



株式会社コマースOneホールディングス

(東証グロース：4496)

事業計画及び 成長可能性に関する事項

2026年6月26日

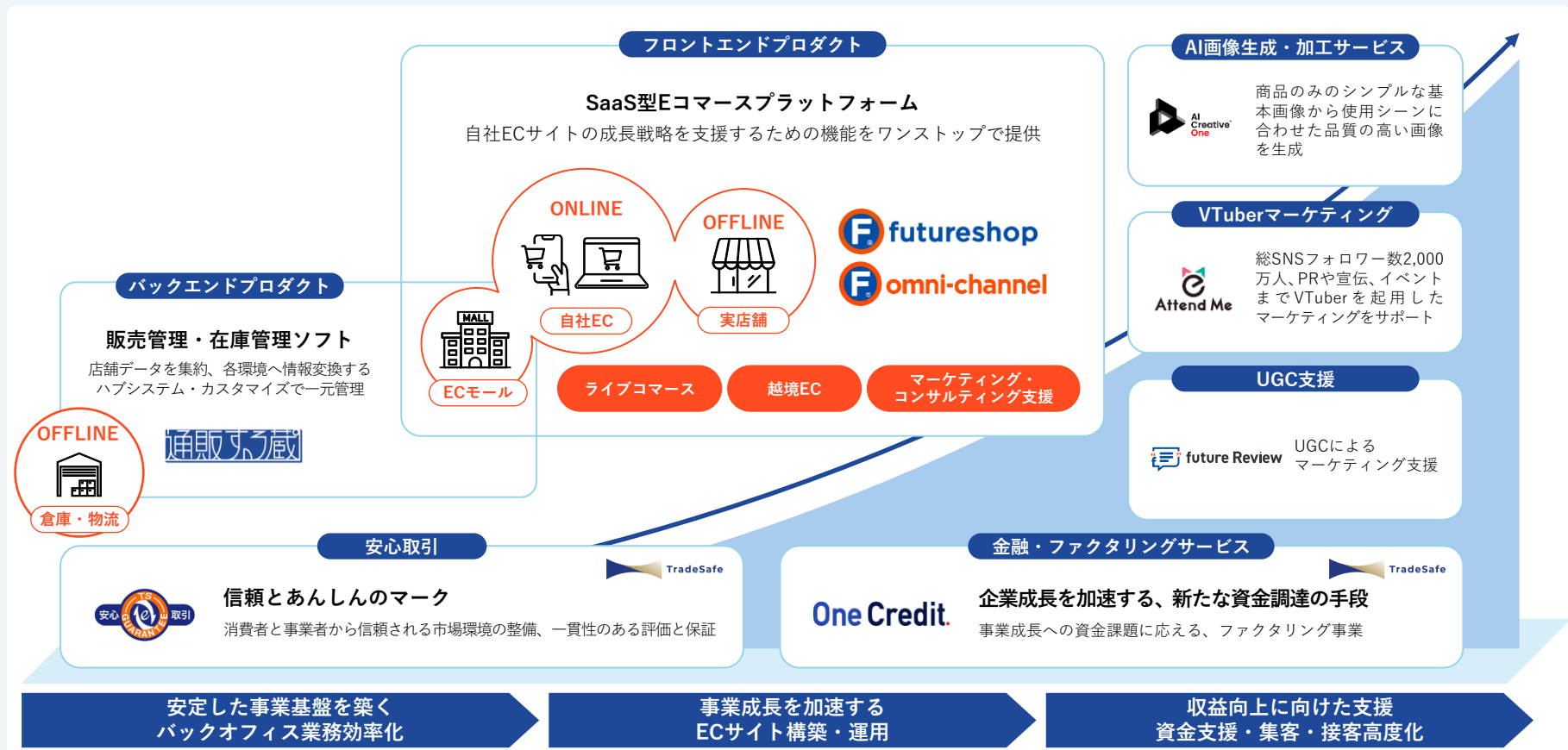
目次

1. グループ紹介	P.03
2. 事業詳細	P.06
3. 中期経営計画 振り返り	P.32
4. 今後の展望	P.38
5. 「持続可能な商取引のインフラ」構築	P.49
6. 財務サマリー	P.55
7. 2027年3月期通期業績予想	P.69
8. 人的資本戦略	P.74
9. Appendix	P.76

1

グループ紹介

EC事業の成長を全領域で支えるコマースOneグループ



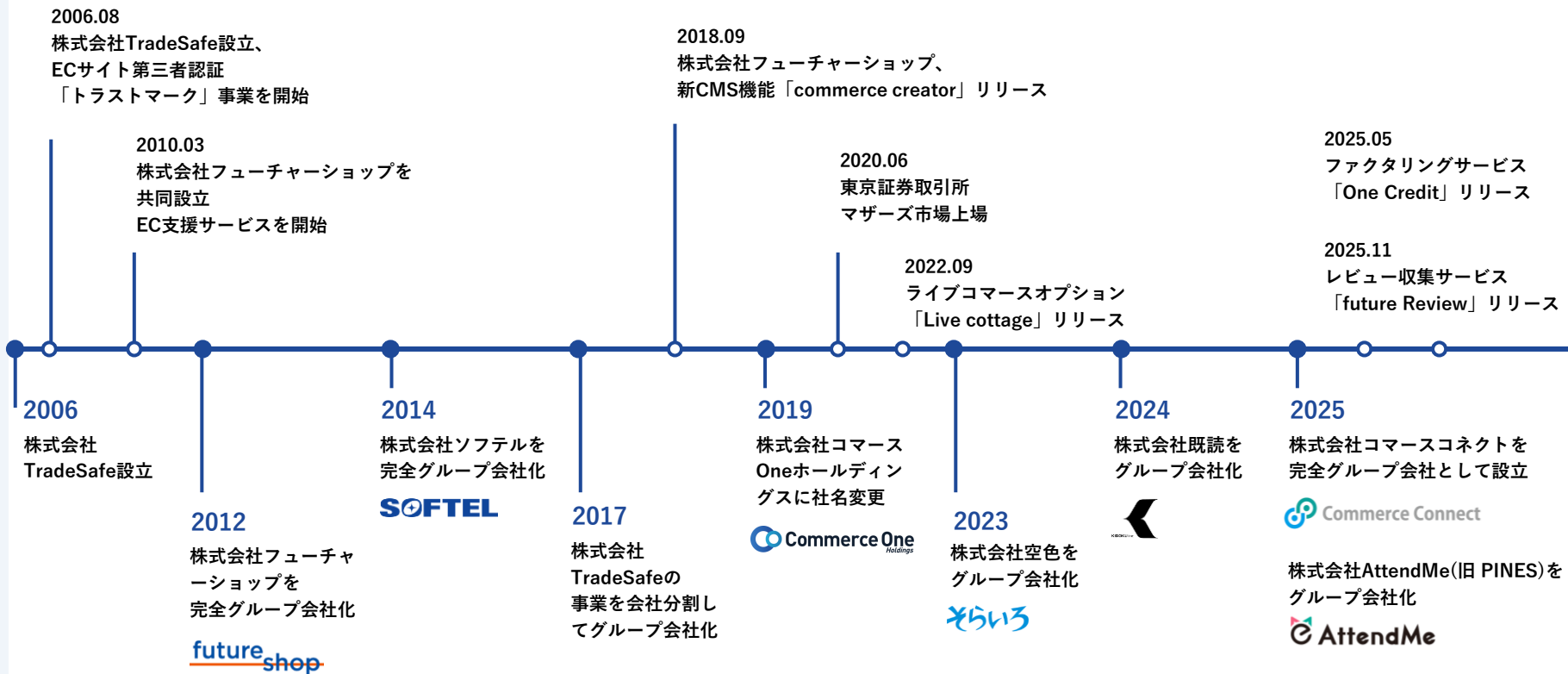
創業からの軌跡

創業～事業立ち上げ

ホールディングス化へ

事業領域拡大

さらなる成長へ



2

事業詳細



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

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 futureshop

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

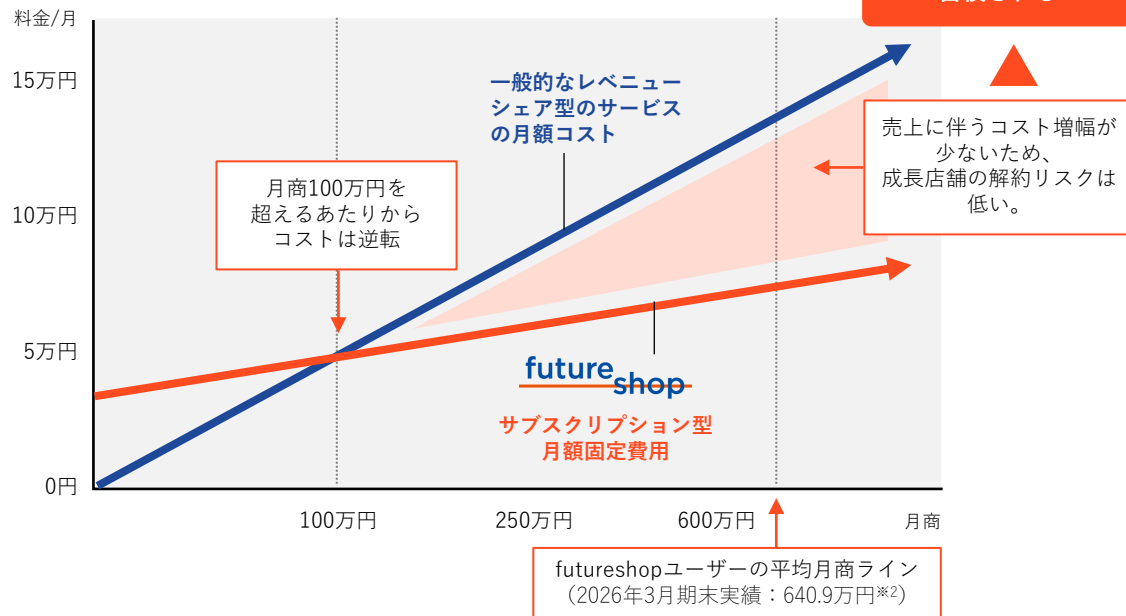
開発リソースが最大限に利益化されエンジニアをプロダクト開発に集中させられるため離職率も低い
全ての顧客が同じ環境であるため、成功パターンナレッジを蓄積・共有がしやすく、再現性も高い

future shop 収益モデル

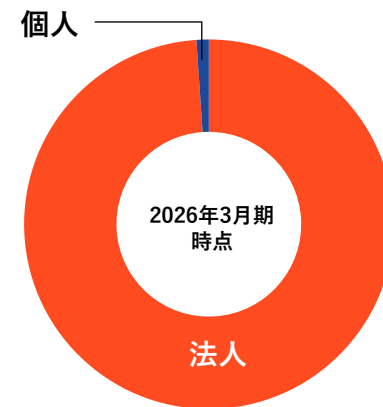
サブスクリプション型・月額固定料金制を採用

※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利用ユーザーの 99.0%が法人

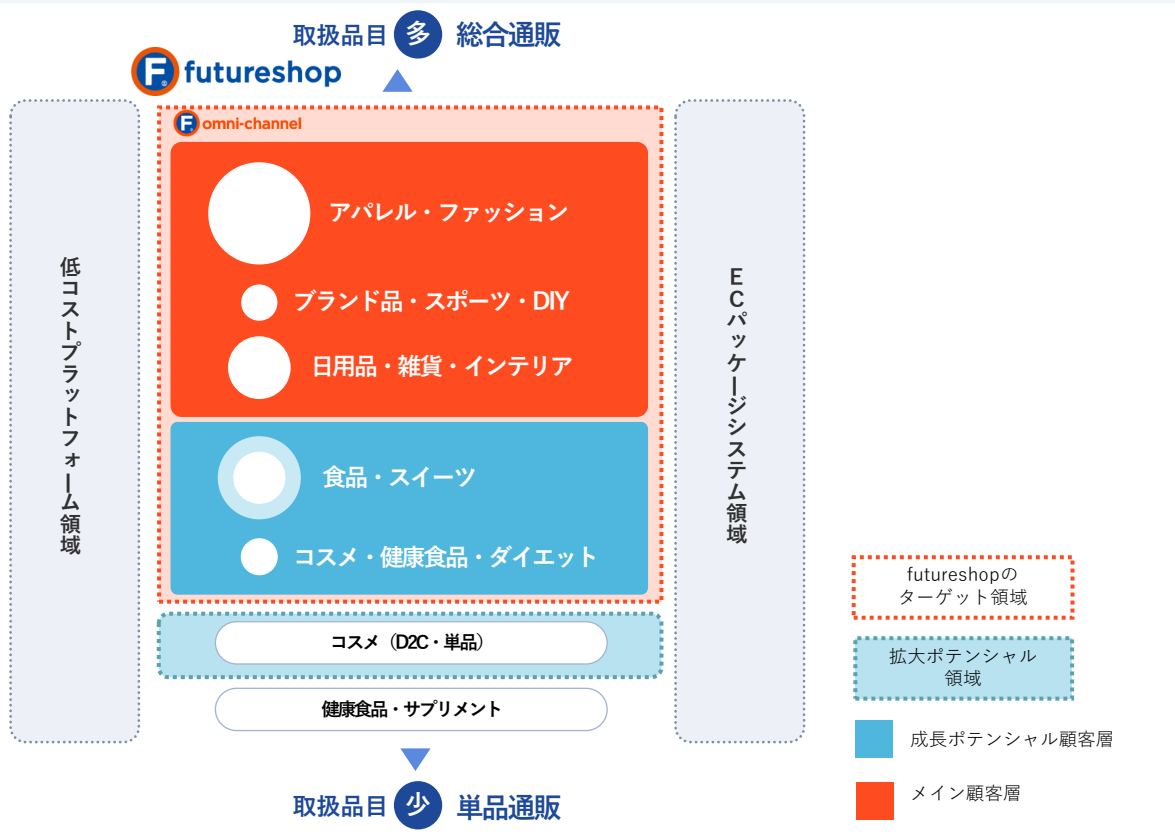


スタート時から平均45,426円/月額※1の固定費用を支払うため、早期に売上を向上させるモチベーションとポテンシャルを有するユーザーが多い。よって、カスタマーサクセス活動の効果がやすく、結果としてGMVが向上。

※1 2025年3月期の新規契約月額単価実績値

※2 1店舗あたり月間GMVの年間平均

futureshop ターゲット業種への提供価値向上によるコア事業の強化



国内の食品分野におけるEC化率は2024年時点で4.5%と他分野と比較して低く※、拡大余地の大きい市場である。

コア事業の競争力強化を軸とした、物流対応機能のバージョンアップと市場ポテンシャルの取り込みを図る。

ARPU向上を駆動する「高付加価値戦略」

Step1
定着

高い顧客満足度と
低い解約率による

基盤安定



Step2
高付加価値機能の投入

食品・アパレル強化



UGC機能拡張



ライブコマース



ターゲット領域へ最適化・マーケティング機能拡張

Step3
顧客の事業成長

1店舗あたりのGMV
YoY + 6.3%

当社の持続成長

ARPU前年同期比
+5.5%

成長の次なる起爆剤として
「future Review」を戦略的アップデート
越境EC戦略を計画

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



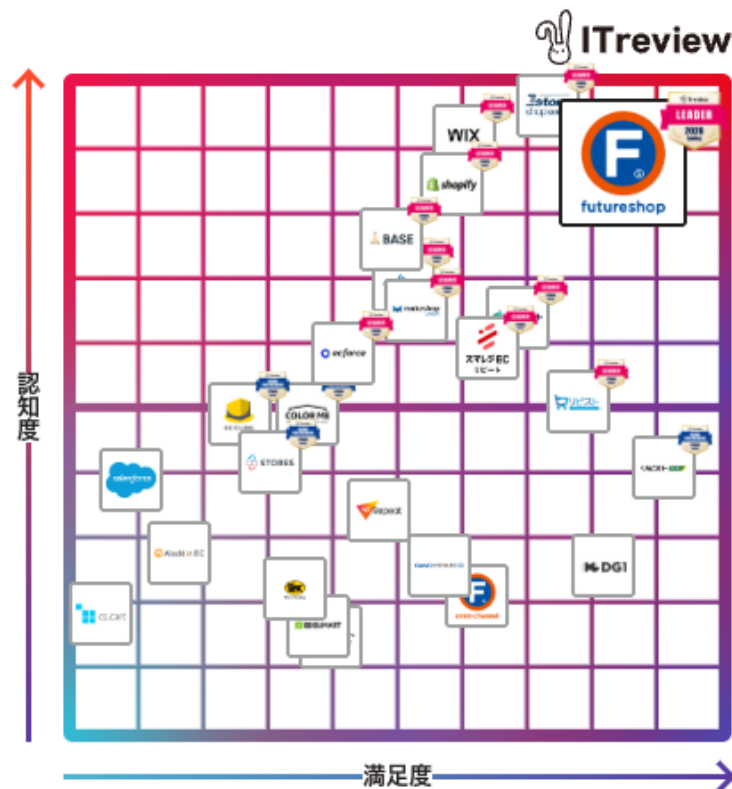
ITreview Grid Award 2026 Spring にて
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを

27期連続(6年連続)受賞

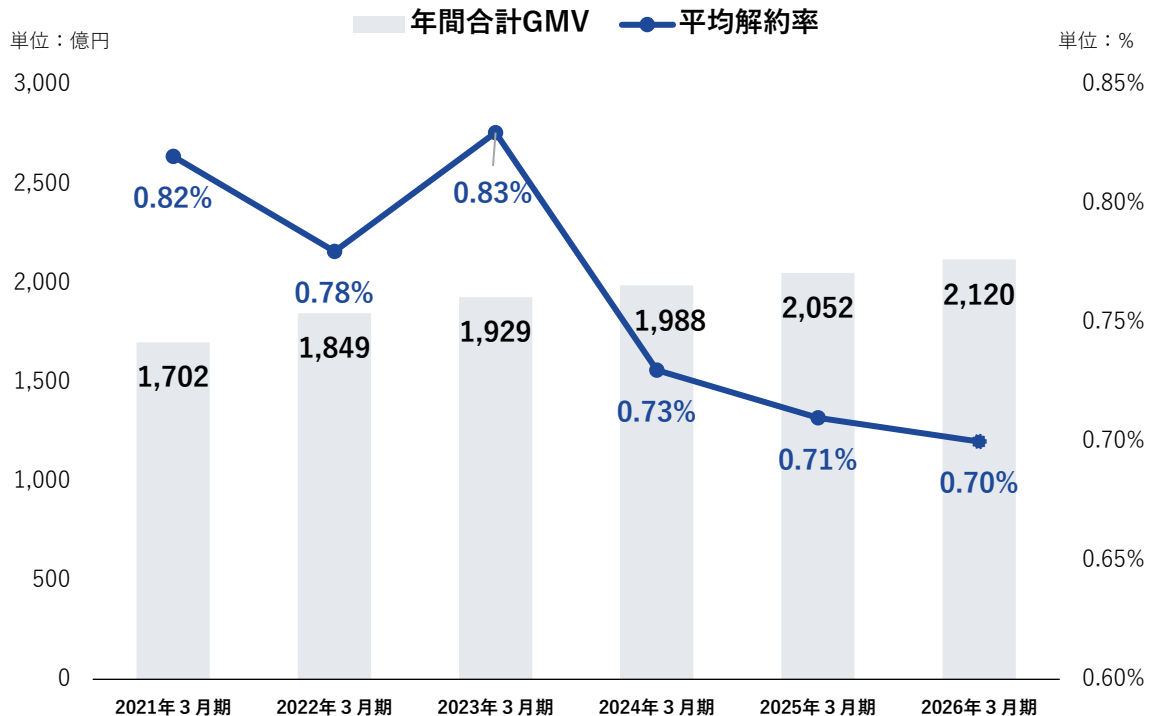


「Leader」バッジ：

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



顧客と共に成長する futureshop



GMV

定着した顧客の事業成長により、GMVが継続的に拡大



平均解約率

顧客の定着率向上により事業の安定性が強化



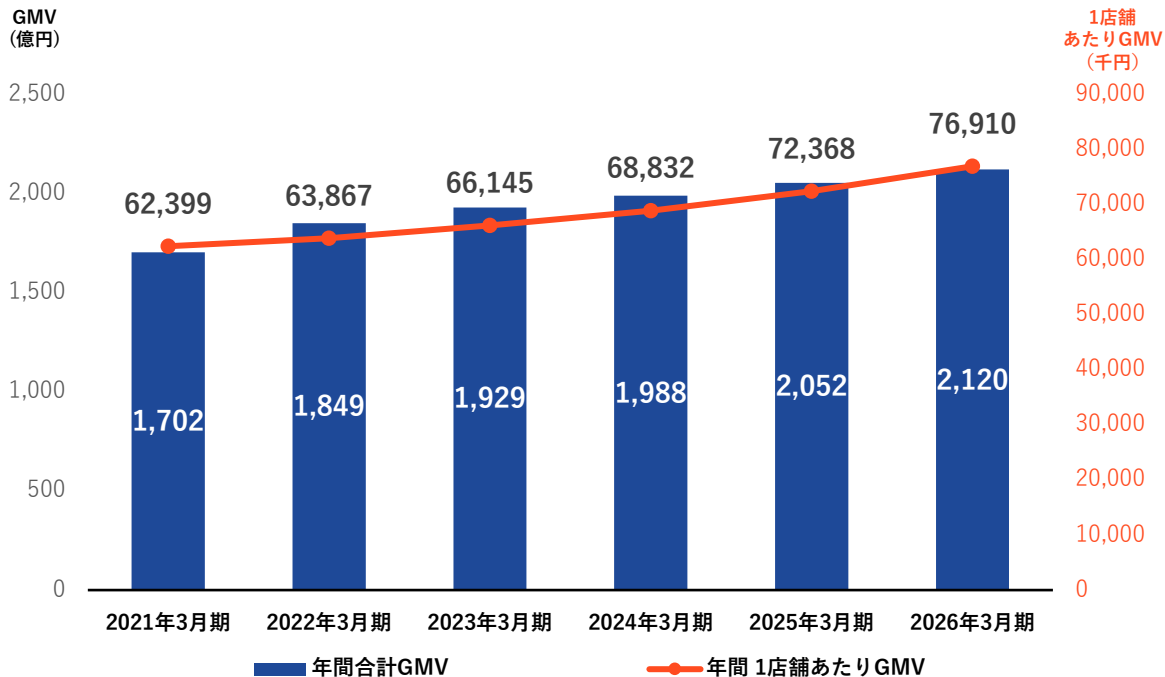
長期的な信頼関係に基づく顧客の成長が、futureshopの持続的な成長を実現する。

顧客のGMVを堅実に成長させる futureshop

2026年3月期実績

GMV **2,120億円**（前年度同期比 **3.3%増**）

1店舗あたりGMV **76,910千円**（前年度同期比 **6.3%増**）



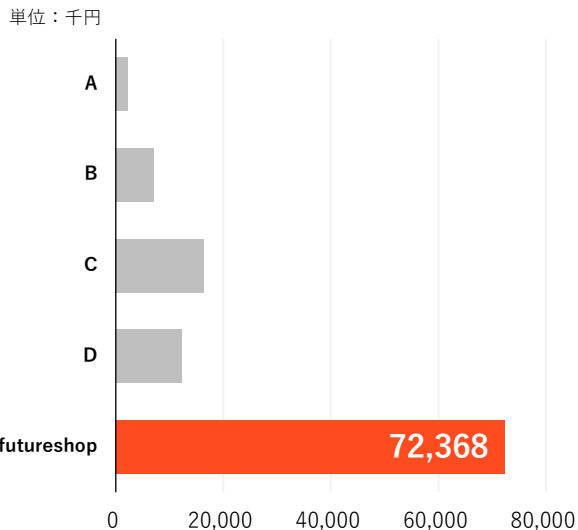
**GMVは当2026年3月期で
2,120億円
前年度同期比 +3.3%**

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6.3%増加。既存顧客は堅実に成長し、優良店舗への集中が進んでいる。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。

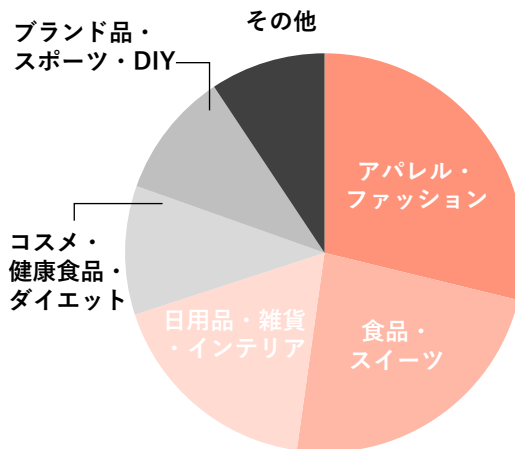
顧客と伴走し、堅実に成長に寄り添う futureshop

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

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
(2026年3月期 1Q時点)



成長率平均^{※1}前年度同期比
(2025年3月期vs2026年3月期)

+25.4%

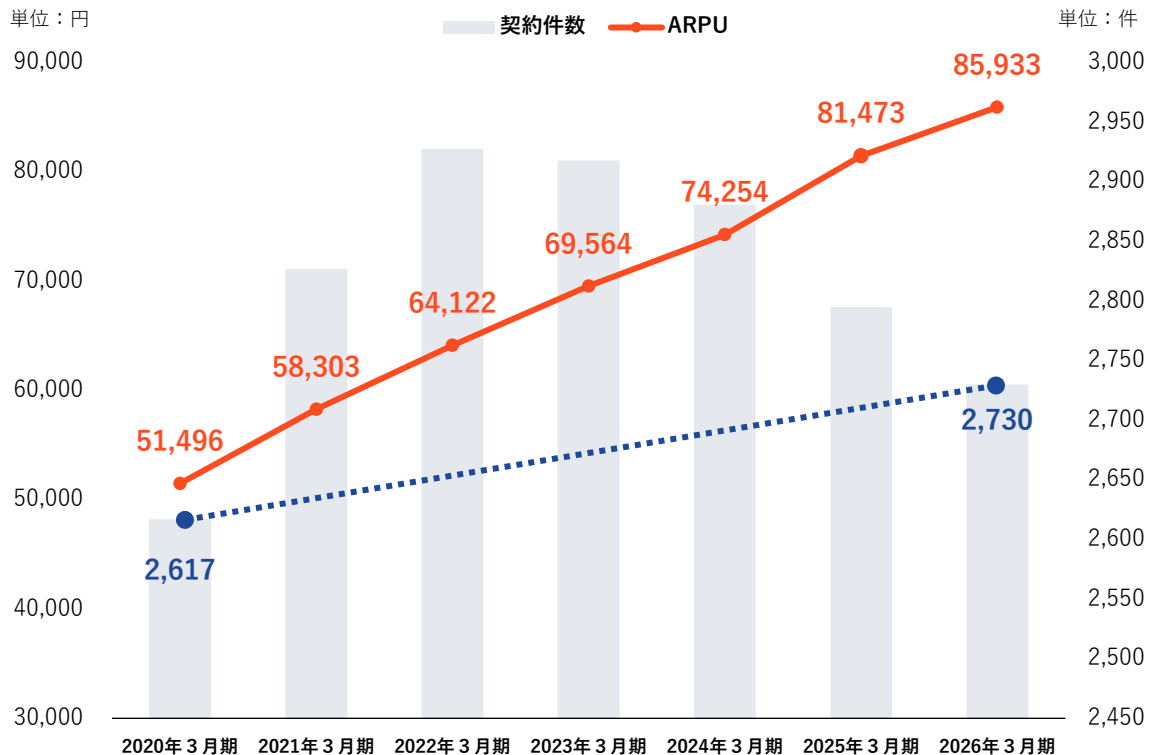
成長率平均^{※1}前年度同期比
(2024年3月期vs2025年3月期)

+28.4%

※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)

高付加価値戦略でARPU成長を実現する futureshop



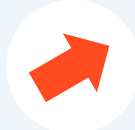
契約件数

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。

購入者の不安を解消し、購買意欲を高める「future Review」

収集したレビューのサイト内フル活用・運用自動化・効果の可視化を実現する統合UGCソリューション。購買率・集客力の向上を実現しつつ、蓄積した顧客インサイトを構造化し次世代のAIエージェント型コマースへの参入を構想。



「future Review」 第2弾リリース。「収集」から「総力活用」へ

レビューのサイト内フル活用による購買率・集客力向上に加え、自動化による運用負荷の軽減を実現。EC事業者さまの課題を解決し、futureshopの競争力と定着率（LTV）をさらに強化。将来のエージェントコマースに向けたデータ蓄積も加速。

① GMV拡大ドライバー

フロント機能の進化

第2弾 新機能

- ・ ピックアップ表示・星評価でサイト内レビュー活用を拡大
- ・ 構造化データで検索エンジンからの集客導線を新設

▶ 業績貢献

EC事業者のGMV向上に直結し、
当社の収益基盤を拡大

② 解約防止の切り札

運用自動化機能

第2弾 新機能

- ・ 自動掲載判定・NGワードフィルタで目視確認工数を大幅削減
- ・ EC業界の深刻な人手不足を直接解決

▶ 業績貢献

業務負荷軽減→定着率向上→低解約率を維持し、ストック収益を安定化

③ 次世代AI基盤

データ可視化機能

第2弾 新機能

- ・ ダッシュボードで施策効果を可視化し、継続利用を後押し
- ・ 蓄積データがエージェントコマースに向けた資産に

▶ 業績貢献

中長期のエージェントコマース競争優位性を構築

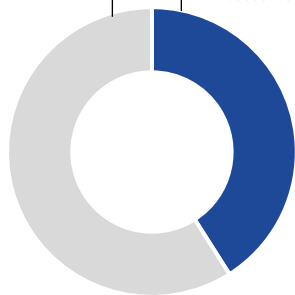
「future Review」 = GMV向上 × 解約防止 × AI基盤構築 を一体化した統合UGCソリューションへ

越境EC・デジタル領域での事業拡大に向けた取り組み

越境ECの現状 n=310

越境ECを既に行っている、
または行う予定がある

59%



今後1年間に行う
予定はない **41%**

越境EC未計画理由 n=39

年間売上1億円～5億円未満

- 人手不足(25.6%)
- 言語の問題(20.5%)
- 高額な手数料(15.4%)など

越境ECへの挑戦を後押し

専門知識不要。事業規模に応じた最適コストで
本格的な越境ECを始められる環境を整備



- 成長が見込める越境EC市場で
高品質な日本製品の海外販売を支援
- リリース準備中



株式会社既読

多チャンネルに一貫したブランドメッセージを届け、ターゲットとの深いエンゲージメントを実現

EC画像制作の常識を変えるAI SaaS「AI Creative One」リリース

商品画像をアップロードするだけで、モデル着用画像やバナーを自動生成。EC事業者の「劇的なコスト・工数削減」と「マーケティング加速による売上向上」を両立し、当社グループの新たな成長エンジンとしてARPU向上に貢献。

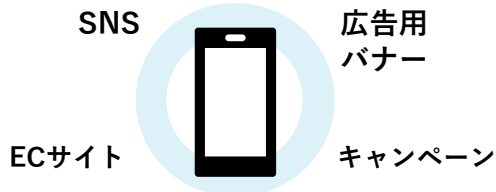
業務効率化によるロックイン

制作コスト
最大**98%**削減※

『人手不足』と『制作コストの高騰』を直接的に解決し、解約防止（ロックイン）を強力に後押し

※当社調べ

事業者の売上貢献



クリエイティブ制作の遅れによる『販売機会の損失』を防ぎ、スピーディに多チャネルへの施策が可能に。EC事業者のGMV向上に直接貢献。

グループ業績への貢献



クロスセルによって付加価値サービスの利用率を高め、ARPU向上と安定したストック収益の拡大に寄与

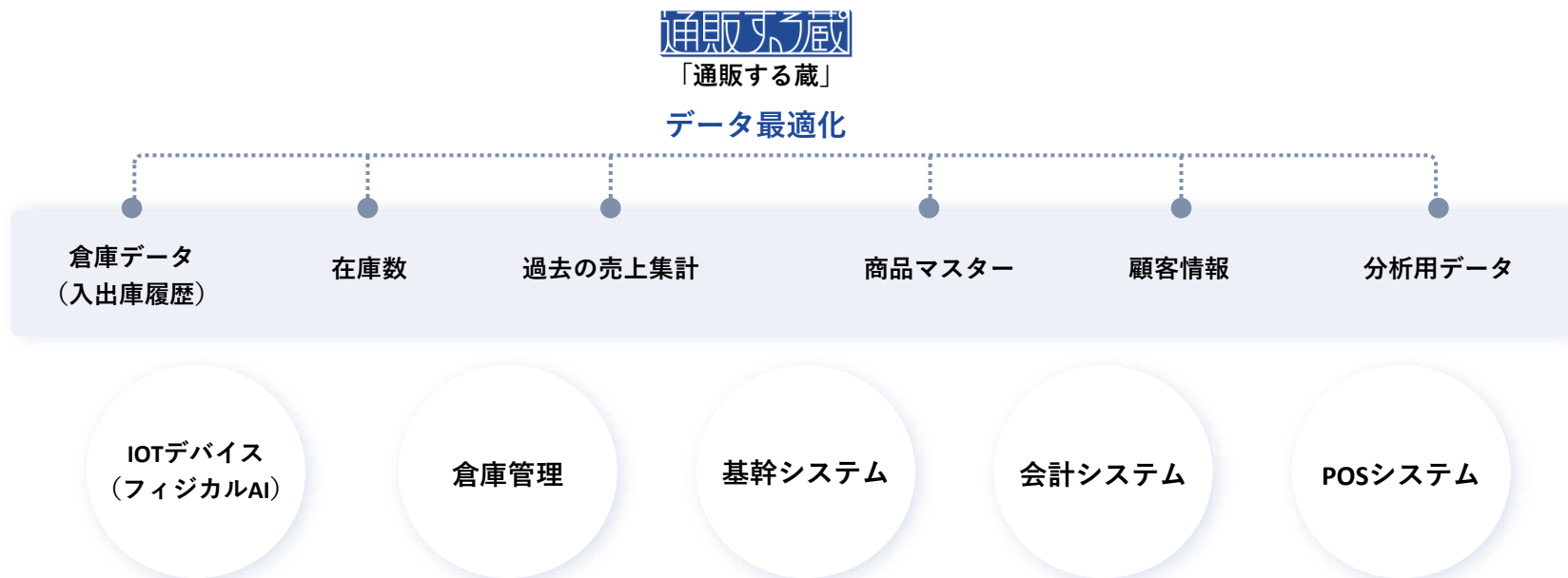
SOFTTEL

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

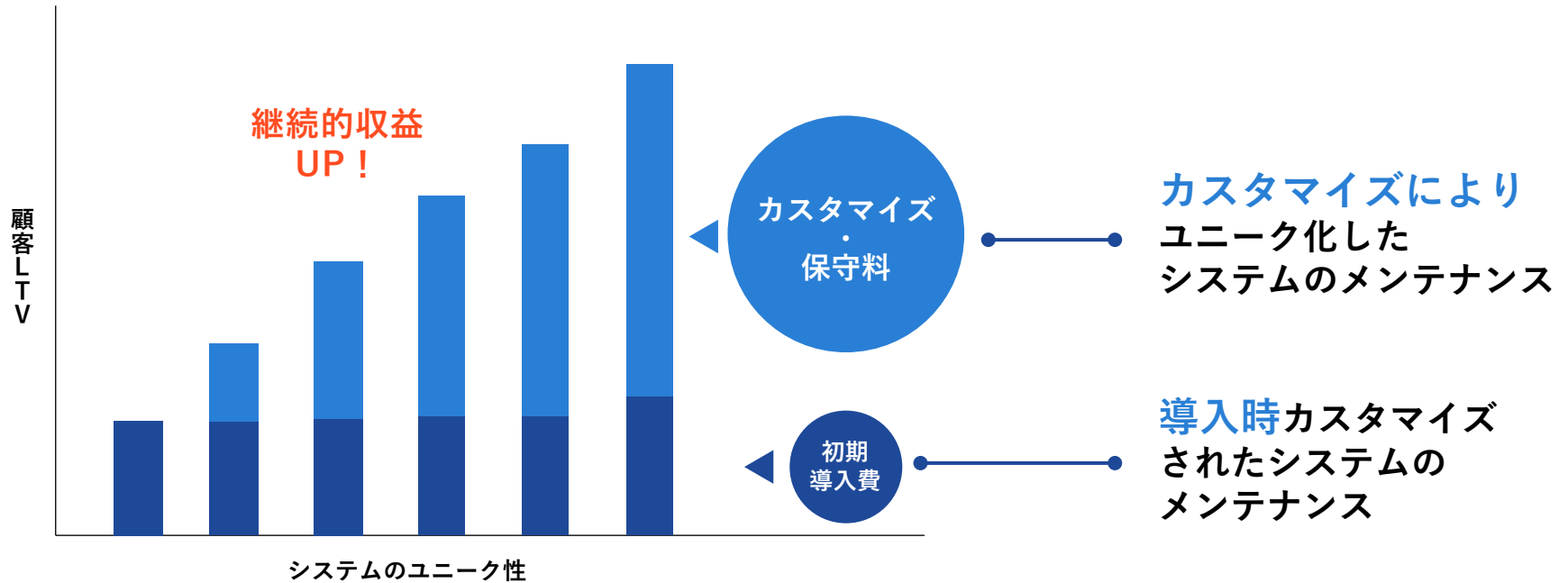
EC事業者の収益を最大化するデータ統合プラットフォーム

モール・自社EC・実店舗からの販売データを最適化し、各バックエンドシステムへシームレスに連携。
今後、データハブとして、グループ全体の収益向上を目指す。



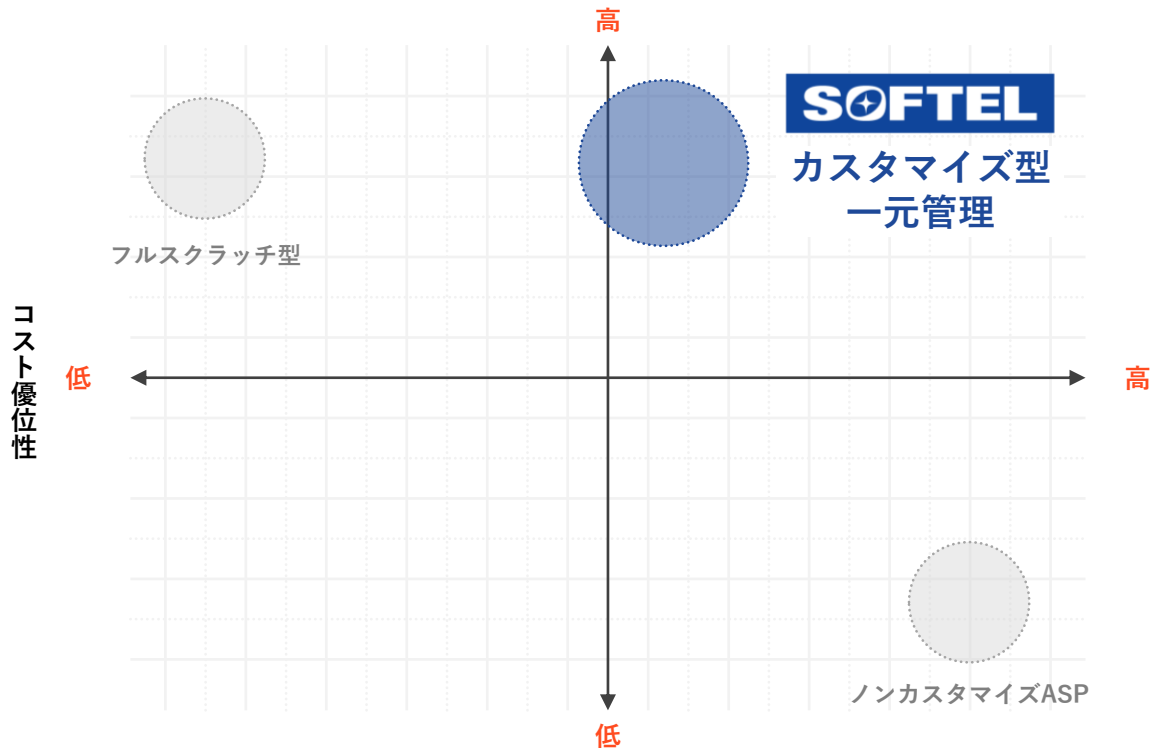
2028年のシフト完了まで、標準機能のAPI開発とAI拡充により安定収益を確保

SOFTTEL 収益モデル



SOFTEL ポジショニング

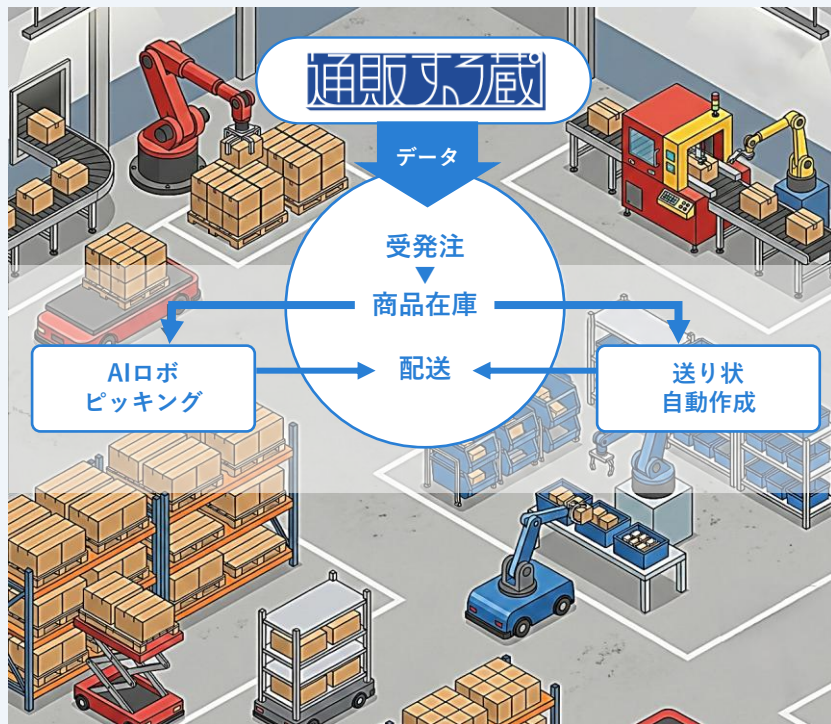
拡張性・カスタマイズ性



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。

現場データのリアルタイム連携による配送の効率化

現場（倉庫・物流）のリアルデータをオンラインと結ぶことが可能に。



フィジカルAI・IoT連携

アパレル企業等と協業し倉庫内ロボットやAI連携による省力化を推進。

大規模事業者への適応

多様な基幹システムやECモールとの柔軟なつなぎ込み機能を強化。

収益の継続性

2028年のシフト完了まで、標準機能のAPI開発とAI拡充により安定収益を確保。



TradeSafe

株式会社TradeSafe

認証・金融・脱炭素で企業の経営基盤を整備

20年間にわたり日本のEC業界を支援（2006年サービス開始）



TradeSafe

One Credit.

将来債権買取サービス

低コストの審査モデルと独自のEC
売上分析を組み合わせ、
中小EC事業者の多様な資金ニーズ
に柔軟に対応。



EC取引の信頼を支える 第三者認証

認定審査・裁判外紛争解決・あんしん
補償の3つの柱で、消費者と店舗双方
に安心な取引環境を提供。

ECnote

EC売上を リアルタイムで可視化

進捗・着地予想・計画比較・トレ
ンド分析をスマホで一元管理。

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。

20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、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

ファクタリングサービス需要の高まり TradeSafe

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

認識するリスク

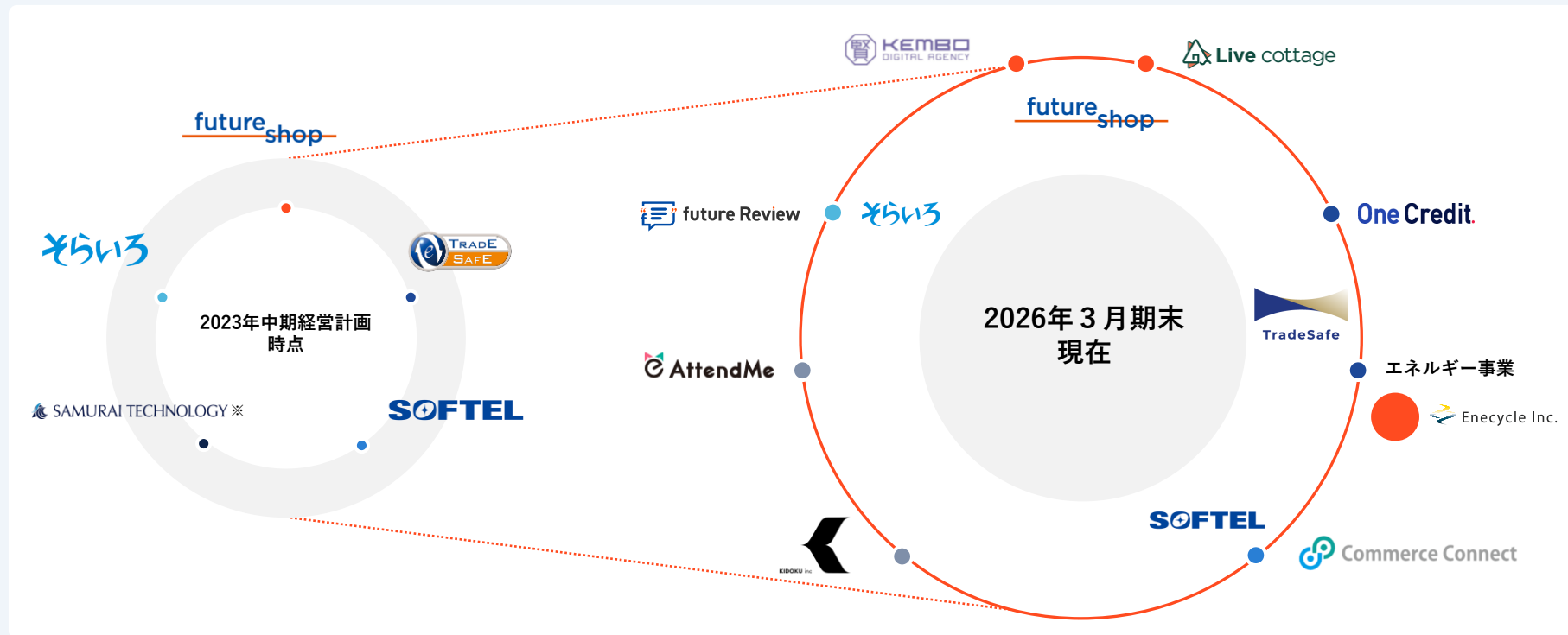
	リスク概要	顕在化の可能性	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
国内EC市場の動向	国内経済環境の悪化等に伴い国内EC市場の成長率が鈍化、または停滞した場合に、EC事業者の業況悪化を通じ当社グループの経営成績が悪化する可能性	中	大	新たなプロダクトのリリース、既存機能の強化、D2C化を目指すEC事業者へのバックアップによるEC市場の活性化等の施策を行うことで対応
EC市場特有のマーケットリスク	新たな法規制の導入によるEC事業者の撤退や拡大スピードの鈍化、通信・ロジスティクスコストの増大が、EC事業者やEC利用者にとって影響を及ぼす可能性	中	大	制度改正のモニタリングおよび関連省庁へのパ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

3

中期経営計画 振り返り

成長戦略進捗

EC領域では「Commerce Connect」の開発強化を軸に、エンジニア基盤の拡充や機能拡張への積極投資を推進。エネルギー領域では、AIの急速な普及に伴う電力需要の増大を機会と捉え、エネサイクルとの連携によりエネルギー事業を新たな成長領域として加速。



2027年3月期 中期経営計画未達要因 概要

必要な成長投資の実施、M&Aの未実行、マルチチャネル管理システム「Commerce Connect」の開発計画の見直しにより、売上高、各段階損益、資本効率全てにおいて中期経営計画策定時点と比して、未達となった。

連結 コマースOneホールディングス

単位：百万円

	2027年3月期 業績予想	2027年3月期 中期経営計画目標	差異	達成度
売上高	4,345	5,411	▲ 1,066	80.3%
営業利益	500	1,011	▲ 511	49.5%
親会社株主に帰属 する当期純利益	326	681	▲ 354	48.0%
ROE	13.4%	20%	▲ 6.7%	66.7%

売上高、各段階損益、資本効率全てにおいて未達となった主要因を3つの構造に分類する。

1. 開発実行の遅延
2. 非オーガニック成長の実行不足
3. 外部環境変化への対応

2027年3月期 中期経営計画未達要因の振り返りと今後の方針 ①開発実行の遅延

差異金額(影響額合計)

売上高 ▲5.1億円

「Commerce Connect」開発計画の見直しによる遅延とグループシナジーの未発揮

営業利益 ▲4.6億円

主要プロダクトにおける開発計画の見直しと成長投資のタイミング逸失

主要プロダクトの開発遅延

- ・ マルチチャネル管理システム「Commerce Connect」の開発計画の見直しによる遅延。
- ・ 当初計画したフューチャーショップ/ソフテルを起点とするグループの共創シナジーが発揮できなかった。

成長投資のタイミング

- ・ フューチャーショップにおいて、今後を戦い抜く為の「データと業務の基盤づくり」への投資を開始。
- ・ 事業の機動力を制約している技術負債の解消のため。

今後の方針

- ・ サービス意義や役割が大きく変化しリリース予定時期が後ずれした。計画をリバイスし、オンタイムで進捗させる。

2027年3月期 中期経営計画未達要因の振り返りと今後の方針 ②非オーガニック成長の実行不足

差異金額(影響額合計)※

売上高 ▲6.5億円

M&Aの未実行・PMI不足

営業利益 ▲1.7億円

M&Aの未実行・PMI不足、新規事業の未成熟の一部

M&Aの評価基準と戦略徹底不足

- ・ 成長ドライバーと位置付けたM&Aについて、案件の評価基準が十分に整っておらず、複数の案件を具体化するに至らなかった。
- ・ 受動的なソーシングに終始し、ターゲット領域の能動的な特定が不十分だったため想定価格帯に収束しなかった。
- ・ 投資判断基準（財務・事業シナジー・PMI実行可能性）を具体的に示していなかった。

PMIの不徹底

- ・ 実行済みM&Aにおいても既存のグループ内リソースを十分に活用できず、PMI（統合後運営体制設計）が有効に機能しなかった。

今後の対策

- ・ M&Aの評価基準（事業・財務・PMI）を定義し、グループ内の経営統合で培った収益改善・効率化の知見を活かして、実行判断と統合設計を一体で運用する体制を構築する。

2027年3月期 中期経営計画未達要因の振り返りと今後の方針 ③外部環境変化への対応

差異金額(影響額合計)※

売上高 ▲6.5億円 新規事業の収益化・スケール化遅延

営業利益 ▲1.7億円 同上

構造的環境変化への対応

- ・ 国内EC市場で、グローバル展開を背景とする資本力を持つプラットフォーム事業者との競争が加速。
- ・ M&A市場では競争激化による価格高騰が進む一方、対象企業の将来価値評価においてAIがもたらす加速度的成長を織り込んだアプローチが不十分であった。

新規事業の収益化遅延

- ・ 生成AIの急進展や競合の活用加速といった構造変化に対し、グループ内新規事業の立ち上げ・推進が遅れた。
- ・ 成長前提の精査が不十分なまま投資判断を継続した結果、新規事業の収益化やスケール化が未成熟に終わった。
- ・ 一方、金融サービス「One Credit」はRBFとして収益化を達成。今後はグループ内外の金融ニーズに着実に応えていく。

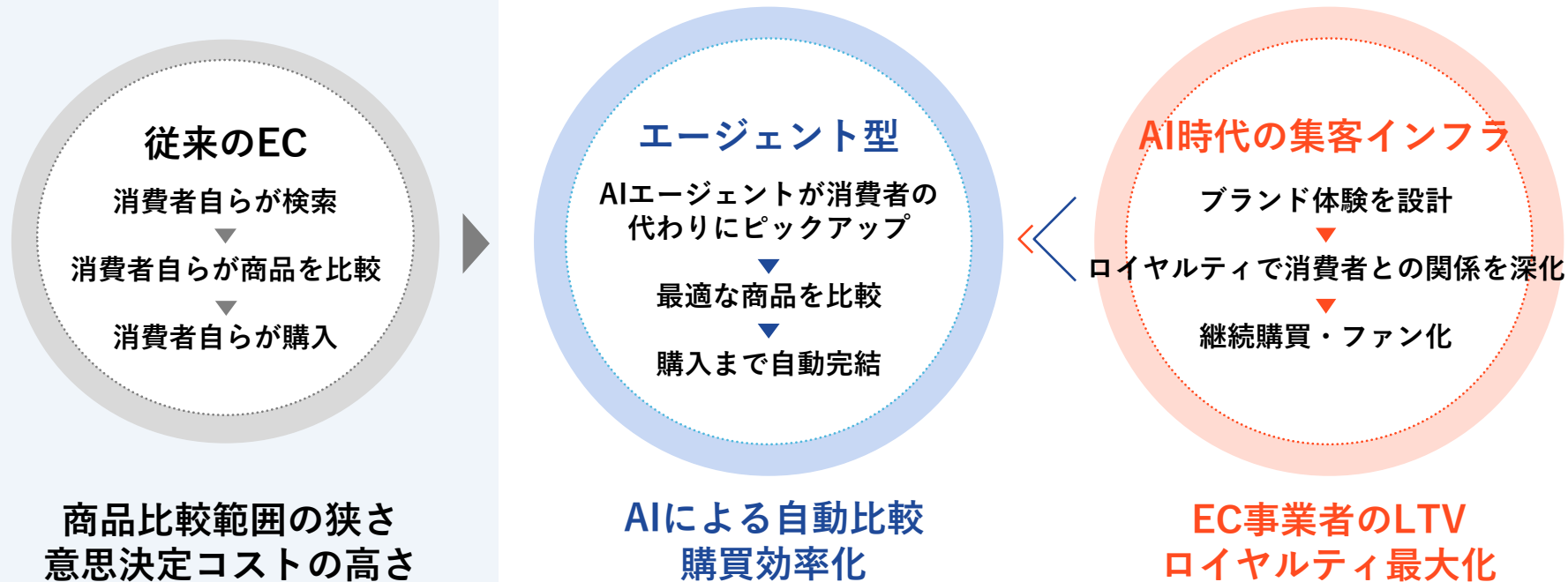
今後の方針

- ・ グローバルプレイヤーの台頭と資金力格差を踏まえ、プロダクト価値・顧客提供価値を再定義し、差別化戦略を再構築する
- ・ AIの急速な進化に対応すべく、AI関連投資を拡大する。

4

—
今後の展望

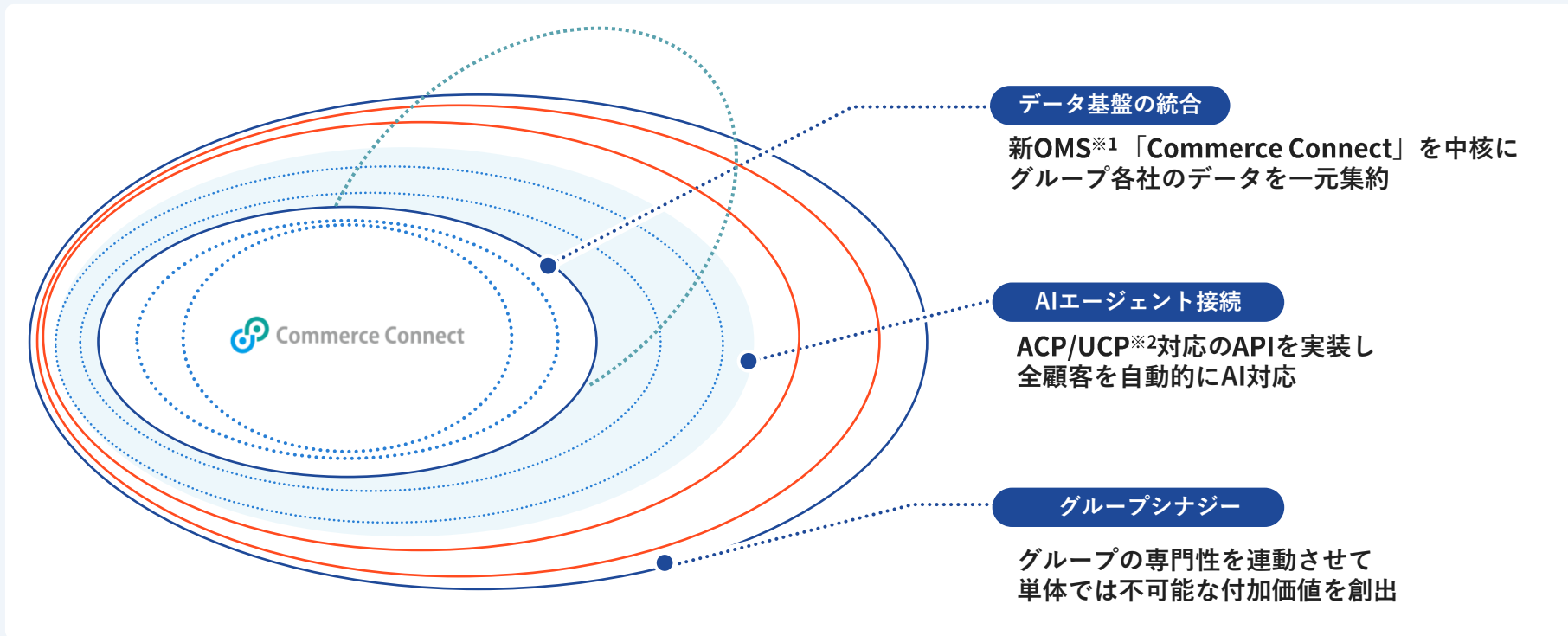
「人が買う」から「AIが代わりに買う」時代へ～構造変化を成長機会へ転換



AI時代のインフラへ進化

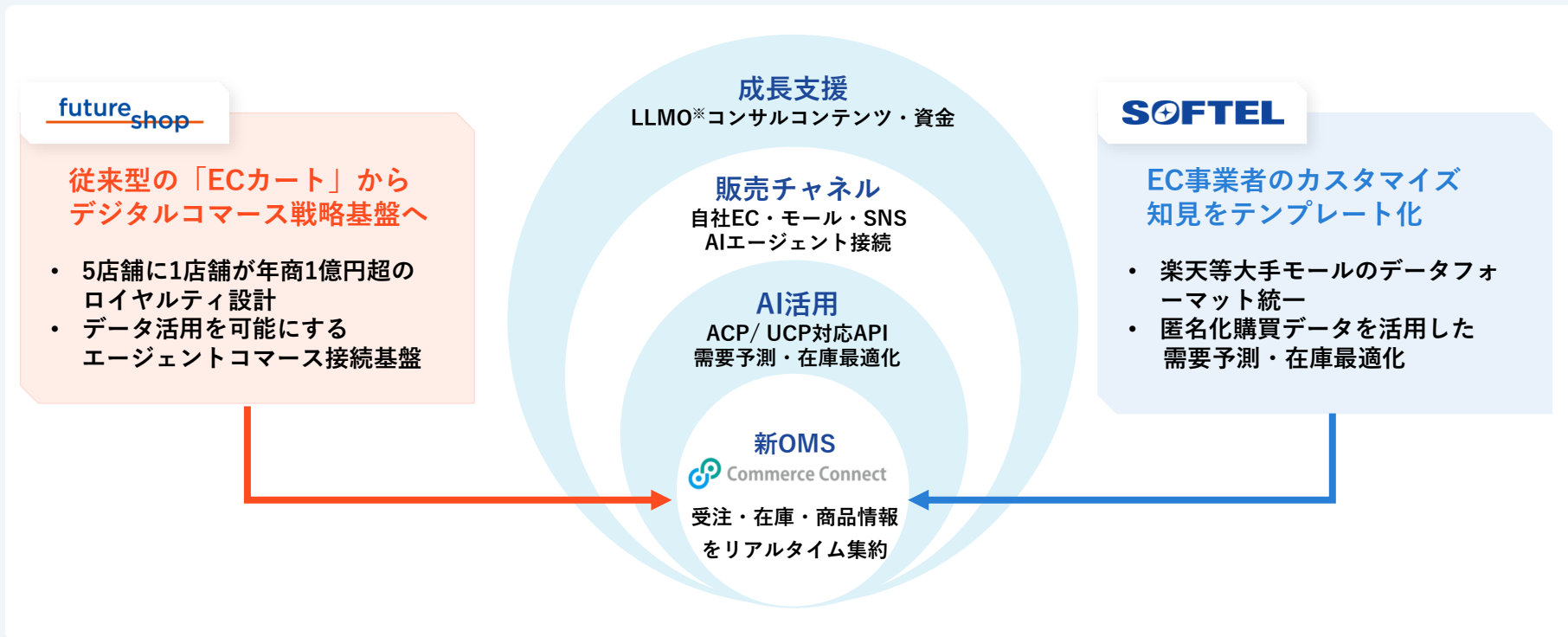


「Commerce Connect」を中心にグループ各社が専門領域の軌道で連携し、データを循環させる次世代エコシステム「Commerce Next」へ。



AI時代のインフラ「Commerce Next」へ進化

「Commerce Next」で「AIに選ばれるECインフラ」を構築し、グループのデータと専門性を統合。フューチャーショップとソフテルの両社は、新OMSへ統合することで付加価値とそれに伴うARPUが向上。

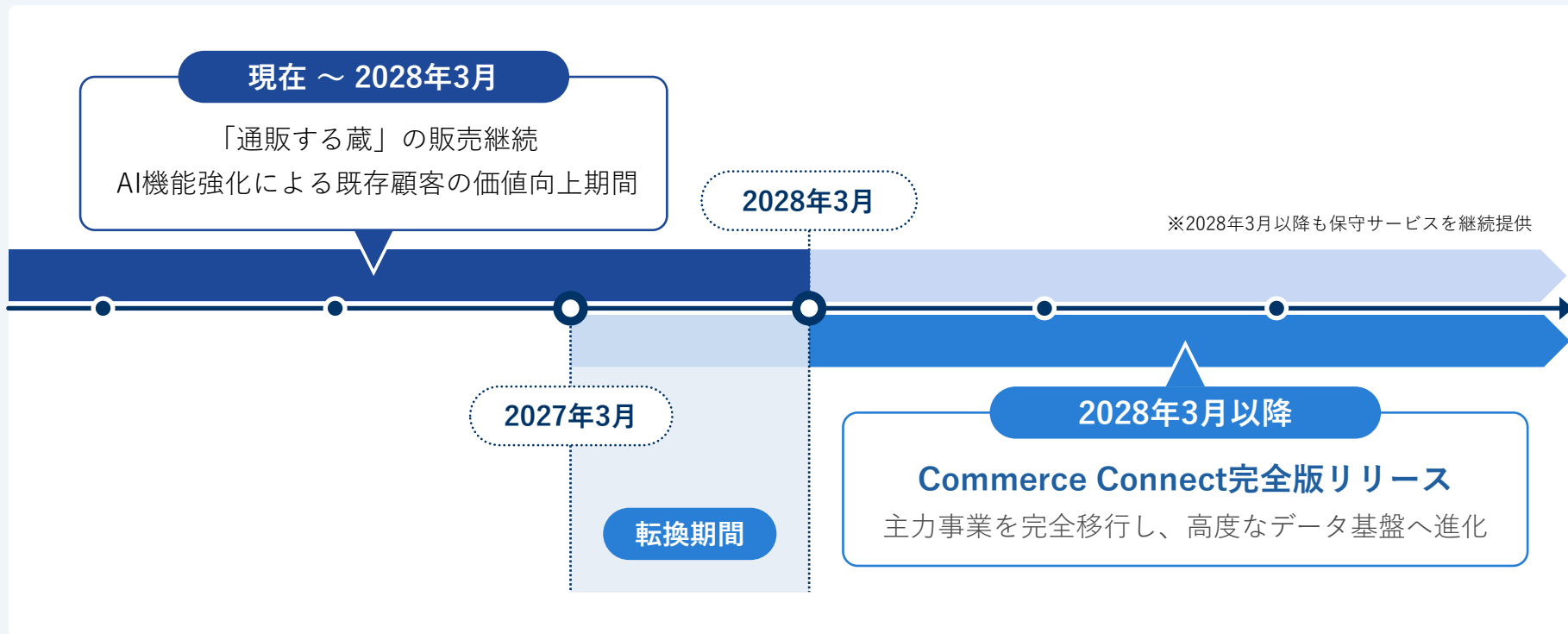


グループシナジーにより「AIに選ばれる条件」を完全網羅

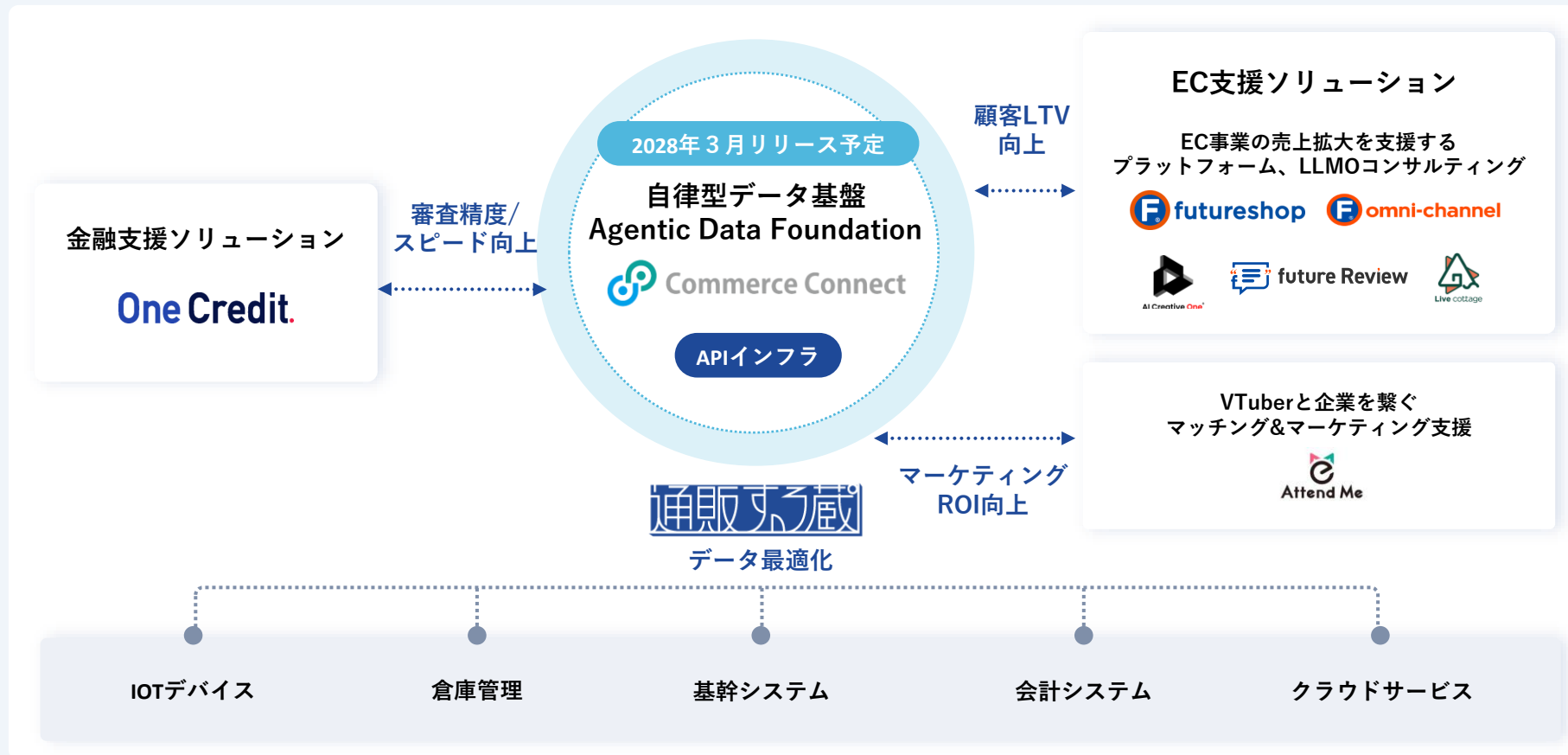


将来成長を見据えたプロダクトへ転換

「通販する蔵」から次世代型流通プラットフォーム「Commerce Connect」へ段階的にシフト。
生成AI時代における「価値ある情報」の蓄積を競争優位性の源泉とする。



2028年以降目指すグループシナジー 新たな収益源と既存事業の高付加価値の創出



デジタルコマース戦略基盤へ進化

2026年3月期～2027年3月期にかけての投資の意義：

LTV重視の日本型EC市場において、今後を戦い抜く為の**データと業務の基盤づくり**

基盤への投資（再構築の必要性）

データと業務の基盤を再構築

1. 旧UI・旧データ構造が残存する状態ではAI・多チャネル・CRM高度化のいずれも対応できない。
2. 短期的な開発費増加は「延命コスト」ではなく、今後の事業競争力を作る「構造への投資」。
3. 基盤整備なくして、来期以降の収益成長シナリオは成立しない。

日本型ECの勝ち筋への投資

競合グローバルコマース

新規獲得中心
CRV最大化(短期最適)

▶ 流入依存

futureshop

ロイヤルティ設計
(LTV最大化)

▶ 関係性が資産

【2027年3月期、ロイヤルティ設計基盤リプレイス】

レビューなど顧客行動が一意のIDに紐づいて蓄積される「ロイヤルティ設計」を持つことで、AI精度が高まりEC事業者の競合優位が拡大する。顧客の成長が自社の競争優位に直結する構造。

20年以上かけて積み上げてきた、消費者を知るためのロイヤルティ設計を次世代の基盤に実装。

デジタルコマース戦略基盤へ進化

2026年3月期は土台の再構築、2027年3月期は投資継続による「次の成長エンジン」着火へ。同期中にUI全面刷新・グループ統合・AI接続を開始する次世代国産ECプラットフォームへの移行を果たし、その基盤の上で本格的な「収穫期フェーズ」へと進んでいく。

2026年3月期 土台の再構築

UI/UX基盤

商品管理画面リプレイス開発

認証・グループ統合

新認証システム開発

OMS・バックオフィス

「Commerce Connect」共同連携開発

CRM・マーケティング

メール/LINEマーケティング
新バージョン開発

次世代AI接続

API強化・インフラ整備

2027年3月期 完成・AI接続

ロイヤルティ設計・画面刷新

複数店舗・グループサービスとの共通ID統合

モール（楽天等）& 自社ECのマルチチャネル統合
受注一元管理稼働

生成AIでメール制作を省力化
配信品質・開封率の向上

エージェントコマース接続基盤（MCPサーバー）
構築
AIがデータ直接参照・操作が可能

2027年3月期第1四半期以降の方針 ~~future_shop~~ SOFTEL

プロダクト開発 方針

future_shop

- マーケティング機能強化
「future Scenario Cast」AI機能追加
第一次アップデート：2026年度上半期予定
- レビュー機能強化
LLMO (LLM Optimization) 対策
2026年度上半期予定
「future Review」AI対策機能強化
第二次アップデート：2026年度春予定
- 商品管理画面リプレイス・UI強化
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
2025年度中予定 から2026年6月リリース予定へ変更
- 会員管理・ポイント・クーポン管理画面
リプレイス・UI強化
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
2026年度中予定

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

SOFTEL

- 在庫・顧客・注文データの統合OMS
「Commerce Connect」
開発中
 - 「通販する蔵」バージョンアップ
「複数配送先対応」を標準機能化
 - 「AI Creative One」との連携
通販する蔵の連携機能の実装予定。
-
- 「EC通販支援 EXPO」出展
 - 「通販する蔵」の保守料金（基本利用料）
改定が完了し、ストック売上*が約5%増額

2030年から適用開始となる新たな上場維持基準（上場5年経過後、時価総額100億円以上）への対策

市場区分についての検討

中期的に、以下の2つの領域とグループ体制整備を主軸とし、引き続き、グロース市場への上場を維持。

- EC支援領域における安定的かつ継続的な収益成長
- エネルギー領域における段階的な事業化と収益貢献
- 実行力確立のためのグループ管理基盤整備

時価総額についての検討

以下の成長戦略とそれに伴う施策を駆使し、2030年3月時点での時価総額100億円以上を目指す。

■ EC支援領域再強化

- ・ 「デジタルコマース戦略基盤」への転換：データの構造化を通じた、将来的なAI最適化（AIO）に対応可能な基盤整備
- ・ マルチチャネル環境下におけるEC事業者の収益最大化支援：在庫・受注・出荷の一元管理によるオペレーション最適化および資金供給機能の強化
- ・ 越境EC：成長余地の大きい領域と位置付け、決済・物流・資金回収といった障壁を解消

■ エネルギー領域

- ・ 事業の立ち上げ：実証フェーズを完了したバイオマス由来の炭化・ガス化技術を活用したエネルギー事業
- ・ 今後の事業化：複数の事業会社との協議が進行中、バイオ炭供給および水素製造装置の展開を軸に、今後の事業化を進展

■ グループ管理基盤整備

- ・ 急激な事業環境の変化に対応する実行力を確立するために、グループのIR体制を含む管理基盤を整備

5

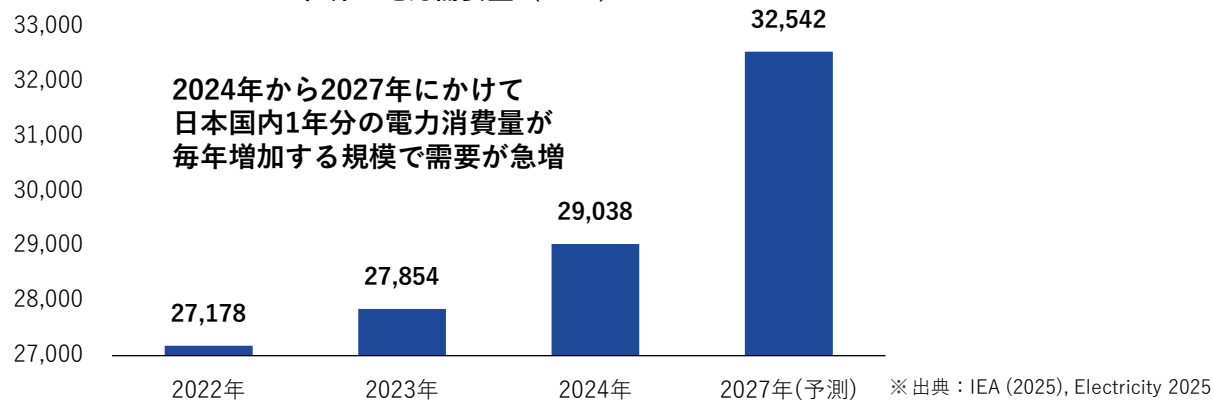
「持続可能な商取引のインフラ」構築

～環境エネルギー事業による企業成長～

生成AIなどのテクノロジーの進化とともに増大する電力消費

クラウドサービスや生成AIの普及にともない世界中でデータセンターの電力消費が急増。IEA※の電力レポートによると、世界の電力需要は2025年から2027年かけて平均成長率4%程度と極めて高い成長率を維持する見込み。2015年から2023年の平均成長率2.6%と比較すると、成長ペースは劇的に加速している。この電力消費の急増には気候変動にともなう世界的な気温上昇により冷房用の電力消費が急激に伸びていることも影響している。

世界の電力需要量 (TWh)



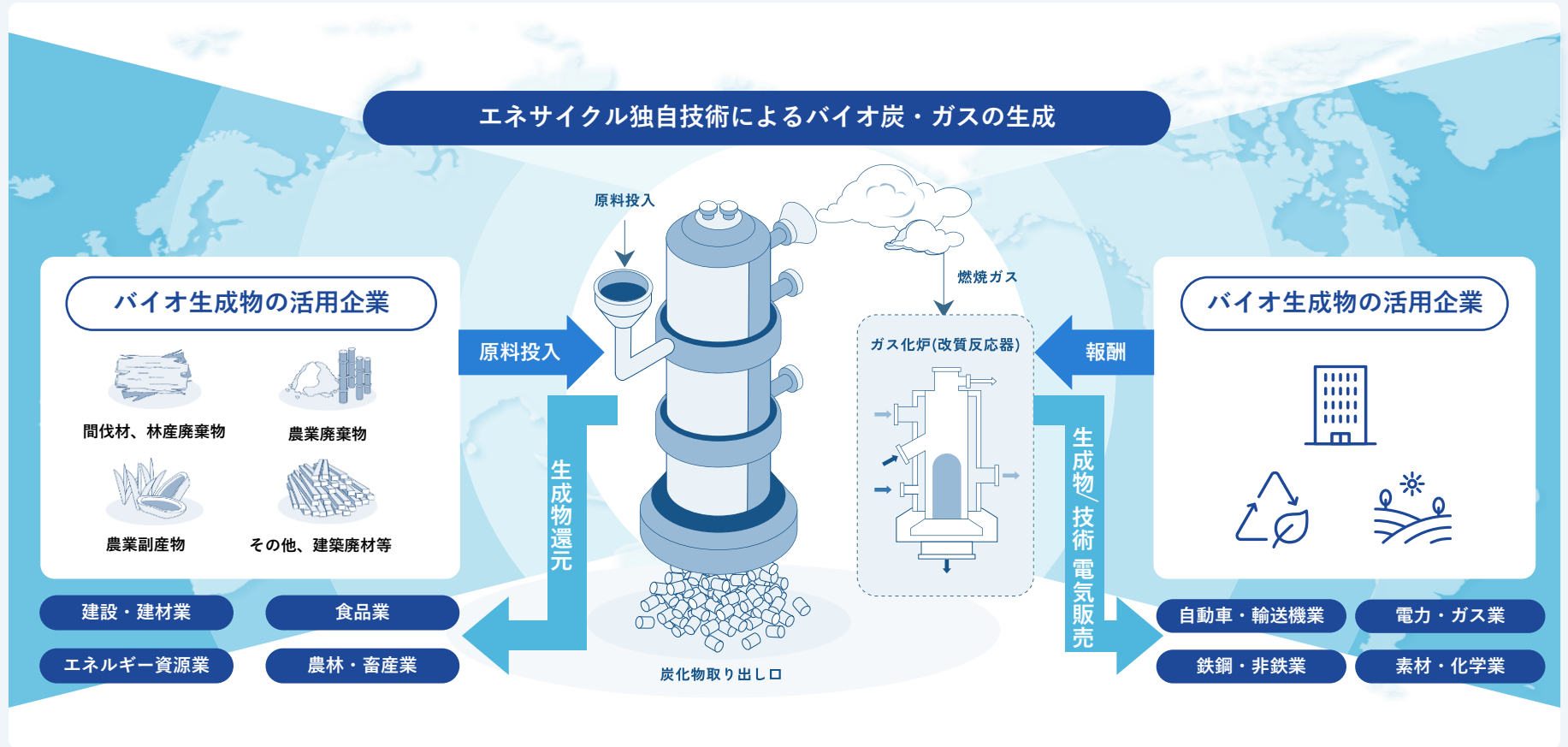
当社グループは、電力需要の増加と気候変動の両方を解決する手段として、環境負荷の少ないバイオ炭やバイオ水素を利用したバイオマス発電等を促進。電力需要急増時代にクリーンエネルギーの供給を支援していく方針。



石狩バイオマス発電所

北海道石狩市周辺の未利用木質資源を活用し、エネサイクルが特許を保有する独自の炭化・ガス化設備でのバイオマス発電を行う。

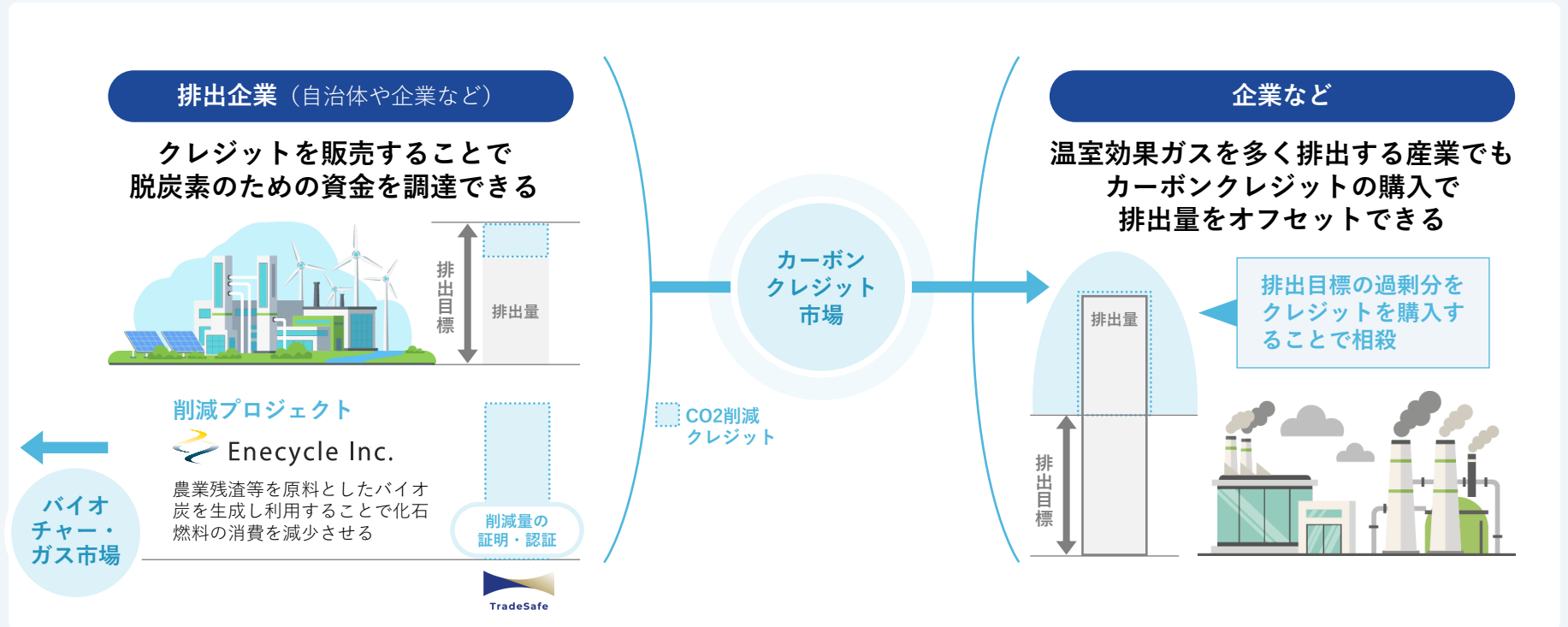
既存産業から排出される、廃棄バイオマスからクリーンエネルギーを生成



TradeSafeとエネサイクルが生成する、カーボンクレジット

カーボンクレジットとは：

CO2削減や炭素固定などの環境貢献活動を定量化・証明し、取引可能な資産にしたもの。



急成長するCDR市場※1：供給ギャップに応える当社の優位性

現状課題

137億ドルの事前購入契約があるが、2025年の持続可能なCDR償却実績は20万クレジット未満(市場全体の0.11%)に留まった
※ 出典: Sylvera 『カーボン市場の動向2026』

高コスト

100ドル以上/トン

資金調達難

プロジェクトファイナンスが複雑

技術的課題

実現できないプロジェクトが多い

つまり、この課題をクリアできる価値をもつクレジットが
契約を実現・収益化できる。

当社技術の 価値

デジタル技術 による効率化

クレジット生成期間

約**1/20**に短縮

運用コスト

約**50%**削減

透明性・信頼性の確保で 有利に資金調達が可能

CO2削減量や環境貢献度を正確測定

AI・ブロックチェーンによる自動測定

グリーンウォッシュ※2防止

全データをブロックチェーン上で公開

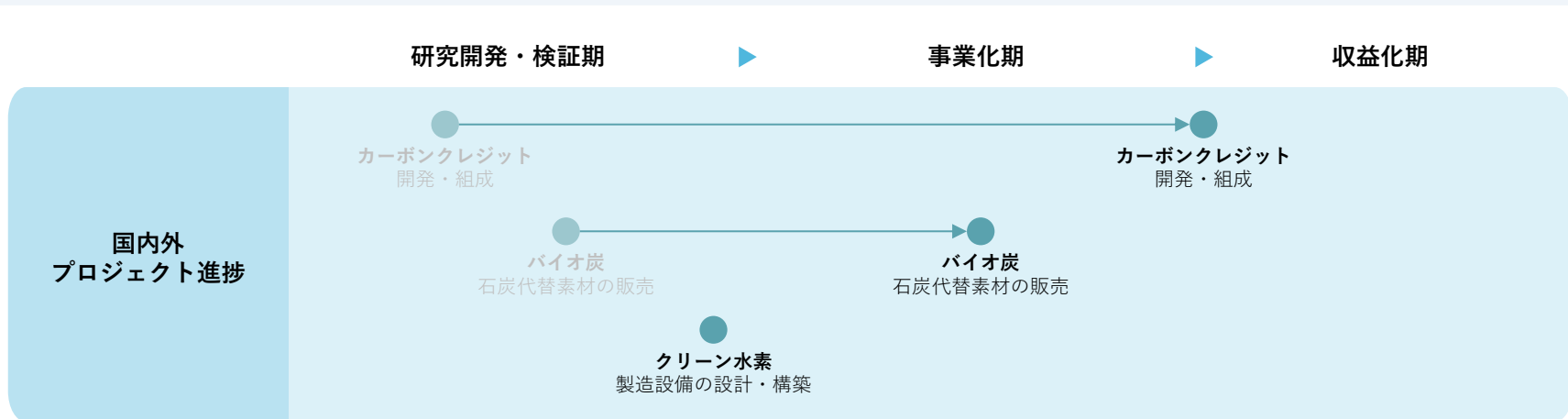
Carbontribe Standardによる第三者認証取得

技術的優位性

高炭化バイオ炭製造技術

化石資源などの外部エネルギー
 不使用で、食品残渣・ヤシ殻を
 「炭化度が非常に高い」バイオ
 炭に変換。

エネサイクルの事業進捗



進捗状況

カーボンのクレジット：収益化の第一歩として、実際の設備でのバイオ炭使用による削減分を算出し、年内にCO2換算1,000トン分のクレジットのトライアル発行および買い手探索に向けて進行中。プレスリリースは[こちら](#)。

バイオ炭：一部の見込みユーザーとの技術検証（炭化試験や使用可否）を完了し、現在は事業化に向けた価格交渉やサプライチェーン構築（生産体制・供給量・開始時期の協議など）の段階へと進捗。

クリーン水素：パートナー企業との連携により事業開始の準備を進めているものの、事業候補地の選定や設備設計・構築に一定の準備工数を要するため、収益化までには一定の時間を要する見込み。

2030年の脱炭素コミットメントに向け、各業界で確実な需要が顕在化。厳しい要求水準をクリアする独自技術により、経済合理性に優れた現実的な選択肢を提供し、研究開発フェーズから具体的な「事業化・収益化フェーズ」へと移行。

この確実な需要を背景に、クリーン社会の実現に貢献するとともに、拡大するGX※市場における当社の飛躍的な事業成長と収益拡大を実現していく。

6

財務サマリー

2026年3月期 サマリー

連結売上高

38.9億円

YoY

+ 2.0億円
(+ 5.5%)

連結営業利益

3.8億円

YoY

▲ 2.5億円
(▲ 40.4%)

連結営業利益率

9.8%

YoY

▲ 7.5pts

親会社株主に帰属する
当期純利益

3.0億円

YoY

+ 2.1億円
(+ 230.1%)

決算概要

営業利益 減

- FS^{※1} : 価格改定等によってARPUが増加した一方、既存システムのリニューアルや前倒しの開発投資、人材関連費が増加。結果、増収減益となった。
- ソフテル : 新プロダクト開発のSES売上や、「通販する蔵」の大型案件の受注が増加。さらに、サムライテクノロジーとの合併により、エンジニアコスト効率化と開発案件受注が増加した結果、増収増益となった。
- 空色 : 新プロダクト開発による費用増加のため減益
- HD^{※2} : グループ拡大による管理費用、および、環境エネルギー事業を始めとした新規事業の開発費用の増加。

純利益 増

- 昨年度例外的に発生した一過性のエネサイクル持分法投資損失がなくなったため、親会社株主に帰属する当期純利益は増加した。

2026年3月期 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

28.4億円

YoY

+ 0.7億円
(+ 2.7%)

営業利益

6.9億円

YoY

▲ 1.4億円
(▲ 17.3%)

営業利益率

24.5%

YoY

▲ 5.9pts

GMV

2,120億円

YoY

+ 68.2億円
(+ 3.3%)

3月末契約件数

2,730件

FYTD

▲ 65件
(▲ 2.3%)

ARPU

85,933円

YoY

+ 4,461円
(+ 5.5%)

2026年3月期 ソフテル サマリー

単体 ソフテル



売上高※1

8.9億円

YoY

+ 0.4億円
(+ 5.5%)

営業利益※1

0.8億円

YoY

+ 0.3億円
(+ 60.6%)

営業利益率※1

10.0%

YoY

+ 3.4pts

開発売上総額

386百万円

YoY

+ 29.5百万円
(+ 8.3%)

ストック売上

486百万円

YoY

+ 19.9百万円
(+ 4.3%)

その他売上

25百万円

YoY

▲ 2.4百万円
(▲ 8.7%)

ストック売上比率※2

54.1%

YoY

▲ 0.6pts

2026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

	2025年3月期	2026年3月期	増減	前年度同期比
売上高	3,693,315	3,895,734	+ 202,419	+ 5.5%
営業利益	638,411	380,704	▲ 257,707	▲ 40.4%
経常利益	423,446	472,398	+ 48,952	+ 11.6%
税金等調整前 当期純利益	353,584	481,308	+ 127,724	+ 36.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	91,594	302,311	+ 210,717	+ 230.1%

2026年3月期 予算比

連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2026年3月期 実績	2026年3月期 通期 予算	予算実績対比	
売上高	3,895,734	4,387,286	▲ 11.2%	<ul style="list-style-type: none"> 新規事業のマネタイズ遅延 M&Aによる新規グループ会社の事業領域拡大の進捗遅延
営業利益	380,704	665,327	▲ 42.8%	<ul style="list-style-type: none"> M&Aによる新規グループ会社の事業化、収益化の遅延 想定していたM&Aの未実行
経常利益	472,398	673,092	▲ 29.8%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	302,311	485,075	▲ 37.7%	営業利益、経常利益同様の要因に加え 新規グループ会社のれん減損、 投資先株式の時価下落による 減損評価を実施

2026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

	2025年3月期	2026年3月期	増減	
流動資産	653,440	607,481	▲ 45,959	
現金及び預金	567,074	428,021	▲ 139,053	● AttendMe株式取得、 TradeSafe増資、 Commerce Connect設立 のため減少
固定資産	681,787	806,229	+ 124,442	
投資有価証券	417,633	407,204	▲ 10,429	
関係会社株式	194,083	338,663	+ 144,580	● TradeSafe増資、 Commerce Connect設立 のため増加
流動負債	17,943	31,203	+ 13,260	
固定負債	129,209	115,171	▲ 14,038	
純資産	1,188,075	1,267,336	+ 79,261	
株主資本	1,014,182	1,074,766	+ 60,584	● 前年期末配当支払：▲71百万円 当期中間配当支払：▲70百万円 当期純利益：+284百万円
利益剰余金	700,625	843,299	+ 142,674	
自己株式	▲ 57,243	▲ 139,332	▲ 82,089	● 自己株式取得 (前年4月～3月実施)
その他 有価証券評価差額金	173,893	192,570	+ 18,677	● 投資先上場株式の株価上昇

2026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

	2025年3月期	2026年3月期	増減
売上高	604,189	610,005	+ 5,816
販売費及び一般管理費	295,005	328,824	+ 33,819
営業利益	309,184	281,181	▲ 28,003
営業外収益	25,600	69,380	+ 43,780
営業外費用	92,792	76,388	▲ 16,404
経常利益	241,992	274,172	+ 32,180
特別利益	32,061	90,526	+ 58,465
特別損失	277,112	113,359	▲ 163,753
当期純利益	42,568	284,485	+ 241,917

- ・ グループ拡大による管理費用増加
- ・ 環境エネルギー事業を始めとした新規事業の開発費用増加
- ・ 円安進行による為替差益の増加
- ・ 空色及び既読への貸付金に関する貸倒引当金計上
- ・ 既読に対する事業損失引当金の計上※
- ・ 昨年度エネサイクルに対する評価損があったため※

2026年3月期 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

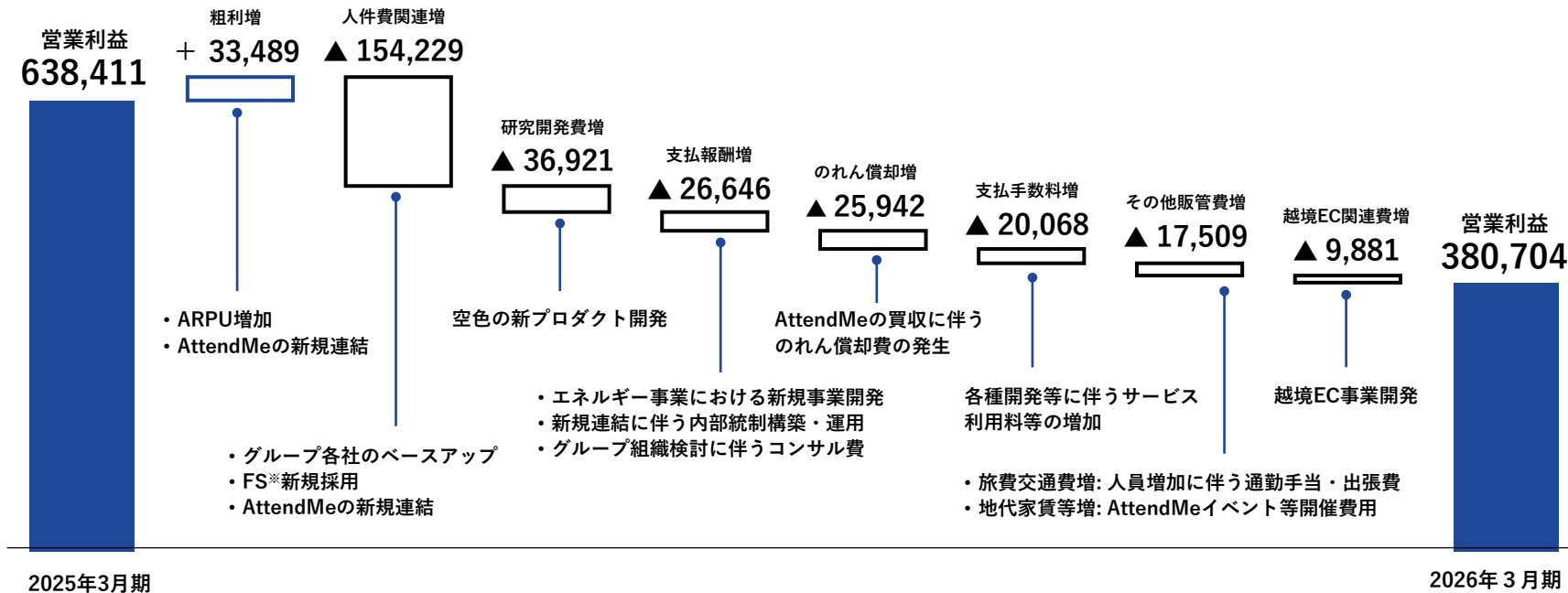
単位：千円

	2026年3月期 3Q	2026年3月期 4Q	増減	
売上高	1,013,706	971,188	▲ 42,518	●—● AttendMeにおけるリアルイベントの開催が少なかったため
営業利益	109,069	66,097	▲ 42,972	●—● フューチャーショップの機能アップデートのため
経常利益	115,253	78,407	▲ 36,846	
営業利益率	10.8%	6.8%	▲ 4.0pts	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	111,914	32,774	▲ 79,140	●—● 4Qでの各種減損計上のため

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 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

	2025年3月期	2026年3月期	増減
営業利益	638,411	380,704	▲ 257,707
営業外収益	44,304	92,823	+ 48,519
営業外費用	259,269	1,130	▲ 258,139
経常利益	423,446	472,398	+ 48,952
特別利益	32,061	90,526	+ 58,465
特別損失	101,923	81,615	▲ 20,308
税金等調整前 当期純利益	353,584	481,308	+ 127,724
EBITDA*	767,722	531,350	▲ 236,371

- TradeSafe「One Credit」事業の受取手数料増加
- 円安による外貨資産の評価益計上

昨年度は主にエネサイクルの投資損失を反映し損失を計上
来期以降はプロジェクト進展により中長期の回収を見込む

投資先株式の売却

計上した減損の差額

営業利益の減少要因と同様

2026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

	2025年3月期	2026年3月期	増減	
流動資産	2,379,069	2,472,942	+ 93,873	
現金及び預金	1,864,160	1,875,566	+ 11,406	
その他	107,053	175,501	+ 68,448	● 主にTradeSafeのファクタリング未収入金による増加
:	:	:	:	
固定資産	1,092,453	1,154,957	+ 62,504	
ソフトウェア仮勘定	1,338	108,296	+ 106,958	● 開発中のCommerce Connectによるもの
繰延税金資産（固定）	89,337	159,756	+ 70,419	● 主に空色のプロダクト開発費の一時差異による増加
:	:	:	:	
流動負債	852,566	911,156	+ 58,590	
固定負債	95,740	90,841	▲ 4,899	
純資産	2,523,215	2,625,902	+ 102,687	
利益剰余金	2,035,765	2,196,265	+ 160,500	● 配当による減少および当期純利益による増加
自己株式	▲ 57,243	▲ 139,332	▲ 82,089	● 自己株式取得

2026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

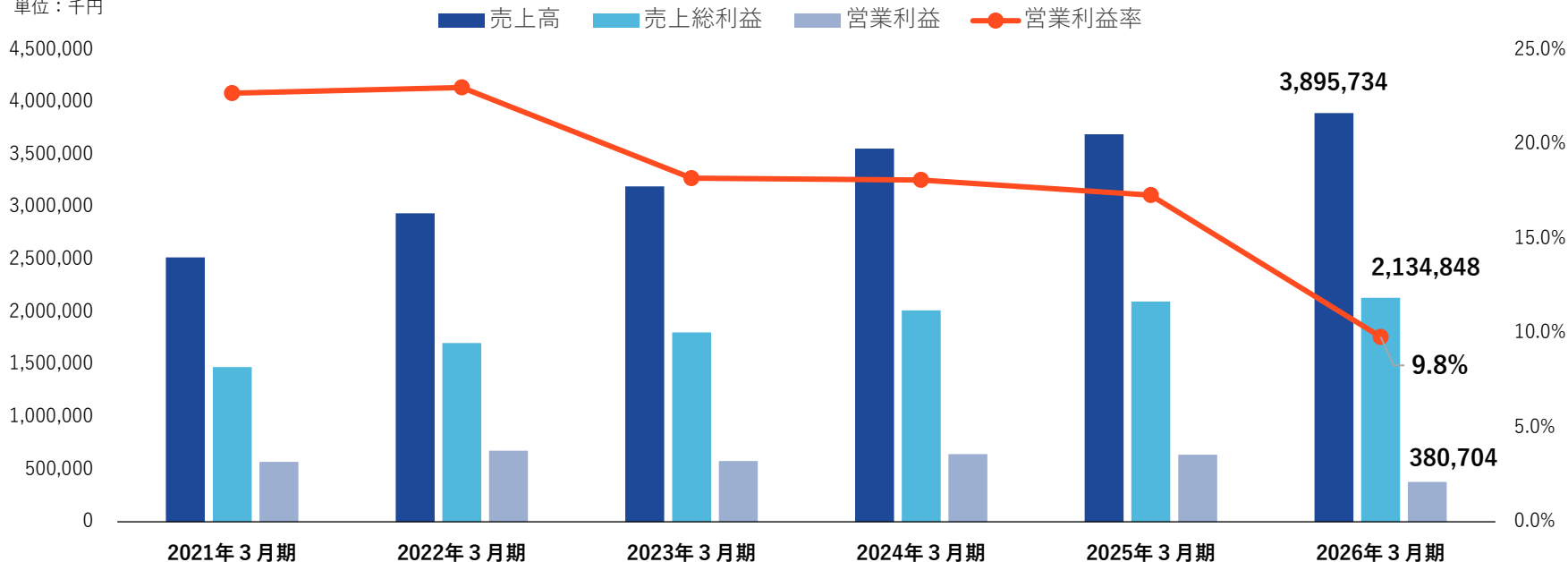
単位：千円

	2025年3月期	2026年3月期	増減	
営業活動によるキャッシュ・フロー	532,776	312,720	▲ 220,056	
税金等調整前当期純利益	353,584	481,308	+ 127,724	主に前年度に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
持分法による投資損益 (▲は益)	250,800	-	▲ 250,800	
投資有価証券売却損益 (▲は益)	▲ 32,061	▲ 90,526	▲ 58,465	投資先有価証券売却時の株数と株価の差分
:	:	:		
法人税等の支払額	▲ 267,185	▲ 251,129	+ 16,056	
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 182,388	▲ 82,823	+ 99,565	前年度はFS*東京支社移転に伴う支出があったため
有形固定資産の取得による支出	▲ 53,475	▲ 9,440	+ 44,035	投資先有価証券売却時の株数と株価の差分
投資有価証券の売却に伴う収入	47,649	122,982	+ 75,333	
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	▲ 5,974	▲ 89,182	▲ 83,208	AttendMeの株式を取得
敷金及び保証金の差入による支出	▲ 36,314	-	+ 36,314	前年度は、FS*東京支社移転に伴う差入保証金支出があったため
:	:	:		
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 213,372	▲ 236,941	▲ 23,569	
自己株式の取得による支出	▲ 57,549	▲ 82,581	▲ 25,032	自己株式取得実行における取得価額の差額
配当金の支払額	▲ 150,604	▲ 141,927	+ 8,677	配当金における支払額の差分
:	:	:		
現金及び現金同等物の増減額 (▲は減少)	130,281	11,405	▲ 118,876	

2026年3月期 連結業績推移

営業利益減：先行投資費用の増加（FS※の既存機能リニューアルおよび新規事業含めた業容拡大に伴う開発投資・人材関連費、空色の新プロダクト開発、環境エネルギー事業を始めとした新規事業の開発費用）、グループ拡大による管理費用の増加

単位：千円



7

2027年3月期通期業績予想

2026年3月期実績および2027年3月期業績予想

2026年3月期（実績）：当初の業績予想比で減収減益

2027年3月期（予想）：2026年3月期実績対比で、増収増益となる見込み

2026年3月期実績

売上高：新規事業のマネタイズ遅延、M&Aによる新規グループ会社の事業領域拡大の進捗遅延により予算比で減収。

営業利益：「futureshop」をデジタルコマース戦略基盤へ進化させるための再構築投資を実行したことにより予算比で減益。

当期純利益：営業利益同様の要因に加え、投資に係る評価損を保守的に認識したことにより予算比で減益。

2027年3月期予想

売上高：既存のグループ会社のオーガニックグロースによる増収を見込む。

営業利益：売上高増加と並行し、適切なコストコントロールを行い、増益を見込む。

当期純利益：適切なガバナンスにより、想定外の特別損失を防ぎ、増益を見込む。

EC市場の状況

国内EC市場は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって急激に成長。

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2024年から2028年までにかけて年平均7.7%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6年情報通信に関する現状報告の概論」

2027年3月期 通期業績・配当予想

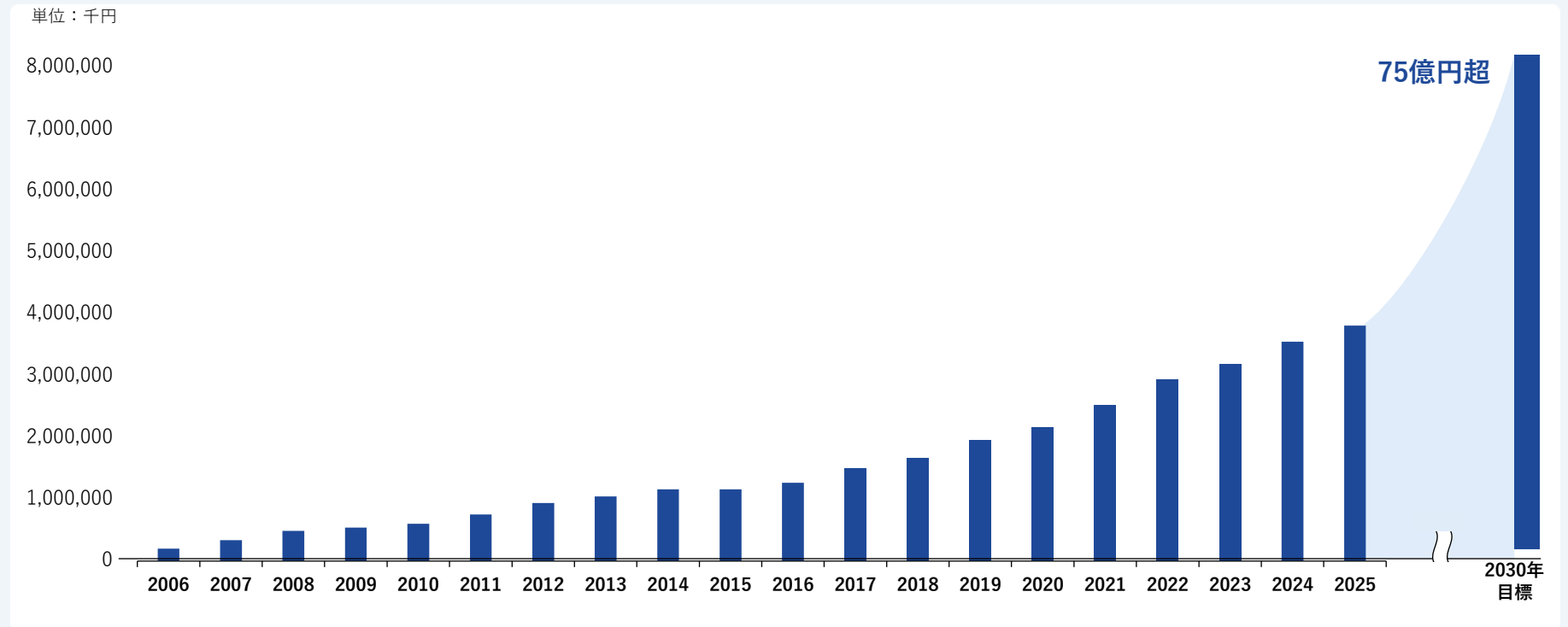
連結 コマースOneホールディングス

単位：千円

	2026年3月期 実績	2027年3月期 予算	増減	前年度同期比
売上高	3,895,734	4,345,026	+ 449,292	+ 11.5%
営業利益	380,704	500,509	+ 119,805	+ 31.5%
経常利益	472,398	511,825	+ 39,427	+ 8.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	302,311	326,792	+ 24,481	+ 8.1%
EBITDA	531,350	619,692	+ 88,342	+ 16.6%
配当性向	49.1%	90.2%	+ 41.1%	-
EPS	42.80	46.59	+ 3.79	+ 8.9%
ROE	11.8%	12.4%	+ 0.6%	-

売上推移

継続的な事業拡大により、2026年～2030年にかけてCAGRで19.75%



財務戦略

企業価値最大化を図る



株主還元

配当

配当性向30%超*

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

※調整後当期純利益に対する配当性向30%

調整後当期純利益=親会社株主に帰属する当期純利益+のれん償却±持分法投資損益

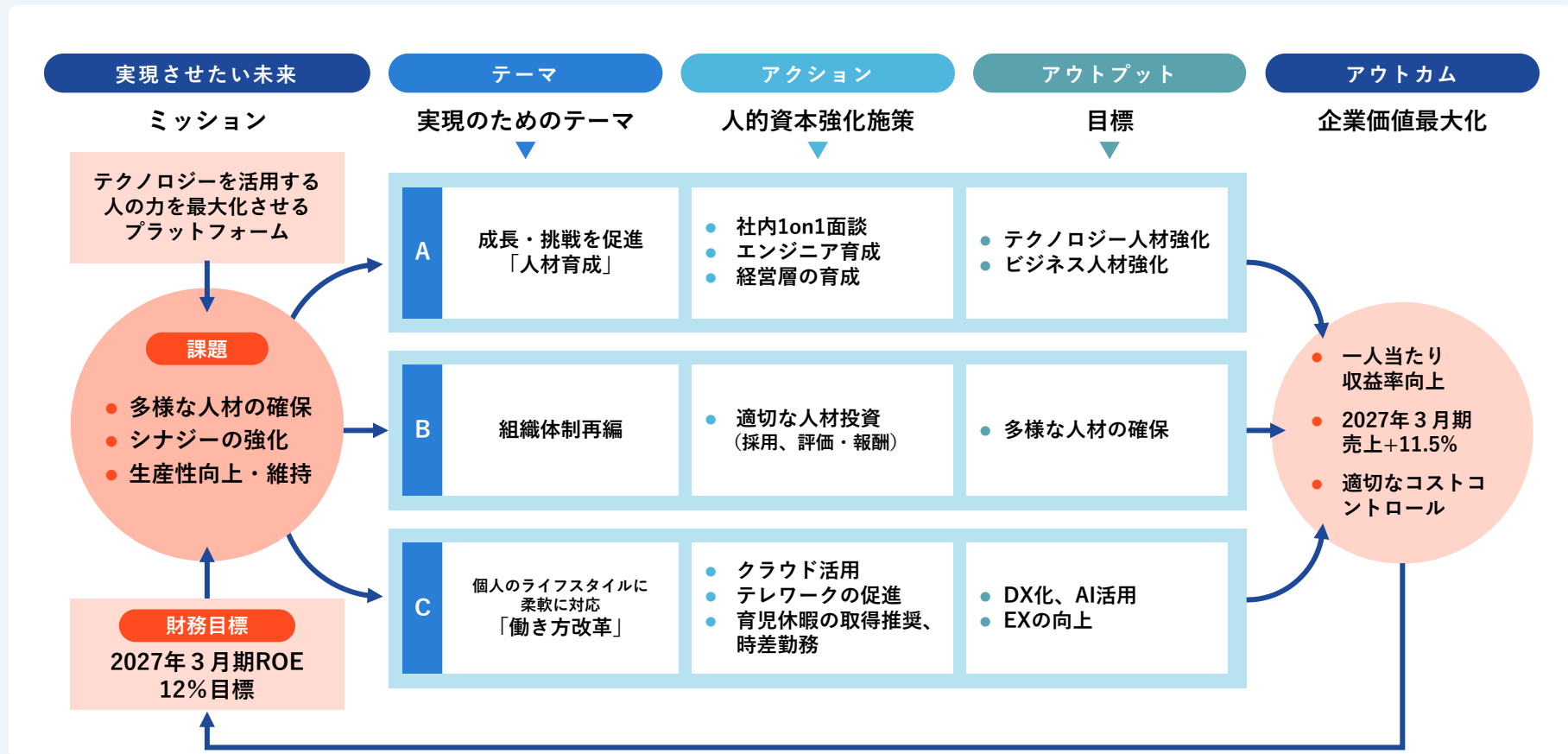
サステナブルな成長の実現

ROE 10%目標

8

人的資本戰略

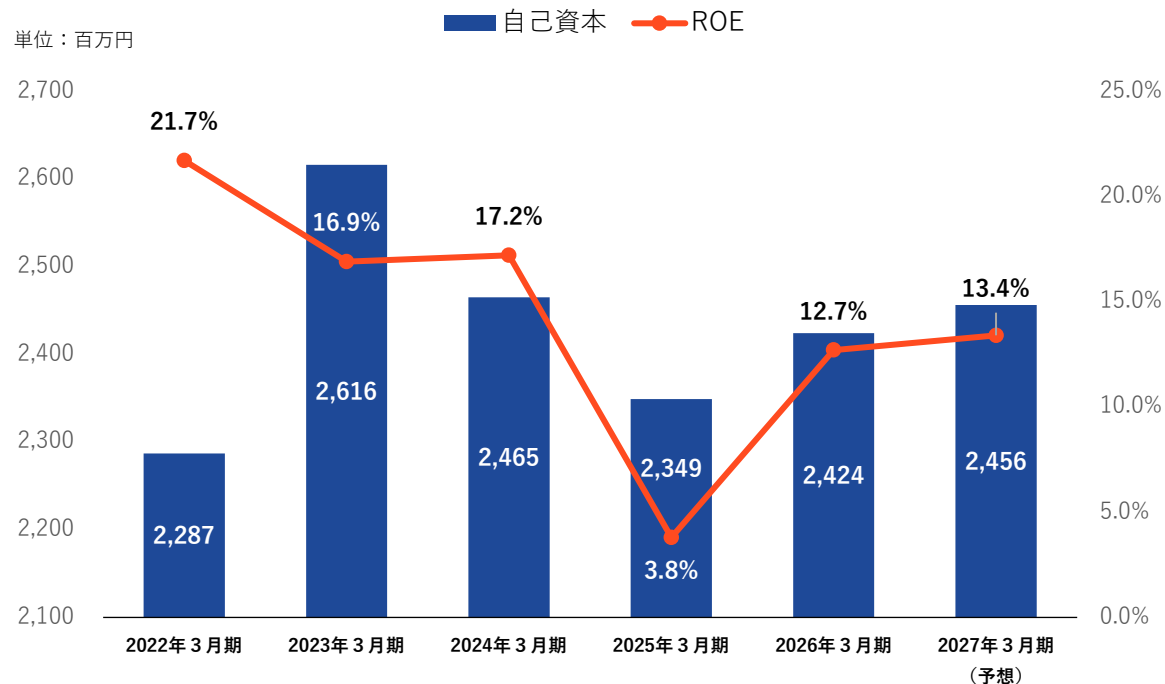
人材戦略策定



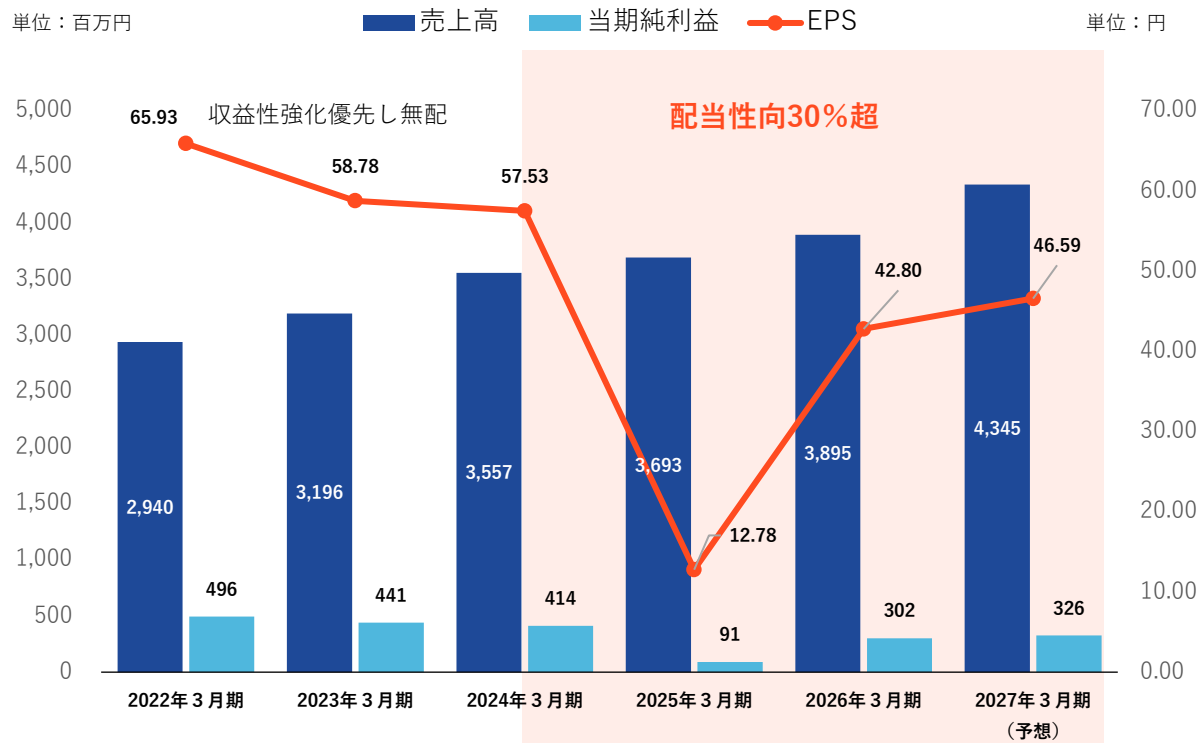
9

|
Appendix

ROE推移



コア事業の収益性を向上させながら
資本効率を重視して投資
事業成長と資本政策によりROEを
向上させる



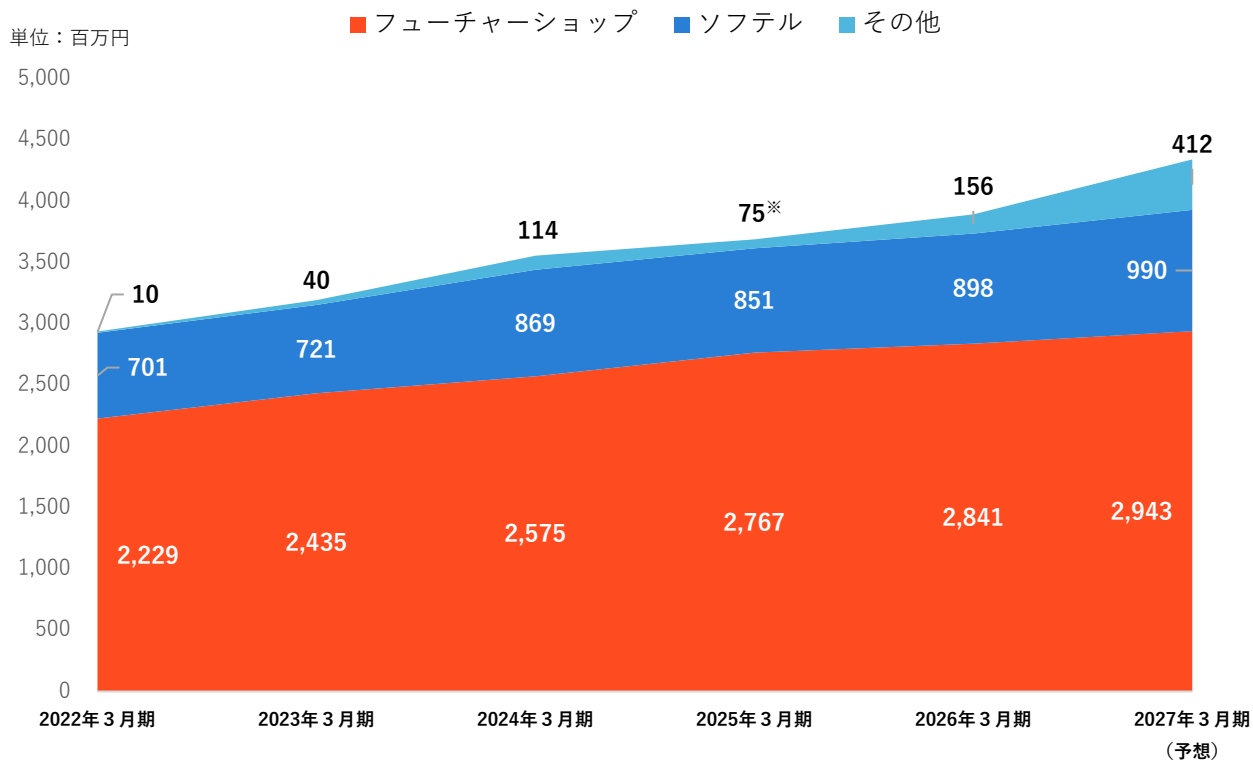
内部留保の確保と株主還元のパランスを考慮した上で実施。

安定的に収益を確保できると予測し、2026年3月期以降は調整後純利益※30%超を目標とする。

計画における配当イメージは左図の通り。

※ 調整後当期純利益=親会社株主に帰属する当期純利益+のれん償却±持分法投資損益

売上高推移



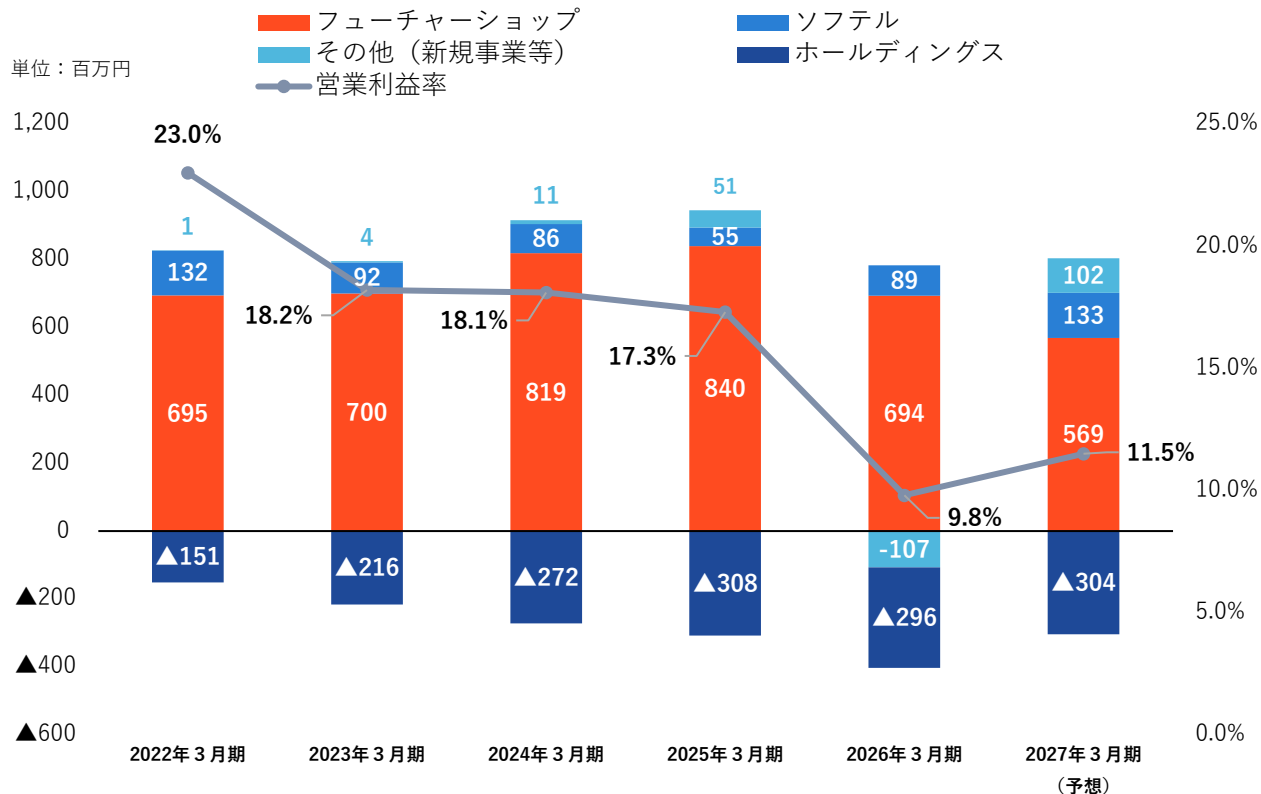
グループ全体では
売上高成長率は2026年3月期から2027年3月期にかけて
年平均成長率11.5%程度を計画。

当社の主要なグループ会社の成長率は以下のとおり

- ・フューチャーショップ：3.6%
- ・ソフテル：10.1%

※ 主に新規事業のマネタイズが後ろ倒しになったため、中期経営計画策定のものより約190百万円減少。
(265百万円から75百万円に減少)

営業利益推移



成長戦略の実行をもって、利益目標を達成していく。

2027年3月期は、既存のグループ会社のオーガニックグロースによる増収、適切なコストコントロールを行い、2026年3月期実績比で増益を見込む。

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。

なお、『事業計画及び成長可能性に関する事項』のアップデートは今後2027年6月を目途として開示を行う予定です。



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