



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

2025年6月25日

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2026年6月を目途として開示を行う予定です。

目次

1. 目指す姿	P.04
2. 中期経営計画概略	P.07
3. 事業戦略	P.10
4. 事業概要	P.24
5. 財務戦略	P.50
6. 2025年3月期 財務サマリー	P.57
7. 2026年3月期 通期業績予想	P.71
8. 人的資本戦略	P.76

1

目指す姿



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



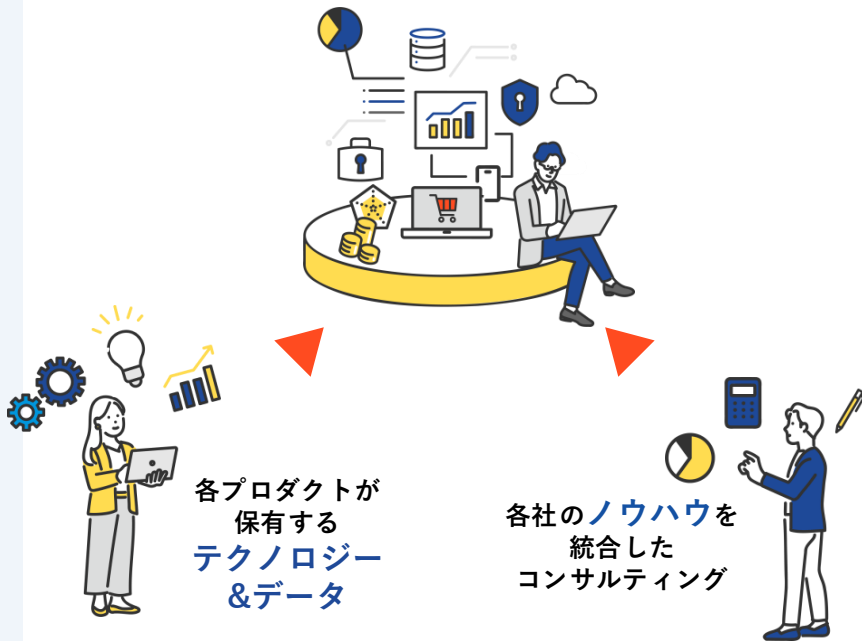
わたしたちの目指す社会

誰もが自己実現を追求できる
フェアな社会の実現

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)



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



バックエンドプロダクト

販売管理・在庫管理ソフト



安心取引

信頼とあんしんのマーク



2

中期経営計画概略

中期経営戦略骨子

コア事業の成長

FRONT

価値創造を可能にする機能強化 / サービス事業領域を拡大

BACK

SaaSソリューションの提供

成長事業

共創シナジー

マルチチャネル対応した
SaaS型Eコマースプラットフォームへ

多店舗展開事業者のマルチチャネルEC戦略を支援。
マルチチャネルデータ活用 / マルチチャネルマーケティング /
コンサルティング

新規事業

事業共創

事業共創プラットフォーム / インキュベーション



2027年3月期目標

連結 コマースOneホールディングス

単位：百万円

	2026年3月期 業績予想	~	2027年3月期 定量目標	CAGR
売上高	4,387		5,411	23.3%
営業利益	665		1,011	52.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	485		681	40.4%
ROE	18%		20%	-

EC市場の状況

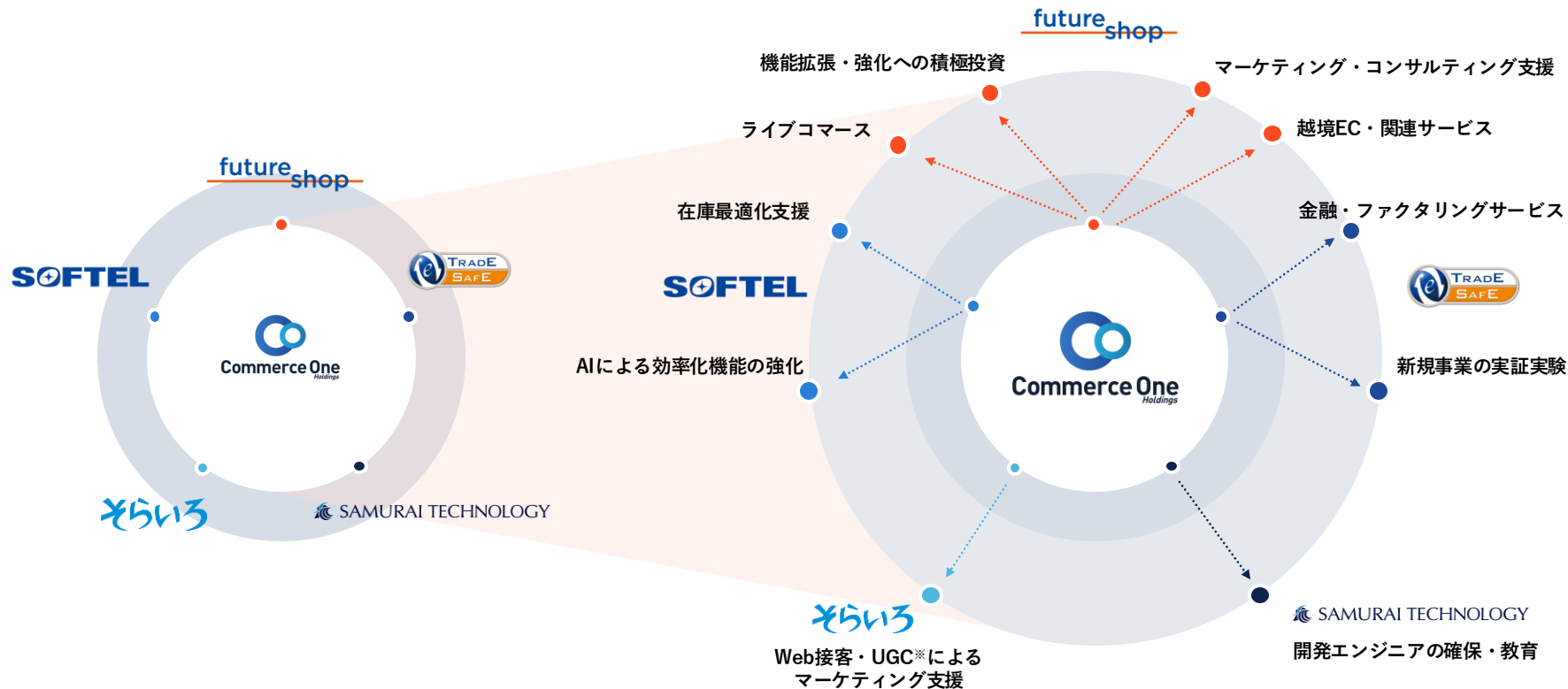
国内EC市場は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって急激に成長。その後、2022年度以降は経済活動が正常化するにつれ緩やかになったが、堅調に推移している。当社グループが属する国内EC市場は2024年から2028年までにかけて年平均7.7%の成長率が見込まれ、持続的成長が予測される。

※参考：総務省「令和6年情報通信に関する現状報告の概論」

3

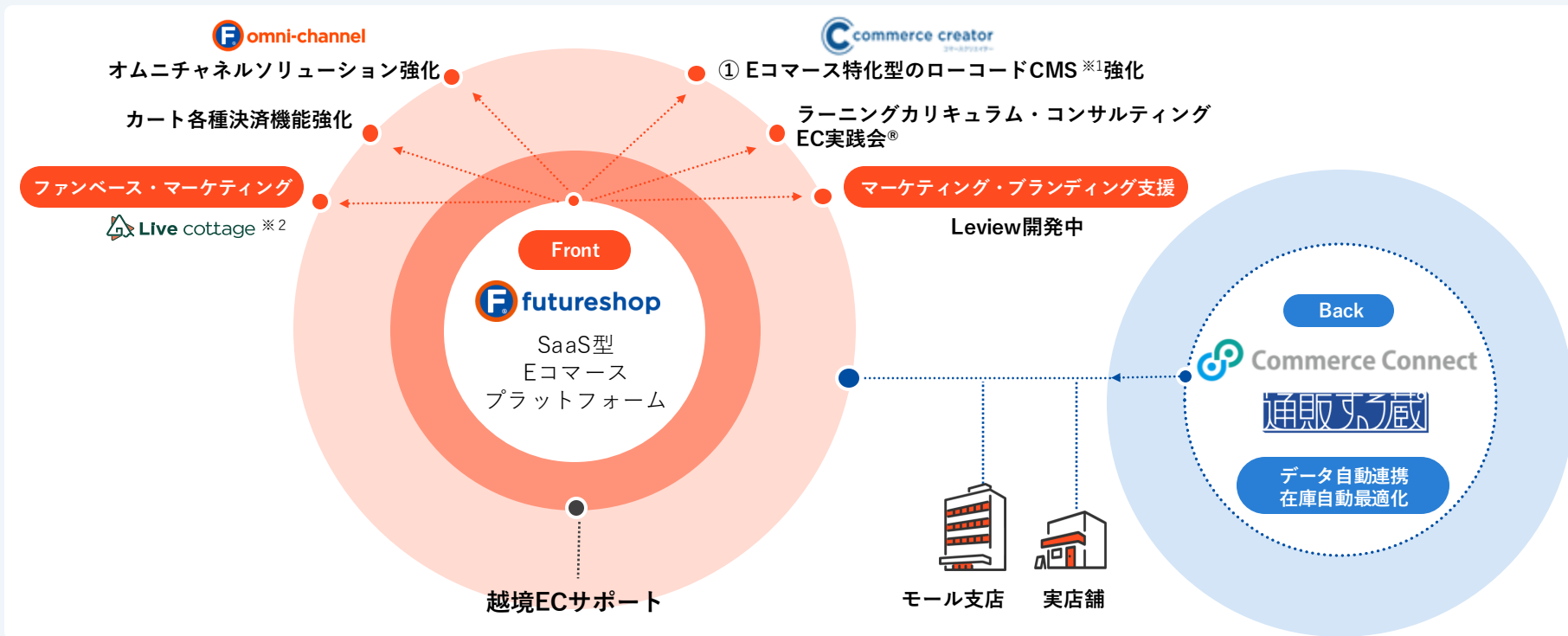
事業戦略

新規事業

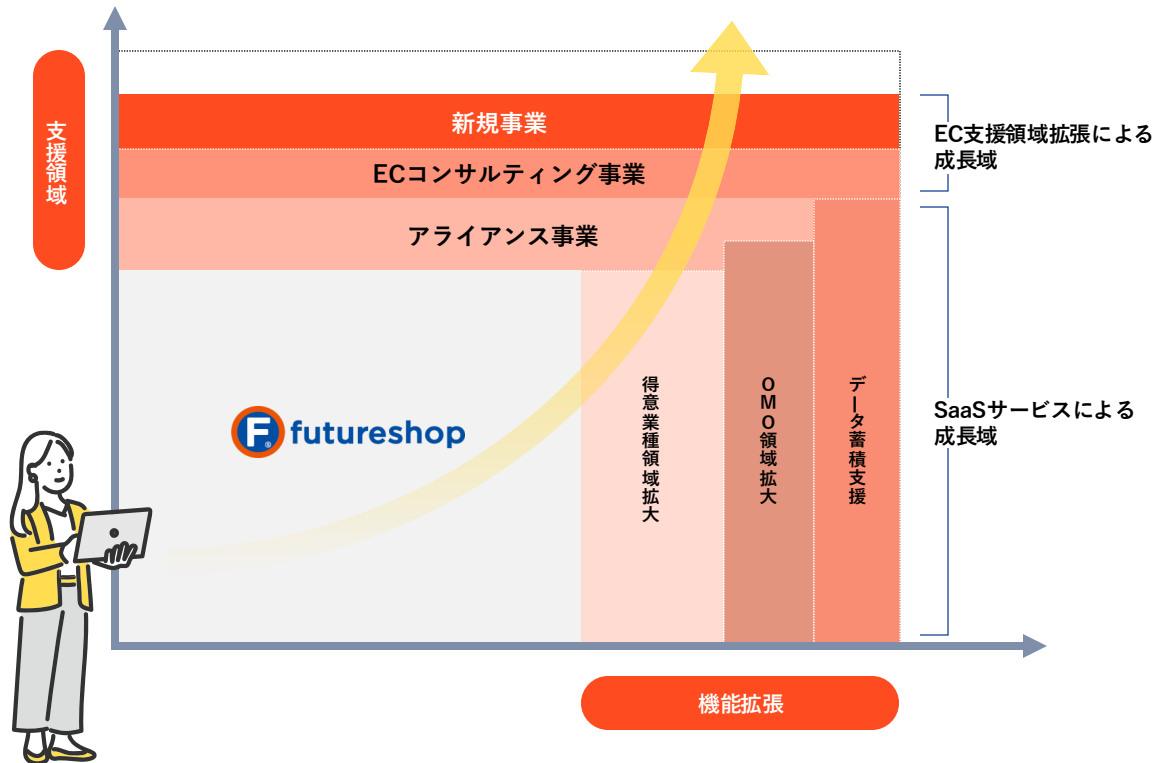


コア事業

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。



futureshop コア事業の成長戦略



機能拡張によるターゲット領域拡大

- 食品業界への拡大
- OMO*領域のビジネス拡大
- マルチチャネルデータ活用による機能拡張

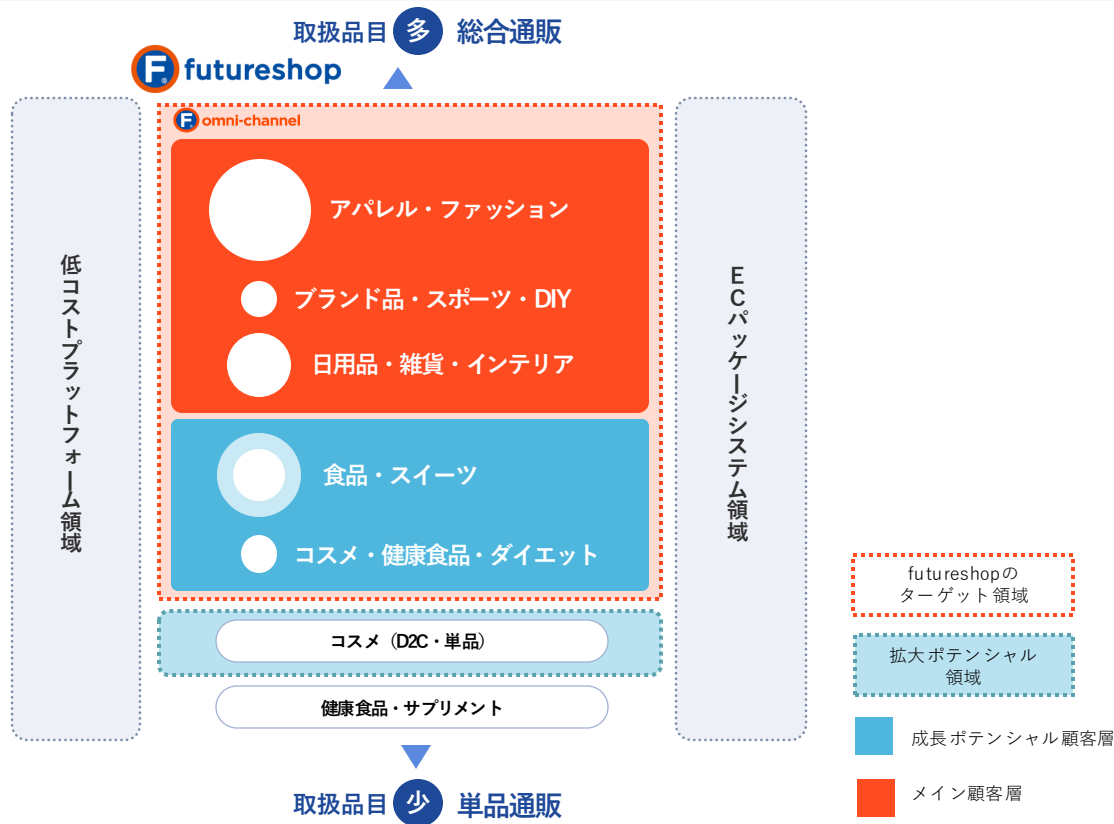
カスタマーサクセスのノウハウを活かし、支援事業領域を拡大

- EC周辺支援サービスとのアライアンス事業を拡大
- ECコンサルティング事業参加

新規事業領域

- ファンマーケティングを実現するライブコマース
- プラットフォーム事業の拡大

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



食品分野におけるEC化率は2023年時点で4.3%と他分野と比較して低く※、拡大余地の大きい市場である。

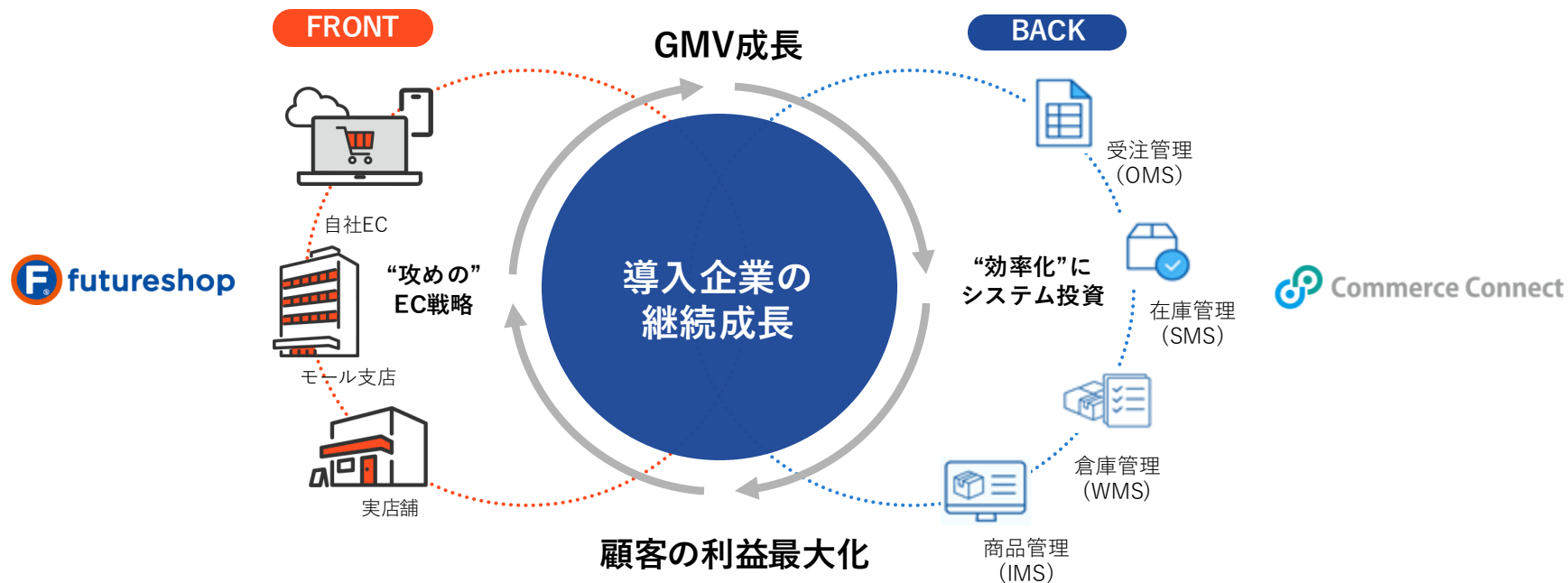
コア事業の競争力強化を軸とした、物流対応機能のバージョンアップと市場ポテンシャルの取り込みを図る。

共創シナジーによるコア事業の強化



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。



futureshop × Commerce Connect マルチチャネルデータ活用支援  futureshop  Commerce Connect

futureshopとCommerce Connectの共創シナジーで、
進化したマーケティングサポートと戦略コンサルティングへ

 futureshop ×  Commerce Connect

マルチチャネル データ分析

一覧性に優れ、
一元的な確認・分析が可能な
ダッシュボード

マーケティングサポート

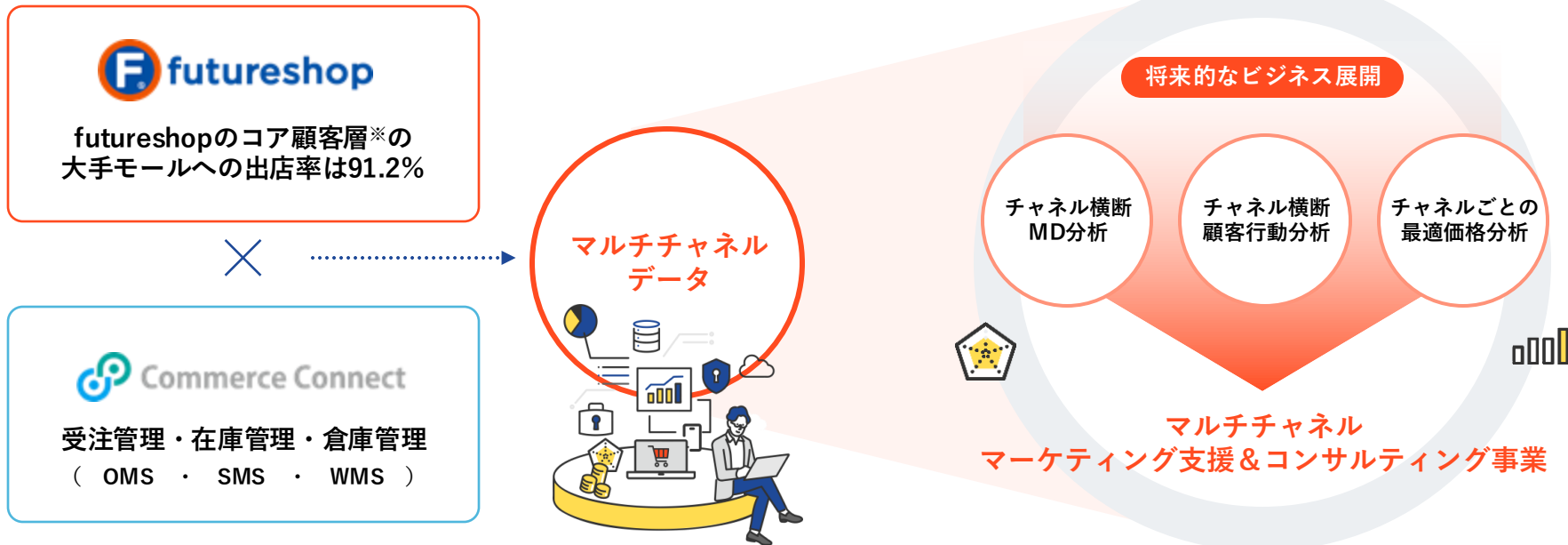
戦略コンサルティング

- 各モール動向にあわせた動的価格設定の最適化
- 高ROIを可能にする効果的なプロモーション
- MD戦略の最適化
- 越境ECマーケティング支援

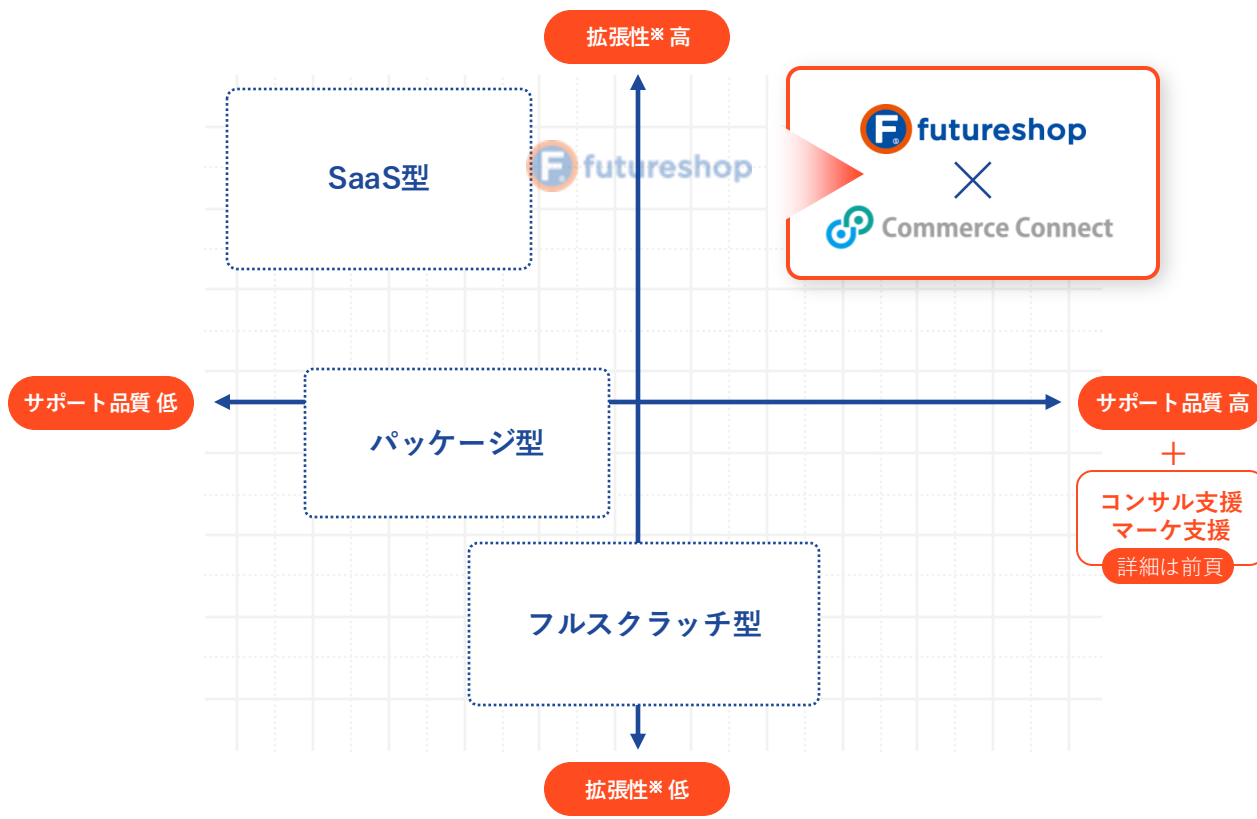


futureshop × Commerce Connect マルチチャネルデータ活用支援  futureshop  Commerce Connect

futureshop顧客の自社ECサイトデータだけでなく、出店する大手ECモールの売上/顧客データと連携しEC戦略の包括的マーケティング支援&コンサルティング事業への拡大が実現。



※ 中規模層以上のEC事業者

ECサイト構築サービスとしてのターゲットポジション futureshop Commerce Connect

futureshopと
Commerce Connectの
共創シナジーで、
進化したマーケティングサポートと
戦略コンサルティングへ

※ 拡張性：
連携先アライアンスサービスの数のこと。
ショップの成長フェーズに必要な機能を拡張。

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事業を共同で推進



KEMBOグループと連携し、
海外市場向けの越境EC事業や
デジタルマーケティングサービスの開発・提供を加速



低工数・高成果による継続利用とアップセルの実現

画像生成AI利用が広がり、国内ではルール整備が進むなか、人的感性とAIを融合したサービス「AI Creative One」をリリース。高品質なビジュアルを提供し、顧客価値を高めながら、サービス優位性の向上を目指す。



AI

短時間・多様な
ビジュアルを生成



ヒト

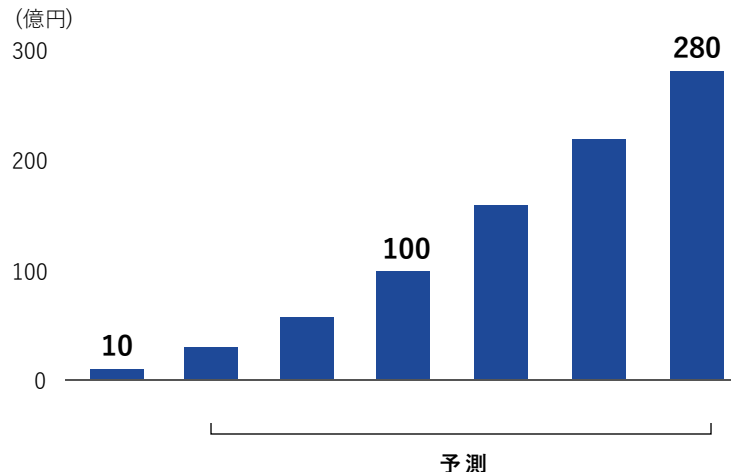
コミュニケーション設計/
クリエイティブ品質を担保

低工数なので、
商談化・導入スピードが早い

広告効果最大化によって、
顧客ROIを最大化 長期的な顧客関係の構築が可能

広い業種・層に展開可能であり、
TAMが広く事業拡張余地が大きい

国内生成AI 国内市場規模・予測

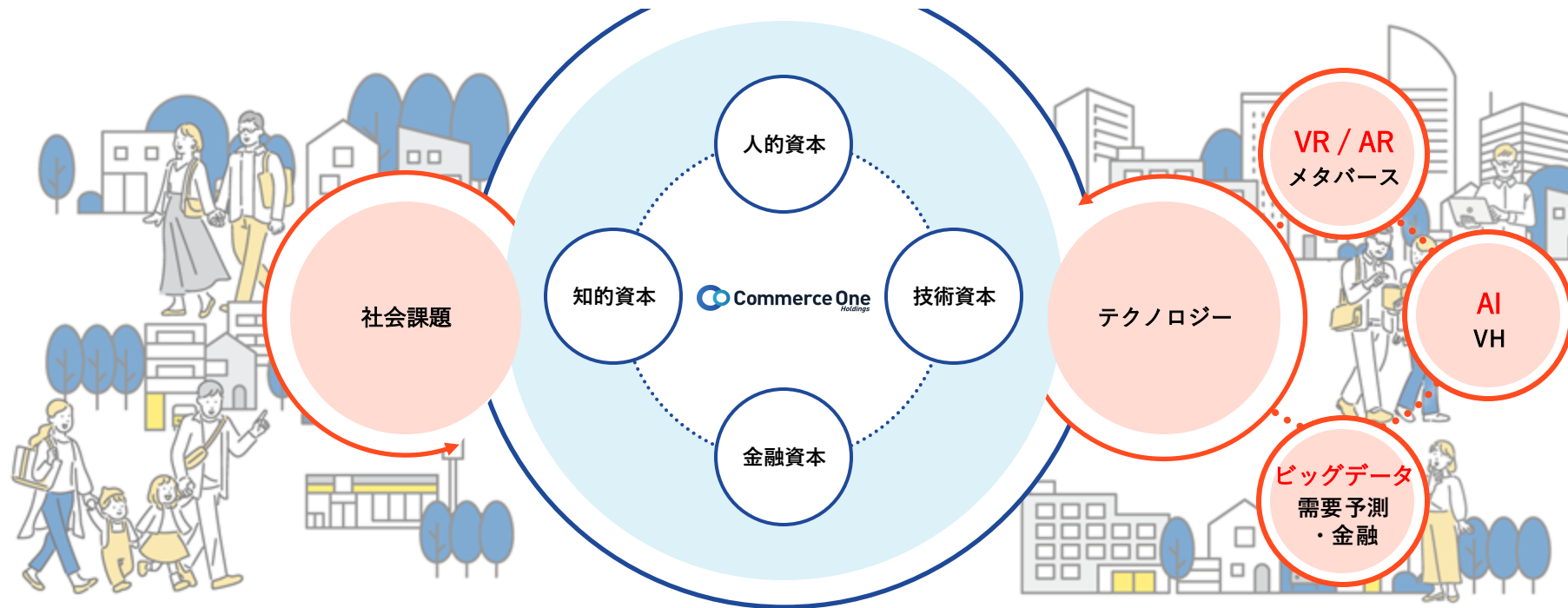


出典：株式会社日本能率協会総合研究所「MDB有望市場予測レポート」
(https://mdb-biz.jmar.co.jp/20230728?utm_source=chatgpt.com)

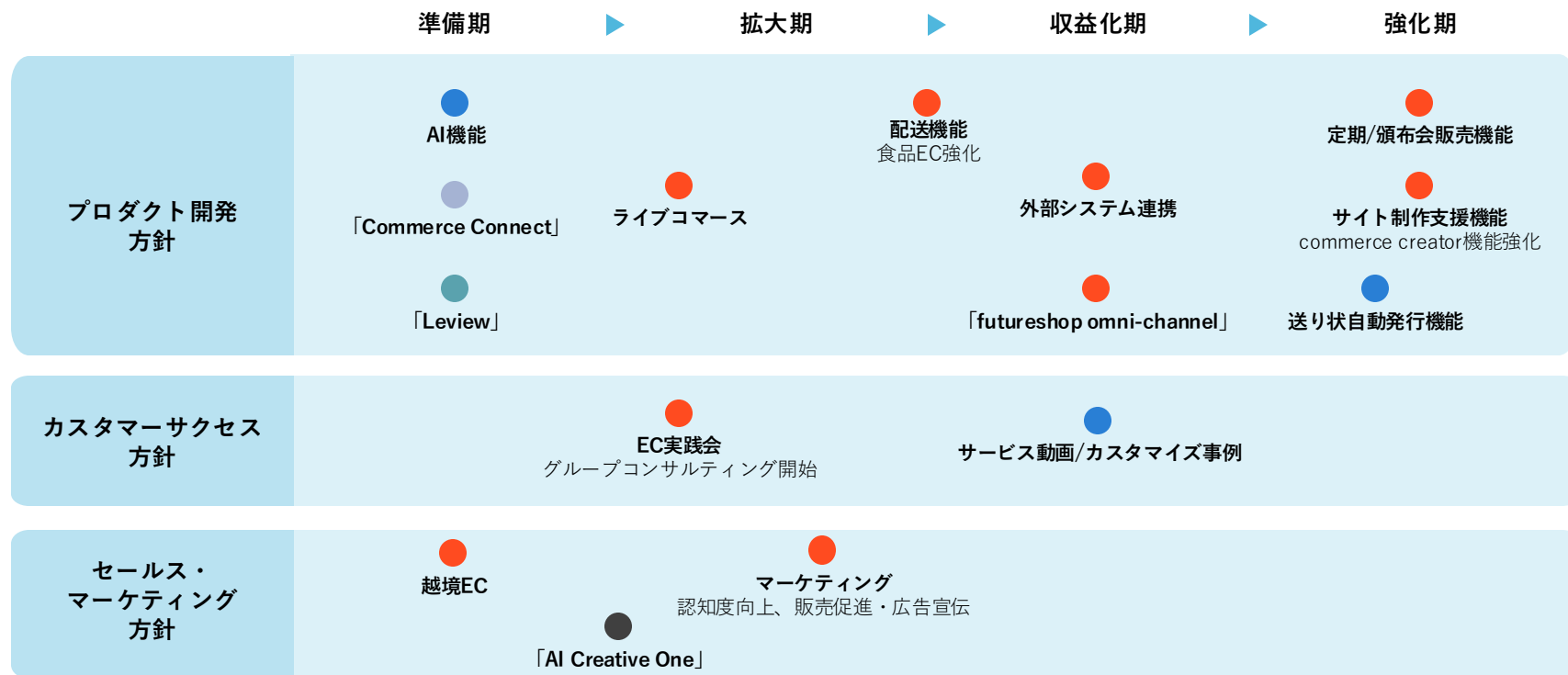
テクノロジーを活用する人の力を最大化させるプラットフォーム

次世代の価値創造へ

社会課題・テクノロジー・資本を有機的に結び付ける共創シナジー



2025年 3 月期 事業進捗状況



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事業者の業績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に対応
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	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

4

事業概要

futureshop

株式会社フューチャーショップ

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

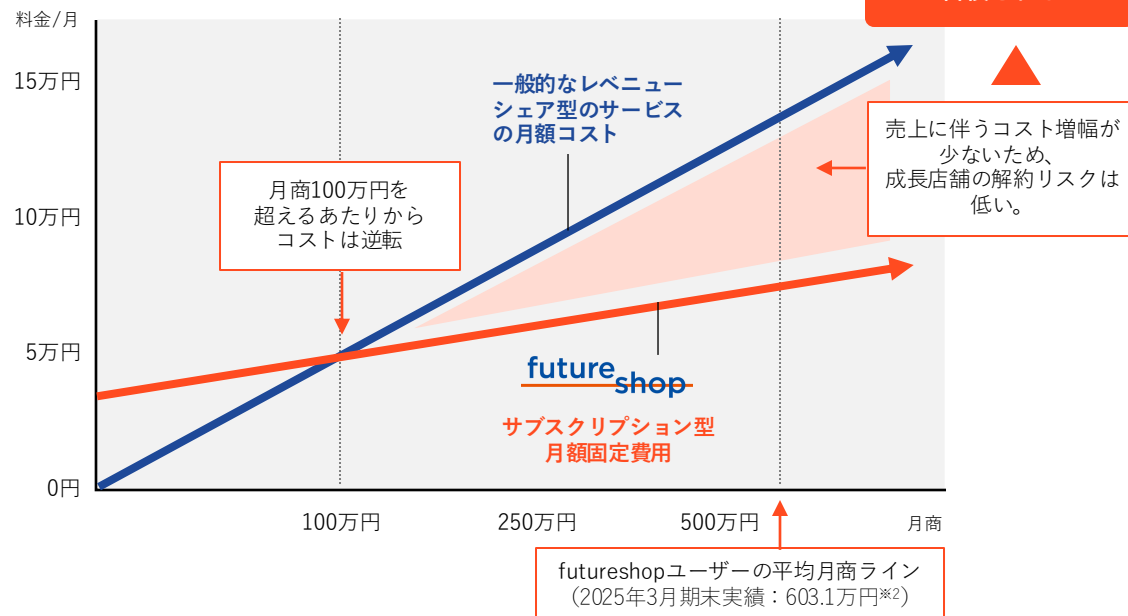
開発リソースが最大限に利益化されエンジニアをプロダクト開発に集中させられるため離職率も低い
全ての顧客が同じ環境であるため、成功パターンナレッジを蓄積・共有がしやすく、再現性も高い

future shop 収益モデル

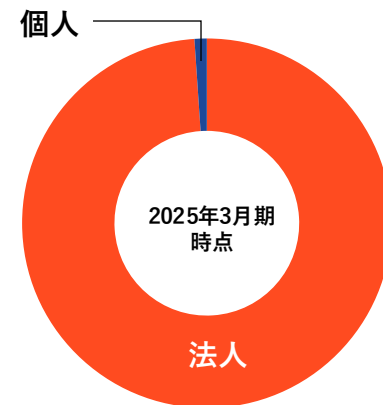
サブスクリプション型・月額固定料金制を採用

※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44,712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 2024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

— 顧客に選ばれる理由

- 設計自由度の高さ

ローコードCMS「commerce creator」



ECサイトの導線設計の柔軟さ、およびブランドの世界観を表すデザインを実現。

- ROIの高さ（コストメリット）

月額固定料金モデル

コストメリットのある月額固定料金モデルであり、ROIが高い。

- 拡張性と安定性

100を超える外部支援サービスとの連携

システム連携確認が取れた多数の外部サービスを安心して利用できる。

- サポート力

ナレッジが蓄積されたカスタマーサポートとラーニングカリキュラム

変化スピードの早いマーケティングとテクノロジートレンドを常に収集・習得が可能となり、常に最先端を取り入れることができる。

- EC自走力の強化

習得の容易さと依存リスクの低減

プログラミング・システム開発の知識は必要なく、オペレーションの習得によってカスタマイズアイデアを発揮できる。開発会社や人材依存リスクを低減できるとともに、社内人材を育成し、EC戦略の自走化が可能。

— ビジネスモデルの競争優位性

- ROIの高いサービスモデル

マルチテナント型/SaaSモデル

開発投資を効率的に回収することが可能。（2023年3月期粗利率：58.5%）

- 再現性と伴走力

カスタマイズ性とメンテナンス性の高さ



EC事業者の中規模層をコア顧客層とし、「ノーコードで簡単に」ではなく「ローコードで容易に習得可能」なプロダクトを提供。プログラミングを使わないため、自由に個性を発揮したECサイトでも、カスタマーサポートでの解析が可能。

- 拡張性と安定性

100を超える外部支援サービスとの連携

システム連携確認が取れた多数の外部サービスを安心して利用できる。

- 市場への影響力

成功事例の創出

EC事業者の中規模層の企業アイデアを実現できるプロダクトのため、成功事例を多く創出。（顧客の16%が自社EC年商1億超）よって、顧客にメリットをもたらす効果的なアライアンス契約を締結し、市場に一定の影響力を保つことができる。

- 成長とともに高くなる顧客のROI

月額固定料金体系

従量制課金モデルではなく、月額固定料金モデルであるため、顧客が成長し大きな収益を上げるようになればよりROIが高くなり、解約リスクは低い。

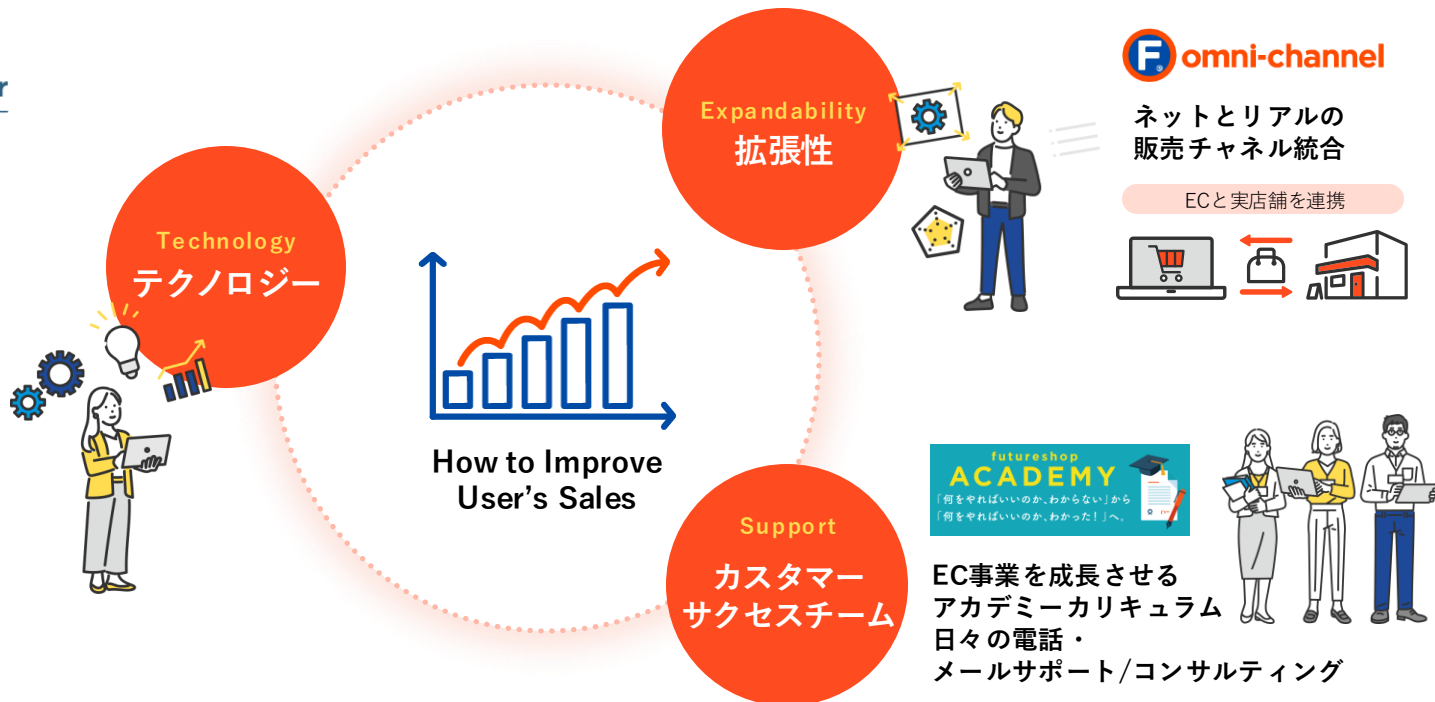
future shop 事業内容

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。

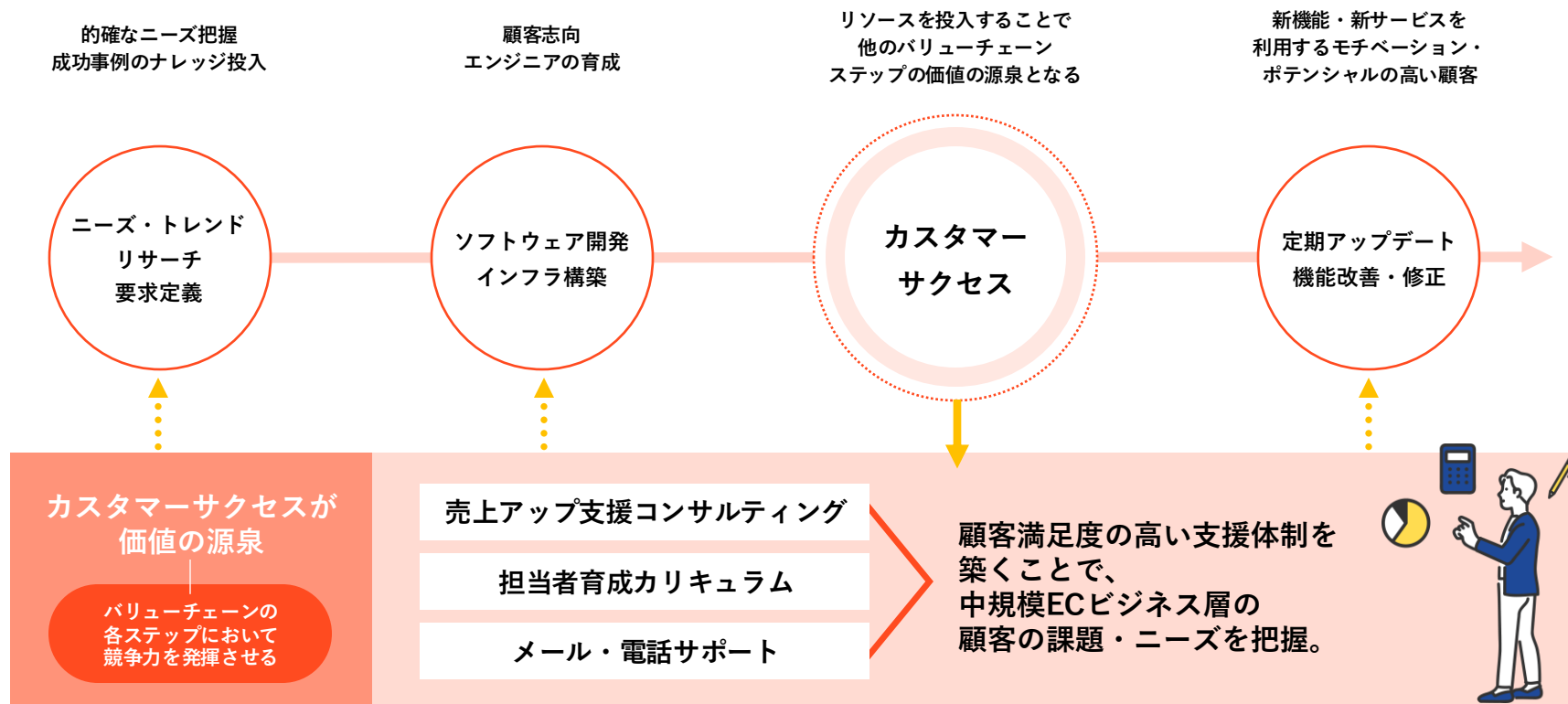


(特許登録済 特許第6619478号)

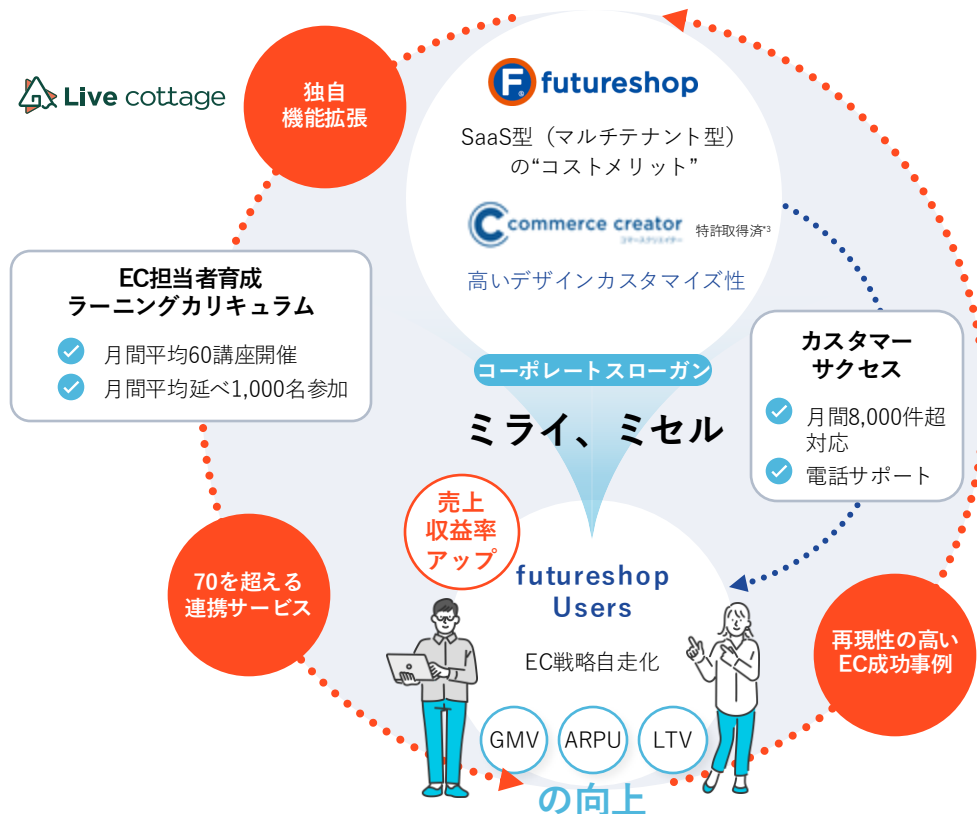
デザインカスタマイズ性と
更新性の両立を実現する
Eコマース特化型CMS



future shop バリューチェーン



future shop 成長サイクル

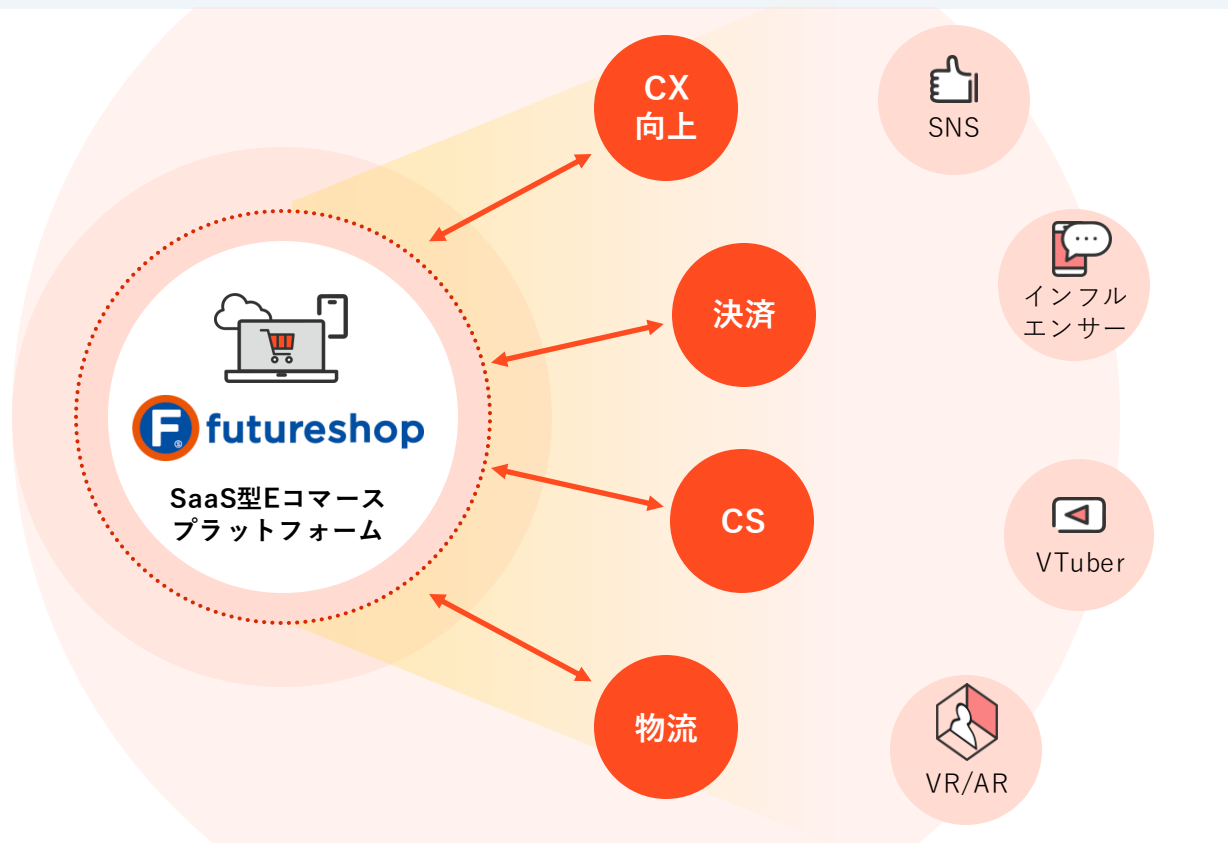


顧客※¹のGMVを伸ばし、 ARPU・契約継続率の向上を 生み出す循環型ビジネスモデル

マルチテナント型でプラットフォームを提供することで高収益性を実現。

特許取得済みEC特化型ローコードCMS※²
commerce creator ※³と、圧倒的なカスタマー
サクセスプロセスが顧客の競争力を育み、再
現性の高いナレッジを蓄積。

※¹ 当社グループのサービスを利用する事業者
※² ローコードCMS：必要最小限のソースコードを用いた、
コンテンツ管理システム
※³ 特許登録済 特許第6619478号

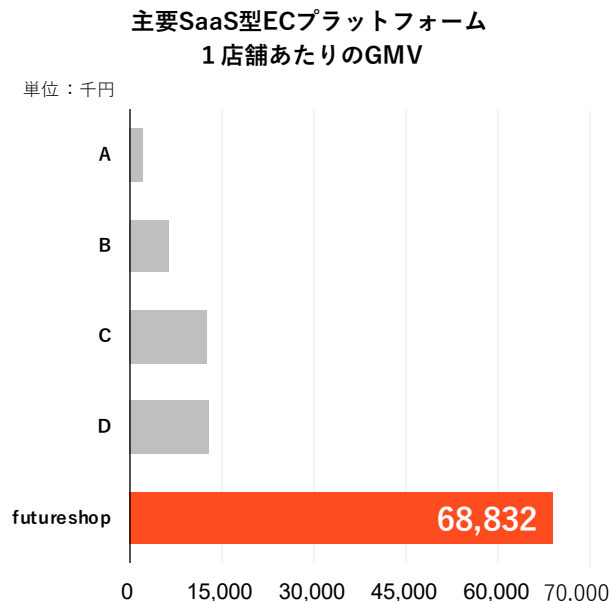


幅広いプラットフォームと連携することで、顧客の多様なニーズに対応

自社サービスを構築するよりも開発費用や時間を抑える連携によって、さらに多くの価値を創造し潜在的なニーズに応える。

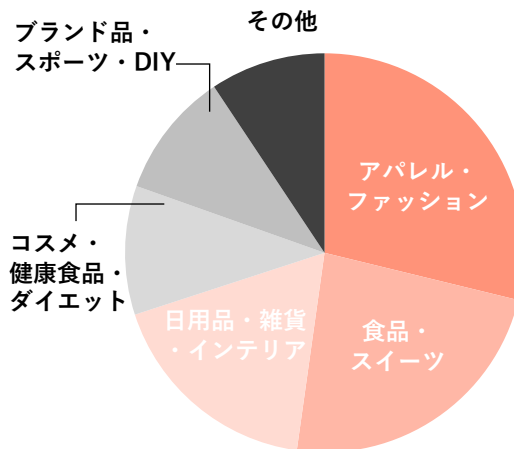
future shop EC事業者と伴走し、堅実に成長に寄り添う

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



※上記グラフは2023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)

future shop顧客のジャンル比率
(2025年3月期時点)



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 **+27.1%**

2024年3月期：
平均成長 前年度同期比

+34.8%

※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。

高付加価値戦略によるARPU成長 **future**shop

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

90,000

80,000

70,000

60,000

50,000

40,000

30,000

単位：件

3,000

2,950

2,900

2,850

2,800

2,750

2,700

2,650

2,600

2,550

2,500

2,450

2020年3月期 2021年3月期 2022年3月期 2023年3月期 2024年3月期 2025年3月期

51,496

58,303

64,122

69,564

74,254

81,473

2,617

2,795

契約件数は、コロナ禍での急増を経て、店舗統廃合の影響により減少傾向。一方、ARPUは着実に上昇しており、サービスの高付加価値化・アップセル戦略が奏功。顧客構成の質的改善により、売上の安定性と利益率の向上が進展。

future shop GMV推移

2025年3月期末実績

GMV **2,052.5億円**（前年度同期比 **3.2%増**）1店舗あたりGMV **72,368千円**（前年度同期比 **5.1%増**）

**GMVは年間累計で
2,052.5億円
前年度同期比 +3.2%**

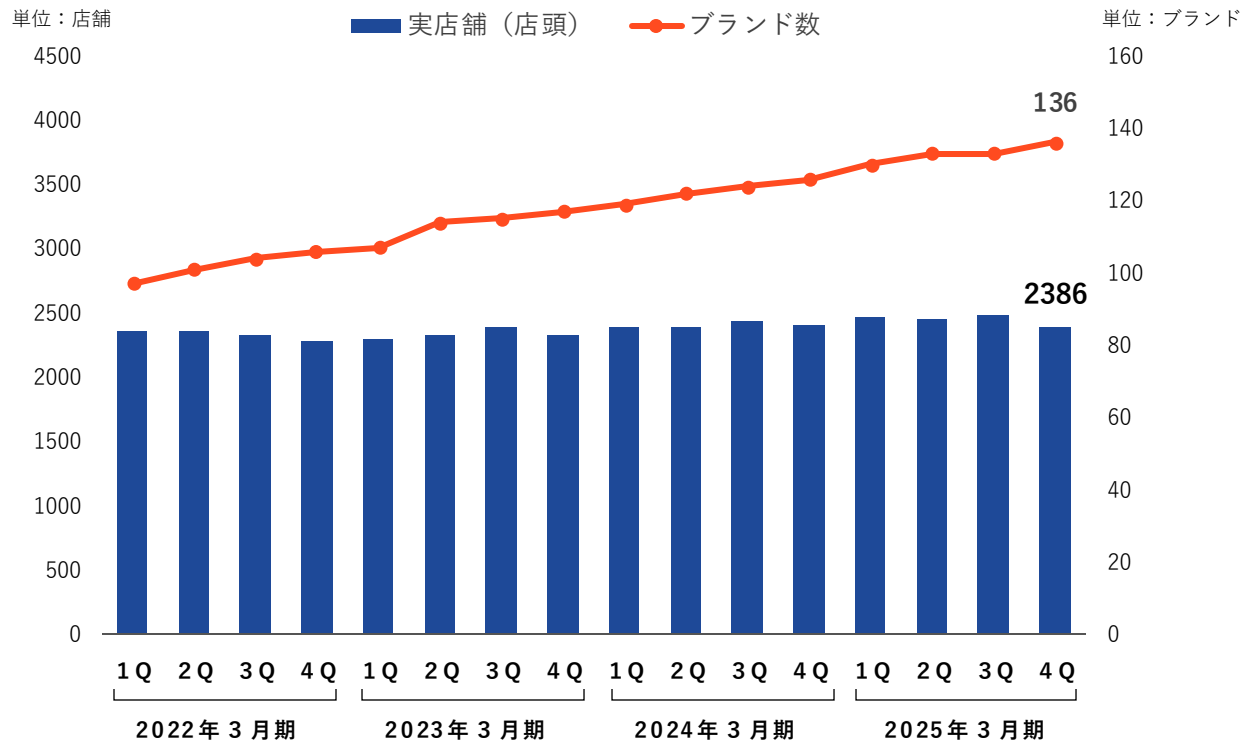
新規契約店舗の獲得は引き続き厳しい一方、1店舗あたりのGMVは前年比5.1%増加し、顧客の堅実な成長を実現。また、2024年6月からの料金改定の契約店舗数への影響は軽微ではあるものの、売上規模が小さい事業者のECサイト閉鎖に伴う解約が増加している傾向にある。競争環境が高度化する中で、店舗の統廃合がさらに進む。

future
shop

オムニチャネル推移

futureshop

omni-channel



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。

futureshop 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 2025 Spring にて
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを
23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



SOFTTEL

株式会社ソフテル

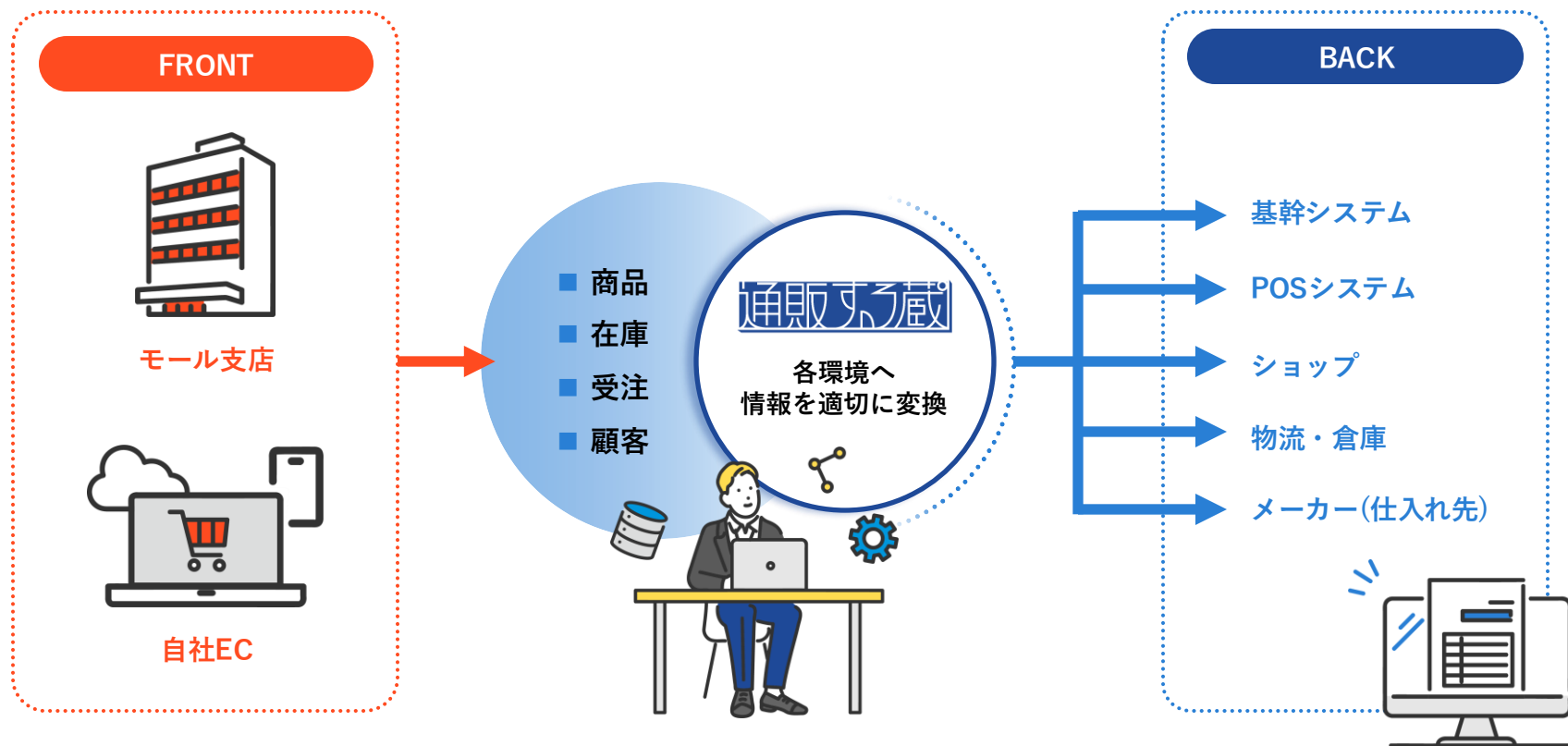
SOFTEL コンセプト

カスタマイズされた 一元管理システム



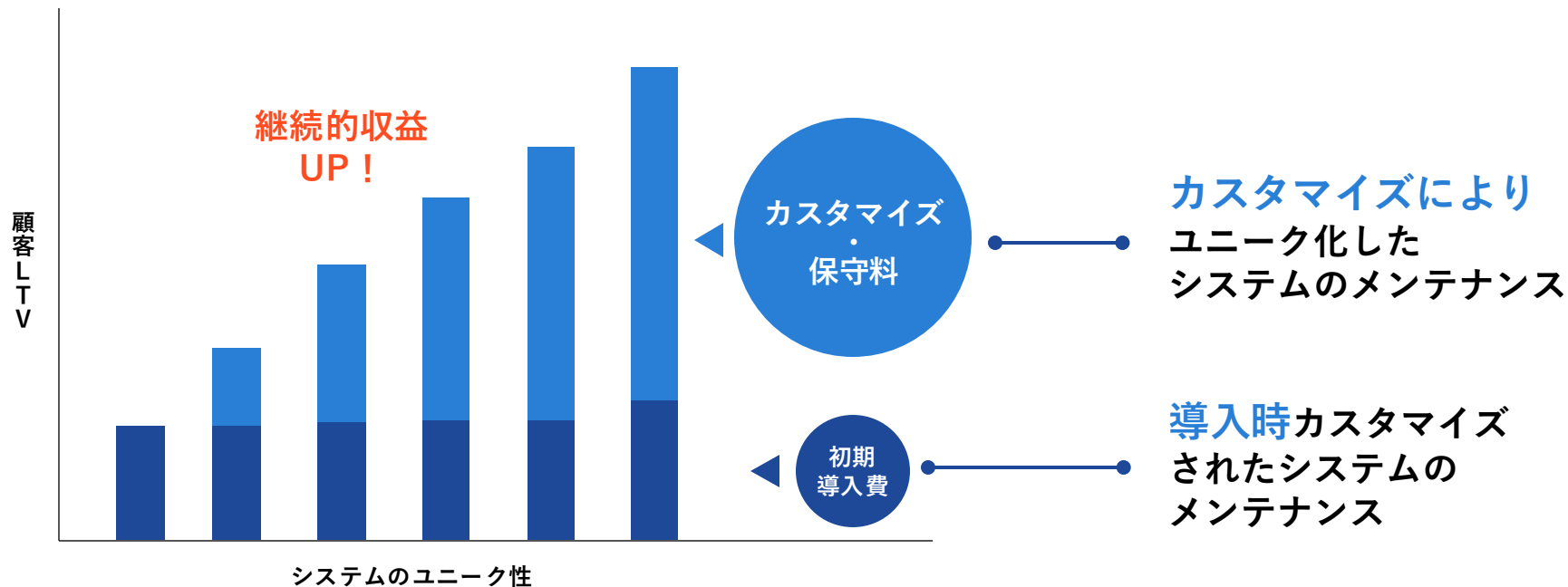
EC事業者の在庫管理などのバックヤードシステムにおいて、ノンカスタマイズ型ASPでは実現できないECオペレーションをカスタマイズによって一元管理することで人的リソースやコストの削減を実現し、成長に必要な経営資源を生み出す。

SOFTTEL 事業内容

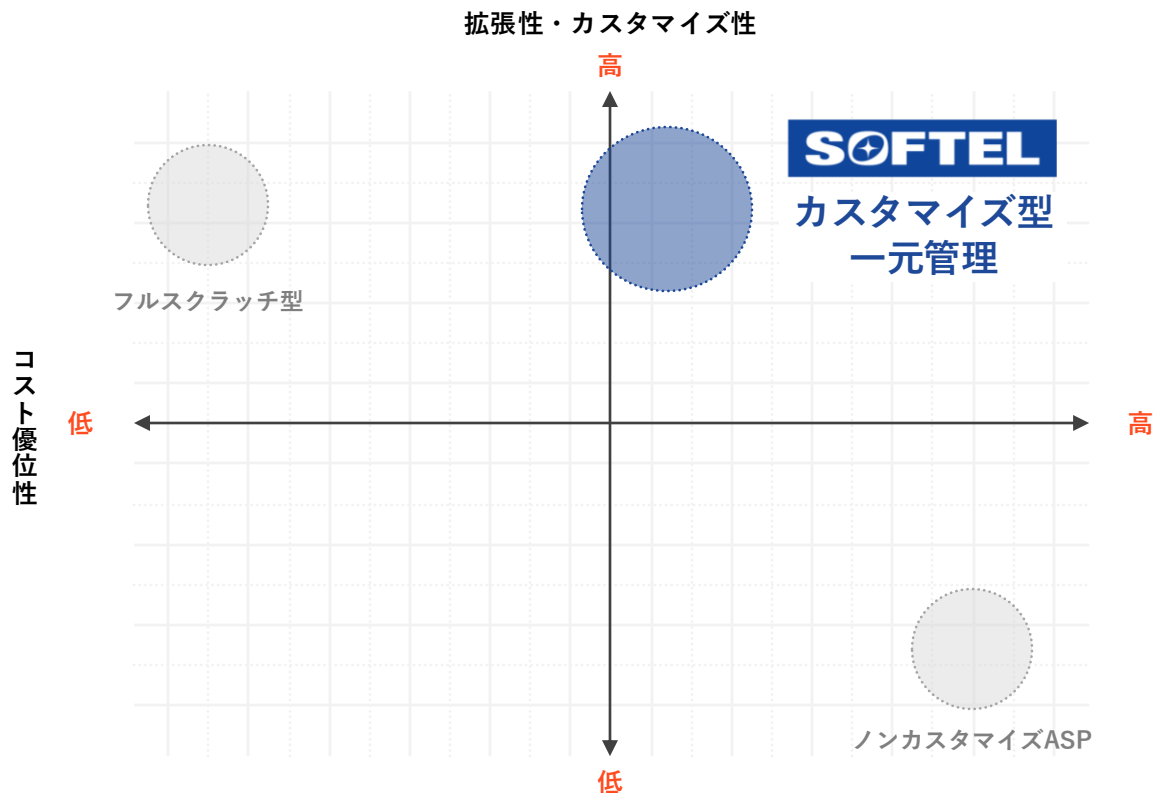


SOFTTEL 収益モデル

BACK

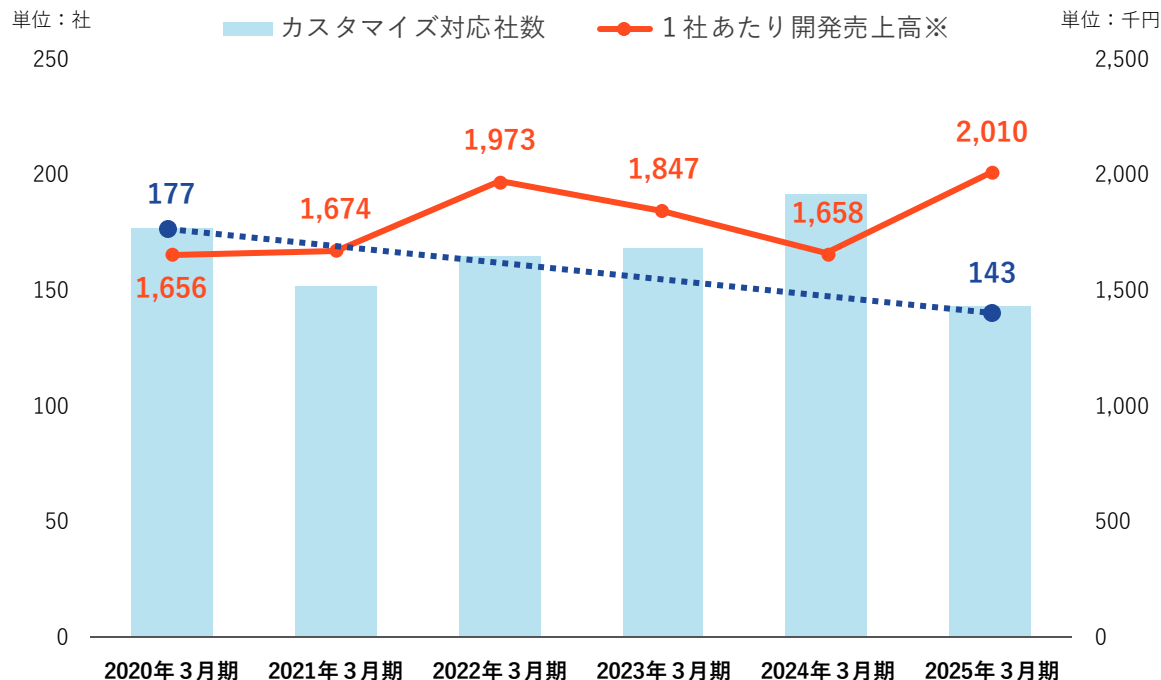


SOFTTEL ポジショニング



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、高コストとしないポジショニングを確立**。

SOFTTEL カスタマイズ案件数の最適化と高単価化の進行



※ 1社あたりの開発売上高：初期導入・カスタマイズ売上を実施した会社単位で割ったもの。

高単価なカスタマイズ案件へのシフトにより収益構造の改善を目指したが、個別案件の複雑化により収益性は一時的に悪化。

この状況を課題として認識し、ナレッジの蓄積と効率化を進めることで、今後の収益回復を目指す。



株式会社TradeSafe

TradeSafeトラストマークのコンセプトと事業内容

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)

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

TradeSafeトラストマークのサービスの柱は大きく3つ

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」
リリース。

2023.10

futureshopサービス提供から20周年。

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。

2025.01

SAMURAI TECHNOLOGY株式会社と
株式会社ソフテルを合併

2020.06

東京証券取引所
マザーズ市場上場。2006.08
株式会社TradeSafe設立、
ECサイト第三者認証
「トラストマーク」事業を開始。

2010.03

株式会社フューチャーショップを共同設立。
EC支援サービスを開始。

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025





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。


2023.03

株式会社空色を
グループ会社化。


2024.11

株式会社既読を
グループ会社化。

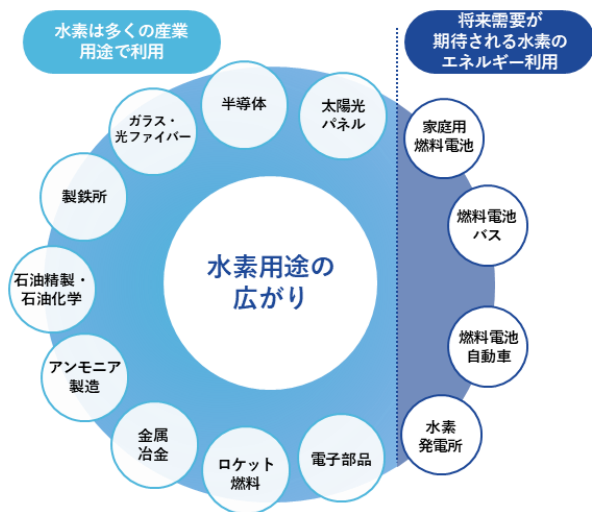

2025.04

株式会社コマースコネク
トを完全グループ会社
として設立

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



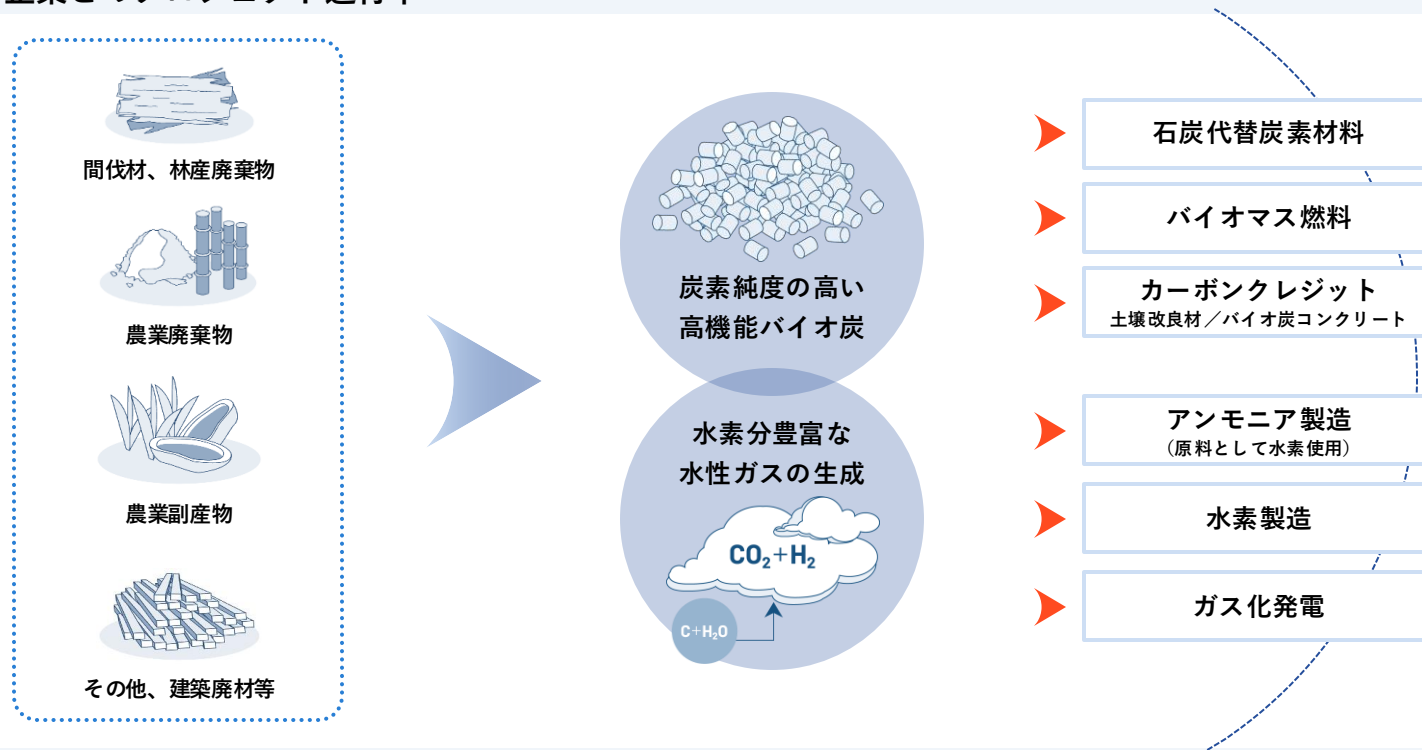
内部からみた企業信頼性

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

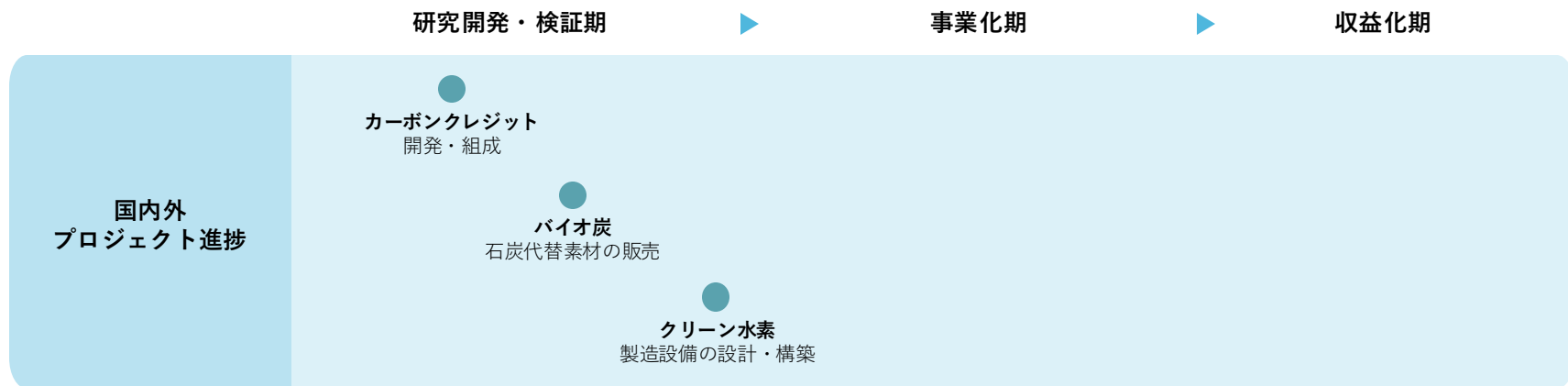


エネサイクルの事業

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



エネサイクルの事業進捗



進捗状況

- カーボנקレジット：原料ごとの炭化条件やクレジット化の可能性について、技術的・経済的条件の検証を進行中。
- バイオ炭：国内外の大手企業の石炭代替燃料活用の流れを汲み、実証試験を実施中。
- クリーン水素：具体的な立地・規模等の条件を踏まえた事業化に向けて進行中。
- なお、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年脱炭素に向け、各業界各社が具体的なGX※を主導しプロジェクトを立ち上げ準備中。
当社の保有技術を活用し、GX※に向けたプロジェクトに参画し、クリーン社会実現に貢献し、
中長期的に拡大するGX※市場により世界市場における当社事業の成長と収益を図る。

5

財務戰略

財務戦略（中期経営計画）

企業価値最大化を図る



株主還元

配当

配当性向30%※

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

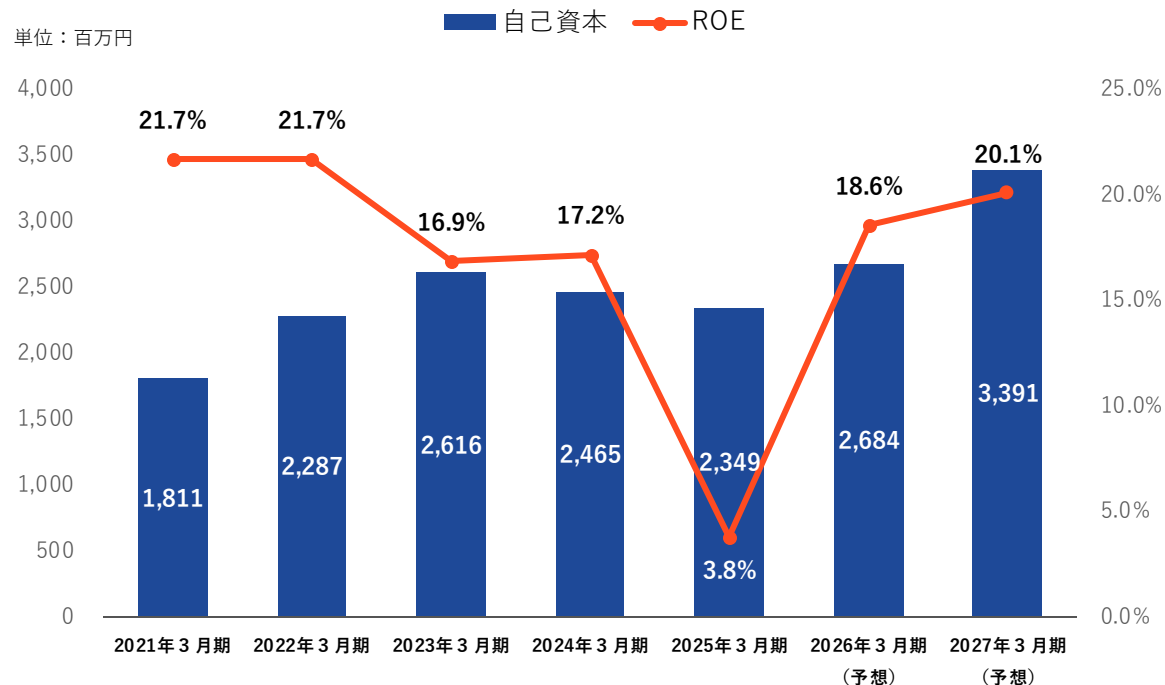
※調整後当期純利益に対する配当性向30%

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

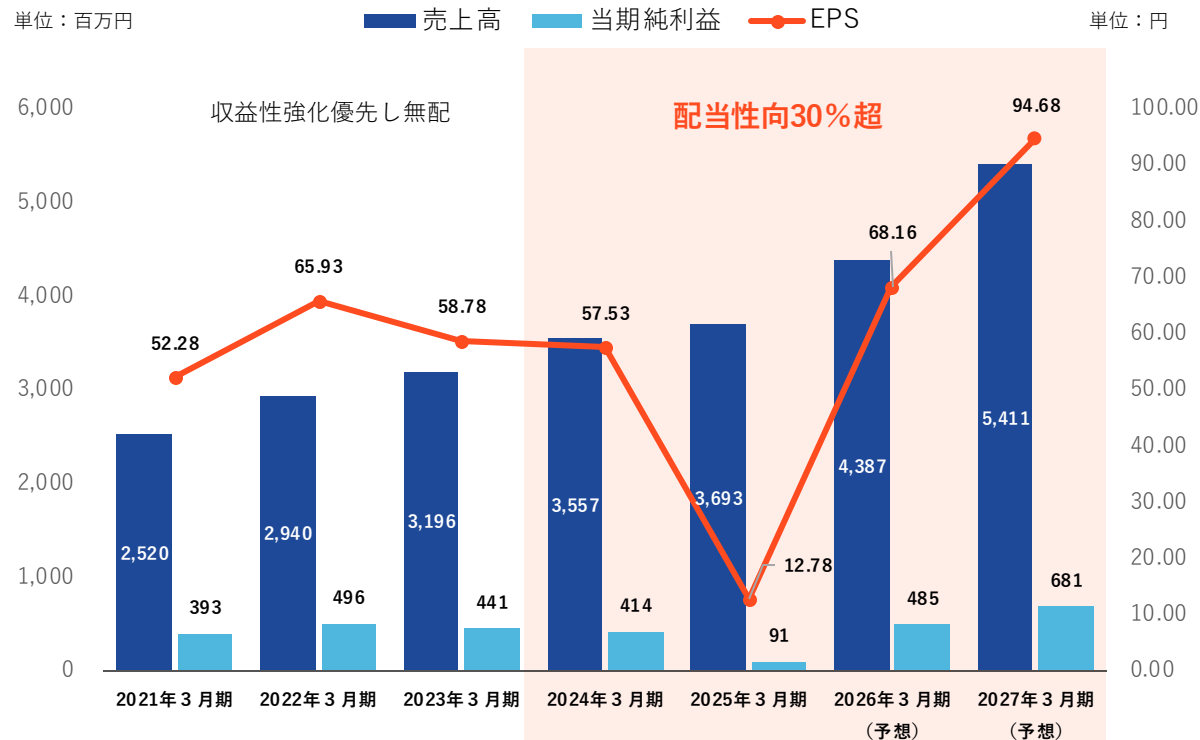
サステナブルな成長の実現

ROE 20%目標

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



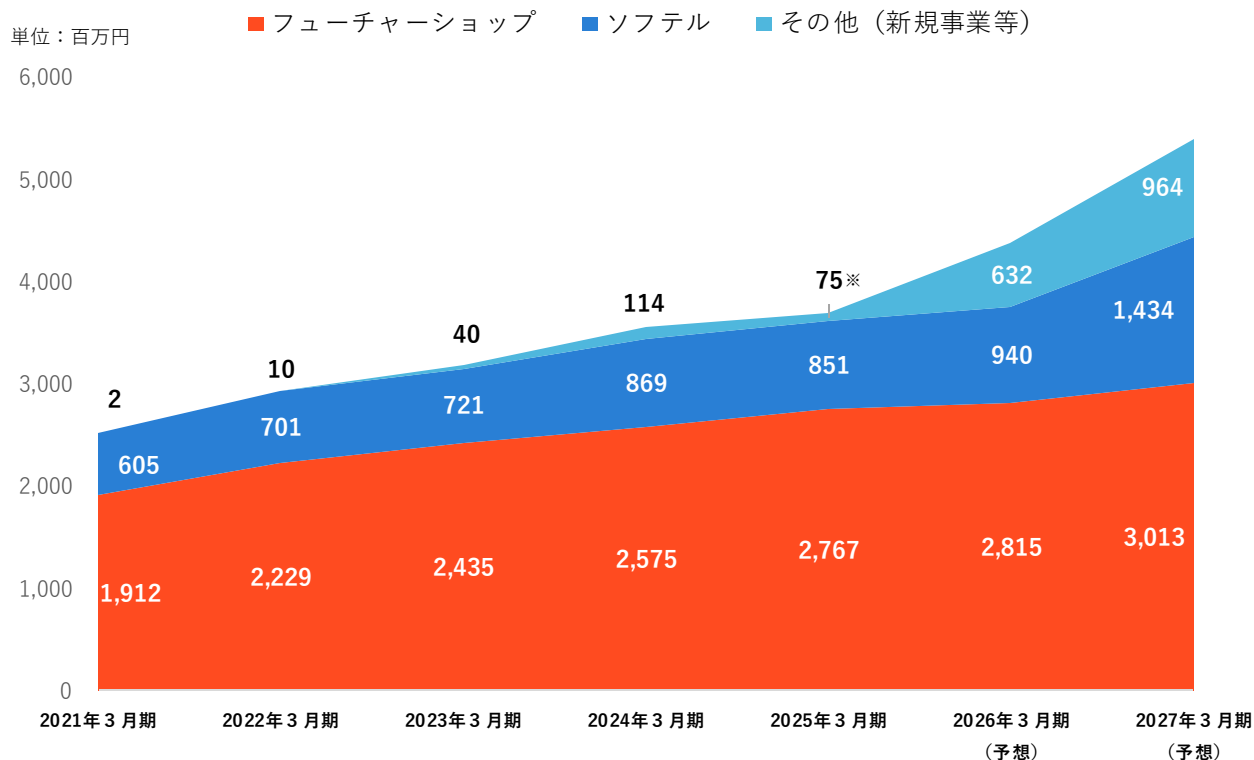
内部留保の確保と株主還元のバランスを考慮した上で実施。

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



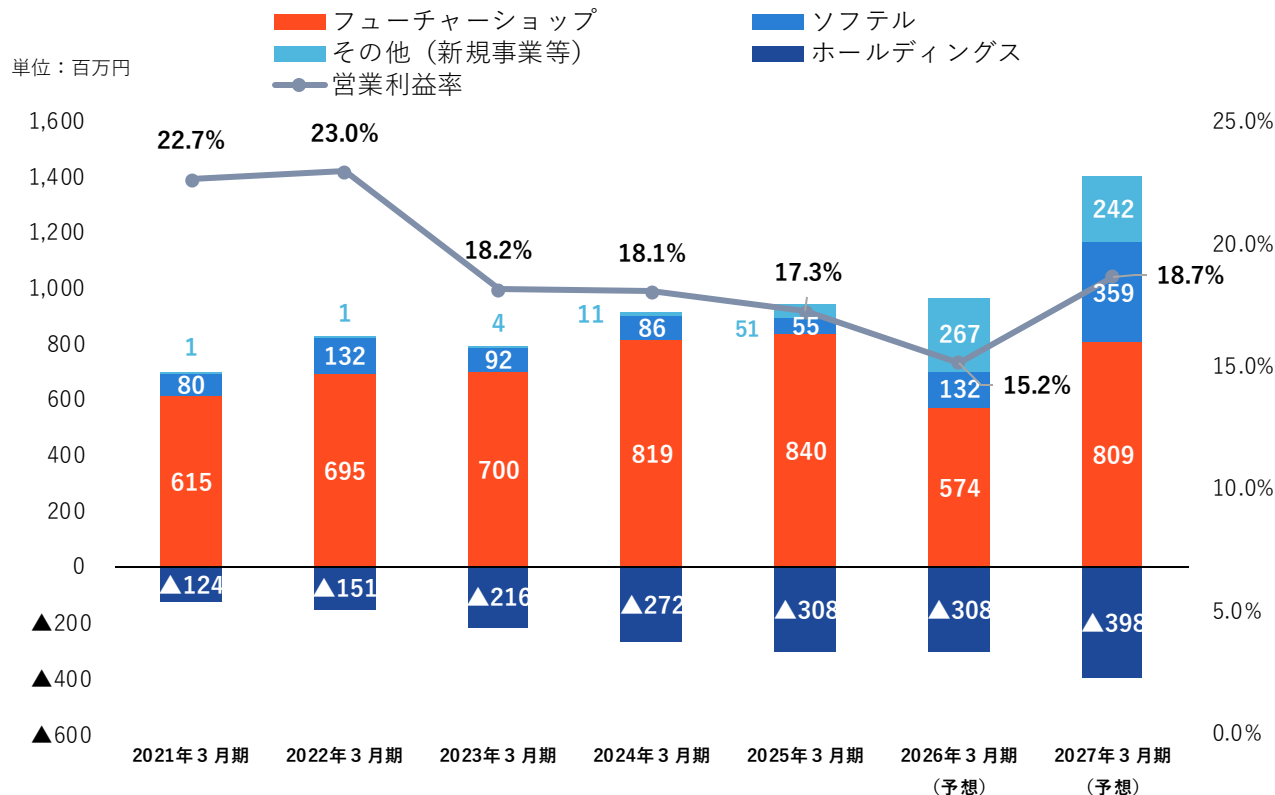
**グループ全体では
売上高成長率は2026年3月期から
2027年3月期にかけて
年平均成長率18.8%程度を計画。**

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：1.7%
- ・ ソフテル：10.5%

※ 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

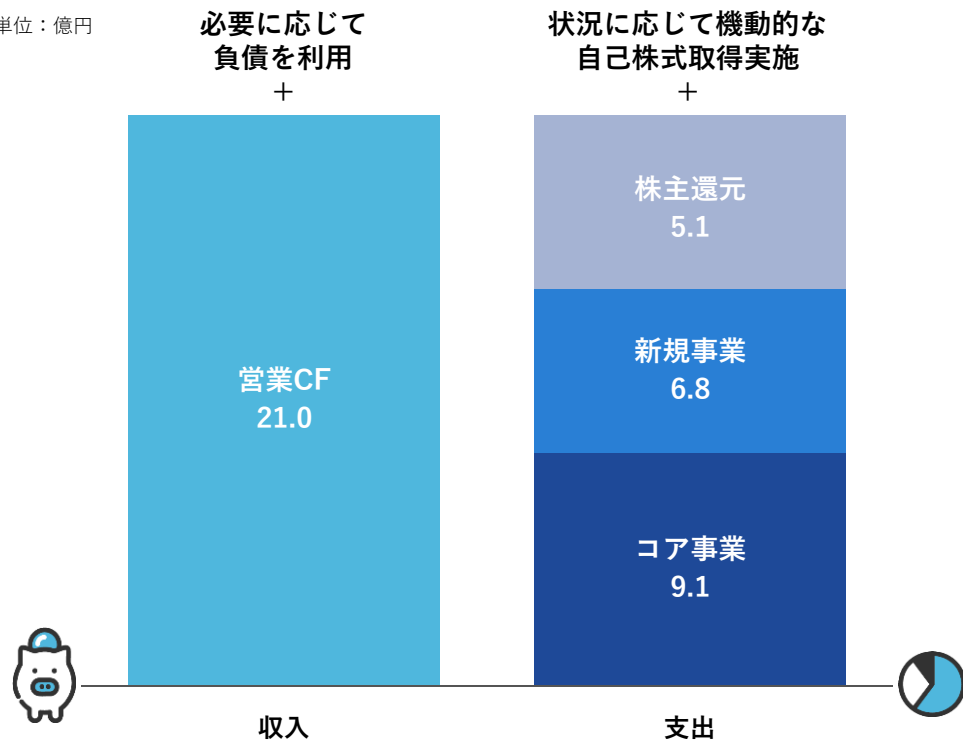


成長戦略の実行をもって、利益目標を達成していく。

2026年3月期以降は、新規事業等のマネタイズ開始やソフテルの単価向上と業務効率改善、M&Aによる事業領域の拡大により、2025年3月期比で増益を見込む。

キャッシュ・アロケーション 2025 – 2027累計

単位：億円



企業価値向上に向けた戦略的な
費用投入や投資を実行。

コア事業・新規事業・株主還元の
バランスを考慮して投資していく。

6

2025年3月期 財務サマリー

2025年3月期 サマリー

連結売上高

36.9億円

YoY

+ 1.3億円
(+ 3.8%)

連結営業利益

6.3億円

YoY

▲ 0.05億円
(▲ 0.9%)

連結営業利益率

17.3%

YoY

▲ 0.8pts

親会社株主に帰属する
当期純利益

0.9億円

YoY

▲ 3.2億円
(▲ 77.9%)

決算概要

サービス拡充および価格改定が奏功し、フューチャーショップは増収増益となった。一方、ソフテルは大型案件において要件の複雑化により納期のずれや予定工数に比して実績工数が増加した案件が一部あったため減収減益となった。エネサイクルでの先行投資に加え、ソフトウェア仮勘定や投資有価証券において一過性の減損評価を計上した。これにより親会社株主に帰属する当期純利益は減益となった。

2025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

future shop

売上高

27.6億円

YoY

+ 1.9億円
(+ 7.5%)

営業利益

8.4億円

YoY

+ 0.2億円
(+ 2.6%)

営業利益率

30.4%

YoY

▲ 1.4pts

GMV

2,052億円

YoY

+ 63.6億円
(+ 3.2%)

3月末契約件数

2,795件

FYTD

▲ 86件
(▲ 3.0%)

ARPU

81,473円

YoY

+ 7,218円
(+ 9.7%)

2025年3月期 ソフテル サマリー

単体 ソフテル (SAMURAI TECHNOLOGY合算)



売上高※1

8.5億円

YoY

 ▲ 0.1億円
(▲ 2.0%)

営業利益※1

0.5億円

YoY

 ▲ 0.2億円
(▲ 34.8%)

営業利益率※1

6.6%

YoY

▲ 3.3pts

※1 SAMURAI TECHNOLOGYは、ソフテルに対するSES※2売上案件が今後も増大していくに伴い、2024年3月期1Qから2025年3月期までは数値を合算し、内部取引を消去したものを開示している。

開発売上総額

2.8億円

YoY

 ▲ 30.8百万円
(▲ 9.7%)
1社あたり
開発売上高

2.0百万円

YoY

 + 0.3百万円
(+ 21.3%)

ストック売上

3.8億円

YoY

 + 16.8百万円
(+ 4.6%)

ストック売上比率※3

44.9%

過去2年間
平均比

+ 1.4pts

2025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

	2024年3月期	2025年3月期	増減	前年度同期比
売上高	3,557,276	3,693,315	+ 136,039	+ 3.8%
営業利益	644,001	638,411	▲ 5,590	▲ 0.9%
経常利益	702,414	423,446	▲ 278,968	▲ 39.7%
税金等調整前 当期純利益	696,045	353,584	▲ 342,461	▲ 49.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	414,864	91,594	▲ 323,270	▲ 77.9%

2025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

	2025年3月期 実績	2025年3月期 通期 予算	予算実績対比
売上高	3,693,315	3,815,446	▲ 3.2%
営業利益	638,411	604,956	+ 5.5%
経常利益	423,446	683,343	▲ 38.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	91,594	454,730	▲ 79.9%

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。

経常利益同様の要因に加え、空色のソフトウェア仮勘定に対する減損および、投資先Kenwise Corporationの評価損を計上。いずれも損金不算入のため税負担が増加し、減少となった。

2025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

	2024年3月期	2025年3月期	増減	
流動資産	529,383	653,440	+ 124,057	
現金及び預金	414,658	567,074	+ 152,416	● グループ会社からの配当収入増加
固定資産	1,223,843	681,787	▲ 542,056	
投資有価証券	725,989	417,633	▲ 308,356	● 投資先上場株式の株価下落
関係会社株式	429,883	194,083	▲ 235,800	● 主に、エネサイクルに関する評価損を計上したため ▲250百万円
流動負債	12,554	17,943	+ 5,389	
固定負債	181,811	129,209	▲ 52,602	
純資産	1,558,861	1,188,075	▲ 370,786	
株主資本	1,179,680	1,014,182	▲ 165,498	● 前年期末配当支払：▲79百万円 当期中間配当支払：▲71百万円
利益剰余金	808,917	700,625	▲ 108,292	
自己株式	▲ 36	▲ 57,243	▲ 57,207	● 自己株式取得 (前年8月～3月実施)
その他 有価証券評価差額金	379,180	173,893	▲ 205,287	● 投資先上場株式の株価下落

2025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

	2024年3月期	2025年3月期	増減	
売上高	310,690	604,189	+ 293,499	● グループ会社からの配当収入増加
販売費及び一般管理費	271,547	295,005	+ 23,458	● 主に、M&A関連費用や 上場管理コスト等の支払報酬、 グループ内出向関連の費用負担増
営業利益	39,142	309,184	+ 270,042	
営業外収益	46,725	25,600	▲ 21,125	● 為替差益から差損に転じたことにより、前年から減少
営業外費用	65,836	92,792	+ 26,956	● 空色への貸付金に関する貸倒引当金と、ソフトウェア仮勘定減損による債務超過に対する事業損失引当金を計上。
経常利益	20,031	241,992	+ 221,961	※ 連結上は相殺消去
特別利益	24,146	32,061	+ 7,915	
特別損失	23,285	277,112	+ 253,827	● エネサイクルに対する評価損 ※ 連結上は相殺消去
当期純利益	55,075	42,568	▲ 12,507	

2025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

	2025年 3 月期 3 Q	2025年 3 月期 4 Q	増減
売上高	935,736	941,010	+ 5,274
営業利益	174,724	143,027	▲ 31,697
経常利益	126,109	90,145	▲ 35,964
営業利益率	18.7%	15.2%	▲ 3.5pts
親会社株主に帰属する 四半期純利益	50,916	▲ 36,973	▲ 87,889

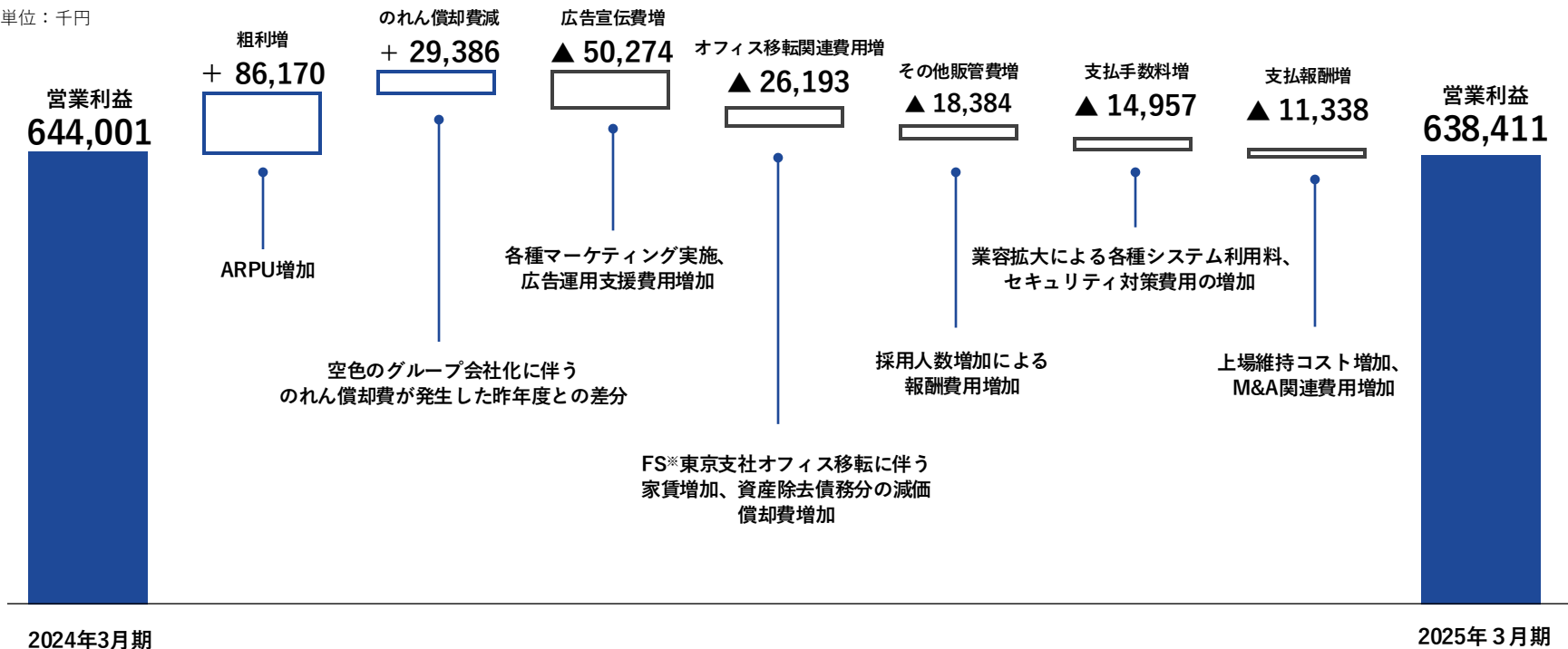
主にフューチャーショップの
各種マーケティング投資の増加。

4 Qでの各種減損と評価損計上
に加え、それらが損金不算入項
目であるため税負担も増加。

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



2025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

	2024年3月期	2025年 3 月期	増減
営業利益	644,001	638,411	▲ 5,590
営業外収益	59,566	44,304	▲ 15,262
営業外費用	1,153	259,269	+ 258,116
経常利益	702,414	423,446	▲ 278,968
特別利益	24,146	32,061	+ 7,915
特別損失	30,515	101,923	+ 71,408
税金等調整前 当期純利益	696,045	353,584	▲ 342,461
EBITDA※	794,441	767,611	▲ 26,830

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。

空色のソフトウェア仮勘定に対する減損、および投資先Kenwise Corporationの評価損計上のため増加

2025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

	2024年3月期	2025年3月期	増減
流動資産	2,305,885	2,379,069	+ 73,184
現金及び預金	1,733,879	1,864,160	+ 130,281
その他	184,825	107,053	▲ 77,772
:	:	:	:
固定資産	1,576,802	1,092,453	▲ 484,349
ソフトウェア仮勘定	45,280	1,338	▲ 43,942
投資有価証券	1,002,854	443,689	▲ 559,165
:	:	:	:
流動負債	915,574	852,566	▲ 63,008
固定負債	122,138	95,740	▲ 26,398
純資産	2,844,974	2,523,215	▲ 321,759
自己株式	▲ 36	▲ 57,243	▲ 57,207
その他 有価証券評価差額金	379,180	173,893	▲ 205,287

サーバー利用料割引向け前払金支出のタイミング相違による償却額増加および未収還付法人税の減少

空色のソフトウェア仮勘定の投資回収が会計上見込めず減損計上

持分法適用関連会社エネサイクルの投資損失および投資先の上場株式の株価下落

自己株式取得。

投資先上場株式の株価下落

2025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

	2024年3月期	2025年3月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	778,607	532,776	▲ 245,831
税金等調整前当期純利益	696,045	353,584	▲ 342,461
持分法による投資損益	-	250,800	+ 250,800
減損損失	30,515	68,283	+ 37,768
預け金の増減額（▲は増加）	111,226	▲ 17,603	▲ 128,829
：	：	：	
法人税等の支払額	▲ 195,533	▲ 267,185	▲ 71,652
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 367,764	▲ 182,388	+ 185,376
有形固定資産の取得による支出	▲ 3,233	▲ 53,475	▲ 50,242
投資有価証券の取得による支出	▲ 278,625	▲ 26,312	+ 252,313
：	：	：	
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 307,406	▲ 213,372	+ 94,034
自己株式の取得による支出	▲ 109,797	▲ 57,549	+ 52,248
配当金の支払額	▲ 193,995	▲ 150,604	+ 43,391
：	：	：	
現金及び現金同等物の増減額（▲は減少）	125,154	130,281	+ 5,127

持分法による投資損失、各種減損計上により昨対比で減少

エネサイクルに関する持分法による損失取込

当期中に空色のソフトウェア仮勘定について投資回収が会計上見込めず減損計上

投資一任契約に基づく自己株式取得が前期中で完了し、昨対比で減少。

FS※東京支社オフィス移転に伴う各種設備購入のため

前年に実施したエネサイクル株式取得との差額

自己株式取得実行における取得価額の差額

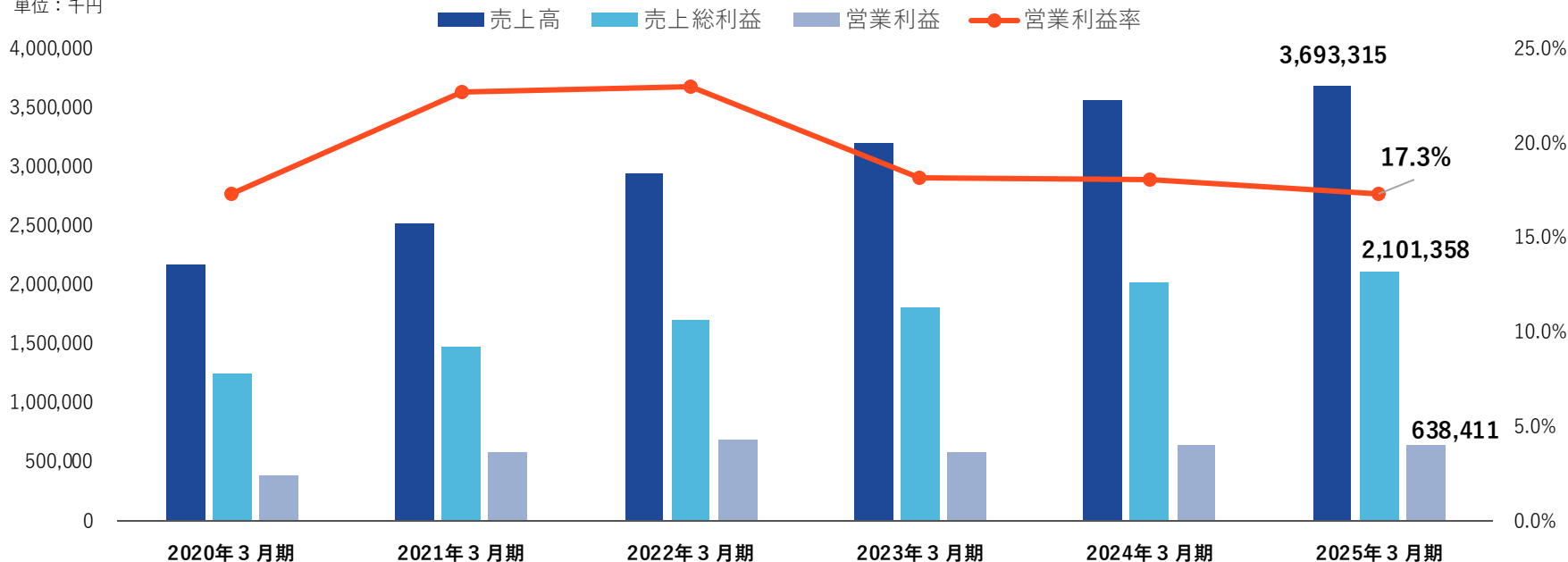
配当金における支払額の差分

2025年3月期 連結業績推移

2025年3月期は、継続的な売上高および売上総利益の増加を達成した。

一方、マーケティング投資の拡大、ソフトルにおける大型案件の利益率の低下、カスタマイズ案件の進捗遅延が影響し、営業利益は前期比で微減となった。

単位：千円



7

2026年3月期 通期業績予想

2025年3月期実績および2026年3月期業績予想

2025年3月期は、業績予想比で減収減益となった。2026年3月期は、利用料金改定等による既存売上や、広告運用、ECコンサルティング、AI活用ツール、ソーシャルコマース、金融事業等による新規売上増加、また、新規投資先からの収益取り込みにより増収を見込む。一方で事業領域拡大に必要な人員、開発等の先行投資が必要になるが、AIの活用等により業務効率化を図り、2026年3月期予想では増収増益になる見込み。

2025年3月期実績

フューチャーショップの利用料金改定やアライアンス連携によるARPU向上により増収増益。

一方でソフトルにおけるカスタマイズ案件の複雑化に起因する収益率の悪化と売上計上のズレにより減収減益。

営業外以下の項目において、投資に係る評価損ならびに固定資産評価損を認識。

結果としてガイダンス予算比で営業利益は達成したものの、一過性の投資損失等の評価損を認識したため経常利益以下については大幅な未達となった。

2026年3月期

主に以下の要因による利益増加にともない、ROE、営業利益、当期純利益、EPSについて、当初の中期経営計画の策定時点のものより増収はするものの減益することを見込む。

- 新規事業等のマネタイズ開始
- ソフトルの単価向上と業務効率の改善
- MAによる事業領域の拡大

2026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

	2025年 3 月期 実績	2026年 3 月期 予算	増減	前年度同期比
売上高	3,693,315	4,387,286	+ 693,971	+ 18.8%
営業利益	638,411	665,327	+ 26,916	+ 4.2%
経常利益	423,446	673,092	+ 249,646	+ 59.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	91,594	485,075	+ 393,481	+ 429.6%
EBITDA	767,611	829,685	+ 62,074	+ 8.1%
配当性向	156.5%	30.8%	▲ 125.7%	-
EPS	12.78	68.16	+ 55.38	+ 433.3%
ROE	3.4%	18.0%	+ 14.6%	-

2026年3月期 通期業績・配当予想

売上高

ソーシャルコマース、金融事業、生成AI事業等の新規事業のマネタイズ開始。

futureshop

利用料金改定によるランニング売上増加や広告運用・コンサルティング・アライアンス連携で増収を見込む。

SOFTTEL

利益率の改善の一方で「Commerce Connect」開発を優先させるため、増収を見込む。

営業利益・EBITDA

futureshop

主に、エンジニア・越境ECの人員獲得のための採用費増加、各種マーケティング追加投資、サーバーコスト、セキュリティ対策費用増加により減益を見込む。

SOFTTEL

利益率の改善のために、エンジニア人員には投資しつつ、その他各種コストダウンを図り、増益を見込む。

経常利益

左記営業利益の増減要因に加え、以下の要因に伴い増益を見込む。

- 投資先からの配当金
- その他昨年度のような一過性の損失・収益の発生は見込まれない。

親会社株主に帰属する当期純利益

前期は特別損失ならびにこれを要因とした、損金不算入項目が多く、税前利益に対して課税所得が増加していた。当期は特別損失の減少並びに、税務調整額が減少するため当期純利益は増加する見込み。

配当性向

調整後当期純利益の30%程度の配当性向で配当する見込み。

※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

EPS

収益力向上、適切な投資を踏まえたコストコントロールに伴い増加を見込む。

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。



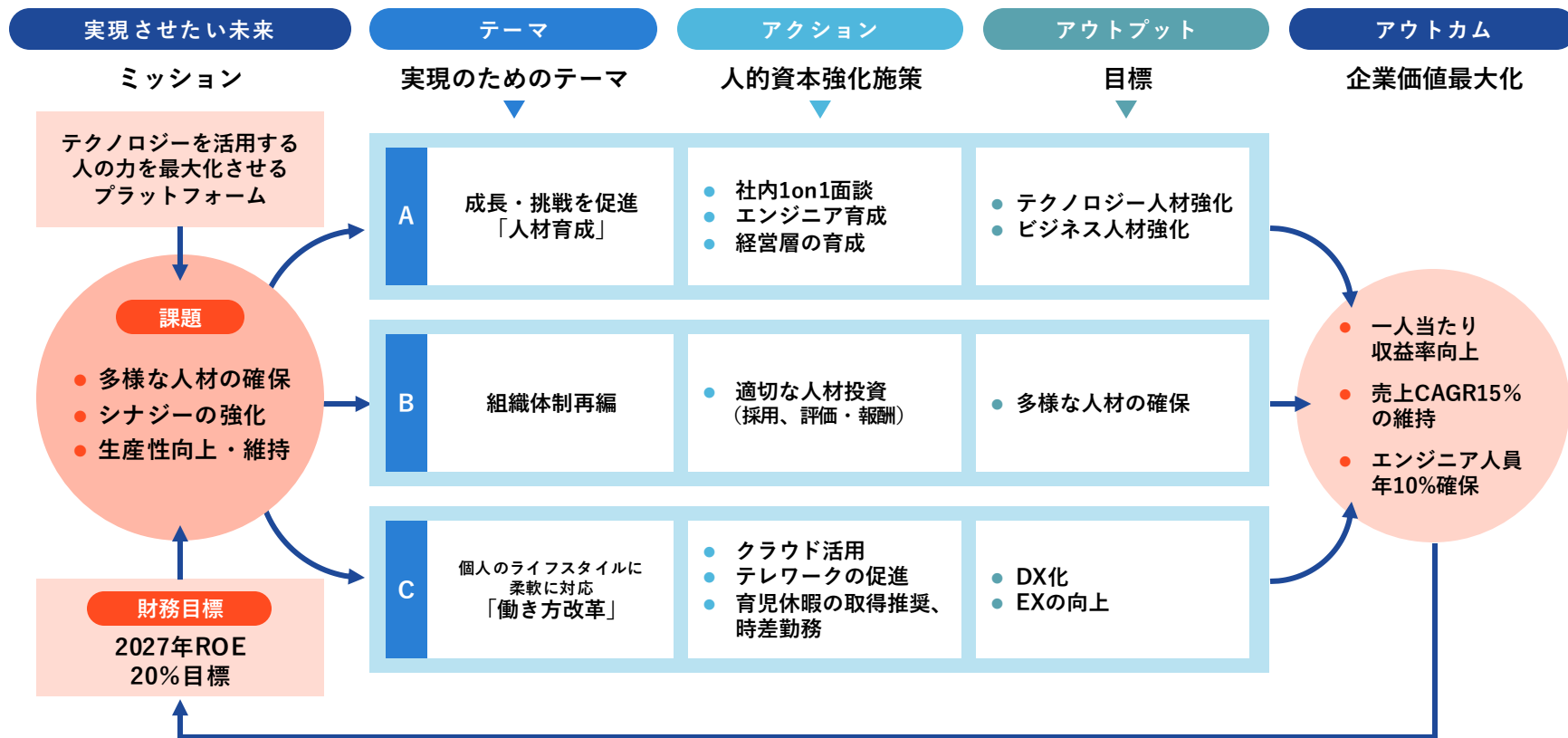
取得に係る事項の内容

(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

8

人的資本戰略

人材戦略策定





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