



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社コマースOneホールディングス
(東証マザーズ：4496)

2021年12月15日

目次



1. 財務数値	P.3
2. ビジネス概要	P.9
3. 事業環境と機会	P.46
4. 成長戦略	P.50
5. サステナビリティ	P.54

1. 財務数値

2022年3月期第2四半期 連結決算トピックス



- 昨年度に引き続き、連結決算は増収増益。
 - ソフトルの引き合い増加・受注拡大は継続。加えて、大型案件の受注残の増加と一部進行基準の適用に伴う開発工数管理精緻化により営業利益増加。
 - フューチャーショップは流通総額および契約件数が引き続き拡大（前年度同期比：流通総額+8.8%、契約店舗数+6.1%）
- ✓ 11月8日に当社子会社である株式会社ソフトル（以下、ソフトル）の訴訟に関して、モダンデコ株式会社と和解成立。ソフトルは解決金を受け取り、モダンデコ株式会社は反訴を取り下げた。詳細は11月8日に開示した「当社子会社の訴訟の和解に関するお知らせ」参照。

単位：千円	2021年3月期2Q	2022年3月期2Q	前年度同期比
売上高	1,170,544	1,435,113	+ 22.6%
営業利益	254,407	346,444	+ 36.2%
経常利益	264,670	376,338	+ 42.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	178,845	254,101	+ 42.1%

2022年3月期2Q

future shop

(単位：千円)	2021年3月期2Q	2022年3月期2Q	増減	前年度同期比
売上高	893,320	1,083,572	+ 190,252	+ 21.3%
営業利益	280,736	343,415	+ 62,679	+ 22.3%
営業利益率	31.4%	31.7%	+ 0.3%	-
流通総額 (2Q累計)	81,834百万円	89,023百万円	+ 7,189百万円	+ 8.8%
9月末契約件数	2732件	2900件	+ 168件	+ 6.1%
ARPU (Annual_Average)	55,867	62,866	+ 6,999	+ 12.5%

2022年3月期2Q

SOFTTEL

(単位：千円)	2021年3月期2Q	2022年3月期2Q	増減	前年度同期比
売上高	279,570	346,728	+ 67,158	+ 24.0%
営業利益	32,785	70,993	+ 38,208	+ 116.5%
営業利益率	11.7%	20.5%	+ 8.7%	-
開発売上総額	110,373	164,672	+ 54,299	+ 49.2%
1社あたり開発売上高	985	1,277	+ 291	+ 29.5%
ストック売上	132,433	146,444	+ 14,011	+ 10.6%

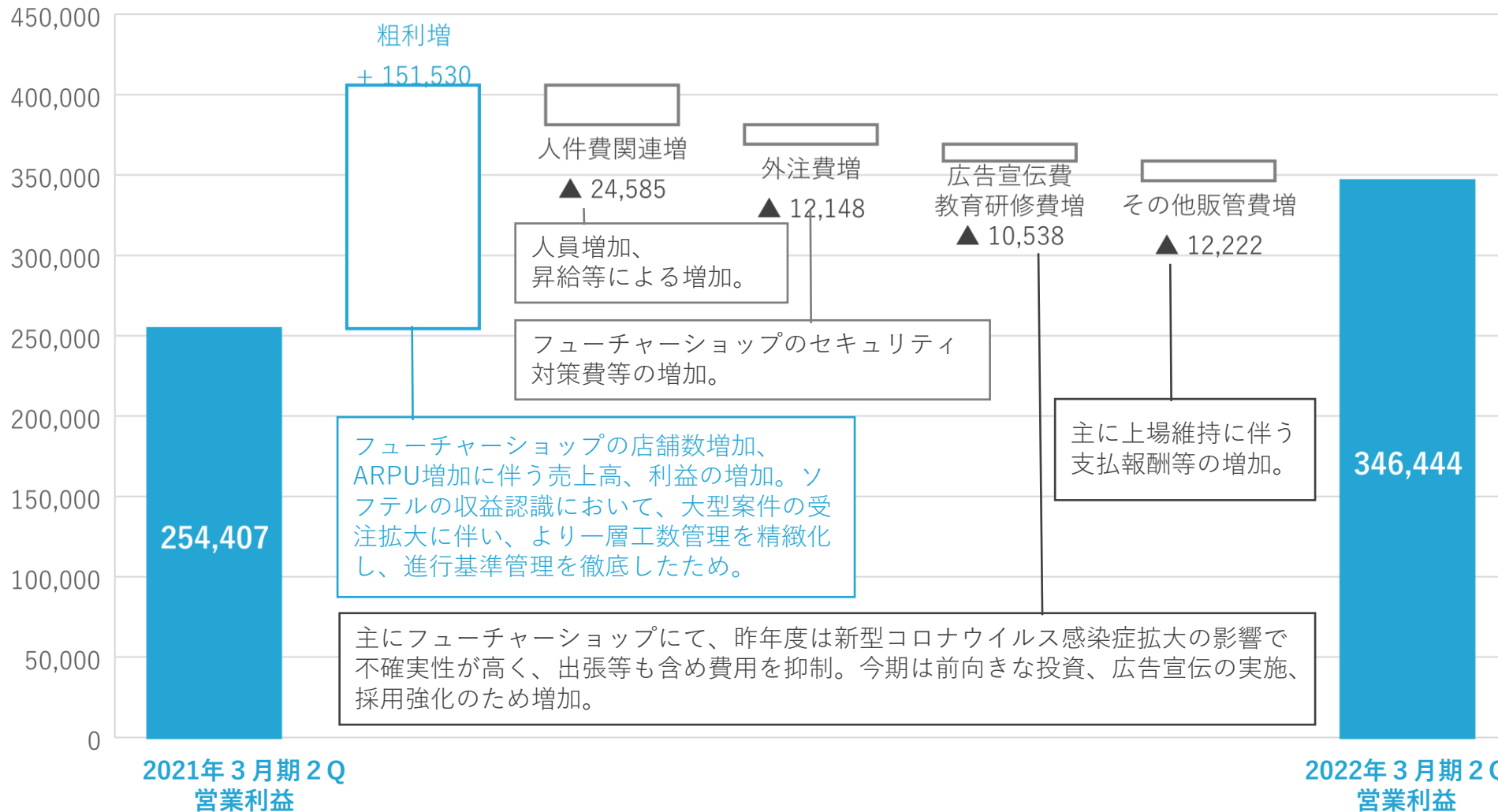
前年度同期比 第2四半期営業利益増減分析



【連結】 コマースOneホールディングス

■ 営業利益合計 □ 営業利益増 □ 営業利益減

(単位：千円)

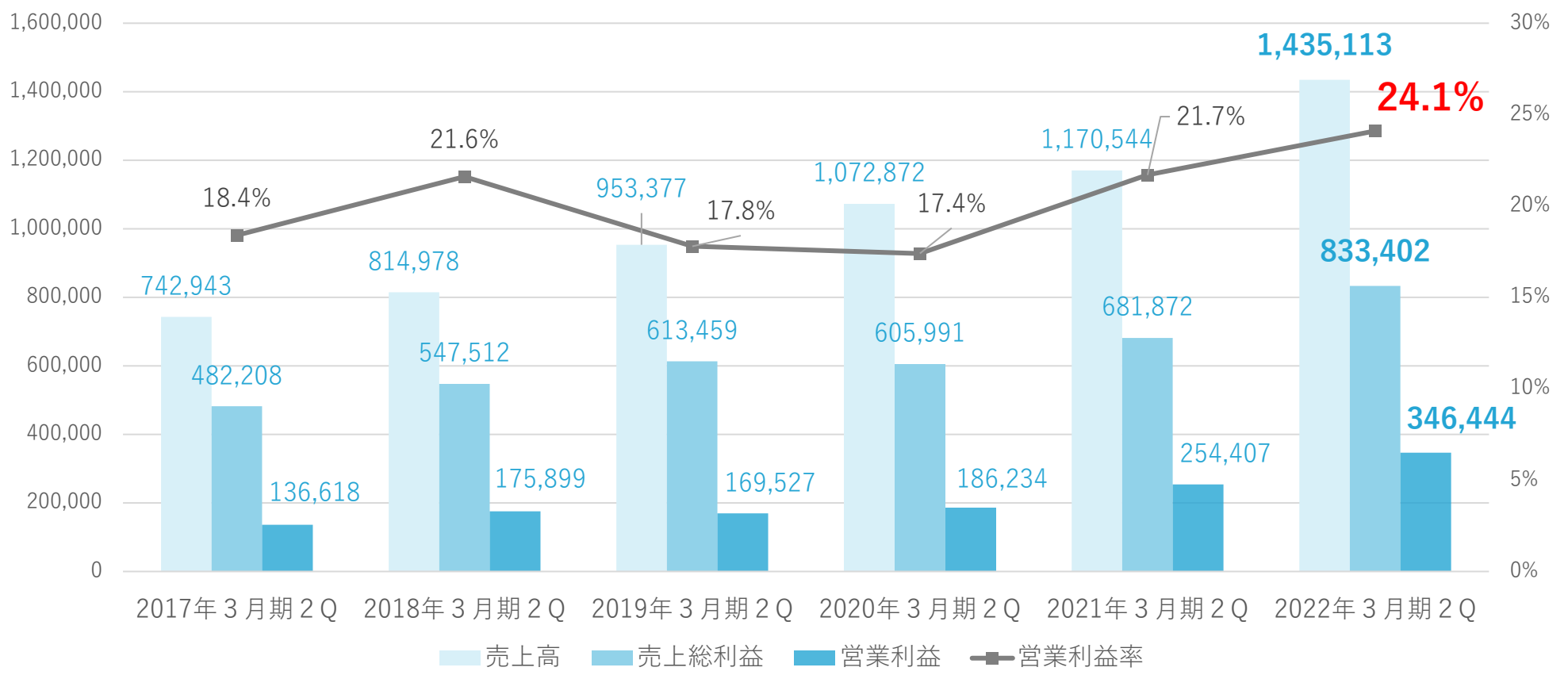


2022年3月期第2四半期 連結業績推移



2019年3月期第2四半期時に営業利益、2020年3月期第2四半期時に売上総利益で多少減少したものの、概ね順調に成長。
 2022年3月期第2四半期も新型コロナウイルス感染症拡大の影響を大いに受け伸長した前年度実績に対し増収増益を達成。

(単位：千円)



※2017年3月期は監査法人の監査を受けておらず、2018年3月期～2020年3月期の期間に関しては、第2四半期財務諸表としては監査法人の監査を受けていません。

2. ビジネス概要

事業内容



当社グループ（当社及び当社の関係会社）は、当社が持株会社として連結事業子会社である株式会社フューチャーショップ、株式会社ソフテル、株式会社TradeSafeの3社を統括。各連結事業子会社は、ECサイト運営を支援するサービスをSaaS形式にて提供するECプラットフォーム事業を国内中堅・中小ECサイト運営企業向けに展開している。

当社の連結事業子会社の各事業概況は、以下の通り。

なお、当社グループの事業は上述のとおりECプラットフォーム事業の単一セグメントである。



株式会社フューチャーショップ

SaaS型ECサイト構築プラットフォームの提供。



株式会社ソフテル

Eコマース事業の販売管理・在庫管理システムを顧客の業務フローに合わせるカスタマイズモデルで提供。



株式会社TradeSafe

ECサイトの認証サービス及びデータ解析に基づく受注傾向表示などの経営補助ツールを提供。

グループビジネスモデル



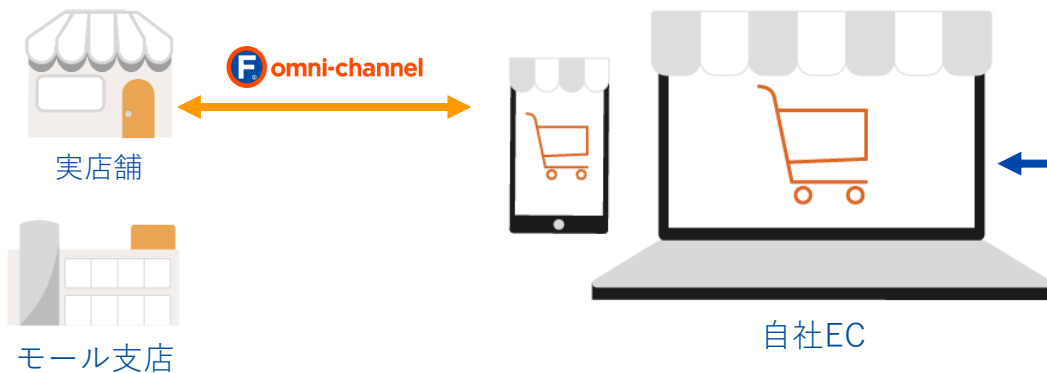
FRONT

future shop

F futureshop 自社ECサイト成長支援

SaaS型ECサイト構築プラットフォーム

自社ECサイトの成長戦略を支援するための機能をワンストップソリューションで提供。



BACK

SOFTTEL

通販ソフト 複数店舗一元管理

販売管理ソフト・在庫管理ソフト

ECオペレーションをカスタマイズによって一元管理。



基幹システム



EDI

倉庫
物流システム

店舗構築

店舗運用管理
運用サポート

集客
プロモーション

決済処理
受注情報送信

受注取込
商品連動
処理

処理状況
管理指示

出荷指示
倉庫管理

顧客
連絡
DB連携

顧客と併走し、顧客に最適化したグループサービス

「主体的なマーケティング活動によってCX※が最適化された自社EC」と、
「モール領域での多店舗展開に適した効率的な管理」でEC事業の成長を促進。

※Customer Experience



**UX※の最適化を実現させる
自社EC構築を可能にするフロントエンド**

※User Experience

自社に適したマーケティングで
リピート率を高め、収益向上を実現。



**モール領域での多店舗展開管理を
効率化するバックエンドシステム**

多店舗展開で増加する業務を効率化し、
収益の向上及び人的リソースの創出が可能。

自社ECによる**主体的なマーケティング活動**



国内のECモールの集客力

Eコマースをトータルで支援するプロダクトを保有



バックエンドプロダクト

販売管理・在庫管理ソフト



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



安心取引

信頼とあんしんのマーク



future shop

株式会社フューチャーショップ

futureshopの事業内容

「SaaS型Eコマースプラットフォーム futureshop」を主軸にした、デジタルコマース支援を提供。

futureshop

Eコマース特化型CMS※1「commerce creator」（特許登録済 特許第6619478号）を実装し、表現力豊かなカスタマイズ性の高さと、販売機会を逃さない日々の更新性を両立させたSaaS型Eコマースプラットフォーム。アパレル・ファッションからフード、コスメ、インテリアまで幅広いジャンルに適応。

2021年9月末時点で、**2,900サイト**が利用している。

omni-channel

futureshopの機能に加えて、実店舗（店頭）顧客とECサイト顧客の統合型マーケティングを実現するプロダクト。ネットとリアルの販売チャンネル統合をSaaS型サービスで提供。

2021年9月末時点で**101ブランドのECサイト**、**合計2,355の実店舗（店頭）**で稼働。

※1 CMS=Content Management System

ビジネスモデル



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



全てのユーザー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ユーザーから年商数十億円ユーザーまで、
 全てのユーザーが同じ環境・同じソフトウェアで稼働

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



ユーザー個別の開発・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



ユーザー固有の仕様なし
 満足度の高いサポートを提供

結果、**開発リソースを最大限に利益化**。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**。
 すべてのユーザーが同じ環境であるため、成功パターンの**ナレッジを蓄積・共有がし易く、再現性も高い**。

サービスの強み



ノンカスタマイズでありながら、カスタマイズ性を担保するプロダクトのテクノロジーと拡張性、ユーザーの成長を支援するカスタマーサクセスチームを有する

テクノロジー



Technology



(特許登録済 特許第6619478号)

デザインカスタマイズ性と更新性の両立を実現するEコマース特化型CMS



拡張性



Expandability



ネットとリアルの販売チャネル統合

ECと実店舗を連携



カスタマーサクセスチーム



Support



EC事業を成長させるアカデミーカリキュラム 日々の電話・メールサポート/コンサルティング

60を超えるEC支援サービスと連携

優良ECサイトが多く稼働するプラットフォームとして、常にトレンドのEC支援サービスおよび決済サービスとスピーディに連携。

店舗運用管理ツール

- 通販する蔵
- CROSS MALL
- NEXT ENGINE
- TATEMPO GUIDE
- Robotシリーズ (item Robot/zaiko Robot/Robot-in)
- 助ネコ通販管理システム
- One's Closet
- TEMPOSTAR
- eシェルパモール2.0
- NOMO SHOP
- 特攻店長
- 店舗アップ♪
- 頑張れ♪店長!
- 受注応援
- 速販C2
- まとまるEC店長

Web接客・マーケティング

- **CODE Marketing Cloud for futureshop**
- Flipdesk
- AiDeal lite
- Sprocket
- KARTE
- アイジェント・レコメンダー
- NaviPlusレコメンド
- チャンネルトーク

コーディネート活用

- STAFF START
- SNAPBOARD

アプリ開発

- MGRe

SNS活用

- **visumo for futureshop**
- LINE連携(ログイン)
- Instagram連携 (ショッピング)

CRM

- **LTV-Lab for futureshop**
- **アクションリンク for futureshop**
- b→dash
- カスタマーリングス
- WazzUP!
- **DATA CAST for futureshop**
- AIQUA LITE new!

プロモーション/ アドテクノロジー

- EC Booster
- dfplus.io
- DFOマネージャー
- Criteo
- Logicad
- KANADE DSP
- デクワス
- nend
- AdSIST

決済代行/ID決済

- Amazon pay
- PayPay
- 楽天ペイ (オンライン決済)
- NP後払い
- SBペイメントサービス
- エフレジ

物流

- はぴロジ
- Fulfillment by ZOZO
- ロジレス
- **canal for futureshop**
- LogiMoPro

越境EC対応

- WorldShopping BIZ

その他

- Web改ざん検知サービスGRED
- ECコネクター
- DROBE new!

「for futureshop」と表記されているサービスは、futureshopユーザー専用の料金プランが用意されています。

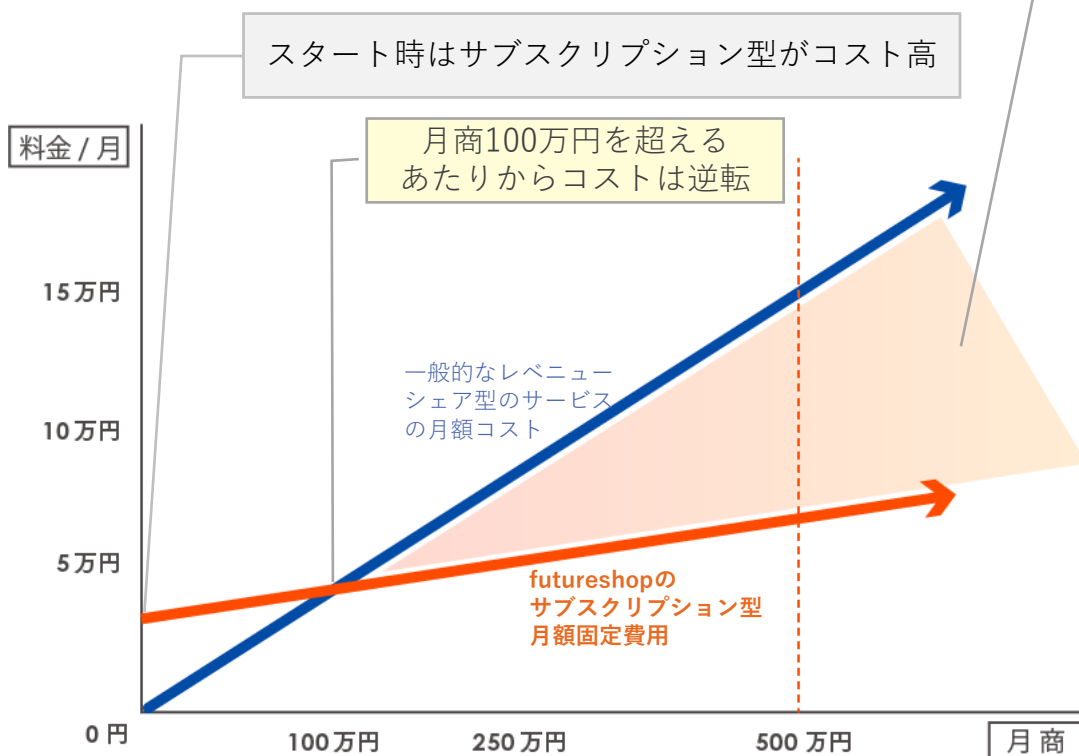
収益モデル

futureshop

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

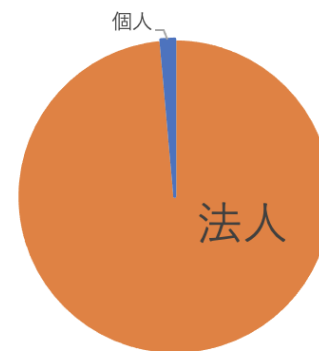


futureshopユーザーの
平均月商ライン
(2022年3月期2Q実績)

売上に伴うコスト増幅が少ないため、
成長店舗の解約リスクは低い。

↓
EC支援のナレッジが蓄積される

futureshop利用ユーザーの98.6%が法人



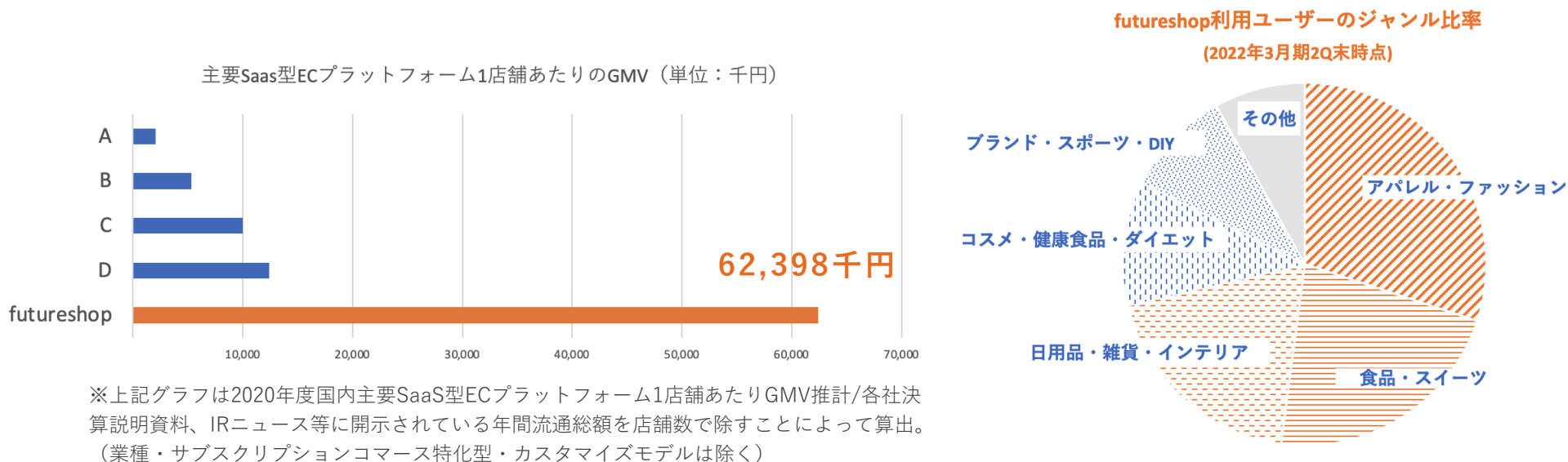
2022年3月期2Q末時点

スタート時から平均32,000円/月額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でやすく、結果としてGMVが向上。

サービスの特長

ノンカスタマイズ提供でも圧倒的に高い1店舗あたりGMV

本事業モデルでは、一般的にスタートアップ支援～中小企業がターゲットの中心となるが、SaaS型Eコマースプラットフォーム **futureshop** および **futureshop omni-channel** のユーザーは、**中堅・大手のECサイトが多く利用**。幅広いジャンルに利用されている国内主要SaaS型プラットフォームの中では圧倒的に1店舗あたりのGMVが高い。



契約を2年以上継続しているユーザーの売上は平均 **32.9%増加**

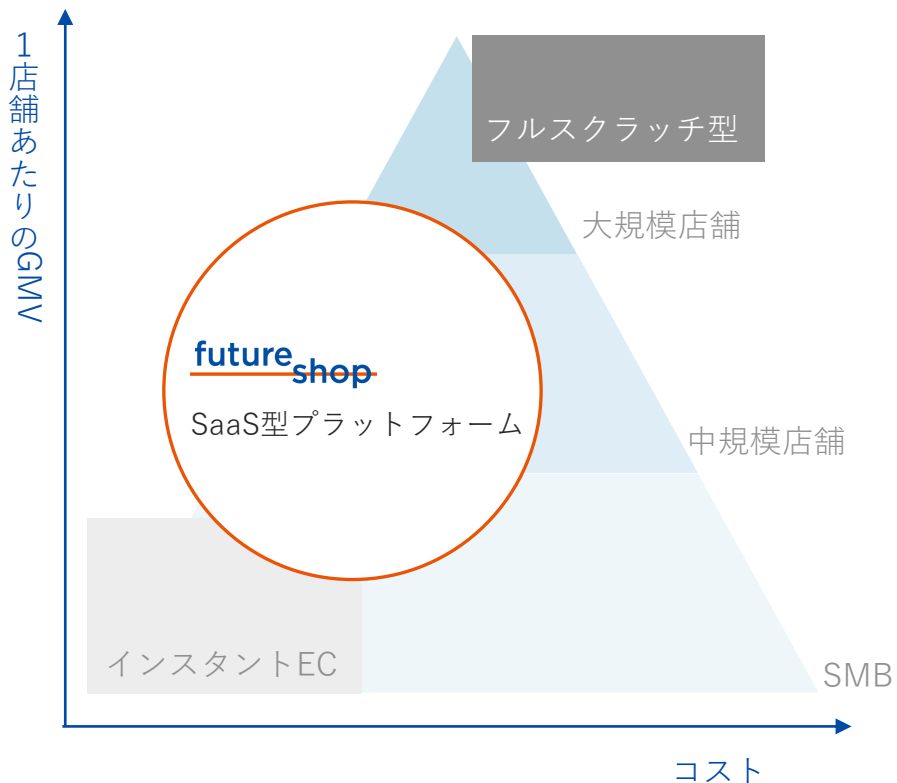
2022年3月期2Q：成長率平均^{※1}前年度同期比 **+32.9%** 2021年3月期2Q：成長率平均前年度同期比 +61.08%

前年度はコロナ禍によりEC流通が急激に増大。今年度も高止まりを見せており、従来どおりの成長率を維持。

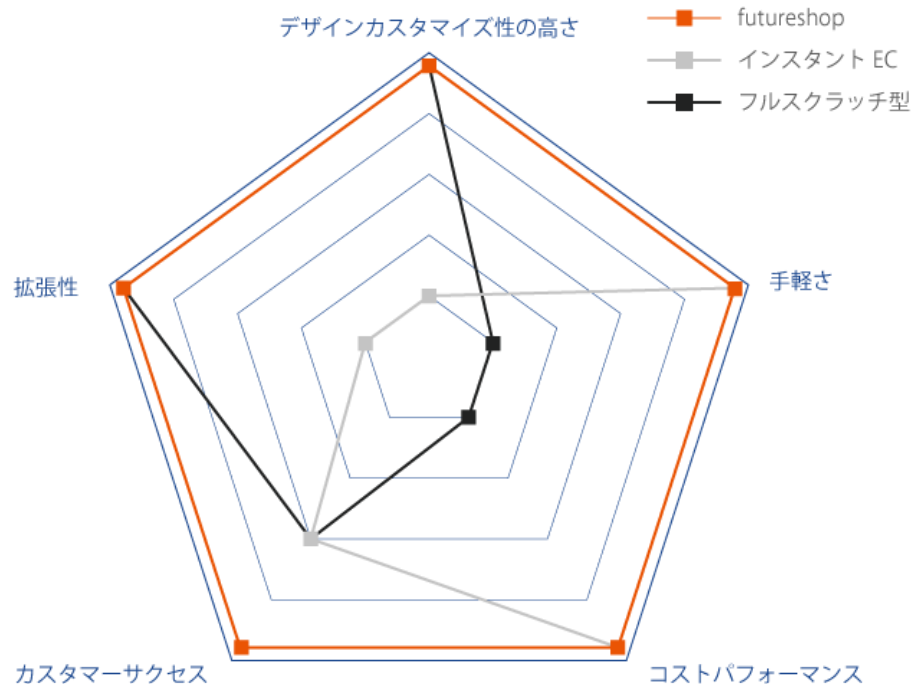
※1 契約を2年以上継続しているユーザーの成長率平均= 2年以上契約を継続しているユーザーで、毎月1円以上売上のある店舗の売上成長率の平均。立ち上げ・リニューアルから2年未満のユーザーを省くことで、初期段階の急激な売上成長の値を省いたもの。

顧客戦略

高いデザインカスタマイズ性と拡張性で店舗のユーザー体験を最適化し、顧客のファン化を実現。
 高コストパフォーマンスと手厚いカスタマーサクセスで、
 本格的なEC事業の成長を目指す国内中堅・中小ECサイト運営企業に選ばれている。



フューチャーショップを選ぶ 成長意欲の高いEC事業が求める機能要点



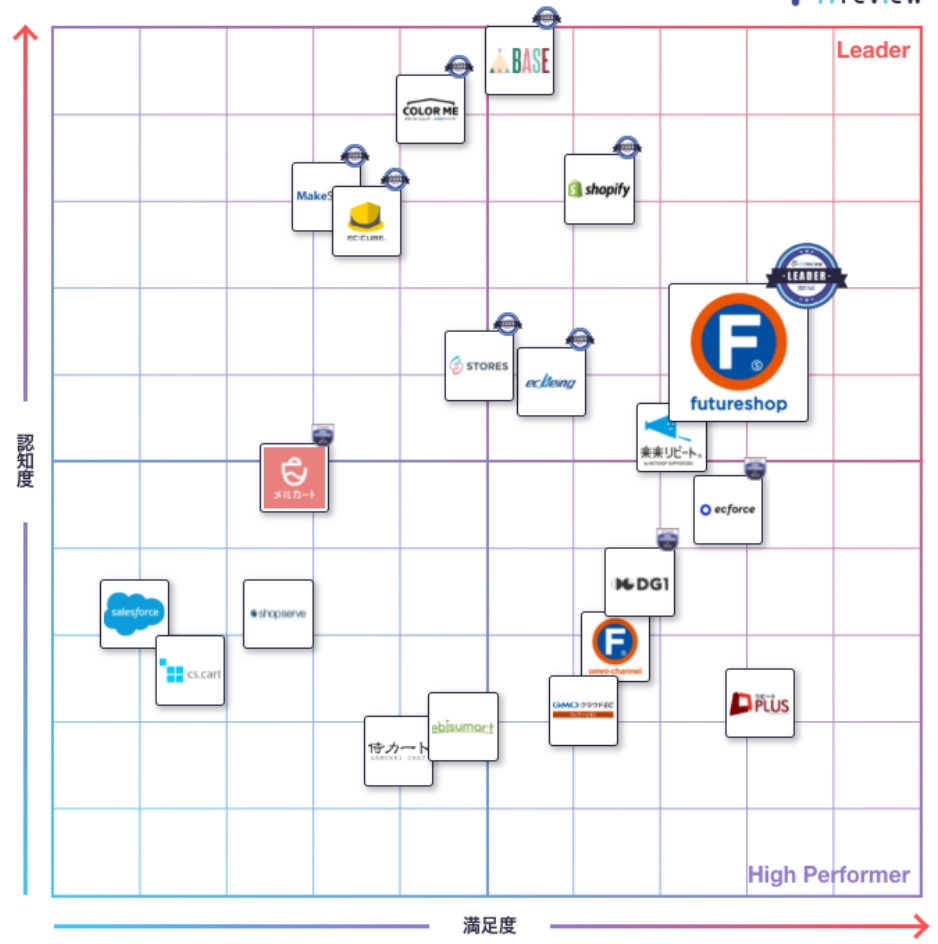
※当社の私見に基づいております。

参考資料 - futuresshop omni-channel の顧客満足度および認知度



ITreview Grid Award 2021 Fallにて
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを
9期連続受賞

ビジネス向けIT製品・クラウドサービスのレビューサイト ITreviewにて、
顧客満足度・認知度両項目の評価が高い製品であることを表す



出典：ITreview Grid Award 2021 Fall

ITreview Grid ECサイト構築部門
2021年10月時点 満足度: 相対値

※2021年10月時点

※満足度は相対評価です

GMV※1と契約店舗数実績

契約店舗数は、前年度同期比 +6.1%

GMVは当第2四半期時点で890.2億円となり、前年度同期比 +8.8%

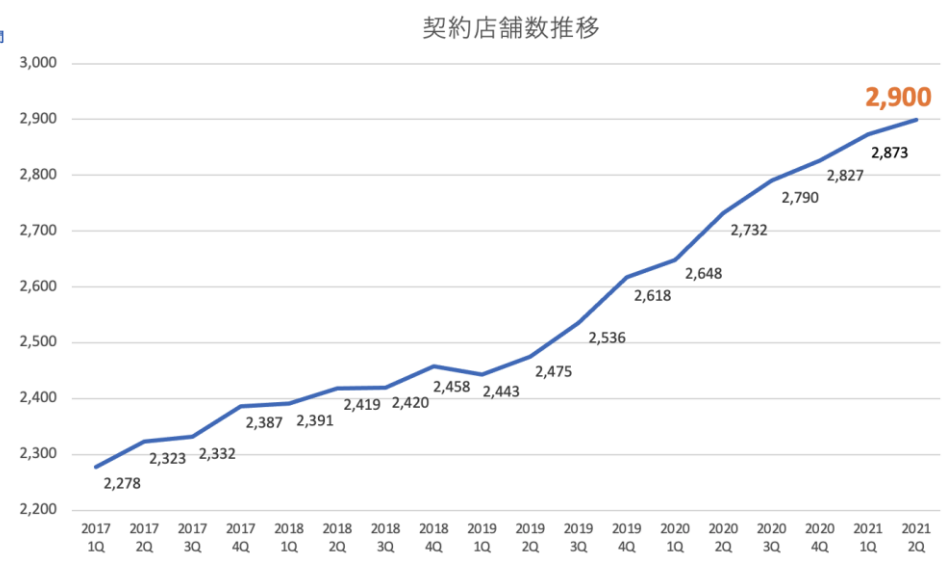
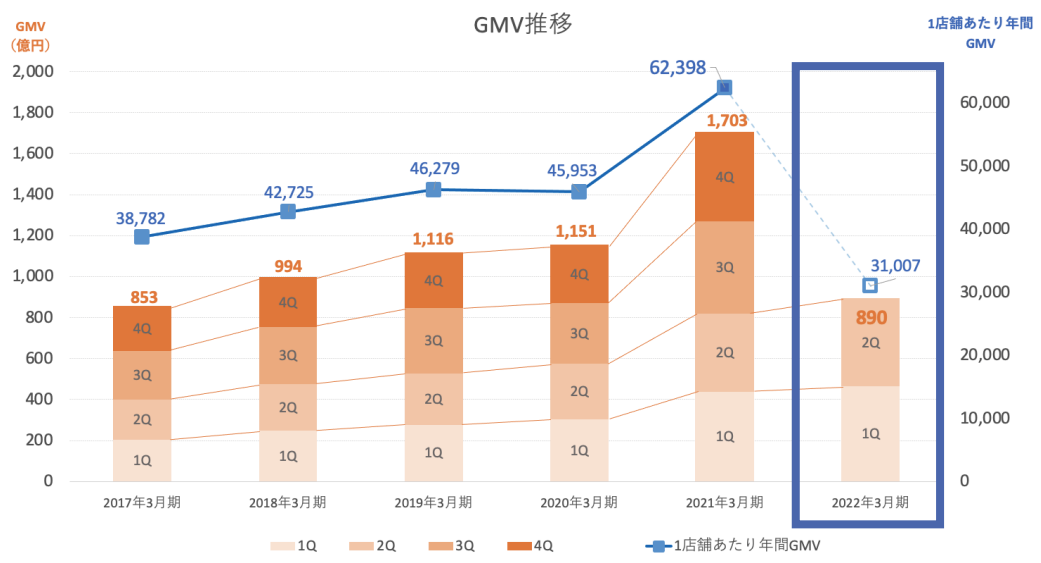
2022年3月期第2四半期累計

GMV **890.2億円**（前年度同期比 **8.8%増**）

1店舗あたりGMV **31,007千円**（前年度同期比 **0.8%増**）

2022年3月期第2四半期末時点の契約店舗数

2,900店舗（前年度同期比 **6.1%増**）



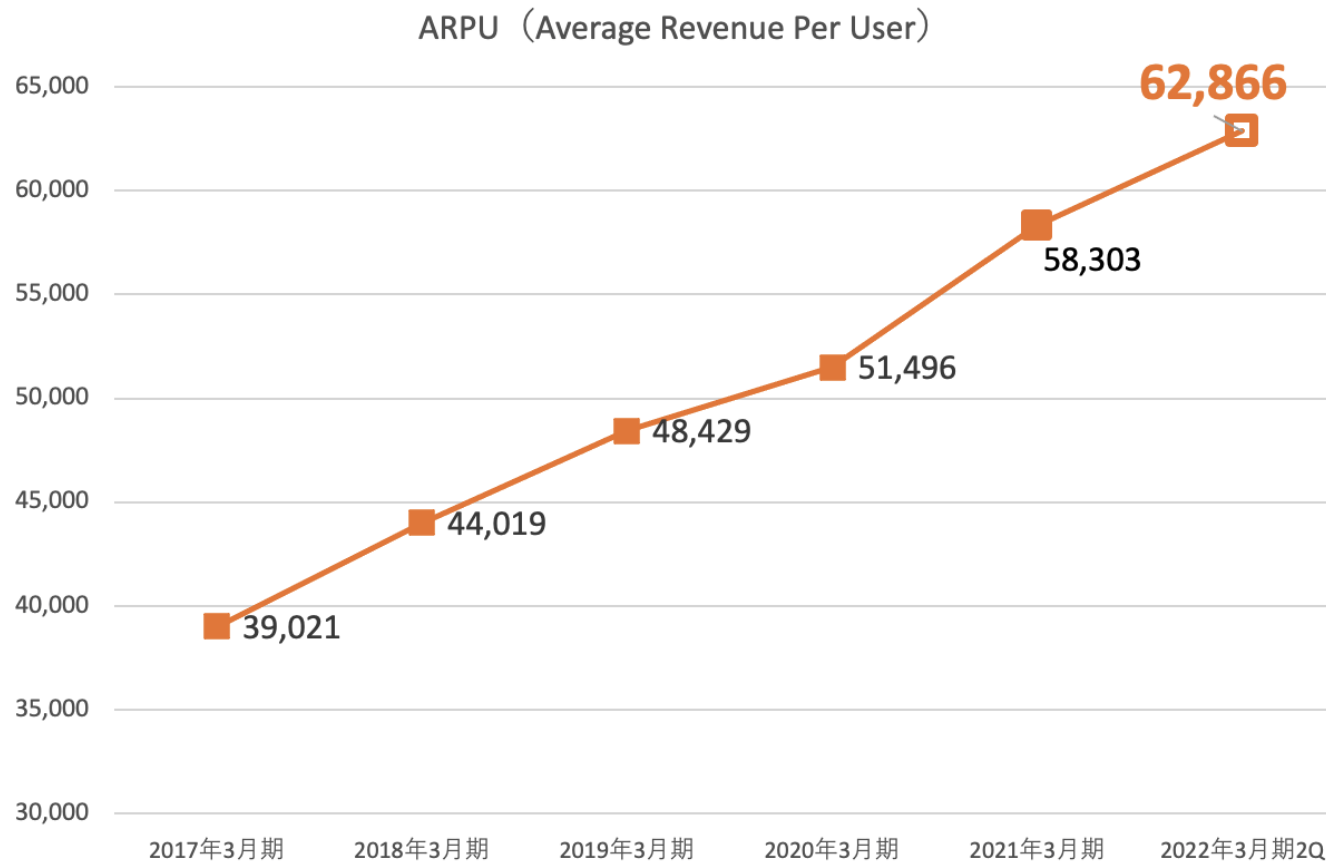
※1 GMV=Gross Merchandise Value

ARPU (Average Revenue Per User)

future shop

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
オプション機能・アライアンス連携サービスのリリースによりARPUは着実に向上

1店舗あたり月間売上金額推移

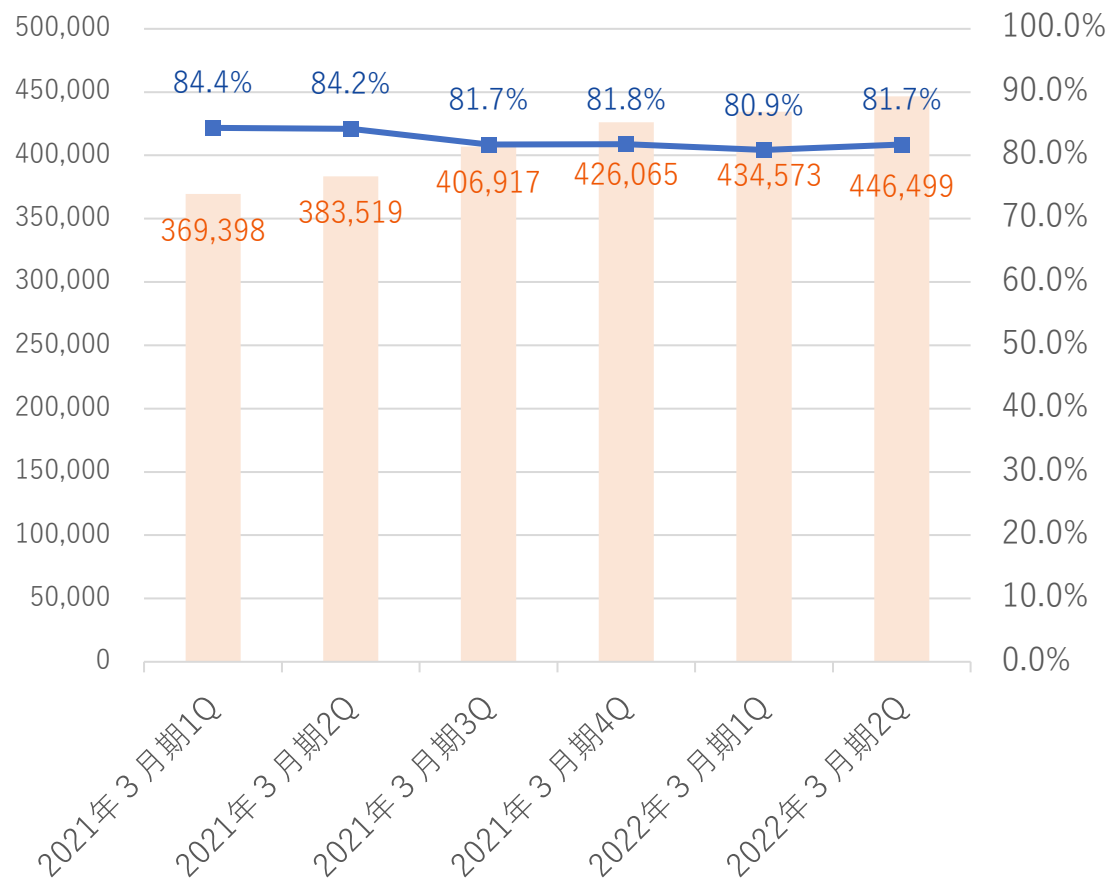


ストック売上※1 - フューチャーショップ

新型コロナウイルス感染症拡大の中での巣ごもり消費の活発化によるEC利用率の上昇に伴い、契約件数・ARPUが継続成長している結果、ストック売上は順調に増加。

(単位：千円)

■ ストック売上 ■ ストック売上比率※2



1店舗あたりの商流拡大に伴い、アライアンス協業によるサービス提供売上が拡大しているため、ストック売上比率は若干下がっている。

- ※1 毎月の本体売上、オプション売上 (アライアンスオプション含む) の合計金額
- ※2 ストック売上を各四半期の売上高で割ったもの

2022年3月期第2四半期事業トピックス



プレスリリース

【2021.7.28】フューチャーショップとSBペイメントサービス、AIを活用した不正検知サービスのシステム連携開始 ～事業者が安心してECサイトで商品・サービスを提供できる環境を整備～

ソフトバンク株式会社の子会社であるSBペイメントサービス株式会社（以下「SBPS」）と、フューチャーショップが提供するSaaS型ECサイト構築プラットフォーム「futureshop」および「futureshop omni-channel」（以下、総称として「futureshop」）で、SBPSが提供するAIを活用した不正検知サービス「AI不正検知」のシステム連携を2021年9月28日から開始。

これにより、「futureshop」を利用しSBPSのオンライン決済サービスを導入したすべての事業者は、ECサイトの不正対策として不正検知サービス「AI不正検知 for futureshop」が利用可^{※1}。疑わしい注文を受け付けると「futureshop」の受注管理画面の該当注文にアラートが表示され、事業者の不正取引早期発見が可能に。SBPSがECサイト構築プラットフォームと「AI不正検知」のシステム連携を行うのは、今回が初めて。

※1「AI不正検知」および「AI不正検知 for futureshop」はクレジットカード決済での注文に対応、その他の決済手段には未対応。

【2021.8.11】株式会社dual&Co.が提供するアパレル特化型クラウド販売管理システム「アパレル管理自動くん」との連携開始 ～アパレル業務に即した機能をリーズナブルに利用可能 カスタマイズ希望にも柔軟に対応～

株式会社dual&Co.（東京都千代田区、代表取締役 中川 雅也）が提供する、アパレル特化型クラウド販売管理システム「アパレル管理自動くん」との連携を開始。この連携により、「futureshop」または「futureshop omni-channel」（以下、futureshop）で構築されているECサイトで「アパレル管理自動くん」を利用可。「アパレル管理自動くん」の利用で、「futureshop」で構築されたECサイトの受注情報・在庫情報がリアルタイムかつ自動で管理可能に。

【2021.9.7】フューチャーショップ、Appierが提供するWebプッシュ通知機能「AIQUA LITE」との連携開始 ～AIが最適化するタイミングでの効果的な配信により、販売機会の獲得やリピート率向上を可能に～

AIテクノロジー企業のAppier（エイピア、代表取締役兼CEO：チハン・ユン、以下Appier）が提供するWebプッシュ通知機能「AIQUA LITE」との連携を開始。この連携により「futureshop」利用事業者は、初期費用0円、月額15,000円（税抜）で、AIによる送信時間最適化も備えたWebプッシュ通知機能「AIQUA LITE」を使用可能。「AIQUA LITE」はあらゆるマーケティングチャンネルでの顧客エンゲージメントをサポートするAppier提供の通常版「AIQUA」から、人気機能のWebプッシュ通知機能を切り出した簡易版。

ニュースリリース

【2021.7.1】管理画面のログイン認証を強化

2021年4月20日火曜日、futureshopユーザー様において、管理者アカウントの漏えいによる改ざん被害が発生したことを受け、管理画面ログイン認証の仕様を変更し、管理者の二段階認証を必須化。同時に管理者権限設定やログ監視機能等の既存セキュリティ機能の活用を啓蒙し、再発防止に取り組み中。

（悪意のある第三者による正当なアカウントを利用したログインが管理画面の管理者ログ一覧にて確認され、不正にコンテンツを改ざんされている事象となり、futureshopシステムの脆弱性は確認されていない。）

【2021.9.29】バージョンアップ

futureshopシリーズのバージョンアップを実施。主な内容は下記のとおり。

- ①SBペイメントサービスとの取り組みである「AI不正検知 for futureshop」の実装
- ②クレジットカード決済の「EMV 3Dセキュア（3Dセキュア2.0）」に対応

中期方針

future shop

1 セキュリティ対策機能およびユーザーの意識向上啓発活動の強化

テレワーク化が進み、ユーザーの利用環境が変化しているため、セキュリティに係るリスクが高まっている。2021年4月にユーザーの管理者アカウント漏えいによる不正ログインを確認。正当なアカウントでログインした悪意のある第三者によるサイト改ざんが発生。セキュリティ対策機能の強化とともに、セキュリティ意識向上のためのセミナー・勉強会を積極的に実施していく。



2 BOPIS (Buy Online Pick up In Store) 機能リリース

ネットとリアルとの融合が一層進み、消費者による「ネットで買って、店舗で受け取る」BOPIS (Buy Online Pick up In Store) の購買行動があたりまえになりつつある。実店舗販売とネット販売の利点を生かした新しいコマースを支援するため、BOPISに対応したオプション機能を開発中。2021年度内リリース予定。

3 APIの順次リリース

外部サービスとの連携強化。

4 分析機能 (レポートメニュー) リリース

企業のデジタルコマース化を促進すべく、優先課題の明確化・効率的な売上向上施策の発見が可能となる現状分析レポートが閲覧できる新メニューのリリースを予定。2021年度内リリース予定。

5 ECバックエンド機能サービスを強化

ソフトルが提供するECバックエンドシステムとのシステム連携を強化し、国内主力ECモールと自社ECの多店舗展開にてEC事業を拡大している事業者に対し、フロントエンド～バックエンド+多店舗管理を統合的に支援するサービス提供に向けて準備中。グループシナジーを強化する方針。2022年3月完成目標。

6 UI・UX改善

順次、新システムへの移行を継続。よりUI・UXが改善された新しい管理画面を順次リリース予定。

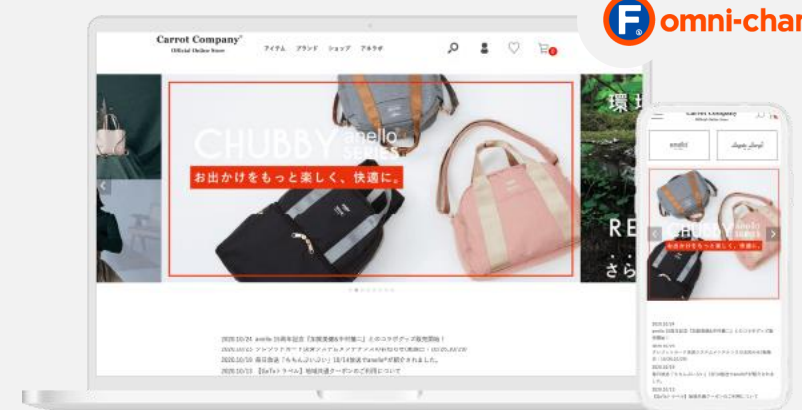
参考資料 – futureshop 導入事例 ※順不同 敬称略



■ AEONBODY (株式会社イオンボディ)



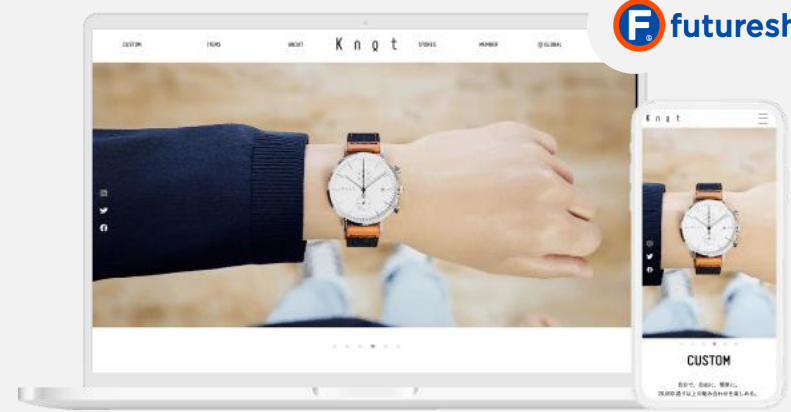
■ キャロットカンパニー オフィシャルストア (株式会社キャロットカンパニー)



■ GOOD NATURE STATION ONLINE (株式会社ビオスタイル)



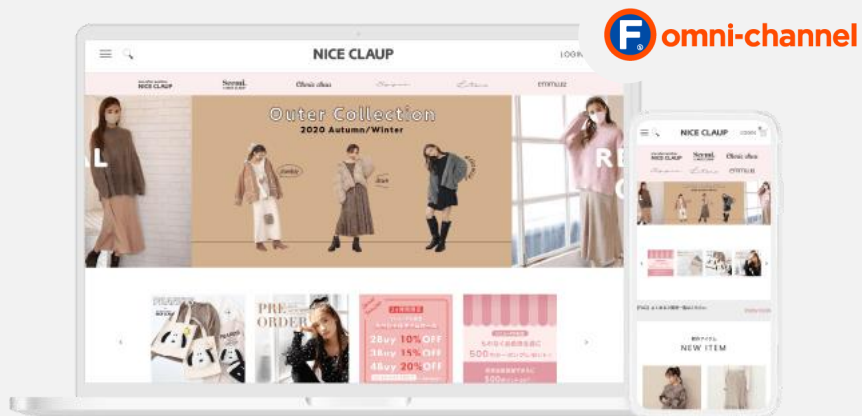
■ Knot (株式会社Knot)



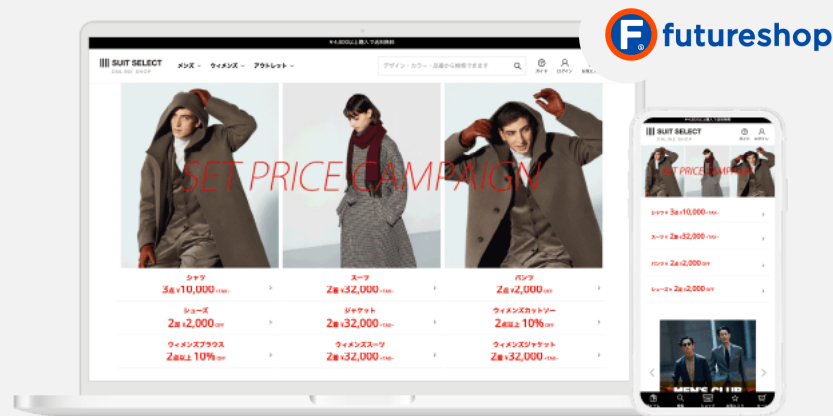
参考資料 – futureshop 導入事例 ※順不同 敬称略



■ NICE CLAUP (株式会社ナイスクラップ)



■ SUIT SELECT (株式会社コナカ)



■ 京橋千疋屋 (株式会社京橋千疋屋)



■ 堂島ロールのパーティスリーモンシェール公式通販 (株式会社Mon cher)



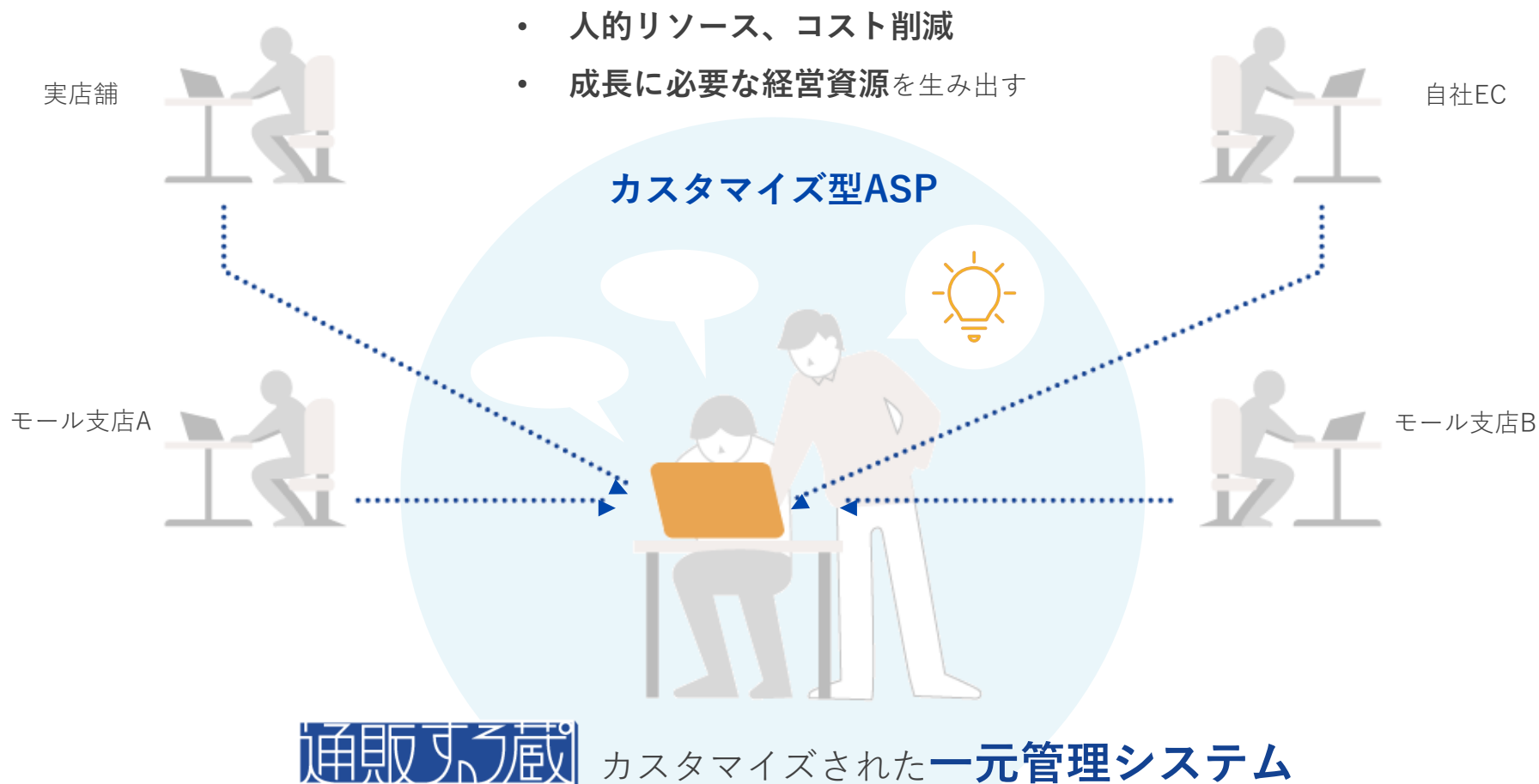
SOFTTEL

株式会社ソフテル

販売管理・在庫管理ソフト「通販する蔵」

「通販する蔵」のコンセプト

EC事業者の在庫管理などのバックヤードシステムにおいて、ノンカスタマイズ型ASPでは実現できないECオペレーションを
カスタマイズによって一元管理することで**人的リソースやコストの削減**を実現し、**成長に必要な経営資源**を生み出す。



ソフトルの事業内容

受注管理システムや販売機能に加え、さらに物流管理や実店舗連携、自社サイトの構築を加えた
包括的な受注管理システムを提供。

更には、**カスタマイズにより顧客の持つ強み（競合優位性）を活かしたシステム化**が可能。



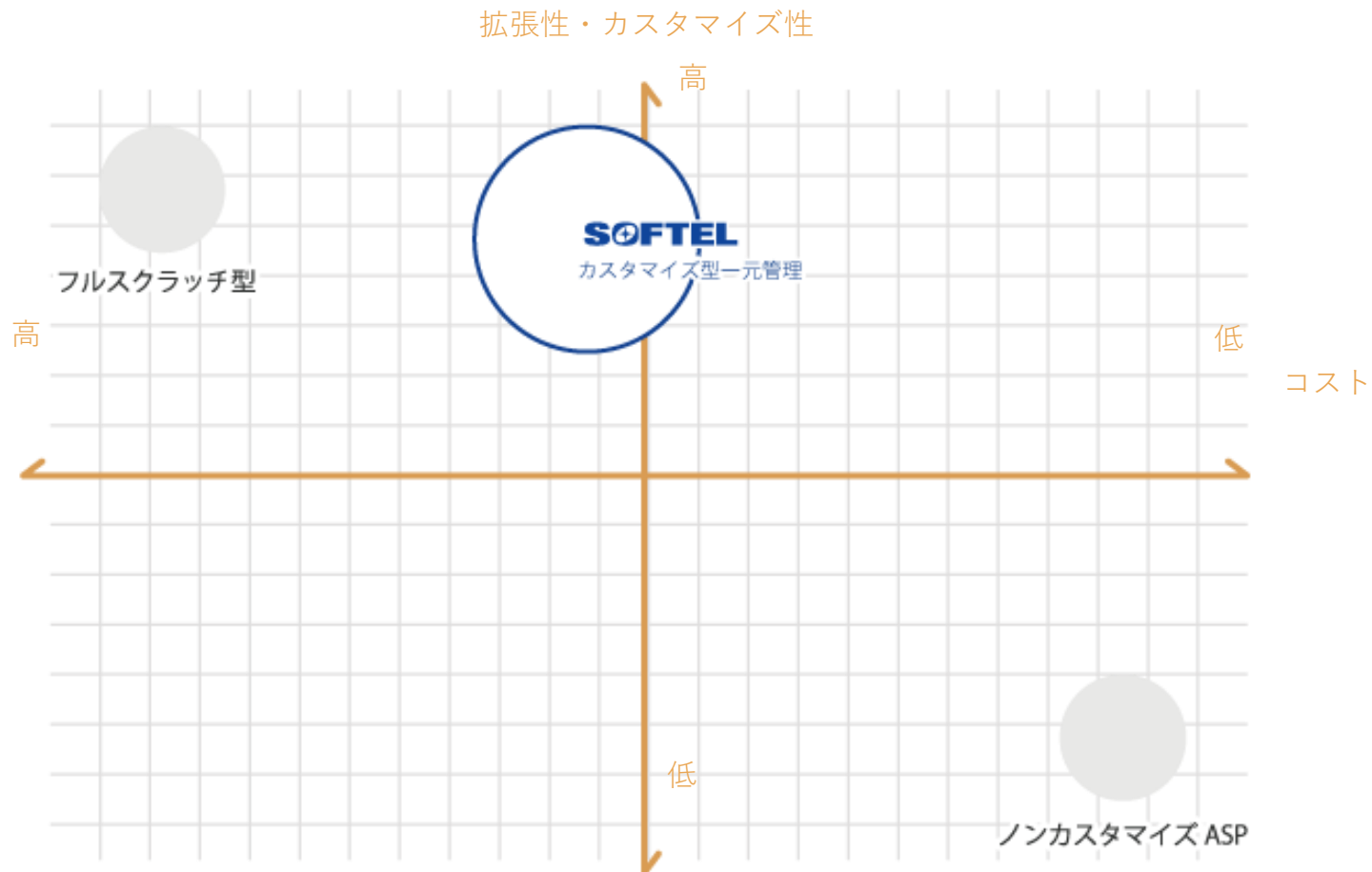
顧客の抱える課題に広く応え、シームレスな設計により効率化を実現し、強みの最大化に貢献する。

ソフトルのポジショニング

SOFTTEL

高いカスタマイズ性と豊富な実績で、多店舗展開により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。

カスタマイズの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岐にわたる高度な要望に応え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、高コストとならないポジショニングを確立。

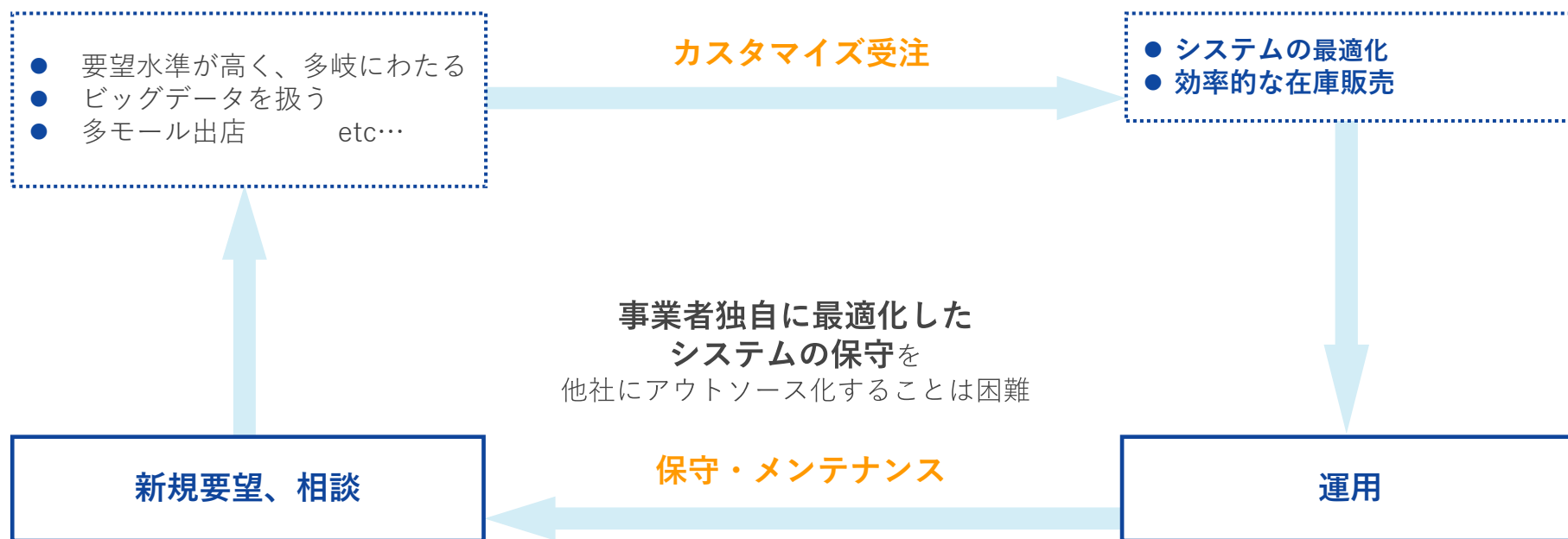


ソフトルのビジネスモデル

Eコマースのバックエンド側業務の効率化を実現し、基幹システム、POSシステムとの接続で大手企業にも対応可能なカスタマイズモデル。

顧客に合わせたカスタマイズを重ねていくことでユニークなシステム環境を提供し、顧客のLTVの向上をサポート。

ノンカスタマイズ型ASPでは実現できない、ECオペレーション課題をカスタマイズにより解決し、コスト削減を実現することにより成長に必要な経営資源を生み出し、長く顧客の成長をサポートする。

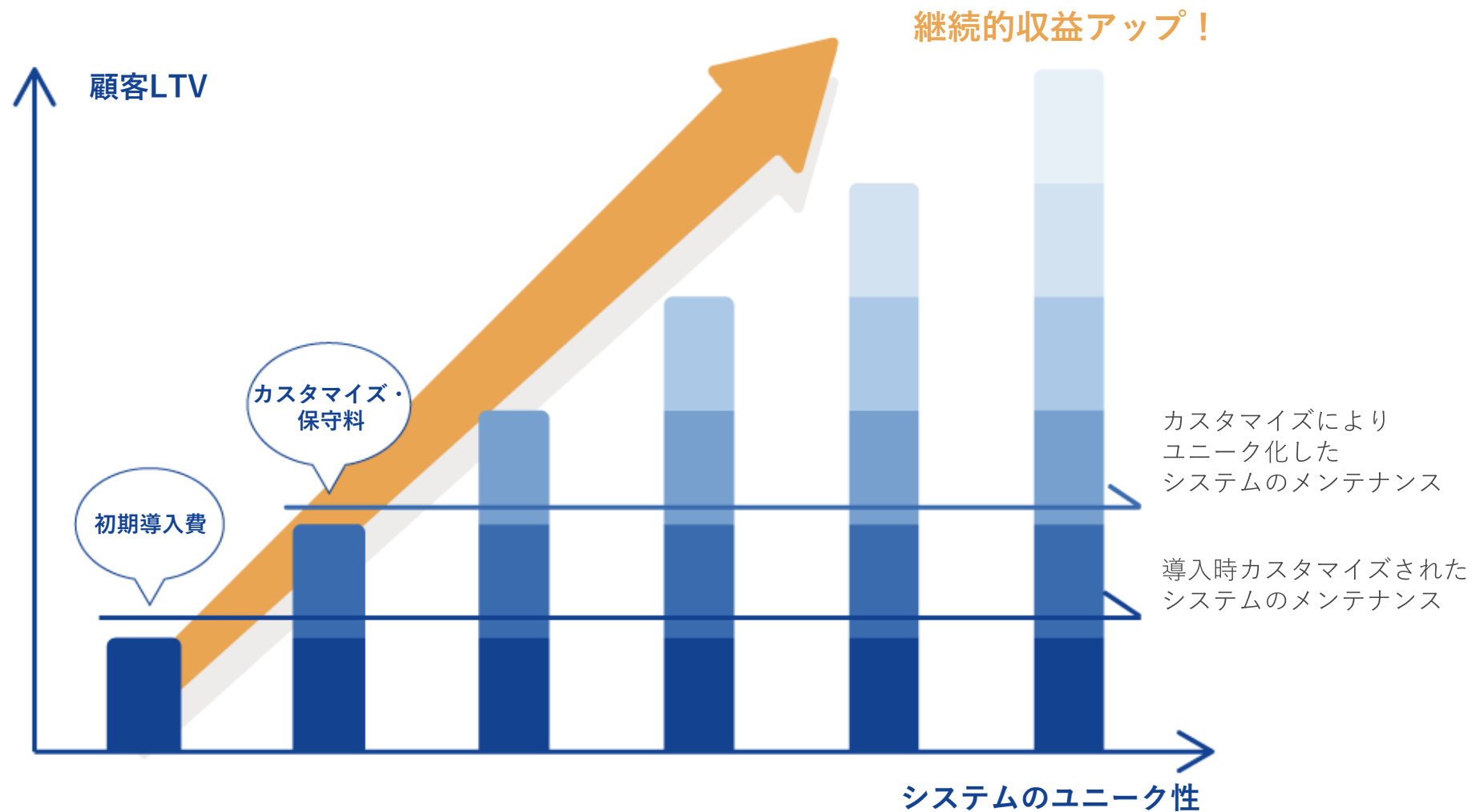


継続的利用、解約率の低下

ソフトルの収益モデル

SOFTTEL

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。



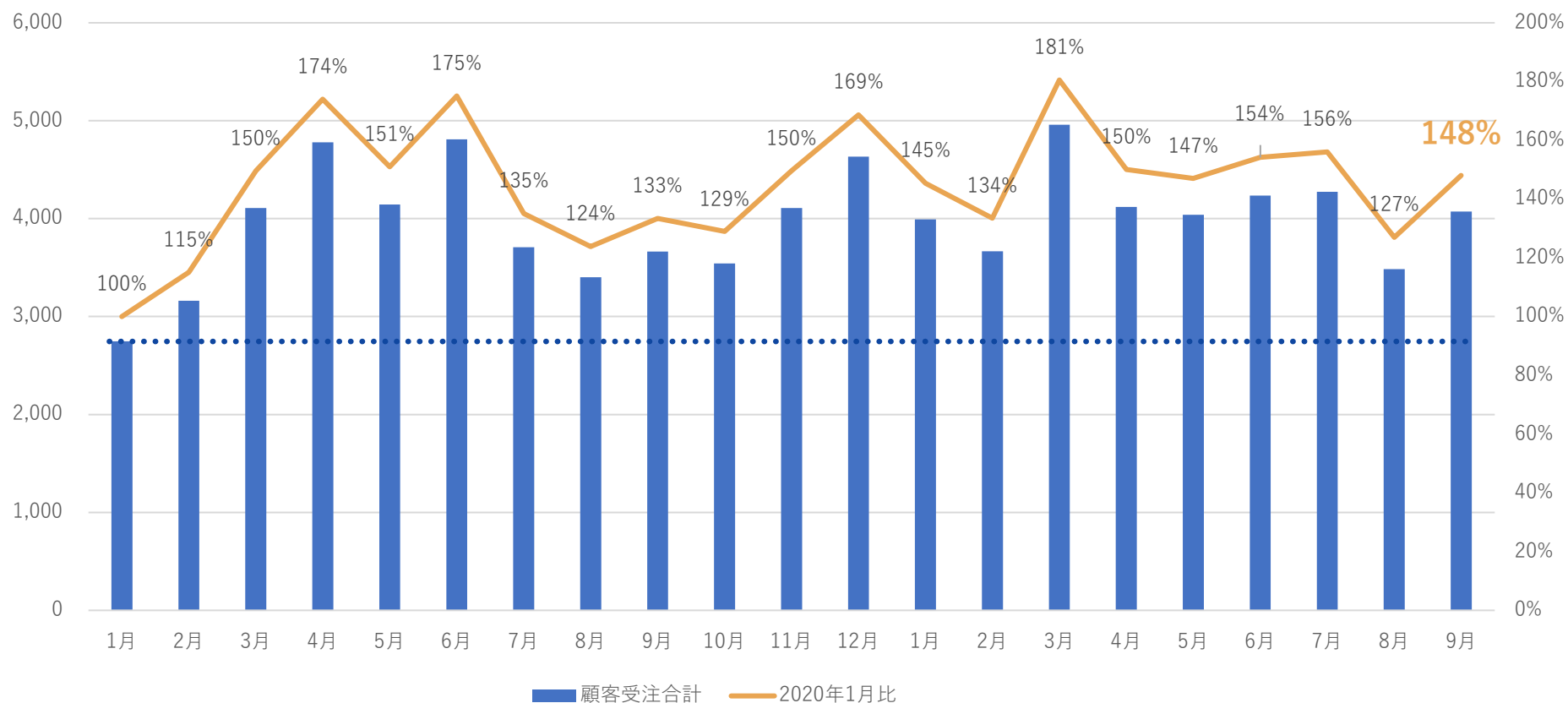
ソフトェルの実績（顧客受注総額）

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、業績好調であった顧客は引き続き好調を維持。

さらにホームセンター商材（DIYニーズ）や、バイク用品（公共交通機関を避ける通勤手段、3密を避けるレジャー手段としてのニーズ）を扱う顧客が業績を伸ばす。**販売環境強化のための追加カスタマイズ需要が更に高まった。**

2020年1月以降でカスタマイズの発注が100万円以上ある顧客受注総額推移

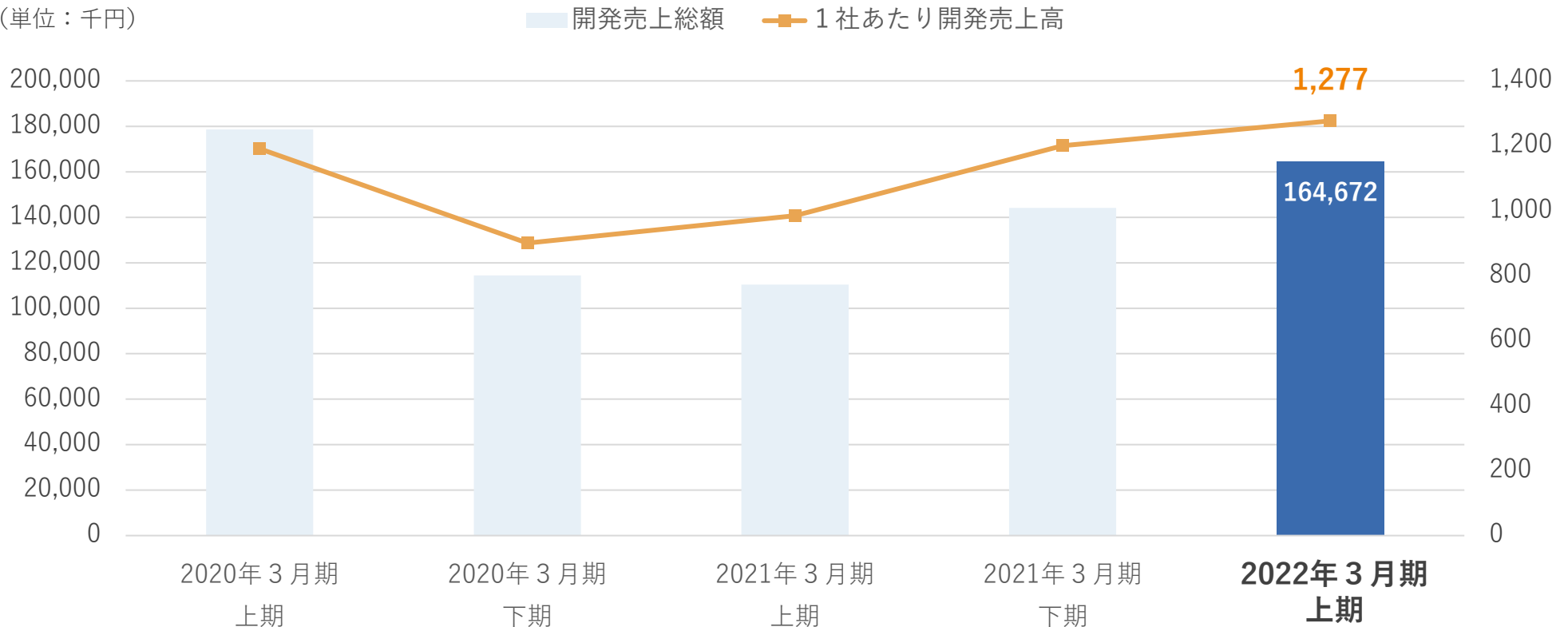
（単位：百万円）



開発売上総額※1・1社あたり開発売上高※2

カスタマイズによりバックエンド側の人的リソース・コスト削減を可能にするため、「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が重要な指標になる。当年度からは工事進行基準を適用し、これに伴い少額または短期の開発案件を除き、進行中の案件についても各四半期で売上高が計上されるようになったが、納品自体は9月・3月に偏る傾向があるため、各年度上期・下期単位で表記している。

(単位：千円)



※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

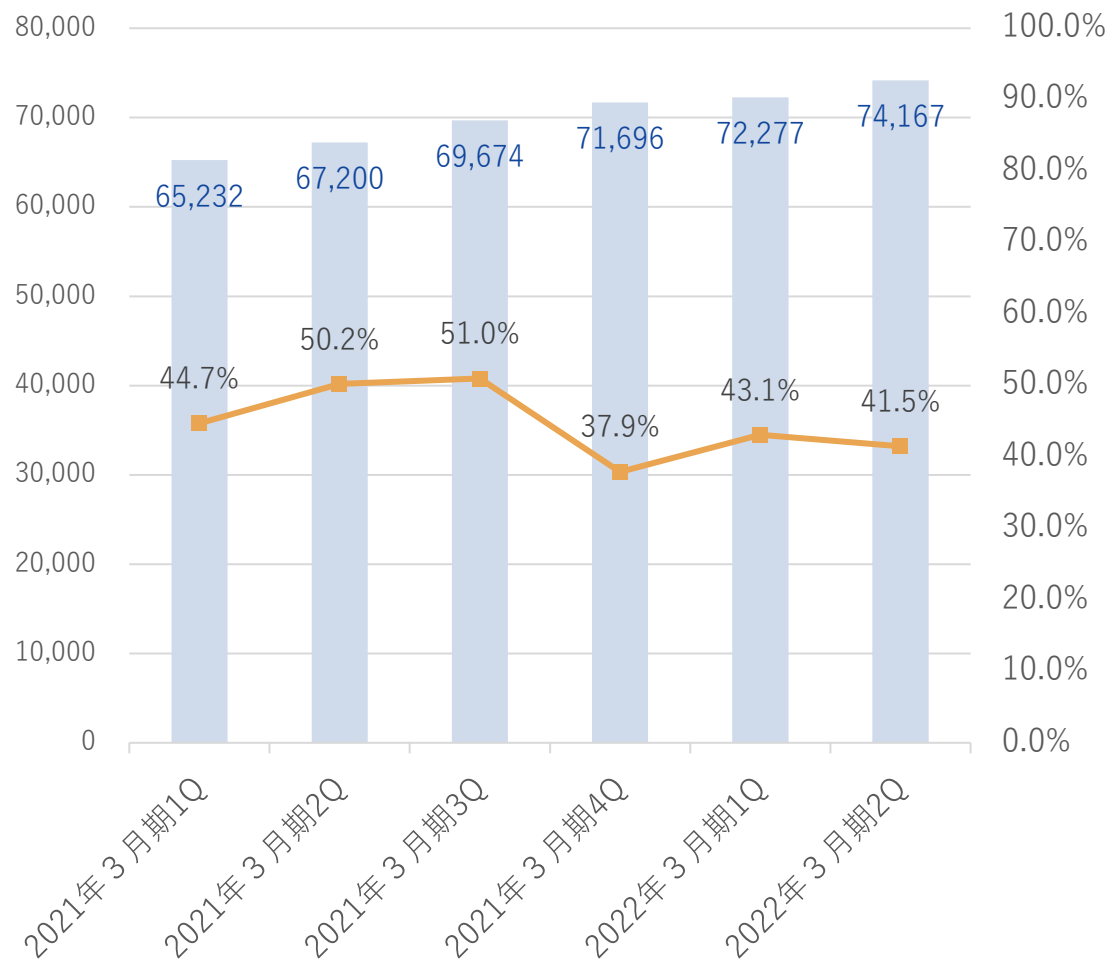
ストック売上※1 - ソフテル

大口顧客の増加・案件の高度化に伴い順調に増収。

近年は概ね安定的に40%以上の水準を確保し、安定的な経営基盤を構築している。

(単位：千円)

■ ストック売上 ■ ストック売上比率※2



2021年3月期第4四半期は一時的にストック売上比率が減少しているが、これは第4四半期納品のカスタマイズ売上が多かったことによるものであり、特段異常値ではない。当期からより一層工数管理を精緻化し、進行基準管理を徹底しているため各四半期のブレは昨対比では少なくなると想定している。

※1 通販する蔵の月額保守売上

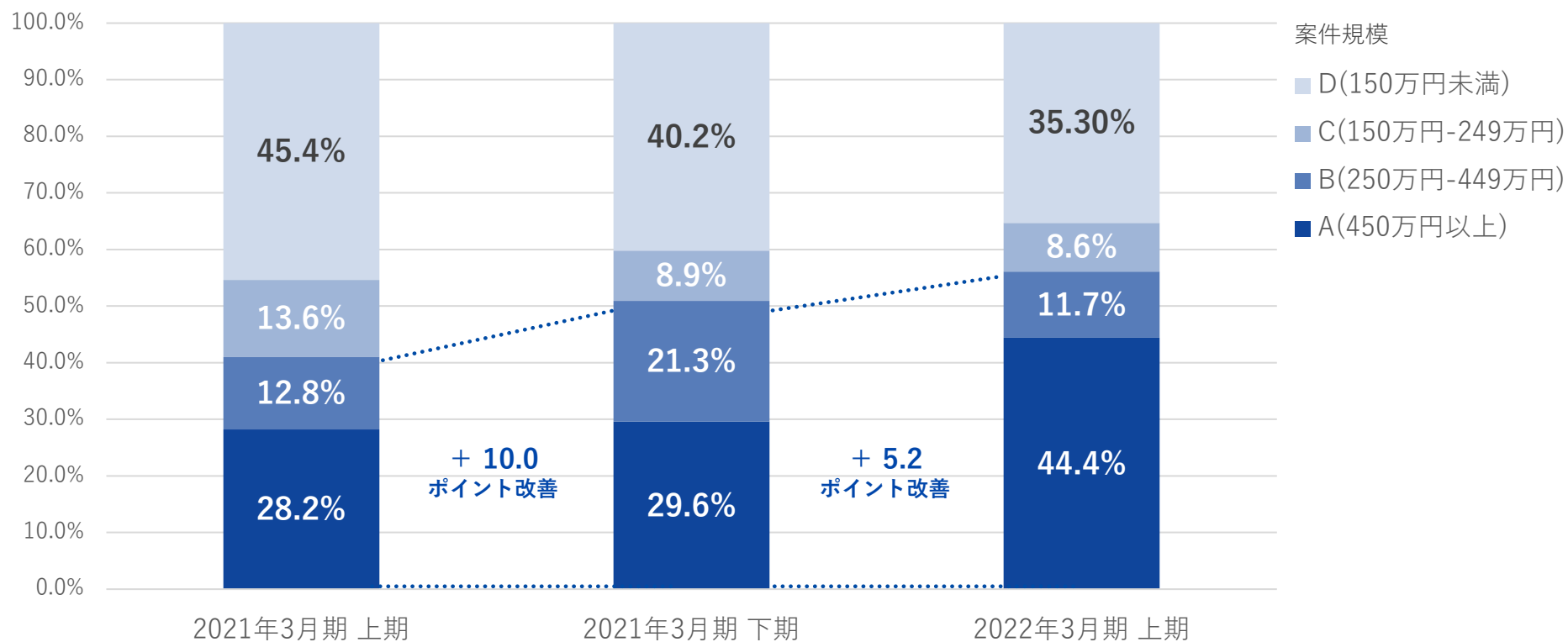
※2 ストック売上を各四半期の売上高で割ったもの

2022年3月期 案件受注状況



新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2021年3月期上期は受注遅延及び納期遅延の影響を強く受けたため、減収・粗利率の低下を招いた。2021年3月期下期、2022年3月期上期は、昨年度第2四半期以降の営業強化等により、大型案件(下記A・B)が積み上がって納品することができたため、継続的に大型案件の受注が獲得できている。

ソフテル案件別受注状況



最終的な受注金額が納品時点までに多少変更になるケースがあるため、2021年3月期の金額は前回第4四半期開示金額とは若干異なっている。

中期方針



■ プロダクト

1. 次世代 通販する蔵「Commerce Connect」リリース【2022年6月完成目標】

- ・ 小売流通に関わる全てのシステムへのシームレスな連携。
- ・ 専属チームを編成し開発進行中。

2. 「複数在庫拠点」対応のPR強化【2021年12月までに実施予定】

- ・ 販売機会ロス軽減を目的とした、点在する倉庫在庫や店頭在庫の効率運用を実現。
- ・ 出荷作業のロスタイム削減を目的とした、商品や出荷用帳票のスキャンによる即時送り状発行を実現。
- ・ 通販する蔵におけるカスタマイズ事例を専用HPにて公開できる環境を準備し、広くWeb流入対策を進める。

3. B2Bオプションリリース【2021年12月完成目標】

- ・ 卸や外商といったB2C以外の商流を持つ顧客向けの在庫や売上管理の一元管理機能や売掛・見積・請求管理など、卸業務で必要な機能を装備。

4. futureshop用バックヤードオプション提供【2022年3月完成目標】

- ・ 現行版通販する蔵のノンカスタマイズバージョンをプロダクトラインに追加し、futureshop利用顧客への通販する蔵の受注処理/在庫管理機能の提供を目的としたバックヤードオプション開発計画を進行中。

■ 営業体制の強化

1. セールスエンジニアの多拠点エンジニアトリアル配置【2022年3月までに1拠点追加目標】

- ・ 在宅勤務体制によるセールスエンジニアの多拠点配置を関東および九州にて実施。愛知をはじめ、採用活動を強化し随時拠点を拡げる。また、岐阜本社勤務においても、在宅による営業活動が障害なく実現できる様、インフラおよび社内ルールの整備を進める。

2. ご発注から納品までのリードタイム短縮と品質向上、導入後のCX向上

- ・ プロジェクト工数進捗を可視化し、定期監視、異変への早期察知および対応体制を整備完了、徹底運用することによるリードタイムの短縮と品質向上を目指す。対策導入後の顧客評価システムを自社開発により実装完了。
- ・ 検収タイミングにて、顧客満足度を図るアンケートを実施。社内フィードバックを行い、改善を進め、継続的なCX向上に努める。

■ アライアンス

1. 各連携ベンダーとのパートナーシップ強化

- ・ カスタマイズによる連携の柔軟性が功を奏し、各ジャンル企業様とのプロジェクト事案が増加。POSレジ、モバイルアプリ、基幹システム、WMSなど、顧客紹介事案（顧客のシステム導入事案）をきっかけに取り組みを強化。これらを「顧客紹介プログラム」として位置づけ、パートナーシップ強化の皮切りとして取り組みの内容に応じ顧客紹介料契約の締結を順次進める。

「通販する蔵」導入事例 ※順不同 敬称略

SOFTTEL

phiten

ファイテン株式会社



SAC'S BAR

株式会社
サックスバー ホールディングス



SAC'S BAR
HOLDINGS

テンポスドットコム

株式会社テンポスドットコム



ナルミヤ・
インターナショナル

株式会社
ナルミヤ・インターナショナル

NARUMIYA
INTERNATIONAL

まるひろ

株式会社丸広百貨店



マックハウス

株式会社マックハウス

Mac-House

アンファー

アンファー株式会社



月桂冠

月桂冠株式会社



八代目儀兵衛

株式会社八代目儀兵衛



シャディ

シャディ株式会社

愛をかたちに...





株式会社TradeSafe

信頼とあんしんを形に、より安全なEC社会へ

TradeSafe トラストマークのコンセプトと事業内容



「みんなが安心して取引できるEC市場を創りたい」。そんな思いから、株式会社TradeSafeは誕生した。

安心して取引のできる豊かなEC市場を創り、持続可能なEC市場の発展に貢献し、『信頼とあんしんを形に、より安全なEC社会へ』。

それが私たちの願いであり、株式会社TradeSafeの原点である。

TradeSafe トラストマークは、ネットショップの信頼を形にし、ユーザーに届ける。

TradeSafe トラストマークは、WTA（World Trustmark and trade Alliance：ネットショップの第三者認証機関の国際連携組織）の策定した基準に日本の商慣習を加味したトレードセーフ独自の基準に基づいてネットショップを審査し、合格したECサイトにのみ付与される。

TradeSafe トラストマークのサービスの柱は大きく3つ

TradeSafe トラストマークサービス

TradeSafe ADR（トラブル解決支援）サービス

TradeSafe あんしん補償サービス



TradeSafe トラストマーク



TradeSafe トラストマークは15年間にわたって日本のEC業界を支援
(2006年サービス開始)

TradeSafe トラストマークの役割



TradeSafeはADRプロバイダーであるECネットワークと共に、2007年11月に「WTA」※に加盟。各国のトラストマークスキーム間の相互認証を目標とし、消費者からも事業者からも信頼される市場環境の整備を目指して、一貫性のある評価と保証を行っている。

国連の定める持続可能な開発目標（SDGs）達成に向け、ネットショップを運営する事業者とその消費者が安全で安心な取引が行うことができるEC市場の環境（Environment）を整備し、EC市場社会（Social）の発展に貢献することで、その責任を全うしてきた。



※WTAとは、2003年に「アジア・トラストマークアライアンス」として発足した“各国のトラストマーク認識を地域から国際的なものへ高める”ことを目的とした、アジア太平洋各国のトラストマーク付与事業者間の国際提携のこと。

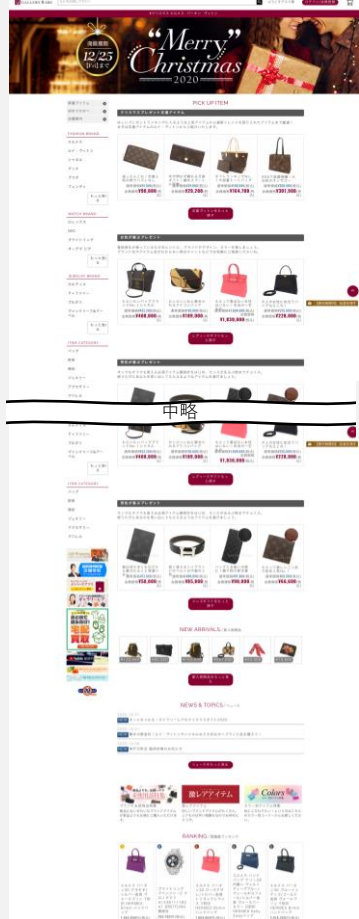
TradeSafe トラストマーク導入ショップ事例 ※順不同 敬称略



e-宝石屋金属アレルギー専門店 株式会社ジェイ・ビー・シー



ギャラリーレア 株式会社ギャラリーレア



書齋家具屋 株式会社下村家具



ハンコヤドットコム 株式会社ハンコヤドットコム



松阪まるよし 株式会社まるよし



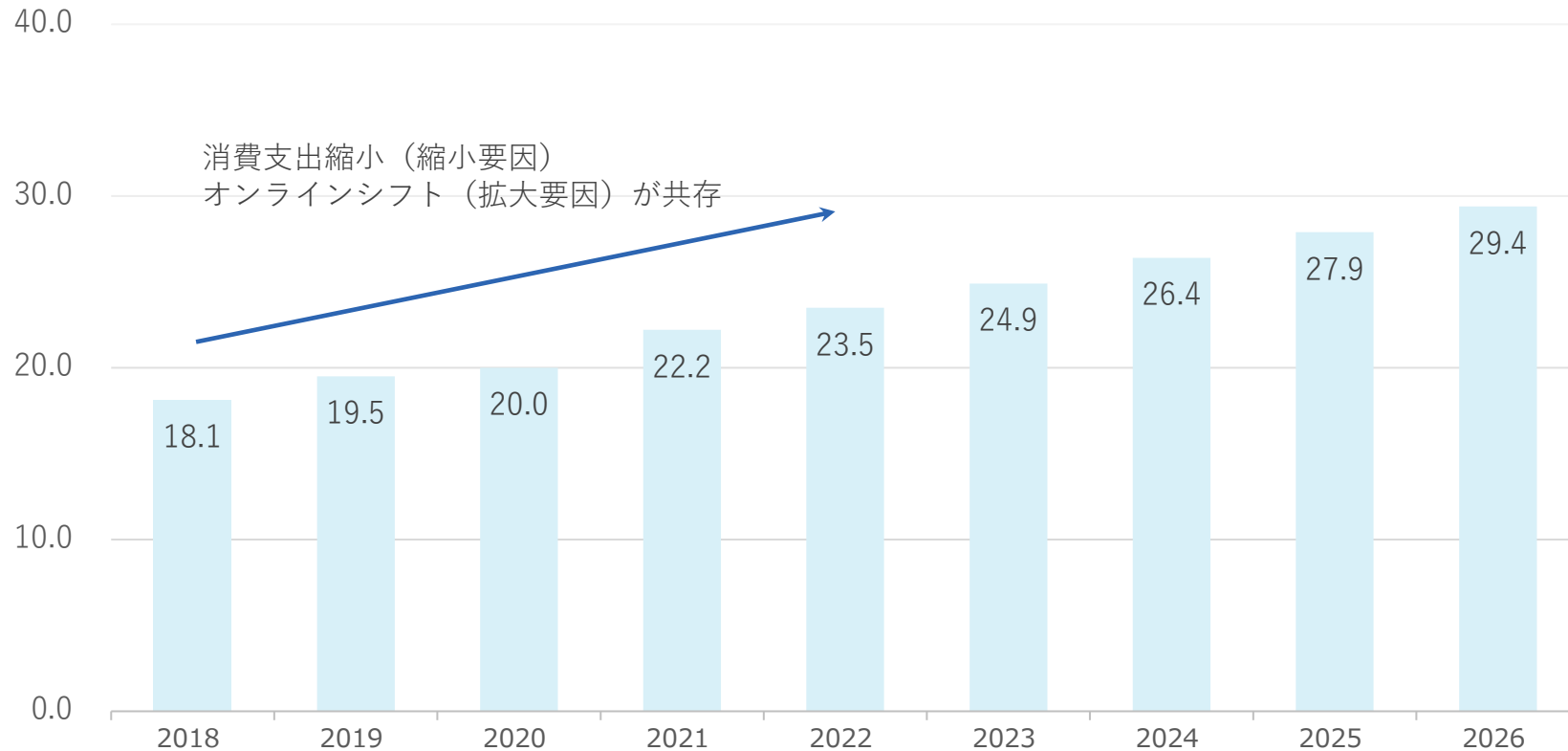
3. 事業環境と機会

事業環境と今後の見通し-1



(単位：兆円)

国内のB2C EC市場 予測



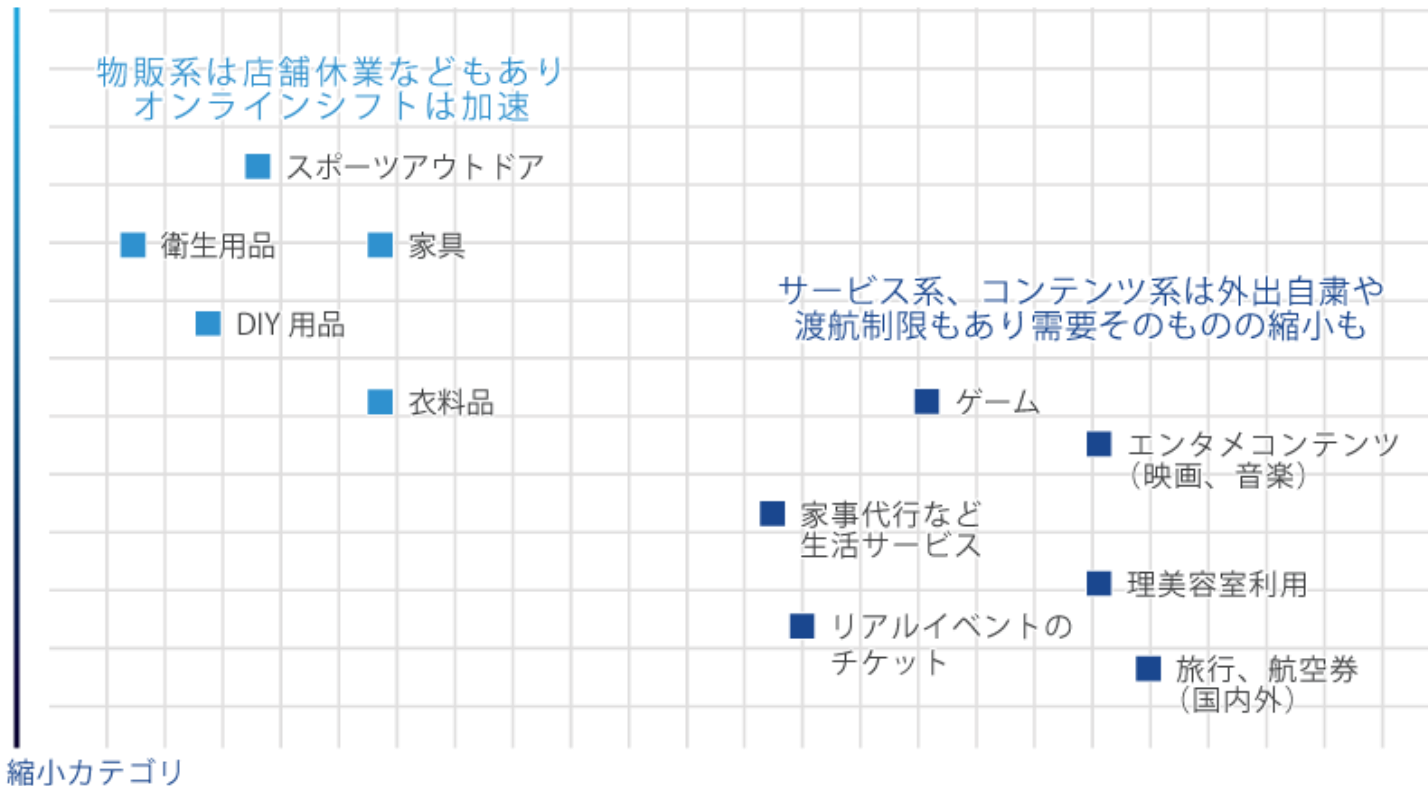
(出所) 株式会社野村総合研究所「ITナビゲーター2021年版」

2020年のEC市場は、新型コロナウイルス感染症の影響による「巣ごもり需要」の高まりや消費者のデジタルシフトなどにより拡大した一方、特にサービス販売での消費支出自体の縮小が共存した結果、前年度からの市場規模拡大は比較的緩やかであった。今後は、経済活動の再開、店舗のオムニチャネル化及びモールにおけるフルフィルメント機能の拡充等によってEC市場の伸びが拡大し、来年度2021年、その後2025年にかけてもEC市場規模は継続的な拡大を続けるものと予測されている。

EC市場の今後の見通し-2



拡大カテゴリ



(出所) 株式会社野村総合研究所「ITナビゲーター2021年版」

新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって、主に物販系のカテゴリにおいてはオンラインシフト（EC化）は加速した一方、サービス系・コンテンツ系のそれは需要そのものの縮小もあり市場の拡大には繋がらなかった。

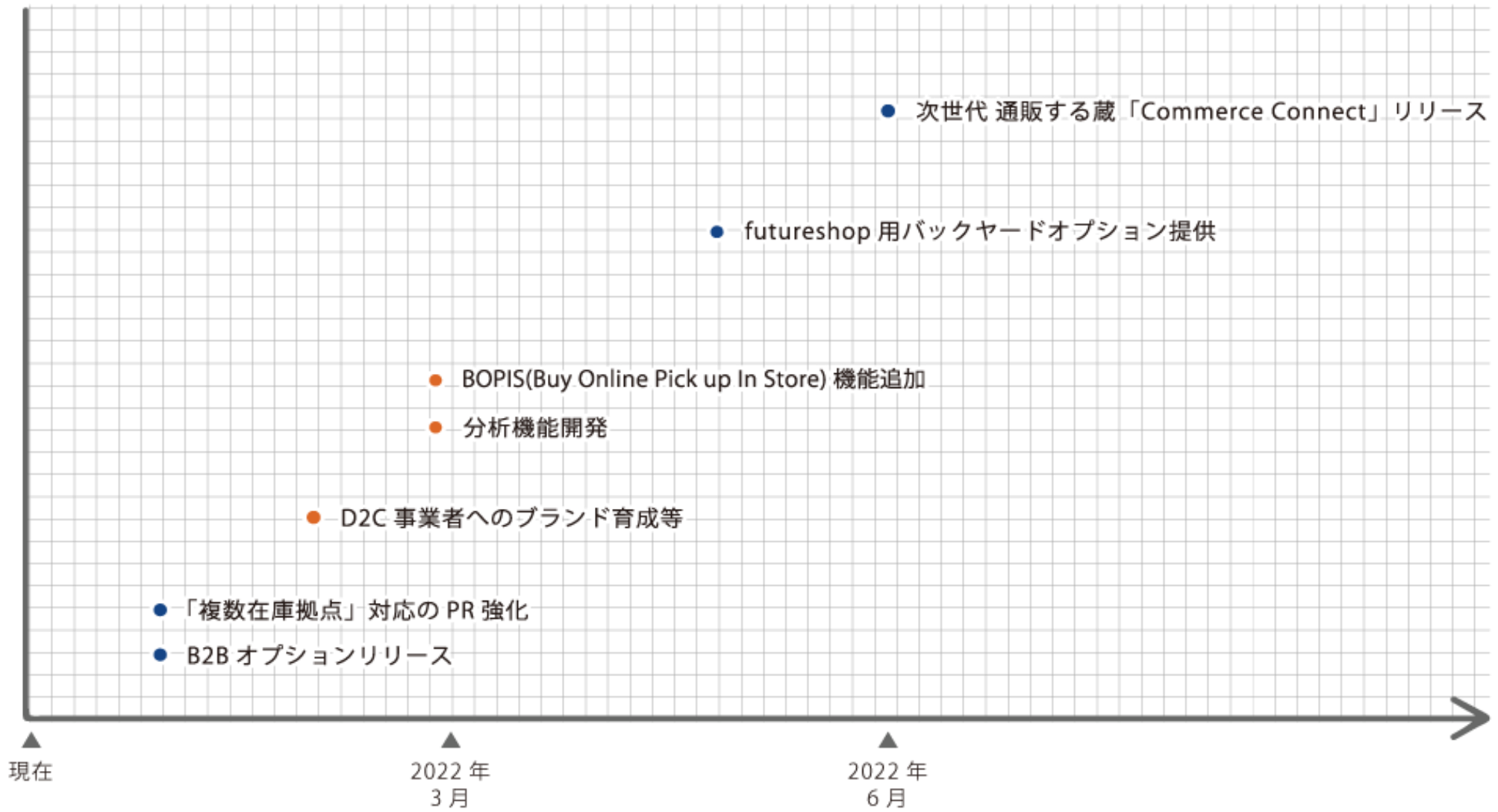
しかし、今後は経済活動の再開に伴う需要の増加も見込めるため、オンラインシフト（EC化）の余地はあり、フューチャーショップ及びソフテルはその成長をフロントエンドからバックエンドまでトータルサポートすることで、EC事業者とともに成長することが見込まれる。

認識するリスク ※その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照下さい。

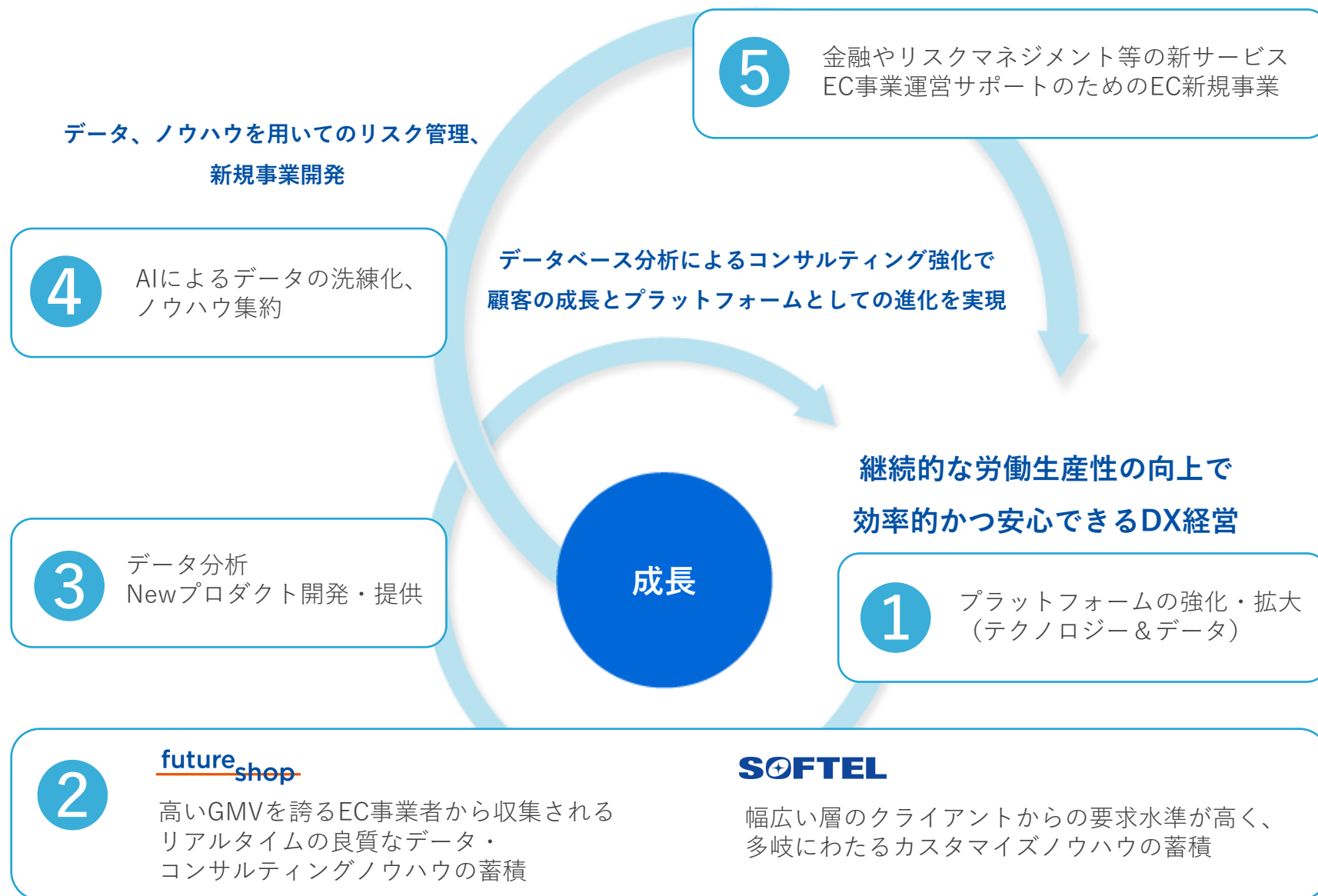
	リスク概要	顕在化 の 可能性	顕在化した 場合の 影響度	リスク対応策
国内EC市場の 動向について	国内経済環境の悪化等に伴い国内EC市場の成長率が鈍化、又は停滞した場合に、EC事業者の業況悪化を通じ当社グループの経営成績が悪化する可能性	中	大	新たなプロダクトのリリース、既存機能の強化、D2C化を目指すEC事業者へのバックアップによるEC市場の活性化等の施策を行うことで対応
EC市場特有の マーケットリスク について	新たな法規制の導入によるEC事業者の撤退や拡大スピードの鈍化、通信・ロジスティクスコストの増大が、EC事業者やEC利用者にとって影響を及ぼす可能性	中	大	制度改正のモニタリング及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、自然災害及び火災・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及びセキュリティ意識向上のためのセミナー開催等での対応
競争について	競合他社がサービスを模倣・追随し、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、他社よりも優位なサービス・プロダクトを展開していくことで対応
技術革新について	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
自然災害等について	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、業績及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でも有効・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及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. 成長戦略

新プロダクトのリリーススケジュール



プラットフォームとしての進化と人の成長支援



今後の成長へのタスク



ショップ売上（商流）拡大支援

勤務形態の変化によるセキュリティ強化の啓蒙

店舗成長支援コンテンツの拡大・D2C領域へのサポート強化

カスタマーサクセスチームの強化・コンサルティング力向上

オペレーション体制強化

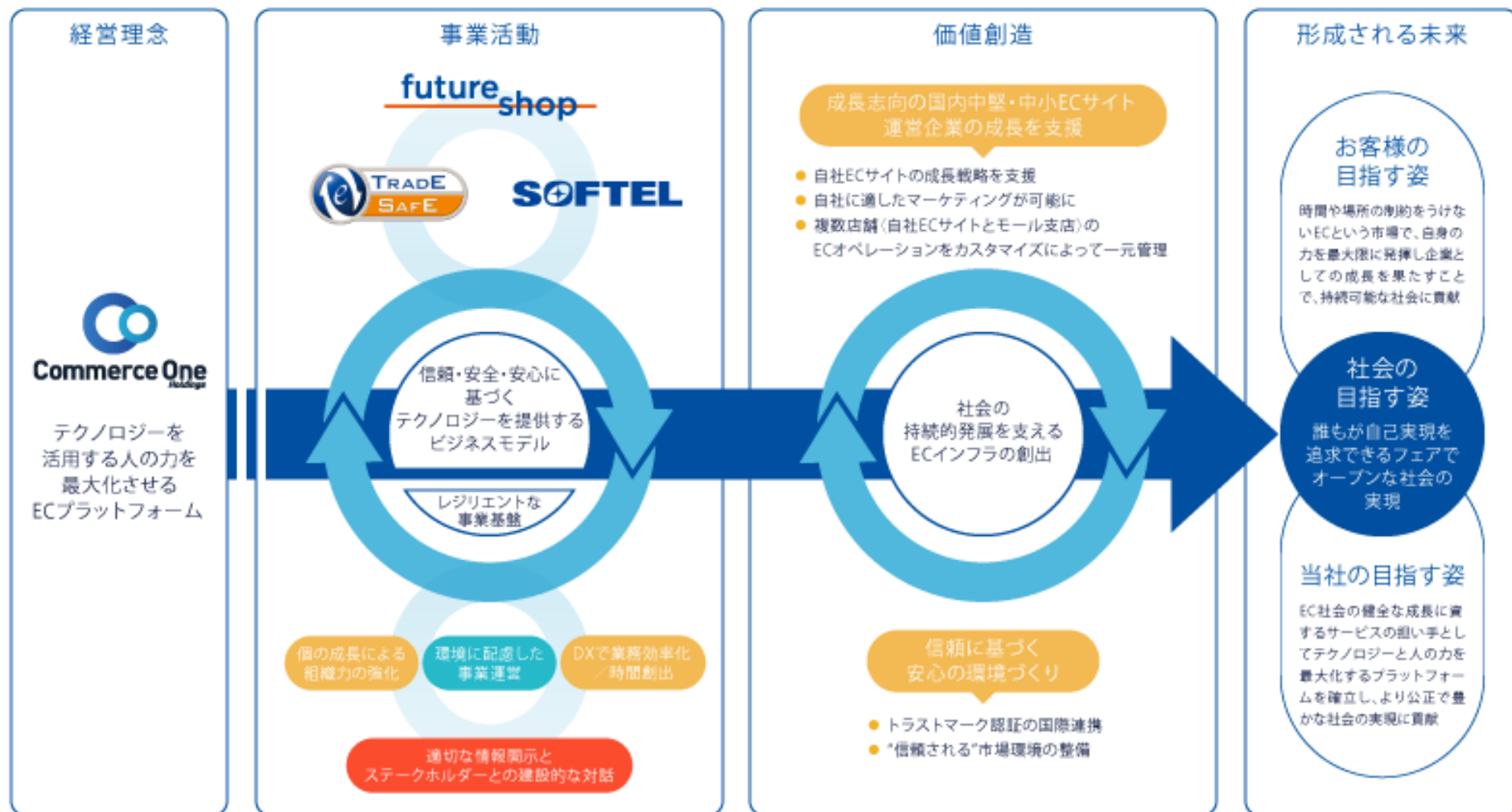
プロダクトの進化・開発と新たなデータ活用によるソリューション提供

戦略的M&A・ファイナンス関連サービスの推進

グループ間シナジーの追求

5. サステナビリティ

当社のサステナビリティ



E領域

S領域

G領域

貢献可能なSDGs



免責事項及び将来見通しに関する注意事項



本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、投資勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載されている業績予想及び将来予測につきましては、現在で入手可能な情報に基づき当社で判断したものであります。

予想にはさまざまな不確定要素が内在しており、実際の業績はこれらの将来見通しと異なる場合があります。

なお、当資料のアップデートは、今後、本決算後を目途として開示を行う予定です。

