

URGLM

# 株式会社イルグルム

東証グロース：3690

## 2022年9月期 通期決算説明資料

※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。

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』

通期連結業績

### M&A寄与により4Qも四半期過去最高売上を更新(5四半期連続)

売上高

**33.3**億円  
(前期比+12.7%)

営業利益

**3.9**億円  
(前期比+7.4%)

KPI：売上高における新サービス比率

**12%**  
(前期比+9pt)

#### マーケティングプラットフォーム事業 (MPF)

複数の新サービスを展開するインキュベーション領域の拡大と「アドエビス」の増収により通期過去最高売上を達成

広告効果測定

- ✓ 2022年4月：メジャーバージョンアップ版「アドエビス シンク」の提供開始

インキュベーション

- ✓ 2022年2月：プロジェクト管理ツールを提供するファーエンドテクノロジー株式会社をM&Aにより連結子会社化

#### 商流プラットフォーム事業 (商流PF)

M&Aにより新たにEC構築・運用支援領域に参入し垂直統合型モデルを構築

EC構築・運用支援

- ✓ 2022年5月：ECサイト制作等を行うボクブロック株式会社をM&Aにより連結子会社化

2023年9月期テーマ

既存事業の安定成長と  
『新たな成長ドライバーの創出』



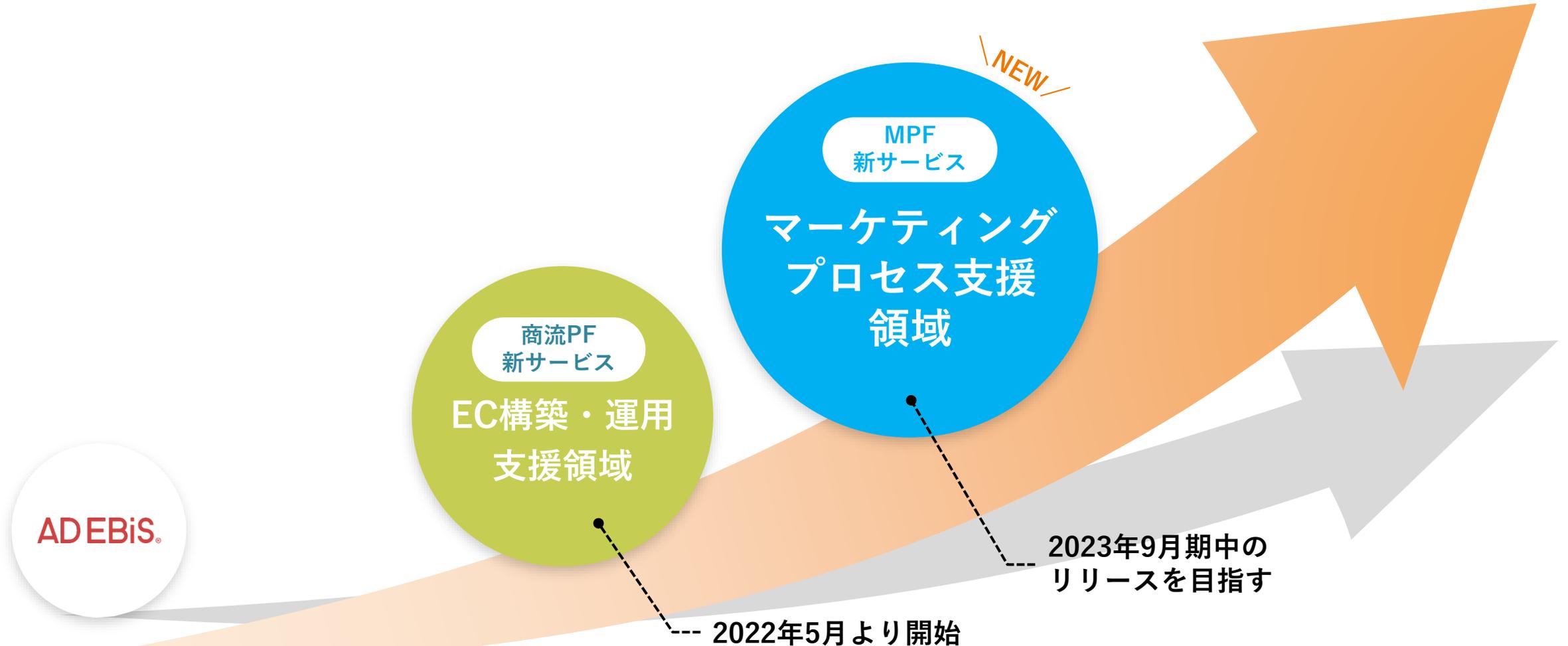
中期テーマ

総合マーケティングDX支援企業集団  
として

売上高100億円の達成を目指す

# 新たな成長ドライバーの創出

「アドエビス」を安定基盤としつつ、商流PF事業の新領域に加えてMPF事業において**マーケティングプロセス支援領域**の新サービス開発へ



# 目次

1	事業概要	P.06
2	2022年9月期 通期業績	P.12
3	マーケティングプラットフォーム事業	P.19
4	商流プラットフォーム事業	P.37
5	グループ方針・成長戦略	P.48
6	2023年9月期 通期業績予想・配当予想	P.58
	補足資料	P.61

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※1

#### 広告代理店DX

**AdRepo**  
アドレポ

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

#### インキュベーション※3



**AD HOOP**  
アドフープ

マーケティング特化型  
マッチングプラットフォーム



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」

**Spool! 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



プロジェクト管理ツールの  
開発・提供

### 商流プラットフォーム事業

#### EC-CUBE

**EC|CUBE®**

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※2

#### EC構築・運用

**BOKUBLOCK INC.**

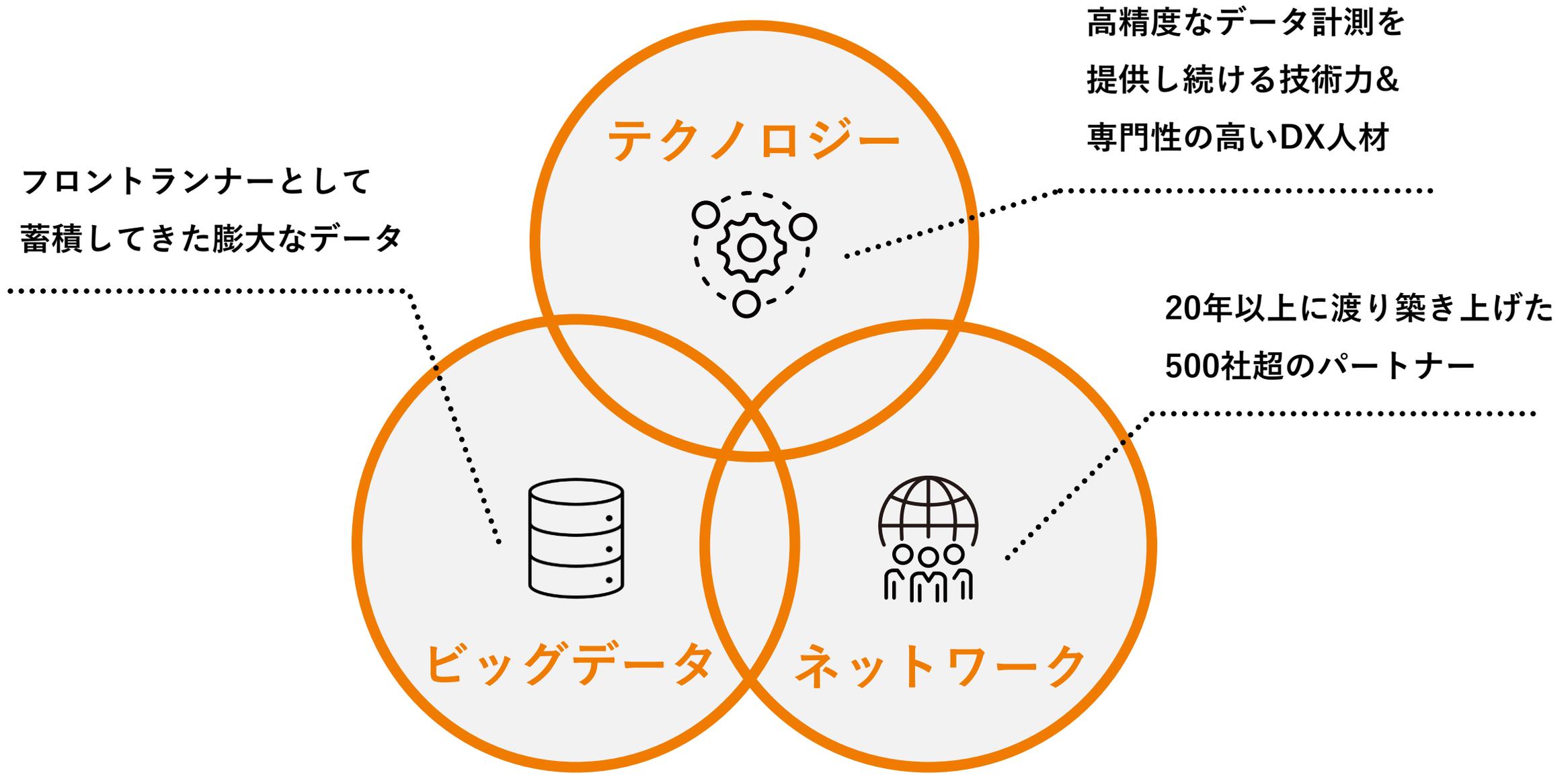
ECソリューション  
の提供

※1：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

※2：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

※3：2022年9月期4Qより新サービスからインキュベーションへ名称を変更

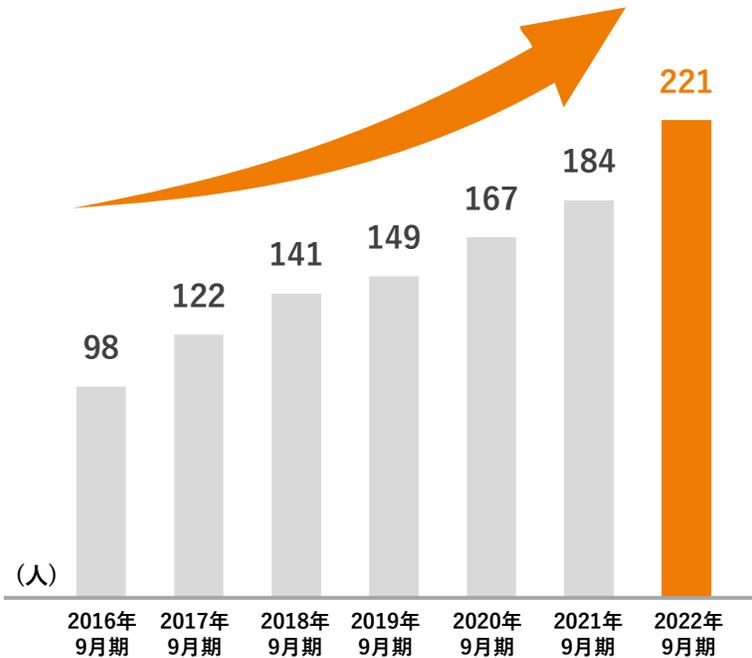
# 当社の強み



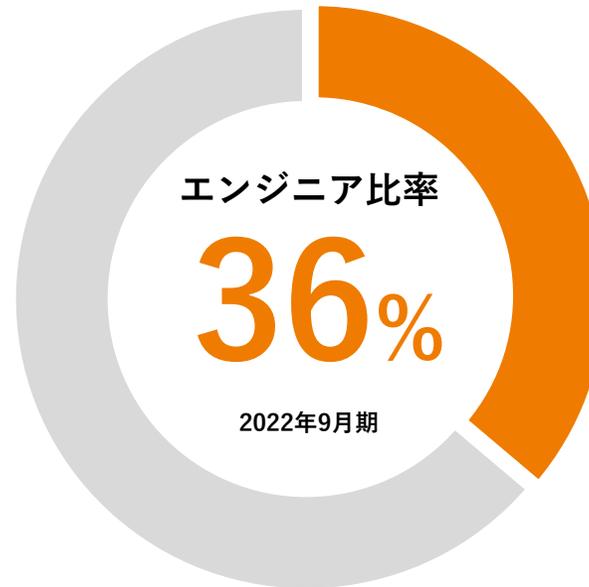
# テクノロジーを支える専門性の高いDX人材

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

# SDGsの取り組み

当社グループにおける働きがい創出と事業成長を目指すと共に  
マーケティングDX支援によって顧客企業の成長にも貢献し、豊かな社会作りの一助となる



2

# 2022年9月期 通期業績



# 損益計算書サマリー

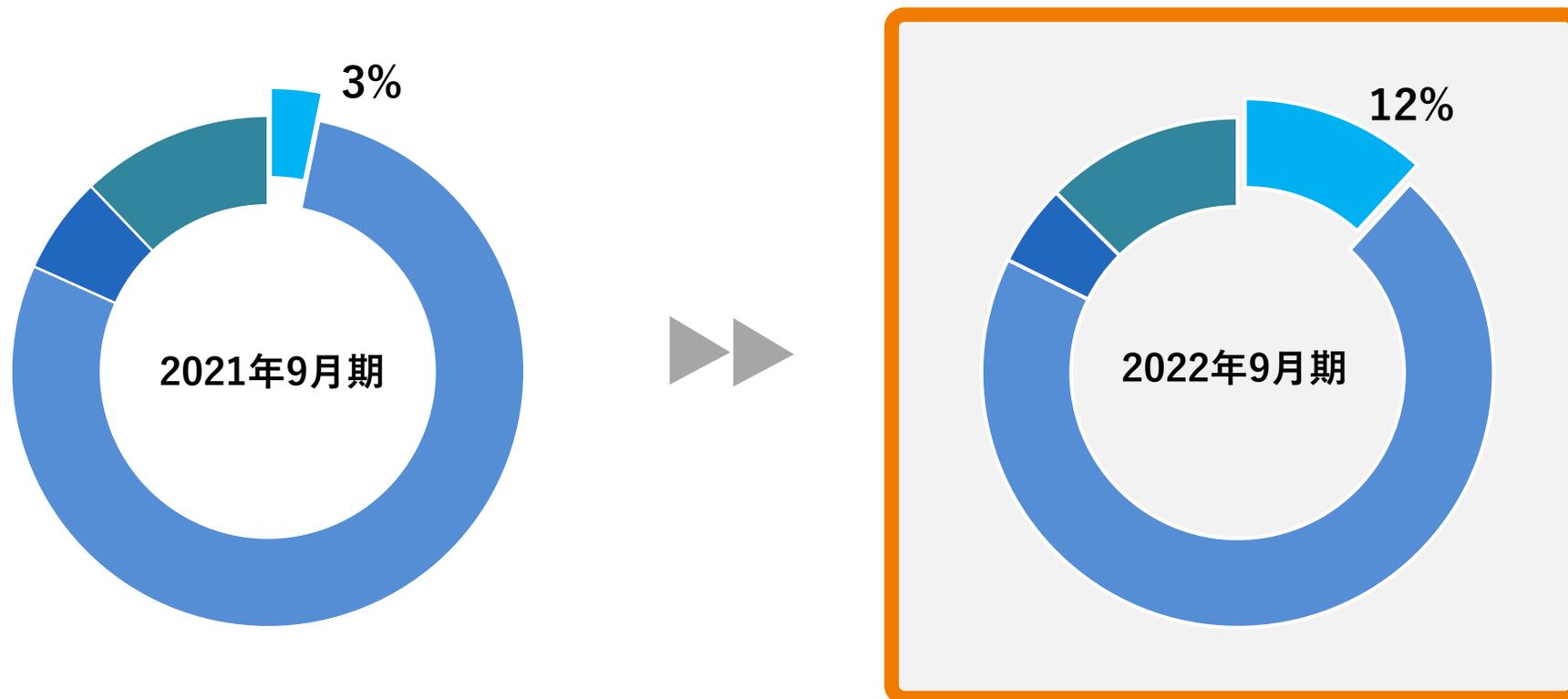
売上高は「アドエビス」の推移が想定を下回ったことにより通期業績予想に対してやや未達も  
インキュベーション領域の拡大により**前期比+12.7%**で着地

	2021年9月期	2022年9月期		
	通期実績	通期業績予想 (2022年5月6日修正)	通期実績	前期比
売上高	2,957	3,400	3,334	+12.7%
売上総利益	2,039	-	2,259	+10.8%
営業利益	365	340	392	+7.4%
営業利益率	12.4%	10.0%	11.8%	△0.6pt
経常利益	364	340	399	+9.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	239	210	236	△1.5%
【参考】 EBITDA ※	638	-	677	+6.2%
EBITDAマージン	21.6%	-	20.3%	△1.2pt

※ 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。

# 【全社KPI】 連結売上高における新サービス比率

2022年9月期より連結売上高における新サービス比率をKPIに設定  
M&Aの寄与により前年通期に比べて+9ptの12%に拡大も通期目標の14%には届かず

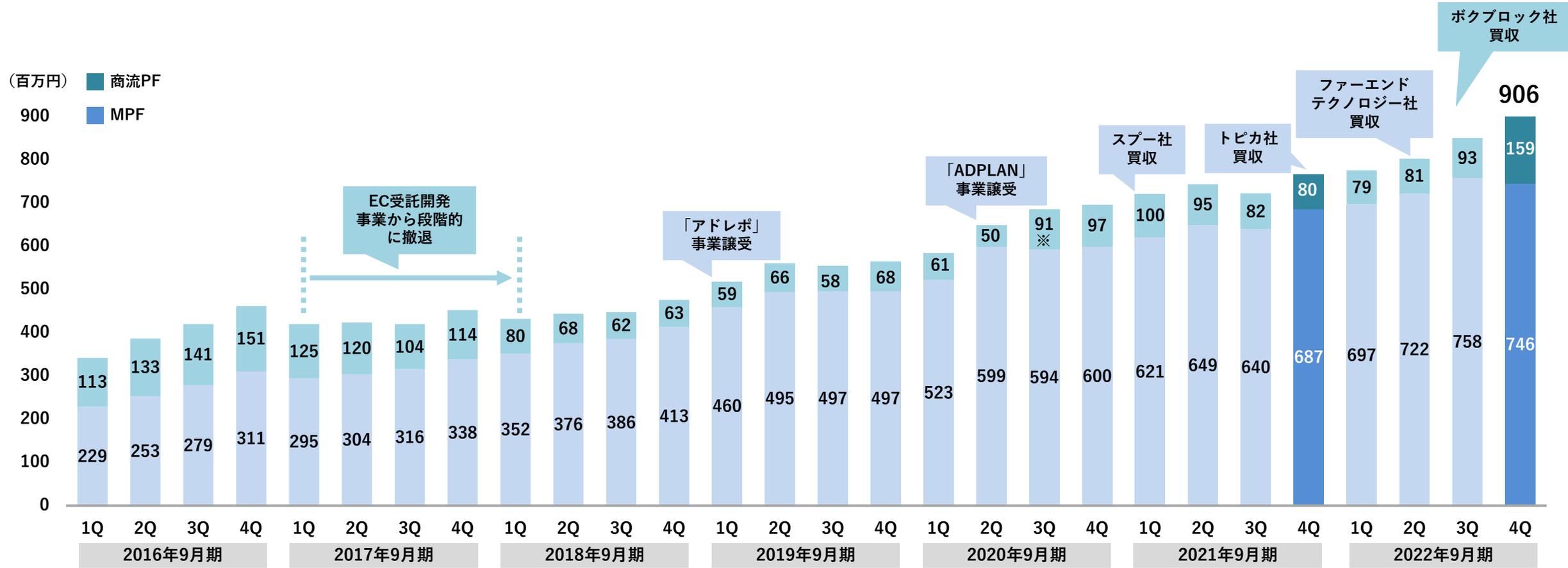


■ 広告効果測定 ■ 広告代理店DX ■ インキュベーション ■ 商流PF

# 四半期売上高推移

## 4Q連結売上高は四半期過去最高を更新

ボクブロック社の貢献により商流PF事業の4Q売上高も四半期過去最高を達成

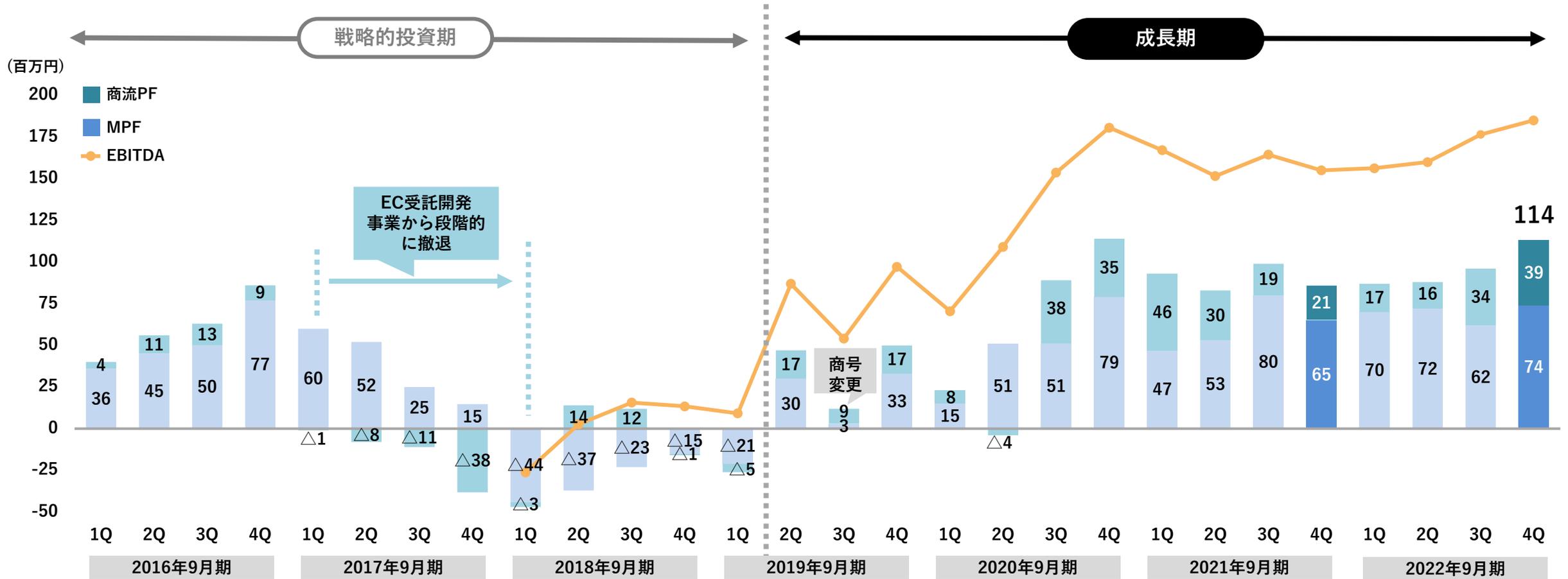


※ 特殊要因：商流プラットフォーム事業の2020年度3Q売上高には、一部取引先との契約更新がずれこんだことにより計上が遅れていた売上高28百万円が含まれております。

※ 本資料におけるセグメント別売上はセグメント間取引の調整額の表記を省略しているため、各セグメント売上高の合計値は連結売上高と一致しないことがあります。

# 四半期営業利益推移

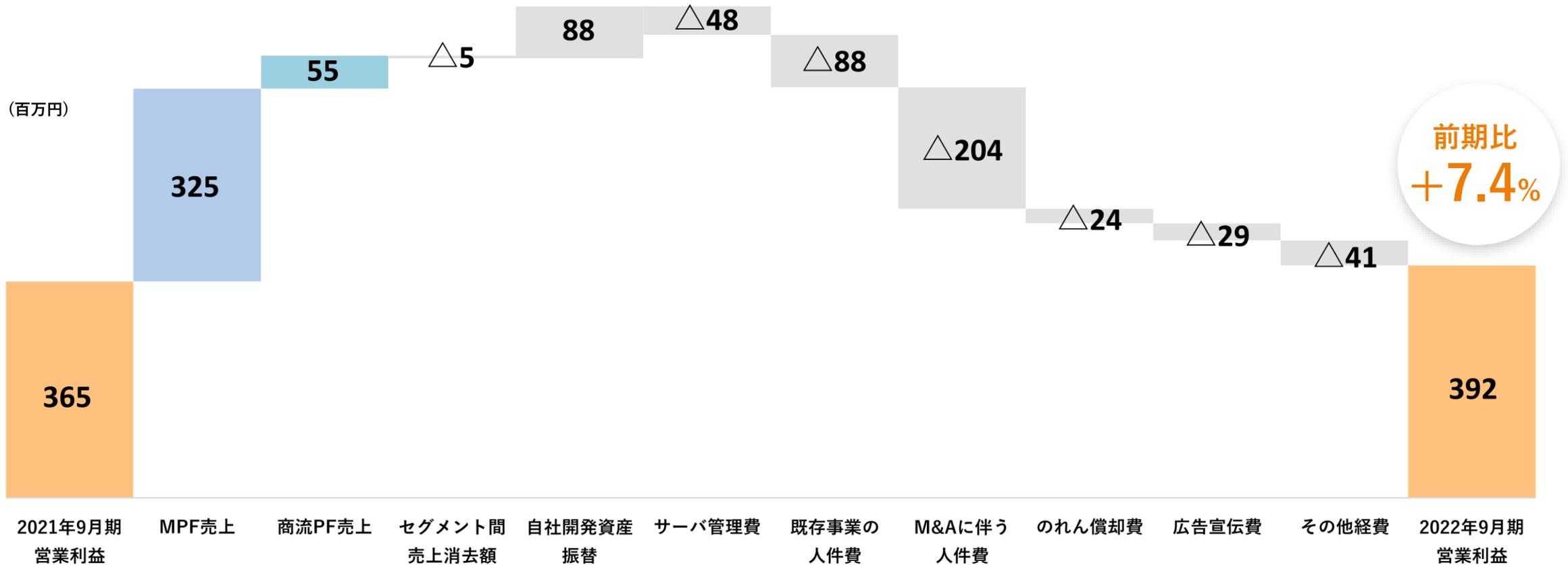
MPF事業はインキュベーション領域の増収、資産振替増等により前年同期比+14.6%  
 商流PF事業はEC構築・運用支援領域の売上貢献を主因に増益



※本資料におけるセグメント別利益はセグメント間取引の調整額の表記を省略しているため、各セグメントの営業利益の合計値は連結営業利益と一致しないことがあります。

# 営業利益の変動要因

M&A・既存事業の人的費、為替影響によるサーバー管理費の増加等が発生するも、  
 売上拡大と自社開発資産振替増により**前期比+7.4%**の成長



# 貸借対照表サマリー

M&Aや自己株式取得の影響により現預金が減少も、自己資本比率はさらに向上

単位:百万円	2021年9月期	2022年9月期	増減
	期末	期末	
流動資産	1,871	1,834	△36
内、現預金	1,391	1,320	△71
固定資産	1,268	1,269	+1
有形固定資産	32	64	+32
無形固定資産	899	933	+33
投資その他資産	336	271	△64
資産合計	3,139	3,103	△35
負債合計	1,491	1,299	△191
内、有利子負債	978	884	△94
純資産合計	1,648	1,804	+156
自己資本比率	51.8%	57.1%	+5.3pt

3

# マーケティングプラットフォーム事業



## 売上高

インキュベーション領域の拡大と「アドエビス」の増収により売上高は過去最高を更新



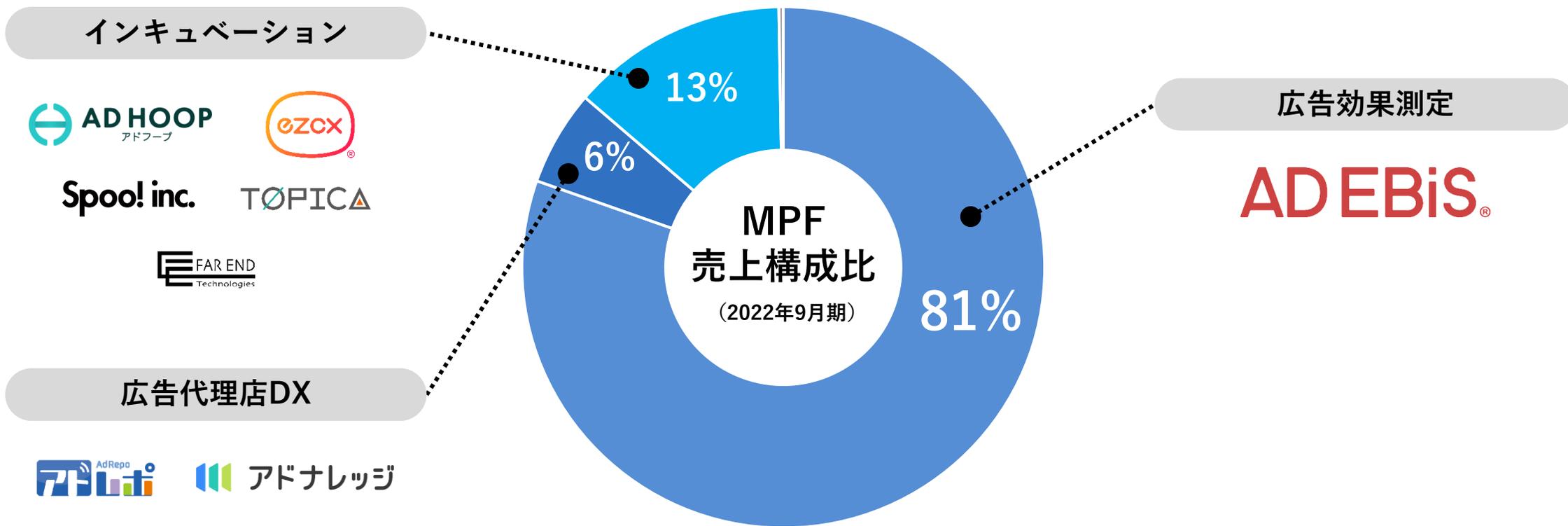
## セグメント利益

M&Aとプロモーション強化に伴うコスト増も増収と新機能開発に伴う資産振替増で増益



# MPF | 売上構成

広告効果測定「アドエビス」がセグメント売上の81%を占める  
インキュベーション領域は前年通期に比べて+9ptの13%に拡大、今後さらに引き上げていく



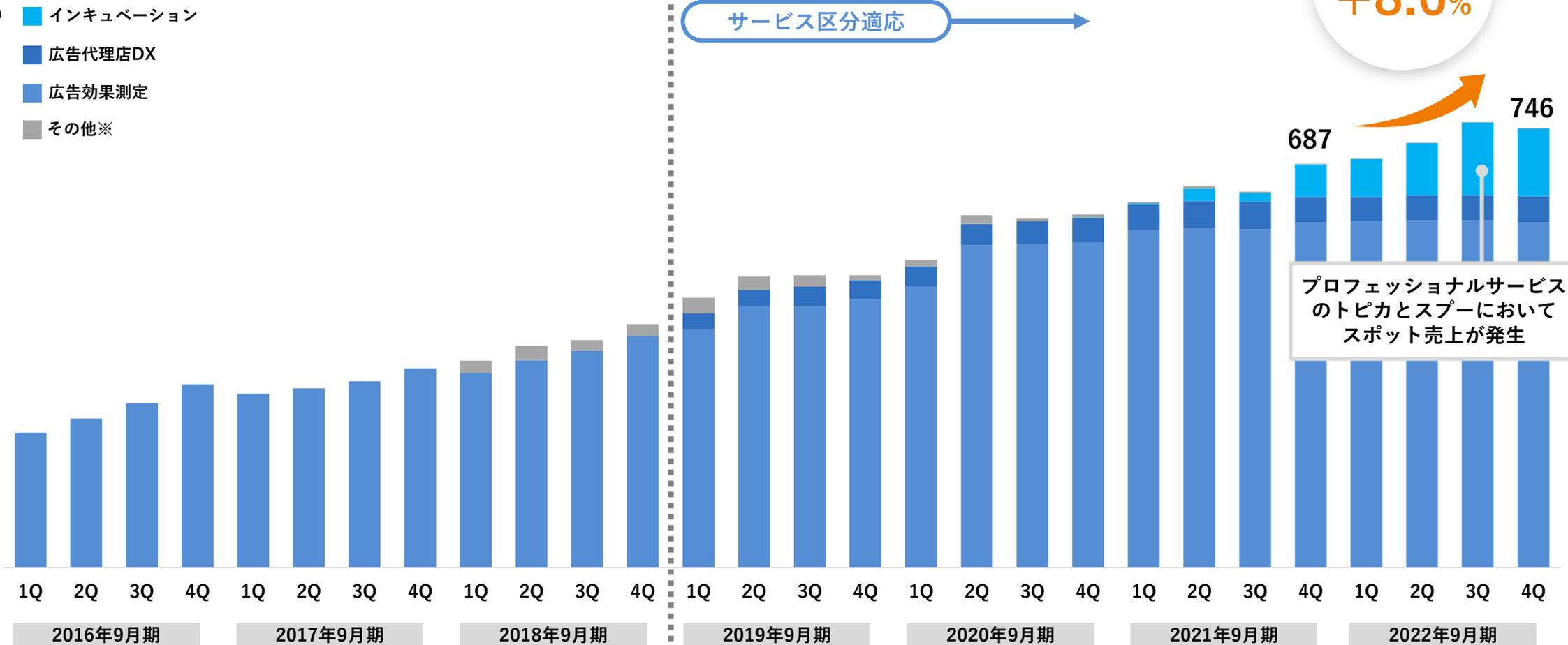
# MPF | サービス別四半期売上推移

M&Aと自社開発によるインキュベーション領域が成長を牽引も、  
スポット売上が発生した3Qには届かず

前年同期比  
**+8.6%**

- (百万円)
- インキュベーション
  - 広告代理店DX
  - 広告効果測定
  - その他※

サービス区分適応 →



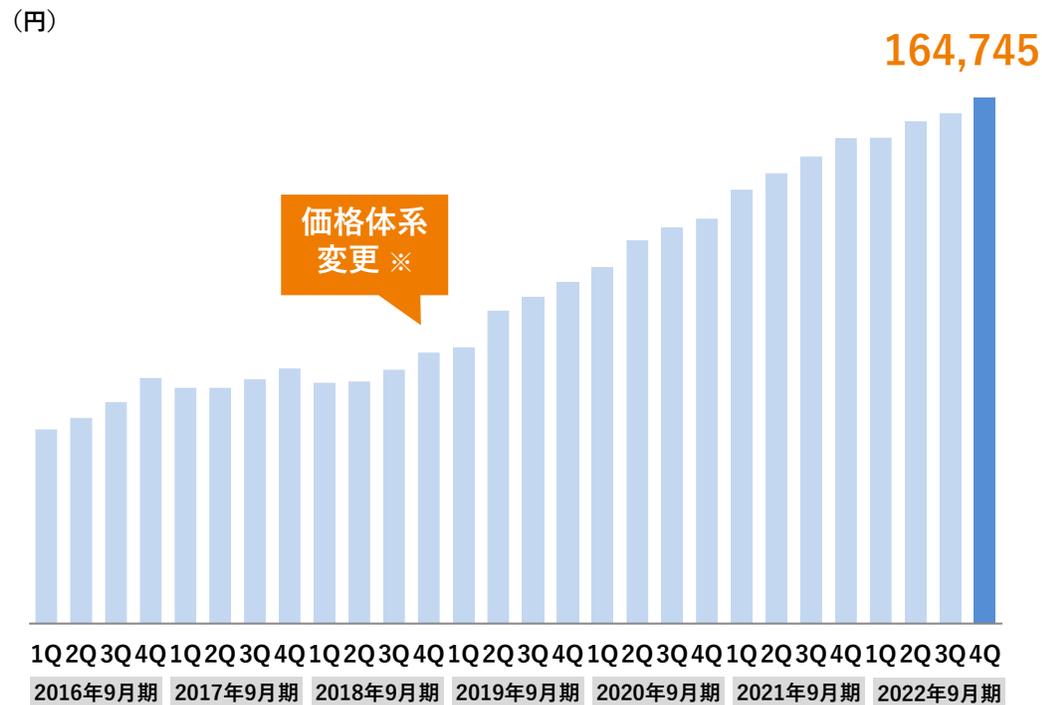
プロフェッショナルサービスのトピカとスプーにおいて  
スポット売上が発生

※2020年3月末撤退のTHREe,旧プロフェッショナルサービス (DMP事業) を含む

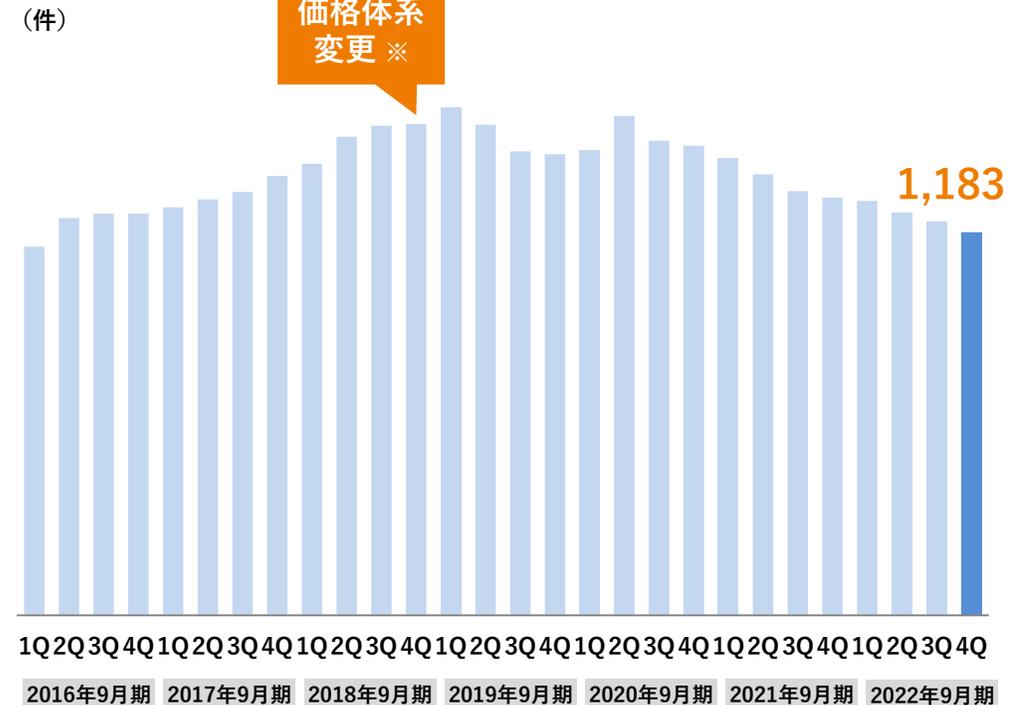
# MPF | 「アドエビス」平均単価・アカウント数の推移

月額顧客平均単価は**18四半期連続上昇**も、新規獲得の鈍化によりアカウント数は減少  
新規獲得と解約抑制の両軸でアカウント数の下げ止まりを狙う

## 平均単価



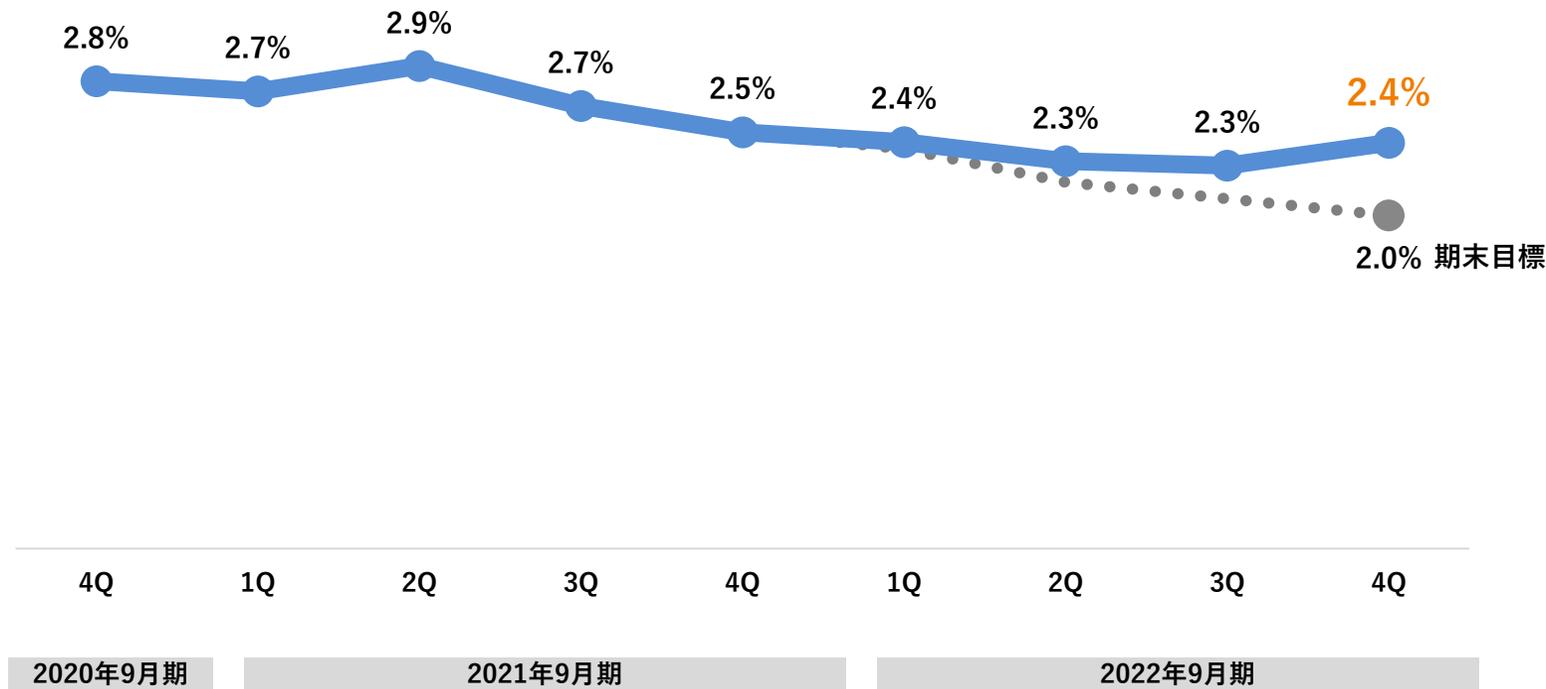
## アカウント数



※従量変動制から、計測予定ボリュームに応じた事前確定型の固定料金制に変更

4Qは大口顧客の解約により解約率が上昇  
引き続きカスタマーサクセス強化による解約率低減に努める

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

2022年4月、「アドエビス」から「アドエビス シンク」へメジャーバージョンアップを実施  
業界初※の媒体シンク機能を主軸に圧倒的な進化を追求し、マーケティングDXを加速

広告効果は、“今”わかる時代へ

AD EBiS<sup>®</sup> 誕生  
Sync.

Sync (シンク) = 同期

各プラットフォームの垣根を越えてデータがつながり合うことで  
広告効果測定をより円滑にし、マーケティングDXを加速

※当社調べ (2022年4月28日時点)

媒体データを自動で取得・統合する「媒体シンク機能」をはじめ計3回のバージョンアップにより  
広告運用業務の効率化と関係者間の情報共有を促進



## 「アドエビス シンク」の提供メリット

- 自動化による集計ミスと雑務からの解放
- 関係者との常時情報シェア
- タイムリーな運用管理

媒体データの取得及び広告管理を自動化する新機能を追加  
媒体データを軸にした独自機能で競合優位性を強化

	ADEBiS®	ADEBiS <sup>Sync.</sup>	競合製品
CV計測データ	◎	◎	○
媒体データ (媒体CV/コスト/mp)	△	◎ <b>業界初</b>	×
広告管理	△	◎ <b>特許出願中※</b>	×
学習コスト (サポート/UI)	○	○	×
ツール利用コスト	有償	有償	無償

※特許出願番号：2022-066046

2022年10月、「マージン設定機能」をリリースし、3回に渡るアップデートが完了

AD EBiS<sup>®</sup>  
Sync.

4月  
リリース

第1弾

媒体シンク  
機能

各広告媒体の計測データを自動取得し、  
広告運用業務の効率化と関係者間の  
情報共有を促進

8月  
リリース

第2弾

自動広告登録  
機能

計測パラメータの発行・入稿から広告媒体  
の計測データ取得までの工程を自動化し、  
属人化の解消と人的ミスを防止

2023年9月期1Q

10月  
リリース

第3弾

マージン設定  
機能

広告代理店手数料（マージン）を加味した  
広告コストデータの算出により広告代理店  
の広告運用・効果測定業務を効率化

「アドエビス シンク」が工数削減と広告の成果向上に寄与  
タイムリーな成果把握と迅速な改善によりCVRが2倍へ

## 「アドエビス シンク」 お客様インタビューを公開



 <https://youtu.be/05MUg-c8qKw>

### お客様の声

-  レポート工数が2分の1になり、広告の迅速な改善やサイト・LPの改善に集中できた。
-  結果的に広告経由のCV数が4倍、CVR2倍に。
-  画面一つで昨日のCPAの確認ができ、仮説立てや社内へのアラートに役立っている。

「アドエビス」への大規模な投資は2022年9月期に実施  
2023年9月期も引き続き堅調な成長を見込む

戦略		結果	2023年9月期計画
製品アップデート	3回に渡る段階的アップデート	○ 予定通りリリース済み	
既存顧客の解約率低下	新バージョンの設定	△ 顧客案内は順調も、案内後の設定に遅れ	
新規顧客の獲得強化	動画・SNSプロモーション強化	△ リード獲得が想定よりビハインド	

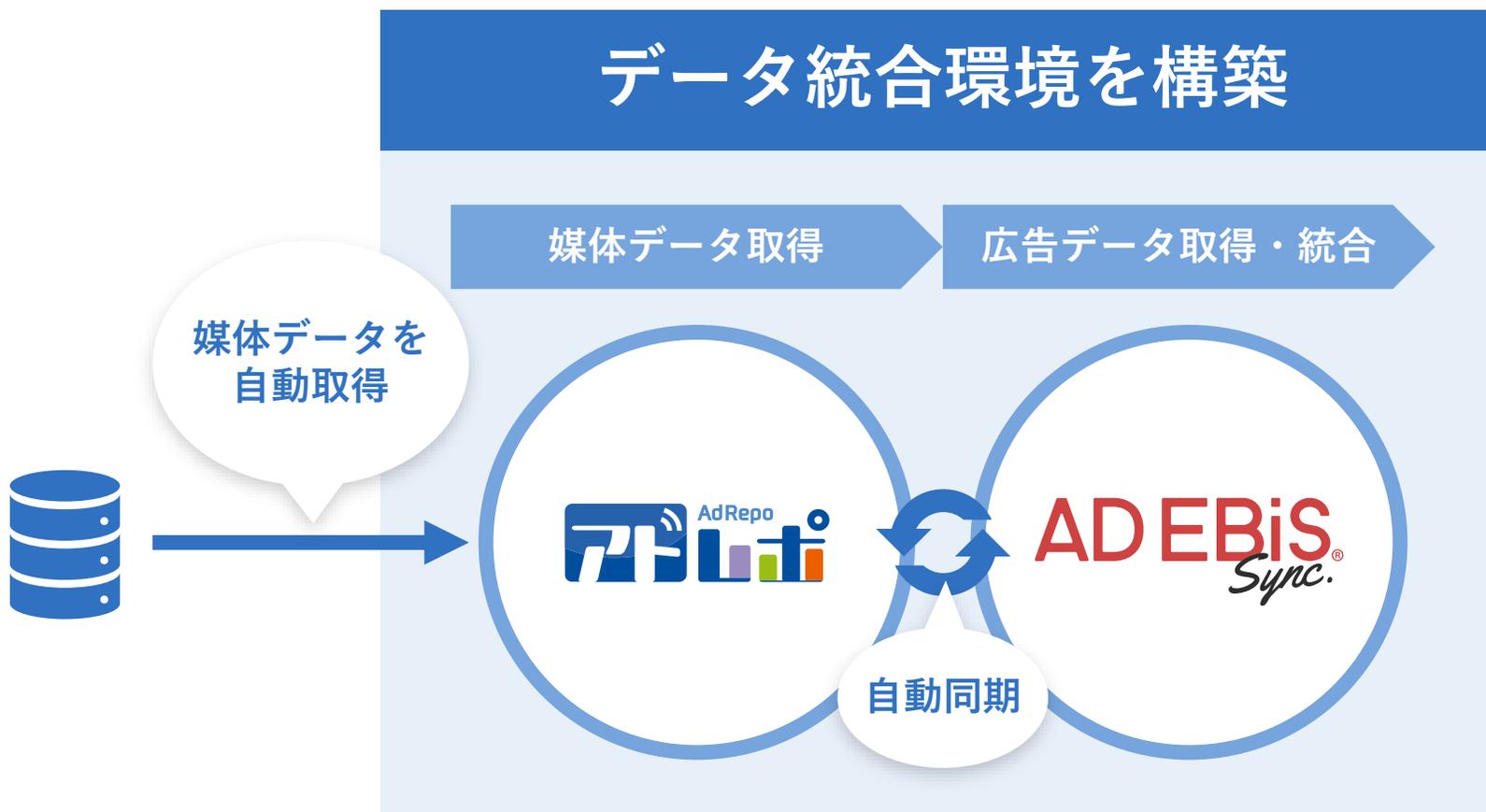
**2023年9月期計画**

- ・ 継続的にアップデートを実施
- ・ 新バージョンへの切り替え強化
- ・ カスタマーサクセス強化
- ・ リードナーチャリング強化
- ・ 広告宣伝を適宜実施

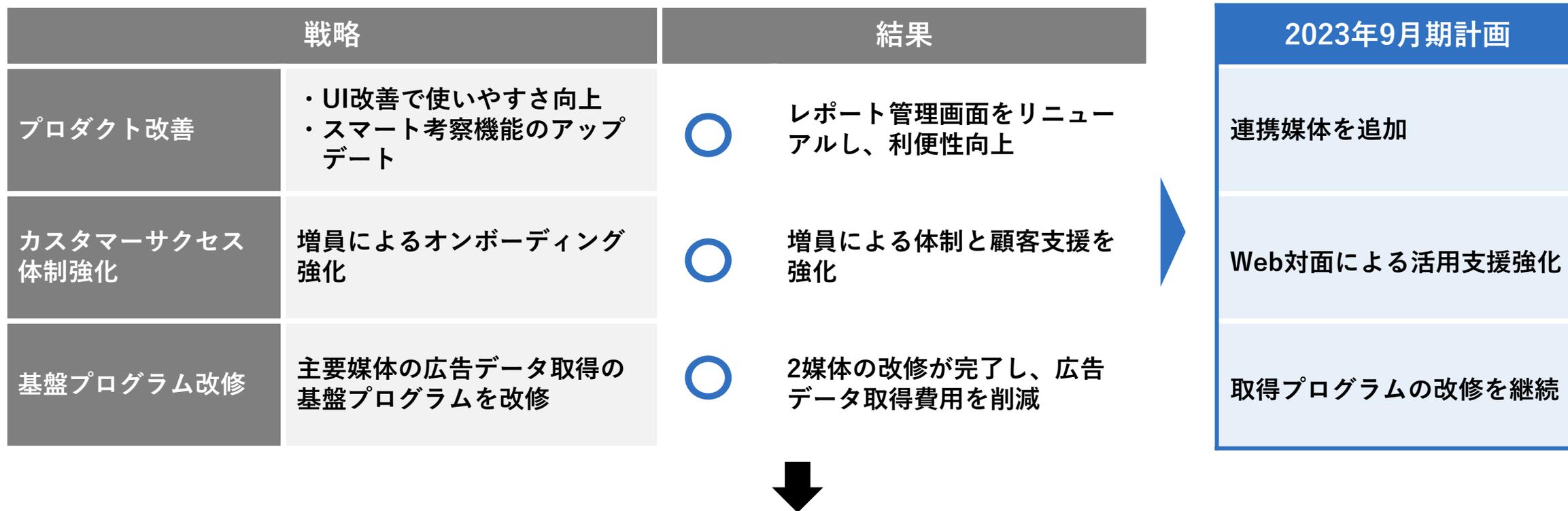


2023年9月期は2%前半の解約率をキープする想定  
ケイパビリティの高い人材による業務効率化に伴い利益率向上へ

「アドレポ」が取得した媒体データの一部を「アドエビス シンク」へ自動同期  
両サービスのシナジーでデータの取得・統合環境を構築



## 管理画面のリニューアルと基盤プログラムの改修により継続成長に向けた基盤を構築



新規獲得とカスタマーサクセス強化による売上拡大とコスト削減に注力

M&Aと自社開発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

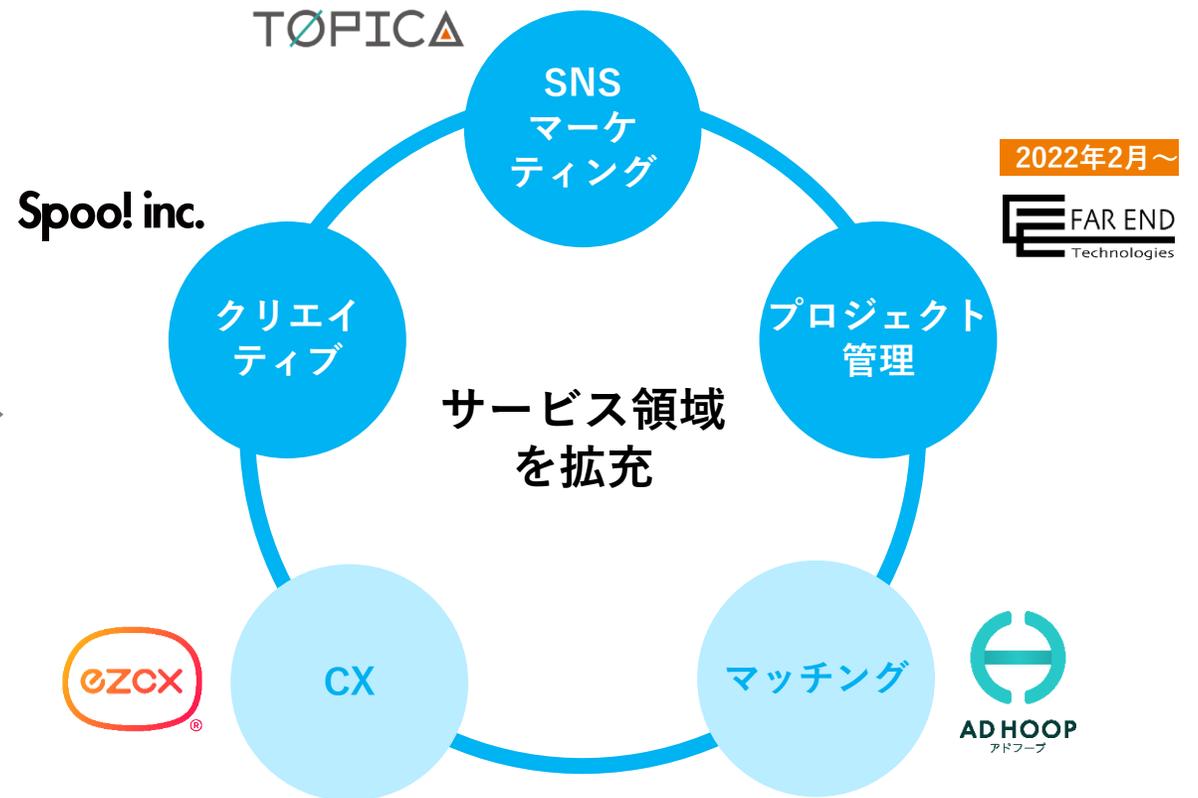
データ活用領域において  
継続的にサービス領域を拡充



M&A

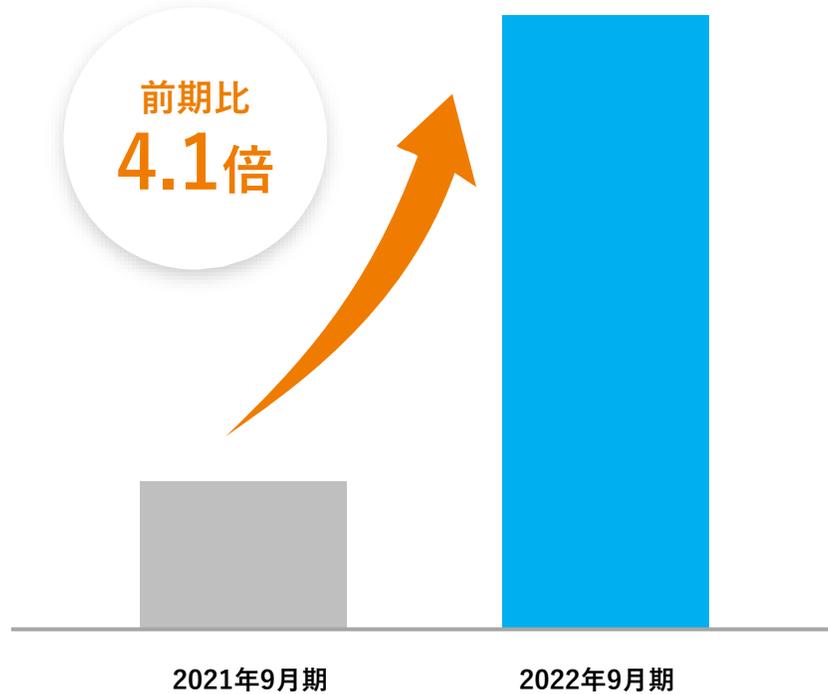


自社開発



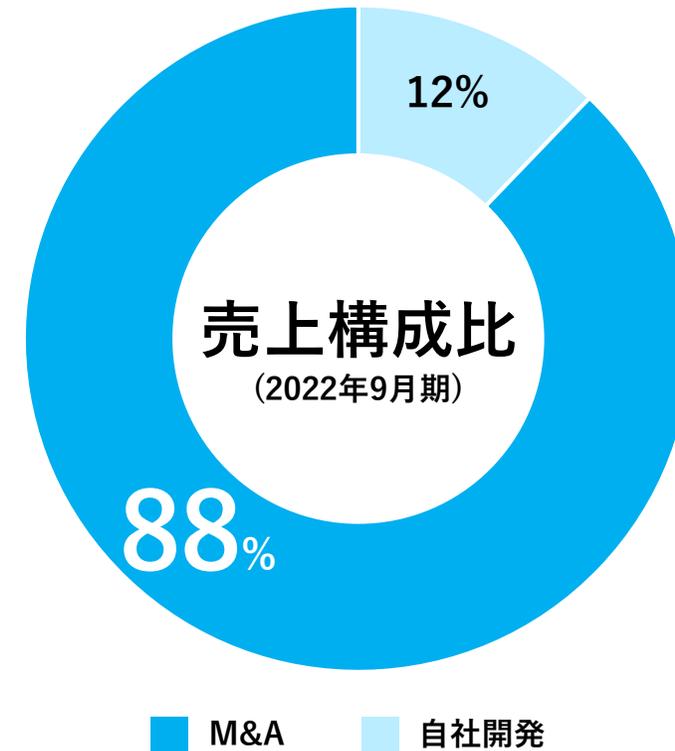
## 売上高推移

M&A寄与と自社開発ツールの成長により  
売上高は前期比4.1倍の高成長

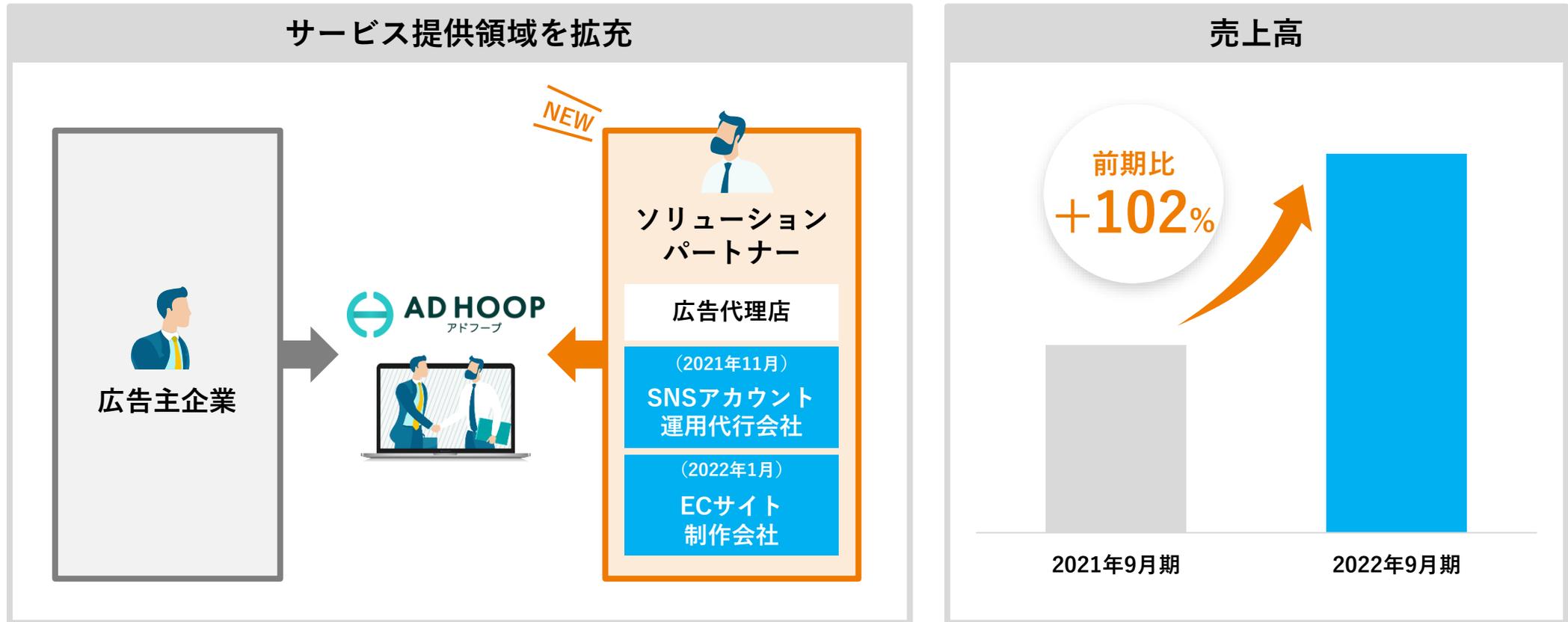


## 売上構成

M&Aで取得したサービスが  
売上の88%を構成



「アドフープ」が自社開発ツールの売上拡大をけん引  
2022年9月期はサービス提供を3領域に拡充し、**前期比2倍**の成長を実現



2022年9月期までにM&Aで獲得したサービスの育成と「アドフープ」の拡大を軸に成長を目指す



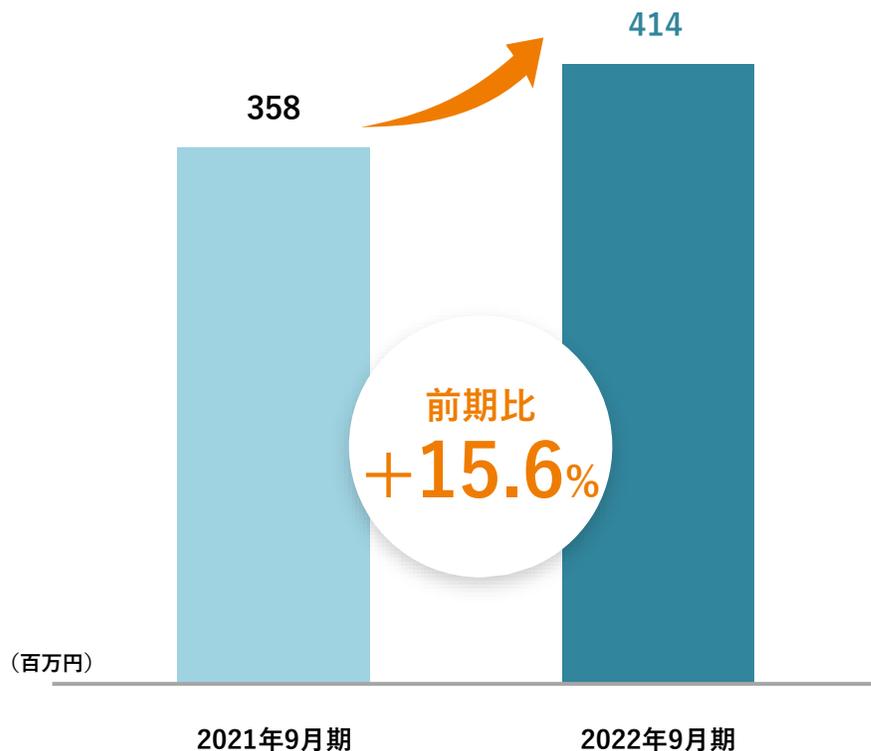
4

# 商流プラットフォーム事業



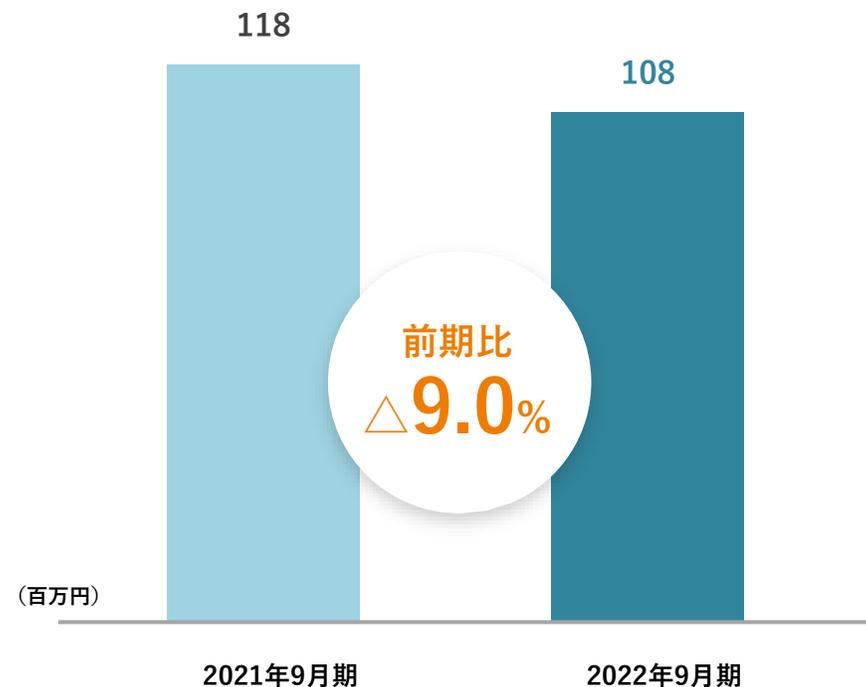
## 売上高

EC構築・運用支援領域の  
売上貢献により増収

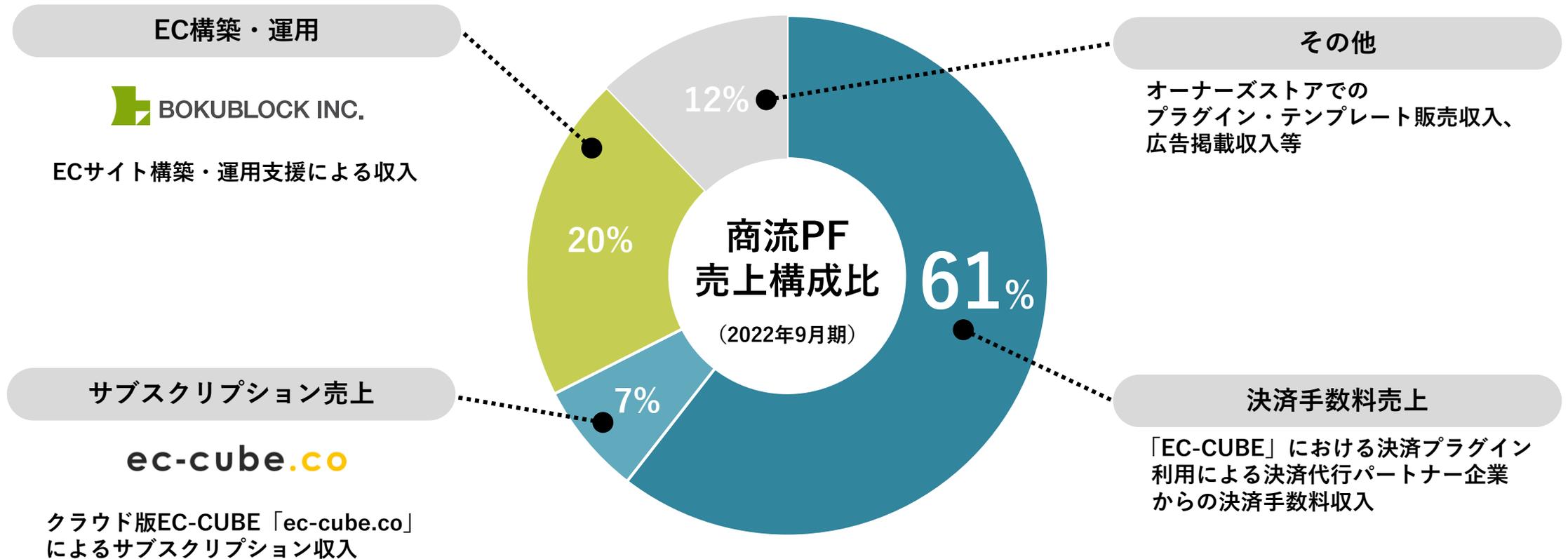


## セグメント利益

M&Aに伴う人件費と為替影響による  
サーバー管理費等のコスト増により減収



「EC-CUBE」における決済プラグイン利用による決済手数料収入がセグメント売上の61%を占める  
EC構築・運用支援領域の強化に伴い今後は売上構成が大きく変化する見通し



2022年9月、EC-CUBE4系の最新版「EC-CUBE4.2」をリリース



for your ideal  
**EC-CUBE4**  
最新版 **4.2** リリース

**セキュリティ強化**と**新機能追加**により、  
より長く安心してご利用いただけるバージョンへ



セキュリティ  
機能の強化

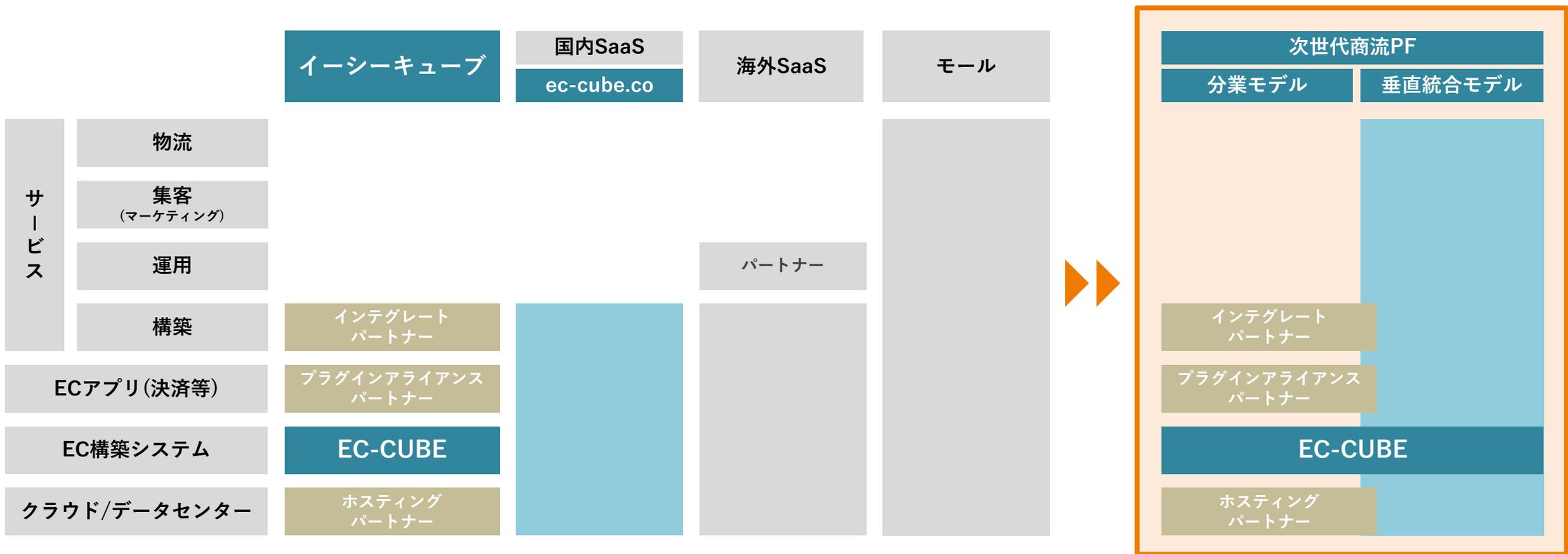


フレームワークを  
アップデート



国内法や制度に  
対応した機能追加

## M&Aの活用によりEC構築・運用支援領域へ参入 分業モデルに垂直統合モデルを加えたハイブリッドモデルにより新たな市場の創出を目指す

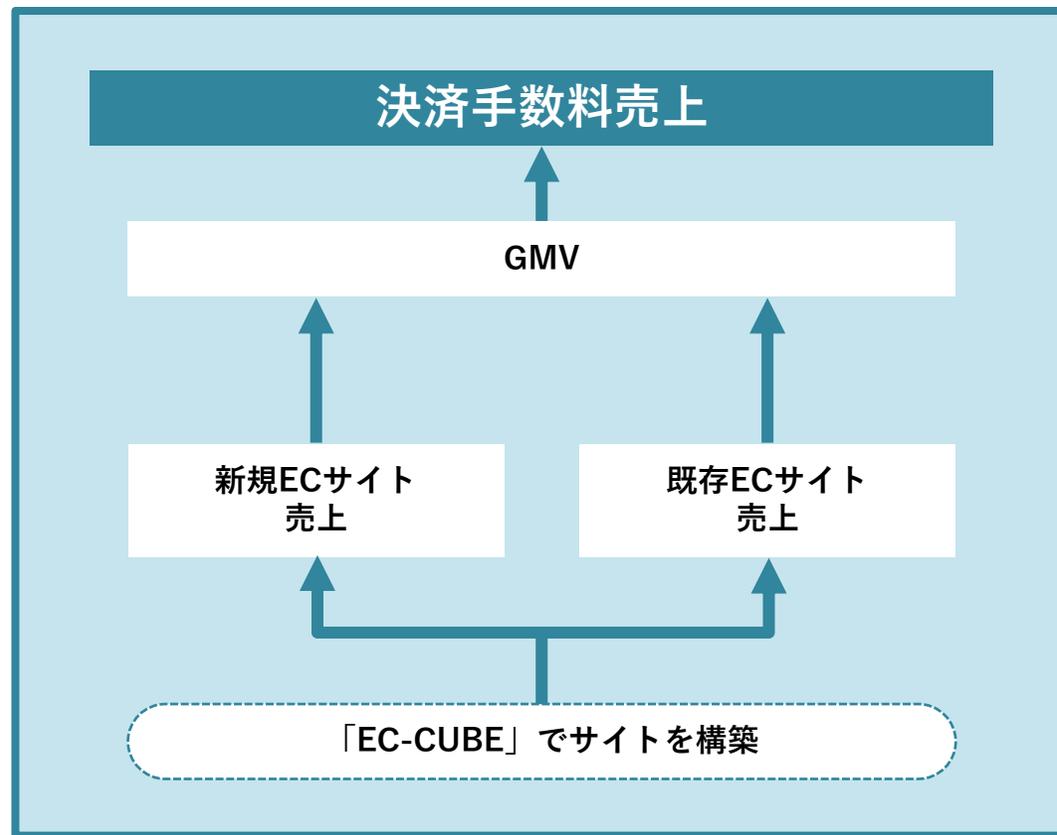
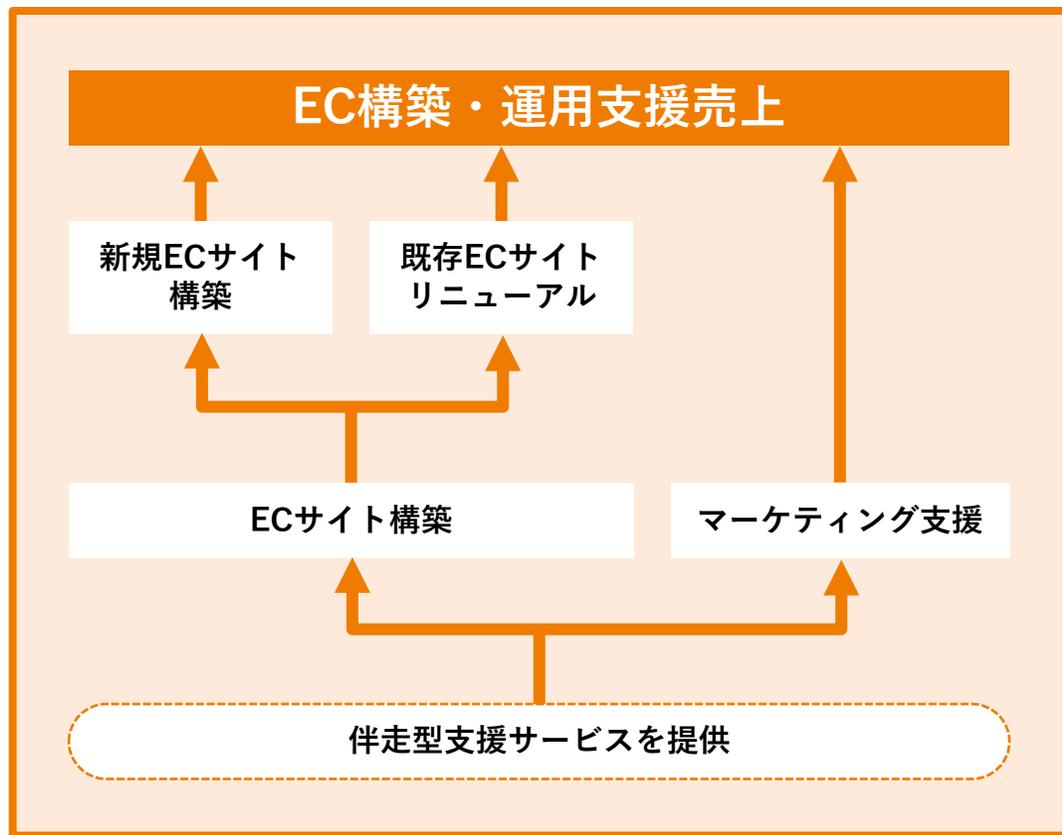


2022年5月31日付けでボクブロック社を完全子会社化  
ECサイト構築からマーケティング支援までを  
垂直統合型で提供するソリューションサービスを追加

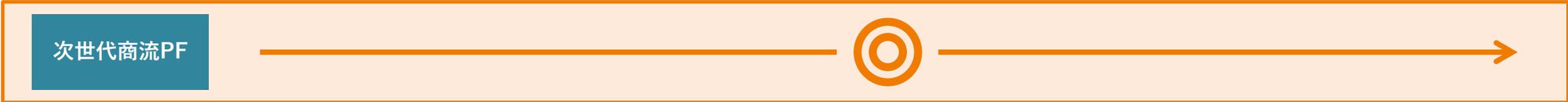
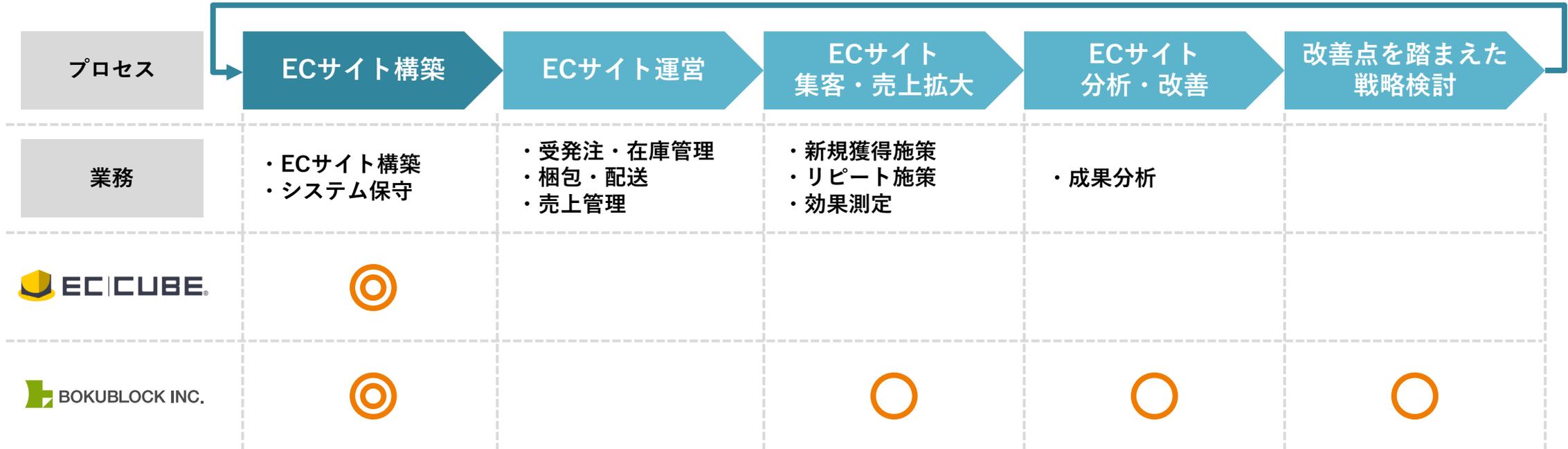


会社名	ボクブロック株式会社
設立	2007年11月5日
所在地	東京都千代田区九段北1-4-5 北の丸ガラスゲート7階
代表者	代表取締役 林 昌孝
事業内容	「EC-CUBE」をベースとしたECサイト制作、 クラウドECサービス「Media EC FANTAS」の提供、他
資本金	10百万円
当社議決権 所有割合	100%

EC構築・運用支援領域への参入により新たな売上を創出  
長期的には、「EC-CUBE」の決済手数料売上の拡大と安定的な収益源の獲得が可能

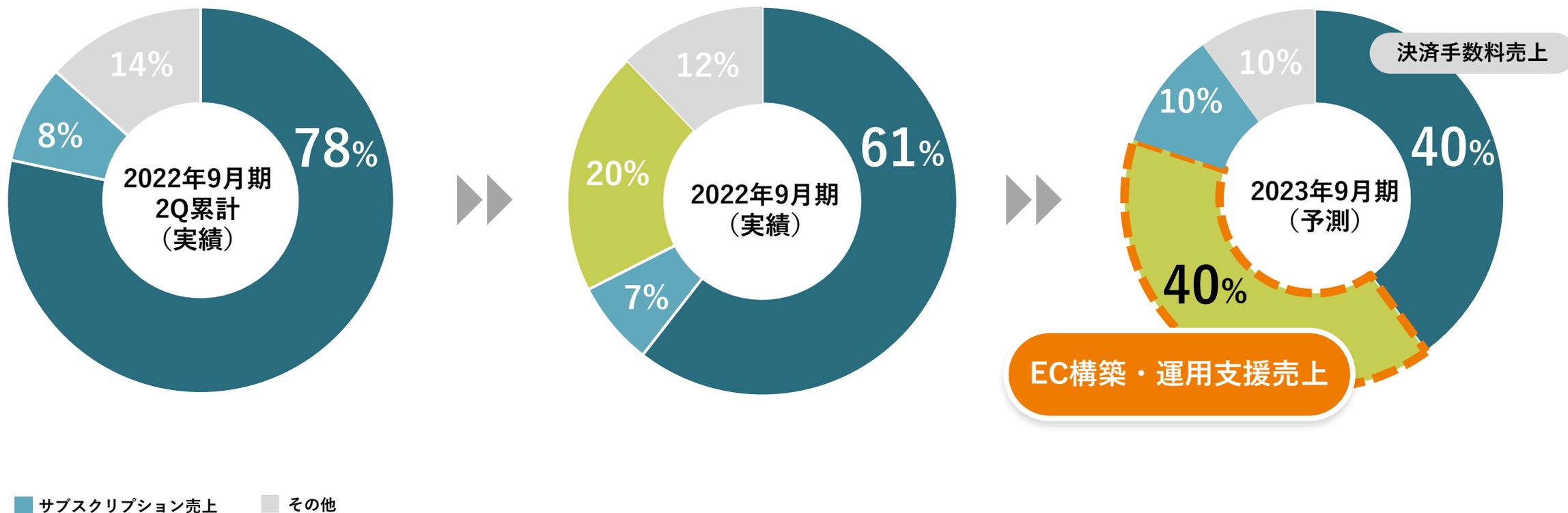


## ECに最適化されたワンストップサービスの提供により競合優位性の構築へ



## M&Aの積極活用によりサービス領域を拡充

ボクブロック社の参画によりEC構築・運用支援領域の売上が20%に拡大  
2023年9月末には決算手数料と同水準の売上規模を見込む



EC-CUBEの製品強化と垂直統合モデルの推進の両軸で成長を加速  
M&Aの積極活用によりサービス領域の拡充を図る



## 製品強化

- セキュリティ対策等によるオープンソースのさらなる強化
- パートナーと利用希望店舗のマッチング拡大



## 案件拡大

- 大型案件の新規獲得強化による垂直統合モデルの拡大
- 既存顧客向け垂直統合メニューの提案

5

# グループ方針・成長戦略



## MXP戦略

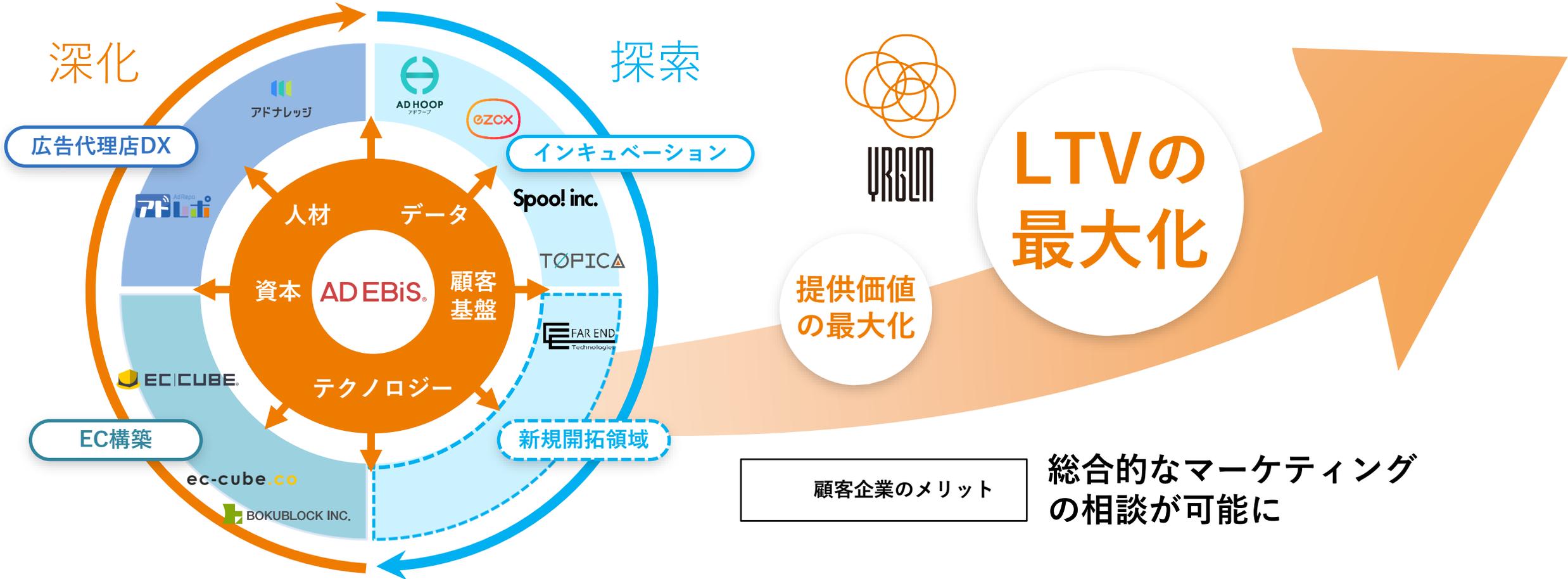
Marketing Transformation Platform

【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



# 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



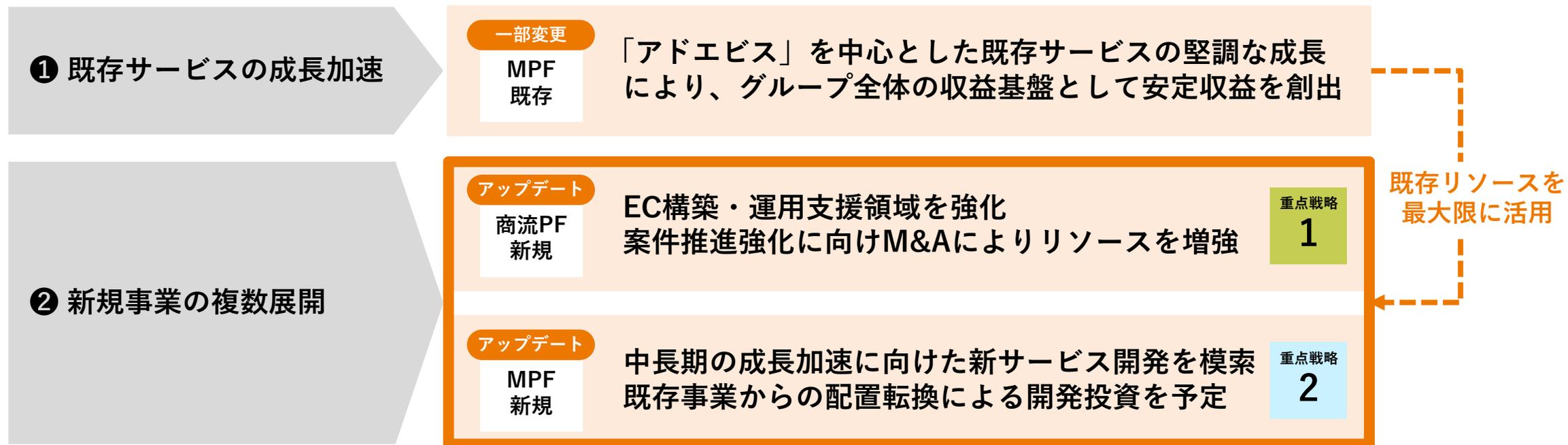
# サービス領域別期初戦略と結果

サービス領域別重点戦略は概ね達成、MPF・商流PF共に新サービス領域が大きく成長

期初戦略	結果
<p>MPF 広告効果測定</p> <p>カスタマーサクセス強化による解約率低減</p>	<p>△</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・「アドエビス シンク」のリリースに加え、サクセスプログラムのアップデートを実施</li><li>・解約率は期末目標には届かずも前期比では改善</li></ul>
<p>MPF 広告代理店DX</p> <p>製品強化により継続成長に向けた基盤確立</p>	<p>○</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・管理画面のリニューアルを実施</li><li>・広告データ取得基盤の自前化によりコストを削減</li></ul>
<p>MPF インキュベーション</p> <p>2021年9月期の新サービスの育成</p>	<p>◎</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・売上が前期比で大きく拡大</li></ul>
<p>MPF インキュベーション</p> <p>自社開発/M&amp;Aによる新サービスの創出</p>	<p>◎</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・プロジェクト管理ツールを手掛けるファーストテクノロジー社を買収</li></ul>
<p>商流PF</p> <p>製品強化により開発者利便性の向上</p>	<p>◎</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・「EC-CUBE4.2」をリリース</li><li>・EC構築・運用支援領域への参入を決定 ボクブロック社の買収により垂直統合モデルを構築</li></ul>

# 『VISION2023』の戦略アップデート

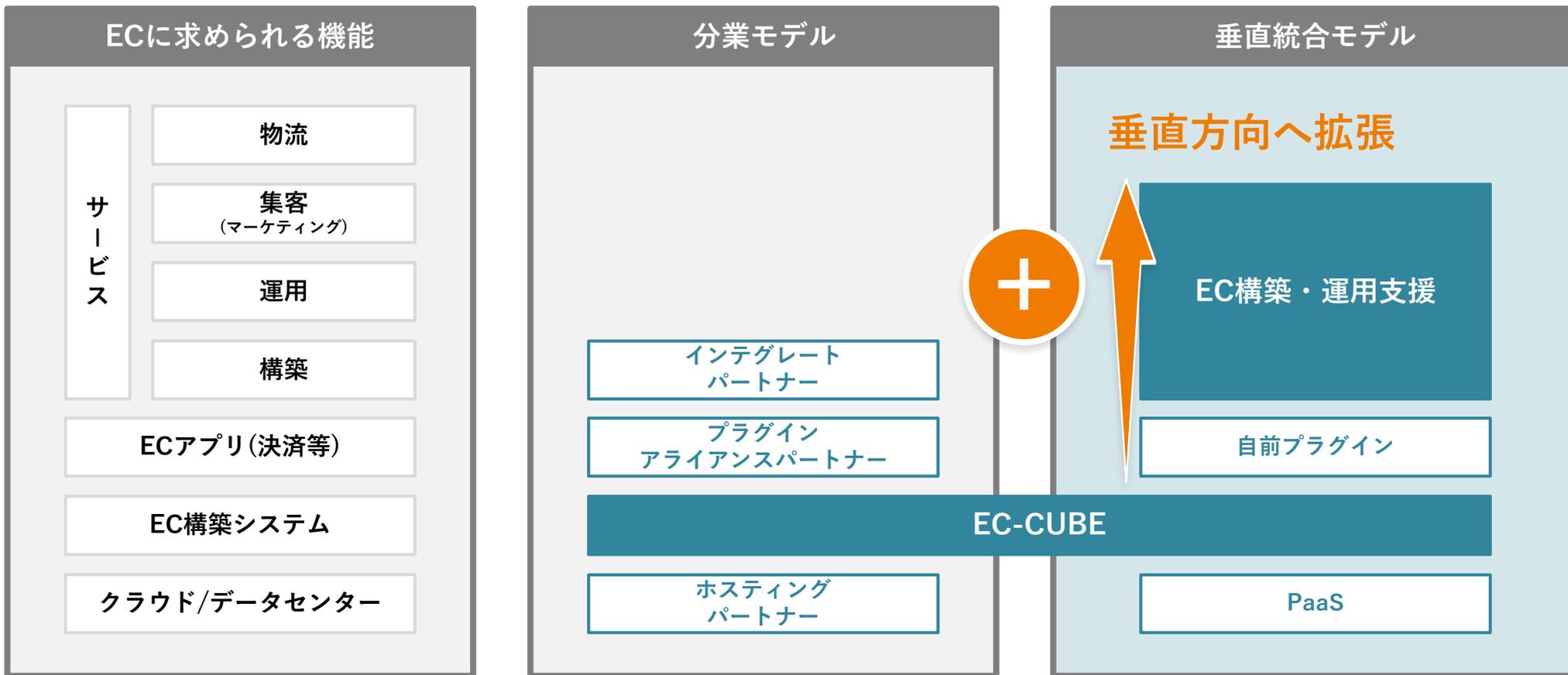
売上高100億円の早期達成に向けて戦略を一部アップデート  
商流PF事業は新サービスを強化、MPF事業は新サービスの創出へ



総合マーケティングDX支援企業集団へ進化し、LTVの最大化を目指す

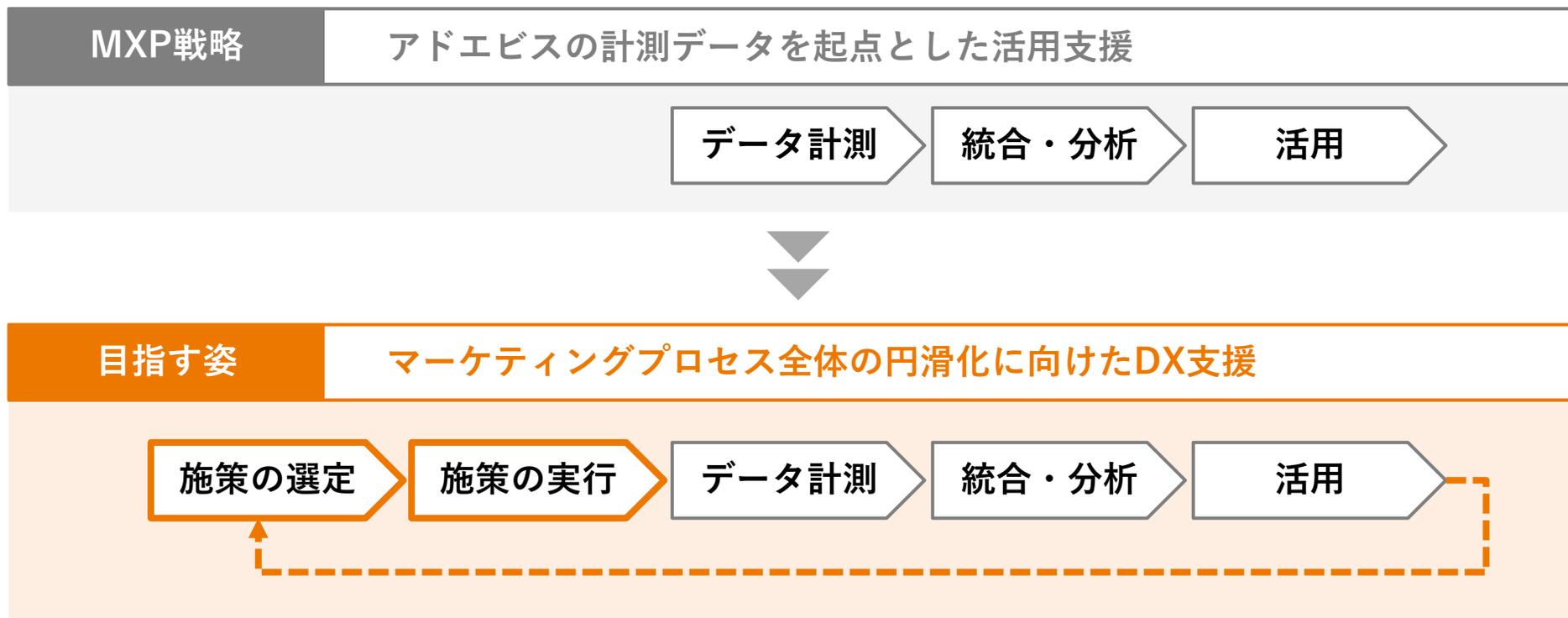
# 商流PF・垂直統合モデルの推進を軸とした成長加速

2022年5月、M&Aの活用によりEC構築・運用支援領域に参入  
 今後は垂直統合モデル強化により売上拡大を図る



## 2 MPF・中長期の成長に向けた投資強化

MXP戦略推進の結果、マーケティングDX支援事業の方向性をアップデート  
2023年9月期は中長期の成長に向けた投資を強化、今期中を目標に新サービスのリリースを目指す



マーケティングプロセス全体の円滑化に向けた新サービスを模索中

# 『VISION2023』業績目標の修正①

足元の業績状況および新たな成長ドライバーの創出など戦略アップデートによって  
『VISION2023』最終年度の業績目標を下記の通り修正

『VISION2023』  
最終年度の従来目標  
(2020年11月9日発表)

連結売上高  
**50**億円

連結営業利益率  
**15%**以上

株主資本配当率  
(DOE)  
**3%**以上



2023年9月期  
業績予想  
(2022年11月4日発表)

連結売上高  
**39**億円

連結営業利益率  
**10%**

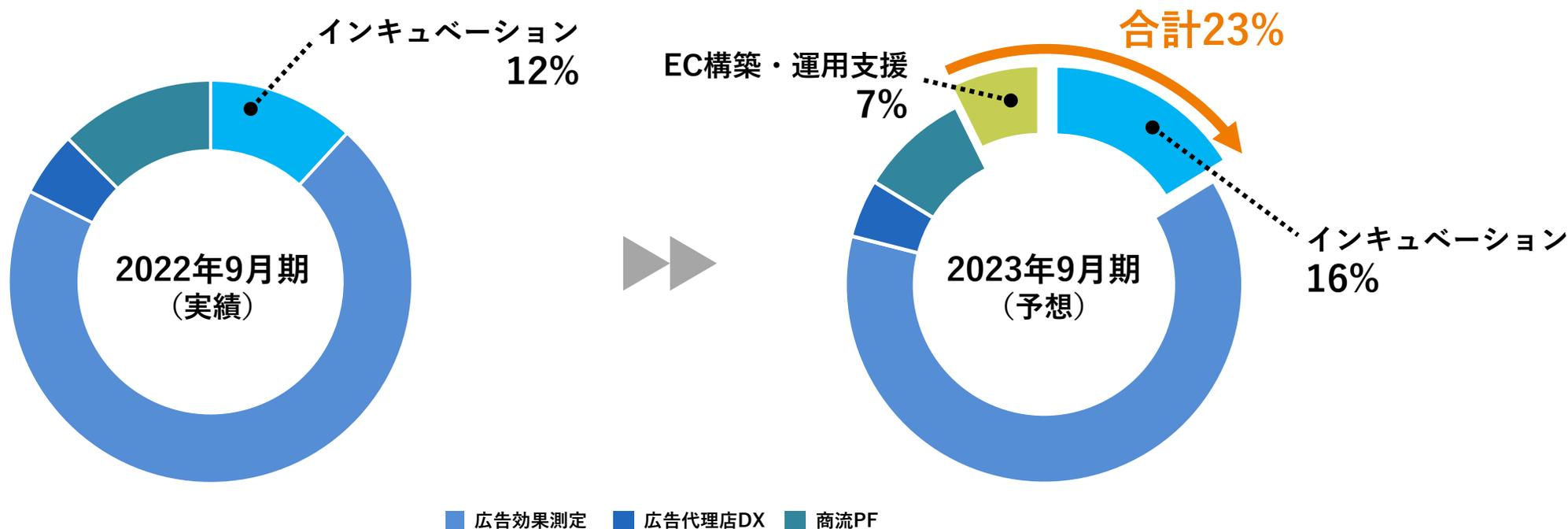
株主資本配当率  
(DOE)  
**2.5%**

- ✓ 2022年9月期における「アドエビス」の売上が想定を下回ったことが主な下振れ要因
- ✓ 新たなM&Aなど未確定要素は計画値に織り込んでおらず、マーケティングプロセス支援領域についても主に2024年9月期以降の売上計上を想定しているため計画値に含めていない
- ✓ 新たなツール開発への投資や商流PF事業における収益構造の変化等により営業利益率の低下を見込む
- ✓ 業績状況およびツール開発やM&Aなど将来業績の成長に向けた先行投資継続の観点から2022年9月期同様とする

# 『VISION2023』業績目標の修正②

全社KPIの新サービス比率は2023年9月期に23%への拡大を見込む  
従来目標30%はマーケティングプロセス支援領域を売上計画に追加予定の2024年9月以降に実現

## 全社KPI：連結売上高における新サービス比率



※広告代理店DXとインキュベーションの黒字転換についても従来想定の2023年9月期から2024年9月期以降に変更

# 中長期での売上成長イメージ

既存事業の安定成長と

3領域での新サービスの拡大で

**売上高100億円**の達成を目指す

売上高  
**100**億円

現在

MPF

マーケティングプロセス支援領域

商流

EC構築・運用支援領域

MPF

インキュベーション領域

広告効果測定

広告代理店DX

EC-CUBE

既存事業

6

# 2023年9月期 通期業績予想・配当予想



# 2023年9月期通期業績予想

新サービス※<sub>1</sub>の売上拡大と「アドエビス」の堅調な成長により売上高は2桁成長  
 新たなツール開発への投資や収益構造の変化等により営業利益率は低下も10%水準確保を見込む

単位：百万円	2022年9月期	2023年9月期	
	実績	通期業績予想	前期比
売上高	3,334	3,900	+17.0%
営業利益	392	400	+1.9%
営業利益率	11.8%	10.3%	△1.5pt
経常利益	399	390	△2.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	236	240	+1.7%
【参考】 EBITDA ※ <sub>2</sub>	677	680	+0.3%
EBITDAマージン	20.3%	17.4%	△2.9pt

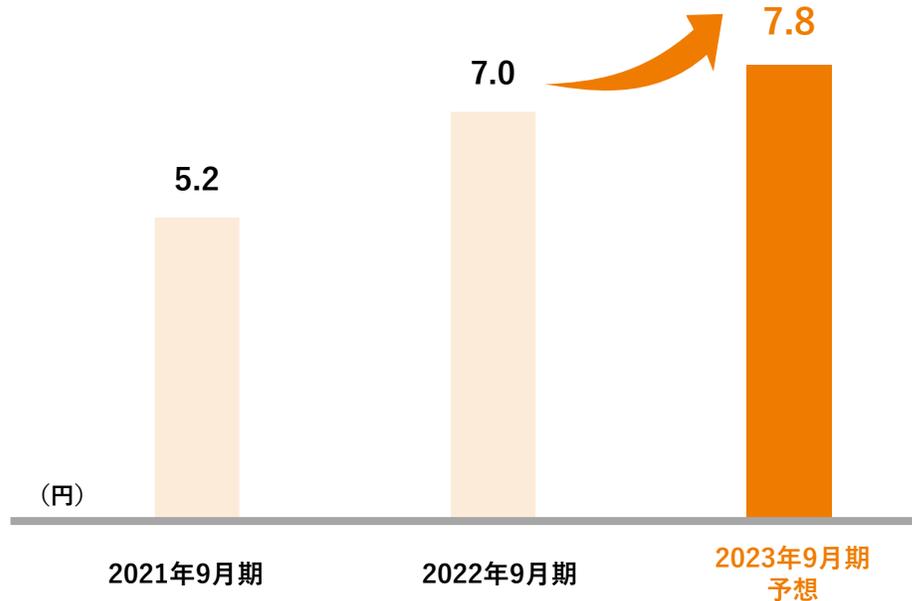
※<sub>1</sub> 新サービス=MPF事業のインキュベーション領域および商流PF事業のEC構築・運用支援領域のこと。MPF事業で新たに開発予定のマーケティングプロセス支援領域については主に2024年9月期以降の売上計上となることから2023年9月期の売上予想には含めておりません。(新たなM&Aについても未確定要素のため計画値に含めておりません。)

※<sub>2</sub> 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。

# 2023年9月期配当予想

配当方針DOE2.5%に則り1株当たりの期末配当金は7.8円を計画

## 1株当たりの期末配当金



## 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。

# 補足資料



# 未知に、道を。



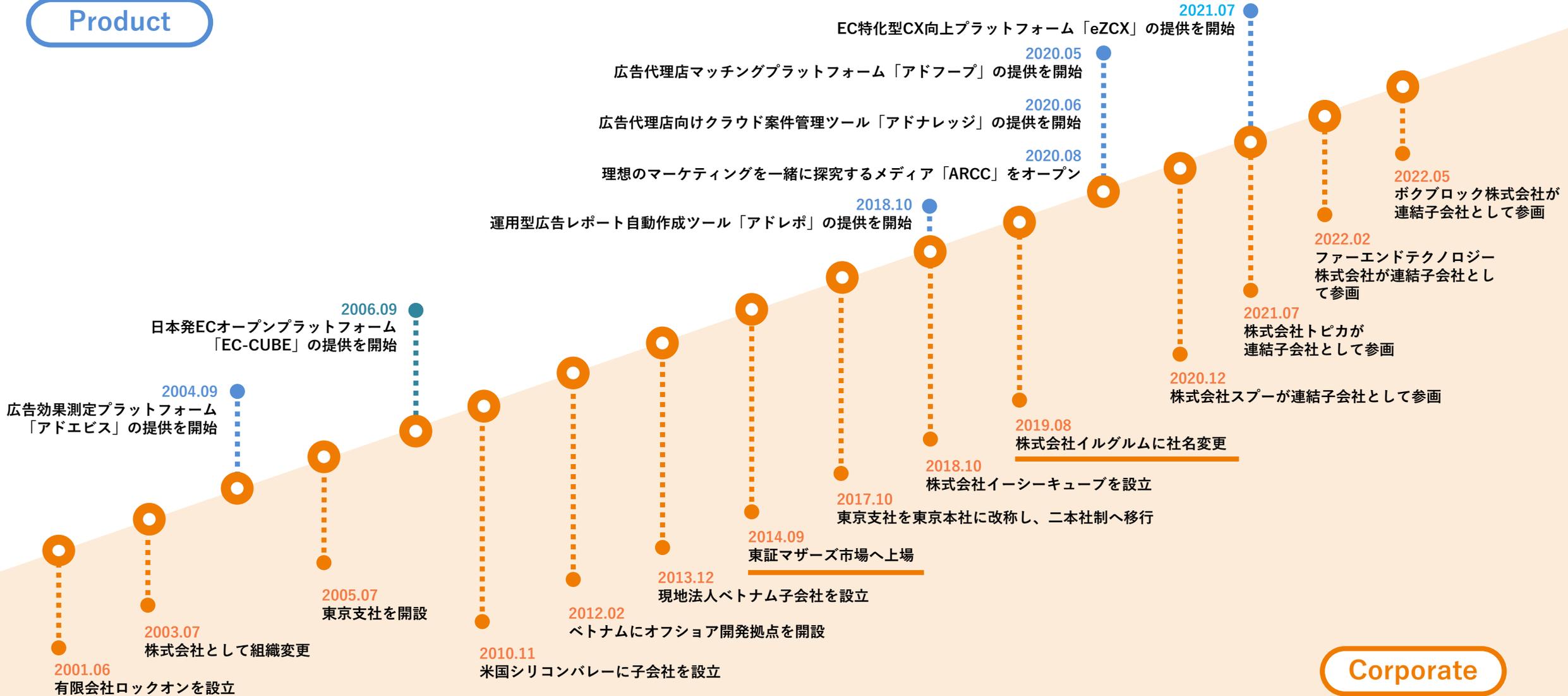
それぞれの企業が独自の価値とともに発展できる社会。  
私たちはそのまだ見ぬ理想の世界をYRGLMと名付けました。  
まだこの世に存在しない未来像を示すために、既存の言葉に由来を  
持たない「**意味を持たない文字列**」を語源としました。  
どこにもない企業を目指すために選んだ、どこにもない名前です。

# 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（2022年9月30日現在）
代表者	:	岩田 進
従業員数	:	221人（グループ連結／2022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2-2-22 ハービスENTオフィスタワー8F 【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」 ・ マーケティング特化型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 ファーエンドテクノロジー株式会社 ボクブロック株式会社 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

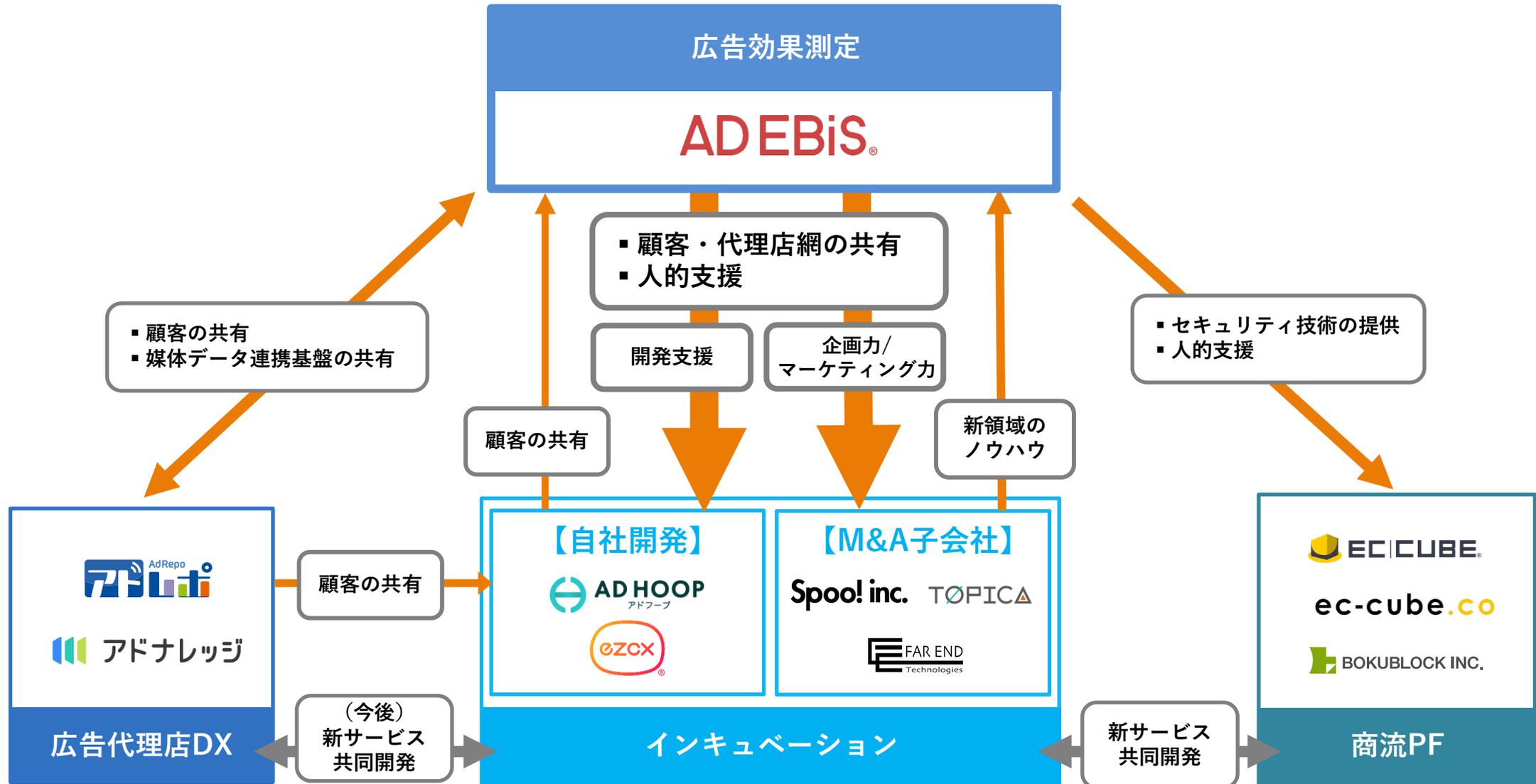


## 商流プラットフォーム事業 (商流PF)

連結子会社



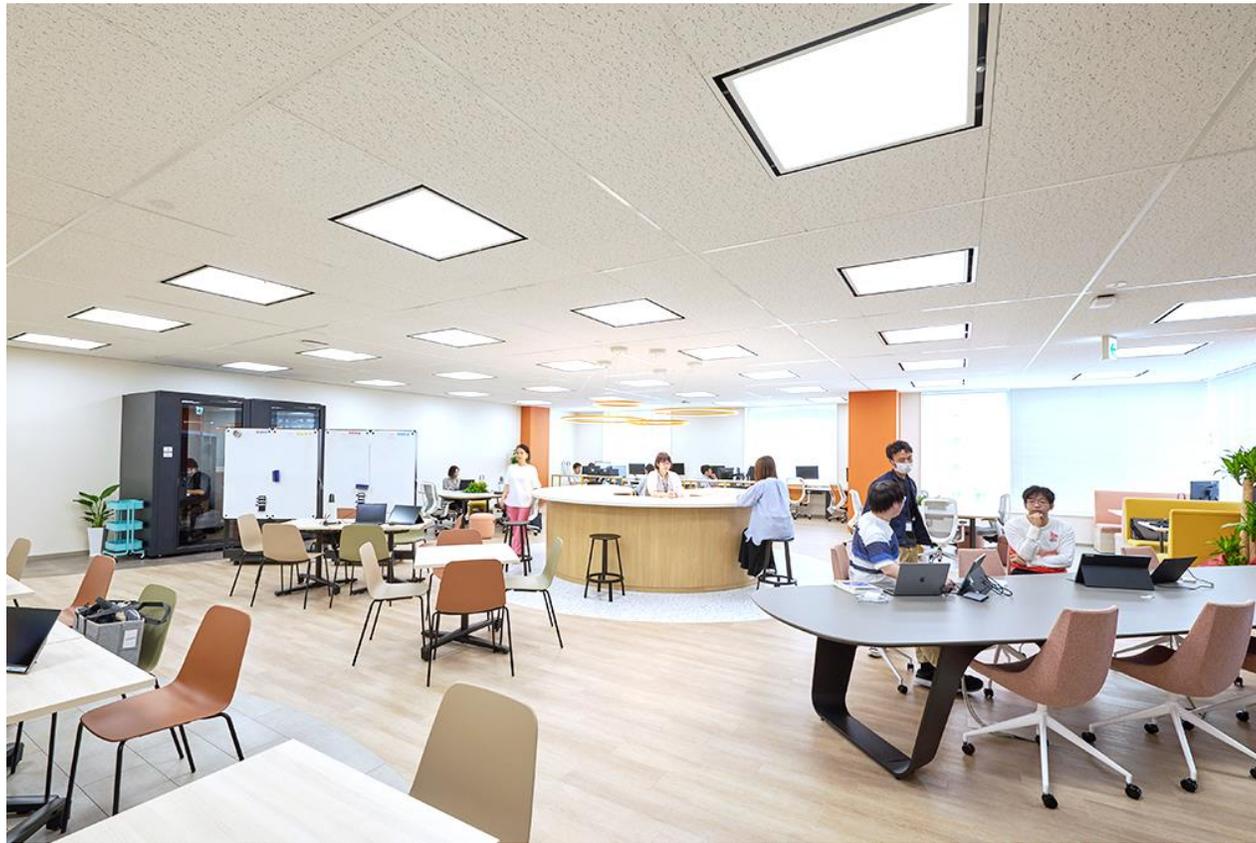
# グループシナジー



# ハイブリッドワークの定着に伴い大阪本社を移転

2022年6月、大阪本社オフィスを移転

ハイブリッドワークの定着に伴うコミュニケーション活性化型オフィスへ



# 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  
「働きがいのある会社」ランキングにおいて計10回ベストカンパニーに選出



2022年版「働きがいのある会社」において  
「働きがい認定企業」に選出

# 2022年9月期トピック一覧

## 第1四半期

2021.10.05	商流PF	【EC-CUBE】15周年のオンラインイベント「EC-CUBE DAY 2021」の参加申込受付開始
2021.10.07	商流PF	【EC-CUBE】株式会社ライトアップと連携し、補助金・助成金自動診断システム「Jシステム」(有償)を、EC構築支援会社向けに無料で提供開始
2021.10.13	MPF	【アドエビス】「ITreview Grid Award 2021 Fall」のアクセス解析・アトリビューション部門で「Leader」を受賞
2021.10.14	商流PF	【EC-CUBE】「ITreview Grid Award 2021 Fall」のECサイト構築部門で「Leader」を受賞
2021.10.27	MPF	【スプー】新サービス「事例侍」でプロエディターによる導入事例コンテンツ取材&執筆サービスを開始
2021.10.29	商流PF	【EC-CUBE】「ワクワクするショッピング体験」を体現しているEC-CUBEサイトを表彰する「EC-CUBE SITE AWARD 2021」を発表
2021.11.05	全社	配当予想の修正（増配）及び配当方針の変更に関するお知らせ
2021.11.05	全社	自己株式取得に係る事項の決定に関するお知らせ
2021.11.05	全社	個別業績と前期実績との差異に関するお知らせ
2021.11.12	全社	剰余金の配当に関するお知らせ
2021.11.16	MPF	【アドフープ】アドフープでSNS運用代行会社探しがもっと手軽に
2021.12.01	全社	2022年版「働きがいのある会社」において「働きがい認定企業」に選出
2021.12.01	全社	自己株式の取得状況に関するお知らせ
2021.12.10	全社	自己株式の取得状況及び取得終了に関するお知らせ

# 2022年9月期トピック一覧

## 第2四半期

2022.01.12	MPF	【アドフープ】ECサイト制作会社のマッチングを開始。サービス提供領域拡大を加速
2022.01.13	MPF	【アドエビス】WebマーケティングにおけるCookie利用規制の影響を調査。87%がCookie利用規制の影響を実感、対策への関心高まる
2022.01.14	全社	譲渡制限付株式報酬としての自己株式の処分に関するお知らせ
2022.01.18	MPF	【アドエビス】Shopifyアプリ「まるっと集客」と機能連携を開始。全てのShopifyプランにおいてアドエビスを活用した広告効果測定が可能に
2022.01.19	MPF	【アドエビス】「ITreview Grid Award 2022 Winter」のアクセス解析・アトリビューション部門で「Leader」を4期連続受賞
2022.01.19	商流PF	【EC-CUBE】「ITreview Grid Award 2022 Winter」のECサイト構築部門で「Leader」を受賞。2020 Fallの初受賞から6度連続
2022.01.28	全社	ファーエンドテクノロジー株式会社の株式の取得（子会社化）に関するお知らせ
2022.02.09	MPF	【アドエビス】「マーケティングDX」をテーマにしたオンラインイベント「MARKETING LEADERS MEETING」を開催
2022.02.14	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完了に関するお知らせ
2022.02.15	MPF	【アドエビス】コールトラッキングツール「Call Data Bank」と機能連携を開始
2022.03.15	MPF	【アドエビス】2022年4月より新バージョン「アドエビス シンク」提供開始
2022.03.16	MPF	【トピカ】SNSアカウントの無料診断サービス「Dr.SNS」を提供開始
2022.03.24	商流PF	【EC-CUBE】公式決済サービス「EC-CUBEペイメント ライト」でB2B(企業間取引)決済セットプランをリリース

# 2022年9月期トピック一覧

## 第3四半期

2022.04.04	商流PF	【EC-CUBE】楽天カード株式会社と協業し、EC-CUBEで楽天カードの「オンライン決済サービス」を標準搭載
2022.04.05	MPF	【アドフープ】ECサイト制作会社のマッチングサービスをリニューアル、EC-CUBE特化へ
2022.04.25	MPF	【アドエビス】「ITreview Grid Award 2022 Spring」のアクセス解析・アトリビューション部門で「Leader」を5期連続受賞
2022.04.25	商流PF	【EC-CUBE】ECサイトでのクレジットカード不正利用防止を目的に、株式会社アクルと業務提携
2022.04.28	MPF	【アドエビス】業界初となる「媒体シンク機能」を提供開始
2022.04.28	全社	ボクブロック株式会社の株式の取得（子会社化）に関するお知らせ
2022.05.06	全社	通期連結業績予想及び期末配当予想の修正に関するお知らせ
2022.05.26	MPF	【アドエビス】「企業のWebマーケティングにおける、データ活用・DX推進に関するアンケート調査」を実施
2022.05.27	MPF	【アドエビス】顧客LTVを最大化する効率的な広告集客手法を紹介。Shopifyアプリを提供するハックルベリー社主催セミナーに登壇
2022.06.14	MPF	【アドフープ】様々な広告代理店情報を集約した一覧ページを公開。希望代理店へのアプローチ機能も追加し、広告代理店探しの効率化を促進
2022.06.28	全社	株式会社イルグルム、大阪本社オフィス移転のお知らせ。ハイブリッドワークの定着に伴うコミュニケーション活性化型オフィスへ

# 2022年9月期トピック一覧

## 第4四半期

2022.07.04	MPF	【アドエビス】 TSI・Spartyがデータマネジメント成功の秘訣を解説！マーケティングデータの活用術が学べる無料オンラインセミナーを開催
2022.07.04	商流PF	【EC-CUBE】 株式会社イーシーキューブ、EC-CUBE最新版「EC-CUBE4.2」のβ版をリリース
2022.07.13	MPF	【アドエビス】 「ITreview Grid Award 2022 Summer」のアクセス解析・アトリビューション部門で「Leader」を6期連続受賞
2022.07.13	商流PF	【EC-CUBE】 EC-CUBEのクオリティ・セキュリティ向上を目的に、初となるバグバウンティを開催
2022.07.14	MPF	【アドエビス】 8/4（木）開催！GA4を「設定・操作・分析」の3つの観点から紐解く無料オンラインセミナーを実施
2022.08.03	MPF	【アドエビス】 注目企業のマーケティング・広告戦略に迫る無料オンラインセミナーを開催
2022.08.15	MPF	【アドエビス】 広告効果測定時の計測パラメータの発行・入稿作業を自動化。正確でスピーディーな広告運用を支援
2022.08.23	MPF	【アドエビス】 コンバージョンの数と質を改善した手法を明かす、無料オンラインセミナーを実施
2022.09.12	商流PF	【EC-CUBE】 EC業界屈指のイベント「ECのミカタFESTA」に出展。アドバイザーとの直接相談の機会を提供。
2022.09.28	商流PF	【EC-CUBE】 初開催のバグバウンティの成果を公開。コミュニティの力を結集した最新版EC-CUBE4.2をリリース
2022.09.29	商流PF	【EC-CUBE】 Atome Japanと業務提携。アジア後払い決済(BNPL)大手サービス「Atome」を標準搭載。

# 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
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

# 事業のリスクと対応

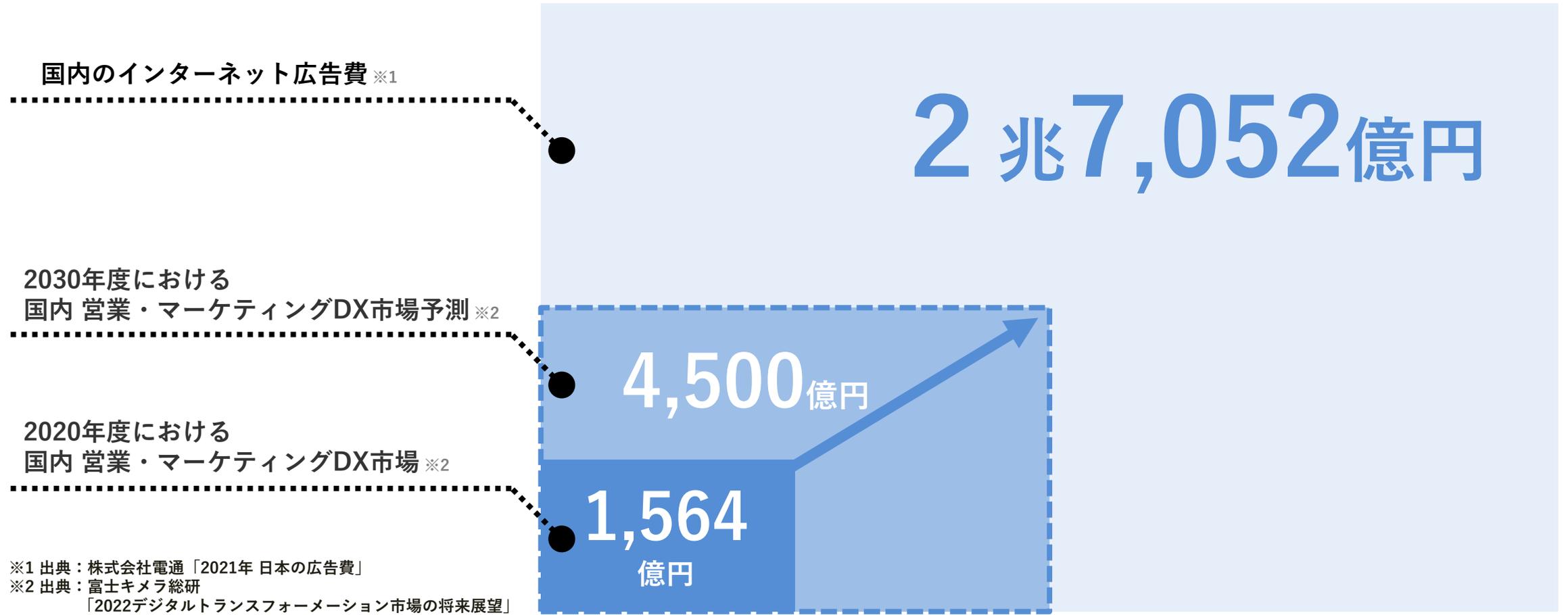
主な事業リスク	発生可能性	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と当社の対応策
	発生時期		
特定サービスへの集中	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客の減少</li> <li>売上高の減少</li> </ul>	<p>当社グループの売上収益は主力サービス「アドエビス」に集中しております。市場環境・景気動向の変化等により、同サービスの需要に大きな変化が現れた場合、当社グループの経営成績に影響を与える可能性があります。当社グループは、自社開発の新サービス拡大、M&amp;Aによる事業拡大を積極的に進めており、特定サービスへの集中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。

# MPF補足資料

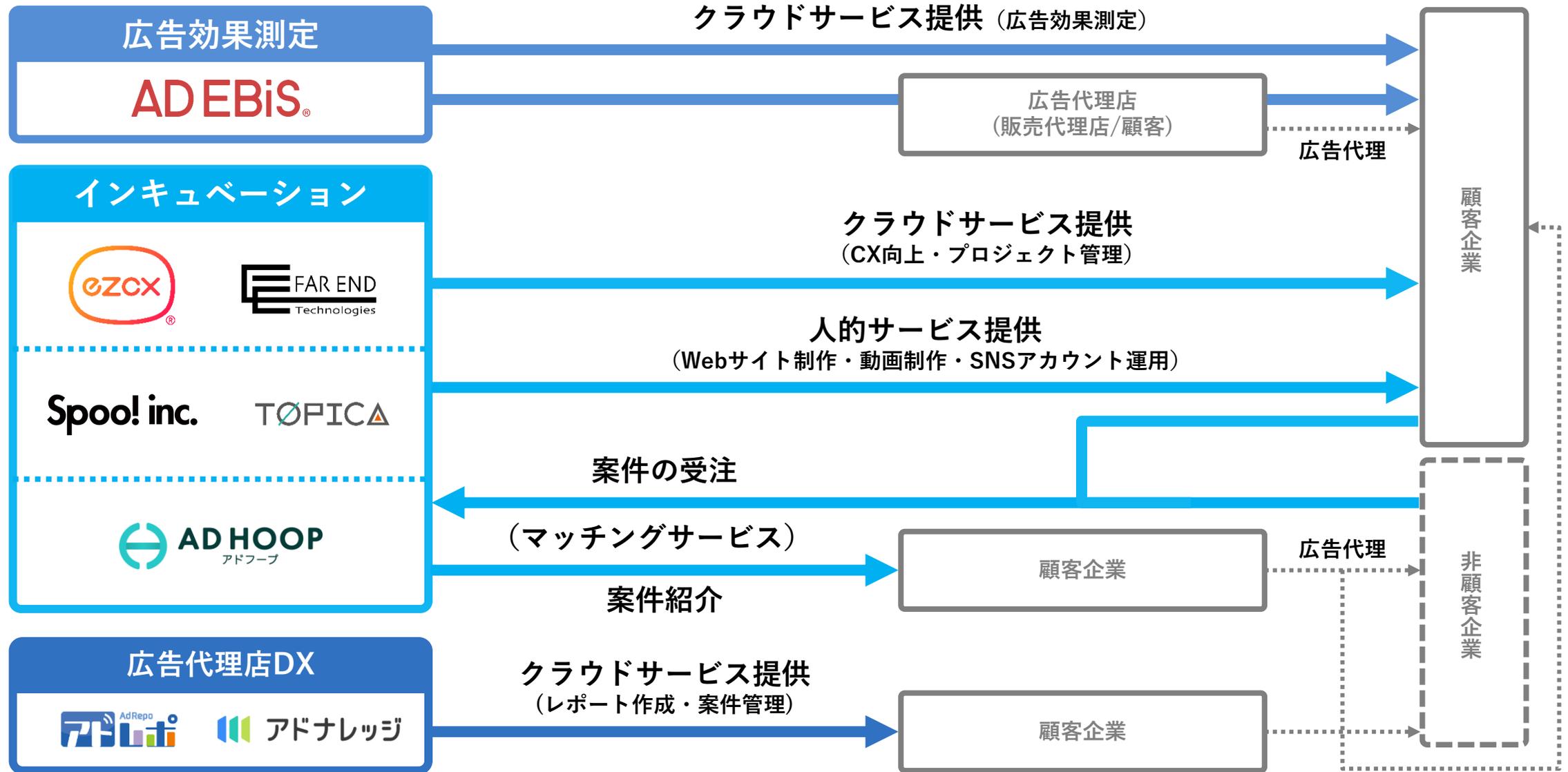
# ターゲット市場の規模感

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1,564億円  
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

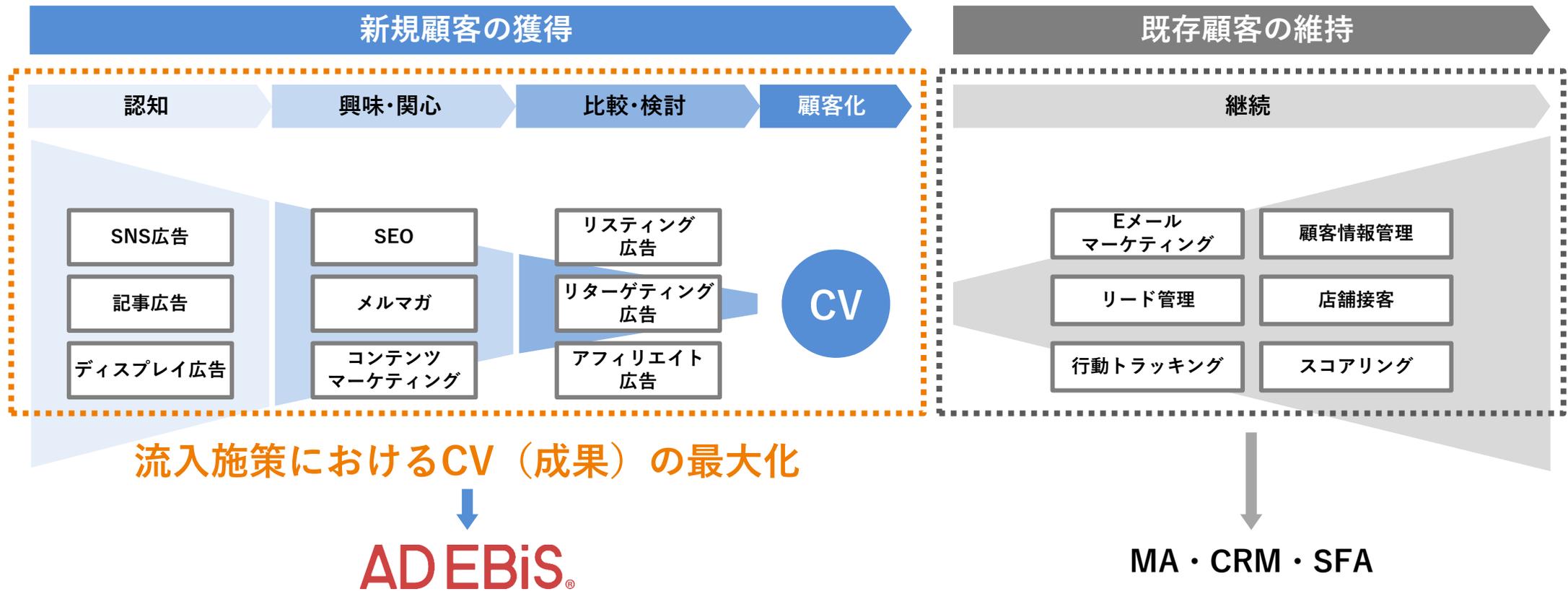


※1 出典：株式会社電通「2021年 日本の広告費」  
※2 出典：富士キメラ総研「2022デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

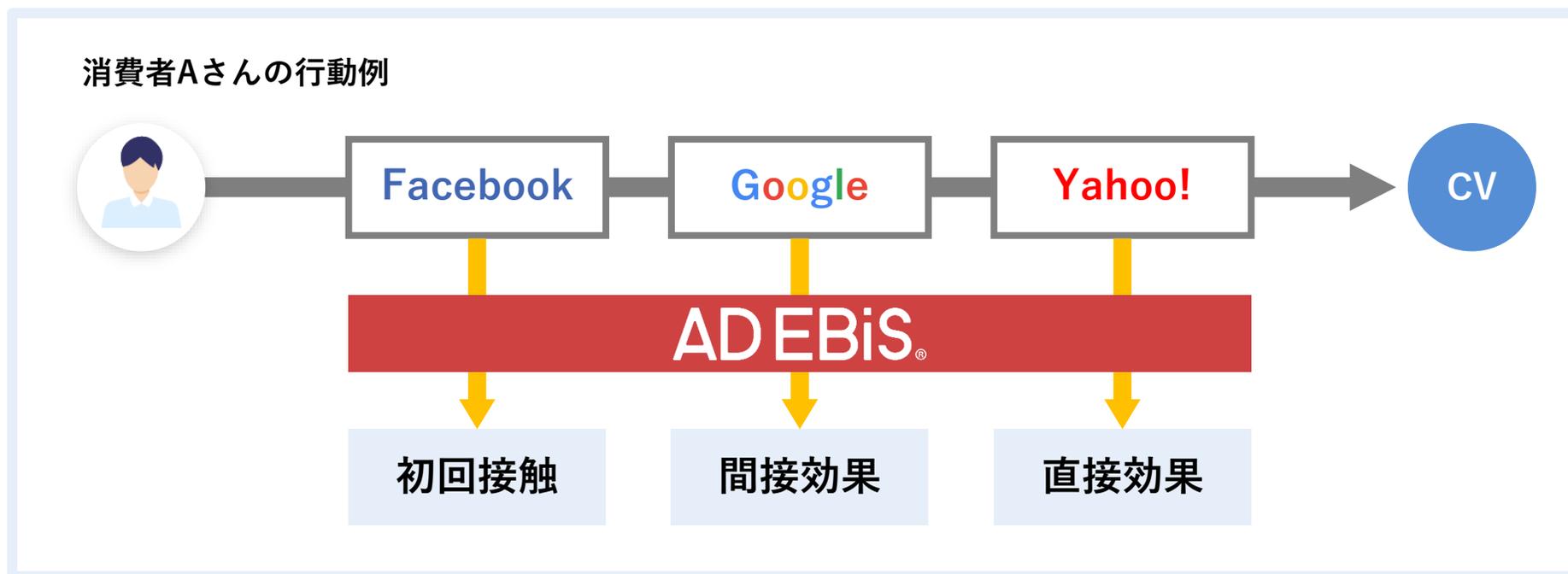
# ビジネスの流れ



「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



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

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と  
広告効果測定専門ツールならではの広告改善に特化した各種機能の提供で使いやすさを追求

## 成果把握(施策軸)

- 1 ダッシュボード
- 2 カテゴリ分析
- 3 詳細分析
- 4 期間分析
- 5 コストアロケーション分析

## 成果把握(ユーザー軸)

- 6 コンバージョン属性
- 7 コンバージョンフロー
- 8 カスタマージャーニー分析  
オプション
- 9 アクション喚起率分析  
オプション

## 施策管理

- 10 広告自動登録
- 11 広告管理
- 12 代理店管理

## 外部連携

- 13 データエクスポート  
オプション
- 14 AD EBiS コネクタ  
オプション

## お客様のマーケティングの運用に応じたカスタマーサクセス支援と 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

### カスタマーサクセス

STEP1 :  
オンボーディングプログラム

STEP2 :  
継続支援

アカウント構築～6ヶ月程度

6ヶ月～

ご導入後は、貴社専任のカスタマーサクセス担当が、運用定着までご支援。（STEP1：オンボーディングプログラム）運用定着後も、分析支援や勉強会など、お客様の成功をサポートする体制を構築しています。（STEP2：継続支援）

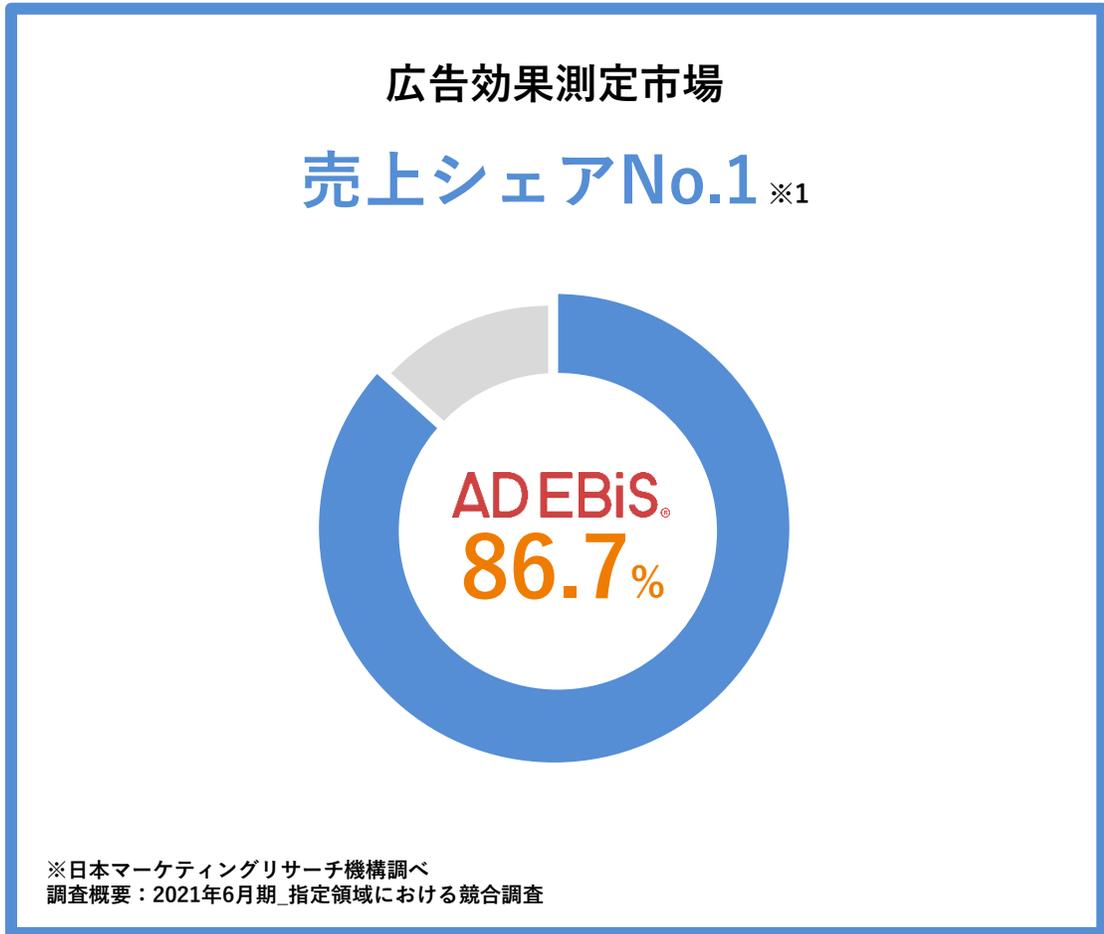
### カスタマーサポート



お客様に、ご安心してお使いいただくため、お困りごとがあれば、豊富な知識を持つサポート担当にご相談可能。顧客満足度92%※のご評価もいただいております。

※ 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)

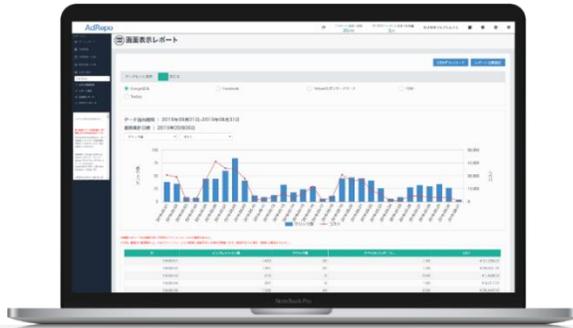
## 広告効果測定市場において圧倒的なシェアと顧客基盤を確立



## 計測データの活用とオペレーション効率により広告代理店ビジネスのDX推進に貢献

### 「アドレポ」

広告運用業務を効率化する広告レポート自動化ツール



レポート業務の全プロセスを効率化

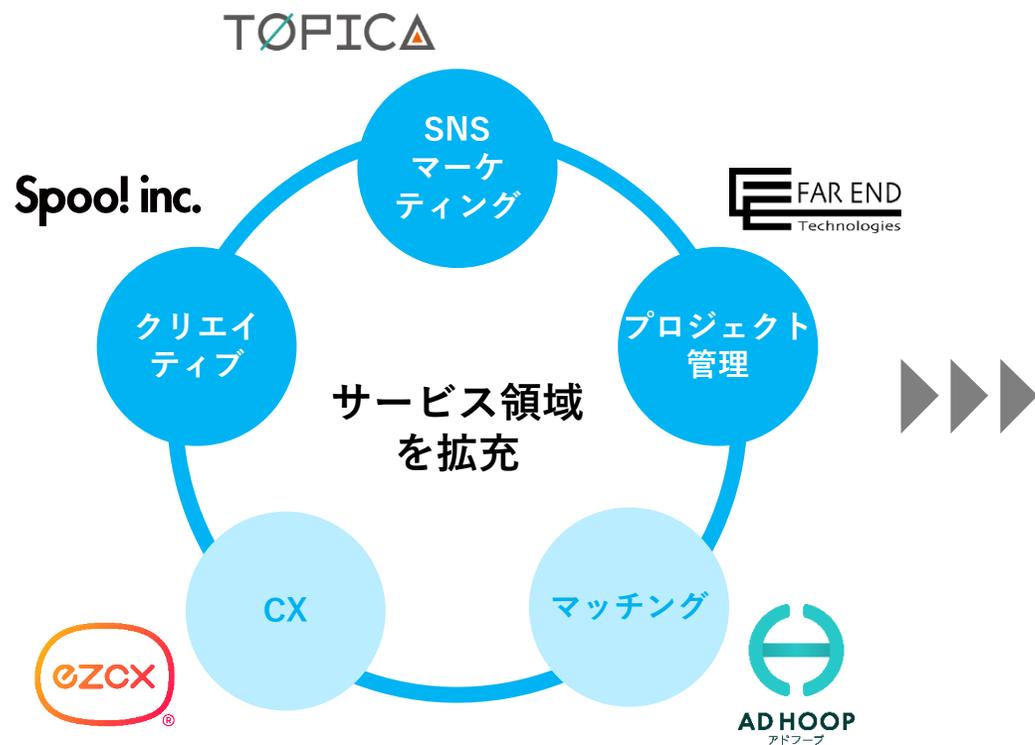


### 「アドナレッジ」

広告代理店に特化したクラウド案件管理システム  
あらゆる情報の一元管理と請求業務の効率化を支援



## M&Aと自社開発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



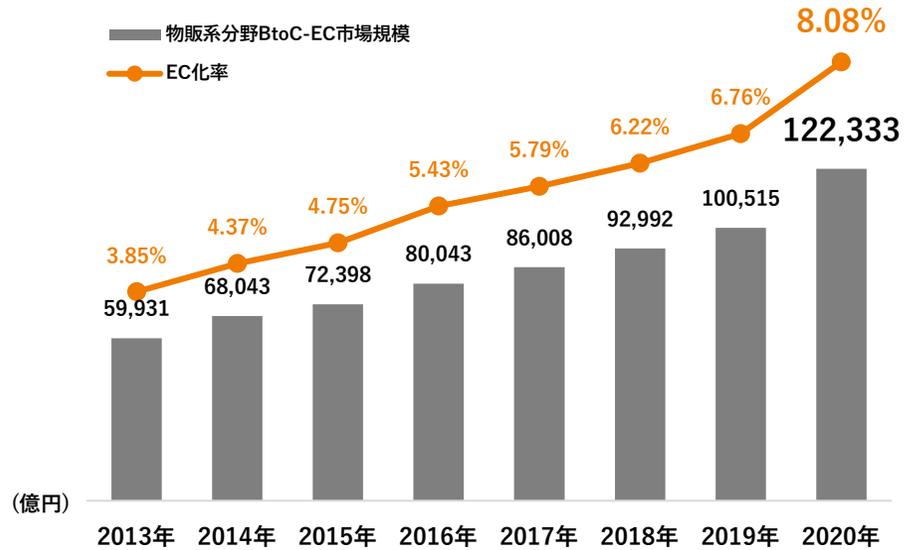
提供サービス/支援内容	
自社開発	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング特化型マッチングサービス</li> <li>・パートナー企業の新規顧客獲得のDX化を支援</li> </ul>
	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・EC特化型CX向上プラットフォーム</li> <li>・「アドエビス」のデータを活用したサイト内改善を支援</li> </ul>
M & A	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・Webサイト/コンテンツの企画・制作</li> <li>・クリエイティブを用いた課題解決を支援</li> </ul>
	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・動画コンテンツの制作/運用</li> <li>・動画とSNSの活用によるデジタルマーケティング支援</li> </ul>
	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・プロジェクト管理ツール「My Redmine」の提供</li> <li>・効率的なプロジェクトの管理を支援</li> </ul>

# 商流PF補足資料

## 新規参入の増加に伴う市場拡大に伴い、ECを取り巻く競争環境が激化 ECサイト構築後の運用・集客支援ニーズが高まる

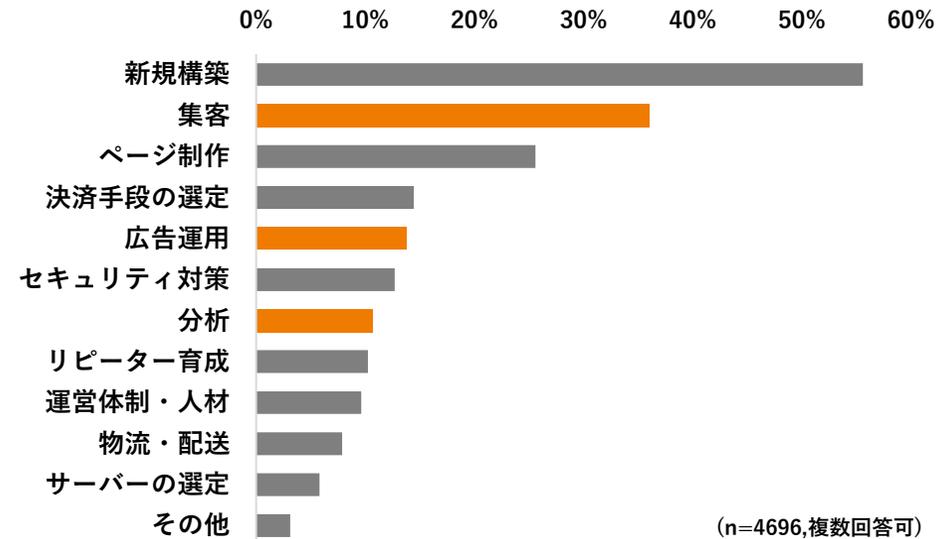
コロナ禍の巣ごもり需要を背景にEC化率が進展  
新規参入増で競争が激化

物販系分野のBtoC-EC 市場規模及びEC化率の経年推移※1



多岐に渡るEC事業者の課題  
サイト構築後の運用・集客領域の課題が多数

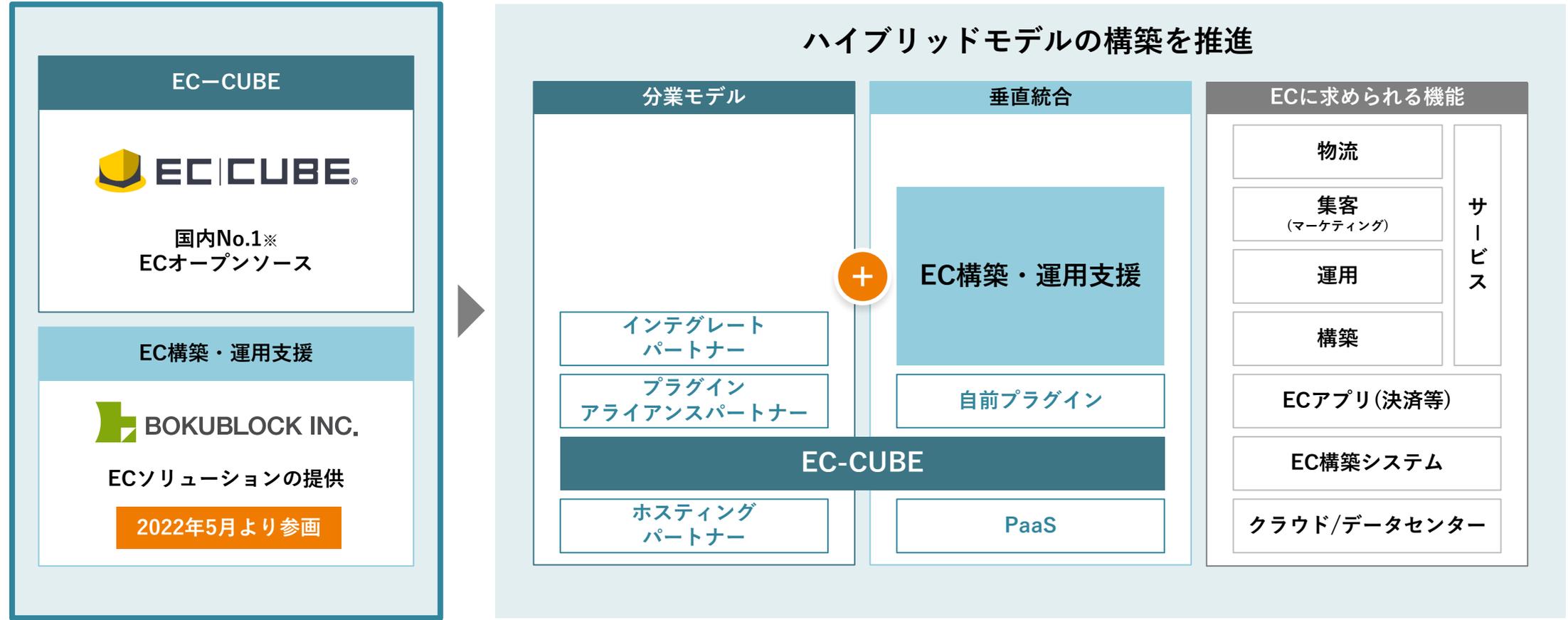
ECサイトの店舗運営における課題※2



※1 出典：経済産業省「令和2年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）」

※2 出典：「EC-CUBEサービス向上のための利用者アンケート」（「EC-CUBE」オフィシャルサイトの会員登録者9252名を対象に実施したwebアンケート/調査期間：2020年7月1日～2022年3月31日）

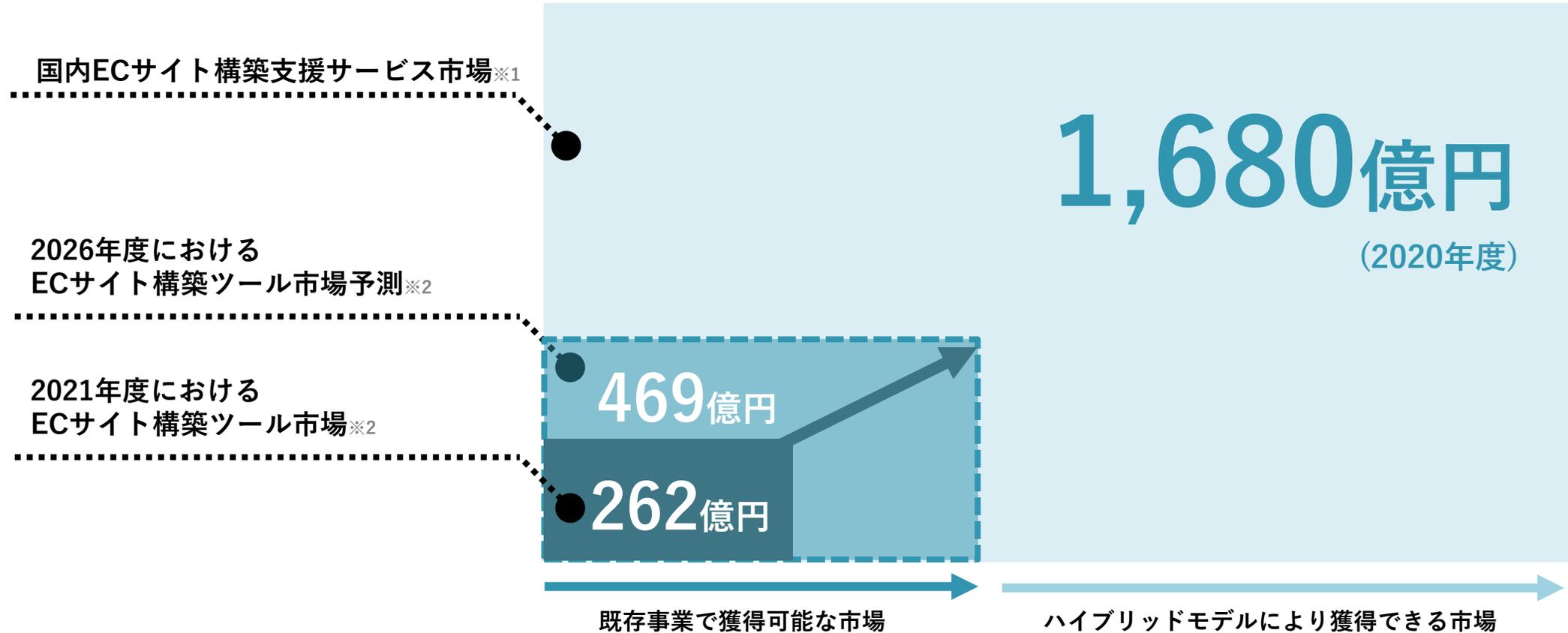
## 2022年5月、M&Aの活用によりプロフェッショナルサービス領域へ参入 分業モデルに垂直統合モデルを加えたハイブリッドモデルの構築を推進



※ 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

# ターゲット市場の規模感

「EC-CUBE」のターゲット市場は262億円で今後も高成長が見込まれる  
垂直統合モデルを加えたハイブリッドモデルによりターゲット市場は1,680億円(2020年度)に拡大



※1 出典：株式会社矢野経済研究所「ECサイト構築支援サービス市場に関する調査(2021年)」(2021年6月22日発表)、パッケージ型、クラウド型(ASP,SaaS等)、スクラッチ型サービスが対象

※2 出典：富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場 2022年版」、パッケージ型、SaaS型サービスが対象

「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

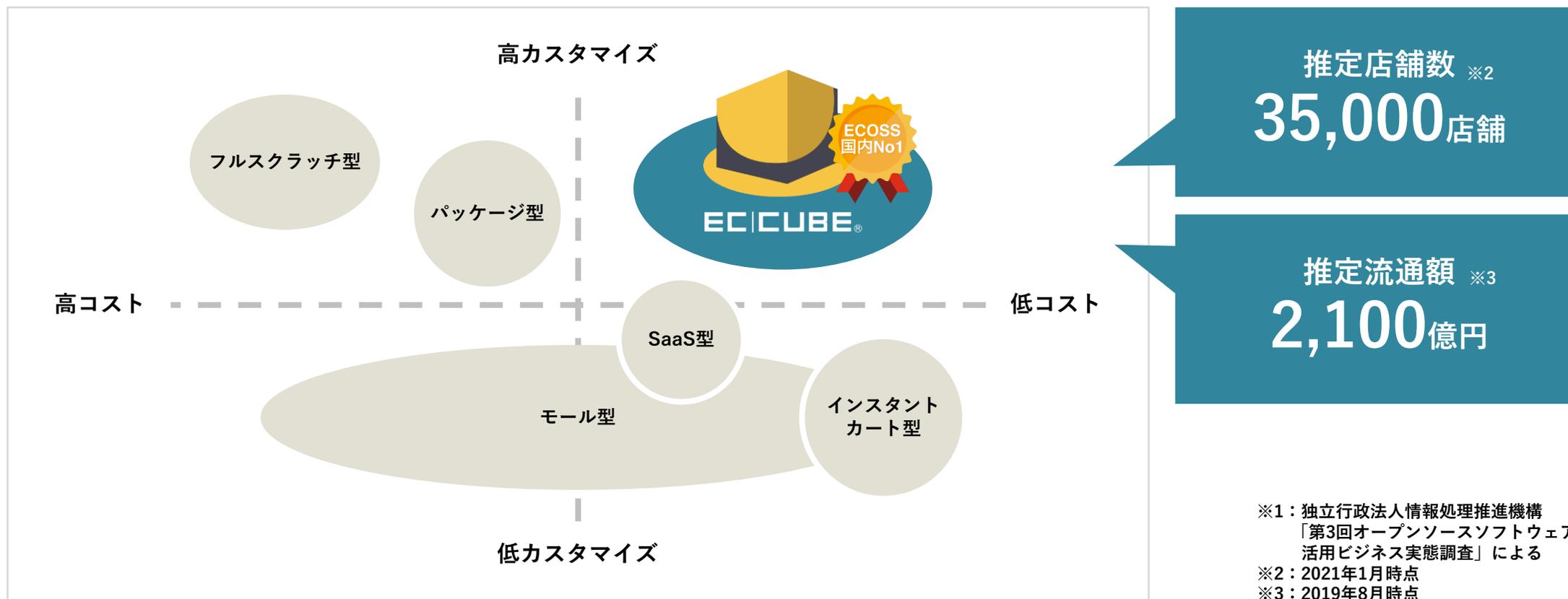
モノからコト消費へ  
シフトする



## 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

【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

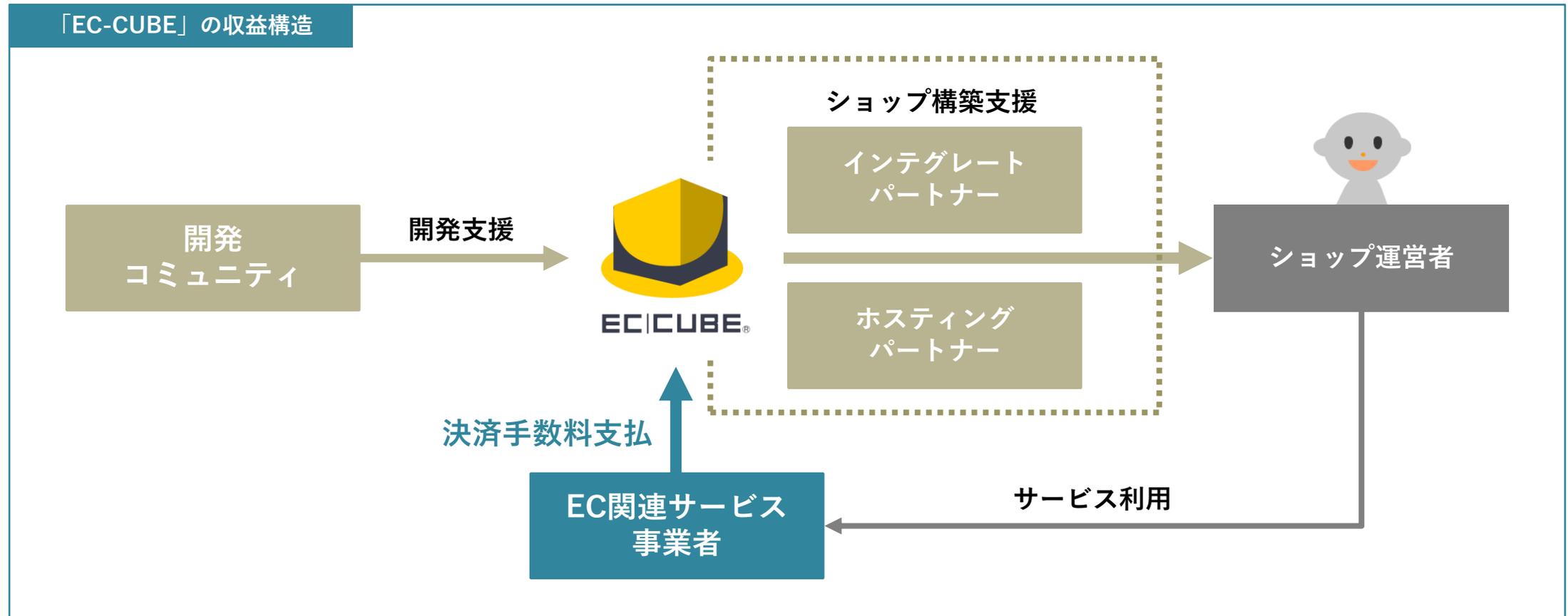


※1：独立行政法人情報処理推進機構  
「第3回オープンソースソフトウェア  
活用ビジネス実態調査」による

※2：2021年1月時点

※3：2019年8月時点

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



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

150 社※の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

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・運用を支援



## 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

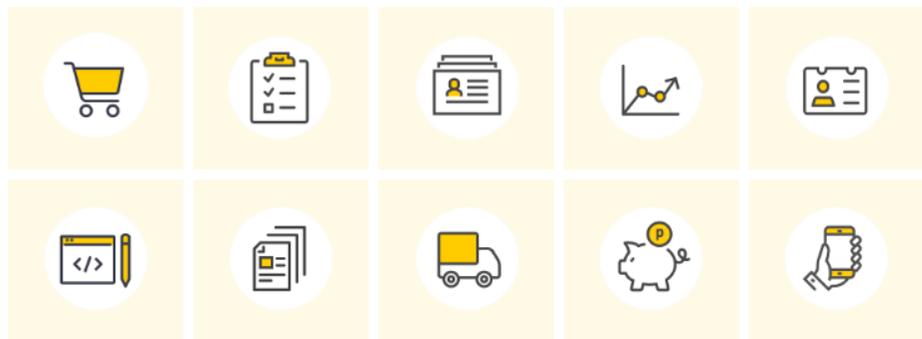
登録者数48,000名以上の  
開発コミュニティサイトで質問や情報共有が可能



※ 2022年10月時点

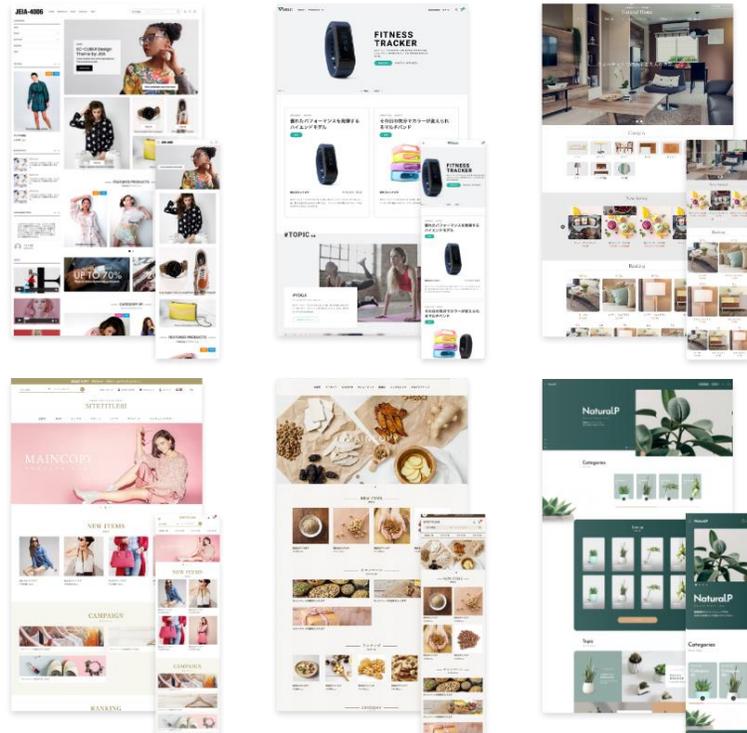
汎用的なものから最新機能まで、1,500件※以上のプラグインやデザインテンプレート等の  
 拡張機能を配布。自社のオペレーションに合う機能拡張とカスタマイズが可能

## 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

## 豊富なデザインテンプレート



※2022年10月時点

「EC-CUBE」を活用したECサイト構築から保守・集客支援・コンサルティングまで  
ECコマースを網羅した総合的なECソリューションを提供



キッコーマンころろダイニング



KENZO ESTATE



電線ストア.com



#### 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。