



株式会社コマースOneホールディングス

(東証グロース：4496)

# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

2024年6月26日

## 免責事項および将来見通しに関する注意事項

本資料に記載されている将来に関する業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想値であり、不確実性やリスクを含んでおります。そのため実際の結果は様々な要因によって業績予想と異なる可能性があります。

なお、『事業計画及び成長可能性に関する事項』のアップデートは今後2025年6月を目途として開示を行う予定です。

## 目次

1. 目指す姿	P.04
2. 中期経営計画概略	P.08
3. 中期経営計画	P.11
4. 財務戦略	P.28
5. 人的資本戦略	P.36
6. ビジネス概要	P.38
7. 2024年3月期 財務サマリー	P.55
8. 2025年3月期 通期業績予想	P.70

1

目指す姿

## グループミッション



わたしたちの目指す姿

テクノロジーを活用する人の力を  
最大化させるプラットフォーム



わたしたちの目指す社会

誰もが自己実現を追求できる  
フェアな社会の実現

# グループアセットポートフォリオ

## コマース支援を通じた 企業のDX・生産性向上

DX(デジタルトランスフォーメーション)



各プロダクトが  
保有する  
テクノロジー  
& データ



各社のノウハウを  
統合した  
コンサルティング

### フロントエンドプロダクト

SaaS型Eコマースプラットフォーム



Web接客ソリューション



### 安心取引

信頼とあんしんのマーク

### バックエンドプロダクト

販売管理・在庫管理ソフト



データベース支援



# 創業からの軌跡

2006年～2014年

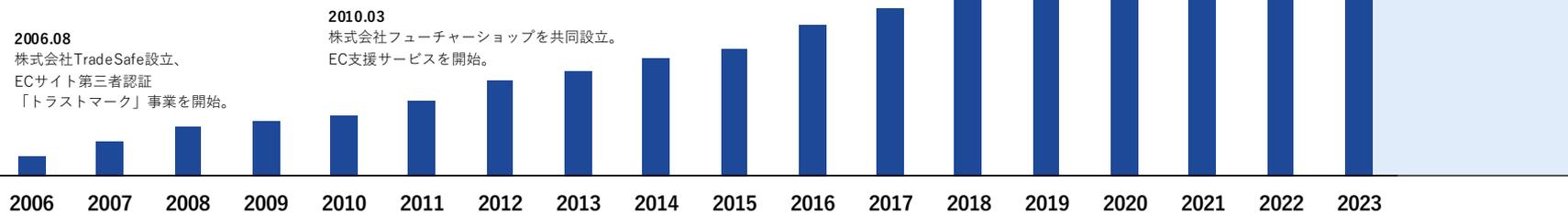
創業～事業立ち上げ

2017年～2020年

事業拡大、  
ホールディングス化へ

2022年～

さらなる成長へ



**2012.12**  
株式会社フューチャーショップを完全グループ会社化。

**2014.7**  
株式会社ソフテルを完全グループ会社化。

**2017.09**  
株式会社TradeSafeの事業を会社分割してグループ会社化、株式会社TSホールディングスに社名変更。

**2019.12**  
株式会社コマースOneホールディングスに社名変更。

**2022.11**  
SAMURAI TECHNOLOGY株式会社を完全グループ会社化。

**2023.03**  
株式会社空色をグループ会社化。

2

# 中期経営計画概略

## 中期経営戦略骨子

### コア事業の成長

FRONT

価値創造を可能にする機能強化 / サービス事業領域を拡大

BACK

SaaSソリューションの提供

### 成長事業

共創シナジー

マルチチャネル対応した  
SaaS型Eコマースプラットフォームへ

多店舗展開事業者のマルチチャネルEC戦略を支援。  
マルチチャネルデータ活用 / マルチチャネルマーケティング /  
コンサルティング

### 新規事業

事業共創

事業共創プラットフォーム / インキュベーション



## 2027年3月期目標

**連結** コマースOneホールディングス

単位：百万円

	2025年3月期 業績予想	~	2027年3月期 定量目標	CAGR
売上高	3,815		5,411	19%
営業利益	605		1,011	29%
親会社株主に帰属する 当期純利益	455		681	22%
ROE	17%		20%	-

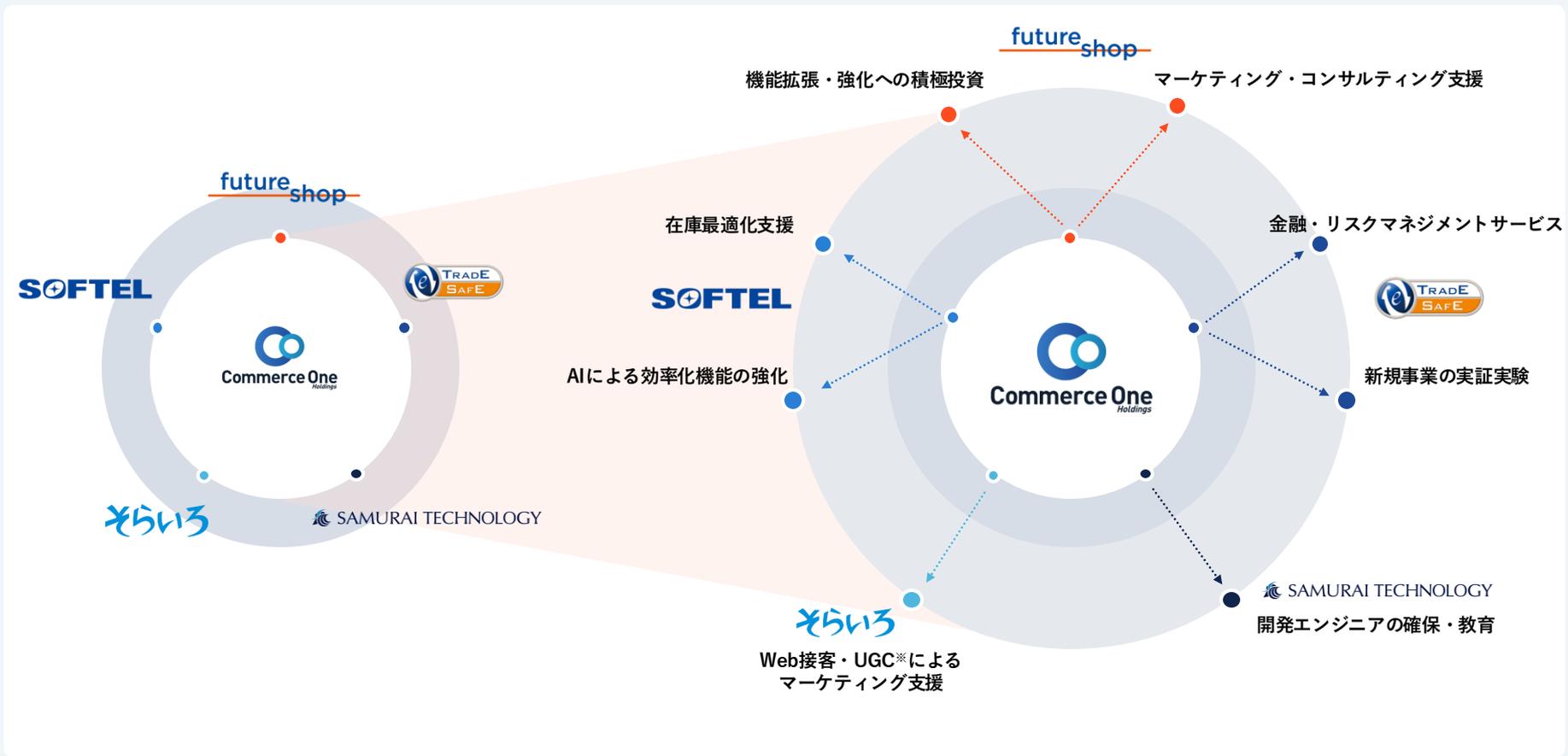
## EC市場の状況

国内EC市場の成長は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって急激に伸長。その後、2022年度以降は経済活動が正常化するにつれ緩やかになったが、堅調に推移している。当社グループが属する国内EC市場は2023年から2027年までにかけて年平均10.3%の成長率が見込まれ、持続的成長が予測される。

※参考：総務省「令和5年情報通信に関する現状報告の概論」

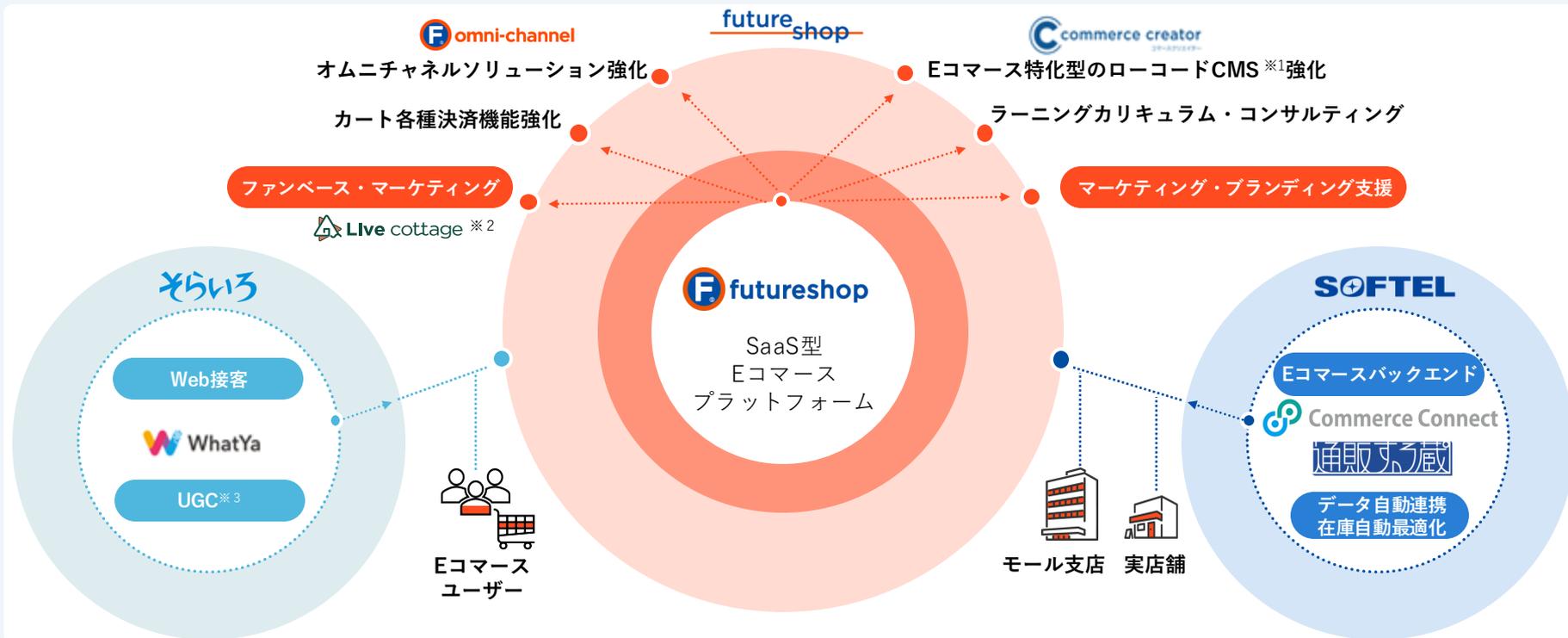
3

# 中期経営計画

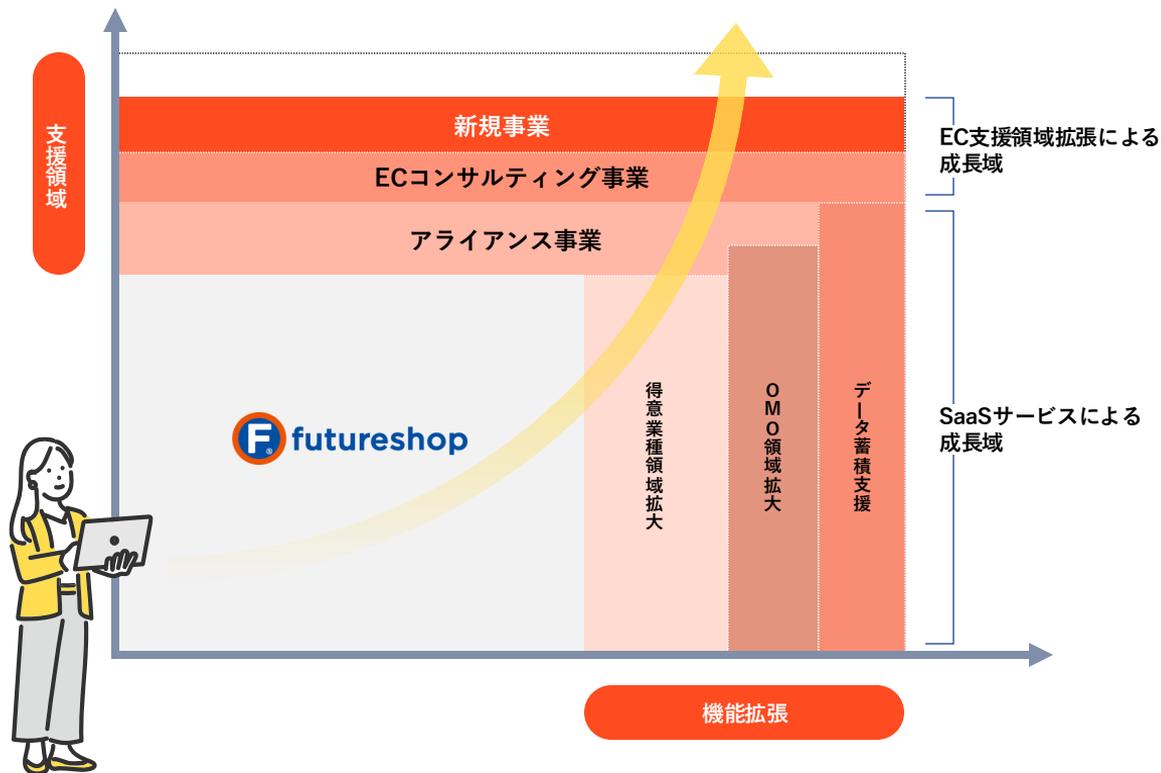


## 中期成長方針

グループ各社の専門性の高いサービスを「futureshop」に取り入れ、より強いプラットフォームを実現。  
グループ各社は「futureshop」の顧客基盤を活用。



## フューチャーショップの成長戦略



### 機能拡張によるターゲット領域拡大

- 食品業界への拡大
- OMO\*領域のビジネス拡大
- マルチチャネルデータ活用による機能拡張

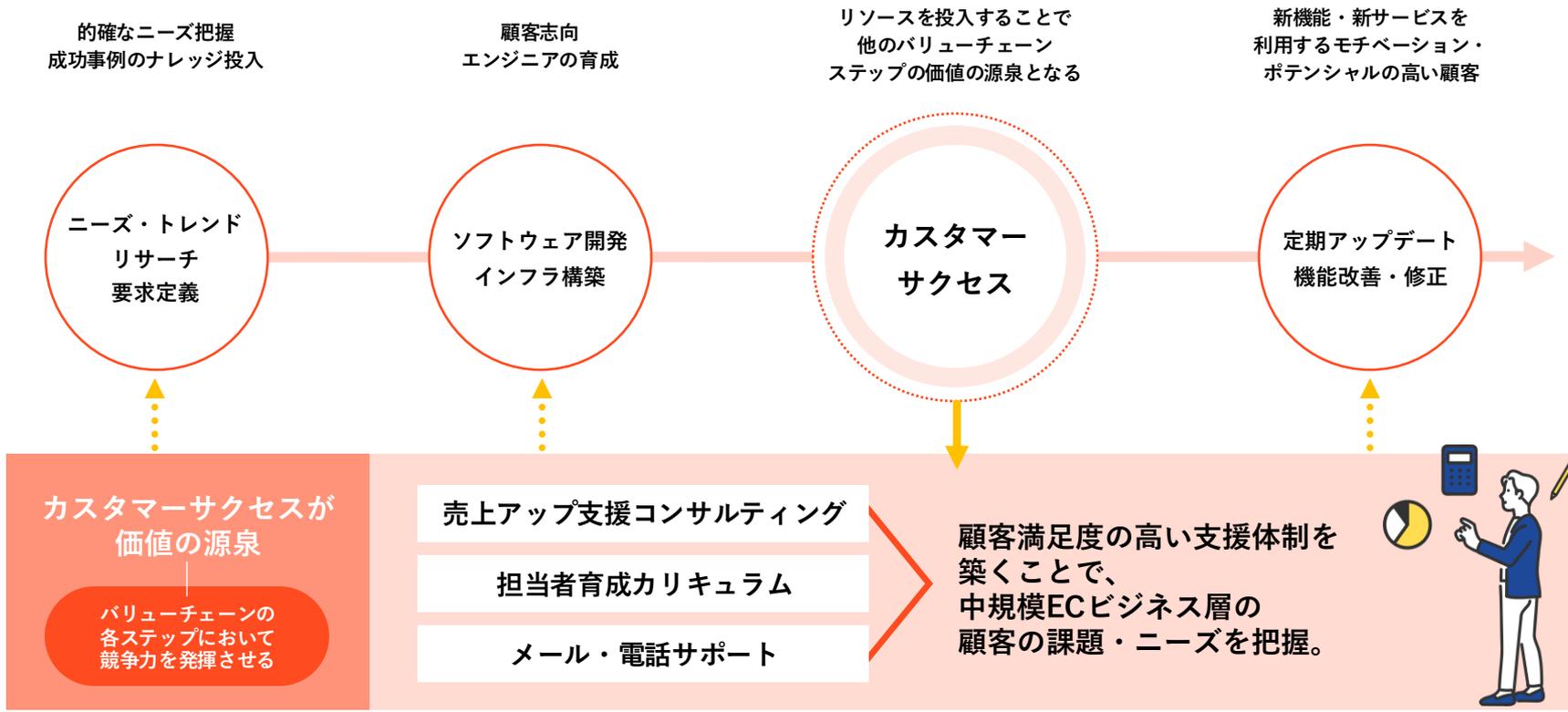
### カスタマーサクセスのノウハウを活かし、支援事業領域を拡大

- EC周辺支援サービスとのアライアンス事業を拡大
- ECコンサルティング事業参入

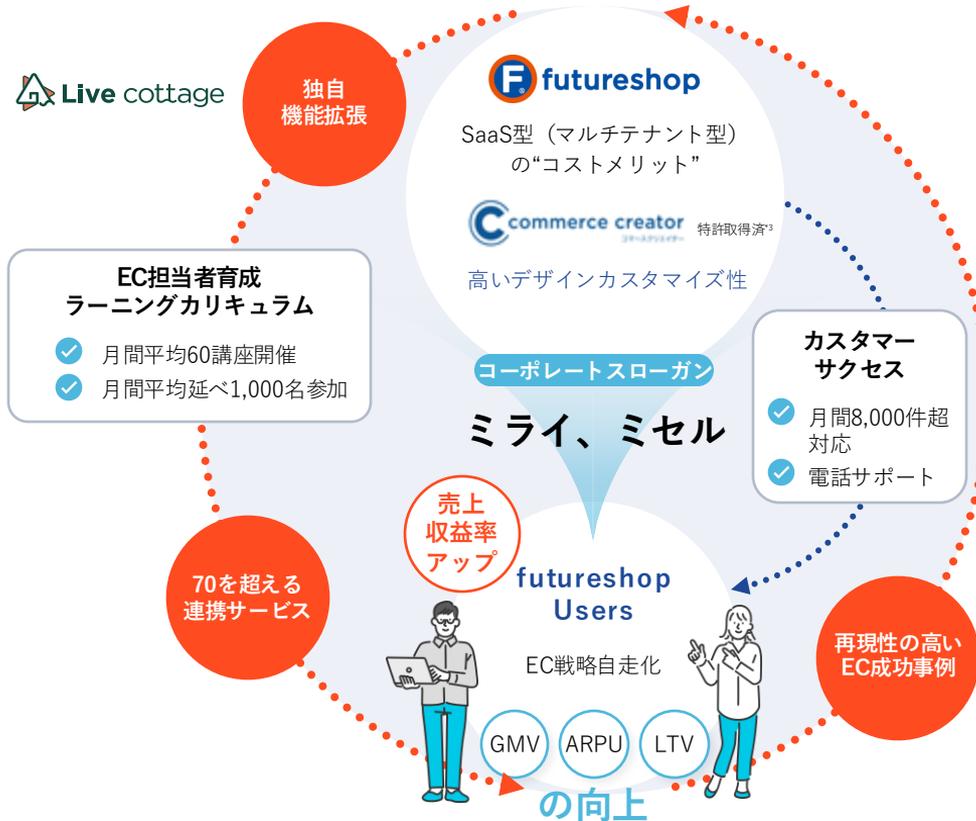
### 新規事業領域

- ファンマーケティングを実現するライブコマース
- プラットフォーム事業の拡大

# futureshopのバリューチェーン



## フューチャーショップの成長サイクル



顧客<sup>※1</sup>のGMVを伸ばし、  
ARPU・契約継続率の向上を  
生み出す循環型ビジネスモデル

マルチテナント型でプラットフォームを  
提供することで高収益性を実現。

特許取得済みEC特化型ローコードCMS<sup>※2</sup>  
**commerce creator** コマースクリエイター <sup>※3</sup>と、圧倒的なカスタマー  
サクセスプロセスが顧客の競争力を育み、再  
現性の高いナレッジを蓄積。

※1 当社グループのサービスを利用する事業者  
※2 ローコードCMS：必要最小限のソースコードを用いた、  
コンテンツ管理システム  
※3 特許登録済 特許第6619478号

## フューチャーショップの競争優位性

### — 顧客に選ばれる理由

- 設計自由度の高さ

- ローコードCMS「commerce creator」

- ECサイトの導線設計の柔軟さ、およびブランドの世界観を表すデザインを実現。

- ROIの高さ（コストメリット）

- 月額固定料金モデル

- コストメリットのある月額固定料金モデルであり、ROIが高い。

- 拡張性と安定性

- 70を超える外部支援サービスとの連携

- システム連携確認が取れた多数の外部サービスを安心して利用できる。

- サポート力

- ナレッジが蓄積されたカスタマーサポートとラーニングカリキュラム

- 変化スピードの早いマーケティングとテクノロジートレンドを常に収集・習得が可能となり、常に最先端を取り入れることができる。

- EC自走力の強化

- 習得の容易さと依存リスクの低減

- プログラミング・システム開発の知識は必要なく、オペレーションの習得によってカスタマイズアイデアを発揮できる。開発会社や人材依存リスクを低減できるとともに、社内人材を育成し、EC戦略の自走化が可能。

### — ビジネスモデルの競争優位性

- ROIの高いサービスモデル

- マルチテナント型/SaaSモデル

- 開発投資を効率的に回収することが可能。（2023年3月期粗利率：58.5%）

- 再現性と伴走力

- カスタマイズ性とメンテナンス性の高さ

- EC事業者の中規模層をコア顧客層とし、「ノーコードで簡単に」ではなく「ローコードで容易に習得可能」なプロダクトを提供。プログラミングを使わないため、自由に個性を発揮したECサイトでも、カスタマーサポートでの解析が可能。

- 拡張性と安定性

- 70を超える外部支援サービスとの連携

- システム連携確認が取れた多数の外部サービスを安心して利用できる。

- 市場への影響力

- 成功事例の創出

- EC事業者の中規模層の企業アイデアを実現できるプロダクトのため、成功事例を多く創出。（顧客の16%が自社EC年商1億超）よって、顧客にメリットをもたらす効果的なアライアンス契約を締結し、市場に一定の影響力を保つことができる。

- 成長とともに高くなる顧客のROI

- 月額固定料金体系

- 従量制課金モデルではなく、月額固定料金モデルであるため、顧客が成長し大きな収益を上げるようになればよりROIが高くなり、解約リスクは低い。

## futureshopの顧客サポートの強み

### 顧客との深い関係構築

---

futureshopの顧客サクセスは、中規模ECビジネス層の課題やニーズをダイレクトに把握。顧客と伴走する支援体制で、顧客ロイヤリティの高さと長期的な収益の安定性を保証。

### 顧客満足度の向上

---

顧客から直接フィードバックを受け取ることで、的確なニーズを把握し、サービス改善や新しい機能の開発を速やかに進める。これにより、futureshopのサービスは常にトレンドにのり、EC市場を牽引。

### 効率的な顧客の獲得

---

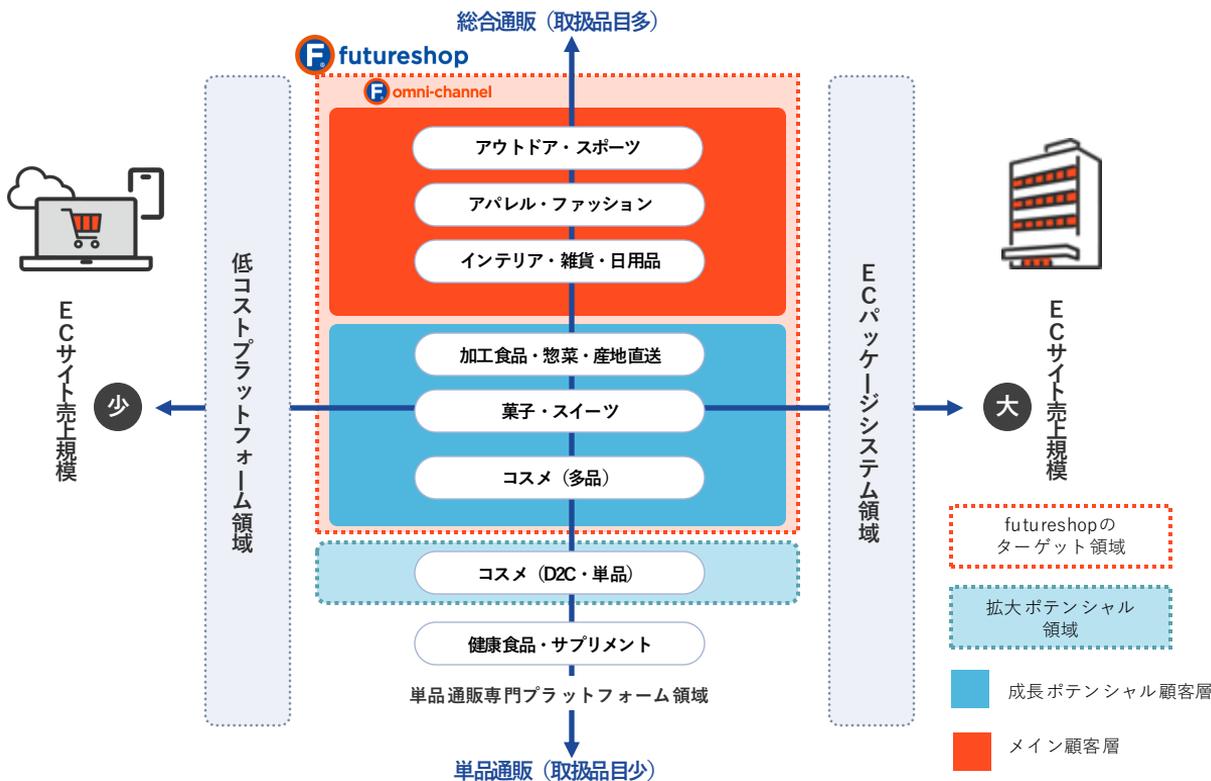
高い顧客満足度と低いチャーンレートの結果、口コミや紹介を主要な顧客獲得手段として活用。高額なマーケティング費用を大幅に削減しながら、新規顧客の確保も可能。

### 未来の成長機会

---

成功した顧客の成長ドライバーをナレッジとして蓄積し、他の顧客へ還元すべく新しいサービスや機能を開発。futureshopの将来的な成長戦略の基盤となる。

## 顧客から堅実な成長と持続的な収益性を享受

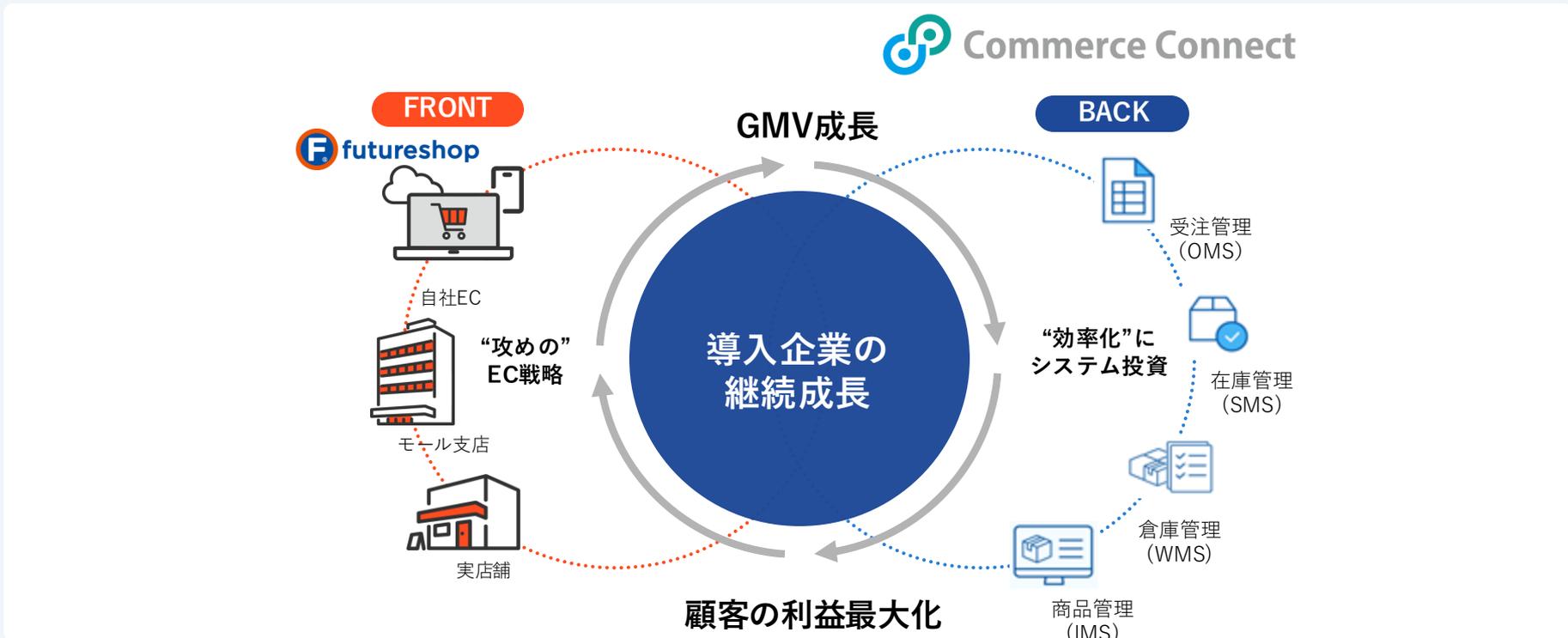


### ECサイトの業種と 売上規模による futuresshopのポジショニング

## Commerce Connect

多店舗管理機能をSaaS型で提供。

カスタマイズ要望が多い機能をモジュール化することで拡張性が高まり、事業成長を促進させる。



## futureshop × commerce connect マルチチャネルデータ活用支援

futureshopとcommerce connectの共創シナジーで、  
進化したマーケティングサポートと戦略コンサルティングへ

futureshop × Commerce Connect

### マルチチャネル データ分析

一覧性に優れ、  
一元的な確認・分析が可能な  
ダッシュボード

マーケティングサポート

戦略コンサルティング

- 各モール動向にあわせた  
動的価格設定の最適化
- 高ROIを可能にする効果的なプロモーション
- MD戦略の最適化



## futureshop × commerce connect 共創シナジー

futureshop顧客の自社ECサイトデータだけでなく、出店する大手ECモールの売上/顧客データと連携しEC戦略の包括的マーケティング支援&コンサルティング事業への拡大が実現。

futureshopのコア顧客層※の  
大手モールへの出店率は91.2%



受注管理・在庫管理・倉庫管理  
( OMS ・ SMS ・ WMS )



将来的なビジネス展開

チャンネル横断  
MD分析

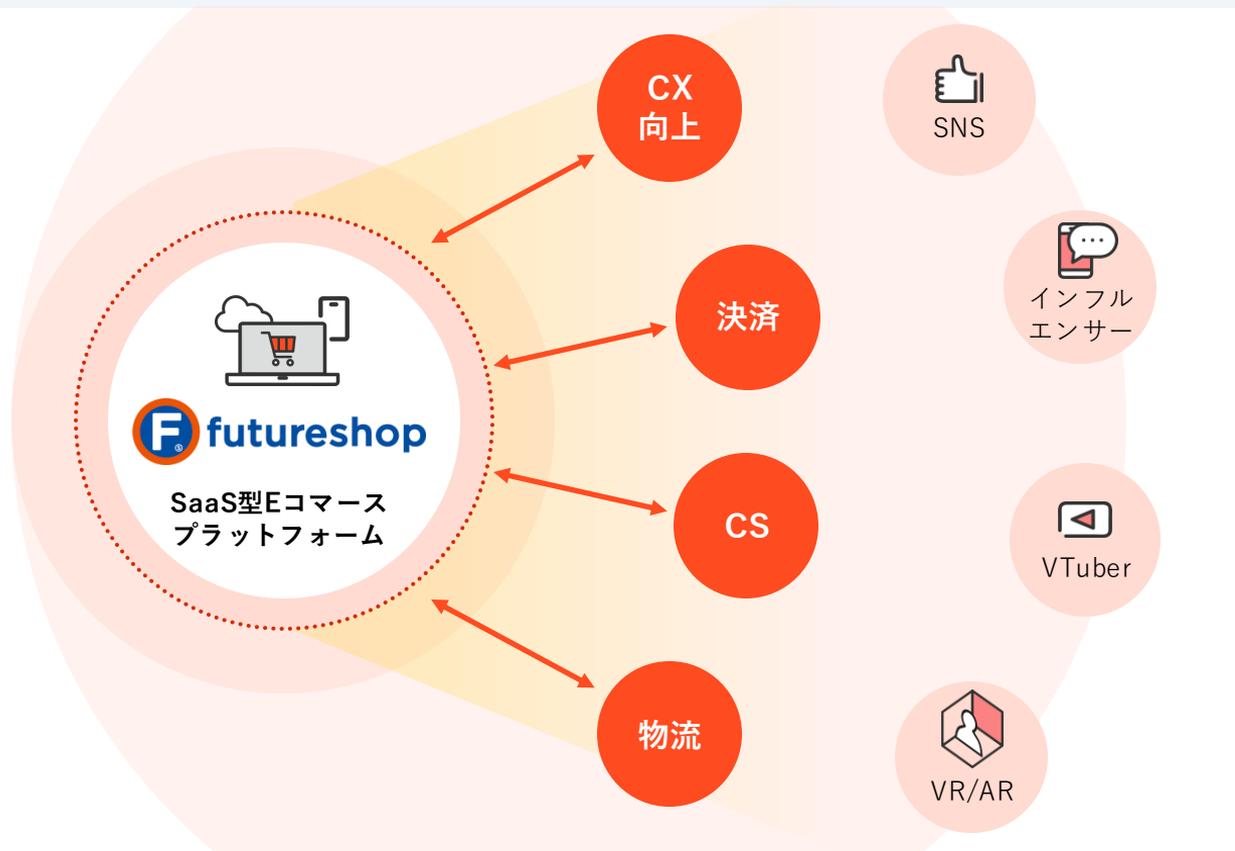
チャンネル横断  
顧客行動分析

チャンネルごとの  
最適価格分析

マルチチャネル  
マーケティング支援&コンサルティング事業

※ 中規模層以上のEC事業者

## futureshopのライアンス：プラットフォーム連携



### 幅広いプラットフォームと連携することで、顧客の多様なニーズに対応

自社サービスを構築するよりも開発費用や時間を抑える連携によって、さらに多くの価値を創造し潜在的なニーズに応える。

## futureshopのアライアンス事業の強み

高成長の新たな収益源:

futureshopのアライアンス事業は、2020年度～2022年度で3.5倍の成長を遂げている。  
新しい収益の柱としてのポテンシャルがあり今後も持続的に成長。

多岐にわたる連携サービス

CRM<sup>※1</sup>やMA<sup>※2</sup>、物流サービス、OMS<sup>※3</sup>、アパレルEC向けサービスなど、幅広い連携サービスを展開。  
顧客の多様なニーズに対応し、一層の付加価値を提供。

強固な顧客関係の活用

futureshopが特に重点を置くカスタマーサクセスの取り組みが、アライアンス事業の成功に大きく寄与する。  
深く強固な顧客関係を活かし、アライアンス先のサービスを効果的に推薦し顧客に新しい価値を提供。

収益の安定性

アライアンス先からのフィーの収入は、futureshopの収益構造を多様に進化させ、より安定させる。  
また、LTV<sup>※4</sup>を高めることで、事業の持続的な成長に寄与。

## 空色が開発するUGC※1ソリューション

futureshop向けのOEM開発を進行し、グループのGMVやARPUを高めるとともに本ソリューションの競争力自体も高め、他社ECプラットフォームへの展開を実施。



# テクノロジーを活用する人の力を最大化させるプラットフォーム

## 次世代の価値創造へ

社会課題・テクノロジー・資本を有機的に結び付ける共創シナジー



## 認識するリスク

	リスク概要	顕在化の可能性	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
国内EC市場の動向	国内経済環境の悪化等に伴い国内EC市場の成長率が鈍化、または停滞した場合に、EC事業者の業況悪化を通じ当社グループの経営成績が悪化する可能性	中	大	新たなプロダクトのリリース、既存機能の強化、D2C化を目指すEC事業者へのバックアップによるEC市場の活性化等の施策を行うことで対応
EC市場特有のマーケットリスク	新たな法規制の導入によるEC事業者の撤退や拡大スピードの鈍化、通信・ロジスティクスコストの増大が、EC事業者やEC利用者にとって影響を及ぼす可能性	中	大	制度改正のモニタリングおよび関連省庁へのパブリックコメント等を通じ必要に応じた対応
インターネットインフラへの依存	システムへの不正手段侵入、想定を上回るアクセスによるシステム障害、自然災害および火災・事故・停電等の予期せぬ事象の発生に起因するサーバーダウンによるサービス停止の場合には、社会的信用やブランドイメージの低下、損害賠償金の支払等により経営成績に影響を及ぼす可能性	中	中	各種セキュリティ対策の強化およびセキュリティ意識向上のためのセミナー開催等に対応
競争	競合他社がサービスを模倣・追従し、差別化が難しくなるような場合には、競争優位性が低下すると共に、経営成績に影響を及ぼす可能性	中	中	健全な競争のもとで、他社よりも優れたサービス・プロダクトを展開していくことで対応
技術革新	技術革新に対応するため様々なバージョンアップや新サービスの開発を進めているが、それらへの対応が遅れた場合は、サービスの陳腐化により経営成績に影響を及ぼす可能性	中	中	取締役会・各社開発メンバーを中心とした情報共有・情報交換や顧客ニーズに即したサービス展開により対応
自然災害等	新型コロナウイルス感染症の流行の長期化は、EC事業者が保有する実店舗での業績悪化による解約、EC事業者の流通額の減少、直接顧客訪問ができないことでの新規営業活動が想定通りに進まなくなるといったリスクを引き起こすと考えられる。これらが顕在化し、既存取引先の減少や新規取引先の獲得ができなくなる場合、業績および今後の事業展開に影響を与える可能性	中	大	実店舗とECサイトの融合推進、在宅勤務体制、エンジニアの多拠点配置等のコロナ禍においても有効・効率的な施策を実施することで対応
中小事業者向けサービスであること	顧客基盤はすそ野が広く規模が小さく信用度が低い顧客も存在するため、新たな法規制や経済環境の激変等によって大量の企業が破綻した場合には事業および業績に影響を及ぼす可能性	低	中	偏りのない多業種からなる顧客ポートフォリオや各種店舗支援、スピード感を活かした経営で対応

4

財務戰略

## 財務戦略骨子

## 企業価値最大化を図る



## 株主還元

配当

配当性向30%※

自己株取得

機動的に実施

内部留保

成長投資を積極的に実施し  
中長期のEPS成長を加速させる  
ことで株主還元を拡大



## 資本構成

事業成長と企業価値向上のための  
最適な資本構成を構築



## 成長投資

コア事業

人材投資を源泉とした  
機能・プロダクト・事業領域の拡張

新規事業

積極的かつ戦略的に実施

※ 親会社株主に帰属する当期純利益に対する配当性向30%

サステナブルな成長の実現

ROE 20%目標

## 2024年3月期実績および2025年3月期業績予想変更方針

2024年3月期は、収益力向上と適切な投資を踏まえたコストコントロールによって中期経営計画策定時よりも増収増益となった。2025年3月期は、利用料金改定等による既存売上や、ライブコマースと広告運用等による新規売上増加、また、人員拡大等の先行投資の実施と並行しつつ業務効率の改善、新規投資先からの持分法利益取り込みにより、中期経営計画策定時よりも増収増益を見込む。

### 2024年3月期実績

---

主にフューチャーショップのARPU向上やマーケティング費用投資削減にともなう利益増加により、ROE、営業利益、当期純利益、EPSについて、当初の中期経営計画策定時点のものより増加した。

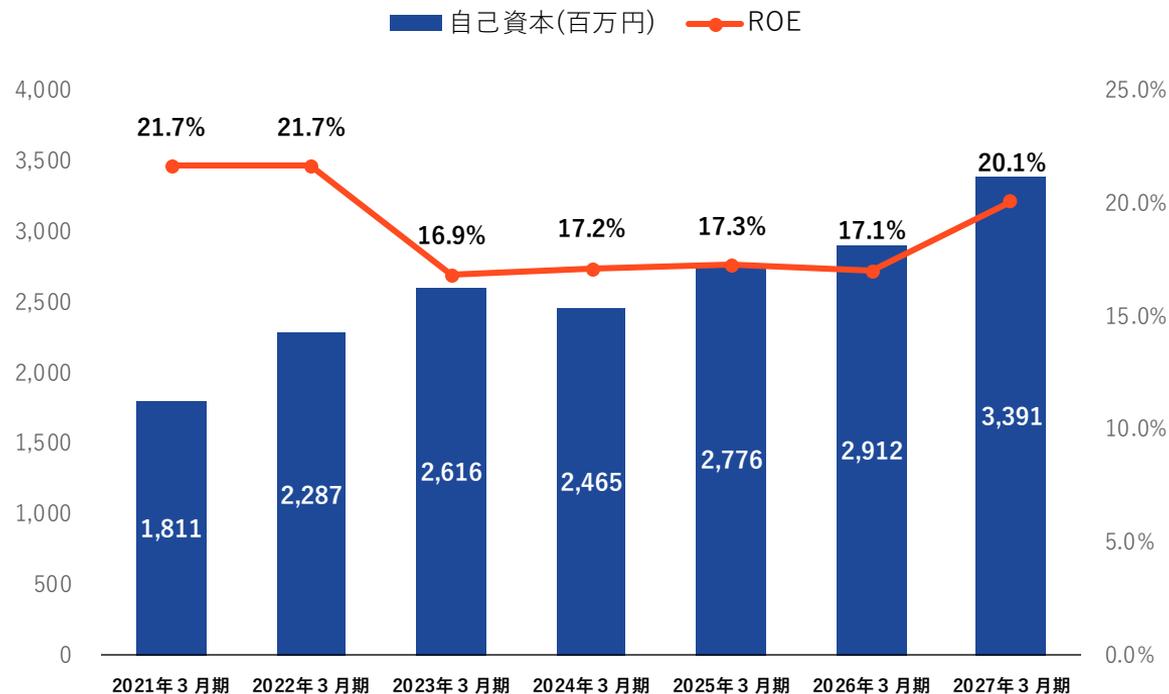
### 2025年3月期

---

主に以下の要因による利益増加にともない、ROE、営業利益、当期純利益、EPSについて、当初の中計策定時点のものよりも増加することを見込む。

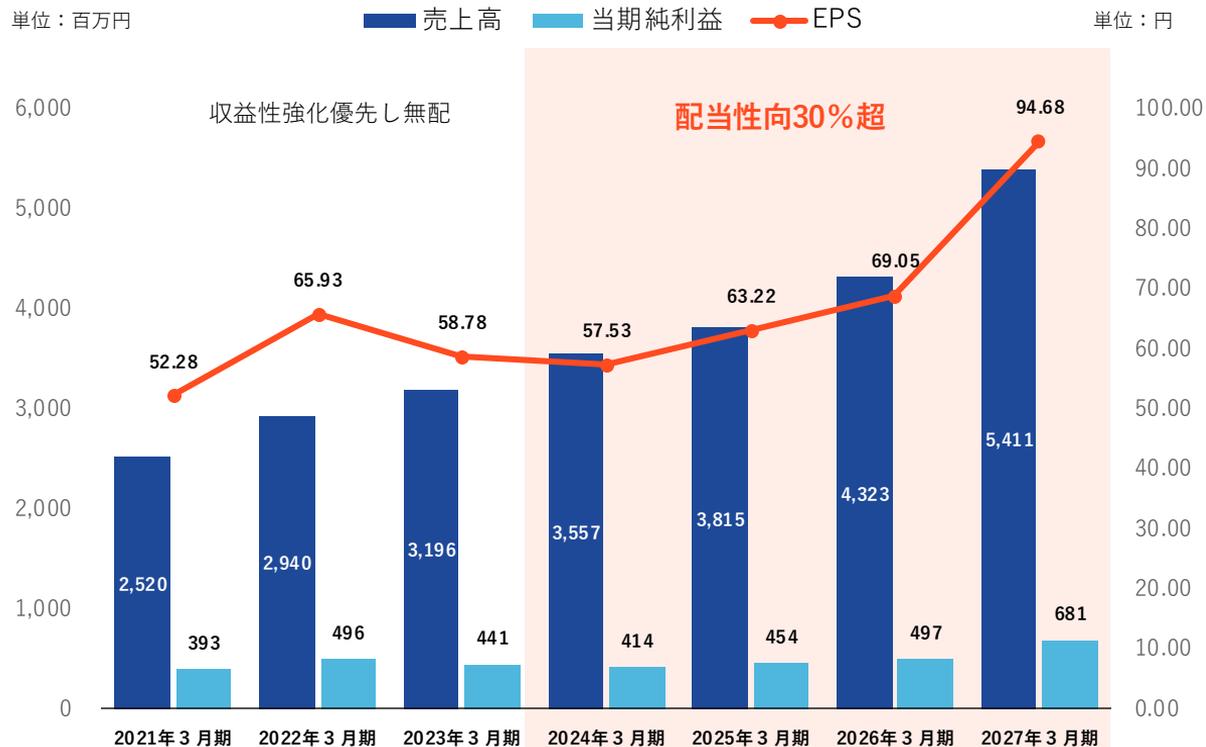
- 新規事業等のマネタイズ開始
- フューチャーショップの利用料金改定
- ソフトルの単価向上と業務効率の改善
- エネサイクルに対する持分法投資利益の計上

## ROE推移



コア事業の収益性を  
向上させながら  
資本効率を重視して投資

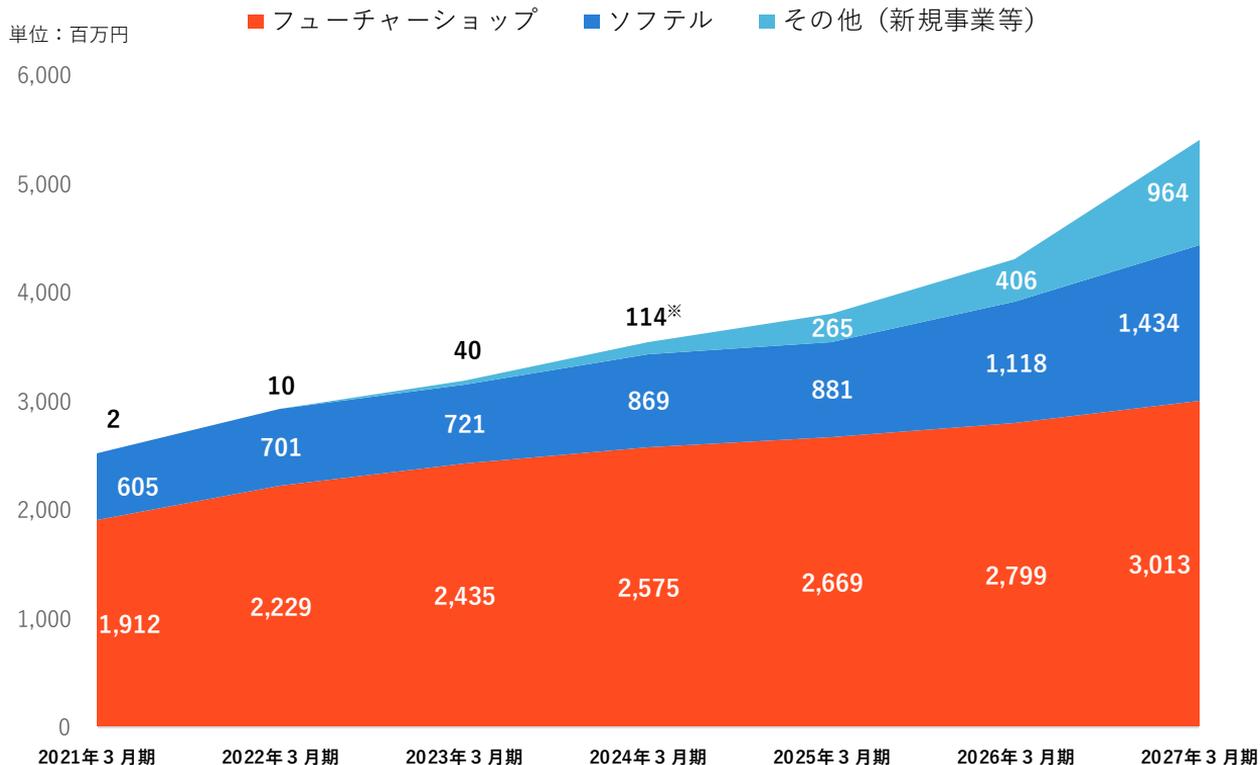
事業成長と資本政策により  
ROEを向上させる



内部留保の確保と株主還元の  
バランスを考慮した上で実施  
安定的に収益を確保できると  
予測し配当性向30%超を目標

計画における配当イメージは左図の通り。

## 売上高推移



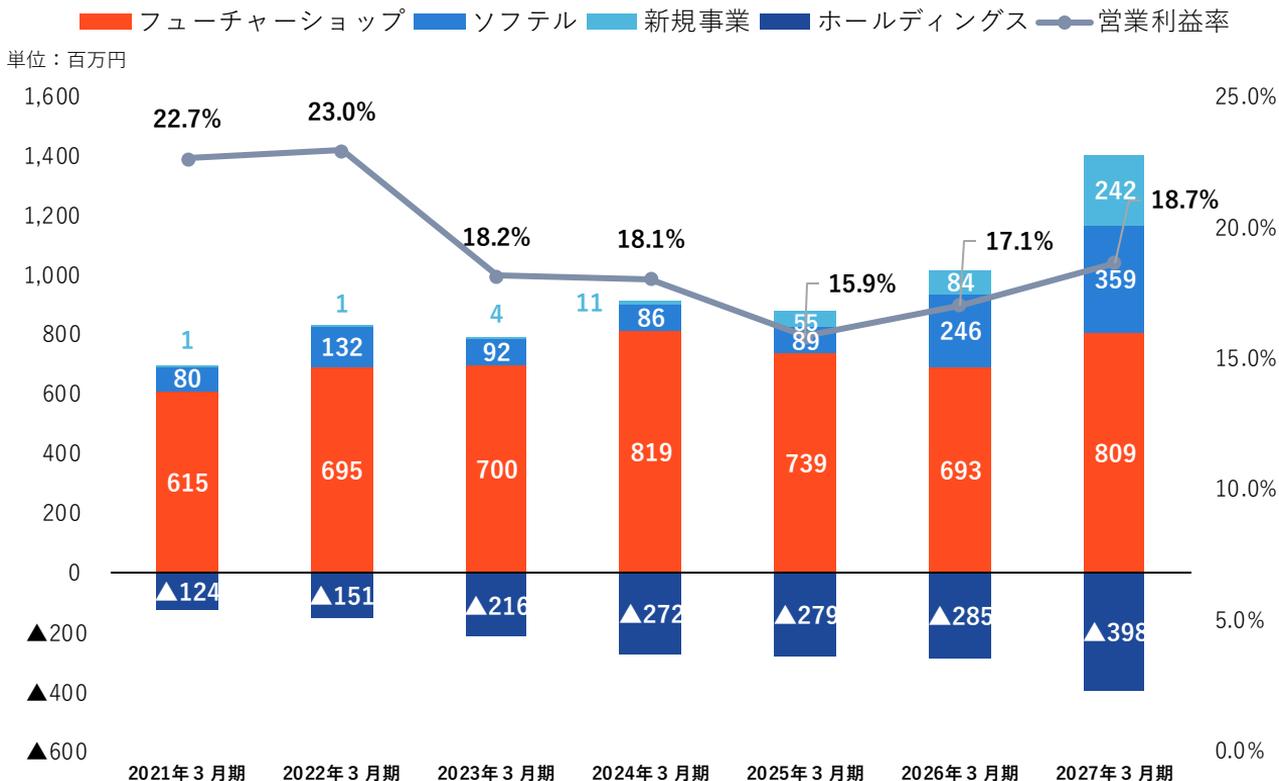
グループ全体では  
売上高成長率は2025年3月期から  
2027年3月期にかけて  
年平均成長率19%程度を計画。

当社の主要なグループ会社の成長率は  
以下のとおり

- ・フューチャーショップ：6.2%
- ・ソフテル：27.6%

※ 主に新規事業のマネタイズが後ろ倒しになっ  
たため、中期経営計画策定のものより約136  
百万円減少。  
(250百万円から114百万円に減少)

## 営業利益推移

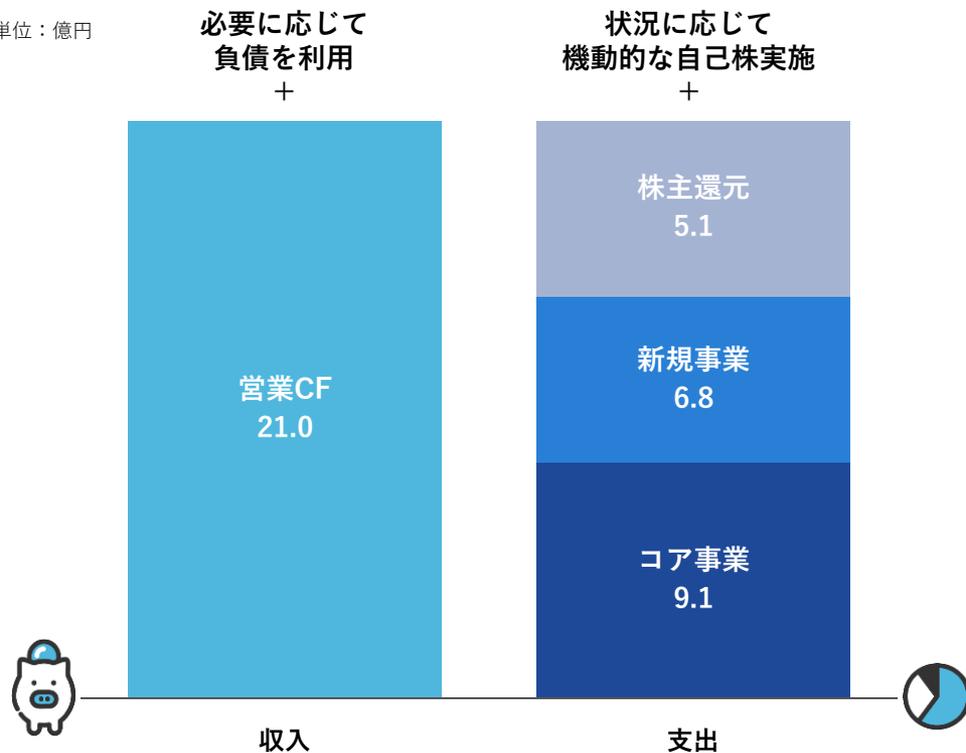


成長戦略の実行をもって、利益目標を達成していく。

2025年3月期以降は、主にフューチャーショップの機能拡張、支援領域拡大、ソフテルとのcommerce connectによる共創シナジーの発揮により増益を見込む。

## キャッシュ・アロケーション 2025 – 2027累計

単位：億円



企業価値向上に向けた戦略的な  
費用投入や投資を実行。

コア事業・新規事業・株主還元の  
バランスを考慮して投資していく。

5

# 人的資本戰略

# 人材戦略策定



6

# ビジネス概要

future shop

株式会社フューチャーショップ

## 経済合理性の高いマルチテナント・ノンカスタマイズのSaaS型ビジネスモデル

全ての顧客でソフトウェアやサーバ環境を共有する**SaaS型モデル**



スタートアップ  
フェーズの顧客  
から年商数十億円の  
顧客まで、全顧客が  
同じ環境・同じソフト  
ウェアで稼働

### SaaS型モデルの3つの優位性



#### 安心の セキュリティ

容易なシステムアップデート  
最新のセキュア環境を提供



#### 迅速な バージョンアップ

顧客個別の開発・運用なし  
効率的な機能開発・バージョン  
アップ



#### 満足度の高い サポートの提供

顧客固有の仕様なし  
満足度の高いサポートを提供

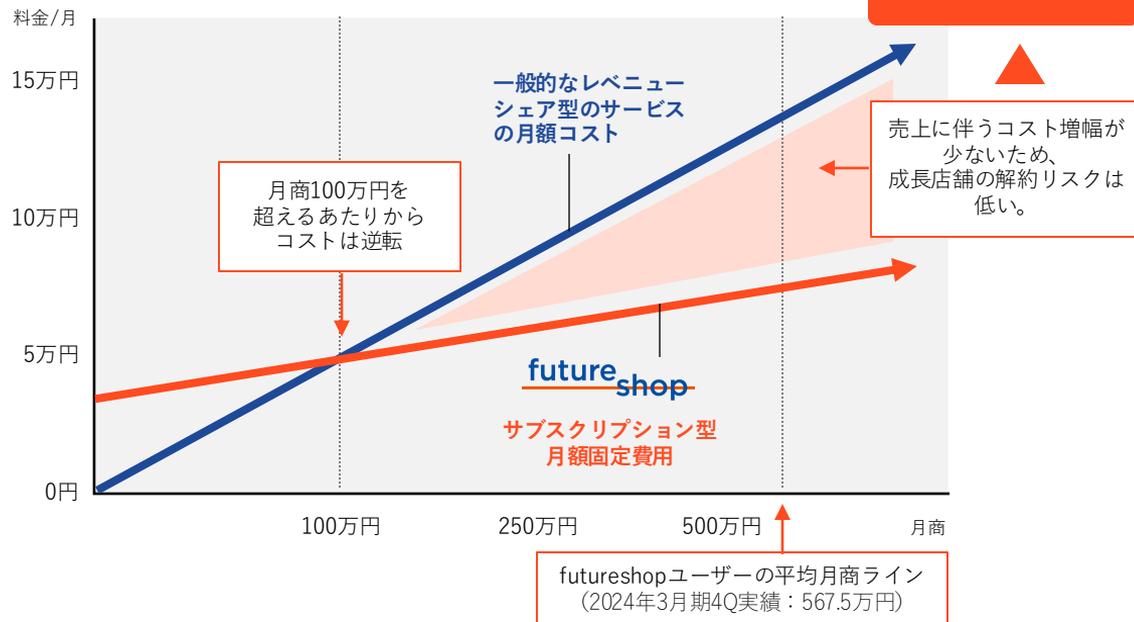
開発リソースが最大限に利益化されエンジニアをプロダクト開発に集中させられるため離職率も低い  
全ての顧客が同じ環境であるため、成功パターンのナレッジを蓄積・共有がしやすく、再現性も高い

# future shop 収益モデル

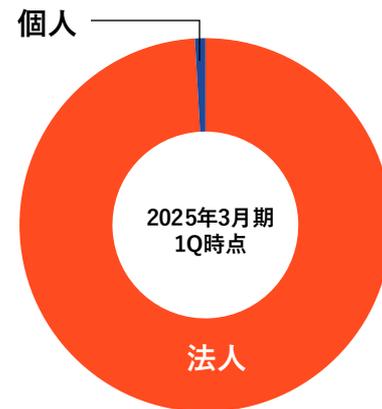
## サブスクリプション型・月額固定料金制を採用

※一定レベル以上のアクセスがある場合においては従量制課金あり

サブスクリプション型とレベニューシェア型のユーザー売上と月額支払料金の比較



## futureshop利用ユーザーの 99.1%が法人



スタート時から平均44,712円/月額\*の固定費用を支払うため、**早期に売上を向上させるモチベーションとポテンシャルを有するユーザーが多い。**よって、カスタマーサクセス活動の効果がやすく、結果としてGMVが向上。

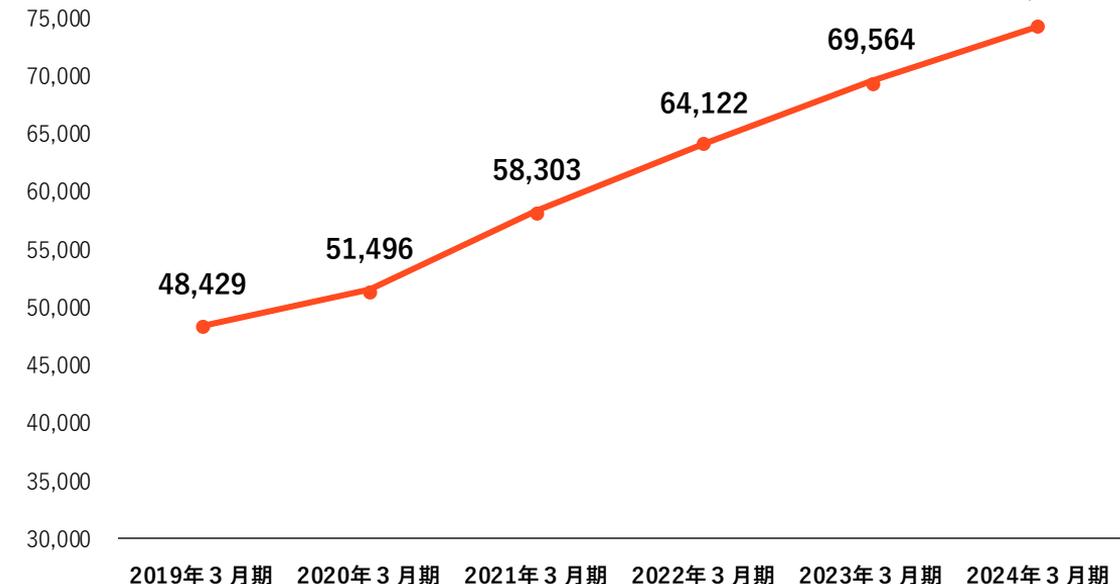
※ 2024年3月期の新規契約月額単価実績値

## ARPU (Average Revenue Per User)

### 1店舗あたり月間売上金額推移

ARPU (Average Revenue Per User)

単位：円



Eコマース市場拡大に伴い、  
EC事業の成長に必要な機能は拡大。

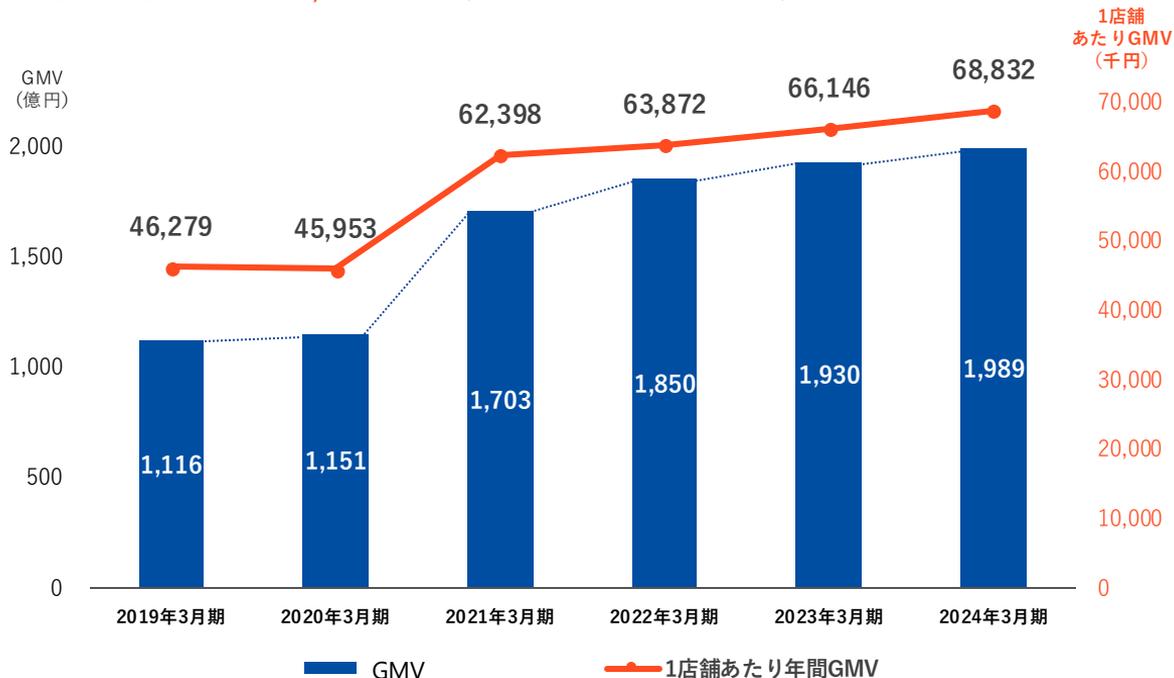
上記による、  
オプション機能・アライアンス連携  
サービスの利用拡大で、  
ARPUは着実に向上。

## GMV推移

### 2024年3月期累計

GMV **1,988.9億円**（前年度同期比 **3.1%増**）

1店舗あたりGMV **68,832千円**（前年度同期比 **4.1%増**）

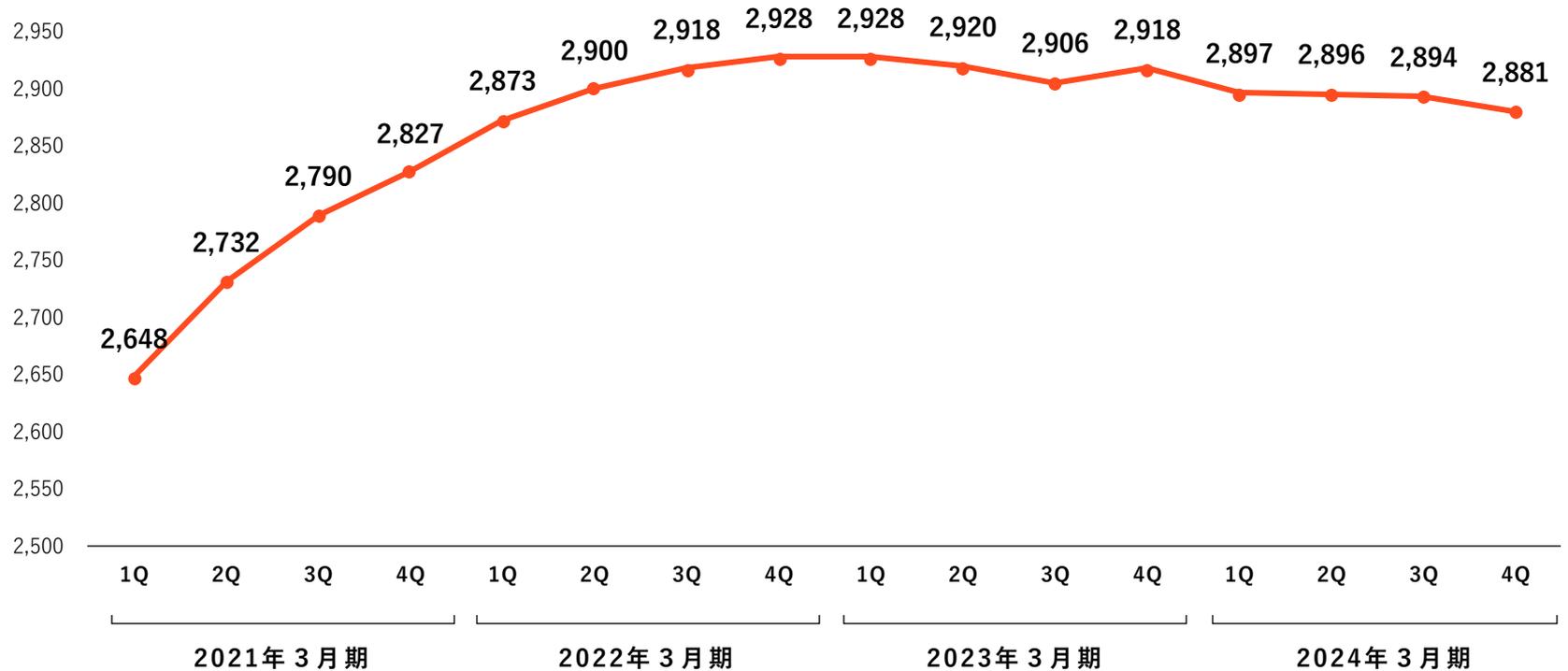


**GMVは年間累計で  
累計 1,988.9億円  
前年度同期比 + 3.1%**

消費のリアル回帰の影響は大きく、EC消費は低迷しており、GMVの伸長率は低く推移。1店舗あたりのGMVは前年比で4.1%増加し、顧客の堅実な成長を実現。futureshopを利用するターゲットが、より中堅以上のEC事業者に絞り込まれている状況となっている。

## 契約店舗数

契約店舗数



## futureshop 2025年3月期第1四半期以降の方針と取り組み 進捗

### プロダクト開発方針

- **マーケティング機能強化** 広告・販売促進・レコメンド機能の向上

Google拡張コンバージョンAPI対応

Google広告へ”安全に正確に”コンバージョンデータを連携。

Google仕様変更および開発方針変更により、  
2023/12/1にコンバージョンタグにて対応完了。

- **OMO・オムニチャネル機能強化** 実店舗とECの融合

OMO・オムニチャネル戦略を支援するサービスラインナップの強化

ECサイトとシームレスにつながるアプリオプション

「future M-App」をリリース。

- **ライブコマース機能強化** 配信アプリ機能の向上

スマートフォンのみでライブ配信ができる機能を追加。

20240703にリリース済。

配信者はLive cottageの配信アプリのみでスマートフォン一台で配信が可能。

- **定期/頒布会販売機能改善**

定期購入を利用する顧客（消費者）の利便性向上

お届け日変更・解約の利便性向上。

会員マイページからの定期購入・頒布会解約申請機能追加。  
会員マイページからの定期購入・頒布会次回お届け日変更機能追加。

- **送料計算/配送日表示系機能強化**

温度帯別送料計算・配送予定日表示の強化

主に食品・スイーツジャンルのECサイトに対応できる機能の強化。

三温度帯送料計算機能追加

（冷凍・冷蔵商品と通常商品の同時購入時の送料計算機能の強化）

リードタイム設定機能追加

（商品ページ・カートページに配送先に基づいた最短お届け日を表示）

その他、送料計算機能・配送設定機能を一新。

- **外部システム連携強化** API連携強化・SSOの開発

ECバックエンド機能サービスを強化

ソフテルのECバックエンドシステムの開発が、大手モール大幅仕様変更への対応で遅延したため、予定していたシステム連携強化の進捗はない。

※ ソフテルの大手モール大幅仕様変更への対応は今年4月に完了し、開発を再開している。

また、ソフテルとfutureshopのビジネス目標の一致が必要であるという認識のもと、現在、グループ全体としての戦略再構築に向けた協議を進行。

シナジーを最大限に活かす新たな計画を策定し、今後の進捗を加速させる方針。



## future shop 2025年3月期第1四半期以降の方針と取り組み 進捗

### カスタマーサクセス方針

- GMV・LTV向上 店舗支援サービスの拡充

集客・広告コンサルティング

成長過程にあるECサイトの支援として、集客・広告手法の自走（インハウス運用）をゴールとしたコンサルティングサービスの拡充。

広告運用コンサルティングを開始済。

広告セミナーからの引き上げが多く、ご好評いただいているため、今後も拡大の方針。

### セールス・マーケティング方針

- 認知度向上 販売促進・広告宣伝の強化

マーケティング強化

積極的なマーケティングへの投資を行い、リード獲得を増やし、新規契約数増を目指す。

広告運用コンサルティングを開始済。

広告セミナーからの引き上げが多く、ご好評いただいているため、今後も拡大の方針。

## future shop 2025年3月期第1四半期以降の方針と取り組み 進捗

### ライブコマースツールの単独販売を開始。

2023年7月上旬よりアカウント発行開始。futureshopユーザーに限らず、すべてのEC事業者へ提供を開始し、中小EC事業者にとっての使いやすさを追求。スマホ1台で配信可能な配信アプリ・導入しやすい価格設定。

### 60分/100名参加のライブ配信を月2回配信した場合の他社料金比較

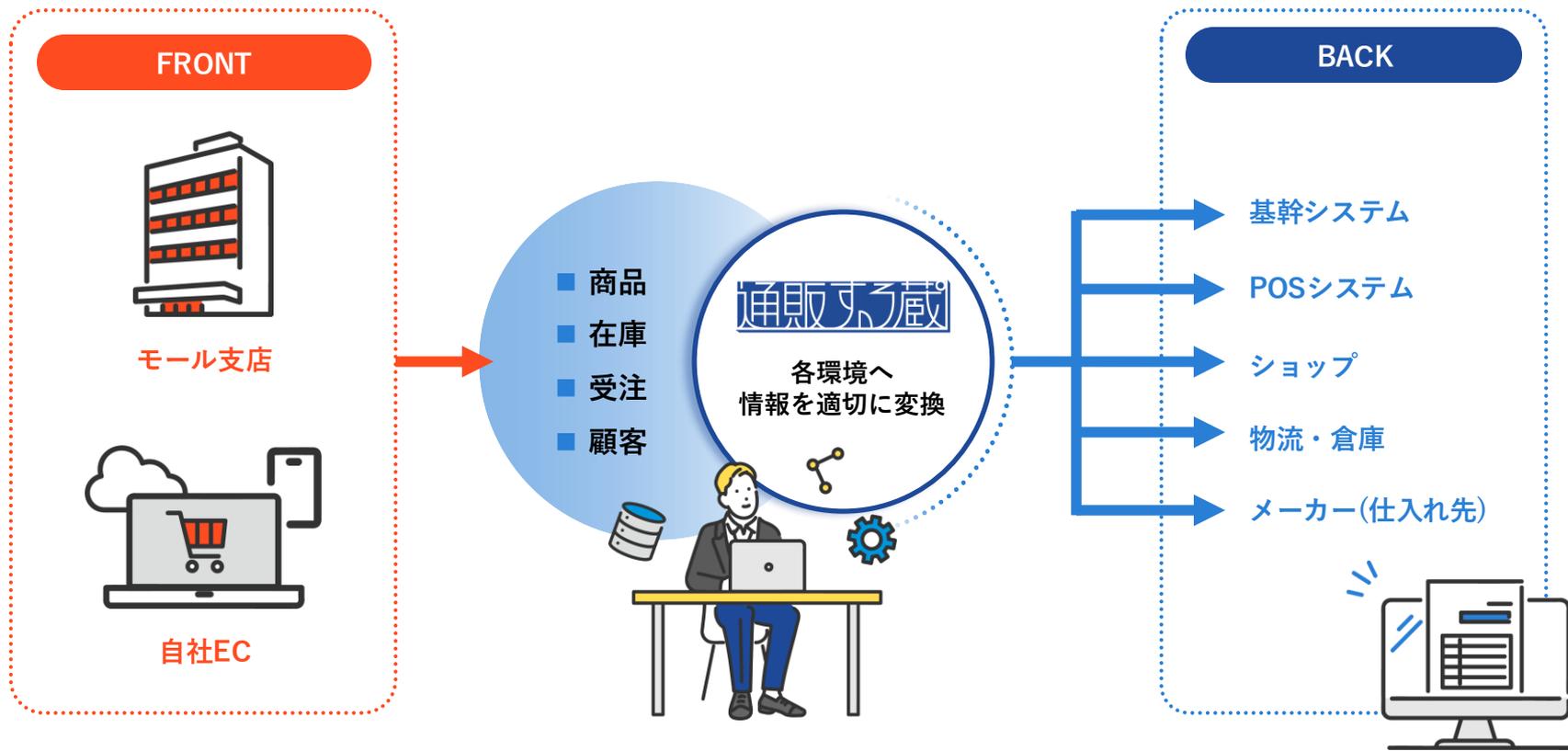
サービス	月額費用	従量課金	備考
A社	100,000円	約100,000円	ストリーミング費用が従量課金で発生。
B社	30,000円	約20,000円	ストリーミング費用が従量課金で発生。
C社	10,000円	売上手数料 10%	受注データおよび顧客データが自社EC以外のデータベースに格納されるため、自社EC運用とは別途対応の必要がある。
<b>Live cottage</b>	<b>34,000円</b>	<b>0円</b>	月額料金以外の発生はなし。 ※ 料金表の無料枠を越えたストリーミングが発生した場合は従量制課金が発生。



**SOFTTEL**

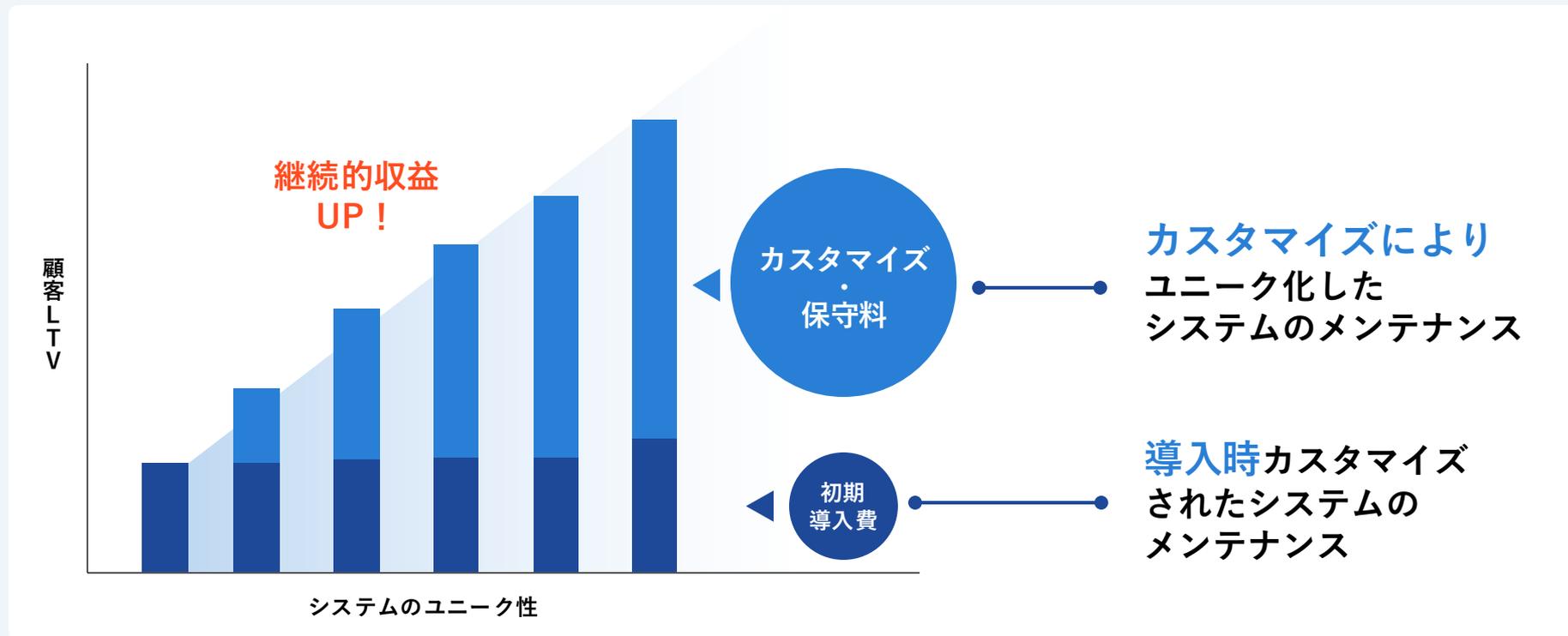
株式会社ソフテル

# 事業内容



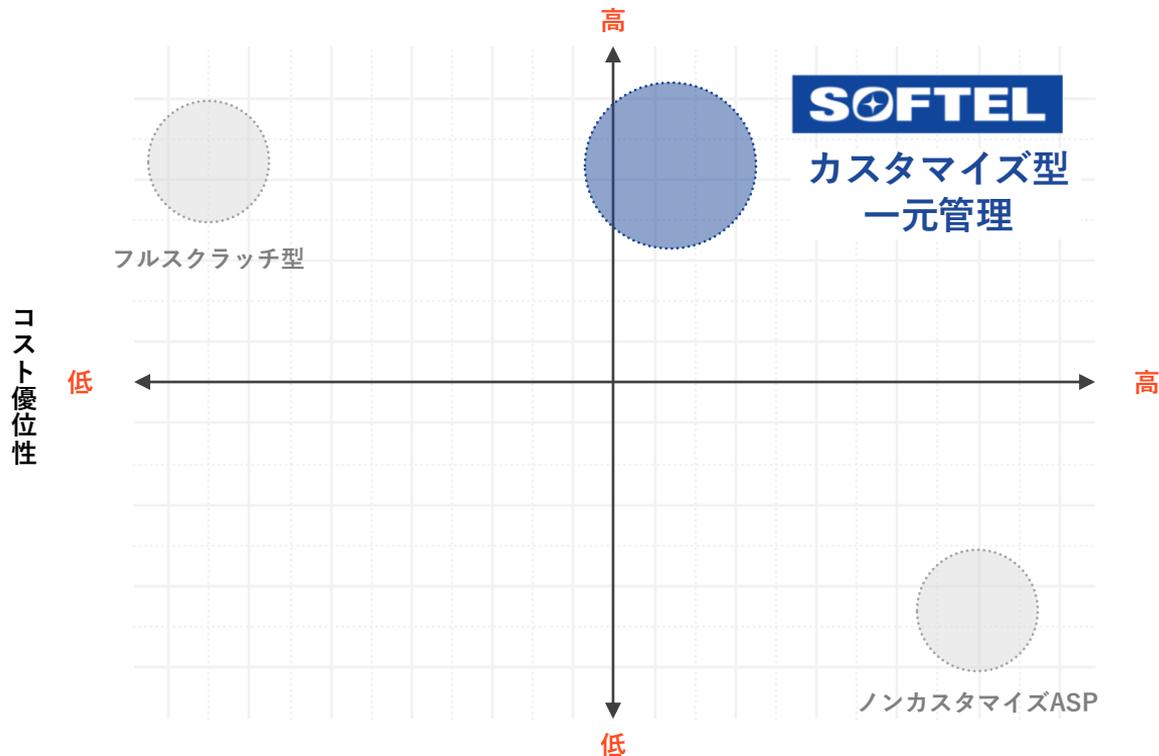
## 収益モデル

平均年3.7回の追加カスタマイズ開発、それに伴う保守料の増加により、継続的な収益の向上と顧客LTV向上が見込まれる。



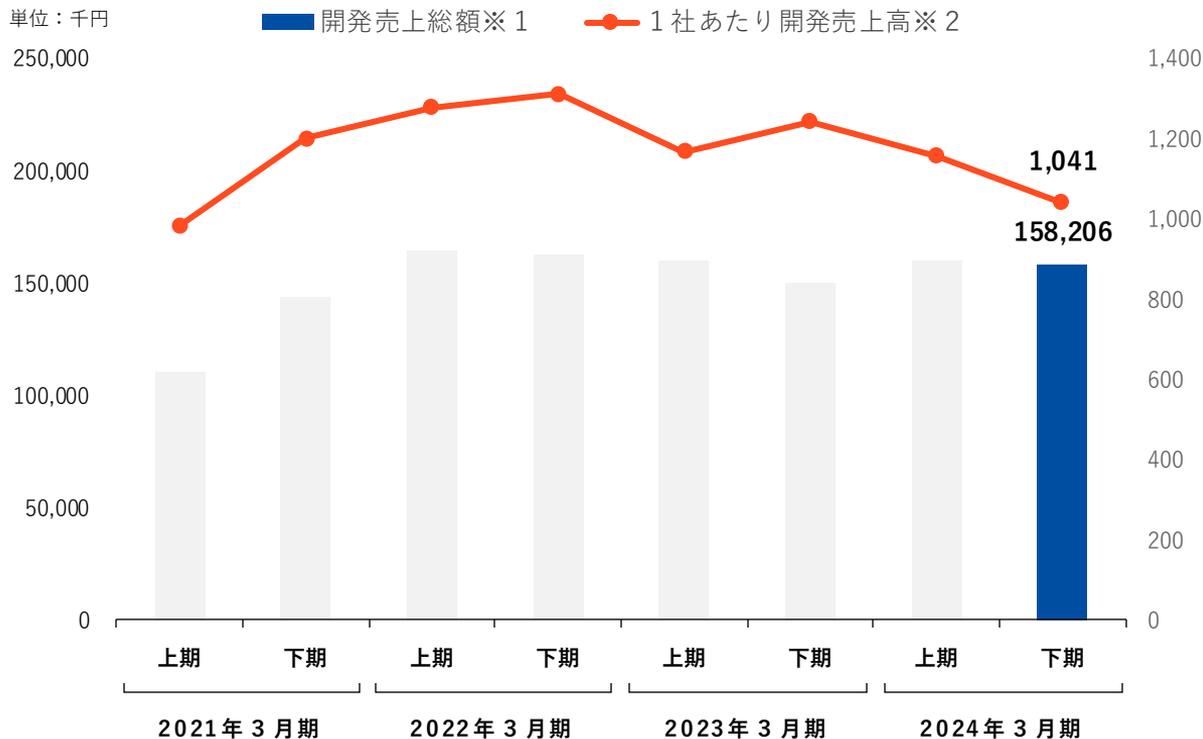
## ポジショニング

拡張性・カスタマイズ性



高いカスタマイズ性と豊富な実績で、**肥大化する業務の効率化**を実現。基幹システム、POSシステムとの接続にも対応し、**国内大手・中堅企業を中心に収益性向上を促進**。ベースである通販する蔵のアップデート、クライアントの継続的利用に伴う多様で高度な要望にできてきた今までのノウハウの蓄積により、**高い拡張性とカスタマイズ性**がありながら、**高コスト**としない**ポジショニング**を確立。

## 開発売上総額※1・1社あたり開発売上高※2



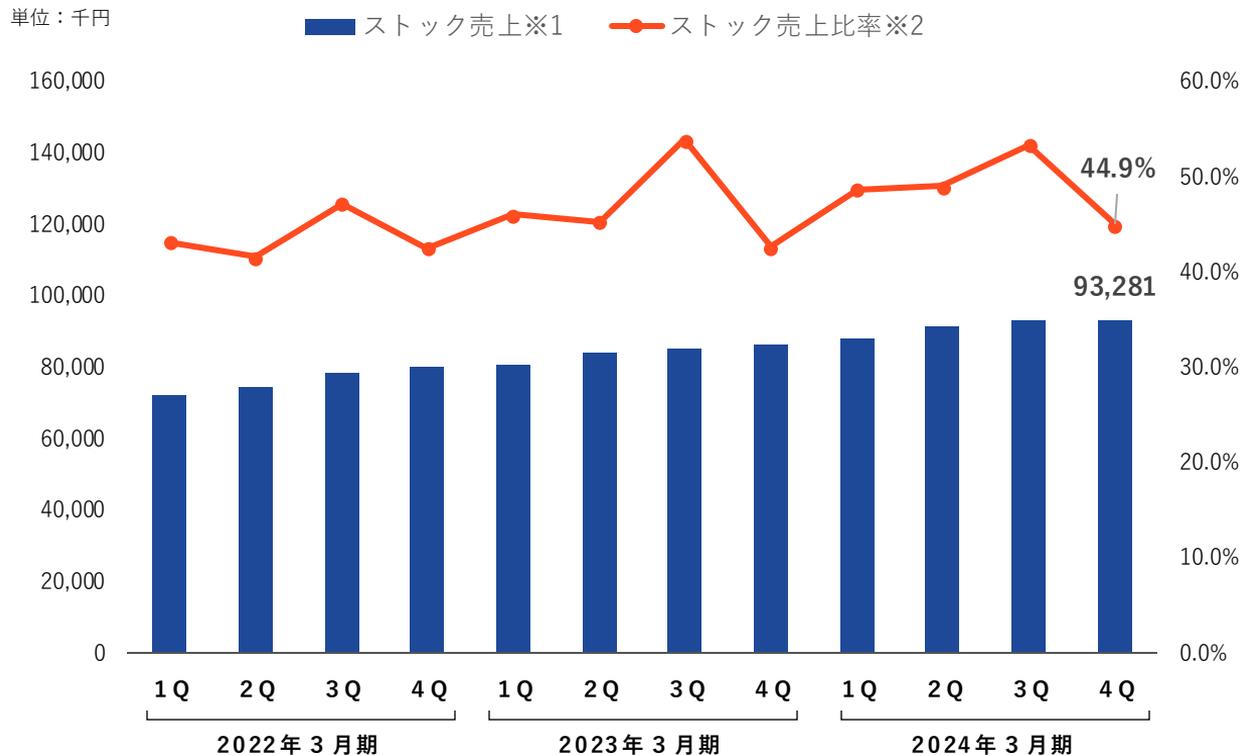
大手モールによる大幅な仕様変更プロジェクト対応を優先し、1社あたり開発売上高は低調に推移。来期は「Commerce Connect」の開発を優先させつつも、既存顧客への追加カスタマイズの積み上げなどで効率的に改善させていく。

2022年3月期第1四半期から工事進行基準を適用し、少額または短期の開発案件を除いて進行中の案件についても各四半期で売上が計上されるようになった。納品自体は9月、3月に偏る傾向があるため、上期・下期単位で表記している。

※1 「通販する蔵」の初期導入売上高およびカスタマイズ売上高

※2 開発売上総額を期間内で初期導入・カスタマイズを実施した会社単位で割ったもの

## ストック売上※1



大口顧客の増加・案件の高度化に伴い順調に増収。  
概ね安定的に40%以上の水準を確保し、安定的な経営基盤を構築。

2Qと4Qは、季節要因による納品が増えた結果カスタマイズ売上が伸びるため、ストック売上比率は低くなる傾向にある。

※1 通販する歳の月額保守売上  
※2 スtock売上を各四半期の売上高で割ったもの

## SOFTEL 2025年3月期第1四半期以降の方針と取り組み 進捗

### プロダクト開発

- **次世代 通販する蔵「Commerce Connect」**

大手モールの大幅な仕様変更対応は落ち着いたものの、緊急性の高い新たな方針と機能変更が発表され、確保していたリソースの多くをこの対応に投じざるを得ない状況となった。

既に概ね完成しているプロトタイプは協力いただける顧客へ開示し、UIを中心にレビューを開始。導入および開発効率を大幅に改善する初期製品バージョンについては、スケジュールを立て直し12月末をターゲットとし進行中。

- **futureshop用バックヤードオプション提供**

futureshop顧客が通販する蔵を導入する際のライセンス特別割引は好評継続中。

futureshop管理画面内における通販する蔵プロモーションも実施中。

よりデータ連携を強化したOEM提供モデルの通販する蔵も、futureshopの協力を得ながら開発を着手する。

### 大手モールの仕様変更対応

- **商品登録概念が大幅に変更となる**

顧客のシステム変更対応は収束し運用段階にある。しかしながら、新たな異なる仕様の変更通知があり、顧客によっては必須かつ速やかな対応が必要な事項である為、優先的なリソース投下を余儀なくされている。

### 営業・開発体制の強化

- **関東営業・開発拠点の強化**

SAMURAI TECHNOLOGYとのシステム開発体制は、実際のプロジェクトを経験する中、安定してきている。

顧客要件を整理し定義する営業職の採用も進み、本社リソースを頼らず案件対応が可能な体制を構築中。

- **製品紹介動画やカスタマイズ事例集の活用**

Web公開や販促チャリシ化することでカスタマイズ事例の営業ツール化が順調に進み、活用中。

通販する蔵の強みや、好評で注目度の高いカスタマイズ事例を盛り込んだ動画を制作しており、今期第2四半期までには公開予定。

- **「通販する蔵」セミナー実施によるブランディングおよび課題解決の加速**

かねてから実施している既存顧客との定期勉強会に加え、物流系ベンダーやグループ会社である空色との共催セミナーを実施。

課題解決イメージをより具体的に提示することで顧客満足度向上を図る。

7

2024年3月期  
財務サマリー

## 2024年3月期 サマリー

連結売上高	連結営業利益	連結営業利益率	親会社株主に帰属する 当期純利益
<b>35.5億円</b>	<b>6.4億円</b>	<b>18.1%</b>	<b>4.1億円</b>
YoY + 3.6億円 (+ 11.3%)	YoY + 0.6億円 (+ 11.0%)	YoY ▲ 0.1%	YoY ▲ 0.2億円 (▲ 6.0%)

## EC市場の状況

国内EC市場の成長は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって急激に伸長。その後、2022年度以降は経済活動が正常化するにつれ緩やかになったが、堅調に推移している。当社グループが属する国内EC市場は2023年から2027年までにかけて年平均10.3%の成長率が見込まれ、持続的成長が予測される。

※参考：総務省「令和5年 情報通信に関する現状報告の概論」

## 決算概要

変化する市場環境に適応し、売上高伸長を目指すために成長投資を積極的に実行。フューチャーショップのサービス利用拡大によるARPU増加、および、SAMURAI TECHNOLOGYと空色のM&A等が前年度比での売上増加に寄与した。利益面においては、将来の収益獲得を目的とした先行投資およびソフテルの受注案件の大型化のためコストが増加した。一方、一部納期ズレはあったもののARPU増加に伴う粗利増、また、一部広告宣伝費の方針変更によって増益。結果として、おおむね昨年度を上回って着地した。

## 2024年3月期第4四半期 ハイライト

### — グループ各社 当期の状況

**future**shop

新型コロナウイルス感染症の蔓延下で行われていた行動制限が緩和され、消費のリアル回帰によりECの成長率は落ち着いてきたものの、各種指標は概ね堅調に推移。

- ECサイトとシームレスにつながるアプリを実現する「future M-App」を提供開始
- futureshopシリーズ バージョンアップによる機能拡張でターゲット領域拡大（事業計画及び成長可能性に関する事項 P14）
  - 食品ECの煩雑な冷蔵・冷凍・常温商品の同梱配送料金を自動計算
  - リードタイムを設定することで、ユーザーの「いつ届くの？」の不安を解消
- 他社サービス連携強化による支援事業領域拡大
  - 「au PAY（ネット支払い）」が利用できるオプションサービスの先行お申し込み受付を開始

**SOFTTEL**

グループ会社化したSAMURAI TECHNOLOGYをいち早くソフテルの戦力とするべく、ソフテルからの技術者派遣やOJT※開発を継続している。通販する蔵の新規導入プロジェクトへ主軸人員としてアサインするケースもあり、早期戦力化に向けて順調に進行。

- 顧客店舗が「楽天市場」「楽天ラクマ」「Yahoo!ショッピング」「Yahoo!オークション」「au PAY マーケット」等の各モールにおいて年間優秀賞を受賞

## 2024年3月期 決算概要

### 連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	増減	前年度同期比
売上高	3,196,433	3,557,276	+ 360,843	+ 11.3%
営業利益	580,350	644,001	+ 63,651	+ 11.0%
経常利益	608,006	702,414	+ 94,408	+ 15.5%
税金等調整前 当期純利益	679,533	696,045	+ 16,512	+ 2.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	441,358	414,864	▲ 26,494	▲ 6.0%

## 2024年3月期 予算進捗

## 連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2024年3月期 実績	2024年3月期 通期 修正後予算 (修正前予算)	予算実績対比
売上高	3,557,276	3,561,559 (3,558,054)	▲ 0.1%
営業利益	644,001	649,569 (488,043)	▲ 0.9%
経常利益	702,414	702,301 (502,820)	+ 0.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	414,864	422,922 (336,709)	▲ 1.9%

## 2024年3月期 フューチャーショップ概要

### 単体 フューチャーショップ



売上高

**25.7億円**

YoY

+ 1.3億円  
(+ 5.7%)

営業利益

**8.1億円**

YoY

+ 1.1億円  
(+ 17.0%)

営業利益率

**31.8%**

YoY

+ 3.1%

GMV

**1,988億円**

YoY

+ 59.2億円  
(+ 3.1%)

3月末契約件数

**2,881件**

FYTD

▲ 37件  
(▲ 1.3%)

ARPU

**74,254円**

YoY

+ 4,690円  
(+ 6.7%)

## 2024年3月期 ソフトル概要

**単体** ソフトル (SAMURAI TECHNOLOGY合算)



売上高※

8.6億円

YoY

+ 0.8百万円  
(+ 0.1%)

営業利益※

0.85億円

YoY

▲ 26.3百万円  
(▲ 23.5%)

営業利益率※

9.9%

YoY

▲ 3.0%

※ 昨年度新規にグループ入りしたSAMURAI TECHNOLOGYは、ソフトルに対するSES売上案件が今後も増大していくことに伴い、1Qから数値を合算し、内部取引を消去したものを開示している。なお、2022年4月～12月については当社監査法人による監査を受けていない。

開発売上総額

3.1億円

YoY

+ 7.9百万円  
(+ 2.6%)1社あたり  
開発売上高

1.6百万円

YoY

▲ 0.1百万円  
(▲ 10.3%)

ストック売上

3.6億円

YoY

+ 29.2百万円  
(+ 8.7%)

ストック売上比率

48.8%

過去8年間  
平均比

+ 5.4%

## 2024年3月期 貸借対照表前期末比

### 単体 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2023年3月期	2024年3月期	増減	
流動資産	1,021,169	529,383	▲ 491,786	
現金および預金	796,794	414,658	▲ 382,136	エネサイクルへの出資 (▲ 250,800千円)
固定資産	809,641	1,223,843	+ 414,202	中間配当金支払 (▲ 193,995千円)
投資有価証券	536,568	725,989	+ 189,421	
関係会社株式	202,368	429,883	+ 227,515	投資先の株価上昇および 円安進行
流動負債	10,764	12,554	+ 1,790	
固定負債	129,971	181,811	+ 51,840	エネサイクルへの出資 (+ 250,800千円)
純資産	1,690,074	1,558,861	▲ 131,213	
株主資本	1,428,623	1,179,680	▲ 248,943	自己株式消却(▲ 248,951千円)
利益剰余金	1,179,680	808,917	▲ 370,763	中間配当金支払(▲ 194,220千円)
自己株式	▲ 139,224	▲ 36	+ 139,188	自己株式取得完了、消却実行

## 2024年3月期 損益計算書前年度同期比

### 単体 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2023年3月期	2024年3月期	増減	
売上高	358,800	310,690	▲ 48,110	● グループ会社からの配当金が減少
販売費及び一般管理費	250,607	271,547	+ 20,940	● 主にM&A関連追加報酬、 上場管理コスト等の支払報酬増加
営業利益	108,192	39,142	▲ 69,050	
営業外収益	26,580	46,725	+ 20,145	● 円安進行による為替差益増加
営業外費用	81	65,836	+ 65,755	● 空色の株式が評価損計上になり HDからの貸付金に対しても 貸倒引当金を計上(+ 65,000千円) ※ 連結損益計算書上は影響なし
経常利益	134,692	20,031	▲ 114,661	
特別利益	71,526	24,146	▲ 47,380	● 売却株数減少にともなう 投資有価証券売却益の減少
特別損失	-	23,285	+ 23,285	
当期純利益	228,836	55,075	▲ 173,761	● 空色株式評価損計上

## 第3四半期・第4四半期比較

### 連結 コマースOneホールディングス

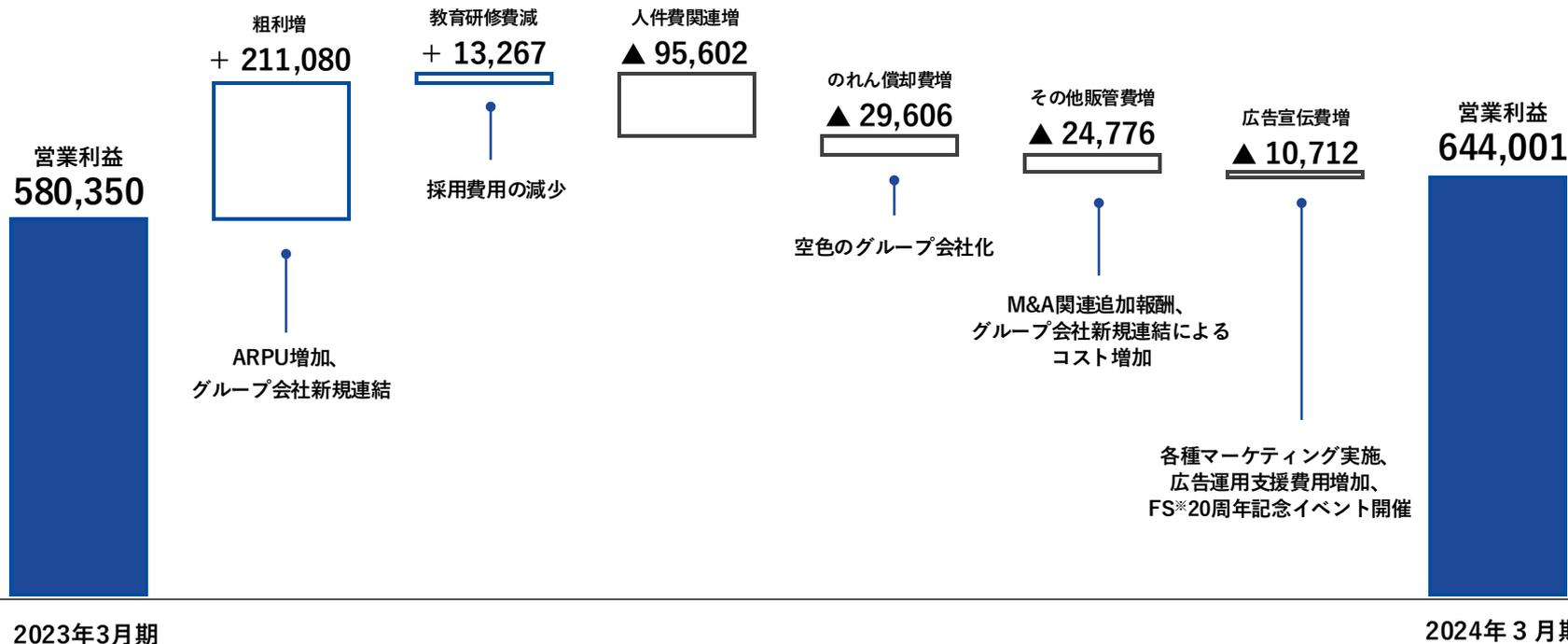
単位：千円

	2024年3月期 3Q	2024年3月期 4Q	増減	
売上高	886,634	928,669	+ 42,035	主にソフテルの完成基準案件の 売上が第4四半期に増える
営業利益	174,810	197,574	+ 22,764	
経常利益	183,682	205,065	+ 21,383	
営業利益率	19.7%	21.3%	+ 1.6%	4Qに空色への貸付金に対する 貸倒引当金繰入、株式の評価損 等の損金不算入項目が発生した ことに伴い課税所得が増加
親会社株主に帰属する 当期純利益	129,703	94,095	▲ 35,608	

## 前年度同期比 営業利益増減分析

### 連結 コマースOneホールディングス

単位：千円



## 営業利益～税金等調整前当期純利益の増減分析

### 連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2023年3月期	2024年3月期	増減
営業利益	580,350	644,001	+ 63,651
営業外収益	27,818	59,566	+ 31,748
営業外費用	162	1,153	+ 991
経常利益	608,006	702,414	+ 94,408
特別利益	71,526	24,146	▲ 47,380
特別損失	-	30,515	+ 30,515
税金等調整前 当期純利益	679,533	696,045	+ 16,512
EBITDA*	699,016	794,441	+ 95,425

円安進行による為替差益増加と  
FS20周年イベント協賛金受領。

売却株数減少にともなう  
投資有価証券売却益の減少

空色の連結子会社化により生じた  
のれんに関して減損損失を計上

## 2024年3月期 貸借対照表前期末比

### 連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2023年3月期	2024年3月期	増減
流動資産	2,306,778	2,305,885	▲ 893
現金及び預金	1,608,724	1,733,879	+ 125,155
預け金	112,220	994	▲ 111,226
固定資産	1,199,215	1,576,802	+ 377,587
投資有価証券	563,479	1,002,854	+ 439,375
のれん	61,031	-	▲ 61,031
流動負債	808,247	915,574	+ 107,327
固定負債	81,345	122,138	+ 40,793
純資産	2,616,399	2,844,974	+ 228,575
株主資本	2,354,948	2,465,794	+ 110,846
自己株式	▲ 139,224	▲ 36	+ 139,188
その他 有価証券評価差額金	261,450	379,180	+ 117,730

● 投資一任契約に基づく自己株式取得が6月に完了し減少

● 投資先の株価上昇および円安進行およびエネサイクルへの出資

● 空色の連結子会社化により生じたのれんに関して減損損失を計上

● 自己株式取得完了、消却実行

● 投資先の株価上昇および円安進行

## 2024年3月期 キャッシュ・フロー前年度同期比

### 連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2023年3月期	2024年3月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	163,971	778,607	+ 614,636
税金等調整前当期純利益	679,533	696,045	+ 16,512
減価償却費	117,756	119,924	+ 2,168
預け金の増減額 (▲は増加)	▲ 111,289	111,226	+ 222,515
その他	▲ 132,708	19,611	+ 152,319
法人税等の支払額	▲ 282,207	▲ 195,533	+ 86,674
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 56,403	▲ 367,764	▲ 311,361
無形固定資産の取得による支出	▲ 101,633	▲ 113,748	▲ 12,115
投資有価証券の取得による支出	▲ 9,996	▲ 278,625	▲ 268,629
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 142,767	▲ 307,406	▲ 164,639
自己株式の取得による支出	▲ 139,154	▲ 109,797	+ 29,357
配当金の支払額	-	▲ 193,995	▲ 193,995
現金及び現金同等物の増減額 (▲は減少)	▲ 34,744	125,154	+ 159,898

投資一任契約に基づく自己株式取得のための預け金が昨年度生じ、当年度に完了

- ・ 利用料割引のためのサーバ代前払の増加
- ・ 昨年度の未収還付法人税等があったため

エネサイクルへの出資  
(▲ 250,800千円)

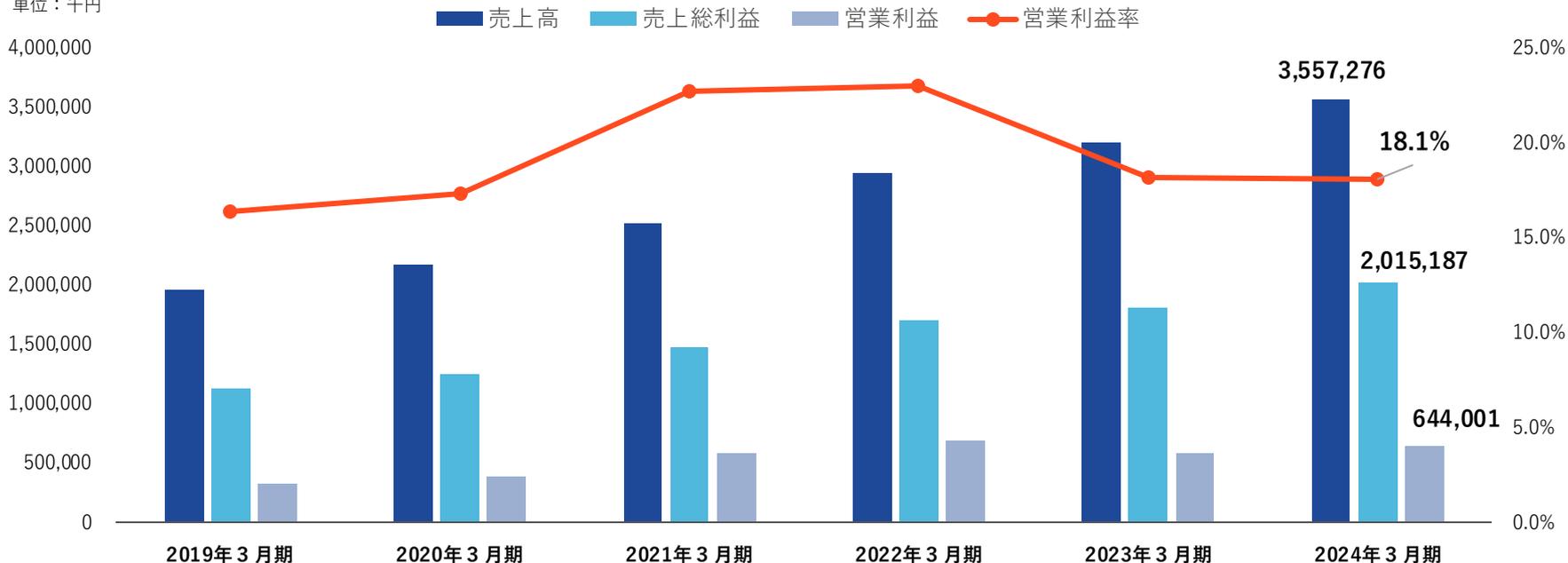
昨年~当年度にかけ自己株式取得実行。

中間配当金の支払い

## 2024年3月期 連結業績推移

2024年3月期は、継続的な売上増加を実現する一方、将来のための人件費関連投資やM&A後のPMI※実行。ソフテルの一部納期ズレはあったものの、フューチャーショップのARPU増加に伴い粗利増。また、広告宣伝費の一部方針変更によって営業利益増加。親会社株主に帰属する当期純利益は、第4四半期に空色への貸付金に対する貸倒引当金繰入、株式の評価損等の損金不算入項目が発生したことに伴い課税所得が増加したため減少。

単位：千円



8

2025年3月期  
通期業績予想

## 2025年3月期 通期業績・配当予想

### 連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2024年3月期 実績	2025年3月期 予算	増減	前年度同期比
売上高	3,557,276	3,815,446	+ 258,170	+ 7.3%
営業利益	644,001	604,956	▲ 39,045	▲ 6.1%
経常利益	702,414	683,343	▲ 19,071	▲ 2.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	414,864	454,730	+ 39,866	+ 9.6%
EBITDA	794,441	740,169	▲ 54,272	▲ 6.8%
配当性向	66.1%	31.6%	▲ 34.4%	-
EPS	57.53	63.22	+ 5.69	+ 9.9%
ROE	15.2%	15.2%	▲ 0.0%	-

## 2025年3月期 通期業績・配当予想

### 売上高

金融事業、生成AI事業等の新規事業のマネタイズ開始。

#### **future**shop

利用料金改定によるランニング売上増加や広告運用売上増加で増収を見込む。

#### **SOFTTEL**

利益率の改善の一方で「Commerce Connect」開発を優先させるため、微増を見込む。

### 営業利益・EBITDA

新規事業等により25,000千円の増益を見込む。

#### **future**shop

主に、デザイン、マーケティング人員獲得のための採用費増加、各種マーケティング追加投資、東京オフィス費用増加、セキュリティ対策費用増加により減益を見込む。

#### **SOFTTEL** SAMURAI TECHNOLOGY

利益率の改善のために、人員には投資しつつ、その他各種コストダウンを図り、増益を見込む。

### 経常利益

左記営業利益の増減要因に加え、以下の要因に伴い減益を見込む。

- 持分法適用関連会社となるエネサイクルに対する持分法に係る投資利益の計上により増加。
- なお、その他保守的に為替差益や想定以上の投資先からの配当金、昨年度一過性の収益については見込まない方針によるもの。

### 親会社株主に帰属する当期純利益

前期は損金不算入項目が多く、課税所得が増加していた。

当期は課税所得の減少に伴い、当期純利益は増加する見込み。

### 配当性向

前期はフューチャーショップ20周年記念に伴う記念配当があったため、配当性向は減少するが、従来より掲げていた30%程度の配当性向を達成する見込み。

### EPS

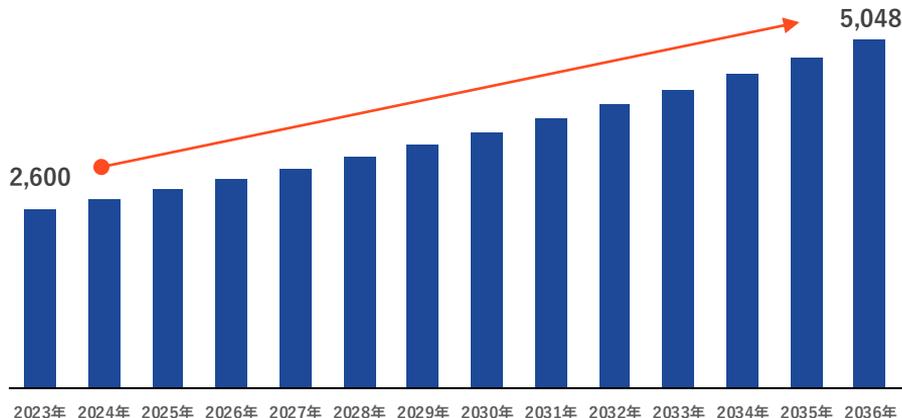
収益力向上、適切な投資を踏まえたコストコントロールに伴い増加を見込む。

## エネサイクル株式会社への出資の背景（脱炭素市場へのアプローチ）

当社グループは社会の健全な発展を支えるビジネスインフラ企業として、グローバルな脱炭素市場(右記)へのタッチポイントを構築するエネサイクル株式会社(以下、エネサイクル)のビジネスへの投資を通じ持続可能な社会の発展に貢献し、長期的な企業価値の向上を目指す。

### 成長市場である脱炭素市場

脱炭素化の市場規模は2023年に約2,600億米ドルと記録され、2036年までに市場の収益は約5,048億米ドルに達する



※出典：2024年02月20日 SDKI Inc 「脱炭素化の市場レポート」



企業が担うべき環境への責任



Enecycle Inc.

TradeSafeとのシナジー

- カーボンクレジット市場向け原料のトレーサビリティ確保
- 安心安全の認証サービスの検討

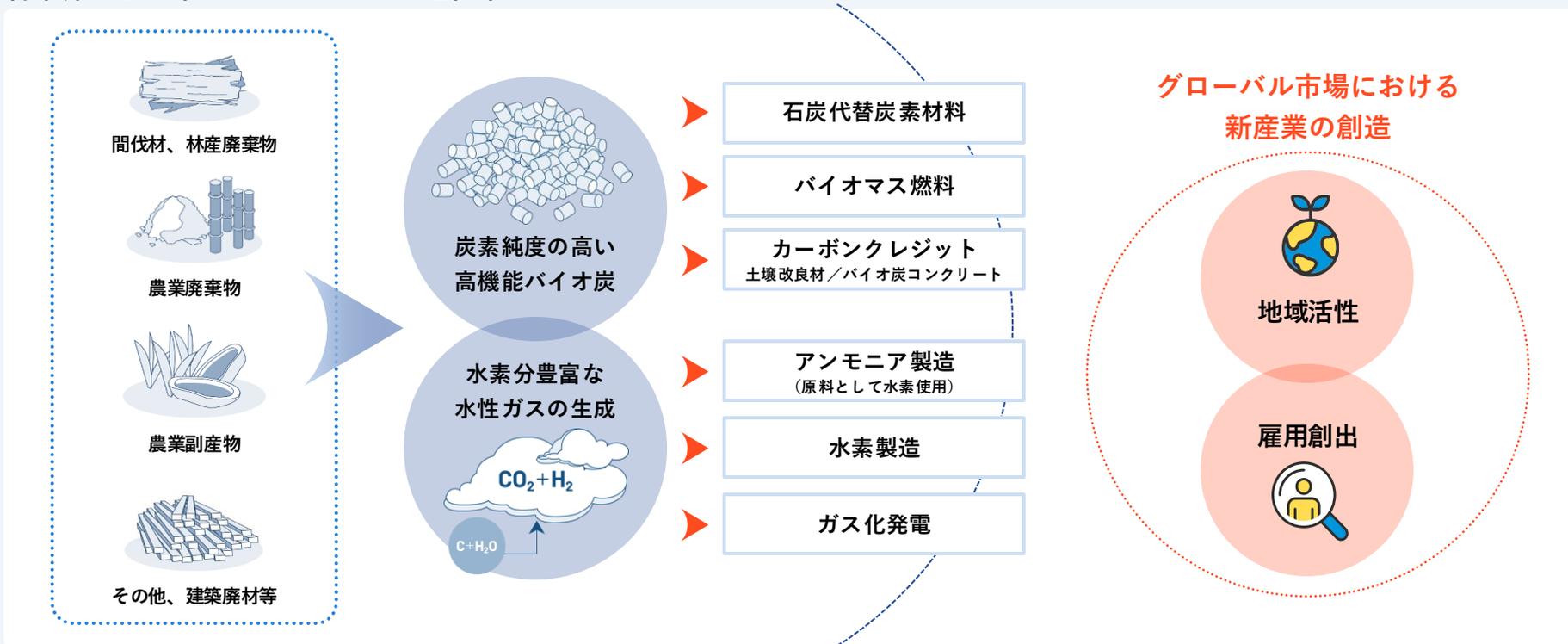


内部からみた企業信頼性

創業当初から代表取締役岡本がファウンダーとして関与、確かな成長性を認識

## エネサイクルの事業

独自の廃棄植物などのバイオマス資源の炭化・ガス化技術で次世代エネルギーへ生成や脱炭素ソリューションを提供。  
環境省の実証事業(バイオマス由来水素製造)でも採択され、新たな水素製法を開発。  
各業界大手企業とのプロジェクト進行中



## 自社開発の炭化・ガス化技術

独自の特許技術により幅広く資源を活用し、  
効率的にバイオチャー・ガスを生成

01

原料の  
制約が少ない  
(含水率50%まで対応)

02

高温処理による  
高炭素分な  
バイオチャー※  
の生成

03

水分最大60%程度の  
水性ガスを生成

04

廃ガス・廃熱利用  
による  
効率的な処理

