

Inter **Factory**

2022年5月期 通期決算説明会

株式会社インターファクトリー

証券コード：4057

2022年7月13日

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	393百万円 (2022/5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	148名 (2022/5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期通期業績

2022/5期 通期業績ハイライト

2022/5期 通期実績

売上高 **22.8** 億円 2021/5期対比
成長率：5.2%

営業利益 **0.36** 億円 2021/5期：2.08億円

2022/5期 事業KPI

新規受注金額 **10.0** 億円 2021/5期対比
成長率：6.9%

GMV **1,370** 億円 2021/5期対比
成長率：7.3%

期末店舗数 **382** 店舗 2021/5期：384店舗

2022/5期 通期業績サマリー

売上高・新規受注金額
・GMV



過去最高

売上高、新規受注金額、GMV
全ての項目において
最高額を達成

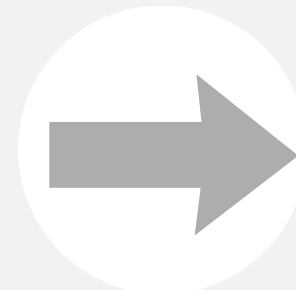
営業利益



減益

新システム移行に伴う原価増
及びシステム受託開発売上の
減少に伴い営業利益の減少

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 通期ビジネスサマリー

開発拠点の拡大

Inter **Factory**

採用促進

エンジニア人材の確保と
母集団形成の最大化を目的に
福岡、宮崎に加えて、
新たに沖縄へ開発拠点を開設

新サービスのリリース

ebisumart
zero

顧客拡大

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戦略強化

ebisumart

GMV強化

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

2022/5期 通期決算

Inter **Factory**

コロナ禍において継続的なEC需要増に伴う大規模案件獲得と新規既存共に店舗のアクセス増やGMVの堅調な成長を受けて、システム運用保守が大きく伸長し、**売上高前期比+5.2%の増収**となる。利益面においてはシステム受託開発の大規模案件に伴う稼働の分散化、納品の長期化が発生したことによる売上減少と、年間を通して現行のクラウドシステム移行費用が**累計で110百万円（計画56百万円）**となり販売管理費を想定以下で抑えることができたが**減益**となる。

（会計基準が2022/5期より検収基準から進行基準に変更 影響額：売上高±0百万円、売上原価+4百万円、営業利益-4百万円）

2022/5期

単位：百万円

	2021/5期 実績	実績	前期差	前期比
売上高	2,170	2,283	+113	+5.2%
システム受託開発	919	871	▲48	▲5.2%
システム運用保守	1,203	1,355	+152	+12.6%
その他	48	55	+7	+14.6%
売上総利益	907	806	▲101	▲11.1%
利益率	41.8%	35.3%	▲6.5ppt	—
営業利益	208	36	▲172	▲82.7%
利益率	9.6%	1.6%	▲8.0ppt	—
経常利益	193	34	▲159	▲82.4%
利益率	8.9%	1.5%	▲7.4ppt	—
当期純利益	131	20	▲111	▲84.7%
利益率	6.0%	0.9%	▲5.1ppt	—

P/L：前年同四半期比較

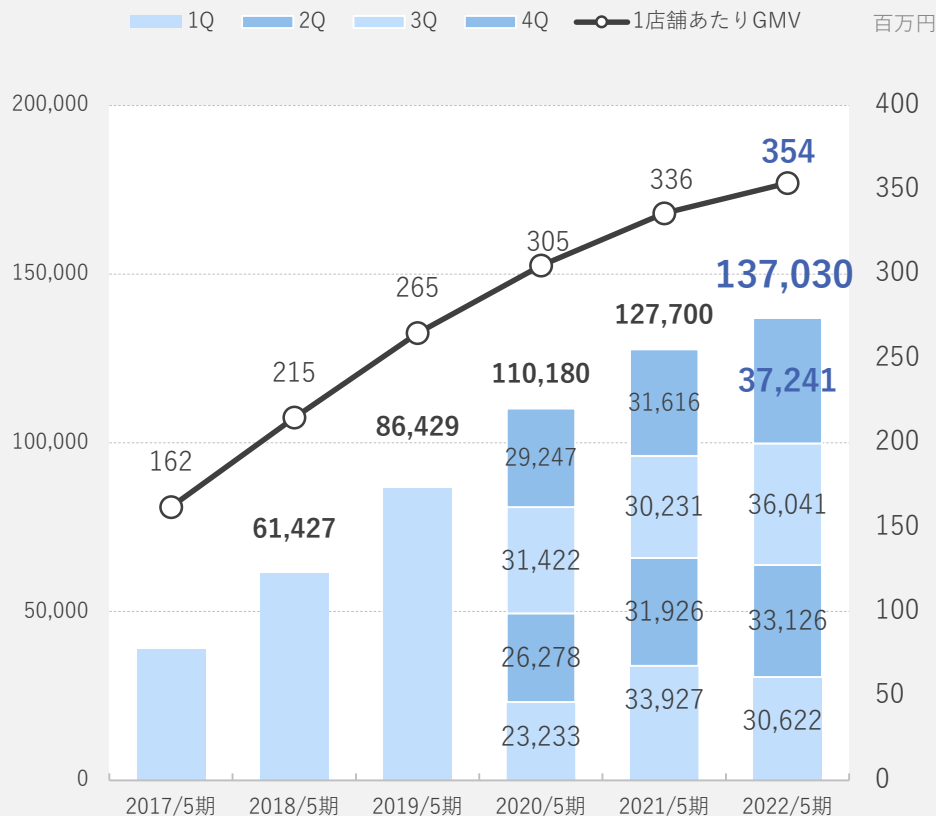
Inter Factory

売上高において、システム運用保守はPV数増加や大規模案件の納品が一部進んだことで前年同四半期より**7.5%増加**。システム受託開発は会計基準の変更及び納期の延長等一部変更が発生し26.8%の減少。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30百万円（売上原価の7.6%）の追加もあり、原価率8.2ppt増加にて進捗。

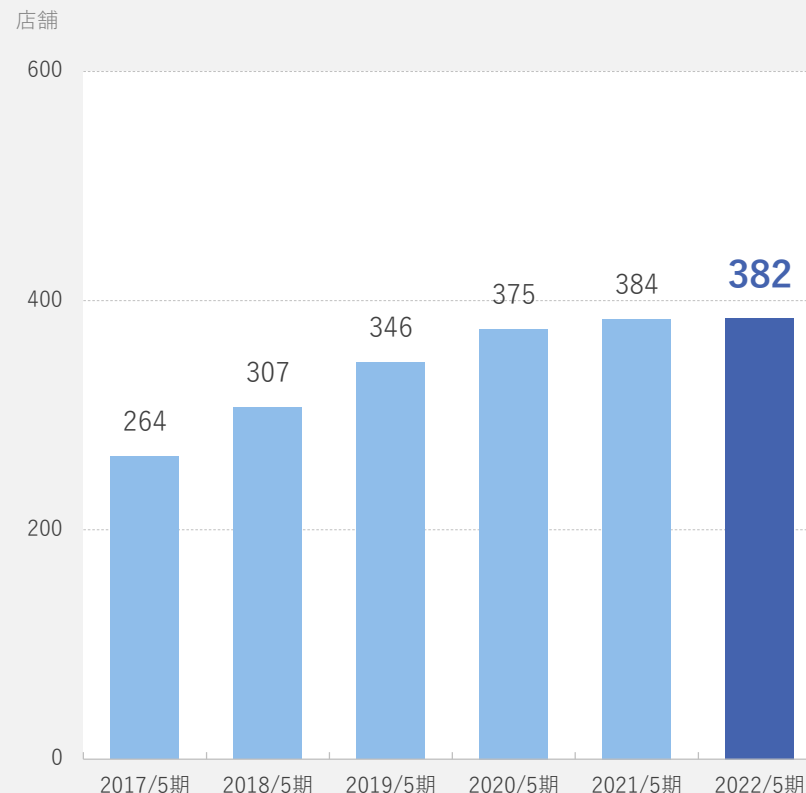
	2021/5期		2022/5期		単位：百万円
	第4四半期実績	第4四半期実績	前年同四半期比	2022/5期 実績	
売上高	644	586	▲9.0%	2,283	
システム受託開発	313	229	<u>▲26.8%</u>	871	
システム運用保守	318	342	<u>+7.5%</u>	1,355	
その他	13	14	+7.7%	55	
売上原価	383	397	+3.7%	1,472	
原価率	59.5%	67.7%	+8.2ppt	64.5%	
売上総利益	261	188	▲28.0%	806	
利益率	40.5%	32.1%	▲8.4ppt	35.3%	
販売管理費	221	195	▲11.8%	774	
販管费率	34.3%	33.3%	▲1.0ppt	33.9%	
営業利益	39	-7	—	36	
利益率	6.1%	—	—	1.6%	
経常利益	39	-8	—	34	
利益率	6.1%	—	—	1.5%	
四半期純利益	24	-4	—	20	
利益率	3.7%	—	—	0.9%	

第4四半期のGMVは四半期としても過去最高の**372.4億円**となり、前期のコロナ禍初期のピークを越え継続的に成長、1店舗当たりのGMVは**3.54億円（前期比+5.4%）**となり通期累計期間では**1,370億円（前期比+7.3%）**となる。顧客数は、新規受注における大規模化の影響で納品数が減少、及び年間を通してコロナ禍による小規模店舗ECサイトクローズ（事業撤退、見直し）に伴う解約増により2期連続で横ばい。

GMV※1および店舗あたりGMVの推移



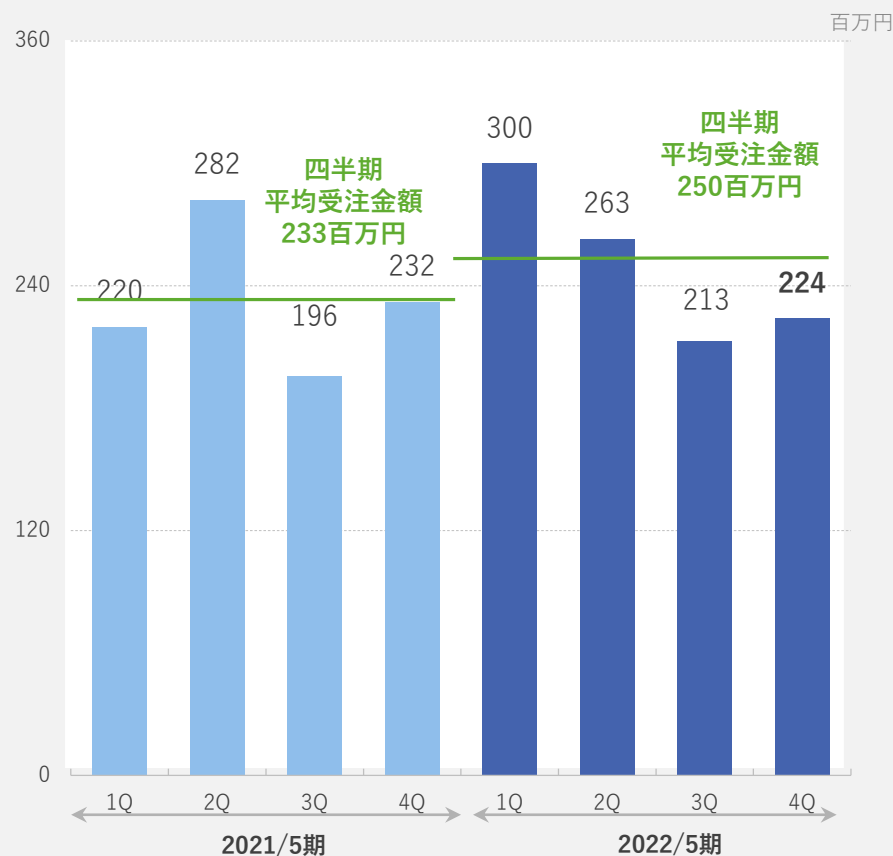
顧客数（期末店舗数）の推移



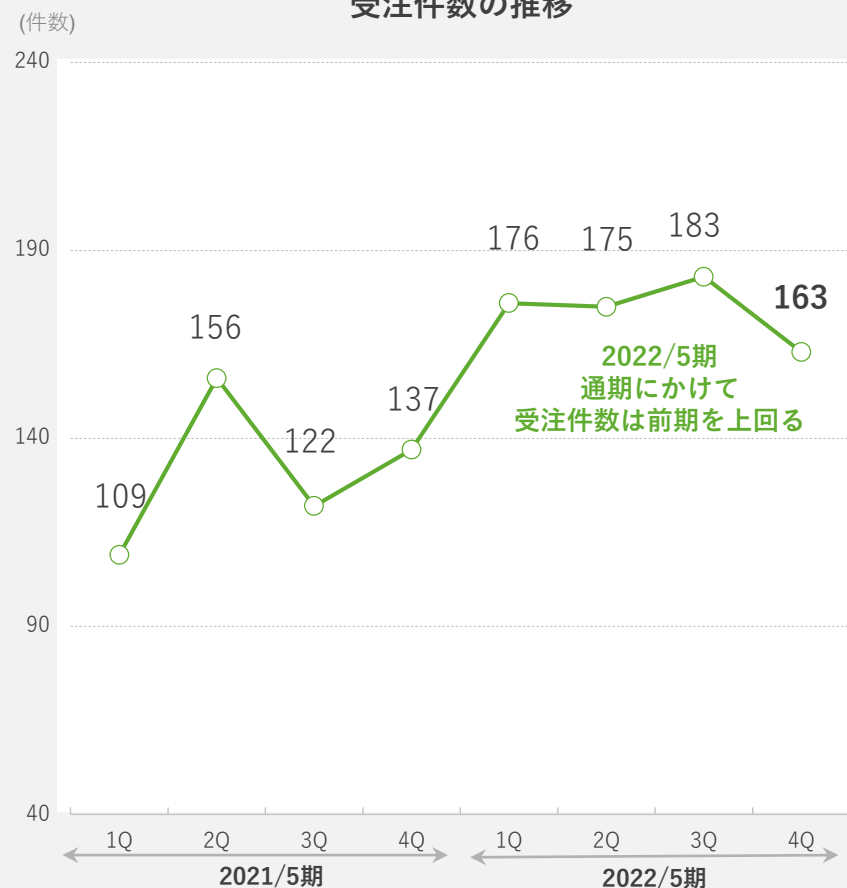
注釈(1) : GMVとは、Gross Merchandize Valueの略称

新規受注金額は、前期比6.9%増の**1,000百万円**を達成した。四半期平均受注金額は、前期比7.3%増の**250百万円**となる。受注件数については、第4四半期において若干の減少はあったが、全四半期を通して既存店舗からの開発案件増加に伴い高い水準で推移。

新規受注金額の推移



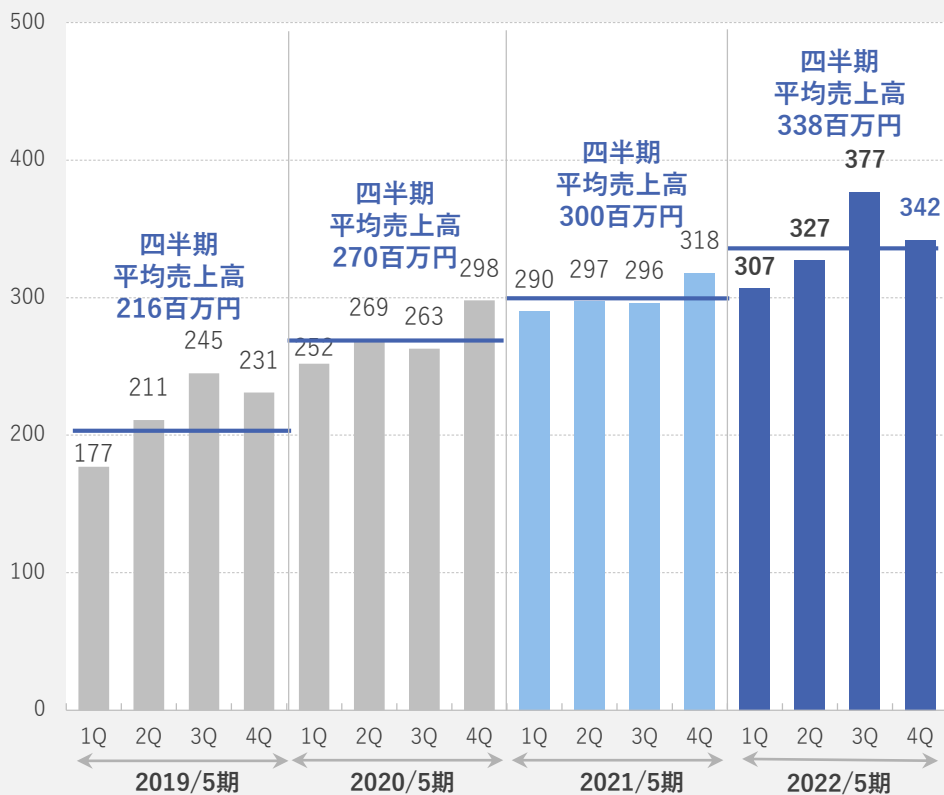
受注件数の推移



システム運用保守売上は、ECサイトPV数及びレベニューシェア売上の増加もあり前期比12.6%増の**1,355百万円**となる。四半期平均売上高は、前期比12.7%増の**338百万円**となる。四半期平均ARPUは、前期比11.4%増の**880千円**となり大幅に増加。

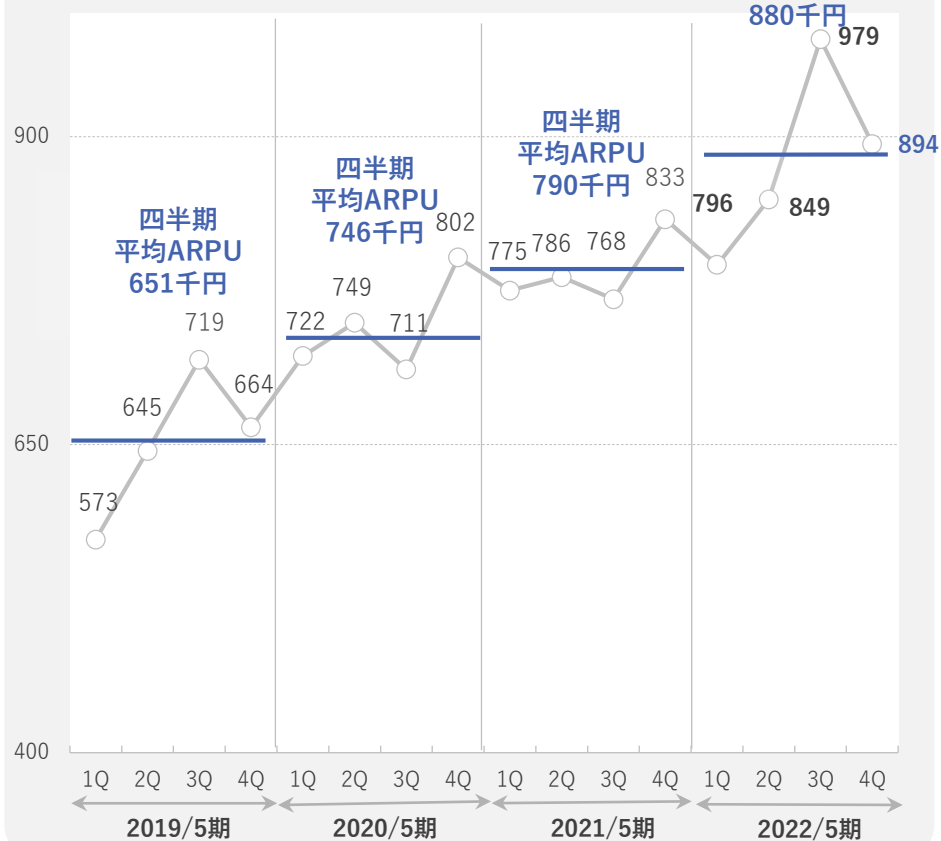
システム運用保守売上高の四半期推移

単位：百万円



ARPU※1の四半期推移

単位：千円



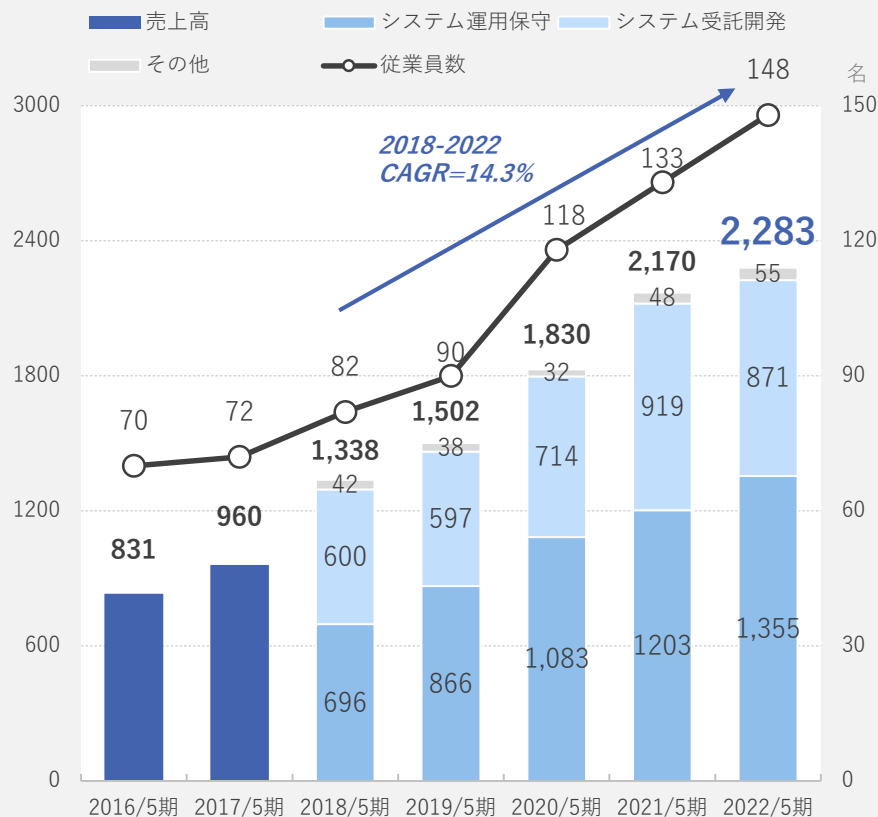
注釈(1) : ARPU=システム運用保守売上高÷期中平均顧客数にて算出

直近5期間の売上高成長率は年平均で**14.3%**。従業員数についても同期間において**66人増加（80.5%増）**。

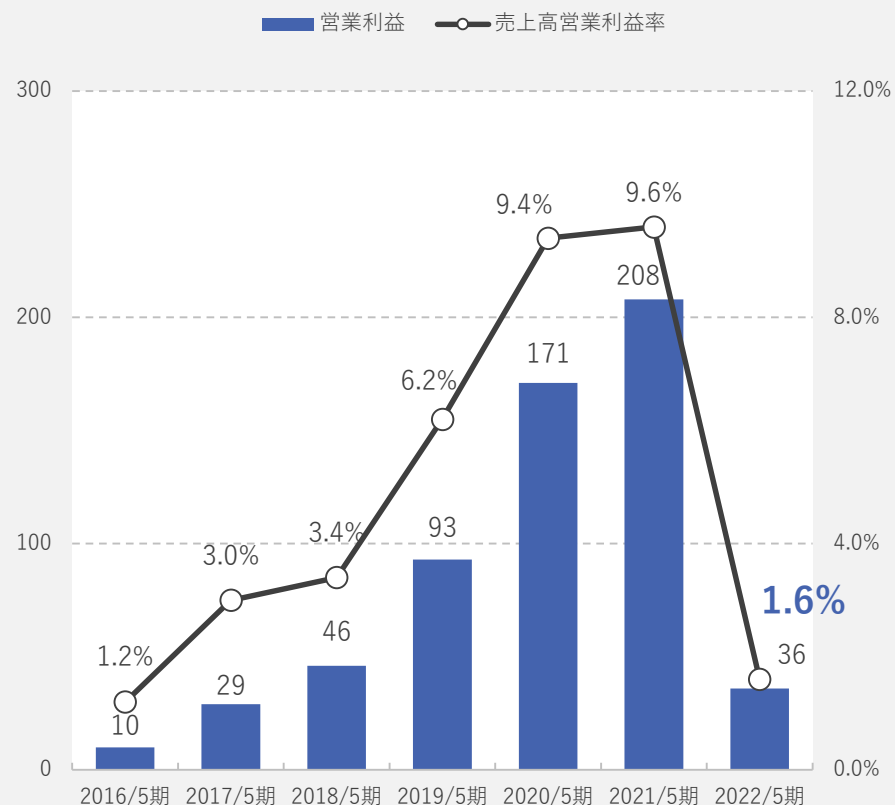
新卒中途共にエンジニアの採用を継続して強化しており、従業員数の増加に合わせて売上も伸長。

売上高営業利益率に関しては、システム受託開発売上の減少と限定的（2022/5期のみ）なシステム移行費用の発生による売上原価の増加、将来に向けての先行投資（新規サービス開発及び新事業領域への投資）により減少。

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



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310百万円の減少。売掛金が会計基準の変更等により109百万円の増加。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208百万円の増加。自己資本比率は、前期末65.8%から**67.2%**へ上昇。

単位：百万円

	2021/5期末	2022/5期	
		第4四半期末	前期末差
流動資産	1,117	971	▲146
現金及び預金	686	376	▲310
売掛金	356	465	+109
固定資産	330	528	+198
有形固定資産	30	27	▲3
無形固定資産（ソフトウェア）	203	411	+208
総資産	1448	1,499	+51
負債	495	491	▲4
流動負債	480	476	▲4
有利子負債	100	150	+50
固定負債	14	14	±0
有利子負債	0	0	±0
純資産	952	1,008	+56
負債純資産合計	1,448	1,499	+51

2023/5期業績予想

Inter Factory

ECの高い需要と大規模案件のニーズが継続することを想定し、さらなる受託開発を積極的に獲得していくために現営業体制の刷新と強化を図ることで大幅な売上増を見込む。GMV1千万円前後の中小規模の顧客獲得にあたり新パートナー制度の制定や既存顧客へのマーケティング支援サービスを拡充し、顧客単価向上、運用保守費用増加につなげていく。また、前期限りでのクラウドシステム移行に伴う費用は収束し、かつ新しいクラウドプラットフォームの開発に伴う先行投資やM&A、外部への出資も積極的に進めていくため、以下の業績予想を策定した。

	2022/5期	2023/5期			単位：百万円
	実績	予測	前期差	前期時比	
売上高	2,283	2,843	+ 560	+ 24.5%	
システム受託開発	871	1,205	+ 334	+ 38.3%	
システム運用保守	1,355	1,517	+ 162	+ 12.0%	
その他	55	121	+ 66	+ 120.0%	
売上総利益	806	1,149	+ 343	+ 42.6%	
利益率	35.3%	40.4%	+ 5.1ppt	-	
営業利益	36	229	+ 193	+ 536.1%	
利益率	1.6%	8.1%	+ 6.5ppt	-	
経常利益	34	226	+ 192	+ 564.7%	
利益率	1.5%	7.9%	+ 6.5ppt	-	
当期純利益	20	155	+ 135	+ 675.0%	
利益率	0.9%	5.5%	+ 4.6ppt	-	
1株当たりの当期純利益	5.0円	38.9円	+ 33.9円	-	

2023/5期 業績予想に関する概要

増収増益予想の要因1

営業体制の強化

システム受託開発案件
獲得強化のため、
営業体制の強化

増収増益予想の要因2

「ebisumart zero」 の販売網強化

販売パートナー向け
新サービスの展開実施

増収増益予想の要因3

支援サービス強化

EC業務効率化
プロモーション支援
サービス提供

増収増益予想の要因4

原価負担の収束

新システム移行に伴う
前期原価負担の収束
(2022/5期 売上原価：110百万円)

増収増益予想の要因5

インフラ原価の軽減

新システム移行完了に伴う、
インフラ原価の軽減
(インフラのパフォーマンス向上)

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

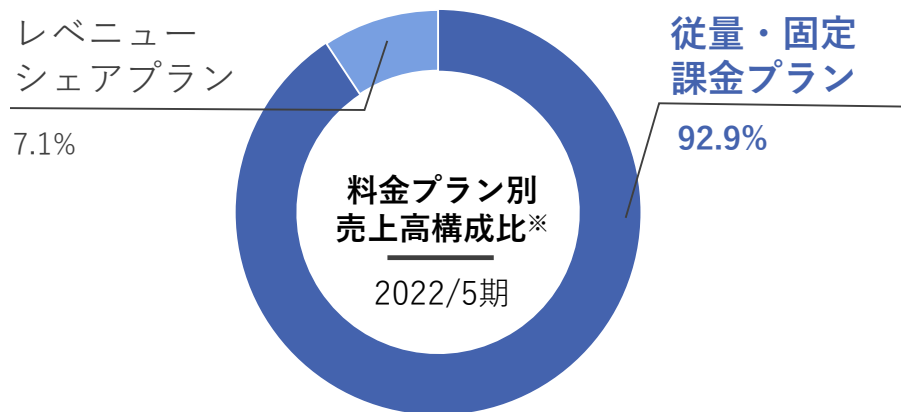
- ・年間稼働率99.95%
- ・セキュリティ基準の継続的な更新
- ・WAFオプションなどによる強固なセキュリティ

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。

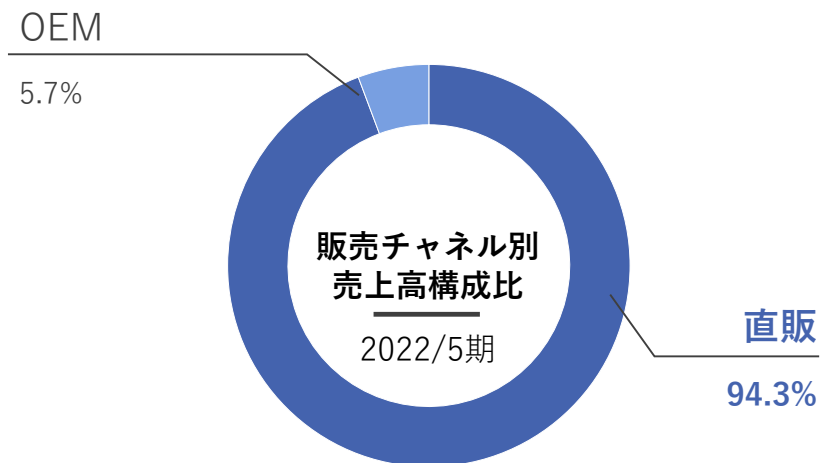
売上高区分

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

- 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
- 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

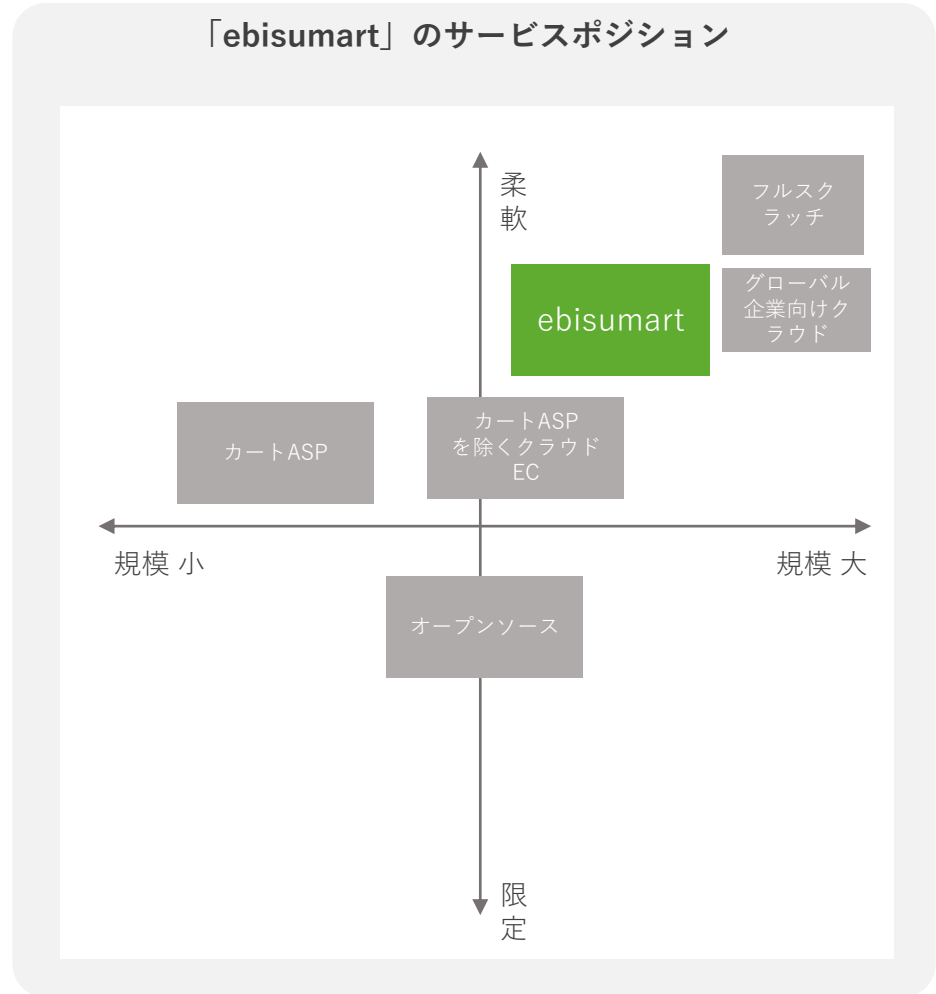
- アクル チャージバック保証サービス
- O-PLUX (オーブラックス)
- ASUKA

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	←→		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			←→	

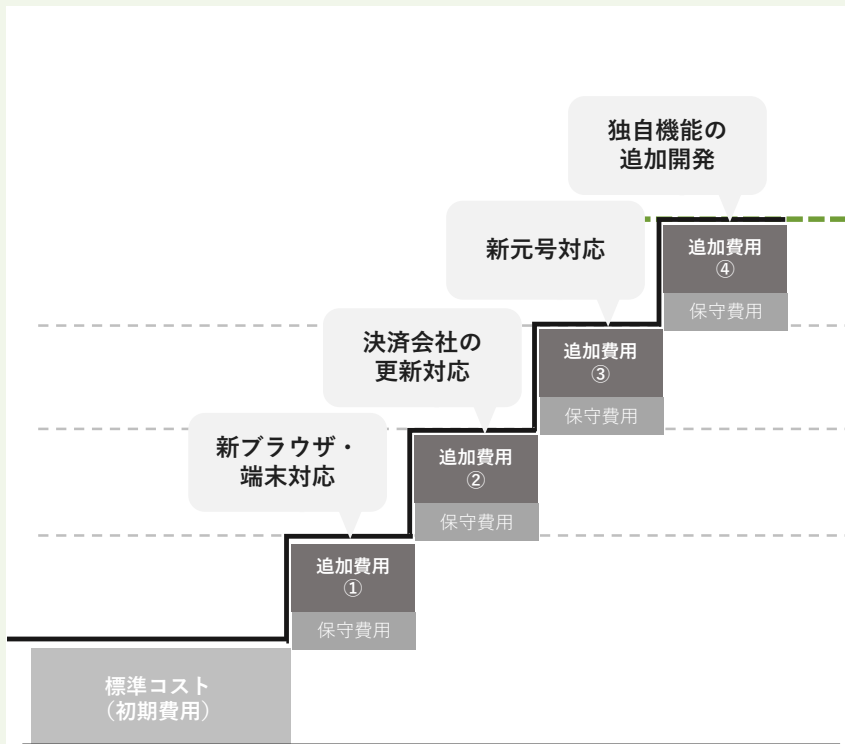
「ebisumart」のサービスポジション



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

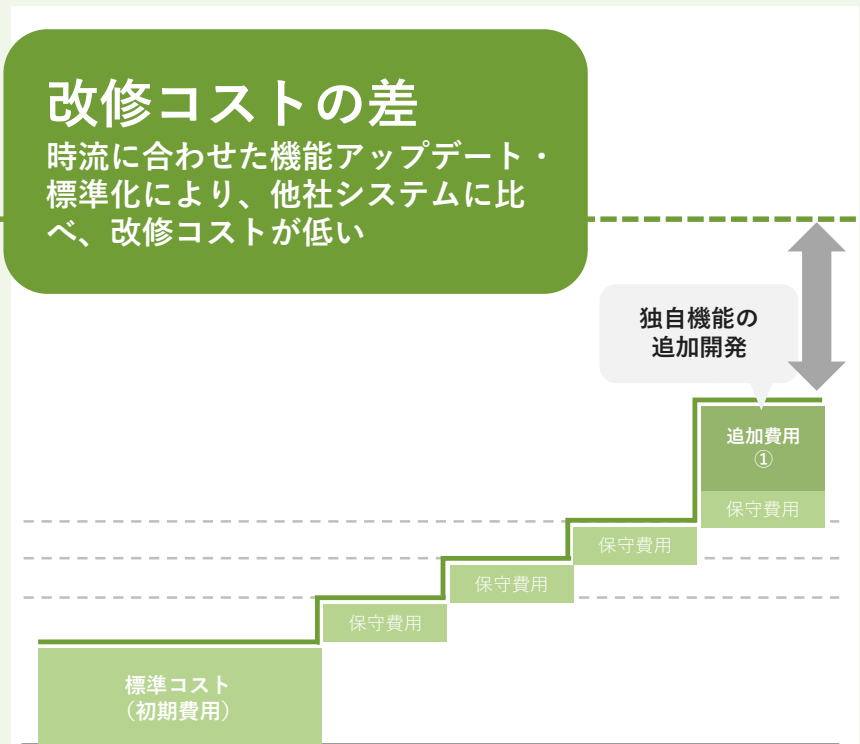


大規模EC事業者向けクラウドECのコスト推移

ebisumart

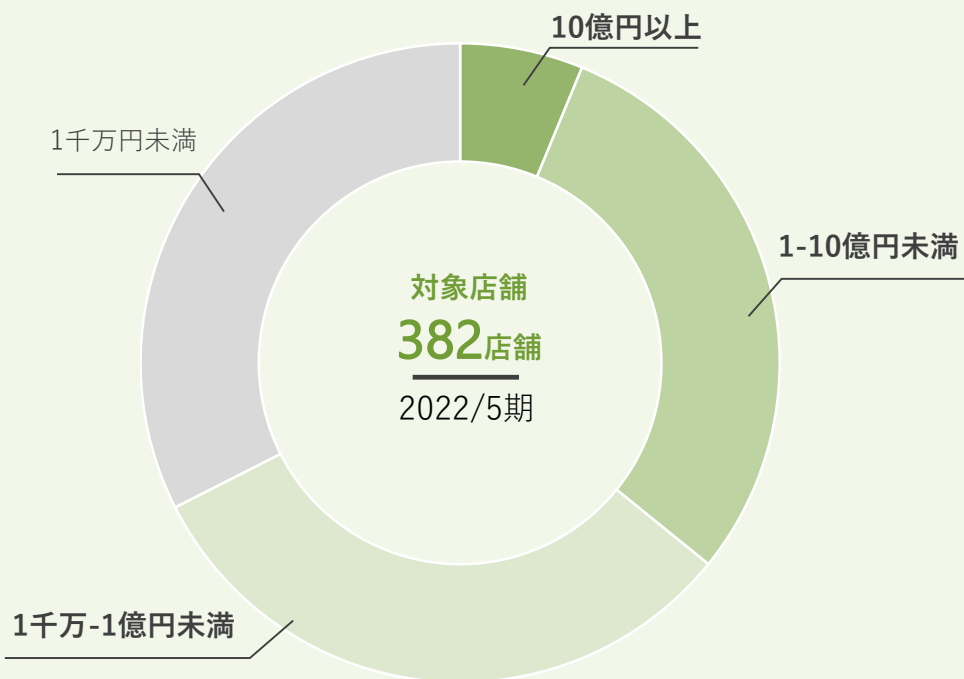
改修コストの差

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



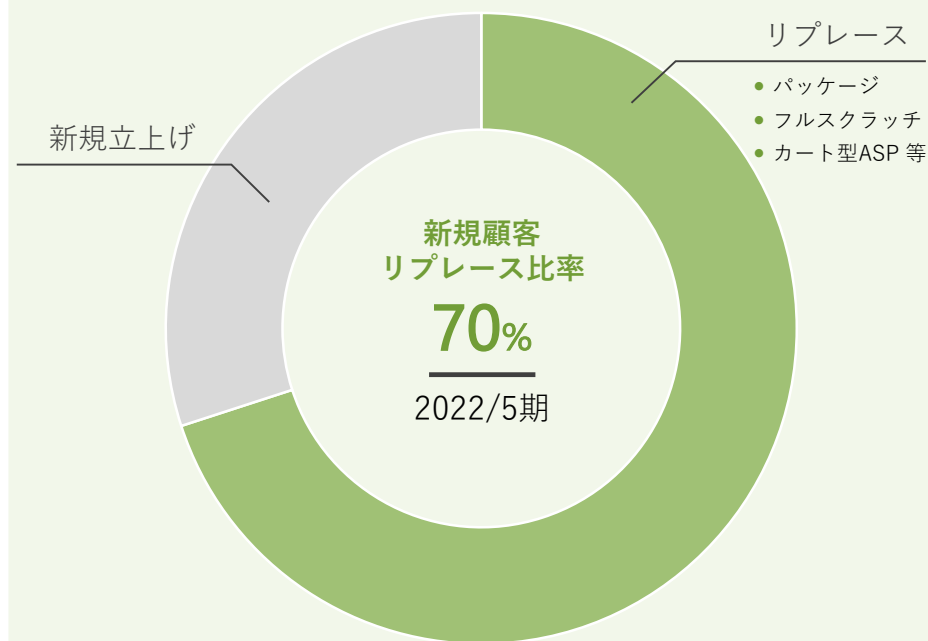
当社の顧客基盤は、既にEC運営基盤を有する事業者で過半数を占める。
また、新規顧客のリプレース割合が高く、さらなるEC売上の拡大を志向する事業者を選好される。

「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

「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

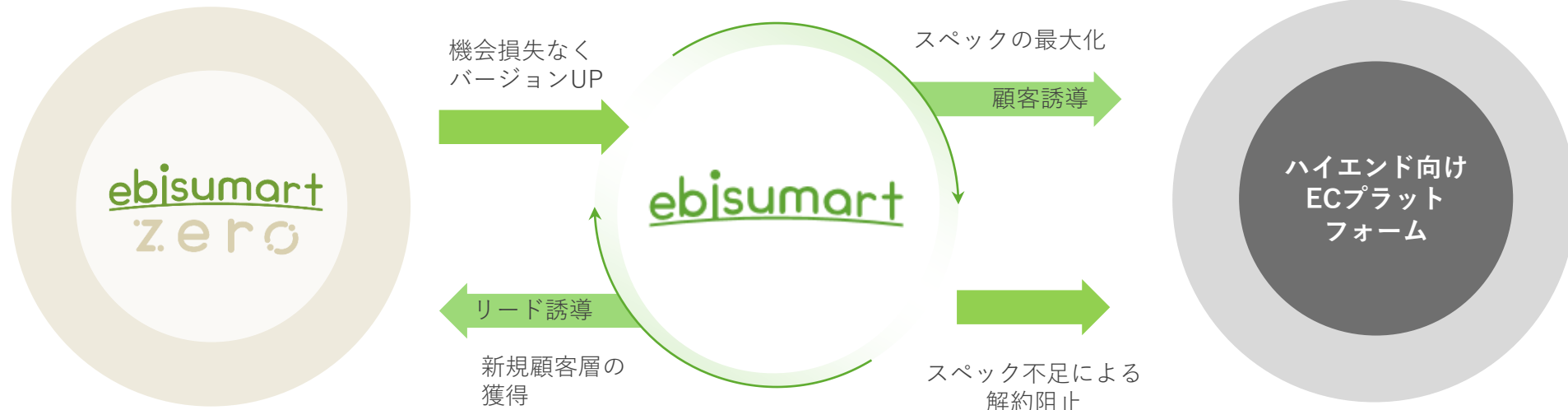
年間GMV 1千万円～1億円

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～



顧客拡大

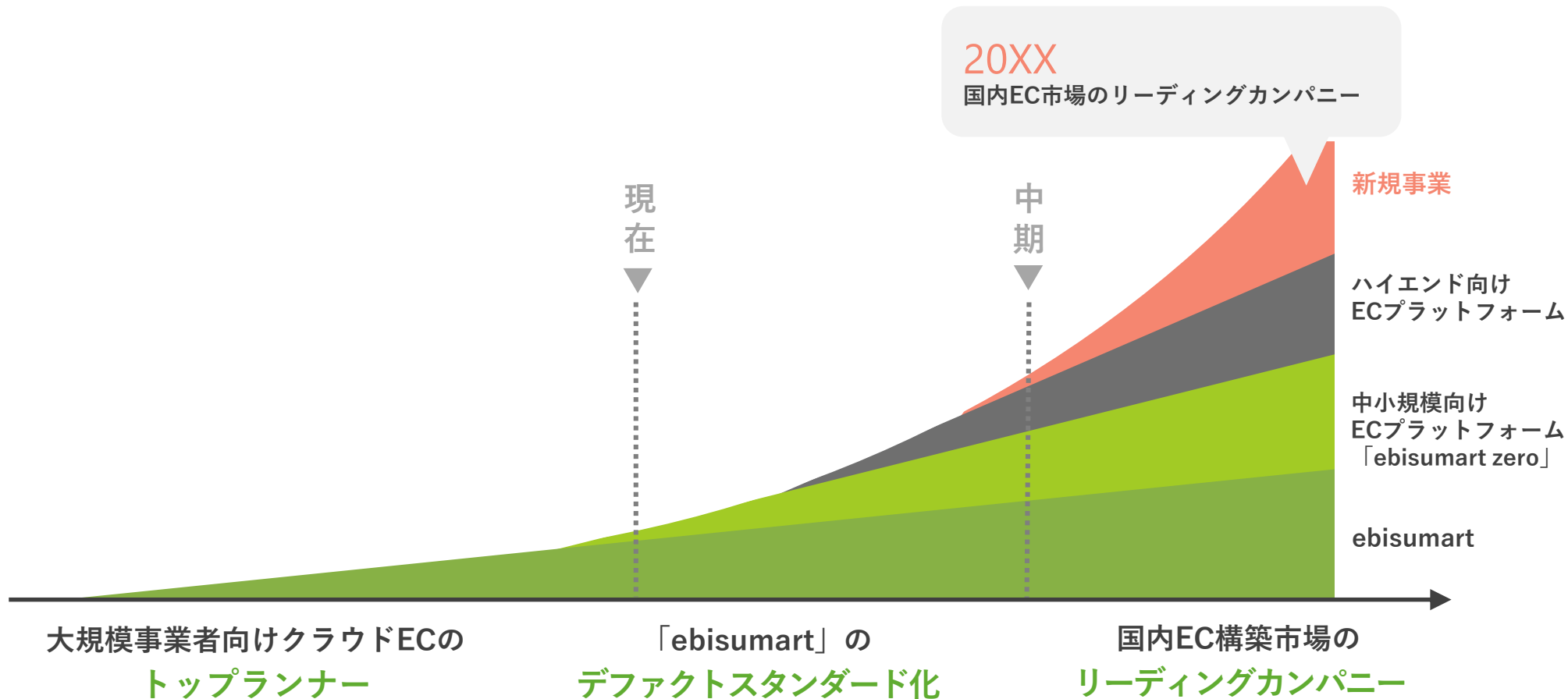
- Webマーケティング施策の強化
- 販売パートナー制度の新規設立
- ECプラットフォーム移行ツールの提供

顧客拡大

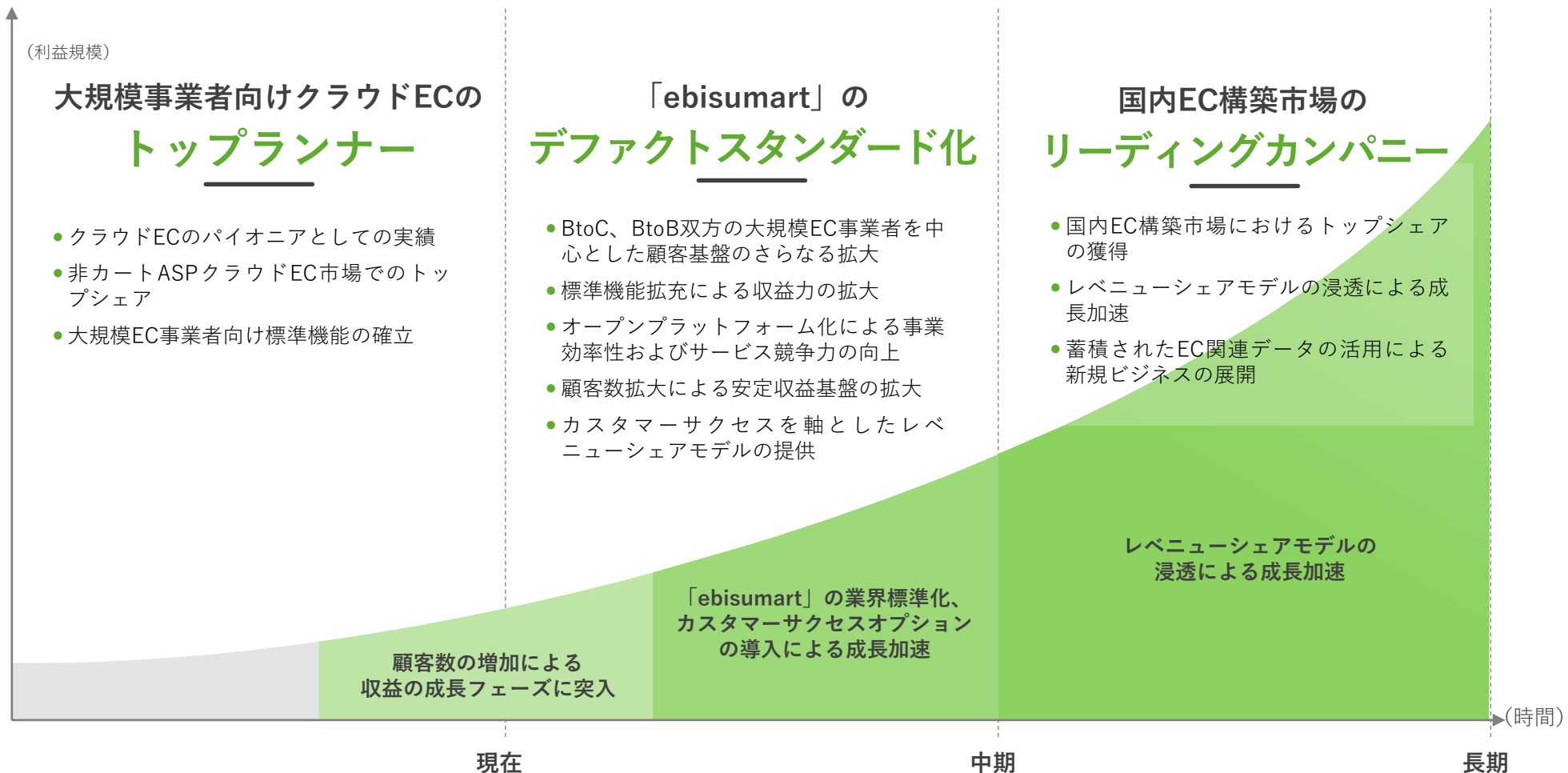
- 営業手法の強化-アウトバウンド営業等
- 大手販売パートナーとの共同提案
- レベニューシェアプランの拡充


注釈(1) : 中小規模向けECプラットフォームは2022/5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**