



2026年8月期 通期決算説明資料

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10月15日

1

全体業績サマリー

通期売上高1,512百万円、営業利益△82百万円

MRR (YoY+8.9%)・関係人口創出 (YoY+121.8%) が売上伸長し、
売上総利益率は66.2% (YoY+2.2pt) へ改善。一方で、ふるさと納税・新規パートナー契約の
減収影響が大きく、販管費の増加 (YoY+7.8%) を吸収できず、営業損失が拡大。

2

業績予想との差異

業績予想比：営業利益△83百万円、当期純利益△284百万円

人材開発支援助成金の受給時期が後ろ倒しとなり、予定していた特別利益54百万円の計上を見送り。
また、投資有価証券評価損50百万円・減損損失73百万円を特別損失に計上。

3

28期計画・方針

2027年8月期：売上高1,675百万円・営業利益22百万円の黒字化を計画

ふるさと納税事業を会社分割し、経営の選択と集中を加速する体制にシフト。
中長期成長の軸となるMRR事業では、直営・パートナーによる国内展開に加え、
OEMを通じた協業先の顧客基盤への展開と、海外市場への展開が本格的に収益化フェーズへ。
共通のシステム・AI基盤を活かしてサービス提供先を広げ、継続収益の拡大を図る。

01 事業概要

02 2026年8月期 業績結果

2-1. 業績予想と実績値の差異について

2-2. 業績結果

03 成長戦略

04 2027年8月期 業績予想

05 Appendix

01 事業概要

02 2026年8月期 業績結果

2-1. 業績予想と実績値の差異について

2-2. 業績結果

03 成長戦略

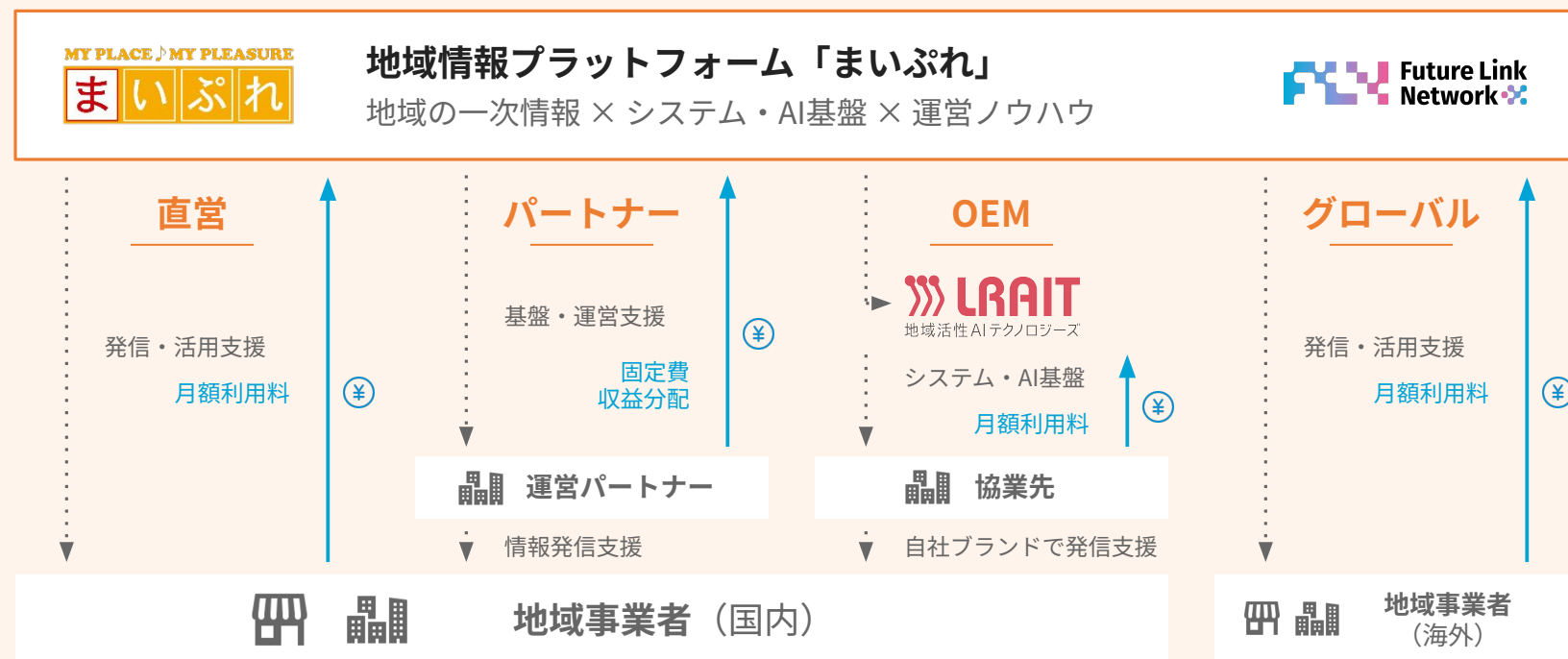
04 2027年8月期 業績予想

05 Appendix

地域に根ざした運営体制と共通のシステム・AI基盤を活かし、直営・パートナー・OEM・グローバルへ展開しMRRを拡大。
グループ各社の専門性も活かし、地域事業者の継続支援と、自治体と連携した地域課題の解決に取り組む。

■地域情報流通事業

MRR 利用店舗数・利用単価・継続率を高め、MRR（月次経常収益）を拡大



マーケティング支援
企業の販促・広告・制作を支援



関係人口創出
地域と地域外の人・企業をつなぐ



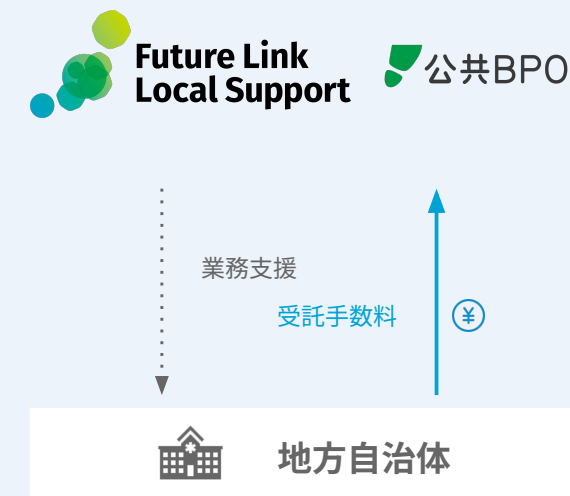
AI関連
専用AIの構築・研修・活用定着を支援



■公共ソリューション事業

ふるさと納税

返礼品開発・寄付管理・販促を包括支援
寄付額と受託収益を拡大



公共案件
地域ポイント・自治体DX等を支援



2セグメント・6事業領域で構成し、MRRは4つの経路で展開

開示セグメント	事業領域		内容	2027年8月期 売上計画比率	
地域情報流通	MRR	直営	国内の地域事業者への情報発信・活用支援に伴う、「まいふれ」の月額利用料による収益。	18.9%	計 41.9%
		パートナー	「まいふれ」のサービス基盤・運営支援の提供に伴う、運営パートナーからの固定費・レベニューシェアによる収益。	20.0%	
		OEM	協業先へのシステム・AI基盤の提供、および自社ブランド展開に伴う、月額利用料による収益。	0.9%	
		グローバル	海外の地域事業者への情報発信・活用支援に伴う、月額利用料による収益。	2.1%	
	マーケティング支援		企業の販促・広告・制作支援などによる収益。	12.5%	
	関係人口創出		地域と地域外の人・企業をつなぐサービスの提供による収益。	6.4%	
	その他	AI関連・新規パートナー契約	専用AIの構築・研修・活用定着支援の提供、および新規パートナーの初期加盟金による収益。	5.0%	
公共ソリューション	ふるさと納税		ふるさと納税の包括支援に伴う、獲得寄付額に応じた受託手数料による収益。	26.4%	
	その他	公共案件・地域ポイント	自治体DX・地域ポイント等の開発・運営受託による収益。	7.8%	

01 事業概要

02 2026年8月期 業績結果

2-1. 業績予想と実績値の差異について

2-2. 業績結果

03 成長戦略

04 2027年8月期 業績予想

05 Appendix

パートナー関連・ふるさと納税の売上計画未達を主因に、売上高は予想比△229百万円、営業利益は同△83百万円。
助成金の特別利益計上見送りと特別損失の計上も影響し、当期純利益は同△284百万円。

(百万円)

		2026年8月期			
		業績予想	通期実績	予想比増減	予想比増減率
売上高		1,741	1,512	△229	△13.2%
1	地域情報流通事業	945	833	△112	△11.9%
2	公共ソリューション事業	795	678	△117	△14.7%
売上原価		654	511	△143	△21.9%
売上総利益		1,086	1,000	△86	△7.9%
販管費		1,086	1,083	△3	△0.3%
営業利益		0	-82	△83	—
経常利益		-2	-87	△85	—
3	親会社株主に帰属する当期純利益	29	-255	△284	—

差異要因

- 1

パートナー関連の減収

直営は拡大も、パートナー関連は既存・新規ともに計画未達。
既存：計画389→実績325百万円
新規：計画85→実績22百万円
- 2

ふるさと納税の減収

制度改正前の駆け込み需要の反動と一部自治体との契約終了が影響。
売上高：計画666→実績526百万円
寄付額：計画100→実績81.5億円
- 3

特別利益の見送り・特別損失の計上

助成金は受給後ろ倒しで計上見送り。
純利益への影響は計画比△54百万円。
投資有価証券評価損50百万円、
固定資産の減損損失73百万円を計上。

01 事業概要

02 2026年8月期 業績結果

2-1. 業績予想と実績値の差異について

2-2. 業績結果

03 成長戦略

04 2027年8月期 業績予想

05 Appendix

売上総利益は+1.3%、粗利率は63.9%から66.2%へ改善。

売上は△2.1%、営業損失82百万円となり、販管費増に対応した収益性向上が課題。

(百万円)	2025年8月期	2026年8月期		
	通期実績	通期計画	通期実績	前年同期比
売上高	1,544	1,741	1,512	△2.1%
売上原価	557	654	511	△8.2%
売上総利益	987	1,086	1,000	+1.3%
売上総利益率	63.9%	62.4%	66.2%	-
販管費	1,005	1,086	1,083	+7.8%
営業利益	-17	0	-82	-
営業利益率	-1.1%	0%	-5.5%	-
経常利益	-20	-2	-87	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	28	29	-255	-

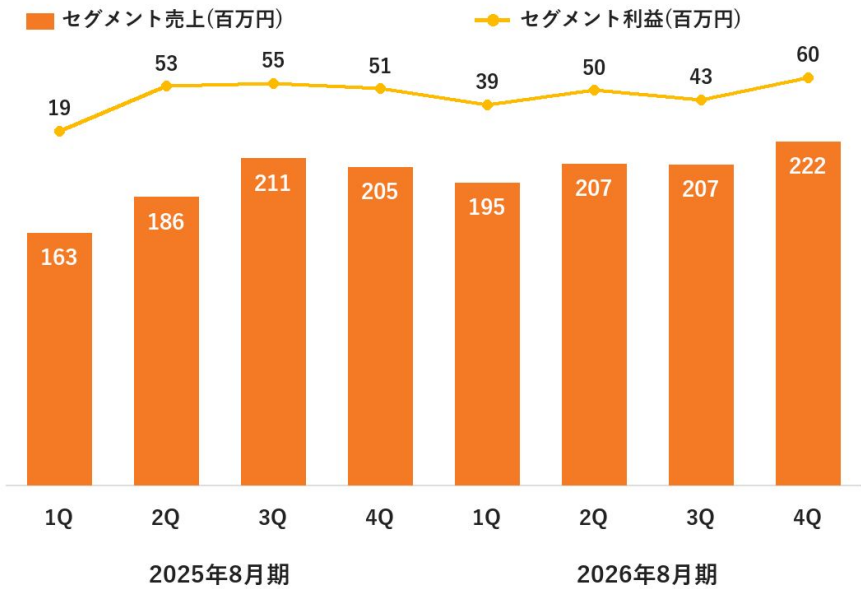
地域情報流通はMRR・関係人口創出の伸長で、売上＋8.7%、営業利益＋7.2%。
成長事業が全社業績を下支えする一方、公共事業の減収と販管費増への対応が課題。

(百万円)	2025年8月期	2026年8月期		
	通期実績	通期計画	通期実績	前年同期比
売上高	1,544	1,741	1,512	△2.1%
地域情報流通事業	766	945	833	+8.7%
公共ソリューション事業	778	795	678	△12.7%
営業利益	-17	0	-82	-
営業利益率	-1.1%	0%	-5.5%	-
地域情報流通事業	180	-	192	+7.2%
公共ソリューション事業	221	-	140	△36.5%

- MRR・販促支援・関係人口創出が伸長し、売上833百万円（+8.7%）へ拡大。
- 新規加盟収入の減少を補い、営業利益も192百万円（+7.2%）と増益を確保。

■地域情報流通事業セグメント

(百万円)	2025年8月期	2026年8月期		
	通期実績	通期計画	通期実績	前年同期比
セグメント売上高	766	945	833	+8.7%
MRR売上	488	598	532	+8.9%
マーケティング支援売上	177	173	198	+11.9%
関係人口創出売上	36	88	80	+121.8%
その他	64	85	22	△65.2%
セグメント利益	180	-	192	+7.2%
営業利益率	23.5%	-	23.2%	-



セグメント利益（累計）
YoY + 7.2%

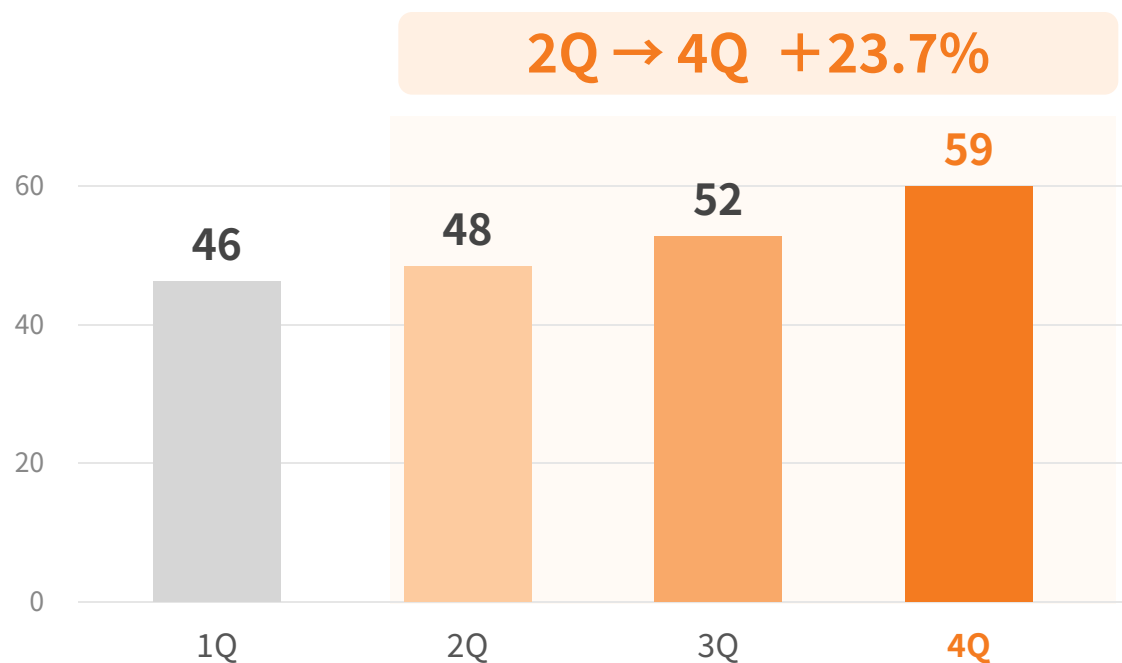
セグメント売上（累計）
YoY + 8.7%

※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。

直営MRRは、2Q会計期間48百万円から4Q会計期間59百万円へ+23.7%。期後半に成長が加速。
通期では+19.6%の増収となり、MRR全体の増収額の約78%を直営が牽引。

直営MRR：期後半に成長が加速

2026年8月期／四半期売上高（百万円）



2026年8月期：MRR増収の内訳

25年8月期通期 **488百万円** → 26年8月期通期 **532百万円**
前期比 +8.9% / 増収 +43百万円

前期からの増収額（百万円）

直営		+33百万円
173百万円 → 207百万円 (+19.6%)		
パートナー		+9百万円
315百万円 → 325百万円 (+3.0%)		

通期MRR増収額の約78%を直営が牽引

新規獲得・追加提案と法人チェーン開拓を継続。成長の継続に向け、解約抑制が課題。

「まいふれくん」の追加提案・上位プラン提案で、顧客単価の向上を推進。
利用店舗数は微増を維持。パートナー数・契約エリア数の減少への対応が課題。

■まいふれプラットフォーム利用店舗数 ※1

2026年8月期通期実績

17,604店舗

前年同期比
+64店舗

計画達成率
87.6 %
(計画20,104店舗)

※OEM、グローバル展開の契約店舗数を含まない

■運営パートナー数

2026年8月期通期実績

134社

前年同期比
△20社

計画達成率
90.5 %
(計画148社)

■平均単価 ※2

2026年8月期通期実績

12,826円

前年同期比
+2,390円

計画達成率
112.8 %
(計画11,374円)

■契約エリア数

2026年8月期通期実績

884市区町村

前年同期比
△30市区町村

計画達成率
91.3 %
(計画968市区町村)

※1) まいふ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。

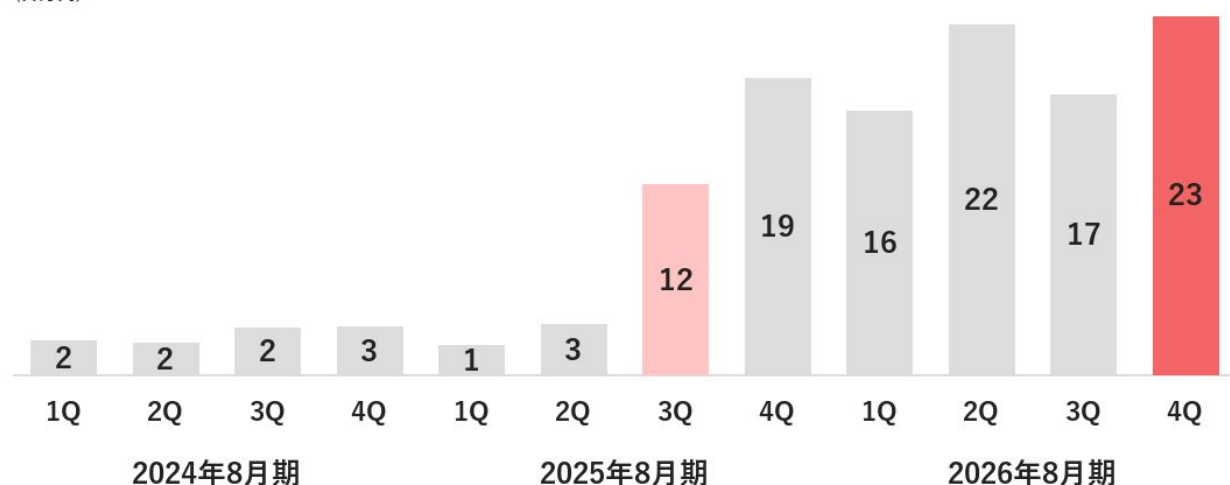
※2) 当社直営エリアの2026年8月末時点の有料利用店舗の平均単価。

関係人口創出は+121.8%と大きく成長し、4Qも23百万円へ拡大。

VTuber連携・自治体の人材募集支援・産学連携を展開し、案件領域を広げた。

■ 関係人口創出事業 売上高（会計期間）

（百万円）



売上高

80 百万円

前年同期比 +121.8%

■ マーケティング支援

売上高

198 百万円

売上198百万円（+11.9%）と成長。
法人向け販促・アプリ制作などの
案件を展開。

■ 新規パートナー契約

売上高

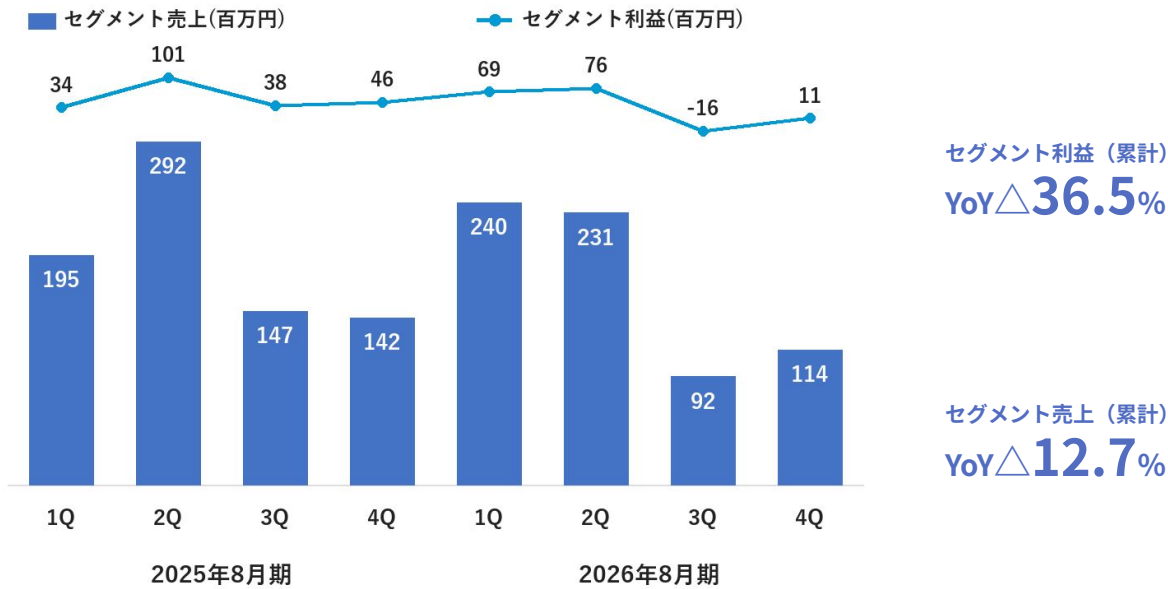
22 百万円

新規パートナー開拓を継続。
運営体制構築・人員不足等が課題で、
加盟収入は22百万円
（△65.2%）にとどまった。

- 4Qは営業黒字に回復。公共案件売上は計画を上回り、自治体への支援を展開。
- 通期は減収・販管費増により営業利益△36.5%。収益性の回復が課題。

公共ソリューション事業セグメント

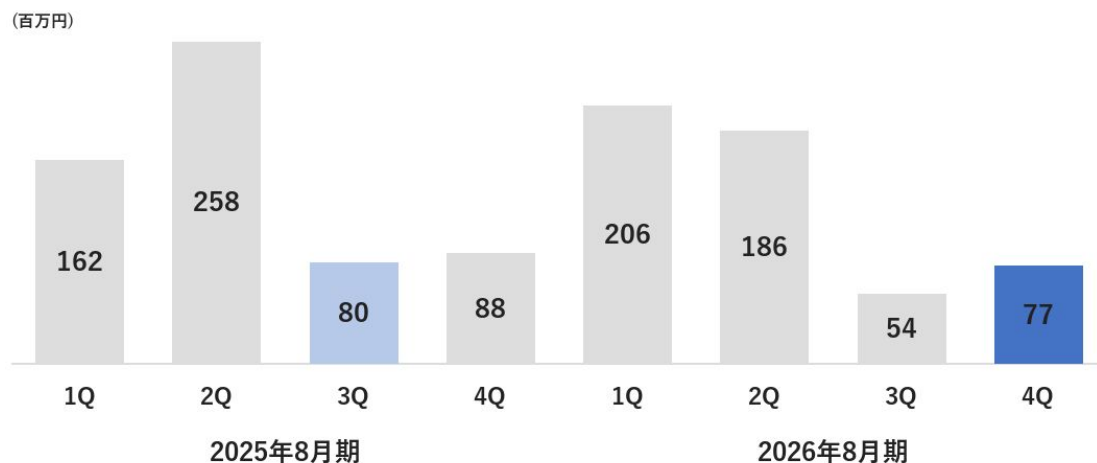
	2025年8月期	2026年8月期		
(百万円)	通期実績	通期計画	通期実績	前年同期比
セグメント売上	778	795	678	△12.7%
ふるさと納税売上	589	666	526	△10.8%
その他	188	128	152	△18.9%
セグメント利益	221	-	140	△36.5%
営業利益率	28.5%	-	20.8%	-



※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。

- コンサルティング・広告運用の新規受託で、自治体への支援領域を拡充。
- 売上は526百万円（△10.8%）。寄付獲得の計画未達を踏まえ、獲得力向上が課題。

■ふるさと納税事業 売上高（会計期間）



■公共案件

売上高
152 百万円

公共案件売上152百万円は計画を上回る実績。
地域ポイント・商品券・地域活性化支援を展開。
前年比△18.9%からの成長回復に向け、新規提案を推進。

売上高

526 百万円

前年同期比 △10.8%

■ふるさと納税寄付額

2026年8月期通期実績

81.5 億円

前年同期比
△3.8 億円

計画達成率

81.5 % (計画100億円)

01 事業概要

02 2026年8月期 業績結果

2-1. 業績予想と実績値の差異について

2-2. 業績結果

03 成長戦略

04 2027年8月期 業績予想

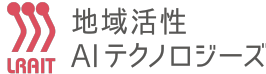
05 Appendix

FLNグループ全体の成長に向け、事業の選択と集中を推進。

FLNは地域×AI、フューチャーリンクローカルサポート（FLS）はふるさと納税に注力。

地域情報流通

公共ソリューション



重点領域

MRR
(AIソリューション開発)

ふるさと納税

育成領域

関係人口創出

収益維持領域

マーケティング支援・
外部向けAIソリューション

2026年10月1日より会社分割を実施し、100%子会社「株式会社フューチャーリンクローカルサポート」を設立。
ふるさと納税事業の意思決定を迅速化し、機動的な成長体制を構築。



会社名	株式会社フューチャーリンク ローカルサポート	設立背景	市場環境と現状認識
設立	2026年10月1日		- ふるさと納税市場は継続的な成長基調にあり、依然として高いポテンシャルを有している - 一方で、競合環境の激化等により、当社の同事業は一時的な成長の踊り場に直面
代表	岡田亮介		構造改革の背景と狙い
事業概要	- ふるさと納税中間支援事業 - 返礼品開発・事業者支援 - 寄附管理業務受託 - 自治体コンサルティング		- 既存の事業部体制および意思決定の延長線上では、非連続的な成長の実現は困難と判断 - 地域活性化を体現する本事業を新会社として独立させ、意思決定の迅速化と機動的な経営体制を構築し、再成長ギアチェンジを実現する

「地域情報メディア」から「地域経済を支えるローカルナレッジのプラットフォーム」へ

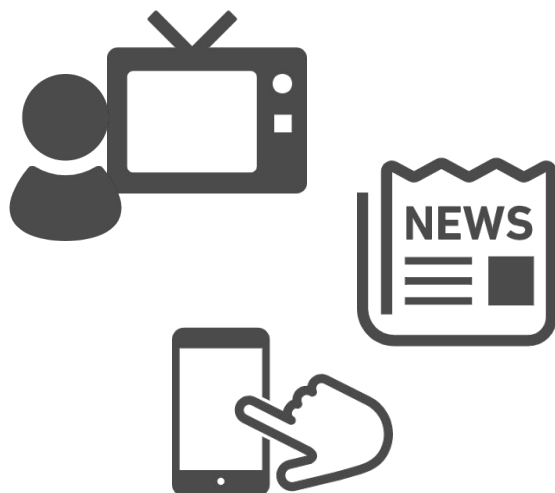


Webで「読まれる情報」から、AIが「理解・検索・活用するデータ」へ。

AIの普及により、地域の一次情報は『閲覧されるコンテンツ』から『AIが活用するデータ資産』へと価値が拡張する

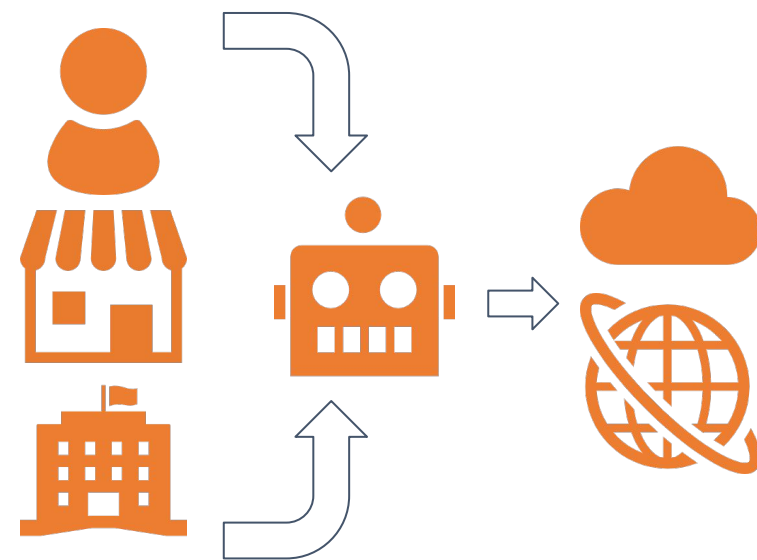
【メディア事業フェーズ】

地域情報はWEB上で人に読まれるデータ



【AIプラットフォーム事業フェーズ】

AIが「理解・検索・活用」するデータに



地域の一次情報

どんな情報を入れるかが重要
地域情報の資産価値が上がる

AIをソリューションに実装・活用することで、当社の一次情報の収集・更新が活性化し、
その情報がAIの提供価値をさらに高める。

直営・パートナーによる国内展開に、OEMによる販路拡大とグローバル展開を加える。
共通基盤の強化で提供価値を高め、利用店舗数・利用単価・継続率の向上を図る。

4つの展開経路

① エンタープライズ向け展開

③ OEM・海外展開

直営

地域事業者を直接支援
現場でサービスを磨く

月額利用料

パートナー

各地の運営パートナーが
営業・取材・活用支援

固定ランニング費用
+ レベニューシェア

OEM

LRAITを通じて提供
協業先の顧客基盤へ展開

システム利用料

グローバル

現地の言語・商習慣に合わせ
海外の地域事業者を支援

月額利用料

② まいぷれくん開発計画 | 共通基盤と提供価値の強化
地域の一次情報 × 共通のシステム・AI基盤 × 運営ノウハウ

利用店舗数の拡大 × 利用単価の向上 × 継続率の向上 → MRR拡大

直営・全国のパートナー網を活かし、エンタープライズ向け営業を強化
業種別の成功モデルを横展開し、複数店舗・企業本部への提供価値を高める

戦略

1 成功モデルを同業種で横展開

現在好調な業種の実績を分析し、
同業種への提案を標準化



2 新たな業種を開拓

住宅・外壁、歯科、
スクール・教育などへ展開

戦略の裏付け



直営 × パートナー
地域の顧客接点

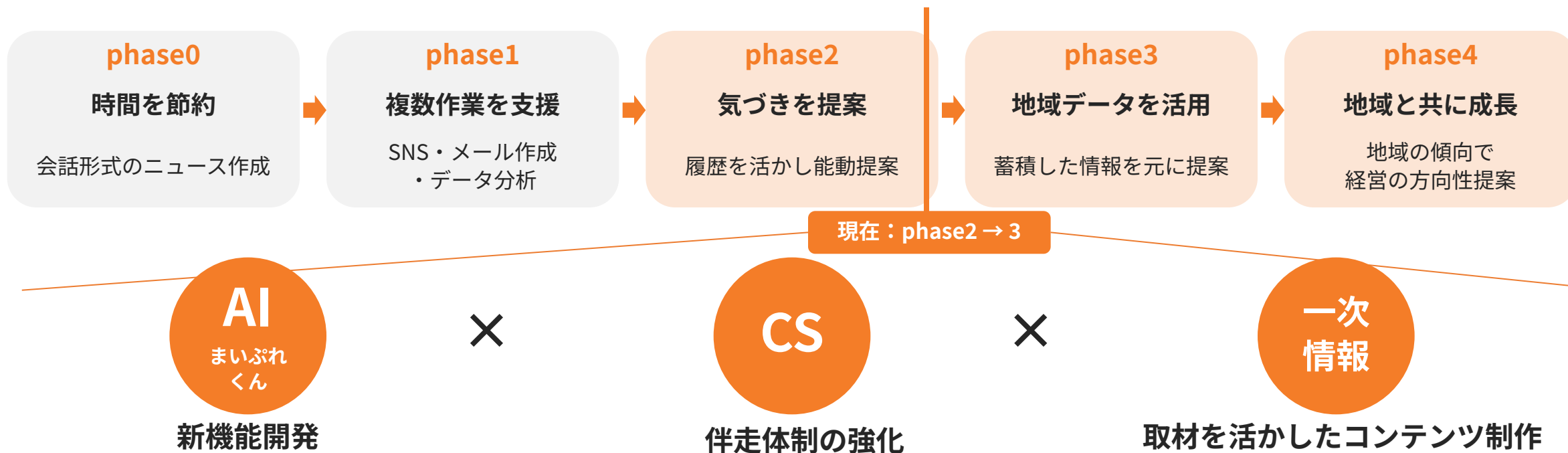


課題に合わせたまいぷれのサービスを
組み合わせて提案

導入店舗拡大 × 提供価値拡大 → MRR増収を目指す

時短・発信支援から「地域データを活かす経営支援」へ
AI×活用支援×一次情報の組み合わせで、継続利用と単価向上を目指す

「まいぷれくん」開発ロードマップ



- 問い合わせ一元管理機能
- 口コミ促進・管理
- 予約管理機能

等を予定

継続利用・業務効率・単価の向上を目指す

※開発・検証段階の計画。機能の提供時期・仕様は検証結果に応じて変更する可能性があります。

OEM：26年で培ったシステムをOEMで展開。国内の顧客接点を活かす拡販を開始
海外展開：まいぷれの運営ノウハウを海外へ輸出。現地ニーズに合わせた成長モデルの構築を進める

OEM：国内の顧客接点を活かす

まいぷれの運営実績が支える共通システム



AI・基本システム
・継続アップデート

ブランド・ドメイン
料金設定自由

他社の顧客基盤を活用するモデルへ

地域メディア運営会社、広告会社、金融機関、地域DX事業者
などへ、まいぷれで培ったソリューションとノウハウを提供

海外：ホーチミンの成功モデルを育てる

3か月で
契約100件突破

2026年5月に開設
現地企業KOLLABと連携
※2026年8月公表

検索・MEO × 現地の販促 × 運用代行
店舗ごとの集客成功事例を積み上げる

実績を拡大

ホーチミンでの導入・継続利用を促進

次の都市へ

人員増強を進め、他都市への展開を検討

経営支援へ

現地向けのAI等の機能追加を検討

ARRのポテンシャルは100-170億円規模であり、プラットフォームの価値向上・拡大により成長を加速させ、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

日本国内事業所数^{*1}

421万社

「まいふれ」ターゲット有料利用店舗数^{*2}

25万社

ARRポテンシャル約 **40**億円

「まいふれくん」導入ターゲット数^{*3}

18-23万社

ARRポテンシャル約 **40-70**億円

「まるまるおまかせプラン」導入ターゲット数^{*4}

0.5-1.8万社

ARRポテンシャル約 **20-60**億円

2026年8月期
利用店舗総数

1.7万社

(無料アカウント含む)

- 「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%）。

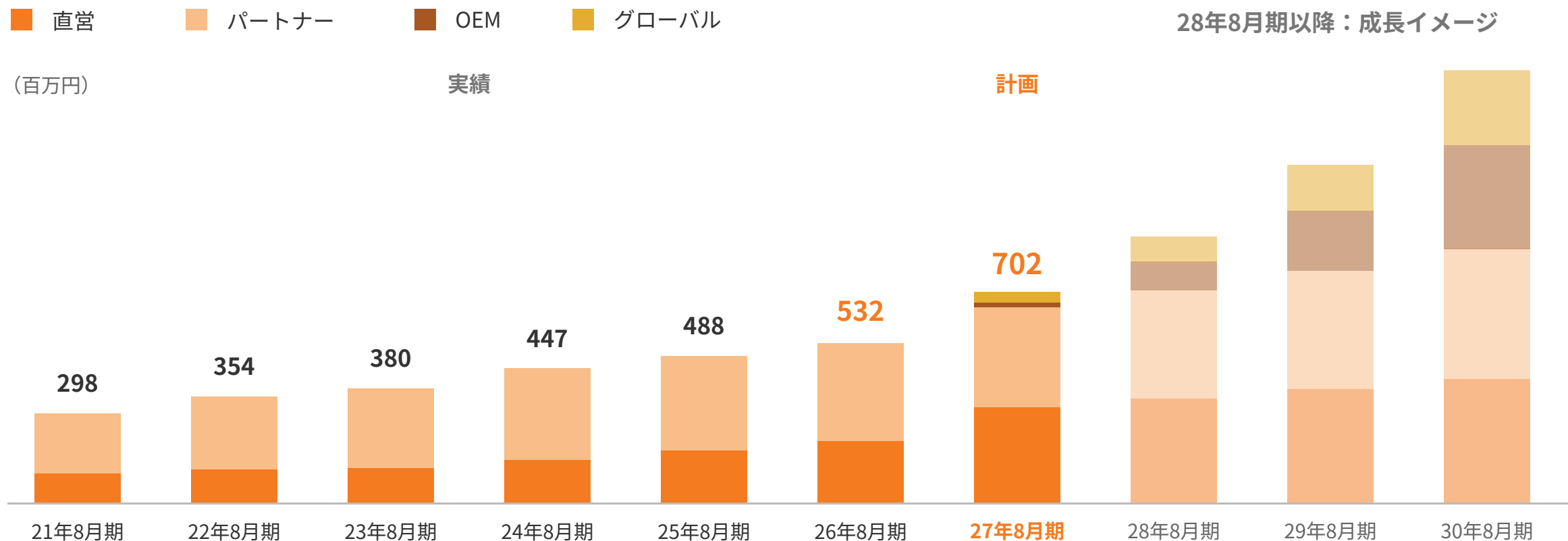
新規パートナー加盟時の事業シミュレーションで利用する割合であり、先行運営地域の実績をもとに設定。

^{*3} ターゲット有料利用店舗数 × 「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} ターゲット有料利用店舗数 × 「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。

MRR関連売上高は5年間で約1.8倍。2027年8月期は702百万円（前期比+31.9%）を計画。
直営の成長加速（P13）を基盤に、エンタープライズ向け展開とOEM・グローバルの拡大を進める。



※21～26年8月期は直営・パートナー。28～30年8月期は成長イメージであり、数値計画ではありません。

2026年8月期 実績

532百万円

前期比+8.9%

2027年8月期 計画

702百万円

直営・パートナー・OEM・グローバル

01 事業概要

02 2026年8月期 業績結果

2-1. 業績予想と実績値の差異について

2-2. 業績結果

03 成長戦略

04 2027年8月期 業績予想

05 Appendix

- 2027年8月期は売上高1,675百万円（前期比+10.8%）、営業利益22百万円と営業黒字への転換を計画
- 親会社株主に帰属する当期純利益は50百万円を計画。人材開発支援助成金は特別利益に計上を見込む

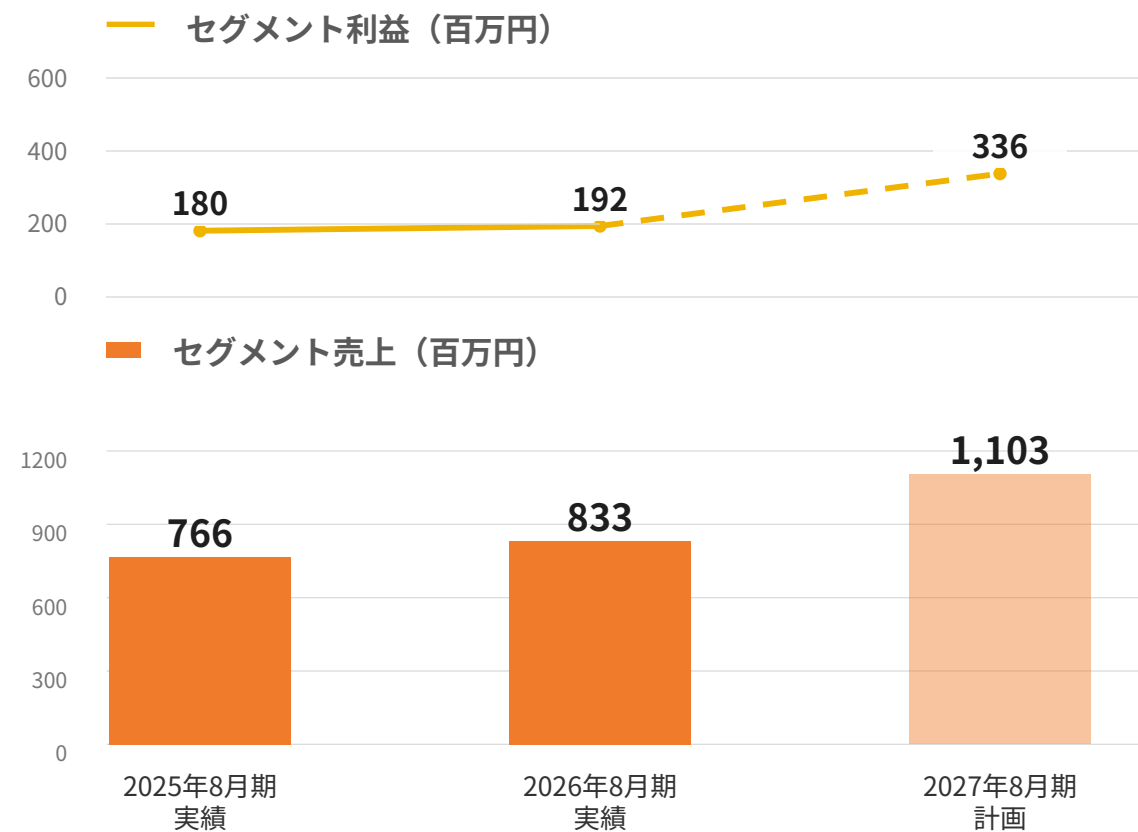
(百万円)	2025年8月期	2026年8月期		2027年8月期	
	通期実績	通期実績	前年同期比	通期計画	前年実績比
売上高	1,544	1,512	△2.1%	1,675	+10.8%
地域情報流通事業	766	833	+8.7%	1,103	+32.4%
MRR売上	488	532	+8.9%	702	+31.9%
マーケティング支援売上	177	198	+11.9%	209	+6.0%
関係人口創出売上	36	80	+121.8%	106	+32.7%
その他売上	64	22	△65.2%	84	+276.5%
公共ソリューション事業	778	678	△12.7%	572	△15.7%
ふるさと納税売上	589	526	△10.8%	441	△16.0%
公共案件売上	188	152	△18.9%	130	△14.6%
売上原価	557	511	△8.2%	535	+4.7%
売上総利益	987	1,000	+1.3%	1,139	+13.9%
売上総利益率	63.9%	66.2%	-	68.0%	-
販管費	1,005	1,083	+7.8%	1,117	+3.2%
営業利益	-17	-82	-	22	-
営業利益率	-1.1%	-5.5%	-	1.3%	-
経常利益	-20	-87	-	16	-
親会社株主に帰属する当期純利益	28	-255	-	50	-

※その他売上：2025・2026年実績は新規パートナー契約売上。2027年計画は新規パートナー契約・AI関連売上を含む。

- 2027年8月期はセグメント売上高1,103百万円（前期比+32.4%）、セグメント利益336百万円を計画。
- MRR売上は702百万円（同+31.9%）。マーケティング支援・関係人口創出とともに増収を計画。

地域情報流通事業セグメント

(百万円)	2025年8月期	2026年8月期	2027年8月期	
	通期実績	通期実績	通期計画	前期実績比
セグメント売上高	766	833	1,103	+32.4%
MRR売上	488	532	702	+31.9%
マーケティング支援売上	177	198	209	+6.0%
関係人口創出売上	36	80	106	+32.7%
その他	64	22	84	+276.5%
セグメント利益	180	192	336	+74.5%
営業利益率	23.5%	23.2%	30.5%	-



※その他：2025・2026年実績は新規パートナー契約、2027年計画は新規パートナー契約・AI関連の売上高。

2027年8月期より、MRRの4経路別売上高を主要KPIとして開示。
経路ごとの収益貢献を可視化し、継続収益の拡大を測定する。

2027年8月期計画

直営

317

百万円

国内店舗への直接支援
月額利用料

パートナー

334

百万円

運営パートナーからの固定費
＋レベニューシェア

OEM

15

百万円

LRAITを通じた協業先への
システム利用料

グローバル

34

百万円

海外店舗への直接支援
月額利用料**MRR関連売上高 合計 702百万円**

参考：2026年8月期実績532百万円／前期比＋31.9%

KPI変更の内容・理由

2027年8月期から、主要KPIを4経路別の通期MRR関連売上高に変更。

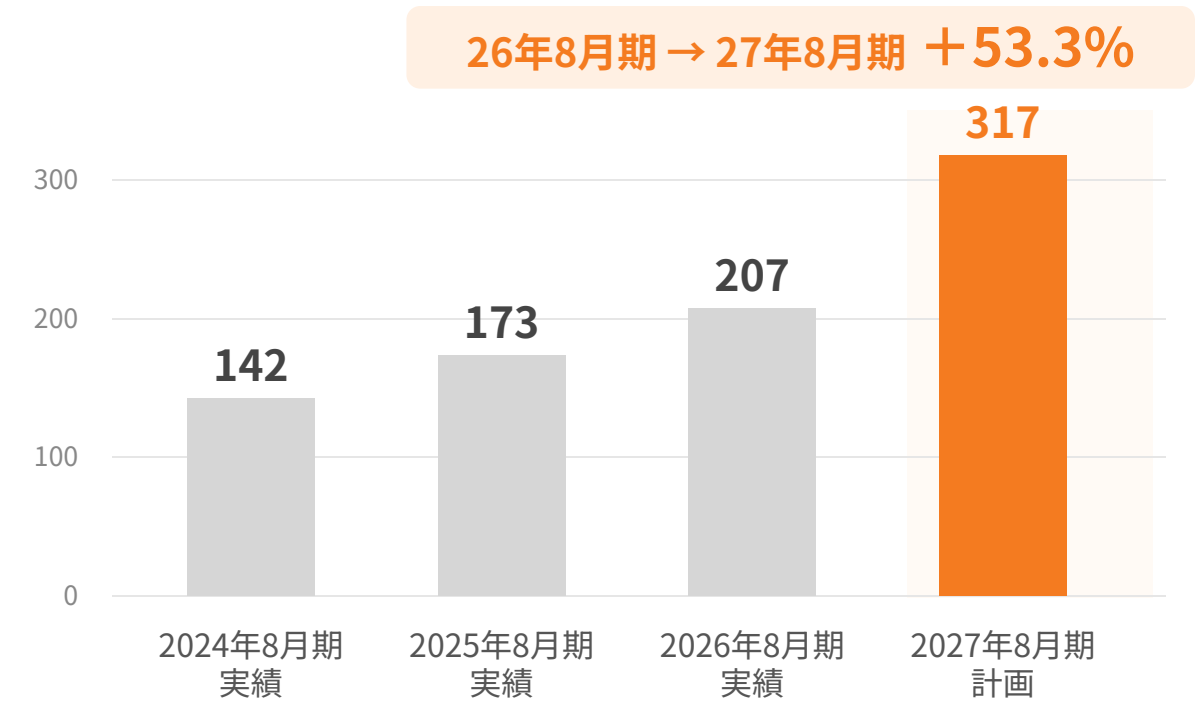
OEM・グローバルへの展開で経路ごとに単価・収益分配が異なり、従来の店舗数等だけでは収益貢献を比較しにくいため、4経路の収益成長を共通の金額指標で把握する。従来KPI（店舗数・平均単価・パートナー数・契約エリア数）の実績はP14に掲載。

定義：各経路の継続型サービスに係る通期売上高（初期加盟金等のスポット売上を除く）。

MRR関連売上高は532→702百万円（+31.9%）。増収計画の約65%を直営が担う。
直営は足元の成長を基盤に、エンタープライズ向け展開と追加提案で317百万円を計画。

直営MRR：成長継続・拡大を計画

通期売上高（百万円）



2027年8月期：MRR増収計画の内訳

26年8月期実績 **532**百万円 → 27年8月期計画 **702**百万円
前期比 +31.9% / 増収 +169百万円

前期からの増収額（百万円）

直営		+110百万円
207百万円 → 317百万円（+53.3%）		
パートナー		+9百万円
OEM		+15百万円
グローバル		+34百万円

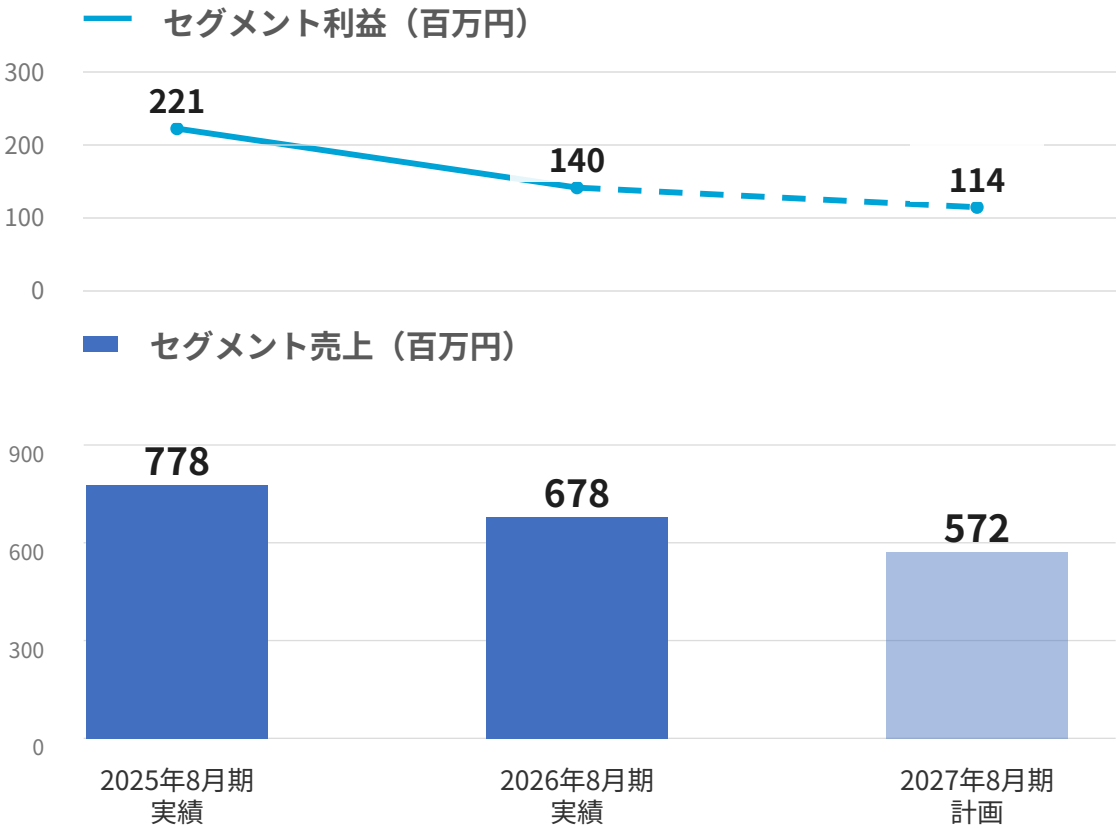
MRR増収計画の約65%を直営が担う

直営の成長継続に、パートナー・OEM・グローバルの収益拡大を加え、MRR売上+31.9%を計画

- 2027年8月期はセグメント売上高572百万円（前期比△15.7%）、セグメント利益114百万円（同△19.0%）を計画。
- ふるさと納税売上441百万円、その他（公共案件）130百万円を計画。

公共ソリューション事業セグメント

(百万円)	2025年8月期	2026年8月期	2027年8月期	
	通期実績	通期実績	通期計画	前期実績比
セグメント売上高	778	678	572	△15.7%
ふるさと納税売上	589	526	441	△16.0%
その他	188	152	130	△14.6%
セグメント利益	221	140	114	△19.0%
営業利益率	28.5%	20.8%	19.9%	-



※その他：公共案件の売上高。

公共ソリューションの拡充



- 2027年8月期のふるさと納税寄付額は77億円（前期比△5.5%）を計画。
- 注力自治体への支援と返礼品開発・広告運用を強化し、寄付獲得力と受託収益の向上を図る。

■ふるさと納税寄付額

2026年8月期実績

81.5 億円

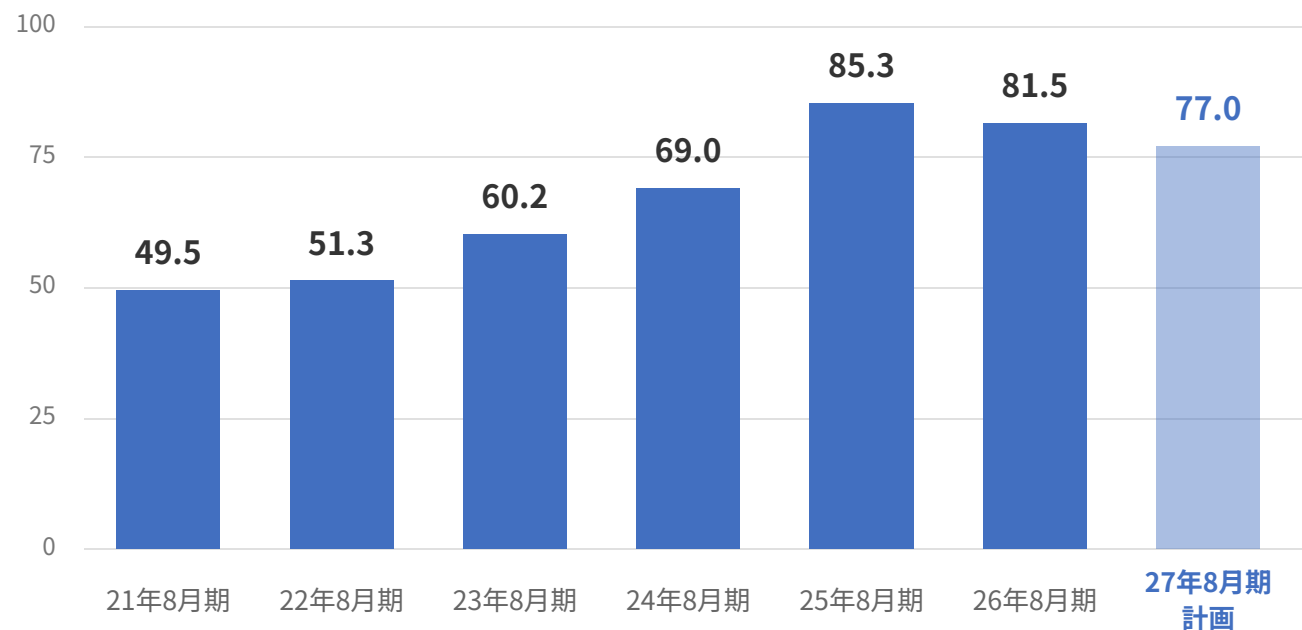
前期実績差
△3.8 億円計画達成率
81.5 %
(計画100億円)

2027年8月期計画

77 億円

前期実績比
△5.5 %

■ ふるさと納税寄付額（億円）



01 事業概要

02 2026年8月期 業績結果

2-1. 業績予想と実績値の差異について

2-2. 業績結果

03 成長戦略

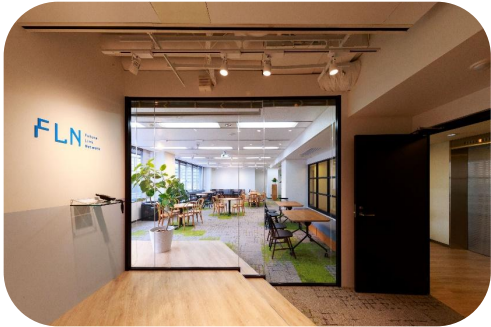
04 2027年8月期 業績予想

05 Appendix

05 Appendix

会社概要

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（2026年8月末現在 有期雇用含む 連結）	
資本金	291,065,969円（2026年8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
	毛利 裕二	社外取締役
	神崎 進	取締役（監査等委員）
	片町 吉男	社外取締役（監査等委員）
	石倉 雅恵	社外取締役（監査等委員）
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	
	株式会社フューチャーリンクローカルサポート	



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
(株)公共BPO 	公共ソリューション	■ 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
地域活性 AIテクノロジーズ (株)  地域活性 AI テクノロジーズ	地域情報流通 (新規事業)	■ 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 - 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



会社名	株式会社フューチャーリンク ローカルサポート	設立背景	市場環境と現状認識
設立	2026年10月1日		- ふるさと納税市場は継続的な成長基調にあり、依然として高いポテンシャルを有している - 一方で、競合環境の激化等により、当社の同事業は一時的な成長の踊り場に直面
代表	岡田亮介		構造改革の背景と狙い
事業概要	- ふるさと納税中間支援事業 - 返礼品開発・事業者支援 - 寄附管理業務受託 - 自治体コンサルティング		- 既存の事業部体制および意思決定の延長線上では、非連続的な成長の実現は困難と判断 - 地域活性化を体現する本事業を新会社として独立させ、意思決定の迅速化と機動的な経営体制を構築し、再成長ギアチェンジを実現する

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。

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

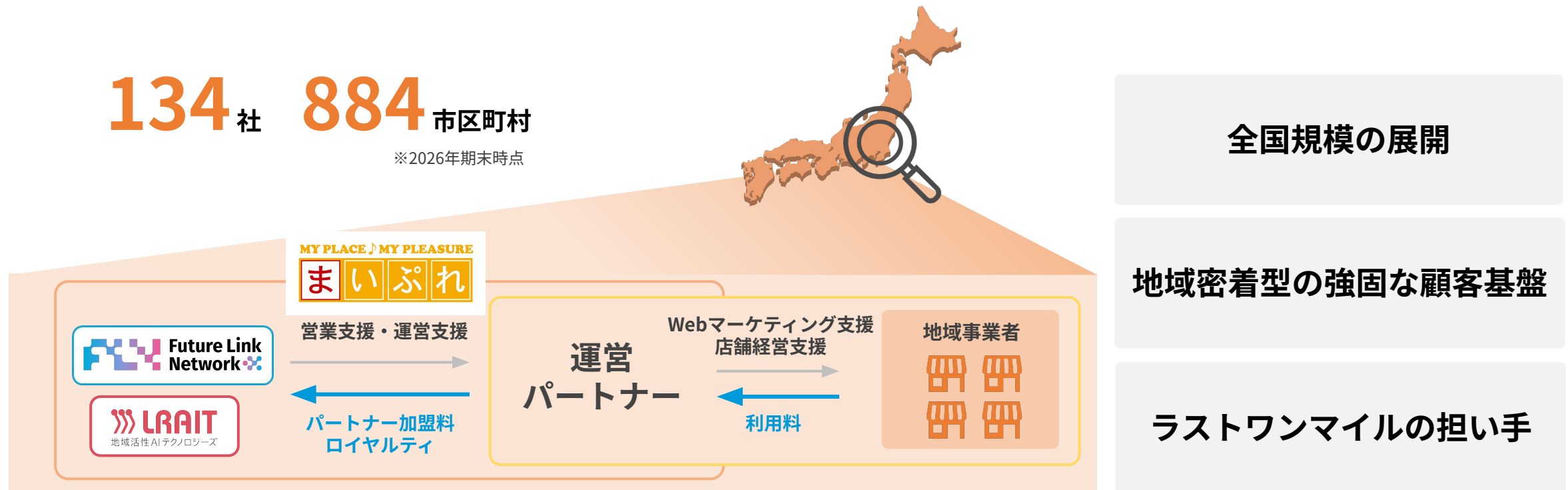
サブスクリプション型で、持続的に価値提供できる地域情報プラットフォーム「まいふれ」のサービスモデルと、
直接現地でサポートできる地域密着型の体制による高い信頼感により、解約率が低く、顧客生涯価値（LTV）が高い。

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

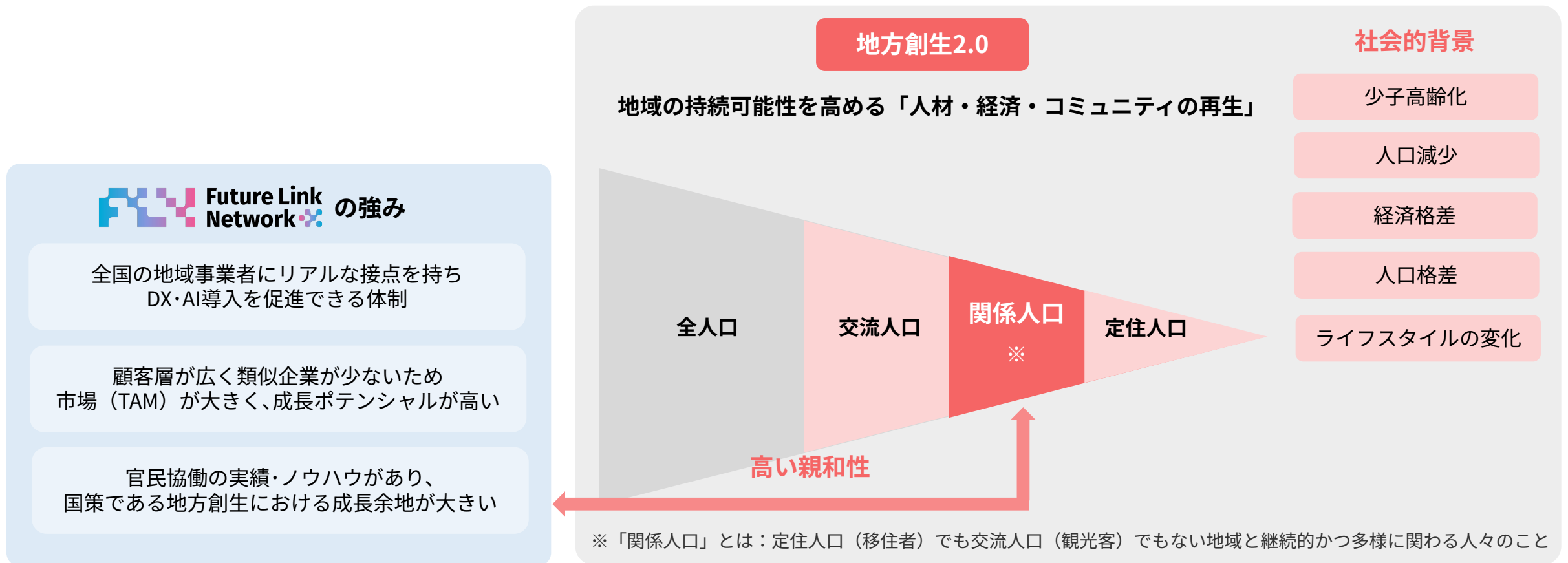
スマートシティ推進

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

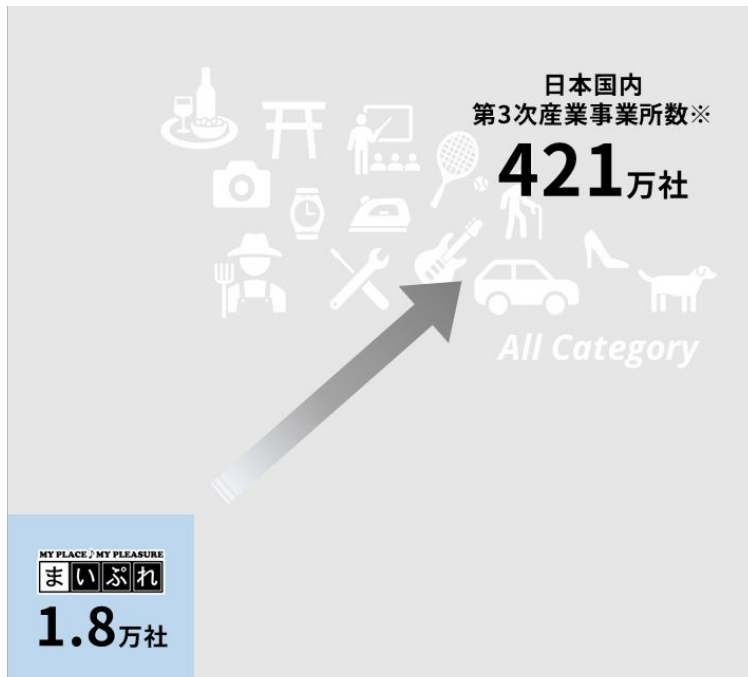


05 Appendix

市場環境

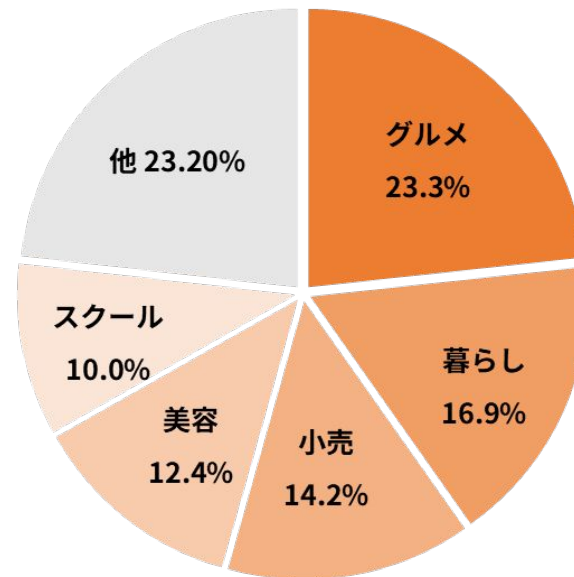
- 「まいぷれ」の顧客対象は業種を問わないことから、国内で広大な市場開拓余地がある。
- 広告市場においては、プロモーションメディア広告市場でDXを促進する役割も担うため、インターネット広告市場とあわせて約5兆の市場規模がある。

■顧客対象となる業種の市場規模

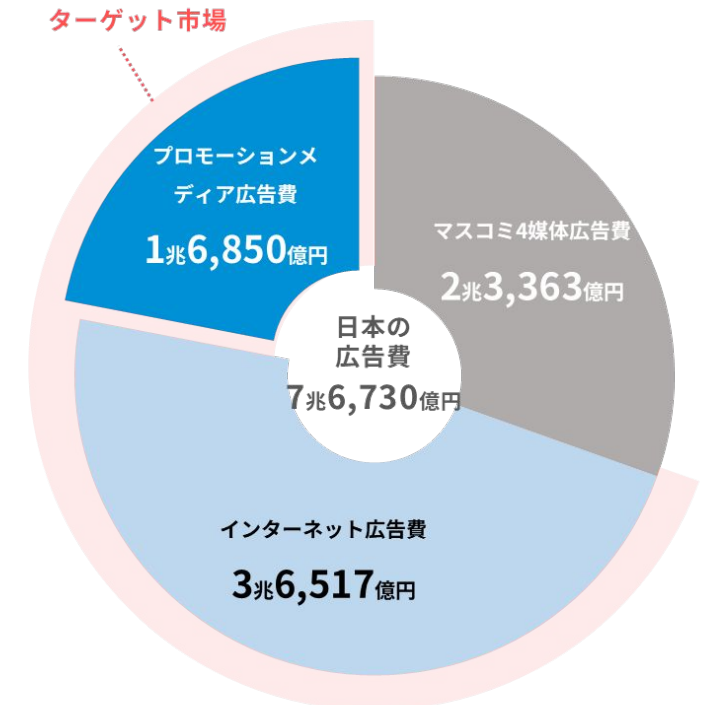


※総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より

■まいぷれ利用顧客の業種内訳



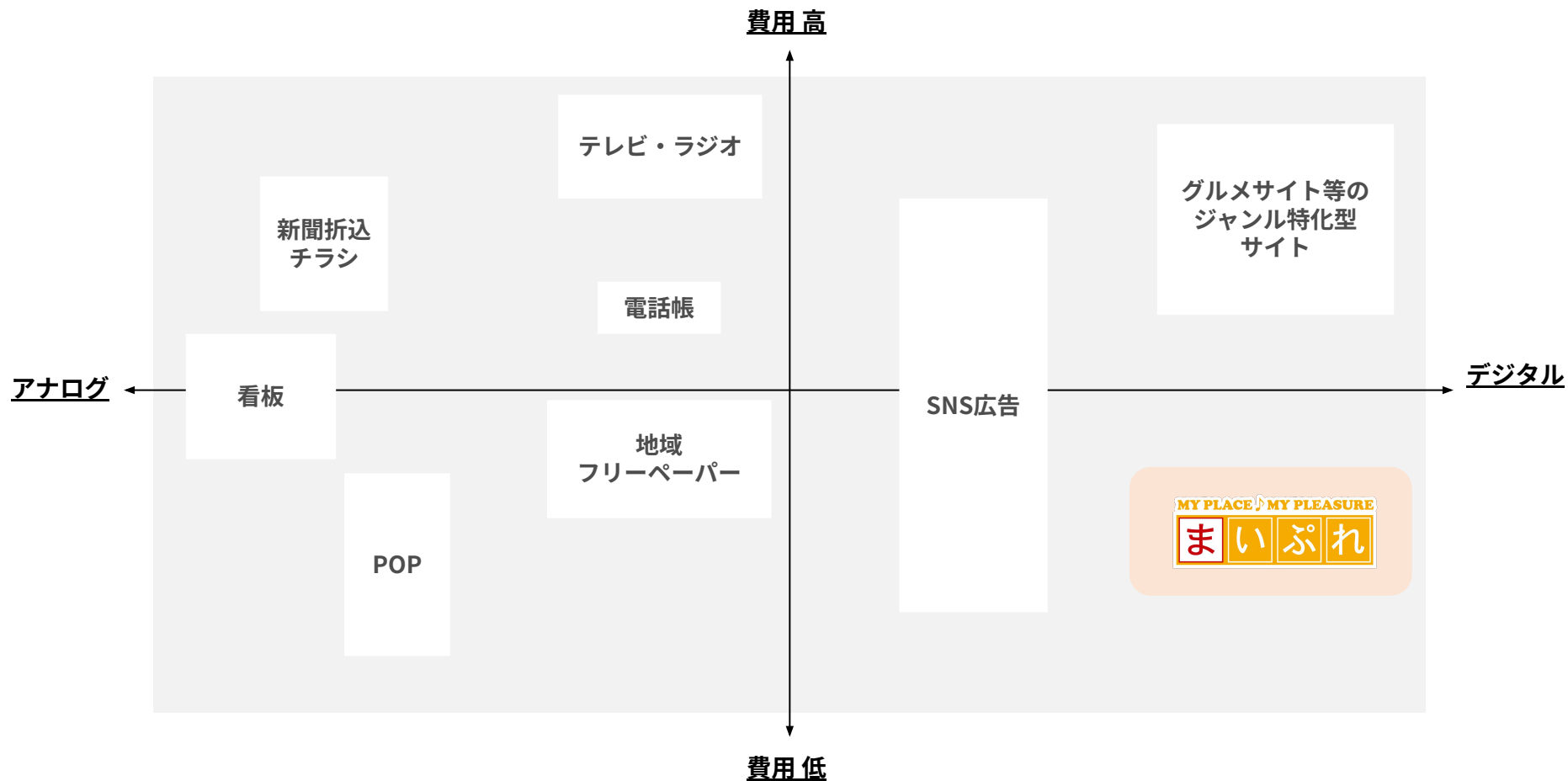
■広告市場の規模



※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

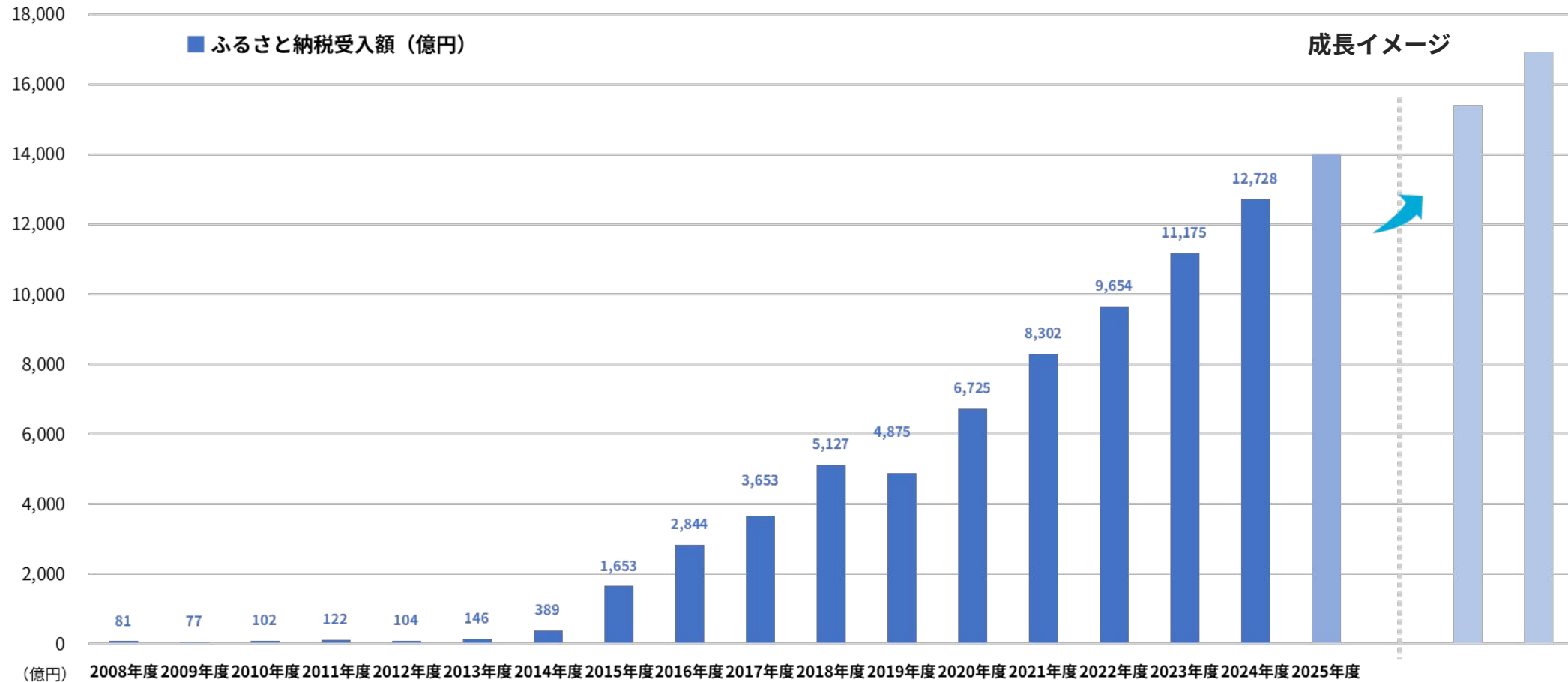
2 地域特化・全国性

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12,728億円と近年は拡大基調
- 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

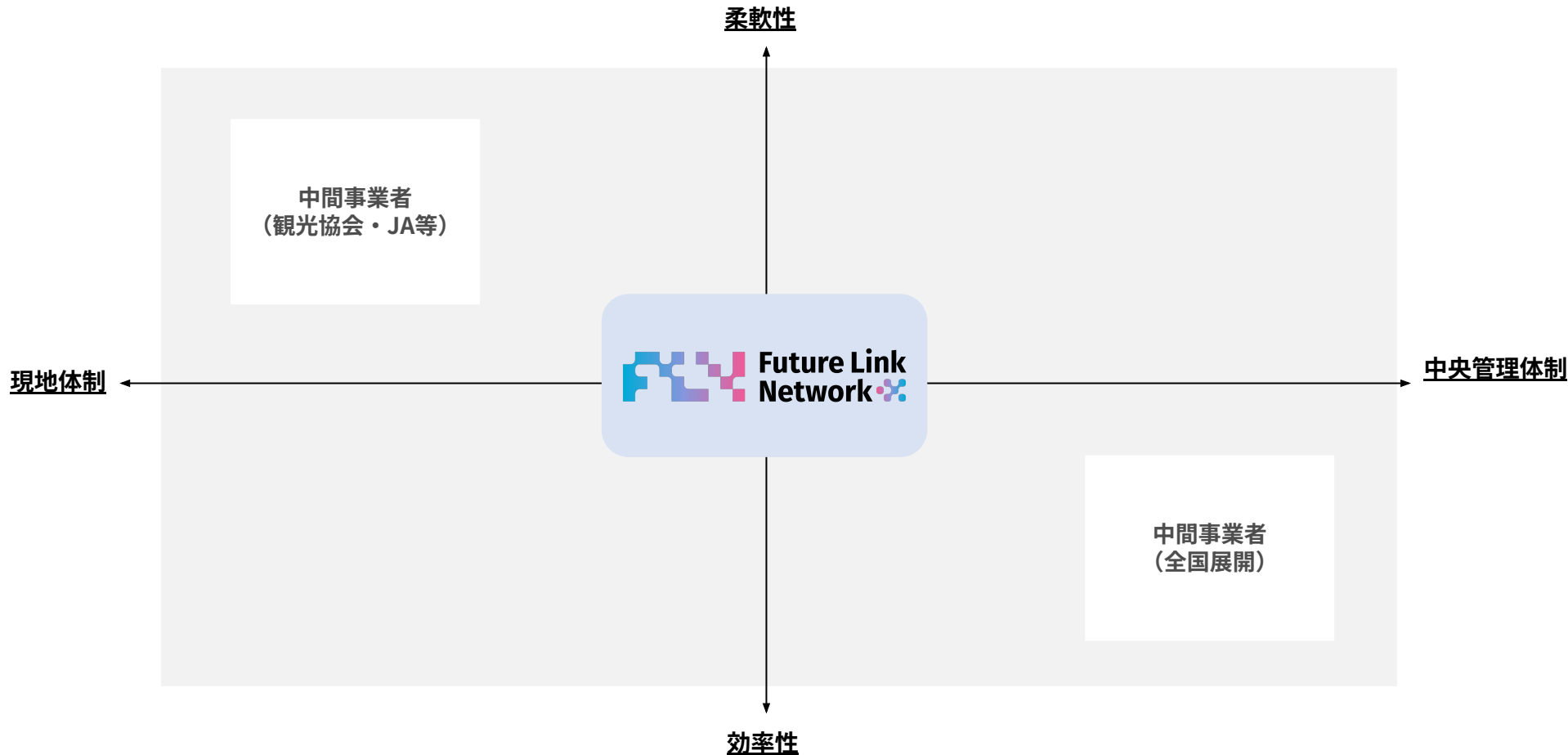
複数地域での運営ノウハウを集約し各地に再展開できる

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

17,604店舗

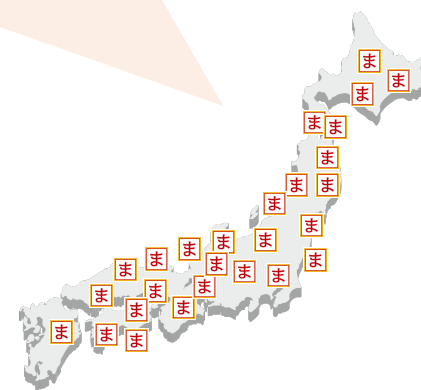
※ 2026年8月末時点



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。



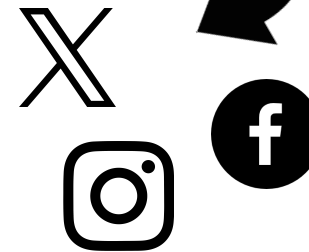
特集記事：地元に根ざしたオリジナルの編集企画

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。



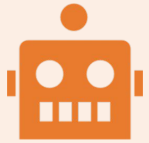
SNS発信：地域情報を横断的に拡散

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

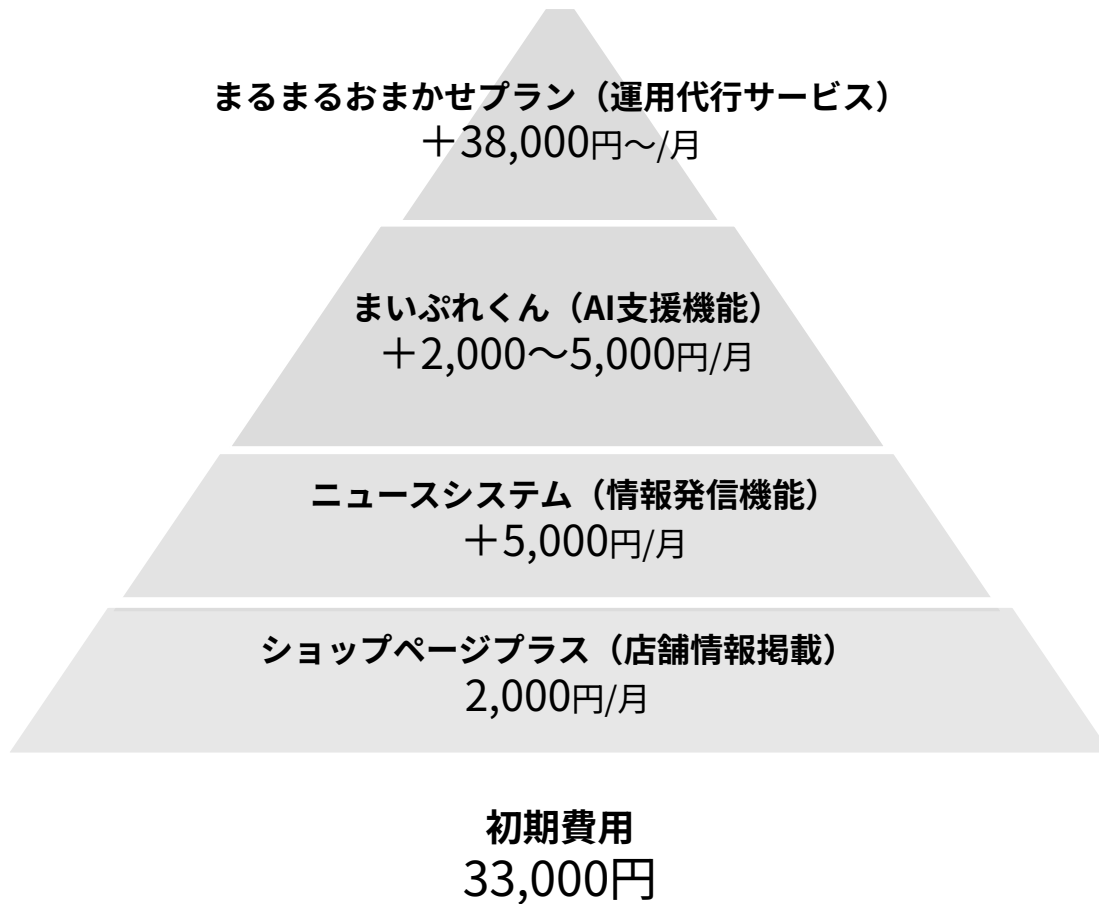
検索エンジン最適化と地図検索最適化の両面からアプローチ。ショップページ、特集記事、Googleマップ連携による相乗効果。



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。

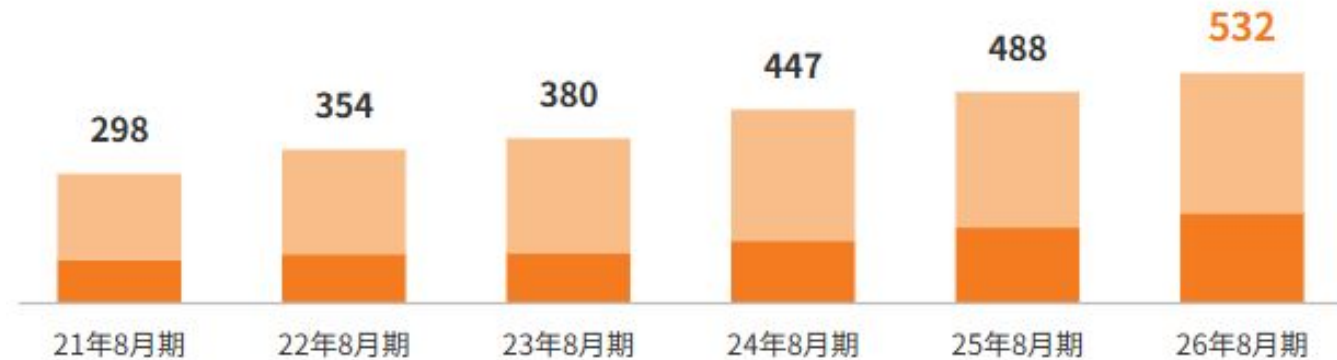
地域事業者と継続的に伴走する、安定性と拡張性を備えたサブスクリプションモデル



MRR売上高実績

直営 パートナー

(百万円)



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。

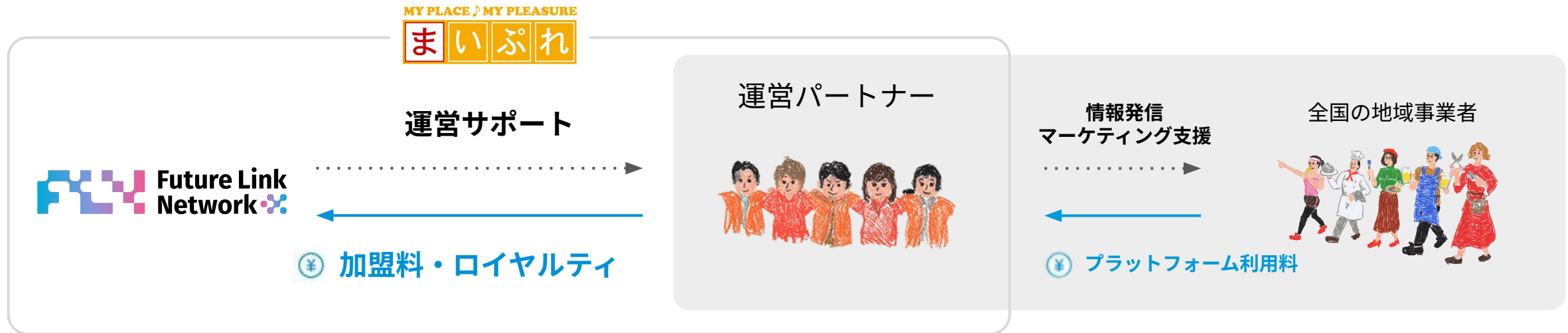
特徴 1 地域情報プラットフォームの運営

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

134 社

※ 2026年8月末時点

■ 展開エリア数

884 市区町村

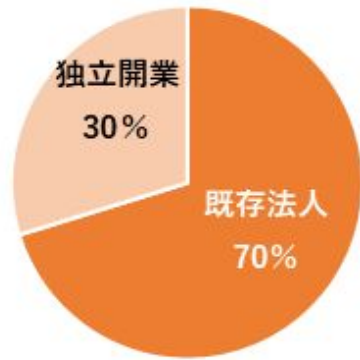
※ 2026年8月末時点

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

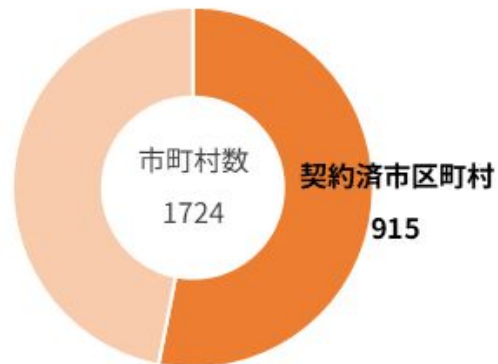
134社



※2026年8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

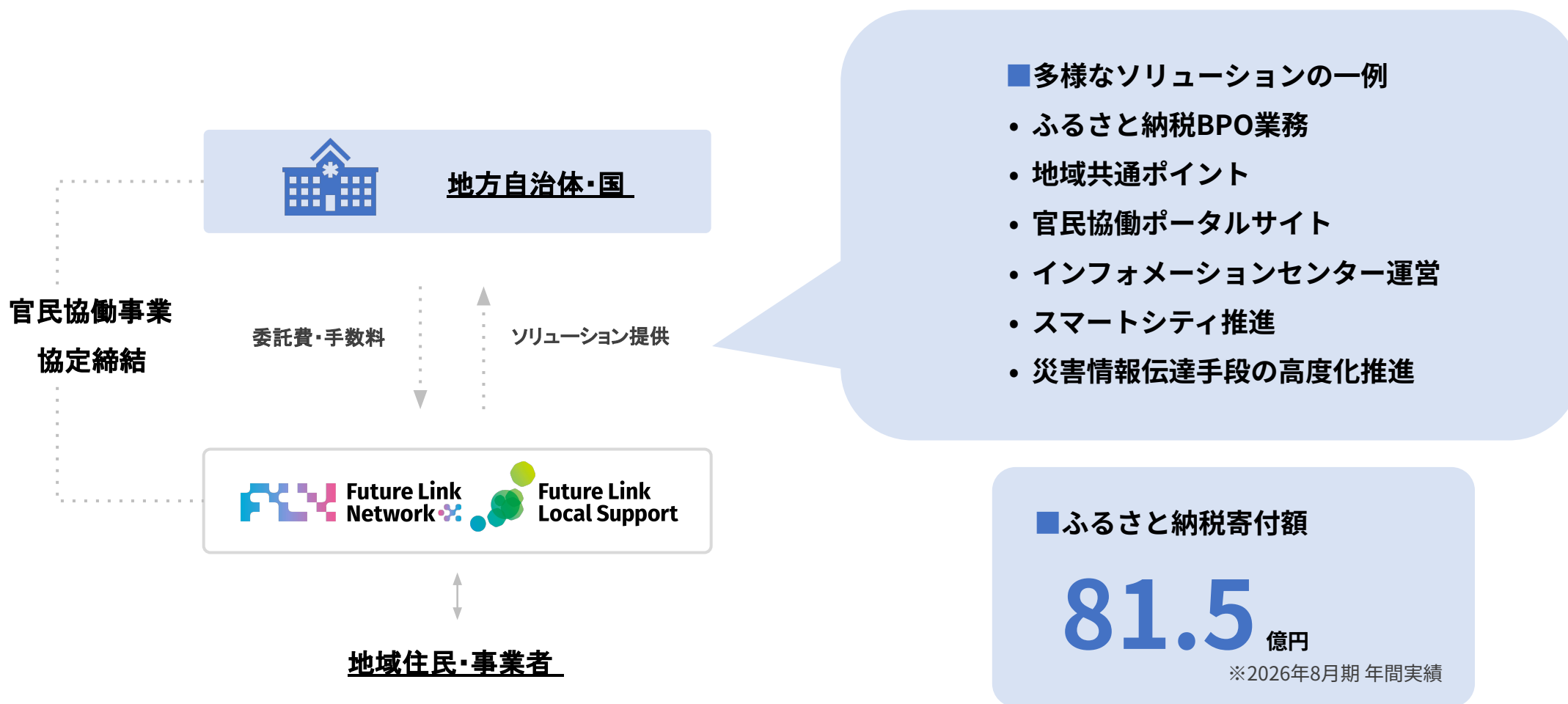
特徴 2 運営パートナーモデルによる全国展開

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**

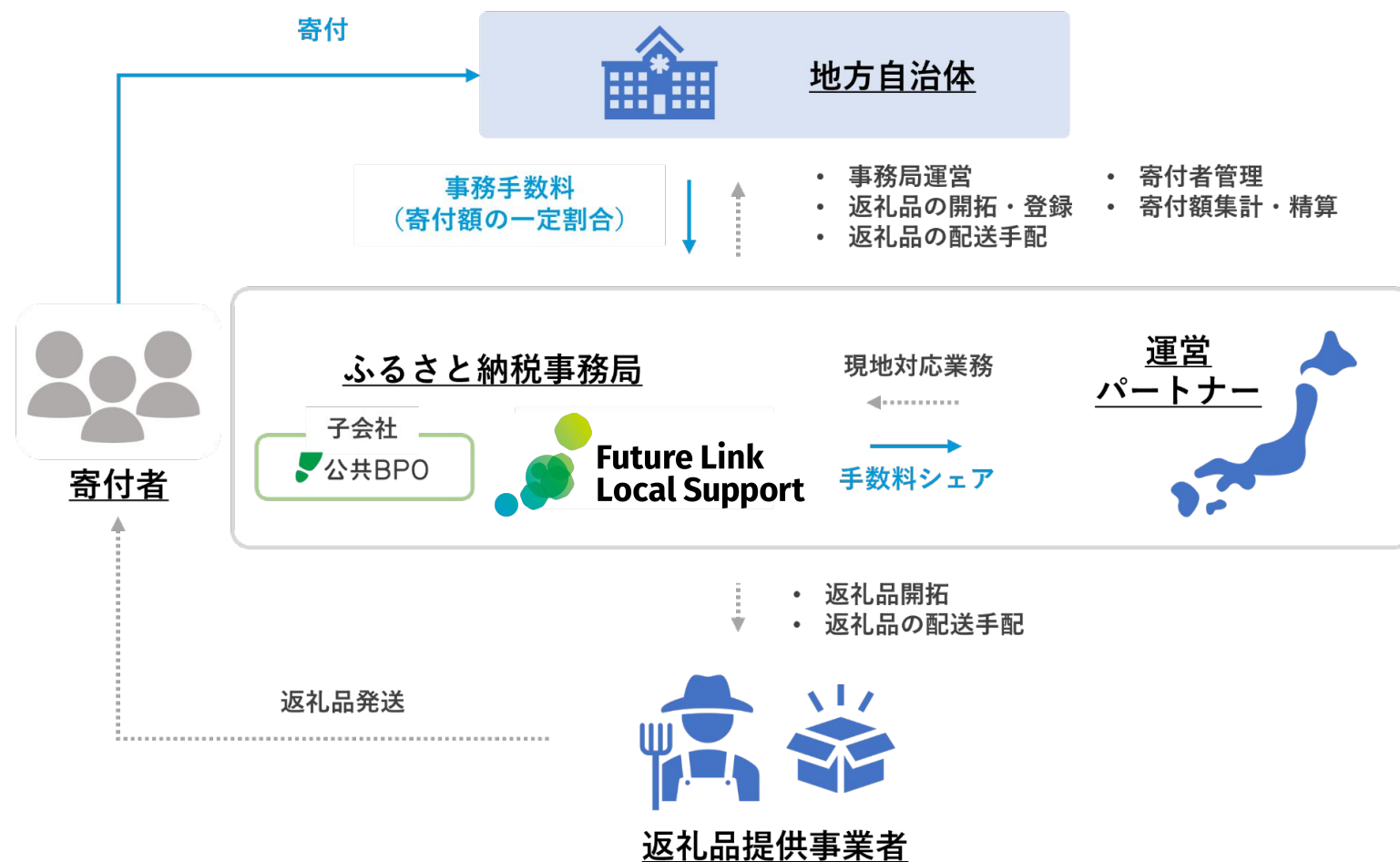
特徴 4 国策と連動した関係人口創出事業

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

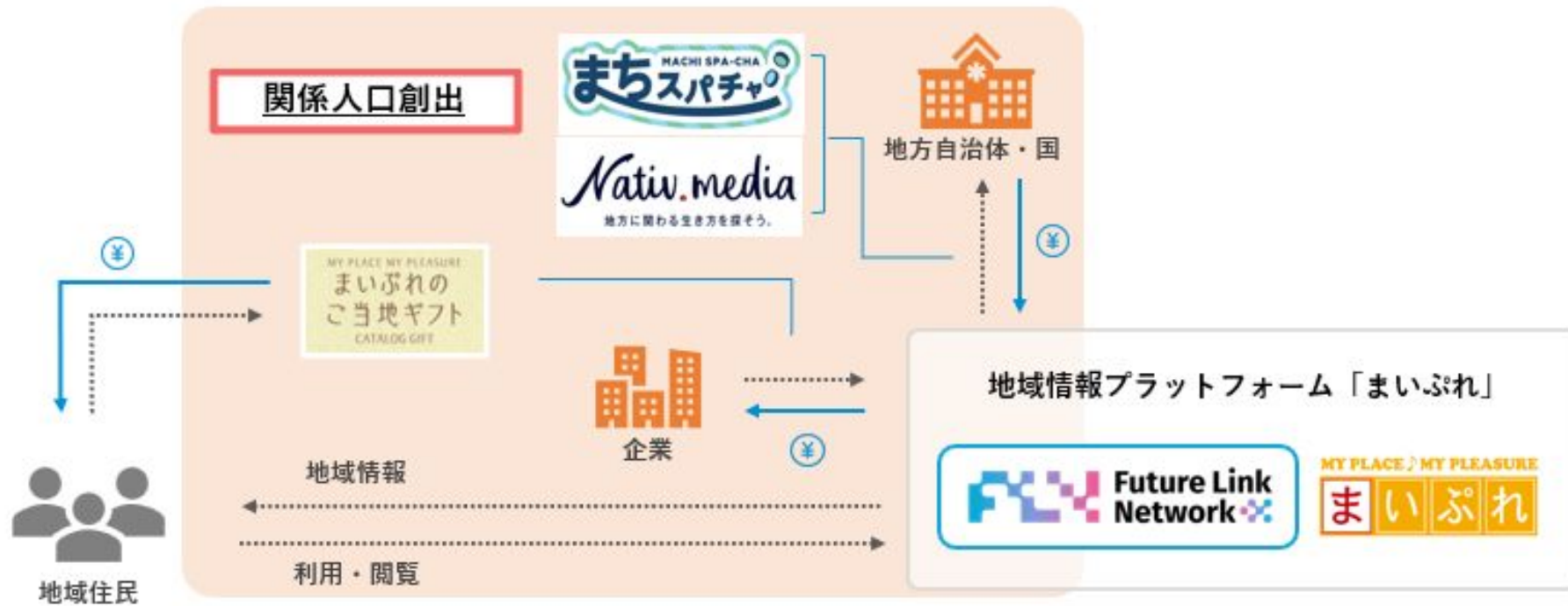
特徴 1 地域情報プラットフォームの運営

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



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

Nativ.media



メディアによる関係人口創出の周
辺市場創出

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

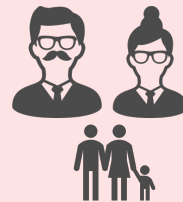
法人ギフト市場 2.8兆円

※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



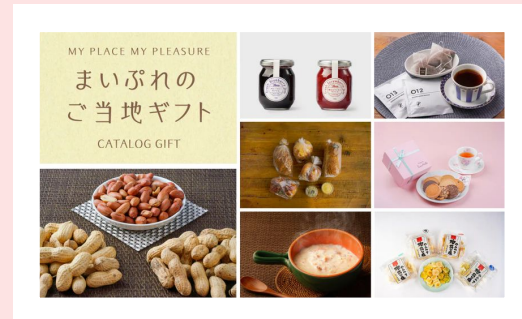
- ・内祝い
- ・手土産
- ・プレゼント

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

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。

