



2020年11月16日

各 位

会 社 名 株式会社インターファクトリー
代 表 者 名 代表取締役社長兼 CEO 蕪 木 登
(コード番号：4057 東証マザーズ)
問 合 せ 先 取 締 役 兼 C F O 赤 荻 隆
(TEL. 03-5211-0086)

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○ 開催状況

開催日時 2020年11月14日 14:00～14:40

開催方法 WEB配信により開催

説明会資料名 個人投資家向けWEB説明会資料

【添付資料】

投資説明会において使用した資料

以上

個人投資家向け WEB説明会資料

Inter **Factory**

株式会社インターファクトリー

証券コード：4057

2020年11月14日

1	会社概要	3
2	2021/5期第1四半期決算および通期見通し	13
3	市場の状況	19
4	自社分析	23
5	成長戦略	27

会社概要

ソフトウェア受託開発の豊富な経験を活かし、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。

InterFactory

日本の未来をECでつくる



代表取締役社長 兼 CEO

蕪木 登

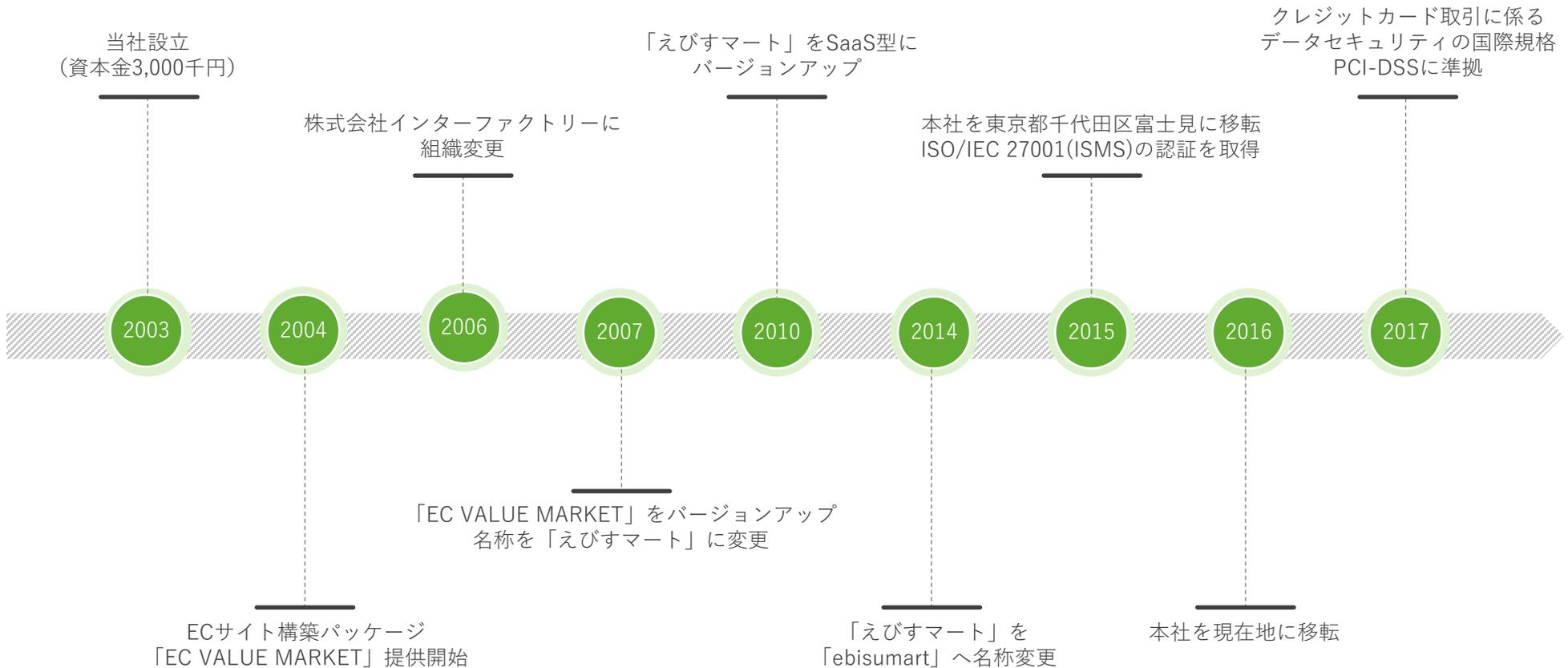
Kaburaki Noboru

(略歴)

- 1998年4月 株式会社システムマネジメント入社
- 2001年1月 株式会社ケーソフト入社
- 2003年6月 有限会社インターファクトリー設立
- 2006年7月 株式会社インターファクトリーへ組織変更、代表取締役就任（現任）

会社名	株式会社インターファクトリー
設立	2003年6月
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	386百万円（2020/9末）
企業理念	関わる従業員、お客様、取引先様の幸せを実現する
企業キャッチコピー	日本の未来をECでつくる
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

ソフトウェア受託開発を目的に2003年に創業。
当初はECパッケージを主力とするも、世界的なクラウドサービスの潮流の中で2010年よりクラウドECに特化したサービスの提供を開始。



EC事業者が販売することに注力できるECシステム。

従来のECシステムでは、サーバーの管理やセキュリティ対策など販売以外の対応も必要としたが、クラウドコマースプラットフォームは販売にのみ注力することができる拡張性の高いECシステム。

ebisumart

クラウドコマース プラットフォームの特徴

- 事業者は販売することにのみ集中することができる
- 構築後も必要に応じてカスタマイズやオプションの追加が可能
- 時流に応じた基本的な機能強化はクラウドコマースプラットフォーム側にて対応

セキュリティ
対応もebisumart
におまかせ

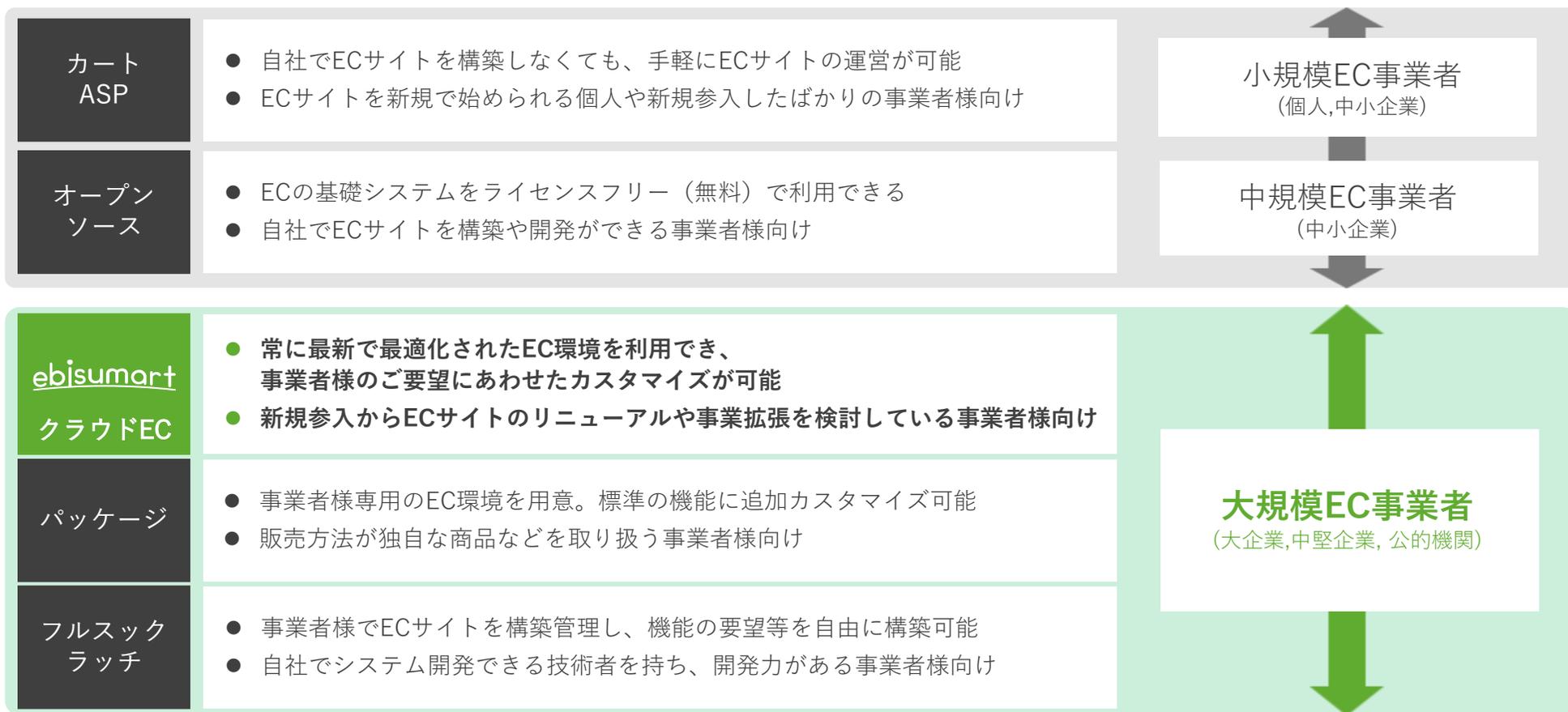
接客ツールを
追加したい

決済システムを
追加したい

インフラは
ebisumartに
おまかせ!!

自社ECサイト構築の方法として、「カートASP」、「オープンソース」、「クラウドEC」、「パッケージ」、「フルスクラッチ」がある。

ECサイト構築手法



大規模EC事業者向けクラウドコマースプラットフォームとして幅広いソリューションに対応。
「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を提供

ebisumart

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」

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



新規のECサイト
導入・構築



既存ECサイトの
リプレイス



実店舗・アプリ連携
O2O/オムニチャネル



ショッピングモール型
サイトの構築



マルチブランド
マルチドメイン対応



ふるさと納税サイト
構築・導入

拡張性

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

最新性

マーケットのニーズ、顧客のニーズを、迅速反映
時流にあわせて常にシステムが最新化

安心性

セキュリティや急なトラフィック増大にも、
万全の保守体制

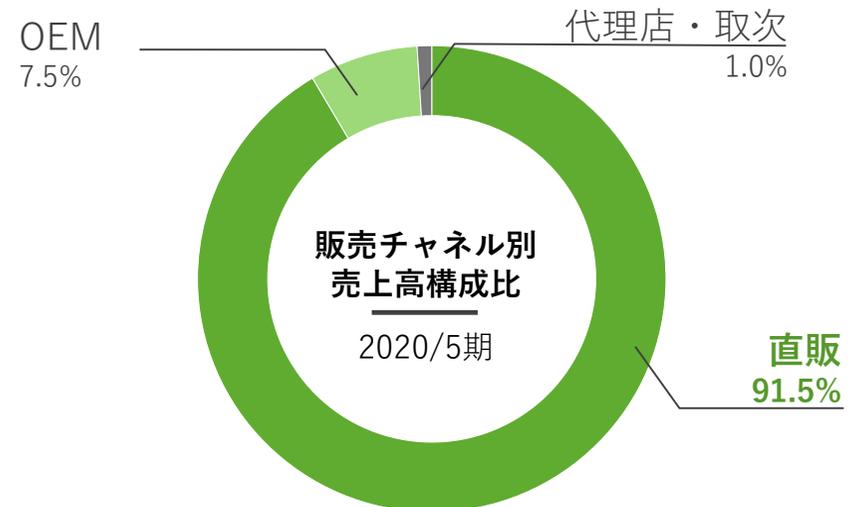
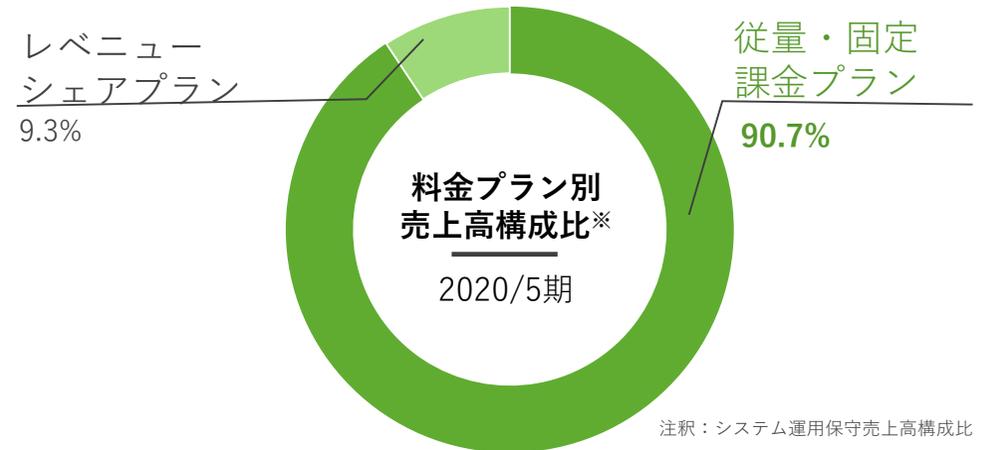
「ebisumart」の収益モデル

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。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。

料金プラン

従量課金	保守料+カスタマイズ保守 +オプション+PV課金 (変動)
固定課金	保守料+カスタマイズ保守 +オプション+PV課金 (固定)
レベニューシェア	月額売上の2.5%~

納品までのスケジュール



大規模EC事業者を中心に導入累計実績650店舗以上を誇る。
サービス提供先は、「BtoC」「BtoB」問わず、アパレル、インテリア、食品など多岐にわたる業種への導入実績がある。

RALPH
LAUREN

FREAK'S STORE

CA4LA



JOYFUL
HONDA

ERECTA



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
- ドクターマーチン・エアウエア ジャパン株式会社
- GUESS JAPAN合同会社
- デサントジャパン株式会社
- ヒットユニオン株式会社
- 株式会社ジョンブル
- 株式会社イケガミ
- 株式会社CA4LA
- 尾上繊維株式会社
- 株式会社メイウッド
- 株式会社ジュニア
- 有限会社クークス
- トムス株式会社
- 株式会社ドミンゴ

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
- 株式会社アイデアインターナショナル
- 株式会社エアウィーヴ
- アンカー・ジャパン株式会社
- 株式会社ジョイフル本田
- エレクター株式会社
- 株式会社caramo
- 株式会社三省堂
- 株式会社小学館集英社プロダクション

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
- 株式会社平田牧場
- 株式会社ケイシイシイ
- 株式会社福光屋
- 株式会社ホリ
- 株式会社北菓楼
- 勝山ネクステージ株式会社
- 株式会社フィラディス
- 株式会社菊酒舎本店
- 上土幌町役場

大規模EC事業者を中心に導入累計実績650店舗以上を誇る。
サービス提供先は、「BtoC」「BtoB」問わず、美容健康、エンターテインメント、アウトドアなど多岐にわたる業種への導入実績がある。



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

アウトドア・スポーツ

- 一般社団法人 日本自動車連盟（JAF）
- 富士スピードウェイ株式会社
- 株式会社タマス
- 株式会社ミカサ
- 株式会社谷沢製作所

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
- レノボ・ジャパン合同会社

デジタルコンテンツ

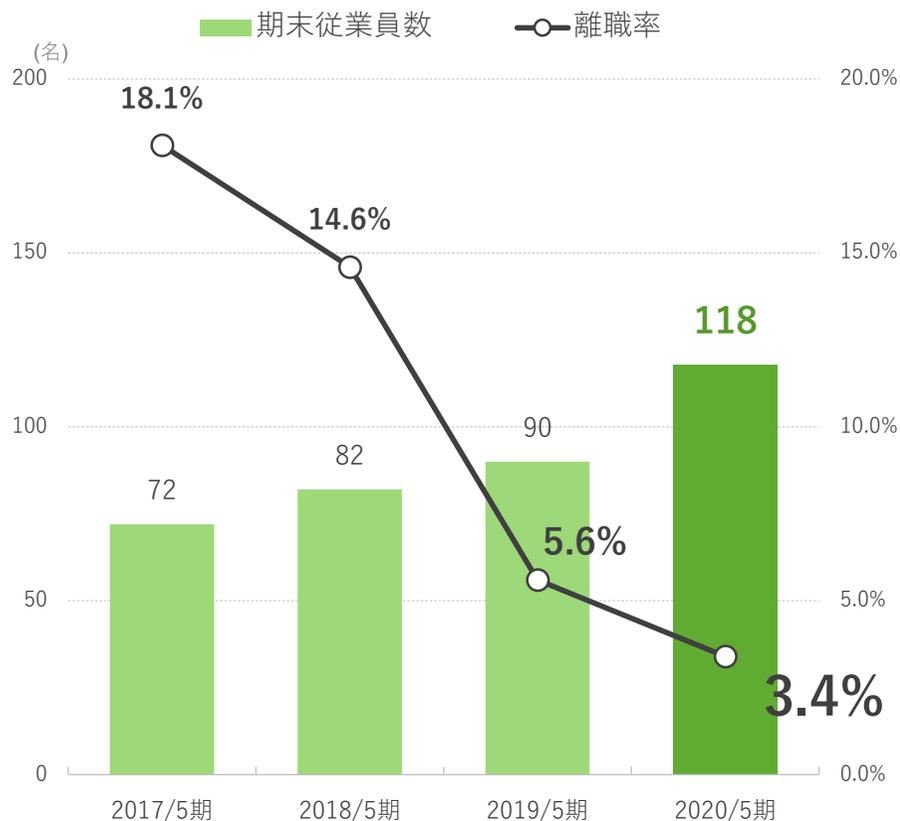
- 株式会社東京証券取引所
- 株式会社ゼンリン
- 西日本電信電話株式会社
- 株式会社NTTデータNJK

法人向け

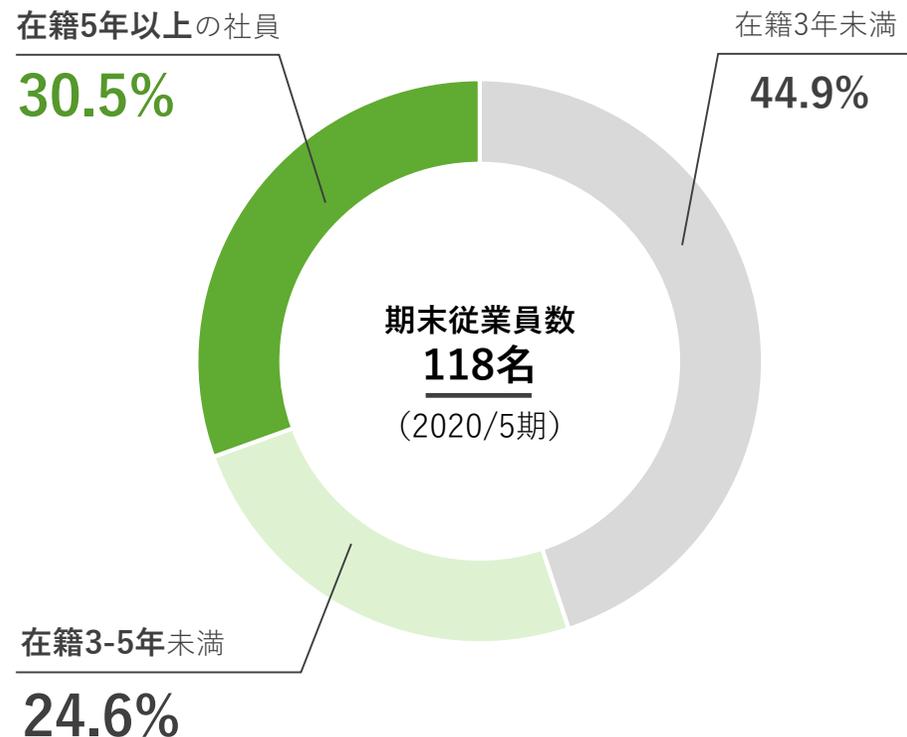
- 株式会社MTG
- 第一園芸株式会社
- 株式会社カワダ
- 株式会社ヤマハミュージックジャパン
- 株式会社日東
- 大洋製器工業株式会社

独自の社風文化の定着により大幅な離職率低下を達成し、人員の安定的な拡大を可能とする。2018年6月よりプロジェクトマネージャー制へ移行し、従業員の更なる育成が進みつつある。

従業員数と離職率の進捗



在籍年数別従業員数分布



■ 2021/5期第1四半期決算および 通期見通し

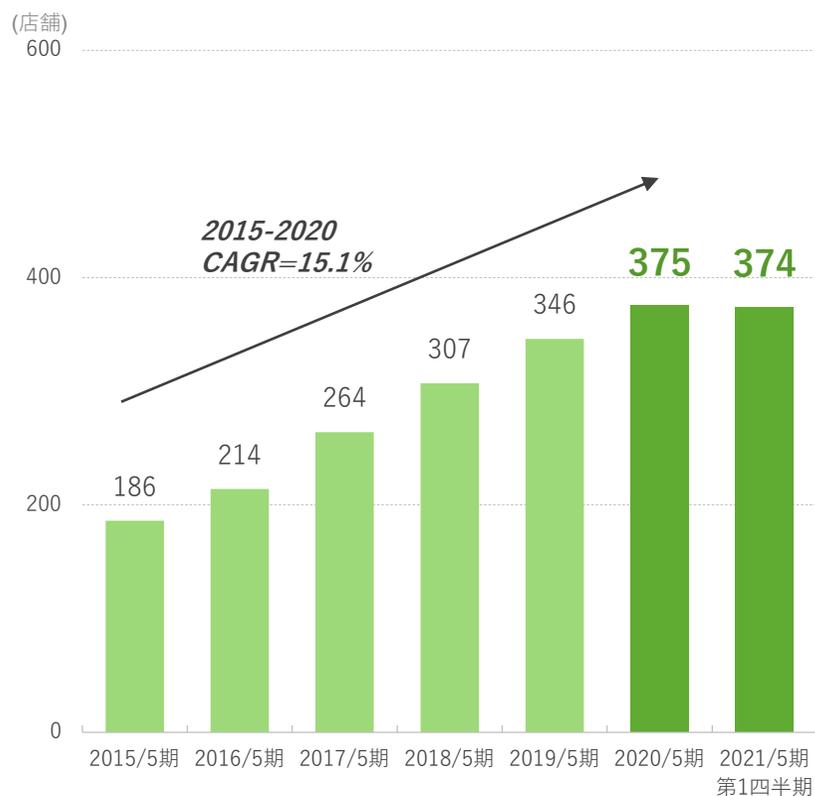
システム運用保守の順調な伸張および受託開発の増加に伴い、前年同期比29.1%の増収で進捗。運用保守の開発費用が一時的に増加し、売上総利益率が4.0ppt低下。一方で、固定費の増加を吸収し、前年同期比49.1%の営業増益。売上総利益を除く全科目で前年同期の進捗率を上回る。

(百万円)	2020/5期			2021/5期			
	第1四半期*1	進捗率	通期	第1四半期	前年同期比	進捗率	通期予想
売上高	356	19.5%	1,830	460	+29.1%	21.7%	2,121
システム受託開発	96	13.5%	714	157	+62.5%	17.6%	891
システム運用保守	252	23.3%	1,083	290	+15.0%	24.7%	1,178
その他	7	22.8%	32	12	+71.3%	25.6%	50
売上総利益	154	19.8%	778	180	+17.1%	18.9%	955
利益率	43.3%	—	42.5%	39.3%	▲4.0ppt	—	45.0%
営業利益	17	9.9%	171	25	+49.1%	12.4%	205
利益率	4.8%	—	9.4%	5.5%	+0.7ppt	—	9.7%
経常利益	9	6.0%	162	13	+41.3%	7.6%	182
利益率	2.7%	—	8.9%	3.0%	+0.3ppt	—	5.6%
四半期(当期)純利益	6	6.3%	103	9	+44.1%	7.6%	125
利益率	1.8%	—	5.7%	2.0%	+0.2ppt	—	5.9%

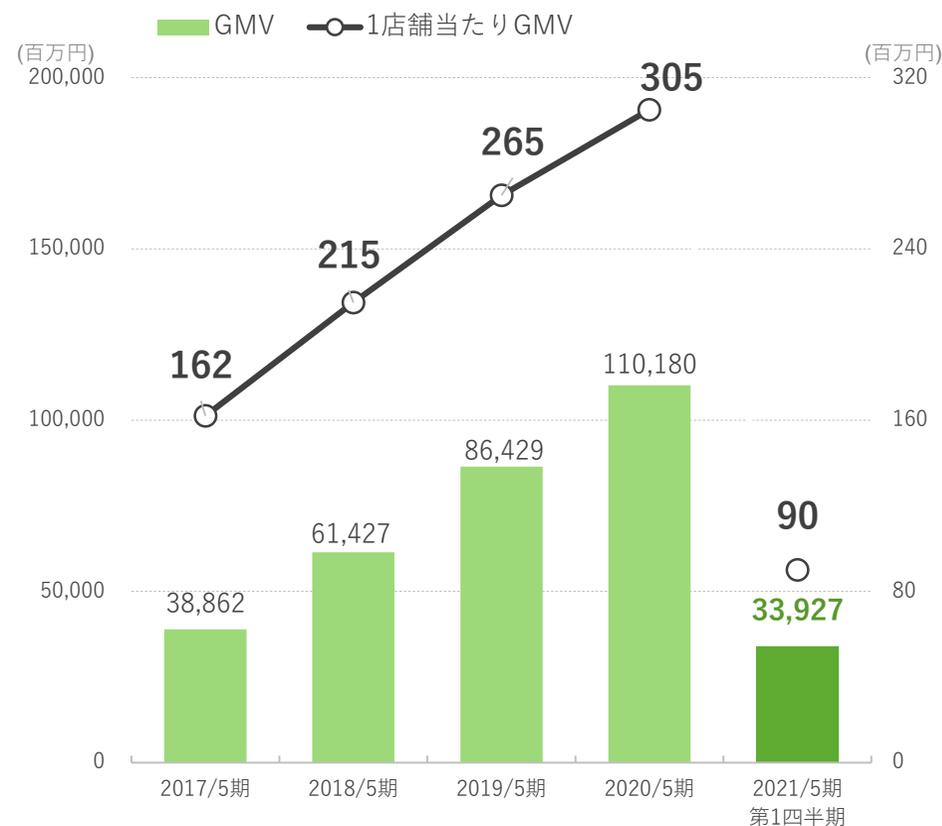
注釈(1) : 2020/5期第1四半期は、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づく監査は未了であり、監査報告書は受領していません。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響から当第1四半期の顧客数は前期末比でほぼ横ばい。一方で、コロナ禍でのEC活用の高まりに伴い既存顧客のEC事業の拡大が進展。当第1四半期のGMVは339億円に到達。

顧客数（期末店舗数）の推移

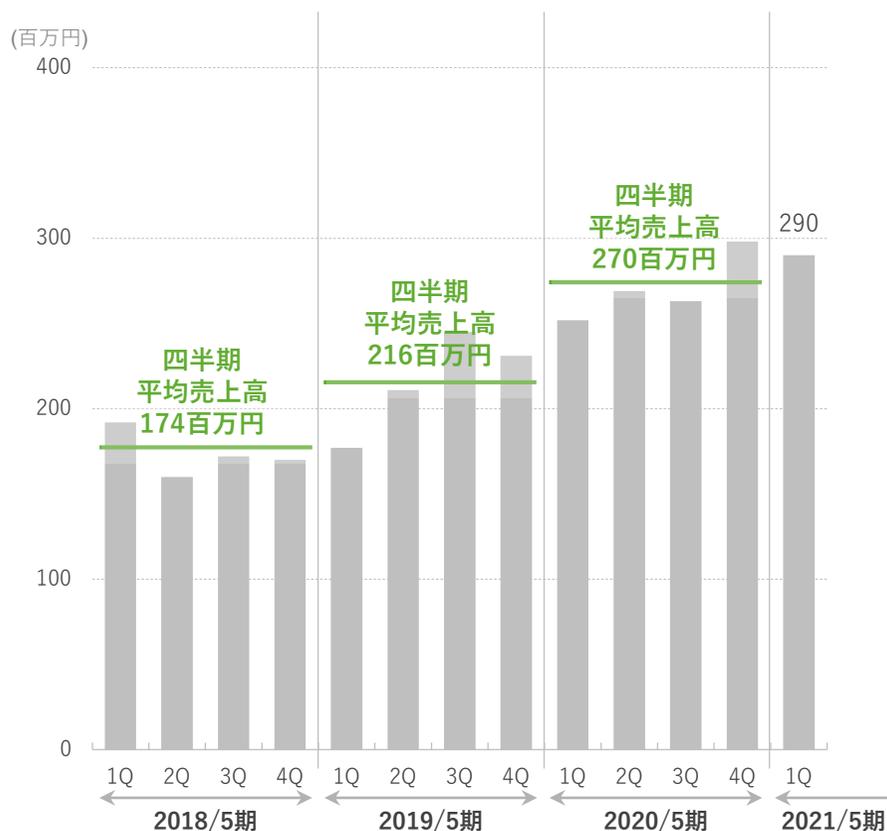


GMV※1および店舗あたりGMVの推移

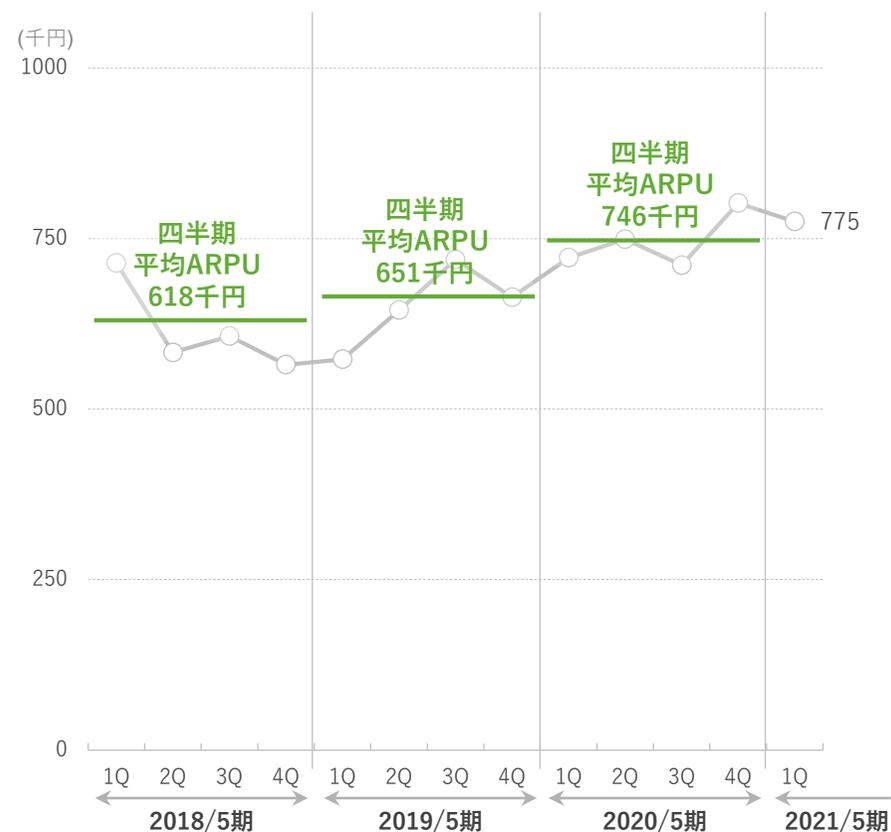


システム運用保守売上高は、順調な顧客数の増加や既存EC事業者の事業拡大に伴い、順調に積み上がる。当第1四半期では、前期四半期平均売上高および四半期平均ARPUを上回る水準に到達。

システム運用保守売上高の四半期推移



ARPU※1の四半期推移



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

第1四半期の順調な進捗、コロナ禍によるEC市場への追い風を認識しつつも、先行きへの不透明感が強いことを考慮し、上場時の通期計画は据え置き。経常利益率は、上場関連費用の計上により一時的な停滞を想定するも、新規顧客獲得および既存顧客のGMV拡大による二桁増収・増益を計画。

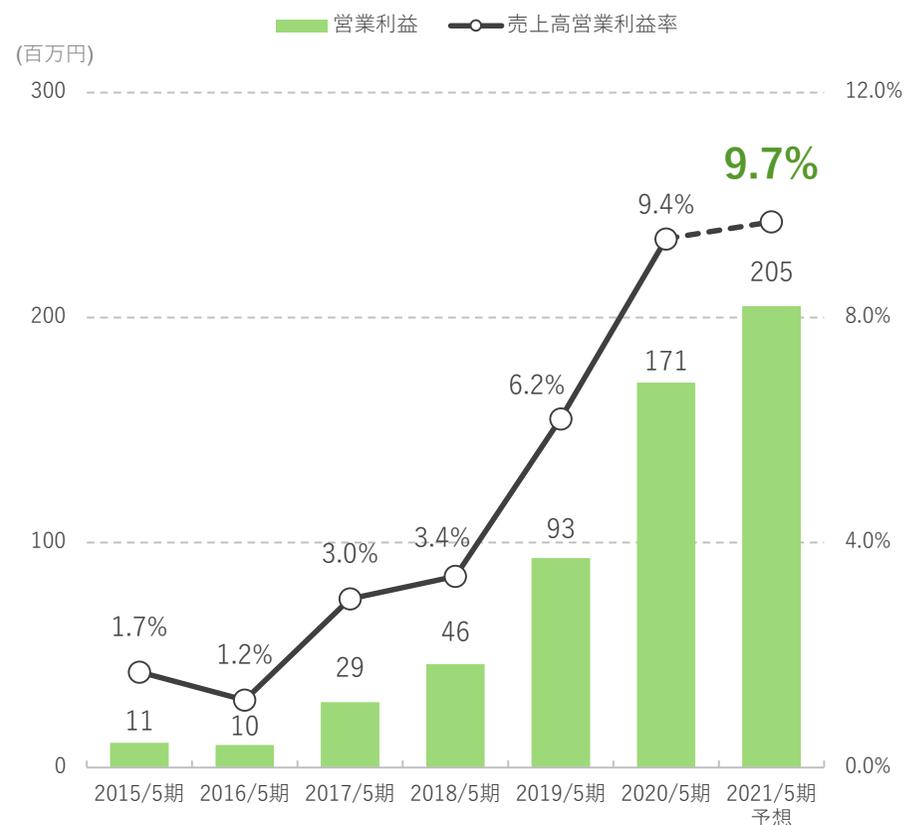
(百万円)	2020/5期 実績	2021/5期		
		予想	前期差	前期比
売上高	1,830	2,121	+291	+15.9%
システム受託開発	714	891	+177	+24.8%
システム運用保守	1,083	1,178	+95	+8.8%
その他	32	50	+18	+55.1%
売上総利益	778	955	+177	+22.6%
利益率	42.5%	45.0%	+2.5ppt	-
営業利益	171	205	+34	+19.7%
利益率	9.4%	9.7%	+0.3ppt	-
経常利益	162	182	+20	+12.2%
利益率	8.9%	8.6%	▲0.3ppt	-
当期純利益	103	125	+22	+21.5%
利益率	5.7%	5.9%	+0.2ppt	-
1株当たり当期純利益	32.1円	34.8円	+2.7円	-

直近5期間の売上高成長率は年平均で21.9%を計画。
プロジェクトマネージャー制への移行およびサブスクリプション売上高構成比の上昇に伴い、人員の積極採用を進める中でも収益性が改善傾向。

売上高・従業員数の推移



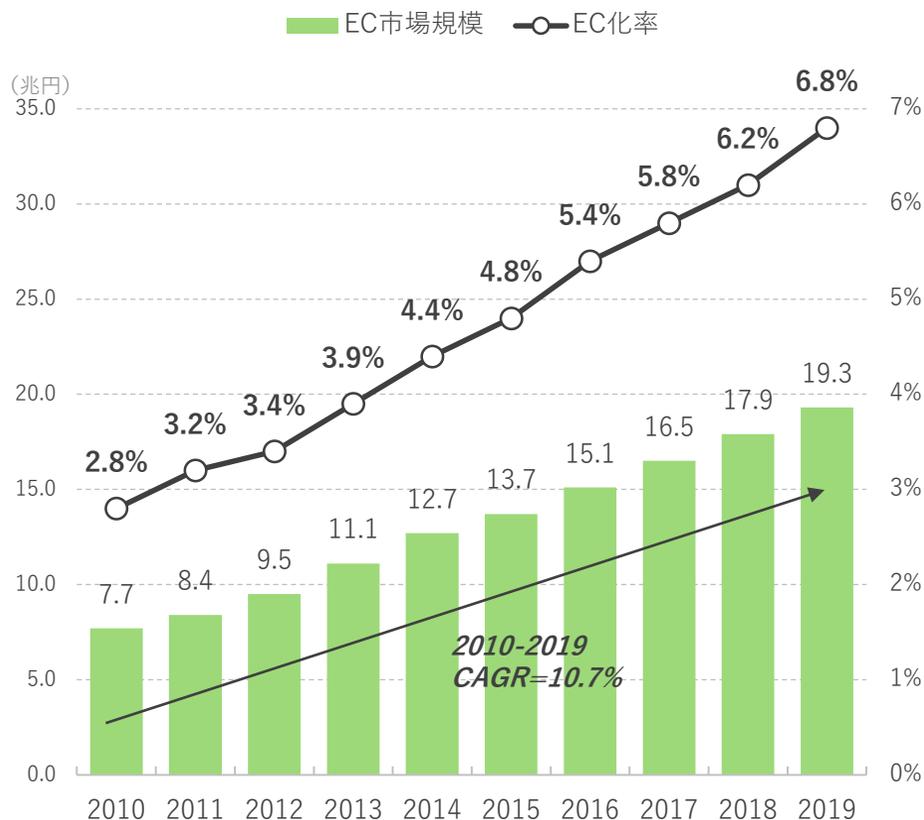
営業利益・売上高営業利益率の推移



市場の状況

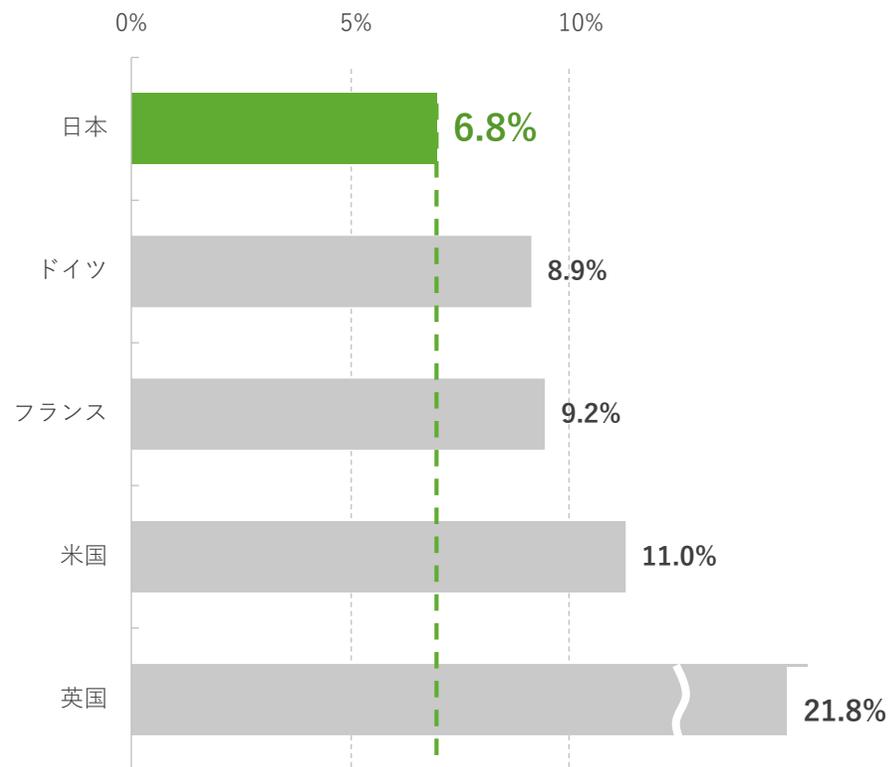
国内「BtoC-EC」市場は、インターネットの普及・利用者の増加に伴い、2桁の高成長。
一方で、リテールビジネスの国内EC化率は世界的に見ても低水準にあり、成長余地が大いに存在。

国内「BtoC-EC」市場規模とEC化率の推移



出所：経済産業省「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）調査結果概要」

世界のEC化率（BtoC）の比較



出所：e Marketer「(Global Ecommerce 2020) Report Collection」

高い参入障壁を形成する 国内エンタープライズ向けEC市場の特殊性

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。

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

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

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

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

海外大手EC構築ベンダー
参入し難い



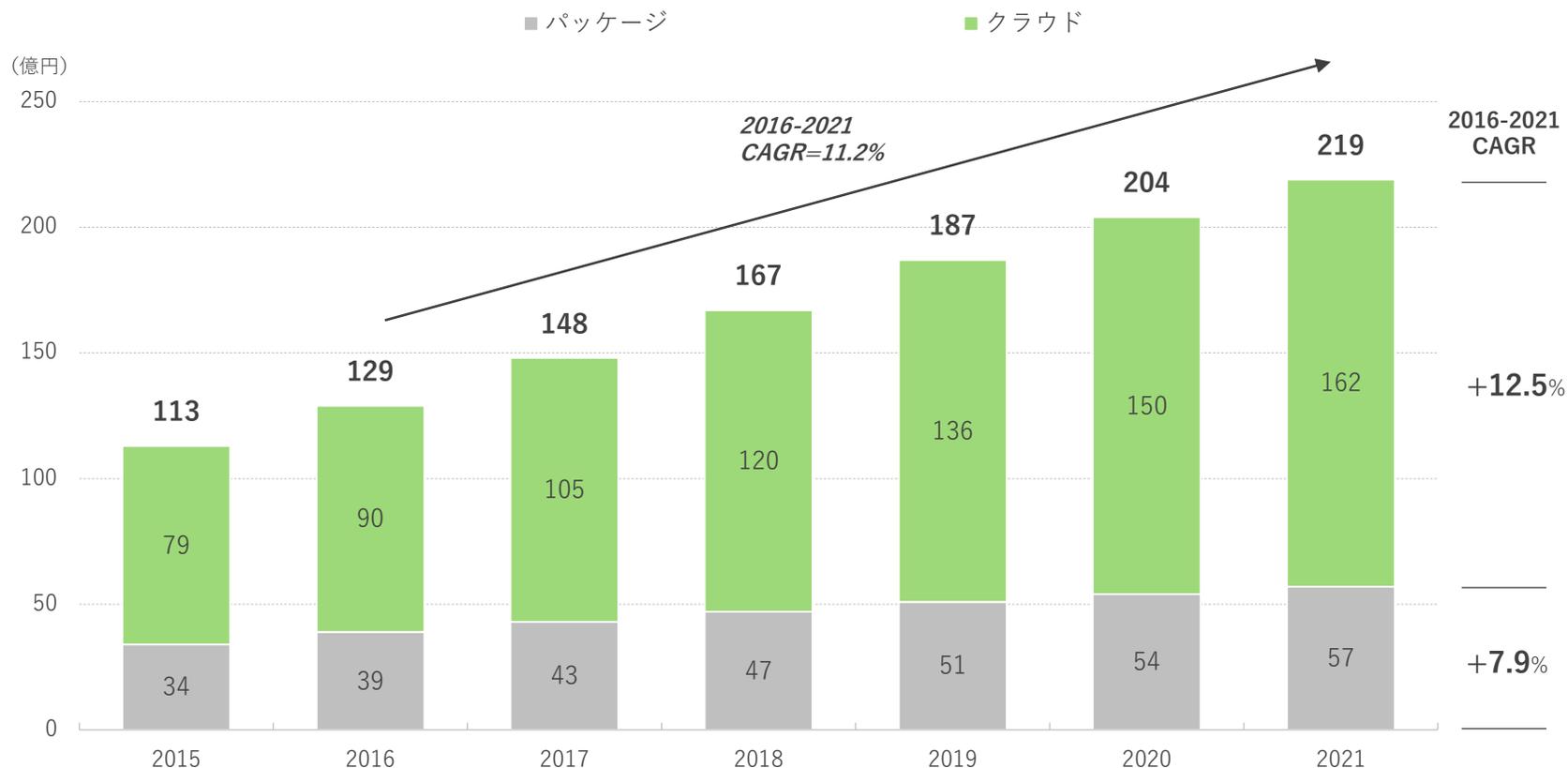
国内大手SIerは参入意欲が低い

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

ECサイト構築市場の クラウドサービスへの強い需要

ECサイト構築市場は、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となり、年平均2桁成長を継続。

ECサイト構築市場規模の推移と予測（提供形態別）



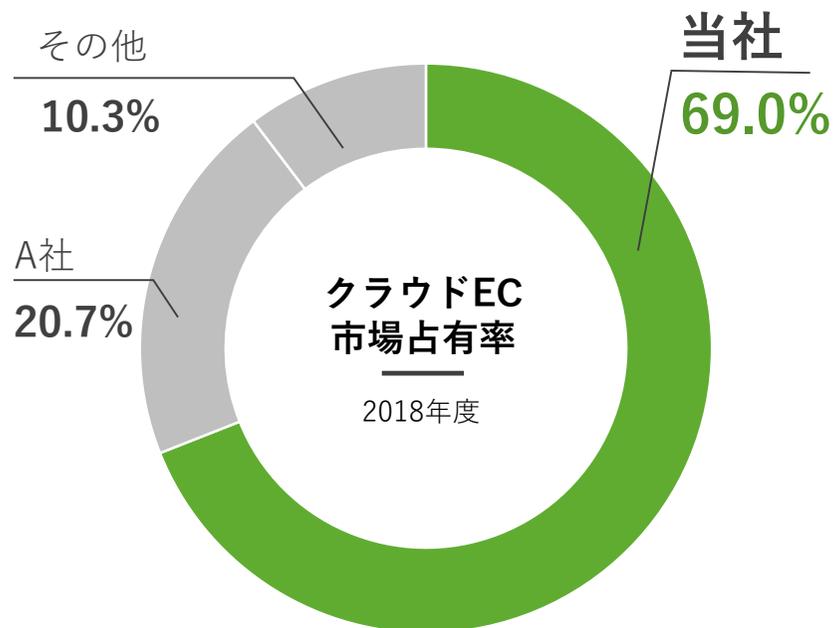
出所：ITR Market View「ECサイト構築/決済代行/CMS/SMS送信市場2018」※2017年度以降は予測値

■ 自社分析

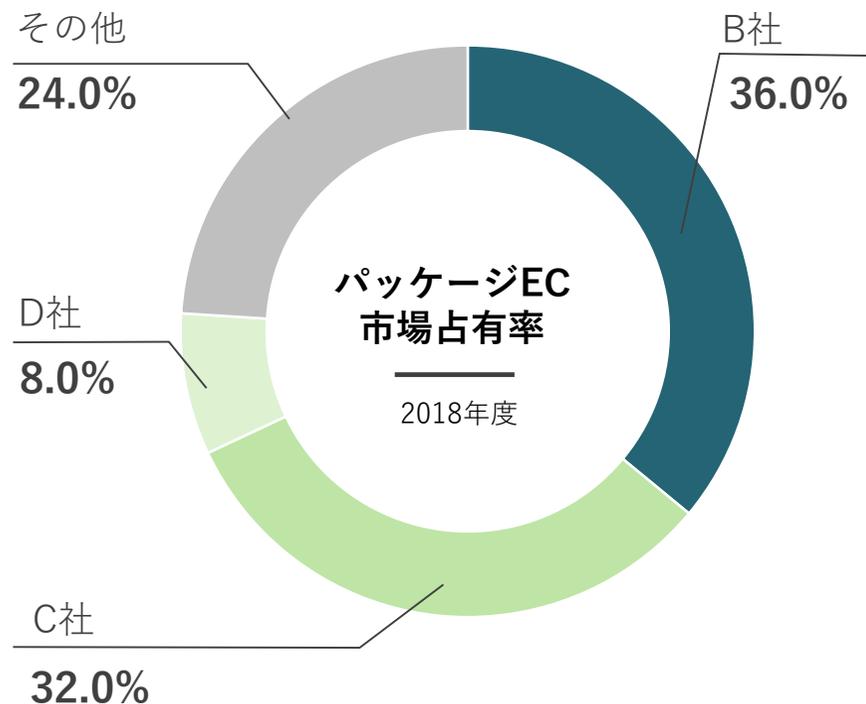
非カート型 クラウドEC市場におけるトップランナー

大規模EC向けのクラウドEC提供においてパイオニア的存在。
クラウドEC市場※¹でトップシェアを獲得し、豊富なサービス提供数を通して標準機能のアップグレードが進捗。

クラウドECの市場※¹シェア



パッケージECの市場シェア

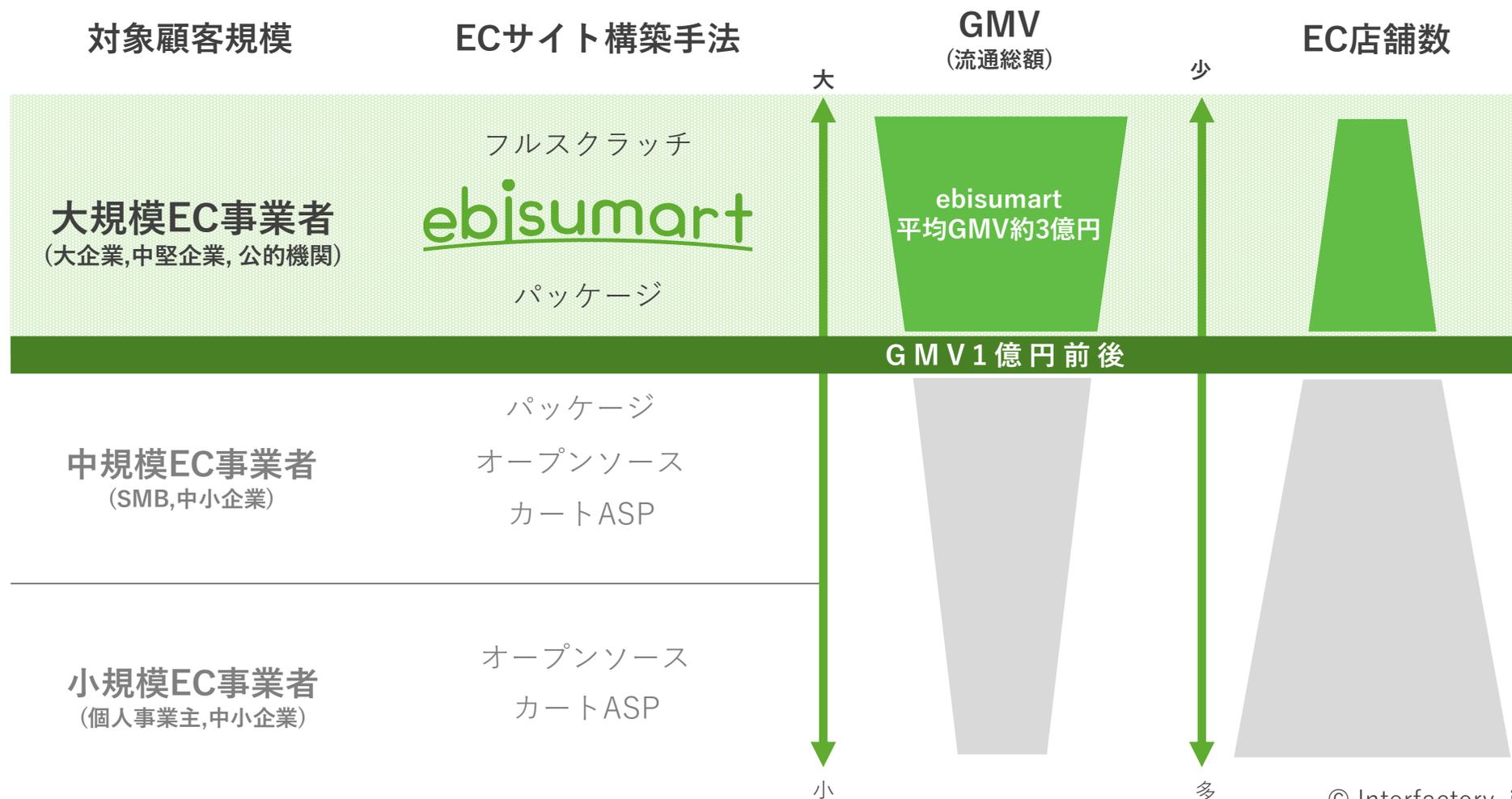


出所：富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2019年版～国内の主要パッケージおよびSaaSを徹底調査～」
<ECサイト構築ツール・SaaS（非カート型）・2018年度・数量>

出所：富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2019年版～国内の主要パッケージおよびSaaSを徹底調査～」
<ECサイト構築ツール・パッケージ・2018年度・数量>

サービスポジションから見る「ebisumart」の競争力

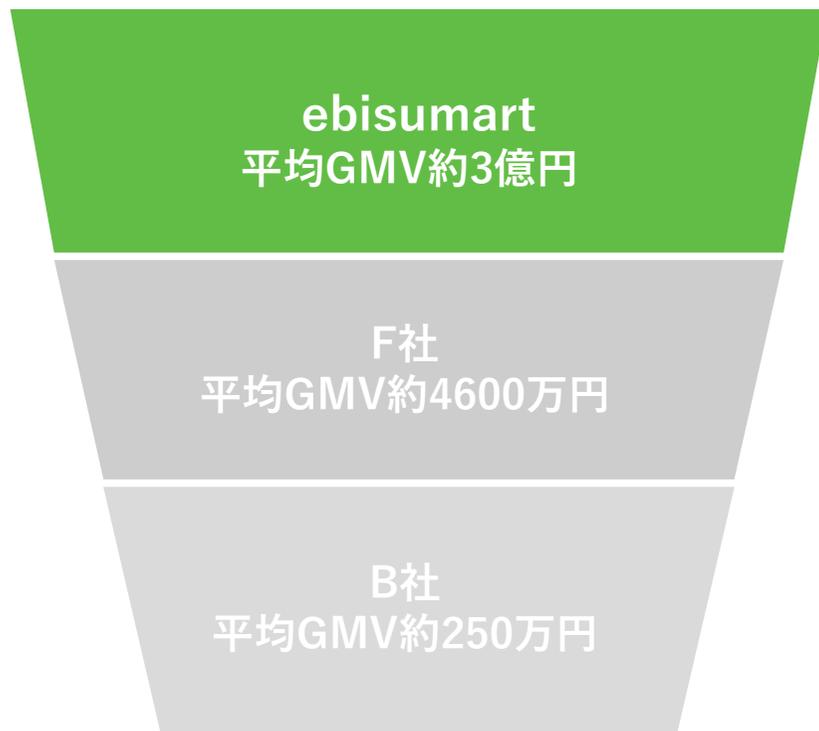
国内EC市場において「ebisumart」のターゲット層は、エンタープライズ企業。具体的には、GMVが年間1億円前後～数十億円のEC事業者がターゲット。GMVが大きくなるにつれて対象店舗数は少なくなりますが、コロナ禍においてGMVは増加傾向。



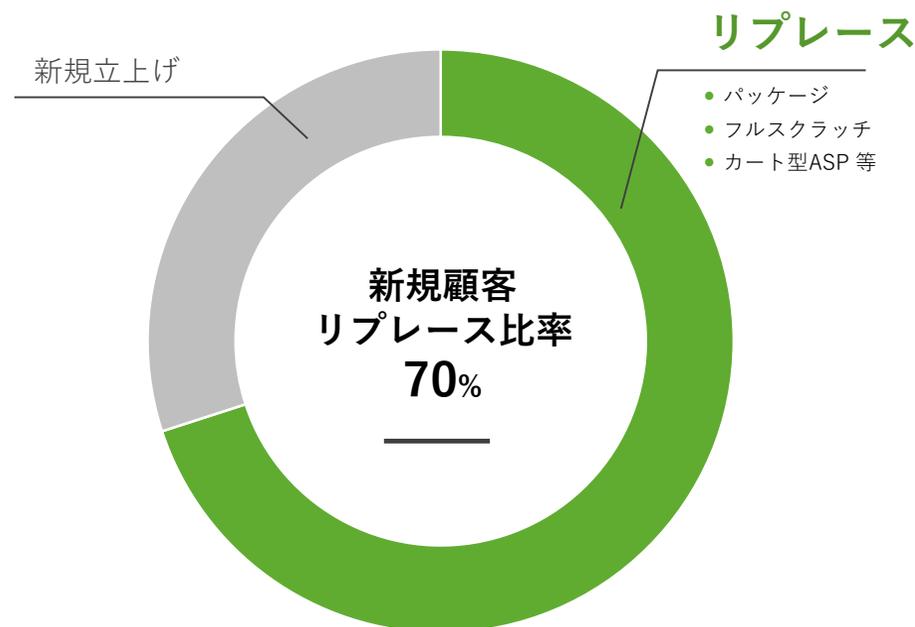
大規模EC事業者から選好される 「ebisumart」

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、新規顧客のリプレイス割合が高く、更なるEC売上の拡大を志向する事業者を選好される。

各事業者ごとの 1店舗当たりの年間GMV



新規顧客のリプレイス割合

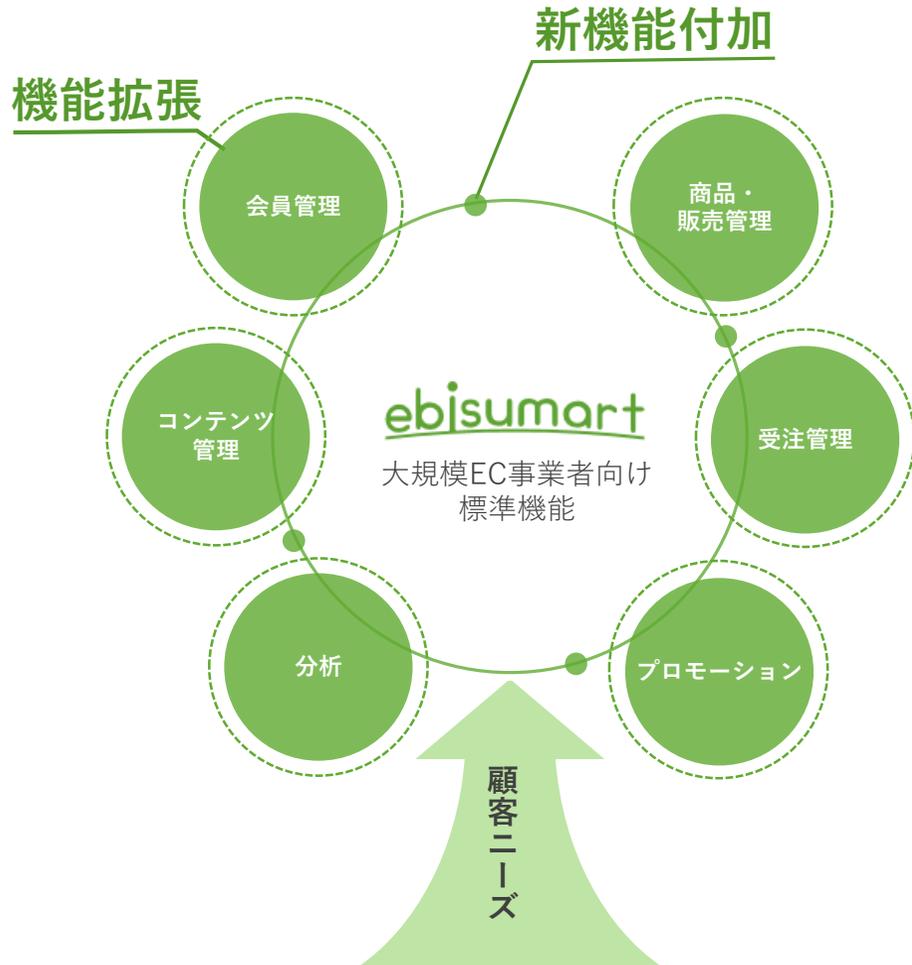


他社パッケージやフルスクラッチで構築された
EC事業者からのリプレイスが多い

成長戦略

ベース機能の拡充による 提供価格のアップサイドポテンシャル

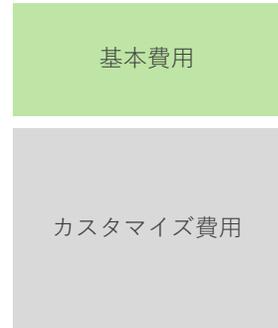
大規模EC事業者向けクラウドコマースプラットフォームとして標準機能を確認。
 今後は、顧客ニーズへの更なる対応を進め、標準機能拡充を提供価格へ反映することで収益力を向上させていく。



価格反映



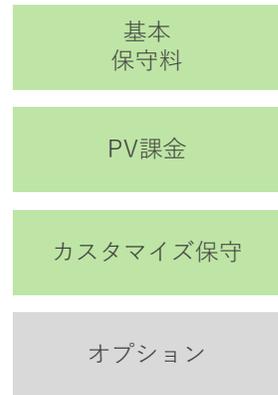
初期費用



価格反映



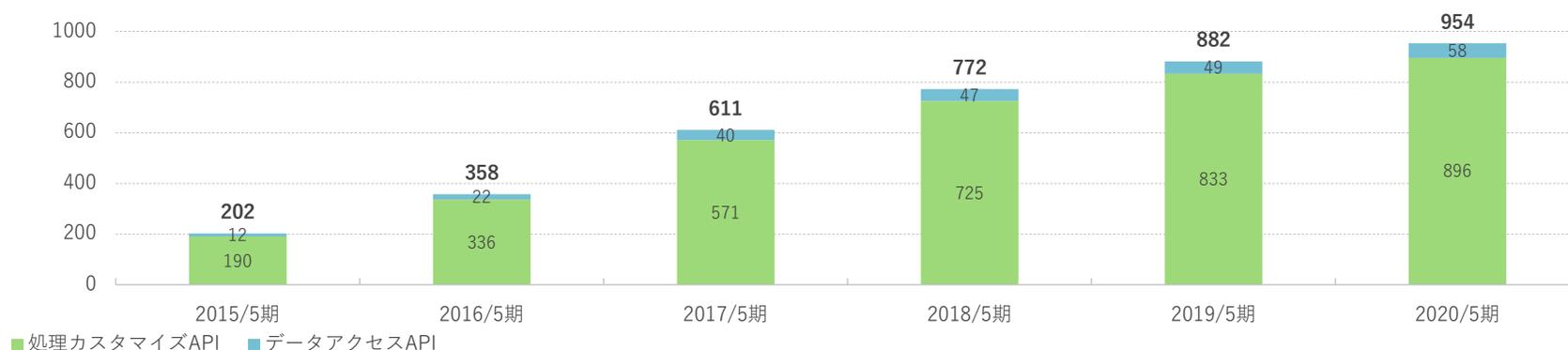
固定費用



※ 基本保守料については2018/5期に初めて値上げを実施

国内様々なEC関連システムとオープンに連携ができるように、APIの公開を推進しており、外部ベンダーにて利用可能なプラットフォームとして確立しつつある。また、ECにおいて重要なセキュリティ関連のシステムと連携。

API累計公開数の推移



店舗連携

- ATEMS Retail
- CAM MACS
- Seeds

セキュリティ

- アクル チャージバック保証サービス
- O-PLUX
- ルミーズ
- ASUKA

ログイン連携

- ソーシャルPlus
- 楽天ID Connect オプション

国内トップシェアのクラウドコマースプラットフォームとして、マーケティングや分析に必要なCRM・MAツール、接客ツール、アクセス解析ツールなど様々なシステムと連携。



CRM・MAツール

- カスタマーリングス
- Repro
- Insider
- うちのこづち
- KARTE

アプリ・スマホ対応・表示最適化

- モビファイスピード2
- Yappli
- ナビキャスト スマートフォン・コンバータ

接客ツール

- Spark
- CVゲッター
- Flipdesk
- Zendesk
- ecコンシェル
- BeMatch
- BOTCHAN PAYMENT
- Aideal
- Sprocket
- 売れるネット広告つくーる

アクセス解析・行動分析

- brick
- UserInsight
- SocialInsight
- WebAntenna

動画配信

- MOOGA
- J-Stream Equipmedia

国内トップシェアのクラウドコマースプラットフォームとして、販促や業務改善に繋がるレコメンド、サイト内検索、在庫管理システムなど様々なシステムと連携。



レコメンド

- bookend
- コンビーズレコ
- アイジェント・レコメンダー
- レコガゾウ
- NaviPlusレコメンド
- EC RECOMMENDER
- さぶみっと！レコメンド

カスタムオーダー

- MyCOS

サイト内検索・サジェスト

- EXPLOSION SEARCH
- NaviPlusサーチ
- probo EC
- ポップリンク
- ポップファインド
- sui-sei

在庫管理・商品管理

- CARTS
- zaiko Robot
- ネクストエンジン

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
- ReDM

フォーム入力・最適化

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

国内トップシェアのクラウドコマースプラットフォームとして、クレジットカード決済、コンビニ決済、ネットバンキング、キャリア決済、各種ポイント決済、後払い決済など多種多様な決済方法と連携。

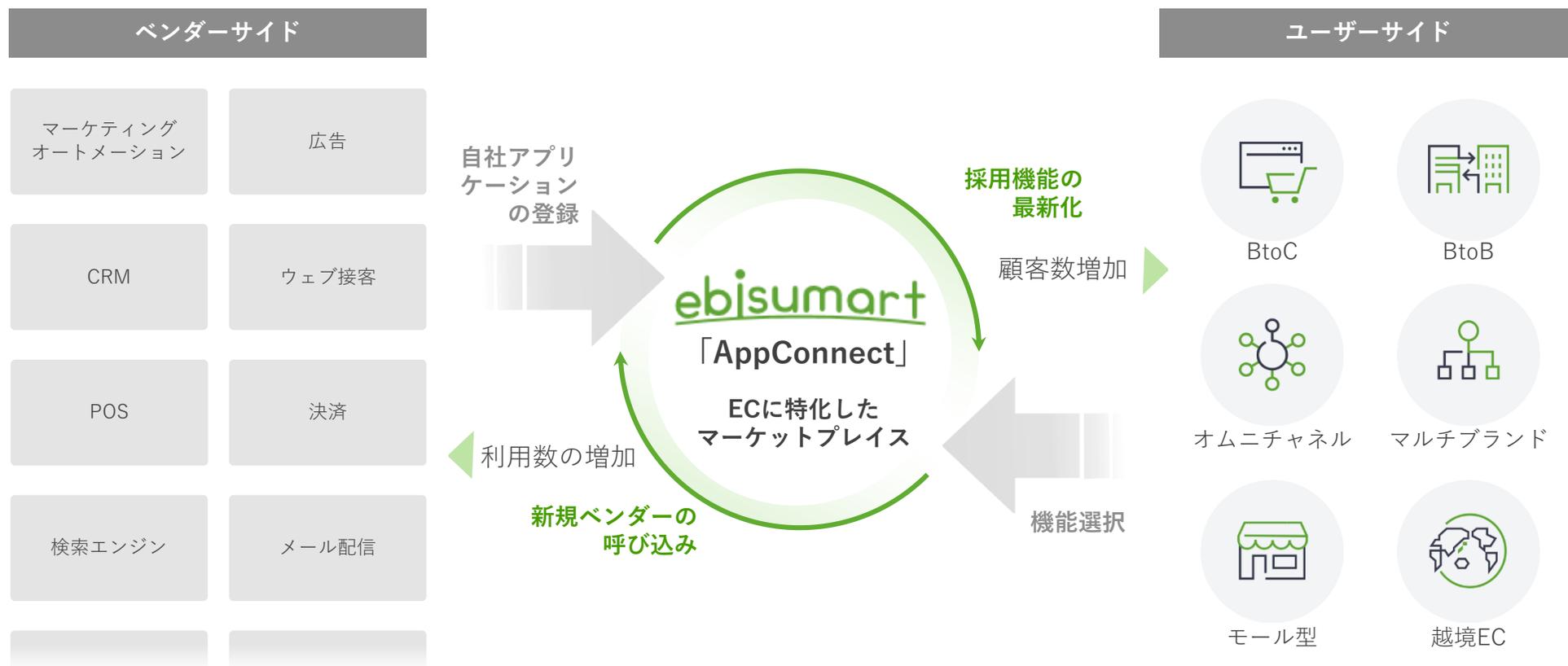


決済会社一覧

- amazon pay
- econext
- paidy
- SMBC GMO PAYMENT
- SMBCファイナンスサービス
- 後払い.com
- GMO EPSILON
- GMO PAYMENT GATEWAY
- JACCS
- ZEUS Credit Payment Service
- Sony Payment Services
- Softbank Payment Service
- DSK 株式会社電算システム
- NP 後払い
- PAYGENT
- PayPal
- veritrans
- ヤマトフィナンシャル
- ヤマトクレジットファイナンス
- UNIVA PAYCAST
- Paid
- RECRUITかんたん支払い
- LINE Pay
- メルペイ
- PayPay
- 楽天ペイ
- atone

アプリ連携サービス AppConnectによるオープンプラットフォーム化

豊富な機能連携先を活かし、ECに特化したアプリケーションのマーケットプレイスを提供開始。「ebisumart」をオープンプラットフォームとして確立させ、事業効率性および競争力の向上を図る。



大規模EC事業者向けクラウドECのトップランナーとして評価され、モール系や中堅企業向け、大規模企業向けのEC関連ソリューション提供企業との連携が拡大し、更なる導入数の増加が見込まれる。

フルフィルメントサービス「Fulfillment by ZOZO」との連携

Fulfillment by ZOZO

Fulfillment by ZOZOとは

株式会社ZOZOが提供する自社ECとZOZOTOWN間で、在庫の集約・一元化の連携を実現したフルフィルメントサービス

OEMパートナーの拡大



トランスコスモス株式会社

アジアを中心に世界31か国・173拠点で顧客のビジネスプロセスをコスト最適化と売上拡大の両面から支援するサービスを展開

EC関連の提供サービス「eCommerce HUB」

「ストアフロント」「オーダーマネジメント」「ウェアハウスマネジメント」「コールトラッキング」の4つのシステムをシームレスに統合したECプラットフォーム



ストアフロントシステムとして「ebisumart」が採用され「eCHUB powered by ebisumart」として2019年6月より提供を開始

導入効果

1. ZOZOTOWNとの一元管理による販売ロス・在庫ロスの削減



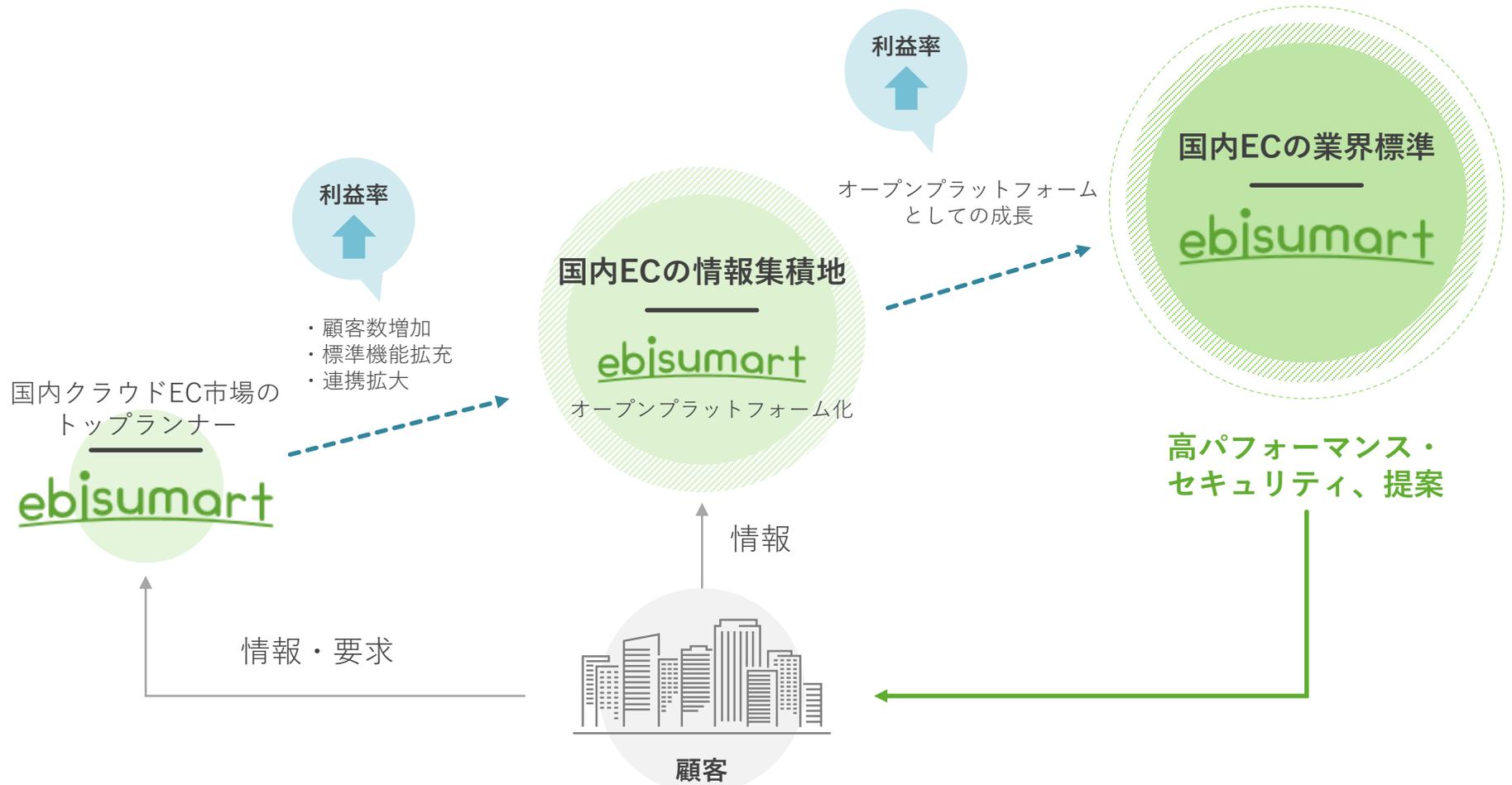
2. 自社ECとZOZOTOWNの運営アウトソースが可能
3. ZOZOTOWNの販売データの自社ECや実店舗運営への活用

導入効果

最新性、拡張性、安心性に優れたフロントシステムの搭載により、お客様企業により質の高いカスタマーエクスペリエンスを実現するECワンストップサービスの提供が可能に。

大規模EC事業者向け クラウドEC市場でのデファクトスタンダード化

国内クラウドEC市場のトップランナーとして成長を続け、オープンプラットフォーム化を進めることで、将来的には大規模EC事業者向けクラウドEC市場における「ebisumart」のデファクトスタンダード化を目指す。



国内企業のレベニューシェアモデルの採用については、ハードルが依然として高いものの、自社サービスの競争力を活かしつつ、顧客売上の拡大に直結するサービスを提供していくことで開拓を進める。

レベニューシェアモデルの現状と方針

海外 ←————→ 国内
一般的なモデル 普及していない

レベニューシェアに対する 当社の取り組み

- 顧客売上拡大を支援するサービス提供により推進
 - ・クラウドの特性を活かした顧客要望の標準機能への反映
 - ・豊富な機能連携・パートナーを活かした外部ソリューションの紹介
 - ・「ebisumart」利用企業向けの勉強会の開催
 - ・無償のコンサルティングの実施
 - ・運営ノウハウ・運営代行サービスの提供

カスタマーサクセスチームの業務範囲

顧客のEC売上拡大を支援するサービス領域に展開

ECバリューチェーン
(小売業)

商品企画・開発

物流（仕入）

サイト運営

開発
運用

従来業務範囲

- ディレクション業務
- サイト運用

業務開始

マーケティング
(集客)

業務開始

- 広告運用

物流（販売）

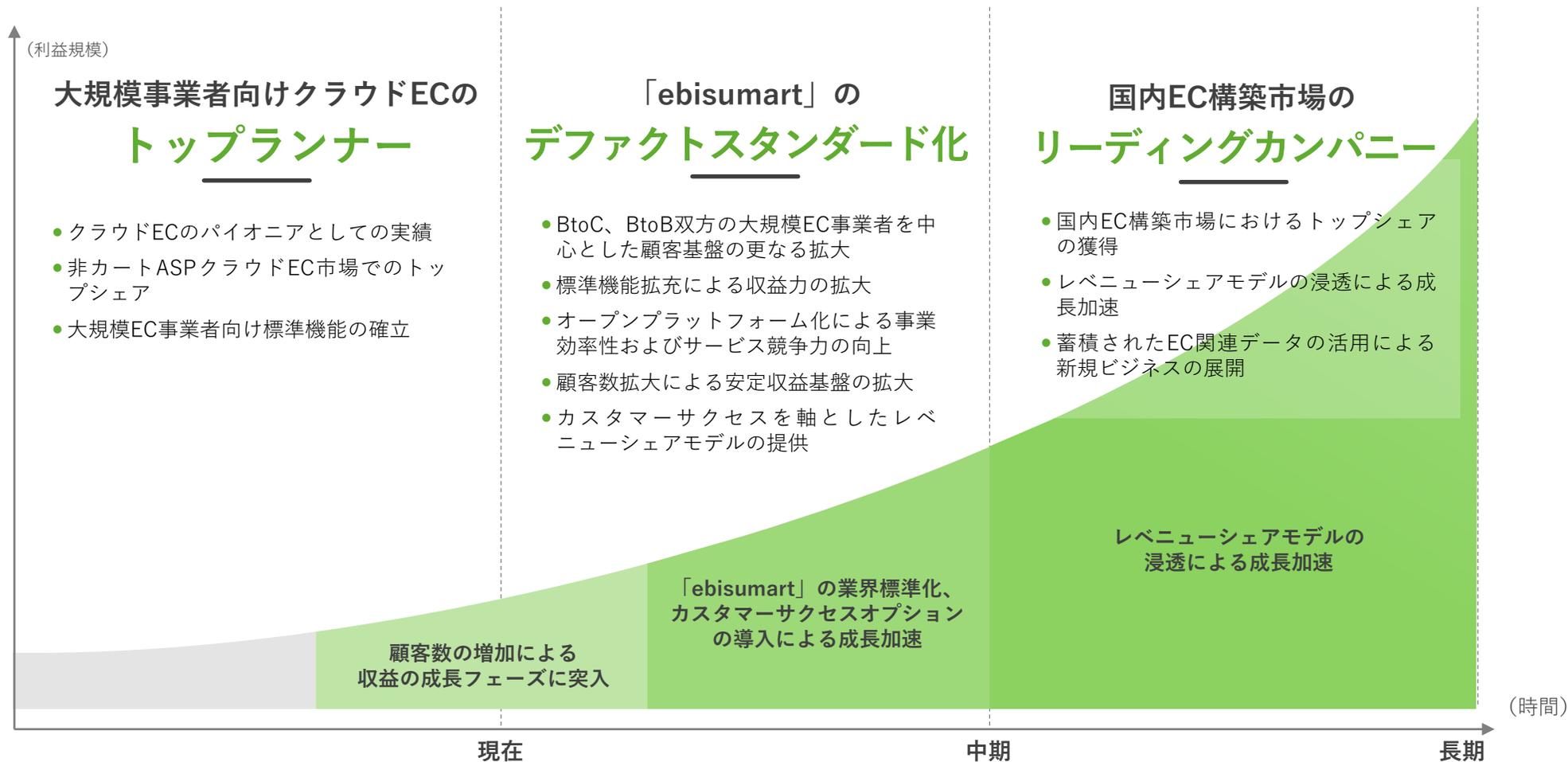
アフター
フォロー

顧客
運用

業務開始

- レポート業務/分析業務

大規模EC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活かし、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**