



株式会社コマースOneホールディングス

(東証グロース：4496)

2025年3月期第2四半期（中間期）

# 決算説明資料

2024年11月14日

## 目次

1.	会社概要	P.03
2.	財務サマリー	P.08
3.	成長戦略	P.23
4.	ビジネス概要	P.36
5.	関連会社	P.59

1

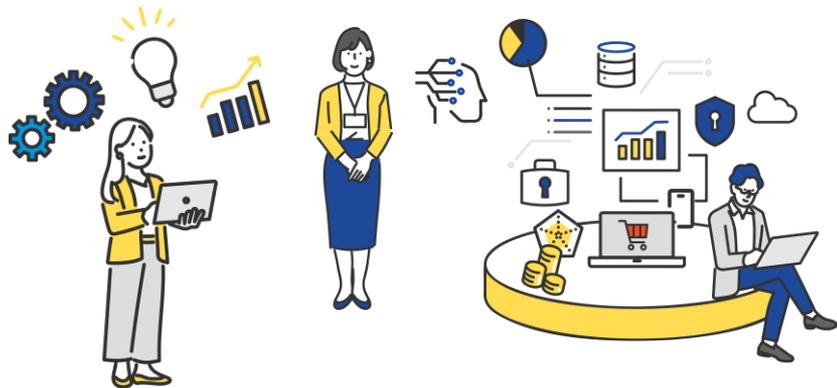
会社概要

## 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

## 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



#### バックエンドプロダクト

販売管理・在庫管理ソフト

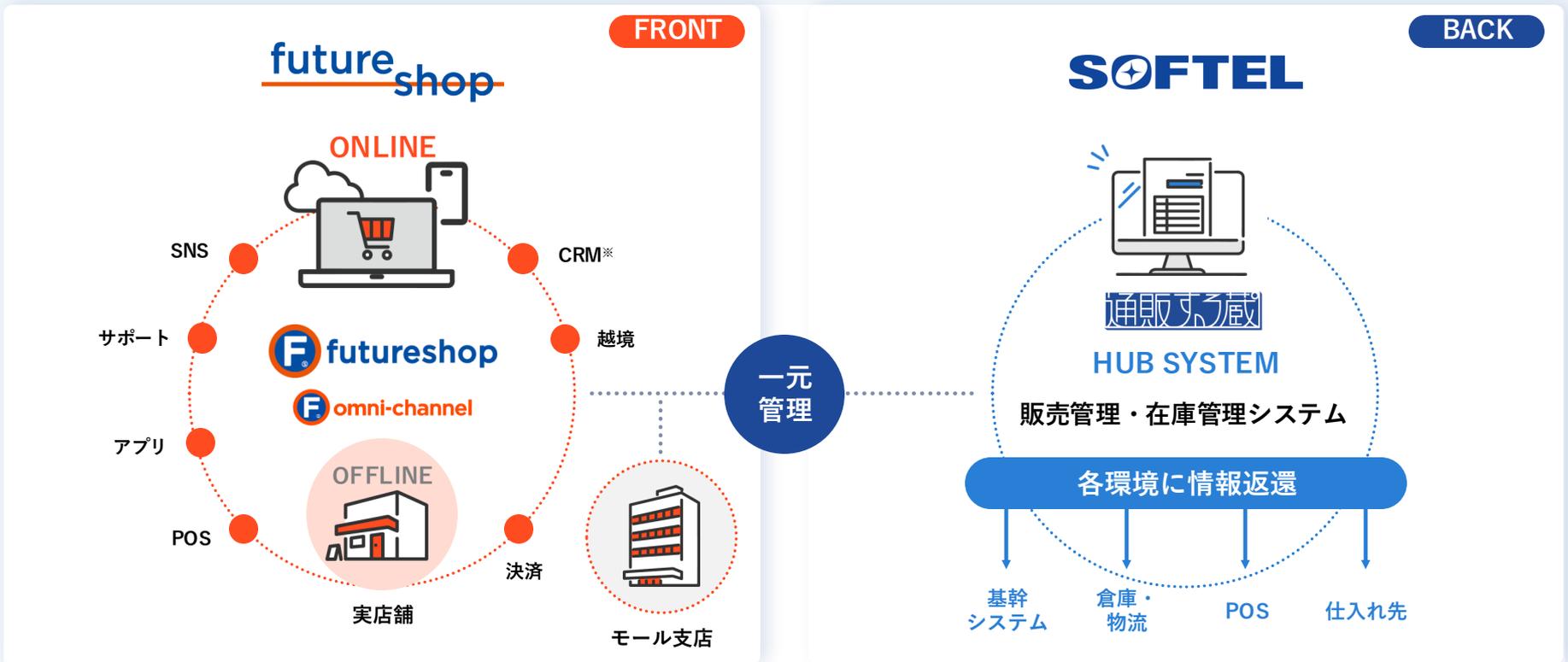


#### 安心取引

信頼とあんしんのマーク



# グループビジネスモデル



# 創業からの軌跡

2006年～2014年

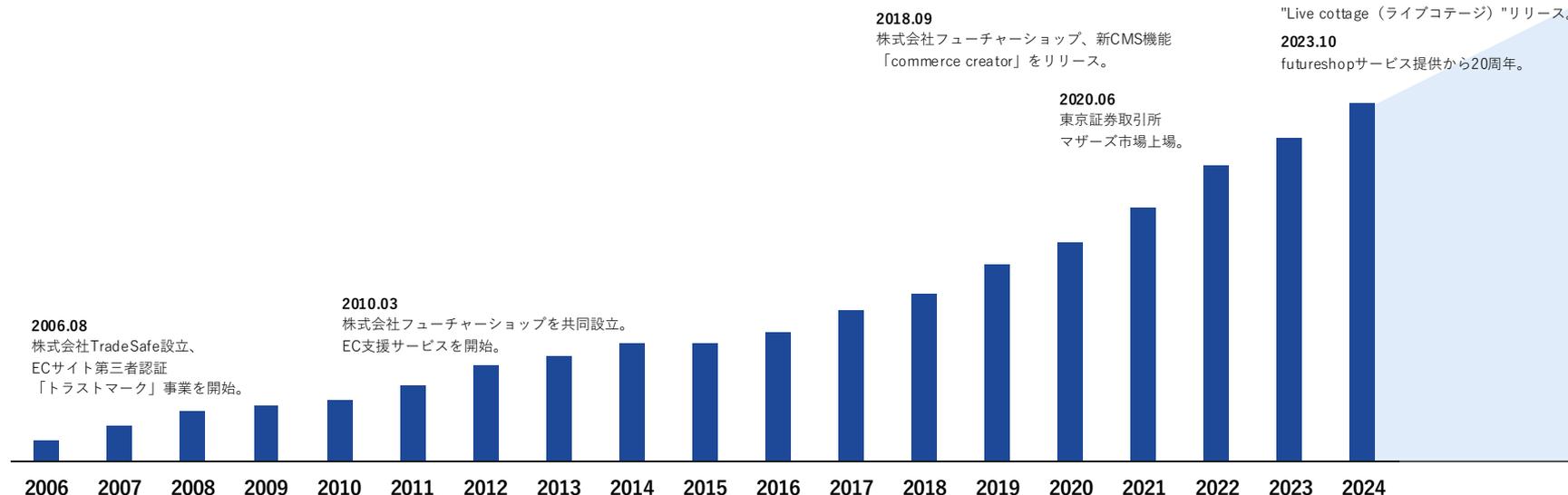
創業～事業立ち上げ

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。

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024



**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。

2

財務サマリー

## 2025年3月期第2四半期（中間期）サマリー

連結売上高

18.1億円

YoY

+ 0.7億円  
(+ 4.3%)

連結営業利益

3.2億円

YoY

+ 0.4億円  
(+ 18.1%)

連結営業利益率

17.7%

YoY

+ 2.1pts

親会社株主に帰属する  
中間純利益

0.7億円

YoY

▲ 1.1億円  
(▲ 59.4%)

## 決算概要

サービス拡充や価格改定によって、フューチャーショップで増収増益した。  
また、ソフトルでも、顧客ニーズの高い案件へのカスタマイズ開発対応や、  
SAMURAI TECHNOLOGYへのOJT※により効率的な開発と迅速な納品が可能になり、増収増益を達成。  
一方、持分法適用関連会社であるエネサイクルへの先行投資により、親会社株主に帰属する中間純利益は減益となった。

# 2025年3月期第2四半期（中間期） 事業ハイライト

## 株式会社既読をグループ会社化

**生成AIによるクリエイティブ革命で  
EC事業を加速させる新サービスの提供開始。**

生成AIを活用し、新しい成長のチャンスを作り出す。  
マーケティングとクリエイティブの自動化と効率化で、  
競争優位性を確保。

詳細はP.32を参照



## 2025年3月期第2四半期（中間期）決算概要

### 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	2025年3月期 2Q	増減	前年度同期比
売上高	1,741,973	1,816,569	+ 74,596	+ 4.3%
営業利益	271,617	320,660	+ 49,043	+ 18.1%
経常利益	313,667	207,192	▲ 106,475	▲ 33.9%
税金等調整前 中間純利益	313,667	212,175	▲ 101,492	▲ 32.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益	191,066	77,651	▲ 113,415	▲ 59.4%

## 2025年3月期第2四半期（中間期） 予算進捗

### 連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2025年3月期 2Q 実績	2025年3月期 通期 予算	進捗
売上高	1,816,569	3,815,446	47.6%
営業利益	320,660	604,956	53.0%
経常利益	207,192	683,343	30.3%
親会社株主に帰属する 中間純利益	77,651	454,730	17.1%

主に、持分法適用関連会社であるエネサイクルの投資損失を営業外費用に計上したことによるもの。2Q末では先行投資が継続し損失計上となっているため、残余財産分配請求が可能な範囲で全額を取り込む会計処理となる。なお、3Q以降、複数のプロジェクト案件の進展による業容拡大に伴う収益を見込む。

## 2025年3月期第2四半期（中間期） フューチャーショップ サマリー

### 単体 フューチャーショップ



売上高

13.4億円

YoY

+ 0.9億円  
(+ 7.2%)

営業利益

4.1億円

YoY

+ 0.2億円  
(+ 7.4%)

営業利益率

30.6%

YoY

+ 0.1pts

GMV

988億円

YoY

+ 39.2億円  
(+ 4.1%)

9月末契約件数

2,837件

FYTD

▲ 44件  
(▲ 1.5%)

ARPU

78,458円

YoY

+ 6,189円  
(+ 8.6%)

## 2025年3月期第2四半期（中間期） ソフトел サマリー

**単体** ソフトел（SAMURAI TECHNOLOGY合算）



売上高※1

4.2億円

YoY

+ 2.8百万円  
(+ 0.7%)

営業利益※1

0.3億円

YoY

+ 8.6百万円  
(+ 29.2%)

営業利益率※1

8.9%

YoY

+ 2.0pts

※1 SAMURAI TECHNOLOGYは、ソフトелに対するSES※2売上案件が今後も増大していくに伴い、2024年3月期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。

 上期  
開発売上総額

1.5億円

YoY

▲ 7.4百万円  
(▲ 4.7%)
 1社あたり  
開発売上高

1.2百万円

YoY

+ 0.08百万円  
(+ 6.9%)
 上期  
ストック売上

1.8億円

YoY

+ 8.5百万円  
(+ 4.8%)
 上期  
ストック売上比率

50.1%

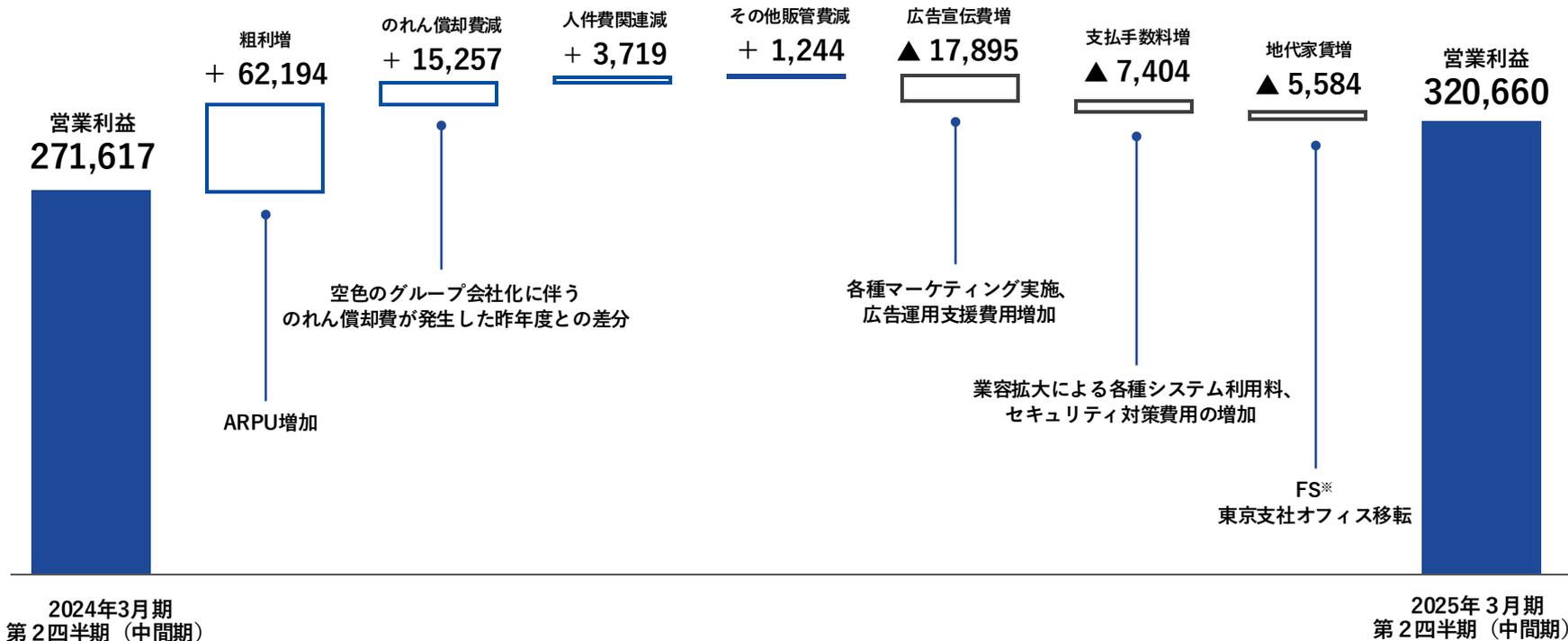
過去8年間  
平均比

+ 6.8pts

## 前年度同期比 第2四半期（中間期）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



## 2025年3月期第2四半期（中間期） 営業利益～税金等調整前中間純利益の増減分析

### 連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2024年3月期 2Q	2025年3月期 2Q	増減
営業利益	271,617	320,660	+ 49,043
営業外収益	42,314	27,613	▲ 14,701
営業外費用	264	141,081	+ 140,817
経常利益	313,667	207,192	▲ 106,475
特別利益	-	6,176	-
特別損失	-	1,193	-
税金等調整前 中間純利益	313,667	212,175	▲ 101,492
<b>EBITDA*</b>	<b>349,472</b>	<b>381,999</b>	<b>+ 32,527</b>

主に、持分法適用関連会社であるエネサイクルの投資損失によるもの。2Q末では先行投資が継続し損失計上となっているため、残余財産分配請求が可能な範囲で全額を取り込む会計処理となる。  
なお、3Q以降、複数のプロジェクト案件の進展による業容拡大に伴う収益を見込む。

## 2025年3月期 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

	2025年3月期 1Q	2025年3月期 2Q	増減
売上高	898,956	917,613	+ 18,657
営業利益	154,688	165,972	+ 11,284
経常利益	107,367	99,825	▲ 7,542
営業利益率	17.2%	18.1%	+ 0.9pts
親会社株主に帰属する 四半期純利益	40,599	37,052	▲ 3,547

1Qに引き続き、  
2Qも先行投資継続による  
持分法による投資損失の計上  
となったため、著増減はなし。

## 2025年3月期第2四半期（中間期）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

	2024年3月期4Q	2025年3月期2Q	増減	
流動資産	2,305,885	2,303,604	▲ 2,281	
現金及び預金	1,733,879	1,606,854	▲ 127,025	
その他	128,896	236,762	+ 107,866	●—● サーバー利用料割引のための前払金支出。
:	:	:	:	
固定資産	1,576,802	1,390,431	▲ 186,371	
有形固定資産	78,489	141,850	+ 63,361	●—● FS※の東京支社オフィス移転による什器等購入。
投資有価証券	1,002,854	692,138	▲ 310,716	●—● 持分法適用関連会社であるエネサイクルの投資損失および投資先の上場株式の株価下落。
:	:	:	:	
流動負債	915,574	898,134	▲ 17,440	
固定負債	122,138	94,547	▲ 27,591	
純資産	2,844,974	2,701,354	▲ 143,620	
その他 有価証券評価差額金	379,180	251,981	▲ 127,199	●—● 投資先 上場株式の株価下落。

## 2025年3月期第2四半期（中間期） 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

	2024年3月期2Q	2025年3月期2Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	527,772	97,316	▲ 430,456
税金等調整前中間純利益	313,667	212,175	▲ 101,492
持分法による投資損益	-	124,594	124,594
預け金の増減額（▲は増加）	12,140	▲ 59,813	▲ 71,953
その他	114,122	▲ 140,933	▲ 255,055
:	:	:	
法人税等の支払額	▲ 82,445	▲ 115,445	▲ 33,000
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 84,049	▲ 112,762	▲ 28,713
無形固定資産の取得による支出	▲ 51,151	▲ 61,403	▲ 10,252
:	:	:	
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 111,604	▲ 96,151	15,453
自己株式の取得による支出	▲ 109,797	▲ 15,036	94,761
配当金の支払額	-	▲ 79,008	▲ 79,008
:	:	:	
現金及び現金同等物の増減額（▲は減少）	347,586	▲ 127,025	▲ 474,611

エネサイクルに関する持分法による損失取込

投資一任契約に基づく自己株式取得を実行するための預け入れ

主にサーバー利用料割引のための前払金支払い

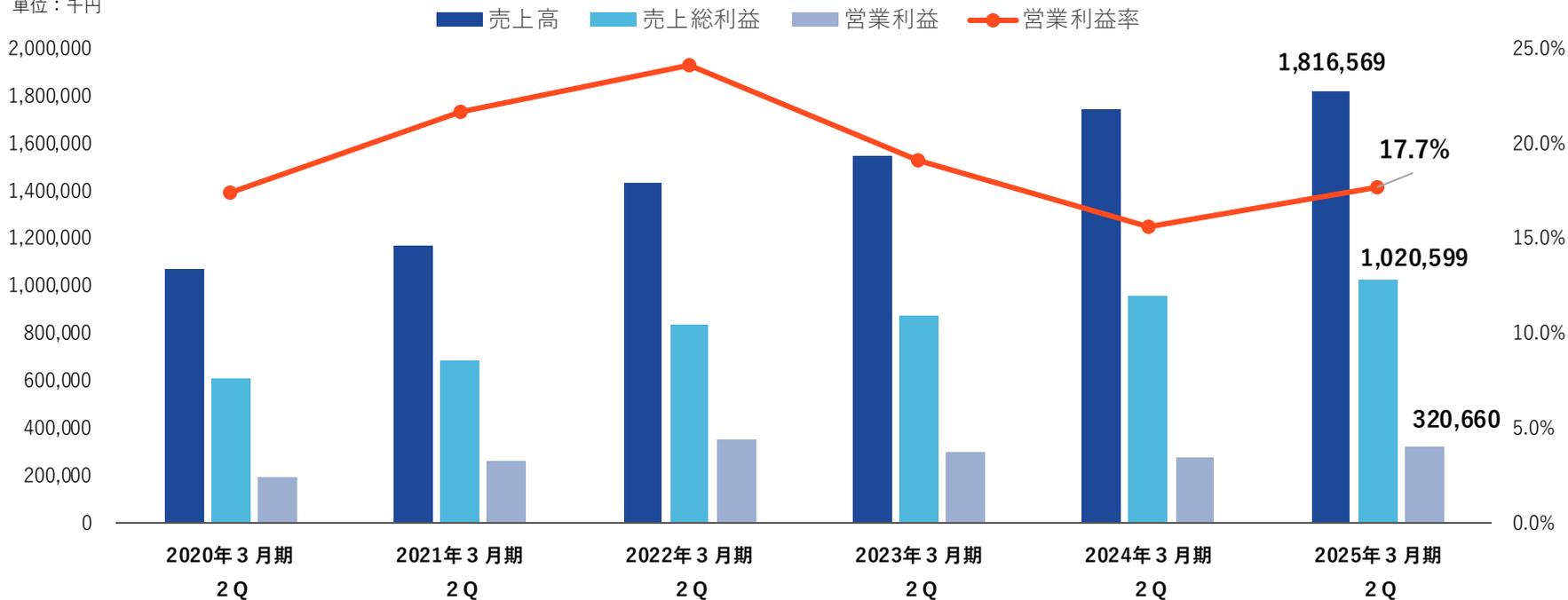
自己株式取得実行における取得価額の差額

2024年3月期の期末配当金の支払い

## 2025年3月期第2四半期（中間期） 連結業績推移

2025年3月期第2四半期（中間期）は、過年度からの継続的な売上高や売上総利益増加を実現し、M&A関連報酬やのれん償却費等のM&A関連費用が発生しなかったこと、さらに既存事業のオーガニックな成長によって、昨年度よりも営業利益が増加した。

単位：千円



## 財務戦略（中期経営計画）

### 企業価値最大化を図る



#### 株主還元

配当

配当性向30%\*

自己株取得

機動的に実施

内部留保

成長投資を積極的に実施し  
中長期のEPS成長を加速させる  
ことで株主還元を拡大



#### 資本構成

事業成長と企業価値向上のための  
最適な資本構成を構築



#### 成長投資

コア事業

人材投資を源泉とした  
機能・プロダクト・事業領域の拡張

新規事業

積極的かつ戦略的に実施

※ 親会社株主に帰属する当期純利益に対する配当性向30%

サステナブルな成長の実現

ROE 20%目標

## 自己株式取得

中期経営計画(2025年3月期～2027年3月期)において掲げる財務戦略に基づき当社における戦略的な投資機会、財務状況や株価水準等を総合的に勘案して機動的な自己株式取得を行う。



### 取得に係る事項の内容

(1)取得対象株式の種類	普通株式
(2)取得し得る株式総数	100,000株 (上限) (発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合1.4%)
(3)株式の取得価額の総額	75,000,000円 (上限)
(4)取得期間	2024年11月15日～2025年3月31日
(5)取得方法	取引一任契約に基づく市場買付

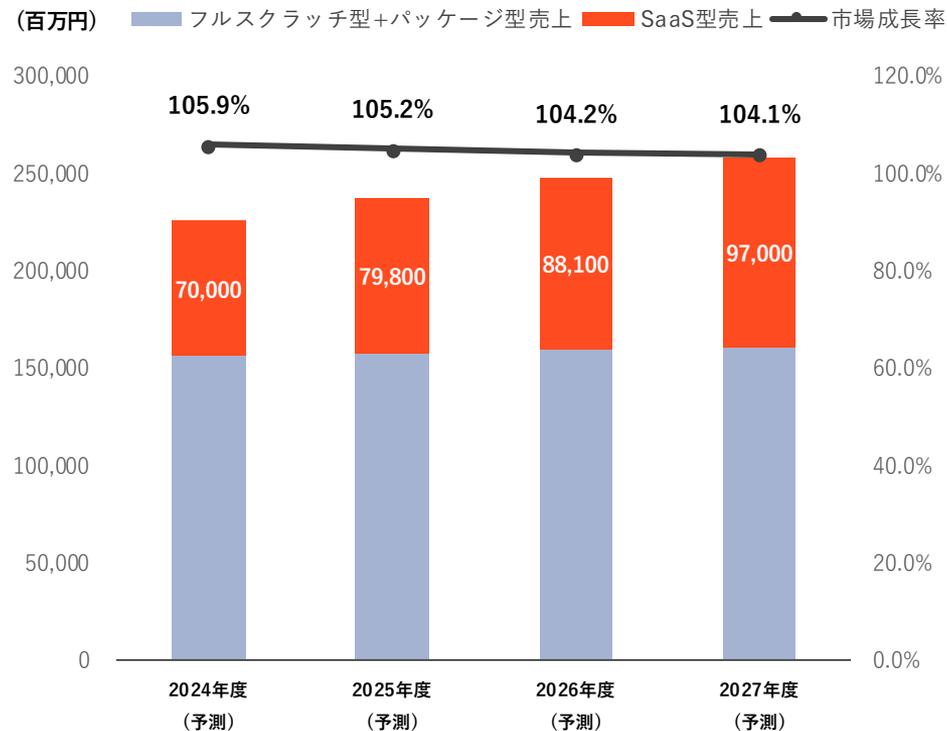
3

成長戰略

## ターゲット市場の成長とSaaS型の優位性



<図表>ECサイト構築支援サービスの提供方法別市場シェア予測（2024~2027年度）



### SaaSの優位性

- 開発スピードと拡張性、基幹システムとの連携で優位性があり、新規参入の小規模・中小企業から大型EC事業者に至るまで導入率が拡大
- 導入企業1社当たりの売上額も拡大している

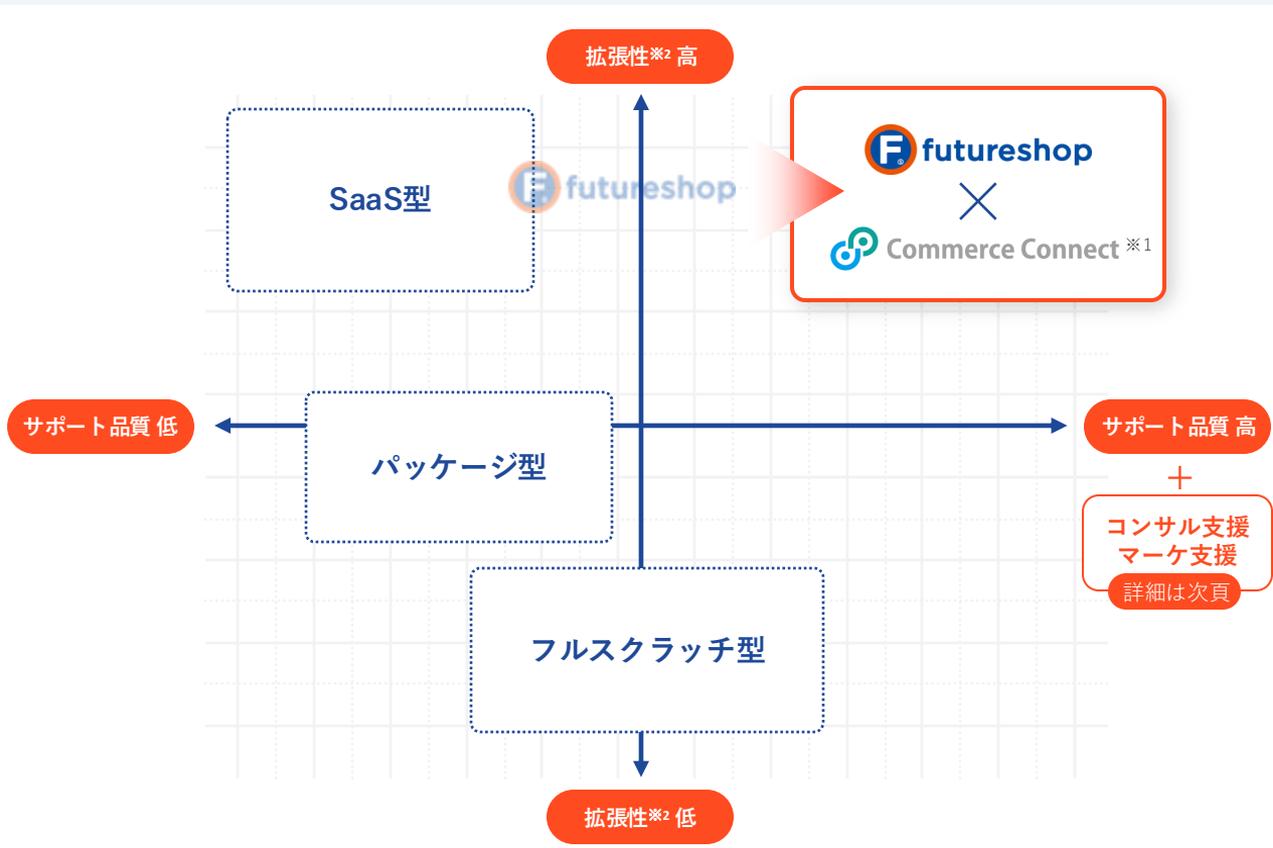
### 市場の促進要因

- ECサイト構築を容易にするAI技術の進展
- SNSやYouTubeのような新たな動画配信プラットフォームの登場により、EC市場が爆発的に伸びる可能性
- 実店舗とECの連携が国内で活況になったことで、消費者のリテラシーとニーズが向上

### 市場の阻害要因

- 越境ECへのハードル
- コロナ収束後、消費者のリアル店舗への回帰がみられ、EC事業予算削減の可能性
- EC業界には物流など、人手で行わなければならない業務が非常に多く存在する。これらの業務に問題が発生すると、自社ECの価格メリットが出しにくくなる可能性がある

# ECサイト構築サービスでのポジショニング ※1



**futureshopと  
Commerce Connect※1の  
共創シナジーで、  
進化したマーケティングサポートと  
戦略コンサルティングへ**

サポート品質 高  
+  
コンサル支援  
マーケ支援  
詳細は次頁

※1 Commerce Connect :  
SaaS型 多店舗管理サービス。カスタマイズ要望  
が多い機能をモジュール化。グループの共創シナ  
ジーを高めることを目的に開発中。

※2 拡張性 :  
連携先アライアンスサービスの数のこと。  
ショップの成長フェーズに必要な機能を拡張。

## futureshop × Commerce Connect マルチチャネルデータ活用支援

futureshopとCommerce Connectの共創シナジーで、  
進化したマーケティングサポートと戦略コンサルティングへ

futureshop × Commerce Connect

### マルチチャネル データ分析

一覧性に優れ、  
一元的な確認・分析が可能な  
ダッシュボード

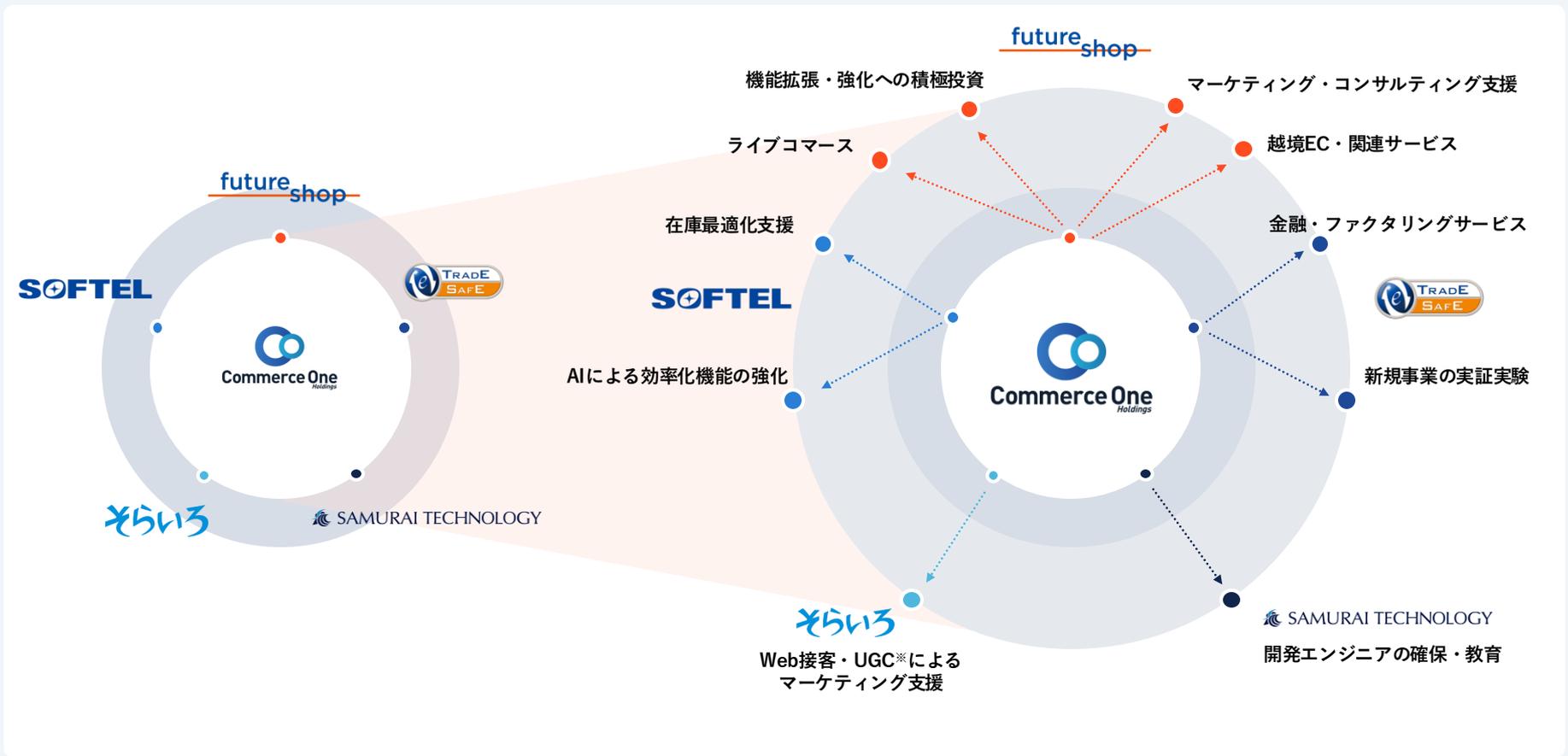
マーケティングサポート

戦略コンサルティング

- 各モール動向にあわせた動的価格設定の最適化
- 高ROIを可能にする効果的なプロモーション
- MD戦略の最適化
- 越境ECマーケティング支援

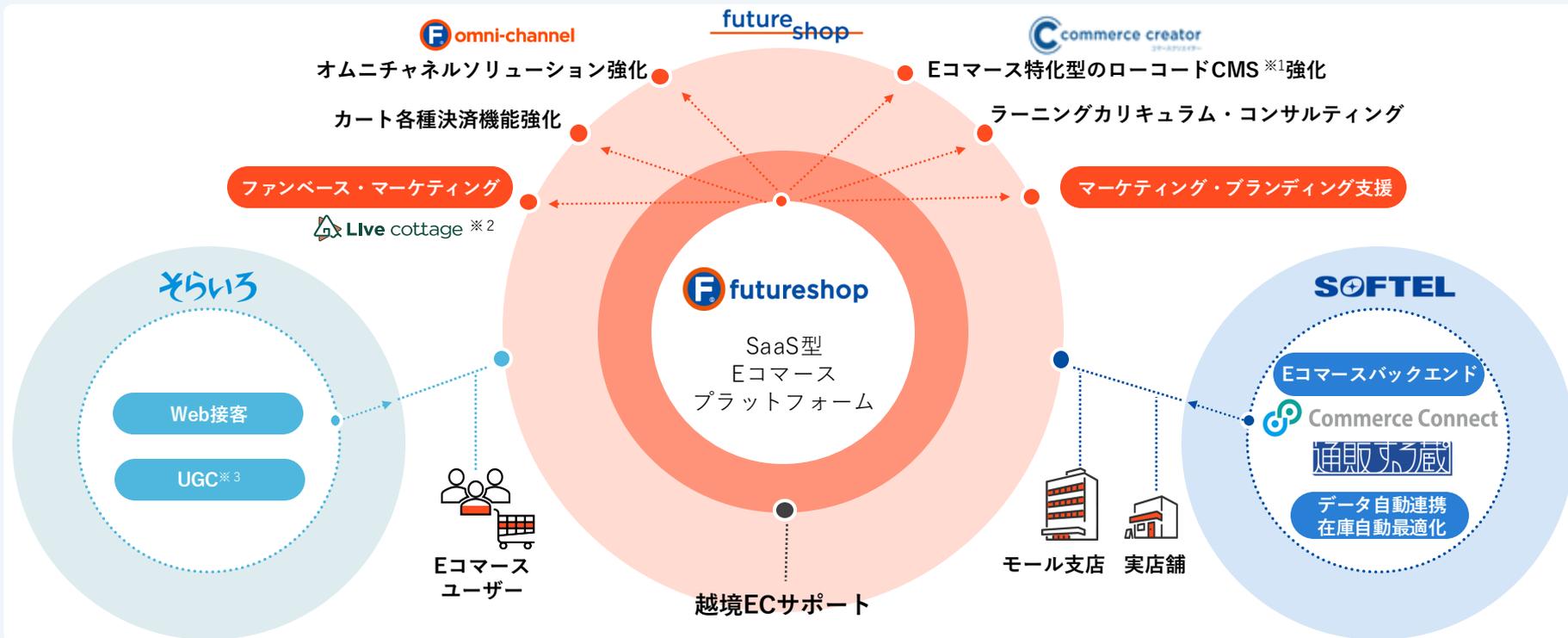


# 新規事業



## コア事業

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3四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。

第三次アップデート：2025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。

第二次アップデート：2024年秋予定

- 管理画面UI改善

#### 商品管理画面リプレイス

classic版管理画面バージョンから現行バージョンへのリプレイスに着手。

- ライブコマースプロダクト強化

#### ライブコマース強化

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

#### Eコマース実践型グループコンサルティング事業準備

ワン・トゥ・ワンによる売上向上のための実践型勉強会のサービスをオプション化。顧客成長基盤を拡充。

2025年春開始

### 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

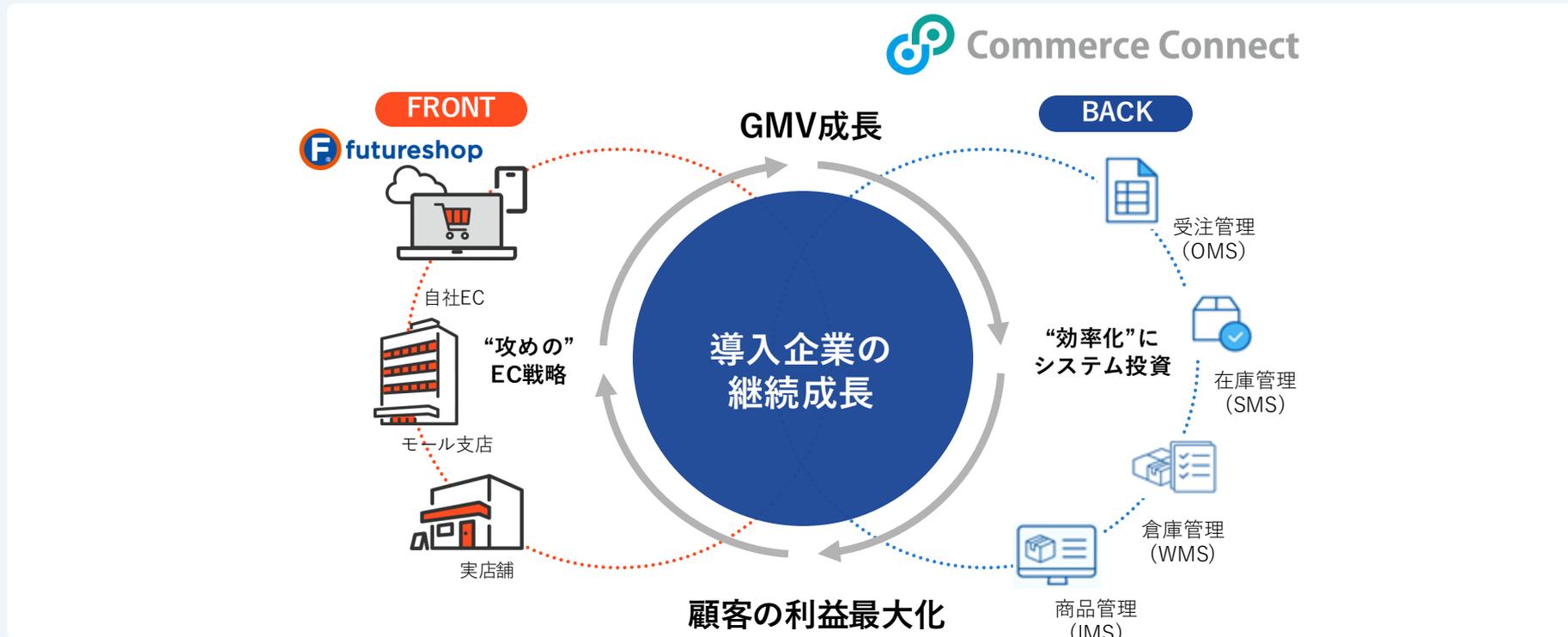
#### マーケティング強化

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

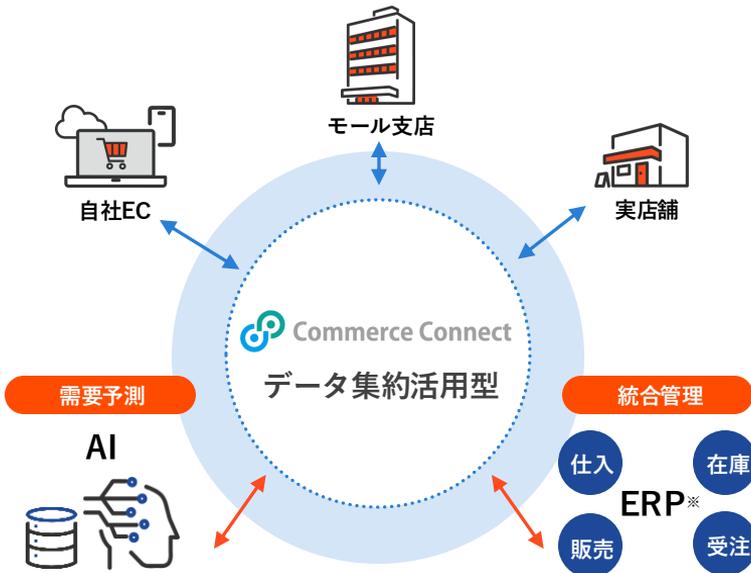
EC業界を「労働集約型」から「データ集約活用型」に変換。

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



# 株式会社既読をグループ会社化 新サービスを提供開始



人とAIが協働し、低コストで高品質なコンテンツを生成。  
マーケティングとクリエイティブの両面をサポート。

Automation

自動化で  
原価抑制

Efficiency

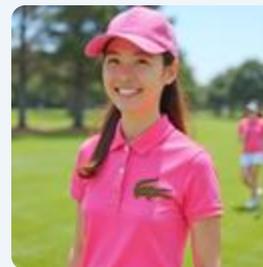
短期間で  
大量生成

Flexibility

様々なチャネル  
に対応



生成AIクリエイティブで、マーケティングを加速する



# Commerce Connect・通販する蔵 生成AIプロジェクト



## SOFTTEL 2025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

- 「Commerce Connect」開発計画中

プロトタイプ版の課題解消を重ねながら、futureshopバックオフィス機能の実装を目指し、「Commerce Connect」の開発計画を見直し中。

- AIを利用した機能の開発およびオプション提供を予定

生成AI画像や商品情報作成サポート機能の試験開発を進める。一部機能についてはPOCを実施中。

### 顧客ニーズの高い事案を重点提案

- RSL(楽天スーパーロジスティクス)への対応

楽天市場の「最強配送」取組みによって高まったRSLへの出荷情報連携ニーズに応じて、顧客提案を実施中。

- 送り状自動発行機能

自社倉庫出荷の配送品質や配送スピードを向上させる環境を提案。

### 営業・開発体制の強化

- 合併による経営基盤強化

SAMURAI TECHNOLOGYとの合併で迅速な経営判断が可能になり、営業や開発、保守業務を効率化させ成長を加速する。

- サービス紹介動画やカスタマイズ事例集の活用

新規潜在顧客に対するYouTubeなどでサービス紹介動画を公開。在庫や商品情報機能など、強みに焦点を当てて紹介。既存顧客には、豊富なカスタマイズ事例集を提案中。引き続き、積極的な営業活動を実施していく。

- 「通販する蔵」セミナー実施

サービス認知度の向上とリード獲得のため、「通販する蔵」に親和性のある外部ベンダーと共同セミナーを積極的に実施中。既存顧客との定期的なセミナーの実施により、課題発見の機会となる。

## プロダクト開発スケジュール

2025年度 3月期		2026年度 3月期		2027年度 3月期	
上期	下期	上期	下期	上期	下期
	送料計算/配送日表示系機能強化（食品系EC向け機能強化）				
					
	定期/領布会販売機能強化（サブスクリプション）				
					
	OMO <sup>※1</sup> ・オムニチャネル機能強化				
					
	UGC <sup>※2</sup> ソリューション開発				
					
		Commerce Connect リリース			
					

※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

90,000

80,000

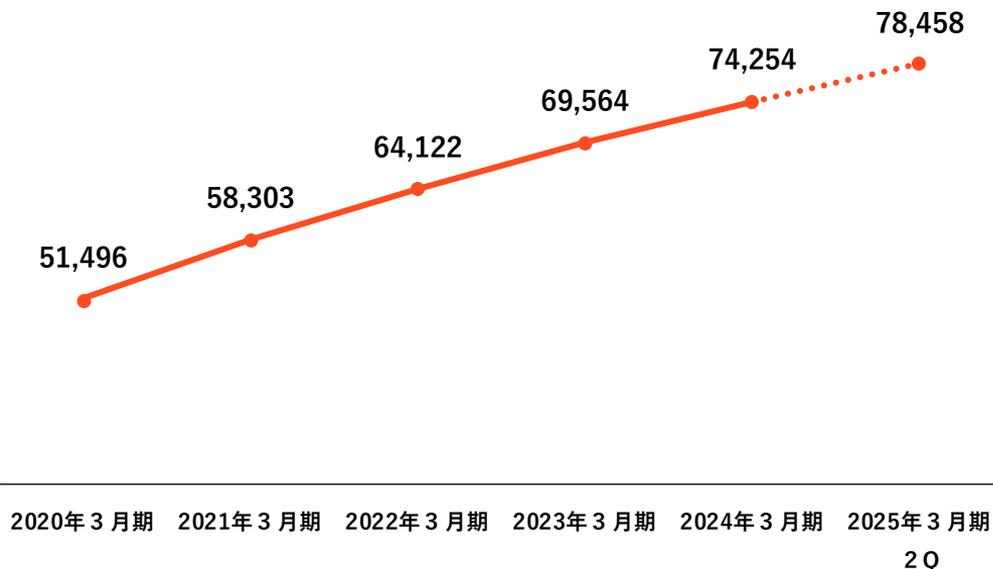
70,000

60,000

50,000

40,000

30,000



EC市場拡大に伴い、  
EC事業の成長に必要な機能は拡大。

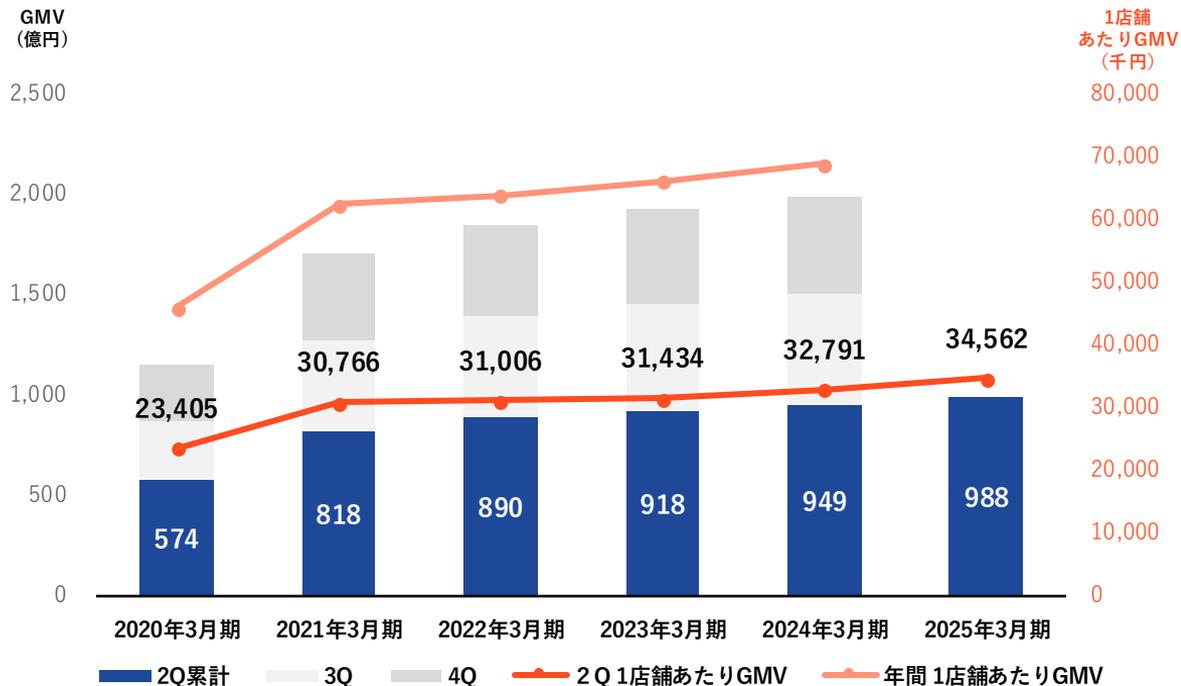
上記による、  
オプション機能・アライアンス連携  
サービスの利用拡大で、  
ARPUは着実に向上。

## GMV推移

2025年3月期第2四半期（中間期）累計

GMV **988億円**（前年度同期比 **4.1%増**）

1店舗あたりGMV **34,562千円**（前年度同期比 **5.4%増**）

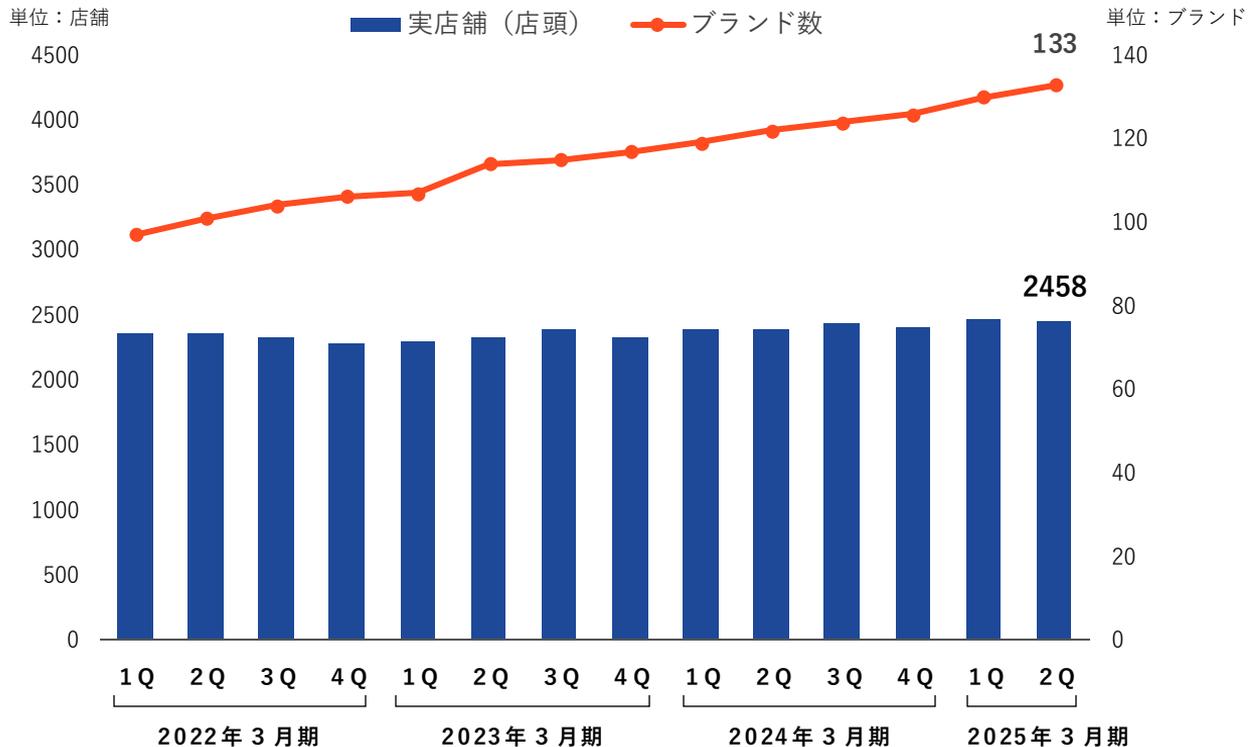


**GMVは当第2四半期（中間期）で988億円**  
**前年度同期比 +4.1%**

新規契約店舗の獲得は引き続き厳しい一方、1店舗あたりのGMVは前年比5.4%増加し、顧客の堅実な成長を実現。

また、6月からの料金改定の契約店舗数への影響は軽微ではあるものの、売上規模が小さい事業者のECサイト閉鎖に伴う解約が増加している傾向にある。

## オムニチャネル推移

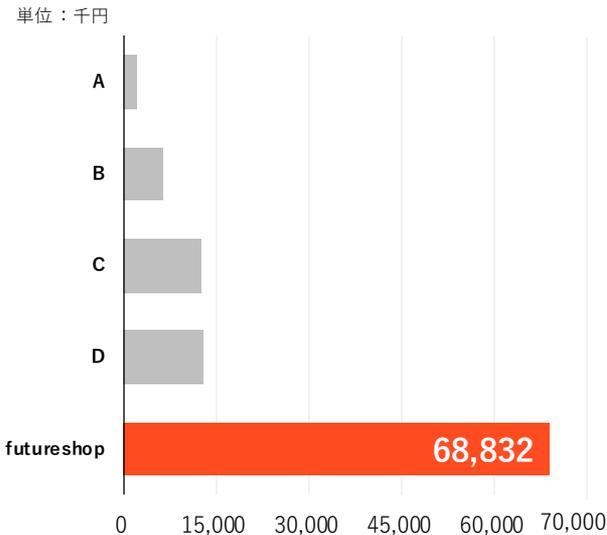


企業のOMO※・オムニチャネルへの投資は積極的な状況が続いている。

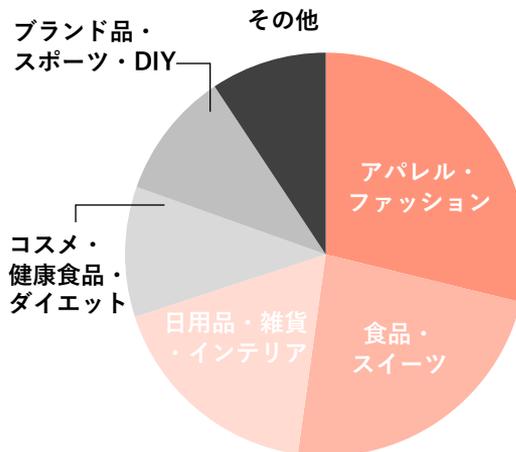
## サービスの特長

### 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  
(2025年3月期2Q時点)



※上記グラフは2023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 **23.2%**増加

2025年3月期2Q：  
成長率平均※1前年度同期比  
+ **23.2%**

2025年3月期2Q：  
成長率平均前年度同期比  
+ **12.9%**

※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 - **F** futureshop **F** omni-channel の顧客満足度および認知度

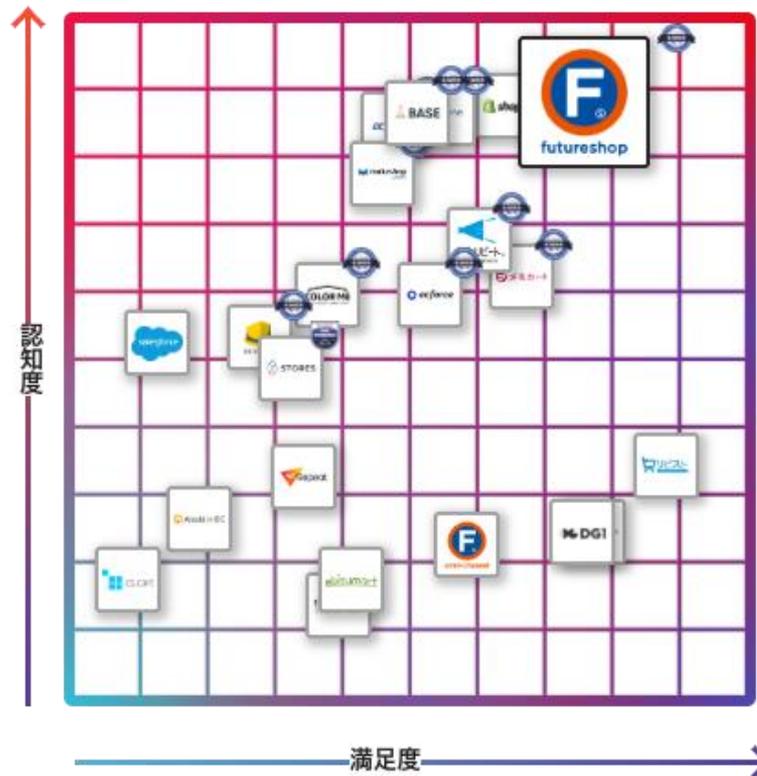


ITreview Grid Award 2024 Fall にて  
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを  
**21期**連続(5年連続)受賞



「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

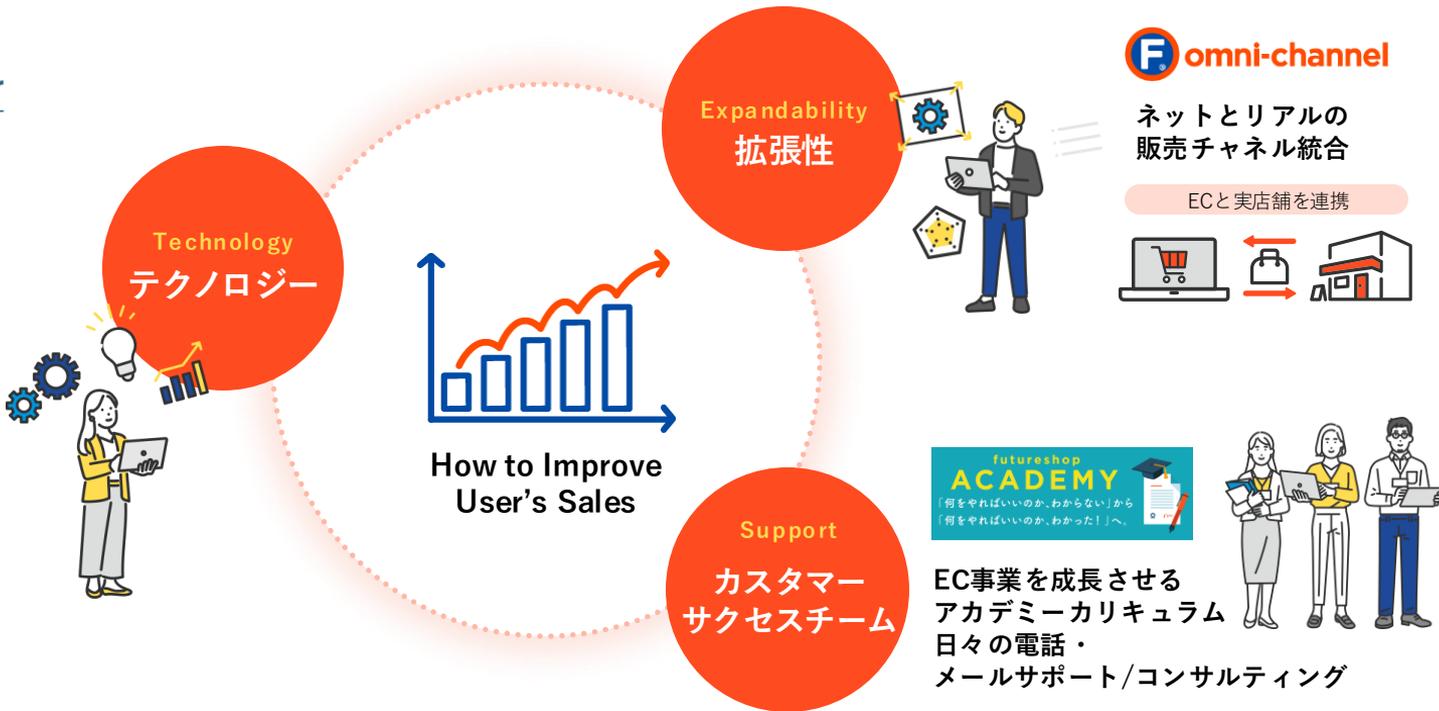
## サービスの強み

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。



(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シエルパモール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
- CODE Marketing Cloud for futureshop
- MATRZ CX for futureshop
- PUSH ONE for futureshop
- Flipdesk
- unisize
- SkinSense
- i-DESIGNER
- wearcoord
- Charlla
- ユニウェブ **new!**

#### 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
- WEBCAS

#### コンタクトセンター支援

- Re:lation

#### スマホアプリ

- MGR e

#### EFO

- EFOcats for futureshop

#### 延長保証

- proteger

#### ギフト支援

- giftimeze for futureshop
- AnyGift

#### 返品支援

- Narvar
- 返品くん

### 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
- toridori
- dfplus.io
- DFOマネージャー
- AdSIST
- EC Booster

#### インフルエンサー/紹介マーケティング

- エフカフェ運用支援
- SupershipECコンサルティングサービス
- Social Penguin **new!**
- A8.net
- アフィリエイト

#### SNS・動画プラットフォーム連携

- YouTubeショッピング
- TikTok for Business

### レコメンド

#### レコメンドエンジン

- アイジェント・レコメンド
- NaviPlusレコメンド
- awoo AI
- ViSenze

#### 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
- 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
- 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
- はびロジ
- Fulfillment by ZOZO
- 富士ロジテックホールディングス
- ロジレス
- LogiMoPro
- SBフレームワークス

### 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

## 2025年3月期第2四半期（中間期）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：65講座  
参加者数：**1,075名**

### オープンセミナーイベント



開催回数：15イベント  
参加者数：**646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：**82社**

EC運用やサイト制作にAIを活用するセミナーを複数回開催し、昨今の関心の高まりを反映して多数の集客を実現。

## 2025年3月期第2四半期（中間期）事業トピックス

プレスリリース 2024.07.23

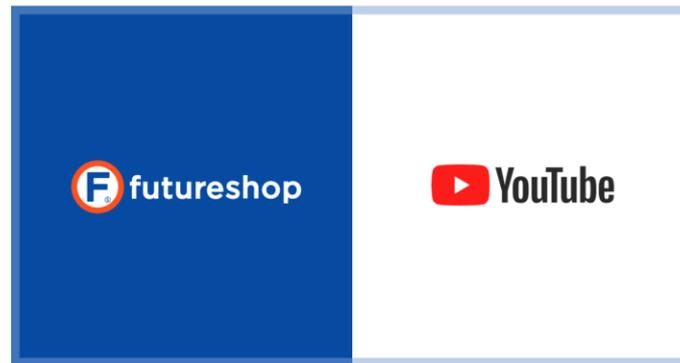
### YouTubeチャンネルや動画に商品が掲載できる「YouTube ショッピング」との連携開始

～YouTube チャンネルやYouTube上の動画・ライブ配信からECサイトの商品ページへ、スムーズに遷移・購入が可能に～

Googleが運営する動画プラットフォーム「YouTube」が提供する「YouTube ショッピング」との連携を開始。

「YouTube ショッピング」とは、YouTube チャンネルやYouTube上での動画、ショート動画、ライブ配信で商品を紹介することができる機能である。視聴者はYouTube上で商品をクリックすることで、該当商品ページにスムーズに遷移し、そのまま購入することが可能。

この連携により、futureshopユーザーは、ECサイトで販売中の商品を、国内の月間アクティブユーザー数が7,120万人を超えるYouTubeに掲載できるように。動画やライブ配信によって表現力豊かに商品を訴求できるだけでなく、商品ページへスムーズに遷移させることで、さらなる販売促進が可能となる。



## 2025年3月期第2四半期（中間期）事業トピックス

プレスリリース 2024.09.05

### ウェブアクセシビリティツール「ユニウェブ」との連携開始

～コード一行をECサイトに追加するだけで、導入当日にウェブアクセシビリティ機能を提供～

株式会社Kiva（本社：東京都中央区、代表取締役社長：野尻 航太、以下「Kiva」）が提供する、ウェブアクセシビリティツール「ユニウェブ」との連携を開始。

この連携により、futureshopユーザーは、ECサイトにアクセシビリティ機能をスムーズに提供できるように。

ウェブアクセシビリティとは、高齢者や障害者を含め、誰もがホームページ等で提供される情報や機能を支障なく利用できることを意味する。（総務省「公的機関に求められるホームページ等のアクセシビリティ対応」より）



## 空色が開発するUGC※<sup>1</sup>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※<sup>2</sup>  
ポイントプログラム

収集

多様な口コミ



活用

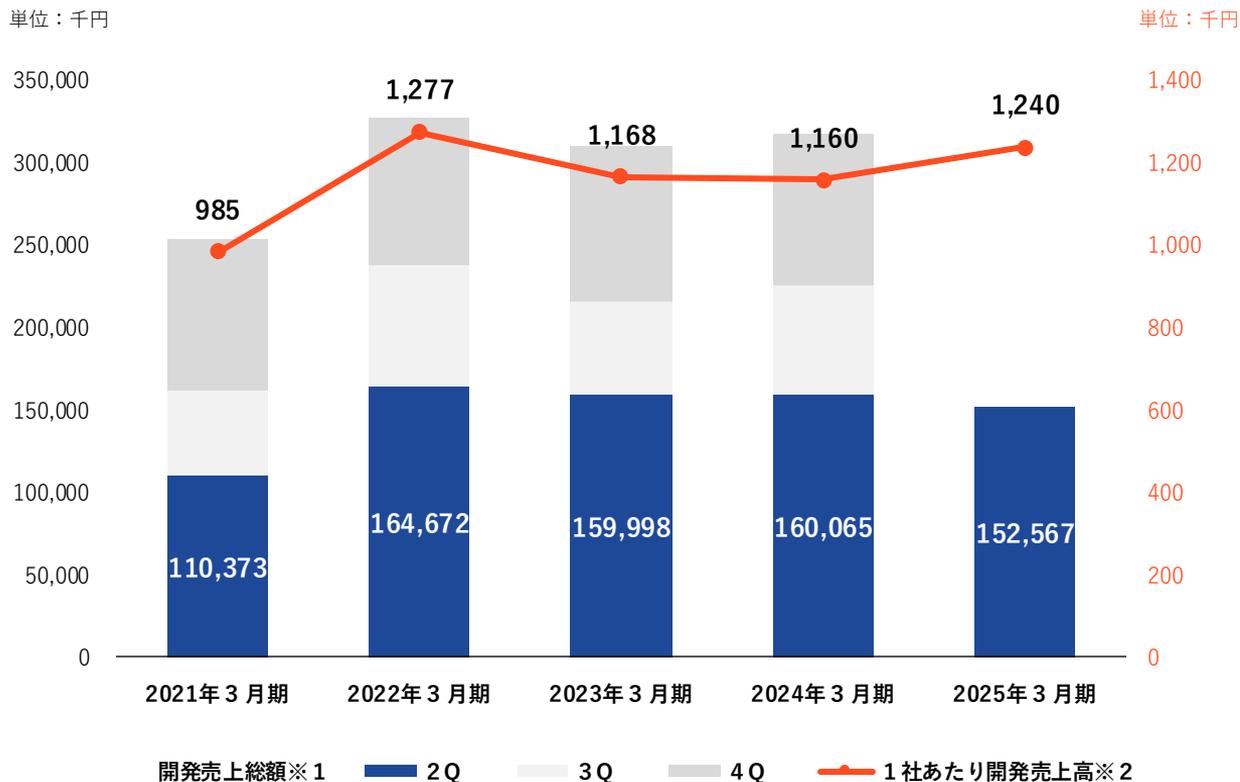
広告利用展開



**SOFTTEL**

株式会社ソフテル

## 開発売上総額※1・1社あたり開発売上高※2



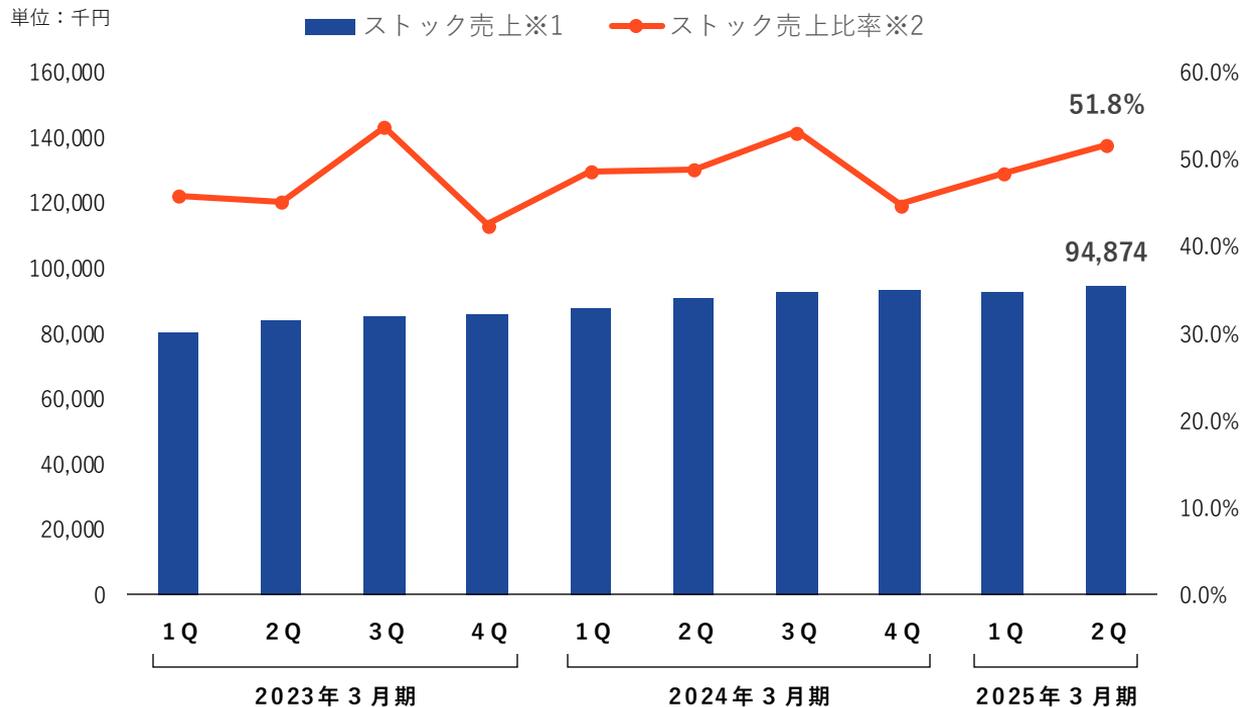
昨年度は新規大型案件が当年度に比して多く、対昨年度で開発売上総額は減少。一方、既存顧客への提案強化により収益性の高い案件が増えたため、1社あたり売上高は増加。

2022年3月期第2四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。

※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、季節要因納品が増えた結果、カスタマイズ売上が伸び、ストック売上比率は低くなる傾向にある。しかし、2025年3月期上期は2Qに納品が偏らなかったため、1Q3Qに近い水準のストック売上比率となった。

※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

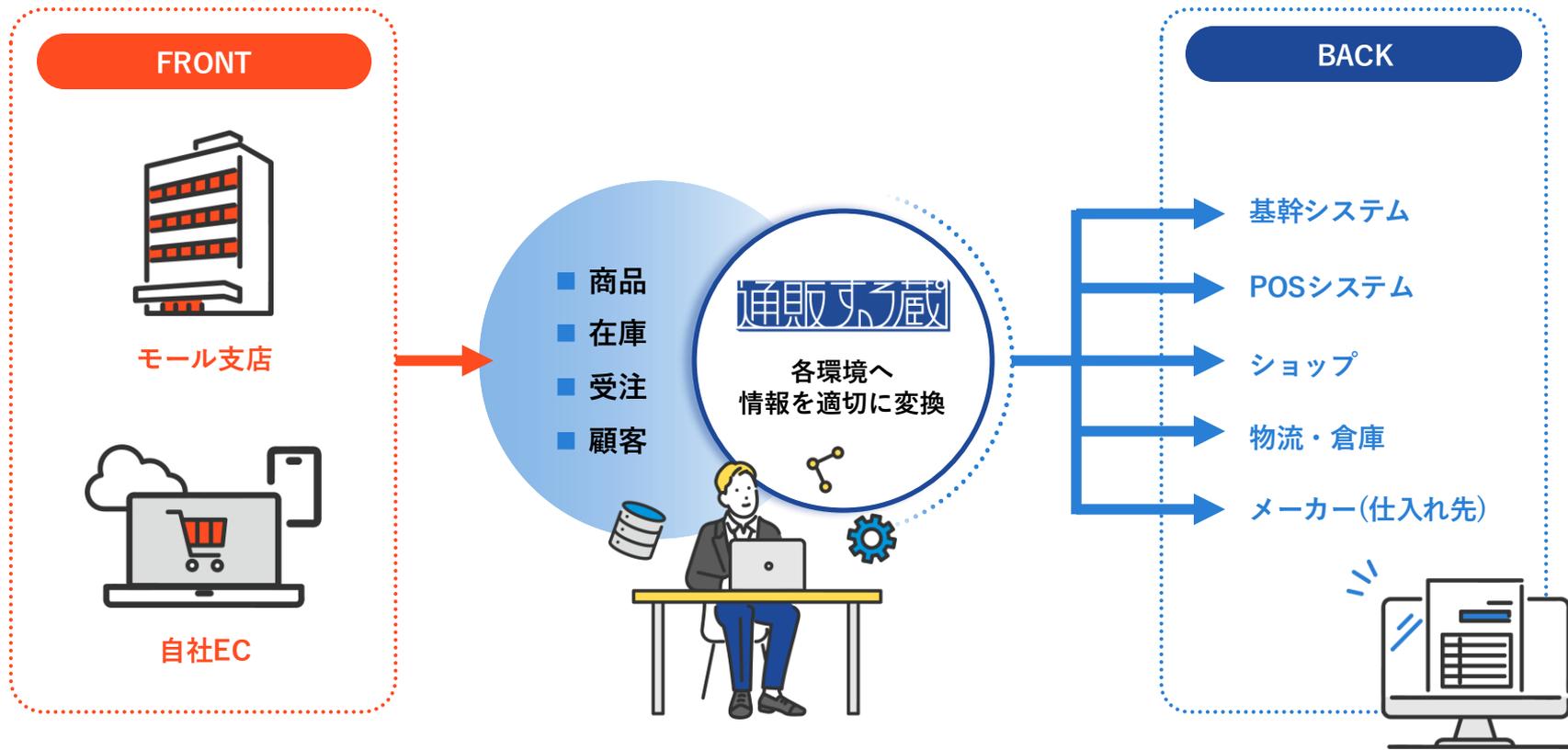
## 「通販する蔵」のコンセプト

### カスタマイズされた 一元管理システム



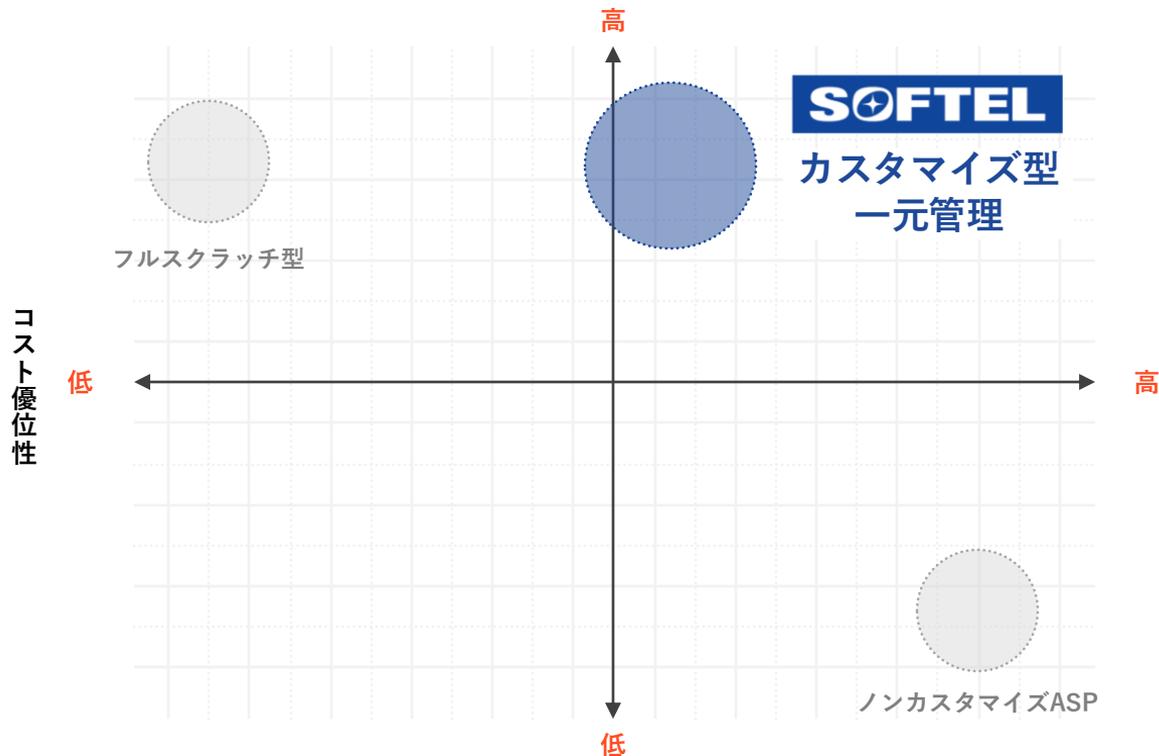
EC事業者の在庫管理などのバックヤードシステムにおいて、ノンカスタマイズ型ASPでは実現できないECオペレーションをカスタマイズによって一元管理することで人的リソースやコストの削減を実現し、成長に必要な経営資源を生み出す。

# 事業内容



## ポジショニング

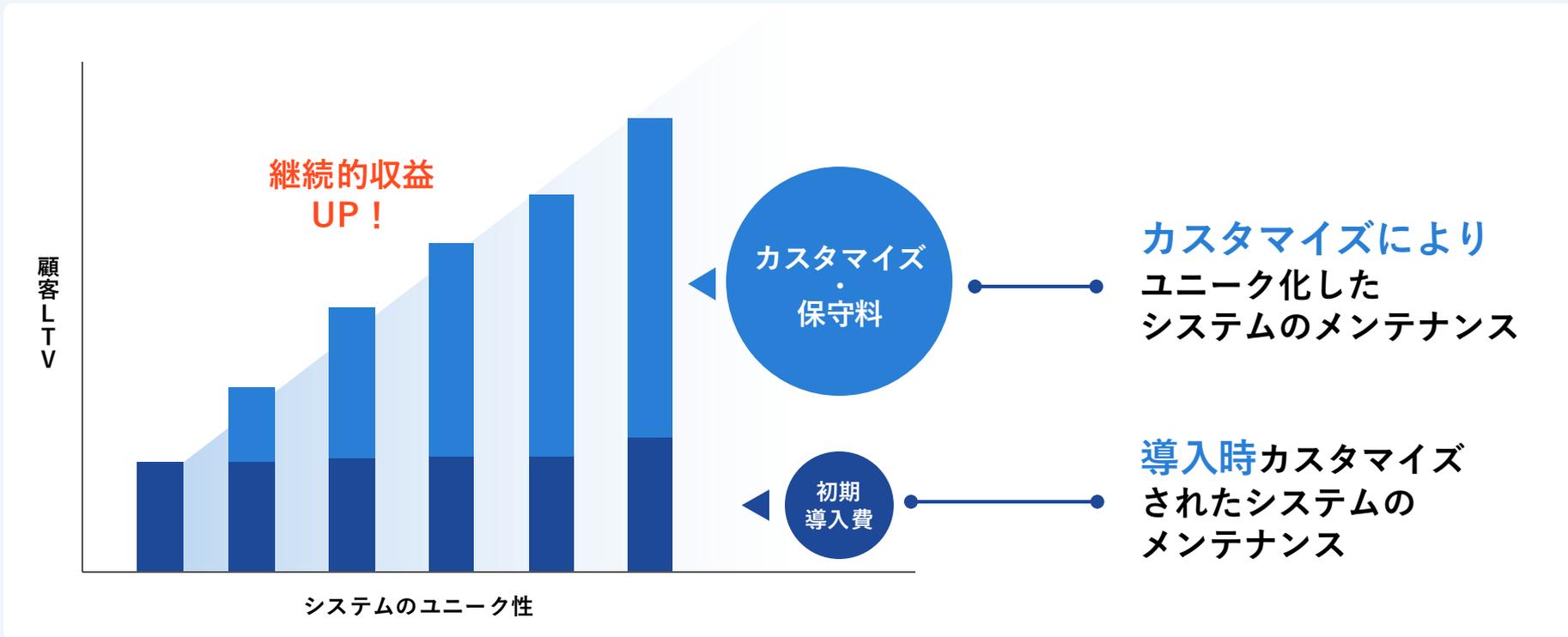
拡張性・カスタマイズ性



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。





株式会社TradeSafe

## TradeSafeトラストマークのコンセプトと事業内容

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することをミッションとしたTradeSafeトラストマークを提供。

### 18年間にわたり日本のEC業界を支援 (2006年サービス開始)

#### ECショップの 認定審査およびマークの付与



審査に合格した店舗サイトにTradeSafeトラストマークを表示しであり、消費者に対して、その店舗が安全であることを示す。

#### 裁判外紛争解決



ADR※機関の一般社団法人「ECネットワーク」と連携し、トラブル解決を支援。

#### あんしん補償



TradeSafe ADR※サービスでも解決できなかった場合等に適用されるサービス

## TradeSafeトラストマークのサービスの柱は大きく3つ

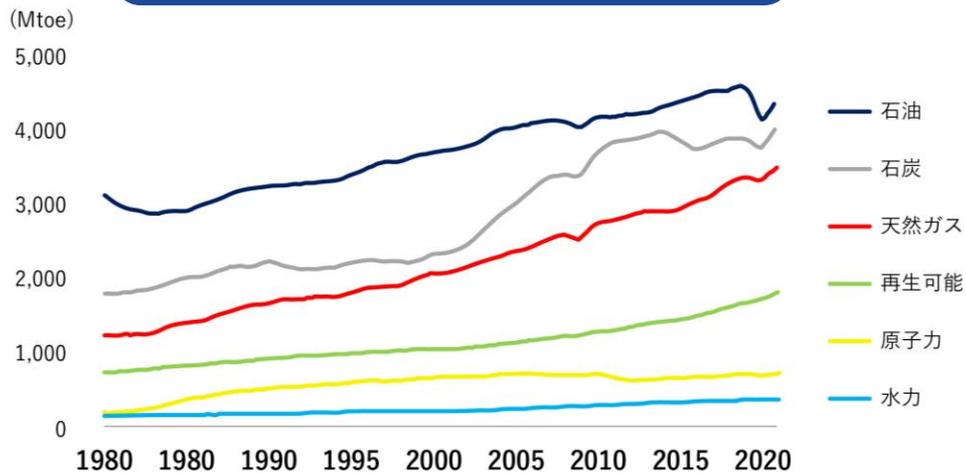
5

—  
関連会社

## 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。

### エネルギー源別一次エネルギー消費量の推移



出所：IEA, "World Energy Balances 2023 database"

### 企業が担うべき環境への責任



### グローバル市場における新産業の創造

- 雇用創出
- 地域活性



### 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

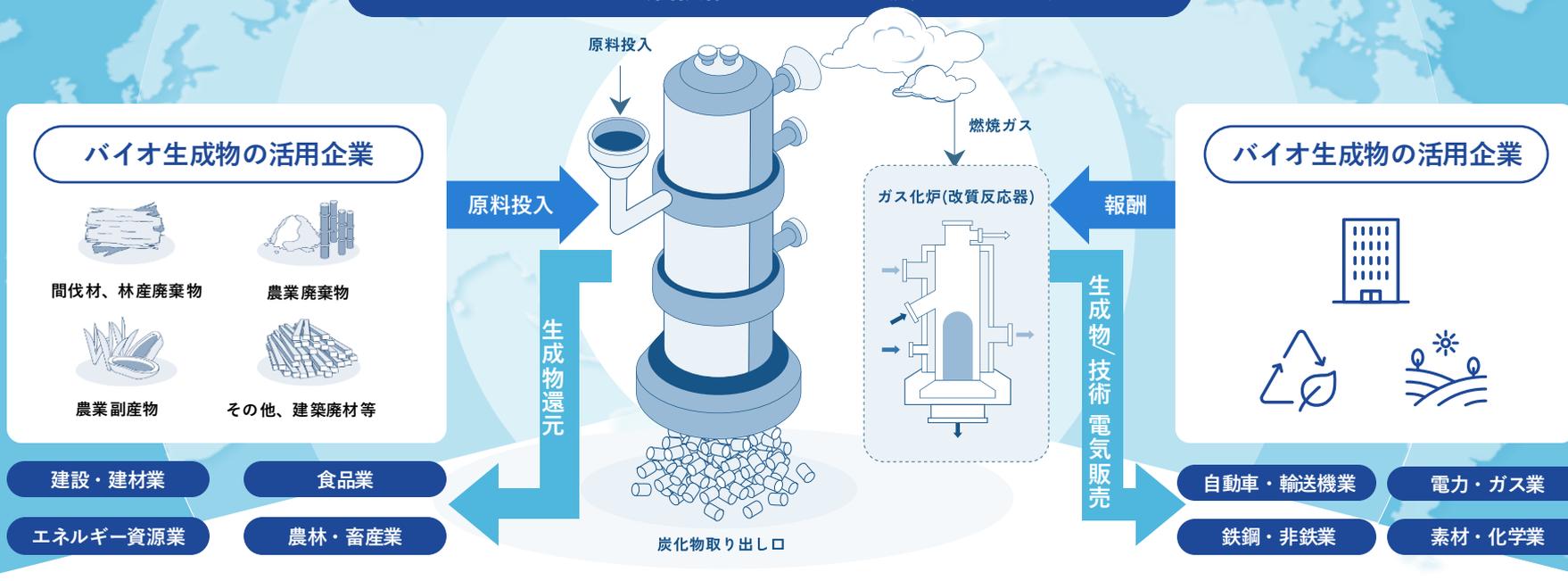
創業当初から代表取締役岡本が  
ファウンダーとして関与、確かな成長性を  
認識



## 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かし、効率的にバイオチャー・ガスを生成・活用

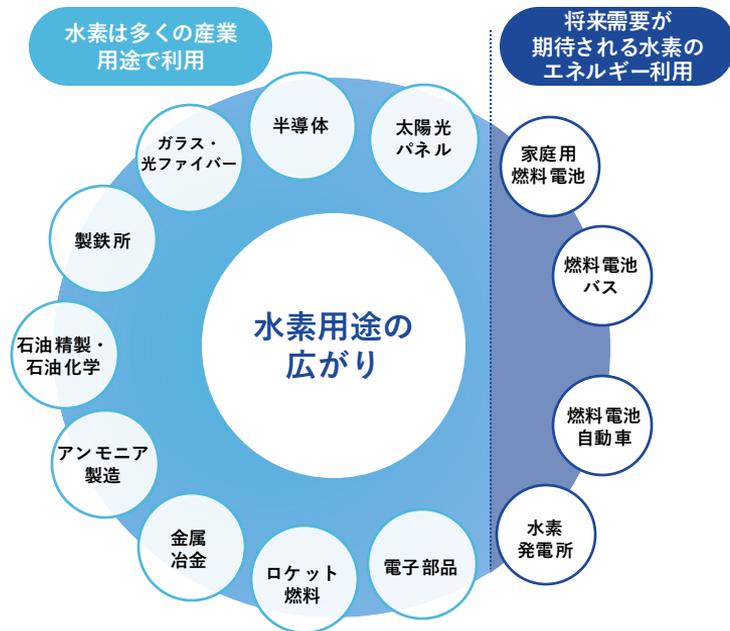
### エネサイクル独自技術によるバイオ炭・ガスの生成



## 当社事業の成長ポテンシャル | 水性ガスの活用・水素活用

### 拡大する水素活用、世界54兆円※の市場規模予測

#### 水素需要の現状とこれから



半導体ウエハ、太陽電池シリコン、液晶などの製造には、高純度の水素が不可欠である。

また、水素ガスの世界市場は2040年度に53兆8,297億円※と予測される。現時点では産業原料・工業ガス向けが大部分を占め、燃料電池車向けは徐々に増加すると見込まれる。

#### 当社実績

環境省の水素製造実証事業に採択され  
再エネ由来のグリーン水素の製造に成功

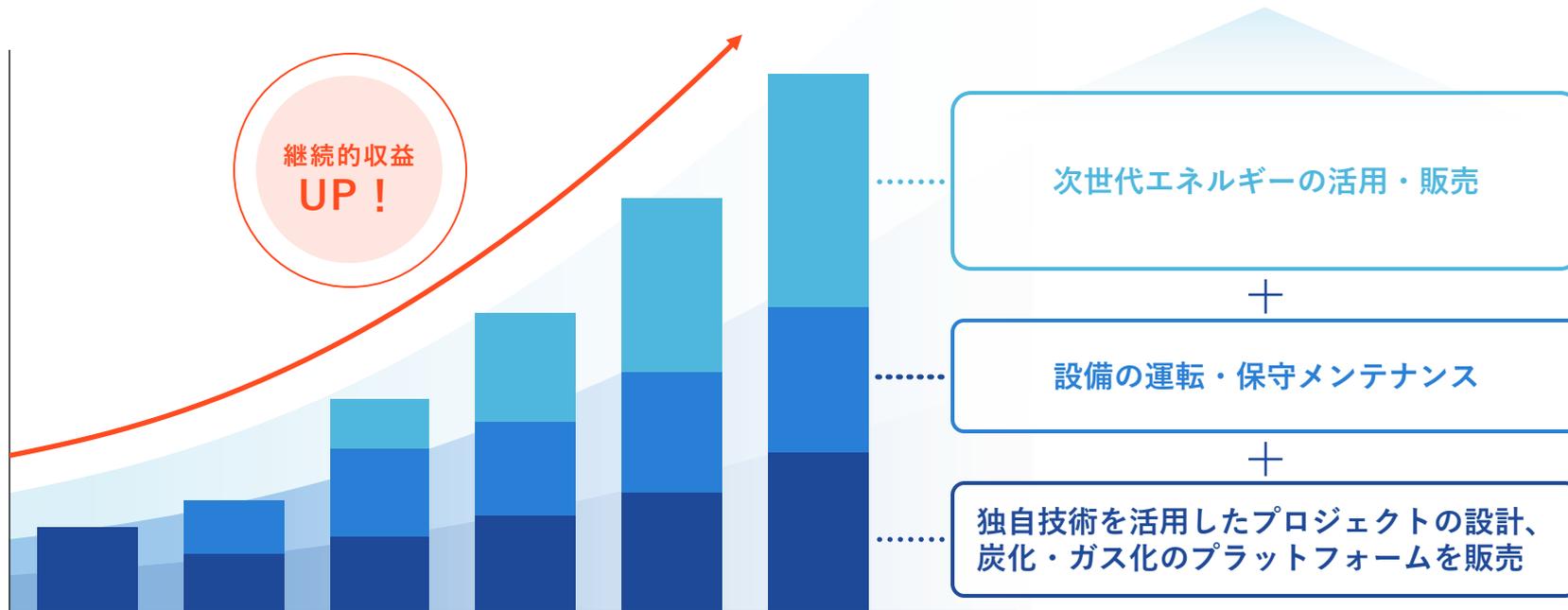


※水素製造プラントの完成写真  
(<https://www.shimz.co.jp/company/about/news-release/2022/2022029.html>)

環境省「地熱・バイオマス資源を活用する低コスト低炭素化水素製造技術開発・実証事業」に清水建設株式会社の共同実施者として当社が参画。国内に豊富に存在する地熱と木材などのバイオマス資源を活用したグリーン水素を製造することを目標に実証試験を実施。

## 収益モデル

特許を有する独自技術によるプラットフォーム化に伴い  
収益（運用・保守/バイオ炭・水素 販売）が拡大



## 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。