



株式会社コマースOneホールディングス

(東証グロース：4496)

2027年3月期 第1四半期

決算説明資料

2026年8月14日

目次

1. エグゼクティブサマリー	P.03
2. 会社紹介	P.08
3. 事業詳細	P.11
4. 今後の展望	P.30
5. 「持続可能な商取引のインフラ」構築	P.35
6. 2027年3月期第1四半期決算概況	P.41
7. Appendix	P.52

1

エグゼクティブサマリー

2027年 3 月期 第 1 四半期 サマリー

連結売上高

9.7億円

YoY

+ 0.6億円
(+ 7.2%)

連結営業利益

0.9億円

YoY

▲ 0.3億円
(▲ 25.8%)

連結営業利益率

9.9%

YoY

▲ 4.4pts

親会社株主に帰属する
四半期純利益

0.6億円

YoY

▲ 0.2億円
(▲ 30.9%)

売上増 営業利益減

決算概要

- FS^{※1} : 各種オプション増加により売上増加。画像・ファイル管理システム開発、データ基盤刷新、AI機能追加、越境ECサービス開発などのAI開発投資の拡大により原価が増加。結果、増収減益となった。
- ソフトル: 大型案件の後ろ倒し、保守工数の増大に伴うエンジニアコスト増加、AIサービス活用のための支払手数料が増加。結果、減収減益となった。
- 既読 : AI活用が広がる中での「AI Creative One」のプロダクトの強さ、今までの営業活動が功を奏した顧客獲得により増収増益となった。
- ATM^{※2} : 新規連結による売上増加。主要事業におけるIP系営業^{※3}の遅れや各商品、イベント事業のブレにより、売上総利益で各種販管費をカバーできず、結果、増収減益となった。
- TS^{※4} : 「OneCredit」の収益化が拡大し、特需を除く収益の前年度同期比が約180%増加、取扱高が対前年累計で90%増加した。

純利益 減

営業利益減少の各要因に加え為替差益が減少し、親会社株主に帰属する四半期純利益は減少した。

2027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

future
shop

売上高

7.2億円

YoY

+ 0.2億円
(+ 3.2%)

営業利益

1.7億円

YoY

▲ 0.3億円
(▲ 14.8%)

営業利益率

23.7%

YoY

▲ 5.0pts

GMV

555億円

YoY

+ 28.2億円
(+ 5.4%)

6月末契約件数

2,714件

FYTD

▲ 16件
(▲ 0.6%)

ARPU

89,490円

YoY

+ 4,874円
(+ 5.8%)

2027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

2.0億円

YoY

▲ 0.1億円
(▲ 4.9%)

営業利益

2 百万円

YoY

▲ 14百万円
(▲ 84.6%)

営業利益率

1.3%

YoY

▲ 6.5pts

開発売上総額

70百万円

YoY

▲ 20.8百万円
(▲ 22.8%)

ストック売上

127百万円

YoY

+ 10.3百万円
(+ 8.8%)

その他売上

6 百万円

YoY

▲ 0.01百万円
(▲ 0.2%)「通販する蔵」
保守工数 1 Q

8,012時間

YoY

+ 1,475時間
(+ 22.58%)

2027年3月期第1四半期 事業ハイライト

future shop

- 「future Scenario Cast」リリース
- 商品管理画面改修
- AI検索対応の基盤強化
- 基本料金の価格改定(8/1~)

Commerce Connect

- 「CoBA」リリース

TradeSafe

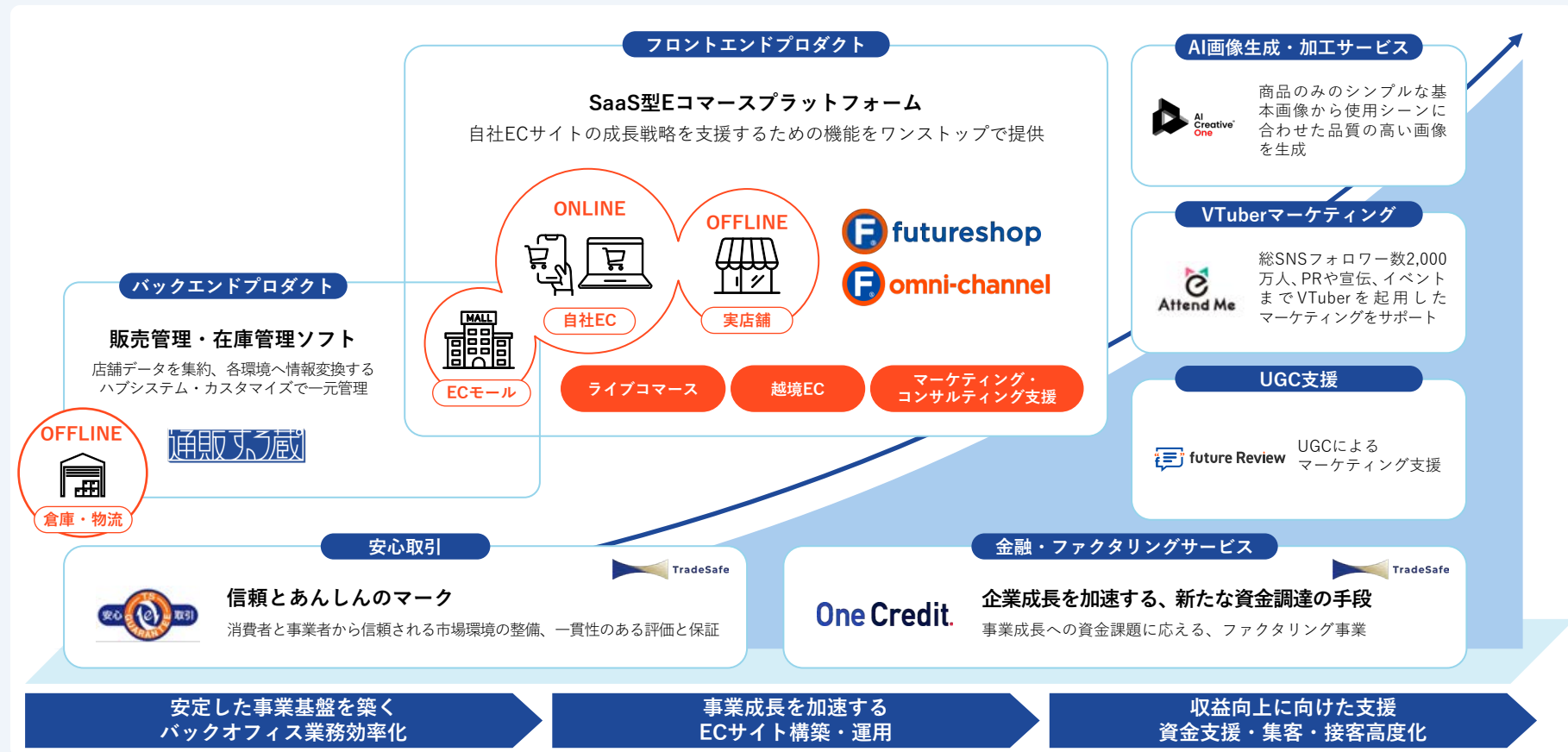
- 「OneCredit カード払い」リリース



2

会社紹介

EC事業の成長を全領域で支えるコマースOneグループ



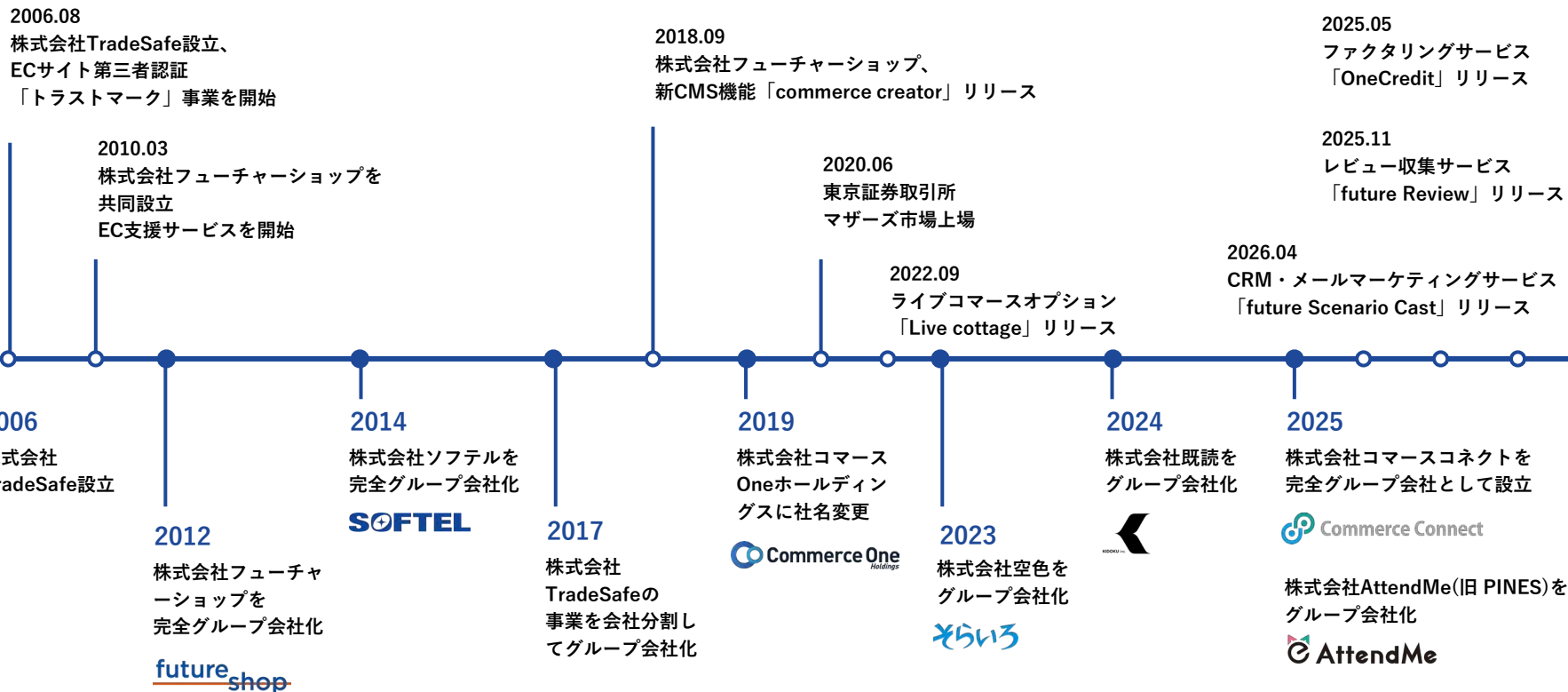
創業からの軌跡

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



3

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

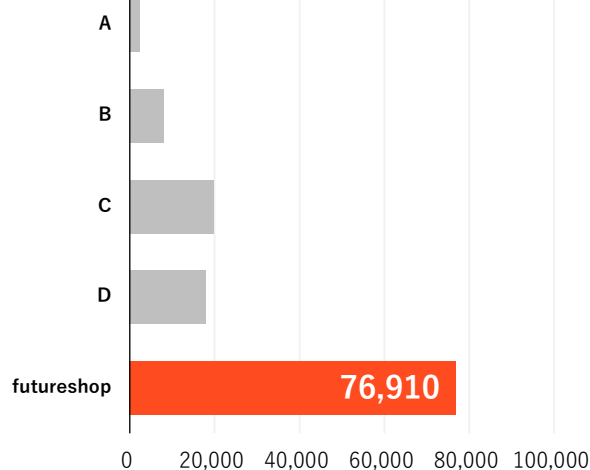
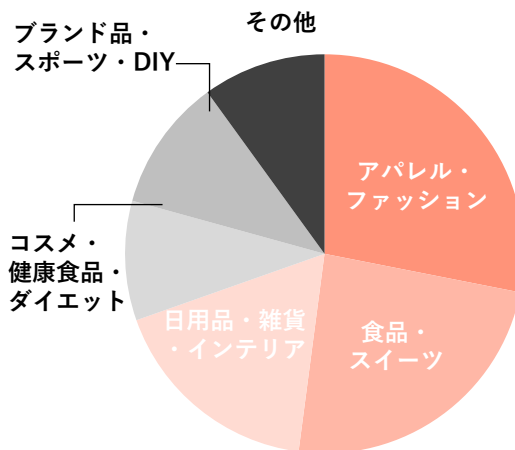
開発リソースが最大限に利益化されエンジニアをプロダクト開発に集中させられるため離職率も低い
全ての顧客が同じ環境であるため、成功パターンナレッジを蓄積・共有がしやすく、再現性も高い

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

単位：千円

futureshop顧客のジャンル比率
(2027年3月期1Q時点)成長率平均※1前年度同期比
(2026年3月期1Qvs2027年3月期1Q)

+23.2%

成長率平均※1前年度同期比
(2025年3月期1Qvs2026年3月期1Q)

+22.8%

※ 2025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)

※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。

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



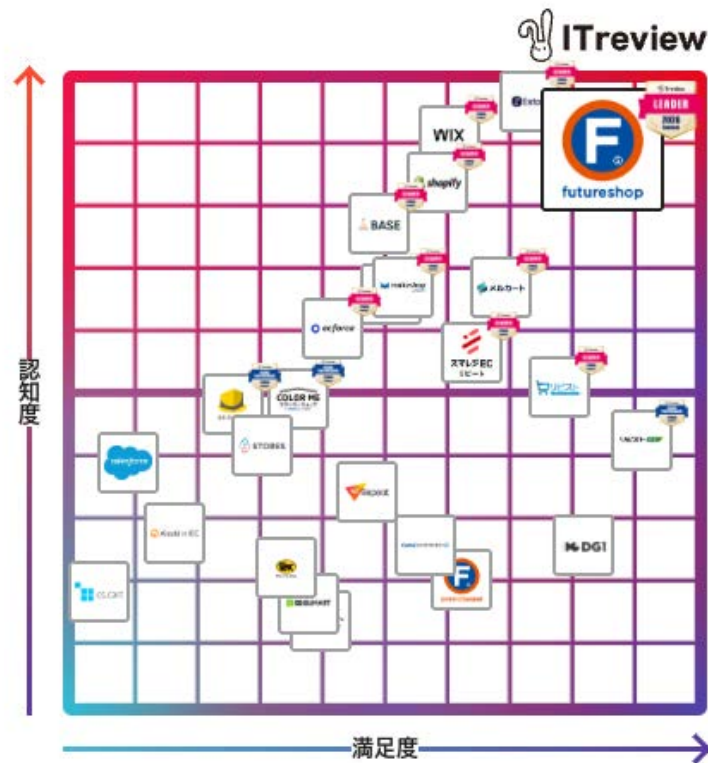
ITreview Grid Award 2026 Summer にて
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを

28期連続(7年連続)受賞

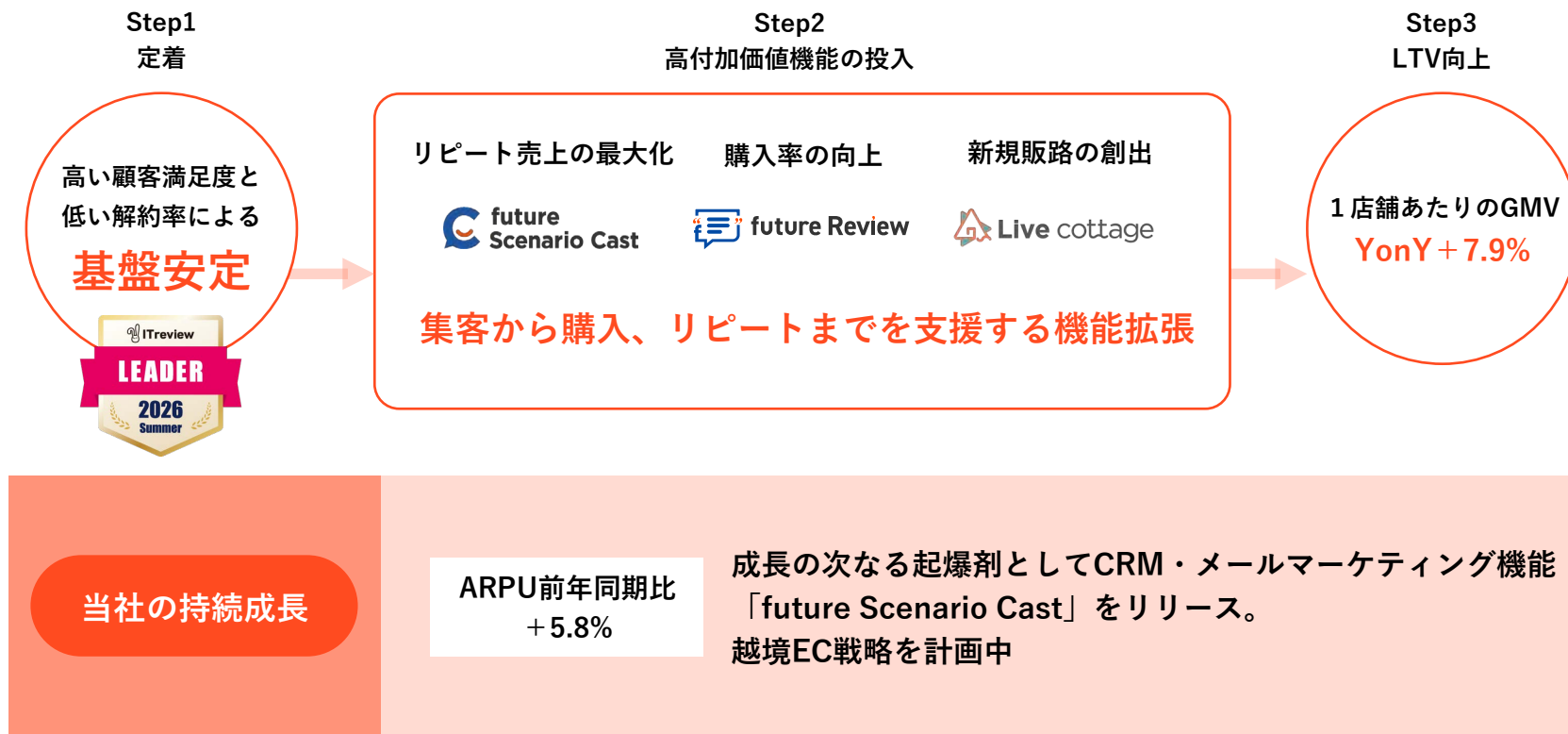


「Leader」バッジ：

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



ARPU向上を駆動する「高付加価値戦略」

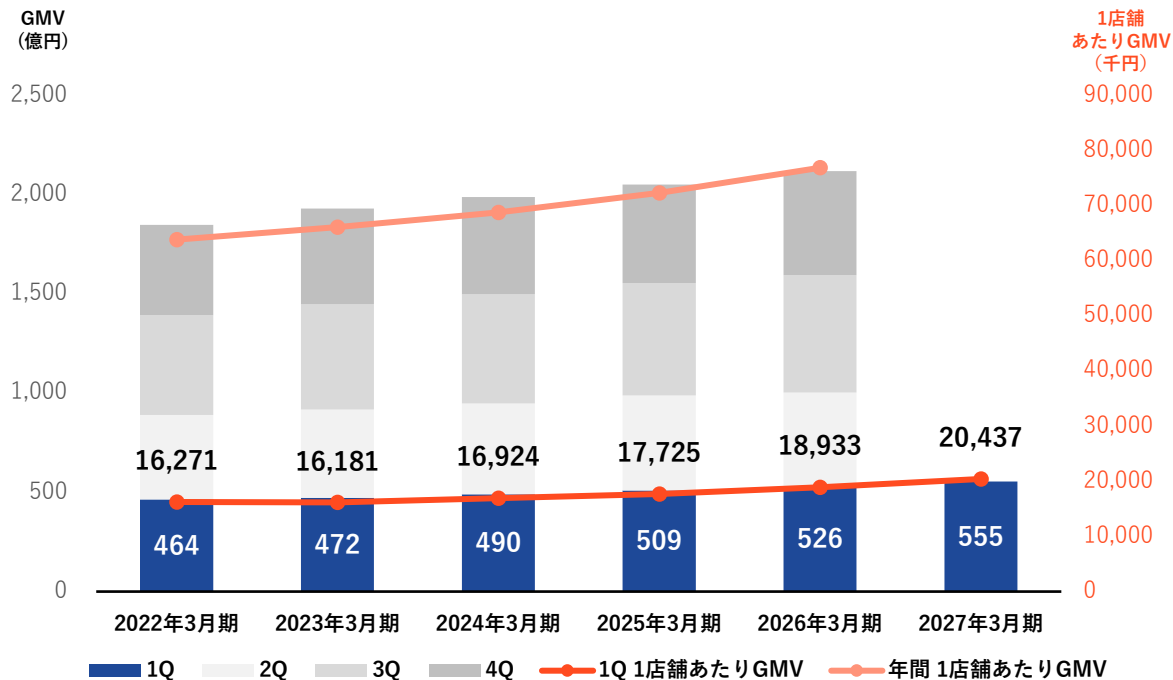


顧客のGMVを堅実に成長させる futureshop

2027年3月期第1四半期累計

GMV **555.0億円**（前年度同期比 **5.4%増**）

1店舗あたりGMV **20,436千円**（前年度同期比 **7.9%増**）

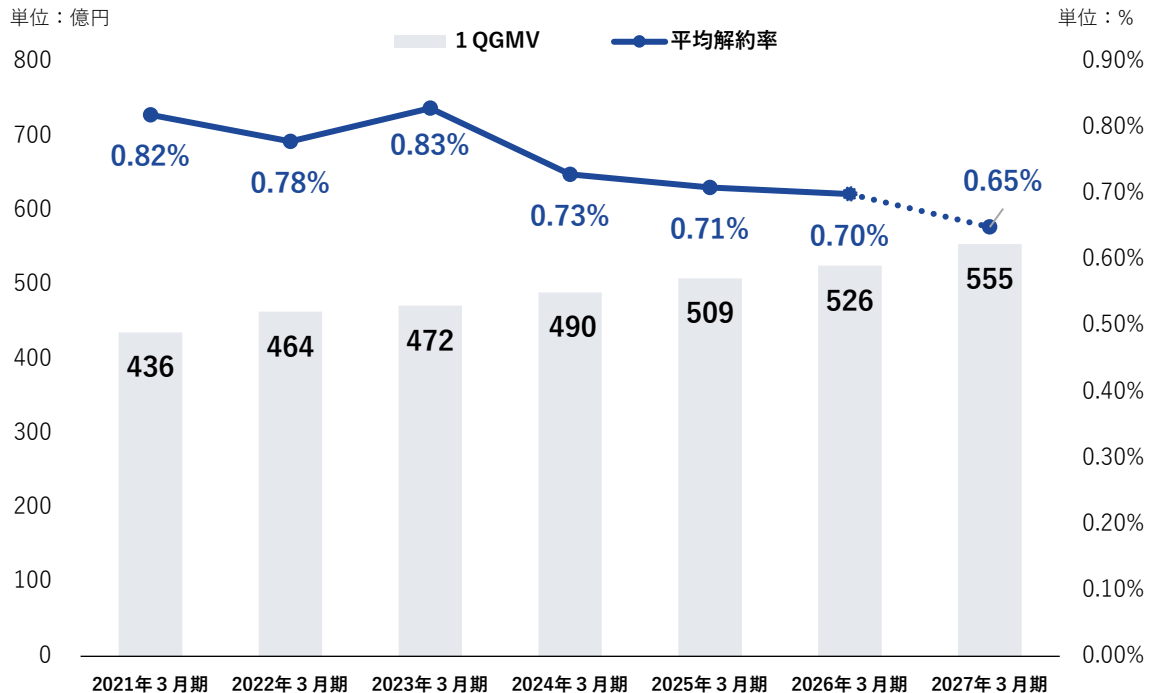


**GMVは当第1四半期で
555.0億円
前年度同期比 +5.4%**

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7.9%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。

顧客と共に成長する futureshop

1 QGMV/ 平均解約率



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

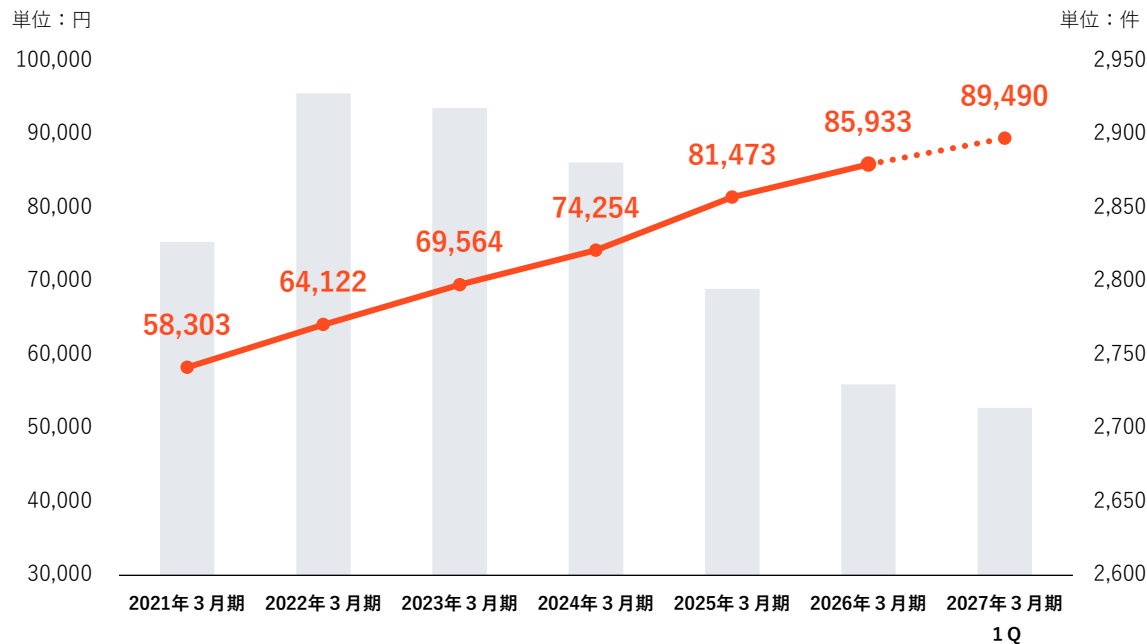


長期的な信頼関係に基づく顧客の成長が、futureshopの持続的な成長を実現する。

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 ● ARP



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



ARP

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。

基本料金の価格改定を発表 futureshop

futureshop Standardプラン

基本プラン	50	500	2500	5000	10000
月額基本料金	24,000円→ 27,000円	29,000円→ 32,000円	34,000円→ 38,000円	41,000円→ 46,000円	57,000円→ 64,000円
半年基本料金	144,000円→ 162,000円	174,000円→ 192,000円	204,000円→ 228,000円	246,000円→ 276,000円	342,000円→ 384,000円
年間基本料金	271,000円→ 314,000円	326,000円→ 372,000円	381,000円→ 441,000円	458,000円→ 533,000円	634,000円→ 740,000円

futureshop omni-channel

プラン名	futureshop omni-channel
月額基本料金	160,000円→167,000円

※価格改定の詳細は、2026年5月13日付リリースを参照：<https://www.future-shop.jp/news/2026/05/13.html>

2026年8月1日ご利用分より、
futureshop Standard・Goldおよび
omni-channelの基本料金を改定※

生成AIの急速な普及や購買チャネルの
多様化への対応に加え、為替変動やインフラ費用の上昇を踏まえ、より高い
水準のサービス品質と安定運用を継続
するために実施。

本改定は、1店舗あたりの生産性・収益性を重視する成長戦略のもと、提供
価値の拡充と適正な対価設定を通じて、
EC事業者への価値提供とプラットフォームの持続的成長の両立を図る。

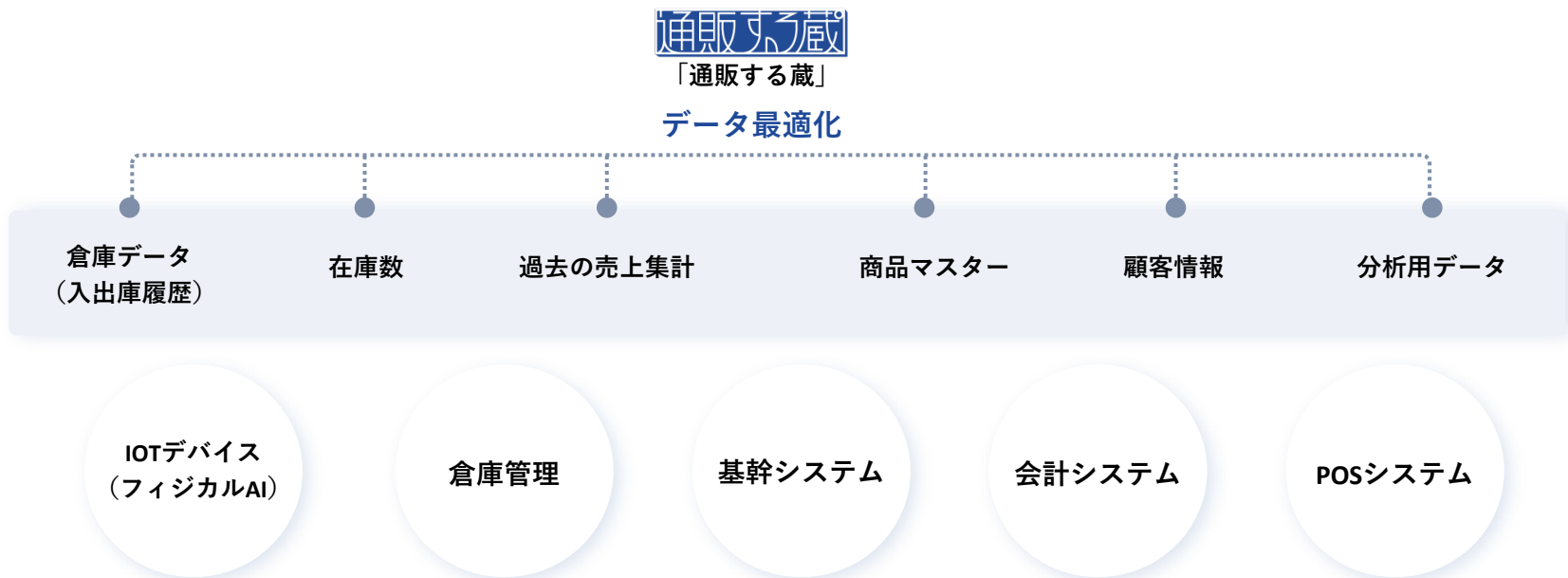


株式会社ソフテル

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

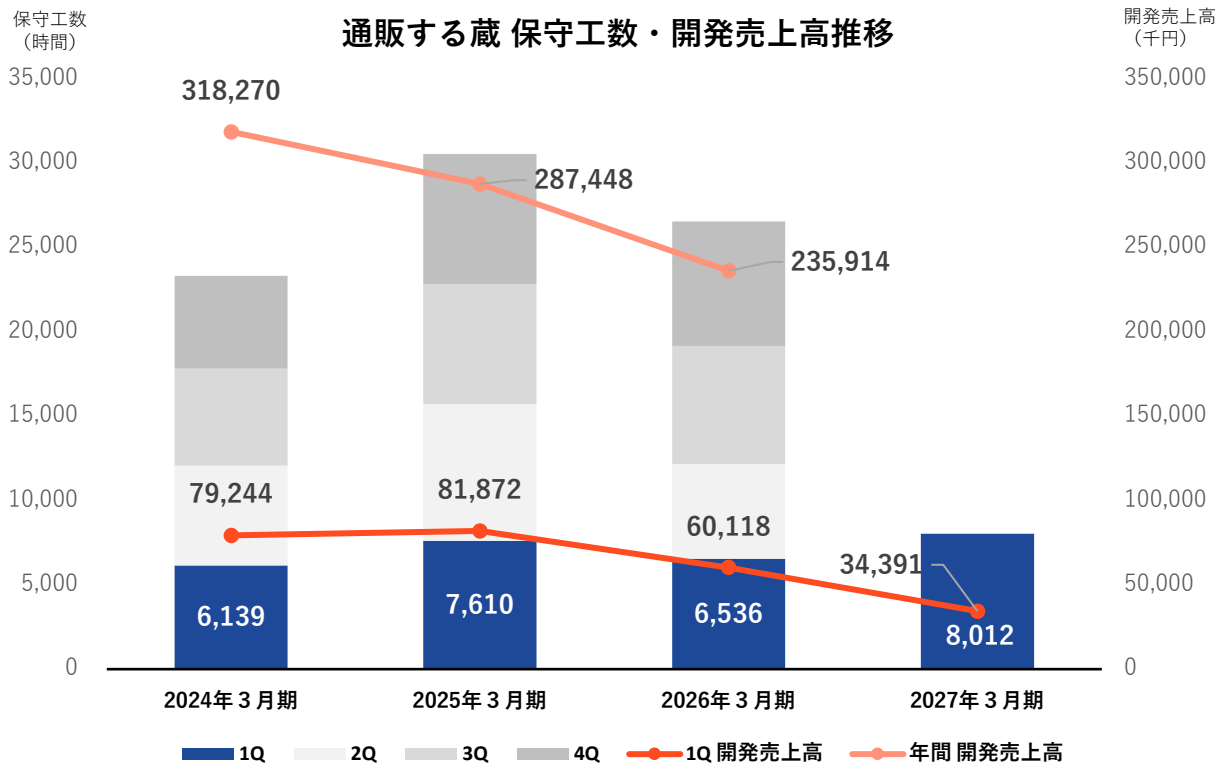
EC事業者の収益を最大化するデータ統合プラットフォーム

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

「通販する蔵」 保守工数・開発売上高 推移



開発に先行する形での保守工数が嵩み、第1四半期としては過去最も多い水準となった。

その分、大型の開発案件に時間を割くことができず、売上微減、利益減となっている。

現在、AI活用の開発体制など構造改革に注力中。

今後、効率化を図り、収益向上に向けた体制ヘシフトを行っている。



株式会社コマースコネクト

受注・在庫・商品情報をリアルタイムに一元管理するOMS

EC受注分析SaaS「CoBA」リリース

複数店舗を運営するEC事業者向けに、店舗横断で売上・受注データが見える化する受注分析SaaS。
当期はAIコンシェルジュ（ベータ版）などのAI分析機能やブランド分析を拡充中。

店舗横断・多面的な分析

自社EC・楽天市場・Yahoo!・Amazon等の店舗別比較に対応。受注・顧客・商品・在庫・出荷の各領域を分析できる

AIがレポート作成を省力化

週次の推移や前年比較、単価変動に影響した商品候補などをAIが自動で整理し、示唆を提示する

導入しやすい月額制

月額5,500円（税込）/1名利用の単一プランで、分析メニューは使い放題。

コアシステムの付加価値

「通販する蔵」との連携を提供中で、受注データの自動取得から分析まで一体で利用可能。
今後は「Commerce Connect」のリリースを計画し、この体制の発展を目指す

「通販する蔵」 × 「CoBA」 連携



「Commerce Connect」へ接続（予定）



受注運用から分析まで一気通貫



TradeSafe

株式会社TradeSafe

認証・金融・脱炭素で企業の経営基盤を整備

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

「OneCredit カード払い」リリース



TradeSafe

One Credit.
カード払い

企業の請求書支払いを保有するクレジットカードでの決済に切り替え、キャッシュアウトを最大60日繰り延べるサービス。
書類・担保不要、Web完結で最短即日利用でき、中小企業の資金繰りニーズに応える。

資金繰り支援の選択肢を追加

主力の将来債権買取サービス
「OneCredit」と、ニーズに応じて使い
分けられる第二の手段を整備

保有カード枠内での決済で
書類・担保不要

新たな借入や担保設定を行わず、企業が保
有するクレジットカードでの決済に切り替
える仕組み

導入障壁の低い課金設計

初期・月額無料、利用時のサービス手数
料のみの従量課金型。資金繰りに課題を
持つ企業との接点の入口として機能

資金繰り支援の対応範囲を拡大

調達額・緊急度・財務方針など、企業ごとに異なる資金繰りニーズに対し、「債権買取」と「カード払い」を使い分けられる商品構成で対応。支援できる企業の幅を広げ、顧客基盤の拡大につなげる。

資金繰りニーズ



「債権買取」で対応

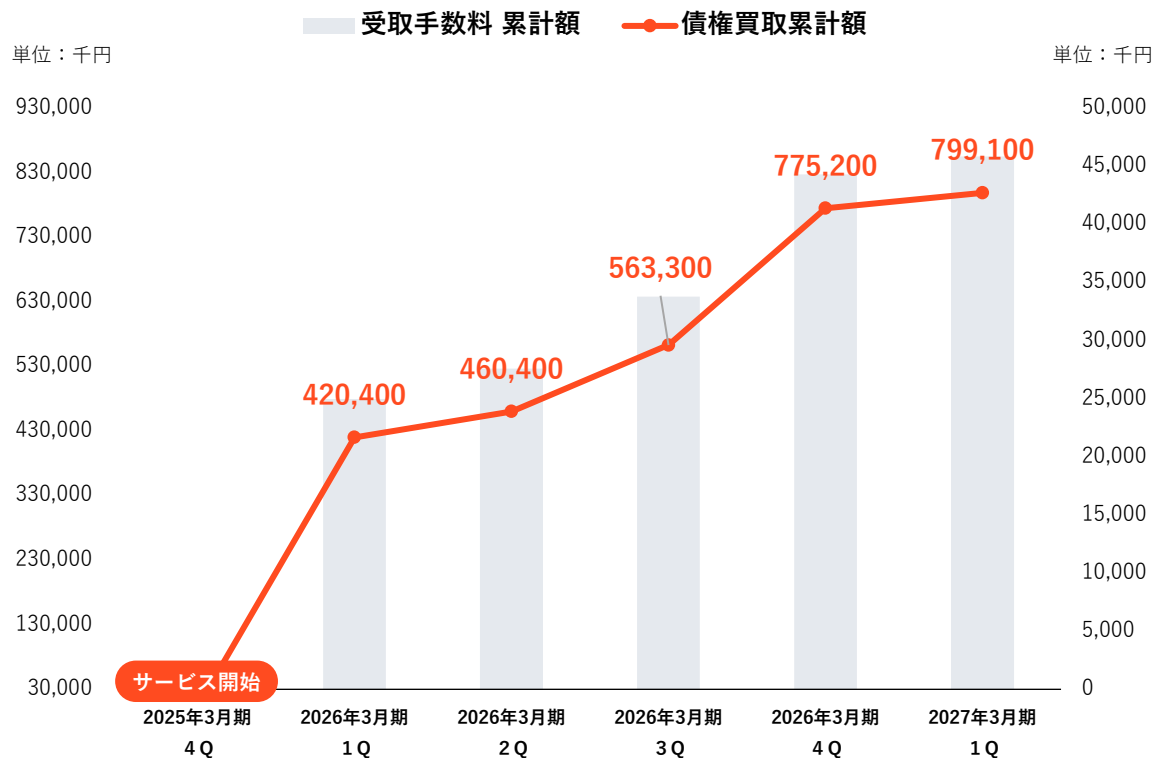


「カード払い」で対応



顧客基盤の拡大・将来の送客

累計の買取高・収益 推移 One Credit.



**取扱高累計約 8 億円
対前年累計取扱高90%増
収益化フェーズへ**

本事業における取引の平均的な利回りは概ね5%～6.5%水準で推移しており、リスク管理の強化を行いつつ高い収益性を確保できるビジネスモデルとして定着。

4

今後の展望

今後の展望

購買体験の変化によって向上する「futureshop」の価値

エージェント型購買体験は、消費者の行動データを必須とする。「futureshop」は、会員ランク・ギフト対応・定期購入・LINE連携など、日本の消費者行動に根ざした機能を通じてこのデータを蓄積してきた。この購買体験の変化は、「futureshop」の価値を高める構造変化であり、きたるエージェント型コマースの活況は当社にとっての追い風となる

日本の消費者行動に根ざしたデータを蓄積

購買体験の変化



- ・ 会員ステージ・ギフト対応・定期購入等、日本特有の消費行動に合わせた機能+レビューを提供
- ・ これらの機能利用そのものが、AIに必要な精度の高い顧客データを生み出す
- ・ 構造化データ対応により、この資産をAIが認識できる形式に変換中

×

エージェント型

AIエージェントが消費者の代わりにピックアップ

最適な商品と比較

購入まで自動完結

従来型

消費者自らが検索

消費者自らが商品と比較

消費者自らが購入

今後の展望 「AI検索時代」に選ばれるECへ — AI戦略の進捗

EC事業者向けに、AIを活用したショップ運営の支援機能を順次拡充



今後の展望

デジタルコマース戦略基盤へ進化 futureshop

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	2027年3月期 完成・AI接続
UI/UX基盤	商品管理画面リプレイス開発	ロイヤルティ設計・画面刷新
認証・グループ統合	新認証システム開発	複数店舗・グループサービスとの共通ID統合 セキュリティ向上
OMS・バックオフィス	「Commerce Connect」共同連携開発	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
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	生成AIでメール制作を省力化 配信品質・開封率の向上
次世代AI接続	API強化・インフラ整備	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1四半期の進捗



開発

アップデート

収益化

プロダクト進捗
アップデート/リリース

越境EC

future Review

EC実践会®※
グループコンサルティングオプション

EC分析AI機能 CoBA

future Scenario Cast

omni-channel

Commerce Connect

5

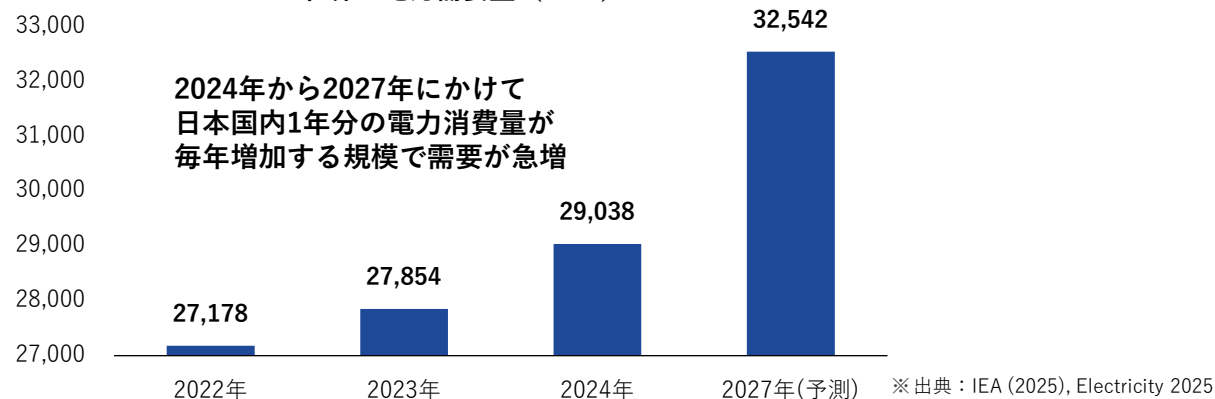
「持続可能な商取引のインフラ」構築

～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）



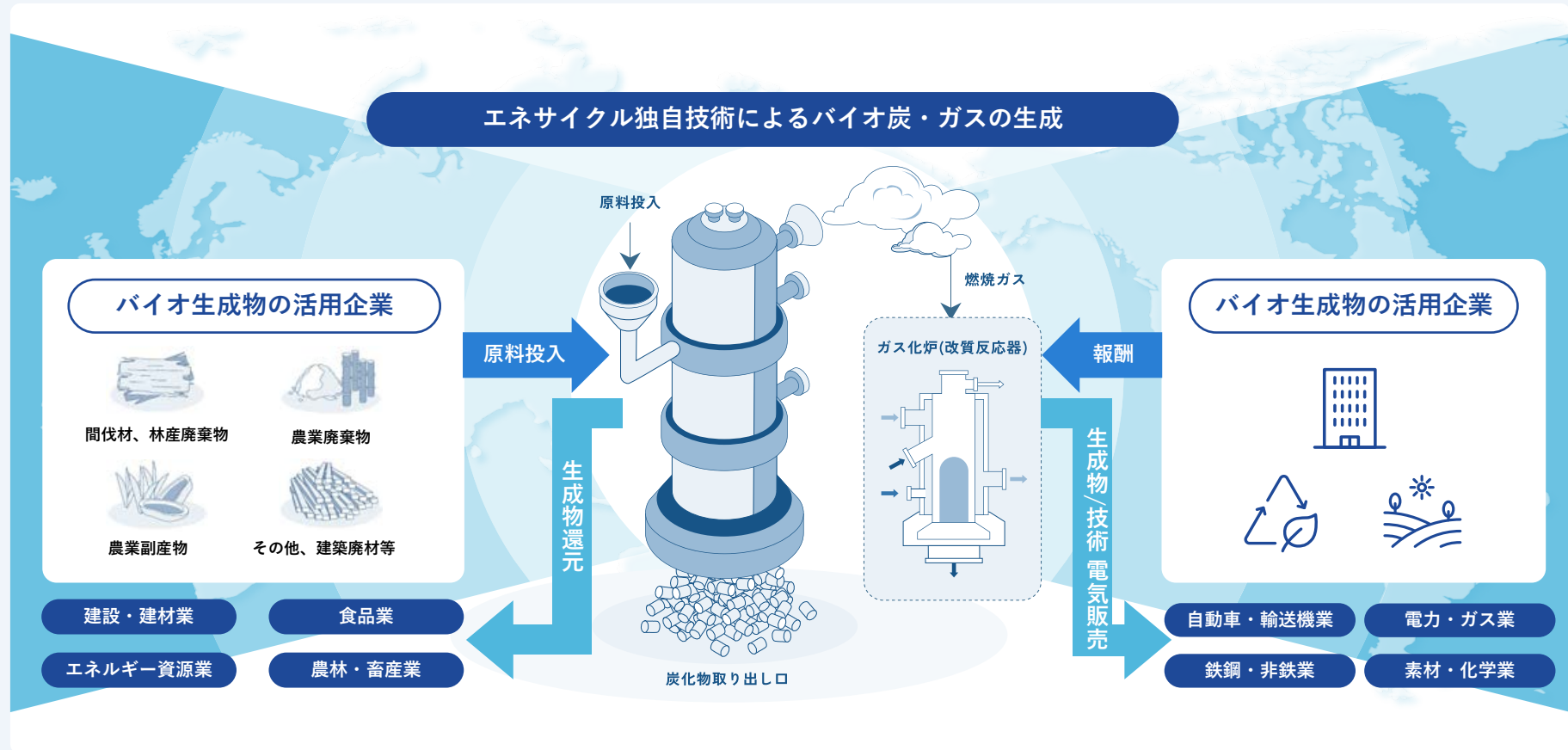
当社グループは、電力需要の増加と気候変動の両方を解決する手段として、環境負荷の少ないバイオ炭やバイオ水素を利用したバイオマス発電等を促進。
電力需要急増時代にクリーンエネルギーの供給を支援していく方針。



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。

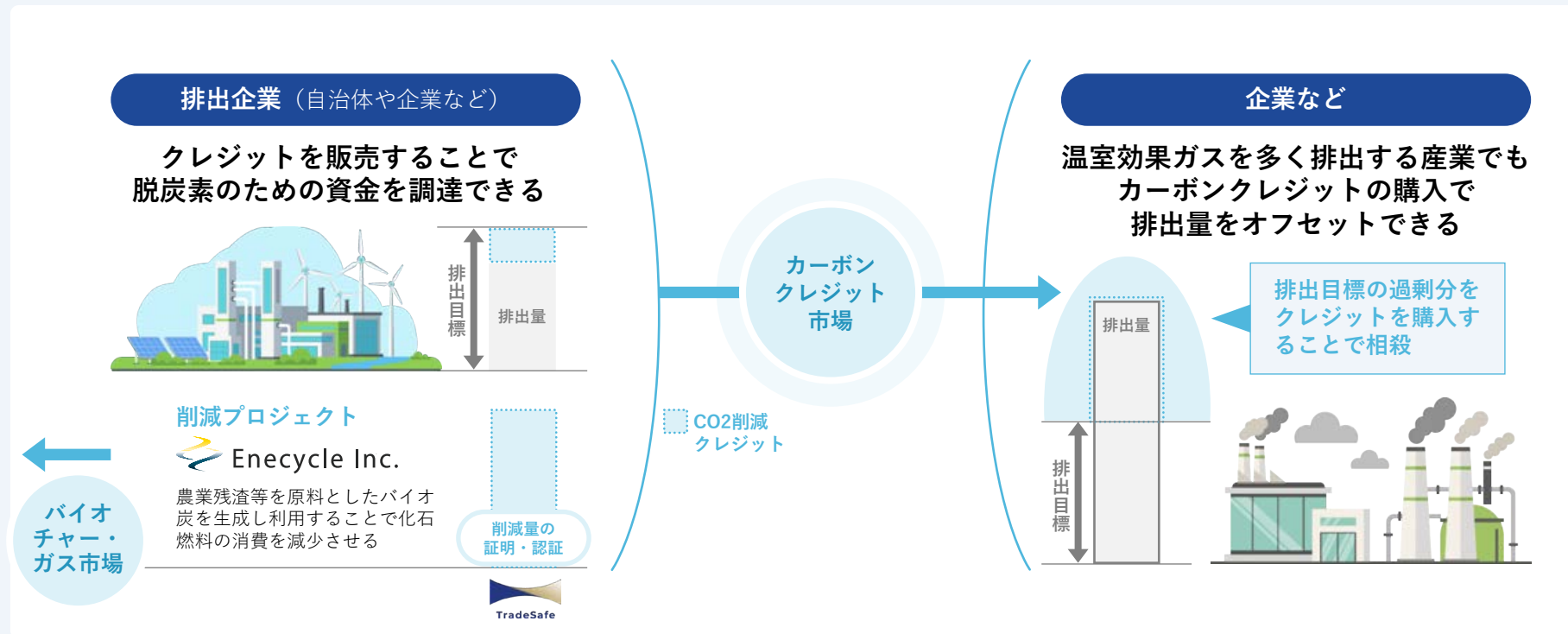
既存産業から排出される、廃棄バイオマスからクリーンエネルギーを生成



TradeSafeとエネサイクルが生成する、カーボנקレジット

カーボנק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：供給ギャップに應える当社の優位性

～ バイオ炭を活用した独自の脱炭素方法論について、国際的な認証機関Earthhood社の認証を取得 ～

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

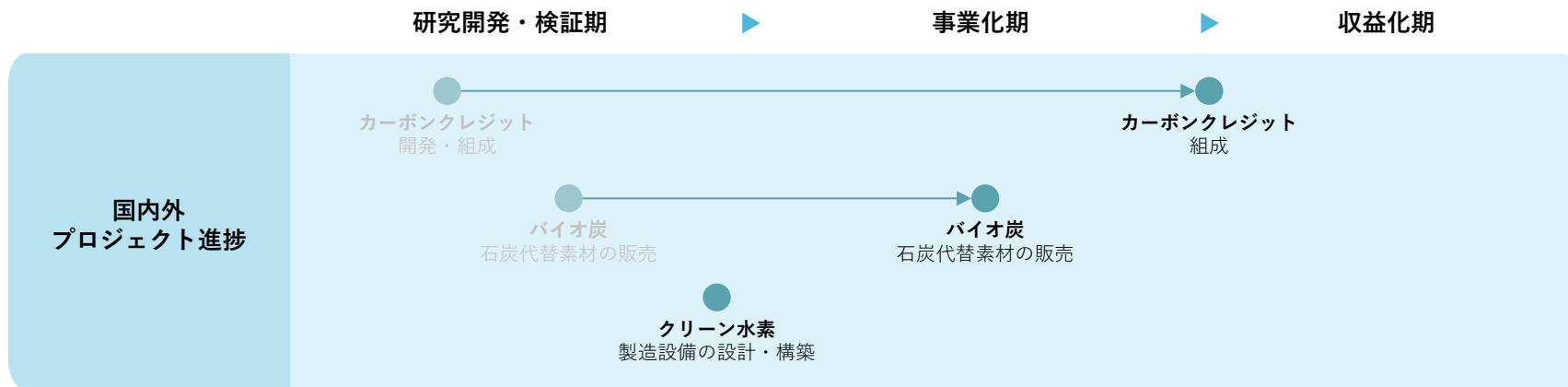
Carbontribe Standardによる第三者認証

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נק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、年度内にCO2換算250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。方法論の第三者認証を取得。
- バイオ炭：経産省FS事業(令和6年度補正)に採択。東南アジア(フィリピン・インドネシア・マレーシア)への炭化設備建設を見据え、鉄鋼業界向け石炭代替バイオ炭の事業化に向けて、原料調達・法規制・実機運用の3テーマで最適立地とサプライチェーン構築を調査中。プレスリリースは[こちら](#)。
- 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

2027年3月期第1四半期 決算概況

2027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

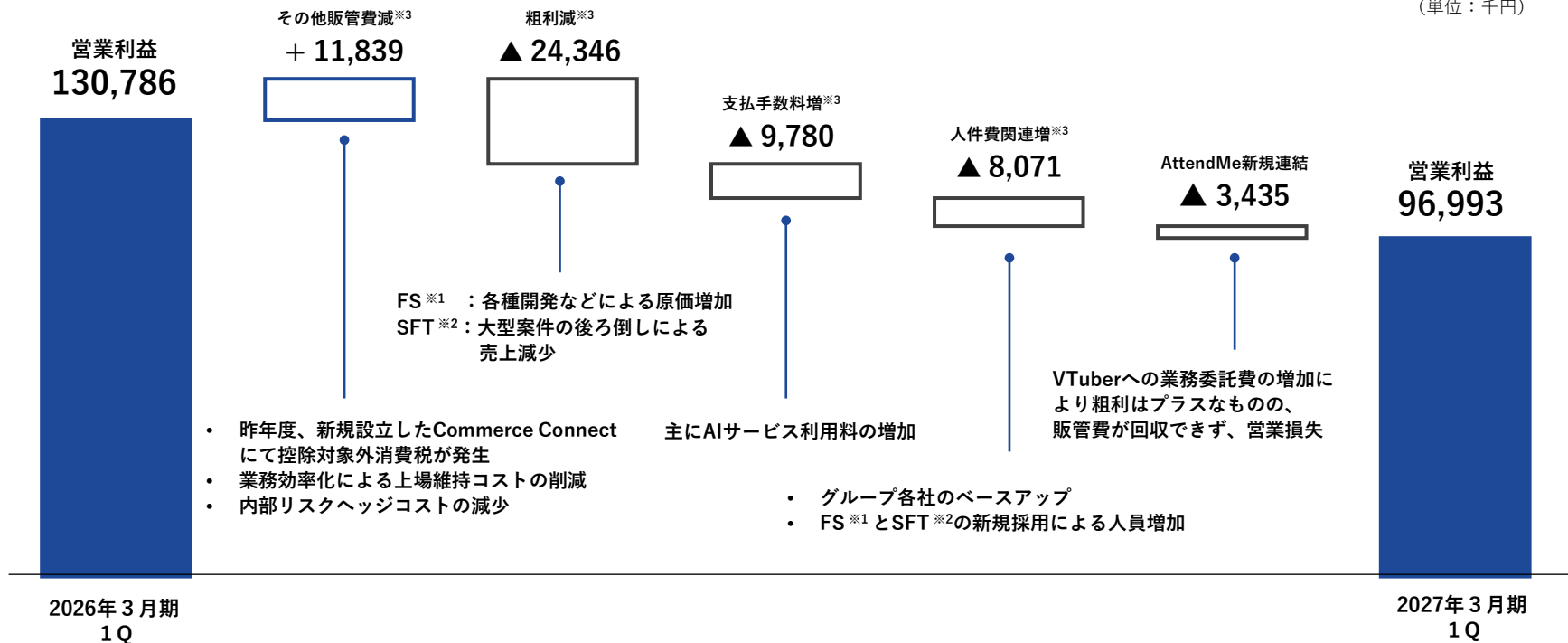
単位：千円

	2026年3月期 1Q	2027年3月期 1Q	増減	前年度同期比
売上高	910,975	976,642	+ 65,667	+ 7.2%
営業利益	130,786	96,993	▲ 33,793	▲ 25.8%
経常利益	161,915	105,922	▲ 55,993	▲ 34.6%
税金等調整前 四半期純利益	161,915	105,922	▲ 55,993	▲ 34.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	93,051	64,270	▲ 28,781	▲ 30.9%

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)



2027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

	2026年3月期 1Q	2027年3月期 1Q	増減
営業利益	130,786	96,993	▲ 33,793
営業外収益	31,703	9,272	▲ 22,431
営業外費用	574	343	▲ 231
経常利益	161,915	105,922	▲ 55,993
特別利益	—	—	—
特別損失	—	—	—
税金等調整前 四半期純利益	161,915	105,922	▲ 55,993
EBITDA※	162,337	127,312	▲ 35,024

● 外貨預金の為替差益の減少
前期に発生していたファクタリング
大口案件との差異

2027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

	2026年3月期 4Q	2027年3月期 1Q	増減
流動資産	2,472,942	2,326,514	▲ 146,428
現金及び預金	1,875,566	1,678,332	▲ 197,234
その他	175,501	214,716	+ 39,215
:	:	:	:
固定資産	1,154,957	1,247,835	+ 92,878
投資有価証券	433,588	535,386	+ 101,798
:	:	:	:
流動負債	911,156	873,341	▲ 37,815
固定負債	90,841	93,145	+ 2,304
純資産	2,625,902	2,607,863	▲ 18,039
自己株式	▲ 139,332	▲ 189,015	▲ 49,683
その他 有価証券評価差額金	192,570	238,126	+ 45,556

● 配当金の支払い
自己株式預け金への振替

● 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

● 投資先台湾株式の株価上昇
純投資目的でのファンド出資

● HD※の自己株式取得

● 投資先台湾株式の株価が上昇

2027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

	2026年3月期 1 Q	2027年3月期 1 Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲ 89,799	▲ 9,490	+ 80,309
税金等調整前四半期純利益	161,915	105,922	▲ 55,993
為替差益 (▲は益)	▲ 18,890	▲ 2,827	+ 16,063
その他	▲ 147,316	▲ 32,281	+ 115,035
:	:	:	:
法人税等の支払額	▲ 119,205	▲ 125,441	▲ 6,236
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 119,353	▲ 62,422	+ 56,931
投資有価証券の取得による支出	—	▲ 34,909	▲ 34,909
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	▲ 92,440	▲ 128,147	▲ 35,707
自己株式の取得による支出	▲ 20,068	▲ 49,981	▲ 29,913
配当金の支払額	▲ 70,458	▲ 76,253	▲ 5,795
:	:	:	:
現金及び現金同等物の増減額 (▲は減少)	▲ 282,703	▲ 197,233	+ 85,470

為替変動のタイミングによる外貨預金評価益の減少。

主にTradeSafeの未収入金の減少。
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の差額。

純投資目的でのファンド出資実行

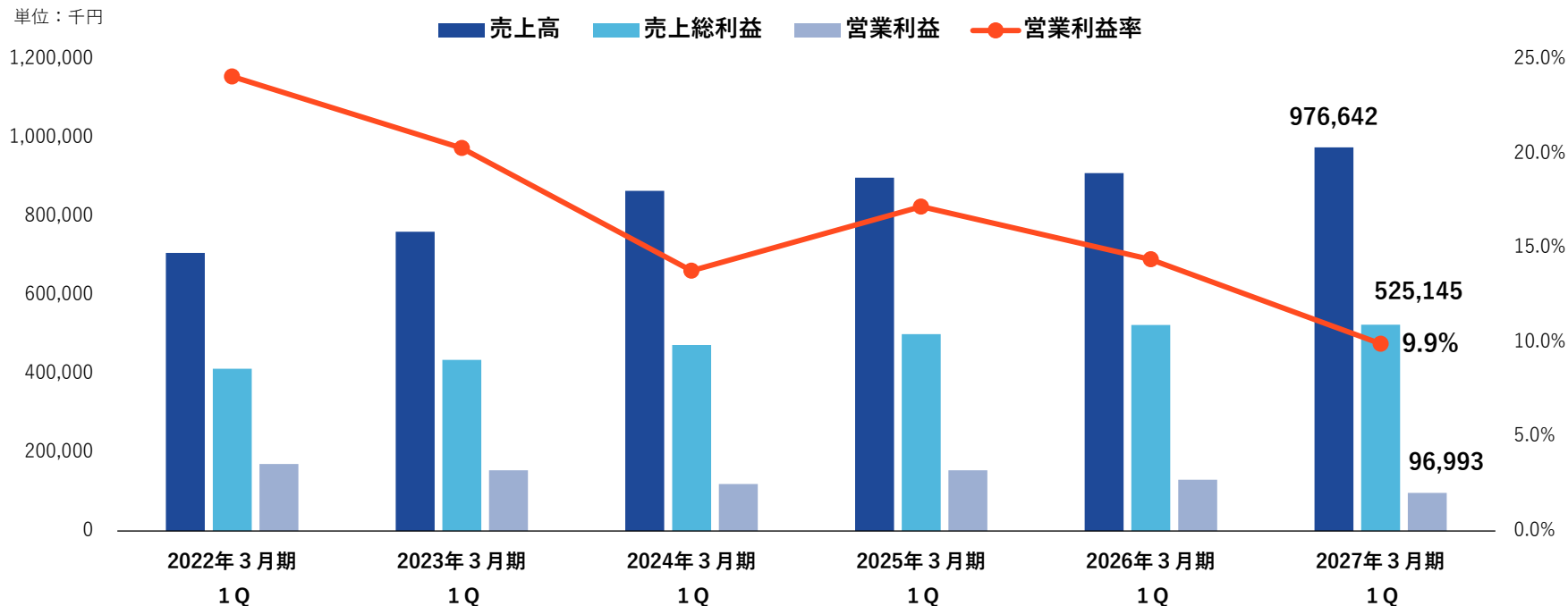
去年取得したAttendMe株式の差分

HD※の自己株式取得実行

2027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。

営業利益減益理由：FS※、SFT※の人件費増加、AIサービス利用料増加、新規連結のATM※の営業赤字



2027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

	2027年3月期 1Q実績	2027年3月期 通期予算	進捗
売上高	976,642	4,345,026	22.5% ●—● ソフテルの大型案件の後ろ倒し
営業利益	96,993	500,509	19.4% ●—● - FSの各種開発などによる原価増加 - グループ各社のベースアップ、新規採用 - AIサービス利用料の増加
経常利益	105,922	511,825	20.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	64,270	326,792	19.7%

自己株式取得

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	50,000株（上限） （発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合0.7%）
(3)株式の取得価額の総額	45,000,000円（上限）
(4)取得期間	2026年8月17日～2026年11月12日
(5)取得方法	取引一任契約に基づく市場買付



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

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。

7

Appendix



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

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※1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

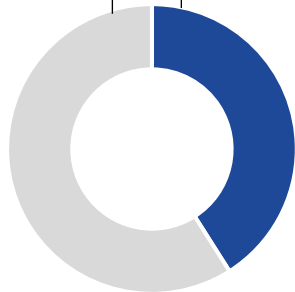
「future Review」 = GMV向上 × 解約防止 × AI基盤構築 を一体化した統合UGCソリューションへ

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



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 TradeSafe

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



株式会社AttendMe

企業と個人VTuberをマッチングし、推し活の熱量を活かした深いファンエンゲージメントを創出

VTuberマーケティング事業 **DINES**（現AttendMe）を2025年5月20付で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。

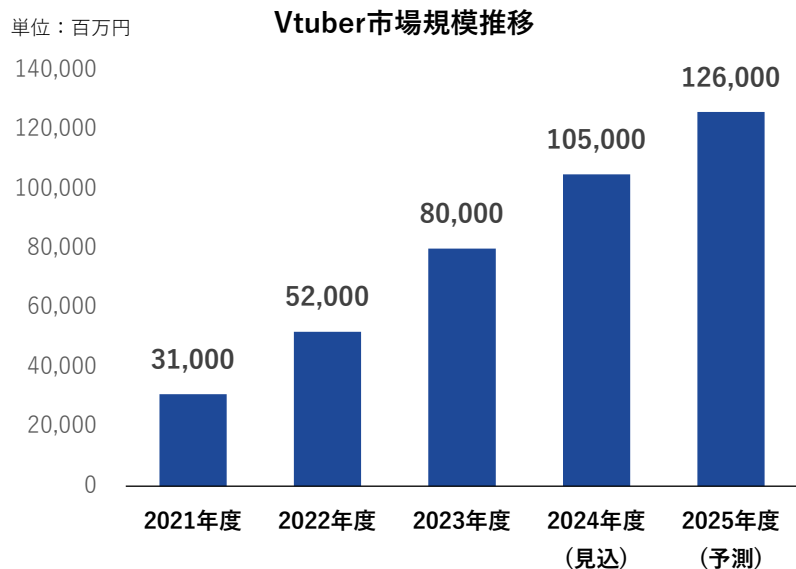


SNSマーケティング タイアップ広告

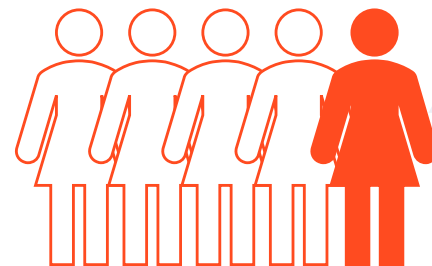
インフルエンサーチャンネルにて、
毎月約100万回の動画・SNS再生数を獲得

“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



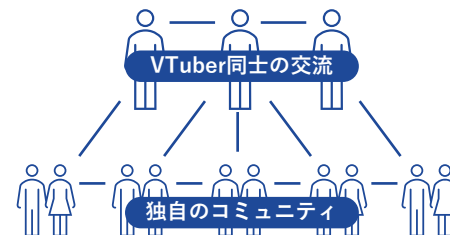
 AttendMe

支援&拡散

持続可能成長
モデル

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

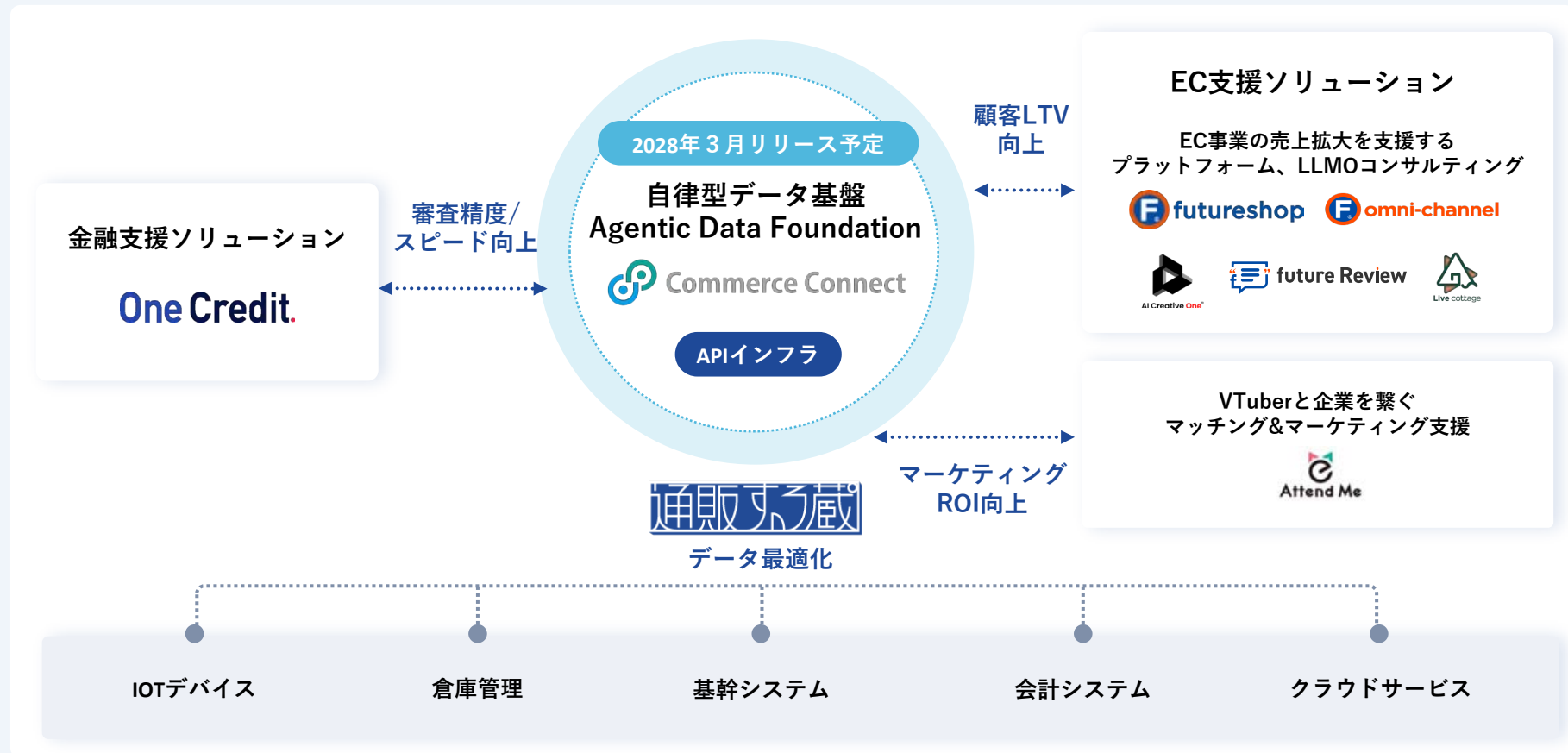
**売上
約3万缶**



株式会社コマースコネクト

受注・在庫・商品情報をリアルタイムに一元管理するOMS

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



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時代において、価値ある情報の蓄積を競争優位性の源泉と位置付ける。





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 AI Creative One[®]

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。

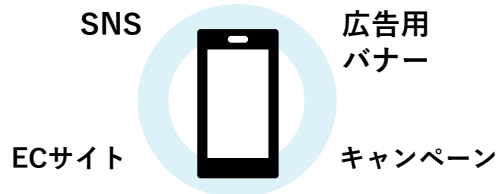
業務効率化によるロックイン

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

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、K\$?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：「ds rs pc qf nm」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。

グループ各社の概要は以下の通り。

- FS※：既存・新規プロダクト（越境EC、「future Review」など）強化により増収。
一方で人件費やサーバー代等の増加、デジタルコマース戦略基盤へ継続投資により減益。
- ソフテル：「通販する蔵」の保守業務にAIを活用し効率化。効率化により創出したリソースを開発案件に充当することで増収増益。
- AttendMe：営業強化によるメジャーIPのアサインを増やし、主要事業の収益化を加速させることで、増収増益。

2027年3月期 通期業績・配当予想

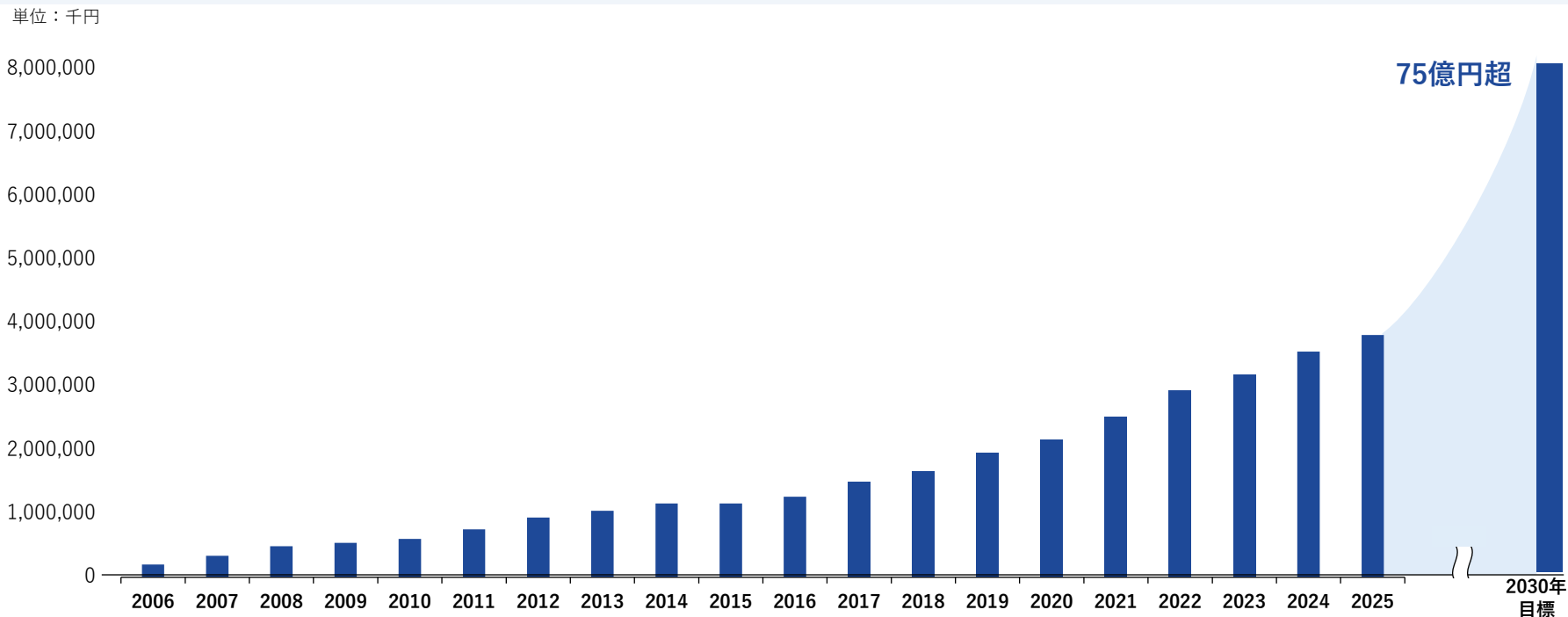
連結 コマースOneホールディングス

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 20%目標