



2020年9月期第1四半期 決算説明資料

株式会社イルグルム
2020年2月7日

INDEX

- 1 | 2020年9月期 通期業績見通し**
- 2 | 業績ハイライト**
- 3 | 事業ハイライト**
- 4 | 中期経営方針の進捗**



2020年9月期第1四半期 決算のポイント

通期業績予想を開示

売上高27億円、営業利益2億円

第1四半期売上高は前年同期比12%成長

四半期純利益黒字化

アドエビスは平均単価(月額)11万円超え

1 | 2020年9月期 通期業績見通し

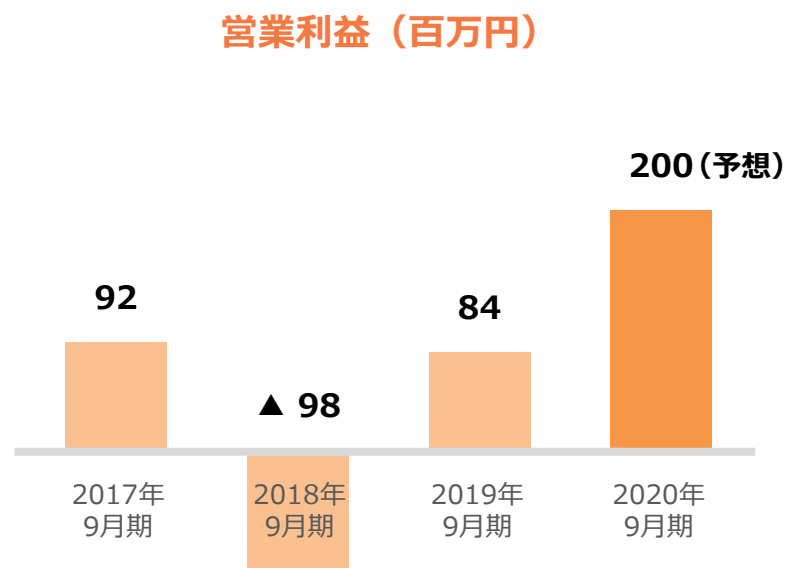
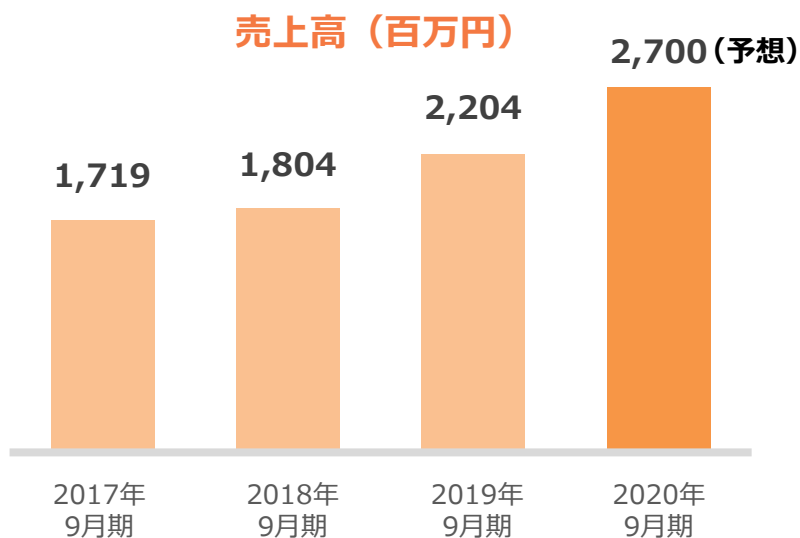
FY2020 financial forecast

INDEX

2020年9月期 通期業績見通し

2020年9月期の通期業績予想を下記のとおりお知らせいたします

売上高	: 2,700百万円
営業利益	: 200百万円
経常利益	: 190百万円
当期純利益	: 130百万円



2 | 業績ハイライト

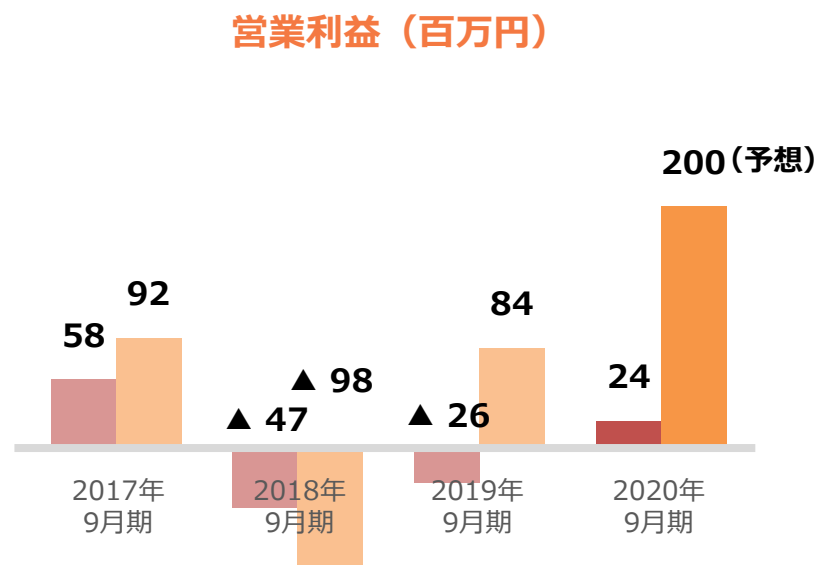
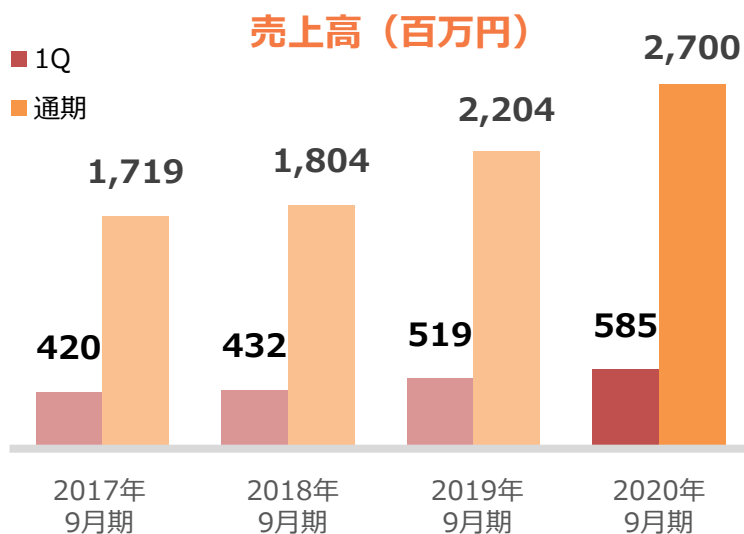
Financial highlights

INDEX

2020年9月期第1四半期 連結業績ハイライト

(単位:百万円)

	2020年9月期 第1四半期実績	前期比	2020年9月期 通期予想	2020年9月期 通期予想比
売上高	585	112.7%	2,700	21.7%
営業利益	24	前年同期の 営業損失 ▲26	200	12.4%

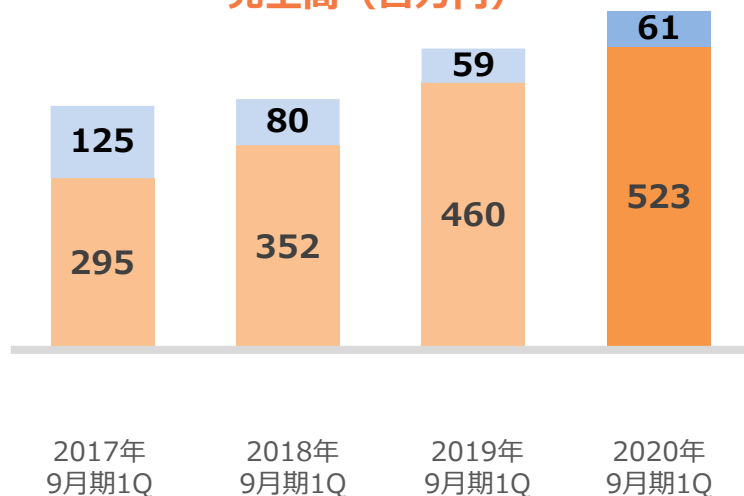


2020年9月期第1四半期 セグメント業績ハイライト

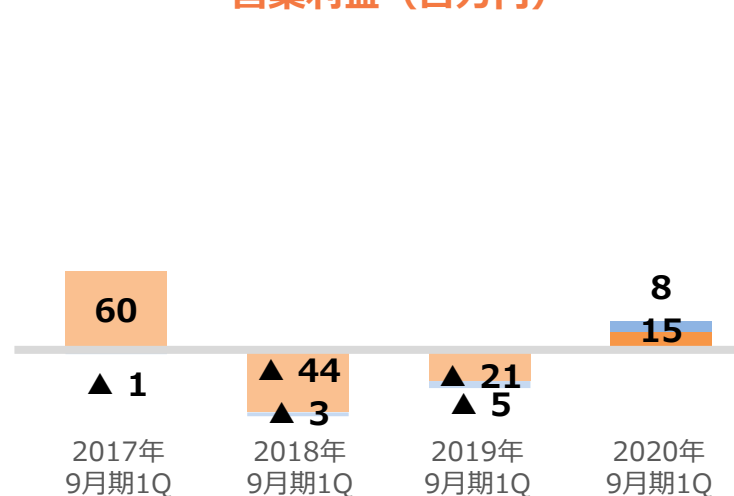
(単位:百万円)

	売上高	前期比	営業利益	前期比
マーケティング プラットフォーム事業	523	113.8%	15	前年同期の 営業損失 ▲21
商流 プラットフォーム事業	61	103.9%	8	前年同期の 営業損失 ▲5

売上高 (百万円)

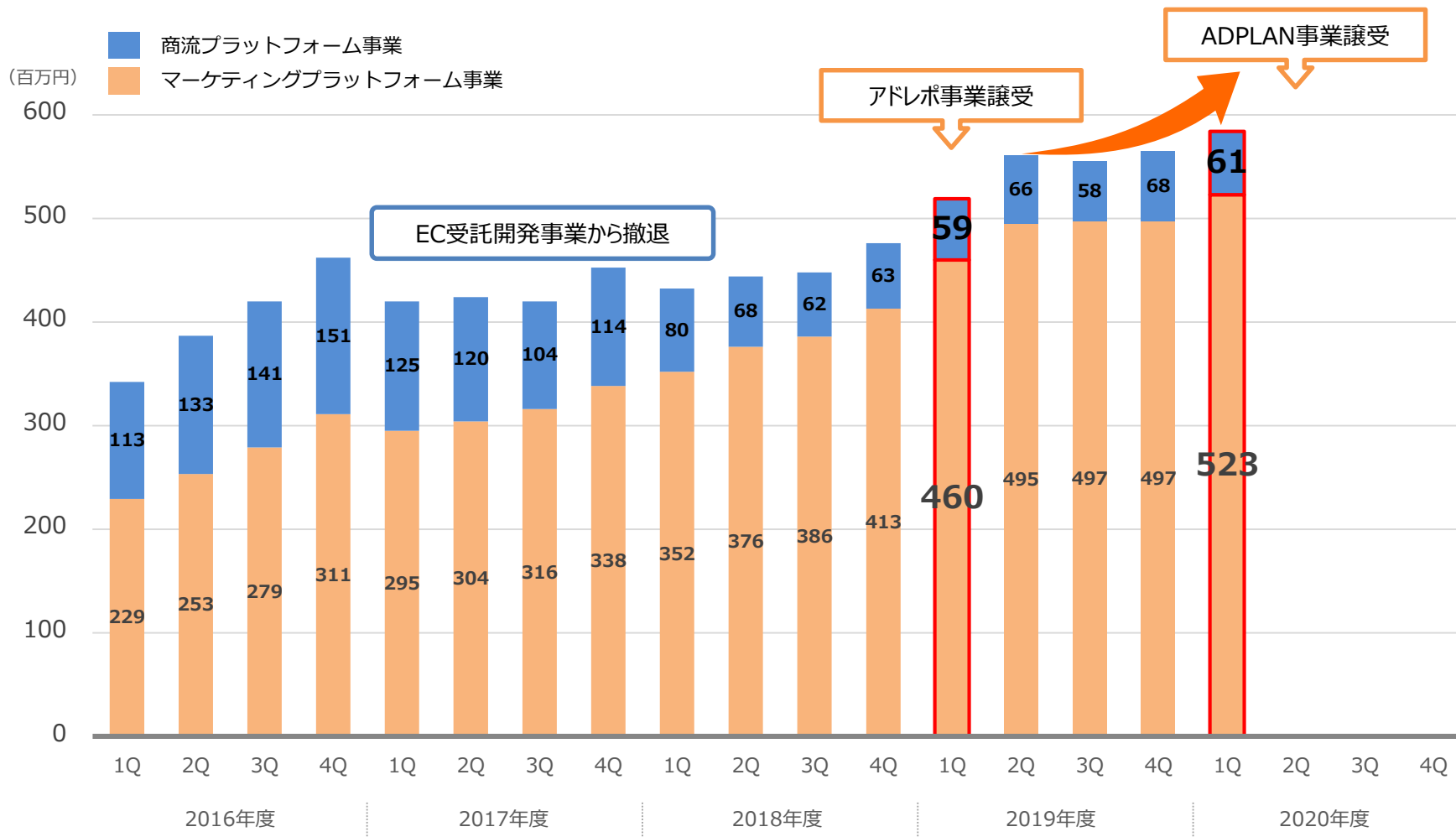


営業利益 (百万円)



四半期売上高の推移

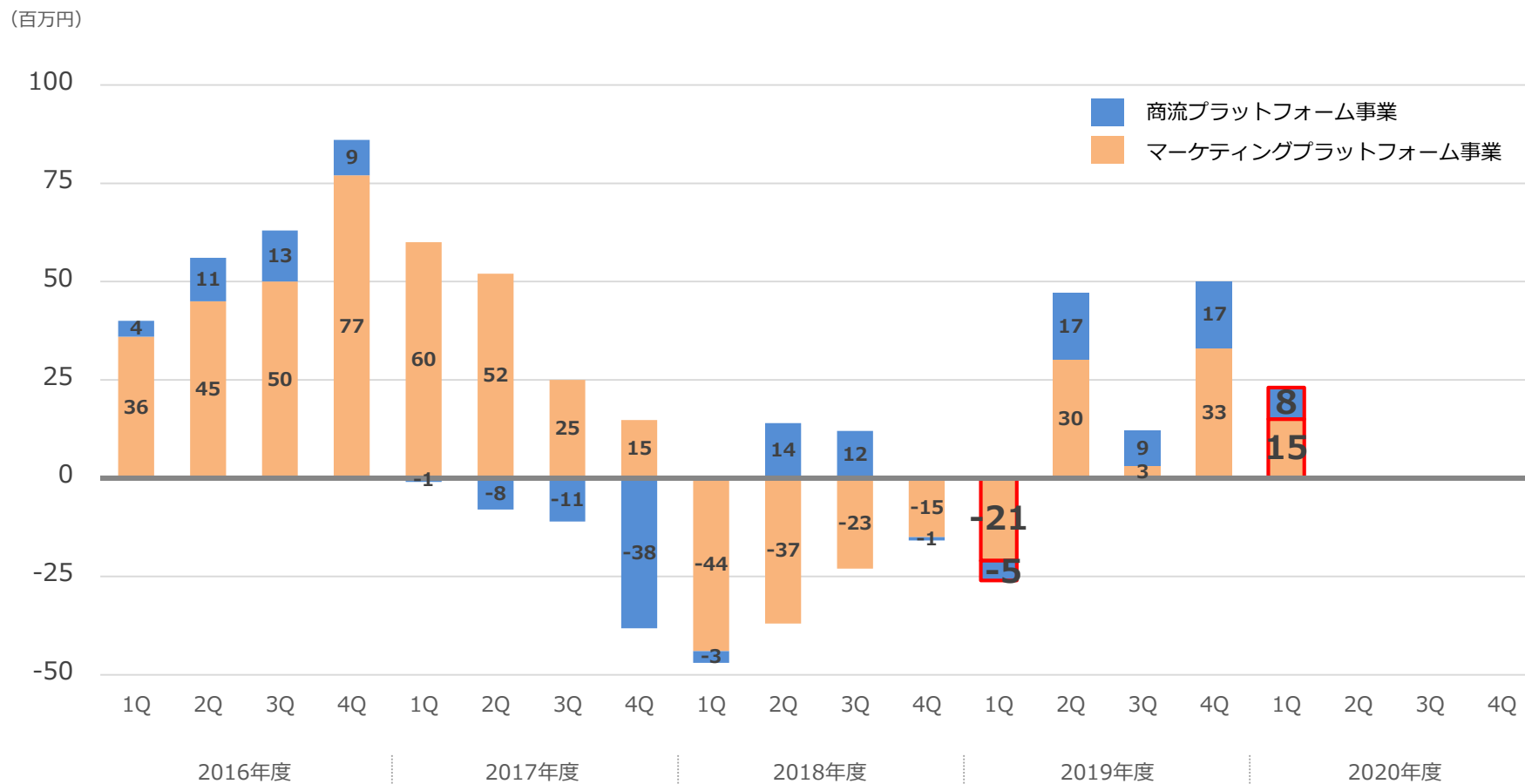
サブスクリプション売上堅調でマーケティングPF事業が伸長



※ マーケティングプラットフォーム事業には2019年度1Qより事業譲受したアドレポ事業が含まれております。
 ※ 商流プラットフォーム事業には2018年度1QまでEC受託開発事業が含まれております。

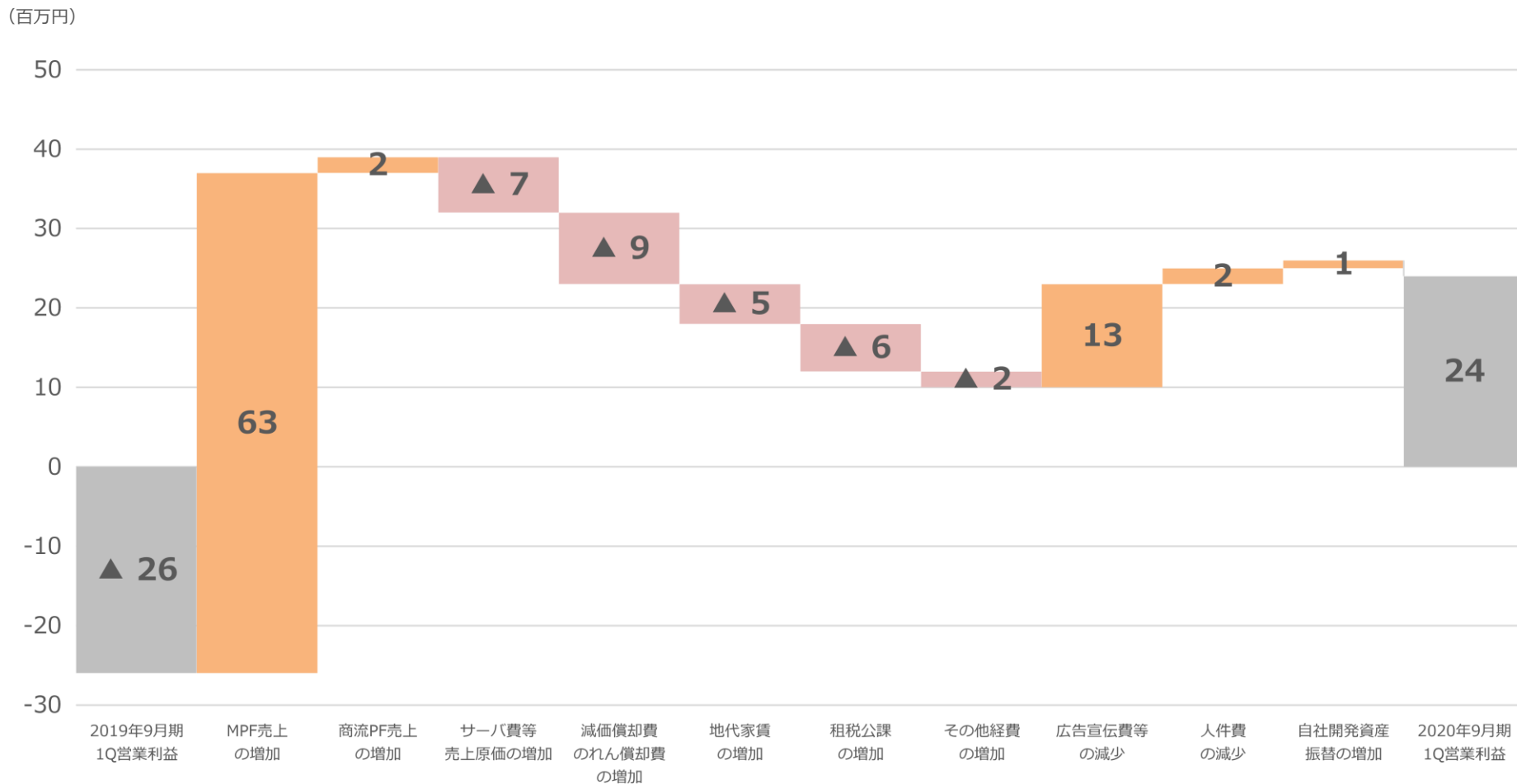
四半期営業利益の推移

前年同期比では黒字転換も、前年第4四半期比では
 自社開発ソフトウェア資産への振替額が減少したこと等により営業利益は減少



連結営業利益の変動要因

2019年9月期1Q-2020年9月期1Q
 売上成長と並行してコスト効率を見直し、利益を伴う成長へ



3 | 事業ハイライト

Business highlights

INDEX

アドエビスの売上は
アカウント数 × 平均単価 の
サブスクリプションビジネス。
ぶれの少ない安定成長 を実現。

アドエビスの売上

アカウント数

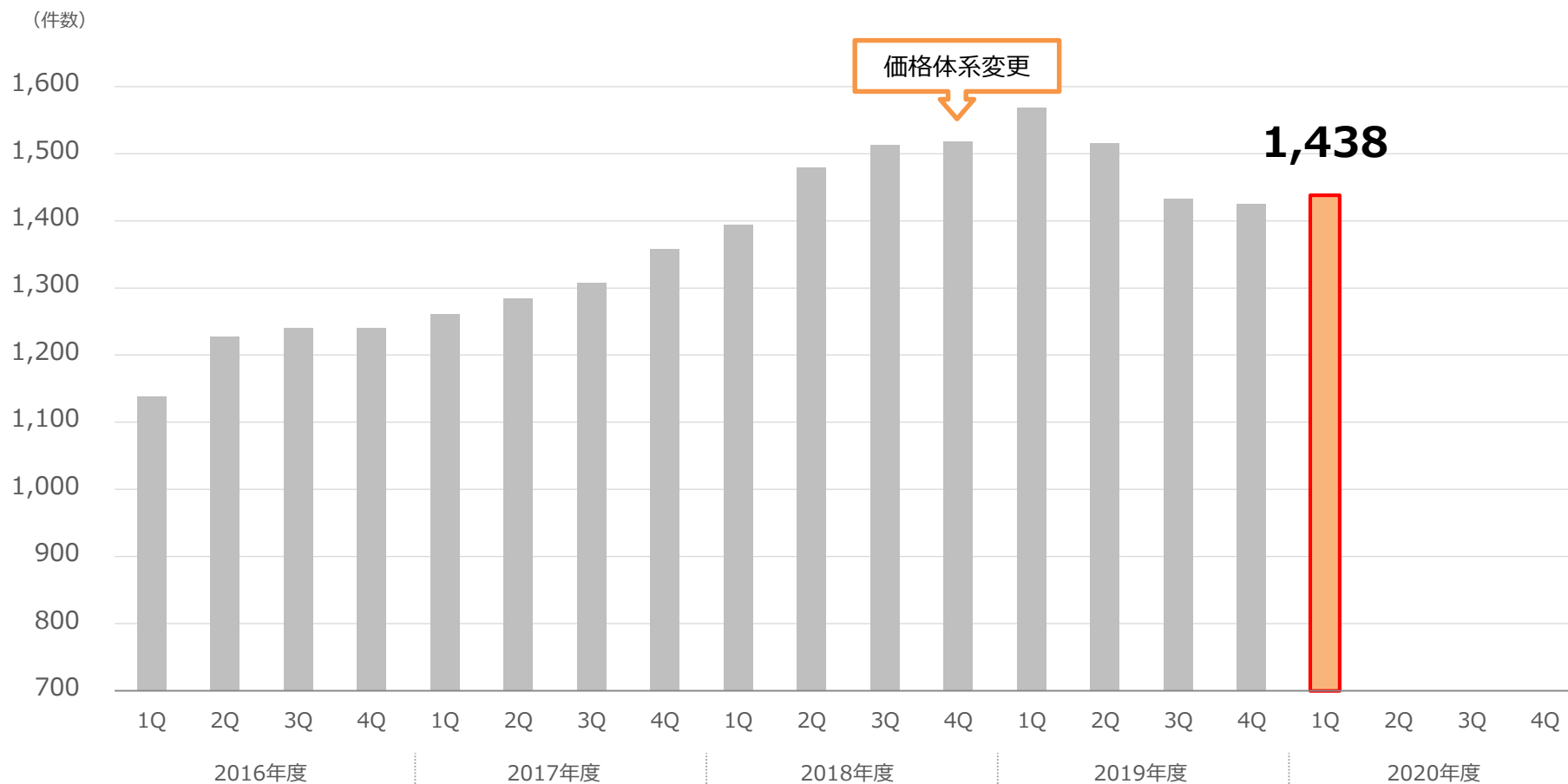
×

平均単価
(月額)



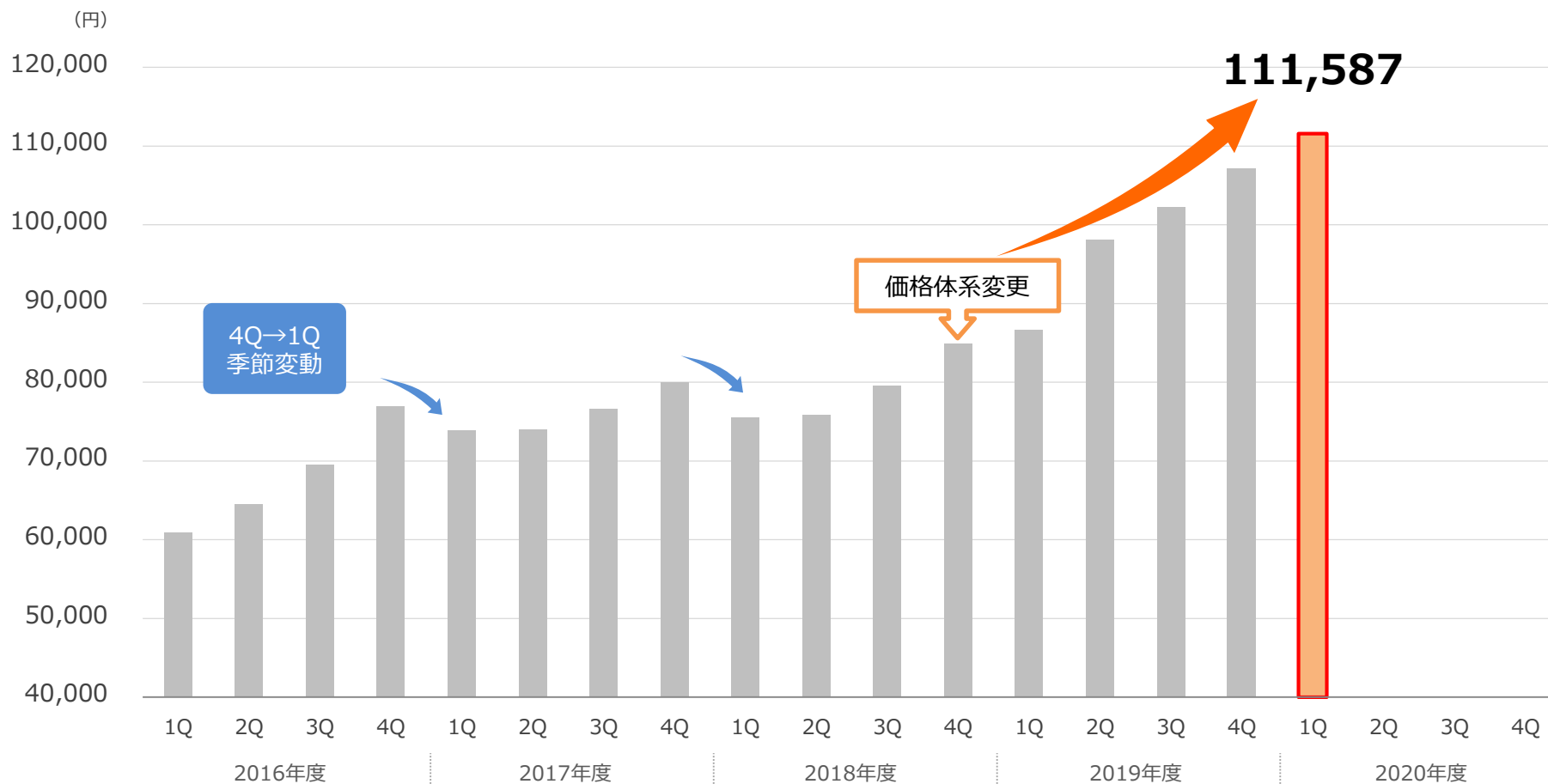
アドエビスのアクティブアカウント数推移

新価格体系移行による解約は一巡し、アカウント数は漸増



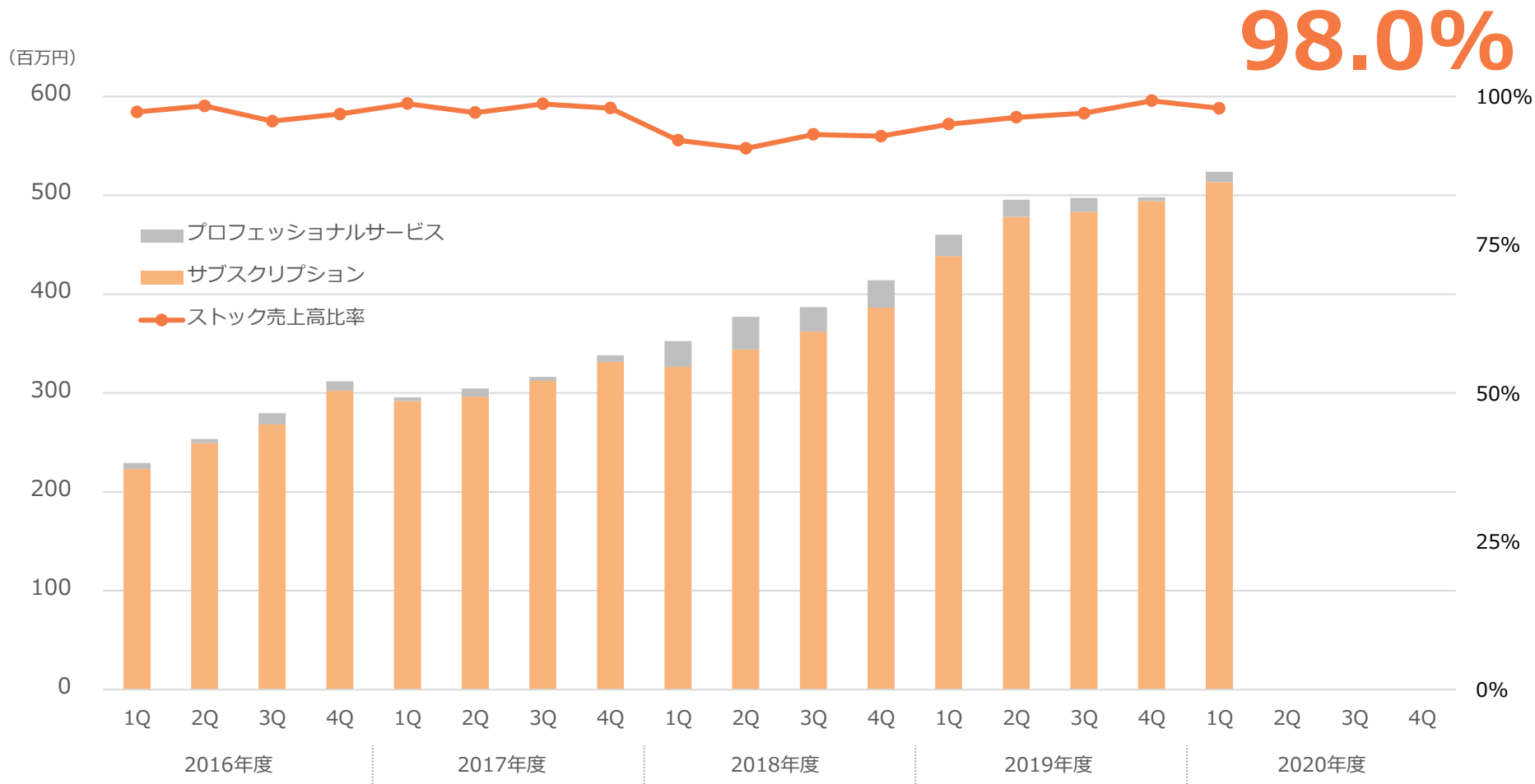
アドエビスの平均単価推移

新規販売単価の上昇により順調、平均単価は11万円を超過



サブスクリプション売上高比率

アドエビスなど月額課金のサブスクリプションビジネスが伸長



※2018年度1Qより、DMP事業を商流PF事業からマーケティングPF事業にセグメント変更しております。

広告効果測定ツール「ADPLAN」を譲受

株式会社オプトとデータマーケティング事業領域において
戦略的パートナーシップを開始
取り組みの1つとして2019年12月に
広告効果測定ツール「ADPLAN」の事業譲受契約を締結
2020年1月より当社事業としてサービス提供開始



ユーザーのプライバシーに配慮した新計測方法導入進む

厳格化が進むプライバシー保護のニーズを受け、
ユーザーが意図した訪問先でのみ広告効果計測を可能とする
新しい計測方法「CNAMEトラッキング」を2019年10月にリリース
導入企業は300社※を超過

従来の3rd party Cookie・ 疑似的な1st party Cookie計測



新しくリリースした1st party Cookie計測 (例：www.yrglm.co.jpの場合)



※2020年1月14日時点310社利用

AD EBiS Conference 2019 開催

2019年12月11日に第2回となる「AD EBiS Conference」を開催
「デジタルマーケティング成功のために、いま何が必要なのか」をコンセプトに
各業界を牽引するアドエビスユーザー企業にもご登壇いただき大盛況

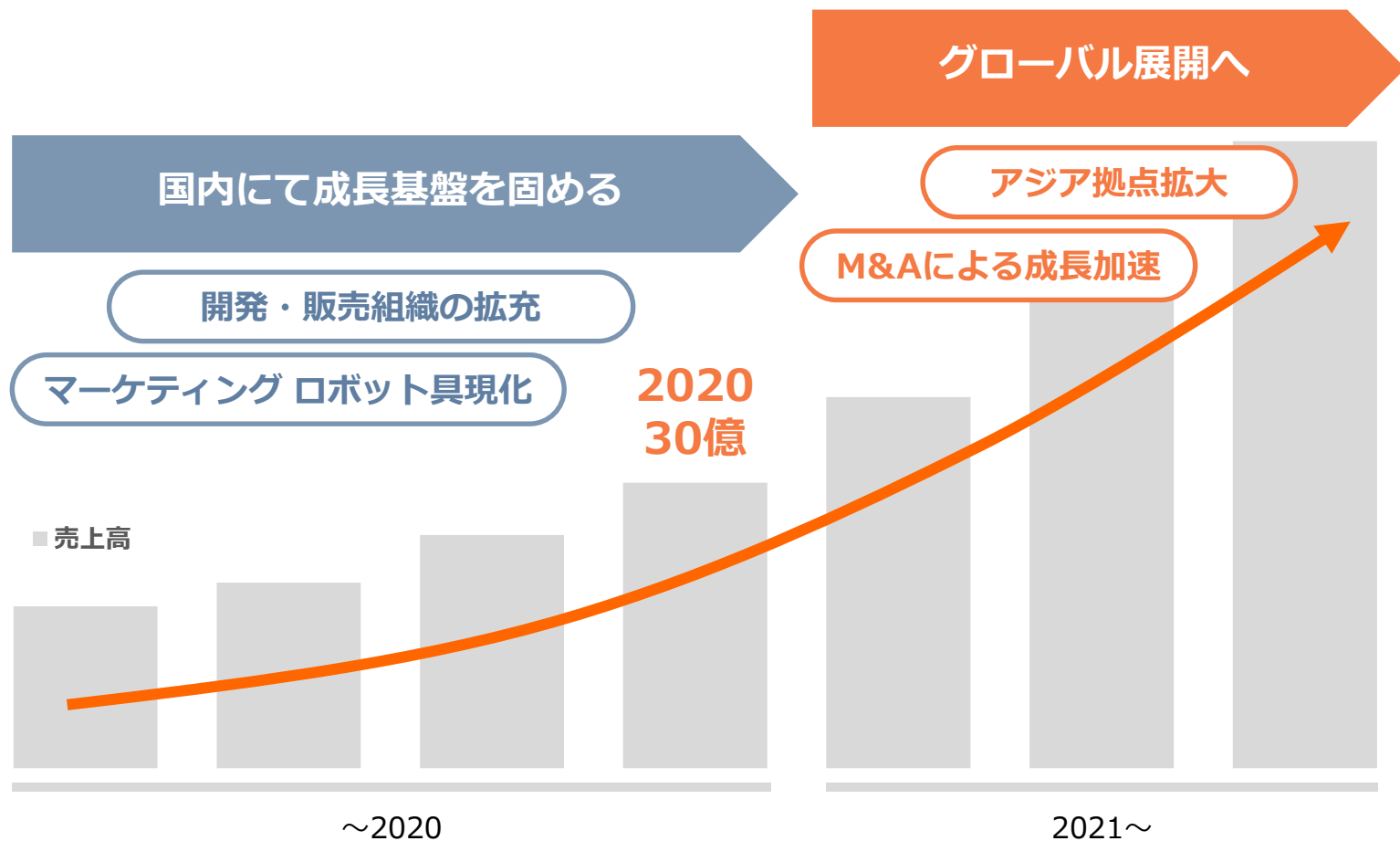


4 | 中期経営方針の進捗

Progress of mid-term management plan

INDEX

2020年9月期 売上30億円[※]



※通期業績見込は現時点で売上高27億円と予想しておりますが、目標売上高は30億円継続といたします。

2020年に向けた戦略マップ

前期2019年9月期はカスタマーサクセス強化に注力
既存サービスにおける解約率低減に寄与
中期経営目標に向けては更なる価値提供が必要

マーケティングロボット 重点開発テーマの具現化

AIを活用したビッグデータ解析、
他サービスとの連携に積極投資

2018年度
実施

ノンコア事業切り離し
エンジニアをコア事業にシフト

2017年度
実施

開発人員増加
AI, BI, API等注力分野の具現化

2018年度
実施

マーケティングセールス組織の 拡充、高度化

マーケティング体制の拡充

2019年度
実施

エキスパート人材による
組織の高度化

2018年度
実施

営業人員増加による新規
獲得・既存リレーション強化

2019年度
実施

中期経営計画の最終事業年度となる2020年9月期次につながる新たなアクションを加速させることで中期経営目標に向けた価値提供を行う

● 広告効果測定サービス

- M&Aにより圧倒的なポジションを確立
- プライバシー保護の大きな流れを機会と捉え、広告効果測定市場の変革をリードする製品へ
- 販売代理店制度を見直し、有力代理店への支援を強化

● 新規事業開発

- 周辺ニーズを取り込むプロフェッショナルサービスの提供
- 既存顧客をつなげる新たなサービスの創出
- 周辺ニーズから新たなサブスクリプションサービスを創出
- 周辺領域におけるM&Aの模索

マーケティングPF事業のリソース配分

サブスクリプション売上成長に伴い既存ビジネスのコスト比率を改善
新規事業開発へのリソース配分を強化、収益拡大を目指す

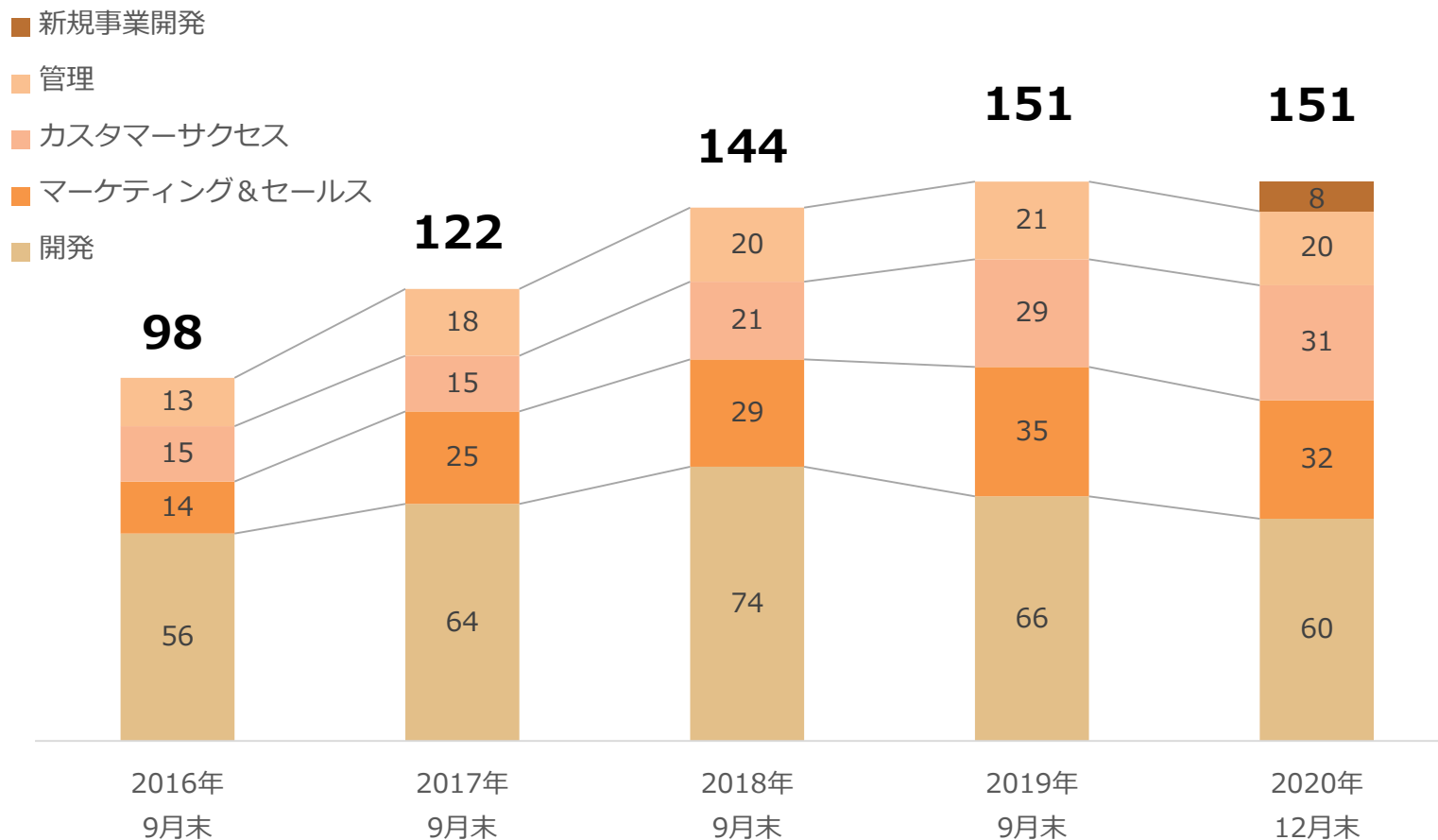
MPF事業各費用 対売上比率	2017年 9月期	2018年 9月期	2019年 9月期	2020年 9月期1Q	中長期目標 モデル
マーケティング・ セールス	28%	33%	26%	25%	25-30%
開発	24%	36%	29% ^{※2}	29%	25-30%
カスタマーサクセス (旧サポート)	11%	11%	17%	16%	10-15%
新規事業開発	-	-	-	5%	5%
その他間接	25%	^{※1} 28%	26%	22%	15-20%
営業利益	12%	▲8%	2%	3%	10-20%

※1 事業再編による商流プラットフォーム事業の売上減少に伴い、共通部門費のセグメント配賦比率が増加したことによるもの。

※2 開発の運用人員をカスタマーサクセスに移管したことによるもの。

人員の推移

グループ全体の人員増加を緩やかにしながら
既存事業の効率化により新規事業開発に人員をシフト



※子会社取締役・期末日退職者を含む

參考資料

財務諸表概要

2020年9月期第1四半期連結損益概要

売上増加と共に費用効率も見直し、四半期純利益黒字化

単位：百万円

	2019年 9月期 第1四半期	2020年 9月期 第1四半期	前年 同期比	増減率
売上高	519	585	+65	12.7%
売上原価	176	178	+2	1.6%
売上総利益	343	406	+63	18.4%
販売費及び一般管理費	370	381	+11	3.1%
営業利益	▲26	24	+51	-
(営業利益率)	(▲5.2%)	(4.2%)		
経常利益	▲29	25	+54	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	▲36	19	+55	-

連結貸借対照表概要

事業譲受等を目的として金融機関より資金調達を実施

単位：百万円

	2019年 9月末	2019年 12月末	増減額
流動資産	1,141	1,594	+452
（現預金）	773	872	+99
固定資産	922	921	▲1
（有形固定資産）	79	70	▲8
（無形固定資産）	590	603	+12
（投資その他資産）	253	247	▲5
資産合計	2,064	2,515	+451
流動負債	822	910	+88
固定負債	181	524	+343
負債合計	1,003	1,435	+432
純資産合計	1,061	1,080	+19

参考資料

その他

2020年9月期第1四半期 プレスリリース一覧

2019.10.09	AD EBiS	アドエビス、「データも、未来も見通しよく。」を新たなメッセージに掲げ、「マーケティング効果測定プラットフォーム」へブランドを刷新
2019.11.21	CORPORATE	イルグルム、オプトとデータマーケティング事業領域における戦略的パートナーシップを開始



---本資料の取り扱いについて---

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動することがあり得ます。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性がありますことを、予めご了承ください。