

Inter **Factory**

2023年5月期 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

2023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事業者の成長を戦略立案から実務まで一気通貫にて支援する、ECコンサルサービス「ebisu growth」サービスの提供。

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	435百万円 (2023/5末)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 「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 ECコンサルサービス「ebisu growth」の提供
セグメント	<ul style="list-style-type: none"> 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
従業員数	153名 (2023/5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
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。

2023 / 5期 業績

2023/5期 業績ハイライト

通期実績

売上高 **24.8** 億円 2022/5期対比
成長率：8.9%

営業利益 **0.53** 億円 2022/5期：0.36億円

事業KPI

新規受注金額 **9.10** 億円 2022/5期：9.99億円

システム運用保守
ARPU **343** 千円 2022/5期：298千円

GMV **1,481** 億円 2022/5期対比
成長率：8.1%

2023/5期 業績サマリー

売上高・ARPU
GMV



増収・伸長

売上高、ARPU、GMVは
堅調に成長し
売上高、GMVにおいて過去最高を更新

営業利益



増益

新規プロダクト開発等に伴う
販管費増加の影響はあるが
システム運用保守売上の増加
もあり営業利益は増加

新規受注金額



減少

第3四半期における
新規受注が影響し
新規受注金額は減少

2023/5期 ビジネスサマリー

新事業の開始



市場/売上創出

ECモールおよび自社ECサイトを運営する事業者様向けにECの戦略から実務まで一気通貫で支援するサービスの提供開始

新サービスの開発

Inter Factory

投資/事業創出

コマースに関連する膨大なデータ活用、集約統合を目的とした新しいプラットフォームサービスの開発を本格スタート

ソリューション強化



ARPU向上

「ebisumart」シリーズで構築したECサイトを安価かつスピーディーにアプリ化する「ebisu mobile」の提供開始

巣ごもり需要によるEC特需の落ち着きはあるが、継続した大規模案件獲得と新規・既存店舗の成長に伴うアクセス増や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+8.9%の増収となる。

利益面においては新規受注金額低下の影響と前期から継続している新規プロダクト、新規事業開発への投資により販売管理費は増加したが、システム運用保守の売上利益面の成長があり**53百万円**（前期比47.2%増）となった。

2023/5期

単位：百万円

	2022/5期 実績	実績	前期差	前期比
売上高	2,283	2,487	+204	<u>+8.9%</u>
システム受託開発	871	903	+32	+3.7%
システム運用保守	1,355	1,521	+166	+12.3%
その他	55	62	+7	+12.7%
売上総利益	806	963	+157	+19.5%
利益率	35.3%	38.7%	+3.4pt	—
営業利益	36	53	+17	+47.2%
利益率	1.6%	2.1%	+0.5pt	—
経常利益	34	46	+12	+35.3%
利益率	1.5%	1.8%	+0.3pt	—
当期純利益	20	22	+2	+10.0%
利益率	0.9%	0.9%	±0.0pt	—

P/L：前年同四半期比較

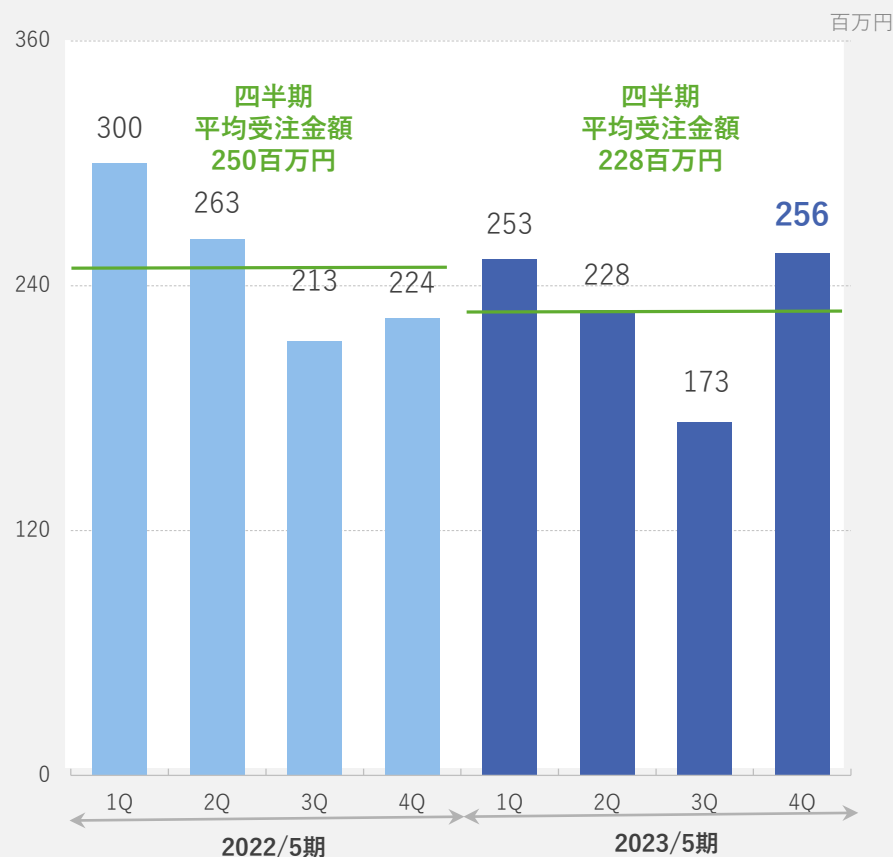
Inter Factory

売上高において、システム運用保守は価格改定や堅調な成長もあり前年同四半期より**12.3%増加**。システム受託開発は第3四半期における受注金額減少が影響し、18.3%の減少。売上原価において、新クラウドシステムの移行作業に伴う原価増の影響がなくなり、原価率3.4pt減少にて進捗。営業利益は、マーケティング施策強化等の販管費増加に伴い-32百万円となる。

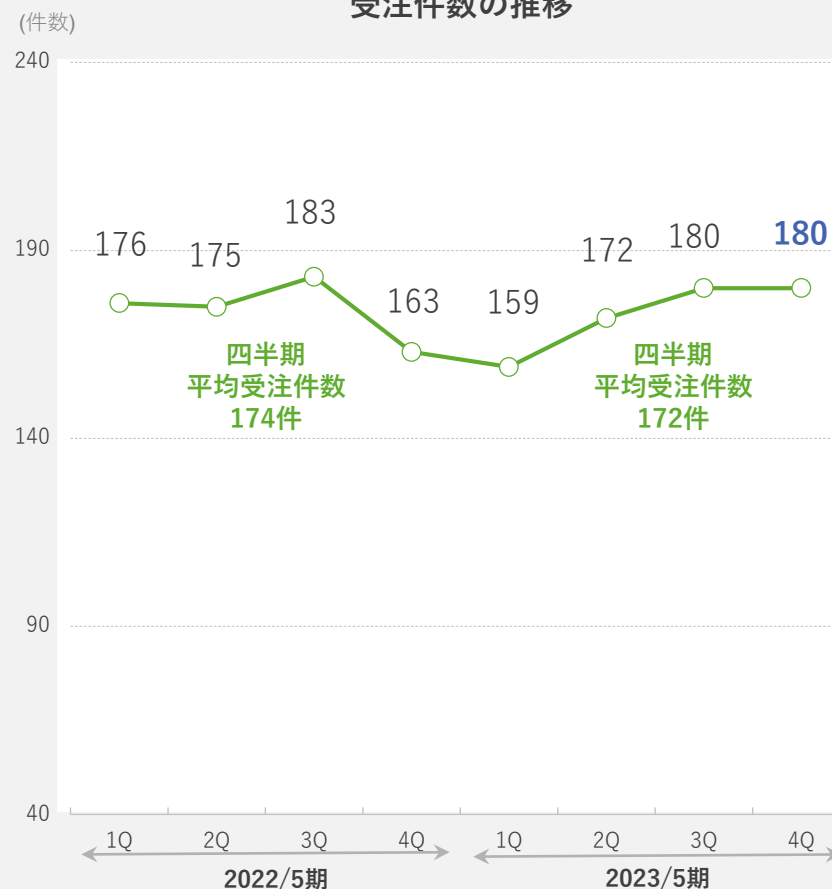
	2022/5期		2023/5期		単位：百万円
	第4四半期実績	第4四半期実績	前年同四半期比	2023/5期 実績	
売上高	586	586	±0.0%	2,487	
システム受託開発	229	187	<u>▲18.3%</u>	903	
システム運用保守	342	384	<u>+12.3%</u>	1,521	
その他	14	14	±0.0%	62	
売上原価	397	377	▲5.0%	1,523	
原価率	67.7%	64.3%	▲3.4pt	61.2%	
売上総利益	188	209	+11.2%	963	
利益率	32.1%	35.7%	+3.6ppt	38.7%	
販売管理費	195	241	+23.6%	910	
販管費率	33.3%	41.1%	+7.8pt	36.6%	
営業利益	-7	-32	—	53	
利益率	—	—	—	2.1%	
経常利益	-8	-31	—	46	
利益率	—	—	—	1.8%	
四半期純利益	-4	-31	—	22	
利益率	—	—	—	0.9%	

新規受注金額は、第3四半期における受注金額が影響し前期比8.9%減の**910百万円**となる。四半期平均受注金額は、前期比9.0%減の**228百万円**となる。受注件数については、期初における若干の減少はあったが、全四半期を通して継続した既存店舗からの開発案件受注に伴い高い水準で推移。

新規受注金額の推移



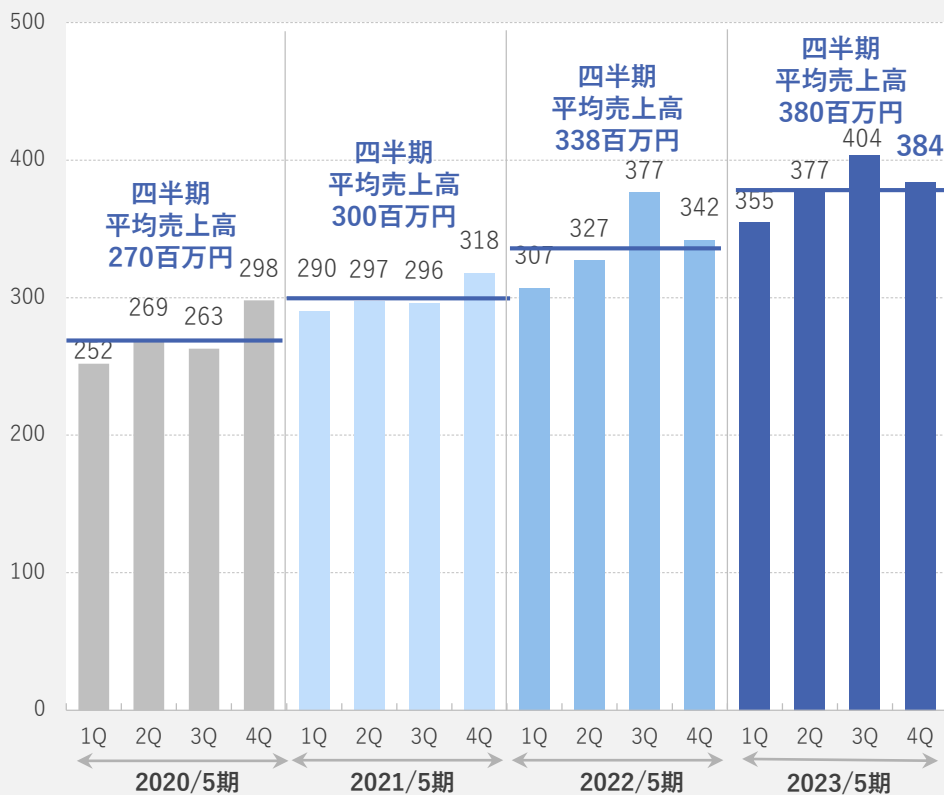
受注件数の推移



システム運用保守売上は、保守費用の一部料金改定と年末年始におけるECサイトPV数及びレベニューシェア売上増加もあり前期比12.2%増の**1,521百万円**となる。四半期平均売上高は、前期比12.4%増の**380百万円**となり堅調に伸長。月額平均ARPUは、前期比16.5%増の**336千円**となる。

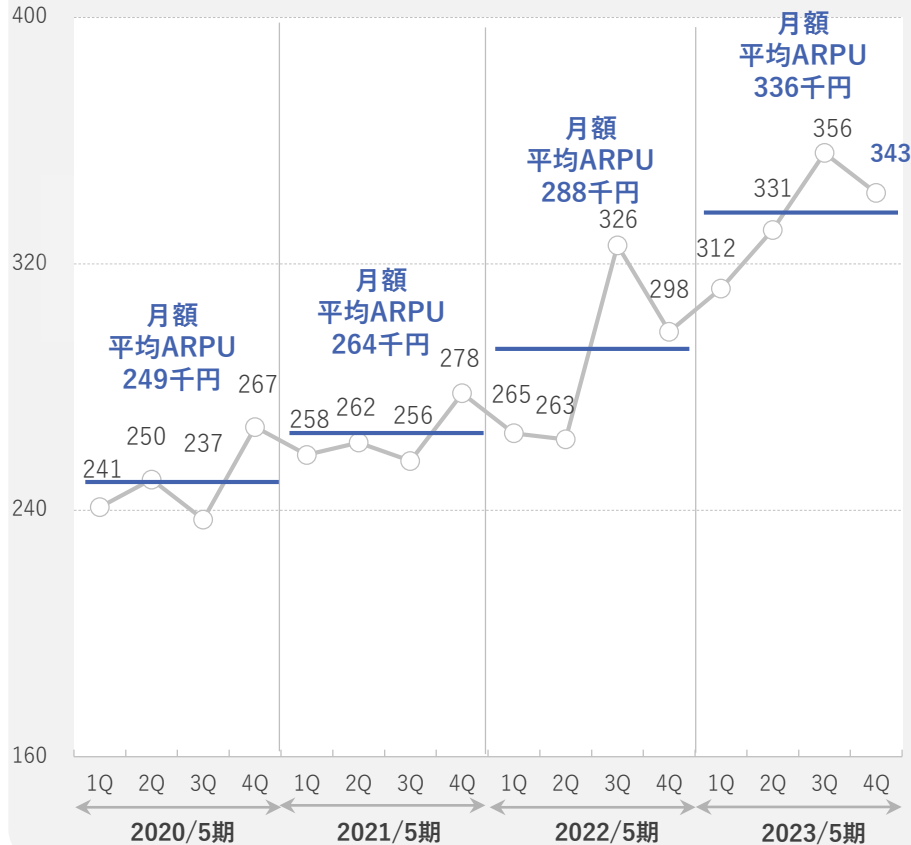
システム運用保守売上高の四半期推移

単位：百万円



ARPU※1の四半期推移

単位：千円

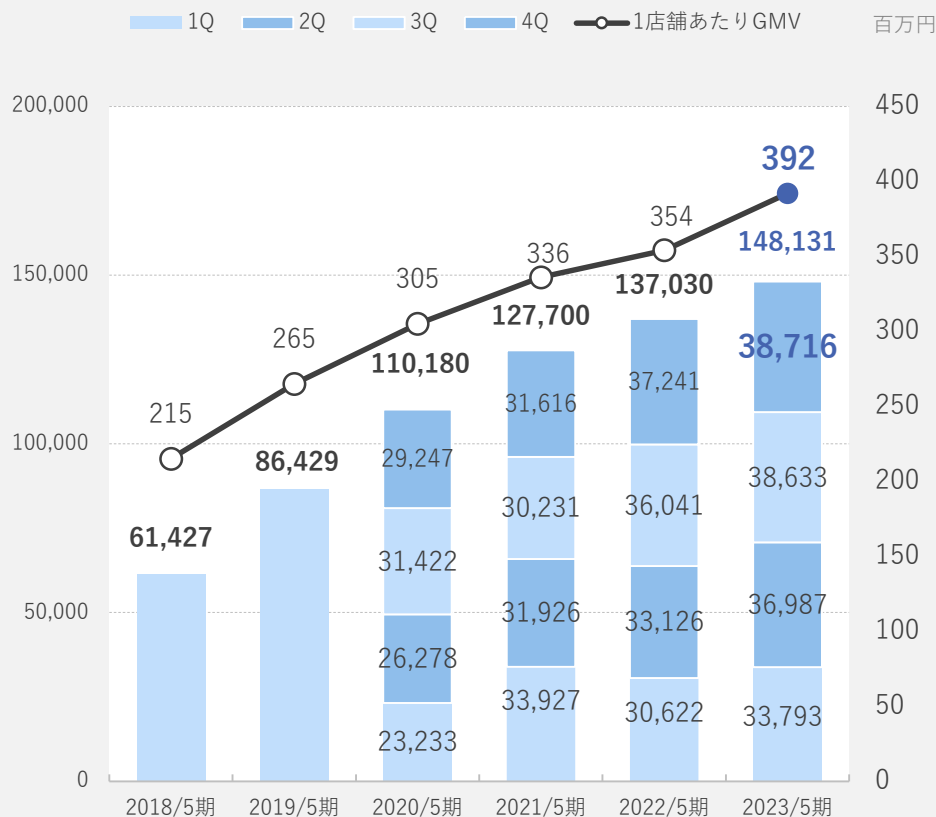


注釈(1)：月額のARPU = 四半期ARPU ÷ 3 (月数) にて算出

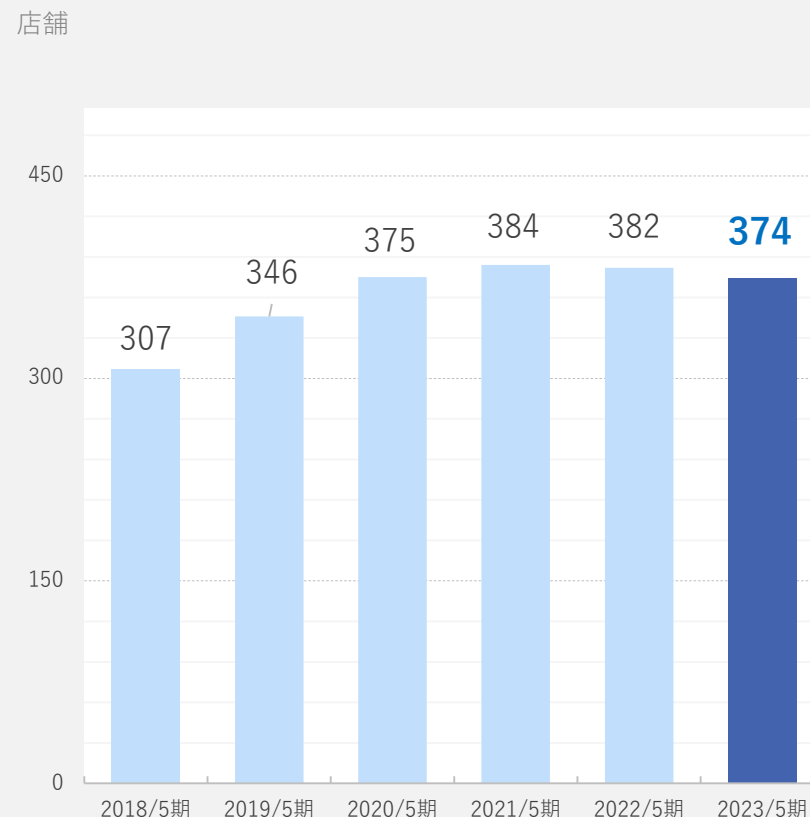
※ 四半期ARPU = 四半期システム運用保守売上高 ÷ 期中平均顧客数にて算出

GMVにおいては、第4四半期にて**387.1億円**となり四半期最高額を更新。コロナ禍が一定の落ち着きをみせた中で1店舗あたりのGMVは前期比10.7%増の**3.92億円**、通期累計では前期比8.1%増の**1,481億円**となる。顧客数は、直販、OEM含め小規模ECサイト縮退に伴う解約が続いており2期連続で減少。

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

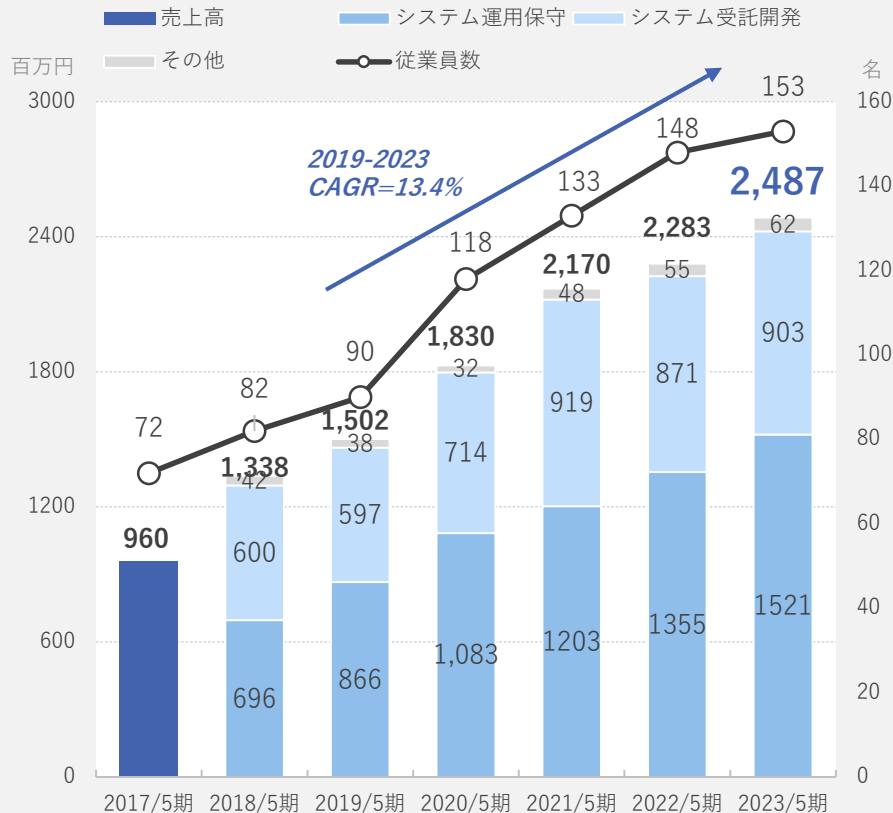


注釈(1) : GMVとは、Gross Merchandize Valueの略称

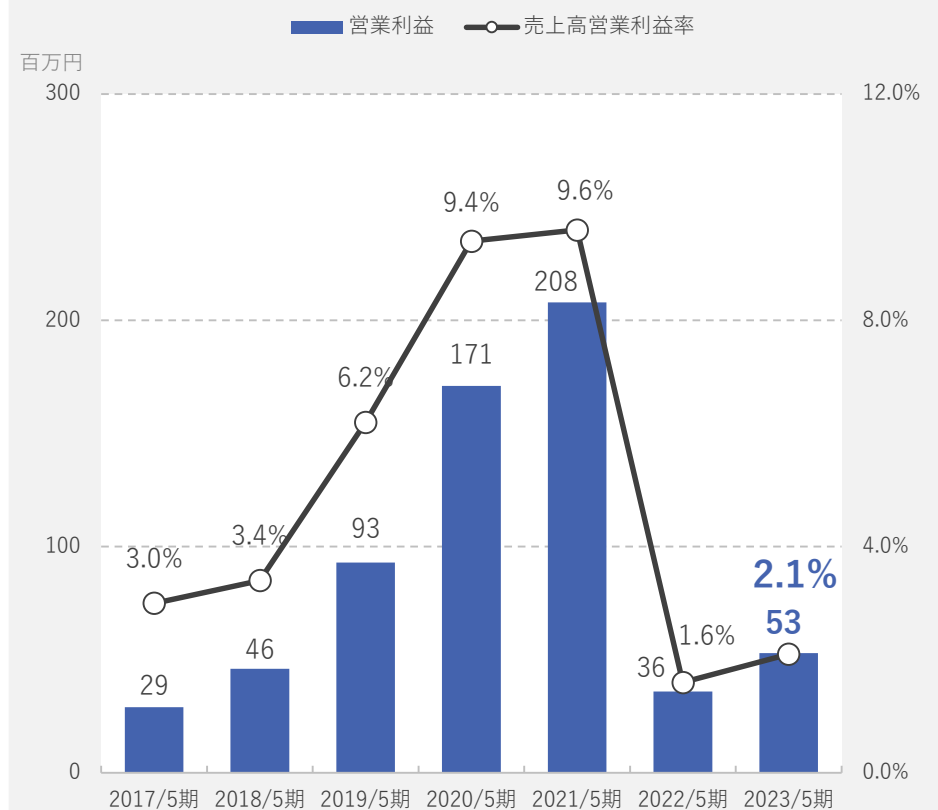
業績ハイライト

直近5期間の売上高成長率は年平均で**13.4%** 従業員数については同期間において**63人増加（70.0%増）**。
 新卒を中心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、ARPUの成長に合わせて売上高も伸長。
 売上高営業利益率に関しては、2022/5期におけるシステム移行費用の売上原価の増加は解消されたが、継続して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）を増強しており微増。

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



総資産は、ハイエンド層向けのクラウドコマースプラットフォームの開発等に伴い無形固定資産（ソフトウェア）が308百万円増加したこと等により205百万円増加。負債合計は、短期借入金が100百万円増加したこと等により、94百万円増加。純資産は新株の発行により資本金42百万円増加したこと等により110百万円増加。自己資本比率は、前期末67.2%から65.4%に減少。

単位：百万円

	2022/5期末	2023/5期	
		第4四半期末	前期末差
流動資産	971	878	▲93
現金及び預金	376	301	▲75
売掛金	465	455	▲10
固定資産	528	826	+298
有形固定資産	27	26	▲1
無形固定資産（ソフトウェア）	411	719	+308
総資産	1,499	1,704	+205
負債	491	585	+94
流動負債	476	571	+95
有利子負債	150	250	+100
固定負債	14	14	±0
有利子負債	0	0	±0
純資産	1,008	1,118	+110
負債純資産合計	1,499	1,704	+205

2024/5期業績予想

Inter Factory

2024/5期より、売上高において「ebisumart」を中心としたクラウドコマースプラットフォームの既存事業と、顧客のECビジネスをグローバルアップすることを目的とした新規ECビジネス成長支援事業の2つの事業を軸に公表。クラウドコマースプラットフォーム事業としては営業体制の刷新とマーケティング施策の強化、新しいクラウドコマースプラットフォームの提供開始を図ることで受託開発の大幅な売上増を見込み、運用保守については一部解約や店舗数減少を考慮しながらも継続したストック収入の成長を目指す。また、新クラウドコマースプラットフォームの継続開発や新規事業創出に向けて積極的に投資を進めていくため以下の業績予想を策定した。

	2023/5期	2024/5期			単位：百万円
	実績	予測	前期差	前期時比	
売上高	2,487	2,883	+ 396	+ 15.9%	
クラウドコマースプラットフォーム事業	-	2,763	-	-	
システム受託開発	903	1,193	+ 290	+ 32.1%	
システム運用保守	1,521	1,570	+ 49	+ 3.2%	
その他	62	-	-	-	
ECビジネス成長支援事業	-	120	-	-	
売上総利益	963	1,091	+ 128	+ 13.3%	
利益率	38.7%	37.8%	▲0.9pt	-	
営業利益	53	69	+ 16	+ 30.2%	
利益率	2.1%	2.4%	+ 0.3pt	-	
経常利益	46	66	+ 20	+ 43.5%	
利益率	1.8%	2.3%	+ 0.5pt	-	
当期純利益	22	45	+ 23	+ 104.5%	
利益率	0.9%	1.6%	+ 0.7pt	-	
1株当たりの当期純利益	5.5円	11.1円	+ 5.6円	-	

補足資料

SaaS型カスタマイズ型市場において、4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。

※カスタマイズ型とは、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」**

ECサイト構築ツールSaaS型カスタマイズ型市場



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

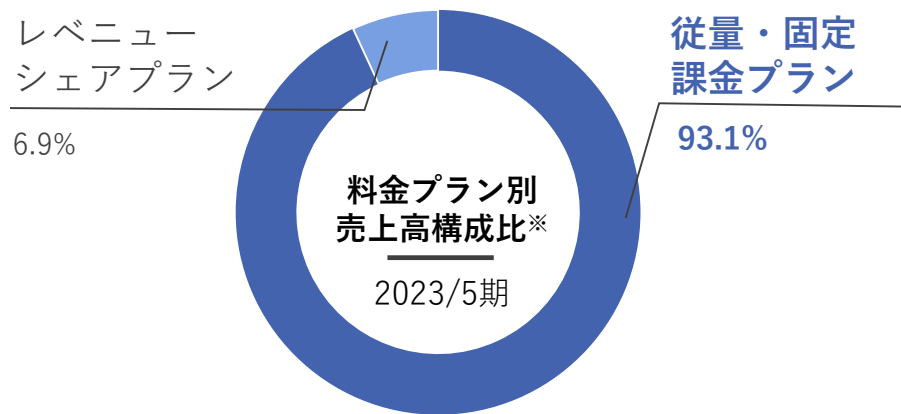
- ・ 年間稼働率99.95%
- ・ セキュリティ基準の継続的な更新
- ・ WAFオプションなどによる強固なセキュリティ

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。

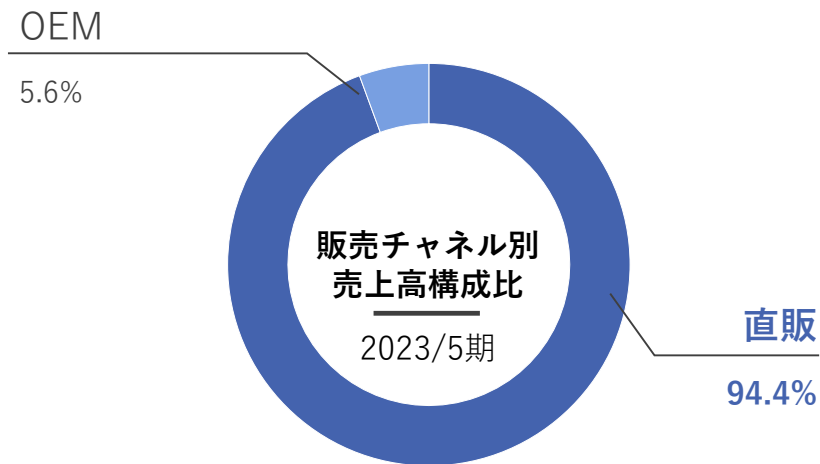
売上高区分

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



「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
4年連続ECサイト構築ツールSaaS型カスタマイズ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 2019-2022年版（数量ベース2018年度-2021年度）



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
- 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

- 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)

- 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

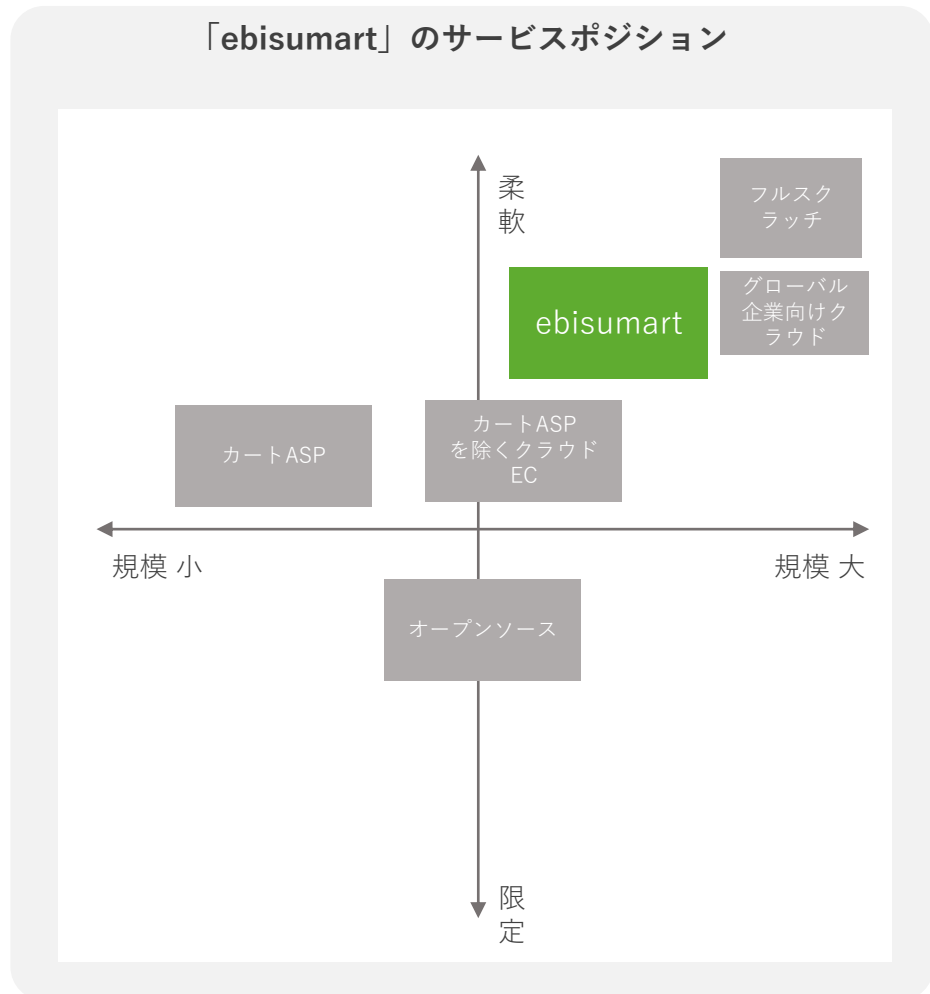
- アクル チャージバック保証サービス
- O-PLUX (オーブラックス)
- ASUKA

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			←→	

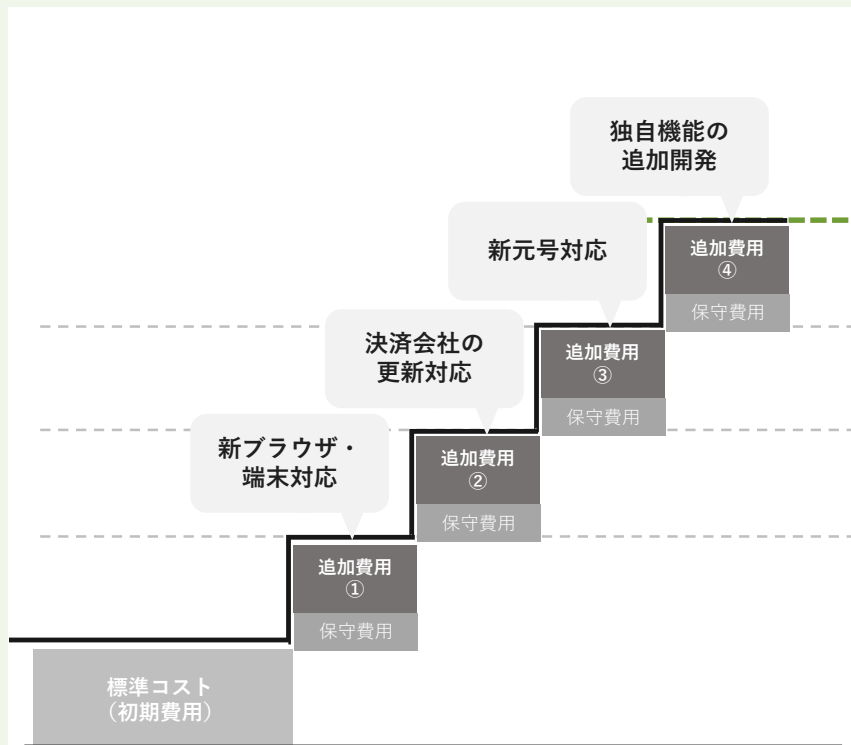
「ebisumart」のサービスポジション



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

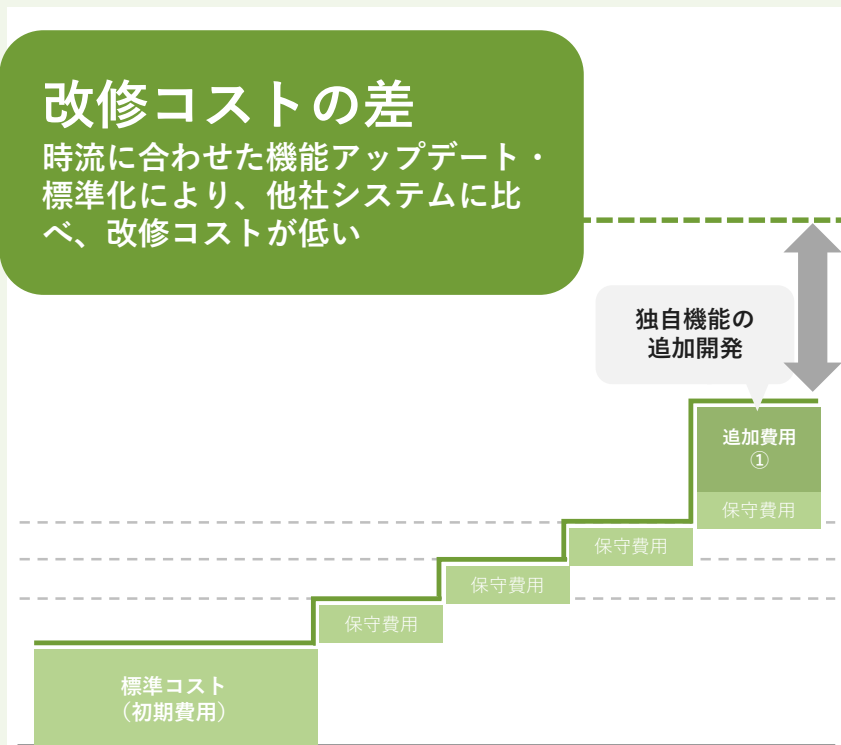


大規模EC事業者向けクラウドECのコスト推移

ebisumart

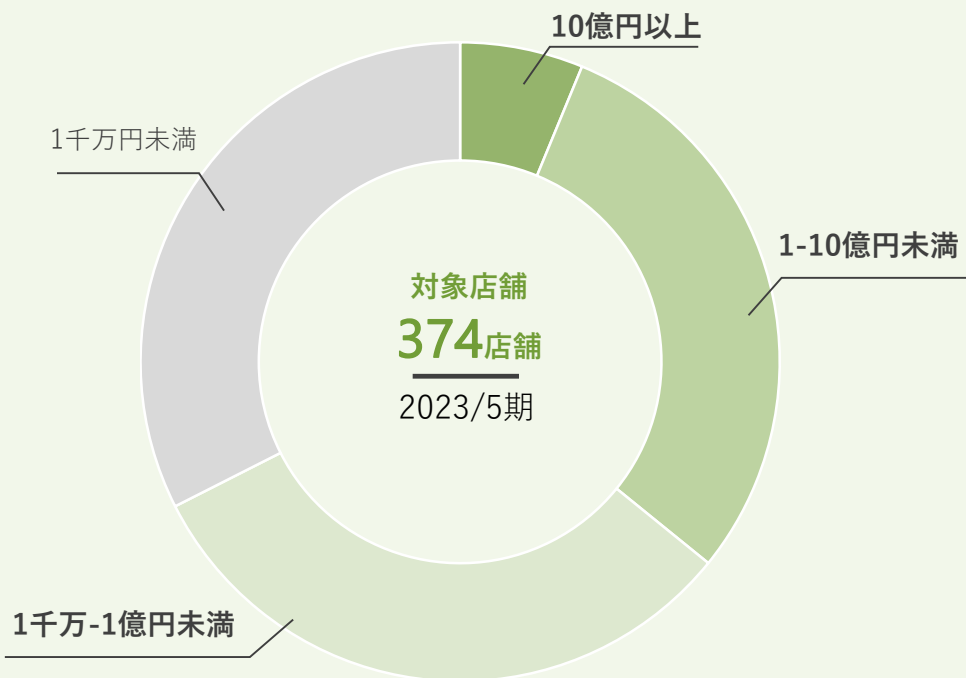
改修コストの差

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



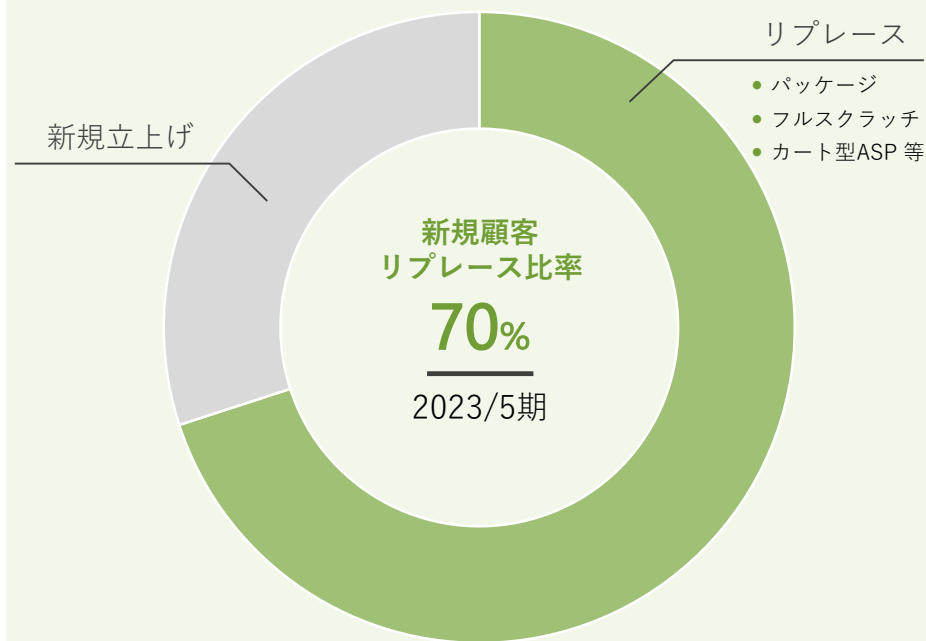
当社の顧客基盤は、既にEC運営基盤を有する事業者で過半数を占める。
また、新規顧客のリプレース割合が高く、さらなるEC売上の拡大を志向する事業者を選好される。

「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

ECモールおよび全ての自社ECサイト*を運営する事業者様を対象とした、EC事業の成長を戦略立案から実務まで支援するサービス。ECモールと自社ECサイトの運営に不安を抱える事業者様の課題解決のため、双方のプロフェッショナルが戦略の立案から店舗運営代行、プロモーション施策をお客様と伴走しながら進めることで、運営するECサイトの売上と利益の最大化を進めます。

*インターファクトリーが提供するサービス「ebisumart」および「ebisumart zero」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。



2023年1月リリース

EC事業を運営する全ての事業者様を対象に、
EC事業の成長を戦略立案から実務まで一気通貫で支援

ECコンサルサービス 「ebisu growth」

Rakuten **Yahoo!**
ショッピング

amazon

ECモール 向け

coming soon

自社ECサイト向け

ebisumart ebisumart
zero

ebisumart/
ebisumart zero向け

「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 新規提供

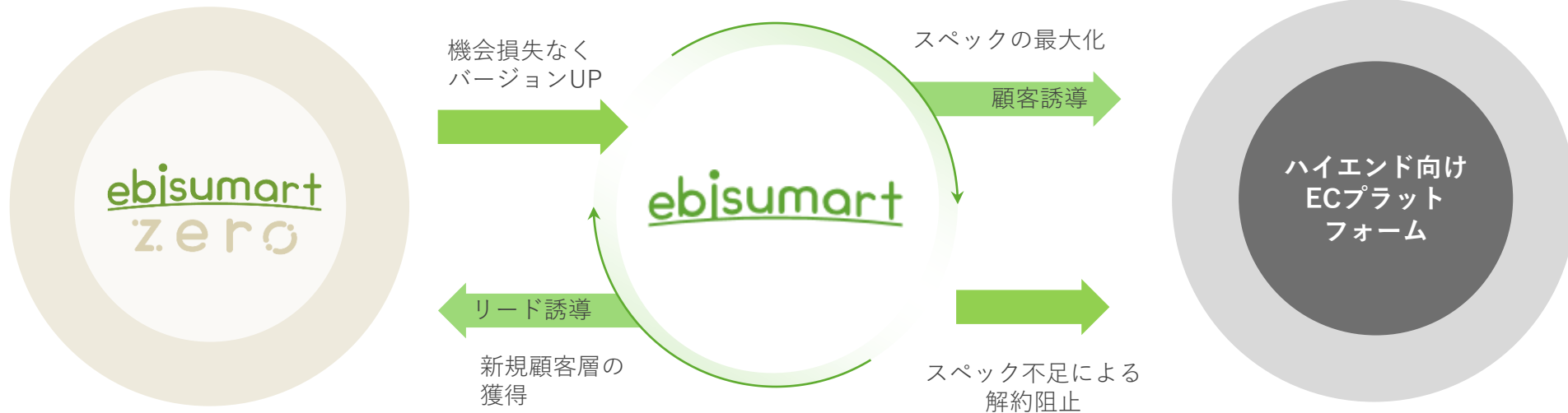
年間GMV 1千万円～1億円

現ターゲット層

年間GMV 1億円～100億円

2024/5期 新規提供

年間GMV 100億円～



顧客拡大

- Webマーケティング施策の強化（強化中）
- 販売パートナー制度の新規設立
- ★2022年7月パートナー制度 提供開始
- ECプラットフォーム移行ツールの提供
- 2023年以降にて検討

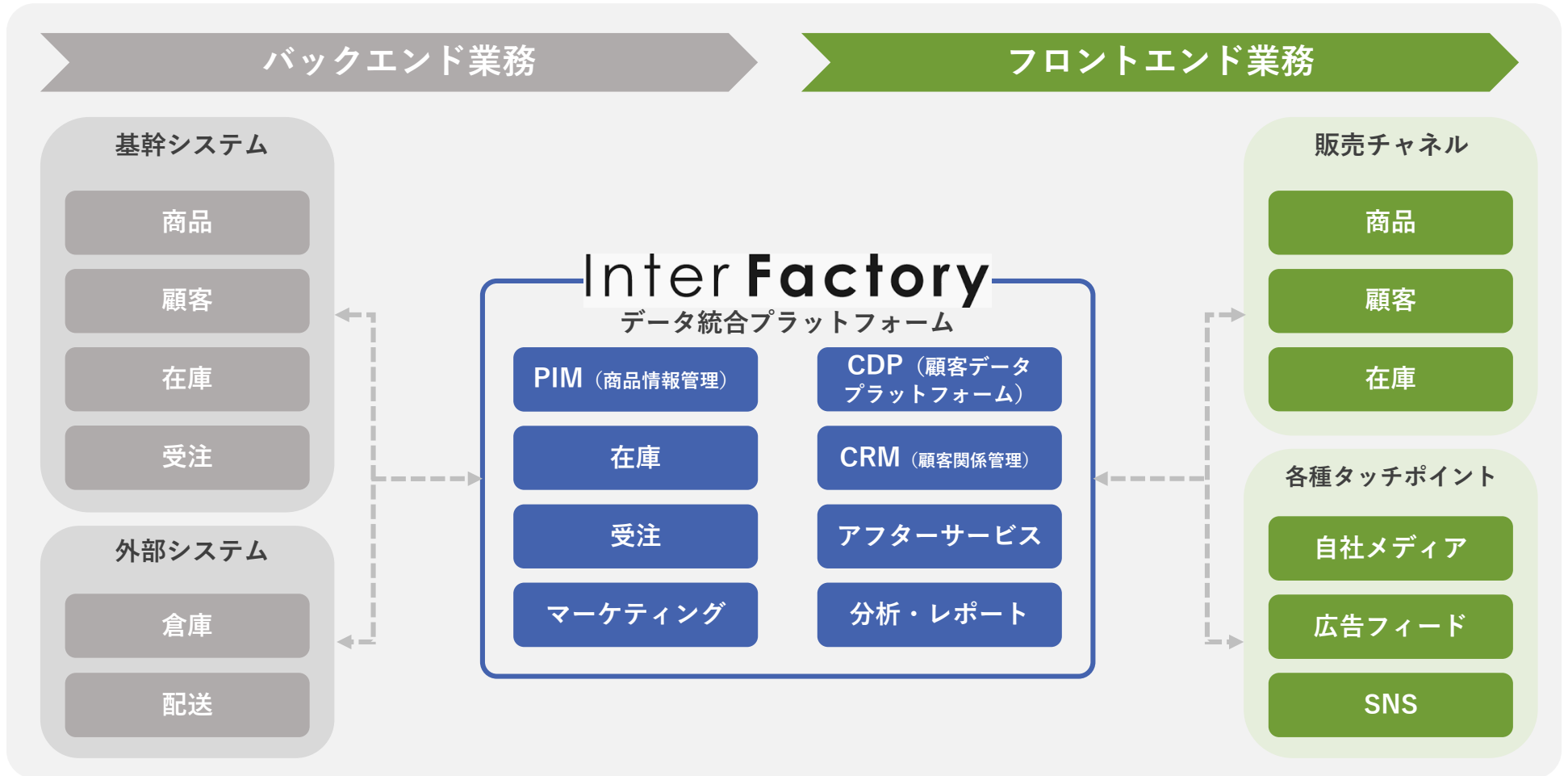
GMV拡大

- マーケティング支援サービスの提供
- ★2022年10月サイト分析サービス提供開始
- 越境やEC向上に繋がるソリューション提供
- ★2022年7月越境EC対応サービス提供開始
- ビジネスグローアップサポートの強化（強化中）

顧客拡大

- 営業手法の強化-アウトバウンド営業等
- ★2022年6月より営業体制の強化実施
- 大手販売パートナーとの共同提案
- サービスリリースに併せて企画中
- レベニューシェアプランの拡充（検討中）

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、**データ統合プラットフォーム**を新規開発し、サービスを提供する予定。



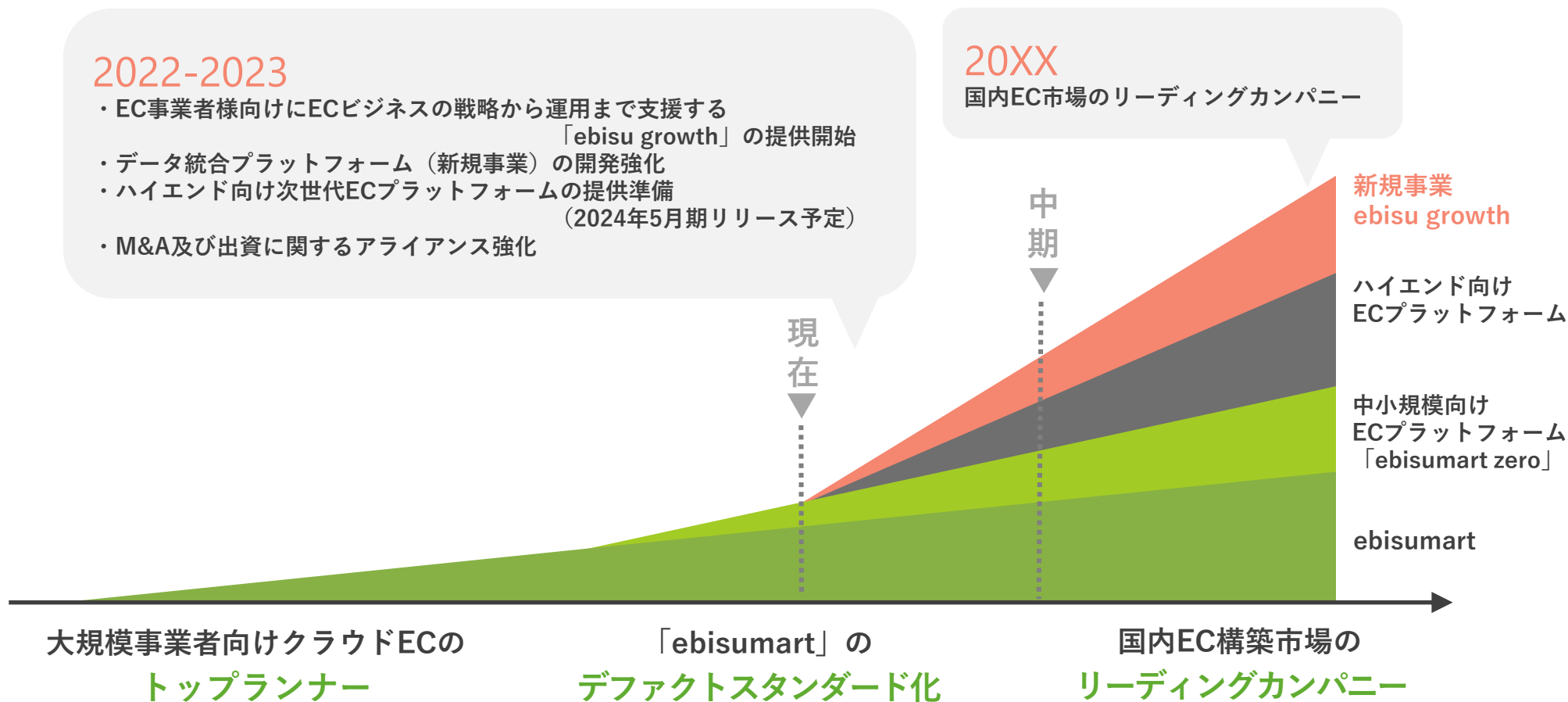
スモールスタート向け「ebisumart zero」の提供開始、今後ハイエンド向け次世代ECプラットフォームを提供することで全方位でのECプラットフォームを展開する。また、EC事業者様のECビジネスを戦略から運用まで一気通貫で担う「ebisu growth」など、新規事業を「M&A」や「出資」をからめて継続して創出をしていく。

2022-2023

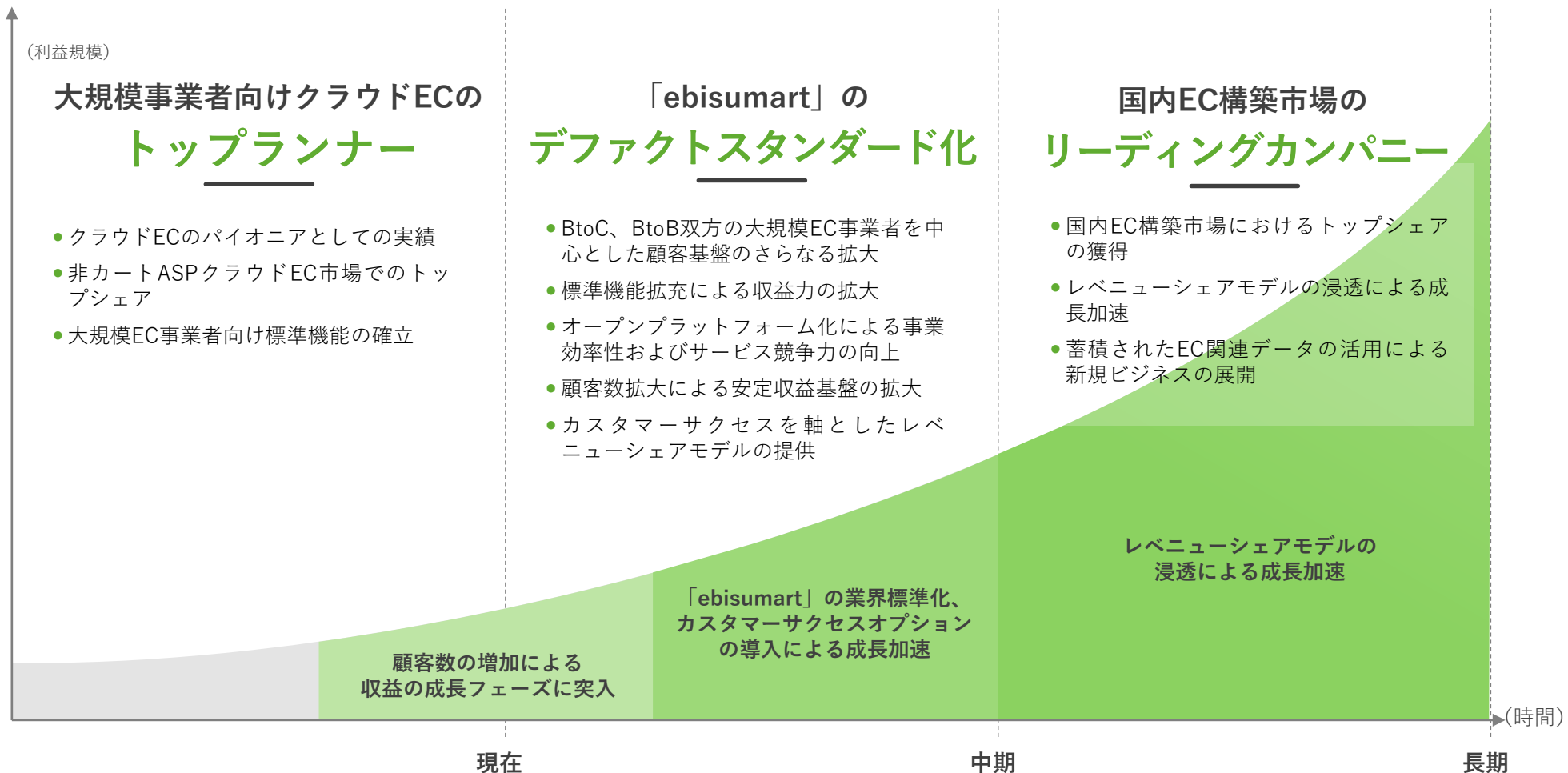
- ・ EC事業者様向けにECビジネスの戦略から運用まで支援する「ebisu growth」の提供開始
- ・ データ統合プラットフォーム（新規事業）の開発強化
- ・ ハイエンド向け次世代ECプラットフォームの提供準備（2024年5月期リリース予定）
- ・ M&A及び出資に関するアライアンス強化


20XX

国内EC市場のリーディングカンパニー



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**