



# 2023年3月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社コマースOneホールディングス

(東証グロース：4496)

2023年2月14日

# 目次



1. 財務サマリー .....	P. 3
2. 通期業績予想 .....	P. 15
3. ビジネス概要 .....	P. 18
4. 事業機会と成長戦略 .....	P. 60
5. サステナビリティ .....	P. 67

# 1. 財務サマリー

---

## 2023年3月期第3四半期サマリー



## 連結売上高

23.3億円

YoY

+ 1.6億円

(+ 7.5%)

## 連結営業利益

4.3億円

YoY

▲ 0.7億円

(▲ 14.9%)

## 連結営業利益率

18.6%

YoY

▲ 4.9%

親会社株主に帰属する  
四半期純利益

2.9億円

YoY

▲ 0.7億円

(▲ 19.6%)

## ■ 2023年3月期第3四半期決算期の外部環境

当社グループを取り巻くEコマース市場は、新型コロナウイルス感染症蔓延による消費活動の変化により大きく拡大。直近の行動制限の緩和の影響により消費者の実店舗への回帰が進んだ結果、急激な市場規模の拡大に一服感はあるものの、国内ではリアルを含めたOMOニーズ拡大や諸外国に比較して相対的に低いEC化率の上昇を期待できるため今後とも高い成長ポテンシャルを維持できると考えられる。

## ■ 決算概要

継続的な売上増加を実現する一方、M&Aによる完全子会社化、減価償却費の増加や、人員拡大、オフィス環境向上等による将来の成長を可能にする先行投資を実行したため、増収減益。

今後もグループ各社の独自性のある経営を重視し、より迅速な経営判断のできる体制を確立して業界の急速な変化に対応できるように努め、さらなる中長期での企業価値向上を目指す。

# 2023年3月期第3四半期ハイライト

## ■ 国内EC市場の状況

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により高成長した国内EC市場も、2022年度においては成長が緩やかになり実店舗の役割が再度大きくなる等OMOの流れや環境変化の兆しも見られる。

よって、ECプラットフォームとしても、より店舗売上向上につながるサービスや顧客とのコミュニケーション手法等のソリューションも差別化の必要性が強まると予測される。

## ■ グループ各社 当期の状況

### futureshop

自社プロダクト強化、他社サービス連携強化によるさらなるデジタルコマース支援領域拡大・伸長。

- ライブコマースオプション“Live cottage（ライブコテージ）”の機能強化
  - ライブコマースの分析機能強化、配信アプリ（β版）リリース。
- さらなるEC支援サービスとの連携・ジャンル別機能を強化 ※詳細はP.38~P.39
  - SBペイメントサービス株式会社による、AI不正検知（アドバンスプラン） for futureshopの提供。店舗独自の動的な不正利用対策が可能。
  - アライドアーキテクト株式会社提供の運用型UGCソリューション「Letro」との連携を開始し、購入者のUGC生成から収集の自動化。また、ECサイト上への表示・最適化が可能。
  - 株式会社トリドリが提供するインフルエンサーマーケティングプラットフォーム「toridori marketing」との連携開始。企業とインフルエンサーを直接マッチングできるプラットフォームを特別プランで契約可能。

### SOFTTEL

SAMURAI TECHNOLOGYの完全グループ会社化による開発人員の確保に伴い、開発の効率性向上、良質なサービスを提供する体制の強化を行い、成長を加速。



広告費分割・後払い（BNPL）サービスを提供する株式会社バンカブルと業務提携

# 投資戦略



営業キャッシュ・フローが生み出してきた資金を、さらなる成長のために投資。

## ■ コーポレートアクション

フューチャーショップと空色との協業により、ECサイトの購買率向上につながるAIソリューションの開発・提供を進め、グループ一体でさらなるシナジーを実現。

詳細は、同日適時開示した「株式会社空色の株式取得、第三者割当増資（連結子会社化）に関するお知らせ」参照。

## ■ 自己株式取得に係る事項の決定

株主還元を強化するとともにEPS増加を優先し、財務面を健全に維持しながら、資本効率の向上及び経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行を図るため、自己株式取得を実施。

- (1) 取得対象株式の種類 : 当社普通株式
- (2) 取得し得る株式の総数 : 33万株を上限とする（発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 4.38%）
- (3) 株式の取得価額の総額 : 250,000,000円を上限とする
- (4) 取得期間 : 2023年2月15日～2023年7月31日
- (5) 取得方法 : 投資一任契約に基づく市場買付

## 2023年3月期第3四半期 四半期決算概要



## 【連結】 コマースOneホールディングス

単位：千円	2022年3月期3Q	2023年3月期3Q	増減	前年度同期比
売上高	2,174,161	2,337,023	+ 162,862	+ 7.5%
営業利益	511,969	435,812	▲ 76,157	▲ 14.9%
経常利益	547,148	462,968	▲ 84,180	▲ 15.4%
税金等調整前 四半期純利益	562,887	473,720	▲ 89,167	▲ 15.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	364,331	293,072	▲ 71,259	▲ 19.6%

## 2023年3月期 第3四半期 フューチャーショップ概要

futureshop

売上高

18.1億円

YoY

+ 1.5億円

(+ 9.5%)

営業利益

5.2億円

YoY

▲ 0.02億円

(▲ 0.5%)

営業利益率

29.0%

YoY

▲ 2.9%

流通総額

1,449億円

YoY

+ 55.3億円

(+ 4.0%)

12月末契約件数

2906件

FYTD

▲ 22件

(▲ 0.8%)

ARPU

68,923円

YoY

+ 5,264円

(+ 8.3%)



## 2023年3月期 第3四半期 ソフテル概要

**SOFTTEL**

売上高

**5.1億円**

YoY

+ 0.06億円  
(+ 1.2%)

営業利益

**0.7億円**

YoY

▲ 0.2億円  
(▲ 25.0%)

営業利益率

**13.8%**

YoY

▲ 4.8%

3Q  
開発売上総額**2.1億円**

YoY

▲ 0.2億円  
(▲ 9.1%)1社あたり  
3Q開発売上高**1.3百万円**

YoY

▲ 0.2百万円  
(▲ 15.3%)3Q  
ストック売上**2.5億円**

YoY

+ 0.2億円  
(+ 11.2%)3Q  
ストック売上比率**48.2%**過去6年間平均比  
+ 6.3%

## 2023年3月期 第2四半期・第3四半期比較



## 【連結】 コマースOneホールディングス

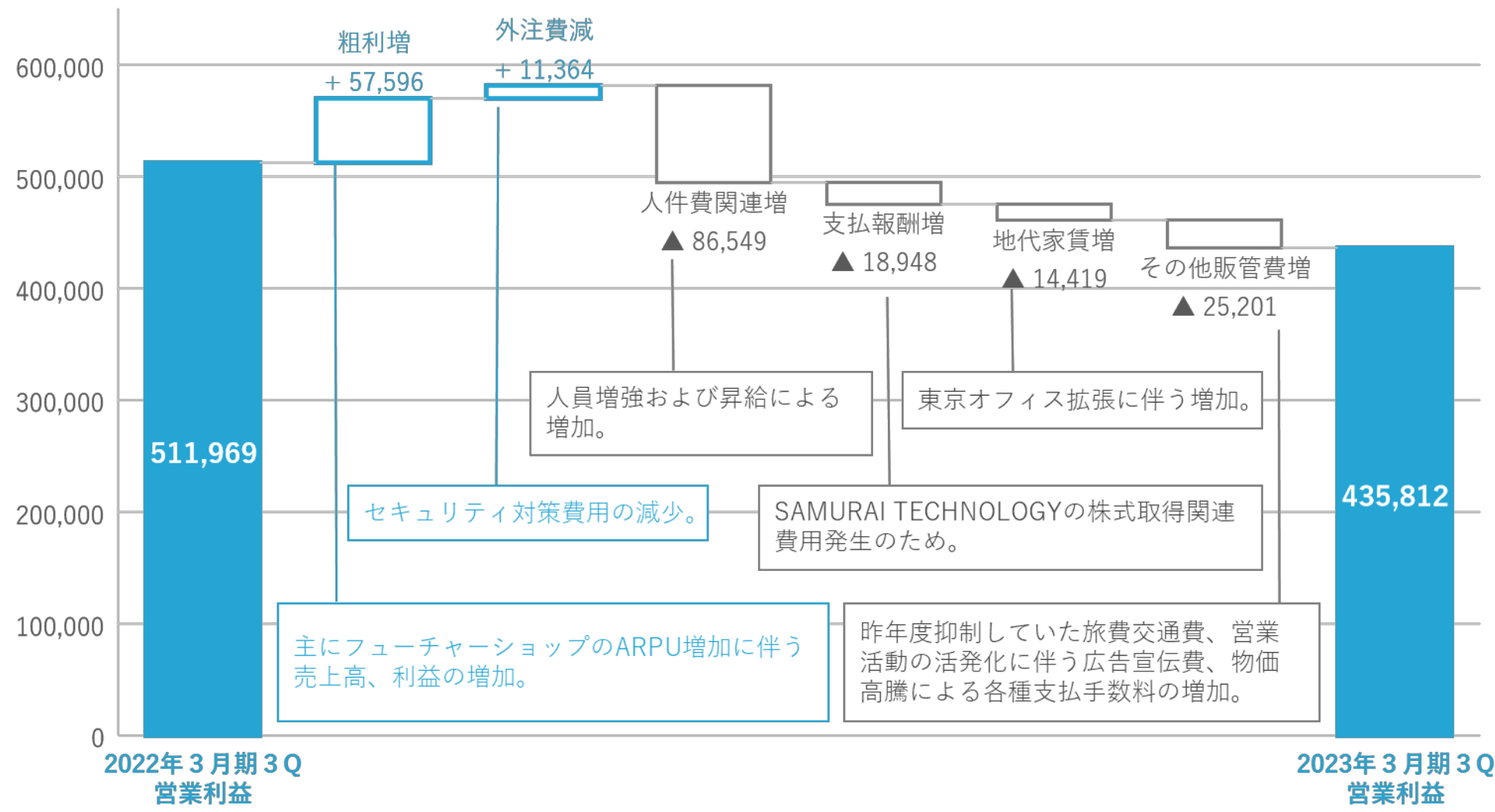
単位：千円	2023年3月期 2Q単体	2023年3月期 3Q単体	増減	コメント
売上高	789,064	786,546	▲ 2,518	<p>主にソフトルにおける長期大型案件の納入遅延による工数増加のため、粗利が低下し、営業利益が減少。</p> <p>第2四半期には受取配当金の計上があり、その影響のため経常利益以下もそれに伴い減少。</p>
営業利益	141,716	139,663	▲ 2,053	
経常利益	166,854	131,313	▲ 35,541	
親会社株主に帰属する 当期純利益	113,473	75,574	▲ 37,899	
営業利益率	18.0%	17.8%	▲ 0.2%	

# 前年度同期比 第3四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

□ 増加 □ 減少 ■ 合計



# 営業利益～税金等調整前四半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	2022年3月期 3Q	2023年3月期 3Q	増減	コメント
営業利益	511,969	435,812	▲ 76,157	-
営業外収益	35,185	27,574	▲ 7,611	昨年度は一昨年と比較して台湾ドル為替レートが大幅に円安に振れたため為替差益となっていた一方、当年度は昨対比でレート変動が少なかった。
営業外費用	6	418	+ 412	-
経常利益	547,148	462,968	▲ 84,180	-
特別利益	15,739	10,751	▲ 4,988	-
特別損失	-	-	-	-
税金等調整前 四半期純利益	562,887	473,720	▲ 89,167	-

## 2023年3月期第3四半期貸借対照表前期末比



単位：千円	2022年3月期4Q	2023年3月期3Q	増減	コメント
<b>流動資産</b>	2,006,125	2,196,318	+ 190,193	-
<b>その他</b>	14,476	170,410	+ 155,934	主に利用料割引のためサーバー代の前払を実施し、前払金が増加したため。
<b>固定資産</b>	1,102,659	1,076,916	▲ 25,743	-
<b>投資有価証券</b>	548,046	471,099	▲ 76,947	-
<b>流動負債</b>	752,565	672,847	▲ 79,718	-
<b>固定負債</b>	69,610	75,903	+ 6,293	-
<b>純資産</b>	2,286,609	2,524,484	+ 237,875	-
<b>株主資本</b>	2,052,744	2,345,816	+ 293,072	-
<b>その他有価証券     評価差額金</b>	233,864	178,667	▲ 55,197	-

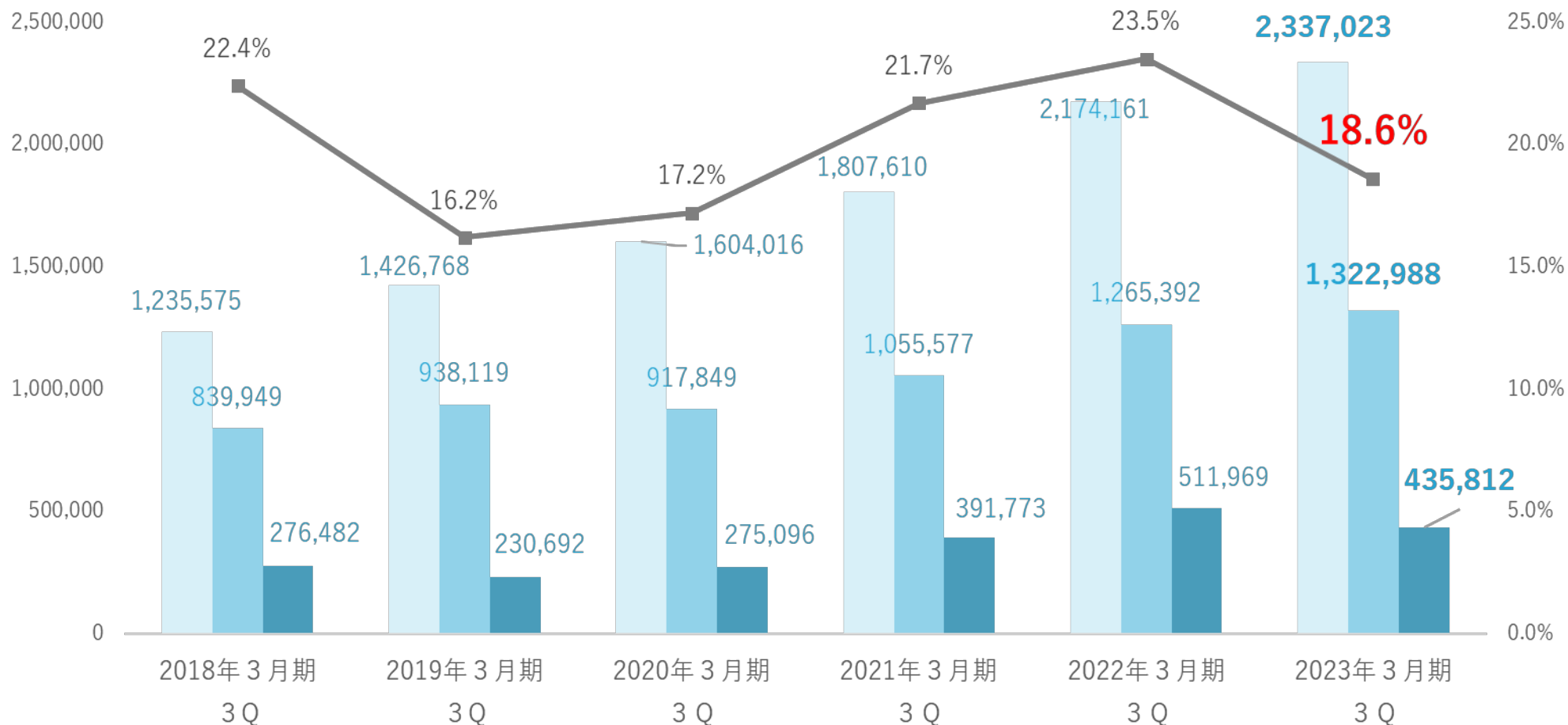
# 2023年3月期第3四半期 連結業績推移



2023年3月期第3四半期は、継続的な売上増加を実現する一方、将来のための投資を計画通りに実行し増収減益となった。

(単位：千円)

売上高 売上総利益 営業利益 営業利益率



※ 2018年3月期～2019年3月期の期間に関しては、第3四半期財務諸表として監査法人の監査を受けていません。

## 2. 通期業績予想

---

## 2023年3月期 業績予想修正について①



フューチャーショップのコスト増加、ソフトルの案件納期遅延による開発工数増加の影響および完全子会社化したSAMURAI TECHNOLOGYの業績を反映し、業績予想を修正。

## 2023年3月期

単位：千円	当初予想	SAMURAI TECHNOLOGY 連結前 修正予想	SAMURAI TECHNOLOGY 予想	修正予想	業績予想 修正割合
売上高	3,206,961	3,172,895	45,413	3,202,348	▲ 0.1%
営業利益	711,382	578,857	666	579,523	▲ 18.5%
経常利益	730,390	604,578	666	605,244	▲ 17.1%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	504,602	414,387	223	414,829	▲ 17.8%



# 2023年3月期業績予想修正について②



## 通期業績予想各社概要

### フューチャーショップ



流通総額は堅調である一方、新規契約件数はEC市況の低調に伴い低調に推移。また、1契約あたり売上高が堅調に推移したことにより業績予想を若干上回る売上高となった。新規決済サービスへの連携に係る外注費の増加や、IT人材の需要増大による採用コストの増大、サーバー費用の増加等により売上原価および販管費が予想以上に増加し従来予想を下回った。

### ソフテル



懸案である開発人員の採用が予定通り進まず、受注までのリードタイム拡大もあるなか、受注案件の納期遅延により開発工数が増加した結果、売上高及び営業利益が予想を下回った。SAMURAI TECHNOLOGYのM&Aによる開発体制強化により成長加速へ。

### SAMURAI TECHNOLOGY



完全グループ会社化による開発人員の拡充を図れたことから、ソフテルにおいて今後、受注拡大、さらなる良質なサービス提供に努める。

### 3. ビジネス概要

---

# 事業内容



当社グループ（当社および当社の関係会社）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およ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



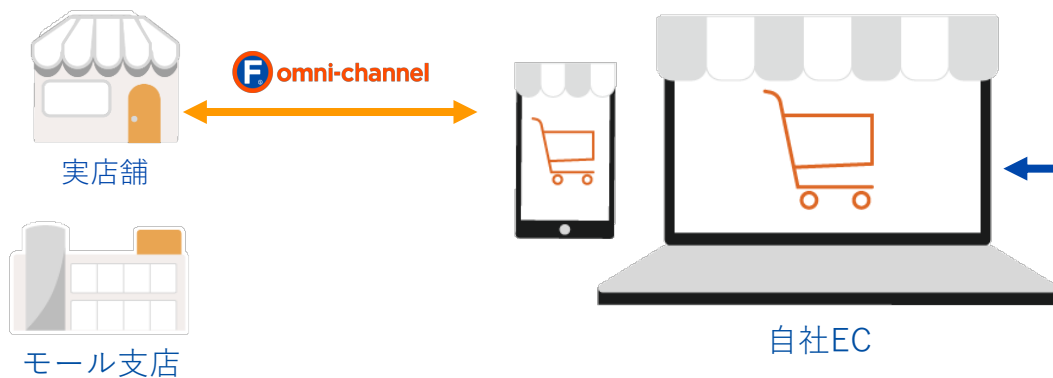
## FRONT

**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



# 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、  
収益の向上およ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



# ソフトとSAMURAI TECHNOLOGYのシナジー



シナジー効果にてさらなる市場認知・品質向上を可能に。より良質なサービスを提供。

**SOFTTEL**



 **SAMURAI TECHNOLOGY**  
サムライテクノロジー株式会社

案件大型化・高度化に伴い、さらなる開発リソースの調達、高度な開発マネジメント（管理・精緻化）が必要に。

20年以上にわたって積み上げられた「課題発見」「システム提案」「システム開発」「サポート」の力を持つSAMURAI TECHNOLOGYのグループジョインによって開発リソース増加、また、案件処理を効率化し、カスタマイズや保守・メンテナンス、新プロダクト制作の体制強化を図る。

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。

2022年12月末時点で、**2,906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ネル統合をSaaS型サービスで提供。

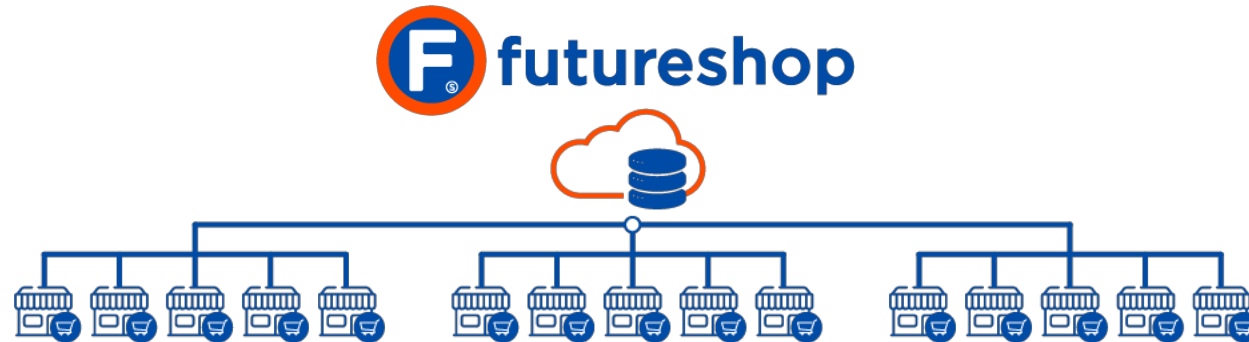
2022年12月末時点で**115ブランドのECサイト、合計2,384の実店舗（店頭）**で稼働。

※1 CMS=Content Management System

# ビジネスモデル

futureshop

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のユーザーまで、  
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

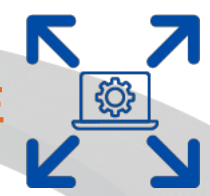


(特許登録済 特許第6619478号)

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



## 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
- 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
- アパレル管理自動くん

## 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
- チャネルトーク
- **MATTRZ CX for futureshop**

## コーディネート活用

- STAFF START
- SNAPBOARD

## アプリ開発

- MGRre

## SNS活用

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

## サイト内検索

- GENIEE SEARCH for EC

## 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
- **EC Intelligence for futureshop**
- うちのこづち **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
- toridori **new!**

## 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
- shutto翻訳
- Buyee Connect

## その他

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

「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。

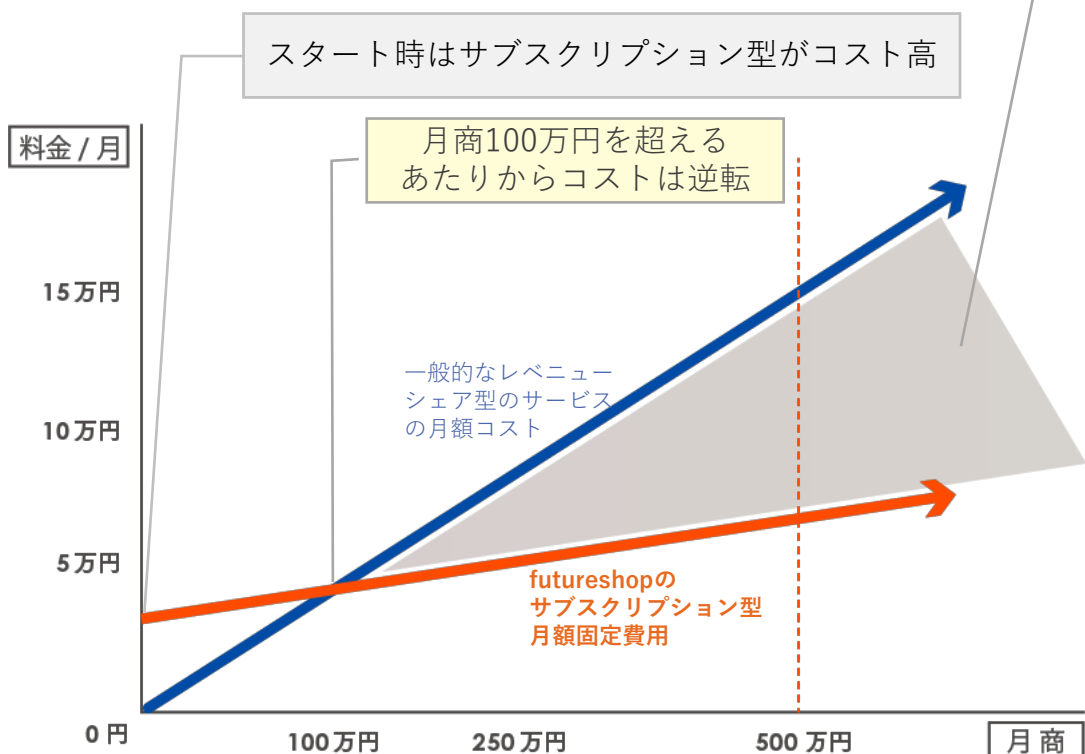
# 収益モデル

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

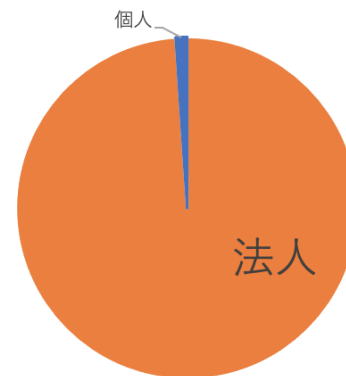


futureshopユーザーの  
平均月商ライン  
(2023年3月期3Q実績：543.5万円)

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98.9%が法人



2023年3月期3Q時点

スタート時から平均41,660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。

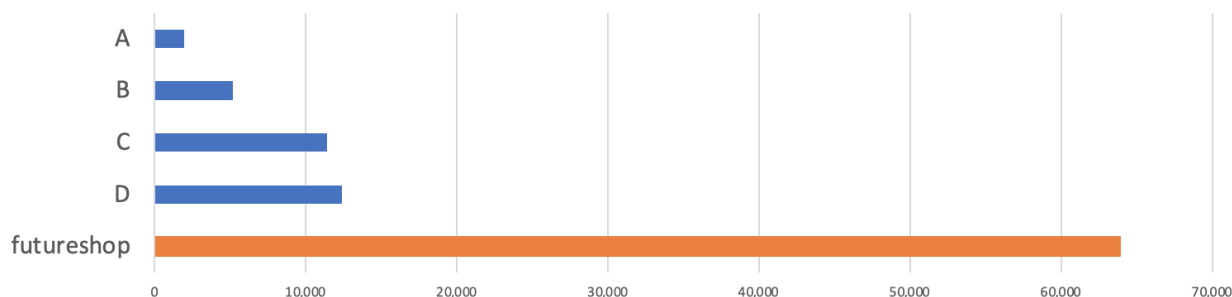
※2022年3月期の新規契約月額単価実績値

# 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

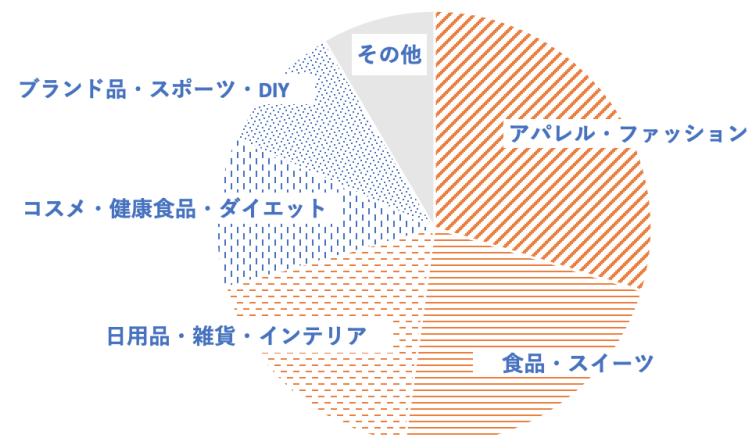
本事業モデルでは、一般的にスタートアップ支援～中小企業がターゲットの中心となるが、SaaS型Eコマースプラットフォーム **futureshop** および **futureshop omni-channel** のユーザーは、**中堅・大手のECサイトが多く利用**。幅広いジャンルに利用されている国内主要SaaS型プラットフォームの中では圧倒的に1店舗あたりのGMVが高い。

主要SaaS型ECプラットフォーム1店舗あたりのGMV (単位：千円)



※上記グラフは2021年度国内主要SaaS型ECプラットフォーム1店舗あたりGMV推計/当社調べ (業種・サブスクリプションコマース特化型・カスタマイズモデルは除く)

futureshop利用ユーザーのジャンル比率 (2023年3月期3Q時点)



## 契約を2年以上継続しているユーザーの売上は平均 **16.1%増加**

2023年3月期 3Q：成長率平均<sup>※1</sup>前年度同期比 **+16.1%**      2022年3月期 3Q：成長率平均前年度同期比 +23.8%

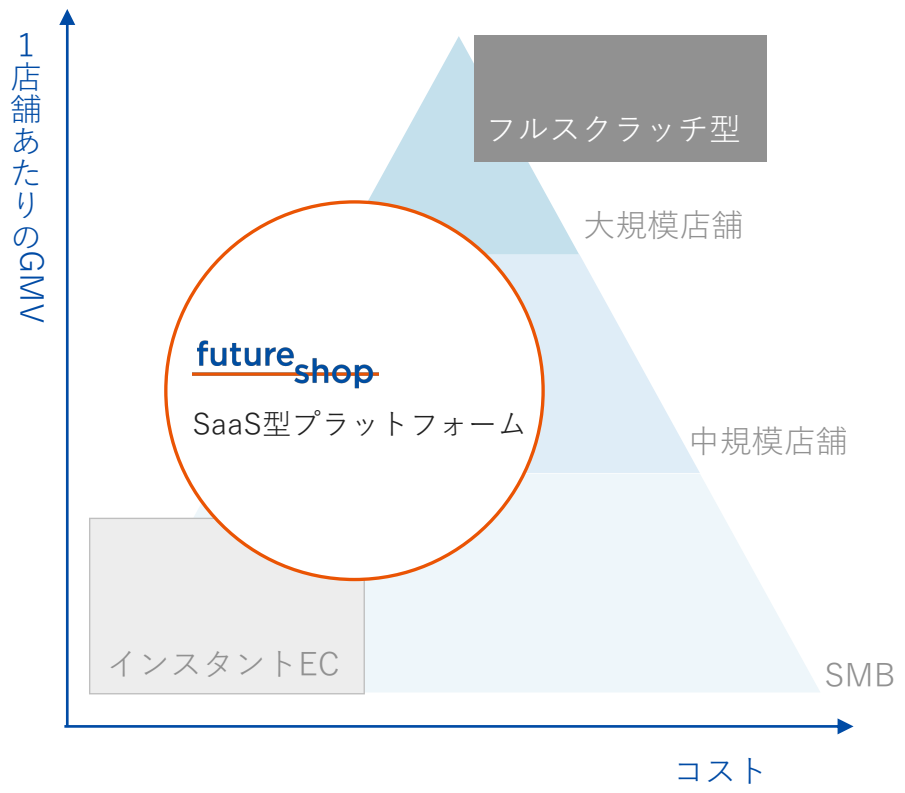
前年度はコロナ禍による行動制限の影響でEC売上の成長は高止まりを見せていたが、今年度は少し落ち着いた成長となっている。

※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。

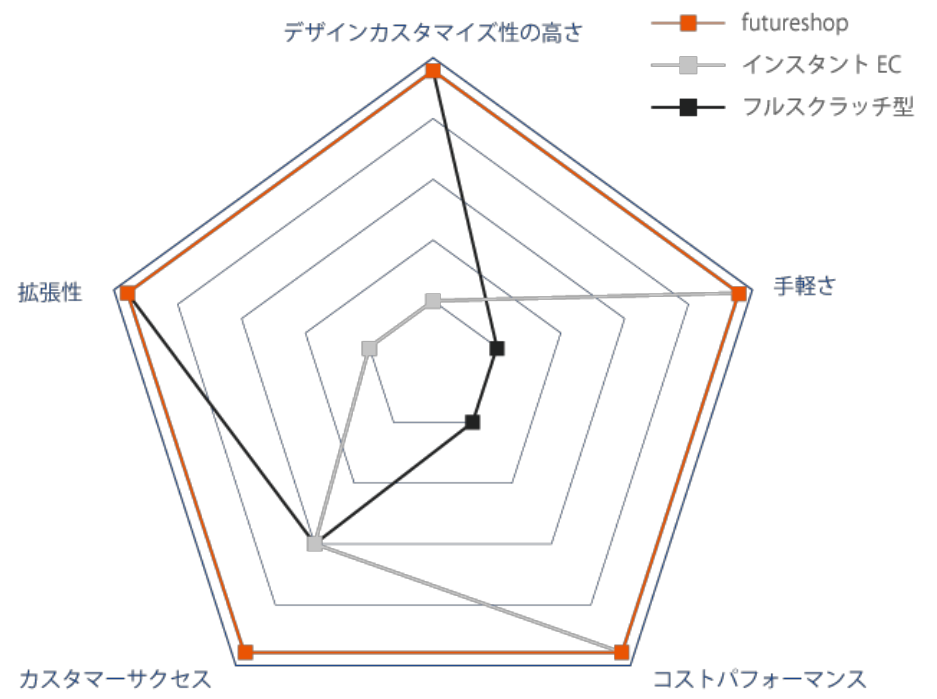
# 顧客戦略



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



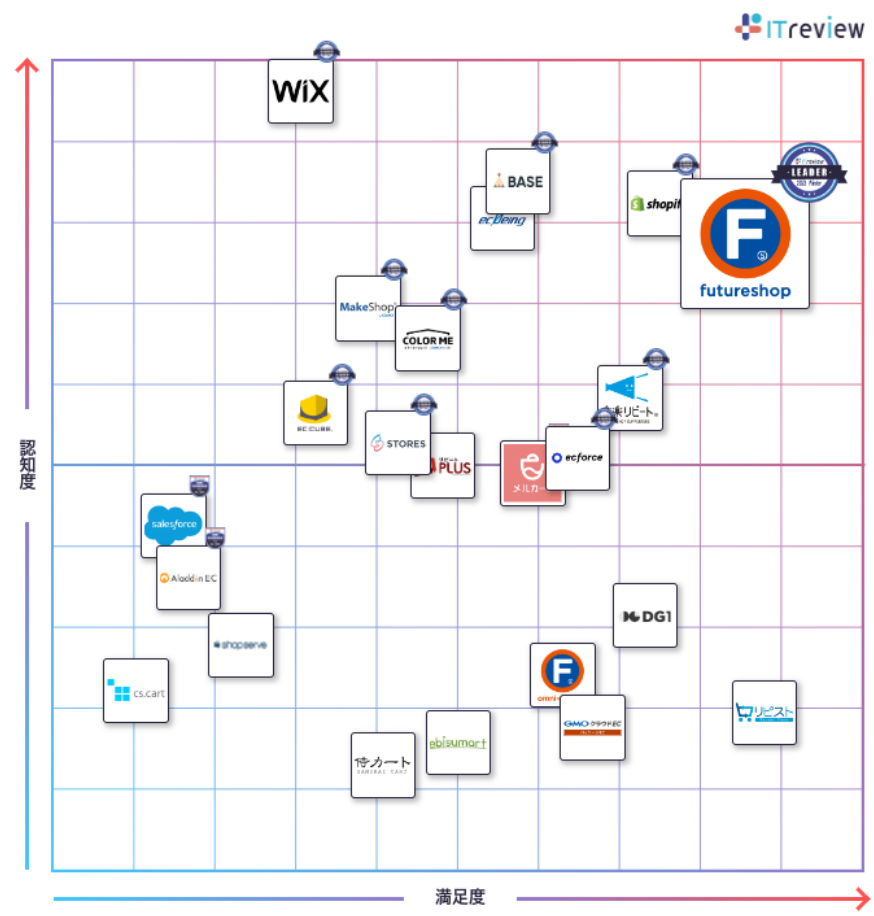
※当社の私見に基づいております。

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



ITreview Grid Award 2023 Winter にて ECサイト構築部門の「Leader」バッジを 14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



ITreview Grid ECサイト構築部門 2023年 1月時点 満足度: 相対値



# 参考資料 - 2023年3月期第3四半期のカスタマーサクセス活動



## アカデミー講座カリキュラム・セミナー、およびOne to One 相談はオンラインで開催

### ユーザー限定セミナー・オープンイベントによるCS活動

#### ユーザー限定少人数制EC講座

開催回数：48講座  
参加者数：**945名**



#### オープンセミナーイベント

開催回数：15イベント  
参加者数：**1595名**



### One to Oneオンボーディング & 無料スポットコンサルティング

対応社数：**93社**



少人数制EC講座を拡充し、ラーニングプログラムとしてカリキュラムを整備。参加者数は増加している。

# 参考資料 – オウンドメディア

## E-Commerce Magazine

総記事数 **266本**  
2023年3月期 3Q記事 **9本**



## 2023年3月期3Qアップ記事より一部抜粋



インボイス制度を5分で解説! EC事業者に必要な対応や注意点とは?

📅 2022.11.09

消費税の新たな仕組みとして「インボイス制度(適格請求書等保存方式)」が2023年10月に始まります。現在、



日本のライブコマース市場規模は5年後どうなる? 海外市場を参考に2027年のポテンシャルを推定

📅 2022.11.16

ライブ配信を行いながら商品をリアルタイムで販売する



食品ECで月商300万円突破の“最短ロードマップ”! 支援実績700社超のリライズコンサルティングが解説

📅 2022.11.22

「やった方がいいこと」の情報があふれ、施策の優先順



定期的なバージョンアップだけ、じゃない! future shopは豊富な連携サービスで拡張性は無限大。

📅 2022.12.14

future shopで新機能や新サービスの企画や連携を手がけ

# GMV※1と契約店舗数実績

## GMVは当第3四半期時点で1,449.1億円となり、前年度同期比 +4.0%

新型コロナウイルス感染症蔓延の中で大幅に増加したEC消費は落ち着きを見せているものの、GMVは堅調に推移。

契約店舗数は微減。解約件数にさほどの差はないものの、例年よりも自社ECサイト閉鎖や、EC事業からの完全撤退が増えている。

また、複数のECサイトを1サイトにまとめるコスト削減によるアカウント解約も多くあり、契約店舗数微減要因のひとつとなっている。

2020年初頭から2021年9月下旬ごろの第1波～第5波コロナウイルス感染症流行期と比較してEC参入・強化を急ぐ事業者が減少している傾向は変わらず、新規契約数が回復していない。しかしながら、昨今の新規契約顧客は、OMO・オムニチャネルまでを視野に入れている等、個々のポテンシャルは例年よりも高い傾向にある。

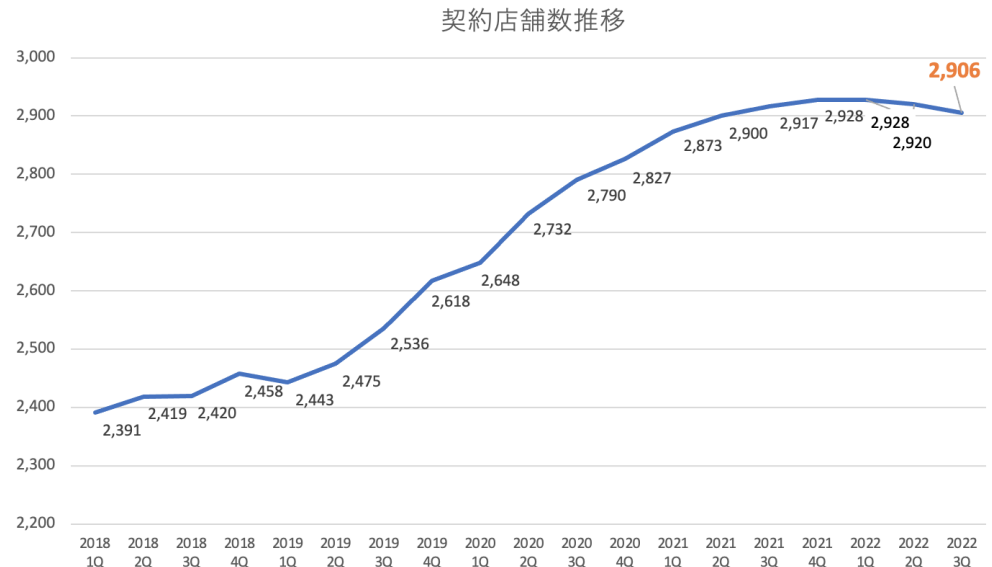
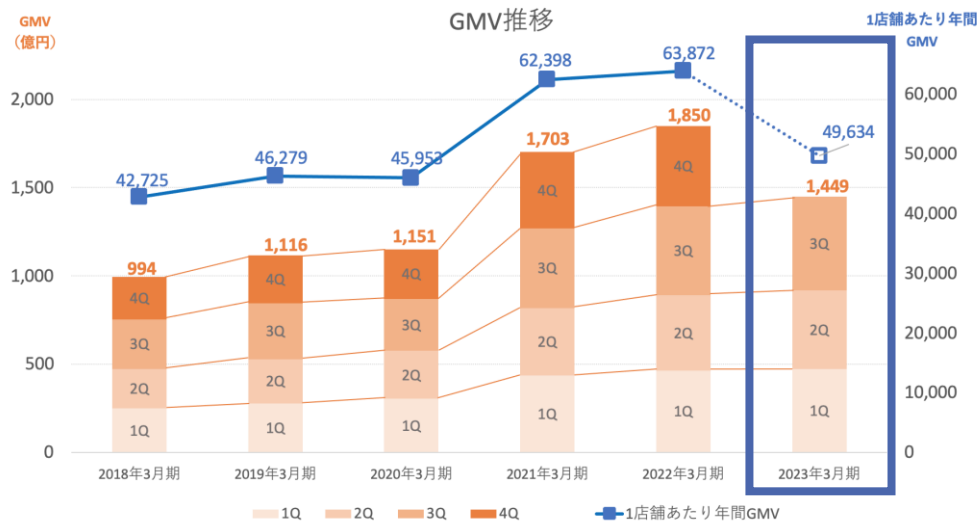
### 2023年3月期第3四半期累計

GMV **1,449.1億円**（前年度同期比 **4.0%増**）

1店舗あたりGMV **49,634千円**（前年度同期比 **2.8%増**）

### 2023年3月期第3四半期末時点の契約店舗数

**2,906店舗**（前年度同期比 **0.4%減**）

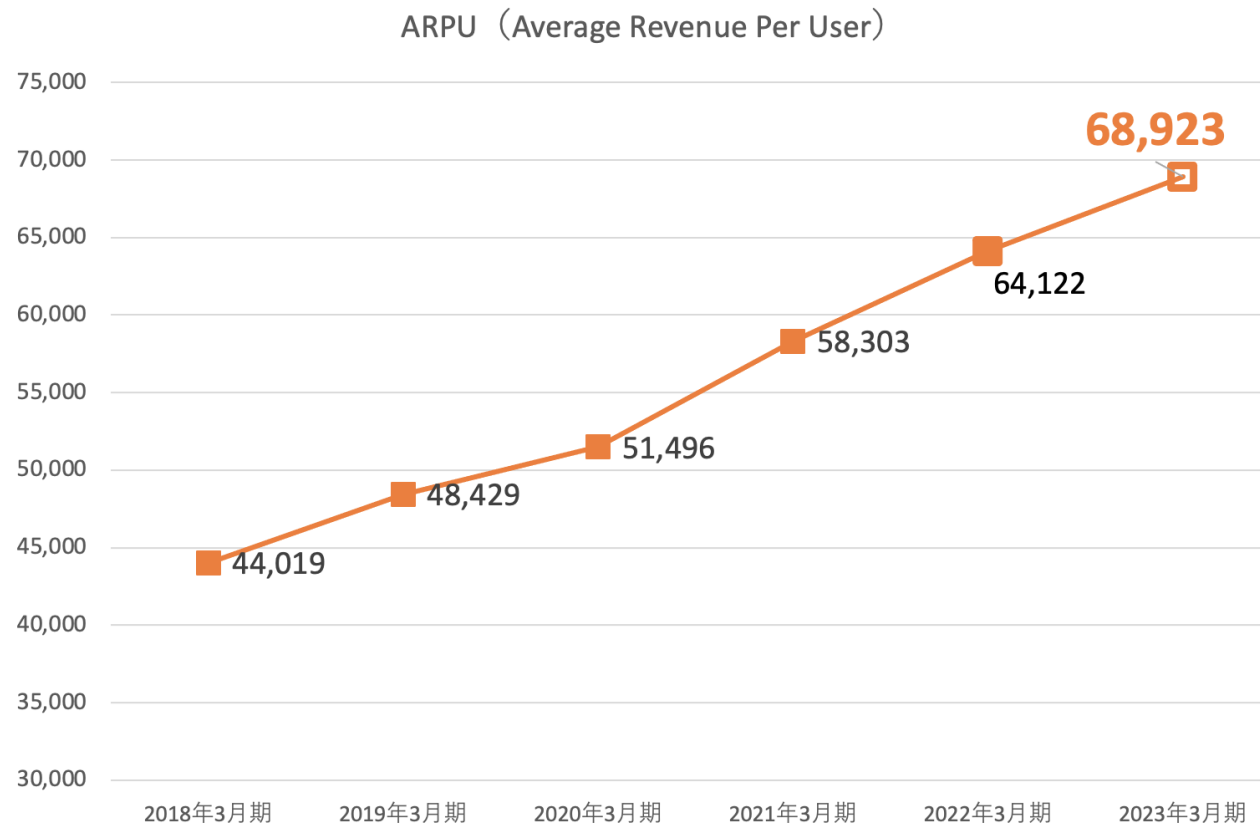


※1 GMV=Gross Merchandise Value

# ARPU (Average Revenue Per User)

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しており、それに伴うオプション機能・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。前述のとおり、稼働店舗数の伸長は鈍化しているが、オムニチャネル・OMOの流れも着実に浸透しており、Eコマースで成長している企業はより投資する傾向にあるため、ARPUは好調に推移している。

## 1店舗あたり月間売上金額推移

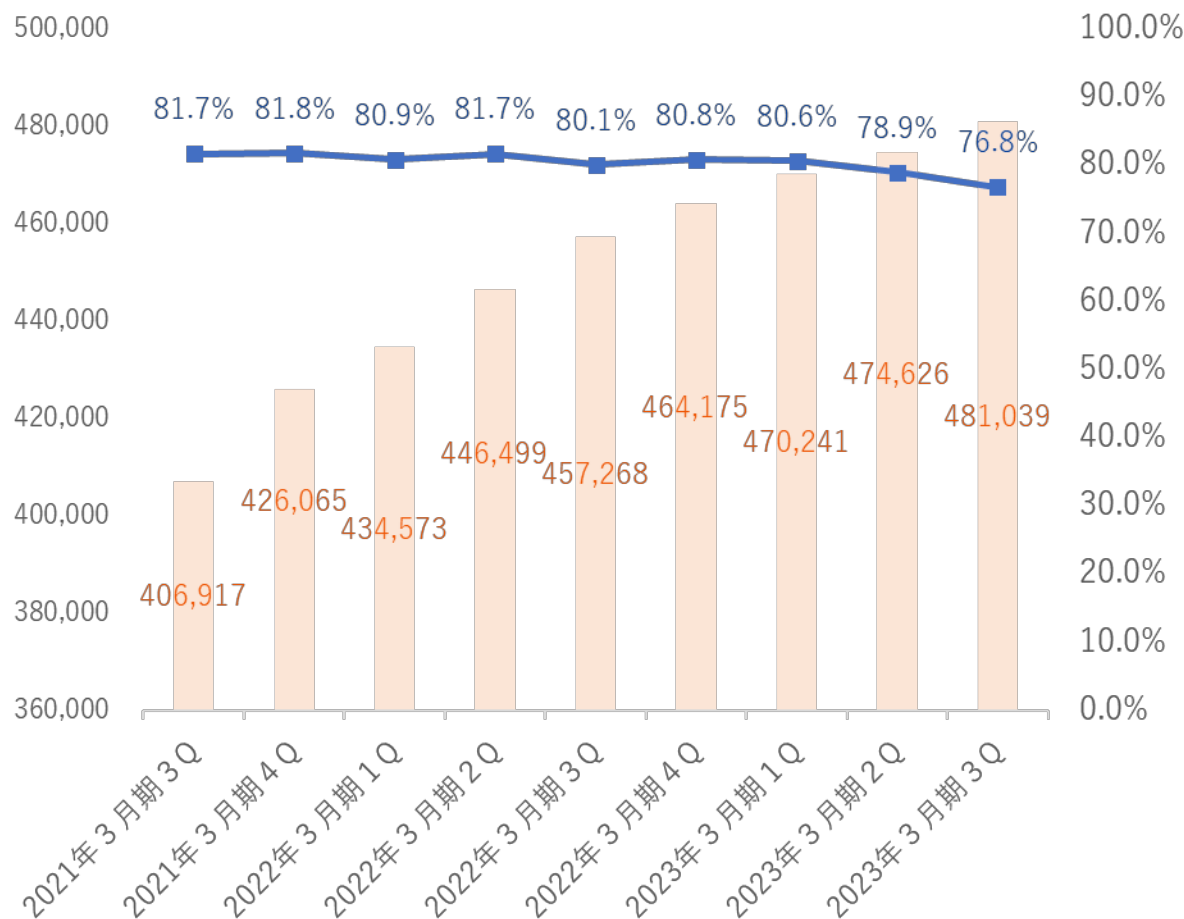


# ストック売上※<sup>1</sup> - フューチャーショップ

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、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※<sup>2</sup>



100.0% 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減少している。

- ※<sup>1</sup> 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  
 ※<sup>2</sup> ストック売上を各四半期の売上高で割ったもの



# 2023年3月期第3四半期事業トピックス（1）



## プレスリリース

### 【2022.10.20】SBペイメントサービス株式会社が、クレジットカード不正利用の傾向に合わせて動的に 対策する「AI不正検知（アドバンスプラン） for futureshop」の提供を開始

～ 「futureshop」を利用する事業者が独自のルールを設定することにより、不正利用を未然に防止～

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」）は、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、クレジットカード決済の不正利用を検知する有料サービス「AI不正検知（アドバンスプラン） for futureshop」を、2022年10月20日（木）に提供開始。

これまで、「futureshop」では、クレジットカード決済で疑わしい取引があった場合に「futureshop」の受注管理画面の該当取引にアラートが表示される「AI不正検知 for futureshop」（提供：SBPS）を無料で利用でき、事業者の不正取引早期発見に寄与してきたが、今回新たに提供を開始した「AI不正検知（アドバンスプラン） for futureshop」では、「AI不正検知 for futureshop」の機能に追加して、店舗ごとの不正利用傾向に合わせた独自のルール設定を行うことができるようになり、店舗独自の動的な不正利用対策が可能に。

### 【2022.11.29】アライドアーキテクツ株式会社が提供する運用型UGCソリューション「Letro」との連携を開始

～UGC生成から収集を自動化。成果につながる活用方法を専任サポート担当が支援し、効果的なUGC運用を実現～

アライドアーキテクツ株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 CEO：中村壮秀）が提供する、運用型UGC<sup>\*1</sup>ソリューション「Letro（レトロ）」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、開発の必要なく「Letro」を導入可能になり、購入者のUGC生成から収集の自動化、また、ECサイト上への表示・最適化が行える。

※「運用型UGC」は、訴求・SKU・展開チャンネル毎のUGC生成から活用のサイクルを回しつづけることで顧客体験を最大化し、売上成果に繋げる運用モデル

### 【2022.12.02】株式会社トリドリが提供するインフルエンサーマーケティングプラットフォーム 「toridori marketing」との連携開始

～インフルエンサー募集から直接のやり取りがアプリ1つで実現。futureshopユーザー向け特別プランを提供～

株式会社トリドリ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：中山 貴之）が提供する、インフルエンサーマーケティングプラットフォーム「toridori marketing」との連携を開始。「toridori marketing」は、企業とインフルエンサーを直接マッチングできるプラットフォームであり、今回の連携により、futureshop利用者は特別プランにて契約が可能に。

## 2023年3月期第3四半期事業トピックス（2）

## ライブコマースオプション「Live cottage（ライブコテージ）」の機能強化

## ライブコマースに必要な機能を、順次リリース



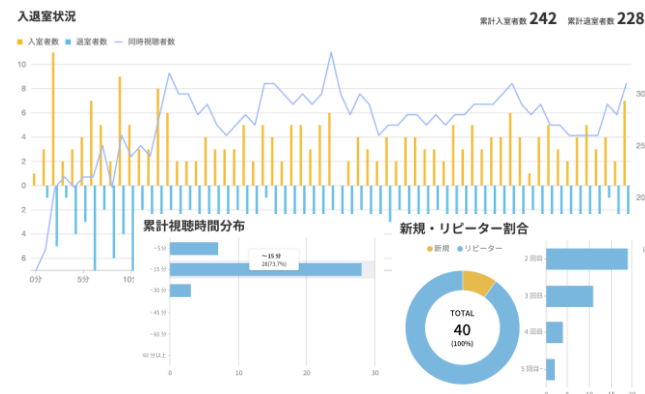
フューチャーショップ、月額1万円台から  
ライブコマースを始められる

「Live cottage」オプション

サービスを9月1日リリース。

## 【2022.10.31】ライブコマース分析機能強化

- ・ 視聴者数/いいね数/コメント数/シェアボタンクリック数/商品クリック数を、時系列でリアルタイム分析表示
- ・ 入退室を時系列でリアルタイム表示
- ・ 視聴維持時間分布
- ・ 新規/リピート視聴分析



## 【2022.12.19】ライブコマース配信アプリ（β版）リリース

これまでの、ライブ配信時に「OBS studio」等のストリーミング配信ツールをPCにインストールする等、別のツールの用意が必要であったが、今回の配信アプリ（β版）のリリースにより、  
**スマートフォンでの配信がより簡単に。**

（現状は配信開始時にPCにて管理画面の操作が必要。配信アプリの正式版では、スマホのみで配信可能となる予定。）



配信アプリ（現在はβ版・iPhoneのみ）をダウンロード  
配信用QRコードの読み取り画面へ



# 2023年3月期第4四半期以降の方針と取り組み

## ■ 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  
**AIを活用した新レコメンドエンジン**  
株式会社フライウィールとの業務提携により、AIを活用したパーソナライズ商品レコメンドを開発中。顧客行動や購買データなどからAIが会員のニーズを見極め、会員一人ひとりにより最適な情報提供を実現する。  
**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。
- OMO・オムニチャネル機能強化**  
実（リアル）店舗とECサイトの融合  
**OMOソリューションの充実**  
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。
- ライブコマース機能強化**  
配信アプリ機能の向上  
**ライブコマース機能強化**  
スマートフォンのみでライブ配信ができる機能を追加。
- 定期/頒布会販売機能改善**  
（サブスクリプション）  
**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。
- 送料計算/配送日表示系機能強化**  
主に食品・スイーツECの機能性向上  
**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。
- 外部システム連携機能強化**  
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。

## ■ 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  
**futureshopサービスサイトリニューアル**  
futureshopサービスサイトのリニューアルを予定。プロダクトの強みと競合他社サービスとの差別的優位性を明確にしたコンテンツで商談数の増加を目指す。



# 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。

- 人的リソース、コスト削減
- 成長に必要な経営資源を生み出す



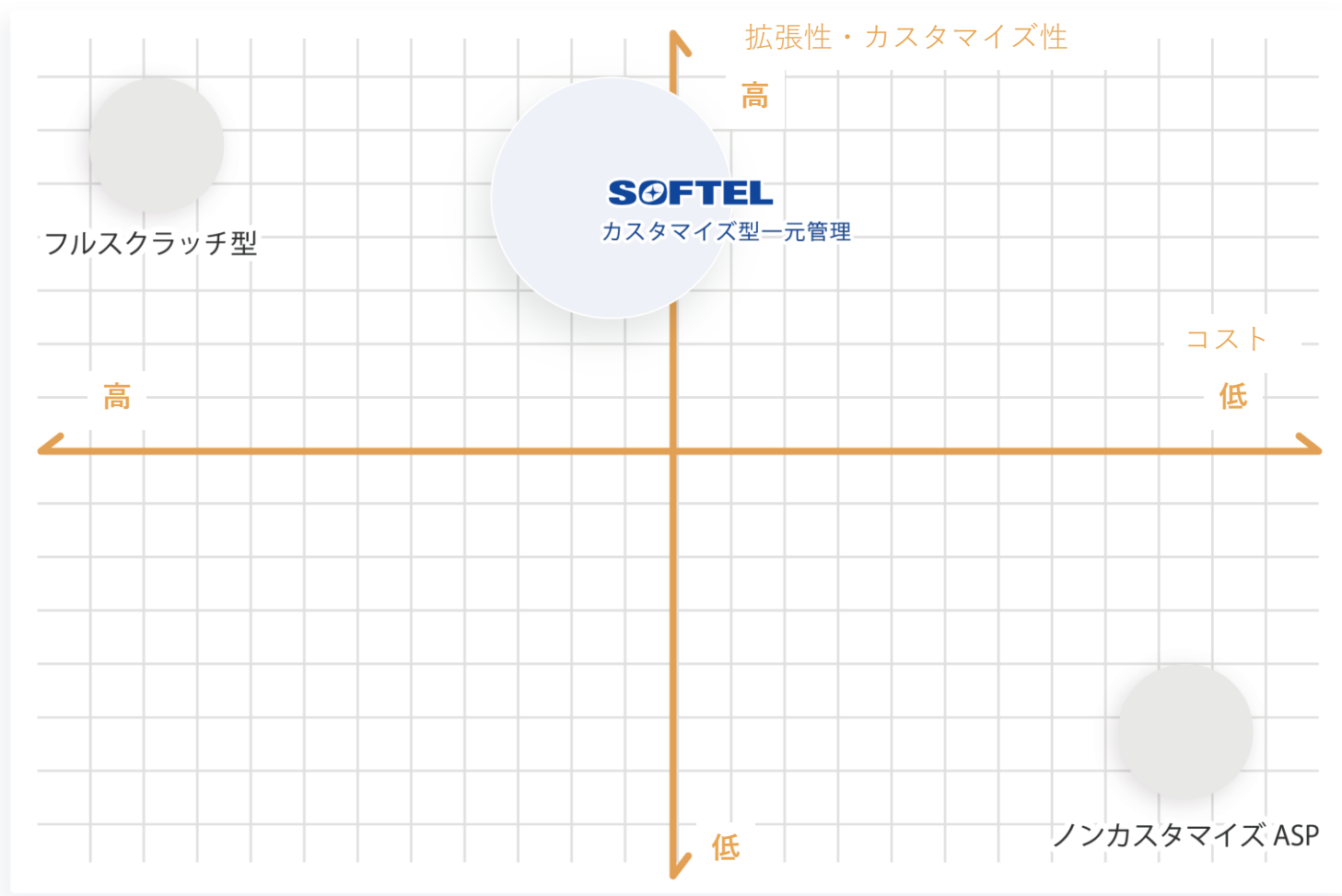
# ソフトルの事業内容



# ソフトルのポジショニング



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、高コストとまらないポジショニングを確立。



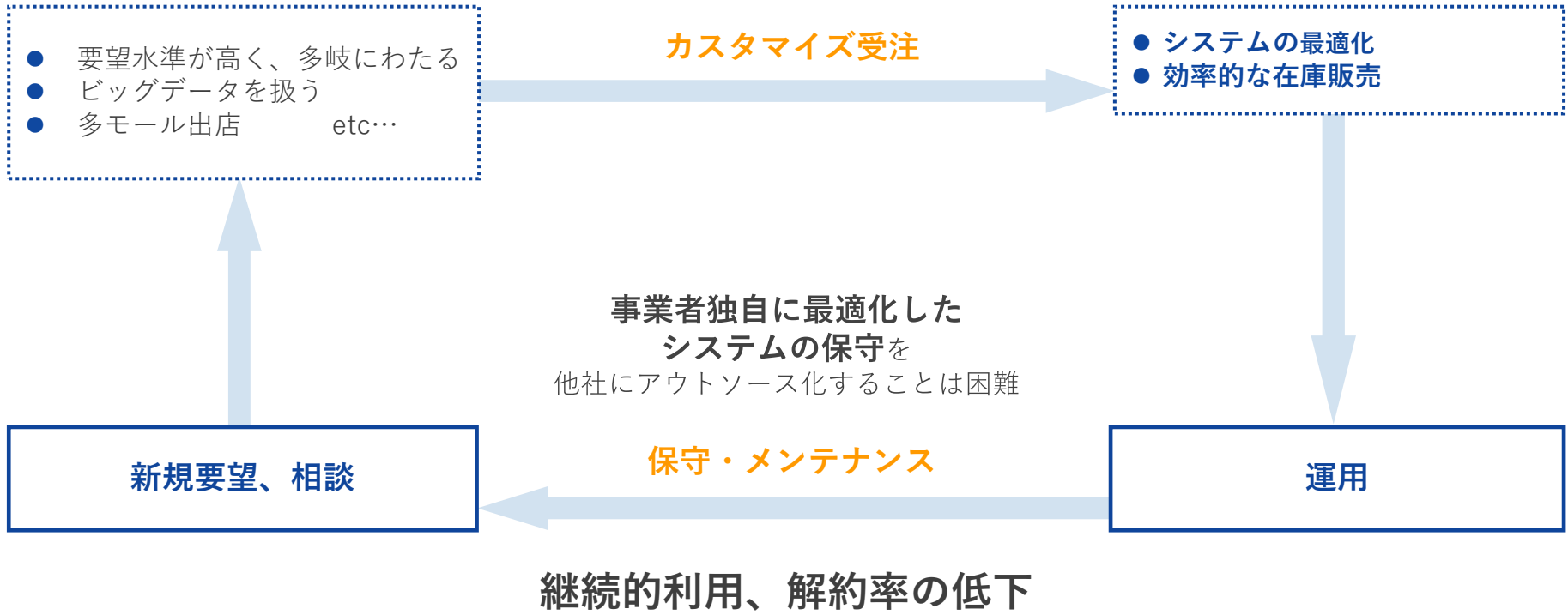
# ソフトルのビジネスモデル



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。

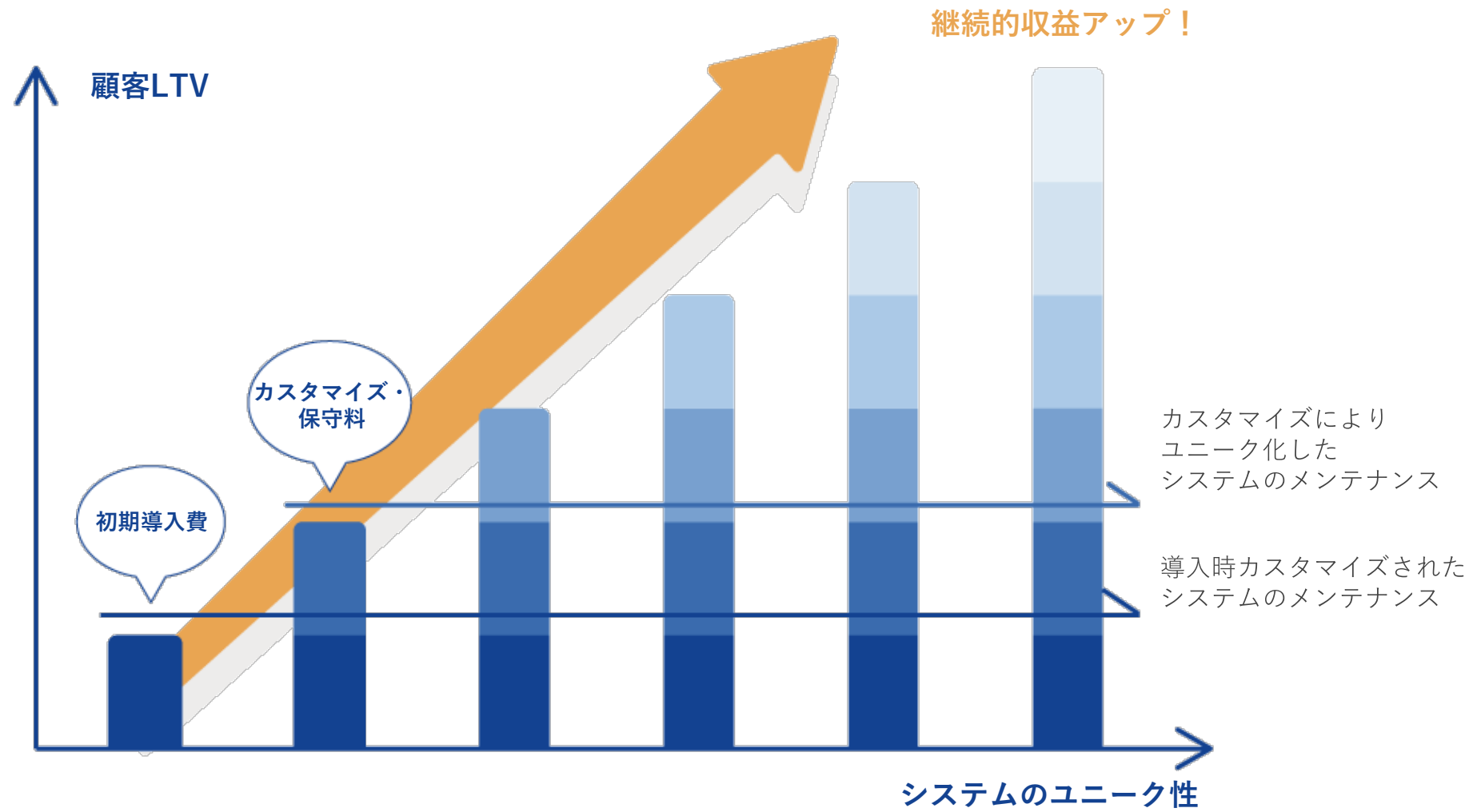
ノンカスタマイズ型ASPでは実現できない、ECオペレーション課題をカスタマイズにより解決し、コスト削減を実現することにより成長に必要な経営資源を生み出し、長く顧客の成長をサポートする。



# ソフトルの収益モデル



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。

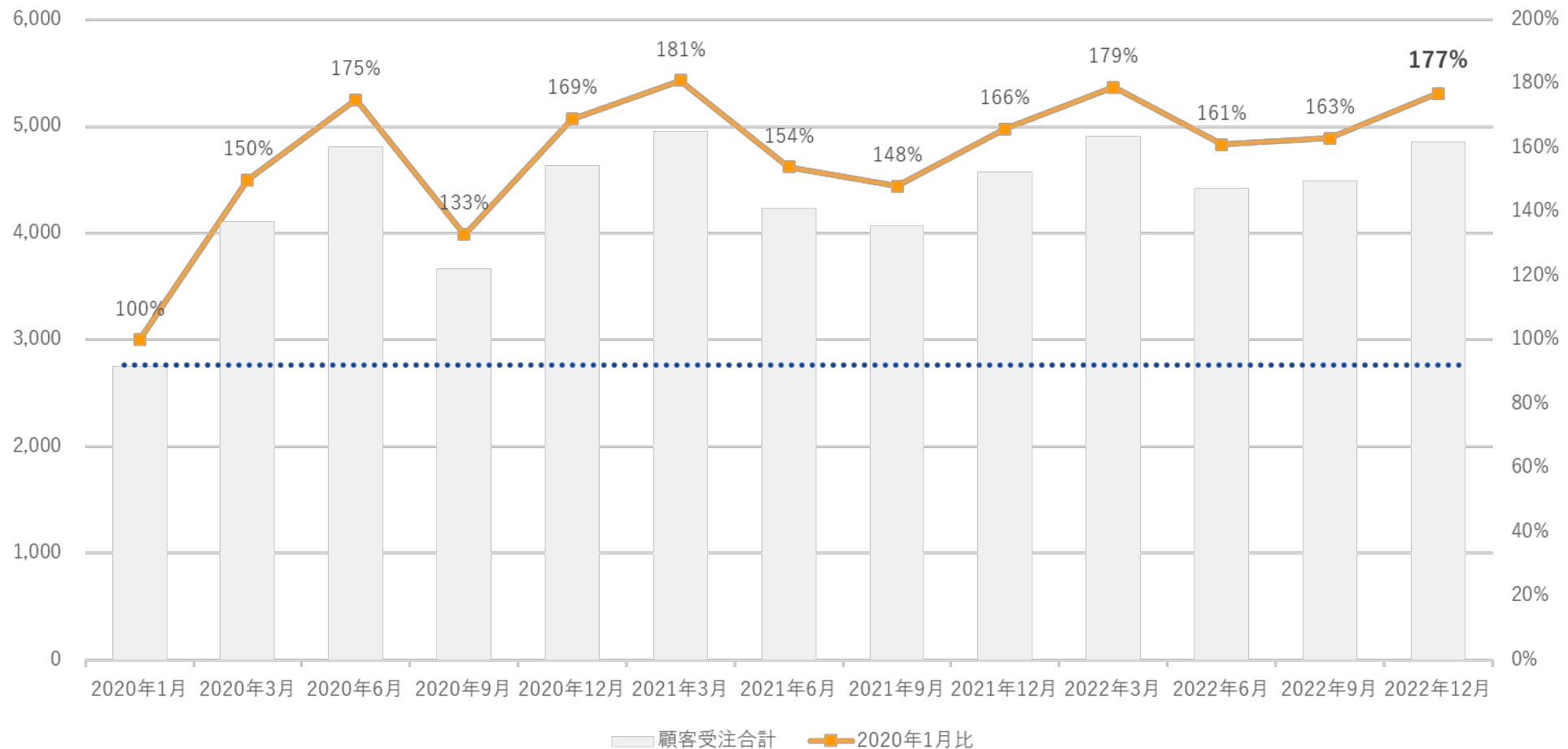


# ソフテルの実績（顧客受注総額）

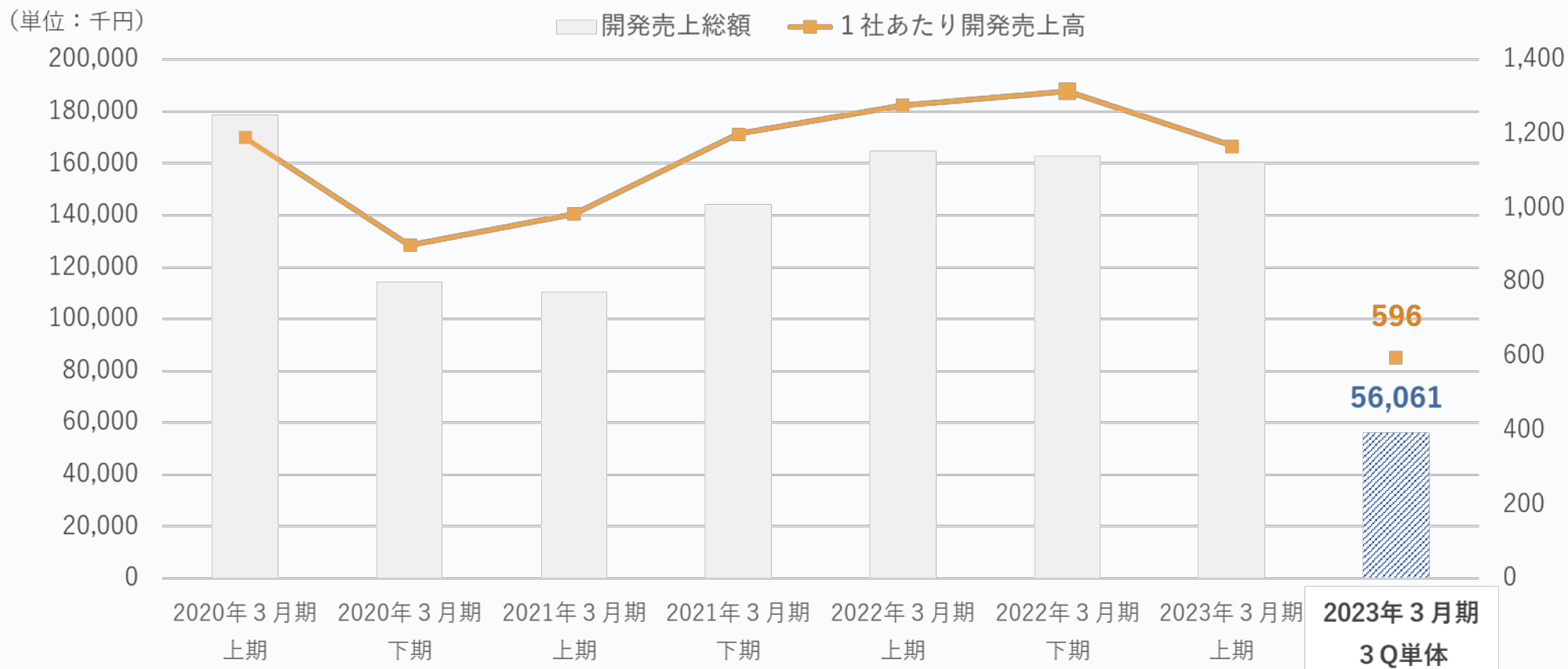
新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、業績好調であった顧客は引き続き好調を維持。

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さらに高まった。**

（単位：百万円） **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**



# 開発売上総額※<sup>1</sup>・1社あたり開発売上高※<sup>2</sup>



2022年3月期第1四半期からは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、2020年3月期から2023年3月期は上期・下期単位で表記している。

※<sup>1</sup> 「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

※<sup>2</sup> 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

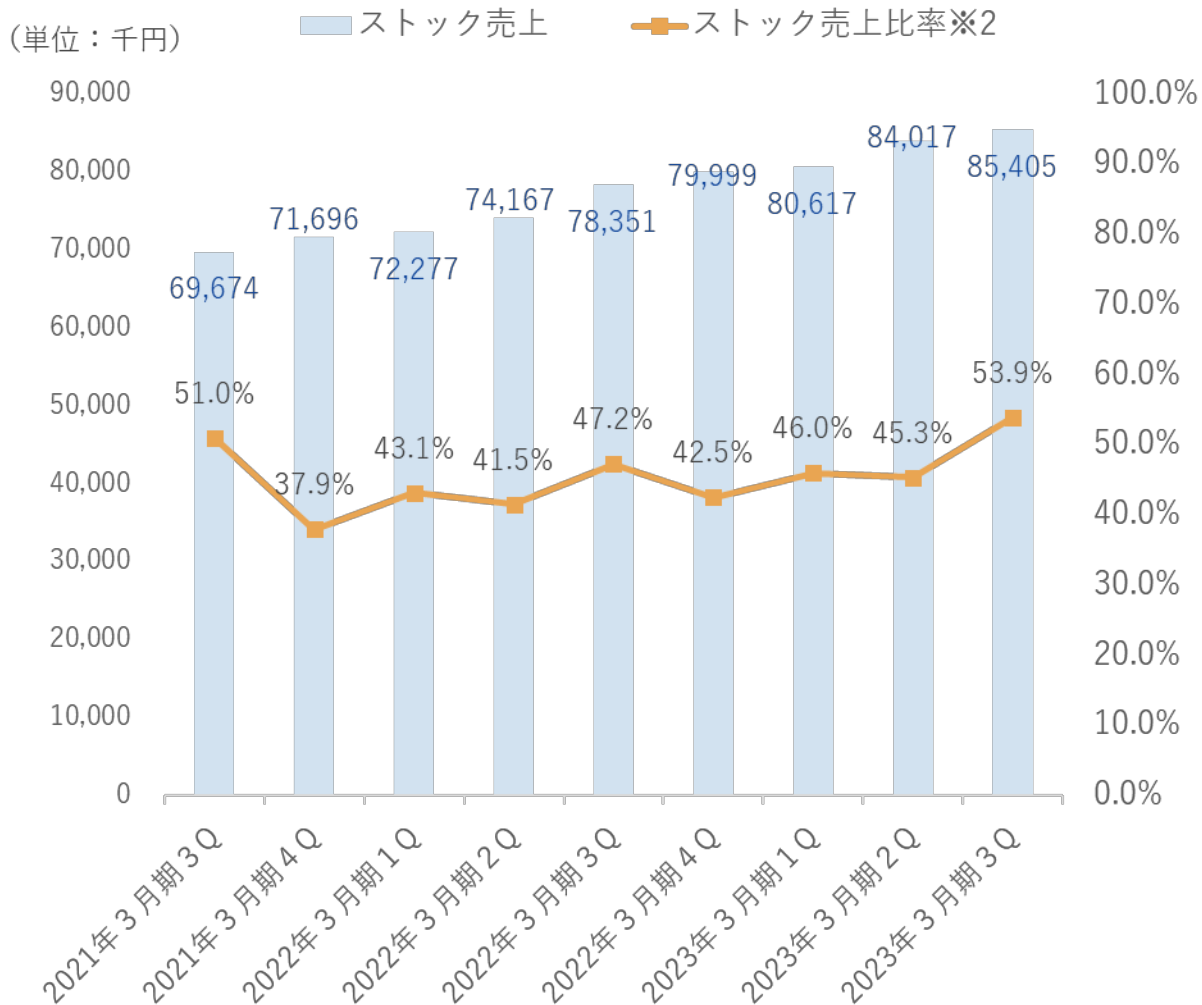


# ストック売上※1 - ソフテル



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。



2023年3月期第3四半期は、長期大型案件の遅延による工数増加のため、開発売上金額が減少し、ストック売上比率が増加した。今後のより一層の工数管理精緻化により、過年度の水準に落ち着くものと想定している。

※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

# 2023年3月期第3四半期事業トピックス



## [2022.11.30] コマースOneホールディングスによるSAMURAI TECHNOLOGYの株式取得

パッケージのカスタマイズを強みとする「通販する蔵」を提供するソフトелと、多業種の受託案件開発を数多くこなしてきた経験とノウハウを持つSAMURAI TECHNOLOGYはシナジー効果が高い。Eコマースにおける販売やインフラの多様化に対応すべく、双方の知的財産を惜しみなく積極的に共有し、新たな付加価値を創造、戦略実行のスピードアップを図る。また、導入社数累計1,000社のFast Connectorシリーズの販売強化を行っていく方針。

# 2023年3月期第4四半期以降の方針と取り組み



## ■ プロダクト開発方針

1. 次世代 通販する蔵「Commerce Connect」リリース  
UIデザインおよび初期ステップにおける機能改修は概ね完了し、3月末に向けプロトタイプの完成を目指す。
2. 通販する蔵「スタンダード版」提案強化  
要望や業務スタイルにマッチすると考えられる顧客に対し限定的な提案を継続。
3. futureshop用バックヤードオプション提供  
昨年5月より開始したfutureshop利用者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であり、同時契約を検討する顧客が増加傾向にある。futureshop顧客に向けての通販する蔵のプロモーションを強化、バックヤードまでカバーするシナジー効果を図る。

## ■ 営業・開発体制の強化

1. セールスエンジニア・プログラマーの関東拠点確立  
市ヶ谷の新東京オフィスを経営の拠点とした採用活動を継続、強化。新規採用した営業スタッフおよび既存営業人員の関東拠点として活用。さらに、SAMURAI TECHNOLOGYのリソースを活用した外部開発体制のコントロール拠点としても確立していく方針。
2. WEBプロモーションの強化  
Google広告の活用を継続。カスタマイズ事例のコンテンツ化（Web公開）も順調に進行中。
3. 「通販する蔵」コミュニティで要望の可視化 & 課題解決の加速  
新型コロナウイルスの影響を考慮し実施を控えていたが再開を検討する方針。新東京オフィスを活用したカスタマイズ相談会や、有効なカスタマイズ事例の公開説明会を実施する予定。

## ■ 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  
受注処理、物流、決済、レジ（POS）など、外部パートナーとのアライアンスを継続し検討。顧客の抱える業務課題や戦略を包括的提案により解決および実現する体制を目指す。



SAMURAI TECHNOLOGY株式会社

多種多様なプロセス経験をもとに、最適なソリューションを提案。

# SAMURAI TECHNOLOGYについて



会社名

SAMURAI TECHNOLOGY株式会社



代表者

代表取締役 富田 義智

設立年月日

1977年4月

事業内容

**Fast Connector®**



データベースに関する課題を解決するミドルソフトウェア「Fast Connectorシリーズ」、遠隔地への高速バックアップシステムや、マルチサイト・マルチマスタなどの高度なシステム連携を実現するデータベースレプリケーション、および独自の圧縮転送技術（特許第3598495）を採用することでソフトウェアでの通信高速化を実現した、RDBMS用データアクセスの定番ソフトウェアを提供。

従業員数(開発人員)

17名（14名）※2022年12月末現在

# SAMURAI TECHNOLOGYの強み



20年以上にわたるシステム開発実績をほこるビジネスアプリケーションを開発。

多種多様なプロセス経験をもとに、最適なソリューションを提案。

顧客の要望をしっかりと汲み上げるプラスアルファのバリュー。

## SAMURAI TECHNOLOGYの主なサービス



### ビジネスアプリケーション開発

広告媒体統計、ES（従業員満足度）調査、情報分析、通信指令、受発注、業種許認可システムなど。



### コンシューマ向けソリューション開発

アーティストチケット再販システム、スポーツチームチケット販売システム、オーディション受付サイト構築など。

様々な業種にわたり、その企業がもつ経営戦略や課題に即したシステムを構築。確かなソリューションを提供。



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17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。

■ 北米の団体  
eConfianza

■ ヨーロッパの団体  
TRUSTED SHOPS、EURO-LABEL、  
BVH  
TUV SUD、BE COMMERCE、FIA -  
NET

■ 南米・太平洋の団体  
ブラジル、オーストラリア、チリ、  
他



**World Trustmark  
and trade Alliance**

Global Trust  
Innovation

■ 日本  
TradeSafe、EC Network



SOSA（台湾）、CNSG（シンガポール）、  
EBS（中国）、NIPA（韓国）  
CASE（シンガポール）、  
SafeWeb（ベトナム）、HKFEC（香港）、  
Malaysia Trustmark（マレーシア）、DBD  
（タイ）

TrustArc（アメリカ）Internet.mx（メキシコ）

※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。

# 参考資料 – 持続可能なEC市場の発展のために



## EC事業者と消費者の法令順守の理解の深化、EC市場の健全な発展の啓発を目指す

近年のECに関わる法改正等について、TradeSafeの提携アドバイザーである一般社団法人ECネットワーク理事 沢田登志子様より寄稿いただくコラムシリーズを掲載。

### ■ その1. 特定商取引法 ～誤認を招く表示で消費者に取消権～



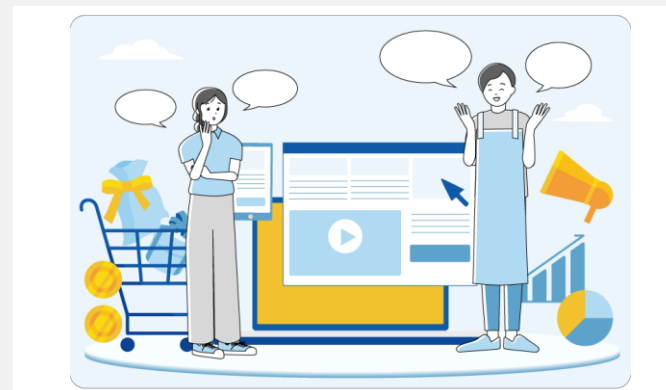
### ■ その2. 民法（債権法）と消費者契約法



### ■ その3. 個人情報保護法



### ■ その4. 取引デジタルプラットフォーム消費者保護法





## 広告費分割・後払い（BNPL※<sup>1</sup>）サービスを提供するバンカブルと業務提携

### 当社グループが支援するEC事業者の成長のための広告費のサポート。

本業務提携にて、株式会社バンカブル（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：高瀬大輔、以下バンカブル）はTradeSafeを窓口とし、当社グループ各社の顧客を対象に広告費の分割・後払い(BNPL)サービスを提供。これにより、EC事業者の広告投資機会を逃さず、投資リスクを分散し、さらなる事業成長を支援。また、今後は独自の与信・モニタリングの開発を共同で進めることで、広告費同様に成長資金として必要性が高い商品の仕入れに関する資金需要などへの支援拡大の可能性を検証していく予定。

※1 後払い式の決済手段「BUY NOW, PAY LATER」の略。信用調査が簡易なため、欧米・若年層を中心に市場を広げている。今後、さらなる市場規模の拡大が予測されており、B2B向けサービスにおける広がりにも注目が集まっている。

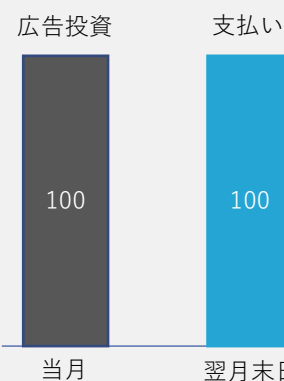
#### ■ サービス特徴とメリット

- Web広告費の支払いが後払い4分割に。
- オンライン完結、素早く広告費用を工面。
- 分割払いにより、初期投資を抑えられる。
- 既存の借入枠を削ることなく利用が可能。
- 広告売上予測を組み込む独自の与信モデル
- 広告投資等におけるサポートの実施

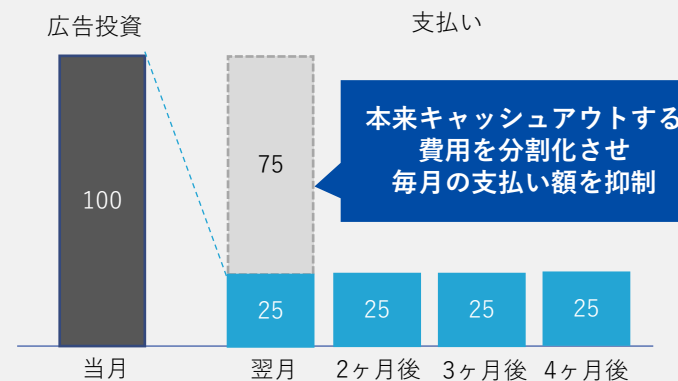
支払いサイト延長による資金確保の発想で、  
事業推進スピード加速へ

#### ■ 後払い4分割イメージ

##### 一般的なお支払いサイクル



##### 4分割・後払いで広告投資が可能



※広告の支払サイト30日(未締め翌月末払い)で広告費が100万円の場合  
当月の広告費は翌月末に立替、翌々月より4ヶ月の間、各月25,750円ずつ支払いいただきます。

## 4. 事業機会と成長戦略

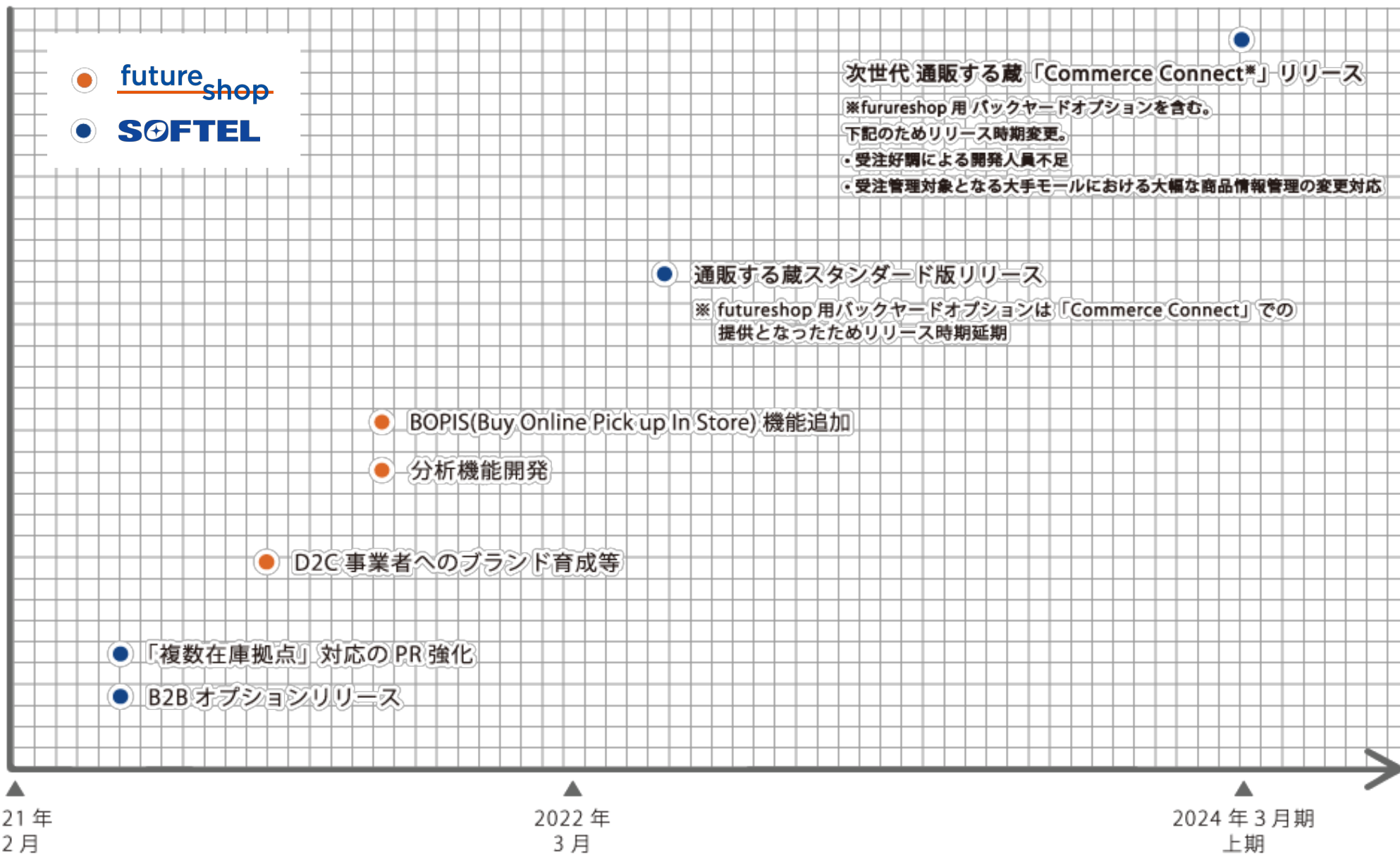
---

# 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。

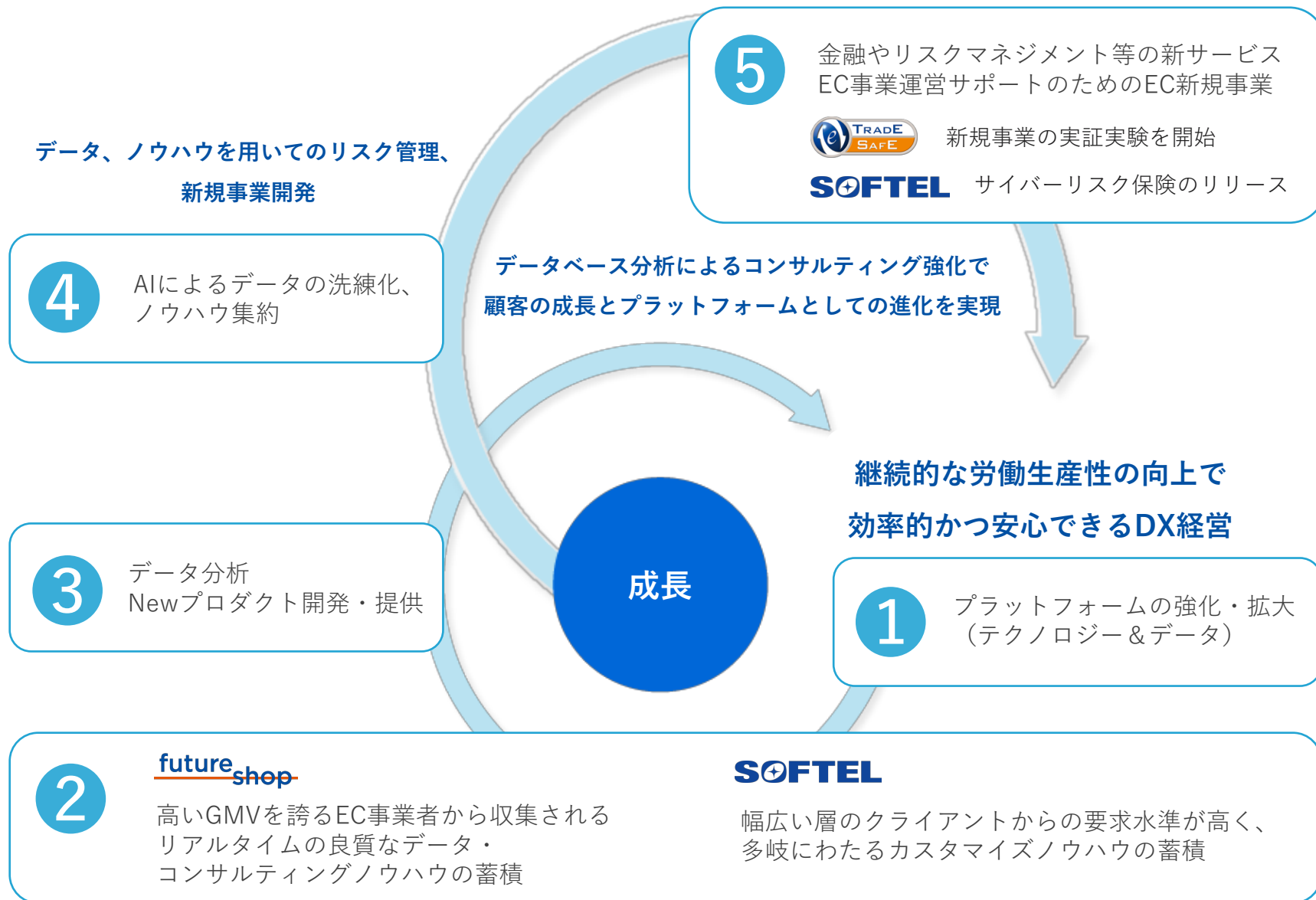


	リスク概要	顕在化の可能性	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
国内EC市場の動向について	国内経済環境の悪化等に伴い国内EC市場の成長率が鈍化、または停滞した場合に、EC事業者の業況悪化を通じ当社グループの経営成績が悪化する可能性	中	大	新たなプロダクトのリリース、既存機能の強化、D2C化を目指すEC事業者へのバックアップによるEC市場の活性化等の施策を行うことで対応
EC市場特有のマーケットリスクについて	新たな法規制の導入によるEC事業者の撤退や拡大スピードの鈍化、通信・ロジスティクスコストの増大が、EC事業者やEC利用者にとって影響を及ぼす可能性	中	大	制度改正のモニタリングおよ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

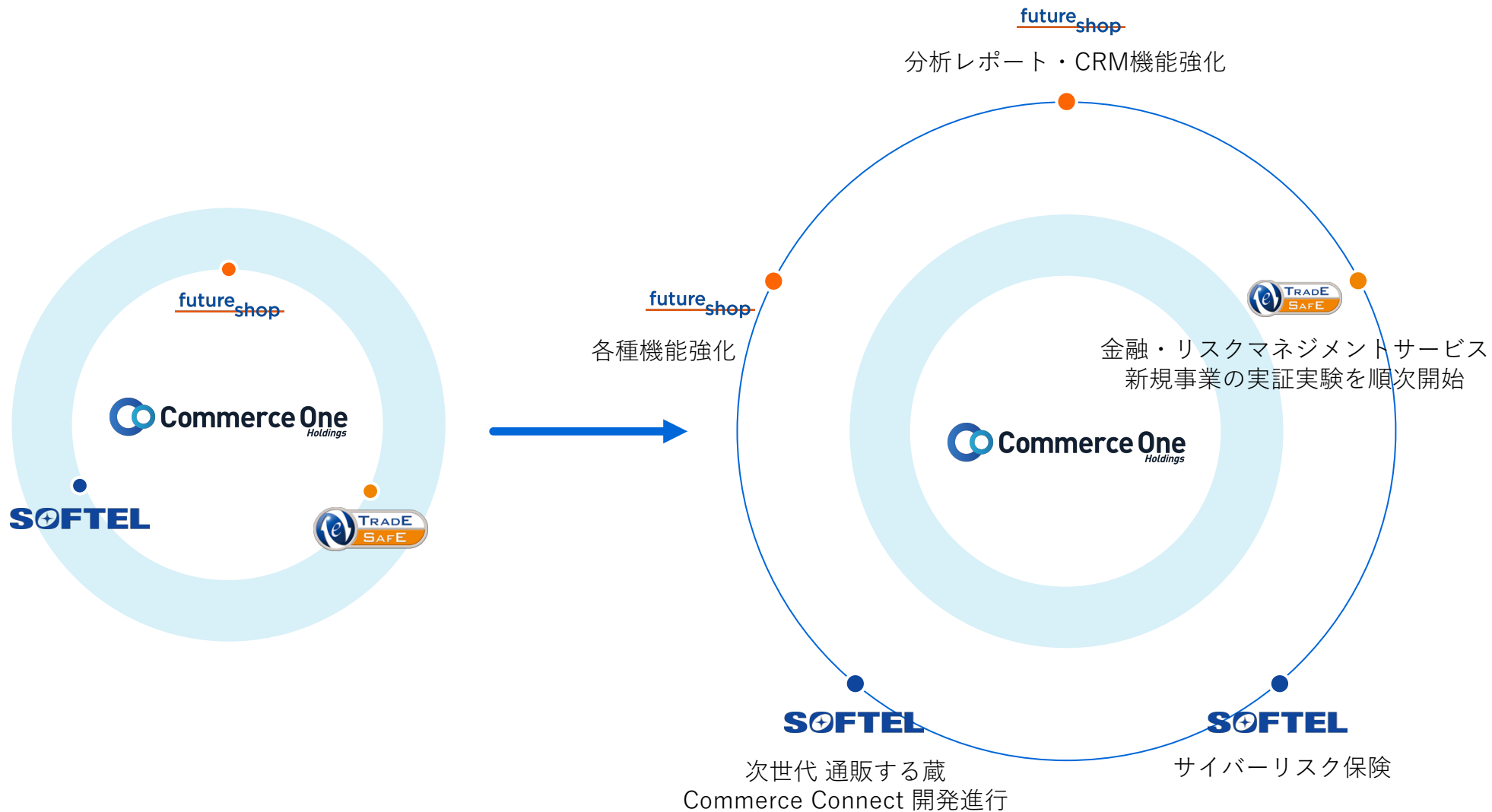
# 新プロダクトのリリーススケジュール



# プラットフォームとしての進化と人の成長支援



## 2023年3月期予算計画・成長方針－イメージ





## 今後の成長へのタスク

ショップ売上（商流）拡大支援

セキュリティ強化と啓蒙、リスクヘッジサービスの開発・提供

店舗成長支援コンテンツの拡大、OMO・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とマーケティング支援体制強化

プロダクトの進化・開発と新たなデータ活用による新ソリューション提供

戦略的M&A・投資・ファイナンス関連サービスの開発、推進

グループ間シナジーの追求

# 株式会社空色の株式取得、第三者割当増資引受けによる子会社化のお知らせ

## ■ 株式取得、第三者割当増資引受けによる子会社化の目的

空色社は従前よりWEB接客ソリューション「OK SKY」、AIチャットBOTソリューション「WhatYa」の開発・運営を通じて、AI技術と人の持つ感性を掛け合わせることでコミュニケーションの可能性を最大化し、今までにない新しい購買体験の実現を支援しています。

本株式取得により、当社グループおよび空色社は、AIチャットBOTソリューションの運営で培った自然言語処理技術を活かし、変化する消費者の購買行動を捉えたEC事業者様へのマーケティングコミュニケーション支援をより進化・加速いたします。SNSやWebサイトに分散するコンテンツ（動画・画像・記事等）を集約し、顧客特性に応じたパーソナライズ化されたコンテンツ配信を行うことで、消費者の心地よい購買体験を実現し、ECサイトの購買率向上につなげていくAIソリューションの開発・提供を進め、グループ一体でさらなるシナジーを実現することで、一層の企業価値向上が可能となります。

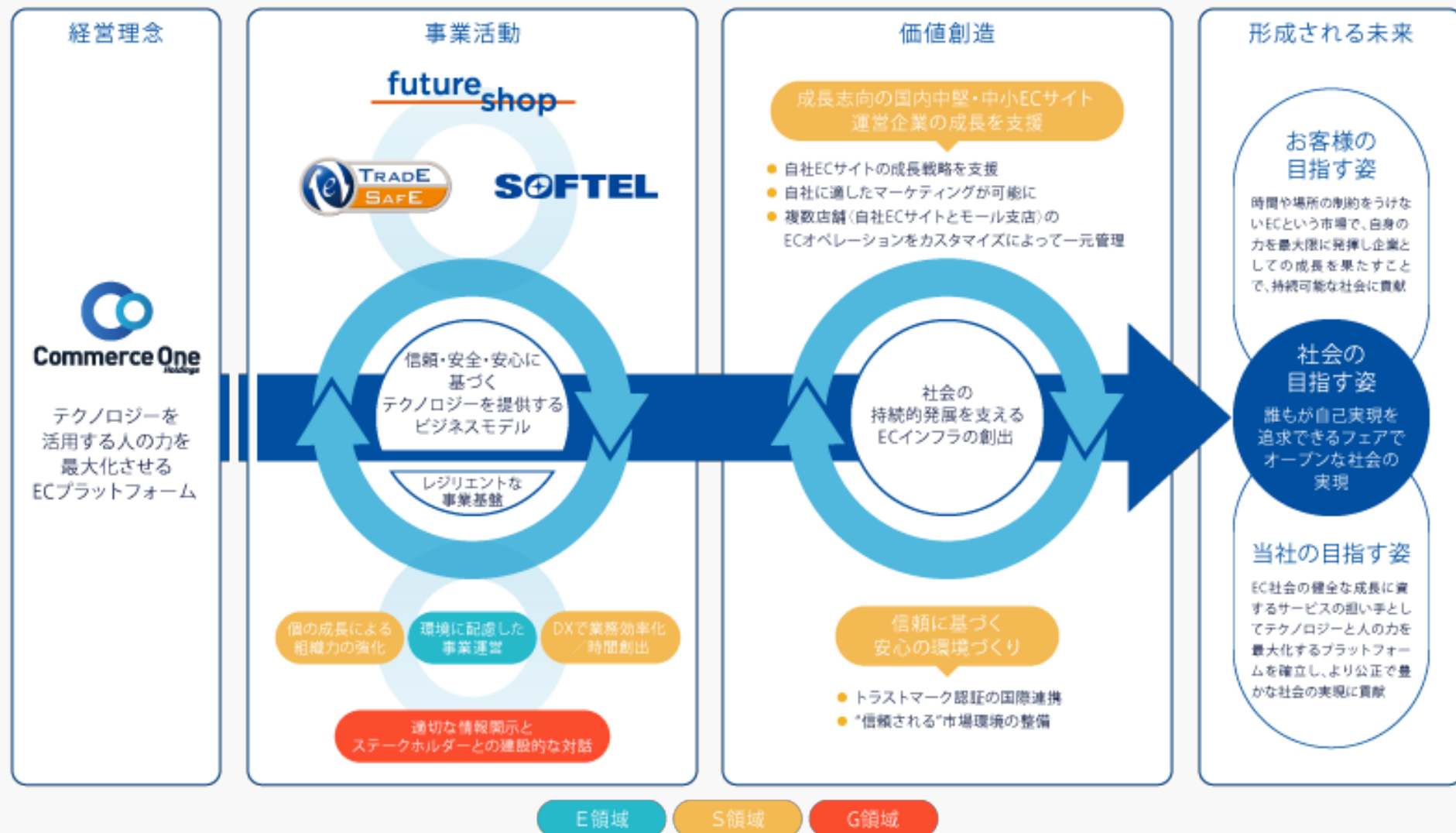
## ■ 対象会社の概要

(1) 名称	株式会社空色		
(2) 所在地	東京都品川区東五反田二丁目9-5 サウスウィング東五反田ビル6階		
(3) 代表者の役職・氏名	代表取締役社長 中嶋 洋巳		
(4) 事業内容	AIチャットbot「WhatYa」の開発・運用		
(5) 資本金	7,932万円（2022年12月末現在）		
(6) 設立年月日	2013年10月1日		
(7) 大株主及び持株比率	中嶋 洋巳(40.29%)、WiL Fund II, L.P. (18.58%)、C.F.Office合同会社(13.88%)、その他(27.25%)		
(8) 上場会社と当該会社との間の関係	資本関係	当社と当該会社との間には、記載すべき資本関係はありません。	
	人的関係	当社と当該会社との間には、記載すべき人的関係はありません。	
	取引関係	当社と当該会社との間には、記載すべき取引関係はありません。	
(9) 当該会社の最近3年間の経営成績及び財政状態（単位：千円）			
決算期	2020年7月期	2021年7月期	2022年7月期
純資産	383,147	186,642	134,192
総資産	533,889	385,137	305,112
1株当たり純資産（円）	21,977.03	10,705.63	7,569.94
売上高	327,104	318,134	263,324
営業利益	△247,047	△192,908	△113,217
経常利益	△243,962	△190,802	△99,519
1株当たり当期純利益（円）	△14,103.84	△11,271.40	△5,603.00

## 5. サステナビリティ

---

# 当社のサステナビリティ



貢献可能なSDGs



## 免責事項およ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および将来予測につきましては、現時点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。

