



株式会社コマースOneホールディングス

(東証グロース：4496)

2026年3月期 第1四半期

決算説明資料

2025年8月14日

目次

1. エグゼクティブサマリー	P.03
2. 2026年3月期第1四半期 決算概況	P.24
3. 予算進捗	P.31
4. Appendix	P.36

1

エグゼクティブサマリー

コマースOneホールディングスの現在地

成長するEC市場で国内中小企業のEC自走を支援。
顧客・パートナー・新たな人材と共に、新しい価値を生み出す。

領域

社会インフラである
ECプラットフォーム市場



事業

国内中小企業の
EC自走を支援



特徴

価値創造を共にする
SaaS型
ソリューション



ECをトータル支援する、当社の強みと展望

SaaS型ビジネスモデルの市場優位性と拡張性により、当社は持続的な成長を継続。顧客の成長ステージに合わせたサービス提供は、顧客生涯価値（LTV）を最大化し、安定したストック収益基盤を構築する。

さらに、グループシナジーを活かしたソリューションは、顧客の競争力を強化し、課題を解決。

顧客とともに、次世代市場の開拓をともに牽引する。

EC戦略を後押し



SaaS型
EC サイト構築
プラットフォーム

新規M&A



VTuberコミュニティ
マーケティング



生成AI活用で
クリエイティブを加速



UGC
ソリューション

事業基盤を支える



バックエンド業務一元化



EC取引のあんしん認証

新規事業



金融サービス

2026年3月期 第1四半期 サマリー

連結

連結売上高

9.1億円

YoY

+ 0.1億円
(+ 1.3%)

連結営業利益

1.3億円

YoY

▲ 0.2億円
(▲ 15.5%)

連結営業利益率

14.4%

YoY

▲ 2.9pts

親会社株主に帰属する
四半期純利益

0.9億円

YoY

+ 0.5億円
(+ 129.2%)

決算概要

営業利益 減

- ・ フューチャーショップは増収増益。オプション・アライアンスサービスの拡充と、前年度の価格改定が寄与。
- ・ ソフトルは減収減益。保守工数の増大に伴うエンジニアコストと採用活動コスト増加。
- ・ 空色は新プロダクトの開発のため、コスト増加。
- ・ HD※は、グループ拡大のための上場維持費用の支払いがあったため、コスト増加。

純利益 増

昨年度のエネサイクルの持分法投資損失が発生しなかったため、親会社株主に帰属する四半期純利益は増加となった。

2026年3月期 第1四半期 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

7.0億円

YoY

+ 0.4億円
(+ 6.5%)

営業利益

2.0億円

YoY

+ 0.01億円
(+ 0.6%)

営業利益率

28.7%

YoY

▲ 1.7pts

GMV

526億円

YoY

+ 17.8億円
(+ 3.5%)

6月末契約件数

2,785件

FYTD

▲ 10件
(▲ 0.4%)

ARPU

84,616円

YoY

+ 7,632円
(+ 9.9%)

2026年3月期 第1四半期 ソフテル サマリー

単体 ソフテル



売上高

215百万円

YoY※1

▲ 0.5百万円
(▲ 0.3%)

営業利益

16百万円

YoY※1

▲ 4.1百万円
(▲ 20.0%)

営業利益率

7.7%

YoY※1

▲ 1.9pts

開発売上総額

91百万円

YoY

▲ 3.1百万円
(▲ 3.4%)

ストック売上

117百万円

YoY

+ 3.4百万円
(+ 3.0%)

その他売上

6百万円

YoY

▲ 0.7百万円
(▲ 10.4%)

ストック売上比率※2

54.4%

YoY

+ 1.7pts

1-1

SaaS型優位性 × 顧客の成長加速

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型プラットフォーム

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、
導入率が拡大

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



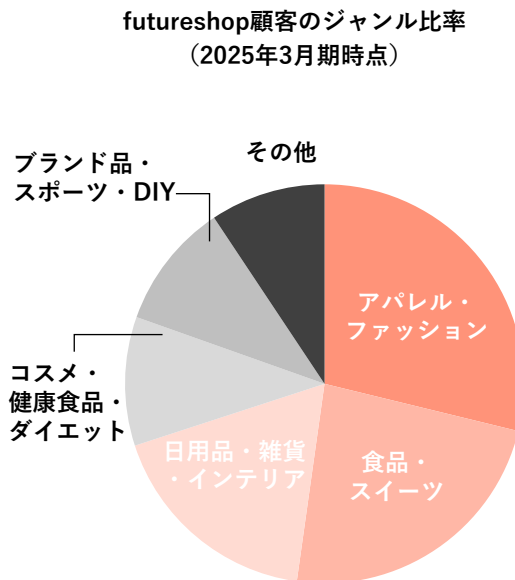
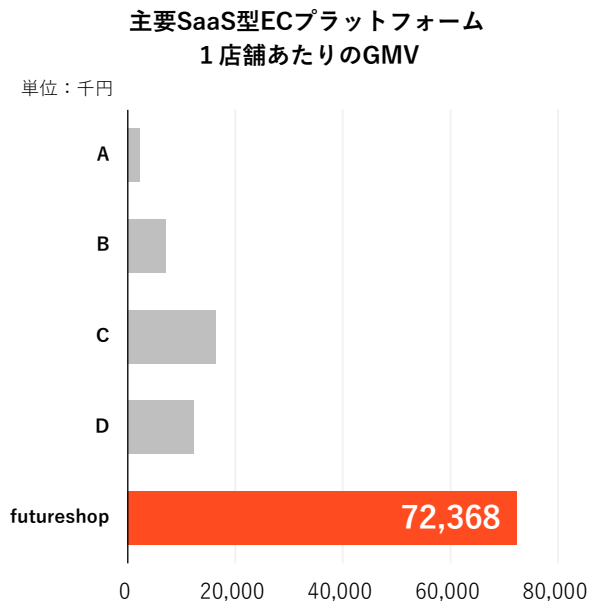
満足度の高い サポートの提供

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

顧客と伴走し、堅実に成長に寄り添う futureshop

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



契約を2年以上継続している
顧客の売上※1 対前年同期成長率

平均 **+22.8%**

2024年3月期：
平均成長率 前年度同期比

+25.6%

※1 契約を2年以上継続している顧客の成長率平均=2年以上契約を続けている顧客のうち、毎月1円以上の売上がある店舗を対象とし、その売上成長率の平均を示すもの。契約から2年未満の顧客は対象外としており、初期段階に見られる急激な成長の影響を除外している。

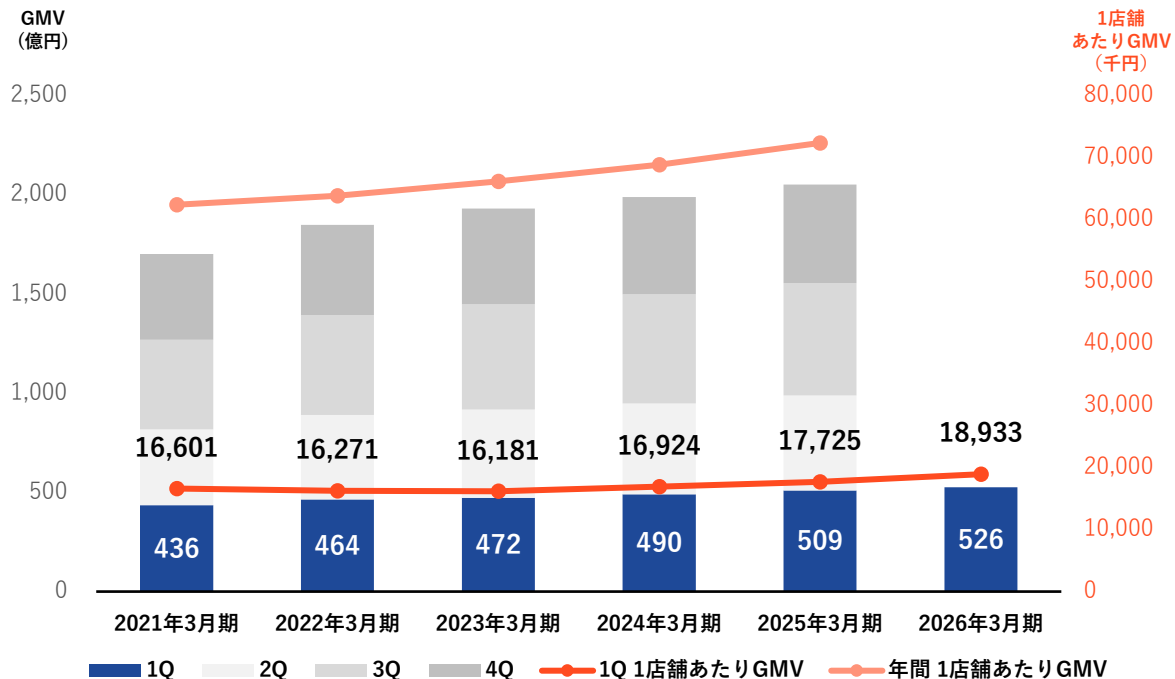
※上記グラフは2024年度国内主要SaaS型ECプラットフォーム1店舗あたりGMV推計/当社調べ
(業種・サブスクリプションコマース特化型・カスタマイズモデルは除く)

顧客のGMVを堅実に成長させる futureshop

2026年3月期第1四半期累計

GMV **526.8億円**（前年度同期比 **3.5%増**）

1店舗あたりGMV **18,933千円**（前年度同期比 **6.8%増**）



**GMVは当第1四半期で
526.8億円
前年度同期比 +3.5%**

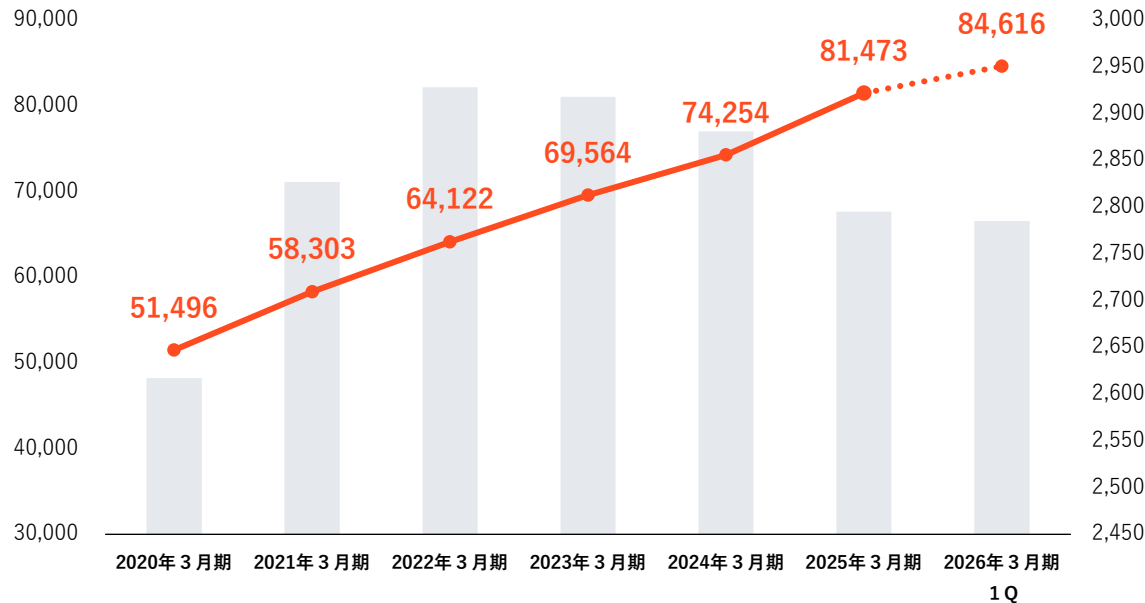
新規契約店舗の獲得は引き続き厳しい状況にある一方で、1店舗あたりのGMVは前年比6.8%増加。既存顧客は堅実に成長している。また、2024年6月からの料金改定による契約店舗数への影響は軽微であるものの、売上規模の小さい事業者によるECサイトの閉鎖に伴い、解約が増加した。

高付加価値戦略でARPU成長を実現する futureshop

1店舗あたりの月間売上金額/ 契約件数

■ 契約件数 ●— ARPU

単位：円



契約件数

コロナ禍による急増の反動と
店舗の統廃合の影響を受ける



ARPU

サービスの高付加価値化や
アップセル戦略の効果



顧客構成の質が改善し、
売上の安定性と
利益率の向上が進む。

VTuberマーケティング事業 **DINES** を新規M&A

VTuber専門インフルエンサーマーケティング

総SNS
フォロワー **2,000万人**

VTuber
総勢 **2,000名以上**

収益化している
個人VTuberのみ

上記と提携した、
インフルエンサーマーケティング事業「[AttendMe](#)」
を運営。PRや宣伝、大会イベントまで、
VTuberを起用したマーケティングをサポート。



さらに、

オンラインイベント

オンラインイベントを毎月開催。
月100名程度のタイアップ、2,3企画を実施。

インフルエンサーコラボ オンラインガチャ「[TaPrize](#)」

人気インフルエンサーとコラボしたオンラインガチャを
2023年8月にローンチ。
商品企画からグッズの発注発送までを一括でサポート。

コラボ商品の製造販売

人気VTuberとコラボした大人気「推カン」シリーズ
累計500種類、30,000缶を超える販売実績。

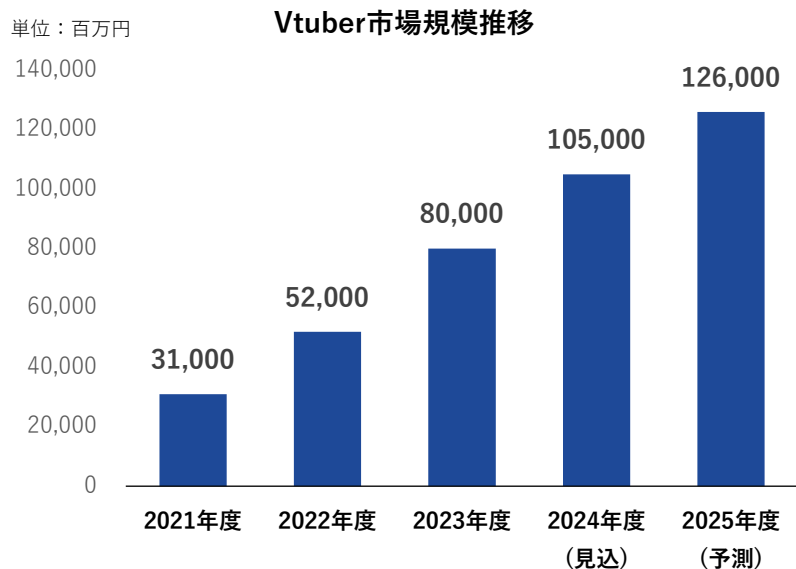


SNSマーケティング タイアップ広告

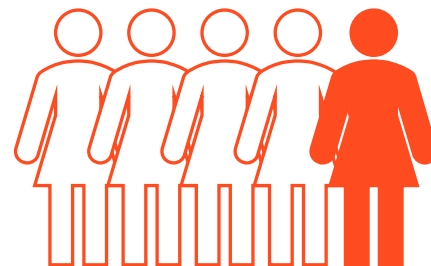
インフルエンサーチャンネルにて、
毎月約100万回の動画・SNS再生数を獲得

“推し”の熱量が創る、次世代マーケティング

新たな消費行動である「推し活」は、一時的な流行にとどまらず、今後も拡大が期待される。共感と親近感を起点に広がるVTuberマーケティングは、高いエンゲージメントと自然な拡がり、顧客のさらなる成長を見込む。



出典：株式会社矢野経済研究所「VTuber市場に関する調査」（2025年4月28日発表）
 注：国内のVTuberをマネジメントする事務所/プロジェクトを運営する企業の当該事業（ライブストーリーミング、イベント、グッズ、BtoB）売上高（海外事業を含む）ベースで算出した。



5人に1人が
10万円/年以上
 を推し活に使う

30代以下：30.4%
 40代以上：14.4%

平均支出額(年間)

約19.2万円※

※16～70歳の男女397人のうち、30代以下の男女

インフレに負けない推し活

推し活にける金額は維持する：**8割超**
 物価高の影響なし：**64.7%**
 他の出費を削ってでも推し活：**19.9%**

出典：日本経済新聞「推しにいくら使う？ 年間10万円以上が2割、読者調査」
 (<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUA115V00R10C25A3000000/>)

権利を守る信頼関係×コミュニティ主導の拡散力

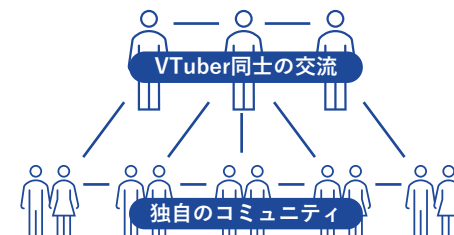
個人VTuberの権利と表現の自由を守る支援体制で、信頼度の高い関係を構築。VTuber同士のつながりと、その世界観に共感したファンによる独自のコミュニティが、ソーシャルコマースを活用した顧客のプロモーションを加速する。

必ずAttendMeによる審査後に
PR案件をアテンド。

VTuberの表現と企業戦略を両立



ロイヤル層に届く
マイクロインフルエンサーの発信。
エンゲージメントとROIを最大化



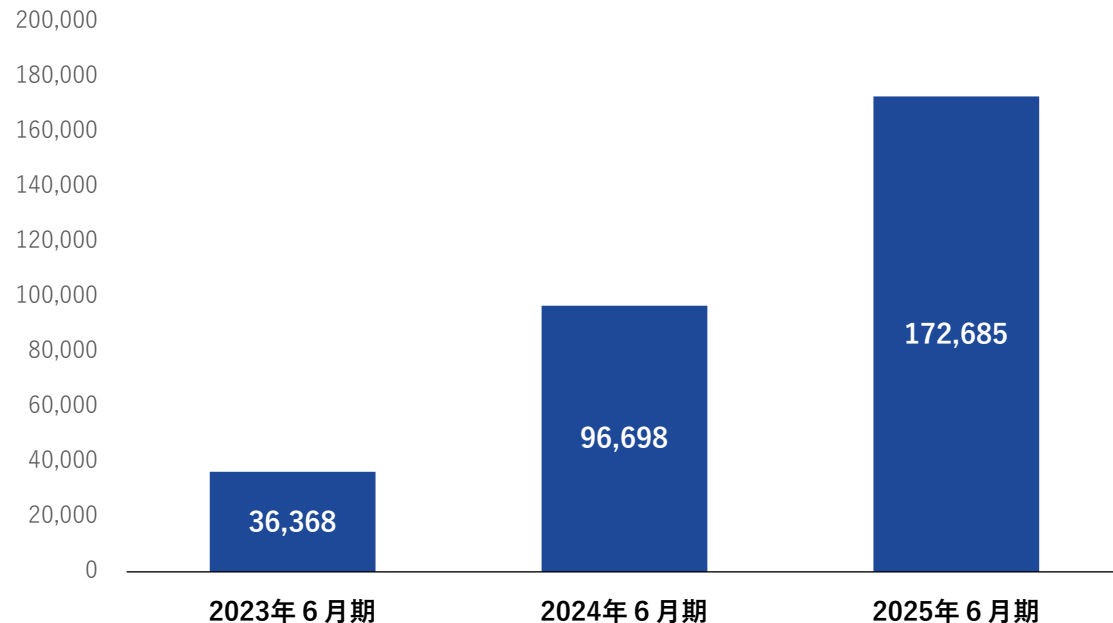
例) 推カンシリーズ

売上
約3万缶

VTuber専門インフルエンサーマーケティング事業 **DINES** の急成長

DINES インフルエンサーマーケティング売上高

単位：千円



前年比 **2 年連続**

+75%以上 の急成長

平均成長率

+117.9%

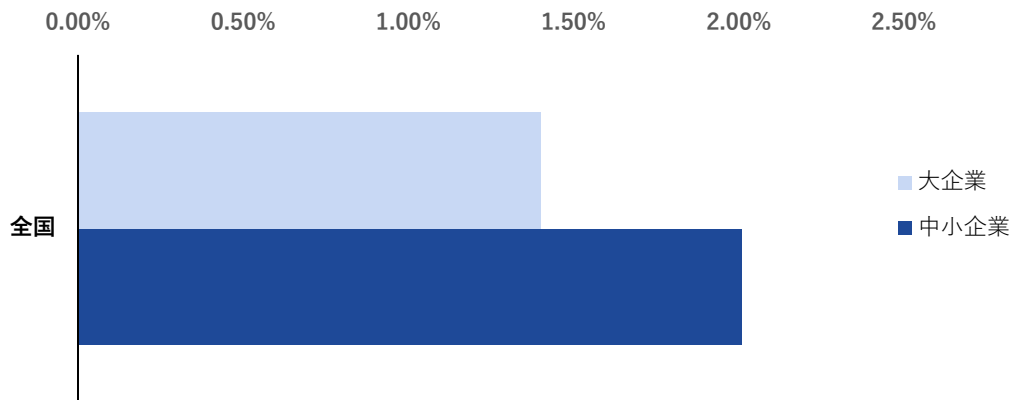
1-2

EC基盤×顧客の課題解決

中小企業の成長ドライバーであるEC

ECの導入により、全国の中小企業で平均約2%の売上増加が確認されている。地域を問わず、EC活用が中小企業の収益底上げに直結しており、構造的な売上成長の手段としてその重要性が高まっている。流通のオンラインシフトが進むなか、販路拡大や収益多角化を図るうえで、ECは不可欠な経営インフラとなりつつある。

オンライン販売の売上増加率底上げ効果：企業規模別
(100人以上を大企業とした)



ECは、
全国の中小企業の
売上増加率を
約2%向上させる。

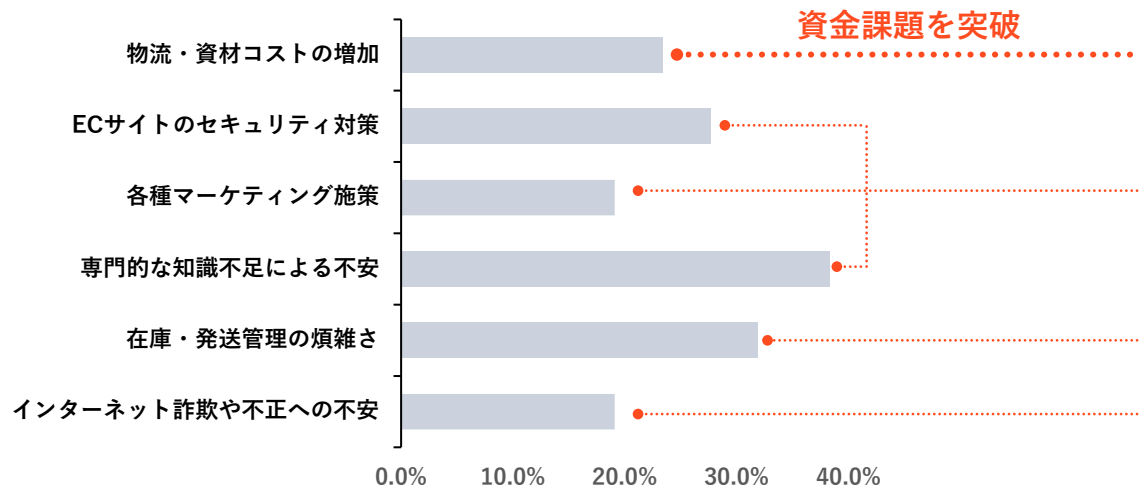
出典：国際大学GLOCOM「調査研究「ECの普及が企業と消費者にもたらす経済的影響」報告書」より引用
(<https://www.glocom.ac.jp/>)

EC支援を拡充。資金課題に応える、ファクタリング事業 **One Credit** を新規開始。

新サービス「One Credit」で、EC化を阻む資金課題を突破。さらに他経営課題も当社グループが横断的に解決。
潜在層を新たに顧客として取り込み、EC支援を通じた長期的な関係を構築。グループシナジーが成長の好循環を生み出す。

ECを行う上での課題

調達フェーズからトータルサポート



One Credit.

新規事業

F futureshop

通販する蔵

TRADE
SAFE

出典：PayPal Holdings Inc. 「ペイパル 中小企業によるEコマース活用実態調査2024」 (<https://newsroom.jp.paypal-corp.com/>) より
中小企業の実情として、年商1億円未満の企業における回答内容を抽出

ファクタリングサービス需要の高まり

物価高や景気変動、円安によるコスト増といった要因が、中小企業の経営を圧迫している。とくに小規模企業では「資金調達」を課題に挙げる声も多く、攻めの一手を図るうえで、柔軟な資金繰り手段が求められている※。こうした背景から、即時性の高いファクタリングへのニーズが高まっている。

One Credit.

低コストを実現する 審査体制

構築済みの審査モデルを展開。
他サービスと比較して
低コストでの対応が可能。

独自分析を活かした 優位性

EC売上のリアルタイム分析や
認証ナレッジを活かした審査体制。

EC事業者の増加と 資金ニーズの多様化

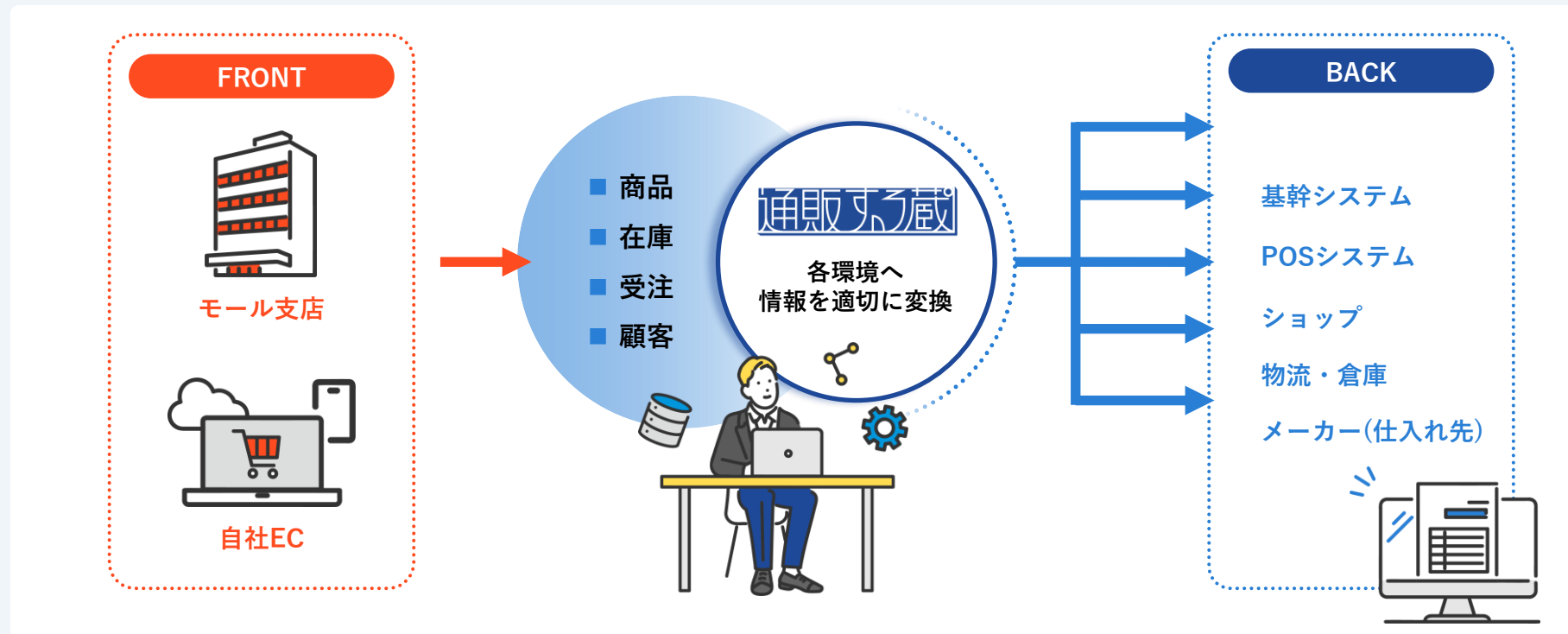
急な受注増による仕入れや、
予期せぬトラブルへの対応が
企業を差別化。
多様なシチュエーションでの
資金調達が必要に。

越境EC事業者は
海外取引で発生する
売掛金を早期に
資金化可能

在庫・発送管理の煩雑さを解消。一元管理型バックヤード支援事業

一元管理により、非効率な業務から顧客を解放。

経営リソースを本質的な成長へ振り向ける仕組みを提供。



EC取引の不安を解消。健全な市場の基盤を支える第三者認証

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。

19年間にわたり日本のEC業界を支援
(2006年サービス開始)

TradeSafeトラストマークのサービスの柱は大きく3つ

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

2

2026年3月期第1四半期 決算概況

2026年 3 月期 第 1 四半期 決算概要

連結 コマースOneホールディングス

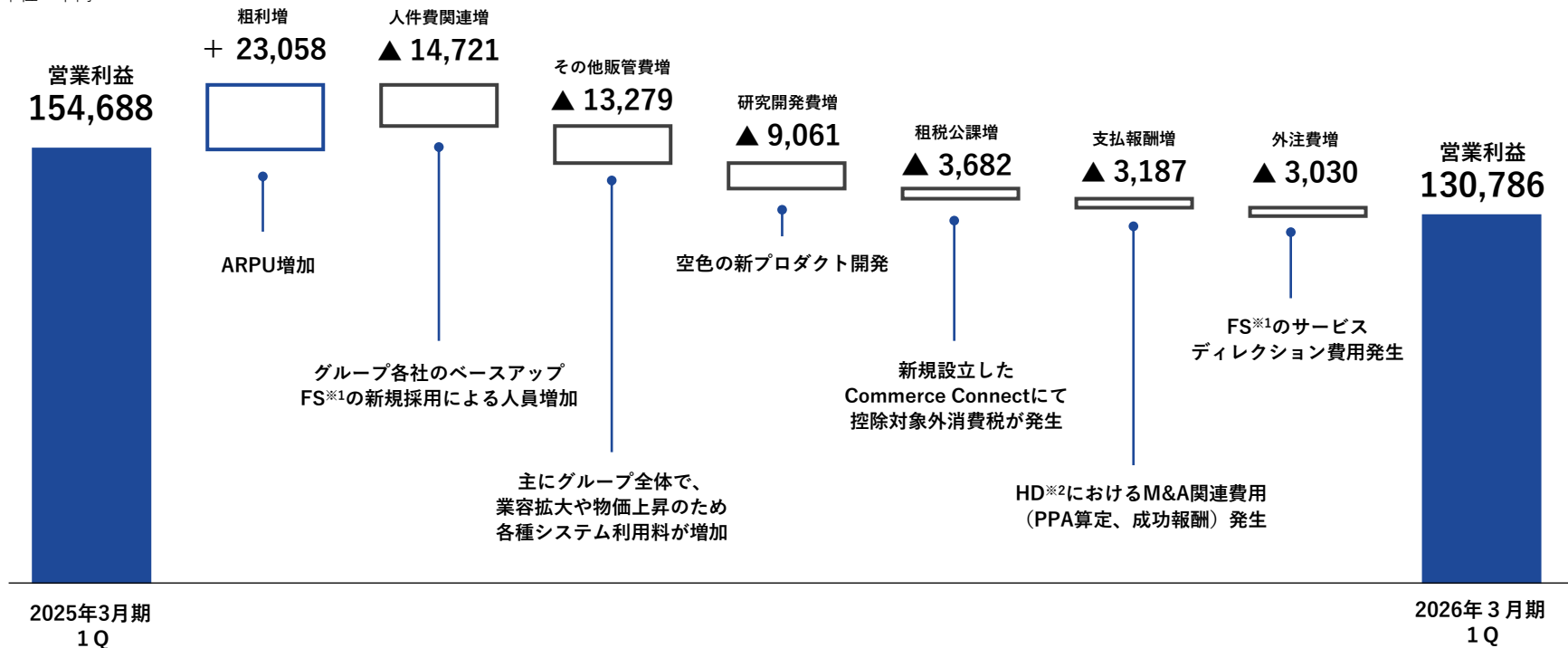
単位：千円

	2025年 3 月期 1 Q	2026年 3 月期 1 Q	増減	前年度同期比
売上高	898,956	910,975	+ 12,019	+ 1.3%
営業利益	154,688	130,786	▲ 23,902	▲ 15.5%
経常利益	107,367	161,915	+ 54,548	+ 50.8%
税金等調整前 四半期純利益	107,367	161,915	+ 54,548	+ 50.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	40,599	93,051	+ 52,452	+ 129.2%

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



2026年3月期 第1四半期 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

	2025年3月期 1Q	2026年3月期 1Q	増減
営業利益	154,688	130,786	▲ 23,902
営業外収益	16,298	31,703	+ 15,405
営業外費用	63,619	574	▲ 63,045
経常利益	107,367	161,915	+ 54,548
特別利益	—	—	—
特別損失	—	—	—
税金等調整前 四半期純利益	107,367	161,915	+ 54,548
EBITDA※	183,642	162,337	▲ 21,305

主にTradeSafeの受取手数料
の増加
新規事業であるファクタリング
事業の将来債権買い取り

エネサイクルの持分法投資損失が
前期で発生 当期は持分法投資損
失の取り込み無し

2026年3月期 第1四半期 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

	2025年3月期 4 Q	2026年3月期 1 Q	増減
流動資産	2,379,069	2,296,530	▲ 82,539
現金及び預金	1,864,160	1,581,457	▲ 282,703
その他	107,053	271,802	+ 164,749
:	:	:	:
固定資産	1,092,453	1,249,524	+ 157,071
のれん	12,422	98,977	+ 86,555
投資有価証券	443,689	517,006	+ 73,317
:	:	:	:
流動負債	852,566	853,441	+ 875
固定負債	95,740	100,285	+ 4,545
純資産	2,523,215	2,592,327	+ 69,112
自己株式	▲ 57,243	▲ 77,192	▲ 19,949
その他 有価証券評価差額金	173,893	224,101	+ 50,208

TradeSafeの預金の減少
新規事業であるファクタリング
事業の将来債権買い取り

主にTradeSafeの未収入金の増加
新規事業であるファクタリング
事業の将来債権買い取り

1 QでPINESが新規連結子会社
となったため発生

投資先台湾株式の株価が上昇

HD※の自己株式取得

投資先台湾株式の株価が上昇

2026年3月期 第1四半期 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

	2025年3月期1Q	2026年3月期 1Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	128,556	▲ 89,799	▲ 218,355
税金等調整前四半期純利益	107,367	161,915	+ 54,548
持分法による投資損益	63,149	-	▲ 63,149
預け金の増減額（▲は増加）	230	▲ 32,528	▲ 32,758
その他	88,195	▲ 147,316	▲ 235,511
：	：	：	
法人税等の支払額	▲ 175,264	▲ 119,205	+ 56,059
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 27,169	▲ 119,353	▲ 92,184
連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	-	▲ 89,182	▲ 89,182
：	：	：	
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 78,547	▲ 92,440	▲ 13,893
自己株式の取得による支出	-	▲ 20,068	▲ 20,068
配当金の支払額	▲ 77,644	▲ 70,458	+ 7,186
：	：	：	
現金及び現金同等物の増減額（▲は減少）	36,808	▲ 282,703	▲ 319,511

主に、前期はエネサイクルに関する持分法による損失取込があったため

HD※の自己株式の取得に伴う証券会社への預け金が発生

主にTradeSafeの未収入金の増加。
新規事業であるファクタリング事業の将来債権買い取り

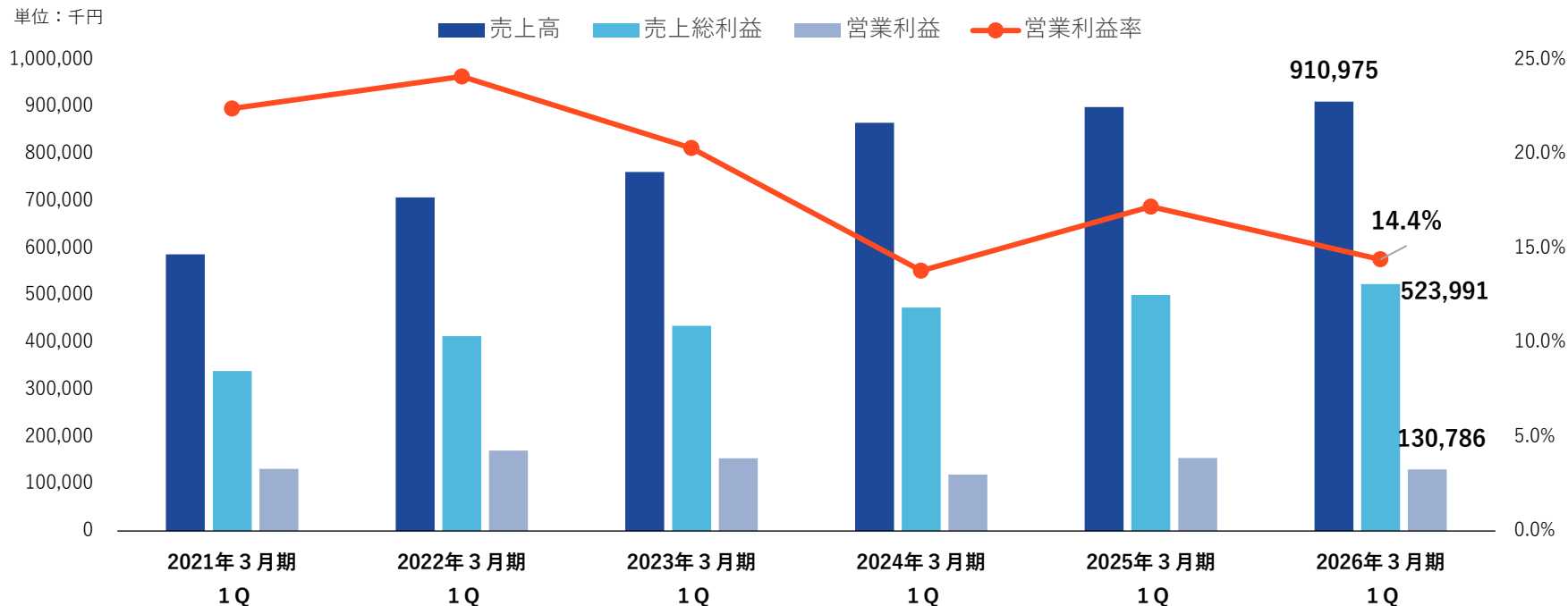
PINESの株式を取得

HD※の自己株式取得実行

2026年3月期 第1四半期 連結業績推移

継続的な売上高および売上総利益の増加を達成。一方、各社販管費増加により、前期比で減益となった。

減益理由：ソフトルの保守工数増大に伴うエンジニア費増と採用費増、空色の新プロダクトの開発費増、HD※のM&Aの支払報酬



3

予算進捗

2026年3月期 第1四半期 予算進捗

連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2026年3月期 1Q実績	2026年3月期 通期予算	進捗
売上高	910,975	4,387,286	20.8%
営業利益	130,786	665,327	19.7%
経常利益	161,915	673,092	24.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	93,051	485,075	19.2%

新規事業のマネタイズ遅延
ソフトルの保守工数の増大に伴う
業務効率低下

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	85,000,000円 (上限)
(4)取得期間	2025年4月15日～2025年9月12日
(5)取得方法	取引一任契約に基づく市場買付
(6)7月末時点での取得株数(進捗状況)	33,900株 (33.9%)
(7)7月末時点での取得総額(進捗状況)	26,789,000円 (31.52%)

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。



<https://www.cm-one.jp/>

4

Appendix

futureshop

株式会社フューチャーショップ

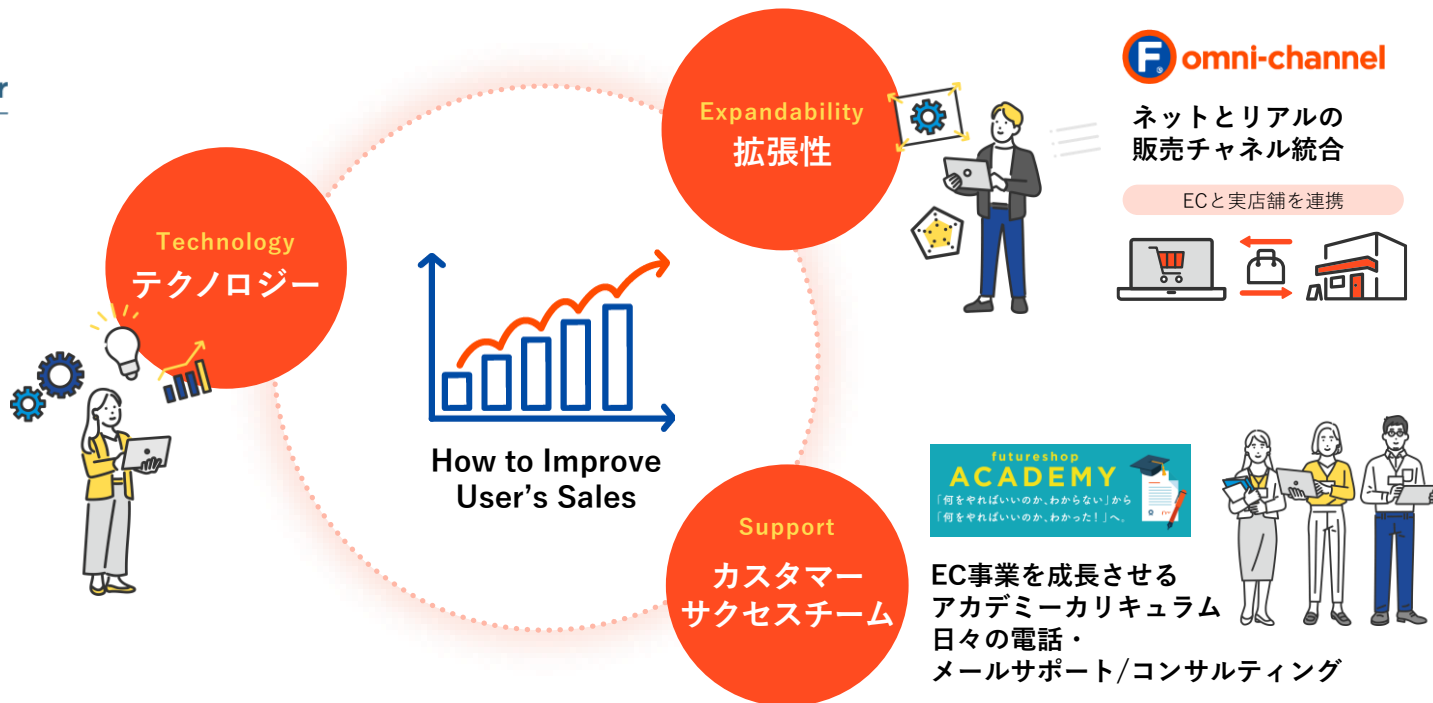
サービスの強み

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。

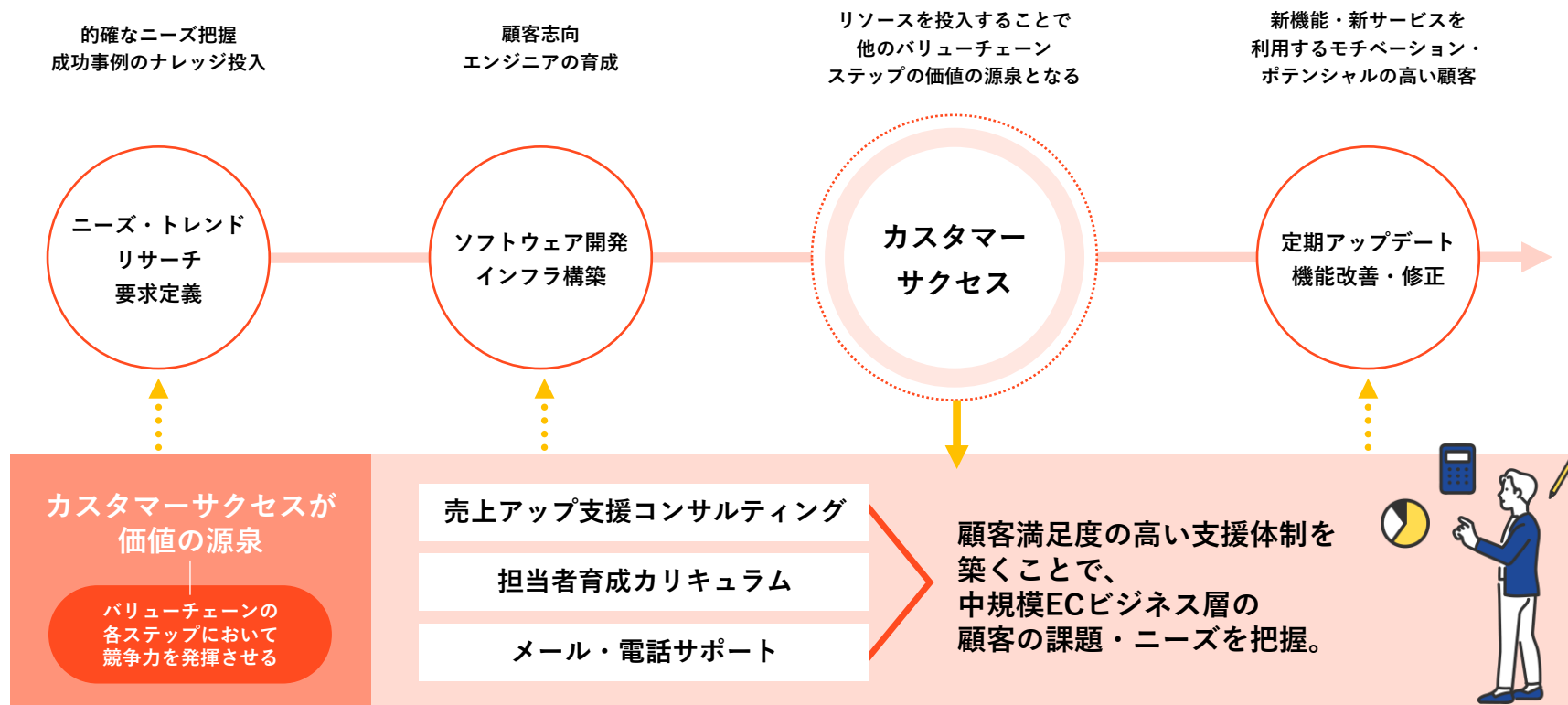


(特許登録済 特許第6619478号)

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



futureshopのバリューチェーン



2026年3月期第1四半期事業トピックス

プレスリリース 2025.07.01

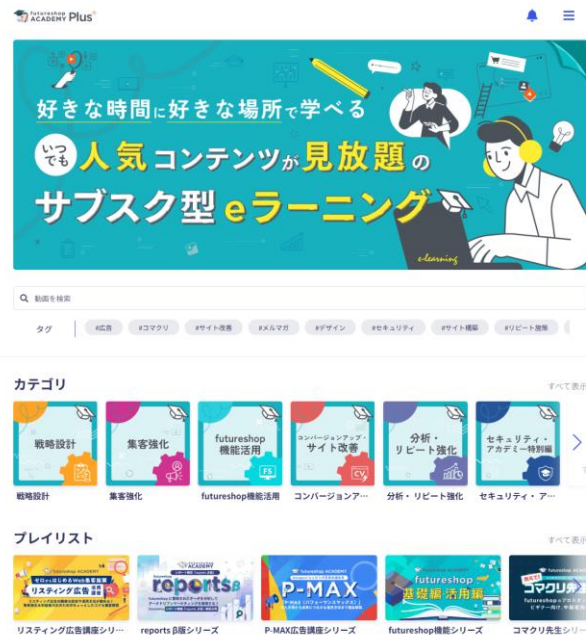
EC講座が見放題の「futureshop ACADEMY Plus」をfutureshop利用者向けに提供開始

～EC最新知識と人気コンテンツが、これひとつで学び放題～

過去に開催したセミナーをいつでも視聴できるアーカイブ配信サービス「futureshop ACADEMY Plus（フューチャーショップ アカデミープラス）」を新たに提供。

実践型講座「futureshop ACADEMY」を補完する位置づけで、時間や場所にとらわれず、学びを深めることが可能。

フューチャーショップはこれまで、多彩な機能の提供に加え、日常の課題解決を支える電話サポートや、売上アップを目指したセミナーの開催など、店舗に寄り添う支援を展開してきた。その結果、2020年契約ユーザーの年平均成長率（2021～2023年のCAGR）は121.2%を記録。日本最大級のレビューサイト「ITreview」では、サポート満足度No.1を獲得するなど、高い評価を得ている（次頁）。



サービスの特長 – futureshop omni-channel の顧客満足度および認知度

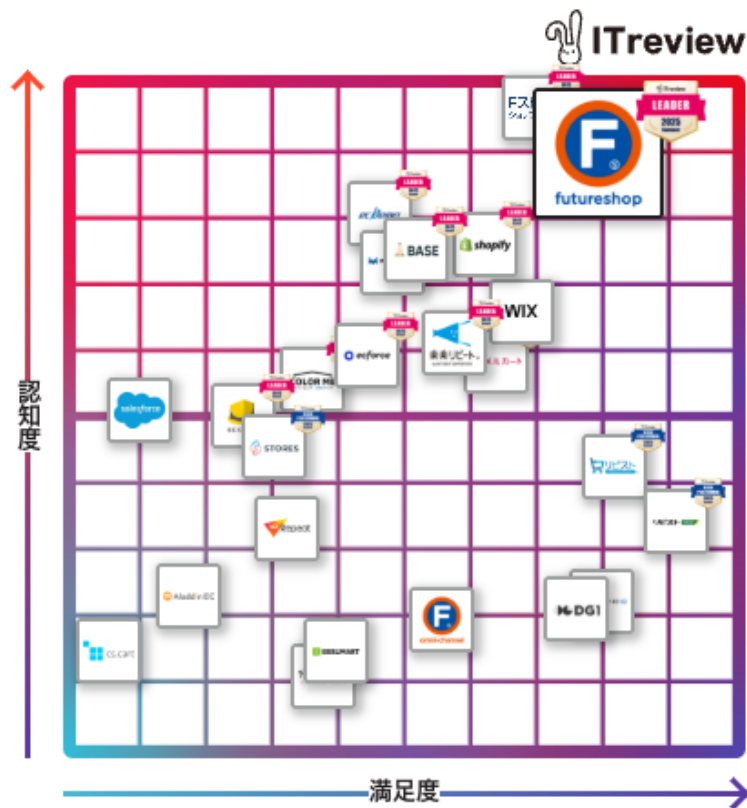


ITreview Grid Award 2025 Summer にて
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを
24期連続(5年連続)受賞



「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



The logo for SOFTTEL is displayed in a bold, blue, sans-serif typeface. The letter 'O' is stylized, containing a white four-pointed star or spark-like symbol in its center. The letters are closely spaced and have a consistent weight throughout.

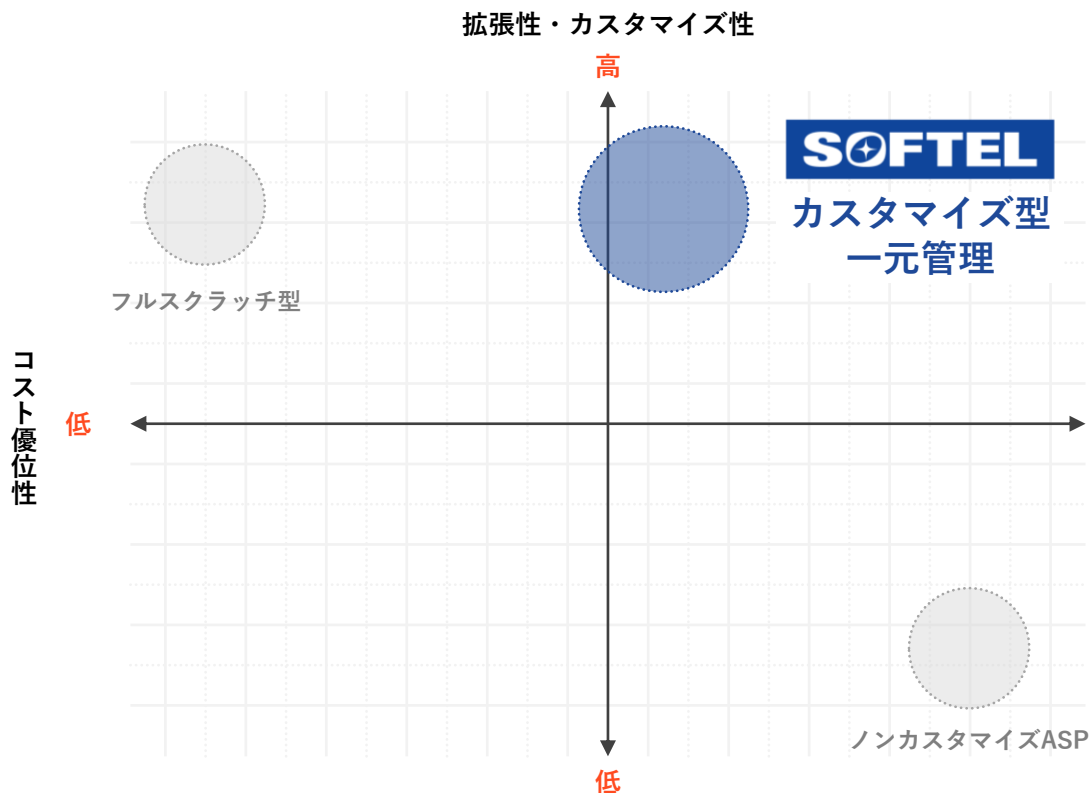
株式会社ソフテル

「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。

ポジショニング



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应运っ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。

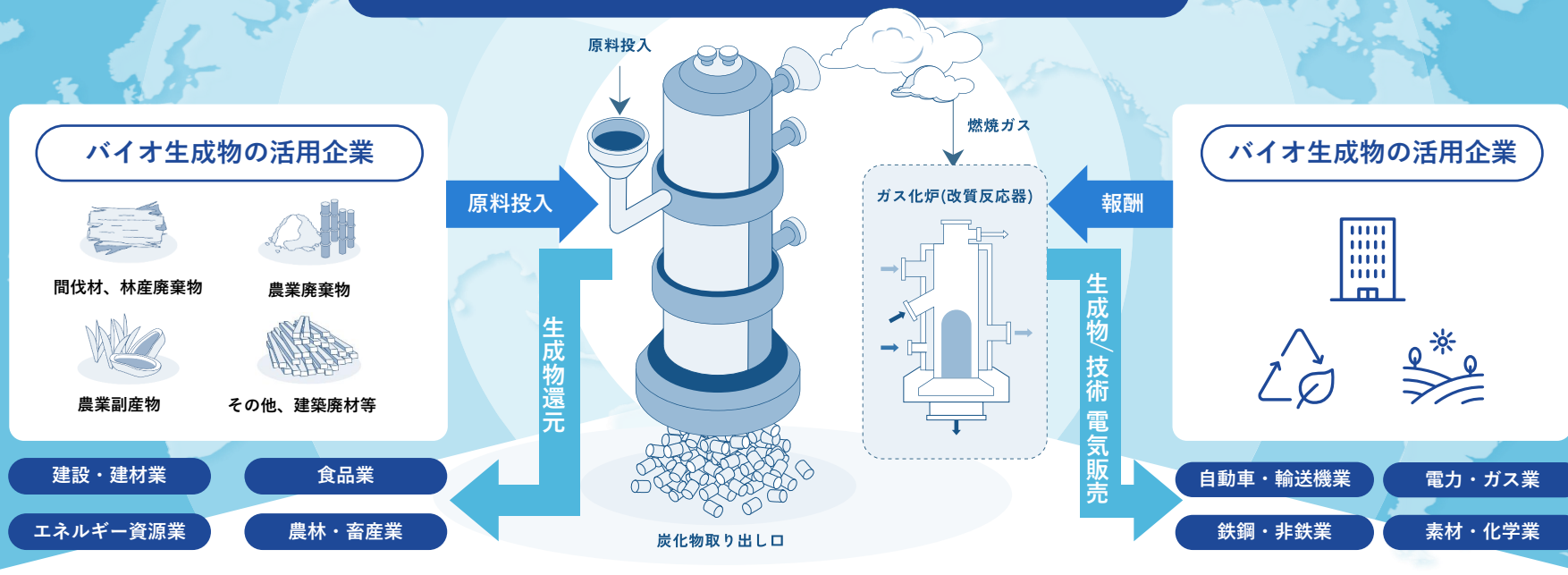
4-1

関連会社

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・活用

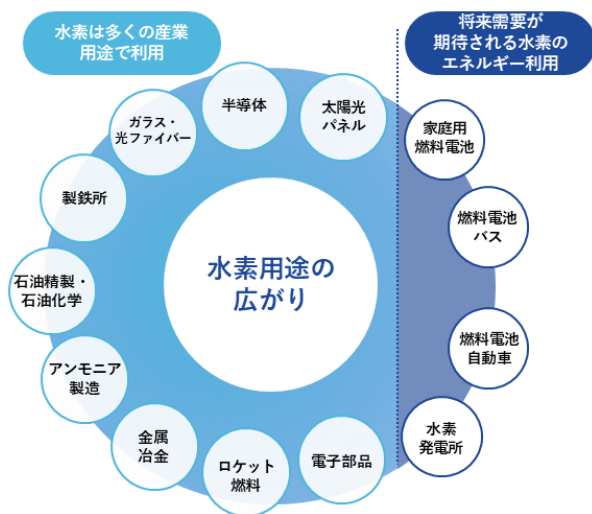
エネサイクル独自技術によるバイオ炭・ガスの生成



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。

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。

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



エネルギーの事業

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

