



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

1	会社概要	3
2	サービス概要	11
3	市場の状況	20
4	自社分析	23
5	事業計画	28
6	成長戦略	36

会社概要

EBISUMARTを主としたECシステムの開発および運用保守を提供する「クラウドコマースプラットフォーム事業」、EC事業者の成長に必要なソリューションを提供する「ECビジネス成長支援事業」、データの一元管理により顧客の業務を最適化するためのソリューションを提供する「データ利活用プラットフォーム事業」の3つの事業を展開。

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（2025/5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サービスの提供 ・ECコンサルサービス「EBISU GROWTH」の提供 ・商品データ統合プラットフォーム「EBISU PIM」の提供
セグメント	・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 ・データ利活用プラットフォーム事業
従業員数	157名（2025/5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
笹川 大介

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。

ECのプラットフォームだけでなく、複数の事業を展開するにあたり、改めて会社として事業目的を定めました。Eを除いた「コマース」という言葉に、私たちがコマースに関わるデータやサービスを扱っていくという意味を込めています。私たちは、目の前のニーズに確実に応えていくことで進化を実現し、お客様の事業を成長させていきたいと考えています。

事業目的

コマースを進化させる

クラウドコマースプラットフォーム事業

スタートアップ・中規模向け EC

**EBISUMART**
Lite

中規模向け EC

**EBISUMART**

大規模向け EC

**EBISUMART**
Enterprise

大規模 BtoB事業者向け EC

**EBISUMART**
BtoB

ECビジネス成長支援事業

EC事業者向け支援サービス

**EBISU**
GROWTH

データ利活用プラットフォーム事業

EC事業者向け
商品データ統合プラットフォーム**EBISU PIM**

2025年5月期 業績

実績（累計）

売上高 **28.64** 億円 前期比：110.4%

セグメント別 売上高
26.17 億円 クラウドコマース
プラットフォーム事業
2.47 億円 ECビジネス成長支援事業

営業利益 **1.96** 億円 前期：▲0.24億円

セグメント別 利益/損失
8.67 億円 クラウドコマース
プラットフォーム事業
▲0.12億円 ECビジネス成長支援事業
▲0.28億円 データ利活用プラット
フォーム事業

事業KPI

（クラウドコマースプラットフォーム事業）

新規受注金額 **12.75** 億円 前期比：127.7 %

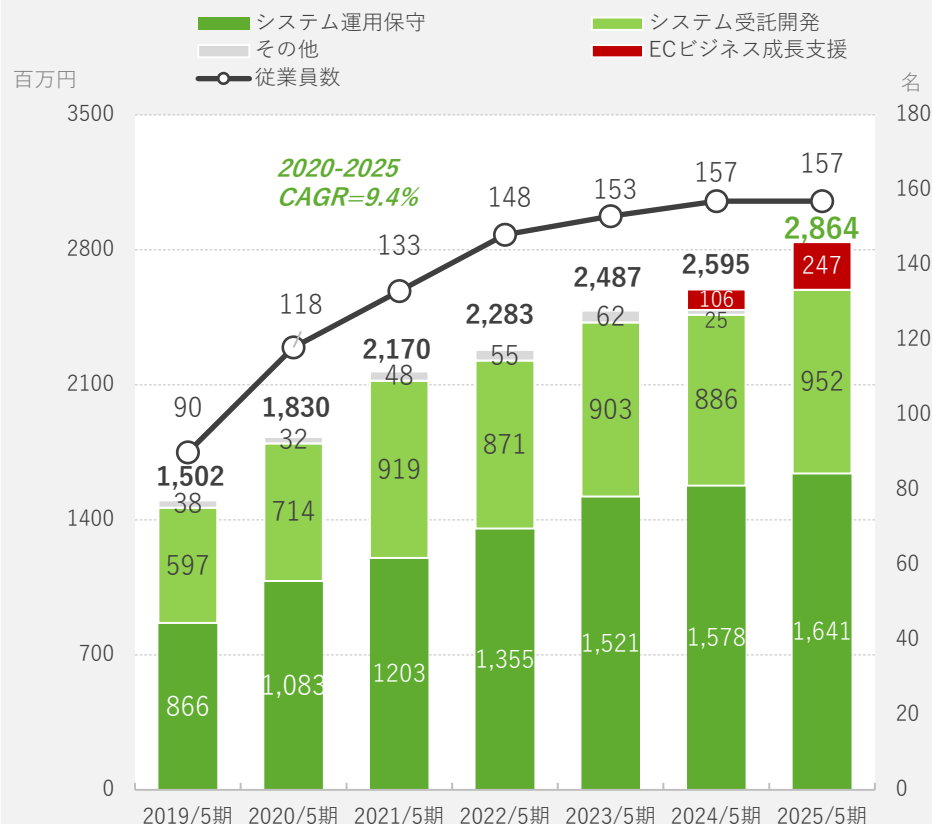
システム運用保守
ARPU **388** 千円 前期：360千円

GMV **1,697** 億円 前期比：113.4 %

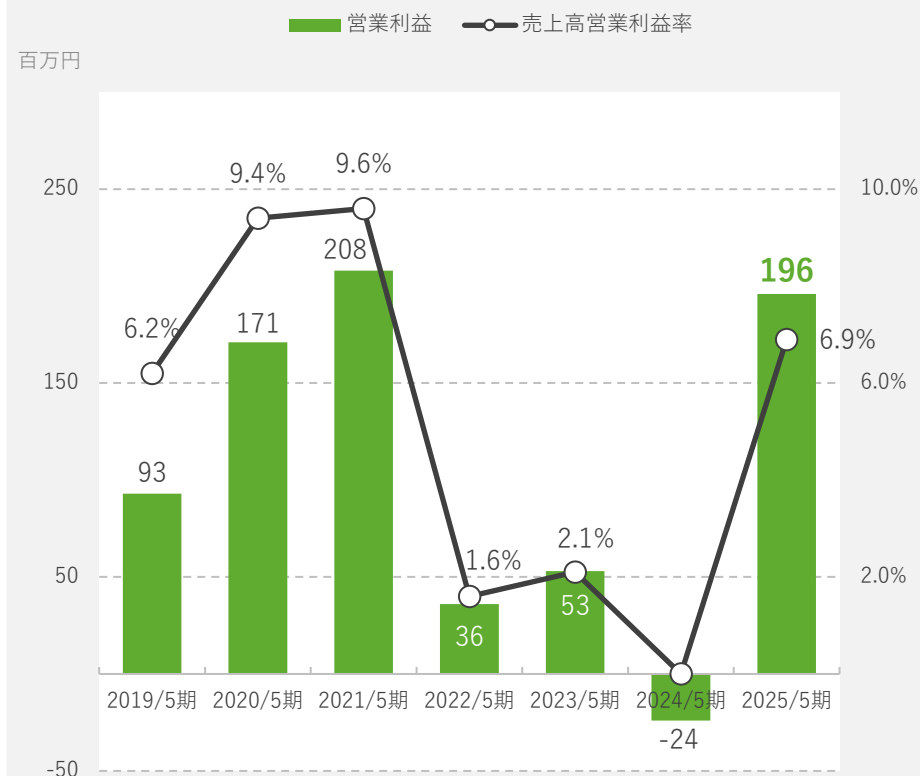
直近6期間の売上高成長率は年平均で**9.4%** 営業利益は前期-24百万円から**196百万円**に増加
運用保守のARPU及びECビジネス成長支援事業の成長もあり売上高は伸長。

営業利益に関しては、売上高の増加及びサーバー費用、人材派遣料の削減により大幅に回復。

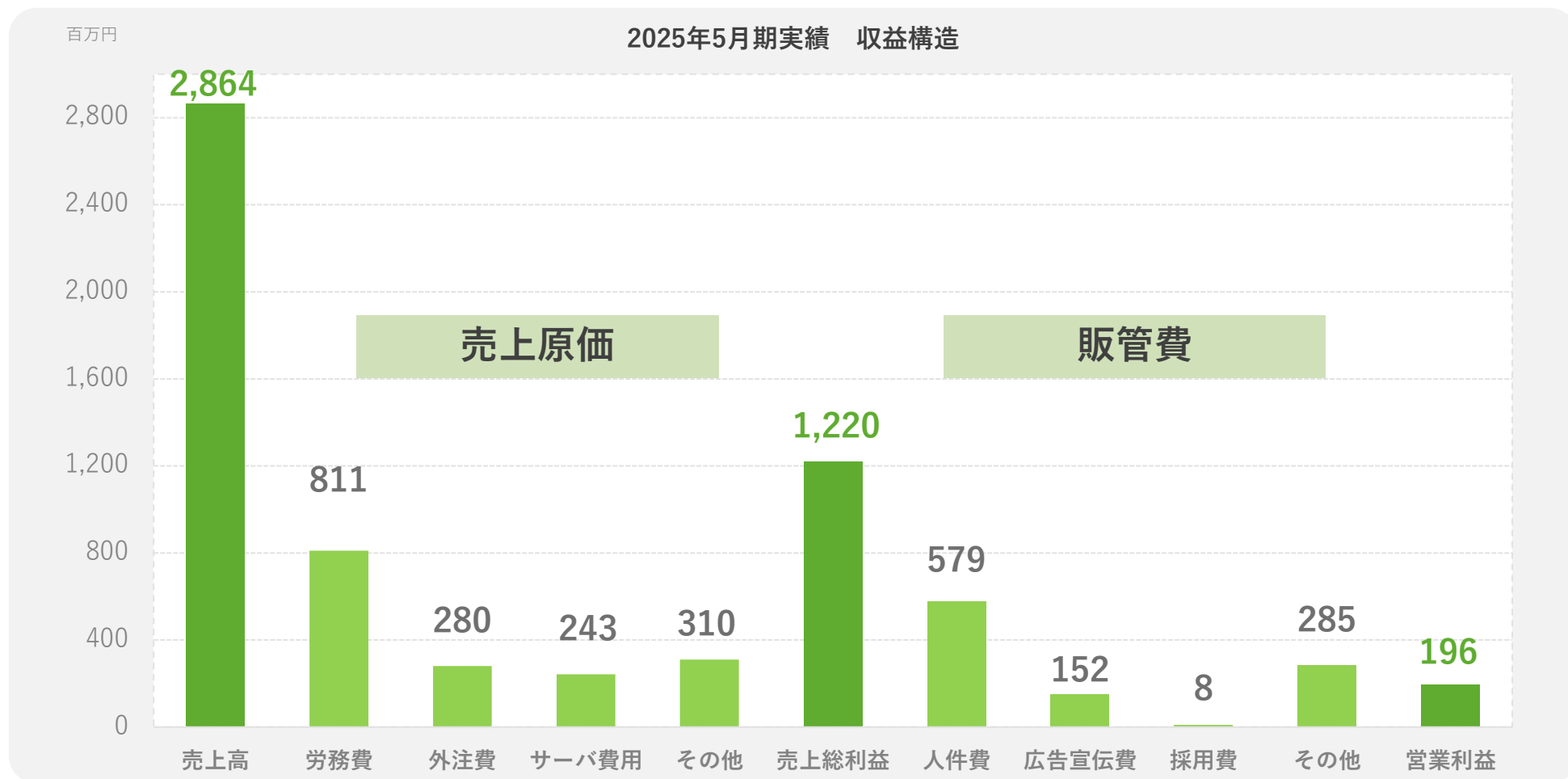
売上高・従業員数の推移



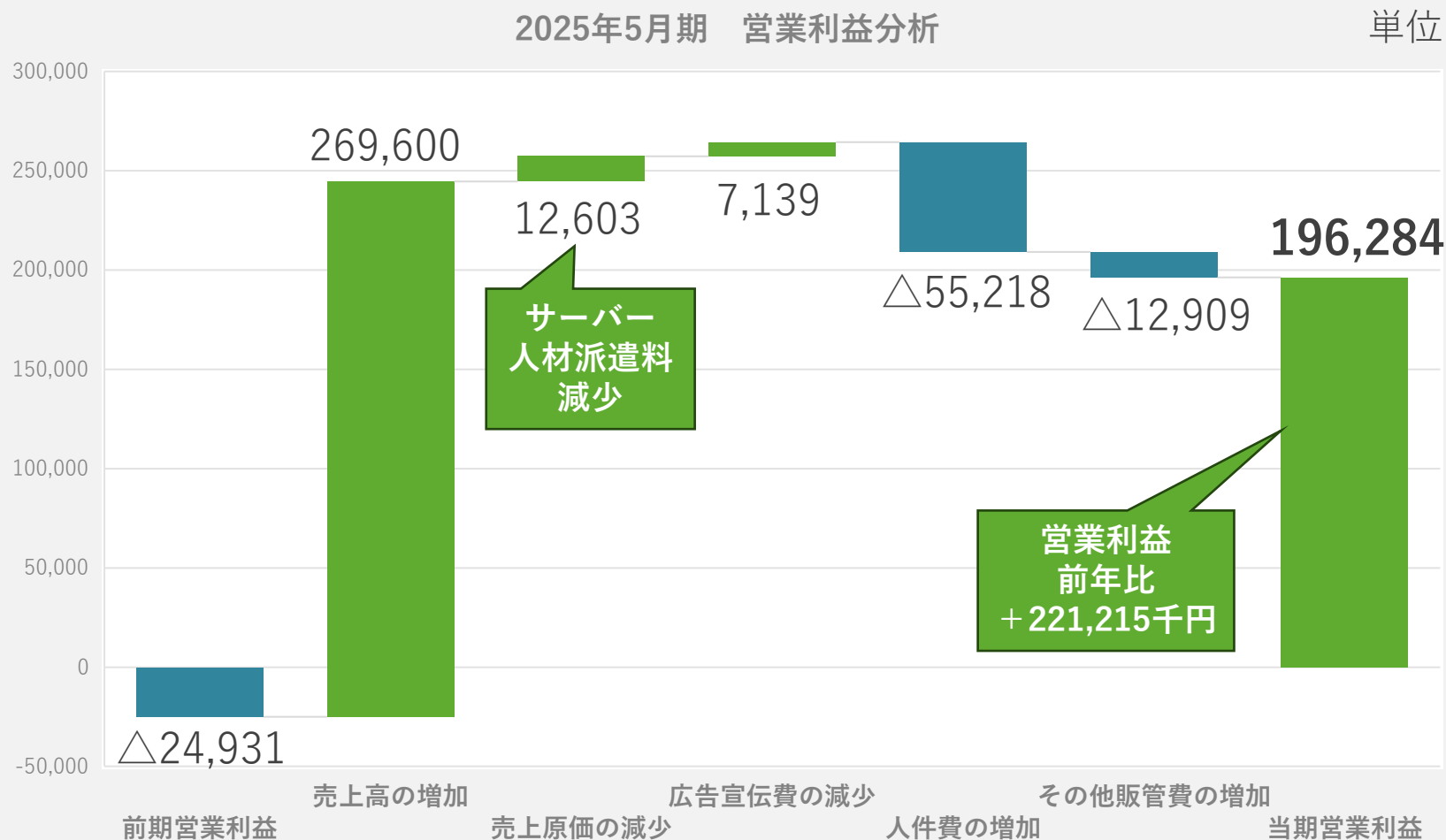
営業利益・売上高営業利益率の推移



売上原価のうち労務費が約5割を占める。外注費やサーバー費用の削減により売上原価は前期より13百万円減少。販管費は広告宣伝費の減少はあったものの人件費の増加があり前期より62百万増加。2026年5月期において、マーケティング強化のため広告宣伝費は前期+97百万円の増強を計画。



売上高の増加（269,600千円）に対し、サーバーや人材派遣料の削減等により売上原価は12,603千円の減少。販管費の人件費は55,218千円増加したものの、広告宣伝費は7,139千円の減少。結果として営業利益は前年比+221,215千円の196,284千円で着地。



サービス概要

カスタマイズ対応するクラウド型ECサイト構築サービスにおいて7年連続シェア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。

E 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」**

カスタマイズ対応するクラウド型ECサイト構築サービス
日本ネット経済新聞調べ
7年連続国内構築実績No.1

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。

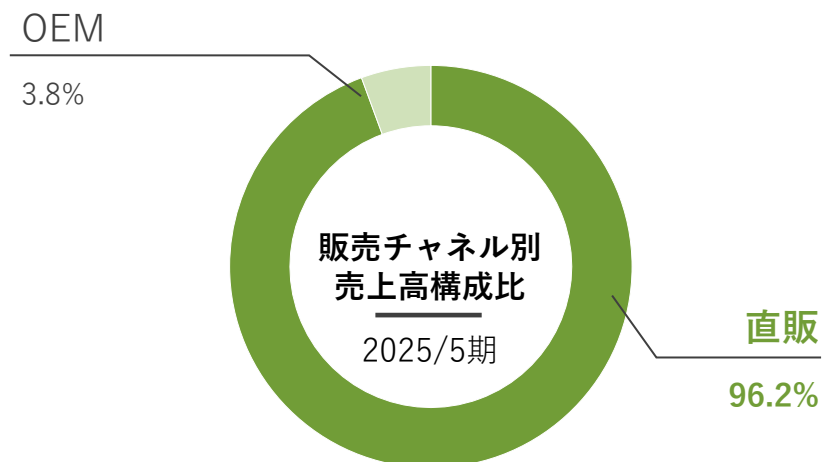
売上高区分

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800サイト以上の導入実績
カスタマイズ対応するクラウド型EC構築サービスにおいて7年連続シェアNo.1を獲得

※日本ネット経済新聞調べ



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
- 株式会社平田牧場
- 株式会社ケイシイシイ

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

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

お客様の事業フェーズに合わせた柔軟な提案を行い、コマースの最適化を実現する伴走型のDX/EC支援サービス*です。BtoC/B問わずさまざまな業種業界を支援してきたプロフェッショナルが、課題の特定や戦略分析から、システム連携・構築、販促・マーケティング、グローバル化まで、ECの枠に“とらわれない”DX/ECの成長をご支援します。

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

ECコンサルサービス



EBISU GROWTH

EC事業を運営する全ての事業者様を対象に、
圧倒的なDX/EC支援経験でコマースの最適化を実現

EC戦略PM支援サービス

お客様のEC事業責任者の代わりに
戦略→構築→運用のPDCAを回し
事業の継続的な成長を支援

ECモール特化型運営支援サービス

取り扱い商材の特性・企業様の経営状況、体制を
十分に踏まえた上で経営戦略的にアプローチし
短期・中期・長期でしっかりと成果につながる
EC運営のサポート

さまざまなチャネルのデータを収集・蓄積し、在庫管理や受注～出荷処理などのEC運営業務を自動化するクラウド型の統合業務管理システムです。データ連携コネクタによって、自社ECサイト・モール・WMS・基幹システムなどさまざまなシステムとシームレスにデータ連携。BtoB-ECサイトなど、大量のデータを扱う企業規模にも対応可能なシステム構成、ならびに開発体制を構築しています。

統合業務管理システム

EBISUMART Enterprise

EC運営はもっと楽になる

あらゆるデータの一元管理で日常業務の自動化を実現

ECに関するデータを収集・蓄積

自社で保有しているECサイトやPOSシステム、
モールサービスなどと連携し、保有している
受注・顧客データを収集・蓄積

EC運営業務の自動化

ECサイトやモールサービスへ
在庫データを自動的に反映し、
WMSへ出荷データを自動連携

EBISUMARTの標準機能をBtoB-EC向けに見直し、不要な機能を削減することで、BtoBの商習慣に合わせた機能の提供や既存ビジネスの踏襲を実現しやすくしたBtoB-EC構築サービスです。
これまでEBISUMARTで提供していたクラウド型のメリットはそのままに、より業務に対応したBtoB-ECを構築することが可能になります。

BtoB-EC構築サービス

EBISUMART BtoB

DX推進を目的に受注業務のシステム化・業務効率化データ利活用をお考えの事業社様に、
さまざまなビジネス形態に対応した受注システムをご提供

さまざまな商材に対応

個数単位の発注に加え、
長さ・量単位を指定し発注可能なため、
さまざまな商材に対応可能

取引先とのコミュニケーション強化

取引に関わる全情報を発信
することで、欲しい情報がいつでも
入手可能な環境をご提供

企業が持つ多種多様な商品データを統合し、情報の整合性を保ちながら各チャネルへシームレスに配信する商品データ統合プラットフォームです。商品情報管理（PIM）を導入することで、商品のメディアデータ管理や、さまざまなシステムへのデータ連携、自社製品の特性に合ったデータ項目の設計・構築などを実現します。

2025年2月リリース

商品データ統合プラットフォーム



信頼性の高い商品コンテンツをさまざまなチャネルへシームレスに配信する
商品データ統合プラットフォーム

商品データは一つのシステムで管理

社内に散らばった商品データを
マスタ管理し、各販売チャネルに
一貫性のあるデータを提供

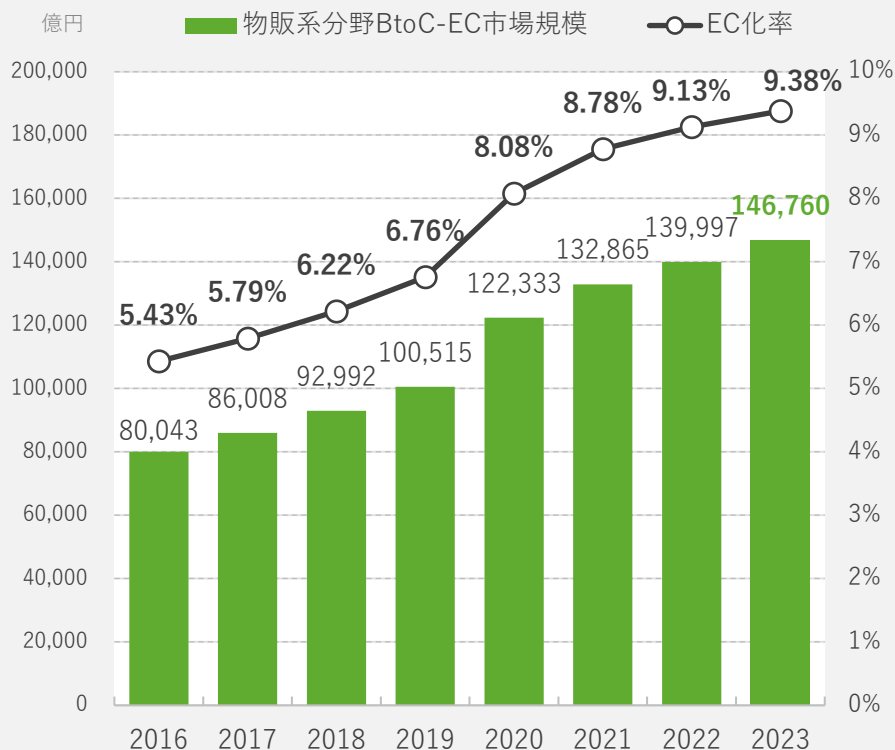
データを各チャネルに自動配信

登録した内容を各チャネルへ
リアルタイムに配信、管理コストの削減と
市場投入速度の向上を支援

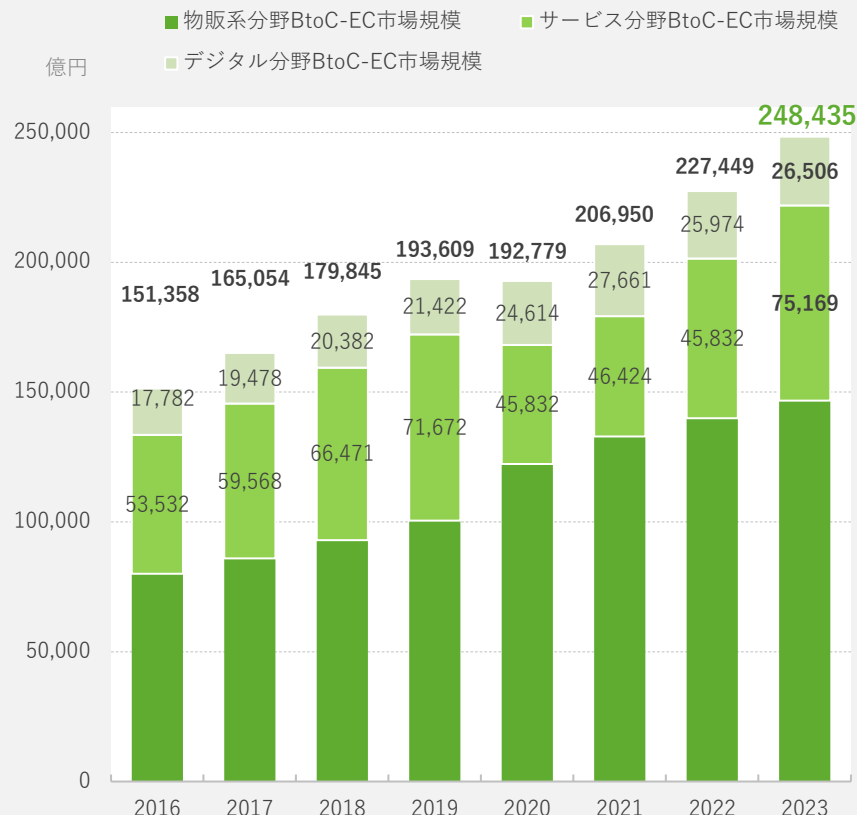
市場の状況

2023年の国内BtoC-EC市場は、前年比9.23%増の24.8兆円に拡大。サービス分野（旅行や飲食）は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により大幅に落ち込んでいた旅行サービス、飲食サービス、チケット販売が昨年に引き続き大きく増加。物販系分野のEC市場は継続して大幅に拡大しており、書籍、映像・音楽ソフトや生活家電・雑貨におけるEC化率への動きも活発であり、今後も市場は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

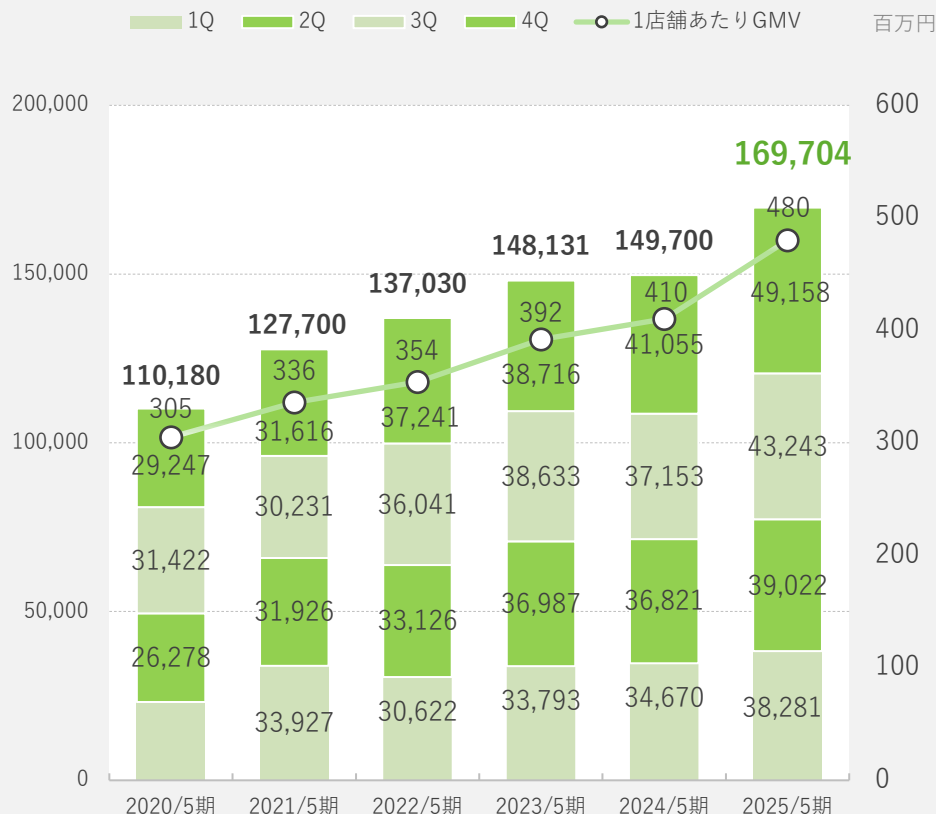
- 定期便や期日指定便等の幅広い対応
- 在庫管理等、バックヤード業務との連携

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

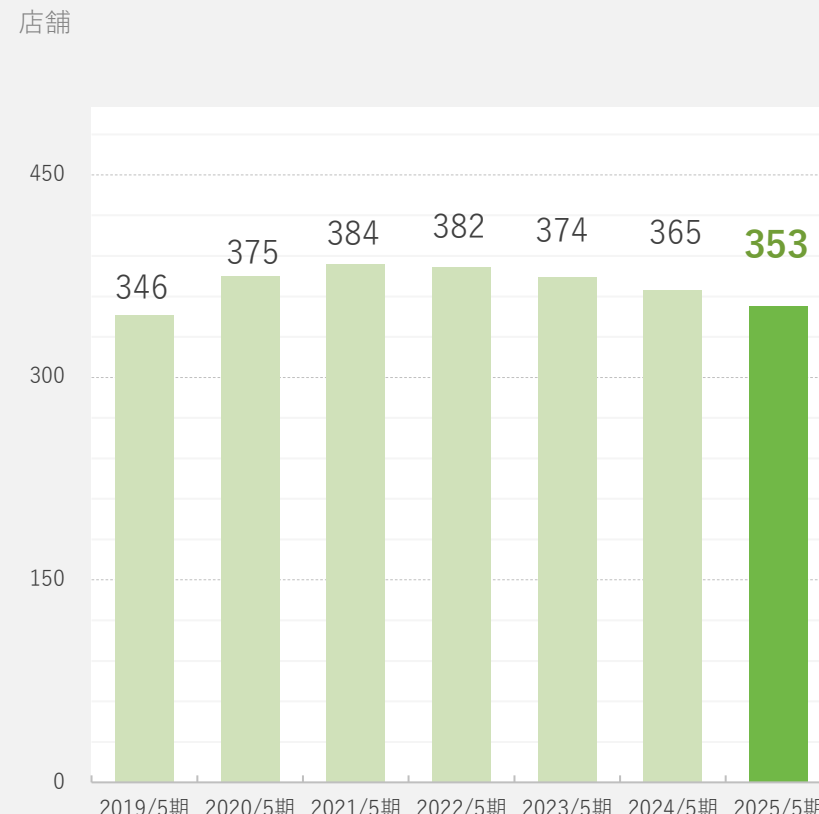
自 社 分 析

GMVは前年同期比113.4%となり、1店舗あたりGMVも増加傾向。今後も安定して新規案件のリリースが予定されており、安定した増加が見込まれる。顧客数は、小規模ECサイト縮退に伴う解約が継続しており減少となった。

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

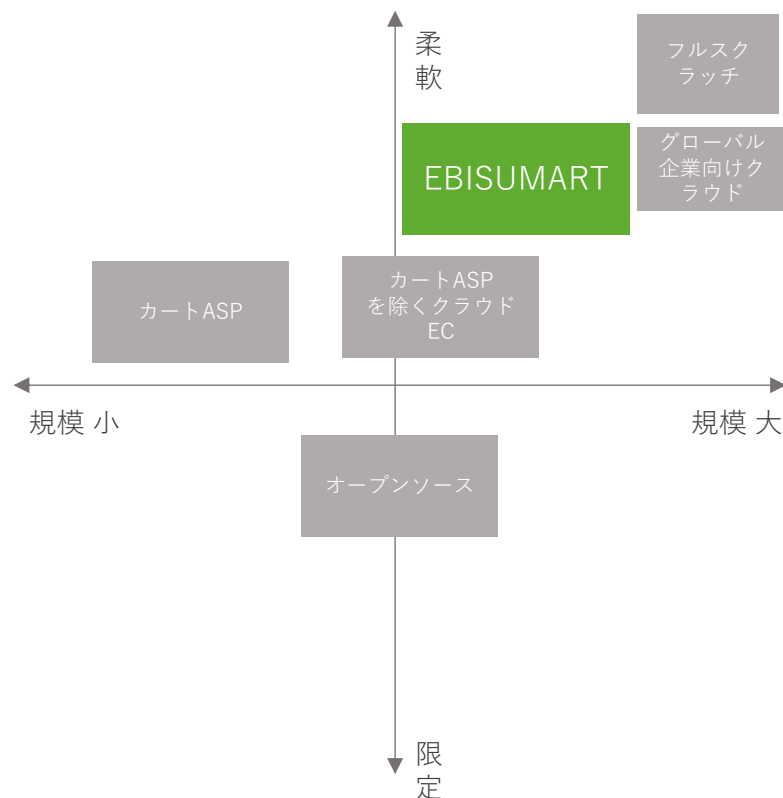
当社サービスは、主に大規模ECを対象とするため、パッケージやフルスクラッチで提供する企業と競合する。常に最新のシステムを提供するクラウドの特性に加え、柔軟なカスタマイズを可能とすることで業界でも稀有なサービスポジションに位置している。

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	←→	←→		
カートASPを除くクラウドEC	←→	←→	←→	
E 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			←→	←→

競合領域

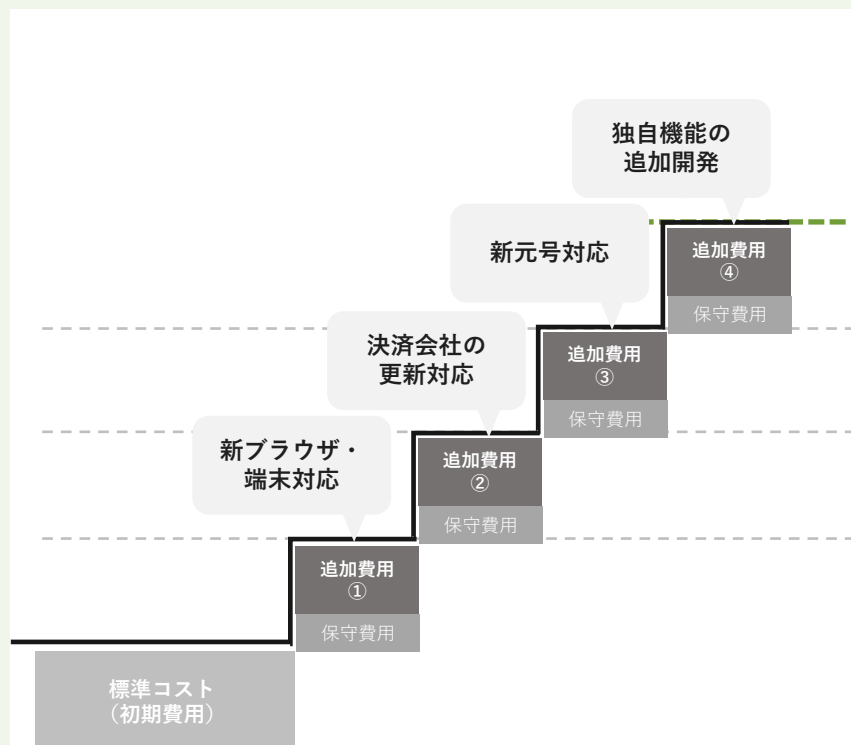
「EBISUMART」のサービスポジション



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

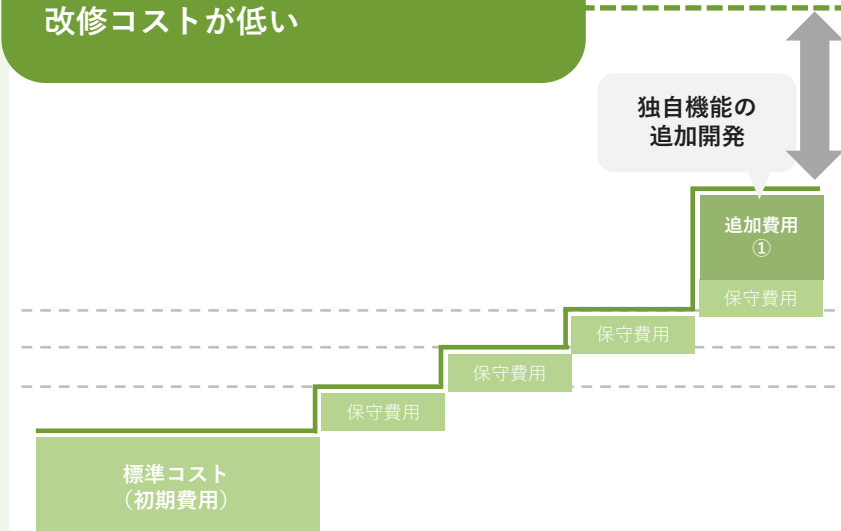


大規模EC事業者向けクラウドECのコスト推移

E EBISUMART

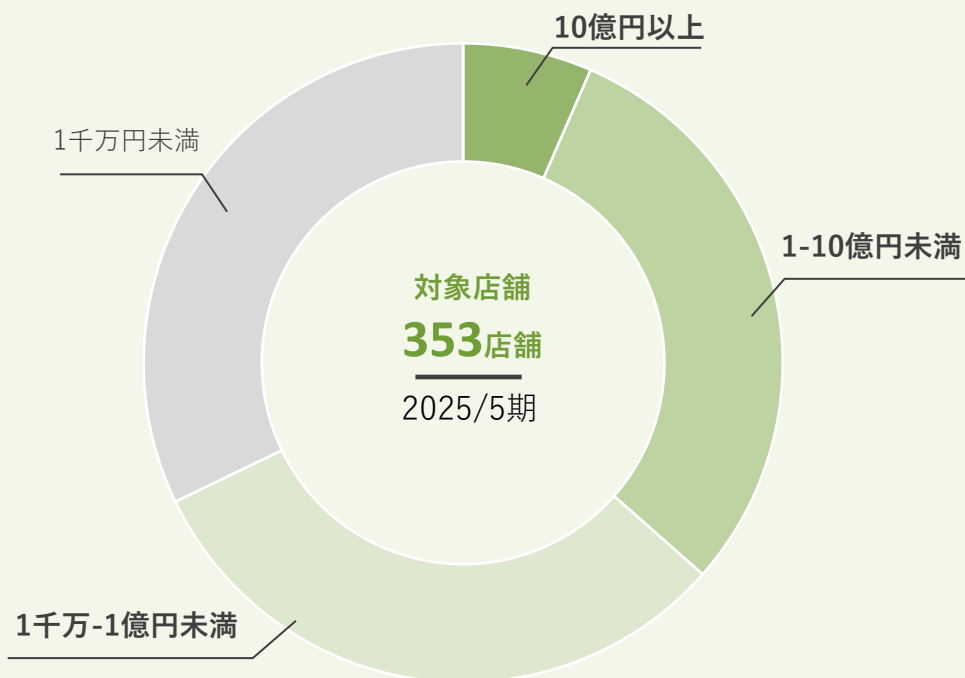
改修コストの差

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



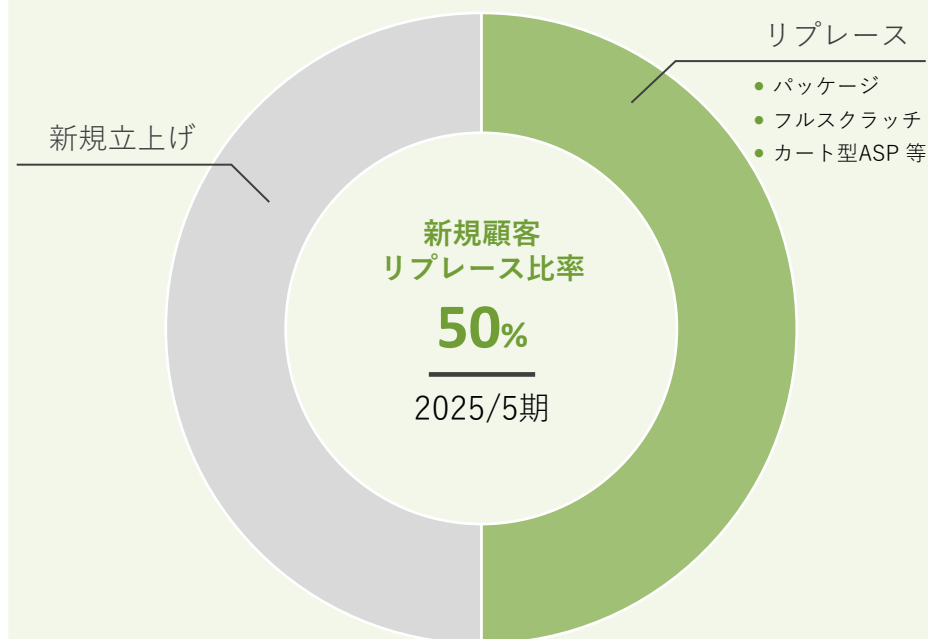
当社の顧客基盤は、既にEC運営基盤を有する事業者で過半数を占める。
また、新規顧客のリプレイス割合が高く、さらなるEC売上の拡大を志向する事業者を選好される。

「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半数

事業計画

テーマ：「売上高成長率 年平均13%を目指し、事業の多角化と安定した利益構造の確立」
売上高の成長を重視しつつ、既存事業における安定した収益基盤の構築を図る。

中期経営目標

2028年5月期度

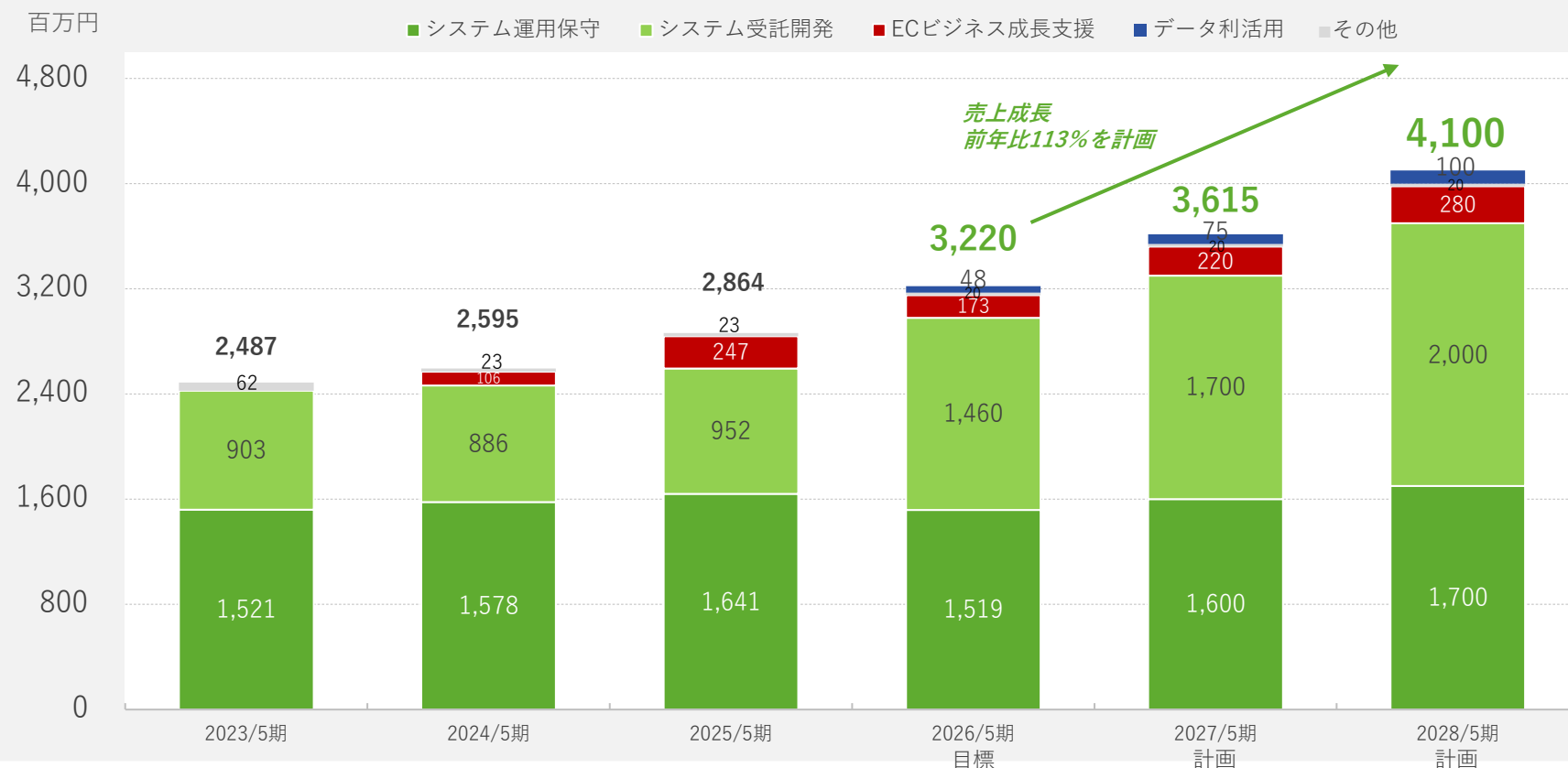
売上高 41.0億円 （2025年5月期度：28.64億円）

2028年5月期度

営業利益 3.89億円 （2025年5月期度：1.96億円）

売上高は2028年5月期に41.0億円を目標とし、売上成長においては年平均13%成長を目指す。更なる売上を構築するため、受託開発においては大規模向けECプラットフォームの拡販やECビジネス支援サービスの拡充強化、商品情報データを利用した新規サービスの提供を実施していく。

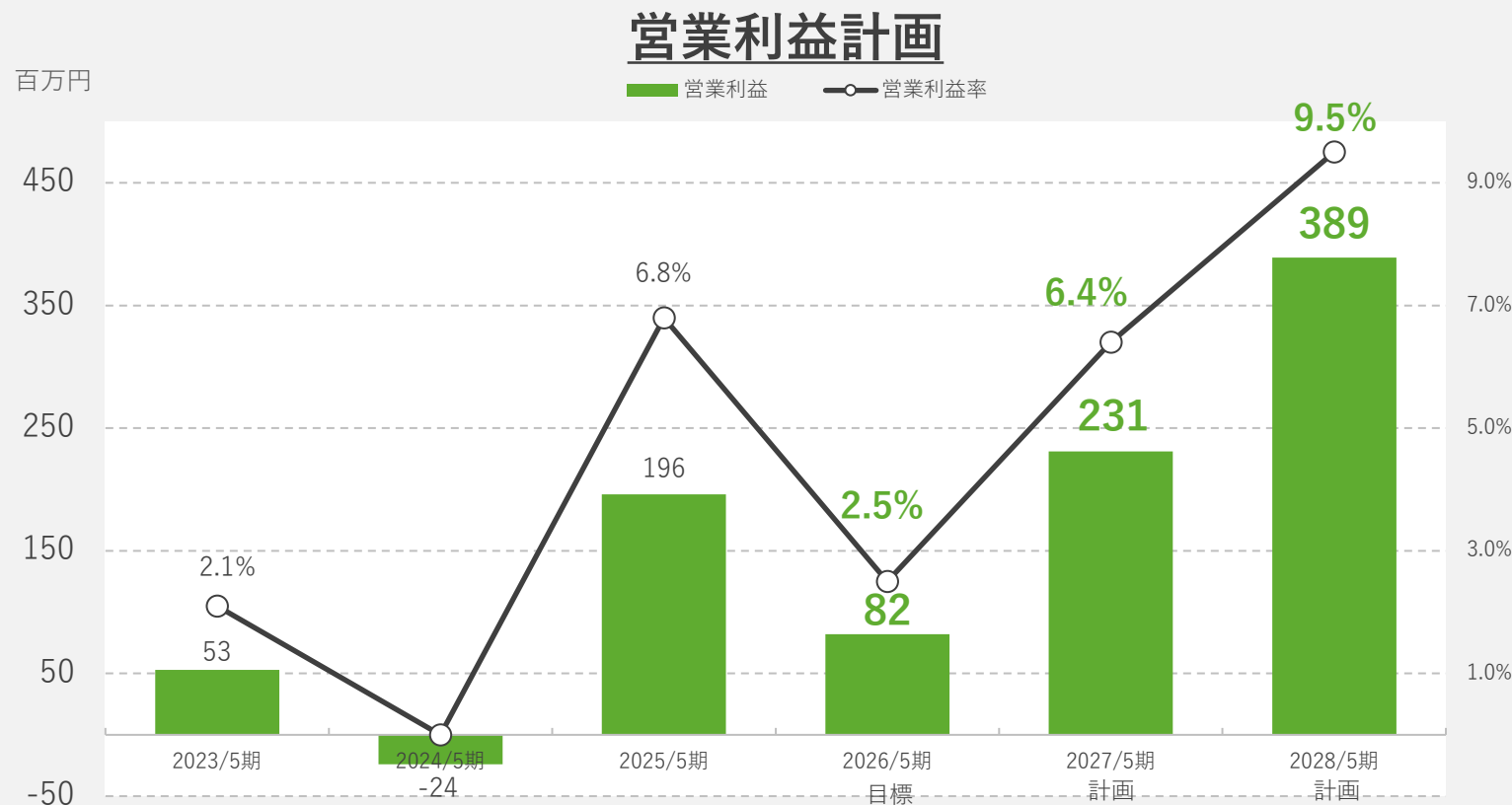
売上高計画



■ 前期開示の売上高計画（2025年5月期-2027年5月期）との差異について

- ・ 2025/5期 目標**3,014百万円**：システム運用保守及びECビジネス成長支援は計画を上回ったものの受託開発の稼働が想定より小さく、目標を下回った。
- ・ 2026/5期 計画**3,411百万円** 2027/5期 計画**3,873百万円**：2025/5期において一部店舗の解約を想定していましたが、解約時期が2026/5期に変更となったため、システム運用保守において2027/5期共に計画値を変更しております。（主要変更箇所：システム運用保守2026/5期 計画**1,600百万円** 2027/5期 計画**1,800百万円**）

営業利益は2028年5月期に3.89億円を目標とする。営業利益率は2026/5期に積極的に広告宣伝及び人材強化に投資するため2.5%となるが、クラウドコマースプラットフォーム事業における新サービスの原価構造を継続的に見直し、2028年5月期は9.5%を計画する。



■前期開示の営業利益計画（2025年5月期-2027年5月期）との差異について

- ・ 2025/5期 **目標100百万円（営利率3.3%）**：想定した一部解約もなく、売上高が向上しサーバー費用、人材派遣料等の削減を行ったため、目標を大きく上回った。
- ・ 2026/5期 **計画218百万円（営業利益率6.4%）** 2027/5期 **計画368百万円（営業利益率9.5%）**：2026/5期については新サービス販売強化のため広告宣伝及び、2026/5期は、2025/5期におけるシステム運用保守売上減少による影響を鑑み、計画値を変更しております。

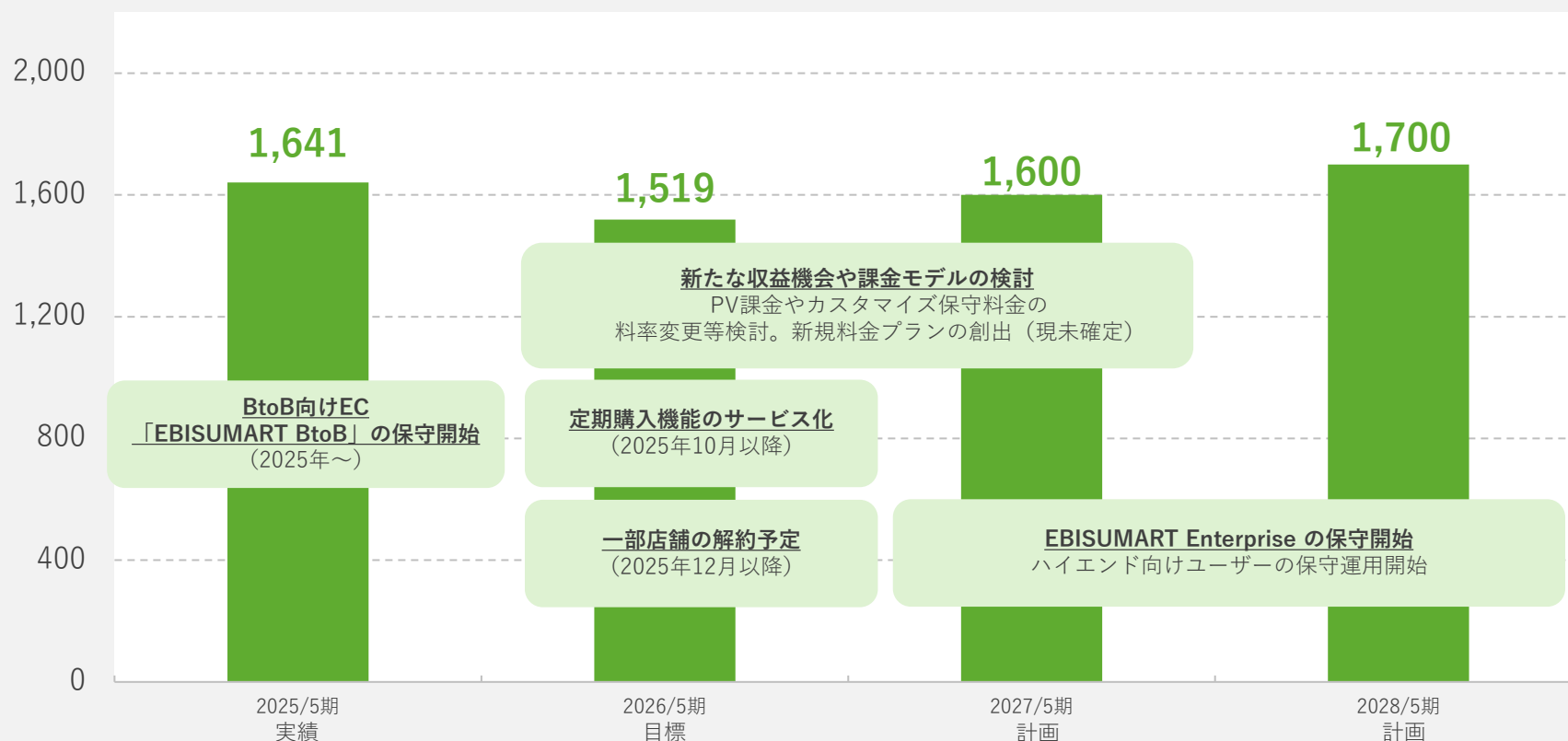
クラウドコマースプラットフォーム事業 売上高の成長＜ストック収益成長＞

■新規ECプラットフォーム投入により運用保守の単価及び売上の底上げを想定

システム運用保守売上の推移

■ システム運用保守

百万円

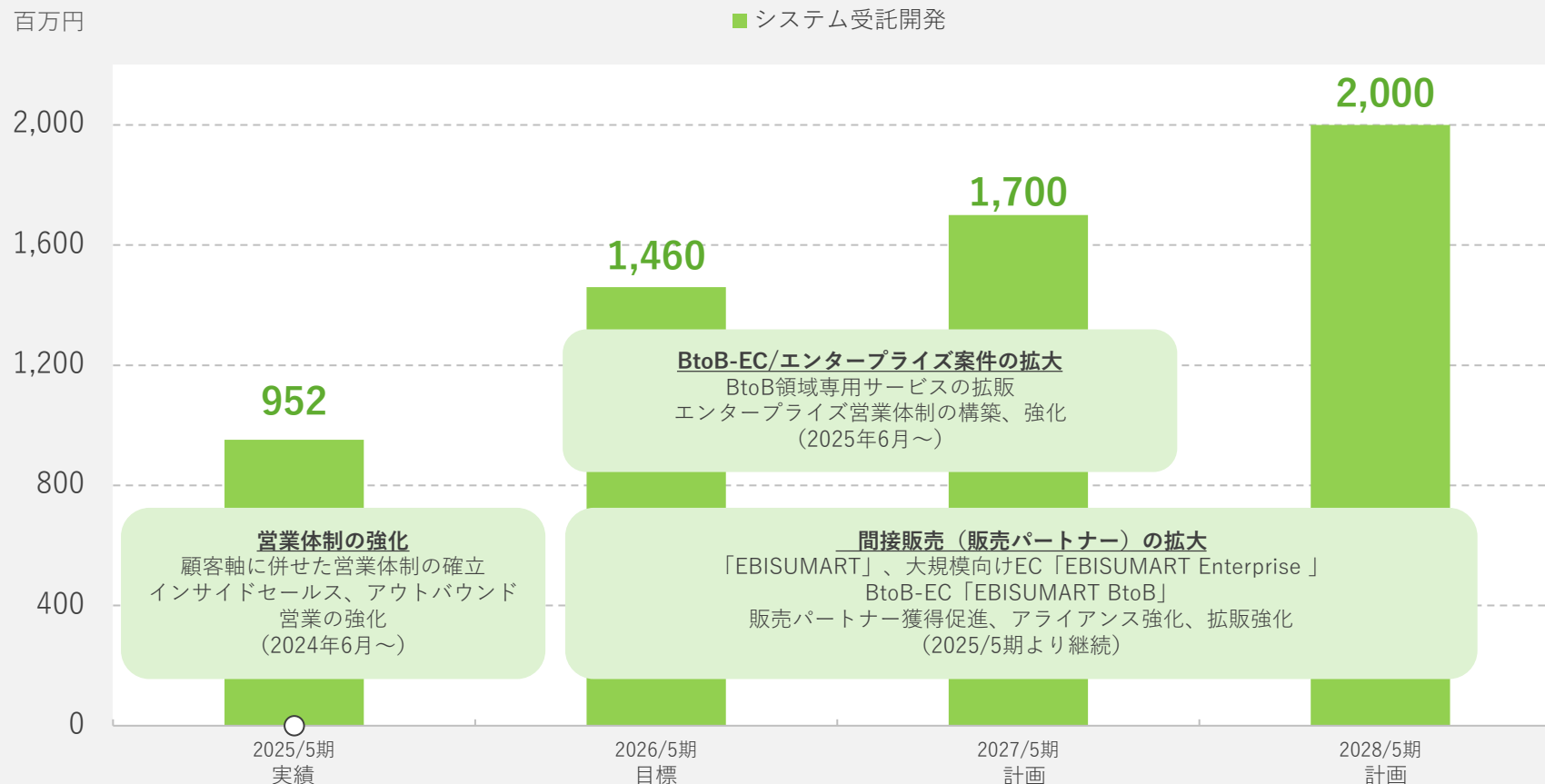


クラウドコマースプラットフォーム事業 売上高の成長＜フロー収益成長＞

■システム受託開発受注における営業体制の強化・刷新

システム受託開発売上の推移

■ システム受託開発

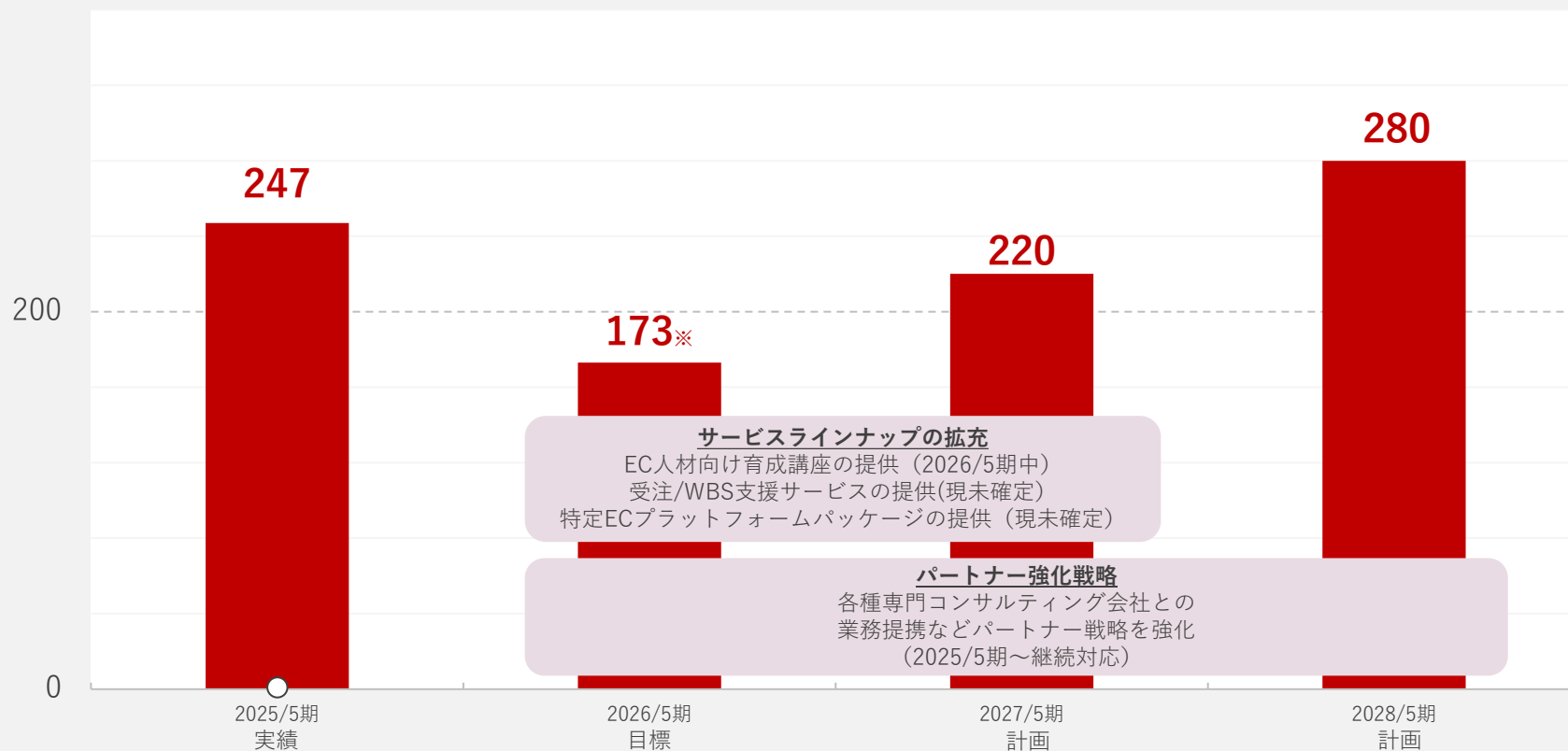


ECビジネス成長支援事業 新規セグメントによる売上高の継続成長

■ECコンサルサービス「EBISU GROWTH」販売強化による売上創出 「EBISU GROWTH」売上の推移

百万円

■ EBISU GROWTH

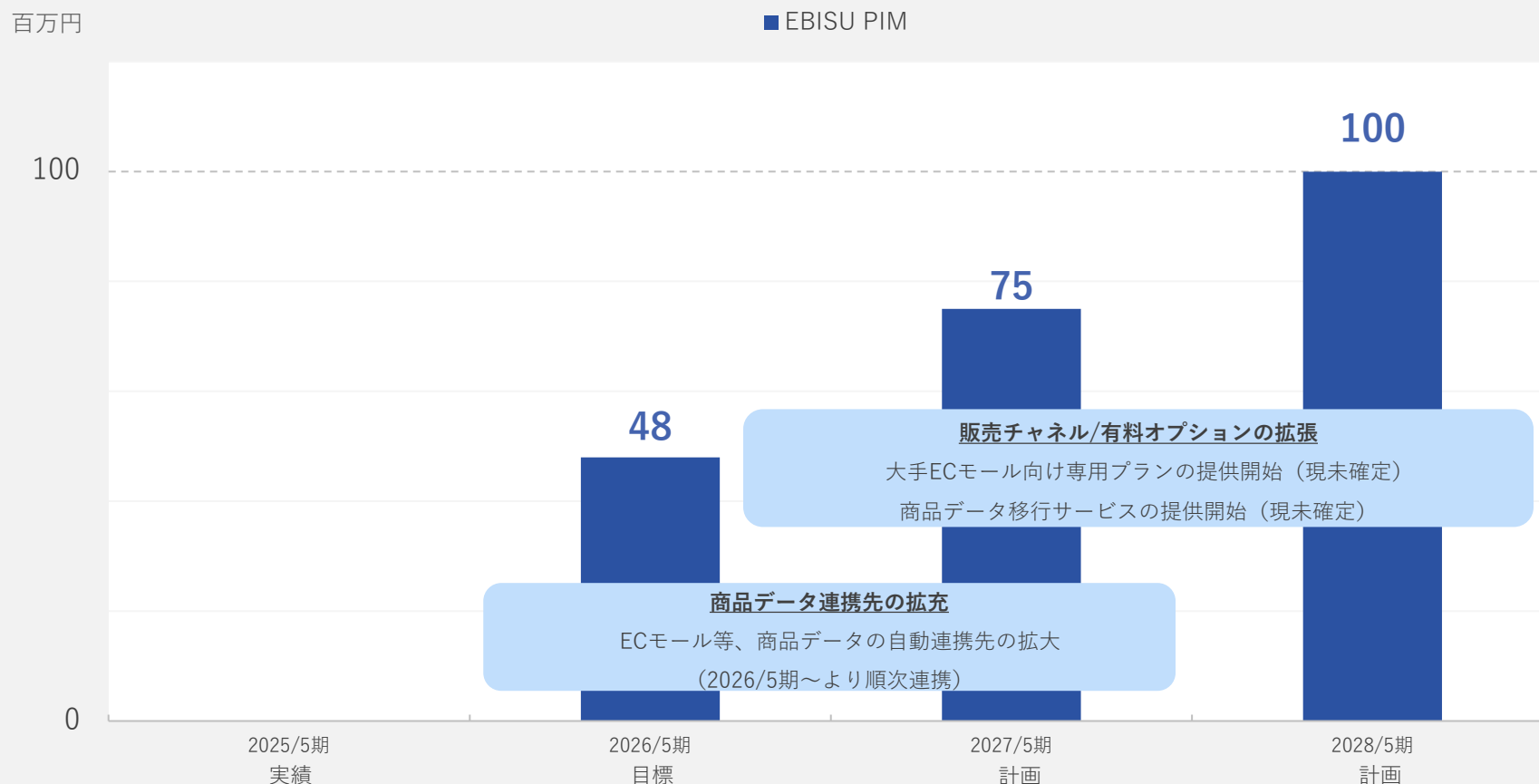


※前期からの減少理由：2026/5期より広告運用関連の売上計上においてグロス売上からネット売上に変更をしたため。（2026/5期からネット売上での計画数値）

新規事業 データ利活用プラットフォーム事業 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

商品データ統合プラットフォーム「EBISU PIM」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の規模やBtoB事業者に向け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。

BtoB向け EC

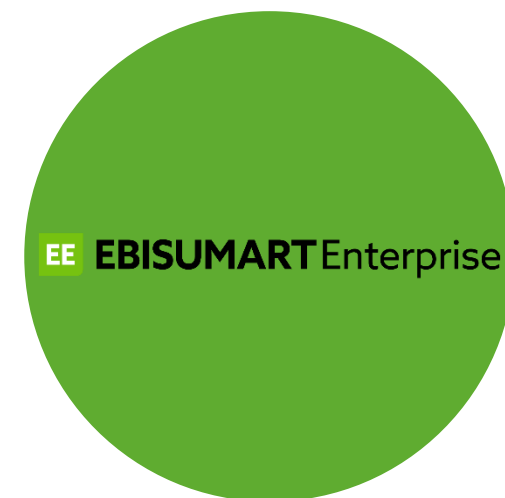
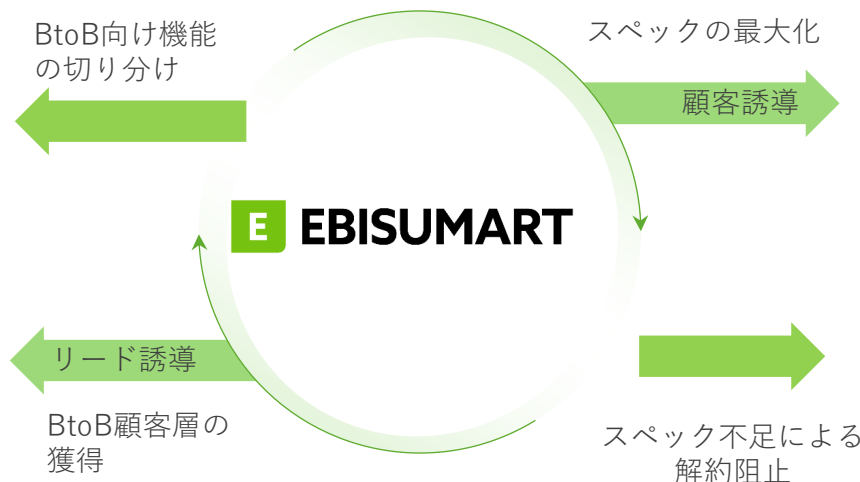
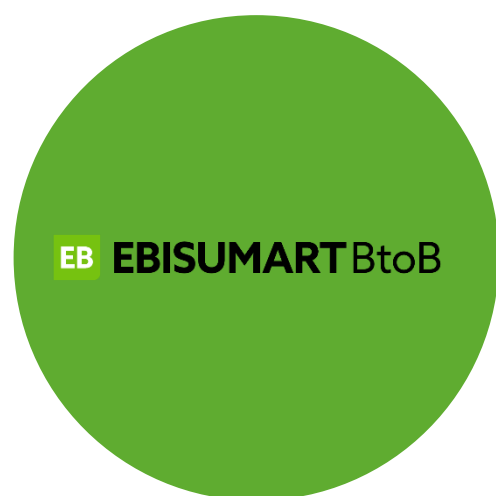
年間GMV 1億円～

メインターゲット層 中大規模向け EC

年間GMV 1億円～100億円

大規模向け EC

年間GMV 100億円～



領域拡大

- EBISUMARTからのリード誘導（実施中）
- 販売パートナーとのリレーション強化
- BtoB向け専用機能の開発（実施中）

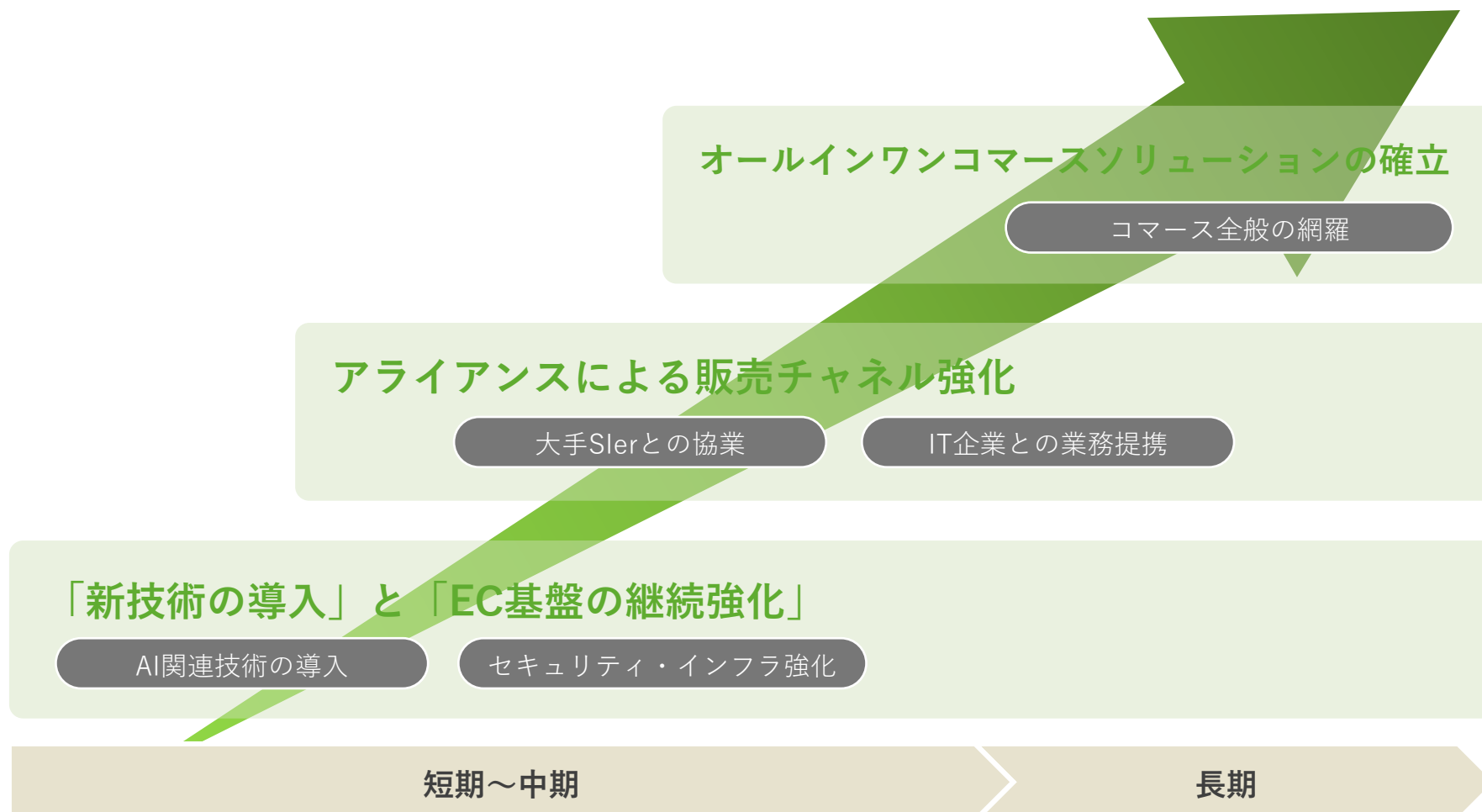
GMV拡大

- 新規料金プランの検討（検討中）
- ビジネスグロースアップサポートの強化（実施中）
- 定期購入機能の提供（2025年中提供予定）

顧客拡大

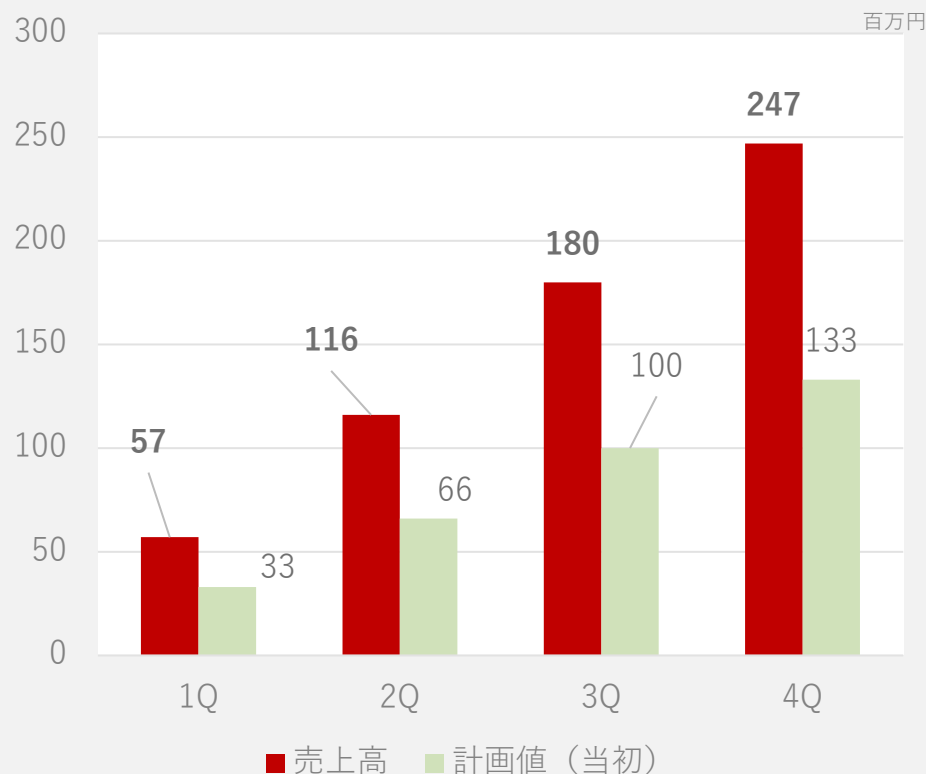
- エンタープライズ営業体制の確立（実施中）
- 大手販売パートナーとの共同提案（実施中）
- EC全般のトータルソリューション対応

変化のスピードが激しいEC業界において「EBISUMART」を軸に、新技術の導入検討や新機能開発を積極的に実施していく。ECで培ったノウハウと実績を活かし大手Slerとの協業も進め、コマースに関わる全てにおいて提案、提供できるソリューションを目指す。



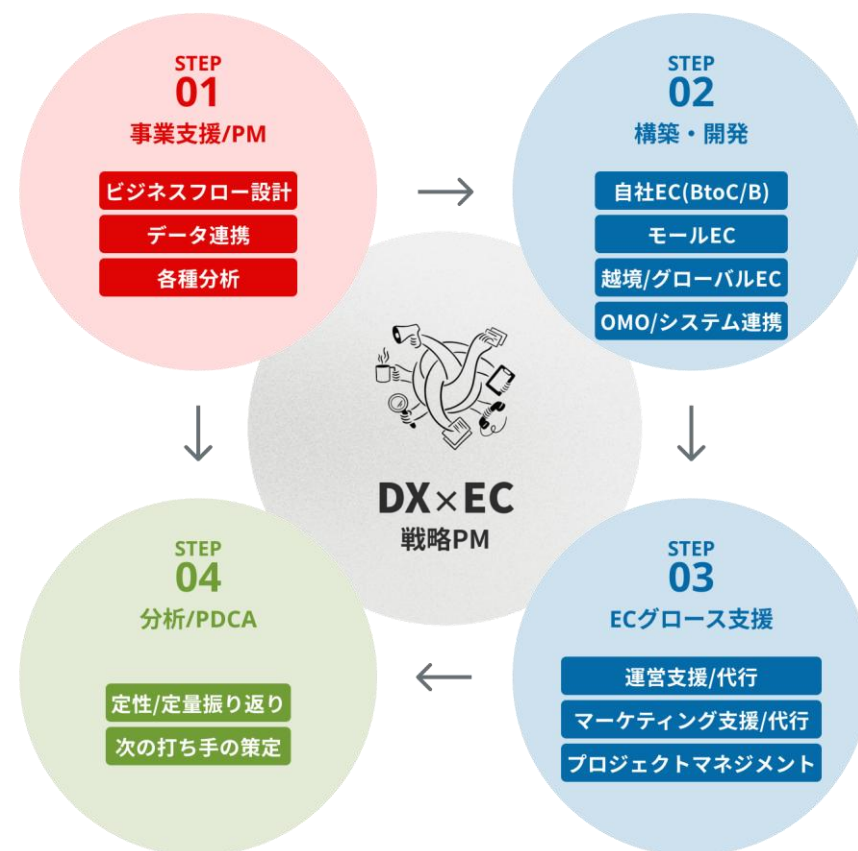
ECビジネス成長支援サービスは、「EBISU GROWTH(エビス グロース)」を中心とした、顧客であるEC事業者の事業ステージや事業領域に合わせて最適なECビジネス成長のソリューションを提案。通期での売上高達成率は当初計画比185.7%と計画を大きく上回って着地。

ECビジネス成長支援売上高の四半期推移（累計）



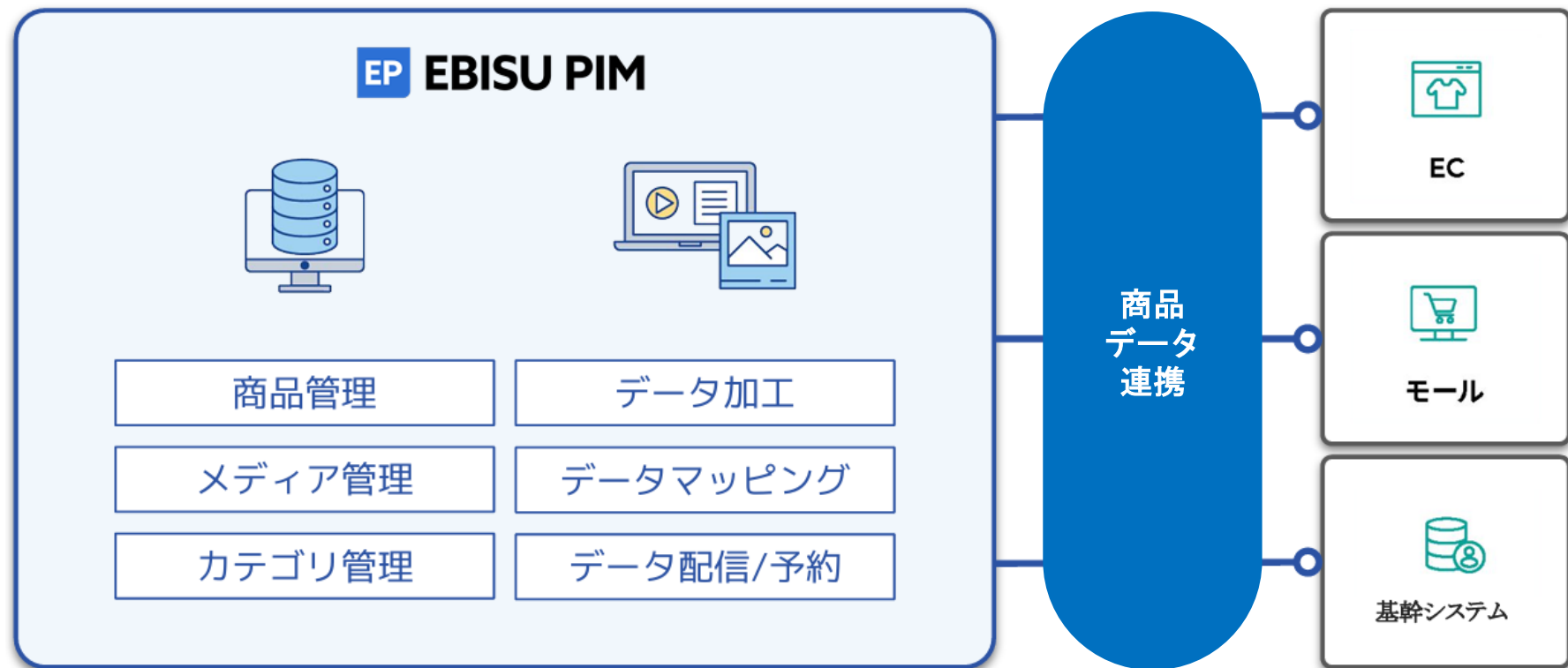
2025/5期

EBISU GROWTHの関わり方



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、**データ利活用プラットフォーム**を新規開発し、順次関連サービスを提供していく。

第1弾サービスとして、自社が持つ商品情報を、自社の運用にフィットする商品マスタに統合しマスタ管理の業務効率を最大化するための**SaaS型商品情報管理システム「EBISU PIM（エビスピム）」**の提供を開始。



短期中期では商品情報管理サービス「PIM（ピム）」の国内啓蒙を強化し、商品データの管理における重要性及びメリットの訴求を図り、PIM利用において企業の業務効率化、DX化促進を推し進めていく。長期的には、商品データの管理だけでなく、受注データや会員データを一元管理するプラットフォームを構築し、データ利活用のデファクトスタンダードを目指す。

短期～中期

「EBISU PIM」の啓蒙・導入拡大

顧客のバリューチェーンに参画し
データ活用の基盤を構築することでビジネス機会を創出

商品

×

データ連携

パートナーユーザー対応

特定のユーザとのPoCにより、事例作り、製品の機能改善、キラーコンテンツの開発を行う。

EBISUMARTとのセット販売やECモール店舗様向け特別プランでの販売

EBISUMARTとのセット販売や主要ECモール出店者様向けの特別プランを用意し導入拡大を図る。

データ連携コネクタ開発

連携可能な販売チャネル、分析ツールを需要の高いものから優先して開発し、種類を増やすことで様々な業種、業界のデータ統合の実現を目指す。

長期

「データ利活用プラットフォーム」の
認知拡大・付加価値の強化

顧客のコマース業務を最適化
データ利活用のデファクトスタンダードへ

商品

受注

会員

×

データ利活用

データ活用の幅を拡大

受注・会員データの統合管理を実現し、コマースデータをフル活用したソリューションを展開し、より大きいニーズに対応できるプラットフォームを目指す。

付加価値の強化

データ処理パフォーマンスの向上、UI/UXの洗練、セキュリティレベルの向上、AI・分析機能の開発を推進。

パートナー協業

開発スピードの向上と販路拡大を推進。

ターゲット顧客の拡大

他社ECプラットフォームとの連携強化により、SB~EPまで幅広い層の顧客を開拓。

スモールスタート向け「EBISUMART Lite」、ハイエンドモデル「EBISUMART Enterprise」ならびにBtoB-EC特化型「EBISUMART BtoB」の提供開始により、全方位のEC事業者様に合うECプラットフォームを展開する。引き合いの増加している、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」に加えて、商品データ統合プラットフォーム「EBISU PIM」を新たに展開し、幅広い顧客層にアプローチしていく。

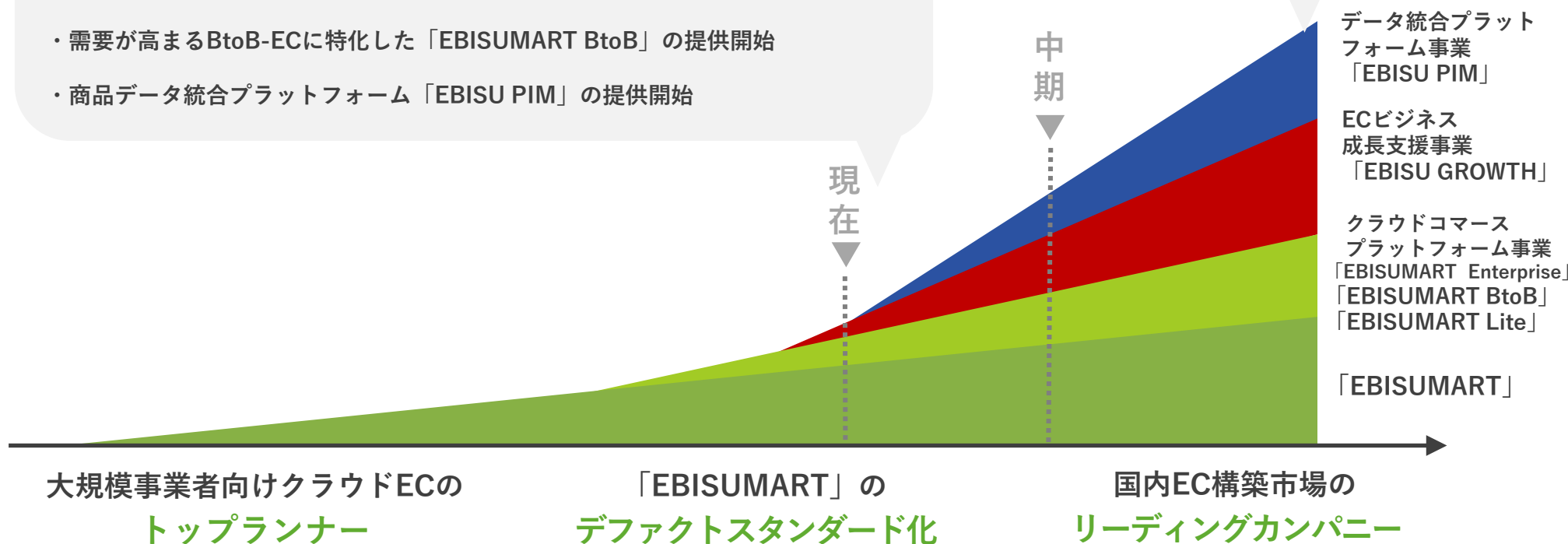
2024-2025 ECを軸に事業の多角化を推進

- ・ 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
- ・ ハイエンド向け次世代ECプラットフォーム「EBISUMART Enterprise」の提供開始
- ・ 需要が高まるBtoB-ECに特化した「EBISUMART BtoB」の提供開始
- ・ 商品データ統合プラットフォーム「EBISU PIM」の提供開始

20XX

国内ECを先導する

国内EC市場のリーディングカンパニー





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
【EC市場の動向】 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。経済産業省が2024年9月に公表した「令和5年度電子商取引に関する市場調査」によると、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。	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、新規サービスの投入など、様々な企画検討に取り組んでおります。
【特定のサービスへの依存について】 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。当事業年度における売上高のほとんどは、構築収入及びサービス課金収入に依存しております。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。	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取り組んでおります。またECビジネス成長支援事業への継続的な投資やデータ利活用プラットフォーム事業を新規にて立ち上げ、事業の多角化にも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
【システム障害・通信トラブルについて】 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。当社は、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、コンピュータウィルス、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。上記の理由により当社のサービスが停止した場合には、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。	中	大	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、引き続き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。
【情報セキュリティ対策の不備によるリスク】 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。当社では、情報セキュリティマネジメントシステムの整備を進めており、適切な情報セキュリティの実現を図っております。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、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。	中	中	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。

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2026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

interfactory