



# 株式会社イルグルム

(東証マザーズ：3690)

2021年9月期  
第3四半期決算説明資料

<b>1   事業概要</b>	<b>p.05</b>
<b>2   2021年9月期 第3四半期業績</b>	<b>p.11</b>
<b>3   セグメント別事業概況</b>	<b>p.19</b>
<b>4   今期業績予想・配当予想</b>	<b>p.40</b>
<b>補足資料</b>	<b>p.44</b>

2021年9月期

**中期経営方針『VISION2023』の初年度として、  
既存サービスの成長加速に注力すると共に  
新たな成長ドライバーの創出に取り組む**

## 3Q累計業績

- ・ 営業利益が前年同期比+72.9%の高成長

## 主力の「アドエビス」

- ・ 顧客平均単価が13四半期連続で上昇
- ・ 『D2C企業向け新パッケージ』を投入(3Q:6月)

## 新サービス/M&A

- ・ EC特化型CXプラットフォーム「eZCX」正式版をリリース(4Q:7月)
- ・ SNSマーケティングを行う株式会社トピカを連結子会社化(4Q:7月)

# 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。

# 事業構成

## マーケティングプラットフォーム事業 (MPF)

インターネットにおける消費者行動を横断的に測定、  
マーケティングに活用するためのクラウドサービスを提供

### 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」

### 広告代理店支援



運用型広告レポート自動作成ツール



アドナレッジ

広告代理店向け案件管理ツール



ADHOOP  
アドフープ  
広告代理店マッチングプラットフォーム

### 新サービス

NEW



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」

[ 連結子会社 ]

Spoo! inc.  
www.spoo.jp

NEW

TOPICA

## 商流プラットフォーム事業 (商流PF)

ECサイト構築パッケージを  
オープンソース・クラウドで提供



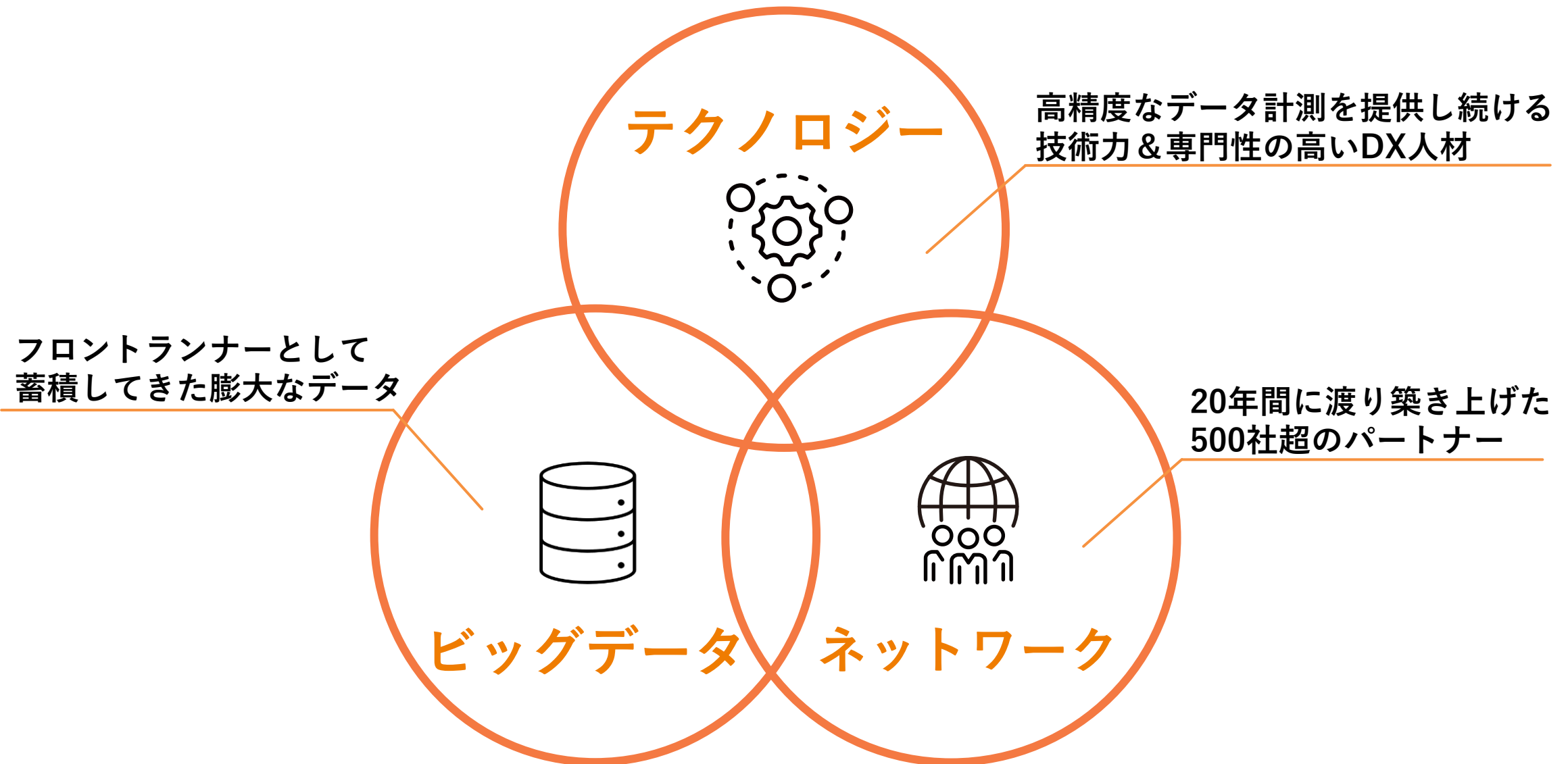
ECオープンプラットフォーム  
「イーシーキューブ」

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」

# 当社の強み

---

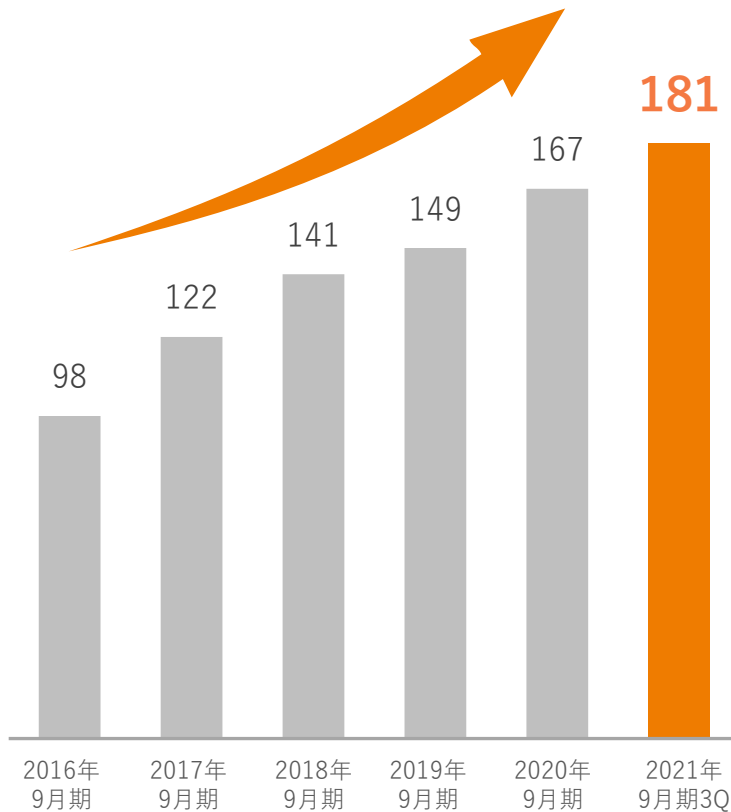




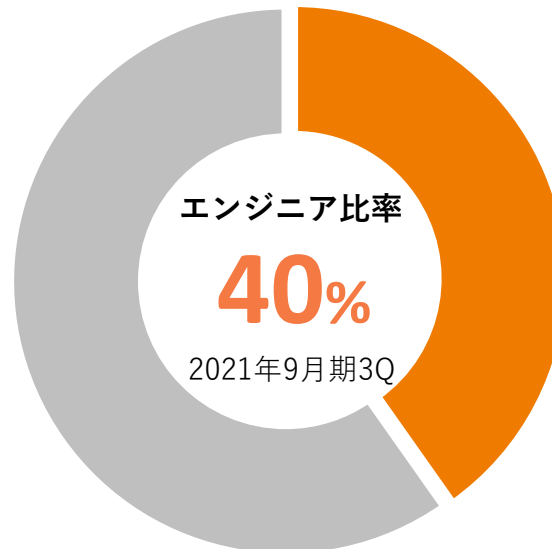
# テクノロジーを支える専門性の高いDX人材

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



## 高いエンジニア比率



## 専門性の高いDX人材

MPF

**ADEBiS<sup>®</sup>**  
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

# ニッチ市場において圧倒的シェアをそれぞれ確立



ADEBiS®

広告効果測定市場

売上シェア国内No.1※1



EC|CUBE®

EC構築オープンソース

利用数国内No.1※2

※1: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）

※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

## 2 | 2021年9月期 第3四半期業績

## 損益計算書サマリー（累計）

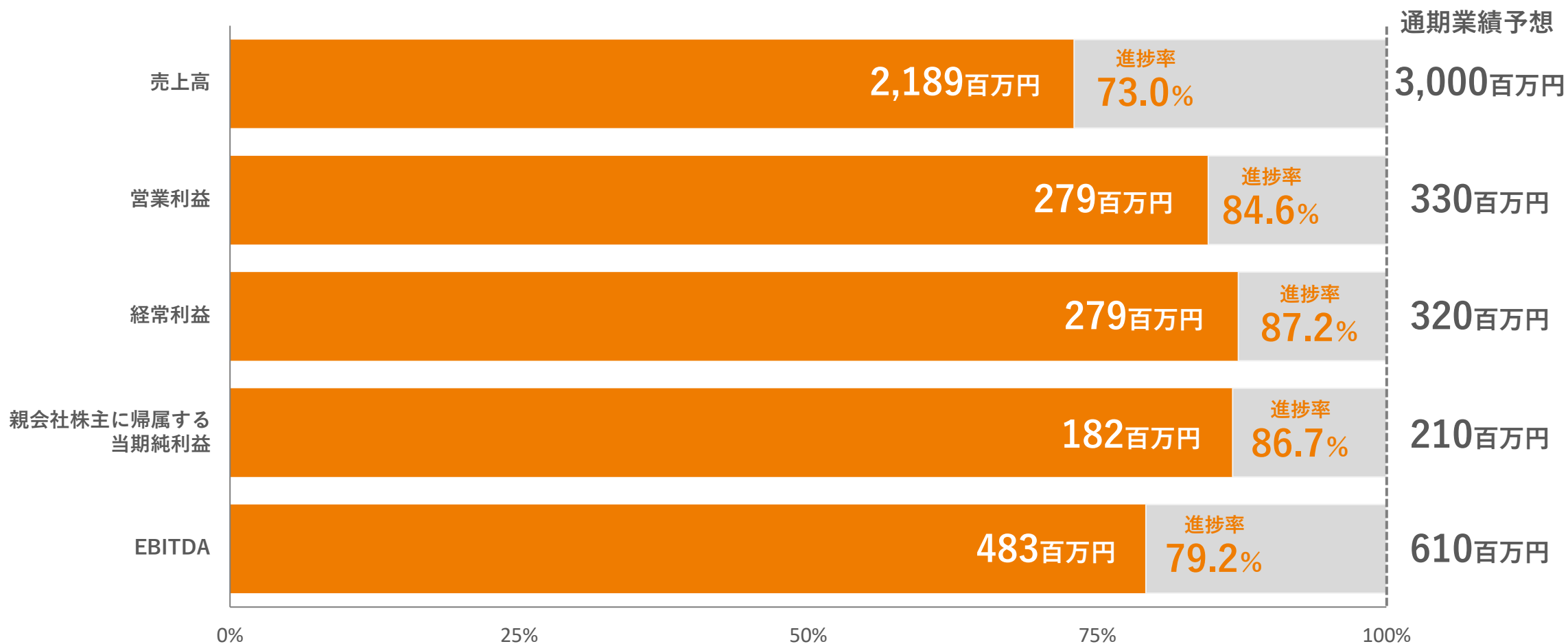
売上高から純利益までの全項目において前年同期比で **2桁成長**

単位：百万円	2020年9月期	2021年9月期	
	3Q累計	3Q累計	前年同期比
売上高	1,920	2,189	+14.0%
売上総利益	1,314	1,514	+15.2%
営業利益	161	279	+72.9%
営業利益率	8.4%	12.7%	+4.3pt
経常利益	155	279	+79.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	96	182	+89.2%
【参考】EBITDA※	333	483	+44.9%
EBITDAマージン	17.4%	22.1%	+4.7pt

※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。

## 通期業績予想に対する進捗状況

サブスクリプションのツール売上が多くを占めているため売上高は例年4Q偏重  
営業利益は増収とコスト効率化により進捗率84.6%と好調に推移



# 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

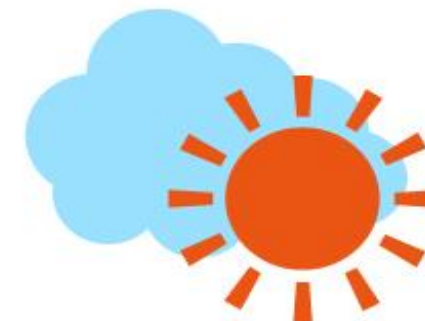
△：旅行・飲食業界等

## 商流プラットフォーム事業 (商流PF)

【上期】



【下期】



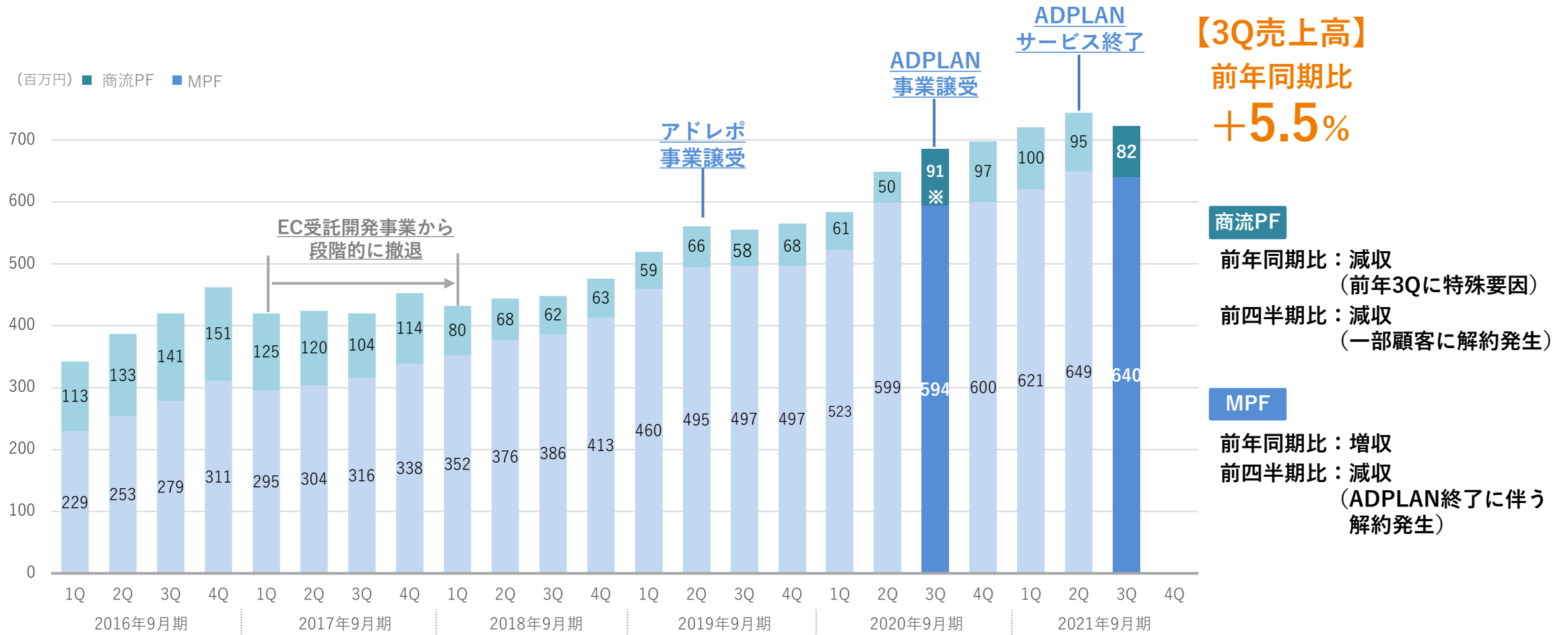
コロナ禍での巣ごもり需要は継続しつ  
つも対前年比では一巡

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

# セグメント別・四半期売上高推移

3Q売上高は前年同期比+5.5%と堅調に推移

一方、過去最高の四半期売上高更新となった前四半期(2Q)比では減収



**【3Q売上高】**  
前年同期比  
**+5.5%**

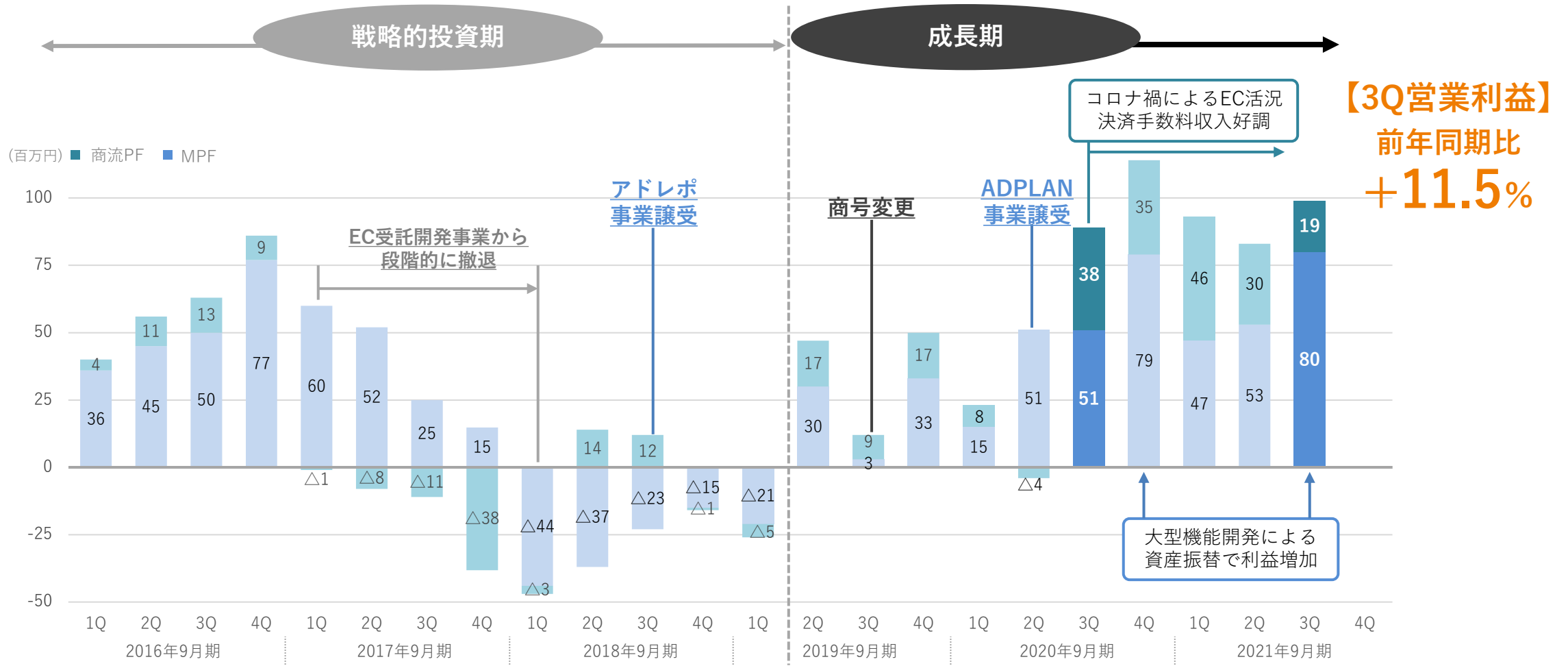
**商流PF**  
前年同期比：減収  
(前年3Qに特殊要因)  
前四半期比：減収  
(一部顧客に解約発生)

**MPF**  
前年同期比：増収  
前四半期比：減収  
(ADPLAN終了に伴う  
解約発生)

# セグメント別・四半期営業利益推移

新サービス展開に伴う増員コスト・資産振替対象変更によるコスト増を吸収しつつ

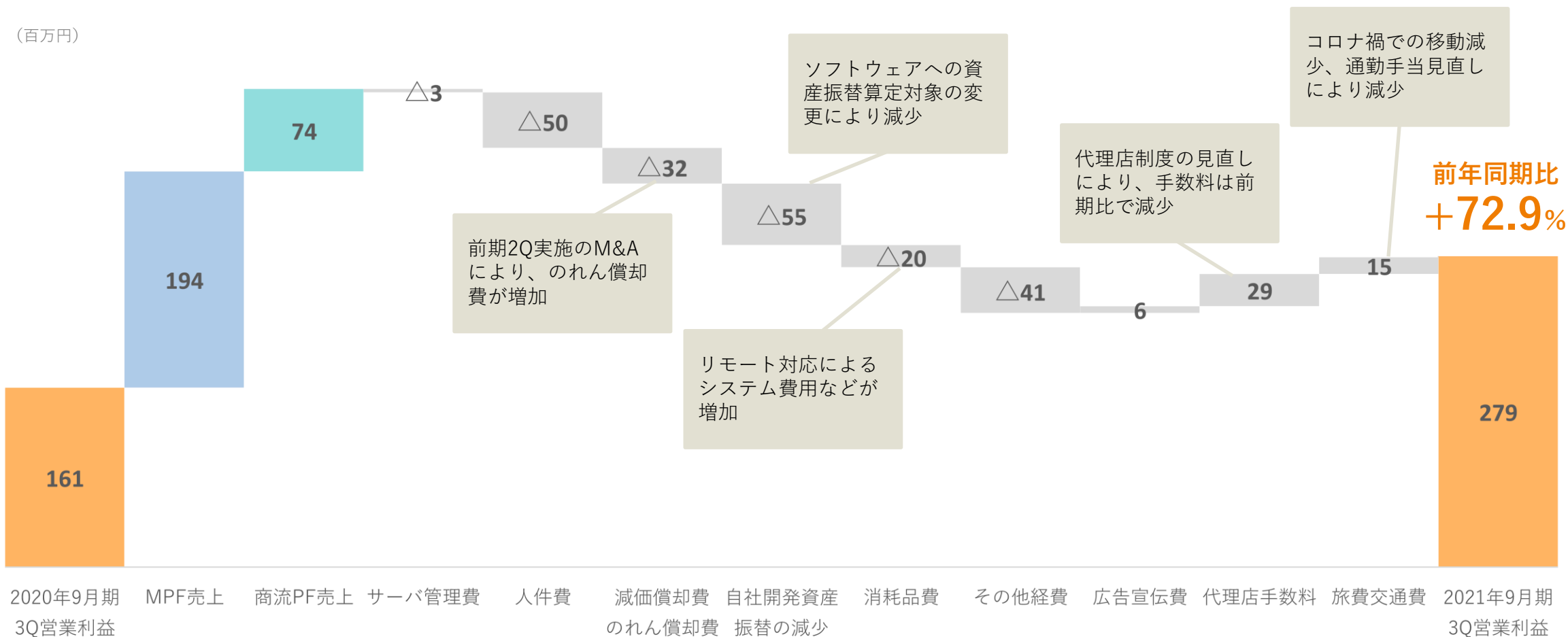
3Q営業利益は前年同期比+11.5%の増益





# 営業利益の変動要因（累計）

事業成長による増収とコスト効率化により3Q累計営業利益は**前年同期比+72.9%**  
 のれん償却費の増加・自社開発資産振替の減少等が発生するも、営業利益は順調に拡大



## 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
	4Q末	3Q末	
<b>流動資産</b>	<b>1,563</b>	<b>1,847</b>	<b>+283</b>
内、現預金	1,118	1,374	<b>+255</b>
<b>固定資産</b>	<b>1,187</b>	<b>1,075</b>	<b>△112</b>
有形固定資産	51	39	△12
無形固定資産	831	726	△105
投資その他資産	304	309	+5
<b>資産合計</b>	<b>2,751</b>	<b>2,922</b>	<b>+171</b>
<b>負債合計</b>	<b>1,476</b>	<b>1,337</b>	<b>△138</b>
内、有利子負債	1,076	894	△182
<b>純資産合計</b>	<b>1,275</b>	<b>1,584</b>	<b>+309</b>
<b>自己資本比率</b>	<b>46.4%</b>	<b>53.6%</b>	<b>+7.3pt</b>

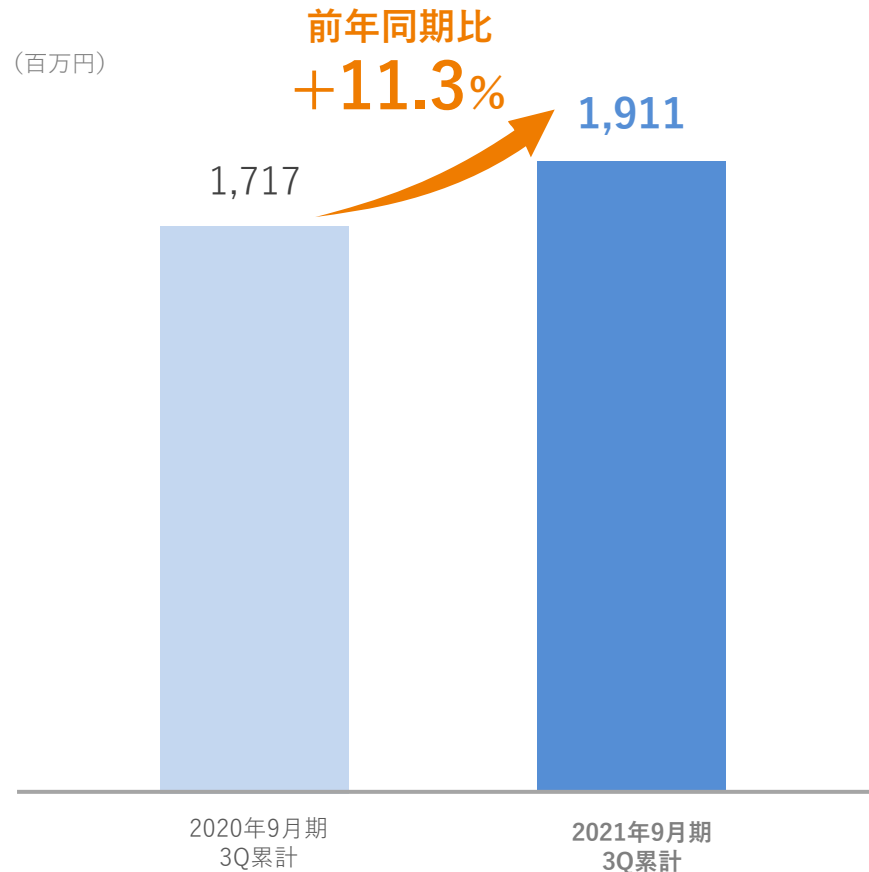
## 3 | セグメント別事業概況

# | マーケティングプラットフォーム事業

# MPF | 第3四半期業績サマリー (累計)

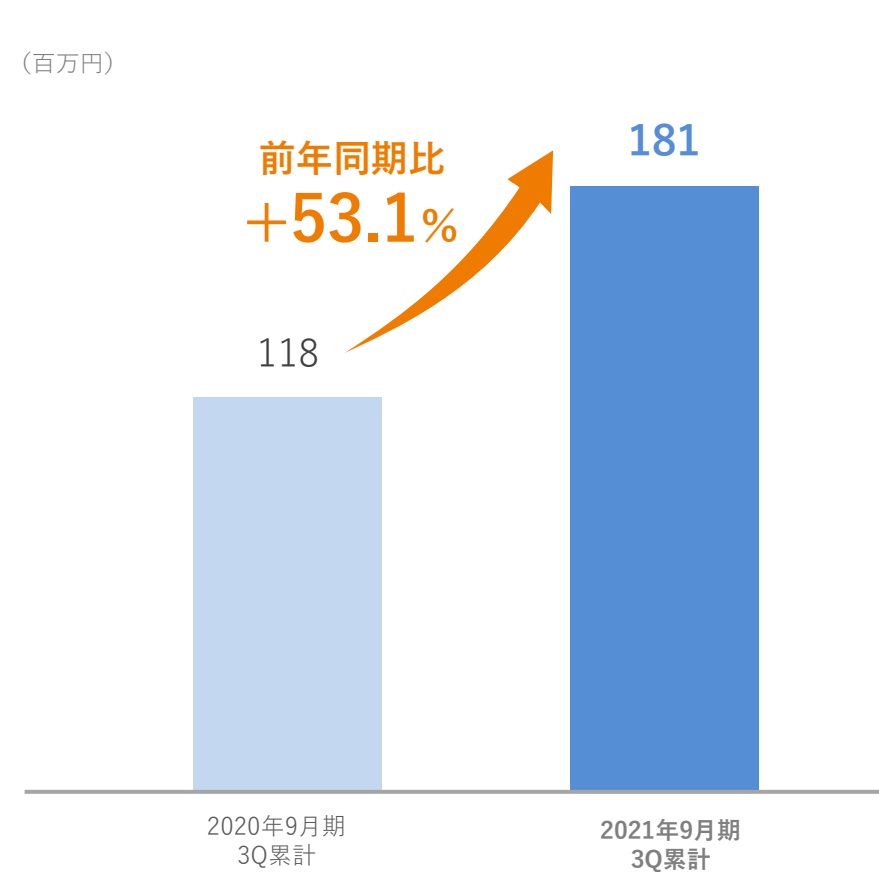
## 売上高

コロナ禍で広告市場の成長率が鈍化しているなかで  
2桁の増収



## セグメント利益

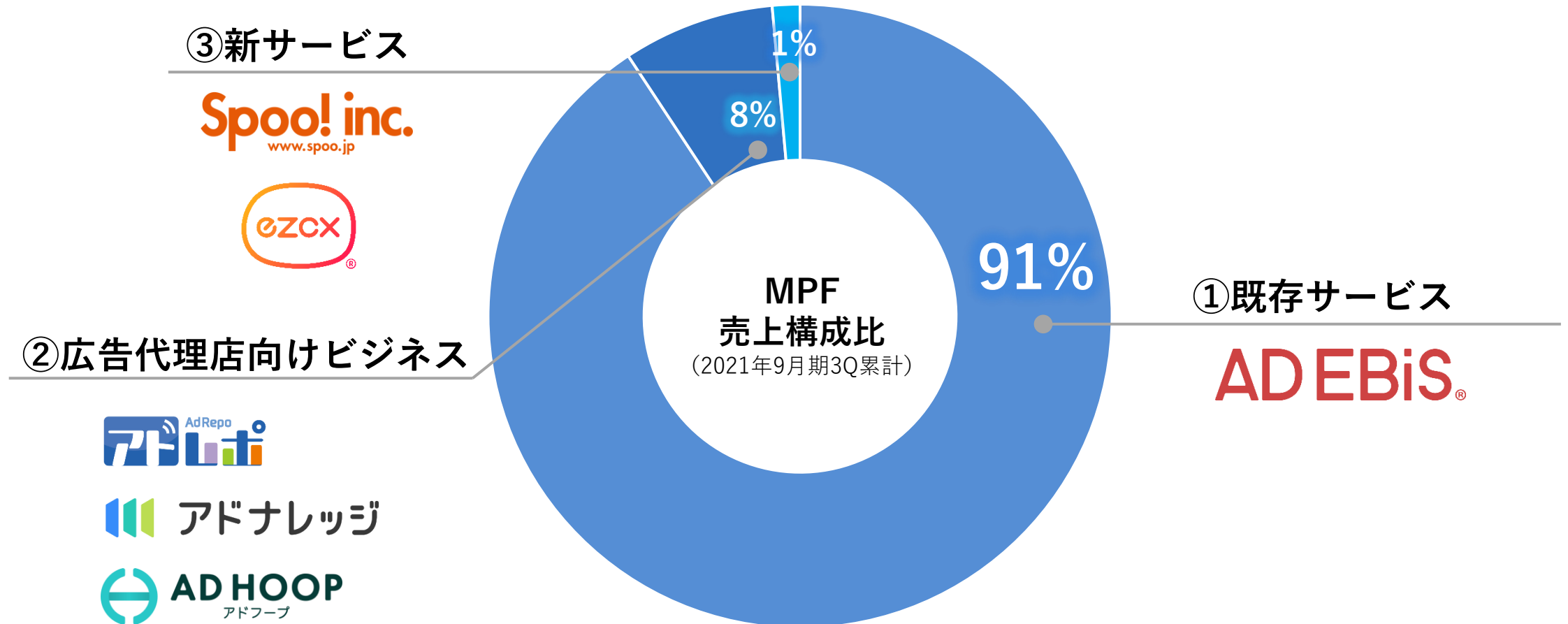
サーバー費抑制、代理店制度の改定、広告宣伝の  
効率化によるコスト減少などで約1.5倍の大幅増益



## MPF | 売上構成

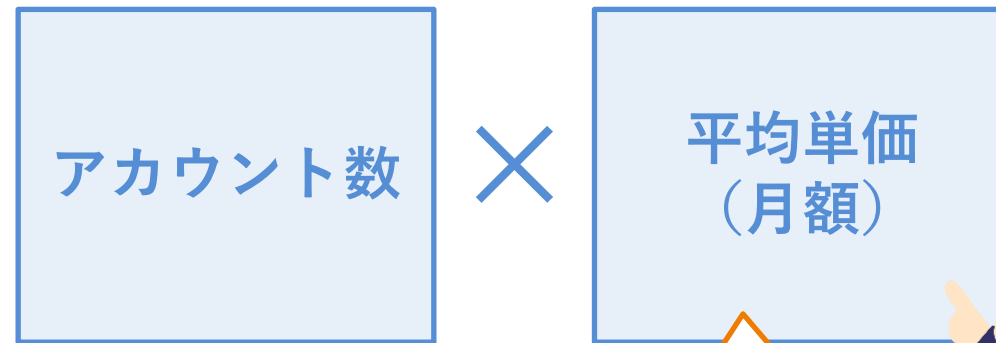
既存サービス「アドエビス」がセグメント売上の91%を占める

今後は広告代理店向けビジネス・新サービスの割合が次第に増加していく見込み

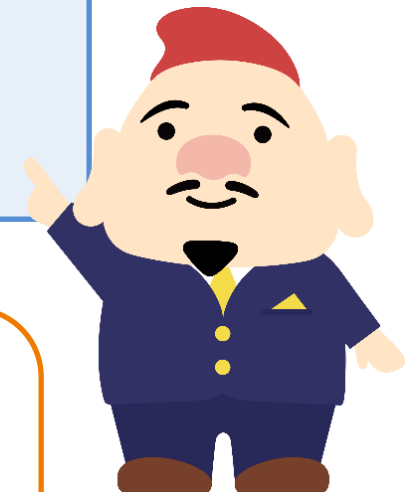


## アドエビスのKPI

主力製品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



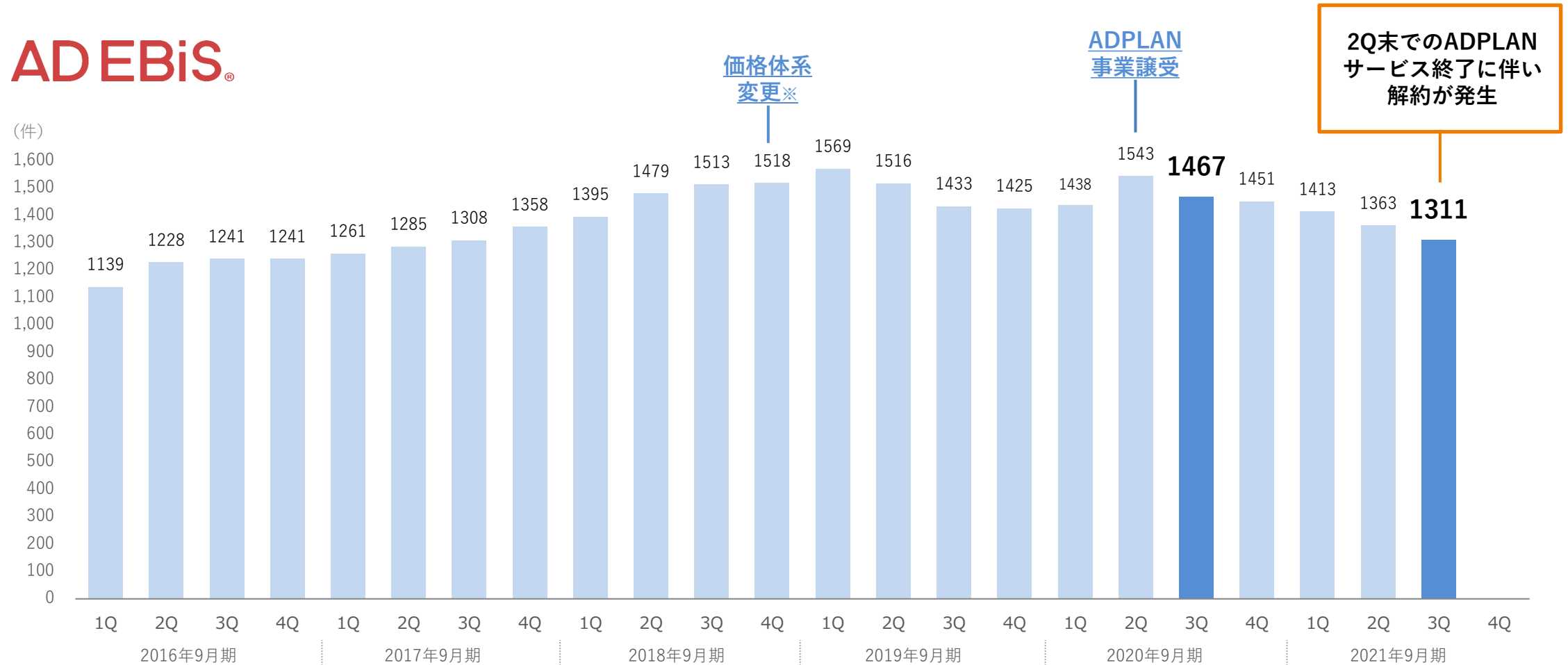
今期はECなど  
コロナ禍で好調な業界を  
ターゲットとした  
単価向上策に注力



# MPF①既存サービス | 「アドエビス」アカウント数推移

新型コロナの影響による減少傾向に加え、2Q末でのADPLAN終了に伴う解約が3Qで発生  
アカウント減少要因は3Qで出尽くしとなるため、底打ちを見込む

AD EBiS®

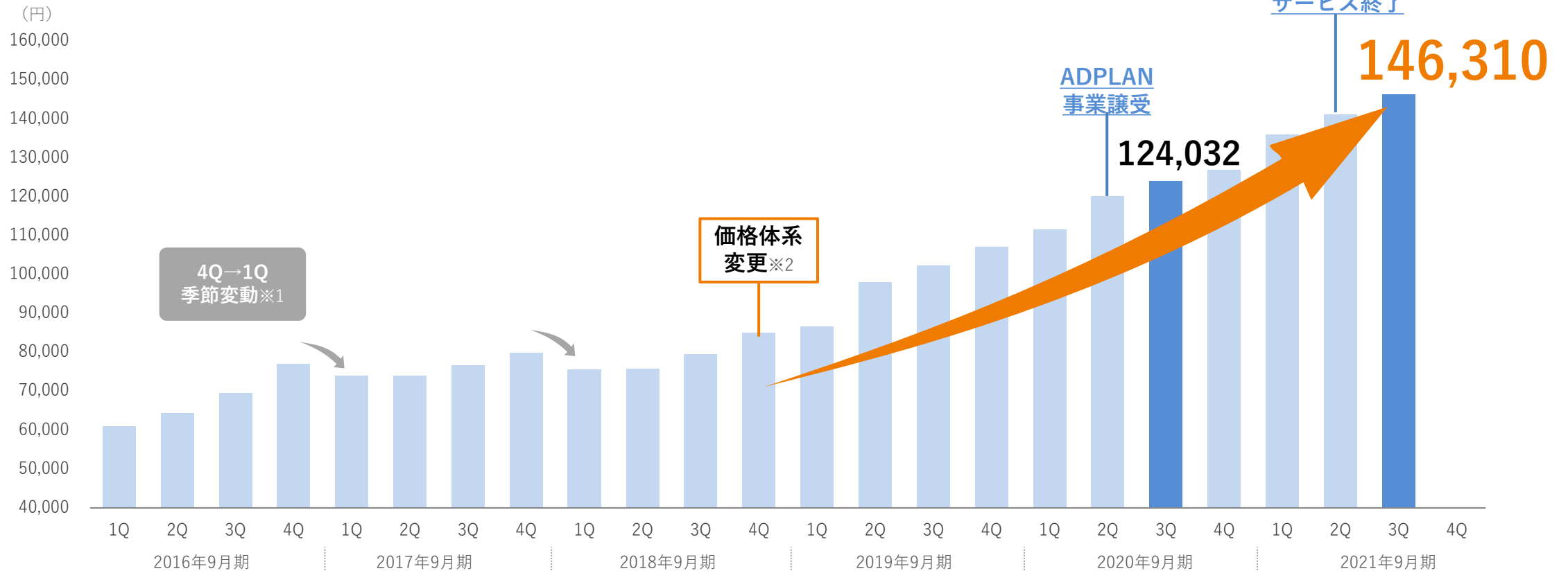




# MPF①既存サービス | 「アドエビス」 平均単価推移

価格体系変更に伴う新規顧客単価の向上により顧客平均単価は**13四半期連続で上昇中**  
3QでのD2C企業向け新パッケージ「LTV Forecast機能」の投入により更なる上昇を狙う

## ADEBiS®

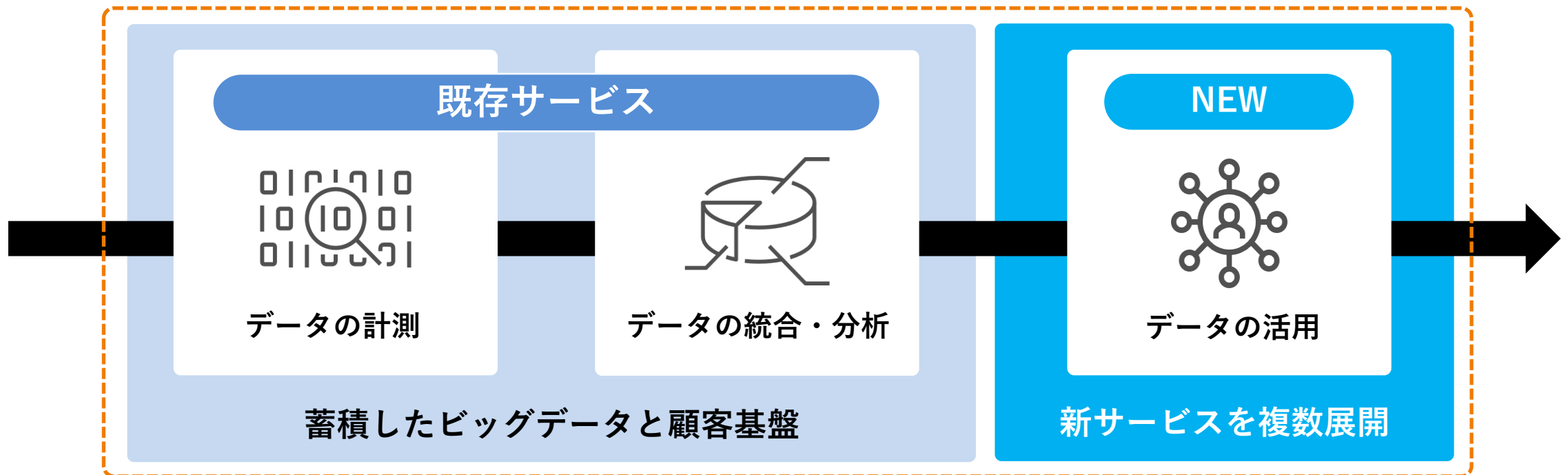


※1 計測ボリュームに応じた事後精算型の従量変動制を採用していたため、広告出稿の繁閑により売上に季節変動が生じていたもの  
※2 従量変動制から、計測予定ボリュームに応じた事前確定型の固定料金制に変更

# MXP戦略

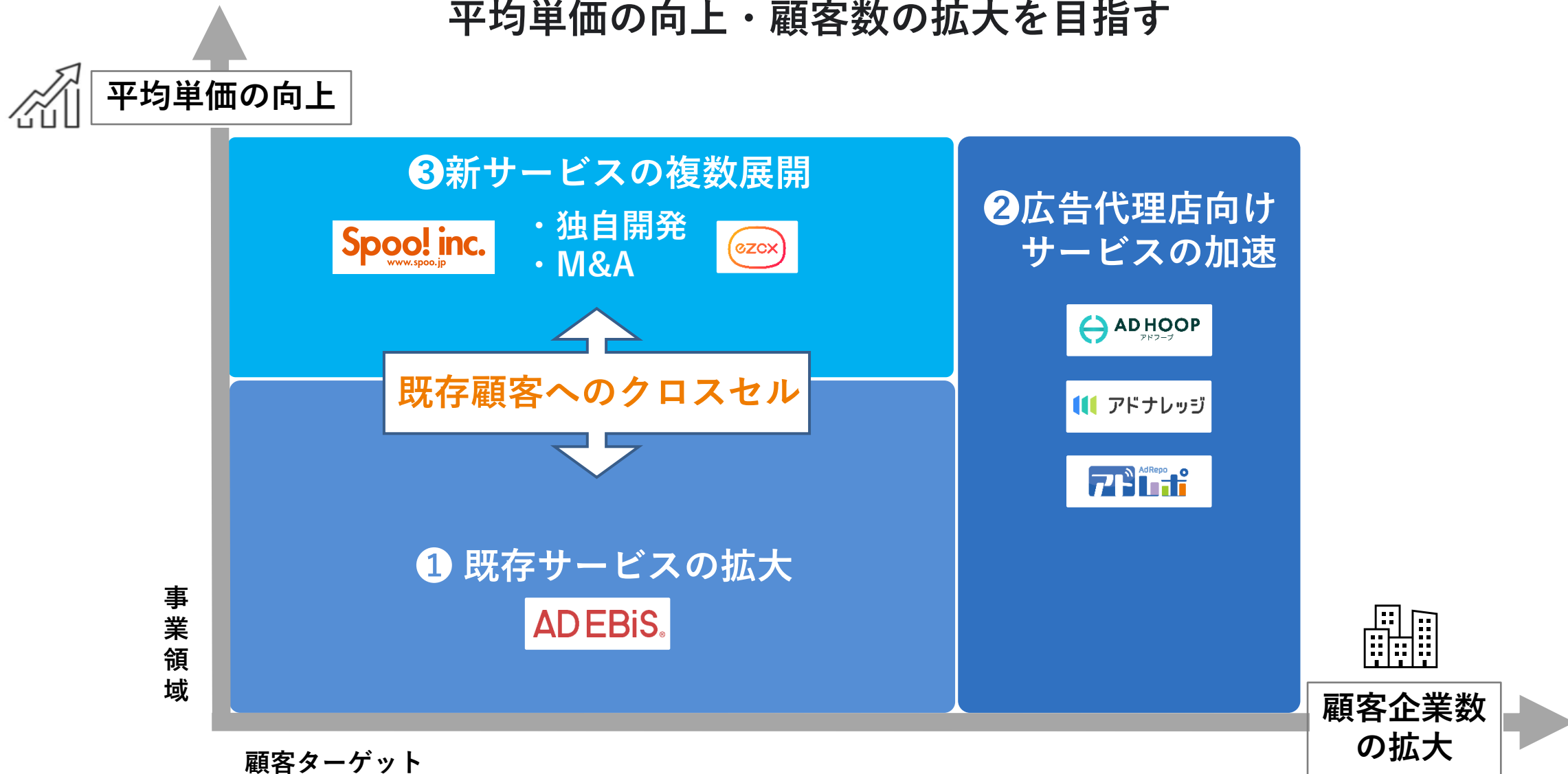
Marketing Transformation Platform

【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

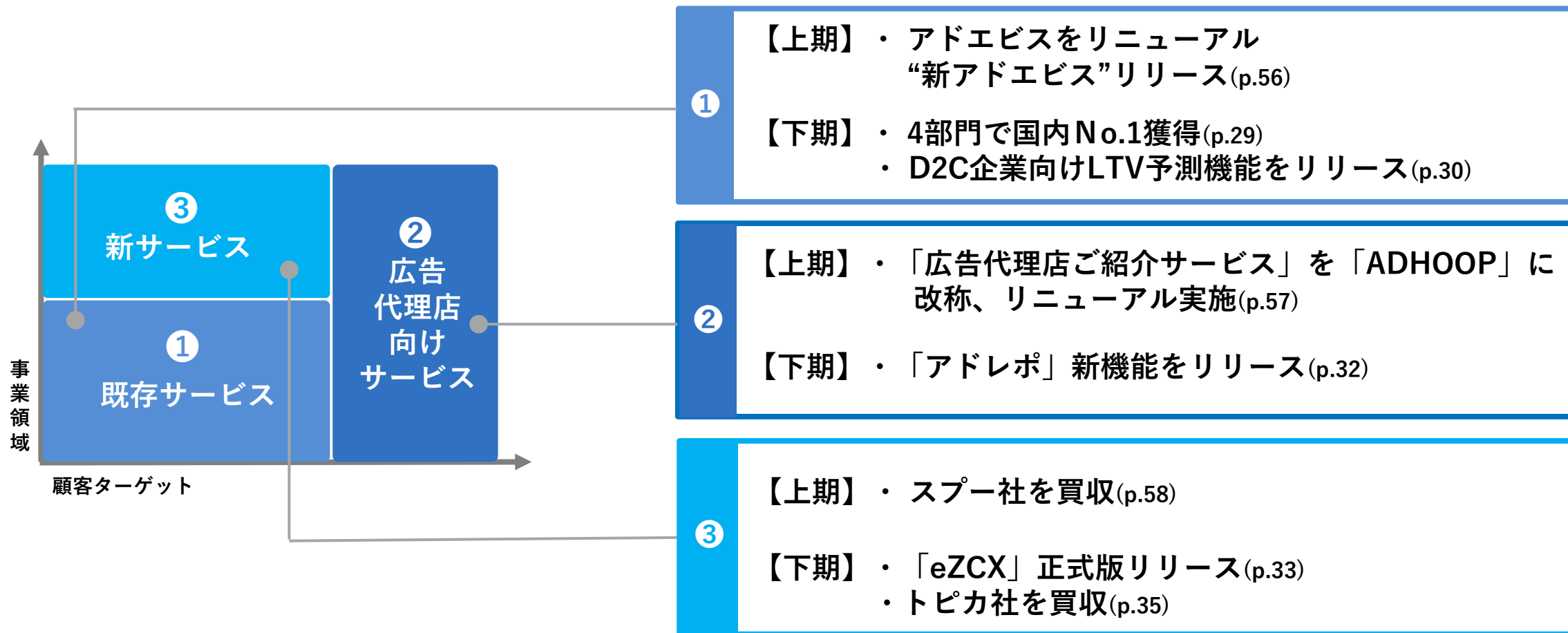


# MPF | 『MXP戦略』に基づく事業拡大シナリオ

マーケティングプラットフォーム事業における3区分それぞれの成長により  
平均単価の向上・顧客数の拡大を目指す



## 全事業領域で新機能/サービスをリリース



**今後は新機能/サービスの拡販による顧客拡大とLTV最大化に注力**

# MPF①既存サービス | 「アドエビス」 広告効果測定ツール売上シェアNo.1獲得

『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®

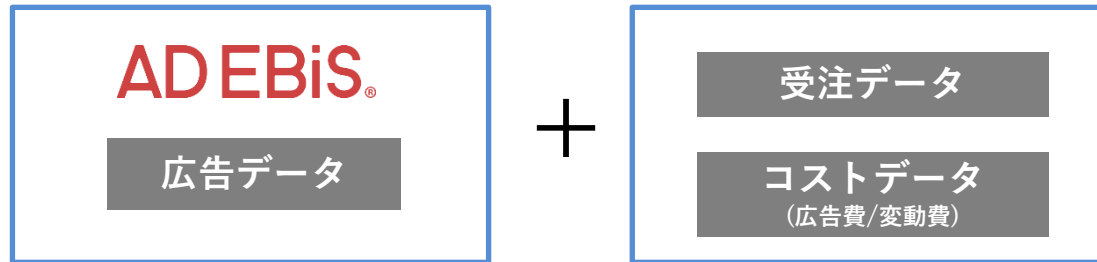


# MPF①既存サービス | 「アドエビス」 D2C企業向け新機能リリース(3Q) -1-

2021年6月、Web広告施策のLTV(顧客生涯価値)を予測するD2C企業向け新機能「LTV Forecast」をリリース

## LTV Forecast<sup>®</sup> powered by ADEBiS.

アドエビスのデータと各種データを結合



独自のロジック※で最短1ヵ月でLTVを予測

過去のリピート売上の傾向や当月のCPA・転換率の実績から最大24ヶ月先までのLTVを広告別に予測



【導入企業メリット】

利益ベースの広告投資判断を早期実現

通販でのリピート客の効率的な獲得が可能に

## MPF①既存サービス | 「アドエビス」 D2C企業向け新パッケージリリース(3Q) -2-

エトヴォス・JIMOSのマーケティングを率いた『**田岡 敬氏**』と共同開発  
田岡 敬氏とのコラボレーションによるプロモーション活動も積極的に展開



田岡 敬氏 × ADEBiS.  
共同開発

LTVForecast.  
powered by ADEBiS.

これがD2Cビジネスのスタンダードになる。

LTV評価に基づく広告の  
投資判断が不可欠である理由

### 田岡 敬氏



JIMOS代表取締役社長、ニトリホールディングス上席執行役員、エトヴォス取締役COOとして、D2C事業経営全般に10年間携わる。現在は、北の達人コーポレーション社外取締役を務める

Markezine掲載記事：<https://markezine.jp/article/detail/36528>

# MPF②広告代理店向けサービス | 「アドレポ」新機能リリース(4Q)

2021年7月、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**」をリリース  
特許出願中<sup>※1</sup>の独自技術で広告代理店業務の効率化とDX推進をサポート



【導入企業メリット】



考察作業時間を  
約8割削減<sup>※2</sup>



※1：特許出願番号：特願2021-073145  
※2：当社試算値



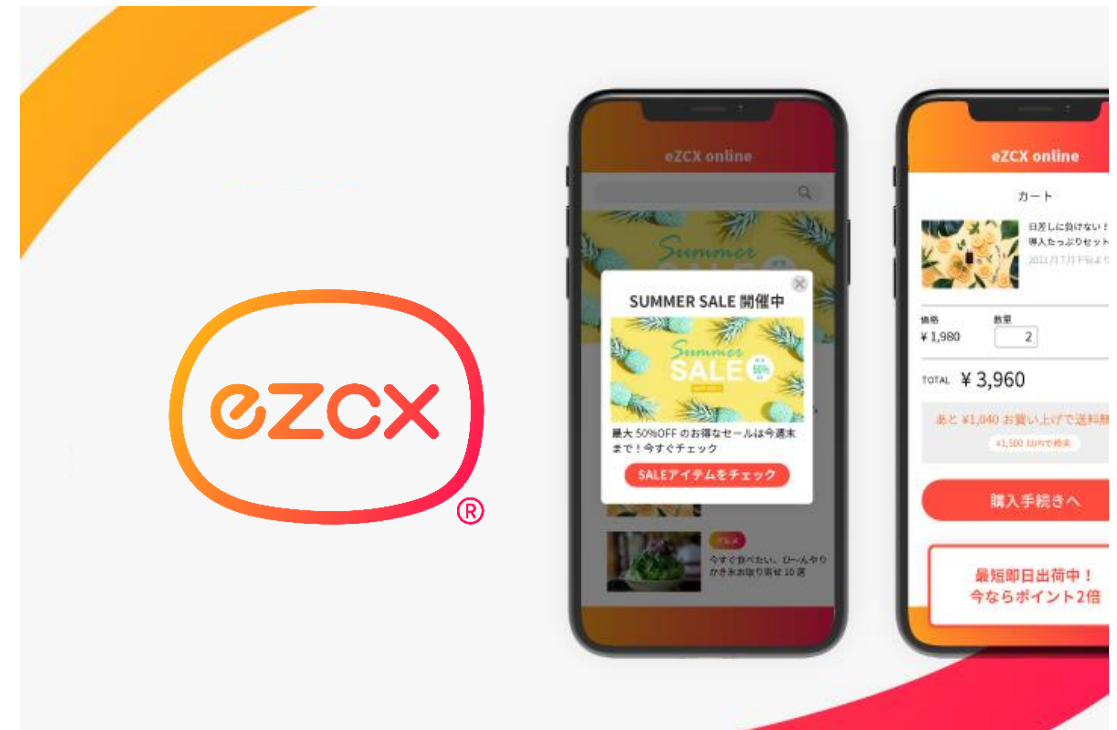
# MPF③新サービス | 「eZCX」正式版をリリース(4Q)

新サービス第1弾

“EC特化型”CX向上プラットフォーム  
「eZCX（イージーシーエックス）」正式版を7月にリリース

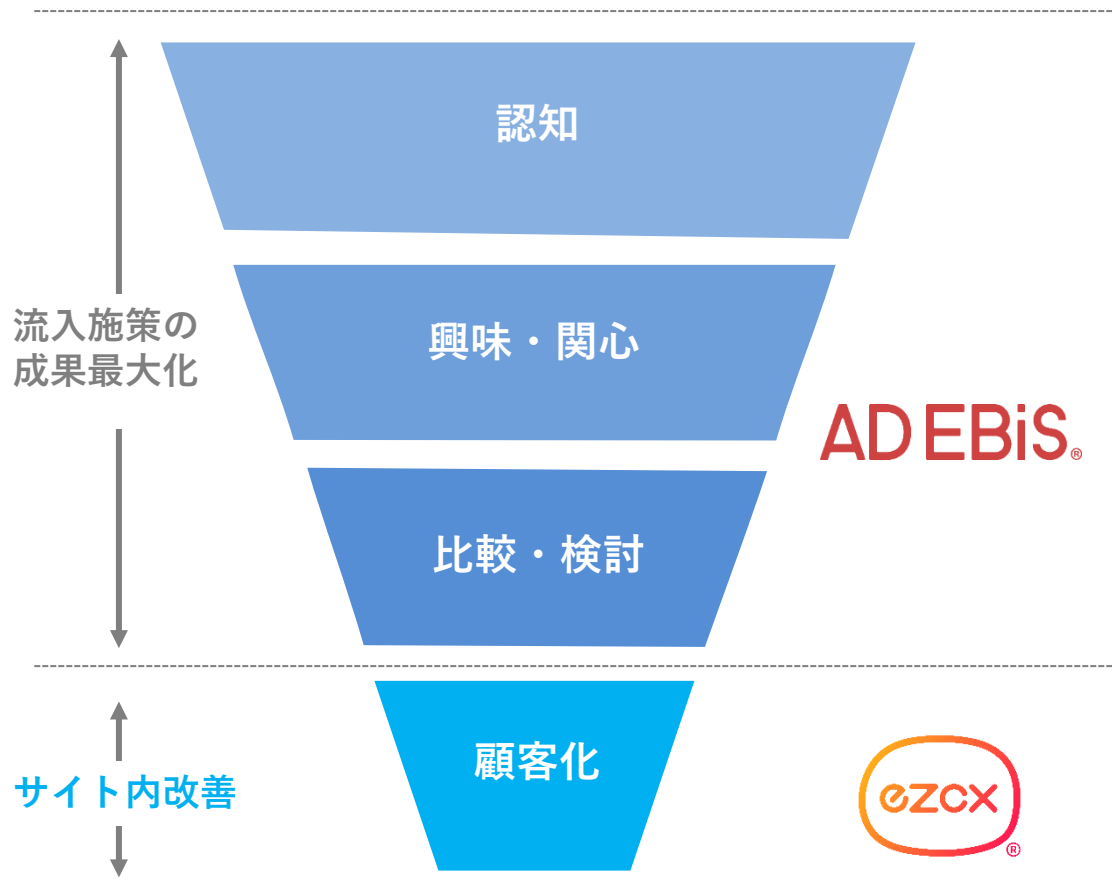
～CX（顧客体験）領域におけるマーケティングDXの加速を支援～

「アドエビス」の計測データの活用で  
導入直後から過去の行動履歴に基づいた  
顧客体験設計が可能に



## MPF ③新サービス | 「eZCX」と「アドエビス」のシナジー

「アドエビス」との併用により導入企業は全てのファネルにアプローチ可能  
今後、当社は積極的なクロスセルを通じて、MPF事業の顧客単価向上を狙っていく



### 両サービスを利用している企業様の声



株式会社カラース  
GREEN DOG事業本部様

“

CV件数と売り上げの貢献に効果を感じています。数字を見て本当に成果が出ていることがわかりました。

”

過去の行動履歴に基づく改善で  
CVRが**最大10%**改善

## MPF ③新サービス | 株式会社トピカを買収(4Q)

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

# TOPICA

企業名	株式会社トピカ
所在地	東京都新宿区四谷四丁目 28 番 20
代表者	代表取締役 麓 俊介
事業内容	動画マーケティング事業、動画メディアの運営
資本金	36,831 千円
設立年月日	2016 年 5 月 20 日
売上高	156 百万円 (2021年4月期)
当社議決権 所有割合	60.05%

### 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

 **TOPICA WORKS**

### 領域拡大に向けた今後の展開

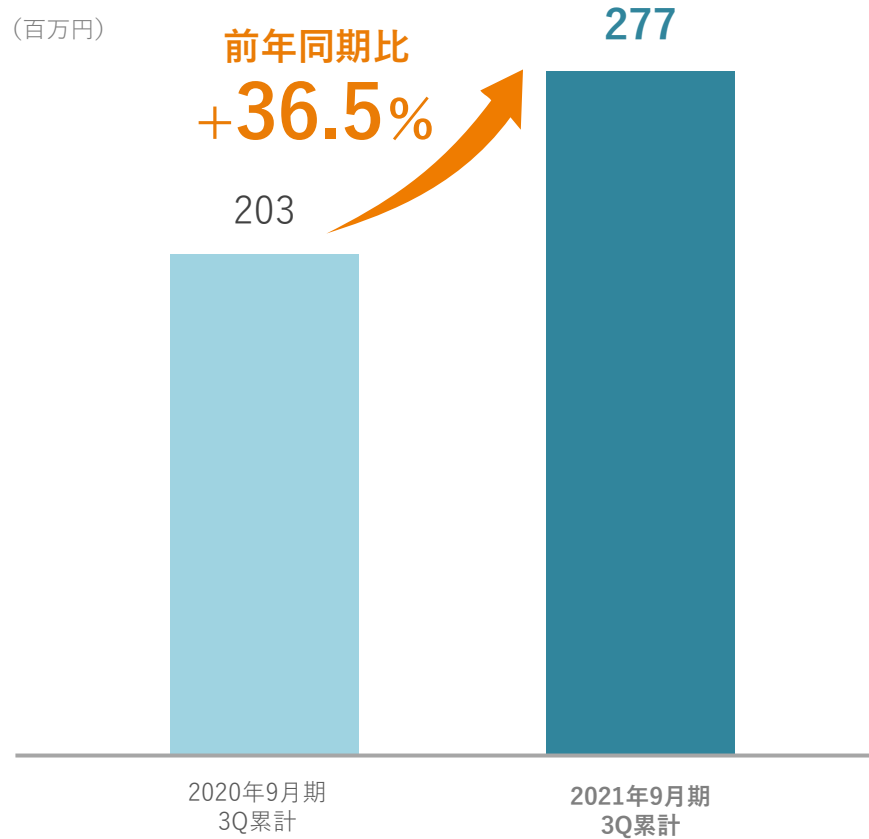
1. 既存顧客へのクロスセルを実施
2. SNSマーケティングの知見を吸収

# | 商流プラットフォーム事業

# 商流PF | 第3四半期業績サマリー (累計)

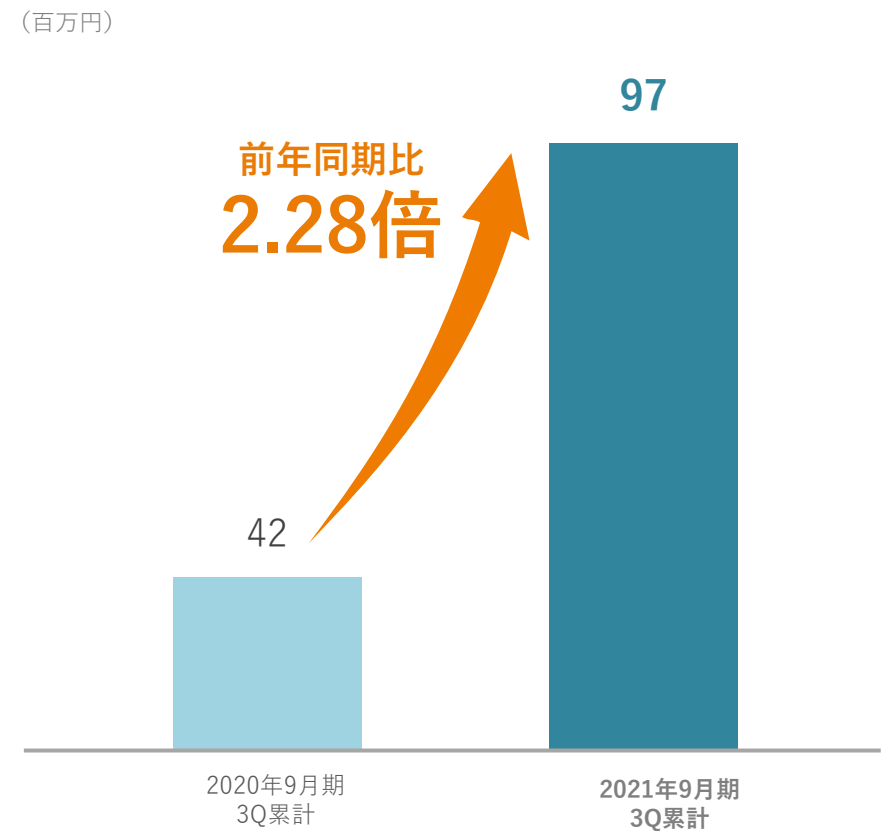
## 売上高

コロナ禍の巣ごもり需要によりEC業界が活況で  
決済手数料売上を中心に2桁増収

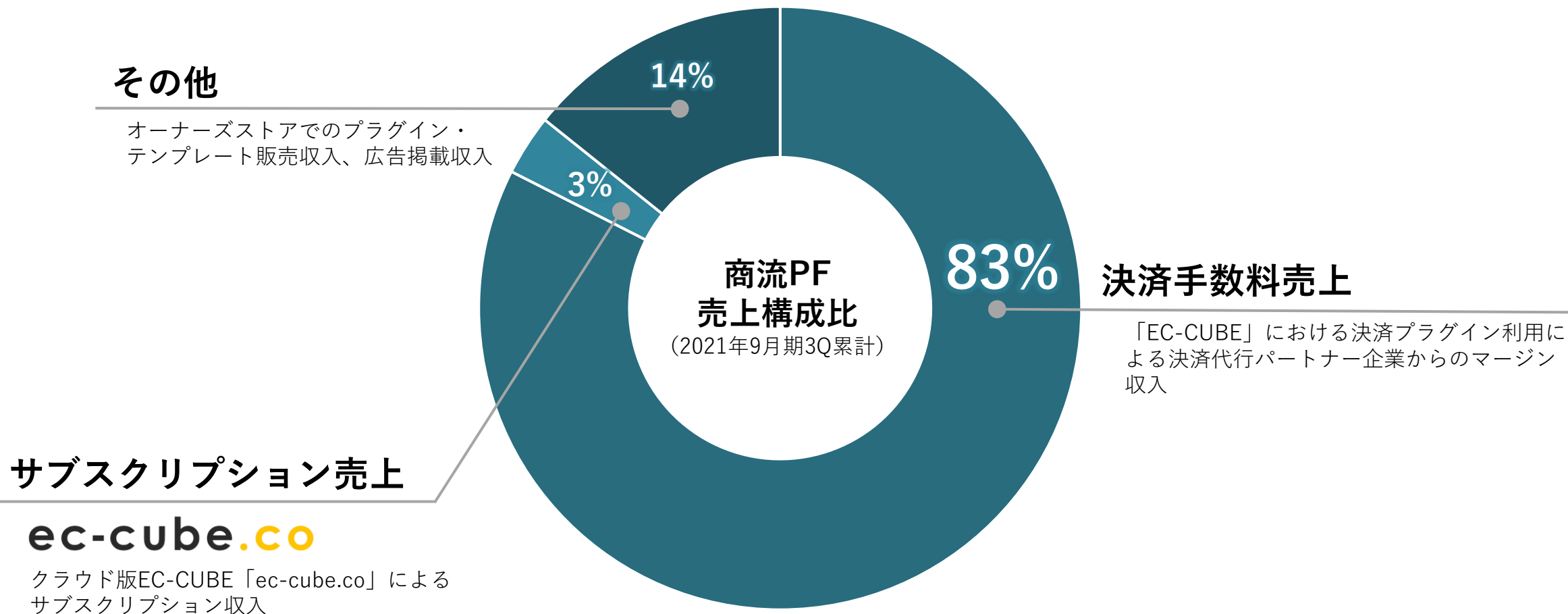


## セグメント利益

開発投資を一部継続しつつも  
高い利益率を背景に増収効果により2.28倍の躍進

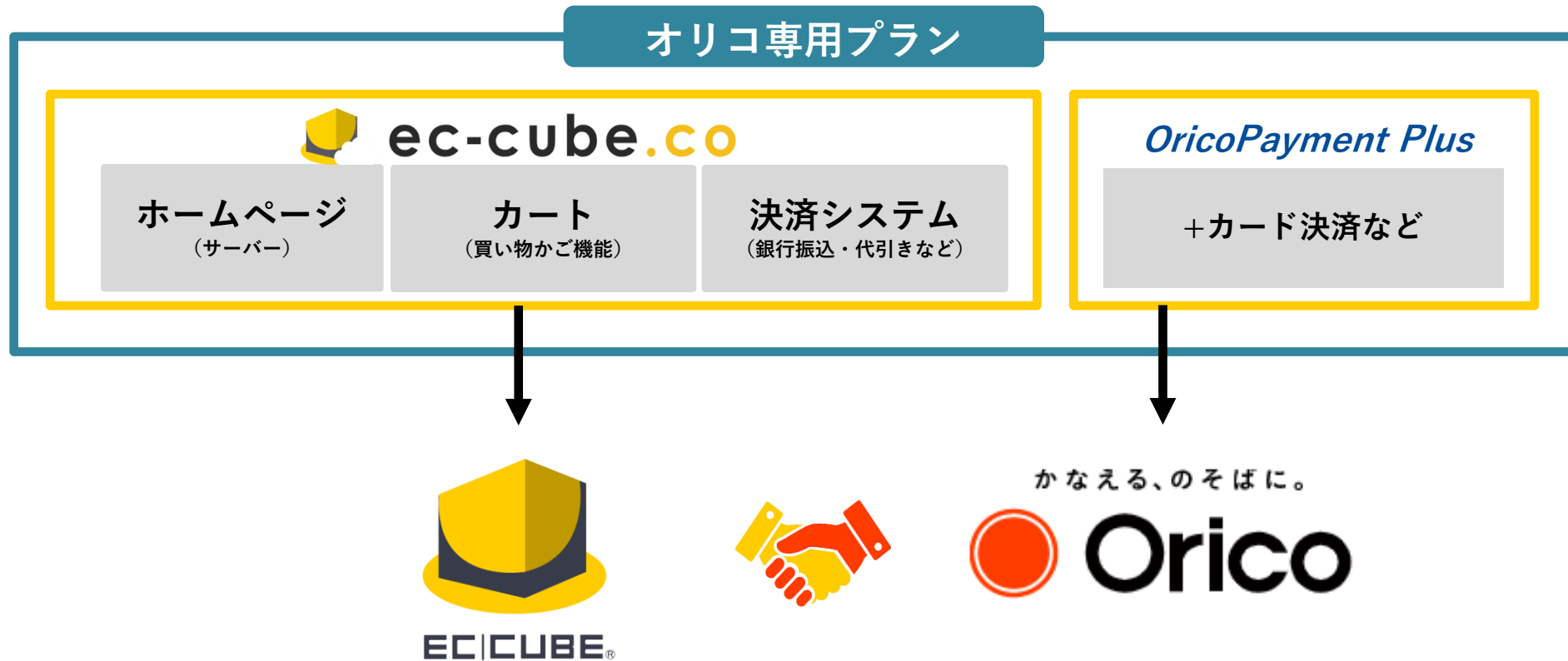


「EC-CUBE」における決済プラグイン利用によるマージン収入がセグメント売上の83%を占める  
今後はクラウド版「ec-cube.co」の販売強化により、サブスクリプション収入の増加に注力



## 商流PF | オリコ専用プラン販売開始(3Q)

2021年6月、オリコ社による「ec-cube.coオリコ専用プラン」の営業活動がスタート  
オリコ加盟店のEC進出支援を通して「ec-cube.co」の拡販を狙う



オリコ社の営業網の活用により「ec-cube.co」の拡販を促進

## 4 | 今期業績予想・配当予想



## 通期業績予想

3Q時点での各利益項目の進捗率は84%超に達しているものの

トピカ社の買収費用等の影響を加味し、現時点では**通期業績予想を据え置き**

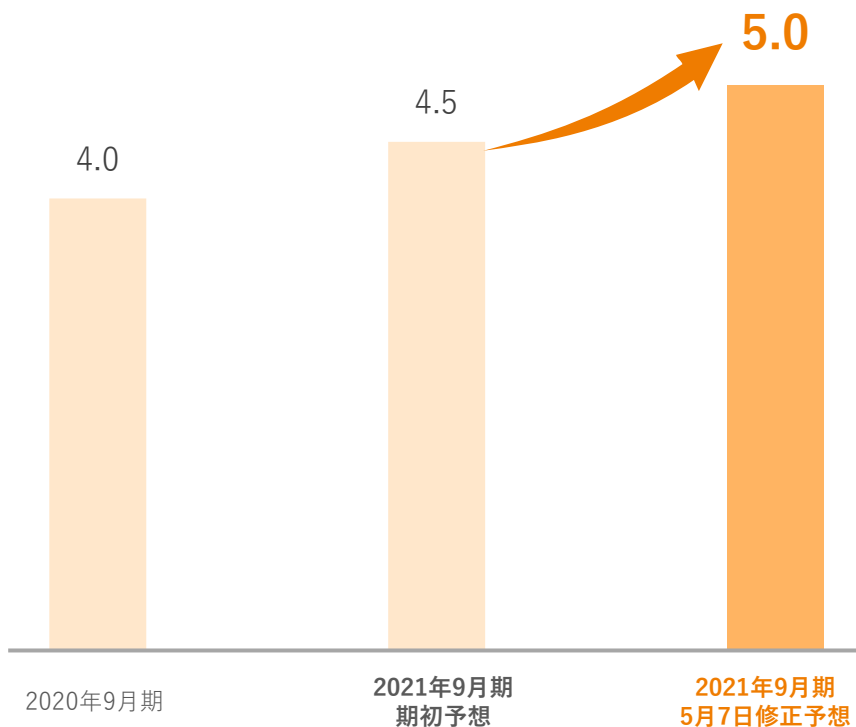
単位：百万円	2020年9月期	2021年9月期	
	実績	予想	前期比
売上高	2,618	3,000	+14.6%
営業利益	276	330	+19.2%
営業利益率	10.6%	11.0%	+0.4pt
経常利益	261	320	+22.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	183	210	+14.5%
【参考】 EBITDA	513	610	+18.7%
EBITDAマージン	19.6%	20.3%	+0.7pt

## 配当予想（2021年5月7日発表）

連結子会社株式の一部を譲渡したことにより、期末連結株主資本は増加する見込み  
配当方針に従い、1株当たりの期末配当予想を**4.5円から5.0円に増額修正済み**

### 1株当たりの期末配当金

(円)



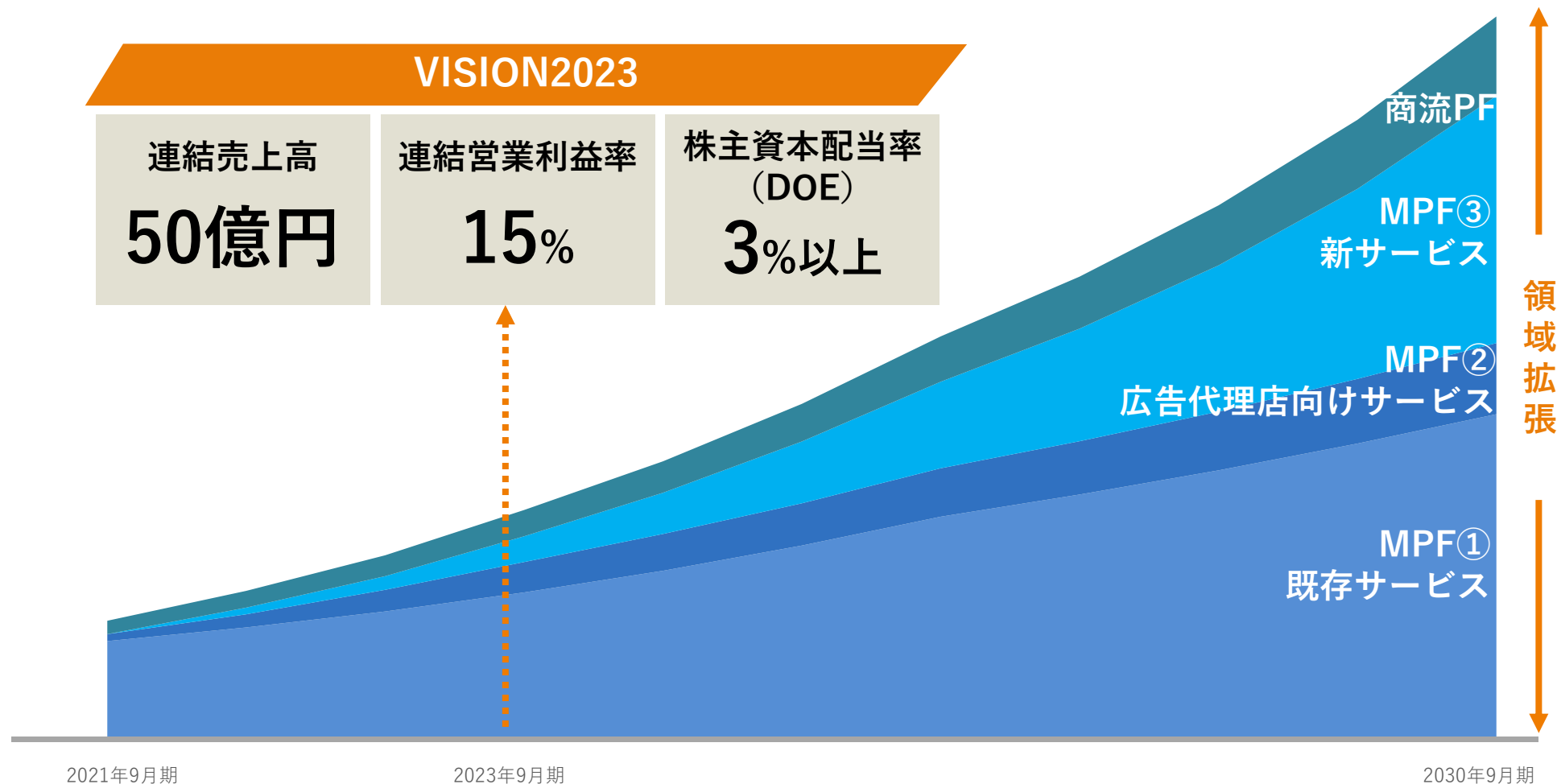
### 【配当方針】

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%**を目安に期末一括配当を行っております

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

# 中期経営方針 『VISION2023』 数値目標

MXP戦略に基づくマーケティングプラットフォーム事業の拡大に  
商流プラットフォーム事業の加速を重ね合わせ、4軸での成長曲線を描いていく



## | 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。

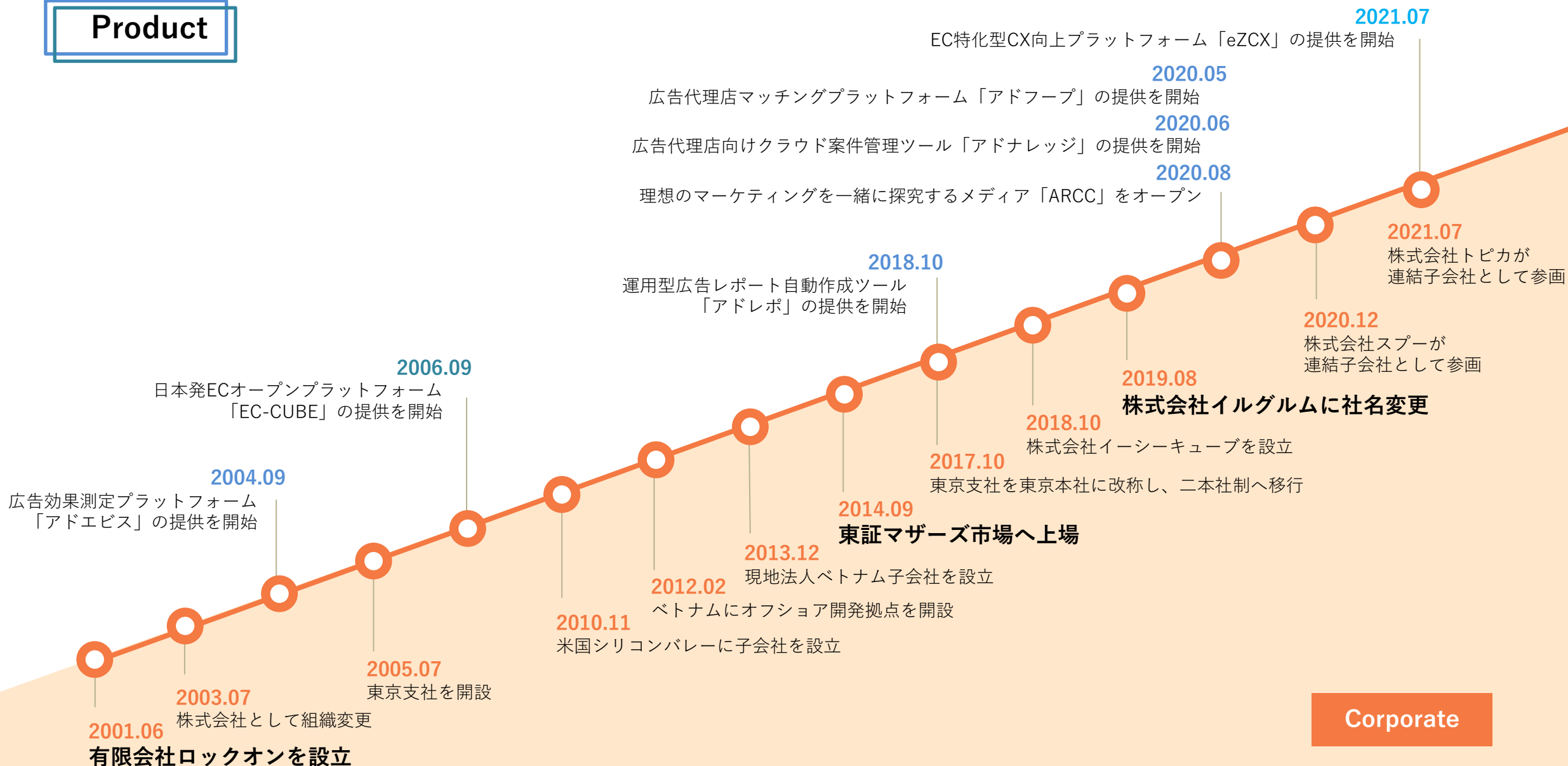
# 会社概要

---

- 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6月30日現在)
- 代 表 者 : 岩田 進
- 従 業 員 数 : 181人 (グループ連結/2021年6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



# 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

連結子会社

YRGLM VIETNAM  
COMPANY LIMITED



YRGLM VIETNAM CO., LTD.

新規事業開発で連携

連結子会社

Spoo! inc. TOPICA

www.spoo.co.jp

## 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	役員の変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クラウド対策ツール「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

# 用語解説

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
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

# | 2021年9月期上期 MPF事業の施策

# MPF ①既存サービス | “新アドエビス”をリリース(2Q)

2021年1月、サービス提供開始以来のフルリニューアル。直感的で効率的な分析基盤へ  
今後も追加アップデートを予定

- 画面レスポンスが最大“82%”高速化
- データ分析に最適化されたUI
- 分析メニューの刷新





## MPF ②広告代理店向けサービス | 「ADHOOP」本格稼働(2Q)

2021年1月、「広告代理店ご紹介サービス」を「ADHOOP（アドフープ）」に名称変更  
さらに、3月にリニューアルを実施し、**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



## MPF ③新サービス | 株式会社スプーを連結子会社化(1Q)

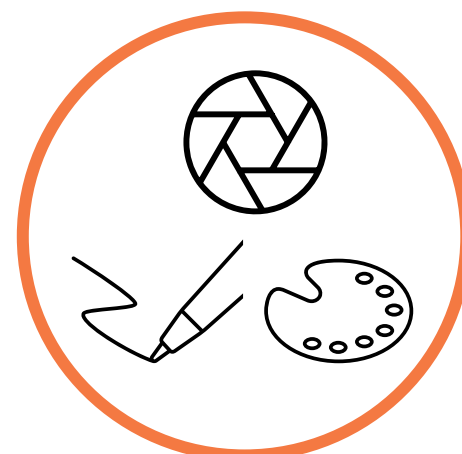
2020年12月、WEBメディアの企画・編集・制作を行う株式会社スプーが連結子会社として参画

**Spoo! inc.**  
www.spoo.jp

当社が培ってきたデータとテクノロジーの領域と  
スプーが得意とするクリエイティブの領域を融合し新たなサービス提供を目指す



データ・テクノロジー

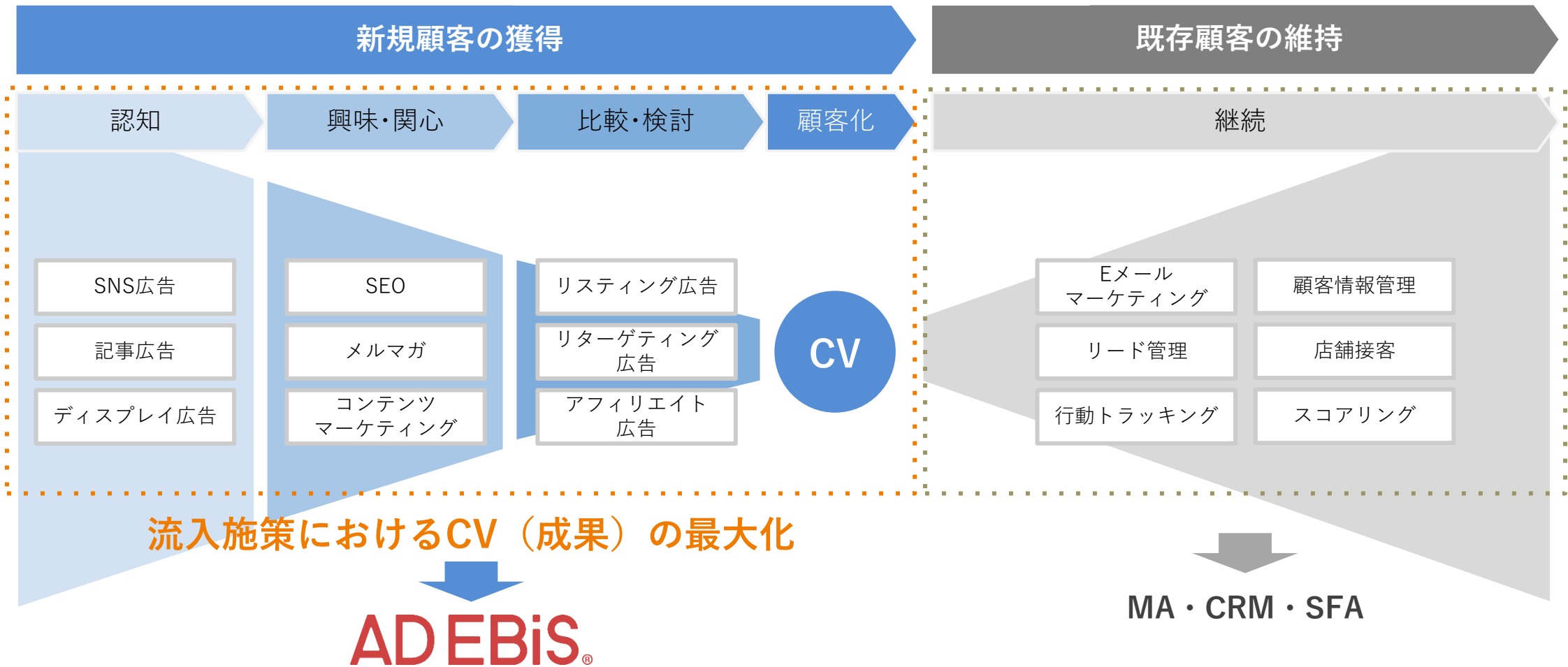


クリエイティブ

## | 「アドエビス」について

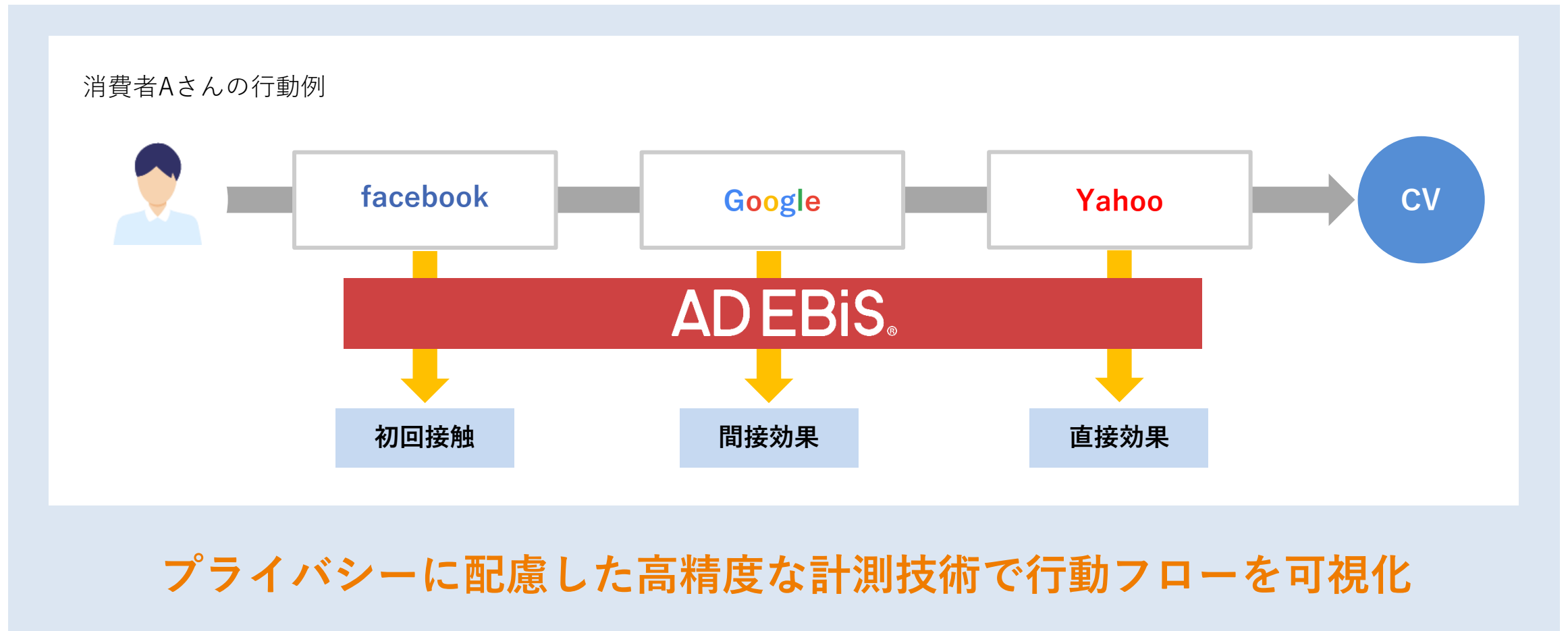
# MPF | 「アドエビス」の事業領域

「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



## MPF | 「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



# MPF | 「アドエビス」の強み②

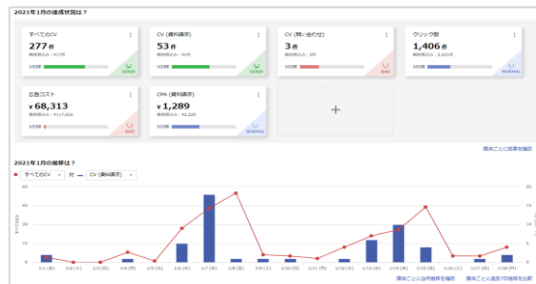
国内ユーザーの声をもとに作り上げられたサービスデザイン  
 広告運用ノウハウを盛り込み、使いやすさを追求

## STEP1

### 【進捗確認】

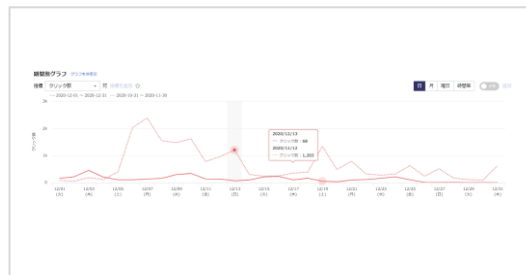
#### ■ダッシュボード

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】

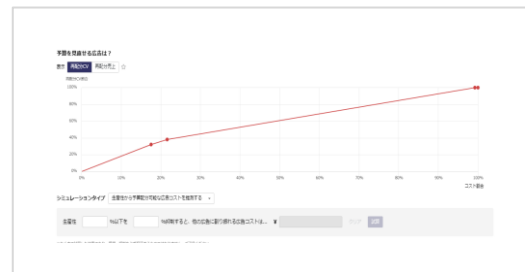
#### ■カテゴリ分析

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

チャネル種別	カテゴリ	クリック/流入回数	リード		懸賞件数			
			CV	CVR	懸賞件数1	懸賞件数2	懸賞件数3	懸賞件数4
合計		3,913	229	5.85%	148	99	64	
広告クリック	パワメルマガ	1,497	49	3.27%	25	27	14	
広告クリック	Facebook(Instagram)	1,433	31	2.16%	14	8	6	
広告クリック	Google Adwords	774	12	1.55%	8	7		
広告クリック	ターゲットメディア	99	7	7.07%	3			
広告クリック	AdverTimes (アドタイ)	110	4	3.64%	4	4	2	
自然検索	Google		58		48	24	18	
自然検索	Bing		2		1	1		
自然検索	Yahoo!						1	1
外部リンク			8		9	4	2	
ダイレクト			56		26	23	21	

#### ■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



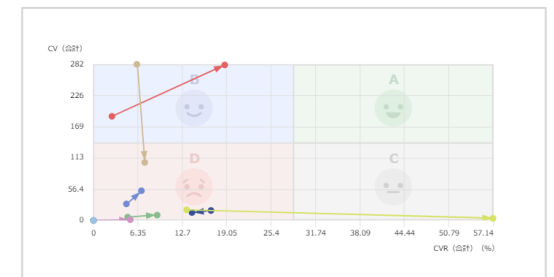
施策改善

## STEP3

### 【結果検証】

#### ■カテゴリ分析 (ABCDグラフ)

施策前後の改善・悪化状況を可視化



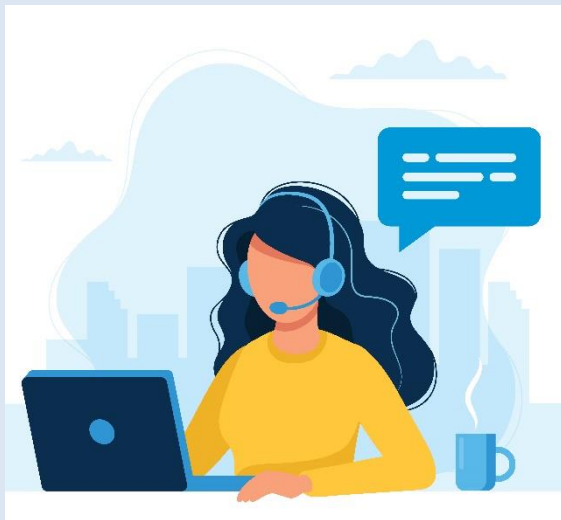
各指標の増減率を可視化。  
 成果データの集計工数も大幅削減。

種別種別	期間	懸賞回数	クリック数	CTR (%)	懸賞比率		懸賞件数	懸賞率
					CV	CVR		
合計	2020/12/01 ~ 2020/12/31	371,014	4,113	1.11%	138	3.34%	2	0.05%
	2020/01/01 ~ 2020/11/30	2,826,388	26,223	0.93%	89	0.34%	3	0.00%
		-2,455,374	-22,110	-1.00%	-49	-1.02%	-1	-10.00%
パワメルマガ	2020/12/01 ~ 2020/12/31	0	1,497	0.00%	64	4.28%	1	0.07%
	2020/01/01 ~ 2020/11/30	0	7,124	0.00%	28	0.39%	3	0.04%
			-5,627		-18	-1.50%	-2	-10.00%
Facebook(Instagram)	2020/12/01 ~ 2020/12/31	254,095	1,433	0.56%	37	2.56%	0	0.00%
	2020/01/01 ~ 2020/11/30	795,826	4,356	0.55%	27	0.60%	0	0.00%
		-541,731	-2,923	-0.60%	-10	-1.20%	0	0.00%
Google Adwords	2020/12/01 ~ 2020/12/31	29,619	774	2.61%	24	3.10%	1	0.13%
	2020/01/01 ~ 2020/11/30	21,222	620	2.96%	14	2.23%	0	0.00%
		-8,397	-154	-1.00%	-10	-1.00%	-1	-10.00%
ターゲットメディア	2020/12/01 ~ 2020/12/31	0	96	0.00%	7	7.27%	0	0.00%
	2020/01/01 ~ 2020/11/30	0	107	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
			-11		-7	-7.00%	0	0.00%

# MPF | 「アドエビス」の強み③

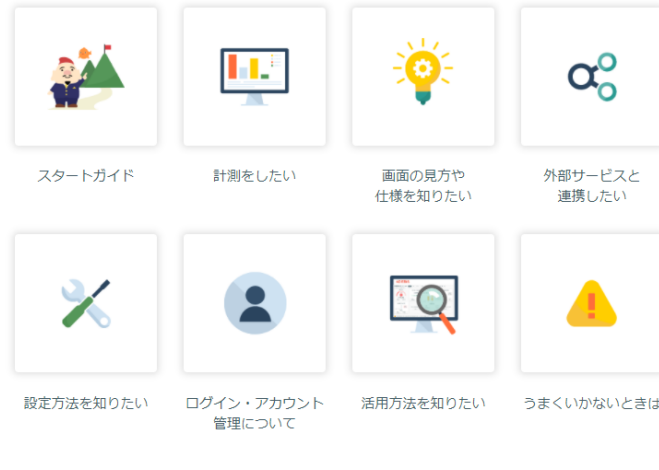
お客様の活用に寄り添うサポート体制も競合優位性の1つ

## 無料の電話サポート



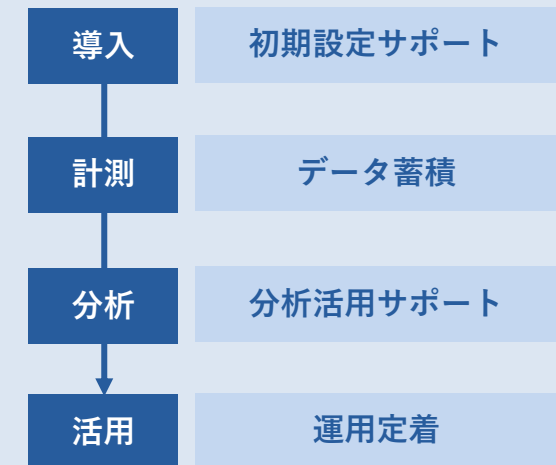
顧客満足度92%※  
安心と信頼のサポートセンター

## 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



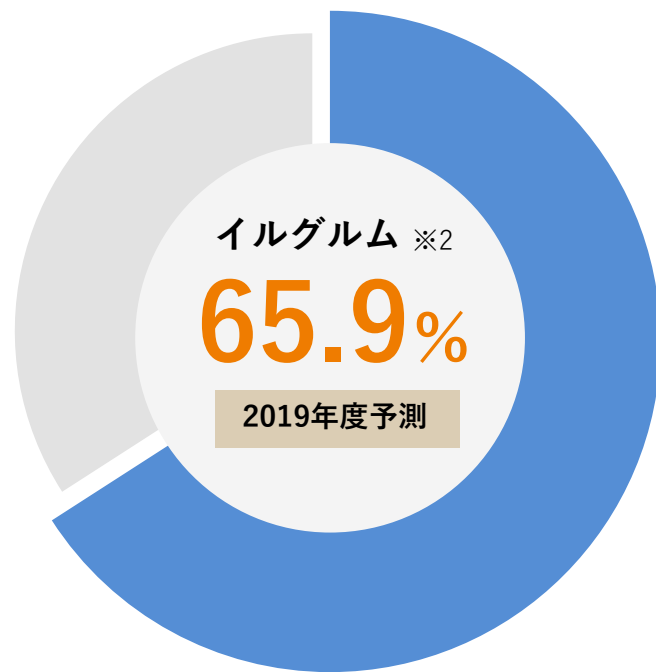
専属の顧客サクセス担当者  
による活用支援

※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)

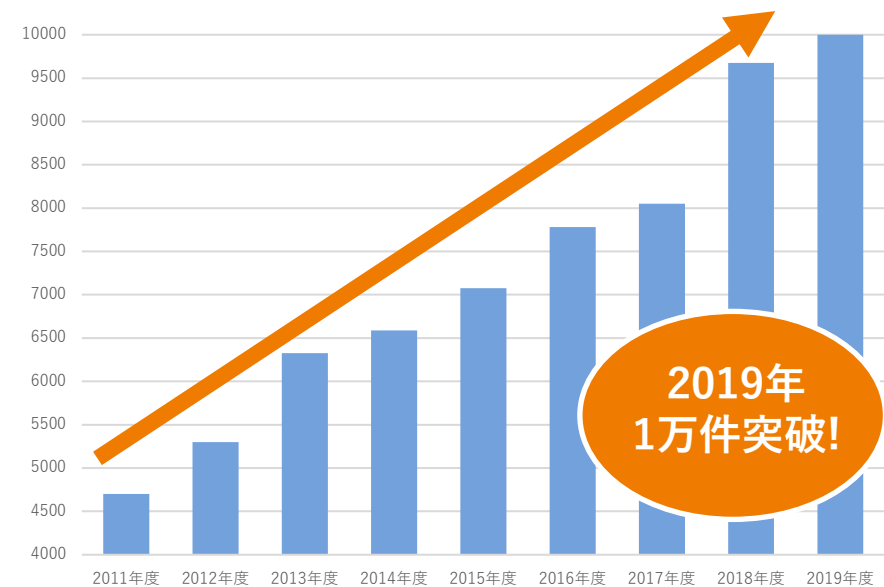
# MPF | 「アドエビス」のシェアと導入実績

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



導入実績 1万件以上



※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



## | 「EC-CUBE」について

## 商流PF | 「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

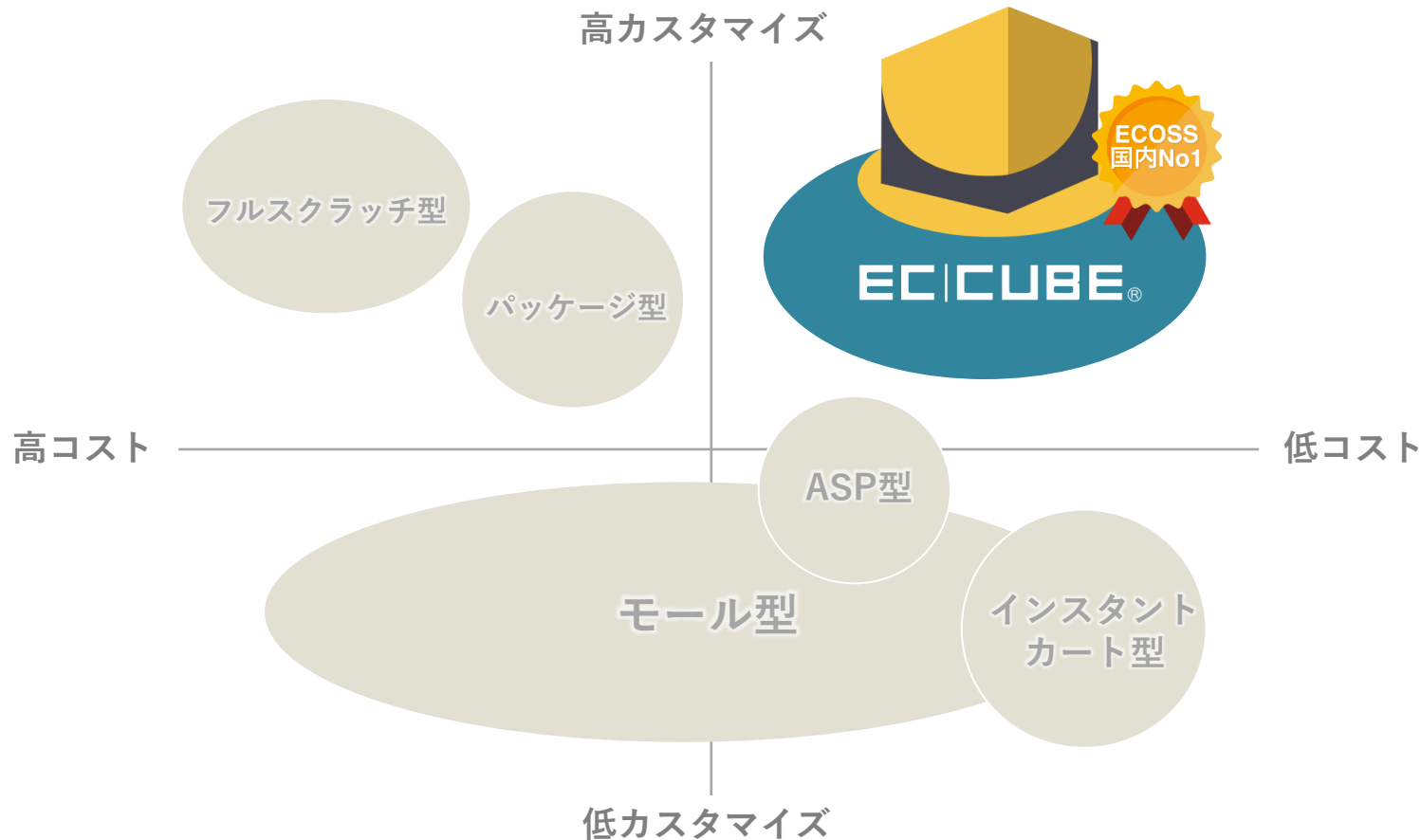


### コト消費を創る

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

# 商流PF | 「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.1ECオープンソース※1



推定店舗数  
**35,000店舗** ※2

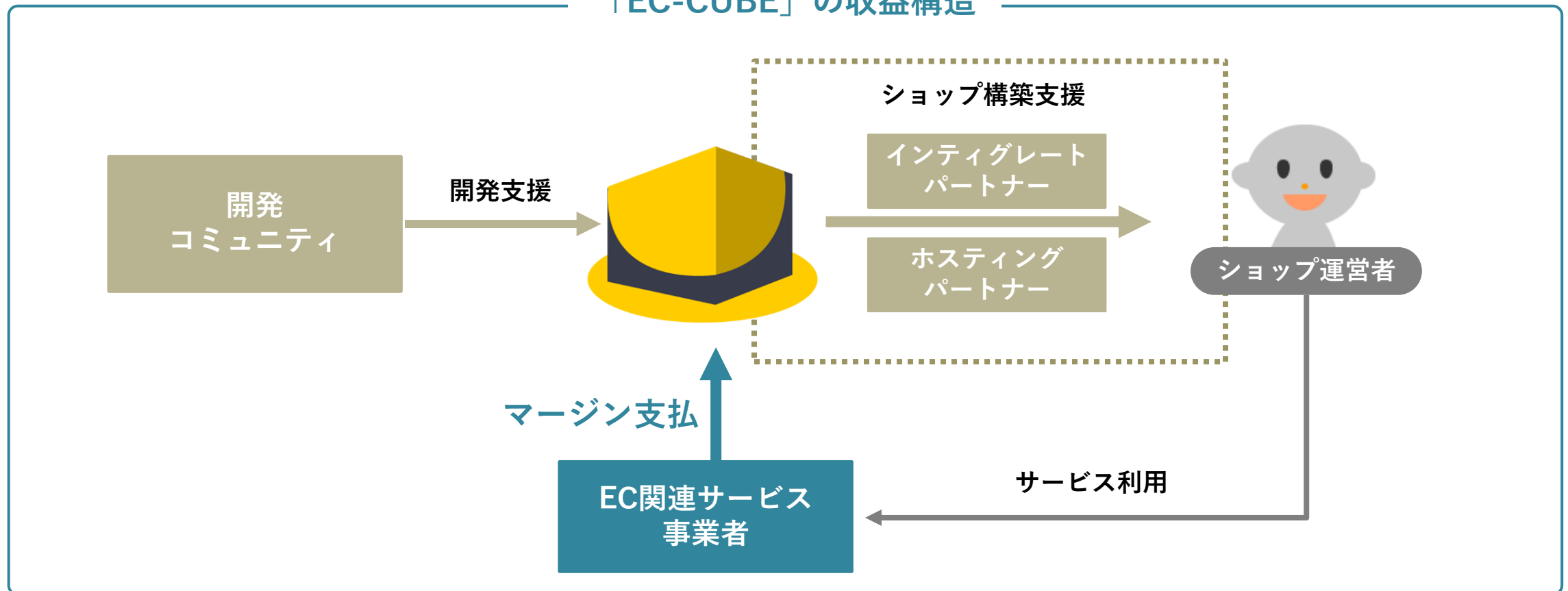
推定流通額  
**2,100億円** ※3

※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

## 商流PF | 「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」の収益構造



## 商流PF | 「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



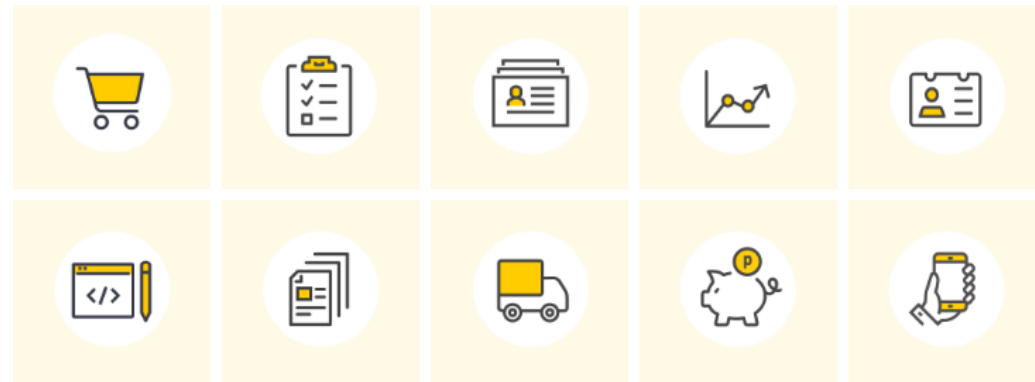
### 開発コミュニティ

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

## 商流PF | 「EC-CUBE」の強み②

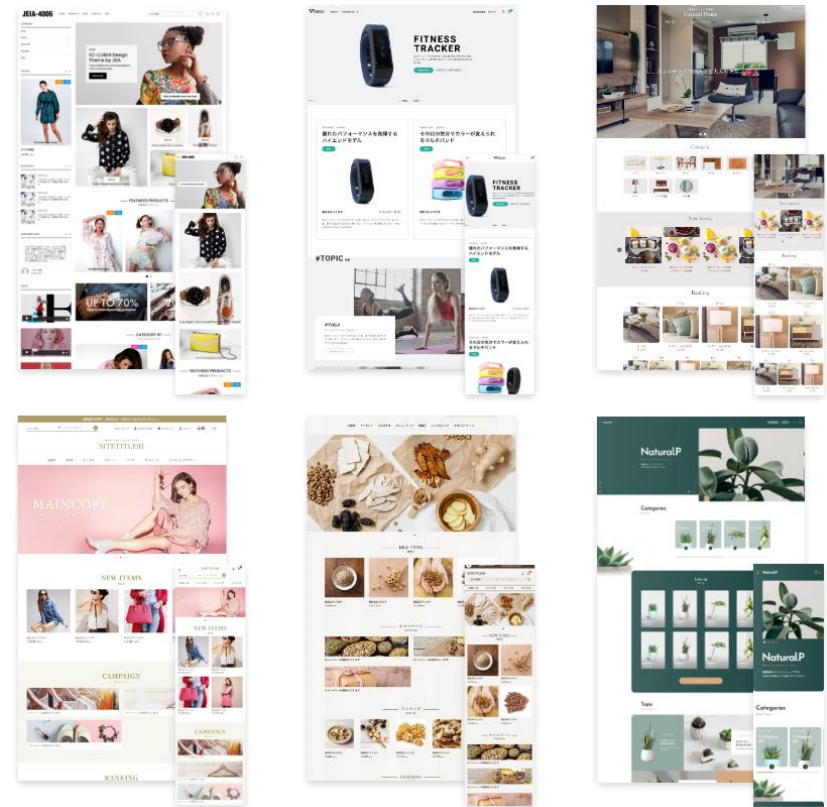
汎用的なものから最新機能まで、1,000件※以上のプラグインやデザインテンプレート等の拡張機能を配布。自社のオペレーションに合う機能拡張とカスタマイズが可能

### 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

### 豊富なデザインテンプレート



## 商流PF | 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
		
利用料金	月額・初期費用 ¥0	月額 ¥39,800~¥64,800 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	EC-CUBE基本機能	
	— (利用者自身で対応)	サーバー保守 自動アップデート セキュリティ対策  カスタマイズ機構 開発環境の提供



---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。