

URGLM

# 株式会社イルグルム

東証マザーズ：3690

2021年9月期 通期決算説明資料

# 目次

1	事業概要	P.04
2	2021年9月期 通期業績	P.09
3	グループ方針・成長戦略	P.16
4	マーケティングプラットフォーム事業	P.25
5	商流プラットフォーム事業	P.51
6	2022年9月期 通期業績予想・配当予想	P.57
7	中期経営方針『VISION2023』業績目標	P.60
	補足資料	P.64

※本資料は「事業計画及び成長可能性に関する事項」に関する説明を含んでおります。

## 2021年9月期

営業利益が前期比+32.0%の高成長、営業利益率が10.6%⇒12.4%に

主力の「アドエビス」

✔ 顧客平均単価が14四半期連続で上昇

新サービス

✔ WEBメディアの企画・編集・制作を行うスプー社を連結子会社化(1Q:12月)

✔ EC特化型CX向上プラットフォーム「eZCX」をリリース(4Q:7月)

✔ SNSマーケティングを行うトピカ社を連結子会社化(4Q:7月)

## 2022年9月期

2桁の増収増益を計画、営業利益率は13.1%に上昇する見通し

1

# 事業概要



**データとテクノロジーによって、  
世界中の企業によるマーケティング活動を支援し、  
売り手と買い手の幸せをつくる企業になる。**



## マーケティングDX支援事業

### マーケティングプラットフォーム事業

#### 広告効果測定

**ADEBiS®**

広告効果測定  
プラットフォーム  
「アドエビス」

広告効果測定市場  
売上シェア国内No.1※2

#### 広告代理店DX



運用型広告レポート  
自動作成ツール



**アドナレジ**

広告代理店向け  
案件管理ツール

#### 新サービス



**AD HOOP**  
アドフープ

広告代理店マッチング  
プラットフォーム ※1



EC特化型CX向上  
プラットフォーム  
「イージーシーエックス」

**Spoo! inc.**

クリエイティブエージェンシー

**TOPICA**

分散型動画メディア  
運営代行サービス

### 商流プラットフォーム事業



ECオープンプラットフォーム  
「イーシーキューブ」

**ec-cube.co**

クラウドECプラットフォーム  
「イーシーキューブシーオー」

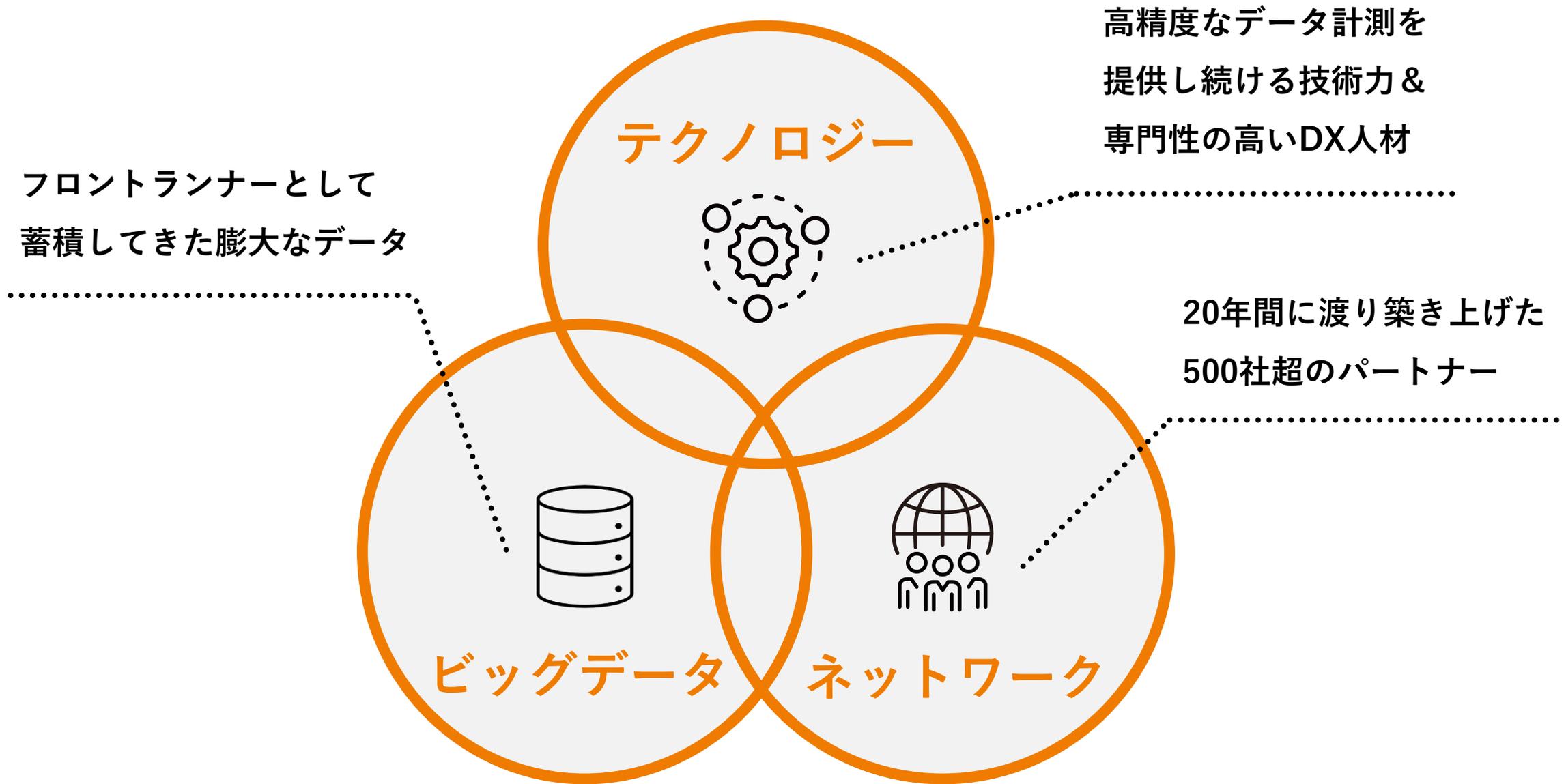
EC構築オープンソース  
利用数国内No.1※3

※1：「アドフープ」は今後の領域拡大に伴い、広告代理店DXから新サービスに領域を変更

※2：ITR「ITR Market View：メール/Webマーケティング市場2020」広告効果測定市場：ベンダー別売上金額シェア（2015～2019年度予測）

※3：独立行政法人情報処理推進機構「第3回オープンソースソフトウェア活用ビジネス実態調査」による

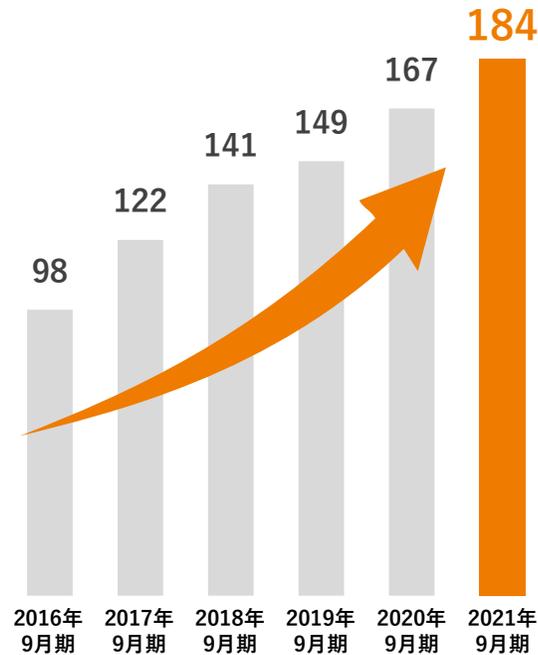
# 当社の強み



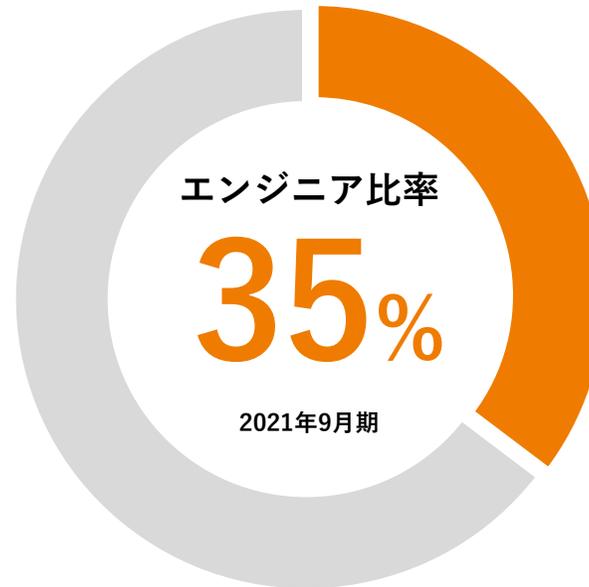
# テクノロジーを支える専門性の高いDX人材

エンジニア主体で事業を展開するテクノロジーカンパニー  
全従業員の在宅勤務環境を整備し、コロナ禍においても組織は継続的に拡大

## 従業員数は順調に拡大



## エンジニア比率は3割超



## 専門性の高いDX人材

MPF

### ADEBiS®

Martech Research Team

計測手法を研究するR&D専任チーム。  
登壇や海外メディアからの取材など  
対外的な活動も多数

商流PF

グローバルなエンジニアイベントでの  
登壇の他、国外の著名オープンソース  
開発にも参加

2

# 2021年9月期 通期業績



# 損益計算書サマリー

2021年9月期は売上高が前期比+12.9%、営業利益が同+32.0%の成長  
売上高は業績予想に未達も、コスト削減に努め利益面は予想を上回る

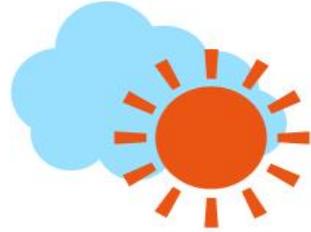
	2020年9月期	2021年9月期		
	通期実績	通期業績予想	通期実績	前期比
売上高	2,618	3,000	2,957	+12.9%
売上総利益	1,831	-	2,039	+11.3%
営業利益	276	330	365	+32.0%
営業利益率	10.6%	11.0%	12.4%	+1.8pt
経常利益	261	-	364	+39.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	183	-	239	+30.7%
【参考】 EBITDA ※	513	-	638	+24.2%
EBITDAマージン	19.6%	-	21.6%	+2.0pt

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費として算出しております。

# セグメント別事業状況

## マーケティングプラットフォーム事業 (MPF)

上期・下期



- マーケティングDX需要の高まりを受け、新サービスに勝機

業種別顧客動向

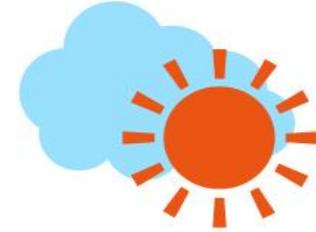
- : EC業界・SaaSビジネス等
- △ : 旅行・飲食業界等

## 商流プラットフォーム事業 (商流PF)

上期



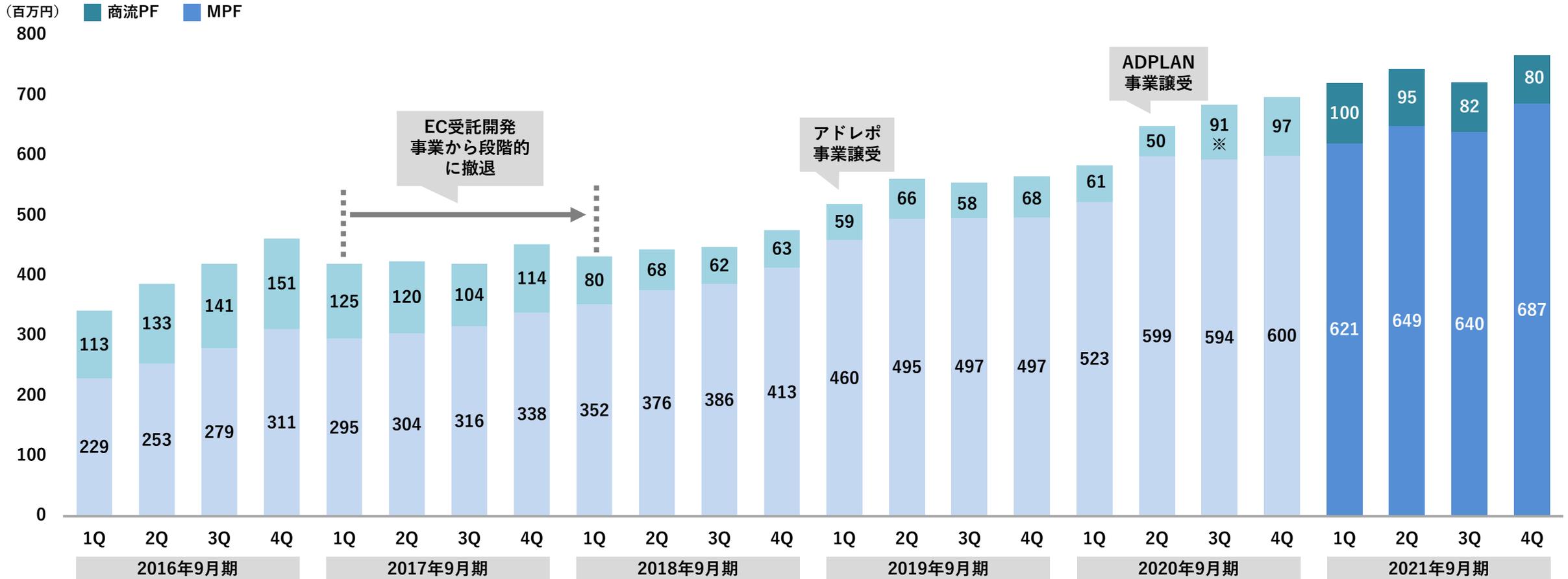
下期



- コロナ禍での巣ごもり需要は継続しつつも対前年比では一巡
- EC競争激化による一部顧客の解約も発生するなど、事業環境が変化

# 四半期売上高推移

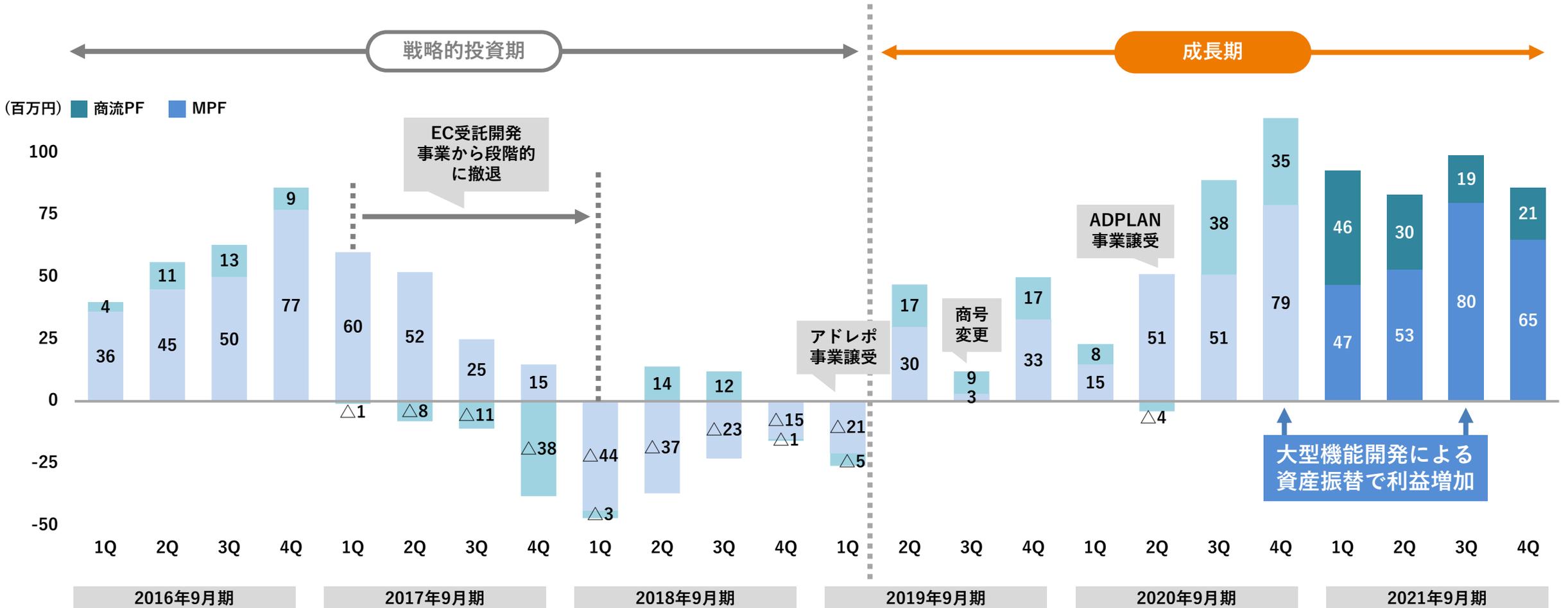
新サービスの貢献によりMPF事業の4Q売上は四半期過去最高を達成  
4Q連結売上においても**四半期過去最高を更新**



※ 特殊要因：商流プラットフォーム事業の2020年度3Q売上高には、一部取引先との契約更新がずれこんだことにより計上が遅れていた売上高28百万円が含まれております。

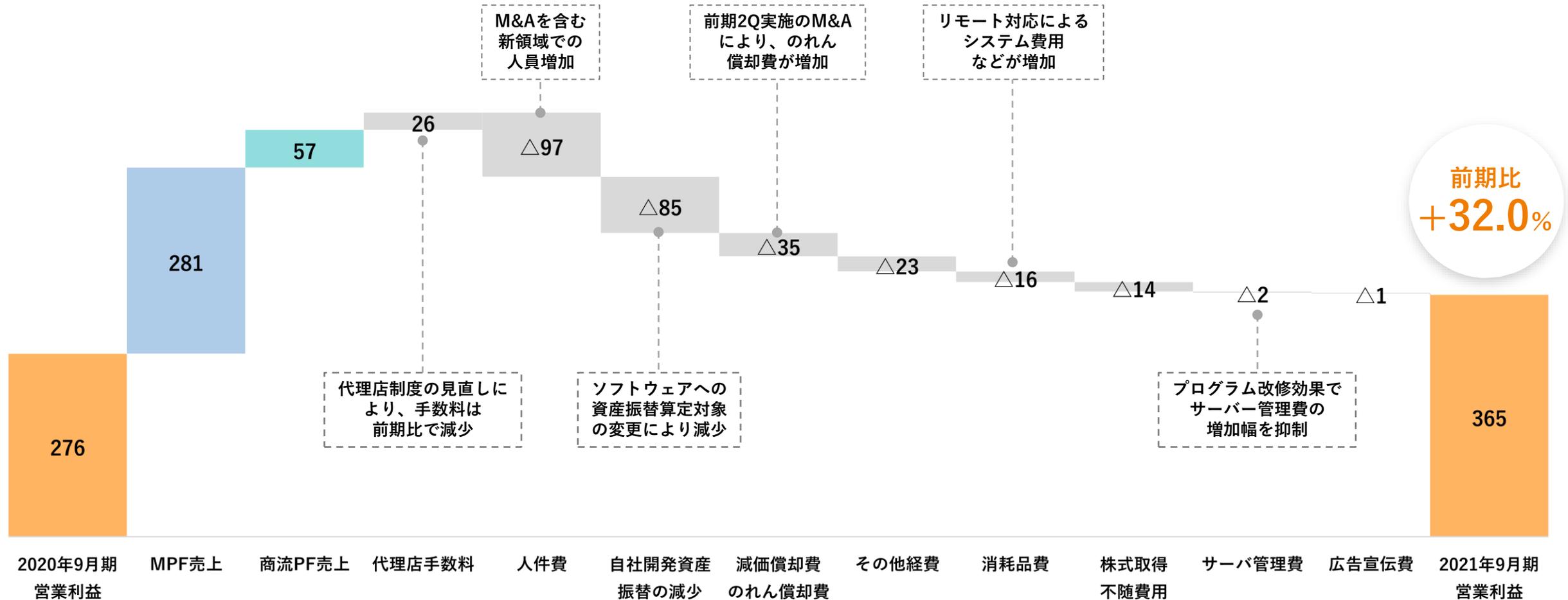
# 四半期営業利益推移

営業利益の四半期推移は資産振替の影響等でバラつきがあるものの、  
新領域への投資を吸収しつつ、着実な利益体質が定着



# 営業利益の変動要因

M&A・新領域の人件費、のれん償却費、自社開発資産振替の減少によるコスト増も、  
 トップラインの拡大と代理店制度の見直し等により、営業利益は**前期比+32.0%**の成長



# 貸借対照表サマリー

連結子会社株式の一部譲渡により現預金・純資産が大幅増加、自己資本比率も大きく改善

単位:百万円	2020年9月期	2021年9月期	増減
	期末	期末	
流動資産	1,563	1,871	+307
内、現預金	1,118	1,391	+273
固定資産	1,187	1,268	+80
有形固定資産	51	32	△19
無形固定資産	831	899	+67
投資その他資産	304	336	+32
資産合計	2,751	3,139	+387
負債合計	1,476	1,491	+15
内、有利子負債	1,076	978	△98
純資産合計	1,275	1,648	+372
自己資本比率	46.4%	51.8%	+5.4pt

3

# グループ方針・成長戦略



中期経営方針『VISION2023』

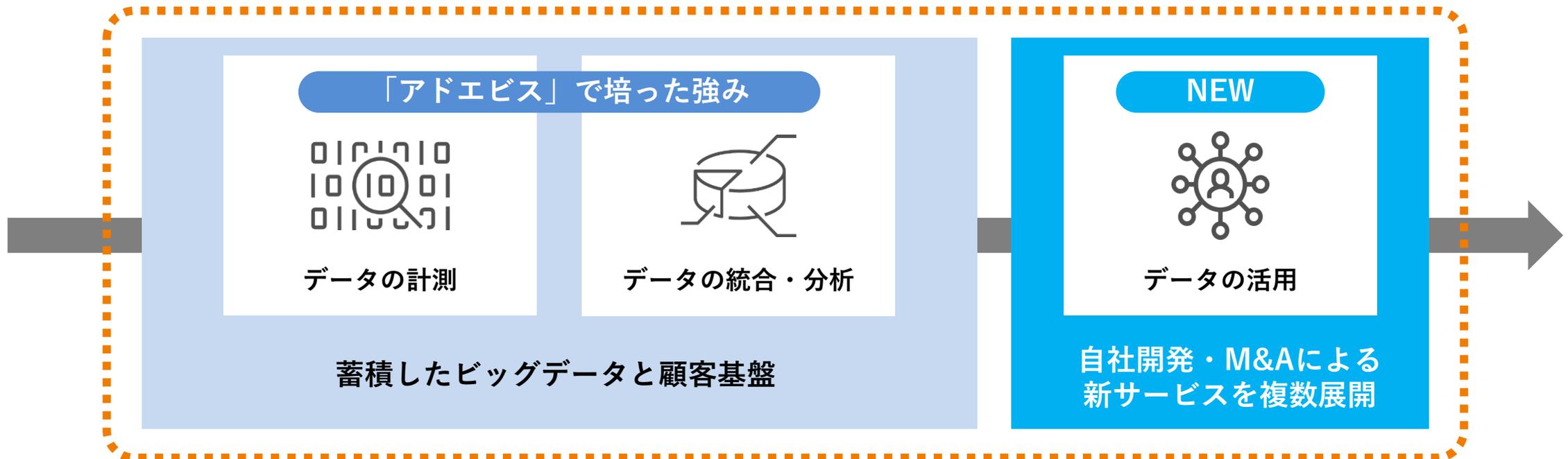
既存事業の拡大×新領域の創出を実行する3ヵ年の中期成長戦略  
と  
2023年9月期の業績目標を設定

2020年9月期 実績	連結売上高 26.1億円	連結営業利益率 10.6%	株主資本配当率 (DOE) 2%
	▼		
2023年9月期 業績目標	連結売上高 50億円	連結営業利益率 15%	株主資本配当率 (DOE) 3%以上

## MXP戦略

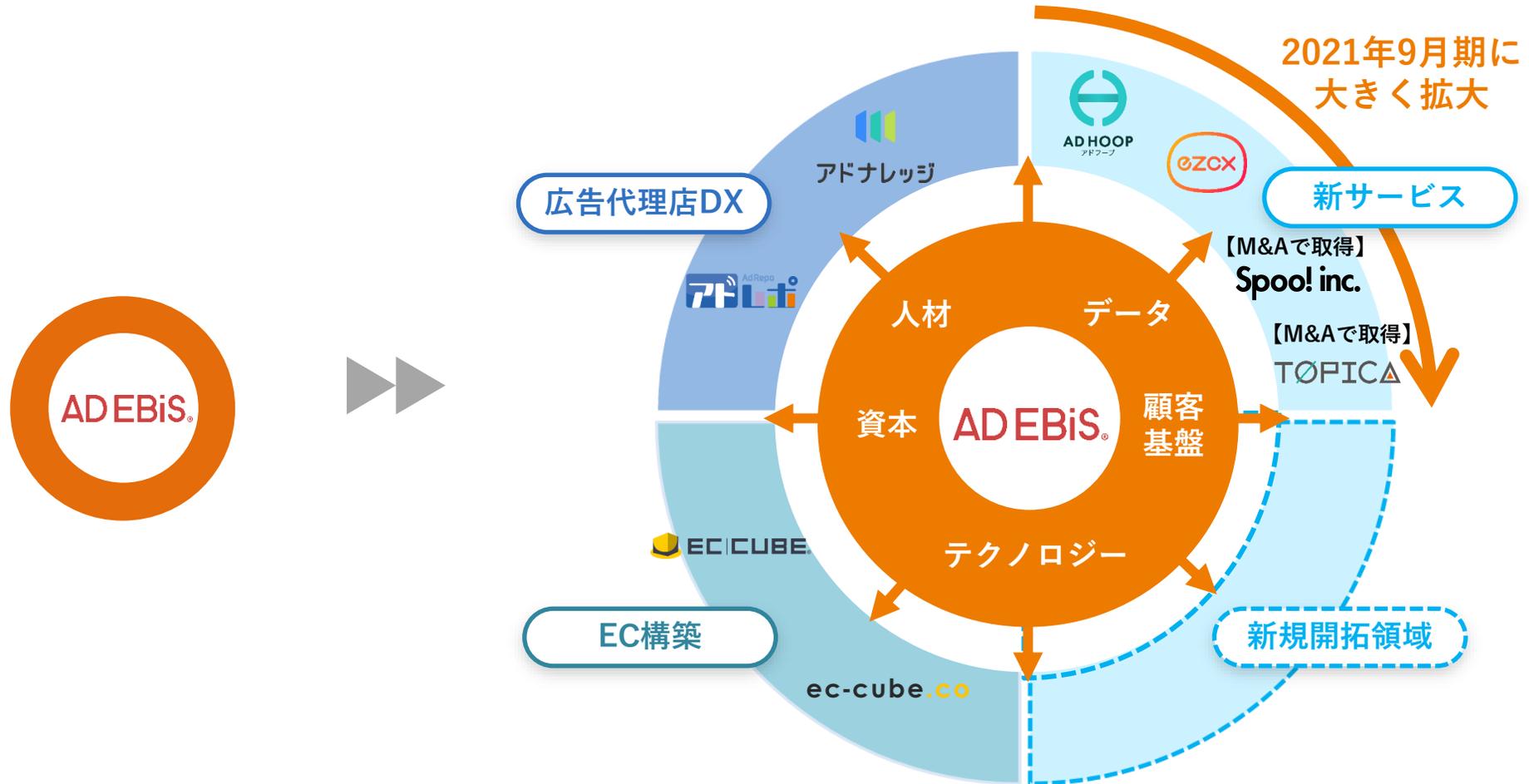
Marketing Transformation Platform

【既存サービスの成長加速】と【新サービスの複数展開】によって  
国内企業のマーケティングDXを支援するプラットフォームビジネスに進化させる

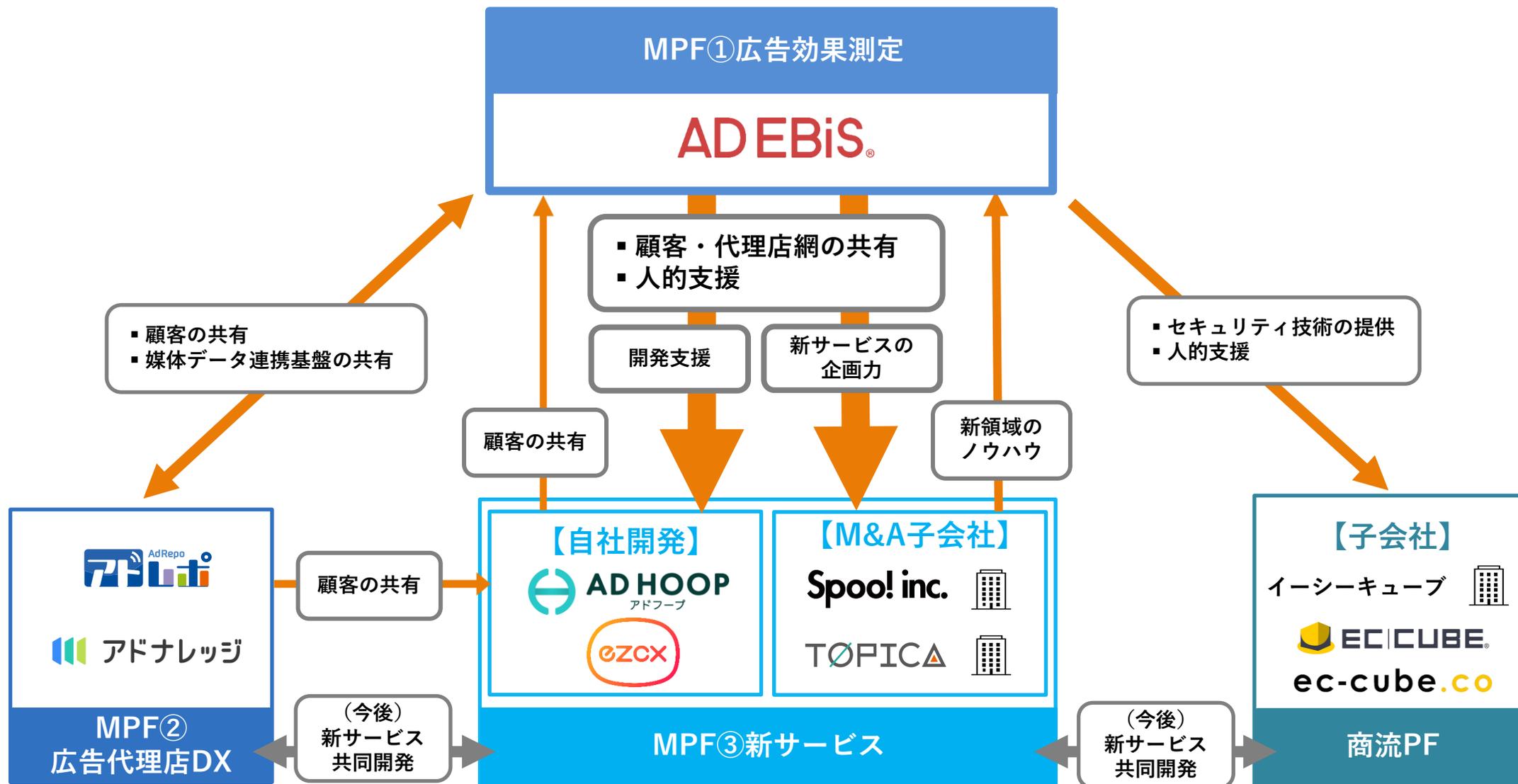


# グループアセットの拡大

「アドエビス」で培った強みを活かした自社開発とM&Aにより、グループアセットを拡大  
今後、新サービス領域の更なる開拓へ



# グループシナジー



2022年9月期テーマ

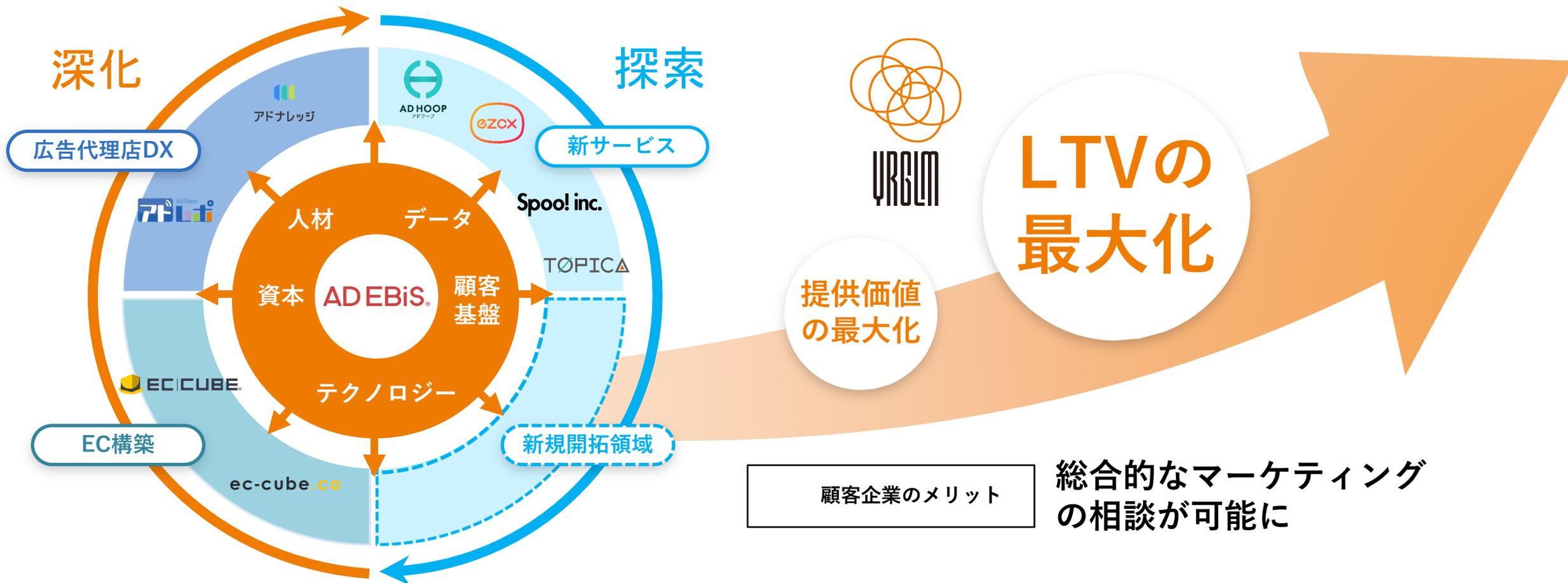
更なるサービス領域の拡大とシナジー追求による  
『グループアセットの最大化』

総合マーケティングDX支援企業集団へ



# 【2022年9月期】 提供価値の最大化・LTV最大化

総合マーケティングDX支援企業集団へと進化し、単一サービスの提供ではなく顧客企業にとって最適な複合的なプランの提供を行うことでLTVの最大化を目指す



# 【2022年9月期】MPF事業の体制を一新

2021年10月、組織改編により理想的な体制に  
宮本力のCOO就任により岩田は成長ドライバーの創出に注力

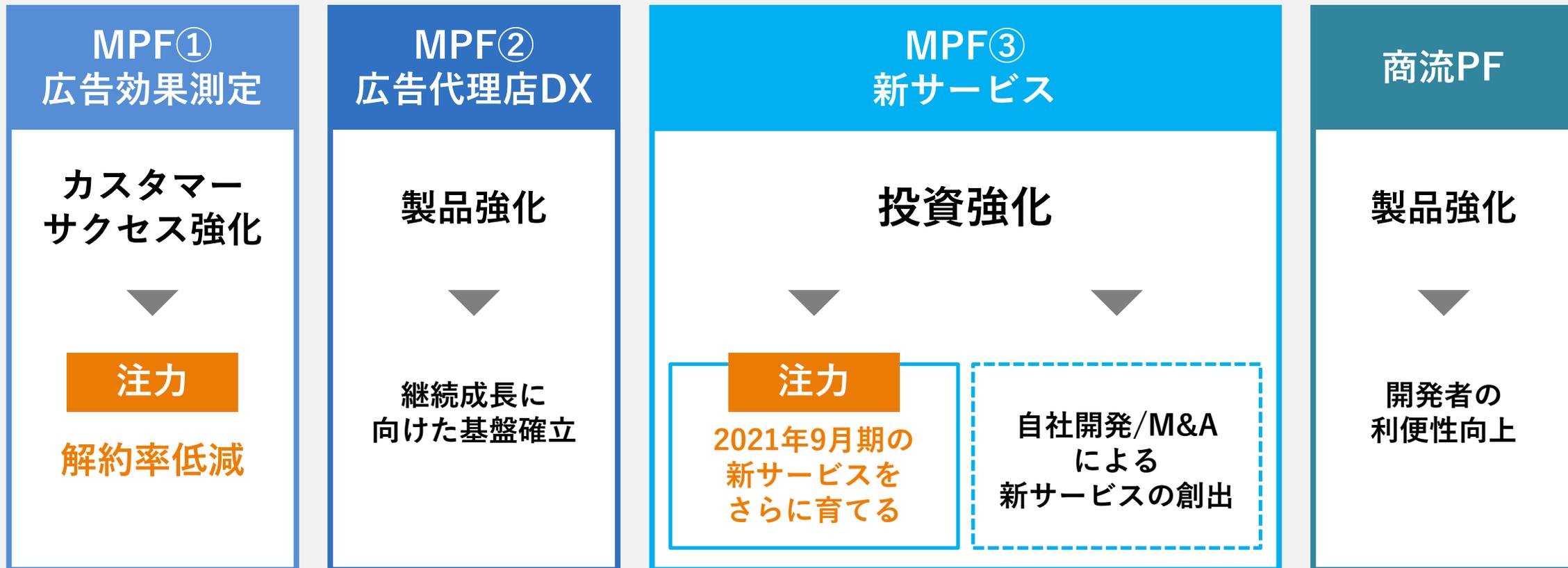


宮本 力  
プロフィール

広告プロダクションでプロデューサーとして経験を積んだのち、株式会社たき工房に入社。2010年に社長に就任。2017年からは株式会社たきホールディングスの専務取締役としてグループ全8社を統括。2021年6月よりイルグルムに入社。クリエイティブ領域の知見と組織経営の経験から2021年10月COOに就任し、アドエビス事業全体を統括。

# 【2022年9月期】 サービス領域別重点施策

主力の「アドエビス」および新サービス領域の成長に注力し、クロスセルを強化  
サービス間のシナジーを追求し、グループアセットの最大化を目指す



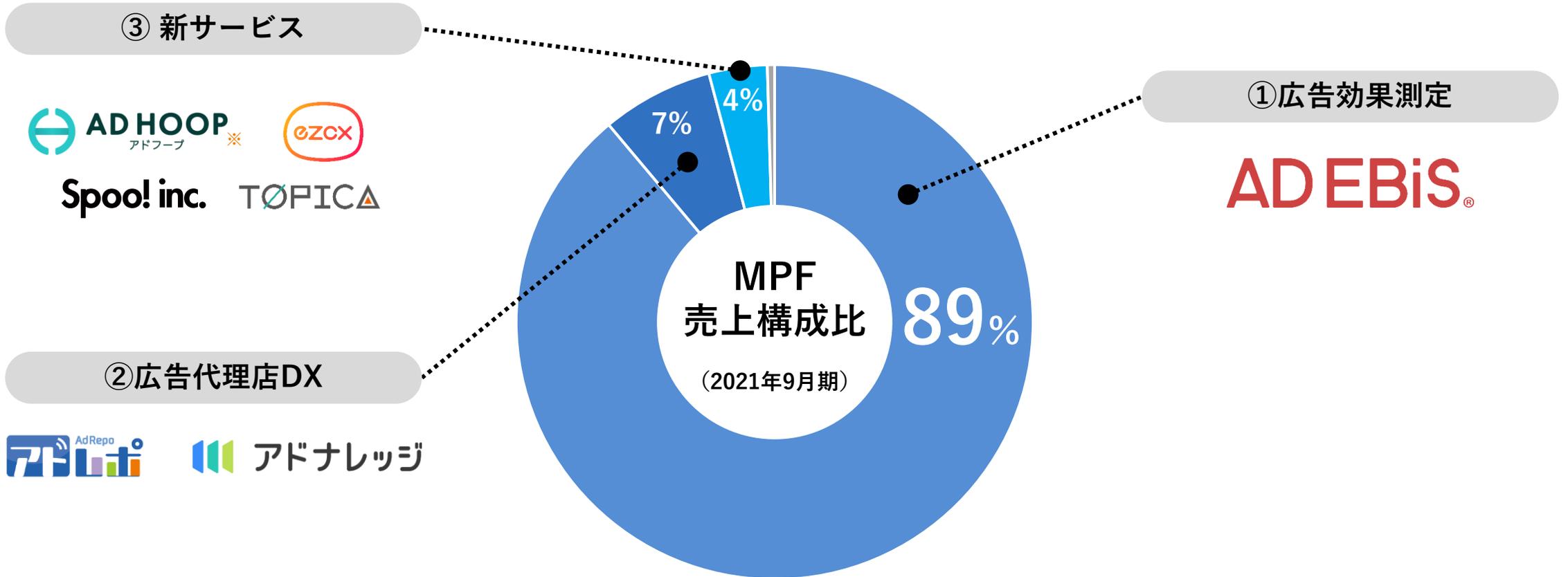
4

# マーケティングプラットフォーム事業



# MPF事業の売上構成

広告効果測定「アドエビス」がセグメント売上の89%を占める  
今後は新サービスの割合を増加させていく方針



※「アドフープ」は今後の領域拡大に伴い、②広告代理店DXから③新サービスに領域を変更。

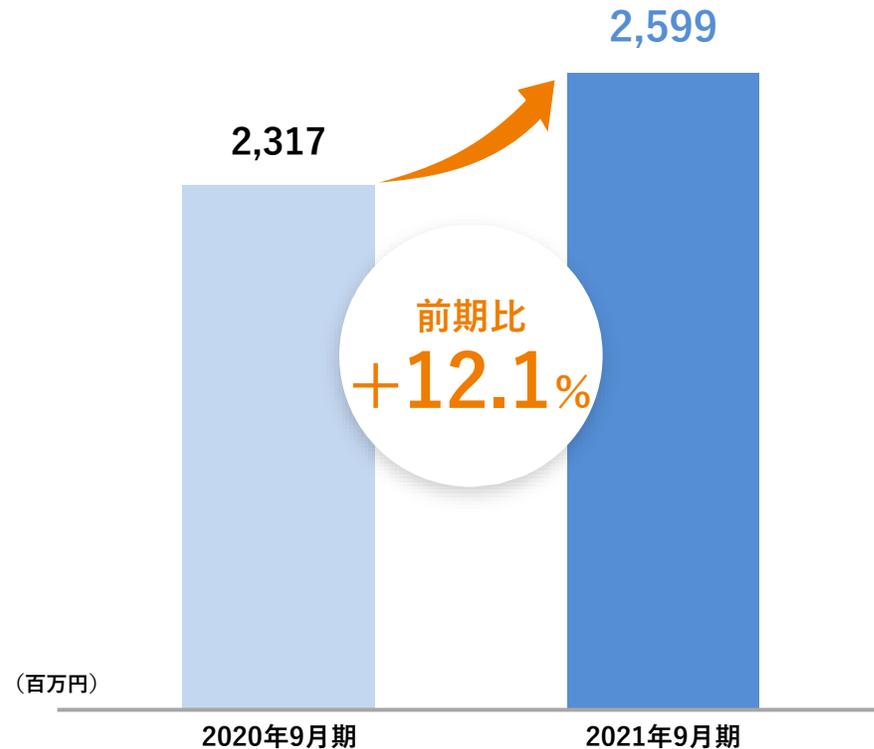
## 全事業領域で新機能/サービスをリリース

<p>MPF① 広告効果測定</p>	<p></p> <p>上期</p> <ul style="list-style-type: none"><li>「アドエビス」をリニューアル“新アドエビス”リリース(p.33)</li></ul> <p>下期</p> <ul style="list-style-type: none"><li>4部門で国内No.1獲得(p.32)</li><li>D2C企業向けLTV予測機能をリリース(p.34)</li></ul>
<p>MPF② 広告代理店DX</p>	<p> </p> <p>下期</p> <ul style="list-style-type: none"><li>「アドレポ」新機能「スマート考察機能」リリース(p.41)</li></ul>
<p>MPF③ 新サービス</p>	<p>   </p> <p>上期</p> <ul style="list-style-type: none"><li>広告代理店ご紹介サービスを「AD HOOP」に改称、リニューアルを実施(p.45)</li><li>スプー社を買収(p.48)</li></ul> <p>下期</p> <ul style="list-style-type: none"><li>「eZCX」正式版リリース(p.47)</li><li>トピカ社を買収(p.49)</li></ul>

# 2021年9月期 業績サマリー

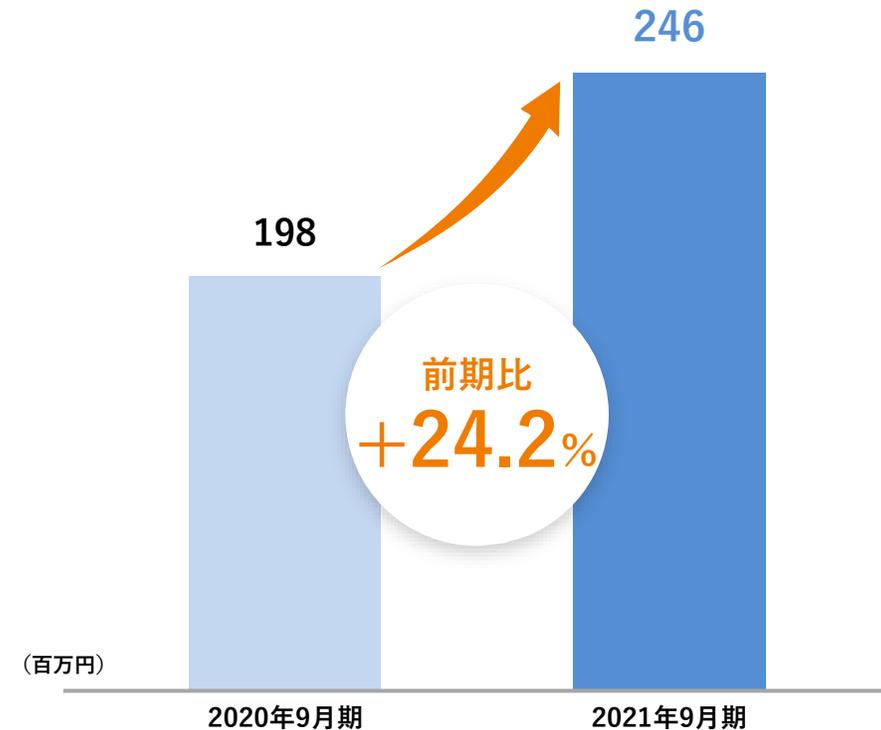
## 売上高

M&A、新サービスの立ち上がりと  
広告効果測定の堅調な推移により2桁の増収



## セグメント利益

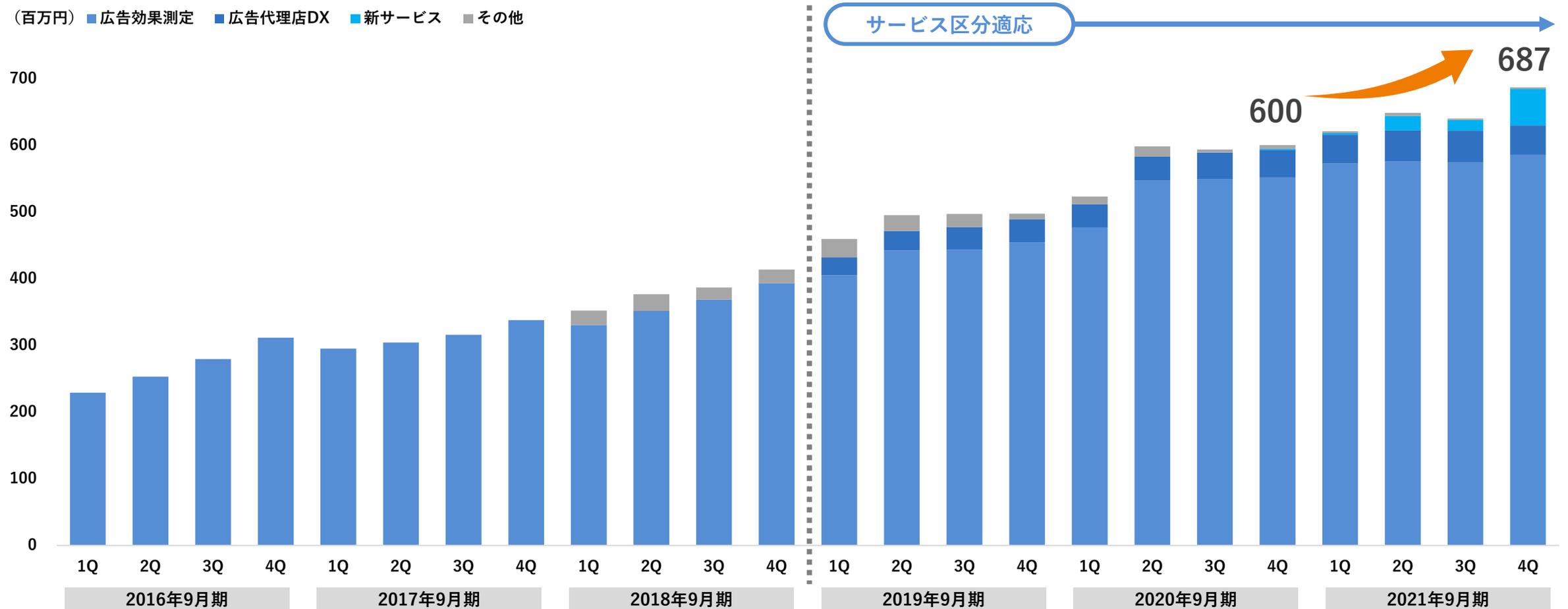
M&A、新サービスでの人員投資をこなしつつ  
広告効果測定の収益性向上で前期比+24.2%成長



# サービス別四半期売上推移

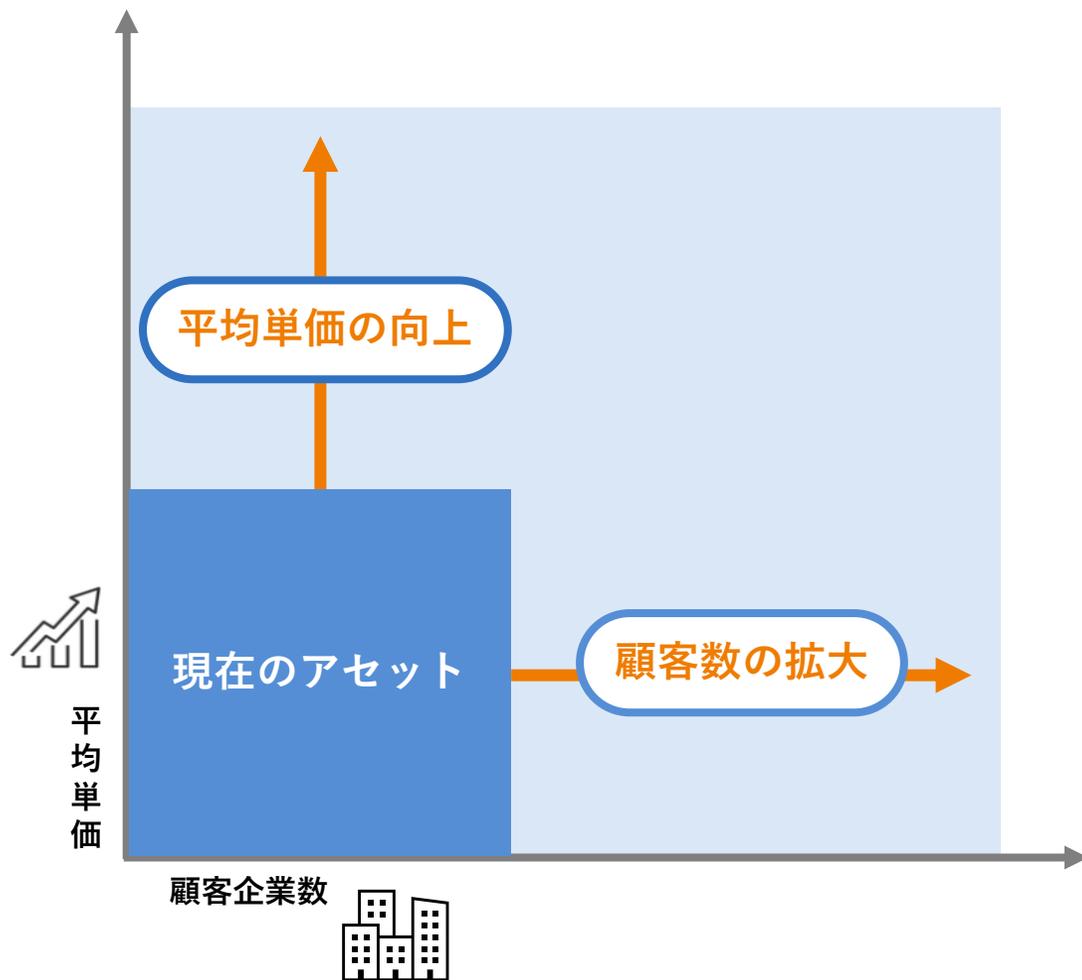
2Q以降、新サービスが順調に立ち上がり、トピカ買収により4Qで伸長  
主力の「アドエビス」は堅調な推移

(百万円) ■ 広告効果測定 ■ 広告代理店DX ■ 新サービス ■ その他



# 【2022年9月期】 MPF事業の売上拡大戦略

平均単価の向上と顧客企業数の拡大の2軸で売上拡大を目指す



## 平均単価の向上

- 新サービス開発やM&Aによる事業領域拡大
- 機能の拡充などプロダクトの進化によるアップセル
- グループシナジーを活かしたクロスセル強化

×

## 顧客数の拡大

- 【既存】 カスタマーサクセス強化による解約率低減
- 【新規】 プロモーション強化による新規獲得向上

▼

さらなる売上拡大を目指す

# ① 広告効果測定

『広告効果測定ツール導入実績調査』において**4部門でNo.1**※を獲得

# AD EBiS®



※日本マーケティングリサーチ機構調べ 調査概要：2021年6月期\_指定領域における競合調査

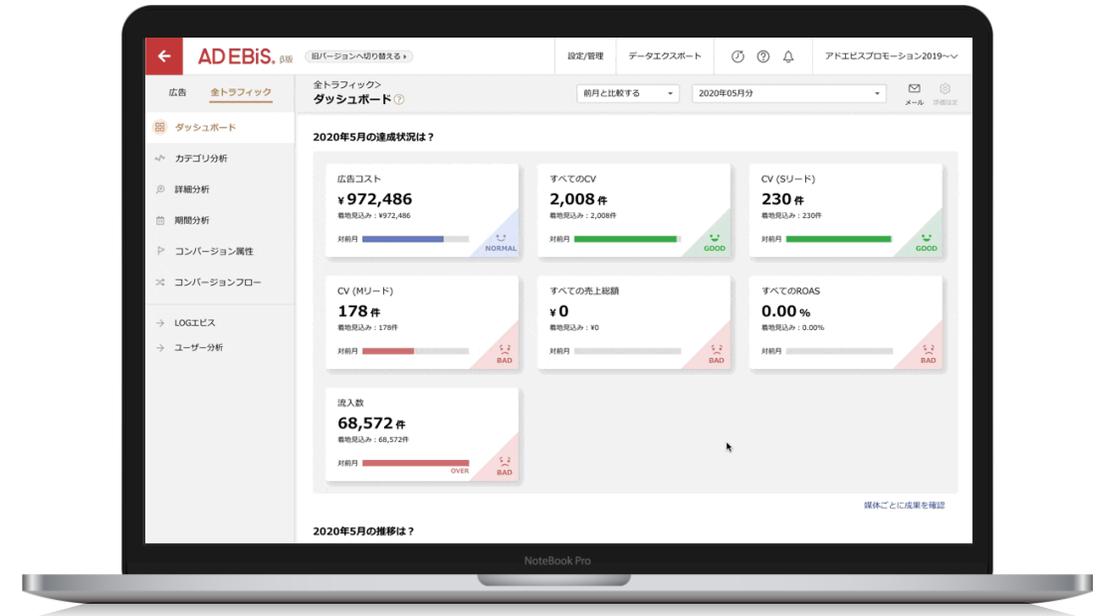
2020年10月、サービス開始16周年を迎えブランドロゴをリニューアル  
2021年1月にはUIを刷新し、さらに進化したUI・UXを提供

データ分析に最適化された新UIで  
顧客提供価値を拡大

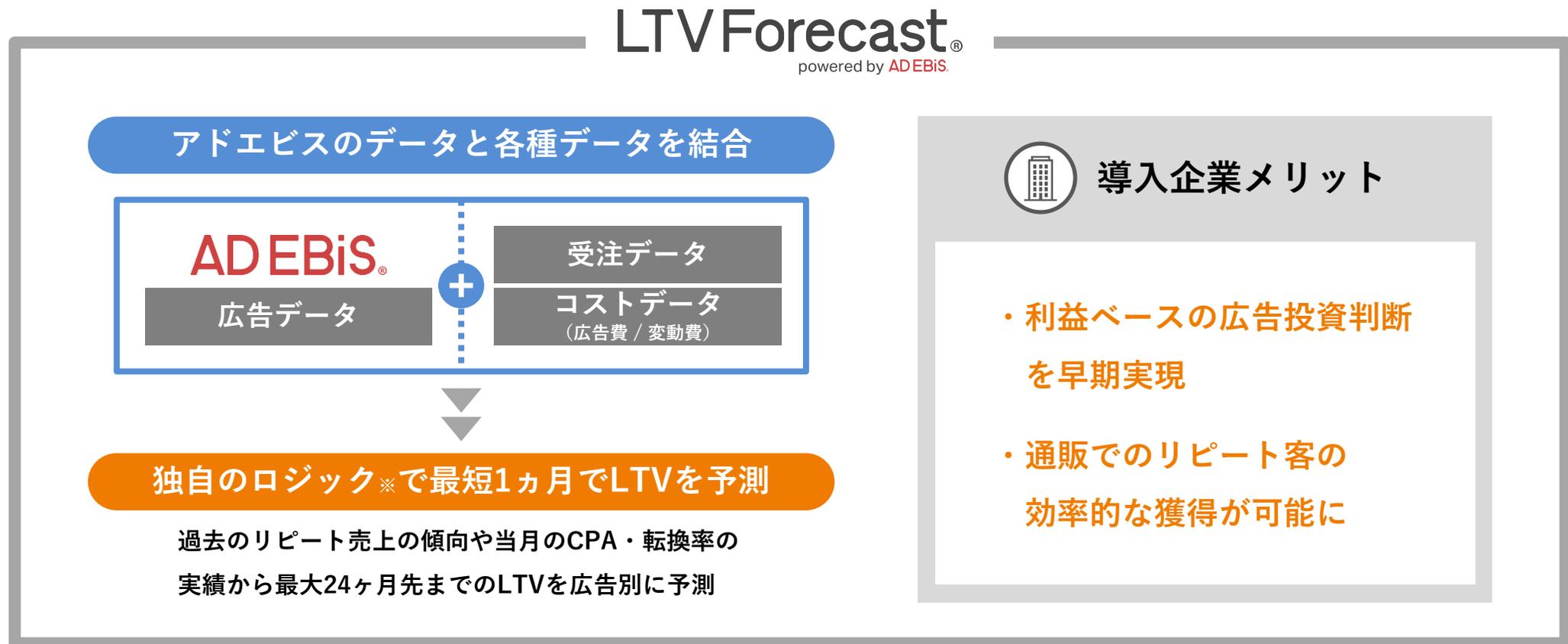
 読み込み速度を最大82%改善

 20以上の機能追加と改善を実施

 分析に最適化された導線設計



2021年6月、Web広告施策のLTV(顧客生涯価値)を予測する「LTV Forecast」をリリース  
D2C企業向けに利益ベースにした広告評価の仕組みを提供



※特許出願番号：特願2021-100324

## LTV Forecastの認知向上と拡販のための取り組みを強化

### パートナーシップ強化

- 株式会社オプトとLTV Forecastの拡販に向けた協業を開始
- ビタブリッドジャパン執行役員西守 穰氏がアドバイザーに就任



### メディア露出

- 著名人とのコラボによるメディア露出と市場啓発を強化



### オンラインイベントの開催

- 国内トップマーケターを招いたEC/D2C業界向けオンラインイベントを開催、1,400名超を集客



## 平均単価

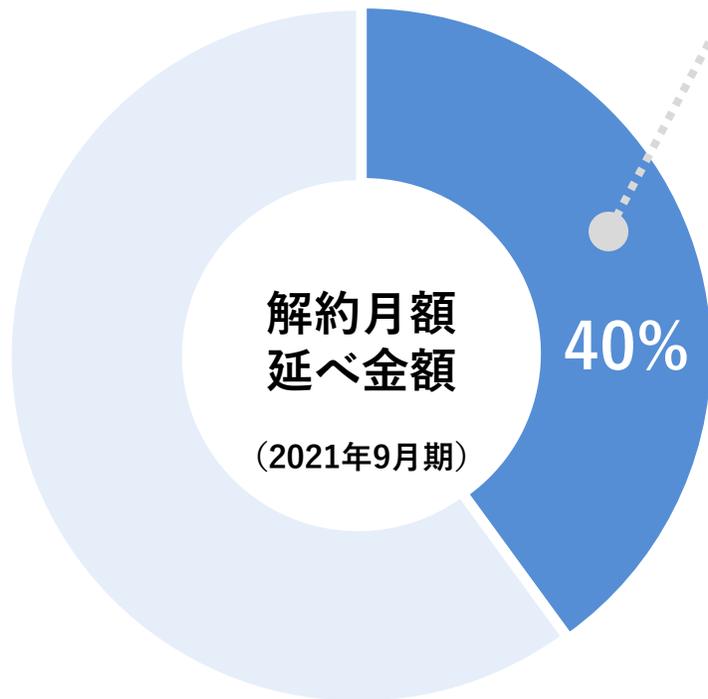
価格体系変更に伴う新規顧客単価の向上により  
 月額顧客平均単価は**14四半期連続で上昇中**

(円)



解約の40%が契約から1年以内の解約  
解約理由としては「上手く使いこなせていない」が多い状況

解約案件の4割が契約開始1年以内



新規獲得顧客向け  
オンボーディングをさらに強化

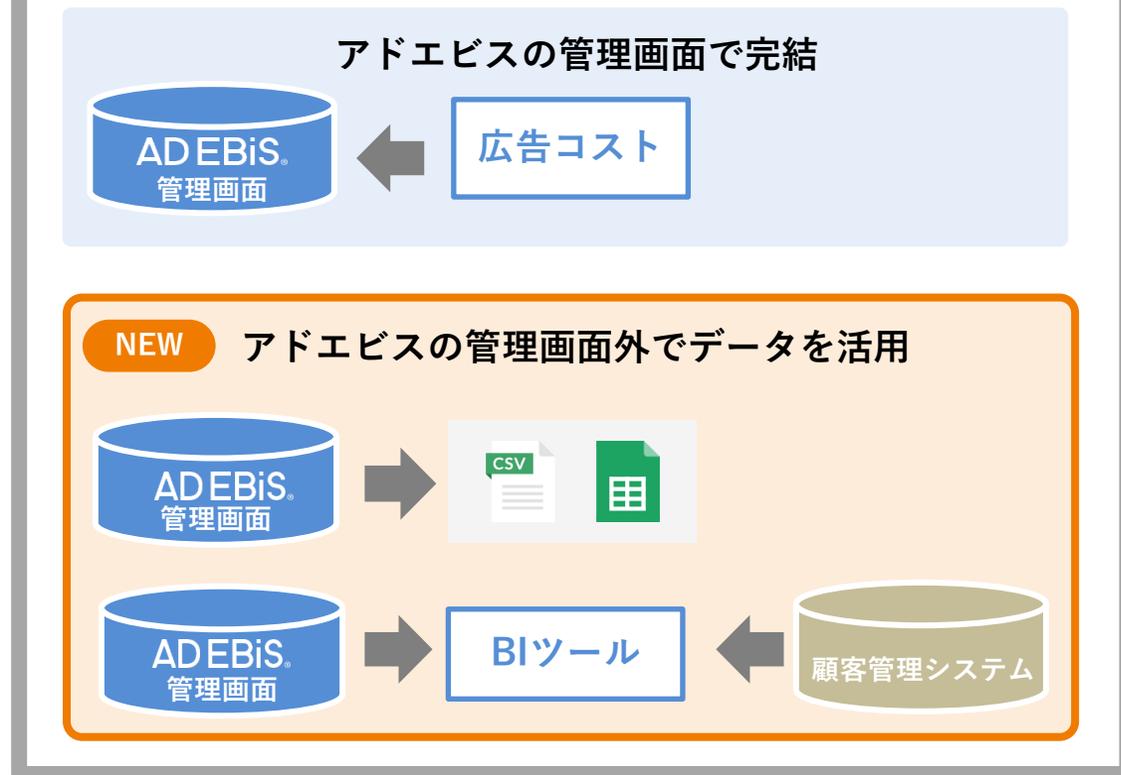
▼  
カスタマーサクセスプログラムをアップデートし、  
早期解約の低減を目指す

2021年10月、カスタマーサクセスプログラムをアップデート  
外部連携も踏まえたオンボーディングによりデータの統合・活用を促進

## オンボーディング支援対象を拡大

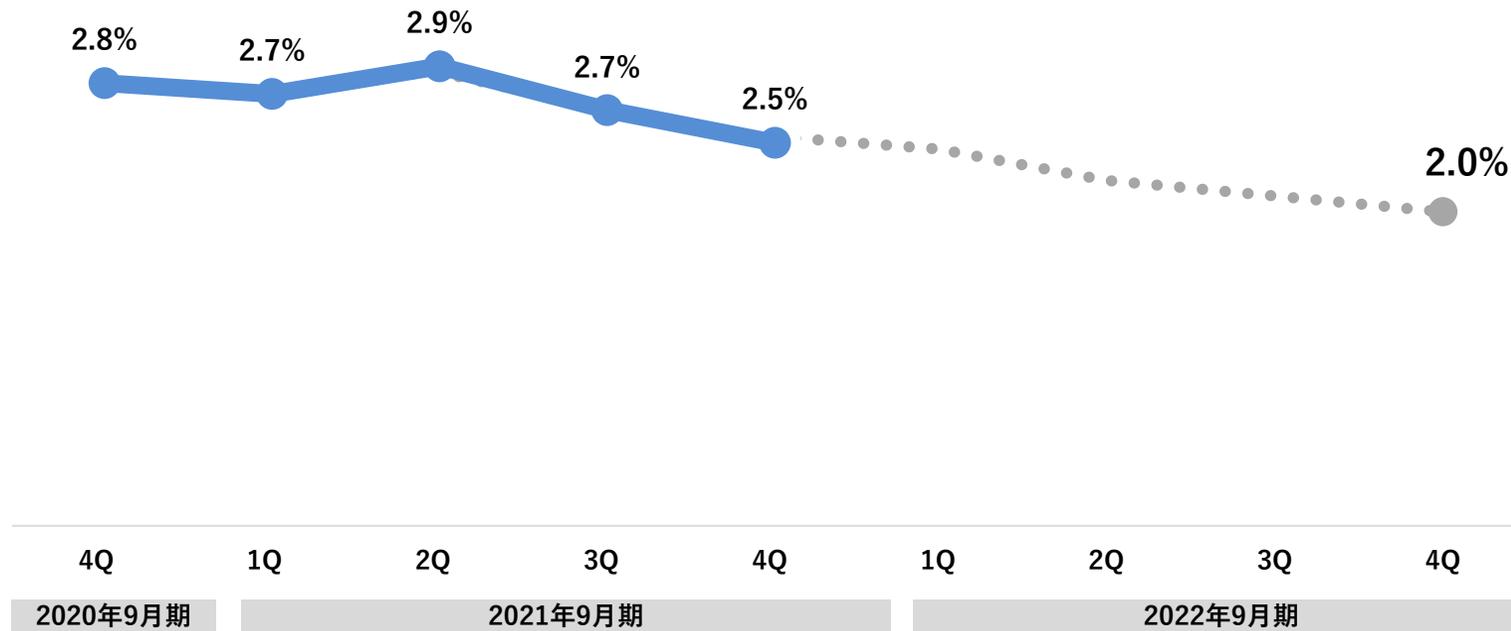


## 外部連携を踏まえた活用支援も開始



解約率をKPIに設定し、2022年9月時点で**解約率2.0%**を目指す  
堅調な新規獲得に加え、カスタマーサクセスを強化することでアカウント数の拡大に取り組む

## 「アドエビス」直近12ヵ月平均解約率



### 定義

- 月間解約率 = 当月の解約金額 ÷ 前月売上金額にて算定
- 解約には顧客企業の決算月等による季節変動があるため、傾向把握に適した12か月移動平均を採用

## ② 広告代理店DX

運用型広告レポートの考察を自動出力できる「スマート考察機能」を2021年7月より提供開始  
レポートニング業務の全プロセスを効率化し、広告代理店ビジネスのDX推進をサポート

考察作成時間を**約8割削減**※



※当社試算値

レポートニング業務の全プロセスを効率化



お客様の声



“レポートに考察をつけられていなかった案件もあったので、助かっています。”



“お客様に考察をお伝えするのに役立つだけでなく、出てきたコメントを実際の広告運用のヒントとしても活用しています。”

プロダクト改善に投資すると共にカスタマーサクセス体制を強化、サービス品質を高める  
データ取得基盤プログラムの改修を行いコストを削減、利益率を高める

## プロダクト改善

- UI改善で使いやすさ向上



- スマート考察機能のアップデート



## カスタマーサクセス体制強化

- 増員によるオンボーディング強化



## 基盤プログラム改修

- 利用ボリュームの多い主要広告データ取得の基盤プログラムを改修、ランニングコストを削減

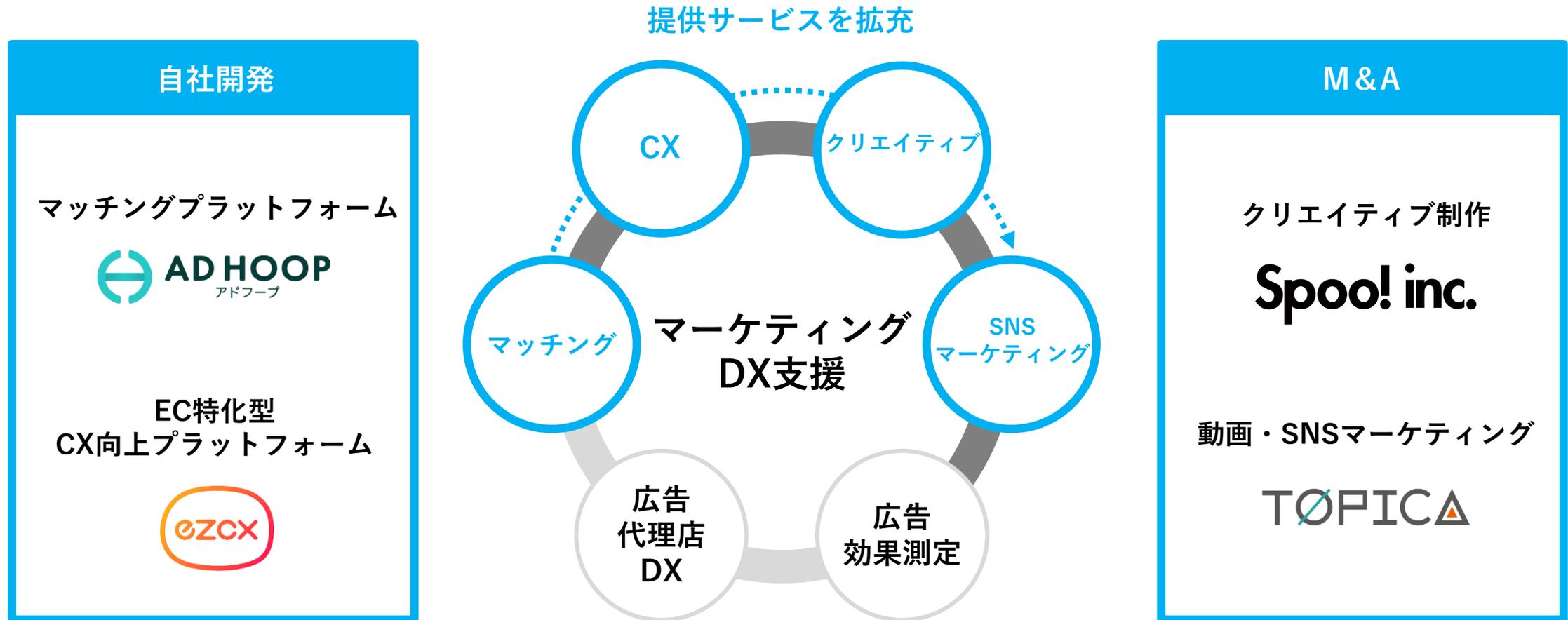
Google広告

Yahoo!広告

Facebook

## ③新サービス

自社開発とM&Aにより新たなサービスを展開  
データ活用領域のサービス拡充により、国内企業のマーケティングDX支援を加速

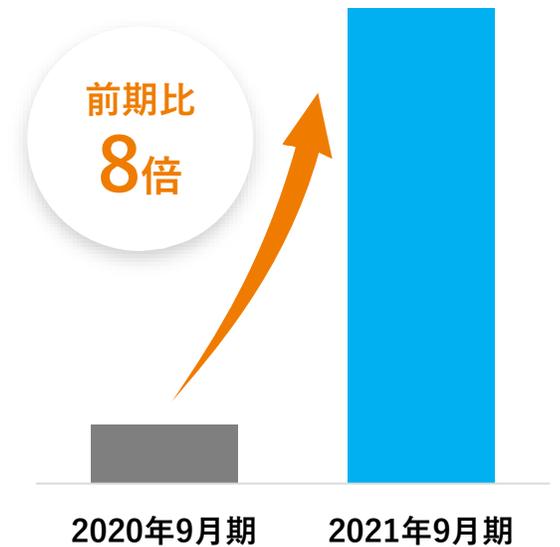


2021年1月、「広告代理店ご紹介サービス」を「AD HOOP(アドフープ)」に改称  
広告代理店のリード獲得に特化したサービスに変更し、新規顧客獲得のDX推進支援を加速

## 広告代理店マッチングプラットフォーム

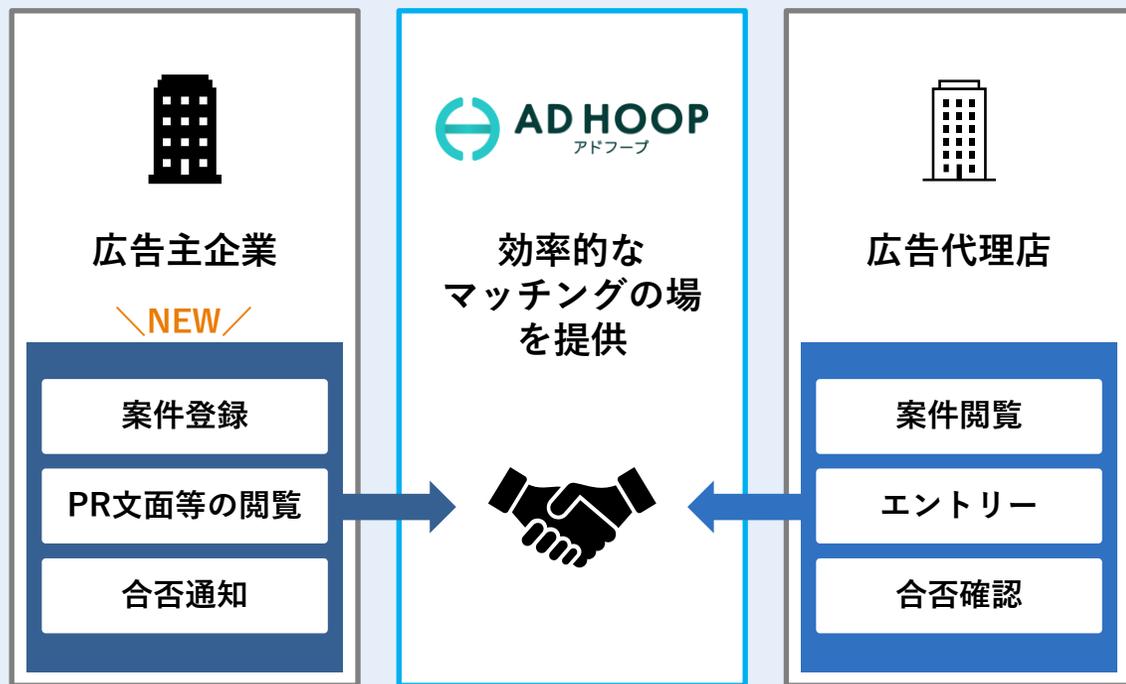


サービス内容を一新し、  
売上大幅増



広告主企業向け機能を新たに提供することにより、マッチング効率とスピードを向上  
サービス領域をWeb広告からマーケティングソリューションに拡大し、加速的な成長を目指す

## 広告主企業向け登録サイトを11月中にリリース予定



## サービスの提供領域を今後拡大予定

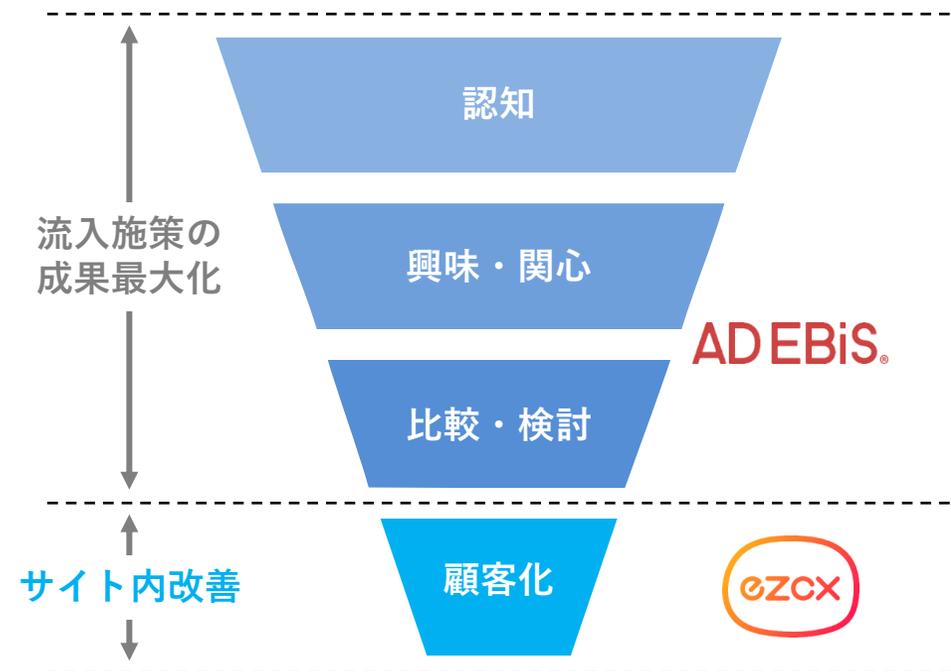


2021年7月、EC特化型CX向上プラットフォーム「eZCX」正式版をリリース  
「アドエビス」との併用で導入企業は全てのファネルにアプローチ可能。今後はクロスセルに注力

独自開発の「eZCX」をリリース



アドエビスの計測データとの掛け合わせで  
CX領域におけるDXを支援



2020年12月、WEBメディアの企画・編集・制作を行う株式会社スプーを連結子会社化  
イルグルムとの共同企画による新サービス「事例侍」を2021年11月より提供開始

BtoB向け導入事例制作サービス「事例侍」

プロエディターによる  
導入事例コンテンツ取材&執筆サービス

# 事例侍

じれい ぎむらい

戦略企画~納品までをワンストップで提供!

両社の強みによるシナジー創出を目指す

YRGLM × Spoo! inc.

データ・テクノロジー × クリエイティブ

2021年7月、株式会社トピカをM&Aにより連結子会社化  
急成長が続くSNSマーケティング市場にサービス領域を拡大



当社が培ってきたデータとテクノロジーの領域と  
トピカが得意とするSNSマーケティング領域を融合し  
新たなサービス提供を目指す

SNSマーケティング事業を吸収

動画コンテンツの企画制作～SNSの運用代行までを  
一気通貫で提供するトピカ社の独自サービス

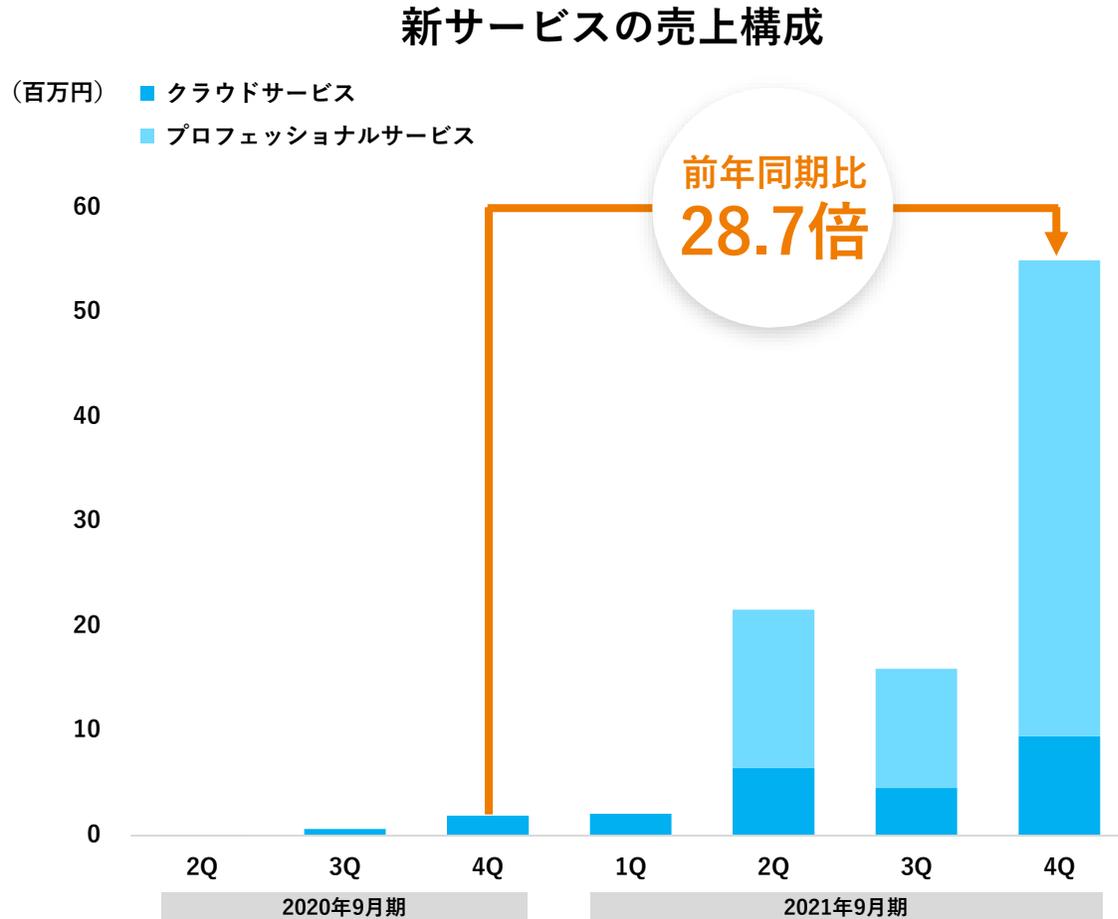


領域拡大に向けた今後の展開

1. 既存顧客へのクロスセルを実施
2. SNSマーケティングの知見を吸収

# 新サービスの売上構成

プロフェッショナルサービスを中心に拡大し、4Qは前年同期比**28.7倍の売上成長**  
今後はクラウドサービスも拡大を目指す



プロフェッショナルサービス：M&Aにて獲得

**Spoop! inc.** TOPICA

クラウドサービス：自社開発

**AD HOOP**  
アドフープ

**eZCX**

主力の「アドエビス」との  
クロスセル相性良好

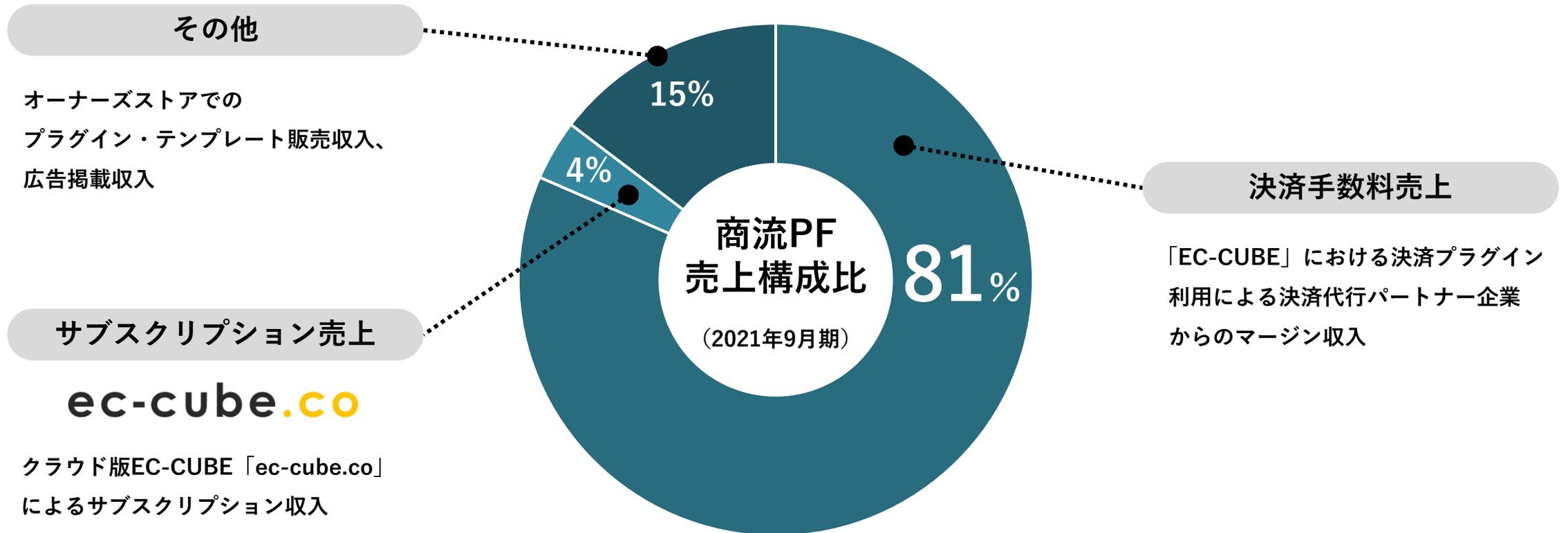
5

# 商流プラットフォーム事業



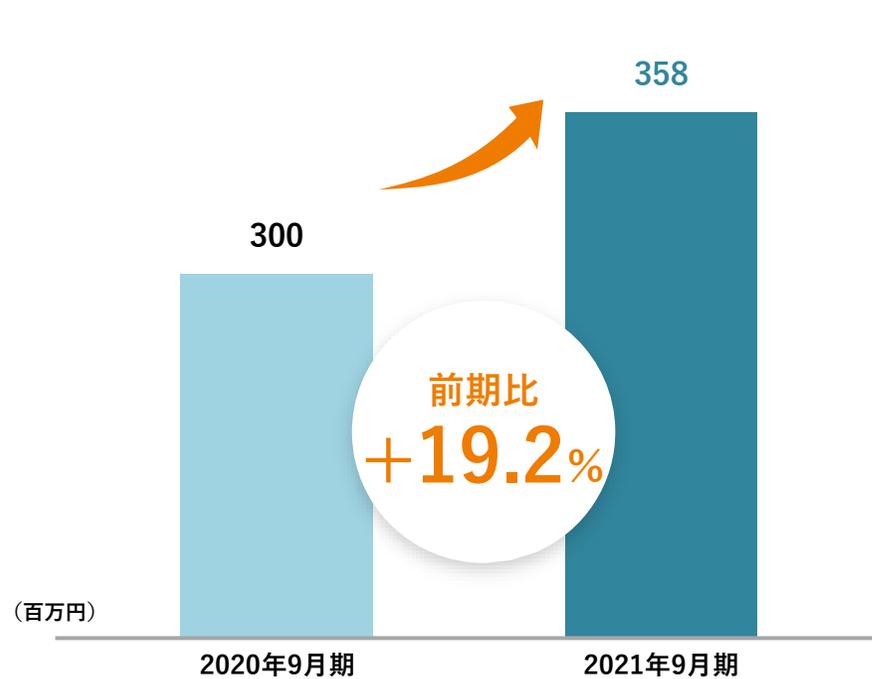
# 商流PF事業の売上構成

「EC-CUBE」における決済プラグイン利用によるマージン収入がセグメント売上の81%を占める  
今後はクラウド版「ec-cube.co」の販売強化により、サブスクリプション収入の増加に注力



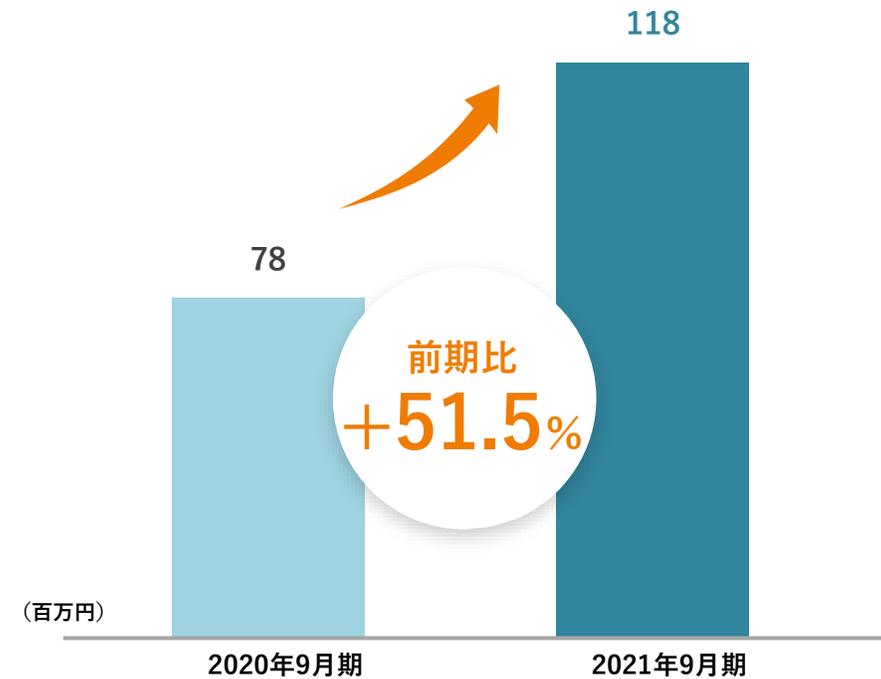
## 売上高

コロナ巣ごもり需要でEC業界が上期活況  
決済手数料売上を中心に2桁増収



## セグメント利益

開発投資を継続しつつも高い利益率による  
増収効果で前期比+51.5%の増益



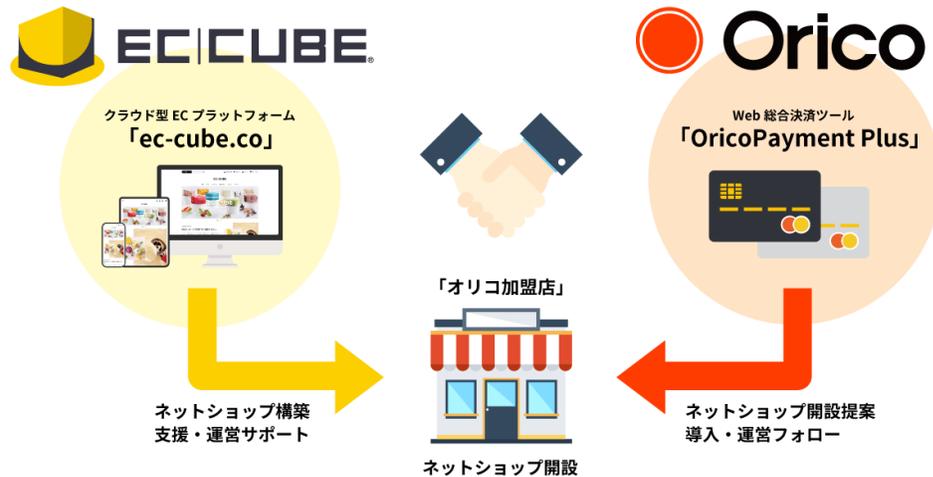
# クラウド版EC-CUBE「ec-cube.co」の販売強化（年間トピックス）

クラウド版「ec-cube.co」の拡販に注力  
パートナーシップとプロダクトの強化により、より多くのEC事業者へのアプローチが可能に

## パートナーシップによる販売強化

- EC市場拡大に向けた取り組みとして「ec-cube.co オリコ専用プラン」の提供を開始

「ec-cube.co オリコ専用プラン」



## スタンダードプランのリリース

- 事業拡大フェーズのEC事業者向けにカスタマイズ性を高めた「ec-cube.co スタンダードプラン」の提供を開始



# 「EC-CUBE」のアップデートを実施 (年間トピックス)

2021年9月、EC-CUBE4のメジャーバージョンアップを実施  
セキュリティとSEO対策の強化とカスタマイズ性の向上促す全189の機能追加・改善を実施



for your ideal  
**EC-CUBE4**

最新版 **4.1** リリース

全**189**※の機能追加・改善  
利便性とカスタマイズ性がさらに向上



セキュリティ  
機能の強化



SEO対策範囲  
の拡張



WebAPIによる  
カスタマイズ性  
向上

※2021/09/10までの数

開発者の利便性強化に向けた機能開発とセキュリティへの取り組みを強化  
汎用性とカスタマイズ性の両立により開発者と事業者の『2DX』の実現を目指す



開発者の利便性・カスタマイズ性を強化  
事業者の理想を実現するECサイト構築を支援

## 2022年9月期の施策

- 基本機能/公式プラグインの拡充
- 「ec-cube.co」開発者プランリリース



セキュリティへの取り組みを強化  
安心安全なサポート環境の提供

## 2022年9月期の施策

- セキュアなアプリケーション開発
- アプリケーション利用環境のセキュリティ強化
- セキュリティ意識向上に向けた啓発活動

6

# 2022年9月期 通期業績予想・配当予想



# 2022年9月期通期業績予想

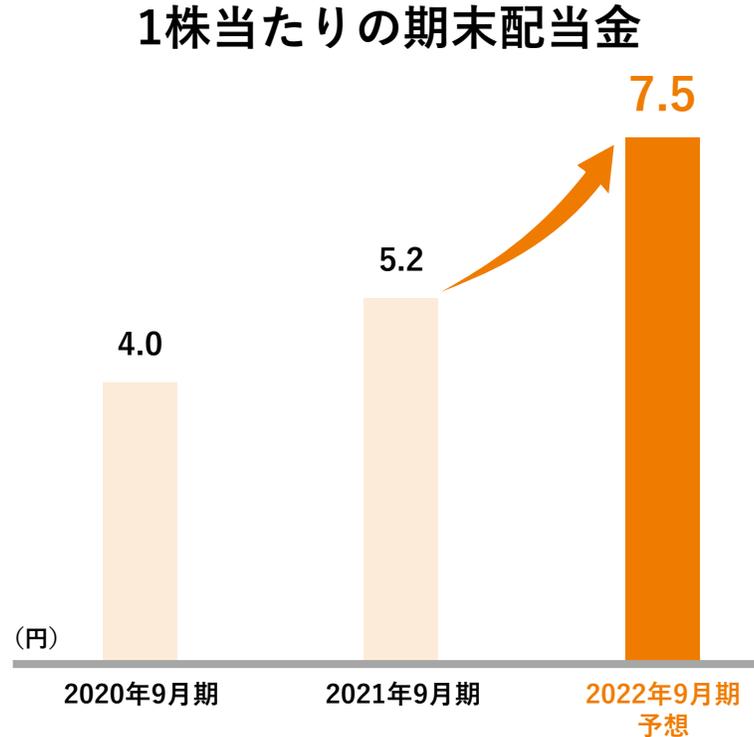
前期に創出した新サービスの成長等により売上高は前期比**+21.7%**を計画  
投資先行の広告代理店DXと新サービスの利益率改善により営業利益率**13.1%**の見通し

単位：百万円	2021年9月期	2022年9月期	
	実績	通期業績予想	前年同期比
売上高	2,957	3,600	+21.7%
営業利益	365	470	+28.6%
営業利益率	12.4%	13.1%	+0.7pt
経常利益	364	460	+26.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	239	320	+33.5%
【参考】 EBITDA ※	638	770	+20.7%
EBITDAマージン	21.6%	21.4%	△0.2pt

※ EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費として算出しております。

# 2022年9月期配当予想

配当方針は中期経営方針で掲げた目標に近づけるべく **DOE2.0% ⇒ 2.5%**に変更  
期末配当予想は**7.5円**を計画



## 配当方針

当社は、株主の皆様への安定的かつ  
継続的な利益配分を行うことを基本方針とし、  
**連結株主資本配当率(DOE) 2.5%**を目安に  
期末一括配当を行うこととしております。

中期経営方針では、最終年度の2023年9月期に  
おいてDOE3%以上の配当実現を目指します。

7

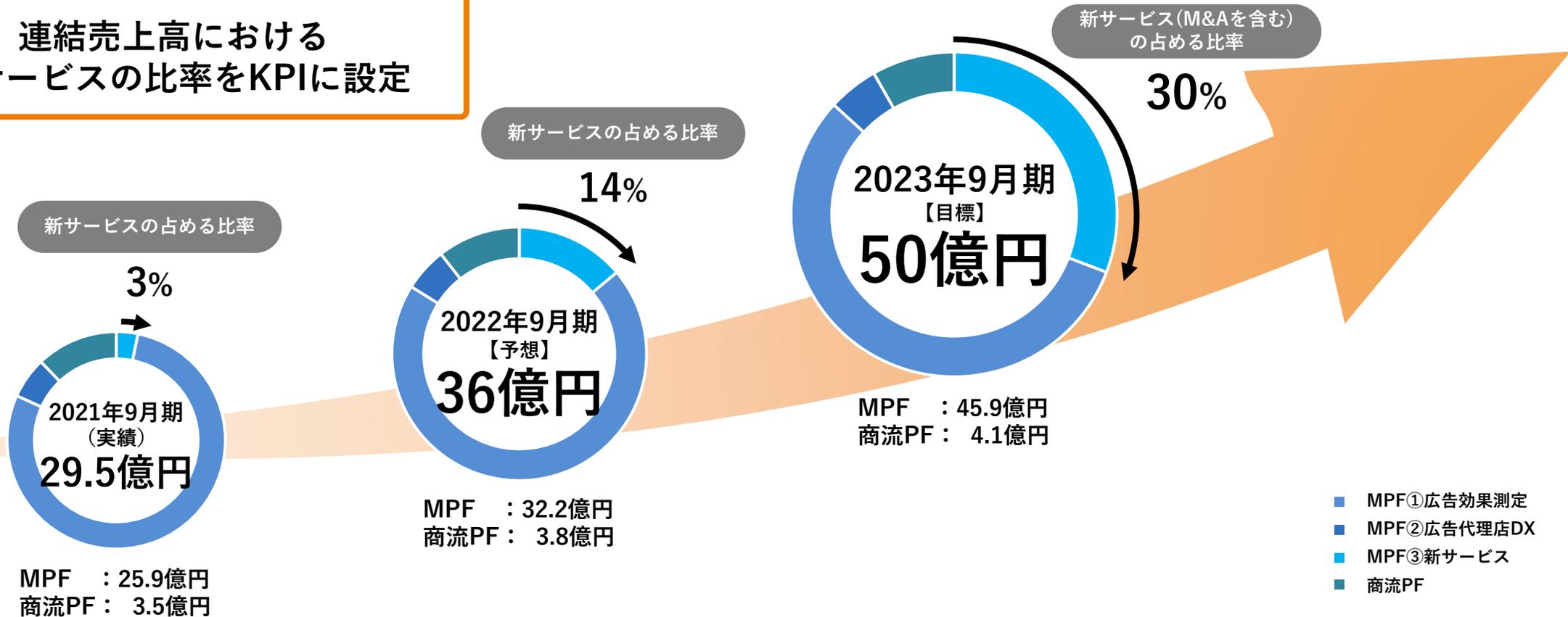
# 中期經營方針『VISION2023』業績目標



# 『VISION2023』 売上目標

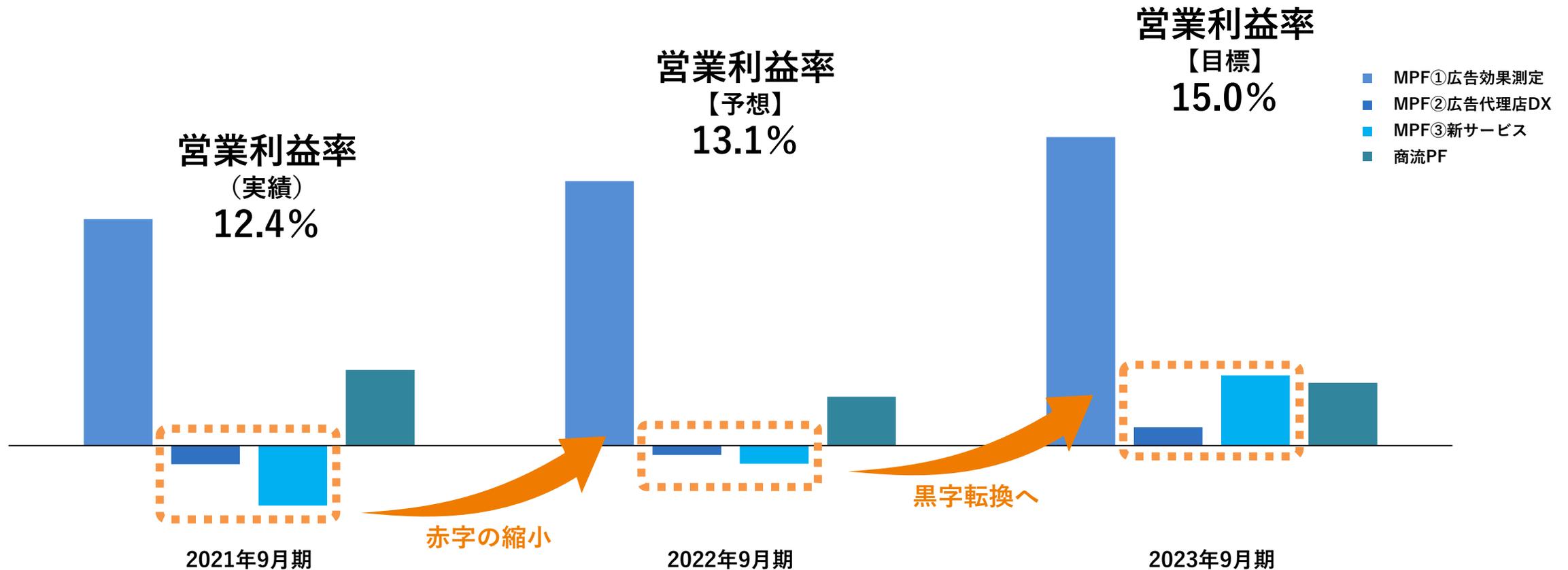
中期方針初年度で創出した新サービスを育成すると共に、M&Aによる領域拡大を図り、  
2023年9月期には新サービスの占める比率を30%に引き上げていく

2022年9月期～【新KPI】  
連結売上高における  
新サービスの比率をKPIに設定

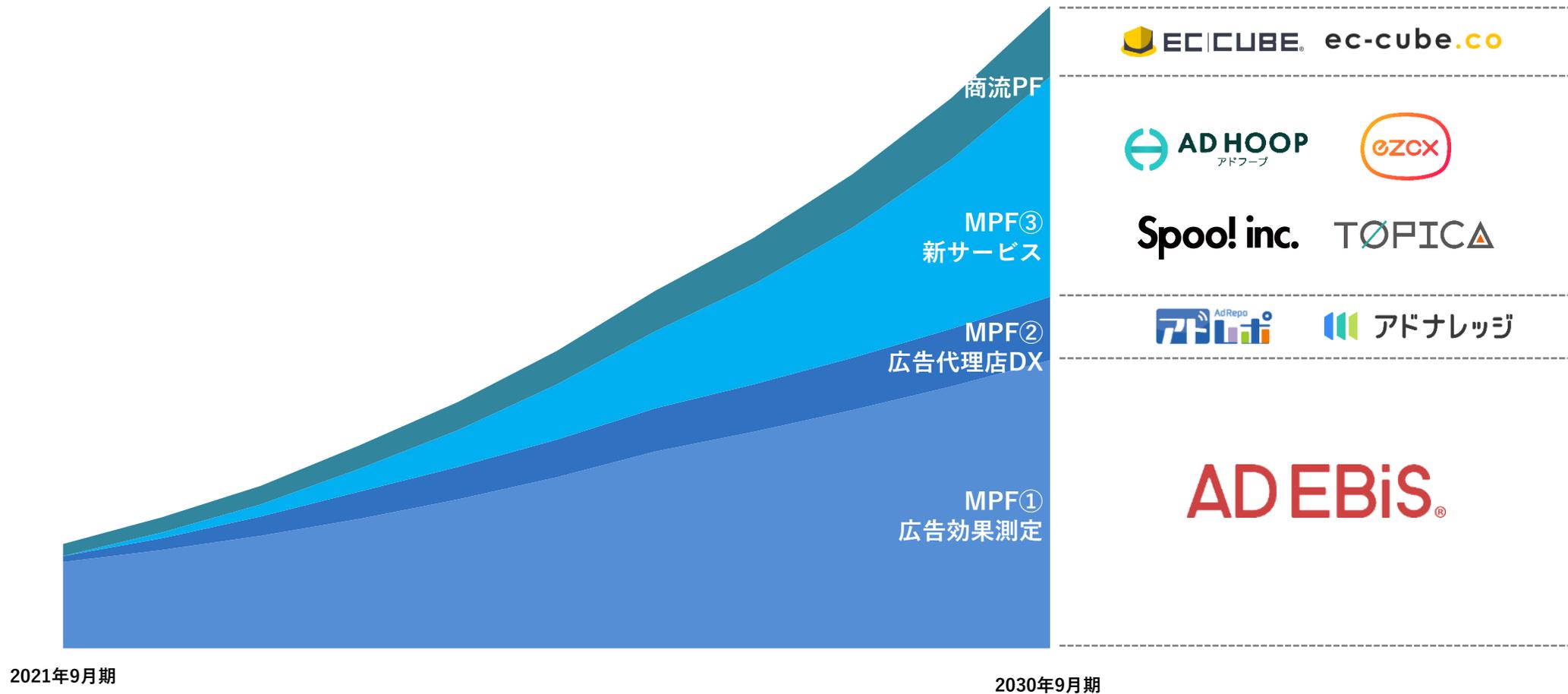


# 『VISION2023』 営業利益率目標

広告代理店DXと新サービスの領域は投資フェーズで損失が先行  
売上の拡大により損失を段階的に縮小、2023年9月期に黒字転換、営業利益率の改善を見込む



## 広告効果測定を中心とした既存ビジネスの拡大と 新サービスの創出・伸長によって急角度の業績成長を目指す



# 補足資料



# 未知に、道を。



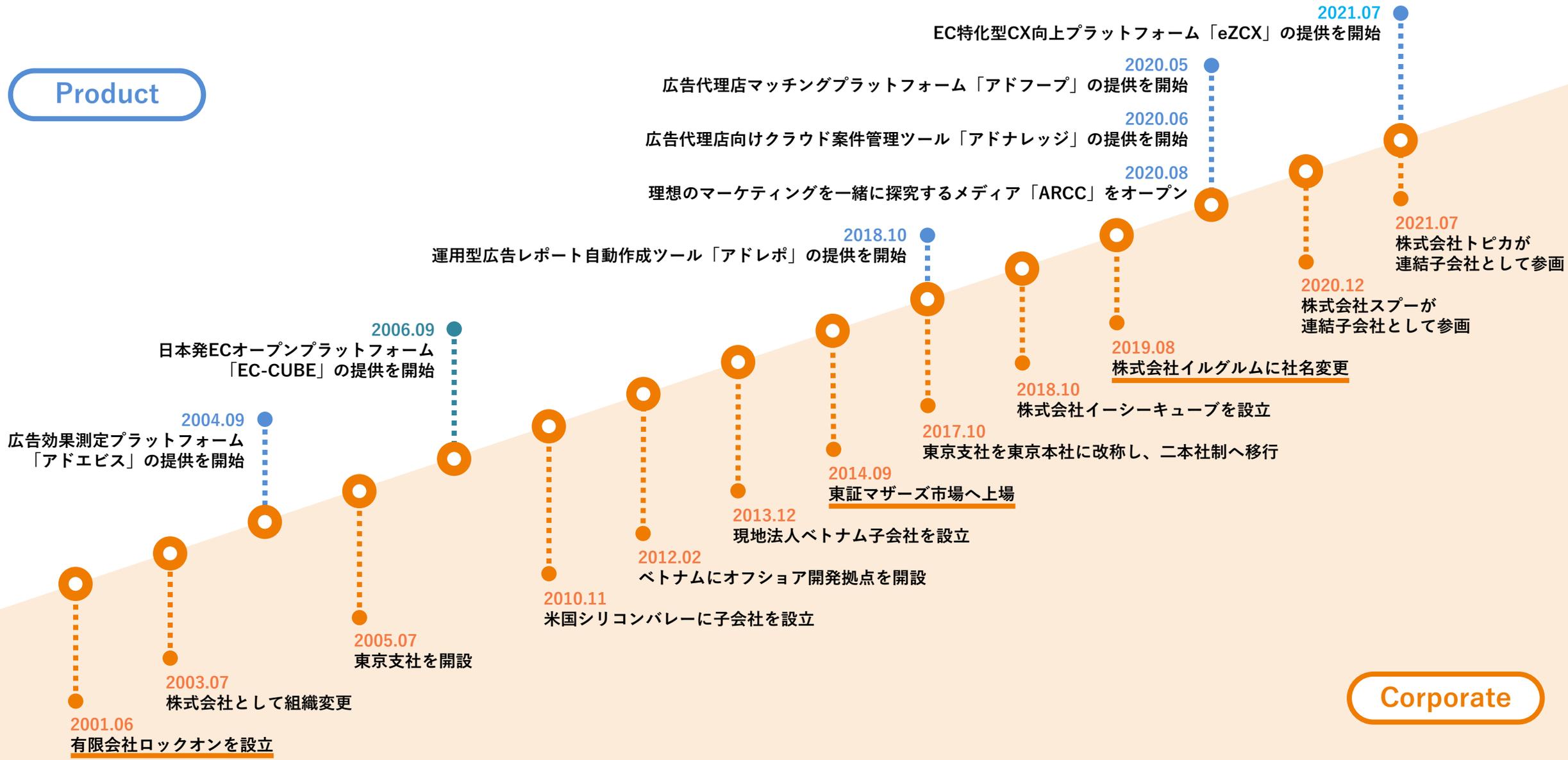
それぞれの企業が独自の価値とともに発展できる社会。  
私たちはそのまだ見ぬ理想の世界をYRGLMと名付けました。  
まだこの世に存在しない未来像を示すために、既存の言葉に由来を  
持たない「**意味を持たない文字列**」を語源としました。  
どこにもない企業を目指すために選んだ、どこにもない名前です。

# 会社概要

社名	：	株式会社イルグルム
設立	：	2001年6月4日
資本金	：	318百万円（2021年9月30日現在）
代表者	：	岩田 進
従業員数	：	184人（グループ連結／2021年9月30日現在）
所在地	：	【大阪本社】〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田2-4-9 ブリーゼタワー13F 【東京本社】〒100-0006 東京都千代田区有楽町2-2-1 X-PRESS有楽町12F
事業内容	：	マーケティングDX支援サービスの提供 ・ 広告効果測定プラットフォーム「アドエビス」 ・ 運用型広告レポート自動作成ツール「アドレポ」 ・ 広告代理店向けクラウド案件管理ツール「アドナレッジ」 ・ 広告代理店マッチングプラットフォーム「アドフープ」 ・ EC特化型CX向上プラットフォーム「eZCX」 ・ ECオープンプラットフォーム「EC-CUBE」
子会社	：	株式会社イーシーキューブ 株式会社スプー 株式会社トピカ YRGLM VIETNAM COMPANY LIMITED（ベトナムホーチミンシティ）

# 沿革

## Product



## Corporate

# グループ構成

## マーケティングプラットフォーム事業 (MPF)



株式会社イルグルム

ADEBiS®



アドナレッジ



開発業務の一部を委託

新規事業開発で連携

連結子会社

YRGLM VIETNAM  
COMPANY LIMITED



YRGLM VIETNAM CO., LTD.

連結子会社

Spoo! inc. TOPICA

## 商流プラットフォーム事業 (商流PF)

連結子会社

株式会社  
イーシーキューブ



ec-cube.co

# 個性と多様性を尊重し、しなやかに変化する組織

「多様な働き方を支援する環境整備」と「コミュニケーション強化」に注力  
コロナ禍のなかでも働きやすい環境を実現



日本における2021年度版  
「働きがいのある会社」ランキングにおいて  
9年連続・10度目のベストカンパニーに選出

# 特別鼎談「マーケティングテクノロジーの近未来」を公開

Cookie規制を超えて、すべてのステークホルダーに利益と安全を届けるために  
ジャーナリストの佐々木俊尚氏とのトークセッションを2021年4月に実施



岩田 進

株式会社イルグルム 代表取締役

佐々木 俊尚さん

SpecialGuest ジャーナリスト

中川 仁

株式会社イルグルム CTO

GoogleとAppleの提供するブラウザーが、Webサイト間をまたいで閲覧履歴をトラッキングできる  
サードパーティCookieの規制を順次実行に移しています。  
企業のデジタルマーケティングに甚大な影響を及ぼす  
この巨大な環境変化は、どのような経緯で起きているのか。  
この変化を受けて、当社はどのようなポリシーと  
技術で対応しているのか。  
さらに、これからのマーケティングテクノロジーは  
どう進化していくべきか。  
ジャーナリスト佐々木俊尚さんをゲストにお招きし、  
特別鼎談を行いました。

[https://www.yrglm.co.jp/ir/special\\_session/](https://www.yrglm.co.jp/ir/special_session/)

# 2021年9月期トピック一覧

## 第1四半期

2020.10.09	商流PF	【EC-CUBE】コロナ禍における急速なECシフトへの支援として、「EC-CUBE公式オンライン相談窓口」を開設
2020.10.15	MPF	【アドエビス】「ITreview Grid Award 2020 Fall」のアクセス解析・アトリビューション部門「High Performer」を受賞
2020.10.22	全社	2020年9月期業績予想及び配当予想を修正
2020.10.23	MPF	【アドエビス】オンラインカンファレンス「AD EBiS Conference 2020」を開催
2020.10.28	MPF	【アドエビス】プロダクトロゴ・サービスデザインを刷新、16周年記念特設サイトを公開
2020.10.30	MPF	データマーケティングを探究するメディア「ARCC」初のオンラインイベントを11/5に開催
2020.11.04	商流PF	株式会社オリエントコーポレーションと資本業務提携で基本合意。クラウド版「ec-cube.co」で企業のDXを支援。
2020.11.04	商流PF	【EC-CUBE】「はじめてのオンラインショップ 支援プログラム」に、Grow with Google パートナーとして参画
2020.11.05	商流PF	【EC-CUBE】Google ショッピング タブの無料リスティング が利用可能に。クラウド版「ec-cube.co」で機能提供開始。
2020.11.13	商流PF	政府CIO補佐官 市谷聡啓氏のDX推進アドバイザー就任を発表。EC-CUBEを活用した「ECを中心としたDX」を全国企業に広く推進へ
2020.11.13	全社	2020年9月30日を基準日とする剰余金の配当に関するお知らせ
2020.11.16	全社	役員の異動に関するお知らせ
2020.11.19	MPF	【アドエビス】2021年1月フルリニューアル、UI刷新と画面レスポンス最大約80%改善によりデータ分析にかかる時間を大幅短縮
2020.11.20	商流PF	【EC-CUBE】ネットショップ動向調査において「月商1000万円以上で利用されているカートシステム」利用数でNo.1を獲得
2020.12.16	MPF	【アドエビス】株式会社生活総合サービスがアドエビスの計測データを「DirectEngine」へ連携
2020.12.21	商流PF	株式会社オリエントコーポレーションとの資本業務提携の契約締結に関するお知らせ

# 2021年9月期トピック一覧

## 第2四半期

2021.01.06	MPF	【アドフープ】「広告代理店ご紹介サービス」から「アドフープ」にサービス名変更
2021.01.19	商流PF	【EC-CUBE】ネットショップをすぐに立ち上げたい店舗向け支援として、5社限定「ネットショップ構築代行キャンペーン」を開始
2021.01.21	MPF	【アドエビス】画面レスポンスの高速化と分析導線を見直した新UIを発表
2021.01.22	MPF	【アドエビス】「ITreview Grid Award 2021 Winter」のアクセス解析・アトリビューション部門で「High Performer」を2期連続受賞
2021.02.05	全社	2021年9月期業績予想を発表
2021.02.16	全社	2021年版 日本における「働きがいのある会社」ランキングにおいて、9年連続・10度目となるベストカンパニーに選出
2021.02.16	全社	譲渡制限付株式報酬としての自己株式の処分の払込を完了
2021.02.18	商流PF	【EC-CUBE】GMOイプシロン株式会社と協業し、公式決済サービス「EC-CUBEペイメント ライト」をリリース
2021.02.19	商流PF	【EC-CUBE】カスタマイズ可能なクラウドECプラットフォーム「ec-cube.co スタンダードプラン」をリリース
2021.02.26	商流PF	【EC-CUBE】ダウンロード版EC-CUBE対応データ連携用プラグインをリリース
2021.03.01	商流PF	【EC-CUBE】「ec-cube.co スタンダードプラン」リリースを記念し、契約初月&翌月無料キャンペーンを開始
2021.03.05	商流PF	【EC-CUBE】EC-CUBE本体やプラグインへのレビュー投稿を活性化させる「レビュー&ツイートキャンペーン」を開始
2021.03.25	商流PF	【EC-CUBE】「ec-cube.co スタンダードプラン」に、開発者と運営者の分業を支援する「管理画面操作Git連携」を実装

# 2021年9月期トピック一覧

## 第3四半期

2021.04.12	MPF	【アドエビス】 EC/D2C業界向けオンラインイベント「NEXT STAGE of EC」を開催
2021.04.15	MPF	【アドエビス】 「ITreview Grid Award 2021 Spring」のアクセス解析・アトリビューション部門で「Leader」を受賞
2021.05.07	MPF	【新サービス】 CX領域の新サービス「eZCX」先行リリース版をリリース
2021.05.07	全社	2021年9月期の配当予想を増額修正
2021.06.10	全社	執行役員 CTO 中川 仁がデジタル庁創設に向けた民間人材として採用
2021.06.28	MPF	【アドエビス】 未来の利益を可視化するD2C向けLTV予測機能をリリース

## 第4四半期

2021.07.01	MPF	【アドレポ】 運用型広告レポートの考察を自動出力できる「スマート考察機能」の提供を開始
2021.07.13	MPF	【アドエビス】 広告効果測定ツールの導入実績調査において4冠を獲得！
2021.07.16	MPF	株式会社トピカの株式を取得し連結子会社化
2021.07.19	MPF	【アドエビス】 「ITreview Grid Award 2021 Summer」のアクセス解析・アトリビューション部門で「Leader」を2期連続受賞
2021.07.20	MPF	【新サービス】 イルグルム、EC特化型CX向上プラットフォーム「eZCX」正式リリース
2021.07.21	MPF	【アドエビス】 アドベリフィケーション促進に向け、戦略的パートナーとしてアドフラウド対策ツール「Spider AF」と連携を強化
2021.07.21	商流PF	新しいショッピング体験への変革と共創をテーマにした「EC-CUBE DAY 2021」を2021年11月にオンラインで開催

# 2021年9月期トピック一覧

## 第4四半期

2021.08.19	MPF	【アドエビス】 ビタブリッドジャパン執行役員 西守 穰氏がアドバイザーに就任
2021.08.27	全社	【ARCC】 1周年記念！理想のマーケティングを探すオンラインイベント「Marketing Journey」を開催
2021.09.01	商流PF	【EC-CUBE】 2021年9月1日の15周年記念イベント「EC-CUBE DAY 2021」のティザーサイトを公開
2021.09.08	MPF	【アドエビス】 イルグルムとオプト、「LTVForecast」 拡販に向け協業、LTV予測に基づくD2C向け広告運用支援を開始
2021.09.13	全社	2021年10月1日付で宮本力を執行役員COO（最高執行責任者）に選任することを決定
2021.09.13	商流PF	【EC-CUBE】 理想のECサイトを実現するEC-CUBE4系の最新版「EC-CUBE4.1」を提供開始

# 事業のリスクと対応

主な事業リスク	発生可能性	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と当社の対応策
	発生時期		
特定サービスへの集中	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客の減少</li> <li>売上高の減少</li> </ul>	<p>当社グループの売上収益は主力サービス「アドエビス」に集中しております。市場環境・景気動向の変化等により、同サービスの需要に大きな変化が現れた場合、当社グループの経営成績に影響を与える可能性があります。当社グループは、自社開発の新サービス拡大、M&amp;Aによる事業拡大を積極的に進めており、特定サービスへの集中緩和に努めております。</p>
	常時		
情報取得に関する制限	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>サービス品質の低下</li> <li>追加投資の発生</li> </ul>	<p>インターネット広告配信や媒体、ブラウザ閲覧サービス運営者等の方針転換により、現在取得可能なサードパーティCookie等の情報を取得できなくなる可能性があります。当社グループは、ファーストパーティCookieによる計測手法を実装済みのほか、専任の研究チームを設置し市場動向を注視すると共に、環境の変化に対応した計測手法の開発により情報取得の維持に努めております。</p>
	常時		
情報セキュリティ ・システム障害	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>サービス品質の低下</li> <li>社会的信用の喪失</li> <li>賠償責任の発生</li> </ul>	<p>不正アクセス、想定を大幅に上回るアクセス集中、自然災害等、当社グループが想定していない事象の発生によりシステム障害が発生した場合、保有するビッグデータが消失する可能性があります。当社グループは、安定的な運用を継続するためのシステム冗長化、セキュリティ対策、データ消失等に備えたバックアップを徹底しており、万が一トラブルが発生した場合においても短時間で復旧可能な体制維持に努めております。</p>
	常時		
M&A	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>成長率の鈍化</li> <li>M&amp;Aの停滞</li> </ul>	<p>当社グループは事業拡大の手段としてM&amp;Aを重要な選択肢の一つに位置付けておりますが、市場環境や競争環境の変化等により買収した事業の運営又は今後の買収が計画通りに進捗しない場合があります。M&amp;Aの実施に当たっては、外部の専門家を活用するなど、対象事業・事業環境について予め十分な調査・検討を行い、リスクを最小限にすべく対策を講じた上で慎重に行うこととしております。</p>
	随時		

投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。本項の記載内容以外のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせてご参照ください。

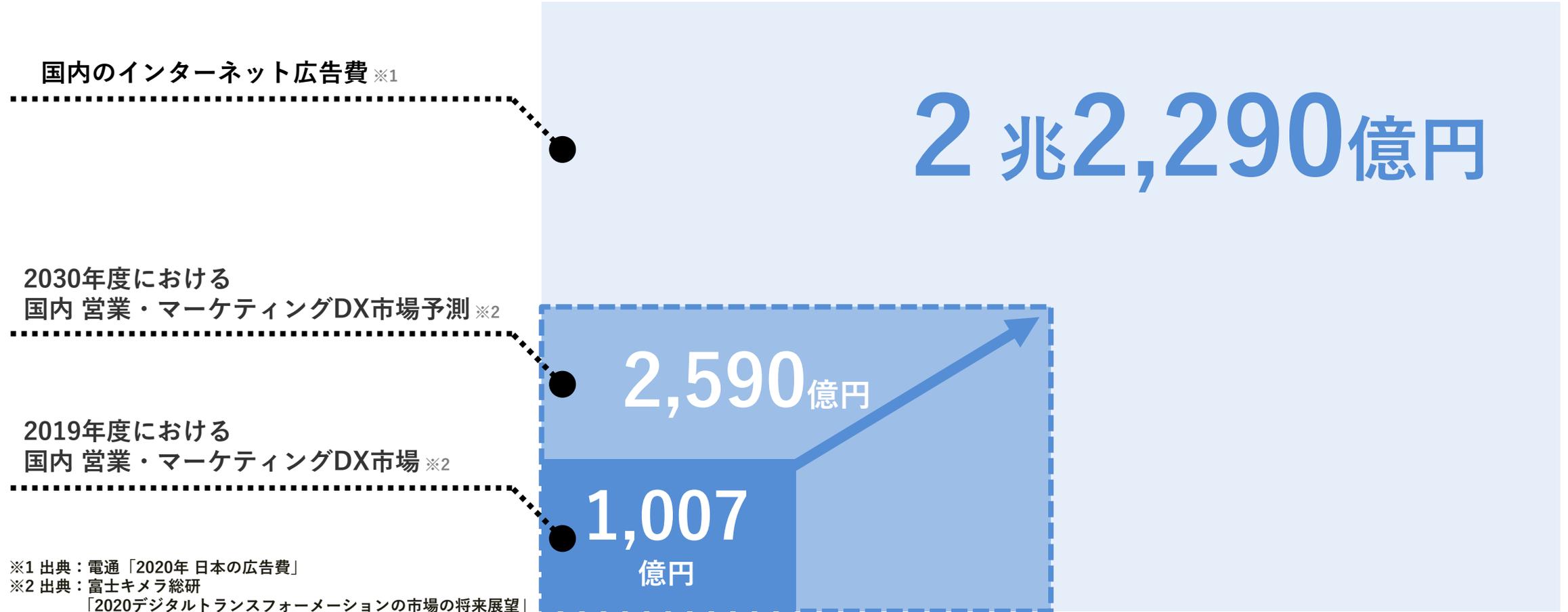
# 用語説明

オープンソース	ソースコードを商用、非商用の目的を問わず利用、修正、頒布することを許し、それを利用する個人や団体の努力や利益を遮ることがないソフトウェア開発の手法
カスタマーエクスペリエンス (CX)	顧客にとって、ある企業の製品・サービスに接する際の総合的な印象や体験
コンバージョンレート (CVR)	成約率。WEBサイトの訪問者数に対してどのくらいの人数が購買等の成果に結びついたかを示す指標
SaaS	Software as a service の略。 必要な機能を必要な分だけサービスとして利用できるようにしたソフトウェアもしくはその提供形態
サブスクリプション	商品ごとに購入金額を支払うのではなく一定期間の利用権として定期的に料金を支払う方式
D2C	Direct to Consumerの略。 メーカーが中間流通を介さず自社のECサイトなどを通じ商品を直接消費者に販売するビジネス
デジタルトランスフォーメーション (DX)	企業がデータとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること
プラグイン	機能を追加するためのソフトウェア
プロフェッショナルサービス	コンサルティング、アカウント運用、受託制作など、クラウドツール提供以外の役務提供サービスの総称
マーケティングDX	企業がデータとデジタル技術を活用して、マーケティング活動による成果を最大化・最適化できる仕組みを構築すること
ライフタイムバリュー (LTV)	顧客生涯価値。ある顧客から生涯を通じて得られる利益のこと

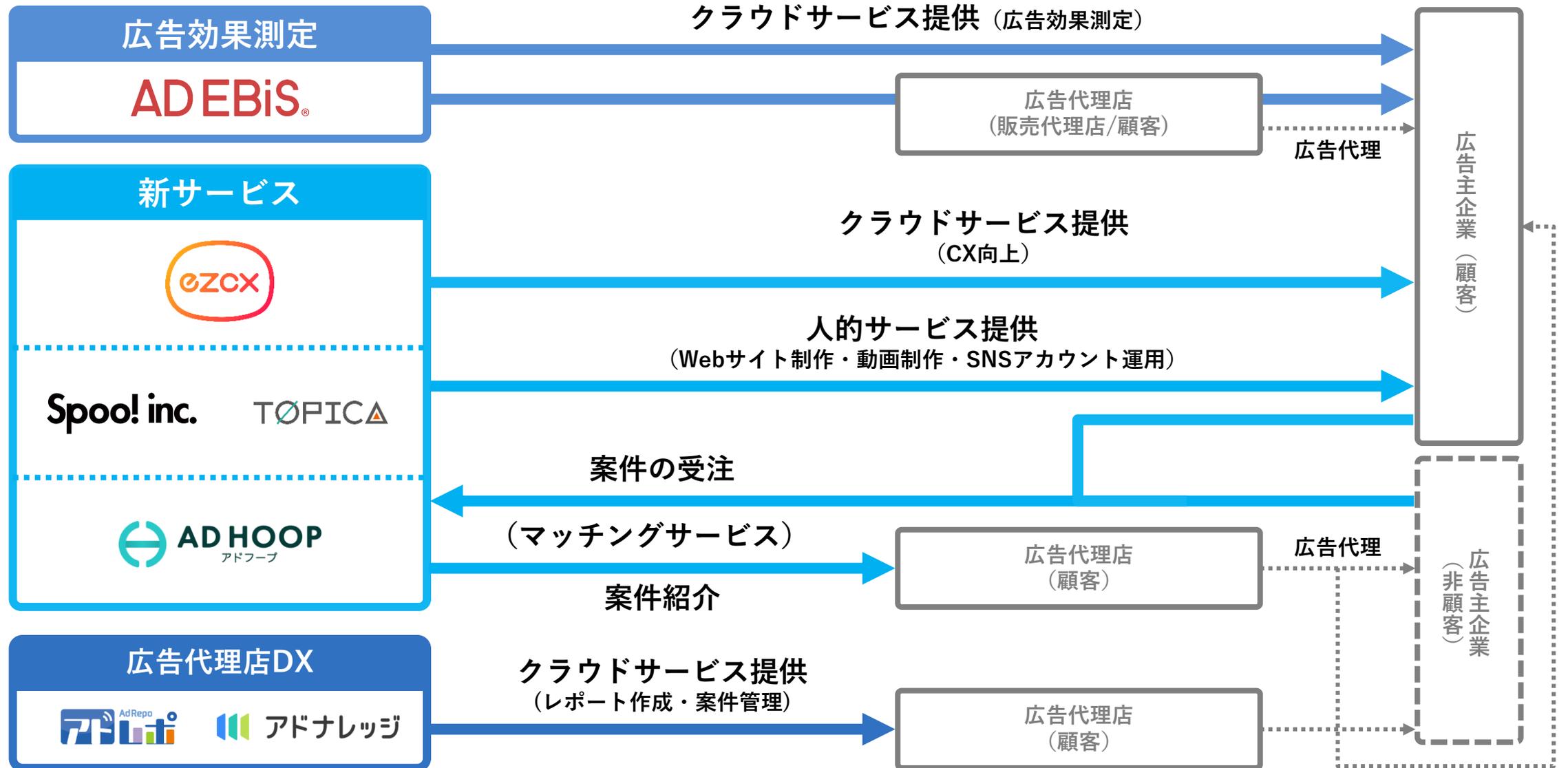
# MPF補足資料

# ターゲット市場の規模感

マーケティングDXを支援する総合的なソリューション提供によりターゲット市場は1,007億円  
DXニーズの高まりを受け市場はさらに拡大。市場の拡大を追い風に更なる成長を目指す

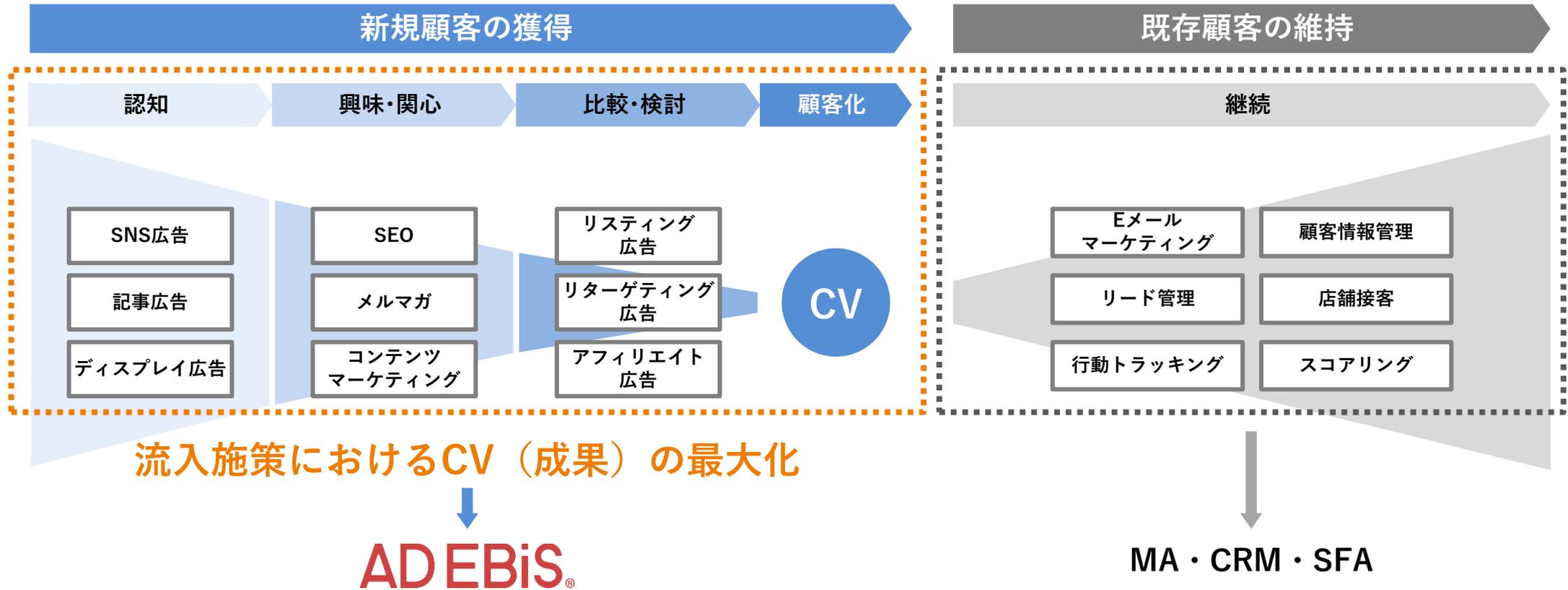


# ビジネスの流れ



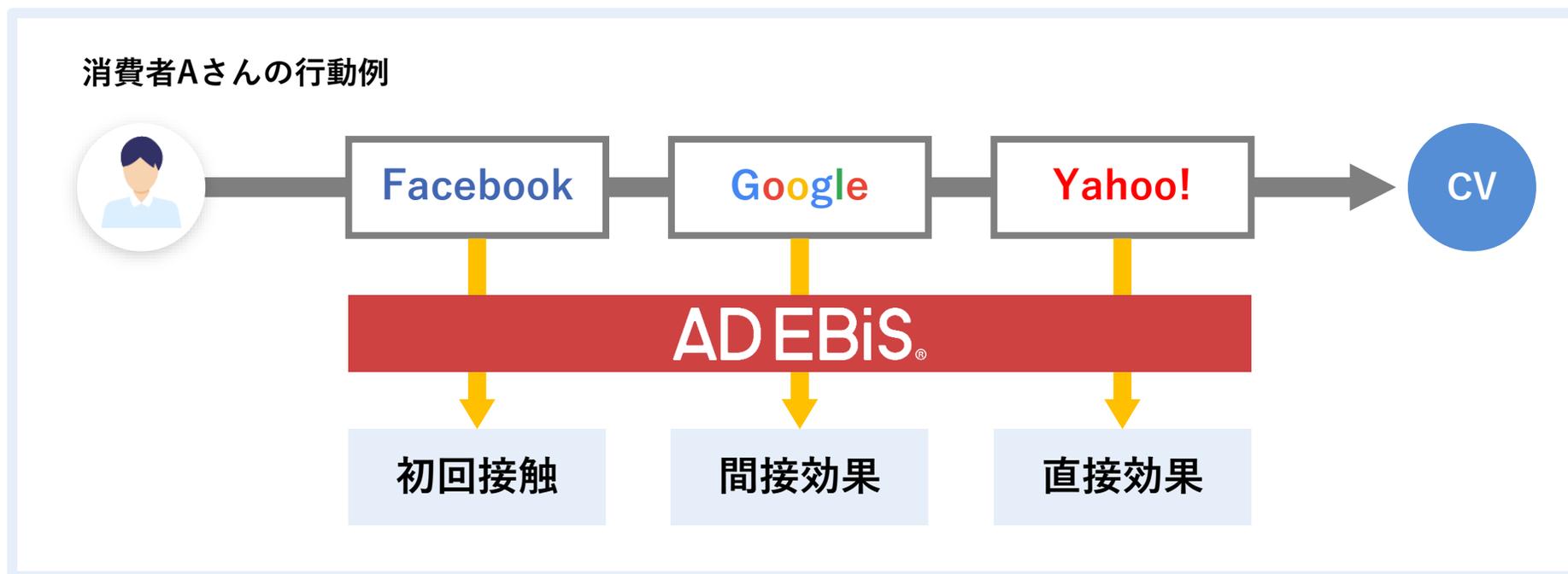
# 「アドエビス」の事業領域

「アドエビス」の事業領域は、【流入施策（主に広告）】の効果測定  
見込み顧客獲得までのユーザー行動フローを可視化し、ベストな投資判断をサポート



# 「アドエビス」の強み ①

時代の流れに即した計測技術の研究開発・安定供給に強み  
グローバル企業によるプライバシー保護強化の流れにもいち早く対応



プライバシーに配慮した高精度な計測技術で行動フローを可視化

# 「アドエビス」の強み ②

## 国内ユーザーの声をもとに作り上げられたサービスデザイン 広告運用ノウハウを盛り込み、使いやすさを追求

### STEP1 進捗確認

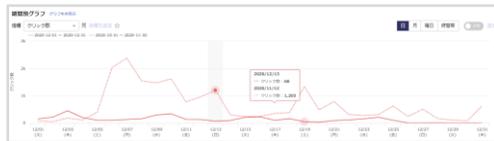
#### ダッシュボード

当月の全体進捗を把握



#### 期間分析

各曜日の傾向、数値のUP/DOWNを確認



### STEP2 成果比較

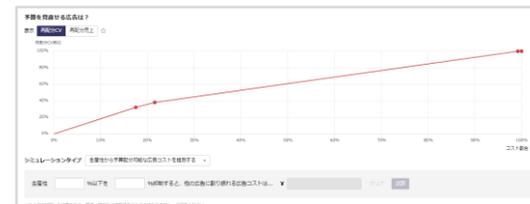
#### カテゴリ分析

各施策の一元管理により、重複・欠損のない正確なデータを提供。レポート作成工数も大幅削減

カテゴリー	施策名	広告費	クリック数	コンバージョン数	CPA	CTR	CR	CRV	ROI	ROI%
パロスメディア	パロスメディア	1,497	48	2,076	14	3.2%	1.3	1.3	1.3	1.3
Facebook/Instagram	Facebook/Instagram	2,442	35	2,376	14	1.4%	1.3	1.3	1.3	1.3
Google Adwords	Google Adwords	774	12	1,276	8	1.5%	1.3	1.3	1.3	1.3
YouTube/YouTube TV	YouTube/YouTube TV	18	7	7,076	3	3.9%	1.3	1.3	1.3	1.3
Native/News/Display	Native/News/Display	110	4	1,046	4	3.6%	1.3	1.3	1.3	1.3
その他	その他	96	16	1,046	16	1.7%	1.3	1.3	1.3	1.3
合計	合計	5,937	122	13,852	58	2.0%	1.3	1.3	1.3	1.3

#### コストアロケーション分析

費用対効果を自動で算出。  
 予算の増額・削減対象が一目瞭然

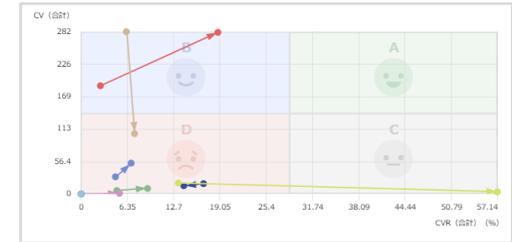


施策改善

### STEP3 結果検証

#### カテゴリ分析 (ABCDグラフ)

各施策の一元管理により、重複・欠損のない正確なデータを提供。レポート作成工数も大幅削減



各指標の増減率を可視化。  
 成果データの集計工数も大幅削減。

カテゴリー	施策名	広告費	クリック数	CTR (%)	コンバージョン数	CPA	CR	CRV	ROI	ROI%
合計	2020/12/01 ~ 2020/12/31	371,014	4,113	1.11%	138	2,688	2	0.05%		
パロスメディア	2020/12/01 ~ 2020/12/31	1,497	48	3.20%	14	107	1	0.07%		
Facebook/Instagram	2020/12/01 ~ 2020/12/31	2,442	35	1.43%	14	174	1	0.06%		
Google Adwords	2020/12/01 ~ 2020/12/31	774	12	1.55%	8	96	1	0.07%		
YouTube/YouTube TV	2020/12/01 ~ 2020/12/31	18	7	3.89%	3	6	1	0.06%		
Native/News/Display	2020/12/01 ~ 2020/12/31	110	4	3.64%	4	27	1	0.06%		
その他	2020/12/01 ~ 2020/12/31	96	16	1.67%	16	6	1	0.06%		

# 「アドエビス」の強み ③

## お客様の活用に寄り添うサポート体制も競合優位性の1つ

### 無料の電話サポート

顧客満足度92%※

安心と信頼のサポートセンター



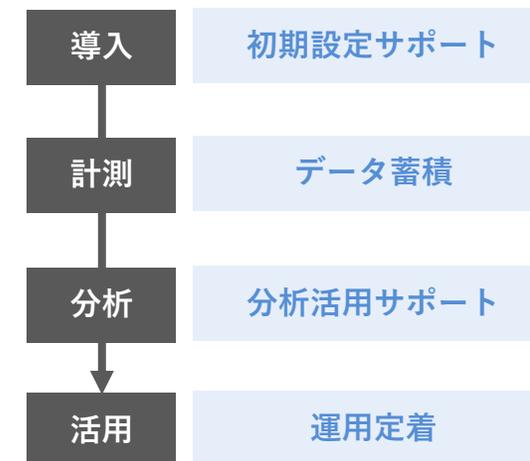
### 充実のサポートサイト

操作・設定方法から活用まで  
幅広いノウハウが凝縮



### 活用支援のプログラム

専属のカスタマーサクセス  
担当者による活用支援



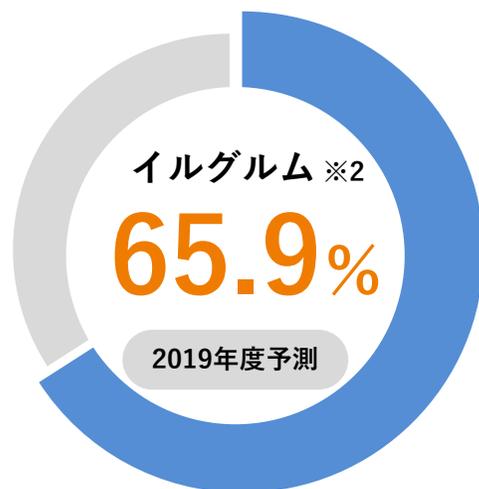
※自社調査：2017年度上半期 サポート満足度アンケート結果より(10段階7以上)

# 「アドエビス」のシェアと導入実績

広告効果測定市場において圧倒的なシェアと顧客基盤を確立

広告効果測定市場

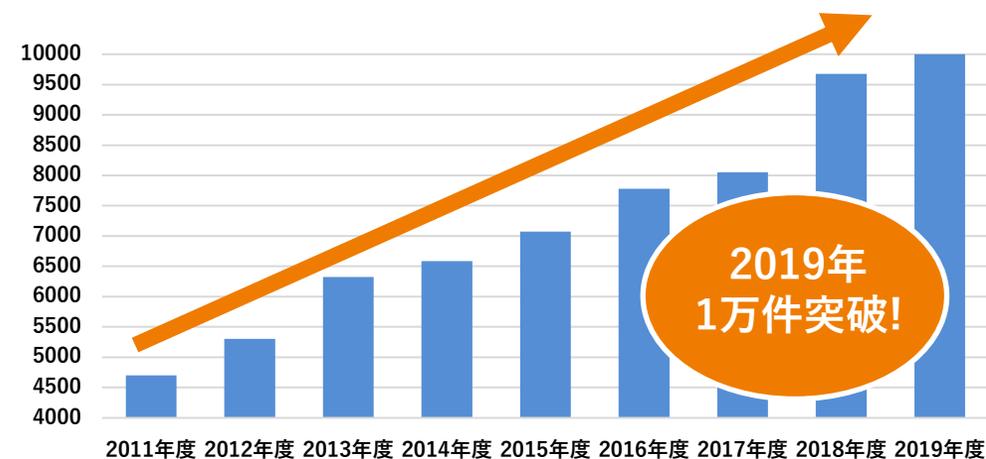
売上シェアNo.1 ※1



※1：出典：ITR「ITR Market View：メール/Webマーケティング市場2020」（2015～2019年度予測）  
※2：AD EBiSと2020年1月に事業譲受した株式会社オプトの「ADPLAN」の売上合算値

導入実績

1万件以上



# 商流PF補足資料

# 「EC-CUBE」について

「EC-CUBE」は15年の歴史を持つロングセラーカート

オープンなテクノロジーとコミュニティで「みんながワクワクするショッピング体験」を創出



## モノ消費から脱却

画一的なサイトでの  
価格競争・間接的で希薄な  
関係からの脱却

モノからコト消費へ  
シフトする

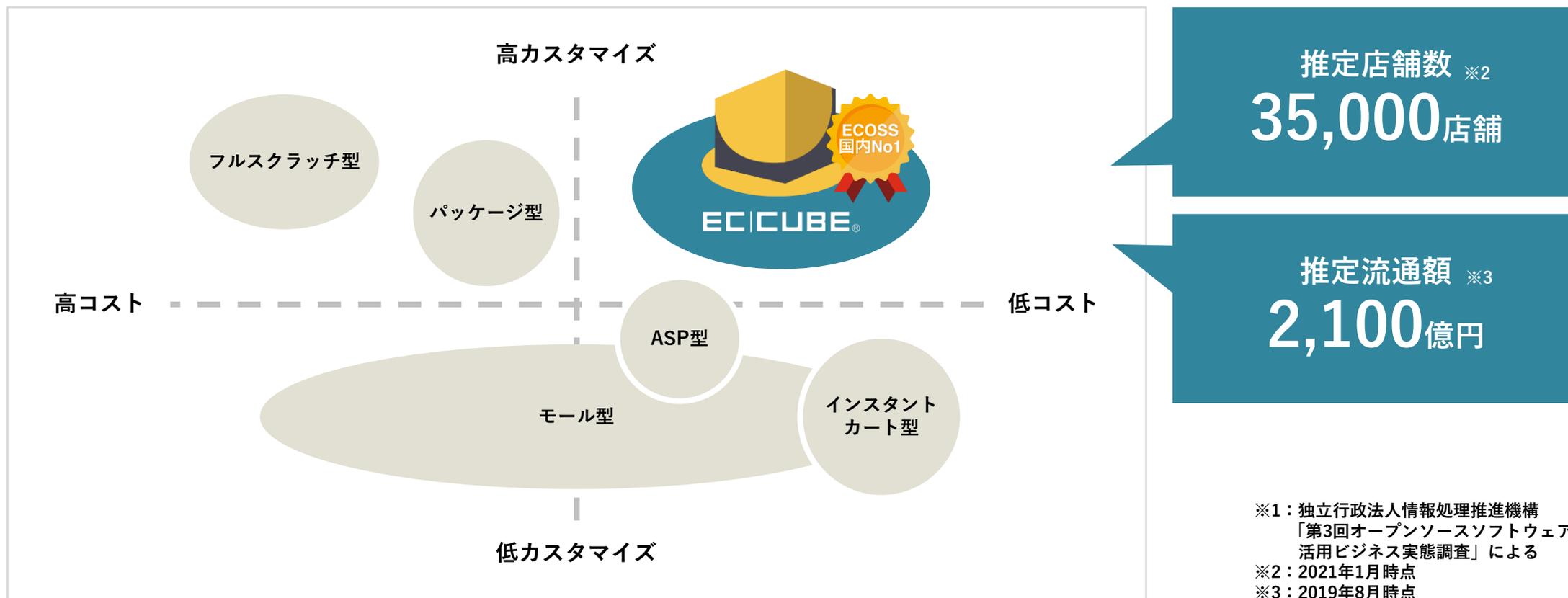


## コト消費を創る

こだわりのサイトで独自の  
おもてなし、ショッピング体験  
顧客からファン創りへ

# 「EC-CUBE」の事業領域

【高カスタマイズ×低コスト領域】で圧倒的に優位な立ち位置を確立  
推定35,000店舗以上で稼働している国内No.1 ECオープンソース ※1



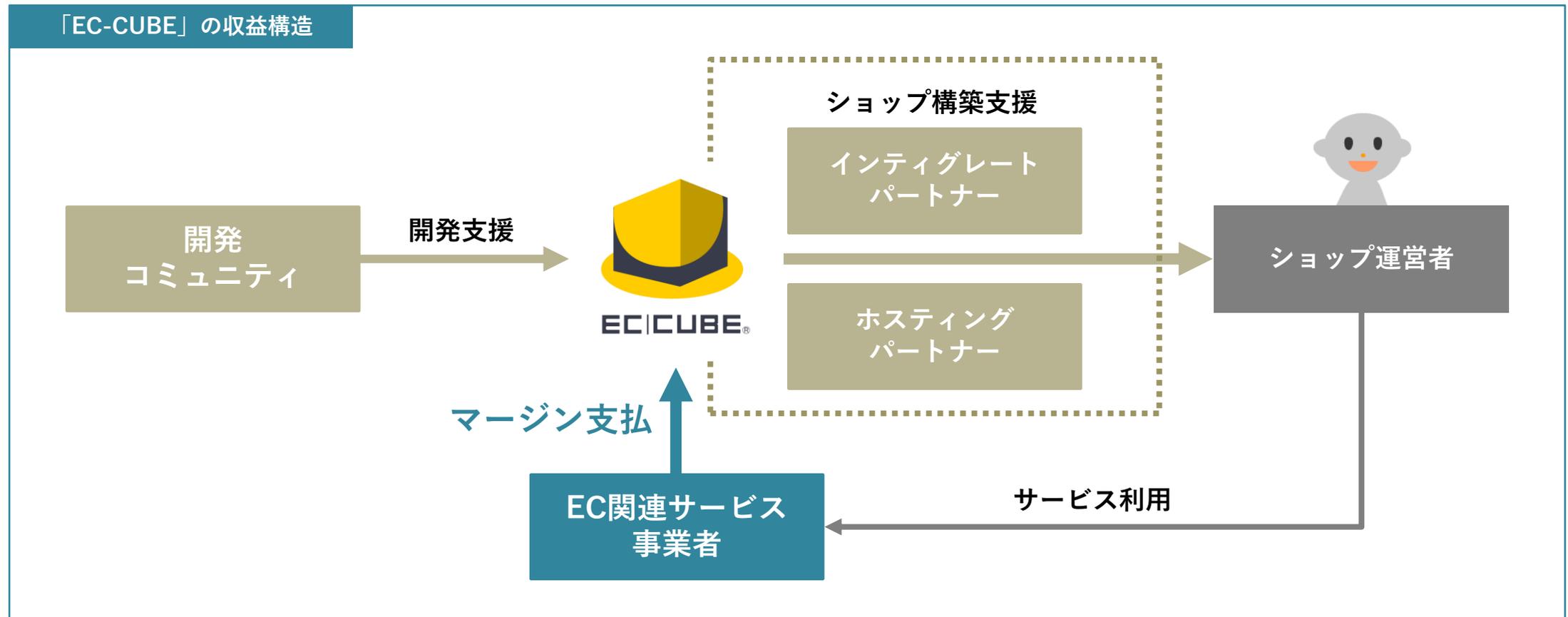
※1：独立行政法人情報処理推進機構  
「第3回オープンソースソフトウェア  
活用ビジネス実態調査」による

※2：2021年1月時点

※3：2019年8月時点

# 「EC-CUBE」のビジネスモデル

オープンソースとして無料で配布し、周辺サービスにより収益を得るフリーミアムモデル  
開発力・営業力・サービス力を外部リソースにより賄うエコシステムを構築



# 「EC-CUBE」の強み ①

オープンソースはすべての方がプロダクトの改善に関わることが可能

200社※を超えるパートナー企業と各種コミュニティが「EC-CUBE」の進化と活動をサポート

## パートナー

170社以上のインテグレートパートナーの他に複数のホスティングパートナー、アライアンスパートナーが店舗構築・運営を支援



## ユーザーグループ

全国8地域で有志によるユーザーグループが情報交換や勉強会を実施



## 開発コミュニティ

登録者数48,000名以上の開発コミュニティサイトで質問や情報共有が可能

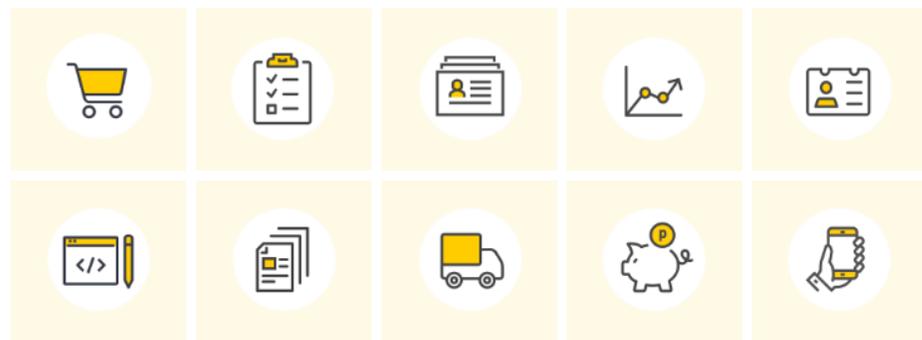


※ 2021年1月時点

# 「EC-CUBE」の強み②

汎用的なものから最新機能まで、1,000件※以上のプラグインやデザインテンプレート等の  
拡張機能を配布。自社のオペレーションに合う機能拡張とカスタマイズが可能

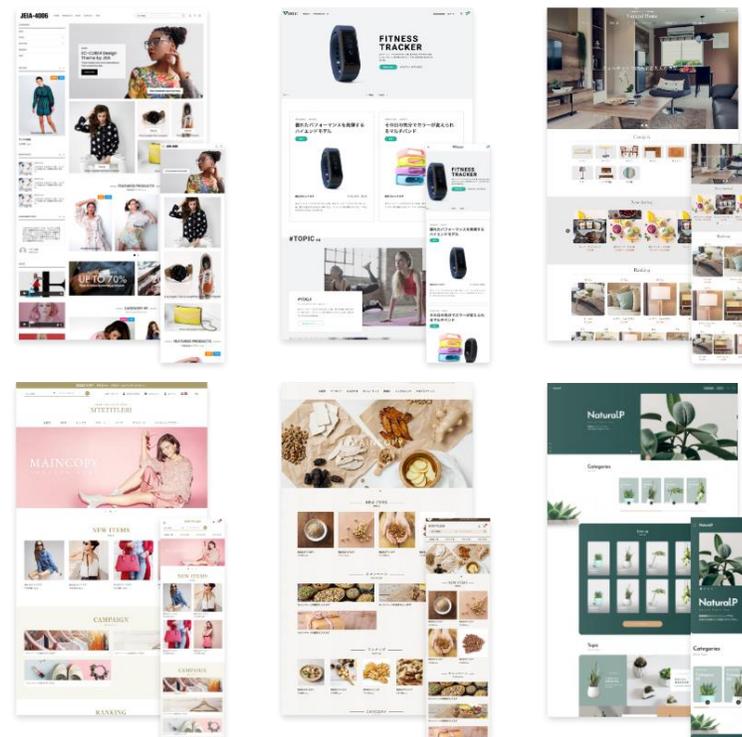
## 効率的な店舗運営を支える多様なプラグイン



決済	89件	機能カスタマイズ	899件
集客	62件	顧客管理・販促	335件
SNS	76件	物流・在庫管理	92件
セキュリティ	10件	その他	357件

※2021年4月時点

## 豊富なデザインテンプレート



# クラウド版EC-CUBE 「ec-cube.co」について

「ec-cube.co」は、オープンソースの利点のままに、サーバー環境や開発環境をセットで提供する、有償の次世代型クラウドオープンプラットフォーム

	ダウンロード版	クラウド版 ec-cube.co	
		Liteプラン	Standardプラン
利用料金	月額・初期費用 ¥0	月額6,800円～ 初月費用 ¥0	月額 ¥49,800～¥84,800 初期費用 ¥70,000
決済手数料	別途決済事業者とご契約		
機能概要	— (利用者自身で対応)	EC-CUBE基本機能	
		商品登録 無制限 独自ドメイン対応 自動アップデート SSL標準提供	Git管理・編集履歴機能 カスタマイズ機構 ステージング環境 エラーログの取得



#### 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。

進捗状況を含む事業計画及び成長可能性に関する事項については、通期決算発表で開示することを予定しております。また、経営指標の進捗状況については、四半期決算における補足説明資料において開示することを予定しております。