



2025年1月6日

各位

会社名 株式会社チェンジホールディングス  
代表者名 代表取締役兼執行役員社長 福留 大士  
(コード番号：3962 東証プライム)  
問合せ先 取締役兼執行役員CFO 山田 裕  
(TEL. 03-6435-7347)

### (開示事項の経過) 当社グループのふるさと納税事業の進捗について

2024年12月19日にAmazon社のふるさと納税事業参入が発表され、当社グループではそれを受けて同日「当社グループのふるさと納税事業について」を公表しました。その後も多くの投資家の皆様よりご質問を頂戴しておりまして、事業の現状について以下のとおりお知らせいたします。

ふるさと納税事業はその特性上、年末（当事業年度の第3四半期末）に収益が集中する傾向にありますが、2024年が終わり、当社グループにおいて年間の寄付取扱額（速報ベース）は昨年並びに一昨年を上回る額となりました。

これは新規参入等で競争環境が激化する中においても、当社グループが先日のお知らせで説明した4つの戦略（※）が着実に成果を出している表れであると考えております。当社グループは引き続きこれらの戦略を軸に地域と寄付者に一層の付加価値を提供し、ふるさと納税事業の安定的な成長を実現していきます。

なお、その他事業を含めた数値等については現在集計中であり、2月に発表予定の2025年3月期第3四半期決算短信及び同決算説明資料にて具体的な内容をお知らせいたします。また今後公表すべき事項が生じた場合には速やかにお知らせいたします。

※2024年12月19日付「当社グループのふるさと納税事業について」より抜粋

#### 1. アライアンス (OEM) 戦略

アライアンス戦略は当社グループの中核をなす重要な戦略です。地方創生に関心を持ち、豊富な顧客基盤を有する企業（例：鉄道、航空、通信キャリア、クレジットカード会社など）は多い一方で、約2,000の全国地方自治体との契約や数十万点におよぶ返礼品の提供には、収益性と営業・管理コストのバランスという課題があり、後発企業にとってふるさと納税事業への参入障壁となっています。当社はこうした状況を踏まえ、地方創生を志す数千万人規模の顧客基盤を有する企業とのOEM連携を積極的に推進しています。既に連携しているNTTドコモ、KDDI、クレディセゾンなどの企業に加え、直近3か月で無印良品、東日本旅客鉄道（JR東日本）、カブ&ピースなどとの協業を進めています。これらの企業群とのOEM連携を軸に、業界や業種を超えた独自の“企業連合経済圏”を構築しています。この経済圏は、競合他社の自社単独で主導する経済圏とは一線を画すモデルとして差別化を図り、新規寄付者の獲得に繋がっています。

#### 2. プロダクト戦略

掲載数業界最多である返礼品において、これまで培ったマーチャンダイジングのノウハウや企業アライアンスを通じて魅力的な限定の品を拡充するとともに、高所得者層向け限定品や宿泊・体験型返礼品の開発を強化しています。最近では、日本最高峰の家具ブランド「アルフレックス」のチョイス限定品を提供するほか、体験型お礼品を紹介する専門サイト「チョイストラベル」のリニューアルや全国の厳選

宿を紹介する『ハイクラスな宿』の開設を通じて、ニーズが高まっている観光領域における付加価値の高い選択肢を提供しています。

### 3. リアルチャネル戦略

当社グループのシナジーを活かした銀行や証券会社のプライベートバンキング部門との連携を通じ、富裕層向けの提案をさらに強化しています。また、全国に展開する事業者が対面で寄付者に説明・提案を行うなど、リアルチャネルを活用した寄付募集も展開しています。既存の通信キャリアとの協業に加えて、大規模な顧客基盤を有する他業種の大手企業とのアライアンスも推進します。

### 4. コミュニティ戦略

同じ価値観、趣味、ライフスタイルなどを共有する結束力の強いコミュニティとのロイヤリティ向上施策を強化しています。ふるさとチョイスを通じて寄付することでスポーツチームやアイドルなどを応援できるプログラムを展開しています。この領域を強化することで、帰属性の高い継続的な寄付スキームの確立や成功モデルのGCFへの応用などを通じて、事業を成長させます。

以上