



株式会社コマースOneホールディングス

(東証グロス：4496)

2024年3月期

決算説明資料

2024年5月15日

目次

1. 財務サマリー P.03
2. 2025年3月期通期業績予想 P.18
3. 成長戦略 P.24
4. ビジネス概要 P.38

1

財務サマリー

2024年3月期 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 当期純利益
35.5億円	6.4億円	18.1%	4.1億円
YoY + 3.6億円 (+ 11.3%)	YoY + 0.6億円 (+ 11.0%)	YoY ▲ 0.1%	YoY ▲ 0.2億円 (▲ 6.0%)

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

変化する市場環境に適応し、売上高伸長を目指すために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と空色のM&A等が前年度比での売上増加に寄与した。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およびソフテルの受注案件の大型化のためコストが増加した。一方、一部納期ズレはあったもののARPU増加に伴う粗利増、また、一部広告宣伝費の方針変更によって増益。結果として、おおむね昨年度を上回って着地した。

2024年3月期第4四半期 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。

- ECサイトとシームレスにつながるアプリを実現する「future M-App」を提供開始
- futureshopシリーズ バージョンアップによる機能拡張でターゲット領域拡大 ([事業計画及び成長可能性に関する事項 P14](#))
 - 食品ECの煩雑な冷蔵・冷凍・常温商品の同梱配送料金を自動計算
 - リードタイムを設定することで、ユーザーの「いつ届くの？」の不安を解消
- 他社サービス連携強化による支援事業領域拡大
 - 「au PAY (ネット支払い)」が利用できるオプションサービスの先行お申し込み受付を開始



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、ソフテルからの技術者派遣やOJT※開発を継続している。通販する蔵の新規導入プロジェクトへ主軸人員としてアサインするケースもあり、早期戦力化に向けて順調に進行。

- 顧客店舗が「楽天市場」「楽天ラクマ」「Yahoo!ショッピング」「Yahoo!オークション」「au PAY マーケット」等の各モールにおいて年間優秀賞を受賞

2024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

	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	増減	前年度同期比
売上高	3,196,433	3,557,276	+ 360,843	+ 11.3%
営業利益	580,350	644,001	+ 63,651	+ 11.0%
経常利益	608,006	702,414	+ 94,408	+ 15.5%
税金等調整前 当期純利益	679,533	696,045	+ 16,512	+ 2.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	441,358	414,864	▲ 26,494	▲ 6.0%

2024年3月期 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 実績	2024年3月期 通期 修正後予算 (修正前予算)	予算実績対比
売上高	3,557,276	3,561,559 (3,558,054)	▲ 0.1%
営業利益	644,001	649,569 (488,043)	▲ 0.9%
経常利益	702,414	702,301 (502,820)	+ 0.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	414,864	422,922 (336,709)	▲ 1.9%

2024年3月期 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

25.7億円

YoY

+ 1.3億円
(+ 5.7%)

営業利益

8.1億円

YoY

+ 1.1億円
(+ 17.0%)

営業利益率

31.8%

YoY

+ 3.1%

GMV

1,988億円

YoY

+ 59.2億円
(+ 3.1%)

3月末契約件数

2,881件

FYTD

▲ 37件
(▲ 1.3%)

ARPU

74,254円

YoY

+ 4,690円
(+ 6.7%)

2024年3月期 ソフトル概要

単体 ソフトル (SAMURAI TECHNOLOGY合算)



売上高※

8.6億円

YoY

+ 0.8百万円
(+ 0.1%)

営業利益※

0.85億円

YoY

▲ 26.3百万円
(▲ 23.5%)

営業利益率※

9.9%

YoY

▲ 3.0%

※ 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～12月については当社監査法人による監査を受けていない。

開発売上総額

3.1億円

YoY

+ 7.9百万円
(+ 2.6%)1社あたり
開発売上高

1.6百万円

YoY

▲ 0.1百万円
(▲ 10.3%)

ストック売上

3.6億円

YoY

+ 29.2百万円
(+ 8.7%)

ストック売上比率

48.8%

過去8年間
平均比

+ 5.4%

2024年3月期 貸借対照表前期末比

単体 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2023年3月期	2024年3月期	増減	
流動資産	1,021,169	529,383	▲ 491,786	
現金および預金	796,794	414,658	▲ 382,136	● エネサイクルへの出資 (▲ 250,800千円) ● 中間配当金支払 (▲ 193,995千円)
固定資産	809,641	1,223,843	+ 414,202	
投資有価証券	536,568	725,989	+ 189,421	●
関係会社株式	202,368	429,883	+ 227,515	● 投資先の株価上昇および 円安進行
流動負債	10,764	12,554	+ 1,790	
固定負債	129,971	181,811	+ 51,840	● エネサイクルへの出資 (+ 250,800千円)
純資産	1,690,074	1,558,861	▲ 131,213	
株主資本	1,428,623	1,179,680	▲ 248,943	
利益剰余金	1,179,680	808,917	▲ 370,763	● 自己株式消却(▲ 248,951千円) ● 中間配当金支払(▲ 194,220千円)
自己株式	▲ 139,224	▲ 36	+ 139,188	● 自己株式取得完了、消却実行

2024年3月期 損益計算書前年度同期比

単体 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2023年3月期	2024年3月期	増減	
売上高	358,800	310,690	▲ 48,110	● グループ会社からの配当金が減少
販売費及び一般管理費	250,607	271,547	+ 20,940	● 主にM&A関連追加報酬、 上場管理コスト等の支払報酬増加
営業利益	108,192	39,142	▲ 69,050	
営業外収益	26,580	46,725	+ 20,145	● 円安進行による為替差益増加
営業外費用	81	65,836	+ 65,755	● 空色の株式が評価損計上になり HDからの貸付金に対しても 貸倒引当金を計上(+ 65,000千円) ※ 連結損益計算書上は影響なし
経常利益	134,692	20,031	▲ 114,661	
特別利益	71,526	24,146	▲ 47,380	● 売却株数減少にともなう 投資有価証券売却益の減少
特別損失	-	23,285	+ 23,285	
当期純利益	228,836	55,075	▲ 173,761	● 空色株式評価損計上

第3四半期・第4四半期比較

連結 コマースOneホールディングス

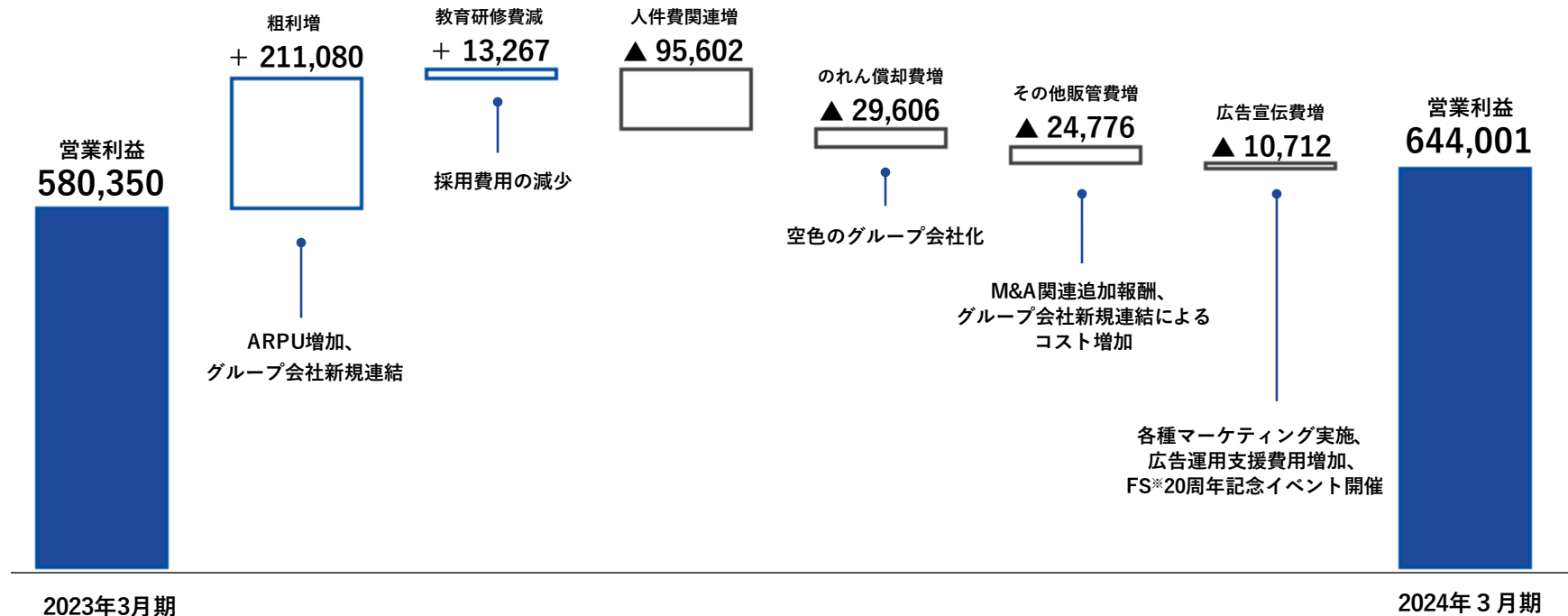
単位：千円

	2024年3月期 3Q	2024年3月期 4Q	増減	
売上高	886,634	928,669	+ 42,035	主にソフトルの完成基準案件の 売上が第4四半期に増える
営業利益	174,810	197,574	+ 22,764	
経常利益	183,682	205,065	+ 21,383	
営業利益率	19.7%	21.3%	+ 1.6%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	129,703	94,095	▲ 35,608	4Qに空色への貸付金に対する 貸倒引当金繰入、株式の評価損 等の損金不算入項目が発生した ことに伴い課税所得が増加

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

単位：千円



営業利益～税金等調整前当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	2024年3月期	増減
営業利益	580,350	644,001	+ 63,651
営業外収益	27,818	59,566	+ 31,748
営業外費用	162	1,153	+ 991
経常利益	608,006	702,414	+ 94,408
特別利益	71,526	24,146	▲ 47,380
特別損失	-	30,515	+ 30,515
税金等調整前 当期純利益	679,533	696,045	+ 16,512
EBITDA [※]	699,016	794,441	+ 95,425

円安進行による為替差益増加と
FS20周年イベント協賛金受領。

売却株数減少にともなう
投資有価証券売却益の減少

空色の連結子会社化により生じた
のれんに関して減損損失を計上

2024年3月期 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	2024年3月期	増減
流動資産	2,306,778	2,305,885	▲ 893
現金及び預金	1,608,724	1,733,879	+ 125,155
預け金	112,220	994	▲ 111,226
固定資産	1,199,215	1,576,802	+ 377,587
投資有価証券	563,479	1,002,854	+ 439,375
のれん	61,031	-	▲ 61,031
流動負債	808,247	915,574	+ 107,327
固定負債	81,345	122,138	+ 40,793
純資産	2,616,399	2,844,974	+ 228,575
株主資本	2,354,948	2,465,794	+ 110,846
自己株式	▲ 139,224	▲ 36	+ 139,188
その他 有価証券評価差額金	261,450	379,180	+ 117,730

● 投資一任契約に基づく自己株式取得が6月に完了し減少

● 投資先の株価上昇および円安進行およびエネサイクルへの出資

● 空色の連結子会社化により生じたのれんに関して減損損失を計上

● 自己株式取得完了、消却実行

● 投資先の株価上昇および円安進行

2024年3月期 キャッシュ・フロー前年度同期比

連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2023年3月期	2024年3月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	163,971	778,607	+ 614,636
税金等調整前当期純利益	679,533	696,045	+ 16,512
減価償却費	117,756	119,924	+ 2,168
預け金の増減額 (▲は増加)	▲ 111,289	111,226	+ 222,515
その他	▲ 132,708	19,611	+ 152,319
法人税等の支払額	▲ 282,207	▲ 195,533	+ 86,674
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 56,403	▲ 367,764	▲ 311,361
無形固定資産の取得による支出	▲ 101,633	▲ 113,748	▲ 12,115
投資有価証券の取得による支出	▲ 9,996	▲ 278,625	▲ 268,629
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 142,767	▲ 307,406	▲ 164,639
自己株式の取得による支出	▲ 139,154	▲ 109,797	+ 29,357
配当金の支払額	-	▲ 193,995	▲ 193,995
現金及び現金同等物の増減額 (▲は減少)	▲ 34,744	125,154	+ 159,898

投資一任契約に基づく自己株式取得のための預け金が昨年度生じ、当年度に完了

- ・ 利用料割引のためのサーバー代前払の増加
- ・ 昨年度の未収還付法人税等があったため

エネサイクルへの出資
(▲ 250,800千円)

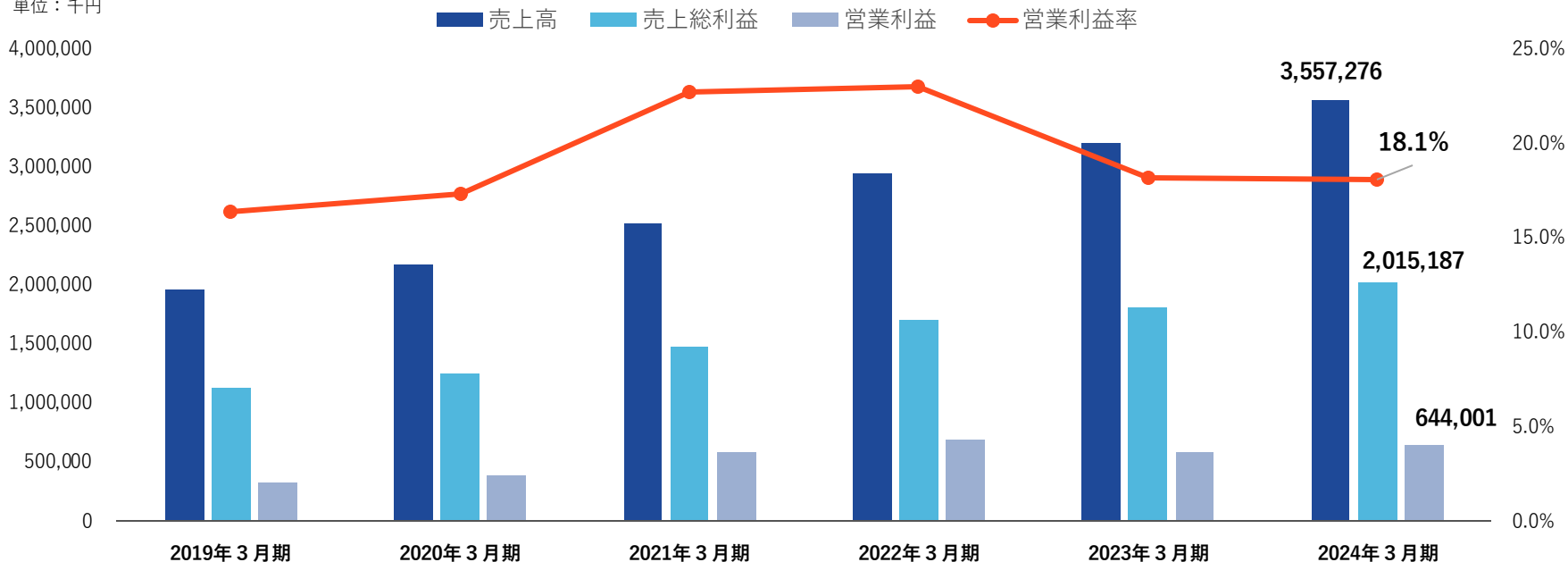
昨年~当年度にかけ自己株式取得実行。

中間配当金の支払い

2024年3月期 連結業績推移

2024年3月期は、継続的な売上増加を実現する一方、将来のための人件費関連投資やM&A後のPMI[※]実行。ソフテルの一部納期ズレはあったものの、フューチャーショップのARPU増加に伴い粗利増。また、広告宣伝費の一部方針変更によって営業利益増加。親会社株主に帰属する当期純利益は、第4四半期に空色への貸付金に対する貸倒引当金繰入、株式の評価損等の損金不算入項目が発生したことに伴い課税所得が増加したため減少。

単位：千円



2

2025年3月期通期業績予想

2025年3月期 通期業績・配当予想

[連結](#) コマースOneホールディングス

単位：千円

	2024年3月期 実績	2025年3月期 予算	増減	前年度同期比
売上高	3,557,276	3,815,446	+ 258,170	+ 7.3%
営業利益	644,001	604,956	▲ 39,045	▲ 6.1%
経常利益	702,414	683,343	▲ 19,071	▲ 2.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	414,864	454,730	+ 39,866	+ 9.6%
EBITDA	794,441	740,169	▲ 54,272	▲ 6.8%
配当性向	46.8%	31.6%	▲ 15.2%	-
EPS	57.53	63.22	+ 5.69	+ 9.9%
ROE	15.2%	15.2%	▲ 0.0%	-

2025年3月期 通期業績・配当予想

売上高

金融事業、生成AI事業等の新規事業のマネタイズ開始。

futureshop

利用料金改定によるランニング売上増加や広告運用売上増加で増収を見込む。

SOFTTEL

利益率の改善の一方で「Commerce Connect」開発を優先させるため、微増を見込む。

営業利益・EBITDA

新規事業等により25,000千円の増益を見込む。

futureshop

主に、デザイン、マーケティング人員獲得のための採用費増加、各種マーケティング追加投資、東京オフィス費用増加、セキュリティ対策費用増加により減益を見込む。

SOFTTEL SAMURAI TECHNOLOGY

利益率の改善のために、人員には投資しつつ、その他各種コストダウンを図り、増益を見込む。

経常利益

左記営業利益の増減要因に加え、以下の要因に伴い減益を見込む。

- 持分法適用関連会社となるエネサイクルに対する持分法に係る投資利益の計上により増加。
- なお、その他保守的に為替差益や想定以上の投資先からの配当金、昨年度一過性の収益については見込まない方針によるもの。

親会社株主に帰属する当期純利益

前期は損金不算入項目が多く、課税所得が増加していた。

当期は課税所得の減少に伴い、当期純利益は増加する見込み。

配当性向

前期はフューチャーショップ20周年記念に伴う記念配当があったため、配当性向は減少するが、従来より掲げていた30%程度の配当性向を達成する見込み。

EPS

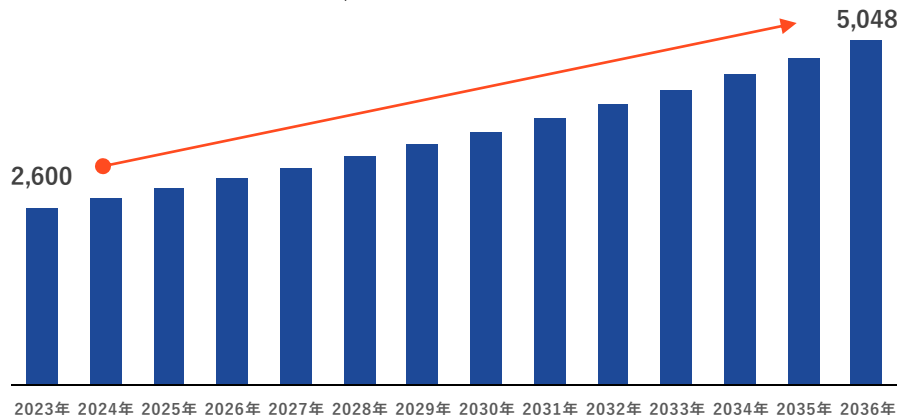
収益力向上、適切な投資を踏まえたコストコントロールに伴い増加を見込む。

エネサイクル株式会社への出資の背景（脱炭素市場へのアプローチ）

当社グループは社会の健全な発展を支えるビジネスインフラ企業として、グローバルな脱炭素市場(右記)へのタッチポイントを構築するエネサイクル株式会社(以下、エネサイクル)のビジネスへの投資を通じ持続可能な社会の発展に貢献し、長期的な企業価値の向上を目指す。

成長市場である脱炭素市場

脱炭素化の市場規模は2023年に約2,600億米ドルと記録され、2036年までに市場の収益は約5,048億米ドルに達する



※出典：2024年02月20日 SDKI Inc 「脱炭素化の市場レポート」



企業が担うべき環境への責任



Enecycle Inc.

TradeSafeとのシナジー

- カーボンクレジット市場向け原料のトレーサビリティ確保
- 安心安全の認証サービスの検討

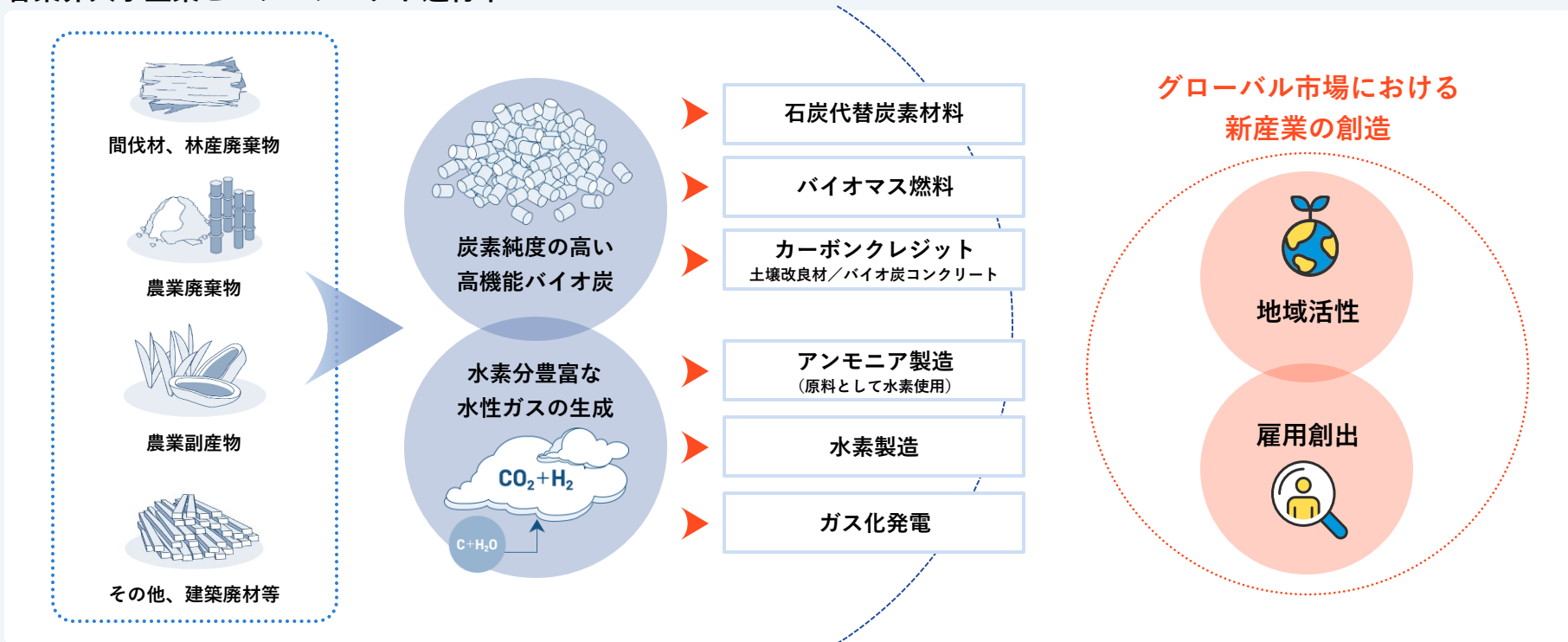


内部からみた企業信頼性

創業当初から代表取締役岡本がファウンダーとして関与、確かな成長性を認識

エネサイクルの事業

独自の廃棄植物などのバイオマス資源の炭化・ガス化技術で次世代エネルギーへ生成や脱炭素ソリューションを提供。
環境省の実証事業(バイオマス由来水素製造)でも採択され、新たな水素製法を開発。
各業界大手企業とのプロジェクト進行中



自社開発の炭化・ガス化技術

独自の特許技術により幅広く資源を活用し、
効率的にバイオチャー・ガスを生成

01

原料の
制約が少ない
(含水率50%まで対応)

02

高温処理による
高炭素分な
バイオチャー※
の生成

03

水素分最大60%程度の
水性ガスを生成

04

廃ガス・廃熱利用
による
効率的な処理



3

成長戦略

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。

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左記のとおり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。

コマースをトータルで支援するプロダクトを保有

コマース支援を通した 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

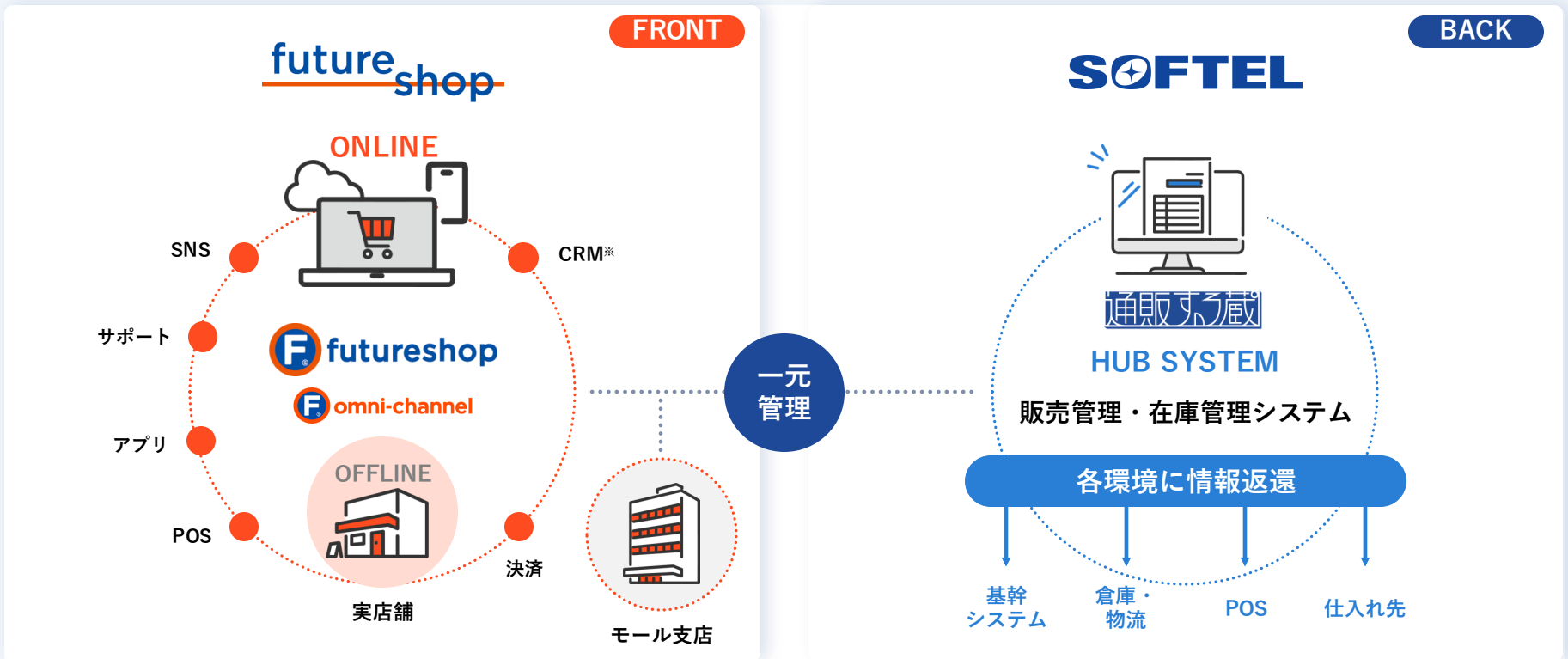
販売管理・在庫管理ソフト



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

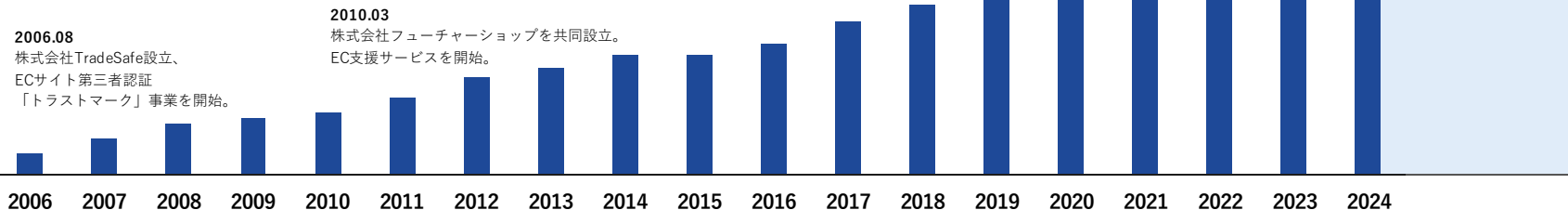
創業～事業立ち上げ

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。



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。

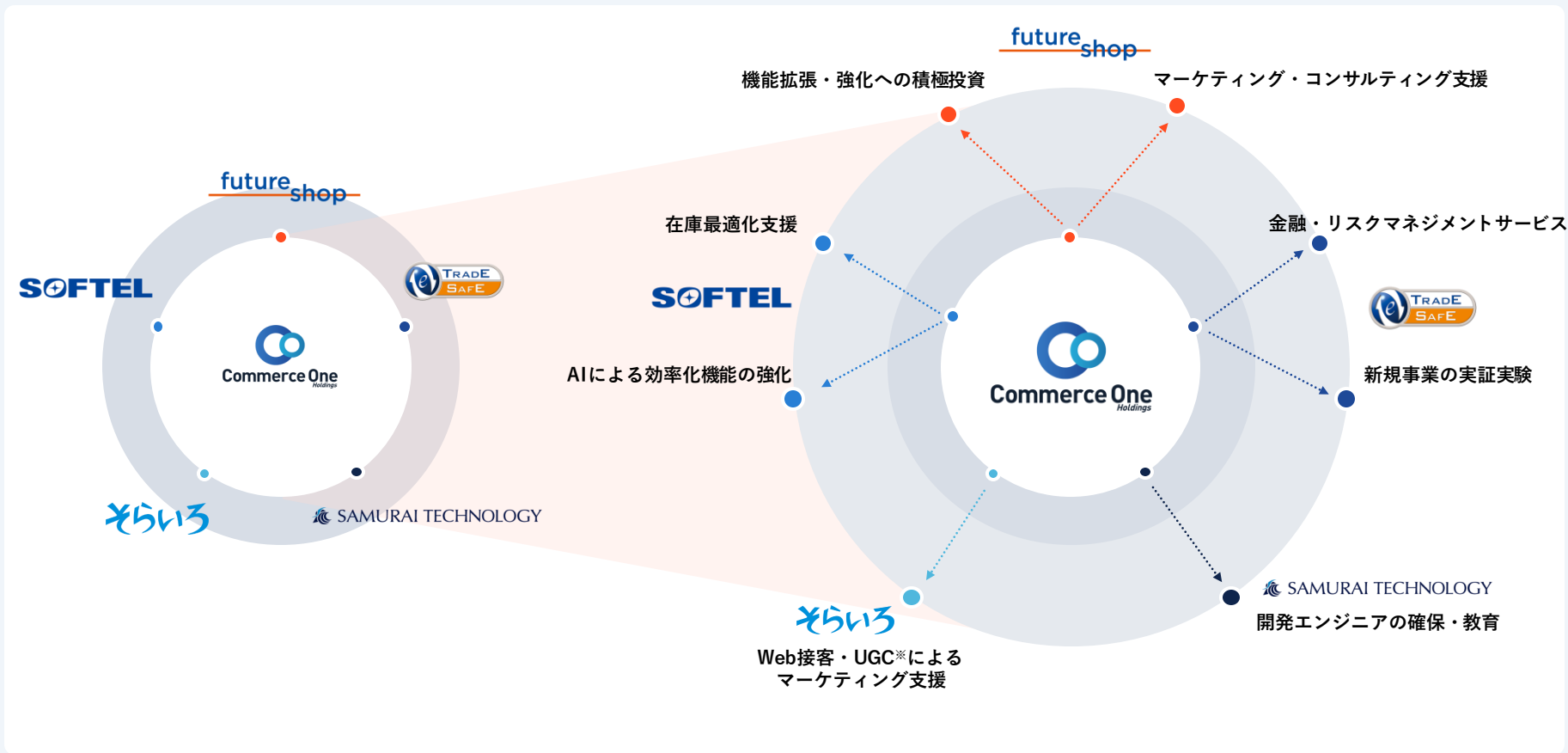
2018.09
株式会社フューチャーショップ、新CMS機能「commerce creator」をリリース。

2020.06
東京証券取引所マザーズ市場上場。

2022.09
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。

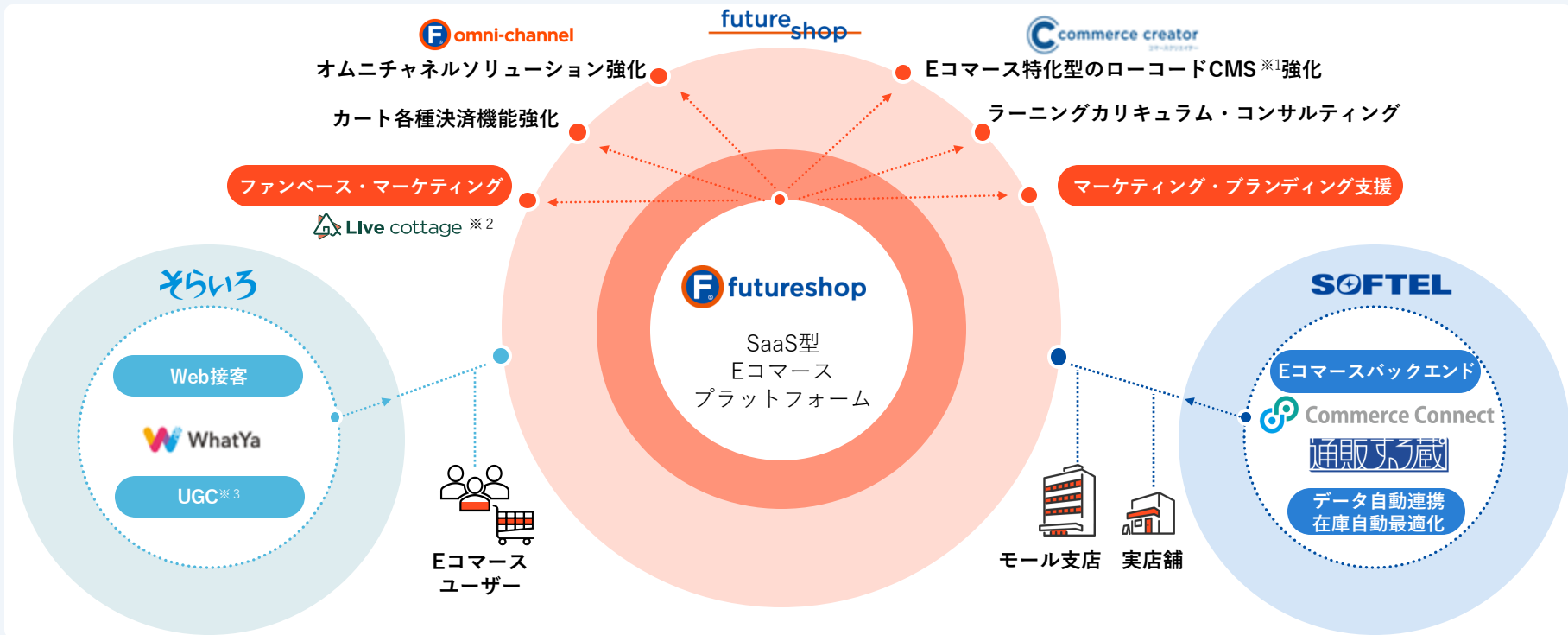
2023.10
futureshopサービス提供から20周年。

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 2025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

- **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月完了

第二次アップデート：2024年春予定

- **定期/頒布会販売機能改善**（サブスクリプション機能）

定期購入利用者の利便性向上

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年秋予定

- **サイト制作支援機能強化**（制作会社向け・commerce creator機能の強化）

commerce creator（CMS）でのECサイト制作時の利便性向上

テンプレートのインポート・エクスポート機能の実装。

第一次アップデート：2024年1月完了

第二次アップデート：2024年秋予定

- **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

ライブコマース市場の拡大を見込んだ新サービスの開発。

- **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。

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**

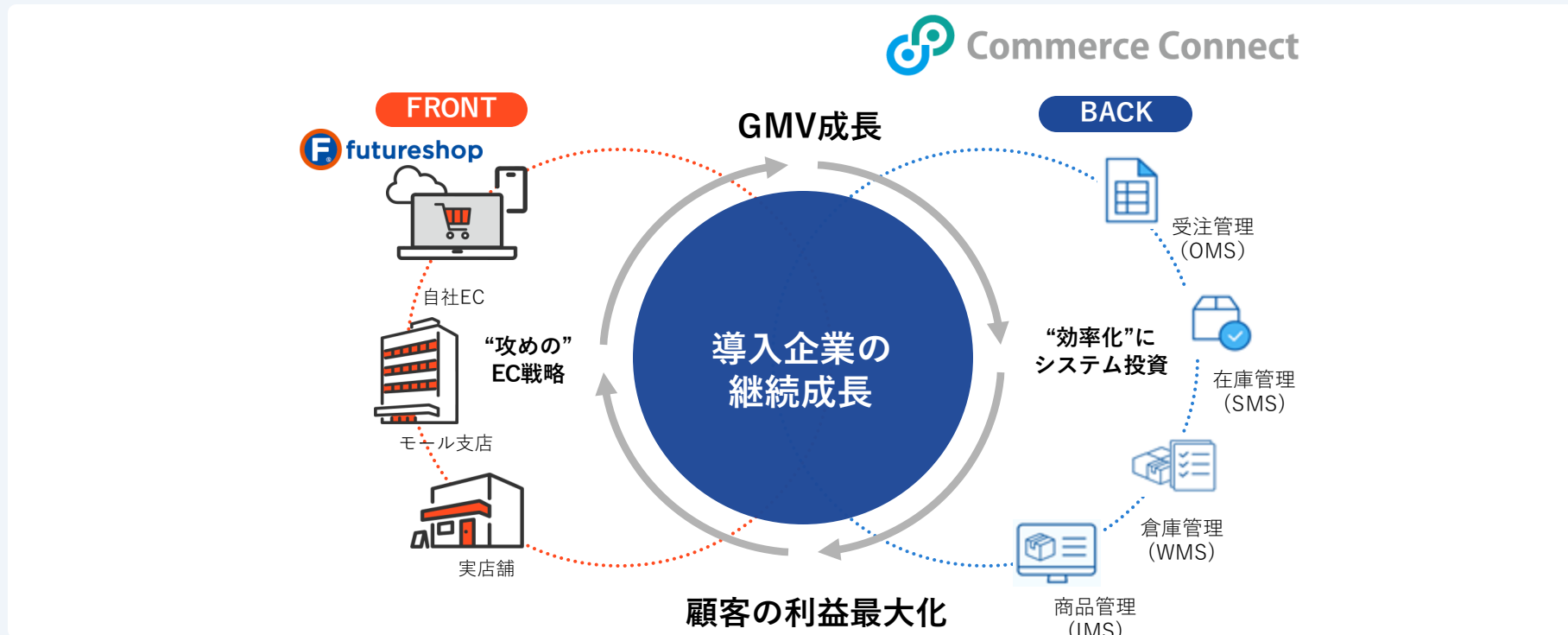
マーケティング強化

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。

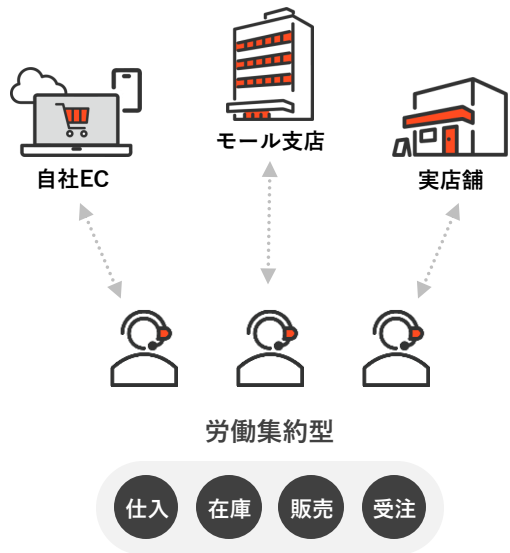


Commerce Connect

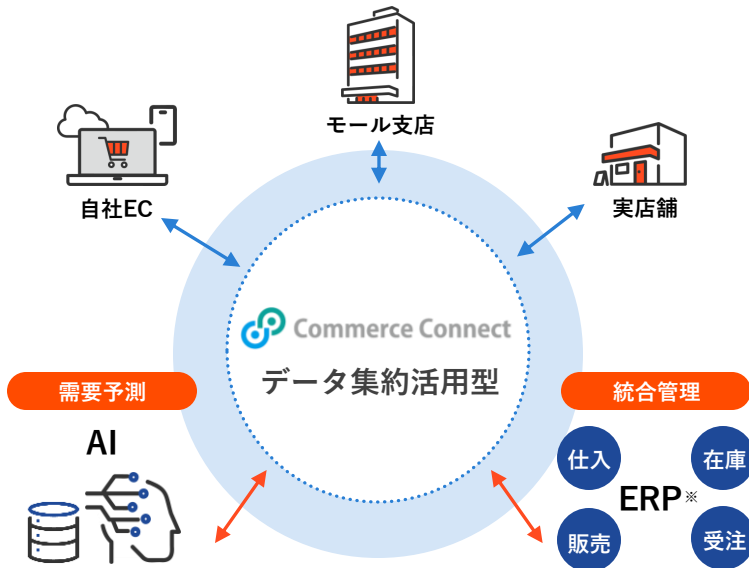
EC業界を「労働集約型」から「データ集約活用型」に変換。

AIによる需要予測からの事業拡大を実現。

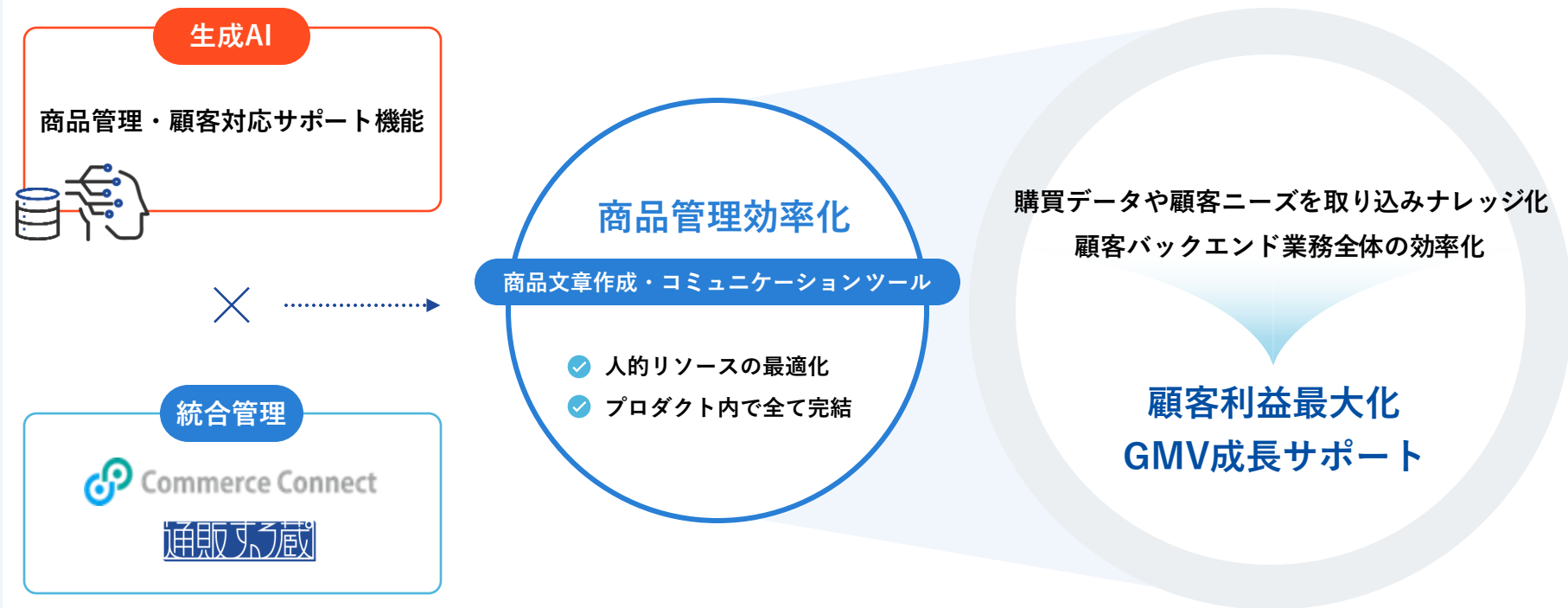
チャンネル統合されておらず、EC管理が分断



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



Commerce Connect・通販する蔵 生成AIプロジェクトの実装開始



SOFTTEL 2025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

- **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対応が概ね完了。4月より開発を再開。動作検証や複数配送先指定機能、処理および開発効率を改善した商品情報連携機能の開発を再開。AIを駆使した商品情報作成サポート機能の試験開発が進行中。

- **futureshop用バックヤードオプション提供**

futureshop顧客ニーズの確認や必要機能の洗い出し、サポート体制の具体的な協議と開発を再開。

顧客ニーズの高いカスタマイズ事案を重点提案

- **大手モール倉庫との連携**

配送品質の向上と販売の優位性からモール提供の倉庫利用率は高まると予測し、連携機能の重点的な提案を推進していく。

- **送り状自動発行機能**

ハンディスキャナ等の専用端末で顧客情報を読み込むと、対象となる送り状を自動判定し出力。出荷作業の効率化とヒューマンエラー削減をサポート。

営業・開発体制の強化

- **関東営業・開発拠点の強化**

SAMURAI TECHNOLOGY開発人員教育について、ソフテル技術者派遣とOJT開発を継続実施。本社開発チームと同等水準のカスタマイズ実装が可能な技術チームを目指す。

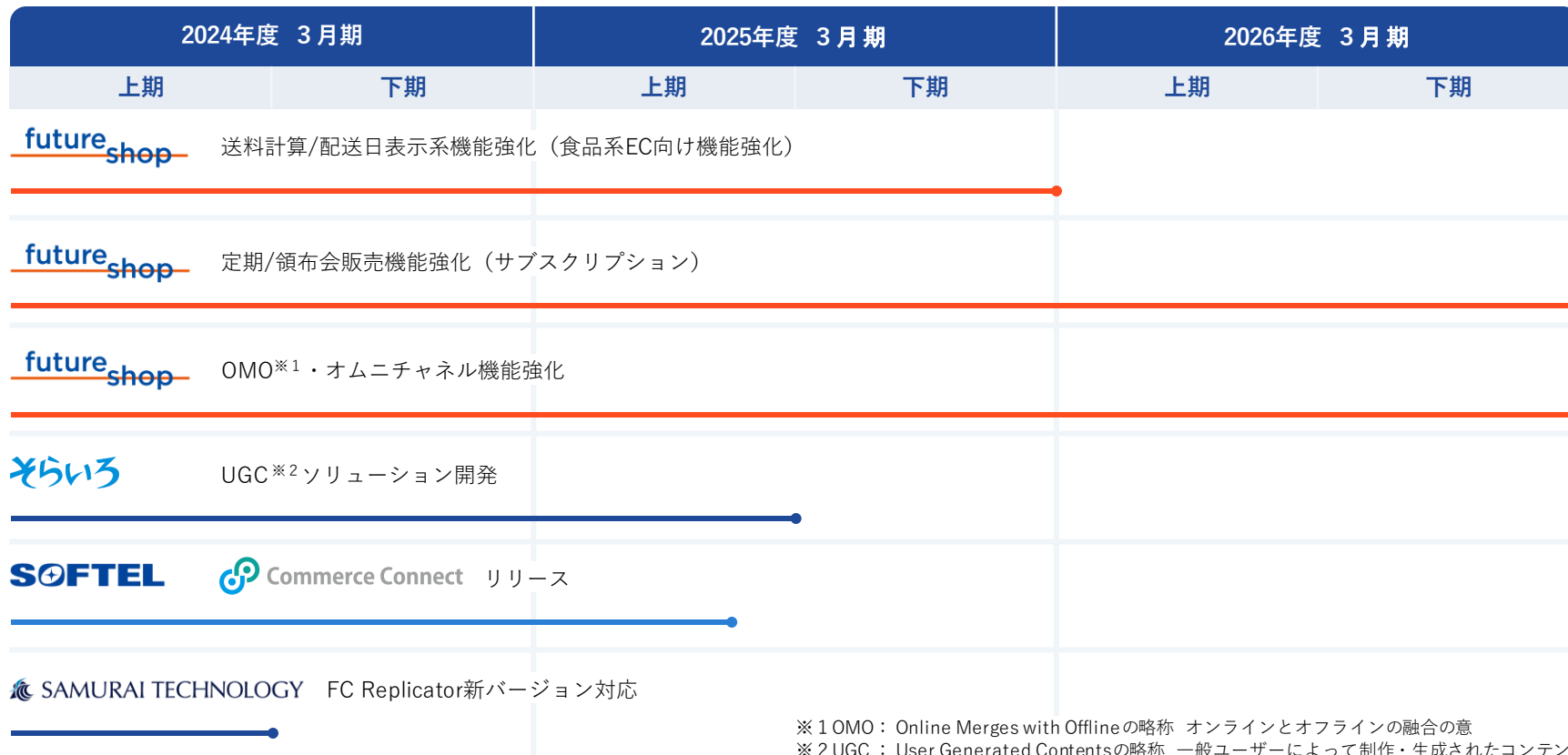
- **製品紹介動画やカスタマイズ事例集の活用**

新規潜在顧客に向けてYouTubeなどを利用した製品紹介動画を順次リリース。「通販する蔵」の強みであるカスタマイズを分かり易く解説しリード獲得を狙う。既存顧客向けには、これまでに作り上げてきたカスタマイズ事例集を用いて提案し、能動的な営業体制へ変革していく。

- **「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継続的に積極実施。既存顧客との定期的な勉強会セミナーも継続実施。

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

4

ビジネス概要

future shop

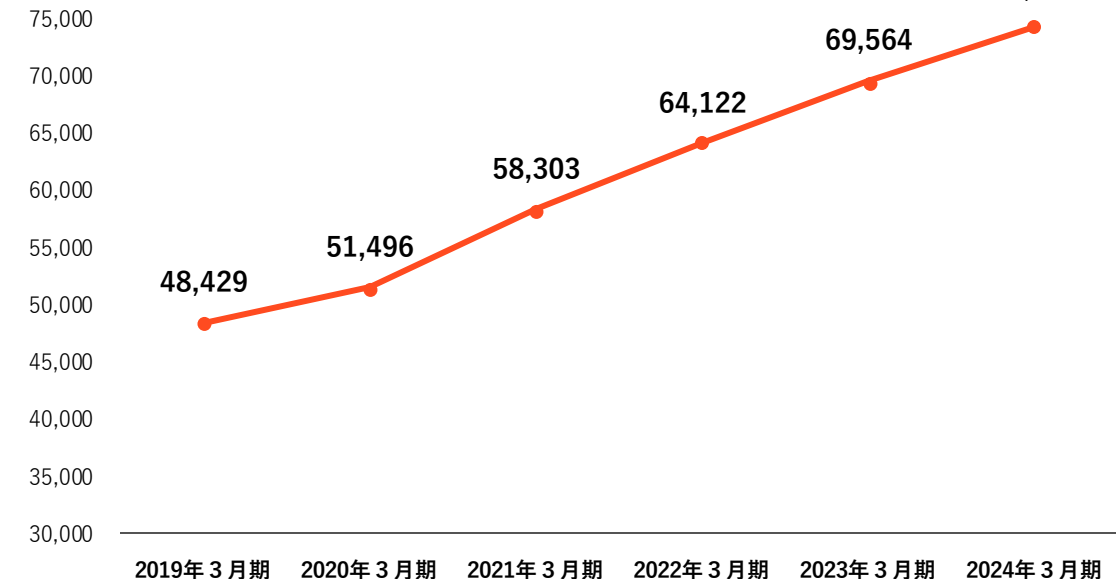
株式会社フューチャーショップ

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



EC市場拡大に伴い、
EC事業の成長に必要な機能は拡大。

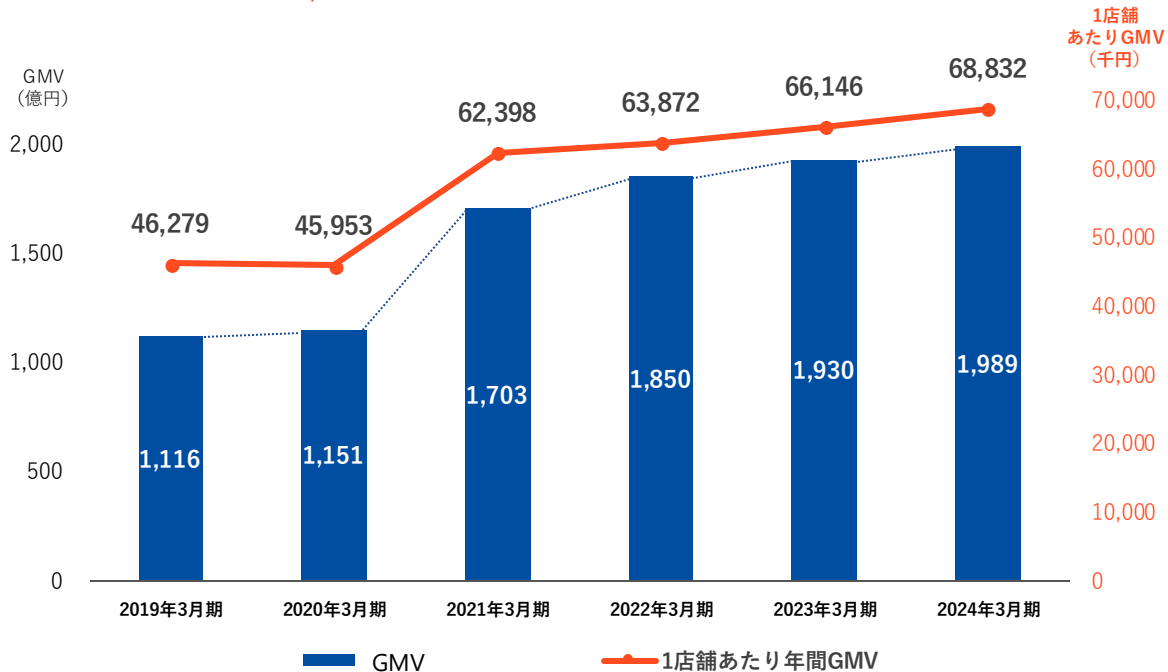
上記による、
オプション機能・アライアンス連携
サービスの利用拡大で、
ARPUは着実に向上。

GMV推移

2024年3月期累計

GMV **1,988.9億円**（前年度同期比 **3.1%増**）

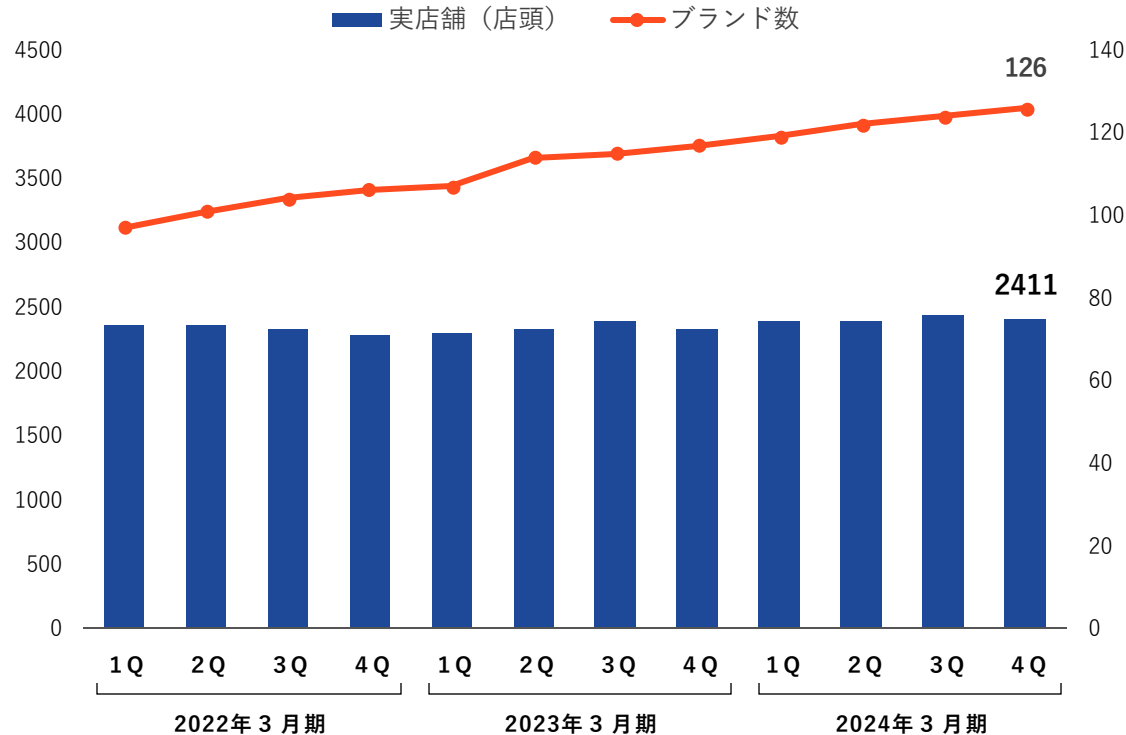
1店舗あたりGMV **68,832千円**（前年度同期比 **4.1%増**）



**GMVは年間累計で
累計 1,988.9億円
前年度同期比 + 3.1%**

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の伸長率は低く推移。1店舗あたりのGMVは前年比で4.1%増加し、顧客の堅実な成長を実現。futureshopを利用するターゲットが、より中堅以上のEC事業者に絞り込まれている状況となっている。

オムニチャネル推移

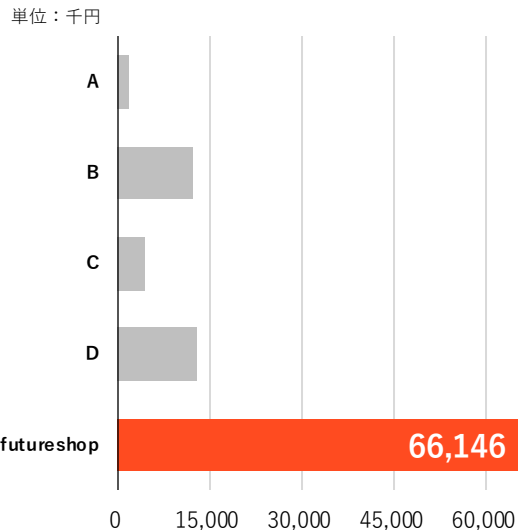


企業のOMO※・オムニチャネルへの投資は積極的な状況が続いている。

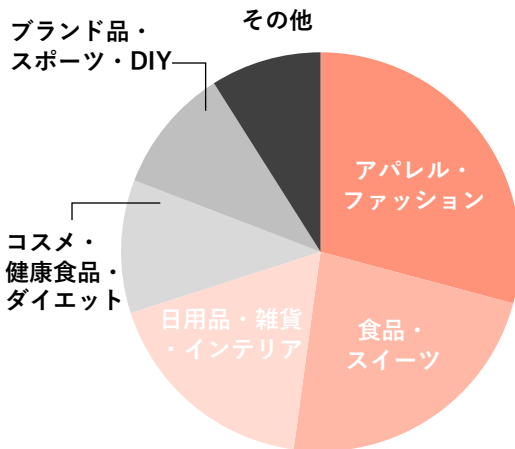
サービスの特長

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4Q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

平均 **34.8%**増加

2024年3月期4Q：
成長率平均^{※1}前年度同期比
+ **34.8%**

2023年3月期4Q：
成長率平均前年度同期比
+ **21.4%**

※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 - futuresshop omni-channel の顧客満足度および認知度

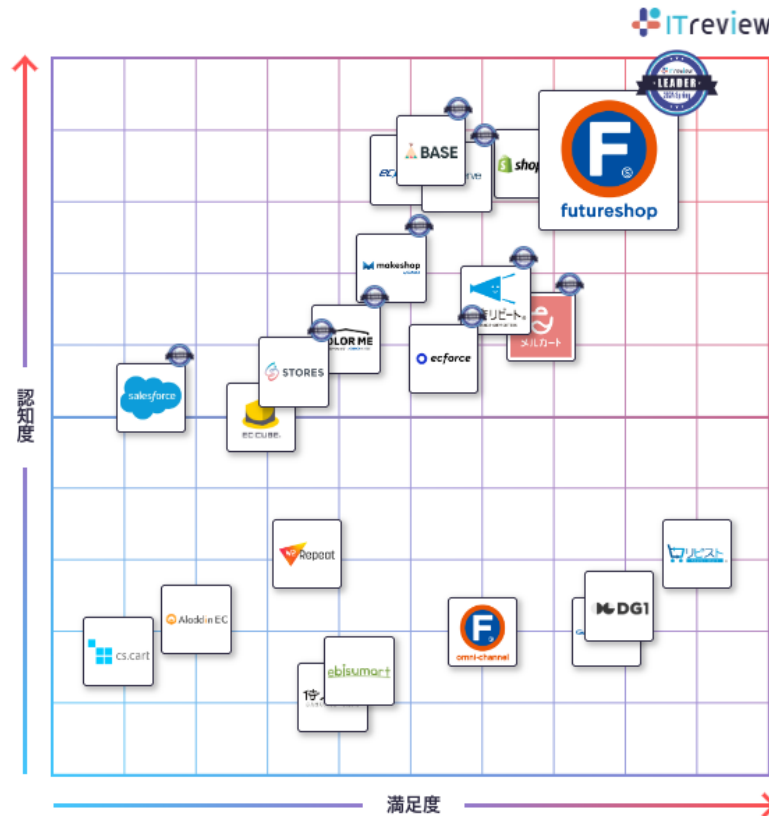


ITreview Grid Award 2024 Spring にて
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを19期連続受賞



「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、成功パターンのナレッジを蓄積・共有がしやすく、再現性も高い

サービスの強み

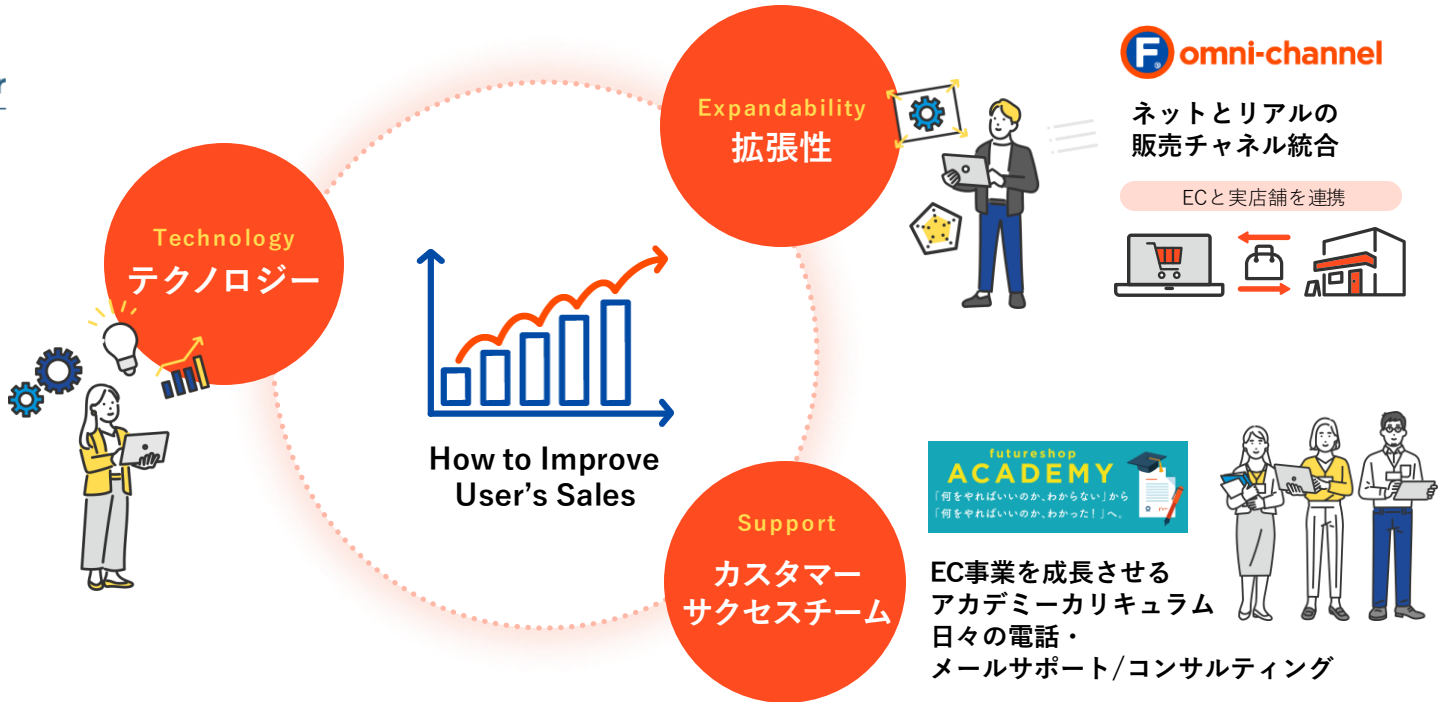
ノンカスタマイズでありながら、カスタマイズ性を担保するプロダクトのテクノロジーと拡張性、顧客の成長を支援するカスタマーサクセスチームを有する。



コマースクリエイター

(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



100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
- アパレル管理自動くん
- 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
- WhatYa
- AiDeal lite
- Flipdesk
- unisize
- skinsense **new!**
- CODE Marketing Cloud for futureshop
- MATTRZ CX for futureshop
- PUSH ONE for futureshop **new!**

MA/CRM

- カスタマーリングス
- うちのこづち
- 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
- WEBCAS

スマホアプリ

- MGRé

EFO

- EFOcats for futureshop

ギフト支援

- giftimize for futureshop
- AnyGift **new!**

コンタクトセンター支援

- Re:lation

延長保証

- proteger

返品支援

- Narvar
- 返品くん **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

- toridorí

広告/EC運用支援

- エフカフェ運用支援 **new!**

レコメンド

レコメンドエンジン

- awoo AI
- 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
- SNAPBOARD
- DROBE

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)
- Apple Pay オプション
- PayPay (オンライン決済)
- SBペイメントサービス
- au PAY **new!**
- d払い
- NP後払い決済
- あと払い (ペイディ)
- エフレジ
- GMO後払い

物流

- mylogi
- はぴロジ
- Fulfillment by ZOZO
- 富士ロジテックホールディングス
- ロジレス
- LogiMoPro

越境EC

- WorldShopping BIZ
- shutto翻訳
- Buyee Connect
- アジアンブリッジ

商品画像制作

- SmartJPEG for Desktop

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

顧客限定セミナー・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：**955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：**660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**

2024年3月に開催した会話型AIサービス「ChatGPT」のSEOへの活用法を解説したセミナーは、多くの関心を集め、300名を超える集客を実現。

今後も生成AIのEC施策への活用についての各種セミナーを企画予定。

2024年3月期第4四半期事業トピックス

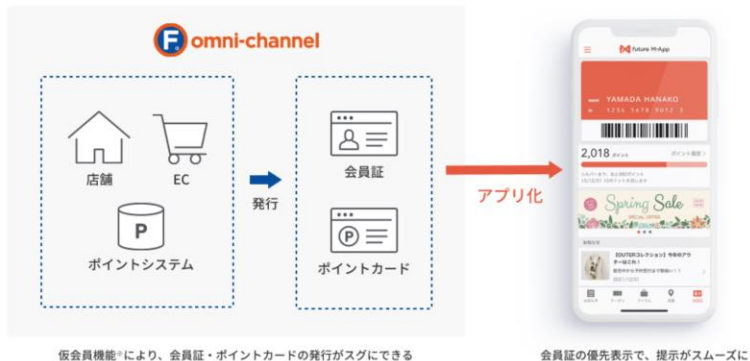
プレスリリース 2024.02.08

ECサイトとシームレスにつながるアプリを実現する「future M-App」を提供開始。

～アプリ通知から、タップ一つでECサイトに自動ログイン。CVRアップだけでなく、アプリとECサイトと店舗がつながる販促を実現～

「futureshop」で構築されたECサイトと連携して利用できるアプリプラットフォーム「future M-App」をオプションサービスとしてリリース。この連携により、「futureshop」または「futureshop omni-channel」利用顧客は、アプリの制作・運用によって店舗とECサイトをつなげ、オンライン・オフラインの横断的販促が可能に。

ポイントシステムや会員証にアプリが連携



ECサイト × アプリ × 実店舗の統合



2024年3月期第4四半期事業トピックス

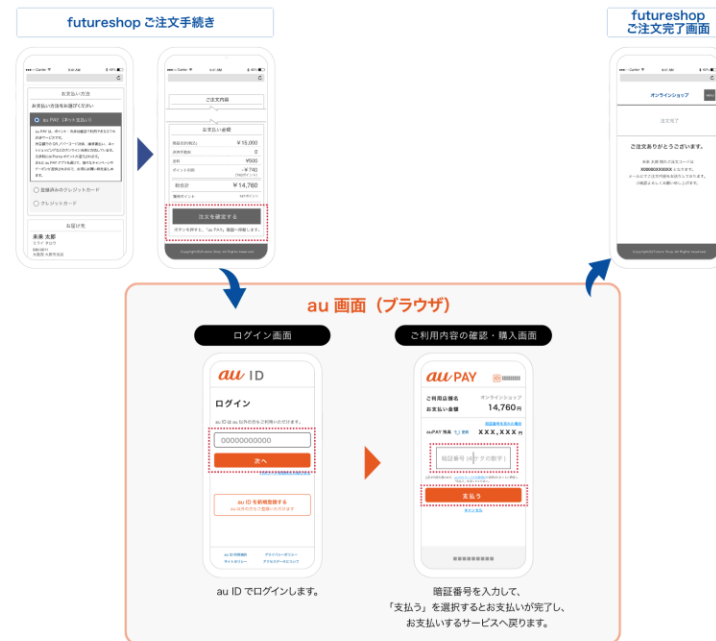
プレスリリース

2024.1.17

「futureshop」で構築されたECサイトで「au PAY（ネット支払い）」が利用できるオプションサービスの先行お申し込み受付を開始

～ 会員数3,330万人突破の決済サービスが導入可能に。
特別料率が適用される期間限定キャンペーンも開催 ～

SBペイメントサービス株式会社のオンライン決済サービスを介して、KDDI株式会社が提供するスマホ決済サービス「au PAY（ネット支払い）」が利用できるオプションサービスの先行お申し込み受付を2024年1月17日（水）から開始。



2024年3月期第4四半期事業トピックス

バージョンアップ①

2024.1.24

食品ECの煩雑な冷蔵・冷凍・常温商品の同梱配送料金を自動計算

冷蔵便、冷凍便、常温便の3温度帯に対応。

商品ごとに配送時の温度帯を設定することで、温度帯ごとに商品を同梱し、複数個口の送料を自動計算する。

食品ECの送料についてより精緻な計算を実現させ、ユーザーは購入時に必要な送料を正確に把握することが可能に。

このアップデートにより、ECサイトのユーザーエクスペリエンスと成約率（CVR）向上を狙う。



常温・冷蔵・冷凍の3つの温度帯で
複数商品のご注文時に温度帯別に同梱計算



夏季クール便



常温便

クール便(冷蔵)で配送可にする

2024年3月期第4四半期事業トピックス

バージョンアップ② 2024.1.24

リードタイムを設定することで、ユーザーの「いつ届くの？」の不安を解消

商品と配送の2つのリードタイムから正しい配送可能日を算出し、商品ページ・ショッピングカートへの表示が可能に。
 購入手続き画面では、配送先都道府県から自動計算した最短配送可能日から始まる選択肢を自動表示。
 当日出荷・翌日配送設定も可能で、お急ぎ注文の要望にも対応可能となる。
 特に食品等の、配送日時が重要な購買意思決定要素となるECサイトでのユーザーエクスペリエンスと成約率（CVR）向上を狙う。



リュック

商品番号 00000000
 販売価格 ¥5,000(税込)
 ポイント 500 ポイント

Check!

本日 15:30 までのご注文で 2024/01/24 (水)
 に宅急便でお届けします
 大阪府 お届け先を変更

1

お気に入り登録する

カートに入れる

お届け希望日

指定なし

指定なし

2024/03/09 (土)

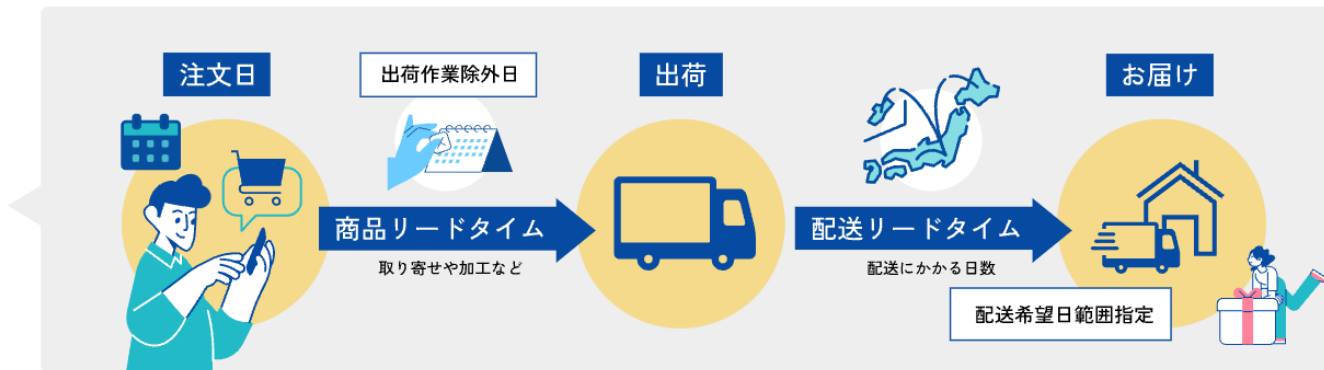
2024/03/10 (日)

2024/03/11月)

2024/03/12(2)

2024/03/13(7)

2024/03/14 (木)



2024年3月期第4四半期事業トピックス

プレスリリース 2024.01.31

AnyReach株式会社が提供するeギフトサービス「AnyGift」との連携開始

～住所を知らない相手にもSNSなどで気軽に贈れる「eギフト」で、ギフト売上の向上・顧客層の拡大へ～

「futureshop」または「futureshop omni-channel」利用顧客は、eギフト購入・受け取りにおける在庫処理自動化などシームレスな運用を実現させるだけでなく、eギフト機能を軸としたギフト全般の支援を受けられるように。

プレスリリース 2024.02.29

株式会社Noveraが提供するAI肌診断システム「skinsense」との連携開始

～美容部員400人以上の知見を学習！特許取得済みの高品質なAI肌診断ツールが、ノーコードで提供可能に～

「futureshop」または「futureshop omni-channel」利用顧客は、ノーコードで運用できるAI肌診断ツールが提供可能に。

プレスリリース 2024.02.29

株式会社シグニティが提供するWEBプッシュサービス「PUSH ONE」との連携開始

～セール情報やカート落ちフォローを、サイト訪問者の端末に直接表示。EC事業者の売上向上をアシスト～

「futureshop」または「futureshop omni-channel」利用顧客は、futureshop利用者向け特別プラン「PUSH ONE for futureshop」の契約が可能に。

プレスリリース 2024.03.14

株式会社ネクストラボが提供する返品・交換業務効率化システム「返品くん」との連携開始

～スムーズな返品・交換を可能にし、カスタマーサービスの負担軽減と購入後体験の向上を同時に実現～

「futureshop」または「futureshop omni-channel」利用顧客は、返品・交換作業に関わる負担軽減と購入後体験向上が実現可能に。

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

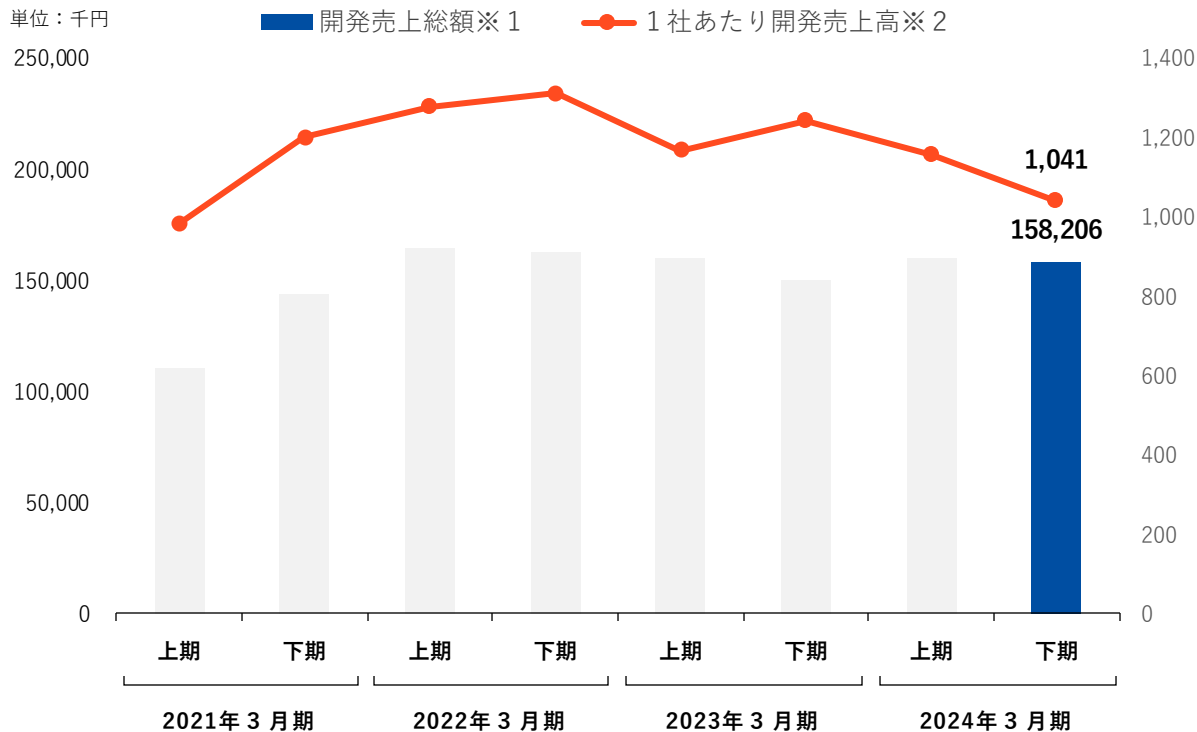
futureshopへのOEM開発を進行し、グループのGMVやARPUを高めるとともにソリューションの競争力を高め他社ECプラットフォームへの展開を実施。



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



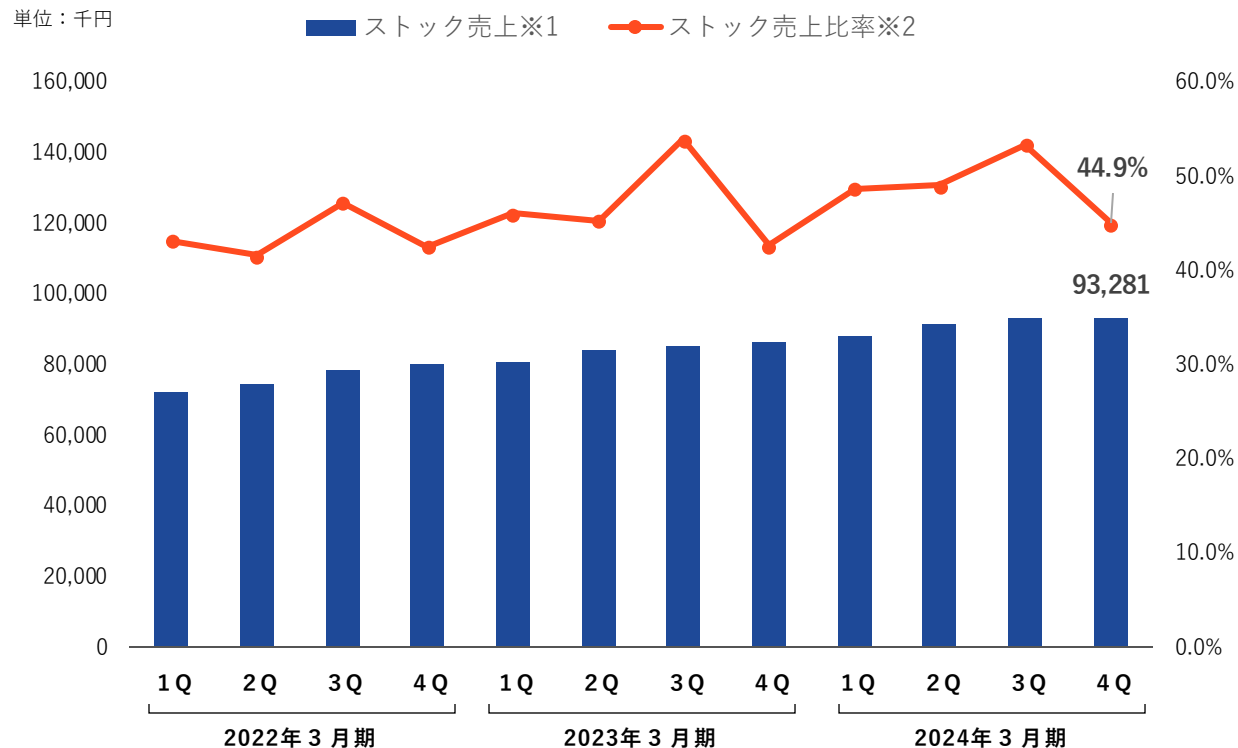
大手モールによる大幅な仕様変更プロジェクト対応を優先し、1社あたり開発売上高は低調に推移。来期は「Commerce Connect」の開発を優先させつつも、既存顧客への追加カスタマイズの積み上げなどで効率的に改善させていく。

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、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

カスタマイズされた 一元管理システム



実店舗



自社EC



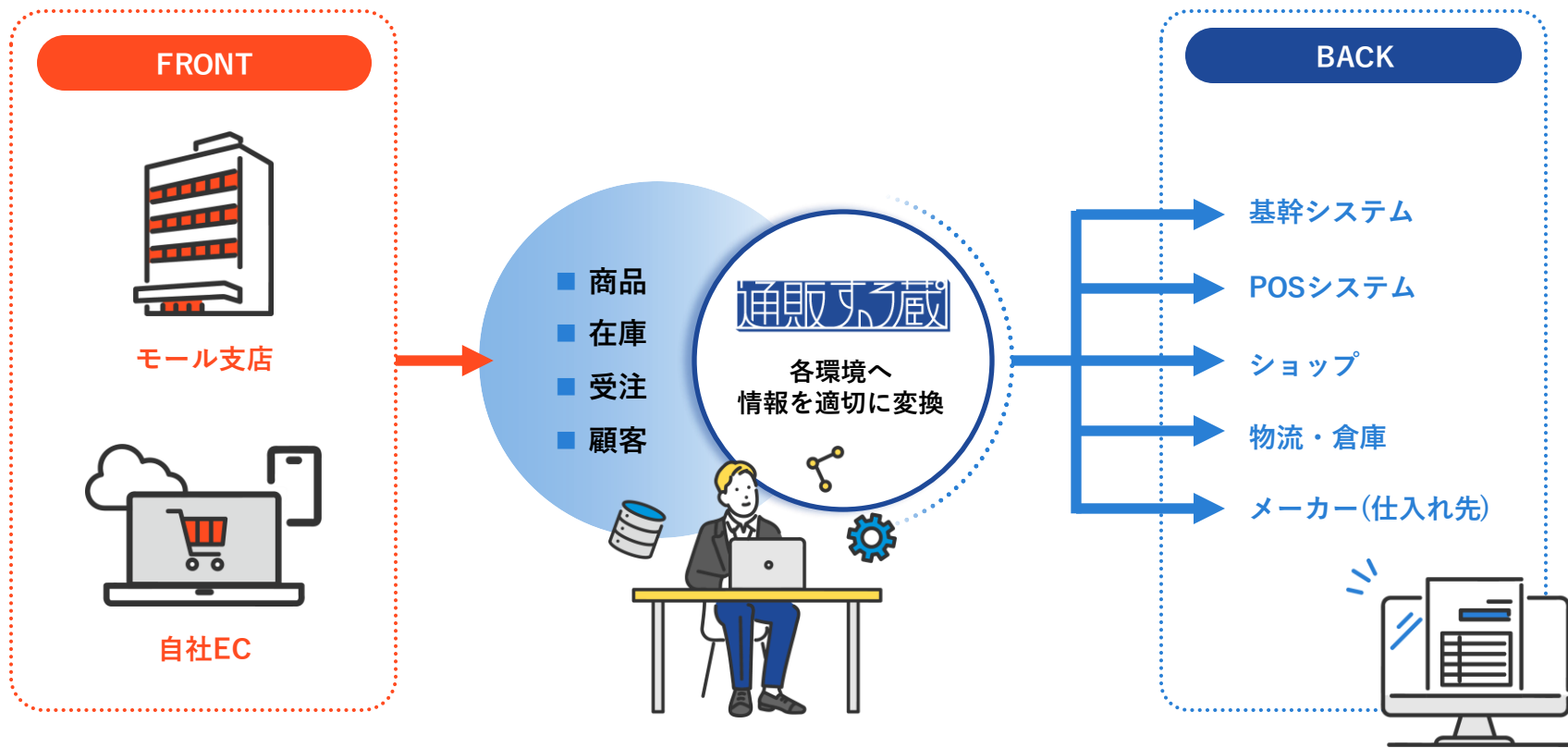
モール支店A



モール支店B

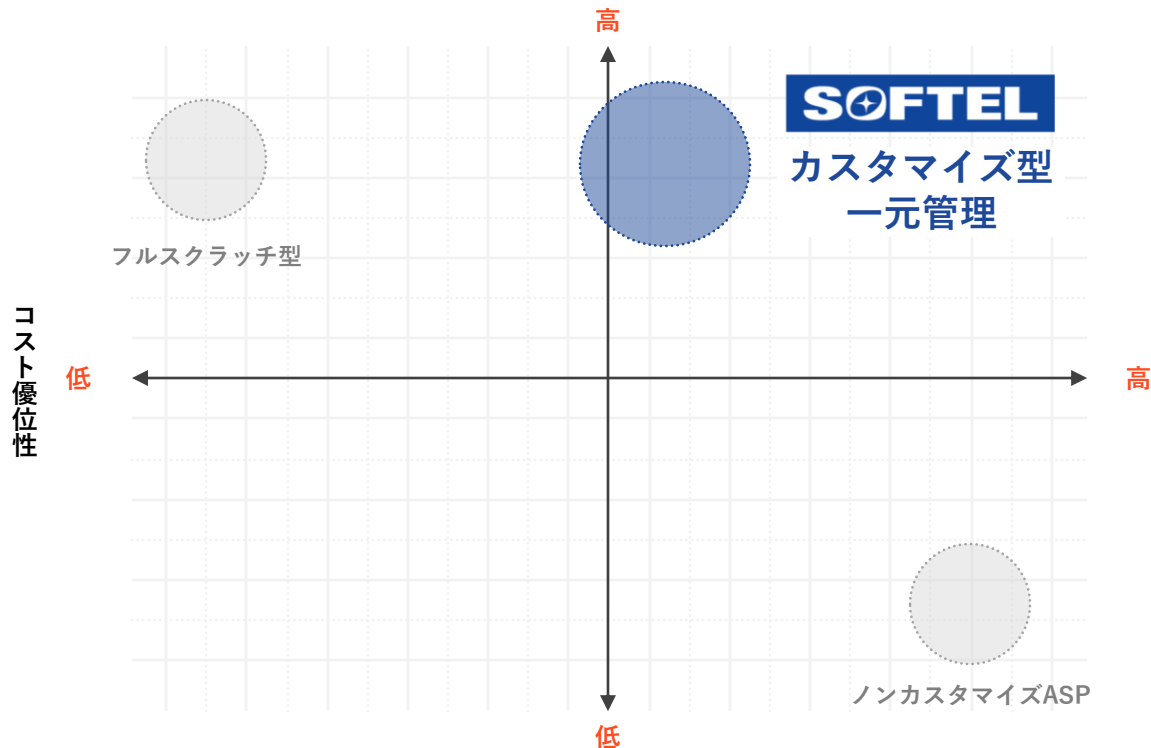
EC事業者の在庫管理などのバックヤードシステムにおいて、ノンカスタマイズ型ASPでは実現できないECオペレーションをカスタマイズによって一元管理することで人的リソースやコストの削減を実現し、成長に必要な経営資源を生み出す。

事業内容



ポジショニング

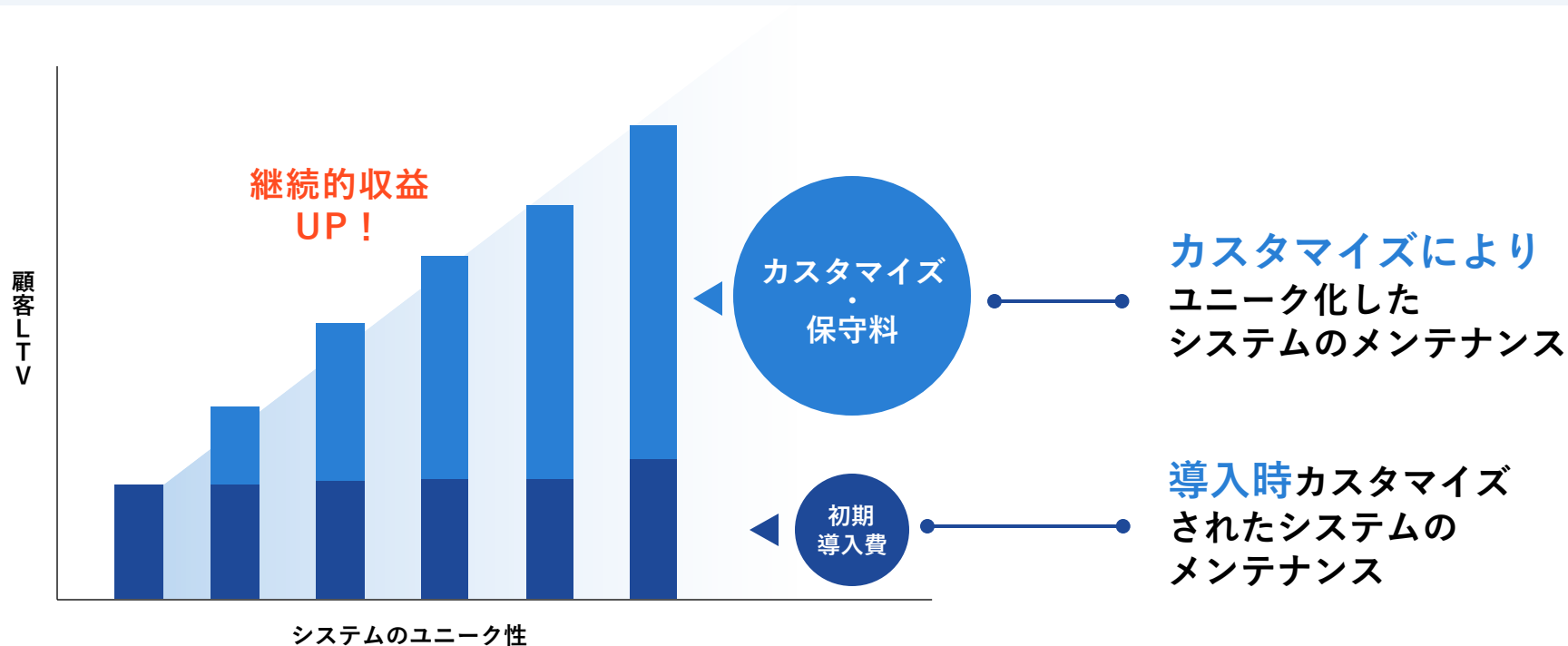
拡張性・カスタマイズ性



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できてきた今までのノウハウの蓄積により、**高い拡張性とカスタマイズ性**がありながら、**高コスト**と**ならないポジショニング**を確立。

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4四半期事業トピックス

利用顧客が各モールの年間優秀店舗賞を受賞

- 楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー2023 24店舗受賞
- 楽天ショップ・オブ・ジ・エリア2023 8店舗受賞
- 楽天ラクマ ショップ・オブ・ザ・イヤー2023 1店舗受賞

- Yahoo!ショッピング BEST STORE AWARDS2023 17店舗受賞
- Yahoo!オークション BEST STORE AWARDS2023 2店舗受賞

- au PAY マーケットBEST SHOP AWARD 2023 15店舗受賞

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。