

2026年10月21日



株式会社フューチャーリンクネットワーク

2026年8月期通期決算説明会 書き起こし

開催日: 2026年10月16日

[ハイライト](#)

[事業概要](#)

[2026年8月期 業績結果](#)

[業績予想と実績値の差異について](#)

[業績結果](#)

[成長戦略](#)

[グループ経営戦略](#)

[MRR成長戦略](#)

[2027年8月期 業績予想](#)

[地域情報流通事業セグメント](#)

[公共ソリューション事業セグメント](#)

[質疑応答](#)

[最後に](#)

決算説明会動画URL

<https://youtu.be/q-Ru3gljFpU>

ハイライト

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。

まずハイライトでございます。

全体業績は、通期売上高15億1200万円、営業利益が8200万円の赤字という形になりました。MRR領域が前年同期比8.9%増、関係人口創出事業が前年同期比121.8%増と売上を伸ばしました。

一方、ふるさと納税と新規パートナー契約の減収影響が大きく、販管費の増額もあって営業赤字になりました。

業績予想との差異でございます。

業績予想比では営業利益が8300万円のマイナス、当期純利益が2億8400万円のマイナスという形になりました。

要因としては、人材開発支援助成金の受給時期が後ろ倒しになったことがあります。

また、投資有価証券の評価損を5000万円計上し、減損損失7300万円を特別損失として計上しました。

また、2027年8月期は売上高16億7500万円、営業利益2200万円として発表させていただきました。

これは、10月1日に実施したふるさと納税事業の分社化により、経営の選択と集中を加速させることで実現したいと考えております。

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取り組んでおります。加えて、今年より始めましたOEMを通じた協業先の顧客基盤への展開、海外市場への展開が、今期本格的に収益化フェーズに入っていく予定でございます。

共通のシステム・AI基盤を活用してサービスの提供先を広げ、その結果として継続収益を拡大するという戦略に集中して取り組んでいきたいと考えております。

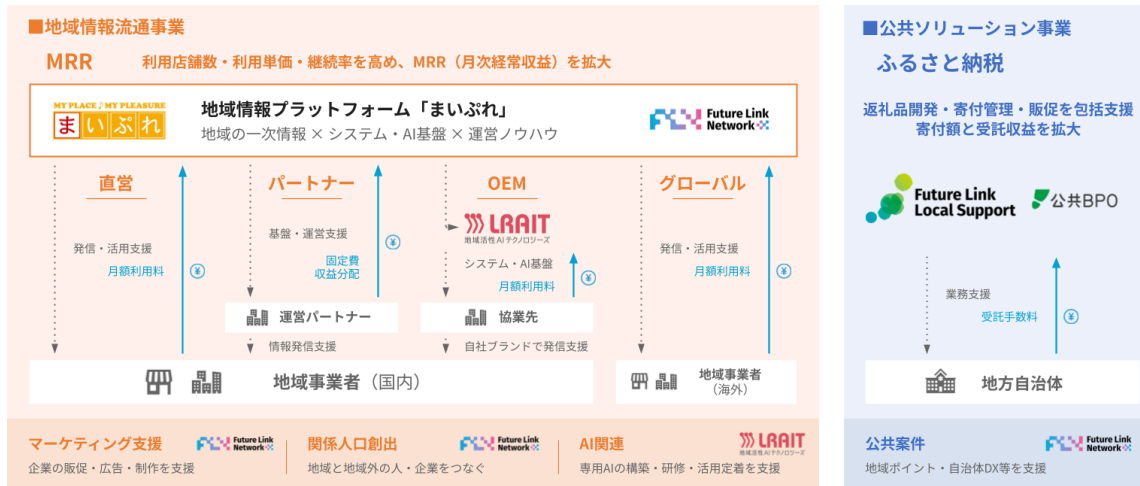
それでは本日は、事業概要、2026年8月期の業績結果、成長戦略、2027年8月期の業績予想という順番でご説明させていただきたいと考えております。

事業概要

事業概要・ビジネスモデル全体像



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。



© Future Link Network Co., Ltd.

5

まずは事業概要でございます。
当社のビジネスモデルの全体像でございます。
当社は地域情報流通事業セグメントと公共ソリューション事業セグメントの2セグメントで事業を展開させていただいております。

地域情報流通事業セグメントの中心になるのが、MRRという領域でございます。
地域情報プラットフォーム『まいぷれ』の利用料をいただくモデルでございます。
ベースになるのは、当社のスタッフが直接地域の事業者の方を訪問してサービスを提供し、月額の利用料をいただく直営のモデルです。
また、当社の事業の特徴の1つである全国のパートナーを通して各地域を運営し、収益の一部をレベニューシェアしていただくモデルもございます。
前期に開始しましたOEMは、『まいぷれ』で培ったシステム基盤とノウハウを協業先に提供する事業でございます。
『まいぷれ』ではなく、協業先のブランドで展開します。
そして同じく今年より取り組み始めましたグローバル展開では、ベトナムのホーチミンにて『まいぷれ』事業をスタートしております。
以上がMRR事業の形でございます。

そのほか、地域情報流通事業セグメントにはマーケティング支援と関係人口創出が含まれます。
子会社の地域活性AIテクノロジーズ株式会社を通した、地域の中小事業者へのAI支援も含まれます。

もう1つが公共ソリューション事業セグメントでございます。
これは官民協働事業という形にしておりますが、近年このセグメントの売上の過半数をこのふるさと納税BPO事業が占めるところでございます。
この事業については10月1日付で会社分割を行い、株式会社フューチャーリンクローカルサポートが運営するといった形になっております。

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、「まいぶれ」の月額利用料による収益。	18.9%	計 41.9%
		パートナー	「まいぶれ」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%	

© Future Link Network Co., Ltd.

6

それぞれの開示セグメントと事業領域の売上における比率、そして事業の説明を詳しくさせていただきます。

先ほどご説明しました地域情報流通事業の中のMRRは、直営、パートナー、OEM、グローバルという形で計上させていただいております。

今期はこのMRRがトータルの売上の中の41.9%を占める計画になっております。

そのほか、主に企業様の販促・広告制作などを行うマーケティング支援や、関係人口創出も行っております。

地域の中小事業者へのAI支援として、フォワードデプロイエンジニアリング事業※なども行っております。

これらを地域情報流通事業セグメントに含めております。

※会社専用AIエージェントの構築と定着

公共ソリューション事業セグメントには、ふるさと納税事業がございます。

これが今期の計画ですと26.4%を占めるところでございます。

先ほどご案内の通りこちらは10月1日をもちまして会社分割をいたしました。

また、地域の共通ポイントをはじめ、自治体と連携した様々な官民協働事業に取り組んでいる領域を包含するその他の領域という形で説明させていただいております。

2026年8月期 業績結果

業績予想と実績値の差異について

業績結果・業績予想と実績の差異



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				差異要因
	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 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
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%	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
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	—	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て計上見送り。 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。
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	—	

© Future Link Network Co., Ltd.

8

続きまして2026年8月期の業績結果の差異についてご説明させていただきたいと存じます。
非常に不甲斐ない結果ですが、私どもが発表した当初の計画に対して、売上が予想比2億2900万円のマイナスとなりました。
営業利益は予想比8300万円のマイナスとなりました。
原因は様々ありますが、まず1つがパートナー関連の減収でございます。
これは直営を拡大したもののパートナー関連は既存・新規ともに計画未達となっております。
特に新規のパートナー開拓では、いまだにリードの獲得で苦戦している状況が続いております。
計画8500万円に対して、実績は2200万円にとどまっております。
もう1つの大きな要因がふるさと納税の減収でございます。
制度の改正前の駆け込み需要とその反動が前期においては非常に大きく影響いたしました。
また一部自治体との契約終了が影響したこともあり、売上高に関しては計画が6億6600万円だったところ、実績は5億2600万円でした。
当社が取り扱う寄付額は計画100億円に届かず、実績が81億5000万円という形になっております。
またもう1つ、特別損失についてですが、特別利益の計上を見送り、かつ特別損失を計上したことが非常に大きなインパクトとなっております。
人材開発支援助成金の受給時期が後ろ倒しになったことによって、この2026年8月期においては計上を見送らせていただいております。
これによって純利益に計画比で5400万円の影響が出ております。
当社が投資している株式に関しまして、投資有価証券の評価損を5000万円計上しております。
あわせて、ふるさと納税事業の分社に伴い固定資産を見直し、減損損失として7300万円を計上しております。

業績結果

業績結果・P/L：全体概況



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。

	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
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	-

© Future Link Network Co., Ltd.

10

結果でございます。

もう少し詳しく見ていきたいと思います。

P/Lの全体概要でございます。

2026年8月期の売上は15億1200万円。

売上総利益率は66.2%でした。

販管費が若干増えまして10億8300万円という形になっております。

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%

セグメント別に見ますとこのようになっております。

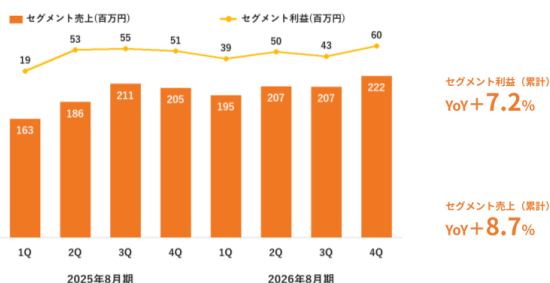
地域情報流通事業セグメントの売上高は8億3300万円となり、前年同期比で8.7%増となりました。

公共ソリューション事業におきましては、主にふるさと納税の減収が影響しまして6億7800万円で、前年同期比12.7%減となっております。

- 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%	-



※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「まいぶれ」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。

セグメントの内訳でございます。

MRRや関係人口創出事業を含む地域情報流通事業は、売上高8億3300万円という形で拡大しております。

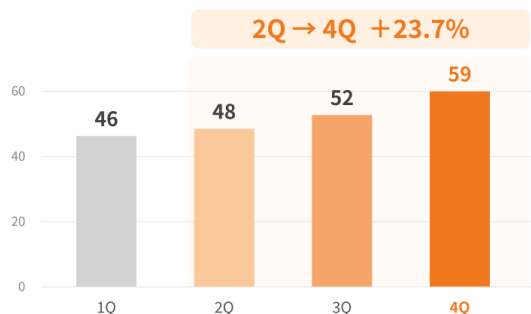
新規契約パートナーの獲得が計画を下回ったことによる加盟収入の減少を補い、営業利益としても1億9200万円と増益を確保しているところでございます。

順調にMRRは伸びているといったところですが、新規パートナーの開拓が課題として残っているというところでございます。

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。

© Future Link Network Co., Ltd.

13

もう少し詳しく見ていきたいと思えます。

今、当社としては成長戦略の中心軸にMRRを置いております。

その中でも直営MRRに関しては、2クォーターの会計期間4800万円から4クォーターの会計期間5900万円へと、23.7%増やすことができました。

期の後半に成長が加速しております。

大きな要因は、直営で取り組んでおりますエンタープライズ系のお客様からの売上を増やせたことです。

ある程度まとまった規模で運用代行サポートをご依頼いただけるお客様でございます。

これについては、後ほど成長戦略でもう少し触れたいと思っております。

結果として、2026年8月期のMRRは2025年8月期が4億8800万円だったのに対して5億3200万円という形で伸ばすことができました。

特に、パートナーが少し伸び悩んでいるのに対して、直営が大きく増やせていることをご覧いただけたらと思っております。

「まいぷれくん」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。

■まいぷ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) まいぷ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。

それぞれのKPIでございます。

まいぷれ利用店舗数は計画を下回っております。

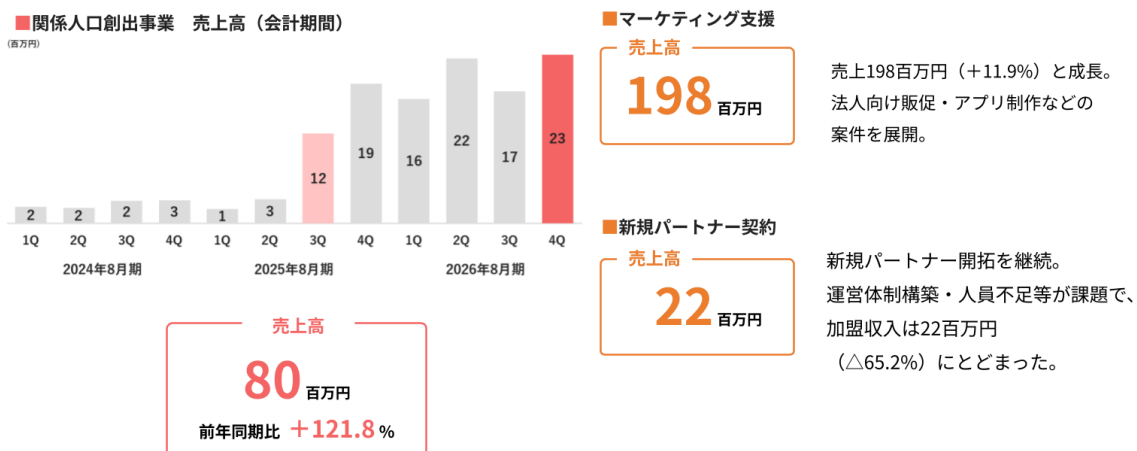
一方で平均単価は1万2826円となり、前年同期比で2,390円増やすことができました。

運営パートナーは前期に引き続き減少しており、前期比で20社減っております。

こちらは、より注力いただけるパートナーに我々のリソースを注ぐという、従来の戦略に則ったものでございます。

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。



そのほか、関係人口創出事業などについてご説明をしたいと思います。

関係人口創出事業は前年同期比121.8%増と、大きく成長しました。

まだ立ち上げたばかりですので売上のインパクトは小さいものの、これから大きく成長できる部分だと考えております。

またマーケティング支援事業も1億9800万円という形で11.9%成長しております。

法人向けの販促・アプリコンテンツの記事制作などの案件を展開しております。

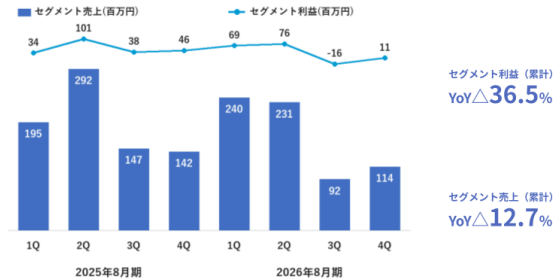
一方、新規パートナー契約に関しては、先ほどもご案内の通り、提案先の運営体制構築・人員不足等がネックとなり加盟獲得件数が伸び悩みました。

結果として、加盟収入2200万円にとどまっております。

- 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

(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	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「まいぶれ」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。

続きまして公共ソリューション事業セグメントでございます。

4クォーターは営業黒字に回復いたしました。

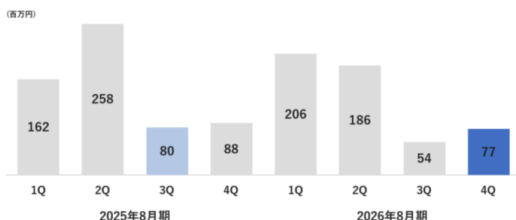
公共案件売上としては計画を上回り自治体への支援を進めさせていただいております。

一方、ふるさと納税の売上は計画を大きく下回り、5億2600万円という形にとどまった結果となっております。

公共ソリューション事業セグメントでは、収益性の回復が大きな課題となっております。

- 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)

© Future Link Network Co., Ltd.

17

ふるさと納税事業に関してももう少し詳しく見ていきたいと思います。
トータルの売上は5億2600万円で、前年同期比10.8%減となりました。
寄付獲得が計画未達となったこともあり、ふるさと納税事業全体としては大きく前年同期を下回っているといった形でございます。
一方、公共案件は計画を上回る実績を出せております。
コンサルティング及び地域ポイントの活用の案件受託などにより自治体の支援を拡充しております。

成長戦略

グループ経営戦略

成長戦略・グループ経営戦略：事業の「選択と集中」



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。



© Future Link Network Co., Ltd.

19

続きまして戦略についてご説明させていただきたいと思っております。

まず当社としてはポートフォリオの再編成を進め、フューチャーリンクネットワークグループの成長に向けて事業の選択と集中をさらに推進していくつもりでございます。

フューチャーリンクネットワークは地域×AIに、フューチャーリンクローカルサポートはふるさと納税に注力してまいります。

特にフューチャーリンクネットワークは成長戦略の中心軸として、MRRを増やしていくことにリソースを注いでいくといった形でございます。

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

© Future Link Network Co., Ltd.

20

そして、2026年10月1日当社が100%出資する株式会社フューチャーリンクローカルサポートを設立いたしました。

フューチャーリンクローカルサポートにふるさと納税事業を移しました。

同社はふるさと納税事業に特化した経営体制として意思決定を迅速化し、機動的な成長体制を構築していきます。

これによってさらにこの事業を伸ばしていくという形を進めようとしております。

想定としては制度の改定もあってなかなか読みにくい部分がある一方、マーケットとしては継続的に成長基調にあります。

依然として高いポテンシャルを有していると思っております。

一方で非常に競合環境が激化しております。

そういった中で、当社はふるさと納税の専属会社として、他社とのアライアンスも含めて機動的に意思決定を行います。

これにより、事業を大きく成長させていきたいと思っております。

「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



© Future Link Network Co., Ltd.

21

その一方でフューチャーリンクネットワークとしてはMRRの成長により一層注力するといった形に進めていきたいと考えております。

特にこの後MRR、『まいぷれ』プラットフォームはどうなっていくかということに関してです。

今までは、地域情報プラットフォーム『まいぷれ』でお預かりした情報を、主に当社の運営するポータルサイト、SNS、Google マップへ配信していました。

メディアに露出するという側面が非常に大きなウェイトを占めていました。

これからAIがますます普及していく中、我々が持つ一次情報を活かしていきます。

『まいぷれ』を、地域に根ざしたローカルナレッジのプラットフォームへと変容・進化させていくつもりでおります。

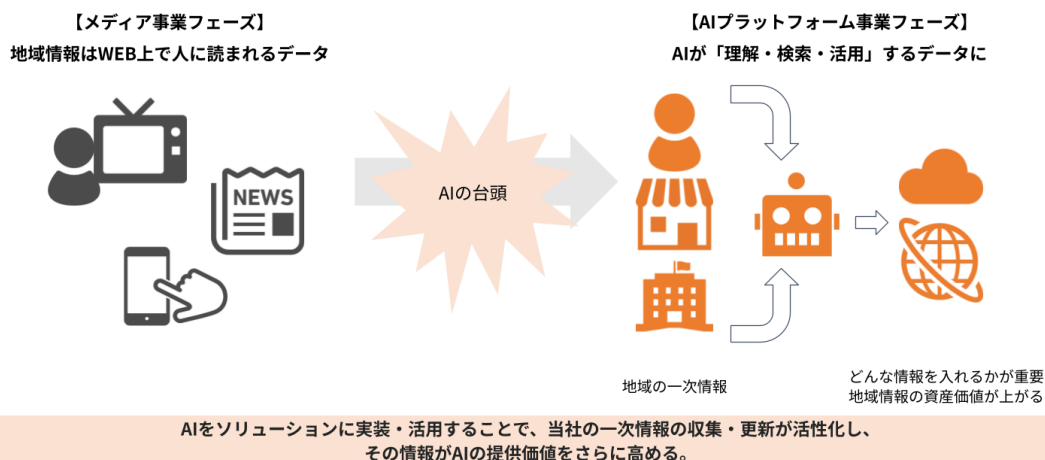
当社には、1万7000店舗から直接収集した一次情報がございます。

884自治体に広がる当社のパートナーがございます。

そして、26年にわたり取材・確認を行い、情報を更新し続けられる体制・ノウハウが、非常に武器になっていくと考えております。

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



© Future Link Network Co., Ltd.

22

今までは、メディアで読んでいただく情報の配信が非常に大きなウェイトを占めていました。

これからは、AIが理解し、検索し、活用するデータという形に軸を移してまいります。

この後、AIがますます普及していくと予想されております。

おそらく間違いないと思っております。

AIも何かしらの情報を参照した結果を返すことになります。

当社のプラットフォームに集めた地域の一次情報は、AIに活用してもらうデータ資産として価値が拡張し始めております。

情報を読んでいただく側のAIのみならず、当社自身がソリューションとしてもAIを実装していくことで当社の一次情報の収集・更新がさらに活性化します。

我々がお話しているAIには2種類あります。

プラットフォームを参照するAIと、プラットフォームでの一次情報の収集を効率化するAIです。

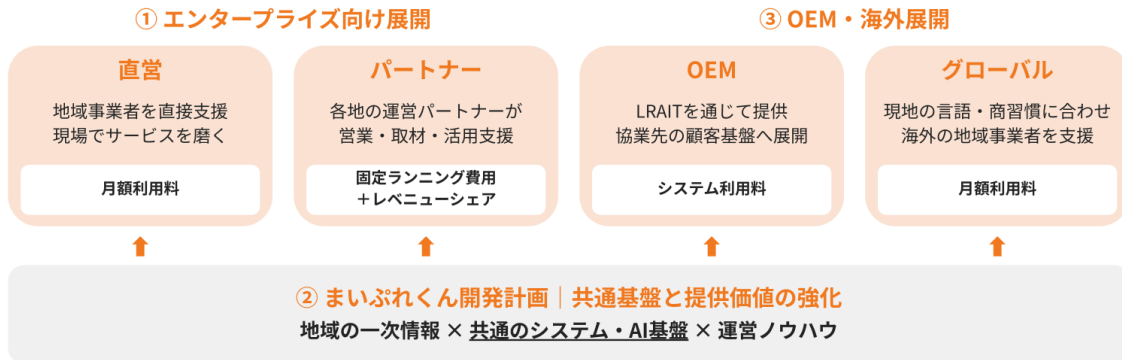
この2つの文脈でAIを活用しております。

このAIの循環によって、地域の一次情報を有するプラットフォームとしてその価値を発揮しながら、今後成長させていく予定でおります。

MRR成長戦略

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



利用店舗数の拡大 × 利用単価の向上 × 継続率の向上 → MRR拡大

成長に向けたポートフォリオをご説明します。

まず1つ目がエンタープライズ向けの展開でございます。

先ほど直営地域の振り返りでも触れました。

2026年8月期全体としては厳しい結果でしたが、直営地域、特にエンタープライズ向けで大きく伸長しました。

これは非常に期待ができる領域だと思っております。

当社はエンタープライズ向けの展開速度を上げることを、1つ目の成長戦略に置いております。

2つ目が『まいぷれくん』の開発計画の進展でございます。

おかげさまで『まいぷれくん』も非常にお客様から好評を得ております。

先日大きくバージョンアップし、さらに我々固有の価値を発揮できるAIエージェントへと進化しております。

これは従来型の汎用AIではなかなか実現できないサービスレベルだと自負しておりますし、顧客からの評価も高くいただいております。

この開発をますます戦略的に進めていくというのが成長戦略の2つ目でございます。

3つ目がOEMと海外展開でございます。

従来の『まいぷれ』というブランドによる国内展開の枠を超えて、顧客基盤を広げていくということです。

1つがOEMで、子会社の地域活性AIテクノロジーズ株式会社を通じて展開します。

『まいぷれ』及び『まいぷれくん』のシステム基盤と運営ノウハウを提供していくものでございます。

そしてもう1つがグローバル、現地の言語・商習慣に合わせて海外に展開していくのがこの成長戦略の3つ目でございます。

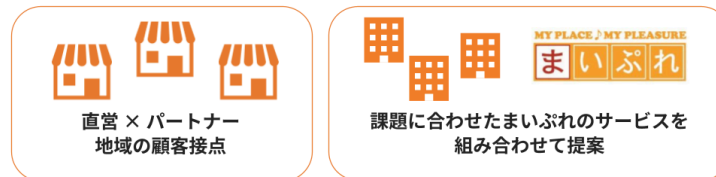
それぞれの成長戦略を推進していくことによって利用店舗数を拡大し、単価と継続率を向上させ、MRRの拡大を進めていくといったものでございます。

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



戦略の裏付け



導入店舗拡大 × 提供価値拡大 → MRR増収を目指す

© Future Link Network Co., Ltd.

24

1つ1つ見ていきたいと思います。

まずエンタープライズ向けの展開でございます。

今まで『まいふれ』を進めてきた中で圧倒的な結果を出せている業種がいくつかございます。

成長している市場における特定の業種です。

こうした業種での成功事例を横展開していくことが、エンタープライズ向けの成長戦略でございます。

すでに特定の業界・業種においては非常に重宝していただき、全国的に従来のプラン以上の運用代行のご依頼をいただき、広告運用をさせていただいております。

その業種をさらに開拓すると同時に、新たな業種での展開も考えております。

『まいふれ』と相性がいいと考えられる住宅、外壁、歯科、スクール、教育などが候補です。

まだ仮説段階ですが、これらの業種で成功事例を作り、横展開していくことを続けようと思っております。

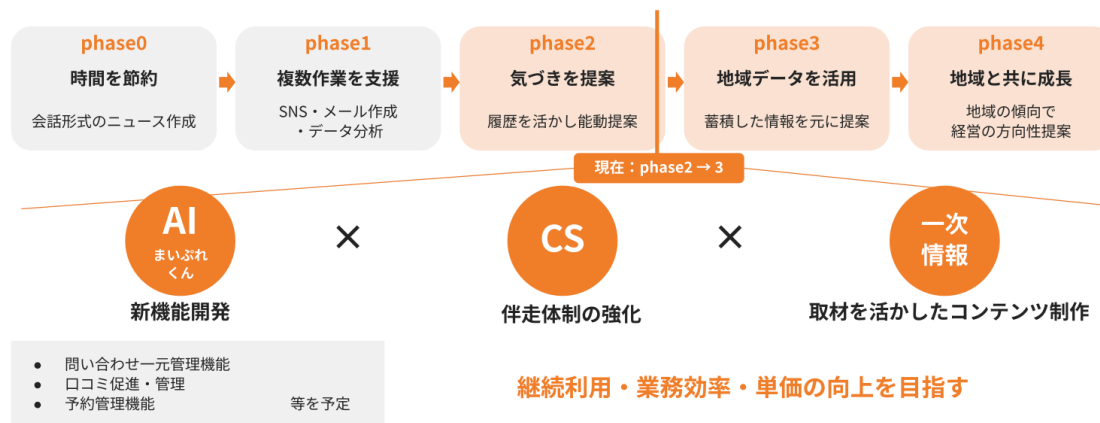
特に、直営地域で得た成功事例をパートナーにも共有することによって、効率的に顧客単価を上げていきます。

同時に、基本となる『まいふれ』のプロダクトを活用しながら、課題や業種に合わせてサービス・ソリューションを描いていきます。

この循環を広げていくことが、エンタープライズ向けの成長戦略の軸でございます。

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

「まいふれくん」開発ロードマップ



※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。

© Future Link Network Co., Ltd.

25

2つ目の成長戦略が『まいふれくん』の開発計画の進展でございます。

今までは、中小事業者のオーナー様の時短と情報発信の支援という枠組みが非常に大きかったのです。

現在は、我々が持つ独自の地域情報とナレッジを活用し、地域データを活かした経営支援へと進化し始めております。

店長やオーナー自身ではなかなか気づかない視点を提案し始めておりまして、さらにこの後は我々が持つ地域データを活用した中で情報配信をしていきます。

さらに言うとう経営を支援するエージェントにこの後進化させていく予定でございます。

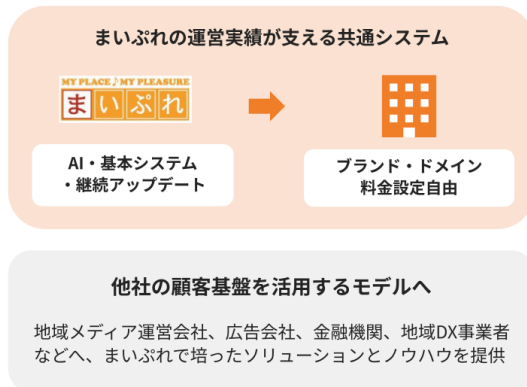
これによって、我々による地域の事業者への支援の速度がさらに上がります。

同時に、我々が集められる独自の一次情報の収集速度も上がっていきます。

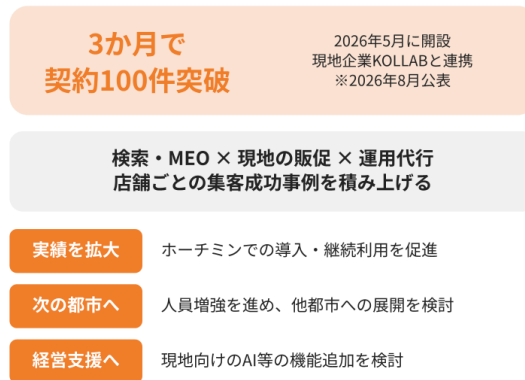
これによって『まいぷれ』のプラットフォームがさらにAIに参照される頻度が上がるといった好循環を目指しているものとございます。

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：まいぶ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



海外：ホーチミンの成功モデルを育てる



成長戦略の3つ目でございます。

OEMと海外展開でございます。

まずOEMは当社が26年間培ったシステム、ノウハウをOEMで展開するものでございます。
非常に分かりやすく言うと我々が開発し、進化させ続けているソリューションを他社の顧客基盤を活用して展開していくというものでございます。

今までは『まいぶれ』というブランド、価格、販売の仕方でも展開してきました。

OEMでは、提供先のブランド、価格設定、販売の仕方でも提供していくものでございます。

すでに2社ほど導入が進んでおりまして各社でそれぞれ営業が始まっております。

今後も、地域メディアの運営会社、広告会社、金融機関、地域のDX事業者などへ、我々が培ったソリューションとノウハウを提供していきます。

それぞれのブランドでご販売いただくことが、OEM展開でございます。

もう1つが海外でございます。

日本と同じような課題を抱える国に対してこの日本で培った『まいぶれ』事業を展開していくものでございます。

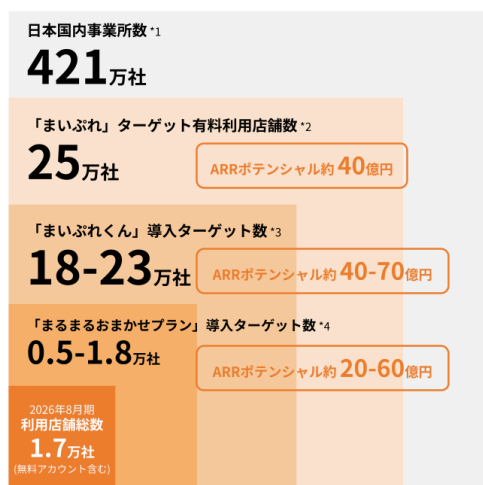
今年5月よりベトナムのホーチミンにおいて事業を始めさせていただいております。

3ヶ月間で契約100件を突破し、非常に順調なスタートを切っているところでございます。

日本と共通する部分も違う部分もありますが、『まいぶれ』サービスが海外でも十分通用することを改めて確認しております。

この後ホーチミンでさらに広げると同時に次の都市、次の国へ展開していくことを検討し広げていきたいと考えているところでございます。

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



- 「まいぷれ」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「まいぷれくん」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：まいぷれ商品価格

まいぷれ商品		月額費用	パートナー ロイヤリティ率
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%
まいぷれくん	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 × まいぷ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 × 「まいぷれくん」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。

当社はMRRの成長戦略において、国内市場にはARR100億円を目指せる十分なマーケットがあると見ております。

基本的には当社の対象となる顧客は421万社、その中で『まいぷれ』のターゲットになり得る店舗数が25万社でございます。

その25万社のうち18万社から23万社が、今導入を進めている『まいぷれくん』の導入ターゲットになります。

さらに、25万社のうち5000社から1万8000社が、上位の運用代行プランを使ってくれるであろうと試算しております。

これは『まいぷれ』をベースにした試算です。

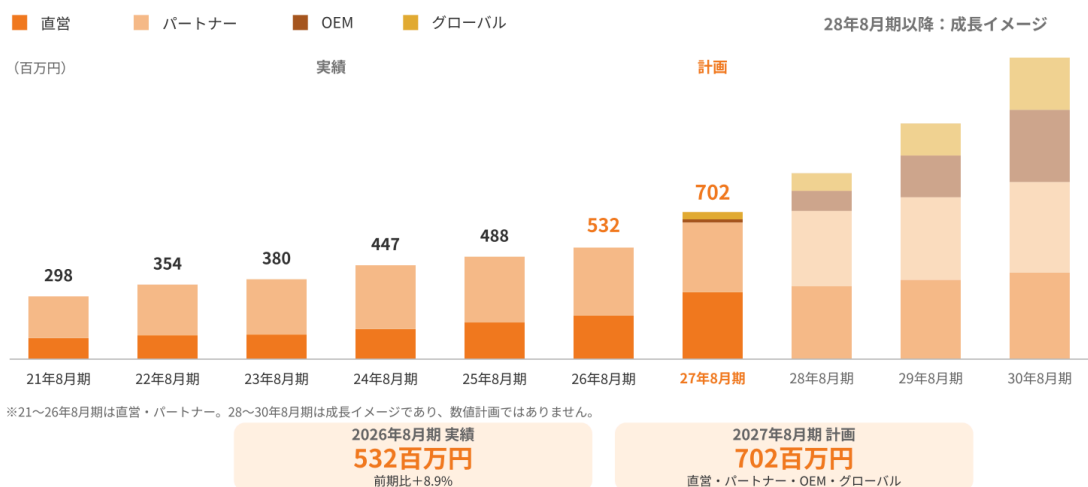
これに『まいぷれ』以外のブランドによるOEM展開も加わり、海外にも広がっていきます。

我々としては、ARR100億円をいかに早く実現するかが成長戦略の軸です。

これを一日でも早く、確実に実現するための戦略を今まさに描いているところでございます。

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。



© Future Link Network Co., Ltd.

28

上場以来、上場前から言えることですが少しずつMRRを成長させてきました。

この上場後5年間で1.8倍になっているところがございます。

確実に成長しているものの本来であればもっと早く成長できるであろうと私どもは考えております。

今回のポートフォリオの再編と選択と集中も、成長速度をいかに上げるのかを考えた結果です。経営を集中させるべきだと考えて、このような戦略を取りました。

2027年8月期は7億200万円、前年同期比131%という計画になっております。

今までのトレンドからすると、現実的ではないと見られる可能性もあるかと思えます。

ただ、先ほどご覧いただいたように、2026年8月期の第2四半期から第4四半期にかけて、直営地域ではエンタープライズ向けを中心に大きく売上を増やせました。

このことから、十分に実現可能な計画だと思っております。

また今期からOEMもグローバルも売上の計上が始まってまいります。

そういった意味ではMRR領域は前年同期比31.9%増ではありますが十分に達成できると考えております。

2027年8月期 業績予想

業績予想・P/L



- 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。

© Future Link Network Co., Ltd.

30

地域情報流通事業セグメント

最後に2027年8月期の業績予想についてご説明をいたします。

先ほどのMRRの試算も前提にして、来期は売上高16億7500万円と営業利益2200万円を計画しているところでございます。

最も大きいのがMRRで、7億200万円、31.9%増という計画でございます。

ふるさと納税に関しましては、大きなポテンシャルがあると考えております。

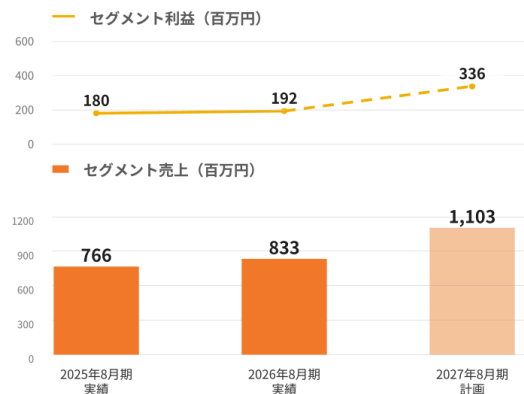
ただ、今までなかなか計画が読み切れなかった部分もあり、確実に達成できる数字として4億4100万円を計画しました。

各セグメント別の説明をもう少しさせていただきたいと思います。

- 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	+276.5%
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。

© Future Link Network Co., Ltd.

31

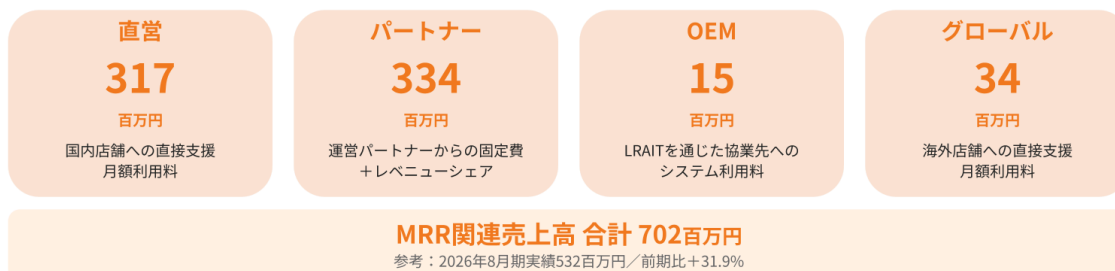
まず地域情報流通事業セグメントとしては11億300万円という形で計画をさせていただいております。

この中の中心はMRRになってくるかと思っております。

関係人口創出事業も、今期は32.7%増という形で大きく増やす計画でございます。

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



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）。

© Future Link Network Co., Ltd.

32

地域情報流通事業セグメントのKPIとしてはこのようになっております。

MRRをKPIとして置かせていただきました。

直営が3億1700万円、パートナーが3億3400万円、OEMが1500万円、グローバルが3400万円です。

今後はこれらをKPIとして開示してまいります。

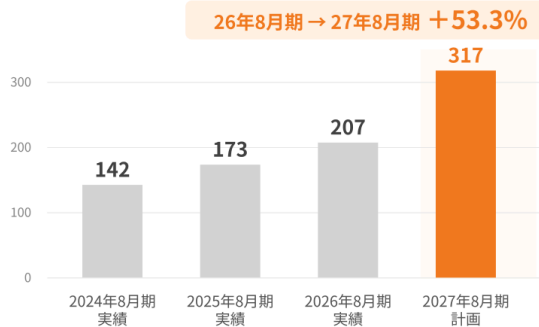
今まではKPIとして店舗数・平均単価・パートナー数・契約エリア数の数字を出しておりました。

ですが、先ほどご案内の通り、単価や収益分配が異なる部分もあり、従来の店舗数だけでは収益を比較しにくくなっております。
このため、これからはKPIをこのような形で開示してまいります。

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	207百万円 → 317百万円（+53.3%）	+110百万円
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

© Future Link Network Co., Ltd.

33

MRRの中心軸は、先ほどご案内の通り、直営地域のエンタープライズ向けの成長を加速させることでございます。

パートナー、OEM、グローバルもちろん進めますが、今期2027年8月期の増収の主な部分は直営地域です。

直営地域の中でも、エンタープライズをどう広げていくかがポイントになります。

公共ソリューション事業セグメント

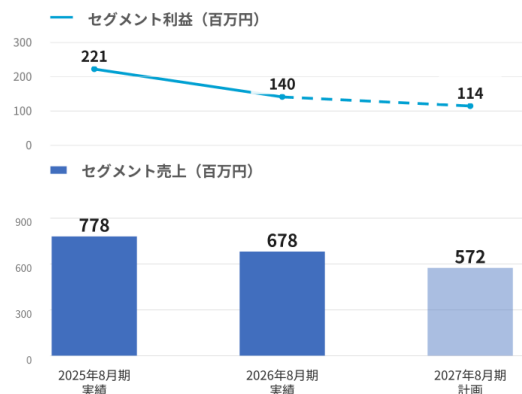
業績予想・公共ソリューション事業セグメント 業績結果・予想



- 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

	2025年8月期	2026年8月期	2027年8月期	
(百万円)	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。

© Future Link Network Co., Ltd.

34

続きまして公共ソリューション事業セグメントでございます。
2027年8月期は、セグメント売上高5億7200万円、前年同期比15.7%減を計画しております。
セグメント利益は1億1400万円、前年同期比19.0%減を計画しております。
ふるさと納税の売上は特に4億4100万円という形で前年同期比16.0%減という形にさせていただいております。

業績予想・公共ソリューション事業セグメント KPI



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

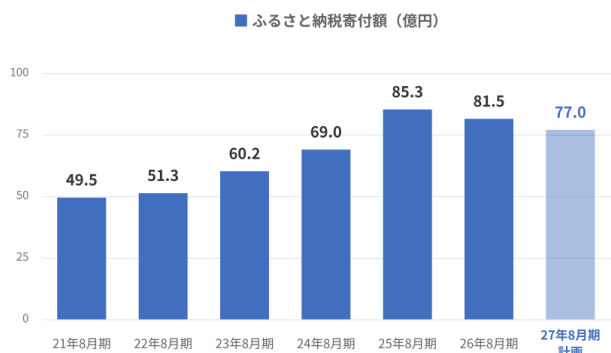
81.5 億円

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 %



© Future Link Network Co., Ltd.

35

ふるさと納税の寄付額は、2026年8月期が81.5億円だったのに対して、2027年8月期においては77億円を計画しております。
この後主力自治体の支援と返礼品開発、そして広告運用を強化して寄付獲得力そして受託収益の向上を図っていくといった計画をしているところでございます。

質疑応答

Q1. 成長戦略の1つである**OEM**戦略の進捗状況について教えてください。今期の予算では**(P6)**それほど伸びが見られないのですが、控えめな目標なのでしょうか。

A1. OEMは非常にご好評を得ていまして、現在2社に導入いただき、うち1社はすでに先方のブランドにて販売を開始しているところでございます。
もう1社も間もなく販売を開始するところでございます。
『まいぷれ』ブランドではないこともあり、どこがどのサービス名でスタートしているのかというのは非開示とさせていただきたいと思っています。
当社やパートナーが持っていない営業網でソリューションを販売できるというのは大きな可能性を感じているところでございます。
計画に関しては、提供先の会社でどれくらい販売が進むか、まだ読み切れない部分もあります。そのため、現状で確実に見込める数字を計画として計上しました。

Q2. ふるさと納税事業の会社分割後の子会社では、今後どのように事業成長をさせていく計画でしょうか。

A2. まず、2年前よりふるさと納税事業に関しては寄付額の大きい既存自治体に注力していたので新規営業はどちらかというと控えてきた部分がありました。
現在は環境も大きく変わってきましたので、新規の自治体への営業を再開しております。
これが計画の1つでございます。
もう1つは、従来の戦い方に加えて、今後はアライアンス等も積極的に検討していきたいと思っております。
ふるさと納税に強みを発揮する周辺事業者や、同業の中間事業者も含めて、様々なアライアンスを選択肢に入れております。
機動的に意思決定を行って、事業を成長させていきたいと考えております。

Q3. 貴社の経営指標である**MRR**の実績は、確実に伸びているようではありますが、今期の**31.9%**アップの目標については、確度が高い目標でしょうか。それとも慎重な目標でしょうか。

A3. 先ほどご覧いただいたように直営地域のエンタープライズ向けの売上を大きく伸ばせたことには、非常に自信を持っているところでございます。
実際2クォーターから4クォーターに大きく成長できたのは見ていただけたのではないかと考えております。
この感触を踏まえて、2027年8月期も同様に増やせると考えております。
保守的なわけでも積極的なわけでもなく、十分に達成できる数字だと現時点では考えております。

Q4. 人材採用やシステム開発、プラットフォーム強化、新規事業への投資を継続されています。営業赤字が続くなか、その成果はいつ全社の利益として表れるのでしょうか。これまでの投資の成果と、現時点で想定どおりに進んでいない点を、どのように評価していますか。

A4. まず営業赤字が続いていることは非常に不甲斐なく思っております。
営業赤字が続いている主な理由としては、私どもの経営資源が分散したことが非常に大きいのではないかと反省しております。
投資に関しては、間違った投資をしている認識はありません。

MRRはまだ十分に満足のいく数字ではないものの、成長を続けております。

これは、投資が実を結んでいることも理由の1つだと思っております。

今後は、今回ご説明したポートフォリオの再編を中心に、より確実に成長できる方向で、場合によっては体制を作り直します。

伸びている領域に集中することによって、十分に投資回収ができると考えております。

Q5. 今回の業績予想の実現性を判断するうえで、計画策定の精度がどのように改善されているのか教えてほしいです。過去の未達についてどのように分析し、**2027年8月期**の計画にどう反映し、従来と比べてどの点で達成確度が高まったと考えているのか教えてください。

A5. 業績予想を大きく外したことについても、非常に不甲斐なく思っております。

業績予想が大きく外れた理由の1つは、経営の視点が分散したということにあると考えております。

我々の会社の規模、経営力に対して事業領域を広げすぎてしまった部分があるというのは否めないと考えております。

そういう意味で選択と集中という形で意思決定をさせていただきました。

ふるさと納税に関しては、制度変更によってポジティブにもネガティブにも影響を受ける可能性はゼロではありません。

それ以外に関しては、非常に解像度を上げた計画を立てられるようになってきていると考えております。

2027年8月期に関しても精査に精査を重ねた上での計画でございますので、こちらは引き続き見ていただければと思っております。

Q6. 前期に受領予定であった助成金は、足元の今期には受領するのでしょうか。

A6. はい。

これは今期、予定通り受領できる見込みです。

Q7. 地域情報流通事業ではセグメント利益を確保している一方で、全社では営業赤字が続いています。セグメント利益と全社の営業利益の差について、主な費用の内訳と、それぞれが今後も継続する費用なのか、成長に向けた一時的な投資なのかを教えてください。

A7. いくつか要因があると思っております。

1つは、セグメント・事業が多かったことによって、全社機能・間接部門の非効率を生んできた部分も否めないと感じております。

個々の事業領域の成長が遅いことも前提としてはございます。

そのうえで、管理部門をはじめとする全社機能について、もっとスリム化できる部分があるのではないかと考えております。

その前提も含めてこのポートフォリオの再編によって十分に利益を生み出していけるようになってくると考えております。

Q8. 今回の投資有価証券評価損・固定資産減損を踏まえ、過去の投資判断をどのように総括していますか。また、残存資産の追加損失リスクや、**2027年8月期以降**の減価償却費へのインパクトなどを教えてください。

A8. 投資判断に関しましては結果を見れば失敗という形になりますが、その時その時でベストな意思決定をしてきたつもりです。

ただ、今振り返ると、投資有価証券については、投資先の成長速度に対する見通しが甘い部分もあったと反省しております。

この出資によって得られた知見も多くありますので、マイナスばかりではないと思っております。ただ、結果として投資先の成長速度が当初の見込みに届いていないという意味では、見通しが甘かったと言わざるを得ないと考えております。

その他の特損に関しましては、確実に利益を生み続けられていれば、特損を出す必要がなかったという側面はあります。

一方、会社分割をきっかけに見直した部分もあります。

特損を出したことは事実ですが、これも無駄な投資だとは考えておりません。

Q9. 2030年のグロース市場の上場維持基準である100億円の達成について、社長の意気込みをお聞かせください。当該基準については、貴社の上場後、東証が制度変更したことだとは、理解しておりますが、貴社に高い成長を期待する上では、お考えを知りたいと思っております。

A9. 今回この形でポートフォリオの再編、そして選択と集中を進めている大きな理由の1つに、時価総額100億円を目指すことがあります。

MRRは成長速度がまだまだ足りないものの、伸び続けており、市場も非常に大きいと考えております。

これから経営資源をここに集中することによって大きく指数関数的に成長させるつもりでおります。

これがきちんと計画通りに進めば時価総額の目標を十分に達成できると思っております。

当社は2030年の時価総額の目標に向けて成長戦略を組んでおりますし、これを実現させるというのが今の当社の基本方向でございます。

Q10. 成長戦略の1つであるグローバル戦略について教えてください。

A10. 『まいぷれ』は、日本で進めてきたWebマーケティングの事業で、我々の考え方、哲学、ノウハウが詰まったソリューションです。

これが海外でどこまで競争力があるのかをベンチマークしてきました。

その中で、まずはベトナム・ホーチミンを含め何都市かが十分に戦えるだろうという結論に至りました。

ちょうど昨年末よりフィジビリティの検証を進め、今年の5月に事業をスタートしました。

非常に好感触です。

現地と日本での法整備の違いなど、いくつか解決しなければいけない問題はあるにせよ、成長の可能性が十分に見込めると考えております。

特にベトナムに関しては、『まいぷれ』事業との相性が非常にいいと思っております。

ホーチミンは非常に大きな都市ですので、ホーチミン市でさらに大きく伸ばしていきます。

同時に、ベトナム国内の他の都市への展開も早々に進めていきたいと思っております。

また、具体的な国名は差し控えますが、ホーチミンと同様に可能性がある都市をアジアとヨーロッパでいくつか当社としては当てをつけているところでございます。

今後は、より確実に、より早く広げられる事業戦略として、積極的に展開していきたいと思っております。

最後に

皆様、本日はご参加ありがとうございました。

非常に不甲斐ない結果で皆様にはご心配をおかけして大変申し訳なく思っております。

ただ非常に可能性がある部分も見えてきております。

この度、選択と集中、そしてポートフォリオ再編を進め、確実に大きく成長させていく決意は変わっておりませんし、確信もしております。

引き続きぜひ温かく見守っていただければと思っております。

本日はご視聴ありがとうございました。

本資料の取り扱いについて

- 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。
- 本資料は、情報の正確性の担保や、内容をより良く伝えることを目的として、決算説明会における発言内容に編集を加える場合があります。具体的な修正範囲は接続詞や言い回し、文法等の修正となります。