

2021年5月期 第2四半期決算説明資料

Inter **Factory**

株式会社インターファクトリー

証券コード：4057

2021年1月14日

1	会社概要	3
2	2021/5期第2四半期決算および通期見通し	10
3	市場の状況	21
4	自社分析	26
5	成長戦略	30

会社概要

ソフトウェア受託開発の豊富な経験を活かし、大規模EC事業者の成長を支援するクラウドコマースプラットフォーム「ebisumart」の開発および運用保守サービスを提供。

会社名	株式会社インターファクトリー
設立	2003年6月
代表者	代表取締役社長 兼 CEO 蕪木 登
本社所在地	東京都千代田区富士見二丁目10番2号
資本金	386百万円 (2020/11末)
事業内容	クラウドコマースプラットフォーム「ebisumart」の開発および保守サービスの提供
セグメント	クラウドコマースプラットフォーム構築事業
売上高/経常利益	1,830百万円 / 162百万円 (2020/5期)
総資産	1,366百万円 (2020/11末)
従業員数	120名 (2020/11末)

企業理念

「関わる従業員、お客様、取引先様の幸せを実現する」



代表取締役社長 兼 CEO

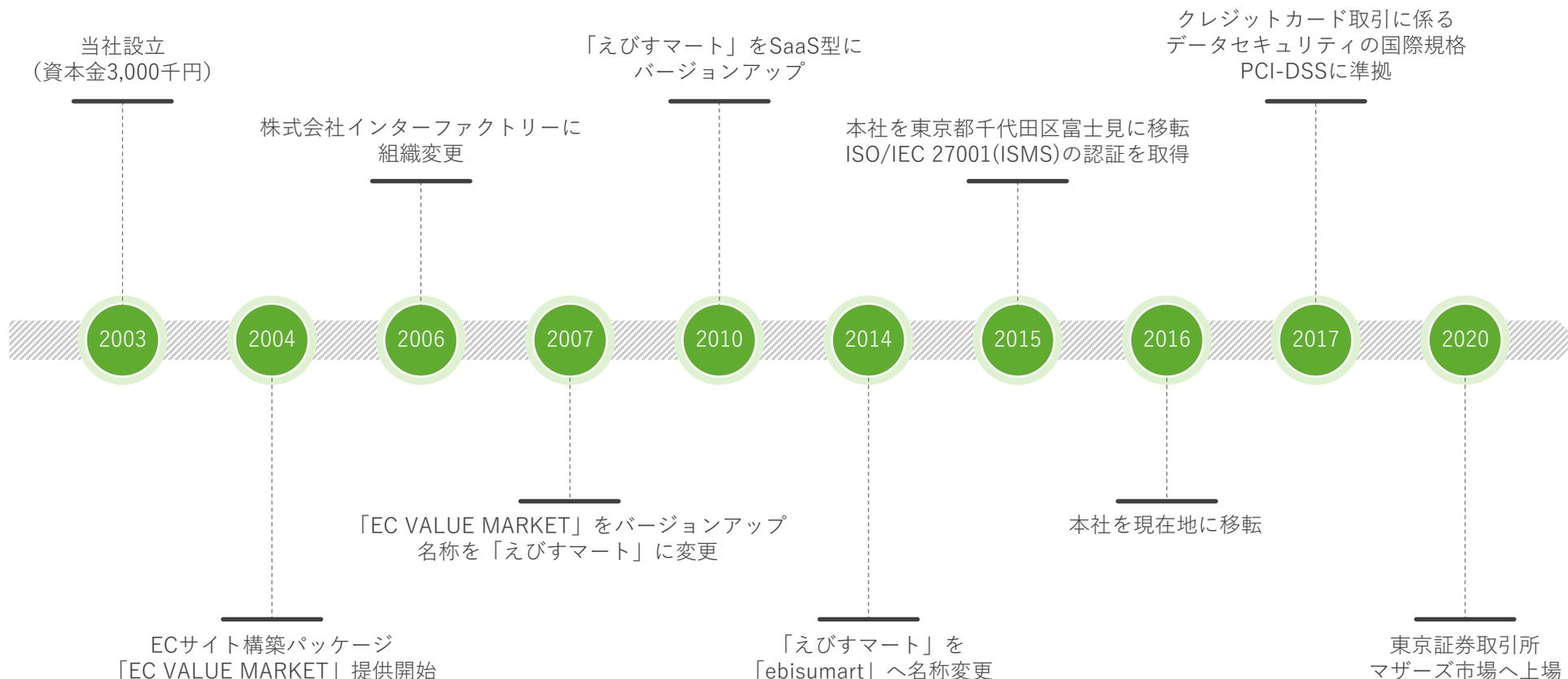
蕪木 登

Kaburaki Noboru

(略歴)

- 1998年4月 株式会社システムマネジメント入社
- 2001年1月 株式会社ケーソフト入社
- 2003年6月 有限会社インターファクトリー設立
- 2006年7月 株式会社インターファクトリーへ組織変更、代表取締役就任 (現任)

ソフトウェア受託開発を目的に2003年に創業。当初はECパッケージを主力とするも、世界的なクラウドサービスの潮流の中で2010年よりクラウドECに特化したサービスの提供を開始。



大規模EC事業者を対象としたクラウドコマースプラットフォームとして幅広いソリューションに対応。「拡張性・最新性・安心性」の3つの特長を持ち、フルカスタマイズを可能とすることで、大規模EC事業者のニーズに最適化されたソリューション提供を行う。

ebisumart

業種業界は問わず、大規模EC事業者で一層の国内売上拡大を目指す顧客を対象としたフルカスタマイズが可能な「クラウドコマースプラットフォーム」



BtoC



BtoB



オムニチャネル



モール型



マルチブランド



ふるさと納税サイト

3つの特長

最新性

システム基盤の毎週アップデートにより常に最新のシステムが利用可能

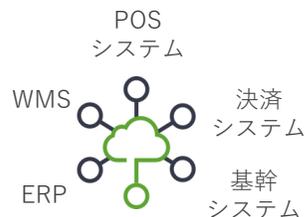


拡張性

API公開によるオープン化
累計公開API数954個



幅広いシステム連携



安心性



年間稼働率99.95%



セキュリティ基準の継続的な更新



WAFオプションなどによる強固なセキュリティ

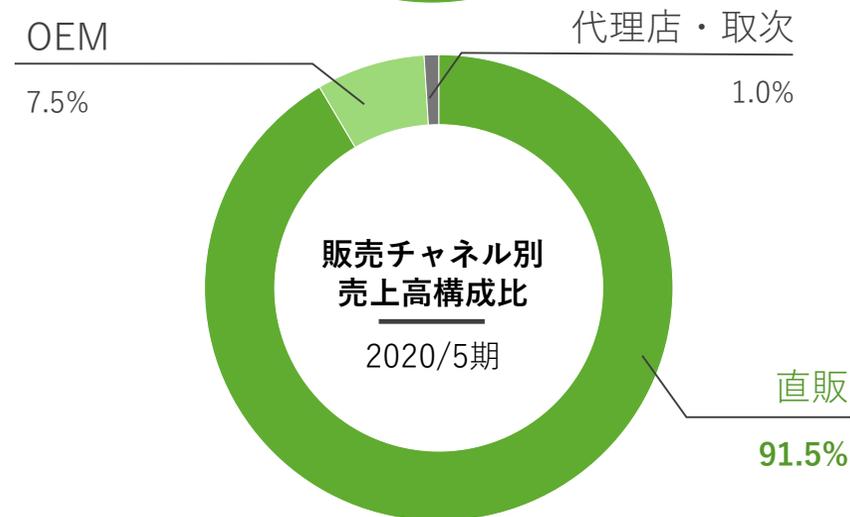
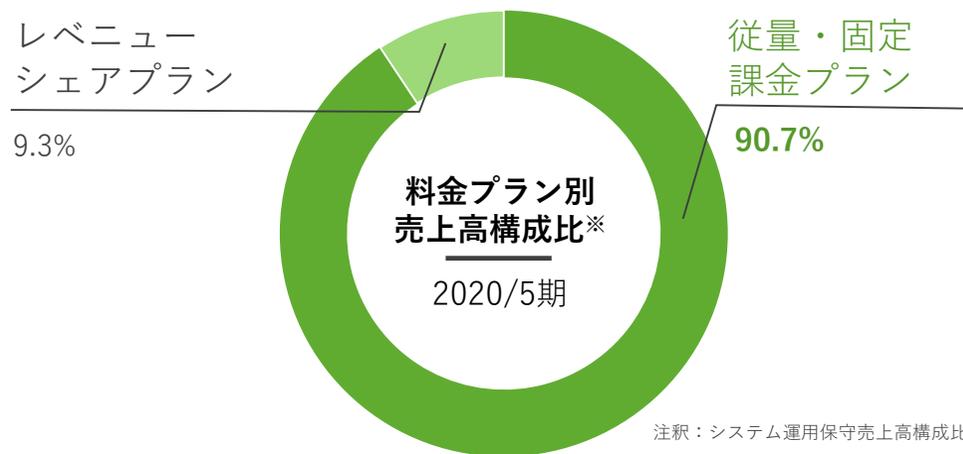
クラウドコマースプラットフォーム「ebisumart」の収益モデル InterFactory

売上高は、導入の初期費用となるシステム受託開発（フロー収益）と月額費用のシステム運用保守（ストック収益）に区分。月額費用では、「従量課金」「固定課金」「レベニューシェア」の3つの料金プランを設定。また、販売モデルは、顧客ニーズを把握可能なダイレクトセールスを中心にサービスを提供。

売上高区分

システム受託開発		システム運用保守	
初期費用		月額費用	
300万円～	従量課金	基本保守料金 +カスタマイズ保守料 +オプション料金 +PV課金（変動）	
300万円～	固定課金	基本保守料金 +カスタマイズ保守料 +オプション料金 +PV課金（固定）	
1,000万円～	レベニューシェア	月額売上の2.5%～	

基本保守料金：13.5万円 オプション料金：0～30万円



大規模EC事業者を中心に導入累計実績650店舗以上を誇る。
サービス提供先は、「BtoC」「BtoB」問わず、多岐にわたる業種への導入実績がある。

アパレル

- ラルフローレン株式会社
- 株式会社デイトナ・インターナショナル
- GUESS JAPAN合同会社
- デサントジャパン株式会社
- ヒットユニオン株式会社
- 株式会社ジョンブル
- 株式会社イケガミ
- 株式会社CA4LA
- 尾上繊維株式会社
- 株式会社メイウッド
- 株式会社ジュニア
- 有限会社クークス
- トムス株式会社

インテリア・雑貨・書籍

- 株式会社パーク・コーポレーション
- 株式会社伊東屋
- 株式会社アイデアインターナショナル
- 株式会社エアウィーヴ
- アンカー・ジャパン株式会社
- 株式会社ジョイフル本田
- エレクター株式会社
- 株式会社caramo
- 株式会社三省堂
- 株式会社小学館集英社プロダクション

美容・健康・医療

- カシオ計算機株式会社
- 株式会社バスクリン
- 株式会社カズマ

食品・飲料

- クリスピー・クリーム・ドーナツ・ジャパン株式会社
- 株式会社平田牧場
- 株式会社ケイシイシイ
- 株式会社ホリ
- 株式会社北菓楼
- 勝山ネクステージ株式会社
- 株式会社フィラディアス
- 株式会社菊廼舎本店
- 上土幌町役場

エンターテインメント

- 株式会社スクウェア・エニックス
- 株式会社SNKエンタテインメント
- 東京メトロポリタンテレビジョン株式会社
- レノボ・ジャパン合同会社
- 札幌テレビ放送株式会社
- 株式会社ボックス

デジタルコンテンツ

- 株式会社東京証券取引所
- 株式会社ゼンリン
- 西日本電信電話株式会社
- 株式会社NTTデータNJK

アウトドア・スポーツ

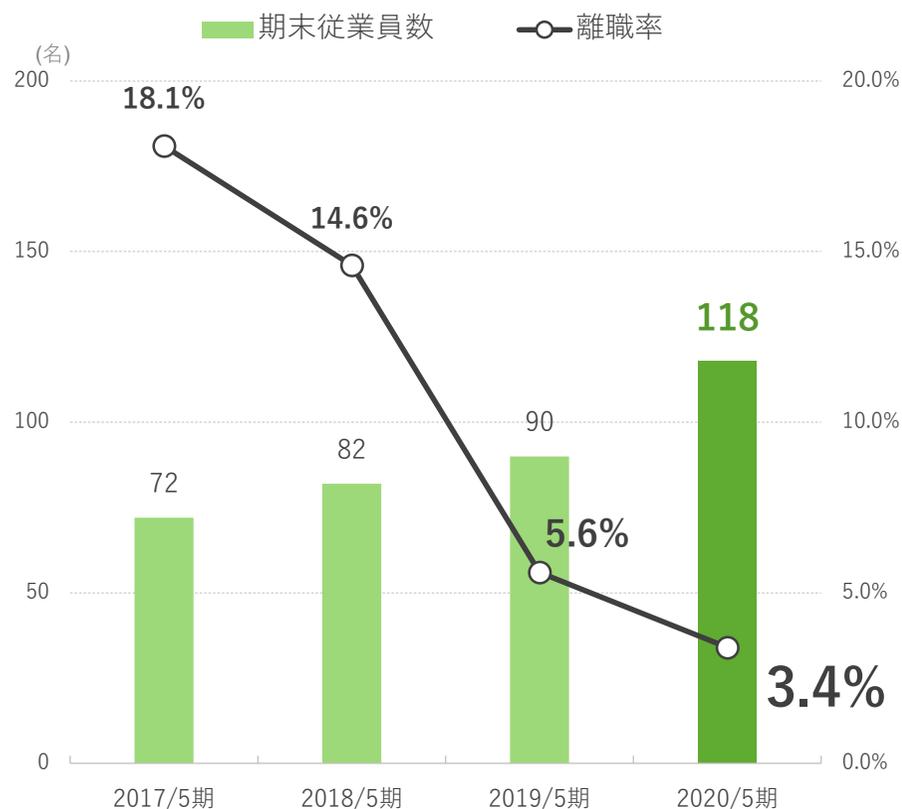
- 一般社団法人 日本自動車連盟 (JAF)
- 富士スピードウェイ株式会社
- 株式会社タマス
- 株式会社ミカサ
- 株式会社谷沢製作所

法人向け

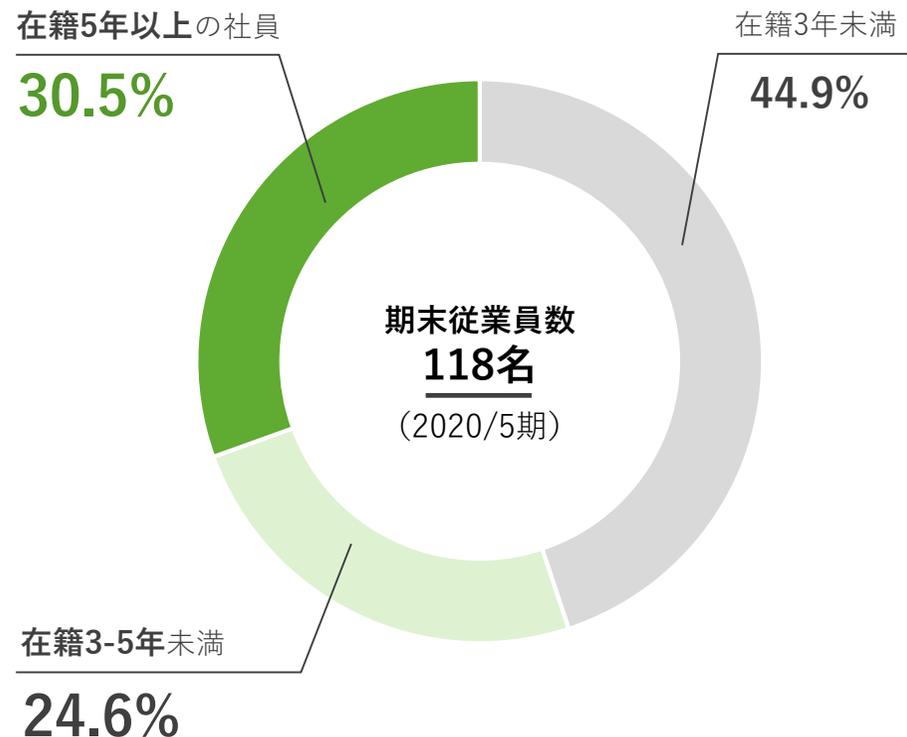
- 株式会社MTG
- 第一園芸株式会社
- 株式会社カワダ
- 株式会社ヤマハミュージックジャパン
- 株式会社日東
- 大洋製器工業株式会社

独自の社風文化の定着により大幅な離職率低下を達成し、人員の安定的な拡大を可能とする。
2018年6月よりプロジェクトマネージャー制へ移行し、従業員のさらなる育成が進みつつある。

従業員数と離職率の進捗



在籍年数別従業員数分布



■ 2021/5期第2四半期決算および 通期見通し

コロナ禍でのEC市場への追い風、上場効果による大幅受注増を達成。
 想定以上の大規模EC事業者の受注増が影響し、売上高は期初予想を未達とするが、コロナ対応による費用抑制が進み、利益面では想定を上回る進捗率となる。

第2四半期累計期間業績

事業KPI

売上高 **10.3** 億円
 期初予想比 : ▲3.6%
 予想進捗率 : 48.8%

受注件数増加率 **+27.1%**
 (前期四半期平均受注件数比)

営業利益 **1.1** 億円
 期初予想比 : +8.2%
 予想進捗率 : 54.9%

受注残高増加率 **+38.8%**
 (前期四半期平均残高比)

四半期純利益 **0.6** 億円
 期初予想比 : +9.6%
 予想進捗率 : 51.7%

GMV **658.5** 億円
 (第2四半期累計)

期末店舗数 **384** 店
 (第2四半期末)

システム受託開発の大規模案件比率が想定以上に上昇したことで売上高は期初予想を若干未達。一方、システム運用保守売上は順調な受注残高解消・既存顧客のEC事業拡大により、好調な進捗となる。運用保守の開発費用増の一時的な影響もあり、売上総利益は44.8%の進捗に留まるが、コロナ対応による交際費・各種経費・採用費用の抑制効果から営業利益以下の段階利益は期初予想を超過。

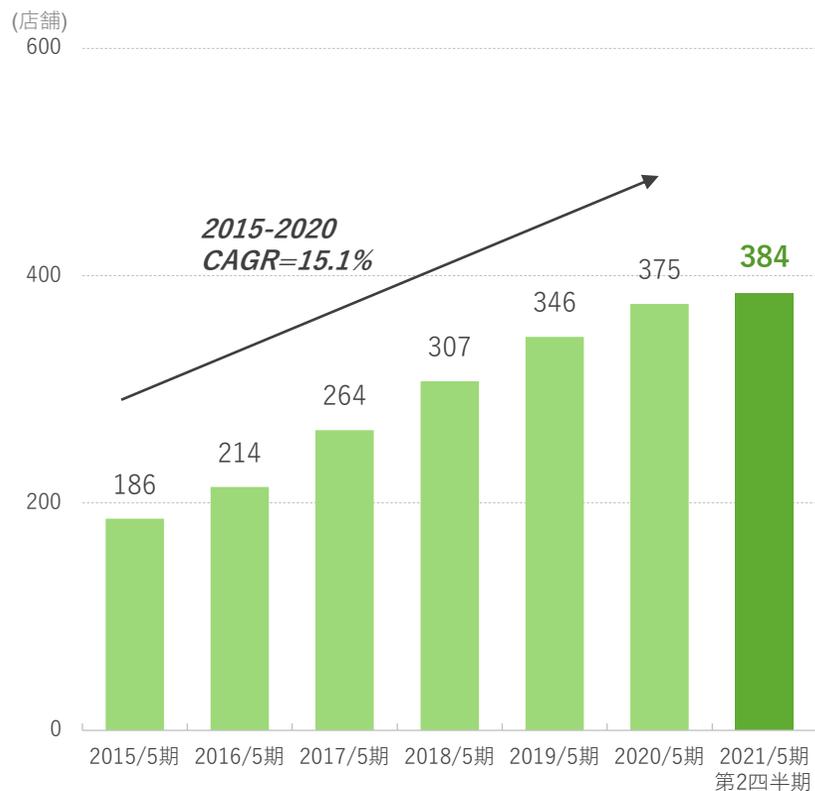
(百万円)	2021/5期				
	第2四半期累計 期初予想	第2四半期累計 実績	期初予想比	進捗率	通期 期初予想
売上高	1,074	1,035	▲3.6%	48.8%	2,121
システム受託開発	—	423	—	47.5%	891
システム運用保守	—	588	—	50.0%	1,178
その他	—	23	—	46.0%	50
売上総利益	—	428	—	44.8%	955
利益率	—	41.4%	—	—	45.0%
営業利益	104	112	+8.2%	54.9%	205
利益率	9.7%	10.9%	+1.2ppt	—	9.7%
経常利益	85	98	+16.1%	54.2%	182
利益率	7.9%	9.5%	+1.6ppt	—	5.6%
四半期（当期）純利益	59	64	+9.6%	51.7%	125
利益率	5.5%	6.2%	+0.7ppt	—	5.9%

当第2四半期では、大幅受注増が影響し、システム受託開発売上が前四半期比で大幅増収。利益面では、システム受託開発の売上構成比上昇の影響で売上総利益率が改善。また、コロナ対応による売上高販管費率の大幅な低下が営業利益以下で収益性改善に影響。

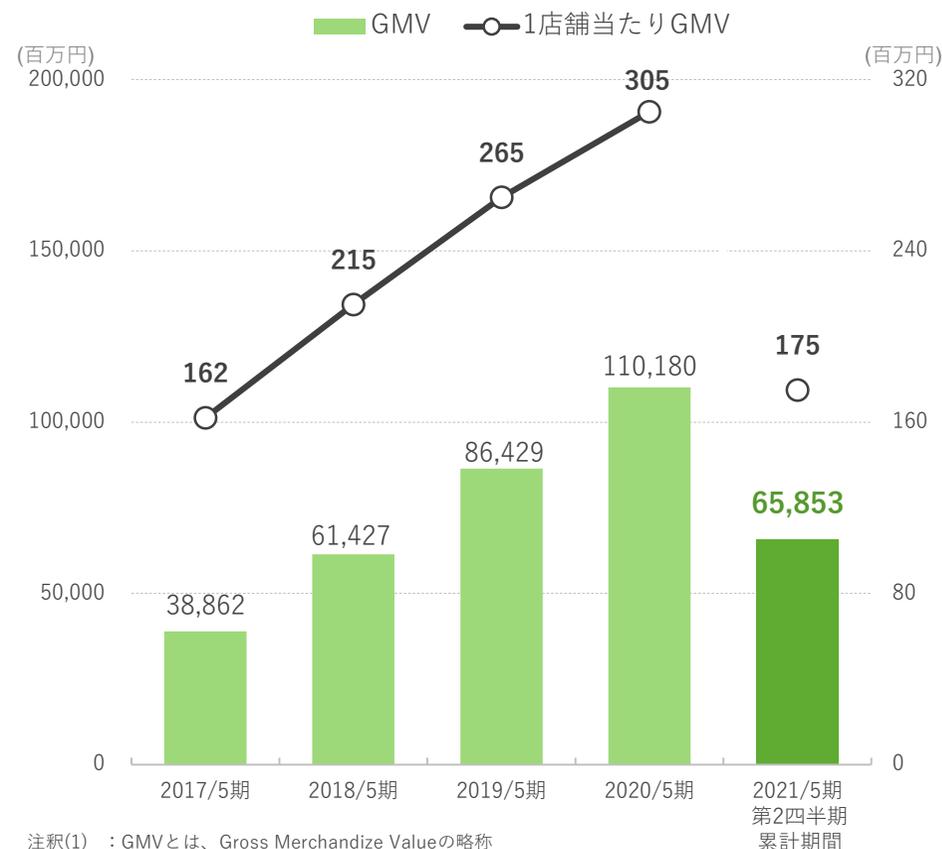
(百万円)	2021/5期			通期 期初予想
	第1四半期 実績	第2四半期 実績	前四半期比	
売上高	460	574	+24.8%	2,121
システム受託開発	157	266	+69.7%	891
システム運用保守	290	297	+2.4%	1,178
その他	12	10	▲19.9%	50
売上原価	279	327	+17.0%	—
原価率	60.7%	56.9%	▲3.8ppt	—
売上総利益	180	247	+36.7%	955
利益率	39.3%	43.0%	+3.7ppt	45.0%
販売管理費	155	160	+3.0%	—
販管費率	33.8%	27.9%	▲5.9ppt	—
営業利益	25	87	+242.7%	205
利益率	5.5%	15.2%	+9.7ppt	9.7%
経常利益	13	84	+514.3%	182
利益率	3.0%	14.8%	+11.8ppt	5.6%
四半期（当期）純利益	9	55	+484.8%	125
利益率	2.0%	9.6%	+7.6ppt	5.9%

前期下期の緊急事態宣言の影響で当第1四半期の顧客数が微減となったが、第2四半期で増加トレンドに回帰。顧客数の堅調な増加・既存顧客のEC事業拡大がけん引し、当第2四半期累計期間ではGMVが658億円に到達。

顧客数（期末店舗数）の推移



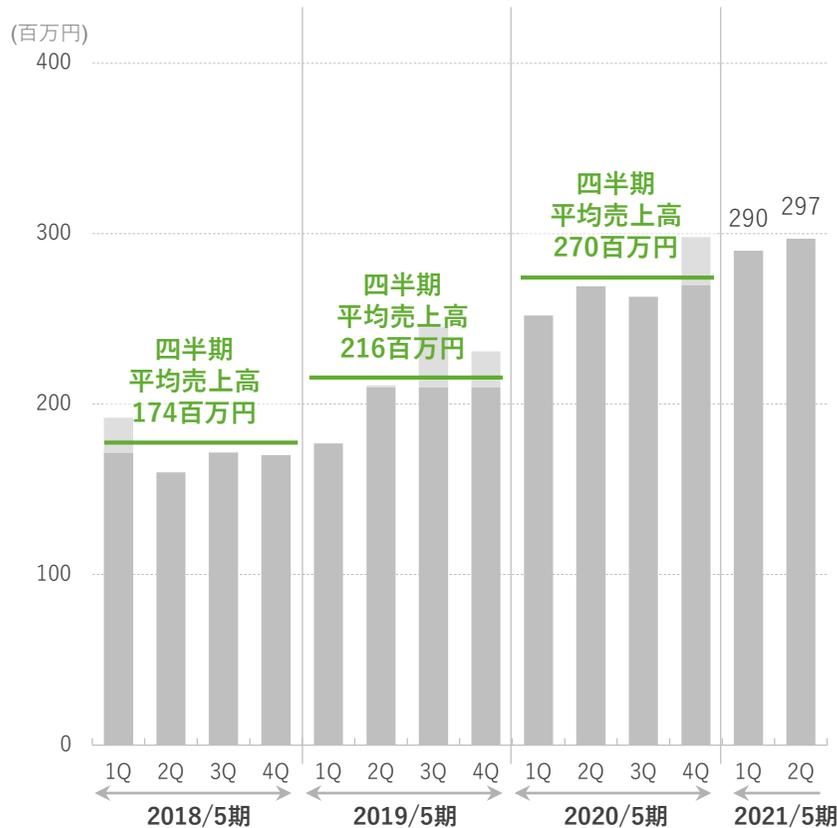
GMV※1および店舗あたりGMVの推移



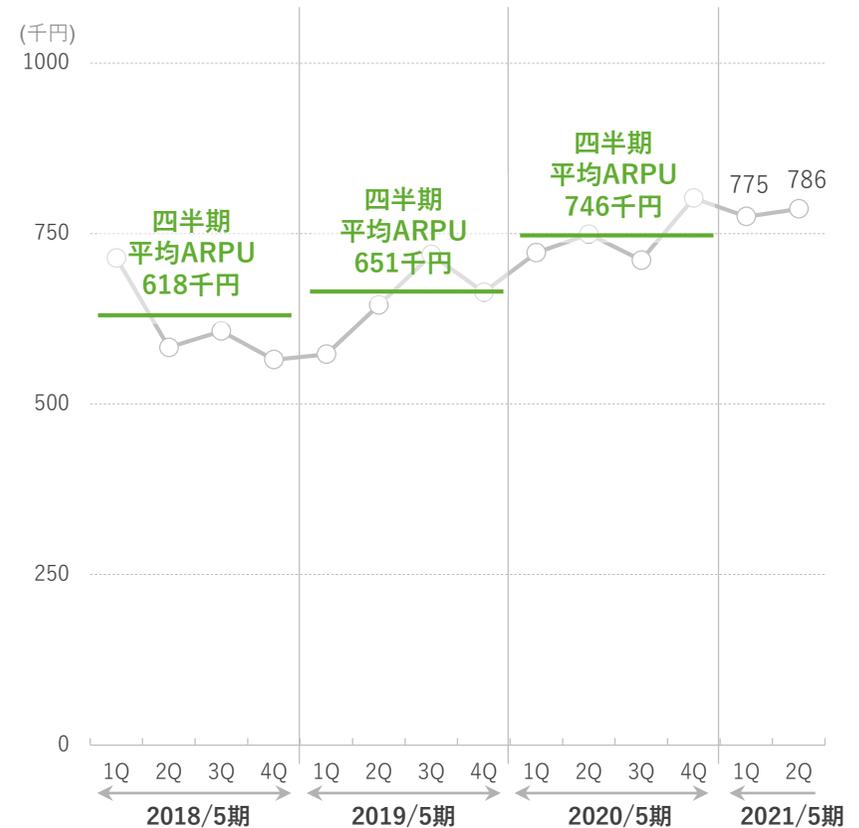
システム運用保守売上は、順調な顧客数の増加および既存顧客のEC事業拡大が進み、前四半期比で増収トレンド。

また、大規模EC事業者の運用開始や既存顧客のEC事業拡大が寄与し、四半期ARPUも順調に増加。

システム運用保守売上高の四半期推移



ARPU※1の四半期推移

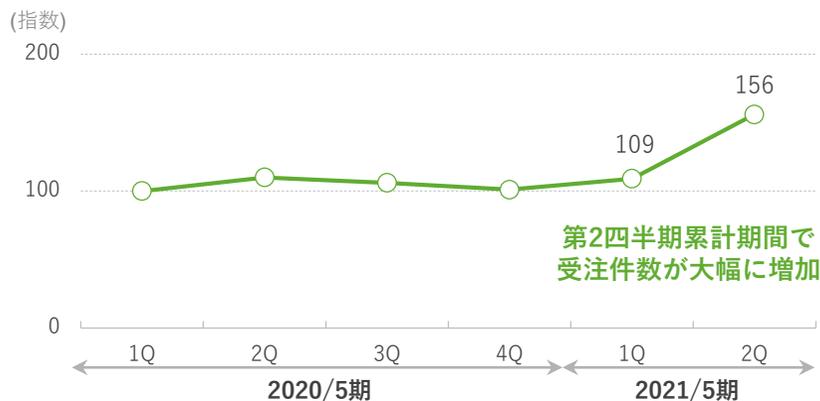


注釈(1) : ARPU=システム運用保守売上高÷期中平均顧客数にて算出

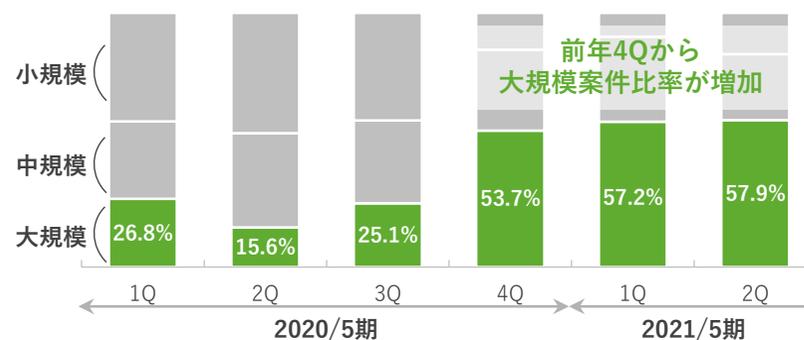
前期の緊急事態宣言解除以降、受注件数は全案件規模で増加し、第2四半期では小規模案件を中心にドライブ。2021/5期の平均受注残高は3億円を突破。

一方で、大規模案件増加の影響により受注から売上計上までのリードタイムが長期化。

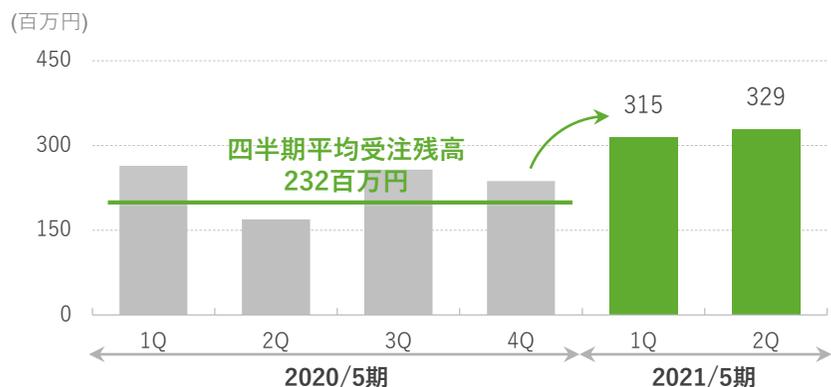
受注件数指数※1の推移



大規模案件比率※2の推移



受注残高の推移



受注規模	案件金額目安	およその納品期間
大規模	600万円以上	約6か月ほど
中規模	100万円以上 600万円未満	約3か月ほど
小規模	100万円未満	約1か月ほど

注釈(1)：2020/5期第1四半期受注件数を100とした指数

注釈(2)：大規模案件比率は受注金額ベース

IPOによる現預金の増加を中心に流動資産は491百万円の増加。純資産は604百万円の増加。前受金や未払費用、有利子負債等の減少により、負債合計は92百万円の減少。自己資本比率は前期末31.4%から63.9%へ上昇。

(百万円)	2020/5期末	2021/5期	
		第2四半期末	前期末差
流動資産	617	1,108	+491
現金及び預金	273	695	+422
売掛金	278	329	+51
固定資産	237	258	+21
有形固定資産	32	32	±0
無形固定資産（ソフトウェア）	122	148	+26
総資産	854	1,366	+511
負債	585	493	▲92
流動負債	569	477	▲92
有利子負債	275	202	▲73
固定負債	15	15	±0
有利子負債	1	0	▲1
純資産	268	873	+604
負債純資産合計	854	1,366	+511

第2四半期では想定以上の受注件数・受注残高の積み上がりを認識。加えて、コロナ禍による費用抑制から収益性が改善する傾向にある。一方で、今期の大規模案件増加の影響や下期の採用活性化を考慮し、上場時の通期計画を据え置く。

(百万円)	2020/5期 実績	2021/5期		
		予想	前期差	前期比
売上高	1,830	2,121	+291	+15.9%
システム受託開発	714	891	+177	+24.8%
システム運用保守	1,083	1,178	+95	+8.8%
その他	32	50	+18	+55.1%
売上総利益	778	955	+177	+22.6%
利益率	42.5%	45.0%	+2.5ppt	-
営業利益	171	205	+34	+19.7%
利益率	9.4%	9.7%	+0.3ppt	-
経常利益	162	182	+20	+12.2%
利益率	8.9%	8.6%	▲0.3ppt	-
当期純利益	103	125	+22	+21.5%
利益率	5.7%	5.9%	+0.2ppt	-
1株当たり当期純利益	32.1円	34.8円	+2.7円	-

受注残高の積み増しは短中期的には好材料も、大規模案件比率の上昇による売上計上時期の遅行が下期へ影響の兆し。
 一方で、コロナ対応による費用抑制は下期も継続される見通しであり、採用活性化予定ながら低水準で収まる可能性が高い。

下期見通しへの留意事項

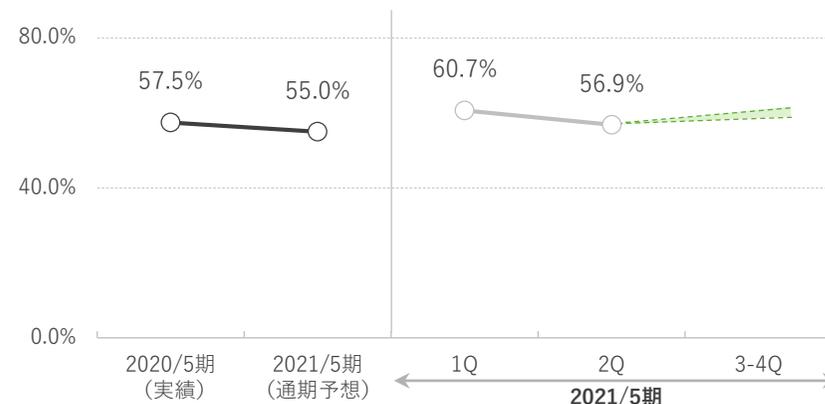
<売上高関連>

- 当第2四半期累計期間では大規模案件の受注比率が増加し、案件数の積み上がりに対して売上計上が遅行傾向
- 一方で、依然としてコロナ禍による顧客のEC事業拡大が顕著であり、受注残高の解消とともに想定以上にストックビジネスが積み上がる可能性（システム運用保守売上は上期で既に50%の進捗率）

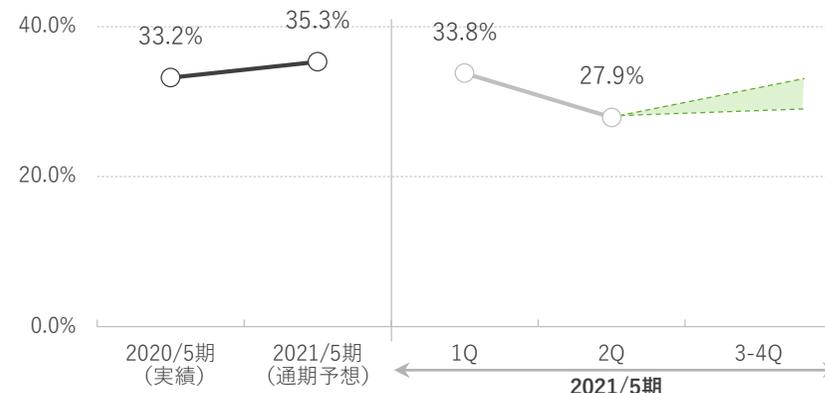
<費用関連>

- 原価率は上期水準となる見通し。売上ミックスの変化が現状最も影響する材料となる
- コロナ対応での交際費・諸経費削減による販管費の抑制は継続の見通し。一方で、来期以降の受注拡大に向けて下期の採用予算を増額予定

原価率イメージ



販管費率イメージ



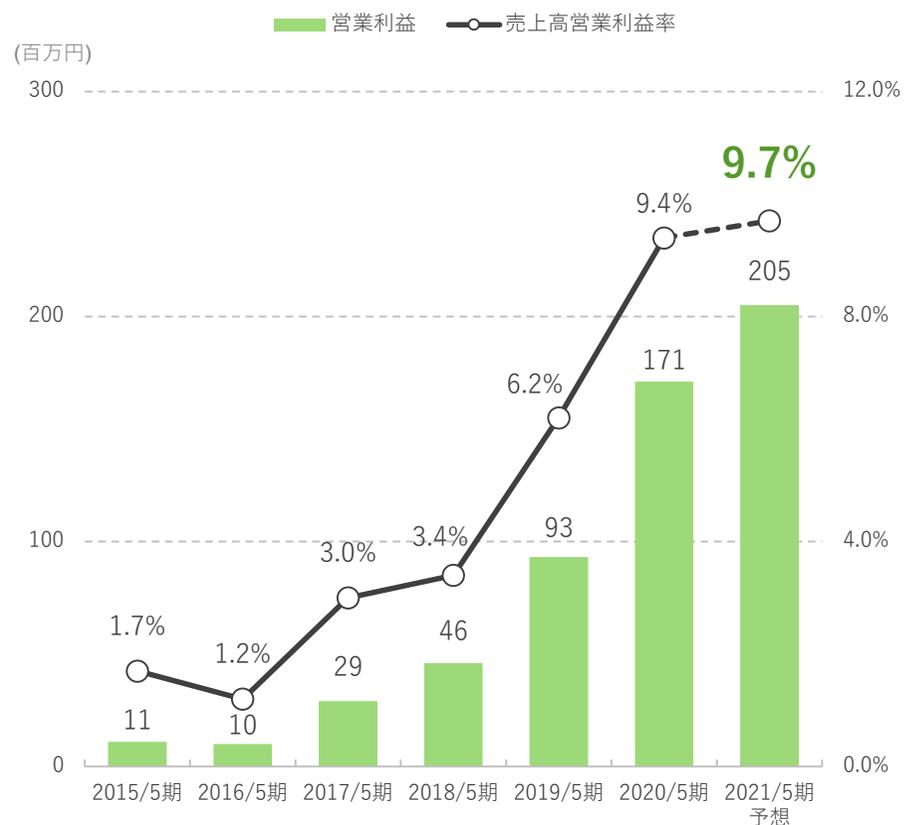
直近5期間の売上高成長率は年平均で21.9%を計画。

プロジェクトマネージャー制への移行およびサブスクリプション売上高構成比の上昇に伴い、人員の積極採用を進める中でも収益性が改善傾向。

売上高・従業員数の推移



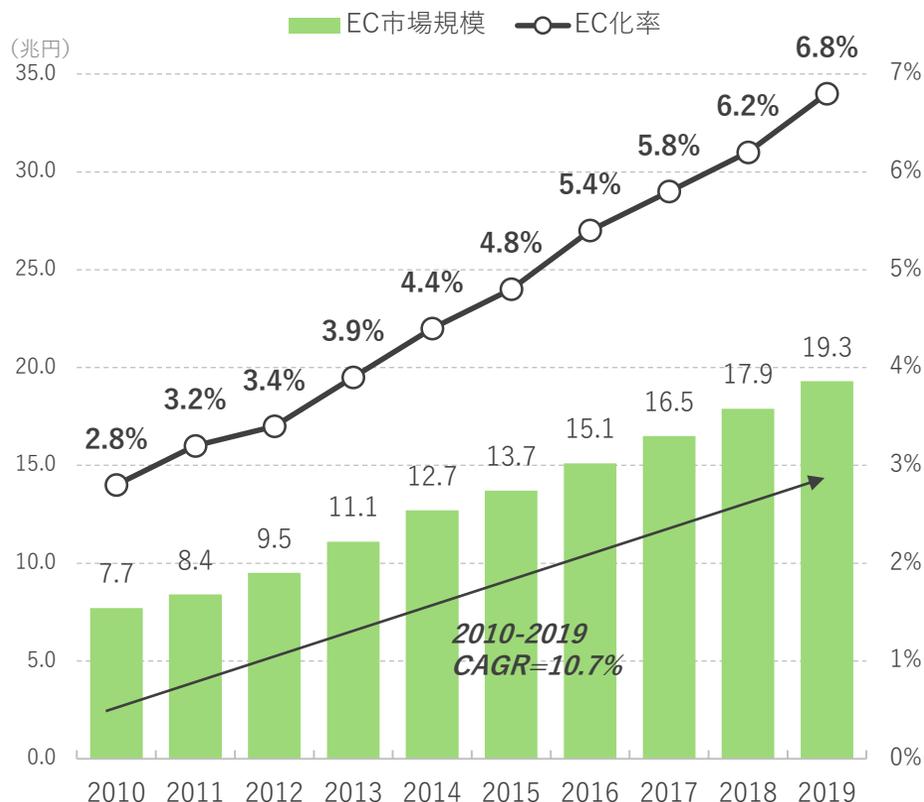
営業利益・売上高営業利益率の推移



市場の状況

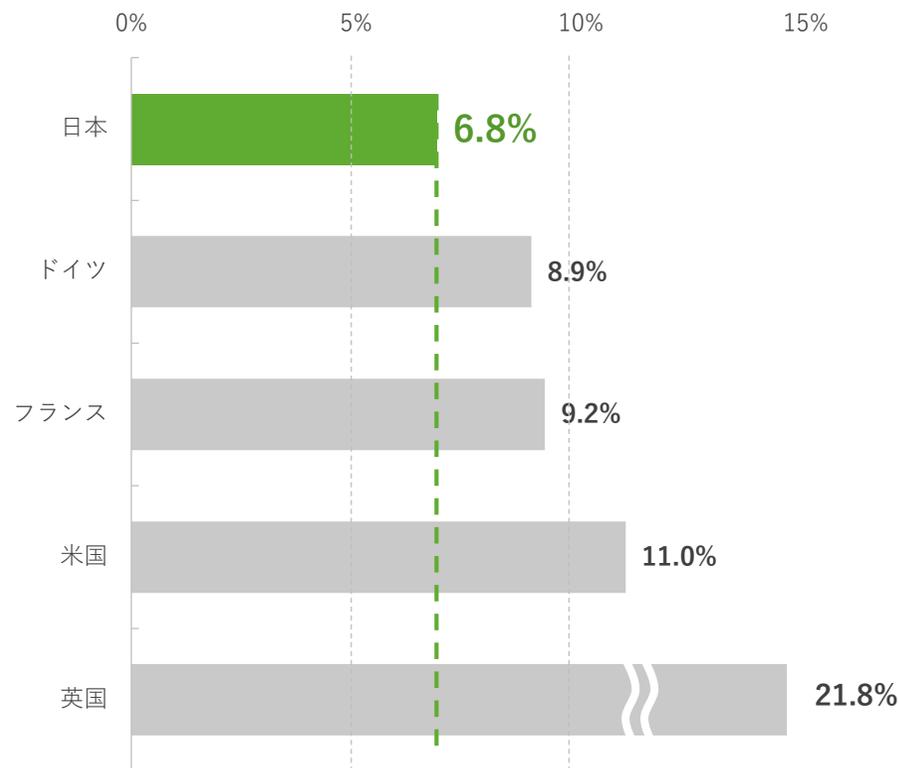
国内「BtoC-EC」市場は、インターネットの普及・利用者の増加に伴い、2桁の高成長。一方で、リテールビジネスの国内EC化率は世界的に見ても低水準にあり、成長余地が大いに存在。

国内「BtoC-EC」市場規模とEC化率の推移



出所：経済産業省「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）調査結果概要」

世界のEC化率（BtoC）の比較



出所：e Marketer「(Global Ecommerce 2020) Report Collection」

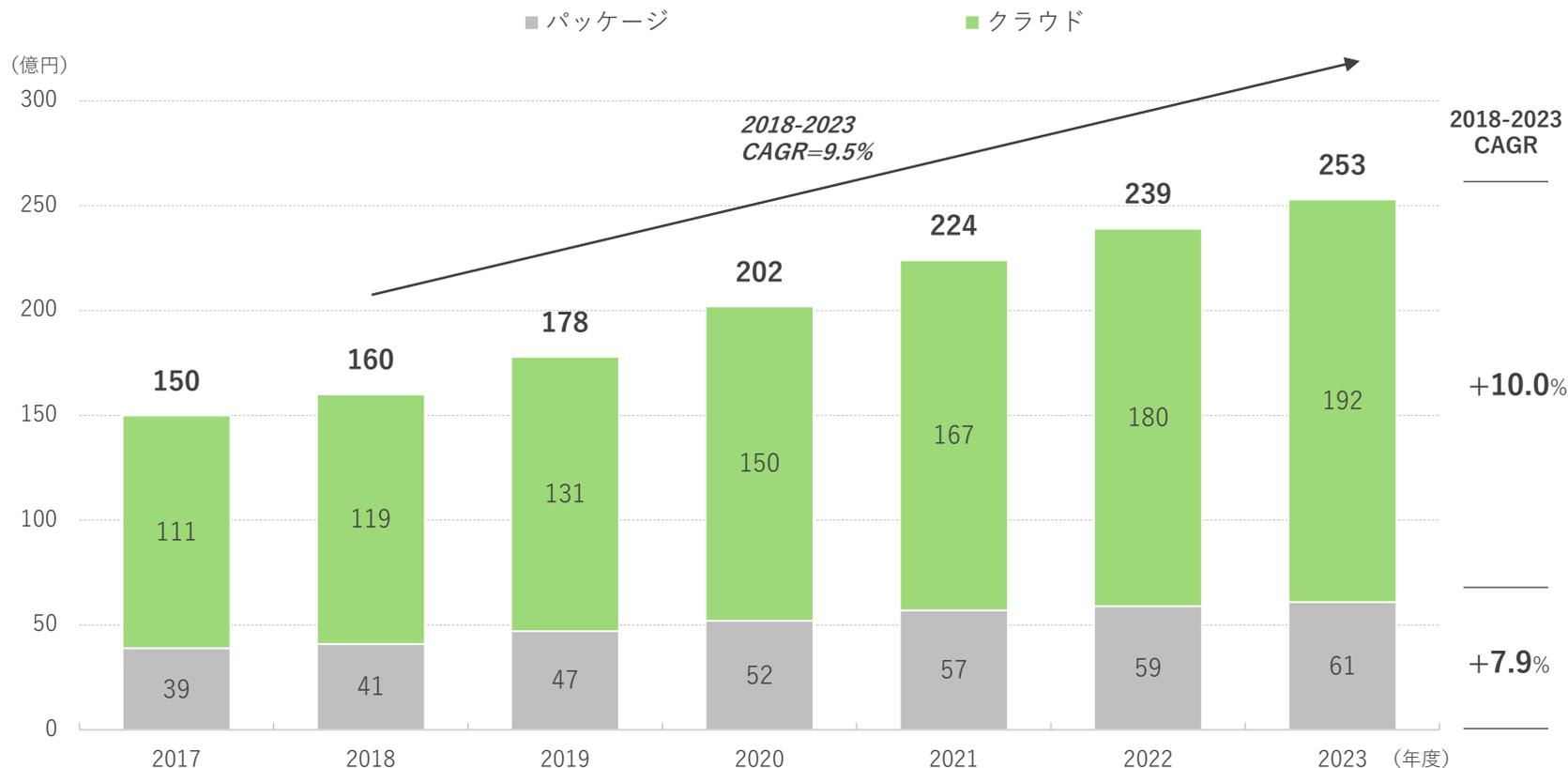
国内エンタープライズ向けEC市場は、日本特有の商習慣等を背景に海外EC構築ベンダーや大手SIerが参入しづらい特殊な市場を形成。同市場でのECサイト構築には、顧客の期待値を満たす高い技術力や知見、きめ細かい対応を必要とする。



特殊な国内市場に対し、当社はカスタマイズや機能連携により対応

弊社では、ECサイト構築市場は課題であったセキュリティ対応の進展等が認知され、柔軟性・拡張性に富むクラウド（SaaS型）サービスが市場の成長ドライバーになっていると見ている。

ECサイト構築市場規模の推移と予測（提供形態別）

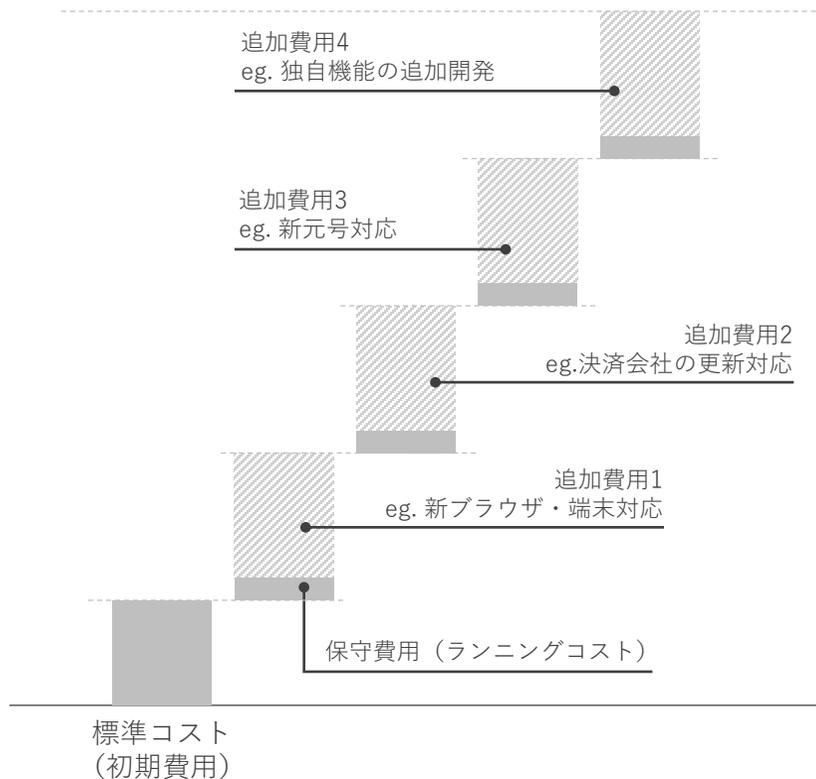


出所：ITR「ITR Market View：ECサイト構築／CMS／SMS送信サービス／電子契約サービス市場2020」※2019年度以降は予測値

大規模EC事業者のクラウドECの構築では、一般的なシステムに比べ、基幹システムの継続的な機能アップデート・標準化を実施することで、中長期的な改修コストを抑えることが可能となる。

一般的なECシステムのコスト推移

【パッケージやフルスクラッチ】

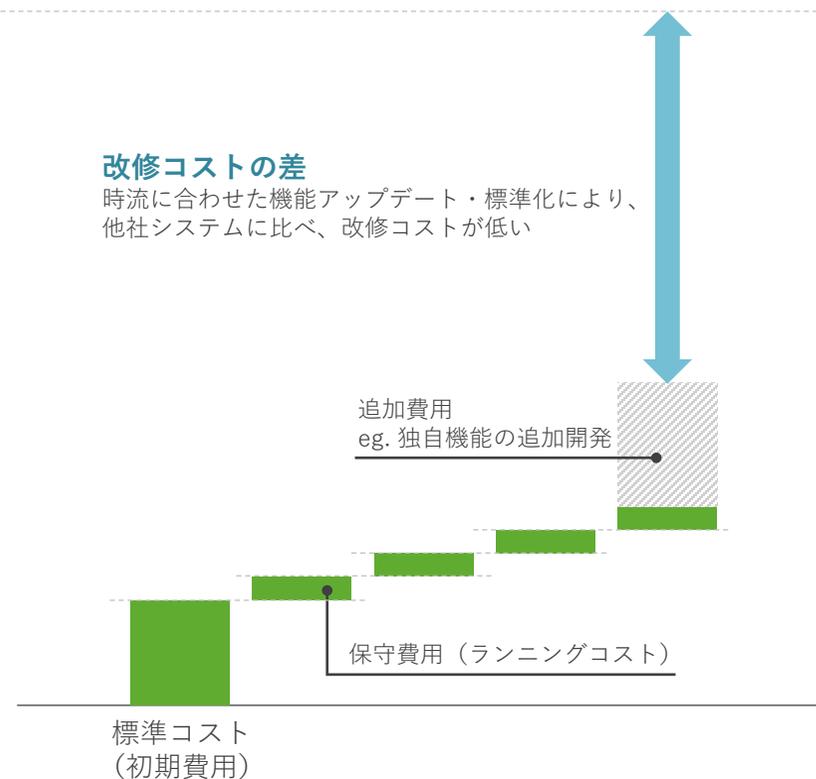


大規模EC事業者向けクラウドECのコスト推移

ebisumart

改修コストの差

時流に合わせた機能アップデート・標準化により、他社システムに比べ、改修コストが低い

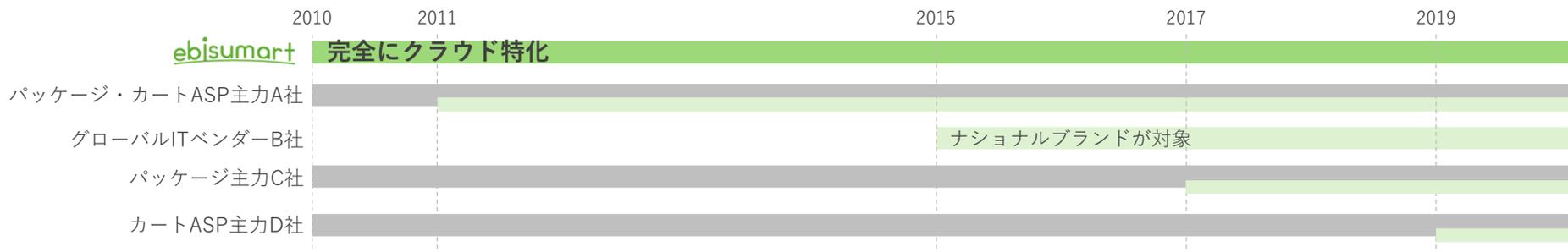


■ 自社分析

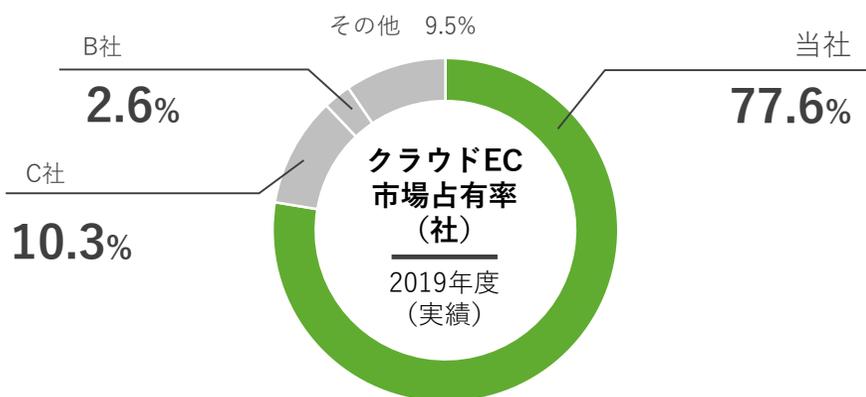
大規模EC事業者向けのクラウドEC提供においてパイオニア的存在。クラウドEC市場※¹でトップシェアを獲得し、豊富なサービス提供数を通して標準機能のアップグレードが進捗。

→ クラウドEC
→ パッケージ・カートASP

主要プレイヤーのクラウドECサービス開始年度の比較

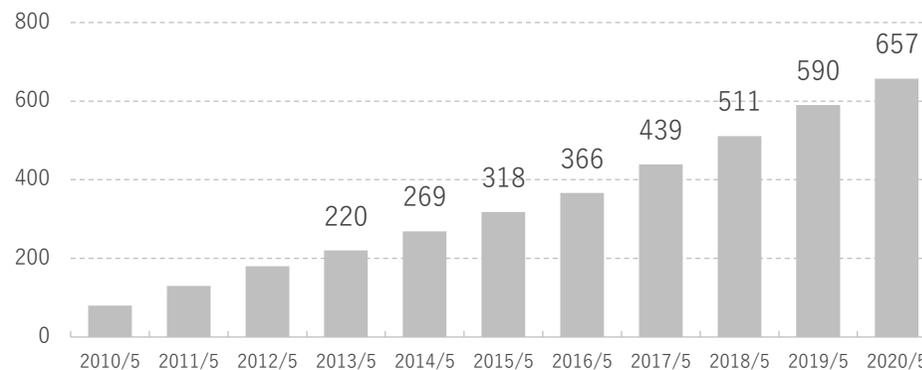


クラウドECの市場※¹シェア



「ebisumart」の累計店舗数の推移

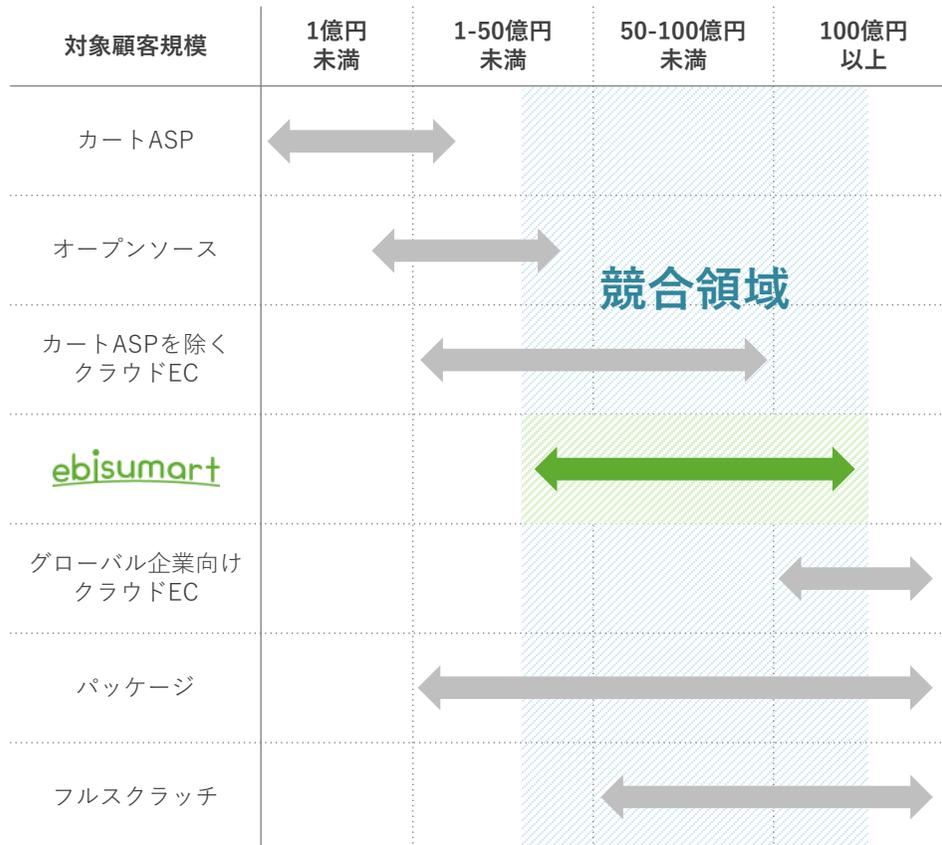
累計650店舗超の提供を通して
標準機能を継続アップグレード



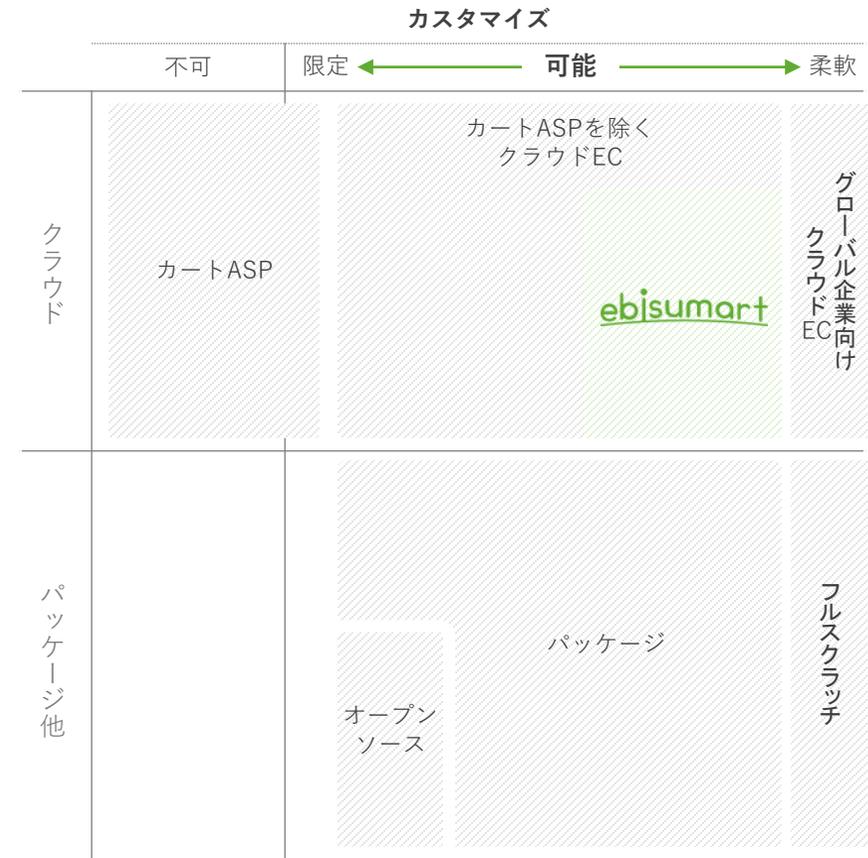
注釈(1) : クラウドEC市場とは、SaaS市場におけるカート型の市場規模を除いたもの
出所 : 富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2020年版～国内の主要パッケージおよびSaaSを徹底調査～」
< ECサイト構築ツール・SaaS (非カート型) >

当社サービスは、大規模ECを対象とするため、パッケージやフルスクラッチで提供する企業と競争する。常に最新のシステムを提供するクラウドの特性に加え、柔軟なカスタマイズを可能とすることで業界でも稀有なサービスポジションに位置している。

ECサイト構築方式別対象顧客規模

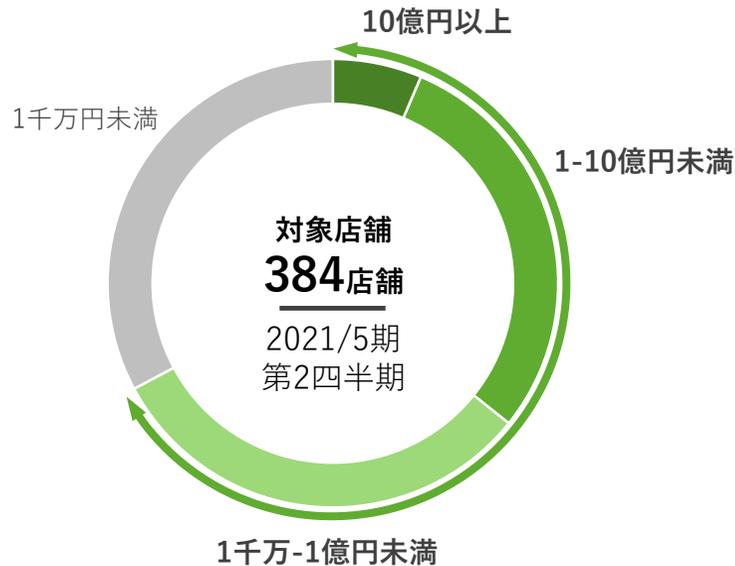


「ebisumart」のサービスポジション



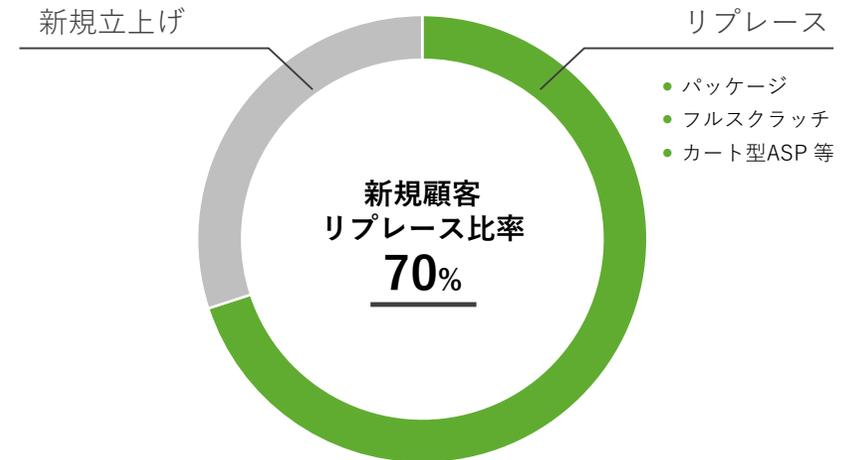
当社の顧客基盤は、既にEC運営基盤を有する事業者で過半数を占める。また、新規顧客のリプレース割合が高く、さらなるEC売上の拡大を志向する事業者を選好される。

「ebisumart」の年商別顧客割合（店舗数ベース）



EC運営基盤のある店舗が
過半数を占める

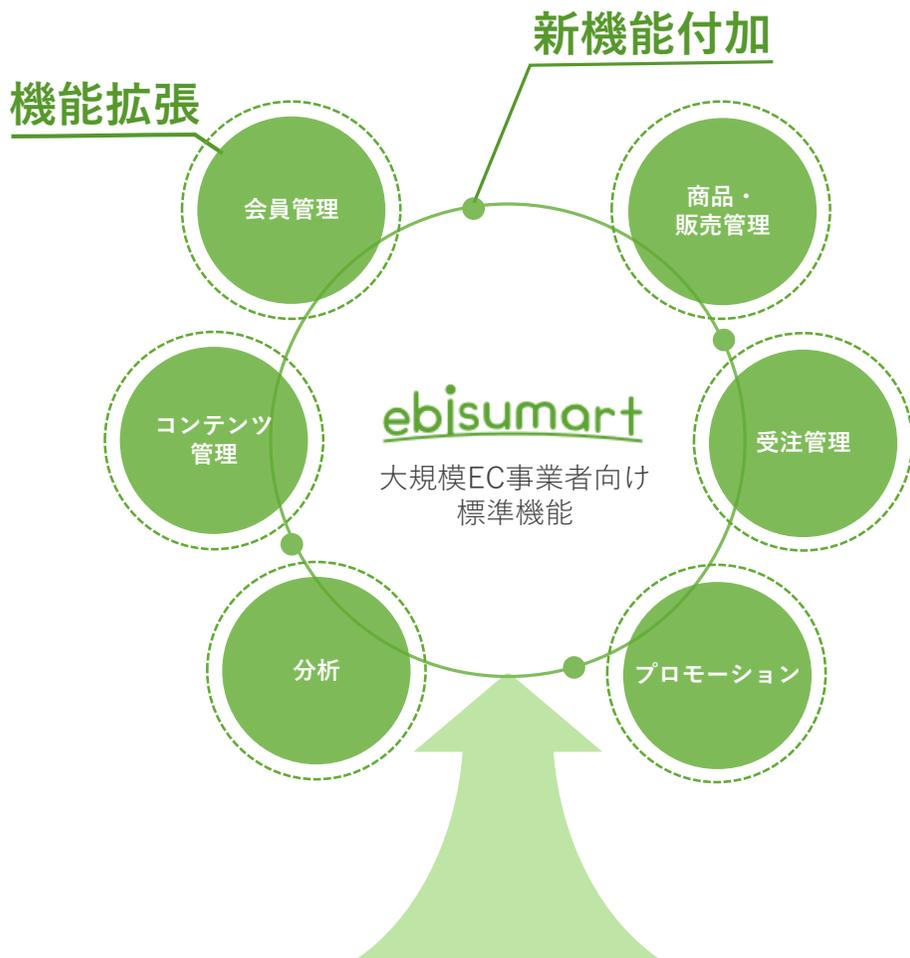
新規顧客のリプレース割合



他社パッケージやフルスクラッチで構築された
EC事業者からのリプレースが多い

成長戦略

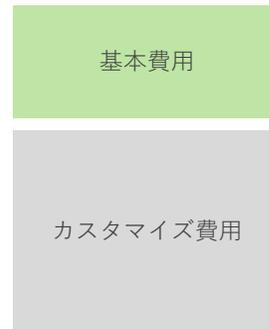
大規模EC事業者向けクラウドコマースプラットフォームとして標準機能を確立。
 今後は、顧客ニーズへのさらなる対応を進め、標準機能拡充を提供価格へ反映することで収益力を向上させていく。



価格反映



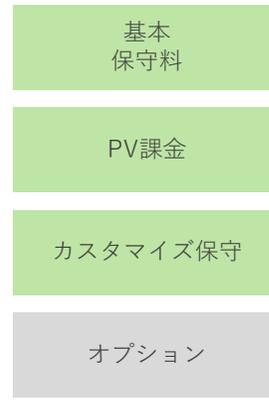
初期費用



価格反映



固定費用



※ 基本保守料については2018/5期に初めて値上げを実施

国内トップシェアのクラウドコマースプラットフォームとして、幅広く国内のEC関連システムと連携。また、かねてからAPI公開を進めてきたことで、外部ベンダーに利用可能なプラットフォームとして確立しつつある。

外部システム連携

CRM・MAツール

- カスタマーリングス
- KARTE
- うちのこづち
- アクションリンク

メール配信・リターゲティング

- メールディーラー
- 配配メール
- NaviPlus リタゲメール
- ReDM

レコメンド

- bookend (ブックエンド)
- コンビーズレコ
- アイジェント・レコメンダー
- EC RECOMMENDER
- レコガゾウ
- さぶみっと！レコメンド
- NaviPlus レコメンド

カスタムオーダー

- MyCOS

店舗連携

- ATEMS Retail
- Seeds (シーズ)

接客ツール

- Spark (スパーク)
- CVゲッター
- Zendesk
- BeMatrch
- Flipdesk
- ecコンシェル

サイト内検索・サジェスト

- EXPLOSION SEARCH
- NaviPlusサーチ
- probo EC (プロボ イーシー)
- ポップリンク
- ポップファインド
- sui-sei

アクセス解析・行動分析

- brick
- UserInsight
- SocialInsight
- WebAntenna

ログイン連携

- ソーシャルPlus
- 楽天ID Connect オプション

フォーム入力最適化 (EFO)

- EFO CUBE
- ナビキャスト フォームアシスト

在庫管理・商品管理

- CARTS (カーツ)
- zaiko Robot
- ネクストエンジン
- CAM MACS

アプリ・スマホ対応、表示最適化

- モビフェイススピード2
- Yappli
- ナビキャスト スマートフォン・コンバータ

セキュリティ

- アクル チャージバック保証サービス
- O-PLUX (オーブラックス)

動画配信

- MOOGA (ムーガ)
- J-Stream Equipmedia

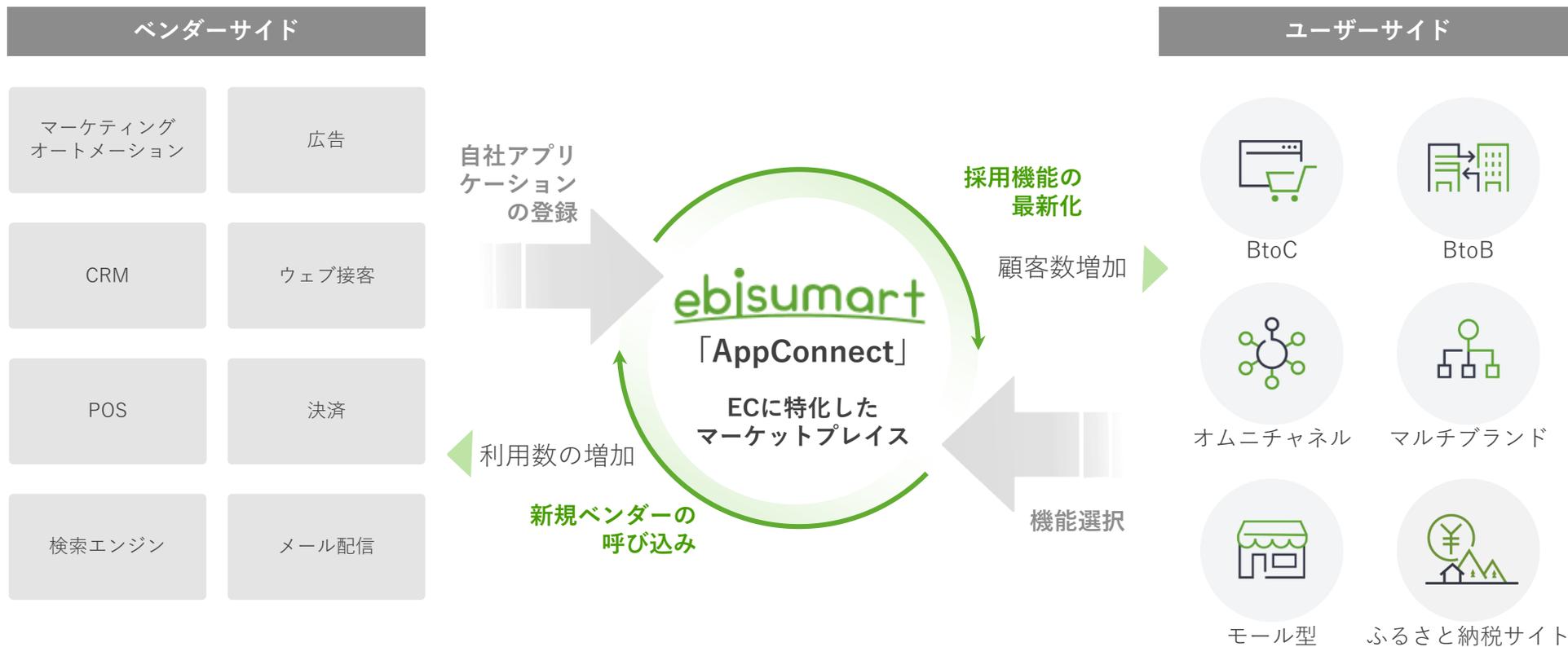
決済システム

- amazon pay
- econext
- paidy
- SMBC GMO PAYMENT
- SMBCファイナンスサービス
- 後払い.com
- GMO EPSILON
- GMO PAYMENT GATEWAY
- JACCS
- ZEUS Credit Payment Service
- Sony Payment Services
- PAYGENT
- PayPal
- veritrans
- ヤマトクレジットファイナンス
- UNIVA PAYCAST
- Paid
- RECRUITかんたん支払い
- PayPay
- メルペイ
- NP後払い

API累計公開数の推移



豊富な機能連携先を活かし、ECに特化したアプリケーションのマーケットプレイスを提供開始。「ebisumart」をオープンプラットフォームとして確立させ、事業効率性および競争力の向上を図る。



大規模EC事業者向けクラウドECのトップランナーとして評価され、モール系や中堅企業向け、大規模企業向けのEC関連ソリューション提供企業との連携が拡大し、さらなる導入数の増加が見込まれる。

フルフィルメントサービス「Fulfillment by ZOZO」との連携

Fulfillment by ZOZOとは  **Fulfillment by ZOZO**

株式会社ZOZOが提供する自社ECとZOZOTOWN間で、在庫の集約・一元管理の連携を実現したフルフィルメントサービス

OEMパートナーの拡大

トランスコスモス株式会社



アジアを中心に世界31か国・173拠点で顧客のビジネスプロセスをコスト最適化と売上拡大の両面から支援するサービスを展開

EC関連の提供サービス「eCommerce HUB」

「ストアフロント」「オーダーマネジメント」「ウェアハウスマネジメント」「コールトラッキング」の4つのシステムをシームレスに統合したECプラットフォーム

導入効果

1. ZOZOTOWNとの一元管理による販売ロス・在庫ロスの削減



2. 自社ECとZOZOTOWNの運営アウトソースが可能

3. ZOZOTOWNの販売データの自社ECや実店舗運営への活用

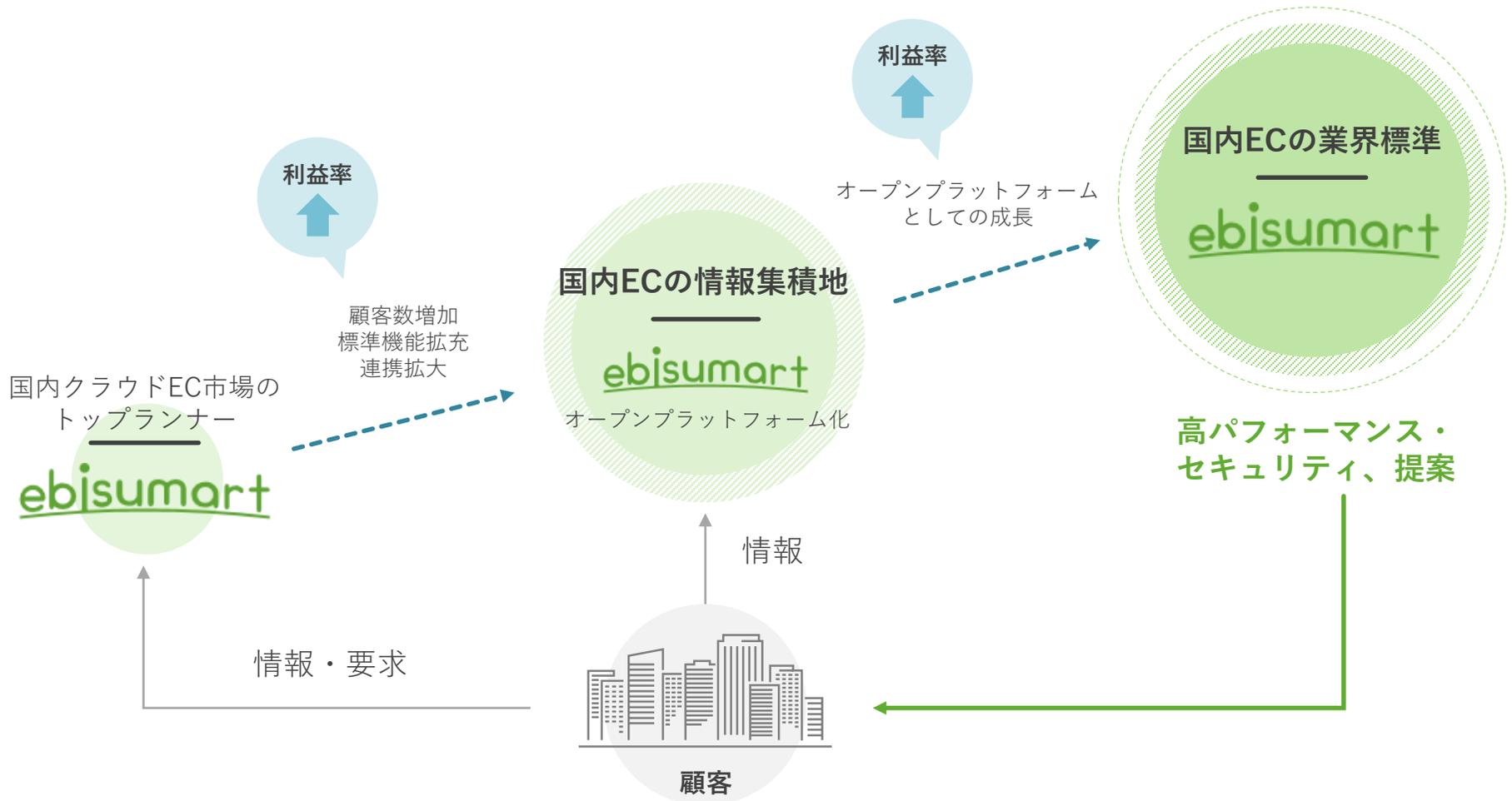


ストアフロントシステムとして「ebisumart」が採用され「eCHUB powered by ebisumart」として2019年6月より提供を開始

導入効果

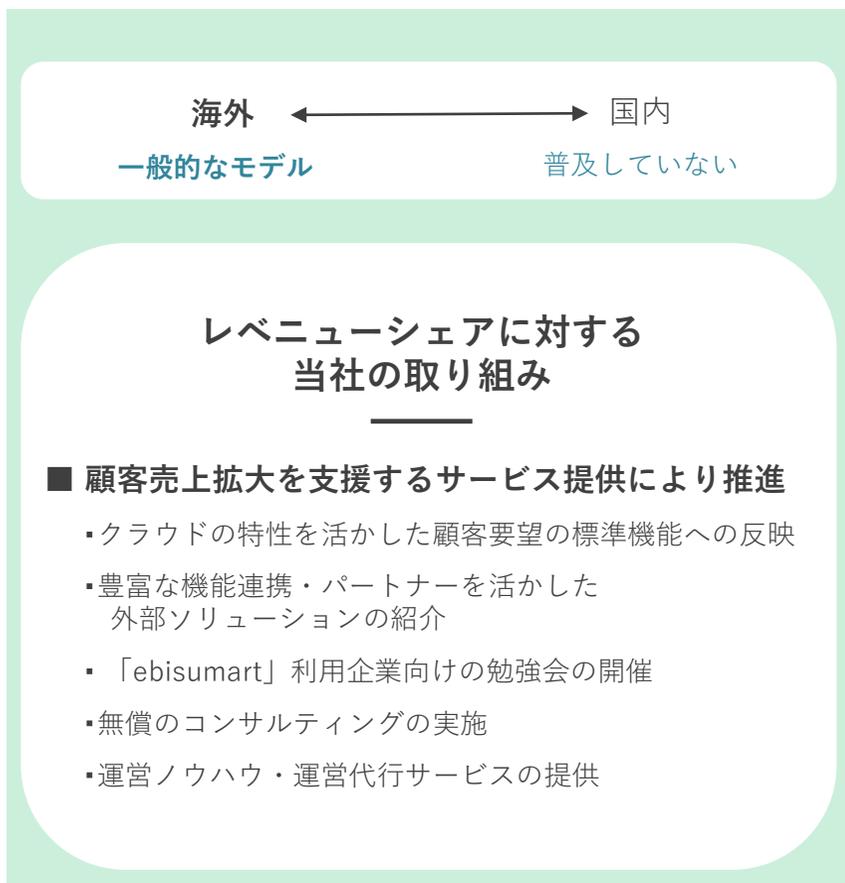
最新性、拡張性、安心性に優れたフロントシステムの搭載により、お客様企業により質の高いカスタマーエクスペリエンスを実現するECワンストップサービスの提供が可能に。

国内クラウドEC市場のトップランナーとして成長を続け、オープンプラットフォーム化を進めることで、将来的にはエンタープライズ向けクラウドEC市場における「ebisumart」のデファクトスタンダード化を目指す。



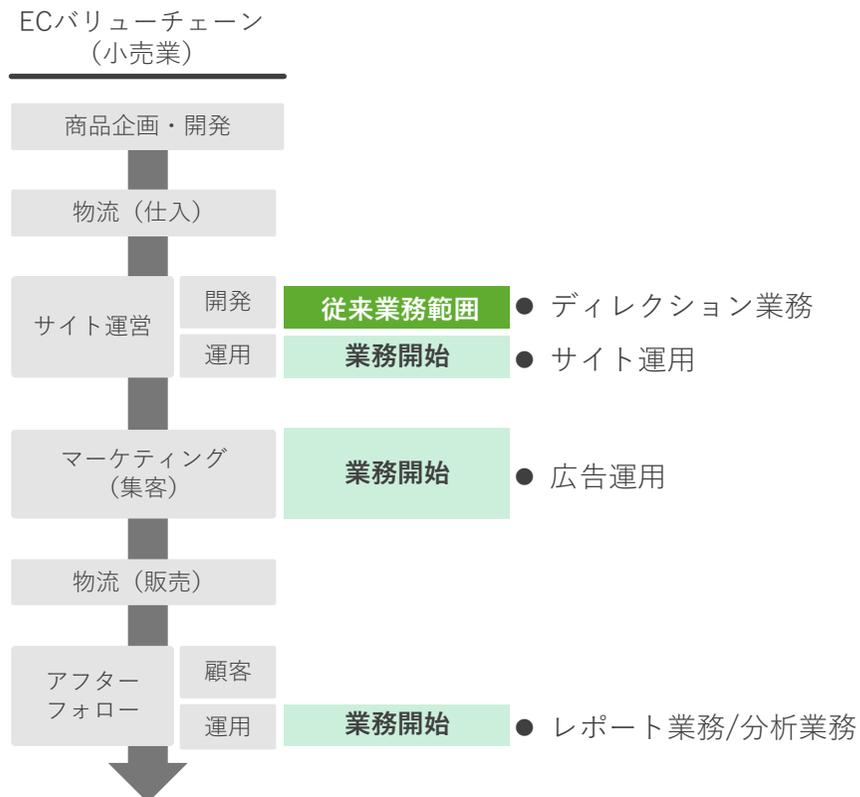
国内企業のレベニューシェアモデルの採用については、ハードルが依然として高いものの、自社サービスの競争力を活かしつつ、顧客売上の拡大に直結するサービスを提供していくことで開拓を進める。

レベニューシェアモデルの現状と方針

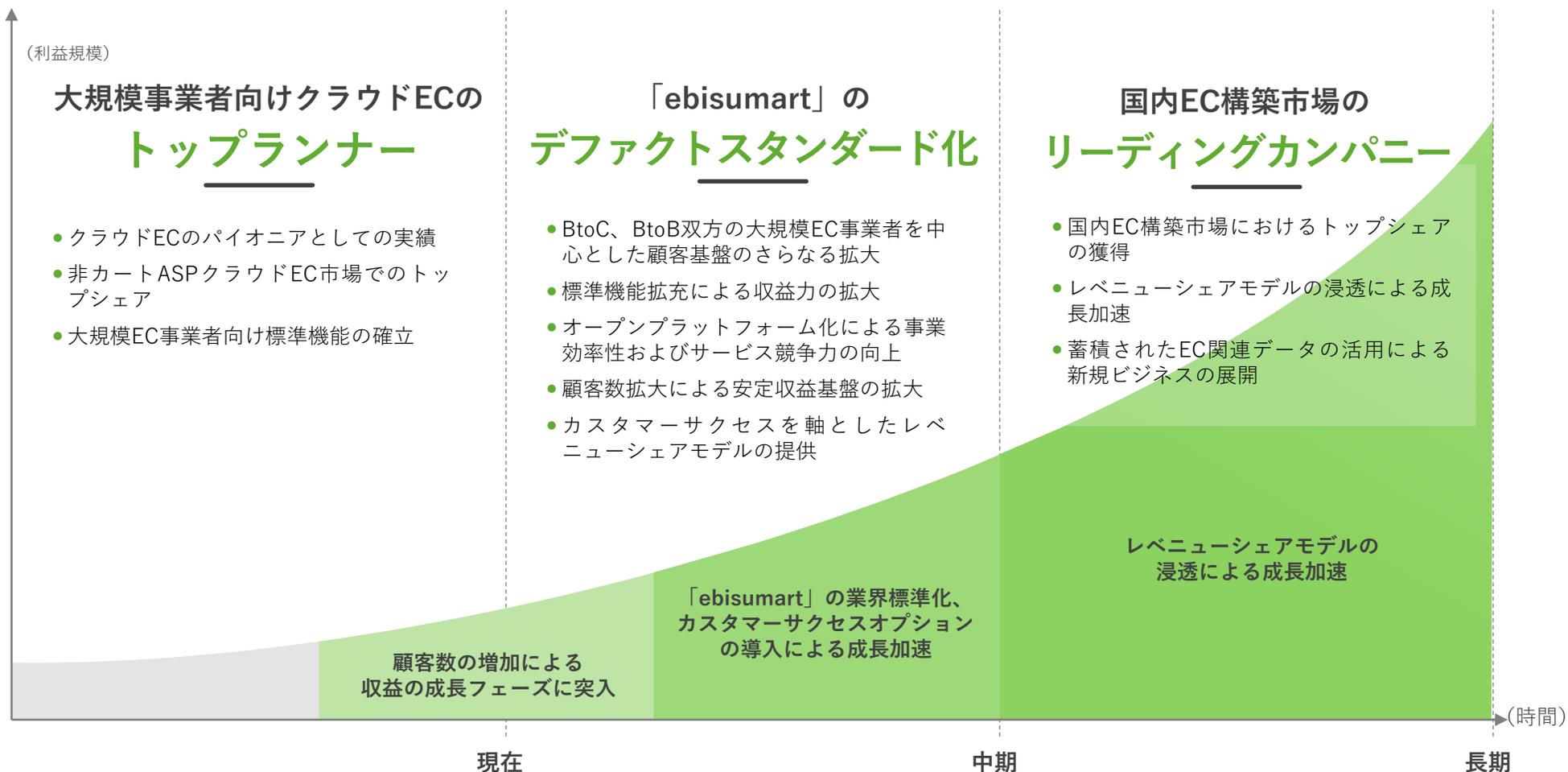


カスタマーサクセスチームの業務範囲

顧客のEC売上拡大を支援するサービス領域に展開



大規模事業者向けクラウドEC市場でのトップランナーとしての強みを活かし、収益拡大フェーズに突入。将来的な「ebisumart」のデファクトスタンダード化を見据えつつ、顧客数拡大や機能拡充、レベニューシェアモデルの提供を進め、成長加速を目指す。



長期ビジョン



将来的には、当社のクラウドコマースプラットフォーム「ebisumart」で蓄積された決済等を始めとした膨大な消費者・EC事業者双方に係るデータの活用を視野に

本資料は、株式会社インターファクトリーが業績及び今後の経営戦略に関する情報の提供を目的として作成したものです。

将来予想に関連する記述については、いくつかの前提に基づいたものであり、将来の計画数値や施策の実現を確約したり保証したりするものではありません。

<お問い合わせ先>

株式会社インターファクトリー
コーポレートディベロップメント部
IR担当宛
e-mail : ir@interfactory.co.jp

Inter **Factory**