

Inter **Factory**

2022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

2022年4月13日

1	会社概要	3
2	2022/5期第3四半期業績	6
3	補足資料	19

会社概要

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

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 (2022/2末)
事業内容	「ebisumart」を主とするクラウドコマースプラットフォームの開発および保守サービスの提供
セグメント	クラウドソリューション事業
従業員数	138名 (2022/2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3四半期業績

2022/5期第3四半期業績ハイライト

第3四半期実績

売上高 **6.38**億円 前年同期比 : 130.3%

営業利益 **0.74**億円 前年同期 : 0.56億円

事業KPI

新規受注金額 **2.16**億円 前年同期比 : 107.9%

GMV
(第3四半期累計) **997**億円 前年同期比 : 103.9%

期末店舗数
(第3四半期末) **384**店舗 前年同期比 : ▲2店舗

2022/5期第3四半期サマリー

売上高・営業利益



過去最高

売上高、営業利益ともに
過去第3四半期において
最高額を達成

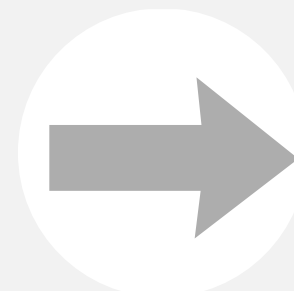
GMV



高成長を維持

コロナ禍初期に記録した
最高額を越し360億円を突破。
継続して高い成長を維持

店舗数



ほぼ横ばい

小規模店舗の退店と
大規模店舗の追加開発による
納品長期化により
店舗数の増減はほぼ横ばい

2022/5期第3四半期サマリー

■ 新サービスのリリース

The logo for 'ebisumart zero' is displayed. 'ebisumart' is written in a green, lowercase, sans-serif font with a thin green underline. Below it, 'zero' is written in a gold, lowercase, sans-serif font. The letter 'o' in 'zero' has a small circular icon inside it.

中小規模やスモールスタートの
EC事業者様向けに
新サービス「ebisumart zero」の提供開始

■ 越境ECへの戦略強化

The logo for 'ebisumart' is displayed. 'ebisumart' is written in a green, lowercase, sans-serif font with a thin green underline.

コロナ禍による
インバウンド需要の減少に伴う
越境ECサイトへの重要性を鑑み
「越境EC」への戦略強化

第3四半期では、新サービス「ebisumart zero（エビスマート ゼロ）」をリリース。

EC事業者の規模に合わせて一気に通貫したサービスを提供できるECシステムとして、多くのEC関連メディアにて取り上げられた。

2021年12月・2022年1月

健康産業界の専門紙
「健康産業新聞」に
取り上げられました



全3回の連載企画「ECビジネス入門塾」として、カスタマーサクセスチームが出演しました。健康食品・化粧品市場に向けて、EC運営での注意点やポイントを解説しました。

2022年1月17日

新サービス
「ebisumart zero」を
リリースしました



中小規模EC事業者様へ向けた新サービス「ebisumart zero」をリリース。EC業界だけでなく、さまざまな業界専門メディアに取り上げられました。

【掲載メディア（抜粋）】

- ・ ネットショップ担当者フォーラム
- ・ 日本ネット経済新聞
- ・ 織研新聞
- ・ マイナビニュース
- ・ ECのミカタ など多数

2022年2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



記者が選んだ「2022年」注目のEC支援サービスとして
「ebisumart zero」が選ばれました。

売上高について、大規模案件の納品や既存店舗におけるGMVおよびPV増加によって、システム運用保守は期初予想に対し**+53百万円**（5.5%）を達成するも、システム受託開発は前半期までの売上高ビハインドの影響が残り、期初予想に対し**201百万円**（23.8%）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累計で**78百万円**が発生。販管費は、リモートワークの定着による経費の減少があり、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+64百万円、売上原価+39百万円、営業利益+25百万円）

2022/5期

単位：百万円

	期初予想	第3四半期 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	1,856	1,696	▲160(▲8.6%)	65.8%	2,577
システム受託開発	843	642	▲201(▲23.8%)	53.6%	1,198
システム運用保守	960	1,013	+53(+5.5%)	77.4%	1,308
その他	52	41	▲11(▲21.2%)	57.7%	71
売上総利益	755	617	▲138(▲18.3%)	57.9%	1,066
利益率	40.7%	36.4%	—	—	41.4%
営業利益	92	43	▲49(▲53.3%)	27.0%	159
利益率	5.0%	2.5%	—	—	6.1%
経常利益	90	42	▲52(▲53.3%)	26.8%	157
利益率	4.8%	2.5%	—	—	6.0%
四半期（当期）純利益	62	24	▲39(▲61.3%)	22.2%	108
利益率	3.3%	1.4%	—	—	4.1%

P/L：前年同四半期比較

Inter Factory

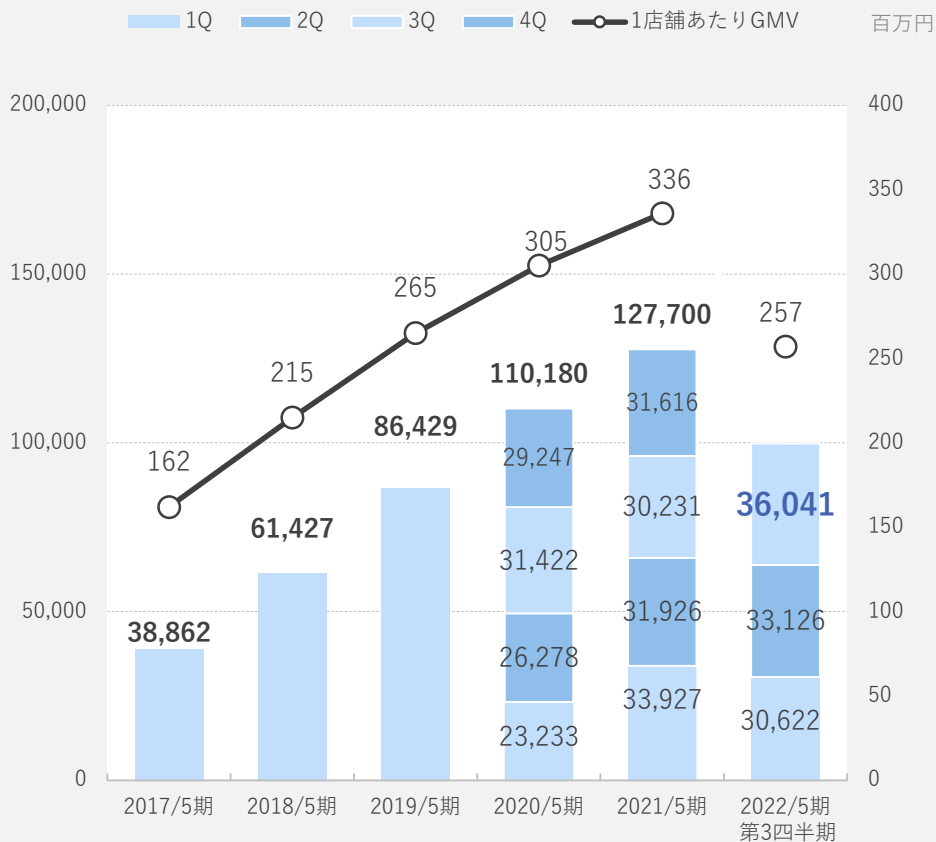
売上高において、システム受託開発は大規模案件の納品が進み前年同四半期より**34.1%増加**。
 システム運用保守は既存店舗でのPV数増加およびレベニューシェア売上拡大もあり**27.4%増加**。
 売上原価において、現行のクラウドシステムから新クラウドシステムの移行作業に伴う35百万円
 (売上原価の9.4%)の追加もあり、原価率3.0ppt増加にて進捗。

	2021/5期	2022/5期			単位：百万円
	第3四半期実績	第3四半期実績	前年同四半期比	通期期初予想	
売上高	490	638	+30.2%	2,577	
システム受託開発	182	244	<u>+34.1%</u>	1,198	
システム運用保守	296	377	<u>+27.4%</u>	1,308	
その他	11	16	+45.5%	71	
売上原価	271	372	+37.3%	1,510	
原価率	55.3%	58.3%	<u>+3.0ppt</u>	58.5%	
売上総利益	218	258	+18.3%	1,066	
利益率	44.5%	40.4%	▲4.1ppt	41.4%	
販売管理費	161	184	+14.3%	907	
販管费率	32.9%	28.8%	▲4.1ppt	35.1%	
営業利益	56	74	+32.1%	159	
利益率	11.4%	11.6%	+0.2ppt	6.1%	
経常利益	55	74	+34.5%	157	
利益率	11.2%	11.6%	+0.4ppt	6.0%	
四半期（当期）純利益	41	49	+19.5%	108	
利益率	8.4%	7.7%	▲0.7ppt	4.1%	

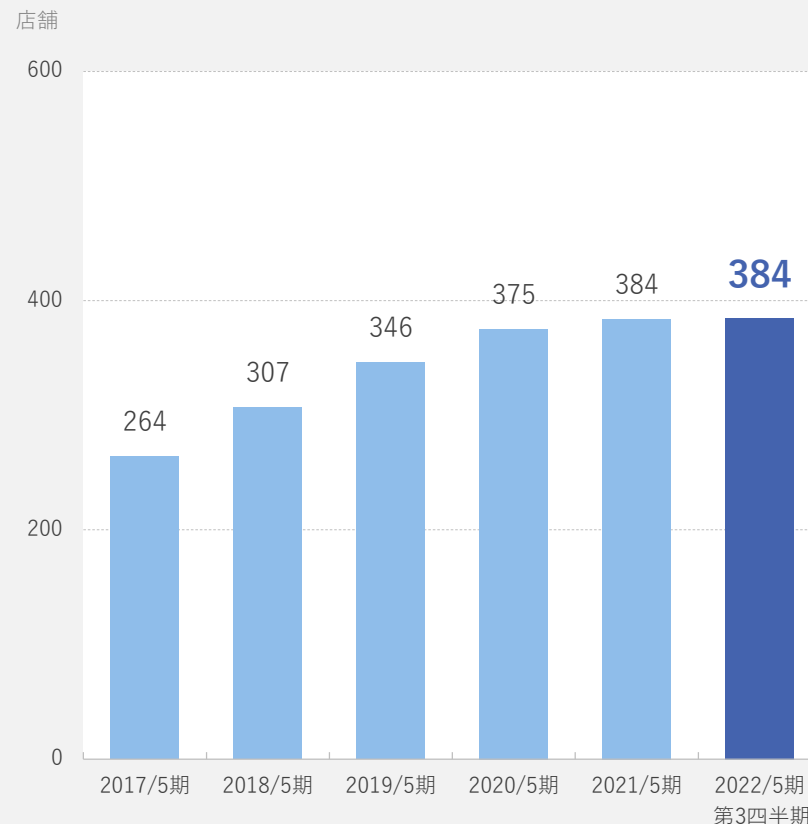
当第3四半期のGMVは**36,041百万円**となり、コロナ禍初期（2021/5期 第1四半期）に記録した33,927百万円を上回り過去最高額を更新。22年5月期累計でも前期GMVを上回る水準で堅調に推移。

顧客数は、追加開発要望を受けECサイトのオープン時期が延期となった案件の増加と引き続きコロナ禍による小規模店舗ECサイトクローズに伴う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

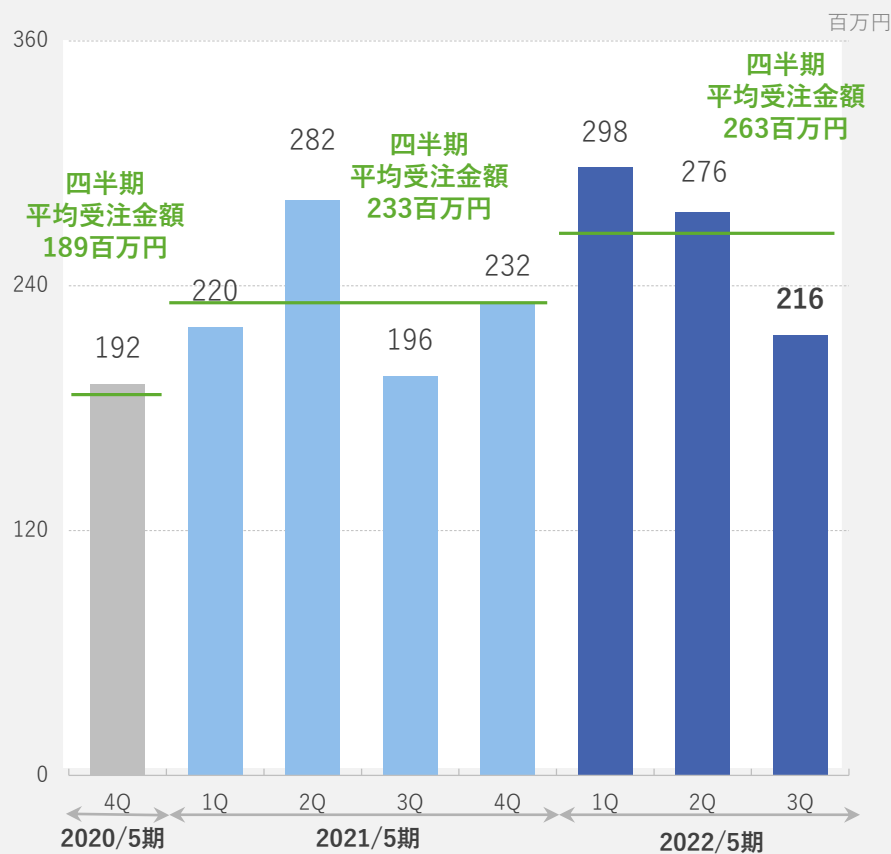


注釈(1) : GMVとは、Gross Merchandize Valueの略称

新規受注金額は、前四半期（276百万円）より減少したが、前年同期比10.2%増の216百万円を達成した。四半期平均受注金額は、前期比12.8%増の263百万円で推移する。

受注件数については、既存店舗からの小規模開発案件が増加し、引き続き高い水準で推移。

新規受注金額の推移



受注件数の推移

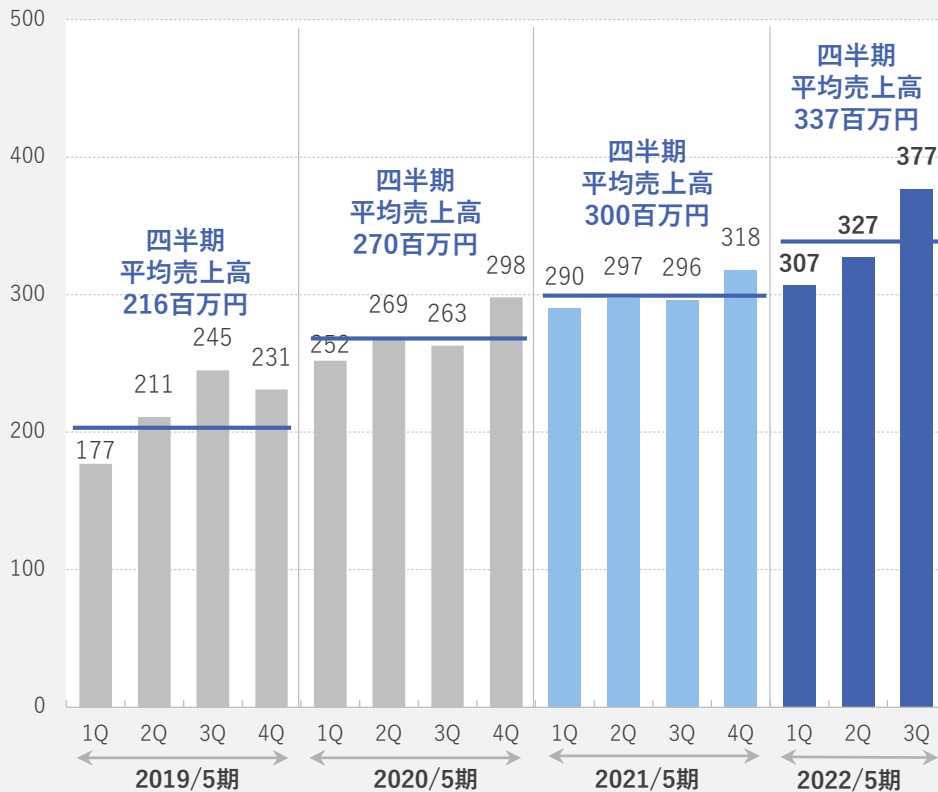


年末年始期間におけるECサイトPV数およびレベニューシェア売上増加の影響を受け、四半期売上高およびARPUは大きく続伸。

四半期平均売上高は**337百万円**（前期比：112.3%）、四半期平均ARPUは**874千円**（前期比：110.6%）となり、共に大きく増加。

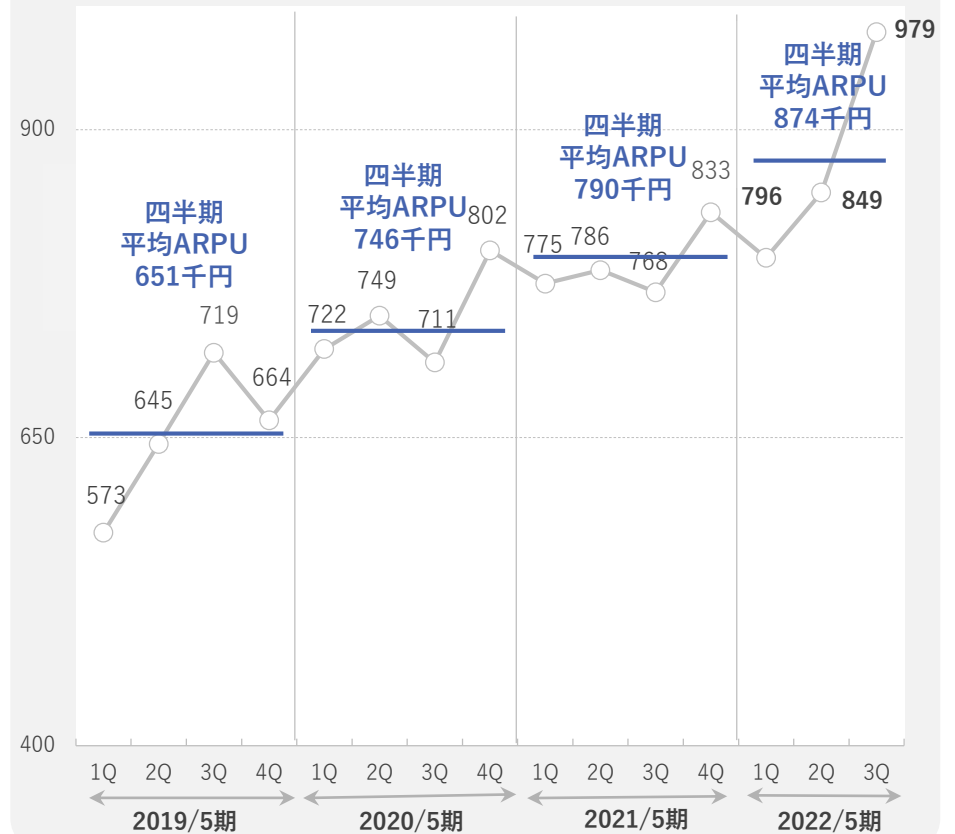
システム運用保守売上高の四半期推移

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262百万円の減少。売掛金が会計基準の変更等により116百万円の増加。無形固定資産（ソフトウェア）は、引き続きハイエンド向けECプラットフォームおよび新機能の開発により144百万円の増加。自己資本比率は、前期末65.8%から69.0%へ上昇。

単位：百万円

	2021/5期末	2022/5期	
		第3四半期末	前期末差
流動資産	1,117	1,005	▲112
現金及び預金	686	424	▲262
売掛金	356	472	+116
固定資産	330	407	+77
有形固定資産	30	28	▲2
無形固定資産（ソフトウェア）	203	347	+144
総資産	1448	1,465	+17
負債	495	453	▲42
流動負債	480	438	▲42
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	1,011	+59
負債純資産合計	1,448	1,465	+17

2022/5期業績予想

Inter Factory

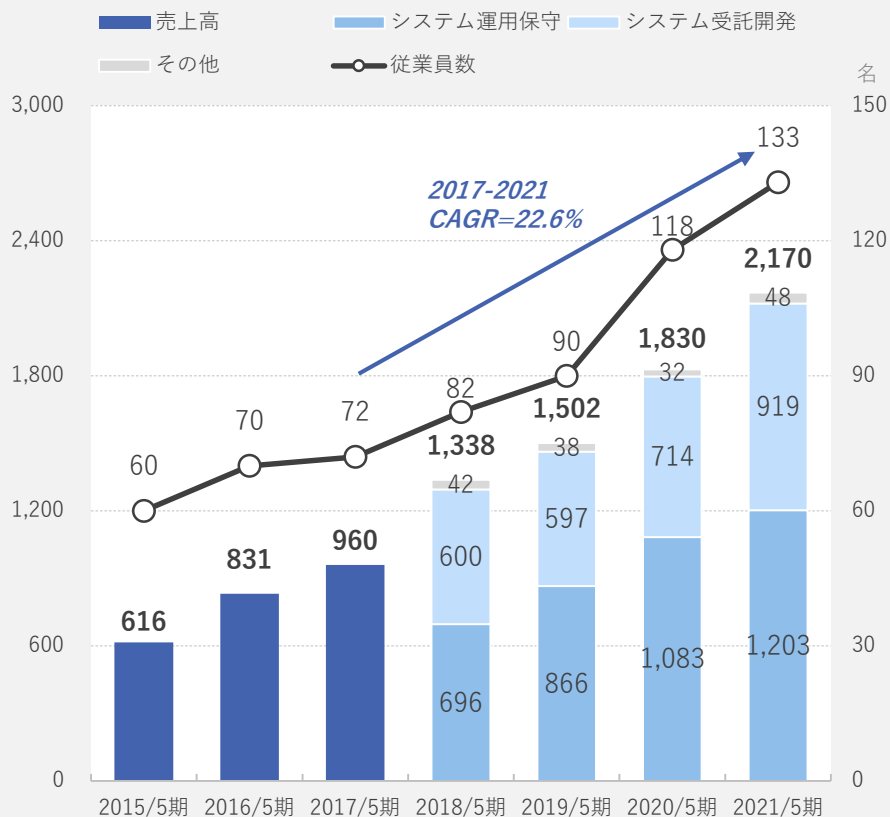
ECへの高い需要が継続しており、新規および既存店舗からの追加開発受注数も好調。システム運用保守売上の継続的な拡大、大規模案件の受注および納品が続くことで受託開発の大幅な売上増を見込む。また、コロナ禍における既存顧客の成長を鑑み、流通総額がさらに大きいハイエンド層向けの新しいクラウドコマースプラットフォームの開発に伴う先行投資や、現行においてさらに汎用性が高いクラウドシステムへの移行費用も継続して掛かることを第4四半期も予測するが、現状は以下の業績予想を据え置く。

	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	-	

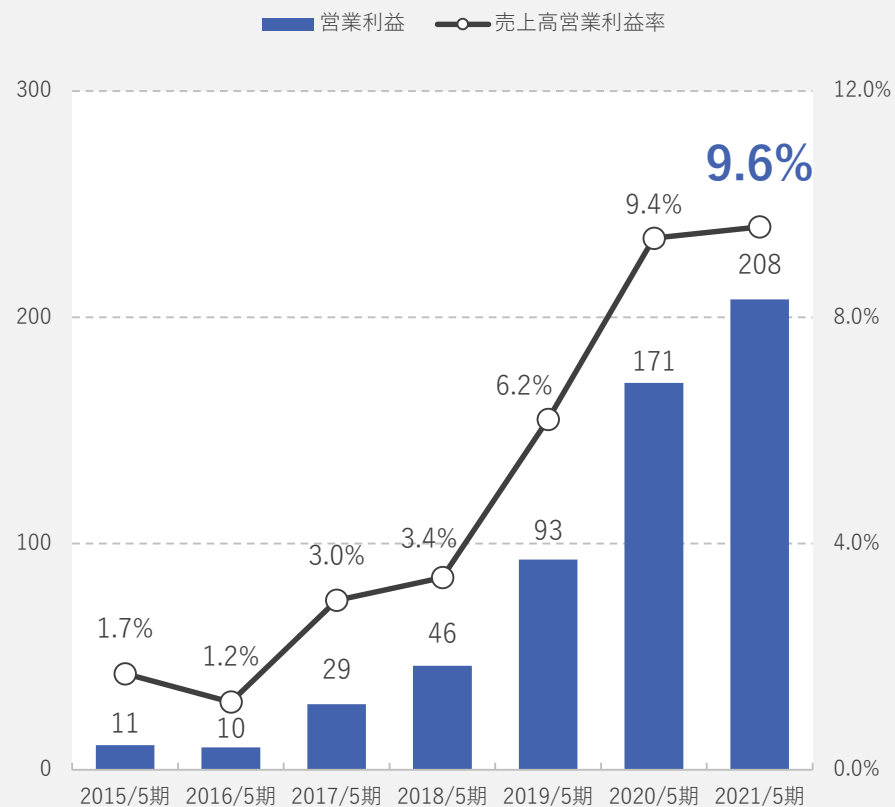
直近5期間の売上高成長率は年平均で22.6%。従業員数についても同期間において61人増加（84.7%増）。新卒中途共にエンジニアの採用を強化しており、従業員数の増加に合わせて売上も伸長。

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



補足資料

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

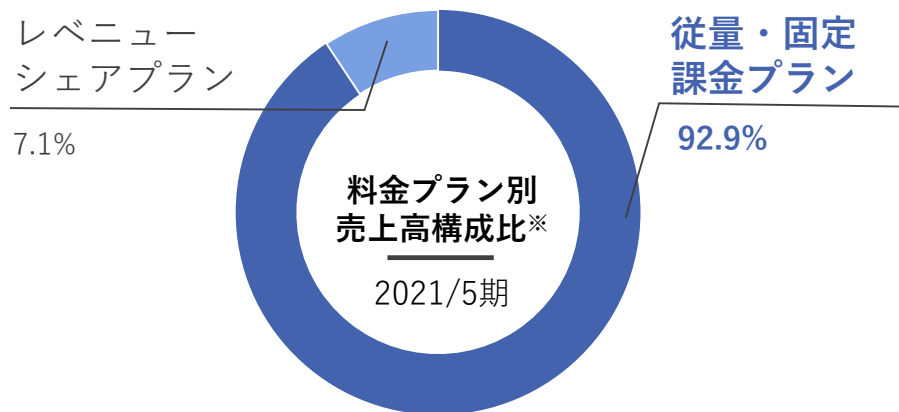
- ・ 年間稼働率99.95%
- ・ セキュリティ基準の継続的な更新
- ・ WAFオプションなどによる強固なセキュリティ

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。

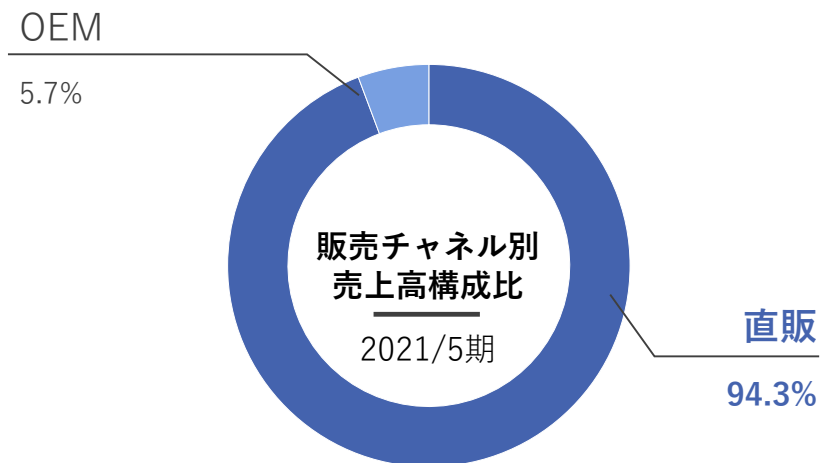
売上高区分

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

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
- 西日本電信電話株式会社

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
- クリスピー・クリーム・ドーナツ・ジャパン株式会社

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
- 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
- 東京メトロポリタンテレビジョン株式会社

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

- 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

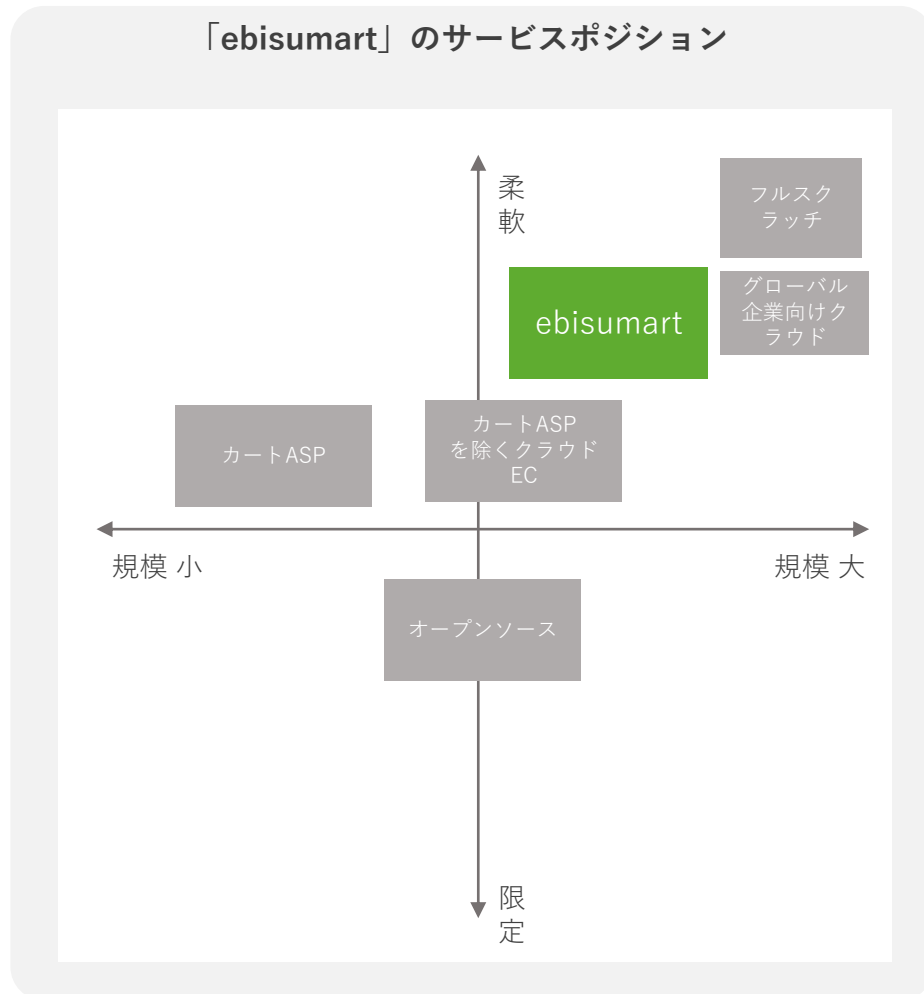
当社サービスは、主に大規模ECを対象とするため、パッケージやフルスクラッチで提供する企業と競合する。常に最新のシステムを提供するクラウドの特性に加え、柔軟なカスタマイズを可能とすることで業界でも稀有なサービスポジションに位置している。

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		←→		
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			←→	

競合領域

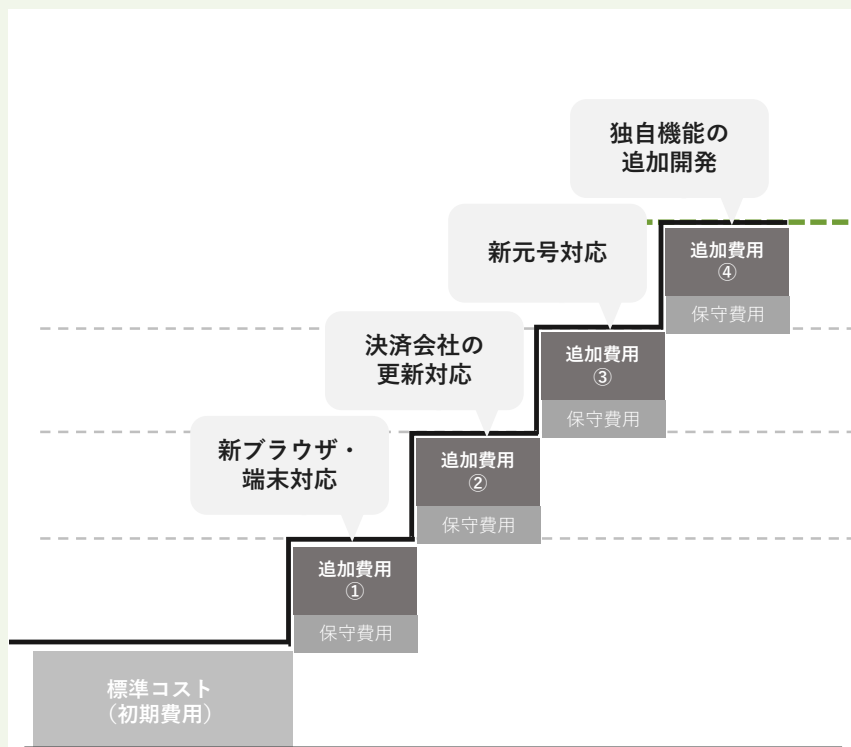
「ebisumart」のサービスポジション



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

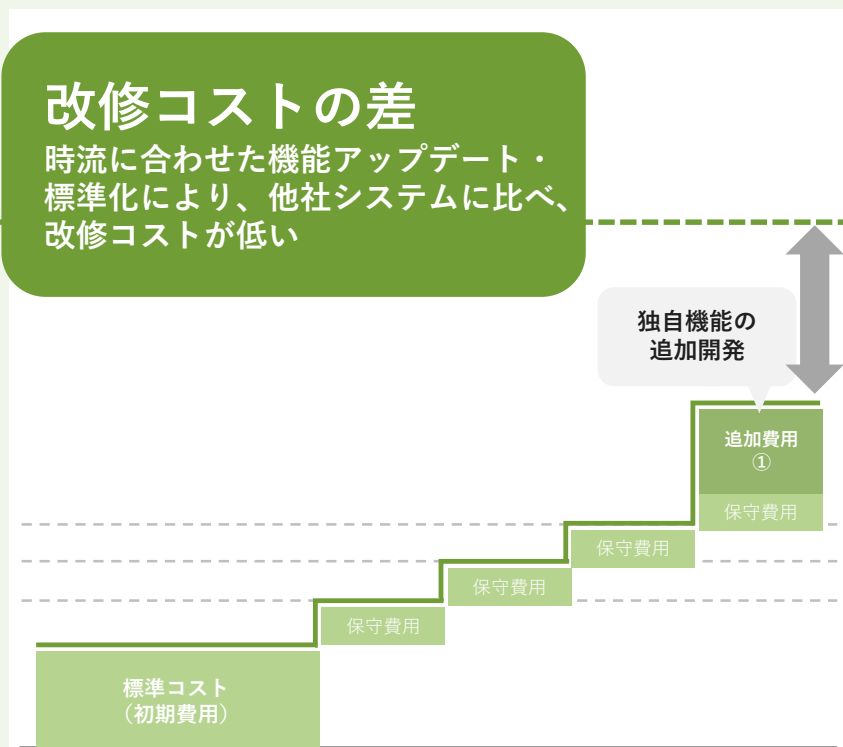


大規模EC事業者向けクラウドECのコスト推移

ebisumart

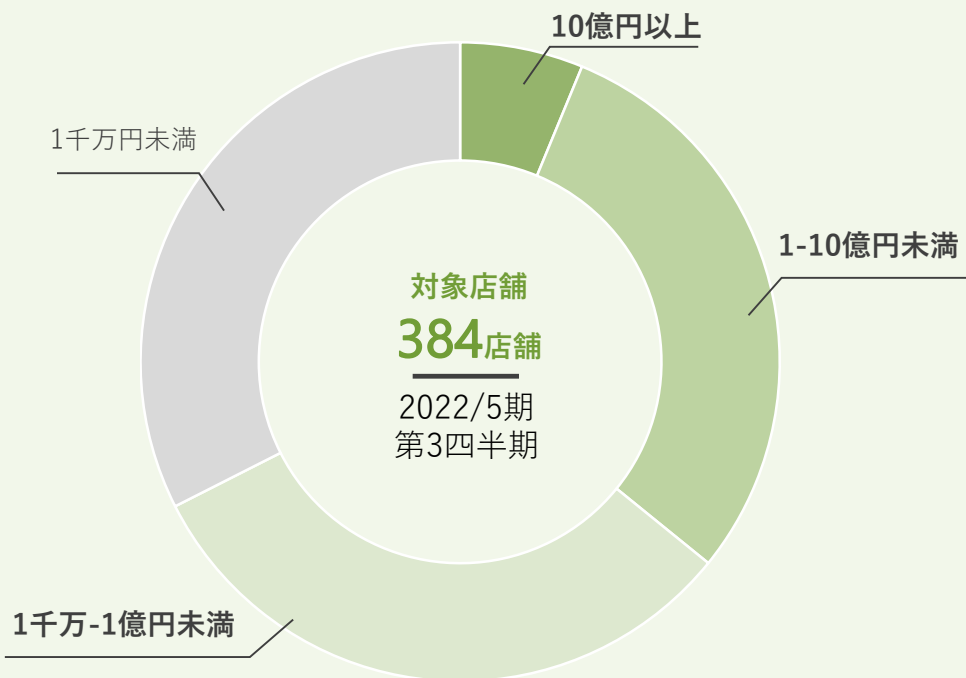
改修コストの差

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



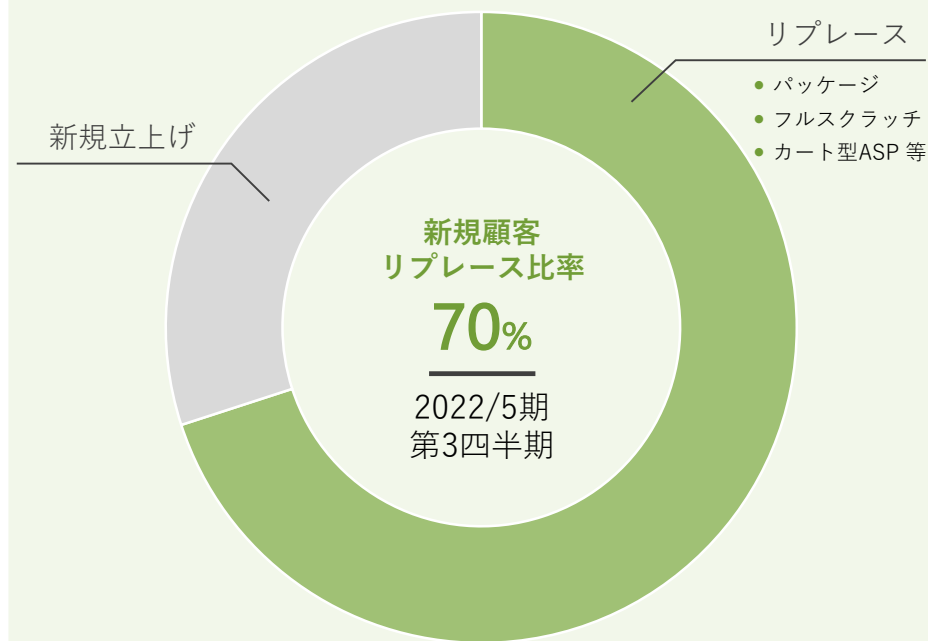
当社の顧客基盤は、既にEC運営基盤を有する事業者で過半数を占める。
また、新規顧客のリプレース割合が高く、さらなるEC売上の拡大を志向する事業者を選好される。

「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

「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。

2023/5期 新規拡大※1

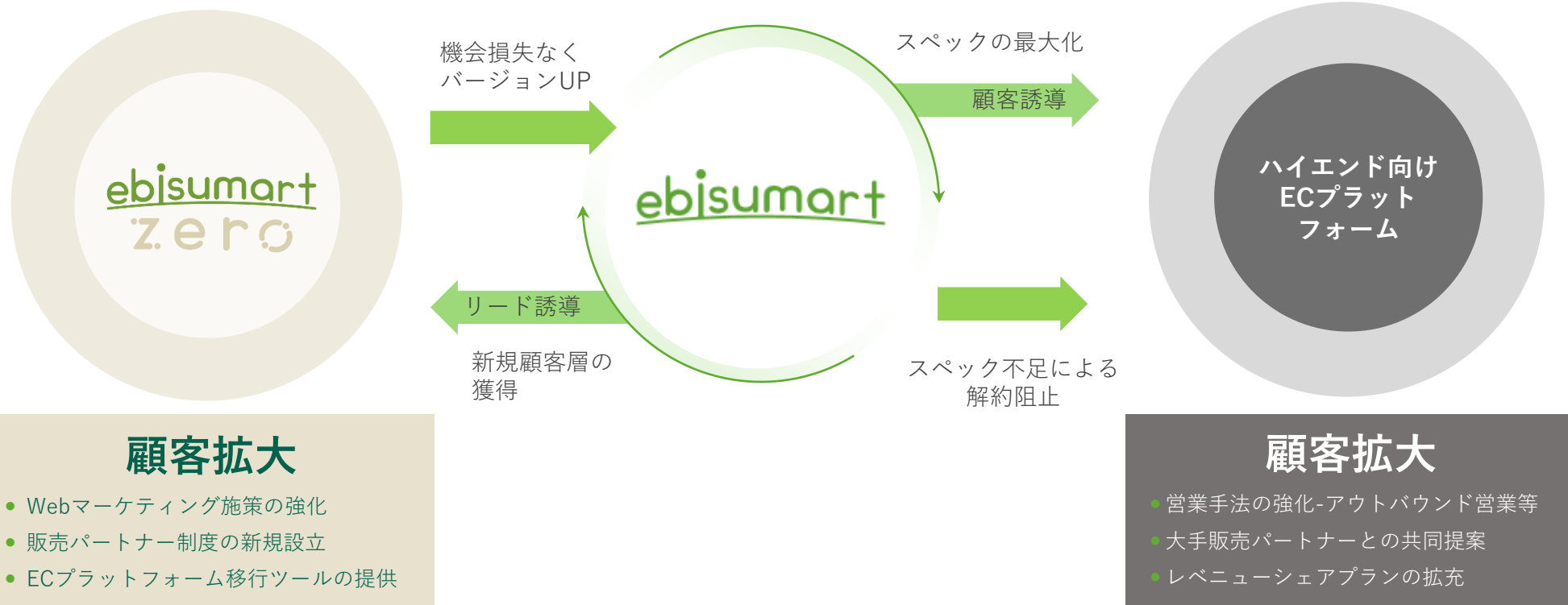
年間GMV 1千万円～1億円

現ターゲット層

年間GMV 1億円～100億円

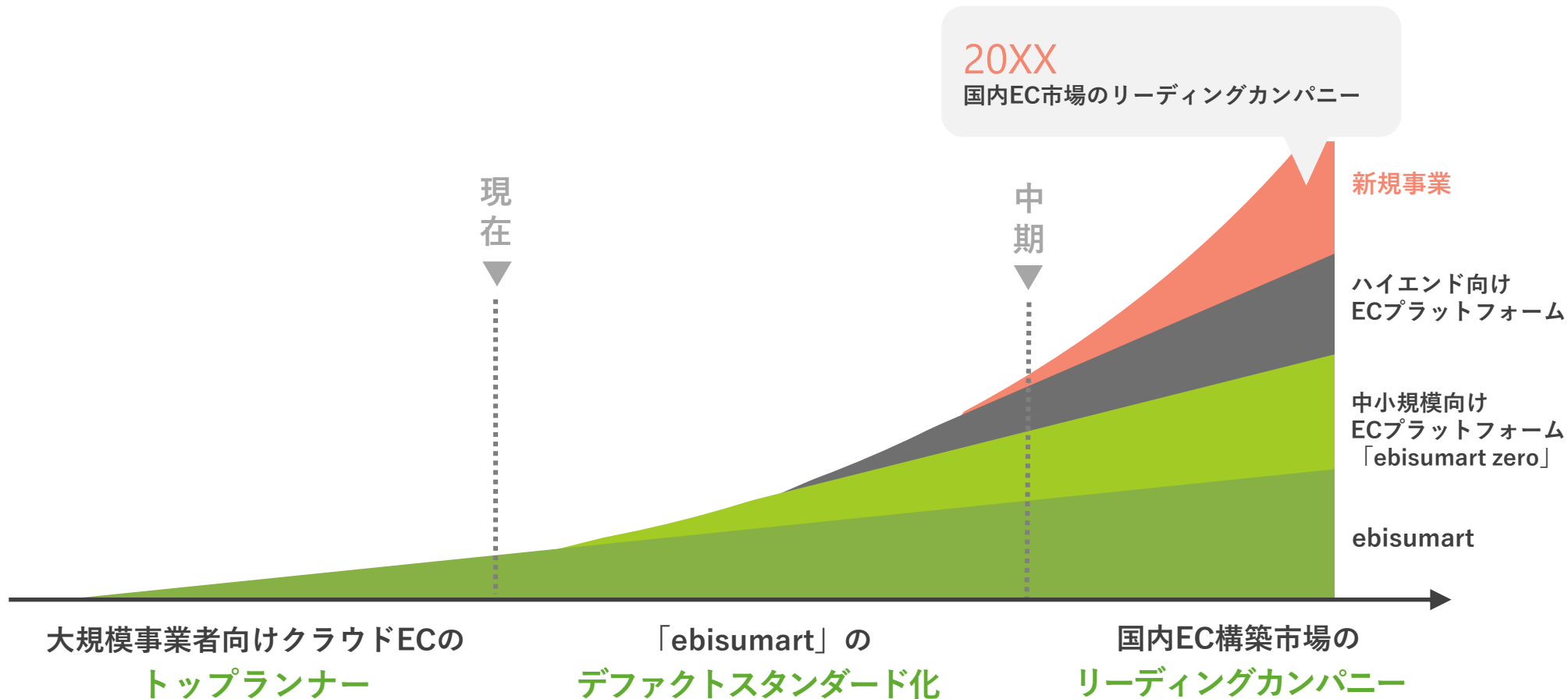
2024/5期 新規拡大

年間GMV 100億円～

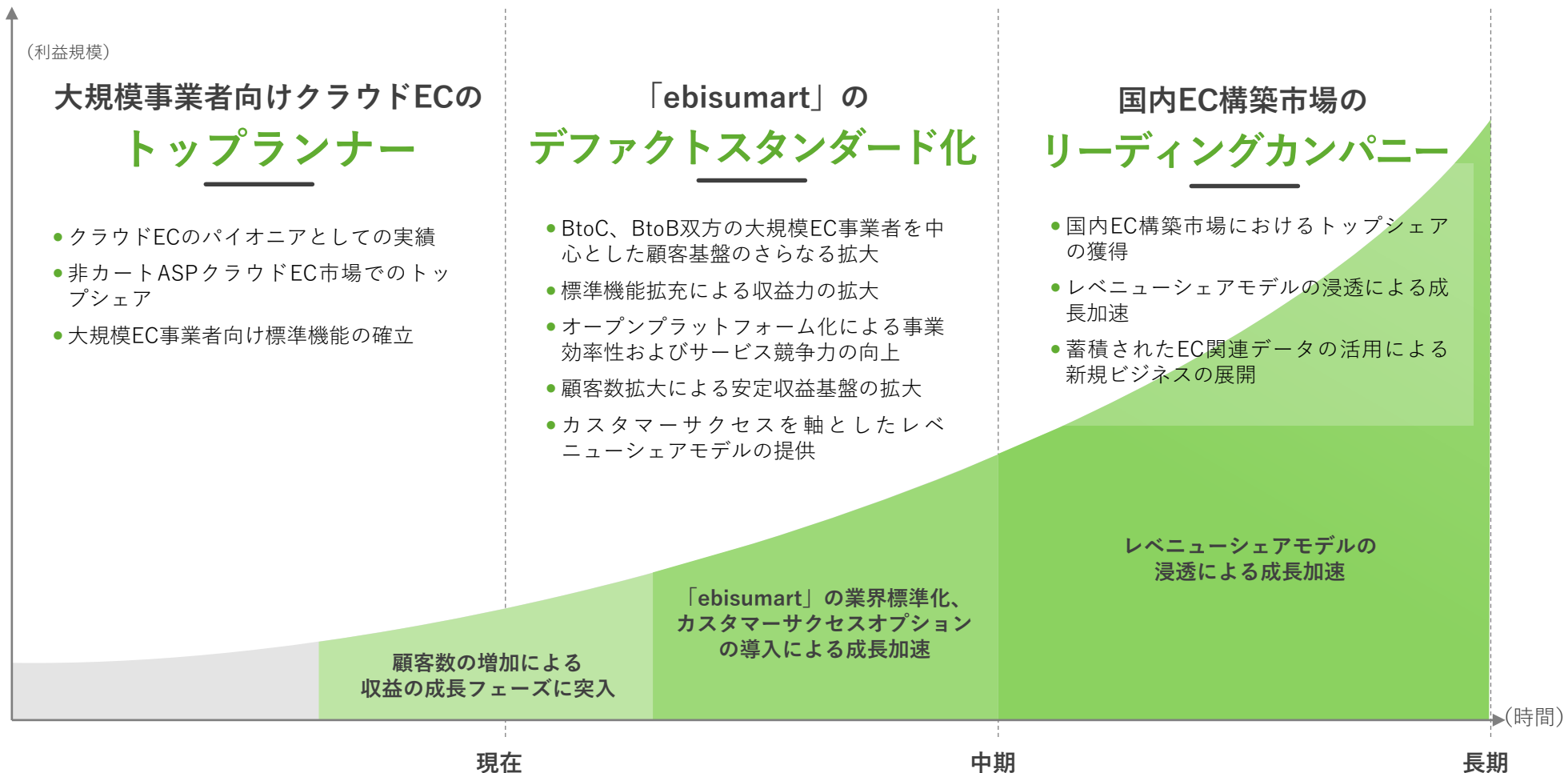



注釈(1) : 中小規模向けECプラットフォームは2022/5期 第3四半期より新規提供開始

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**