



株式会社コマースOneホールディングス

(東証グロース：4496)

2024年3月期第1四半期

決算説明資料

2023年8月14日

目次

1. 財務サマリー P.03
2. 成長戦略 P.13
3. ビジネス概要 P.26
4. サステナビリティ P.47

1

財務サマリー

2024年3月期第1四半期 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 四半期純利益
8.6億円	1.1億円	13.8%	0.8億円
YoY + 1.0億円 (+ 13.7%)	YoY ▲ 0.3億円 (▲ 22.5%)	YoY ▲ 6.5%	YoY ▲ 0.2億円 (▲ 21.2%)

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急成長した国内EC市場は2022年度以降、経済活動が正常化するにつれ成長が緩やかになったものの、着実に成長を続けている。今後も、弊社グループが主なターゲットとする国内のB2C EC市場は2023年は24.9兆円、2026年には29.4兆円にまで継続的な成長を続けるものと予測されている。

※参考：株式会社野村総合研究所「ITナビゲーター2021年版」

決算概要

市場成長に伴う売上高の確保を目指すとともに、今後の市場環境に適応するための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、空色の2社が新規連結対象となったため売上増加。利益面においては、将来の収益獲得を目的とした、先行投資を実施しており、営業利益減少。

2024年3月期第1四半期 ハイライト

— グループ各社 当期の状況



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てきたものの、各種指標は概ね堅調に推移。

- ライブコマースオプション「Live cottage」をすべてのEC事業者に提供開始
- 「futureshop認定マイスター」が100名を突破
- 他社サービス連携強化
- LINEの法人向けサービスの販売・開発パートナー認定



グループ化したSAMURAI TECHNOLOGYをいち早くソフトテルの戦力とするべく、技術者の定期的な派遣や勉強会を実施し研鑽。将来の利益基盤を早急に構築するため、積極的な開発委託を実施。

- 通販する蔵にて取り扱う受注総額が3,000億円を突破

2024年3月期第1四半期 決算概要

連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2023年3月期 1Q	2024年3月期 1Q	増減	前年度同期比
売上高	761,413	865,862	+ 104,449	+ 13.7%
営業利益	154,433	119,611	▲ 34,822	▲ 22.5%
経常利益	164,801	137,955	▲ 26,846	▲ 16.3%
税金等調整前 四半期純利益	164,801	137,955	▲ 26,846	▲ 16.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	104,025	81,999	▲ 22,026	▲ 21.2%

2024年3月期第1四半期 フューチャーショップ概要

単体 フューチャーショップ


 future shop

売上高

6.2億円

YoY

 + 0.4億円
(+ 7.2%)

営業利益

1.8億円

YoY

 + 0.2億円
(+ 18.4%)

営業利益率

29.6%

YoY

+ 2.8%

GMV

490億円

YoY

 + 17.8億円
(+ 3.8%)

6月末契約件数

2,897件

FYTD

 ▲ 21件
(▲ 0.7%)

ARPU

71,971円

YoY

 + 5,330円
(+ 8.0%)

2024年3月期第1四半期 ソフトル概要

単体 ソフトル (SAMURAI TECHNOLOGY合算)



売上高※

2.0億円

YoY

▲ 0.07億円
(▲ 3.6%)

営業利益※

0.1億円

YoY

▲ 0.2億円
(▲ 63.2%)

営業利益率※

7.9%

YoY

▲ 12.7%

※ 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、当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～6月については弊社監査法人による監査を受けていない。

1Q
開発売上総額

79百万円

YoY

+ 4百万円
(+ 5.5%)1社あたり
1Q開発売上高

1百万円

YoY

+ 0.1百万円
(+ 12.2%)1Qストック
売上

0.8億円

YoY

+ 0.07億円
(+ 8.9%)1Qストック
売上比率

48.7%

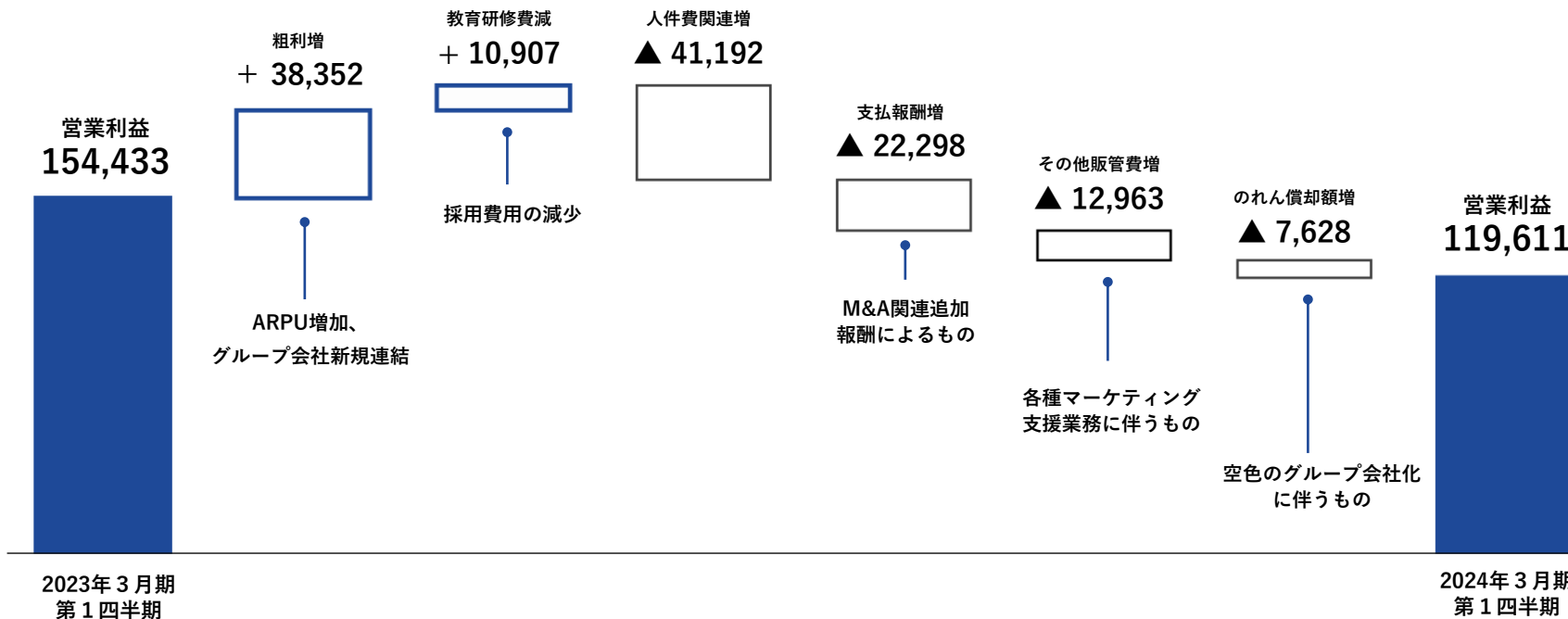
過去7年間
平均比

+ 6.1%

前年度同期比 第1四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

単位：千円



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

	2023年3月期 1Q	2024年3月期 1Q	増減
営業利益	154,433	119,611	▲ 34,822
営業外収益	10,367	18,394	+ 8,027
営業外費用	0	51	+ 51
経常利益	164,801	137,955	▲ 26,846
特別利益	-	-	-
特別損失	-	-	-
税金等調整前 四半期純利益	164,801	137,955	▲ 26,846
EBITDA※	182,312	158,112	▲ 24,200

円安進行による
為替差益増加のため

2024年3月期第1四半期 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 4Q	2024年3月期 1Q	増減
流動資産	2,306,778	2,307,410	+ 632
預け金	112,220	2,337	▲ 109,883
その他	132,013	64,417	▲ 67,596
固定資産	1,199,215	1,188,331	▲ 10,884
流動負債	808,247	809,977	+ 1,730
固定負債	81,345	90,265	+ 8,920
純資産	2,616,399	2,595,498	▲ 20,901
株主資本	2,354,948	2,327,151	▲ 27,797
自己株式	▲ 139,224	▲ 249,022	▲ 109,798

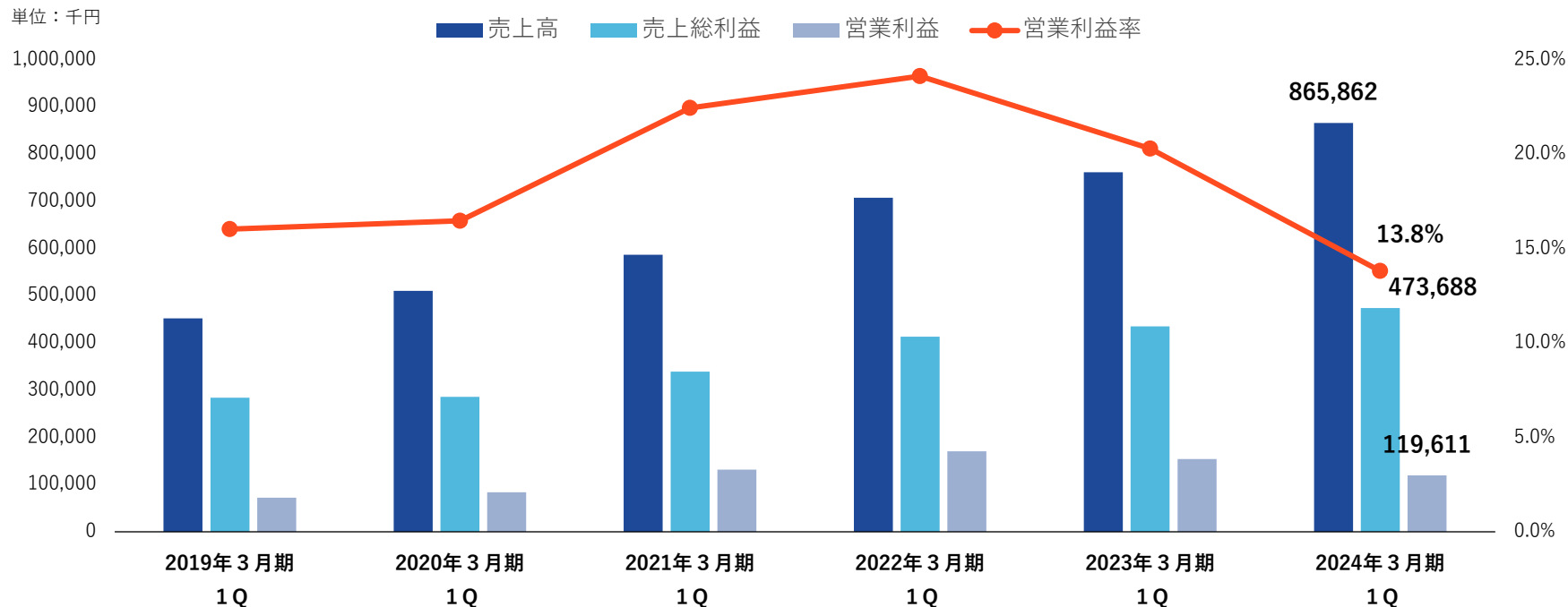
投資一任契約に基づく自己株式
取得が6月で完了したため減少。

主に、前期に行った利用料割
引のためのサーバー代の前払
金の原価算入により減少。

投資一任契約に基づく自己株式
取得完了のため増加。

2024年3月期第1四半期 連結業績推移

2024年3月期第1四半期は、継続的な売上増加を実現する一方、
将来のための人件費関連投資やM&A後のPMI※実行、維持管理等によって増収減益となった。



2

成長戰略

企業理念



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
最大化させるコマースプラットフォーム

わたしたちの価値観

信頼と安心・安全を前提と考える
EC事業者様と伴走し、堅実に成長に寄り添う



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

事業内容

当社グループは、ECサイト運営支援サービスを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。

当社グループの事業は右記のとおり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。

Eコマースをトータルで支援するプロダクトを保有

E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

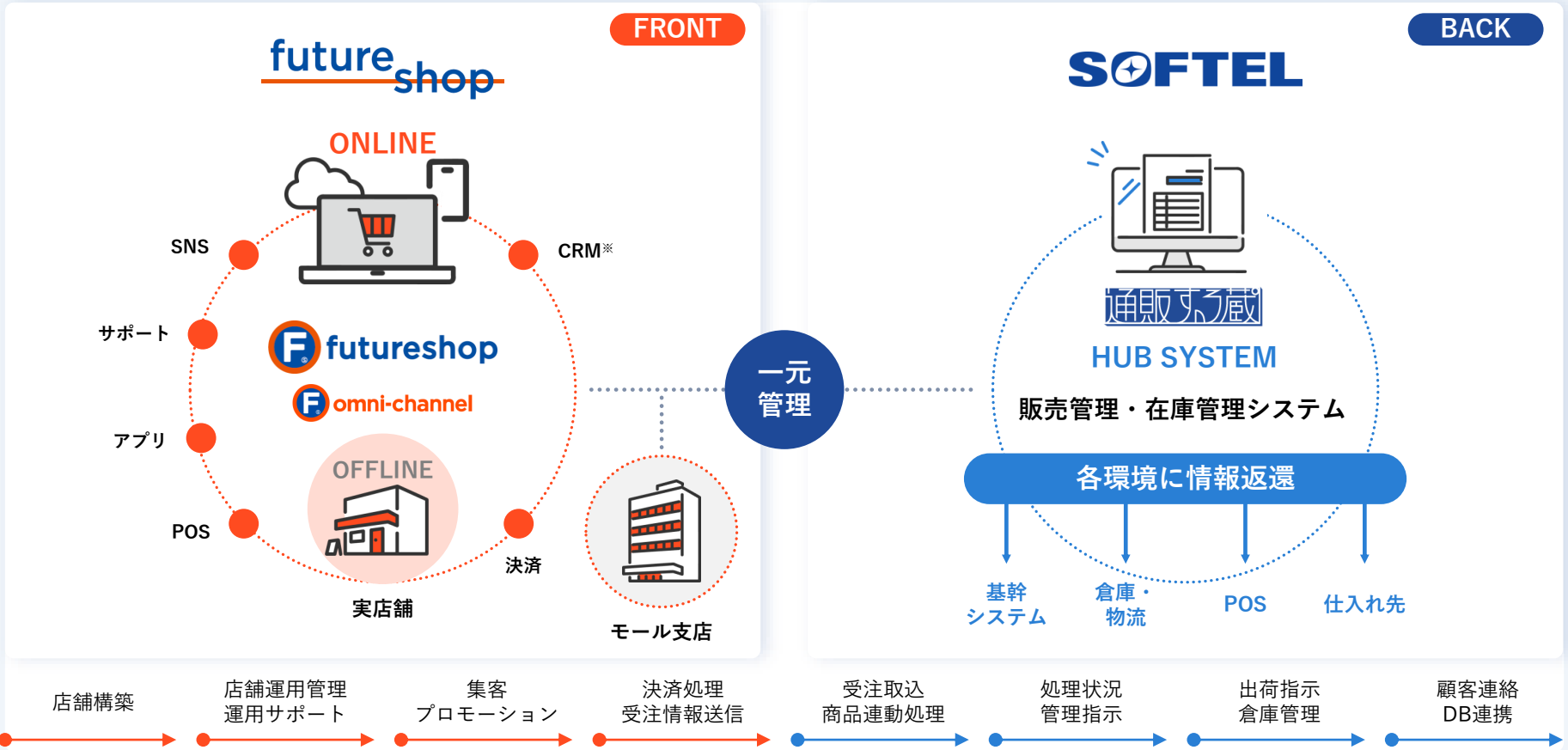
販売管理・在庫管理ソフト



データベース支援



グループビジネスモデル



創業からの軌跡

2006年～2014年

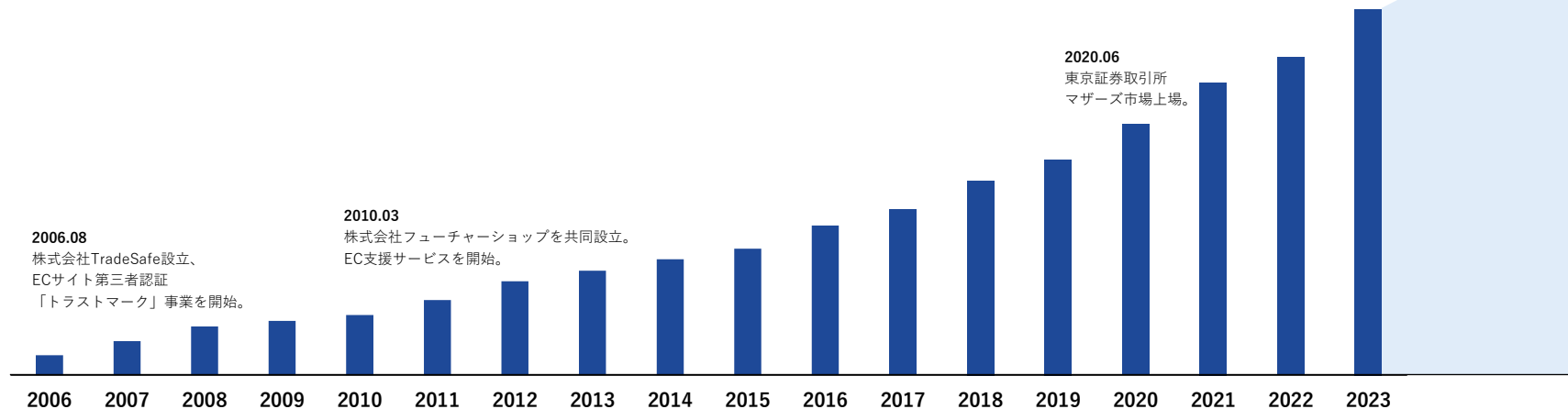
創業～事業立ち上げ

2017年～2020年

事業拡大、
ホールディングス化へ

2022年～2023年

さらなる成長へ



2006.08
株式会社TradeSafe設立、
ECサイト第三者認証
「トラストマーク」事業を開始。

2010.03
株式会社フューチャーショップを共同設立。
EC支援サービスを開始。

2020.06
東京証券取引所
マザーズ市場上場。



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。

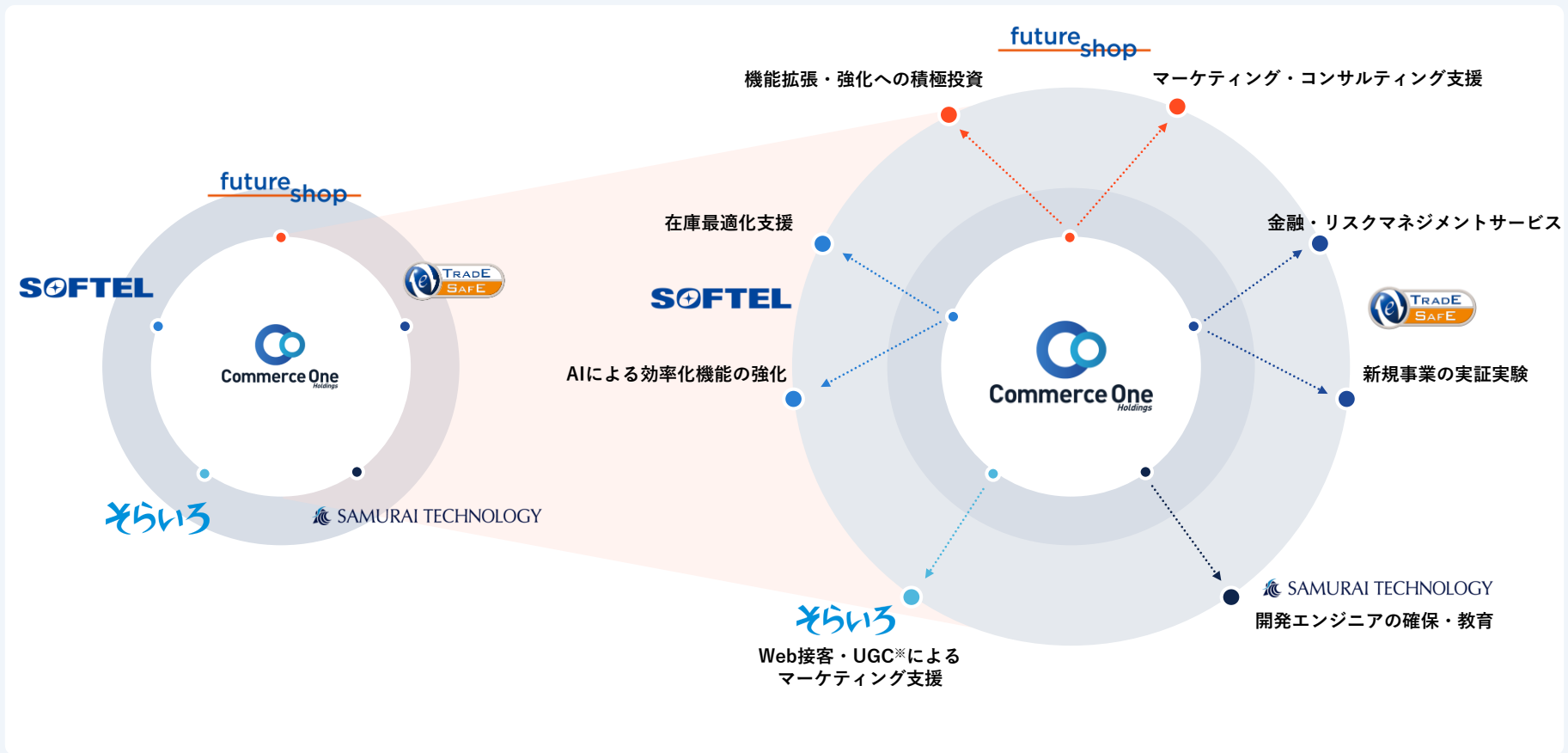


SAMURAI TECHNOLOGY
2022.11
SAMURAI TECHNOLOGY株式会社を完全グループ会社化。

2023.03
株式会社空色をグループ会社化。

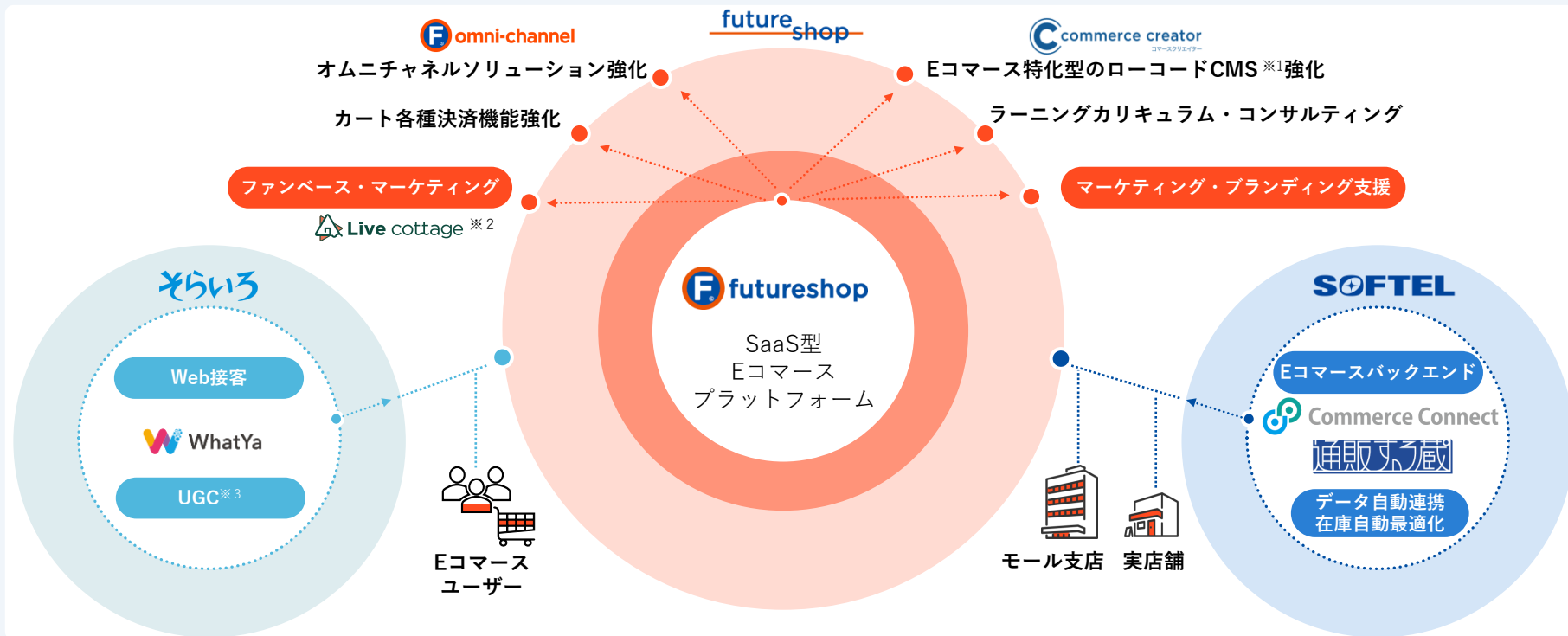


成長方針



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。



future shop 2024年3月期第2四半期以降の取り組み

■ プロダクト開発方針

- マーケティング機能強化
- OMO※・omni-channelプロダクトの強化
- 送料計算/配送可能日時制御機能強化
(食品系EC対応強化)
- 定期/頒布会販売機能改善
(サブスクリプション機能)
- ライブコマースプロダクト強化
- 決済サービス強化、外部システム連携強化
(API強化)

SNSマーケティング機能強化

SNSプラットフォームとの連携拡大。

OMO※ソリューションの拡充

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。

温度帯別送料計算・配送予定日表示の強化

3温度帯送料計算・同梱制御対応・リードタイム制御等。

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。

ライブコマース機能強化

ライブコマースとファンマーケティングの融合を目指す。

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。

■ 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。

■ 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

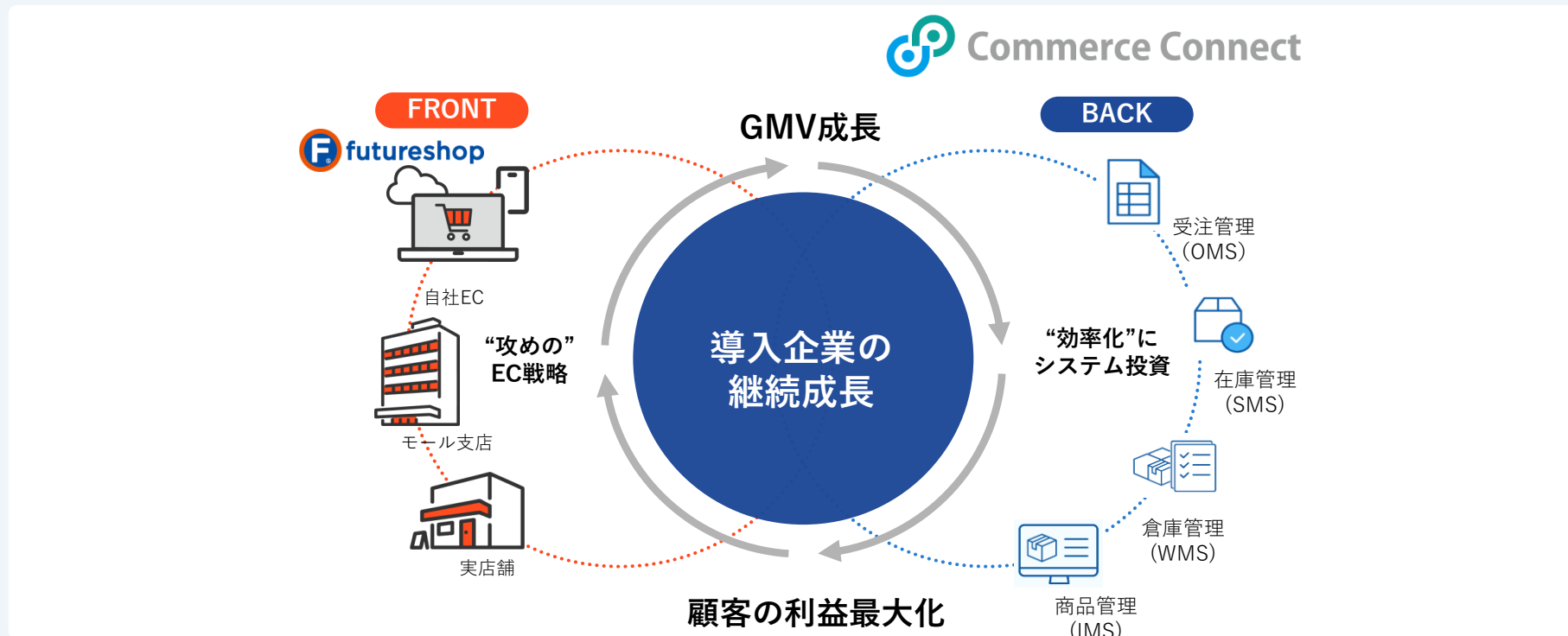
マーケティング強化

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。

Commerce Connect

多店舗管理機能をSaaS型で提供。

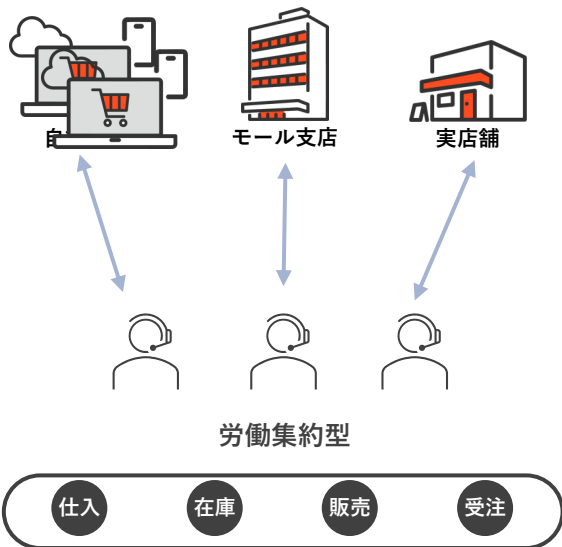
カスタマイズ要望が多い機能をモジュール化することで拡張性が高まり、事業成長を促進させる。



Commerce Connect

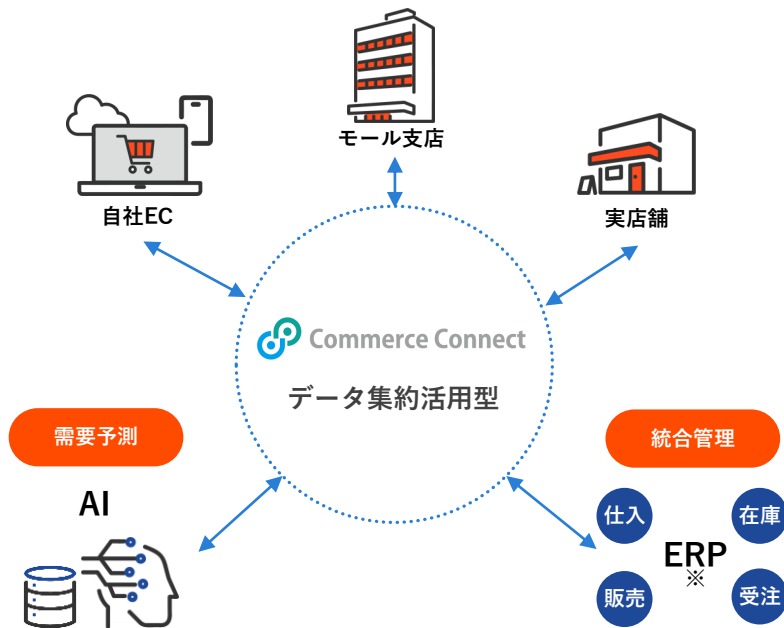
EC業界を「労働集約型」から「データ集約活用型」に変換。AIによる需要予測からの事業拡大を実現。

チャンネル統合されておらず、EC管理が分断



労働集約型

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



SOFTTEL 2024年3月期第2四半期以降の取り組み

■ プロダクト開発

- 次世代 通販する蔵「Commerce Connect」
- futureshop用バックヤードオプション提供

大手モールによる大幅な仕様変更プロジェクトは、6月より当社顧客においてもリリースが行われており、その影響や懸念事項を考慮しながら開発を軌道修正。ベータ版リリースは9月中を予定。機能拡張版を2024年初めにリリース予定として計画。機能変更に伴うUI最終調整と、ベータ版リリース時に実装される機能(複数配送先指定機能等)の検討。

futureshopユーザーが「通販する蔵」を導入する際のライセンス特別割引は継続して好評。futureshop管理画面内にて「通販する蔵」プロモーションを直接的に行う取り組みも準備し、バックヤード機能をグループ内でカバーしグループシナジーを強化する方針。

■ 営業・開発体制の強化

- 関東営業・開発拠点の強化
- カスタマイズ事例を集約し営業ツール化
- 「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

SAMURAI TECHNOLOGYのグループ化により開発リソースを確保。一方で「通販する蔵」開発のための知識・経験においてはまだ未熟であり、早期教育のための当社技術者派遣やOJT※開発を進め積極的に投資。

カスタマイズ事例のドキュメント化は順調に進んでおり、既存顧客への提案に活用を始めている。カスタマイズ事例という経験に依存しがちな知的財産をドキュメント化し蓄積することで、正確かつ迅速な顧客提案による満足度向上を目指す。

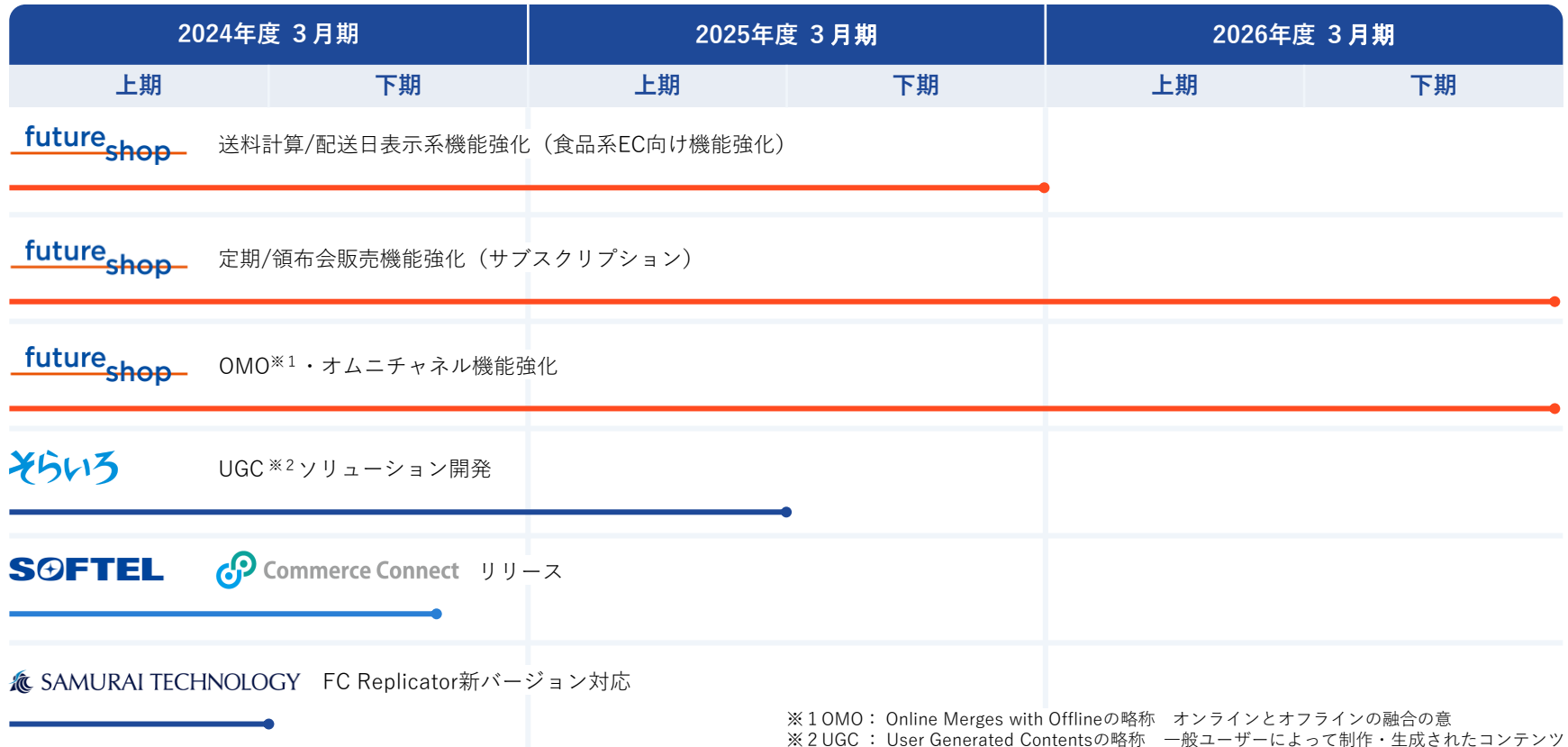
製品認知向上とリード獲得のため、「通販する蔵」と親和性の高い外部サービスベンダーとの共同セミナーを実施。既存顧客との定期的な勉強会セミナーも継続実施しており、製品課題の発見の機会とし一定の成果を得ている。

■ 大手モールの仕様変更対応

- 商品登録概念が大幅に変更

システム影響度の低い顧客から順に対応機能をリリースしている。今後、年末にかけ影響度の大きい商品情報に関わるリリースが続く為、優先度を上げて対応。

プロダクト開発スケジュール



※1 OMO：Online Merges with Offlineの略称 オンラインとオフラインの融合の意

※2 UGC：User Generated Contentsの略称 一般ユーザーによって制作・生成されたコンテンツ

3

ビジネス概要

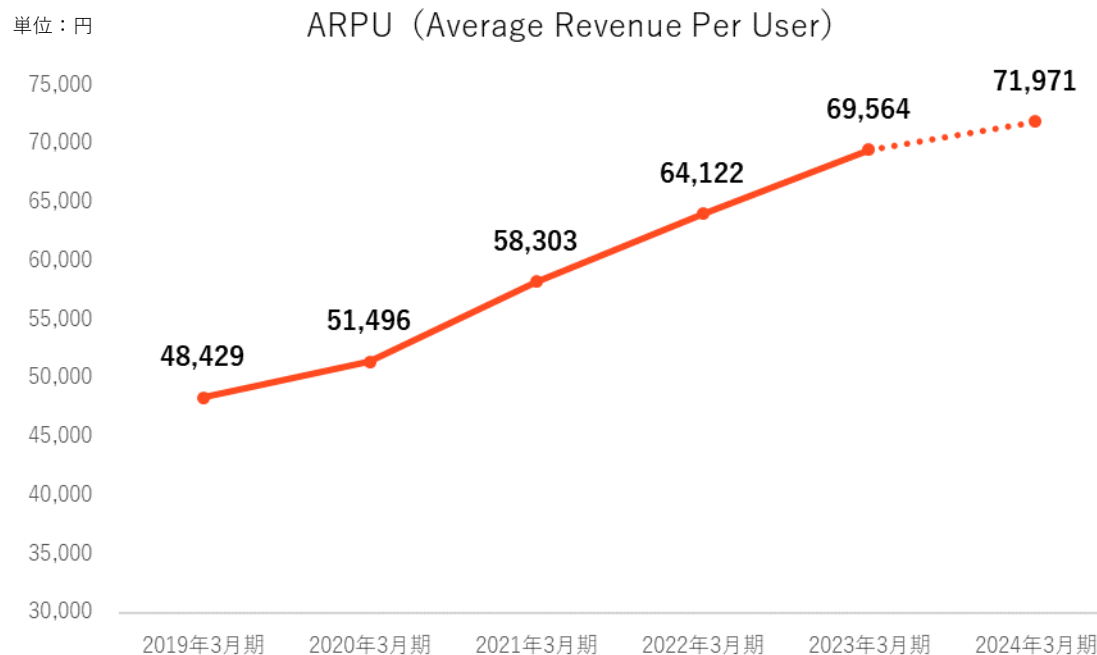
future shop

株式会社フューチャーショップ

ARPU (Average Revenue Per User)

導入企業の成長に伴いオプション機能・アライアンス連携サービスの利用拡大によりARPUは順調に向上。

1店舗あたり月間売上金額推移



GMV推移

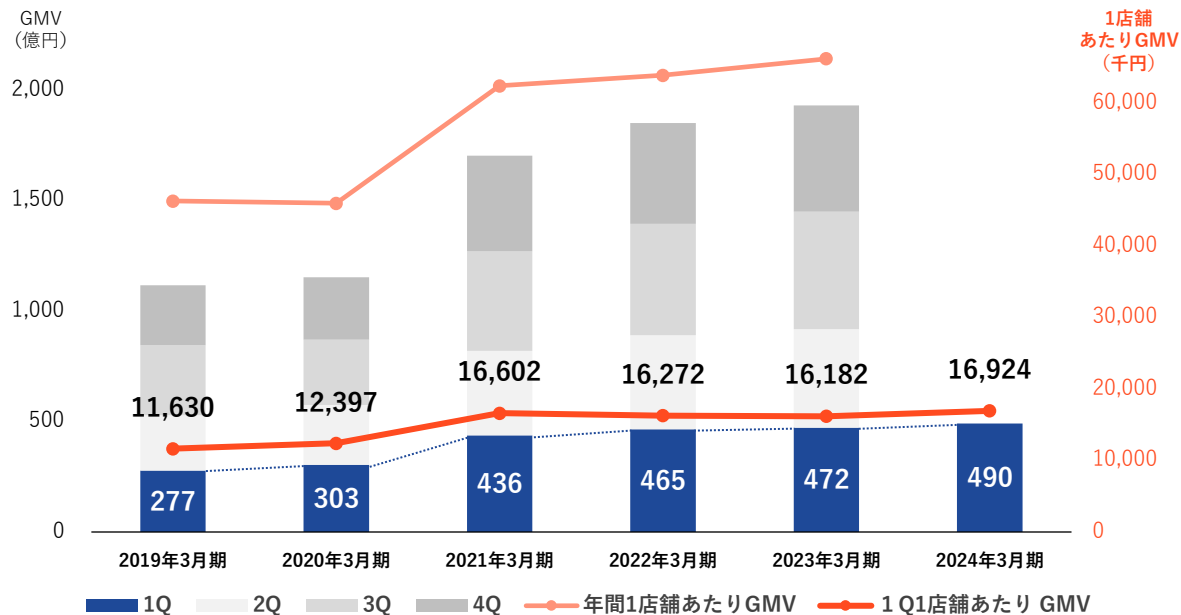
**GMVは当第1四半期時点で490.3億円
前年度同期比 +3.8%**

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なかでも、GMVは堅調に推移。契約店舗数は微減したものの、1店舗あたりのGMVは昨年度の第1四半期の成長率（1.7%成長）より大幅に伸長。

2024年3月期第1四半期累計

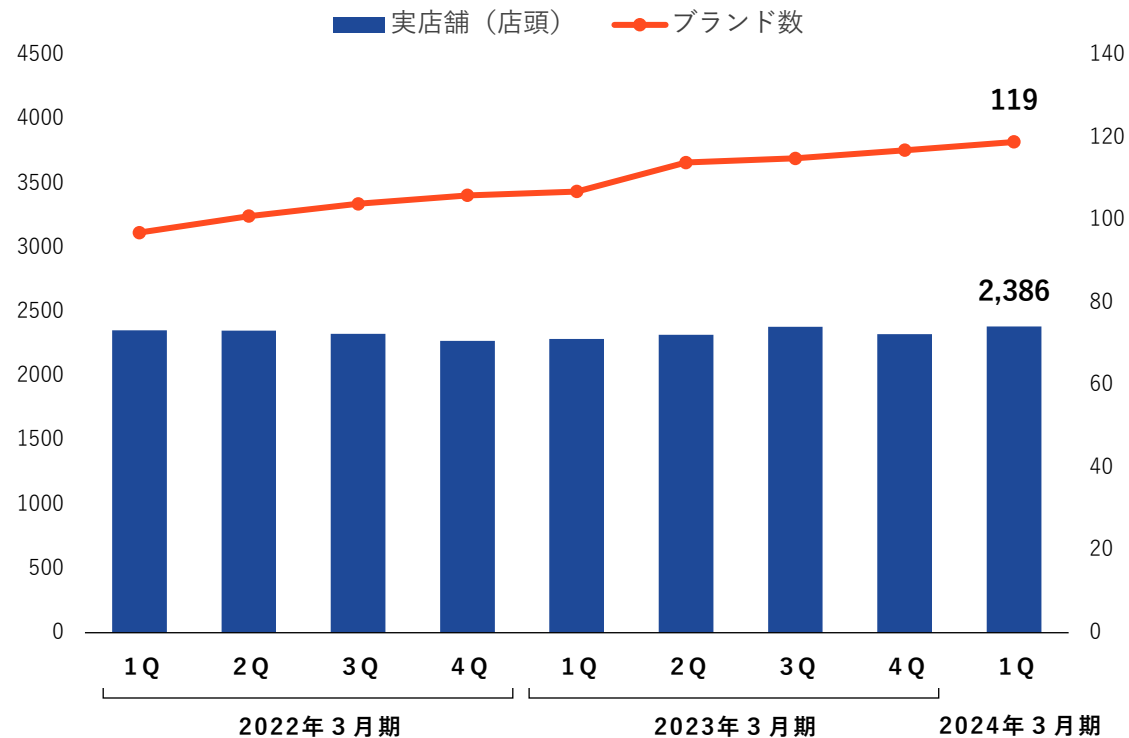
GMV **490.3億円**（前年度同期比 **3.8%増**）

1店舗あたりGMV **16,924千円**（前年度同期比 **4.6%増**）



オムニチャネル推移

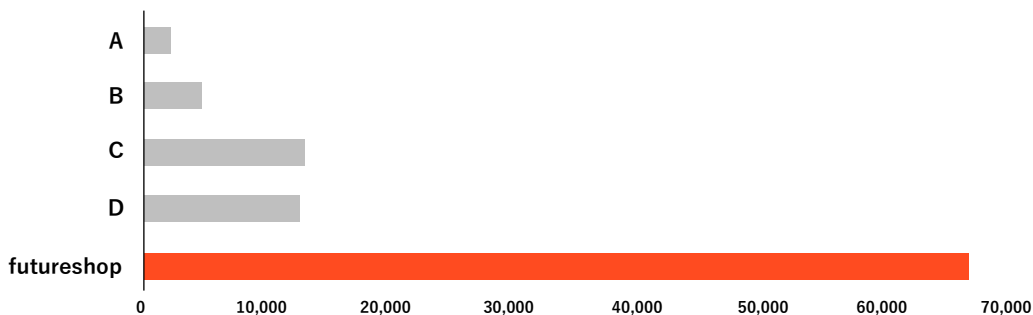
企業のOMO※・オムニチャネルへの投資は積極的な状況が続いている。



サービスの特長

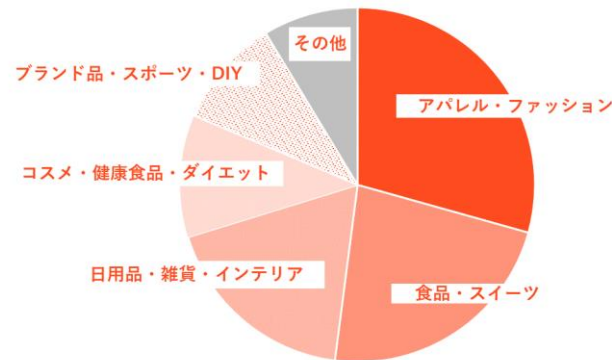
ノンカスタマイズ提供でも圧倒的に高い1店舗あたりGMV

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2022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
(2024年3月期1Q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 **22.3%増加**

2024年3月期1Q：成長率平均^{※1}前年度同期比 **+22.3%** 2023年3月期1Q：成長率平均前年度同期比 +28.5%

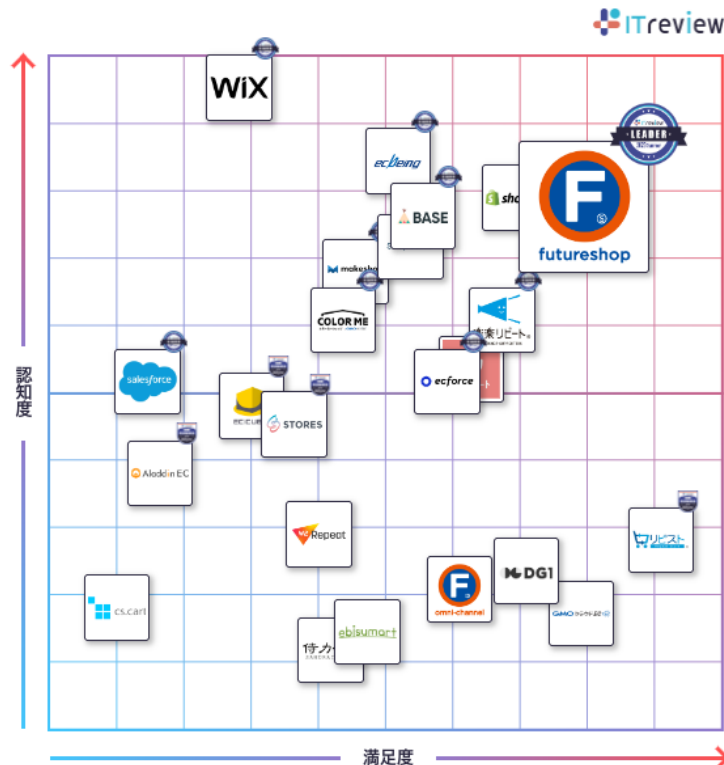
※1 契約を2年以上継続しているユーザーの成長率平均= 2年以上契約を継続しているユーザーで、毎月1円以上売上のある店舗の売上成長率の平均。
立ち上げ・リニューアルから2年未満のユーザーを省くことで、初期段階の急激な売上成長の値を省いたもの。

サービスの特長 - の顧客満足度および認知度



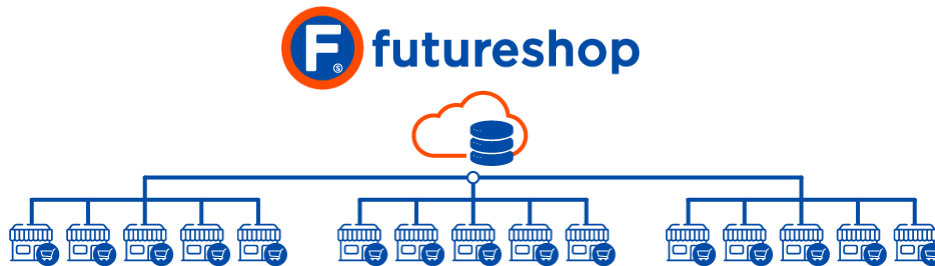
ITreview Grid Award 2023 Summer にて
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを16期連続受賞

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 7月時点 満足度: 相対値

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

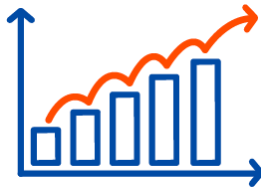


(特許登録済 特許第6619478号)

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



How to Improve
User's Sales



カスタマーサクセスチーム



Support



「何をやらねばいいのか、わからない」から「何をやらねばいいのか、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

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



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。

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♪
- 頑張り♪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
- コマースロボ **new!**
- dアプリ **new!**

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
- unisize **new!**

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)
- Letro

サイト内検索

- GENIEE SEARCH for EC

EFO (入カフォーム最適化)

- EFOcats for futureshop
- giftimize for futureshop

CRM (顧客関係管理)

- 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
- うちでのこづち

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

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

2024年3月期第1四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：57講座

参加者数：**1,102名**



オープンセミナーイベント

開催回数：11イベント

参加者数：**440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：**106社**



集客（広告）・レポート（CRM）スポットコンサルティングの件数が増加。1店舗あたりのGMV成長に寄与している。

2024年3月期第1四半期事業トピックス

プレスリリース

【2023.5.30】ライブコマースオプション「Live cottage」をすべてのEC事業者に提供開始。

～ライブの詳細分析やスムーズな購入動線など、黎明期からECを支援してきたからこそ可能な機能を、より多くのEC事業者に提供～

これまで「futureshop」利用ユーザーのみに提供してきた自社ECサイト内ライブコマース機能「Live cottage（ライブコテージ）」の提供対象を、すべてのEC事業者に拡大。これにより「Live cottage」はfutureshopシリーズのオプションサービスとしてではなく、単独のライブコマースサービスとして販売されることとなった。これは日本の中小企業によるライブコマース活用を促進し、ライブコマース市場を活性化させていくことを意図した取り組みである。



フューチャーショップ、
futureshopユーザー限定
ライブコマースオプションを
「すべてのEC事業者」に提供開始



食品 紀州有田みかん 早和果園様



アパレル ワイシャツ専門店 ozie様



バイク用アパレル motorimoda様



ナイトウェア バジマ屋 12UMM様



フューチャーショップと空色のシナジー

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



ECサイトの購買率向上につながるAIソリューションの展開・UGC※ソリューションを開発・提供

空色が保有する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ソリューションの展開・UGC※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。

空色が開発するUGC※1ソリューション

futureshopへのOEM開発を進行し、グループのGMVやARPUを高めるとともにソリューションの競争力を高め他社カートへの展開を実施。

UGC

ユーザー生成コンテンツ

投稿の
促進

収集

活用

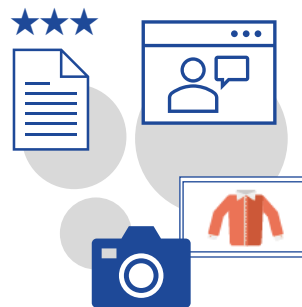
豊富なレビュー
リッチコンテンツ

多様な口コミ

そらいろ



投稿しやすいUX※2
ポイントプログラム



SOFTTEL

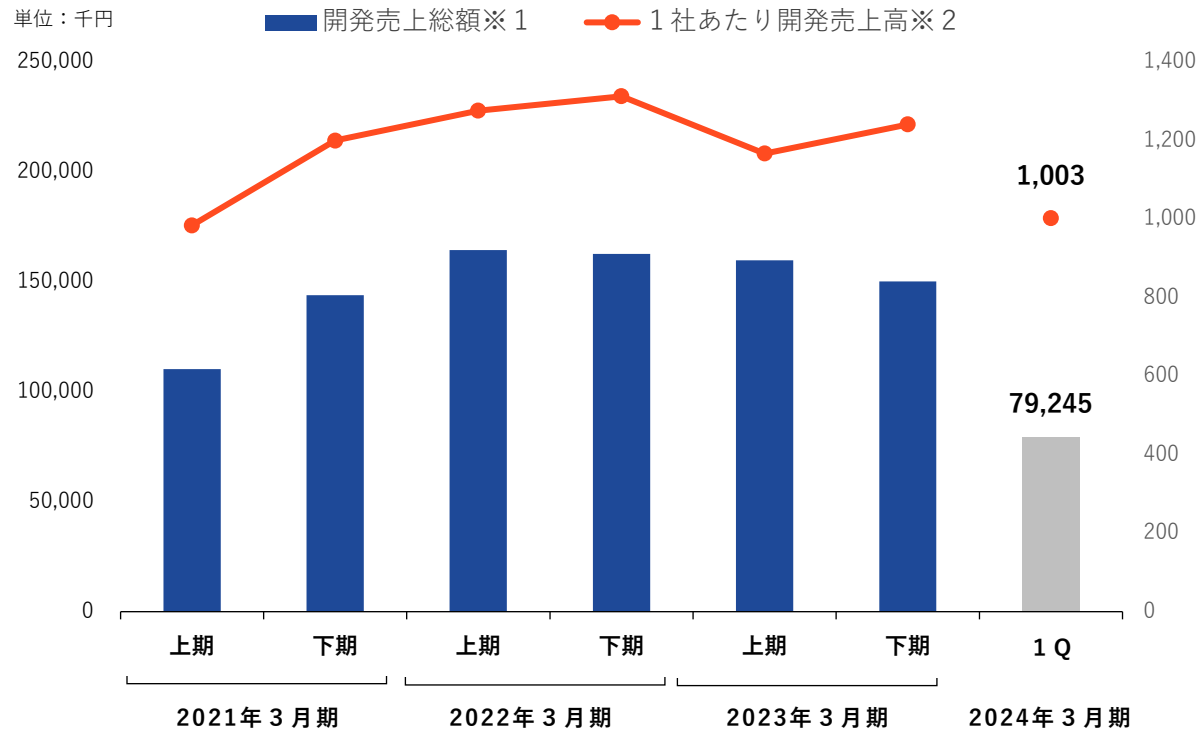
株式会社ソフテル

開発売上総額※1・1社あたり開発売上高※2

SAMURAI TECHNOLOGYの エンジニアリソース確保により、 1Q単体としては昨対比で増加。

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高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、2021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。



※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

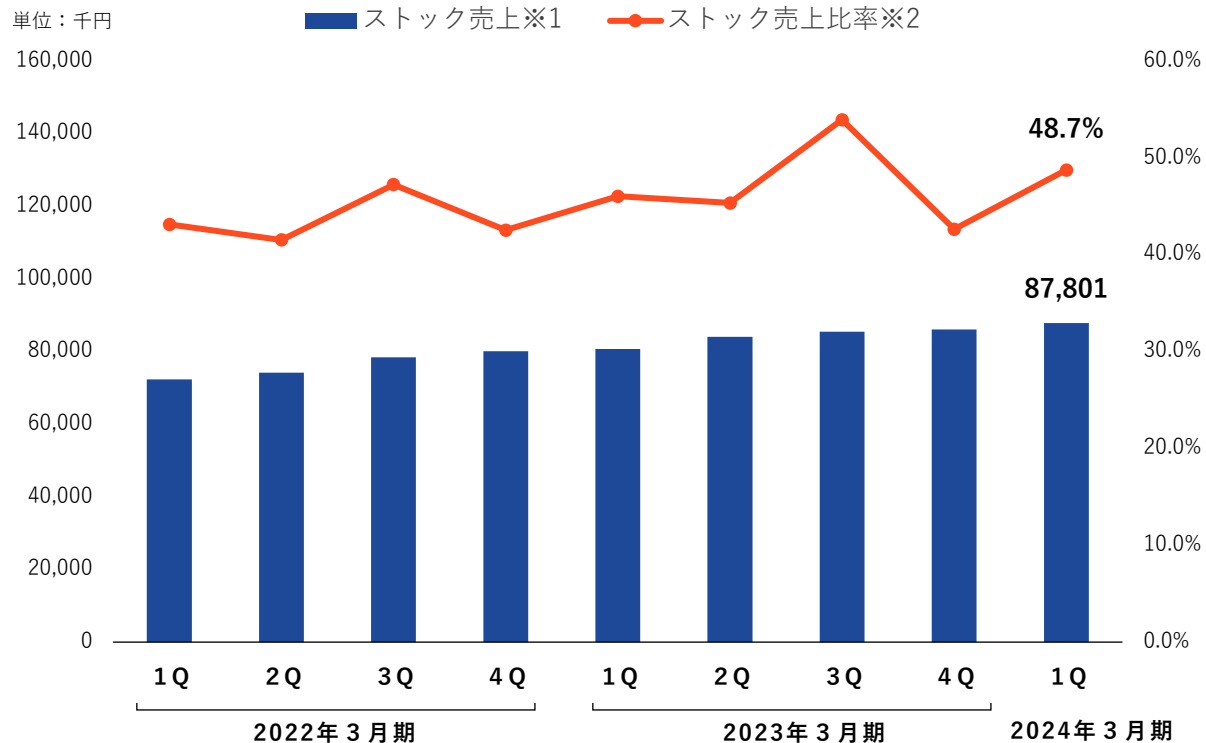
ストック売上※1

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。

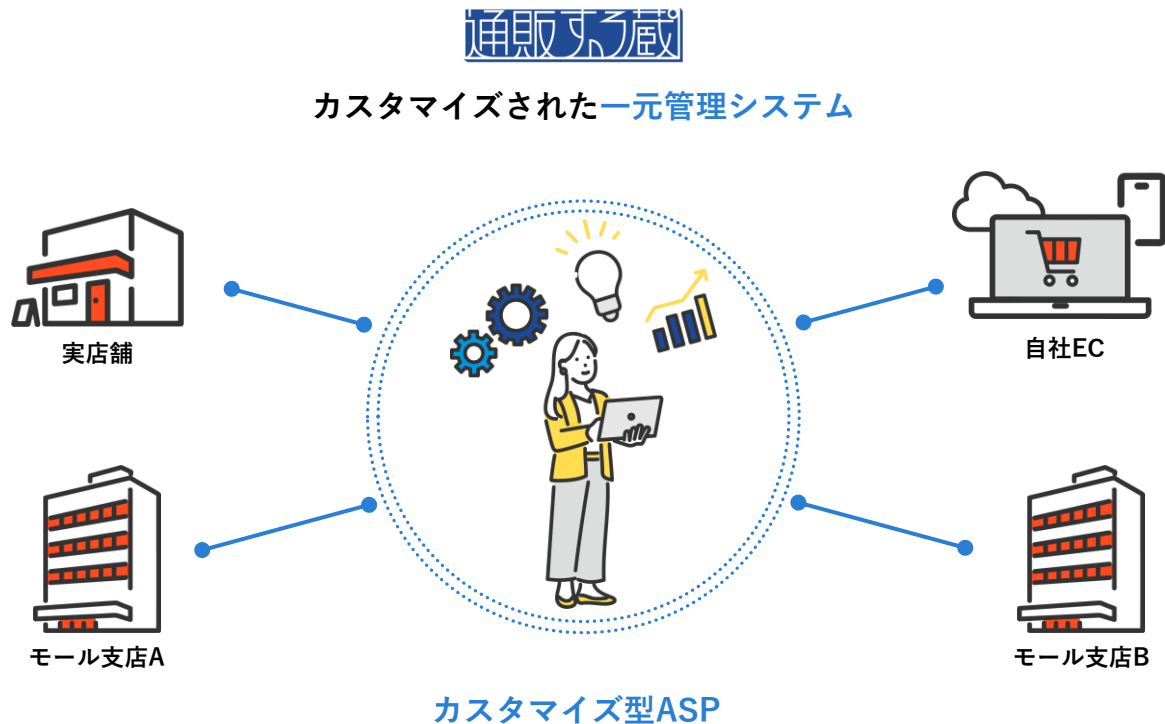
※1 通販する蔵の月額保守売上
 ※2 ストック売上を各四半期の売上高で割ったもの



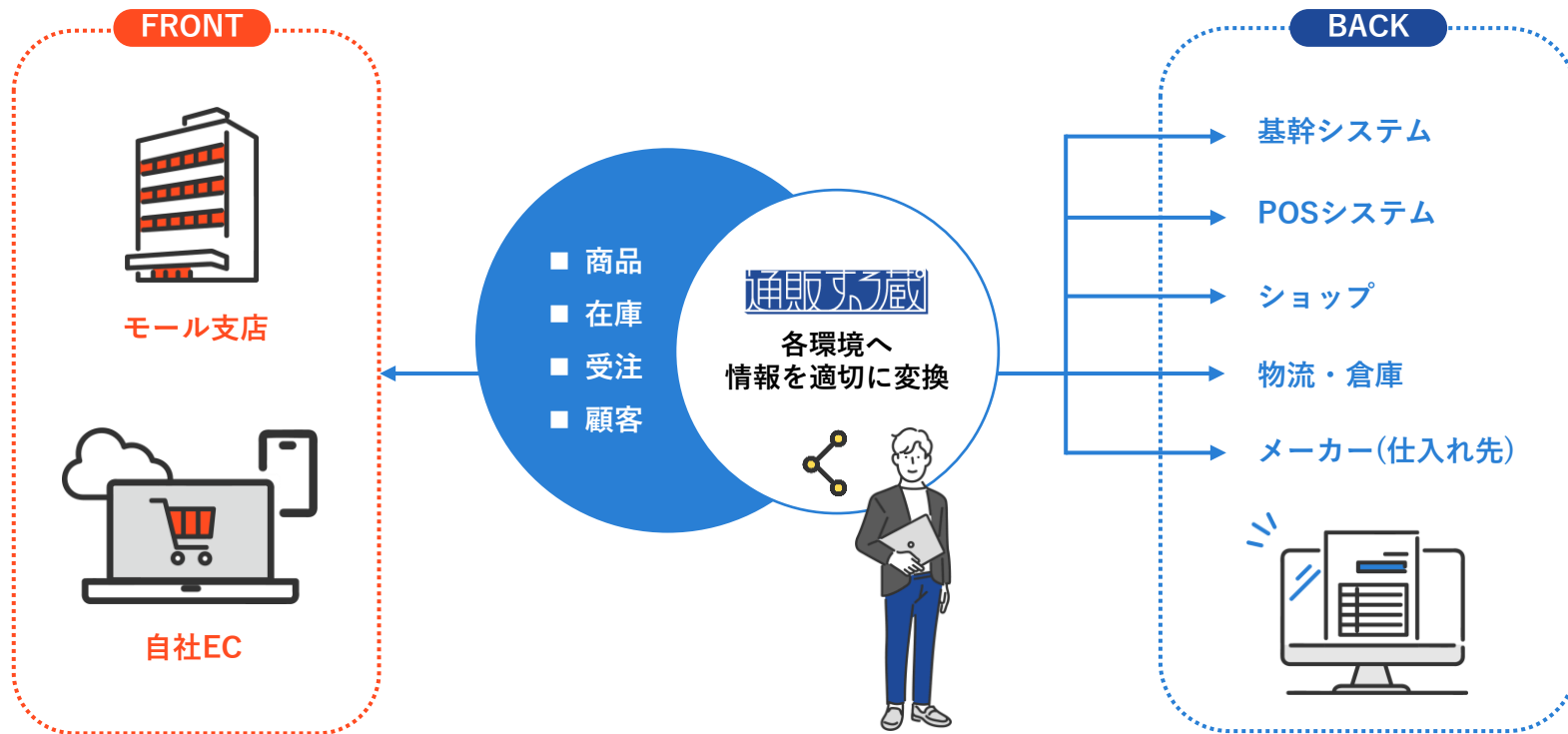
「通販する蔵」のコンセプト

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。



事業内容

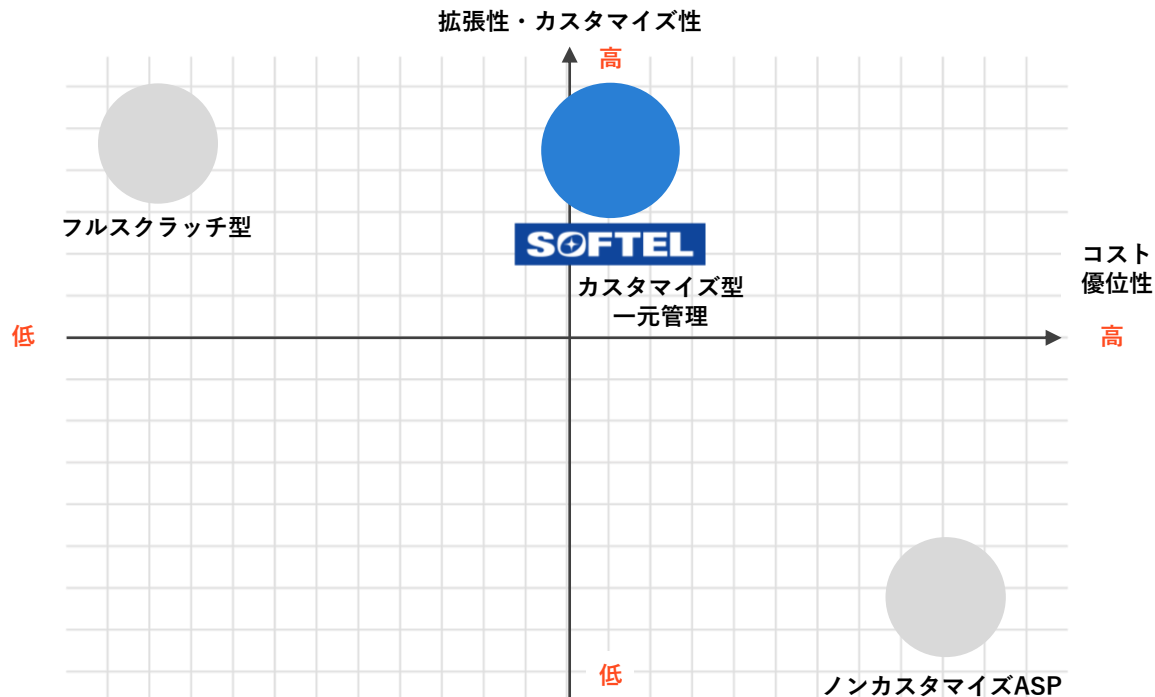


ポジショニング

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。

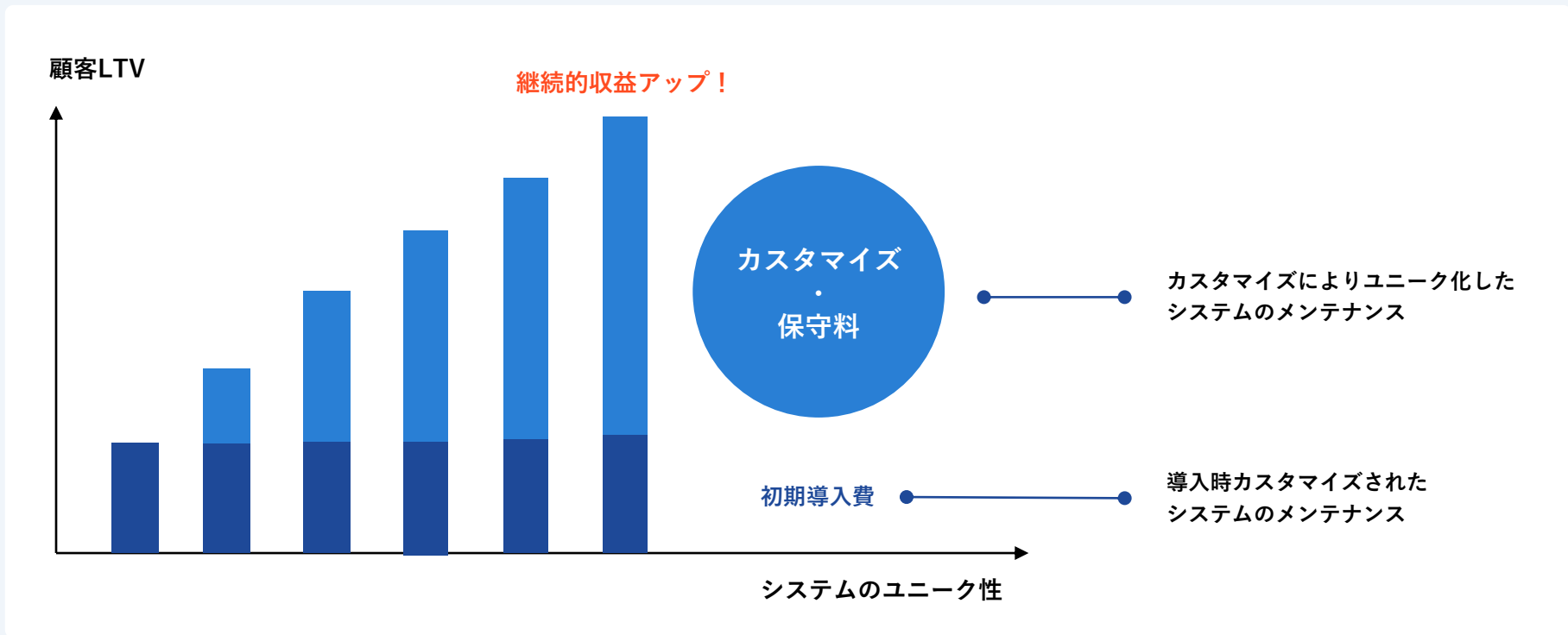
基幹システム、POSシステムとの接続にも対応し、国内大手・中堅企業を中心に収益性向上を促進。

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これ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。



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。

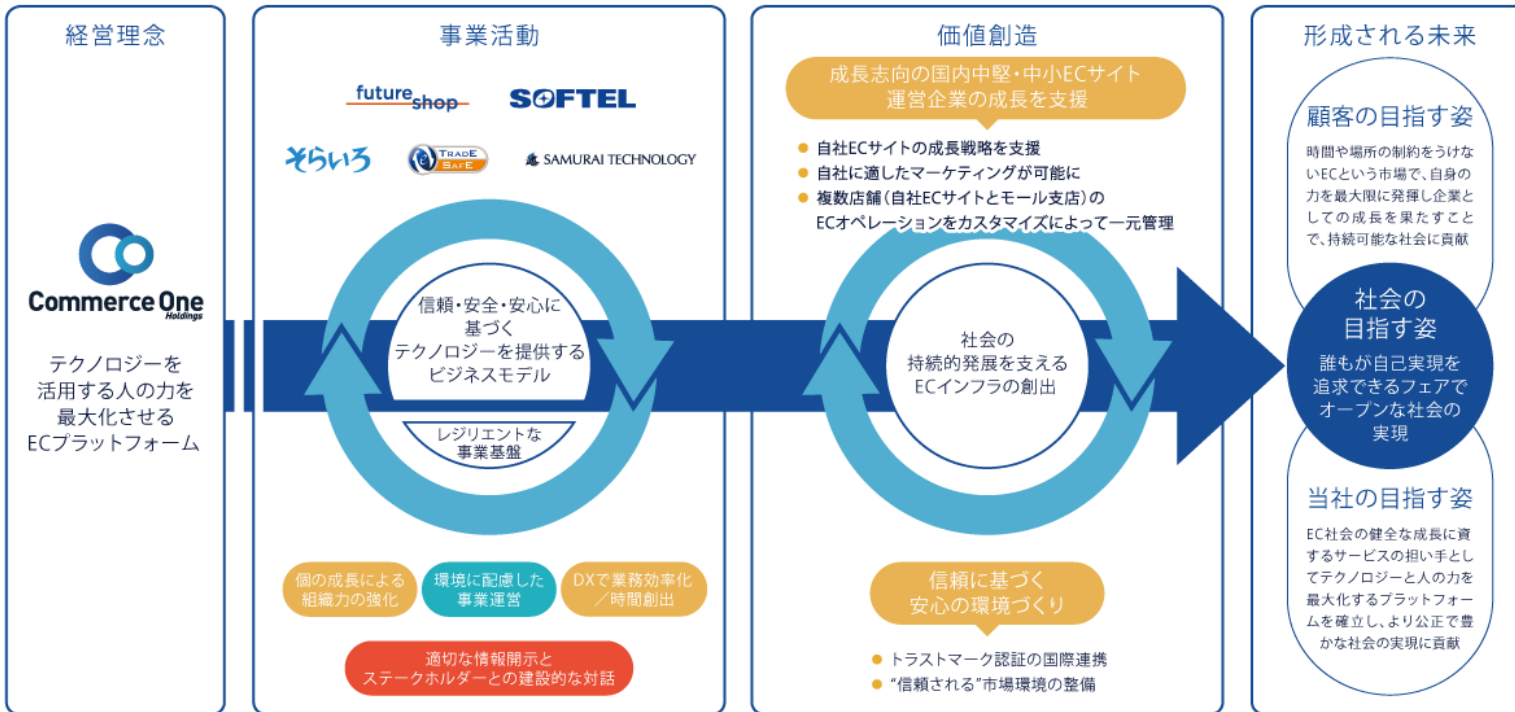


4

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。

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。