



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
(東証グロース：4496)

2023年6月29日

目次

1. 財務サマリー	P. 3
2. 通期業績予想	P. 12
3. ビジネス概要	P. 17
4. 事業環境と機会	P. 68
5. サステナビリティ	P. 76

1. 財務サマリー

2023年3月期サマリー



連結売上高

31.9億円

YoY

+ 2.5億円

(+ 8.7%)

連結営業利益

5.8億円

YoY

▲ 0.9億円

(▲ 14.2%)

連結営業利益率

18.2%

YoY

▲ 4.9%

親会社株主に帰属する
当期純利益

4.4億円

YoY

▲ 0.5億円

(▲ 11.0%)

■ 2023年3月期決算期の外部環境

当社グループが事業を展開する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で、リスタートにより消費者の実店舗への回帰が進んだ結果、実店舗の伸び率が数年ぶりにECを上回る状況となり、EC市場の拡大スピードは鈍化。急激な市場規模の拡大に一服感はあるものの、諸外国に比較して相対的に低いEC化率の上昇やOMOの拡大が期待でき、今後とも安定して高い成長を維持できるものと考えられる。

■ 決算概要

フューチャーショップのARPUの上昇により売上高の増加傾向は継続したが、ソフトルの案件対応の工数が増加。さらに、M&Aによるグループ会社化による支払報酬の発生、人員拡大、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、業界の急速な変化に対応するため、より迅速な経営判断のできる体制を確立しさらなる中長期での企業価値向上を目指す。

2023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	2022年3月期	2023年3月期	増減	前年度同期比
売上高	2,939,619	3,196,433	+ 256,814	+ 8.7%
営業利益	676,511	580,350	▲ 96,161	▲ 14.2%
経常利益	716,917	608,006	▲ 108,911	▲ 15.2%
税金等調整前 当期純利益	732,656	679,533	▲ 53,123	▲ 7.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	495,981	441,358	▲ 54,623	▲ 11.0%

2023年3月期 予算計画・実績分析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グループ会社化したSAMURAI TECHNOLOGYの新規連結に伴い、当初予算からの乖離となった。

単位：千円	2023年3月期 当初予算	2023年3月期 実績	増減 (%)
売上高	3,206,961	3,196,433	▲ 0.3%
営業利益	711,382	580,350	▲ 18.4%
経常利益	730,390	608,006	▲ 16.8%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	504,602	441,358	▲ 12.5%

2023年3月期 予算計画・実績分析②



予算計画・実績各社概要

フューチャーショップ



流通総額は堅調であった一方、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当初予算を下回った。

ソフテル



懸案であった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当初予算を下回った。SAMURAI TECHNOLOGYのM&Aによる開発体制強化により成長加速へ。

SAMURAI TECHNOLOGY



第4四半期から新規連結対象となり、当初予算からの増加要因となった。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。

2023年3月期 フューチャーショップ概要

futureshop

売上高

24.3億円

YoY

+ 2.0億円

(+ 9.3%)

営業利益

6.9億円

YoY

+ 0.04億円

(+ 0.7%)

営業利益率

28.7%

YoY

▲ 2.5%

流通総額

1,929億円

YoY

+ 80.1億円

(+ 4.3%)

3月末契約件数

2918件

YoY

▲ 10件

(▲ 0.3%)

ARPU

69,564円

YoY

+ 5,442円

(+ 8.5%)

2023年3月期ソフトール概要

SOFTTEL

売上高

7.2億円

YoY

+ 0.1億円
(+ 2.8%)

営業利益

0.9億円

YoY

▲ 0.3億円
(▲ 29.8%)

営業利益率

12.8%

YoY

▲ 5.9%

年間
開発売上総額

3.1億円

YoY

▲ 0.1億円
(▲ 5.3%)1社あたり
年間開発売上高

1.8百万円

YoY

▲ 0.1百万円
(▲ 6.4%)年間
ストック売上

3.3億円

YoY

+ 0.3億円
(+ 10.3%)年間
ストック売上比率

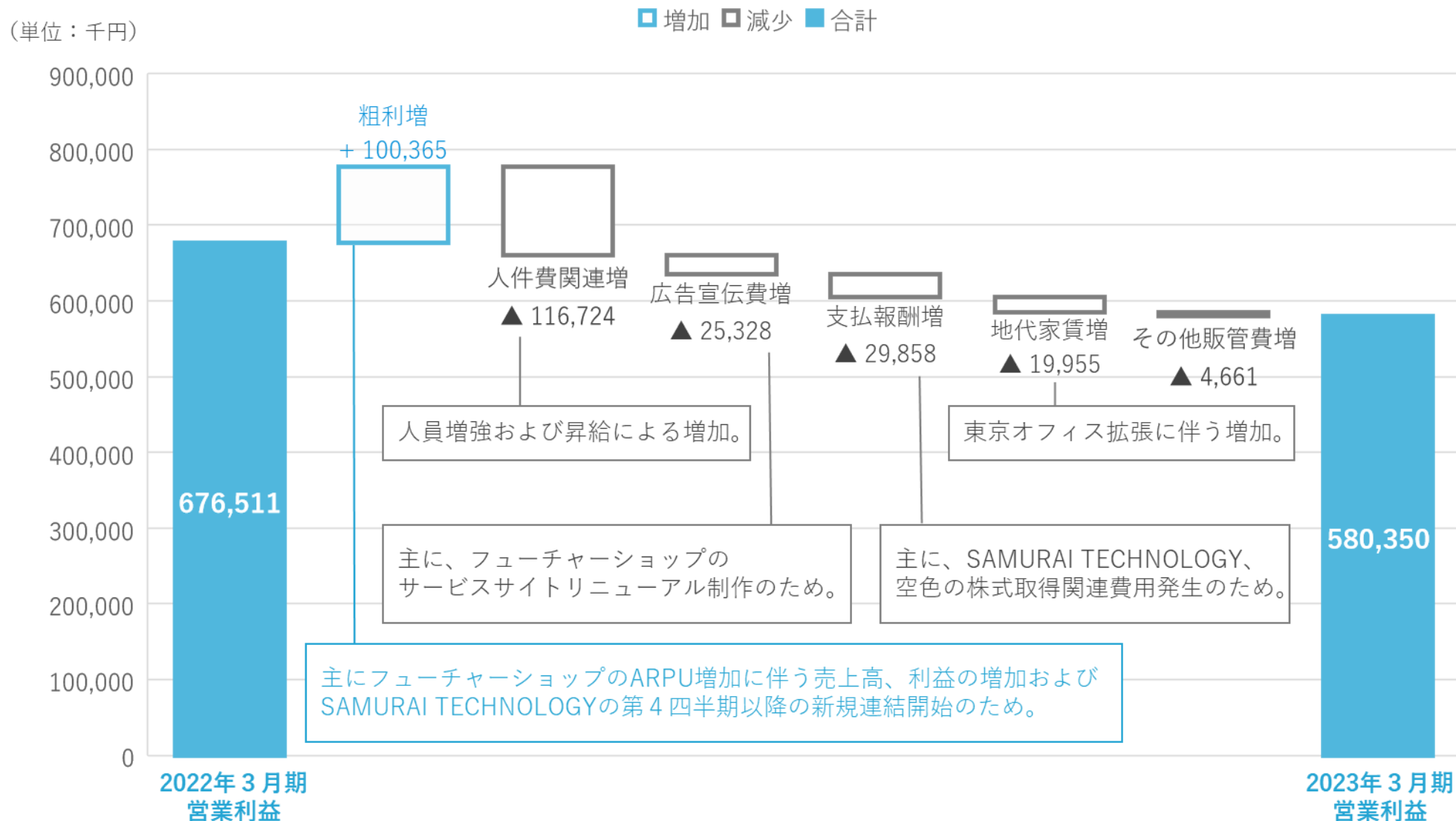
46.6%

過去6年間平均比
+ 4.7%

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



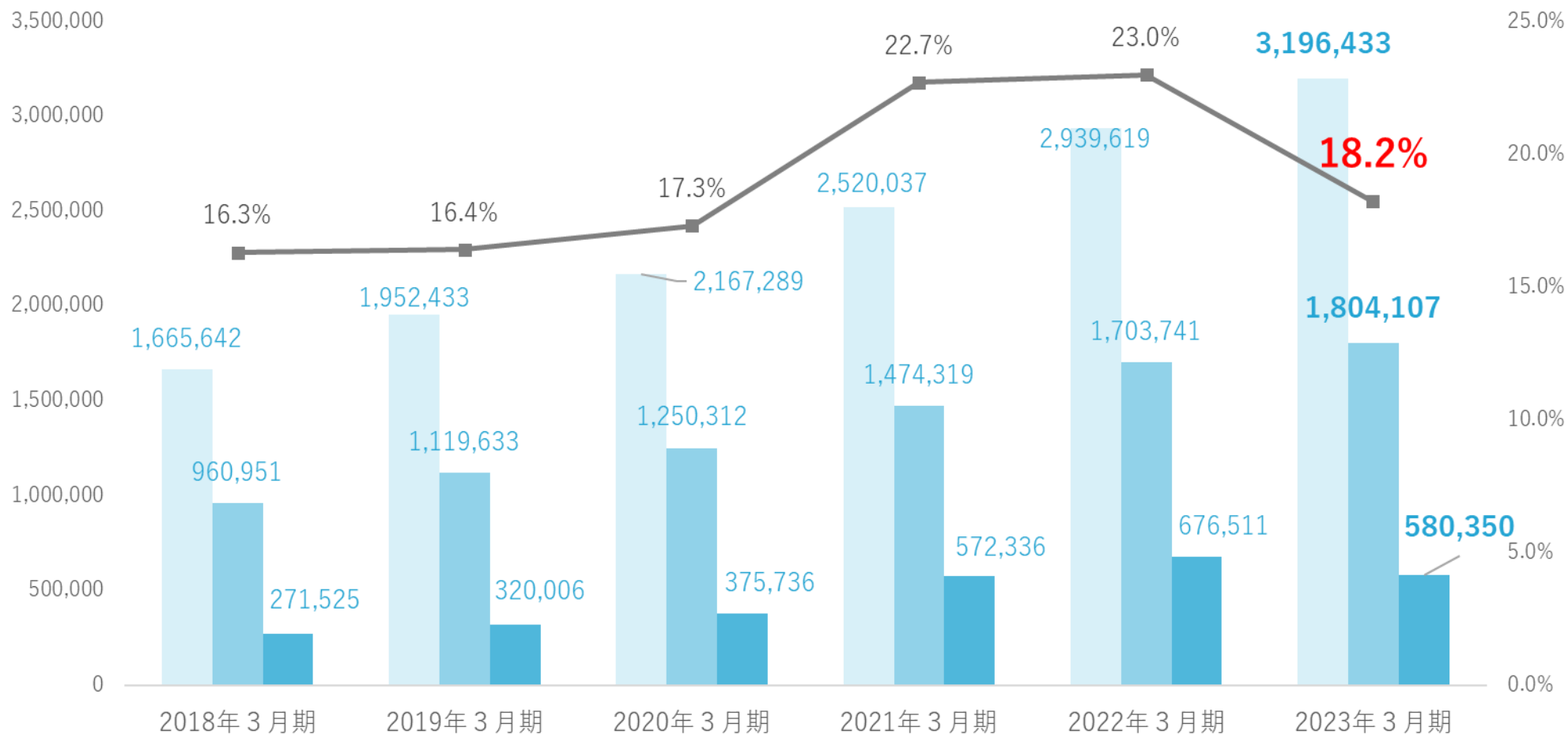
2023年3月期 連結業績推移



2023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



2. 通期業績予想

2024年3月期 通期業績予想について①

M&Aにより新たにグループ会社となった2社及び開発人員強化によるソフトルのカスタマイズ対応により売上増加、
フューチャーショップの認知度向上のためのマーケティング投資実行、空色の新規事業開発投資、
のれん償却費の発生により増収減益を見込む。

単位：千円	2023年3月期 実績	2024年3月期 予算	前年度同期比
売上高	3,196,433	3,558,054	+ 11.3%
営業利益	580,350	488,043	▲ 15.9%
経常利益	608,006	502,820	▲ 17.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	441,358	336,709	▲ 23.7%
EBITDA	698,106	638,320	▲ 8.6%

2024年3月期 通期業績予想について②



通期業績予想各社概要

コマースOne
ホールディングス



空色のM&Aによって発生したのれんの償却費、グループ会社増加に伴う各種支払報酬、管理コスト増加。

フューチャーショップ



認知度向上および顧客獲得のために、ネット広告等の広告・販促・イベント、コンテンツマーケティングによるブランディング等の投資実行、それに伴う人件費増加。新型コロナウイルス感染症拡大による厳しい状況は緩和され、実店舗販売からEC店舗販売へのEC化の流れには一服感はあるものの、売上面でも緩やかな成長を維持。

ソフテル

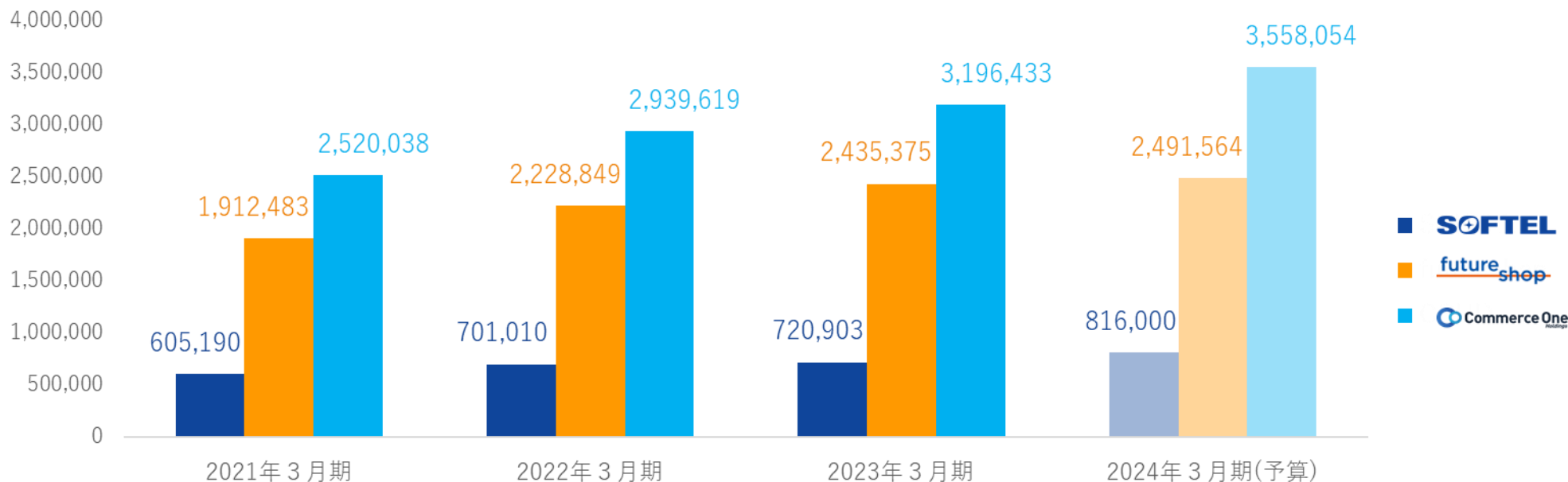


SAMURAI TECHNOLOGYのグループ会社化による開発体制強化によって、より多くの案件対応、精緻な工数管理に伴う粗利改善が可能となり、増収増益を見込む。

2024年3月期 予算計画・成長方針 - 売上高



(単位：千円)



2023年3月期 実績

- 積み上げによる着実なストック売上増加。
- 分析レポートツール「Reports(現在はβ版)」リリースにより、成長のボトルネックの可視化、売上向上の伸びしろの明確化、オプションサービスやアライアンスサービスの導入に繋がり売上増加。

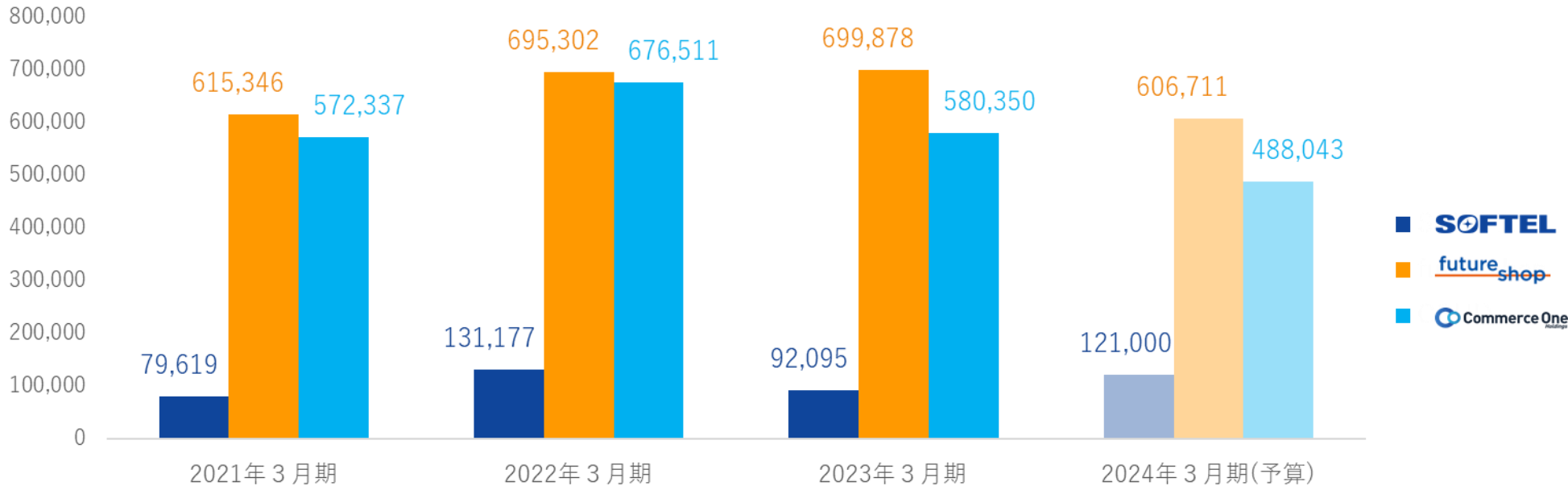
2024年3月期 予想

- SAMURAI TECHNOLOGYのグループ入りに伴う開発人員強化、大型案件受注により売上増加。
- 各種プロダクト開発強化、認知度向上のためのセールス・マーケティング強化により売上増加。
- フューチャーショップ、ソフテルに加え、SAMURAI TECHNOLOGYの独自案件、空色の既存事業売上も寄与。

2024年3月期 予算計画・成長方針 - 営業利益



(単位：千円)



2023年3月期 実績

- 長期間のコントロール困難な大型案件対応のための人件費増加により減益。
- オプションサービスやアライアンスサービスの導入による売上増加により、増益達成。

2024年3月期 予想

- 開発体制強化によって、より多くの案件対応、精緻な工数管理に伴う粗利改善が可能となり、増益。
- 認知度向上および顧客獲得のため、各種マーケティング投資実行、それに伴う人件費増加。
- グループとして継続的な収益増加を見込むと同時に、M&Aによるのれん償却費、減価償却費、物価上昇に伴う各種報酬・手数料増加、新規事業も含めた将来のための投資を実行。

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、株式会社空色、SAMURAI TECHNOLOGY株式会社の5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。



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、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。



株式会社空色

リピート率向上やCV機会を創出し、LTVを向上させるWEB接客ソリューションを提供。



SAMURAI TECHNOLOGY株式会社

20年以上にわたるシステム開発実績をもとに、最適なソリューションを提供。

※ 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。

グループビジネスモデル



FRONT

future shop

ONLINE



SNS

CRM

サポート

決済

POS

アプリ

OFFLINE



実店舗

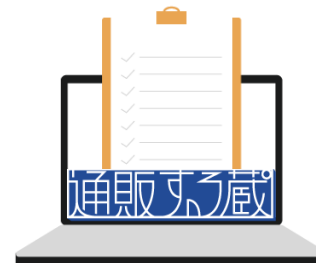


モール支店

BACK

SOFTTEL

HUB SYSTEM



販売管理・在庫管理システム

一元管理

各環境に情報返還

倉庫・物流

POS

基幹システム

メーカー

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

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



データベース支援



web接客ソリューション



ソフトールと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**

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。

futureshopと空色のシナジー

シナジー効果にてEC事業者へのマーケティングコミュニケーション支援を進化・加速

 × 

変化する消費者の購買行動を捉えたECサイトの購買率向上につながるAIソリューションを開発・提供

そらいろが保有するAIによるWEB接客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、
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。

今後は、SaaS型ECプラットフォームを運営している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・提供を進行。

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を目指す。

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。

2023年3月末時点で、**2,918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。

2023年3月末時点で**117ブランドのECサイト**、**合計2,328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



「何をやればいいのかわからない」から「何をやればいいのかわかった!」へ。



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

70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。

<p>店舗運用管理ツール</p> <ul style="list-style-type: none"> 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'sCloset 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 	<p>Web接客・マーケティング</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 MATTRZ CX for futureshop 	<p>EFO</p> <ul style="list-style-type: none"> EFOcats for futureshop giftimize for futureshop <small>new!</small> 	<p>決済代行/ID決済</p> <ul style="list-style-type: none"> 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
	<p>コーディネート活用</p> <ul style="list-style-type: none"> STAFF START SNAPBOARD 	<p>CRM</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>物流</p> <ul style="list-style-type: none"> はぴロジ Fulfillment by ZOZO ロジレス canal for futureshop LogiMoPro
	<p>アプリ開発</p> <ul style="list-style-type: none"> MGRé 	<p>プロモーション/アドテクノロジー</p> <ul style="list-style-type: none"> EC Booster dfplus.io DFOマネージャー Criteo Logicad KANADE DSP デクワス nend AdSIST toridori 	<p>越境EC対応</p> <ul style="list-style-type: none"> WorldShopping BIZ shutto翻訳 Buyee Connect
	<p>SNS活用</p> <ul style="list-style-type: none"> visumo for futureshop LINE連携(ログイン) Instagram連携 (ショッピング) Letro 		<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> Web改ざん検知サービスGRED ECコネクター DROBE radial
	<p>サイト内検索</p> <ul style="list-style-type: none"> GENIEE SEARCH for EC 		

「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。

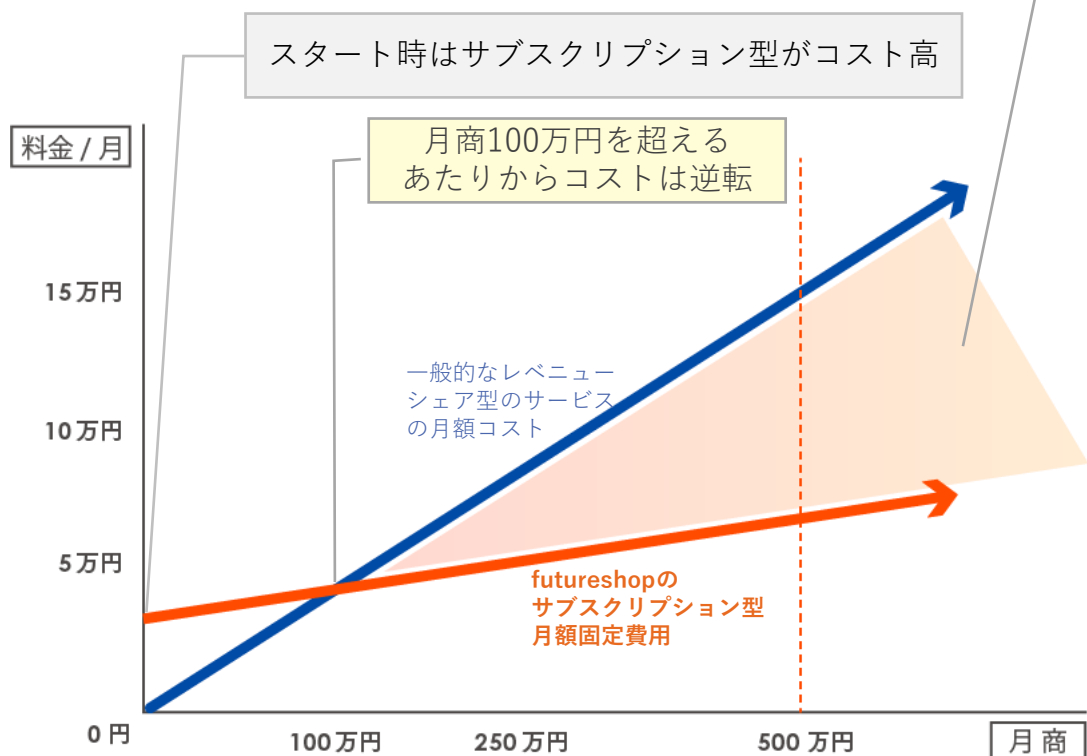
収益モデル

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

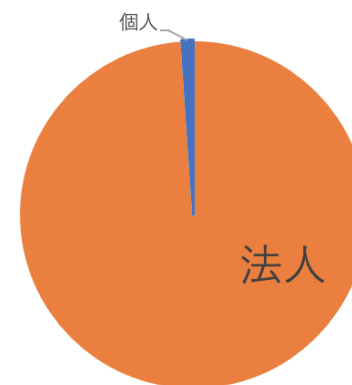


futureshopユーザーの
平均月商ライン
(2023年3月期4Q実績：551.2万円)

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99.0%が法人



2023年3月期4Q時点

スタート時から平均43,669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でやすく、結果としてGMVが向上。

※2023年3月期の新規契約月額単価実績値

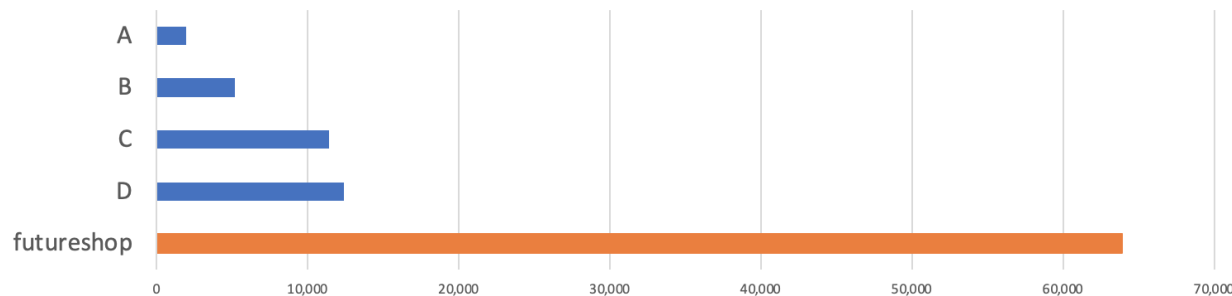
サービスの特長



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

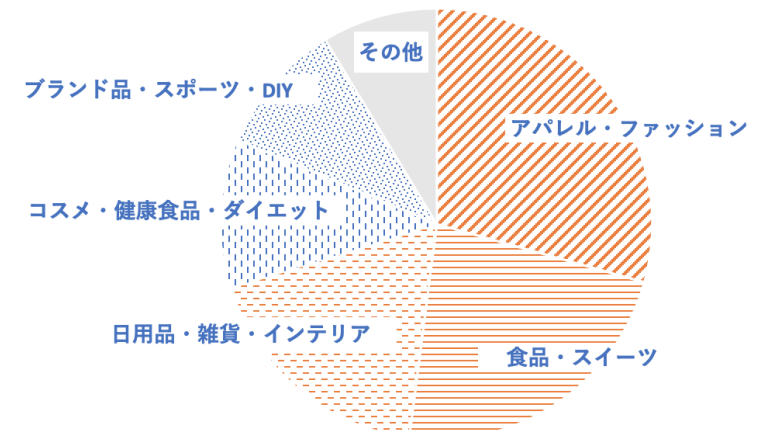
本事業モデルでは、一般的にスタートアップ支援～中小企業がターゲットの中心となるが、SaaS型Eコマースプラットフォーム **futureshop** および **futureshop omni-channel** のユーザーは、**中堅・大手のECサイトが多く利用**。幅広いジャンルに利用されている国内主要SaaS型プラットフォームの中では圧倒的に1店舗あたりのGMVが高い。

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4Q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 **21.4%増加**

2023年3月期4Q：成長率平均^{※1}前年度同期比 **+21.4%** 2022年3月期4Q：成長率平均前年度同期比 +53.5%

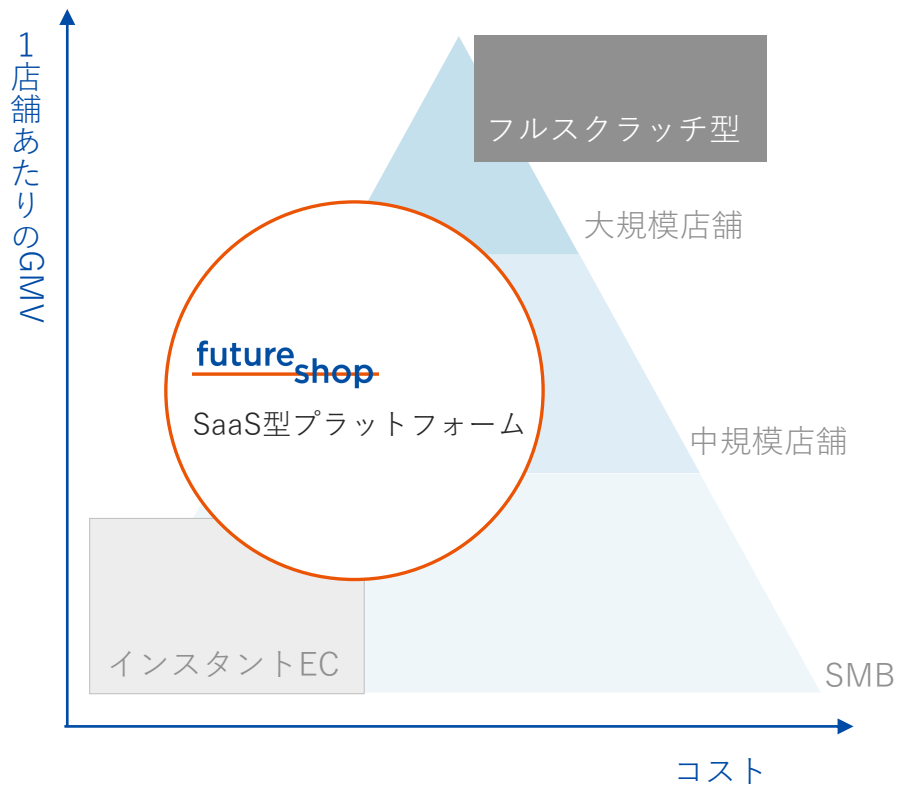
コロナ禍による行動制限が緩和され、消費のリアル回帰によりECの成長率は落ち着いたとはいえ、堅調に推移している。

※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。

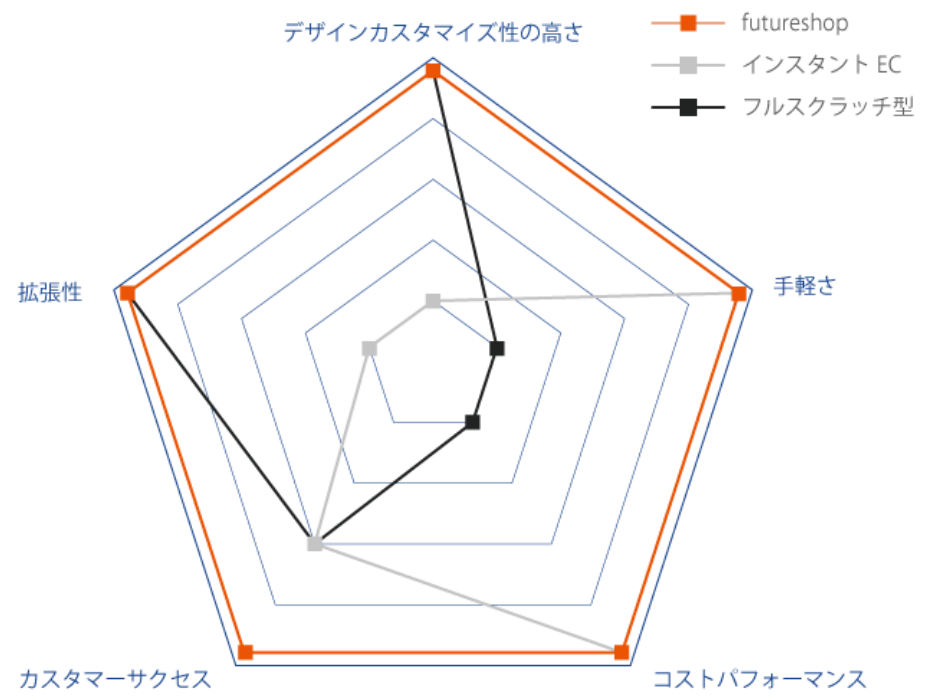
顧客戦略



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



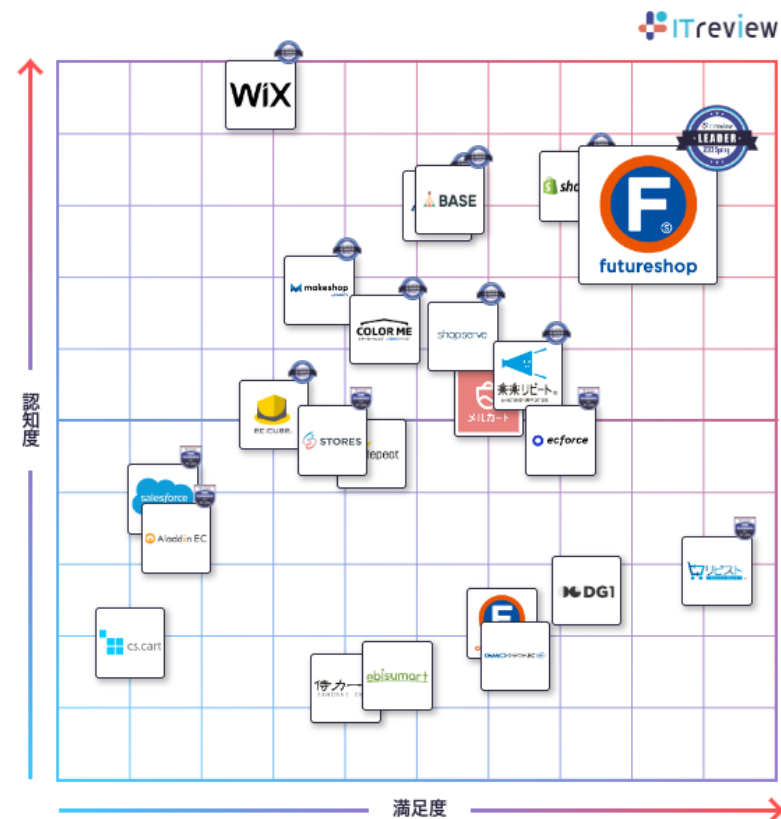
※当社の私見に基づいております。

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




ITreview Grid Award 2023 Spring にて
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを
15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 4月時点 満足度: 相対値

参考資料 - 2023年3月期第4 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：55講座

参加者数：**1148名**

オープンセミナーイベント

開催回数：12イベント

参加者数：**779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：**92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 **259本**※1
2023年3月期 4 Q記事 **11本**



■ 2023年3月期 4 Qアップ記事より一部抜粋



「自社ECはあまくない。でも戦い方を
知れば売上を伸ばせる」月商100万円
の壁を破るために必要なこと

📅 2023.1.11

自社ECで最初の壁と言われる「月商100万円」を
超え、さらに売上を伸ばしている企業は、どのよう



【MA/CRM連携サービス】どう選ぶ?!
一社にちょうどいいサービスの選び
方のヒント

📅 2023.1.17

futureshopで新機能や新サービスの企画や連携を手
がけている部署からの発信です。※本記事は



【2023年保存版】ライブコマースと
は？ライブ配信の始め方やコツ、メリ
ットや成功事例を紹介

📅 2023.2.27

Eコマースの新しい販売方法として注目を集めてい
る「ライブコマース」。アパレルやコスメ、家具・



【スタッフインタビュー】フューチャー
ショップが提供する開店支援「オン
ボーディング」とは？自社ECの立ち上
げまで、経験豊富な担当者が徹底伴走

📅 2023.3.8

フューチャーショップは自社ECサイトの運用のサ

※1 一部記事の削除・統合し、リライトを行ったため、以前より総記事数が7記事減少。

GMV※1と契約店舗数実績

GMVは当第4四半期時点で1,929.7億円となり、前年度同期比 +4.3%

新型コロナウイルス禍において大幅に増加したEC消費は落ち着きを見せているものの、GMVは堅調に推移。

リアル消費に回帰傾向であった2023年3月期においても、1店舗あたりGMVが高止まり成長をしていることが要因。

微減が続いていた契約店舗数が第4四半期では微増しているが、新規契約獲得状況はまだまだ回復基調とは言い難い。

解約においては年度末で事業縮小やコスト削減に伴うECサイト閉店を決断する企業も多くあった。しかし、競合他社への流出による解約は、昨年度より減少の傾向にある。

また、OMO・オムニチャネルへの関心は高く、ポテンシャルの高い案件や比較的企業規模が大きな案件は引き続き増加している。

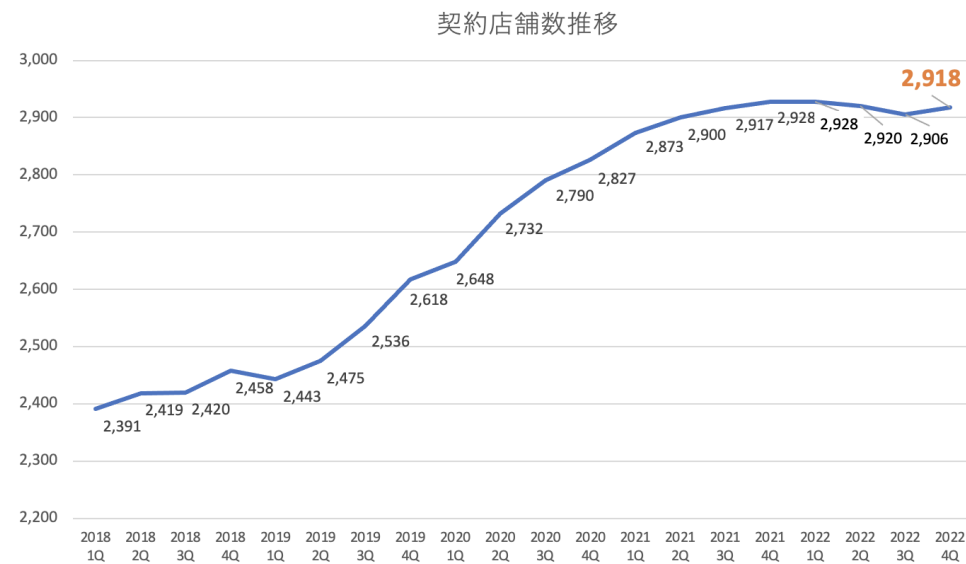
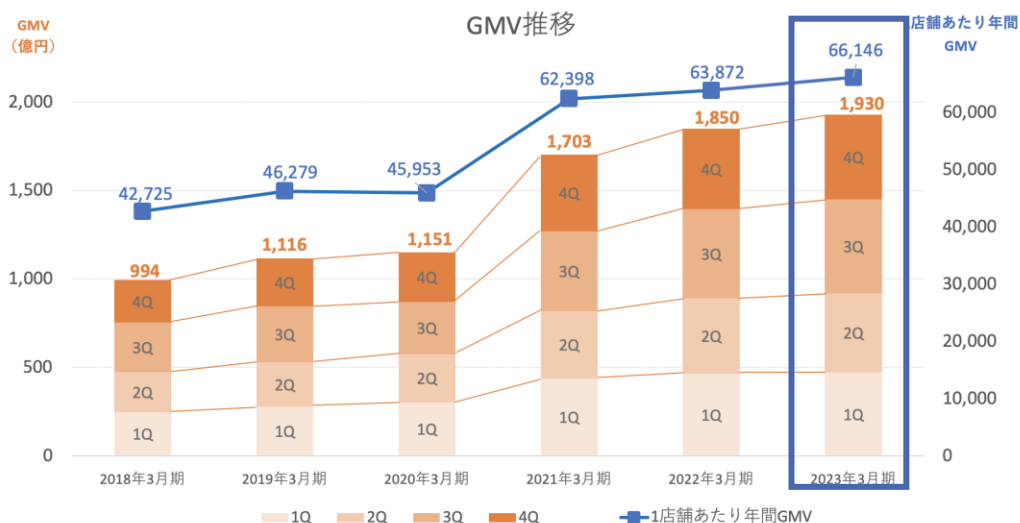
2023年3月期第4四半期累計

GMV **1,929.7億円**（前年度同期比 **4.3%増**）

1店舗あたりGMV **66,146千円**（前年度同期比 **3.6%増**）

2023年3月期第4四半期末時点の契約店舗数

2,918店舗（前年度同期比 **0.3%減**）



※1 GMV=Gross Merchandise Value

ARPU (Average Revenue Per User)

future shop

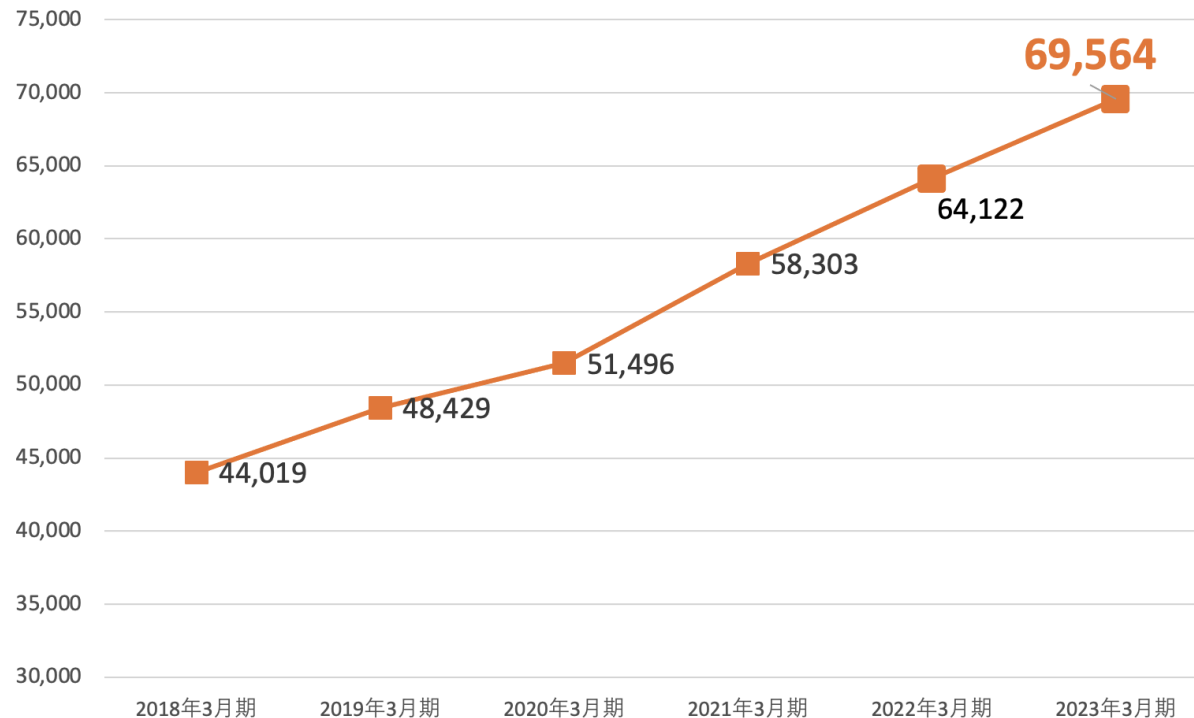
Eコマース市場拡大に伴い、EC事業の成長に必要な機能は拡大している。

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利用拡大により、ARPUは着実に向上。

2022年2月にリリースした分析レポートツール「Reports(現在はβ版)」が追加されたことにより、成長のボトルネックが可視化され、無料スポットコンサルティングサービスを利用する既存顧客が増えている。売上向上の伸びしろが明確になり、オプションサービスやアライアンスサービスの導入につながっている。また、オムニチャネル・OMOに投資する企業は依然として増加傾向にあることも、ARPU向上につながっている。

1店舗あたり月間売上金額推移

ARPU (Average Revenue Per User)

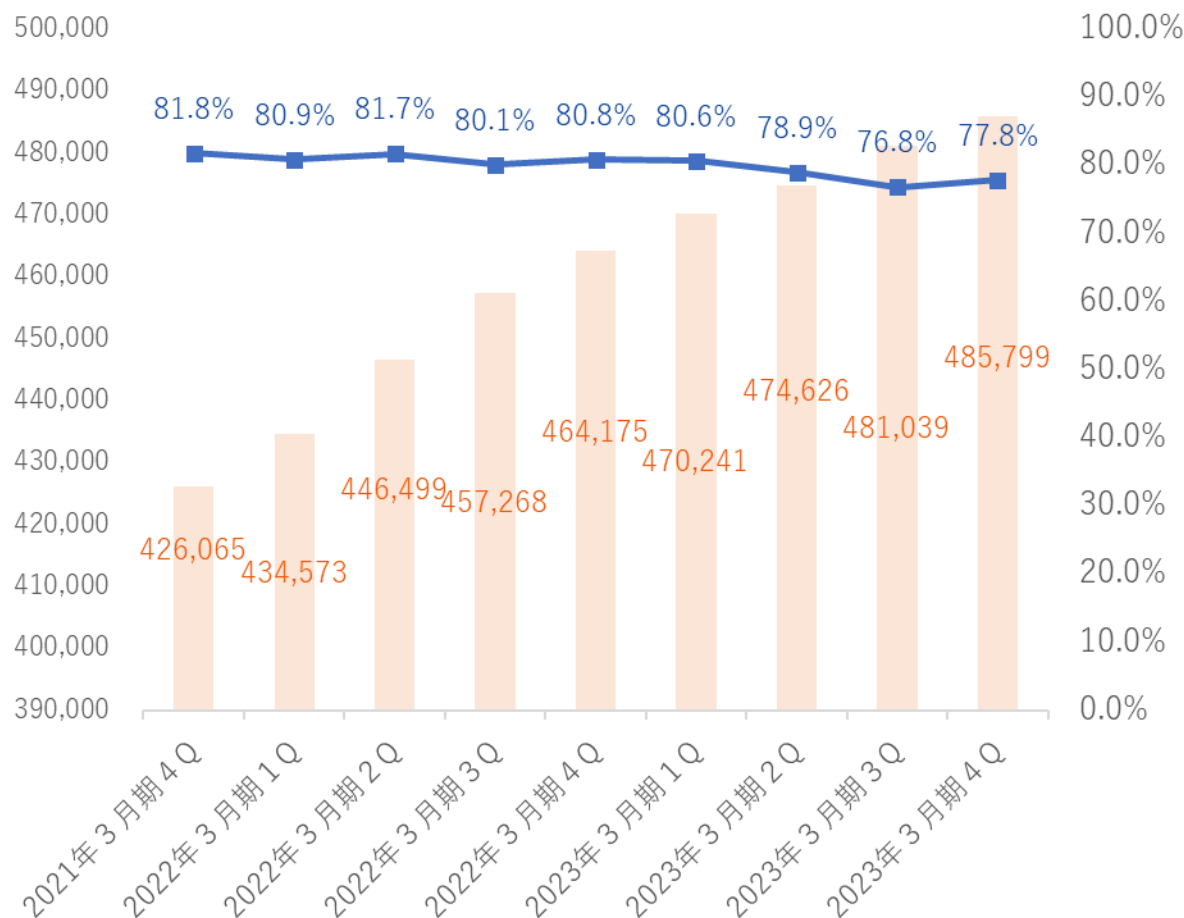


ストック売上※1 - フューチャーショップ

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、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減少している。

※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

2023年3月期記載方針 進捗状況



■ プロダクト開発方針

1. 分析レポート・CRM機能強化

現状分析レポートの開発
マーケティング機能のリメイク

現状課題分析機能「reports β版」に商品分析機能を追加開発
レポート機能に商品分析を追加。

2. 決済機能強化

決済の利便性を向上

後払い決済機能の強化

- ・ 「NP後払い」の即時与信連携に対応。
- ・ フューチャーショップ、あと払いサービス「ペイディ」と2022年10月19日に連携開始。

3. 外部システム連携機能強化

API強化・SSOの開発

各種API順次リリース

- ・ futureshop APIv2にて商品検索APIを追加。
- ・ futureshop管理画面がSAML認証によるSSO(シングルサインオン)に対応。

ECバックエンド機能サービスを強化

[準備中] ソフト提供のECバックエンドシステムとのシステム連携を強化、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て、フロントエンドからバックエンド、そして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。

4. OMO・オムニチャネル機能強化

実(リアル)店舗とECの融合

店舗受取(BOPIS)オプションリリース

店舗受取(BOPIS※)オプションの機能追加。
※ 商品をECで購入し店舗で受け取るサービス。

LINE STAFF STARTとの連携開始

顧客と店舗スタッフの1to1コミュニケーションを可能にする「LINE STAFF START」と連携開始。

5. 管理画面UI・UX改善

商品管理・受注管理画面のリメイク

UI・UX改善

分析および課題抽出フェーズ。

6. 顧客のGMV拡大に貢献する新規事業開発

新しいプラットフォームの開発

- ・ ライブコマースオプション「Live cottage(ライブコテージ)」リリース。
- ・ [2023.06下旬～2023.07初旬 予定] futureshopユーザー限定ライブコマースオプション「Live cottage」をすべてのEC事業者提供開始。

2023年3月期記載方針 進捗状況



■ カスタマーサクセス実行方針

1. セールスブースト支援の導入

reportsの各種データを利用した売上向上支援

EC分析レポート「reports (β版)」のリリースにより、売上支援をより充実
reports β版の分析レポートをベースに、CRM・MAコンサルティングを実施。

■ セールス・マーケティング方針

1. 認知度向上

販売促進・広告宣伝の強化

プロダクトの認知度向上に投資

futureshopサービスサイトリニューアル。

2. パートナー協業強化

ECサイト構築・周辺サービスアライアンス協業を強化

futureshopマイスター認定制度の活性化・パートナー企業との共同拡販

futureshopでのECサイト構築の実績と専門性の高いノウハウを持つ、
「futureshop認定マイスター」が100名を突破。

2023年3月期第4四半期事業トピックス



プレスリリース

【2023.3.9】株式会社エフカフェが提供するギフトEC向けおもてなしUI「giftimize」との連携開始

～ ギフトECに欠かせないのし・名入れなどの設定を、もっとシンプルに、もっと分かりやすく～

株式会社エフカフェ（本社：大阪市淀川区、代表取締役：江上 周平）が提供するギフトEC向けおもてなしUI「giftimize」との連携を開始。

今回の連携により、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」を利用中のEC事業者は、futureshop利用者向けの特別プラン「giftimize for futureshop」が申し込み可能になる。

「giftimize for futureshop」は、のし、名入れ、手提げ袋などのギフトECに欠かせない指定を、商品毎にステップ方式で表示。各ステップの詳しい説明を記載したり、サンプル画像を表示したり出来るため、消費者は迷うことなくギフト包装を指定することが可能に。

※futureshop (commerce creator (コマースクリエイター)) を利用中のショップのみ、「giftimize for futureshop」導入可能。

【2023.3.23】杉野服飾大学でfutureshopを活用した授業を実施

ネットショップ開設を含めた商品販売のプロセスを一気通貫で体験

～UGC商品企画からサイト作り・受注発送まで、実販売やデータ分析の実践的な演習を体験～

杉野服飾大学（目黒キャンパス：東京都品川区、学長：中村 賢二郎）と産学連携し、2023年4月よりファッションビジネス・流通イノベーションコースにてfutureshopを活用した授業を実施。

本授業では、商品企画から消費者の手元に届けるまでの一連のプロセスを経験する。具体的には、商品企画、生産管理、ささげ・ショップページ作り、ネットショップでの販売、SNSによる誘客、受注、決済機能、商品発送までを戦略的に行う。フューチャーショップはECプラットフォームの提供以外にも合計15回の講義の中で、ECサイト構築・商品ページ作成の支援などを行う。

【2023.3.29】AIが最適な商品をサイト来訪者にRecommendする「future AI Recommend」を提供開始

～「こんなアイテム、お好きなのは？」をAIが提案！新規導入により約10%コンバージョン率アップの事例も～

「futureshop」で構築されたECサイト上で利用できる、AI（人工知能）を活用したRecommend機能「future AI Recommend」をオプションサービスとしてリリース完了。

人工知能を活用したソリューションの提供を専門に行うフライウィール社の「Conata™ Discovery Recommend」（コナタ ディスカバリー Recommend）というRecommendエンジンを採用し、ユーザーの一人ひとりにとって最適な商品のRecommendをリアルタイムで行う。売上の最大化を目的とするソリューション。

2024年3月期第1四半期以降の方針と取り組み（1）



■ プロダクト開発方針

- | | |
|---|---|
| 1. 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 | <p>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。</p> |
| 2. OMO・オムニチャネル機能強化
実（リアル）店舗とECの融合 | <p>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。</p> |
| 3. ライブコマース機能強化
配信アプリ機能の向上 | <p>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。</p> |
| 4. 定期/頒布会販売機能改善
（サブスクリプション） | <p>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。</p> |
| 5. 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 | <p>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。</p> |
| 6. 外部システム連携機能強化
API連携強化・SSOの開発 | <p>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。</p> |

■ カスタマーサクセス方針

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. GMV・LTV向上
店舗支援サービスの開始 | <p>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を開始。</p> |
|-----------------------------|---|

■ セールス・マーケティング方針

- | | |
|--------------------------|--|
| 1. 認知度向上
販売促進・広告宣伝の強化 | <p>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。</p> |
|--------------------------|--|

2024年3月期第1四半期以降の方針と取り組み（2）



ライブコマースツール **Live cottage** 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事業者へ提供開始。



Standard
34,000円/月

無料配信枠
毎月2回分が無料
毎月付与：12000mvp[※]

無料枠の利用例
100名 × 60分 × 2回

無料配信枠を越えた配信分
超過ストリーミング費用[※]：2.0
円/mvp

初期費用：50,000円

Expert
49,000円/月

無料配信枠
毎月4回分が無料
毎月付与：24000mvp[※]

無料枠の利用例
100名 × 60分 × 4回

無料配信枠を越えた配信分
超過ストリーミング費用[※]：1.5
円/mvp

初期費用：50,000円

For Brand
115,000円/月

無料配信枠
毎月12.5回分が無料
毎月付与：75000mvp[※]

無料枠の利用例
100名 × 60分 × 12.5回

無料配信枠を越えた配信分
超過ストリーミング費用[※]：1.0
円/mvp

初期費用：50,000円

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。
Live cottage	34,000円	0円	この条件では月額料金以外の発生はなし。 ※但し、上記料金表にある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

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

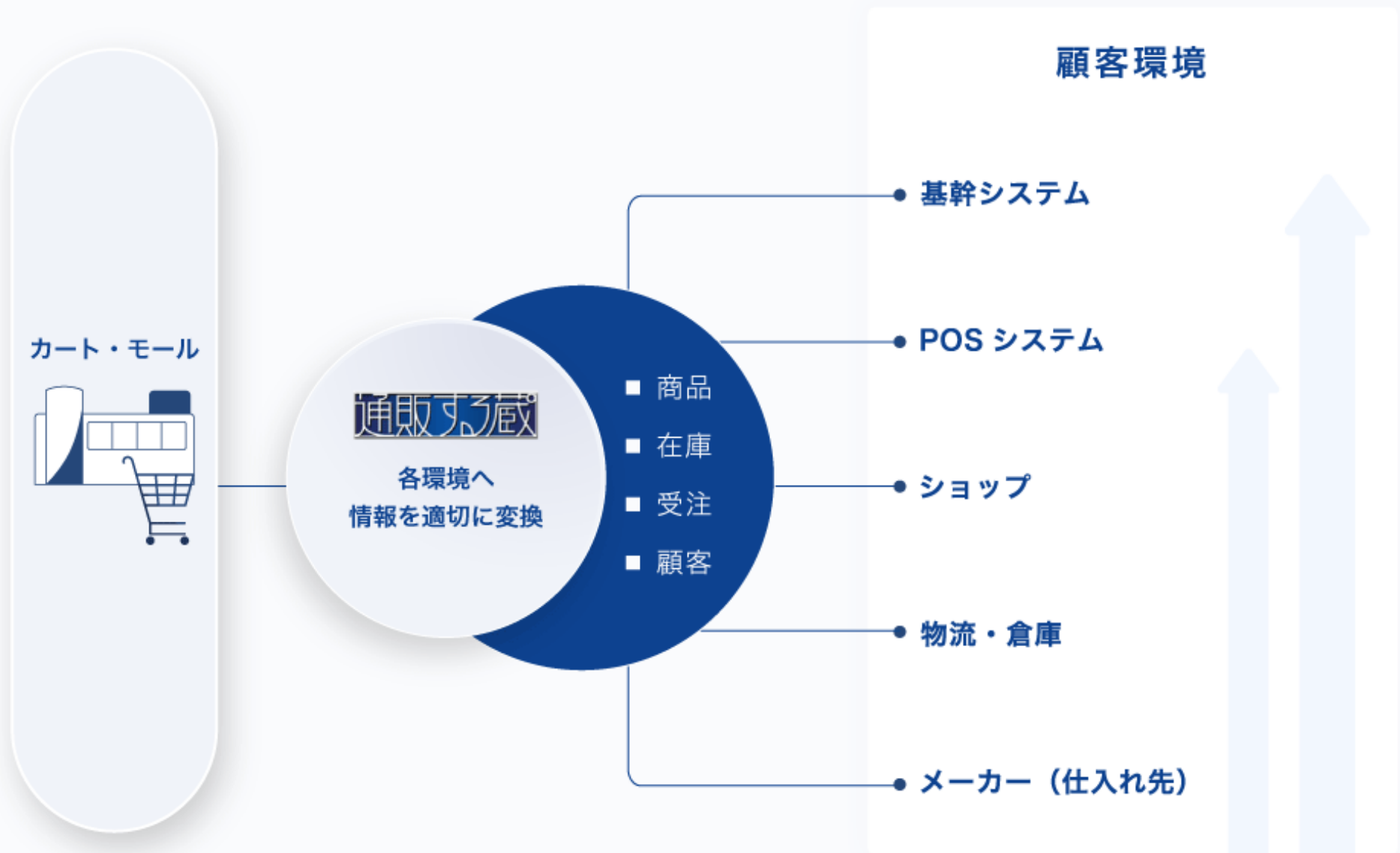
EC事業者の在庫管理などのバックヤードシステムにおいて、ノンカスタマイズ型ASPでは実現できないECオペレーションを
カスタマイズによって一元管理することで**人的リソースやコストの削減**を実現し、**成長に必要な経営資源**を生み出す。

- 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



カスタマイズされた一元管理システム

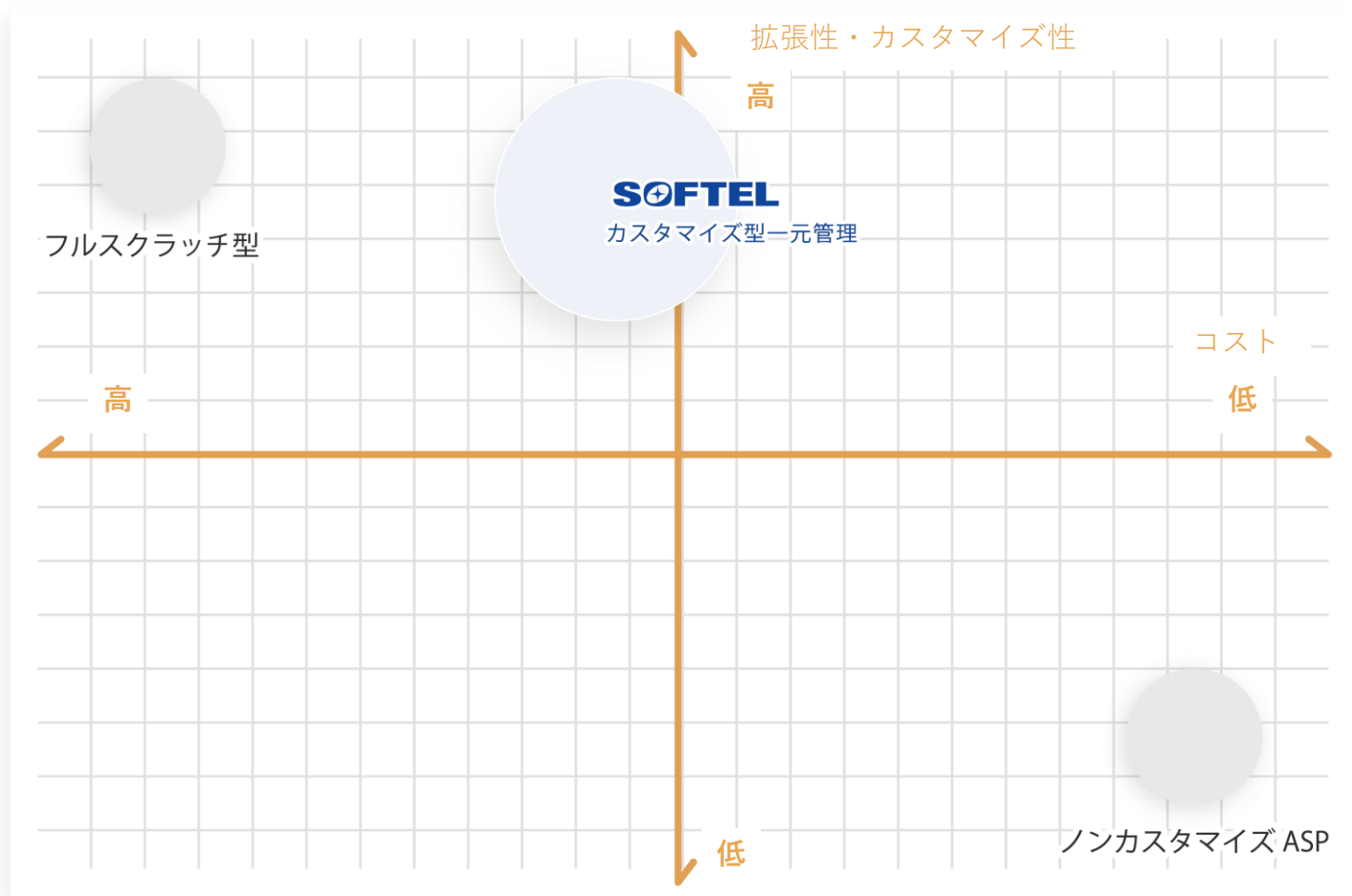
ソフトルの事業内容

SOFTTEL

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じ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。



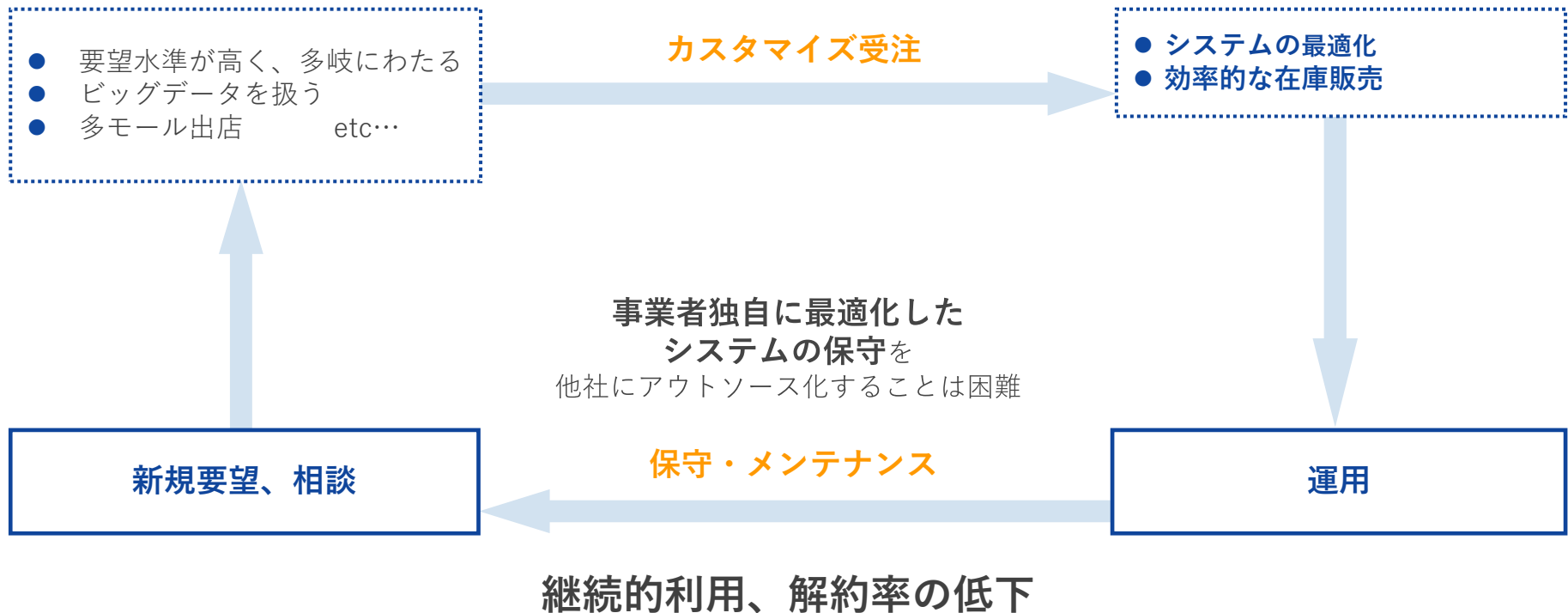
ソフトルのビジネスモデル

SOFTTEL

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。

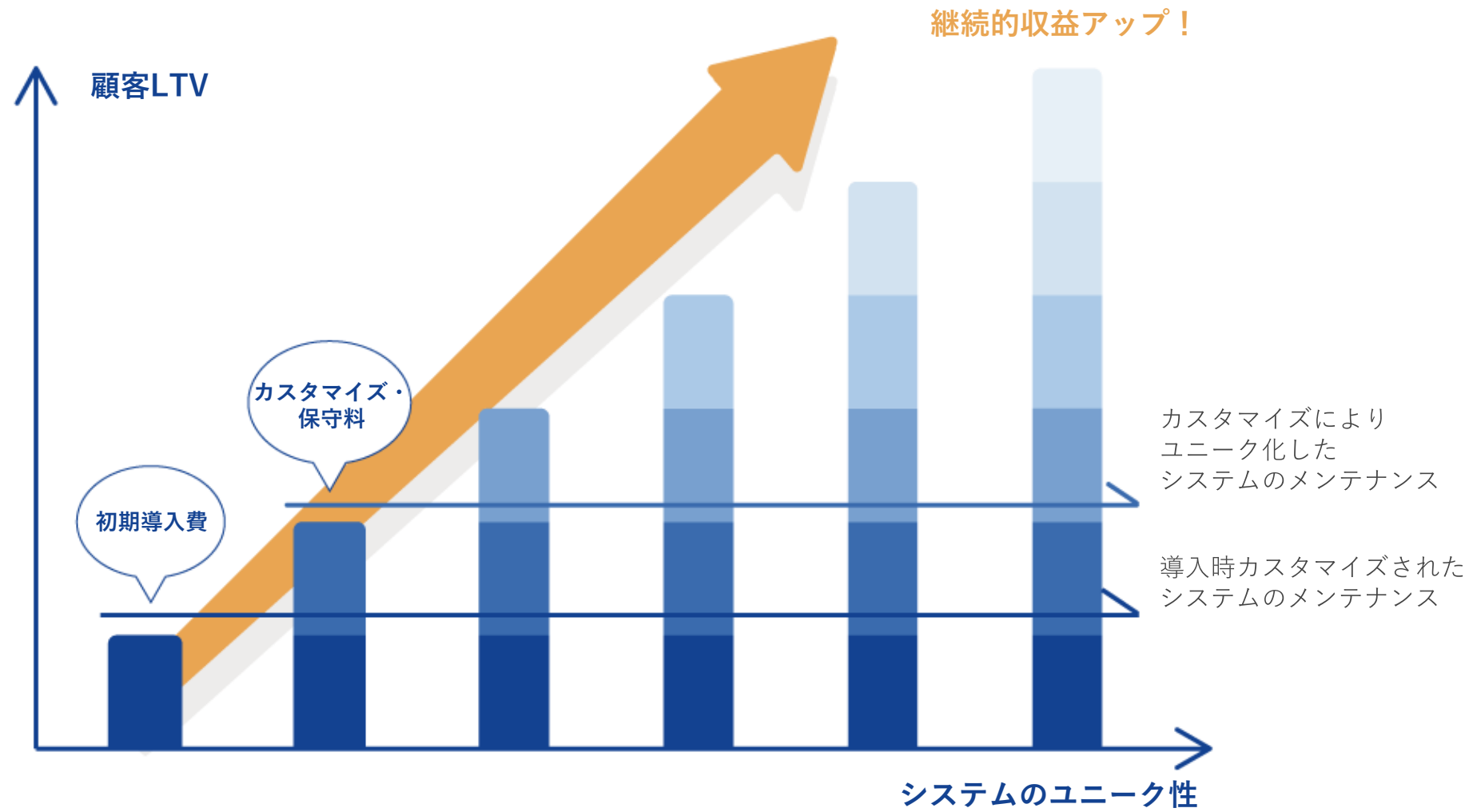
ノンカスタマイズ型ASPでは実現できない、ECオペレーション課題をカスタマイズにより解決し、コスト削減を実現することにより成長に必要な経営資源を生み出し、長く顧客の成長をサポートする。



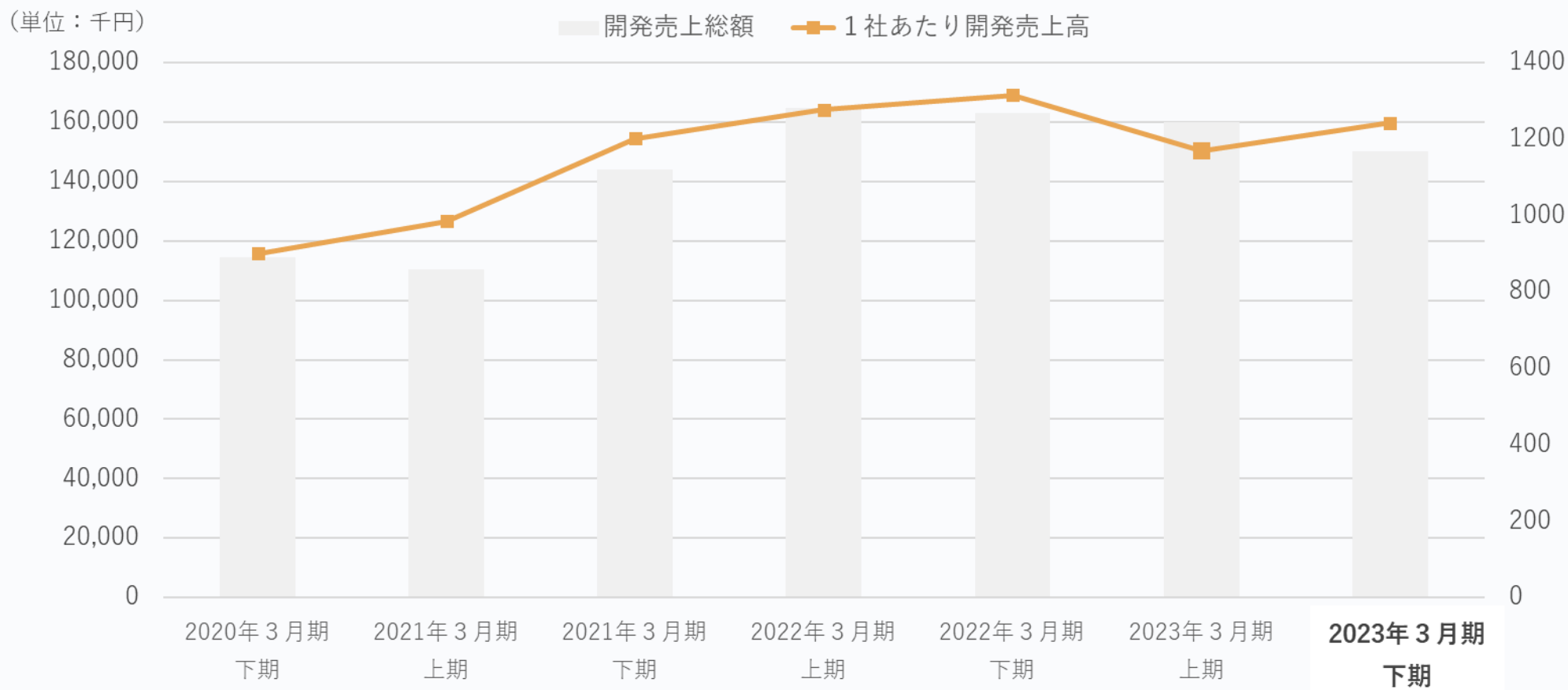
ソフトルの収益モデル



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。



開発売上総額※1・1社あたり開発売上高※2



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。納期遅延した大型案件対応に工数を割いたため、2023年3月期上期対比で売上総額減少、1社あたり売上高増加となった。

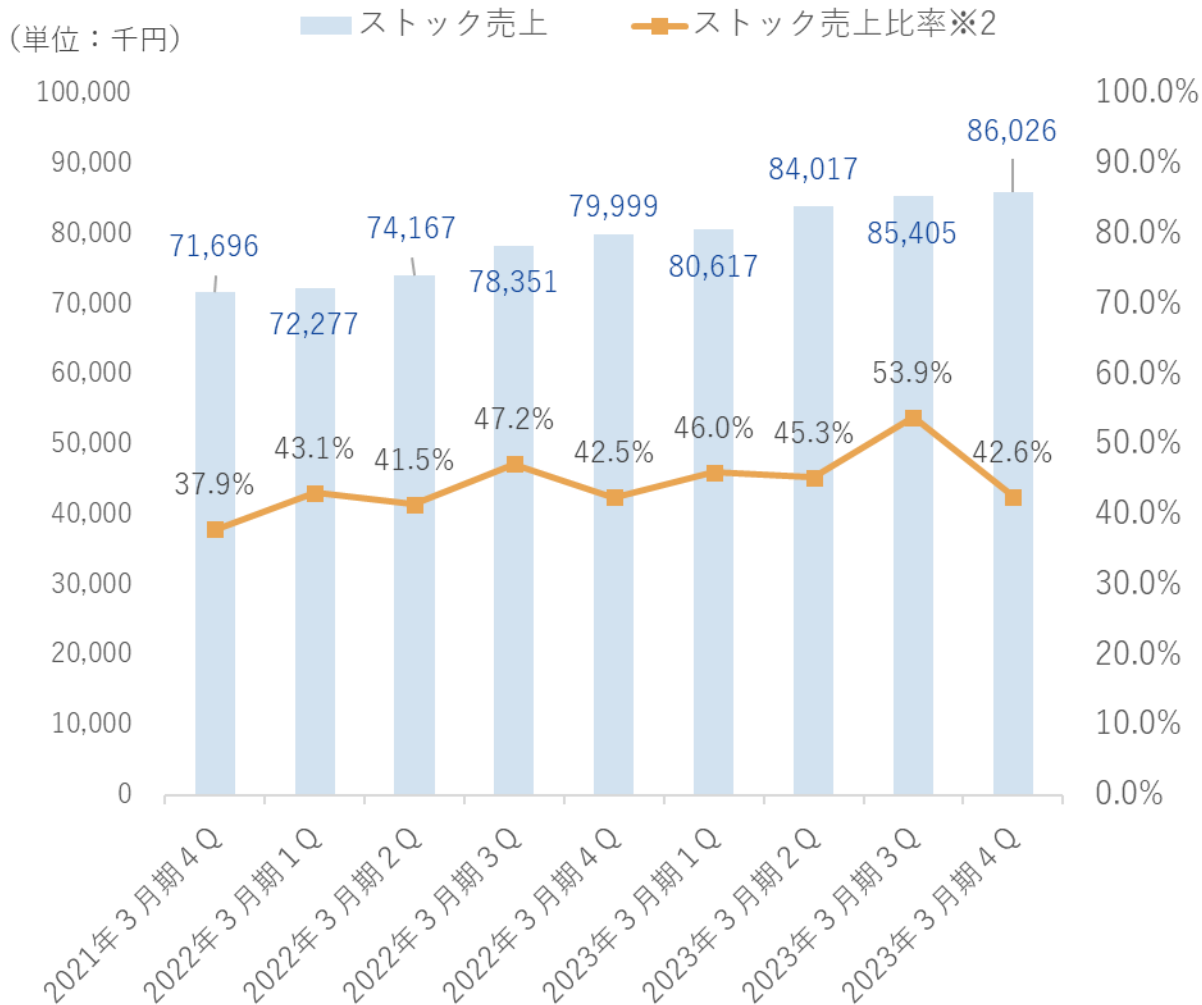
※1 「通販する蔵」の初期導入売上高およびカスタマイズ売上高

※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。



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

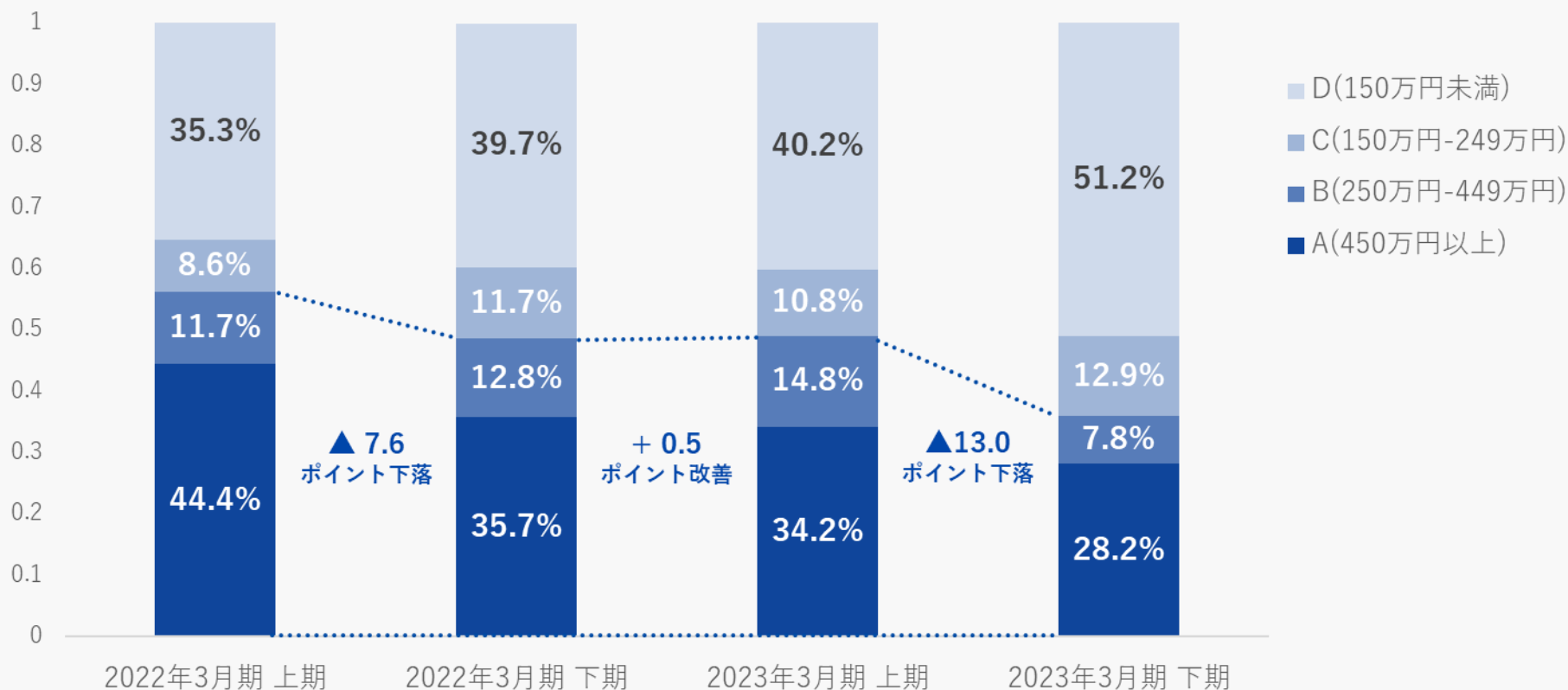
2023年3月期 案件受注状況

各年度上期下期における受注案件規模の内訳。

売上の半分が開発によるもので、開発受注が売上に直結する。大型案件は概ね粗利が大きく、インパクトがあるのでその割合の大きさが重要である。なお、長期大型案件が増え過去の受注金額が増減するに伴い、案件規模の内訳が多少変動する場合がある。

ソフテル案件別受注状況

(単位：%)



長期大型案件の遅延によって工数が増加しキャパシティ不足となったため、2023年3月期にはこれまで以上の大型案件については積極的な受注が困難となった。今後は、受注から開発に至るまでの設計工程に重きを置いて対処し、グループ会社となったSAMURAI TECHNOLOGYのカスタマイズの習熟に伴い、ボリュームゾーン毎にキャパシティを考慮した受注計画を立てる。

2023年3月期記載方針 進捗状況



■ プロダクト開発方針

1. 次世代 通販する蔵
「Commerce Connect」 リリース [進行中] 6月中には開発完了、7月リリース予定。マニュアルを作成し準備中。
2. 通販する蔵「スタンダード版」リリース カスタマイズなしの標準機能利用に特化した「通販する蔵 スタンダード版」の提供を開始。要望や業務スタイルにマッチする顧客に対し限定的な提案を行う。
3. futureshop用バックヤードオプション提供 futureshop契約事業者に対するライセンス特別割引を継続実施。futureshop管理画面内に掲載する通販する蔵プロモーションの準備中。

■ 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 市ヶ谷オフィスを東京の営業拠点（新東京オフィス）とした採用活動を継続、強化。また、営業人員の関東拠点として活用。さらに、SAMURAI TECHNOLOGYとの資本提携で外部開発体制のコントロール拠点になり、システムエンジニアおよびプログラマーを15名増員。
2. 継続した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 計画工数の細分・可視化による管理体制の強化で、中型までの開発案件は粗利が安定し採算性が向上。受注する案件の大型化によるさらに幅広く複雑な工数管理のための、受注時レビューや進捗管理といった対策を検討中。
3. WEBプロモーションの強化 Google広告の掲載を継続。カスタマイズ事例のWeb公開を随時実施中。
4. 「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や、大型の案件納品を考慮し実施を控えていたが再開予定。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、東京、大阪等の顧客向けセミナー等を再開予定。

■ 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。顧客の業務課題への解決策、また、戦略を実現させる提案をしていく。

2023年3月期第4四半期事業トピックス



[2023.01.01] 通販する蔵にて取り扱う受注総額が3,000億円を突破

EC強化を図る業界大手企業や、モール受賞実績のあるEC有力企業の導入が進み、契約企業の通販する蔵にて取り扱う受注総額は3,000億円を超えた。導入背景には、ERPやWMSなど外部システムとの連携実績が豊富な点や、他社では実現不可能であった固有業務フローのシステム化をカスタマイズにより可能とした点にある。また、業務の効率化のみならず、商品や在庫情報の自動・効率処理を得意とする通販する蔵は、多店舗展開のハードルを下げ、顧客企業の受注総額増を後押ししている。

2024年3月期第1四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

3月末にてUIデザインおよび追加・調整機能のプロトタイプは完成。大手モール的大幅な仕様変更は、部分的な連行リリースが行われており、既に一部の顧客においては混乱が生じている為、状況を見定め必要な開発を再検討しながらリリースタイミングを図っている。モール仕様変更の落ち着き度合いにもよるが、現時点においては7月をリリースタイミングとして計画を進めている。

2. futureshop用バックヤードオプション提供

futureshopご契約企業様が通販する蔵をご導入頂く際のライセンス特別割引は継続して好評である。futureshop管理画面内にての通販する蔵プロモーションを直接的に行う取組も準備を進めており、バックヤード機能をグループにてカバー可能な印象強化を図る

■ 営業・開発体制の強化

1. 関東営業・開発拠点の強化

SAMURAI TECHNOLOGYとの資本提携により、システムエンジニアおよびプログラマーの層は厚くなった。通販する蔵開発における開発知識の底固めを行い、早期戦力化を目指す。

2. カスタマイズ事例を集約し営業ツール化

何万件と蓄積されたカスタマイズ事例から、営業および業務生産性向上に効果が高いと思われるものを精査しドキュメント化。必要な事例を必要なタイミングで提案可能とする営業促進ツールを準備し活用する。

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

第4四半期においては、大型の案件納品が続き、SAMURAI TECHNOLOGYとの資本提携における開発体制整備を優先させたため、具体的な成果は無かったが、東京、大阪等の顧客向けセミナー等、活動を再開する予定。

■ 大手モールの仕様変更対応

1. 商品登録概念が大幅に変更となる

これまでの商品情報登録とは大幅に仕様変更となる為、慎重かつスピーディーな判断が必要となる。影響反映が大きい為、本件は優先度の高い対応事項となる。

ソフトルの成長戦略

EC業界を「労働集約型」から「データ集約型」に変換。
真のOMO、ビッグデータによる需要予測からの事業拡大を実現。

チャンネル統合されておらず、EC管理が分断



自社EC

ECモール

店舗

労働集約型の業務



仕入

在庫

販売

受注

チャンネル統合され、販売／管理が向上
さらにビッグデータで業績を引き上げる



自社EC



ECモール



店舗

データ集約型次世代業務

SOFTTEL

Commerce
Connect

需要予測



統合管理

仕入

販売

在庫

受注

ERP




SAMURAI TECHNOLOGY株式会社

20年以上にわたるシステム開発実績をもとに、最適なソリューションを提供

SAMURAI TECHNOLOGYについて



会社名 SAMURAI TECHNOLOGY株式会社  SAMURAI TECHNOLOGY

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[®]

 **Fast Connector[®]**  **FC Replicator[®]**

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) ※2023年3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。

そらいろ

株式会社空色

オンライン上の来訪者に最高の購買体験を創造し、
顧客化を加速させる**Web**接客ソリューション

空色について

会社名 空色株式会社



代表者 代表取締役 中嶋 洋巳

設立年月日 2013年10月

・ AIを活用したWEBソリューション「WhatYa」の開発・運用



事業内容

Useful(役に立つ)とDelightful(楽しい)をコンセプトに、EC事業者様とエンドユーザーとの結びつきを強め、LTVを向上させるサービスを提供しています。

複雑なカスタマージャーニーを直感的で楽しい体験に変えることで、最適で満足度の高い買い物体験を実現し、リピーターやブランドのファンを育てます。

従業員数 18名 ※2023年3月末現在

ビジュアルによる直感的購買体験が求められている背景

SNSは画像や動画をもとに

直感的なCX展開

日本のSNS利用者

8,270万人

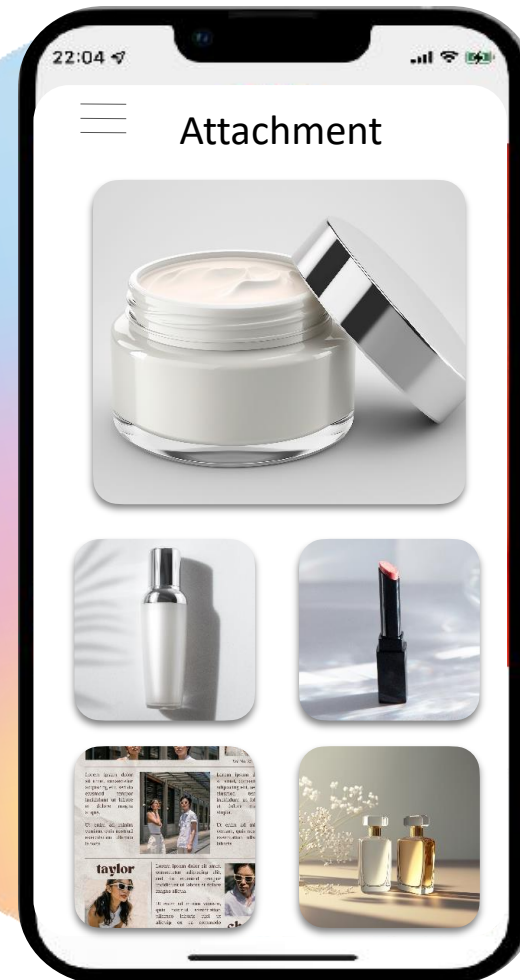
※出典：株式会社 I C T 総研 2022年度 SNS利用動向に関する調査結果

SNS利用経験者のうち、

半数以上は積極的に利用している

※出典：総務省（2022）

国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究

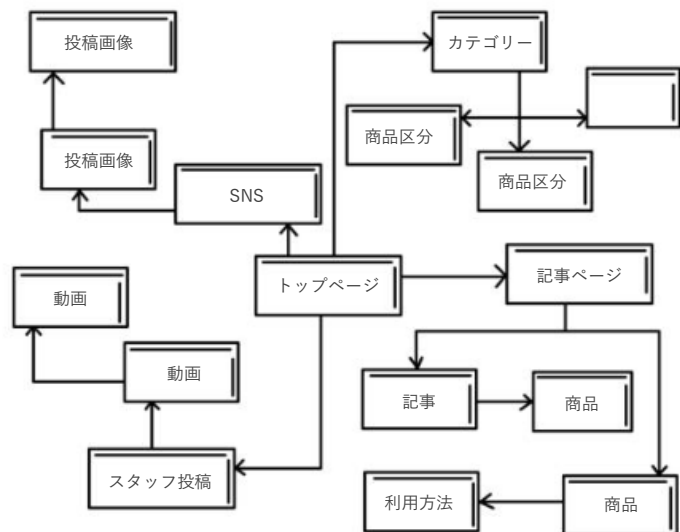


変化する消費者の購買行動を捉えたECサイトの購買率向上につながるAIソリューションを開発・提供

空色の強み – WhatYaが実現する価値

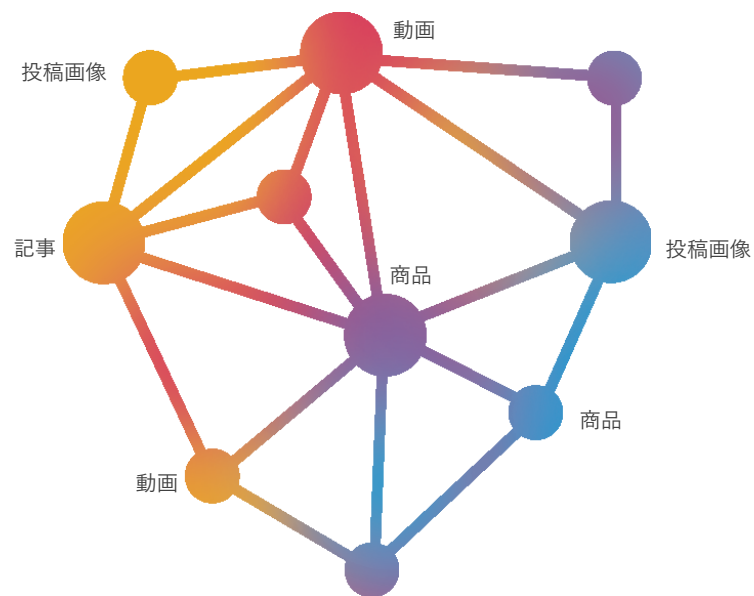
従来の思考的なECサイトから、直感的な操作でコンテンツが連動。
新たなUXを実現し、お買い物が楽しめるECサイトへ

思考的なECサイト = 疲労



どのページに何のコンテンツがあるのか、
思考し、ユーザー自身が探さなければならない。
サイト導線が複雑化し、サイト離脱が発生。
複雑な購買体験には疲労が伴う。

直感的なECサイト = 楽しい



直感的にコンテンツへ到達できることで思考による
疲労を減らし、実店舗のように感覚的なCXに転換。
ユーザーにとって直感的で楽しいUXを展開。

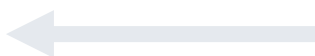
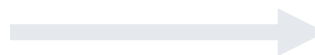
空色の強み - 散在するコンテンツをコトバで結ぶ新しい購買体験

サイト内に散在している記事・商品・動画を一つの画面に表示

サイト内カスタマージャーニーをシンプルに、適切なコンテンツを届けることでCVR向上



シーンやニーズに沿った
情報を組み合わせて発信。



ユーザーごとの
利用状況を蓄積。
新たなCX設計に活用。



WhatYa



管理画面で
コンテンツ管理 お気に入り
データ取得

データ連携



スナップデータ 記事データ 商品データ

散在したデジタルコンテンツを消費者の関心に関連付け、
実店舗のように没入感のあるCXを展開。



App
EC/WEB
LINE
MAIL
SMS



蓄積されるお客様の興味・関心を次の体験に繋げることで、お買い物を楽しめる体験を実現。



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。

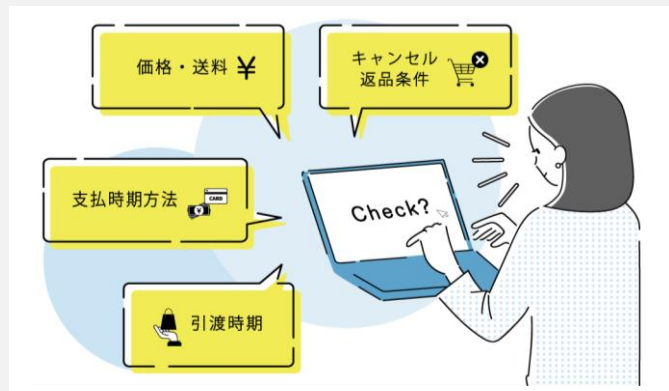
参考資料 – 持続可能なEC市場の発展のために



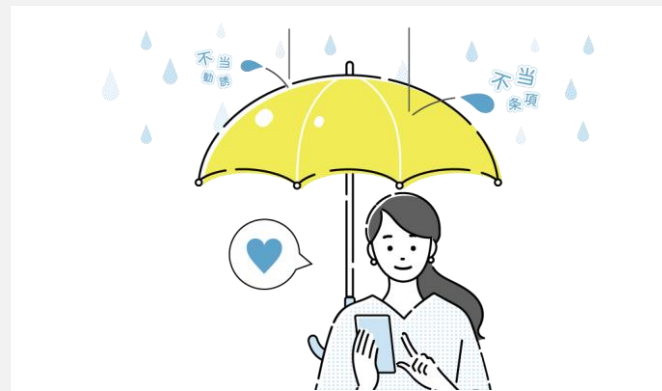
EC事業者と消費者の法令順守の理解の深化、EC市場の健全な発展の啓発を目指す

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。

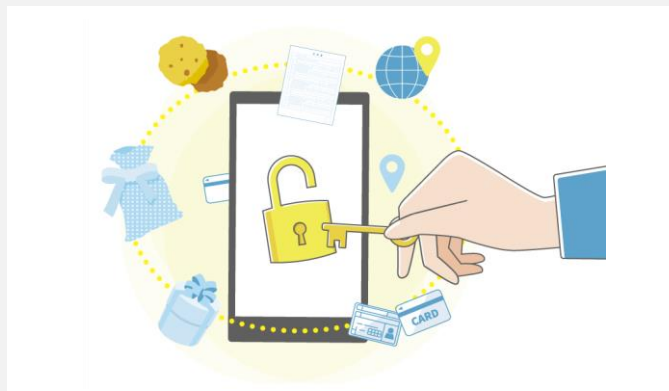
■ その1. 特定商取引法 ～誤認を招く表示で消費者に取消権～



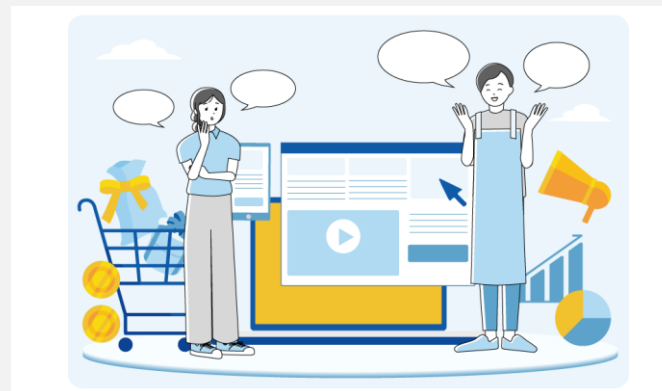
■ その2. 民法（債権法）と消費者契約法



■ 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※1）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。

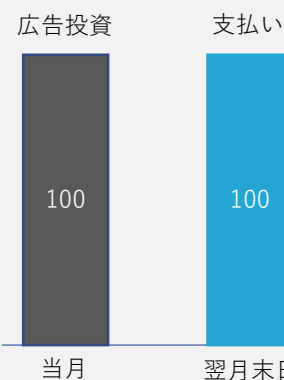
■ サービス特徴とメリット

- 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

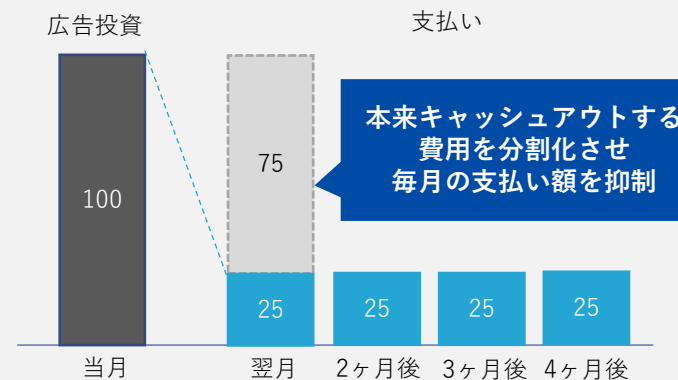
支払いサイト延長による資金確保の発想で、
事業推進スピード加速へ

■ 後払い4分割イメージ

一般적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25,500円ずつ支払いいただきます。

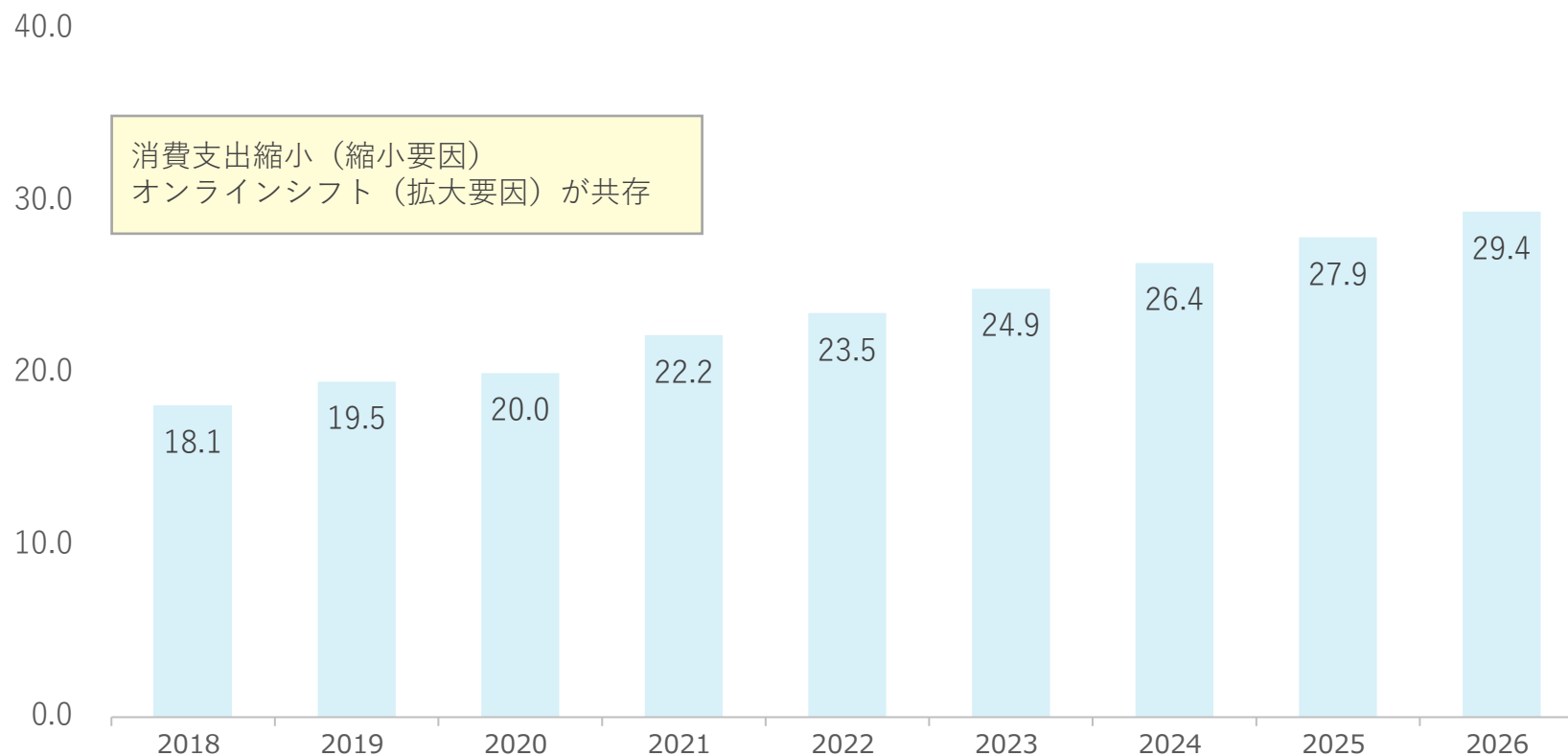
4. 事業環境と機会

事業環境と今後の見通し



(単位：兆円)

国内のB2C EC市場 予測



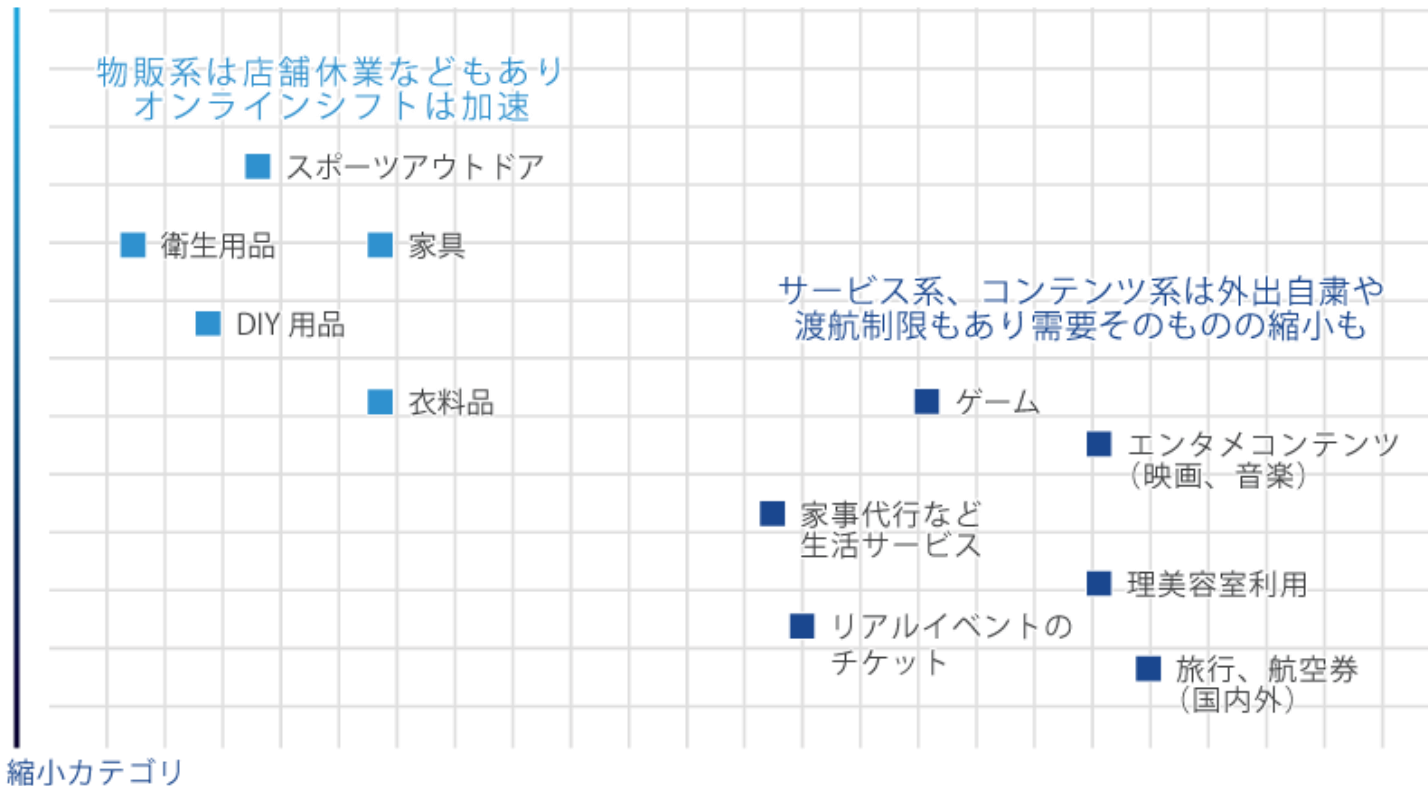
(出所) 株式会社野村総合研究所「ITナビゲーター2021年版」

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、主に物販系分野で高成長した国内EC市場も、2021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・オムニチャネルへの流れや環境変化の兆しも見られる。今後は、更なる経済活動の再開、より店舗売上向上につながるオプション・アライアンス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等によっても、EC市場の伸びが拡大し、今年度2022年度、その後2026年度にかけても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



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による巣ごもり消費の影響によって、主に物販系のカテゴリにおいてはオンラインシフト（以下、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、即座の市場の拡大には繋がらなかった。しかし、今後は移動通信システムの進歩や経済活動の再開に伴う需要の増加も見込め、EC化の余地はあり、フューチャーショップおよ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。



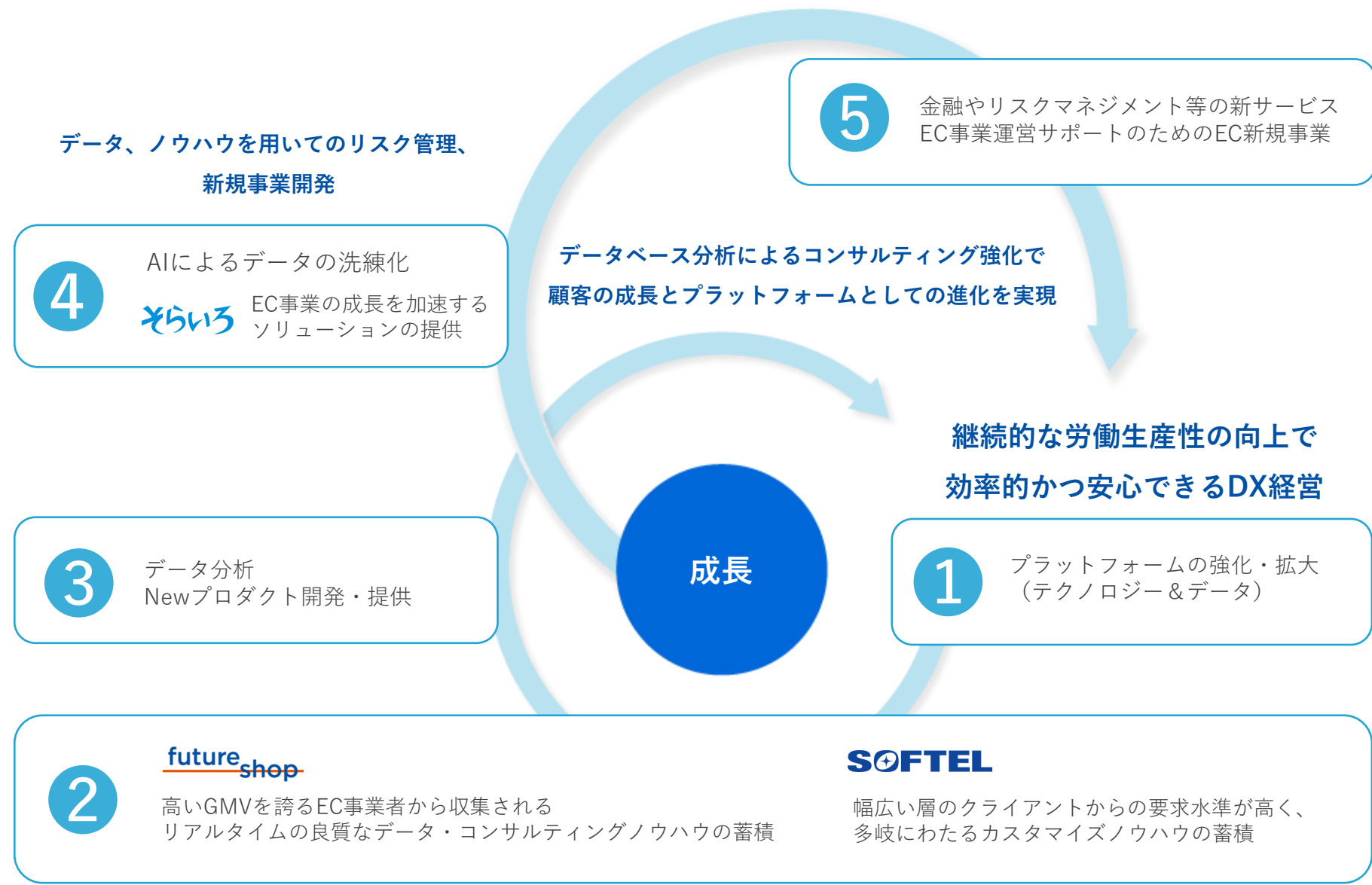
	リスク概要	顕在化の可能性	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
国内EC市場の動向について	国内経済環境の悪化等に伴い国内EC市場の成長率が鈍化、または停滞した場合に、EC事業者の業況悪化を通じ当社グループの経営成績が悪化する可能性	中	大	新たなプロダクトのリリース、既存機能の強化、D2C化を目指すEC事業者へのバックアップによるEC市場の活性化等の施策を行うことで対応
EC市場特有のマーケットリスクについて	新たな法規制の導入によるEC事業者の撤退や拡大スピードの鈍化、通信・ロジスティクスコストの増大が、EC事業者やEC利用者にとって影響を及ぼす可能性	中	大	制度改正のモニタリングおよ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

プロダクト開発スケジュール

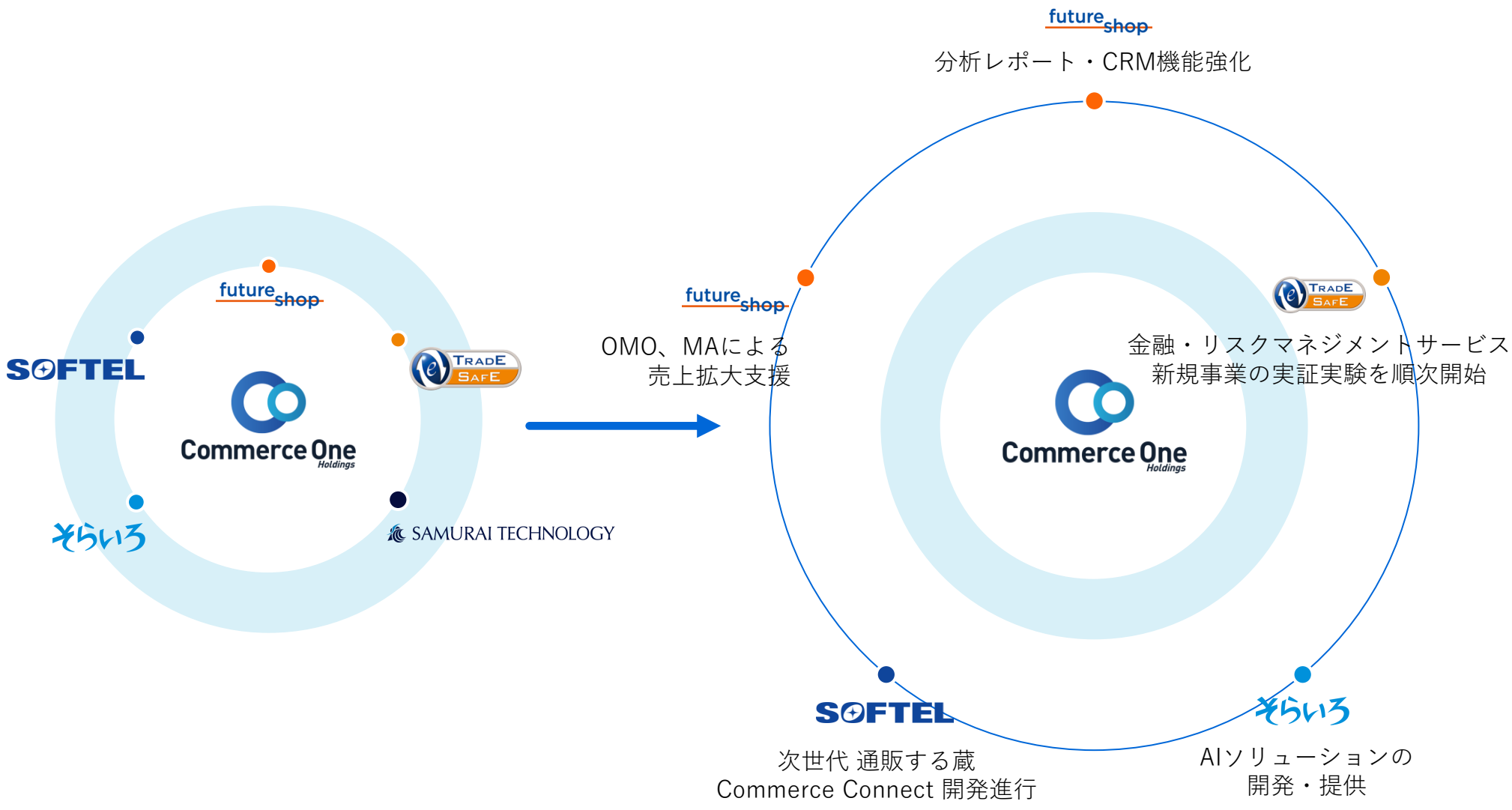


2024年度 3月期		2025年度 3月期		2026年度 3月期	
上期	下期	上期	下期	上期	下期
future shop 送料計算/配送日表示系機能強化 (食品系EC向け機能強化)					
future shop 定期/領布会販売機能強化 (サブスクリプション)					
future shop OMO・オムニチャネル機能強化					
SOFTTEL Commerce Connect対応		当初は1から設計、開発を行う方針だったが、既存の資産を生かしつつUI・UXの根本の見直しを行う手法に変更したことで、開発期間の短縮が可能となり、前倒しで進められる状況となった。			
SAMURAI TECHNOLOGY FC Replicator新バージョン対応					

プラットフォームとしての進化と人の成長支援



2024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

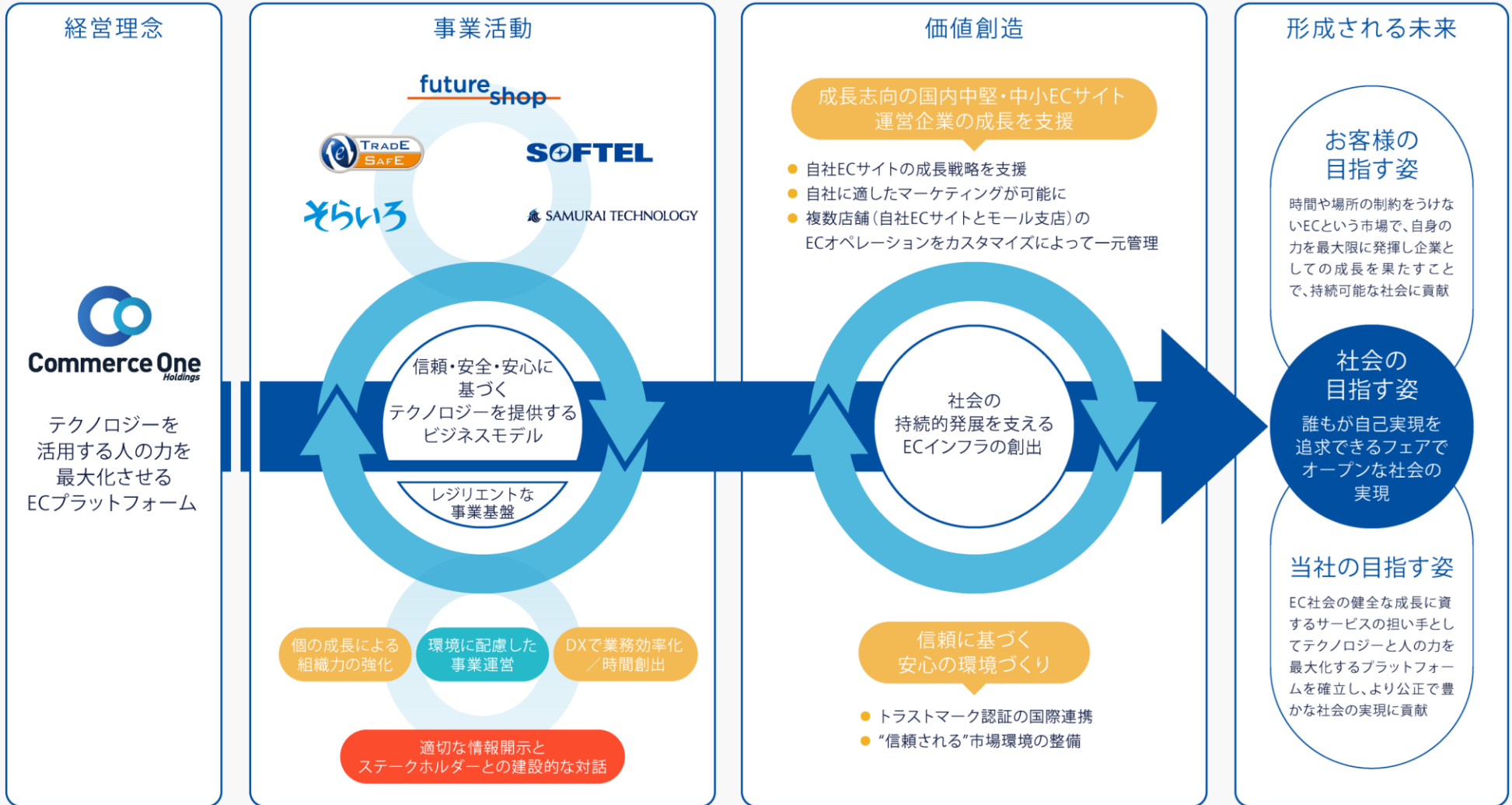
プロダクトの進化・開発と新たなデータ活用による新ソリューション提供

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

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。

なお、当資料のアップデートは今後2024年6月を目途として掲示を行う予定です。

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。

