



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2四半期（中間期）

決算説明資料

2025年11月14日

目次

1. エグゼクティブサマリー	P.03
2. 2026年 3 月期中間期決算概況	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、次世代市場の開拓とともに牽引する。

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 2 四半期（中間期） サマリー

連結

連結売上高

連結営業利益

連結営業利益率

親会社株主に帰属する
中間純利益

19.1億円

2.0億円

10.8%

1.5億円

YoY

+ 0.9億円
(+ 5.2%)

YoY

▲ 1.1億円
(▲ 35.9%)

YoY

▲ 6.9pts

YoY

+ 0.7億円
(+ 103.0%)

営業利益 減

- ・ フューチャーショップ：価格改定等によるARPU増加で増収。一方、新規事業含めた業容拡大に伴う開発投資および人材関連費用の増加。さらに顧客獲得のための各種マーケティング投資により減益。
- ・ ソフトル：増収増益。主に、受託開発売上で大型案件※1の納品があったため。
- ・ 空色：1Qに引き続き新プロダクトの開発によるコスト増加のため減益。
- ・ 新規連結PINES・Newrona：事業ポートフォリオ構築などのPMI進行中のため営業損失となり、減益。
- ・ HD※2：グループ拡大につき管理コスト増加。

純利益 増

- ・ 昨年度例外的に発生した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中間純利益は増加。

決算概要

2026年3月期 第2四半期（中間期） 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

14.0億円

YoY

+ 0.5億円
(+ 4.2%)

営業利益

3.5億円

YoY

▲ 0.5億円
(▲ 13.1%)

営業利益率

25.5%

YoY

▲ 5.1pts

GMV

1,004億円

YoY

+ 16.4億円
(+ 1.7%)

9月末契約件数

2,767件

FYTD

▲ 28件
(▲ 1.0%)

ARPU

84,085円

YoY

+ 5,627円
(+ 7.2%)

2026年3月期 第2四半期（中間期） ソフテル サマリー

単体 ソフテル



売上高

455百万円

YoY※1

+ 26.3百万円
(+ 6.1%)

営業利益

51百万円

YoY※1

+ 12.9百万円
(+ 33.9%)

営業利益率

11.2%

YoY※1

+ 2.3pts

開発売上総額

204百万円

YoY

+ 19.6百万円
(+ 10.7%)

ストック売上

238百万円

YoY

+ 9.0百万円
(+ 3.9%)

その他売上

13.4百万円

YoY

▲ 2.3百万円
(▲ 14.7%)

ストック売上比率※2

52.3%

YoY

▲ 1.1pts

プロダクト開発
方針

future shop

- マーケティング機能強化
CRM・メール配信機能強化・
第1次アップデート2025年度中予定
- レビュー機能強化
2025年秋予定
- TikTok Shop連携機能
TikTok Shop商品連携・2025年秋予定
- サイトパフォーマンス最適化
画像配信最適化対応・2025年秋予定
- 商品管理画面リプレイス・UI強化
classic版から現行版へのリプレイス
第一次アップデート：2025年度中予定
- 統合ECバックエンド機能搭載

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
担当制による伴走サポート開始

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

SOFTTEL

- 在庫・顧客・注文データの統合OMS
「Commerce Connect」
開発中
- TikTok shop API連携オプション
受注・出荷・在庫情報が自動で連携できる機能を提案開始
- 受注処理代行サービス
提案開始

- 関東営業・開発拠点の強化
- 通販する蔵ログイン時の連携機能表示

- 通販する蔵の保守料金（基本利用料）改定
により、ストック売上※が約5%増額

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 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

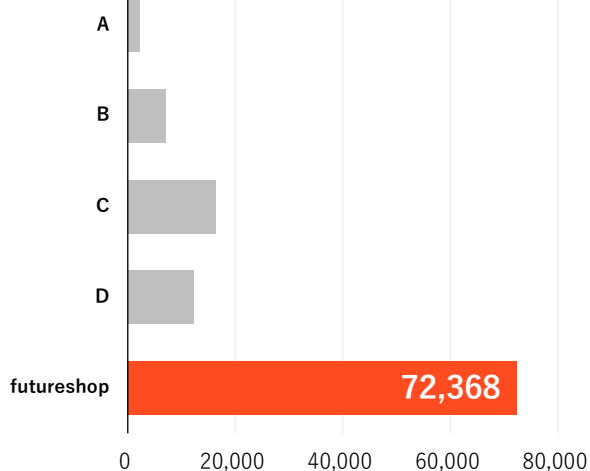
開発リソースが最大限に利益化されエンジニアをプロダクト開発に集中させられるため離職率も低い
全ての顧客が同じ環境であるため、成功パターンのナレッジを蓄積・共有がしやすく、再現性も高い

顧客と伴走し、堅実に成長に寄り添う futureshop

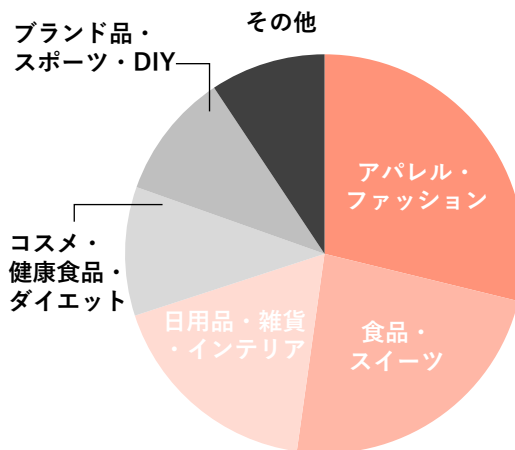
ノンカスタマイズ提供でも圧倒的に高い1店舗あたりGMV

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
(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2Qvs2026年3月期2Q)

+20.1%

成長率平均※1前年度同期比
(2024年3月期2Qvs2025年3月期2Q)

+23.2%

※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)

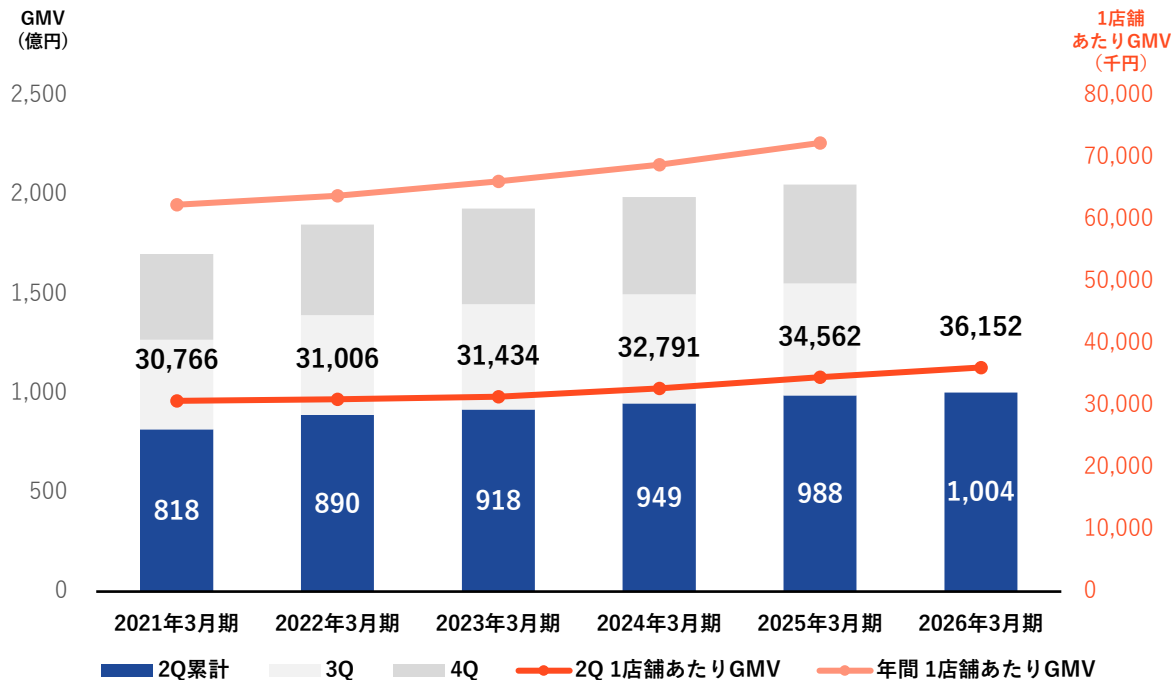
※1 契約を2年以上継続している顧客の成長率平均=2年以上契約を続けている顧客のうち、毎月1円以上の売上がある店舗を対象とし、その売上成長率の平均を示すもの。契約から2年未満の顧客は対象外としており、初期段階に見られる急激な成長の影響を除外している。

顧客のGMVを堅実に成長させる futureshop

2026年3月期第2四半期（中間期）累計

GMV **1,004.9億円**（前年度同期比 **1.7%増**）

1店舗あたりGMV **36,152千円**（前年度同期比 **4.6%増**）



GMVは当第2四半期で
1,004.9億円
前年度同期比 **+1.7%**

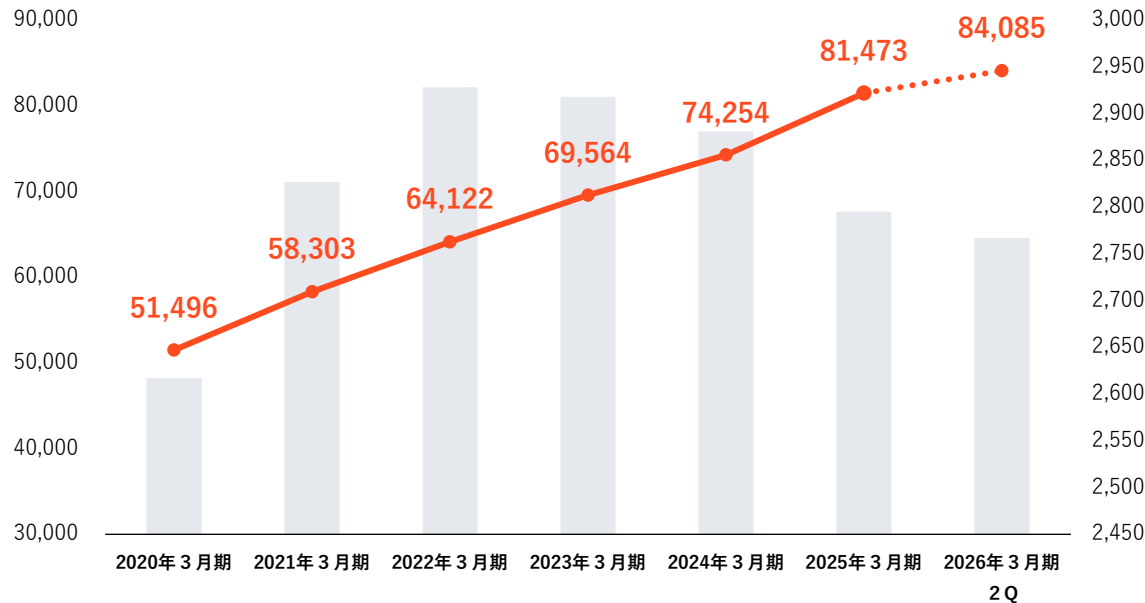
新規契約店舗の獲得は引き続き厳しい状況にある一方で、1店舗あたりのGMVは前年比4.6%増加。既存顧客は堅実に成長し、優良店舗への集中が進んでいる。また、2024年6月からの料金改定による契約店舗数への影響は軽微であるものの、売上規模の小さい事業者によるECサイトの閉鎖に伴い、解約が増加した。

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

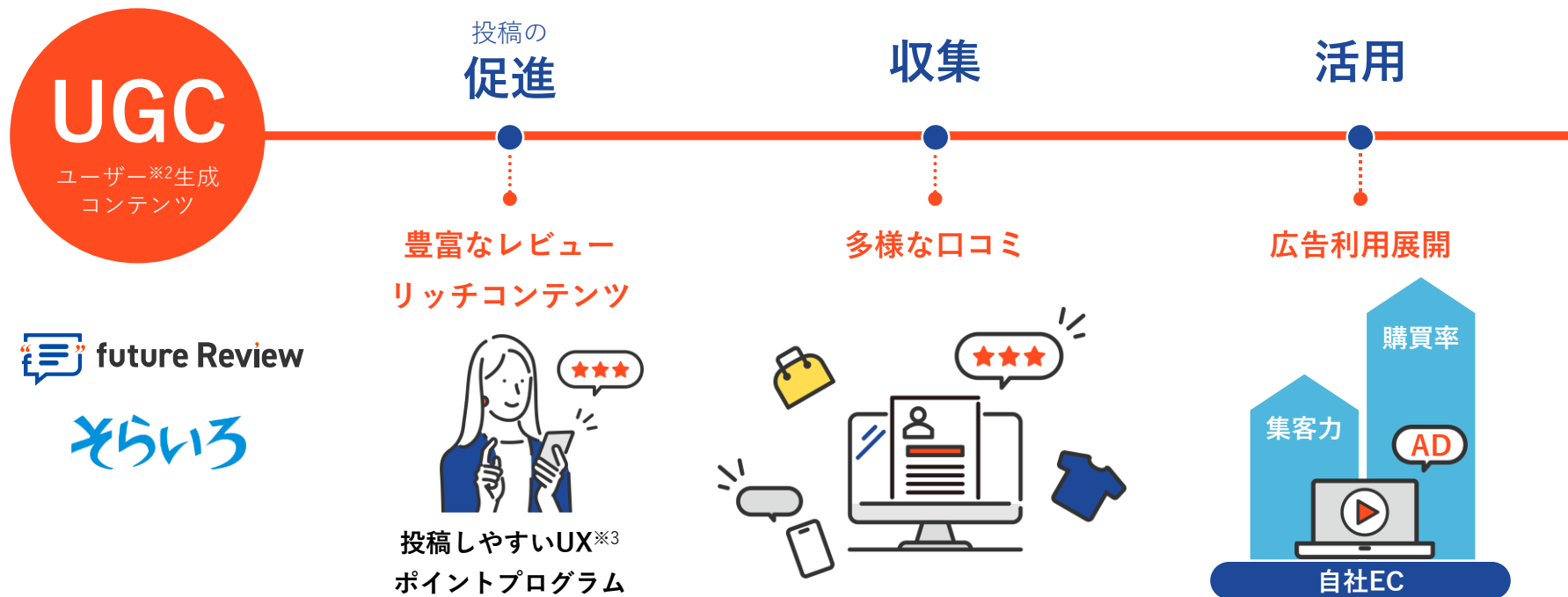
サービスの高付加価値化や
アップセル戦略の効果



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。

空色が開発するUGC※1ソリューション

futureshop向けのOEM開発を進行し、グループのGMVやARPUを高めるとともに本ソリューションの競争力自体も高め、他社ECプラットフォームへの展開を実施。



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

Optimize

海外向け
デジタル
マーケティング
最適化

Marketing

マーケティング
支援強化

Expansion

国内企業の
海外展開
支援強化

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

権利を守る信頼関係×コミュニティ主導の拡散力

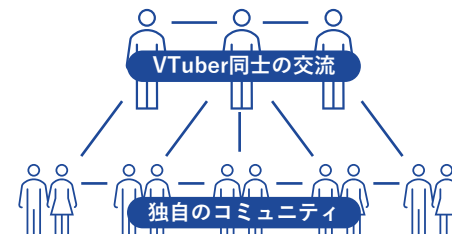
個人VTuberの権利と表現の自由を守る支援体制で、信頼度の高い関係を構築。VTuber同士のつながりと、その世界観に共感したファンによる独自のコミュニティが、ソーシャルコマースを活用した顧客のプロモーションを加速する。

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

1-2

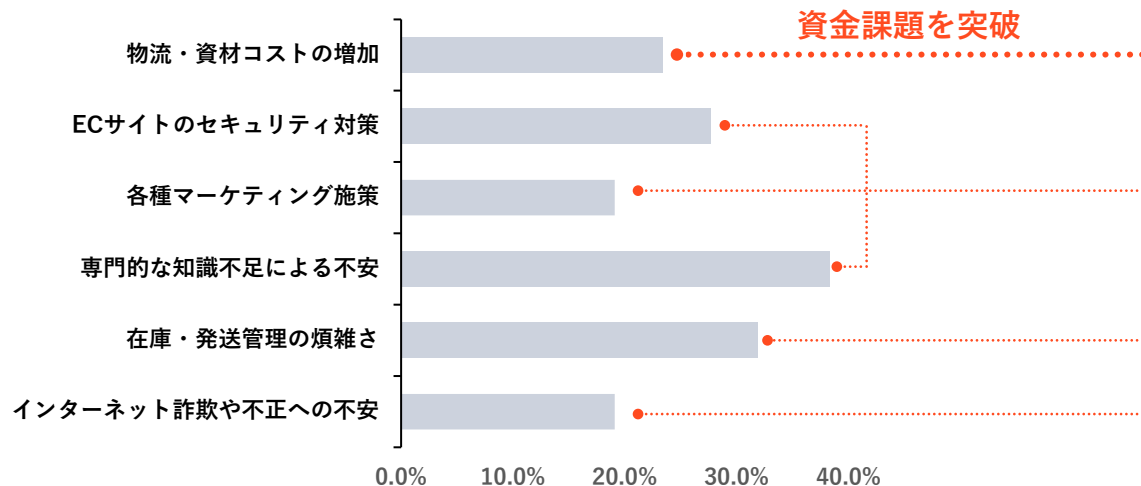
EC基盤×顧客の課題解決

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

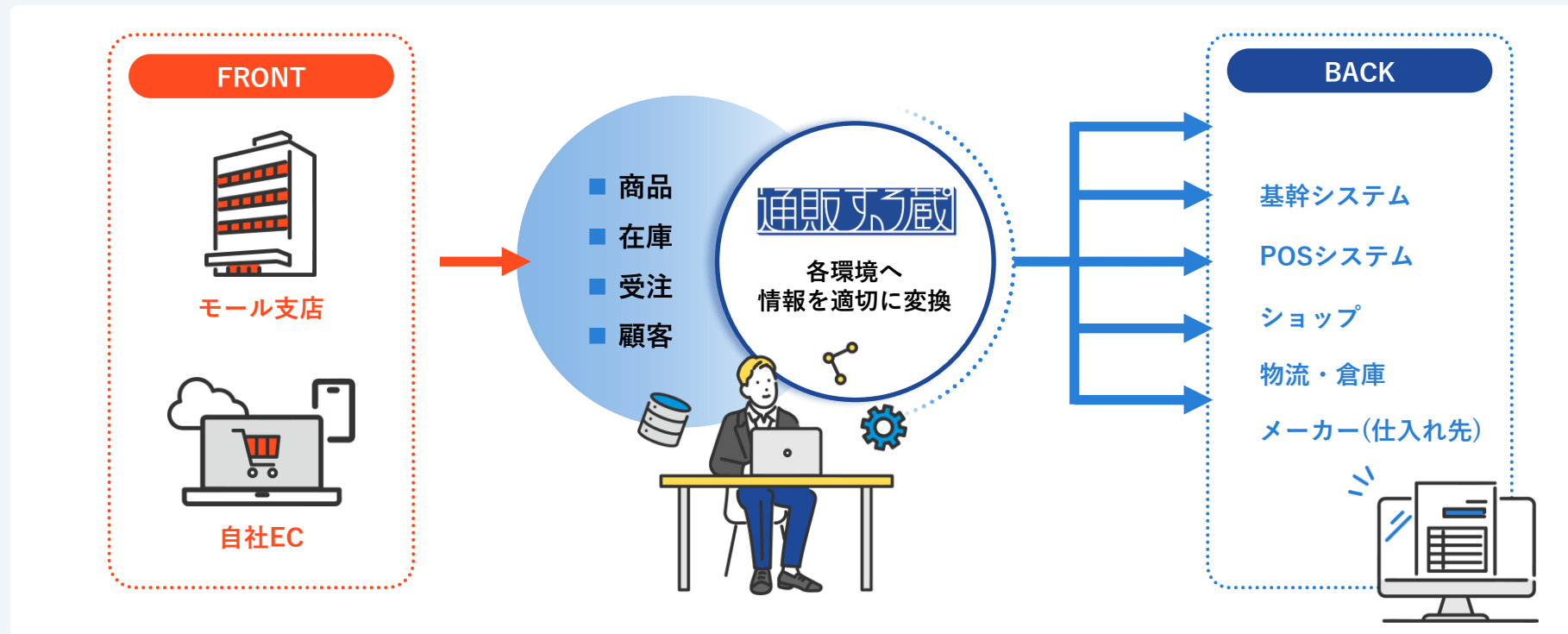
急な受注増による仕入れや、
予期せぬトラブルへの対応が
企業を差別化。
多様なシチュエーションでの
資金調達が必要に。

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、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2四半期（中間期）
決算概況

2026年 3 月期 第 2 四半期（中間期） 決算概要

連結 コマースOneホールディングス

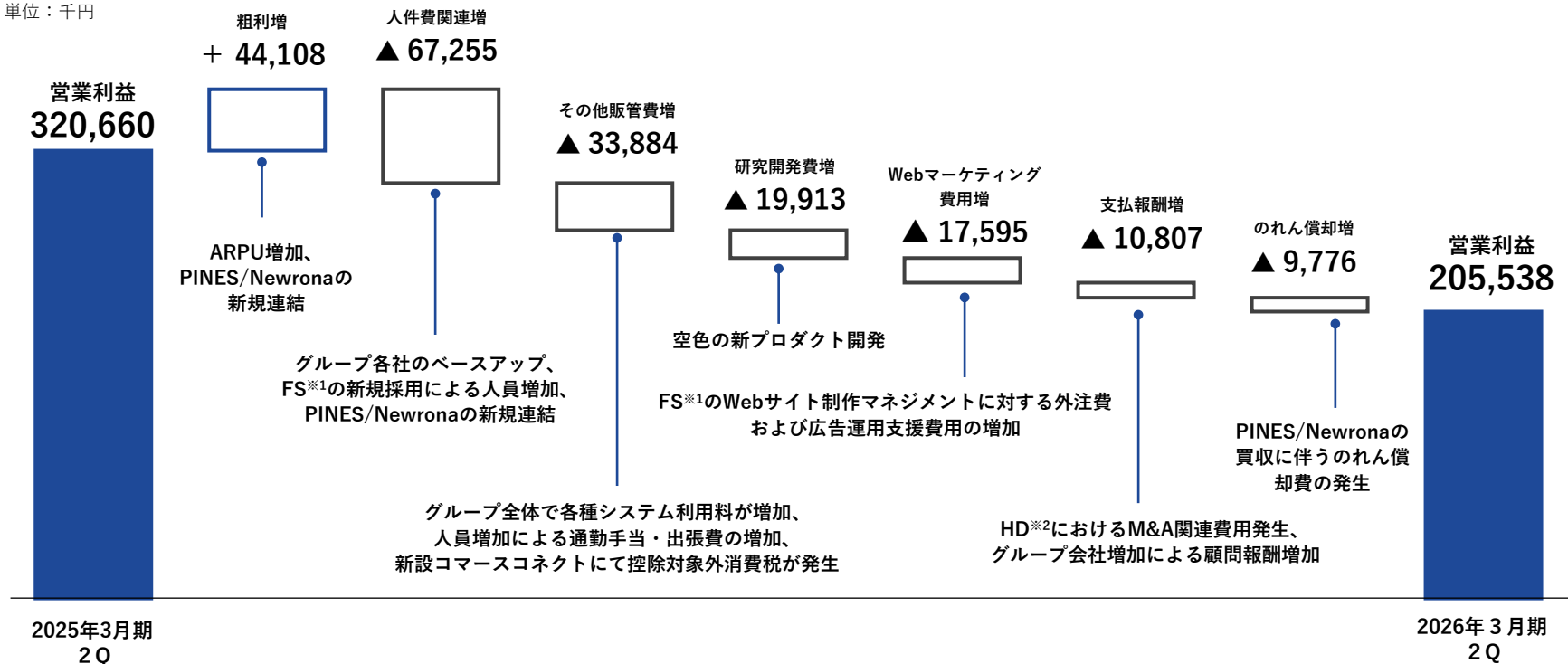
単位：千円

	2025年 3 月期 2 Q	2026年 3 月期 2 Q	増減	前年度同期比
売上高	1,816,569	1,910,840	+ 94,271	+ 5.2%
営業利益	320,660	205,538	▲ 115,122	▲ 35.9%
経常利益	207,192	278,738	+ 71,546	+ 34.5%
税金等調整前 中間純利益	212,175	278,738	+ 66,563	+ 31.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益	77,651	157,623	+ 79,972	+ 103.0%

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2四半期（中間期） 営業利益～税金等調整前中間純利益の増減分析

[連結](#) コマースOneホールディングス

単位：千円

	2025年3月期 2 Q	2026年3月期 2 Q	増減
営業利益	320,660	205,538	▲ 115,122
営業外収益	27,613	73,976	+ 46,363
営業外費用	141,081	776	▲ 140,305
経常利益	207,192	278,738	+ 71,546
特別利益	6,176	—	▲ 6,176
特別損失	1,193	—	▲ 1,193
税金等調整前 中間純利益	212,175	278,738	+ 66,563
EBITDA※	381,999	277,246	▲ 104,753

- ・ 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
- ・ 円安による外貨資産の評価益計上

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2四半期（中間期）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 2 Q	増減	
流動資産	2,379,069	2,376,490	▲ 2,579	● PINES/Newrona買収による減少
現金及び預金	1,864,160	1,738,118	▲ 126,042	●
その他	107,053	171,583	+ 64,530	● 主にサーバー利用料割引のための前払金の増加によるもの
:	:	:	:	
固定資産	1,092,453	1,302,793	+ 210,340	
のれん	12,422	92,862	+ 80,440	● 1 QでPINESが新規連結子会社となったため発生
投資有価証券	443,689	568,087	+ 124,398	●
:	:	:	:	● 投資先台湾株式の株価が上昇
流動負債	852,566	918,534	+ 65,968	
固定負債	95,740	101,641	+ 5,901	
純資産	2,523,215	2,659,107	+ 135,892	
自己株式	▲ 57,243	▲ 99,827	▲ 42,584	● HD※の自己株式取得
その他 有価証券評価差額金	173,893	259,143	+ 85,250	● 投資先台湾株式の株価が上昇

2026年3月期 第2四半期（中間期） 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

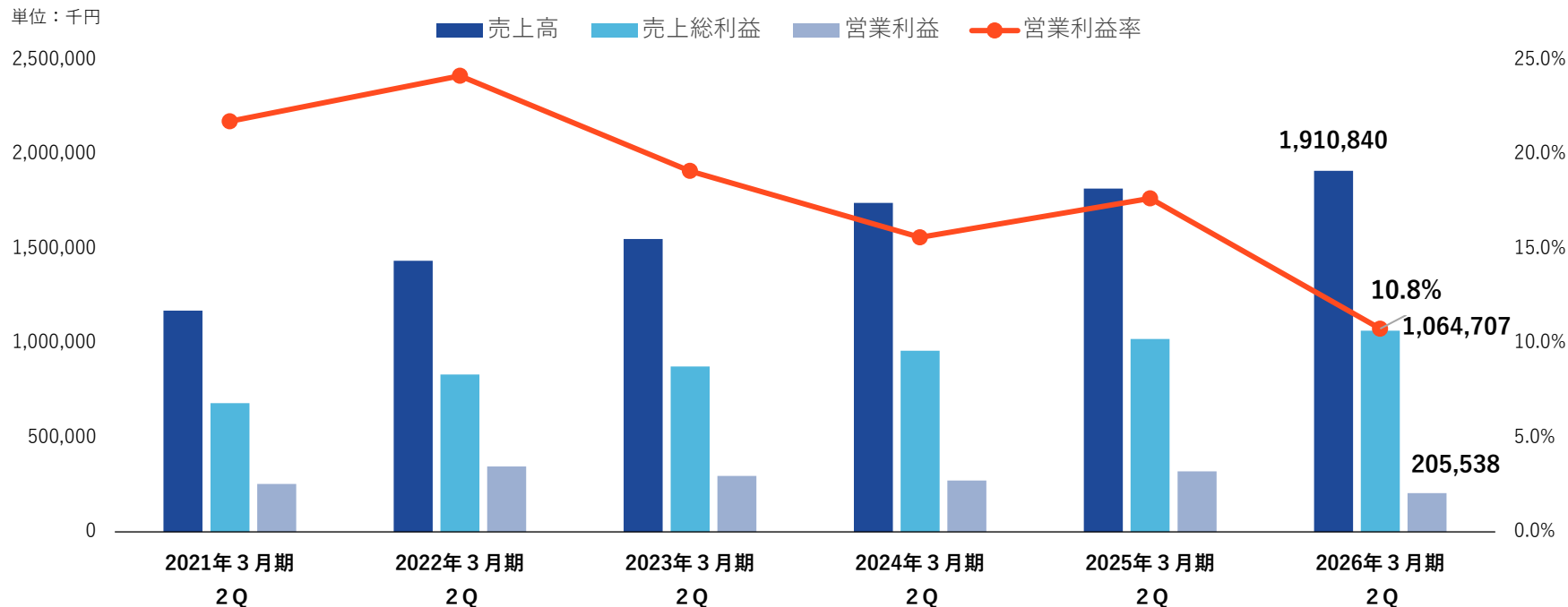
単位：千円

	2025年3月期2Q	2026年3月期2Q	増減	
営業活動によるキャッシュ・フロー	97,316	122,019	+ 24,703	
税金等調整前中間純利益	212,175	278,738	+ 66,563	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
持分法による投資損益	124,594	-	▲ 124,594	
その他	▲ 140,933	▲ 54,018	+ 86,915	
：	：	：	：	主に、FS※1にてサーバー利用料割引のための前払金支払額の差額
法人税等の支払額	▲ 115,445	▲ 116,876	▲ 1,431	
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 112,762	▲ 152,025	▲ 39,263	
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	PINESの株式を取得
敷金及び保証金の差入による支出	▲ 35,762	-	+ 35,762	昨年度、FS東京支社移転に伴う差入保証金支出のため
：	：	：	：	
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 96,151	▲ 110,582	▲ 14,431	
自己株式の取得による支出	▲ 15,036	▲ 42,838	▲ 27,802	HD※2の自己株式取得実行
配当金の支払額	▲ 79,008	▲ 71,317	+ 7,691	配当金における支払額の差額
：	：	：	：	
現金及び現金同等物の増減額（▲は減少）	▲ 127,025	▲ 126,042	+ 983	

2026年3月期 第2四半期（中間期） 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：FS※の新規事業を含めた業容拡大に伴う投資およびマーケティング投資、空色の新プロダクトの開発費増、PINES・Newronaの新規連結のため



3

予算進捗

2026年3月期 第2四半期（中間期） 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 2Q実績	2026年3月期 通期予算	進捗
売上高	1,910,840	4,387,286	43.6% 
営業利益	205,538	665,327	30.9% 
経常利益	278,738	673,092	41.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	157,623	485,075	32.5%

- ・ 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

M&Aによる新規グループ会社の事業化が進捗中のため

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	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	2025年9月24日～2025年11月13日
(5)取得方法	取引一任契約に基づく市場買付
(6)10月末時点での取得株数(進捗状況)	11,200株 (22.4%)
(7)10月末時点での取得総額(進捗状況)	9,018,000円 (20.04%)

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

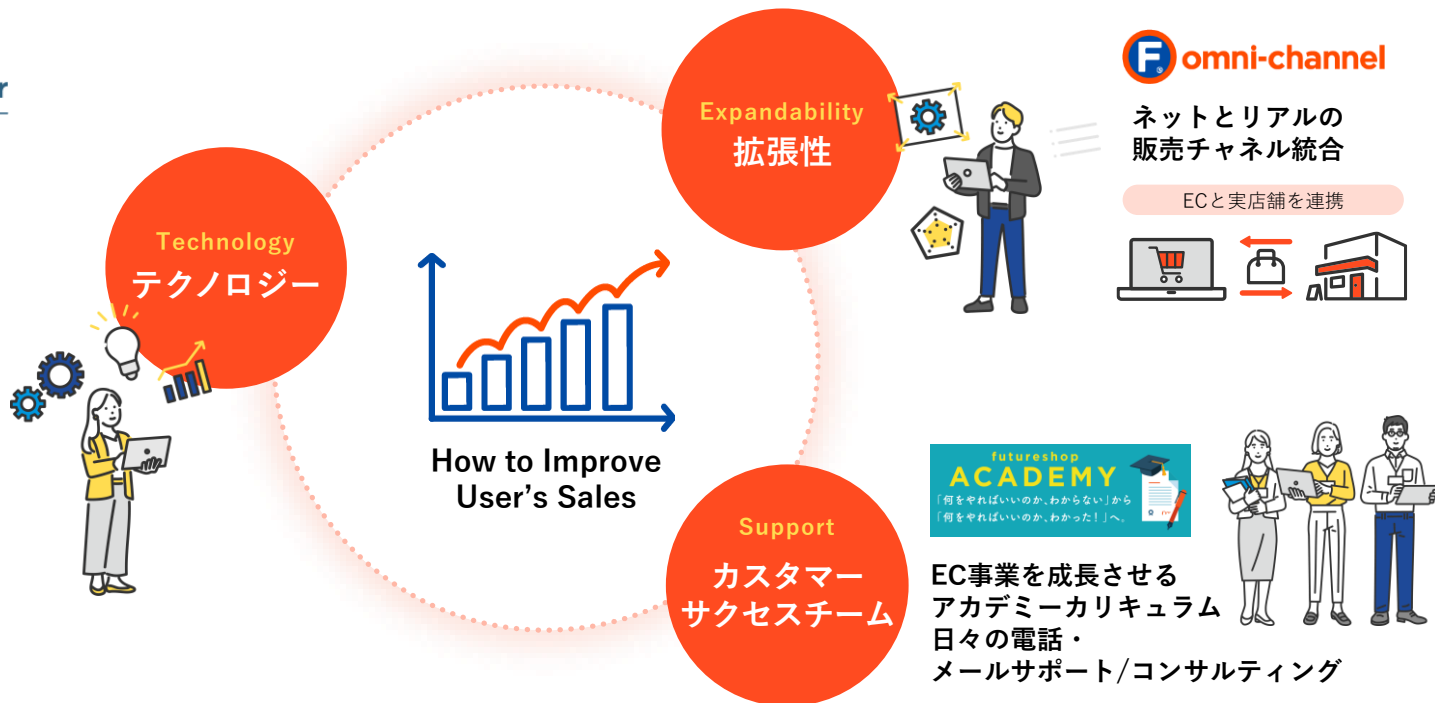
サービスの強み

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。

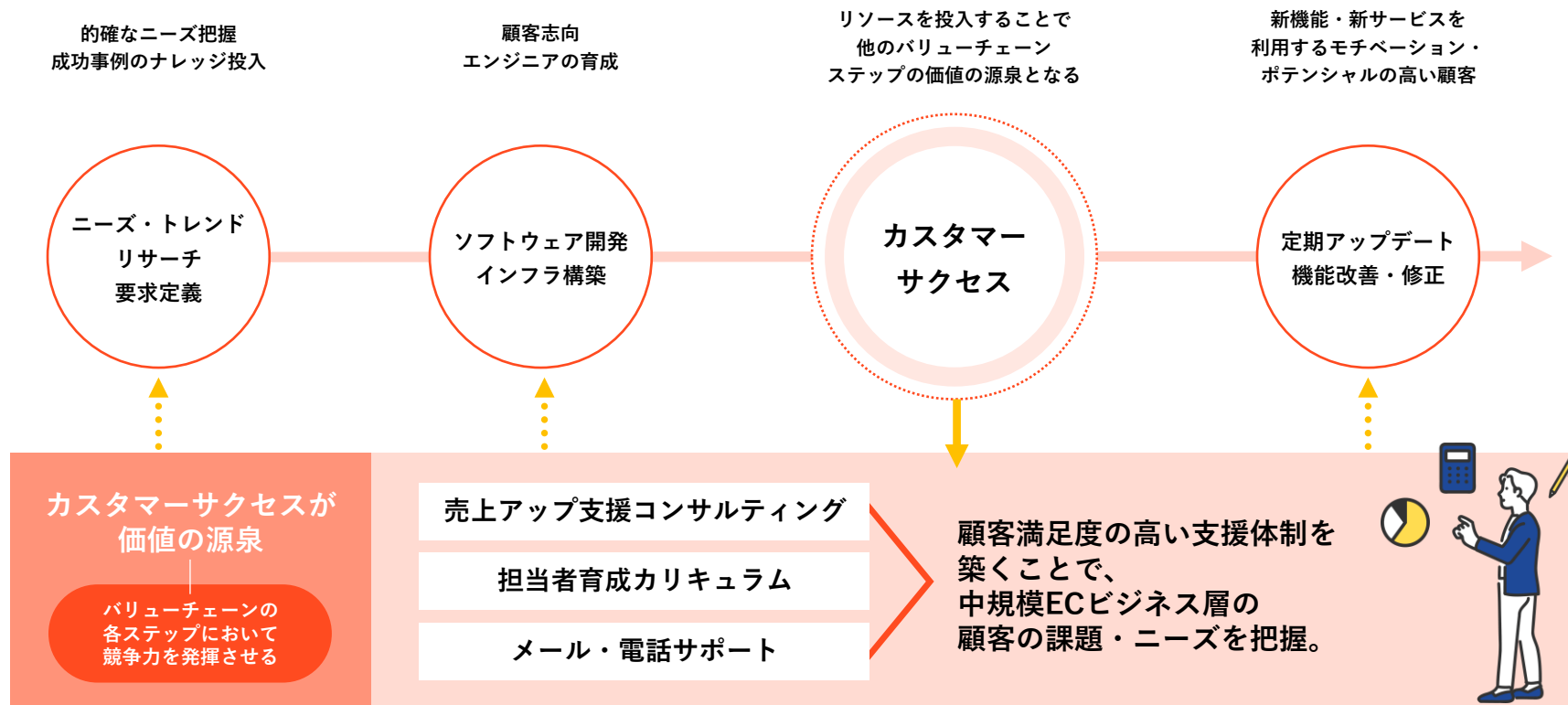


(特許登録済 特許第6619478号)

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2四半期（中間期）事業トピックス

プレスリリース 2025.07.02

futureshopシリーズ バージョンアップ

① 配送予定日表示の強化第四次アップデート

注文時のお届け希望日選択肢から特定の日付・曜日を除外できる機能を追加。
食品など経過日数に制限がある商品を扱う事業者の課題を解消。

② Web領収書ダウンロード機能（インボイス対応）を追加

ユーザーのマイページおよび管理画面の受注詳細画面に
Web領収書ダウンロード機能を追加。
ユーザー自身でマイページから領収書を発行できるようになり、
法人利用でもスムーズな購入が可能に。



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

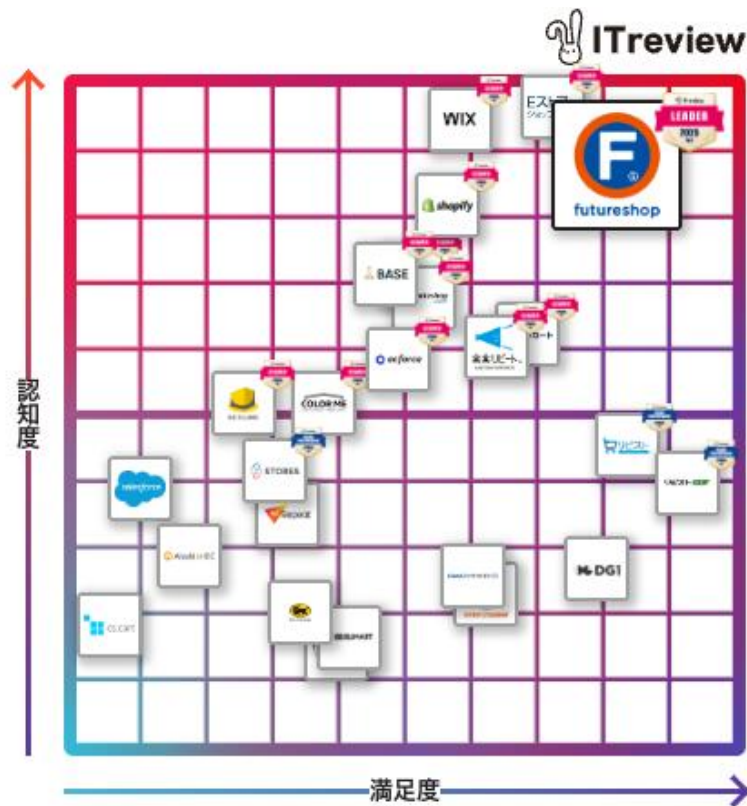


ITreview Grid Award 2025 Fall にて
ECサイト構築部門の「Leader」バッジを
25期連続(5年連続)受賞



「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

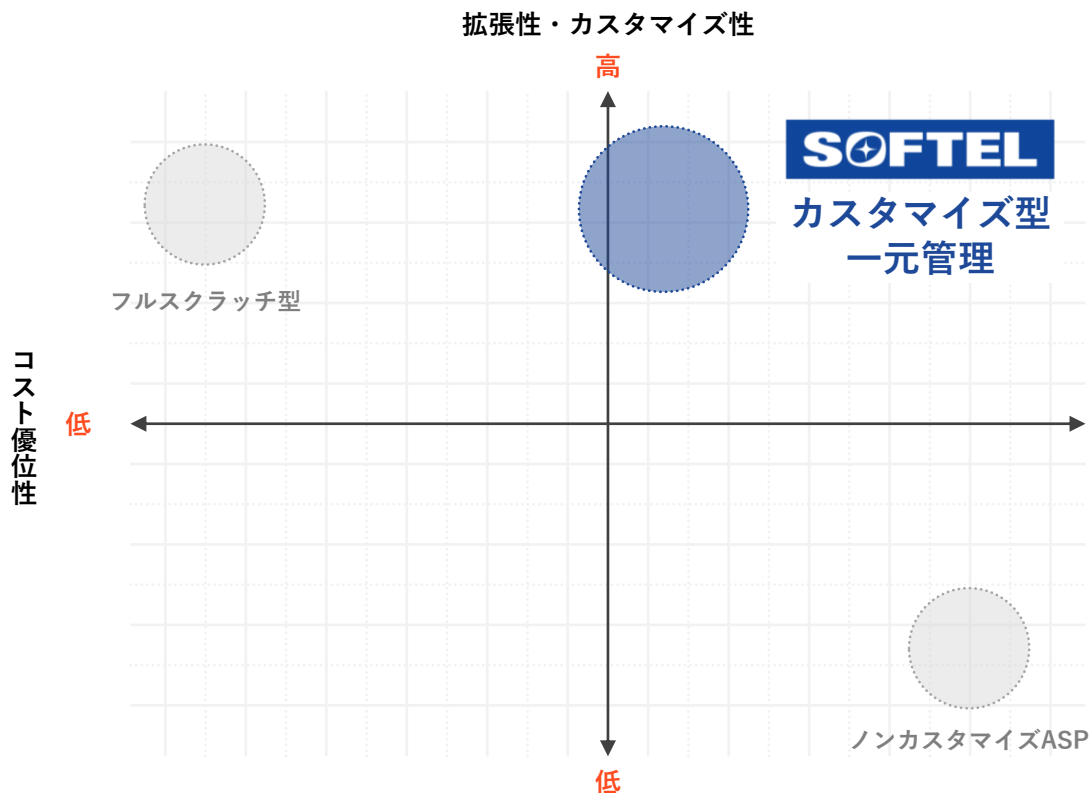
株式会社ソフテル

「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。

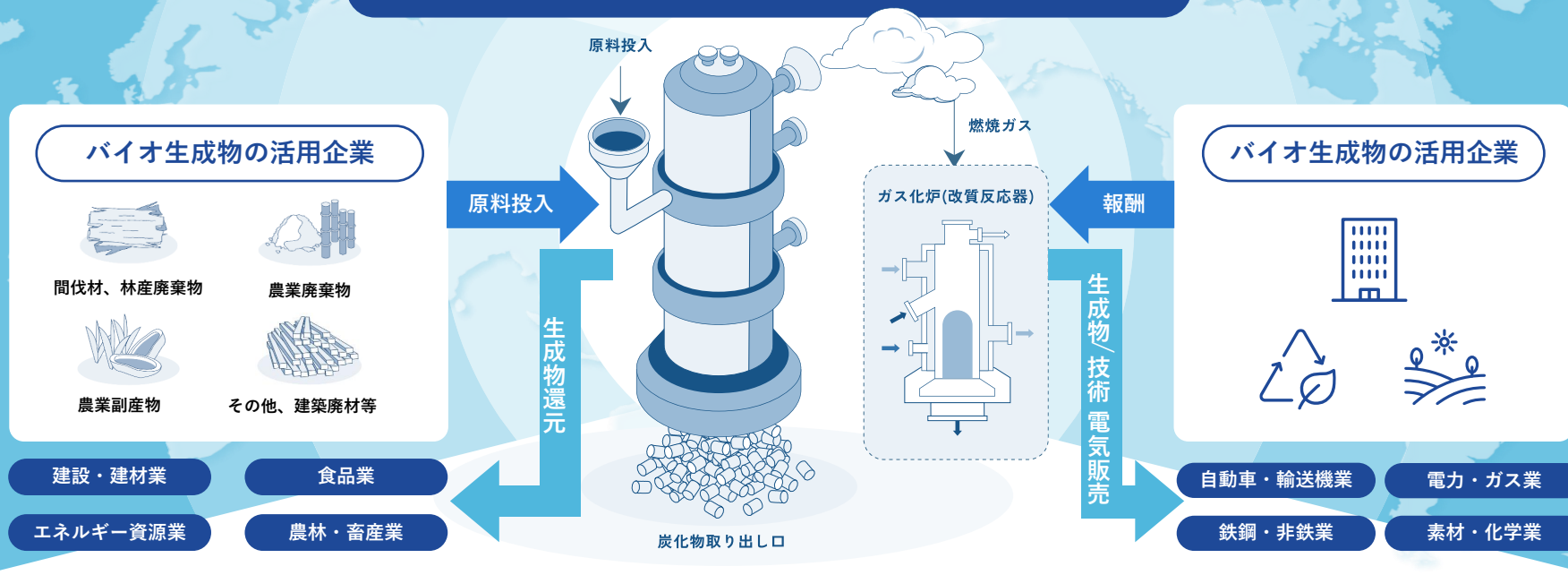
4-1

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

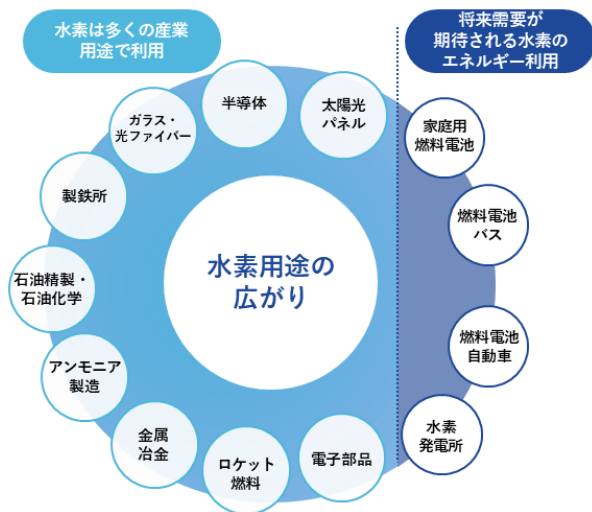
エネサイクル独自技術によるバイオ炭・ガスの生成



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

- ・ Carbontribe Labs OÜと提携、バイオ炭プラントにAI・ブロックチェーン技術を導入
- ・ 国際基準準拠のデジタルクレジット生成により、カーボンクレジット市場へ参入



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

