



# 株式会社イルグルム

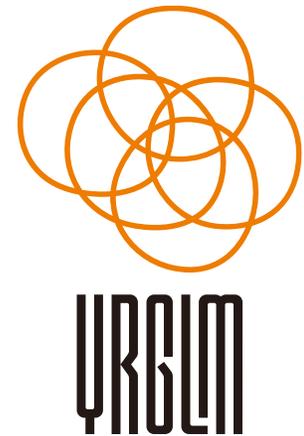
東証グロース：3690

2022年9月期 第3四半期決算説明資料

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



# 下期重点施策

主力の「アドエビス」の **メジャーアップデート** による圧倒的なサービス進化と  
商流PFのプロフェッショナルサービス領域参入による売上拡大

最優先

MPF事業

「アドエビス」の新バージョン  
「アドエビス シンク」の拡販

**ADEBiS**<sup>®</sup>  
*Sync.*

圧倒的なサービス進化によって  
解約抑制と新規獲得増へ

商流PF事業

ボクブロック社が  
グループにジョイン



プロフェッショナルサービス領域  
への参入により新たな売上を創出

# 3Q累計ハイライト

## 3Q累計業績

- ✔ 連結売上高は前年同期比+11.0%の増収、3Qも四半期過去最高を更新
- ✔ 全社KPIである新サービスの売上高比率が前年通期に比べて+8ptの11%に拡大

## 主力の「アドエビス」

- ✔ 顧客平均単価が17四半期連続で上昇
- ✔ 2022年4月メジャーアップデート版「アドエビス シンク」をリリース

## 商流プラットフォーム事業

- ✔ 2022年5月ボクブロック社を完全子会社化、プロフェッショナルサービス領域に参入

# 目次

1	事業概要	P.06
2	2022年9月期 第3四半期業績	P.11
3	マーケティングプラットフォーム事業	P.18
4	商流プラットフォーム事業	P.34
5	2022年9月期 通期業績予想・配当予想	P.44
6	中期経営方針『VISION2023』業績目標	P.47
	補足資料	P.51

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



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

#### 新サービス



**ADHOOP**  
アドフープ

広告代理店マッチング  
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」

**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



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」

NEW



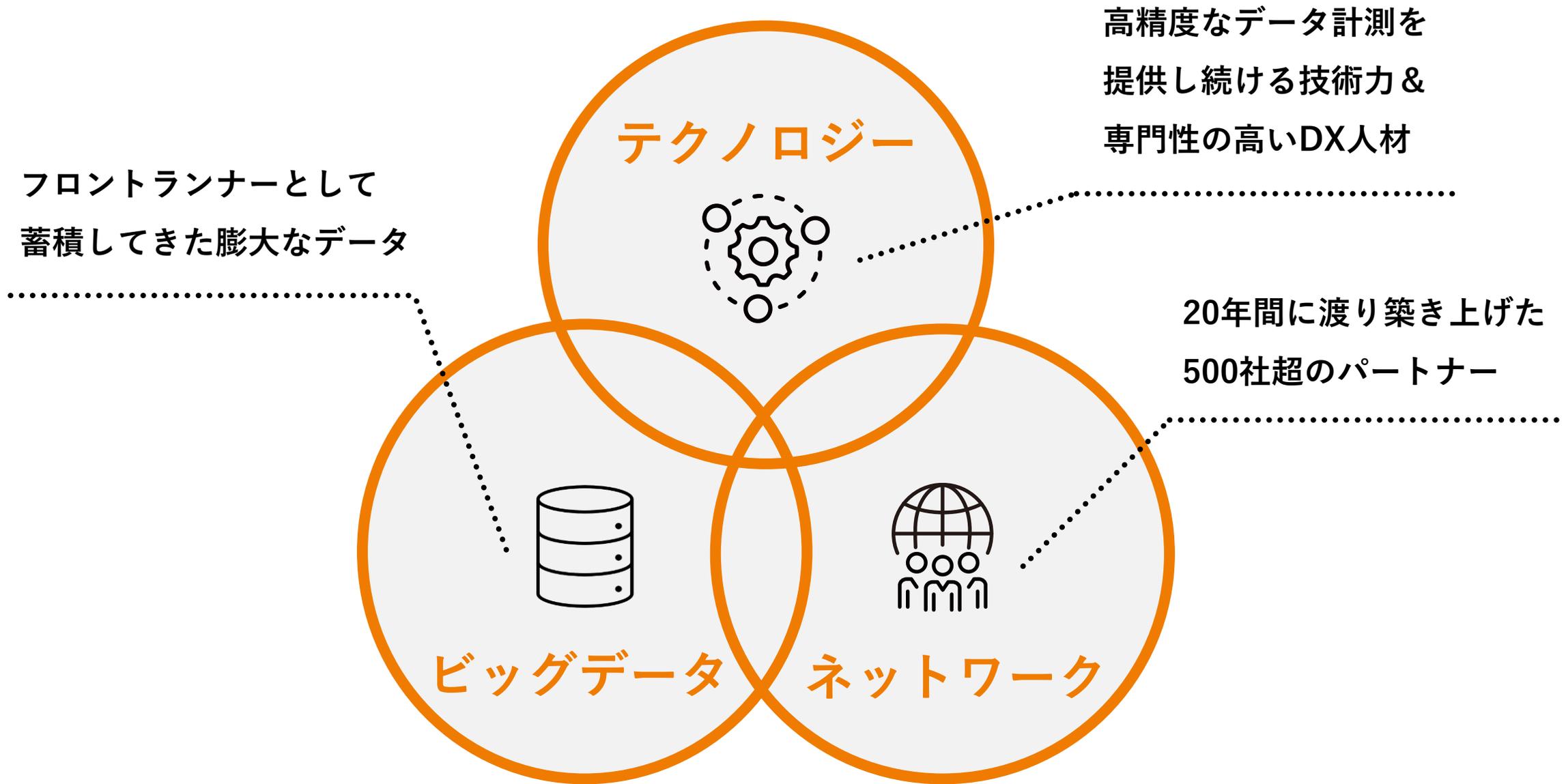
ECソリューションの提供

EC構築オープンソース  
利用数国内No.1 ※2

※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

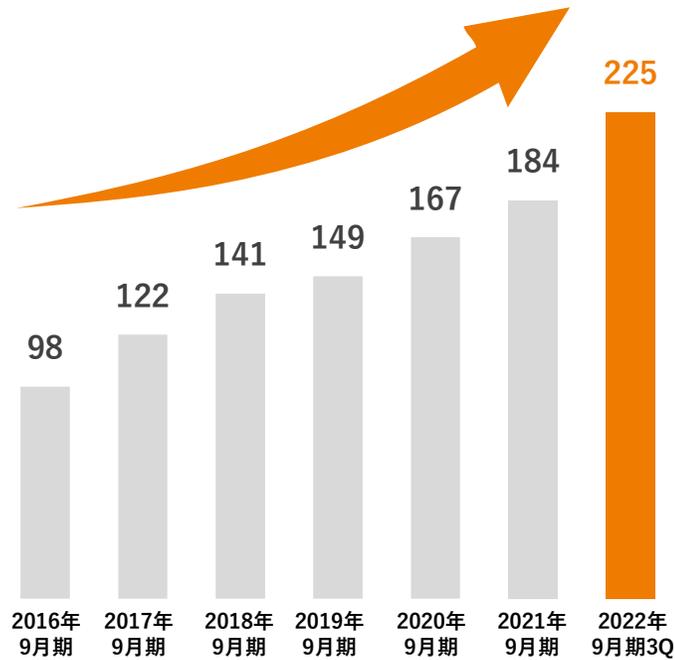
# 当社の強み



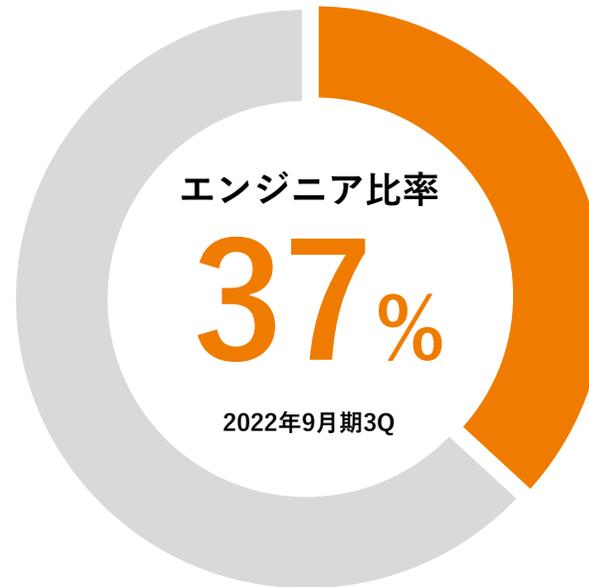
# テクノロジーを支える専門性の高いDX人材

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

# 2022年9月期 第3四半期業績



# 損益計算書サマリー

MPF事業の新サービス領域の拡大を主因に増収  
一方、営業利益はM&Aに伴う費用増と主力事業の投資強化により微減

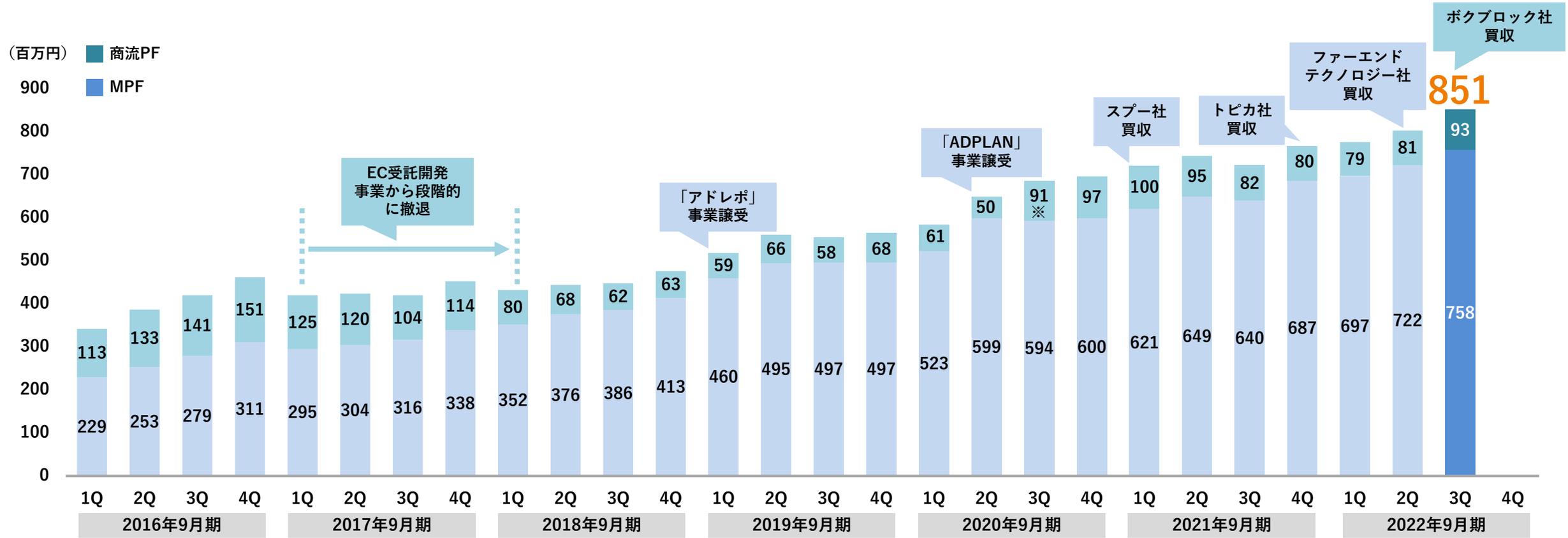
単位：百万円	2021年9月期	2022年9月期	
	3Q累計	3Q累計	前年同期比
売上高	2,189	2,431	+11.0%
売上総利益	1,514	1,649	+8.9%
営業利益	279	278	△0.2%
営業利益率	12.7%	11.5%	△1.3pt
経常利益	279	283	+1.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	182	163	△10.0%
【参考】 EBITDA ※	483	492	+2.0%
EBITDAマージン	22.1%	20.3%	△1.8pt

※ 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。

# 四半期売上高推移

3Q連結売上高は**四半期過去最高を更新**

新サービスの貢献によりMPF事業の3Q売上高も四半期過去最高を達成



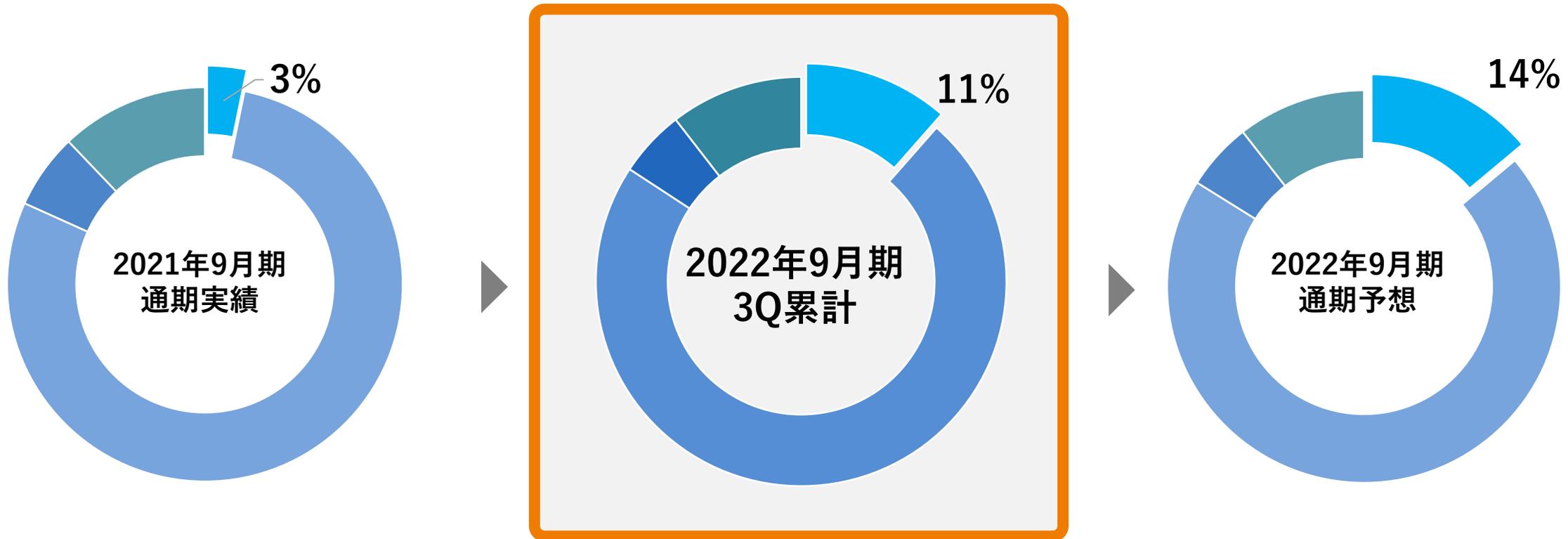
※ 特殊要因：商流プラットフォーム事業の2020年度3Q売上高には、一部取引先との契約更新がずれこんだことにより計上が遅れていた売上高28百万円が含まれております。

※ 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。

# 【全社KPI】 連結売上高における新サービス比率

今期より連結売上高における新サービス比率をKPIに設定

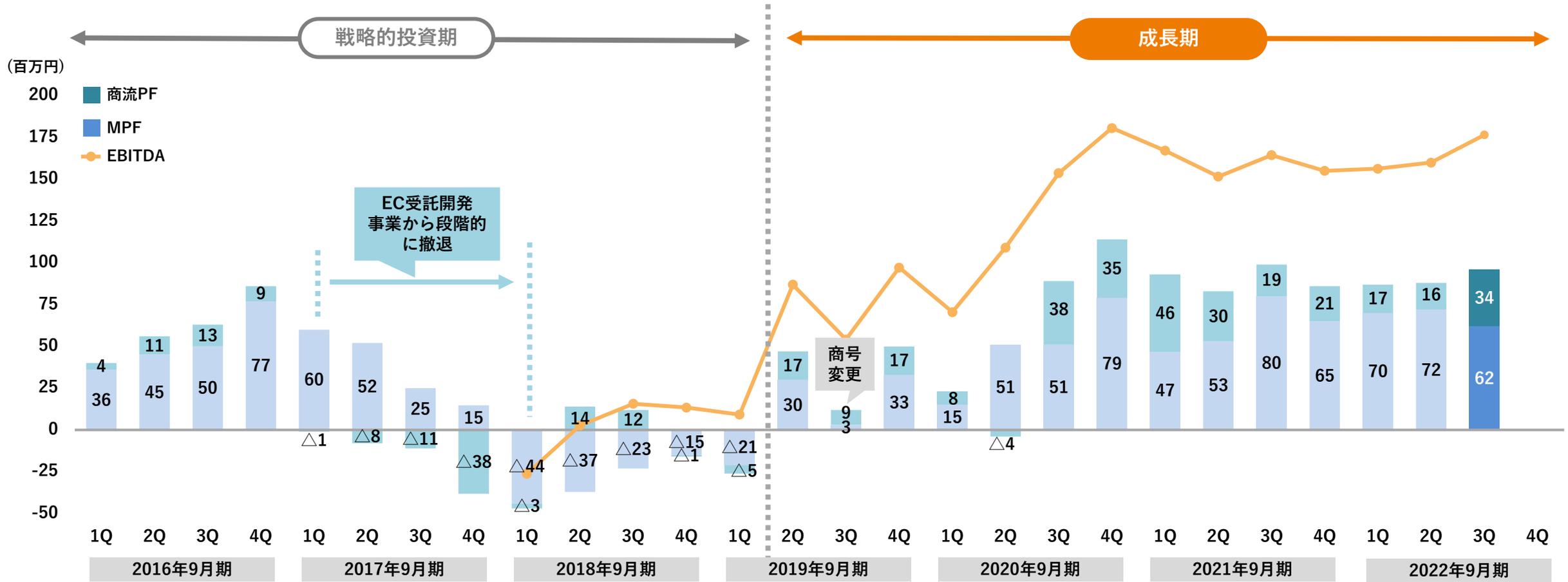
M&Aの寄与等により3Q累計は前年通期に比べて+8ptの11%に拡大、通期では14%を目指す



■ MPF①広告効果測定 ■ MPF②広告代理店DX ■ MPF③新サービス ■ 商流PF

# 四半期営業利益推移

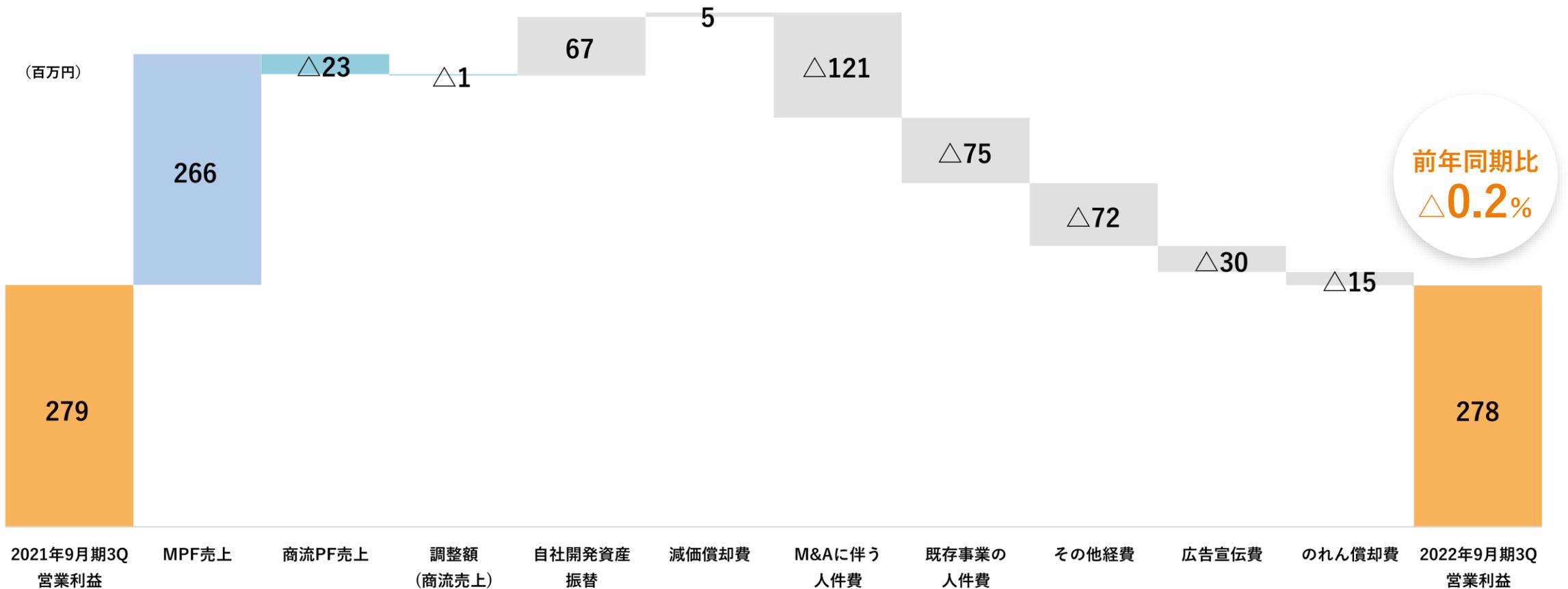
MPF事業は人件費と「アドエビス シンク」のプロモーション強化に伴う広告費増により減益  
 商流PF事業は新バージョン開発による資産振替増等により増益



※本資料におけるセグメント別利益は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

MPF事業は増収も、商流PF事業の減収と人件費増などにより前年同期比△0.2%で着地



# 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	3Q末	
流動資産	1,871	1,718	△152
内、現預金	1,391	1,188	△202
固定資産	1,268	1,371	+103
有形固定資産	32	71	+39
無形固定資産	899	976	+76
投資その他資産	336	323	△12
資産合計	3,139	3,090	△48
負債合計	1,491	1,364	△126
内、有利子負債	978	946	△31
純資産合計	1,648	1,725	+77
自己資本比率	51.8%	54.9%	+3.1pt

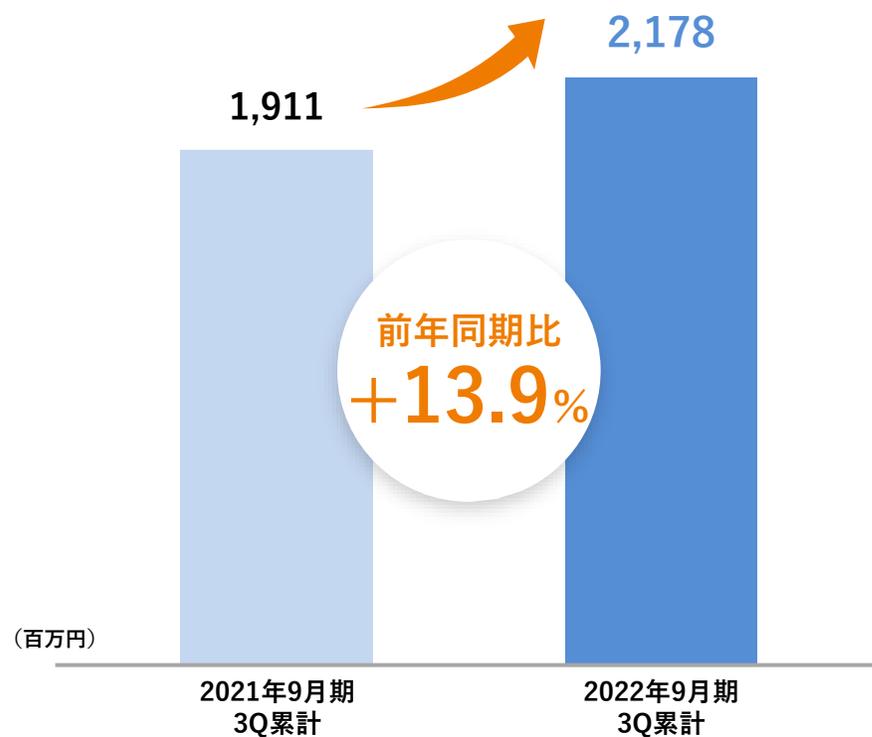
3

# マーケティングプラットフォーム事業



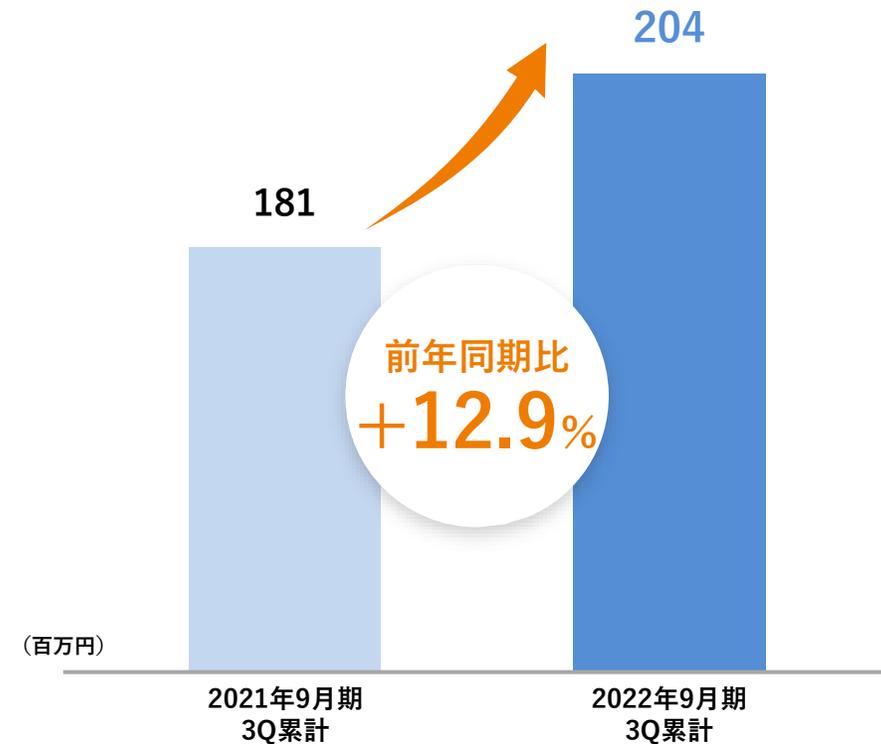
## 売上高

M&A寄与や「アドフープ」の成長など  
新サービスの拡大により過去最高の売上高を更新

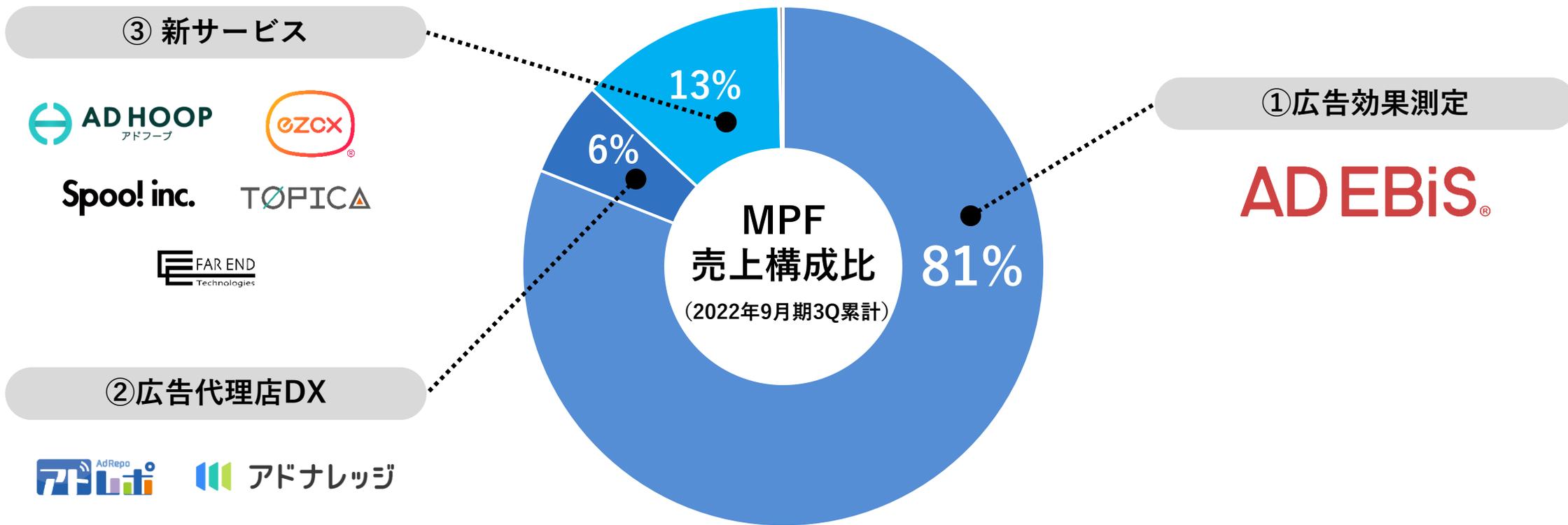


## セグメント利益

M&Aとプロモーション強化に伴うコスト増も  
「アドエビス シンク」開発に伴う資産振替増で増益

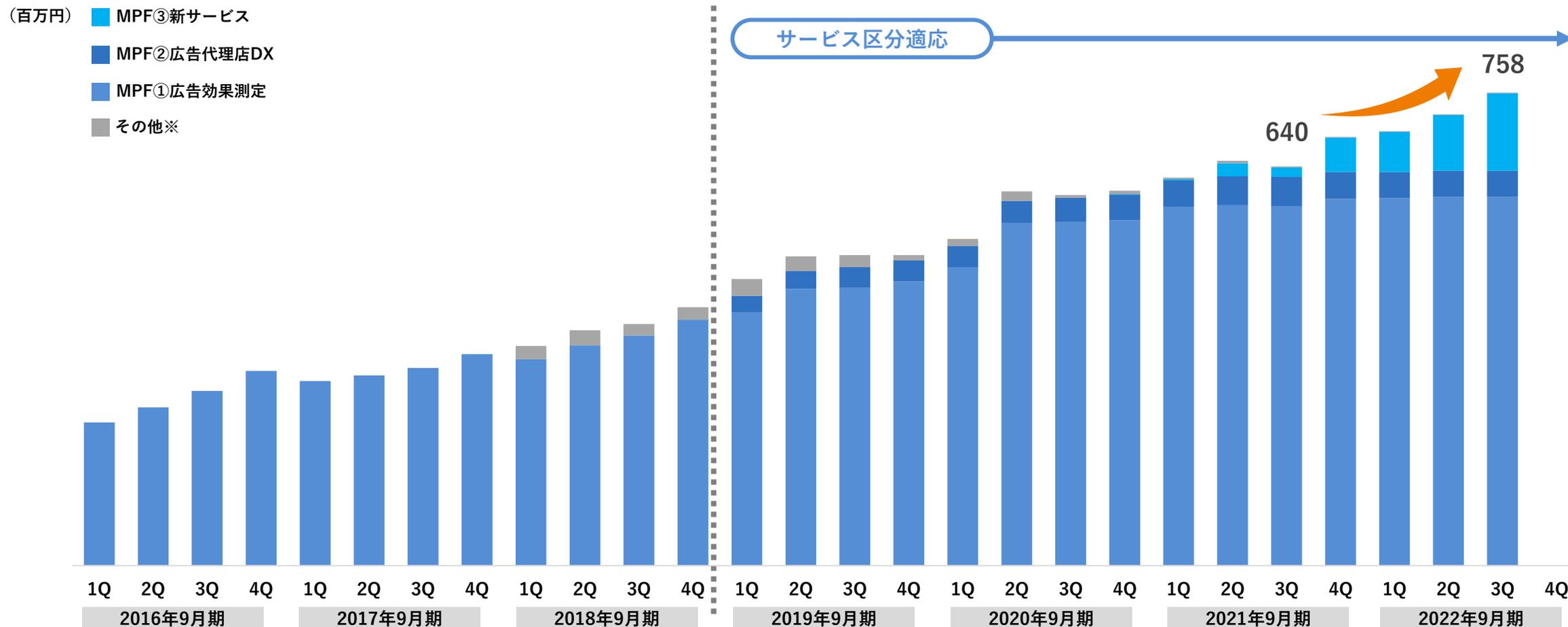


広告効果測定「アドエビス」がセグメント売上の81%を占める  
新サービスは前年通期に比べて+9ptの13%に拡大、今後さらに引き上げていく



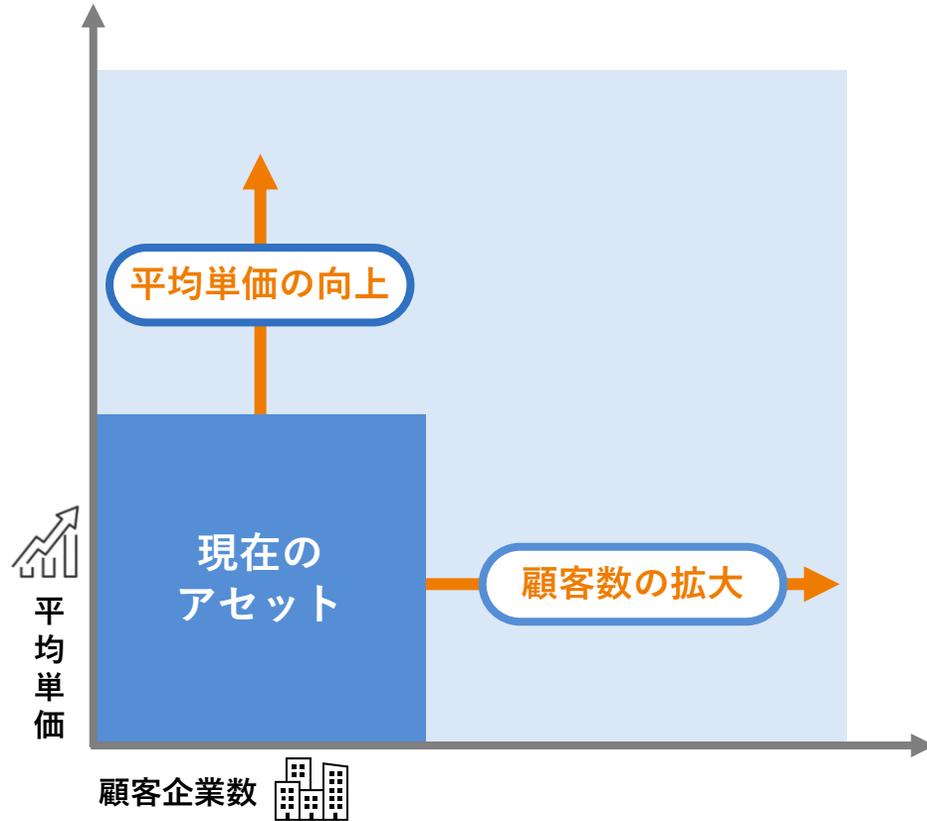
# MPF | サービス別四半期売上推移

引き続きM&Aと自社開発による新サービス領域が成長を牽引  
「アドエビス シンク」の拡販を注力し、主力サービスの売上拡大を目指す



※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

## 平均単価の向上と顧客企業数の拡大の2軸で成長を推進



### 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

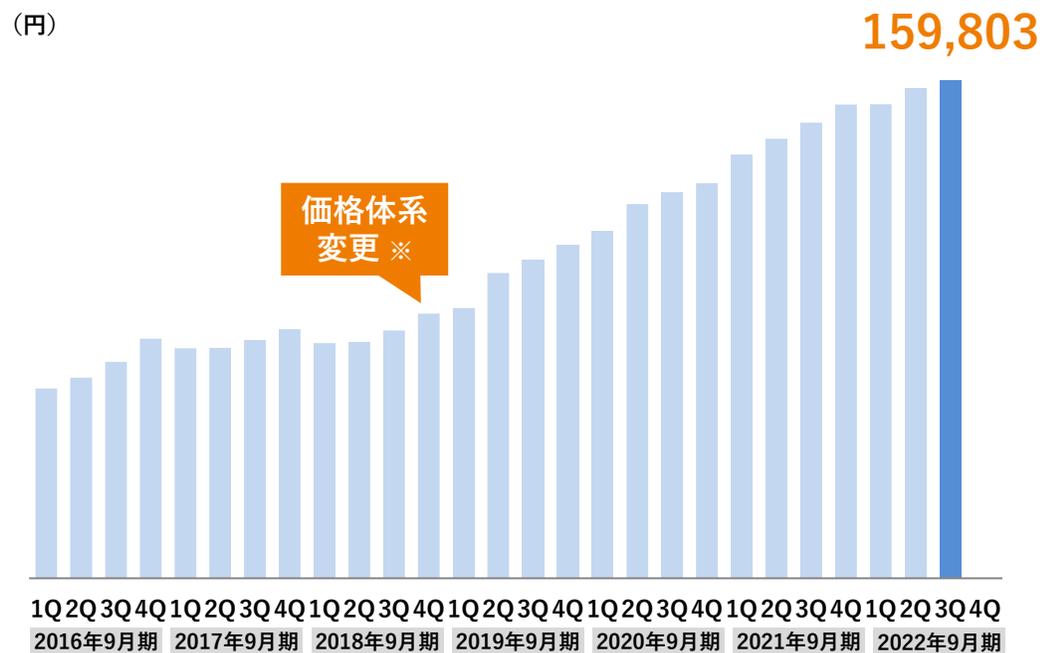


「アドエビス シンク」を主軸に  
解約率低減と新規獲得向上に向けた打ち手を強化

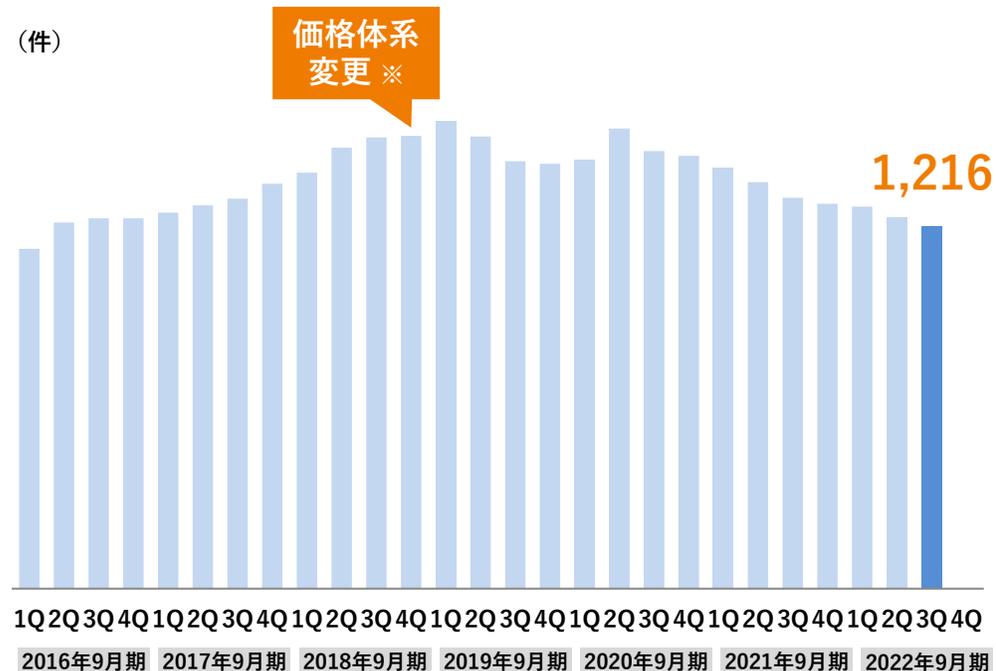
# 広告効果測定

月額顧客平均単価は**17四半期連続上昇**も、新規獲得の鈍化によりアカウント数は減少  
引き続き「アドエビス シンク」の拡販によるアカウント数の反転に努める

## 平均単価



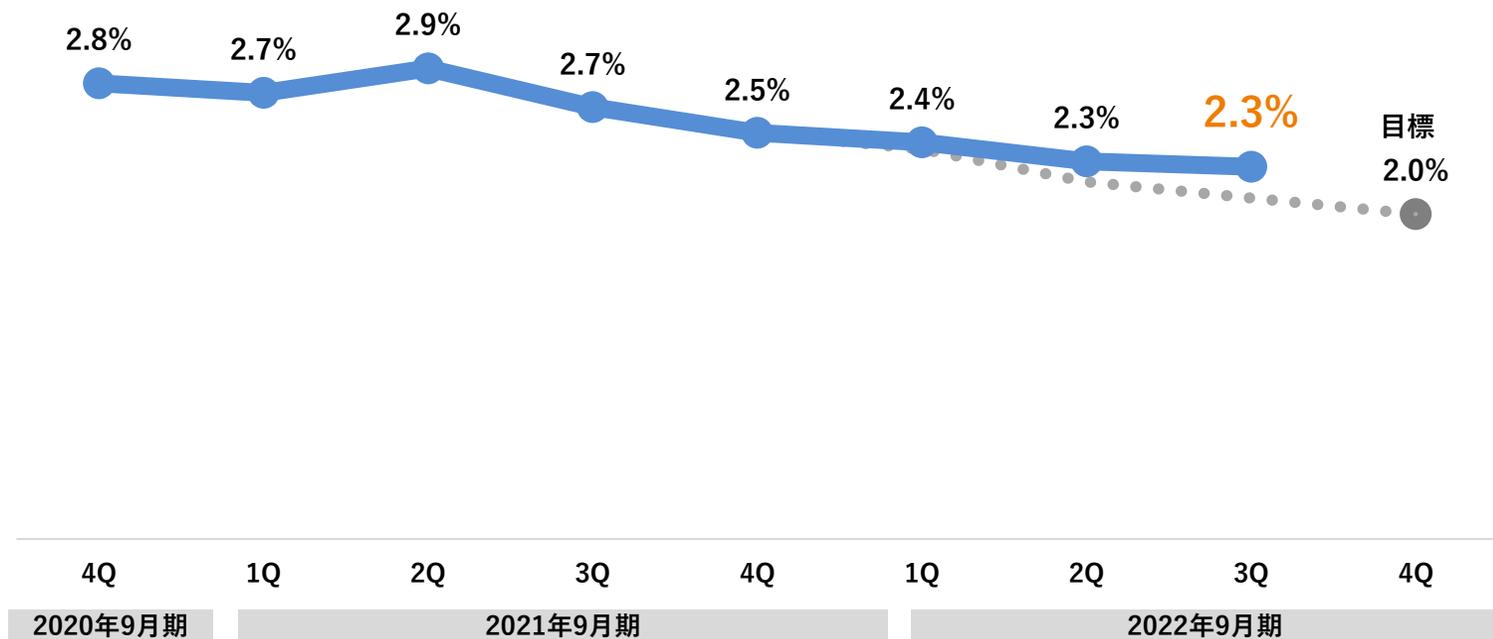
## アカウント数



※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

カスタマーサクセスの強化により解約金額は減少も、売上が想定を下回り解約率は横ばい

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を予定  
媒体データのシンクにより広告運用業務の務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

## 「アドエビス シンク」の拡販に向けたプロモーションを強化 3Qは動画広告を起点に複数のデジタル施策を組み合わせ、認知拡大と興味喚起を実施

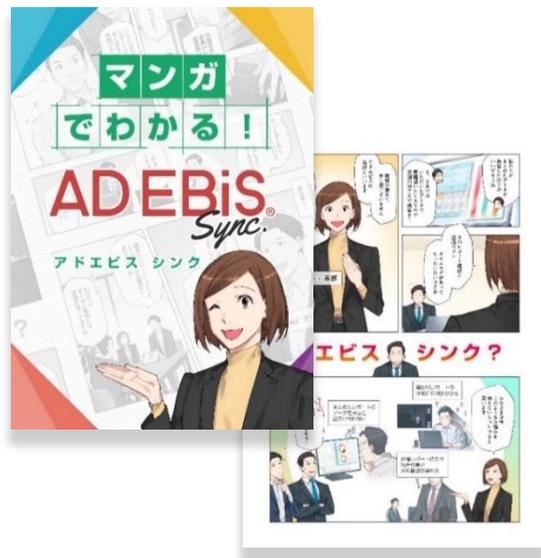
### 動画プロモーションを実施

6週間に渡る動画広告配信の結果、  
想定を上回るPVを獲得



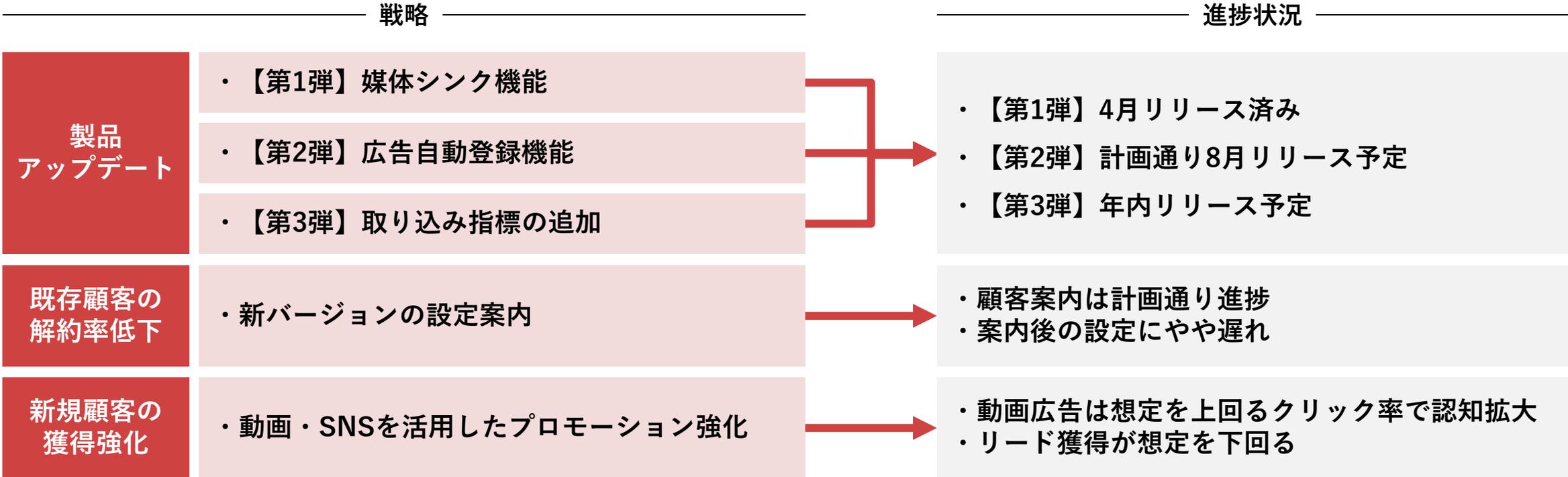
### 認知・興味喚起施策を強化

動画広告にあわせてWeb広告とSNSの発信を強化  
今後も認知拡大と興味喚起施策を継続



今期末までに解約率2.0%の実現、アカウント数+100を目指すも、新規獲得ペースが想定より下振れ

**販売戦略** 3回に渡る段階的なアップデートによる圧倒的なサービス進化を果たす



# 新サービス

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

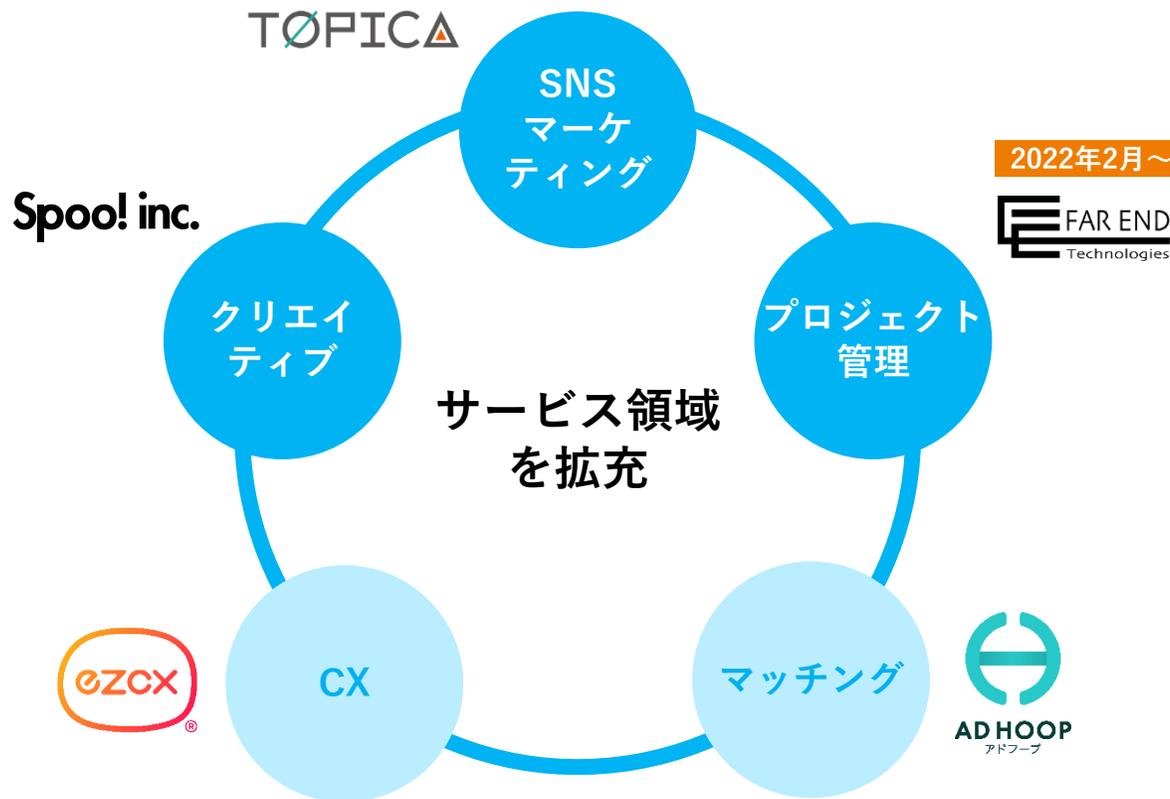
データ活用領域において  
継続的にサービス領域を拡充



M & A



自社開発



2022年6月、広告代理店一覧ページの公開に合わせ広告主によるアプローチ機能を追加  
広告主企業の利便性向上とマッチング機会の拡大を目指す



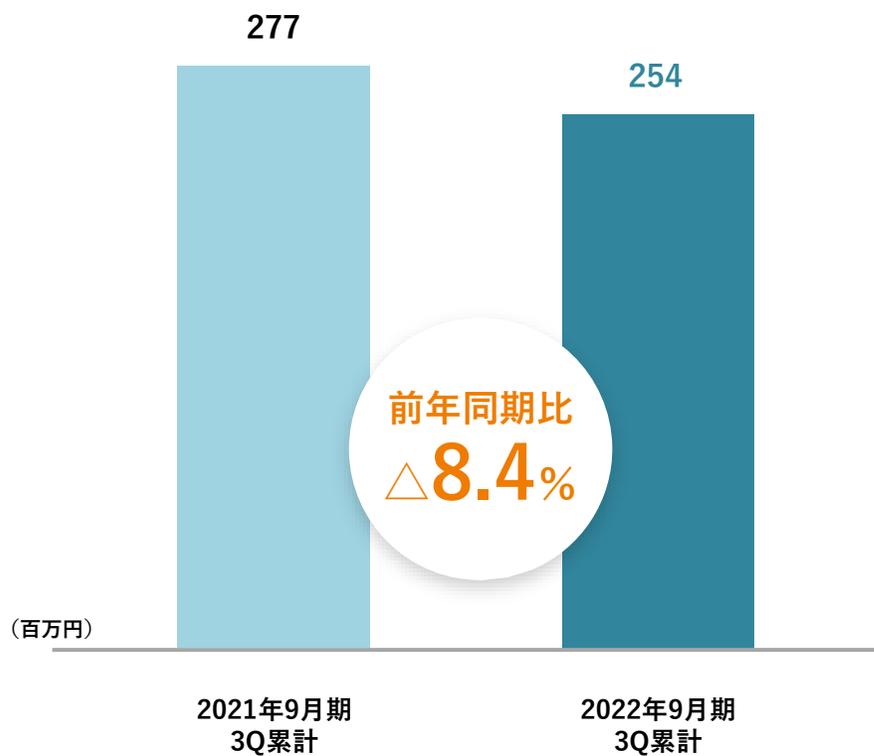
4

# 商流プラットフォーム事業



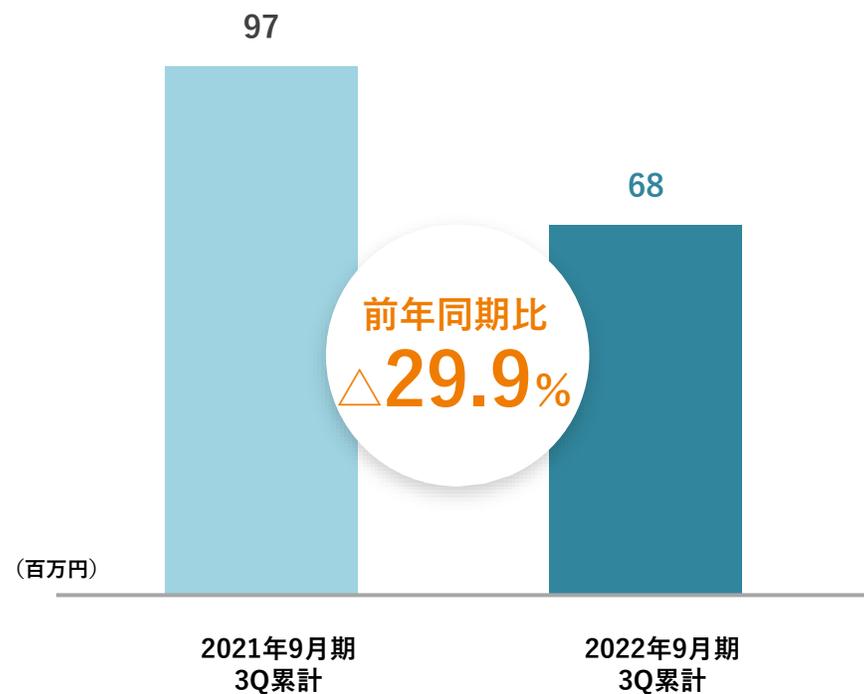
## 売上高

EC競争激化に伴う利用顧客の流通総額の減少と  
決済手数料率低下を受けて減収

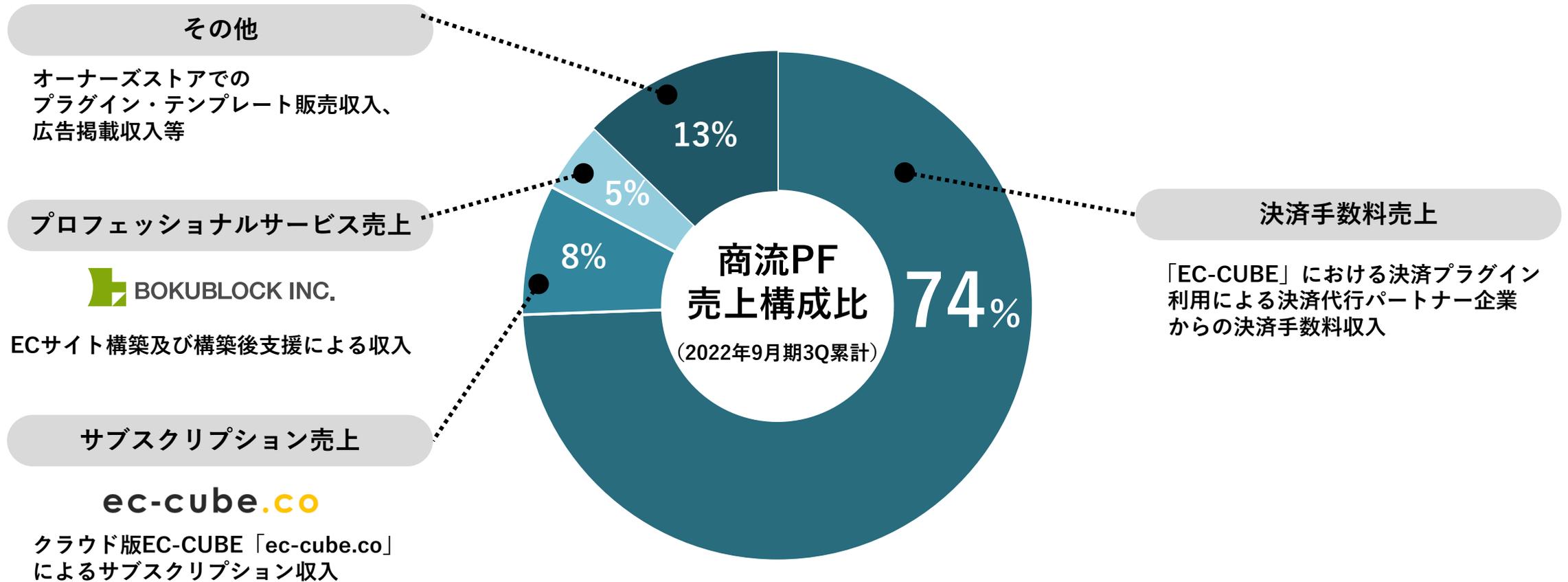


## セグメント利益

利益率の高いビジネスモデルのため  
減収が利益に直結

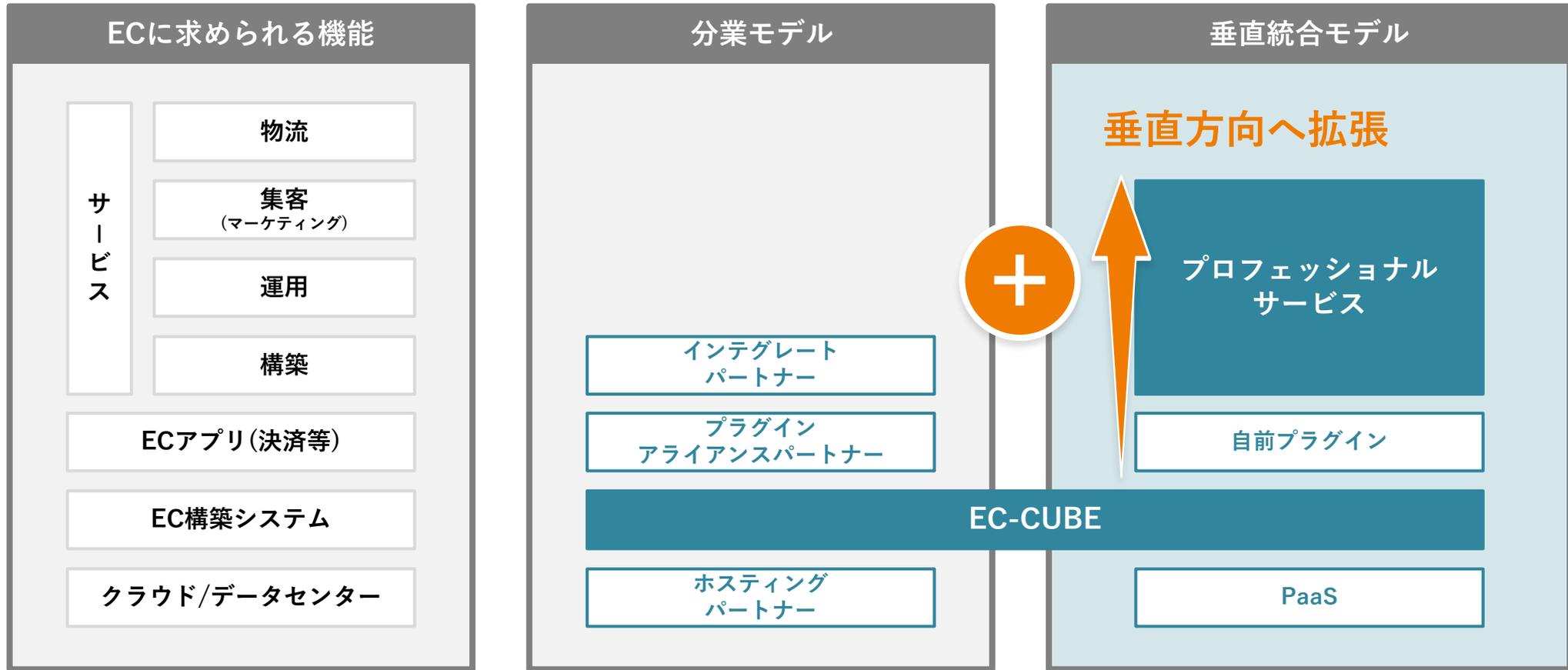


「EC-CUBE」における決済プラグイン利用による決済手数料収入がセグメント売上の74%を占める  
プロフェッショナルサービス領域の強化により、来期末までに40%を目指す



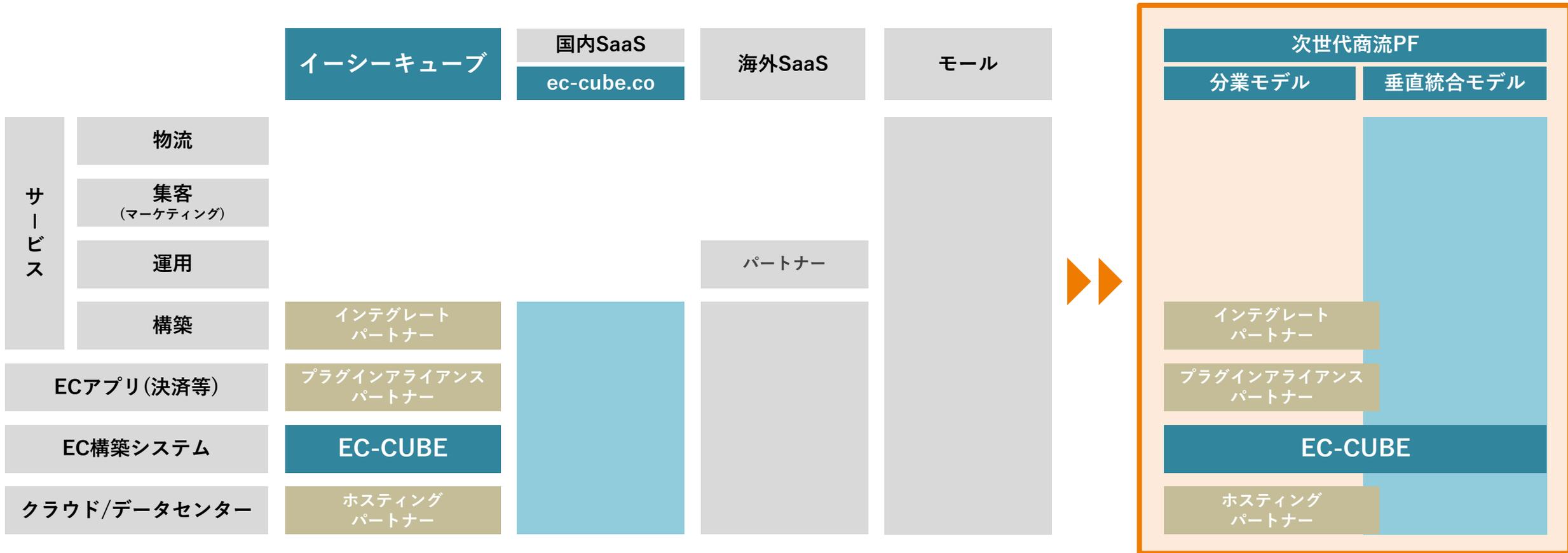
# 商流PF | 垂直統合モデルの立ち上げ

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  
「EC-CUBE」の強みを活かしながら提供機能を垂直方向へ拡張し、競争力を強化



# 商流PF | ワンストップサービスの提供

EC市場の拡大と競争激化により運用・集客支援ニーズは今後更に高まると予想  
 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

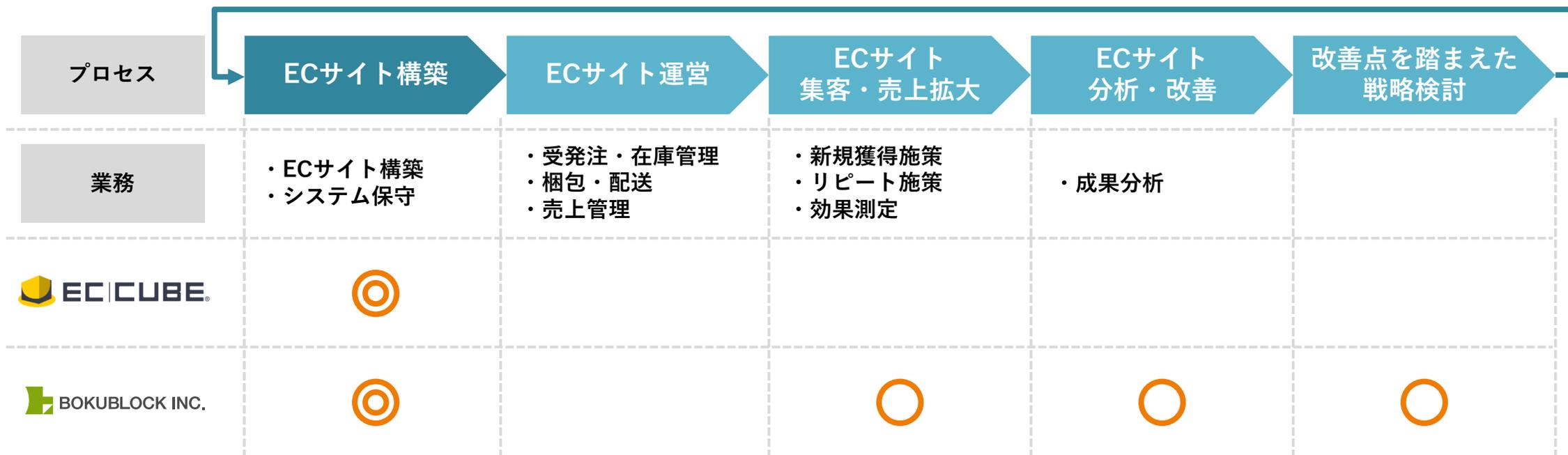


2022年5月31日付けでボクブロック社を完全子会社化  
ECサイト構築からマーケティング支援までを垂直統合型で提供するソリューションサービスを追加



企業名	ボクブロック株式会社
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
設立年月日	2007年11月5日
売上高	139百万円（2021年9月期）
当社議決権所有割合	100%

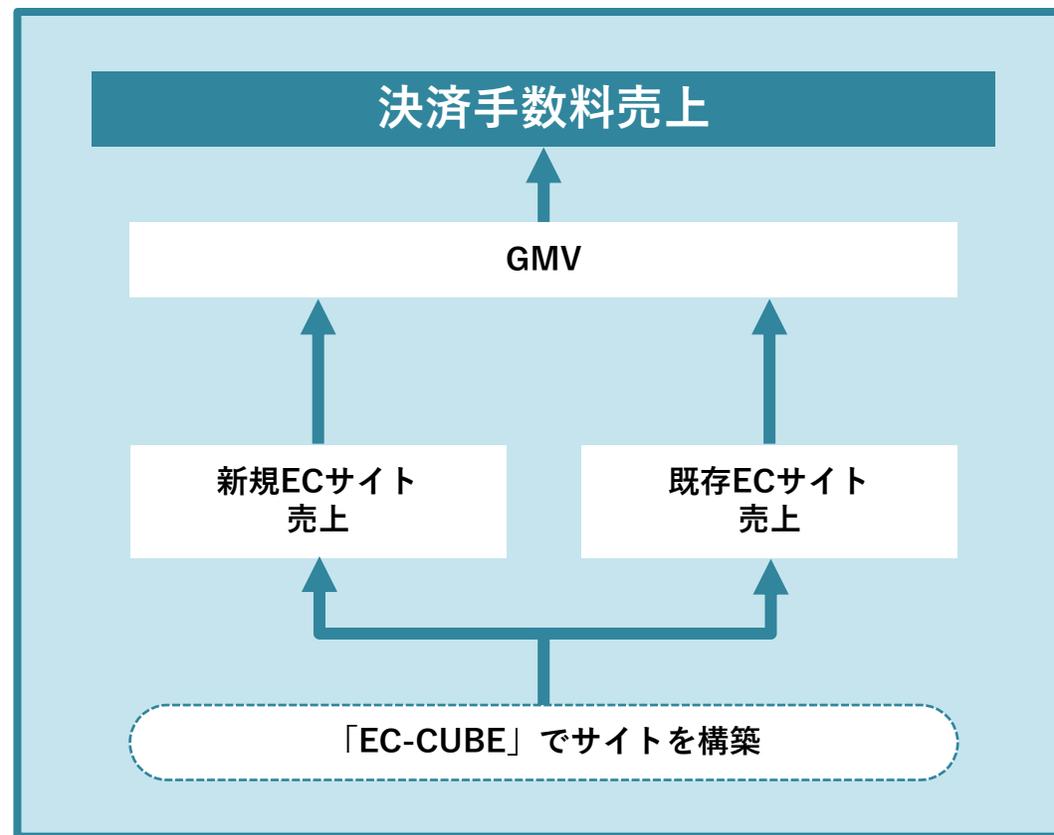
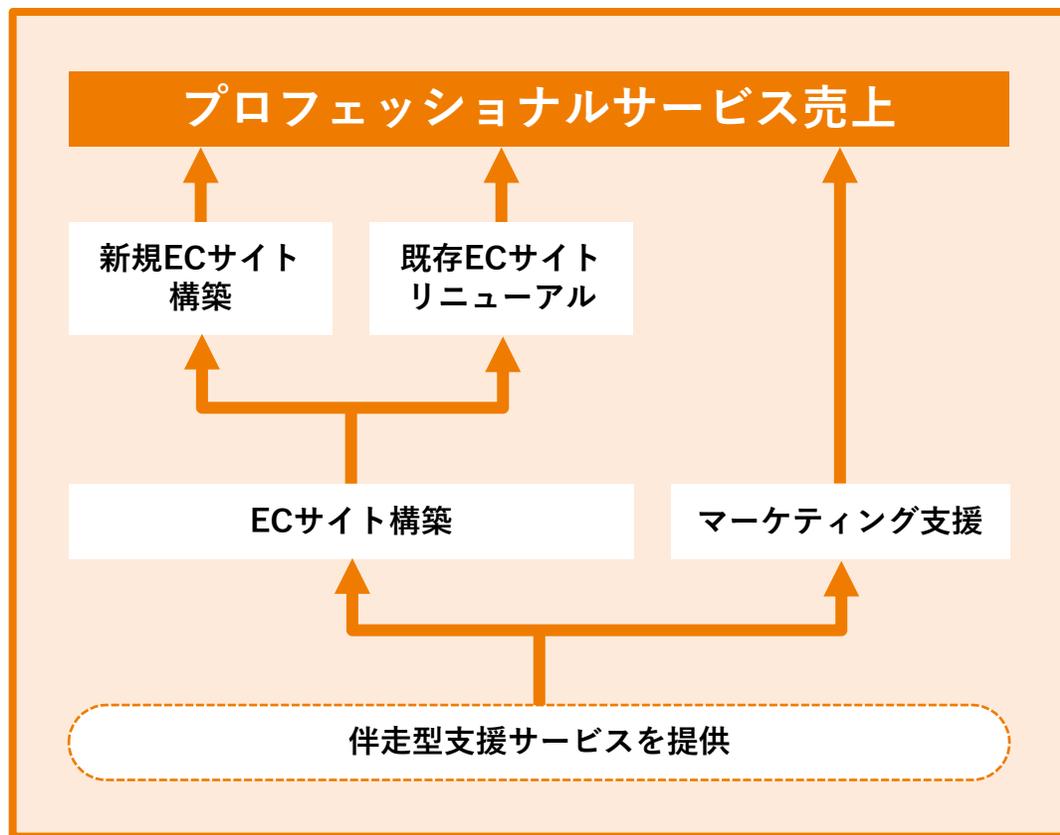
## ECに最適化されたワンストップサービスの提供により競合優位性の構築へ



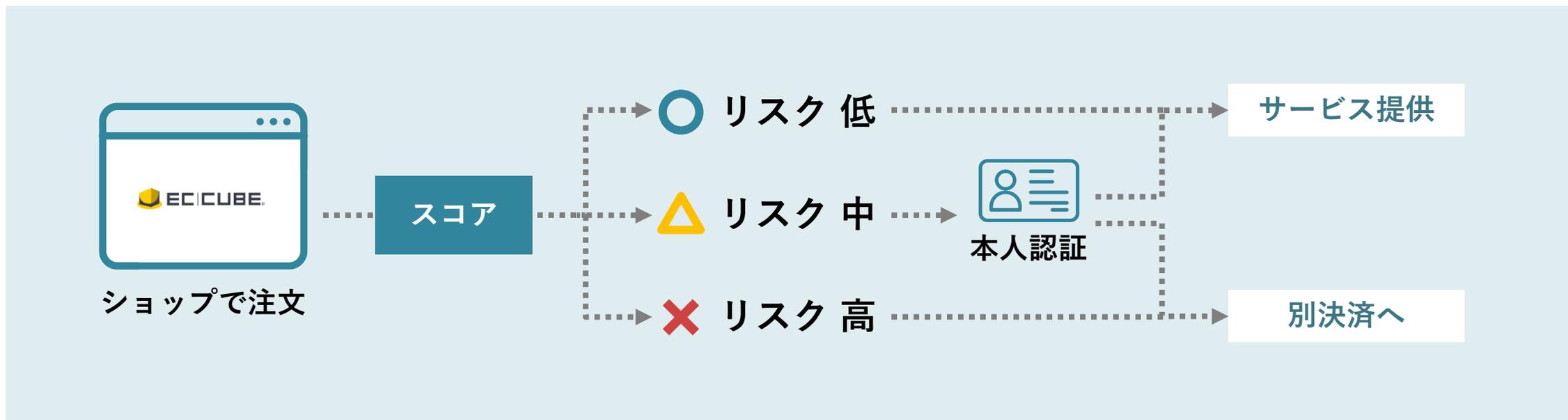
## M & Aの積極活用によりサービス領域を拡充

# 商流PF | 垂直統合モデルによる収益拡大

プロフェッショナルサービス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



2022年4月、ECサイトにおける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「ASUKA」独自の認証ツールにより顧客の利便性を損なうことなく不正利用の低減が可能に



2022年7月、EC-CUBE4系の最新版「EC-CUBE4.2」のβ版提供を開始  
テスト・修正を経て、9月中旬に正式版リリースを目指す



for your ideal  
**EC-CUBE4**

最新版 **4.2 beta** 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

5

# 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

2022年5月6日公表の業績予想値から変更は無し

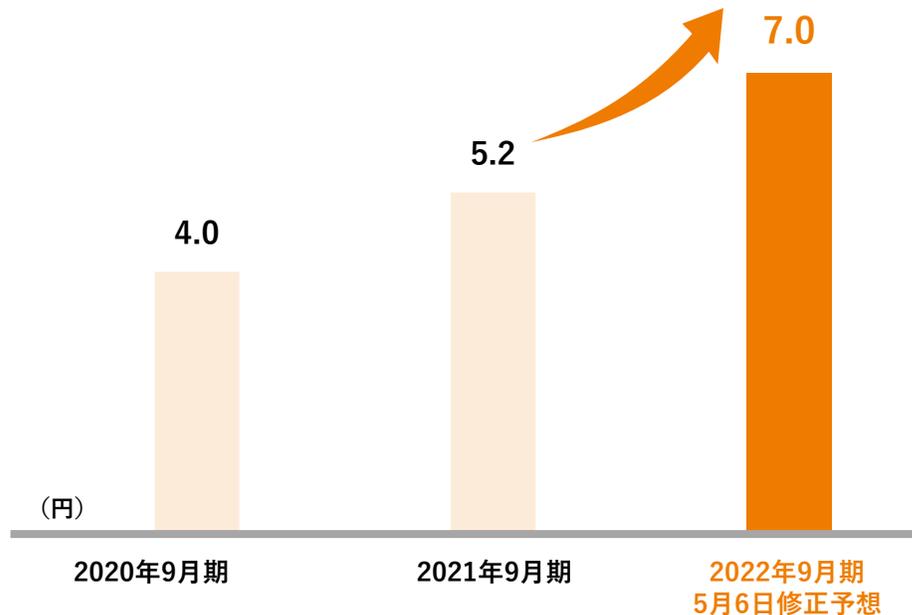
	2021年9月期	2022年9月期	
	実績	通期業績予想	前期比
売上高	2,957	3,400	+15.0%
営業利益	365	340	△7.0%
営業利益率	12.4%	10.0%	△2.4pt
経常利益	364	340	△6.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	239	210	△12.4%
【参考】 EBITDA	638	640	+0.3%
EBITDAマージン	21.6%	18.8%	△2.8pt

単位：百万円

# 2022年9月期配当予想

2022年5月6日公表の配当予想から変更は無し

## 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。

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。

6

# 中期経営方針 『VISION2023』 業績目標

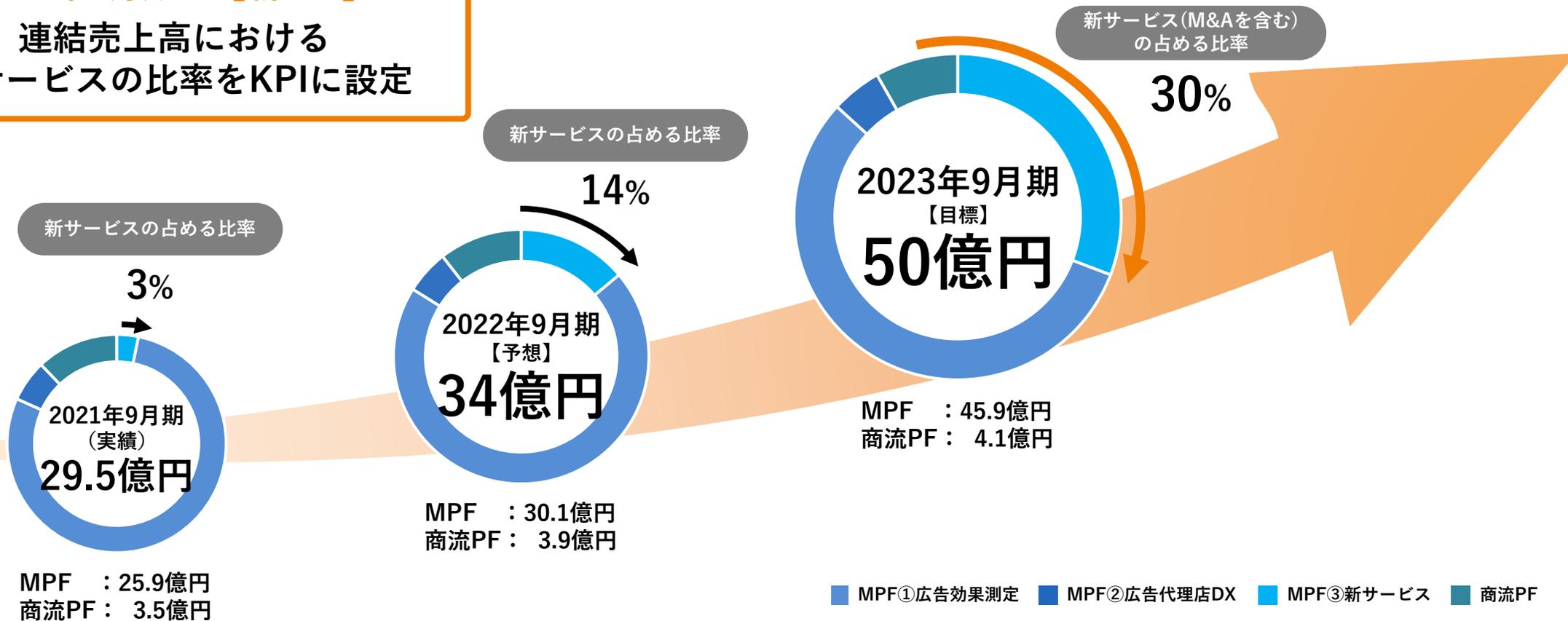


# 『VISION2023』 売上目標

商流PFの領域拡充に伴い、MPFの新サービスと商流PFの新サービスの合計で売上比率30%を目指す  
内訳については2022年9月期決算にて開示予定

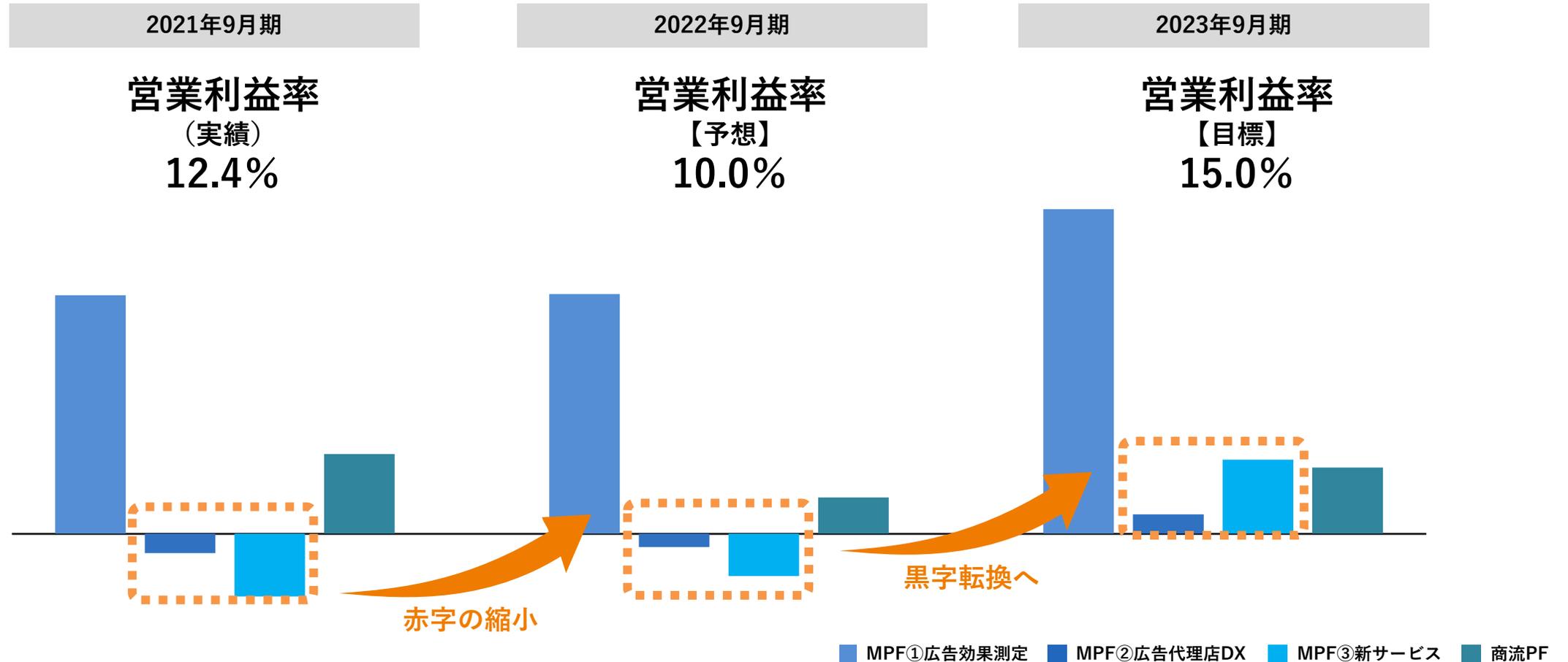
2022年9月期～【新KPI】

連結売上高における  
新サービスの比率をKPIに設定



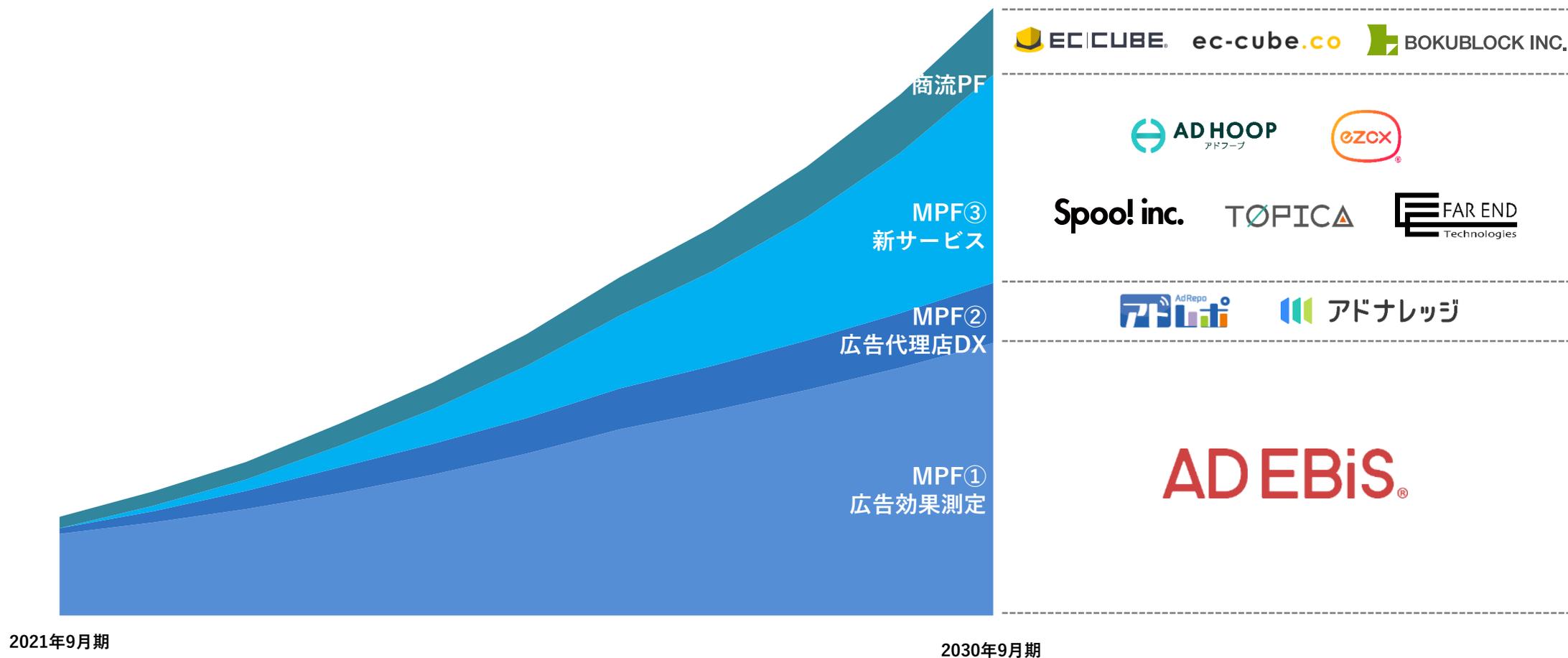
# 『VISION2023』 営業利益率目標

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



# 今後の業績成長イメージ

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。

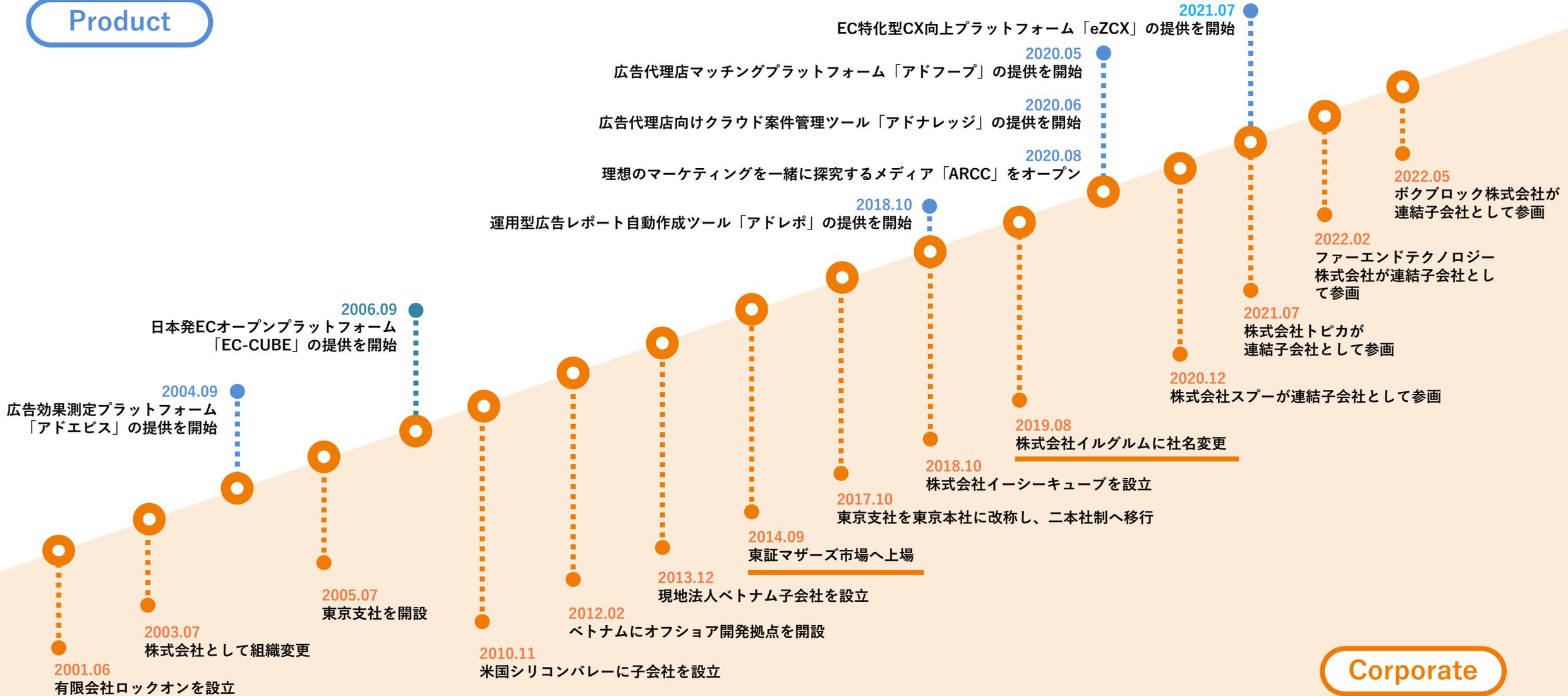


それぞれの企業が独自の価値とともに発展できる社会。  
私たちはそのまだ見ぬ理想の世界をYRGLMと名付けました。  
まだこの世に存在しない未来像を示すために、既存の言葉に由来を  
持たない「**意味を持たない文字列**」を語源としました。  
どこにもない企業を目指すために選んだ、どこにもない名前です。

# 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（2022年6月30日現在）
代表者	:	岩田 進
従業員数	:	225人（グループ連結／2022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2-2-22 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）

## 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®



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)

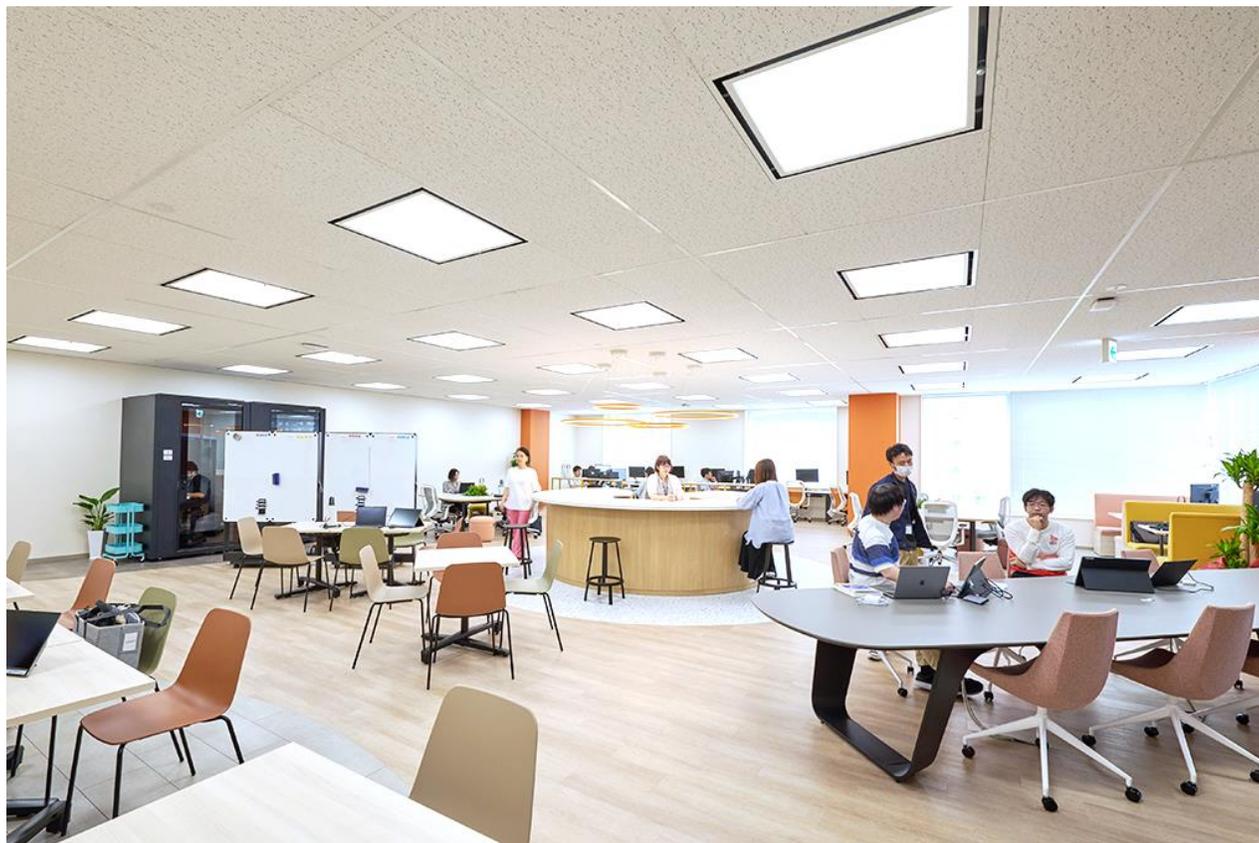
連結子会社



# 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

# 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/)

# 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

# 用語説明

ISMS認証	財団法人・日本情報処理開発協会(JIPDEC)が定めた評価制度（ISMS適合性評価制度）。指定の審査機関が企業の情報セキュリティマネジメントシステムを審査し、国際標準と同等の「ISMS認証基準」に準拠していれば（要求事項を満たしていれば）、認証を与えるというもの
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

# 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		

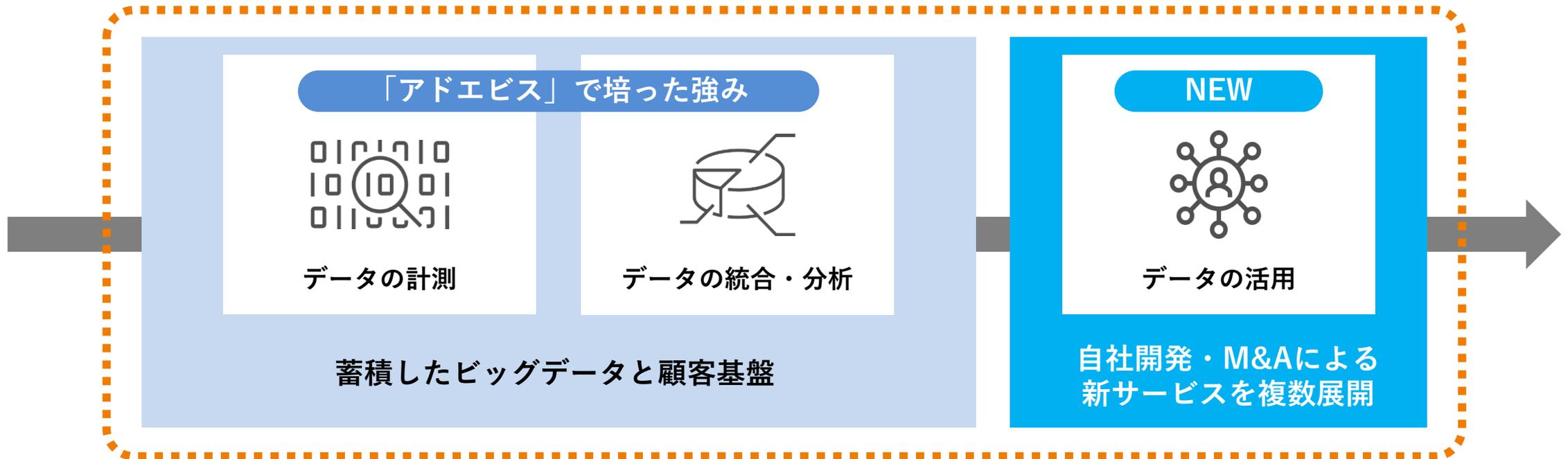
投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。本項の記載内容以外のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせてご参照ください。

# グループ方針・成長戦略

## MXP戦略

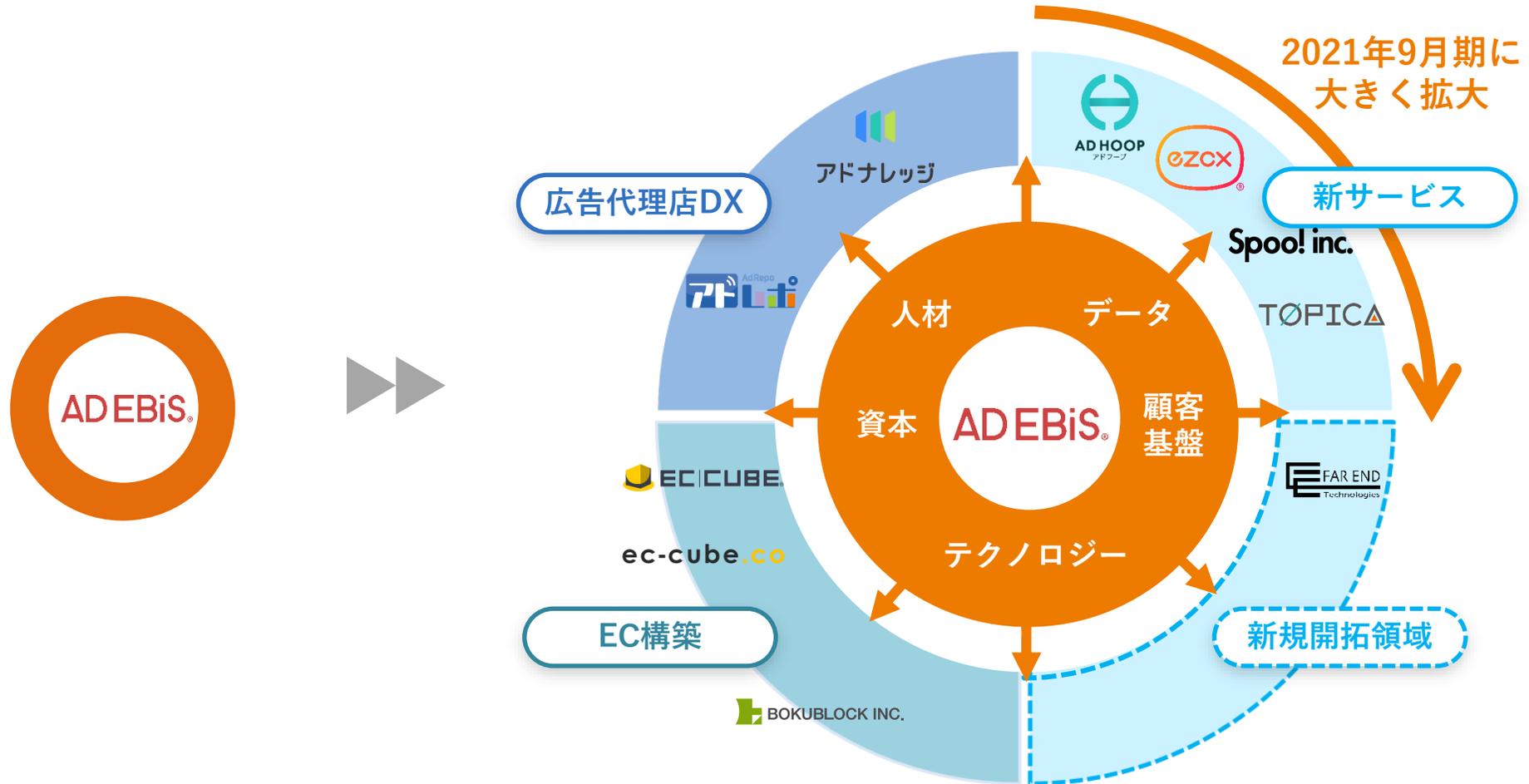
Marketing Transformation Platform

【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



# 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

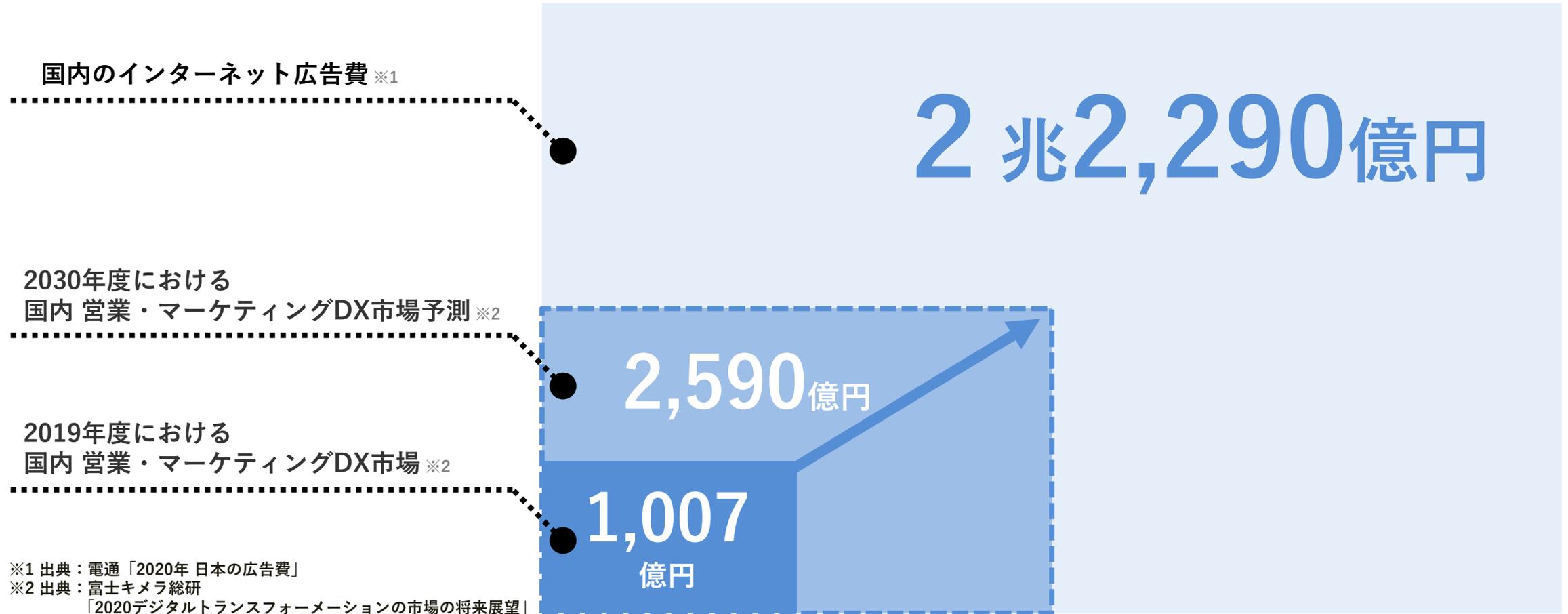




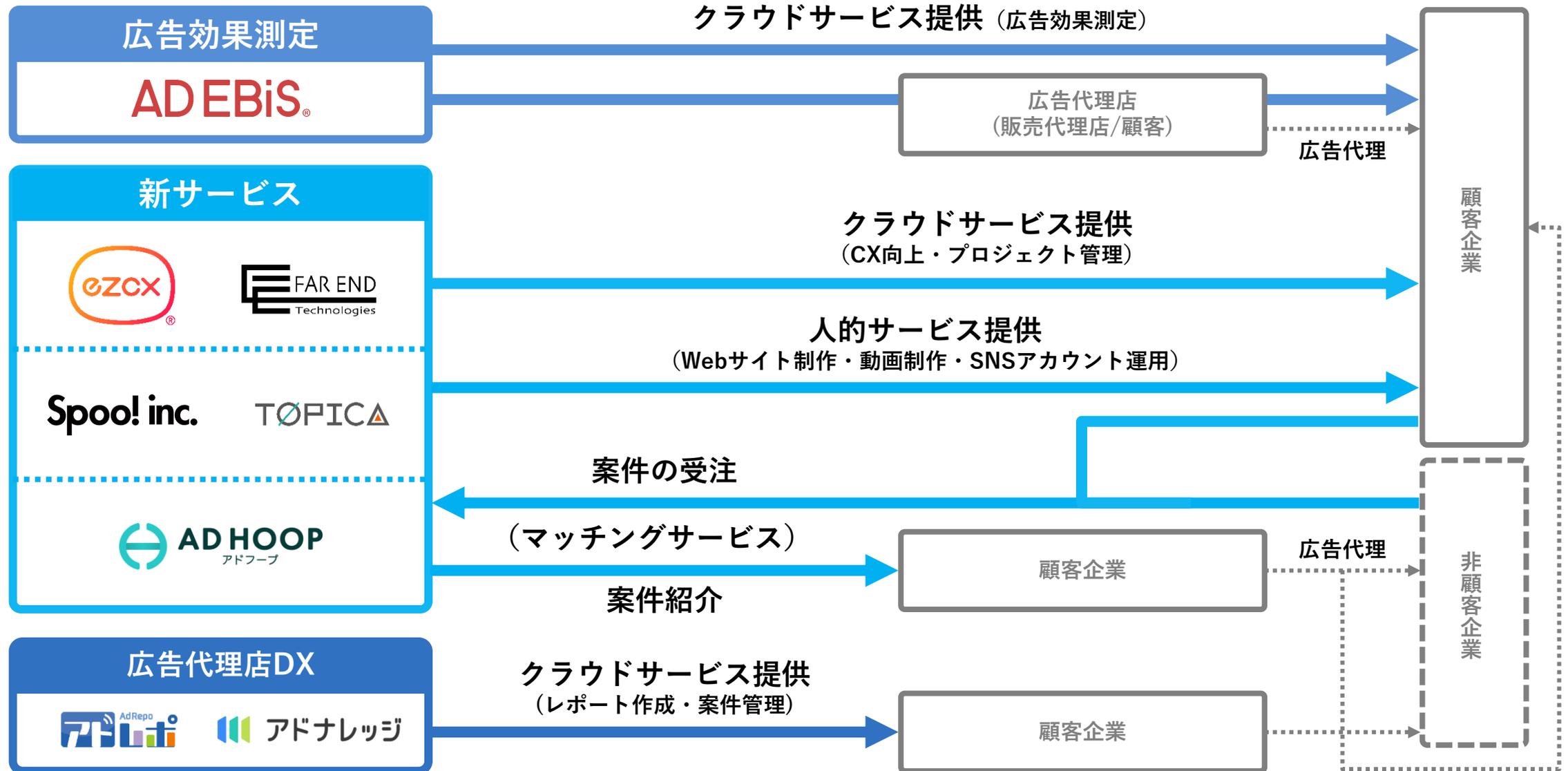
# MPF補足資料

# ターゲット市場の規模感

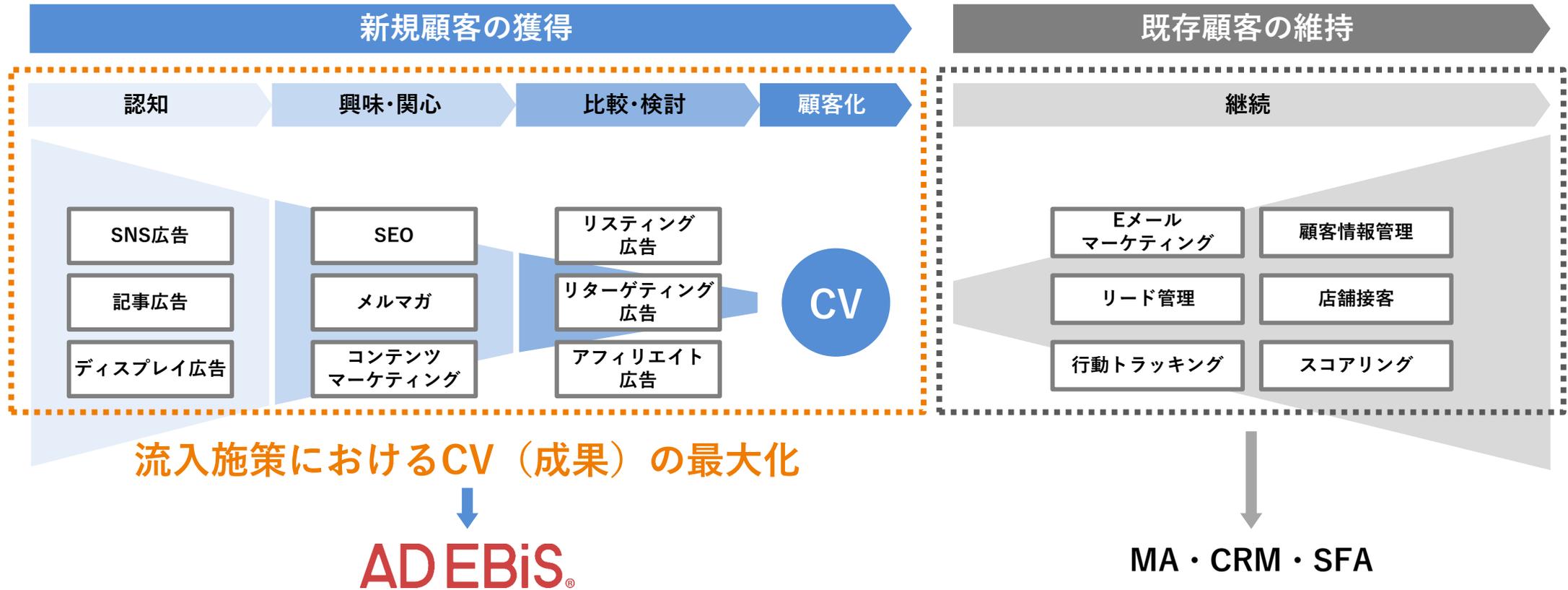
マーケティングDXを支援する総合的なソリューション提供によりターゲット市場は1,007億円  
DXニーズの高まりを受け市場はさらに拡大。市場の拡大を追い風に更なる成長を目指す



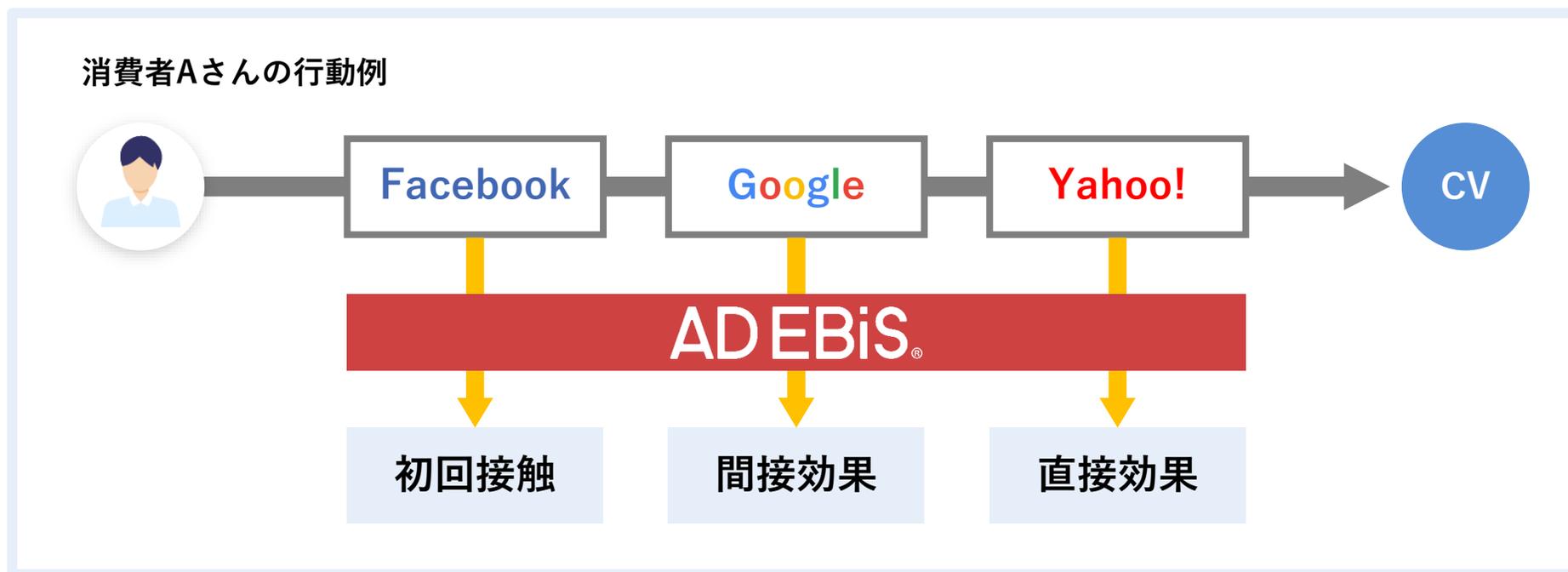
# ビジネスの流れ



「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 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

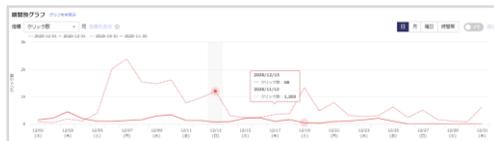
#### ダッシュボード

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

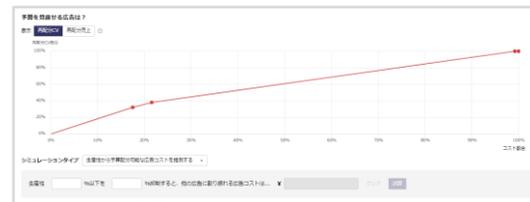
#### カテゴリ分析

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	施策	インプレッション	クリック	コンバージョン	CPA	CTR	CR	ROI
全体		1,012	228	5,076	148	22.5%	1.0	100%
施策A	Facebook	1,497	48	2,376	18	3.2%	0.1	100%
施策B	Google	1,412	32	2,376	14	2.3%	0.1	100%
施策C	Twitter	774	12	1,236	8	1.6%	0.1	100%
施策D	LINE	18	7	7,272	3	38.9%	1.0	100%
施策E	YouTube	110	4	2,844	4	3.6%	0.1	100%
施策F	Instagram	96	16	14,400	16	16.7%	1.0	100%
施策G	その他	3	1	1,080	1	33.3%	1.0	100%
施策H	その他	9	4	2,160	2	44.4%	1.0	100%
施策I	その他	9	4	2,160	2	44.4%	1.0	100%
施策J	その他	9	4	2,160	2	44.4%	1.0	100%

#### 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

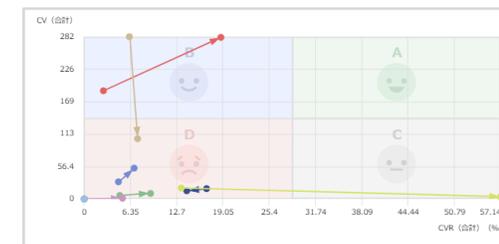


施策改善

### 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。

施策	期間	インプレッション	クリック	コンバージョン	CPA	CTR	CR	ROI
合計	2020/12/01 ~ 2020/12/31	371,014	4,113	1,124	330	1.1%	0.3	100%
Facebook	2020/12/01 ~ 2020/12/31	254,095	1,433	37	6,868	0.56%	0.01	100%
Google Adwords	2020/12/01 ~ 2020/12/31	21,222	629	2,964	72	2.96%	0.14	100%
Twitter	2020/12/01 ~ 2020/12/31	18	7	7,272	3	38.9%	1.0	100%
LINE	2020/12/01 ~ 2020/12/31	110	4	2,844	4	3.6%	0.1	100%
YouTube	2020/12/01 ~ 2020/12/31	96	16	14,400	16	16.7%	1.0	100%
Instagram	2020/12/01 ~ 2020/12/31	774	12	1,236	8	1.6%	0.1	100%
その他	2020/12/01 ~ 2020/12/31	3	1	1,080	1	33.3%	1.0	100%
その他	2020/12/01 ~ 2020/12/31	9	4	2,160	2	44.4%	1.0	100%
その他	2020/12/01 ~ 2020/12/31	9	4	2,160	2	44.4%	1.0	100%
その他	2020/12/01 ~ 2020/12/31	9	4	2,160	2	44.4%	1.0	100%

## 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

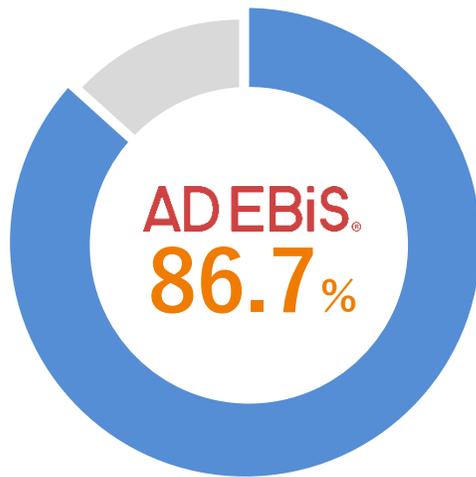


※自社調査：2017年度上半期 サポート満足度アンケート結果より(10段階7以上)

## 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

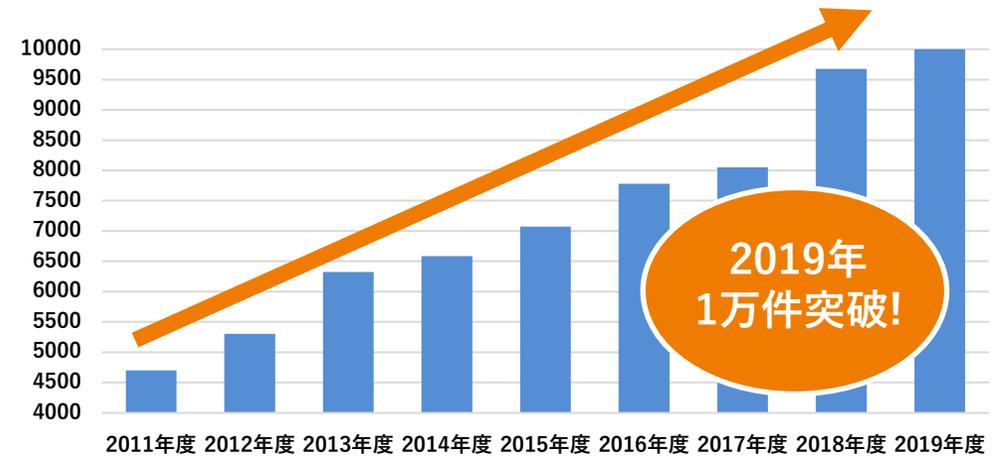
売上シェアNo.1 ※1



※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

### 導入実績

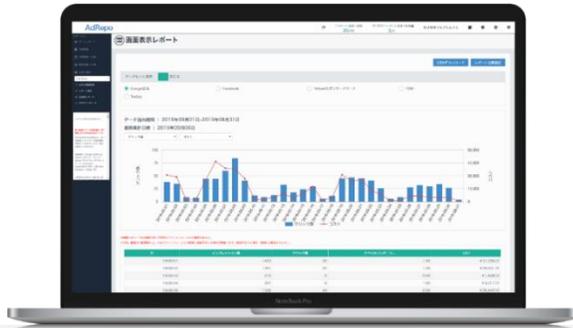
1万件以上



## 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



データ  
集計

データ  
整形

考察

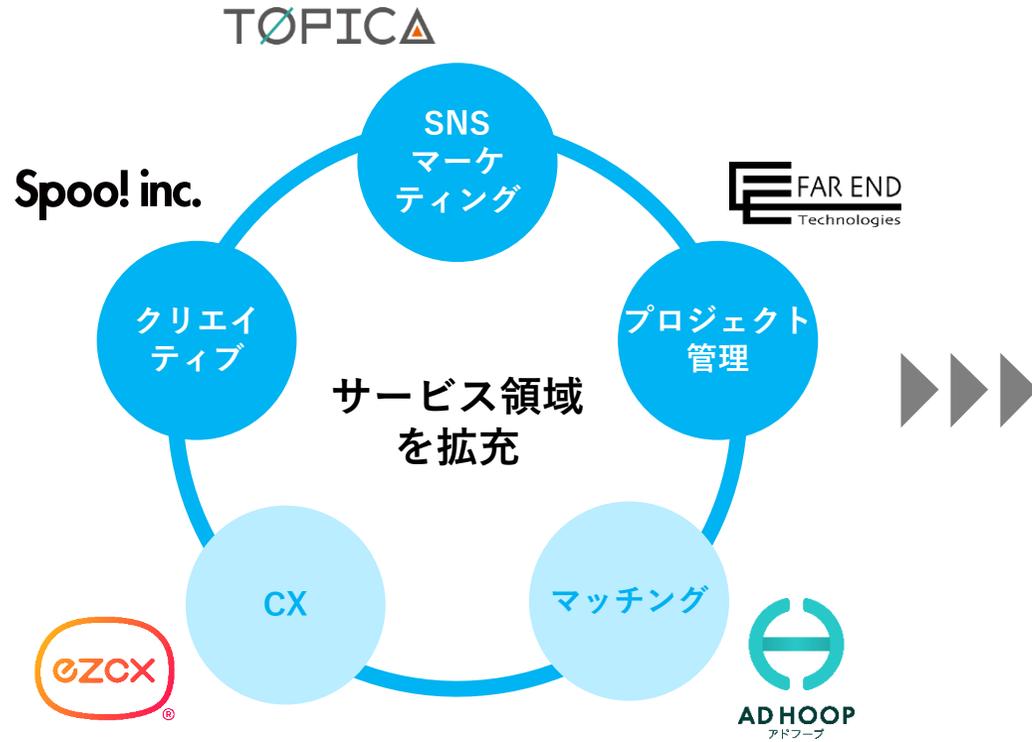
提出

### 「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



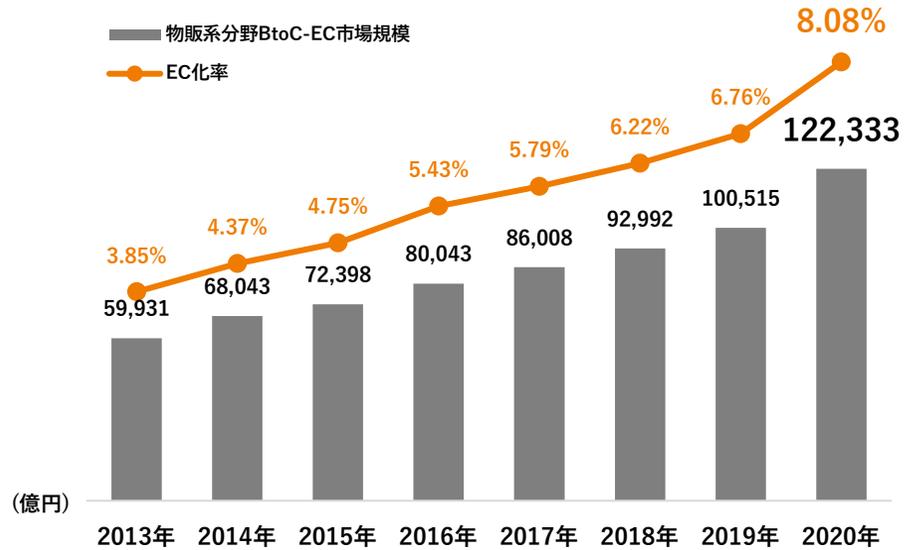
提供サービス/支援内容	
自社開発	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング特化型マッチングサービス</li> <li>・パートナー企業の新規顧客獲得のDX化を支援</li> </ul>
	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・EC特化型CX向上プラットフォーム</li> <li>・「アドエビス」のデータを活用したサイト内改善を支援</li> </ul>
M & A	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・Webサイト/コンテンツの企画・制作</li> <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

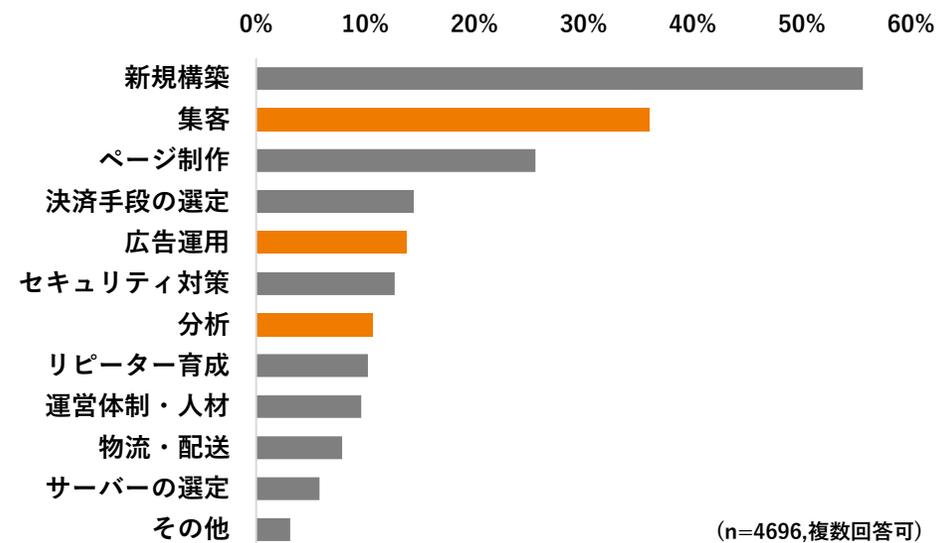
コロナ禍の巣ごもり需要を背景にEC化率が進展  
新規参入増で競争が激化

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

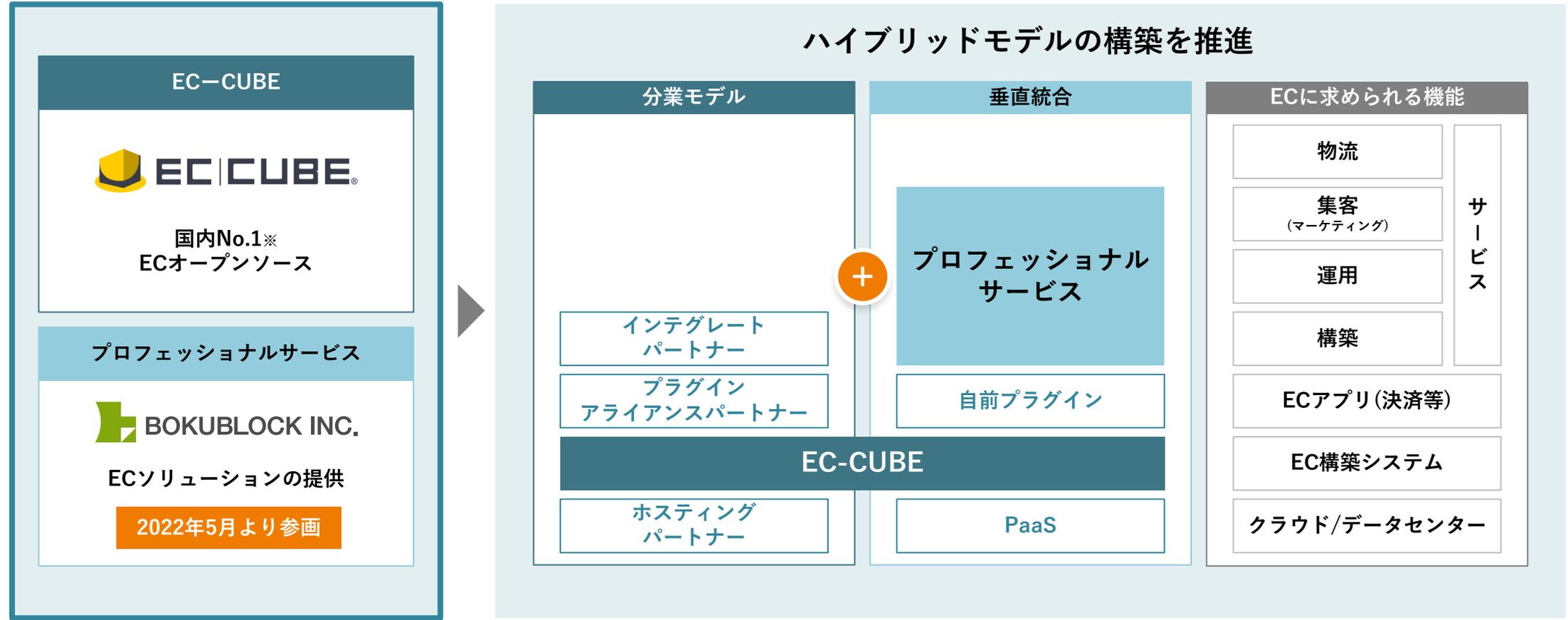
ECサイトの店舗運営における課題※2



※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

# 「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

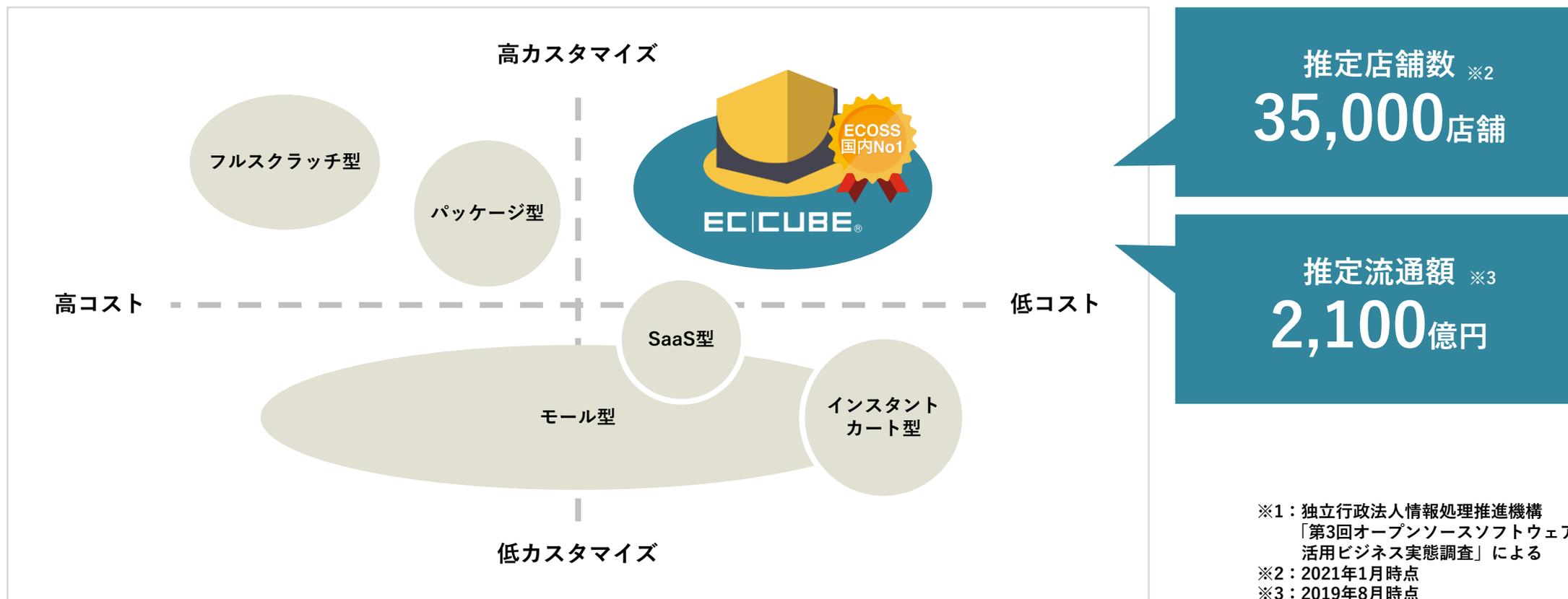


## コト消費を創る

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



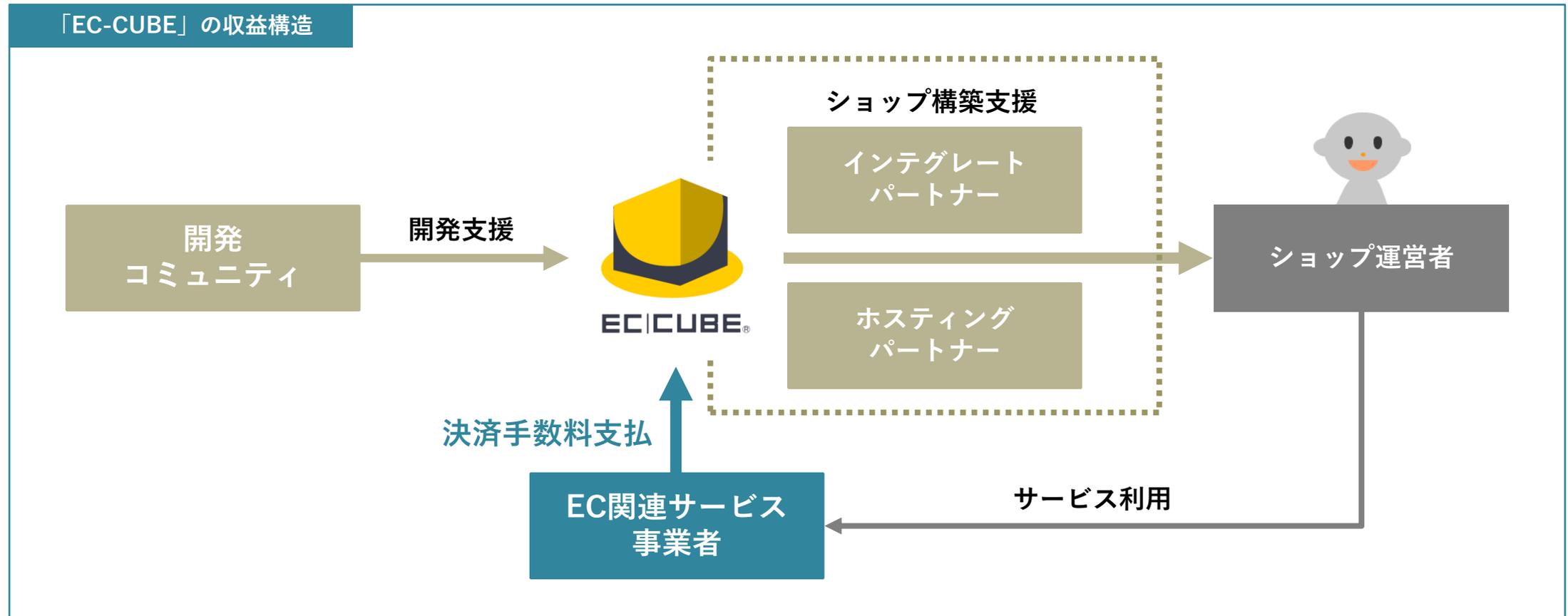
※1：独立行政法人情報処理推進機構  
「第3回オープンソースソフトウェア  
活用ビジネス実態調査」による

※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

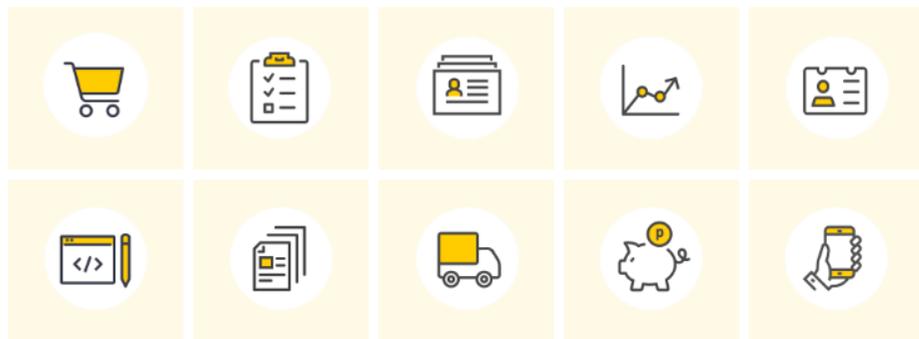


※ 2021年1月時点

# 「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

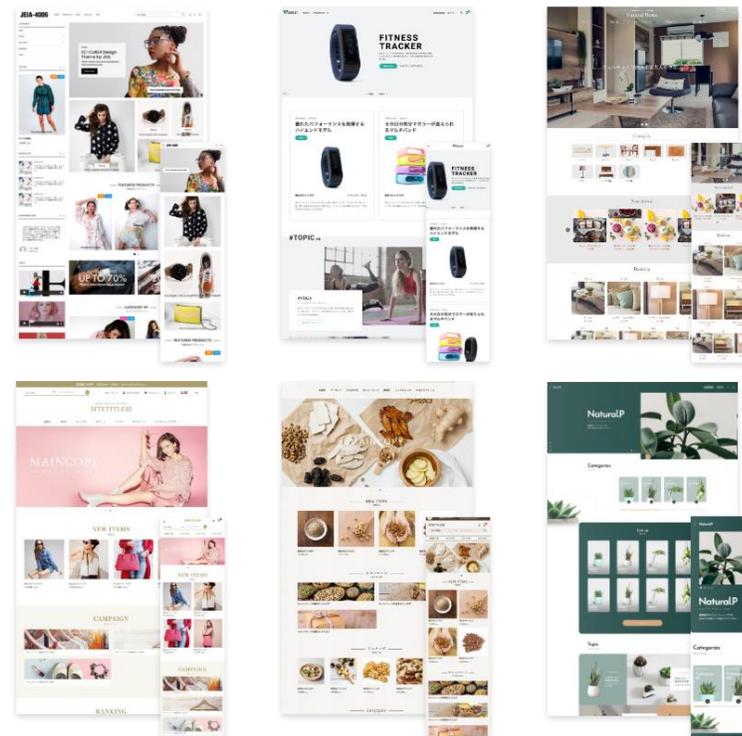
## 効率的な店舗運営を支える多様なプラグイン



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
		
利用料金	月額・初期費用 ¥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	「EC-CUBE」基本機能	
	— (利用者自身で対応)	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

# ボクブロック社について

「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。