

Inter Factory

株式会社インターファクトリー

成長可能性に関する説明資料

2020年 8月

本資料は株式会社インターファクトリーの会社説明の為に使用することを目的としており、配布が予定されているものではございません。投資判断にあたりましては、必ず目論見書をご覧くださいようお願い申し上げます。

本資料は、株式会社インターファクトリーの業界動向及び事業内容について、株式会社インターファクトリーによる現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。

既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。

株式会社インターファクトリーの実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

本資料における将来展望に関する表明は、2020年7月20日現在において利用可能な情報に基づいて株式会社インターファクトリーによりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではございません。

| 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型EC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。

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 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	116百万円（2020/5期末※1）
事業内容	クラウド型EC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	クラウド型ECプラットフォーム構築事業
売上高/経常利益	1,830百万円 / 162百万円（2020/5期※1）
総資産	854百万円（2020/5期末※1）
従業員数	117名（2020/6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」

スローガン

「いつも最新、いつも最適」



代表取締役社長

蕪木 登

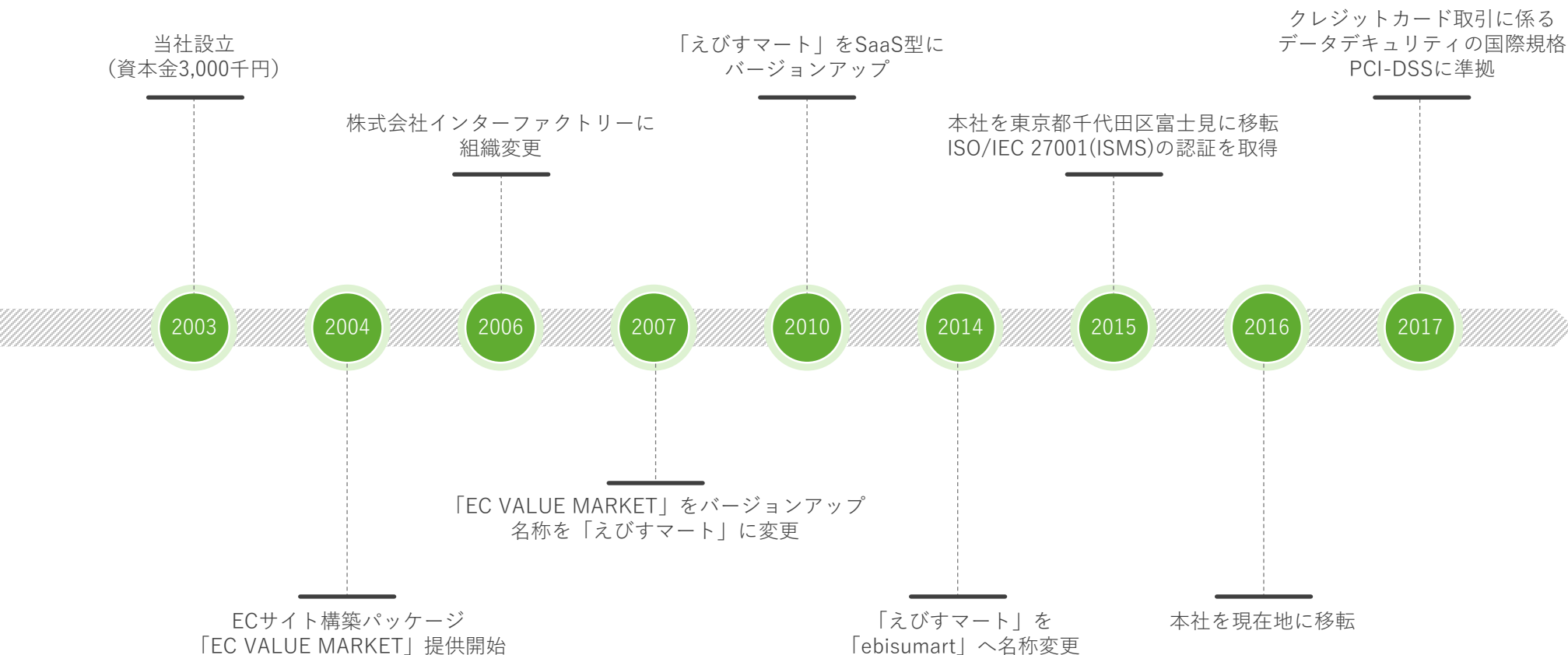
Kaburaki Noboru

（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）

注釈(1) : 2020/5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。

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。



大規模EC事業者を対象としたクラウドEC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つの特性を持ち、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。

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

カスタマイズが可能な「クラウド型のEC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



越境EC

3つの特性

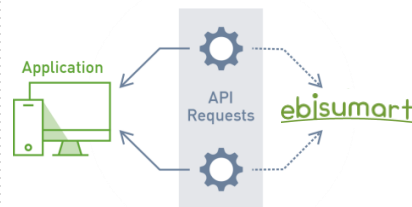
最新性

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

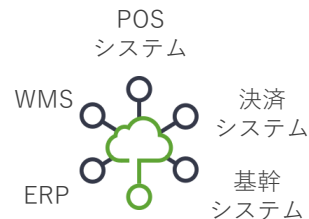


拡張性

API公開によるオープン化
累計公開API数912個



幅広いシステム連携



安心性



年間稼働率99.95%



セキュリティー基準の
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ー

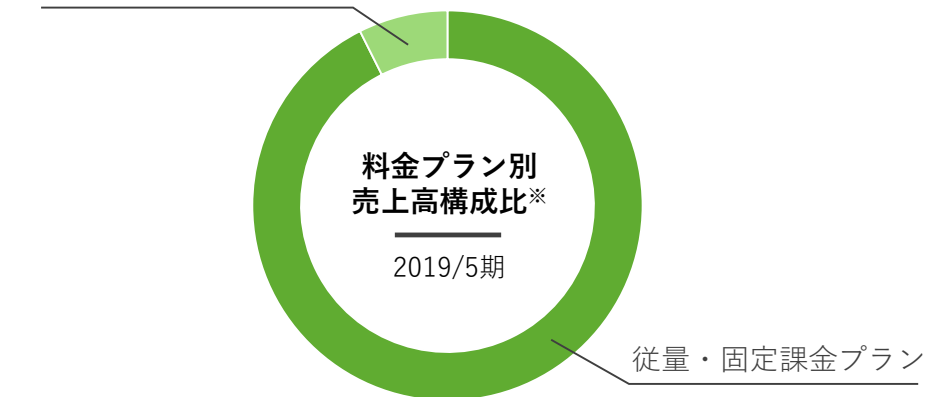
売上高は、導入の初期費用となるシステム受託開発と月額費用のシステム運用保守に区分。月額費用では、「従量課金」「固定課金」「レベニューシェア」の3つの料金プランを設定。また、販売モデルは、顧客ニーズを把握可能なダイレクトセールスを中心にサービスを提供。

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	保守料+カスタマイズ保守 +オプション+PV課金 (変動)
300万円～	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)
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

レベニューシェアプラン



注釈：システム運用保守売上高構成比

OEM 代理店・取次



大規模EC事業者を中心に導入累計実績600社以上を誇る。サービス提供先は、「BtoC」「BtoB」問わず、多岐に渡る業種への導入実績がある。

アパレル

- ヒットユニオン株式会社
- 株式会社デイトナ・インターナショナル
- 株式会社ジョンブル
- 株式会社イケガミ
- デザントジャパン株式会社
- 有限会社ウィーブトシ
- 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
- 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
- 株式会社ベガコーポレーション
- 株式会社伊東屋
- 株式会社caramo
- 株式会社エアウィーヴ
- アンカー・ジャパン株式会社
- 株式会社アイデアインターナショナル
- 株式会社三省堂
- 株式会社小学館集英社プロダクション
- エレクター株式会社

美容・健康・医療

- 株式会社ニデック
- 株式会社カズマ
- 株式会社ニッピコラーゲン化粧品
- 株式会社パスクリン
- 株式会社ピー・エス・インターナショナル

食品・飲料

- 株式会社 福光屋
- 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
- 株式会社平田牧場
- 株式会社フィラディス
- 株式会社菊廼舎本店

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

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
- 株式会社ジャングル
- 西日本電信電話株式会社
- 株式会社NTTデータNJK

アウトドア・スポーツ

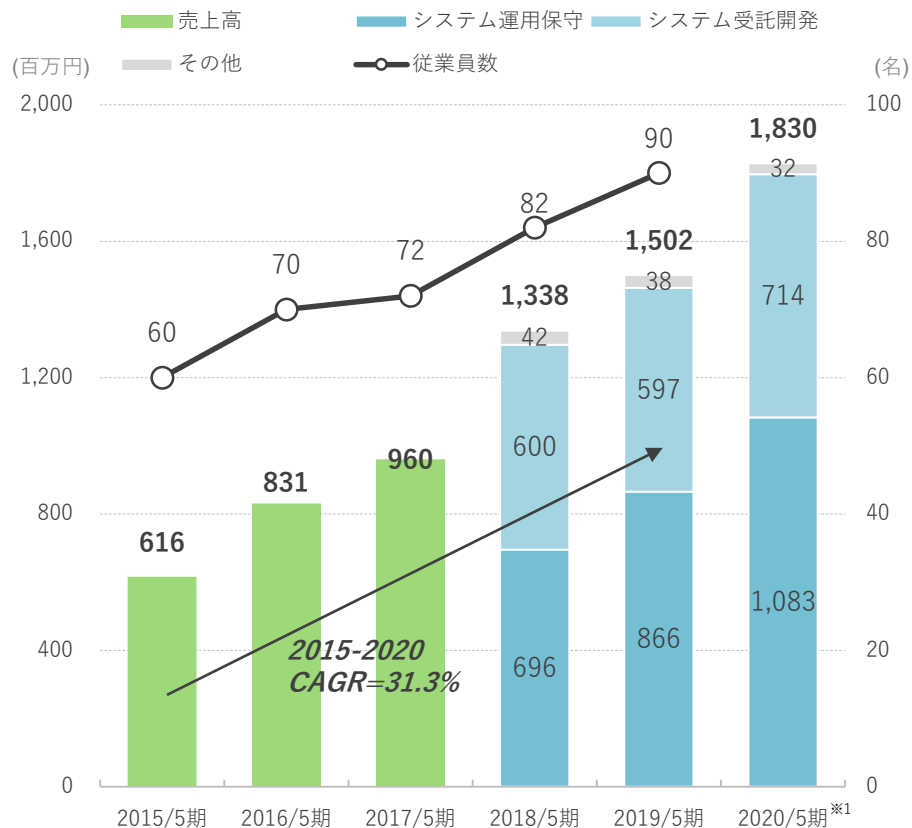
- 一般社団法人 日本自動車連盟 (JAF)
- 富士スピードウェイ株式会社
- 株式会社谷沢製作所
- 株式会社タマス
- 株式会社ミカサ

法人向け

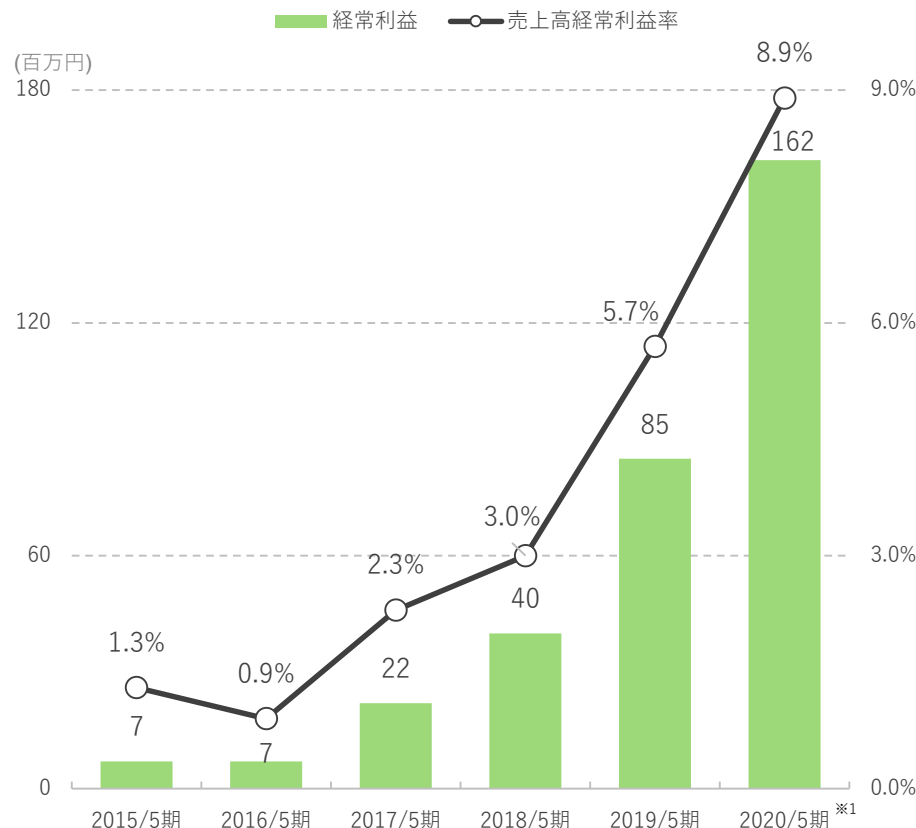
- 株式会社MTG
- 第一園芸株式会社
- 株式会社日東
- 株式会社カワダ
- 大洋製器工業株式会社
- 株式会社ヤマハミュージックジャパン

売上高は、顧客数の順調な増加に伴い、年平均31.3%の成長で2020/5期に18億円へ到達の見込み。
 経常利益は、従業員育成や社内制度の整備が進み、2017/5期より収益性の上昇フェーズに突入。

売上高・従業員数の推移



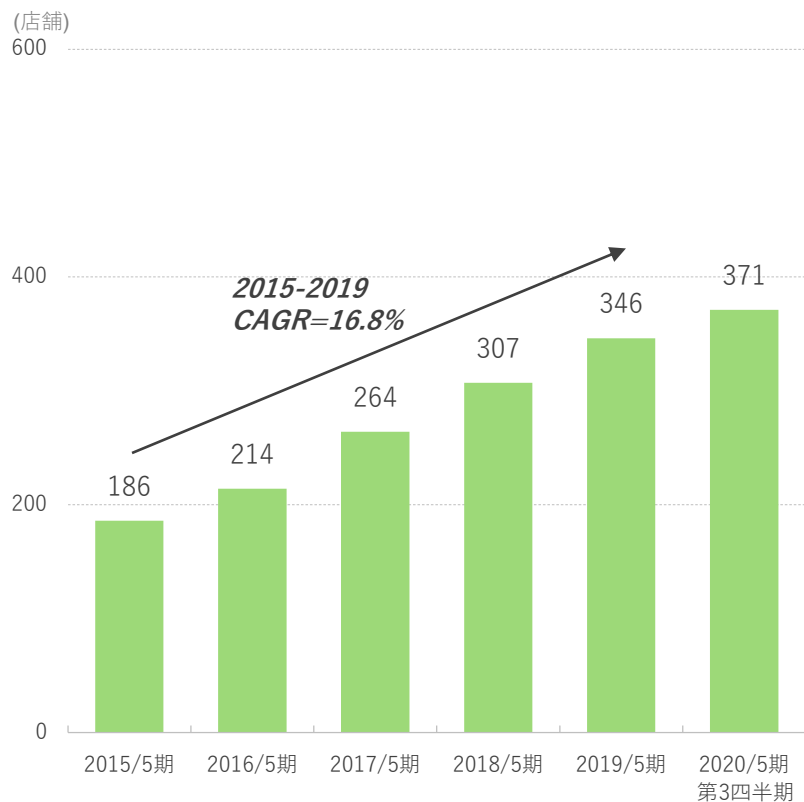
経常利益・売上高経常利益率の推移



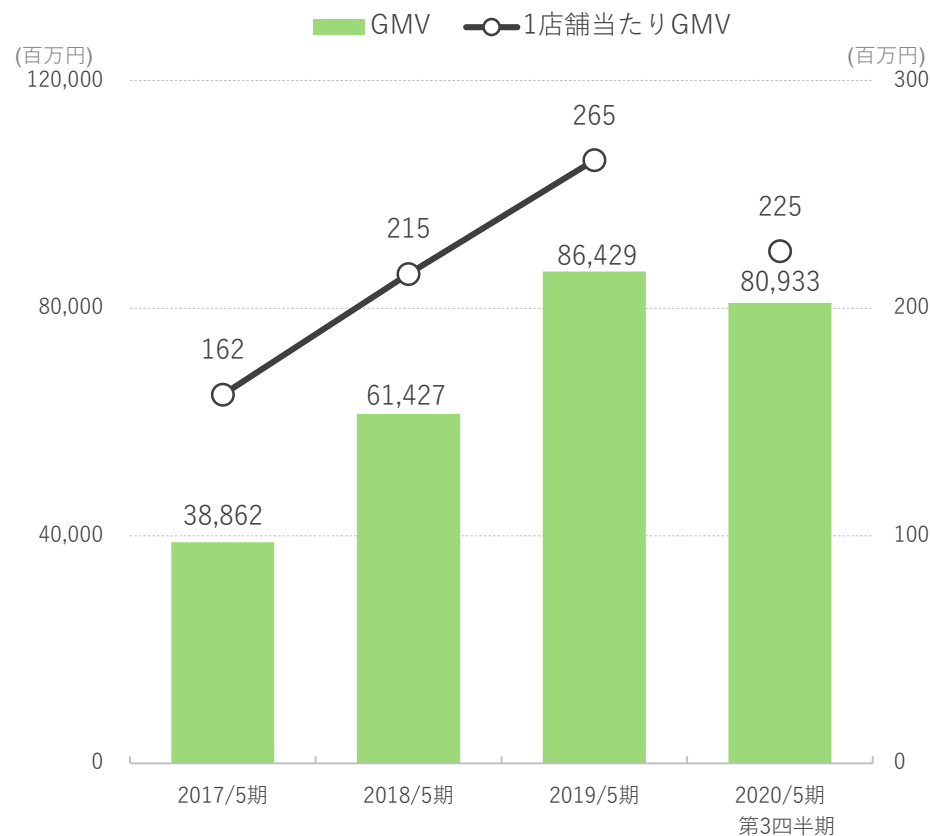
注釈(1) : 2020/5期は、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づく監査は未了であり、監査報告書は受領していません。

顧客数は、大規模EC事業者を中心に年平均16.8%で順調に増加。GMVは、顧客数の増加や既存顧客の成長にけん引され、2019/5期で864億円に到達。

顧客数（期末店舗数）の推移



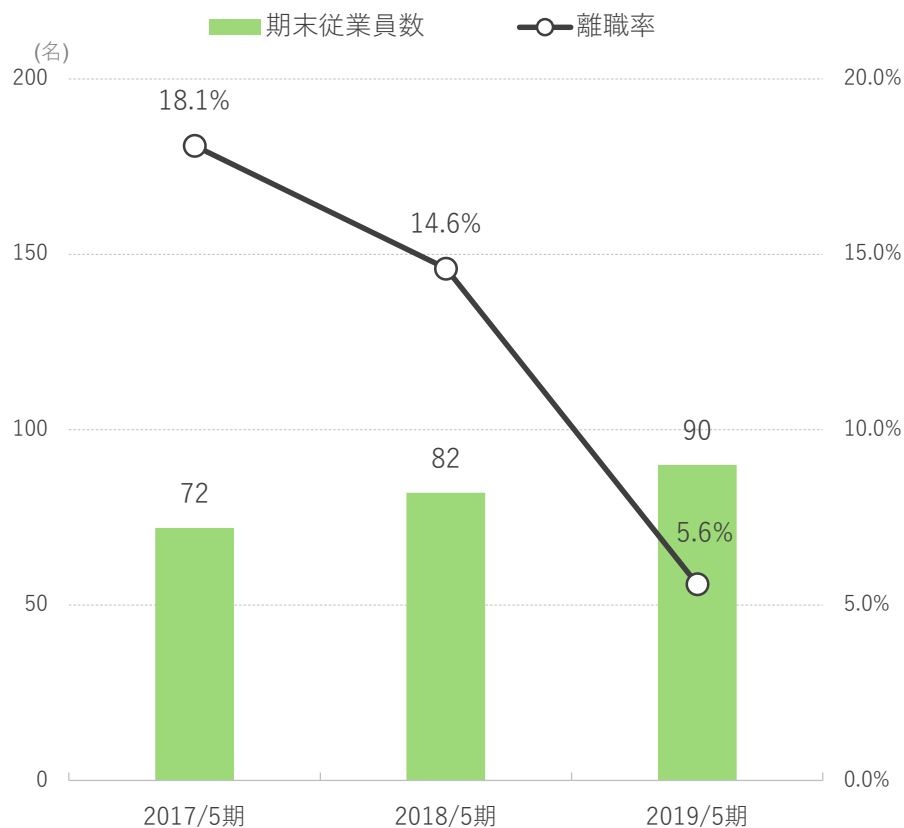
GMV※1および店舗あたりGMVの推移



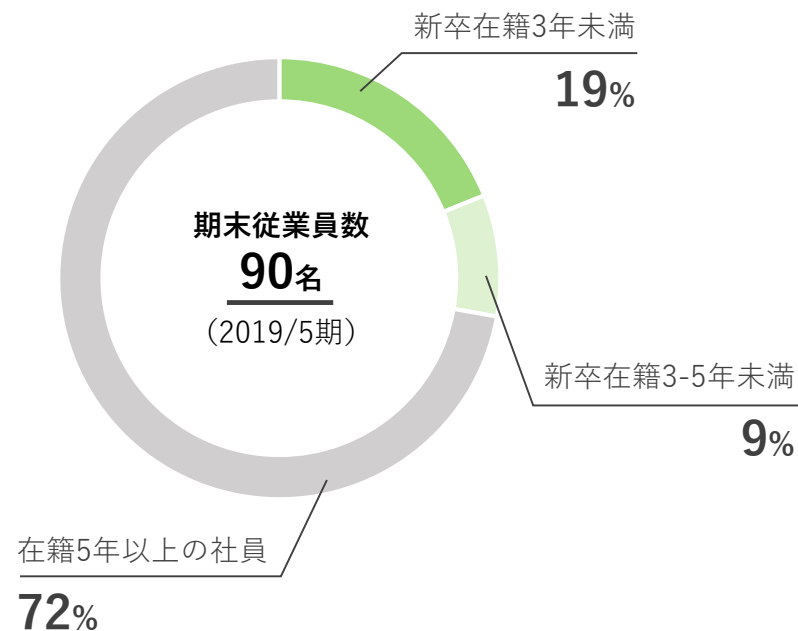
注釈(1) : GMVとは、Gross Merchandize Valueの略称

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



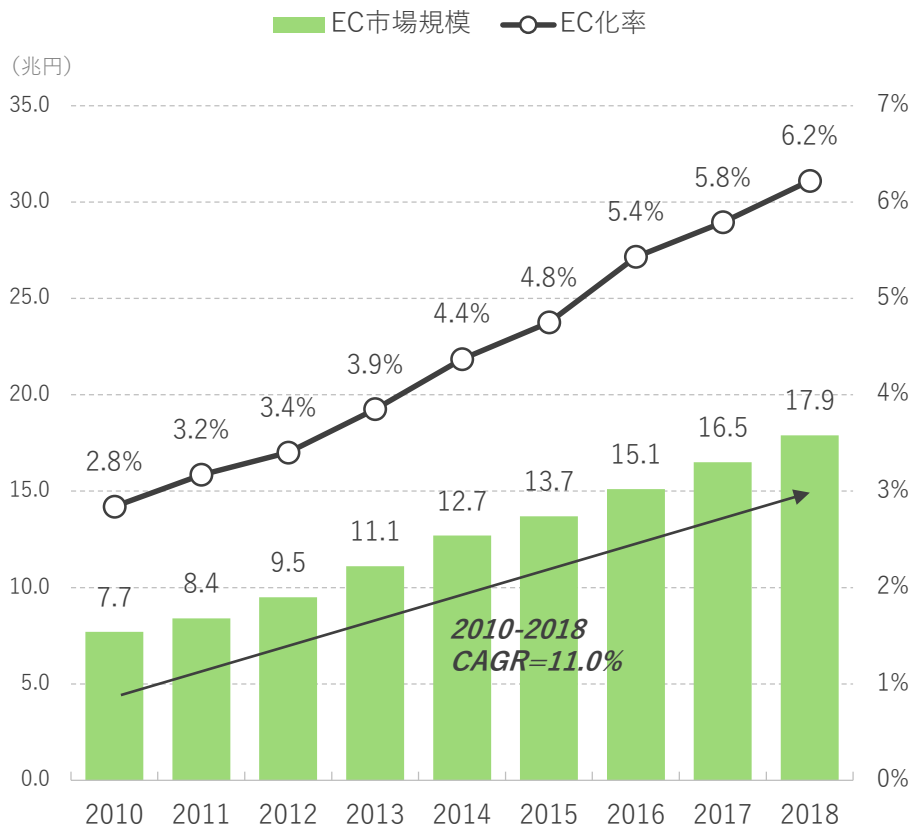
在籍年数別従業員数分布



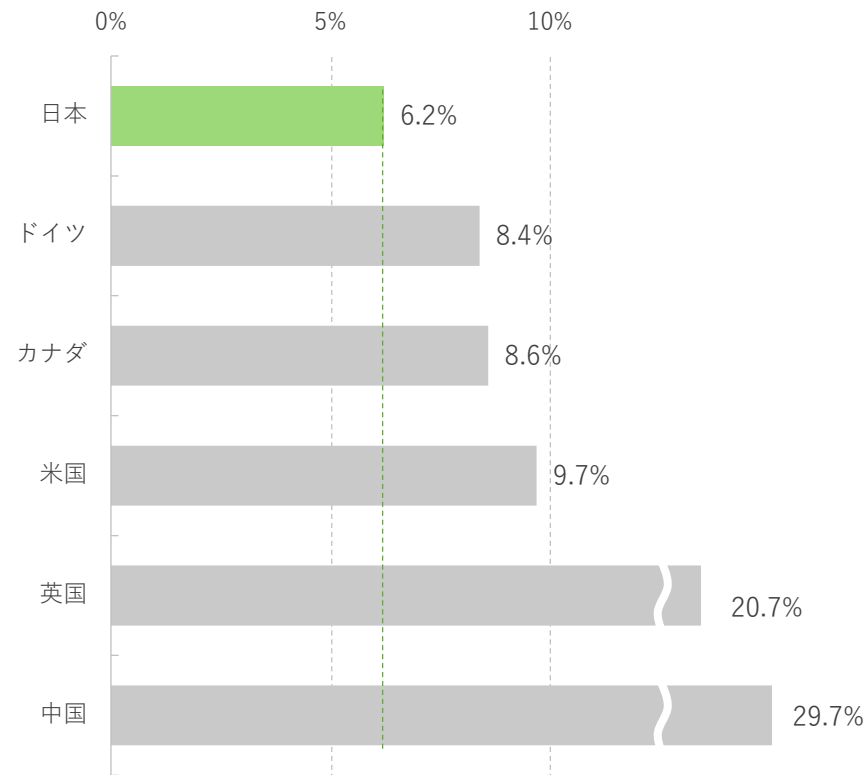
市場の状況

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



世界のEC化率 (BtoC) の比較



出所：経済産業省「平成30年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備 (電子商取引に関する市場調査) 調査結果要旨」

出所：e Marketer「(Global Ecommerce 2019) Report Collection」

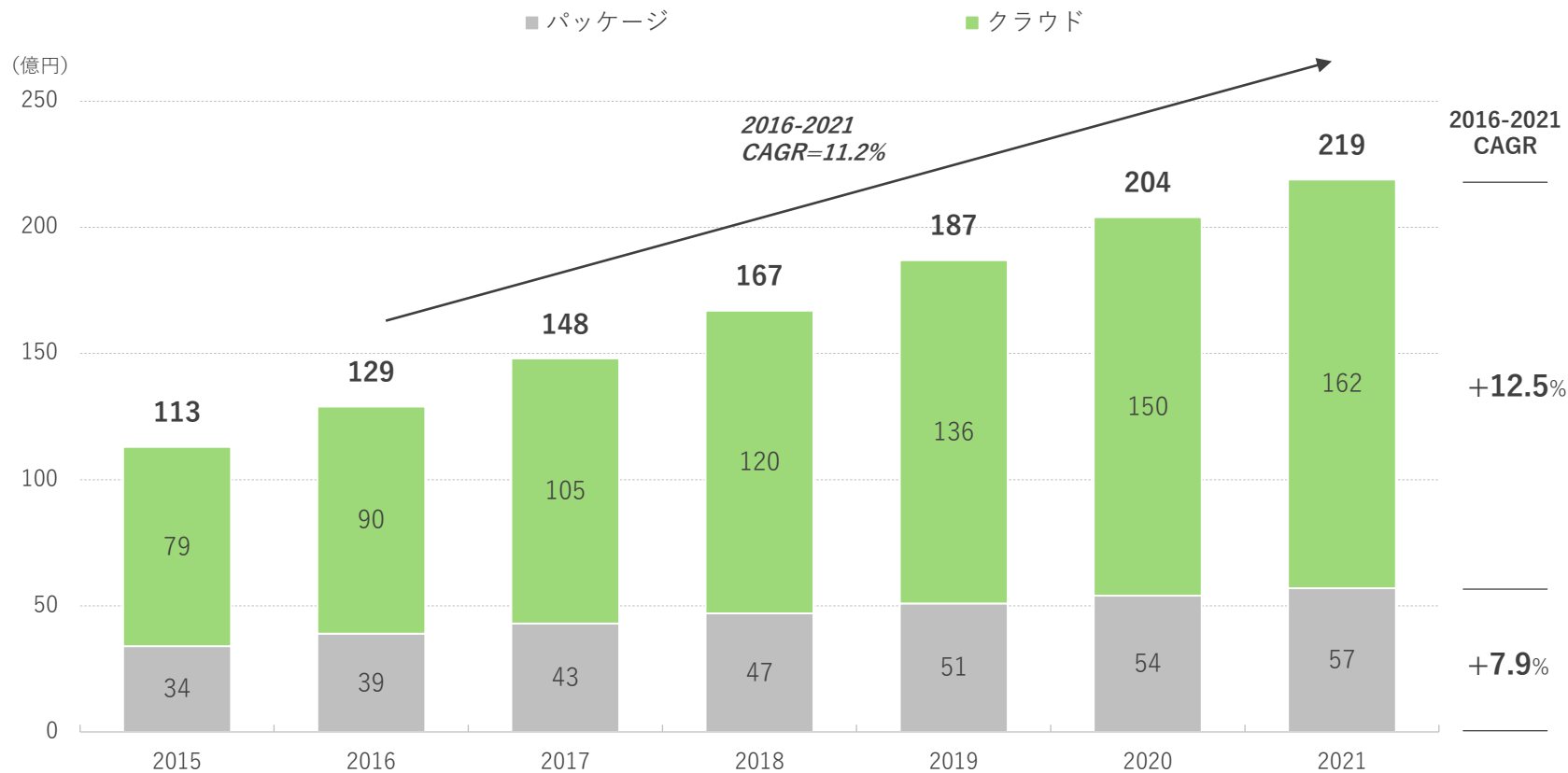
国内エンタープライズ向けEC市場は、日本特有の商習慣等を背景に海外EC構築ベンダーや大手SIerが参入しづらい特殊な市場を形成。同市場でのECサイト構築には、顧客の期待値を満たす高い技術力や知見、きめ細かい対応を必要とする。



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。

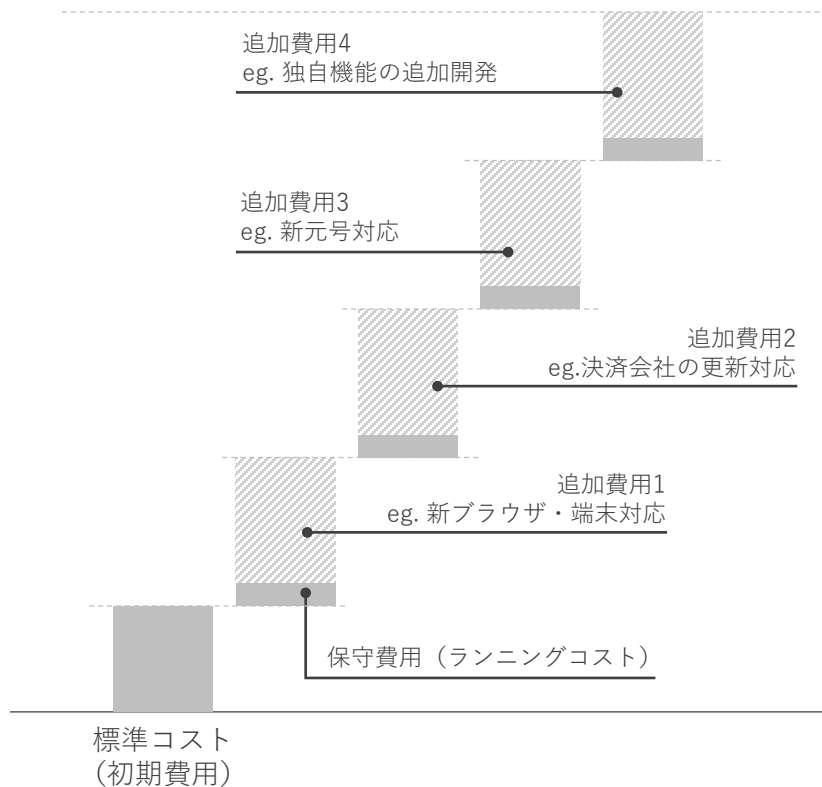
ECサイト構築市場規模の推移と予測（提供形態別）



大規模EC事業者のクラウドECの構築では、一般的なシステムに比べ、基幹システムの継続的な機能アップデート・標準化を実施することで、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】

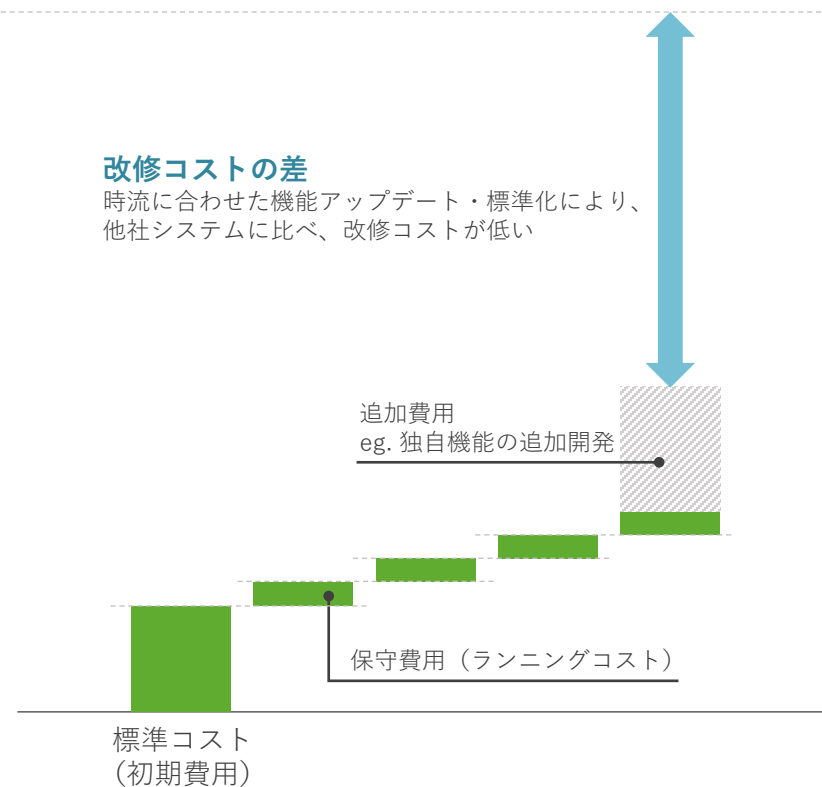


大規模EC事業者向けクラウドECのコスト推移

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

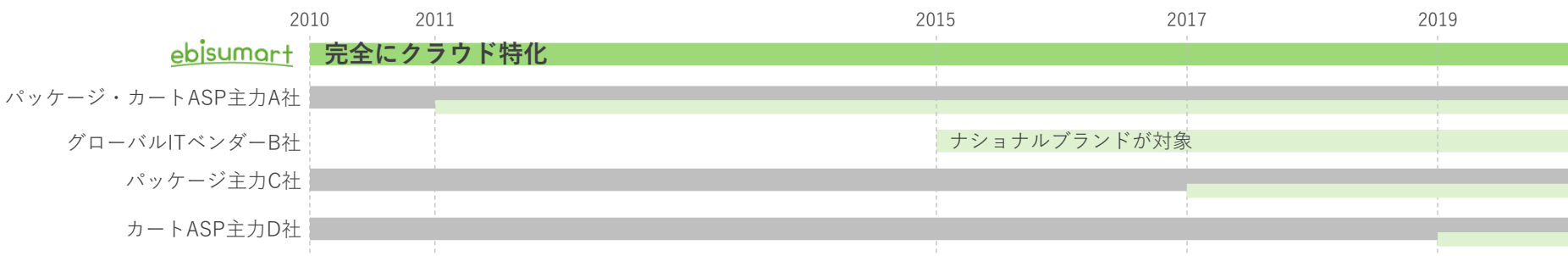


■ 自社分析

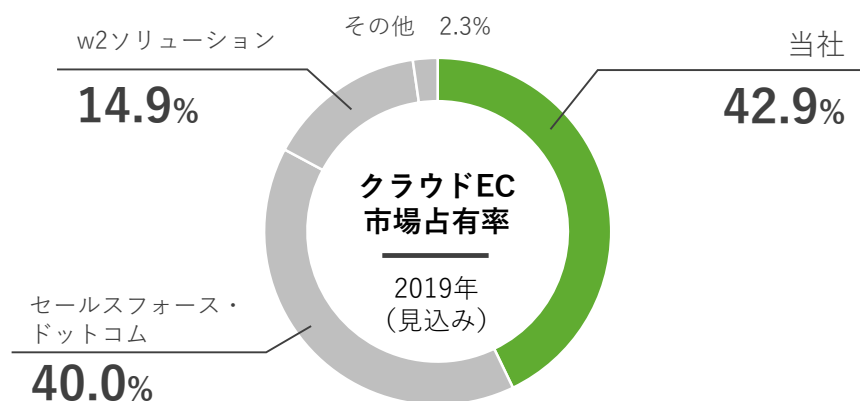
大規模EC事業者向けのクラウドEC提供においてパイオニア的存在。非カート型のクラウドEC市場でトップシェアを獲得し、豊富なサービス提供数を通して標準機能のアップグレードが進捗。

→ : クラウドEC
 → : パッケージ・カートASP

主要プレイヤーのクラウドECサービス開始年度の比較

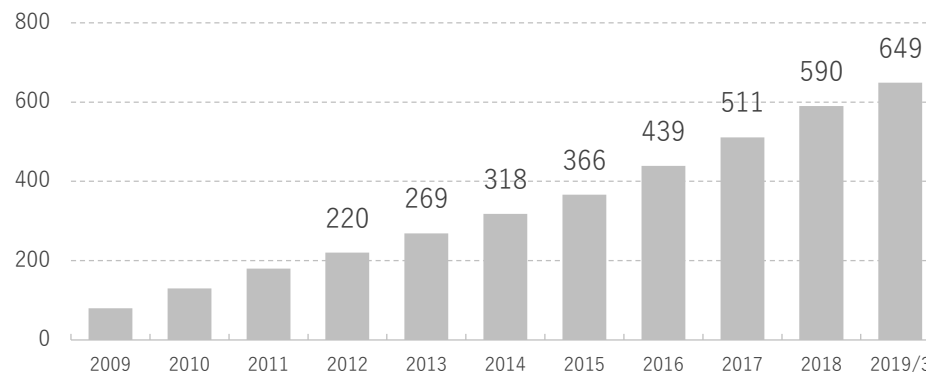


クラウドECの市場※1シェア



「ebisumart」の累計店舗数の推移

累計600店舗超の提供を通して
標準機能を継続アップグレード



注釈(1) : クラウドEC市場とは、SaaS市場におけるカート型の市場規模を除いたもの

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～」

クラウドEC業界のトップランナーとして大規模ECに適応した開発ノウハウを蓄積。一般的なクラウドECでは対応が難しいカスタマイズ案件でも当社は対応を可能とする。

オムニチャネル・O2O



- 実店舗接客用iPadとの連携
- 実店舗とECサイトのポイント連携
- 実店舗とECサイトの顧客データ連携
- 実店舗とECサイトの在庫連携、在庫表示
- ECサイトでの注文商品の店舗受取

モール / 多店舗 / 複合店舗



- マーケットプレイス型 (Amazon型)
- モール型 (楽天型) ECサイト構築
- モール決済 (楽天ID決済・LINEPay等)
- クローズド、オープンオークションサイト構築
- マルチドメイン型サイト構築
- CtoC向けプラットフォーム構築

越境EC



- 言語選択に連動した通貨設定
- 通貨毎の商品価格設定
- 多言語対応
- 外貨建て対応
- 「銀聯」「アリペイ」「PayPal」対応

BtoB



- 見積機能・価格交渉機能
- 得意先マスタの階層化
- 得意先別閲覧制限
- 承認制の注文機能
- 社内管理システム構築
- カタログコード一括注文機能

サービス提携型サイト



- デジタルコンテンツ販売サイト
- セミナー予約サイト
- eラーニングサイト
- 情報 (データ)、知財、権利販売サイト
- チケット販売サイト

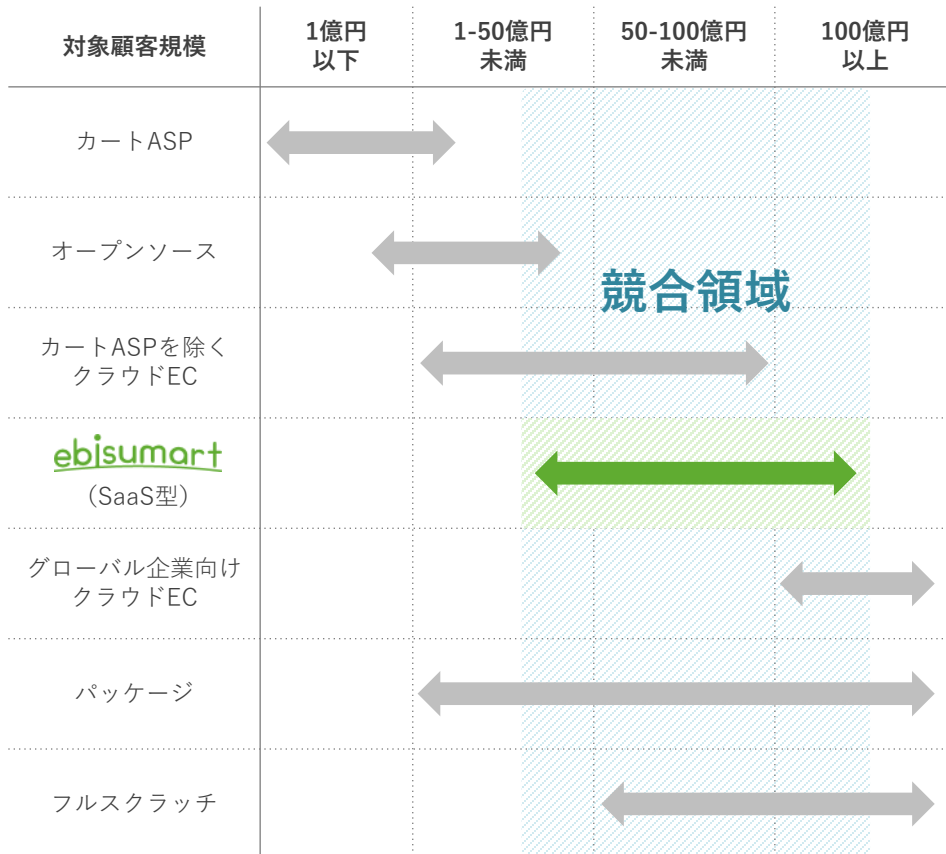
その他



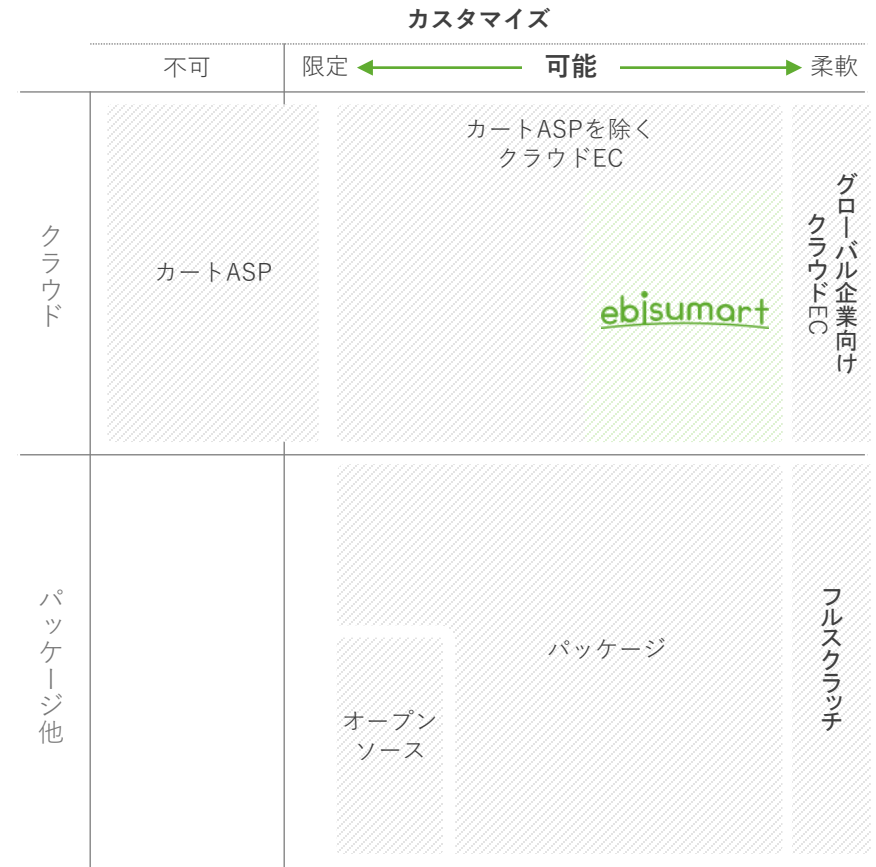
- 予約申込金機能 (商品代金前払い徴収)
- 会員ランク設定機能
- SMSを活用した実店舗での会員登録機能
- 電子カタログ連携
- コールセンター連携

当社サービスは、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

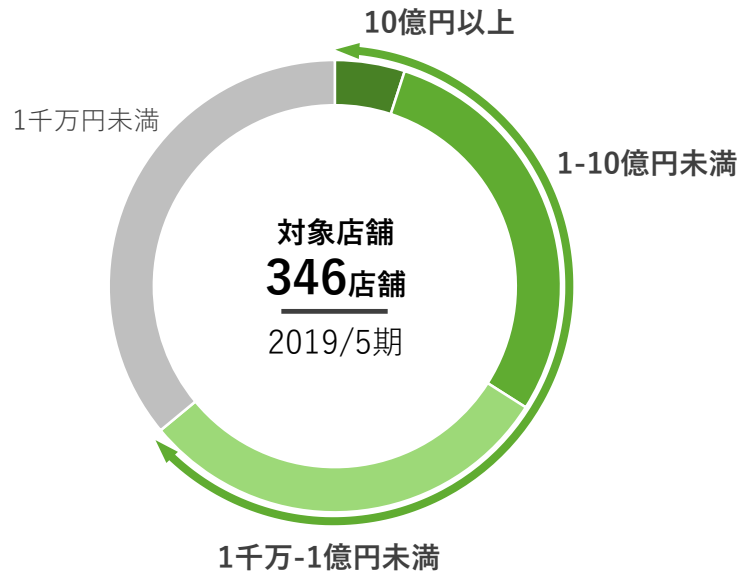


「ebisumart」のサービスポジション



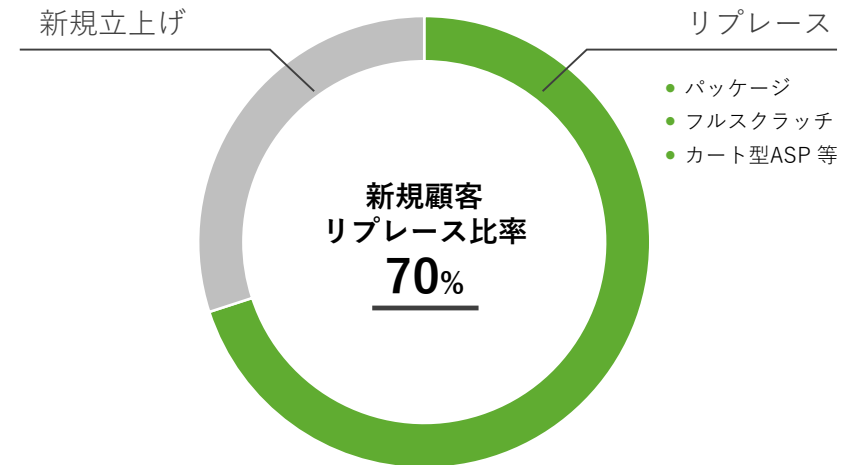
当社の顧客基盤は、既にEC運営基盤を有する事業者で過半数を占める。また、新規顧客のリプレイス割合が高く、更なるEC売上の拡大を志向する事業者に選好される。

「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

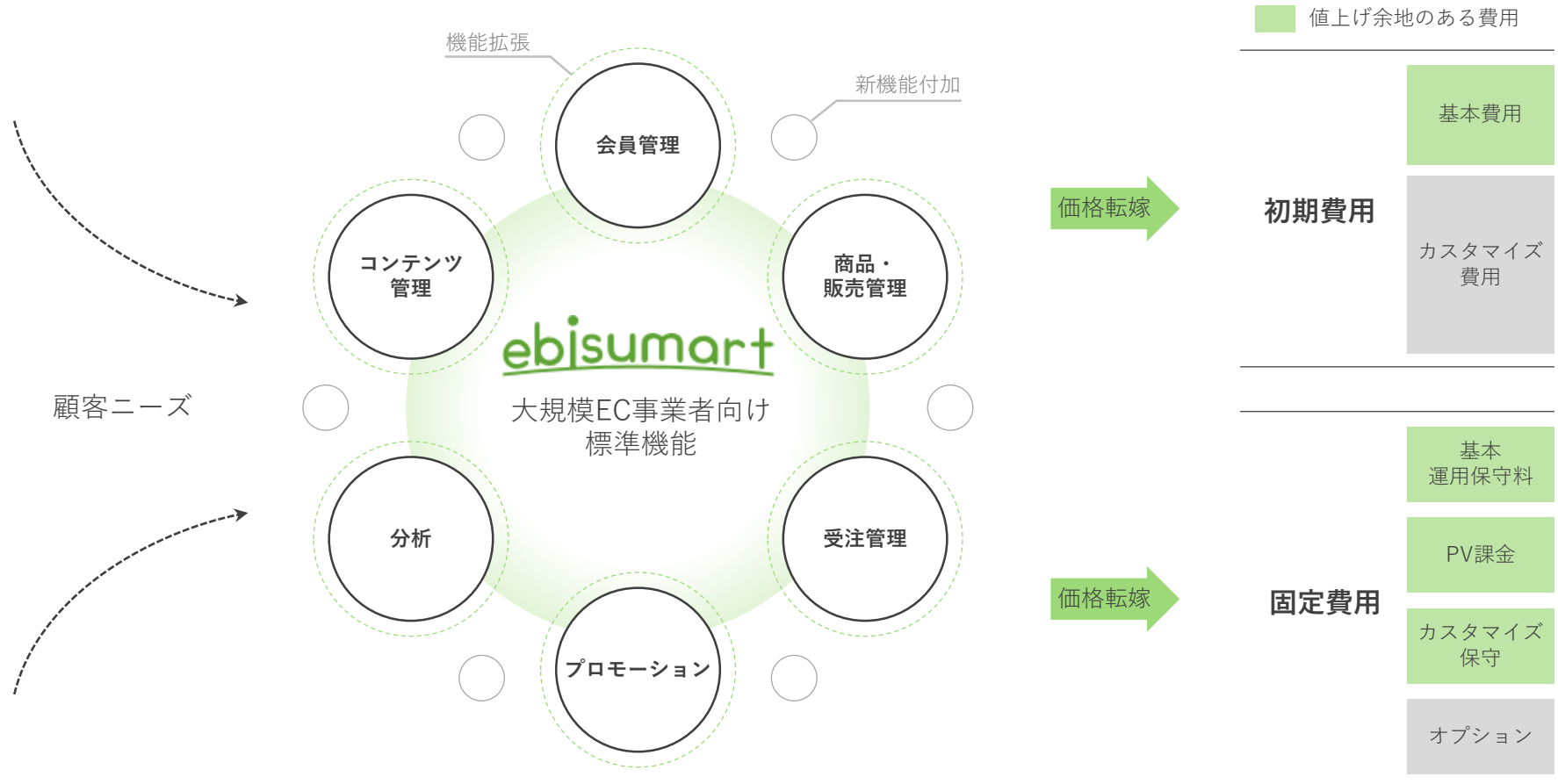
新規顧客のリプレイス割合



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

大規模EC事業者向けクラウドECプラットフォームとして標準機能を確立。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転嫁することで収益力を向上させていく。



※ 基本保守料については
2018/5期に初めて値上げを実施

国内トップシェアのクラウドECとして、幅広く国内のEC関連システムと連携。また、予めからAPI公開を進めてきたことで、外部ベンダーに利用可能なプラットフォームとして確立しつつある。

外部システム連携

MAツール、リターゲティング

- カスタマーリングス
- BeMatth
- NaviPlus リタゲメール

広告管理・運用

- ATOM
- WebAntenna
- Draft

レコメンド

- Bookend (ブックエンド)
- Flipdesk
- コンビーズレコ
- アイジェント・レコメンダー
- KARTE
- ecコンシェル
- EC RECOMMENDER
- レコガゾウ
- うちでのこづち

チラシ・クーポン配信

- GO!STORE
- ZenClerk

店舗連携

- クラウドPOS
- ATEMS Retail
- Cloud・SaaS型基幹業務システム
- Seeds (シーズ)

接客ツール

- MyCOS
- Spark (スパーク)
- CVゲッター
- NaviPlusレコメンド
- Zendesk
- メールディーラー
- 配配メール
- popIn Action

商品・サイト内検索

- EXPLOSION SEARCH
- NaviPlusサーチ
- Probo EC (プロボ イーシー)
- ポップリンク
- ポップファインド
- sui-sei

アクセス解析・行動分析

- brick
- UserInsight
- SocialInsight

ログイン連携

- ソーシャルPlus
- 楽天ID Connect オプション

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

在庫管理・商品管理

- Eシエルパモール
- CARTS (カーツ)
- zaiko Robot
- ネクストエンジン

アプリ・スマホ対応、表示最適化

- モビフェイスビード2
- Yappli
- ナビキャスト スマートフォン・コンバータ

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)

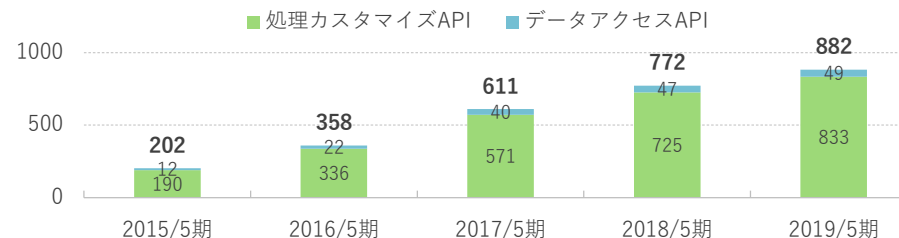
動画配信

- ULIZA (ウリザ)
- MOOGA (ムーガ)

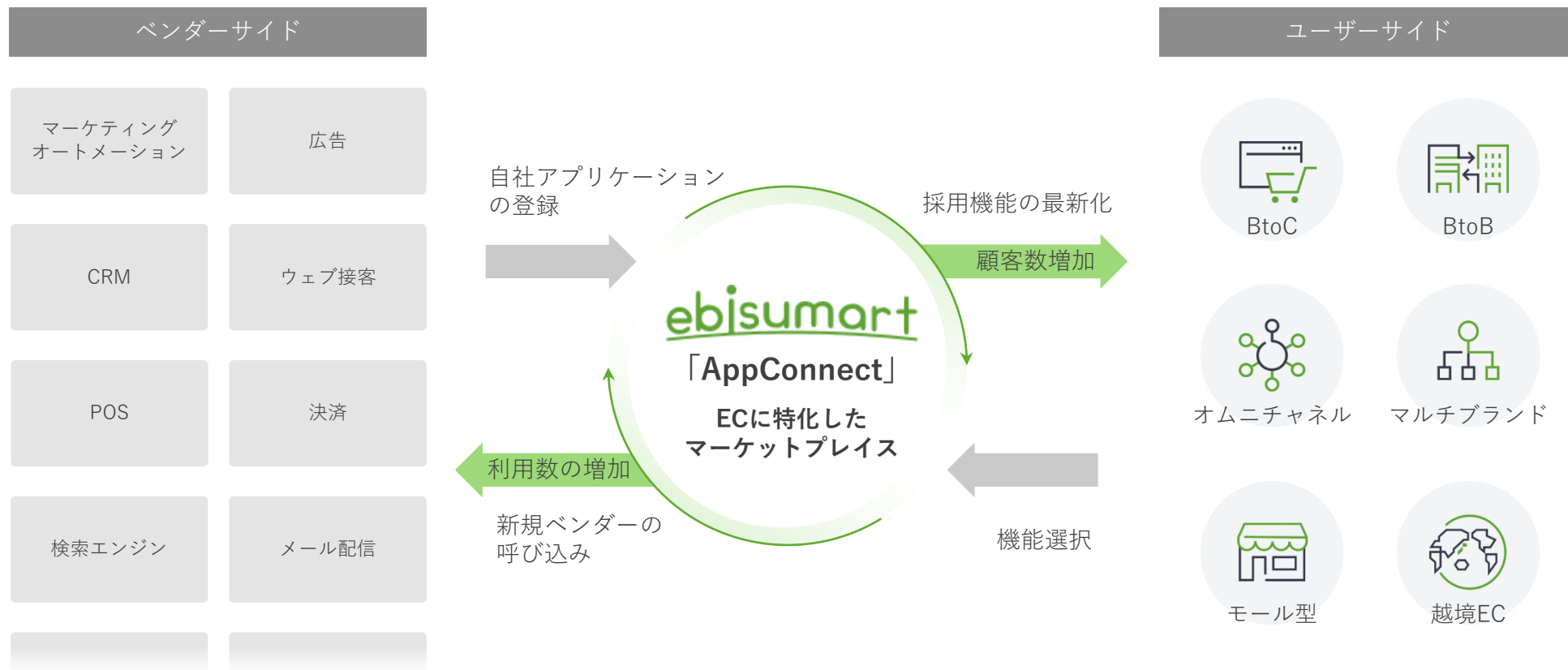
決済システム

- amazon pay
- econtext
- paidy
- SMBC GMO PAYMENT
- SMBCファイナンスサービス
- 後払い.com
- GMO EPSILON
- GMO PAYMENT GATEWAY
- GMO PAYMENT SERVICE
- JACCS
- ZEUS Credit Payment Service
- Sony Payment Services
- 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

API累計公開数の推移



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「aratana gateway」との連携

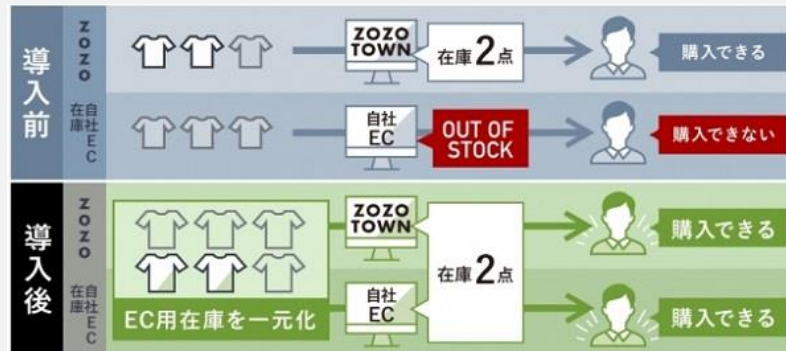


aratana gatewayとは

スタートトゥデイグループのEC支援事業を行う株式会社アラタナが提供するZOZOTOWNの在庫連携を実現した唯一のフルフィルメントサービス

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

OEMパートナーの拡大



株式会社 アイル

中堅・中小企業を主たる顧客対象とし、トータルシステムソリューションを展開する企業

EC関連の提供サービス Aladdin EC Aladdin EC B2B CLOUD CROSS MALL



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

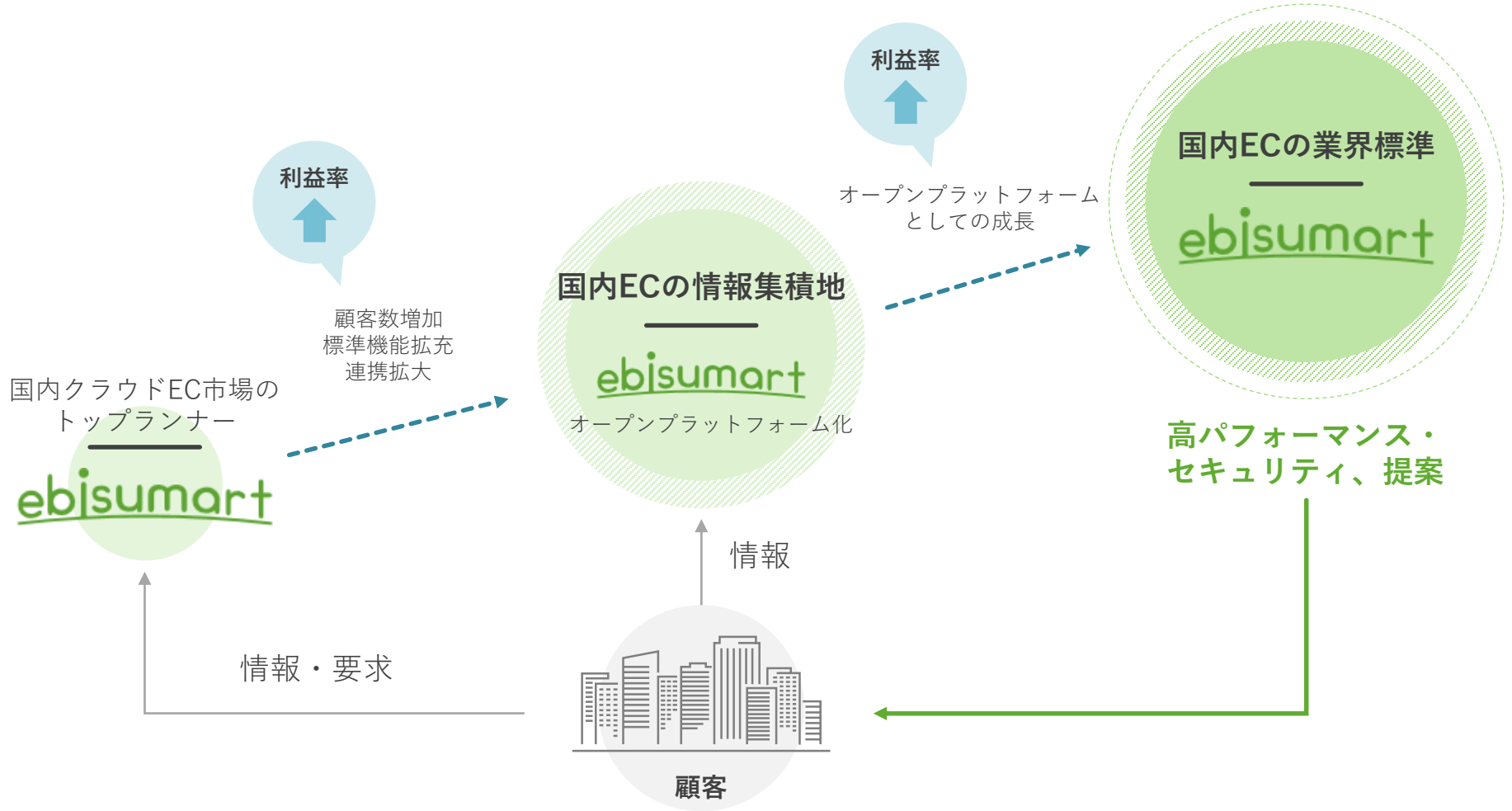
EC関連の提供サービス e-commerce HUB

「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

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、将来的にはエンタープライズ向けクラウド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

他社の取り組み

- フルフィルメントサービス等の幅広くECバリューチェーンを支援する形で推進

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部の業務範囲

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

業務開始

- ディレクション業務
- サイト運用

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

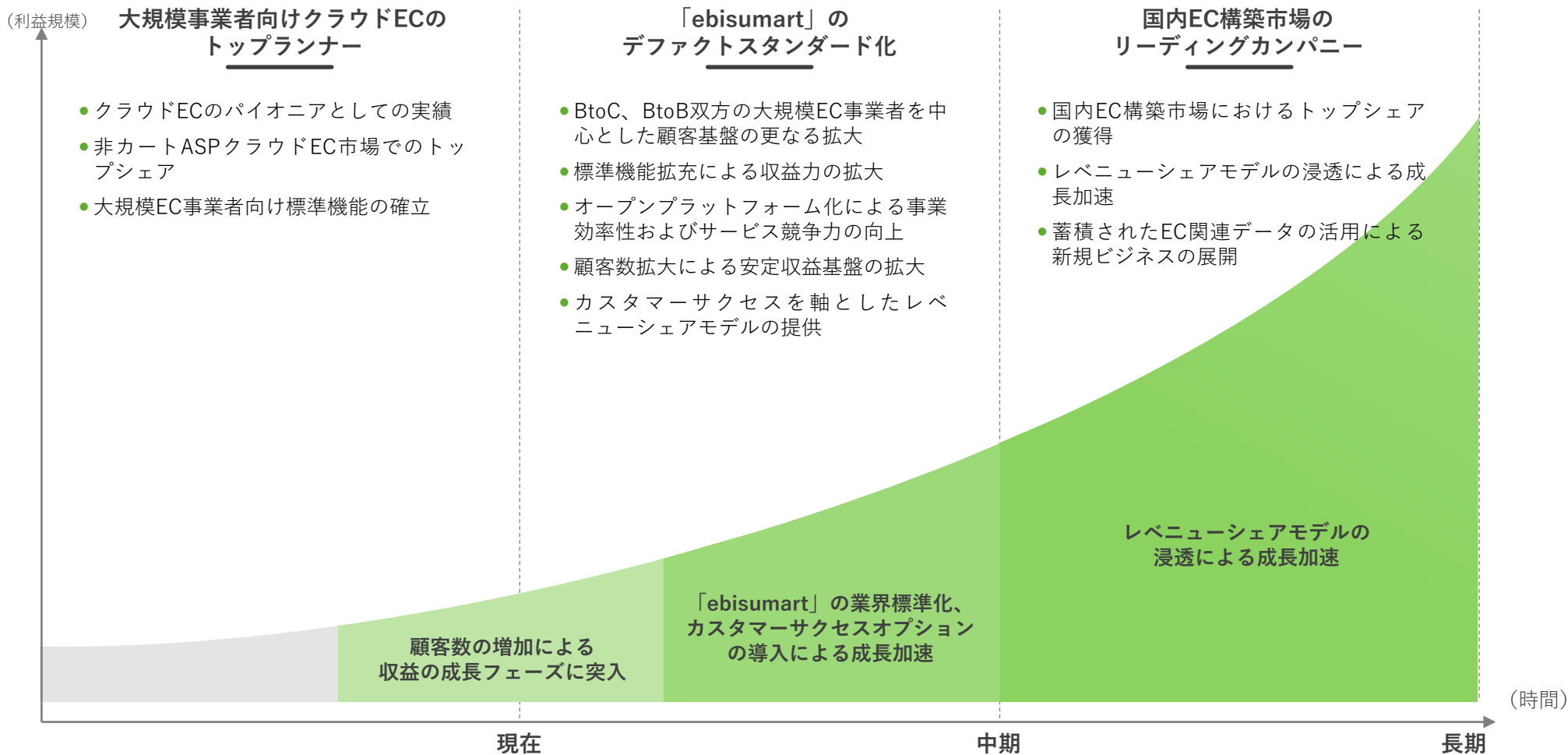
運用

業務開始

- レポート業務/分析業務

■ 中長期成長イメージ

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、当社のクラウド型EC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

Inter **Factory**