




2022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（東証マザーズ：9241）

2022年4月14日

- 01 事業内容
- 02 第2四半期業績ハイライト
- 03 第2四半期トピックス
- 04 今後の成長戦略

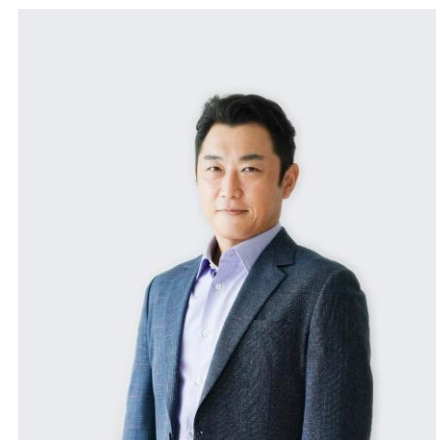


01 事業内容

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	90名（2022年2月末現在）
資本金	266,640,060円（2022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 マーケティング支援事業



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なりました。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です。

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

- ① 「地域情報サイト まいぶれ」とは
- ② 地域情報プラットフォームについて
- ③ パートナーモデルの全国展開
- ④ 地域情報プラットフォームを活用した
公共ソリューション事業
- ⑤ 地域情報プラットフォームを活用した
マーケティング支援事業

2000年より、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 まいぷれ」を全国で展開しています。「地域情報サイト まいぷれ」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しています。



■ 「まいぷれ」が提供する『付加価値情報』

安さ・値段

クーポン割引

評価点数

ここだけの風景

その店ならではのこだわり

そこにしかない出会い



■ 「地域情報サイト まいぷれ」サイト数

302 サイト

※2022年3月1日時点



単なるメディアにとどまらず、地域の専属スタッフが自ら足で集めた地域情報を発掘する体制をもち、多様な情報の出口を備えたプラットフォームとして進化しています。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ことでマネタイズする、サブスクリプション型のビジネスモデルにより成り立っています。

地域情報プラットフォーム「まいぷれ」



当社が直営地域として運営するだけでなく、地域に根ざした全国の運営パートナーと協業することで、地域密着体制の構築を実現しています。技術や運営ノウハウを共有しながら、プラットフォーム全体を進化させています。フランチャイズに準じたビジネスモデルにより、パートナー数・契約地域数の拡大が、収益拡大に直結します。

154 社 791 市区町村

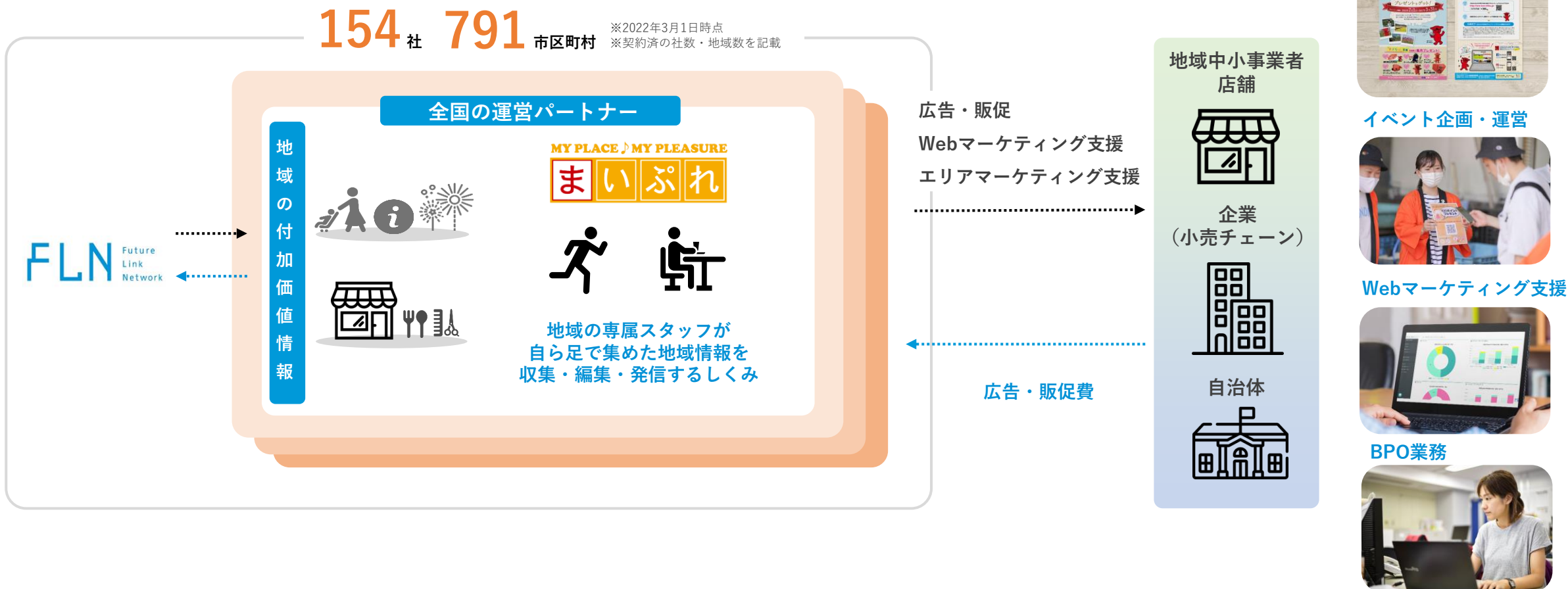
※2022年3月1日時点
※契約済の社数・地域数を記載



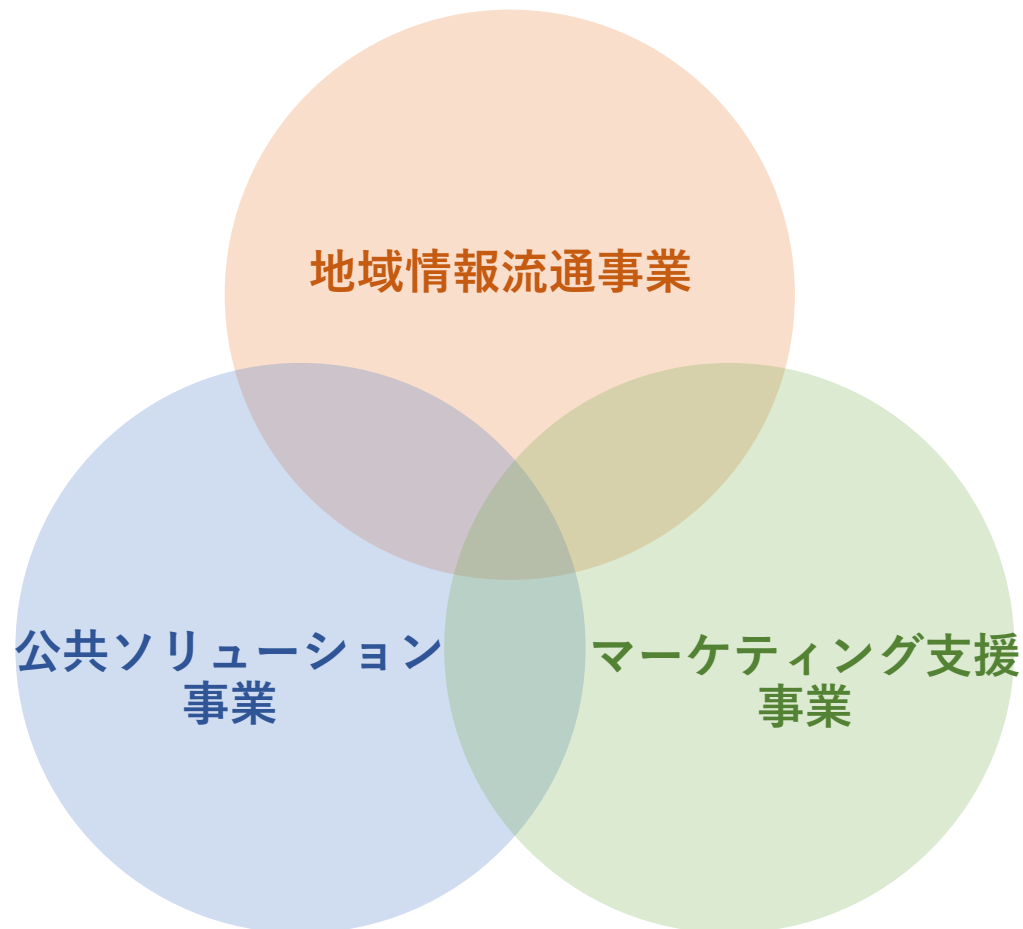
公共（Public）が抱える課題に対して、地域に根付いた足回りを活かしたさまざまなソリューションを「官民協働事業」として提案します。地域情報プラットフォーム「まいぷれ」の運営体制があるからこそできる、実行力のある課題解決型事業です。



特定の商圈や地域に直接情報を発信したい企業に地域情報プラットフォーム「まいぷれ」を活用して、マーケティングソリューションを提供します。地域との接点を活かし、店舗や企業の販促支援・Webマーケティング支援を担います。



当社の事業は地域情報プラットフォーム「まいふれ」を基盤に、3事業が重なりながら、独自性の高い事業構造で展開しています。



地域情報流通事業

地域の「付加価値」を発掘し、地域情報として流通させることで、地域活性化を行う事業。各地域のスタッフが、直接付加価値を発掘し、地域情報サイトだけでなく、あらゆるデバイス、あらゆる場所を使って情報を発信。当社が直営地域として運営するだけでなく、全国各地域に根ざした運営パートナー各社と、技術や運営ノウハウを共有しながら、地域情報プラットフォーム「まいふれ」を構築・運用。

公共ソリューション事業

地方自治体や国を対象に、公共（Public）が抱える課題に対して、地域情報プラットフォーム「まいふれ」を活用した官民協業モデルの課題解決を実施する事業。地域に根ざした運営体制と情報流通技術やノウハウ、自社の開発・制作体制を活用した、独自の官民協働事業を多数展開。

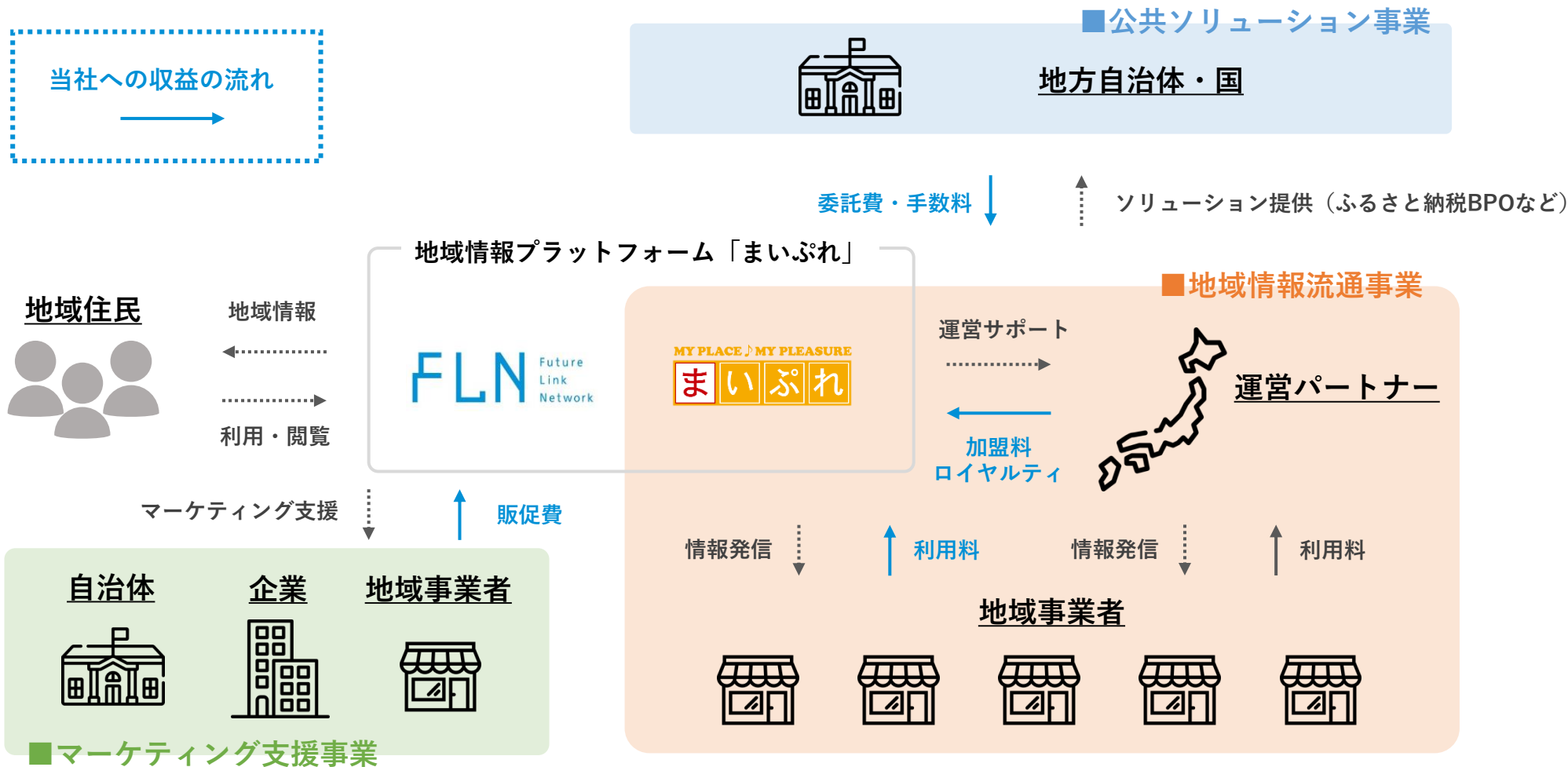
マーケティング支援事業

特定の商圈や地域に直接情報を発信したい企業や地域事業者に対し、地域情報流通プラットフォーム「まいふれ」を活用して、マーケティングを支援する事業。ウェブマーケティング施策を含めた情報発信支援だけでなく、販促物制作から、地域のコミュニティと連動したイベント等の企画・運営、バックオフィス業務のBPOまでを複層的に絡め、サービスやブランドの認知度向上に寄与。

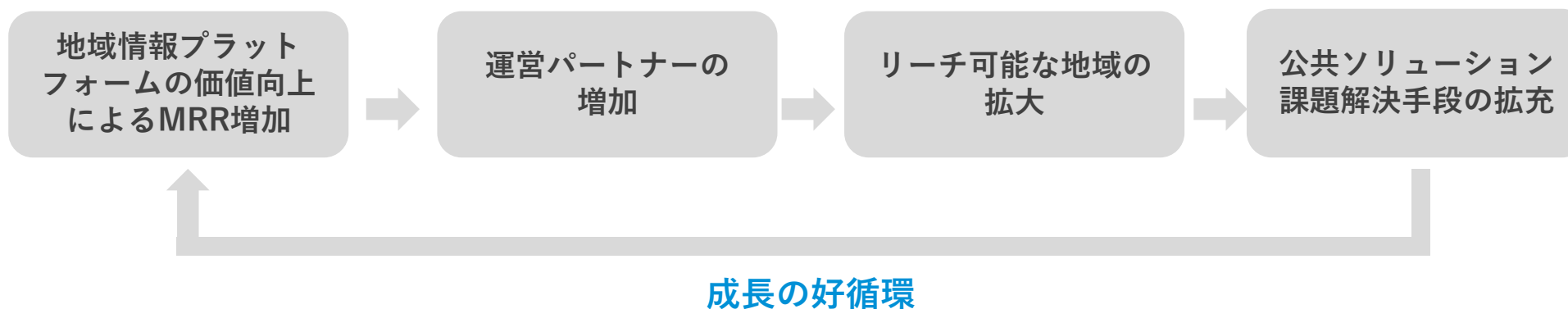
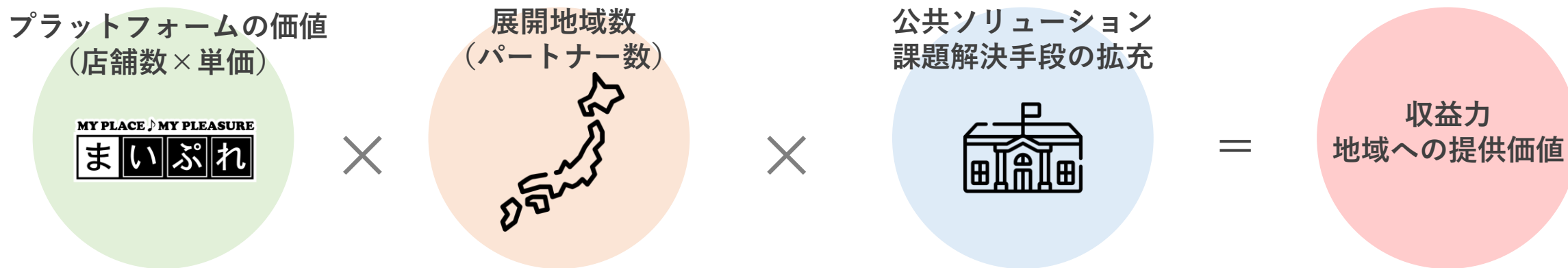
3つの事業セグメントは、特に下記の特徴を強みとしています。この強みをさらに洗練させていくことで事業成長を確固たるものにします。

- **全国の中小事業者リアルな接点を持ち、DXを促進できる体制**
直営のみならず、全国154社のパートナーがいることで、地域とオフラインの接点を持つことができ、ITリテラシーの高くない事業者にも寄り添い、経営やマーケティングを直接サポートできる、ラストワンマイルの強み。
- **顧客との継続的関係性**
持続的に効果を発揮する地域情報プラットフォーム「まいふれ」のサービス価値と、直接オフラインでサポートできる体制による安心・信頼感を提供できるため、解約率が低く、顧客生涯価値（LTV）が高い。
- **官民協業事業の実績とノウハウ**
創業以来、蓄積してきた官民協業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。

当社の事業の収益構造は、地域情報プラットフォーム「まいぷれ」を基盤にした3事業により、多種多様な顧客に対して価値提供を行うことで、多方面にわたる独自の収益構造で成り立っています。



「まいぷれ」のサブスクリプション型サービスとしての価値を高め、単価を向上させると共に、展開地域（運営パートナー数）を広げることにより、公共ソリューションの提供地域・課題解決手段の拡充も行い、成長の好循環を作ります。





02 第2四半期業績ハイライト

1. プラットフォーム利用店舗数・平均単価は順調に増進

新サービスの展開により、利用店舗は前期比1,285店舗、平均単価は166円それぞれ増加しており、順調に推移している。

2. 積極的投資により、成長戦略通りの新サービス展開が進む

地域事業者の経営支援サービスとして株式会社ライトアップと組んだ補助金・助成金サービスやジャパンM&Aソリューション株式会社と組んだまいふれ事業承継など、順調に展開できている。

3. ふるさと納税寄付額が好調

12月の年間寄付額最大期を迎え、結果として40自治体全体のふるさと納税寄付額は前年同期の累積実績を超える38.4億円を達成。

4. パートナーの新規契約が低調

第1四半期の広告からのリード獲得不足の影響に加え、新型コロナウイルス感染症が急拡大する中で、運営パートナーの獲得が想定通りに進まず、新規事業参入に躊躇されるケースもあり、結果としてパートナーの初期加盟金が得られず、地域情報流通事業の売上・営業利益に影響。

5. まいふれアナライザーの追加開発が予定より若干の遅れ

まいふれアナライザーの追加開発に想定以上の時間がかかった。

■売上高

前年同期比

721 百万円

97.7 %

■営業利益

前年同期比

36 百万円

32.5 %

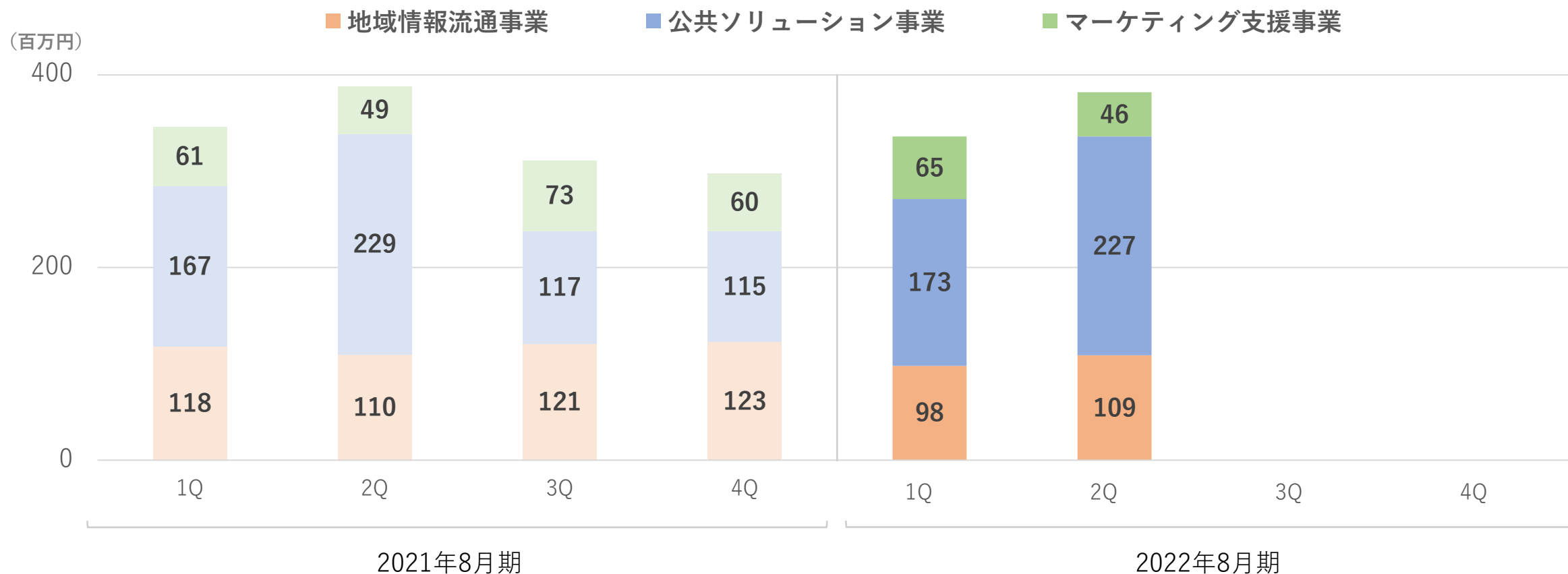
- 売上高は前年同期比**2.3%**減。
- 地域情報流通事業は、新型コロナウイルス感染症が急拡大する中で、運営パートナーの獲得が想定以上に進まず、新規事業参入に躊躇されるケースもあり、前年同期比**9.1%**減。
- 公共ソリューション事業は、ふるさと納税関連売上において年間で最も寄付額が多い12月も順調に寄付額を伸ばし、前年同期比**7.7%**増。セグメント全体では前年同期比**0.9%**増で着地。
- マーケティング支援事業は予定通り進捗し、前年と同水準で推移。
- 販管費は計画通り地域情報プラットフォームの拡大・開発による事業成長のための人件費、システム開発費及び広告費への投資により前期比**12.6%**増。

まいふれプラットフォーム価値向上に向けて、新サービスの提携や積極的な投資をしているため、販管費に関しては予定通り進捗しています。

(単位：百万円)	2021年8月期 2Q		2021年8月期 通期	2022年8月期 2Q			2022年8月期 通期計画
	実績	売上高比率		実績	売上高比率	前期比	
売上高	737	100.0%	1,349	721	100.0%	97.7%	1,531
地域情報流通事業	229	31.1%	474	208	28.8%	90.9%	597
公共ソリューション事業	397	53.9%	629	401	55.6%	100.9%	677
マーケティング支援事業	111	15.0%	245	111	15.3%	100.3%	257
売上原価	268	36.3%	498	283	39.2%	105.4%	538
売上総利益	469	63.6%	850	437	60.6%	93.3%	992
売上総利益率	63.6%		63.0%	60.6%			64.7%
販管費	356	48.3%	749	401	55.6%	112.6%	891
営業利益	112	15.2%	100	36	5.0%	32.5%	101
営業利益率	15.2%		7.4%	5.0%			6.5%
経常利益	111	15.0%	94	35	4.9%	32.1%	97
当期純利益	97	13.2%	79	29	4.0%	30.0%	71

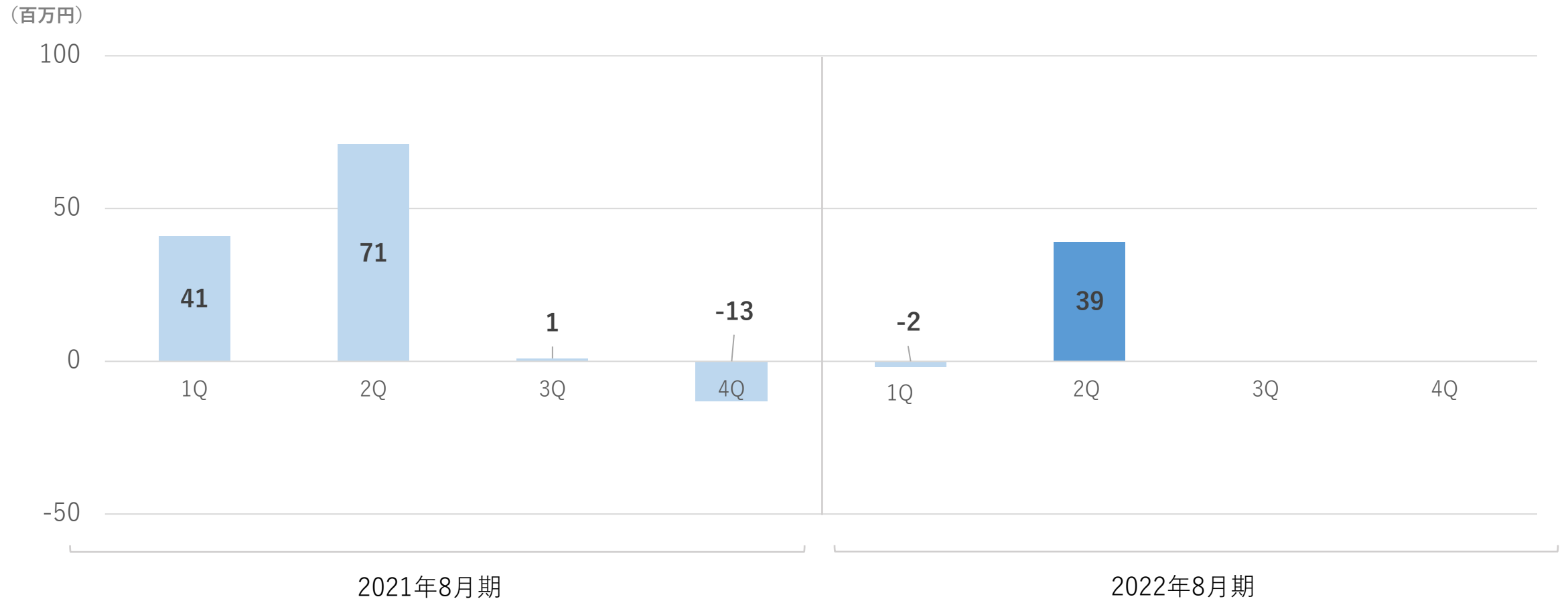
※注) 2021年8月期第2四半期については、四半期財務諸表を作成していないため、参考値となります

- ・ パートナー初期加盟金の獲得遅延により地域情報流通事業が前年並に推移しています。
- ・ ふるさと納税に起因する売上高の季節変動時期を迎えています。
- ・ マーケティング支援は予定通り前年と同水準で進捗しています。



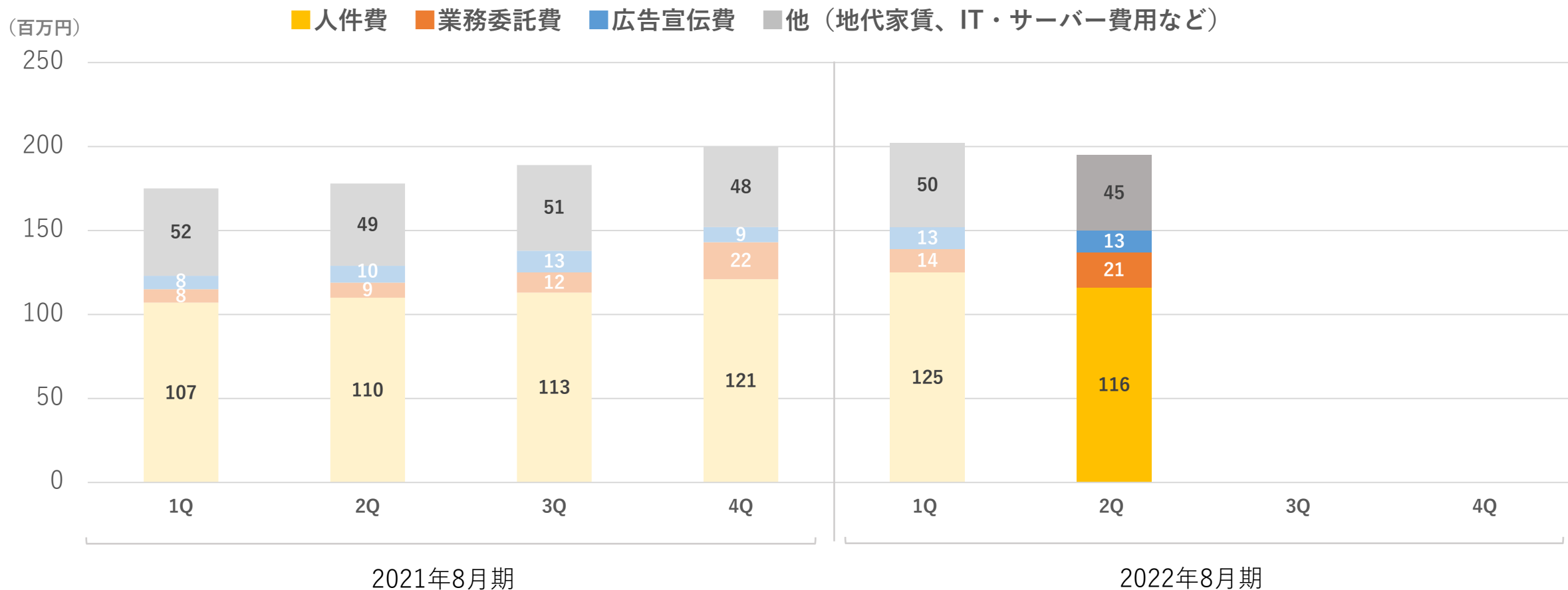
※注) 2021年8月期第2四半期については、四半期財務諸表を作成していないため、参考値となります

2Qの利益計画は、売上の減収および費用の増加により、前期水準を下回り進行しています。



※注) 2021年8月期第2四半期については、四半期財務諸表を作成していないため、参考値となります

プラットフォーム価値向上に向けた開発投資として前年同期比人件費11.1%増、業務委託費105.3%増、広告宣伝費48.9%増と計画通り積極的に実施しています。



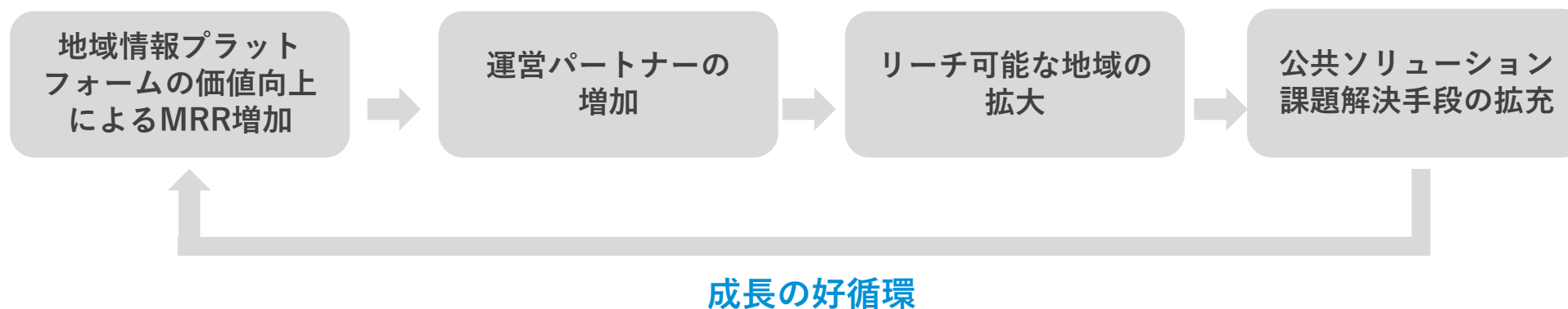
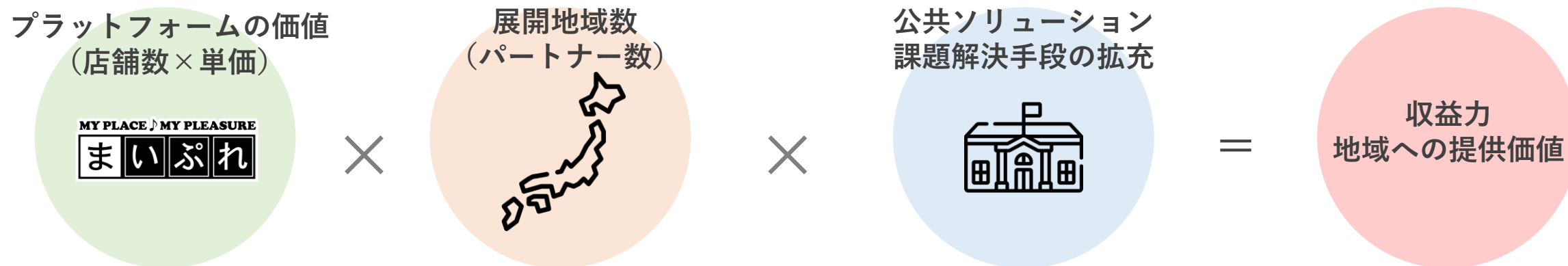
※注) 2021年8月期第2四半期については、四半期財務諸表を作成していないため、参考値となります

新規上場時の公募増資により、自己資本比率は41.8%と安定に推移できています。

	2021年8月期末 実績		2022年8月期 2Q実績		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
(単位：百万円)					
流動資産	754	89.3%	823	89.9%	9.1%
現金及び預金	569	67.5%	645	70.6%	13.3%
固定資産	90	10.7%	92	10.1%	1.5%
総資産	844		915		8.3%
流動負債	375	44.4%	432	47.2%	15.2%
固定負債	116	13.8%	100	11.0%	▲13.8%
純資産	353	41.8%	382	41.8%	8.3%
自己資本比率	41.8%		41.8%		

※注) 2021年8月期第2四半期については、四半期財務諸表を作成していないため、参考値となります

収益力および地域への提供価値増加に必要なプラットフォームの価値・展開地域数・公共ソリューションおよび課題解決手段の拡充について、それぞれの指標の進捗状況を共有します。



収益力および地域への提供価値増加に必要なプラットフォームの価値・展開地域数・公共ソリューションおよび課題解決手段の拡充について、それぞれの指標の進捗状況を共有します。



プラットフォームの価値
(店舗数 × 単価)

まいふれプラットフォーム
利用店舗数 *注1

17,852 店舗

平均単価 *注2

5,081 円



展開地域数
(パートナー数)

運営パートナー数

154 社

契約エリア数

791 市区町村



公共ソリューション
課題解決手段の拡充

ふるさと納税寄附金額 *注3

38.4 億

ふるさと納税自治体数

40 市区町村

*注1) 「まいふれプラットフォーム利用店舗数」は、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数を集計したもの。
*注2) 当社直営エリアの2022年2月時点の有料利用店舗の平均。
新商品「まいふれアナライザー」の利用料含む。

*注3) 第2四半期累計期間

プラットフォームの価値を高める投資およびサービス向上により、プラットフォーム利用店舗数は好調に増加。一方でまいふれアナライザーの追加開発遅延が販売計画に影響し、平均単価は微増に留まっています。

プラットフォームの価値
(店舗数×単価)



■プラットフォーム利用店舗数

17,852 店舗 ^{前期増減} +1,285 店舗

■平均単価

5,081 円 ^{前期増減} +166 円

- ・ 地域事業者の経営支援サービスとして株式会社ライトアップと組んだ補助金・助成金サービスやジャパンM&Aソリューション株式会社と組んだまいふれ事業承継など、プラットフォームの価値向上を高める取り組みへの積極的投資により店舗数の増加は好調。
- ・ 一方で、まいふれアナライザーの追加開発に想定以上の時間がかかったが、アップセリングは順調に展開。

案件数の不足や運営パートナーの獲得が想定以上に進まず、前期からの増減はありませんでした。一方、好調パートナーのエリア追加が進み契約エリア数は増加しています。



■ 運営パートナー数

154社 前期増減 +0社

■ 契約エリア数

791 市区町村 前期増減 +27 市区町村

- 新規パートナー獲得の進捗が思わしくなかった影響で、結果パートナーは純増せず。
- 一方、業績が好調なパートナーが運営エリア展開を増やす動きも見られ、契約エリア数は増加。
- 第1四半期に不調だった広告問い合わせ数は回復の兆しを見せており、今後は更に営業人員の増強や紹介ページの拡充、ターゲットに合わせた対応など安定した案件獲得に向けた動きに徹底注力していく。

12月の年間寄付額最大期を迎え、結果として40自治体全体のふるさと納税寄付額は前期を超える38.4億円を達成しました。その他、ふるさと納税以外の事業推進も着々と行い想定通りの進捗となっています。

公共ソリューション
課題解決手段の拡充



■ふるさと納税寄付額

38.4億円 前年同期比 +1.1億円

■ふるさと納税自治体数

40 前期増減 市区町村 +0

- 年間を通じて最も寄付額が増える12月に対して、第1四半期で新規受託となった7市区町村を加えて合計40市区町村の対応を行った。繁忙期の安定運用やふるさと納税返礼品の積極的な情報露出を心がけ、第2四半期までのふるさと納税寄付額は前年同期比の1.1億増で着地。繁忙期の運用に注力したため、第2四半期の新規自治体数は0で、想定通り推移。
- ふるさと納税以外にも、千葉県白井市からの案件受託や消防庁の実証実験による防災情報配信への参画、まいふれポイントシステムのリプレイス完了、まいふれアナライザーの公共施設利活用などを推進し想定通りの事業進捗となっている。



03 第2四半期トピックス

公募調達した資金をもとに、2022年8月期においては主に地域情報プラットフォームの価値向上に向けて積極的な開発投資や他社との事業提携を行っています。

日付	指標	トピックス
2021.12.23	PF価値	Googleビジネスプロフィール連携数3,000件突破
2022.1.14	PF価値	補助金・助成金サービス活用に向けて株式会社ライトアップとの資本業務提携
2022.1.20	公共ソリューション	ソルレヴァンテスポーツ株式会社設立出資
2022.2.2	PF価値	まいふれ事業承継に向けてジャパンM&Aソリューション株式会社と提携
2022.2.21	公共ソリューション	静岡県駿東郡清水町との協定締結
2022.3.1	展開エリア	まいふれオープンエリア300版達成
2022.3.10	PF価値	株式会社エフェクチュアルに対する資本業務提携



04 今後の成長戦略

「まいぷれ」のサブスクリプション型サービスとしての価値を高め、単価を向上させると共に、展開地域（運営パートナー数）を広げることにより、公共ソリューションの提供地域・課題解決手段の拡充も行い、成長の好循環を作ります。

プラットフォームの価値
(店舗数 × 単価)



×

展開地域数
(パートナー数)



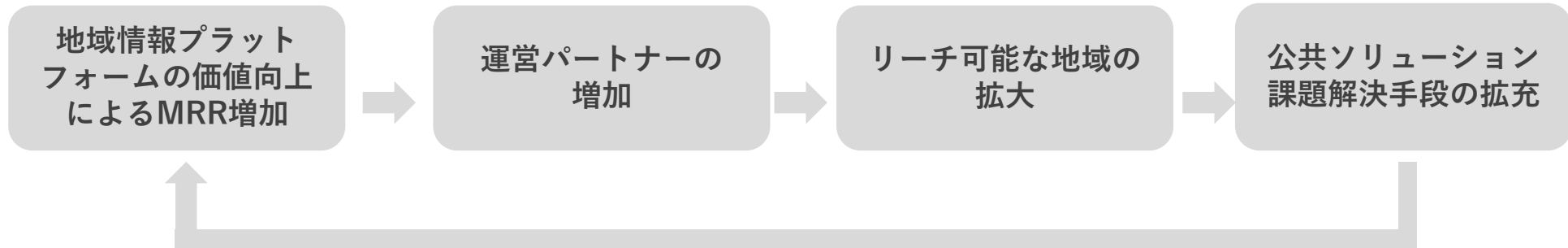
×

公共ソリューション
課題解決手段の拡充



=

収益力
地域への提供価値



成長の好循環

現状、まいぷれプラットフォーム利用店舗数は17,852店舗ですが、当社の地域情報流通事業・マーケティング支援事業における顧客層は幅広く、国内の第三次産業を生業とする事業所数だけでも約416万社あります。



※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 から集計

地域事業者への提供価値を単なる「広告掲載」にとどまらず、幅広い経営支援機能に広がるサブスクリプションモデルとして進化させ、全国的にプラットフォーム利用事業者の増加を促進させていきます。

従来型支援イメージ

まいふれ掲載店

掲載料 ↓ ↑ 掲載枠・機能の提供

まいふれ

今後の経営支援イメージ

顧客

プラットフォーム利用料 ↓ ↑ 経営支援
経営トータルサポート

地域情報プラットフォーム「まいふれ」

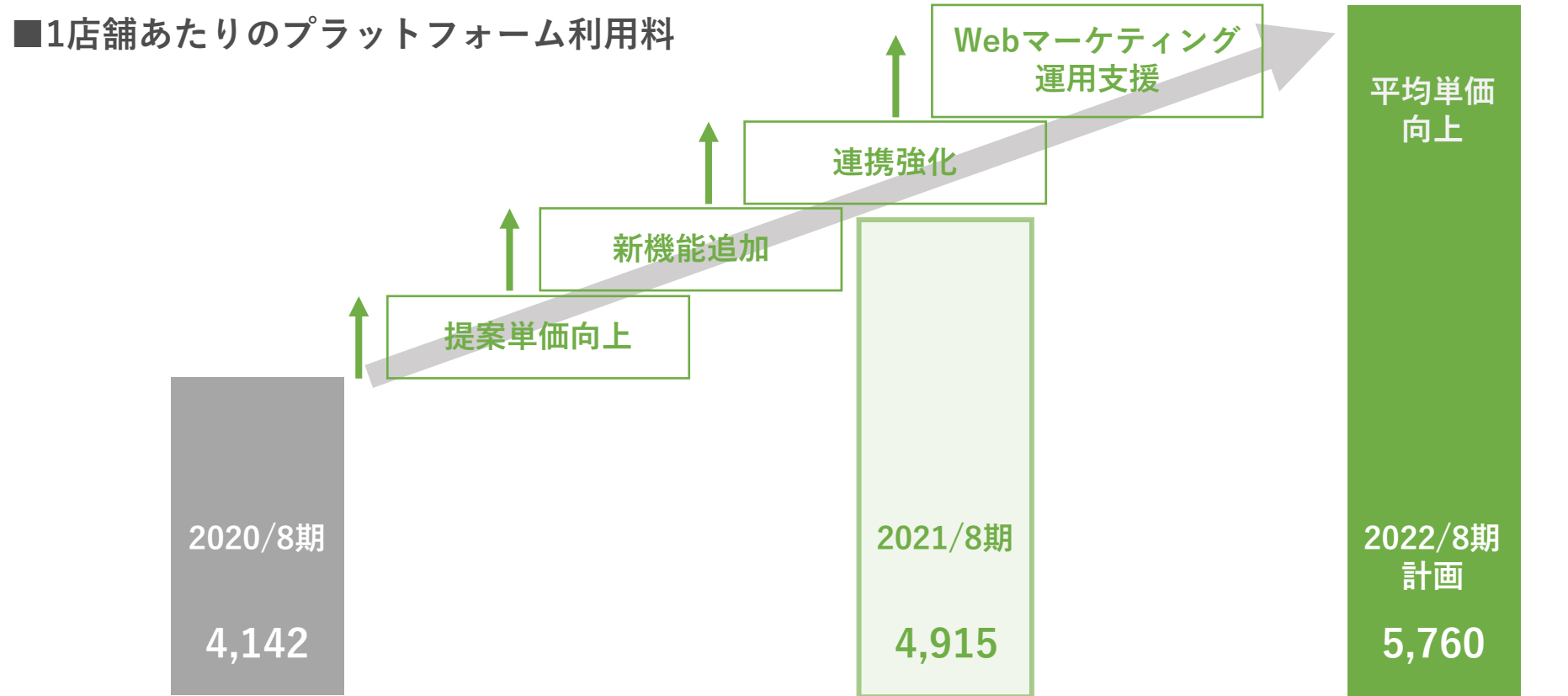
取り組み済の施策

店舗集客支援	販促物制作
イベント開催支援	タイアップ企画
SEO・MEO対策	Webマーケティング
SNS運用サポート	Googleビジネスプロフィール連携

今後の取り組み

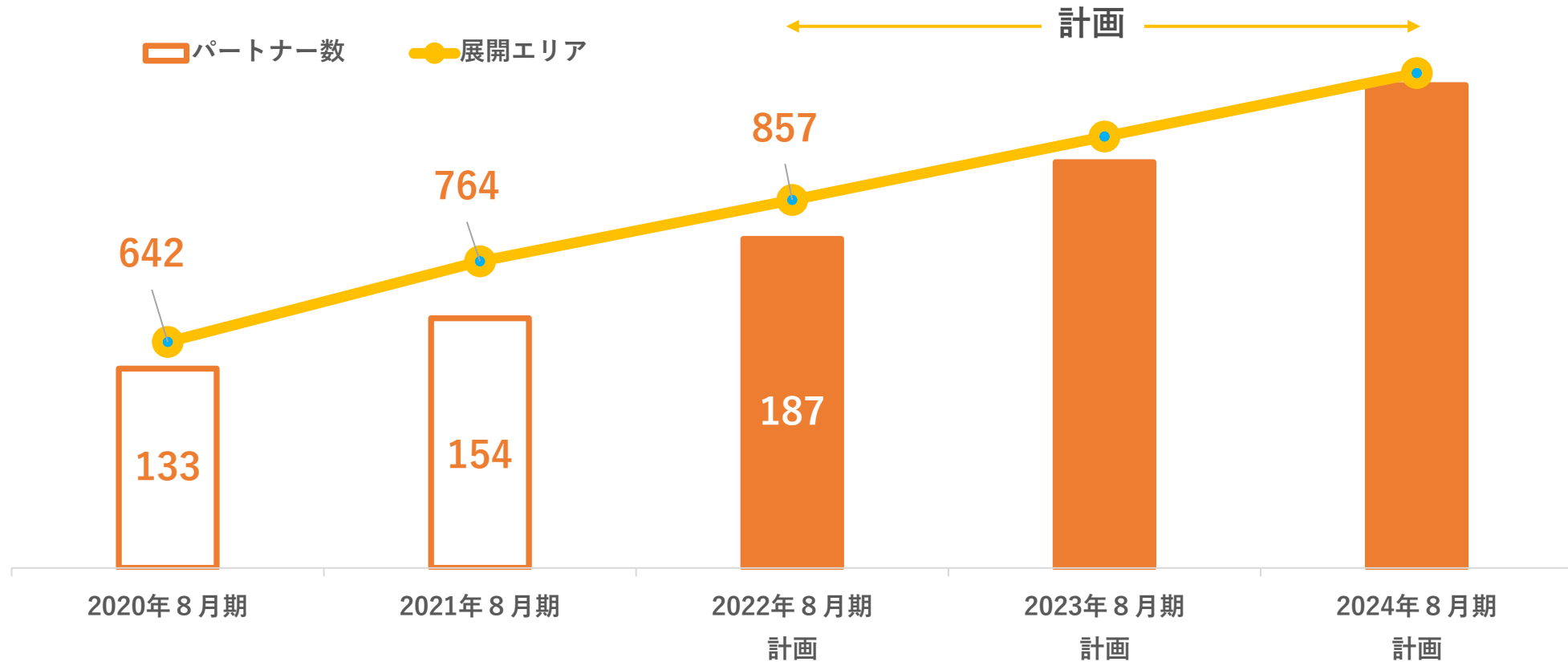
融資・助成金活用支援
新規開業出店支援
事業継承・業務提携支援
人材採用・育成支援

Googleビジネスプロフィールとの連携やニュース機能追加商品開発、インサイト機能の提供価値向上により、「まいぶれ」プラットフォーム利用料（サブスクリプションモデル）の平均単価の向上を予定しています。

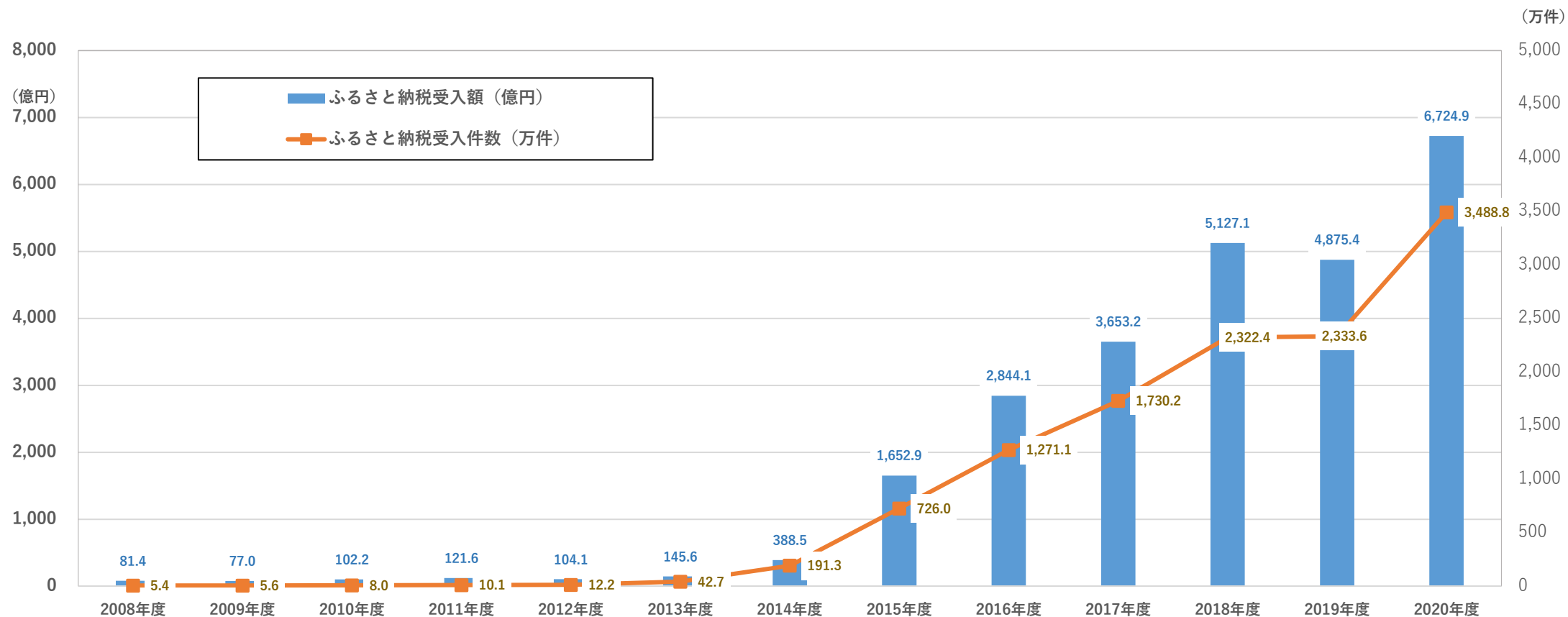


※月額掲載単価は当社直営エリアの2020年8月時点の平均、2021年8月期末及び2022年8月期の着地見込みの平均で算出しております。

運営パートナーの増加によるリーチ可能な地域・顧客・自治体が増加すると、サービス価値向上によるまいぷれ利用料単価の増加も伴い、成長エンジンとなります。パートナーへハンズオンの運営支援を強化し成長する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、契約希望の問い合わせを増加し、契約パートナーの増加につながる拡大戦略を計画します。



2020年度はふるさと納税の受入額が約6,725億円で、前年度から約1.4倍の増加となりました。また受入件数も約3,489万となり、約1.5倍増えています。今後もさらなる市場規模の拡大が予想されています。



参照：総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果（令和2年度実施）」

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に取り組めます。これまでの寄付額向上実績やノウハウをもとにして、新規開拓とグロース・コンサルティング領域を強化します。

■ 寄付額の増加に向けた各種施策

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。

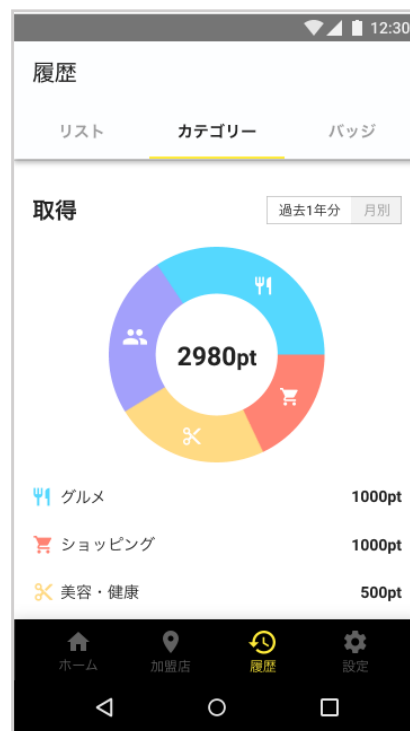
地域ポイントを展開する8エリアすべてで、自社開発の新ポイントシステム（二次元コードを使用したスマホアプリ型システム）へのリプレイスを実施。2022年8月期は移行工数が見込まれるものの、サービス価値向上とともに、翌期以降の原価圧縮へ。

■ 新地域ポイントシステム（スマホアプリ）画面イメージ

ホーム画面（二次元コード読取画面）



利用履歴画面



バッジ取得画面（2022年8月期も継続開発中）



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。

