



# 2024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）

2024年1月12日

2024年8月期第1四半期 連結業績結果

売上高

452 百万円 前年同期比 +34.5% 計画進捗率 25.7%

売上総利益

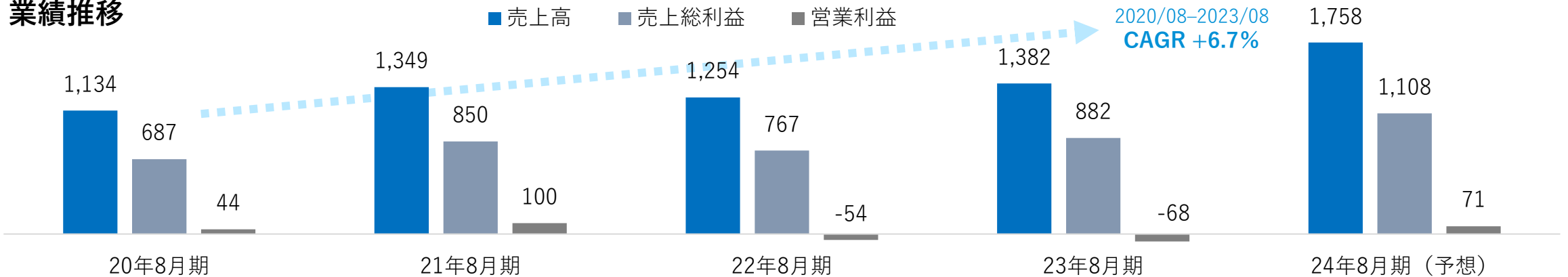
278 百万円 前年同期比 +34.1% 計画進捗率 25.2%

営業利益

15 百万円 計画進捗率 21.0%

- 2023年8月期の重点戦略を継続し、単価向上施策に注力。
- 地域情報流通事業では、2023年9月に全国販売を開始した高単価商品「まるまるおまかせプラン」の販売数の順調な増加が影響し、平均単価が向上（YoY+983円）。また、新規パートナー加盟獲得も好調に進捗し、パートナー社数も増加（YoY+9社）。
- 公共ソリューション事業では、ふるさと納税制度における2023年10月の基準改正前の駆け込み寄付増加（YoY+11.9億円）により、例年では年末にかけて増加するふるさと納税売上が前倒しで増加。結果として、1Q時点での全体の売上・利益増に大きく貢献した。

業績推移



※2022年8月期までは単体決算、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。

**01 事業内容**

**02 2024年8月期第1四半期 連結業績ハイライト**

**03 2024年8月期第1四半期 トピックス**

**04 今後の成長戦略**



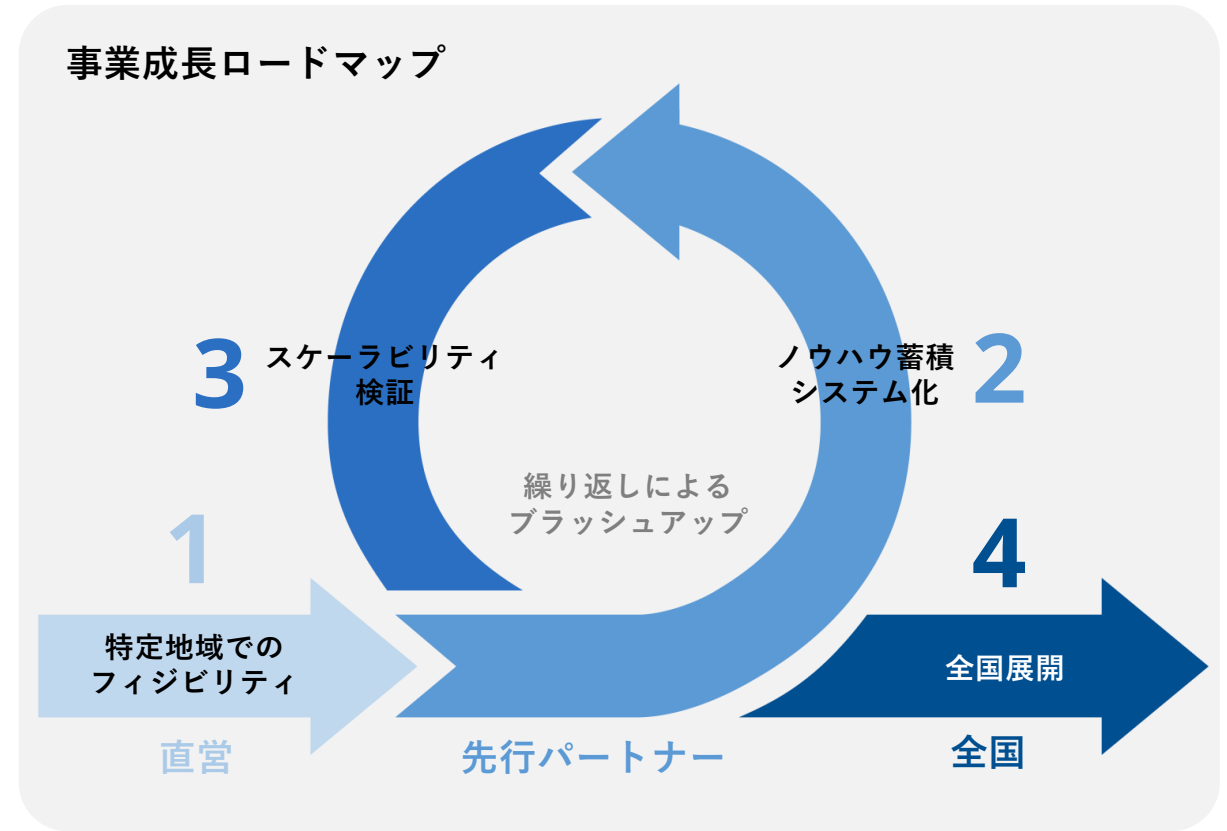
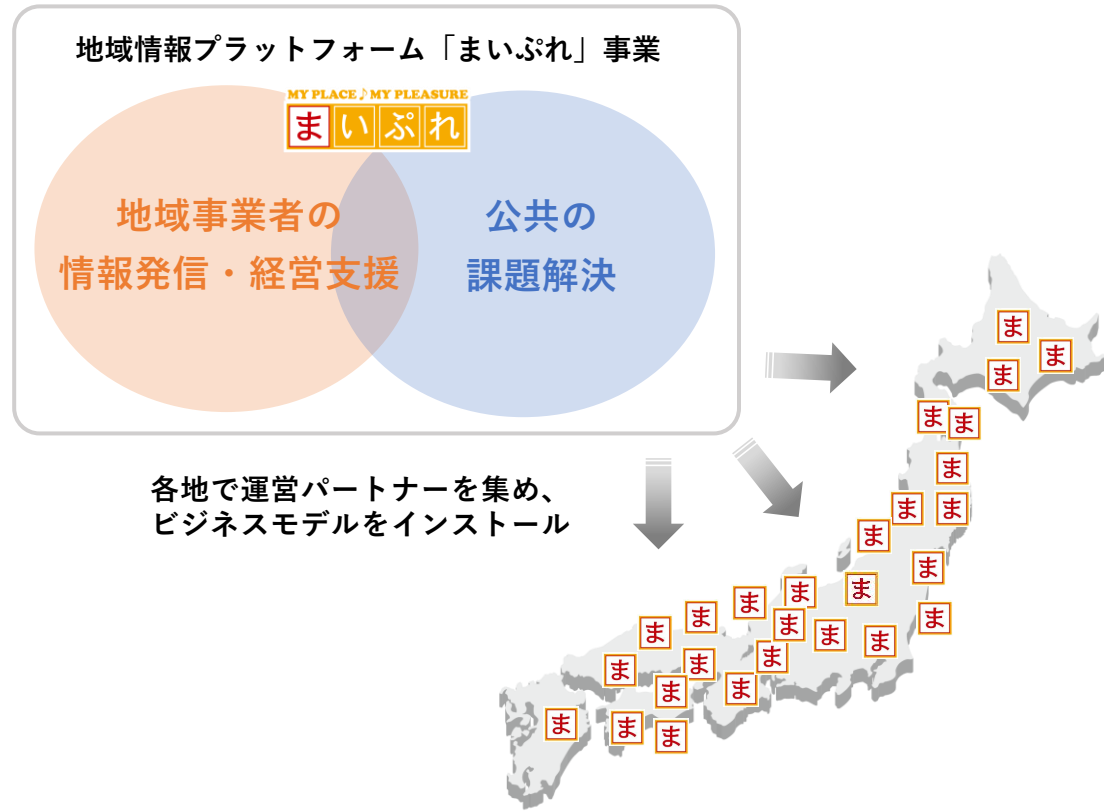
## 01 事業内容

02 2024年8月期第1四半期 連結業績ハイライト

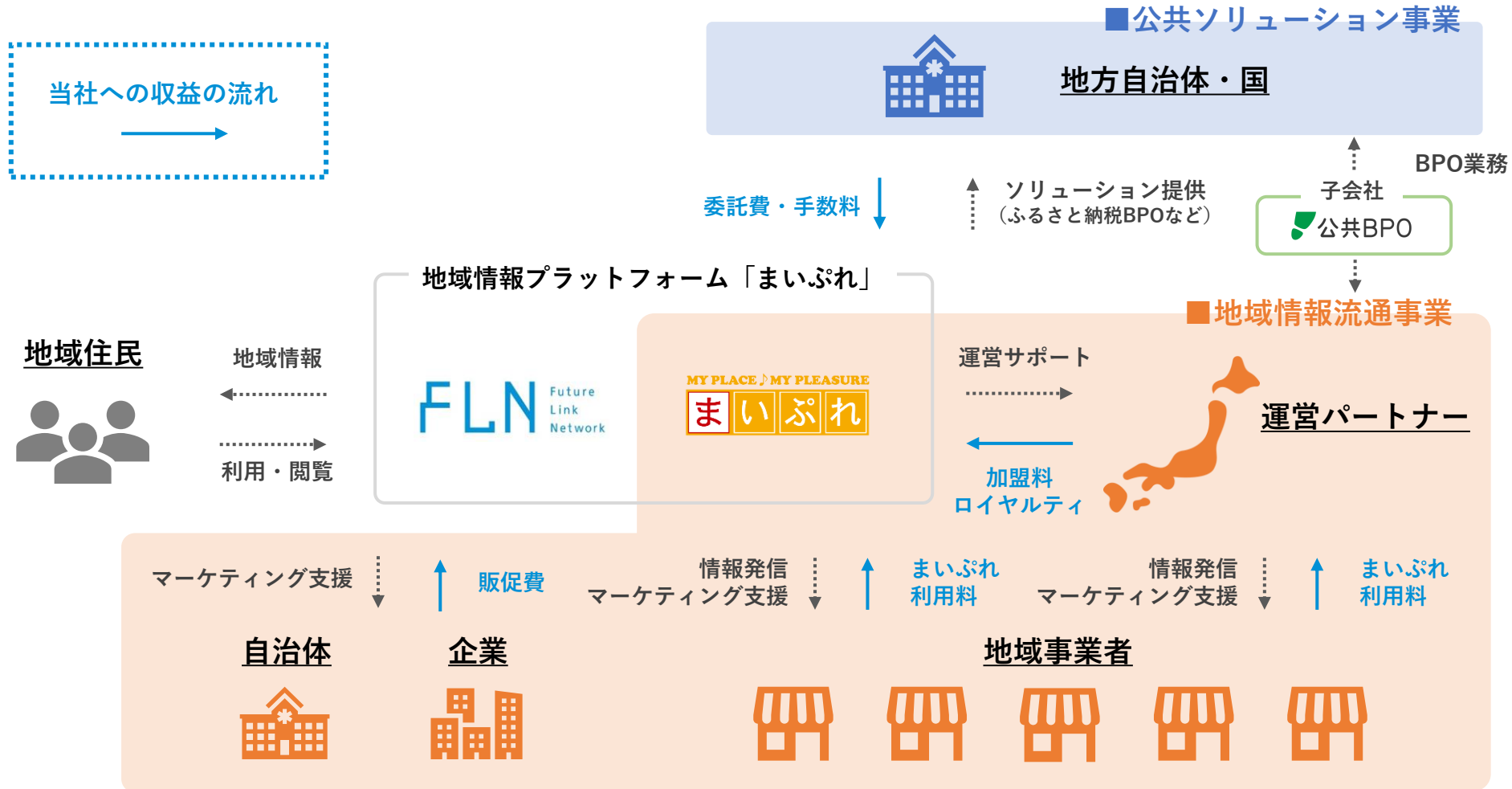
03 2024年8月期第1四半期 トピックス

04 今後の成長戦略

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。その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ビジネスを行っている。



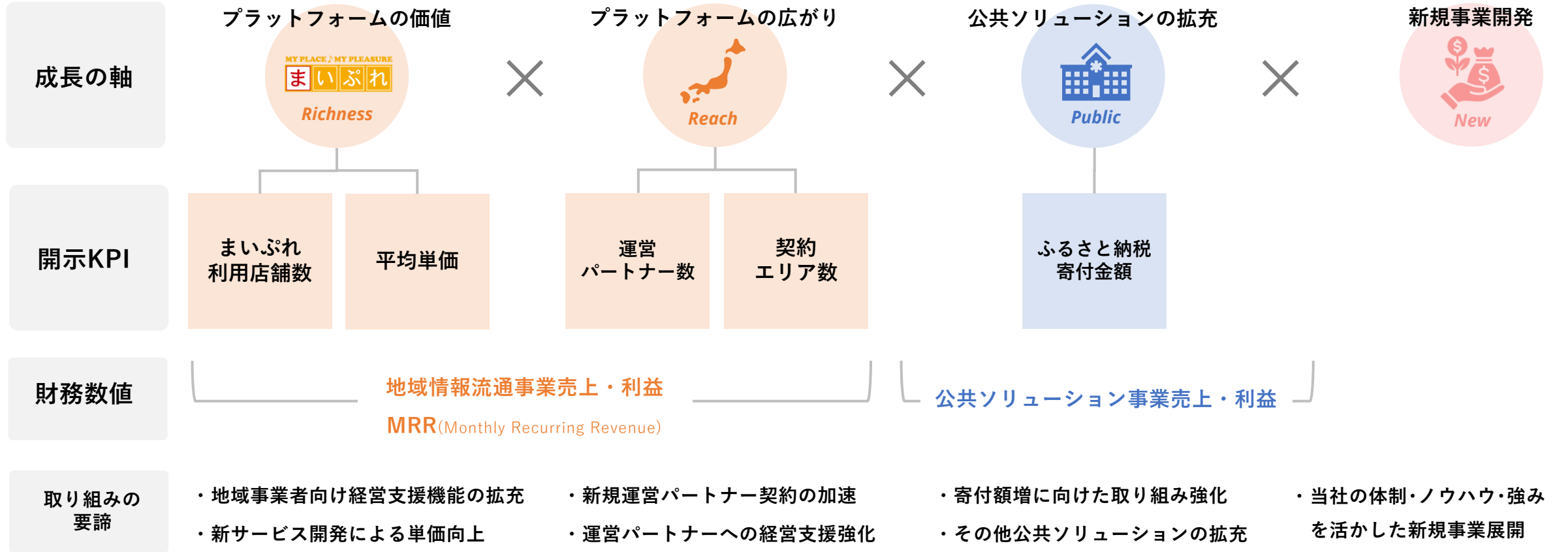
地域情報流通事業・公共ソリューション事業の2セグメントで事業展開。  
 多様な顧客に対して価値提供を行う複層的な収益構造による、独自性の高い事業を有している。



主に6つの売上項目で財務情報を構成。

成長の軸	セグメント	主な売上項目	ストック	23年8月期 売上比率	内容	特徴		
プラットフォームの価値 	地域情報流通	まいぶれ関連売上	直営まいぶれ利用料	●	8.3%	直営地域のまいぶれ利用料	高単価商品 販売に注力中	
		パートナー関連売上	パートナー加盟料等			10.2%	運営パートナーの新規加盟料等	
プラットフォームの広がり 		パートナー関連売上	ロイヤルティ売上	●		19.2%	パートナー地域のまいぶれ利用料 に対するロイヤルティ売上と システム等継続利用料・研修料	高単価商品 販売に注力中
		マーケティング支援 売上	販促関連売上			14.7%	広告販促物の制作費等	
新規事業開発 			新規事業関連売上			0.1%	まいぶれのご当地ギフトなど、 他に属さない新規事業の売上	
公共ソリューションの拡充 		公共ソリューション	公共案件売上			7.9%	自治体へのコンサルティング等の 個別受託案件売上	年度末のため 2Q偏重
	ふるさと納税売上				36.8%	自治体へのふるさと納税BPO支援 業務に対する売上	年末の寄付増 で1-2Q偏重	
	まいぶれポイント売上				2.8%	自治体への地域ポイントサービス の運営委託料等		

「まいぷれ」のサービス価値を高め、単価を向上させると共に、運営パートナー契約数を増やすことで展開地域を広げる。さらに、それらのプラットフォームを活用した公共ソリューション事業・新規事業開発の実施により事業成長を加速。





01 事業内容

**02 2024年8月期第1四半期 連結業績ハイライト**

03 2024年8月期第1四半期 トピックス

04 今後の成長戦略

## 2024年8月期第1四半期 連結業績結果

売上高

452  
百万円前年同期比  
+34.5%計画進捗率  
25.7%

売上総利益

278  
百万円前年同期比  
+34.1%計画進捗率  
25.2%

営業利益

15  
百万円計画進捗率  
21.0%

## POINT

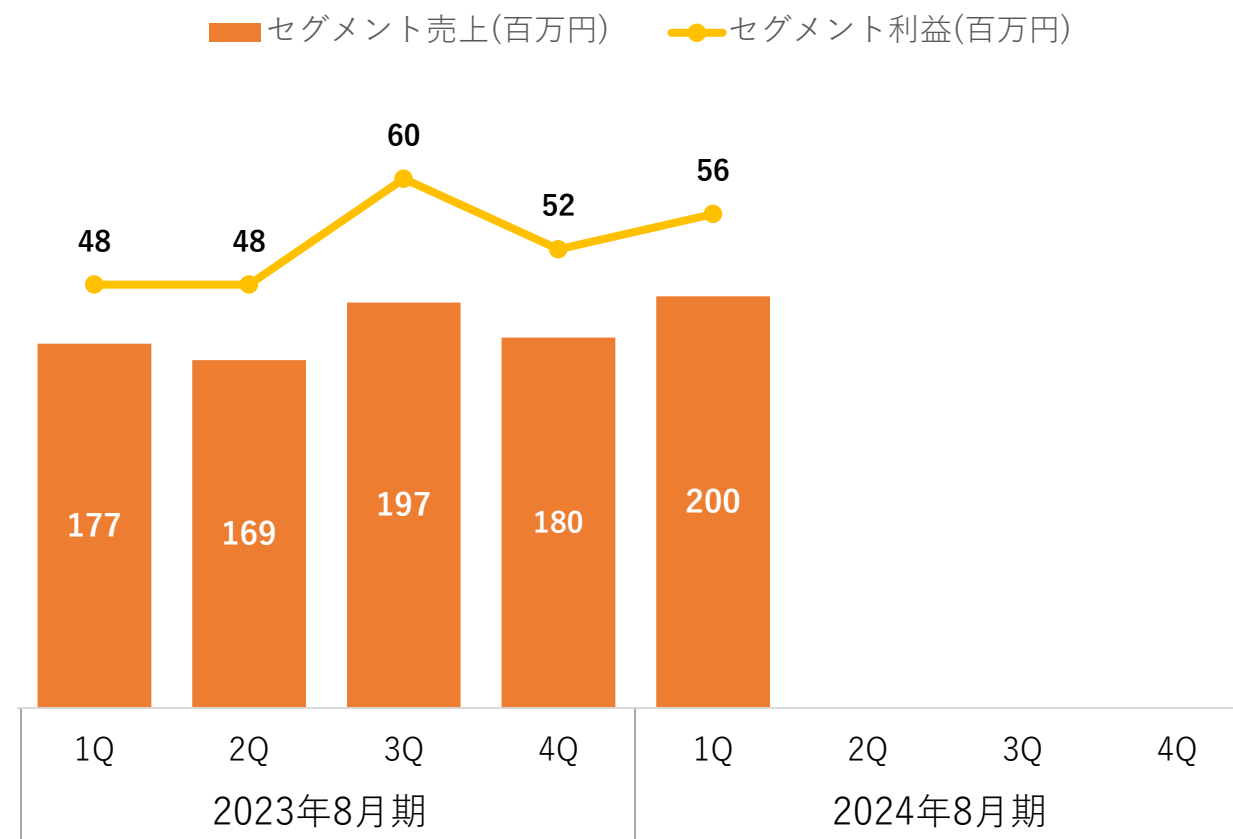
- 1 ふるさと納税寄付額が10月からの基準改正前に前倒しで増加（1Q累計27.7億円 YoY+75.3%）
- 2 プラットフォーム利用料の平均単価が上昇（6,236円 YoY+18.7%）
- 3 パートナーの新規加盟獲得が好調に進捗（1Q新規契約11件、パートナー社数169社 YoY+8.3%）
- 4 新規事業「まいふれのご当地ギフト」「まちスパチャプロジェクト」の取り組みが前進

売上高は452百万円（YoY+34.5%）となり増収。販管費は263百万円（YoY+15.5%）と増加はしたものの必要最低限の成長投資におさえ、全体としては当期純利益11百万円（計画進捗率21.2%）で着地。

	2023年8月期		2024年8月期				
	(百万円)	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		336	1,382	1,758	452	134.5%	25.7%
地域情報流通事業		177	725	1,038	200	112.7%	19.3%
まいふれ関連売上		27	114	128	30	112.7%	23.8%
パートナー関連売上		94	406	573	120	128.0%	21.0%
マーケティング支援売上		56	204	336	48	87.1%	14.5%
公共ソリューション事業		158	656	719	252	158.9%	35.0%
ふるさと納税売上		137	509	548	227	164.8%	41.4%
公共案件売上		12	108	124	18	145.4%	14.9%
まいふれポイント売上		8	38	47	6	79.3%	13.5%
売上原価		128	500	650	173	135.2%	26.7%
売上総利益		207	882	1,108	278	134.1%	25.2%
売上総利益率		61.8%	63.8%	63.0%	61.7%	-	-
販管費		228	950	1,037	263	115.5%	25.4%
営業利益		-20	-68	71	15	-	21.0%
営業利益率		-5.0%	-4.9%	4.1%	3.3%	-	-
経常利益		-20	-69	70	14	-	20.9%
当期純利益		-15	-65	54	11	-	21.2%

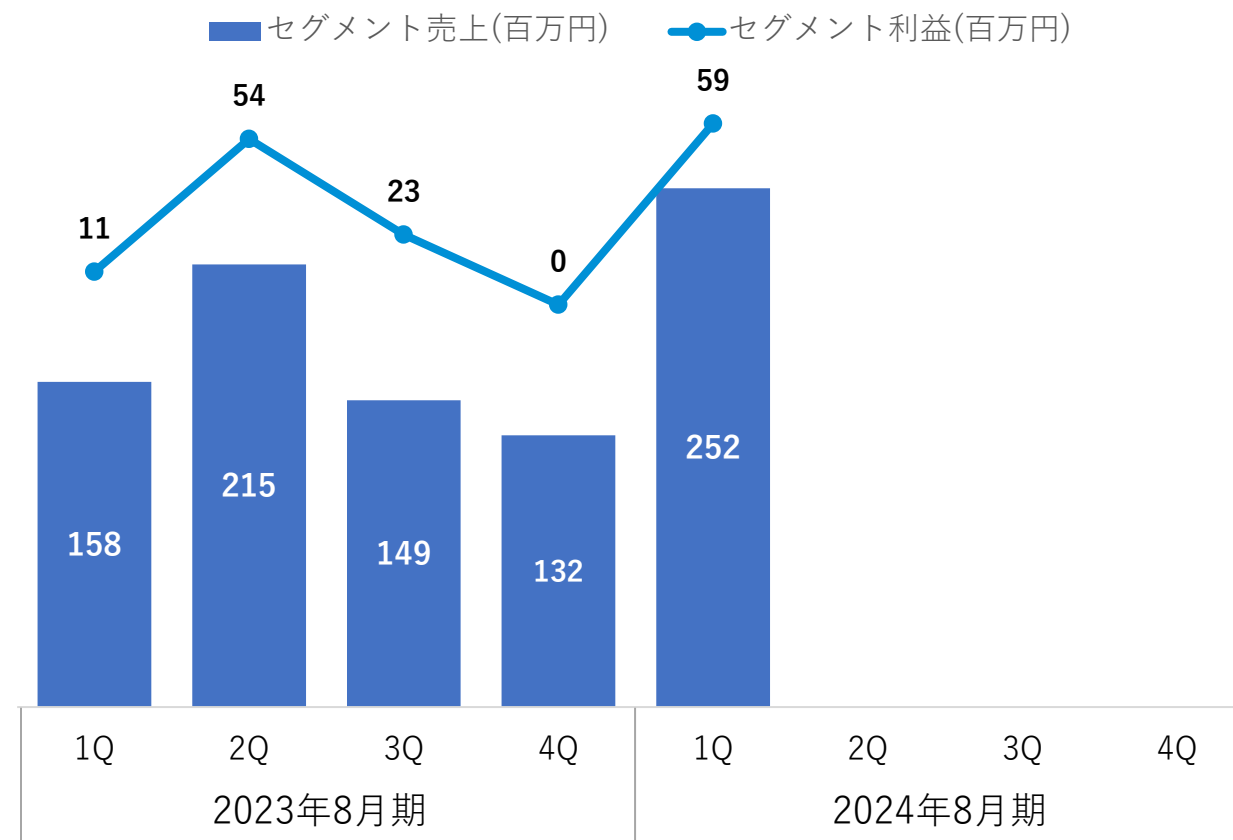
地域情報流通事業では、高単価商品「まるまるおまかせプラン」の販売数の順調な増加および新規パートナーの安定的な増加が影響し、セグメント売上は200百万円（YoY+12.7%）、セグメント利益は56百万円（YoY+16.1%）となった。

	地域情報流通事業			
	2023年8月期		2024年8月期	
	1Q実績	通期実績	1Q実績	前年同期比
(百万円)				
売上高	177	725	200	112.7%
まいふれ関連売上	27	114	30	112.7%
パートナー関連売上	94	406	120	128.0%
マーケティング支援売上	56	204	48	87.1%
売上原価	42	169	45	106.5%
売上総利益	134	556	154	114.7%
売上総利益率	75.9%	76.7%	77.3%	-
営業利益	48	211	56	116.1%
営業利益率	27.6%	29.1%	28.4%	-

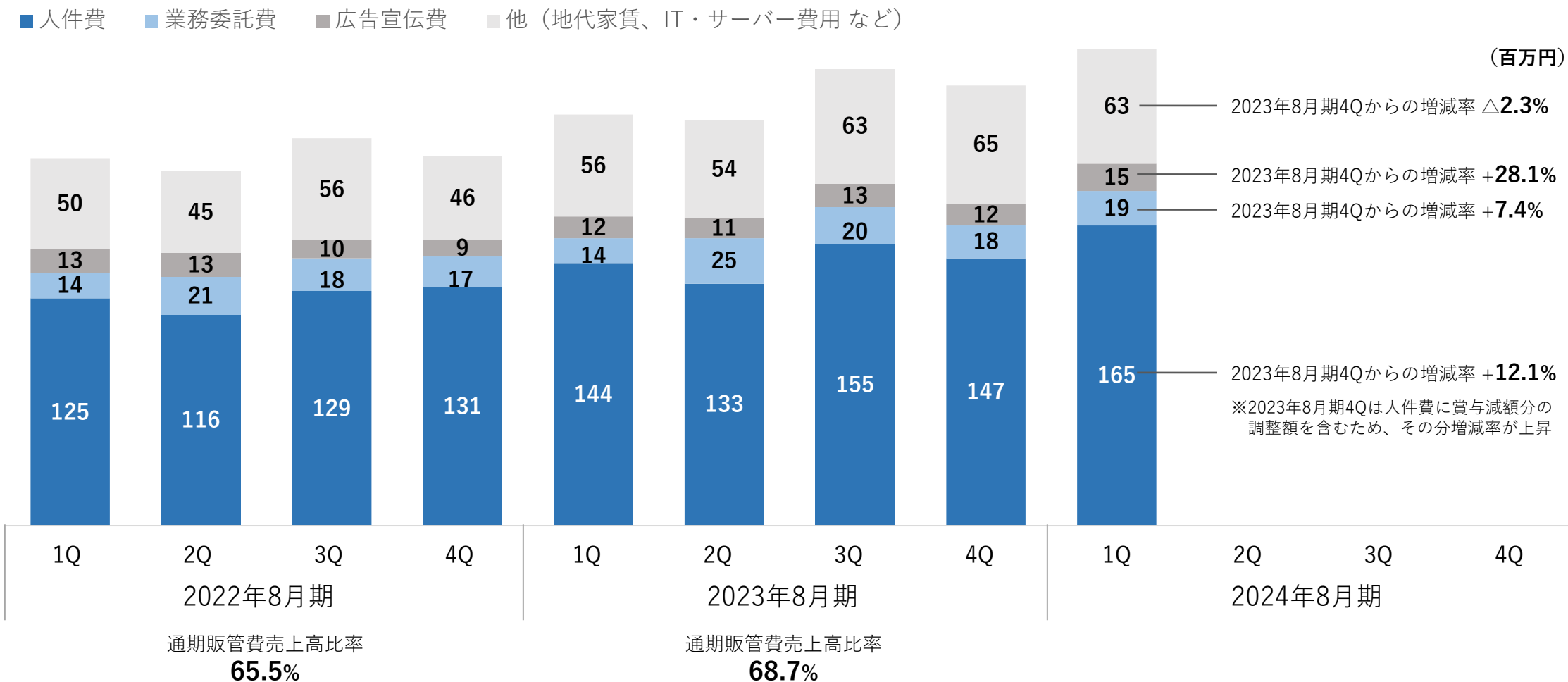


公共ソリューション事業では、ふるさと納税制度の基準改正前の寄付増が影響し、例年だと年末を含む2Q偏重となるふるさと納税売上高が前倒しで増加したことにより、セグメント売上は252百万円（YoY+58.9%）、セグメント利益は59百万円（YoY+399.5%）となった。

	公共ソリューション事業			
	2023年8月期		2024年8月期	
	1Q実績	通期実績	1Q実績	前年同期比
売上高	158	656	252	158.9%
ふるさと納税売上	137	509	227	164.8%
公共案件売上	12	108	18	145.4%
まいぶれポイント売上	8	38	6	79.3%
売上原価	85	331	127	149.5%
売上総利益	73	325	124	169.9%
売上総利益率	46.1%	49.5%	49.3%	-
営業利益	11	91	59	499.5%
営業利益率	7.6%	13.9%	23.7%	-



販管費及び一般管理費については、人的資本等に対する必要な成長投資は行いつつ、通期での増加ペース抑制に向けた調整を計画どおり進行している。



※2022年8月期までは単体決算、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。

プラットフォームの価値



プラットフォーム利用店舗数は一括掲載の店舗の情報掲載停止等が影響し、前年同期比129店舗減の18,044店舗となったものの、「まるまるおまかせプラン」等の高付加価値サービスの展開などが影響し、平均単価は前年同期比より983円増加し6,236円となった。

■まいぶれプラットフォーム利用店舗数 ※1

**18,044** 店舗

前年同期比 **△129** 店舗

計画進捗率 **86.4** %  
(計画20,894店舗)

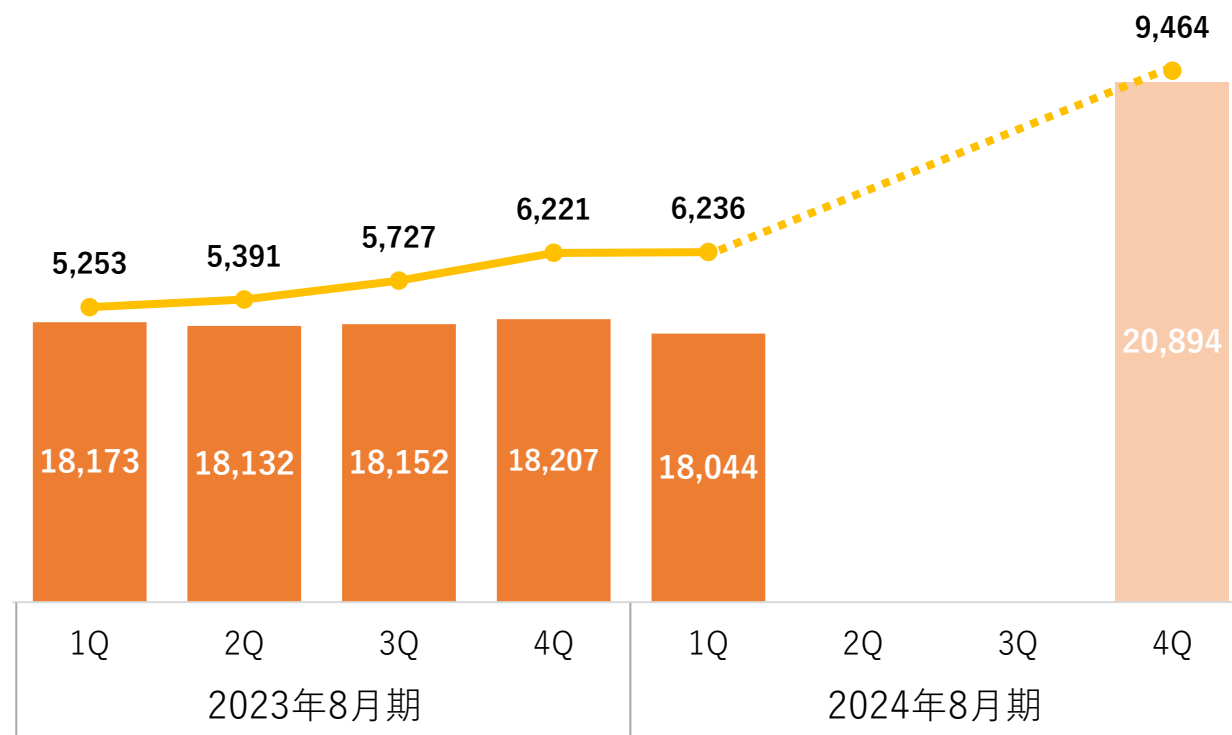
■平均単価 ※2

**6,236** 円

前年同期比 **+983** 円

計画達成率 **65.9** %  
(計画9,464円)

■まいぶれ利用店舗数 ●平均単価 (円)



※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2023年8月末時点の有料利用店舗の平均。

プラットフォームの広がり



運営パートナーの新規加盟が順調に進捗し、運営パートナー数は前年同期比13社増の169社、契約エリア数は前年同期比93市区町村増の906市区町村となり、カバーエリアは着実に広がっている。

■運営パートナー数

169社

前年同期比  
+13社

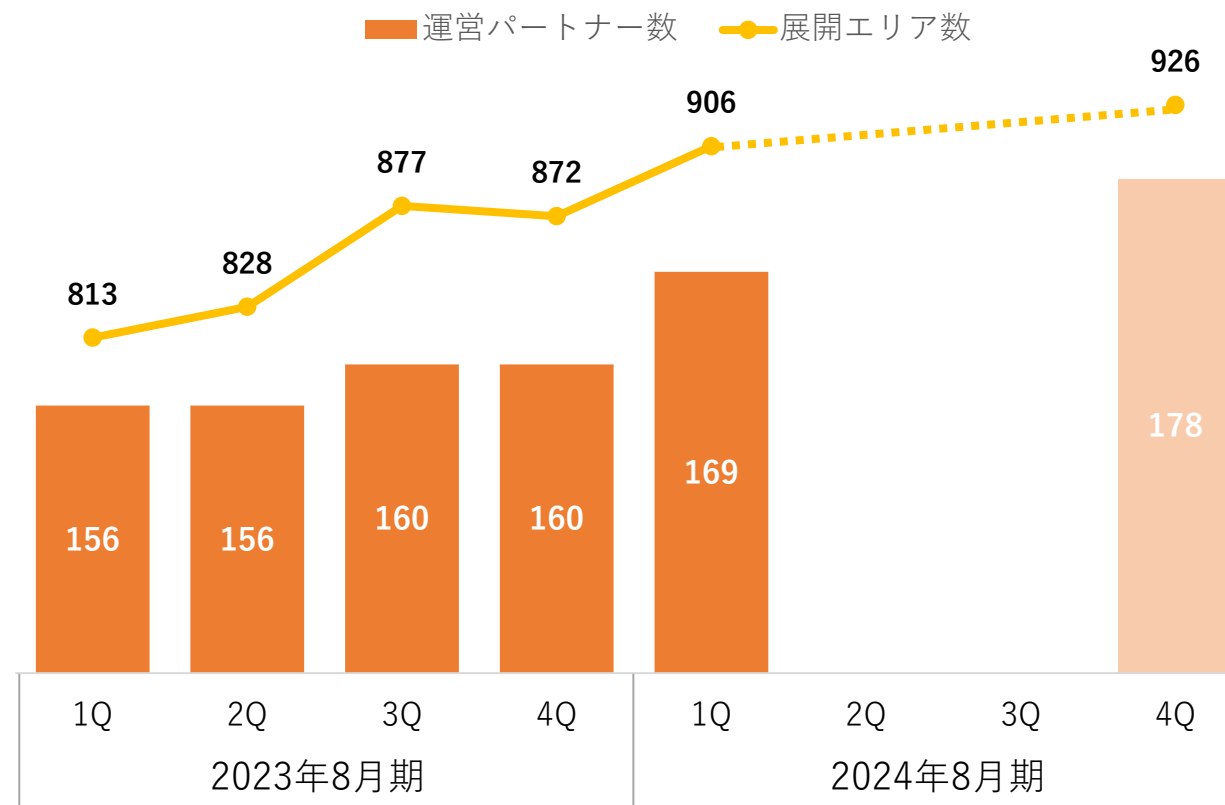
計画達成率  
94.9%  
(計画178社)

■展開エリア数

906市区町村

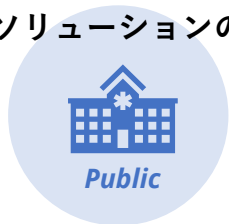
前年同期比  
+93市区町村

計画達成率  
97.8%  
(計画926市区町村)





公共ソリューションの拡充



ふるさと納税制度の基準改正前の需要増により、寄付額は前年同期比11.9億円増の27.7億円となった。前倒しの寄付増加により計画達成率は1Q時点で40.5%に。

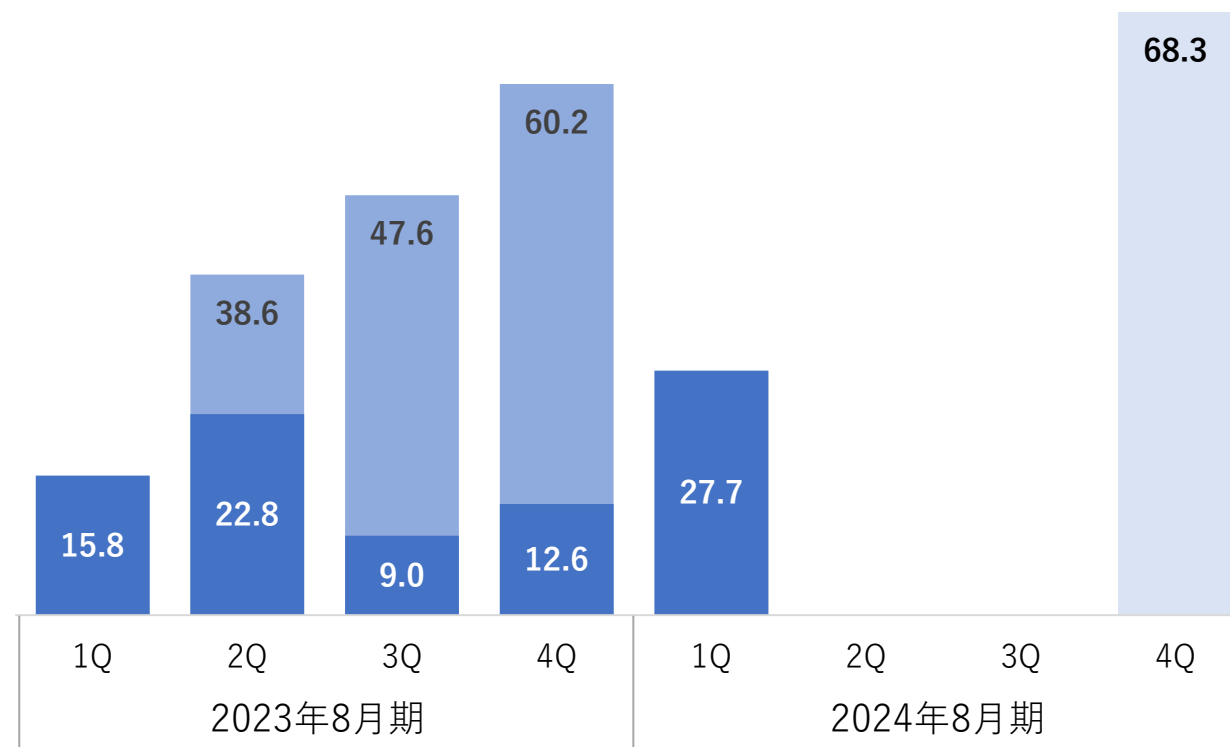
■ふるさと納税寄付額

**27.7** 億円

前年同期比  
**+11.9** 億円

計画達成率  
**40.5** %  
(計画68.3億円)

■ 寄付額累計 ■ ふるさと納税寄付額 (億円)




01 事業内容

02 2024年8月期第1四半期 連結業績ハイライト

 03 **2024年8月期第1四半期 トピックス**

04 今後の成長戦略

時期	成長の軸	内容
2023年9月	 プラットフォームの 価値	「まるまるおまかせプラン」全国販売開始
	 公共ソリューションの 拡充	広島県福山市と「福山市の行政情報等の発信に関する覚書」を締結
	 公共ソリューションの 拡充	当社社員が茨城県潮来市の地域活性化起業人として任命
2023年11月	 新規事業開発	「まいふれのご当地ギフト 船橋市のカタログギフト」を販売開始
2023年12月	 公共ソリューションの 拡充	東京都江戸川区と「行政情報等発信に関する協定書」を締結
	 プラットフォームの 価値	「まるまるおまかせプラン」の利用が100件を突破
	 新規事業開発	「まちスパチャプロジェクト」が正式リリースし、岩手県八幡平市が参画
	 公共ソリューションの 拡充	「玉名市サテライトオフィス等拠点施設利用促進プロジェクト業務」を受託

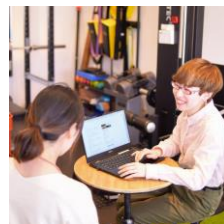
「まるまるおまかせプラン」は、「まいふれ」が得意とする地域事業者との二人三脚の体制を活かした情報発信代行サービスであり、従来のプランから大きく単価を上げた商品。2023年9月から全国展開をスタートし販売強化中。

地域事業者の抱える課題

人手・時間がなく  
情報発信が続かない



広告・販促の  
相談相手がいない



「まるまるおまかせプラン」により解決

- まいふれを活用しGoogleでの情報発信を代行（SEO・MEO対策）
- 課題に応じてSNS運用まで幅広くサポート
- 定期ミーティングの実施でマーケティング活動に伴走

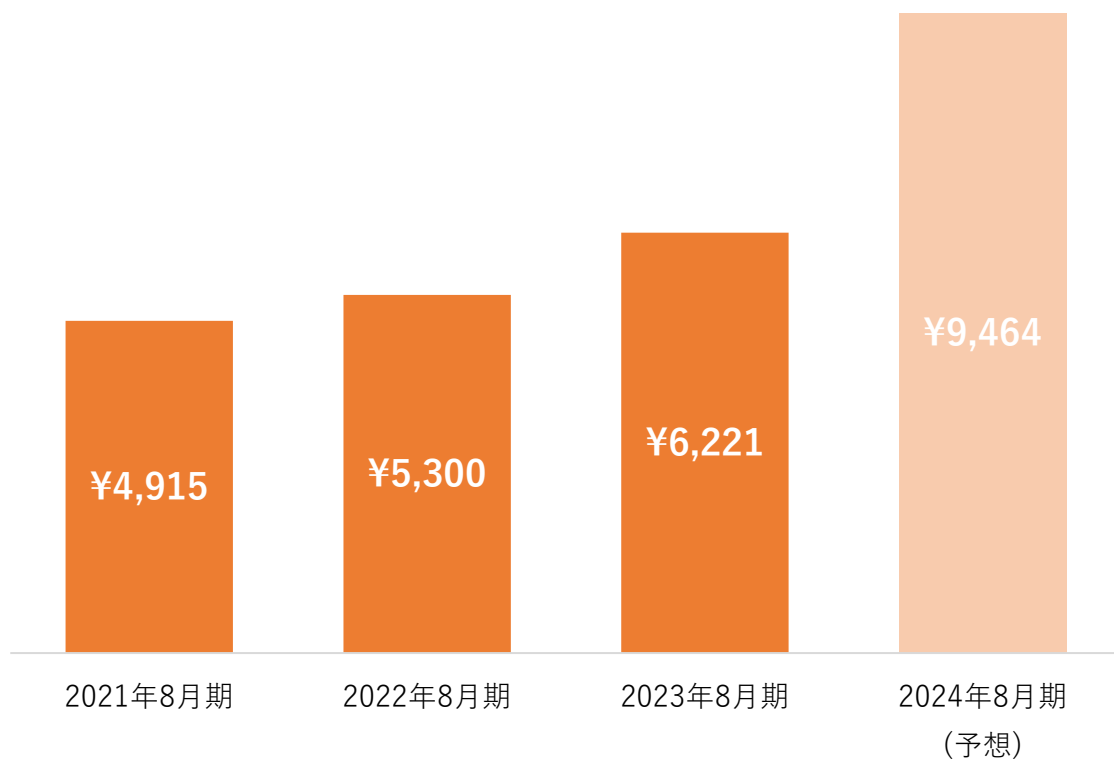
従来のプラン

2023年9月より全国販売開始

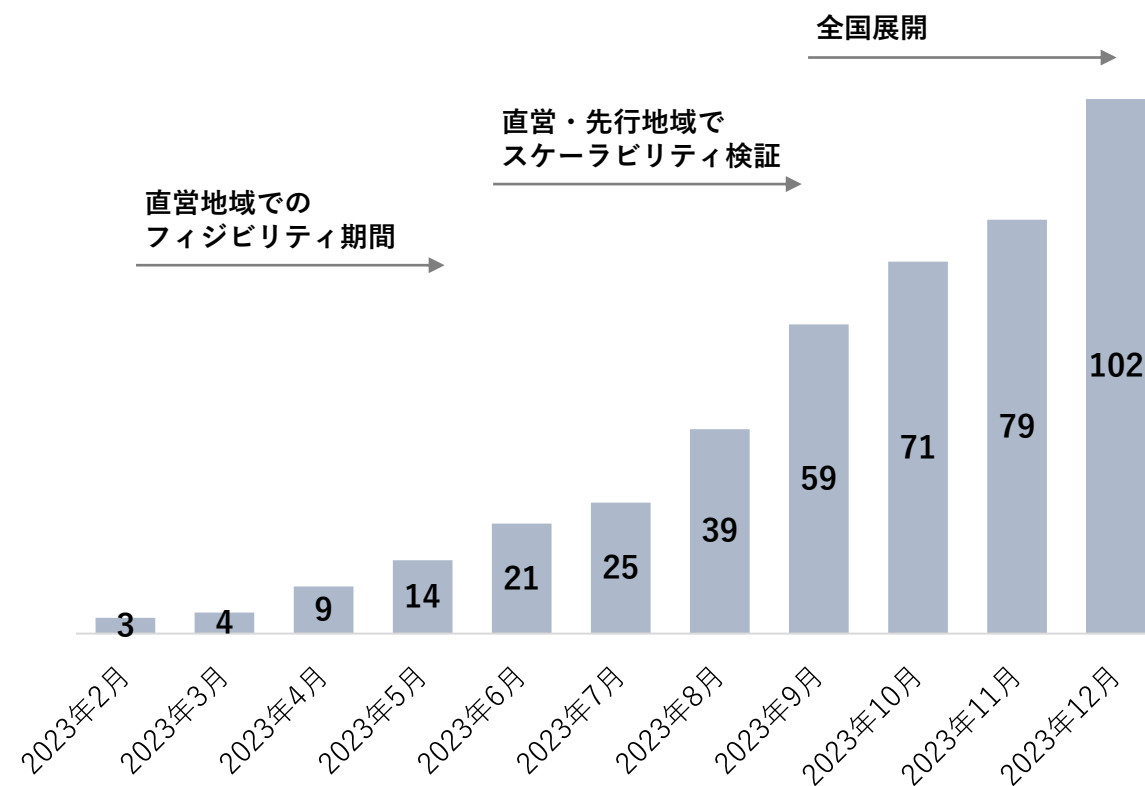
月額費用（税込10%）	7,700円/月	12,100円/月	53,900円/月	86,900円/月～
ショップページプラス	●	●	●	●
ニュースシステム	●	●	●	●
まいふれアナライザー		●	●	●
まるまるおまかせプラン			●	●
まるまるおまかせプラン （SNS運用代行）				●

「まるまるおまかせプラン」の利用店舗数は、2023年6月からの先行地域での販売開始および2023年9月からの全国展開に伴い増加し、2023年12月には100店舗を突破。まいぷれ利用料の平均単価向上およびMRR(月次経常収益)の増加に寄与。

■1店舗あたりの月額まいぷれ利用料(※)の推移



■まるまるおまかせプラン利用店舗数の推移



※当社直営エリアの2021～2023年8月期の平均単価および2024年8月期の着地見込みで算出しております。

「まちスパチャプロジェクト」は、地域の魅力をVTuberの方々と共にZ世代を中心とした視聴者が楽しめるコンテンツ形式で発信することで、視聴者層を地域の興味・関心層に引き上げ、地域を応援する行動につなげることを目指すプロジェクト。2023年6月よりSNSでの情報発信や番組配信を実施している。

## Z世代のVTuber視聴者



「まち」の魅力を知る

## まちへの興味・関心層



「まち」を応援する

## まちのファン層



## 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が声を吹き込んだ漫画動画
- ・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

[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

2023年12月に地域への応援を促す仕組みとして、岩手県八幡平市でのふるさと納税受付を開始。今後も順次参画自治体を拡大させ、ふるさと納税売上の増加を目指す。



**まちSPA-CHA**

まちスパチャとは？

「まちスパチャプロジェクト」は、VTuberと地域の新たな露出機会を創出し、ユーザーが楽しめるコンテンツを通じてそれぞれの魅力を発信するプロジェクトです。

もっと知る

ふるさと納税とは？

「ふるさと納税」は、生まれた故郷や応援したい自治体に寄付を行うことで、税金の控除や返礼品を受け取ることができる制度です。

もっと知る

X上での寄付者の声

完了～👍👍👍まちスパさんから上がる漫画、ほんとに可愛いゆいニウがたくさんでたすかってる；；ふるさと納税するのは初めてだけど、ゆいニウの配信を見て興味を持ったので踏み出してみました^.^♡

#まちスパ

#まちスパで早速ふるさと納税してみた！届くのが楽しみ！エプレの配信を通して八幡平の良さを知ることができたのでふるさと納税だけじゃなくて旅行行ってみたい



【北館製麺】盛岡じゃじゃ麺 4人前 (CJA) 5,000円



【コマクサ社仲茶ポーク】しゃぶしゃぶ用詰め合わせ 計800g【肉の横沢】 14,000円



【ふうせつ花】甘湯波クリーミーコロッケ (15個入) 14,000円



【八幡平市×栗石町 共通返礼品】お肉とお酒の贅沢セット / 牛肉 肩ロース 酒 ビール 63,000円



【八幡平市×栗石町 共通返礼品】お蕎麦の食べ比べセット / そば ソバ 乾麺 麺 21,000円



【北館製麺】旨い鶏だしで食べる 鶏そば 40人前 (20袋入) 26,000円

「まいぷれのご当地ギフト」は、カタログギフト特有の「ちょうど良い選択肢」という特徴に、地域の魅力的な製品のラインナップにより「ちょっと良い選択肢」という価値を加えたギフト。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。

地元ギフトの提示するターゲット市場

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

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



ギフト文化  
応援消費の  
訴求

③ 自治体・公益団体



シティプロ  
モーションの  
訴求

「まいぷれ」のご当地ギフト



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



2023年11月には初の市区町村単位でのカタログギフトとなる「まいぷれのご当地ギフト 船橋市のカタログギフト」の販売を開始。船橋市のふるさと納税返礼品としても出品開始するなど販路拡大し、マーケティング支援売上の増加に寄与。



まいぷれのご当地ギフト 船橋のカタログギフト  
税込5,500円

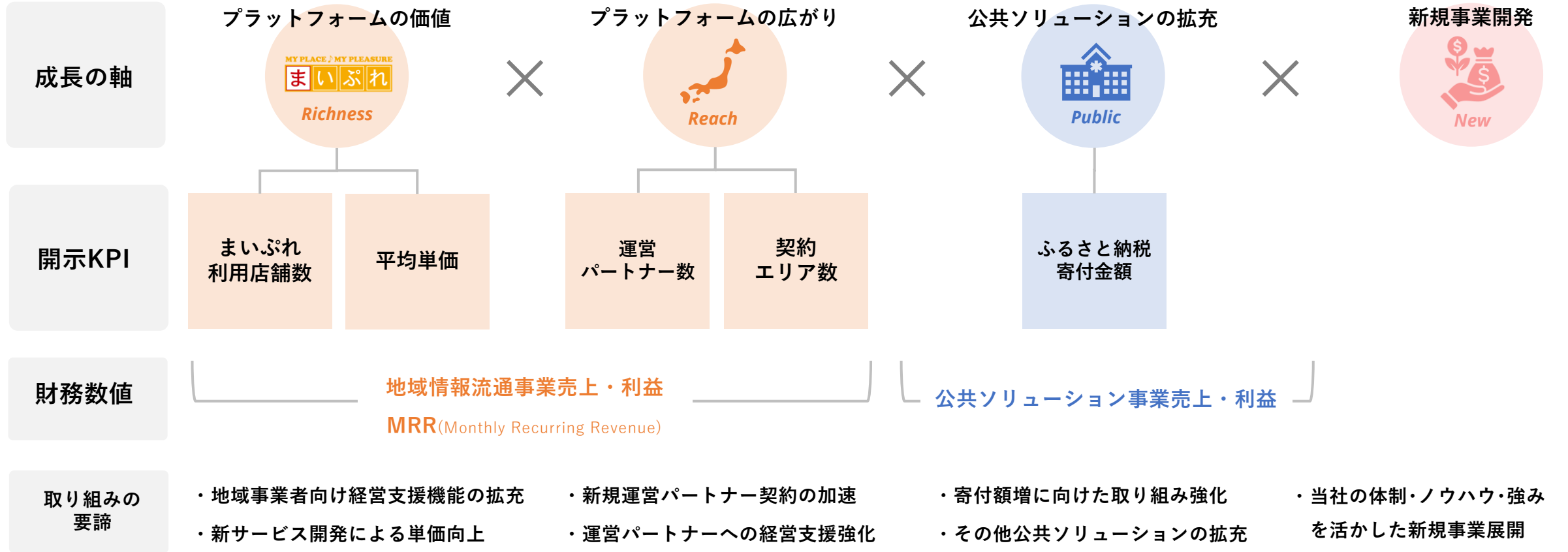
01 事業内容

02 2024年8月期第1四半期 連結業績ハイライト

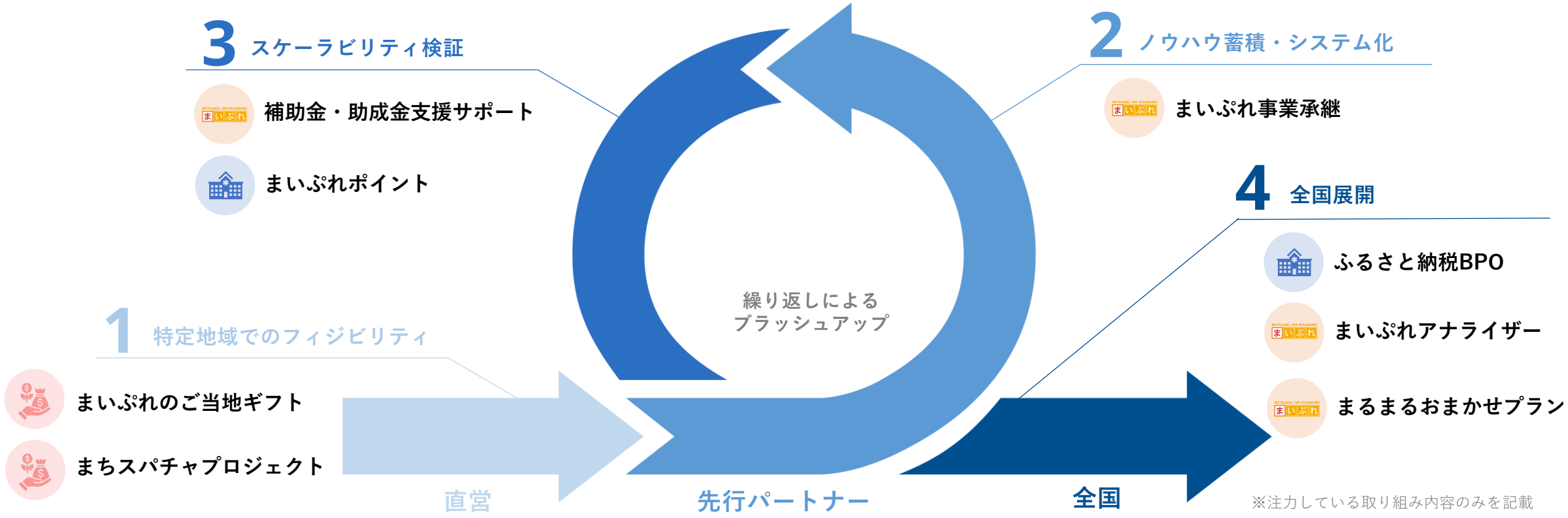
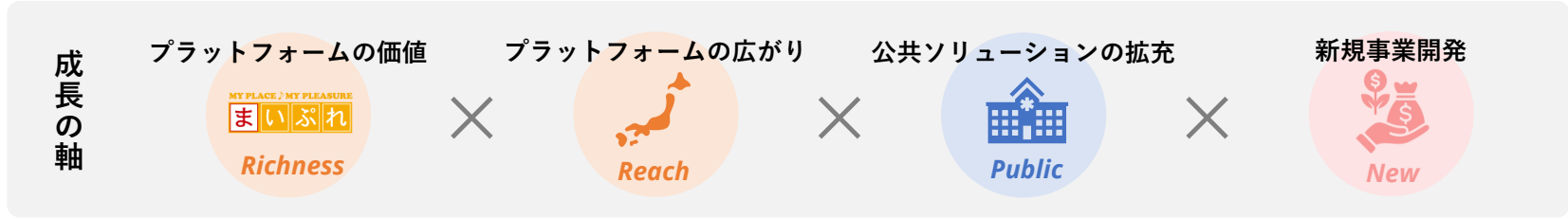
03 2024年8月期第1四半期 トピックス

 04 今後の成長戦略

「まいぷれ」のサービス価値を高め、単価を向上させると共に、運営パートナー契約数を増やすことで展開地域を広げる。さらに、それらのプラットフォームを活用した公共ソリューション事業・新規事業開発の実施により事業成長を加速。

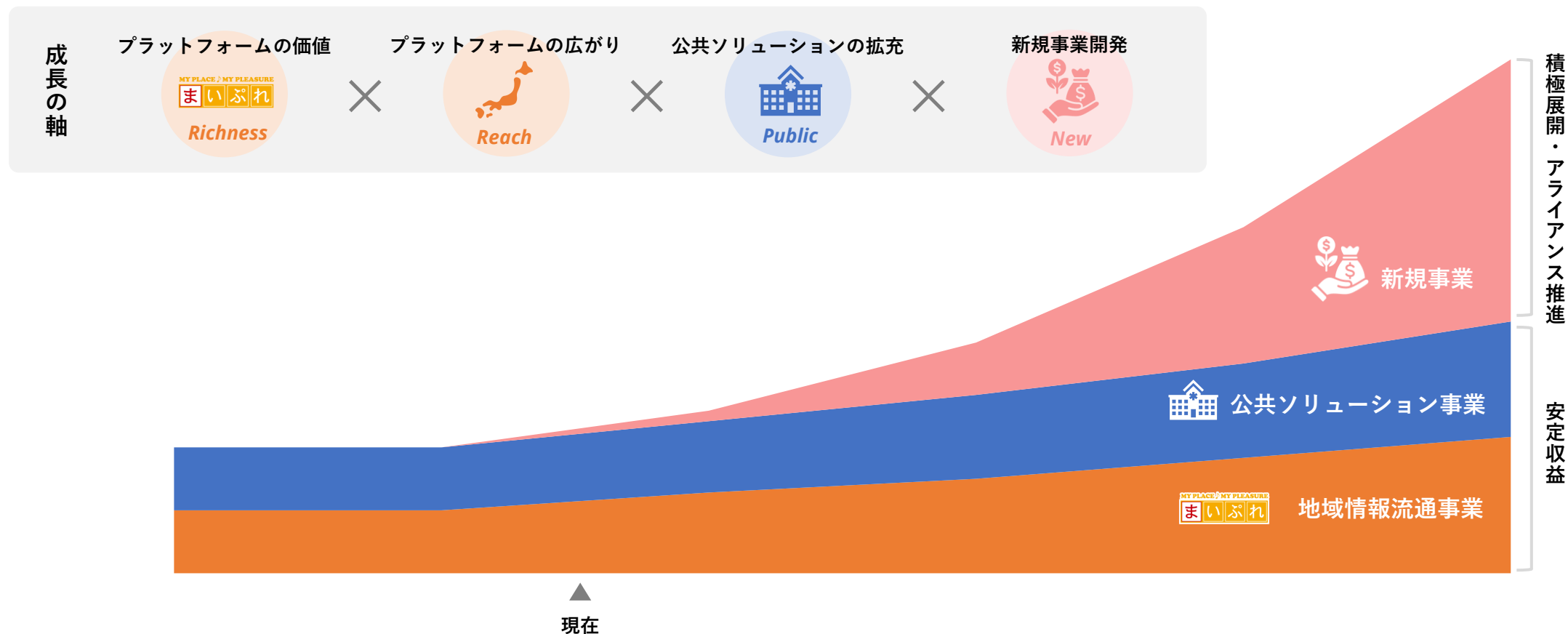


成長の軸に基づいてさまざまな取り組みを実施。事業成長ロードマップに沿って、直営地域でのフィジビリティとノウハウ蓄積を経て、スケーラビリティを向上させ、各取り組みの展開規模を広げている。



※注力している取り組み内容のみを記載

既存事業領域を着実に成長させていく一方、当社ならではの体制・ノウハウなどの強みを活用し、新規事業を積極的に開発していく。社内リソースのみで完結する事業のみならず、他社とのアライアンスによる事業化も強化。既存事業と新規事業の両軸で高い成長性を実現していく。



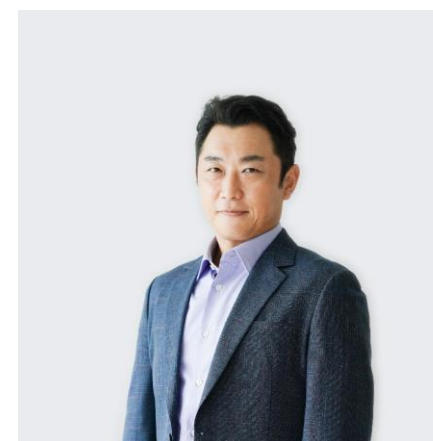


# Appendix

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	159名（2023年11月末現在）※今回資料より有期雇用社員も含む
資本金	272,409,785円（2023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
	清水 行雄	社外監査役
	松本 高一	社外監査役



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。

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。



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。

特徴 **1** 地域情報プラットフォームとしての独自性

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

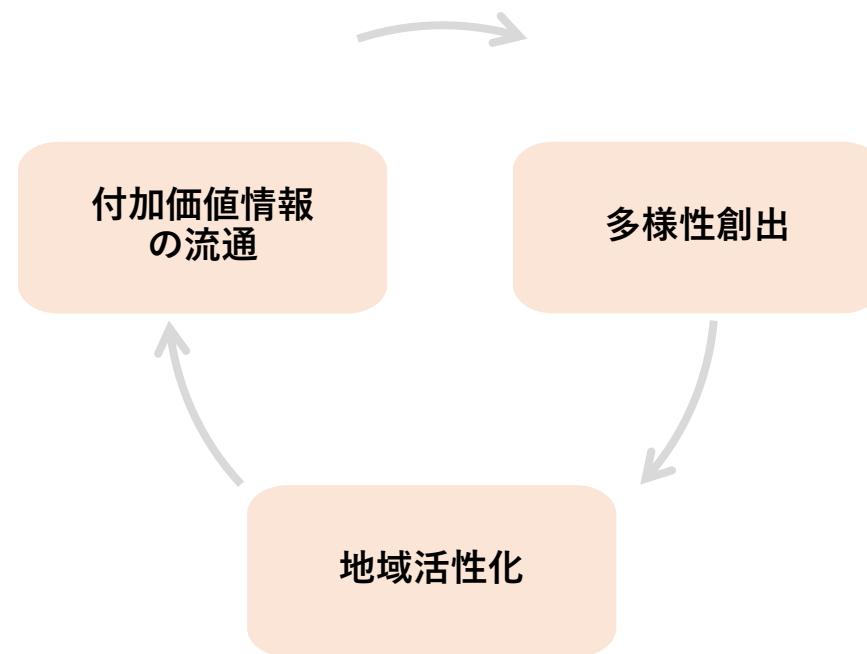
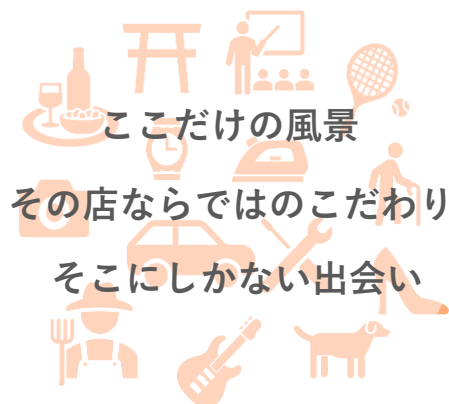
地域の『付加価値情報』を発信する自社運営メディア、地域情報サイト「まいふれ」を全国で展開。  
 地域情報サイト「まいふれ」では、市区町村単位で地域を区切り、地域のお店・イベント・コミュニティ・行政情報など、地元暮らしをちょっぴり楽しくするようなオリジナル情報を発信。

■ 「まいふれ」が発信する『付加価値情報』

多様化する消費者ニーズに対し、安さ・値段・評価点数ではなく、その店ならではの個性や魅力を重視した情報を発信。

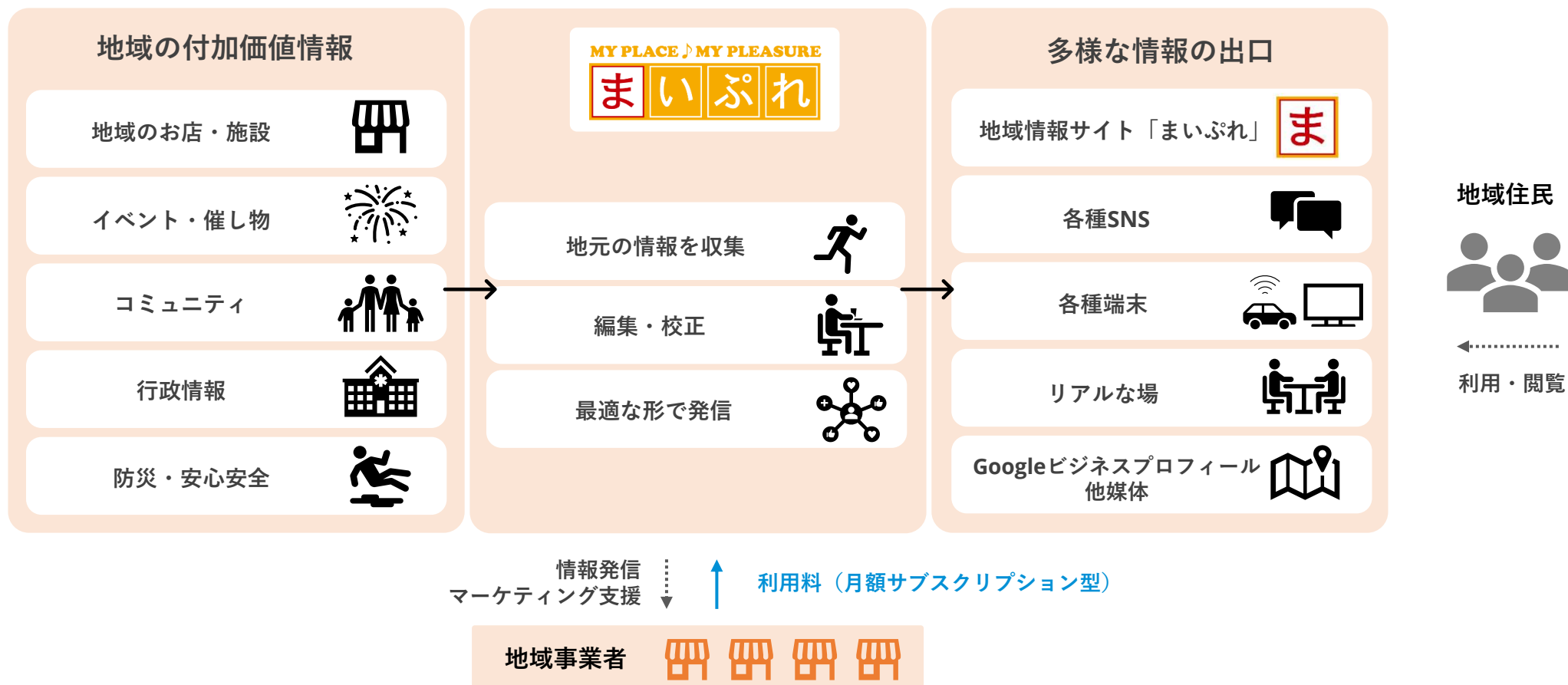
■ 『付加価値情報』の流通による多様性の創出

付加価値情報を流通させることで、事業やサービスの多様性を維持・拡大させ、地域の多様性を創出し、地域活性化を実現。

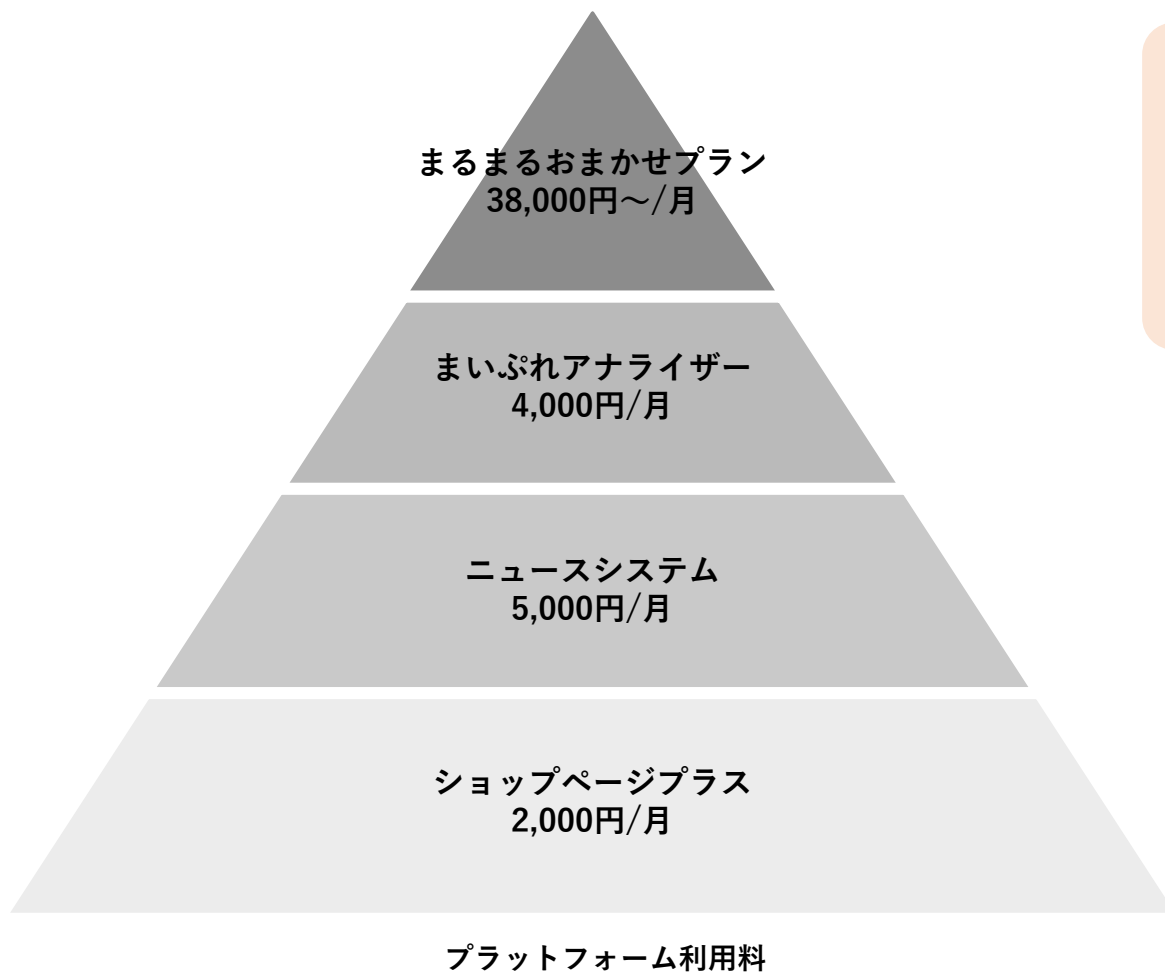


地域情報サイト「まいぷれ」を含む、あらゆる情報の出口から地域情報を流通させているのが地域情報プラットフォーム「まいぷれ」であり、各地域の情報を専属スタッフが足で回って発掘する体制を持っている。地域事業者から毎月定額のプラットフォーム利用料をもらう、サブスクリプション型のサービスとなっている。

地域情報プラットフォーム「まいぷれ」



サブスクリプション型のサービスである「まいふれ」は、地域事業者の課題にあわせた段階的なサービス・価格設計。対象となる顧客の業種が幅広く、特化型メディアが存在しない業種や小規模事業者もカバーしていることが特徴。



■ 利用店舗数 ※1

■ 平均単価 ※2

18,044 店舗

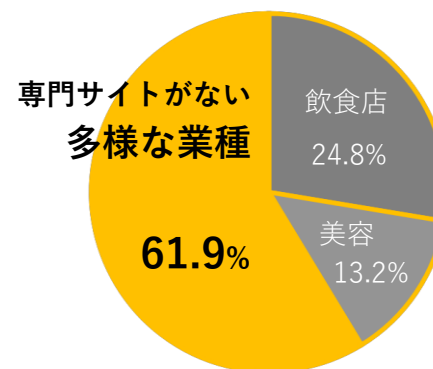
6,236 円

※2023年11月末時点

※1) まいふ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2023年11月末時点の有料利用店舗の平均。

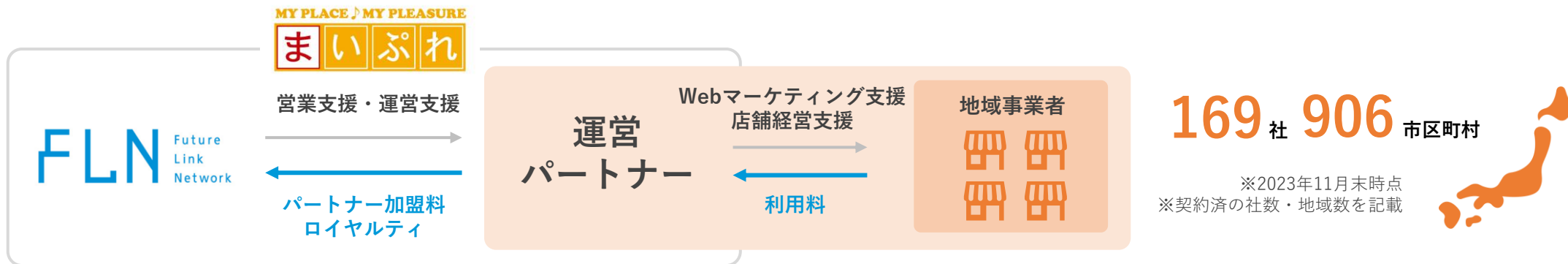
■ サービスの対象となるのは地域事業者の全業種



※2023年11月末時点

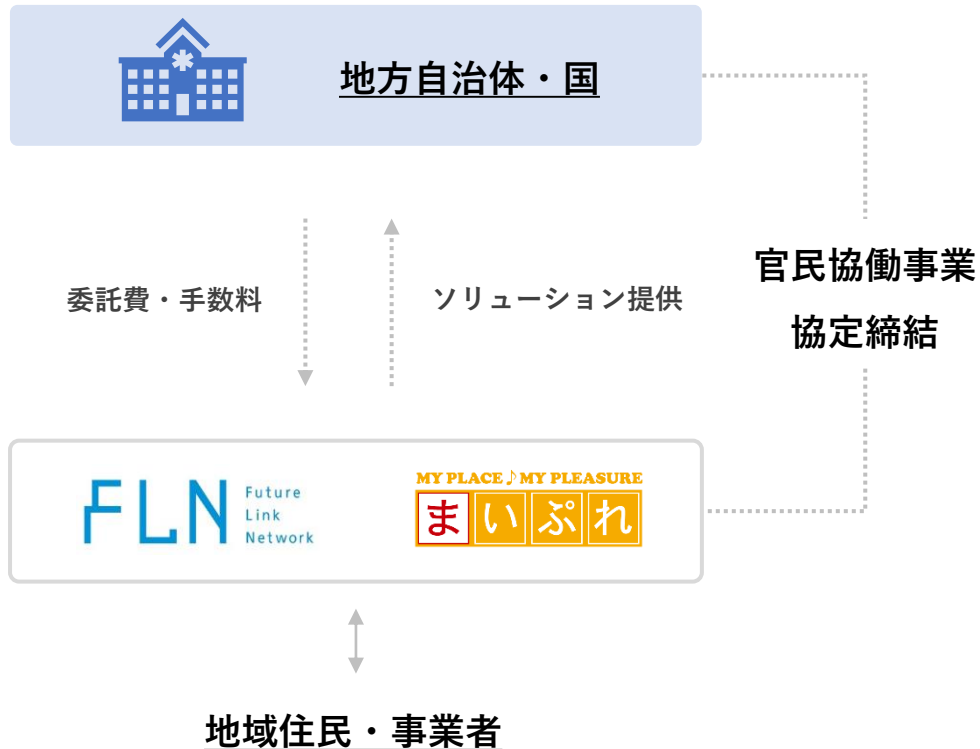
例) 塾・整体・雑貨屋・畳屋・印鑑屋  
リサイクル店・老人ホーム・中古車屋など

フランチャイズに準じたビジネスモデルを採用し、各地の運営パートナーとの協業により全国規模で地域密着体制を実現。直営地域で培ったノウハウを研修等のスーパーバイジングを通じて運営パートナーに導入。



	FLN	運営パートナー
①営業活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業スタート支援</li> <li>・ 営業研修</li> <li>・ 事例や提案資料の共有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 営業活動</li> <li>・ 掲載店フォロー</li> </ul>
②サイト管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツの校正、支援</li> <li>・ 全国パートナーとの情報共有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報収集、入稿、編集</li> <li>・ コンテンツ管理</li> </ul>
③請求業務	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 請求研修</li> <li>・ 契約、請求の業務フロー構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 契約管理</li> <li>・ 口座振替</li> </ul>
④発展事業展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 発展事業の情報共有</li> <li>・ FLN公共担当部署の同行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ナショナルクライアント</li> <li>・ 既存クライアント</li> <li>・ 自治体</li> </ul>

公共（Public）が抱える課題に対し、地域密着型の体制を活かした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。



■ 協定・覚書締結自治体数

109 自治体

■ ふるさと納税受託自治体数

40 自治体

※2023年11月末時点

■ 多様なソリューションの一例

- ・ ふるさと納税BPO業務
- ・ 地域共通ポイント
- ・ 官民協働ポータルサイト
- ・ インフォメーションセンター運営
- ・ スマートシティ推進
- ・ 災害情報伝達手段の高度化推進

# 1 全国の地域事業者リアルな接点を持ち、DX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

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。

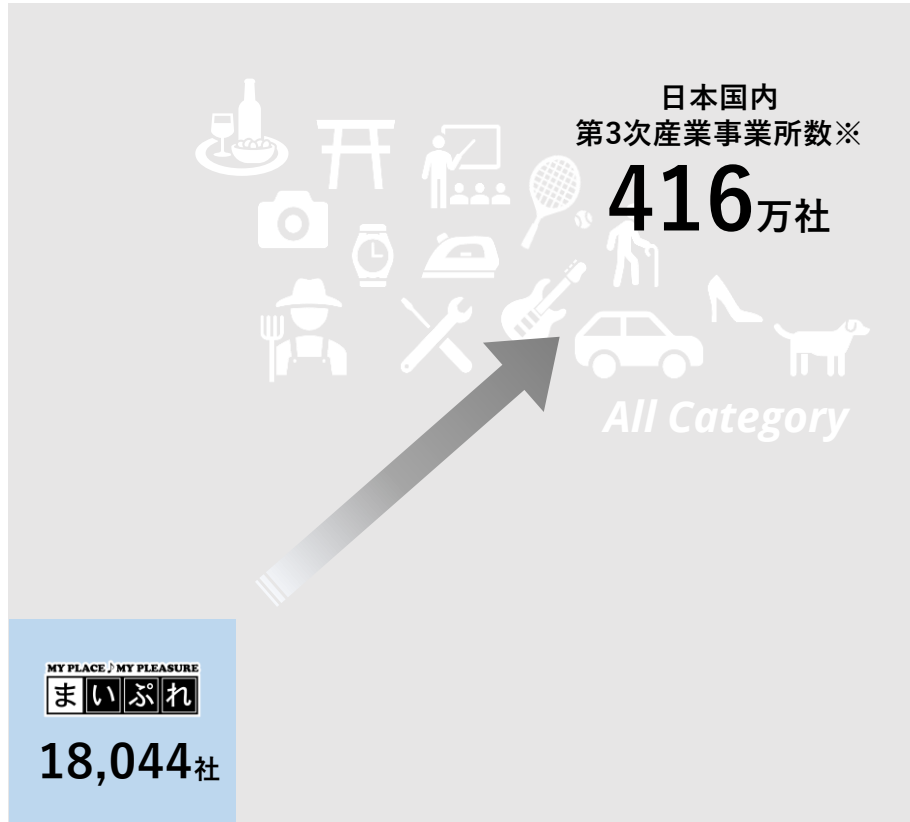
# 3 官民協働事業の実績とノウハウ

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。



「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わず、全事業所が対象となることから、国内で広大な市場開拓余地がある。また、広告市場においては、従来型広告を多く含む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4兆の市場規模がある。

■ 顧客対象となる業種の市場規模

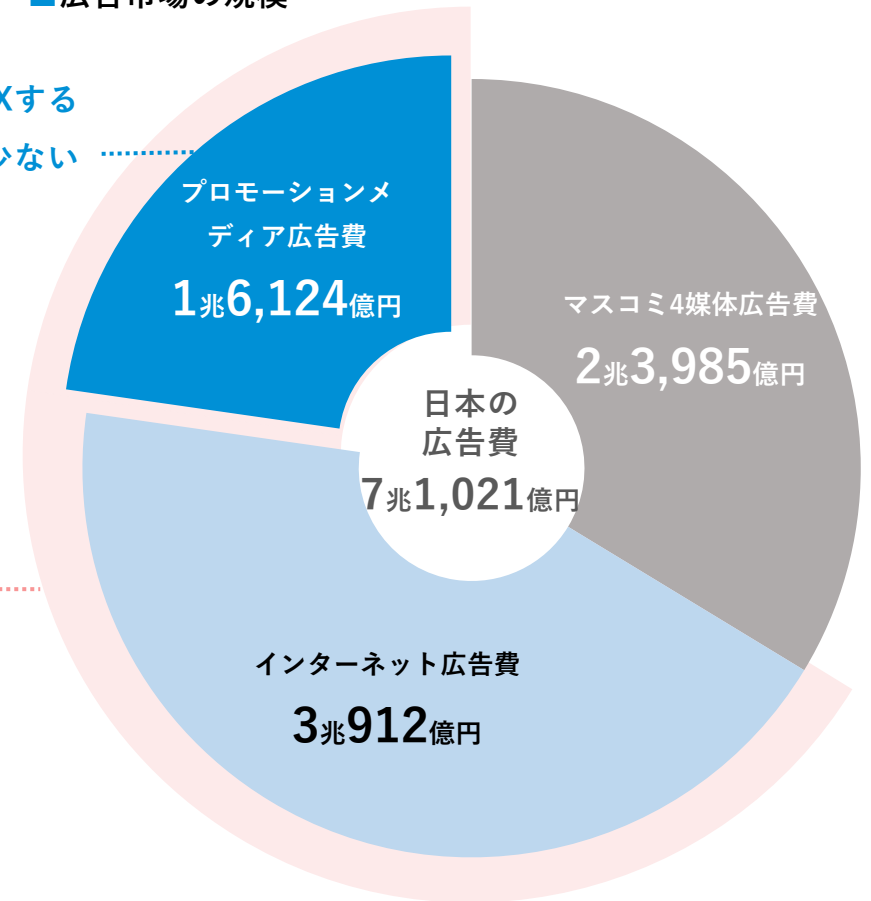


■ 広告市場の規模

従来型の広告モデルをDXする

役割は類似企業が少ない

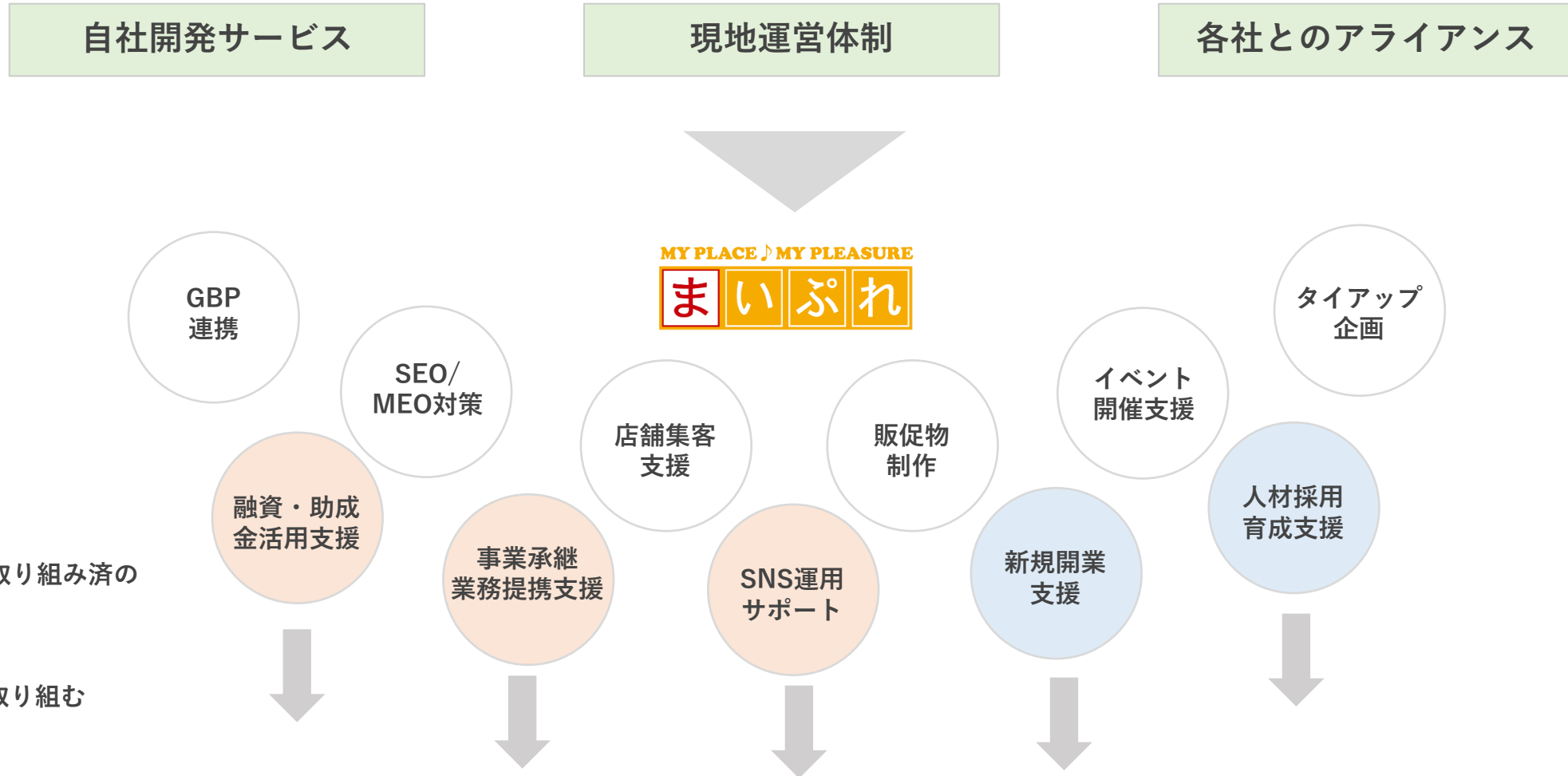
ターゲット市場



※出典：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス－活動調査結果（確報）\_産業横断的集計（結果の概要）」 表III-1 産業大分類別事業所数および従業者数 より

※出典：電通「2022年 日本の広告費」より

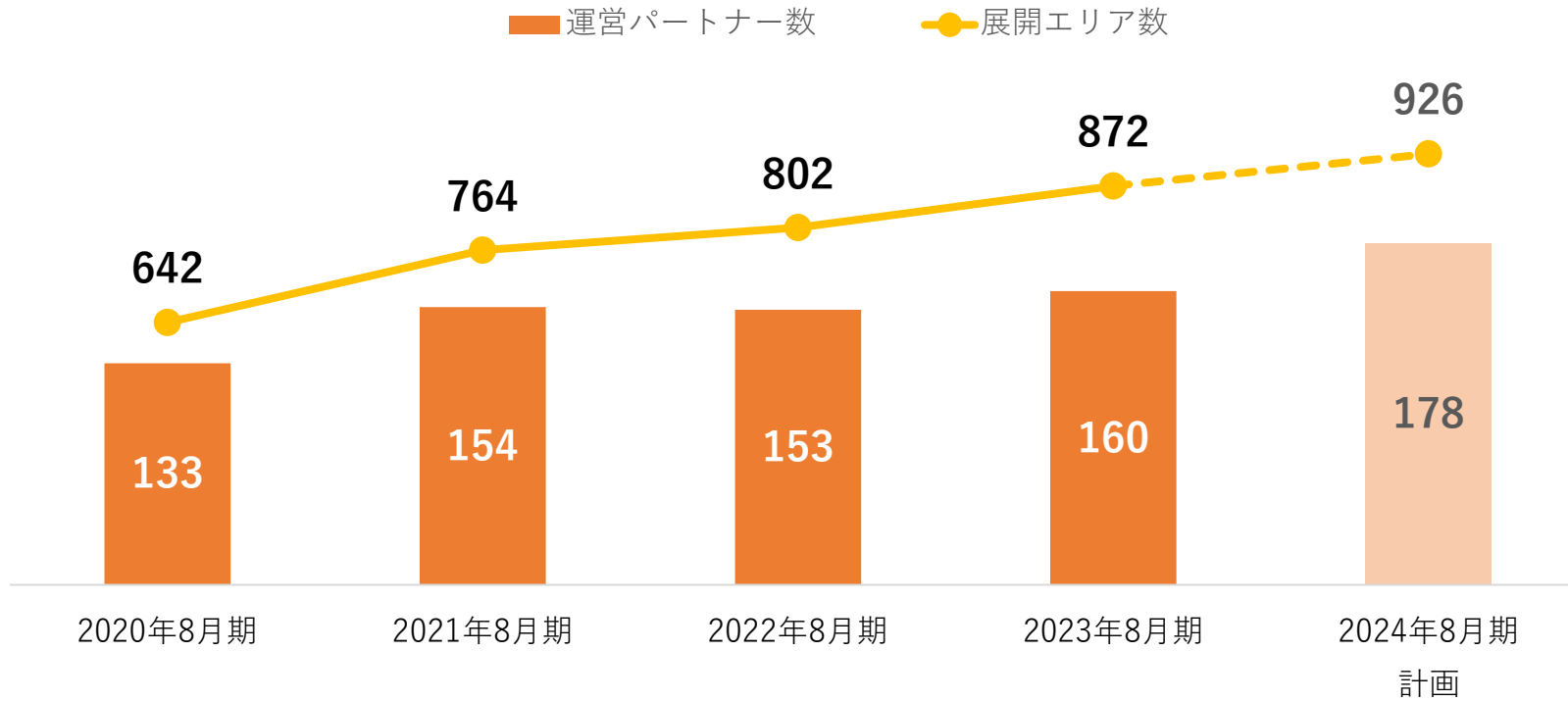
地域事業者向けの経営支援機能を拡充し、プラットフォームの価値を向上させ、MRR増加を目指す。



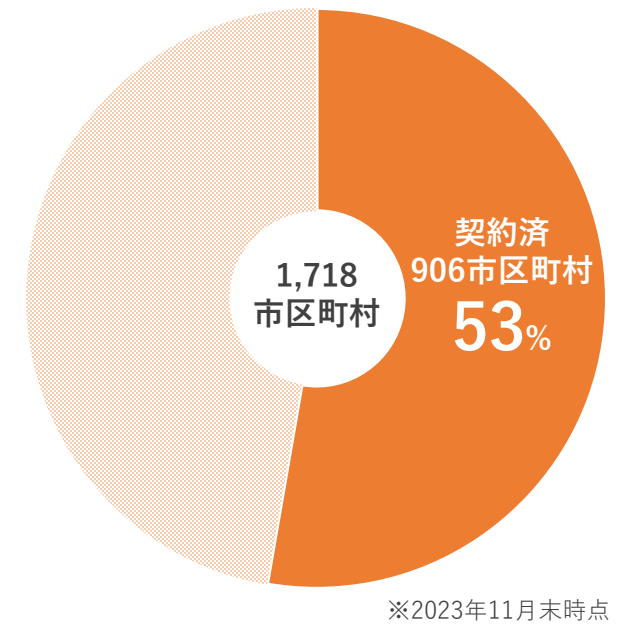
プラットフォームの価値向上に向け、さらなる経営支援機能の拡充へ

運営パートナーが増加することで、リーチ可能な地域・顧客・自治体が増加。サービス価値向上による単価向上も伴い、成長エンジンとなる。成長する既存パートナーの運営事例をもとに、事業参入へのハードルを下げ、新規運営パートナーの増加につながる拡大戦略を計画していく。また、既存パートナーの展開地域も広げることで、全体カバー率を広げる。

### ■ 運営パートナー数と展開エリア数の推移



### ■ 市区町村カバー率

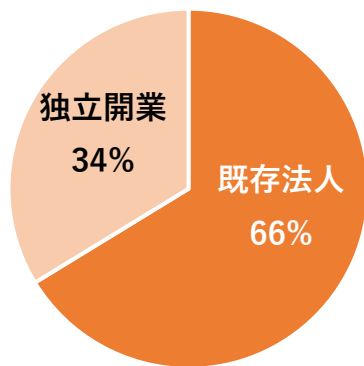


比率として増えてきている独立開業のパートナーは、まいふれ事業のみを専業として立ち上げるため成長が比較的早い一方で、経営基盤がまだ脆弱な会社も含まれる。また、既存法人についても業種がさまざまであり、異業種からの参入も少なくない。運営パートナーへの経営支援機能を強化することで、パートナーエリアのMRR増加を推進する。

■ 運営パートナー数と既存法人・独立開業の割合

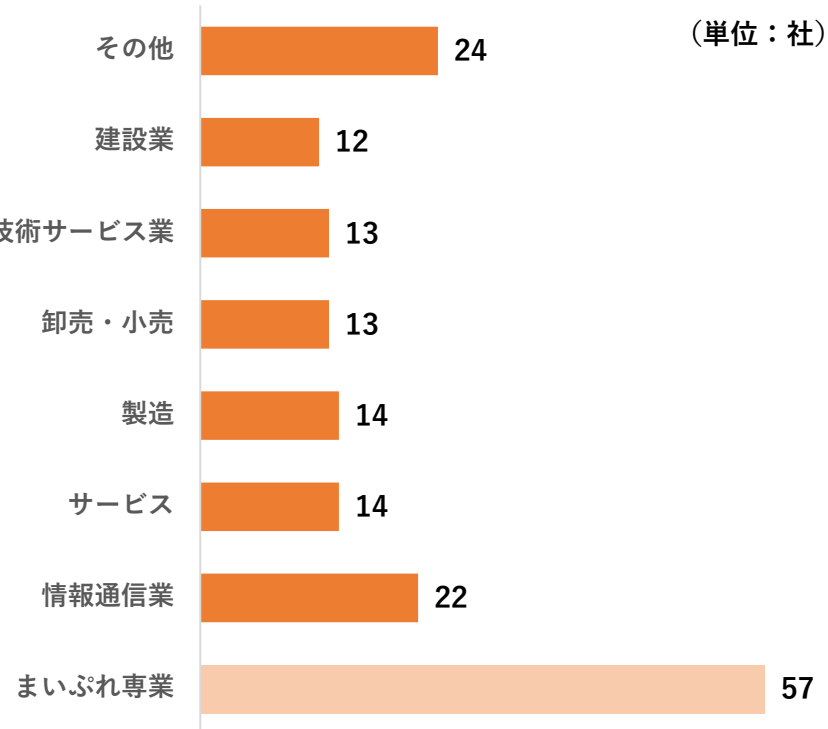
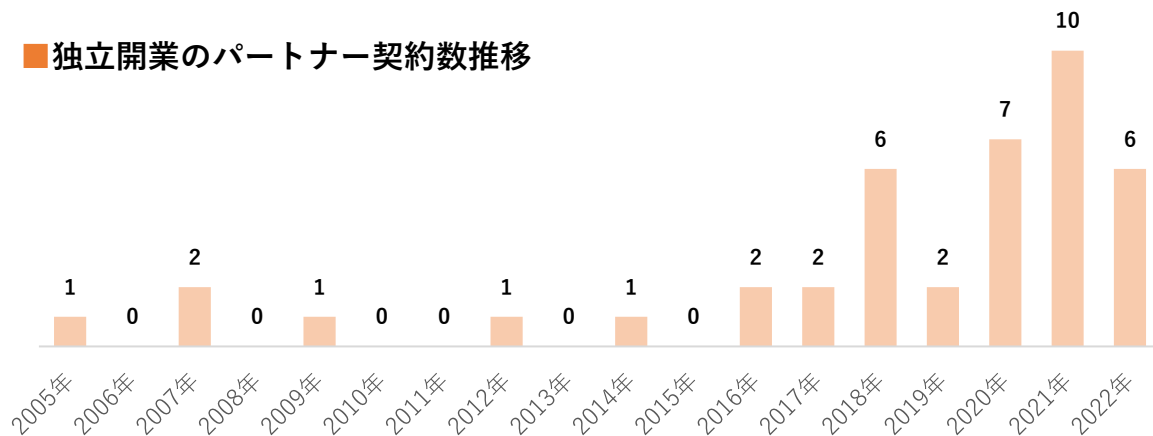
■ 運営パートナー数の業種別社数

169社



※2023年11月末時点

■ 独立開業のパートナー契約数推移



(単位: 社)

※2023年11月末時点

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者共同出資で設立。

## 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。

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。

FLN Future Link Network

MY PLACE / MY PLEASURE  
まいふれ

公共BPO

## 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。

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。

