



2026年8月期 第1四半期決算説明資料

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1月14日

1

全体業績サマリー

1Q売上高436百万円、計画進捗率25%と堅調にスタート

2

MRR事業

まいふれの継続的なアップデートで顧客満足度が向上し、
直営売上が好調、パートナー売上は営業体制改善の過渡期に。

3

ふるさと納税事業

9月の特需が追い風となりYoY+27.1%。
注力自治体・返礼品の選択と集中施策により、着実に前年同期比増加を達成

4

関係人口創出事業

関係人口創出事業は各サービスの拡大により第3の成長の柱になるべく急成長中。

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

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

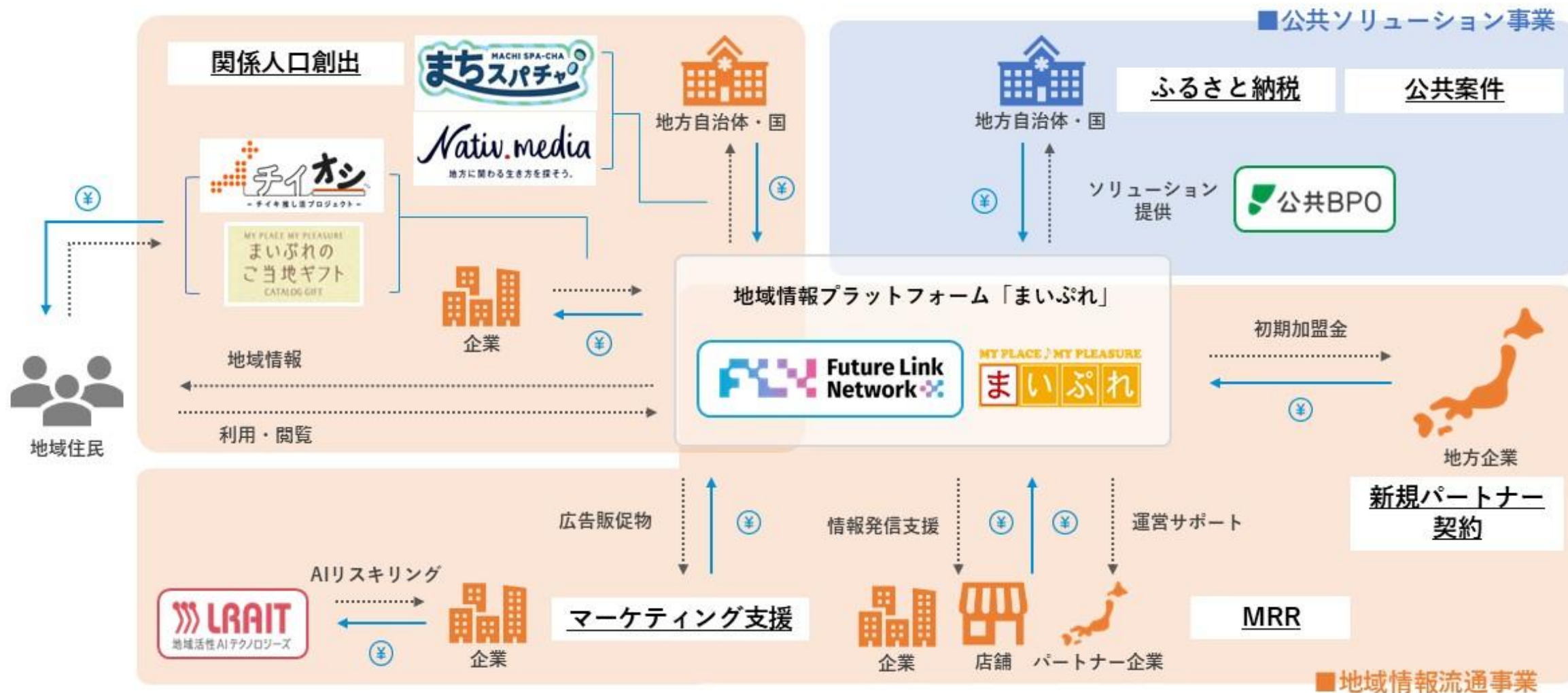
3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

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%	P11
		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。	4.9%	P27
	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%	P27
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。 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%	P22
	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%	P18
公共ソリューション	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%	P27
		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

1Q売上高436百万円、計画進捗率25%と堅調にスタート

(百万円)	2025年8月期		2026年8月期			
	1Q実績	通期実績	通期計画	1Q実績	前年同期比	計画進捗率
売上高	358	1,544	1,741	436	+21.5%	25.0%
地域情報流通事業	163	766	945	195	+19.9%	20.7%
1 MRR売上	119	488	598	126	+5.1%	21.1%
新規パートナー契約売上	6	64	85	5	△17.4%	6.8%
マーケティング支援売上	34	177	173	46	+36.2%	27.0%
2 関係人口創出売上	1	36	88	16	+825.7%	19.1%
公共ソリューション事業	195	778	795	240	+22.8%	30.2%
3 ふるさと納税売上	162	589	666	206	+27.1%	31.0%
公共案件売上	32	188	128	33	+1.5%	26.0%
売上原価	149	557	654	152	+2.1%	23.3%
売上総利益	209	987	1,086	283	+35.2%	26.1%
売上総利益率	58.4%	63.9%	62.4%	65.1%	-	-
販管費	255	1,005	1,086	295	+15.7%	27.2%
営業利益	-45	-17	0	-12	-	-
営業利益率	-12.8%	-1.1%	0%	-2.8%	-	-
経常利益	-47	-20	-2	-12	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-47	28	29	-23	-	-

ポイント

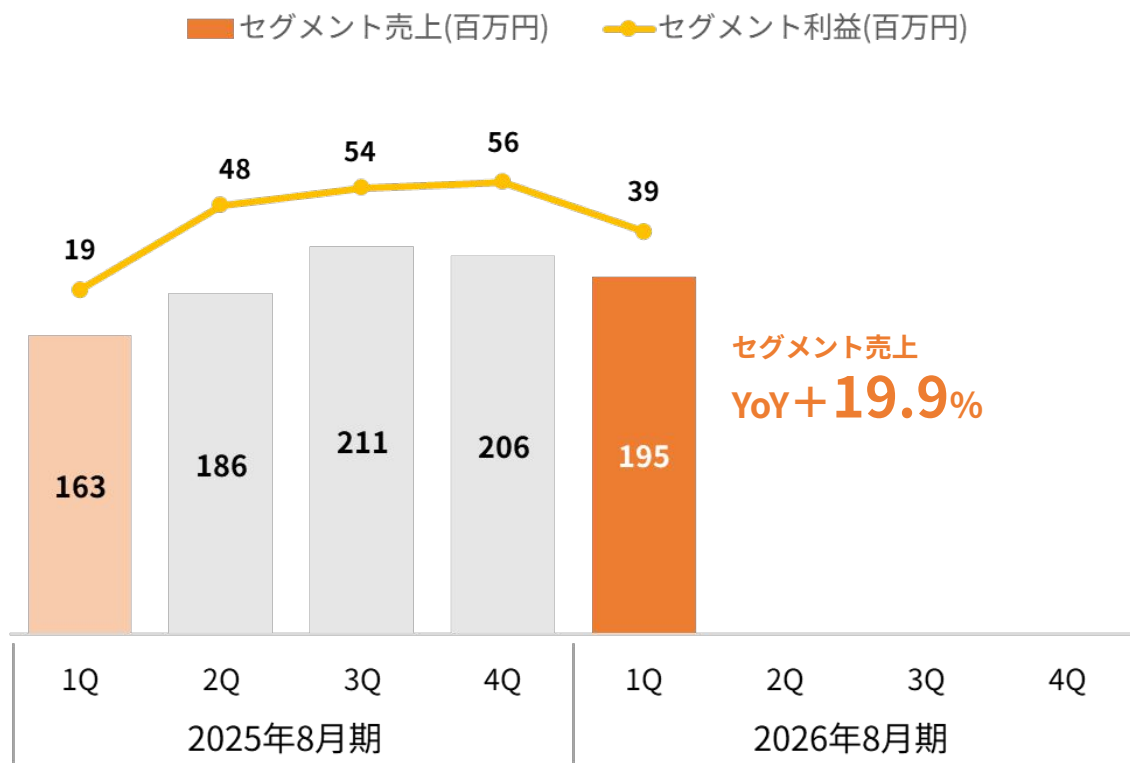
1 パートナーエリアを含めたMRR全体の成長率加速を推進中

2 関係人口創出事業の売上高はYoY+825.7%。第3の売上の柱になるべく、着実に急成長を遂げている

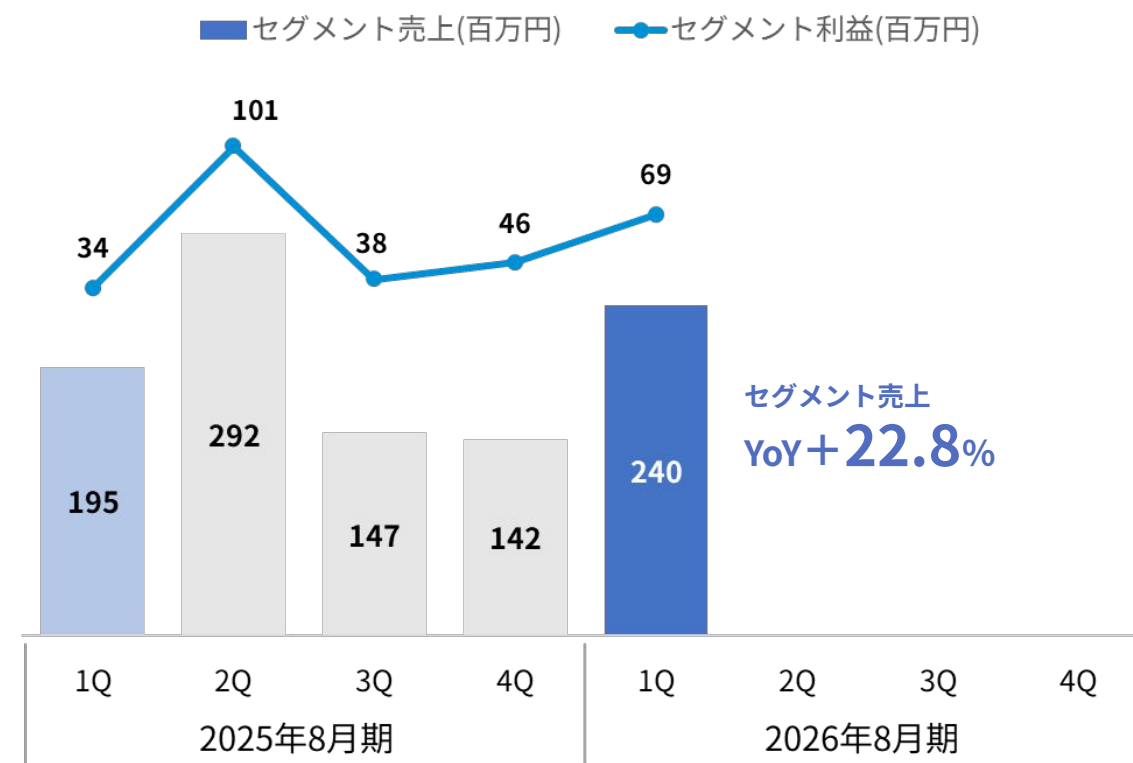
3 ふるさと納税事業の売上高はYoY+27.1%。9月の制度改正に伴う特需が追い風となった

両セグメントともに売上・利益、前年同期比増加と堅調な走り出し。

■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

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

K
P
I

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

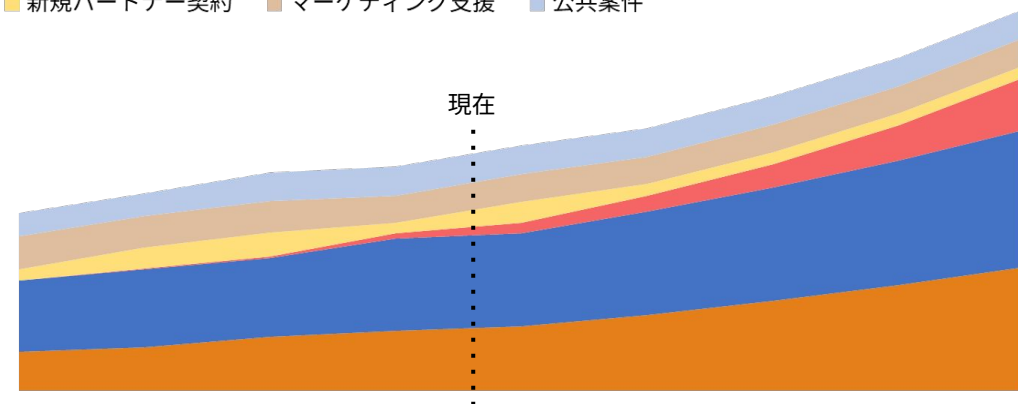
×

契約
エリア数

ふるさと納税
寄付金額

中
長
期
成
長
イ
メ
ー
ジ

■ MRR ■ ふるさと納税 ■ 関係人口
■ 新規パートナー契約 ■ マーケティング支援 ■ 公共案件



積極展開領域

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

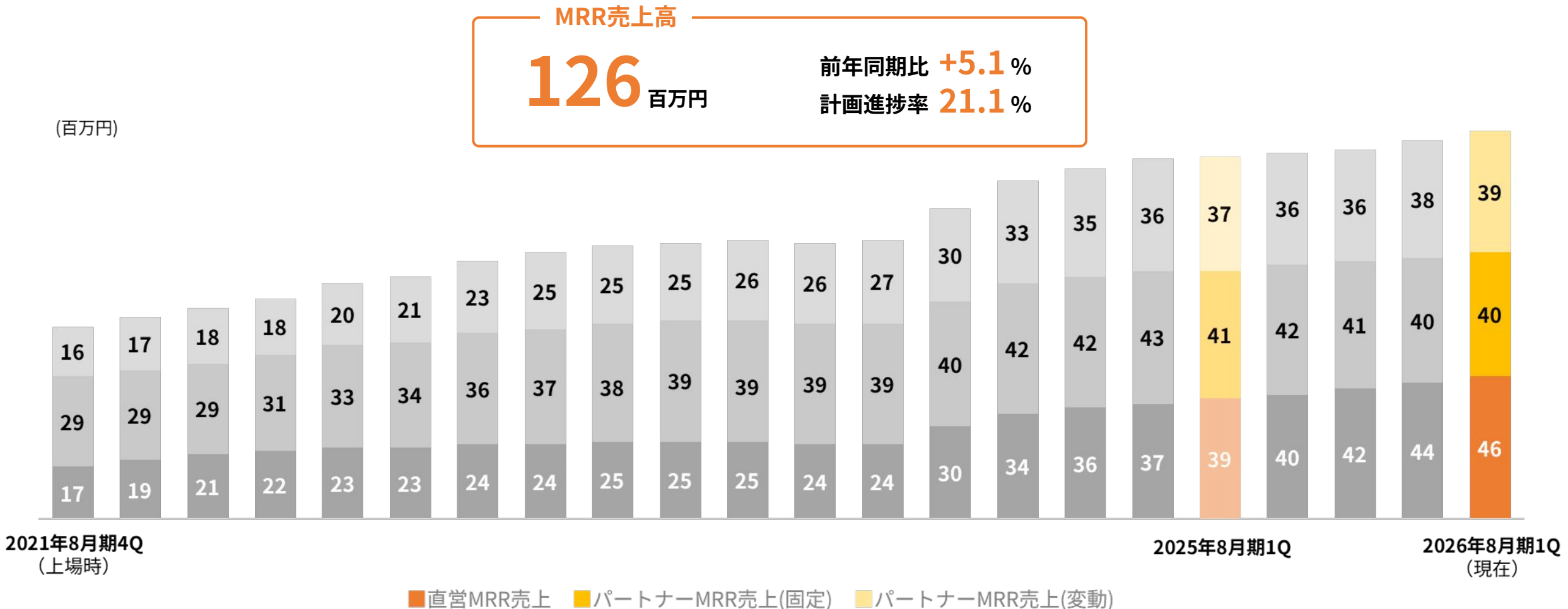
3-4. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

直営MRR売上は「まいぷれくん」の導入やエンタープライズ案件の増加により順調に成長。

パートナーMRR売上もサポート施策の継続的改善を実施し、成長率向上を推進。



利用店舗数・平均単価ともに計画通り進捗。

「まいぷれくん」の拡販を軸にした戦略変更に伴い、利用店舗数は前Q比で増加し、平均単価も高単価を維持。

■まいぷれプラットフォーム利用店舗数 ※1

2026年8月期第1四半期実績

17,568 店舗

前年同期比
△108 店舗

計画達成率
87.3 %
(計画20,104店舗)

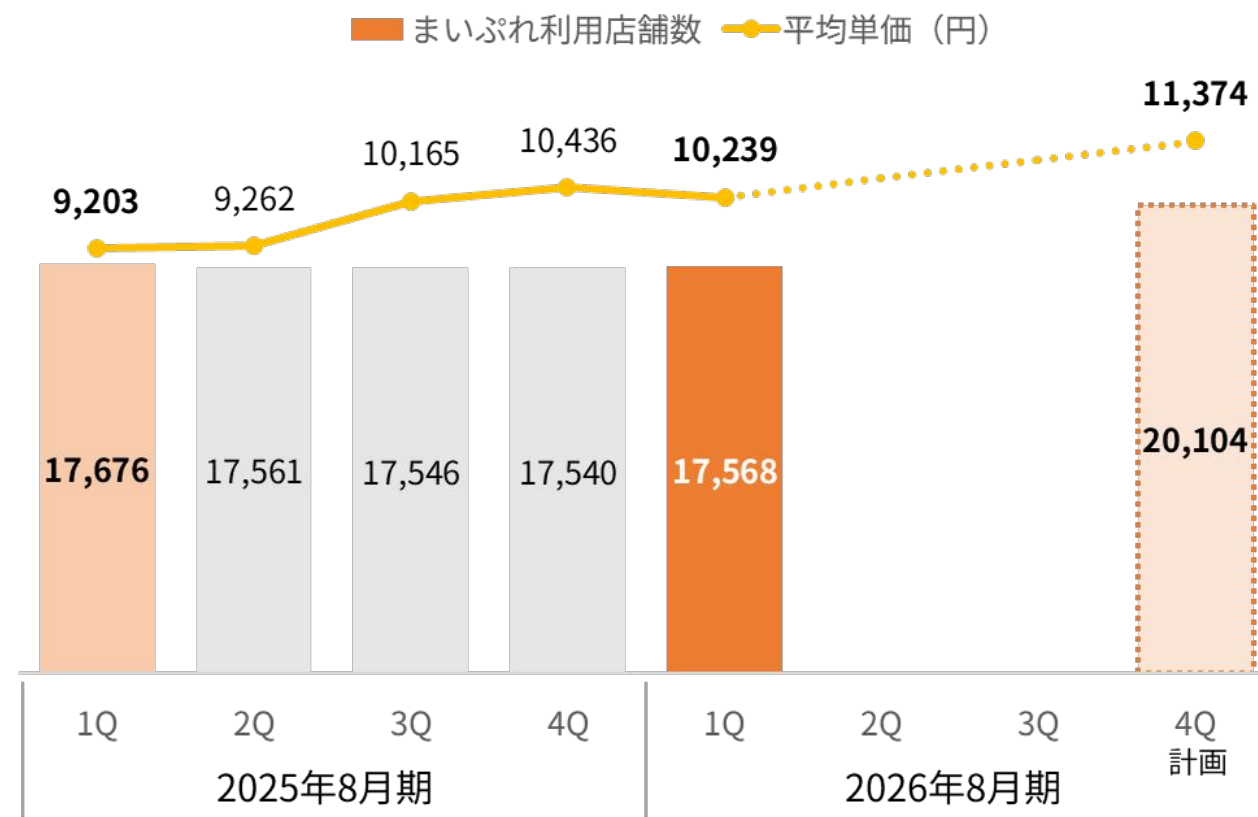
■平均単価 ※2

2025年8月期実績

10,239 円

前年同期比
+1,036 円

計画達成率
90.0 %
(計画11,374円)



※1) まいぷ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。

運営パートナー数・契約エリア数ともに全体数は減少傾向にあるものの、
上位パートナーへのサポート注力によりパートナーMRRは前年同期比+1.2%増（P12参照）。

■運営パートナー数

2025年8月期実績

149社

前年同期比

△16社

計画達成率

100.6%
(計画148社)

■契約エリア数

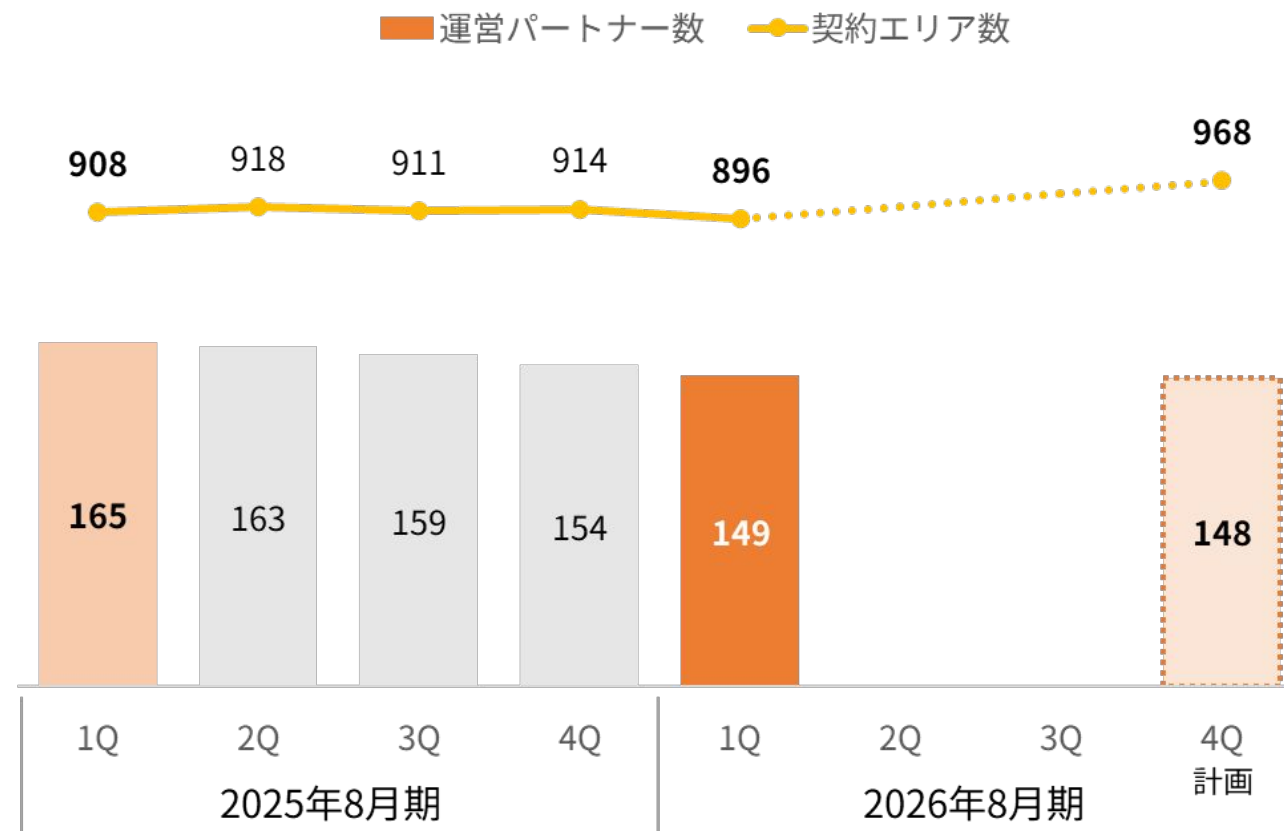
2025年8月期実績

896市区町村

前年同期比

△12市区町村

計画達成率

92.5%
(計画968市区町村)

まいぷれくんやまいぷれのサービス価値向上が新規契約やアップセルにつながる。

契約店舗からの声がサービス改善に活かされる良いサイクルが確立された。

① プラットフォームの価値向上



「まいぷれくん」機能強化
UI/UXの向上

③ 顧客インサイトの蓄積



新規開発へつながる声の吸い上げ

② 顧客増加



MRRの積み上げ
高付加価値サービスの訴求

MRR領域における 好循環サイクル

サービス改善と顧客の声が
生み出す成長ループ

全国1,600店舗以上の販売・利用実績の蓄積から、
AI機能と「人が寄り添う伴走支援」の融合が、競争優位の源泉であることが明らかに

全国での販売実績から見てきたこと（AIによる分析レポートの生データ）

1. 受注を決定づける共通の“決まり手”

地域・業種を問わず、受注店舗は以下の共通課題を抱えている：

「お店自体の価値は高いが、
情報発信が止まっている」：
HP/SNSの更新停止、
GBP（Googleマップ）の放置。



「リソースの壁」：

担当不在、文章が苦手、ネタがない、
忙しいオーナーのワンオペ。



こうした「デジタル赤字」状態の店舗に
「AI × 人的伴走」の価値が深く刺さる。

2. 業種を超えた汎用性と解決策



飲食・美容・健康：
「入りづらさ」の払拭、技術の見える化。



生活サービス・専門職：
初めての利用ハードルが高い業態
（補聴器・外構等）に特効。

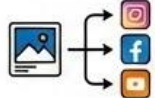


B2B・製造：
認知拡大だけでなく「採用」目的
での受注が急増。



3. 「まいぷれくん」が選ばれる3つのコアバリュー

最強の省力化
（商品力）



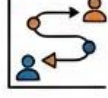
「1回の投稿 → イ
ンスタ・Google・
まいぷれ」への3媒
体同時展開。

成功の体験



30秒のAI実演（写
真から文章生成）
で、オーナーの「で
きそう」を喚起。

問題解決型営業



売り込みではなく、
ユーザーの検索行
動（導線）を基に
した改善提案。

4. 収益性と継続性を生むプラン戦略

スタンダードプラン
（月30回利用）の標準化



「毎日投稿文化」を作る
ことで成果を出し、解約
率を劇的に抑制。

価値に基づく適正価格



他社比較ではなく、店舗
の課題解決量で決まるた
め値引きが発生しない。

5. 結論：模倣困難な「AI × 営業の人間力」



AI
（商品力）



人
（本音の抽出・共感等）

まいぷれの強さは商品力に加え、「AIでは不可能な
領域」を人が担うこと。このハイブリッドモデルが
最大の参入障壁となっている。

地域メディアが事業拡大において直面する収益化や運用負荷の課題解決を支援。

まいぷれで培ってきたノウハウとAI技術を活用。

枚方っしん

×

MY PLACE MY PLEASURE



FLNと地域活性AIテクノロジーズ
「まいぷれ」とAIを組み
合わせたBPaaSを提供

地域メディアの収益化支援事業を
本格展開開始

地域情報プラットフォームとして長年培ってきたノウハウを
用いて「枚方っしん」の収益化・運用負荷軽減を支援

- FLNが「まいぷれ」で培ったノウハウを基盤とし、地域活性AIテクノロジーズが、AIを活用した「メディア収益化BPaaSサービス」と「記事作成支援ツール」を提供
- 営業活動・記事制作・顧客対応・請求業務といった一連のビジネスプロセスを自動化・低工数化を目指す。

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

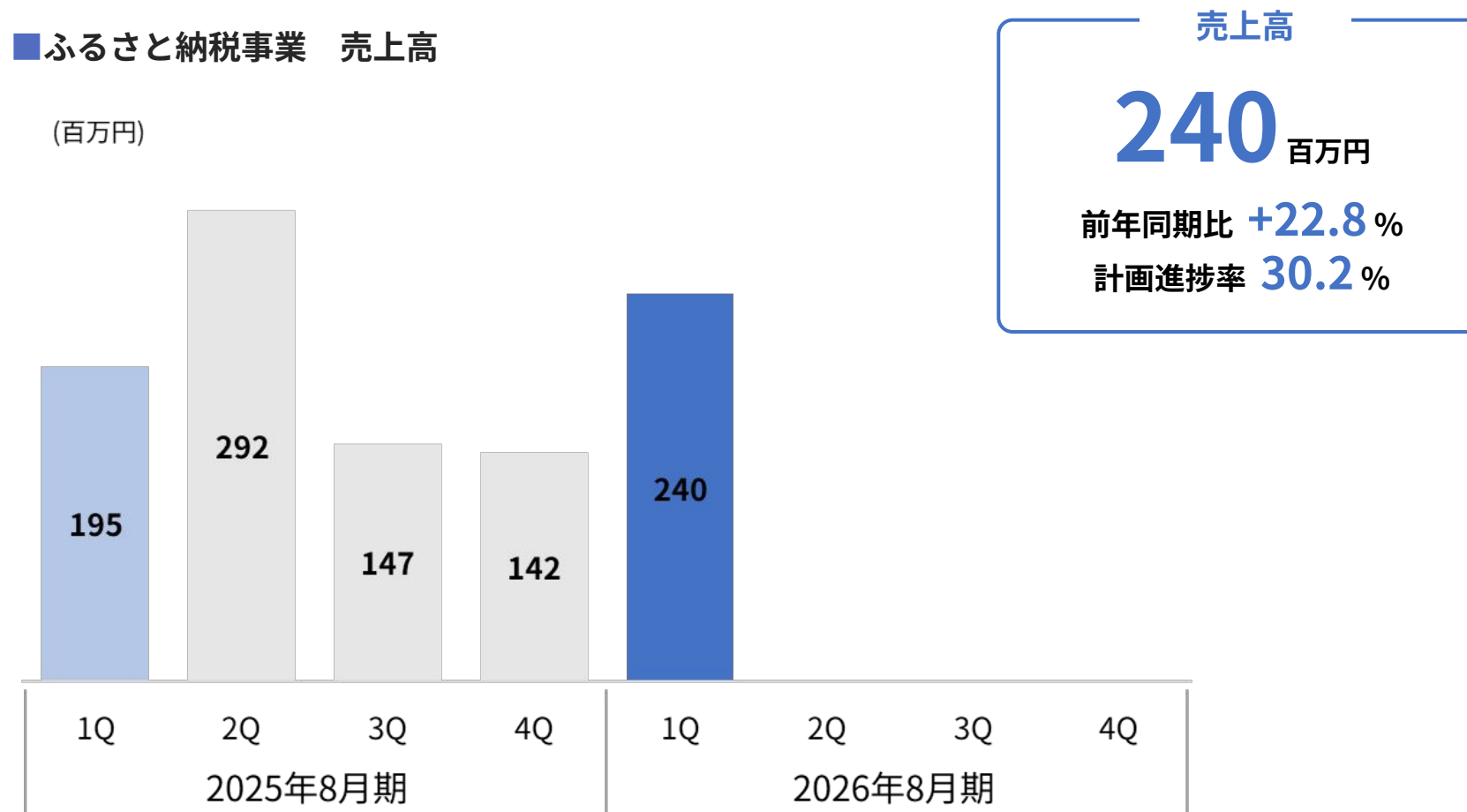
3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

9月末ふるさと納税事業の特需により、前年同期比・計画進捗率共に順調に推移



9月のポイント制度廃止による寄付申込の駆け込みで、前年同期比増。
例年の2Q偏重トレンドに変化がある可能性あり。

■ふるさと納税寄付額

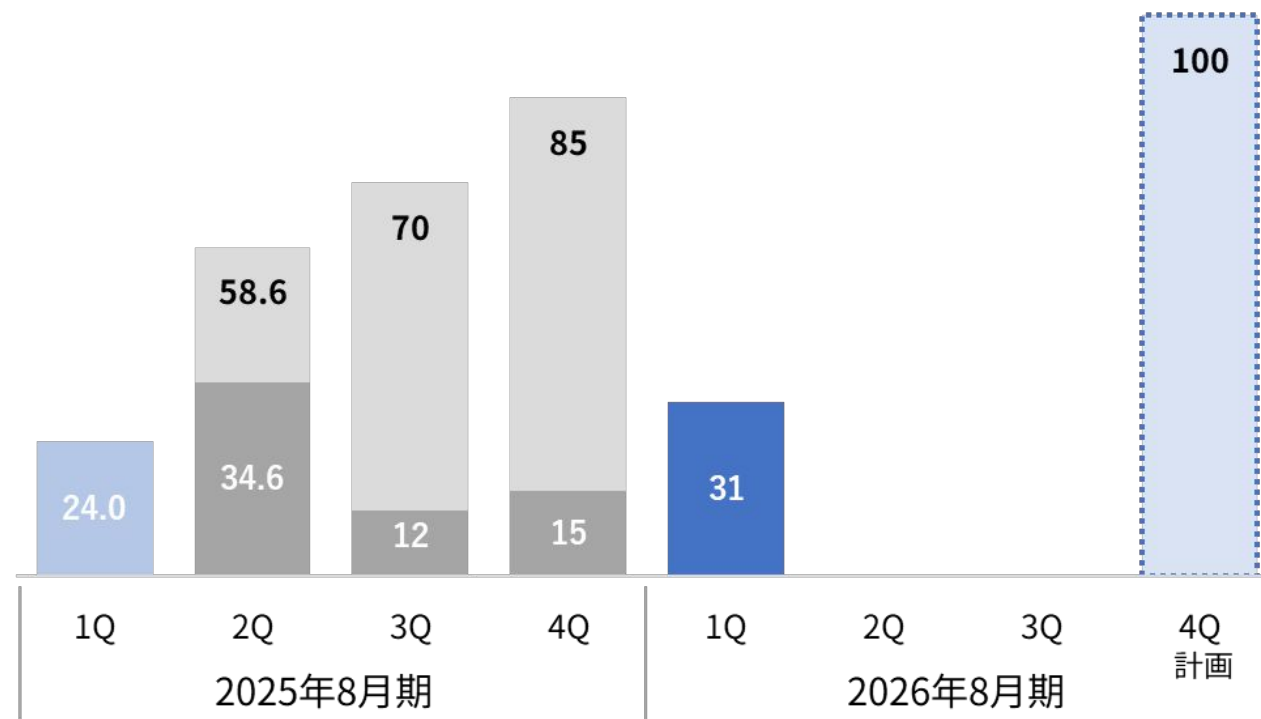
2025年8月期実績

31億円

前年同期比
+7億円

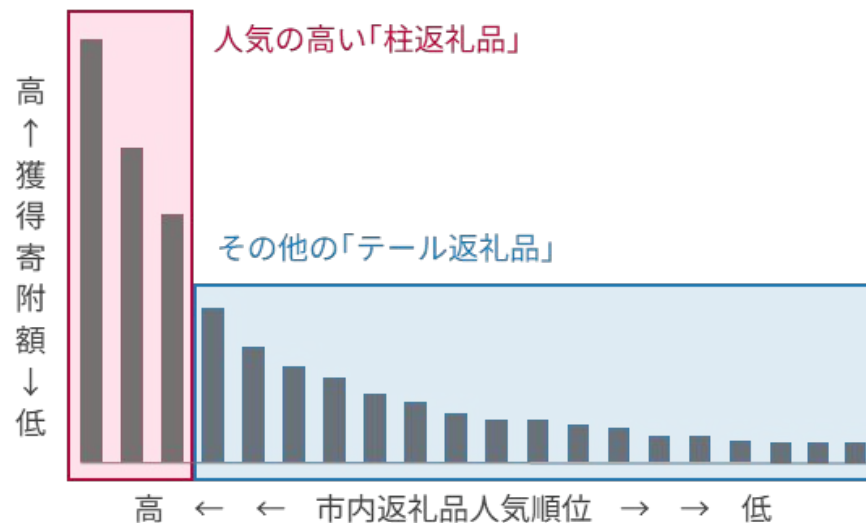
計画達成率
31.0 %
(計画100億円)

■ ふるさと納税寄付額（億円）



注力自治体の選択と集中 寄付額獲得の柱となる返礼品を強化

柱返礼品の競争力強化により、
短期で寄付を集中させ検索ランキング上位を獲得。
また、寄付サイト内のイベント期に対応することで寄付額向上に貢献



2025年9月：寄付受付サイト内のポイント制度廃止

寄付受付サイト独自のポイント還元キャンペーンが禁止されるにあたり、
制度変更前にポイント獲得をめがけて
市場全体的に寄付が増加した



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

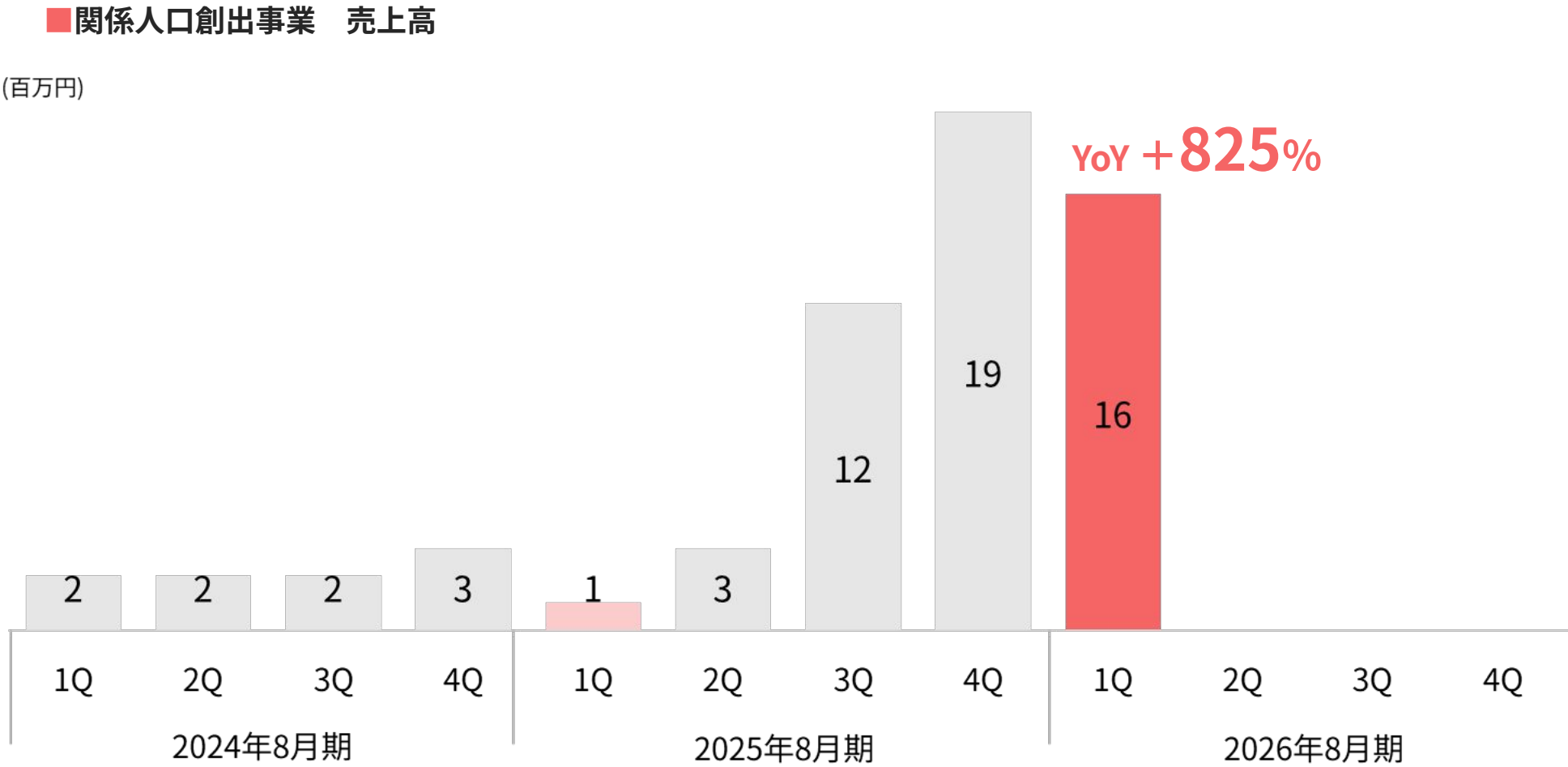
3-3. 関係人口創出事業への注力

3-4. その他の事業領域

04 今後の成長戦略

05 Appendix

前期よりスタートした「Nativ.media」事業による収益基盤の確立や、
「まいぷれのご当地ギフト」の販売拡大、複数地域での「まちスパチャプロジェクト」実施などより着実に成長



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



「まいぷれくん」のAI関連開発で培った知見を活かして、子会社LRAITとの連携により
自治体のプロモーションに特化した記事作成支援AIツールを開発



自治体の情報発信におけるリソース不足を解決

- 「Nativ.media」に蓄積された累計4,000件以上の記事から学習し「読まれる文章の型」をAIが提案。
- 取材時の音声素材や画像をアップロードするだけで簡単に記事生成。
- 高いセキュリティ水準を担保し、安心して利用できる環境を確保。



【まいぷれのご当地ギフト】 シリーズ累計5,000個突破・法人販売も強化

- 千葉県・川口市等の既存版に加え、新たに展開地域を拡大。
- 企業の販促景品や福利厚生など、法人需要に対する開拓を強化し、販売数が拡大。



【地域の仕事”ホンネ”サロン】 地方採用市場への参入を推進

- 地方企業と潜在求職者層をつなぐオンラインセミナーの開催が定着し、規模拡大・多様化へ。
- 地方企業の採用課題解決と関係人口創出を接続。



【まちスパチャプロジェクト】 自治体受託案件として着実に収益貢献

- 茨城県銚田市・岡山県新見市・埼玉県川口市 など複数自治体でプロジェクトを推進。
- 農業体験、商品開発、バスツアー、バーチャル物産展など、体験・共感型プロモーションを実行。

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

新規パートナー契約は2Q以降の獲得加速に向け、体制整備とリード獲得に注力。
マーケティング支援・公共案件は通期では保守的に見込むも、1Q結果は前年同期増と堅調に推移。

■新規パートナー契約

売上高

5
百万円

- 長期的にMRR成長にコミットしていただけるパートナーを求めて、1Qは良質なリード獲得に注力

■マーケティング支援

売上高

63
百万円

- 大手小売店・住宅メーカー向けの販促支援案件の受託が好調

■公共案件

売上高

33
百万円

- 自治体からの情報発信支援の受託案件や、地域ポイントの既存受託エリアでのキャンペーン実施、細かな案件の受託により堅調に推移

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

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

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

K
P
I

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

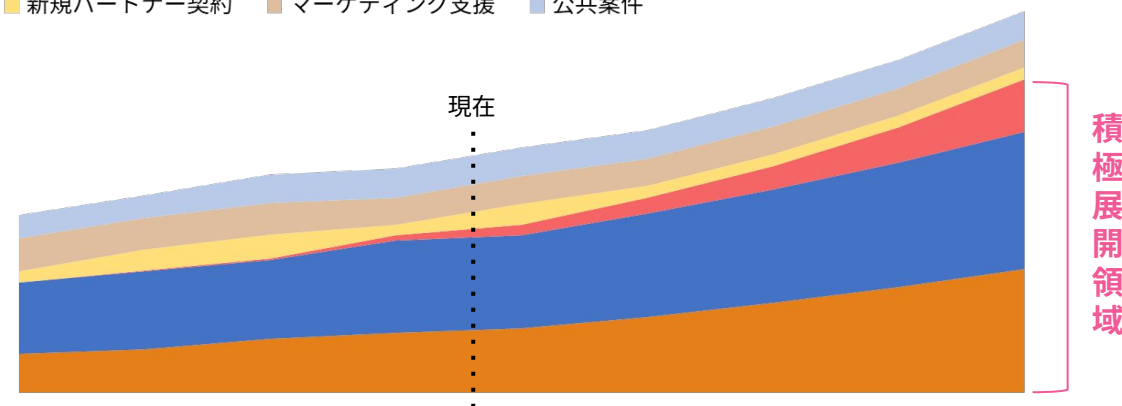
×

契約
エリア数

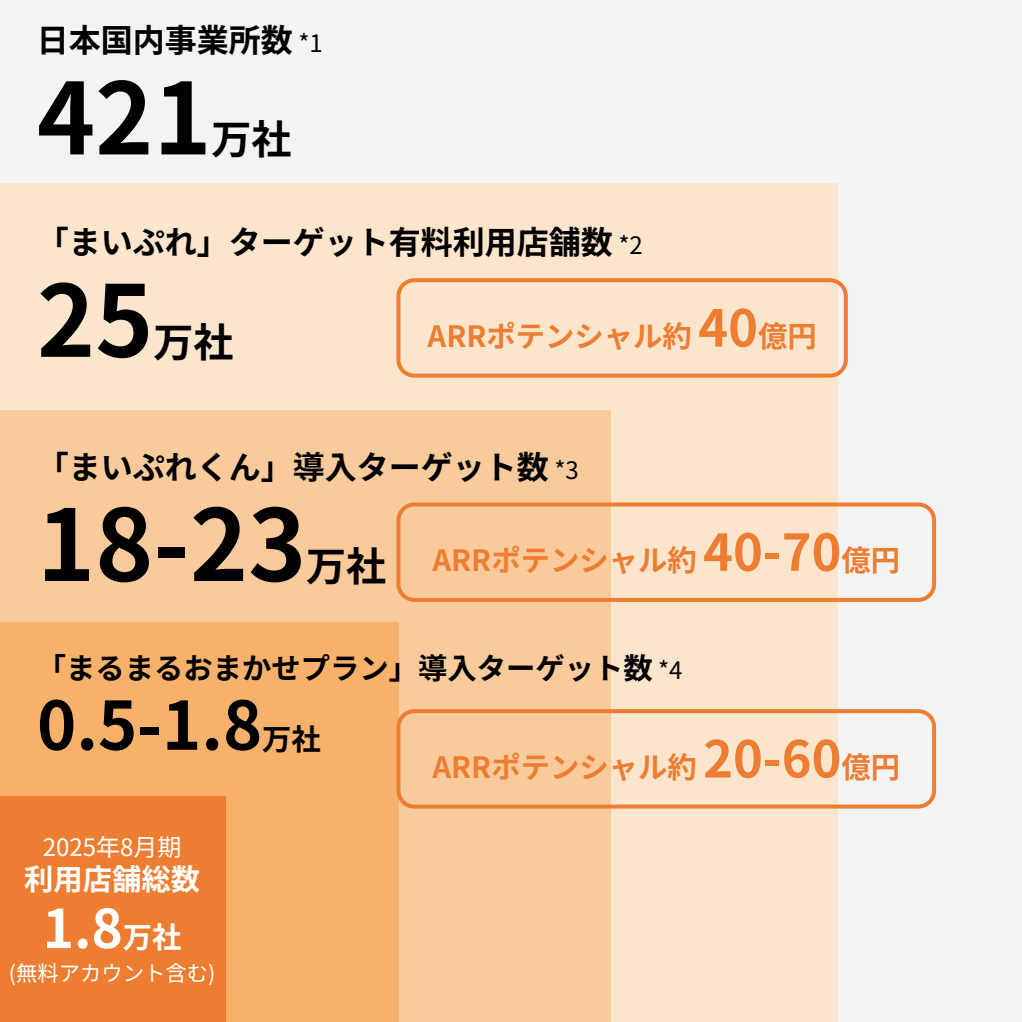
ふるさと納税
寄付金額

中
長
期
成
長
イ
メ
ー
ジ

■ MRR ■ ふるさと納税 ■ 関係人口
■ 新規パートナー契約 ■ マーケティング支援 ■ 公共案件



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」。



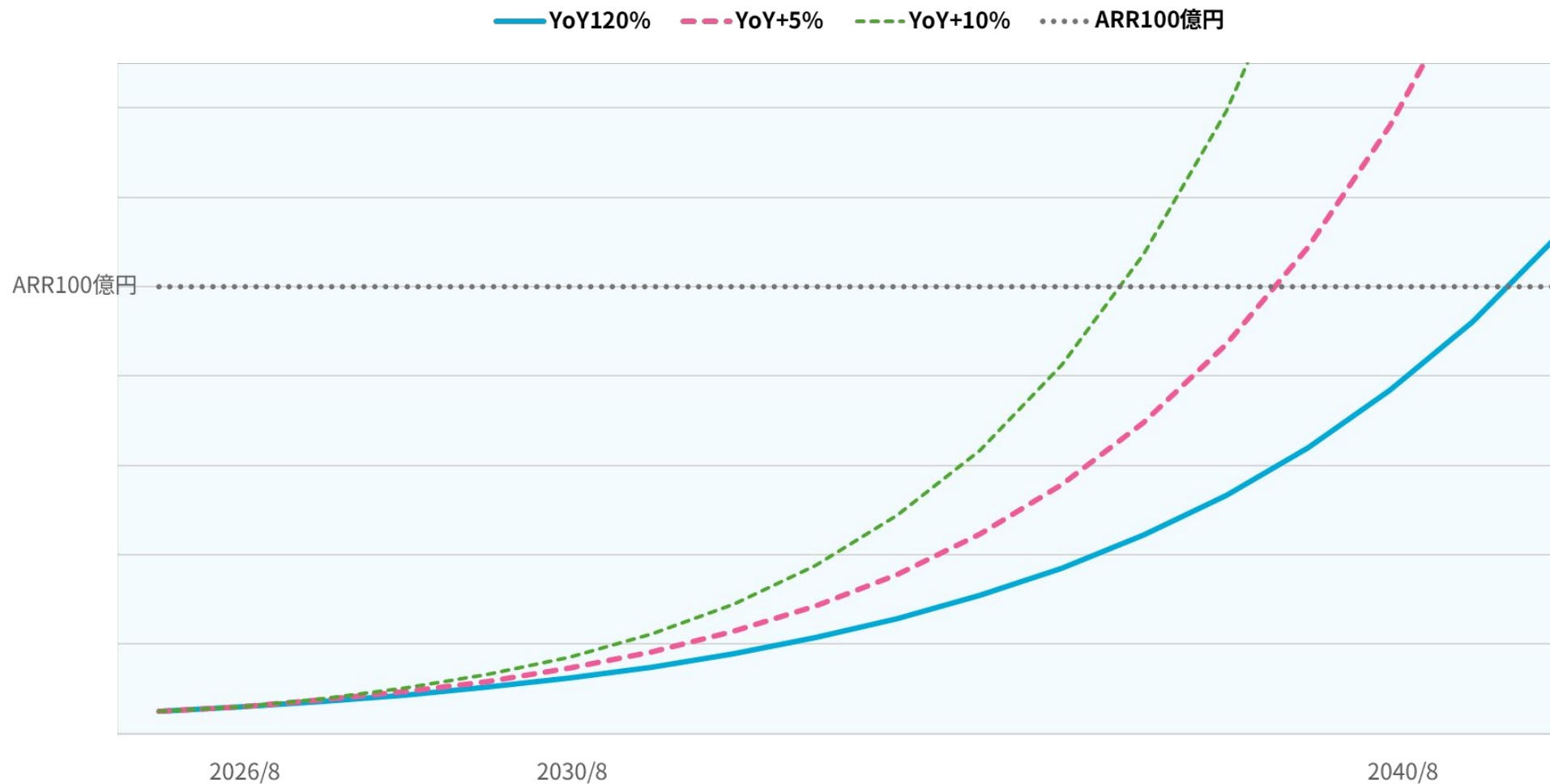
- 「まいふれ」の顧客対象は業種を問わないため、国内で広大な市場開拓余地がある
- 基本商品（ショップ+ニュース）のみでも、シェア率6%・全国25万社への導入を想定すると国内だけでARR40億円のポテンシャルがある
- AIエージェント「まいふれくん」は、全有料利用店舗の70～90%への導入を目指す
- 運用代行「まるまるおまかせプラン」2～7%の導入率でポテンシャルを再算出

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



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

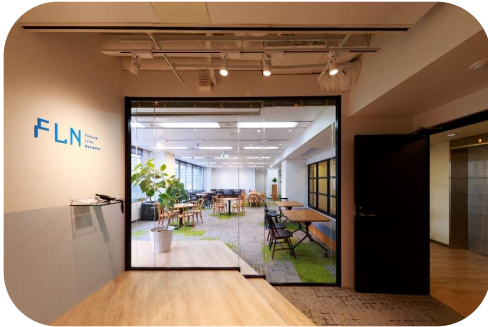
3-3. 関係人口創出事業への注力

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	175名（2025年8月末現在 有期雇用含む 連結）	
資本金	285,530,666円（2025年11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。

	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">■ 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>	地域情報流通 (新規事業)	<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

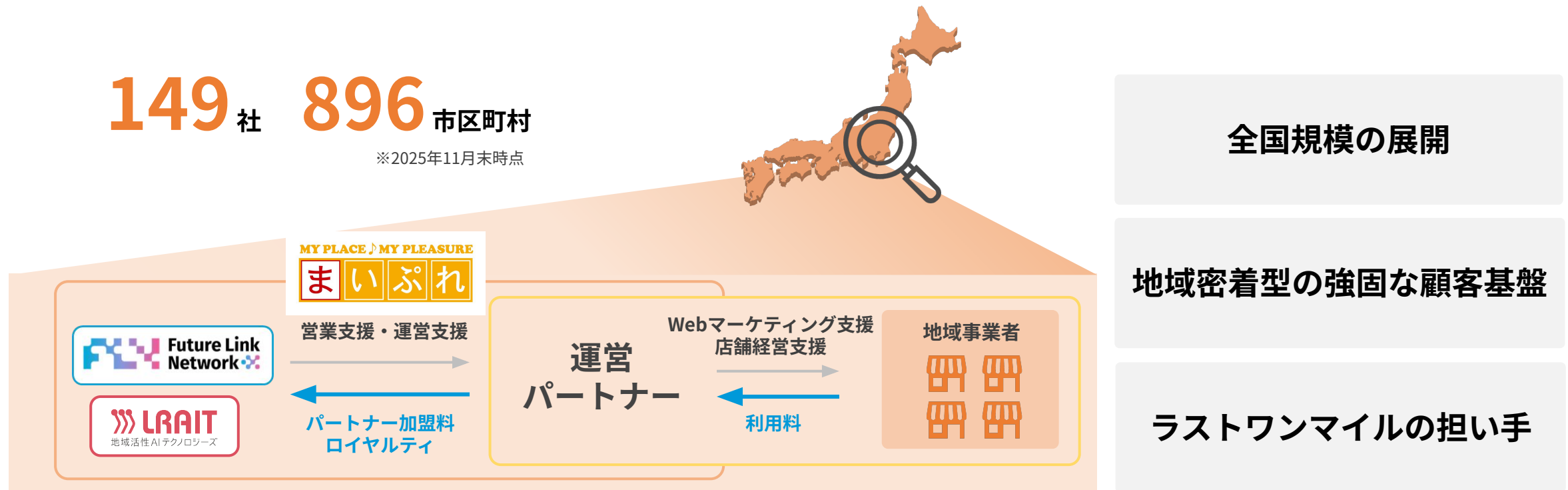
サブスクリプション型で、持続的に価値提供できる地域情報プラットフォーム「まいふれ」のサービスモデルと、
直接現地でサポートできる地域密着型の体制による高い信頼感により、解約率が低く、顧客生涯価値（LTV）が高い。

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

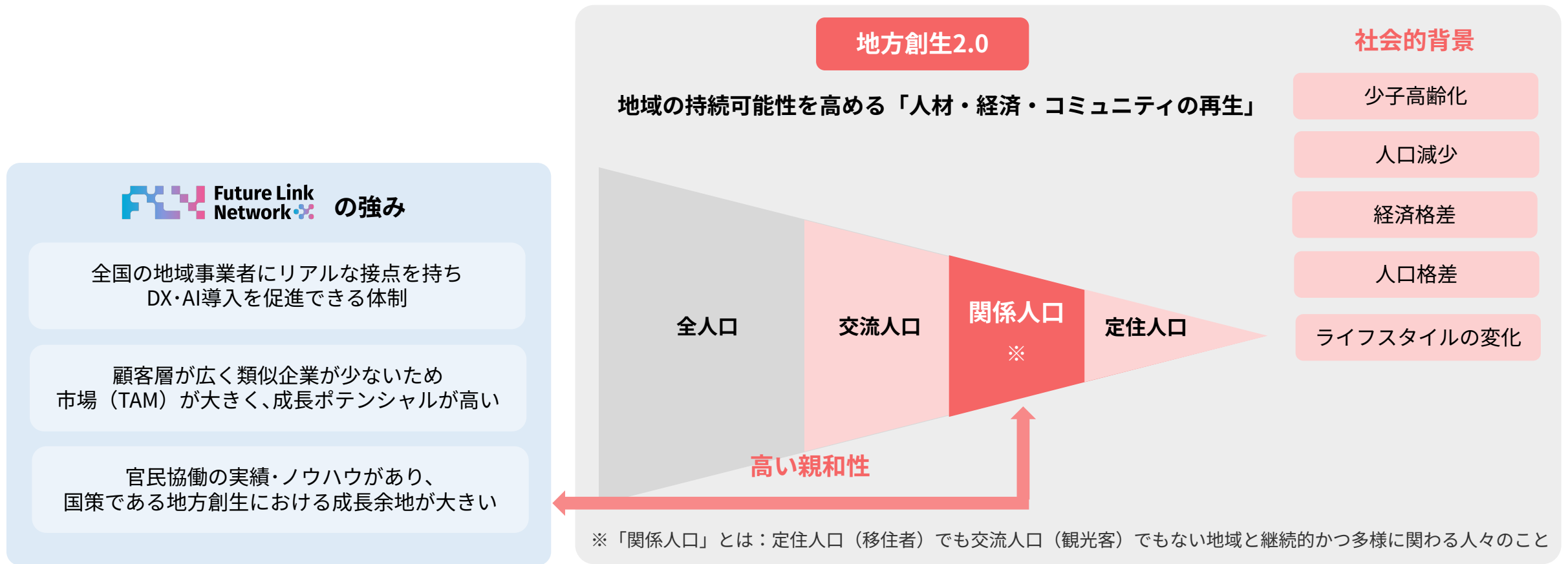
スマートシティ推進

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



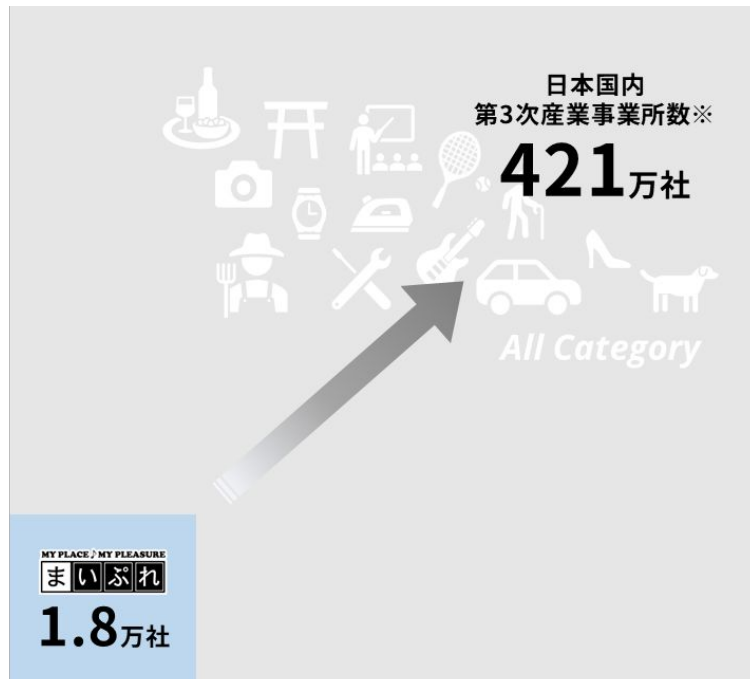


05 Appendix

市場環境

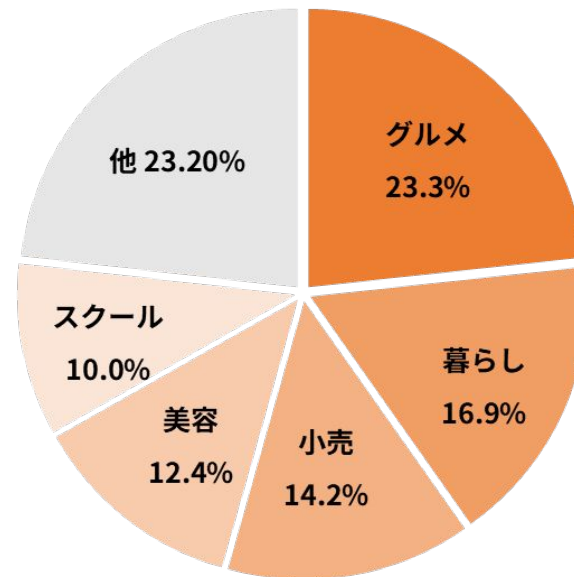
- 「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わないことから、国内で広大な市場開拓余地がある。
- 広告市場においては、プロモーションメディア広告市場でDXを促進する役割も担うため、インターネット広告市場とあわせて約5兆の市場規模がある。

■顧客対象となる業種の市場規模

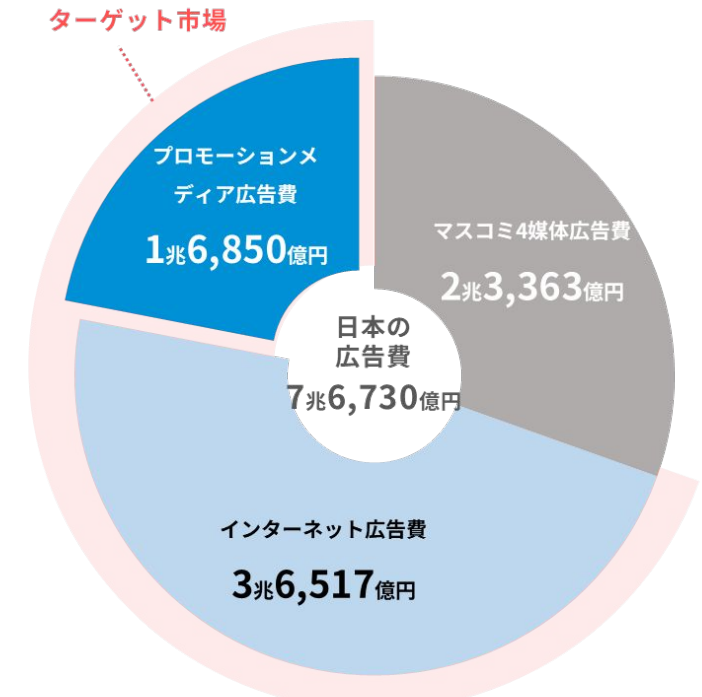


※総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より

■まいぷれ利用顧客の業種内訳



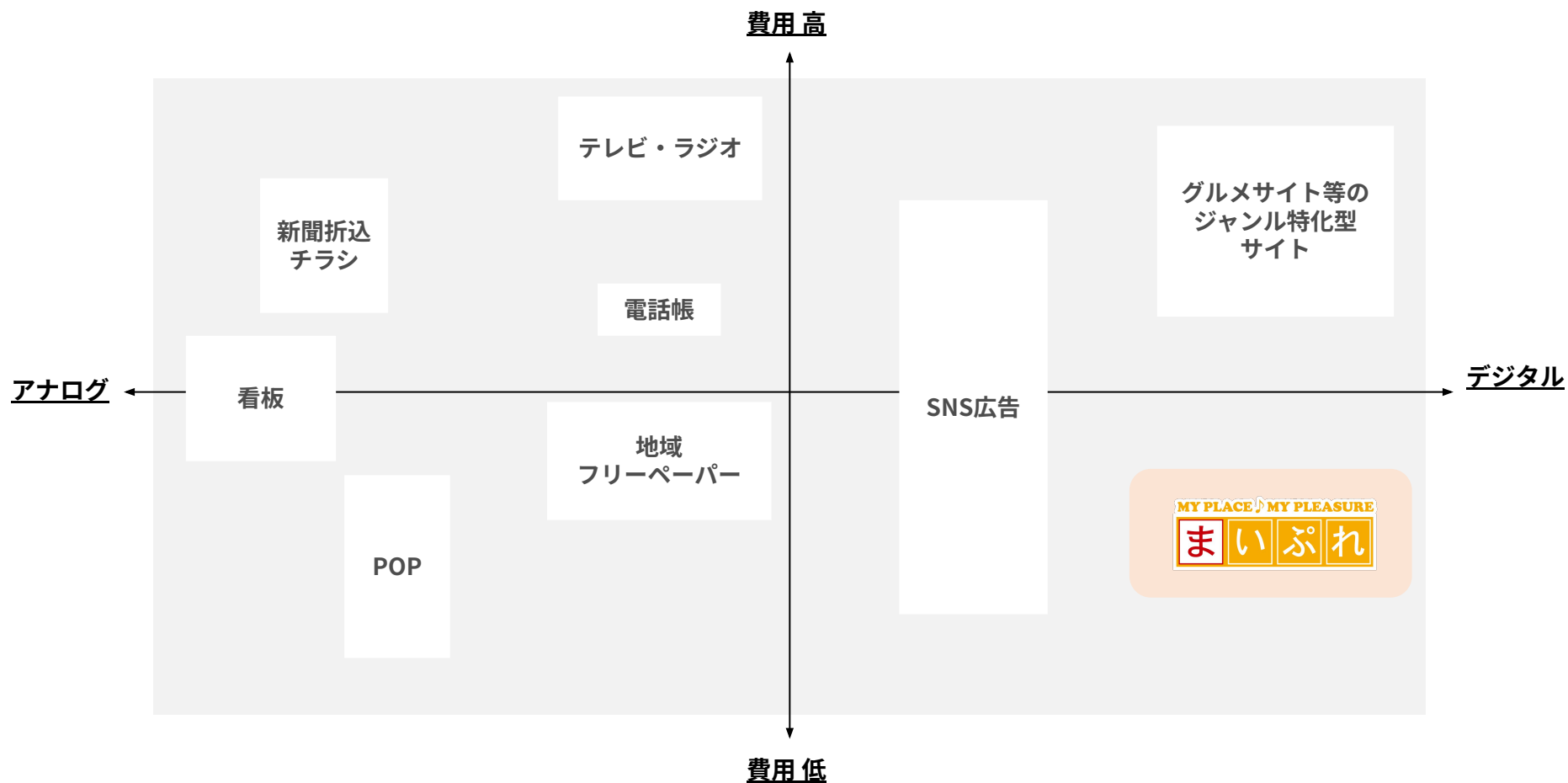
■広告市場の規模



※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

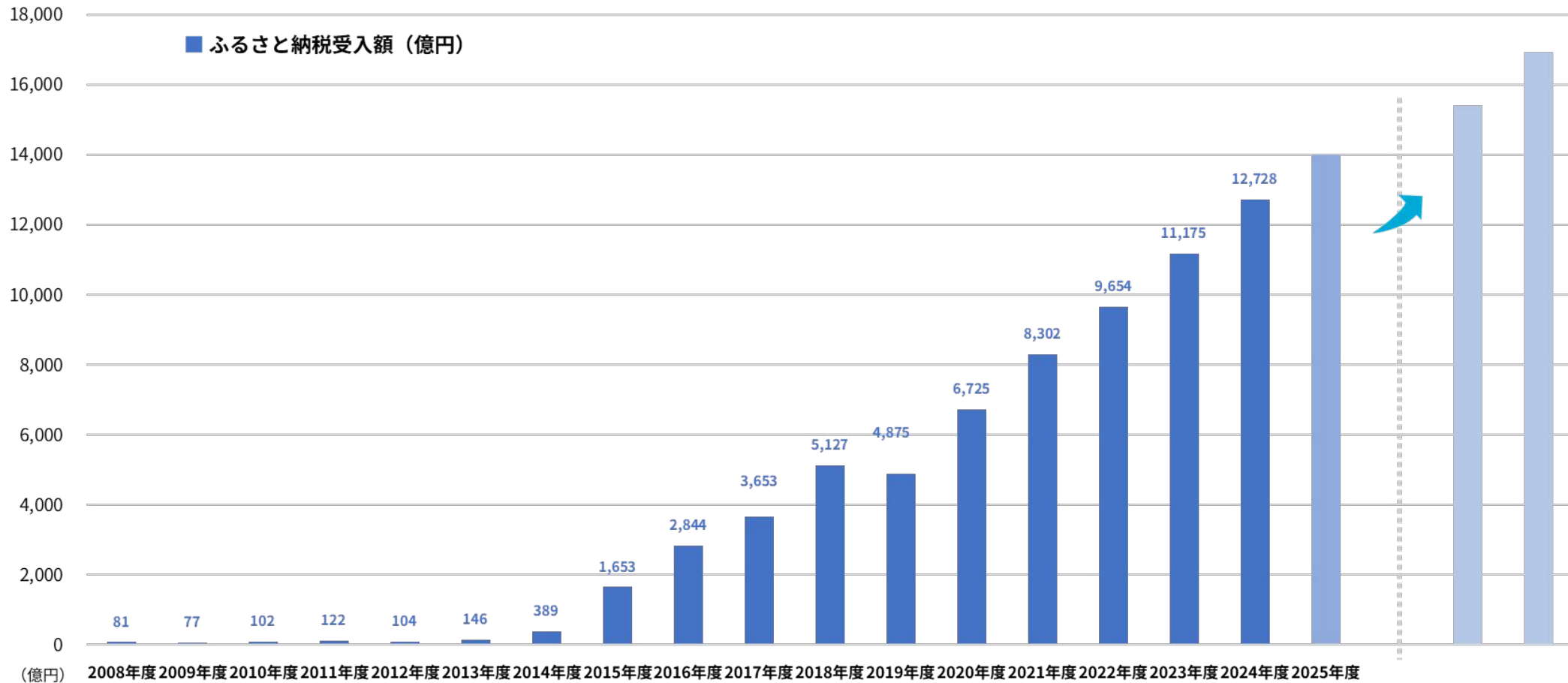
2 地域特化・全国性

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

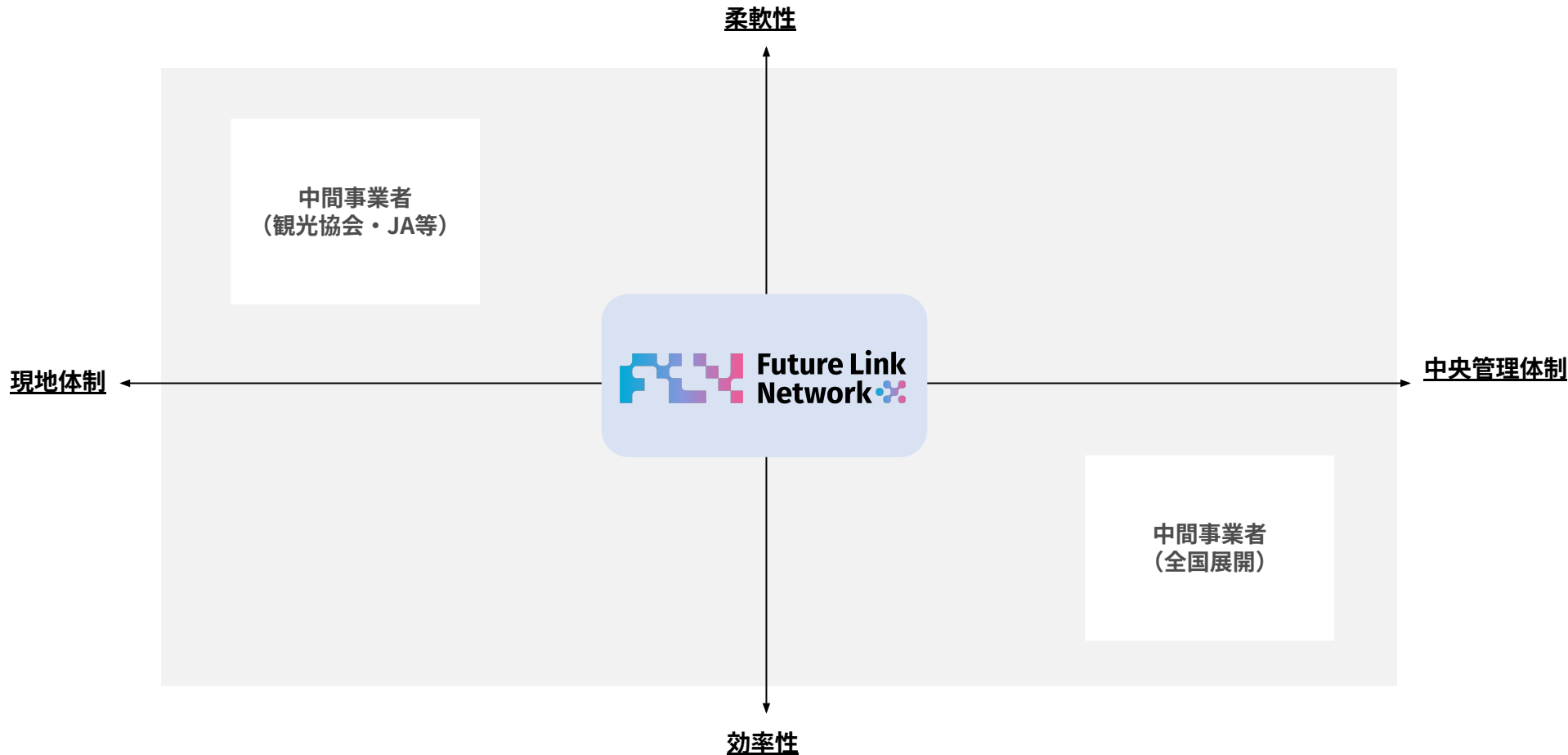
複数地域での運営ノウハウを集約し各地に再展開できる

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

17,540 店舗

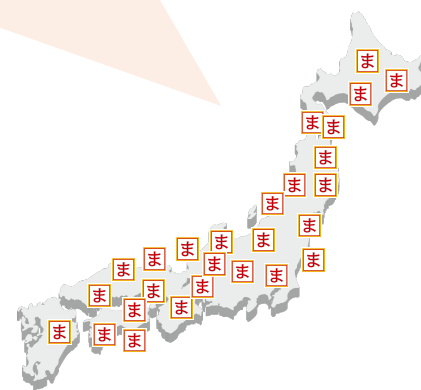
※ 2025年8月末時点



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。



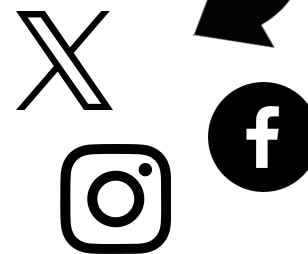
特集記事：地元に根ざしたオリジナルの編集企画

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。



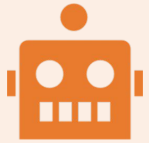
SNS発信：地域情報を横断的に拡散

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

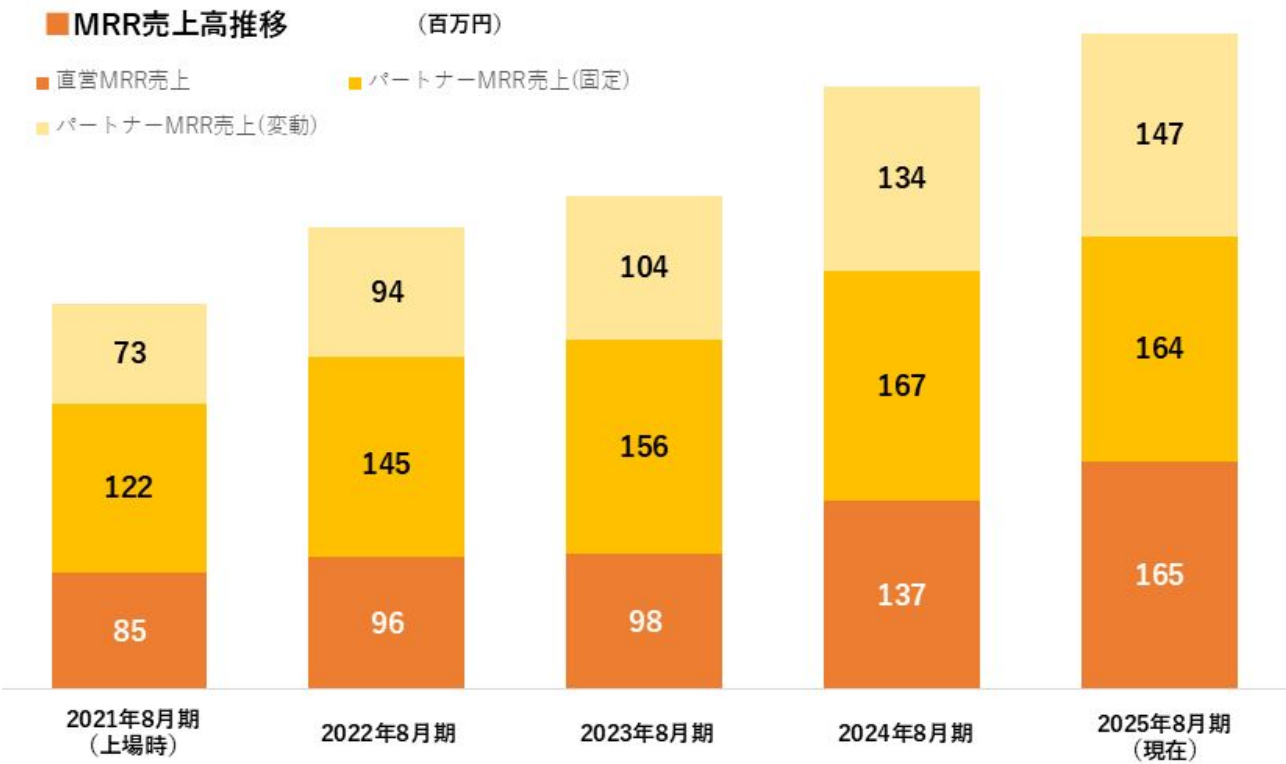
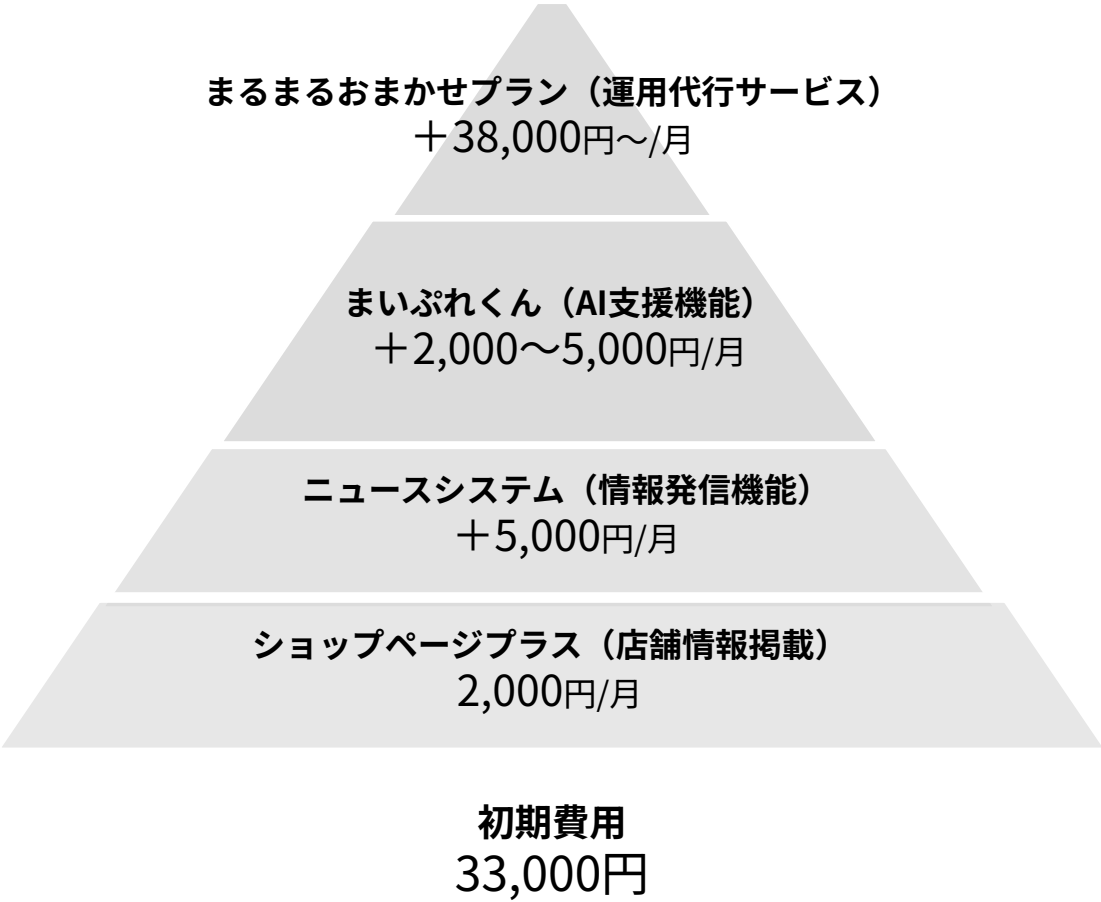
検索エンジン最適化と地図検索最適化の両面からアプローチ。ショップページ、特集記事、Googleマップ連携による相乗効果。



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

149 社

※ 2025年11月末時点

■ 展開エリア数

896 市区町村

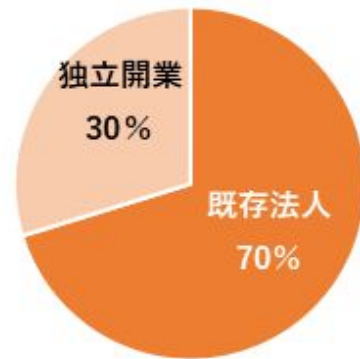
※ 2025年11月末時点

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

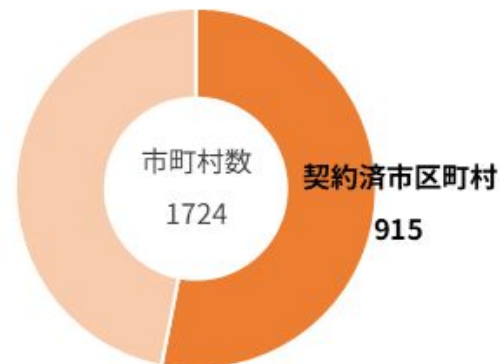
149 社



※2025年11月末時点

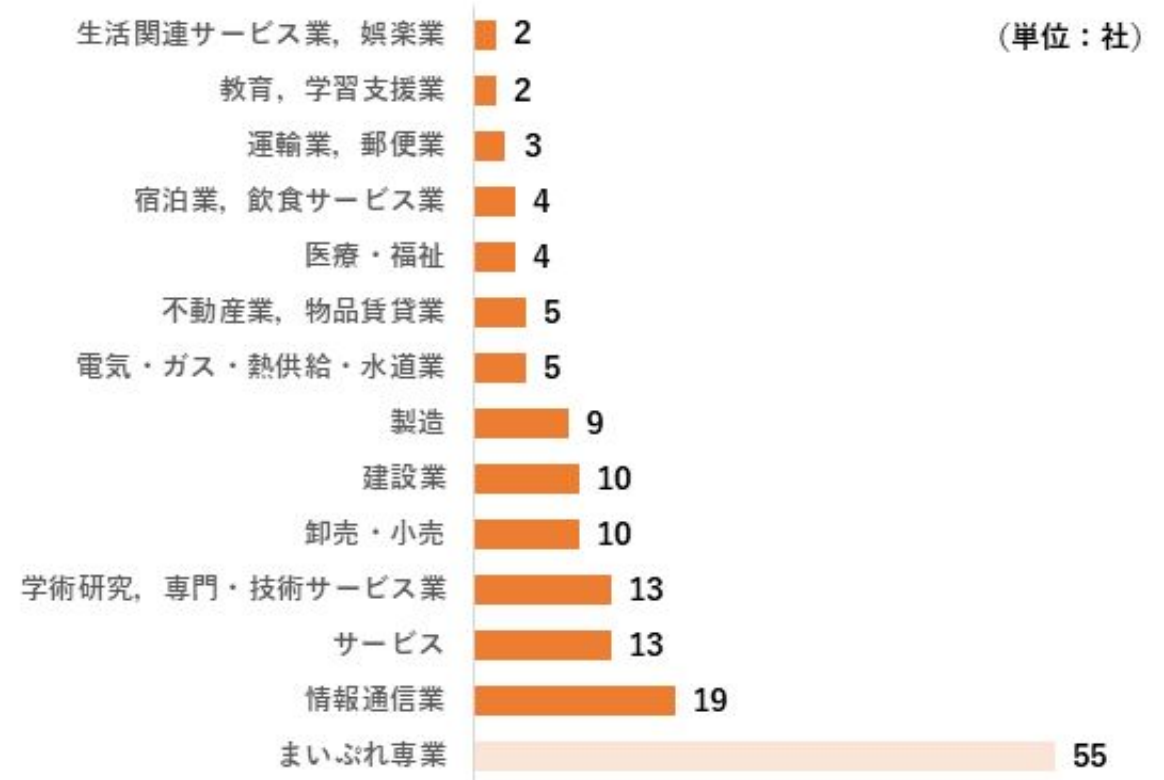
■市区町村カバー率

未開拓地域は
まだまだ残る



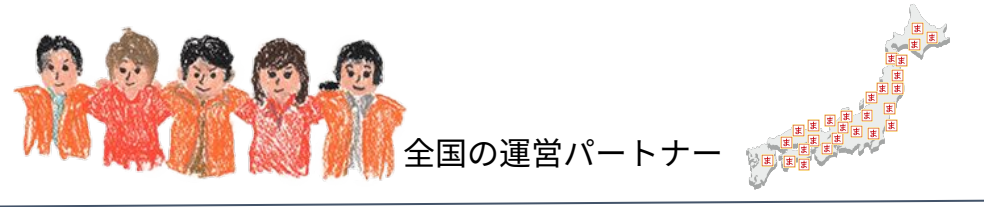
※2025年8月末時点

■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

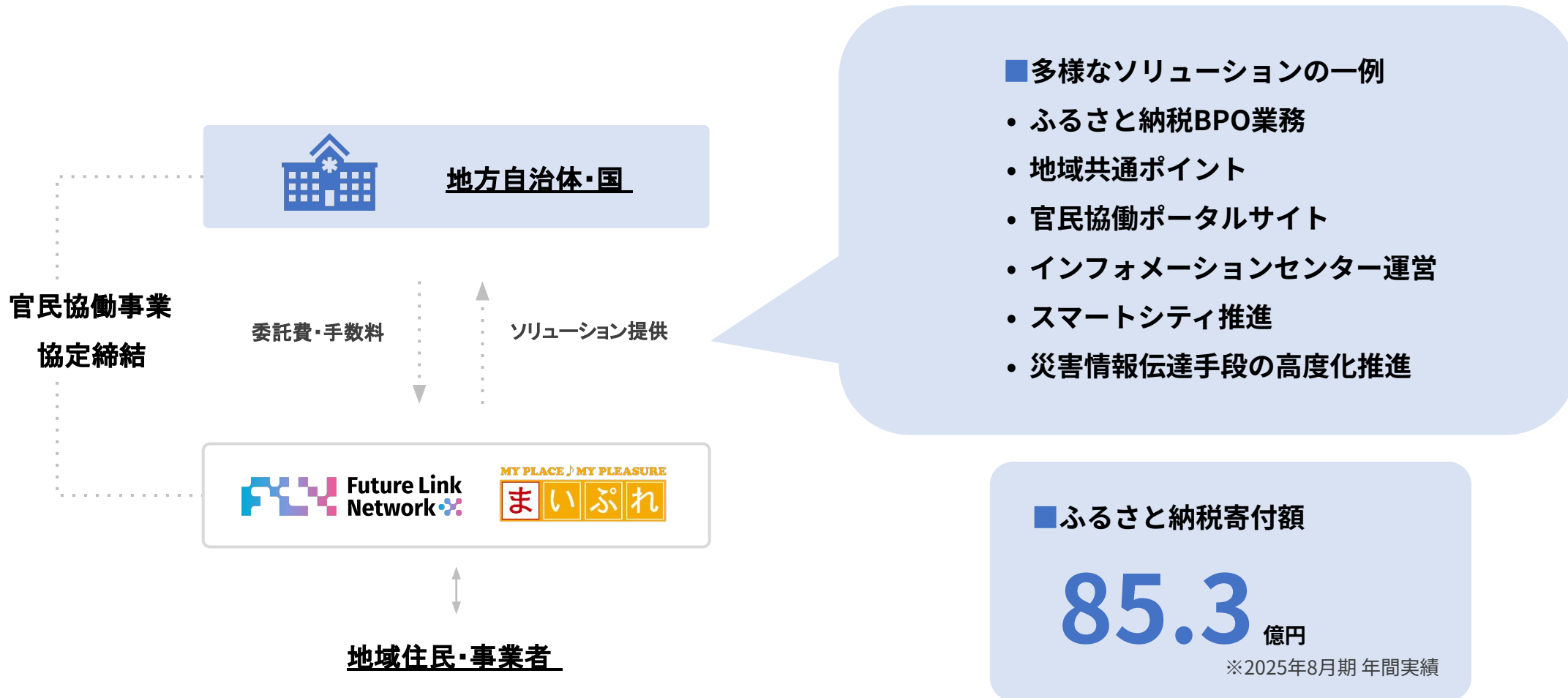
特徴 2 運営パートナーモデルによる全国展開

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**

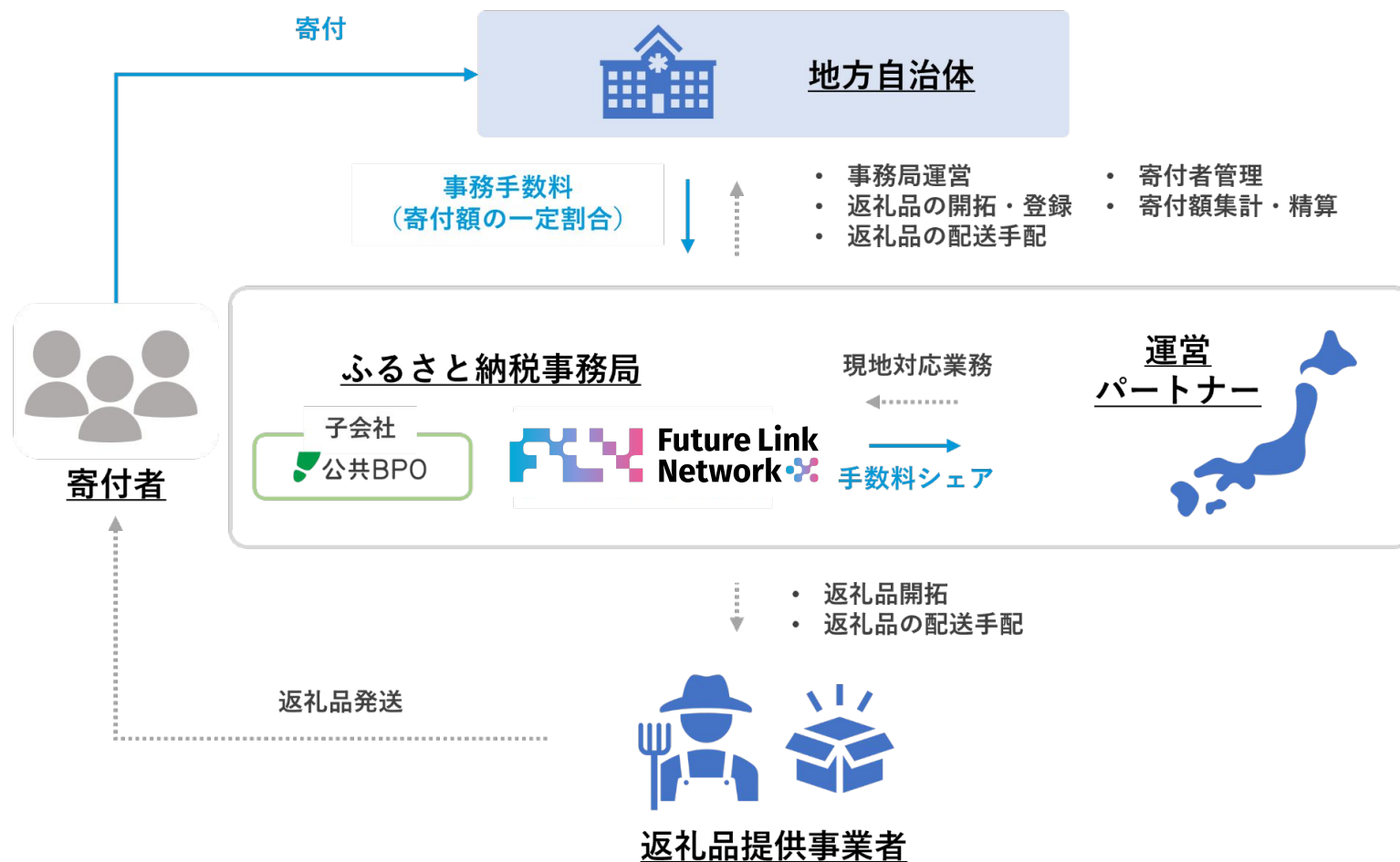
特徴 4 国策と連動した関係人口創出事業

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

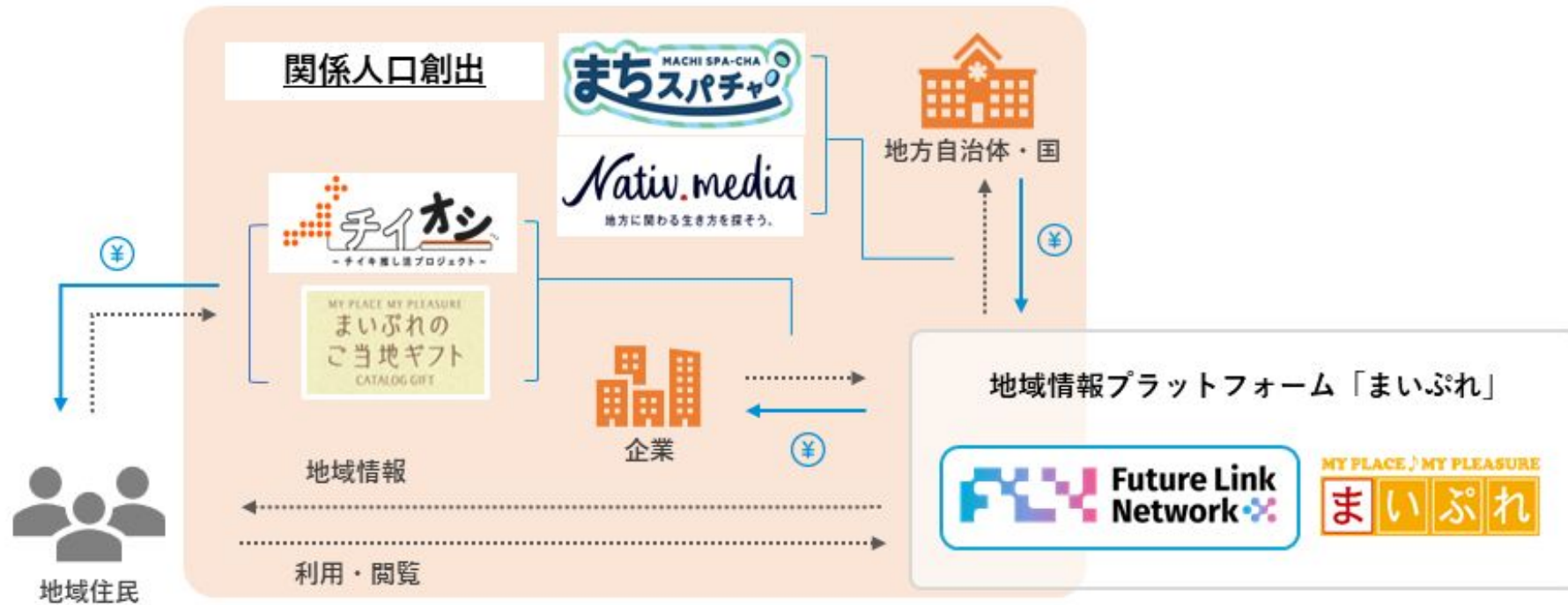
特徴 1 地域情報プラットフォームの運営

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

「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

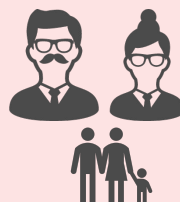
法人ギフト市場 2.8兆円

※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



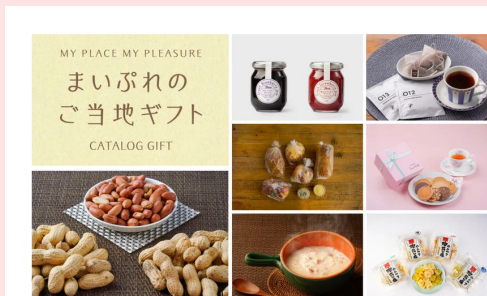
- ・内祝い
- ・手土産
- ・プレゼント

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。

