

2026年5月期 期末決算説明資料

株式会社 インターファクトリー

2026年7月 | 証券コード：4057（東証グロース）

本資料は情報提供を目的として作成されたものです。本資料に記載された内容等は予告なく変更される場合があります。

CONTENTS

アジェンダ

1 会社概要

2 決算概要（前期通年比）

3 セグメント別業績

4 24期業績計画と事業戦略

01

COMPANY PROFILE

会社概要

株式会社インターファクトリー 会社概要

ECサイト構築・運営プラットフォーム「EBISUMART」を中心に、EC事業者のビジネス成長をトータルサポート。スタートアップから大規模エンタープライズまで幅広い顧客層に対し、EC構築・運営・成長支援・データ活用の全フェーズでソリューションを提供しています。

社名	株式会社インターファクトリー
証券コード	4057（東証グロース）
代表者	代表取締役 兼 CEO 蕪木 登
設立	2003年（創業）
主要事業	クラウドコマースプラットフォーム事業 ECビジネス成長支援事業 データ利活用プラットフォーム事業

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

事業ポートフォリオ

クラウドコマースプラットフォーム事業	EBISUMART / EBISUMART Enterprise	EC構築・運用のクラウド型プラットフォーム。中小～大規模まで網羅。
ECビジネス成長支援事業	EBISU GROWTH	ECに特化した専門性の高い集客・運営・DX支援。
データ利活用プラットフォーム事業	EBISU PIM	商品情報管理クラウドサービス。複雑化する商品情報を一元管理。

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含めています。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

EBISUMARTがECプラットフォームとして初めてオンライン銀行引落「Jamm」とのシステム連携に合意。また、株式会社NTT EDX様のECサイトに導入される。

4月以降はAI時代の変化に適応すべく、システム基盤の強化や、MCPサーバ開発に着手する。

2026年3月11日

ECプラットフォーム初！ 「EBISUMART」がオンライン 銀行引落「Jamm」との システム連携に合意



「EBISUMART」が、A2A決済（※）サービスであるオンライン銀行引落「Jamm」との連携に、ECプラットフォームとして初めて合意いたしました。

（※）「Account to Account」の略称で、銀行口座直接引き落とし型の決済サービス。

2026年3月26日

NTT EDXの電子教科書 オンラインショップに 「EBISUMART」が採用



EBISUMARTが、教育業界のデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進する株式会社NTT EDXが新たに構築した「NTT EDX 電子書籍ECサイト」に採用されました。

2026年4月2日

「EBISUMART」、AI時代の 変化に適応するシステム基盤 を強化



EBISUMARTは、生成AIの急速な進化に伴うEC運用の変革を見据え、「AI時代のECプラットフォーム」としての価値を最大化すべく、システム基盤のアップデートを強化いたしました。

2026年5月29日

「EBISUMART」が MCPサーバの開発に着手



EBISUMARTは、AIモデルと外部データ・ツールを標準化された規格で接続するオープンプロトコル「Model Context Protocol」への対応およびEBISUMART専用のMCPサーバの開発に着手いたしました。

02

SECTION 01

2026/5期末 決算概要

前期通年比／業績予想対比／利益増減分析

決算概要（前期通年比）

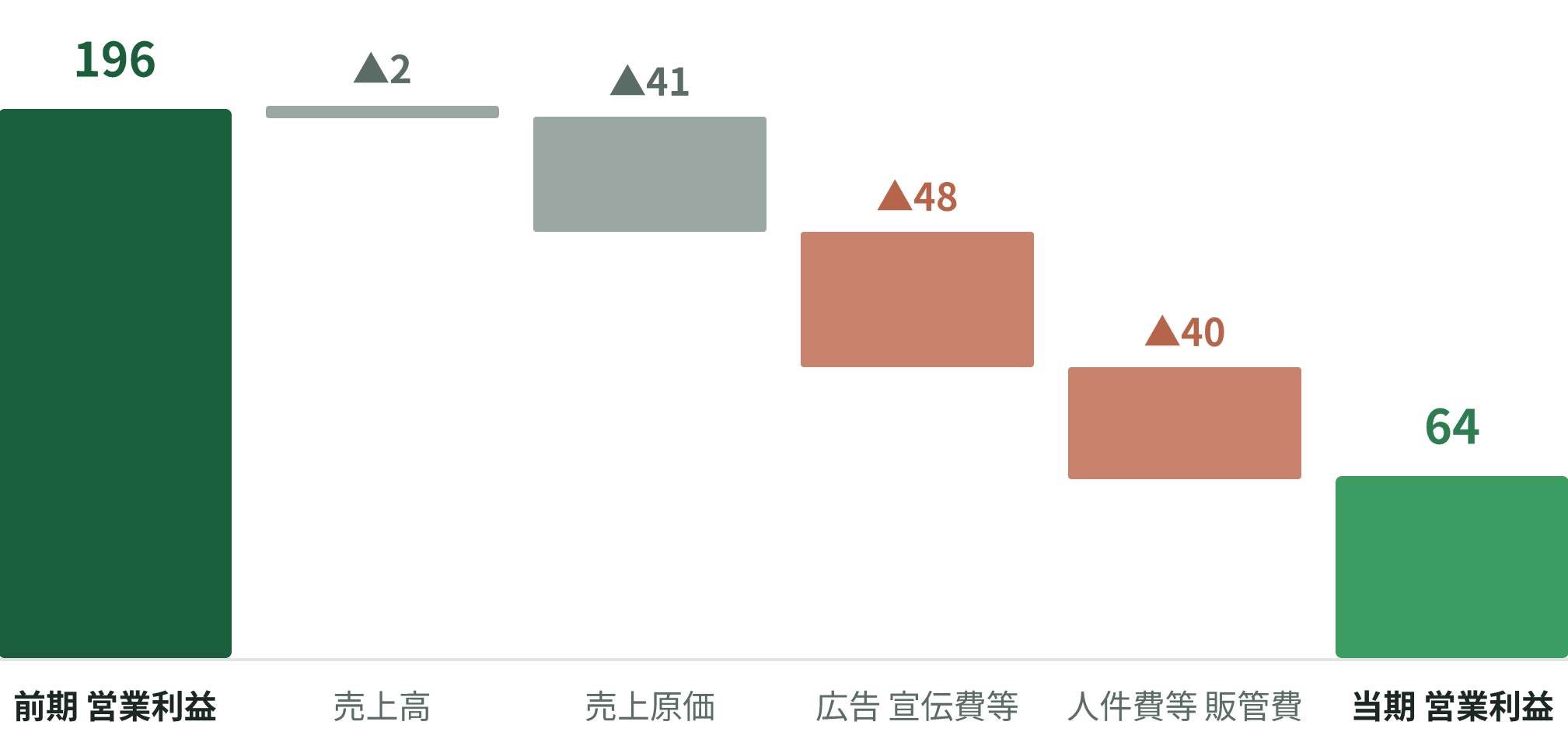
売上高は前期比でほぼ横ばいで着地。新規プロダクトへの継続的な投資やマーケティング強化により、営業利益は64百万円（計画比78.4%）となった。

（百万円）	前期	当期	前期比	計画	達成率
売上高	2,864	2,862	99.9%	3,223	88.8%
営業利益	196	64	32.7%	82	78.4%
営業利益率 (%)	6.8	2.3	—	2.5	—
経常利益	190	54	28.4%	77	70.0%
当期純利益	137	34	20.4%	53	64.0%

※単位：百万円。計画は期初業績予想（通期）。

営業利益増減分析（前期比）

営業利益は前期196百万円から64百万円へ減少。計画82百万円に対しては△18百万円で着地。



分析ポイント

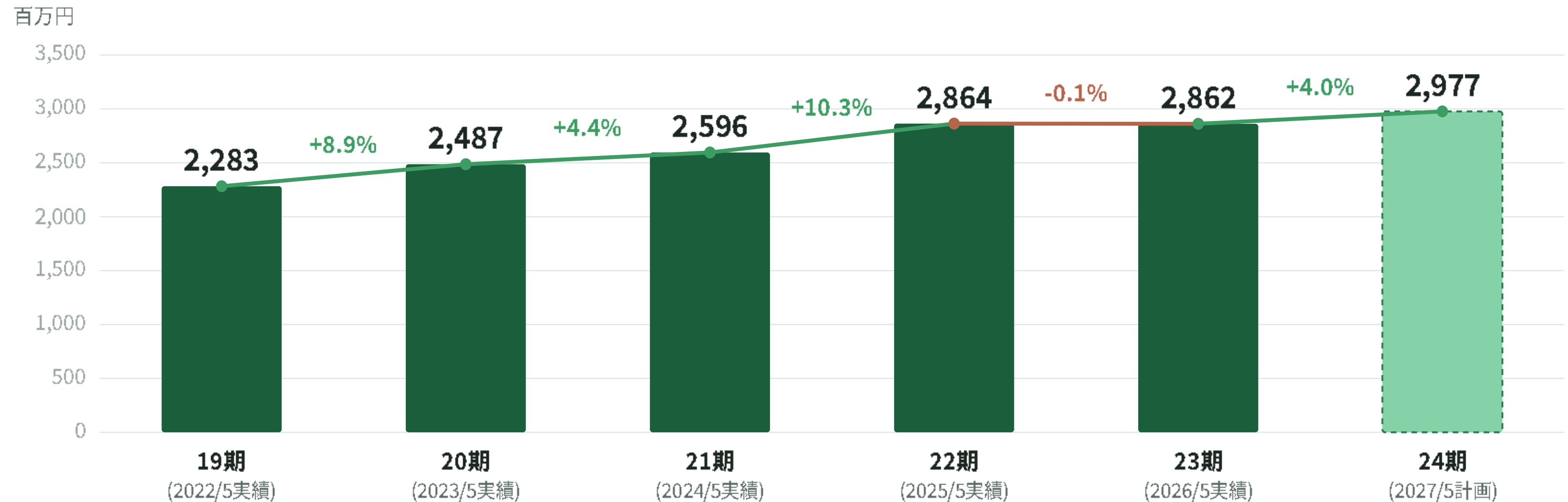
- 売上高はほぼ横ばい（▲2百万円）
- 売上原価は主に新規サービスで41百万円の増加
- 広告宣伝費等が48百万円増加（展示会参加等マーケティング強化）
- その他販管費は新卒の増加やベースアップ等により人件費が40百万円増加

計画82百万円に対し△18百万円で着地

※単位：百万円

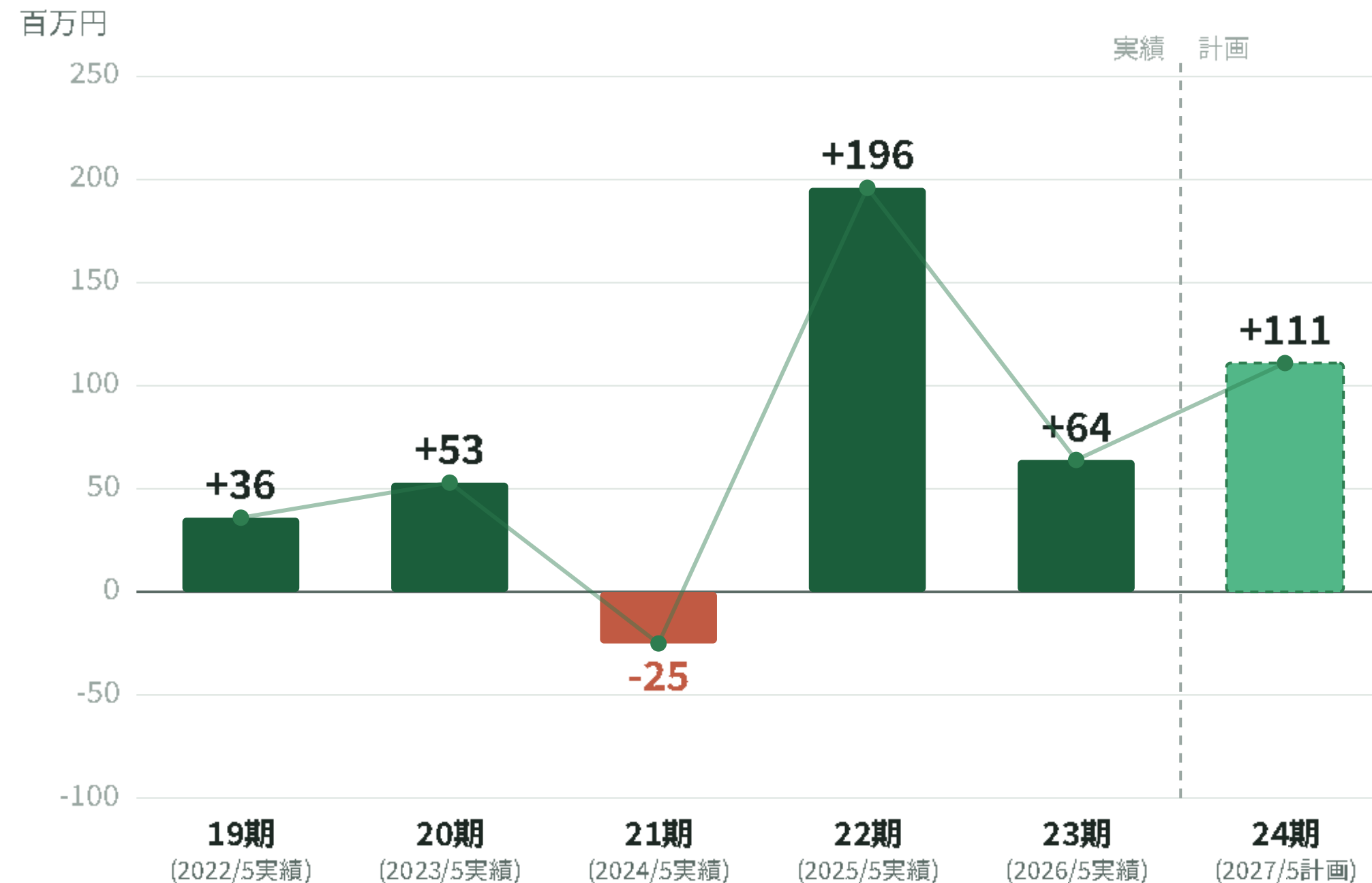
売上推移（19期～23期／24期は計画）

23期は新規事業が想定を下回り前期から横這いとなったが、主力のEBISUMARTは堅調に拡大を継続した。新規プロダクトも順次立ち上がってきており、売上基盤の多層化が進む見込み。



営業利益推移（19期～23期／24期は計画）

EBISUMARTが利益を安定創出する一方、新事業への投資を継続。24期は投資を続けつつ利益回復を目指す。



利益構造のポイント

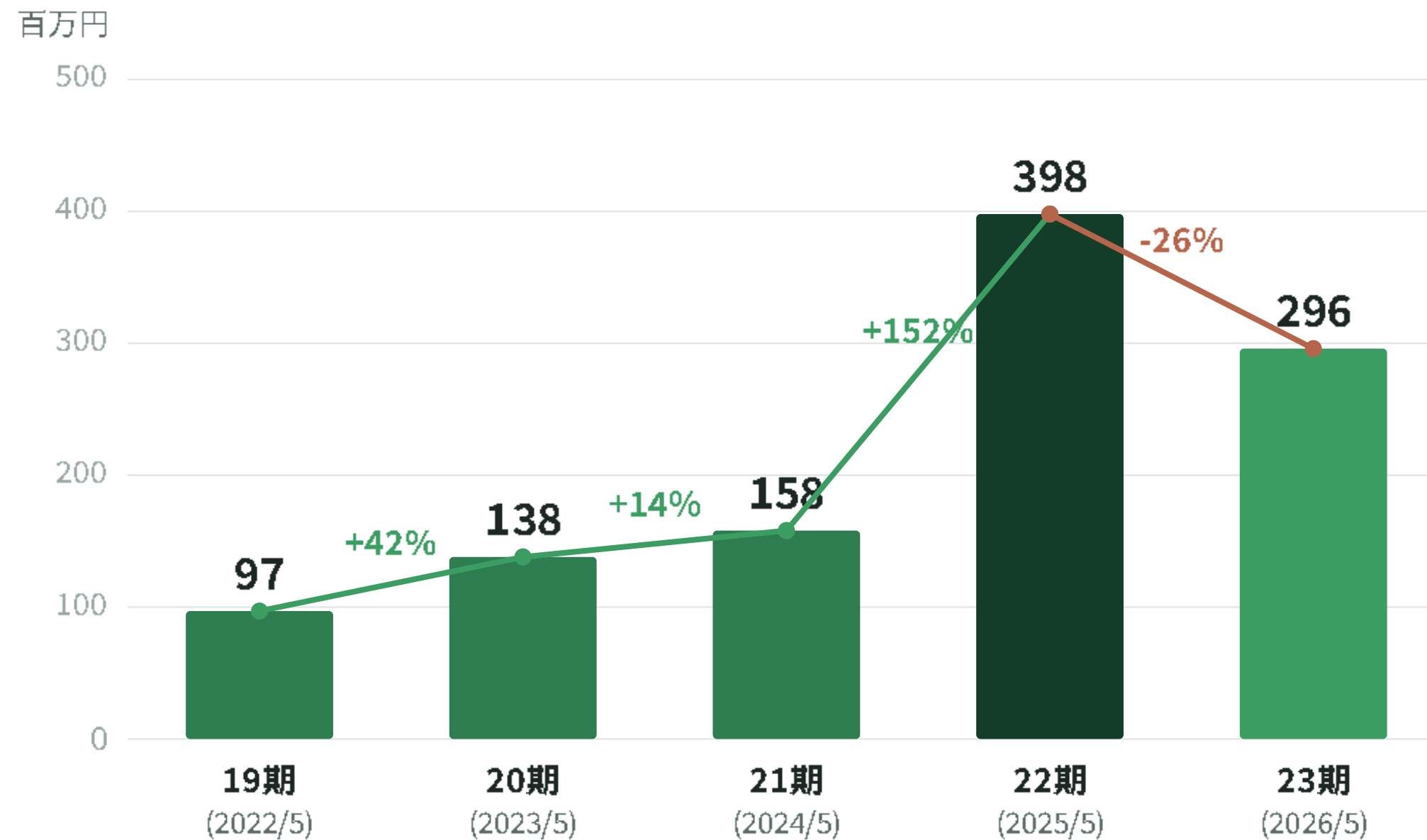
- ▶ EBISUMARTが利益を安定的に創出
- ▶ 新事業（Enterprise・PIM）への投資が継続
- ▶ EBISU GROWTHが23期に初の黒字化
- ▶ 全社販管費はマーケティング強化で23期に増加

24期は投資を継続しつつ利益回復を計画

営業利益 **+111** 百万円 (+73.4%)

EBITDA推移（19期～23期）

EBITDAは概ね増加傾向。22期の大幅改善（+152%）から23期は戦略投資により一時的に減少したが、収益基盤は着実に強化。



EBITDAとは

営業利益 + 減価償却費

事業の実質的なキャッシュ創出力を示す指標。

推移のポイント

- ▶ 19期～21期：緩やかな増加トレンドを形成
- ▶ 22期：大幅改善（+152%）、収益化が本格化
- ▶ 23期：戦略投資継続で一時的に減少（296）
- ▶ 中長期では増加基調を維持・継続見込み

セグメント別 売上高・利益

クラウドコマースプラットフォーム事業が売上・利益を牽引。新規事業への投資やマーケティング強化を継続し、全社販管費控除後の営業利益は64百万円で着地。

セグメント	売上高			セグメント利益		
	実績	計画	計画差	実績	計画	計画差
クラウドコマースプラットフォーム事業	2,731	3,001	▲270	840	925	▲85
ECビジネス成長支援事業	129	173	▲44	4	▲13	+17
データ利活用プラットフォーム事業	0.7	49	▲48	▲59	▲29	▲30
全社販管費	—	—	—	▲722	▲801	—
全社合計（営業利益）	2,862	3,223	▲361	64	82	▲18

※単位：百万円。計画は期初業績予想（通期）。計画差は実績－計画（▲は計画未達）。

03

SECTION 02

セグメント別業績詳細

EBISUMART / EBISUMART Enterprise / EBISU GROWTH / EBISU PIM

SEGMENT 01

クラウドコマース プラットフォーム事業

EBISUMART / EBISUMART Enterprise

クラウドコマースプラットフォーム事業_全体

主力であるEBISUMARTの安定成長により売上高は着実に拡大。事業利益はEBISUMART Enterpriseの機能開発等により23期は微減も、高水準の収益性を維持。

売上高（23期）

27.31億円

+4.4% 22期 26.18億円

事業利益（23期）

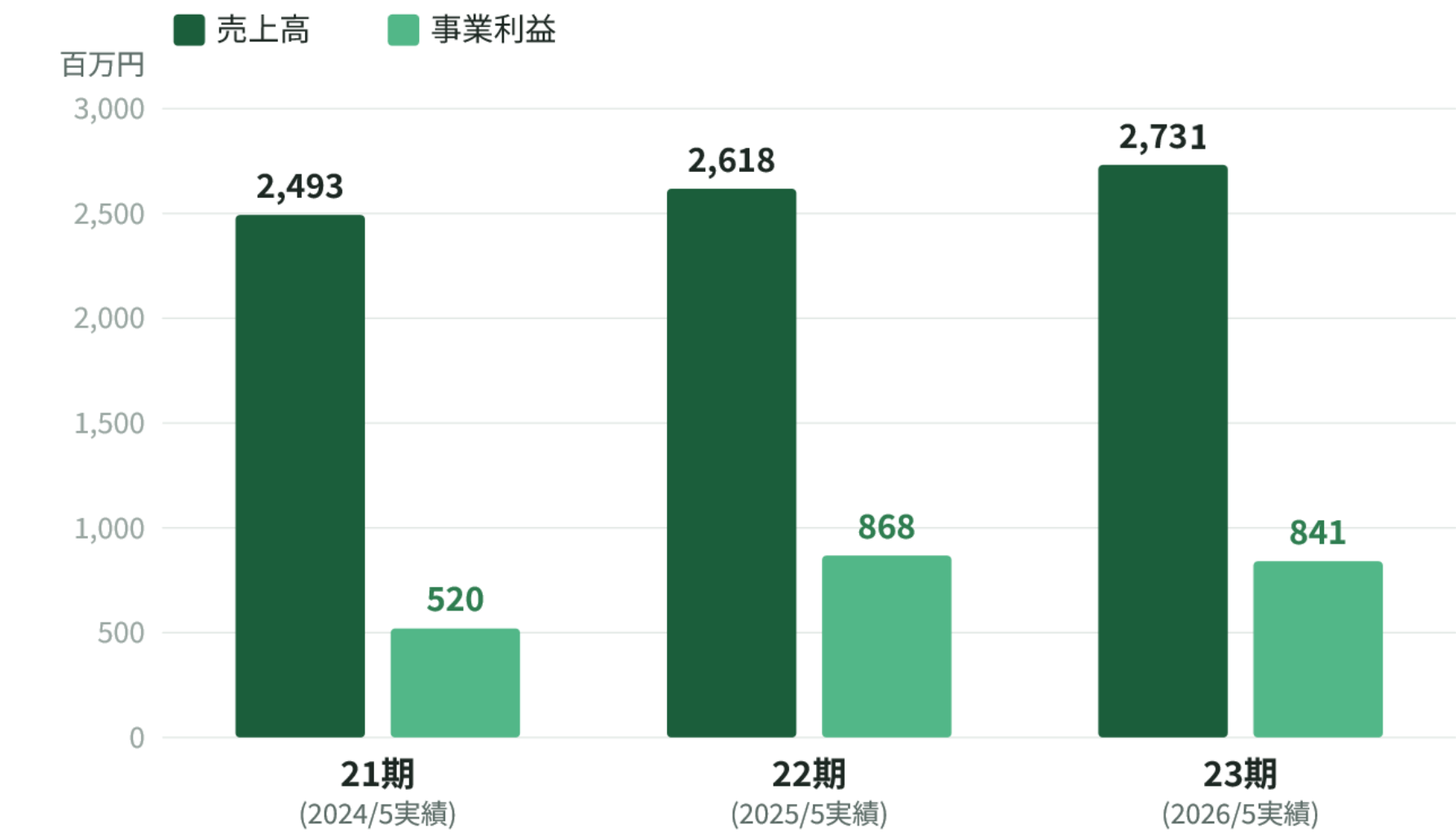
8.41億円

▲3.1% 22期 8.68億円

事業利益率

30.8%

▲2.3pt 22期 33.1%



構成プロダクト

EBISUMART

主力SaaS型ECプラットフォーム。運用保守が堅調に拡大し、安定的に利益を創出。

EBISUMART Enterprise

大規模顧客向けの新サービス。24期の大型案件ローンチに向け投資を継続。

売上はEBISUMARTが牽引。事業利益の微減はEnterprise投資によるもので、回収フェーズ移行後の拡大を見込む。

クラウドコマースプラットフォーム事業_EBISUMART

主力サービスとして売上高・事業利益とも着実に拡大し、高い利益率を維持。運用保守売上は四半期ベースで堅調に伸長を継続。

売上高（23期）

26.50億円

+3.0% 22期 25.74億円

事業利益（23期）

10.44億円

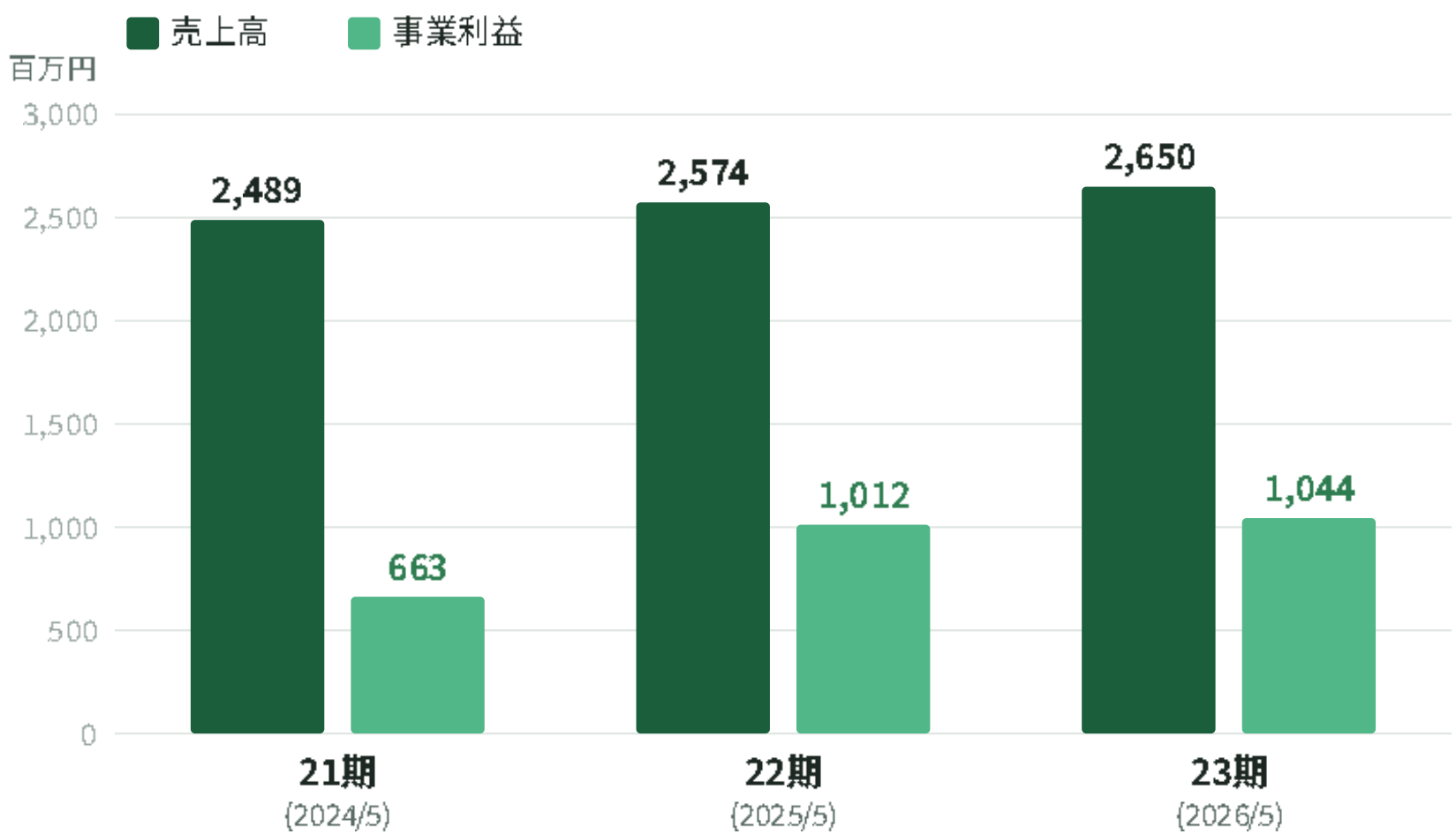
+3.2% 22期 10.12億円

事業利益率

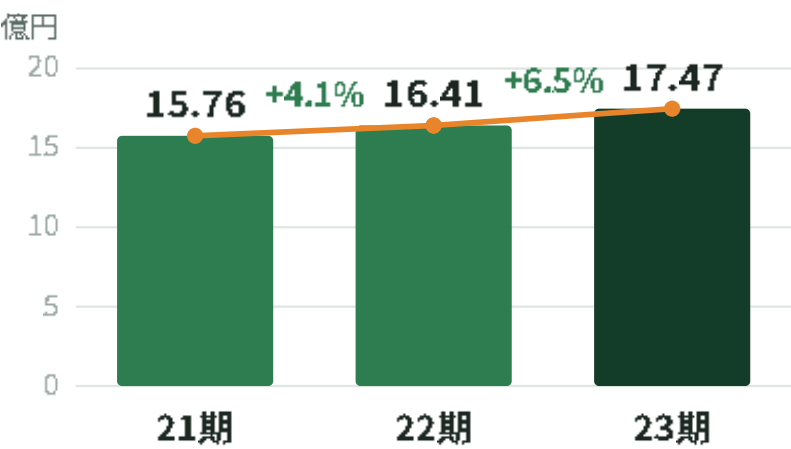
39.4%

+0.1pt 22期 39.3%

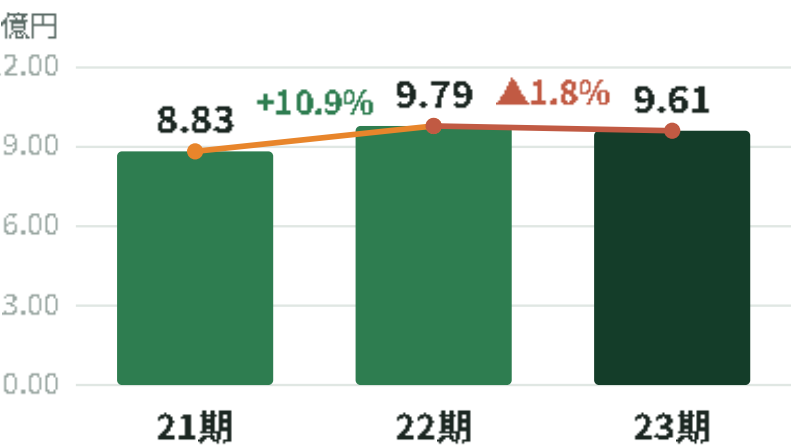
売上高・事業利益推移（年間）



運用保守売上推移（年間）



受託開発売上推移（年間）



クラウドコマースプラットフォーム事業_EBISUMART 主要KPI (ARPU・GMV・受注額)

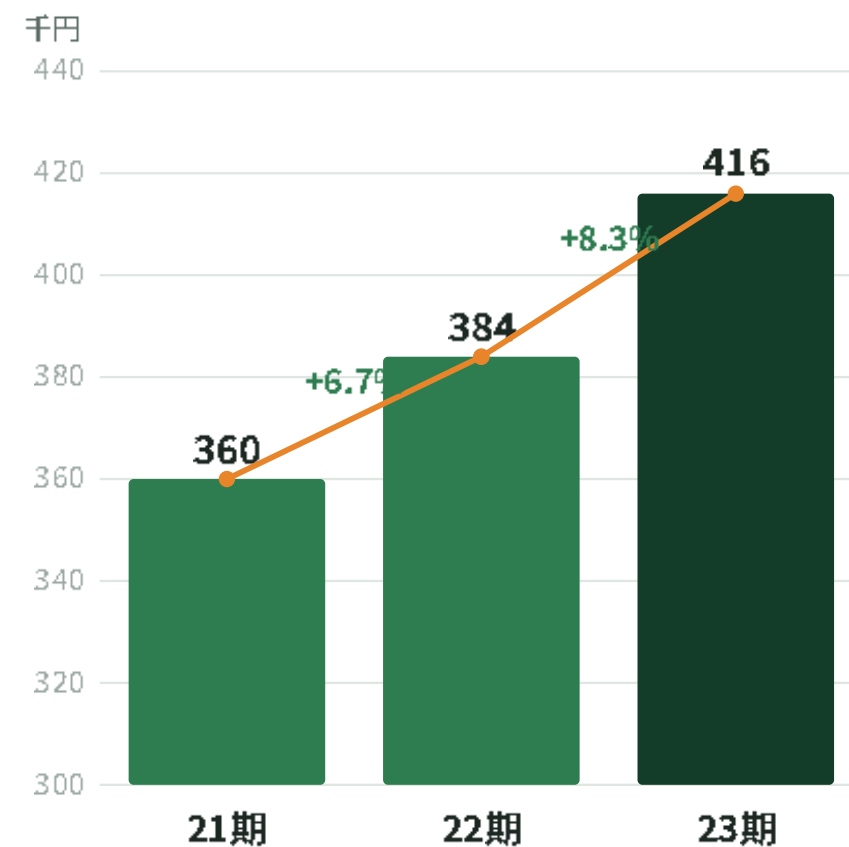
顧客単価 (ARPU) と流通総額 (GMV) はともに上昇基調を維持。ストック型ビジネスの収益基盤が継続的に拡大している。
一方で受託開発案件の受注は前年比で減少、24期に巻き返しを図る。

ARPU (月額)

416千円

+8.3% 22期 384千円

ARPU推移 (月額／年間)

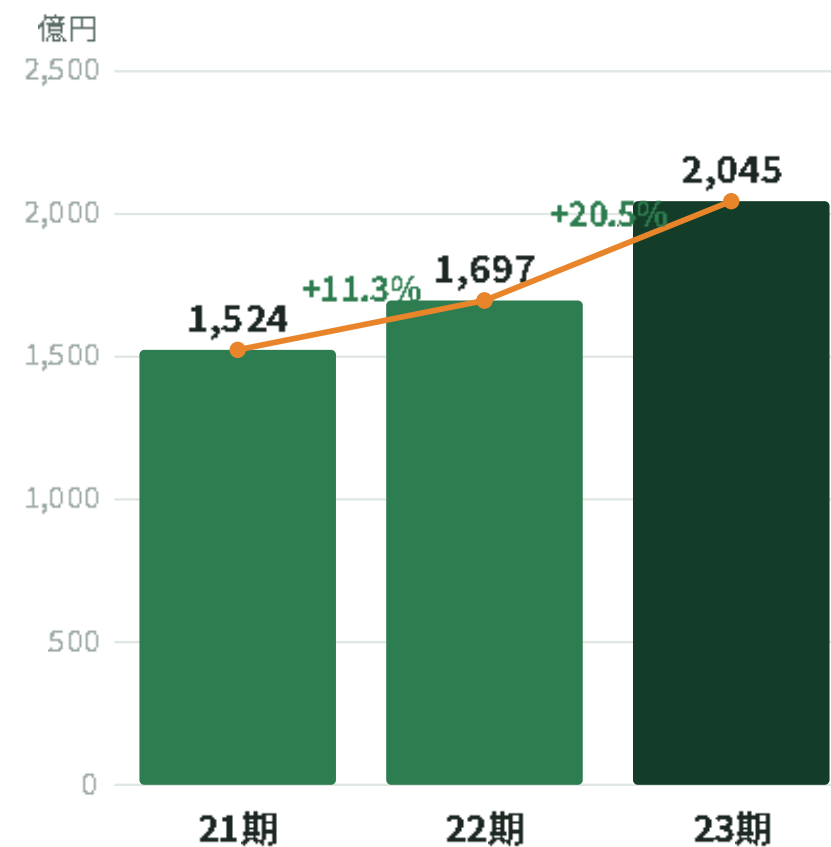


GMV (流通総額)

2,045億円

+20.5% 22期 1,697億円

GMV推移 (年間)

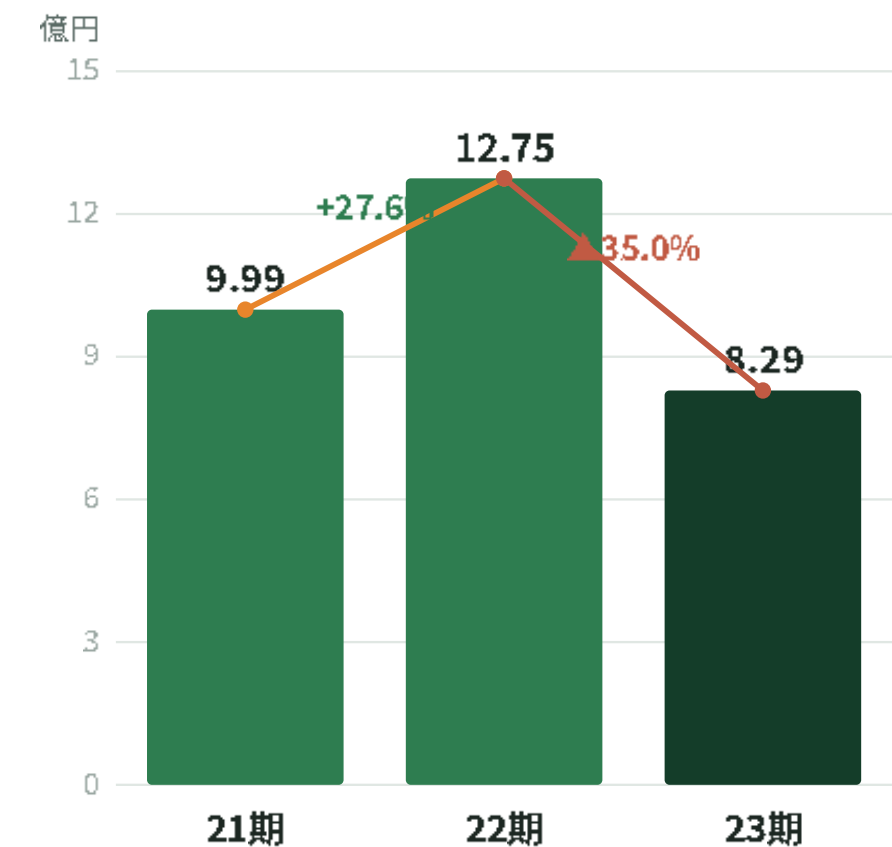


受注額 (23期)

8.30億円

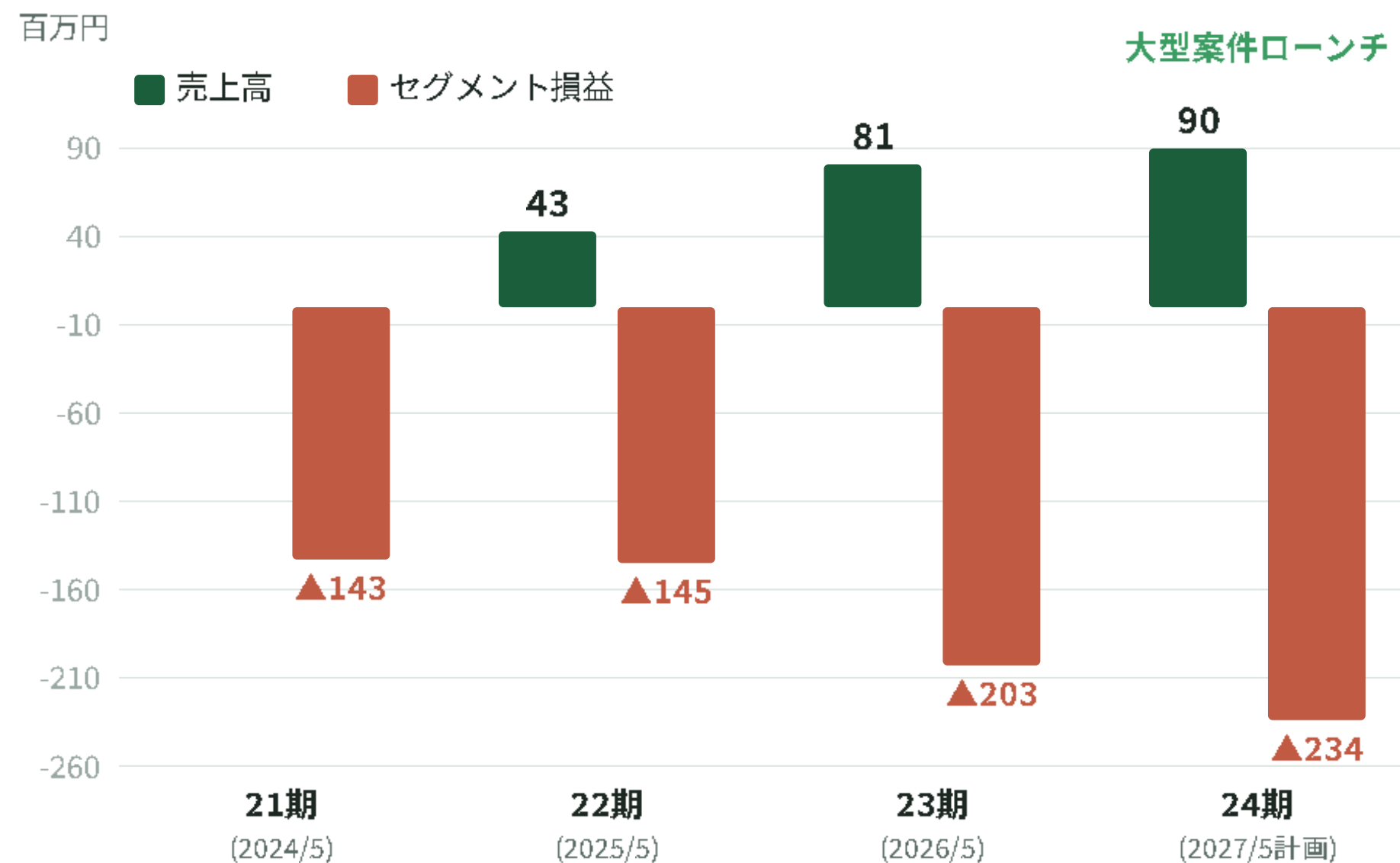
▲35.0% 22期 12.76億円

受注額推移 (年間)



クラウドコマースプラットフォーム事業_EBISUMART Enterprise

24期中に大型案件のローンチを予定。ローンチ後は運用保守収益が積み上がり、25期以降の収益回収フェーズへ移行する。



売上高 (23期)

0.81億円

+87.5% 22期 0.43億円

セグメント損失

▲2.03億円

投資継続 22期 ▲1.45億円

今後の展望

- ▶ 24期中に大型案件のローンチを予定
- ▶ ローンチ後は25期以降の収益回収フェーズへ
- ▶ 大手SIerとの共同提案・BtoB機能開発を継続

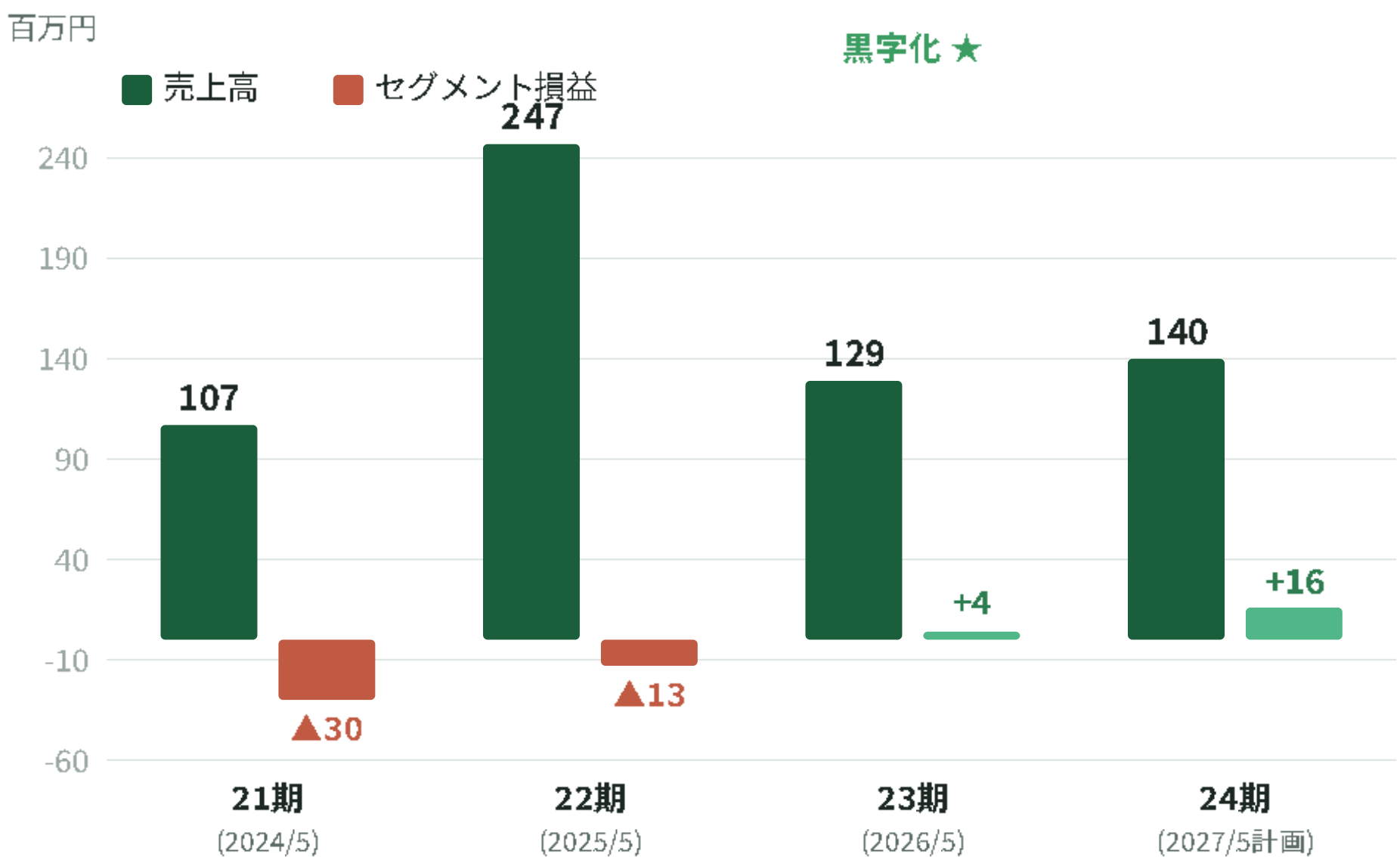
SEGMENT 02

ECビジネス 成長支援事業

EBISU GROWTH

ECビジネス成長支援事業_EBISU GROWTH

引き合いは好調。23期に初の営業黒字を確保。24期はパートナーシップ強化とサービス収益性向上により売上・利益の拡大を図る。



売上高 (23期)

1.29億円

▲47.8% 22期 2.47億円

セグメント利益

0.04億円

★初の黒字化 22期 ▲0.13億円

今後の展望

- ▶ パートナー企業とのアライアンス強化で販路拡大
- ▶ 工数削減・価格適正化で利益率改善を推進
- ▶ 24期も黒字維持・拡大 (計画 +0.16億円)

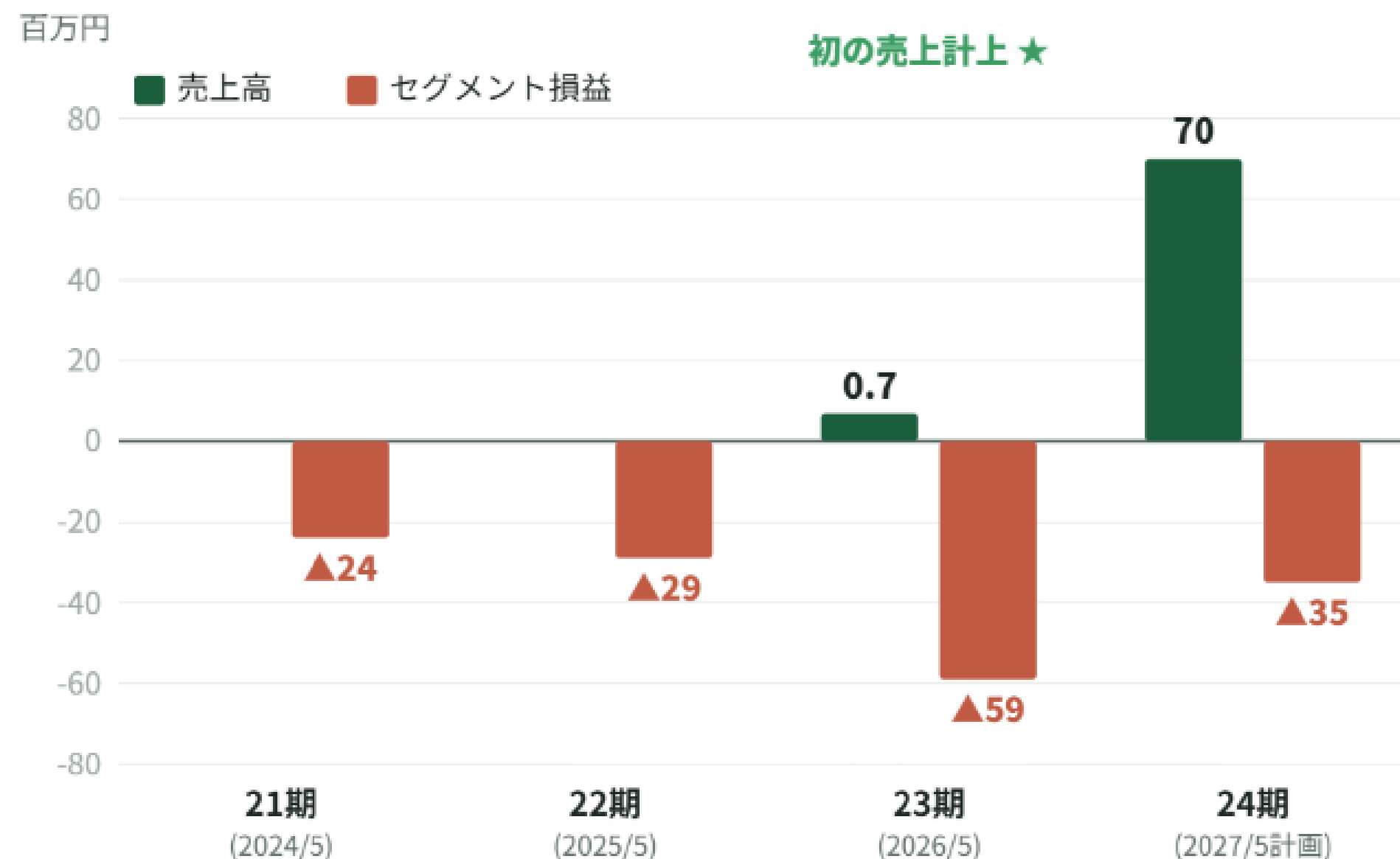
SEGMENT 03

データ利活用 プラットフォーム事業

EBISU PIM

データ利活用プラットフォーム 事業_EBISU PIM

23期に初の売上計上。引き続き新規引き合いが増加しており、24期は売上70百万円を計画。



売上高 (23期)

0.007 億円

★ 初の売上計上 22期 0円

セグメント損失

▲0.59 億円

開発投資継続 22期 ▲0.29億円

今後の展望

- ▶ 24期より販売本格化、売上70百万円を計画 (+100倍)
- ▶ EBISUMART連携によるシナジー効果を創出
- ▶ 機能拡充と投資を並行して継続的に推進

04

SECTION 03

24期業績計画と事業戦略

インターファクトリーの次期業績目標とセグメント別事業戦略

2027年5月期（24期）業績計画

新サービスを含めたマーケティング投資を継続しながら、売上高は前年比+4.0%増の29.77億円、営業利益は111百万円（前年比+73.0%）を計画。

売上高（24期計画） 29.77 億円 前期比 +4.0%		営業利益（24期計画） 1.11 億円 前期比 +73.0%		経常利益（24期計画） 1.04 億円 前期比 +92.4%		当期純利益（24期計画） 0.72 億円 前期比 +112.2%	
項目		23期実績	24期計画	前期比	計画比較		
売上高		2,862	2,977	+4.0%	新事業拡大が牽引		
クラウドコマースプラットフォーム事業		2,732	2,767	+1.3%	運用保守+受託開発のバランス回復		
運用保守		1,747	1,625	▲7.0%	解約による影響はあるが料金改定効果等で堅調		
受託開発		961	1,120	+16.5%	営業方針の見直しにより改善		
ECビジネス成長支援事業		129	140	+8.5%	サービス範囲の拡大により成長基調		
データ利活用プラットフォーム事業		0.7	70	×100	本格販売開始		
売上総利益		1,177	1,216	+3.3%	—		
営業利益		64	111	+73.0%	投資継続+売上拡大で改善		

24期 事業戦略

AIネイティブな組織へ

クラウドコマースプラットフォーム事業

ECビジネス成長支援事業

データ利活用プラットフォーム事業

専門性をもった人材とテクノロジー（AI）で伴走するコマースプラットフォームへの転換

システムを構築して終わりではなく、EC基盤から運用代行・成長支援まで、お客様のビジネスフェーズに合わせて一気通貫で支援します

AIネイティブな組織へ

コマースプラットフォーム = AI × 運用 × お客様のビジネス

01

ECの専門家として、
テクノロジー（AI）
を競争力の核に据える

ECに特化した深い知見とAIを掛け合わせ、ECの専門家だからこそ語れる、単純な機能の羅列ではない「EC×AI活用 of 思想」を体現する。

02

まず自社で実証し、
お客様に届ける

社内で全社AI基盤を整備し、
業務水準の向上と人的リソースの
スリム化を実現。

その実績を元に、EC事業者の
AI活用を実践的に支援する。

03

EC事業者のビジネスに
AI活用とともに伴走する

自社のAI化にとどまらず、お客様のコマース事業にAIを組み込む「伴走者」として機能する。

運用・プラットフォーム・AIを一体提供するトータルECサポートを目指す。

01

クラウドコマースプラットフォーム事業

9年連続シェアNo.1の実績を軸に、BtoC/BtoB中規模を軸とした伴走型グロース収益モデルへ転換する

市場環境と最優先ターゲット（2軸集中）

市場環境

BtoC-EC市場

26兆円（EC化率9.78%）成長継続。世界平均の半分水準で伸び代大。

BtoB-EC市場

514兆円（EC化率43%）。インボイス・電子帳簿保存法・INS終了がDX移行を加速。

最優先ターゲット

① BtoC中規模（EC売上1～50億円）

楽天など大手モールの手数料上昇によるD2C自社EC化ウェーブが急増中。年商3～30億の層に最大の需要がある。

② BtoB中規模（年商500～1,000億円）

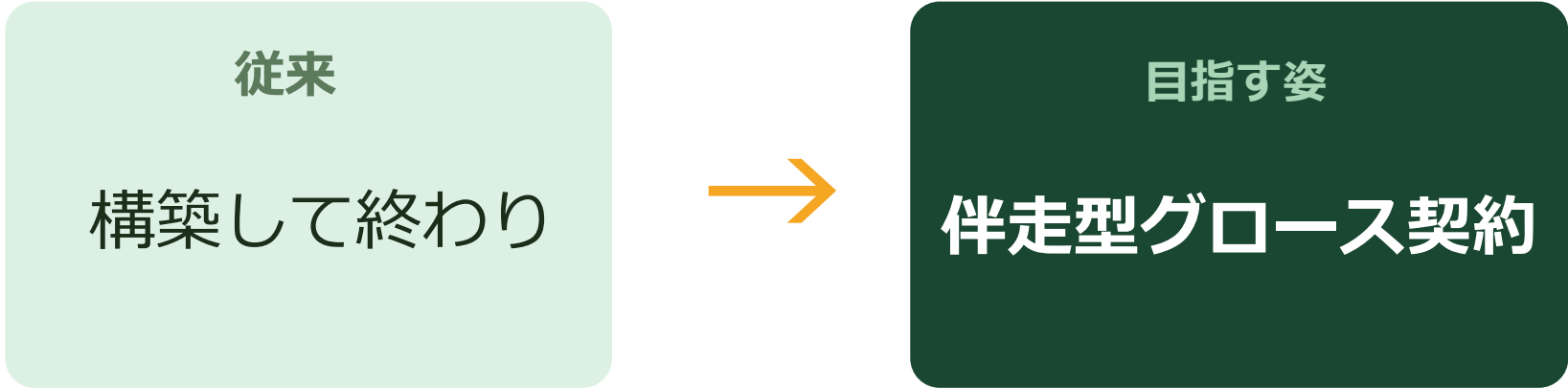
FAX・電話発注→Web受発注のDX移行需要が爆発。ROIを数字で示せば意思決定が動く層。競合が少なく高単価。

競争優位の源泉と戦略転換

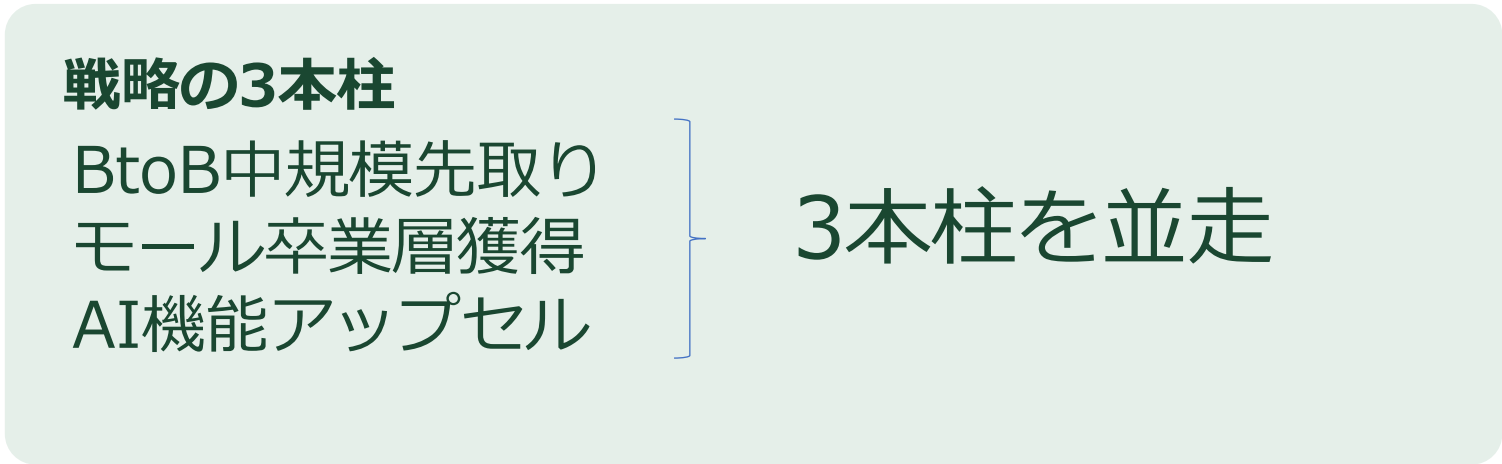
競争優位の源泉

- 01 9年連続シェアNo.1の実績（800サイト以上）
- 02 ECコンシェルジュによる人的伴走モデル（Shopifyにない差別化）
- 03 フルカスタマイズ＋クラウドの両立
- 04 BtoC・BtoB・オムニチャネルをワンプラットフォームで提供
- 05 既存顧客の成長を語れるパートナー性
- 06 AI単体では解決できない深い業務カスタマイズ対応力

戦略の転換方向



AI運営支援・CRM・データ統合・LTV向上を中心とした顧客伴走型の継続収益モデルへ移行する。



02

ECビジネス成長支援事業

EC特化の専門性 × 戦略+運用代行の一気通貫 × データドリブン支援で競合の隙間を埋める

市場背景 | EC市場の成長と支援ニーズの高まり

約26兆円

2024年 日本EC市場規模

前年比+5.1%成長

約3,000社

年商1～100億円のEC事業者（推計）

中規模EC事業者が支援の主対象

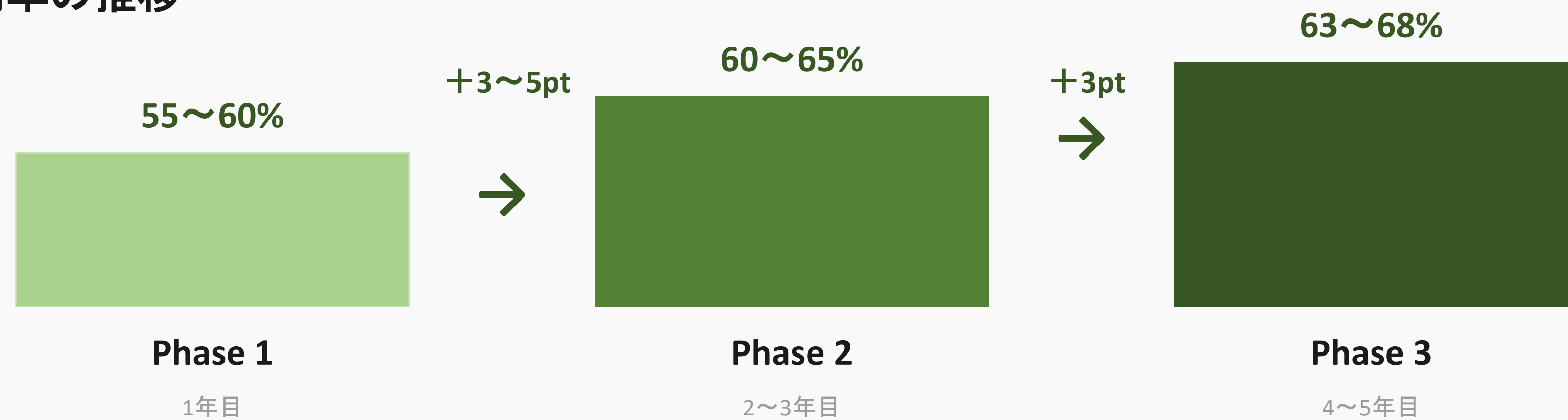
市場の変化と機会

コロナ禍以降、EC市場は急拡大。

しかし多くの中小EC事業者は**戦略・集客・運用の専門知識不足**により、課題を抱えており、成長機会を逃している。また、集客・運用・戦略の悩みを持っている。EBISU GROWTHは「ECビジネス成長支援サービス」として、**成長戦略の設計から実行支援まで**をワンストップで提供する。

粗利改善ロードマップ | 55～60% → 63～68%

粗利率の推移



フェーズ別 施策と現実可能性

Phase 1（確定）

運用代行を含む標準サービスを提供
現状の体制・単価でこのレンジを実現

Phase 2（プロダクト立ち上げ）

AIエージェント（SaaS型）を立ち上げ
プロダクト粗利80～90%をブレンド
既存クライアントへアップセル
成長率150～180%へ非連続成長

Phase 3（浸透・横展開）

独立SaaSとして非顧客へ横展開
ARR積み上げ・リテンション向上
成長率130～150%を継続
プロダクト浸透で粗利率63～68%へ

03

データ利活用プラットフォーム事業

EBISUMART顧客基盤 × EC実務適合 × 軽量PIMで中堅市場のポジションを確立する

サービス概要と市場機会

PIM（Product Information Management）とは

商品情報をSKU・属性・メディア・外部連携含めて一元管理し、EC・モール・ERP・WMSなどへ配信するシステム。ECの多チャンネル化が加速する中、商品情報管理の複雑化が需要を生んでいる。

グローバル市場の成長

CAGR（予測）

16.09%

2025年 175.6億米ドル → 2030年 370.2億米ドル

日本の導入率は13%。成熟市場への後発参入でなく国内浸透期を先取りできる事業。

日本市場規模（当社推測値）

最大市場

696億円

提供可能
市場

334億円

獲得可能
市場

33.4億円

勝ち筋と今年度戦略方針

勝ち筋

EBISUMART顧客基盤 × EC実務適合 × 軽量で拡張性あるPIMの中堅市場ポジション

既存のEBISUMART導入企業（800社超）を起点に展開できるため、新規開拓コストが低く、EC連携の親和性も高い。

今年度の戦略方針：選択と集中

市場検証フェーズではなく、勝てる案件を選んで
受注 → 導入 → 標準機能化
のサイクルを構築することを目標とする。

優先案件の5判断軸

売上性

高単価・継続収益

再利用性

標準機能化できる

横展開性

他社にも提案できる

戦略性

EC・PIM・データ連携の勝ち筋

実現性

導入工数が重すぎない

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9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
9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

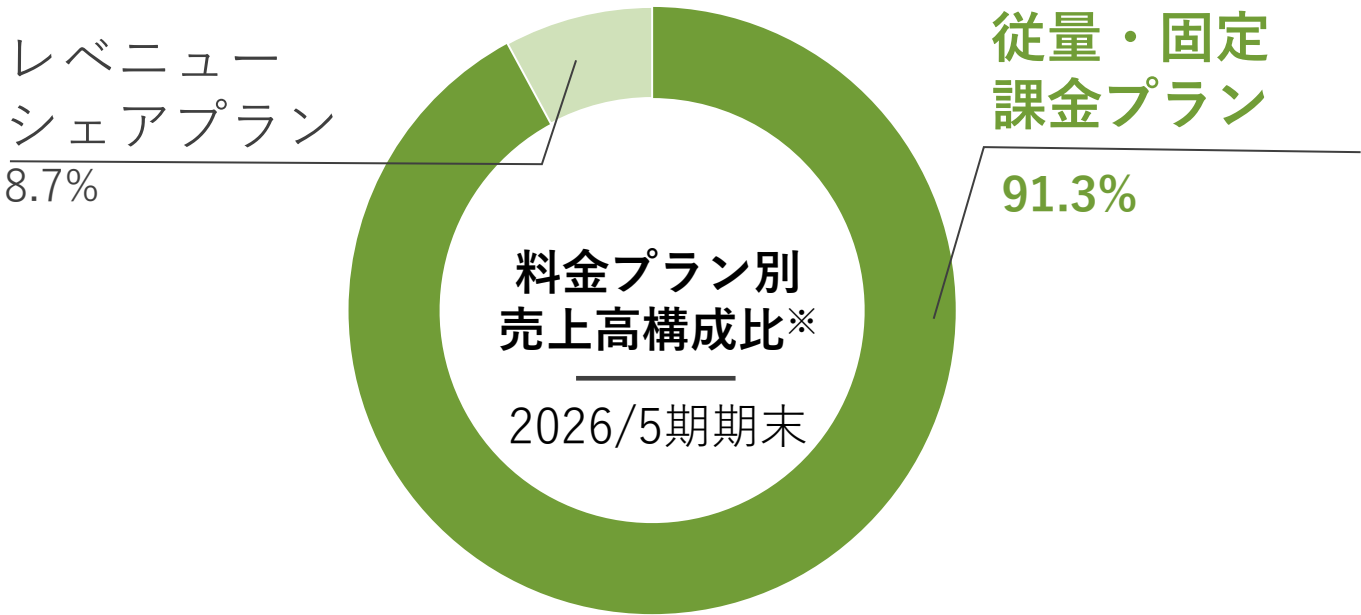
安心性

- ・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

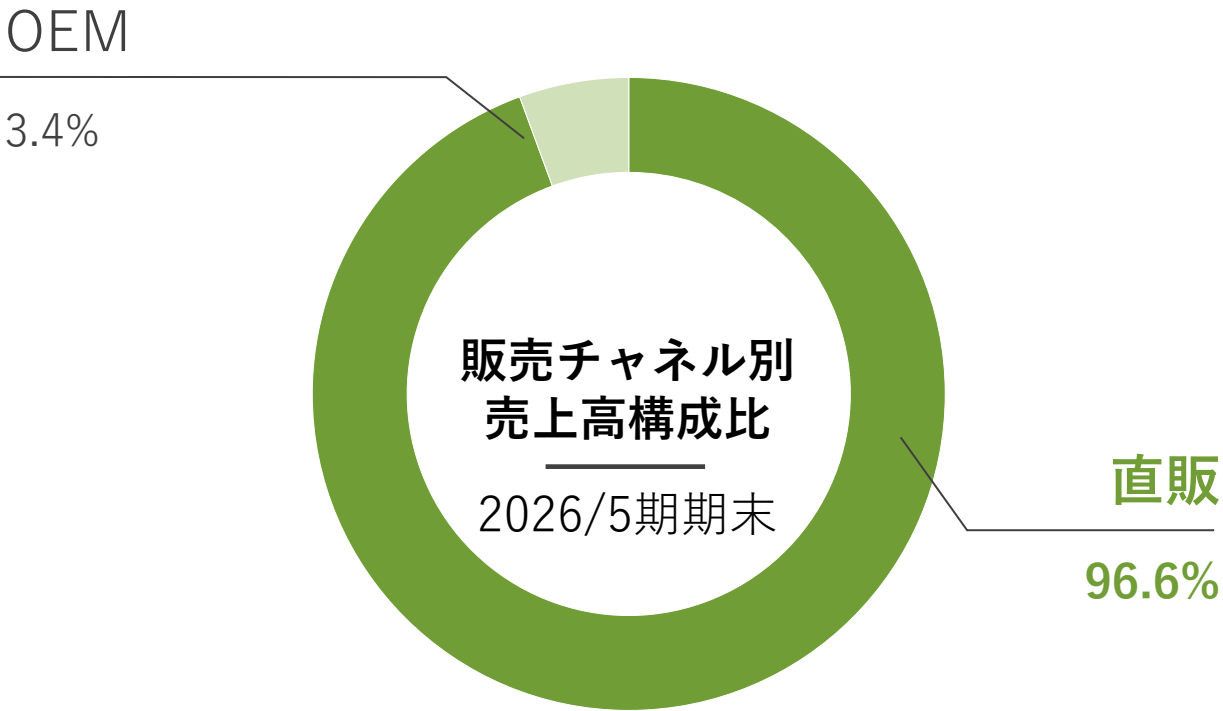
売上高は、導入の初期費用となるシステム受託開発（フロー収益）と月額費用のシステム運用保守（ストック収益）に区分。月額費用では、「従量課金」「固定課金」「レベニューシェア」の3つの料金プランを設定。また、販売モデルは、顧客ニーズを把握可能なダイレクトセールスを中心にサービスを提供。

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：25.0万円～ 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



「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

- 山喜株式会社
- 株式会社西松屋チェーン
- GUESS JAPAN合同会社

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

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

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

デジタルコンテンツ

- アルティウスリンク株式会社
- 株式会社ゼンリン
- NTT西日本株式会社

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

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

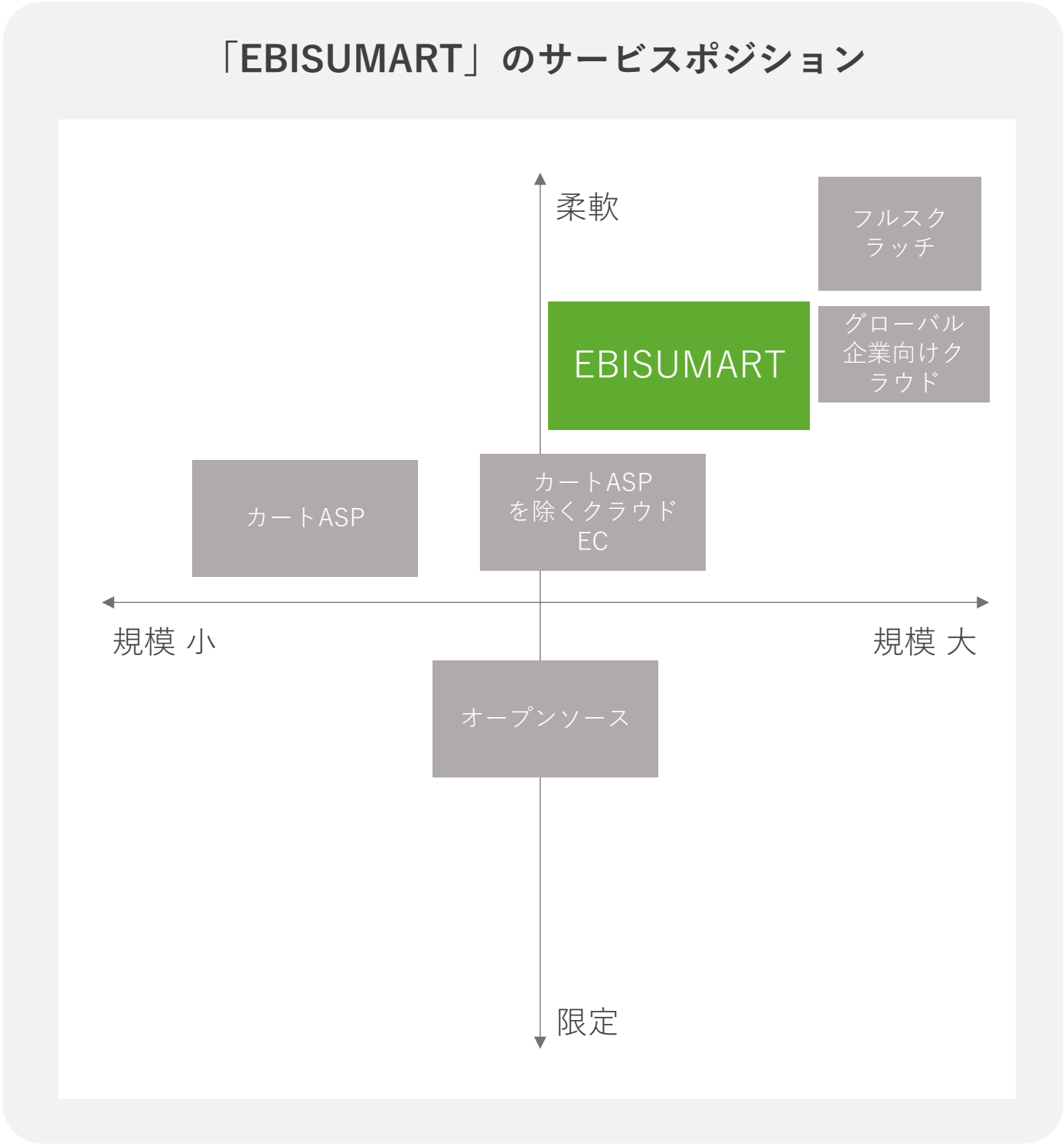
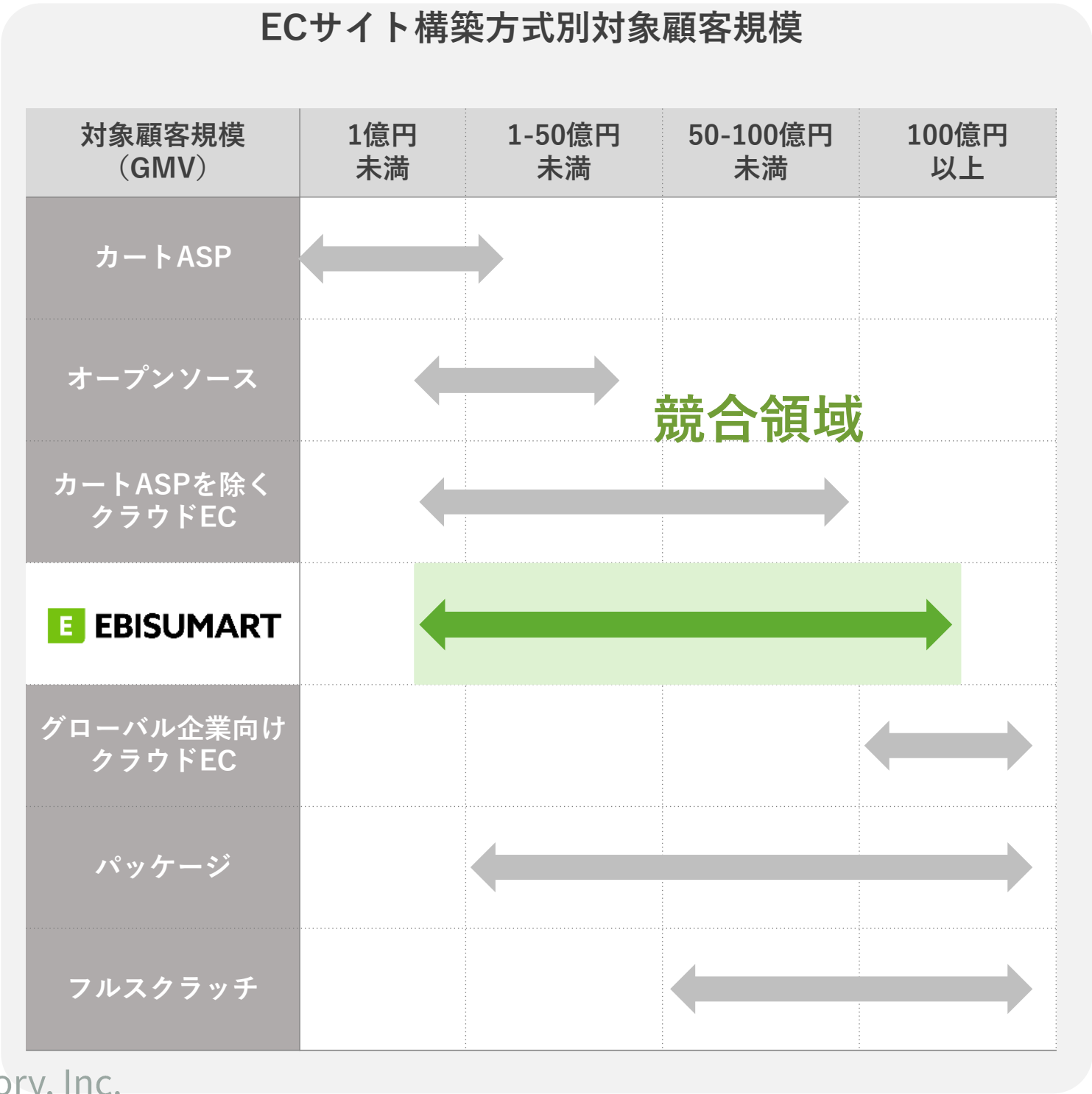
- UserInsight
- SocialInsight
- WebAntenna

セキュリティ

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

サービスポジションから見る「EBISUMART」の競争力

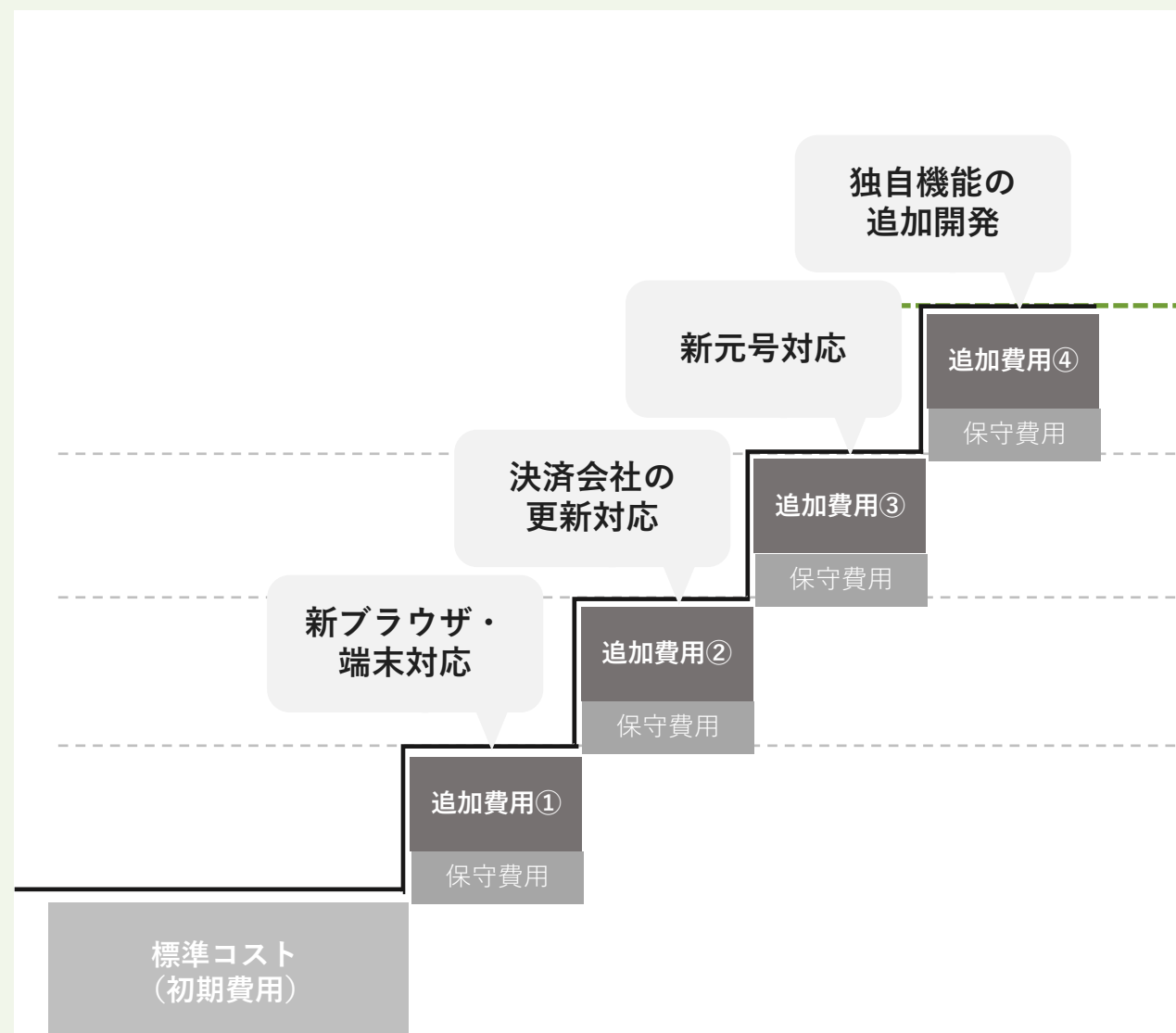
当社サービスは、主に大規模ECを対象とするため、パッケージやフルスクラッチで提供する企業と競合する。常に最新のシステムを提供するクラウドの特性に加え、柔軟なカスタマイズを可能とすることで業界でも稀有なサービスポジションに位置している。



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

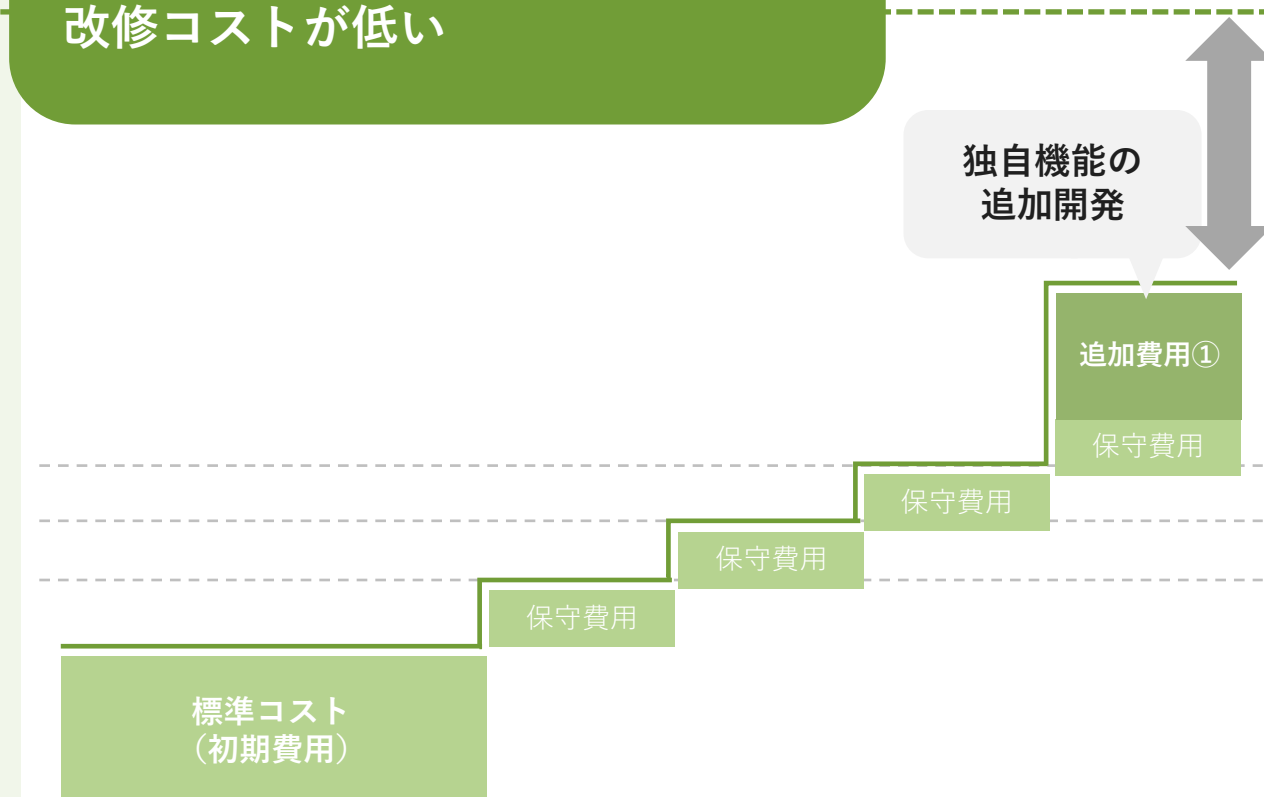


大規模EC事業者向けクラウドECのコスト推移

E EBISUMART

改修コストの差

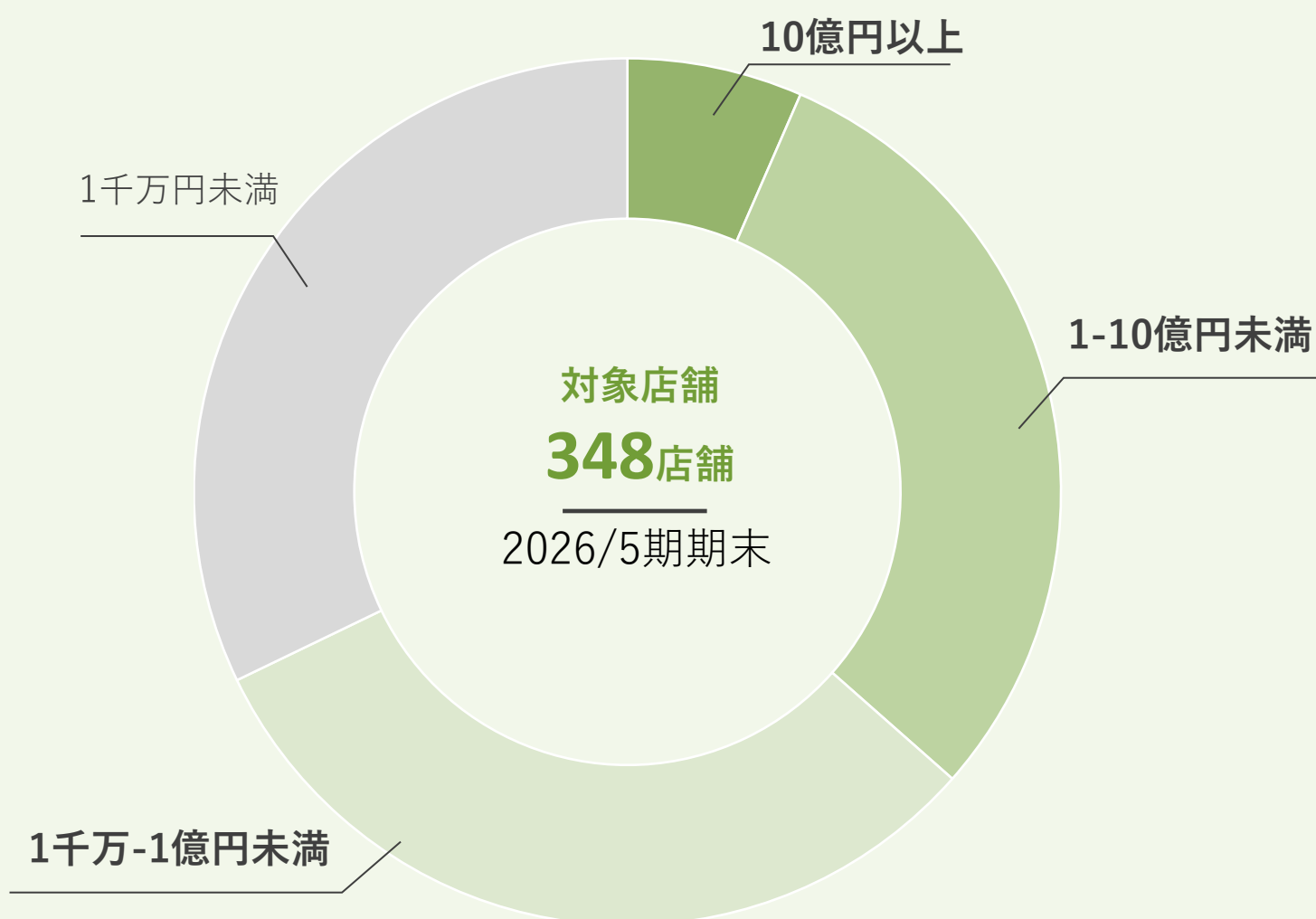
時流に合わせた機能アップデート・標準化により、他社システムに比べ、改修コストが低い



大規模EC事業者から選好される「EBISUMART」

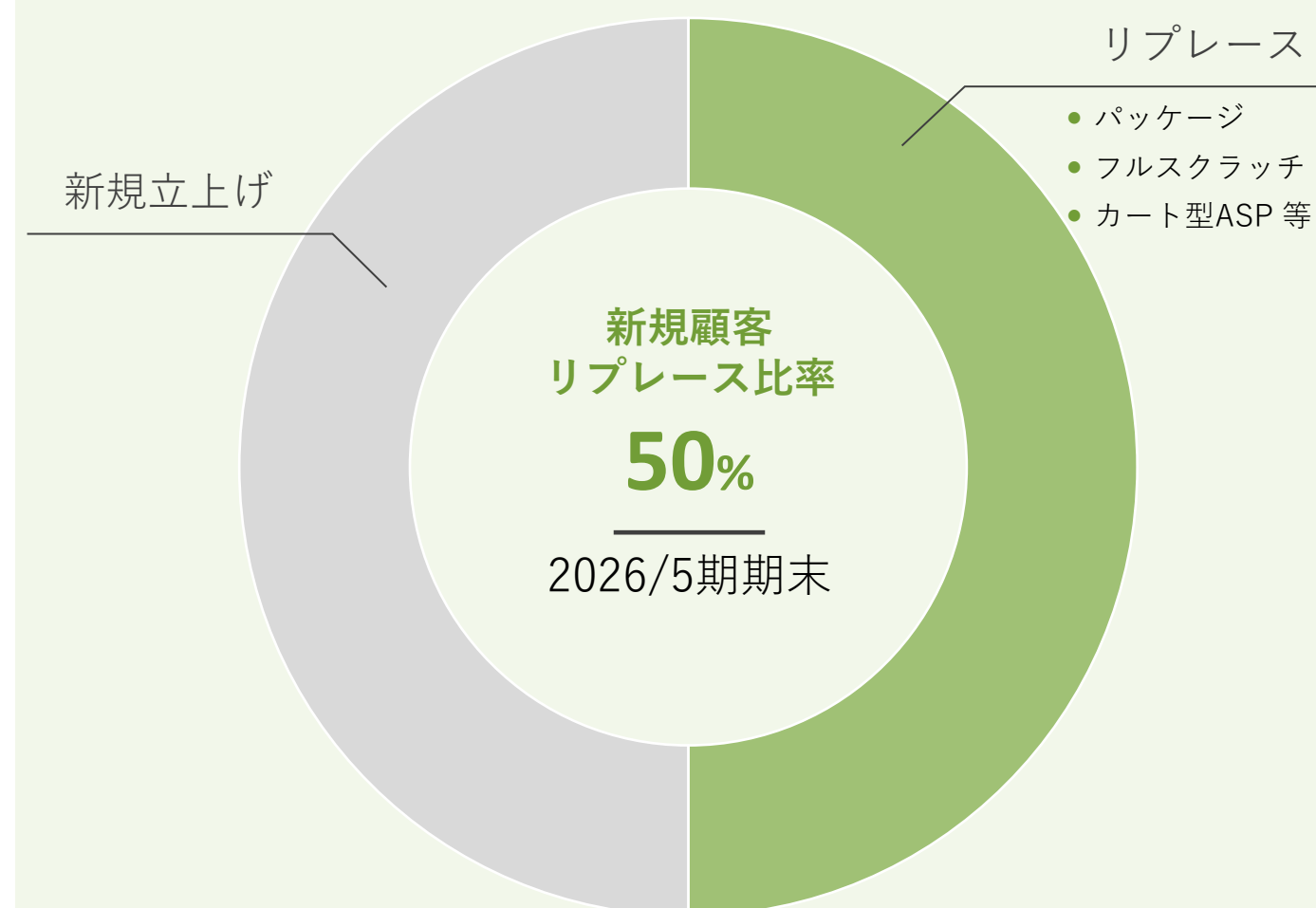
当社の顧客基盤は、既にEC運営基盤を有する事業者で過半数を占める。
また、新規顧客のリプレース割合が高く、さらなるEC売上の拡大を志向する事業者を選好される。

「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半数

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



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

ECコンサルサービス「EBISU GROWTH」

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



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

商品データ統合プラットフォーム「EBISU PIM」

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、商品のメタデータ管理や、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。

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

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

interfactory