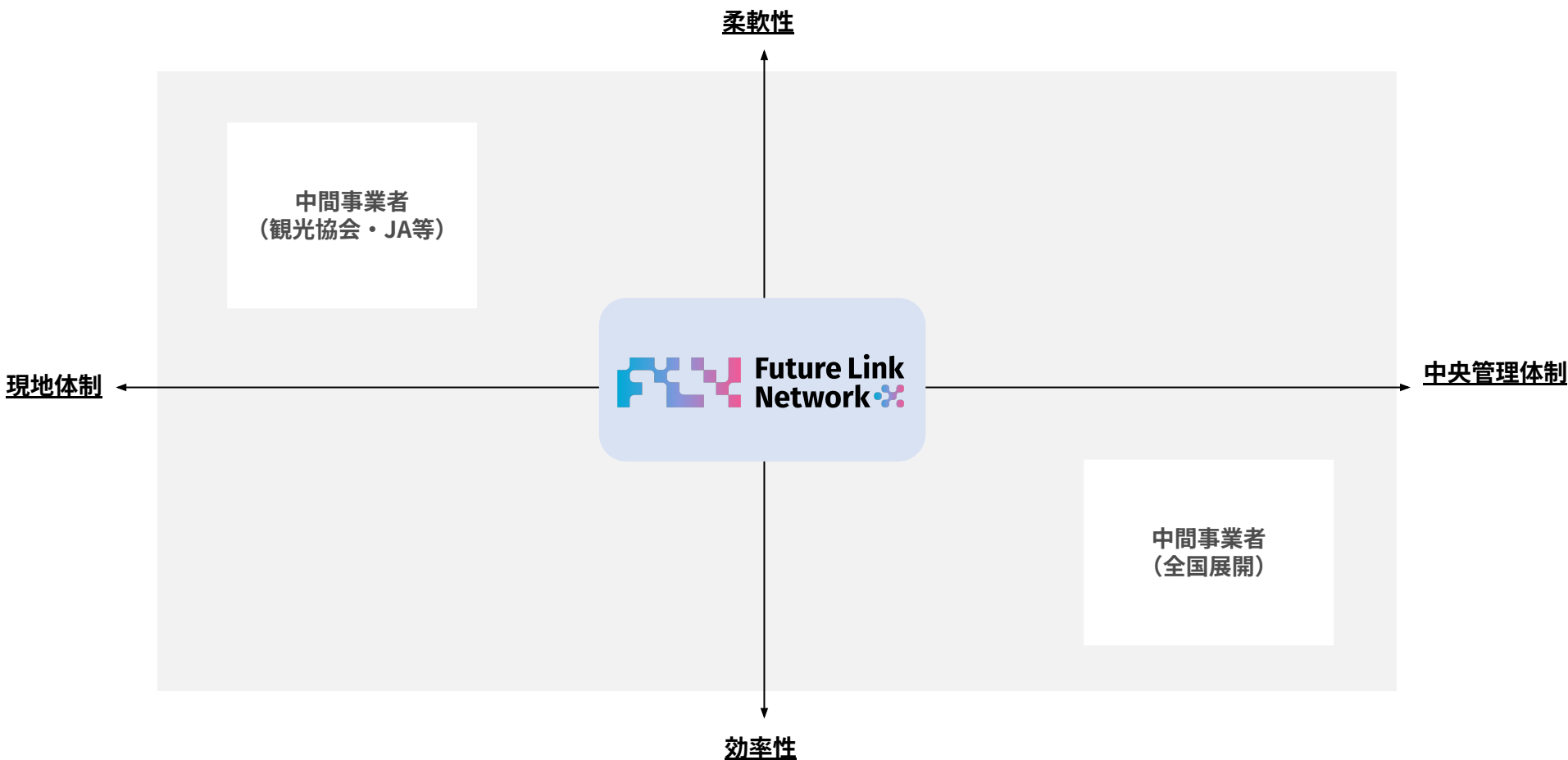
複数地域での運営ノウハウを集約し各地に再展開できる

#### 3 柔軟性

返礼品提供事業者に寄り添い要望やトラブルに柔軟に対応できる

#### 4 効率性

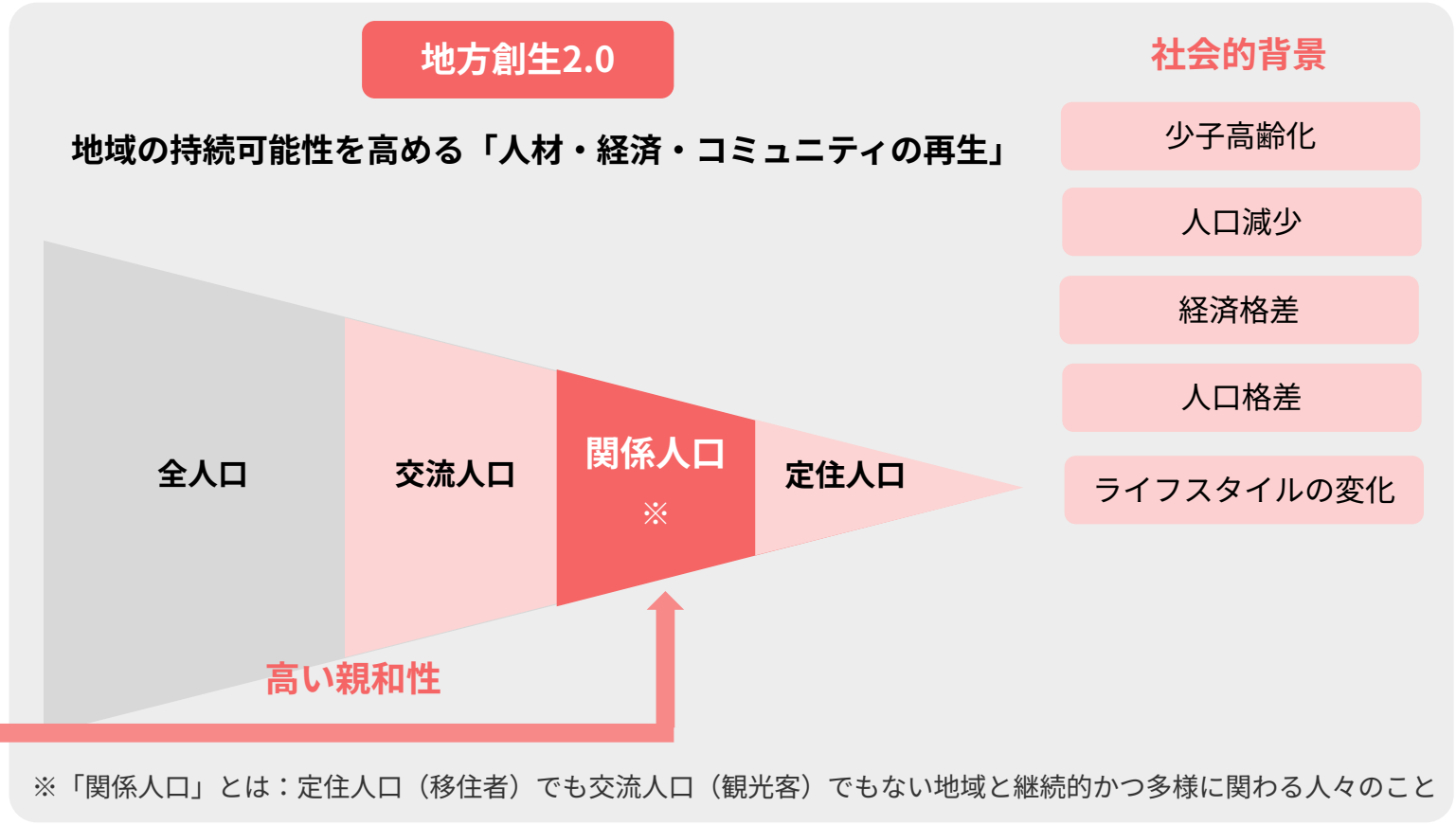
業務効率化・IT活用等によりコストを圧縮しながら高付加価値サービスを提供できる



- 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



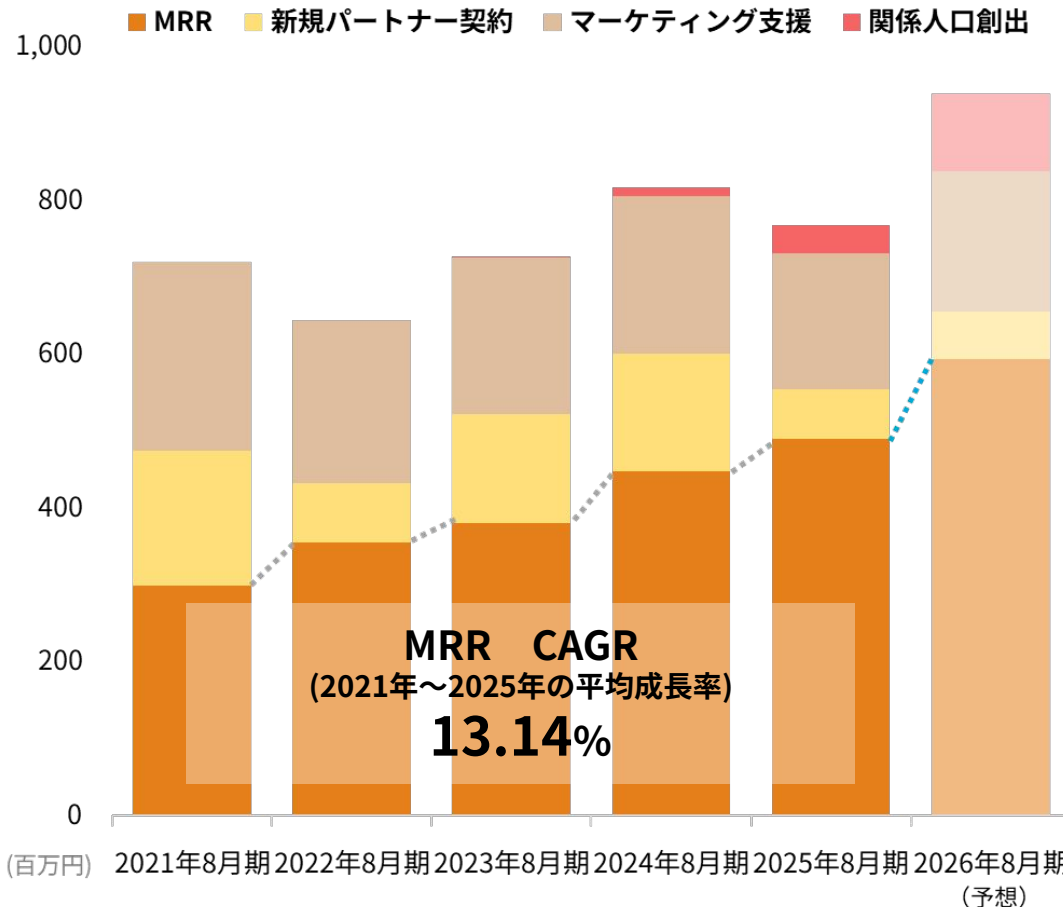
# 5

## 成長戦略

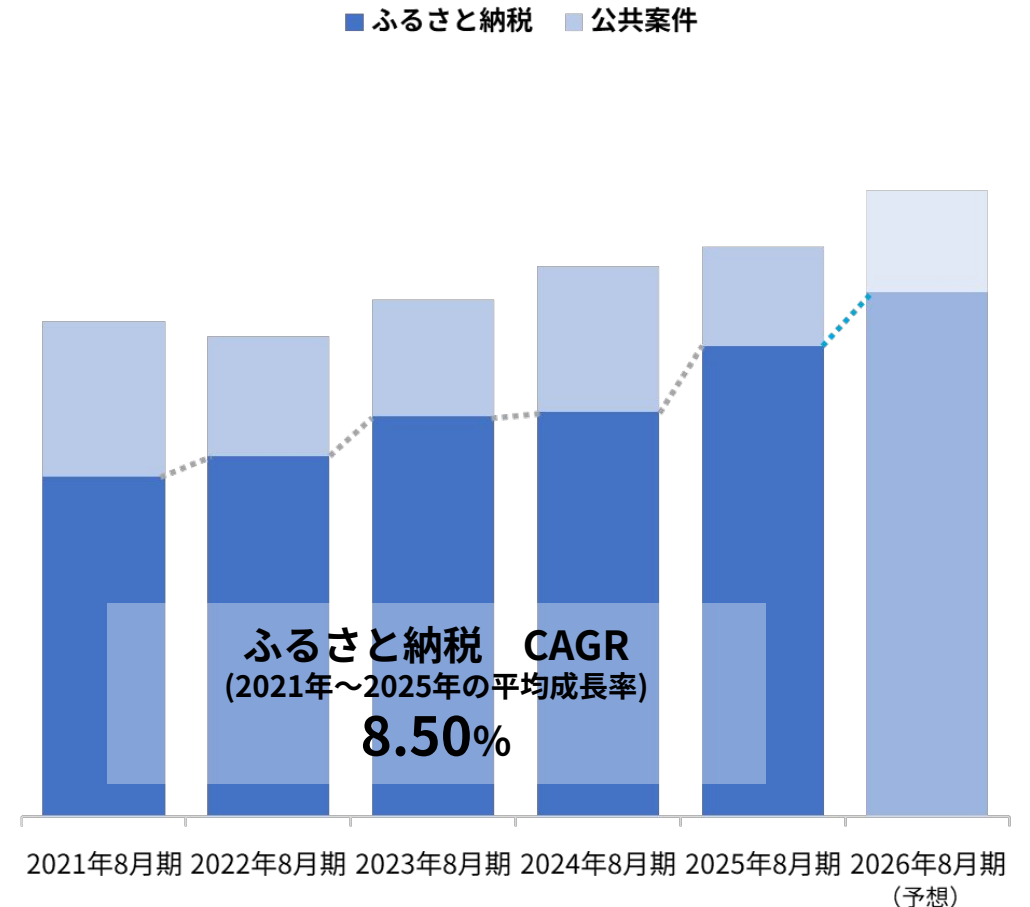
---

- 「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

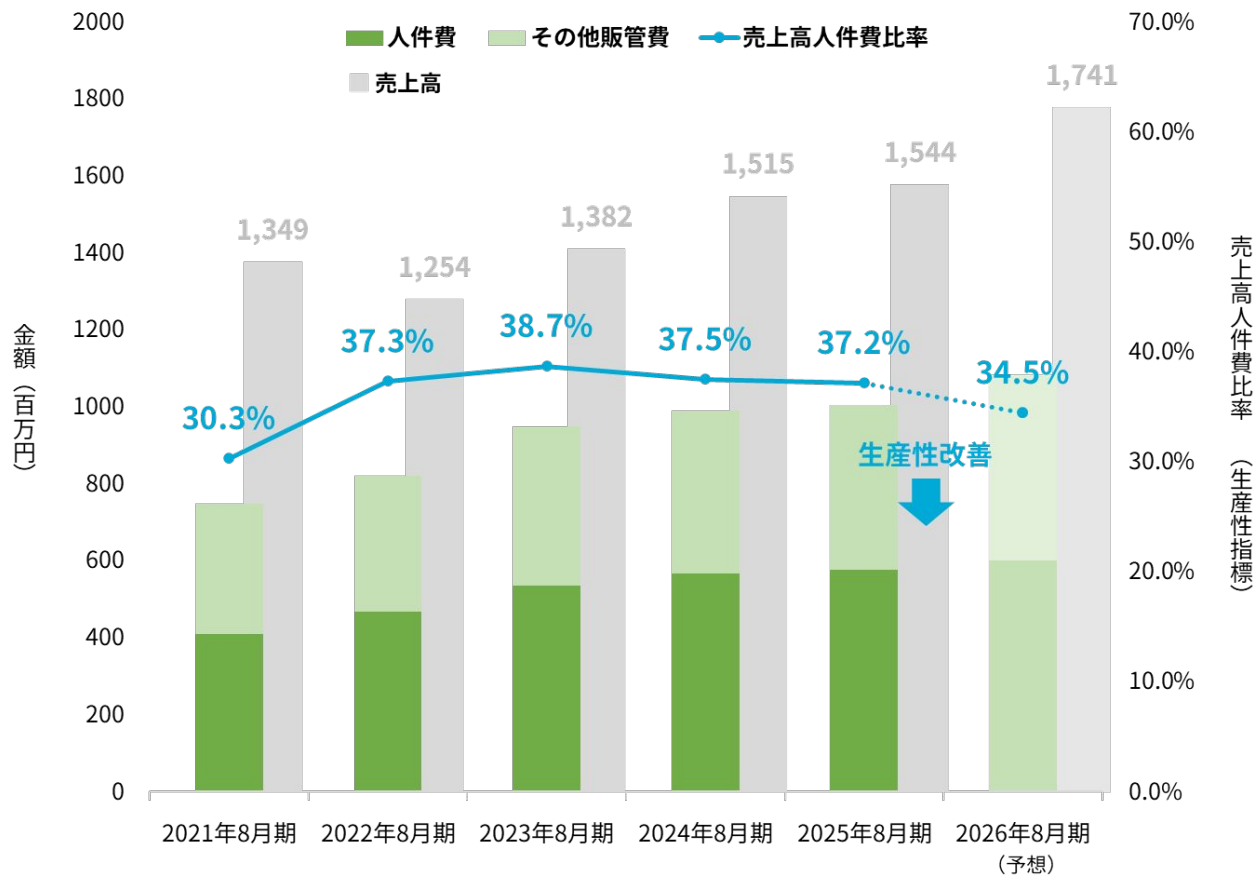


公共ソリューションセグメントの業績推移



- 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%

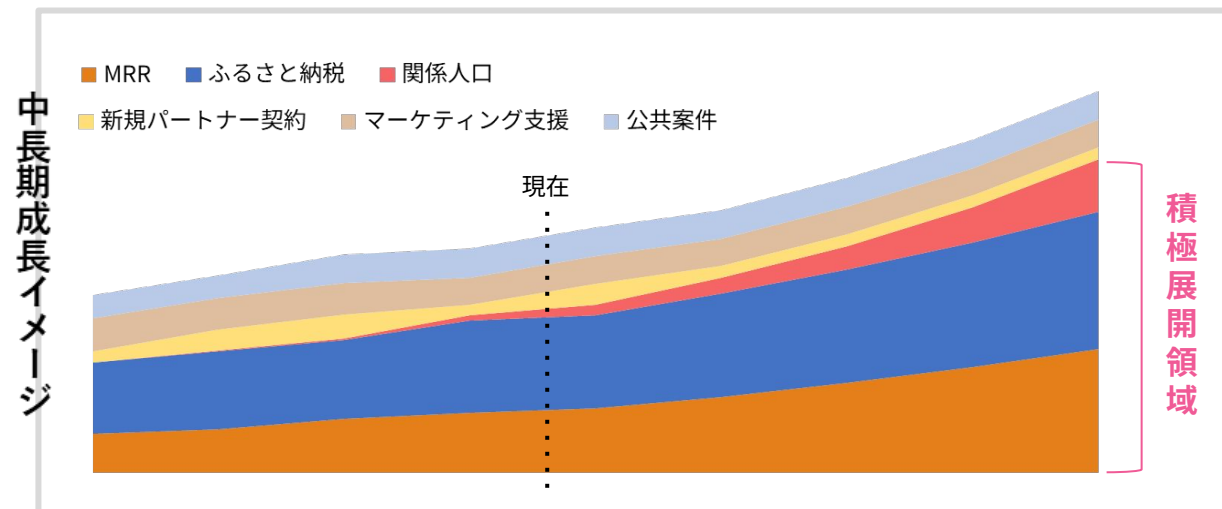
売上高	88百万円
売上成長率	+189.4%

営業利益黒字化への転換

KPI



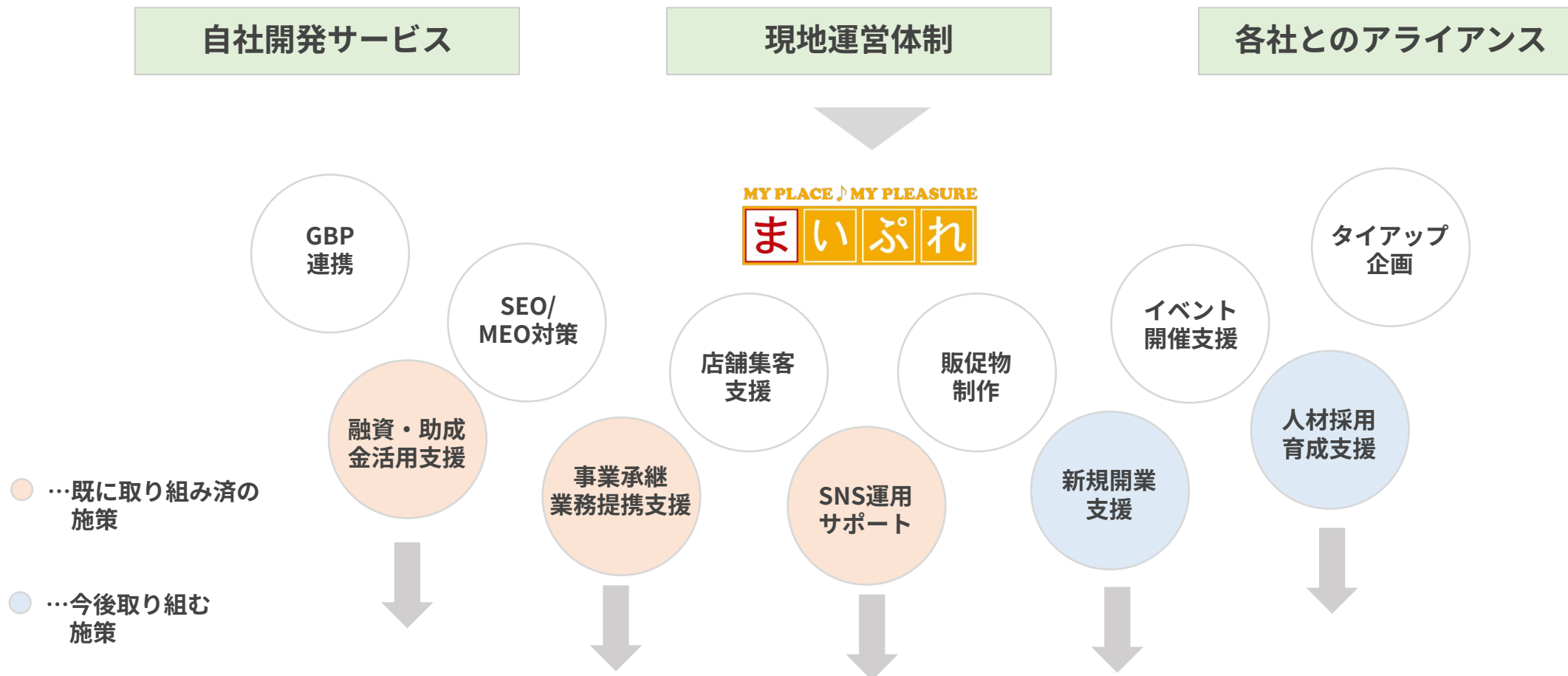
ふるさと納税  
寄付金額



- 2025年8月期に掲げていた成長戦略とその進捗状況は下記の通り。

前回資料 該当P	成長戦略	事業	進捗状況
P34	地域事業者向け経営支援機能の拡充	地域情報流通	地域情報特化型AIエージェント「まいぶれくん」のリリースにより、地域事業者のマーケティング支援・業務効率化支援の機能を高度化。「まるまるおまかせプラン」とあわせてより広い顧客層、多様な課題感にアプローチできるようになった。
P35	新サービス開発による単価の向上	地域情報流通	AI活用の新プランにより平均単価の向上が実現。「まいぶれくん」の有料利用店舗数は全国販売から約3ヶ月で1,000店舗を突破。よりハイエンドのサービスを求める顧客には「まるまるおまかせプラン」を提供し、平均単価は引き続き増加傾向にある。
P36	新規運営パートナー契約の加速	地域情報流通	マーケティング潮流の変化により、リード獲得に苦戦し、運営パートナー数は減少傾向、展開エリア数も前年並みとなった。パートナー数の減少が必ずしもMRR鈍化に結びつくわけではないことから、2026年8月期はパートナー数よりもMRR増加を重視。
P37	ふるさと納税寄付額増加に向けた取り組み強化	公共ソリューション	市場の競争は激化するも、寄付額向上のマーケティング施策に注力し、2025年8月期の寄付額は前年より増加し85.3億円となった。
P38	子会社「株式会社公共BPO」による 地方自治体向け業務支援サービス	公共ソリューション	グループシナジーを活かし、外部売上は安定的に増加。
P39	新規事業展開：まいぶれのご当地ギフト	関係人口創出	販売個数がシリーズ累計4,000個を突破。展開エリアのさらなる拡大・パッケージリデザイン・定期便サービスなどの新たな取り組みも拡充し、着実な事業成長へ。
P40	新規事業展開：まちスパチャプロジェクト	関係人口創出	地方創生交付金事業として、ふるさと納税に留まらないシティプロモーション全般を支援するプロジェクトとしての受託へ拡大。社会的インパクトと事業収益の両立モデルとして発展。

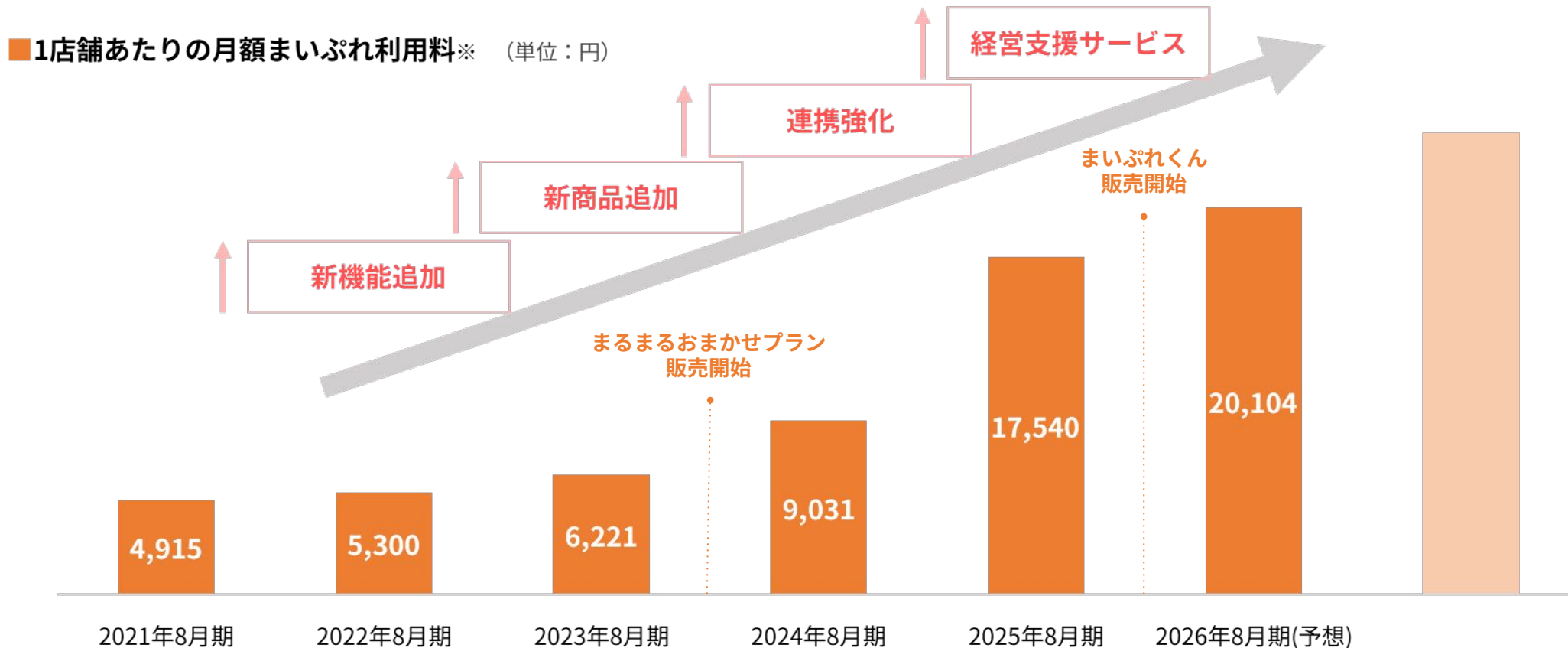
- 地域事業者向けの経営支援機能を拡充し、プラットフォームの価値を向上させ、MRR増加を目指す。



プラットフォームの価値向上に向け、さらなる経営支援機能の拡充へ



- 地域情報特化型AIエージェント「まいふれくん」などの新サービス開発により平均単価を向上させ、MRR増加を目指す。
- 「まいふれくん」は2025年4月23日から全国販売を開始し、着実に平均単価の向上に寄与している。



※当社直営エリアの2021~2024年8月期の有料利用店舗の平均単価および2025年8月期の着地見込みで算出しております。

- 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**

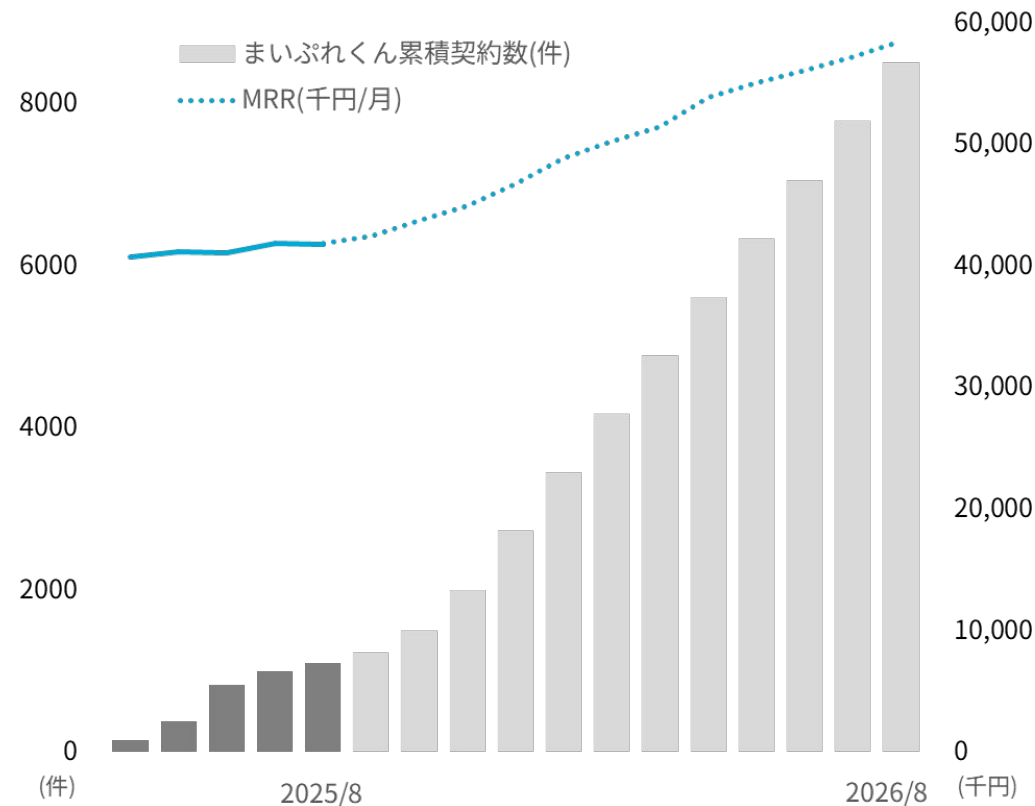
- メイン機能の使いやすさを向上するUIへの刷新
- 最適なタイミングで販促アイデアを提案してくれる相談相手のような体験創出



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

- 未だ成長市場のふるさと納税において、展開地域の拡大および契約自治体における寄付額向上の施策を強化。
- 伸びしろのある返礼品の開拓や商品化支援、広告運用も含めた効果的な寄付受付サイトの運用施策の推進に加えて、子会社である株式会社公共BPOと共にバックオフィス業務の効率化を進め、BPO業務としての品質を高めていく。



### 返礼品の開拓



これまでの知見と積極的な返礼品開拓力を活かし、寄付額に寄与する期待値の高い返礼品のラインナップを、各地の受託自治体で増やし、寄付額向上を支援。

### 商品化支援



事業者との顔の見える関係性を構築できる強みを活かし、返礼品提供事業者のサポートから、返礼品の魅力を高めるための商品化支援を進め、寄付額向上を図る。

### サイト運営施策



「ふるさとチョイス」をはじめとする寄付受付サイトの運用数増加と寄付者誘導施策に注力。広告投下・運用により、直接寄付額につながる施策に取り組む。

### 受託自治体増



受託自治体数の増加は、翌期以降の寄付額向上にも寄与する。既存パートナー運営エリアや、現在受託中自治体の近隣等に最新事例を案内し、新規受託へ。

### 高品質なバックオフィス



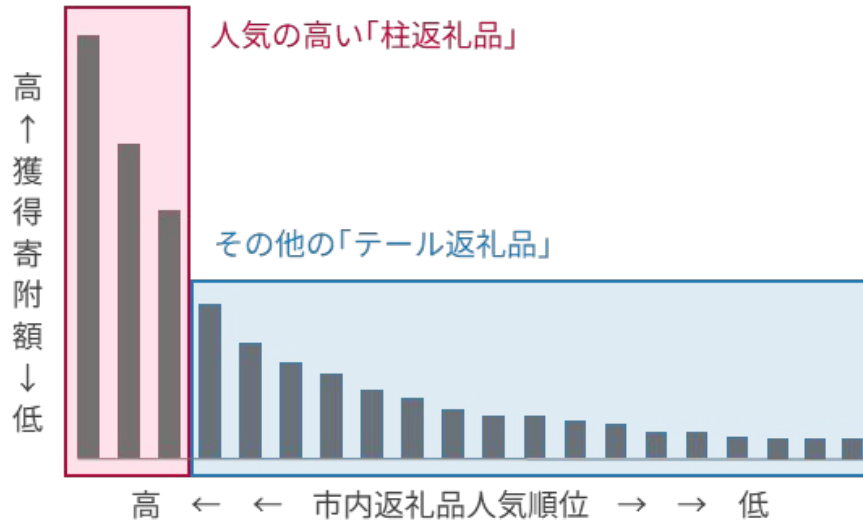
運営力×技術力による高品質なバックオフィスサービスと最先端のDX・BPOソリューションを提供し、低コストかつ高信頼な業務効率化を支援。

- 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

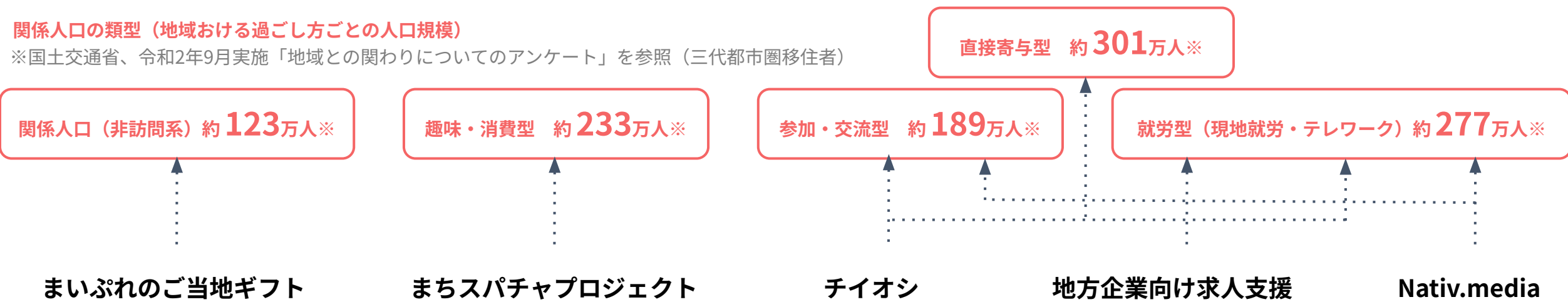


- 「まいぷれのご当地ギフト」「まちspaチャプロジェクト」「地方企業向け求人支援（ホンネサロン運営）」「Nativ.media」など、それぞれのサービスごとにシェア拡大を推進し、関係人口創出という領域におけるポジションを早期獲得する

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

- 自治体DXやふるさと納税による地域活性化のさらなる加速を目的に、「ふるさと納税do」を提供する株式会社シフトセブンコンサルティング、コールセンターやバックオフィス業務を提供する株式会社サンクネットの三社共同出資で設立。

## 公共BPO

地方自治体の業務支援、そして持続可能な地域社会の実現へ

STEP1

### 自治体向けバックオフィスの再構築

FLN・シフトセブン・サンクネットのふるさと納税の業務支援におけるコールセンターとBPO業務を段階的に集約し、効率と品質を高め、公共BPOとして新しく自治体に選ばれるバックオフィスを再構築。

STEP2

### ローカルで活躍する事業者の支援

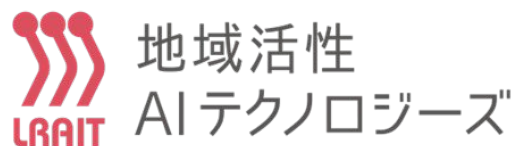
全国のふるさと納税の業務支援を行う事業者に対し、低価格で高品質なバックオフィスを提供し、ローカルで活躍する事業者を支援。

STEP3

### 地方自治体向け業務支援サービスの構築

FLNと公共BPO両社の強みを活かし、連結グループとして「ふるさと納税の業務支援」から「地方自治体の業務支援」へとソリューションを展開し、持続可能な地域社会構築と地域活性化を加速。

- AI技術を活用した地域課題の解決・地域活性化のさらなる推進を目的に、100%子会社として地域活性AIテクノロジーズ株式会社を設立。



AI技術の力を使い、地域の担い手を支援する

STEP1

#### リスクリング事業展開

地域人材のAIリテラシー向上を目的に、主に地方企業向けのリスクリング研修を実施。

AI活用人材の育成を通じて、地域産業の生産性向上を支援。

STEP2

#### AI機能のOEM展開

FLNが「まいぷれ」事業で培ってきたAI技術・業務支援ノウハウを基盤に、事業運営に課題を抱える他地域メディアやプラットフォーム事業者へのAIソリューションOEM提供を拡大。

STEP3

#### AI技術を活用した 包括的な地域活性化事業

FLNとLRAIT両社の強みを活かし、連結グループとしてAI×地域データを活用した包括的な地域活性化ソリューションを展開。持続可能な地域社会構築と地域経済の自立的成長を加速させる。



# 6 その他

---

当社グループの事業展開上のリスクのうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なものを抜粋。  
その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載する。

	事業等のリスクの内容	発生可能性/影響度	対応方針
インターネット 広告市場	<p>広告市場は市場変化や景気動向の変動による影響を受けやすく、今後、急激な景気の変化等が生じた場合、広告及びインターネット広告の需要に影響する可能性があります。</p>	中/大	<p>インターネット広告媒体としての提供価値にとどまらず、広告運用代行サービスやAIを活用した経営支援サービスを強化し、広告主のマーケティングから経営まで総合的に支援する役割を強化してまいります。</p>
パートナー契約の 状況	<p>2025年8月31日現在におけるパートナー契約締結先は154社となっております。これらパートナー各社が何らかの事情によりパートナー契約を解消する場合には、当該エリアの「まいぶれ」の運営が継続困難となり、当社グループが引き継ぐか、同エリアでの運営を希望する地域の企業等に引き継ぎを行います。その場合には、当該エリアでの情報量や営業活動が低下する可能性もあり、収益に影響を及ぼす可能性があります。</p>	高/大	<p>引き続き、パートナー企業の経営支援レベルの向上を図り、パートナーの事業成長を牽引することでパートナー契約の拡大をしております。</p>
システムの安全性	<p>巧妙化・複雑化したサイバー攻撃、不正アクセス、コンピュータウィルスの侵入、自然災害や大規模な事故、その他予期せぬ要因等により、当社のシステム障害や情報漏洩が発生した場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中/大	<p>ネットワークの常時監視、日常的な保守管理、継続的なシステム開発等により、システム障害を未然に防ぎ、万一発生してしまった場合でも迅速に適切な対応を行える体制を構築しております。 また、OS/ソフトウェアの定期アップデートの実施による脆弱性に対する対策、http通信の暗号化など継続的に実施してまいります。</p>
個人情報の管理	<p>外部からの不正アクセスや、当社の関係者や業務提携先等の故意又は過失による漏洩、改ざん、不正使用等の不測の事態により、個人情報外部に流出した場合には、適切な対応を行うための費用の発生や、当社に対する損害賠償の請求、当社の社会的信用の低下等により、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	高/大	<p>ネットワークの管理、独自のプライバシーポリシーの制定及び遵守、全従業員を対象とした社内研修の徹底、内部監査によるチェック等により、個人情報保護に積極的に取り組んでおります。 また、万が一に備え、個人情報漏洩保険に加入し、漏洩時の対応や損害賠償に備えております。</p>

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。

当資料は1年に1回更新して開示いたします。次回開示は2026年11月の予定です。

