



# 2026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）

2026年7月15日

1

全体業績サマリー

## 3Q売上高1,175百万円、営業利益△65百万円

通期予想は現時点の開示基準に照らして据え置き。

足元の回復施策の急進と共に、期末に向けて「人材開発支援助成金」の入金を見込む。

今後の進捗および外部環境を慎重に見極め、必要に応じて適時・適切な開示を検討

2

MRR事業

売上高YoY+7.5%、売上総利益YoY+21.4%と着実に拡大。

OEM・まいふれグローバル展開が順調にスタート。

「地域の一次情報×AI」を軸に、安定した収益基盤を構築。

3

ふるさと納税事業

売上高YoY△10.7%

市場環境の過渡期における影響や、契約自治体数の変化により、

売上は一時的な調整局面に。

**01 事業概要**

**02 2026年8月期第3四半期 業績結果**

**03 2026年8月期第3四半期 トピックス**

**04 今後の成長戦略**

**05 Appendix**

## 01 事業概要

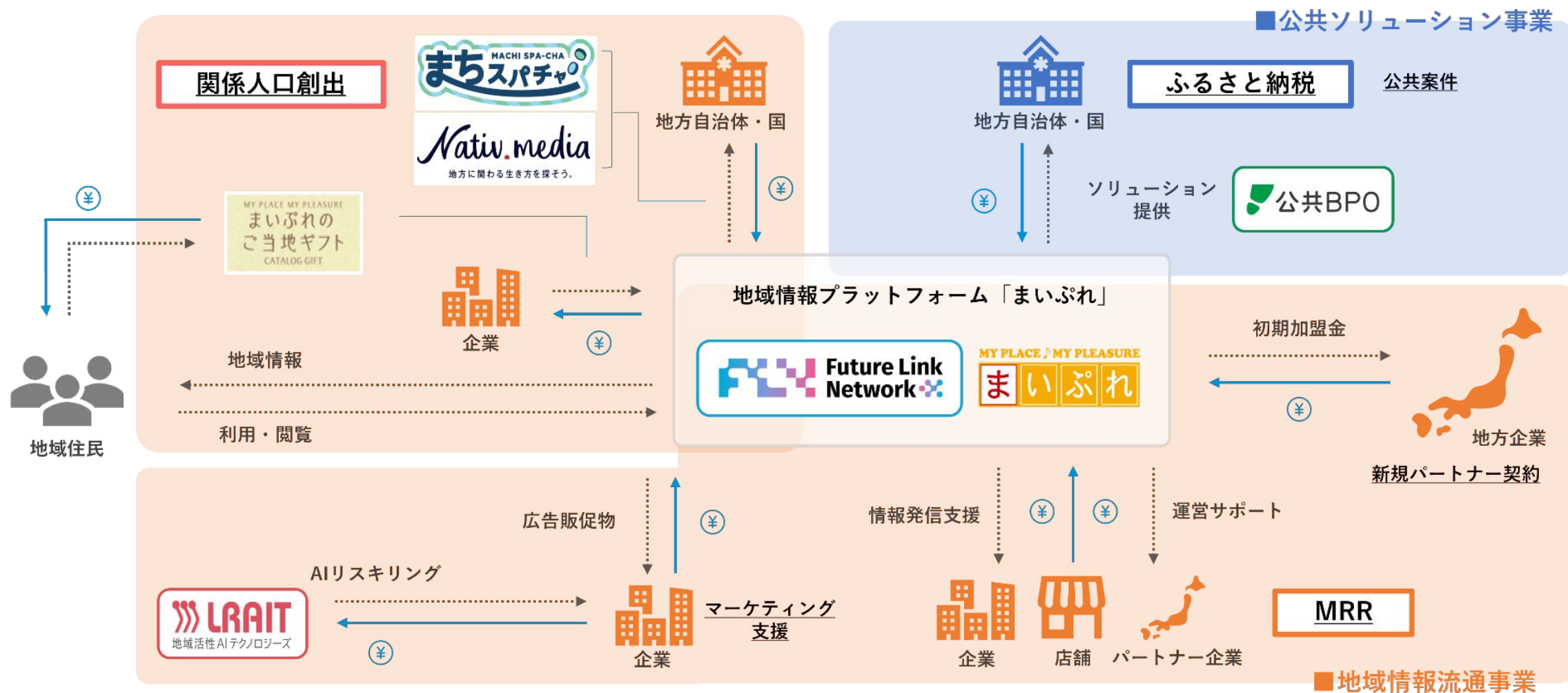
02 2026年8月期第3四半期 業績結果

03 2026年8月期第3四半期 トピックス

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「まいぷれ」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。計画ではこの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<br>売上計画比率 | 該当<br>ページ                             |
|-----------|-----------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------------------|
| 地域情報流通    | MRR       | 直営まいぷれ利用料    | 「まいぷれ」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.10~11,<br>15~16,<br>21~25,<br>27~30 |
|           |           | 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。<br>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.13                                  |
|           | 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。<br>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.13                                  |
| 公共ソリューション | 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。<br>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.12,18                               |
|           | 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.12,17                               |
|           | 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.13                                  |
|           |           | まいぷれポイント売上   | 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3四半期 業績結果**

03 2026年8月期第3四半期 トピックス

04 今後の成長戦略

05 Appendix

売上高1,175百万円。営業利益△65百万円。

期末に向け助成金入金等を見込み現行予想を据え置くものの、足元の進捗は慎重に見極め、必要に応じ適時適切な開示を検討。

|                     | 2025年8月期 |       | 2026年8月期 |       |         |
|---------------------|----------|-------|----------|-------|---------|
|                     | 3Q実績     | 通期実績  | 通期計画     | 3Q実績  | 前年同期比   |
| (百万円)               |          |       |          |       |         |
| 売上高                 | 1,196    | 1,544 | 1,741    | 1,175 | △1.8%   |
| 地域情報流通事業            | 560      | 766   | 945      | 610   | +8.9%   |
| 1 MRR売上             | 364      | 488   | 598      | 391   | +7.5%   |
| 新規パートナー契約売上         | 44       | 64    | 85       | 15    | △66.4%  |
| マーケティング支援売上         | 134      | 177   | 173      | 147   | +9.0%   |
| 関係人口創出売上            | 17       | 36    | 88       | 57    | +233.5% |
| 公共ソリューション事業         | 635      | 778   | 795      | 564   | △11.3%  |
| 2 ふるさと納税売上          | 501      | 589   | 666      | 448   | △10.7%  |
| 公共案件売上              | 134      | 188   | 128      | 115   | △13.7%  |
| 売上原価                | 452      | 557   | 654      | 405   | △10.3%  |
| 売上総利益               | 744      | 987   | 1,086    | 769   | +3.3%   |
| 売上総利益率              | 62.2%    | 63.9% | 62.4%    | 65.5% | -       |
| 販管費                 | 757      | 1,005 | 1,086    | 834   | +10.2%  |
| 営業利益                | -12      | -17   | 0        | -65   | -       |
| 営業利益率               | -1.1%    | -1.1% | 0%       | -5.6% | -       |
| 経常利益                | -16      | -20   | -2       | -67   | -       |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 36       | 28    | 29       | -95   | -       |

ポイント

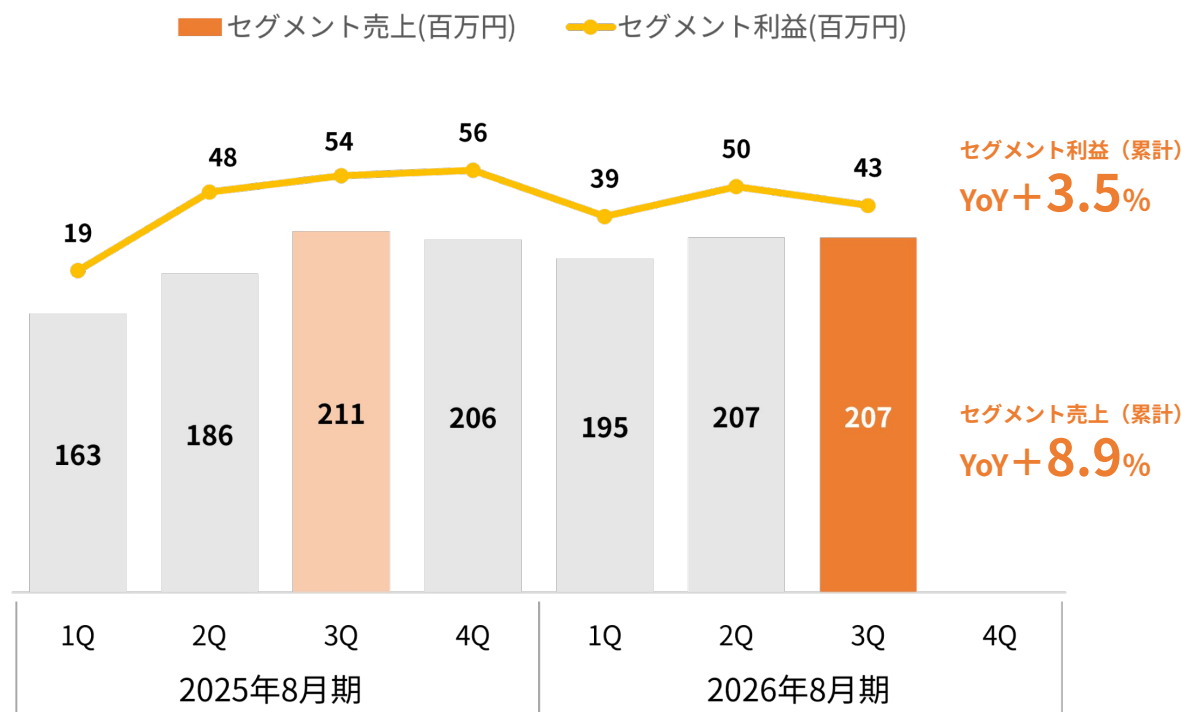
- 1

全社のトップラインを下支えする事業領域へと堅調に成長中。  
まいふれくんおよびエンタープライズ向けの高単価プランの契約獲得が特に好調要因となった。
- 2

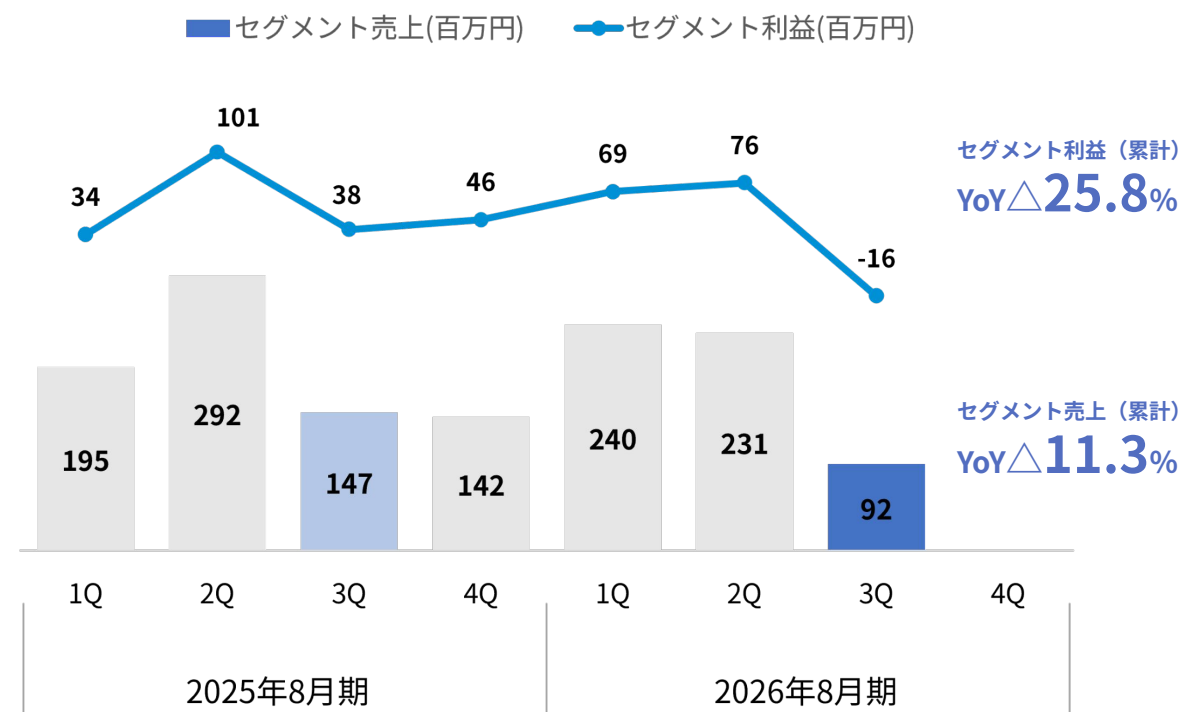
ふるさと納税制度の段階的な改定に伴う一時的な影響などにより、前年同期比で減収

- 地域情報流通事業セグメント：直営のまいぷれ契約数の増加とエンタープライズ向け案件の好調が継続。
- 公共ソリューション事業セグメント：各事業で減収となった。

## ■ 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。



## 運営パートナーの厳選を進行しつつ、新規獲得と単価上昇によりMRR増加を推進

※なお、現行KPIが事業実態と乖離してきたことを考慮し、次回以降見直しを検討

## ■まいふれプラットフォーム利用店舗数 ※1

2026年8月期第3四半期実績

17,480店舗

前年同期比  
△66店舗計画達成率  
86.9 %  
(計画20,104店舗)

※OEM、グローバル展開の契約店舗数も含む

## ■運営パートナー数

2026年8月期第3四半期実績

138社

前年同期比  
△21社計画達成率  
93.2 %  
(計画148社)

## ■平均単価 ※2

2026年8月期第3四半期実績

11,142円

前年同期比  
+977円計画達成率  
97.9 %  
(計画11,374円)

## ■契約エリア数

2026年8月期第3四半期実績

893市区町村

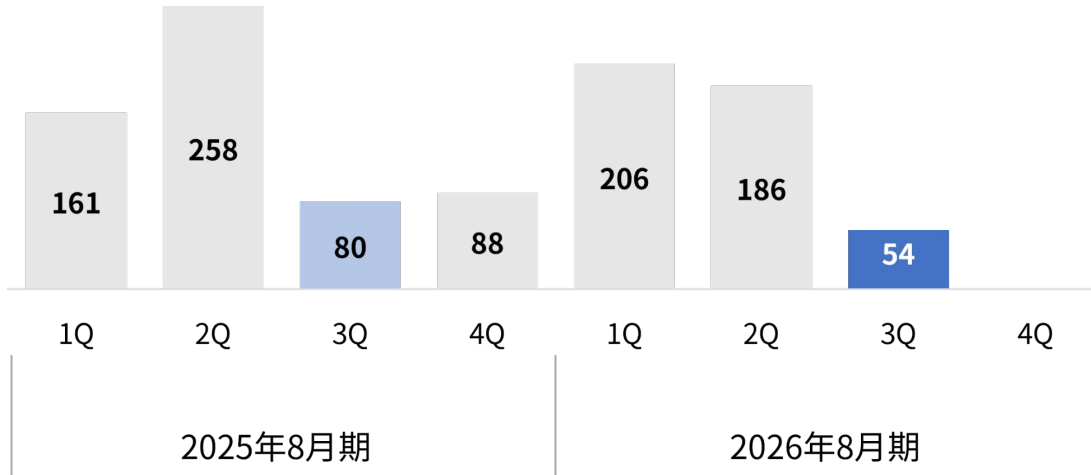
前年同期比  
△18市区町村計画達成率  
92.2 %  
(計画968市区町村)

※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。

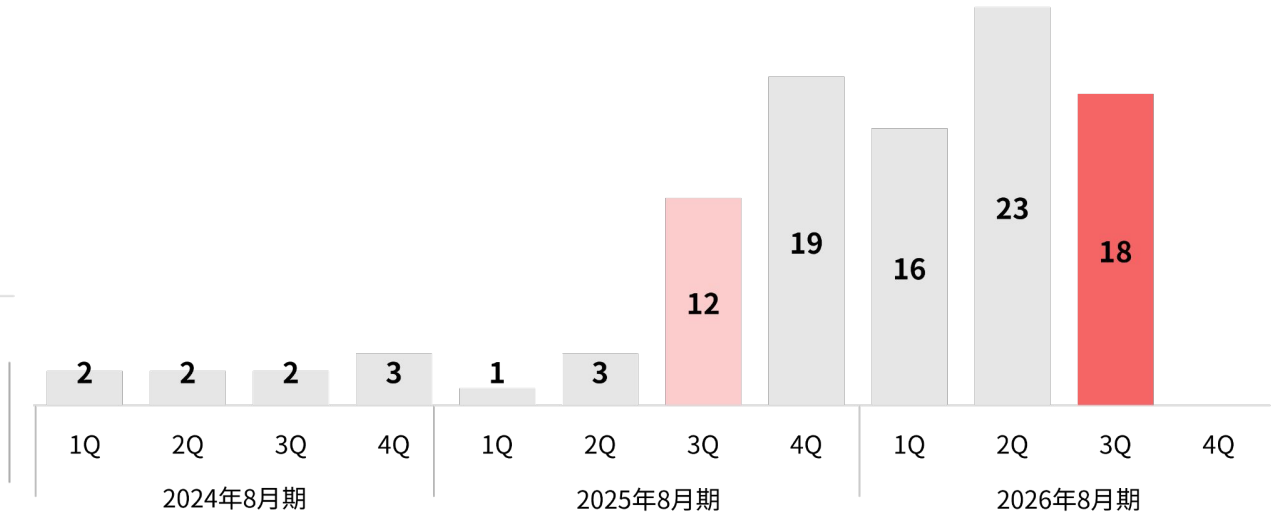
※2) 当社直営エリアの2026年5月末時点の有料利用店舗の平均単価。

- ふるさと納税事業：市場の変化に対し、新規自治体の契約獲得や寄付額グロス施策が追いつかず減収減益となった。
- 関係人口創出事業：大型の官民協働プロジェクトが本格的に稼働し、確実な収益化フェーズに入った

■ふるさと納税事業 売上高（会計期間）



■関係人口創出事業 売上高（会計期間）  
(百万円)



売上高

448 百万円

前年同期比  $\triangle 10.7\%$

■ふるさと納税寄付額

2026年8月期第3四半期実績

68.2 億円

前年同期比  
 $\triangle 2.0$  億円

計画達成率  
68.2% (計画100億円)

売上高

57 百万円

前年同期比  $+233.5\%$

■新規パートナー契約

売上高

15 百万円

- アプローチ数増加に向けた新規施策を実行中。見込み案件も増加し、引き続き施策の見直し・強化を継続。

■マーケティング支援

売上高

147 百万円

- 全国展開する大型チェーン店のウェブアプリコンテンツ制作案件の受注と、適切な原価管理によりYoY+9%と順調に計画達成に向けて進捗中。

■公共案件

売上高

115 百万円

- 昨年受託した大型案件がないため、前年比では減収しているが着実な納品を積み重ね計画は達成。

01 事業概要

02 2026年8月期第3四半期 業績結果

**03 2026年8月期第3四半期 トピックス**

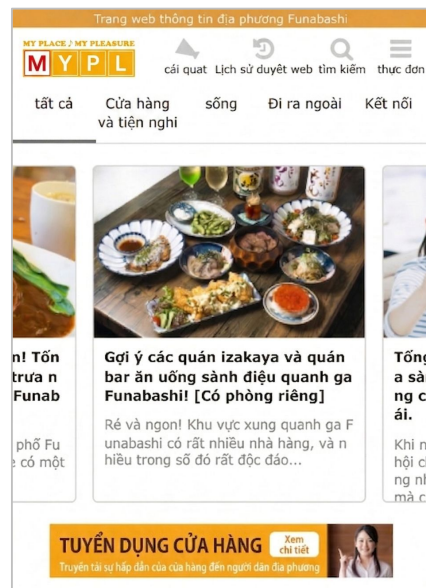
04 今後の成長戦略

05 Appendix

2026年5月1日よりサイトオープン。事前の市場分析の通り、現地事業者にまいぷれのWEBマーケティングが高評価を得る。

SEO/MEO対策ツールとして評価を得る。

確固たる集客実績を構築し、事業規模の急拡大を目指す。



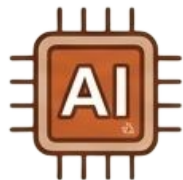
トップセールスの営業ノウハウ・今後のビジョン共有を経て、  
全国のパートナーが事業推進へのモチベーション・具体的な施策をつかむ

### AI時代における戦略と立ち位置の再確認



#### 26年間の蓄積

泥臭く集めてきたリアルな一次情報とネットワークがある



#### 強みと立ち位置

AI時代における強みと、唯一無二の付加価値を地域に提供している



#### 将来へのアプローチ

今後目指すべきアプローチ層について共有、MRR増収に向けた意識をひとつに

### 成長施策の実感と具体的なノウハウ獲得



#### 関係性重視の顧客フォロー

掲載で得た関係性を良好に維持しコミュニティ等、付加価値提供の重要性



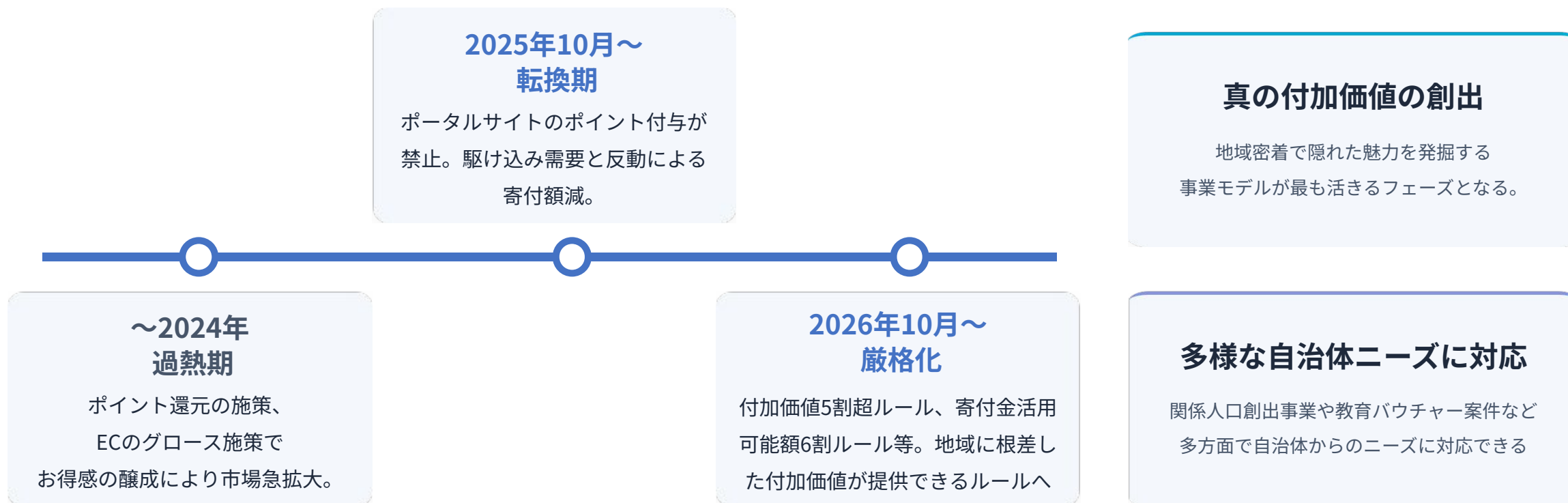
#### 明日から使えるノウハウ

アンケートでは事業フェーズにおける人材投資と仕組化ノウハウを得られた



総務省による段階的な制度厳格化により、市場は過熱期から「真の付加価値の創出」が求められる過渡期へ。  
当社はお得感だけでない地域の魅力発信を、ふるさと納税事業を通じて継続する。

■ルール厳格化における当社の強み





### 【Nativ.media】小樽市地域おこし協力隊の募集・受け入れ支援業務を受託

- プロポーザルを経て小樽市より受託した案件。
- 地元パートナー企業と連携し、オンライン・オフラインを駆使して地域おこし協力隊の人材募集から受け入れ後の伴走支援に取り組む。



### 【Nativ.media】山梨県大月市との三者連携による関係人口創出事業を本格始動

- 各自治体・企業の専用ページから発信が可能になる「Nativ.チャンネル」を活用し、毎月のコンテンツ配信や農業・婚活等の現地イベント企画。



### 【公共案件】教育バウチャーSaaS「スタエク」リリース&OSS化

- 伊丹市と共同で、教育バウチャーの申請から精算までをデジタル化するSaaS型プラットフォームをリリース。
- 現場の声を徹底して反映し、SaaSやオープンソースを利用した自立運用などカスタマイズ可能。

01 事業概要

02 2026年8月期第3四半期 業績結果

03 2026年8月期第3四半期 トピックス

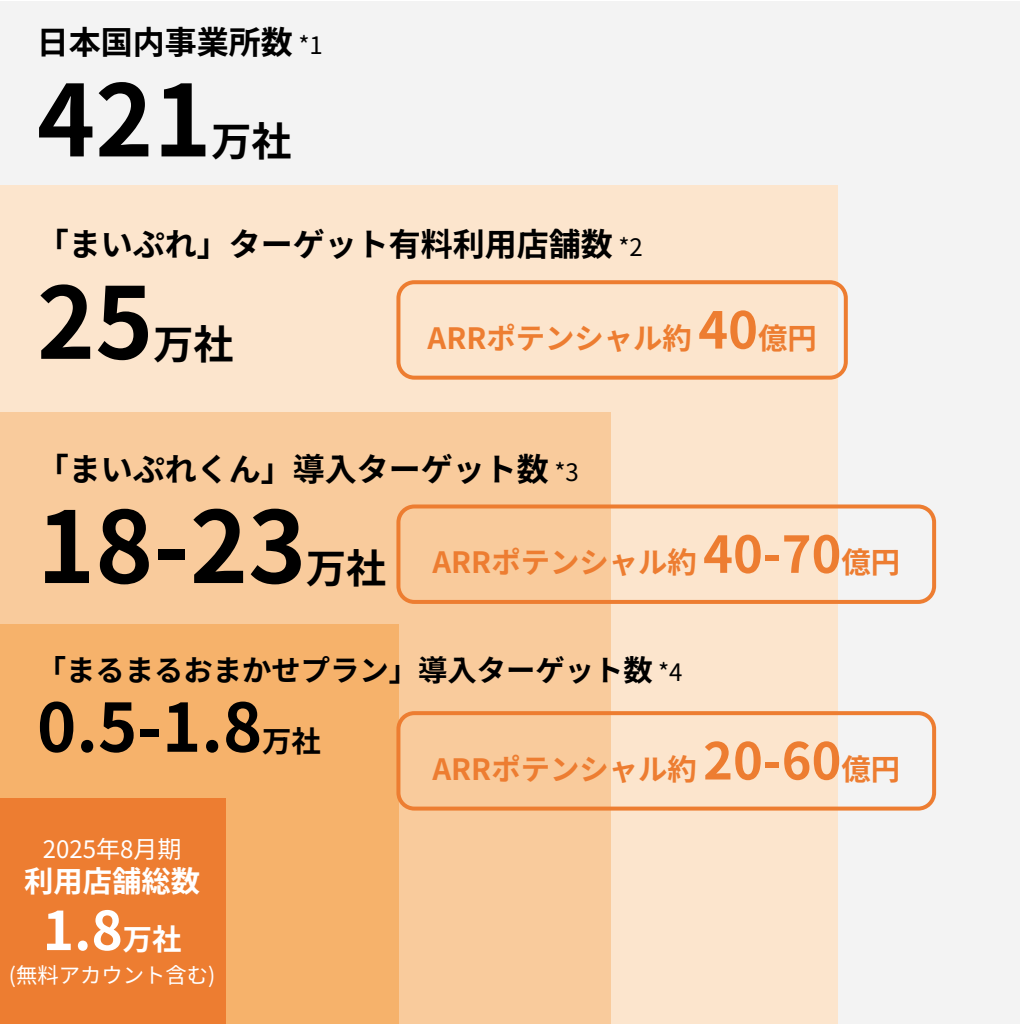
**04 今後の成長戦略**

05 Appendix

## **04 今後の成長戦略**

**MRR：地域×AI**

ARRのポテンシャルは100-170億円規模であり、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



- 「まいぷれ」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「まいぷれくん」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：まいぷれ商品価格

| まいぷれ商品          |               | 月額費用          | パートナー<br>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%              |
| まいぷれくん          | 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%              |

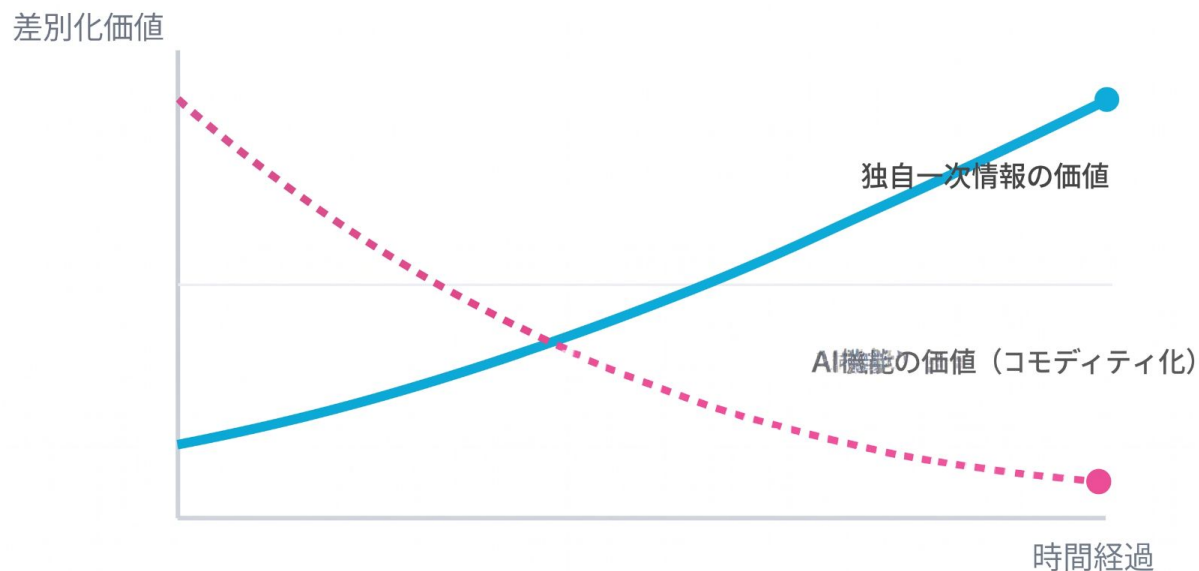
<sup>\*1</sup> 総務省統計局「令和3年経済センサス活動調査」より、第三次産業事業所数を引用。  
<sup>\*2</sup> 事業所総数 × まいぷれ有料利用店舗数の割合目標（6%）。  
新規パートナー加盟時の事業シミュレーションで利用する割合であり、先行運営地域の実績をもとに設定。  
<sup>\*3</sup> 事業所総数 × 「まいぷれくん」利用店舗数の割合目標（70～90%）。割合は検証中。  
<sup>\*4</sup> 事業所総数 × 「まるまるおまかせプラン」利用店舗数の割合目標（2～7%）。  
2023年9月からの全国販売期間を経て、獲得ポテンシャルを再算出したもの。

AI活用が当たり前になる中、デジタルの外にある「地域の一次情報」が最大の差別化要因に。

AIツールの急速なコモディティ化

付加価値の高い「地域の一次情報」の重要性

### AI時代における差別化価値の推移予測



※AIが普及するほど、差別化のためAIにインプットさせるデータ内容の価値が高騰する

AI時代を勝ち抜く3つの競争優位性を武器に「地域×AI」事業を加速させていく。

### 信頼度の高い情報の蓄積

- まいふれの厳格な掲載レギュレーションや行政との情報連携。
- AIが「ソースの信憑性」をスコアリングする上で高評価を得られる。



### 全国の地元ネットワーク

- 店長と直接話を聞き、言語化できていない「暗黙知」や「想い」を引き出す体制。
- 人の熱量とコンテキストを入手できる最高の強み。



### 地域の一次情報

- WEB上に存在しない、各店舗の非構造化データ・未公開の「生の声」をシステム内に蓄積。
- 他社AIでは学習が難しいデータ領域をカバーしている。



先進的な一部の層（アーリーアダプター）から、地域市場の約半数を占めるマジョリティ層へ。  
これまでの成功事例を体感してもらい爆発的な普及を目指す。

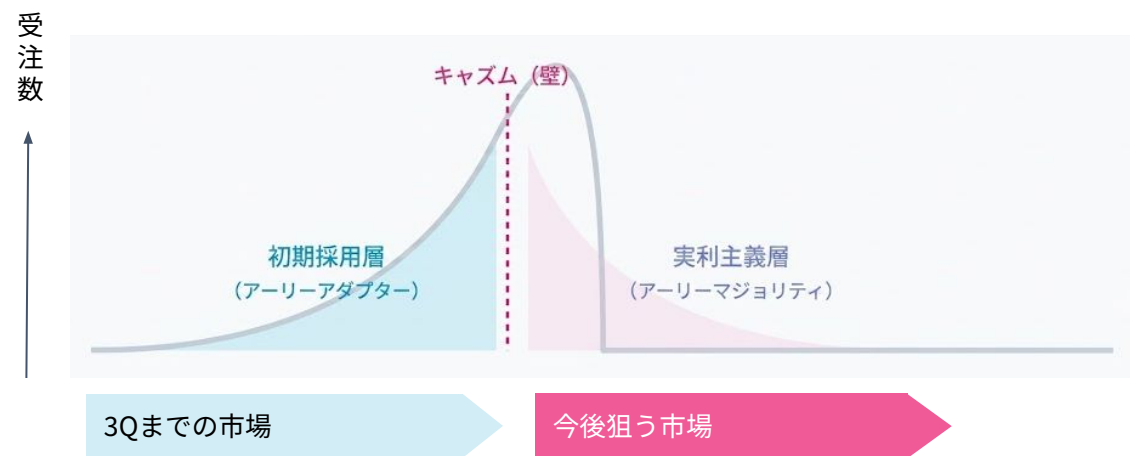
### 1. アーリーアダプターの「圧倒的実績化」

- マジョリティ層は「すでに同じ地域の競合が使って成果が出たか」で判断する。
- 先行顧客の成功事例を定量的・定性的に提示し実感してもらう。

### 2. 全国ネットワークを通じたデモ体験の拡大

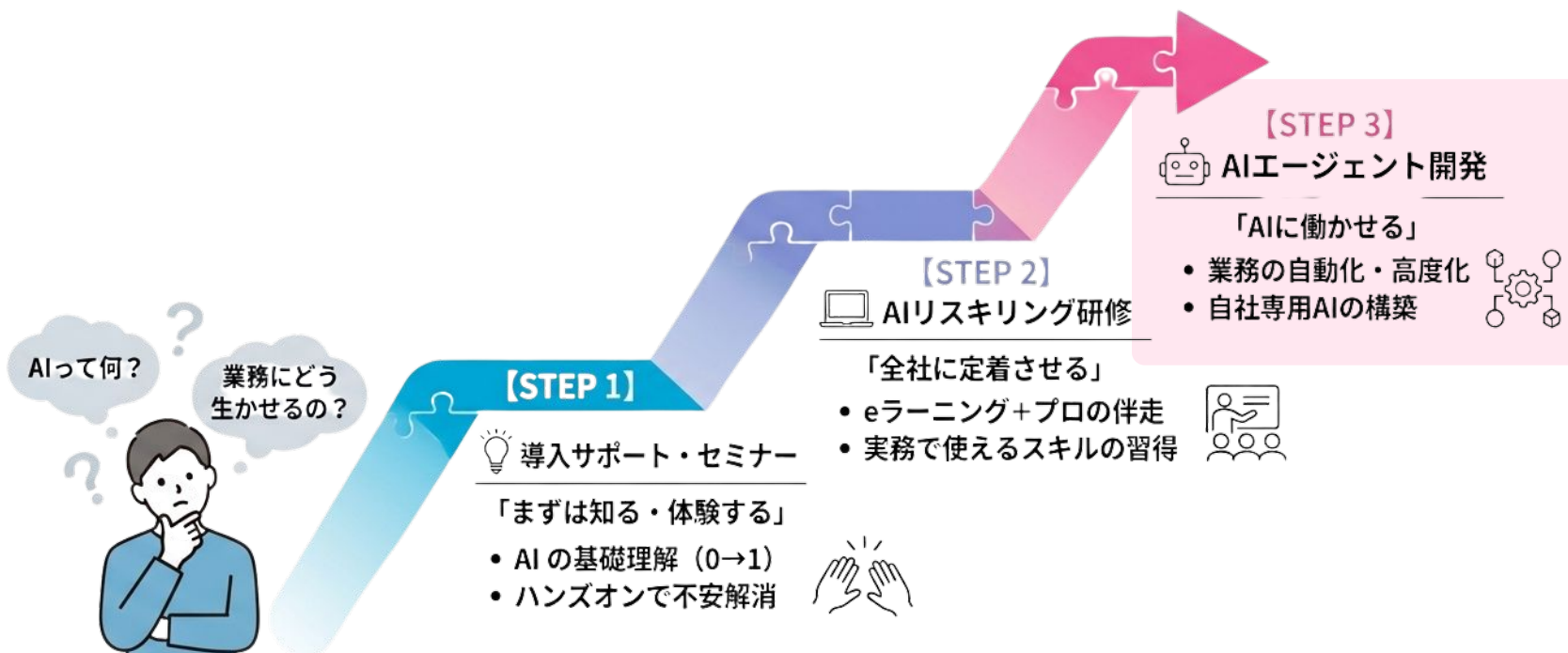
- 各地のパートナー企業を通じてデモ環境を展開。「実演により価値を直感してもらう仕組み」で、購買決定率を向上させる。

市場シェア独占



AIに一次情報やコンテキストを反映させ、会社独自のAIエージェントとして導入・進化させるサポートを開始

ビジネス成長・完全自動化へ 🚀



### 新サービス【STEP3】

#### 自社専用AIエージェント構築支援

- 会社専用AIエージェントを「1週間」で構築
- 要件ヒアリングから実装まで専任担当によるハンズオン対応

## 04 今後の成長戦略

OEM／ベトナム

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

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



FLNグループにおけるMRRのターゲット市場は25万社。  
未開拓の約400万社以上に対してまいぷれシステムのOEM展開を推進中。

### 事業概要

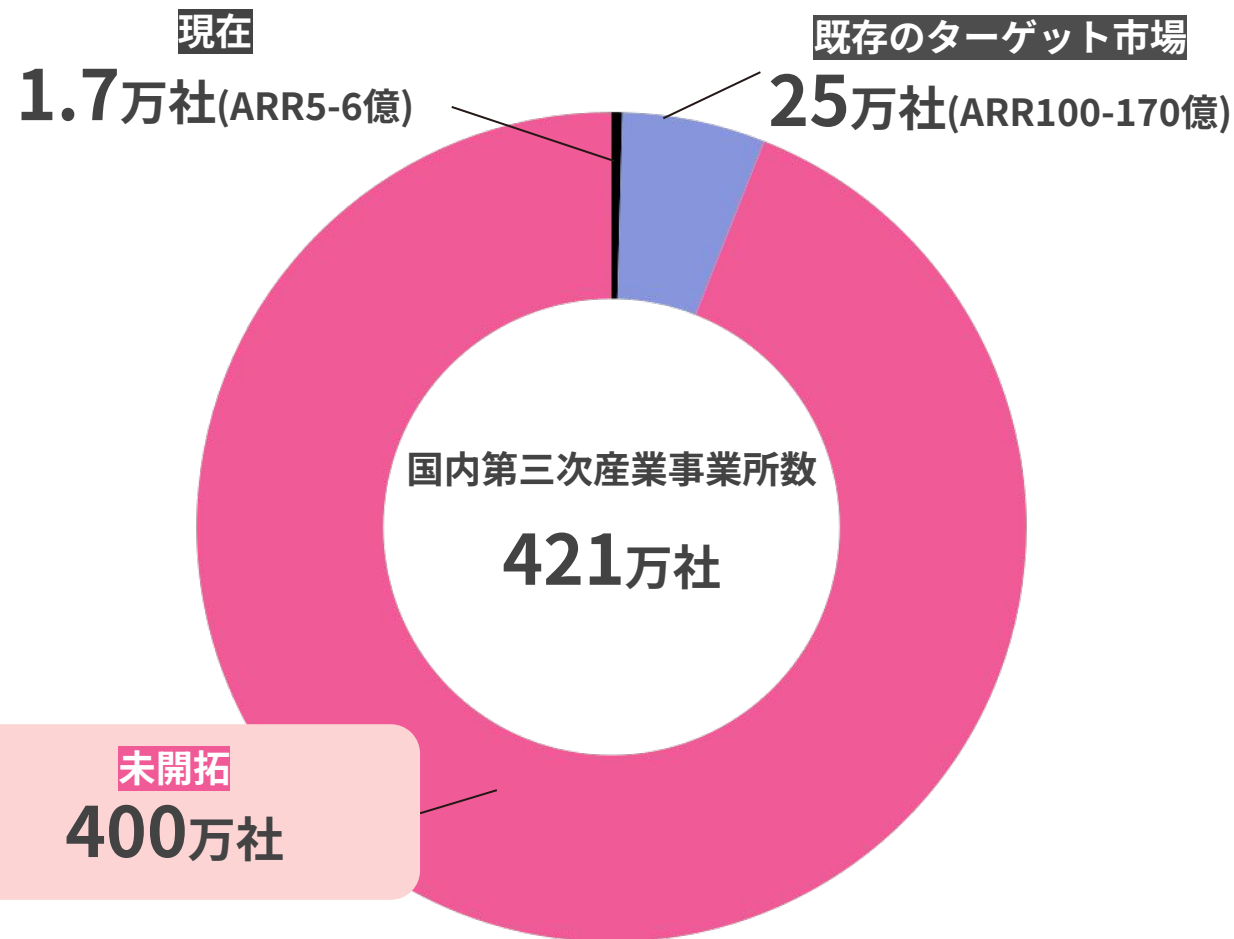
まいぷれのパッケージを自社ブランドとして  
即座にサービスを展開可能。導入企業側の開発は不要で、  
25年の実績ある勝ちパターンを活用できる。

### ターゲット

“DX化”への課題を抱える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。

### 進捗

受注事例が生まれ、来期よりMRR売上への好影響。  
既存顧客への商談や、講演への登壇等を通じて  
有力なリード獲得を展開中。



2026年5月1日よりオープン。SNSマーケティング主流で親和性の高い  
ホーチミンにて営業リソースを増やし、契約獲得急増中

### 事業概要

「まいぷれ」の強み『MEO対策』『SNS連携』等を活かせる市場として、ベトナム・ホーチミンより開始。日本語版とベトナム語版を展開中。

### ターゲット

日本と同様ジャンルを問わず地域の事業者がターゲット。

### 進捗

月当たり約30件契約獲得。現地店舗からの反応も良好。開発も順調に進み、日本語版まいぷれホーチミンだけでなくベトナム語版も展開中。売上の反映は翌期から。

契約状況



約30件



月平均契約数

現地反応



良好



多言語開発



日本語版  
運用中

ベトナム語版  
開発中

収益見通し

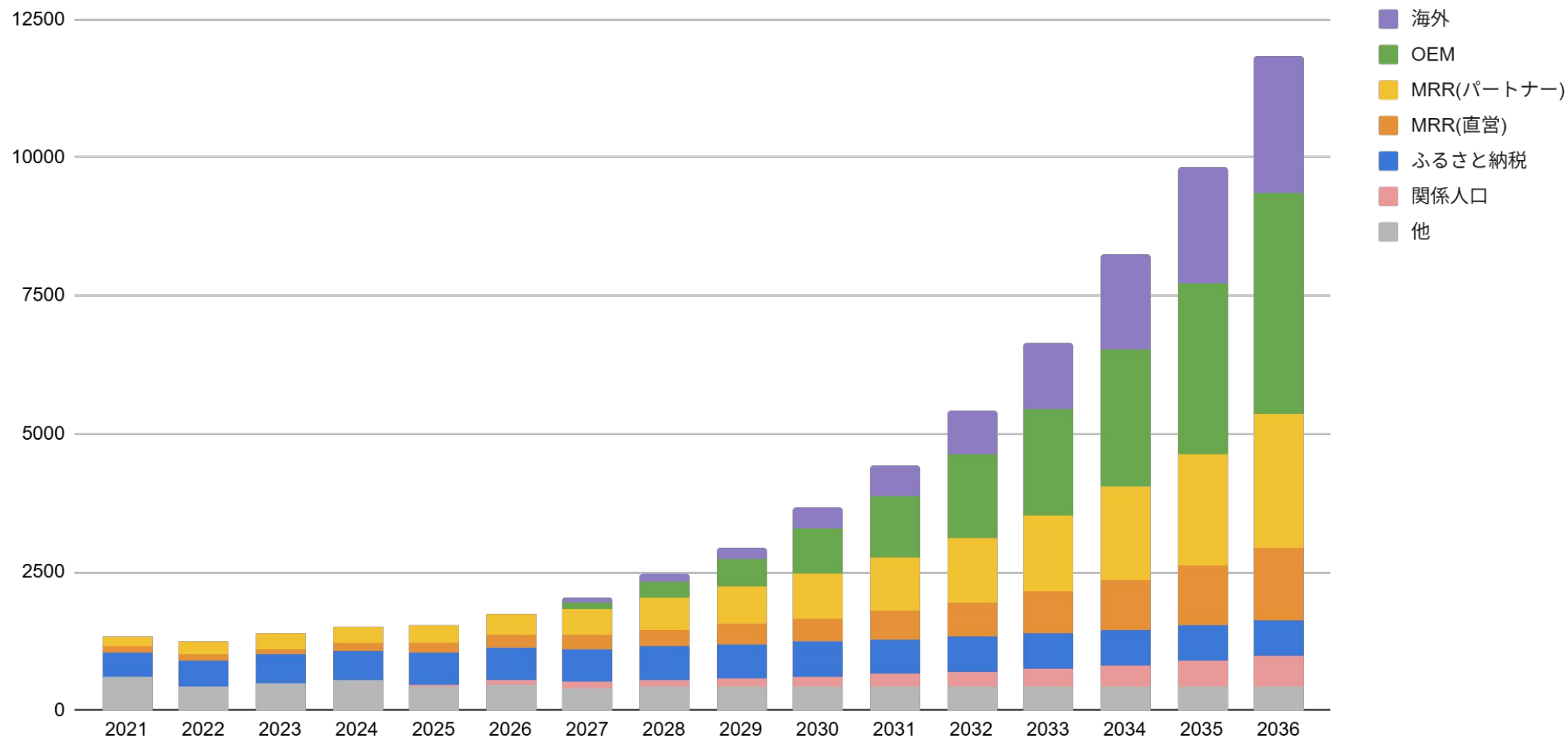


28期～



## 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

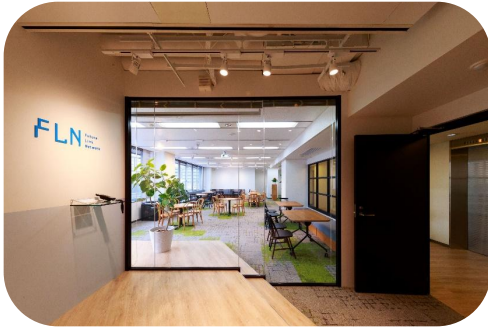
02 2026年8月期第3四半期 業績結果

03 2026年8月期第3四半期 トピックス

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   | 174名（2026年5月末現在 有期雇用含む 連結）     |              |
| 資本金    | 290,545,969円（2026年5月末現在）       |              |
| 事業内容   | 地域情報流通事業<br>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          |
|        | 毛利 裕二                          | 社外取締役        |
|        | 神崎 進                           | 取締役（監査等委員）   |
|        | 片町 吉男                          | 社外取締役（監査等委員） |
|        | 石倉 雅恵                          | 社外取締役（監査等委員） |
| グループ会社 | 株式会社公共BPO<br>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>                                     | 公共ソリューション        | <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>地域活性 AI テクノロジーズ</p> | 地域情報流通<br>(新規事業) | <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> |

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

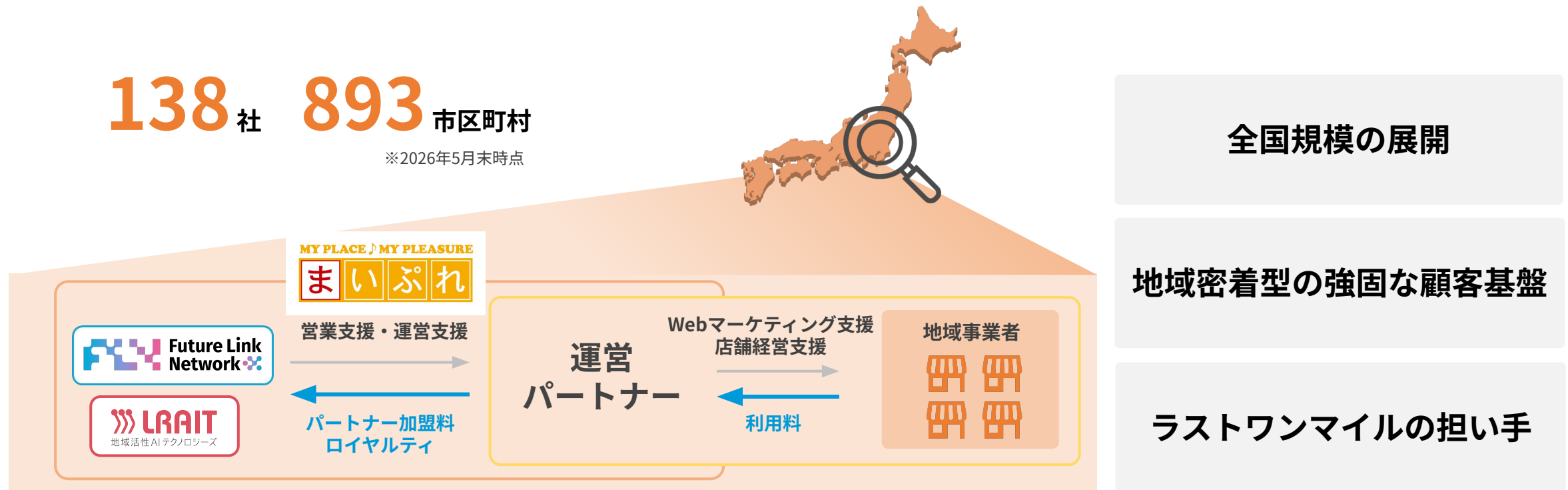
サブスクリプション型で、持続的に価値提供できる地域情報プラットフォーム「まいふれ」のサービスモデルと、  
直接現地でサポートできる地域密着型の体制による高い信頼感により、解約率が低く、顧客生涯価値（LTV）が高い。

# 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てるため、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

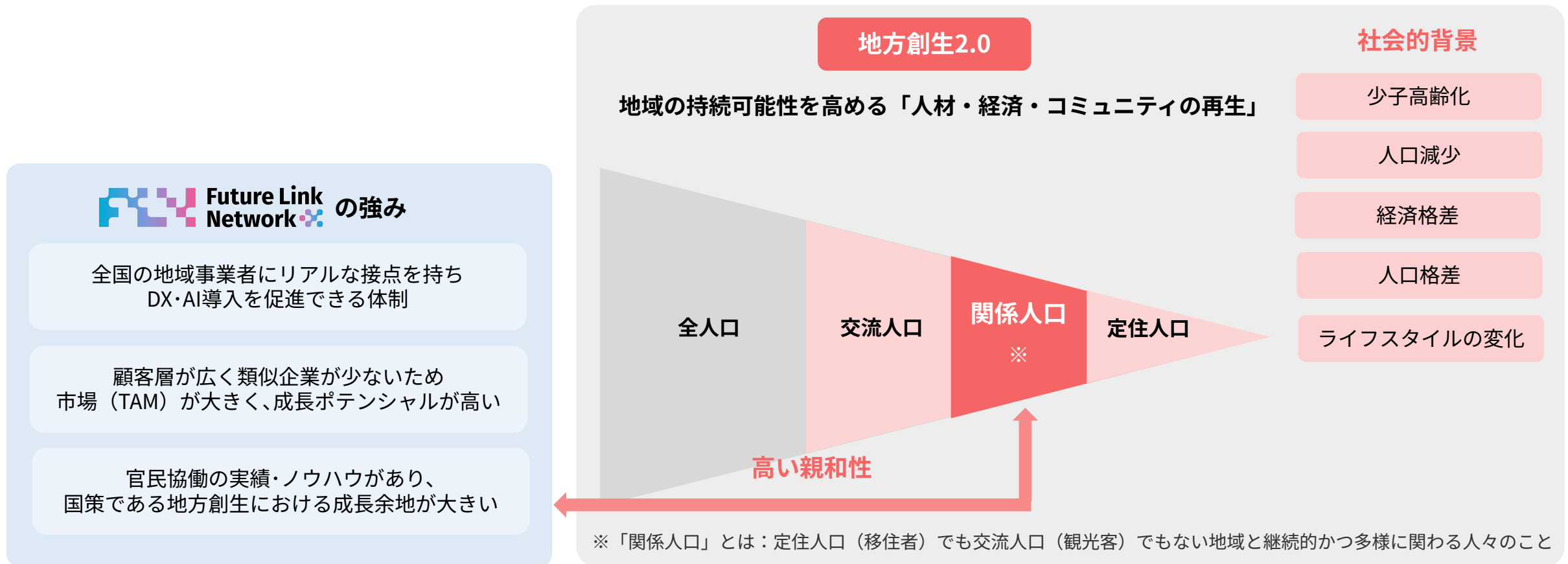
スマートシティ推進

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



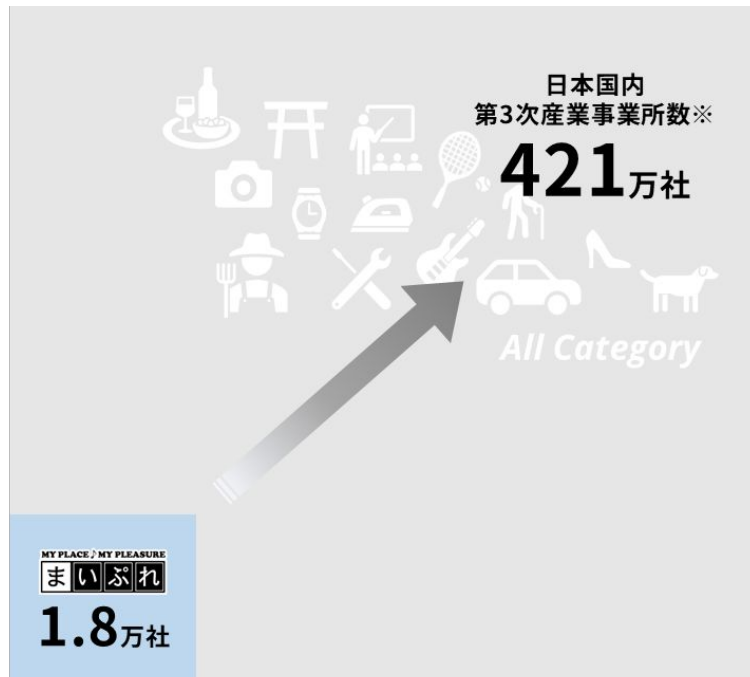


## 05 Appendix

### 市場環境

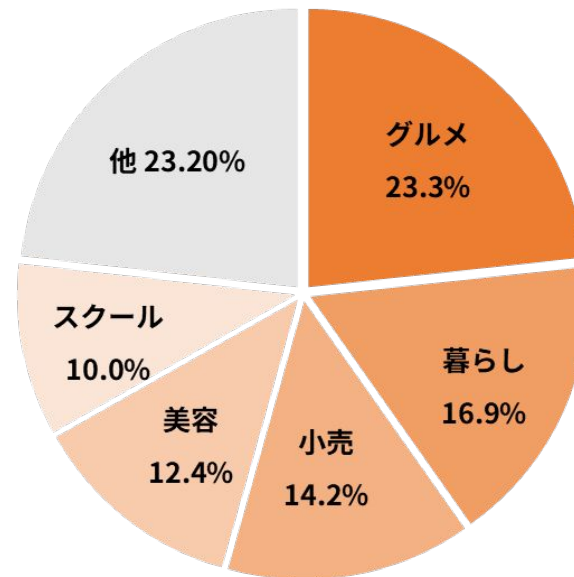
- 「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わないことから、国内で広大な市場開拓余地がある。
- 広告市場においては、プロモーションメディア広告市場でDXを促進する役割も担うため、インターネット広告市場とあわせて約5兆の市場規模がある。

## ■顧客対象となる業種の市場規模

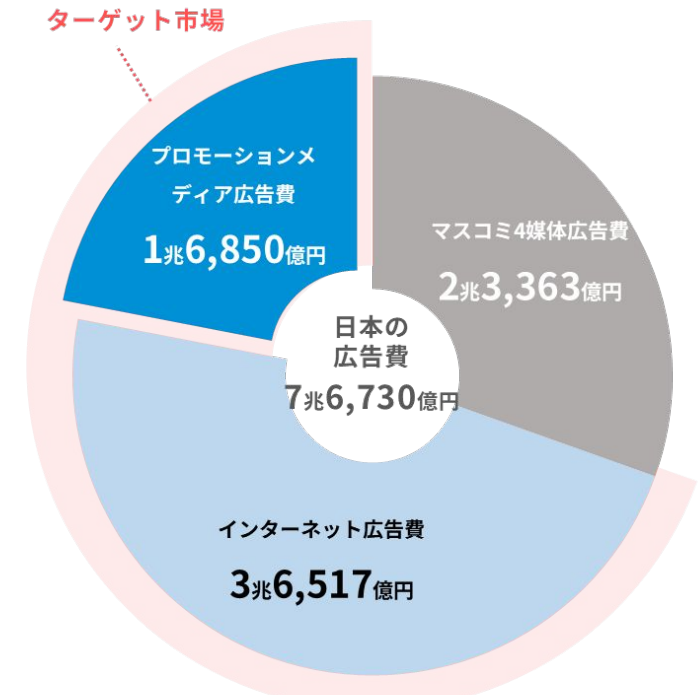


※総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より

## ■まいぷれ利用顧客の業種内訳



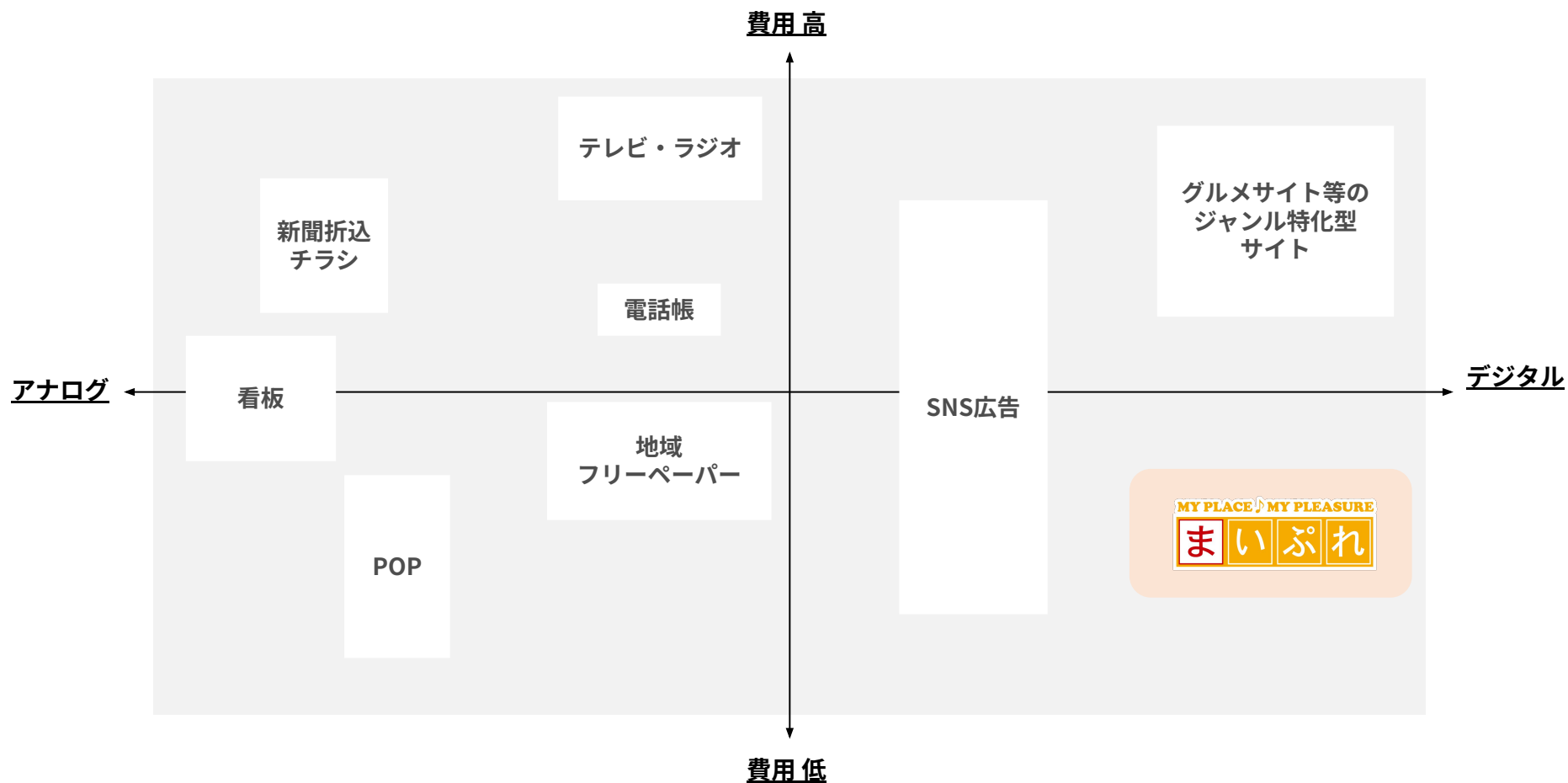
## ■広告市場の規模



※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

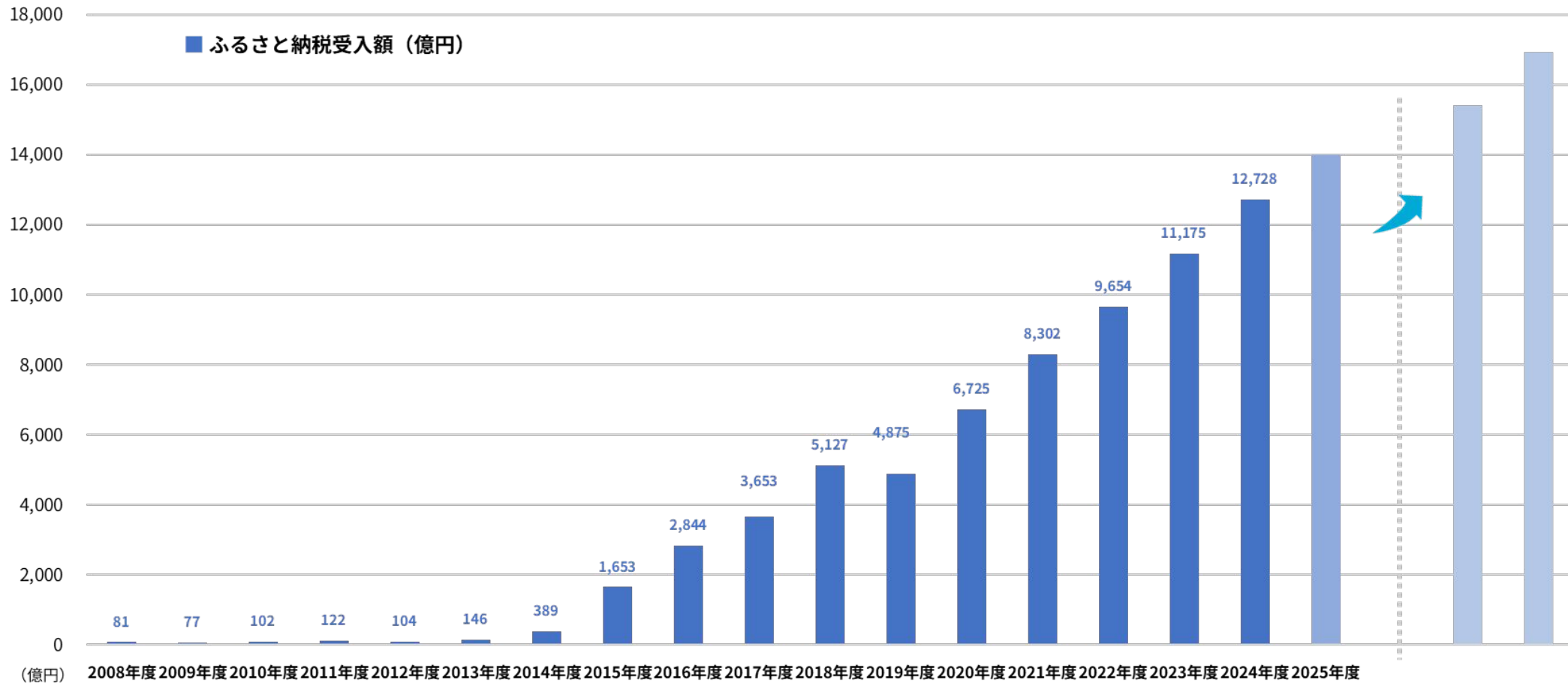
### 2 地域特化・全国性

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

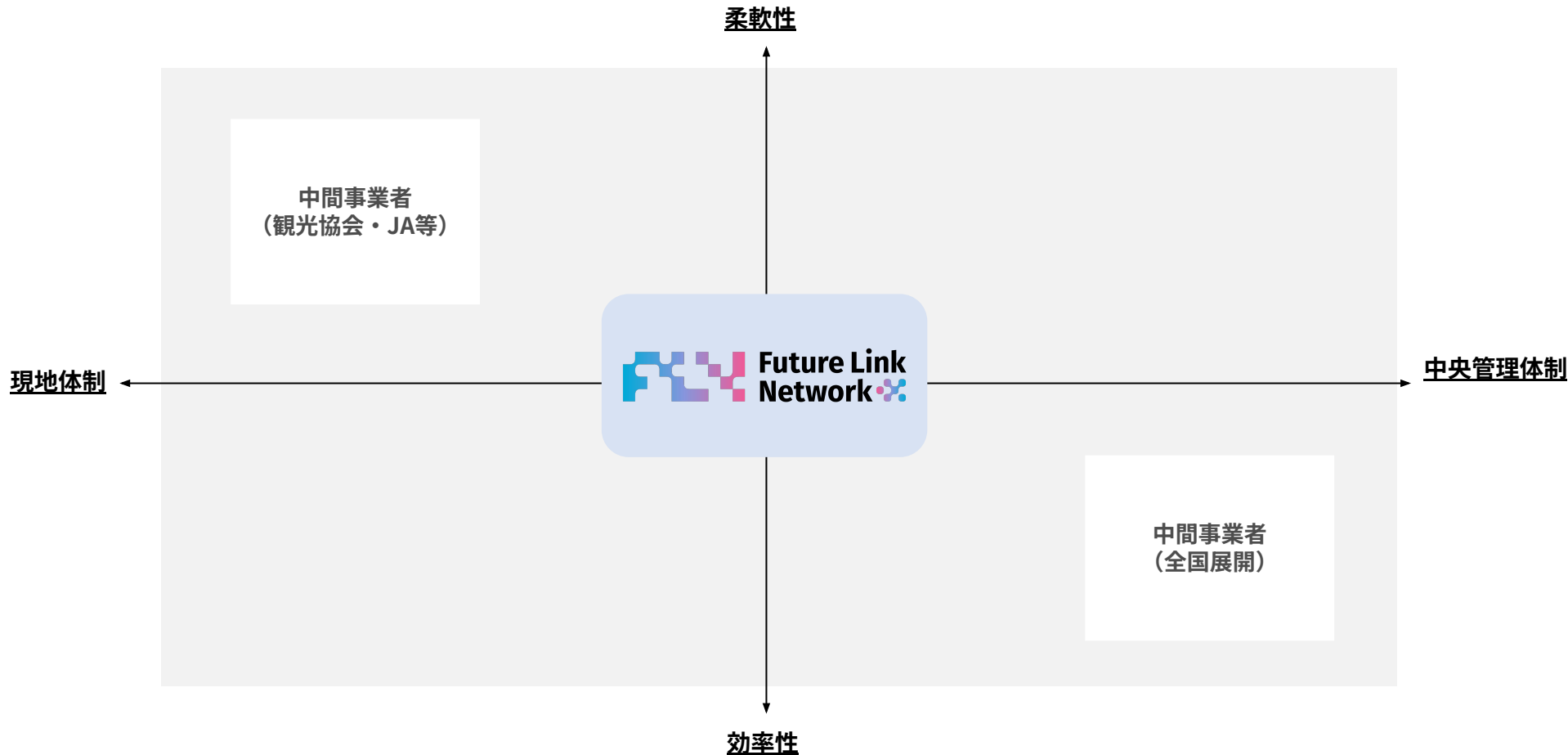
複数地域での運営ノウハウを集約し各地に再展開できる

### 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

■ まいぷれプラットフォーム利用店舗数

**17,480** 店舗

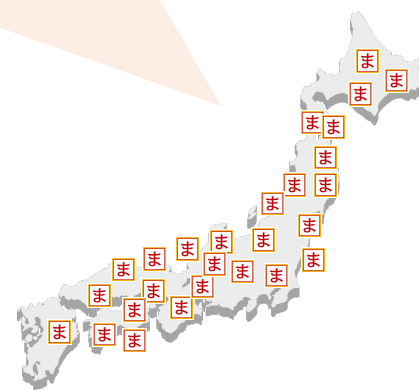
※ 2026年5月末時点



一次情報を収集&編集



最適な形で発信（WEB, SNS, マップなど）



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。



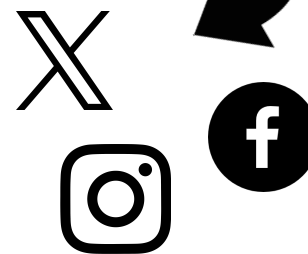
### 特集記事：地元に根ざしたオリジナルの編集企画

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。



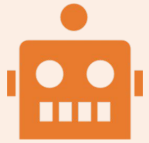
### SNS発信：地域情報を横断的に拡散

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。



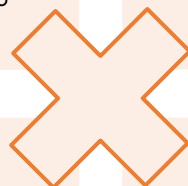
### 多様な発信チャネルによりSEO/MEOで高い優位性

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。

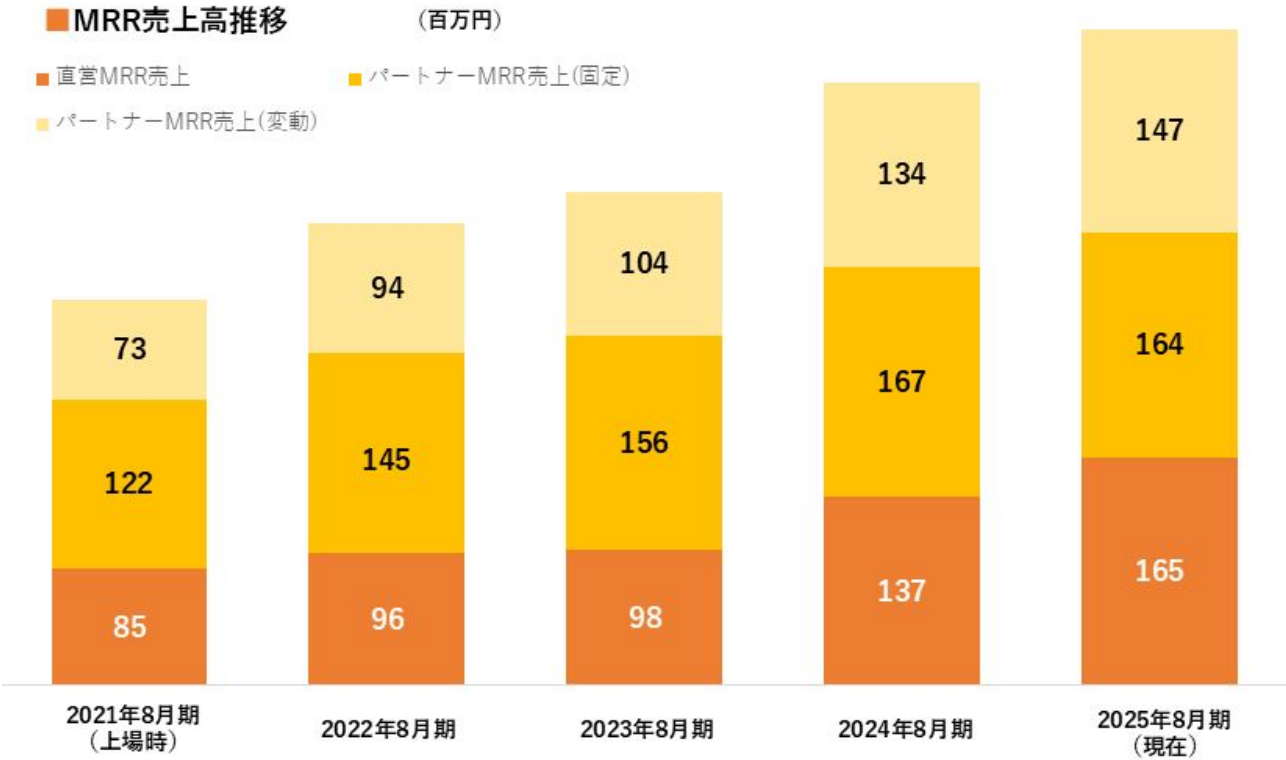
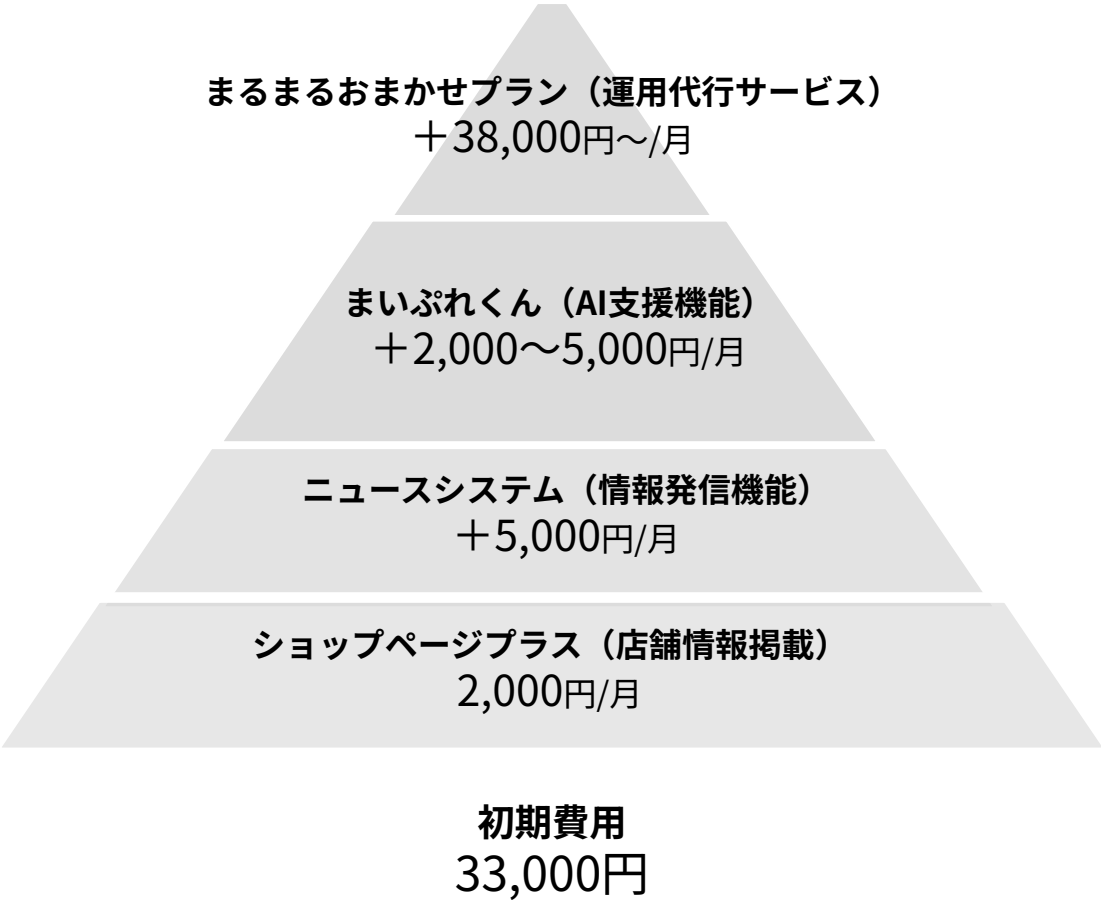


### 直営×パートナーの全国展開モデルで標準化と拡張性を両立

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



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

138 社

※ 2026年5月末時点

■ 展開エリア数

893 市区町村

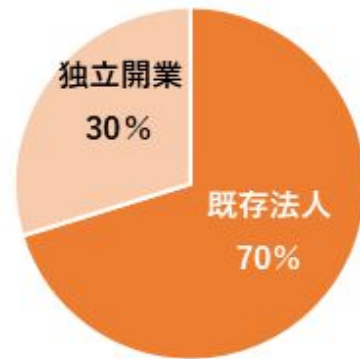
※ 2026年5月末時点

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

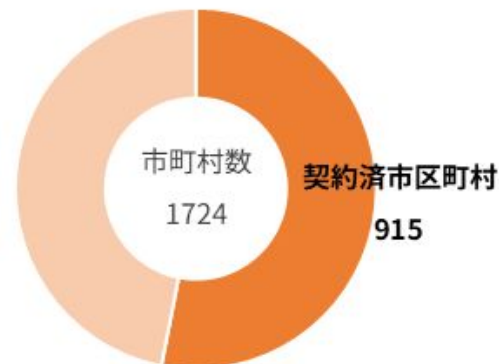
138社



※2026年5月末時点

### ■市区町村カバー率

未開拓地域は  
まだまだ残る



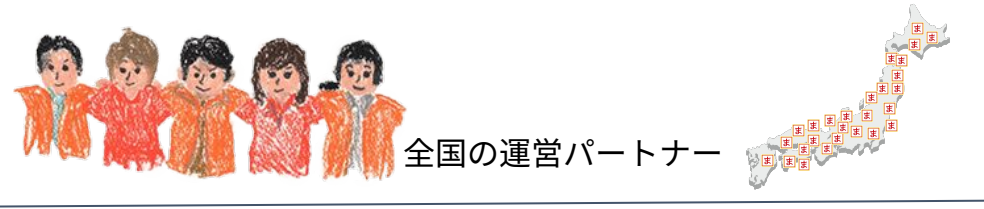
※2025年8月末時点

### ■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

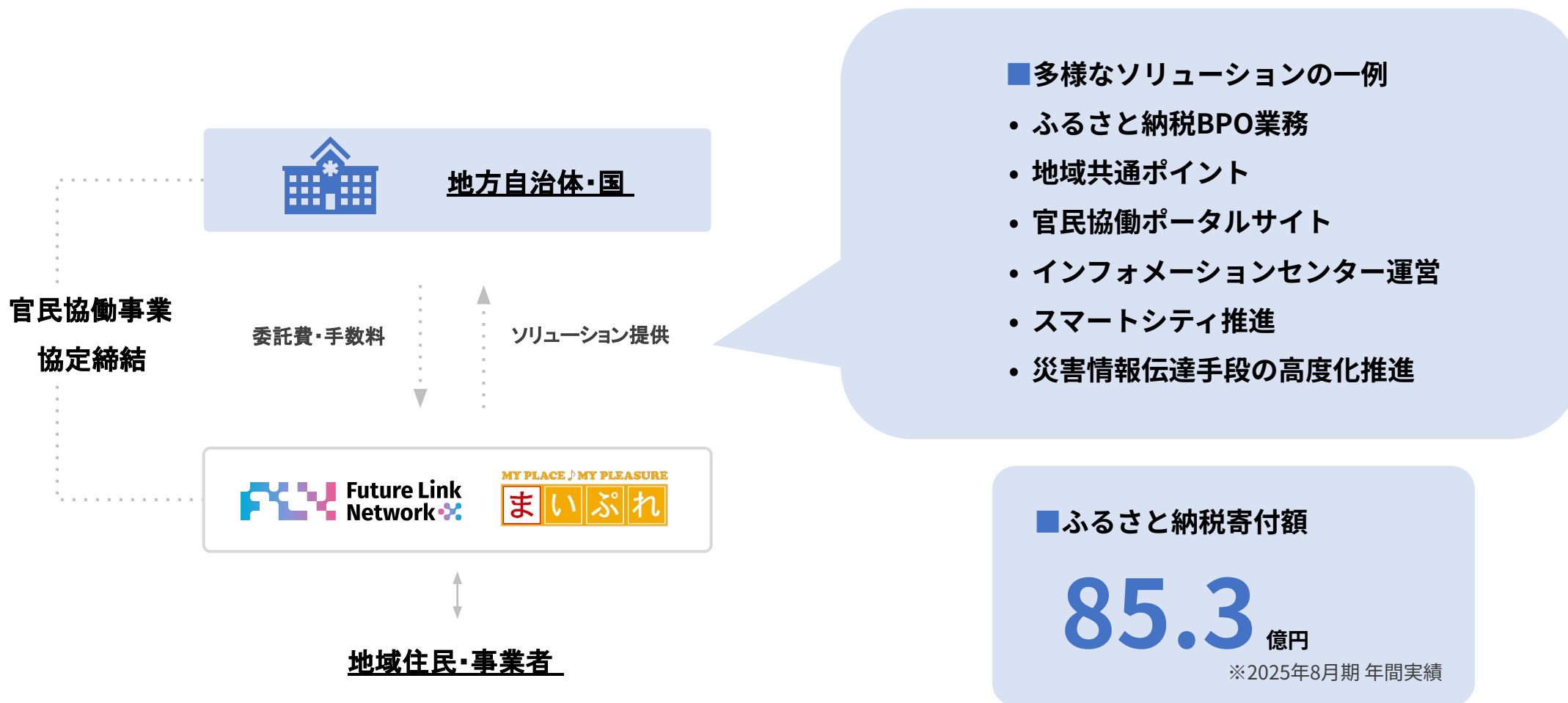
特徴 2 運営パートナーモデルによる全国展開

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**

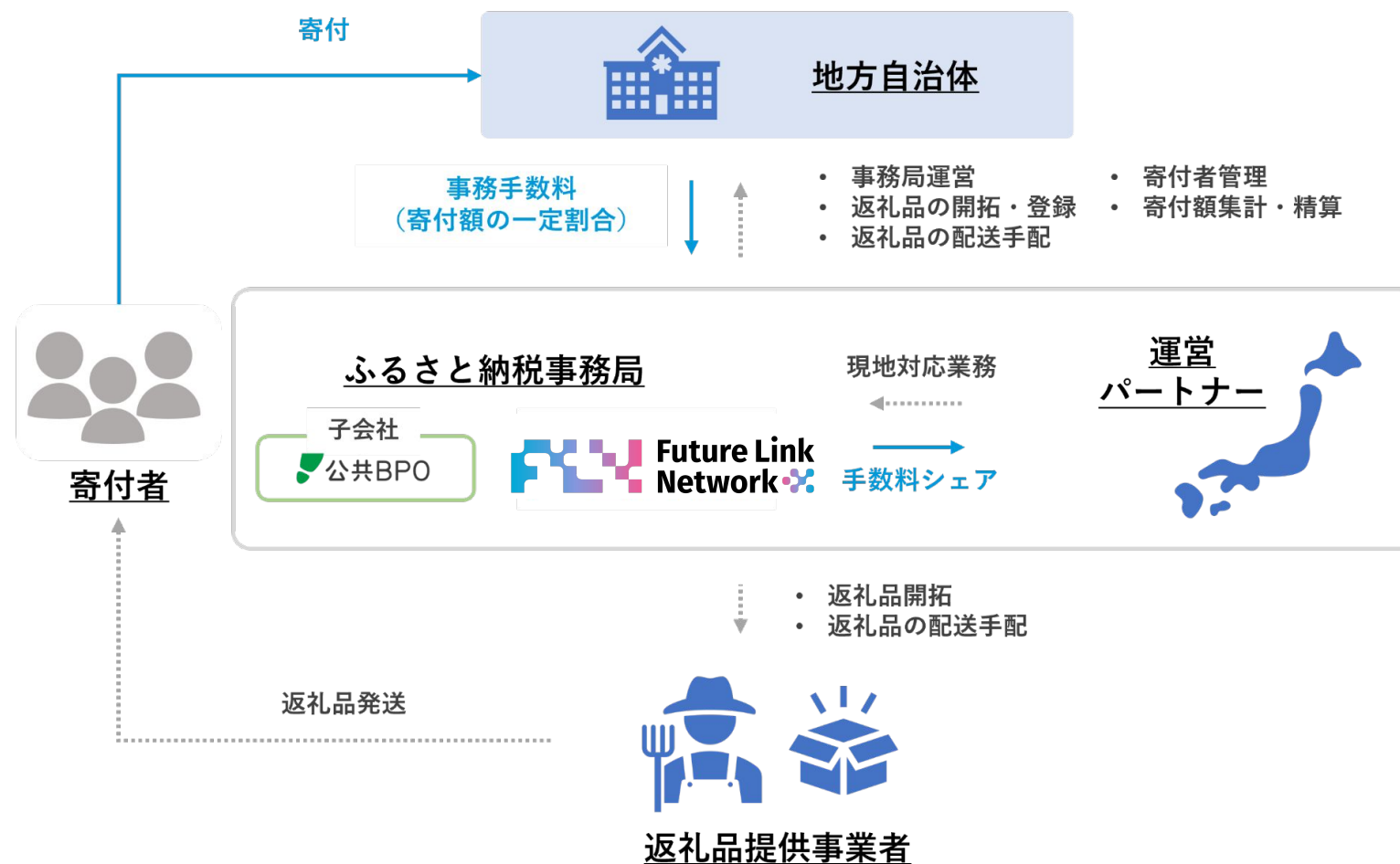
特徴 4 国策と連動した関係人口創出事業

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

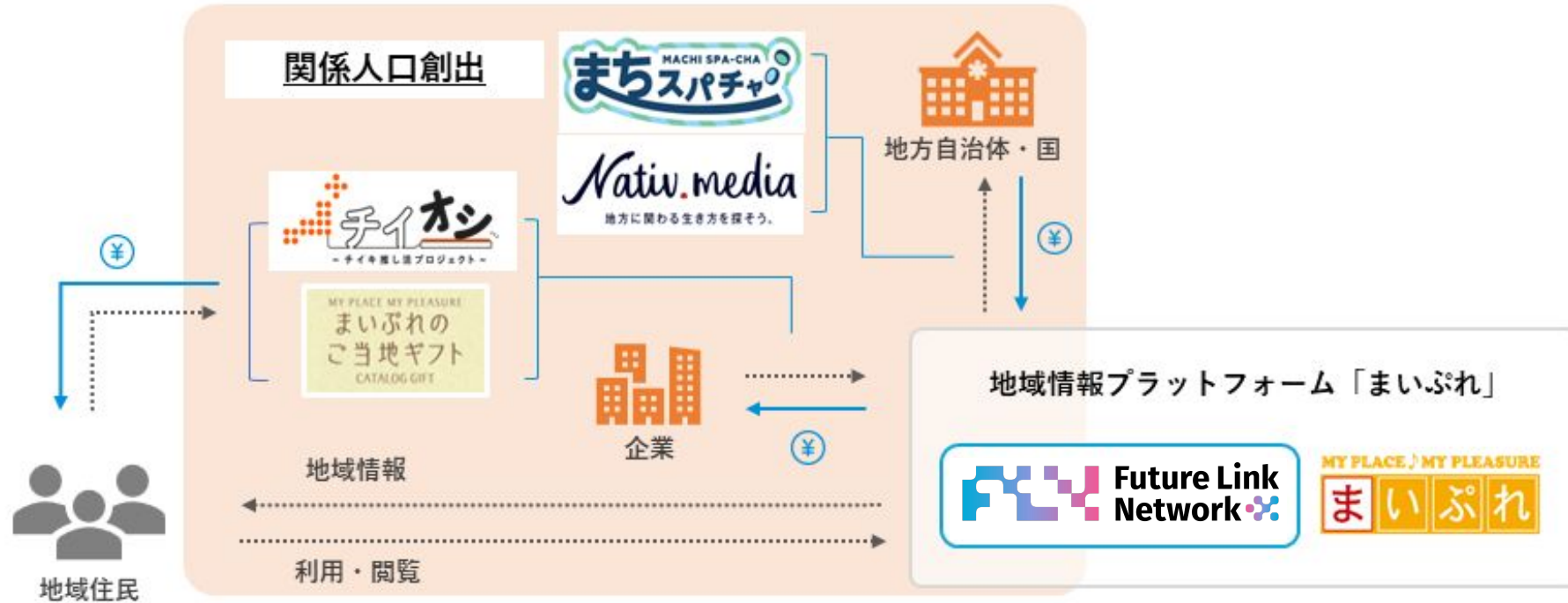
特徴 1 地域情報プラットフォームの運営

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

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

### まちspaチャプロジェクト



IPを軸にした関係人口創出の仕組み

### チイオシ



地方企業の魅力を軸にした関係人口  
創出の仕組み

### 地方企業向け求人支援

### Nativ.media



メディアによる関係人口創出の周  
辺市場創出

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

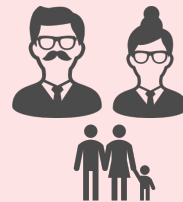
法人ギフト市場 2.8兆円

※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



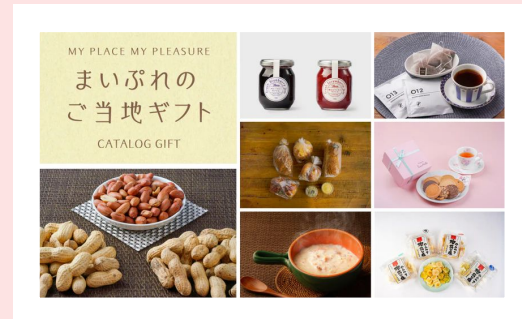
- ・内祝い
- ・手土産
- ・プレゼント

## ③ 自治体・公益団体



産品を通した  
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
- ・実際にまちに訪れる

## 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

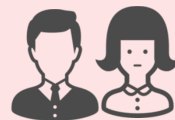


- ・ 福利厚生としてワーケーションや地方体験を取り入れたい。
- ・ 社員のキャリア形成として、社外研修を検討している。

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。

