

Inter **Factory**

# 事業計画及び成長可能性に 関する説明資料

株式会社インターファクトリー

証券コード：4057

2022年8月

<b>1</b>	会社概要 .....	<b>3</b>
<b>2</b>	サービス概要 .....	<b>9</b>
<b>3</b>	市場の状況 .....	<b>14</b>
<b>4</b>	自社分析 .....	<b>18</b>
<b>5</b>	事業計画 .....	<b>22</b>
<b>6</b>	成長戦略 .....	<b>29</b>

# 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年 5月期 業績

## 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%

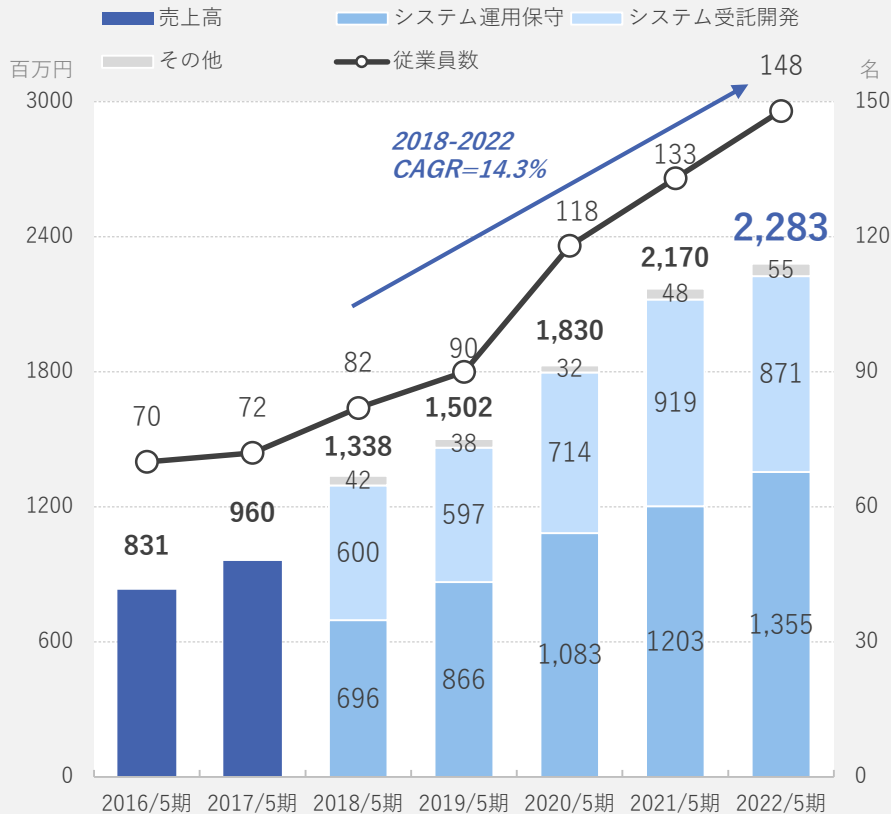
期末店舗数 **382** 店舗 2021/5期：384店舗

## 会社概要-業績ハイライト(2016/5期-2022/5期)

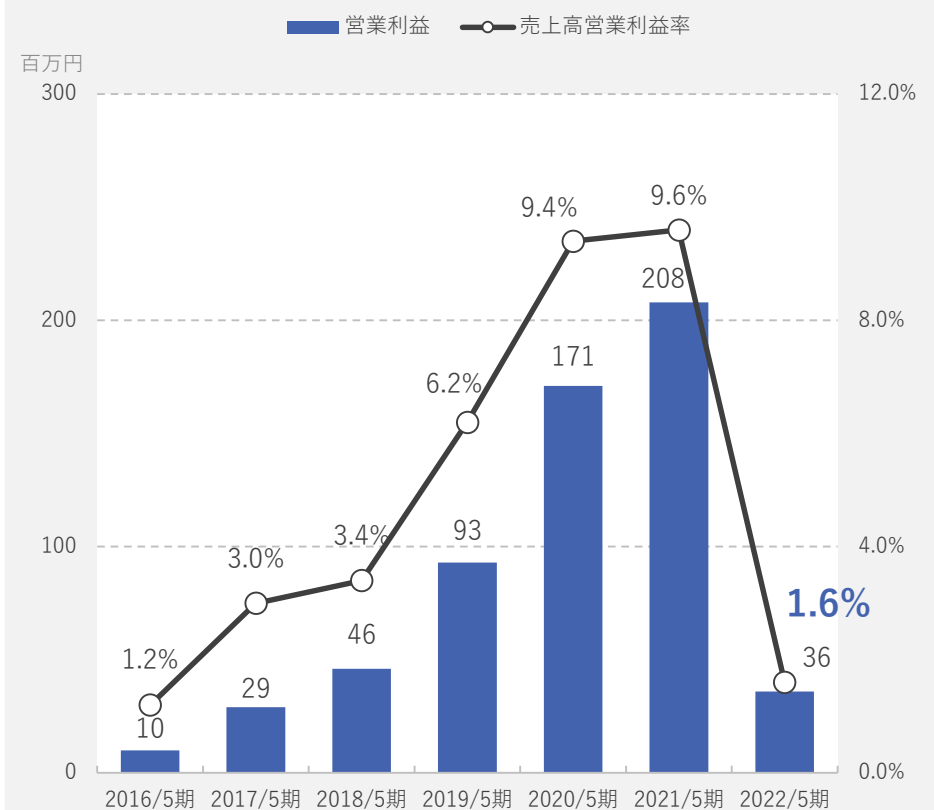
InterFactory

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、2021/5期末での新規受注の減少が影響し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。

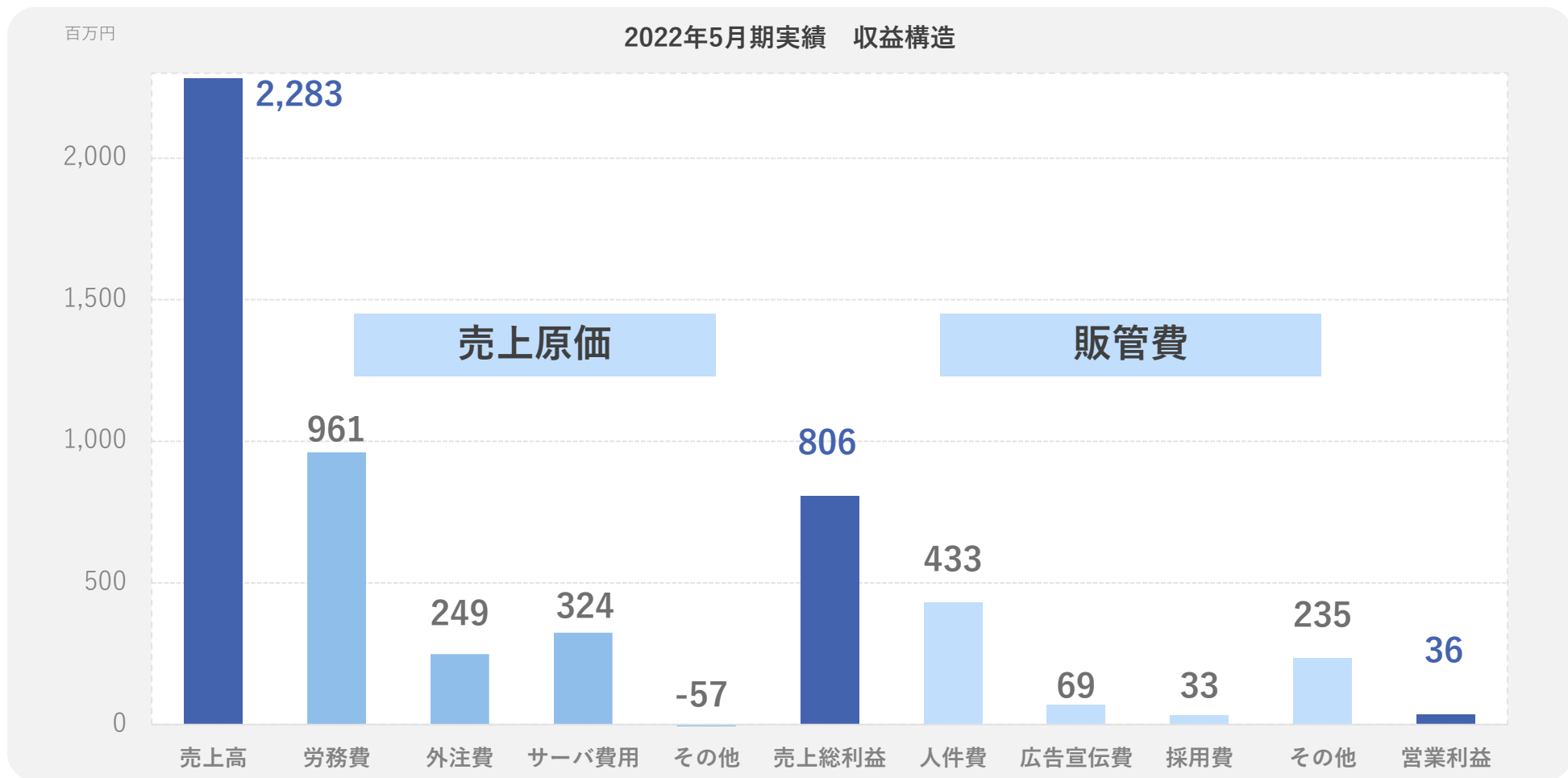
### 売上高・従業員数の推移



### 営業利益・売上高営業利益率の推移



売上原価のうち労務費が約5割を占める。サーバ費用については2022年5月期において新システムへの移行もあり（前期+92百万円）増加。販管費においてはブランディング強化ならびに採用強化のため、2022年5月期において広告宣伝費（前期+44百万円）、採用費（前期+14百万円）の増強を図った。





# サービス概要

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

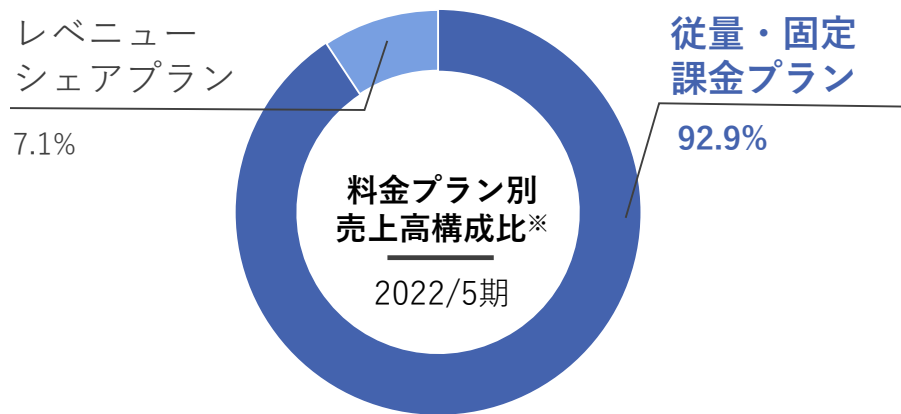
- ・ 年間稼働率99.95%
- ・ セキュリティ基準の継続的な更新
- ・ WAFオプションなどによる強固なセキュリティ

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。

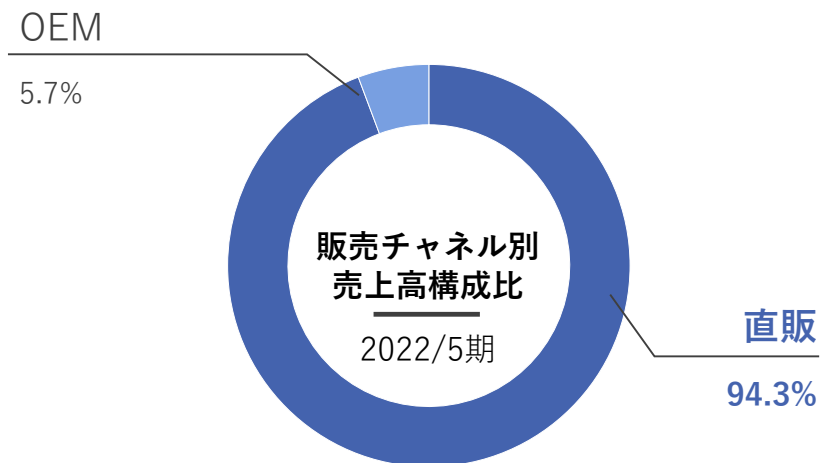
売上高区分

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

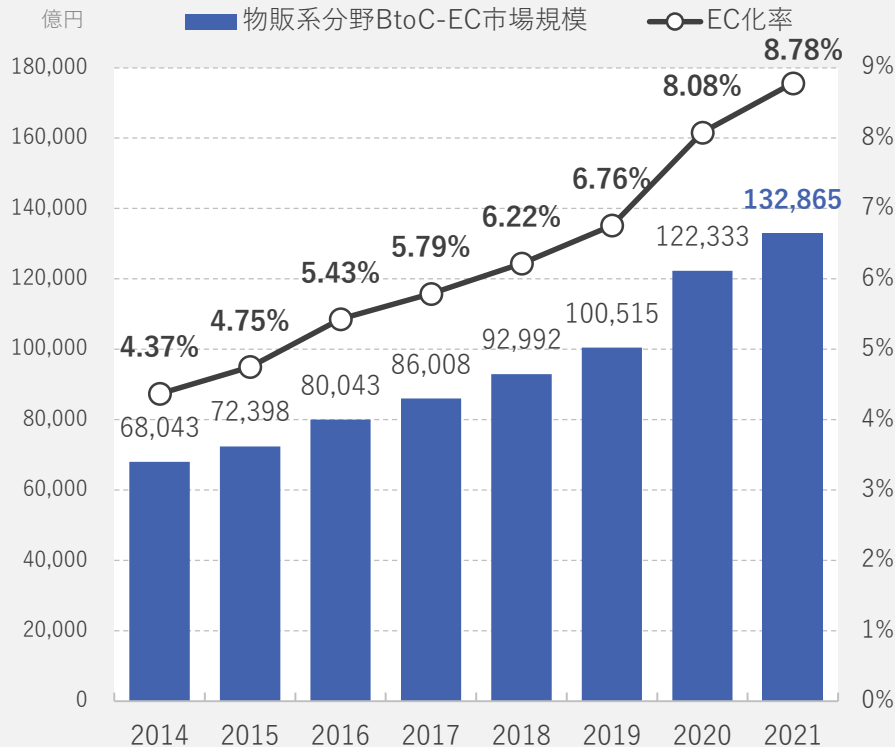
## セキュリティ

- 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

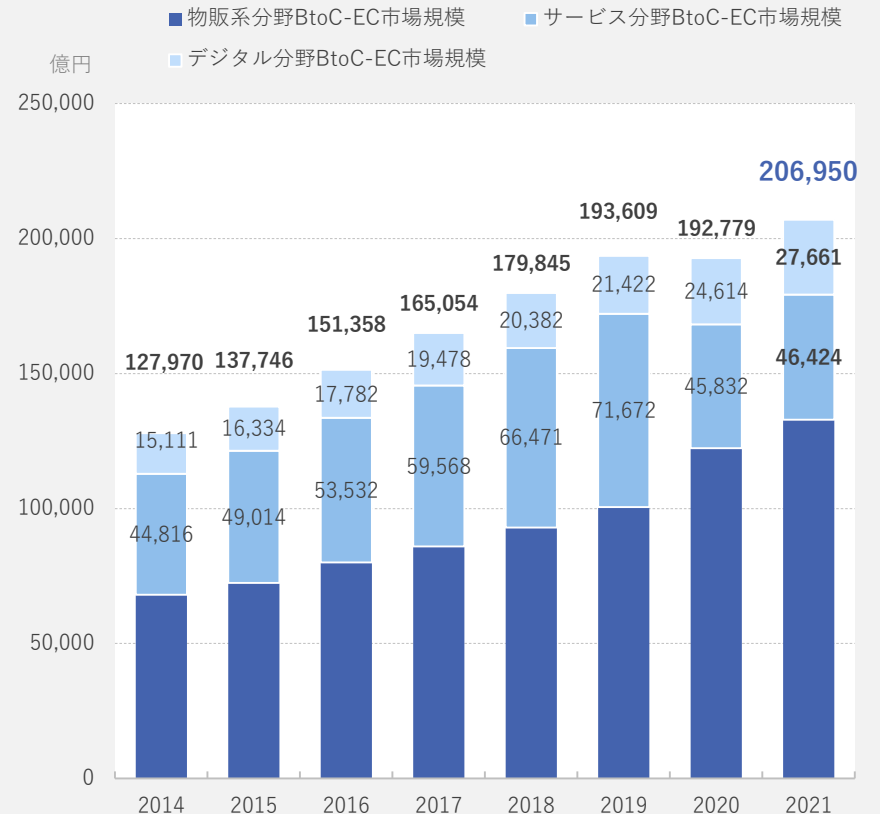
# 市場の状況

2021年の国内BtoC-EC市場は、コロナ禍の影響が強まる前の2019年の市場規模を超え20兆円に到達。サービス分野（旅行や飲食）のEC市場が引き続きコロナ禍前までには戻ってきてはいないが上昇傾向。一方で巣ごもり消費の影響が緩和されてきている状況においても、物販系分野のEC市場は継続して大幅に拡大しており、物販系分野におけるEC化への動き共に今後も成長していくと見込む。

### 物販系分野BtoC-EC市場規模及びEC化率の経年推移



### BtoC-EC市場規模の経年推移



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。

海外大手EC構築ベンダー参入し難い

国内エンター  
プライズ向け  
EC市場のハードル

国内大手SIerは参入意欲が低い

## 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

## 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

## 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

## 物流

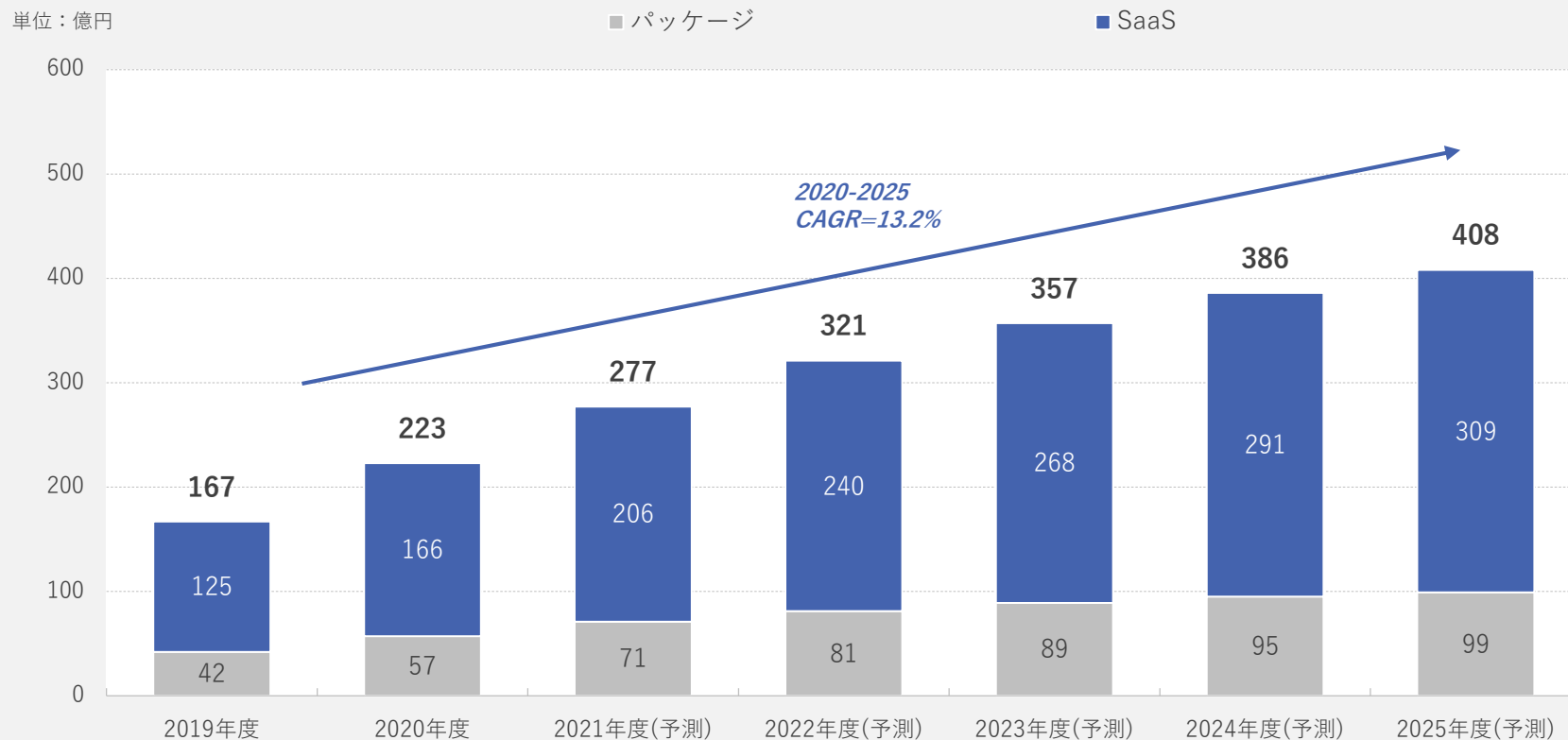
- 定期便や期日指定便等の幅広い対応
- 在庫管理等、バックヤード業務との連携

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



弊社では、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になっていると見ている。

### ECサイト構築市場規模の推移と予測（提供形態別）



出所：ITR 「ITR Market View：ECサイト構築／CMS／SMS送信サービス／CLM／電子契約サービス市場2021」 ※2021年度以降は予測値

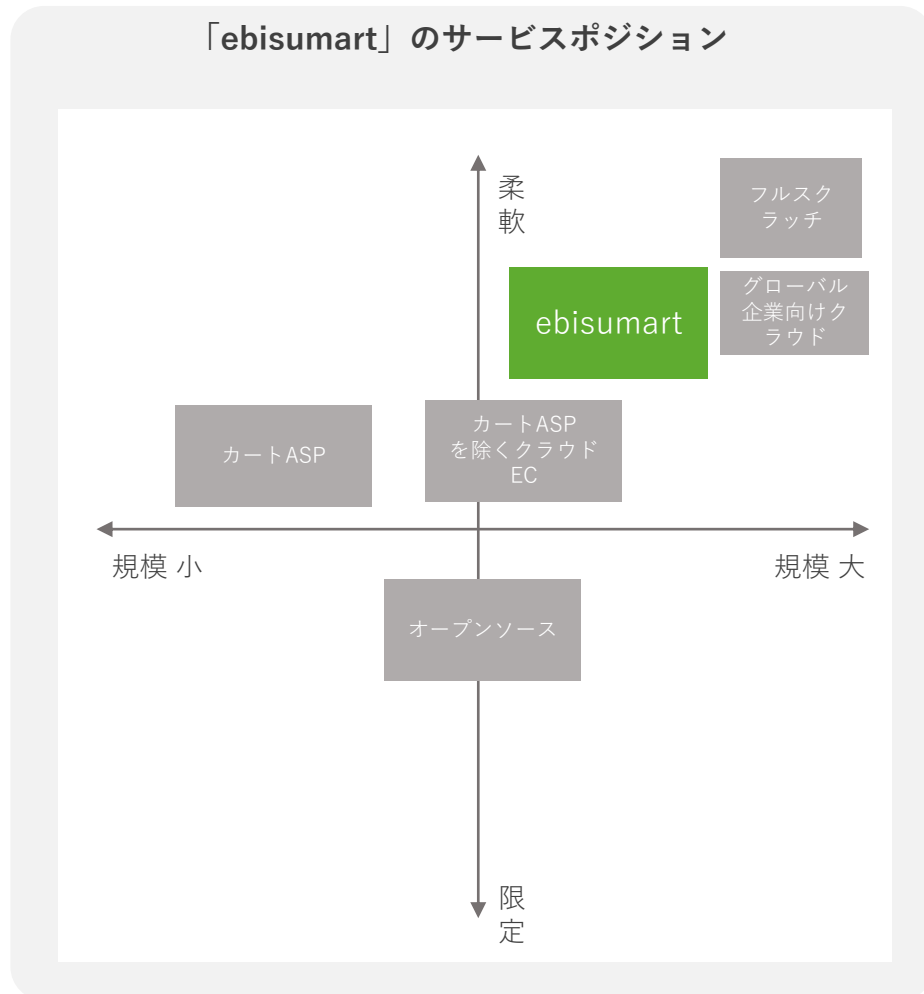
# 自社分析

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争する。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	←→		<b>競争領域</b>	
カートASPを除くクラウドEC	←→			
<b>ebisumart</b>	←→			
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			←→	

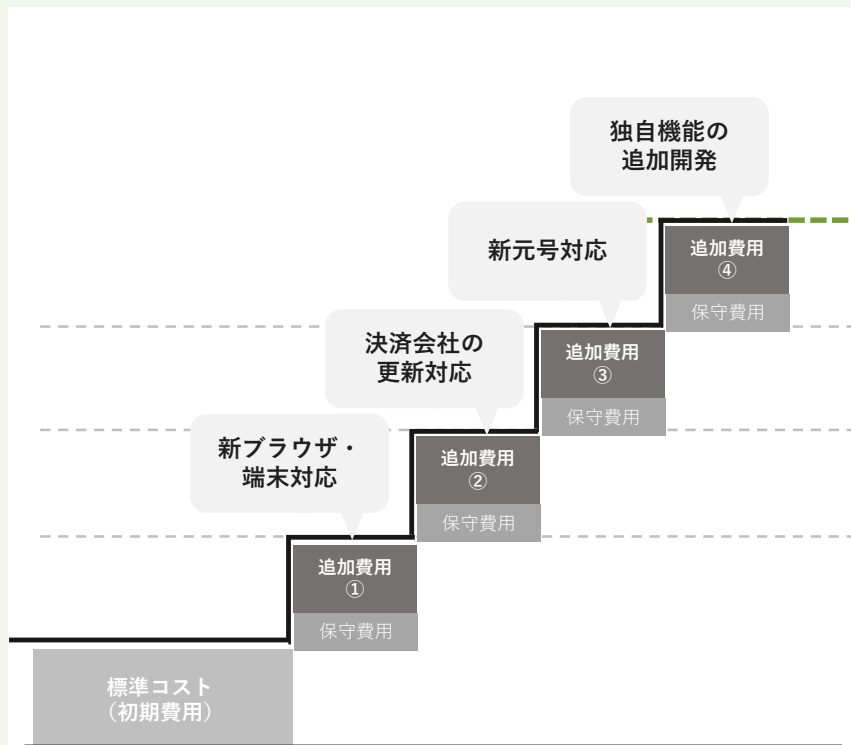
「ebisumart」のサービスポジション



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

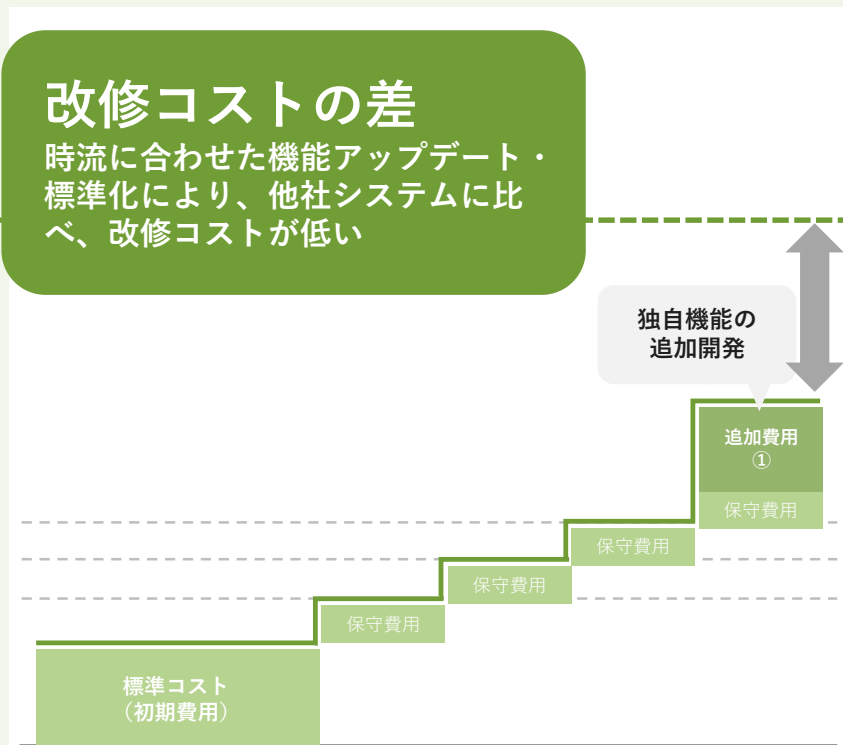


大規模EC事業者向けクラウドECのコスト推移

ebisumart

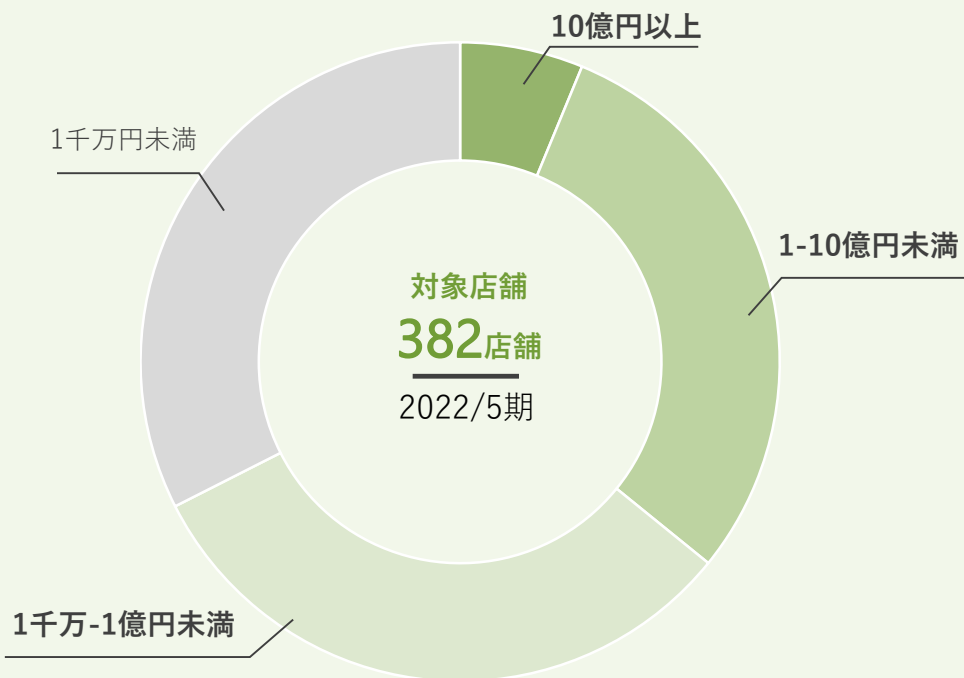
改修コストの差

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



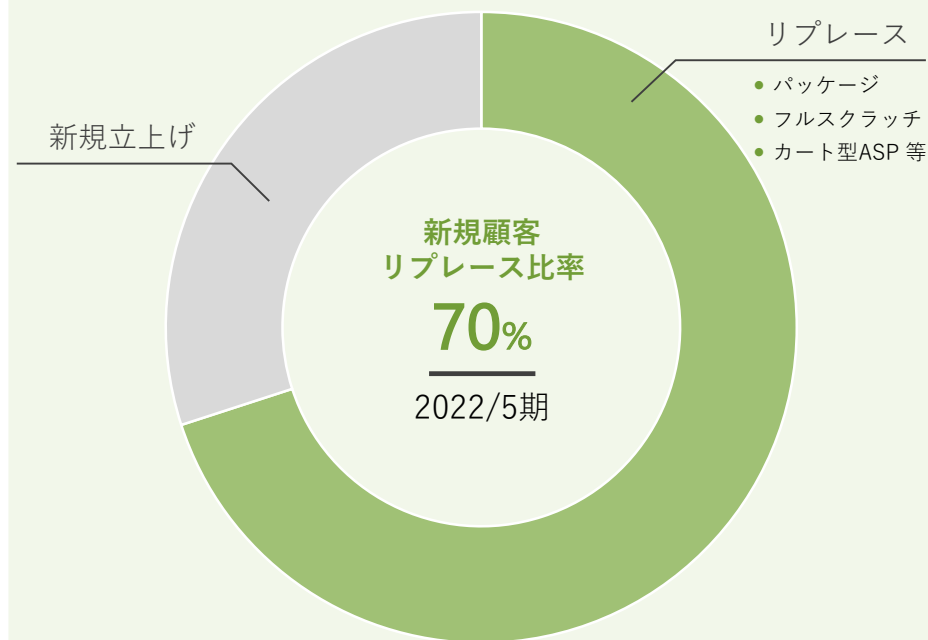
当社の顧客基盤は、既にEC運営基盤を有する事業者で過半数を占める。  
また、新規顧客のリプレース割合が高く、さらなるEC売上の拡大を志向する事業者を選好される。

### 「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

# 事業計画

テーマ：「売上高成長率 年25%を目指し更なる成長に向けた組織と事業の構築」  
売上高の成長を重視し、未来に向けて積極的に投資を実施する。

## 経営目標

2025年5月期度

売上高 44.4億円 (2022年5月期度：22.8億円)

2025年5月期度

営業利益 4.44億円 (2022年5月期度：0.36億円)

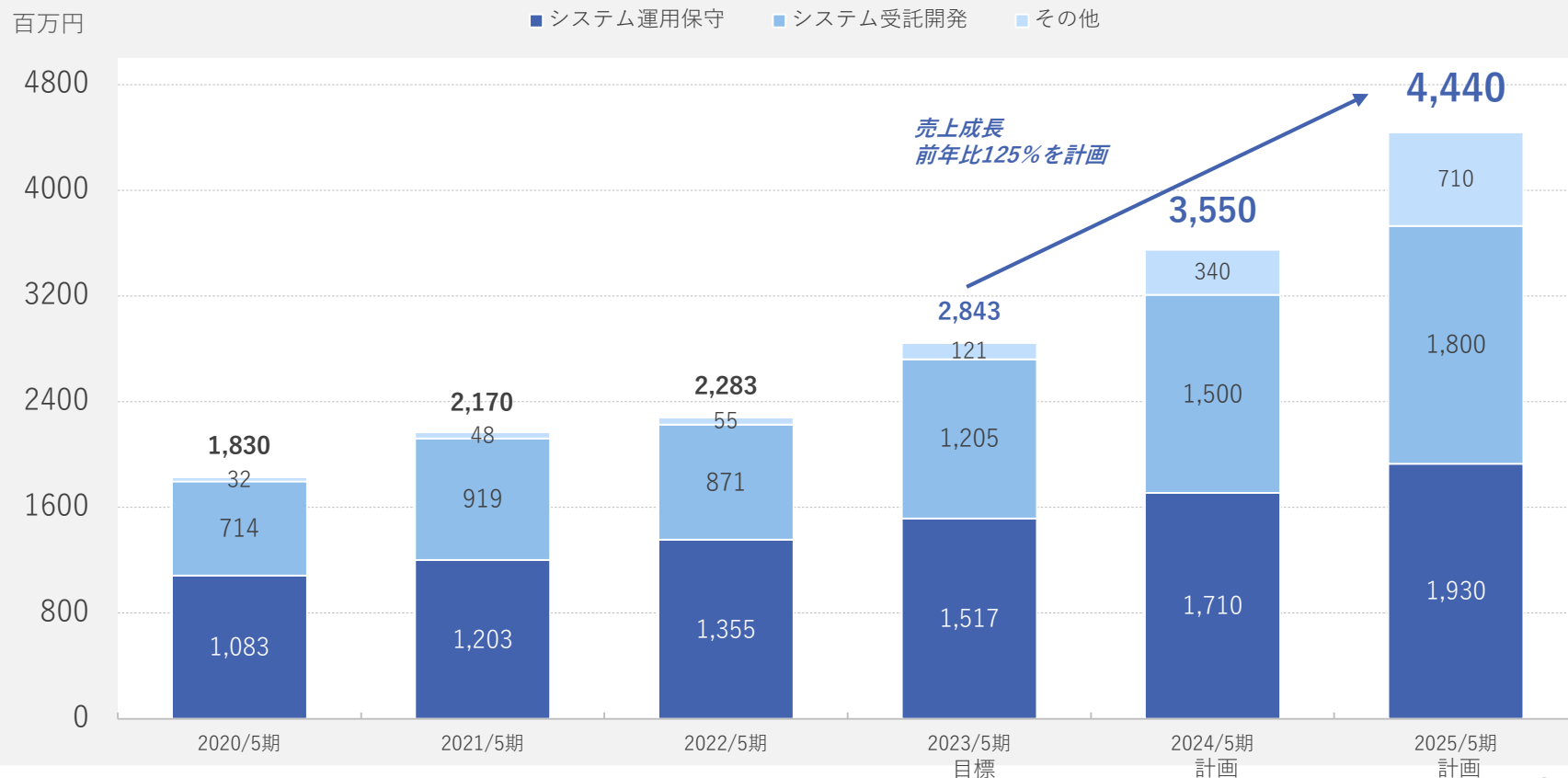
売上高は2024年5月期に35.5億円、2025年5月期に44.4億円を目標とする。  
 売上高において、中期的に年20%~25%成長を目指し更なる売上高を構築するため、新たな顧客層への新サービス提供と、事業の多角化や拡大を図るM&A及び出資（投資）を積極的に実施していく。

■ 前期開示の売上高計画（2022年5月期-2024年5月期）との差異について

2022/5期 前期開示目標2,570百万円：システム受託開発売上目標1,198百万円のところ実績871百万円（目標-327百万円）となった部分が大さい。

2023/5期 計画3,050百万円 2024/5期 計画3,790百万円：2022/5期の実績の乖離より、計画値を変更しております。

### 売上高計画





## 事業計画：営業利益計画

営業利益は2024年5月期に3.55億円、2025年5月期に4.44億円を目標とする。

営業利益、営業利益率共に2022年5月期に新システムへの移行を実施したため一時的な減少となる。

新システム移行完了後は、サーバ費用の軽減により収益性の向上改善を予定しているが、

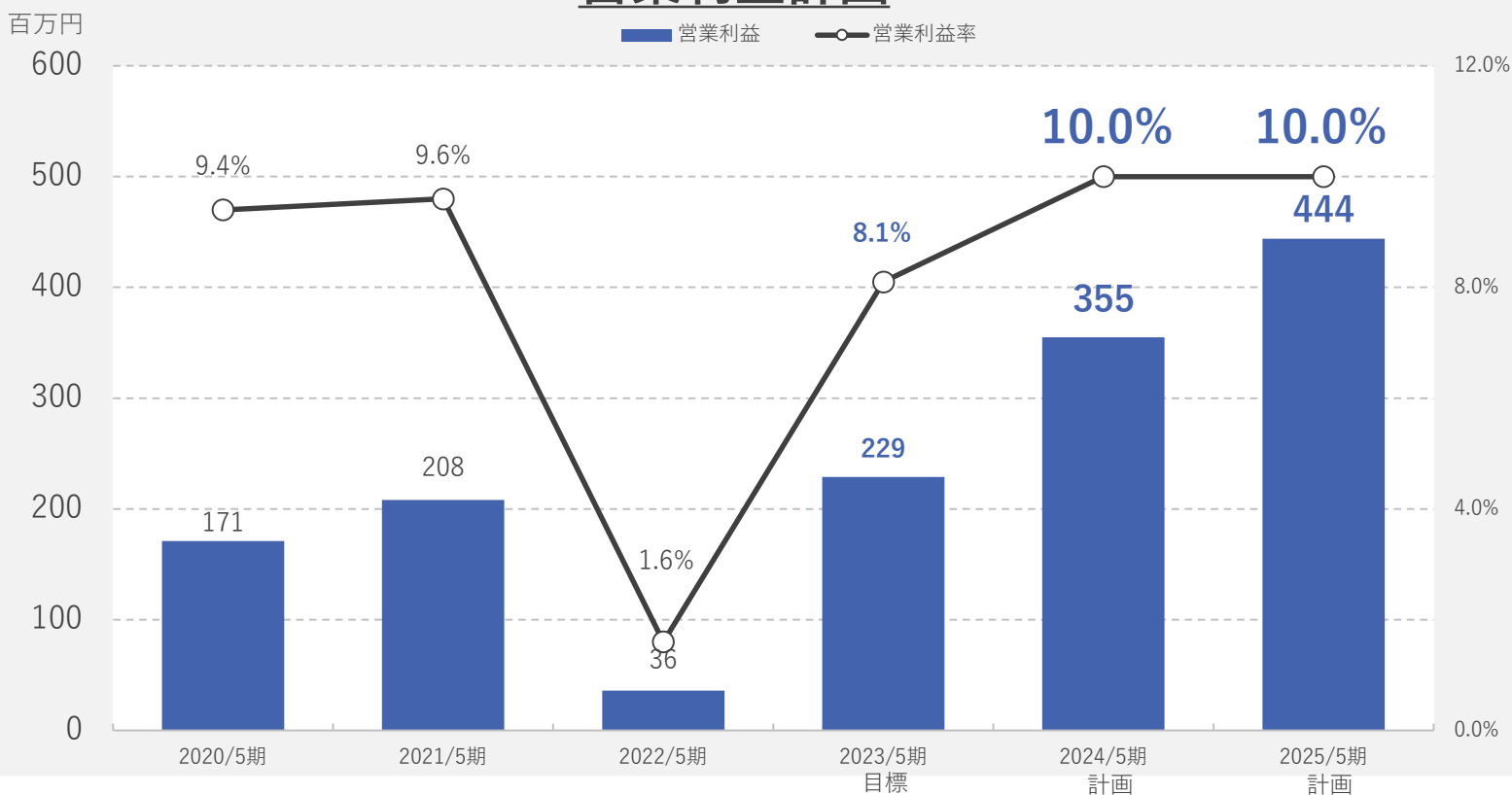
売上高の成長を優先するため、2024年5月期は10.0%、2025年5月期も10.0%を計画

### ■ 前期開示の営業利益計画（2022年5月期-2024年5月期）との差異について

2022/5期 前期開示目標159百万円（営業利率6.1%）：新システムへの移行費用が計画より大幅（計画+54百万円）に発生したことが大きい。

2023/5期 計画305百万円（営業利益率10.0%） 2024/5期 計画379百万円（営業利益率10.0%）：2022/5期の実績より2023/5期は229百万円（営業利益率8.1%）と変更しておりますが、2024/5期は前期開示の計画値と同等の営業利益、営業利益率を計画。

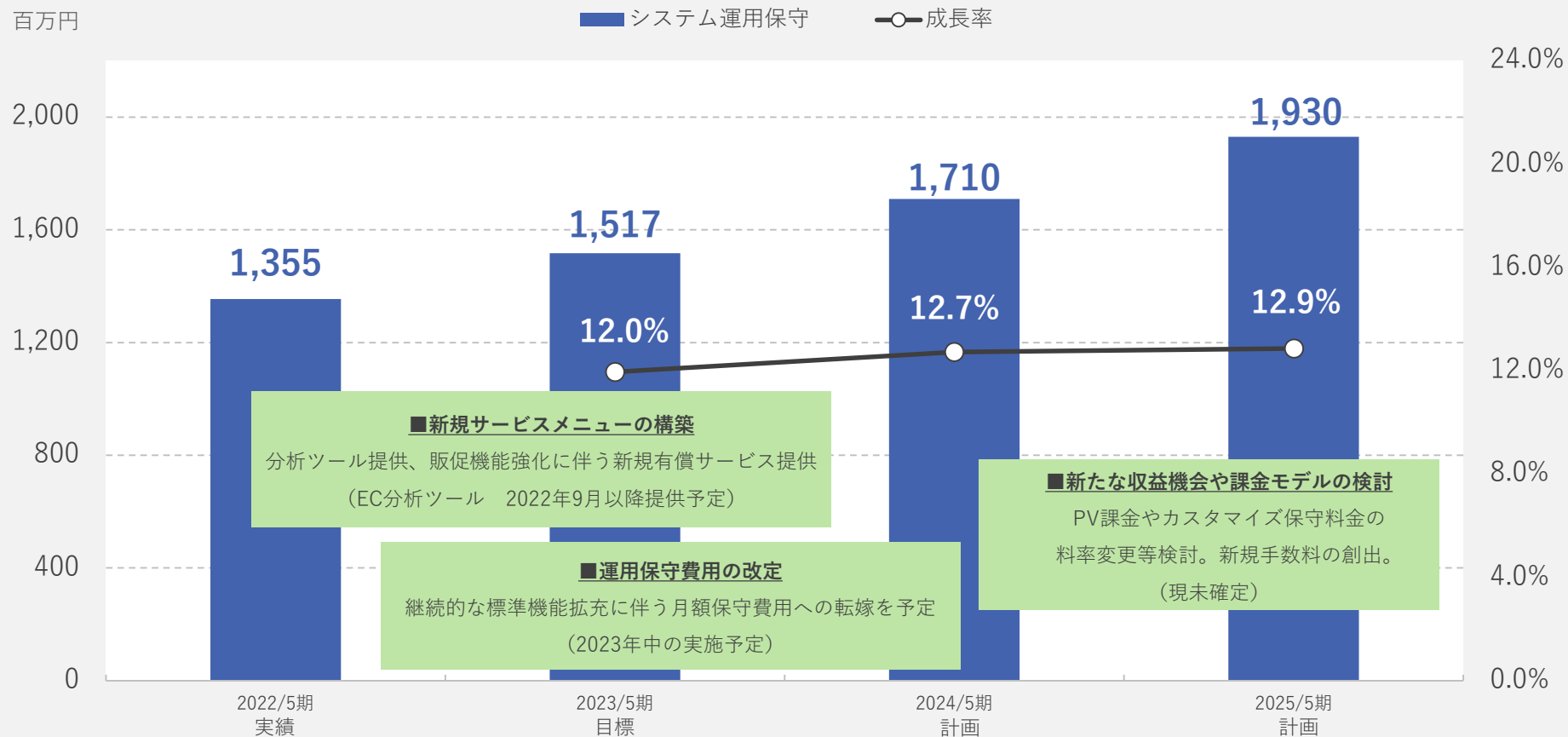
## 営業利益計画



# 売上高の成長＜ストック収益成長＞

## 「ebisumart」システム運用保守売上の継続的な成長を想定

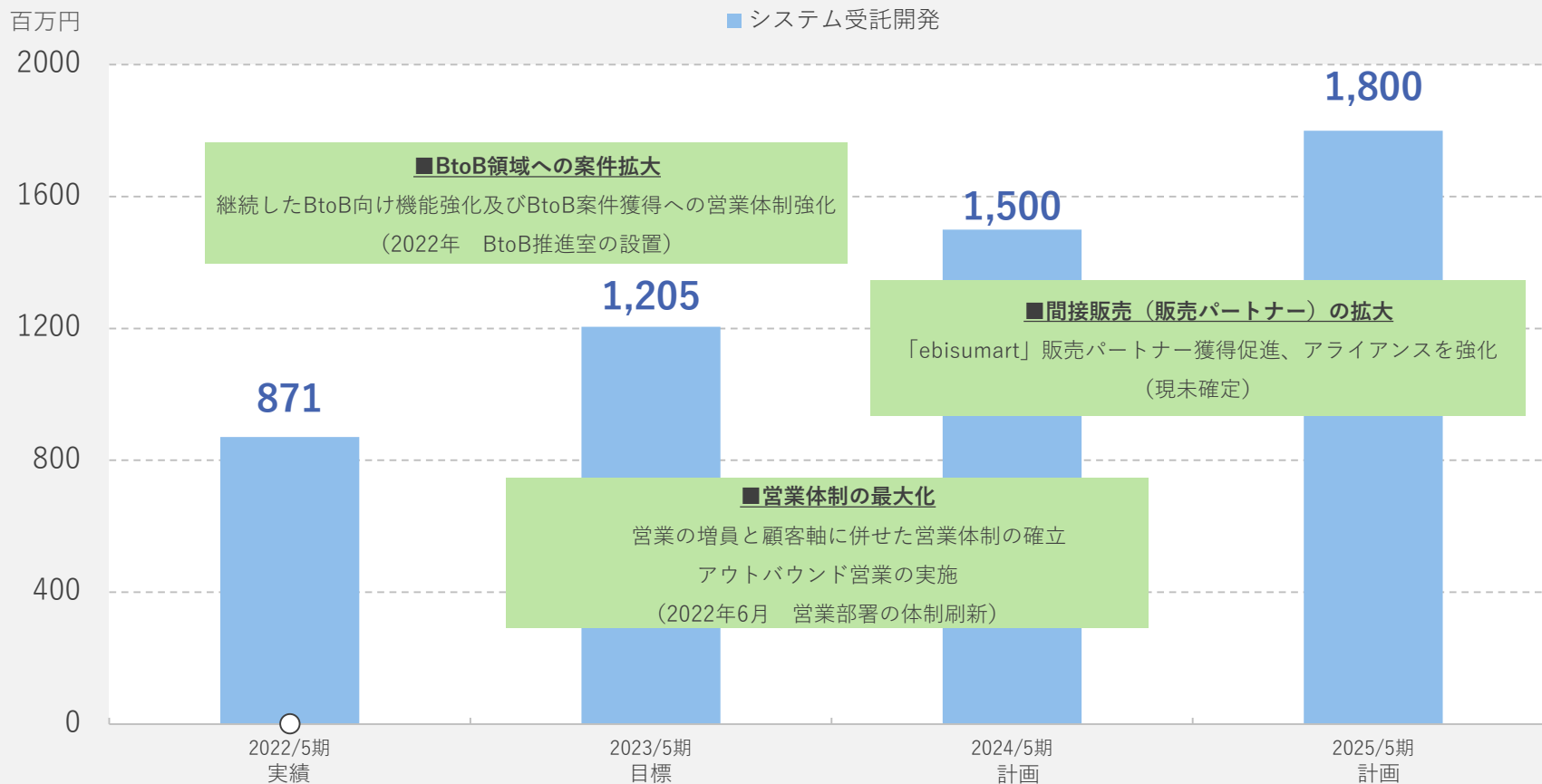
システム運用保守売上の推移



# 売上高の成長＜フロー収益成長＞

## ■ 「ebisumart」 システム受託開発受注における営業体制の強化

システム受託開発売上の推移

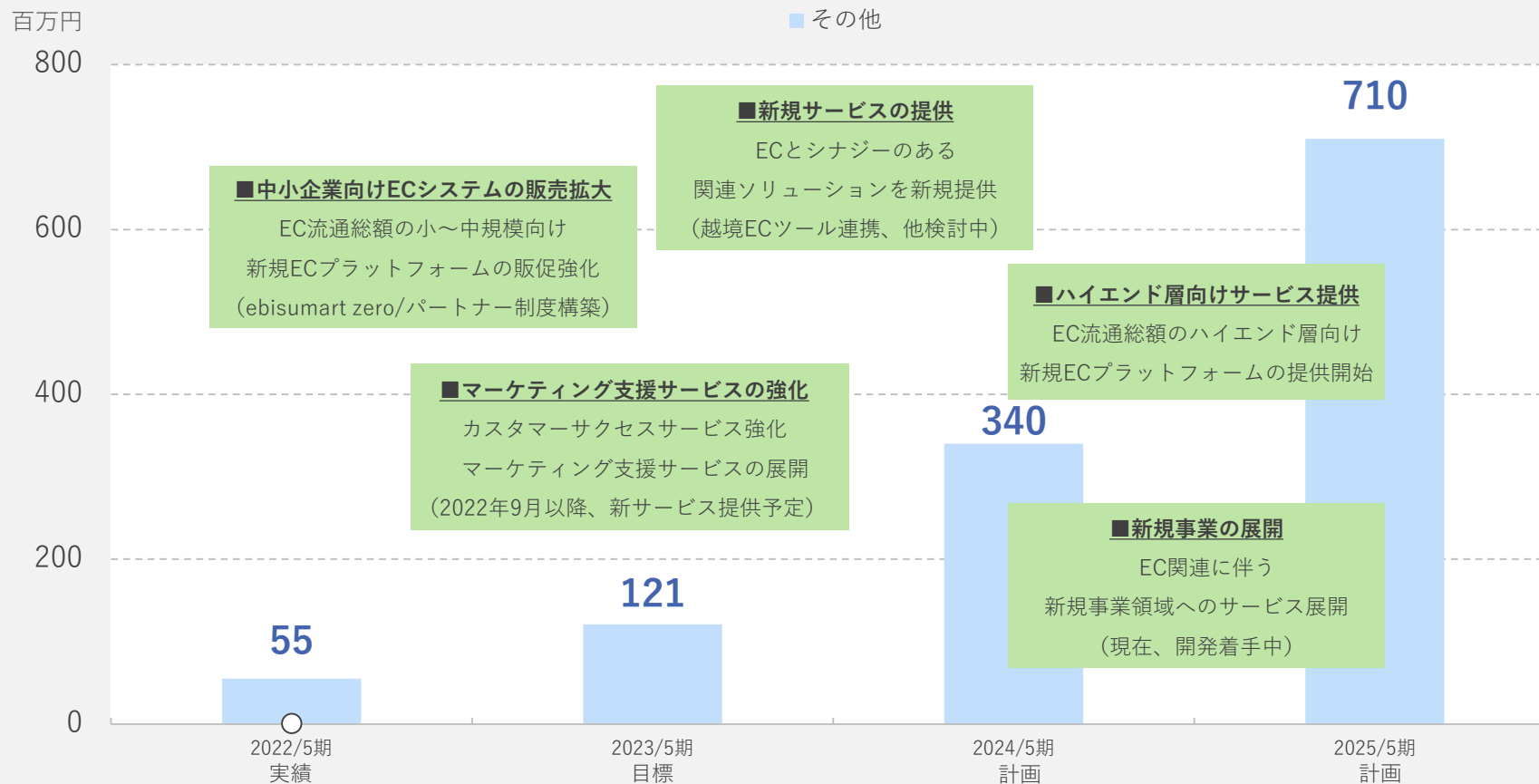


※前期開示資料にて2023/5期に「■生産体制（開発パートナー）の拡大」を記載しておりましたが、こちらは「M&A」の対象とし通年計画のため削除いたしました。

# 売上高の成長 < 新規収益成長 >

## ■新たな収益機会（新規事業）の構築と事業の多角化への挑戦

その他（新規事業等）売上の推移



# 成長戦略

「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

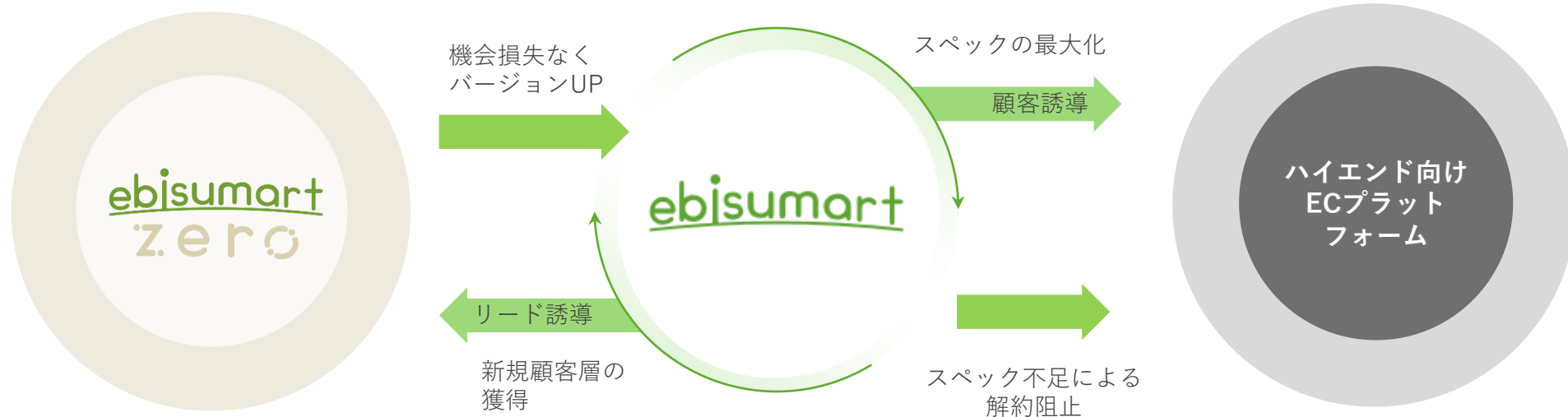
年間GMV 1千万円～1億円

## 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1月以降にて提供検討中

### GMV拡大

- マーケティング支援サービスの提供
- 2022年9月以降より新サービス提供予定
- 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）

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。

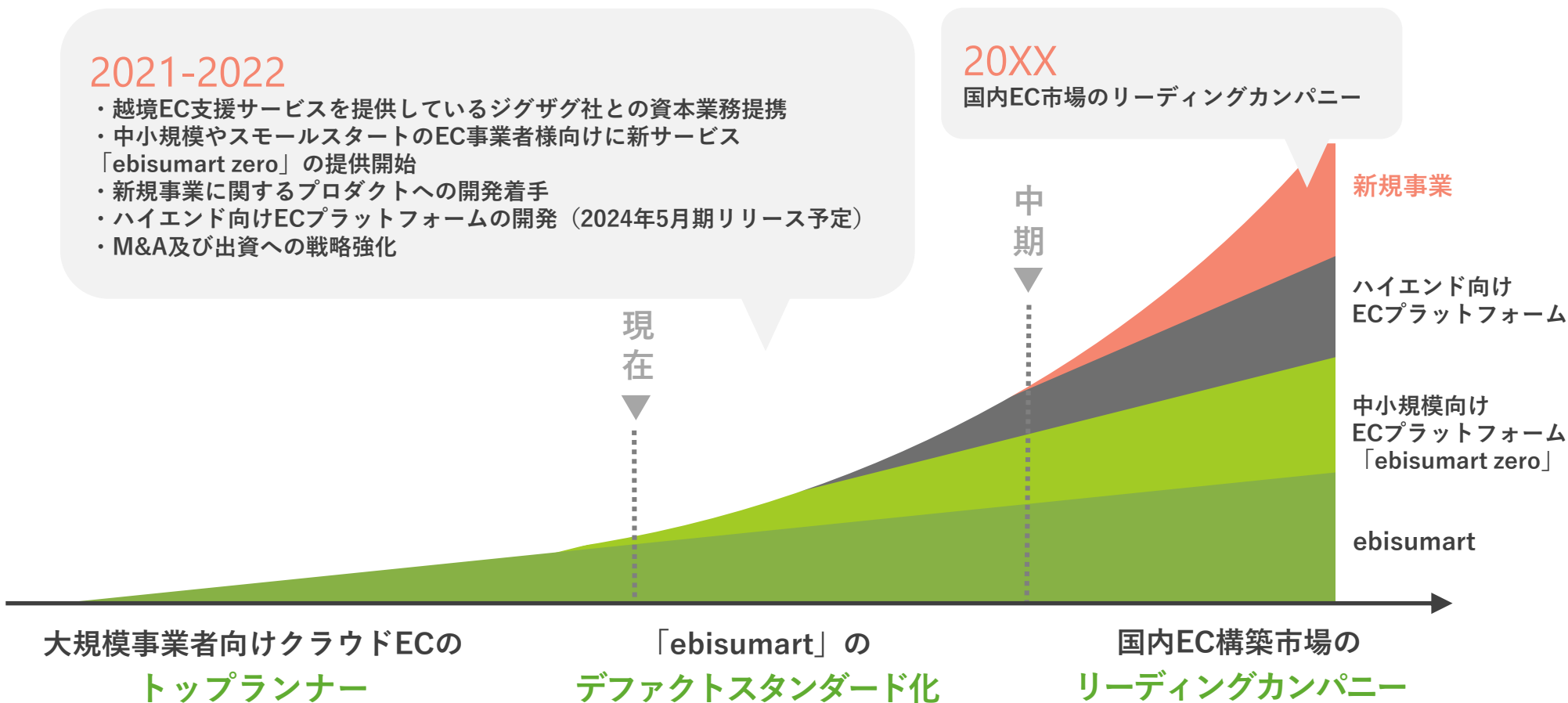
また、単一事業の「ebisumart」だけでなくEC等のシナジーを最大限に生かせる「新規事業」の構築及び「M&A」や「出資」についても積極的に検討、実施する。

2021-2022

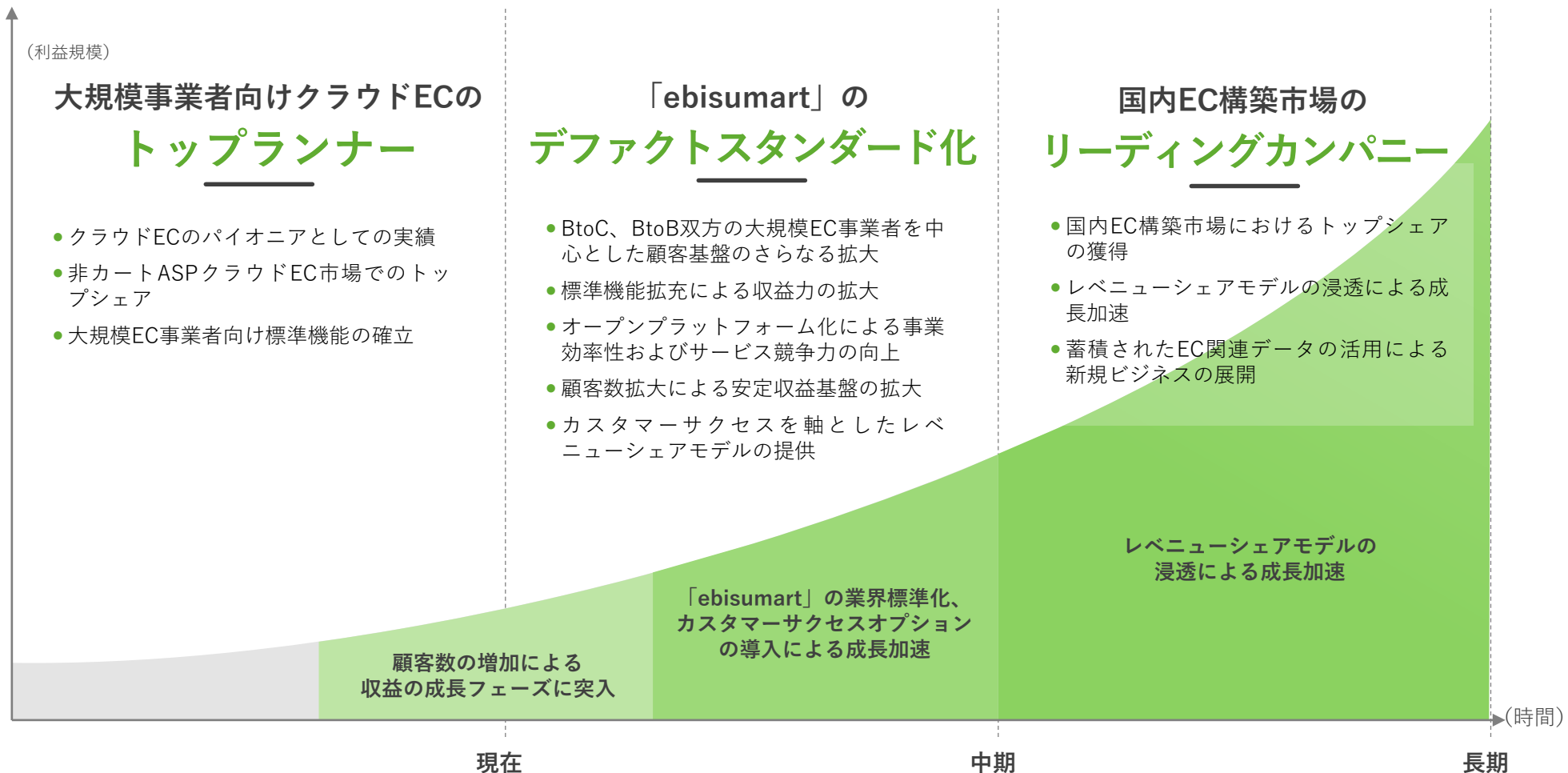
- ・越境EC支援サービスを提供しているジグザグ社との資本業務提携
- ・中小規模やスモールスタートのEC事業者様向けに新サービス「ebisumart zero」の提供開始
- ・新規事業に関するプロダクトへの開発着手
- ・ハイエンド向けECプラットフォームの開発（2024年5月期リリース予定）
- ・M&A及び出資への戦略強化

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

主要リスク	顕在化の可能性	顕在化した場合の影響度	対応策
<p><b>【EC市場の動向】</b>                      当社はECサイト構築を主たる事業としていることから、B to B及びB to CのEC市場のさらなる増大（流通総額の増大）が成長の基本的な条件と考えております。日本国内のB to B及びB to CのEC化率は増加傾向にあり、商取引の電子化が引き続き発展しておりますが、セキュリティの脅威や法規制、その他予期せぬ要因等によって、EC市場が順調に成長しない場合または、インターネット市場そのものが成長しない場合は、当社の業績に影響を与える可能性があります。</p>	中	中	ECサイト構築において、お客様の意向にあった大規模なカスタマイズ開発が実施できる優位性やポジショニングを活かしEC市場領域での新たなサービスの展開や対象顧客の規模拡大を図ってまいります。また継続してEC市場自体を拡張、活性化させる施策の実施、検討に取り組んでおります。
<p><b>【特定のサービスへの依存について】</b>                      当社はクラウドコマースプラットフォーム「ebisumart」の運用をしており、主たる収益はECサイトの新規構築時の構築収入（フロー）及び、サービス運用に伴う課金収入（ストック）であります。今後、新たな技術革新、社会情勢の変化、法的規制の導入や予期せぬ事象の発生等により、サービスの競争力の低下による獲得店舗数の減少や、サービス運営が困難となった場合には、当社の事業展開及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	大	サービスの競争力が低下しないよう顧客ニーズの継続的な把握や新たな機能やサービスについては機能開発、改善、サービス強化を積極的に実施できる体制強化を図っております。また単一事業からの脱却を図るため新規事業企画部署を設置し、新規事業、新規サービスの開発や立ち上げに取り組んでおります。

特筆すべき主要な事項を抜粋しております。  
 その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。

主要リスク	顕在化の 可能性	顕在化し た場合の 影響度	対応策
<p><b>【システム障害・通信トラブルについて】</b>                      当社の事業では、サービスの安定的な提供を維持するため、外部の提供するクラウドサービスを通じて当社サービスを提供しております。外部のクラウドサービスを、地震、落雷、火災等の災害に対して十分な耐性を有すると判断される施設に限定し、慎重に検討した上で選定しております。しかしながら、自然災害、火災、コンピュータウイルス、通信トラブル、第三者による不正行為、サーバーへの過剰負荷、人為的ミス等あらゆる原因によりサーバー及びシステムが正常に稼働できなくなった場合、あるいは当社が過去に蓄積してきた商品及び価格情報が消失した場合、当社のサービスが停止する可能性があります。</p>	<p>中</p>	<p>大</p>	<p>クラウドサービスの脆弱性診断を継続的に実施し、早急に問題を検知できるよう対策を図っております。また自然災害等による広域での大規模停電におけるBCP対策等に取り組んでおり、今後DR対策の一環として、冗長化及びサーバーのロケーション変更、回避などの検討も進めております。</p>
<p><b>【情報セキュリティ対策の不備によるリスク】</b>                      当社は当サービスを提供することで、顧客が保有する多くの情報資産を安全かつ効率的に管理することができるプラットフォームを提供しております。また当社も事業運営に必要なさまざまな情報資産を保有しており、情報資産を安全に管理することは、重要な経営課題として認識し、適切なセキュリティ対策を講じるよう努めております。しかしながら、当社の予測を超える当社サービスへの不正アクセス、データの盗難、紛失等により、または情報セキュリティ対策の不備により、情報資産の漏洩、紛失、改竄等があった場合、当社への多額の損害賠償請求や認証資格の取消処分または罰金等が課される可能性があります。</p>	<p>中</p>	<p>中</p>	<p>ISO/IEC 27001（情報セキュリティマネジメントシステムに関する国際規格）を取得し、継続して各種セキュリティー対策の実施、システム障害の発生防止対策、社内・協力会社への教育・指導、情報漏洩やシステム障害に対する賠償に対応するための保険への加入など、情報セキュリティ体制の継続的強化に努めております。</p>

特筆すべき主要な事項を抜粋しております。  
 その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。

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。

次回、本資料更新時期は2023年8月を予定しております。

**<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](mailto:ir@interfactory.co.jp)

Inter **Factory**