



2026年8月期 第2四半期決算説明資料

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）

2026年4月14日

1

全体業績サマリー

2Q売上高875百万円、営業利益15百万円

2

MRR事業

まいぷれくんは有料利用店舗数が2,000件を突破
エンタープライズ向け高単価プランも後押ししてYoY+6.3%

3

ふるさと納税事業

売上高YoY△6.5%。セグメント利益ではYoY+7.4%
ポイント制度に依存しない寄付額増加施策を実行中

4

関係人口創出事業

セミナー開催やプレスリリースを通じて事業の認知度が向上
企業コラボ案件など大型の受注が増加

01 事業概要

02 2026年8月期第2四半期 業績結果

03 2026年8月期第2四半期 事業領域別トピックス

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. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

01 事業概要

02 2026年8月期第2四半期 業績結果

03 2026年8月期第2四半期 事業領域別トピックス

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

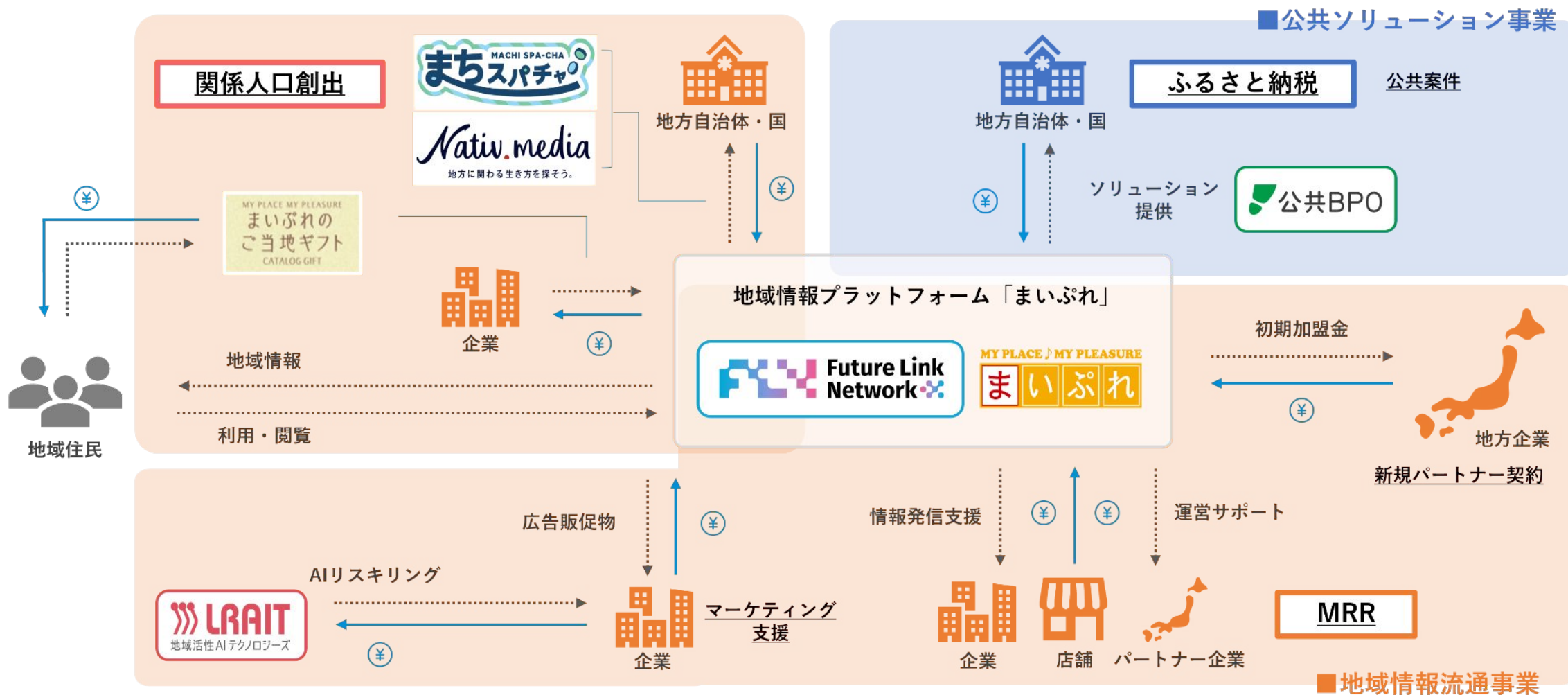
3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

サブスク型の地域情報プラットフォーム「まいふれ」を軸に、
地域の中小企業・店舗や地方自治体など多様なステークホルダーに価値提供を行う



2セグメントと6つの事業領域で構成される

「MRR」「ふるさと納税」が売上の約7割を占める。今期はこの2つにリソース投下し、「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	内容	26年8月期 売上計画比率	該当 ページ
地域情報流通	MRR	直営まいふれ利用料	「まいふれ」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。	34.3%	P.11
		ロイヤルティ売上(固定)			
		ロイヤルティ売上(変動)			
地域情報流通	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。	4.9%	P.26
	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。	10.0%	P.26
	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。	5.1%	P.21
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。	38.3%	P.17
	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。	7.4%	P.26
まいふれポイント売上		案件ベースの開発・運営が中心。			

01 事業概要

02 2026年8月期第2四半期 業績結果

03 2026年8月期第2四半期 事業領域別トピックス

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. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

売上高875百万円。営業利益15百万円。営業利益が黒字化しYoYでプラスとなった。

	2025年8月期		2026年8月期				
	(百万円)	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		837	1,544	1,741	875	+4.5%	50.3%
地域情報流通事業		349	766	945	403	+15.4%	42.7%
1 MRR売上		241	488	598	256	+6.3%	42.8%
新規パートナー契約売上		22	64	85	12	△43.3%	15.0%
マーケティング支援売上		80	177	173	94	+17.5%	54.7%
関係人口創出売上		5	36	88	39	+685.6%	44.4%
公共ソリューション事業		488	778	795	472	△3.3%	59.3%
2 ふるさと納税売上		421	589	666	393	△6.5%	59.0%
公共案件売上		66	188	128	78	+17.1%	60.9%
3 売上原価		335	557	654	304	△9.1%	46.5%
売上総利益		502	987	1,086	570	+13.6%	52.5%
売上総利益率		60.0%	63.9%	62.4%	65.2%	-	-
販管費		505	1,005	1,086	555	+9.9%	51.2%
営業利益		-3	-17	0	15	-	-
営業利益率		-0.4%	-1.1%	0%	1.7%	-	-
経常利益		-5	-20	-2	14	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益		-18	28	29	-5	-	-

ポイント

1

まいぷれくん契約店舗は2,000件を突破。パートナーエリアでの販売も徐々に拡大中

2

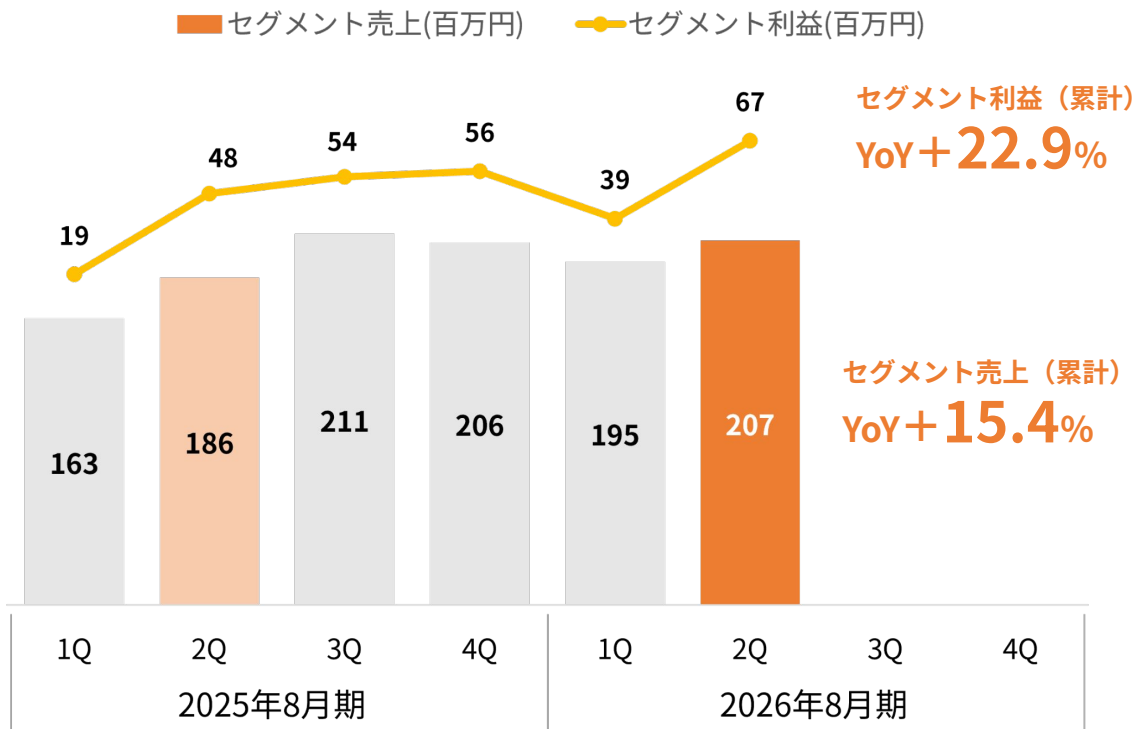
BPO業務の安定性が向上し外注費を削減。セグメント利益ではYoY+7.4%

3

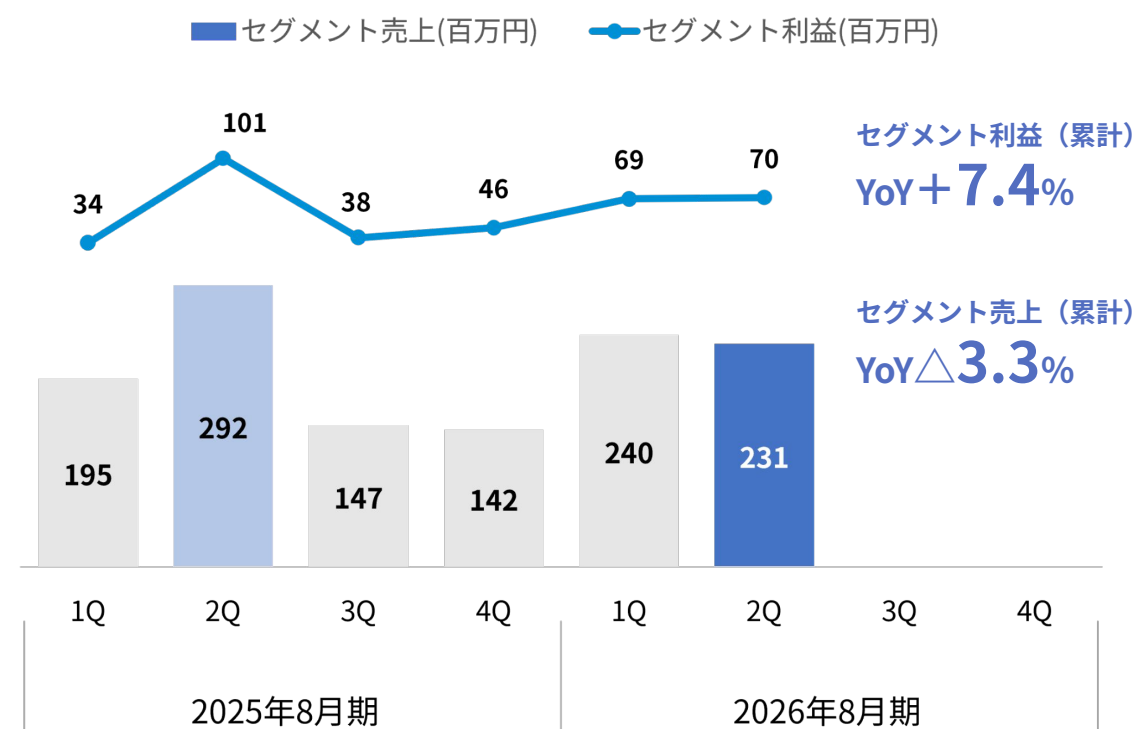
継続的に全社通じて原価の抑制をし、利益ベースでは改善の兆しがある

地域情報流通事業セグメントは、前Qに引き続き売上・利益ともに堅調に成長中
 公共ソリューション事業セグメントは、原価削減により累積利益がYoY+7.4%と進捗

■地域情報流通事業セグメント



■公共ソリューション事業セグメント



※当社は2025年8月期本決算より、経営実態をより適切に表すため各報告セグメントのセグメント資産の見直しを行い、従来、調整額に含めていた全社資産のうち地域情報プラットフォーム「まいぷれ」に関わるソフトウェア資産を「地域情報流通事業」セグメントに配分しております。なお、2025年8月期の各四半期のセグメント利益は、変更後の算定方法により作成したものを記載しています。

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%

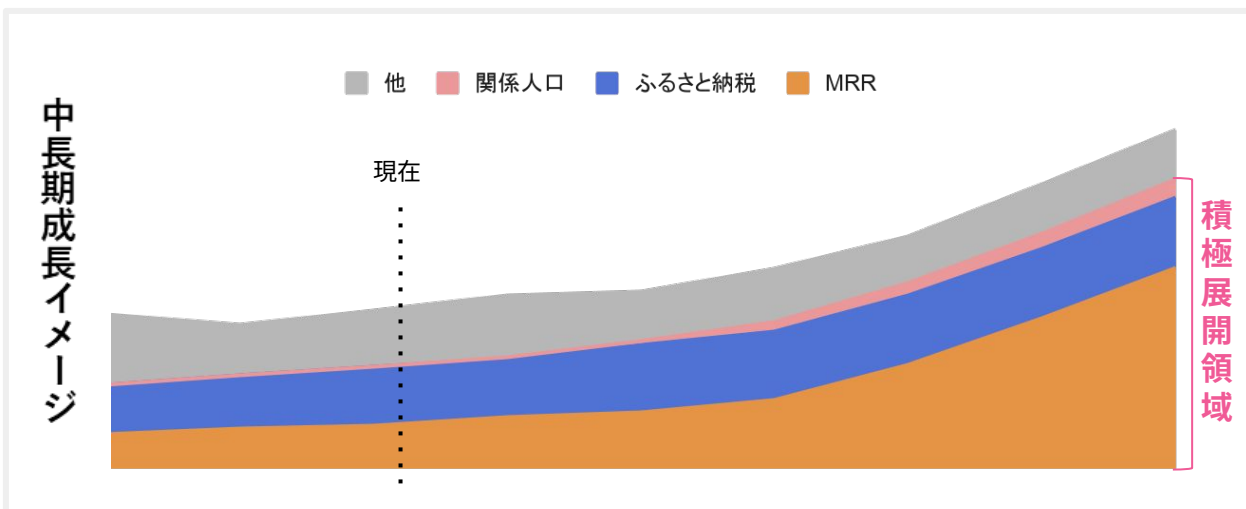
売上高 88百万円
売上成長率 +189.4%

営業利益黒字化への転換

KPI



ふるさと納税
寄付金額



01 事業概要

02 2026年8月期第2四半期 業績結果

03 2026年8月期第2四半期 事業領域別トピックス

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. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

利用店舗数は前年比で微減、平均単価は前年比で順調に増加
 チェーン店舗を持つエンタープライズ向けの案件が単価上昇の要因

■まいふれプラットフォーム利用店舗数 ※1

2026年8月期第2四半期実績

17,545 店舗

前年同期比
 △16店舗

計画達成率
87.2%
 (計画20,104店舗)

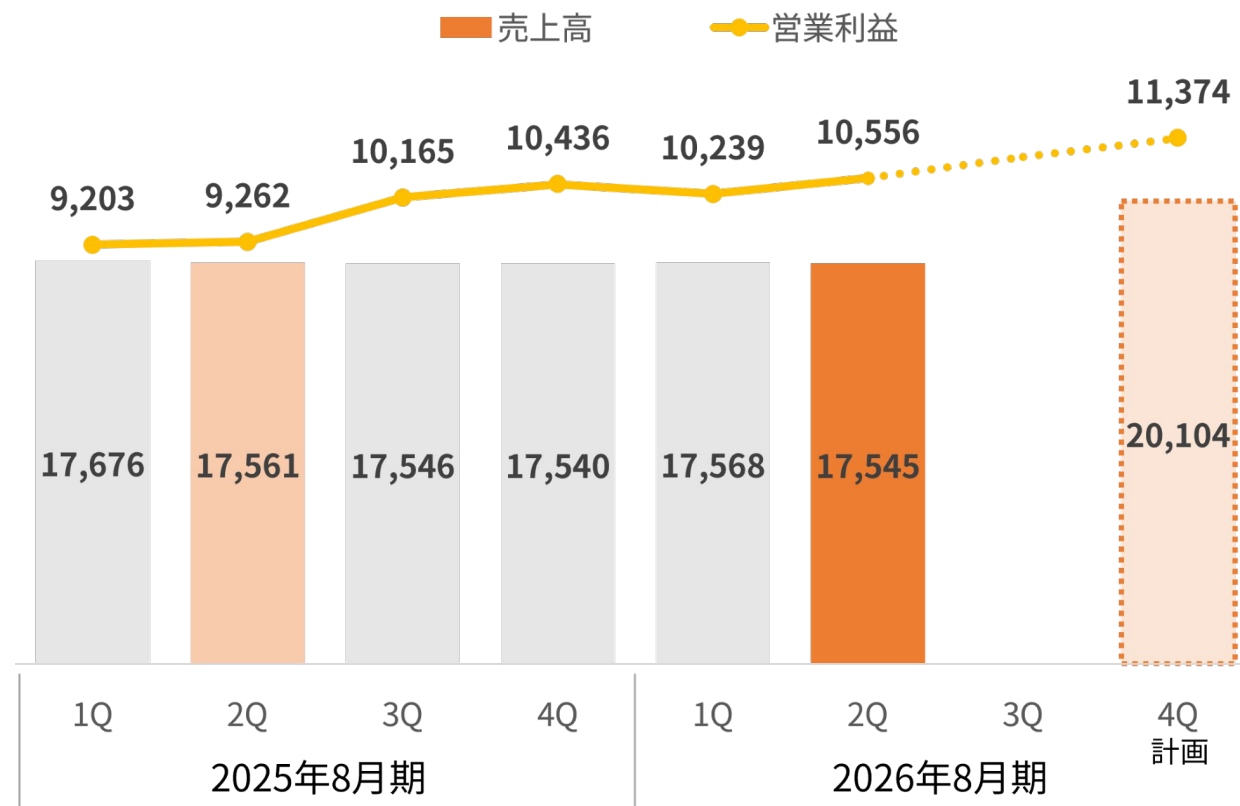
■平均単価 ※2

2026年8月期第2四半期実績

10,556 円

前年同期比
 +1,295円

計画達成率
92.8%
 (計画11,374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11月末時点の有料利用店舗の平均単価。

前Qに引き続きパートナーMRRの売上向上に注力した施策を推進中。

収益は前年度同期比+6.3%で増加

■ 運営パートナー数

2026年8月期第2四半期実績

146社

前年同期比
△17社

計画達成率
98.6%
(計画148社)

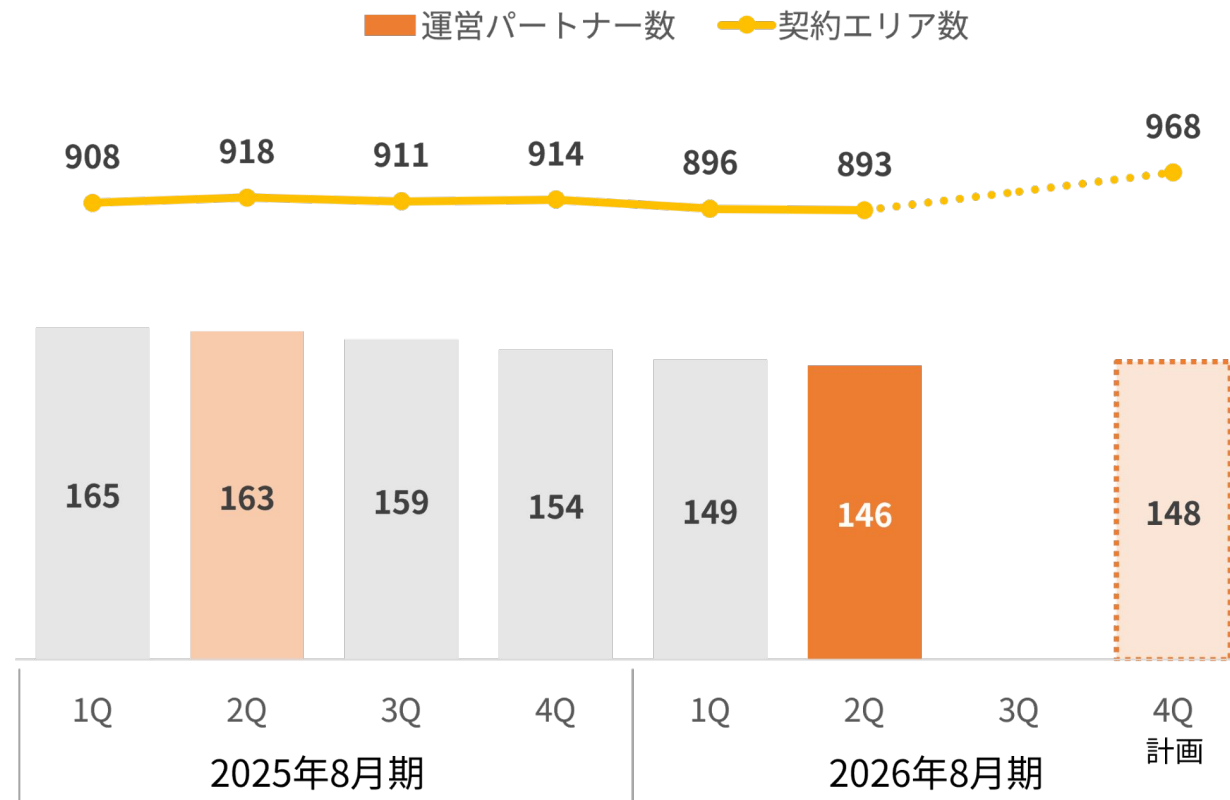
■ 契約エリア数

2026年8月期第2四半期実績

893市区町村

前年同期比
△25市区町村

計画達成率
92.2%
(計画968市区町村)



店舗利用画面UIの大型アップデートを実施。地道な開発が利用店舗数2,000件突破の一助となった

MY PLACE MY PLEASURE

まいぷれ

店舗の管理画面刷新
満足度向上へ



利用者の声やサービス上の行動を深く分析し、ユーザーに寄り添ったアップデートを実施

- まいぷれ利用店舗向けの管理・編集画面のUIをリニューアル。
- 感覚的な操作でニュース作成が可能となり、AIによる画像判定を活用したキャプション自動生成機能も追加され、情報発信にかかる時間と負担を大きく削減することが可能に。

利用店舗からの声

- 文章作成のクオリティが高く、投稿にかかる時間が大幅に短縮できた
- 情報発信のハードルが下がり、継続的にニュースを更新できるようになった
- 業務効率が改善し、時間に余裕が生まれたことを実感している

まいぷれくん開発を契機にプラットフォームの価値が強化されたことを踏まえ
MRR領域のさらなる成長加速のために「プラットフォームシステムのOEM展開」と「まいぷれの海外展開」が始動
詳しくはP32以降

New Engine

OEM展開

未開拓事業者への
指数関数的スケール



New Engine

グローバル展開

日本国外の
メガトレンドの獲得



01 事業概要

02 2026年8月期第2四半期 業績結果

03 2026年8月期第2四半期 事業領域別トピックス

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

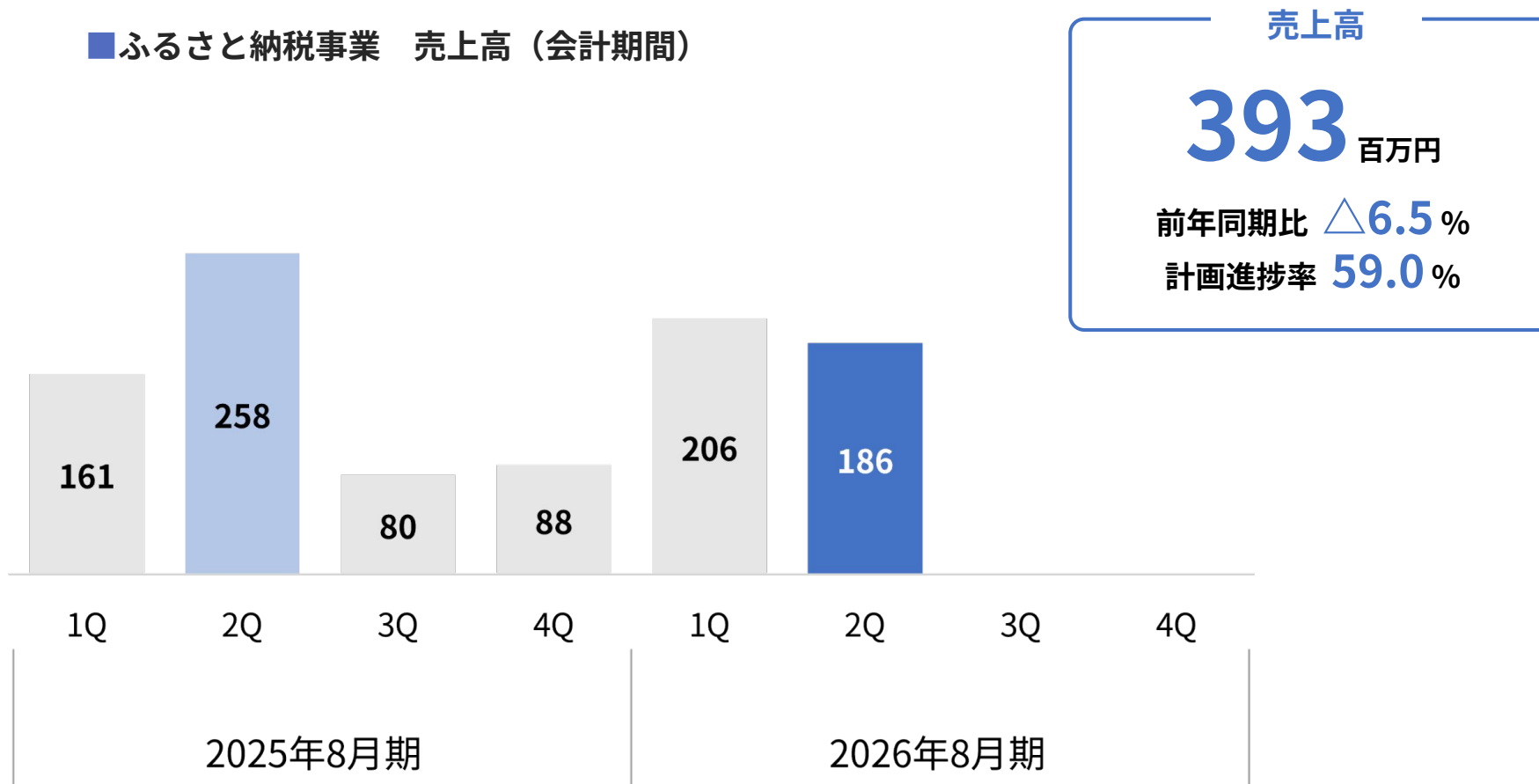
3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

YoY△6.5%。9月ポイント制度改正前の駆け込み需要の反動で、第2四半期の売上は前年比で減少
 期全体で標準化すると堅調に進捗中



9月駆け込み需要の反動はあったものの、市場動向に合わせた細やかなマーケティングで
第2四半期の寄付額は前年比で微増

■ふるさと納税寄付額

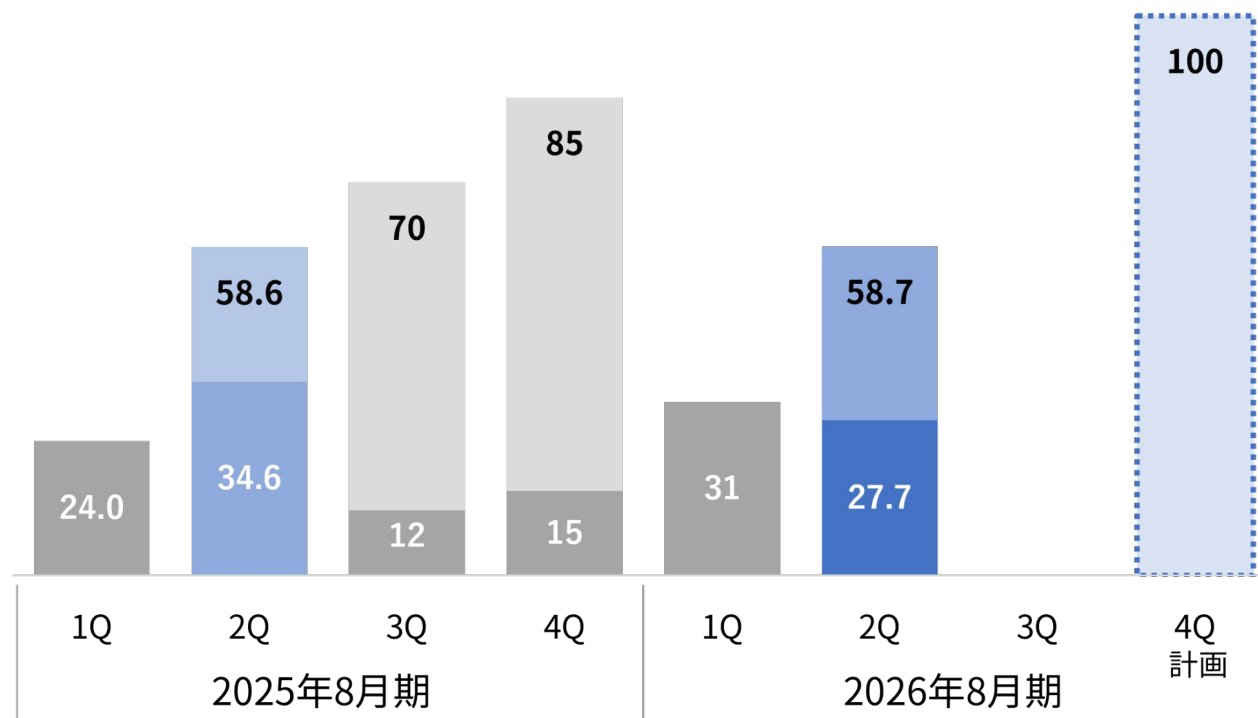
2026年8月期第2四半期実績

58.7 億円

前年同期比
+0.1 億円

計画達成率
58.7 %
(計画100億円)

■ ふるさと納税寄付額 (億円)

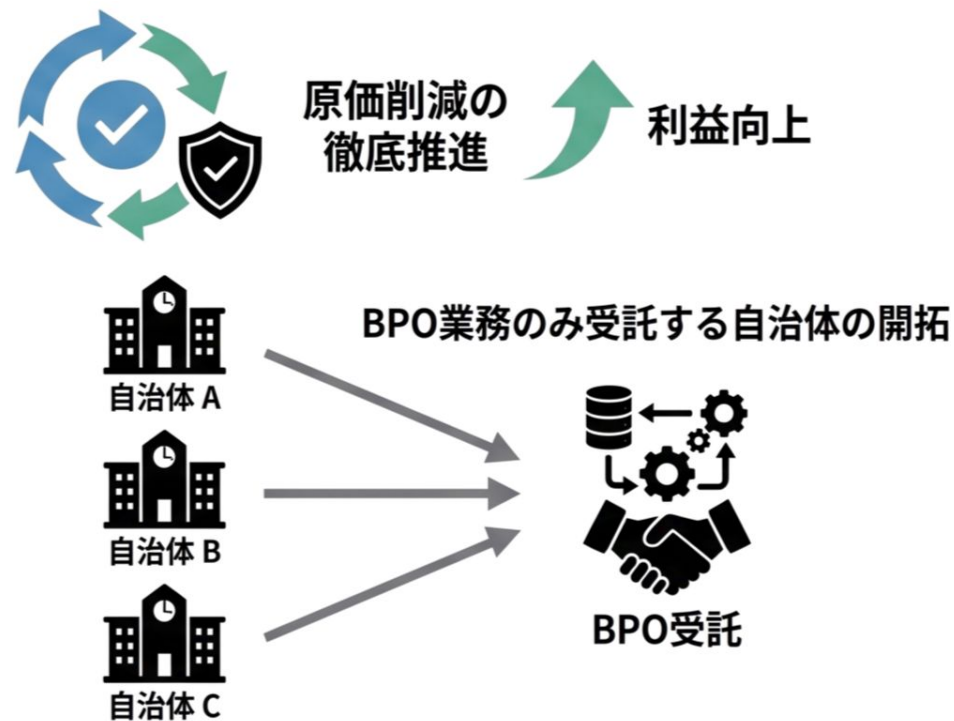
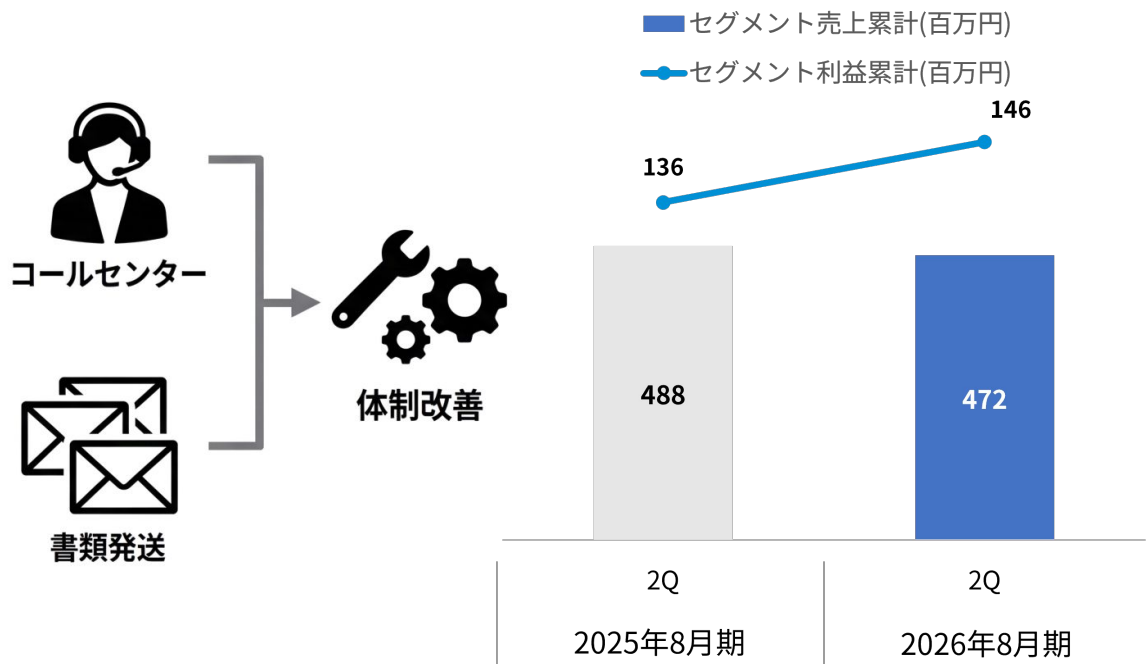


原価削減の施策によりセグメント利益ではプラスに

原価削減施策は引き続き徹底して推進 BPO業務のみの案件獲得にも注力

原価削減の施策として、コールセンター・書類発送内部体制を改善
したことにより運用基盤が安定し数字としても結果が表れた

ふるさと納税売上の推進・原価削減を継続して利益向上
BPO業務のみ受託する自治体の開拓にも注力中



01 事業概要

02 2026年8月期第2四半期 業績結果

03 2026年8月期第2四半期 事業領域別トピックス

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. その他の事業領域

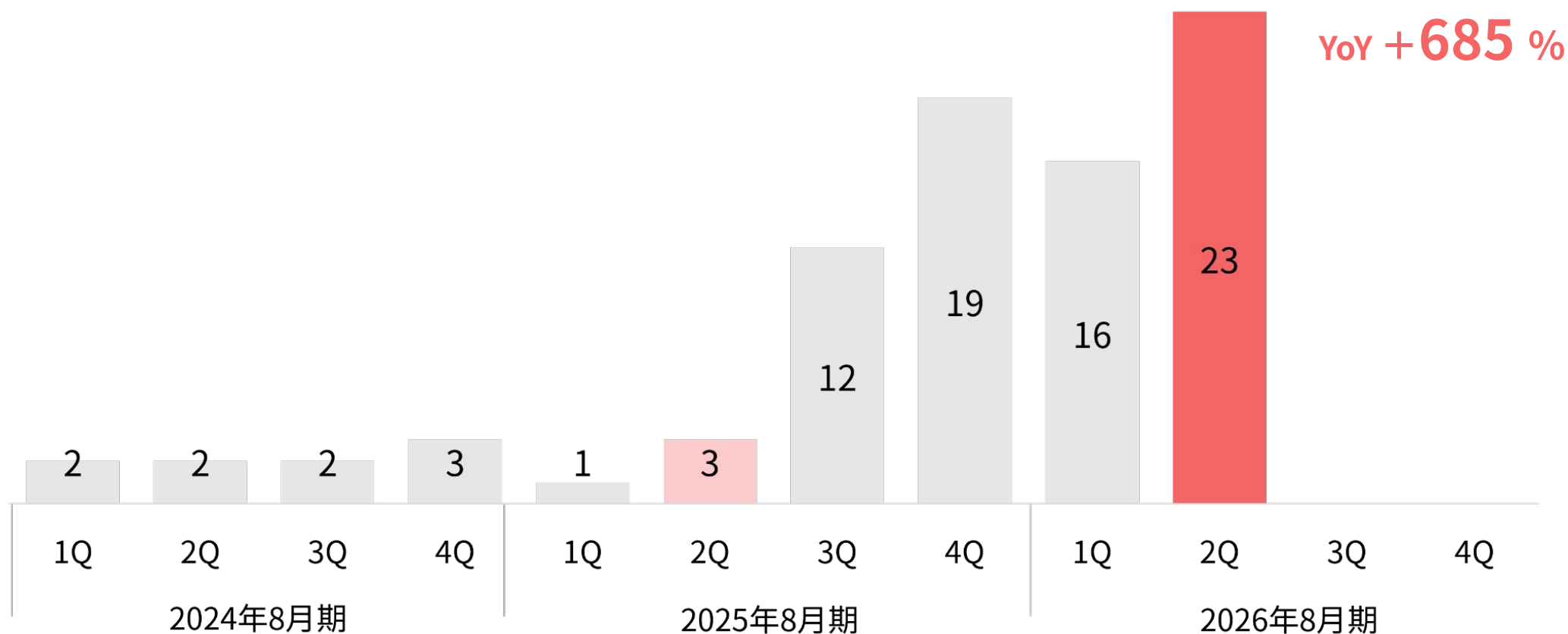
04 今後の成長戦略

05 Appendix

自治体やまちづくり企業を対象にしたセミナー等を積極的に開催し認知度向上
 企業とのコラボ案件も増加し収益を後押ししている

■ 関係人口創出事業 売上高

(百万円)



創業以来培ってきた地域事業者・地方自治体等とのビジネス基盤を強みに、
多様な個人と地域とを「情報発信」と「関わりシロのコンテンツ提案」でマッチングし、売上を創出する

地方移住・関係人口創出プラットフォーム、
地域の仕事ホンネサロン等



地域情報プラットフォーム、地域ポイント、
遊休不動産活用、地域求人等



市民との交流会、地域イベント参加等



地域特化型カタログギフト、ふるさと納税、
VTuberとのコラボレーション等



地場産業体験ツアー、観光案内等





【まちすぱちゃプロジェクト】川口市内で各種イベント開催により認知度向上

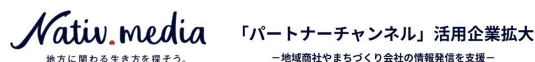
- 川口市内の回遊を促す企画を継続的に実施
- 現地イベントに150人が参加するなど、オフライン／オンライン問わず盛況となり、横展開できるモデルの構築がされた。

【Nativ.media】パートナーチャンネル活用企業拡大

- 自治体に向けて展開していたNativ.mediaのチャンネル機能を、官民連携を実施する民間の地域商社やまちづくり会社にも展開を開始。
- 媒体力を活かして3社が新たにパートナーチャンネルの利用者となった。

【地域の仕事”ホンネ”サロン】企業コラボの案件増加

- 企業の認知度向上や採用課題の解決を目的とした、学生向けのプログラムを1か月にわたり実施。
- ”ホンネ”サロンのセミナーだけではない企業コラボプログラムが続々と展開中。



01 事業概要

02 2026年8月期第2四半期 業績結果

03 2026年8月期第2四半期 事業領域別トピックス

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. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

新規パートナー契約は中長期成長戦略と関連して営業方針の転換中。

マーケティング支援、公共案件は前年度期比で好調に推移。

■新規パートナー契約

売上高

12 百万円

- プラットフォーム機能のOEM展開も含めて営業体制を再構築中

■マーケティング支援

売上高

94 百万円

- YoY17.5%。大手チェーンへのアプリ開発や情報発信支援案件など、長らく仕込んでいたものが受託に繋がる

■公共案件

売上高

78 百万円

- YoY17.1%。ポイント配布事業運営等これまでの自治体との関係性を活かした追加受託が発生
- 「伊丹市子どもの習い事応援事業」に係る管理・運営プラットフォームの開発を実施

01 事業概要

02 2026年8月期第2四半期 業績結果

03 2026年8月期第2四半期 事業領域別トピックス

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. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

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

プラットフォームの価値

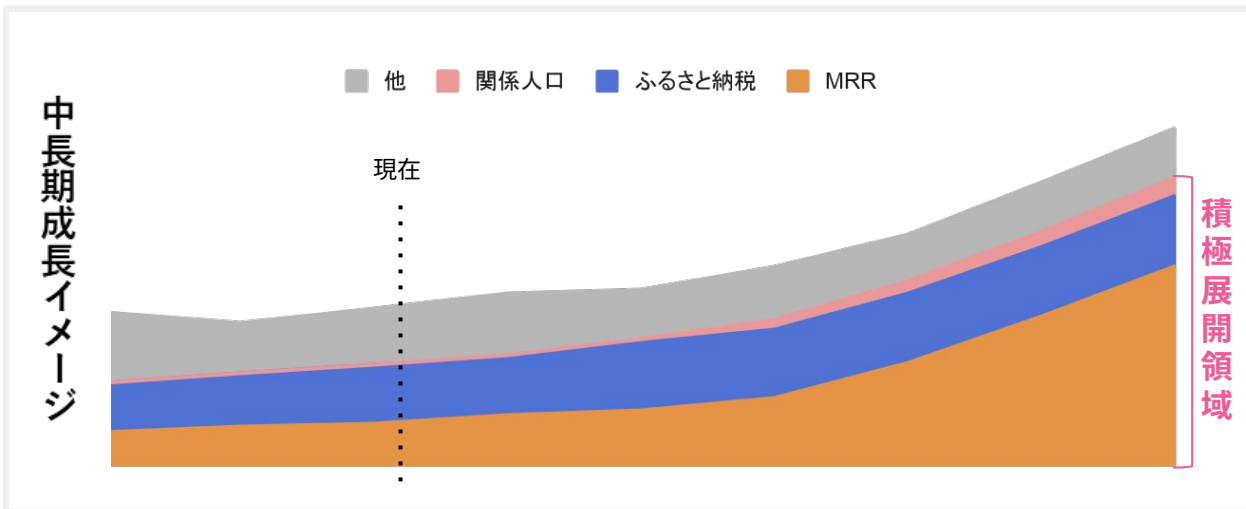
まいぶれ 利用店舗数	×	平均単価
---------------	---	------

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

KPI



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」。

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。

プラットフォームの価値向上・拡大により成長を加速させ、
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



ARR100億円の到達タイミングを前倒しするための新たな取り組みとして
「OEM展開」「グローバル展開」を始動・推進

1. 既存サービスの 高度化

AIによる単価UP



New Engine

2. OEM展開

残りの94%への
指数関数的スケール



New Engine

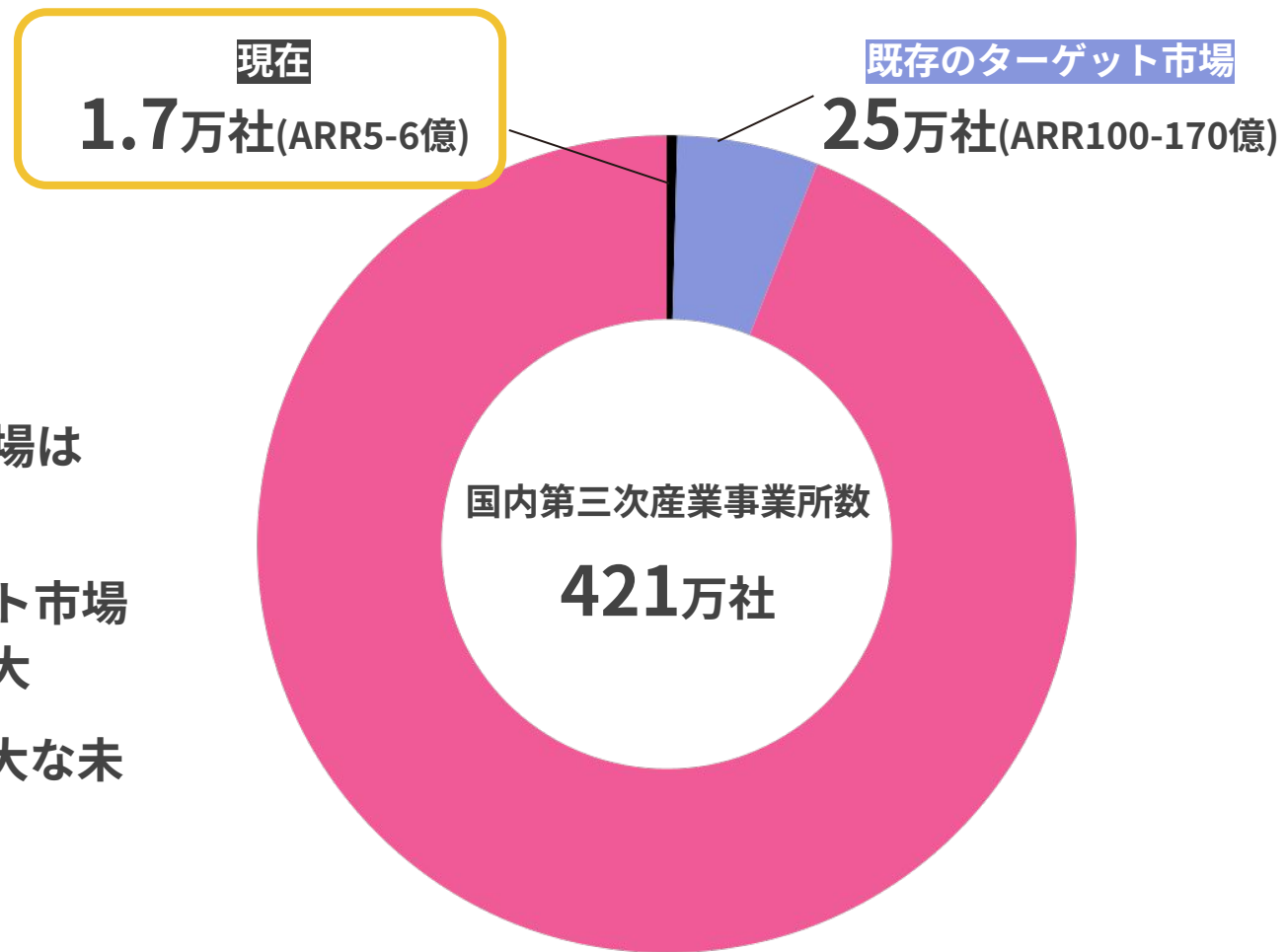
3. グローバル展開

日本国外の
メガトレンドの獲得



日本国内においても現状の延長線の外で獲得できる領域がある

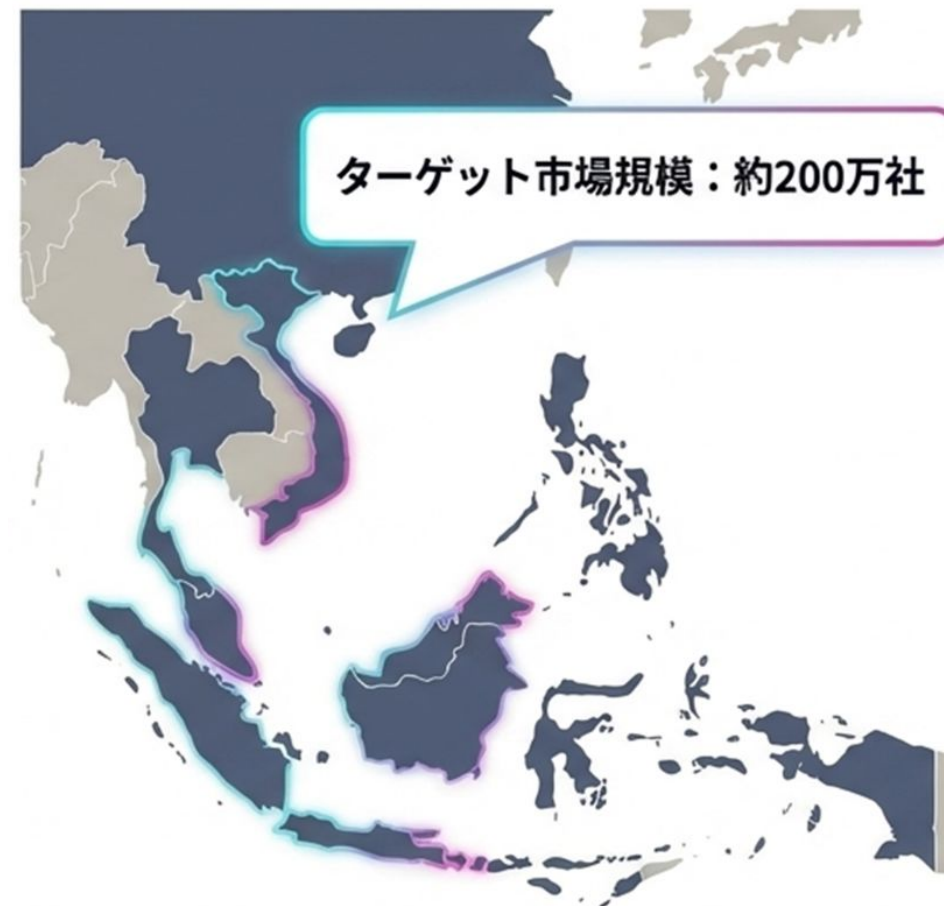
- 現在、「まいぷれ」契約店舗数は約1.7万社
- 「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わないため、国内で約421万社と広大な市場
- 従来の直営・パートナーモデルでのターゲット市場はシェア率6%を目安としており、25万社を想定
- 現状の商品構成から算出すると、現状のターゲット市場でもARR（年間経常収益）100-170億円規模と巨大
- 一方で、裏を返せば94%（約400万社以上）の巨大な未開拓領域が残されている



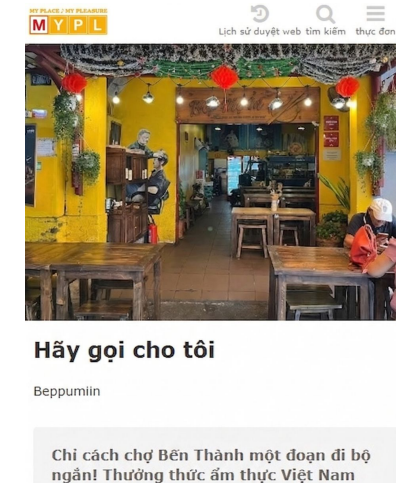
- 地域情報プラットフォーム「まいぷれ」のシステムを裏方として提供する、OEM展開
- ターゲットは、特定地域に基盤を持つメディアや、全国ネットワークを持つ多店舗チェーンの本部
- 彼らが抱える“DX化”への課題に対し、地域情報プラットフォーム「まいぷれ」を相手先ブランド（ホワイトラベル）で提供し、市場を一気に拡大
- 新しく営業体制を構築し、営業活動を推進中



- 日本で培った「少子高齢化・人手不足の時代にローカルビジネスを支援するノウハウ」は、今後世界で求められるソリューション
- 複数国の視察・調査を経て、「まいふれ」の強みである『MEO対策』『SNS連携』等を活かせる市場を選定
- 東南アジア諸国のターゲット市場規模は約200万社
- 日本で成熟させたノウハウを武器に、現地のデジタルマーケティング需要を取り込む

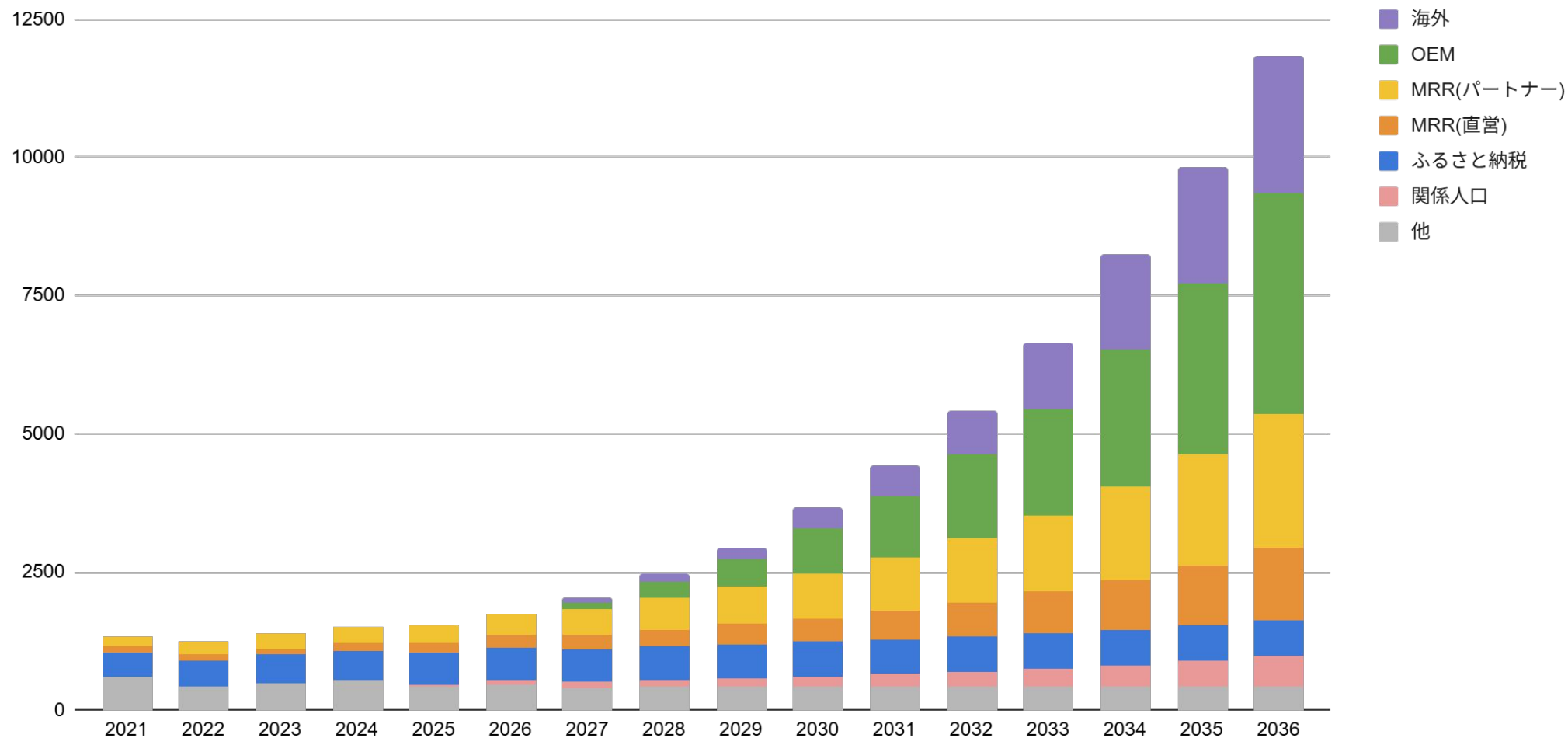


- 第一段階として、ベトナム（ホーチミン）から始動
 - ベトナムでは2026年の法改正により、ステルスマーケティングが厳格化
 - これまで店舗集客の主流だったインフルエンサー依存の集客が崩壊し、地域事業者のマーケティングへの危機感が増大
 - これら市場の課題に対し、AIエージェント「まいぷれくん」の機能がフィット
- ホーチミン版のまいぷれオープンに向けて現地での営業活動を推進中



OEM・グローバル展開の加速により、ARR100億円の到達タイミングを前倒しし、飛躍的な成長を実現する

(単位：百万円)



01 事業概要

02 2026年8月期第1四半期 業績結果

03 2026年8月期第1四半期 事業領域別トピックス

3-1. MRRの成長加速

3-2. ふるさと納税の拡大

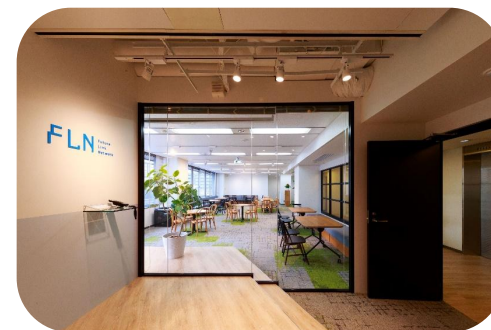
3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

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	173名（2026年2月末現在 有期雇用含む 連結）	
資本金	289,297,219円（2026年2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 岡田 亮介 中川 拓哉 毛利 裕二 神崎 進 片町 吉男 石倉 雅恵	代表取締役 取締役 取締役 社外取締役 取締役（監査等委員） 社外取締役（監査等委員） 社外取締役（監査等委員）
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。

	セグメント	概要
<p>(株)公共BPO</p>  <p>公共BPO</p>	<p>公共ソリューション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2022年9月設立 ■ (株)Workthy、(株)サンクネットとの三者共同出資 ■ 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 ■ 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
<p>地域活性 AIテクノロジーズ (株)</p>  <p>地域活性 AI テクノロジーズ</p>	<p>地域情報流通 (新規事業)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2024年9月設立 ■ フューチャーリンクネットワークが 100%出資 ■ 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"> - AI技術を活用した地域活性化事業 - 先進AI技術の開発検証事業 - AIを中心としたリスキリング・ラーニング事業

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。

05 Appendix

当社の強み・優位性

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。

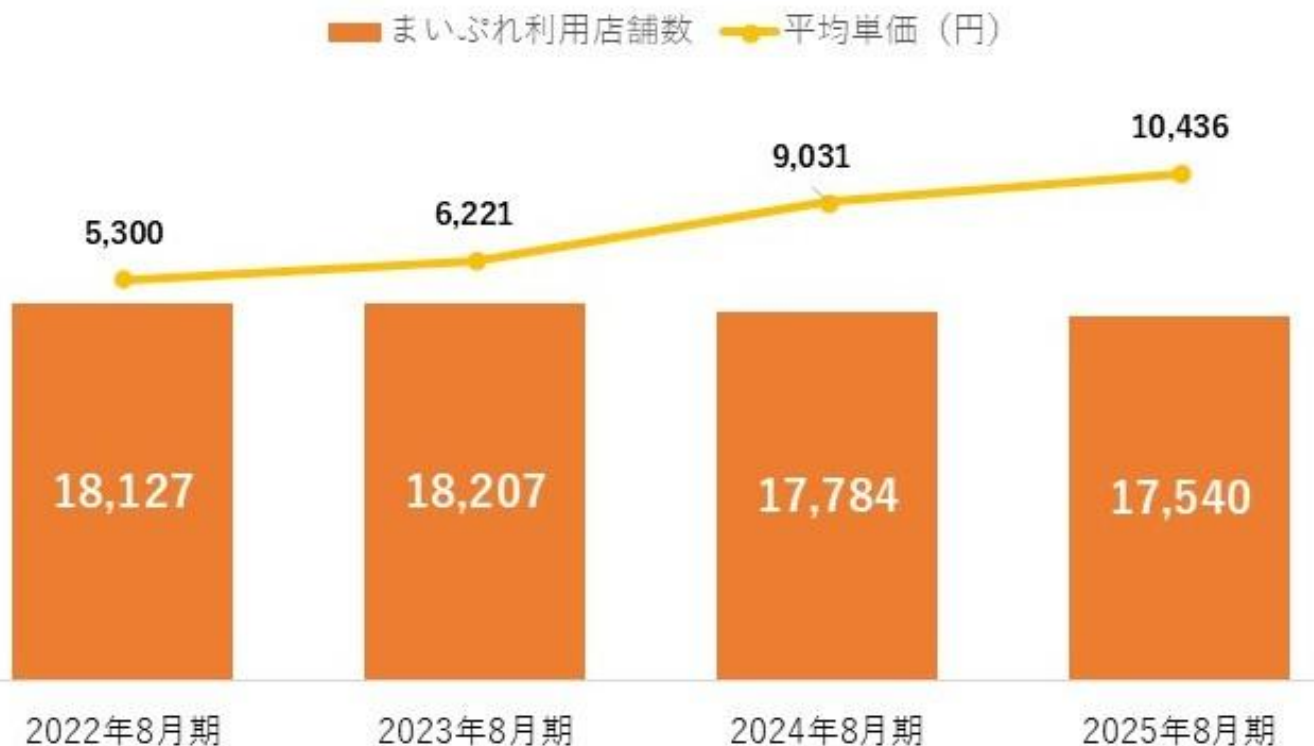
パートナーモデルの採用により、全国で地域密着型の強固な顧客基盤を築けている。

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。



「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。

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

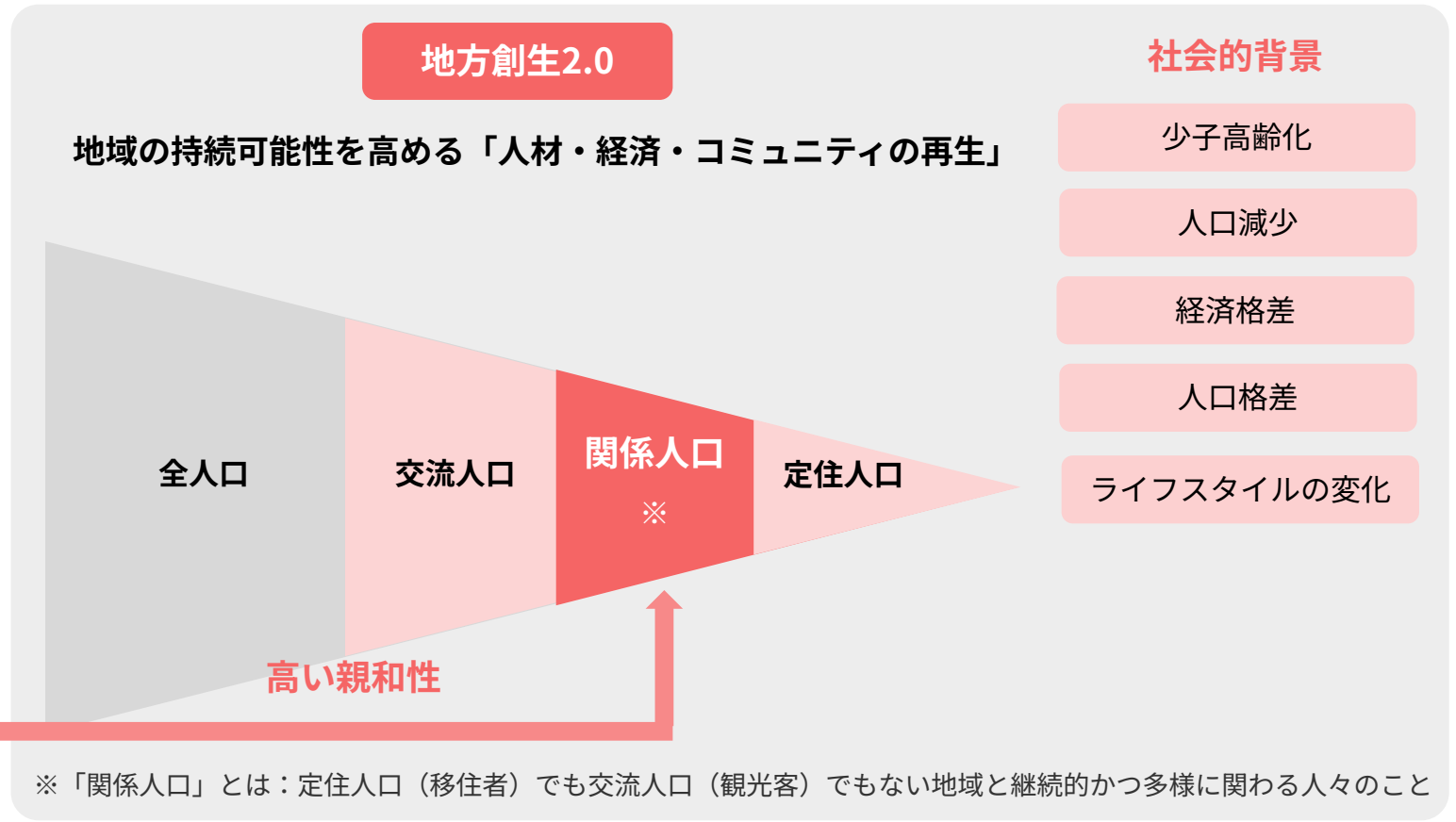
災害情報伝達手段の
高度化推進



- 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



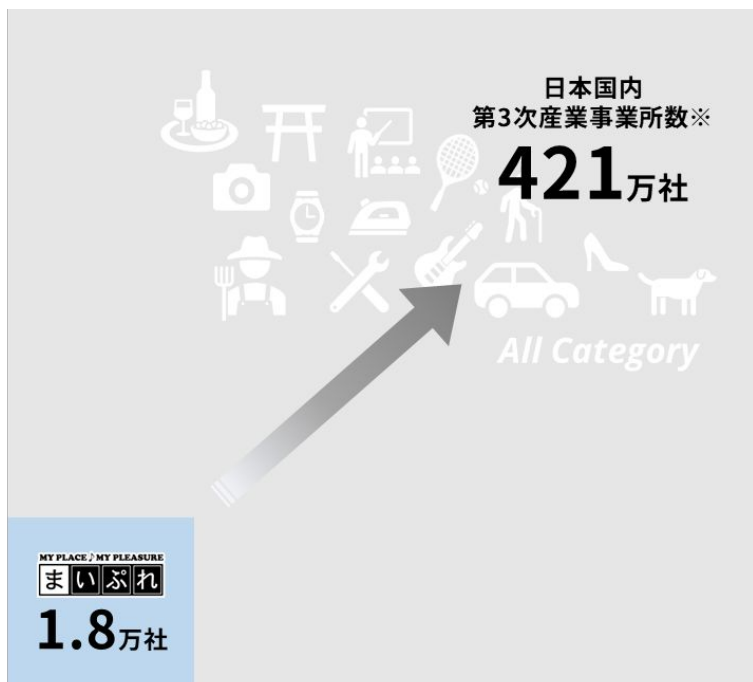


05 Appendix

市場環境

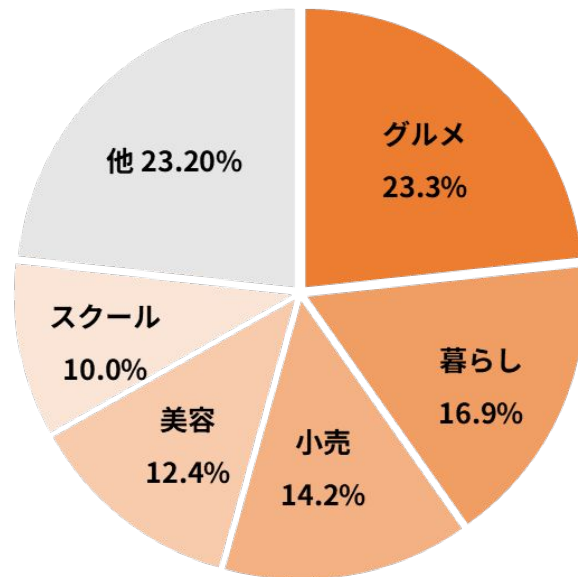
- 「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わないことから、国内で広大な市場開拓余地がある。
- 広告市場においては、プロモーションメディア広告市場でDXを促進する役割も担うため、インターネット広告市場とあわせて約5兆の市場規模がある。

■顧客対象となる業種の市場規模

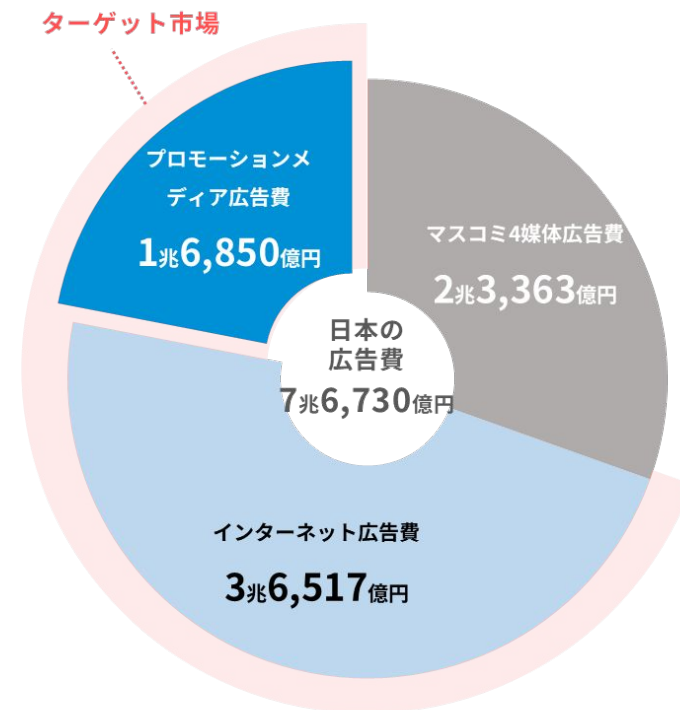


※総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より

■まいぷれ利用顧客の業種内訳



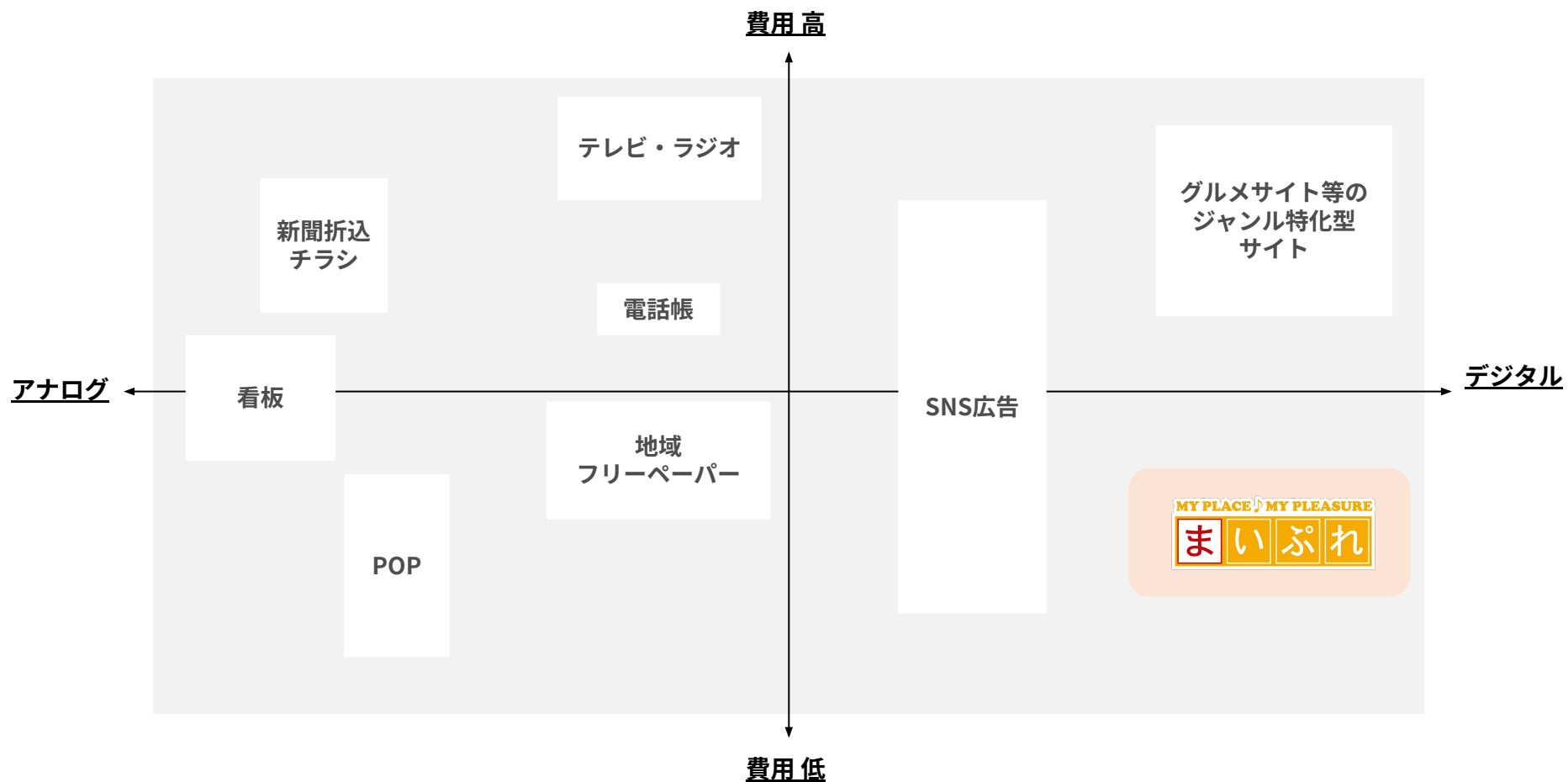
■広告市場の規模



※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

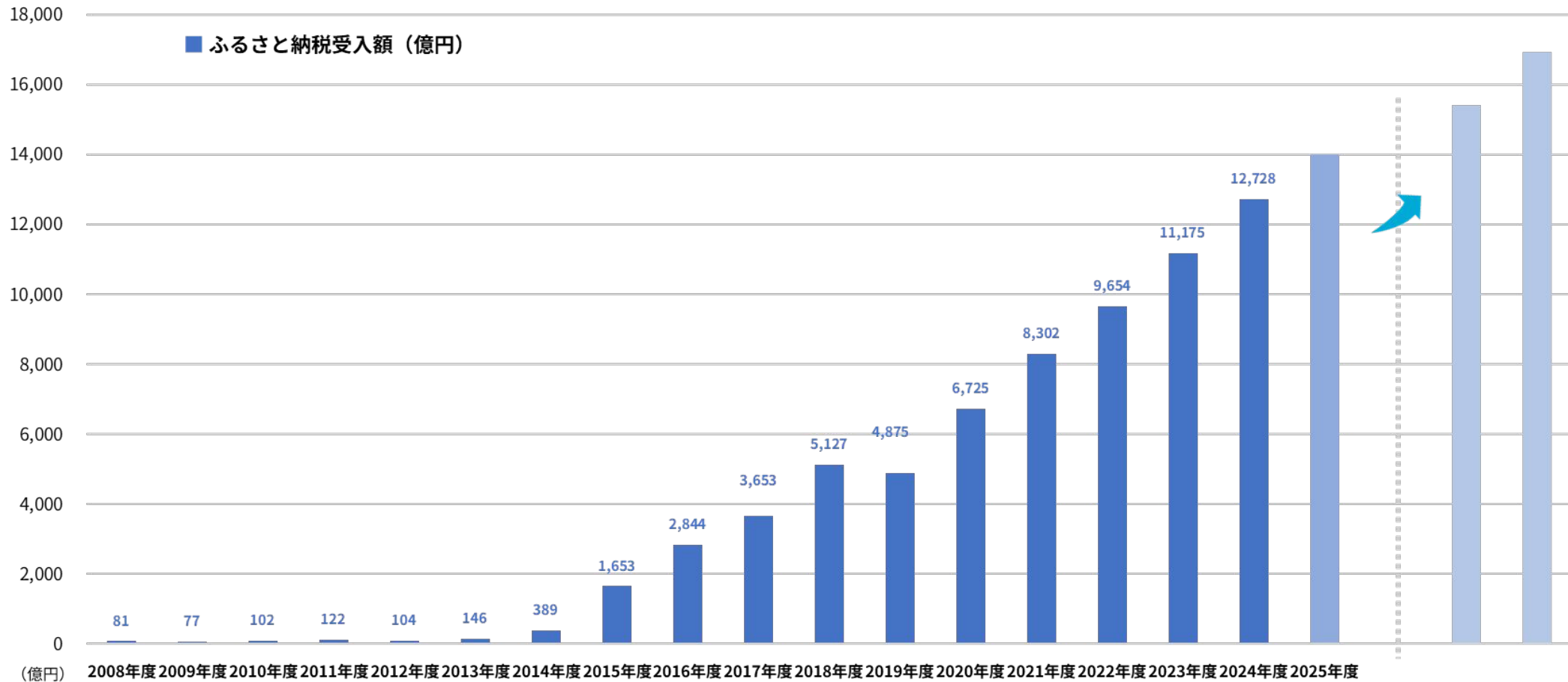
- 地域の多様な業種・業態の事業者に対し、手頃な価格でデジタル領域での情報発信を支援している。



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

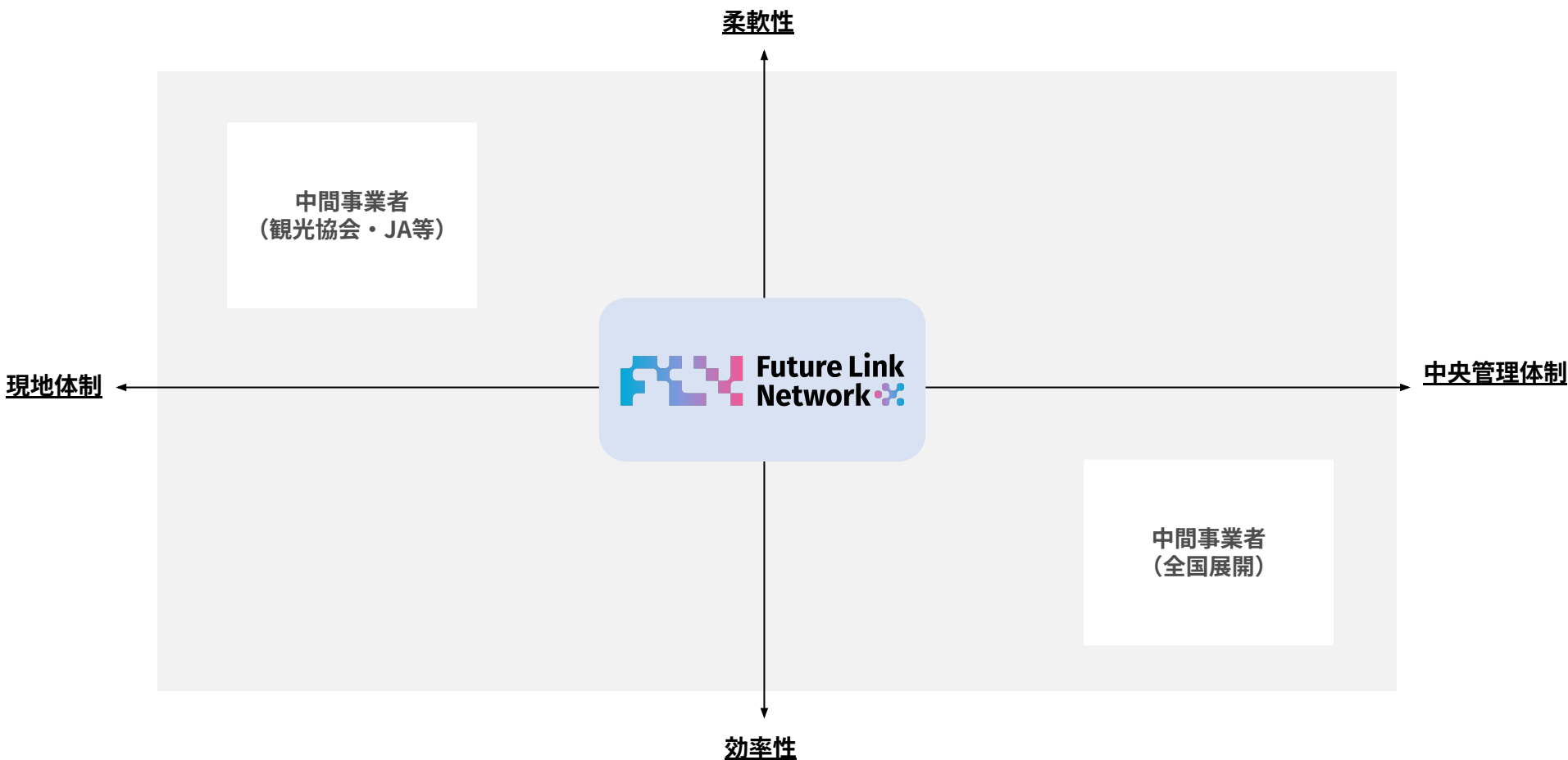


参照：総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果（令和7年度実施）」

- 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



05 Appendix

事業内容

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

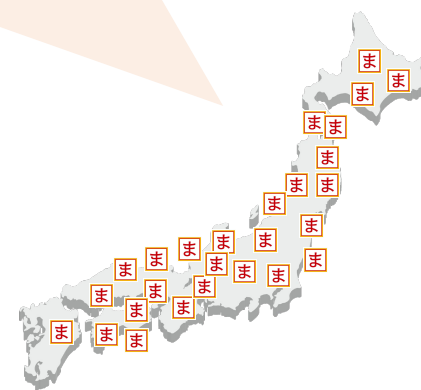
- ✓ 地域の魅力＝付加価値情報を収集・編集し、地域ならではの魅力に光を当てる
- ✓ メディアとして地域密着体制で情報発信のサポートはもちろん、経営支援も行うプラットフォーム
- ✓ 地域専属スタッフが足で集める一次情報を基に、地域のハブとなる
- ✓ 直営地域で蓄積したノウハウを、全国のパートナー地域に展開してスケールさせている



■ まいふれプラットフォーム利用店舗数

17,545 店舗

※ 2026年2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

まいふれの取り組み

地域の魅力を流通させ、
多様な事業の存続を支援

まいふれの描く未来

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。



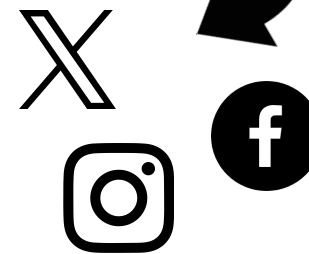
特集記事：地元根ざしたオリジナルの編集企画

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。



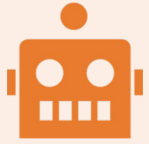
SNS発信：地域情報を横断的に拡散

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

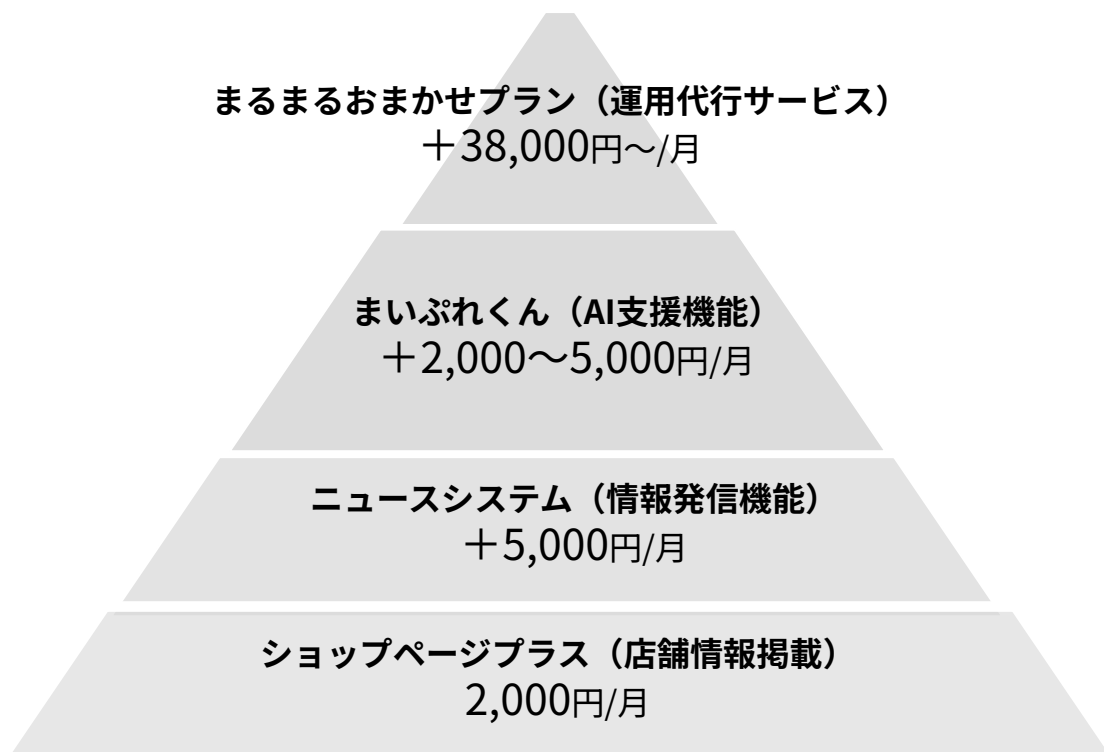
検索エンジン最適化と地図検索最適化の両面からアプローチ。ショップページ、特集記事、Googleマップ連携による相乗効果。



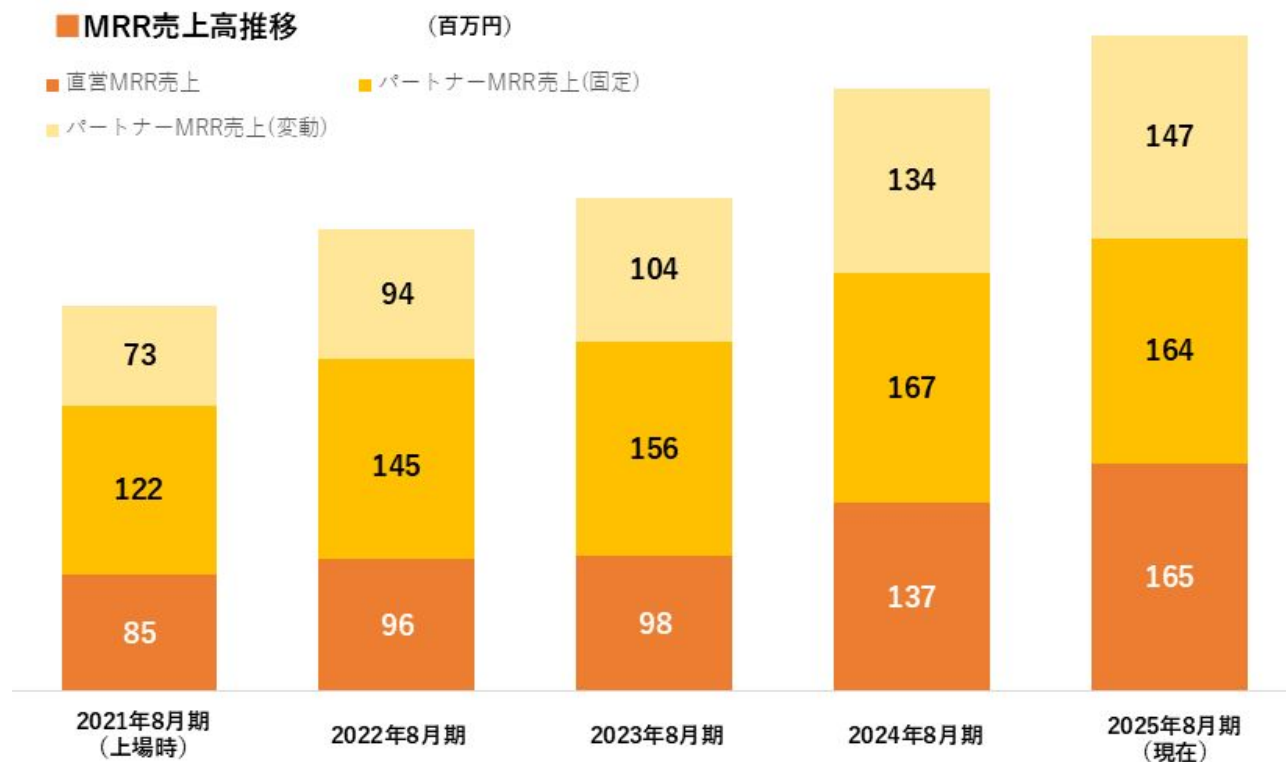
直営×パートナーの全国展開モデルで標準化と拡張性を両立

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

146 社

※ 2026年2月末時点

■ 展開エリア数

893 市区町村

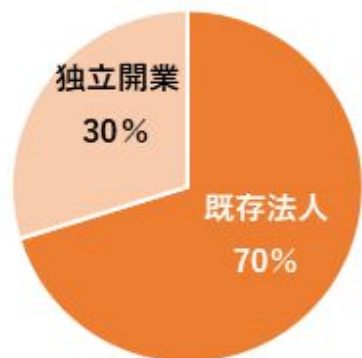
※ 2026年2月末時点

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

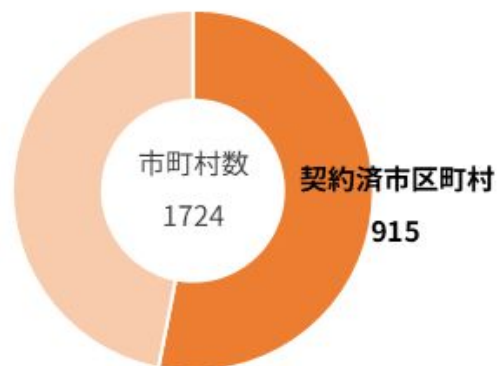
146社



※2026年2月末時点

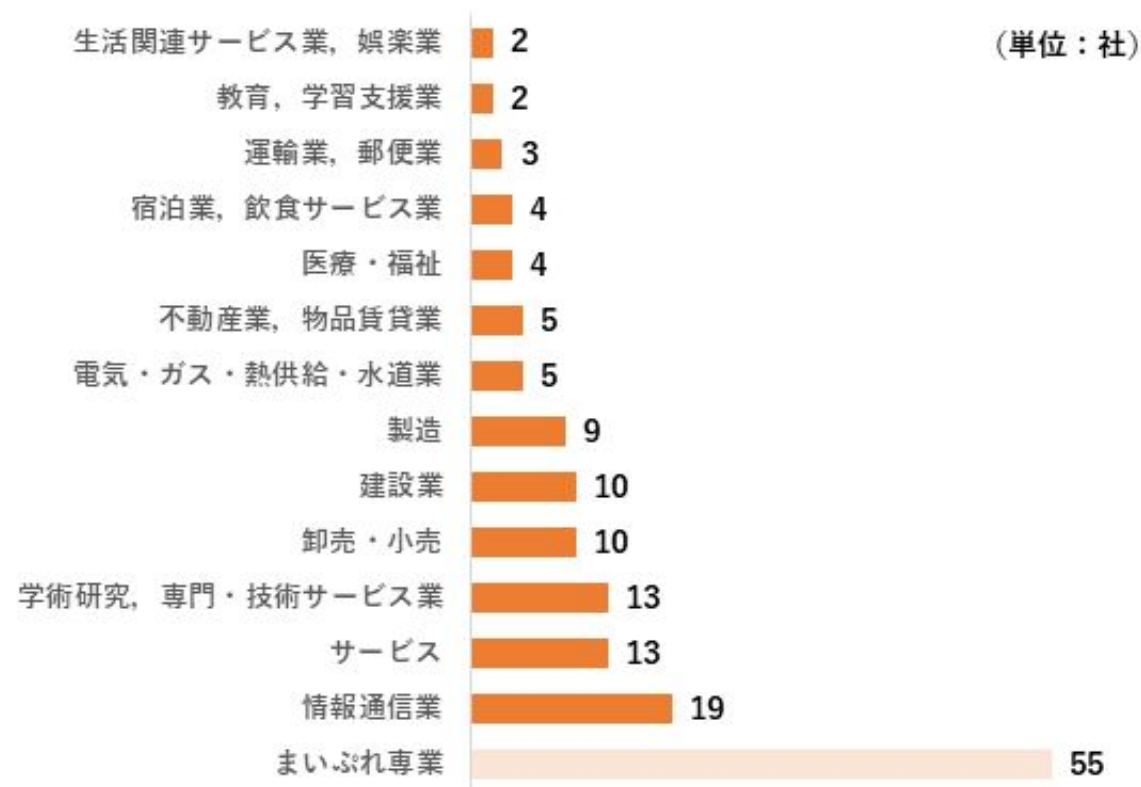
■ 市区町村カバー率

未開拓地域は
まだまだ残る



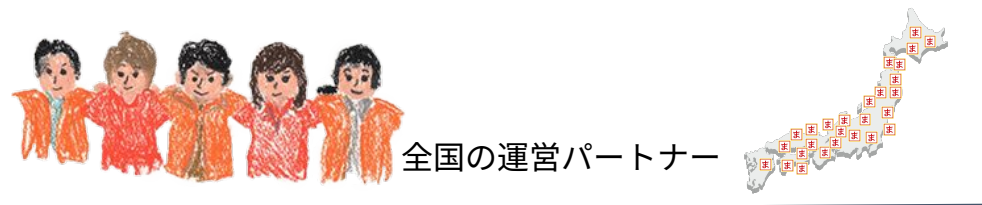
※2025年8月末時点

■ 運営パートナー数の業種別社数



※2025年11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

資金調達



法人設立



事業計画の立案



採用支援



営業研修/マネジメント支援

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



発展事業の展開支援

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



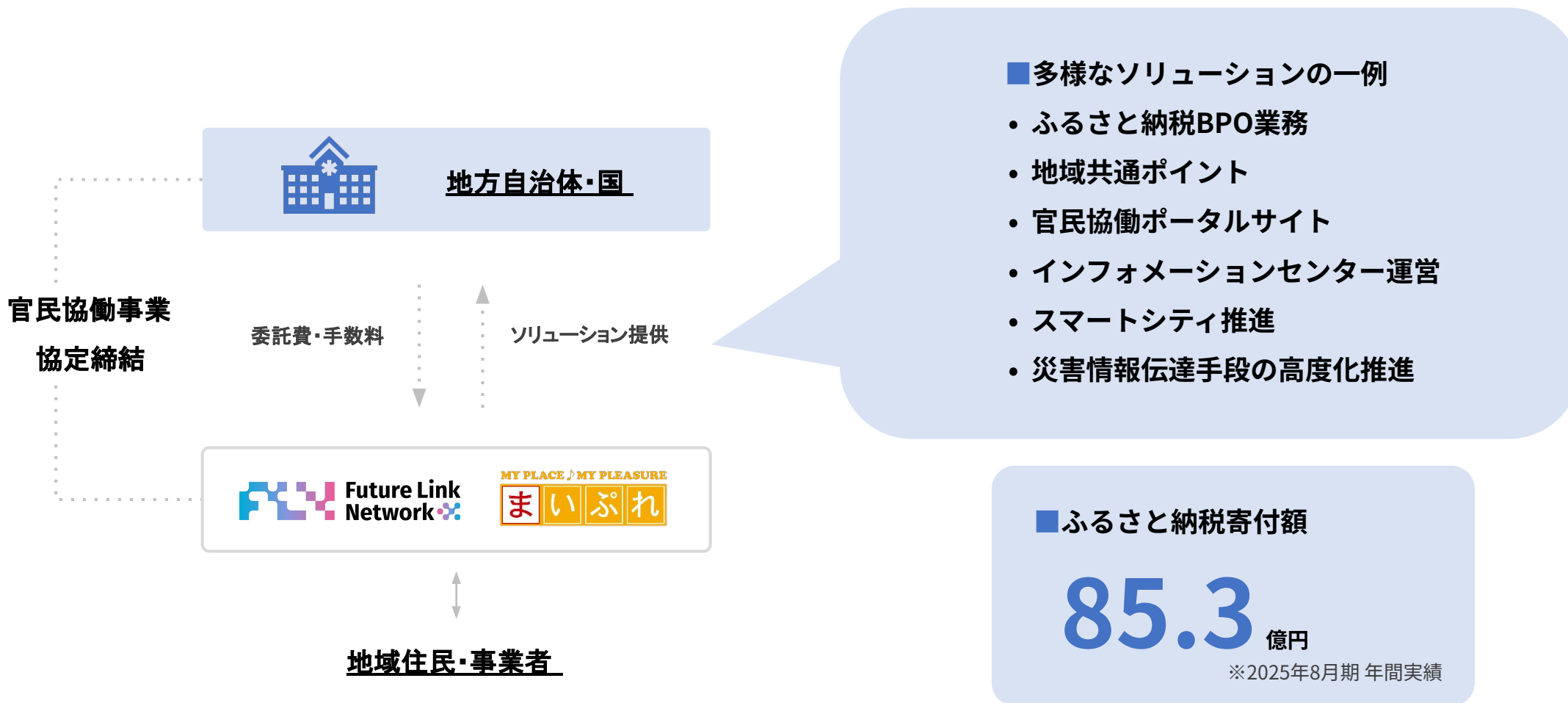
特徴 1 地域情報プラットフォームの運営

特徴 2 運営パートナーモデルによる全国展開

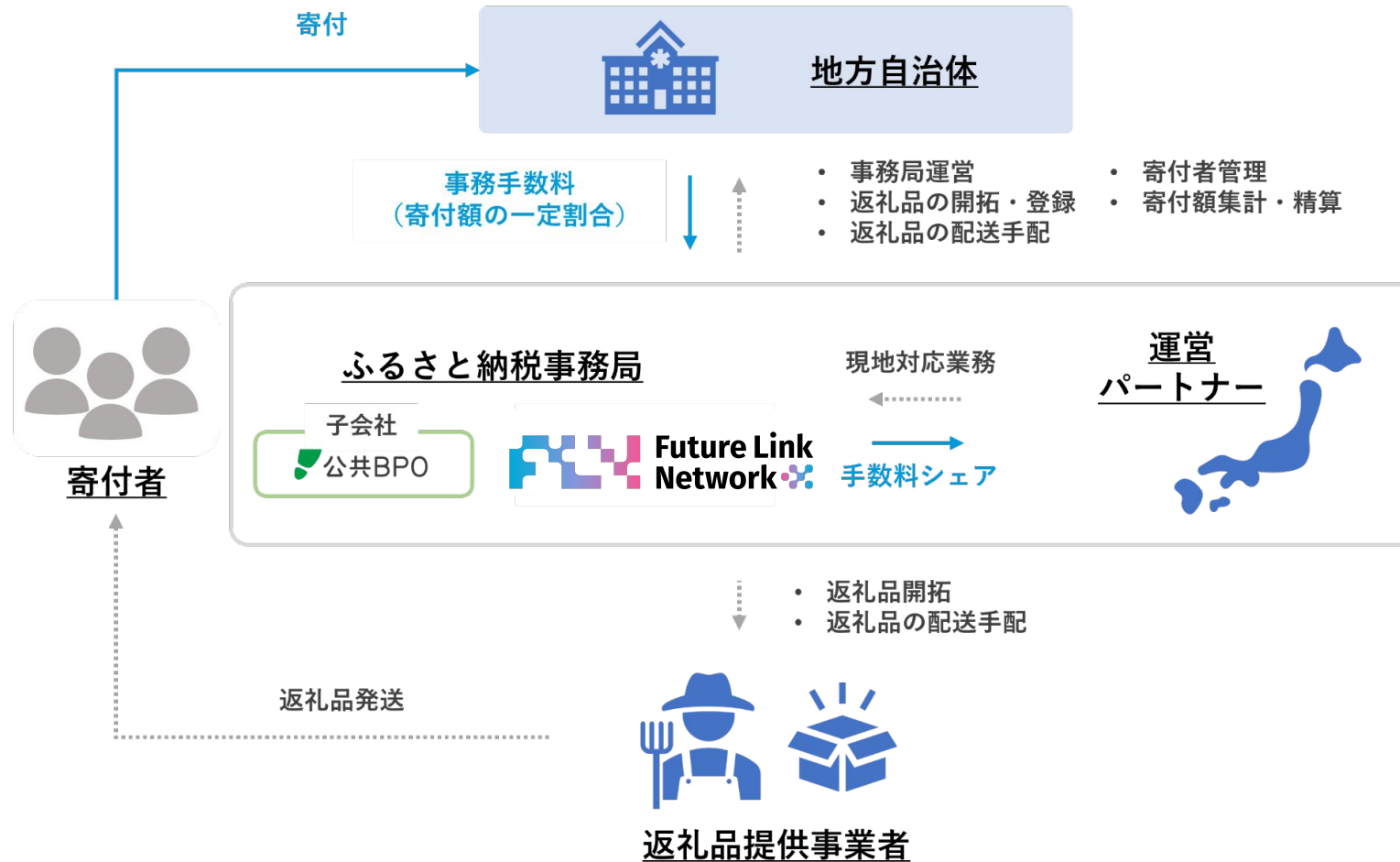
特徴 3 **プラットフォーム運営体制を活かした公共ソリューション**

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

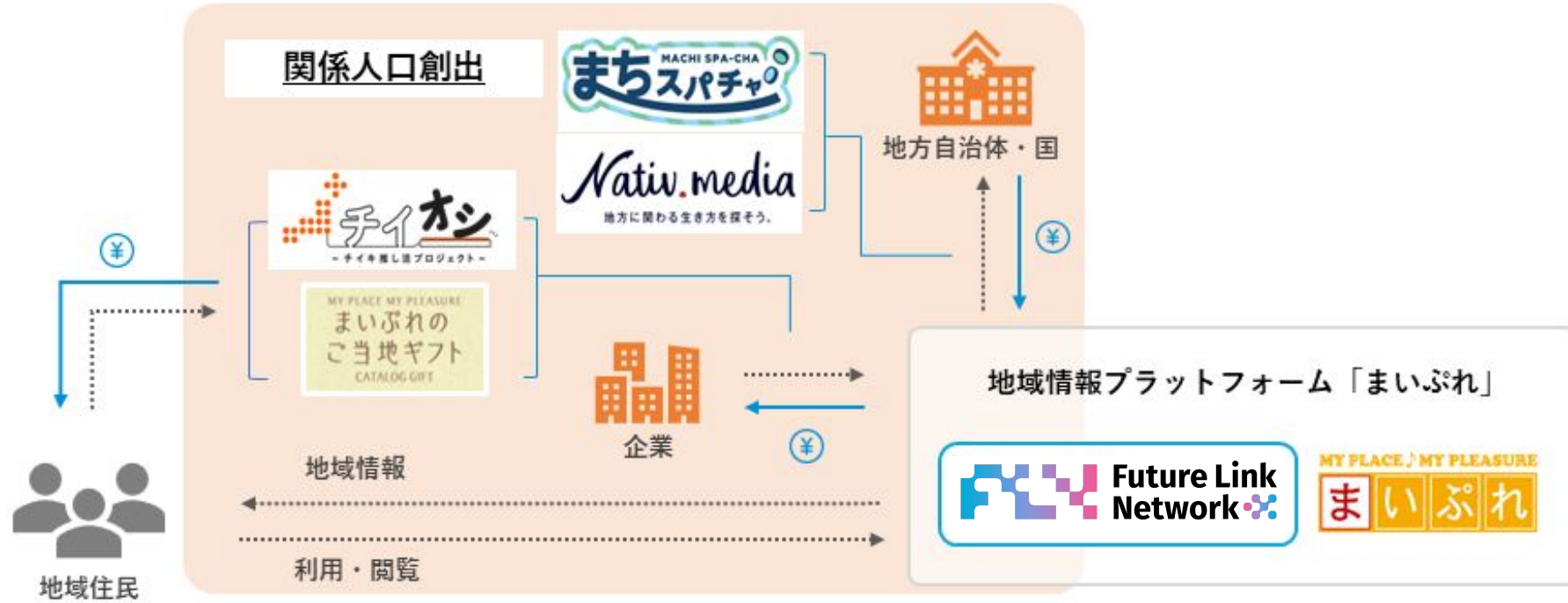
特徴 1 地域情報プラットフォームの運営

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



Nativ.media
地方に関わる生き方を探そう。

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

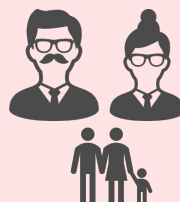
法人ギフト市場 2.8兆円

※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j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j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

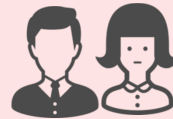


- ・ 福利厚生としてワーケーションや地方体験を取り入れたい。
- ・ 社員のキャリア形成として、社外研修を検討している。

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

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。

