



2023年3月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社コマースOneホールディングス

(東証グロース：4496)

2022年8月12日

目次

1. 財務サマリー	P. 3
2. ビジネス概要	P. 13
3. 事業機会と成長戦略	P. 55
4. サステナビリティ	P. 61

1. 財務サマリー

2023年3月期第1四半期 サマリー



連結売上高

7.6億円

YoY

+ 0.5億円

(+ 7.6%)

連結営業利益

1.5億円

YoY

▲ 0.1億円

(▲ 9.5%)

連結営業利益率

20.3%

YoY

▲ 3.8%

親会社株主に帰属する
四半期純利益

1.0億円

YoY

▲ 0.05億円

(▲ 5.1%)

■ 2023年3月期第1四半期 決算期の外部環境

当社グループを取り巻くEコマース市場は、ここ数年新型コロナウイルス感染症拡大によって変化した新しいライフスタイルやワークスタイルにより大きく拡大。昨今では経済活動の制限緩和によるいわゆるリアル店舗の活況化などにより昨年度までの急激な市場拡大には一服感はあるものの、日本社会のDX推進に伴うEC化率の上昇と相まって継続的な成長を見せている。

■ 決算概要

継続的な収益増加を実現する一方、広告宣伝費、減価償却費の増加や、人員拡大、オフィス環境向上等による先行投資を計画通りに実行したため、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、より迅速な経営判断のできる体制を確立して業界の急速な変化に対応できるように努め、さらなる中長期での企業価値向上を目指す。

2023年3月期第1四半期 ハイライト



■ 国内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激に成長した国内EC市場も、2022年度においては成長鈍化の兆しが見られ、ECプラットフォーム自体の強化だけではなく、実店舗の役割が再度大きくなる等大きな環境の変化を迎える。よって、ECプラットフォームとしても差別化の必要性が強まると予測される。

■ グループ各社 当期の状況

futureshop

1. 下記プロダクトリリースによる人員拡大、減価償却費増加等成長加速のための先行投資
 - ECだけでは伝えきれない魅力を実店舗と同様に届け、リアルタイムで双方向のコミュニケーションを可能にする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。
 - 「商品」のパフォーマンスを確認し、売上向上支援をスピーディに促進することが可能となるreports β をリリース。
2. 更なるEC支援サービスとの連携強化 ※詳細はP.32～P.35
 - 以前から連携していたNP後払いが、さらに即時与信連携に対応。
 - 実店舗とECの相乗効果をもたらす、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。

SOFTEL

ますます高度化・複雑化するフロントシステムや基幹システムに連携対応できるカスタマイズが重要になり、OMOの流れを踏まえ、差別化するECプラットフォームのバックエンドを支えるニーズが更に高まる。

■ 第1四半期 グループ業績への影響

主に減価償却費の増加、人件費等の成長に資する先行投資により、減益、利益率悪化。ECプラットフォームとしての独自の強みを活かし、増収増益を目指す。

2023年3月期第1四半期 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	2022年3月期1Q	2023年3月期1Q	増減	前年度同期比
売上高	707,662	761,413	+ 53,751	+ 7.6%
営業利益	170,675	154,433	▲ 16,242	▲ 9.5%
経常利益	172,348	164,801	▲ 7,547	▲ 4.4%
税金等調整前 四半期純利益	172,348	164,801	▲ 7,547	▲ 4.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	109,661	104,025	▲ 5,636	▲ 5.1%

2023年3月期 第1四半期 フューチャーショップ サマリー [futureshop](#)

売上高

5.8億円

YoY

+ 0.4億円

(+ 8.6%)

営業利益

1.5億円

YoY

▲ 0.1億円

(▲ 7.5%)

営業利益率

26.8%

YoY

▲ 4.7%

流通総額

472億円

YoY

+ 7.8億円

(+ 1.7%)

6月末契約件数

2928件

FYTD

+ 0件

(+ 0%)

ARPU

66,641円

YoY

+ 3,927円

(+ 6.3%)

2023年3月期 第1四半期 ソフテル サマリー

SOFTTEL

売上高

1.7億円

YoY

+ 0.07億円
(+ 4.3%)

営業利益

0.4億円

YoY

+ 0.1億円
(+ 30.8%)

営業利益率

26.7%

YoY

+ 5.4%

1 Q
開発売上総額

75百万円

YoY

▲ 0.4百万円
(▲ 0.6%)1社あたり
1 Q開発売上高

0.8百万円

YoY

+ 0.1百万円
(+ 13.7%)1 Q
ストック売上

0.8億円

YoY

+ 0.08億円
(+ 11.5%)1 Q
ストック売上比率

46.0%

過去6年間平均比
+ 4.1%

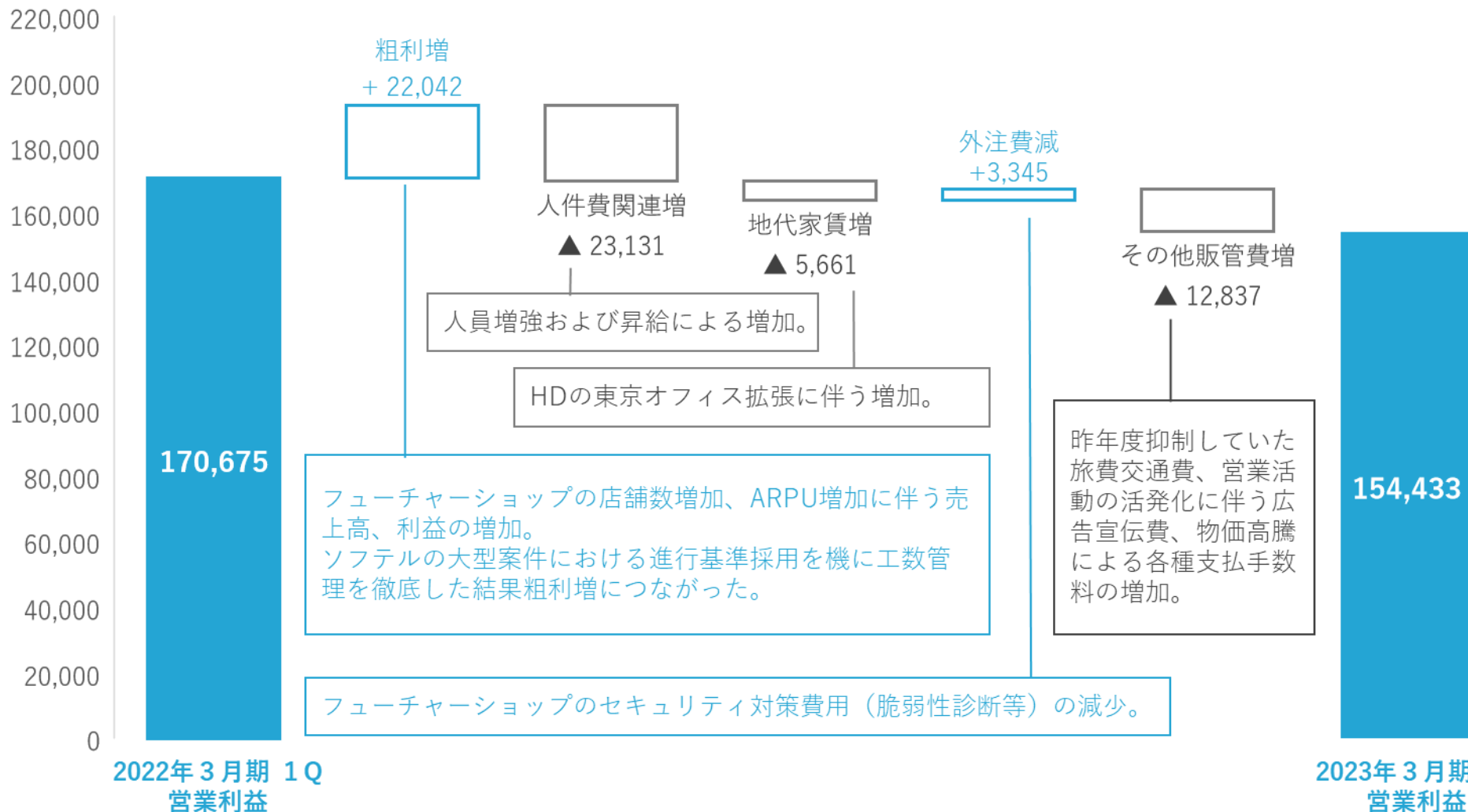
前年度同期比 第1四半期営業利益増減分析



【連結】 コマースOneホールディングス

(単位：千円)

■ 営業利益合計 □ 営業利益増 □ 営業利益減



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	2022年3月期 1Q	2023年3月期 1Q	増減	コメント
営業利益	170,675	154,433	▲ 16,242	—
営業外収益	1,675	10,367	8,692	円安進行による為替差益増加のため。
営業外費用	2	0	▲ 2	—
経常利益	172,348	164,801	▲ 7,547	—
特別利益	-	-	-	—
特別損失	-	-	-	—
税金等調整前 四半期純利益	172,348	164,801	▲ 7,547	—

2023年3月期第1四半期 貸借対照表前期末比



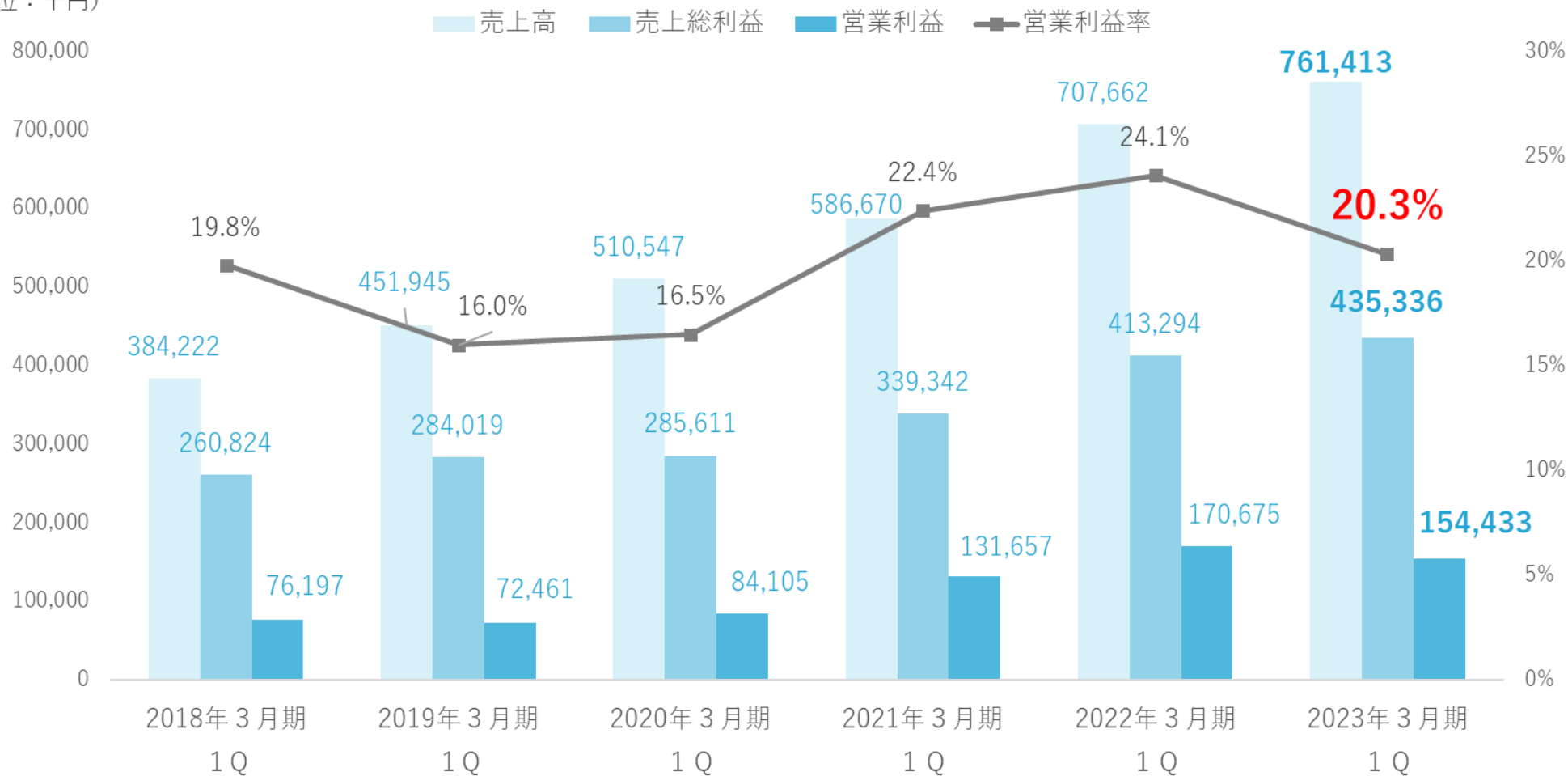
単位：千円	2022年3月期4Q	2023年3月期1Q	増減
流動資産	2,006,125	2,102,650	+ 96,525
現金及び預金	1,643,469	1,690,409	+ 46,940
固定資産	1,102,659	1,040,549	▲ 62,110
投資有価証券	548,046	474,313	▲ 73,733
流動負債	752,565	735,617	▲ 16,948
固定負債	69,610	75,034	+ 5,424
純資産	2,286,609	2,332,547	+ 45,938
株主資本	2,052,744	2,156,769	+ 104,025
その他有価証券 評価差額金	233,864	175,777	▲ 58,087

2023年3月期第1四半期 連結業績推移



2023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、将来のための投資を計画通りに実行し、増収減益となった。

(単位：千円)



※ 2018年3月期～2020年3月期の期間に関しては、第1四半期財務諸表としては監査法人の監査を受けていません。

2. 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の3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。

当社の連結事業子会社の各事業概況は、以下の通り。

なお、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。



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顧客の業務フローに合わせる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および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。

グループビジネスモデル



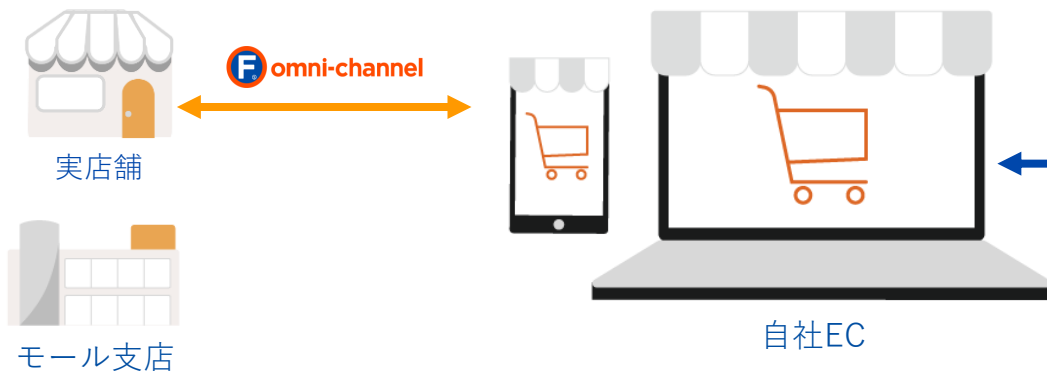
FRONT

future shop

F futureshop 自社ECサイト成長支援

SaaS型ECサイト構築プラットフォーム

自社ECサイトの成長戦略を支援するための機能をワンストップソリューションで提供。



BACK

SOFTTEL

通販ソフト 複数店舗一元管理

販売管理ソフト・在庫管理ソフト

ECオペレーションをカスタマイズによって一元管理。



基幹システム



EDI

倉庫
物流システム



顧客と併走し、顧客に最適化したグループサービス

「主体的なマーケティング活動によってCX※が最適化された自社EC」と、
「モール領域での多店舗展開に適した効率的な管理」でEC事業の成長を促進。

※Customer Experience



**UX※の最適化を実現させる
自社EC構築を可能にするフロントエンド**

※User Experience

自社に適したマーケティングで
リピート率を高め、収益向上を実現。



**モール領域での多店舗展開管理を
効率化するバックエンドシステム**

多店舗展開で増加する業務を効率化し、
収益の向上および人的リソースの創出が可能。

自社ECによる**主体的なマーケティング活動**



国内のECモールの集客力

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



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。

2022年6月末時点で、**2,928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ネル統合をSaaS型サービスで提供。

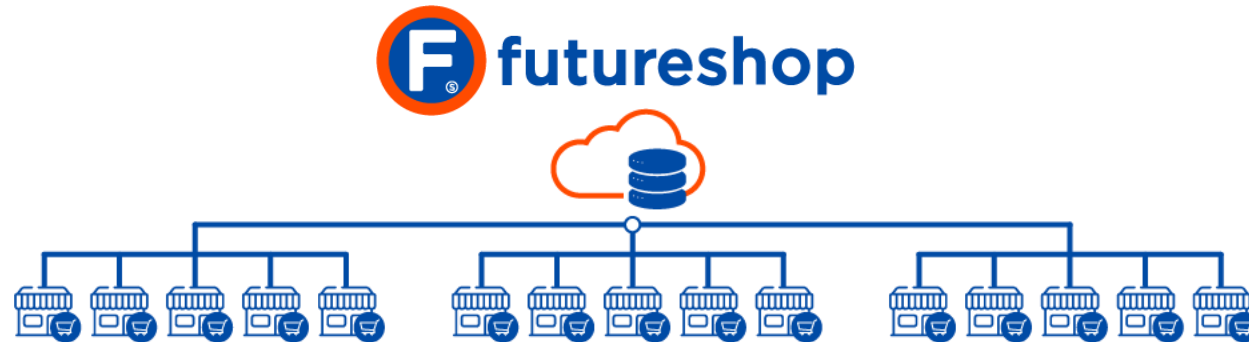
2022年6月末時点で**107ブランドのECサイト**、**合計2,290の実店舗（店頭）**で稼働。

※1 CMS=Content Management System

ビジネスモデル

futureshop

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

futureshop

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

commerce creator
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



拡張性



Expandability

F omni-channel

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

60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'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

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
- チャネルトーク
- **MATTRZ CX for futureshop**

コーディネート活用

- STAFF START
- SNAPBOARD

アプリ開発

- MGR

SNS活用

- **visumo for futureshop**
- LINE連携(ログイン)
- Instagram連携 (ショッピング)

サイト内検索

- GENIEE SEARCH for EC **new!**

CRM

- **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**

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

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

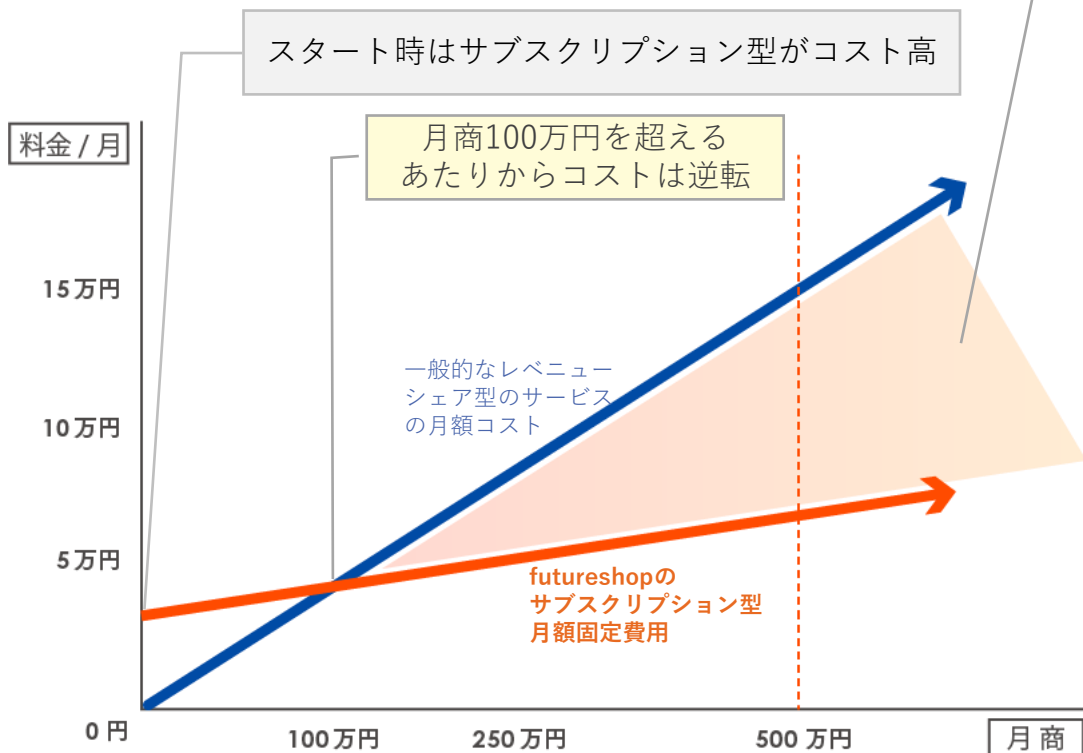
「for futureshop」と表記されているサービスは、futureshopユーザー専用の料金プランが用意されています。

収益モデル

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

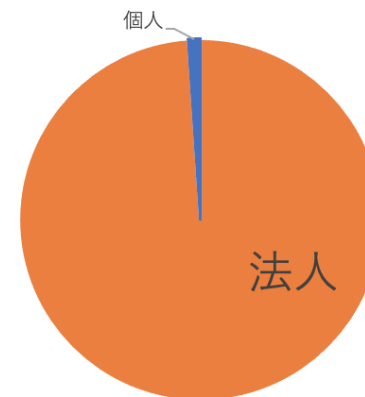


futureshopユーザーの
平均月商ライン
(2023年3月期1Q実績：539.4万円)

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98.9%が法人



2023年3月期1Q時点

スタート時から平均41,660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やすく、結果としてGMVが向上。

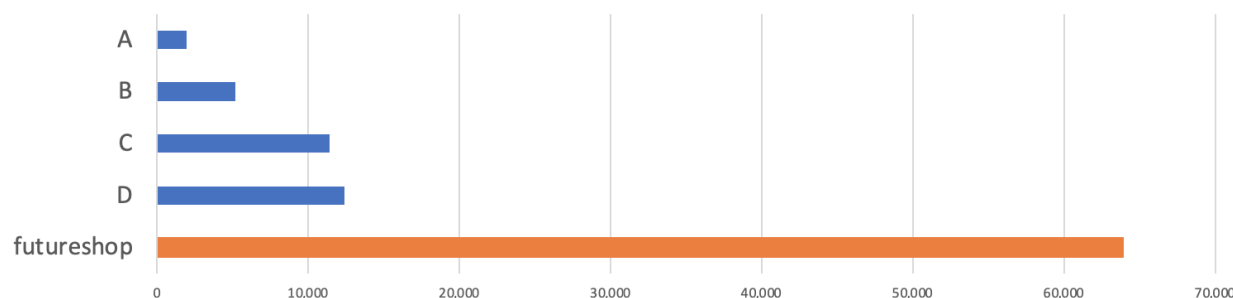
※2022年3月期の新規契約月額単価実績値

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

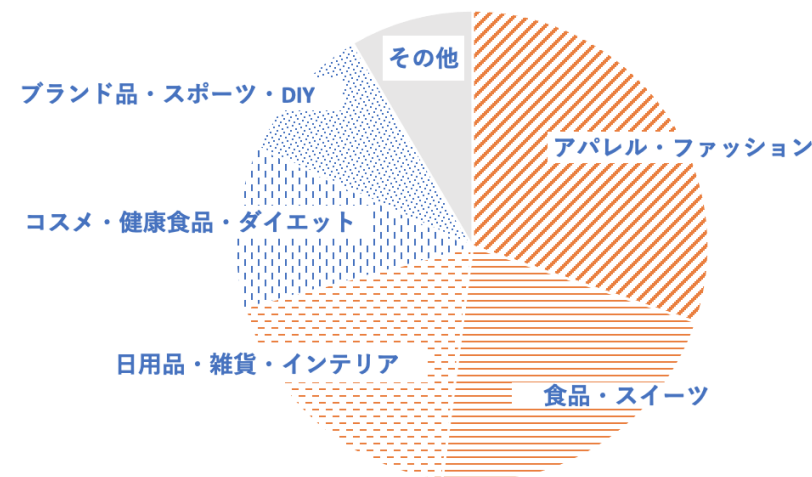
本事業モデルでは、一般的にスタートアップ支援～中小企業がターゲットの中心となるが、SaaS型Eコマースプラットフォーム **futureshop** および **futureshop omni-channel** のユーザーは、**中堅・大手のECサイトが多く利用**。幅広いジャンルに利用されている国内主要SaaS型プラットフォームの中では圧倒的に1店舗あたりのGMVが高い。

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 **28.5%※2増加**

2023年3月期1Q：成長率平均※1前年度同期比 **+28.5%** 2022年3月期1Q：成長率平均前年度同期比 +36.3%

前年度はコロナ禍による行動制限の影響でEC売上は高止まりを見せていたが、今年度は少し落ち着いた成長となっている。

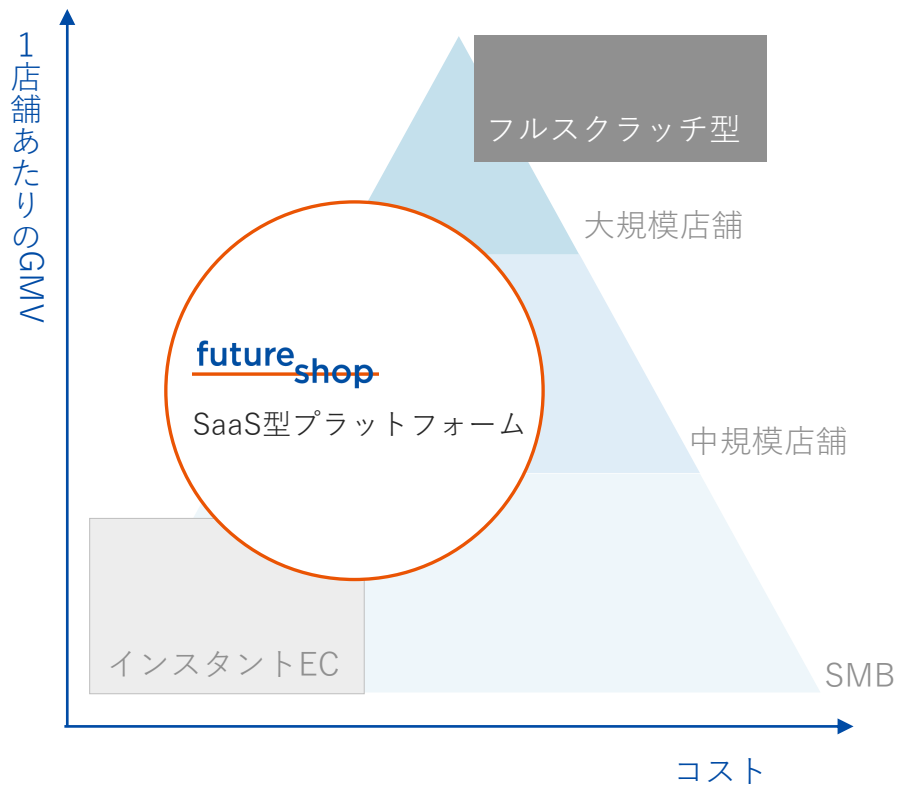
※1 契約を2年以上継続しているユーザーの成長率平均= 2年以上契約を継続しているユーザーで、毎月1円以上売上のある店舗の売上成長率の平均。立ち上げ・リニューアルから2年未満のユーザーを省くことで、初期段階の急激な売上成長の値を省いたもの。

※2 特定ユーザーの特異な条件による大幅な成長率は異常値とし、除いた成長率を採用。実際の成長率平均は+300.7%となった。

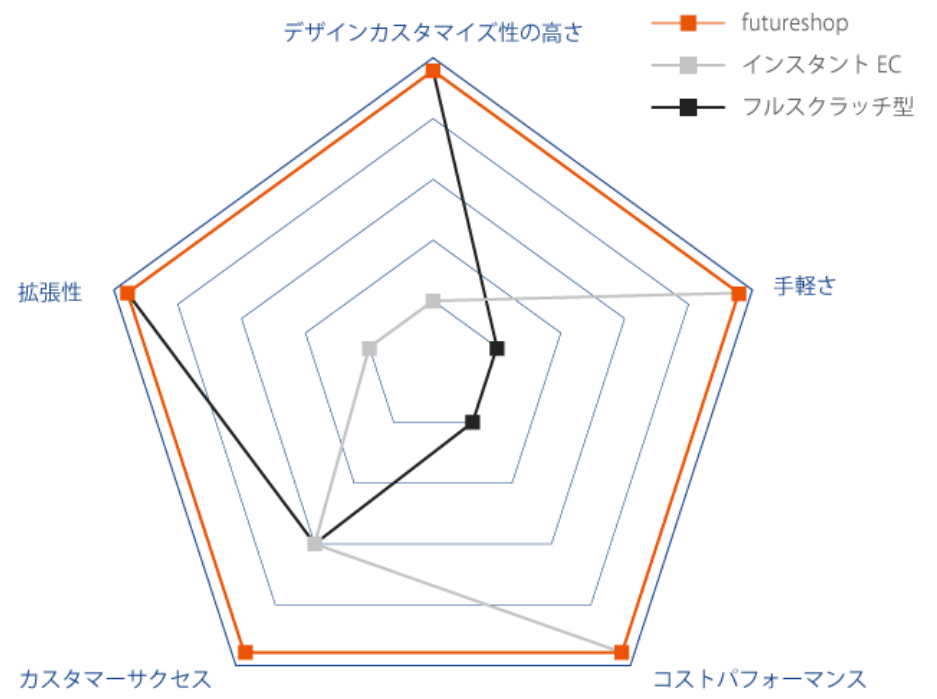
顧客戦略



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



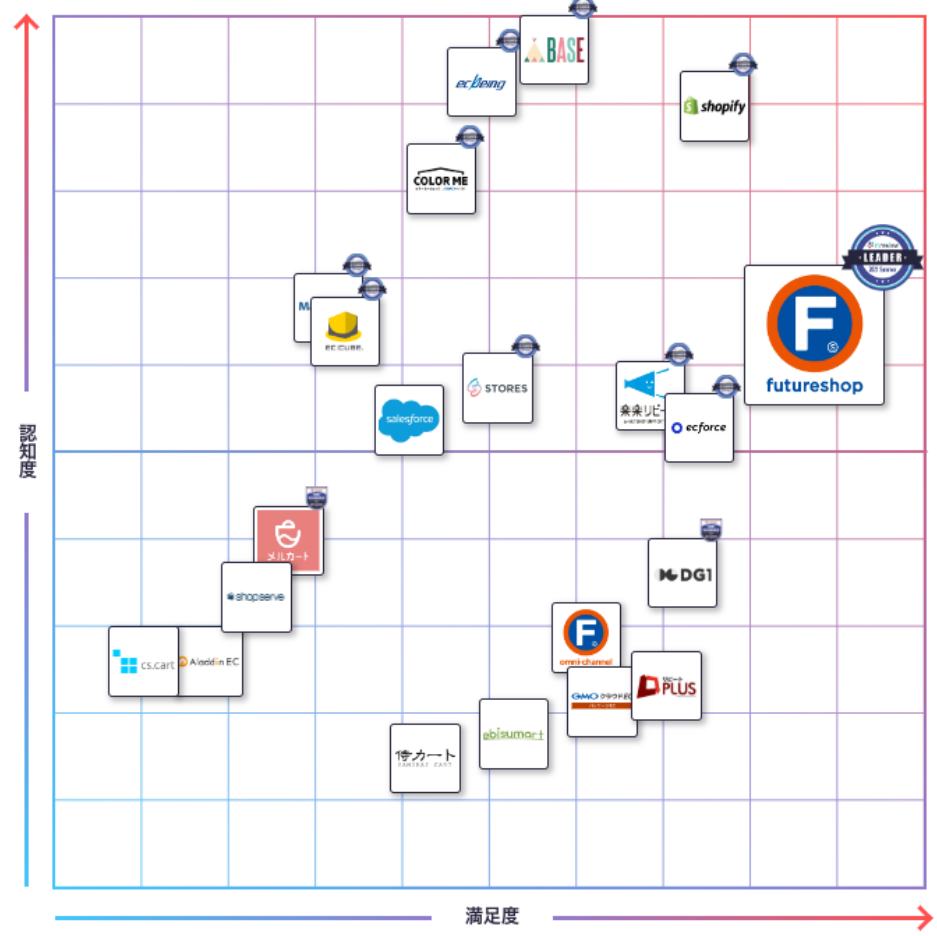
※当社の私見に基づいております。

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



ITreview Grid Award 2022 Summer にて ECサイト構築部門の「Leader」バッジを 12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 2022年7月時点 満足度: 相対値

参考資料 - 2023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：32講座
参加者数：**776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：**578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：**61社**



ユーザー限定少人数制EC講座であるアカデミー講座カリキュラムに3講座新設。参加者数が増加している。

参考資料 – オウンドメディア

E-Commerce Magazine

総記事数 **246本**
2023年3月期 1Q記事 **10本**



■ 2023年3月期 1Qアップ記事より一部抜粋



ECと実店舗のポイントを統合、さらに店舗受取も本格化。オンセブンデイズが目指すネットとリアルとの相乗効果【OMO成功事例】

📅 2022.06.30



今日から実践！ECサイトの表示速度対策6選 | HTML・JavaScript・CSS・画像の改善策

📅 2022.06.09



future shopの店舗さまが最高賞を受賞！全国ネットショップグランプリ表彰式が3年ぶりにリアル開催

📅 2022.04.27



ECに新たな表示ルール。特商法改正の影響と対応方法とは？(2022年6月施行・特定商取引法・預託法の改正)

📅 2022.04.04

GMV※1と契約店舗数実績

future shop

契約店舗数は、前年度同期比 +1.9%

GMVは当第1四半期時点で472.5億円となり、前年度同期比 +1.7%

新型コロナウイルス禍によるEC消費は落ち着きを見せ、それに伴い新規EC参入店舗が過去2年と比較して激減し、契約店舗数の伸びに影響している。リニューアルでの新規契約案件数は増加傾向。

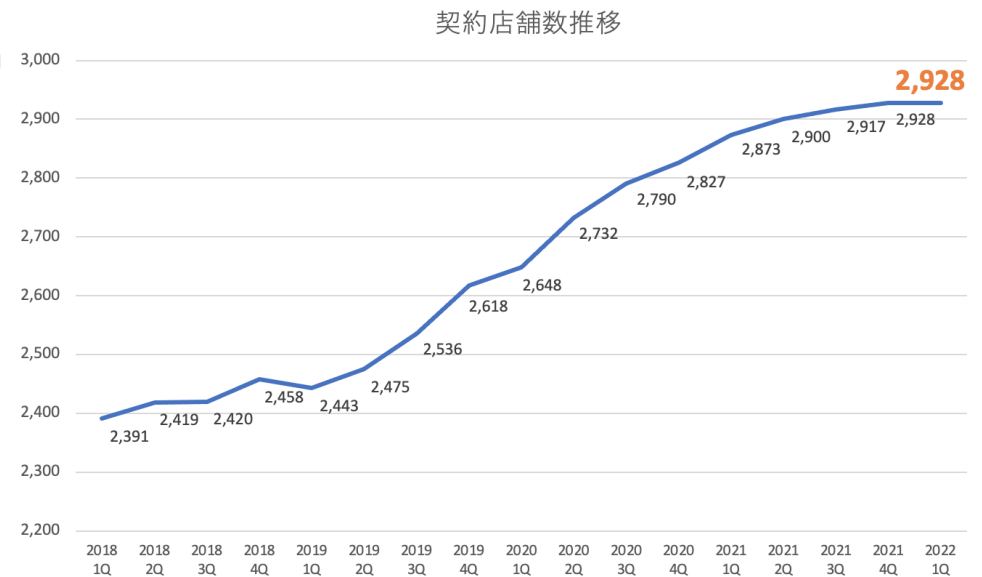
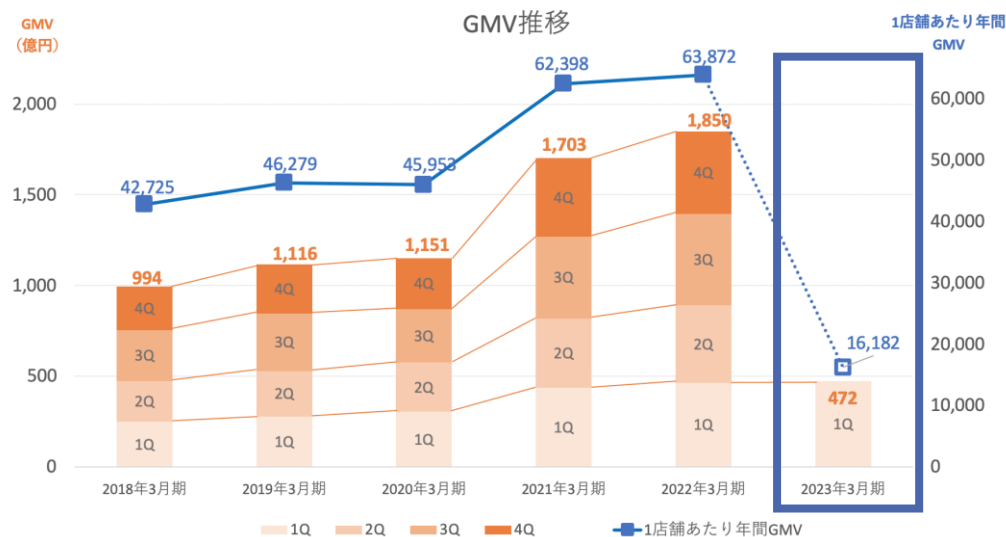
2023年3月期第1四半期累計

GMV **472.5億円**（前年度同期比 **1.7%増**）

1店舗あたりGMV **16,182千円**（前年度同期比 **0.6%減**）

2023年3月期第1四半期末時点の契約店舗数

2,928店舗（前年度同期比 **1.9%増**）



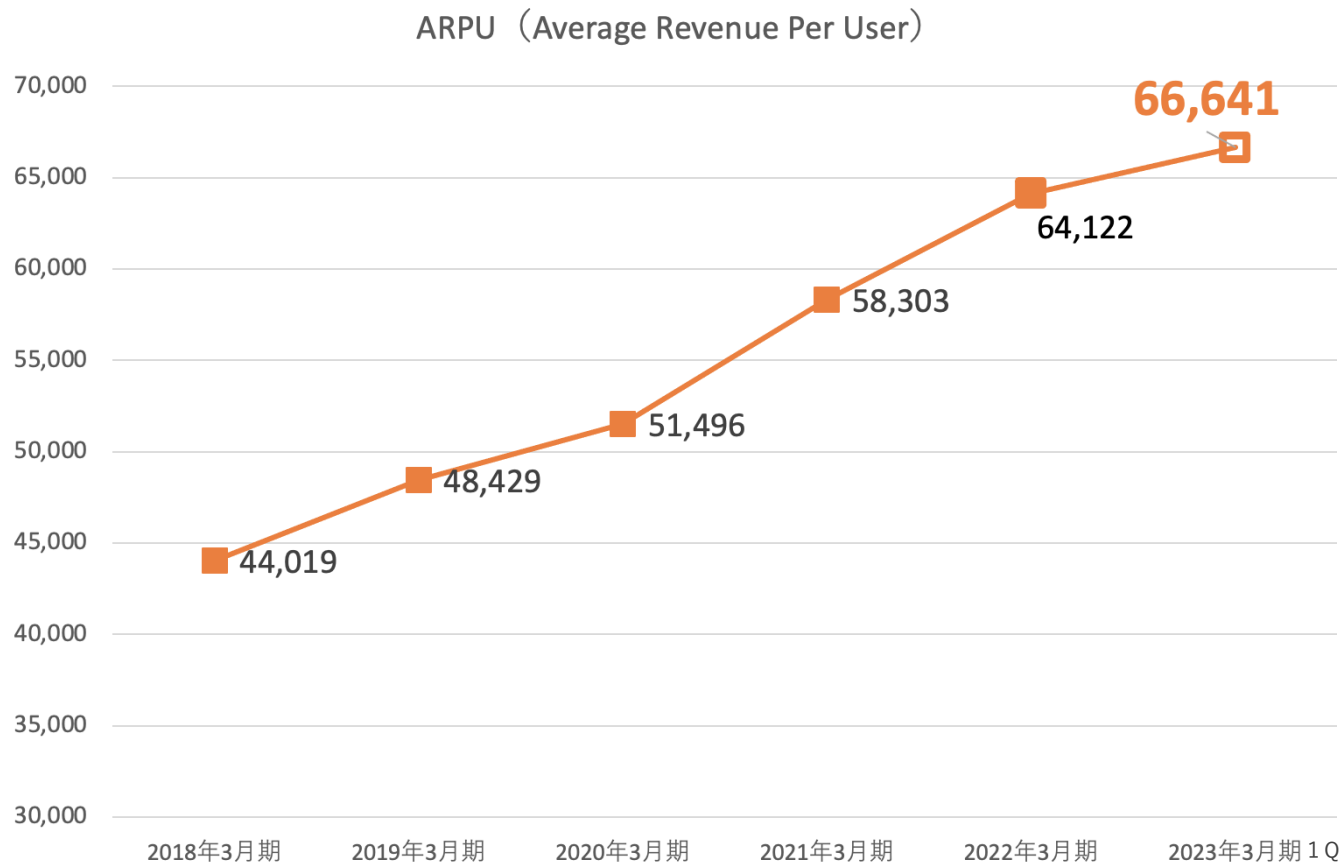
※1 GMV=Gross Merchandise Value

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
オプション機能・アライアンス連携サービスのリリースによりARPUは着実に向上

1店舗あたり月間売上金額推移



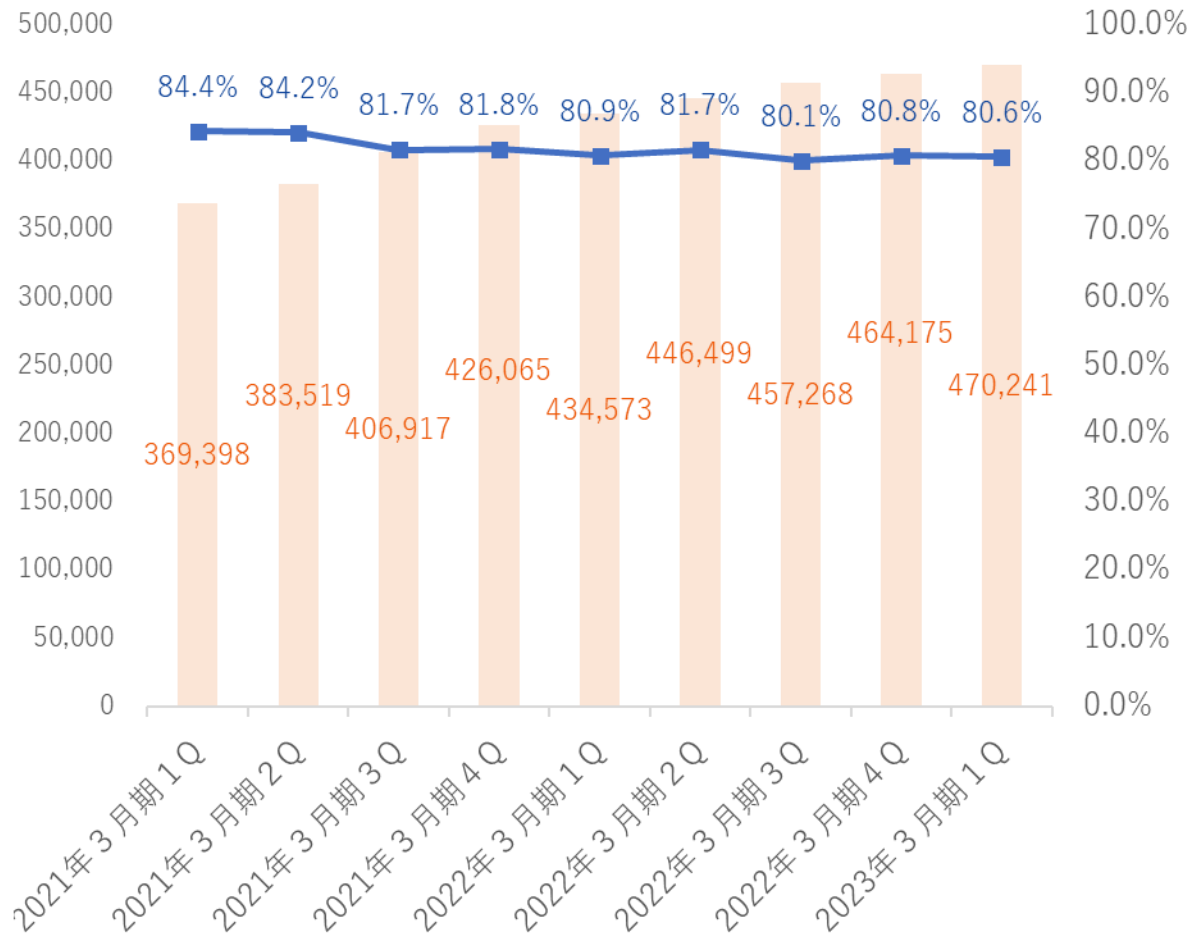
ストック売上※1 - フューチャーショップ

future shop

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、契約件数・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月期第1四半期事業トピックス（1）



プレスリリース

【2022.05.11】ビジネスサーチテクノロジー株式会社が提供するサイト内検索サービス「GENIEE SEARCH」との連携を開始 ～ユーザーのニーズを把握し、検索結果を最適化。売上アップやCVR向上が可能に～

ビジネスサーチテクノロジー株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役：工藤 智昭）が提供する、サイト内検索サービス「GENIEE SEARCH」との連携を開始。この連携により、「futureshop」または「futureshop omni-channel」（以下、futureshop）で構築されているECサイトで、サイト内の検索結果をユーザーの目的に合わせて最適化することが可能に。サイト上の大量のデータから検索意図と合った商品情報を提供することで、ユーザービリティを向上。

【2022.05.12】越境EC支援のジグザグ、コマースOneグループと資本業務提携を開始 拡大する越境EC需要に応えるため futureshop を利用する国内EC事業者向け海外販売支援を強化 ～ECサイト構築の「futureshop」、越境EC支援の「WorldShopping BIZ」の連携強化で国内EC事業者の海外販売をより簡単に～

ウェブインバウンド・越境EC支援を行う株式会社ジグザグ（本社：東京都渋谷区、代表取締役：仲里 一義、以下ジグザグ）は、コマースOneグループの株式会社コマースOneホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：岡本 高彰、以下コマースOneホールディングス）と資本提携および、株式会社フューチャーショップ（本社：大阪市北区、代表取締役：星野 裕子、以下フューチャーショップ）との業務提携を開始。具体的には、フューチャーショップが運営するSaaS型ECサイト構築プラットフォーム「futureshop（フューチャーショップ）」と、ジグザグが開発した国内EC事業者向けに越境EC支援を行う「WorldShopping BIZ（ワールドショッピングビズ）」の連携を強化し、国内EC事業者の海外への販路拡大を支援。

【2022.06.07】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 ～LINE公式アカウントを活用し、企業のOMO戦略を推進～

「LINE STAFF START」は、LINE株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：出澤 剛）が提供する個人・法人向けアカウントサービス「LINE公式アカウント」と、株式会社パニッシュ・スタンダード（本社：東京都渋谷区、代表取締役：小野里 寧晃）が提供する店舗スタッフの接客をDX化するアプリケーションサービス「STAFF START」をかけたサービス。両サービスを活用することにより、商品やコーディネート、キャンペーンなどの情報発信、チャットによるオンライン接客などを実施したスタッフの個人売上を可視化。「LINE STAFF START」を導入し、顧客と店舗スタッフがLINEで友だちになることでデジタル接客の実現が可能に。

ニュースリリース

【2022.06.23】「NP後払い」の即時与信連携に対応。

2022年6月23日のバージョンアップでfutureshopは株式会社ネットプロテクションズが提供するBtoC通販向け決済「NP後払い」の即時与信連携に対応。これにより、futureshopで構築したECサイトで決済方法にNP後払いを選択された際、以下2点に代表されるようなメリットも。

1. 受注注文完了時点で、NP後払いへ取引情報を登録済みとなり、与信結果はfutureshop受注管理画面で確認可能。
2. 自動連携機能の利用時には、futureshop管理画面に登録した配送伝票番号をNP後払いに連携可能。

2023年3月期第1四半期事業トピックス（2）

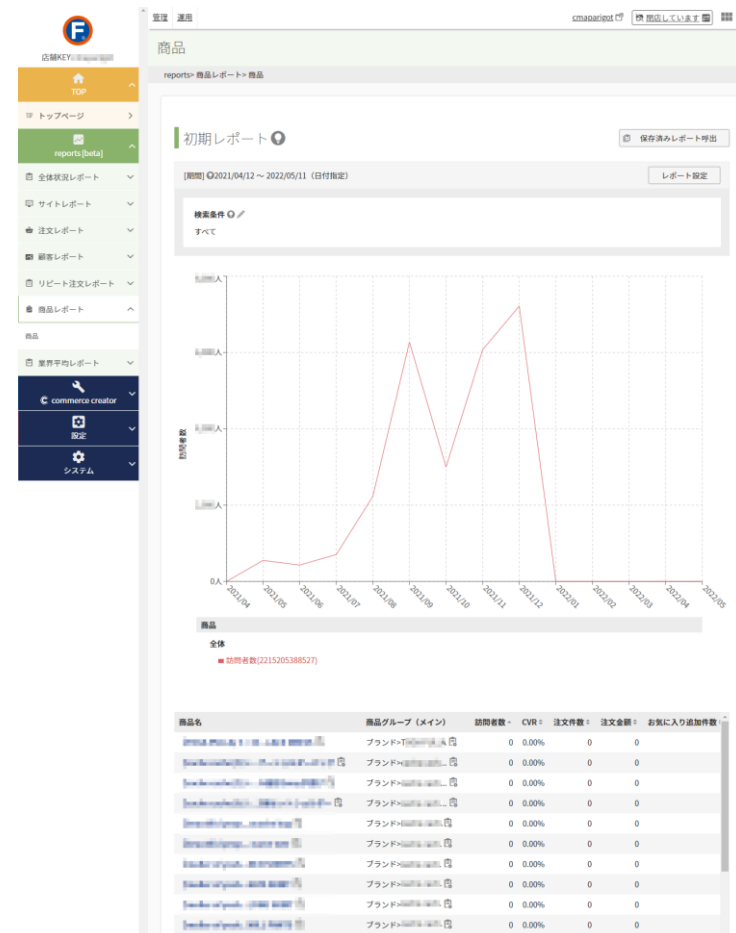
2022年6月23日のfutureshopシリーズバージョンアップにて、レポート機能に商品分析を追加

レポート・分析機能（機能名：reports β ※1）

ECサイトでお客様（消費者）がどのように購買を行っているか分析を行いつつ、「商品」のパフォーマンスを確認するレポート。どの商品が「売れ筋なのか」「隠れた売れ筋商品はないか」「お気に入りに登録されるのに売れない商品はないか」など、商品の購買行動における特性を洗い出し、事業者をサポート。

1. 隠れた「売れ筋商品」を探す
2. 特定の商品カテゴリでパフォーマンスのよい/悪い商品を見極める
3. 特定の商品の売上貢献度を確認する
4. 在庫調整が必要な商品を見落とさない
5. 「よくカートに投入される」のに、売れない商品を知る（カゴ落ちしやすい商品を知る）
6. 「よくお気に入りに追加される」のに、売れない商品を知る

「手厚いカスタマーサクセスチーム」と「成長意向の強いユーザー」が特徴であるfutureshopでは、「reports β 」機能がその要に。これにより、ユーザーとの「課題の共有が強化」され、売上向上支援のスピーディーな促進が可能となり、離脱防止およびGMV向上に。



※1 commerce creatorで構築されたECサイトに対応。

2023年3月期第2四半期以降の方針と取り組み（1）

■ プロダクト開発方針

- 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
- 決済機能強化
決済の利便性を向上
- 外部システム連携機能強化
API強化・SSOの開発
- OMO・オムニチャネル機能強化
実（リアル）店舗とECの融合
- 管理画面UI・UX改善
商品管理・受注管理画面のリメイク

現状課題分析機能「reports β版」を強化

ECサイトにおけるMD戦略（見られている商品・買われている商品・カートに残されている商品・お気に入りリストに入れている商品・入荷待ちされている商品等の項目をレポート化）を支援するための商品分析機能をリリース予定。

後払い決済機能の強化

futureshopの全決済のうち、約7%～8%を占める後払い決済の機能を強化予定。

各種API順次リリース

外部サービスとの連携強化のため、順次APIを開発中。直近では新たに商品API（参照）をリリース予定。

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。

UI・UX改善

順次、新システムへの移行を継続開発。よりUI・UXが改善された新しい管理画面を順次リリース予定。

■ カスタマーサクセス実行方針

- 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

日々の電話サポートやメールサポートにおいて、ユーザーとECアドバイザーがECサイトの重要指標を常に共有することが可能となったことで、より一層の売上向上支援の充実を図る。ユーザーの成長支援によりLTVの向上および新たなサービス展開の基盤づくりを行う。

■ 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
- 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

プロダクトの認知度向上に投資

Eコマースプラットフォーム業界の広告宣伝やメディア露出・販促活動が活発化しており、新規顧客獲得において当社サービスの認知度の低さが課題となっている。広告宣伝およびPR、販売促進活動への積極的な投資を行う。

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シリーズにて理想的なECサイト構築・運営提案ナレッジを保有している制作会社を認定する制度である「futureshopマイスター制度」のより一層の活性化・共同拡販に取り組む。

2023年3月期第2四半期以降の方針と取り組み（2）

future shop

2022年9月1日 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

巣ごもりが続き、実店舗になかなか足を運びづらい状況が続いたここ数年、新たな販売手法の1つとしてライブコマースは注目を集めている。

ライブコマースの付加価値は、「チャットなどを通じたリアルタイムでの双方向のコミュニケーション」であり、「この部分をもっとよく見せてください」「サイズ感はどうですか」など、まるで実店舗で接客を受けているようなオンラインショッピング体験を提供できる。

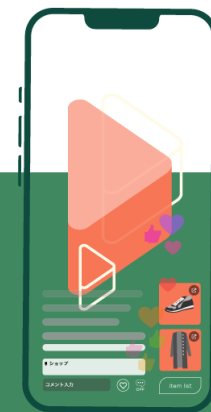
また、ブランドと顧客の感情的な結びつきを強め、ライブ配信者と参加者の間のコミュニケーションで、自社ECを運営する上で重要な「顧客のファン化」をさらに促進し、ブランドとファンの間に強い結びつきを持たせる「熱狂」を生み出す効果が期待される。

 Live cottage

フューチャーショップ、月額1万円台から
ライブコマースを始められる

「Live cottage」オプション

サービスを9月1日リリース。



Live cottageの特長

- 月額18,000円から取り組める低価格
- ライブから購入へのスムーズな導線
- PDCAをまわせる分析機能（一部開発中）



ライブコマースオプション特設サイト

Live cottage

公式ECサイトで
ライブコマース

平均CVR 12% 客単価 1.4倍に*

※ご利用店舗販売実績（1配信の売上10万円以上かつ発注件数10件以上を基準とする）

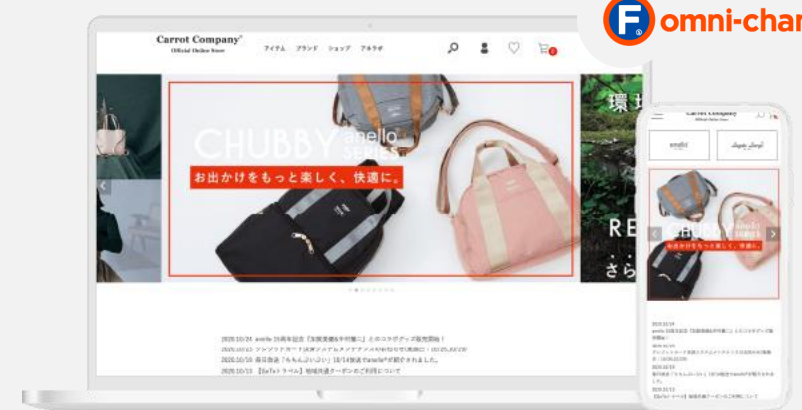
参考資料 – futureshop 導入事例 ※順不同 敬称略



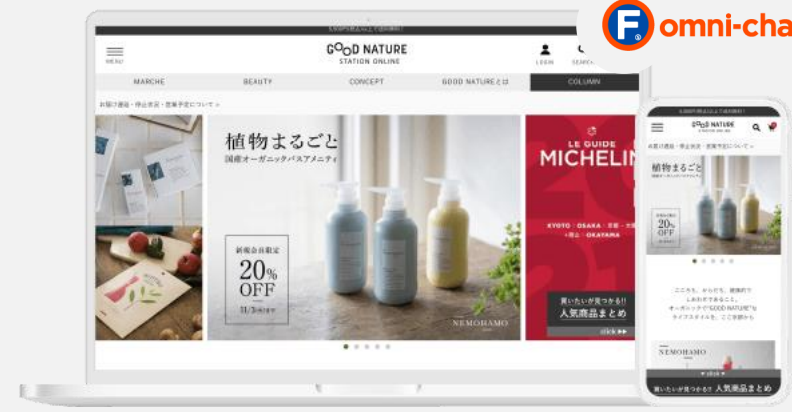
■ AEONBODY (株式会社イオンボディ)



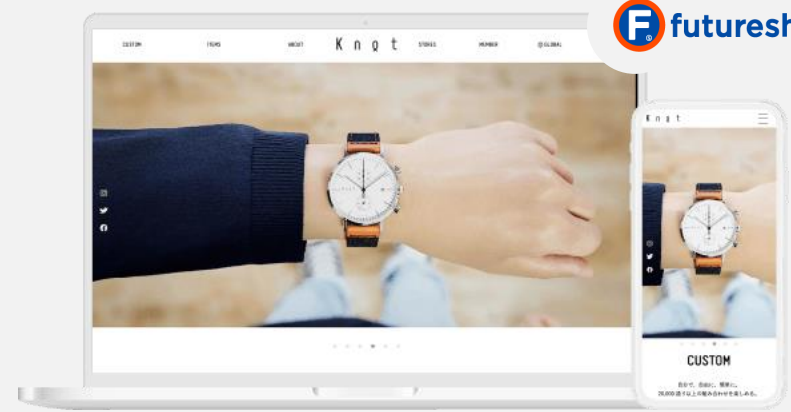
■ キャロットカンパニー オフィシャルストア (株式会社キャロットカンパニー)



■ GOOD NATURE STATION ONLINE (株式会社ビオスタイル)

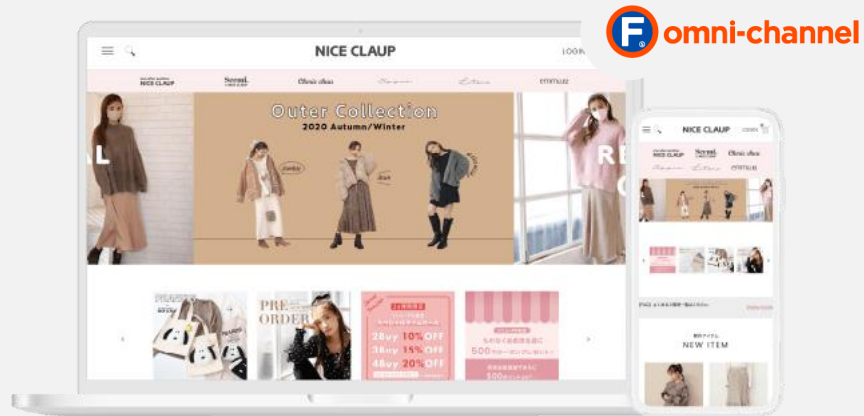


■ Knot (株式会社Knot)

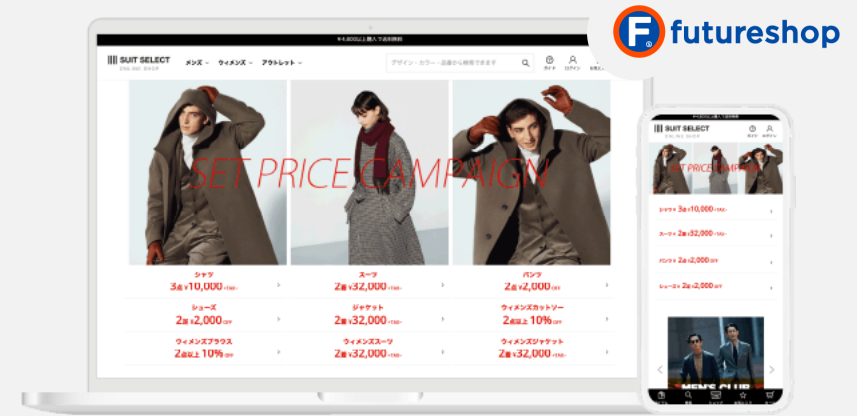


参考資料 – futureshop 導入事例 ※順不同 敬称略

■ NICE CLAUP (株式会社ナイスクラップ)



■ SUIT SELECT (株式会社コナカ)



■ 京橋千疋屋 (株式会社京橋千疋屋)



■ 堂島ロールのパティスリーモンシェール公式通販 (株式会社Mon cher)



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



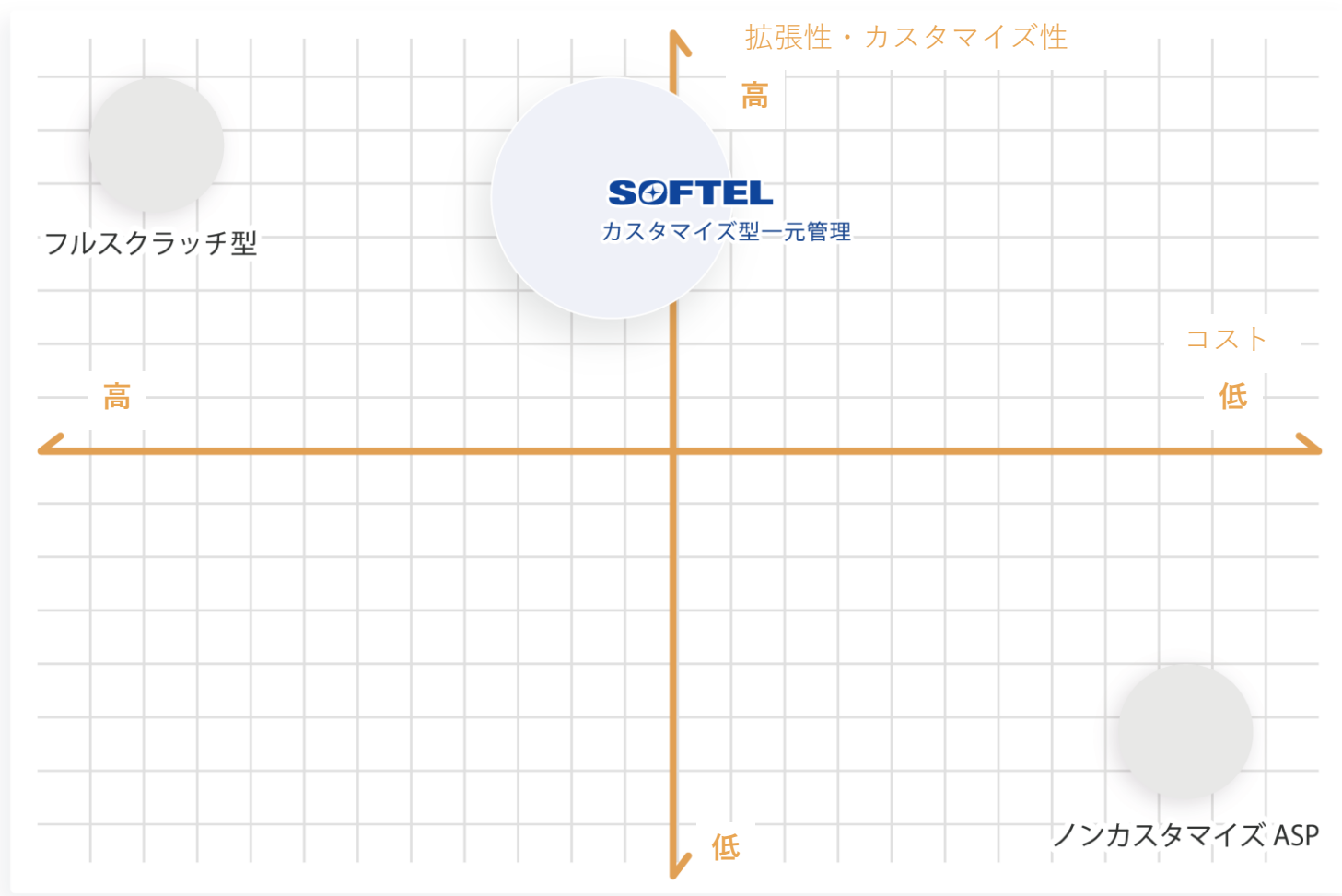
ソフトルの事業内容



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。



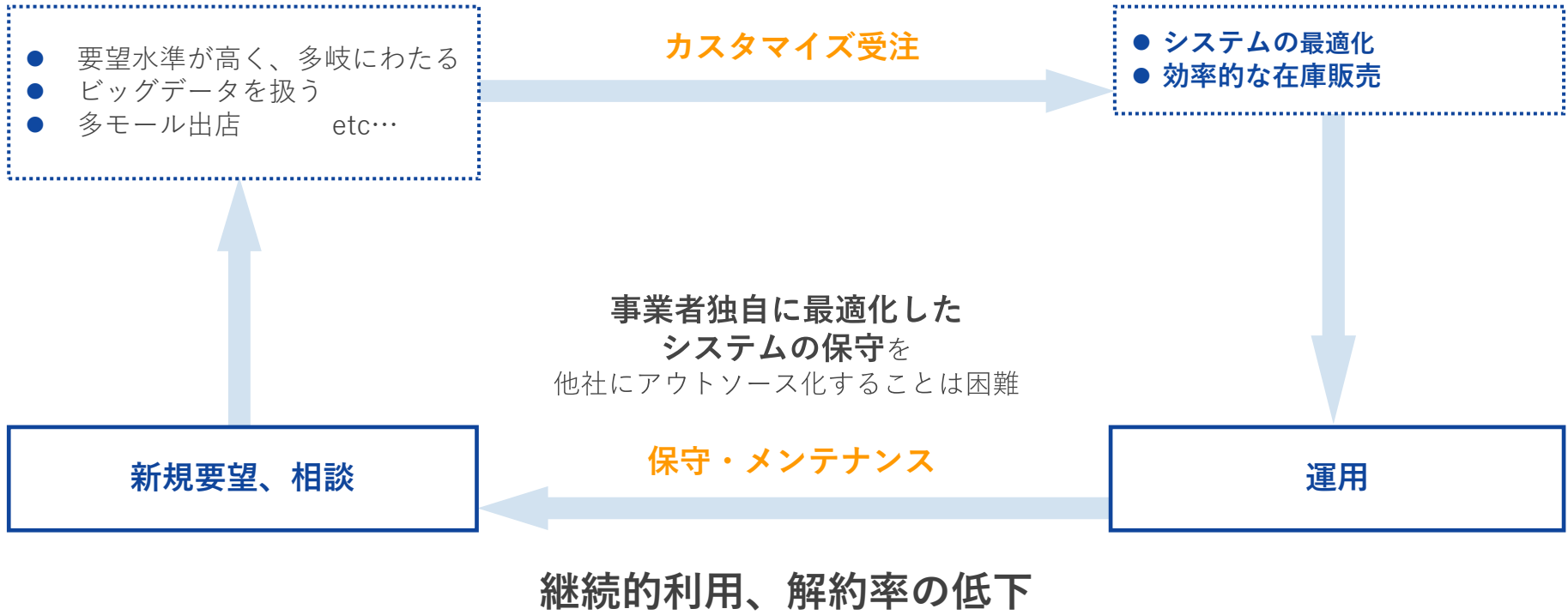
ソフトルのビジネスモデル



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。

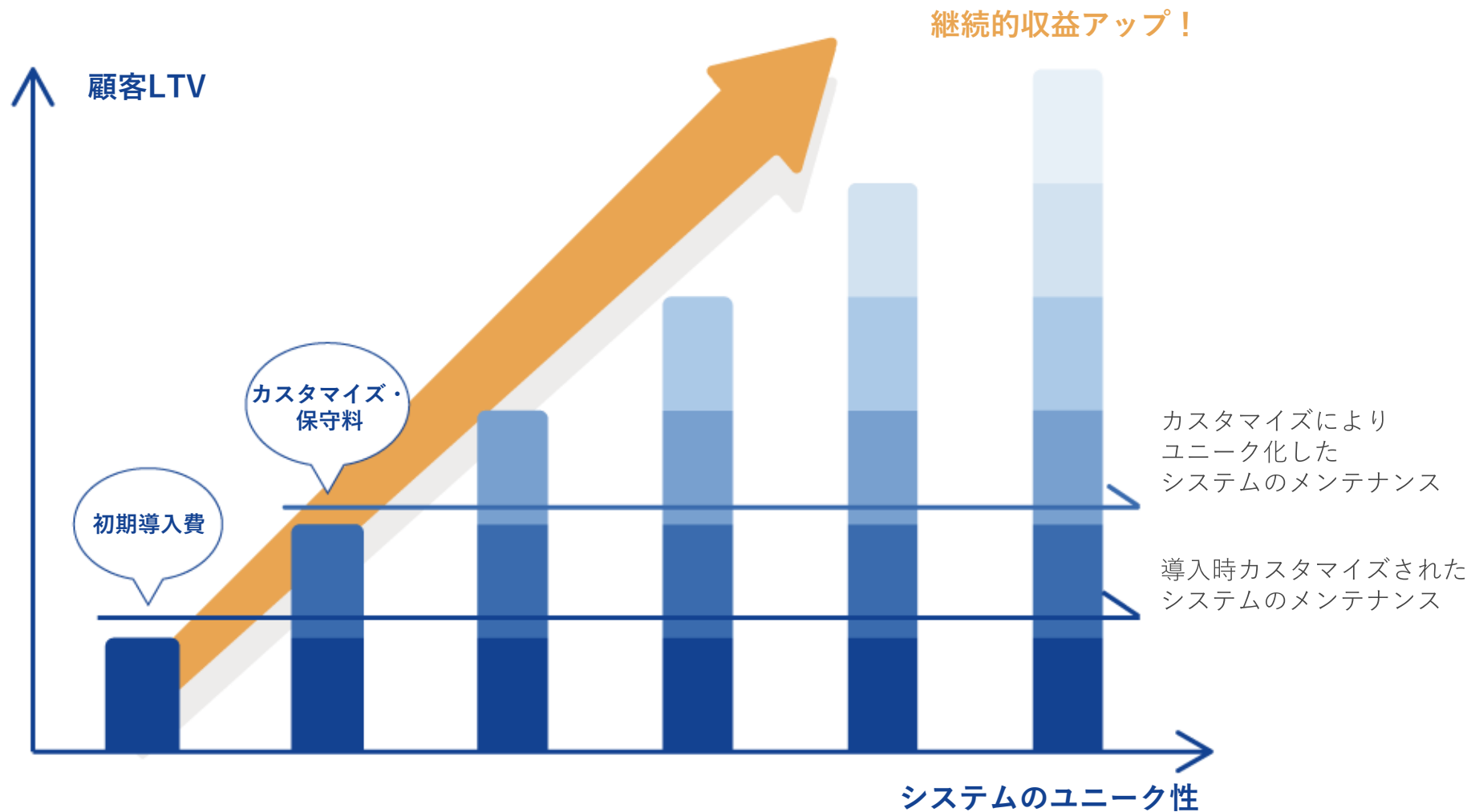
ノンカスタマイズ型ASPでは実現できない、ECオペレーション課題をカスタマイズにより解決し、コスト削減を実現することにより成長に必要な経営資源を生み出し、長く顧客の成長をサポートする。



ソフトルの収益モデル

SOFTTEL

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。



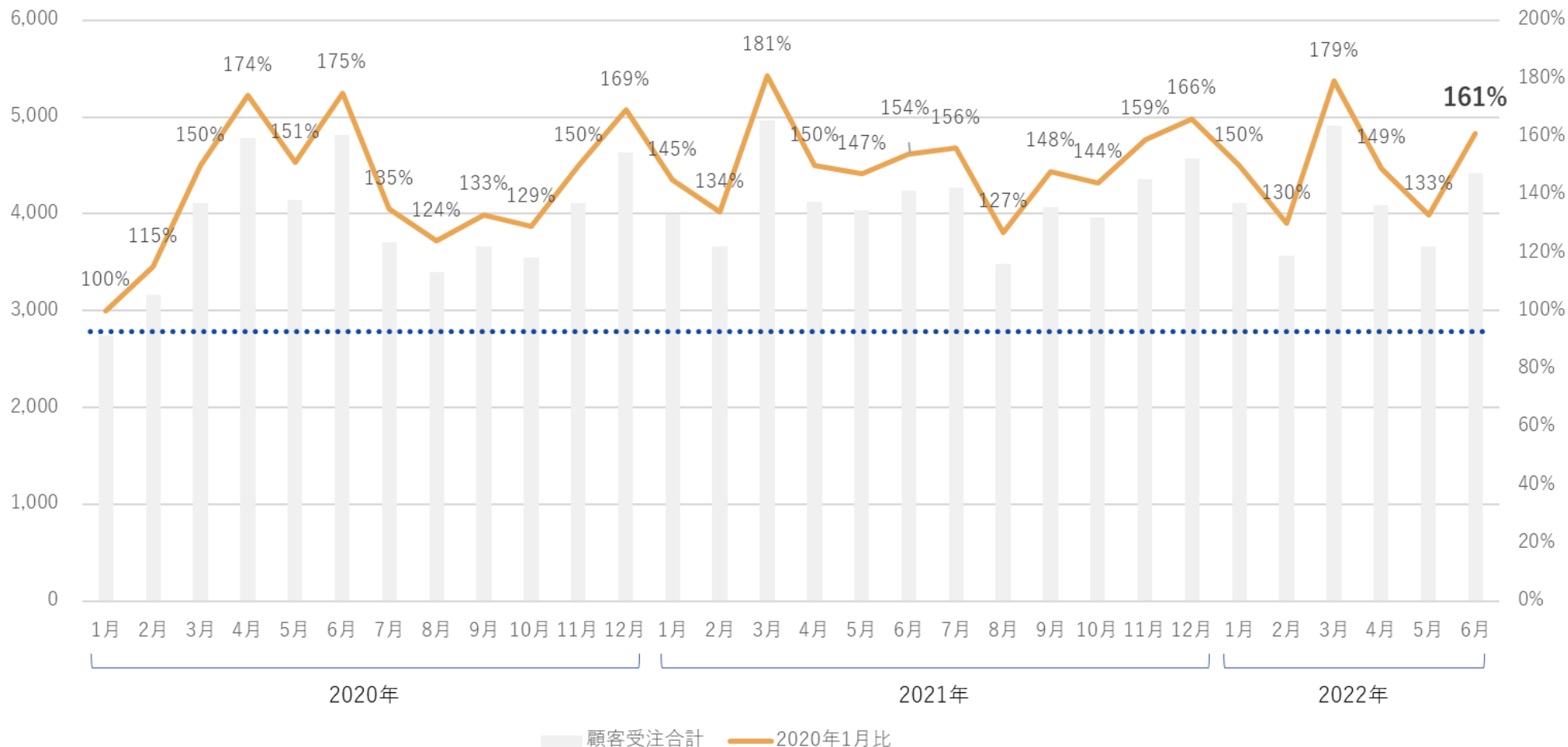
ソフトェルの実績（顧客受注総額）

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、業績好調であった顧客は引き続き好調を維持。

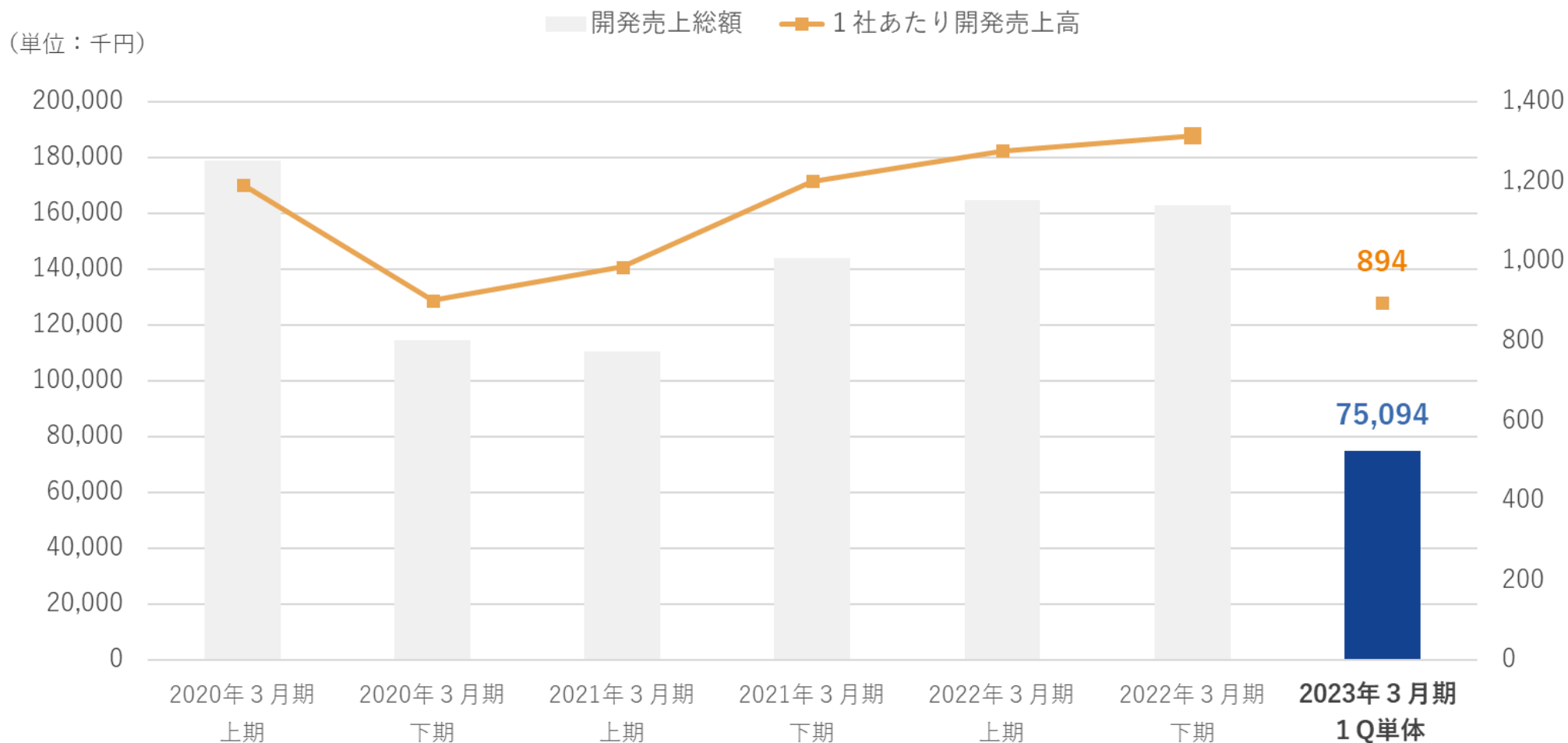
さらにホームセンター商材（DIYニーズ）や、バイク用品（公共交通機関を避ける通勤手段、3密を避けるレジャー手段としてのニーズ）を扱う顧客が業績を伸ばす。**販売環境強化のための追加カスタマイズ需要が更に高まった。**

（単位：百万円）

2020年1月以降でカスタマイズの発注が100万円以上ある顧客受注総額推移



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、2020年3月期から2022年3月期は上期・下期単位で表記している。

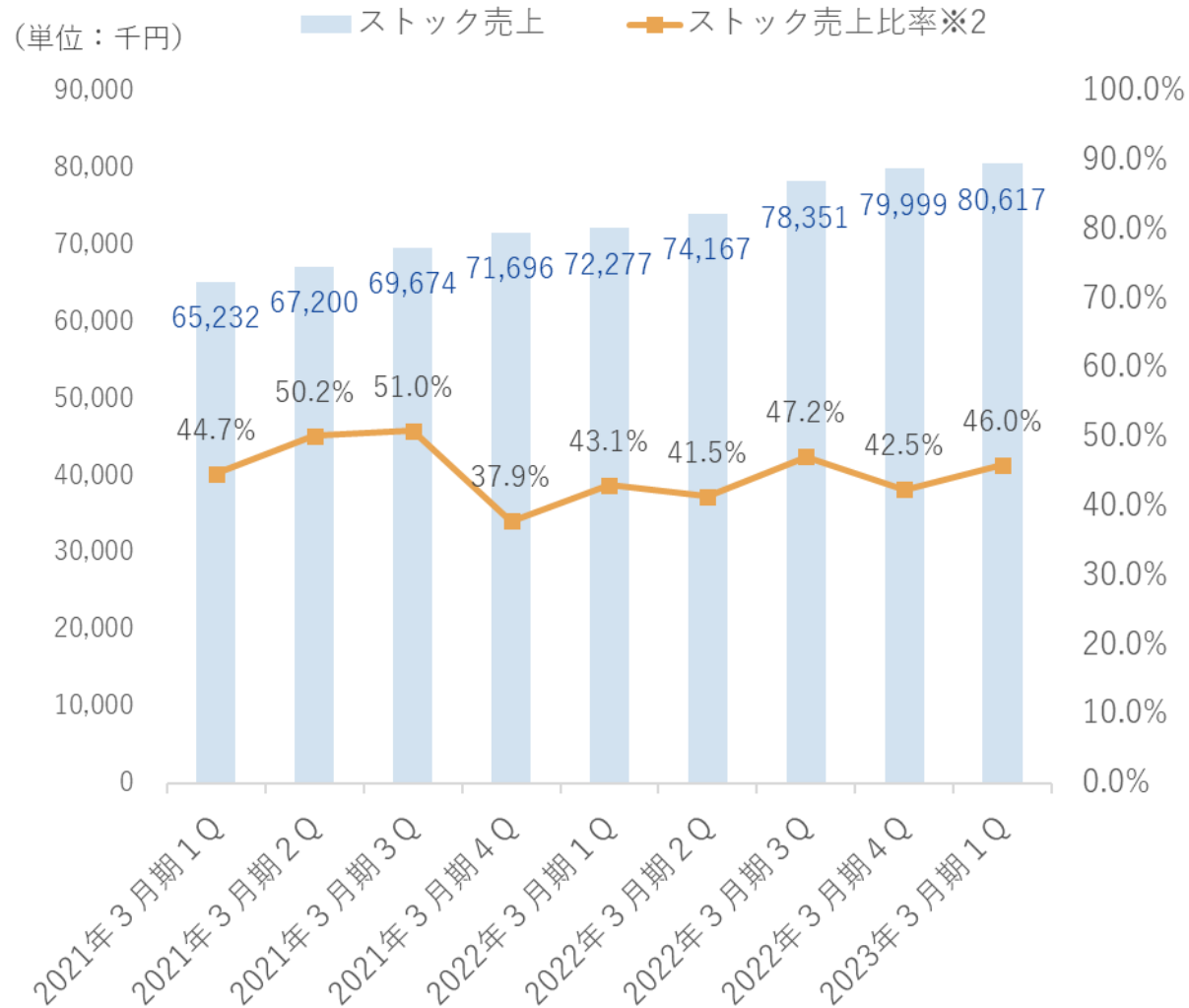
※1 「通販する蔵」の初期導入売上高およびカスタマイズ売上高

※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 - 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昨対比で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月期第1四半期事業トピックス

SOFTTEL

プレスリリース

[2022.5.24] 「通販する蔵」エンタープライズ版 カスタマイズ事例 「メーカー在庫取込機能」を公開

「通販する蔵」エンタープライズ版のカスタマイズ事案として提供を行った、メーカー在庫取込機能（以下、「メーカー在庫取込」）のカスタマイズを、広くEC事業者に貢献する事例とし公開。

メーカー在庫取込機能は、各メーカーや問屋の在庫データフォーマットを、原則そのまま取り込み販売在庫の算出、サイトへの在庫数反映までを完了させる。

販売在庫の算出には、閾値（5個以上を販売など）を設ける、または記号在庫（◎は10個など）の実数値変換など、ロジックを組み込むことが可能。

本機能の活用により、販売管理オペレーションのRPA（業務自動化）を進め、人件費の削減、欠品や空売りロスの削減を実現し、より販売戦略遂行に費やす時間を創造することで、事業者の成長に貢献。

[2022.7.21]参加費無料 サイバーセキュリティ対策セミナーの開催

猛威を振るっているEmotet（エモテット）によるサイバー攻撃への対策とし、セキュリティ対策のスペシャリストである株式会社CISO（本社：東京都港区、代表取締役社長：那須慎二、以下「CISO」）を講師に招き、「ECビジネスにおけるEmotetの脅威と対策について」をテーマとしたオンラインセミナーを実施。

2022年3月より1年間、当社製品である「通販する蔵」ご契約事業者様の事業運営における、サイバー攻撃リスクに対する備えをサポートすることを目的に、ご契約事業者様向け「サイバーリスク保険」の無償提供を開始しており、保険における補償のみならず、セミナー等の手段にてご契約事業者様へサイバー攻撃に関するリスクや予防策といった有益な情報を定期的に提供することで、リスク対応能力強化のサポートに努めたいとの考えにて、その第1弾のセミナーとして開催。



2023年3月期第2四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
2. 通販する蔵「スタンダード版」提案強化
3. futureshop用バックヤードオプション提供

UIデザインの改修を中心に詳細要件定義とプロト開発を継続進行中。大手モールの仕様変更の概要が公開されつつあり、その対応範囲、方法についても含めリリース時期の再調整を行う。

リリースより提案を開始。大々的なプロモーションは避け、お問い合わせより、ご要望や業務スタイルにマッチするであろうお客様に対し限定的に提案を行っており、検討対象としていただけるお客様も出始めている。

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を5月より開始。割引利用による契約事例も発生。さらにコマースコネクットの開発には、店舗在庫連携やBOPIS機能連携などを実現すべく仕様検討を進めている。

■ 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
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
3. WEBプロモーションの強化
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

市ヶ谷の新事務所を東京営業の拠点とした採用活動は継続中。さらに、外部リソースを利用する開発委託もトライアルから、通常業務フローに移行しつつある。

計画工数の細分化と可視化による管理強化によって、プロジェクトの管理体制は向上している。結果、中型までの開発案件については、粗利も安定し採算性も向上している。受注する案件の大型化により、多岐に渡る要件を持つ大型案件の複雑な工数管理には課題が残る為、その管理方法について対策を検討し対応中。

Google広告の活用やカスタマイズ事例のWebコンテンツリッチ化を継続実施中。YouTube動画を用いた企業ブランディングも開始。

新型コロナウイルス感染症の再拡大にて、計画していた「通販する蔵 意見交換会」は中断を余儀なくされており、情勢を見ながら再開を検討する。

■ 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

外部パートナーとのアライアンスで、顧客の抱える根本的な業務課題を包括的に改善させる体制を目指す。

「通販する蔵」導入事例 ※順不同 敬称略

phiten

ファイテン株式会社



SAC'S BAR

株式会社
サックスバー ホールディングス



SAC'S BAR
HOLDINGS

テンポスドットコム

株式会社テンポスドットコム



ナルミヤ・
インターナショナル

株式会社
ナルミヤ・インターナショナル

NARUMIYA
INTERNATIONAL

まるひろ

株式会社丸広百貨店



マックハウス

株式会社マックハウス

Mac-House

アンファー

アンファー株式会社



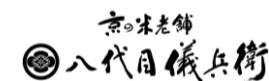
月桂冠

月桂冠株式会社



八代目儀兵衛

株式会社八代目儀兵衛



シャディ

シャディ株式会社





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16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。



※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。

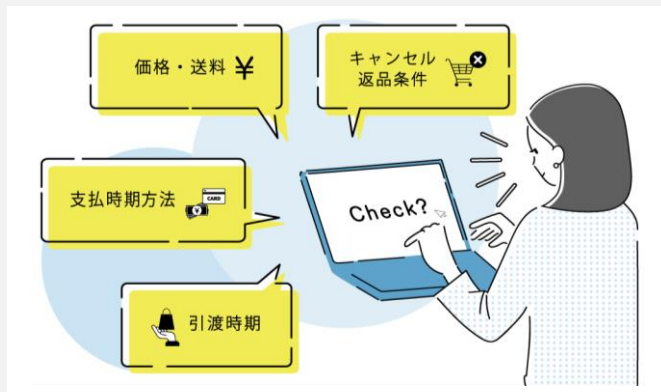
参考資料 – 持続可能なEC市場の発展のために



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。

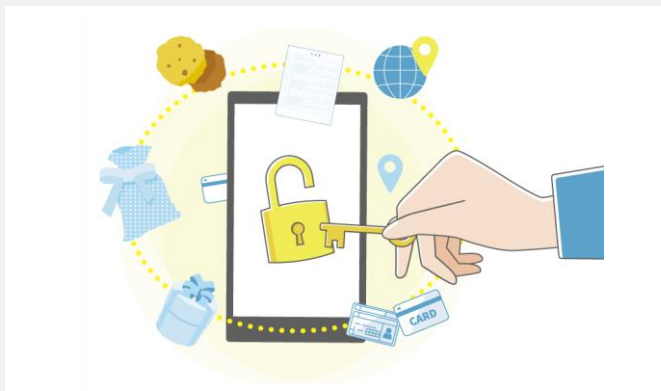
■ その1. 特定商取引法 ～誤認を招く表示で消費者に取消権～



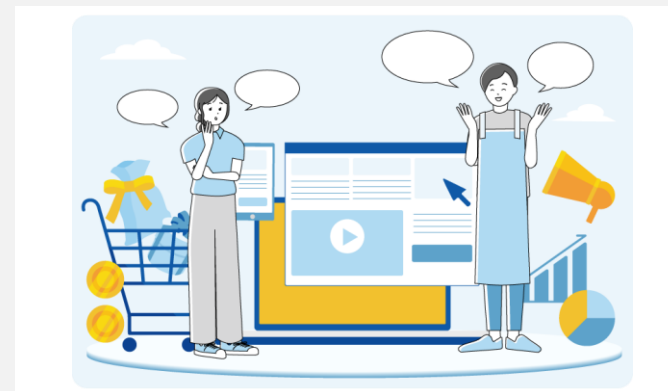
■ その2. 民法（債権法）と消費者契約法



■ 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



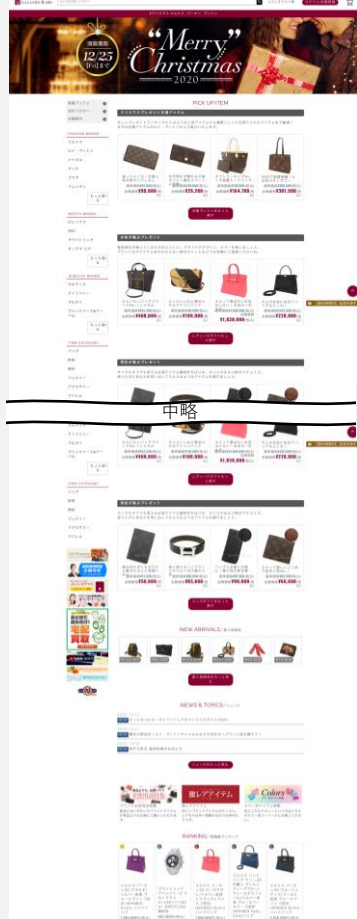
TradeSafe トラストマーク導入ショップ事例 ※順不同 敬称略



e-宝石屋金属アレルギー専門店 株式会社ジェイ・ビー・シー



ギャラリーレア 株式会社ギャラリーレア



書斎家具屋 株式会社下村家具



ハンコヤドットコム 株式会社ハンコヤドットコム



松阪まるよし 株式会社まるよし



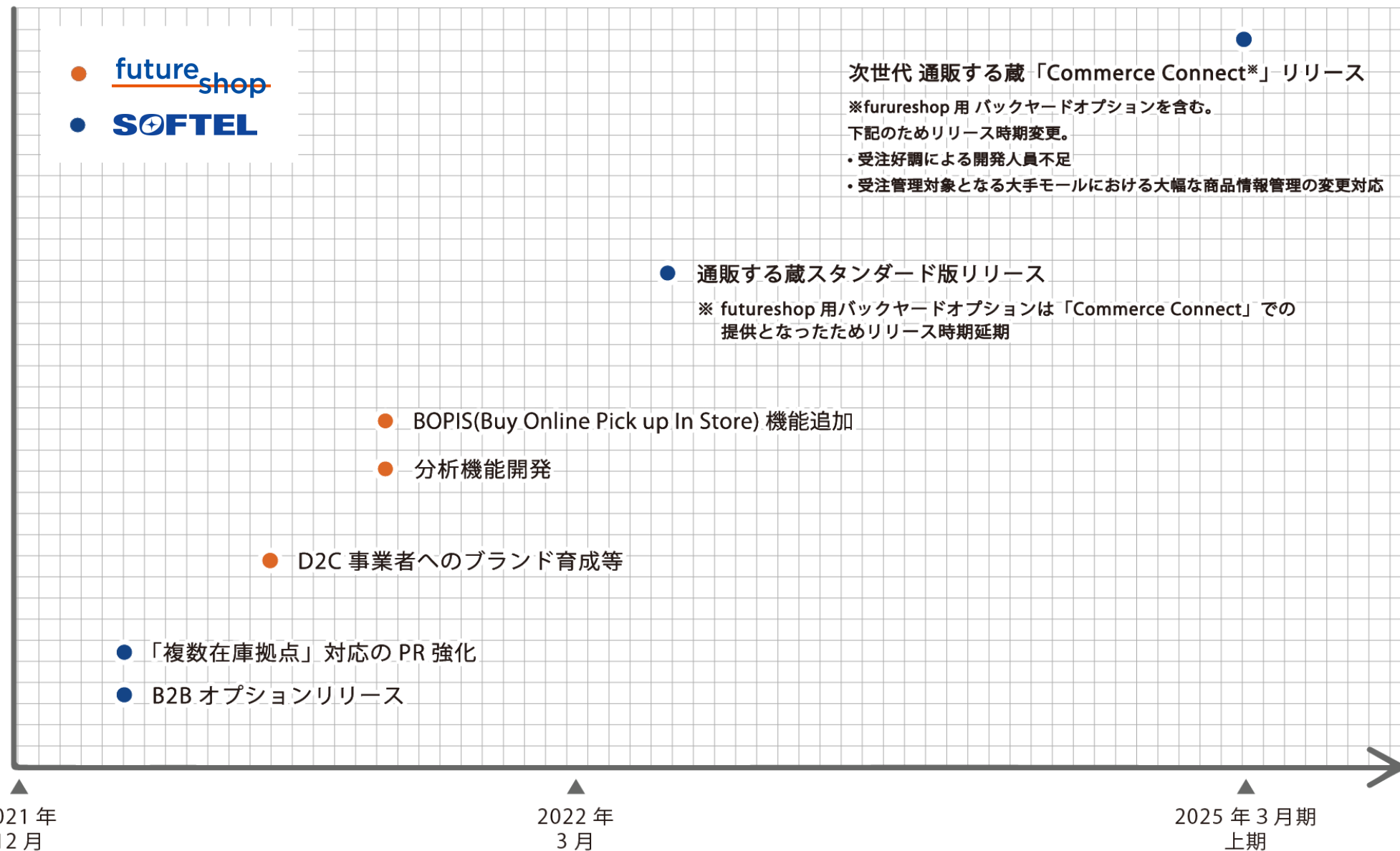
3. 事業機会と成長戦略

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。

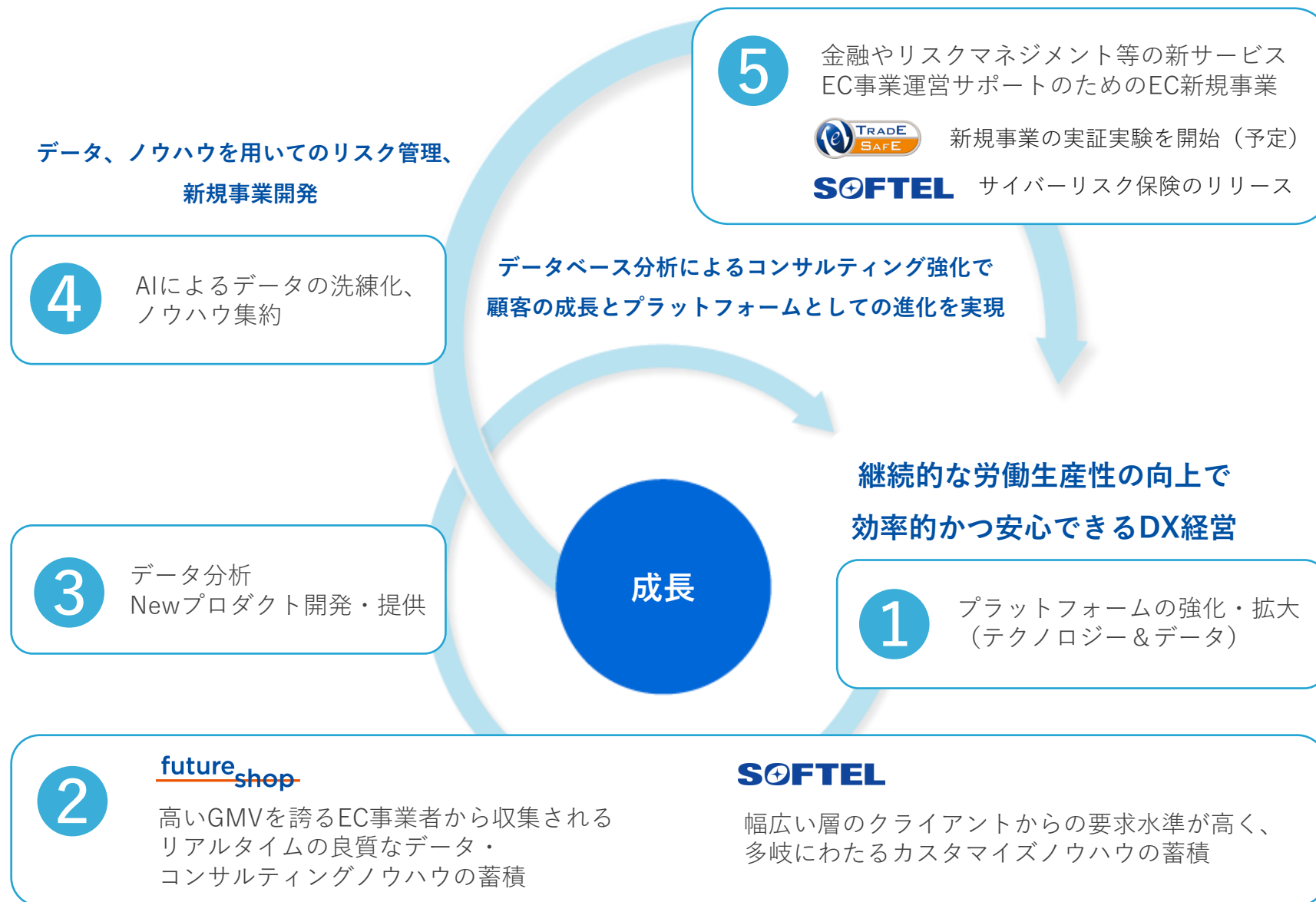


	リスク概要	顕在化の可能性	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
国内EC市場の動向について	国内経済環境の悪化等に伴い国内EC市場の成長率が鈍化、または停滞した場合に、EC事業者の業況悪化を通じ当社グループの経営成績が悪化する可能性	中	大	新たなプロダクトのリリース、既存機能の強化、D2C化を目指すEC事業者へのバックアップによるEC市場の活性化等の施策を行うことで対応
EC市場特有のマーケットリスクについて	新たな法規制の導入によるEC事業者の撤退や拡大スピードの鈍化、通信・ロジスティクスコストの増大が、EC事業者やEC利用者にとって影響を及ぼす可能性	中	大	制度改正のモニタリングおよ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

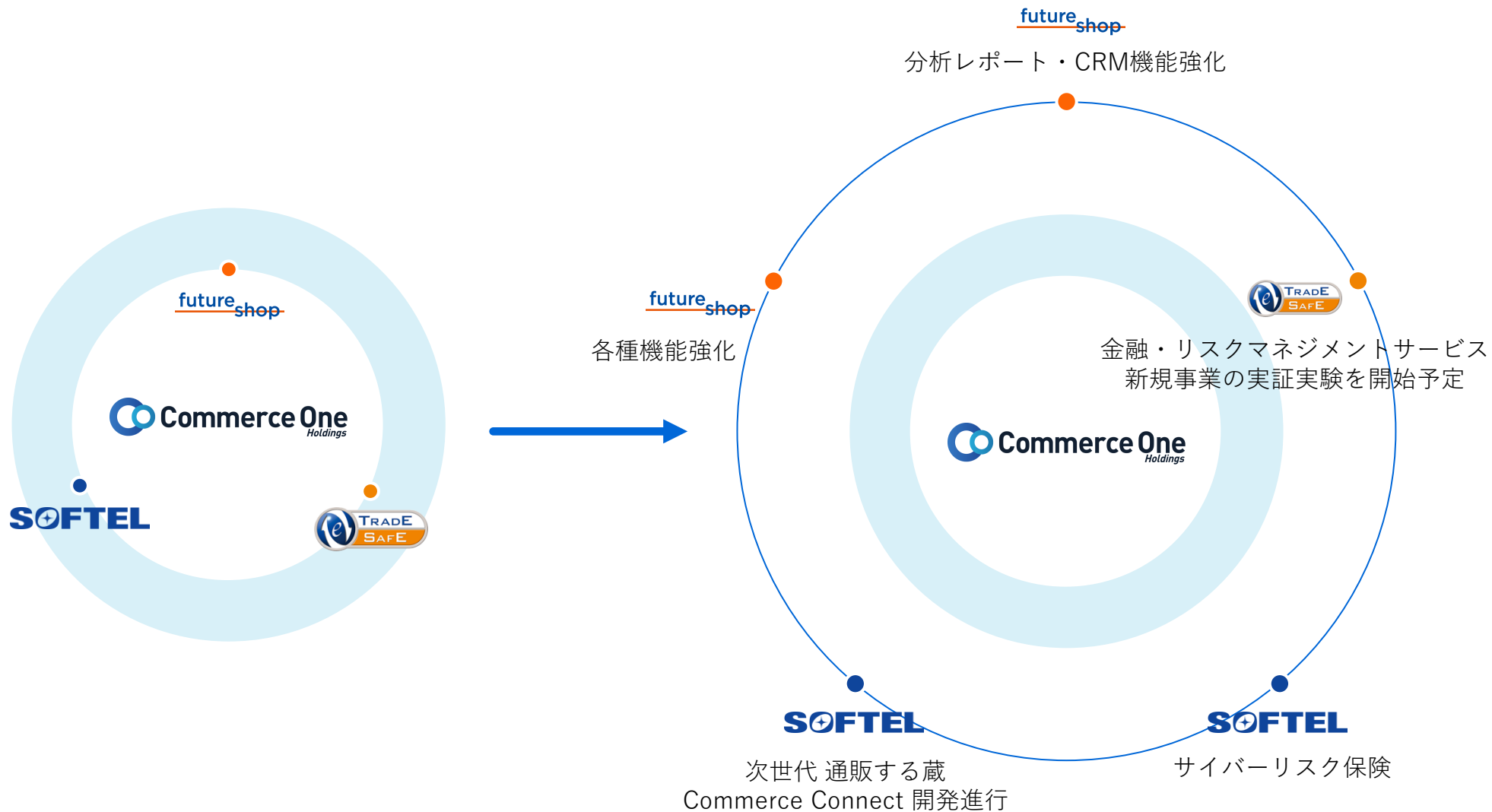
新プロダクトのリリーススケジュール



プラットフォームとしての進化と人の成長支援



2023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・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

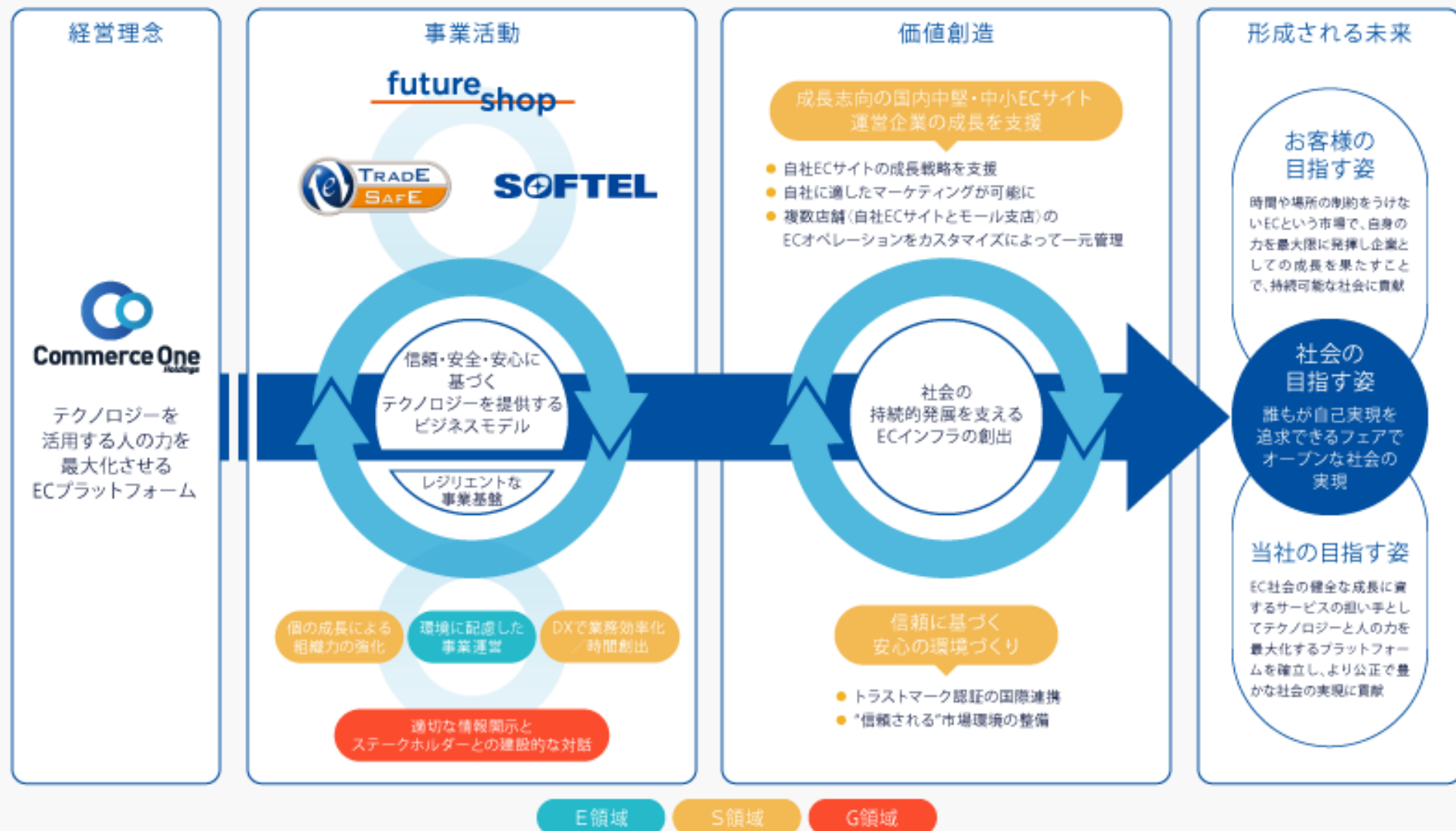
プロダクトの進化・開発と新たなデータ活用による新ソリューション提供

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

4. サステナビリティ

当社のサステナビリティ



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。

