



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2四半期

決算説明資料

2023年11月14日

目次

1. 財務サマリー P.03
2. 成長戦略 P.15
3. ビジネス概要 P.28

1

財務サマリー

2024年3月期第2四半期 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
17.4億円	2.7億円	15.6%	1.9億円
YoY + 1.9億円 (+ 12.4%)	YoY ▲ 0.2億円 (▲ 8.3%)	YoY ▲ 3.5%	YoY ▲ 0.2億円 (▲ 12.2%)

EC市場の状況

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

※参考：総務省「令和5年 情報通信に関する現状報告の概論」

決算概要

市場成長に伴い売上高の伸長を目指すとともに、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M&A等も売上増加に寄与したため連結全体で前年同期比売上増加。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の実施およびソフトルの大型案件化によるコスト増加や、一部納期ズレにより前年同期比営業利益減少。一方で、予算進捗は順調に推移した。

2024年3月期第2四半期 ハイライト

— グループ各社 当期の状況



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

- 大型バージョンアップ
 - 商品バリエーション (SKU) 価格対応
 - 分析ツール「reports (β)」に、新しい8つのレポート追加
 - 定期購入 (サブスクリプション)、頒布会機能強化 (第一次アップデート)
- 他社サービス連携強化による支援事業領域拡大



グループ会社化したSAMURAI TECHNOLOGYをいち早くソフテルの戦力とするべく、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。

- 次世代バックヤードプラットフォーム「Commerce Connect」の開発を急ぐため社内リソースの投入を拡大。
- 複数EC店舗一元管理システム「通販する蔵」、クラウドPOS「スマレジ」とのAPI連携開始

2024年3月期第2四半期 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 2Q	2024年3月期 2Q	増減	前年度同期比
売上高	1,550,477	1,741,973	+ 191,496	+ 12.4%
営業利益	296,149	271,617	▲ 24,532	▲ 8.3%
経常利益	331,655	313,667	▲ 17,988	▲ 5.4%
税金等調整前 四半期純利益	342,407	313,667	▲ 28,740	▲ 8.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	217,498	191,066	▲ 26,432	▲ 12.2%

2024年3月期第2四半期 予算進捗

連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2024年3月期 2Q実績	2024年3月期 通期予算	進捗
売上高	1,741,973	3,558,054	49.0%
営業利益	271,617	488,043	55.7%
経常利益	313,667	502,820	62.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	191,066	336,709	56.7%

売上は現時点で50%に若干達していないが、積み上げ型のストック売上が下半期にかけて寄与してくるため、想定内の進捗。

futureshopのマーケティングへの投資計画を再検討した結果、投資費用が抑えられ、営業利益以下は順調に進捗。

2024年3月期第2四半期 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

12.5億円

YoY

+ 0.7億円
(+ 5.9%)

営業利益

3.8億円

YoY

+ 0.5億円
(+ 17.5%)

営業利益率

30.5%

YoY

+ 3.0%

GMV

949億円

YoY

+ 30.9億円
(+ 3.4%)

9月末契約件数

2,896件

FYTD

▲ 22件
(▲ 0.8%)

ARPU

72,268円

YoY

+ 4,667円
(+ 6.9%)

2024年3月期第2四半期 ソフトル概要

単体 ソフトル (SAMURAI TECHNOLOGY合算)



売上高※

4.2億円

YoY

▲ 0.1億円
(▲ 3.6%)

営業利益※

0.2億円

YoY

▲ 0.5億円
(▲ 64.2%)

営業利益率※

6.9%

YoY

▲ 11.8%

※ 昨年度新規にグループ入りしたSAMURAI TECHNOLOGYは、ソフトルに対するSES売上案件が今後も増大していくことに伴い、1Qから数値を合算し、内部取引を消去したものを開示している。なお、2022年4月～9月については当社監査法人による監査を受けていない。

 上期
開発売上総額

160百万円

YoY

+ 0.06百万円
(+ 0.04%)
 1社あたり
上期開発売上高

1.1百万円

YoY

▲ 8千円
(▲ 0.7%)
 上期ストック
売上

1.7億円

YoY

+ 0.1億円
(+ 8.8%)
 上期ストック
売上比率

48.8%

過去7年間
平均比

+ 6.3%

第1四半期・第2四半期比較

連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2024年3月期 1Q	2024年3月期 2Q	増減
売上高	865,862	876,111	+ 10,249
営業利益	119,611	152,006	+ 32,395
経常利益	137,955	175,712	+ 37,757
親会社株主に帰属する 四半期純利益	81,999	109,067	+ 27,068
営業利益率	13.8%	17.4%	+ 3.5%

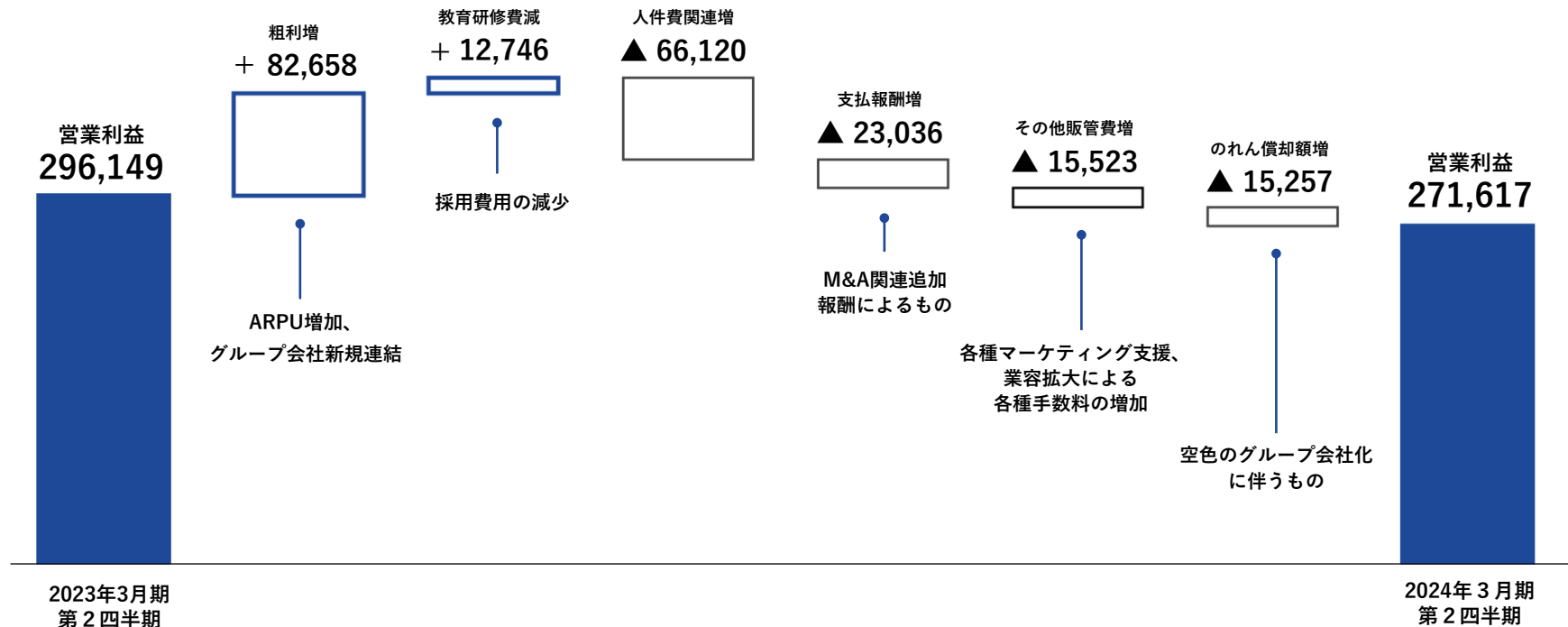
futureshopのARPU向上による粗利増加、M&A関連報酬の一部が第1四半期のスポットでの発生であったため増加。

若干の円高による為替差益の減少はあったものの、受取配当金の発生により経常利益以下も増加。

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

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 2Q	2024年3月期 2Q	増減
営業利益	296,149	271,617	▲ 24,532
営業外収益	35,556	42,314	+ 6,758
営業外費用	50	264	+ 214
経常利益	331,655	313,667	▲ 17,988
特別利益	10,751	-	-
特別損失	-	-	-
税金等調整前 四半期純利益	342,407	313,667	▲ 28,740
EBITDA*	353,000	349,472	▲ 3,527

円安進行による
為替差益増加のため

2024年3月期第2四半期 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 2Q	増減
流動資産	2,306,778	2,440,184	+ 133,406
現金および預金	1,608,724	1,956,310	+ 347,586
預け金	112,220	1,947	▲ 110,273
その他	132,013	25,583	▲ 106,430
固定資産	1,199,215	1,249,070	+ 49,855
流動負債	808,247	871,643	+ 63,396
固定負債	81,345	89,366	+ 8,021
純資産	2,616,399	2,728,245	+ 111,846
株主資本	2,354,948	2,436,217	+ 81,269
自己株式	▲ 139,224	▲ 249,022	▲ 109,798

事業拡大および2023年3月期の
利用料割引用サーバー代前払に
よるコスト削減のため。

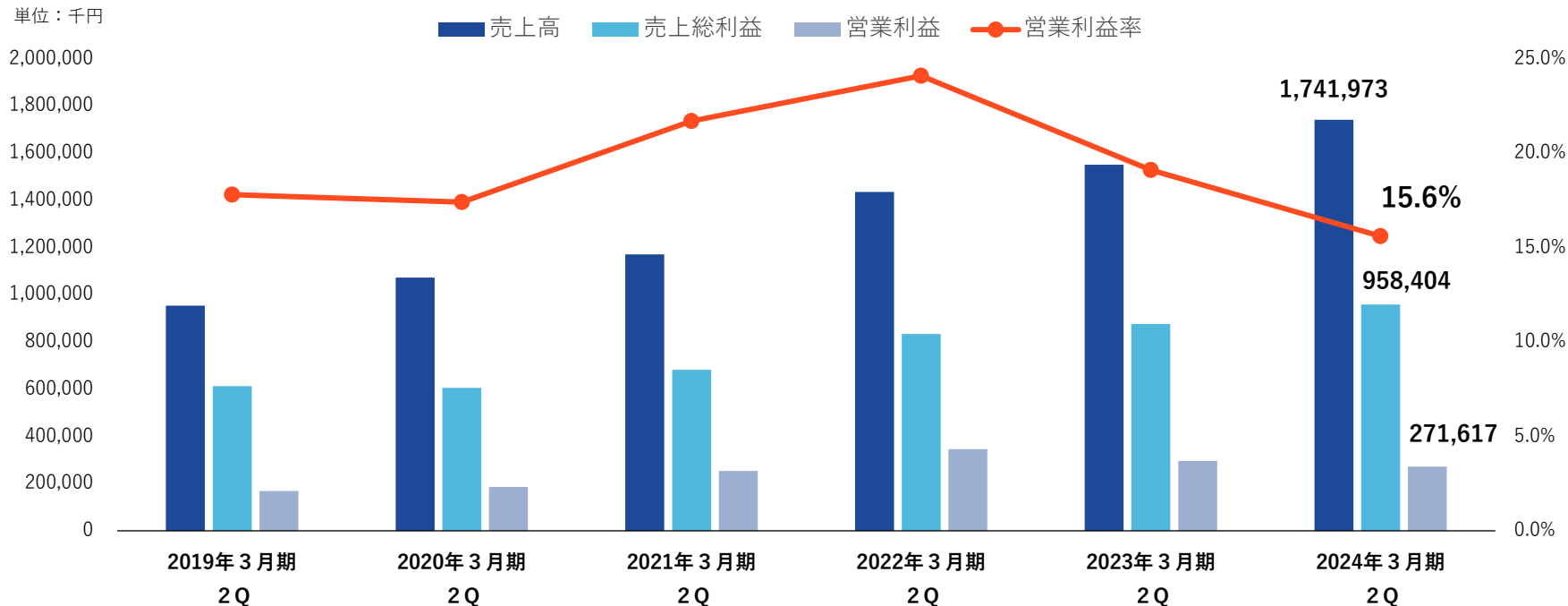
投資一任契約に基づく自己株
式取得が6月で完了したため。

2023年3月期の利用料割引用
サーバー代の前払金の原価算入。

投資一任契約に基づく自己株式
取得完了のため。

2024年3月期第2四半期 連結業績推移

2024年3月期第2四半期は、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、ソフトルの大型案件化によるコスト増加や一部納期ズレ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
最大化させるプラットフォーム



わたしたちの目指す社会

誰もが自己実現を追求できる
フェアな社会の実現

事業内容



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。

SaaS型ECプラットフォーム事業を国内中規模ECサイト運営事業者向けに展開。

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。

Eコマースをトータルで支援するプロダクトを保有

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

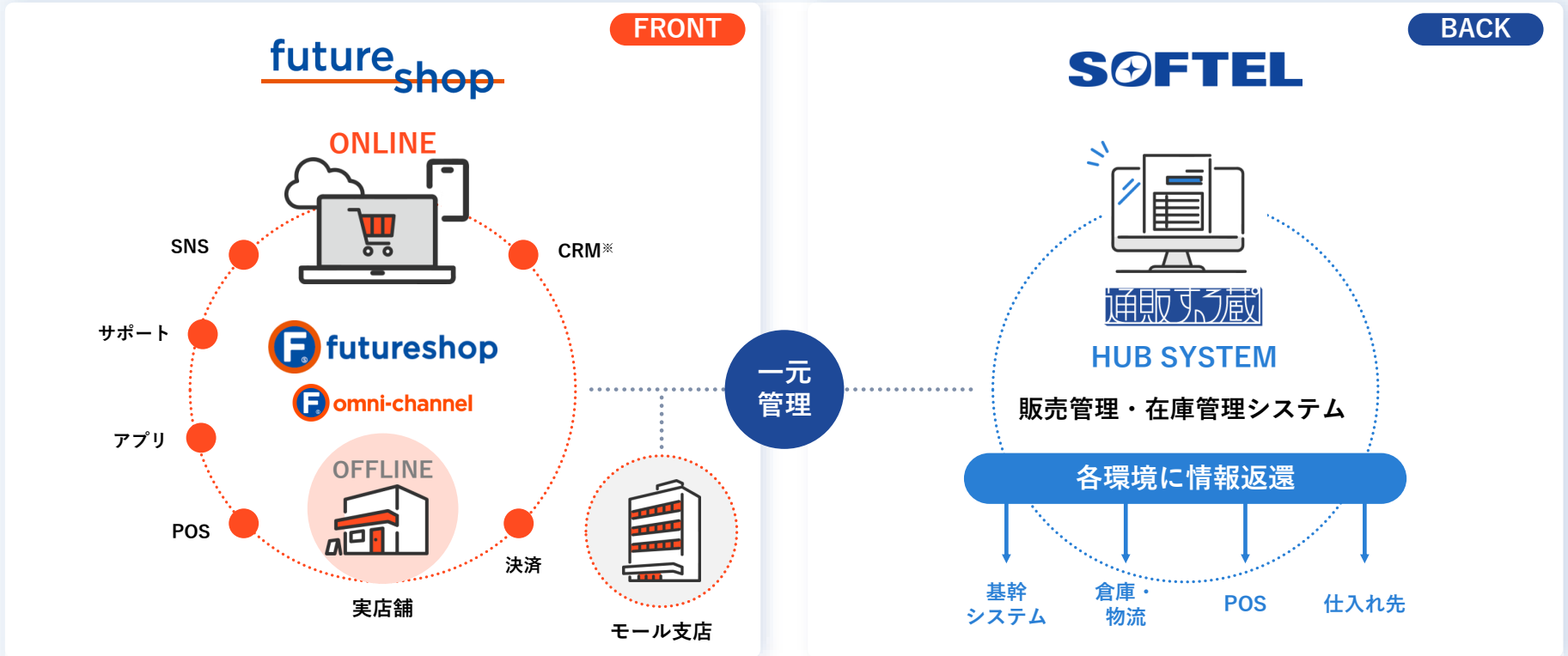
販売管理・在庫管理ソフト



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

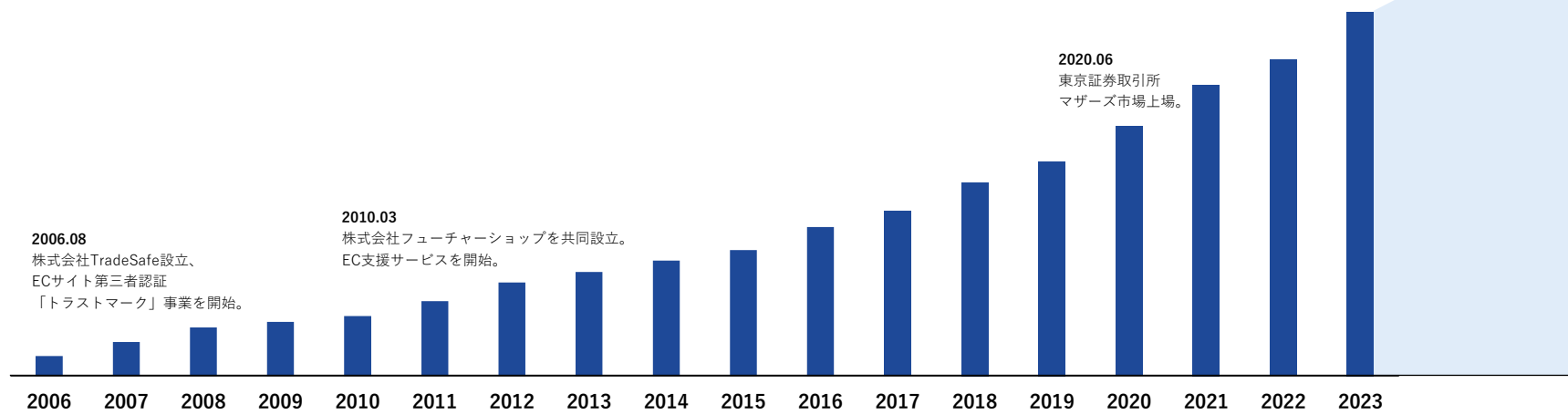
創業～事業立ち上げ

2017年～2020年

事業拡大、
ホールディングス化へ

2022年～

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。

2018.09
株式会社フューチャーショップ、新CMS機能
「commerce creator」をリリース。

2022.09
ライブコマースオプション
"Live cottage (ライブコテージ)"をリリース。

2023.10
futureshopサービス提供から20周年。



2012.12
株式会社フューチャーショップを完全グループ会社化。

2014.7
株式会社ソフテルを完全グループ会社化。

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



2019.12
株式会社コマースOneホールディングスに社名変更。

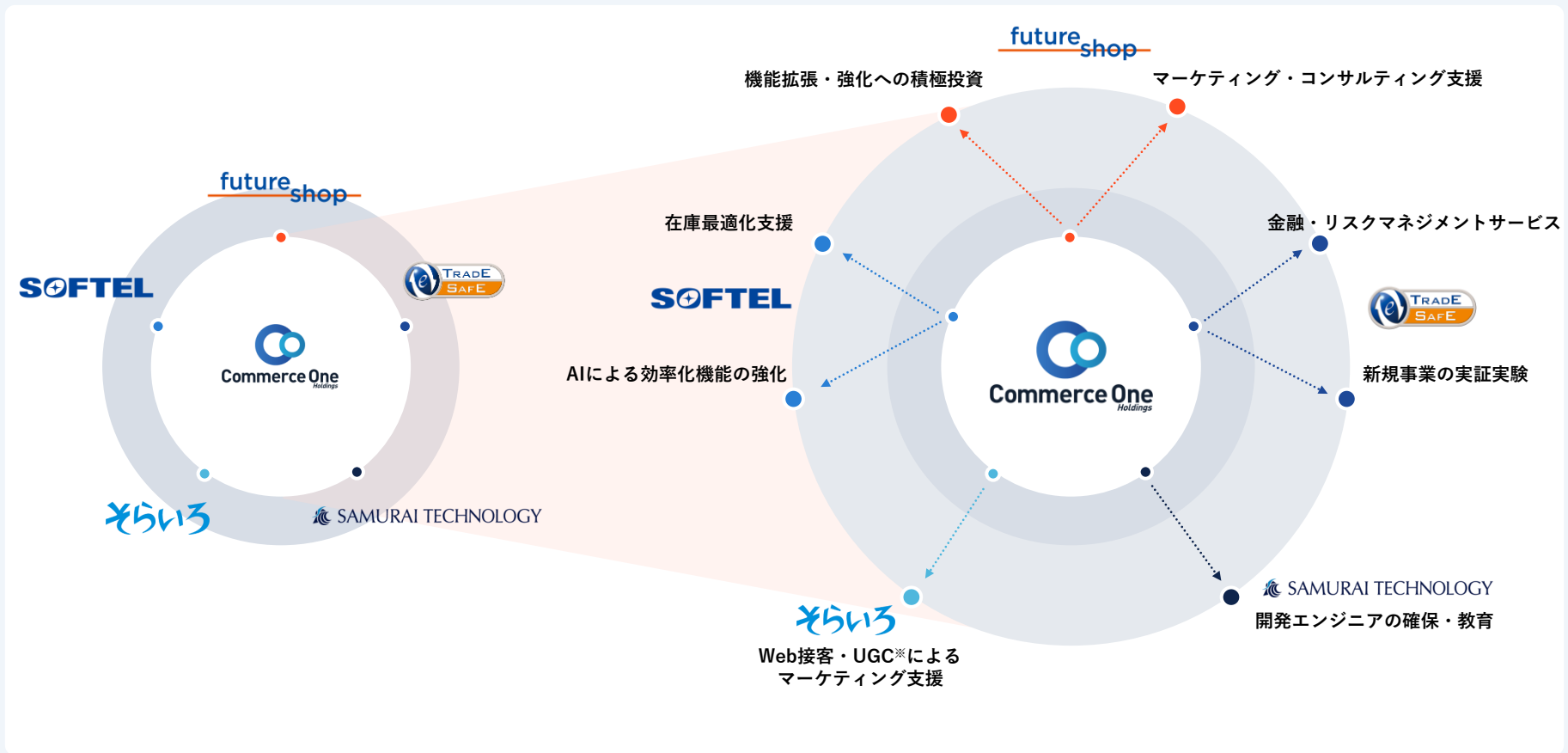


2022.11
SAMURAI TECHNOLOGY株式会社を完全グループ会社化。



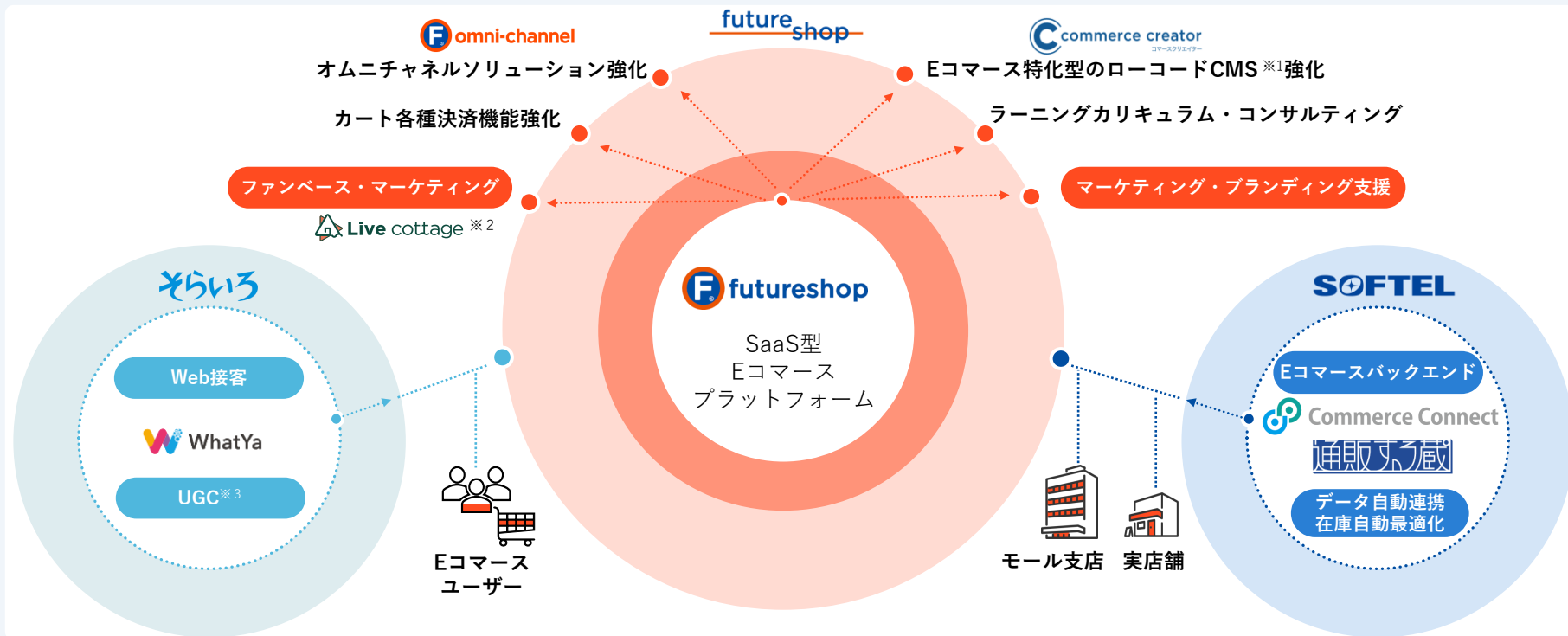
2023.03
株式会社空色をグループ会社化。

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3四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**

- **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※・Omni-channelプロダクトの強化**

- **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

- **送料計算/配送可能日時制御機能強化（食品系EC対応強化）**

- **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

- 第一次アップデート：2024年1月予定

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

- **定期/頒布会販売機能改善（サブスクリプション機能）**

- **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
第一次アップデート：2023年7月完了
第二次アップデート：2024年春予定

- **ライブコマースプロダクト強化**

- **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

- **外部システム連携強化（API強化）**

- **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**

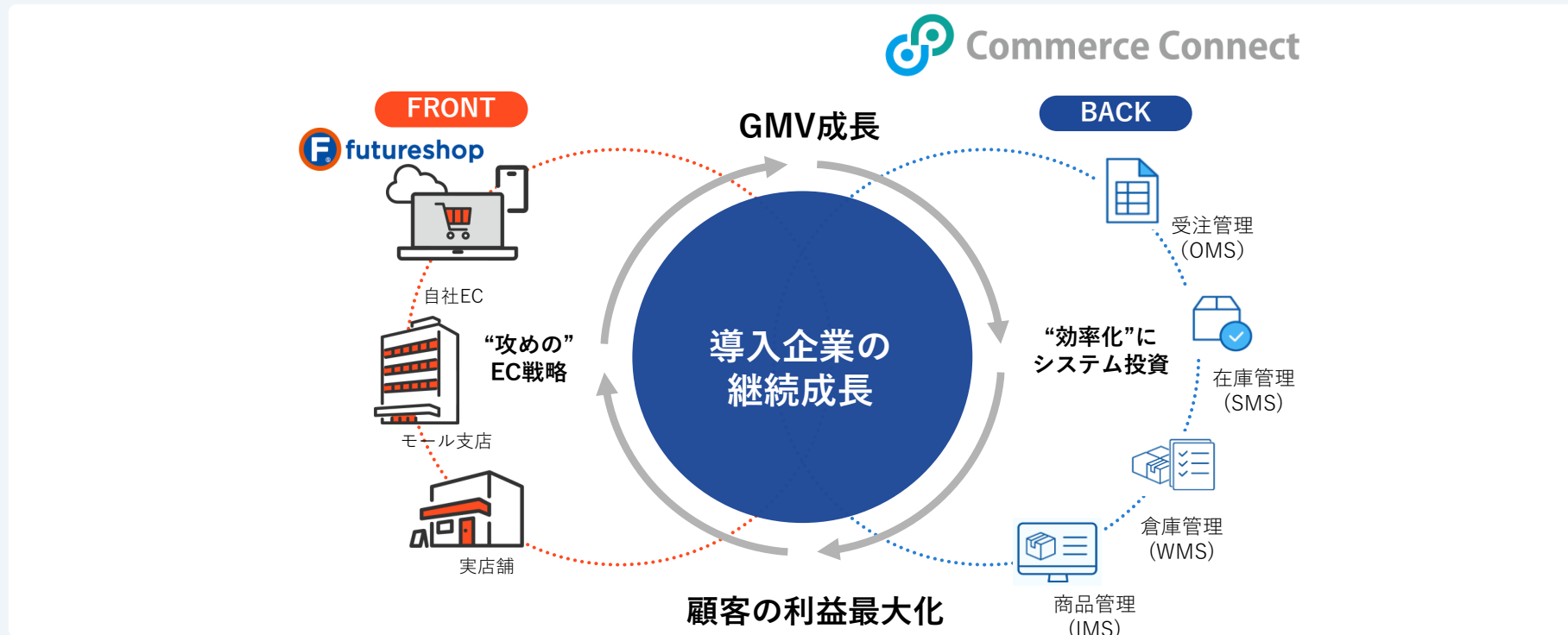
- **マーケティング強化**

- 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

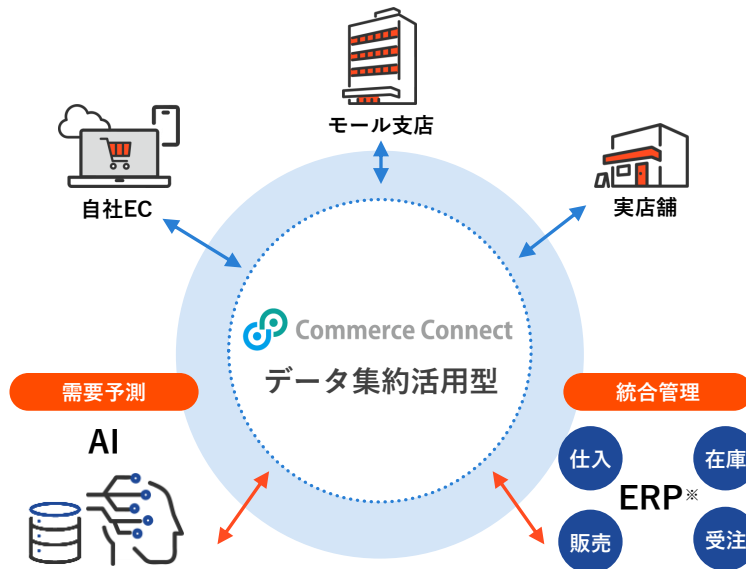
EC業界を「労働集約型」から「データ集約活用型」に変換。

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



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3四半期以降の方針と取り組み

プロダクト開発

- **次世代 通販する蔵「Commerce Connect」**

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。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用バックヤードオプション提供**

futureshopの顧客が「通販する蔵」を導入する際のライセンス特別割引は継続して好評。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**

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。

- **カスタマイズ事例を集約し営業ツール化**

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。

- **「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**

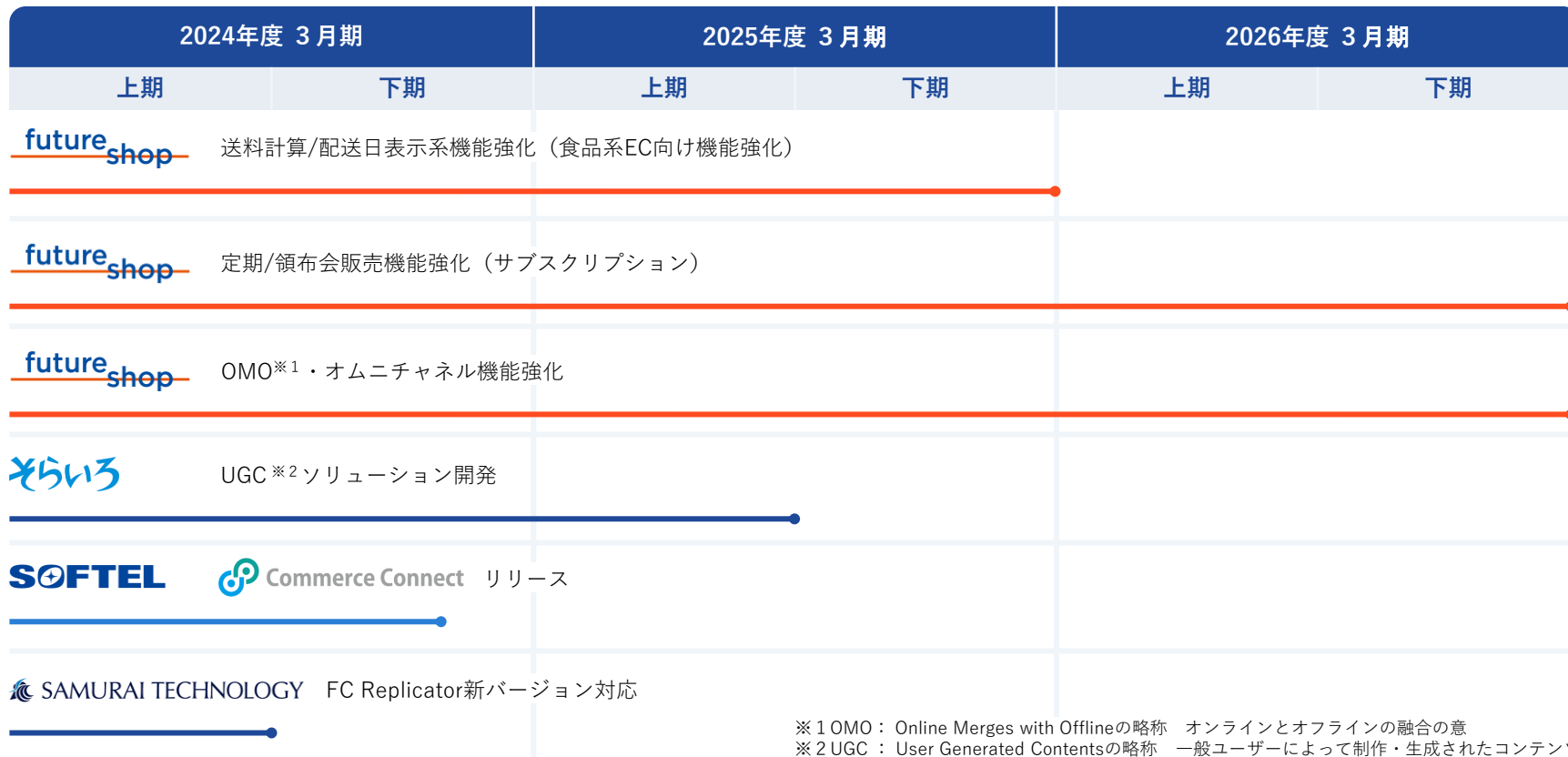
製品認知向上とリード獲得のため、「通販する蔵」と親和性の高い外部サービスベンダーとの共同セミナーを実施。既存顧客との定期的な勉強会セミナーも継続実施しており、製品課題の発見の機会とし一定の成果を得ている。

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

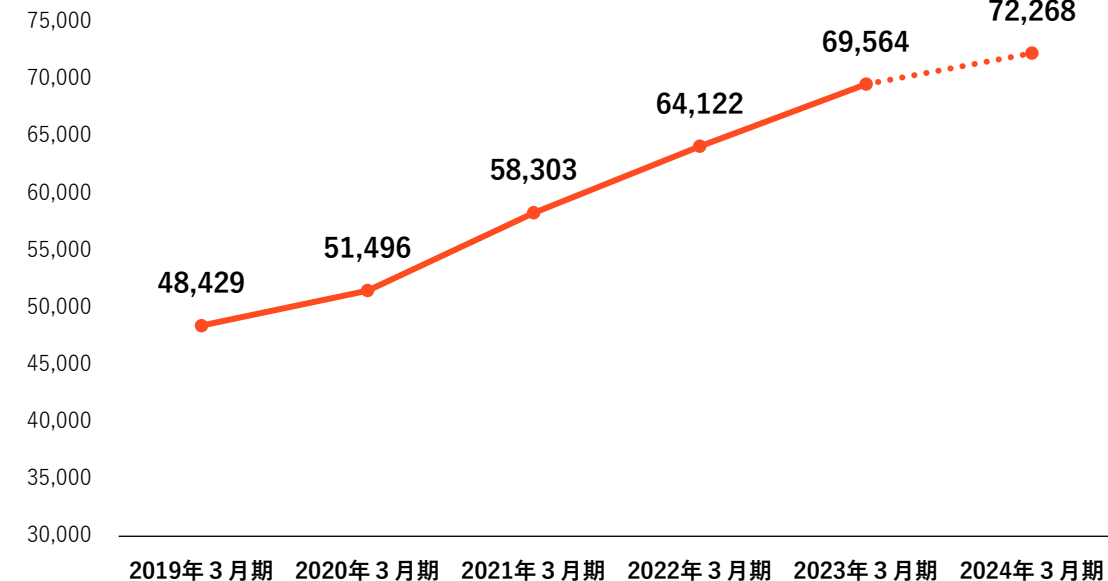
株式会社フューチャーショップ

ARPU (Average Revenue Per User)

1店舗あたり月間売上金額推移

ARPU (Average Revenue Per User)

単位：円



Eコマース市場拡大に伴い、
EC事業の成長に必要な機能は拡大。

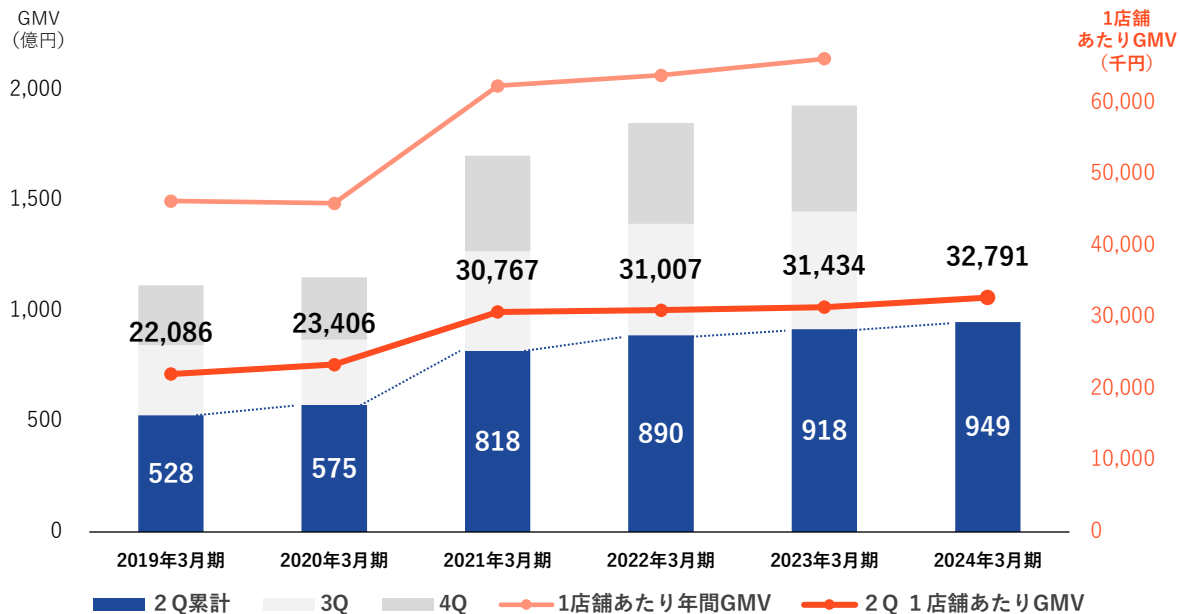
上記による、
オプション機能・アライアンス連携
サービスの利用拡大で、
ARPUは着実に向上。

GMV推移

2024年3月期第2四半期累計

GMV **949.4億円**（前年度同期比 **3.4%増**）

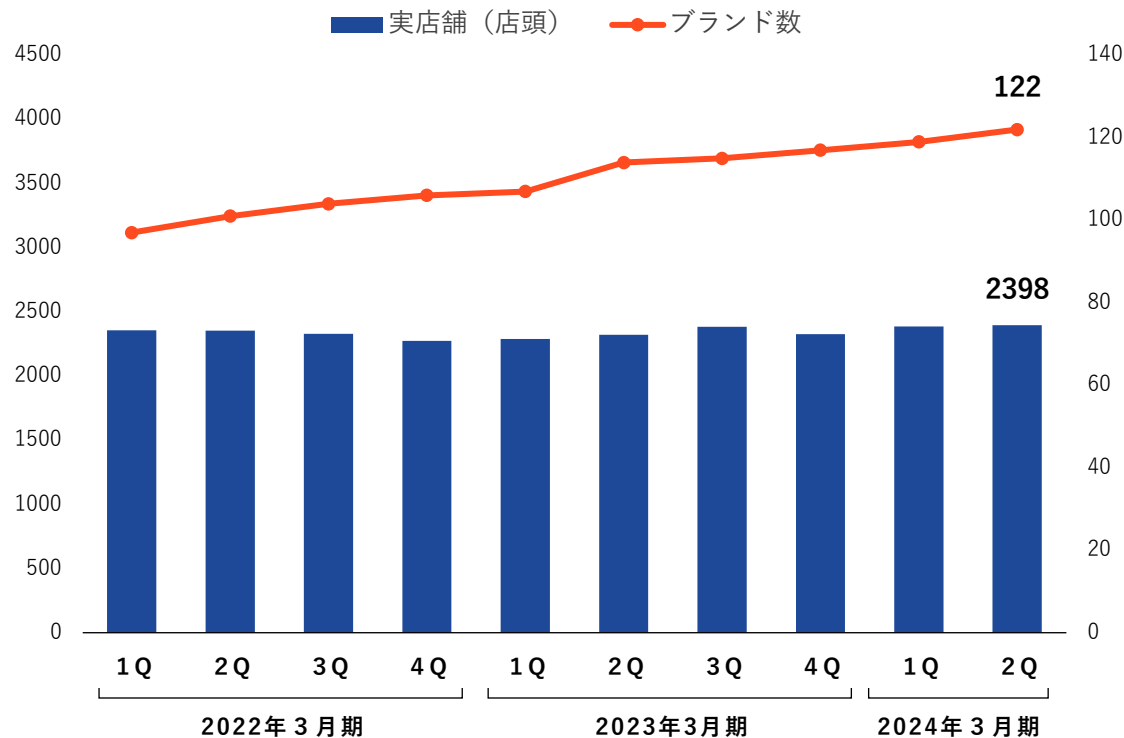
1店舗あたりGMV **32,791千円**（前年度同期比 **4.3%増**）



**GMVは当第2四半期時点で
累計949.4億円
前年度同期比 +3.4%**

消費のリアル回帰の影響は大きく、
EC消費は低迷しており、
GMVの伸長率は低めに推移。
1店舗あたりのGMVは前年度の第2四
半期累計の成長率（1.4%成長）より
大幅に回復。

オムニチャネル推移

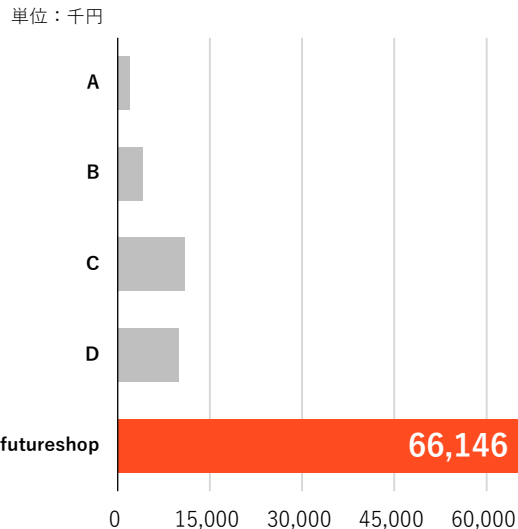


企業のOMO※・オムニチャネルへの投資は積極的な状況が続いている。

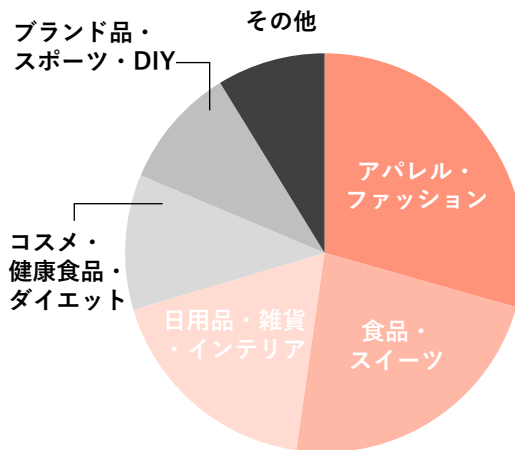
サービスの特長

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



futureshop顧客のジャンル比率
(2024年3月期2Q時点)



※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)

契約を2年以上継続している
顧客の売上は

平均 **12.9%**増加

2024年3月期2Q：
成長率平均^{※1}前年度同期比

+12.9%

2023年3月期2Q：
成長率平均前年度同期比

+21.3%

※1 契約を2年以上継続している顧客の成長率平均=2年以上契約を継続している顧客で、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年未満の顧客を省くことで、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

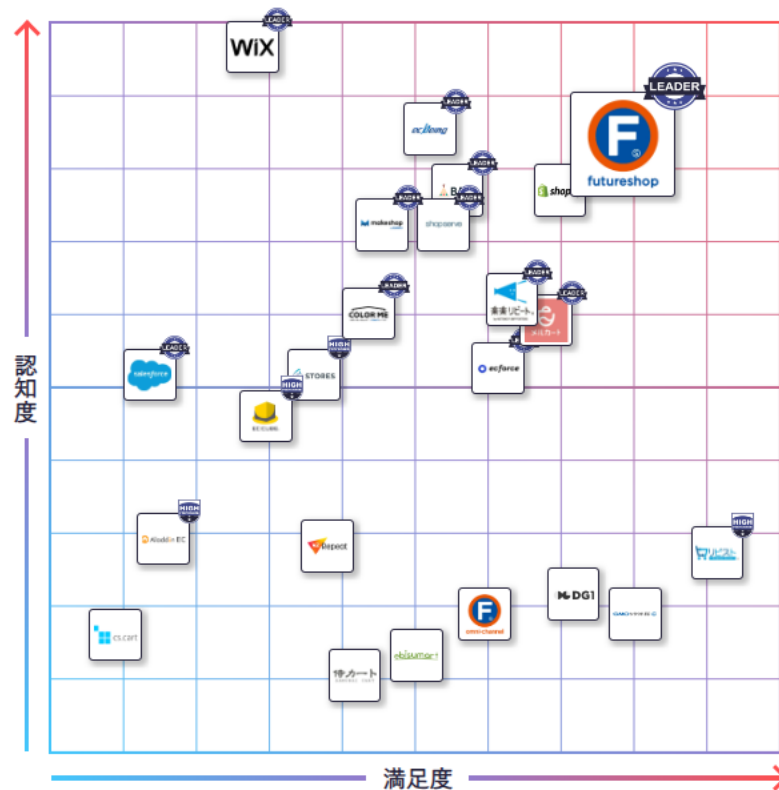


ITreview Grid Award 2023 Fall にて
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを**17期**連続受賞



「Leader」バッジ：

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



経済合理性の高いマルチテナント・ノンカスタマイズのSaaS型ビジネスモデル

全ての顧客でソフトウェアやサーバ環境を共有するSaaS型モデル



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

SaaS型モデルの3つの優位性



安心の セキュリティ

容易なシステムアップデート
最新のセキュア環境を提供



迅速な バージョンアップ

顧客個別の開発・運用なし
効率的な機能開発・バージョン
アップ



満足度の高い サポートの提供

顧客固有の仕様なし
満足度の高いサポートを提供

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

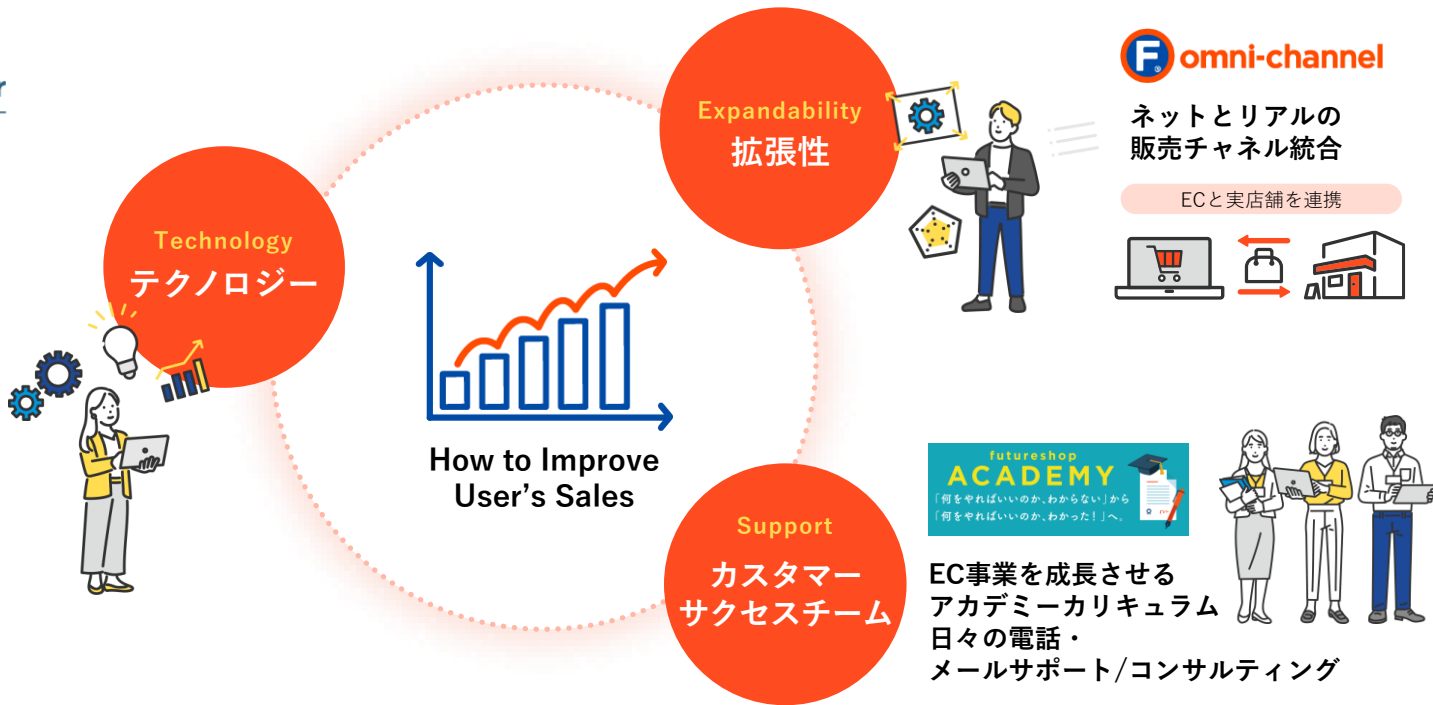
サービスの強み

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、顧客の成長を支援するカスタマーサクセスチームを有する。



(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



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・決済サービスとスピーディに連携。

店舗運用管理 (受注管理)

- CROSS MALL
- 通販する蔵
- NEXT ENGINE
- TEMPOSTAR
- コマースロボ
- Robot-in
- zaiko Robot
- item Robot
- eシェルパモール2.0
- fun order
- GoQSystem
- 店舗アップ♪
- 頑張れ♪店長!
- まとまるEC店長
- 助ネコEC管理システム
- One'sCloset
- アバレル管理自動くん
- 特攻店長
- マイティ通信販売
- TATEMPO GUIDE
- Simplex
- 受注応援
- 速販UX
- タロスPOS
- dアプリ

EAI (データ連携)

- ECコネクター®

顧客コミュニケーション

Web接客/Webチャット

- KARTE
- Sprocket
- チャネルトーク
- **CODE Marketing Cloud for futureshop**
- **MATTRZ CX for futureshop**
- AiDeal lite
- Flipdesk
- unisize

MA/CRM

- カスタマーリングス
- うちでのこづち
- LTV-DB
- **LTV-Lab for futureshop**
- **LTV-Omni for futureshop**
- **アクションリンク for futureshop**
- **DATA CAST for futureshop**
- **EC Intelligence for futureshop**
- b→dash
- WazzUp!
- **LOYCUS new!**

スマホアプリ

- MGR

EFO

- **EFOcats for futureshop**
- **giftimize for futureshop**

コンタクトセンター支援

- **Re:lation new!**

セキュリティ

- **Web改ざん検知サービス for futureshop**

集客

広告

- Criteo
- Logicad
- KANADE DSP
- EC Booster
- dfplus.io
- DFOマネージャー
- AdSIST
- Nend

インフルエンサー/紹介マーケティング

- toridori

レコメンド

レコメンドエンジン

- **awoo AI new!**
- アイジェント・レコメンダー
- NaviPlusレコメンド

コーディネート活用/スタイリングサービス

- STAFF START
- DROBE
- SNAPBOARD

UGC活用

- **visumo social for futureshop**
- Letro
- Instagram連携 (ショッピング)

サイト内検索

- GENIEE SEARCH for EC

決済代行/ID決済

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

物流

- **mylogi new!**
- はびロジ
- Fulfillment by ZOZO
- **富士ロジテックホールディングス new!**
- ロジレス
- LogiMoPro

越境EC

- WorldShopping BIZ
- Buyee Connect
- shutto翻訳

商品画像制作

- **SmartJPEG for Desktop new!**

パッケージ制作

- **canal for futureshop**

データ分析/MD支援

- radial
- LTV-Zaiko

2024年3月期第2四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

顧客限定セミナー・オープンイベントによるCS活動

顧客限定少人数制EC講座



開催回数：57講座
参加者数：**1,311名**

オープンセミナーイベント



開催回数：13イベント
参加者数：**913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：**89社**

オープンセミナーの参加数が増加。

EC事業者の関心が高いテーマで、**既存顧客の満足度の向上および新規リード獲得に寄与している。**

2024年3月期第2四半期事業トピックス

バージョンアップ 2023.7.11

商品バリエーション (SKU) 価格に対応

家具や日用品など複数のサイズや価格オプションが存在する商品に対して、1つの商品ページ内で異なる価格バリエーションを効率的に表示させることが可能に。UX向上と簡潔で効率的な商品管理、柔軟性のある価格設定を実現させる。

futureshopシリーズは、商品ページのSKU表示方法を様々な形式から選択が可能

スクリーンショット1: 標準的なSKU表示方法。価格帯は ¥1,000 - ¥2,400 (税込)。

スクリーンショット2: 価格帯を強調した表示方法。販売価格 ¥1,400 (税込) と、元の価格 ¥1,000 - ¥2,400 (税込) が表示されている。

スクリーンショット3: シンプルなSKU表示方法。販売価格 ¥1,400 (税込) が表示されている。

スクリーンショット4: 選択可能なSKUリスト表示方法。ドロップダウンメニューで「選択してください」を選択すると、以下のリストが表示されます。

- ハンドタオル/ホワイト ¥1,000
- △ ハンドタオル/レッド ¥1,000
- ハンドタオル/グレー ¥1,000
- × ハンドタオル/ブルー ¥1,000
- フェイスタオル/ホワイト ¥1,400
- フェイスタオル/レッド ¥1,400

2024年3月期第2四半期事業トピックス

バージョンアップ 2023.7.11

分析ツール「reports (β)」に、新しい8つのレポートが追加

「reports β版」をさらに強化。8つの重要なレポートを追加し、集客元別セッション数からページ別セッション数まで、EC運営に必須なデータの一元的な可視化を実現。

futureshopの顧客は集客施策の効果をより正確に把握し、戦略の調整が迅速に行えるようになる。よりデータドリブンな意思決定をサポートし、競争力の強化に寄与する。



訪問数（全体）レポート

ECサイト運営に欠かせない指標である、訪問数（セッション数）全体の推移をみるレポートです。



訪問数（集客元別-広告流入）レポート

集客元別訪問数（セッション数）のうち、広告流入の推移をみるレポートです。



訪問数（新規訪問）レポート

新規訪問数（セッション数）と、新規訪問者の会員登録率を推移でみるレポートです。



訪問数（集客元別）レポート

集客施策の状況を把握できる、集客元別訪問数（セッション数）の推移をみるレポートです。



訪問数（デバイス別）レポート

ECサイト訪問数（セッション数）の推移をスマートフォン・PC（その他）別にみるレポートです。



訪問数（新規訪問注文）レポート

ECサイトとしての品揃えやわかりやすさ、使いやすさの指標となる、新規訪問者がそのまま注文した数を見るレポートです。



訪問数（集客元別-自然流入）レポート

集客元別訪問数（セッション数）のうち、自然流入の推移をみるレポートです。



訪問数（ページ別）レポート

ECサイトのページ種類ごとの訪問数（セッション数）と、注文に対する影響がわかるレポートです。

2024年3月期第2四半期事業トピックス

バージョンアップ 2023.7.11

定期購入（サブスクリプション）・頒布会機能の強化（第一次アップデート）

定期購入（サブスクリプション）および頒布会申込み機能が一層進化。

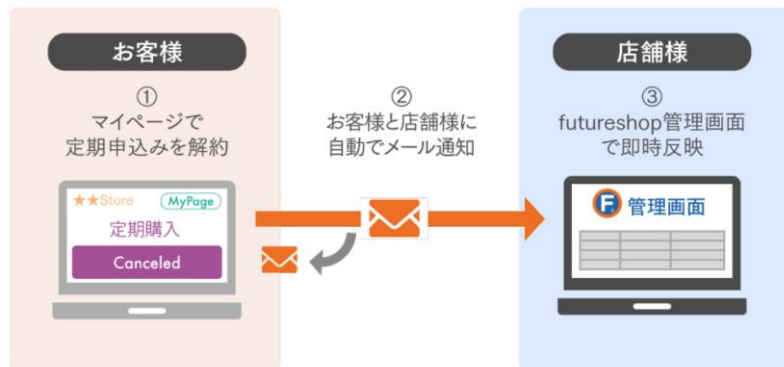
ユーザー※は、Webマイページから次回のお届け日の変更や解約が簡単にできるように。

ユーザーの利便性を向上させるとともに、長期的にLTVを高めることが期待できる。

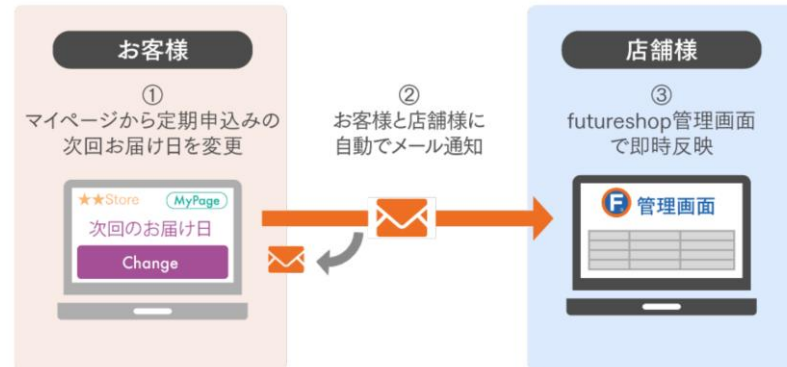
解約の手続きもユーザーにとって簡便で、ブランド信頼の維持とユーザーとの新たな関係の構築が可能に。

futureshopの顧客店舗のユーザー満足度とブランド競争力を同時に高める効果があり、futureshopのマーケットポジションを強化する重要なアップデートである。定期購入（サブスクリプション）および頒布会購入機能は、引き続き強化を予定。

定期購入（サブスクリプション）解約申請機能



定期購入（サブスクリプション）お届け日変更機能



2024年3月期第2四半期事業トピックス

プレスリリース 2023.9.5

エキステム株式会社のLINE公式アカウント拡張ツール「LOYCUS（ロイカス）」との連携開始

～蓄積したデータをもとにしたLINEの活用で、“友だち”をロイヤル顧客に育成～

エキステム株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役：嶽本 泰伸、以下「エキステム」）が提供する、LINE公式アカウント拡張ツール「LOYCUS（ロイカス）」との連携を開始。ポイント有効期限や会員ステージなど、futureshopの顧客情報を自動で取得。LINE友だちの行動データだけでなく、外部連携データやカスタマー対応データなど、全てのデータをLINEに集め活用することが可能。蓄積したデータと豊富な絞り込み機能で、特別なメッセージの自動配信も可能に。配信の自動化はもちろん、行動トリガーや対応アクションも全て自動化することができる。

プレスリリース 2023.9.14

awoo株式会社が提供するハッシュタグ自動生成ツール「awoo AI」との連携開始

～ECサイト内の“売れるハッシュタグ”を自動で生成・最適化。衝動買いを生み出し、回遊率・CV率を改善～

awoo株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：林 思吾、以下「awoo」）が提供する、ハッシュタグ自動生成ツール「awoo AI」との連携を開始。「awoo AI」とのセキュアで信頼性の高い自動連携で、futureshopの顧客は、商品情報を基に“売れるハッシュタグ”を自動生成し、ECサイトの回遊率・CV率を改善。ハッシュタグ最適化についても、ユーザーレスポンス、SEOボリュームなど複数のロジックから自動で実行する。また、商品検索の幅を広げるような適切なハッシュタグのレコメンドを自動で行い、目的買いから衝動買いにつなげることが可能に。

プレスリリース 2023.9.28

株式会社インゲージが提供する顧客対応ツール「Re:lation」との提携開始

～発送ECで多様化する問い合わせ窓口の業務を効率化。高品質なお客さま対応を実現～

株式会社インゲージ（本社：大阪府大阪市、代表取締役CEO：和田 哲也、以下「インゲージ」）が提供する、顧客対応ツール「Re:lation（リレーション）」との提携を開始。「Re:lation（リレーション）」は、メールや電話、SMSやLINEなど、複数チャネルの問い合わせを一画面に集約し、チーム内など関係者間で共有・管理できる顧客対応ツール。メール、電話、R-Messe、Yahoo!ショッピング、公式LINEアカウントなど、さまざまなチャネルからの問い合わせを一画面で管理し、簡単に対応できるように。

フューチャーショップと空色のシナジー



**顧客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、顧客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ECプラットフォームへの展開を実施。



UGC

ユーザー生成
コンテンツ

そらいろ

投稿の
促進

豊富なレビュー
リッチコンテンツ



投稿しやすいUX※²
ポイントプログラム

収集

多様な口コミ



活用

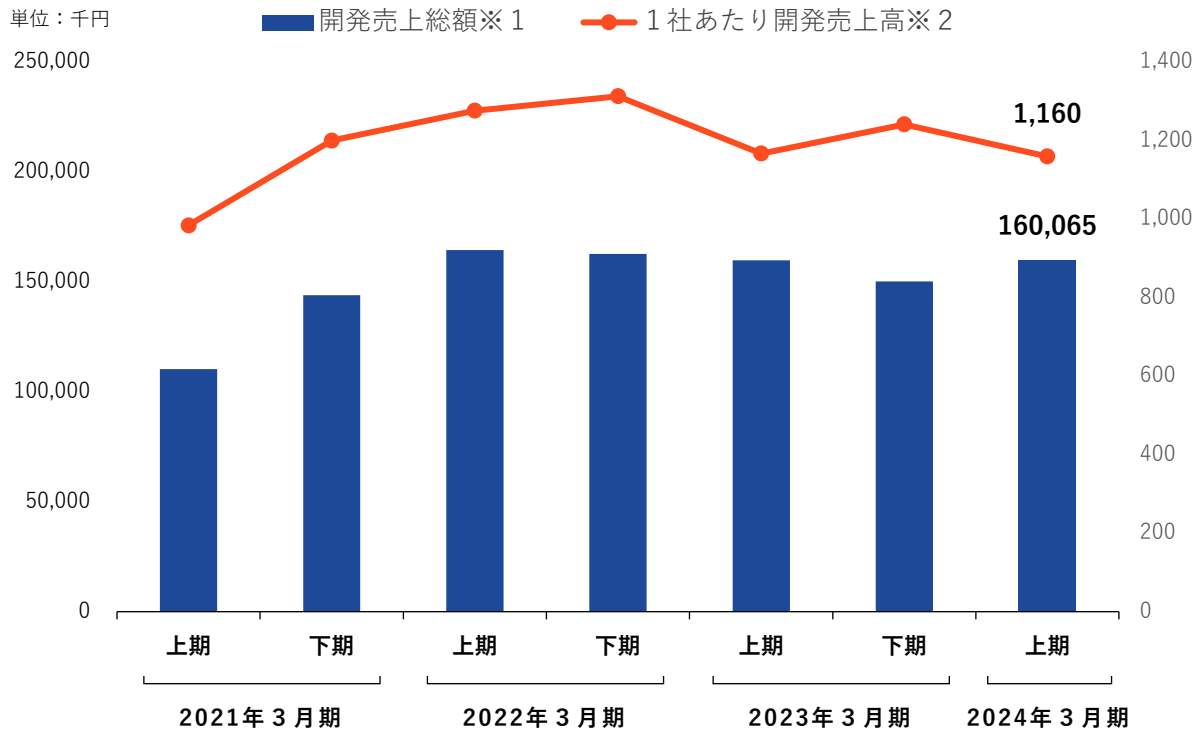
広告利用展開



SOFTTEL

株式会社ソフトエル

開発売上総額※1・1社あたり開発売上高※2



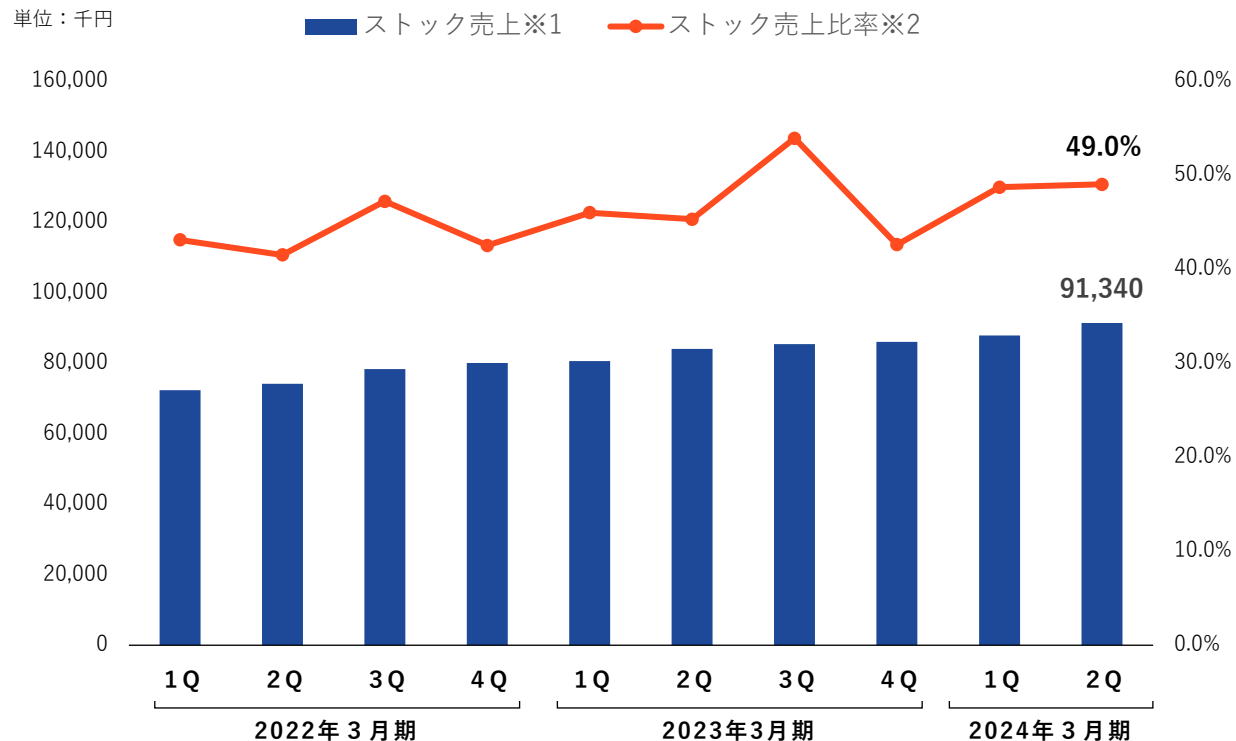
昨年下期との比較では、大型案件が増加したことに伴い開発売上総額は増加。顧客数が増加した結果、1社あたりの開発売上高が低くなっている。

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

※1 通販する歳の月額保守売上

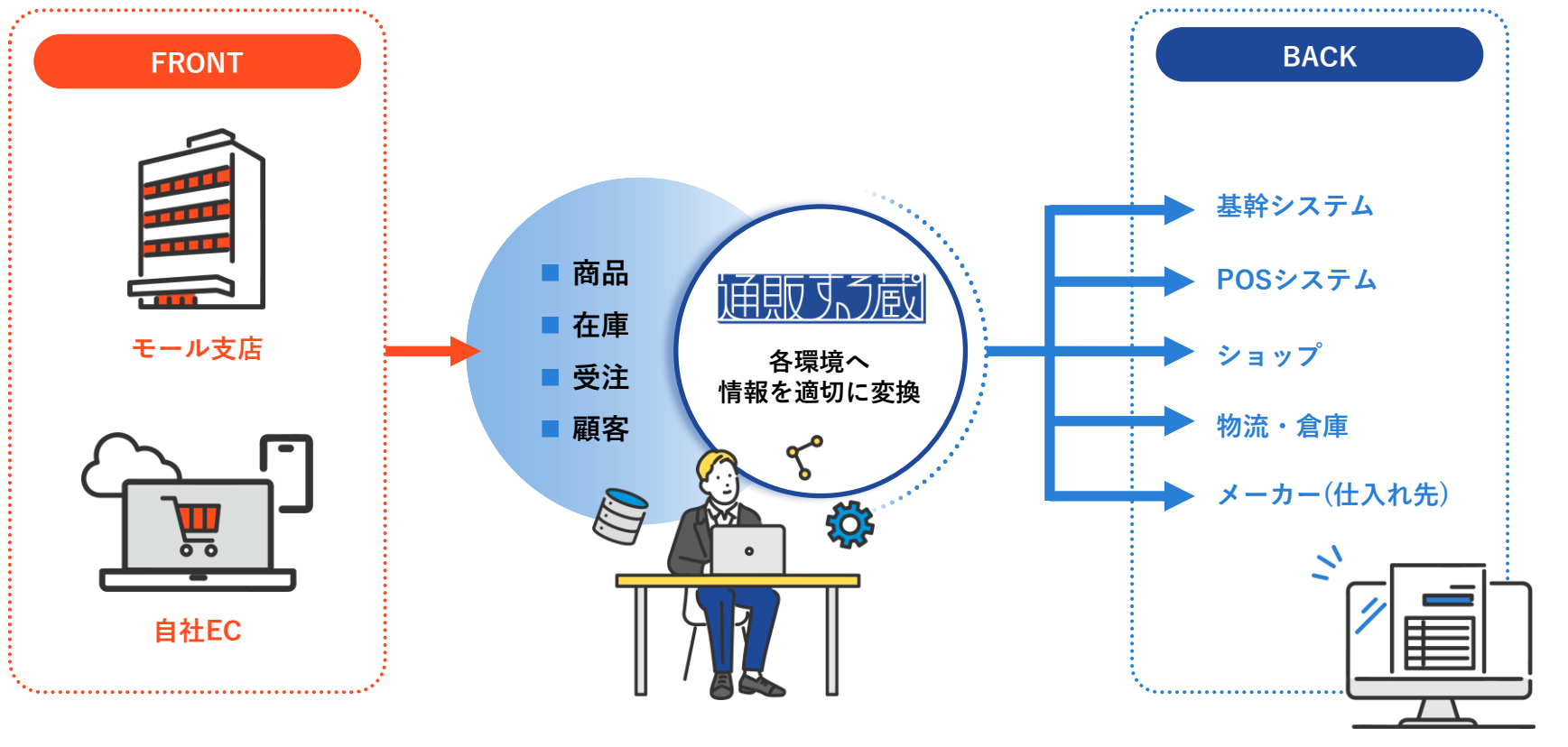
※2 ストック売上を各四半期の売上高で割ったもの

「通販する蔵」のコンセプト

カスタマイズされた
一元管理システム

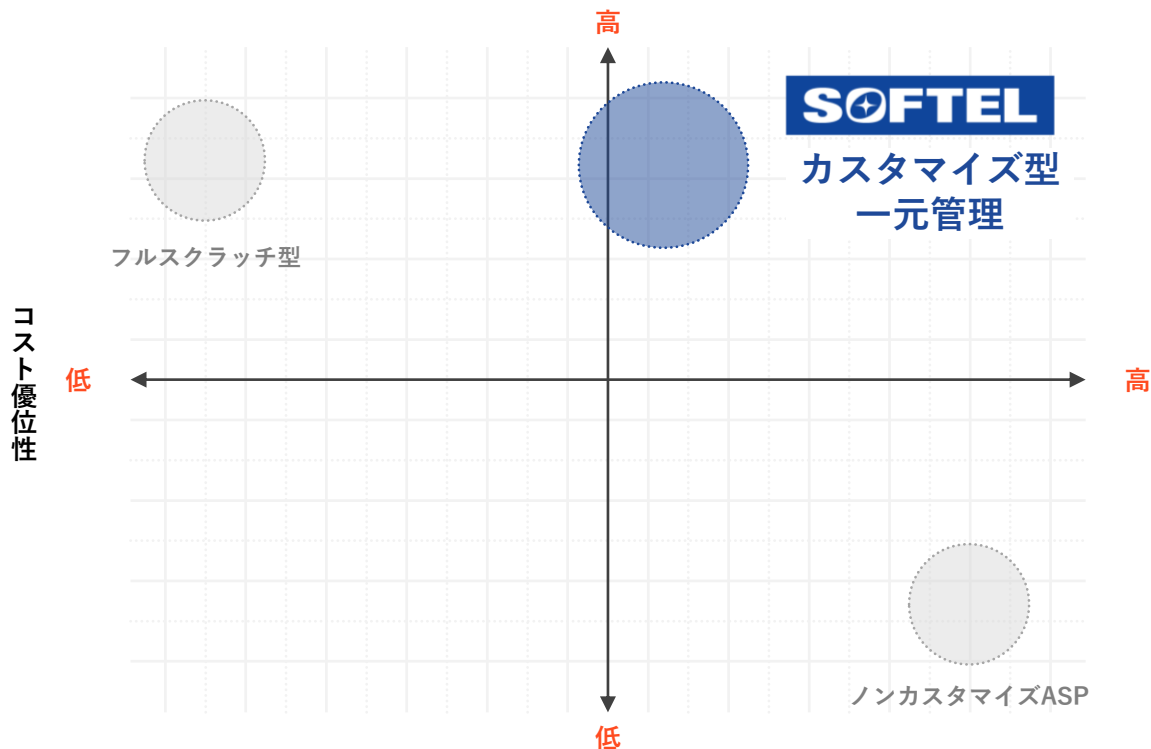
EC事業者の在庫管理などのバックヤードシステムにおいて、ノンカスタマイズ型ASPでは実現できないECオペレーションをカスタマイズによって一元管理することで人的リソースやコストの削減を実現し、成長に必要な経営資源を生み出す。

事業内容



ポジショニング

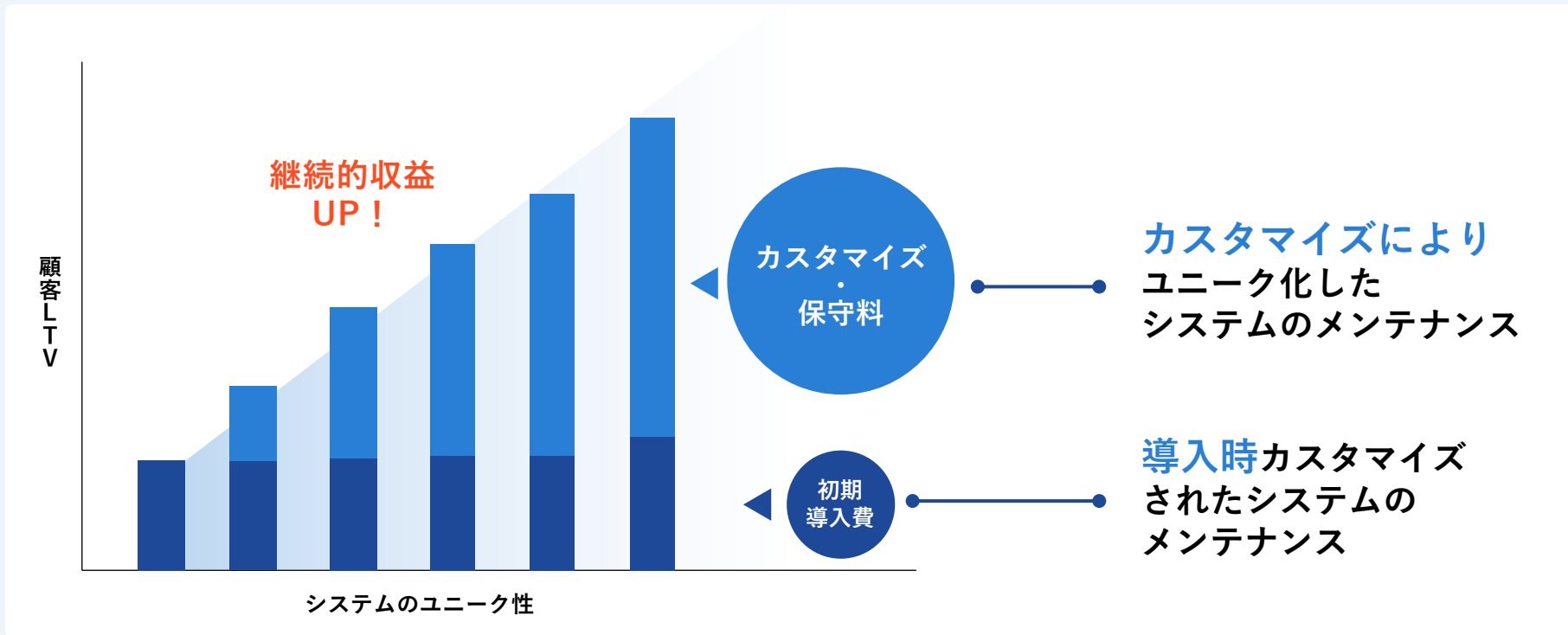
拡張性・カスタマイズ性



高いカスタマイズ性と豊富な実績で、**肥大化する業務の効率化**を実現。基幹システム、POSシステムとの接続にも対応し、**国内大手・中堅企業を中心に収益性向上を促進**。ベースである通販する蔵のアップデート、クライアントの継続的利用に伴う多様で高度な要望に答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。

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。



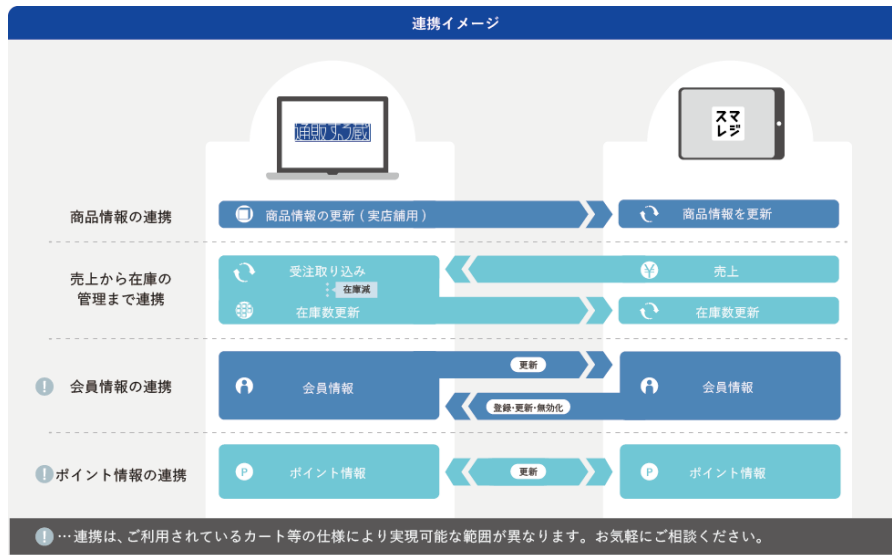
2024年3月期第2四半期事業トピックス

プレスリリース 2023.10.2

複数EC店舗一元管理システム「通販する蔵」、クラウドPOS「スマレジ」とのAPI連携開始

競合他社との差別化や、顧客情報・在庫などの資産の有効活用のため、OMO※戦略に関する外部システム連携や機能カスタマイズのご要望は増加傾向にある。

「スマレジ」のAPI連携では、商品や在庫、会員、ポイントなどの情報を連携させ、OMO戦略を進めることを実現。



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。