



2022年6月30日

各位

会 社 名 株式会社フューチャーリンクネットワーク
代 表 者 名 代表取締役 石井 丈晴
(コード番号：9241 東証グロース)
問 合 せ 先 取締役経営統括部長 中川 拓哉
(TEL.047-495-0525)

通期業績予想の修正に関するお知らせ

当社は本日開催の取締役会において、最近の業績の動向等を踏まえ、2021年10月14日に公表いたしました2022年8月期（2021年9月1日～2022年8月31日）の通期業績予想を、以下のとおり修正することとしましたので、お知らせいたします。

1. 2022年8月期通期業績予想の修正（2021年9月1日～2022年8月31日）

(単位：百万円、%)

| | 売 上 高 | 営 業 利 益 | 経 常 利 益 | 当 期 純 利 益 | 1 株 当 たり 当 期 純 利 益 |
|--|--------|---------|---------|-----------|--------------------|
| 前 回 発 表 予 想 (A) | 1,531 | 101 | 97 | 71 | 86.67 |
| 今 回 修 正 予 想 (B) | 1,233 | △74 | △75 | △86 | △105.16 |
| 増 減 額 (B - A) | △298 | △175 | △172 | △157 | - |
| 増 減 率 (%) | △19.5% | - | - | - | - |
| (参 考) 前 期 実 績 (2 0 2 1 年 8 月 期) | 1,394 | 100 | 94 | 79 | 112.82 |

2. 2022年8月期通期セグメント別売上高予想値の修正（2021年9月1日～2022年8月31日）

（単位：百万円、％）

| | 売上高 （地域情報流通事業） | 売上高 （公共ソリューション事業） | 売上高 （マーケティング支援事業） | 合計 |
|------------------------|-------------------|----------------------|----------------------|--------|
| 前回発表予想（A） | 597 | 676 | 256 | 1,531 |
| 今回修正予想（B） | 424 | 594 | 214 | 1,233 |
| 増減額（B－A） | △173 | △82 | △42 | △298 |
| 増減率（％） | △29.0% | △12.1% | △16.4% | △19.5% |
| （参考）前期実績 （2021年8月期） | 474 | 629 | 245 | 1,394 |

2. 修正の理由

当社は「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。」を企業理念に掲げ、地域情報プラットフォーム「まいぷれ」の運営を基盤とし「地域情報流通事業」、
「公共ソリューション事業」及び「マーケティング支援事業」の3つの事業セグメントを展開しています。

今回、「地域情報流通事業」、「公共ソリューション事業」及び「マーケティング支援事業」において売上高が当初予想よりも19.5%下回る見込みであるため、業績予想の修正を行うこととなりました。

一方で、販管費及び一般管理費につきましては、広告宣伝費の抑制等可能な削減を行ったものの、事業の成長に向けて地域情報プラットフォームの拡大・開発のための人件費やシステム開発費等の積極的な投資を行っていくべき段階と判断しておりますため、当初予想より7.4%の削減にとどまりました。そのため売上の減少に伴い、営業利益・経常利益・当期純利益ともすべての予想値が当初予想よりも下回る見込みとなり、業績予想を修正いたします。

<地域情報流通事業>

当社の地域情報流通事業は、地域情報プラットフォーム「まいぷれ」を通じて地域の中小事業者・店舗に向けて情報発信・マーケティング支援を通じたサブスクリプション型の経営支援サービスを提供し、月間経常収益（MRR）をあげるまいぷれ関連売上と、主に当社直営地域以外における地域情報プラットフォーム「まいぷれ」の全国各地域の運営パートナーから頂くパートナー加盟料及びロイヤリティ収益で構成されています。

第1、第2四半期決算でも報告の通り、パートナーの新規契約が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、パートナー加盟料の獲得が当初予想を大きく下回る結果となりました。

また、プラットフォームの価値向上施策として新規導入した「まいぶれアナライザー」の開発が当初計画よりも遅延したことにより販売計画に影響し、プラットフォーム利用料の平均単価の上昇と売上高に影響が出ております。

以上により、2022年8月期は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響も続くことと仮定し、当初予想よりも売上が下回ることが見込まれるため、売上高の修正をすることとなりました。

<公共ソリューション事業>

当社の公共ソリューション事業における主要売上は、ふるさと納税売上、公共案件売上、まいぶれポイント売上となりますが、ふるさと納税売上は、売上が偏重する第2四半期までは想定範囲内の売上推移となっても、第3四半期においては受託自治体数の減少などに伴い想定よりも売上が減少する見込みとなりました。また、公共案件売上では、計画通り受託が進んだものの、売上計上時期の期ズレにより売上が減少する見込みとなりました。その結果として2022年8月期の売上に影響が出る見込みであります。当事業セグメントに与える新型コロナウイルス感染症の拡大の影響は軽微であります。

<マーケティング支援事業>

マーケティング支援事業については、大手小売チェーンなどナショナルクライアントの販促支援を手掛けておりますが、広告キャンペーン等の需要が伸びず、想定の売上に達しませんでした。その結果として2022年8月期の売上に影響が出る見込みであります。当事業セグメントに与える新型コロナウイルス感染症の拡大の影響は軽微です。

(注) 本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述につきましては、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合等様々な要因によって異なる場合があります。

以 上



通期業績予想に関する補足資料

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）

2022年6月30日

1 業績予想のサマリー

2 要因分析① 地域情報流通事業：新規パートナー契約の不調

3 要因分析② 地域情報流通事業：まいふれアナライザー開発遅延

4 要因分析③ 公共ソリューション事業：ふるさと納税事業BPOの競争激化

5 要因分析④ その他：公共ソリューション事業・マーケティング支援事業

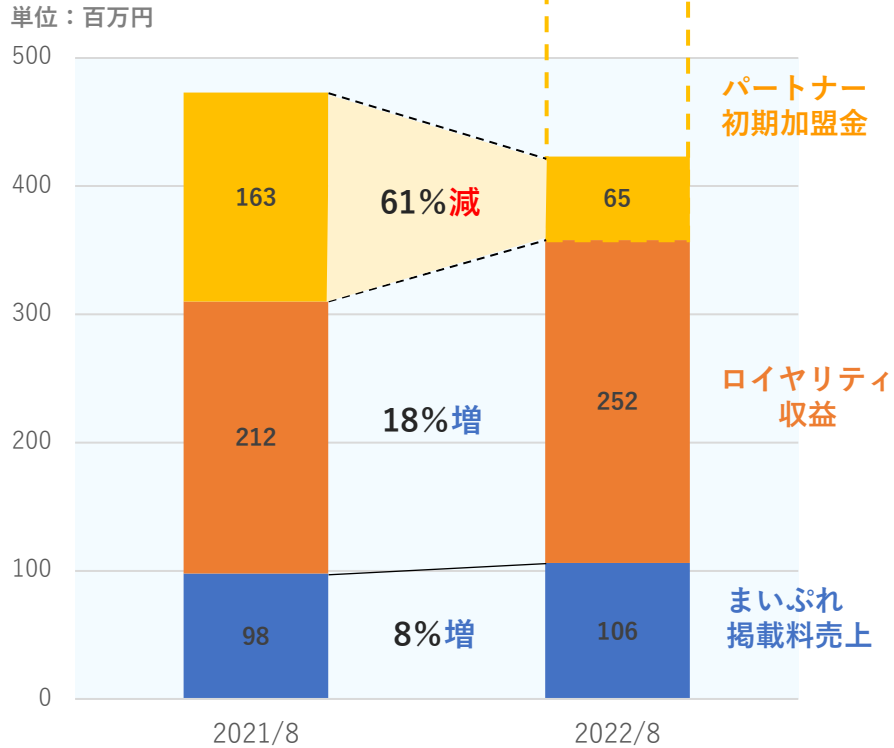
の個別要因について

6 当期利益について

| (単位：百万円) | 2022年8月期 当初計画 | 2022年8月期 修正計画 | 増減額 | 増減率 |
|-------------|------------------|------------------|------|--------|
| 売上高 | 1,531 | 1,233 | -298 | -19.5% |
| 地域情報流通事業 | 597 | 424 | -173 | -29.0% |
| 公共ソリューション事業 | 676 | 594 | -82 | -12.1% |
| マーケティング支援事業 | 256 | 214 | -42 | -16.4% |
| 売上原価 | 538 | 482 | -56 | -10.4% |
| 売上総利益 | 992 | 750 | -242 | -24.4% |
| 販管費 | 891 | 825 | -66 | -7.4% |
| 営業利益 | 101 | -74 | -175 | — |
| 経常利益 | 97 | -75 | -172 | — |
| 当期純利益 | 71 | -86 | -157 | — |

- 売上高は当初計画比19.5%減。各事業セグメントで計画を下回った。特に地域情報流通事業の減収額が大きく影響。
- 中期的な成長のためプラットフォーム開発への人材投資、新サービス拡販、広告投資を実行し、販管費は計画費7.4%減と予定範囲内で消化。
- 結果、営業利益、経常利益、当期純利益で赤字となり、計画未達と前期比減収減益で着地の見込み。

地域情報流通事業売上構成（2021-2022）



- まいふれ運営パートナーの新規契約が計画を下回り、パートナー初期加盟金が未達となったため、地域情報流通事業の売上の減少となった。計画では2022/8期で33社増の187社予定であったが、4社増の158社の着地予定に修正。

※地域情報流通事業の売上構成要素のうち、「まいふれ掲載料売上（プラットフォーム利用料）」および、全国でまいふれを運営しているパートナーからの「ロイヤリティ収益」については順調に伸びている

- 原因として広告のリード不足、新型コロナウイルス感染症急拡大の中での新規事業参入への躊躇などの要因があったが、3Q・4Qでは組織再編なども行い抜本的な営業手法の見直しによって立て直しを行っていく。

まいふれパートナー契約件数・企業内訳

| | 契約件数 | 法人企業 | 新規創業 |
|--------|------|------|------|
| 2019/8 | 25 | 15 | 10 |
| 2020/8 | 28 | 17 | 11 |
| 2021/8 | 35 | 22 | 13 |
| 2022/8 | 13 | 7 | 6 |

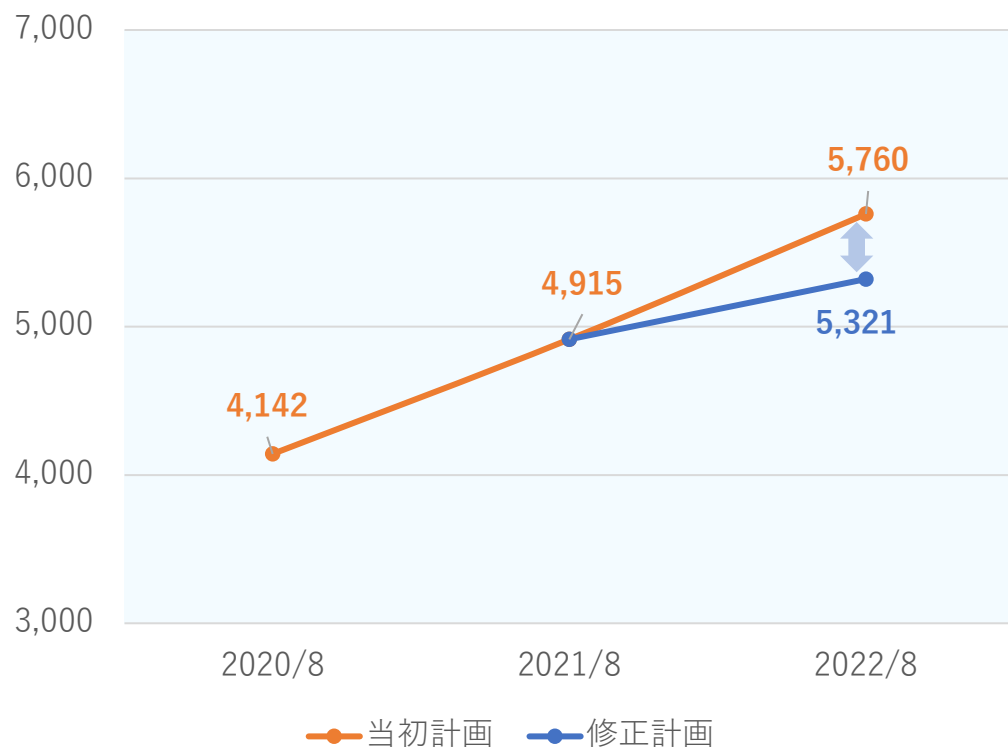
※新規増加分のみ・解約含まず

➤ 新規パートナーの契約件数は過去3期間増加傾向にある。また、運営パートナーとなる企業は法人企業の新規事業導入の場合もあれば、新規創業でまいふれ事業専門会社を設立する場合もあり、その件数も増加傾向。

➤ まいふれパートナーとなる企業の本業における業種の偏重は特になく、多種多様な業種の企業が参加している。

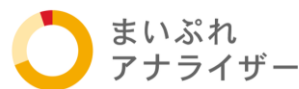
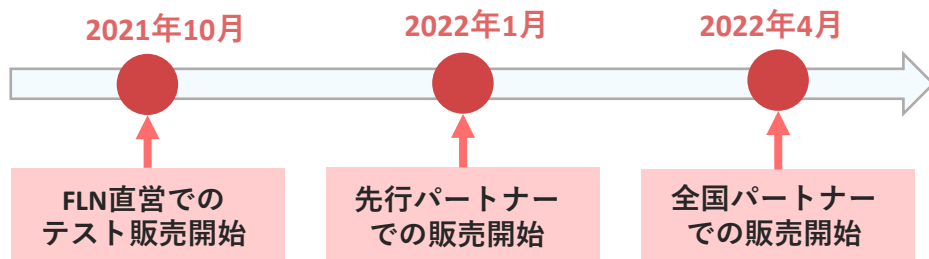
2022年8月期パートナー契約社の業種例：飲食業、情報処理サービス業、小売業、人材サービス業、製造業

まいふれプラットフォーム利用料の平均単価（単位：円）



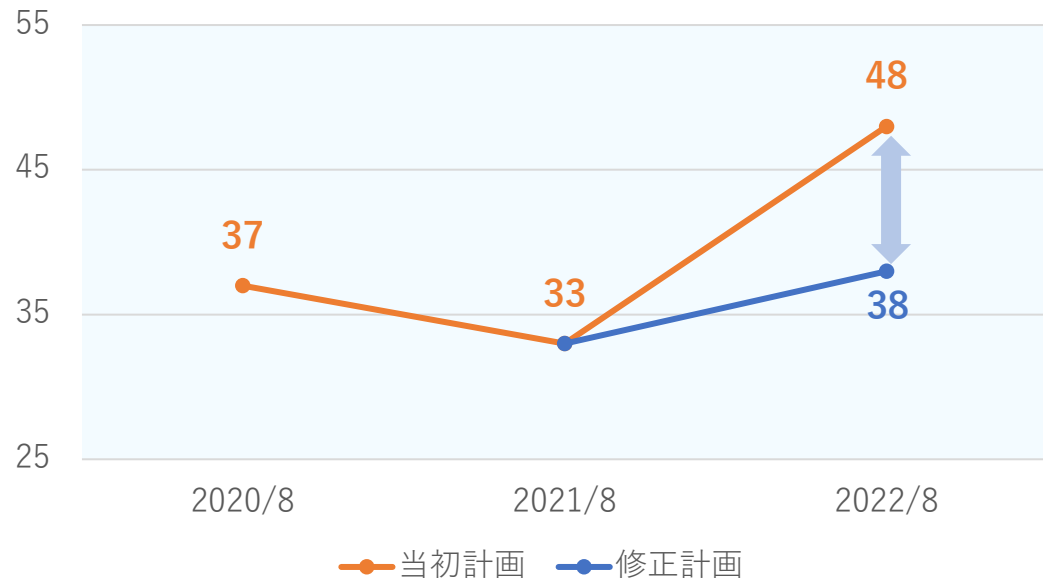
- 収益力および地域へのプラットフォーム提供価値を示す指標としてプラットフォーム利用店舗数・平均単価を挙げている。新サービスである「まいふれアナライザー」は、平均単価の向上が見込まれるが、想定よりも開発の遅延が発生してしまったため、当初2022年8月期末に想定していた販売数に届かず、平均単価は当初計画を下回る見込み。
- 現時点では予定していた開発は完了し、全国の運営パートナーで販売もスタート。2023年8月期に平均単価の伸びを促進できるよう、さらなる開発やその他プラットフォームの価値向上に向けた施策を行っていく。

まいふれアナライザー販売計画

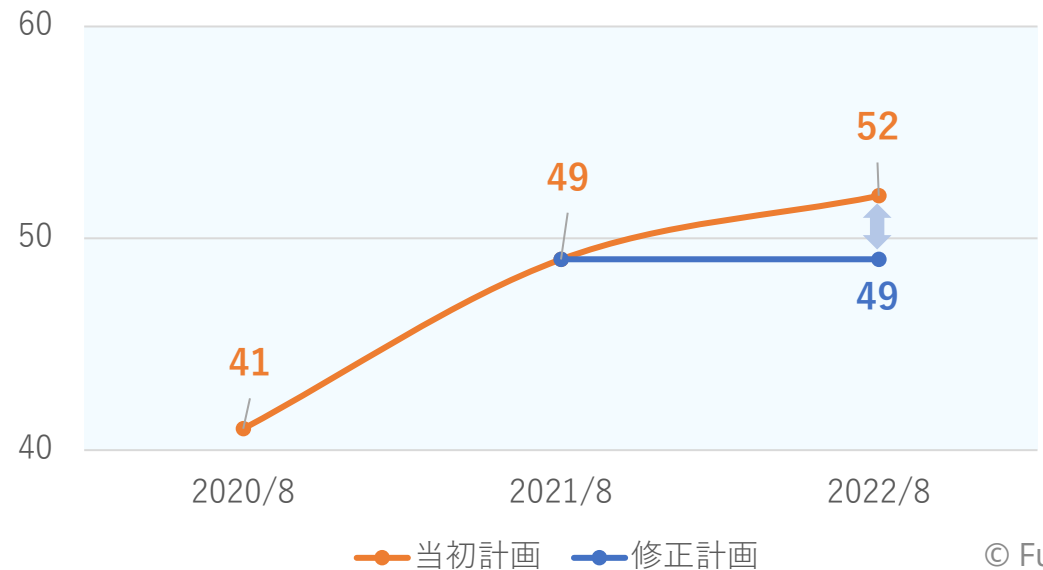


➤ 『まいふれアナライザー』は、Googleが提供する店舗・施設情報の管理サービス「Googleビジネスプロフィール」を分析し、効果的に運用するためのサポートツールとなっており、利用者が何を改善・運用していけば良いのかを示せることが特徴のサービス。

ふるさと納税受託自治体数



ふるさと納税寄付額（単位：億円）



- ふるさと納税流通額は年々増加し市場は拡大しているものの、ふるさと納税支援業務に参入する民間事業者も増加傾向にある。競争が激化する中で新規ふるさと納税BPO業務の受託自治体数が計画を下回り、また契約期間終了となった自治体も発生し、当初計画の受託自治体数48件が38件で着地する見込み。
- 既存受託自治体のふるさと納税寄付額は当初計画以上の伸びは見られなかったため、昨年と同程度の49億円で着地する見込み。
- ふるさと納税事業の価値向上施策として、株式会社ソフトセブンコンサルティングと業務提携し合併会社を設立する予定。ふるさと納税BPO業務をはじめ、自治体DXを加速させていく事業に取り組んでいく。

(参考) IPDCを活用した災害情報伝達手段事業



自然災害が発生した場合、防災行政無線の屋外スピーカーからの音声十分に聞こえにくい状況においては、屋内に設置する戸別受信機による情報伝達が有効です。そこで、消防庁において地上デジタル放送波を活用した新しい情報伝達手段について社会実装としての実証実験を行うことになりました。

FLNはこれまでLアラートの開発事業や、V-Low帯を使用した防災情報の伝達に係る実証実験事業など、災害情報伝達に関する事業に数多く参画してきました。これらのICTを活用した地域活性化についての知見や実績を受け、本実証事業をFLNが受託しています。

■公共ソリューション事業について

- 当期売上に見込んでいた「IPDCを活用した災害情報伝達手段事業」が、年度事業の採択時期が遅れ、完了時期が2023年8月期と期ズレとなることとなり、2022年8月期での売上計上ができず、公共ソリューション事業の売上未達要因の一つとなった。
- 2023年8月期での売上計上を予定し引き続き事業を着実に進めていく。

■マーケティング支援事業について

- 売上を見込んでいた大手小売チェーンの広告キャンペーン予算が鈍化し、想定の上売上に達しなかった。

| (単位：百万円) | 2022年8月期 修正計画 | 増減額 |
|-------------|------------------|------|
| 売上高 | 1,233 | -298 |
| 地域情報流通事業 | 424 | -173 |
| 公共ソリューション事業 | 594 | -82 |
| マーケティング支援事業 | 214 | -42 |
| 売上原価 | 482 | -56 |
| 売上総利益 | 750 | -242 |
| 販管費 | 825 | -66 |
| 営業利益 | -74 | -175 |
| 経常利益 | -75 | -172 |
| 当期純利益 | -86 | -157 |

- 売上に関しては前述のように大幅に計画を下回る結果になったが、今後の中長期での事業成長を見据えて、当初の成長戦略の変更はせず、計画通りの投資を続けていく。
- 当期においては、広告宣伝費の抑制等可能な削減を行ったものの、事業の成長に向けて地域情報プラットフォームの拡大・開発のための人件費やシステム開発費等は継続し、販売管理費は計画から7.4%減少となった。
- 結果として当期の営業利益、経常利益、当期純利益は赤字の着地見込みで進めることとしている。

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。

