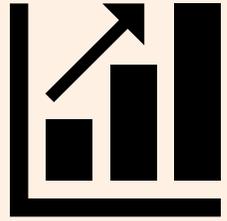




株式会社イルグルム

東証グロース：3690

2025年 9月期 第3四半期決算説明資料



コマース支援事業が四半期黒字に転換するなど
主に利益面が3Qで大きく伸長

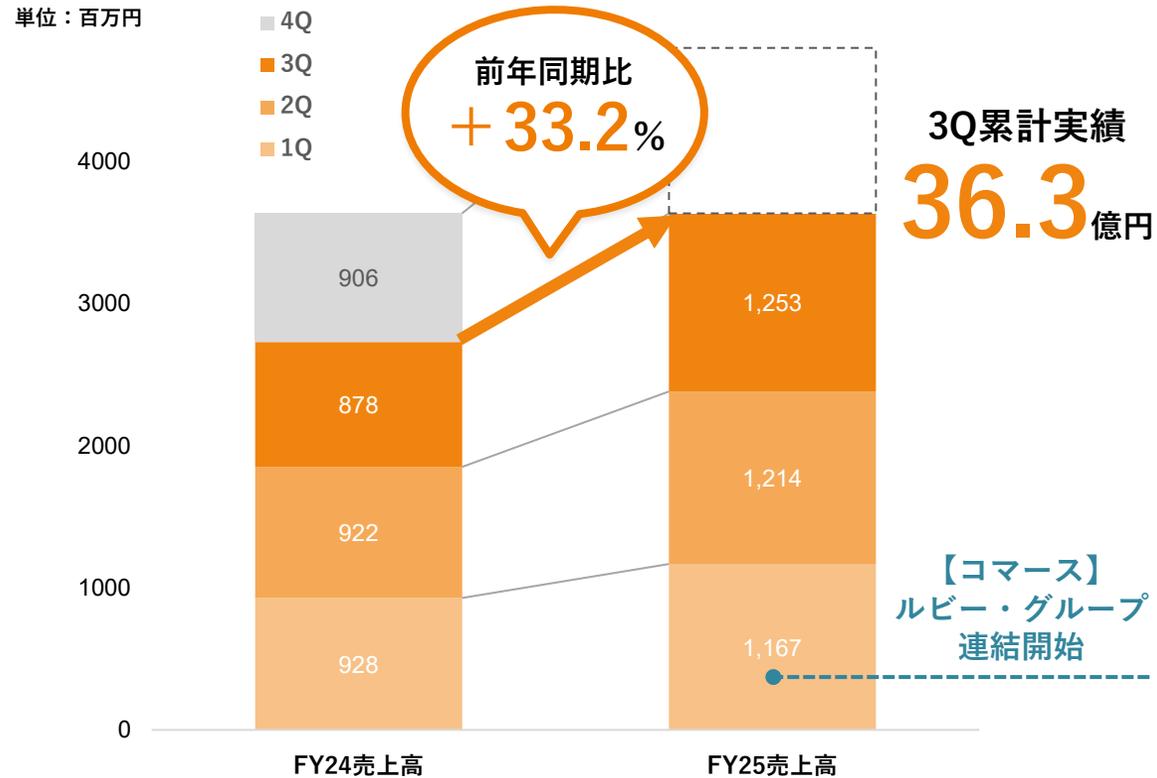


スタンダード市場への市場区分変更を申請
(2025年5月20日公表)

連結業績ハイライト

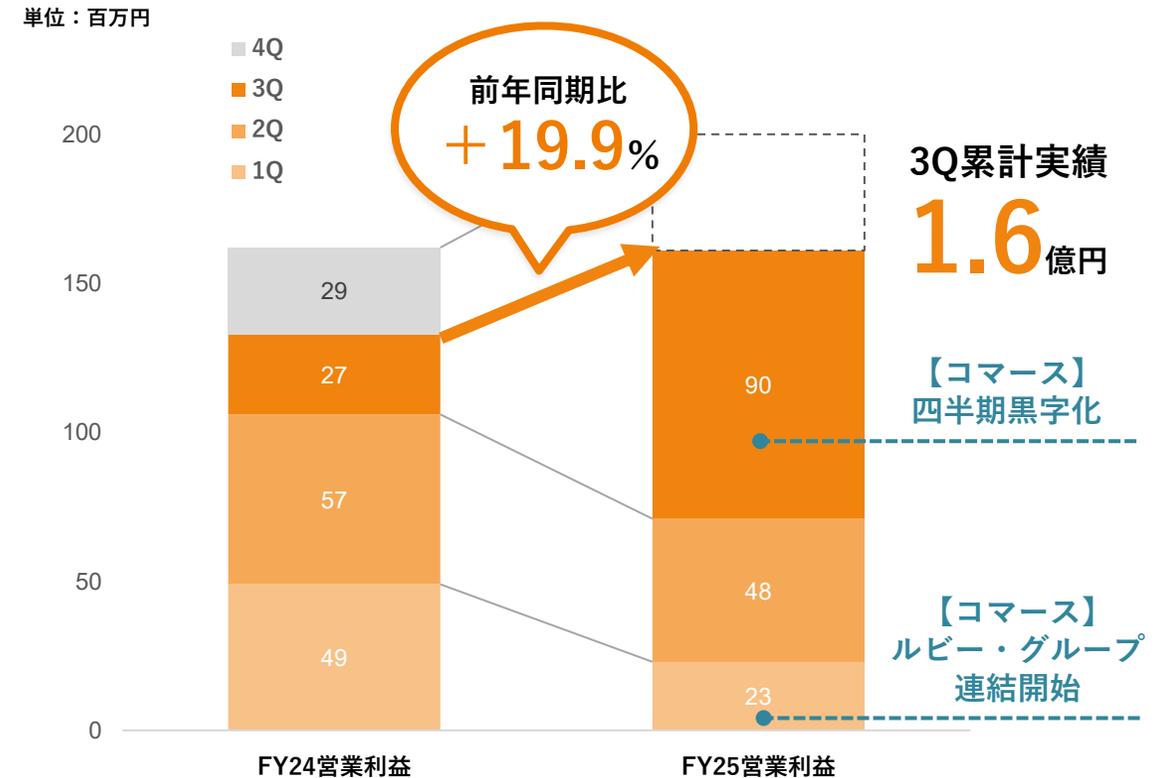
連結売上高

四半期過去最高売上
を3Q(4-6月)で更新



連結営業利益

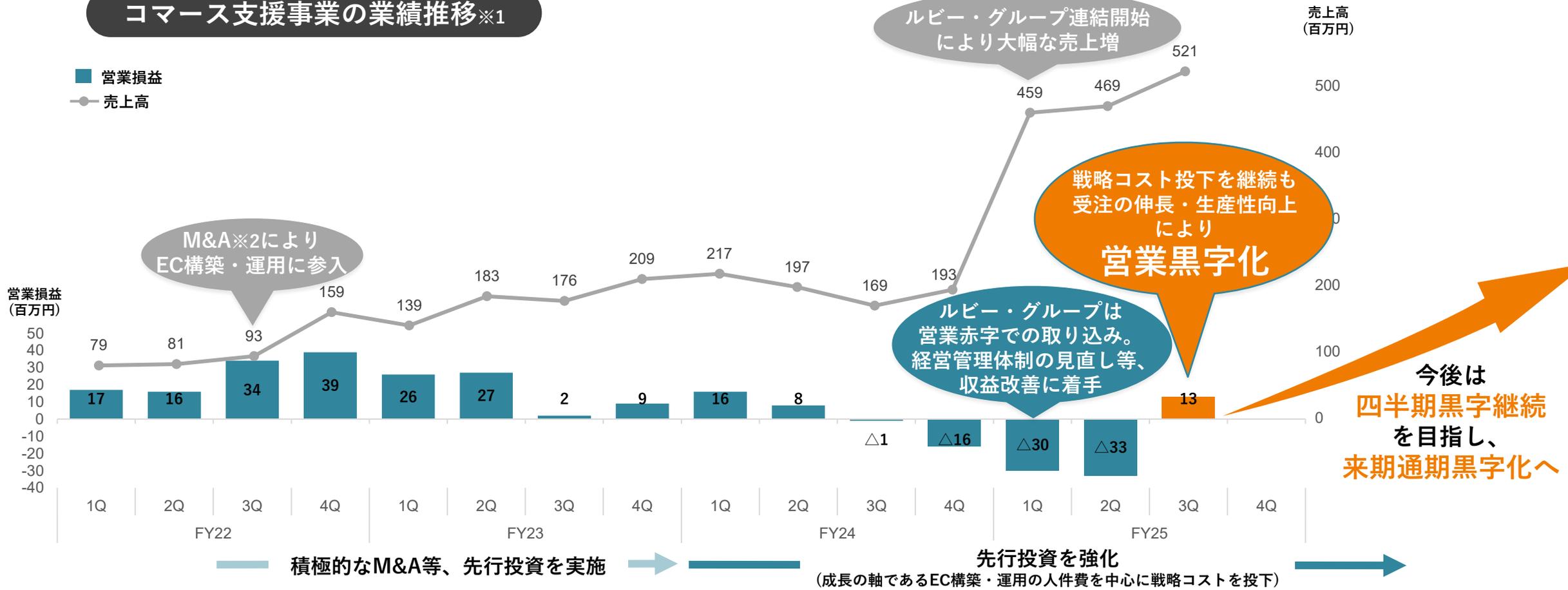
減益傾向を3Qで払拭、
累計においても増益に転じる



コマース支援事業の業績変化

ルビー・グループ連結開始により1Qで大幅な売上増も営業赤字での取り込み。
収益改善に努め、下期黒字転換の計画に沿って3Qで四半期営業黒字化を達成

コマース支援事業の業績推移※1



※1 本資料におけるセグメント別業績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及び営業利益の合計値は連結売上高及び連結営業利益と一致しないことがあります
 ※2 買収時の社名はボクブロック株式会社。その後の社名変更・経営統合についてはP.9の沿革参照

スタンダード市場への変更申請(2025年5月20日公表)

当社は2014年に東証マザーズ上場、2022年にグロース市場へ移行し、事業を推進している中で

『持続的な成長に不可欠な組織基盤』

✓ 収益基盤の確立

「アドエビス」を中心とした収益基盤を確立し、創業以来の連続増収を継続

✓ ガバナンス強化

社外取締役を含めた役員構成の充実、ミドルマネジメント層の進化等によって統制の取れた組織体制に

✓ 健全な財務状態の維持

自己資本比率は56.8%と良好な水準を維持

の構築に努めてまいりました

背景

申請理由

東証の再編市場区分において、「上場企業として基本的なガバナンス水準を備えつつ、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上にコミットする企業向けの市場」と定義される**スタンダード市場が現在の当社に最も適した市場**であると認識し、市場区分変更を申請いたしました

市場変更
の
狙い

スタンダード市場への変更により、
資金調達、社会的信用・知名度の向上、優秀な人財採用機会の拡大等
更なる経営基盤の充実を図り、
持続的な事業成長の実現・企業価値の向上を目指してまいります

※ 現時点では承認日は未定です。また、現時点でスタンダード市場の各形式基準について適合している状況ではありますが、何らかの理由で変更要件が満たされない際には、当社の変更申請が東京証券取引所の承認を受けられない場合があります。今後、本件に関して開示すべき事項が発生した場合には、速やかに公表を行います

1	事業概要	<u>P.07</u>
2	業績・トピック	<u>P.13</u>
3	サービス概要	<u>P.34</u>
4	中期経営方針『VISION2027』	<u>P.44</u>
5	業績予想・株主還元	<u>P.61</u>
	補足資料	<u>P.64</u>

1

事業概要



コーポレート・スローガン

未知に、道を。



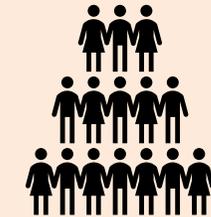
それぞれの企業が独自の価値とともに発展できる社会。
私たちはそのまだ見ぬ理想の世界をYRGLMと名付けました。
まだこの世に存在しない未来像を示すために、既存の言葉に由来を
持たない「**意味を持たない文字列**」を語源としました。
どこにもない企業を目指すために選んだ、どこにもない名前です。

当社の強み



創造力

広告効果測定や
ECオープンソースの
可能性をいち早く発見し、
プロダクトを開発



組織力

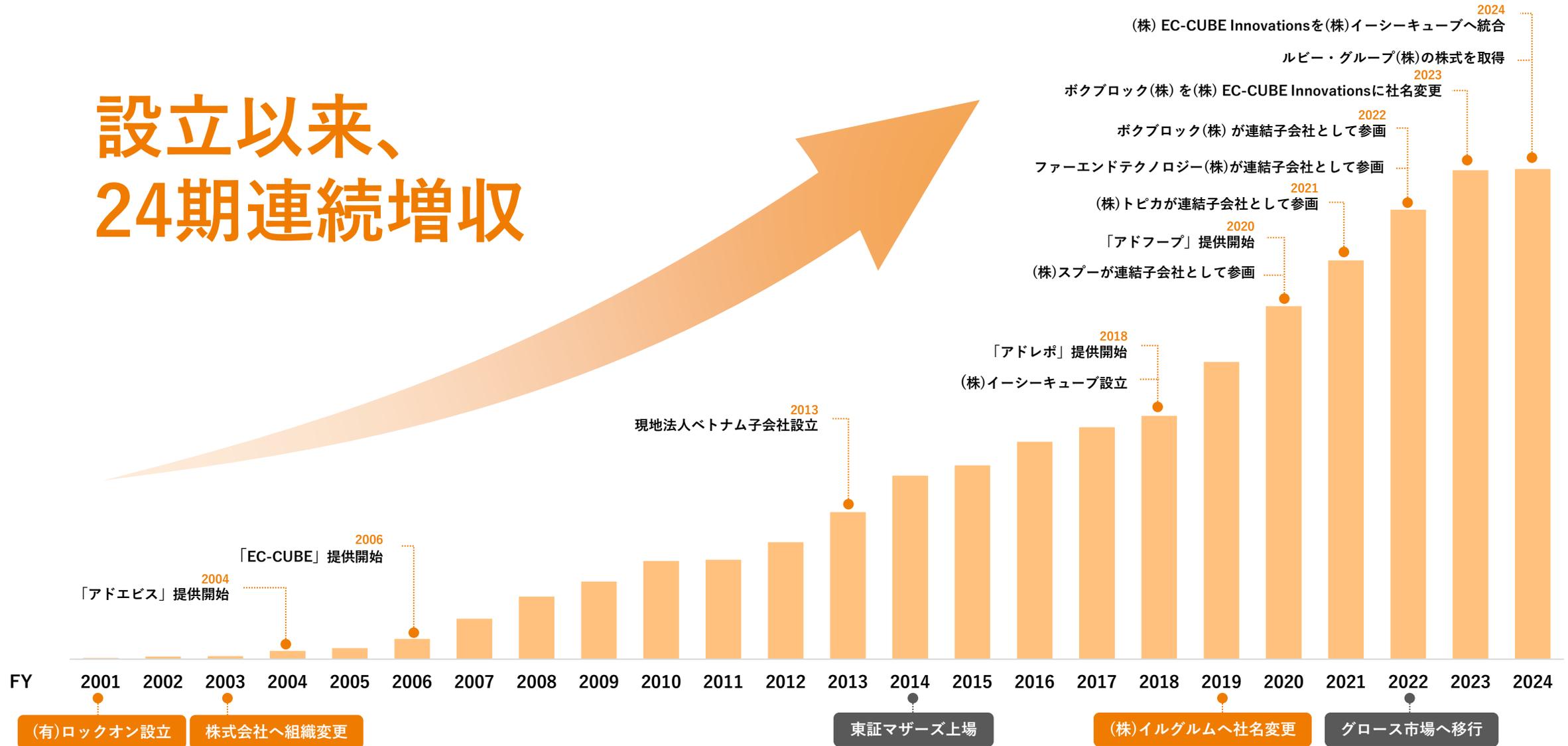
大規模なプロダクトを
開発・提供するための
豊富なケイパビリティ
を内製している



顧客基盤

No.1シェアの「アドエビス」
や「EC-CUBE」等の
顧客基盤を活かした
新サービスの展開が可能

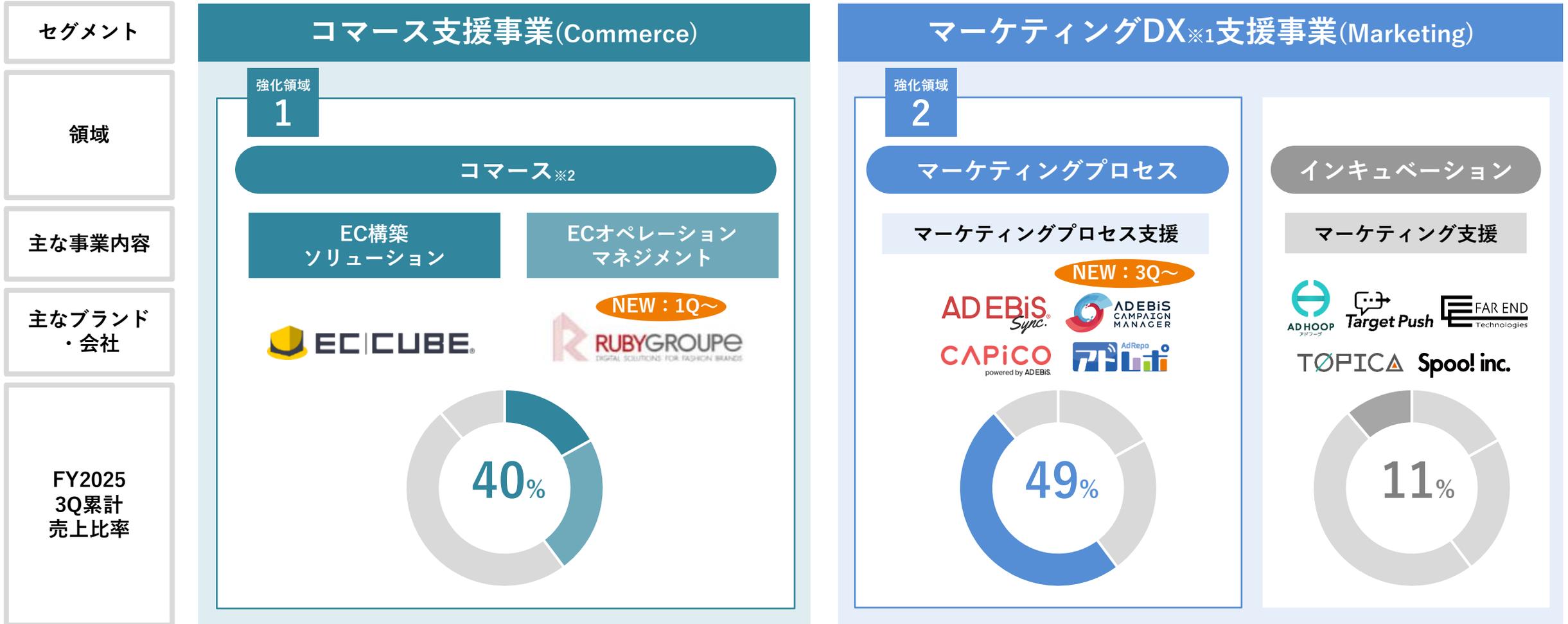
設立以来、 24期連続増収



※ グラフは各年期末段階の売上高（2002年以前は3月期、それ以降は9月期）

セグメント構成・強化領域

コマース支援事業とマーケティングDX支援事業の2セグメントで事業を展開

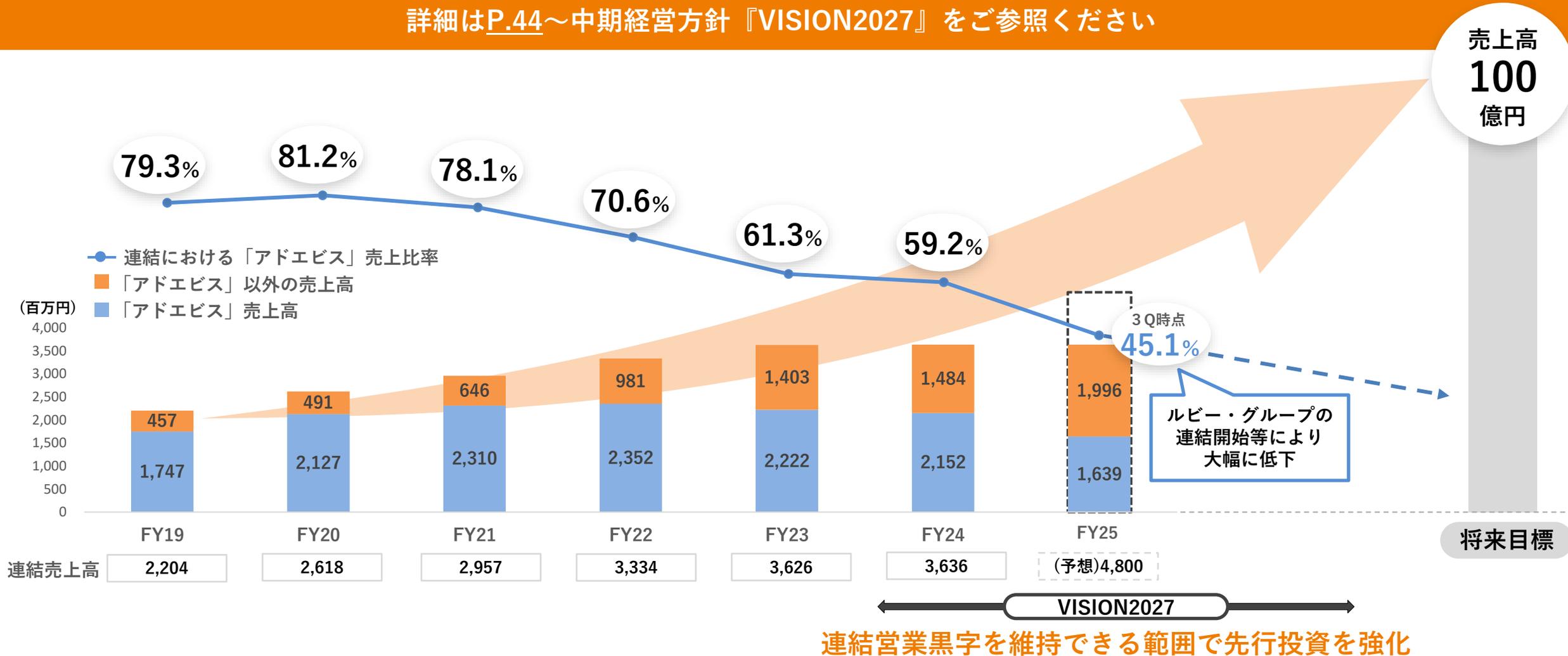


※1 マーケティングDX：企業がデータとデジタル技術を活用して、マーケティング活動による成果を最大化・最適化できる仕組みを構築すること

※2 FY24においてプラットフォーム領域とEC構築・運用領域としていたが、ルビー・グループの子会社化による垂直統合モデルのサービス拡充(P.55参照)に伴い1Qより領域統合

売上構造の改革：進捗状況

新たな成長ドライバーによる売上創出に努めており、
 売上比率の大きい「アドエビス」への依存度を低下させながら連結売上が拡大
 詳細はP.44～中期経営方針『VISION2027』をご参照ください



今期テーマ・セグメント別の業績動向

今期テーマ

コマース領域の成長と マーケティングプロセス領域における 新サービスの収益化

コマース支援事業(Commerce)

今期売上高の方向感



受託中心のため、引き続き
四半期変動があるものの、
ルビー・グループの連結開始等
により前期比で大きく拡大へ

主な戦略コスト

成長の軸となる
構築・運用に関する人件費など

マーケティングDX支援事業(Marketing)

今期売上高の方向感



今期は横ばいの想定。
現状は「アドエビス」の
サブスク※1売上が中心のため、
期初は売上が積み上がりにくい傾向

主な戦略コスト

マーケティングプロセスの新SaaS※2
「キャンペーンマネージャー」の開発コストなど

※1 サブスク：サブスクリプションの略。Subscription = 消費者が商品やサービスを一定期間利用できる権利に対して料金を支払うビジネスモデルで、四半期ごとに積みあがっていく売上性質がある

※2 SaaS：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

2

業績・トピック



連結損益計算書^{※1}

売上高は3Qで四半期過去最高を更新し、通期予想に対して順調な進捗
 営業利益はCommerceの四半期黒字化等により3Qで大幅な伸びとなり、
 累計ベースで増益に転じる

単位：百万円	2024年9月期	2025年9月期		
	3Q累計	3Q累計	前年同期比	対業績予想進捗率
売上高	2,729	3,636	+33.2%	75.8%
売上総利益	1,587	1,874	+18.0%	—
営業利益	134	161	+19.9%	80.8%
営業利益率	4.9%	4.4%	△0.5pt	—
経常利益	134	165	+22.6%	86.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	59	107	+81.1%	107.1% ※2
【参考】EBITDA ^{※3}	353	387	+9.6%	—
EBITDAマージン	12.9%	10.6%	△2.3pt	—

コマース支援事業 (Commerce)			
単位：百万円	FY24 3Q累計	FY25 3Q累計	前年同期比
売上高	584	1,449	2.4倍
営業損益	24	△49	—
営業利益率	4.1%	—	—

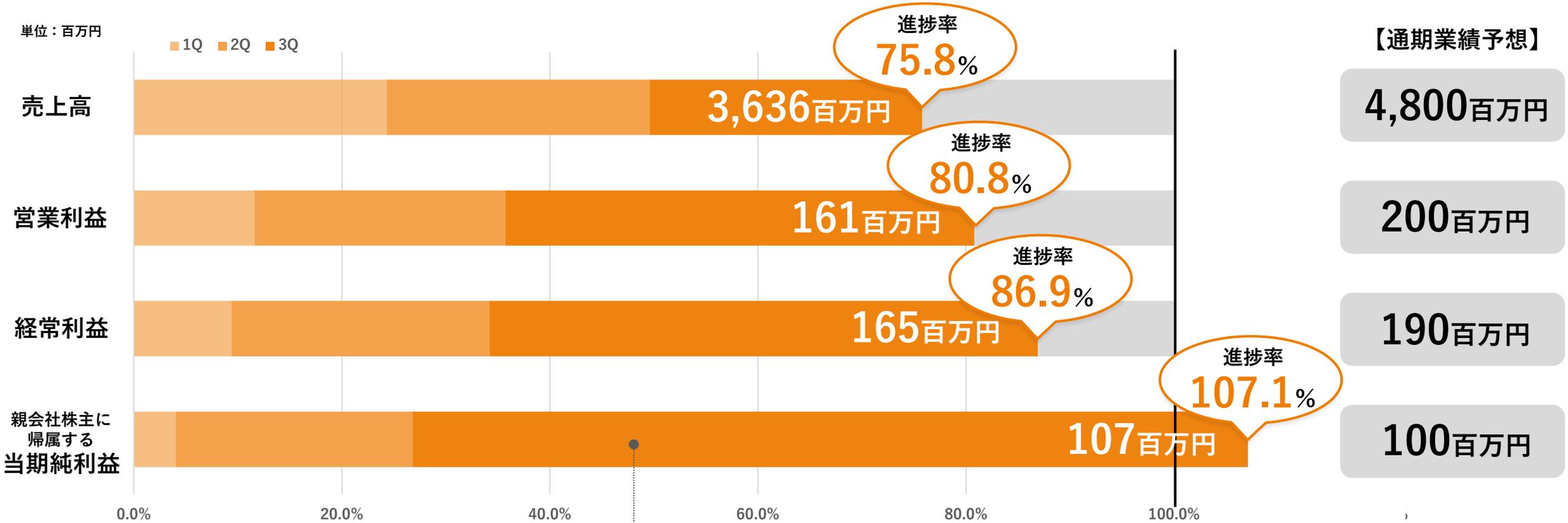
マーケティングDX支援事業 (Marketing)			
単位：百万円	FY24 3Q累計	FY25 3Q累計	前年同期比
売上高	2,147	2,192	+2.1%
営業利益	117	210	+79.0%
営業利益率	5.5%	9.6%	+4.1pt

※1 本資料におけるセグメント別業績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及び営業利益の合計値は連結売上高及び連結営業利益と一致しないことがあります
 ※2 純利益は3Q累計実績が通期予想値を超過。事業状況としては4Qも黒字を見込むも通期の着地数値については精査中であるため通期業績予想を据え置き
 ※3 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率

- ✔ 売上高：四半期ごとに順調に積み上げ
- ✔ 営業利益・経常利益：下期偏重の計画に沿った推移
- ✔ 純利益：**通期予想を超過**

(事業状況としては4Qも黒字を見込むも通期の着地数値については精査中であるため通期業績予想を据え置き)

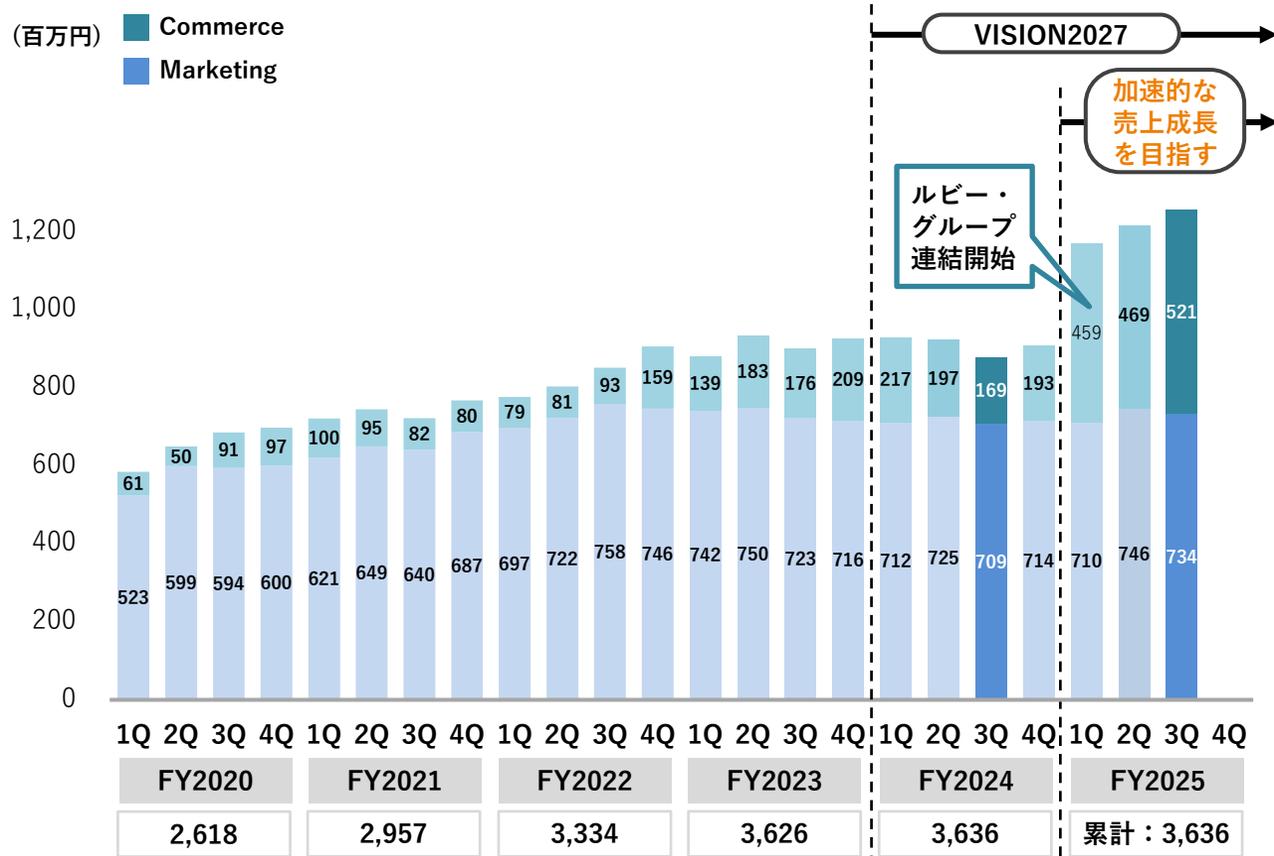


・2Q比での増加要因：営業利益・経常利益の増加
+ 非支配株主に帰属する四半期純利益の減少(持株比率が100%ではない子会社の四半期純利益変動に起因)

売上高・営業利益推移※

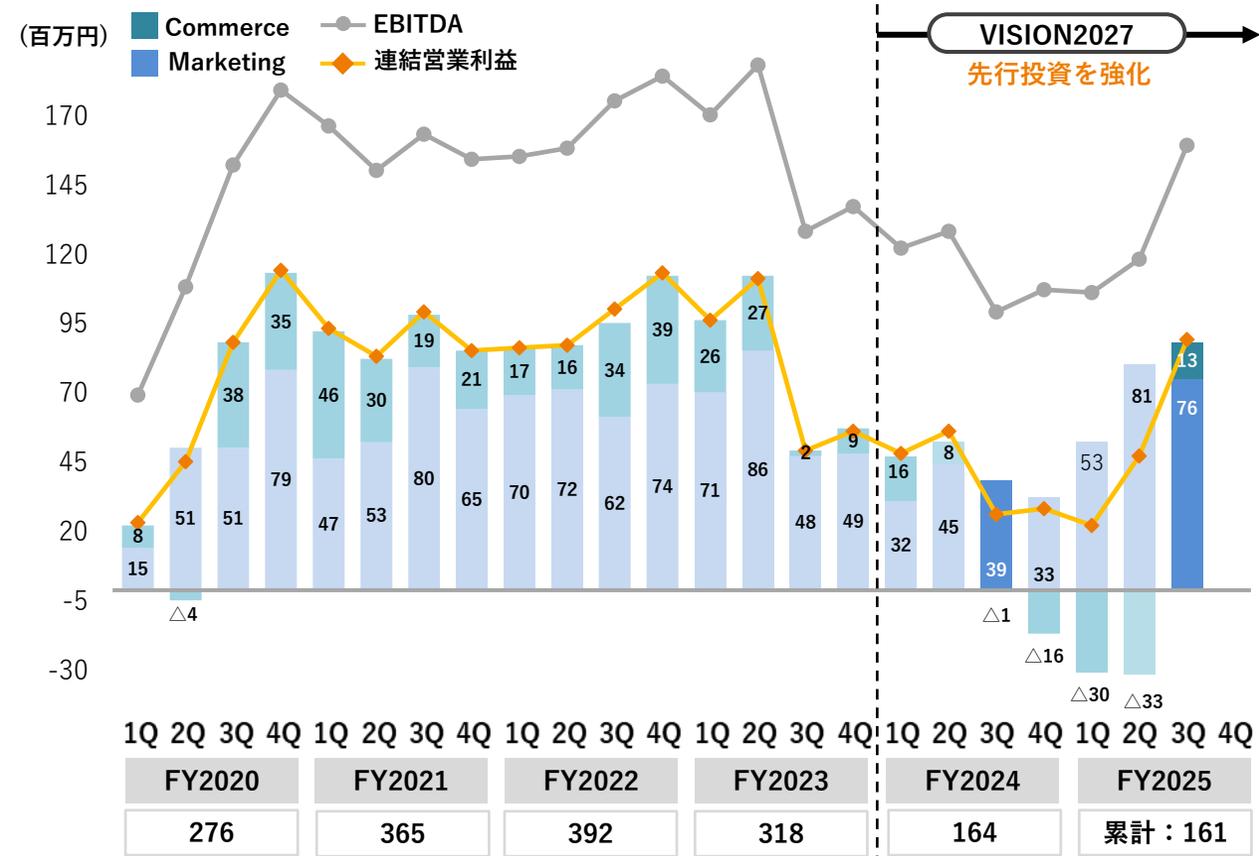
連結売上高

中期経営方針『VISION2027』において
加速的な売上成長を目指す3カ年の初年度である
今期はM&A効果等により**大幅な売上拡大を実現**



連結営業利益

Commerceが下期黒字転換の計画に沿って
3Qで四半期営業黒字化したことで
連結営業利益が大幅な改善

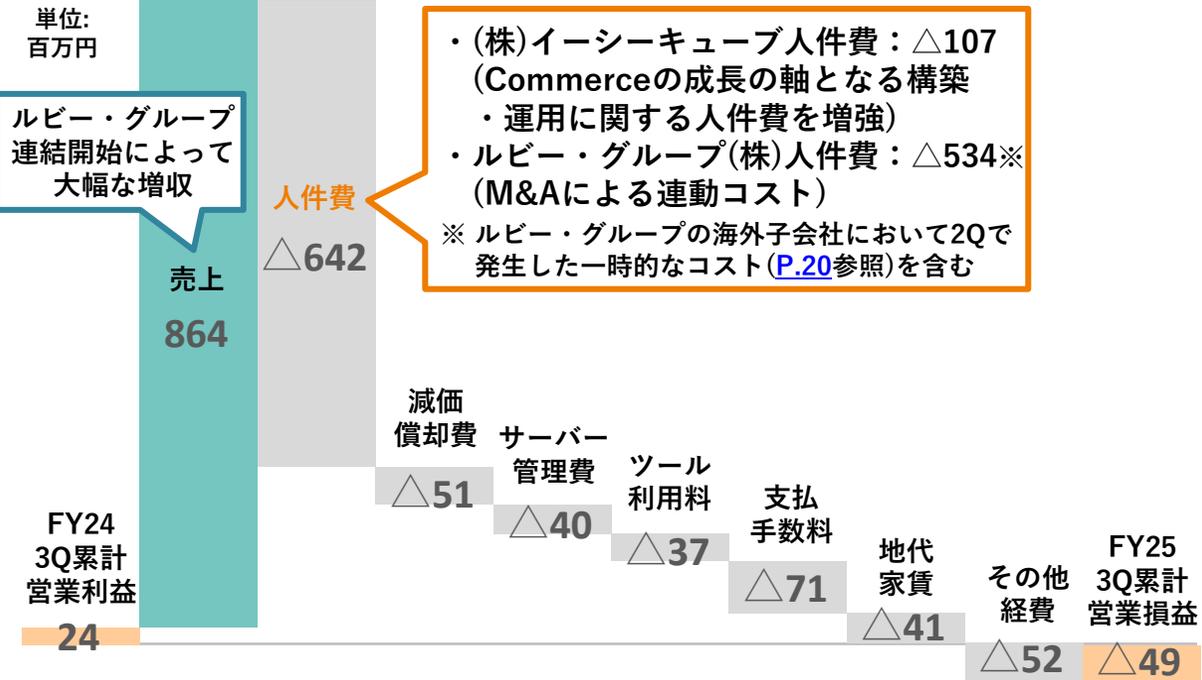


※ 本資料におけるセグメント別業績はセグメント間取引の調整額の表記を省略しているため、各セグメント売上高及び営業利益の合計値は連結売上高及び連結営業利益と一致しないことがあります

セグメント別営業損益の変動要因

Commerce

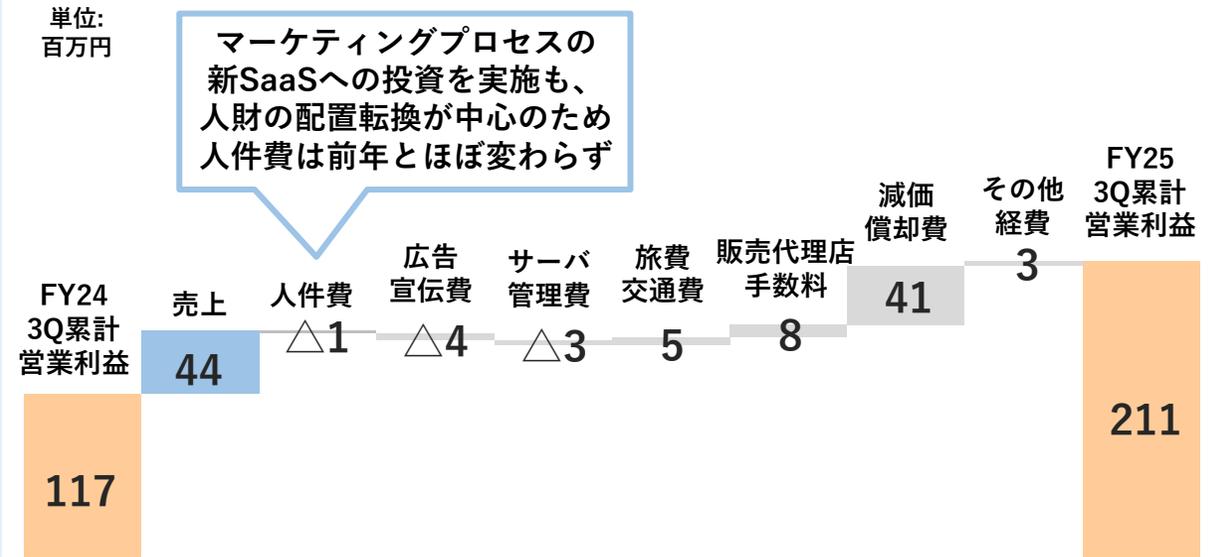
ルビー・グループ連結開始に伴い大幅な変動



3Qで黒字転換したものの
 上期の赤字(0.63億円)を吸収するには至らず、
 3Q累計としては0.49億円の赤字

Marketing

大きな変動要素なし



高利益率の「アドエビス」の売上堅調
 ・業務効率化等により
 3Q累計で前年同期比+約1億円の大幅増益

連結貸借対照表

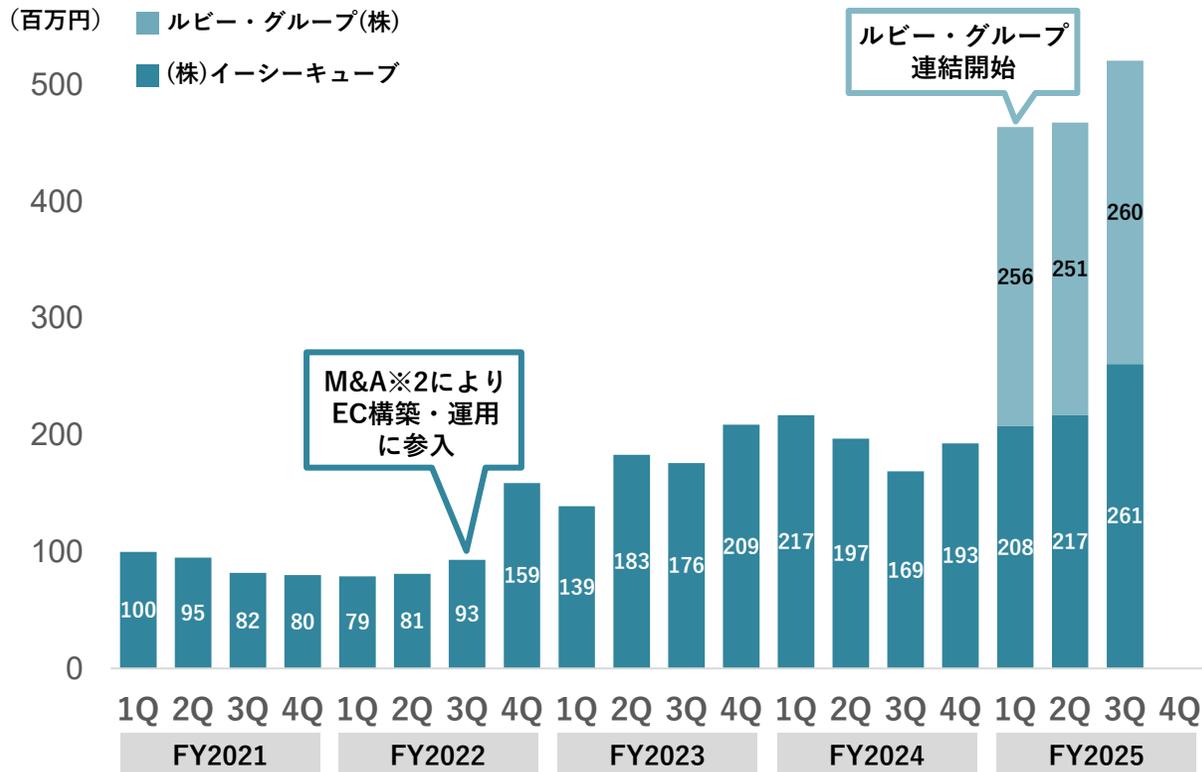
健全な財務水準を維持しながら、有利子負債が減少
自己資本比率は+3.5ptの増加

単位:百万円	2024年9月期	2025年9月期	増減
	期末	3Q末	
流動資産	2,240	2,218	△21
内、現預金	1,407	1,418	+11
固定資産	1,284	1,142	△141
有形固定資産	85	75	△9
無形固定資産	906	796	△109
投資その他資産	292	270	△22
資産合計	3,524	3,361	△162
負債合計	1,589	1,429	△160
内、有利子負債	844	701	△142
純資産合計	1,934	1,932	△2
自己資本比率	53.3%	56.8%	+3.5pt

セグメント別概況

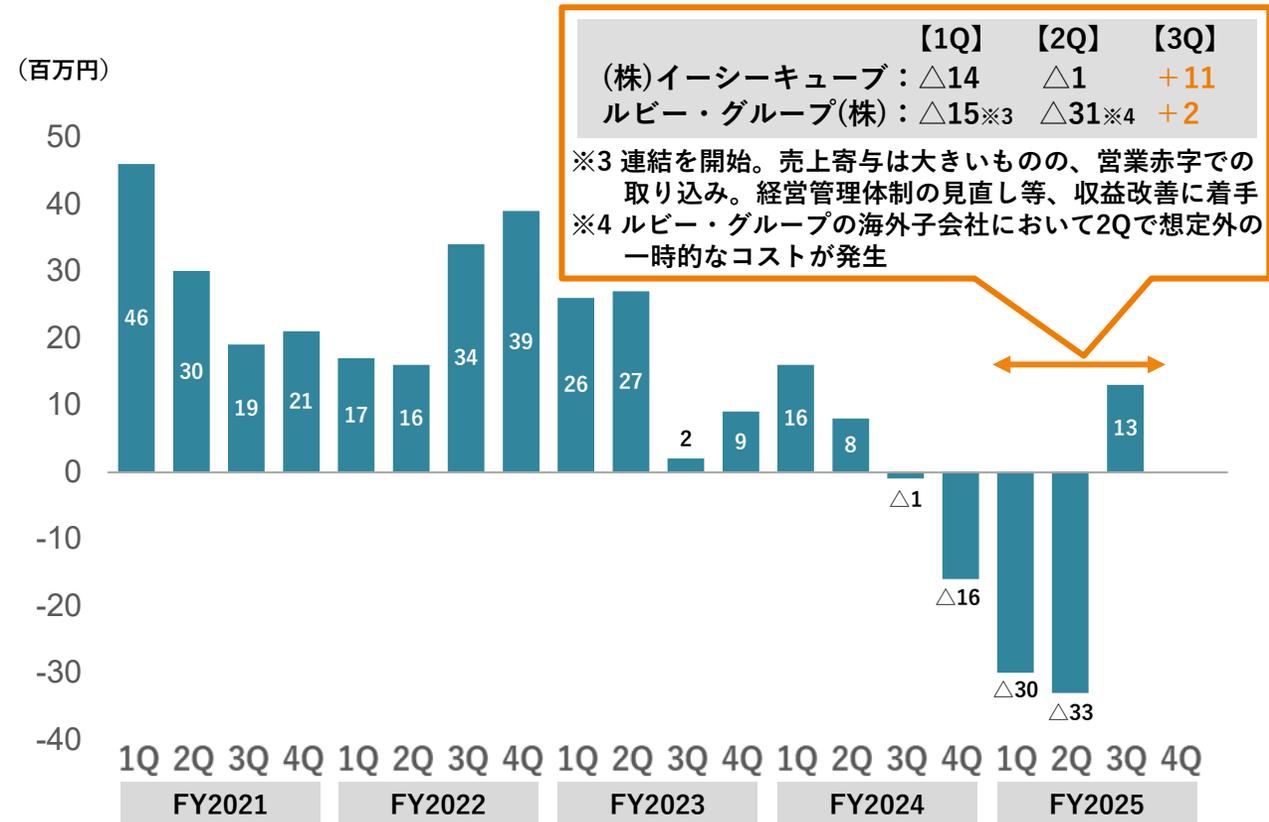
Commerce売上高

成長の軸となる構築・運用での大型案件獲得等により
3Qで四半期過去最高を更新。ルビー・グループを1Qで
連結開始後、右肩上がりに推移し、**3Q累計は2.4倍の増収**



Commerce営業損益

構築・運用の人件費中心に戦略コスト投下を継続も
収益性が改善し、3Qで四半期黒字に転換。
今後は四半期黒字継続を目指し、来期通期黒字化へ



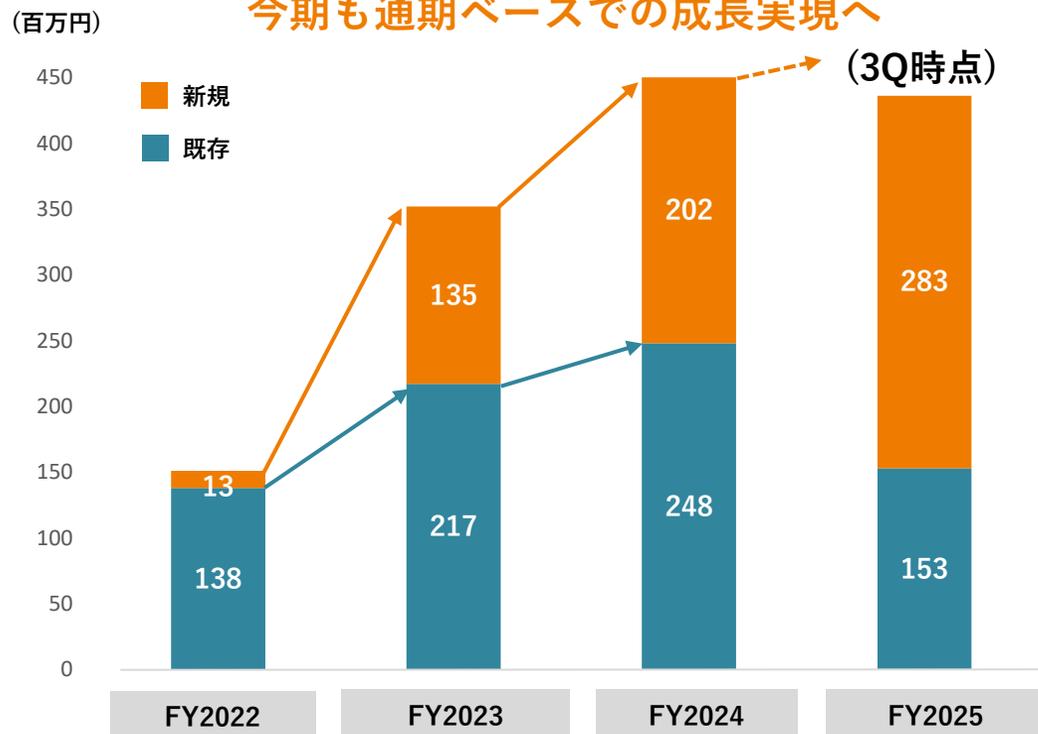
※1 本資料におけるセグメント別業績はセグメント間取引の調整額の表記を省略しているため、各セグメント売上高及び営業利益の合計値は連結売上高及び連結営業利益と一致しないことがあります

※2 買収時の社名はボクブロック株式会社。その後の社名変更・経営統合についてはP.9の沿革参照

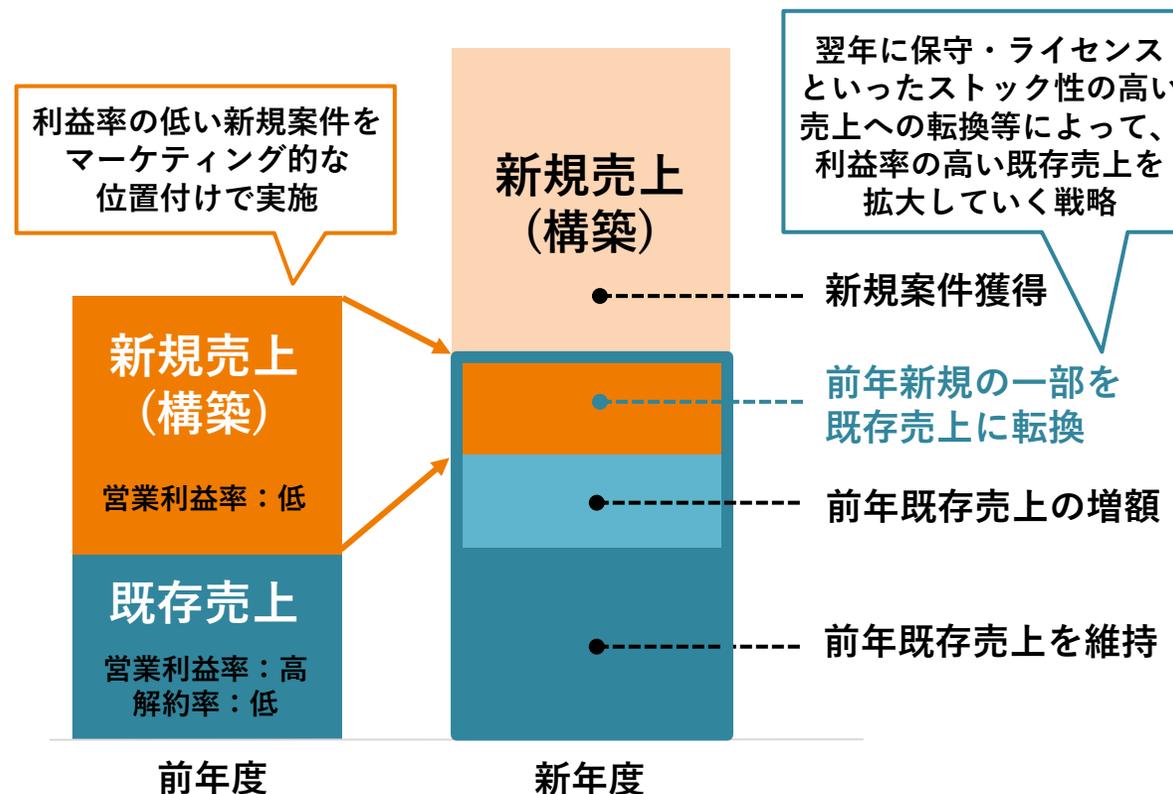
FY22より成長の軸となる構築・運用売上を着実に積み上げ
更なる新規獲得と共にストック性の高い既存売上拡大を目指す

構築・運用 売上高実績^{※2}

FY22-24において既存・新規ともに拡大
今期も通期ベースでの成長実現へ



収益構造イメージ^{※3}



※1 ルビー・グループ(株)でも一部構築案件を行ってはいらるものの、現時点では強化に取り組んできた(株)イーシーキューブの実績を記載
 ※2 構築案件の進捗状況によって四半期売上は変動があり、通期売上の持続的な成長を目指していく戦略のため、通期ベースでの売上構成推移を掲載
 ※3 詳細についてはP.57参照

「EC-CUBE Enterprise」新サービスを続々リリース

大規模EC向け構築・運用サービス「EC-CUBE Enterprise」

サブスクリプション

2024年12月～第4弾 **Subscription**、2025年1月～第5弾 **BtoB** の提供開始

コストパフォーマンスに優れた高可用性システム

EC|CUBE Enterprise

2024年6月

2024年10月

2024年12月

2025年1月

第1弾

第2弾

NEW

第4弾

NEW

第5弾

Infrastructure

Mall

大規模ECサイト対応

モール型ECサイト対応

第3弾

マルチリンガル

Multilingual

多言語ECサイト対応

EC|CUBE

EC|CUBE Enterprise Subscription

サブスクリプション

エンタープライズ向けEC-CUBEパッケージ
「EC-CUBE Enterprise」で **定期購入** を実現

EC|CUBE

EC|CUBE Enterprise

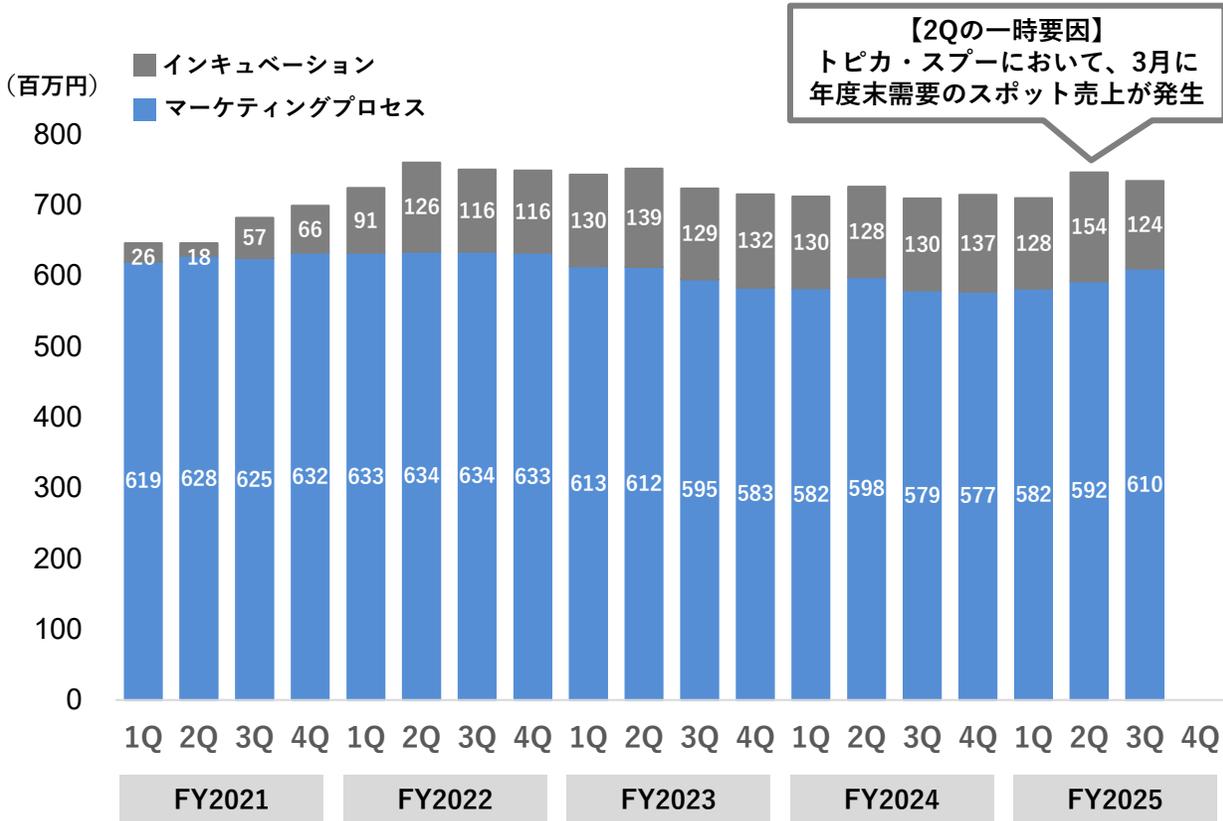
BtoB

エンタープライズ向け
EC構築・運用サービス
「EC-CUBE Enterprise」の

BtoB EC 対応版

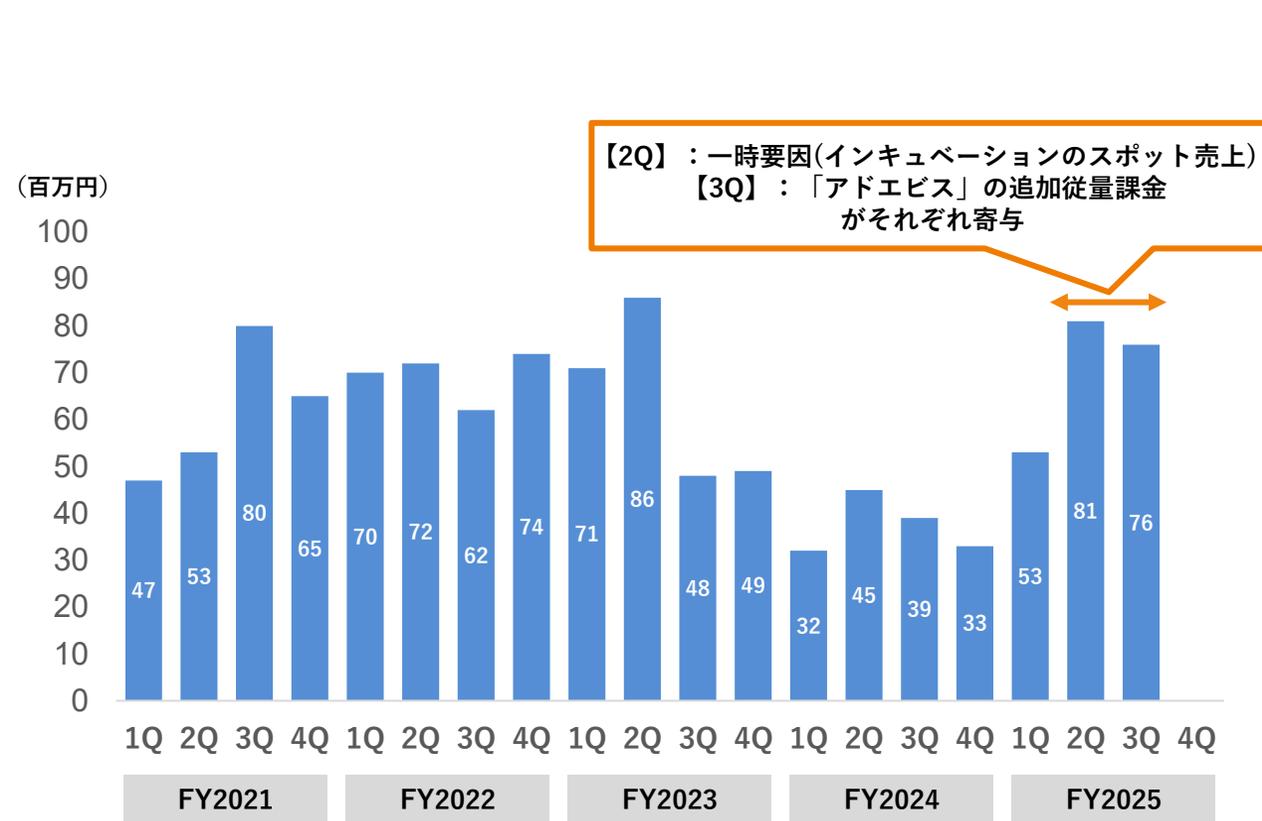
Marketing売上高

売上比率の大きい「アドエビス」が売上維持フェーズであるため**四半期売上は概ね横ばいで推移**。
3Q累計は+2.1%の増収で着地



Marketing営業利益

マーケティングプロセスの新SaaSへの投資を継続も、高利益率の「アドエビス」の売上堅調・業務効率化等により**3Q累計は+79.0%の大幅増益に**



※ 本資料におけるセグメント別業績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及び営業利益の合計値は連結売上高及び連結営業利益と一致しないことがあります

「アドエビス」新規獲得施策の「GSP※2」と「C*API*CO」が奏功し、**緩やかな増加傾向**
3Qで正式版リリースの新SaaSは段階的に新規獲得を強化し、来期以降に本格増を目指す

(件)

■ アドレポ
■ クロスセル強化サービス※3：アドエビス、C*API*CO(23年9月期4Q～)、キャンペーンマネージャー(25年9月期3Q～)



新SaaSの段階的な
新規獲得強化により、
来期以降、本格的な増加へ。
FY27までに
過去最高の契約件数更新
を目指す

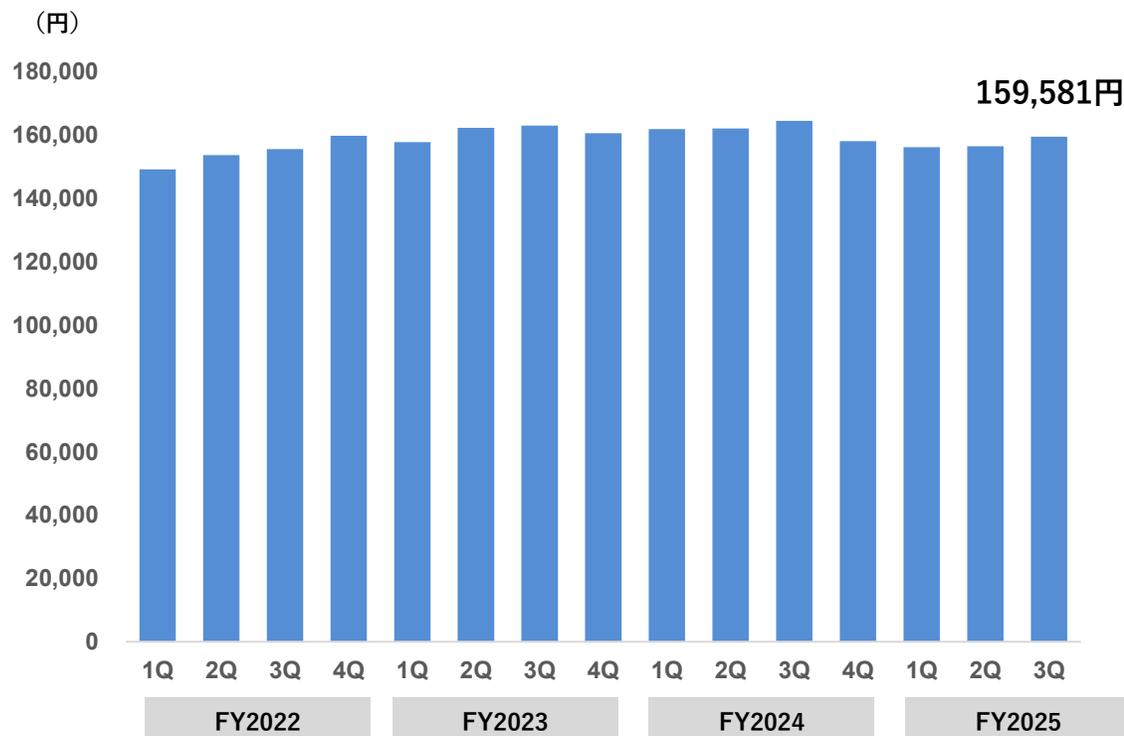
※1 当資料よりアカウント数から契約件数に文言変更。コントロールはこれまで同様、無料お試し利用中の無償アカウントは含めていない有償アカウントの契約件数

※2 「アドエビス」の新規顧客向け・低単価プラン「Growth Step Program(GSP)」(P.72参照)

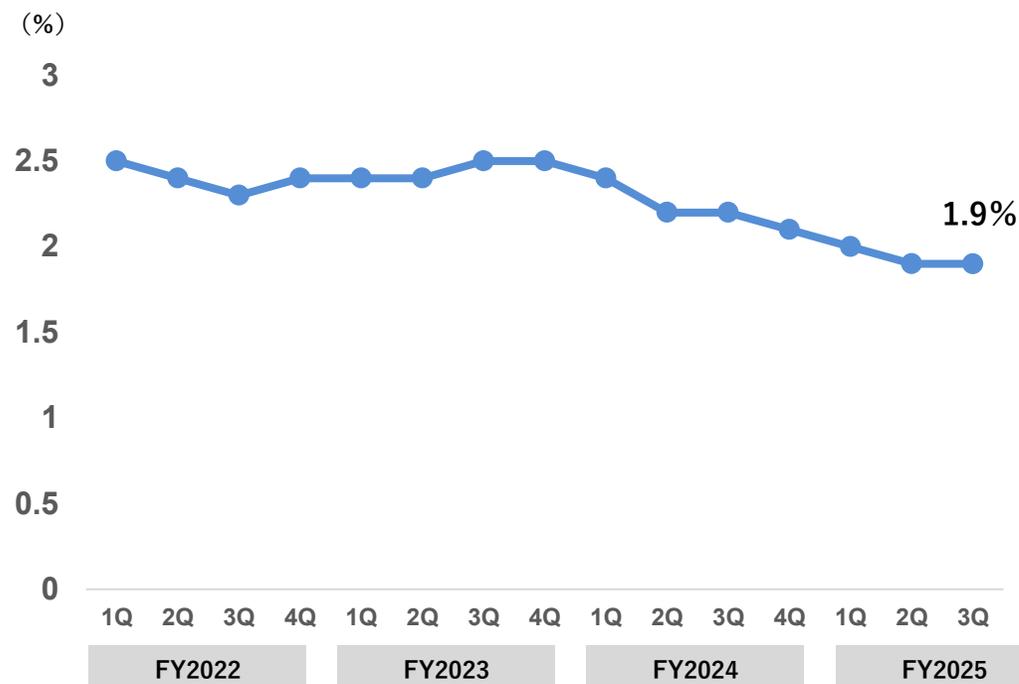
※3 併用アカウントはそれぞれをカウント。ただし、「C*API*CO」の「アドエビス」併用アカウントについては「アドエビス」のオプション扱いである為カウント対象外

平均単価は「アドエビス」の低単価プランの拡販等により低下傾向も想定通り
 解約率は継続的なカスタマーサクセス活動により目標としてきた2.0%を下回り1.9%に

平均単価



解約率※



※ 直近12ヵ月移動平均（解約率＝直近12ヵ月の解約金額÷前月までの12ヵ月売上金額にて算定）
 四半期末月の数値を記載

国内初のマーケティング・キャンペーン・マネジメント・プラットフォーム

データと生成AIでマーケティング組織を強くする

アドエビス キャンペーン マネージャー

NEW

「AD EBiS Campaign Manager (以下、キャンペーンマネージャー)」

2025年5月21日～正式版の提供を開始

AIを活用した
新SaaS



多くの企業が抱えている悩み



マーケティング活動は属人化しやすく、
人財の流動性も高いため、
施策の成果や学びが組織内で蓄積されにくい

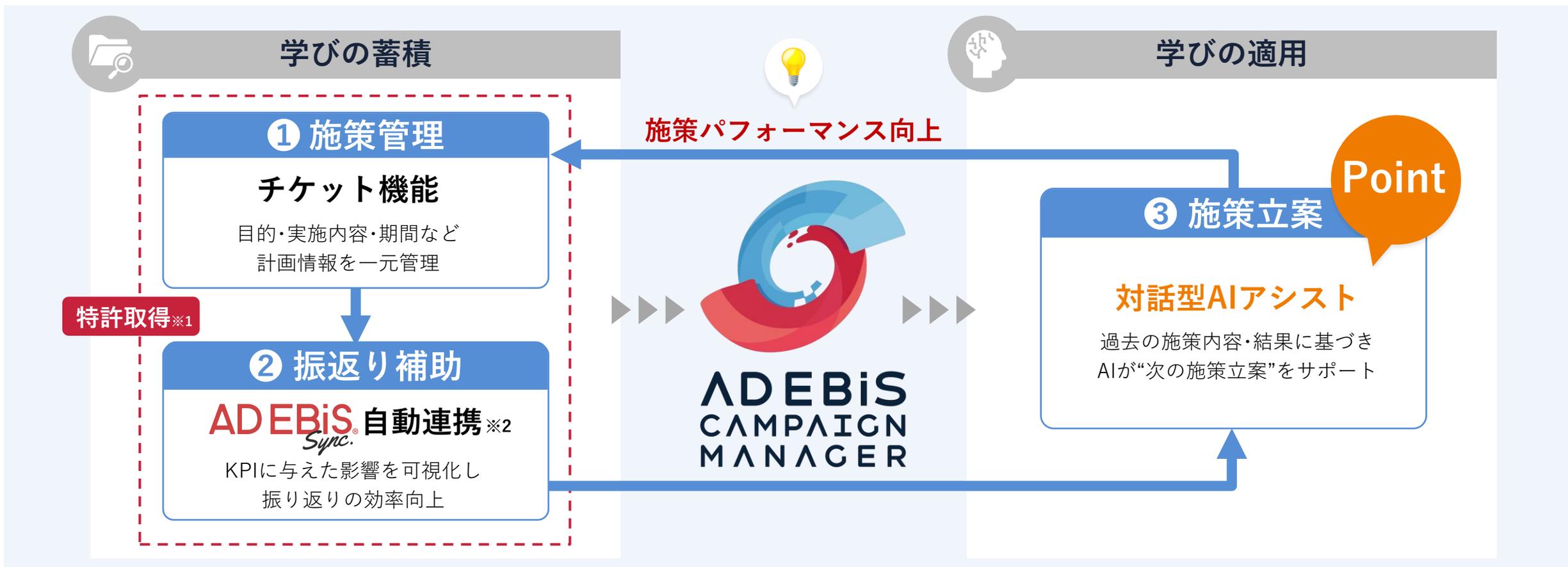
当社が抱えていた課題



主力サービス「アドエビス」は
広告効果測定市場でシェアNo.1であるものの、
マーケティングプロセス全体(PDCAサイクルの構築)
を支援することは出来ていない

【マーケティング施策の記録】・【評価】・【改善】の3ステップを構造化した
新SaaSを開発・提供し、
『マーケティング施策の効果改善サイクルを回したい』という顧客課題をサポートする

マーケティングの施策情報を一元管理・実施結果を自動取得し、**過去施策を学習した生成AIが次回施策に向けた改善提案を提示**することで、再現性のある成果創出を実現する



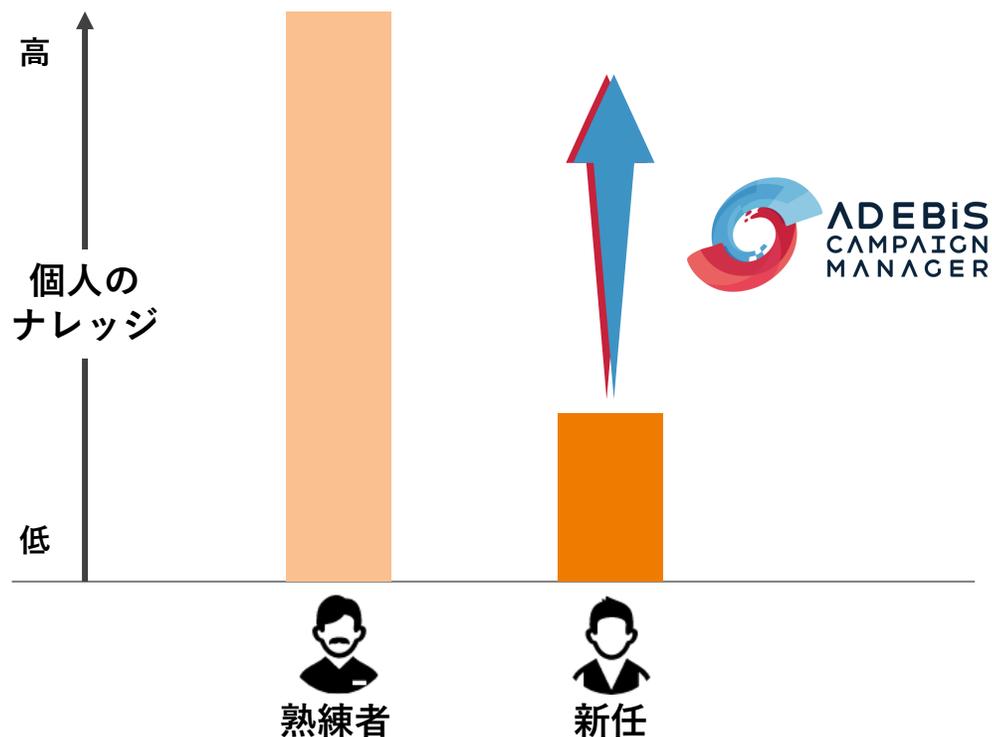
※1 特許第7627002号

※2 今後、外部の各種媒体とも順次連携予定(P.32参照)

「キャンペーンマネージャー」イメージ動画(約1分)：<https://youtu.be/Y5piy57Y0nM>

暗黙知を形式知へ転換し、組織能力としてナレッジの共通化ができるため
マーケティング経験が浅い人財のエンパワーメントが可能

ナレッジの共通化イメージ



利用顧客の声

「誰がいつどんなマーケティング施策を行ったか」
「どのような結果に至ったのか」
という記録を一元管理する場所が生まれ、
チームマネジメントが行いやすくなりました。

施策をただ記録するだけでなく、
組織知として参照できる機能もあり、
経験の属人化解消につながることを期待しています。

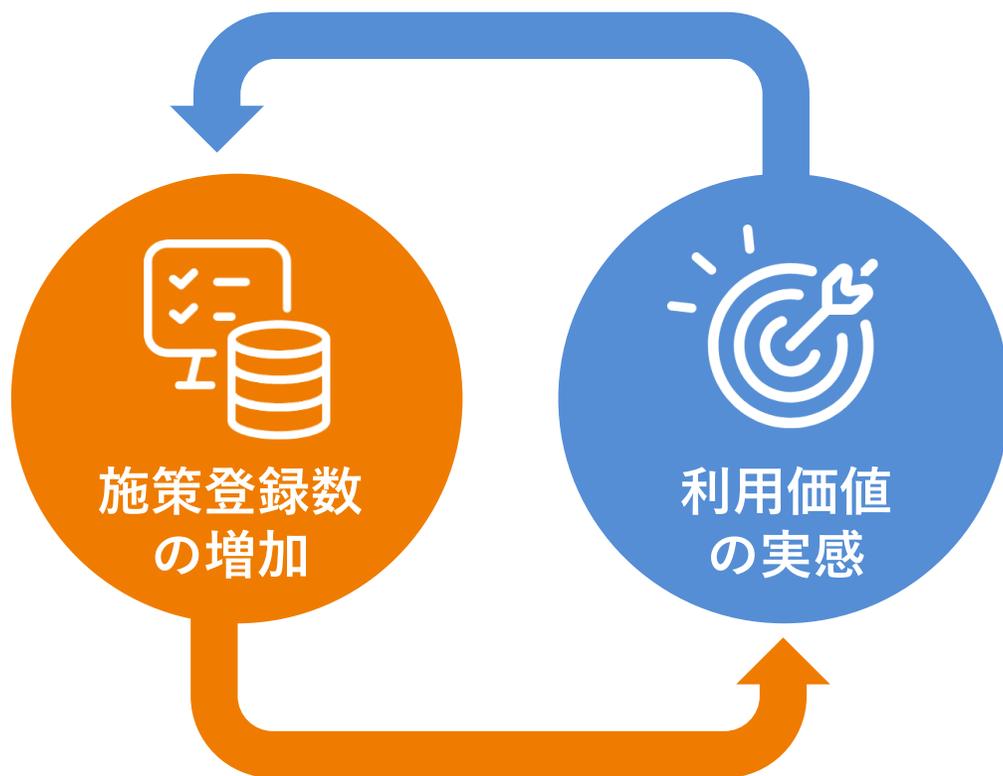
属人化が課題となっていた現場でも、
AIとデータに支えられた施策サイクルによって、
ナレッジの再現性と成果の安全性が
飛躍的に向上しています。



営業部
林 慶太郎様



施策登録数の増加に応じて利用価値の実感が向上していくサービスモデルのため
『施策登録数に応じた段階的な従量課金』の料金システムを採用



「AD EBiS Campaign Manager」料金形態

月額 **25,000**円~の
施策登録数に応じた「段階的な従量課金制度」



導入ハードルを下げ、
利用価値の実感に応じて対価をいただく価格設計

新SaaS「キャンペーンマネージャー」：顧客ターゲット

「アドエビス」のブランド力を活かした販売戦略のため、当面のターゲットはアドエビス顧客に限定し、**段階的に同顧客以外にもターゲットを拡大する方針**

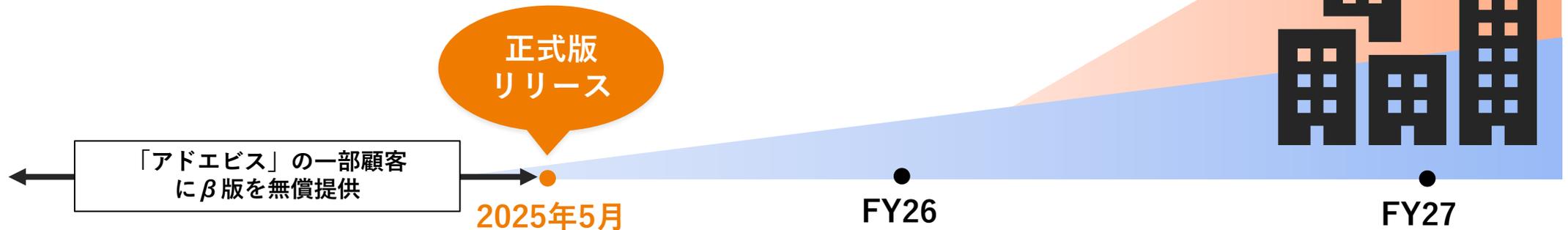
顧客
ターゲット

アドエビス顧客

段階的に同顧客以外にも
ターゲットを拡大予定

正式版
契約社数
の拡大
イメージ

まずはオンボーディング等の顧客向き合いを丁寧に行い、顧客満足度の追求・機能アップデートによる品質向上を優先させ、段階的に新規顧客獲得を強化し、契約社数・売上の拡大を目指していく



新SaaS「キャンペーンマネージャー」：今後の展開

従来の広告効果測定の世界よりも遥かに広大と想定している
マーケティング・キャンペーン・マネジメント市場を新たに開拓し、
更なる機能進化と当社が展開する強みを活かしてリードしていく



まずは「アドエビス」との連携に特化して提供を開始するものの、今後はGoogle Analyticsや
主要な広告プラットフォーム（Google広告、Yahoo広告、Meta広告等）とのデータ連携にも対応を広げるなど、
より多くの企業を対象としたサービスへと進化させていく予定

「アドエビス20周年感謝祭」を開催(4Q)

2025年7月24日

「アドエビス」の顧客企業を対象に「20周年感謝祭」を開催



共に歩んだ**20年**
そして未来へ
アドエビスが贈る
\\ **最高の感謝祭!** //

2025.07.24 THU セミナー: 14:00 - 18:00
懇親会: 18:00 - 20:00

神田明神ホール 無料開催

150社超の参加企業に

AIを活用した
新SaaS

のトライアル案内を実施

3

サービス概要



コマース支援事業

2006年のリリース以降、日本で一番※1選ばれているECオープンソース※2



※出典：ECマーケティング株式会社「ネットショップ動向調査～小規模/大規模ネットショップ～月商1000万円未満/1000万円以上のそれぞれのWeb担当者に聞いた！現在使っているカートシステムの満足度は？」

推定稼働店舗数
35,000店舗以上

推定流通総額
2,500億円以上

ダウンロード数
180万突破

※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 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

誰でもECサイト(ネットショップ)を無料で作れる“お店づくりツール”

機能やデザインを自由にカスタマイズ可能で、
商品ページの作成・カート機能・注文管理がまとめてできるソフトウェア

顧客ターゲット・収益性の異なる2つのサービスを展開

今後、積極的に伸ばしていく収益

- ・サービス性質：ソフトウェア+構築・保守・運用
- ・売上性質：受託のため四半期ごとの変動が大きい

手堅い収益源

- ・サービス性質：ソフトウェア
- ・売上性質：四半期変動が少ない

EC|CUBE
Enterprise

Infrastructure/Mall/Multilingual/Subscription/BtoB

メインターゲット：大企業

(事業の土台)

 **EC|CUBE**[®]

メインターゲット：個人・中小企業

2024年～

【大規模・高アクセス向け】
コストパフォーマンスに
優れた高可用性※システム

従来の大規模EC構築と比較し、
大幅なコストダウンを実現可能に

※ 高可用性：システムやサービスが停止することなく長期間
に渡って継続的に稼働し続ける能力のこと

2006年～

【自社開発・小～中規模向け】
充実のカート機能を
搭載したオープンソース

高カスタマイズ・低コストを実現

個人・企業を問わず、あらゆる業種で利用されており
大手ECサイトでも多数の利用実績

マーケティングDX支援事業

マーケティングDXを幅広く支援するサービスを提供



※ 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

WEB広告の効果測定ツールでNo.1※



サービス提供開始
20年

累計導入企業数
11,000件

月間アクセス数
15億 リクエスト

※ 2024年8月期_指定領域における市場調査 調査機関：日本マーケティングリサーチ機構

「どのWEB広告が、どれだけ売上に貢献したか」を見える化するサービス

ユーザーの行動を広告ごとに追跡し、効果を分析できるため、
マーケティング担当者が広告予算のムダを減らし、成果の出ている広告だけに投資を集中できる



売上シェア No.1 (86.7%)

国内導入実績 No.1

EC業界導入実績 No.1

BtoB^{※1}向けSaaS企業導入実績 No.1

(2024年8月期_指定領域における市場調査 調査機関：日本マーケティングリサーチ機構)

※1 BtoB：Business to Businessの略。企業間取引のこと

機能面の競合比較

高い計測精度や豊富な計測機能、充実したサポート体制、
媒体データを軸にした独自機能等で競合優位性を発揮

	ADEBiS ^{Sync.}	競合A社製品 ^{※2}
CV ^{※3} 計測データ	◎	○
媒体データ (媒体CV/コスト/imp ^{※4})	◎	—
広告管理	◎	—
学習コスト (サポート/UI ^{※5})	◎	—
ツール利用 コスト	有償	無償

※2 競合が複数存在している中で、当社がベンチマークしている無償提供企業の製品との機能比較

※3 CV：Conversionの略。WEBサイト上で獲得する最終的な成果のこと

※4 imp：Impressionの略。WEB広告がユーザー画面に表示された回数を指す言葉

※5 UI：User Interfaceの略。ユーザーが製品を使用する際のあらゆる接点(画面や操作性等)のこと

WEB広告宣伝費が多い企業を中心に
単品通販・人材・金融・不動産など幅広い業種・業態で多数の導入実績



4

中期経営方針 『VISION2027』

FY2024 ~ 2027

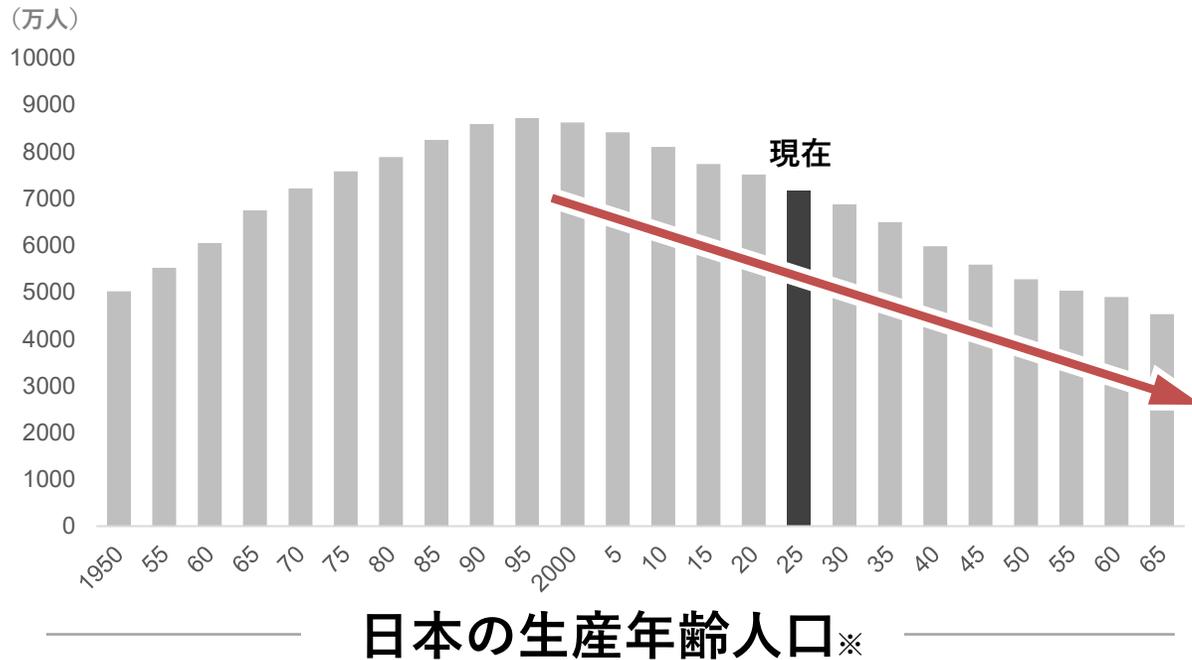


社会課題と当社が考える解決策

生産年齢人口の減少という日本の社会課題において
独自のテクノロジー×DX人財によって企業の事業推進を支援する存在が必要

社会課題

日本の生産年齢人口は今後も減少が見込まれており
企業の多くは効率化による生産性の向上が課題

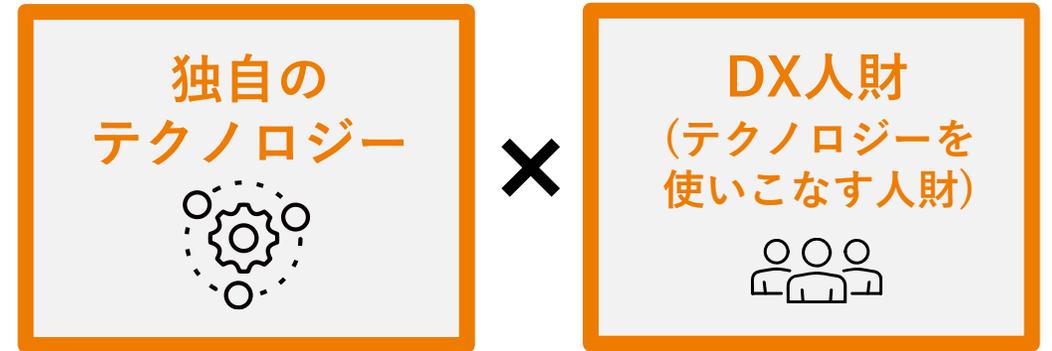


日本の生産年齢人口※

※ 出典：内閣府（2022）「令和4年版高齢社会白書」

当社が考える解決策

テクノロジーのコモディティ化が起きているなかで、
顧客企業の課題と向き合い



によって事業推進を支援できるスキームを持つことが重要

企業の事業を推進することによって
日本の生産性向上につながる

当社ビジネスの変革

『第2創業期』

これまでのプロダクトを中心に成長を続けてきたが、
『**プロダクト×DX人財**』で顧客事業を支援するビジネスパートナーへ変革し、
売上高100億円の早期達成を目指す

効率的ではあるが部分的

ツールでは補いきれない
幅広い需要にも対応可能

プロダクト × DX人財

「アドエビス」と「EC-CUBE」等のプロダクト中心に
継続的な売上成長を続けてきた



祖業：請負事業

ツールだけではない
イルグルム

現在

48億円
(今期予想)

100億円

(売上高推移)

2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025



中期経営方針
『VISION2027』テーマ

マーケティングプロセス支援とコマース支援の
2軸の成長ドライバーによって、
売上100億円達成への道のりを明確にする

今期FY2025テーマ

コマース領域の成長と
マーケティングプロセス領域における
新サービスの収益化

『VISION2027』の目指す姿

マーケティングDX支援事業 (Marketing)

マーケティング活動を実施する企業が
マーケティング施策の
効果改善サイクルを回すことが
できる社会を実現し、
マーケティングプロセス支援の
パイオニアとして
確固たるポジションを確立する

コマース支援事業 (Commerce)

高度化するeコマース市場において
構築・運用フェーズを軸として
集客・物流に至るまで
EC事業者が直面する課題に対して
支援サービスを提供し、
確固たるポジションを確立する

『VISION2027』
の目指す姿

売上比率

FY27に向けてCommerceの比率が拡大し、比率が同水準となる見込み
(FY24時点ではMarketingが連結売上の約8割を占める)

『VISION2027』 売上成長イメージ

まずは売上成長が加速しているコマース領域を更に伸ばし、次にマーケティングプロセス領域の新サービスの収益を追求



『VISION2027』の業績・投資方針

業績に関する基本方針

加速的な売上拡大を最重要ミッションとし、
連結営業黒字を維持できる範囲で**先行投資を強化**

売上高
100億円

FY25~FY27

加速的な売上成長

VISION2023

2つの成長ドライバーを明確に特定
~2023年9月期

FY24

2024年9月期

2025年9月期

2026年9月期

2027年9月期

20XX年9月期

VISION2027

投資方針①

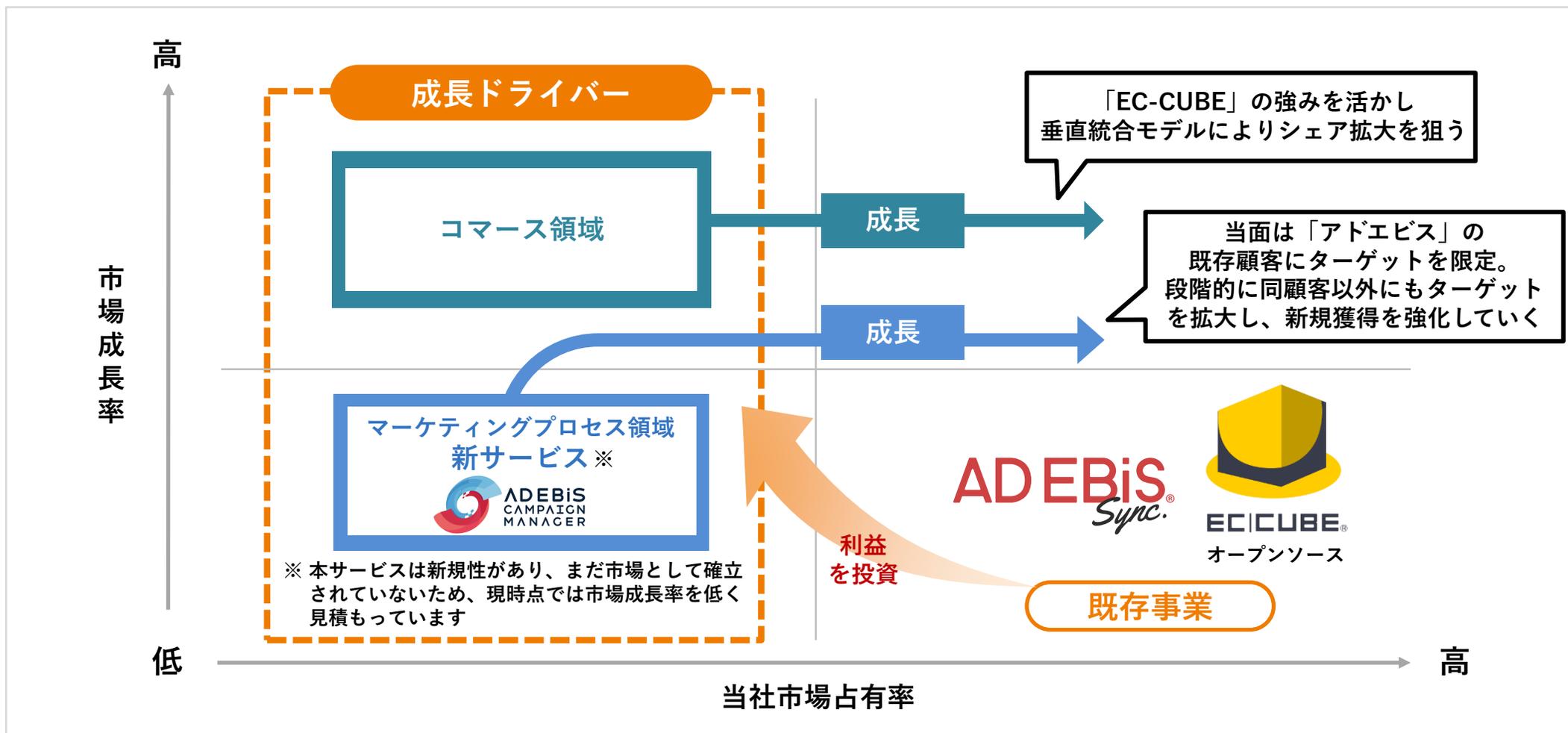
「アドエビス」を中心とする既存事業の収益を成長ドライバーへ投資

投資方針②

M&Aによって不足しているケイパビリティを獲得

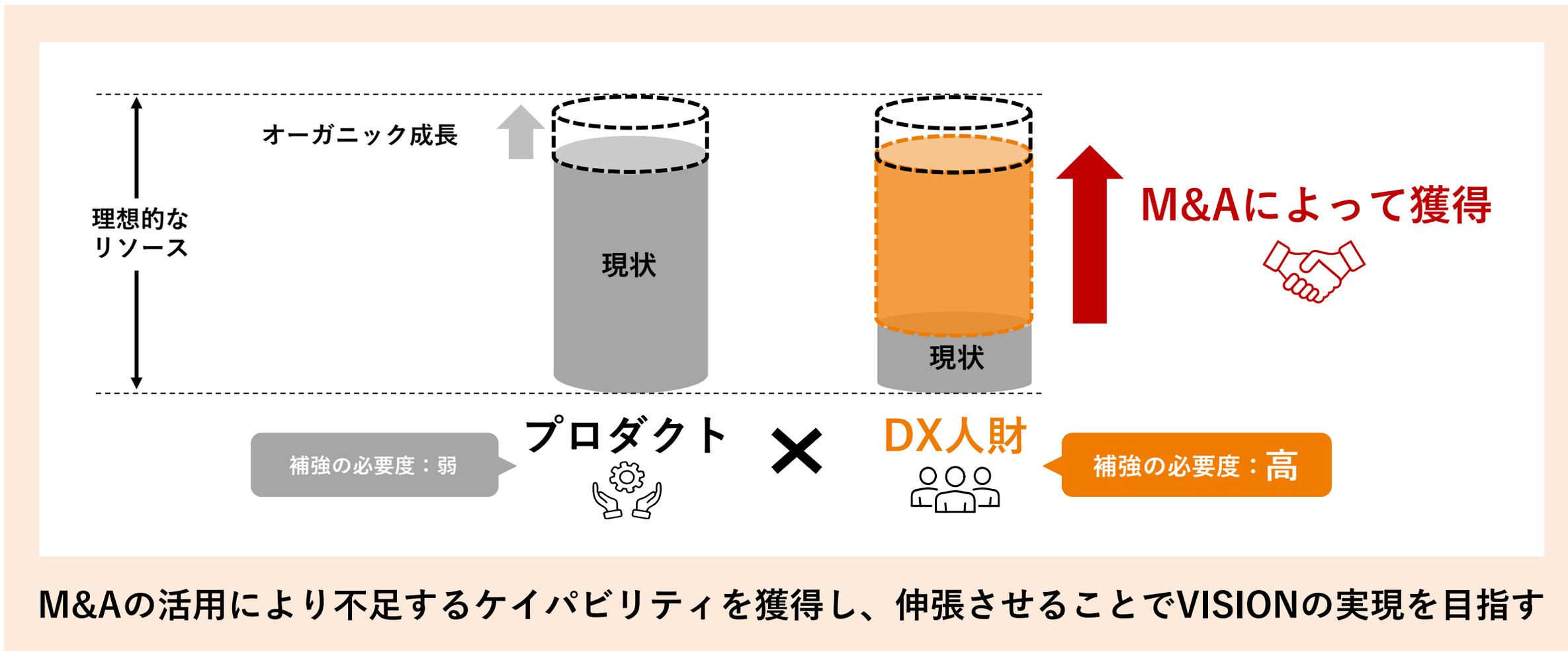
投資方針①：既存事業の安定収益を成長ドライバーに投資

売上維持フェーズとなった「アドエビス」を中心とする**既存事業での安定収益**を今後の売上成長期待が大きい**成長ドライバーに投資**することで業績拡大を目指す



投資方針②： M&A方針

現状相対的にリソースが不足する「DX人材」をM&Aによって獲得



『VISION2027』の重点投資領域・進捗状況

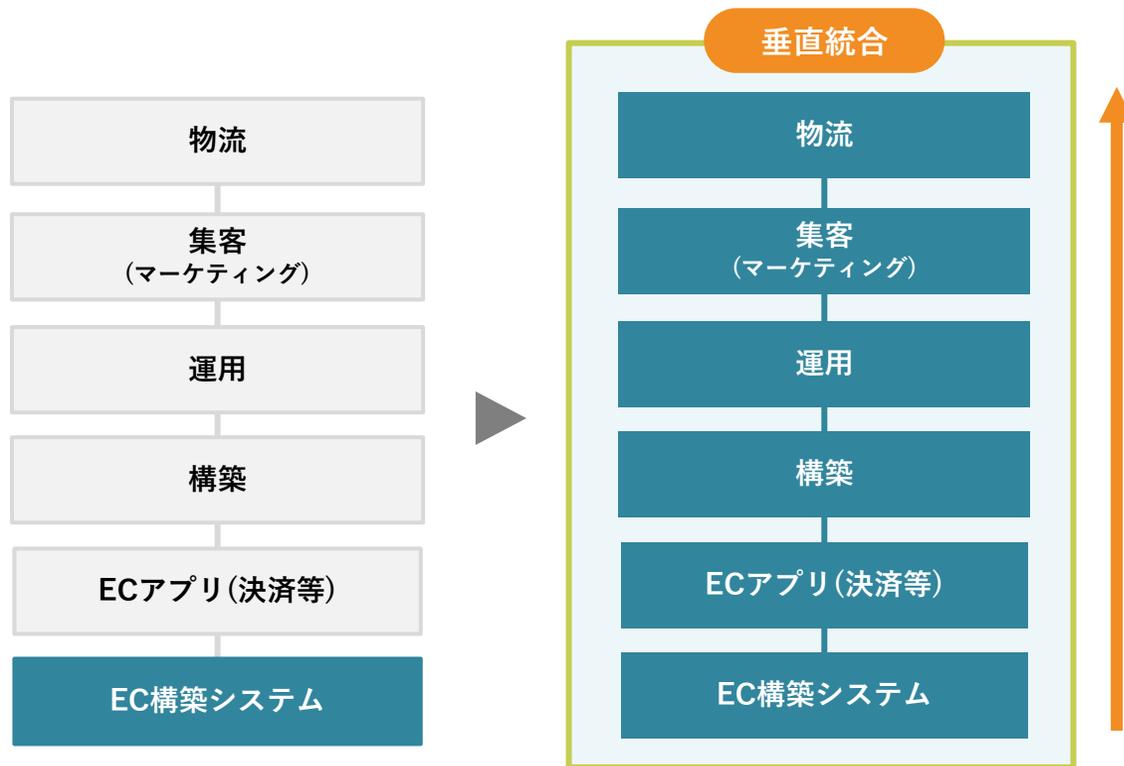
成長領域への投資が概ね着実に進捗

	重点投資領域	進捗状況(2025年8月4日時点)
マーケティング DX支援	・ マーケティングプロセス領域の新SaaSのリリースと継続的なアップデート	◎ AIを活用したアドエビスブランドの新SaaS「キャンペーンマネージャー」正式版の提供を3Qで開始
	・ 既存サービスの拡販による契約件数拡大とクロスセル促進	○ 「アドエビス」の「GSP」「CAPiCO」の奏功によって契約件数は緩やかな増加傾向
	・ SaaSでは充足しえない顧客課題を解決する人的支援サービスの開発・提供	△ 「アドエビス」の導入において、有償サポートプランを1Q～開始。「キャンペーンマネージャー」の人的支援は今後検討
	・ M&Aによるサービス拡充	(新サービスの進捗状況を鑑みて検討)
コマース支援	・ EC-CUBEエンタープライズ版の開発・提供	◎ 第5弾までリリース済み
	・ 日越における開発体制の拡充	○ 積極的に人員を拡充
	・ ECサイト構築後の運用とマーケティング活動を支援するサービスの拡充	○ ルビー・グループの参入により前進
	・ M&Aによる領域拡大	◎ ルビー・グループをM&A・1Q～連結開始によって垂直統合モデルを加速

コマース支援事業の戦略

「EC-CUBE」の強みを活かしながら提供機能を垂直方向へ拡張の戦略をFY22より推進
ルビー・グループのM&A・子会社化により垂直統合モデルが進化

垂直統合モデル



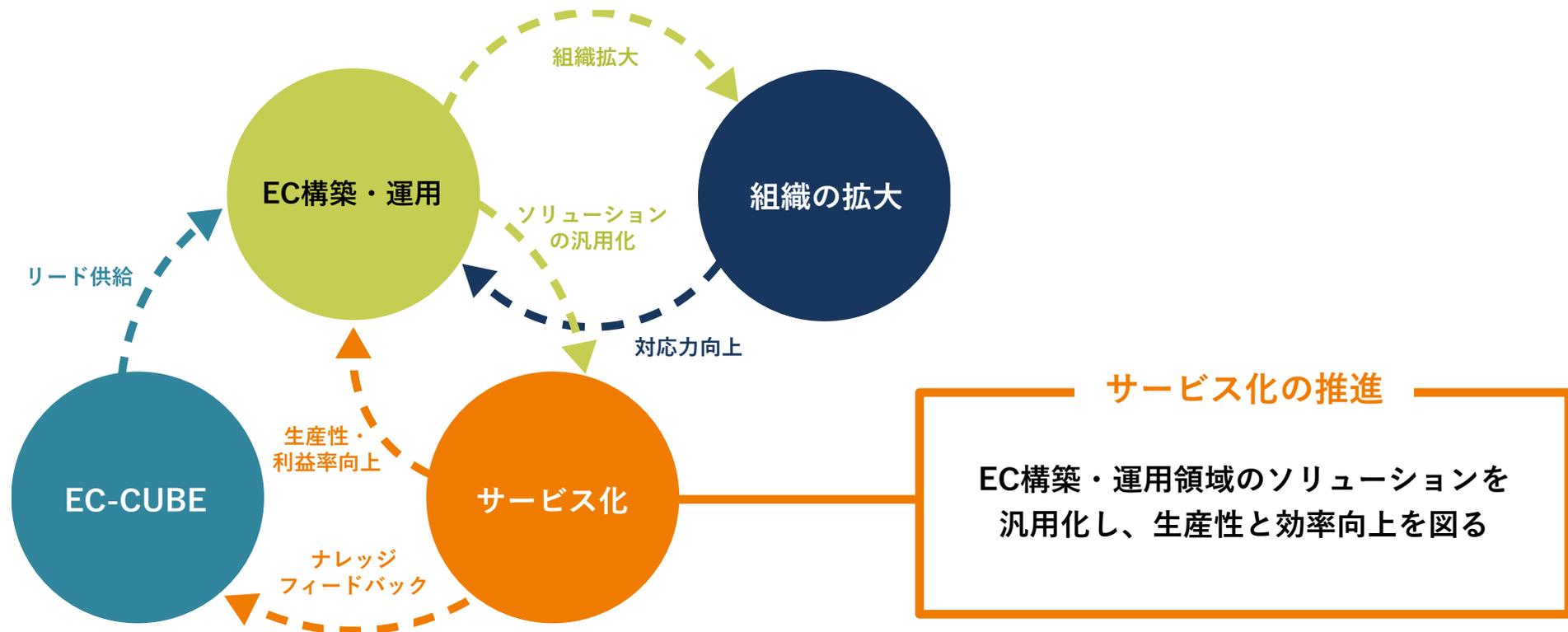
 

構築・運用フェーズを軸として
集客・物流に至るまで
EC事業者が直面する課題を支援する
垂直統合モデルの実現に向けて
サービスを拡充

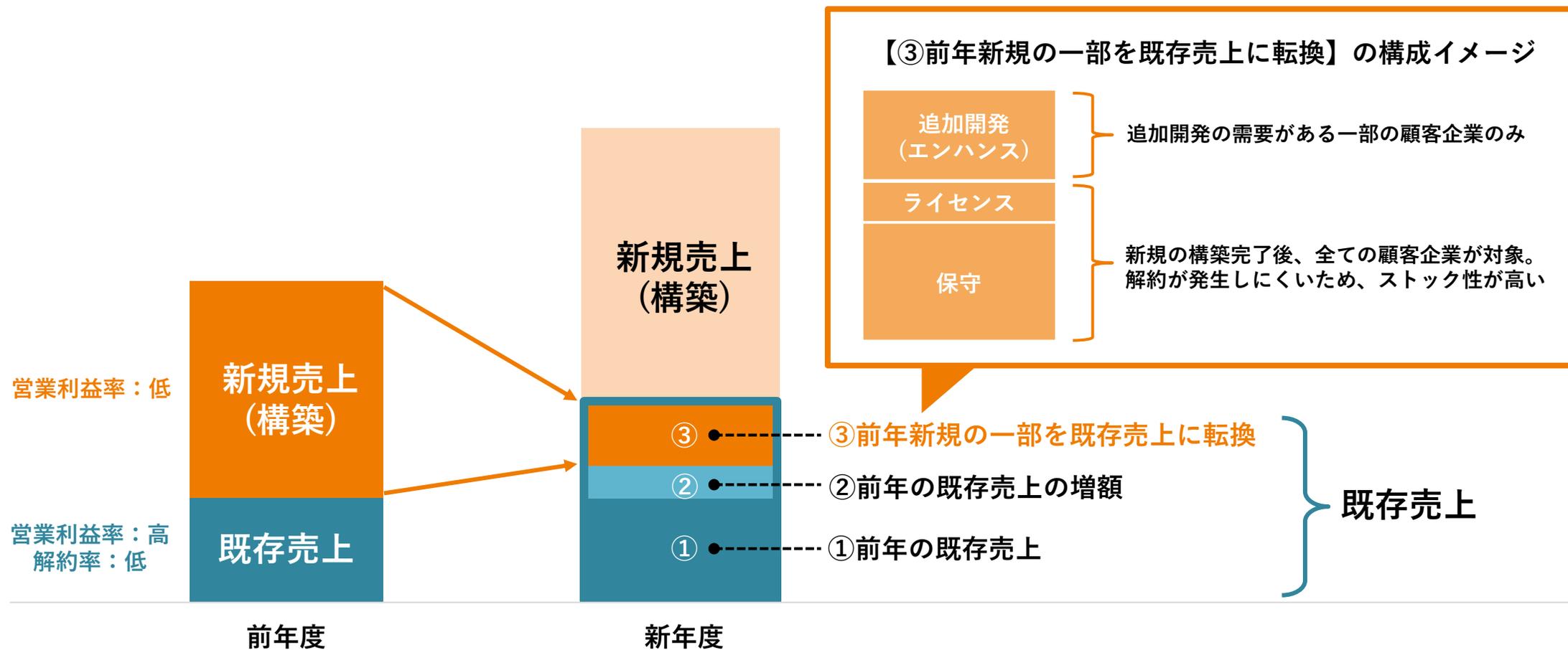
「EC-CUBE」の高い認知度を活用してリードを獲得し、EC構築・運用案件を受注することで組織の拡大を図り、更なる受注増を目指す。

また、そこで得たノウハウを汎用化し、自社サービスとして展開することで、「EC-CUBE」の品質向上にも貢献。

この成長サイクルを拡大させることで、ビジネスの更なる発展の実現へ



利益率が高くストック性の高い既存売上の増加が成長のカギ
戦略的に新規案件を獲得し、翌年以降の既存売上拡大を目指す



マーケティングDX支援事業の戦略

主カツール「アドエビス」の顧客基盤とブランド力を活かした
サービスラインナップの拡充・クロスセル強化によって、契約件数の拡大を目指す

① 広告効果測定

AD EBiS
Sync.

月額5万円の低単価プランによる
ターゲット拡大

販売
拡大

キャピコ

CAPiCO
powered by ADEBiS

ポストCookieソリューションによる
新たな顧客層を獲得

② AIを活用した新SaaS

NEW

「AD EBiS Campaign Manager」



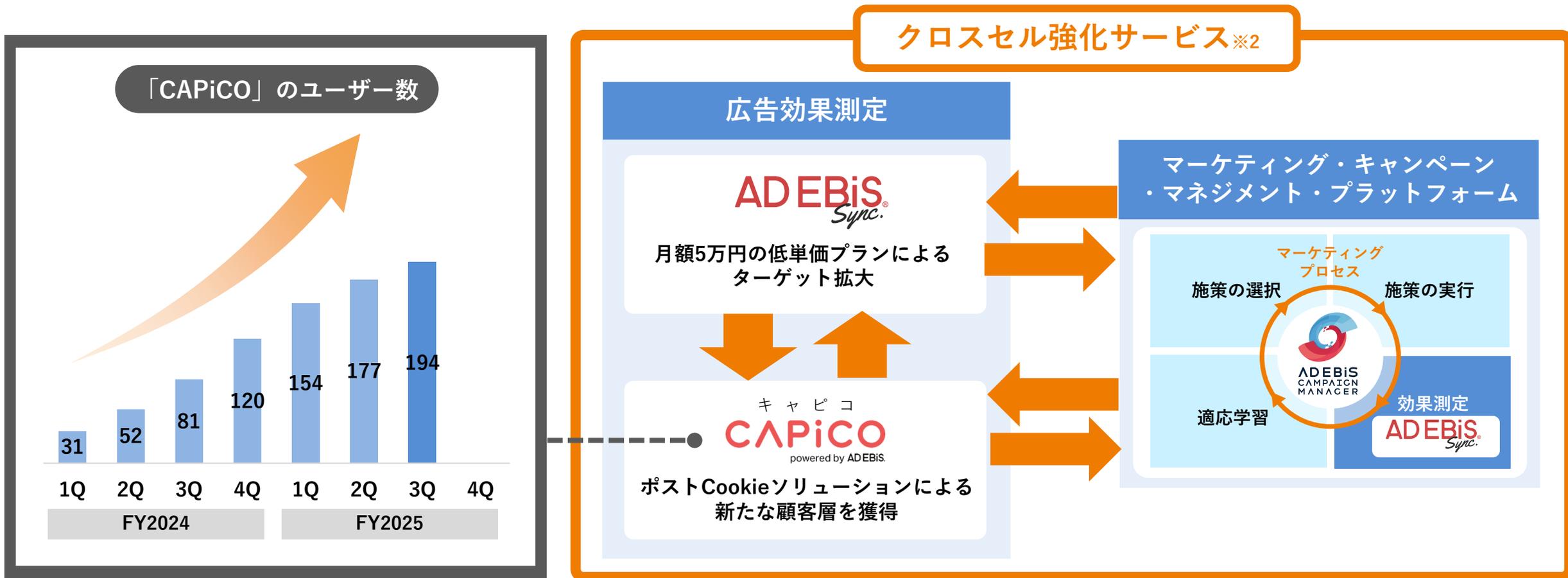
『マーケティング施策の
効果改善サイクルを回したい』
という顧客課題をサポート

③ 人的支援サービスの強化



カスタマーサービスの
一部有料化
(個別課題に沿った対応強化へ)

ドアノックツール的な位置付けである「CAPiCO」のユーザー数^{※1}が右肩上がりの推移に
3Q～新SaaSの正式版提供開始に伴い、領域全体のクロスセル強化体制が整う



※1 「アドエビス」との併用アカウントもカウントした「CAPiCO」の総契約件数

※2 「アドレポ」は顧客ターゲットが異なるため、クロスセル強化サービスから除外

5

業績予想・株主還元



2025年9月期 通期業績予想^{※1}

ルビー・グループの連結子会社化を主因にコマース領域が売上成長を牽引し
2桁の増収増益を見込む

単位:百万円	2024年9月期	2025年9月期	前期比
	実績	通期業績予想	
売上高	3,636	4,800	+32.0%
営業利益	164	200	+21.6%
営業利益率	4.5%	4.2%	△0.3pt
経常利益	162	190	+17.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	68	100 ^{※2}	+45.4%

※1 2025年1月17日公表(1Q~のルビー・グループの連結開始に伴い、会計方針の調整および会計処理の精査に時間を要したため、2024年11月の本決算発表時点では非開示としていた)

※2 純利益は3Q累計実績が通期予想値を超過。事業状況としては4Qも黒字を見込むも通期の着地数値については精査中であるため通期業績予想を据え置き

2025年9月期 株主還元予想

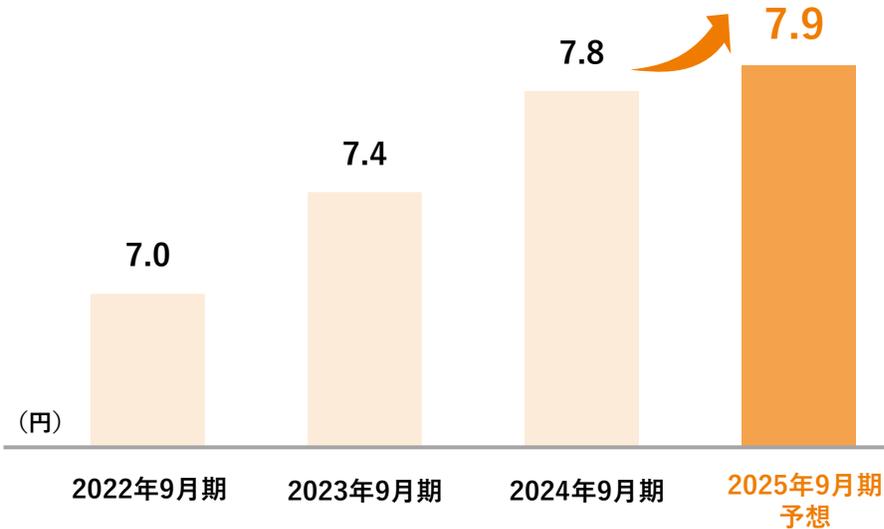
配当方針に基づき、期末配当金は7.9円と増配を計画

株主優待は株主の皆様のご利便性向上を目的に品目を変更(4Q：2025年8月4日公表)

配当

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て連結株主資本配当率(DOE) 2.5%を目安に期末配当を実施

1株当たりの配当金



株主優待

変更前

保有株式数	内容
100株以上 (1単元以上)	Amazonギフト券 1,000円分 (年2回※1、合計2,000円)

NEW

保有株式数	内容
100株以上 (1単元以上)	デジタルギフト®※2 1,000円分 (年2回※1、合計2,000円)

※1 基準日は3月末日、9月末日

※2 株式会社デジタルプラス (コード番号：3691) が提供するデジタルギフト®は、欲しいギフトを自由に選択できるサービス。
Amazon ギフトカード / PayPayマネーライト / QUOカードPay / dポイント / au PAYギフトカード / Visa eギフト vanilla / 図書カードNEXT / Uber Taxiギフトカード / Uber Eatsギフトカード / Google Play ギフトコード / PlayStation®Store チケット等から選択可能。
(2025年8月時点。交換先は今後変更の可能性あります)

補足資料



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（2025年6月30日現在）
代表者	岩田 進
従業員数	368人（グループ連結／2025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支援事業 コマース支援事業
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 ルビー・グループ株式会社 YRGLM VIETNAM COMPANY LIMITED（ベトナムホーチミンシティ）

※ ルビー・グループ、及びその子会社含む従業員数

グループ構成

マーケティングDX支援事業 (Marketing)



株式会社イルグルム

ADEBiS
Sync.



CAPiCO
powered by ADEBiS



ADHOOP
アドフープ



新規事業開発で連携

開発業務の一部を委託

連結子会社

Spool! inc. (※)

TOPICA
(持株比率：74.69%)



(※)

連結子会社



YRGLM VIETNAM CO., LTD.

YRGLM VIETNAM
COMPANY LIMITED (※)

コマース支援事業 (Commerce)

連結子会社



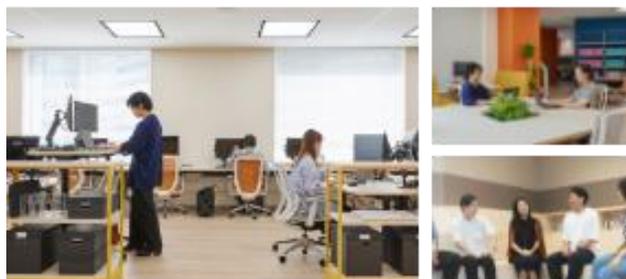
(持株比率：90%)



開発業務の一部を委託

(※) 持株比率100%の連結子会社

個性と多様性を尊重し、しなやかに変化する組織



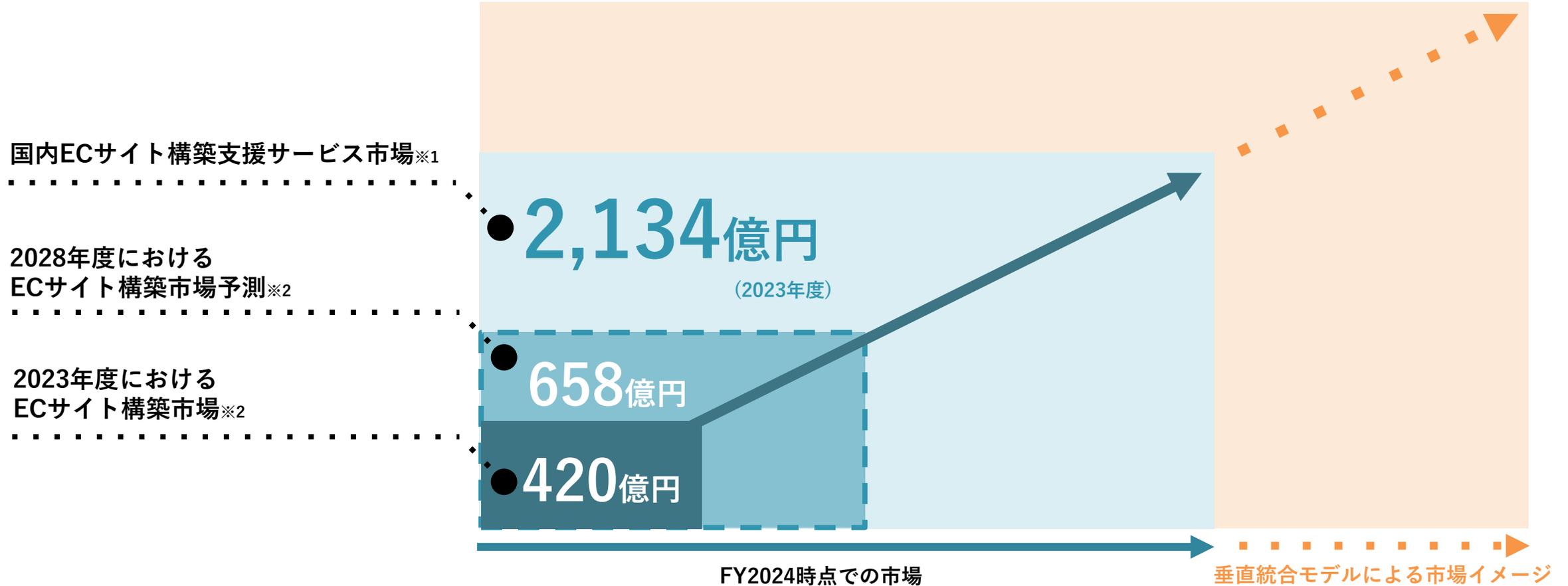
「多様な働き方を支援する環境整備」と
「コミュニケーション強化」に注力

2025年版「働きがいのある会社」認定において
「働きがい認定企業」に選出

M&Aを継続的に実施しながら事業領域を拡大

時期	組織/事業名	買収形態	買収時の狙い	現状
2015.9	彩	株式取得	開発リソースの確保	マーケティングプロセス
2018.10	アドレポ	事業買収	広告代理店の業務支援の強化	マーケティングプロセス
2020.1	ADPLAN	事業買収	効果測定事業シェア拡大	マーケティングプロセス
2020.12	スプー	株式取得	1.マーケティング周辺領域の事業探索 2.クリエイティブプラットフォーム構想におけるノウハウ及び人財獲得	インキュベーション
2021.7	トピカ	株式取得	1.マーケティング周辺領域の事業探索 2.動画・SNSマーケティングのノウハウ及び人財獲得	インキュベーション
2022.1	ファーエンドテクノロジー	株式取得	1.マーケティング周辺領域の事業探索 2.プロセス支援の事業化を見据えたノウハウ及び人財獲得	インキュベーション
2022.5	ボクブロック	株式取得	コマース垂直統合戦略を実現するため、構築・運用のノウハウおよび人財獲得	コマース
2024.9	ルビー・グループ	株式取得	コマース垂直統合戦略を実現するため、ECサイト運営事業のノウハウおよび人財獲得	コマース

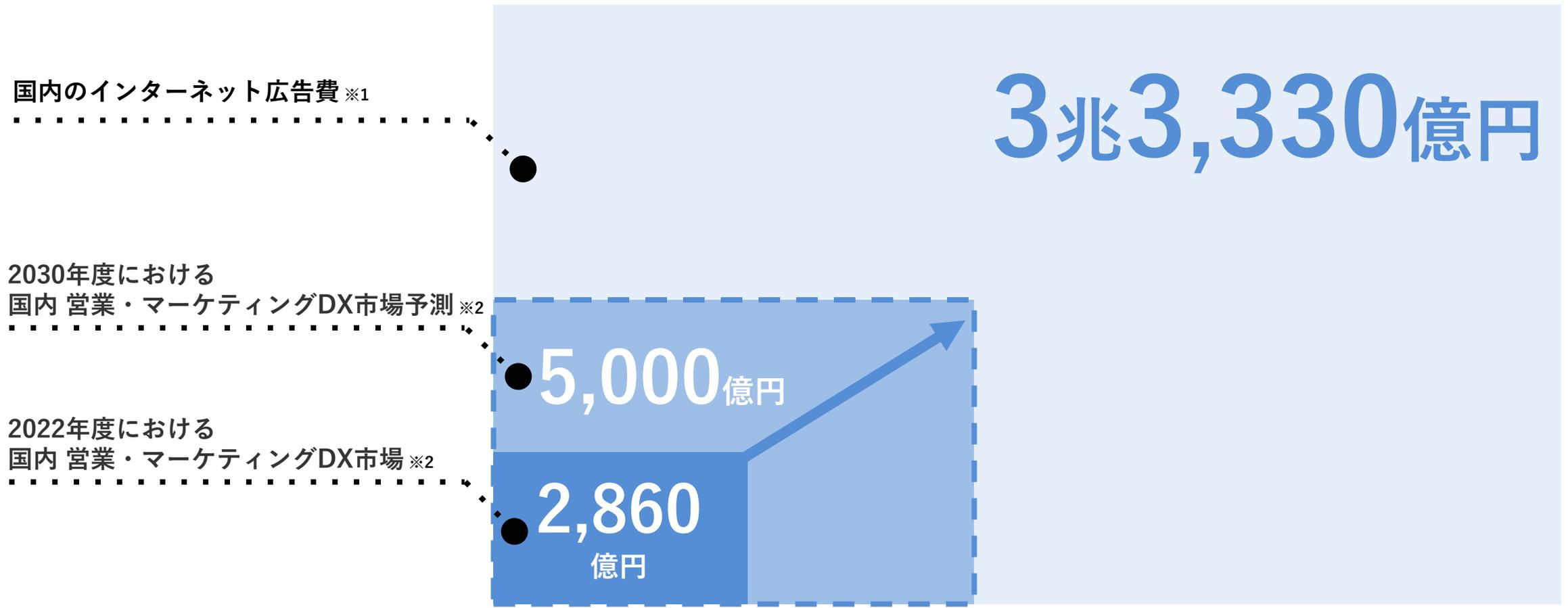
垂直統合モデルの軸となる構築運用フェーズの市場は2,134 億円(2023年度)に拡大
集客・物流を加えた垂直統合モデルの市場規模は未知数



※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(2024年)」(2024年9月3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 2024年版」、パッケージ型、SaaS型サービスが対象

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2,860億円
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「2023年 日本の広告費」

※2 出典：富士キメラ総研「2024デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

主要サービスにおける競合状況・顧客ターゲット

競合状況

当社の顧客ターゲット

コマース (垂直統合モデル)

- ①プラットフォーム、②ECサイト構築、③ECサイト運用、④集客、⑤物流の全てを提供している
競合の認識は無し
(④集客までを支援しているパッケージベンダーは存在)

垂直統合モデルの加速に伴い、
これまで：中規模企業
↓
今後：大企業
にメインターゲットを変更

マーケティングプロセス



競合は複数存在も
他社にはない
豊富な機能を持ち、
広告効果測定ツールの
売上シェアトップ※

マーケティング・
キャンペーン・マネジメント
・プラットフォームは
国内に競合無しの認識

従来のメインターゲットは
月間広告出稿量が
300万円以上
～1億円未満の企業
+
低単価プラン「GSP」は
広告出稿量の少ない
グロース期の企業が対象

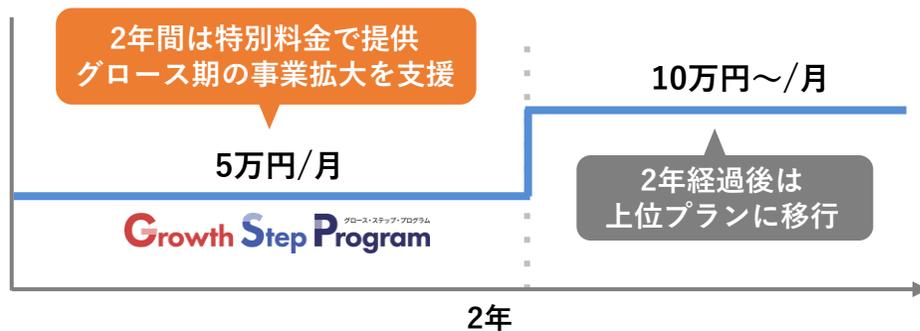
当面のターゲットは
「アドエビス」顧客
(段階的に同顧客以外にも
ターゲットを拡大し、
新規顧客獲得を強化していく予定)

※ 2024年 8月期_指定領域における市場調査 調査機関：日本マーケティングリサーチ機構

「アドエビス」の新規顧客向け・低単価プラン 2023年7月リリース「Growth Step Program(GSP)」の受注が拡大

「Growth Step Program」

広告出稿量の少ないグロース期の企業を対象に
新規契約から2年間利用できる特別プラン

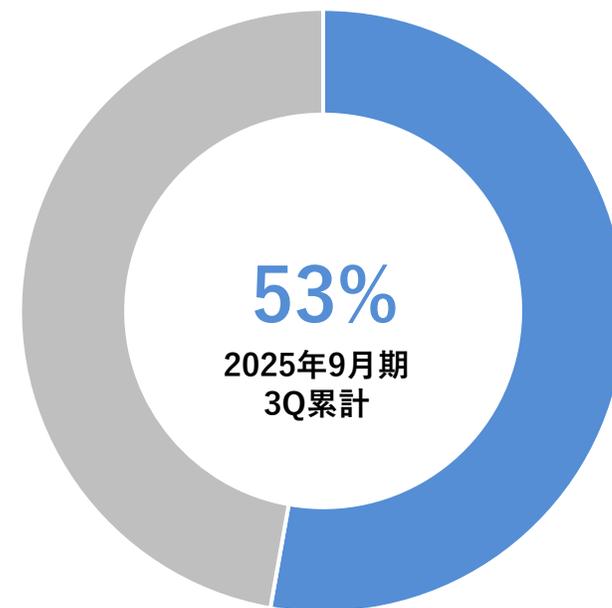


— 主な特徴 —

- ✓ 「アドエビス」の基本機能をお得な特別価格で提供
- ✓ 充実のサポートサービスで計測設定と活用を支援

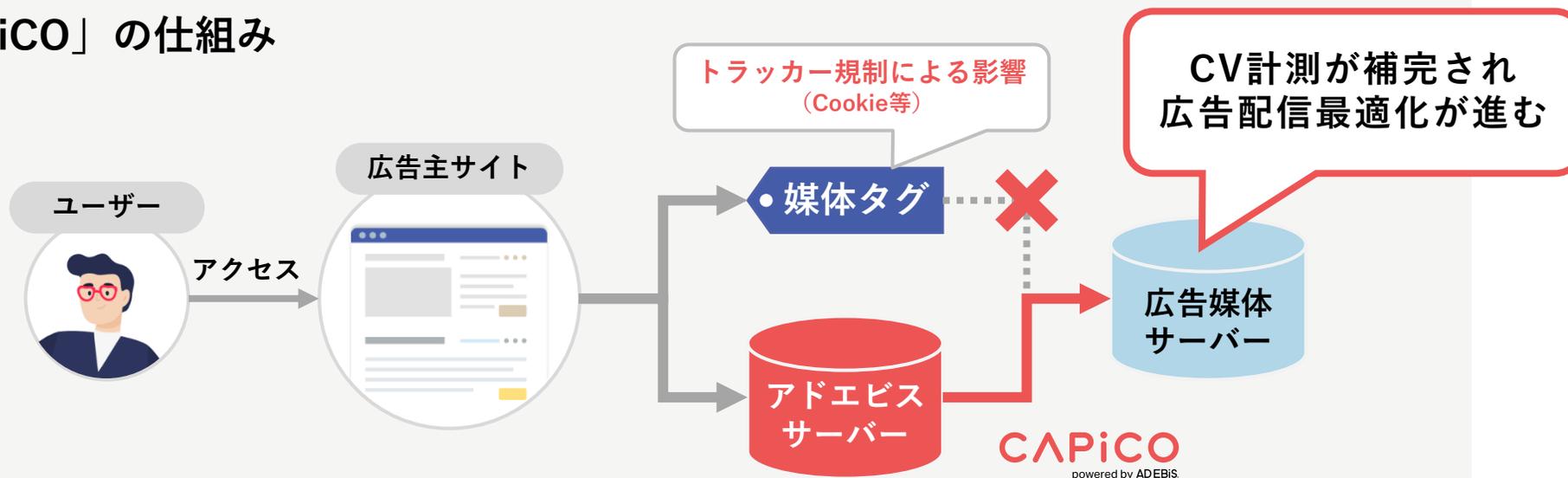
新規受注件数におけるGSPの割合

新規受注件数におけるGSPの割合は53%



トラッカー制限による広告媒体のCV計測の欠損を補うために、
ワンタグで簡易に各媒体へデータを送信するCAPIツール

「CAPICO」の仕組み



「CAPICO」の3つの特徴

- 1 設定負荷を軽減！
かんたんなUI
- 2 シンプルな価格で
追加費用なし！
- 3 「アドエビス」の
計測基盤で安心！

広告レポート自動化ツール「アドレポ」を提供
広告運用業務の効率化により広告代理店ビジネスのDX推進に貢献

広告代理店における課題

月末月初に作業が集中

案件数と媒体数に比例して工数が増加

手作業による人的ミスの発生

レポート集計に追われ、
改善案の考察時間が取れない



広告レポート自動化ツール「アドレポ」



レポートニング業務の全プロセスを効率化

データ
集計

データ
整形

考察

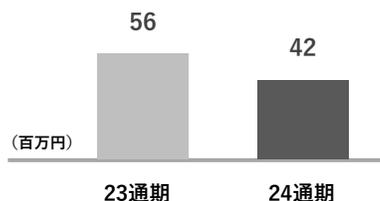
提出

サービス^{※2}



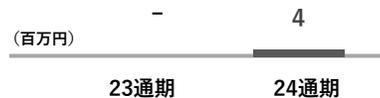
(2020年5月~)

- ・マーケティング特化型マッチングサービス
- ・パートナー企業の新規顧客獲得のDX化を支援



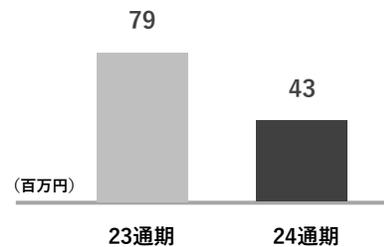
(2024年7月~)

- ・リテンションマーケティングツール
- ・web通知機能を活用した新規顧客獲得を支援



(2020年12月~)

- ・Webサイト/コンテンツの企画・制作
- ・クリエイティブを用いた課題解決を支援

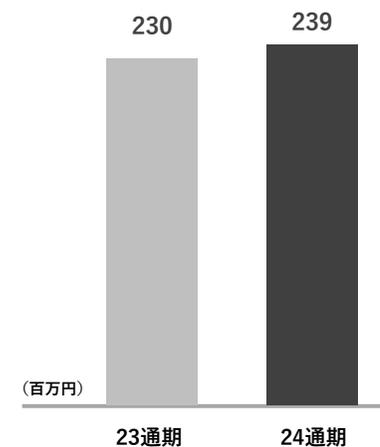


子会社



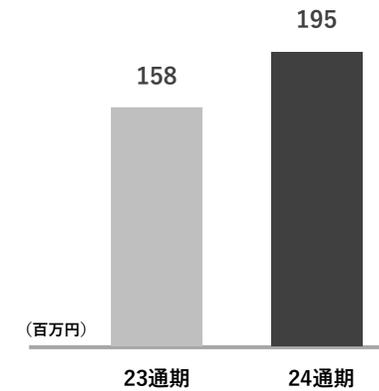
(2021年7月~)

- ・動画コンテンツの制作/運用
- ・動画とSNSの活用によるデジタルマーケティング支援



(2022年2月~)

- ・プロジェクト管理ツール「My Redmine」の提供
- ・効率的なプロジェクトの管理を支援



※1 インキュベーション領域のサービス・子会社それぞれの売上高推移は、前期実績と前々期実績の比較を参考情報扱いで記載

※2 「ezcx」は2024年5月にクローズ



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に関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動することがあり得ます。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性がありますことを、予めご了承ください。

進捗状況を含む事業計画及び成長可能性に関する事項の次回更新については、2025年9月期の通期決算発表（11月）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。