



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月期第3四半期

# 決算説明資料

2024年2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3四半期 サマリー

連結売上高

26.2億円

YoY

+ 2.9億円  
(+ 12.5%)

連結営業利益

4.4億円

YoY

+ 0.1億円  
(+ 2.4%)

連結営業利益率

17.0%

YoY

▲ 1.7%

親会社株主に帰属する  
四半期純利益

3.2億円

YoY

+ 0.2億円  
(+ 9.5%)

## 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等が前年同期比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ト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。結果として予算進捗は当初予測を上回り推移した。

## 2024年3月期第3四半期 ハイライト

### — グループ各社 当期の状況

**future**shop

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。

- サービスリリース20周年を記念し、VRワールド「FUTURE 20th SQUARE」をVRChat上にオープン
- 他社サービス連携強化による支援事業領域拡大
  - TikTok for Business
  - 購入後顧客体験向上プラットフォーム「Narvar」
  - グループ会社である空色が提供するWEB接客ツール「WhatYa Auto CV」

FUTURE  
20<sup>th</sup>  
SQUARE

**SOFTTEL**

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。

- 2023年12月 流通総額 3,400億円突破  
(前年度同期比：+9.6%)

## 2024年3月期第3四半期 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<br>3Q | 2024年3月期<br>3Q | 増減        | 前年度同期比  |
|----------------------|----------------|----------------|-----------|---------|
| 売上高                  | 2,337,023      | 2,628,607      | + 291,584 | + 12.5% |
| 営業利益                 | 435,812        | 446,427        | + 10,615  | + 2.4%  |
| 経常利益                 | 462,968        | 497,349        | + 34,381  | + 7.4%  |
| 税金等調整前<br>四半期純利益     | 473,720        | 521,496        | + 47,776  | + 10.1% |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益 | 293,072        | 320,769        | + 27,697  | + 9.5%  |

## 2024年3月期第3四半期 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<br>3Q実績 | 2024年3月期<br>通期予算 | 進捗    |
|---------------------|------------------|------------------|-------|
| 売上高                 | 2,628,607        | 3,558,054        | 73.9% |
| 営業利益                | 446,427          | 488,043          | 91.5% |
| 経常利益                | 497,349          | 502,820          | 98.9% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 320,769          | 336,709          | 95.3% |

3/4に若干達していないが、積み上げ型ストック売上の寄与と2～3月にかけて開発案件の納品が集中するため、想定内の進捗。

フューチャーショップ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3四半期 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

19.1億円

YoY

 + 1.0億円  
(+ 5.6%)

営業利益

6.0億円

YoY

 + 0.7億円  
(+ 14.8%)

営業利益率

31.5%

YoY

+ 2.5%

GMV

1,499億円

YoY

 + 49.9億円  
(+ 3.4%)

12月末契約件数

2,894件

FYTD

 ▲ 24件  
(▲ 0.8%)

ARPU

73,452円

YoY

 + 4,529円  
(+ 6.6%)



## 2024年3月期第3四半期 ソフトル概要

**単体** ソフトル (SAMURAI TECHNOLOGY合算)



売上高※

6.2億円

YoY

▲ 0.07億円  
(▲ 1.2%)

営業利益※

0.4億円

YoY

▲ 0.4億円  
(▲ 50.0%)

営業利益率※

7.0%

YoY

▲ 6.8%

※ 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～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。

3Q  
開発売上総額

225百万円

YoY

+ 9.4百万円  
(+ 4.4%)1社あたり  
3Q開発売上高

1.3百万円

YoY

▲ 7千円  
(▲ 0.5%)3Q  
ストック売上

2.7億円

YoY

+ 0.2億円  
(+ 8.8%)3Q  
ストック売上比率

50.3%

過去7年間  
平均比

+ 7.7%

## 第2四半期・第3四半期比較

## 連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

|                      | 2024年3月期<br>2Q | 2024年3月期<br>3Q | 増減       |
|----------------------|----------------|----------------|----------|
| 売上高                  | 876,111        | 886,634        | + 10,523 |
| 営業利益                 | 152,006        | 174,810        | + 22,804 |
| 経常利益                 | 175,712        | 183,682        | + 7,970  |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益 | 109,067        | 129,703        | + 20,636 |
| 営業利益率                | 17.4%          | 19.7%          | + 2.4%   |

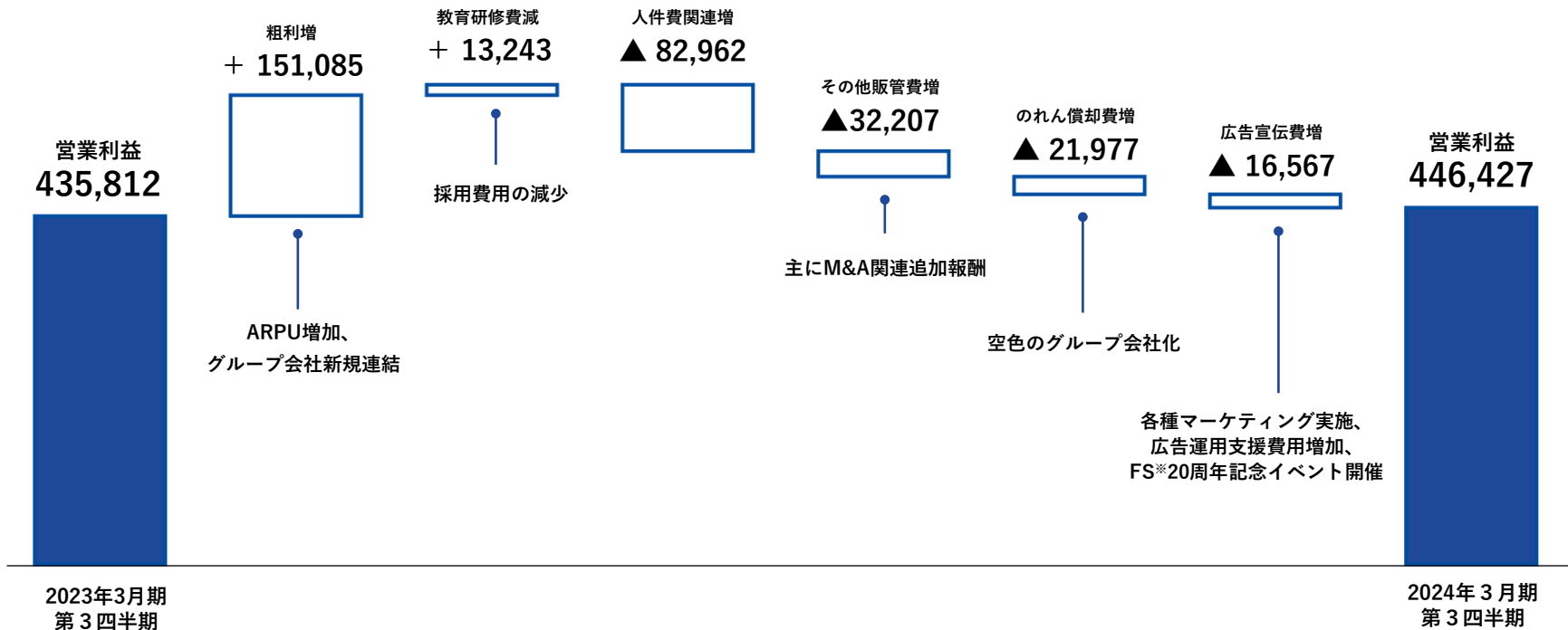
●—●  
フューチャーショップの  
ソフトウェアに係る償却が  
2023年8月に一部終了し、  
コスト削減。

●—●  
3Q時に投資有価証券の売却。

## 前年度同期比 第3四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<br>3Q | 2024年3月期<br>3Q | 増減       |
|------------------|----------------|----------------|----------|
| 営業利益             | 435,812        | 446,427        | + 10,615 |
| 営業外収益            | 27,574         | 51,293         | + 23,719 |
| 営業外費用            | 418            | 370            | ▲ 48     |
| 経常利益             | 462,968        | 497,349        | + 34,381 |
| 特別利益             | 10,751         | 24,146         | + 13,395 |
| 特別損失             | -              | -              | -        |
| 税金等調整前<br>四半期純利益 | 473,720        | 521,496        | + 47,776 |
| EBITDA*          | 523,248        | 559,665        | + 36,417 |

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。

投資有価証券売却時の株価上昇。

## 2024年3月期第3四半期 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<br>4 Q | 2024年3月期<br>3 Q | 増減        |
|---------|-----------------|-----------------|-----------|
| 流動資産    | 2,306,778       | 2,299,682       | ▲ 7,096   |
| 現金および預金 | 1,608,724       | 1,659,922       | + 51,198  |
| 預け金     | 112,220         | 1,050           | ▲ 111,170 |
| その他     | 132,013         | 210,552         | + 78,539  |
| 固定資産    | 1,199,215       | 1,281,884       | + 82,669  |
| 流動負債    | 808,247         | 774,793         | ▲ 33,454  |
| 固定負債    | 81,345          | 110,349         | + 29,004  |
| 純資産     | 2,616,399       | 2,696,423       | + 80,024  |
| 株主資本    | 2,354,948       | 2,371,699       | + 16,751  |
| 自己株式    | ▲ 139,224       | ▲ 249,022       | ▲ 109,798 |

営業キャッシュフローの増加、一方、中間配当およびFS20周年に伴う記念配当。

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。

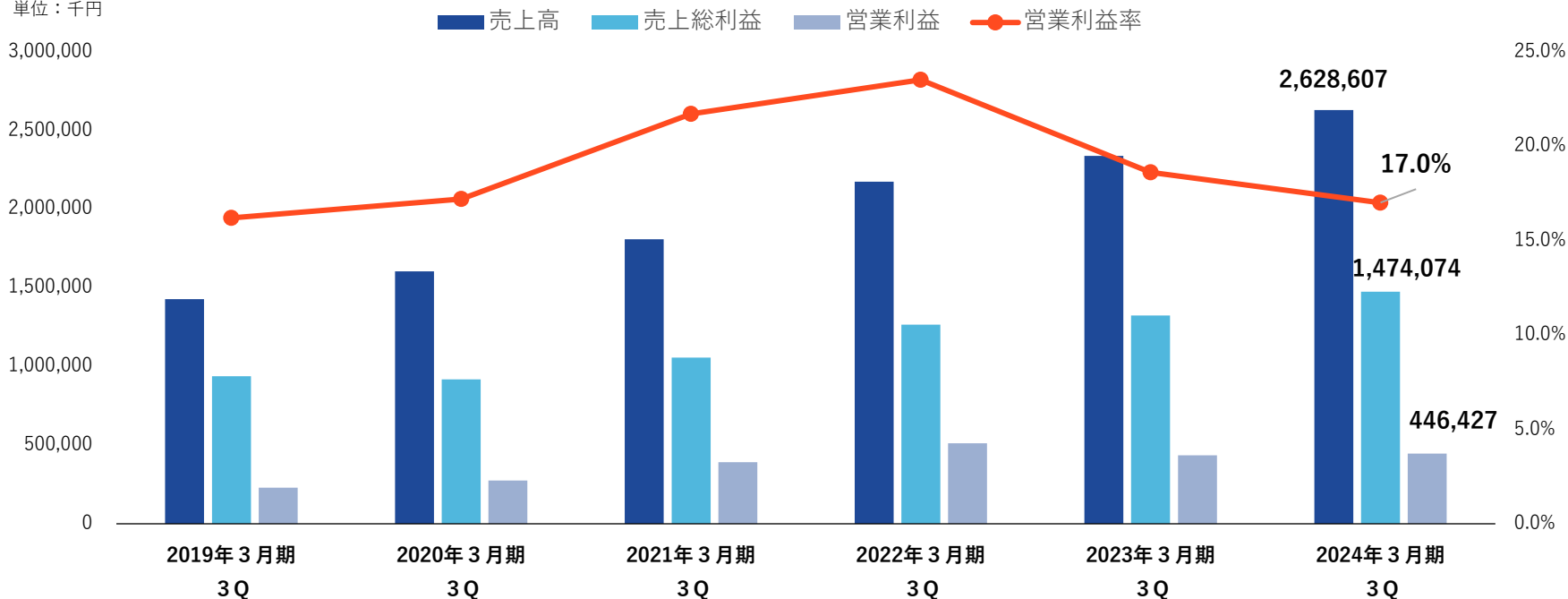
主に利用料割引のためサーバー代の前払を実施し、前払金が増加。

投資一任契約に基づく自己株式取得完了。

## 2024年3月期第3四半期 連結業績推移

2024年3月期第3四半期は、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。ソフトルの一部納期ズレはあったものの、FS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増益。

単位：千円



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。

## 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

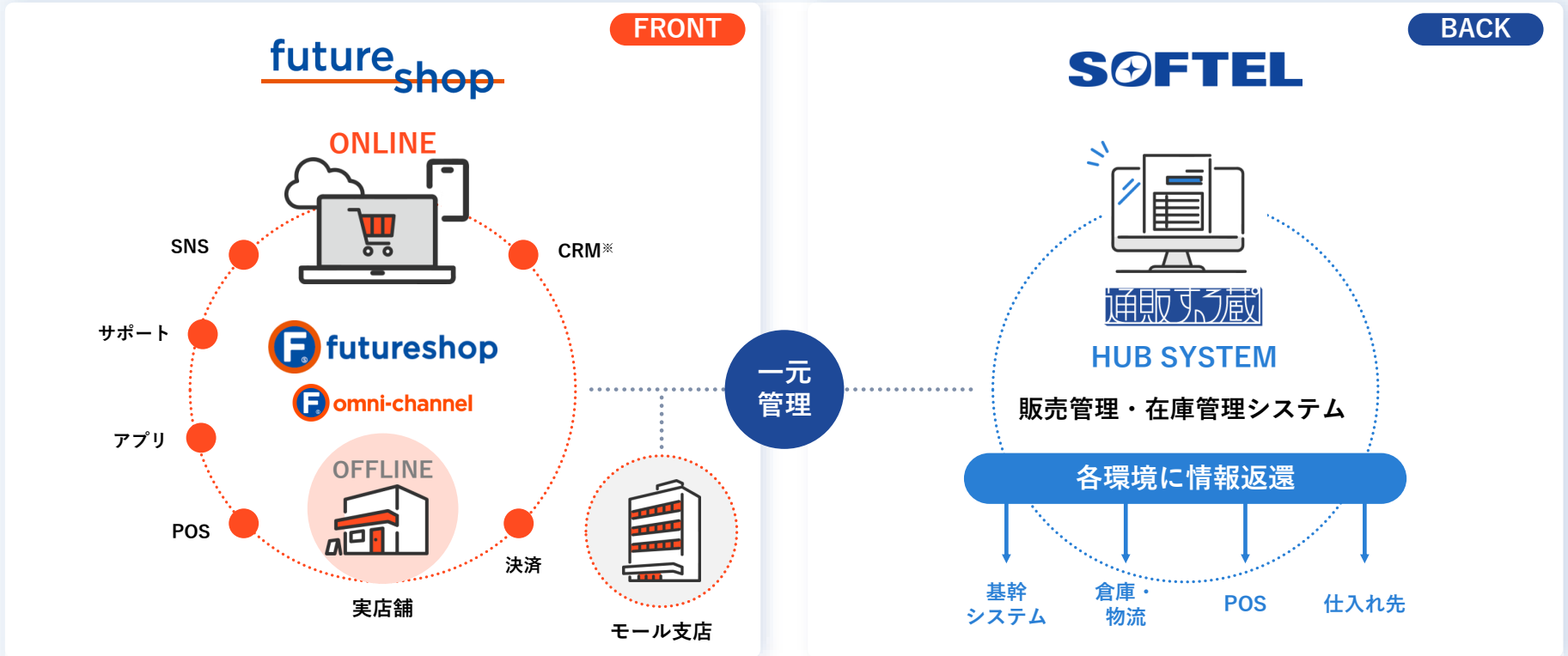
販売管理・在庫管理ソフト



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

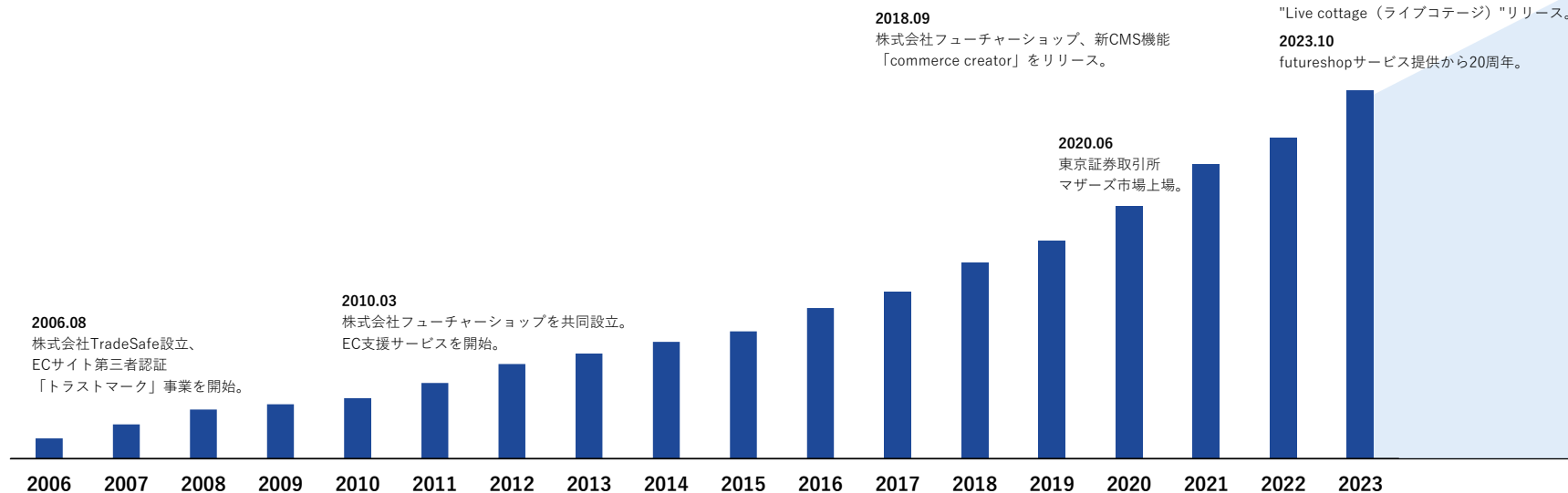
創業～事業立ち上げ

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



**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)」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。

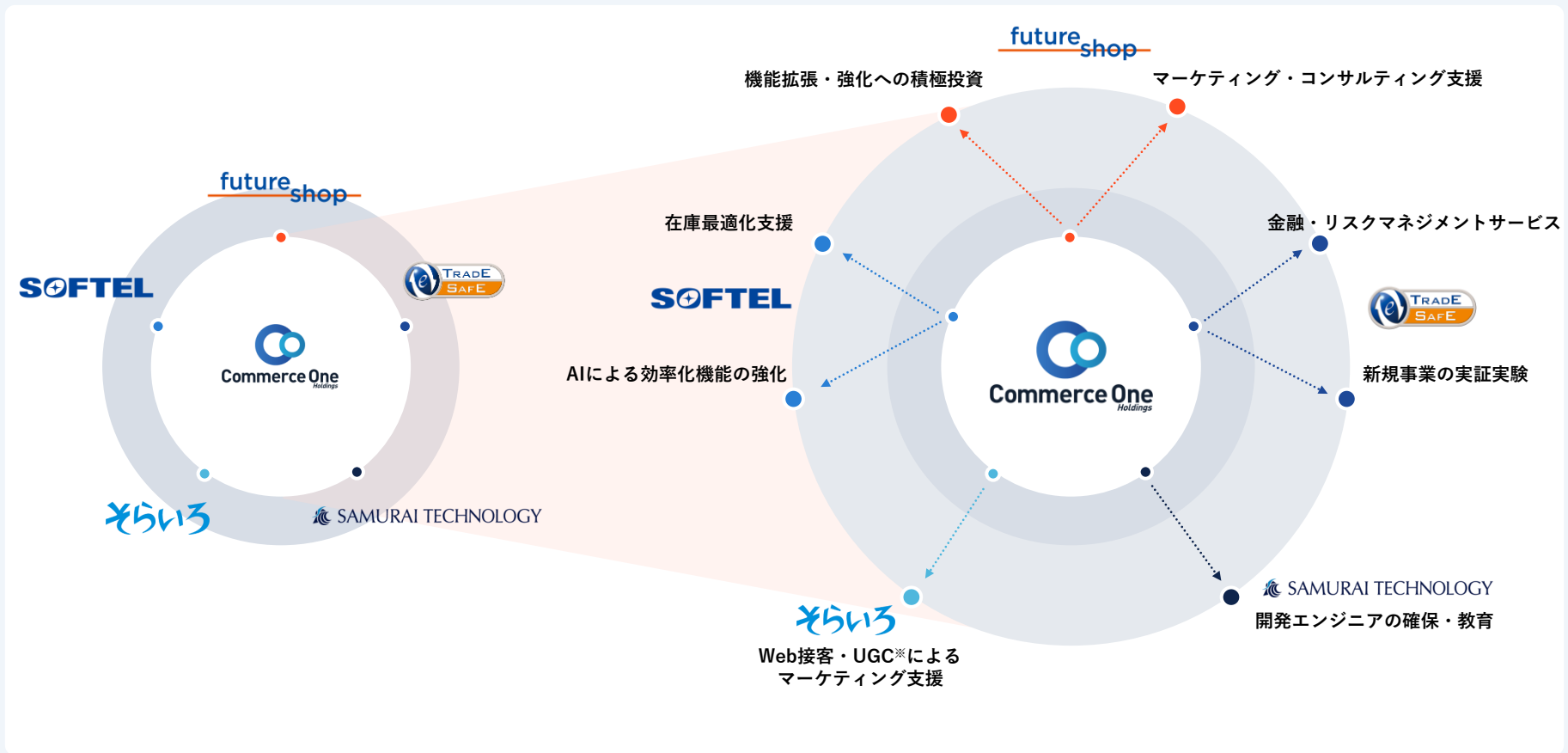
**2017.09**  
株式会社TradeSafeの事業を会社分割してグループ会社化、株式会社TSホールディングスに社名変更。

**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。

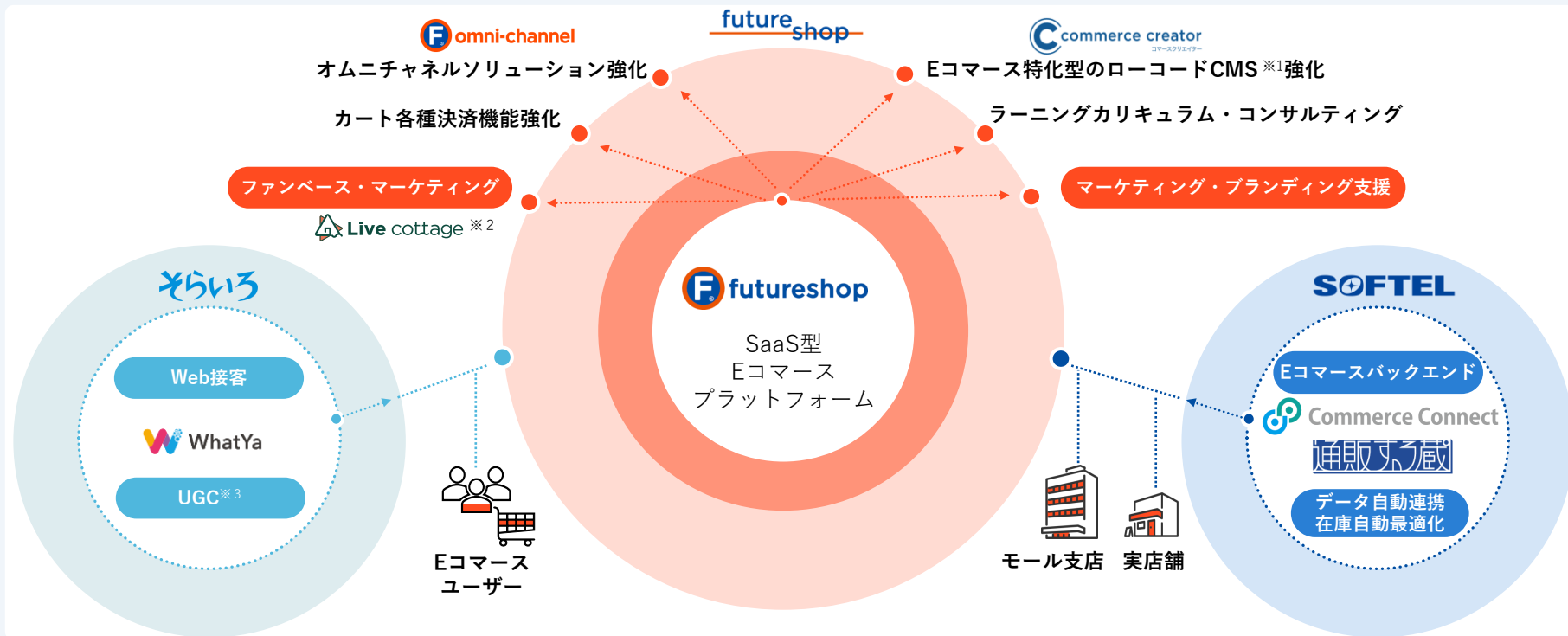
**2023.03**  
株式会社空色をグループ会社化。

# 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4四半期以降の方針と取り組み

### プロダクト開発方針

- **OMO<sup>※</sup>・オムニチャネルプロダクトの強化**

- **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

- 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

### 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。

- **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

- 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。

- **決済サービス強化**

- **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。

### 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**

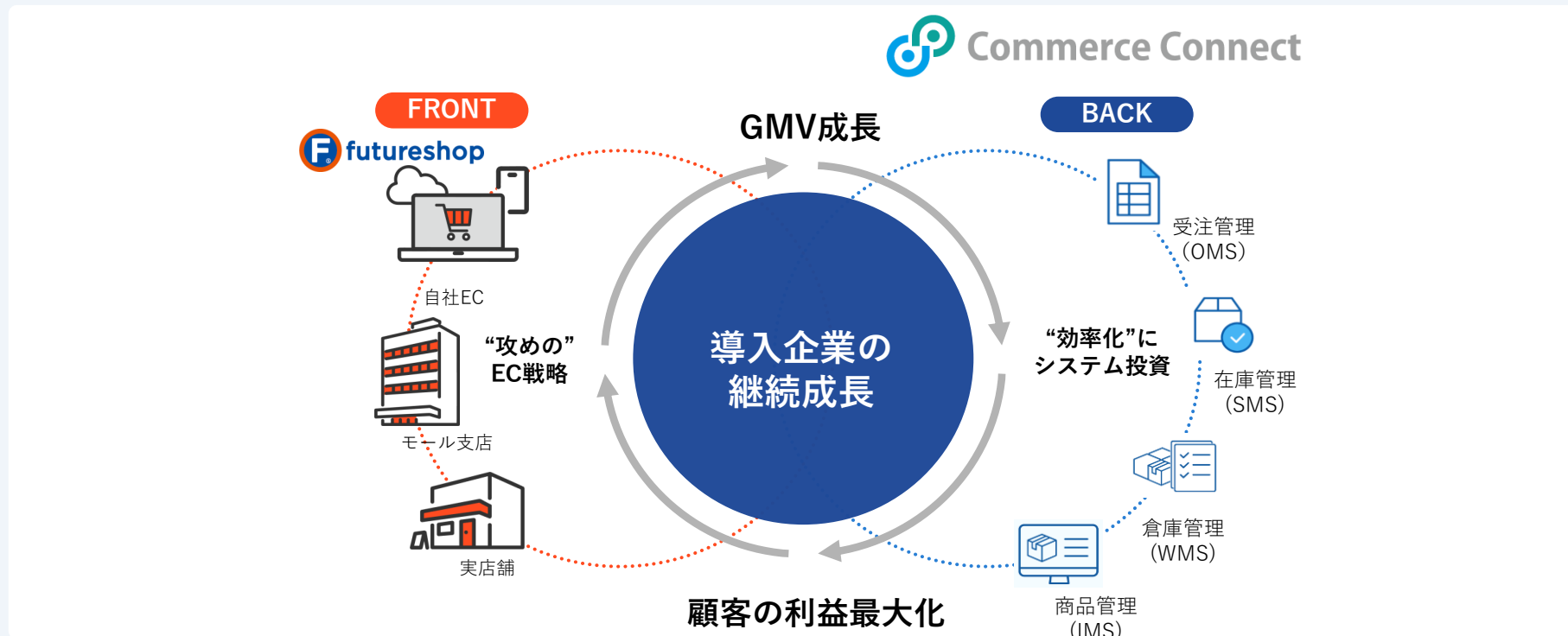
- **マーケティング強化**

- 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

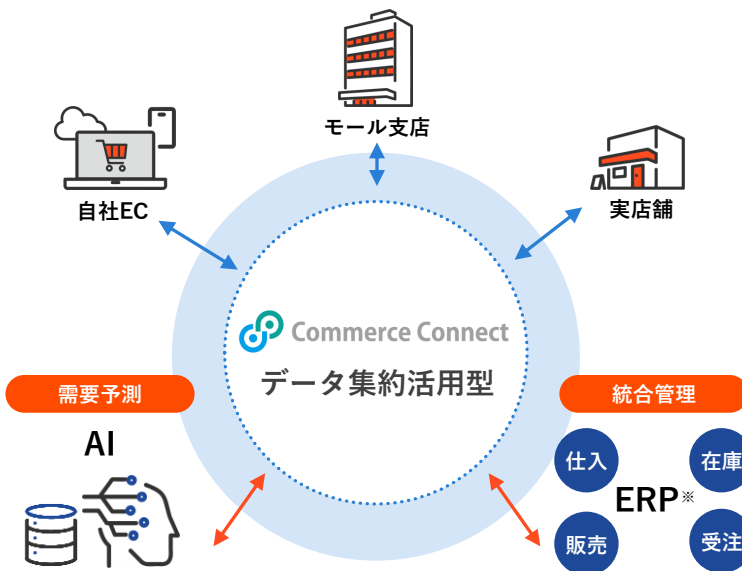
EC業界を「労働集約型」から「データ集約活用型」に変換。

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4四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を優先するため一時停止、4月に再開予定。受注処理関連のUI調整が概ね完了。  
各種機能の動作検証を再開し、β版リリース時機能(複数配送先指定機能等)の開発。

- **futureshop用バックヤードオプション提供**

futureshop利用ユーザー用「通販する蔵」導入時ライセンス特別割引は好評につき来年度も継続予定。futureshopへOEM提供するバックヤード機能を、よりシームレスで効率的なものへと開発進行中。

### 大手モールの仕様変更対応

- **商品登録概念の大幅変更**

商品情報関連カスタマイズ対象顧客が多く、調整・対応に想定以上にリソースを要する。4月には概ね完了見込み。

### 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。  
「通販する蔵」新規導入プロジェクトへの主軸人員としてアサイン。早期戦力化に向けて順調に進行。

- **流通領域での機能提案**

顧客の流通業務(ささげ、ロジスティック等)の効率化を支援する機能(受注・商品・在庫管理)を戦略的に提案。  
また、来年度に向け、送り状発行業務を改善・効率化させる機能を重点的に提案していく方針。

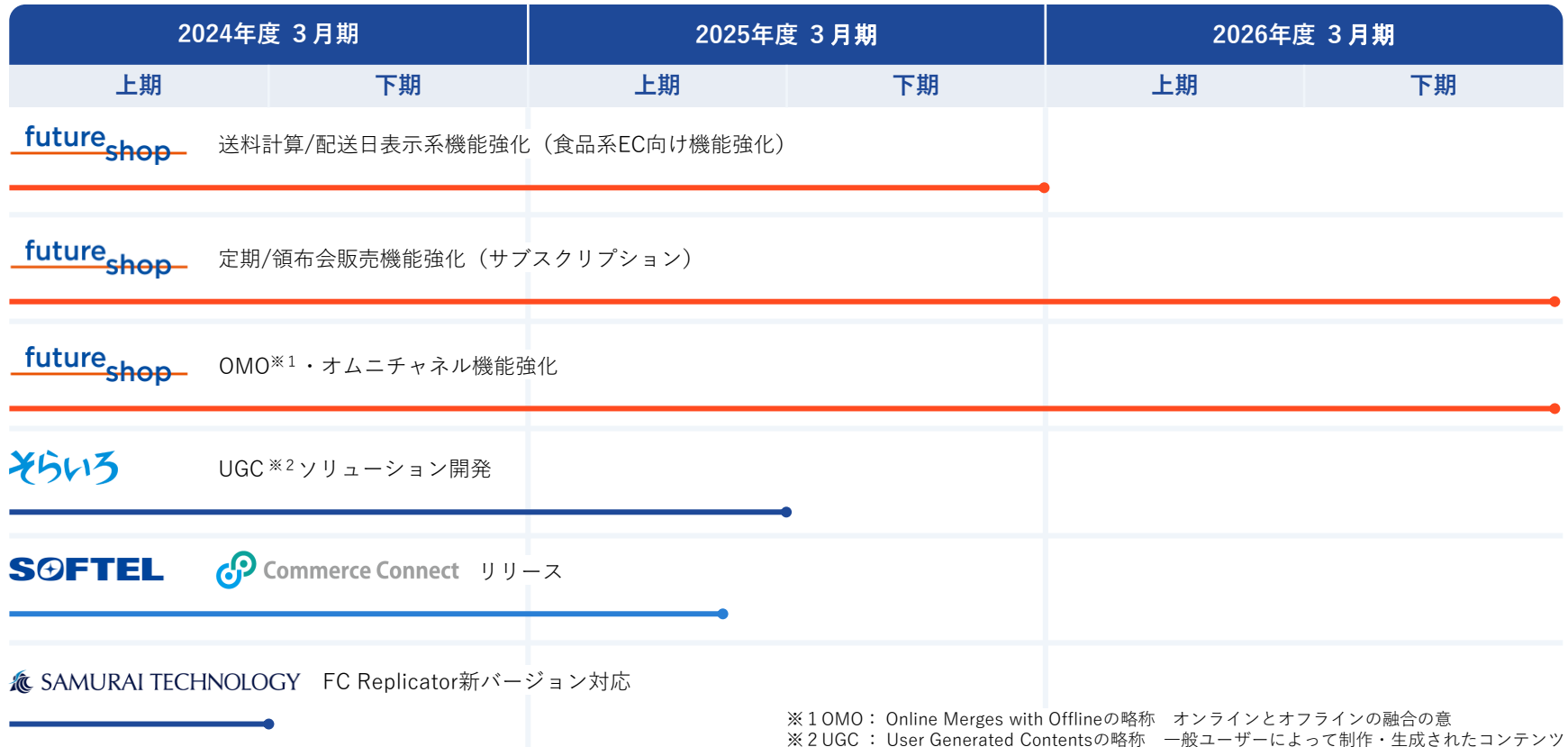
- **カスタマイズ事例を集約し営業ツール化**

カスタマイズ事例を順次作成中。好評のものを中心に、現在事例36件をWeb公開している。営業用ドキュメントとしても活用する方針。  
ナレッジ集積とともに事例を活用し、顧客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て一定の成果を得ている。

## 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

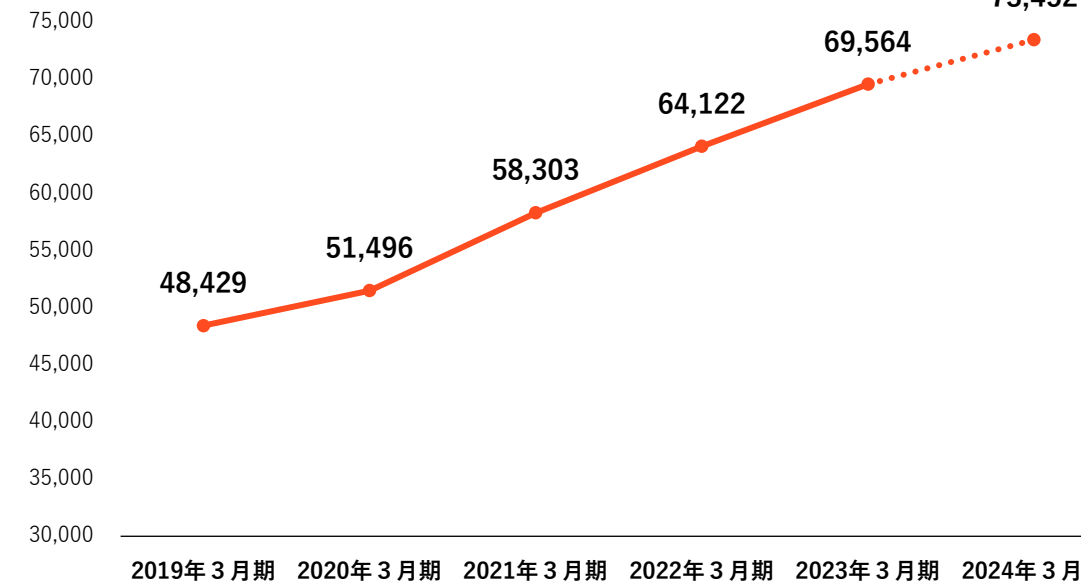
株式会社フューチャーショップ

## 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。

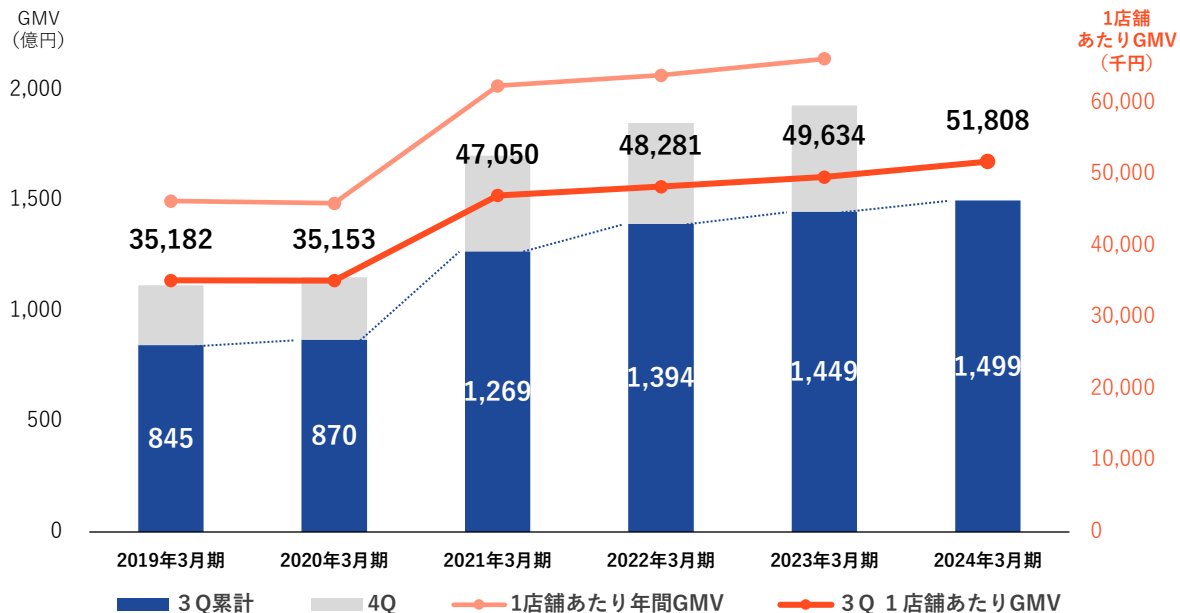
上記による、  
オプション機能・アライアンス連携  
サービスの利用拡大で、  
ARPUは着実に向上。

## GMV推移

### 2024年3月期第3四半期累計

GMV **1,499.1億円**（前年度同期比 **3.4%増**）

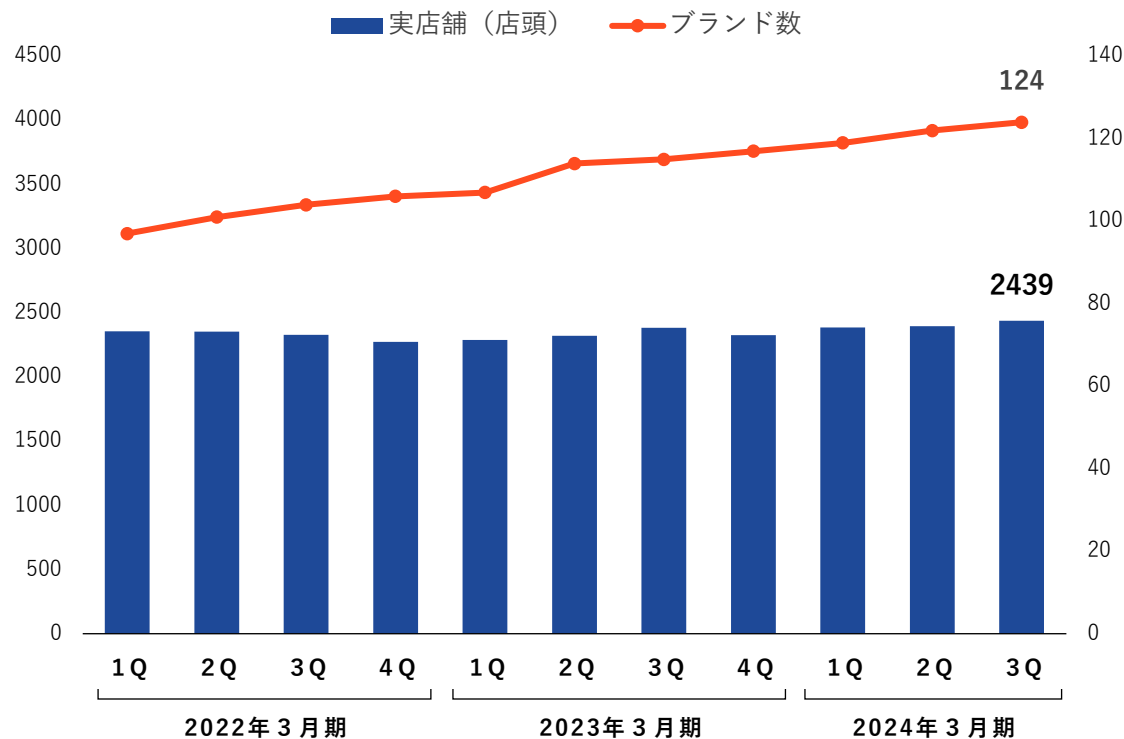
1店舗あたりGMV **51,808千円**（前年度同期比 **4.4%増**）



**GMVは当第3四半期時点で  
累計 1,499.1億円  
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の伸長率は低く推移。1店舗あたりのGMVは前年度の第3四半期累計の成長率（+4.4%）より大幅に回復。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

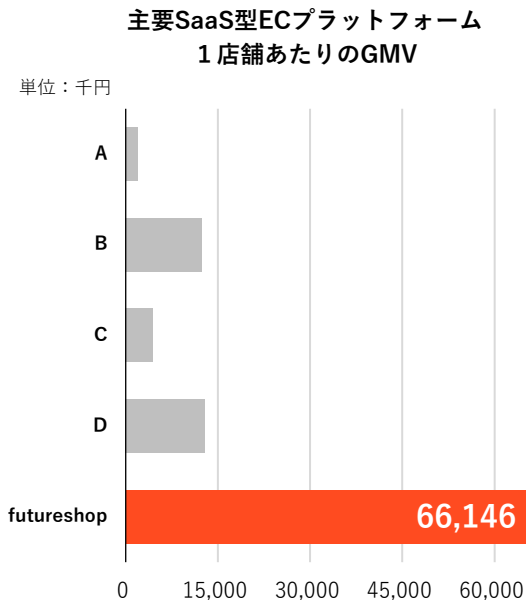


企業のOMO※・オムニチャネルへの投資は積極的な状況が続いている。

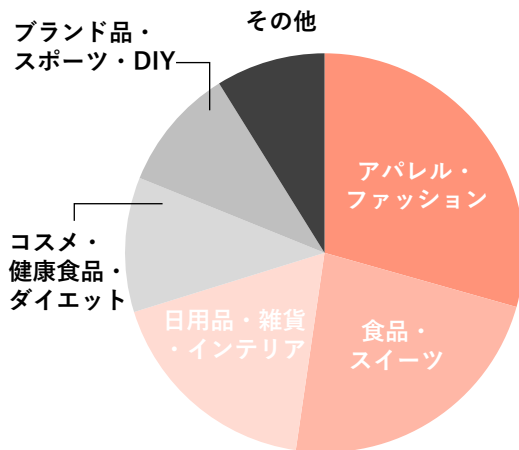


## サービスの特長

### 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



futureshop顧客のジャンル比率  
(2024年3月期 3Q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 **21.2%**増加

2024年3月期 3Q：  
成長率平均<sup>※1</sup>前年度同期比

**+21.2%**

2023年3月期 3Q：  
成長率平均前年度同期比

**+16.1%**

※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

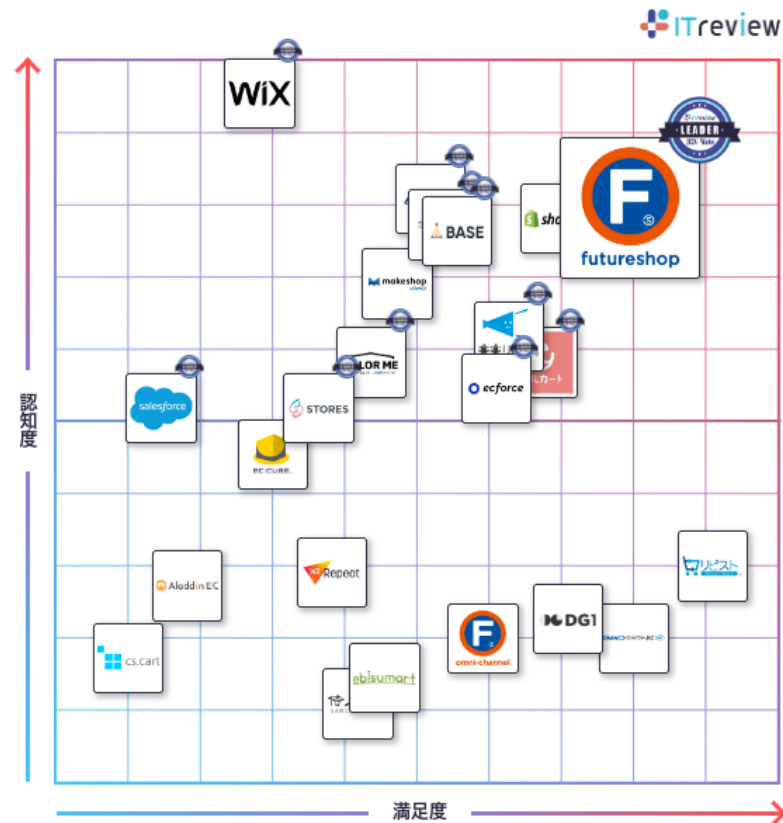


ITreview Grid Award 2024 Winter にて  
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを**18期**連続受賞



「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

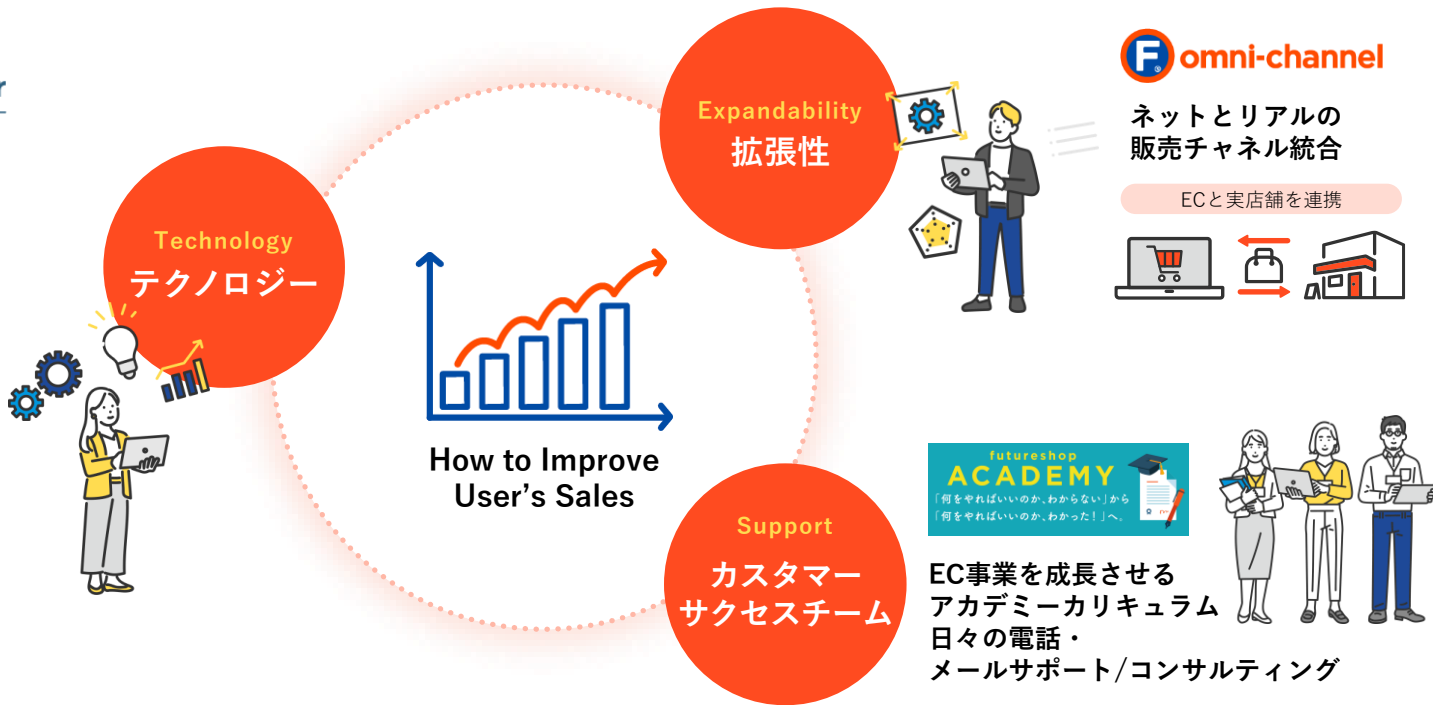
ノンカスタマイズでありながら、カスタマイズ性を担保するプロダクトのテクノロジーと拡張性、顧客の成長を支援するカスタマーサクセスチームを有する。



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



## 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 **new!**
- 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
- WEBCAS **new!**

スマホアプリ

- MGRé
- 延長保証
- proteger **new!**

EFO

- EFOcats for futureshop
- giftimize for futureshop
- 返品支援
- Narvar **new!**

コンタクトセンター支援

- Re:lation

### 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
- 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)
- SBペイメントサービス
- PayPay
- NP後払い決済
- エフレジ
- GMO後払い **new!**

### 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 **new!**

### 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3四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：63講座  
参加者数：**1,033名**

### オープンセミナーイベント



開催回数：14イベント  
参加者数：**1,025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：**96社**

Google Analyticsの旧バージョンの計測が停止し、新バージョン（GA4）への移行が進んだことから各種相談が増加、合わせてGA4分析に関する勉強会の出席者も増加。リテラシーと成長意識が高いユーザーが多いため、**カスタマーサクセス活動が1店舗あたりのGMVに効果的に作用しARPUの向上を促進。**

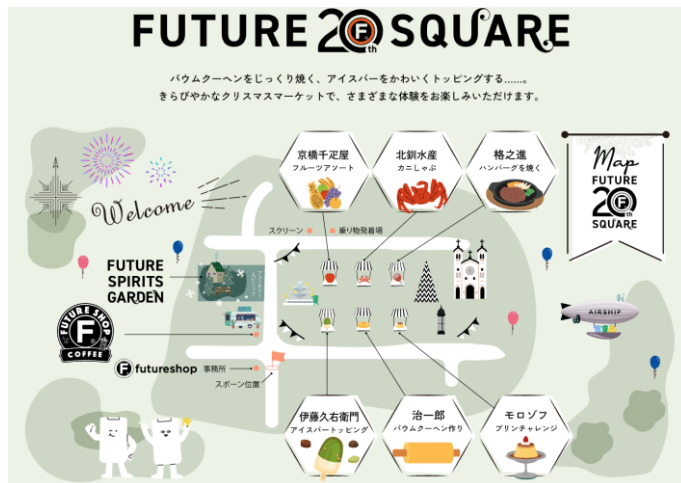
## 2024年3月期第3四半期事業トピックス

プレスリリース 2023.11.10

### メタバースで冬の魔法にかかろう！VRワールド「FUTURE 20th SQUARE」がVRChat上にオープン

～体験型バーチャルポップアップからライド&アトラクションまで。20周年を迎えるフューチャーショップがつくる、未来のリテール体験～

ソーシャルVRプラットフォーム「VRChat」上にオープンし、futureshopユーザーのバーチャルポップアップを出店。各ポップアップでは、スイーツやフードをVRの中で自分の手で作る体験が実現。フューチャーショップはこの新たな取り組みにより、テクノロジーとクリエイティビティが融合するバーチャル空間において、未来の消費者とのコミュニケーションを模索していく。



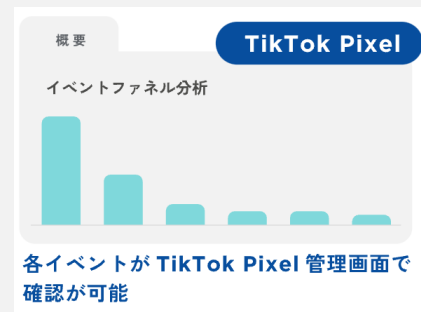
## 2024年3月期第3四半期事業トピックス

プレスリリース 2023.11.13

## TikTok for Businessとの連携を開始。2023年12月14日（木）には特別セミナーも開催

ショートムービープラットフォーム「TikTok（ティックトック）」との連携を開始。  
この連携により、「futureshop」または「futureshop omni-channel」の利用ユーザーは、  
ボタンを押す簡単な操作だけでTikTok広告をはじめられるように。

商品フィードを自動で連携。最新の情報をもとに各種広告を出稿！

TikTokに最適な  
商品動画広告を簡単に作成広告効果を  
自動かつ正確に測定



## 2024年3月期第3四半期事業トピックス

プレスリリース 2023.11.7

### Narvar, Inc.が提供する購入後顧客体験向上プラットフォーム「Narvar」との連携開始

～Eコマース支援実績国内最多クラスの株式会社いつもによる活用支援も。商品購入後の総合的な顧客体験向上をスムーズに実現～

Narvar, Inc.（本社：アメリカ合衆国カリフォルニア、CEO：Amit Sharma、以下「Narvar」）が提供する、商品購入後の顧客体験を改善するソリューション「Narvar」との連携を開始。この連携にあたり、Eコマース支援・運用代行として国内最多クラスの実績を持つ株式会社いつも（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：坂本 守）が、「futureshop」または「futureshop omni-channel」の利用ユーザーのNavarの活用をトータルでサポート。futureshop利用ユーザーは、オンラインの商品購入後の総合的な顧客体験向上をスムーズに実現できるように。



- 注文商品の「追跡ページ」で注文後のマーケティングを拡充

追跡URLが作成され、購入者は遷移先の「追跡ページ」から商品の状況を確認可能。「追跡ページ」は、商品の配送状況に応じてカスタマイズ、ブランディングデザインが行える。

- 商品購入者のニーズに合わせて自由で簡単な「返品」プロセス(セルフ返品)を提供

ECサイトの商品購入者が、オンラインで簡単な手続きをするだけで商品を返品できるように。返品拠点は日本全国約50,000箇所、スマートフォンに表示されるQRコードを使ったペーパーレスな返品などが利用可能。購入転換率のアップと返品対応のためのコスト削減が期待できる。

## 2024年3月期第3四半期事業トピックス

プレスリリース 2023.11.9

### 株式会社空色が提供するWEB接客ツール「WhatYa Auto CV」との連携開始

～EC店舗への来店顧客を、確実にコンバージョンに導くWEB接客を自動で実現。手放しで売上アップ～

株式会社空色（本社：東京都品川区、代表取締役：中嶋 洋巳）が開発するWEB接客ツール「WhatYa Auto CV」との連携を開始。この連携により、「futureshop」または「futureshop omni-channel」利用ユーザーは、**EC店舗への来店顧客を確実にコンバージョンに導くWEB接客をスムーズに導入**できるように。WhatYa Auto CV（ワチャオートコンバージョン）とは、自社EC店舗のCVRを自動的に向上させるWEB接客ツールで、**カスタマージャーニーのあらゆるシーンで活用可能な「プリセット※」施策を豊富に備え**、EC店舗への来店顧客を確実にコンバージョンに導く。



#### ● 施策の仮説検証が「今すぐ」「かんたん」「手放し」で実現

CVアップの仮説に沿って選択した「プリセット」を空色社があらかじめセット。

プレビュー確認後、タグを埋め込めば事前準備は完了。ダッシュボードでアクセスユーザーの反応を確認、効果検証をしながら「プリセット」を変えるだけで施策の変更も手早く可能。

さらなるCV向上のための「プリセット」カスタマイズや、改善レポート作成のオプションも。

## 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※<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

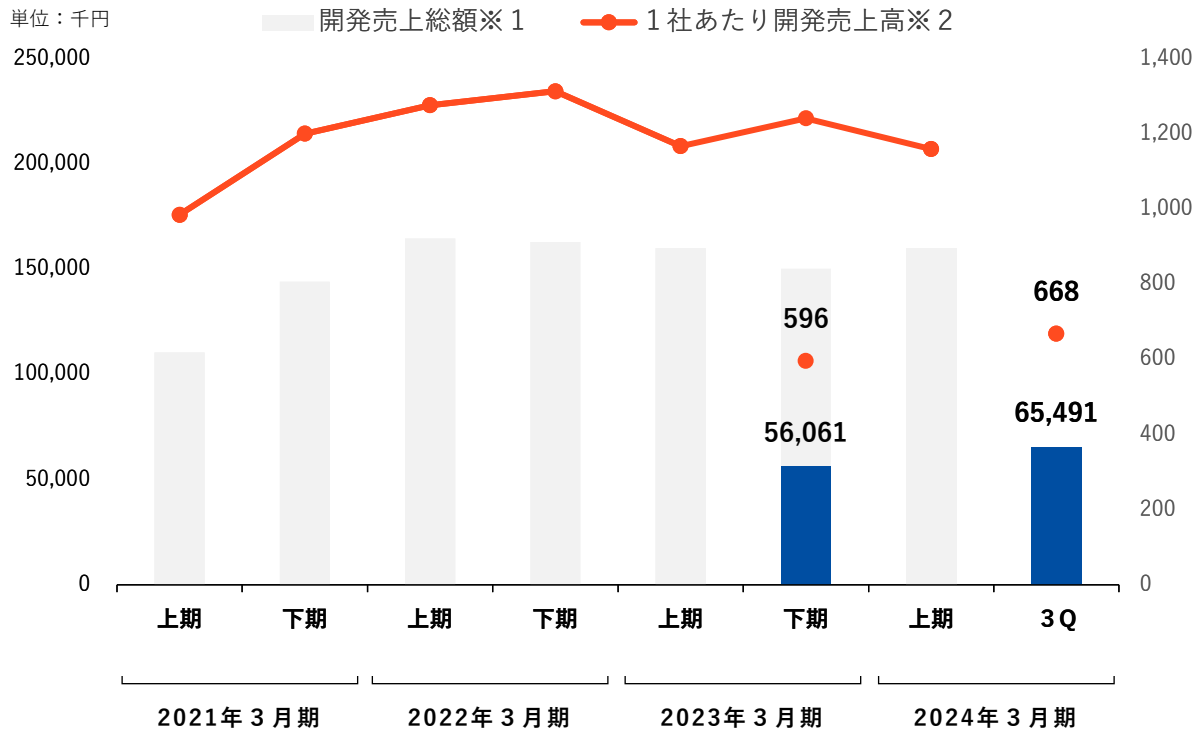
広告利用展開



**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



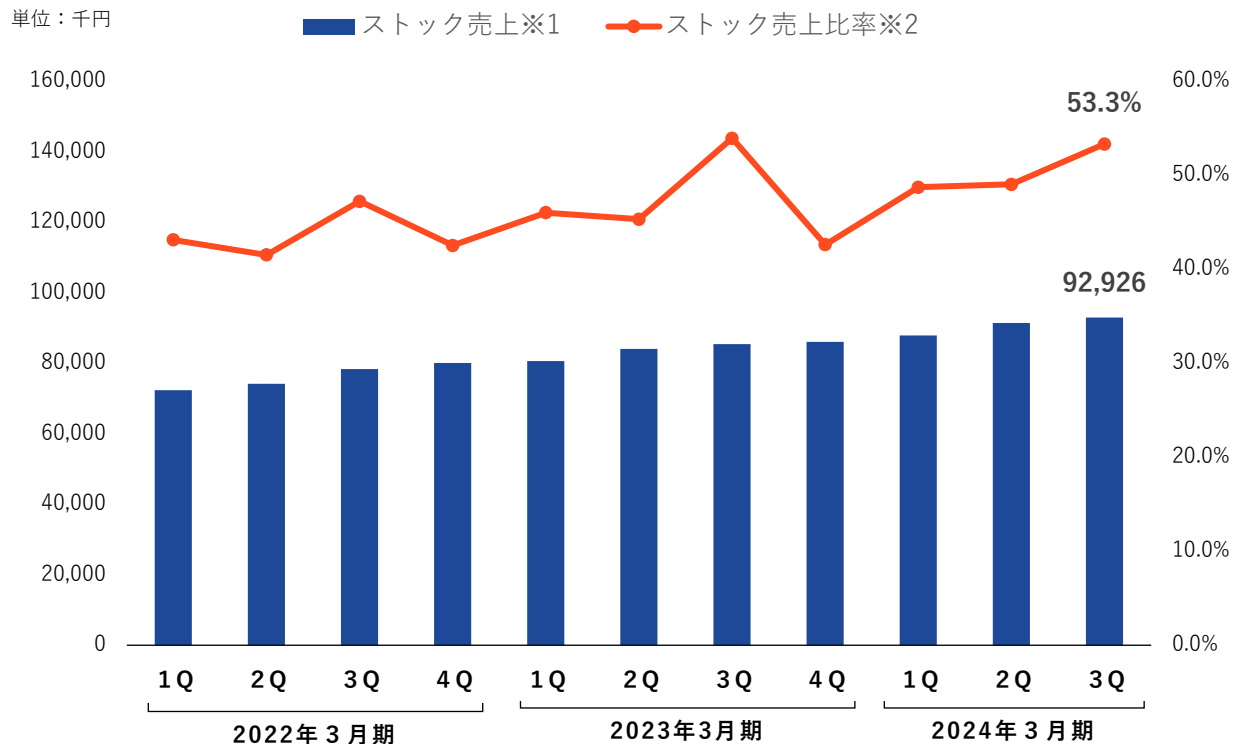
前年同期比(3Q単体)では、開発売上総額と1社あたり開発売上高共に増加。**SAMURAI TECHNOLOGY**の戦力化、既存顧客からのカスタマイズの安定的な受注が寄与。

2022年3月期第1四半期から工事進行基準を適用し、少額または短期の開発案件を除いて進行中の案件についても各四半期で売上高が計上されるようになった。納品自体は9月、3月に偏る傾向があるため、2021年3月期から2023年3月期は上期・下期単位で表記している。

※1 「通販する蔵」の初期導入売上高およびカスタマイズ売上高

※2 開発売上総額を期間内で初期導入・カスタマイズを実施した会社単位で割ったもの

## ストック売上※1



大口顧客の増加・案件の高度化に伴い順調に増収。  
概ね安定的に40%以上の水準を確保し、安定的な経営基盤を構築。

2Qと4Qは、季節要因による納品が増えた結果カスタマイズ売上が伸びるため、ストック売上比率は低くなる傾向にある。

※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

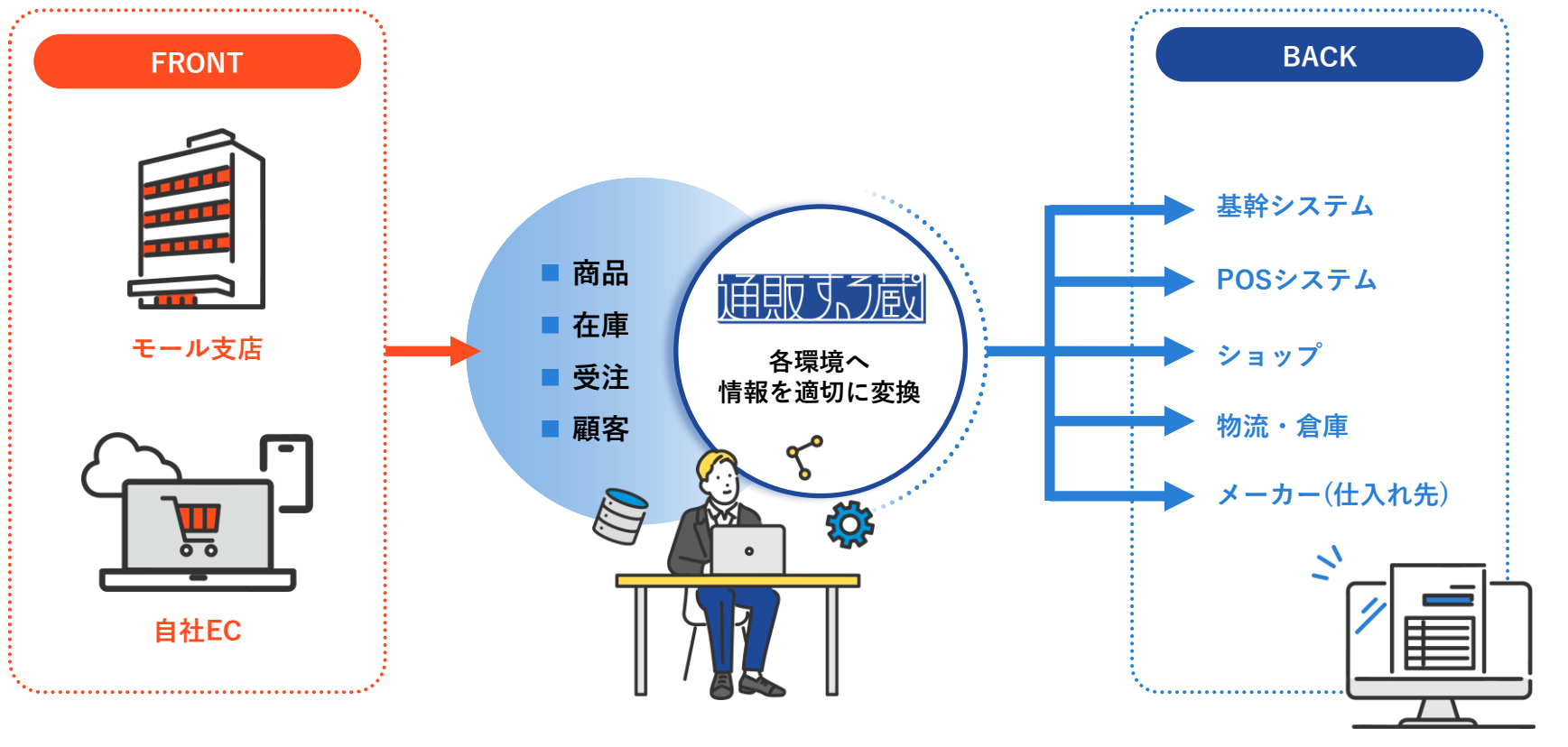
## 「通販する蔵」のコンセプト

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。

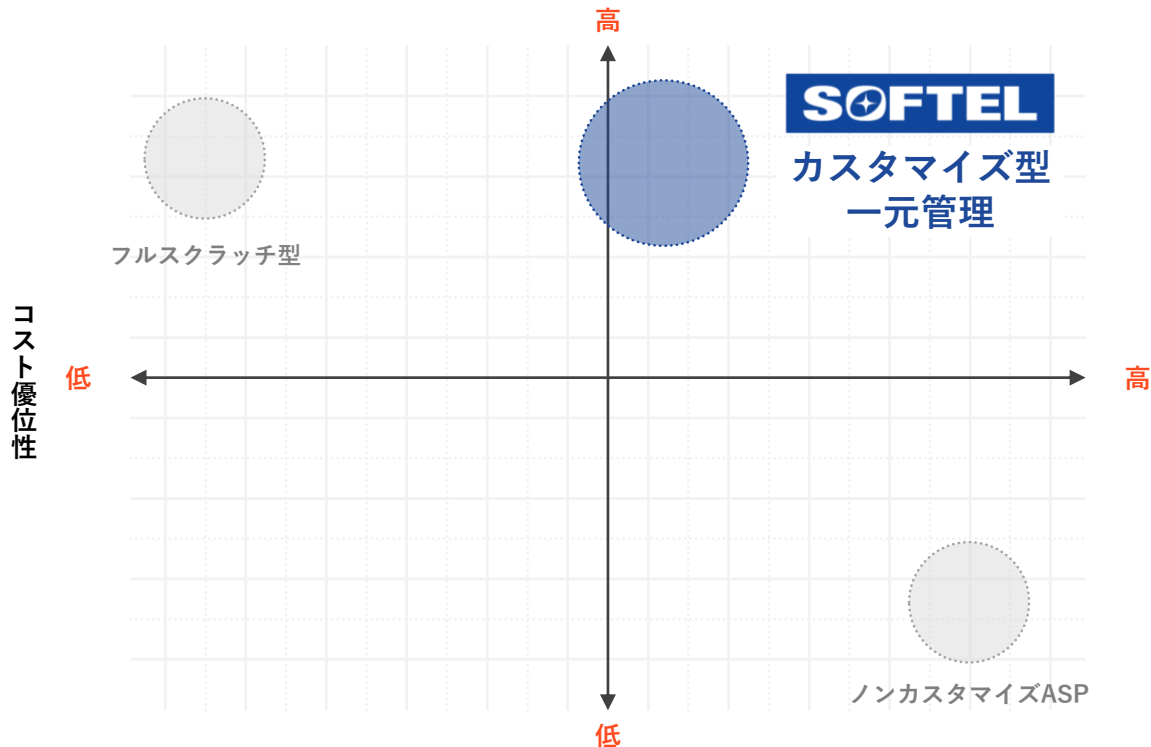


# 事業内容



# ポジショニング

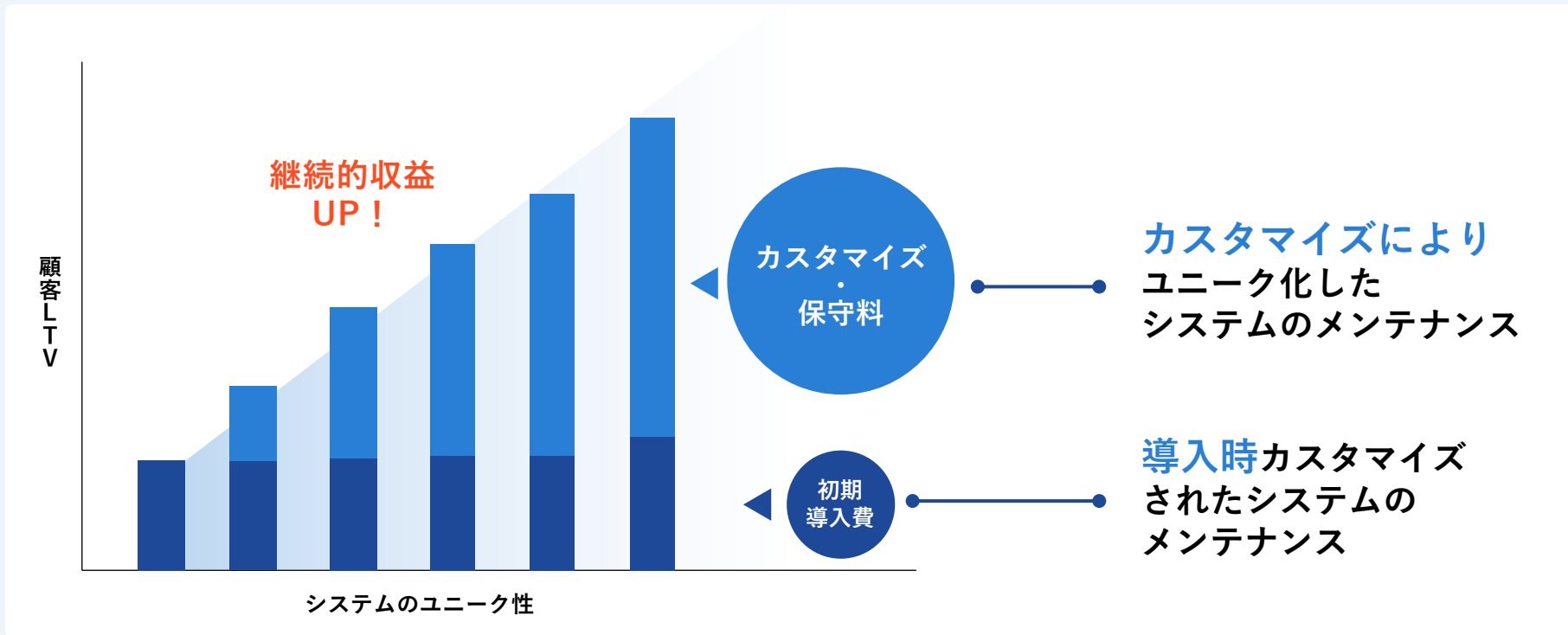
拡張性・カスタマイズ性



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。



## 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。