

Inter **Factory**

2022年5月期 第2四半期決算説明資料

株式会社インターファクトリー

証券コード：4057

2022年1月13日

1	会社概要	3
2	2022/5期第2四半期業績	6
3	市場の状況	20
4	サービス概要	24
5	自社分析	29
6	成長戦略	33

会社概要

ソフトウェア受託開発の豊富な経験を生かし、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。

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	392百万円 (2021/11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
従業員数	137名 (2021/11末)

取締役紹介



代表取締役社長 兼 CEO

蕪木 登



取締役 COO
兼井 聡



取締役 CMO
三石 祐輔



取締役 CFO
赤荻 隆

社外取締役
菅野 雅之

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。

2022/5期第2四半期業績

2022/5期第2四半期業績ハイライト

第2四半期実績

売上高 **5.59** 億円 前年同期比 : 97.3%

営業利益 **▲0.01** 億円 前年同期 : 0.87億円

事業KPI

新規受注金額 **2.76** 億円 前年同期比 : 98.4%

GMV
(第2四半期累計) **637** 億円 前年同期比 : 96.8%

期末店舗数
(第2四半期末) **388** 店舗 前年同期比 : +4店舗

売上高は、大規模案件の開設等によってシステム運用保守は期初予想に対し+9百万円（1.4%）と達成するも、システム受託開発における前々四半期（2021年4月、5月）の受注減の影響が残り、期初予想に対し121百万円（10.3%）未達。売上原価は、継続して現行のクラウドシステム移行費用が想定以上に発生。

販管費は、リモートワークの定着による経費の減少に加え広告費用が予算を下回り、想定以下で推移。

（会計基準が今期より検収基準から進行基準に変更 影響額：売上高▲6百万円、売上原価+1百万円、営業利益▲8百万円）

2022/5期

単位：百万円

	期初予想	第2四半期 累計実績	期初予想増減額 (増減率)	進捗率	通期 期初予想
売上高	1,178	1,057	▲121(▲10.3%)	41.0%	2,577
システム受託開発	518	397	<u>▲121(▲23.4%)</u>	33.1%	1,198
システム運用保守	626	635	<u>+9(+1.4%)</u>	48.5%	1,308
その他	34	25	▲9(▲26.5%)	35.2%	71
売上総利益	472	358	▲114(▲24.2%)	33.6%	1,066
利益率	40.1%	33.9%	—	—	41.4%
営業利益	21	▲30	▲51(-)	—	159
利益率	1.8%	▲2.8%	—	—	6.1%
経常利益	21	▲31	▲52(-)	—	157
利益率	1.8%	▲2.9%	—	—	6.0%
四半期（当期）純利益	14	▲25	▲39(-)	—	108
利益率	1.2%	▲2.4%	—	—	4.1%

売上高において、システム受託開発は前年同四半期より若干下回ったが、第1四半期の178百万円からは増加。システム運用保守は大規模案件の納品等も進み10.1%増加。

売上原価において、現行のクラウドシステムから新クラウドシステムの移行作業に伴う28百万円（売上原価の7.8%）の追加もあり、9.5%の原価増にて進捗。

	2021/5期	2022/5期		
	第2四半期実績	第2四半期実績	前年同期比	通期期初予想
売上高	574	559	▲2.6%	2,577
システム受託開発	266	218	▲18.0%	1,198
システム運用保守	297	327	+10.1%	1,308
その他	10	12	+20.0%	71
売上原価	327	358	+9.5%	1,510
原価率	57.0%	64.0%	+7.0ppt	58.5%
売上総利益	247	200	▲19.0%	1,066
利益率	43.0%	35.8%	▲7.2ppt	41.4%
販売管理費	160	201	+25.6%	907
販管費率	27.9%	36.0%	+8.1ppt	35.1%
営業利益	87	▲1	-	159
利益率	15.2%	-	-	6.1%
経常利益	84	▲1	-	157
利益率	14.6%	-	-	6.0%
四半期（当期）純利益	55	▲1	-	108
利益率	9.6%	-	-	4.1%

単位：百万円

今期の減益予想の主要因として提示していた、現行クラウドシステムから新クラウドシステムへの移行作業コストに伴う売上原価の大幅な増加について、第2四半期における移行原価の現況および今後の進捗予測は下記、図の通り。

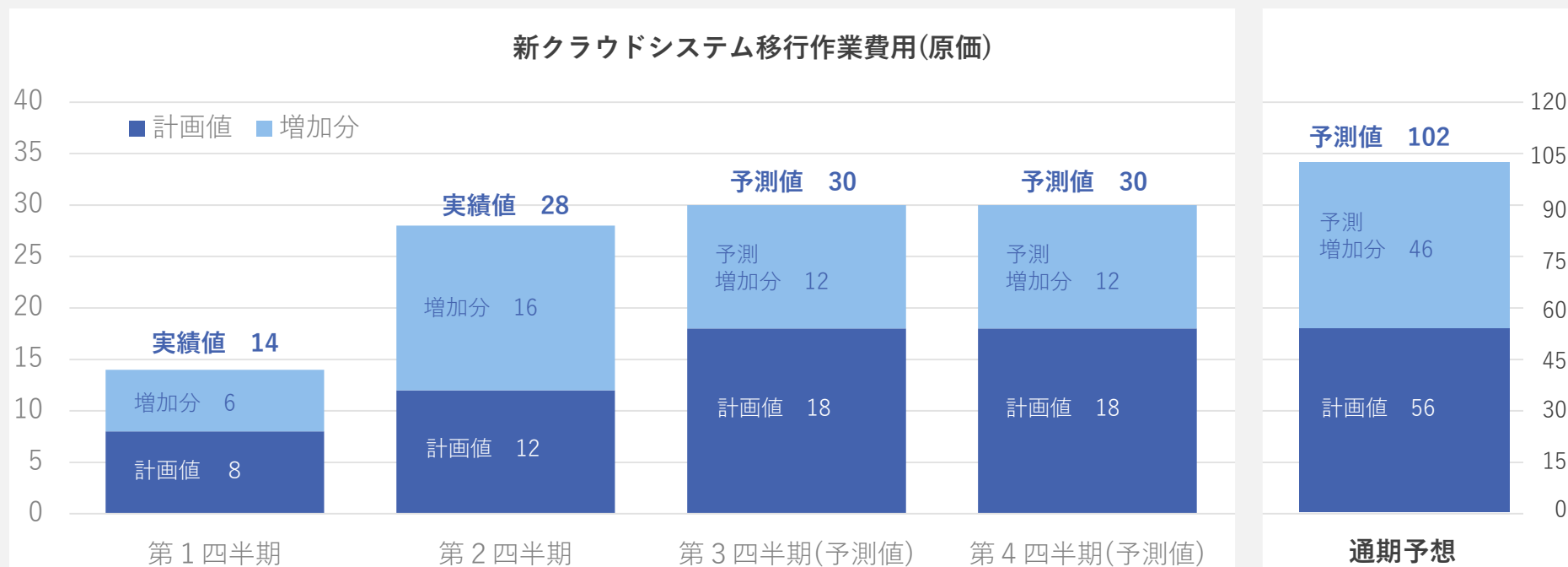
通期計画値56百万円に対し、通期予測値102百万円（通期増加分46百万円） ※2022/5期のみ発生

計画値と実績が乖離した要因

計画当初予見できなかった移行に伴う障害や追加費用が、第1四半期から引き続き発生している。徐々に収束していく見込みだが、第3四半期以降も当初計画を上回って推移する見込み。

単位：百万円

単位：百万円



さまざまなEC関連メディアやIR関連媒体にて、取材対応ならびにサービス紹介の啓蒙を強化。

2021年 10月 29日

証券専門メディアの
「株式新聞Web」に取り
上げられました



Inter **Factory**

今後の成長戦略について代表取締役社長兼CEO 蕪木のインタビュー記事が掲載されました。

2021年 11月 15日

事業拡大のため
沖縄県那覇市に開発ラボ
を開設しました



Inter **Factory**

「多様な働き方」「地方創生」の推進とさらなる事業拡大に伴う人材確保のため、新オフィス「沖縄開発ラボ」を開設いたしました。

2021年 11月 25日

ECと流通のデジタル化を
リードする「日本ネット
経済新聞」に取り上げら
れました



ebisumart
BUSINESS GLOWUP SUPPORT

弊社カスタマーサクセスチームの新たな取り組みである有料セミナーについてのインタビュー記事が掲載されました。

2021年 11月 26日

マーケティング情報専門紙
「日経MJ」に
弊社お客様事例が取り上げ
られました



ebisumart

ebisumartユーザー企業様のブランド革新の取り組みの一つとして、ECサイトに採用したebisumartをご紹介いただきました。

ebisumartの豊富な標準機能とセキュリティ環境を低価格で利用できる
スモールスタート向けクラウドコマースプラットフォーム「ebisumart zero（エビスマート ゼロ）」
の提供開始

ebisumart zero の特長

1. 定期的なアップデートで、常に最新・最適な
機能・セキュリティ環境が利用可能

2. さまざまな業界業種に合わせた「ebisumart zero」
専用デザインテンプレートを用意

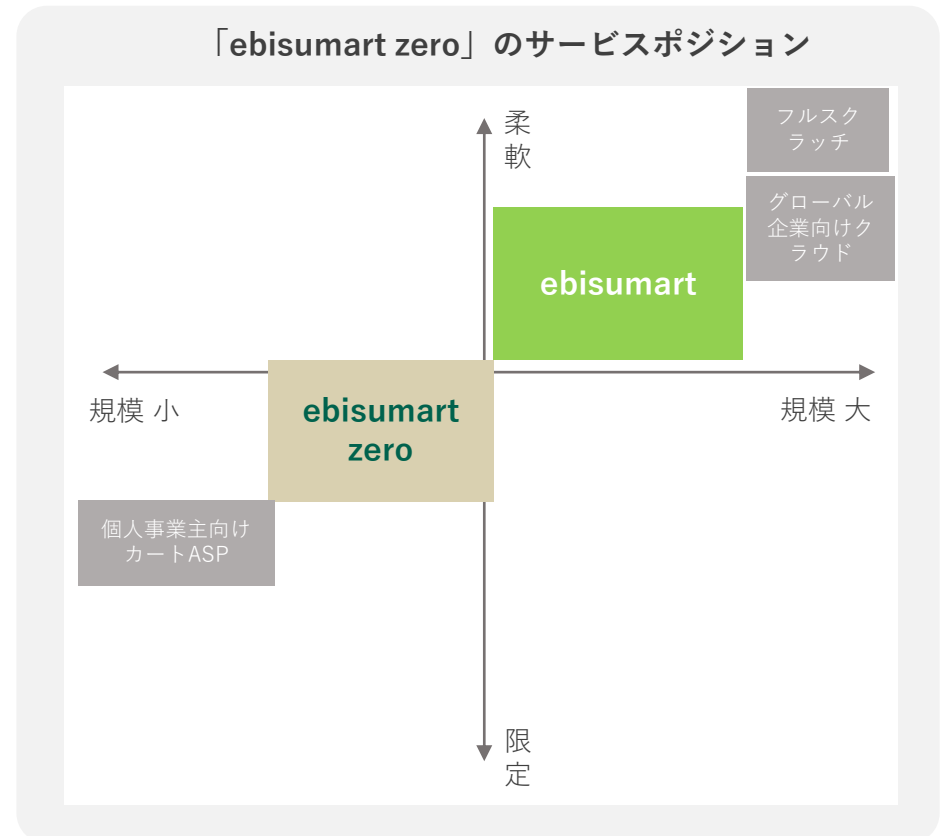
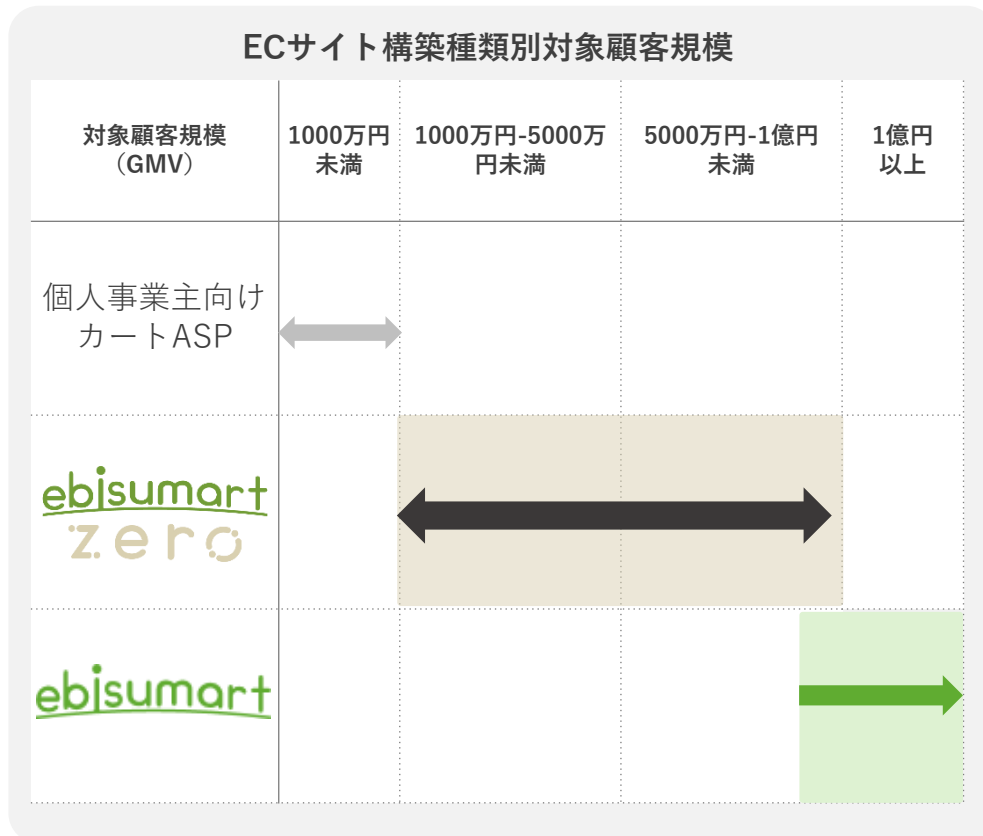
3. EC事業規模の拡大に応じて、より独自性の高い
「ebisumart」への乗り換えもスムーズ

The logo for ebisumart zero. The word "ebisumart" is written in a green, lowercase, sans-serif font with a thin green underline. Below it, the word "zero" is written in a light beige, lowercase, sans-serif font. The letter "o" in "zero" is stylized as a circle with a dot inside.

スモールスタート向けクラウドコマースプラットフォーム

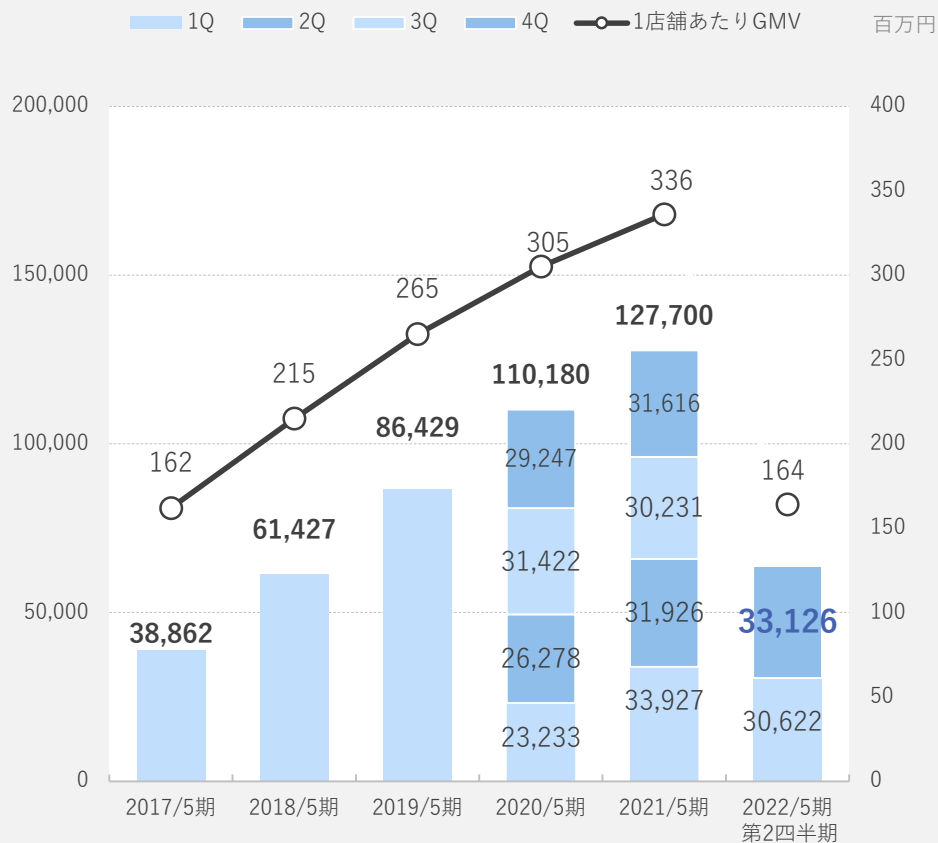
「ebisumart zero (エビスマート ゼロ)」のターゲットは、ECにおける年間GMVが1,000万円～1億円程度の小～中規模の事業者を対象。

ebisumart zero のターゲット

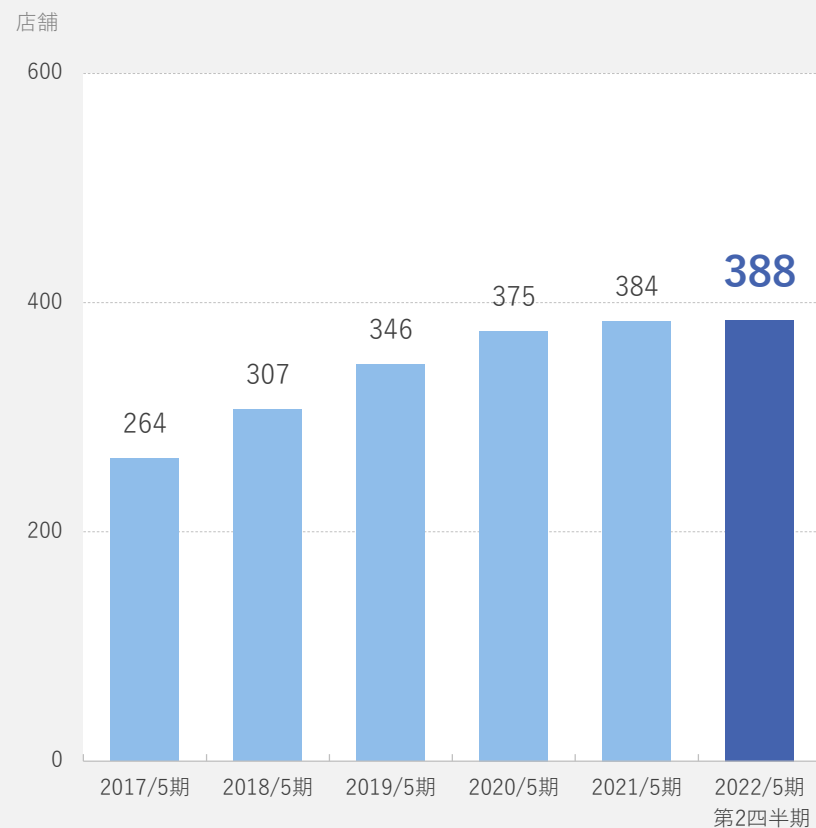


当第2四半期のGMVは、33,126百万円（前年同期比：103.8%）となり、前年同期と同等の水準で推移。顧客数の推移は、引き続きコロナ禍による顧客のECサイトクローズに伴う若干の解約増により横ばい。

GMV※1および店舗あたりGMVの推移

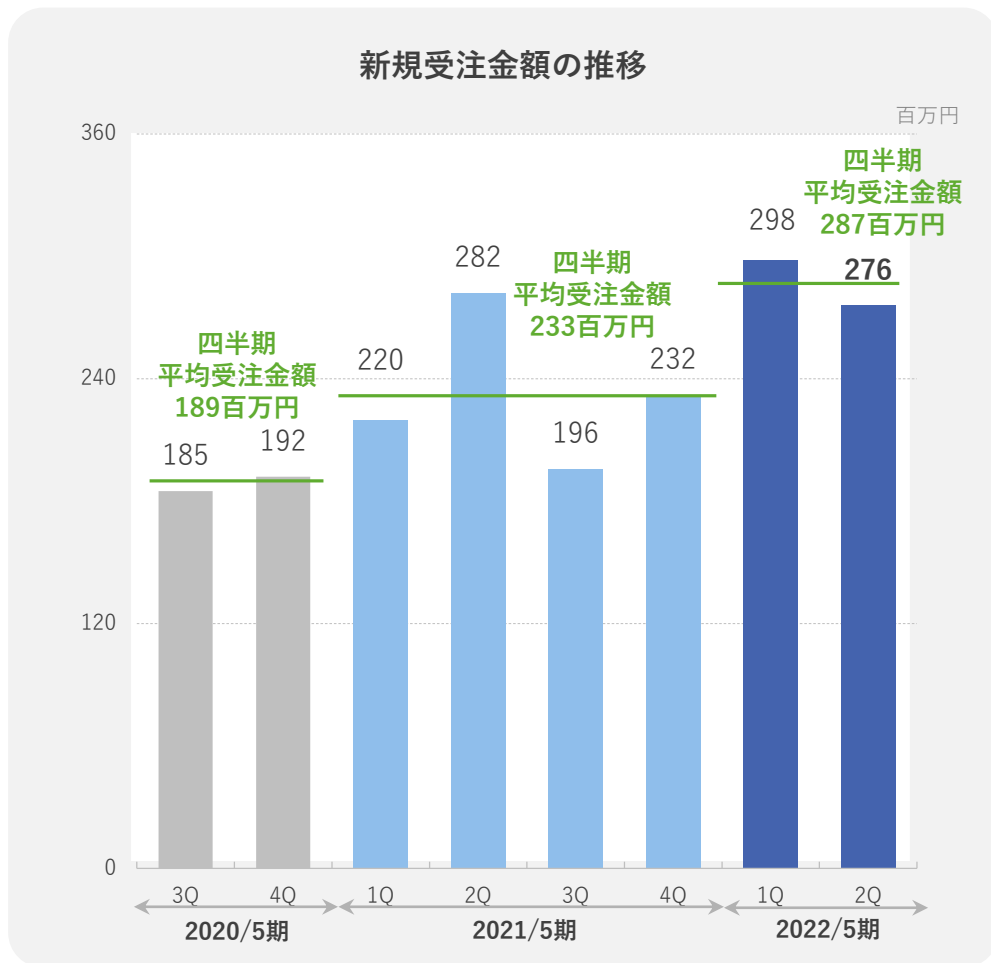


顧客数（期末店舗数）の推移



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

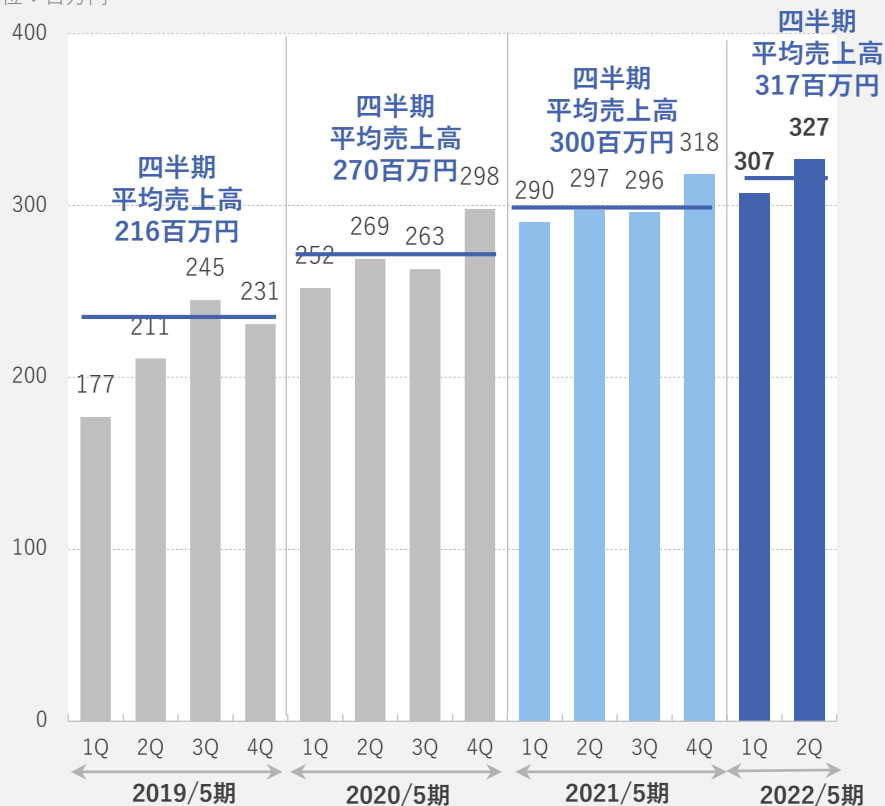
新規受注金額は、前四半期より継続して好調に推移。
 四半期平均受注金額は、大規模案件の継続受注と既存顧客からの追加開発により、前期比で23.1%増の287百万円となる。
 受注件数についても、新規受注金額同様に上昇傾向。



前期より獲得していた大規模案件の納品が進み、四半期売上高およびARPUは大きく続伸。
 四半期平均売上高は317百万円（前期比：105.7%）、四半期平均ARPUは822千円（前期比：104.1%）となり、共に増加。

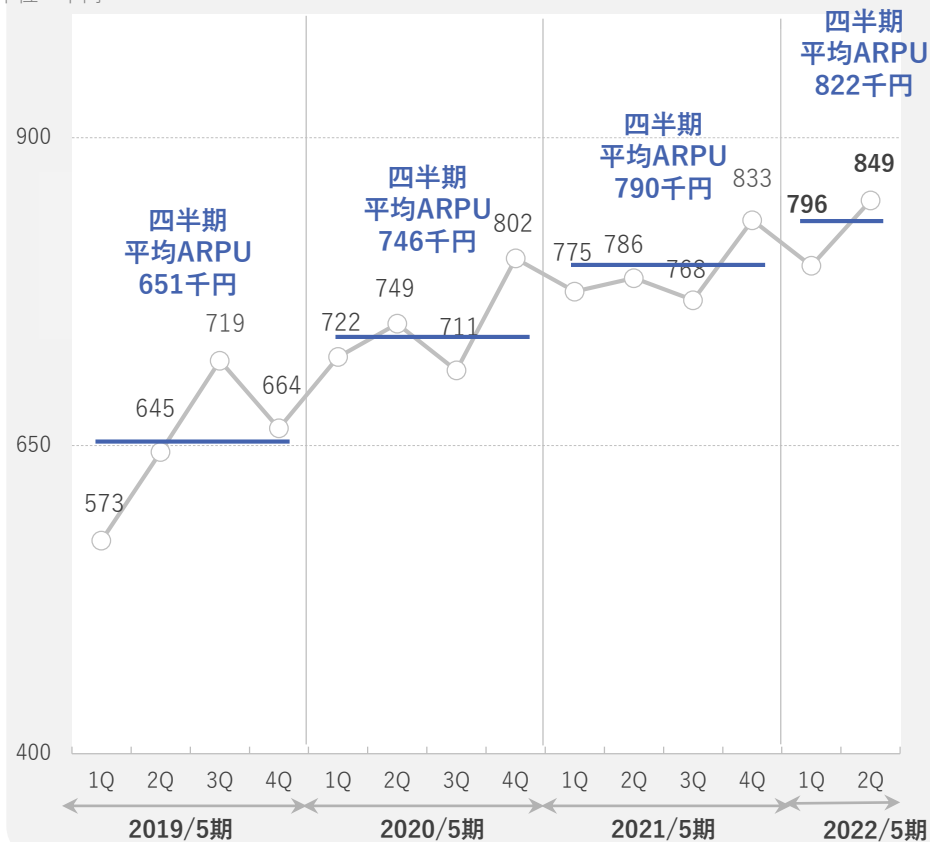
システム運用保守売上高の四半期推移

単位：百万円



ARPU※1の四半期推移

単位：千円



注釈(1)：ARPU=システム運用保守売上高÷期中平均顧客数にて算出

現預金は、無形固定資産（ソフトウェア）の取得および法人税等の支払い等により247百万円の減少。売掛金が会計基準の変更等により127百万円の増加。無形固定資産（ソフトウェア）は、ハイエンド向けECプラットフォームおよび新機能の開発により84百万円の増加。自己資本比率は、前期末65.8%から67.6%へ上昇。

単位：百万円

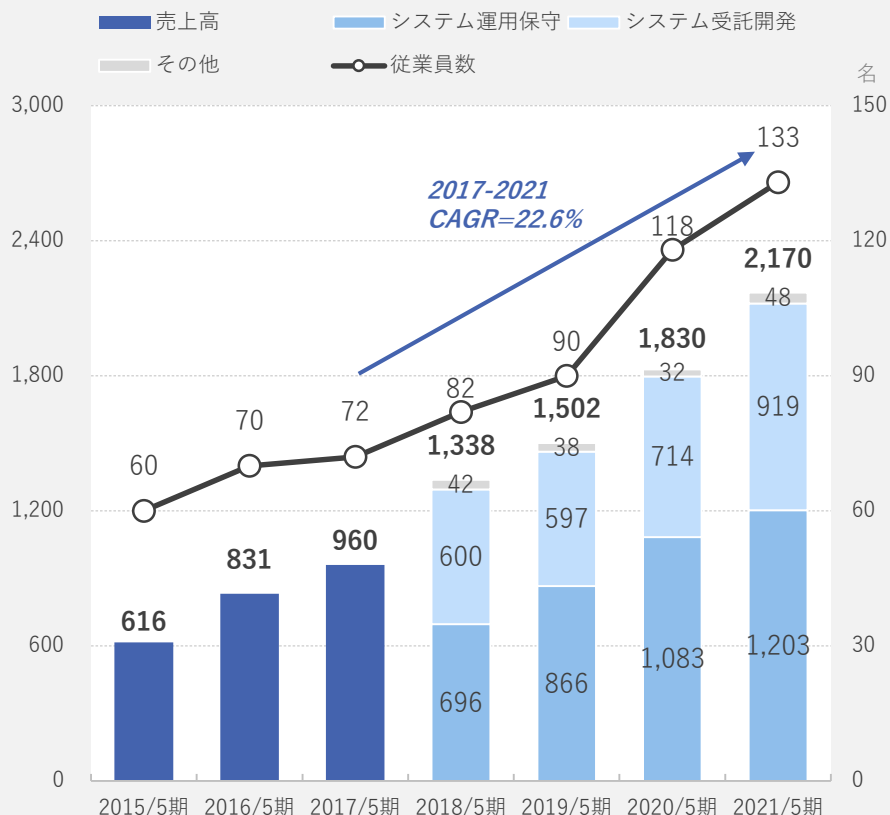
	2021/5期末	2022/5期	
		第2四半期末	前期末差
流動資産	1,117	1,015	▲102
現金及び預金	686	439	▲247
売掛金	356	483	+127
固定資産	330	407	+77
有形固定資産	30	31	+1
無形固定資産（ソフトウェア）	203	287	+84
総資産	1448	1,423	▲25
負債	495	461	▲34
流動負債	480	446	▲34
有利子負債	100	100	±0
固定負債	14	14	±0
有利子負債	0	0	±0
純資産	952	961	+9
負債純資産合計	1,448	1,423	▲25

ECへの高い需要が継続しており、新規受注数も好調。大規模案件の受注および納品が続くことで受託開発の大幅な売上増を下期より見込む。また、コロナ禍における既存顧客の成長を鑑み、流通総額がさらに大きいハイエンド層向けの新しいクラウドコマースプラットフォームの開発に伴う先行投資や、現行においてさらに汎用性が高いクラウドシステムへの移行費用も継続して掛かることを予測するが、現状は以下の業績予想を据え置く。

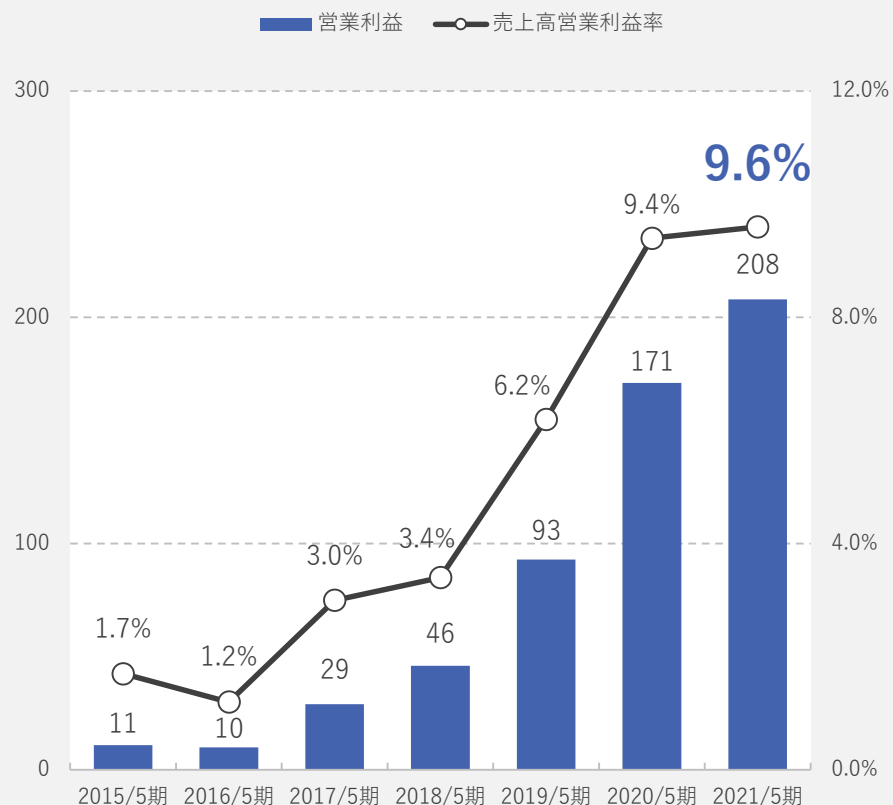
	2021/5期	2022/5期			単位：百万円
	実績	予測	前期差	前期時比	
売上高	2,170	2,577	+ 407	+ 18.7%	
システム受託開発	919	1,198	+ 279	+ 30.3%	
システム運用保守	1,203	1,308	+ 105	+ 8.7%	
その他	48	71	+ 23	+ 47.9%	
売上総利益	907	1,066	+ 159	+ 17.5%	
利益率	41.8%	41.4%	▲0.4ppt	-	
営業利益	208	159	▲49	▲23.4%	
利益率	9.6%	6.1%	▲3.5ppt	-	
経常利益	193	157	▲36	▲18.5%	
利益率	8.9%	6.0%	▲2.9ppt	-	
当期純利益	131	108	▲23	▲16.8%	
利益率	6.0%	4.1%	▲1.9ppt	-	
1株当たりの当期純利益	34.6円	27.3円	▲7.3円	-	

直近5期間の売上高成長率は年平均で22.6%。従業員数についても同期間において61人増加（84.7%増）。新卒中途共にエンジニアの採用を強化しており、従業員数の増加に合わせて売上も伸長。売上高営業利益率に関しては、将来に向けての先行投資（人材確保等）による販管費増加に伴い微増。

売上高・従業員数の推移



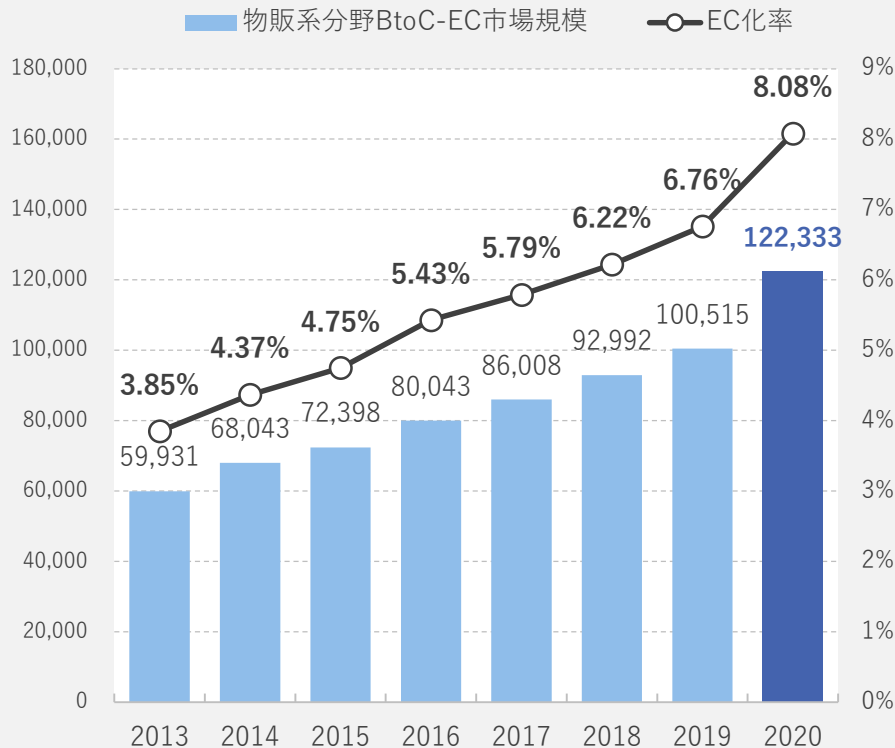
営業利益・売上高営業利益率の推移



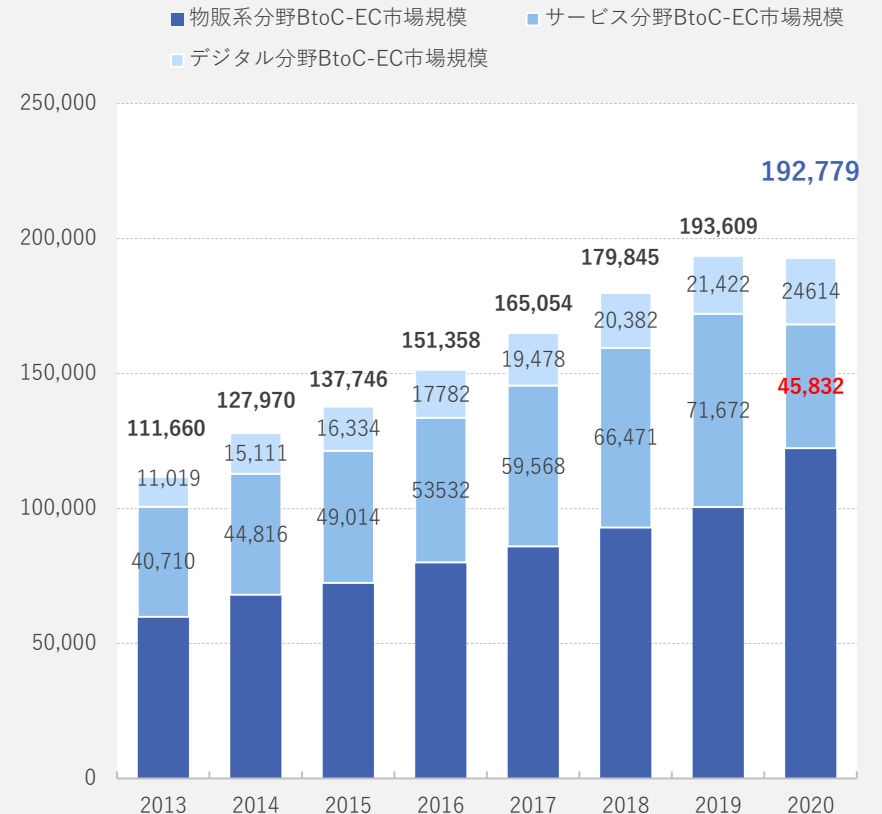
市場の状況

2020年の国内BtoC-EC市場は、コロナ禍の影響によりサービス分野（旅行や飲食）のEC市場が大幅減少。一方で巣ごもり消費の影響で、物販系分野のEC市場は大幅に拡大しており物販系分野におけるEC化への動きは今後も加速されると見込む。

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



出所：経済産業省「令和2年度 産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）報告書」

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。

海外大手EC構築ベンダー参入し難い

国内エンター
プライズ向け
EC市場のハードル

国内大手SIerは参入意欲が低い

言語

- 低いバイリンガル比率
- 英語圏・中国圏に比した相対的なマーケット規模の小ささ

決済方法

- 根強いキャッシュ文化による幅広い決済方法対応の必要性
- 各ECベンダー経理部門との連携

商習慣

- クーポン・ポイント制等の独自、かつ、目まぐるしく変遷するマーケティング施策
- 建値制・リベート制などの複雑な流通慣行
- 全般に、返品対応等も含め、消費者の期待値・要求水準が高い

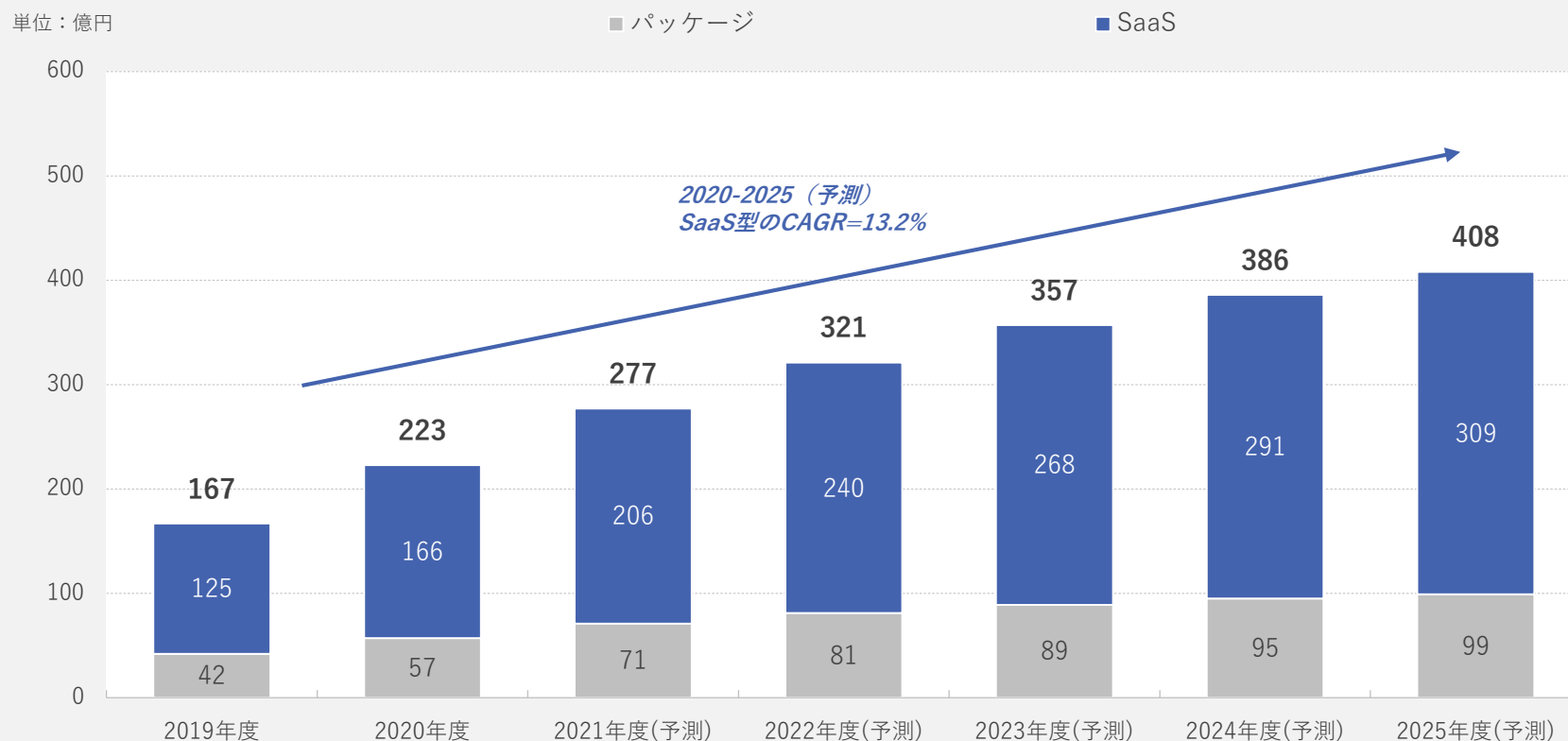
物流

- 定期便や期日指定便等の幅広い対応
- 在庫管理等、バックヤード業務との連携

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サイト構築市場の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）



出典：ITR 「ITR Market View：ECサイト構築／CMS／SMS送信サービス／CLM／電子契約サービス市場2021」を基に株式会社インターファクトリーが作成

サービス概要

SaaS型非カート型市場において、3年連続でECサイト構築ツールシェア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。

※非カート型とは、SaaSでありながらパッケージ同様に拡張性に富んでおり自由度の高いECサイトを構築可能な製品。

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

- ・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954個

安心性

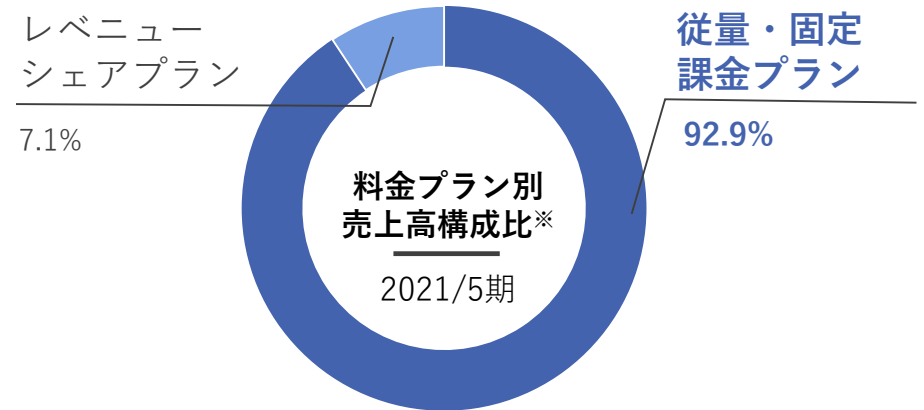
- ・年間稼働率99.95%
- ・セキュリティ基準の継続的な更新
- ・WAFオプションなどによる強固なセキュリティ

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。

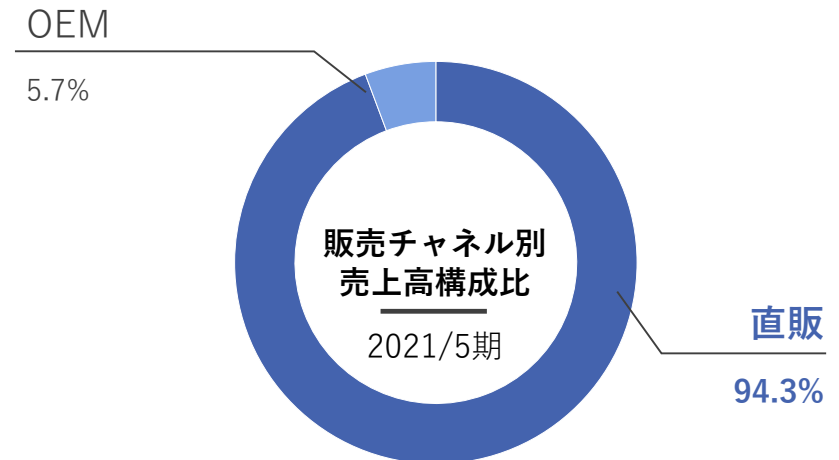
売上高区分

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：13.5万円 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700サイト以上の導入実績
3年連続ECサイト構築ツールSaaS型非カート型市場においてシェアNO.1を獲得

※出典：富士キメラ総研 ソフトウェアビジネス新市場 2019-2021年版（数量ベース2018年度-2020年度）



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

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

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

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
- 上士幌町役場

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

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

アウトドア・スポーツ

- ニューウェルブランズ・ジャパン合同会社
- 一般社団法人 日本自動車連盟（JAF）
- 株式会社タマス

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

- Spark (スパーク)
- 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)

- EFO CUBE
- ナビキャスト フォームアシスト
- GORILLA EFO

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

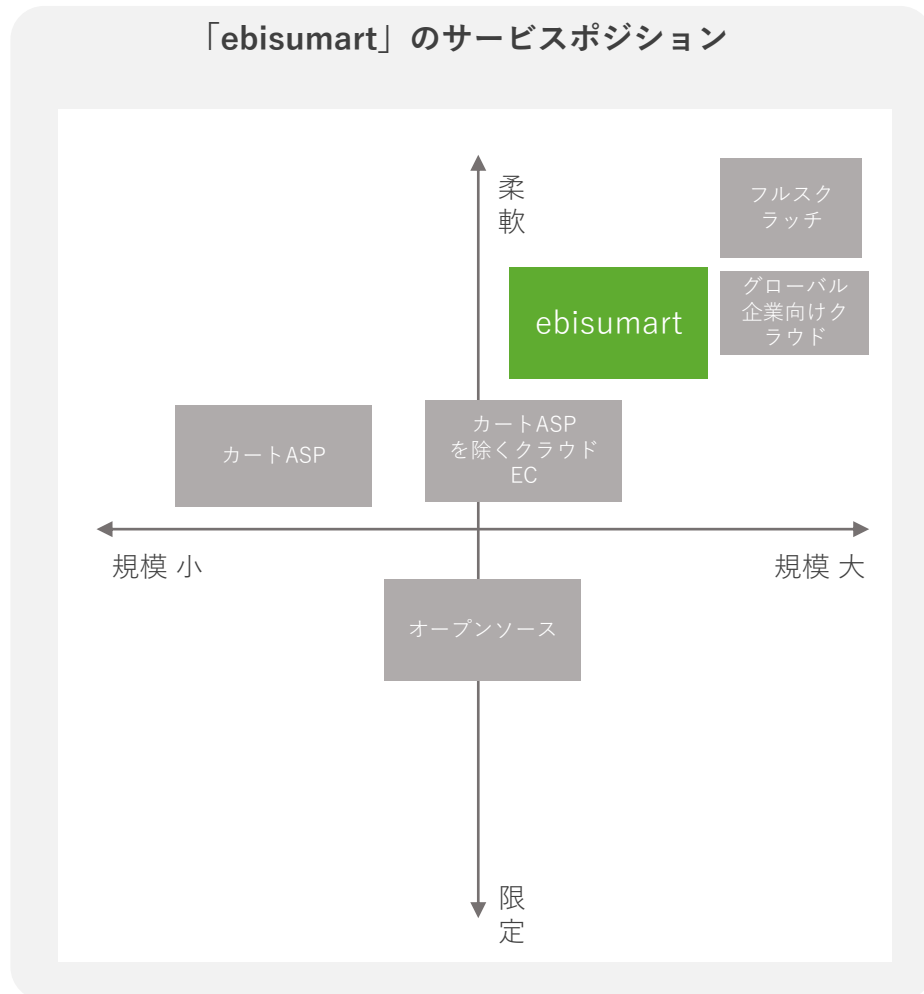
自社分析

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	←→		競争領域	
カートASPを除くクラウドEC	←→			
ebisumart	←→			
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			←→	

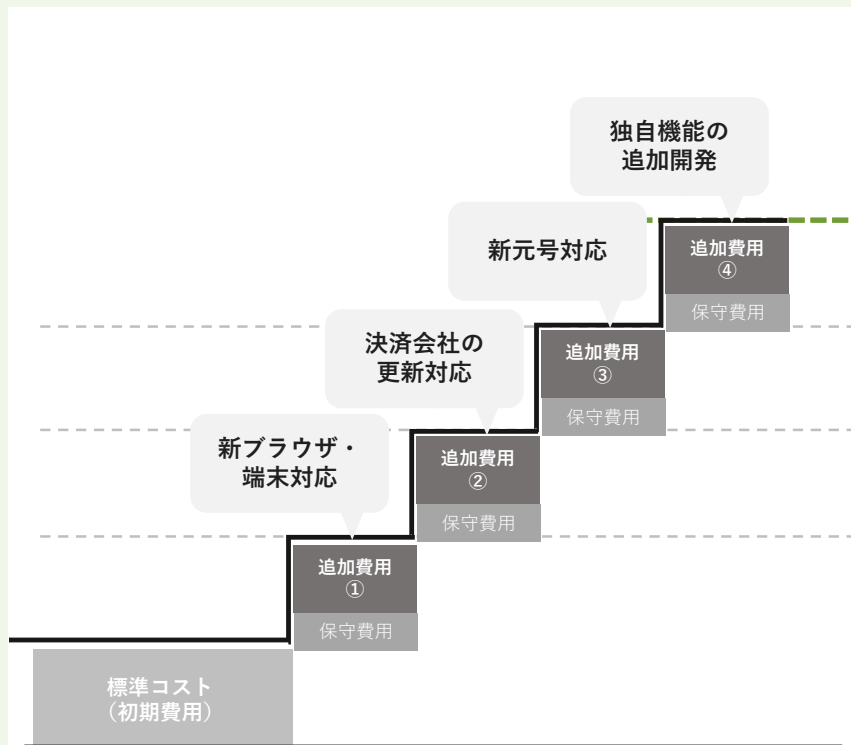
「ebisumart」のサービスポジション



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

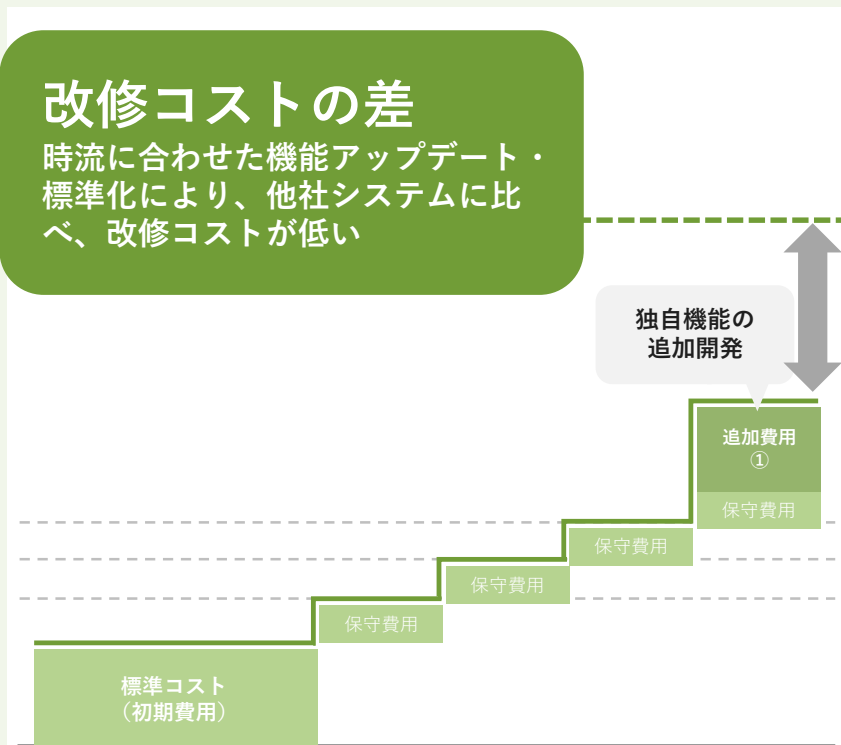


大規模EC事業者向けクラウドECのコスト推移

ebisumart

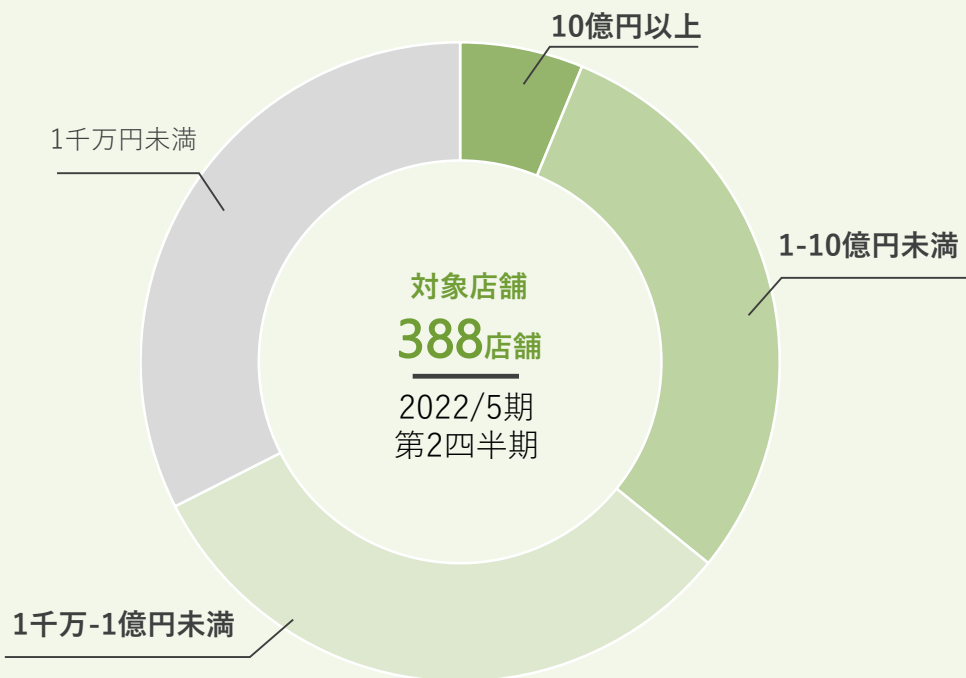
改修コストの差

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



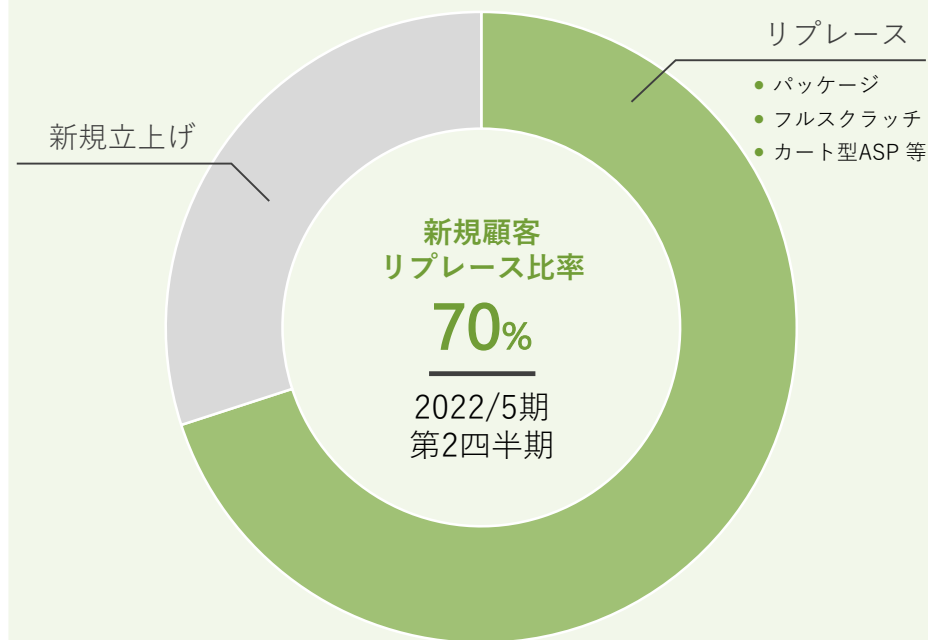
当社の顧客基盤は、既にEC運営基盤を有する事業者で過半数を占める。
また、新規顧客のリプレース割合が高く、さらなるEC売上の拡大を志向する事業者を選好される。

「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

「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の規模におい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。

2023年/5期 新規拡大※1

年間GMV 1千万円～1億円

現ターゲット層

年間GMV 1億円～100億円

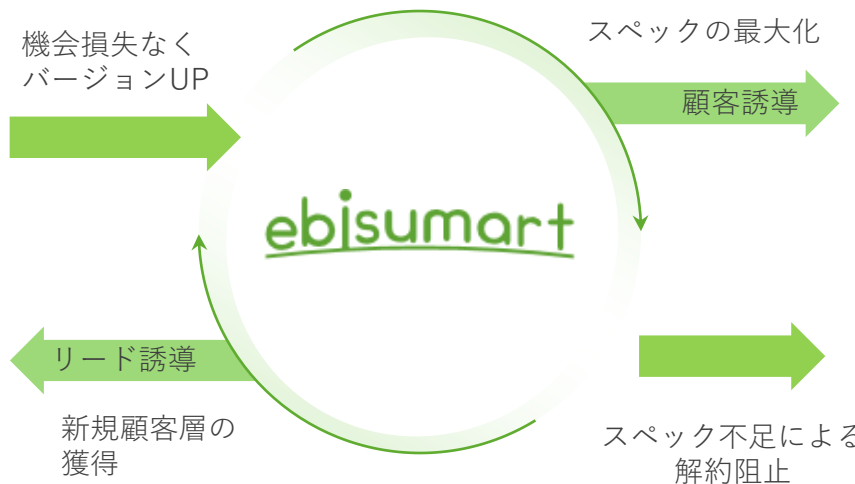
2024年/5期 新規拡大

年間GMV 100億円～



顧客拡大

- Webマーケティング施策の強化
- 販売パートナー制度の新規設立
- ECプラットフォーム移行ツールの提供

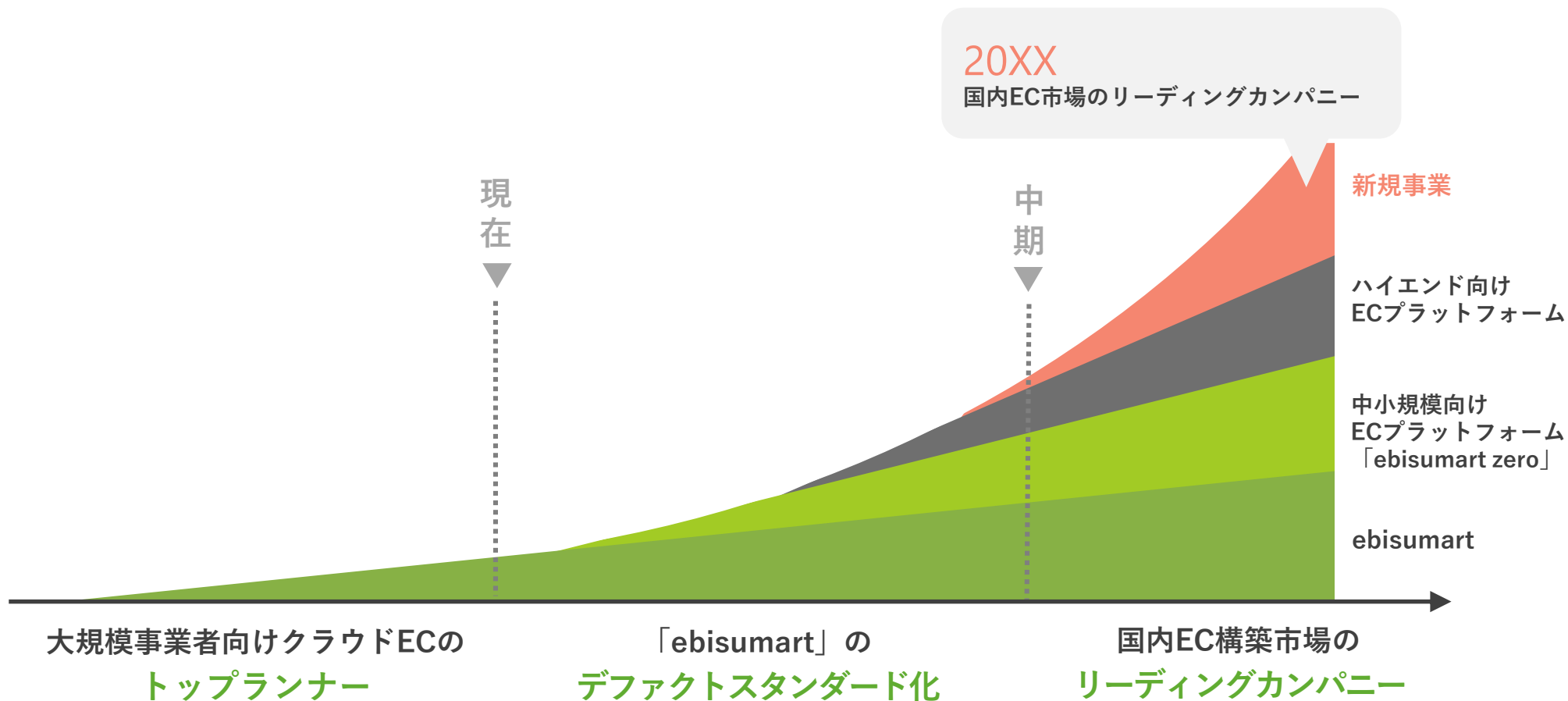


顧客拡大

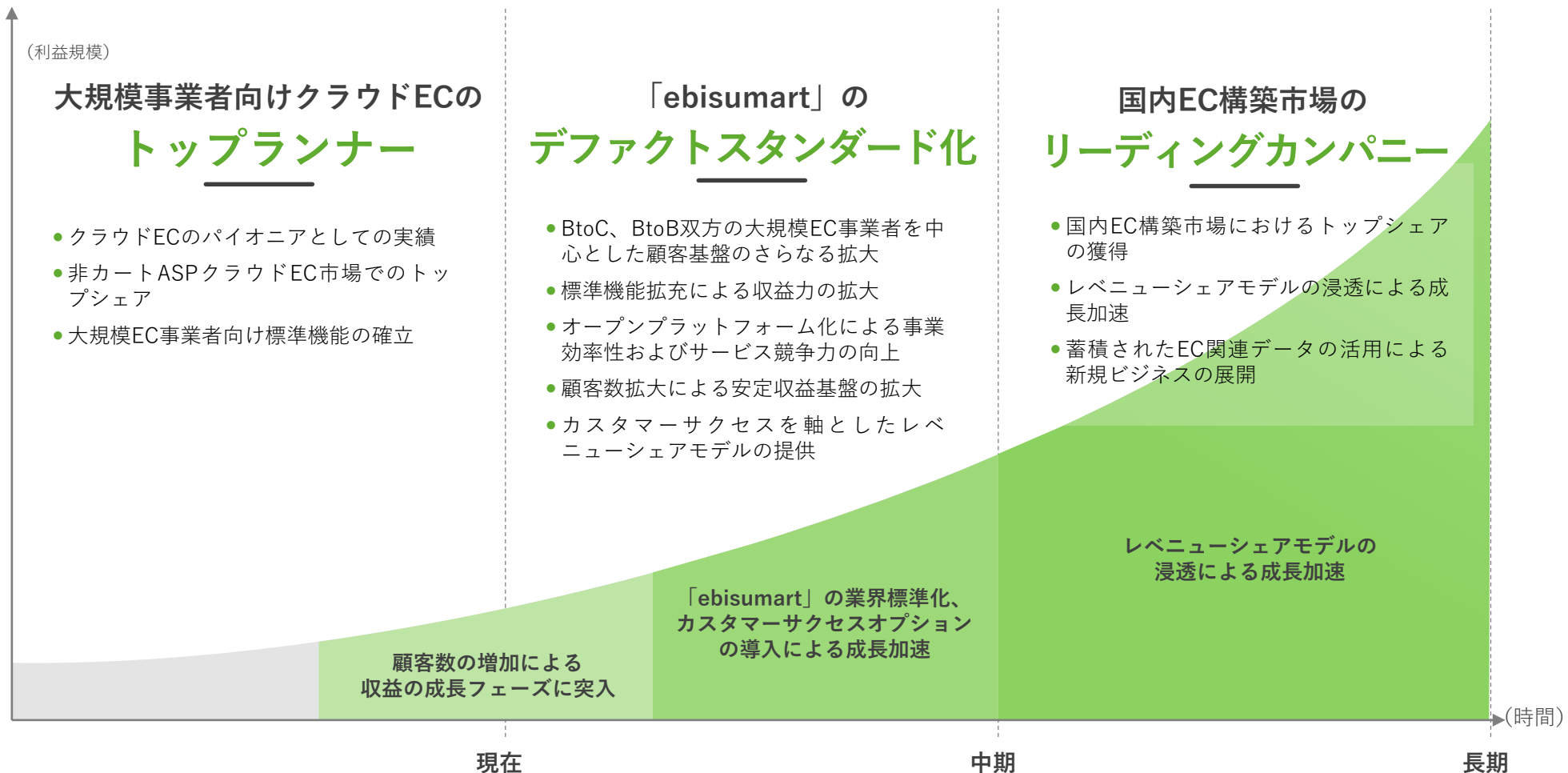
- 営業手法の強化-アウトバウンド営業等
- 大手販売パートナーとの共同提案
- レベニューシェアプランの拡充


注釈(1) : 中小規模向けECプラットフォームは2022年/5期 第3四半期より新規提供開始

現行の「ebisumart」だけではカバーできていなかった、「中小規模」、「ハイエンド」向けのECプラットフォームを中期～長期にかけて提供していく。
 また、単一事業の「ebisumart」だけでなくEC等のシナジーを最大限に生かせる「新規事業」の構築も検討する。



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生かし、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。





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はじ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**