



---

**2026年5月期  
第3四半期決算説明資料**

株式会社インターファクトリー

証券コード：4057

2026年4月13日

© Interfactory, inc.

# 会社概要

EBISUMARTを主としたECシステムの開発および運用保守を提供する「クラウドコマースプラットフォーム事業」、EC事業者の成長に必要なソリューションを提供する「ECビジネス成長支援事業」、データの一元管理により顧客の業務を最適化するためのソリューションを提供する「データ利活用プラットフォーム事業」の3つの事業を展開。

## 概要

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	435百万円 (2026/2末)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>「EBISUMART」を主とするクラウドコマースプラットフォームサービスの提供</li> <li>ECコンサルサービス「EBISU GROWTH」の提供</li> <li>商品データ統合プラットフォーム「EBISU PIM」の提供</li> </ul>
セグメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>クラウドコマースプラットフォーム事業</li> <li>ECビジネス成長支援事業</li> <li>データ利活用プラットフォーム事業</li> </ul>
従業員数	159名 (2026/2末)

## 取締役紹介



代表取締役社長 兼 CEO

**蕪木 登**



取締役  
**兼井 聡**



取締役CMO  
**三石 祐輔**



取締役 CFO  
**赤荻 隆**

社外取締役  
**笹川 大介**

社外取締役  
**鳥山 亜弓**

私たちは事業の運営を通じて、関わるさまざまな人々の幸せを実現することを目指しています。  
私たちは、最終的な人の幸福は人や社会の役に立つことだと考えています。  
そうした姿勢で社員一丸となって日々を過ごすことを、会社経営の目的としています。

## 企業理念

私たちは関わる従業員、お客様、取引先様の  
幸せを実現します

ECで、すべての人を豊かに。

ECのプラットフォームだけでなく、複数の事業を展開するにあたり、改めて会社として事業目的を定めました。Eを除いた「コマース」という言葉に、私たちがコマースに関わるデータやサービスを扱っていくという意味を込めています。私たちは、目の前のニーズに確実に応えていくことで進化を実現し、お客様の事業を成長させていきたいと考えています。

## 事業目的

# コマースを進化させる

### クラウドコマースプラットフォーム事業

スタートアップ・中規模向け EC



EBISUMART  
Lite

中規模向け EC



EBISUMART

大規模向け EC



EBISUMART  
Enterprise

大規模 BtoB事業者向け EC



EBISUMART  
BtoB

### ECビジネス成長支援事業

EC事業者向け支援サービス



EBISU  
GROWTH

### データ利活用プラットフォーム事業

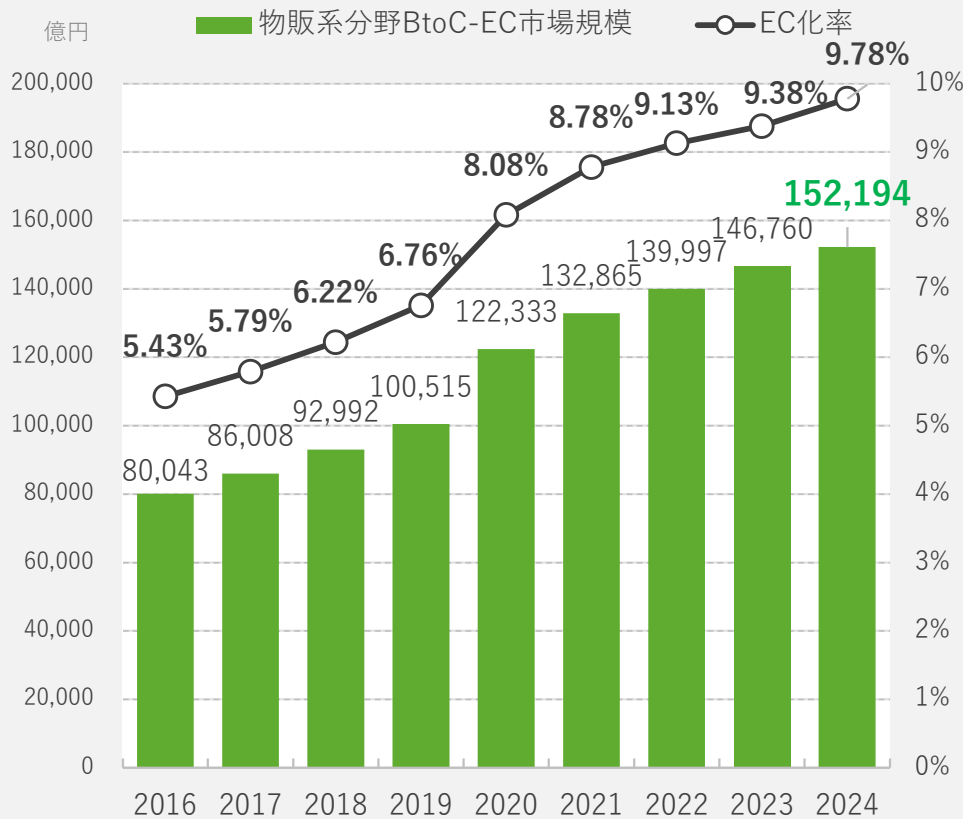
EC事業者向け  
商品データ統合プラットフォーム



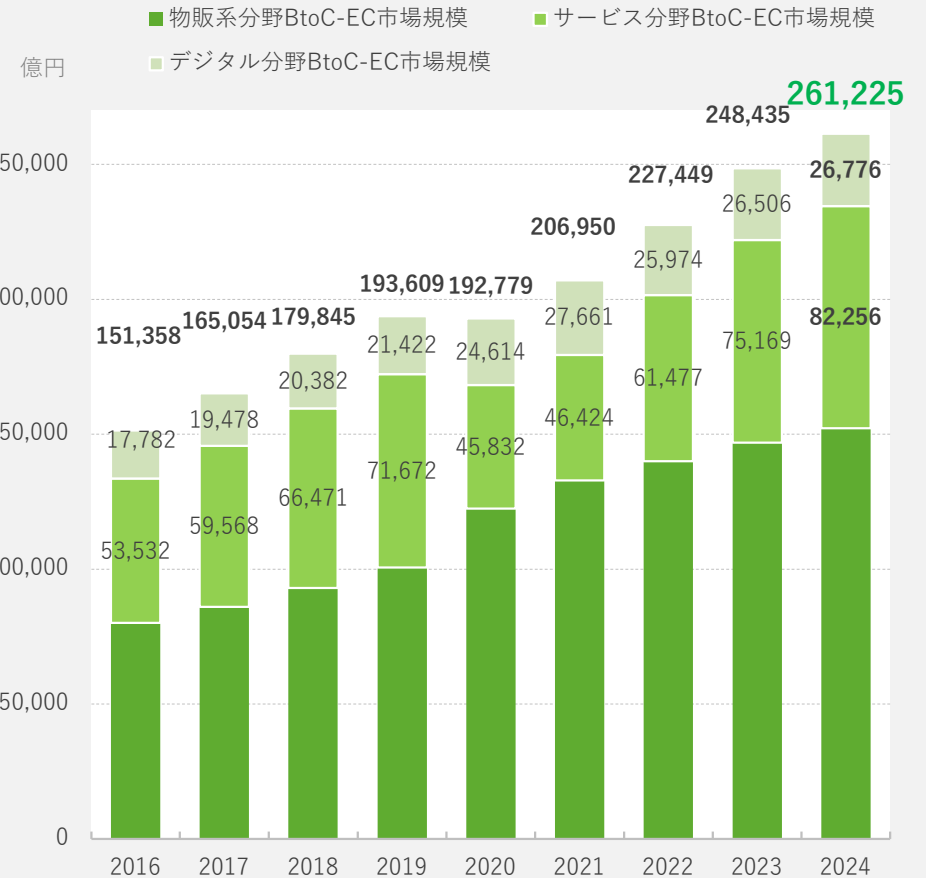
EBISU PIM

2024年の国内BtoC-EC市場は、前年比5.1%増の26.1兆円に拡大。サービス分野は旅行サービス、飲食サービス、金融サービスが昨年に引き続き大きく増加。物販系分野のEC市場も継続して拡大しており、食品、飲料、酒類や衣類・服飾雑貨等におけるEC化率への動きが活発であり、今後も市場は成長していくと見込む。

### 物販系分野BtoC-EC市場規模及びEC化率の経年推移



### BtoC-EC市場規模の経年推移



# 2026/5期第3四半期業績・トピック

EBISUMART Liteの取材記事が「日本ネット経済新聞」、「日刊産業新聞」にそれぞれ掲載される。また、EBISUMARTがエンタープライズ企業におけるECサイト構築市場でシェアNo.1\*を獲得。1月、2月には、公益社団法人日本通信販売協会（JADMA）と、Eight（Sansan株式会社）主催イベントへ登壇する。

2025年12月16日

「EBISUMART」がエンタープライズ企業におけるECサイト構築市場でシェアNo.1\*を獲得



EBISUMARTが、エンタープライズ企業におけるECサイト構築市場でシェアNo.1を獲得しました。

\* 出典：ITR「ITR Market View：ECサイト構築市場2025」ベンダー別市場シェア：従業員5,000～10,000人未満（2025年度予測）

2025年12月18日、19日

「日本ネット経済新聞」、  
「日刊産業新聞」にインタビュー記事を掲載



日本で最も歴史のあるEC業界の専門メディア「日本ネット経済新聞」と、金属業界専門紙「日刊産業新聞」に、弊社のインタビュー記事が掲載されました。

2026年1月27日

JADMA主催

「ECシステム活用セミナー」  
に登壇



公益社団法人日本通信販売協会（JADMA）が主催する「ECの力を最大化！『ECシステム活用セミナー』」に登壇いたしました。

2026年2月13日

Eight（Sansan株式会社）開催  
「Meets 第3回 EC戦略サミット」  
にシルバースポンサーとして協賛



Eight（Sansan株式会社）が主催する「Meets 第3回 EC戦略サミット」に、シルバースポンサーとして協賛するとともに、「ソリューションピッチ」に登壇いたしました。

## 業績ハイライト

## 実績（累計）

売上高 **21.12** 億円 前年同期比：102.8%

セグメント別 売上高 **20.32** 億円 クラウドコマース  
プラットフォーム事業  
**0.79** 億円 ECビジネス成長支援事業

営業利益 **0.74** 億円 前年同期比：51.9%

セグメント別 利益/損失 **6.40** 億円 クラウドコマース  
プラットフォーム事業  
**0.0** 億円 ECビジネス成長支援事業  
**▲0.4** 億円 データ利活用プラット  
フォーム事業

## 事業KPI

（クラウドコマースプラットフォーム事業）

新規受注金額 **7.11** 億円 前年同期比：77.6%

システム運用保守  
ARPU **409** 千円 前年同期比：385千円

GMV **1,459** 億円 前年同期比：121.1%

# 業績サマリー (前年同期比)

## 売上高



### 微増

システム運用保守売上は堅調であったが、システム受託開発が想定を下回り、売上高は微増。

## 営業利益



### 減少

各案件の利益率は好調であったが、広告宣伝費等の販管費が増加したことから、営業利益は前年同期比51.9%と減少。

## 新規受注金額



### 減少

案件の引き合いは増加しているものの、受注まで至っていない案件が多く、新規受注金額は前年同期比77.6%と減少。

## P/L：計画比と進捗率

interfactory

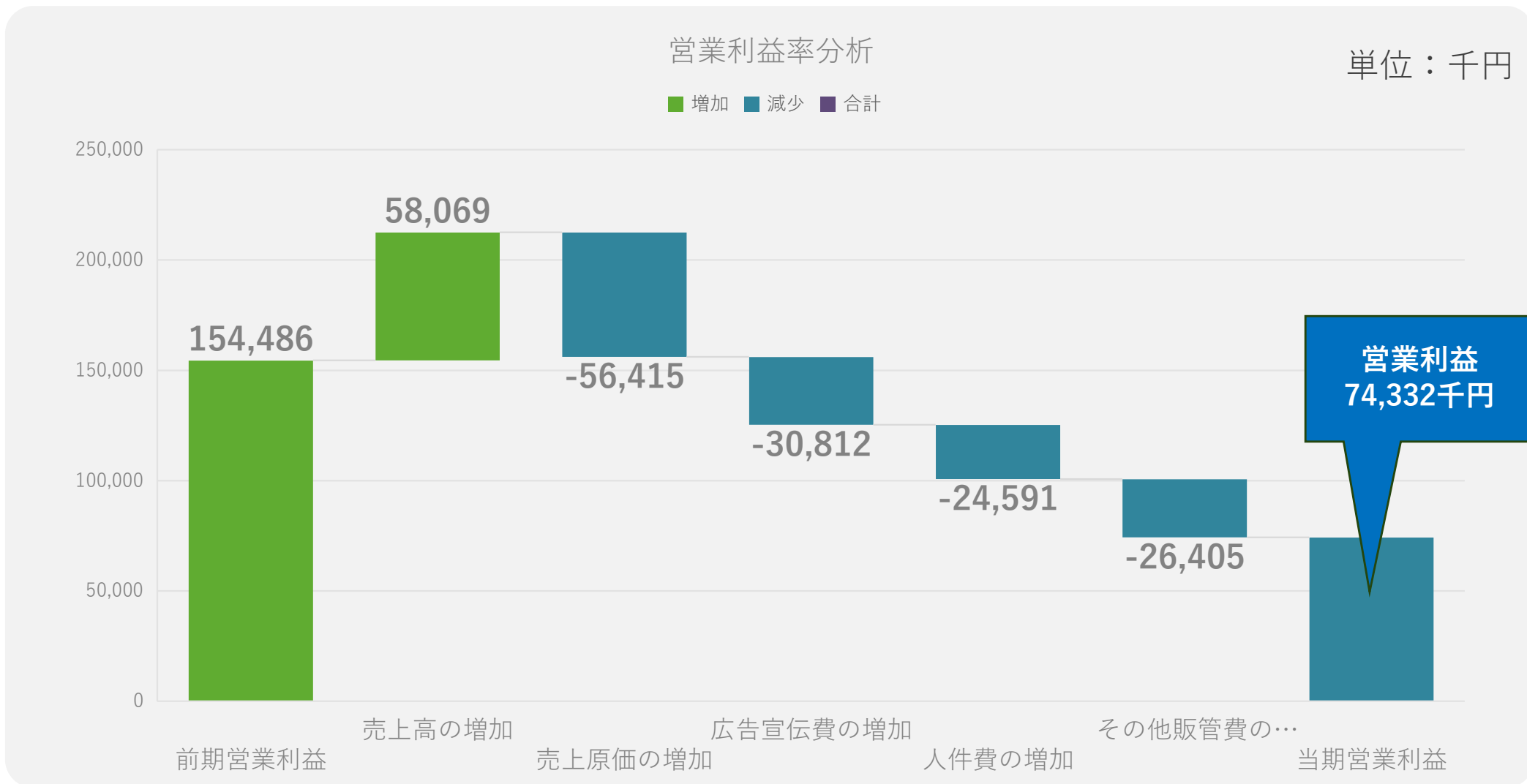
システム運用保守の売上高は、既存店舗の流通総額およびPV数が堅調であり、計画を上回って着地。システム受託開発は、一部大型案件におけるスケジュール変更などにより稼働が想定に届かず計画を下回った。営業利益は、継続してコスト管理及び業務効率化を徹底した結果、計画値を上回り74百万円となり、計画に対し**+17百万円**となった。

### 2026/5期第3四半期

単位：百万円

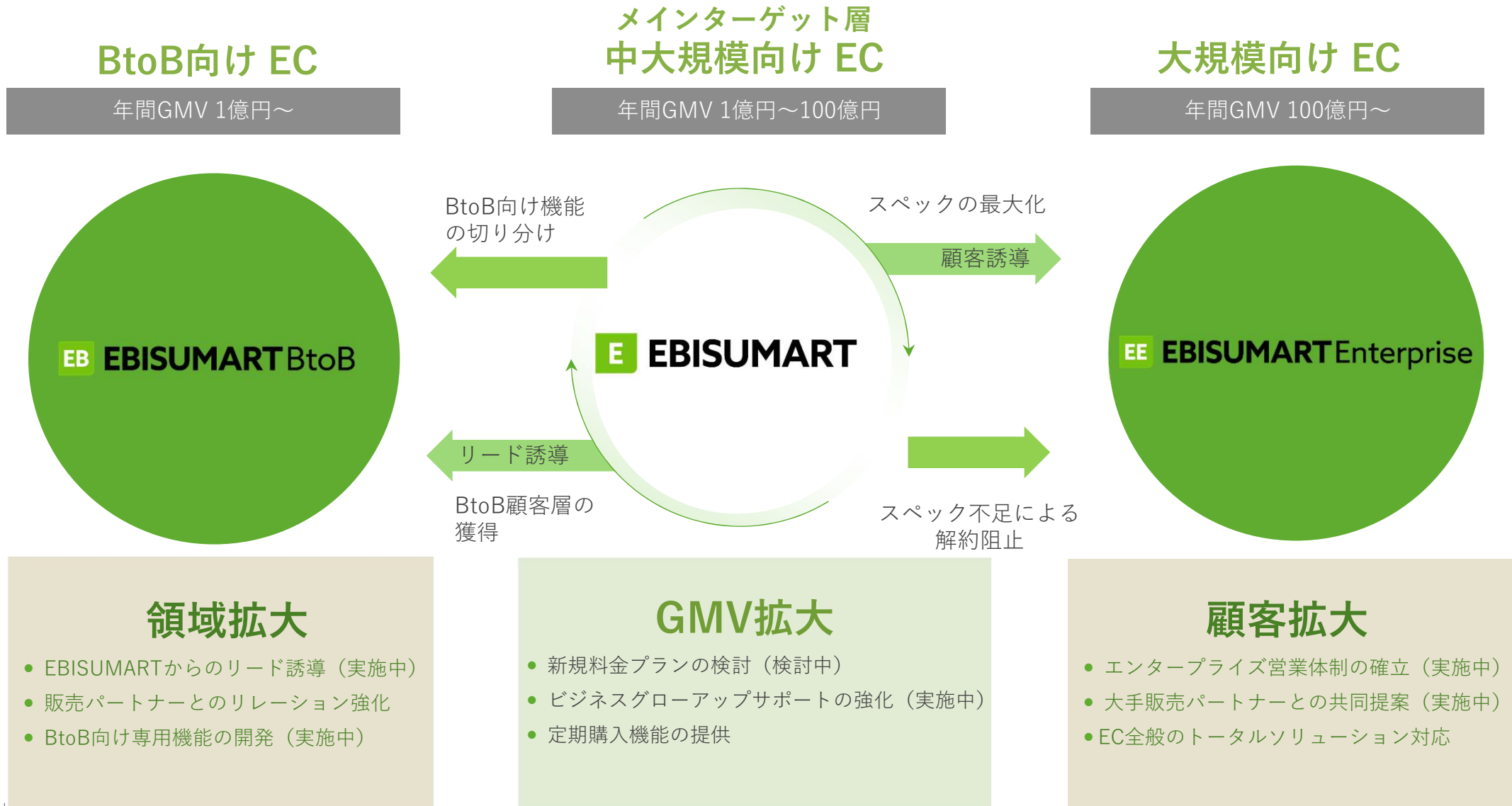
	計画	実績	対計画増減額 (対計画増減率)	前期差	通期計画
<b>売上高</b>	2,374	<b>2,112</b>	△262(△11.0%)	+59	3,223
クラウドコマース プラットフォーム事業	2,211	<b>2,032</b>	△179(△8.1%)	+159	3,001
システム運用保守	1,132	<b>1,304</b>	+172(+15.2%)	+64	1,519
システム受託開発	1,062	<b>612</b>	△450(△42.4%)	△4	1,267
ECビジネス成長支援事業	130	<b>79</b>	△51(△39.2%)	△101	173
データ利活用プラットフォーム事業	32	—	△32(—)	—	48
<b>売上総利益</b>	958	<b>883</b>	△75(△7.8%)	+1	1,307
利益率	40.3%	<b>41.8%</b>	+1.5pt	△1.1pt	40.6%
<b>営業利益</b>	57	<b>74</b>	+17(+30.4%)	△80	82
利益率	2.4%	<b>3.5%</b>	+1.1%	△4.0%	2.6%
<b>経常利益</b>	54	<b>70</b>	+16(+29.5%)	△80	77
利益率	2.3%	<b>3.3%</b>	+1.0pt	△4.0%	2.4%
<b>四半期（当期）純利益</b>	37	<b>44</b>	+7(+18.5%)	△68	53
利益率	1.6%	<b>2.1%</b>	+0.5pt	△3.4%	1.6%

売上高は58,069千円の増加に対し、売上原価は56,415千円の増加。販管費はマーケティング活動強化に伴い、各種展示会への参加等による広告宣伝費が30,812千円増加。営業人員の増加等により人件費が24,591千円の増加。結果として営業利益は74,332千円で着地。



# クラウドコマースプラットフォーム事業

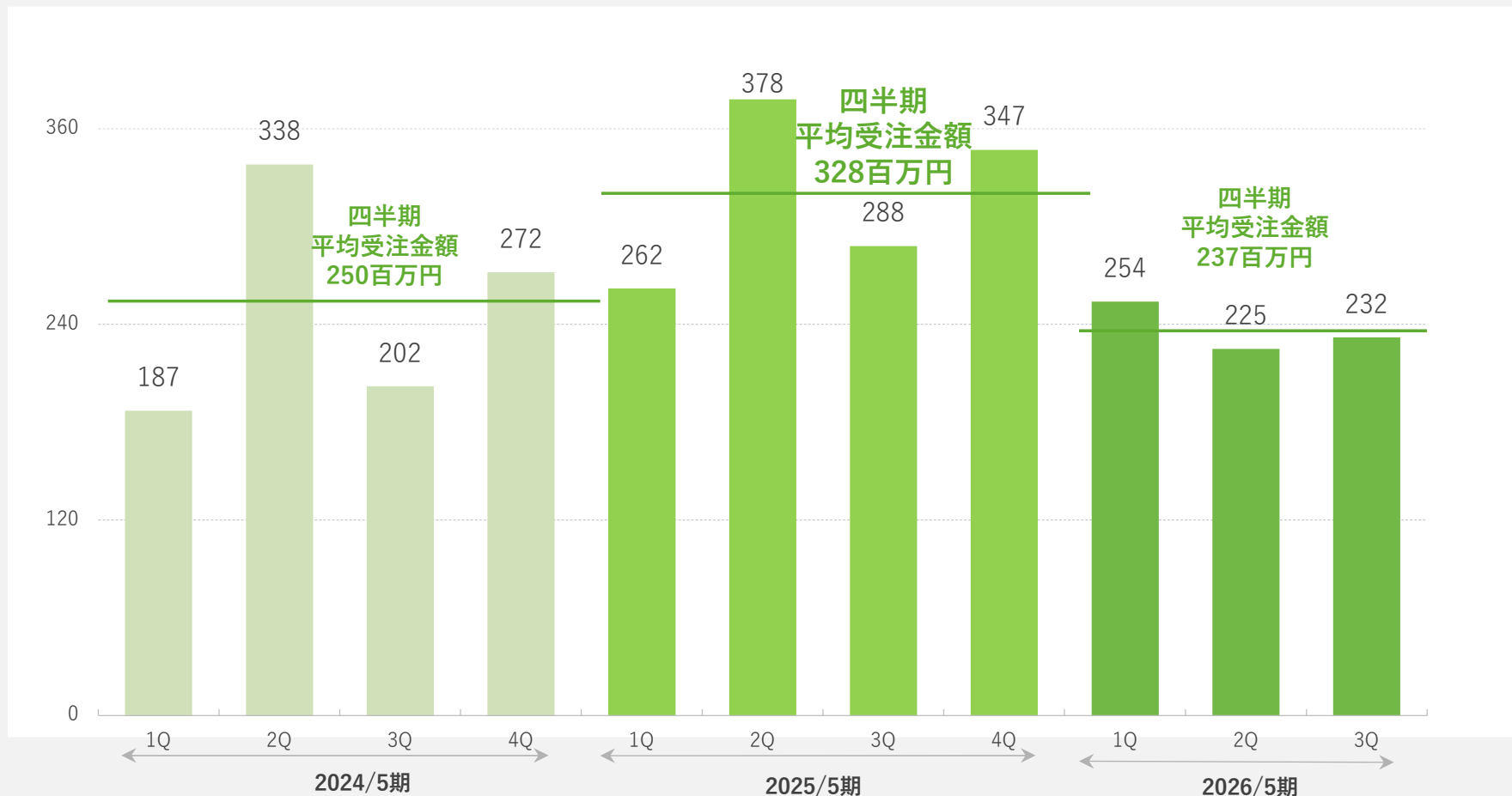
「EBISUMART」で培った経験とノウハウを生かし、EC構築市場における幅広いターゲット層に向けた新たなECプラットフォームの提供によって事業を拡大する。年間GMVの規模やBtoB事業者に向けて中小規模から大規模ハイエンド層を網羅し一気通貫でのECプラットフォームを提供していく。



受注金額は、案件の引き合いは増加しているものの、受注まで至っていない案件が多く前期比77.6%で着地。新規顧客の受注は想定を上回っているが、既存顧客からの受注（追加開発）が想定を下回っている状況。継続してEC関連の展示会やイベントへ積極的に参加し、受注拡大に努めていく。

新規受注金額の推移

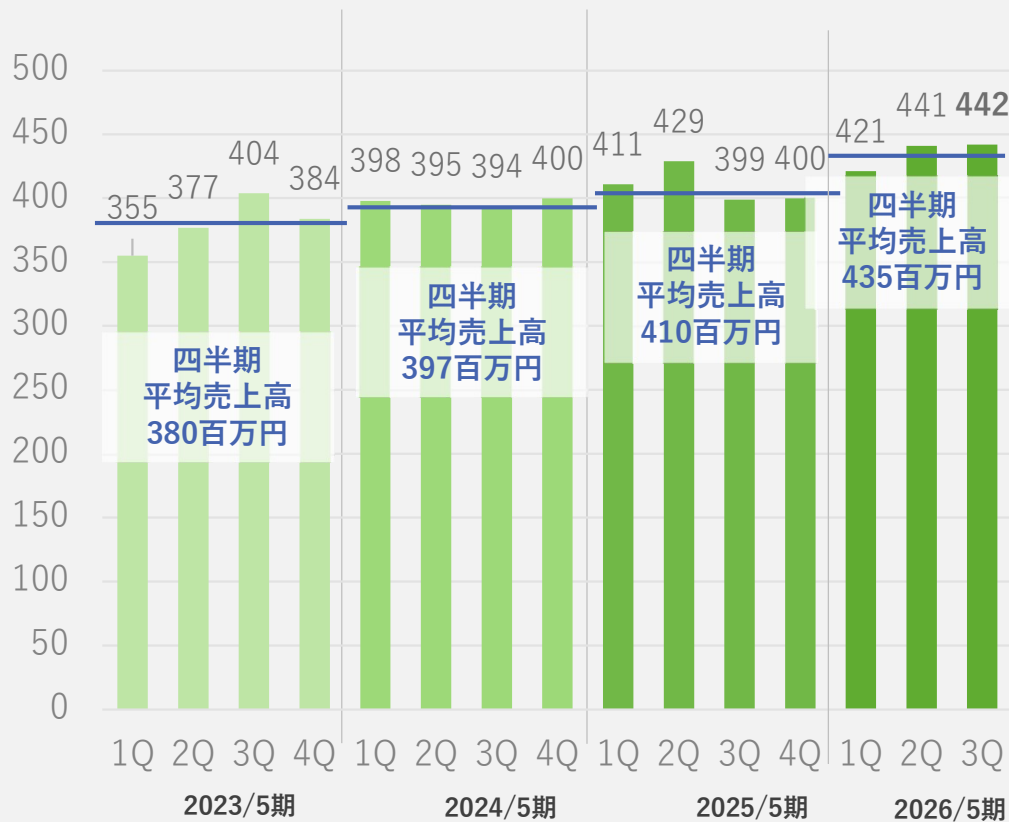
単位百万円



システム運用保守売上は、既存顧客のPV数およびGMVが引き続き堅調に推移し当初計画比115.2%で着地。月額平均ARPUの推移も堅調で、今後も安定して新規案件のリリースが予定されており、安定した伸長を見込む。また、2026年4月より基本保守料金の改定を予定しており、持続的な成長基盤の構築を推進していく。

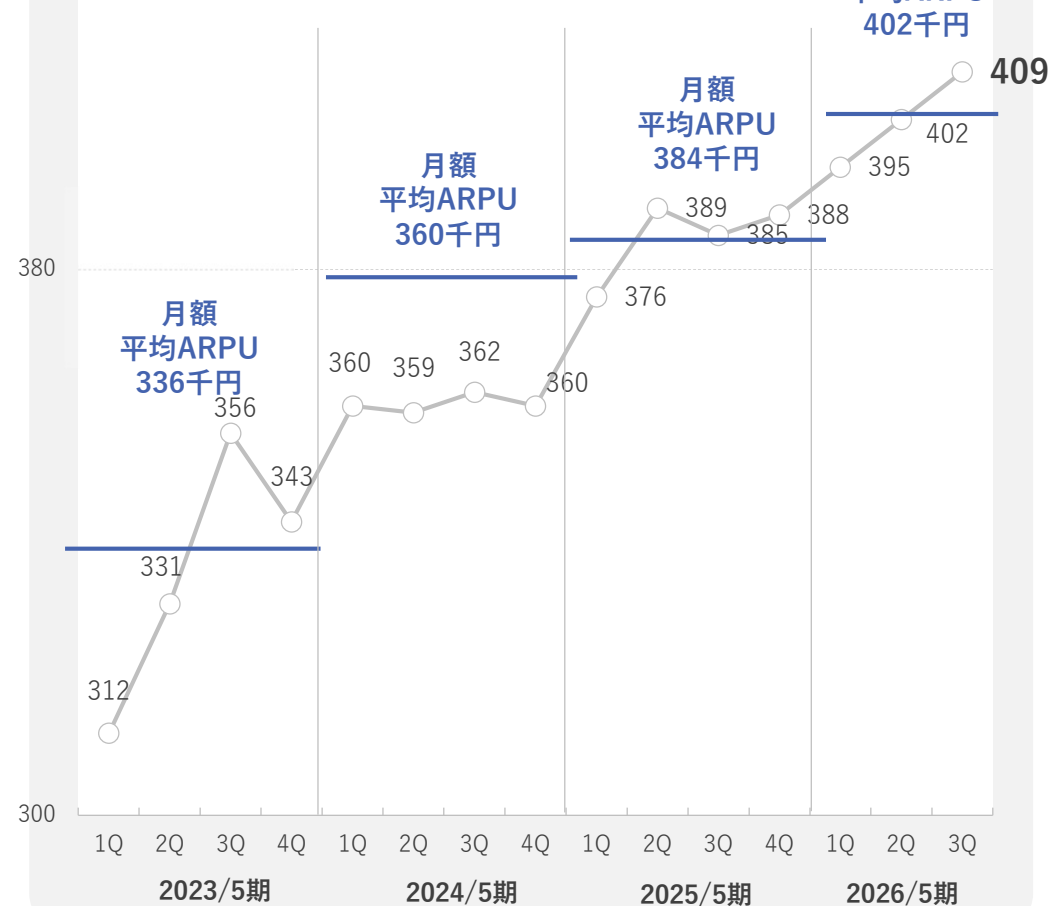
システム運用保守売上高の四半期推移

単位：百万円



ARPU※1の四半期推移

単位：千円



注釈(1)：月額のARPU = 四半期ARPU ÷ 3 (月数) にて算出

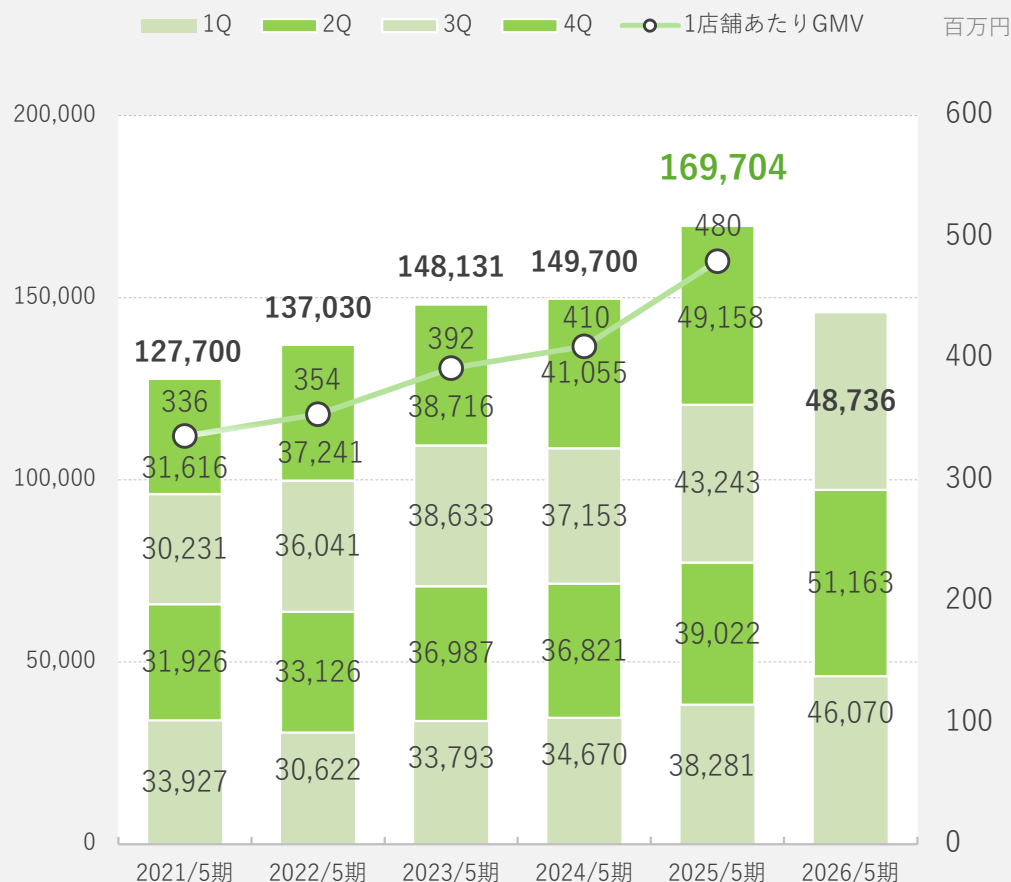
↳ 四半期ARPU = 四半期システム運用保守売上高 ÷ 期中平均顧客数にて算出

## 主要数値：クラウドコマースプラットフォームにおけるGMVの推移

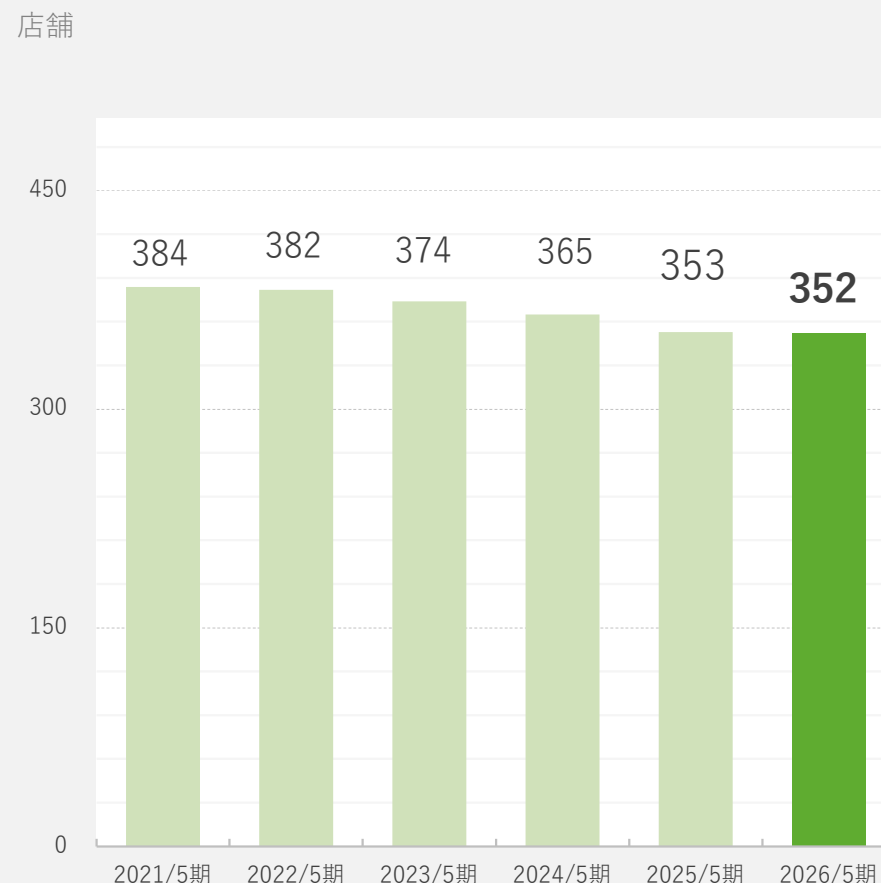
interfactory

GMVは前年同期比121.1%となり、継続的に堅調に増加している。今後も新規案件のリリースが予定されており、安定した増加が見込まれる。顧客数は、小～中規模の退店もあり、微減となった。

### GMV※1および店舗あたりGMVの推移

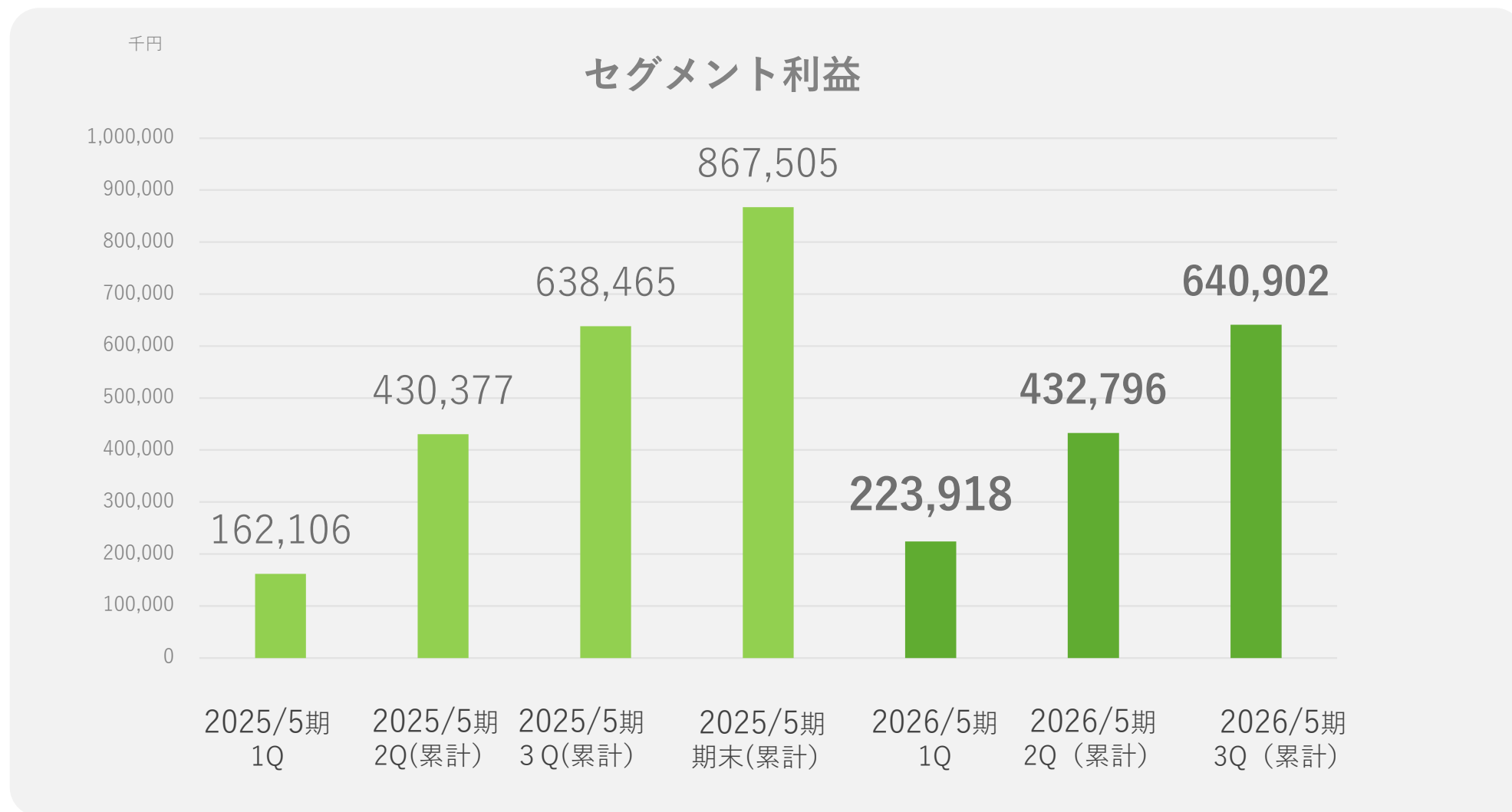


### 顧客数（期末店舗数）の推移



注釈(1) : GMVとは、Gross Merchandize Valueの略称

クラウドコマースプラットフォーム事業においては、システム運用保守売上が堅調に推移していることに加え、前年度より継続して原価管理を徹底するとともに作業の効率化を図ったことなどにより、利益率が堅調に推移し、第3四半期累計値のセグメント利益は640百万円と予算比108.5%で着地。

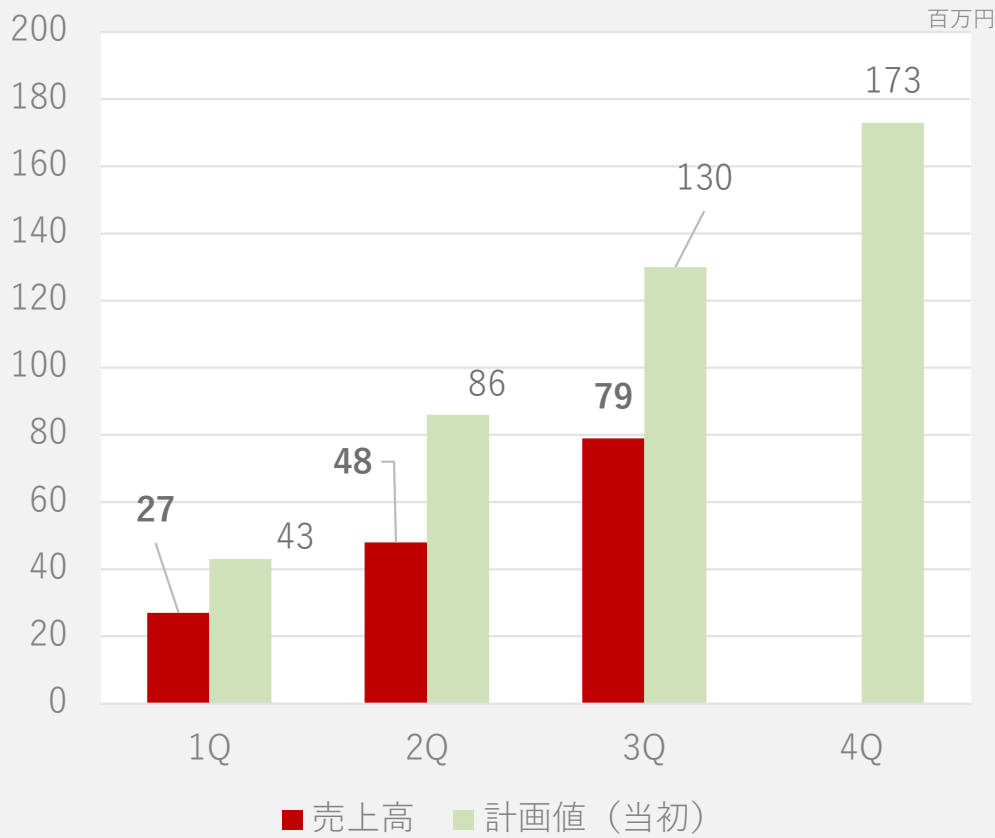


# ECビジネス成長支援事業

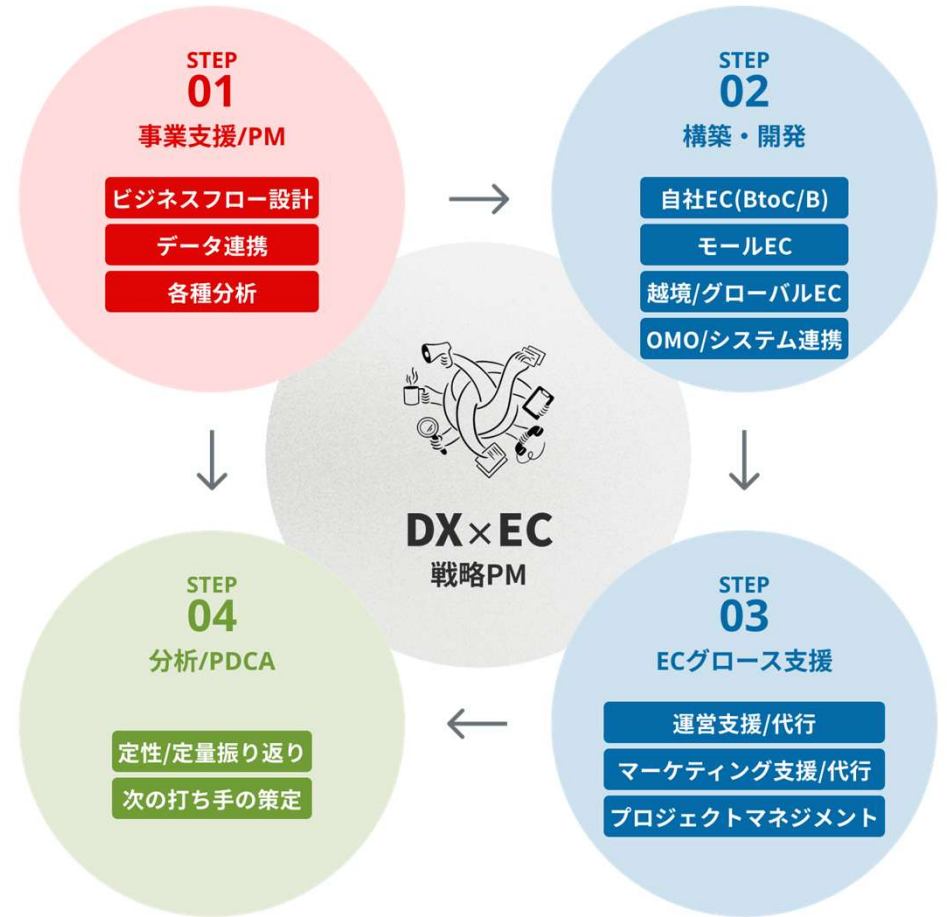
コンサルティング等のサービスの受注が計画を下回っており、売上高達成率は計画比60.8%で着地。なお、広告運用代行サービスについては、従来より当社が主体となっていて役務提供を実施していたが、生産性を考慮し、2026年5月期からパートナー企業に委託する取次業務として実施しており、広告媒体に支払う金額に一定の比率を乗じた手数料を売上高として計上する方法に変更している。

EBISU GROWTHの関わり方

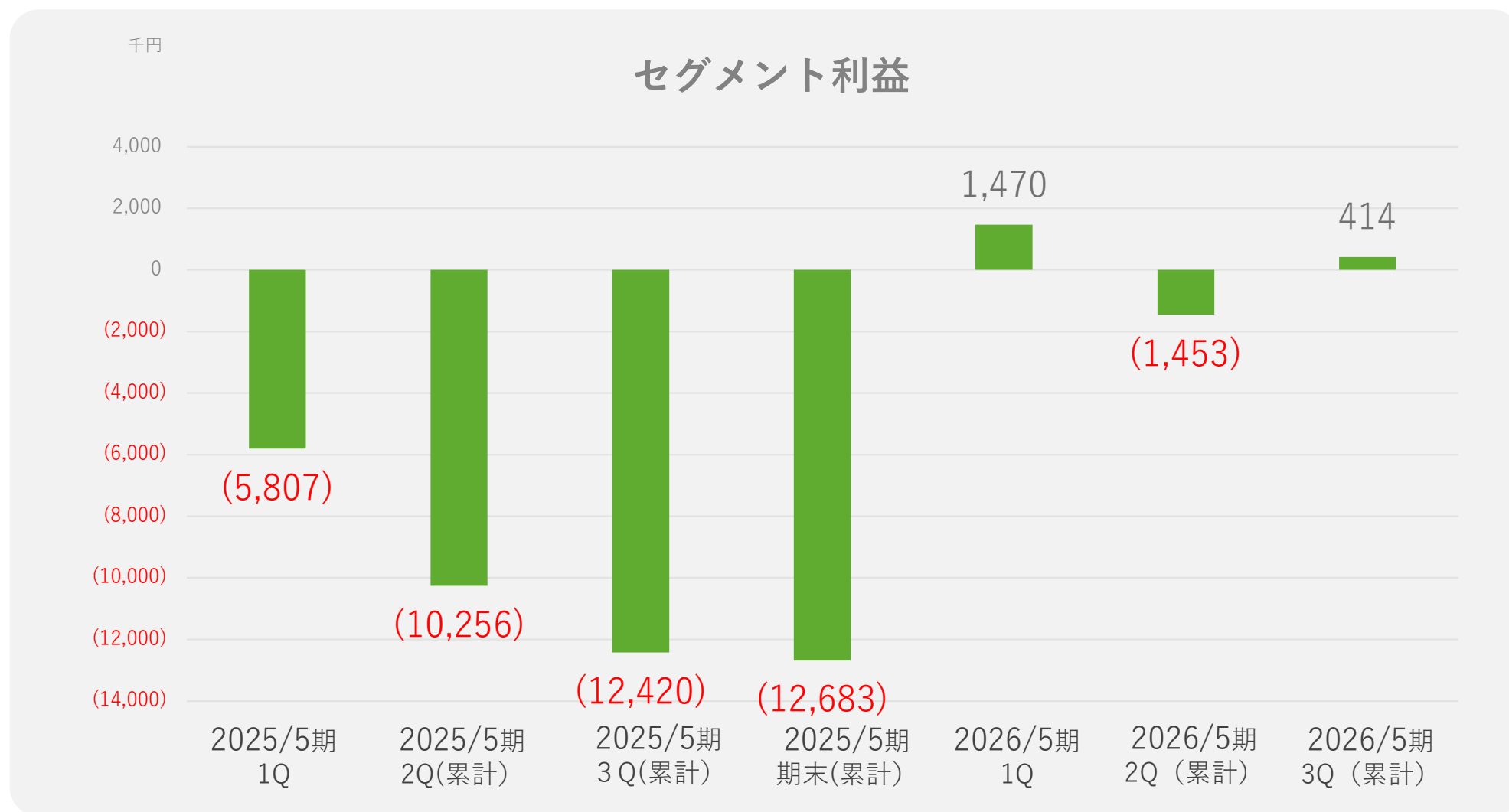
ECビジネス成長支援売上高の四半期推移（累計）



2026/5期



ECビジネス成長支援サービスにおける、人材配置の適正化および各案件の利益率の見直し等により、セグメント損益がプラスに転じている。今後においても提供価格の適正化および対応工数の削減を進め、利益確保に注力していく。



# 業績計画・成長戦略

2026/5期はマーケティング戦略を積極的に進め、広告宣伝及び人材強化に投資することから営業利益82百万円を見込む。安定して利益が生み出せる土台を固め、2027/5期は売上高3,615百万円、営業利益2.31億円を計画する。

### 売上高・営業利益計画



## 2026/5期業績予想

interfactory

クラウドコマースプラットフォーム事業においては、BtoBの商習慣に合わせ機能を充実させた「EBISUMART BtoB」と、大規模顧客層をターゲットにした、ハイスpekククラウドコマースプラットフォーム「EBISUMART Enterprise」の拡販により、システム受託開発の売上増加を見込む。データ利活用プラットフォーム事業においては、新サービス「EBISU PIM」の販売を本格的に開始し、売上高合計としては前年比+12.5%増を見込む。一方で、新サービスを含めたマーケティング戦略を積極的に進め、広告宣伝及び人材強化に投資をしていくことから、営業利益としては前年比58.0%減の82百万円を見込む。

単位：百万円

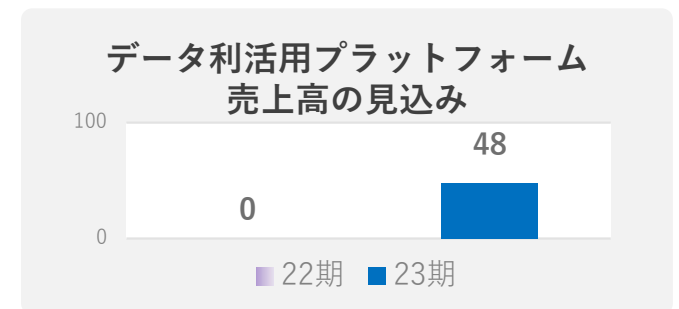
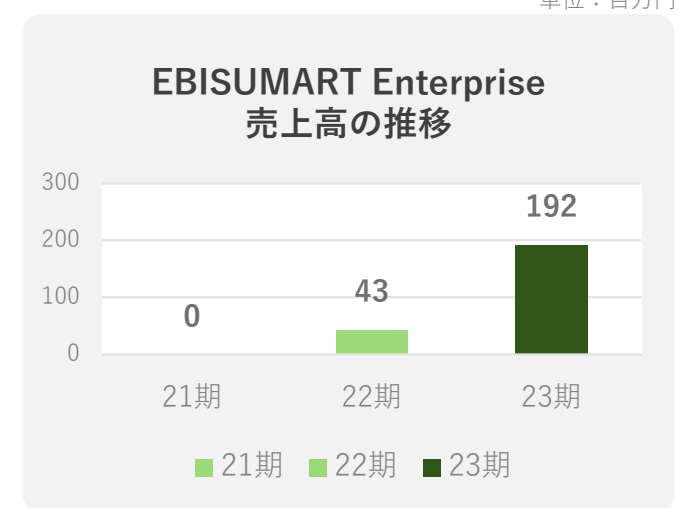
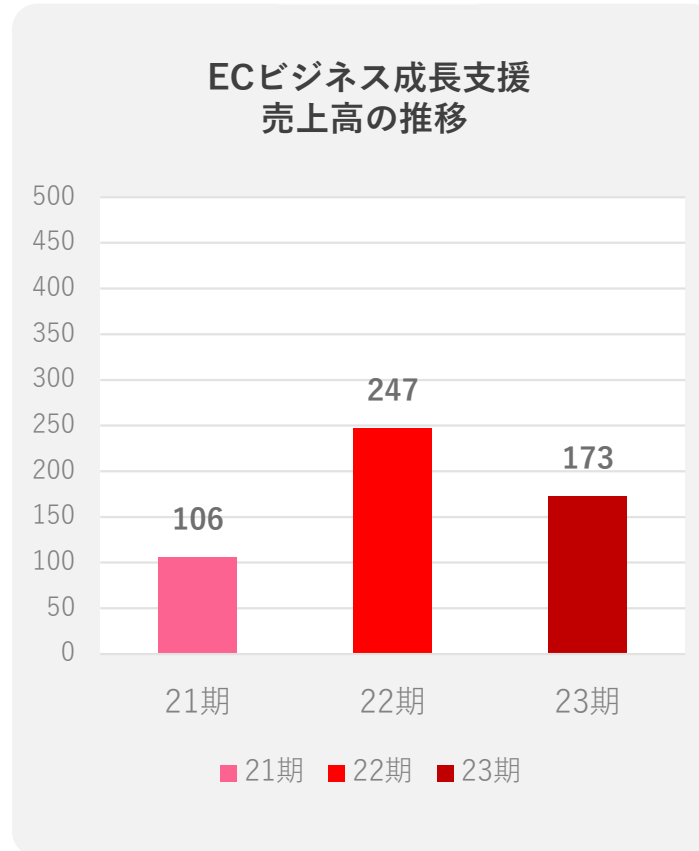
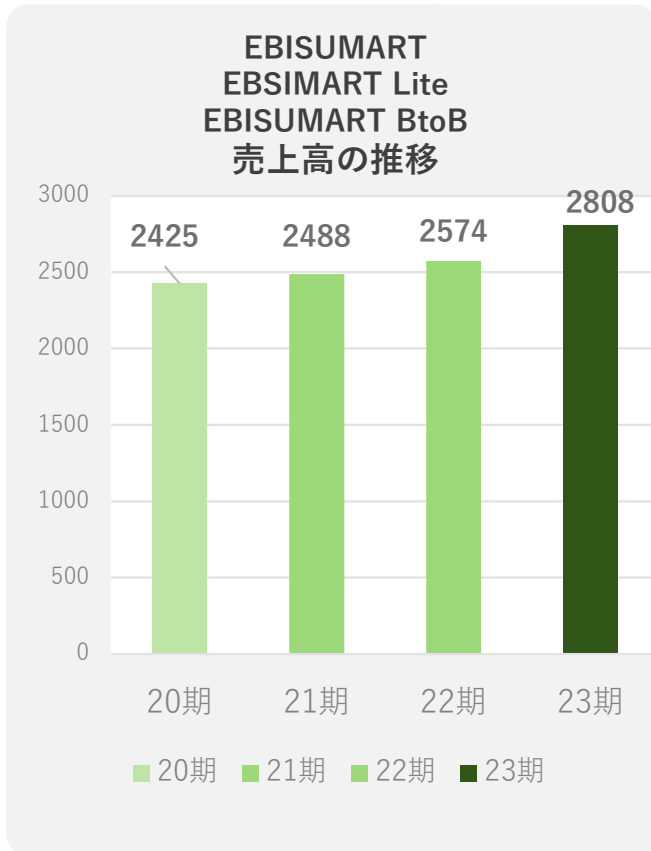
	2025/5期実績	業績予想	前期差	前期増減率
<b>売上高</b>	2,864	<b>3,223</b>	+359	+12.5%
クラウドコマースプラットフォーム事業	2,617	<b>3,001</b>	+384	+14.7%
システム運用保守	1,641	<b>1,519</b>	▲122	▲7.4%
システム受託開発	952	<b>1,460</b>	+508	+53.4%
その他	23	<b>22</b>	▲1	▲4.3%
ECビジネス成長支援事業	247	<b>173</b>	▲74	▲29.9%
データ利活用プラットフォーム事業	—	<b>48</b>	—	—
<b>売上総利益</b>	1,220	<b>1,307</b>	+87	1,141
利益率	42.6%	<b>40.5%</b>	▲2.1pt	—
<b>営業利益</b>	196	<b>82</b>	▲114	▲58.0%
利益率	6.9%	<b>2.6%</b>	—	—
<b>経常利益</b>	190	<b>77</b>	▲113	▲59.3%
利益率	6.7%	<b>2.4%</b>	—	—
<b>当期純利益</b>	137	<b>53</b>	▲84	▲61.0%
利益率	4.8%	<b>1.6%</b>	—	—
<b>1株当たりの当期純利益</b>	34.11円	<b>13.00円</b>	▲21.11円	▲61.9%

## 各サービスの売上推移と今後の展望

主力サービスである「EBISUMART」は堅調に推移する見込み。小規模事業者向け「EBISUMART Lite」、BtoB機能を拡充した「EBISUMART BtoB」の拡販に注力し、売上の拡大を目指す。「ECビジネス成長事業」は、パートナーとのアライアンス強化と収益性の高いサービスへの注力により、収益の拡大と利益率の確保を目指す。大規模事業者向け「EBISUMART Enterprise」と「データ利活用プラットフォーム事業」は、開発体制の拡充とともに販売体制を強化し、成長をより加速させていく。

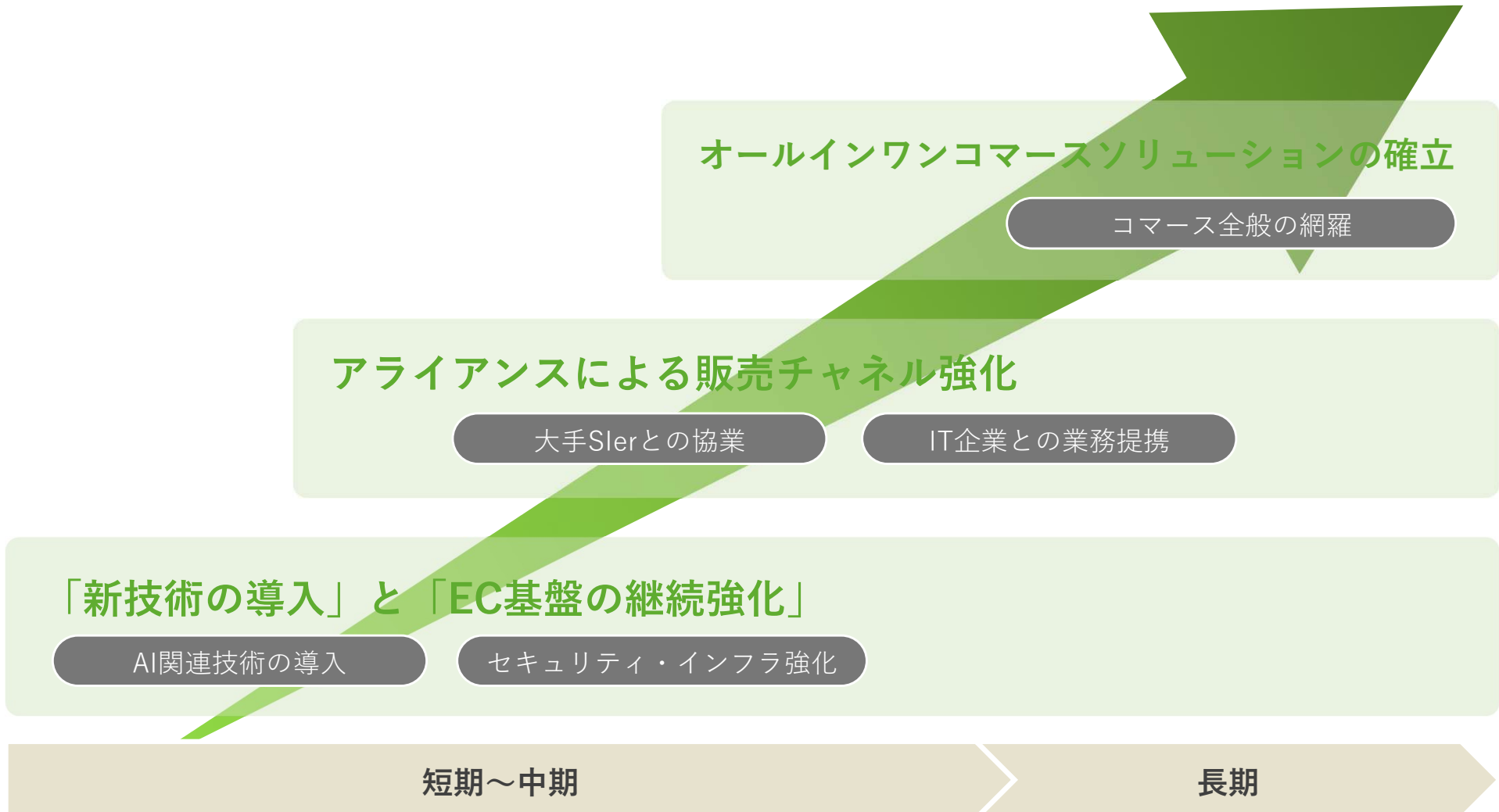


単位：百万円



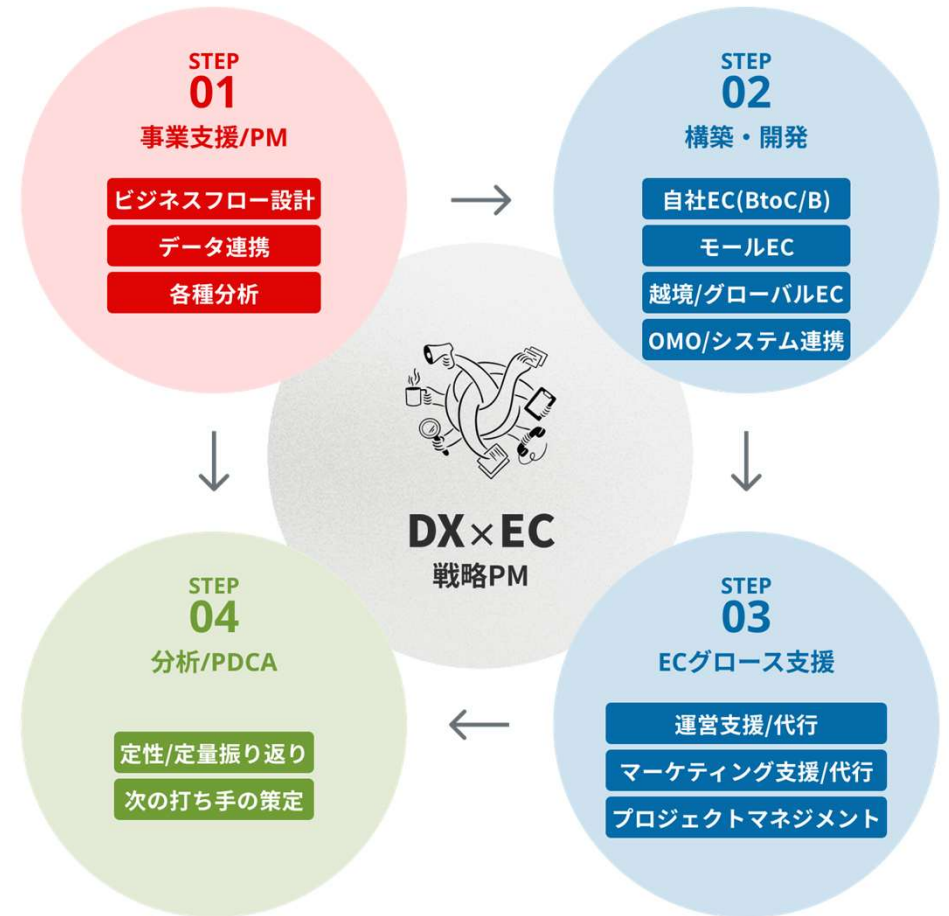
※：23期の数値は計画値

変化のスピードが激しいEC業界において「EBISUMART」を軸に、新技術の導入検討や新機能開発を積極的に実施していく。ECで培ったノウハウと実績を生かし大手Sierとの協業も進め、コマースに関わる全てにおいて提案、提供できるソリューションを目指す。



ECビジネス成長支援サービスは、「EBISU GROWTH(エビス グロース)」を中心とした、顧客であるEC事業者の事業ステージや事業領域に合わせて最適なECビジネス成長のソリューションを提案。豊富なEC構築実績をもとに、ECの枠にとらわれないDX/ECの成長を支援する。

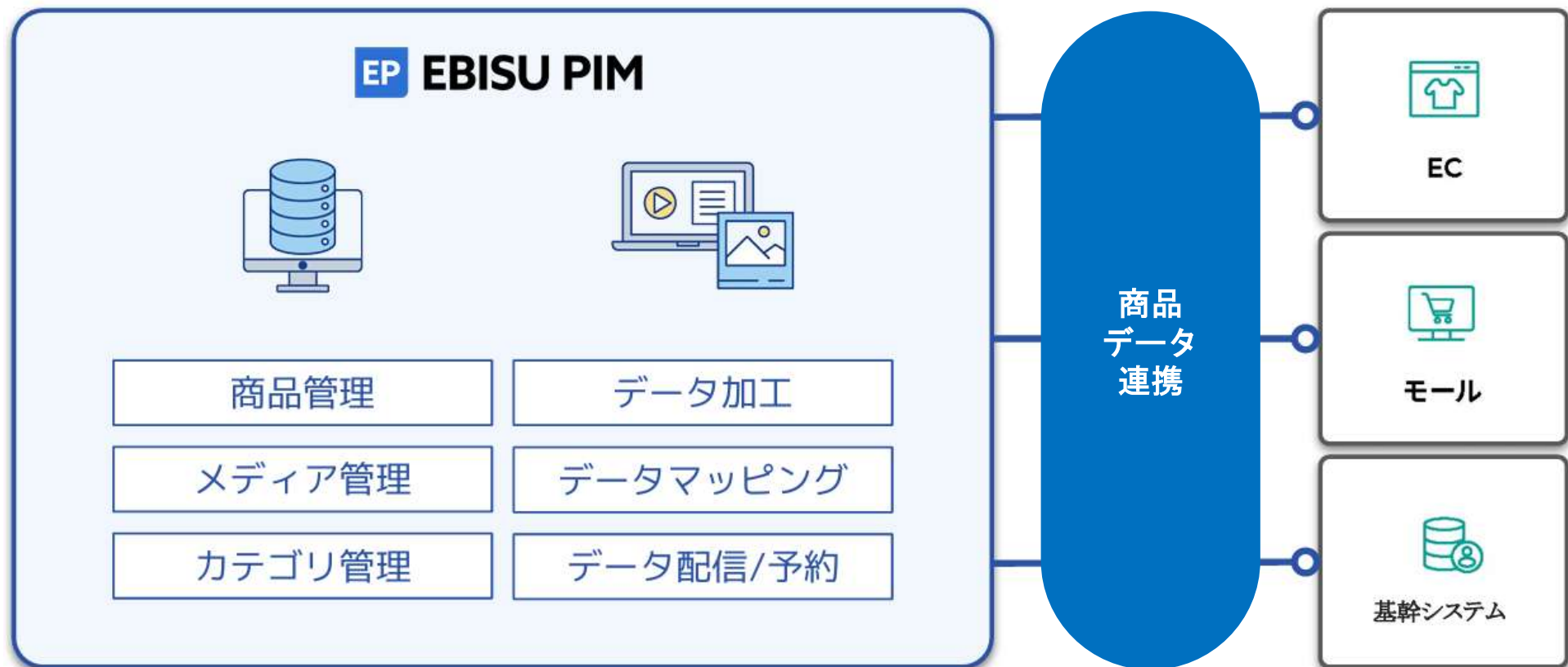
EBISU GROWTHの関わり方



**事業成長 = DX × EC**

EC事業者のバックエンド業務に係る情報とフロントエンド業務に係る情報を統合・分析する、**データ利活用プラットフォーム**を新規開発し、順次関連サービスを提供していく。

第1弾サービスとして、自社が持つ商品情報を、自社の運用にフィットする商品マスタに統合しマスタ管理の業務効率を最大化するための**SaaS型商品情報管理システム「EBISU PIM（エビスピム）」**の提供を開始。



# 補足資料

カスタマイズ対応するクラウド型ECサイト構築サービスにおいて8年連続シェアNo.1を獲得したクラウドコマースプラットフォーム。「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。

## E 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」**

カスタマイズ対応可能なクラウド型ECサイト構築サービス  
日本ネット経済新聞調べ  
**8年連続国内構築実績No.1**

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

- ・ 幅広いシステム連携
- ・ API公開によるオープン化  
累計公開API数1,018個

#### 安心性

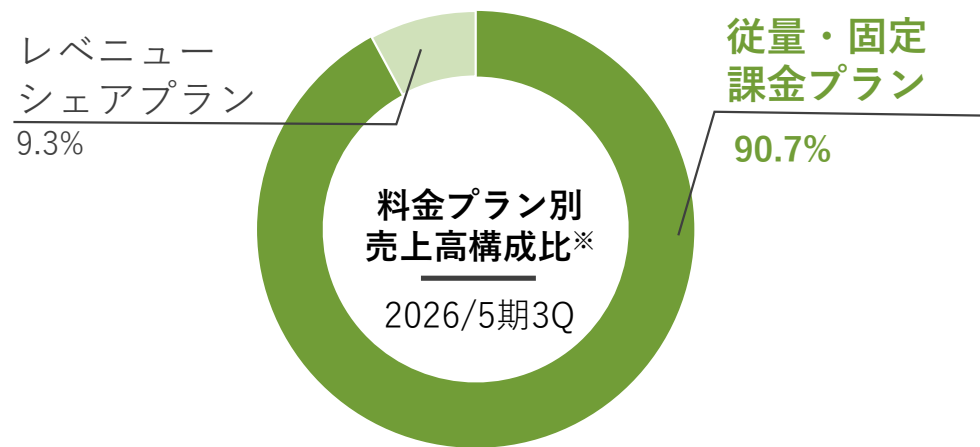
- ・ 年間稼働率99.95%
- ・ セキュリティ基準の継続的な更新
- ・ WAFオプションなどによる強固なセキュリティ

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。

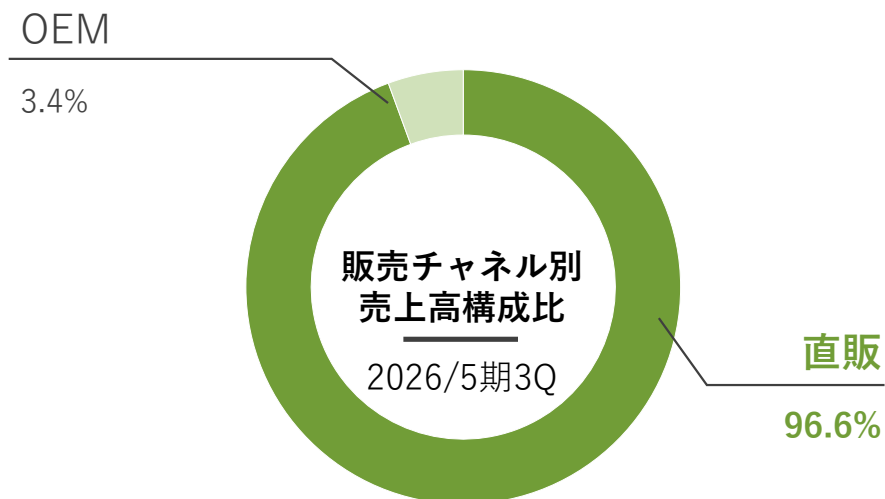
売上高区分

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
		+ アクセス課金（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
		+ アクセス課金（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：20.0万円～ オプション料金：0～30万円



注釈：システム運用保守売上高構成比



## サービス概要-導入事例

「BtoC」「BtoB」問わず、大規模EC事業者を中心に累計800サイト以上の導入実績  
カスタマイズ対応可能なクラウド型EC構築サービスにおいて8年連続シェアNo.1を獲得

※日本ネット経済新聞調べ




---

 アパレル

- ラルフローレン合同会社
- 株式会社西松屋チェーン
- GUESS JAPAN合同会社

---

 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
- ファイテン株式会社

---

 デジタルコンテンツ

- 株式会社JPX総研
- 株式会社ゼンリン
- NTT西日本株式会社

---

 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
- BRUNO株式会社

---

 食品・飲料

- UCC上島珈琲株式会社
- 株式会社平田牧場
- 株式会社ケイシイシイ

---

 アウトドア・スポーツ

- 株式会社ダンロップスポーツマーケティング
- ヤマハ株式会社
- 株式会社タマス

---

 エンターテインメント

- 株式会社スクウェア・エニックス
- 株式会社バンダイナムコアミューズメント
- レノボ・ジャパン合同会社

---

 法人向け

- 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

## サービス概要-外部連携

さまざまなEC関連システムと連携し、お客様のEC事業を包括的に支援。  
各種決済ツールとの連携も強化



## 接客ツール

- MATTRZ CX (マターズCX)
- CVゲッター
- Zendesk

## ログイン連携

- ソーシャルPlus
- 楽天ID Connect オプション

## 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

## フォーム入力最適化 (EFO)

- f-tra EFO
- ナビキャスト フォームアシスト

## CRM・MAツール

- カスタマーリングス
- Repro
- Insider

## 在庫管理・商品管理

- zaiko Robot
- ネクストエンジン
- eシェルパモール2.0

## アクセス解析・行動分析

- UserInsight
- SocialInsight
- WebAntenna

## 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)
- ASUKA

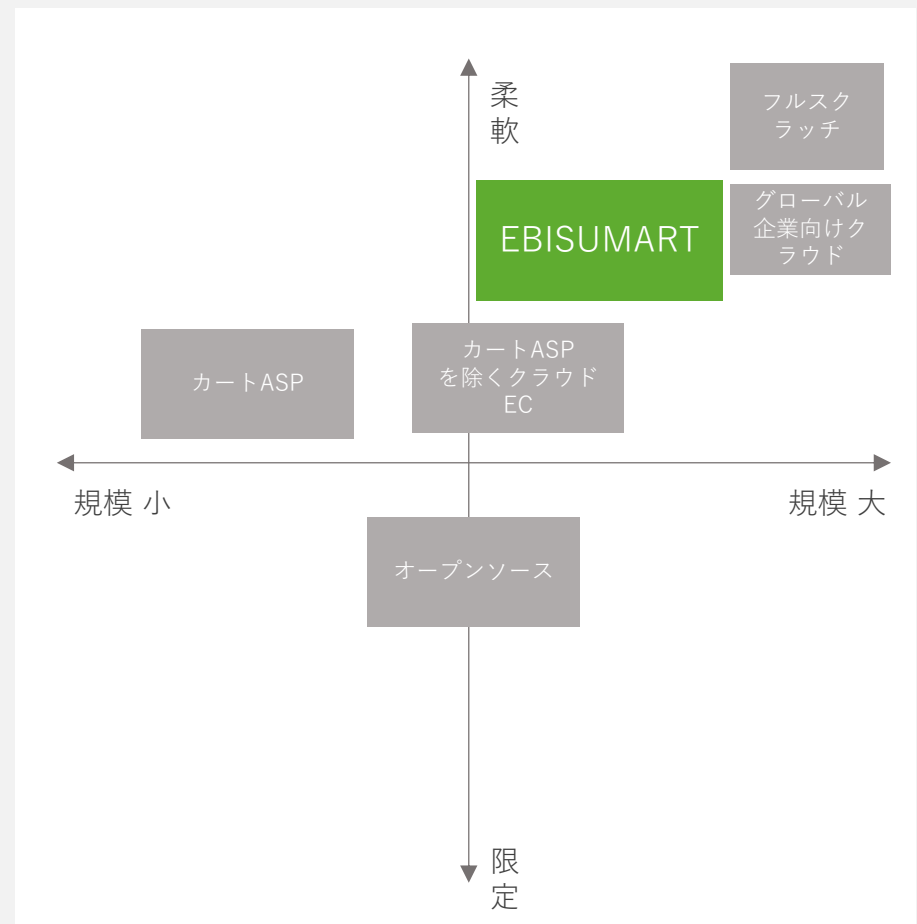
当社サービスは、主に大規模ECを対象とするため、パッケージやフルスクラッチで提供する企業と競合する。常に最新のシステムを提供するクラウドの特性に加え、柔軟なカスタマイズを可能とすることで業界でも稀有なサービスポジションに位置している。

ECサイト構築方式別対象顧客規模

対象顧客規模 (GMV)	1億円未満	1-50億円未満	50-100億円未満	100億円以上
カートASP	←→			
オープンソース		←→		
カートASPを除くクラウドEC		←→		
<b>E EBISUMART</b>	←→			
グローバル企業向けクラウドEC				←→
パッケージ		←→		
フルスクラッチ			←→	

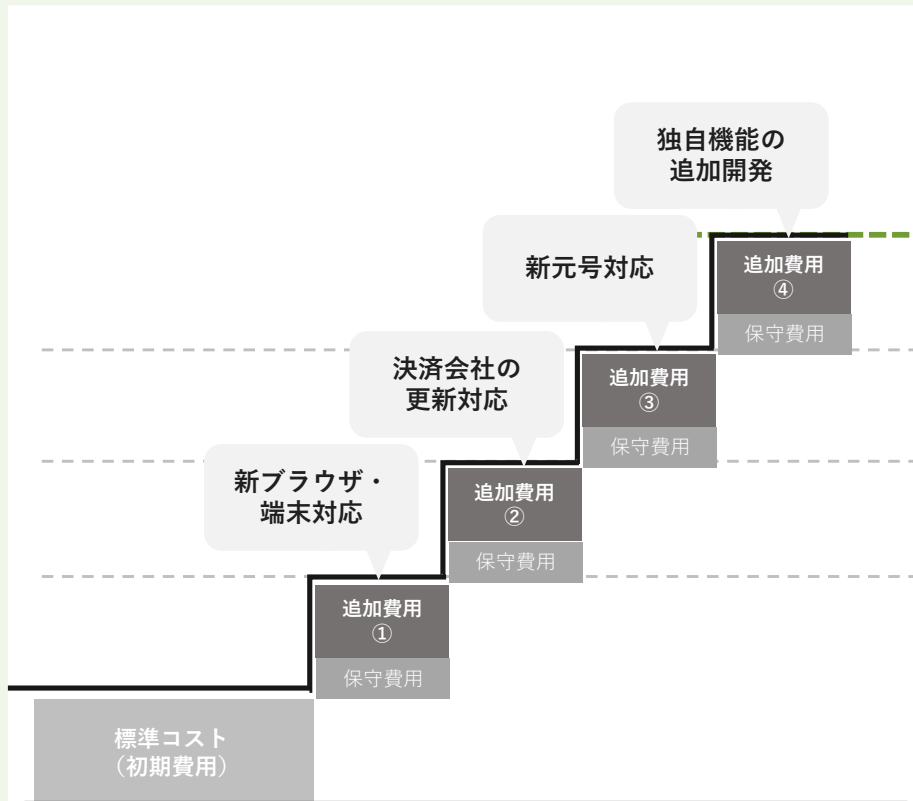
競合領域

「EBISUMART」のサービスポジション

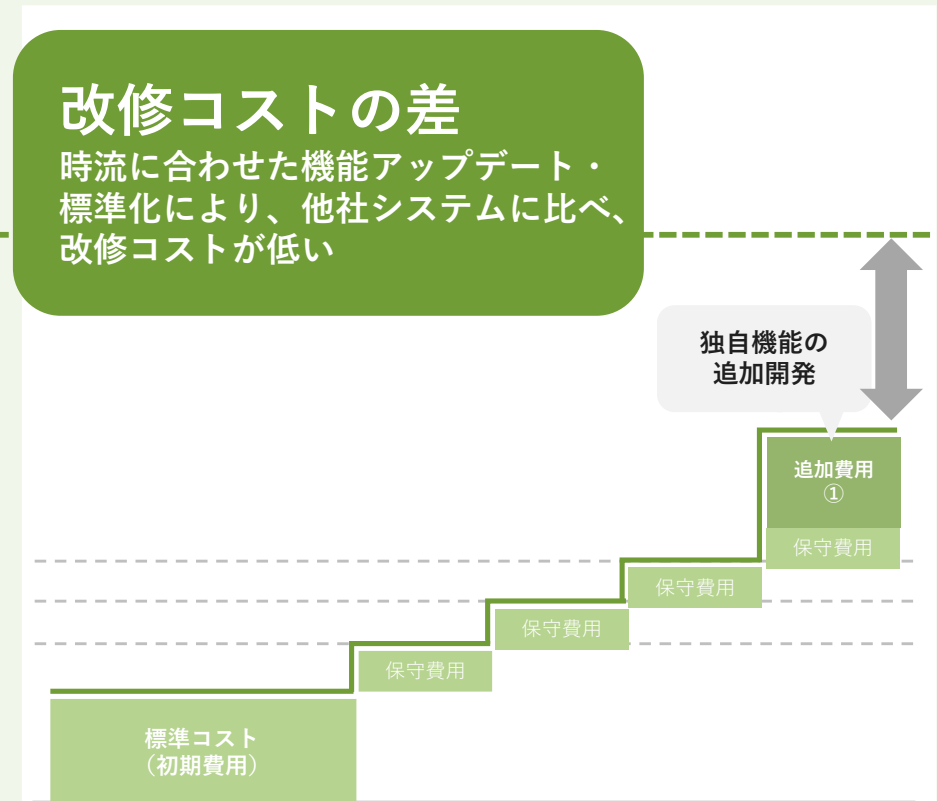


大規模EC事業者のクラウドECの構築では、一般的なパッケージ型やフルスクラッチ型システムに比べ、EBISUMARTは基幹システムの継続的な機能アップデート・標準化を実施しており、中長期的な改修コストを抑えることが可能となる。

### 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

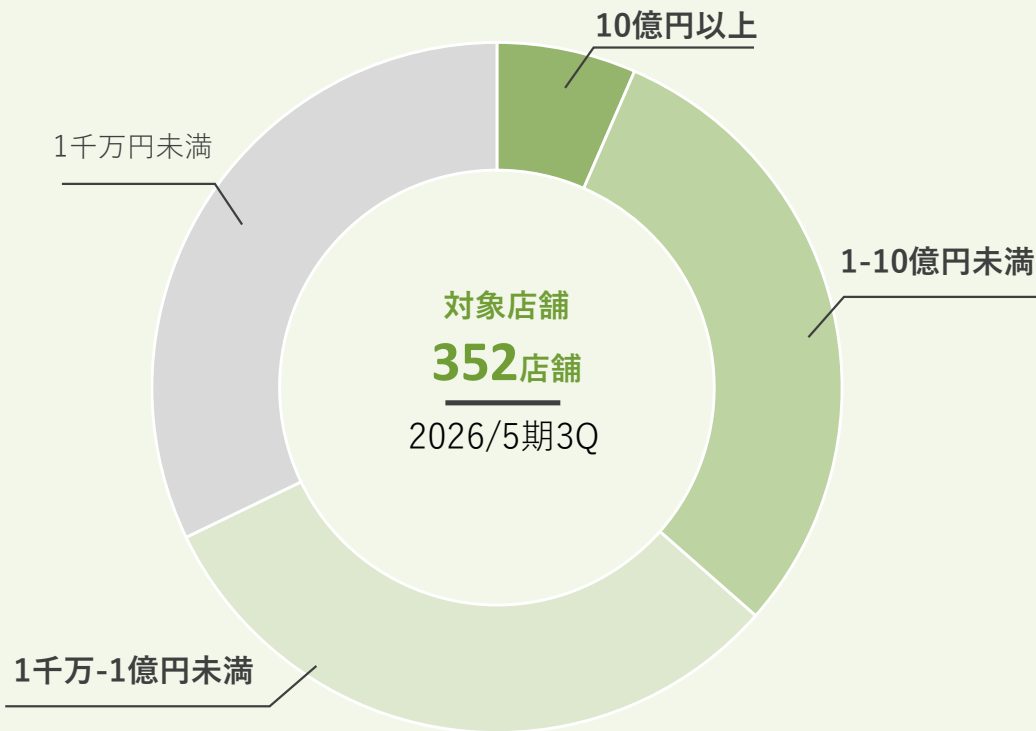


### 大規模EC事業者向けクラウドECのコスト推移 EBISUMART



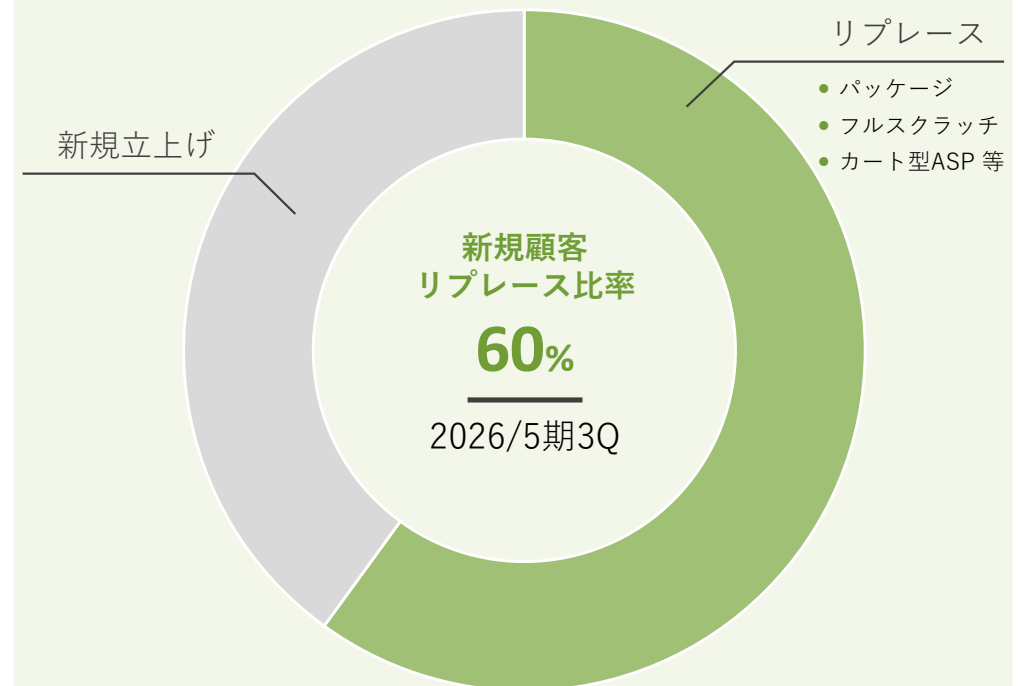
当社の顧客基盤は、既にEC運営基盤を有する事業者で過半数を占める。  
また、新規顧客のリプレース割合が高く、さらなるEC売上の拡大を志向する事業者を選好される。

### 「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

さまざまなチャネルのデータを収集・蓄積し、在庫管理や受注～出荷処理などのEC運営業務を自動化するクラウド型の統合業務管理システムです。データ連携コネクタによって、自社ECサイト・モール・WMS・基幹システムなどさまざまなシステムとシームレスにデータ連携。BtoB-ECサイトなど、大量のデータを扱う企業規模にも対応可能なシステム構成、ならびに開発体制を構築しています。

統合業務管理システム

# EBISUMART Enterprise

EC運営はもっと楽になる

あらゆるデータの一元管理で日常業務の自動化を実現

## ECに関するデータを収集・蓄積

自社で保有しているECサイトやPOSシステム、モールサービスなどと連携し、保有している受注・顧客データを収集・蓄積

## EC運営業務の自動化

ECサイトやモールサービスへ在庫データを自動的に反映し、WMSへ出荷データを自動連携

EBISUMARTの標準機能をBtoB-EC向けに見直し、不要な機能を削減することで、BtoBの商習慣に合わせた機能の提供や既存ビジネスの踏襲を実現しやすくしたBtoB-EC構築サービスです。  
これまでEBISUMARTで提供していたクラウド型のメリットはそのままに、より業務に対応したBtoB-ECを構築することが可能になります。

BtoB-EC構築サービス

# EBISUMART BtoB

DX推進を目的に受注業務のシステム化・業務効率化データ利活用をお考えの事業社様に、  
さまざまなビジネス形態に対応した受注システムをご提供

## さまざまな商材に対応

個数単位の発注に加え、  
長さ・量単位を指定し発注可能なため、  
さまざまな商材に対応可能

## 取引先とのコミュニケーション強化

取引に関わる全情報を発信  
することで、欲しい情報がいつでも  
入手可能な環境をご提供

お客様の事業フェーズに合わせた柔軟な提案を行い、コマースの最適化を実現する伴走型のDX/EC支援サービス\*です。BtoC/B問わずさまざまな業種業界を支援してきたプロフェッショナルが、課題の特定や戦略分析から、システム連携・構築、販促・マーケティング、グローバル化まで、ECの枠に“とらわれない”DX/ECの成長をご支援します。

\*インターファクトリーが提供するサービス「EBISUMART」および「EBISUMART Lite」以外のECシステムを利用される事業者様も対象となります。

ECコンサルサービス

# EBISU GROWTH

EC事業を運営する全ての事業者様を対象に、  
圧倒的なDX/EC支援経験でコマースの最適化を実現

### EC戦略PM支援サービス

お客様のEC事業責任者の代わりに  
戦略→構築→運用のPDCAを回し  
事業の継続的な成長を支援

### ECモール特化型運営支援サービス

取り扱い商材の特性・企業様の経営状況、体制を  
十分に踏まえた上で経営戦略的にアプローチし  
短期・中期・長期でしっかりと成果につながる  
EC運営のサポート

企業が持つ多種多様な商品データを統合し、情報の整合性を保ちながら各チャネルへシームレスに配信する商品データ統合プラットフォームです。商品情報管理（PIM）を導入することで、商品のメディアデータ管理や、さまざまなシステムへのデータ連携、自社製品の特性に合ったデータ項目の設計・構築などを実現します。

2025年2月リリース

商品データ統合プラットフォーム



信頼性の高い商品コンテンツをさまざまなチャネルへシームレスに配信する  
商品データ統合プラットフォーム

### 商品データは一つのシステムで管理

社内に散らばった商品データを  
マスタ管理し、各販売チャネルに  
一貫性のあるデータを提供

### データを各チャネルに自動配信

登録した内容を各チャネルへ  
リアルタイムに配信、管理コストの削減と  
市場投入速度の向上を支援

短期～中期的には、顧客のバリューチェーンに参画し、データ活用の基盤を構築することでビジネス機会を創出する。長期的には、受注・会員データの統合管理を実現し、コマースデータをフル活用したソリューションを展開し、より大きいニーズに対応できるプラットフォームを目指す。



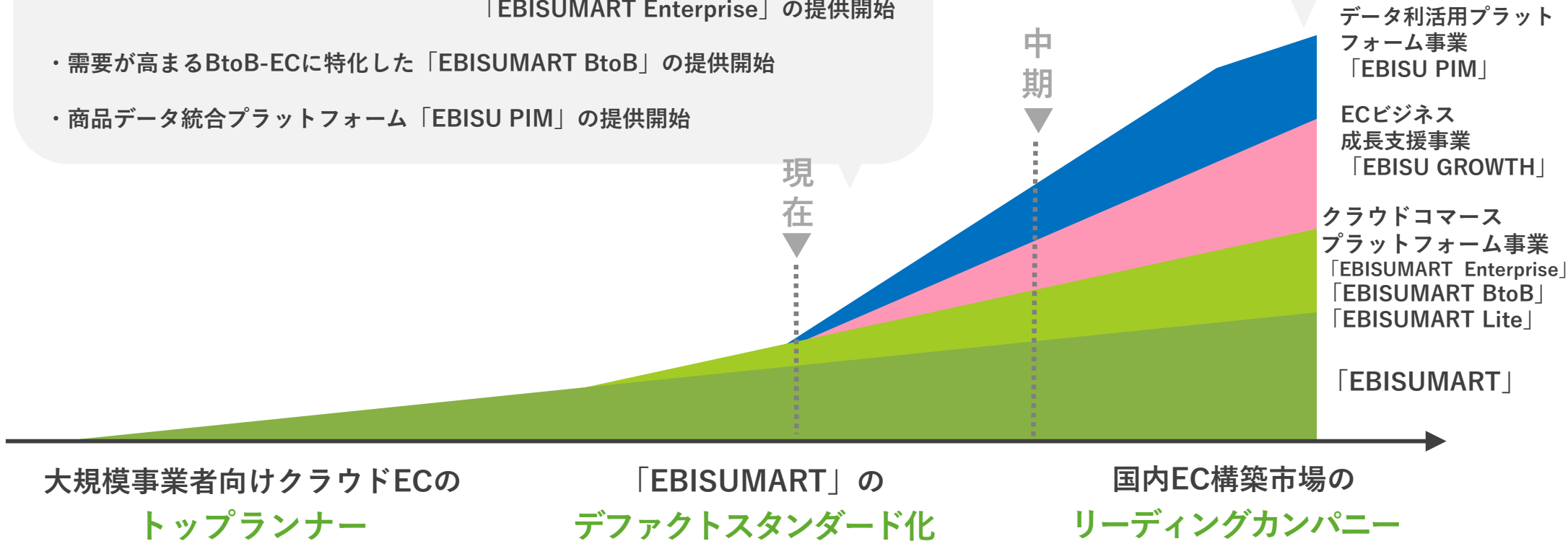
スモールスタート向け「EBISUMART Lite」、ハイエンドモデル「EBISUMART Enterprise」ならびに BtoB-EC特化型「EBISUMART BtoB」の提供開始により、全方位のEC事業者様に合うECプラットフォームを展開する。また、EC事業者様のECビジネスを戦略から運用まで一気通貫で担う「EBISU GROWTH」など、新規事業を「M&A」や「出資」をからめて継続して創出をしていく。


2024-2025

- ・ EC事業者様向けにECビジネスの戦略から運用まで支援する「EBISU GROWTH」の提供開始
- ・ ハイエンド向け次世代ECプラットフォーム「EBISUMART Enterprise」の提供開始
- ・ 需要が高まるBtoB-ECに特化した「EBISUMART BtoB」の提供開始
- ・ 商品データ統合プラットフォーム「EBISU PIM」の提供開始

20XX

国内EC市場のリーディングカンパニー





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](mailto:ir@interfactory.co.jp)

**interfactory**