

IRGLM

株式会社イルグルム

東証グロース：3690

2023年 9月期 第2四半期決算説明資料

EC構築・運用支援領域及びインキュベーション領域の拡大により 前年同期比で2桁の増収増益

連結業績

- ✔ 連結売上高は前年同期比+14.6%、営業利益は同+19.2 %
- ✔ KPIの連結売上高における新サービス比率が23%に拡大

MPF事業

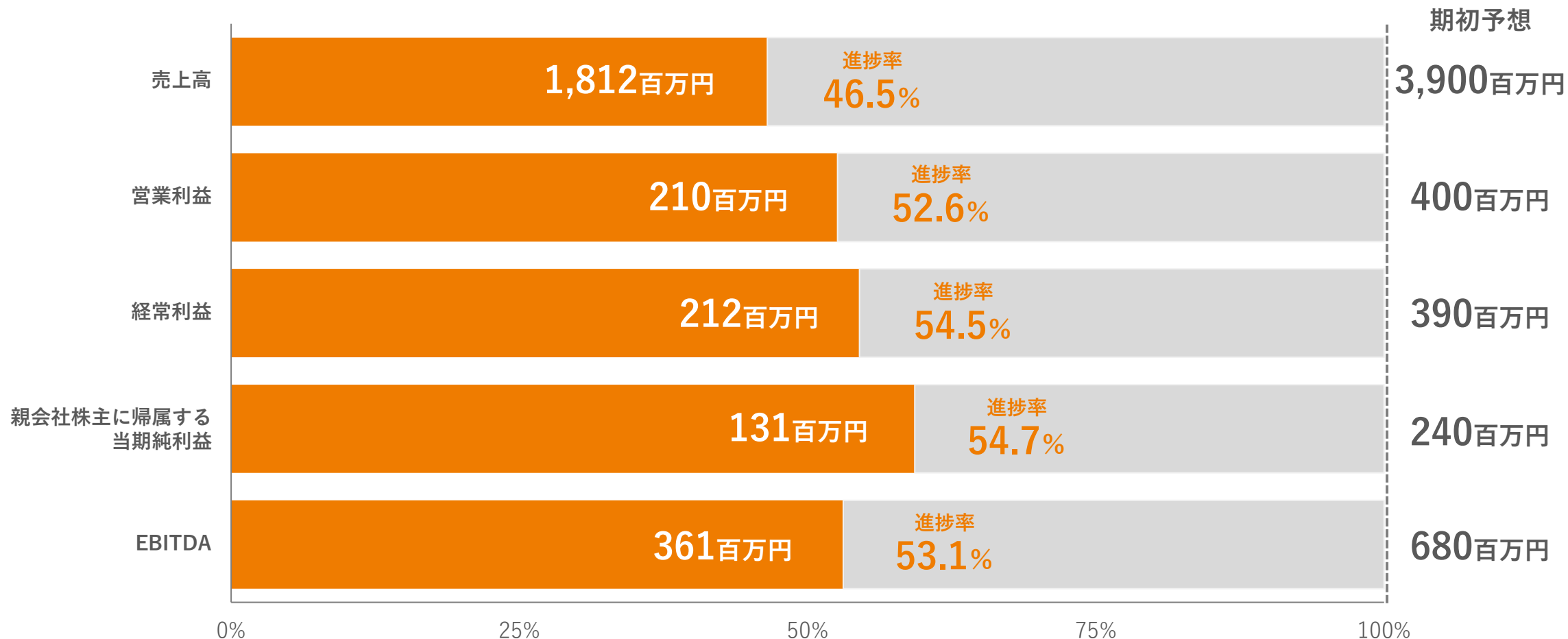
- ✔ メディア環境の変化に伴い「アドエビス」の新規獲得が苦戦
- ✔ インキュベーション領域が前年同期比+74.5%の売上成長で業績を牽引

商流PF事業

- ✔ EC構築・運用支援領域の拡大により前年同期比2.0倍の大幅増収

期初予想に対する進捗状況

上期はEC構築・運用支援領域の成長により売上高・利益共に順調に進捗も、
利益率の高い「アドエビス」の新規獲得鈍化により、通期業績は期初予想を下回る想定



2023年9月期 通期業績予想の修正(2023年5月8日公表)

3rd Party Cookie規制に伴う大手媒体の寡占化などメディア環境の変化による「アドエビス」の新規獲得鈍化を主因に、通期業績を下方修正

	2023年9月期		
	前回公表予想	今回公表予想	修正率
売上高	3,900	3,600 ~ 3,700	△7.7% ~ △5.1%
営業利益	400	280 ~ 330	△30.0% ~ △17.5%
営業利益率	10.3%	7.8% ~ 8.9%	△2.5pt ~ △1.3pt
経常利益	390	280 ~ 330	△28.2% ~ △15.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	240	170 ~ 200	△29.2% ~ △16.7%
【参考】 EBITDA ※	680	593 ~ 643	△12.8% ~ △5.4%
EBITDAマージン	17.4%	16.5% ~ 17.4%	△1.0Pt ~ △0.1pt

※ 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。

目次

1	グループ方針・成長戦略	P.06
2	全社連結業績	P.16
3	セグメント別業績・トピックス	P.23
4	2023年9月期 通期業績予想・配当予想	P.41
	補足資料	P.44

1

グループ方針・成長戦略



MPF事業と商流PF事業の2セグメントで企業のマーケティングDXを支援



※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

※2：2022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

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

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』



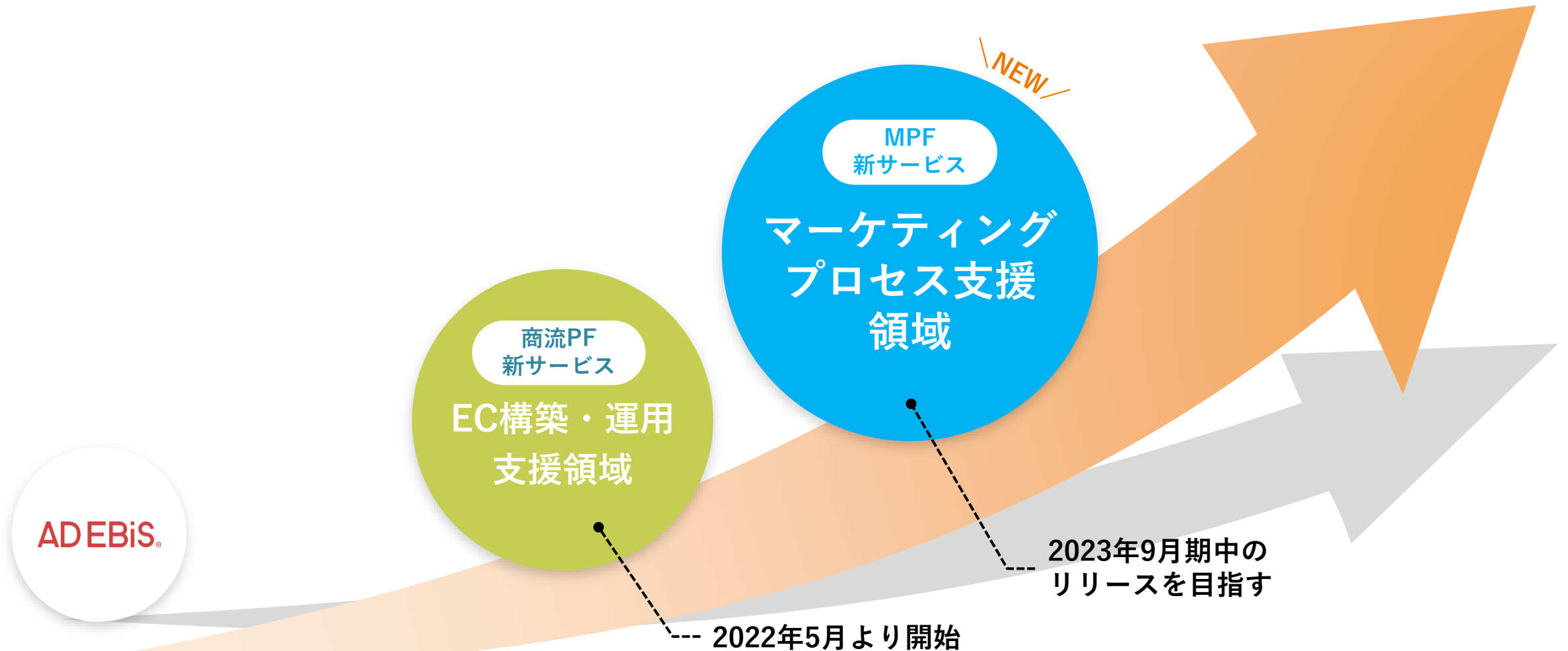
中期テーマ

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

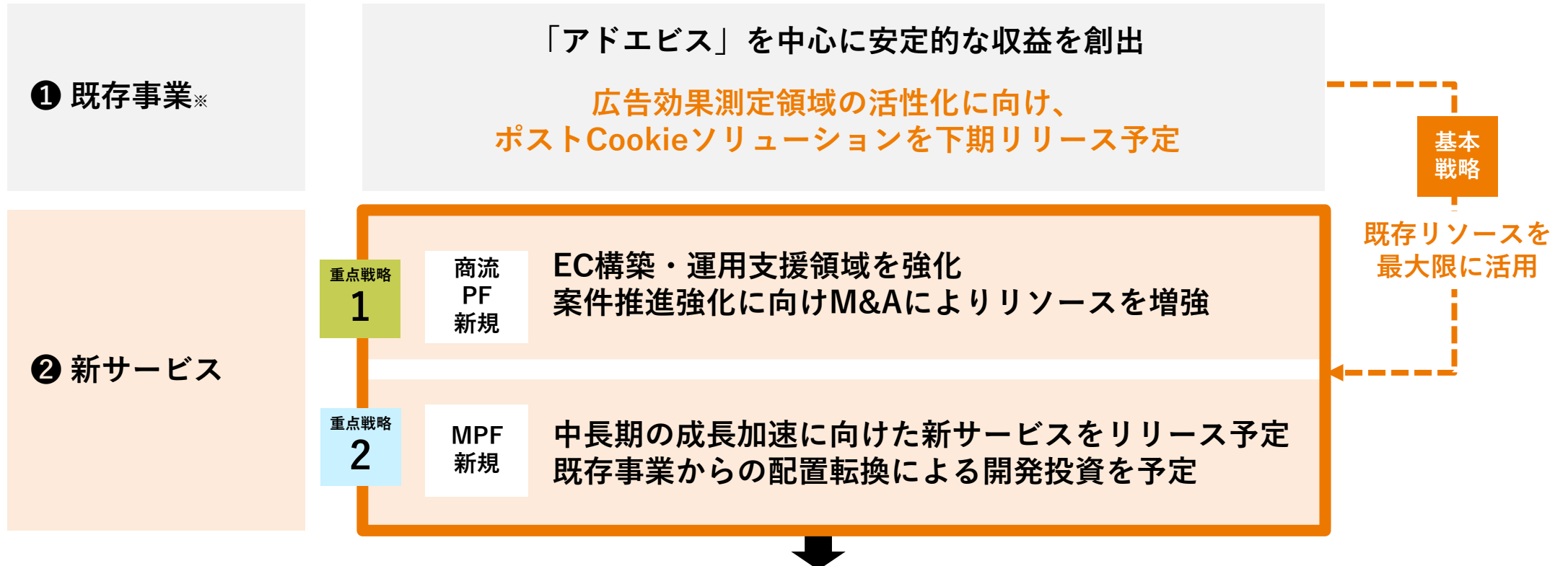
新たな成長ドライバーの創出

「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



2023年9月期下期グループ戦略

既存事業は広告効果測定領域を活性化させることで収益基盤をより強固とし、各セグメントの新サービスへの投資を引き続き強化

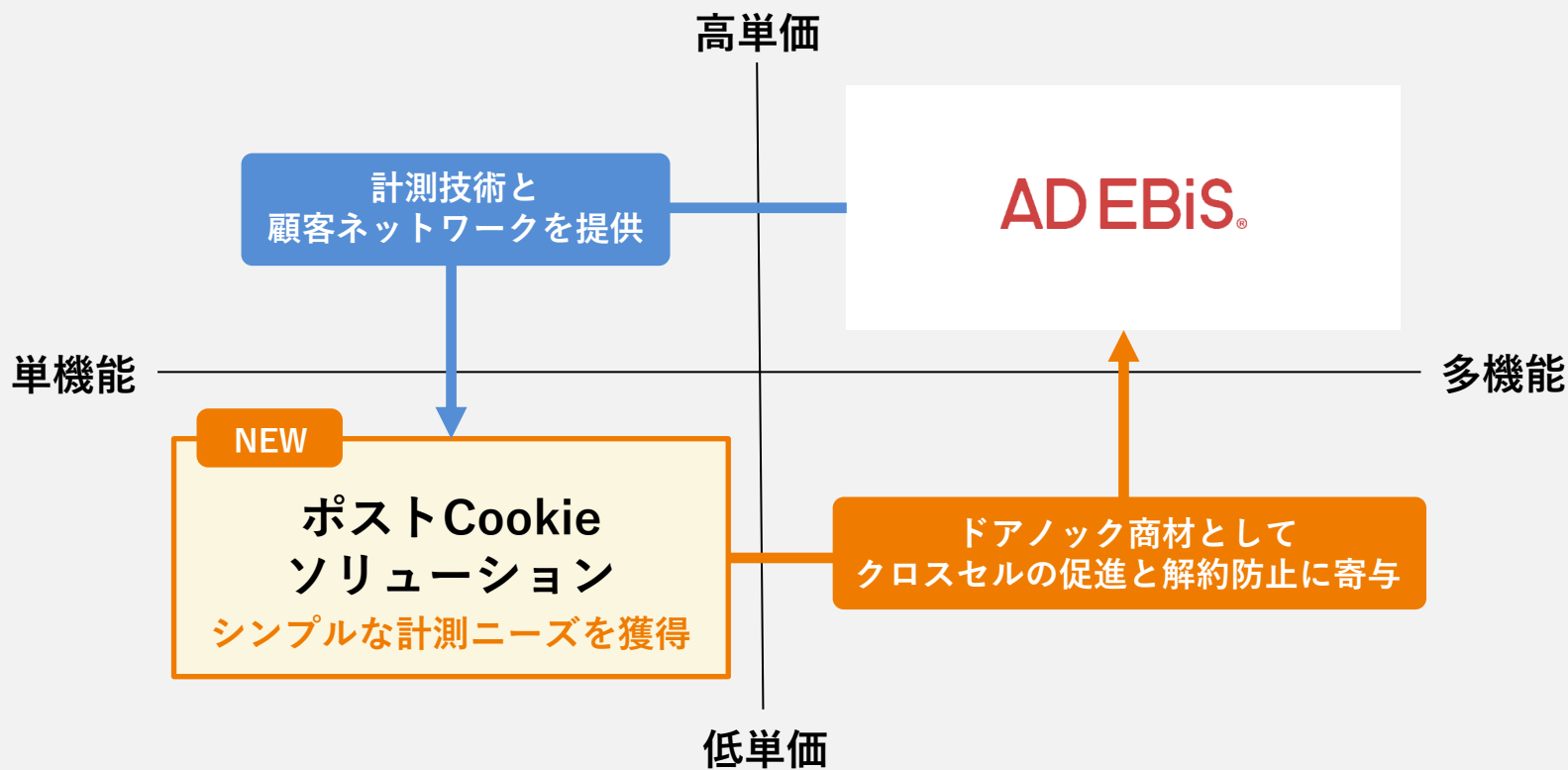


広告効果測定領域の活性化と新サービスの拡大により成長を図る

※ 既存事業にはMPFの広告効果測定、広告代理店DX、商流PFの「EC-CUBE」が含まれております。

ポストCookieソリューションを4Qリリース予定
 低単価のドアノック商材としてアドエビスの新規獲得への効果に期待

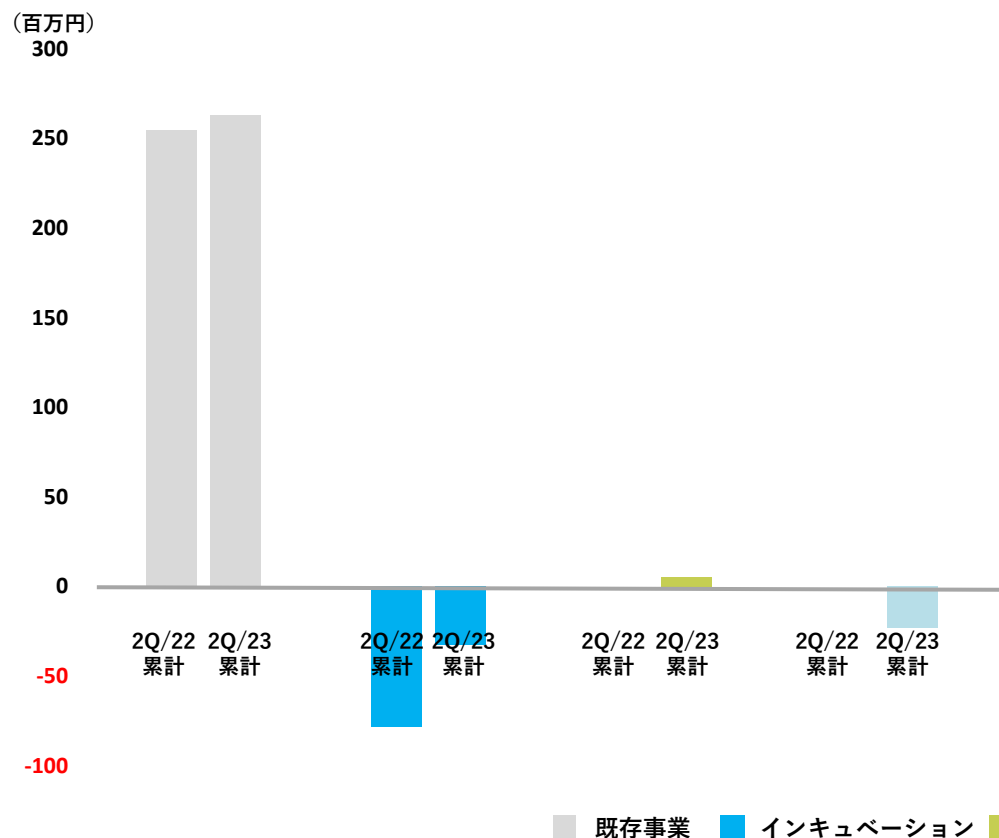
広告効果測定領域の製品ラインナップとシナジー



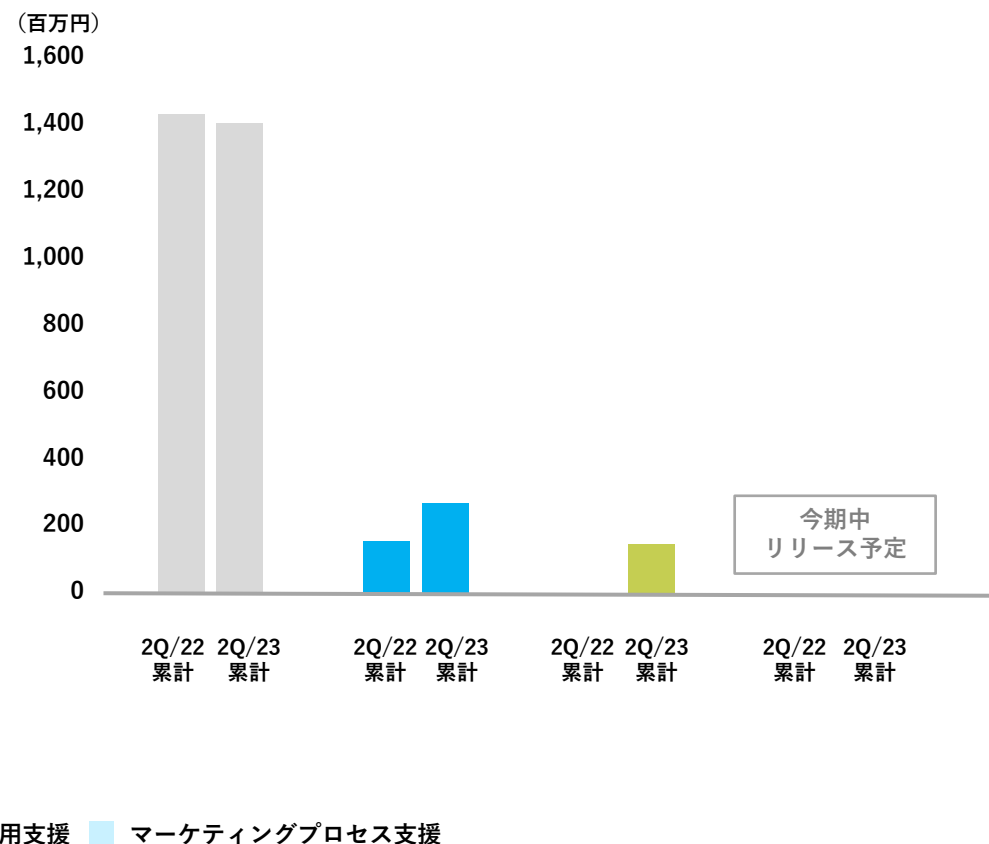
新サービスへの投資による売上拡大

既存事業の利益を新サービスに投資し、新たな売上を創出
インキュベーション領域とEC構築・運用支援領域が今期連結売上の成長に寄与

営業利益

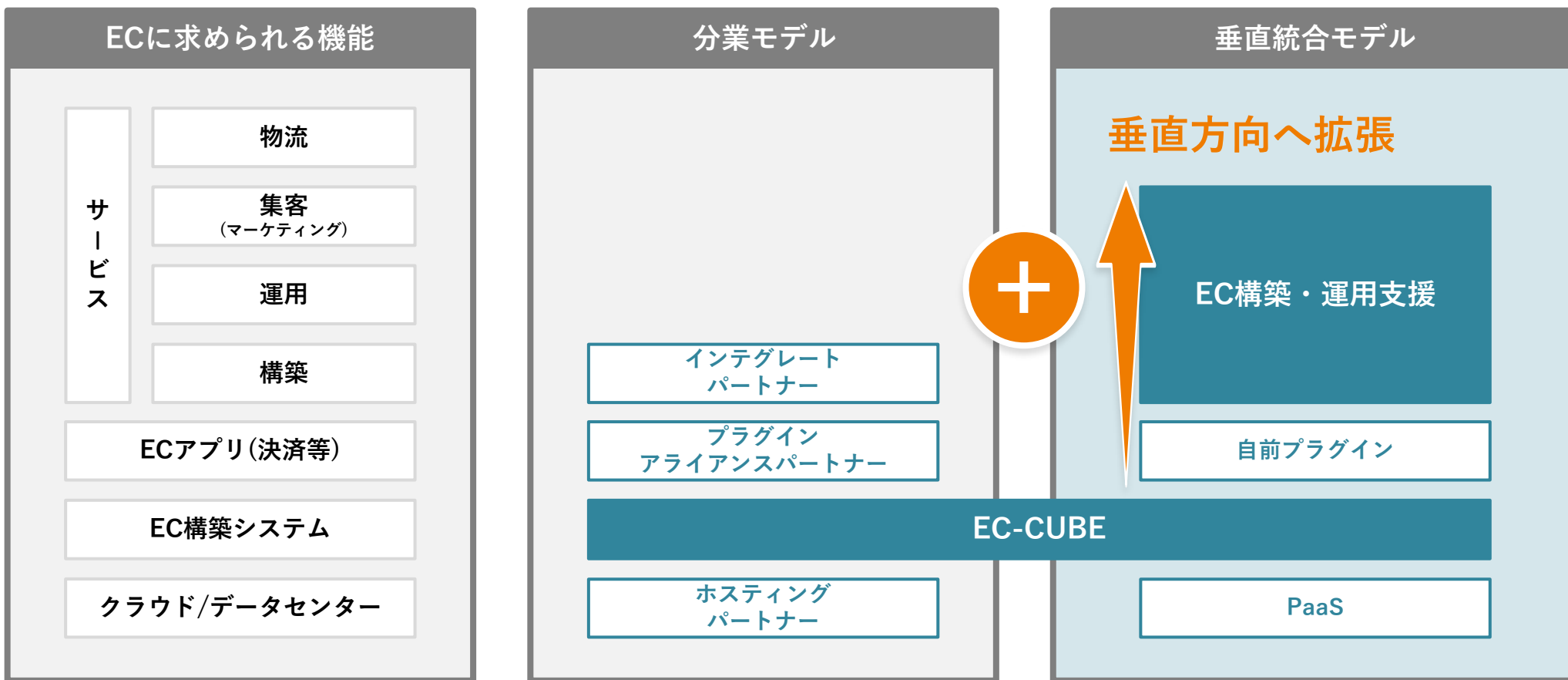


売上高



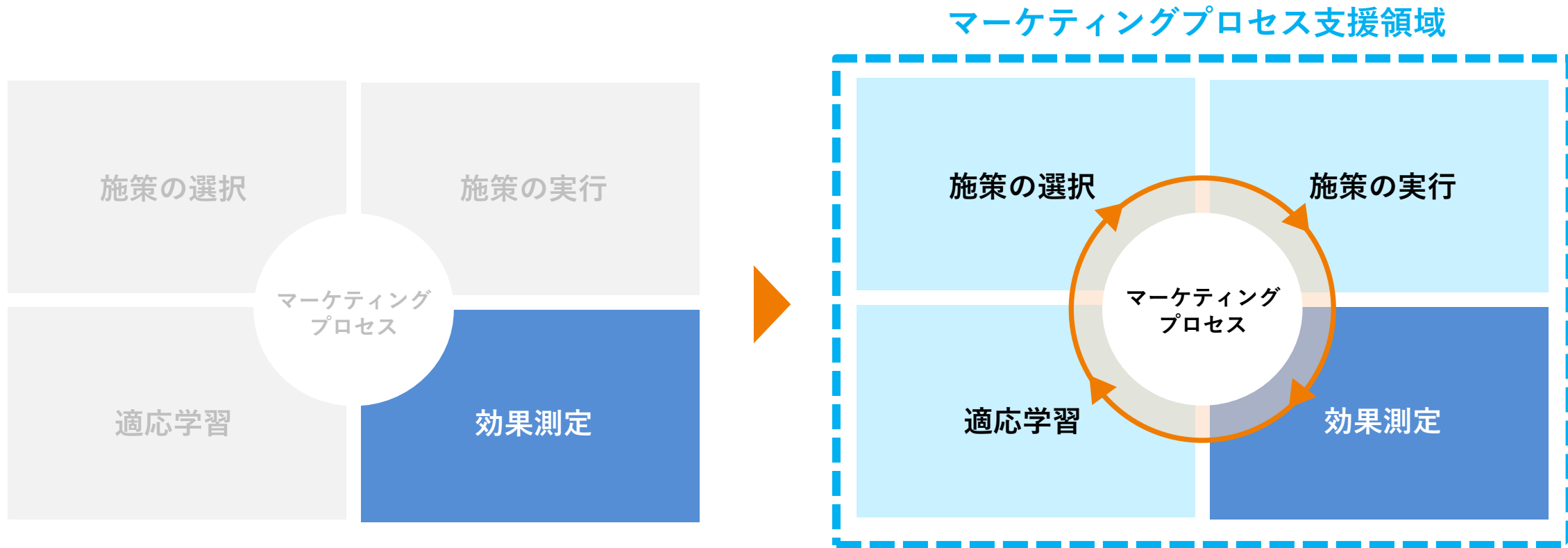
商流PF：垂直統合モデルの推進を軸とした成長加速

「EC-CUBE」の強みを活かしながら提供機能を垂直方向へ拡張
 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争優位性を構築



MPF : 中長期の成長に向けた新サービス開発

マーケティングプロセスの円滑化に向けた新サービスを開発中
下期を目途にリリース予定



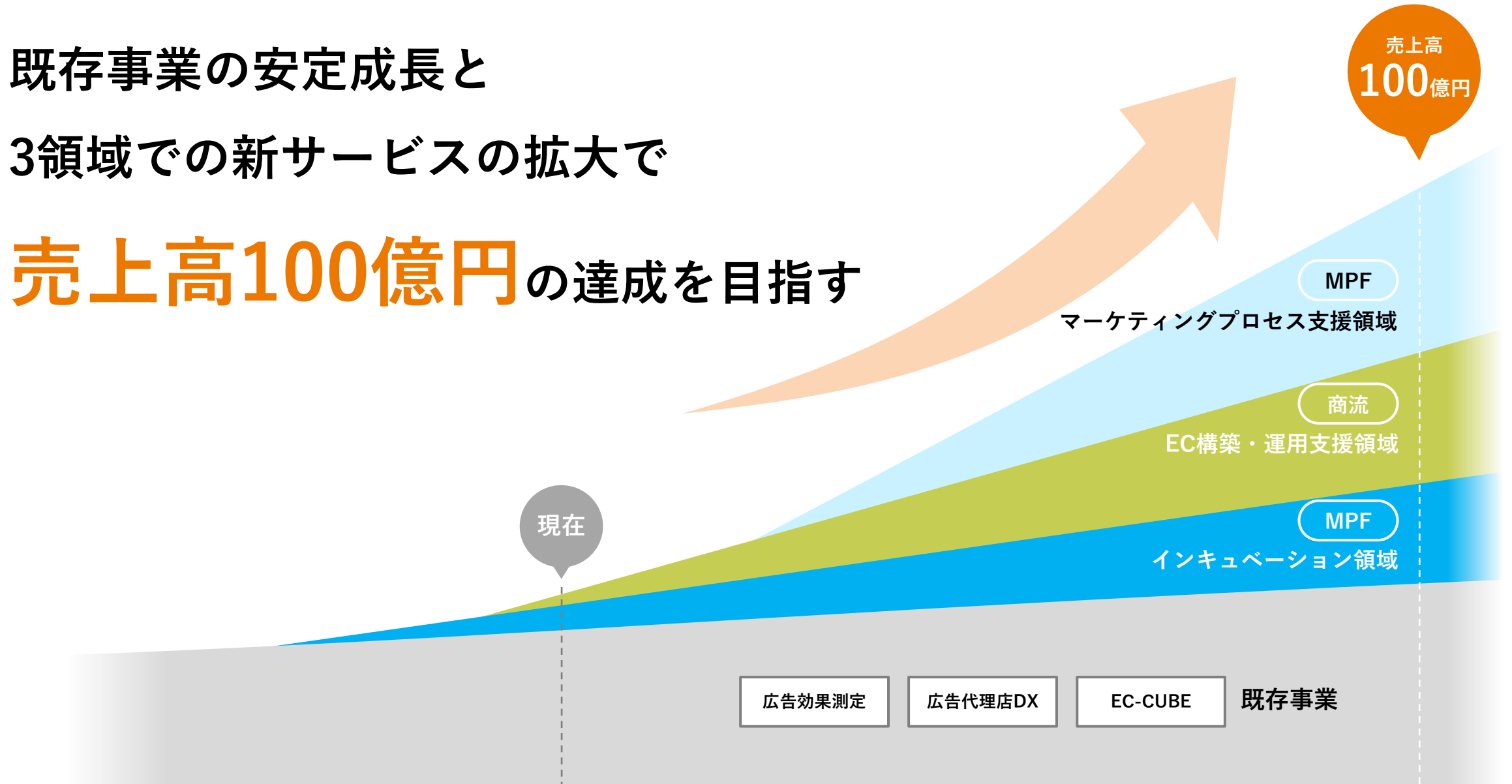
マーケティングプロセスの円滑化によりDXを後押し

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



2

全社連結業績



損益計算書サマリー

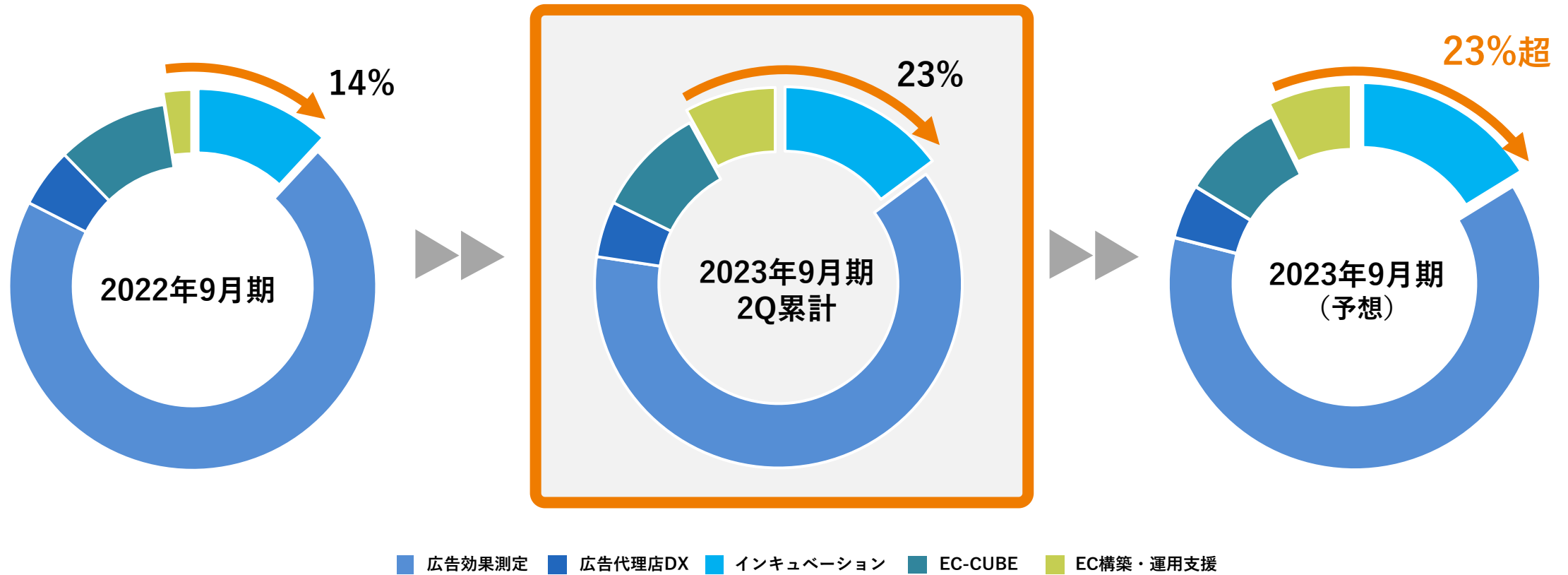
EC構築・運用支援領域及びインキュベーション領域の拡大により
上期は売上高・全ての利益項目において前年同期比で2桁成長

	2022年9月期	2023年9月期	
	2Q累計	2Q累計	前年同期比
売上高	1,581	1,812	+14.6%
売上総利益	1,068	1,130	+5.8%
営業利益	176	210	+19.2%
営業利益率	11.2%	11.6%	+0.4pt
経常利益	176	212	+20.7%
親会社株主に帰属する四半期純利益	104	131	+25.5%
【参考】EBITDA ※	316	361	+14.1%
EBITDAマージン	20.0%	19.9%	△0.1pt

※ 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

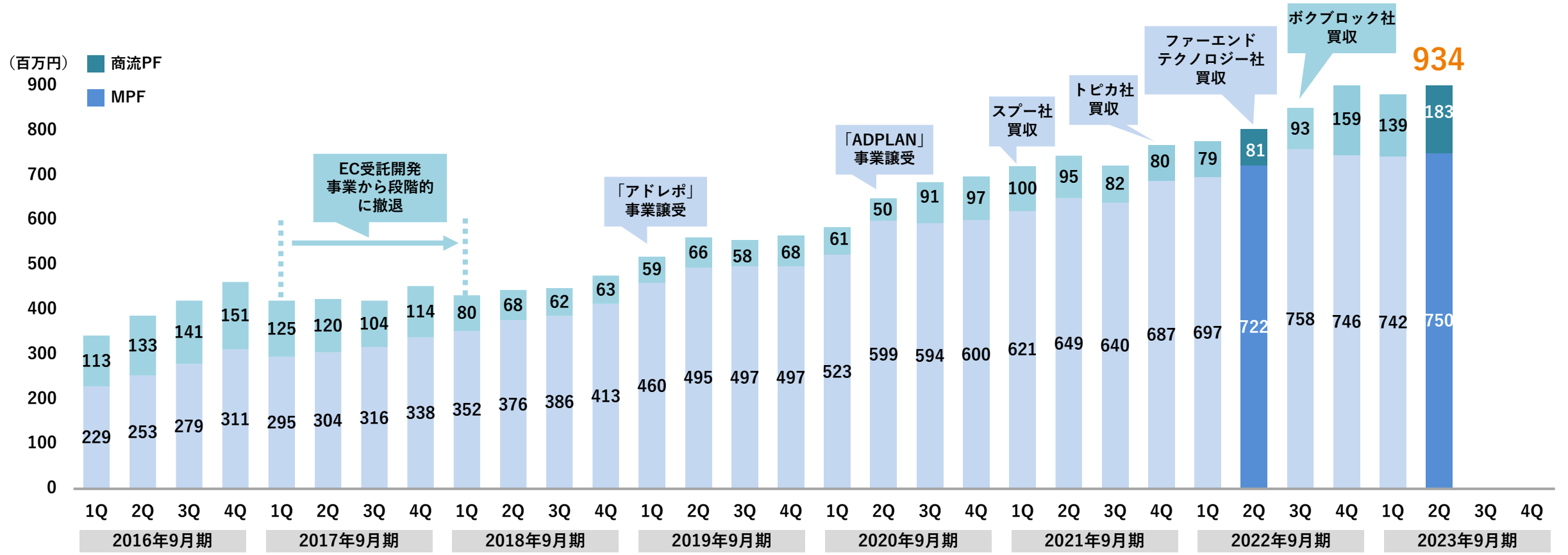
上期の新サービス比率※は前年通期に比べて+9ptの23%に拡大



※ 新サービス比率はインキュベーション領域のみとしておりましたが、EC構築・運用支援領域を含める形で定義を変更しております。

四半期売上高推移

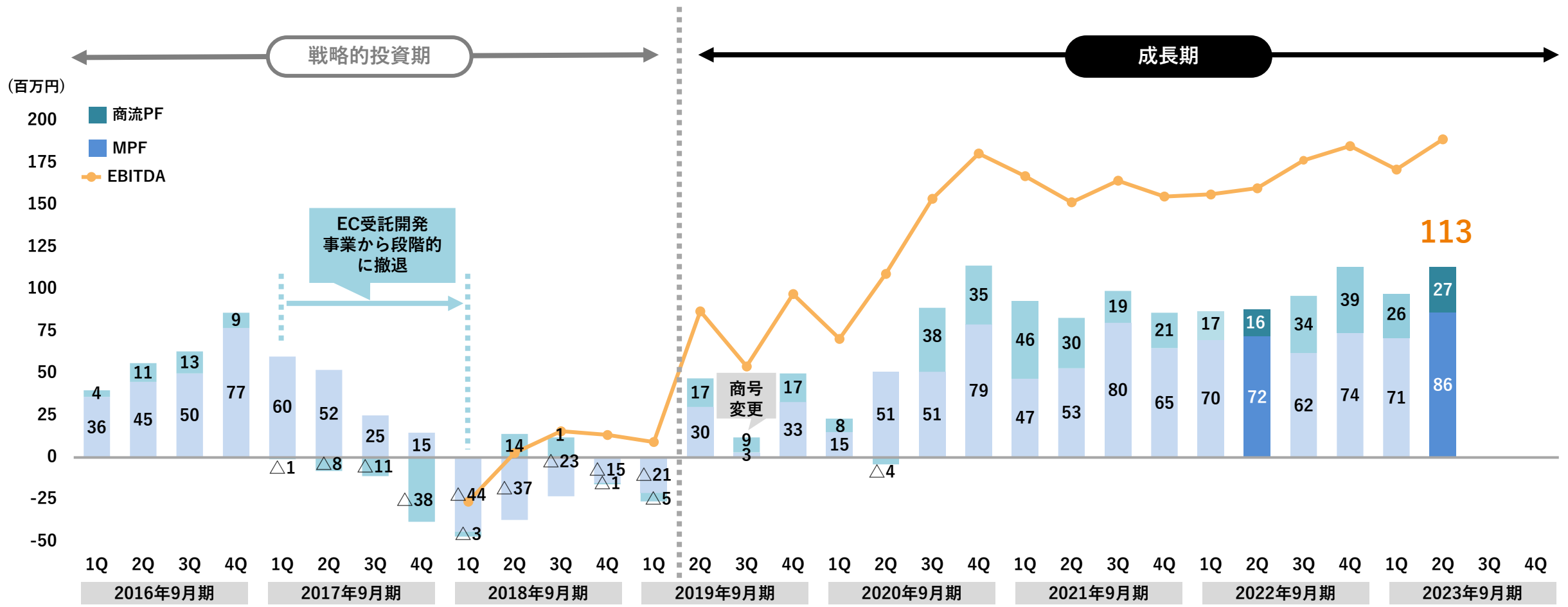
MPFの2Q売上は「アドエビス」が苦戦も、インキュベーション領域の成長により前年同期比+3.9%
 商流PFの同売上はボクブロック社の貢献により同2.2倍の大幅成長



※ 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の2Q営業利益はインキュベーション領域の増収により前年同期比+18.8%
 商流PFの同利益はEC構築による増収及び「EC-CUBE」本体開発の資産計上を主因に同+72.0%

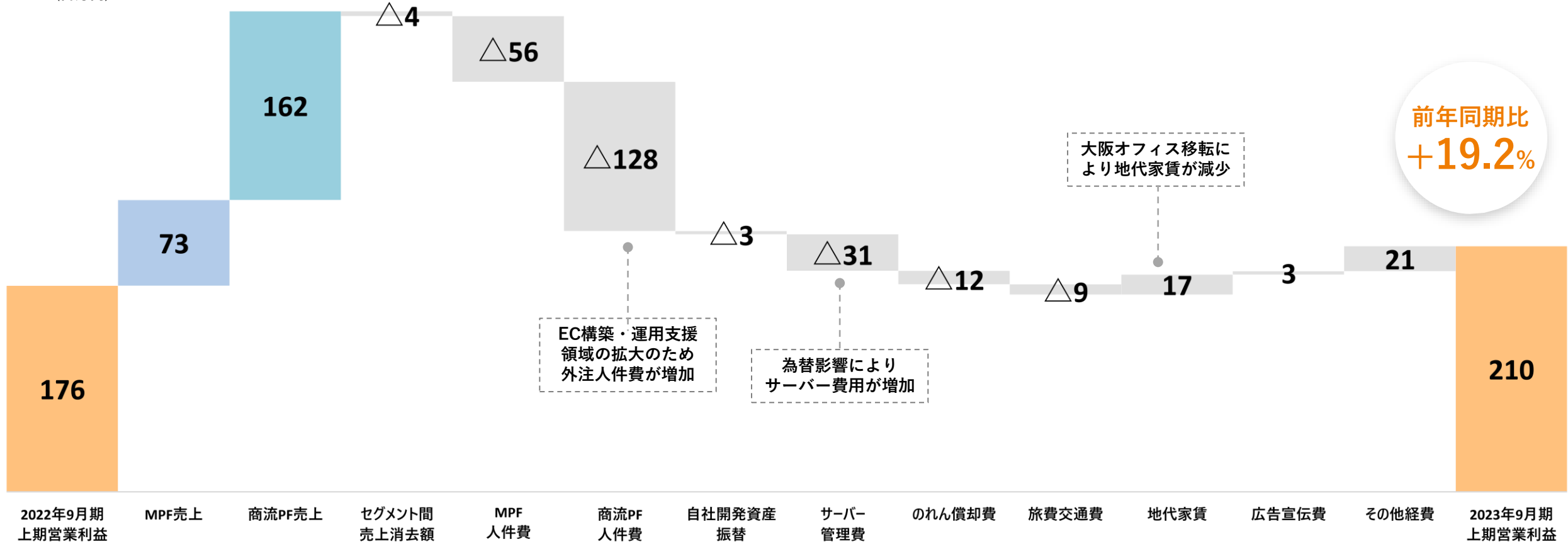


※本資料におけるセグメント別利益はセグメント間取引の調整額の表記を省略しているため、各セグメントの営業利益の合計値は連結営業利益と一致しないことがあります。

営業利益の変動要因

人件費及び為替影響によるサーバー管理費の増加等が発生するも、
 売上拡大により上期営業利益は**前年同期比+19.2%**で推移

(百万円)



貸借対照表サマリー

有利子負債の返済及び利益計上により自己資本比率は堅調に推移

単位:百万円	2022年9月期	2023年9月期	増減
	期末	2Q末	
流動資産	1,834	1,982	+148
内、現預金	1,320	1,407	+87
固定資産	1,269	1,171	△98
有形固定資産	64	63	△0
無形固定資産	933	863	△69
投資その他資産	271	243	△27
資産合計	3,103	3,153	+50
負債合計	1,299	1,244	△55
内、有利子負債	884	750	△133
純資産合計	1,804	1,909	+105
自己資本比率	57.1%	59.3%	+2.1pt

3

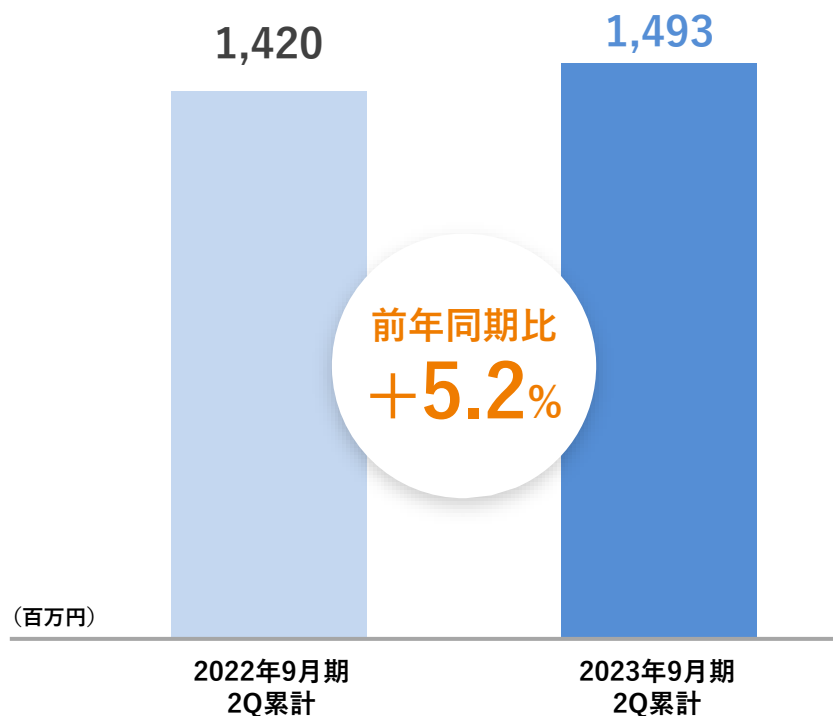
セグメント別業績・トピックス



マーケティングプラットフォーム事業

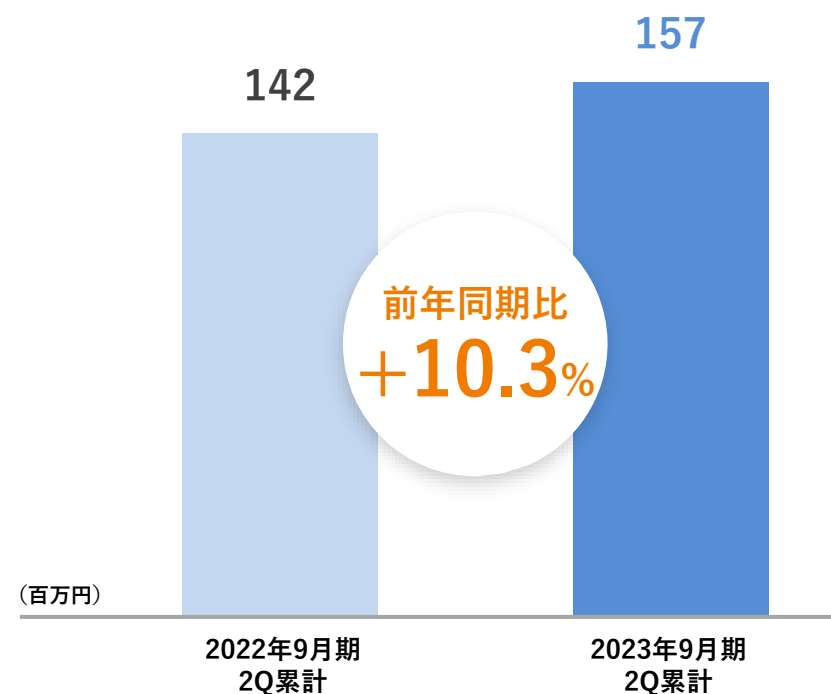
売上高

インキュベーション領域の高成長が「アドエビス」の減収をカバーし全体では微増

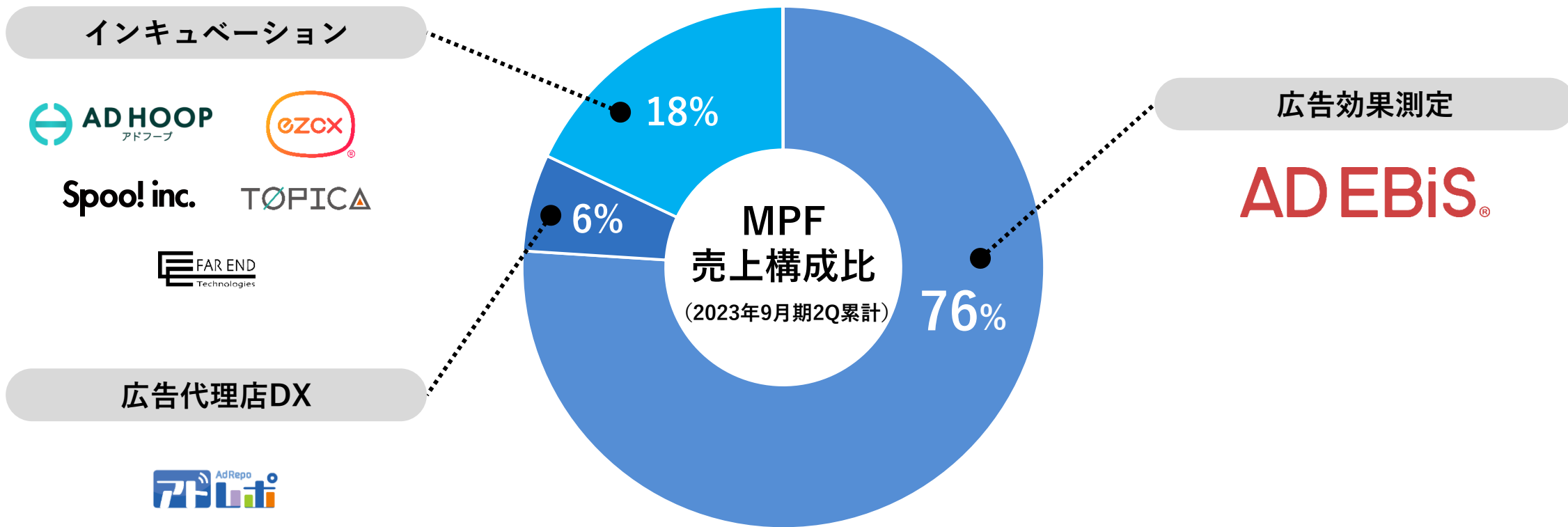


セグメント利益

M&Aと為替影響によるコスト増も増収とオフィス移転に伴うコスト減等で増益



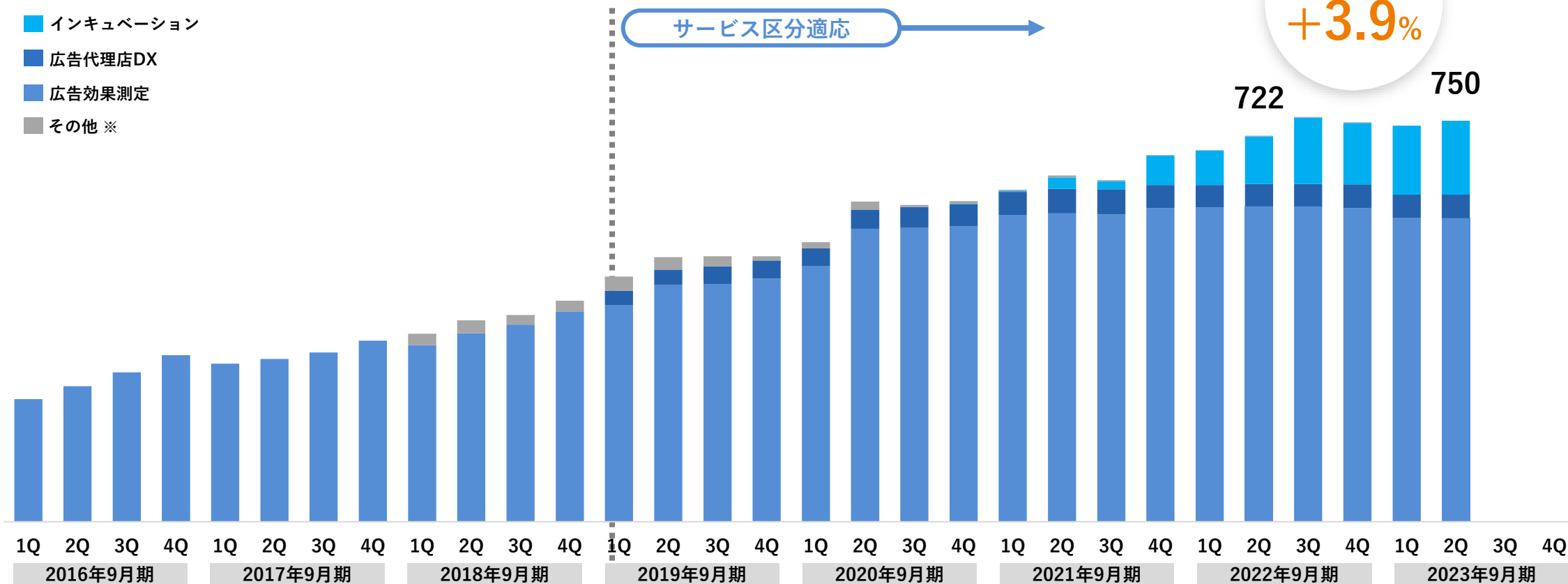
広告効果測定「アドエビス」がセグメント売上の76%を占める
インキュベーション領域は前年通期に比べて+5ptの18%に拡大



MPF | サービス別四半期売上推移

インキュベーション領域の2Q売上は**前年同期比+55.4%の大幅成長**
MPF全体では前年同期比+3.9%で着地

- (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※

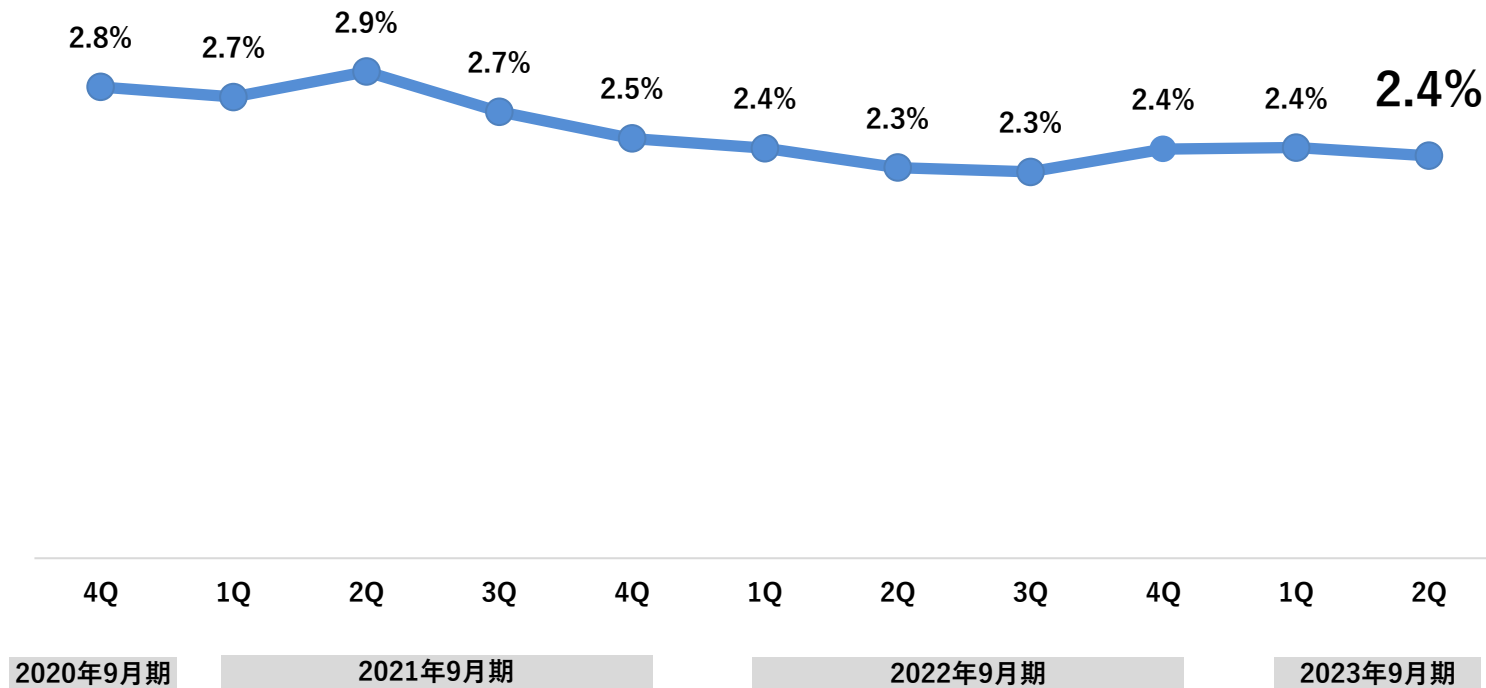


※2020年3月末撤退のTHREe,旧プロフェッショナルサービス (DMP事業) を含む

「アドエビス」 解約率の推移

2Q解約率は2.4%で横ばい
引き続きカスタマーサクセス強化により2%前半の解約率を維持する方針

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

成果改善事例を用いた正確性訴求を強化

Cookie規制に伴う媒体の計測精度低下に対するソリューションとして
「アドエビス」利用顧客の事例を用いた正確性訴求を強化

株式会社ガラパゴス様

AD EBiS.

広告運用者必見

**乖離のない
データが
成功の秘訣です**

株式会社ガラパゴス ADM事業部
マーケティングユニットリーダー
富田 悠氏

広告媒体CV数と
実CV数(リード数)との
乖離率
最大 **58%**

CPA約20%改善の効果

コンバージョン乖離の改善方法を解説!
詳しくはこちら

株式会社TOKAI様

WEBマーケターの皆様

AD EBiS.

**媒体管理画面にだけ頼った
広告運用は
リスクですね。**

ITPやCookie規制の
影響がジワジワと…

うるのん
マーケティング事例

Web広告全体の媒体CVと実CV数との
(6か月間合計)
乖離率 12.6%
期間媒体の乖離率最大31.3%

アドエビスなら乖離0!なし!
広告媒体ごとの乖離率の詳細はこちら

「アドフープ」は領域拡大が売上成長に貢献、各子会社はPMIが順調に進み売上が拡大
 上期は領域全体で前年同期比+74.5%の売上成長を実現

自社開発サービスの売上高

M&Aで加わった子会社の売上高



(2020年5月~)



(2021年7月~)



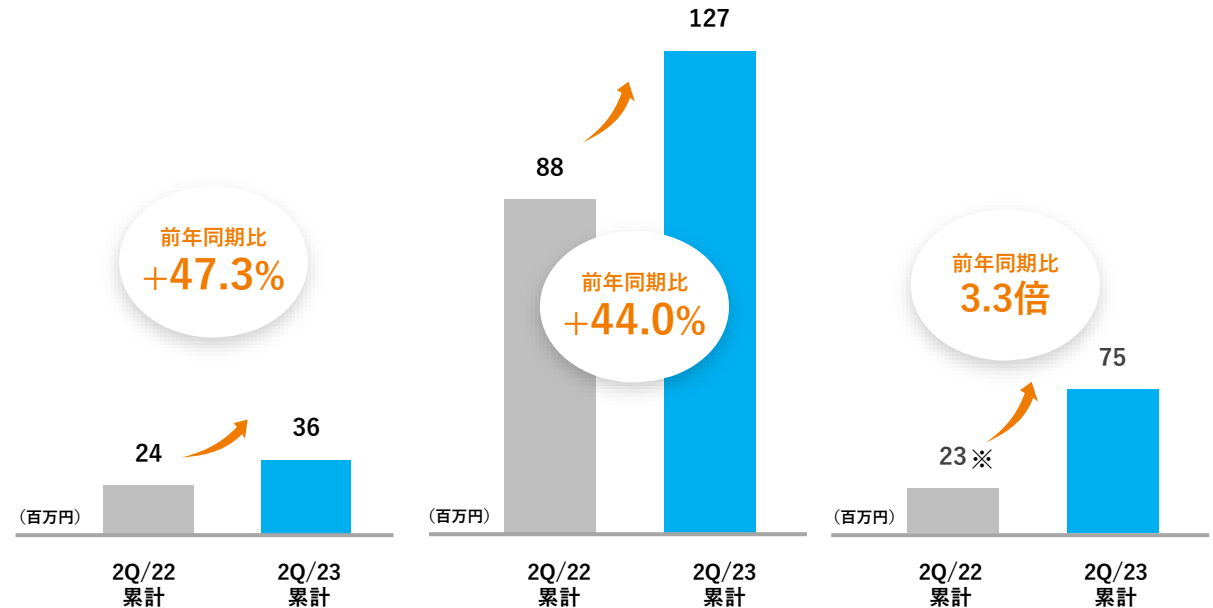
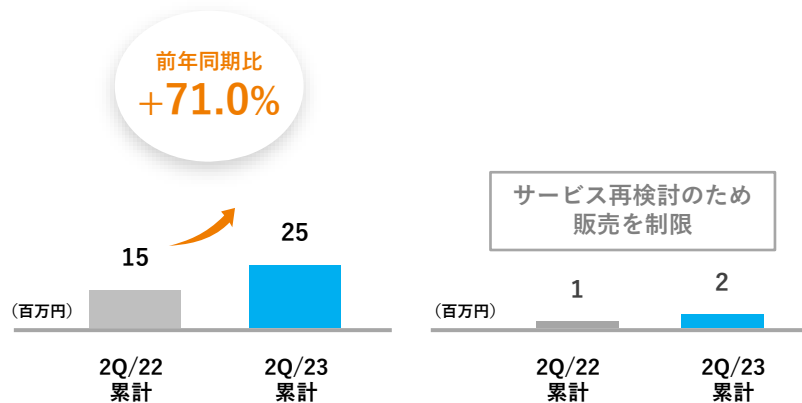
(2020年12月~)



(2021年7月~)



(2022年2月~)



※買収後2ヵ月の売上合計

2023年3月、「アドフープ」サービス領域を3領域から12領域へ大幅拡充
新規獲得及びクロスセルによるLTV向上を目指す



新たに9領域を追加し**12領域**に拡充



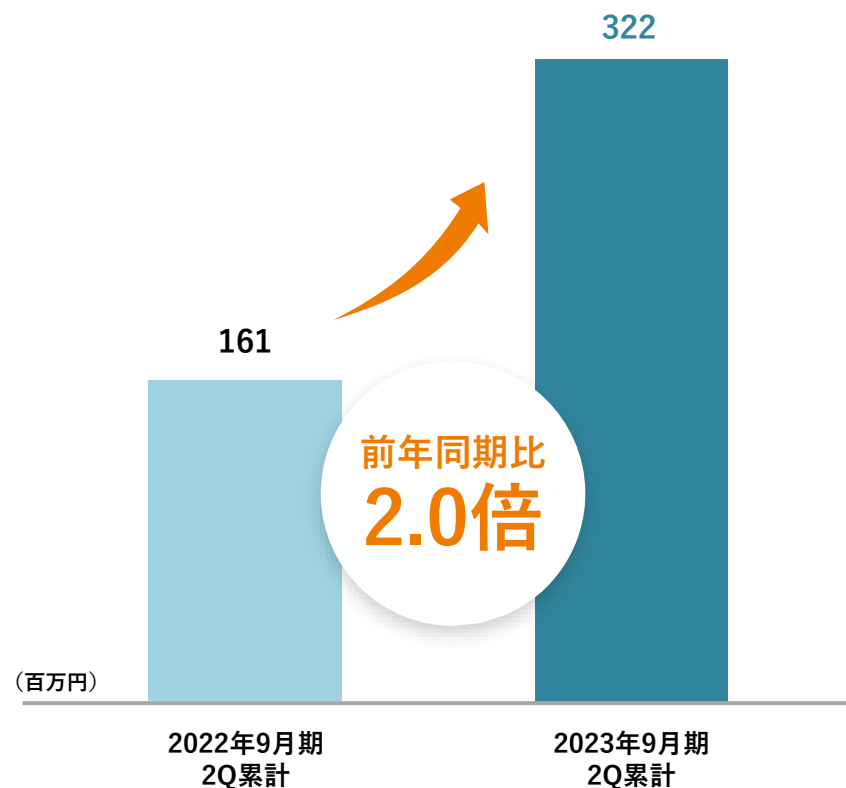
インキュベーション領域が拡大するとともに マーケティングプロセス支援領域のサービス検討も着実に進行

	今期戦略	上期進捗
広告効果測定	<ul style="list-style-type: none"> ・ 価値訴求強化による新規獲得強化 ・ 「アドエビス シンク」への移行推進による解約率低減 ・ アップデートによるプロダクト進化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ リード獲得の鈍化に伴い、新規獲得が苦戦 ・ 解約率は2.4%で横ばいで推移 ・ ポストCookieソリューションの開発が進行中
広告代理店DX	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「アドレポ」事業に経営資源を集約 ・ 顧客接点強化による新規獲得と解約抑制を強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「アドレポ」において新たに「TikTok」対応を追加、今後も媒体連携を強化予定 ・ 2023年1月末、「アドナレッジ」のサービス提供を終了
インキュベーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現状のラインナップで更なる売上成長を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 子会社各社の業績拡大と「アドフープ」の成長により 前年同期比+74.5%の売上成長を実現
マーケティング プロセス支援	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今期中のサービスリリースを目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 製品コンセプトの策定と検証を実施中

商流プラットフォーム事業

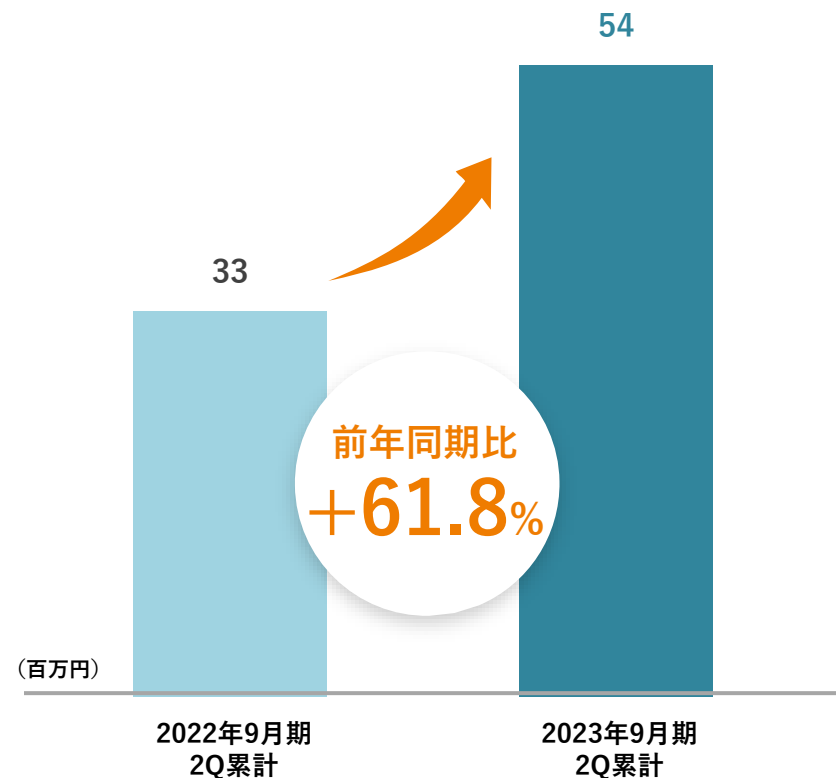
売上高

EC構築・運用支援領域の
大型案件獲得が大幅増収に寄与

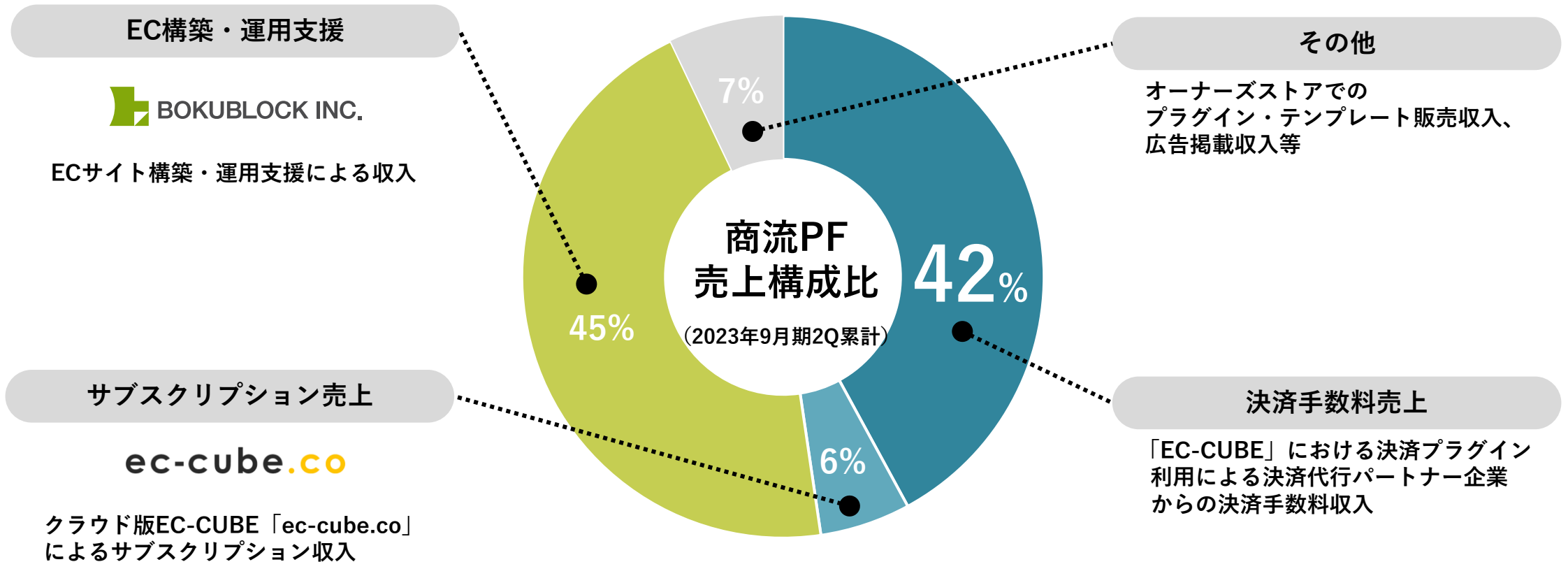


セグメント利益

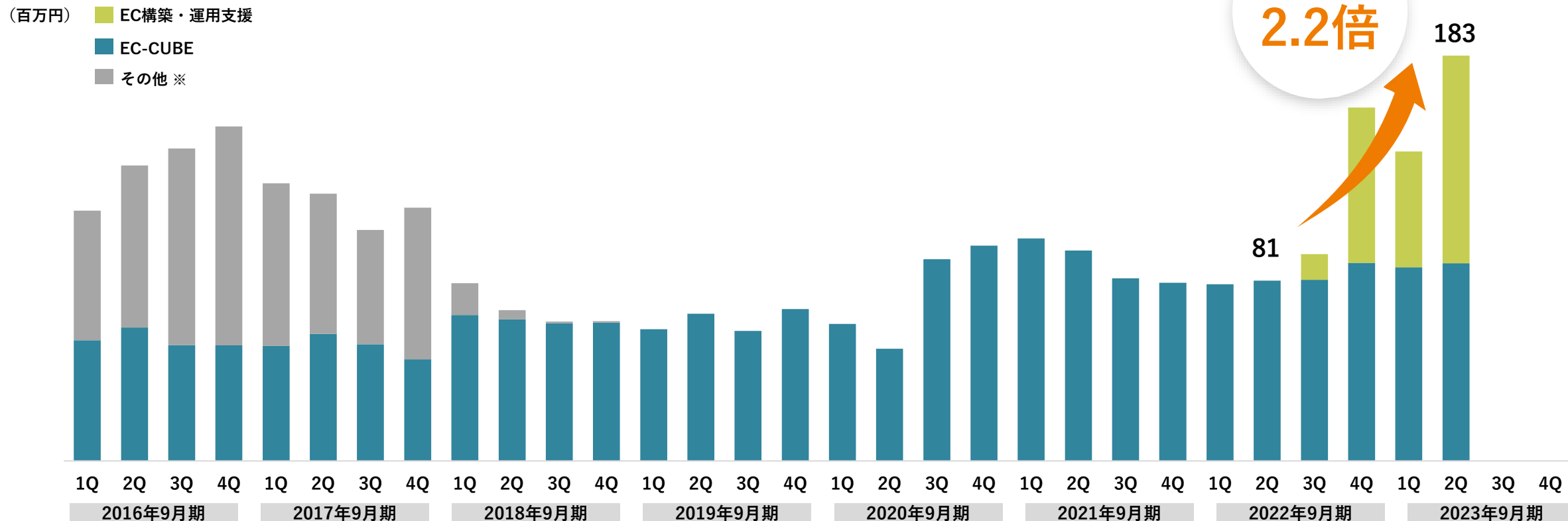
「EC-CUBE」の資産計上と
EC構築・運用支援領域の売上拡大により増益



「EC-CUBE」の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42%を占める
EC構築・運用支援は前年通期+25ptの45%に拡大



2Q売上はEC構築・運用領域の寄与により**前年同期比2.2倍の大幅成長**
同領域は構築案件の進捗状況により変動があるものの引き続き拡大見込み



※EC受託開発事業等の撤退済みサービスが含まれております。

アイピーロジック株式会社よりEC-CUBE用Amazon Payプラグイン開発・サポート事業を譲受
Amazon Payを通して「EC-CUBE」利用店舗及びパートナーの利便性の向上、価値提供を目指す

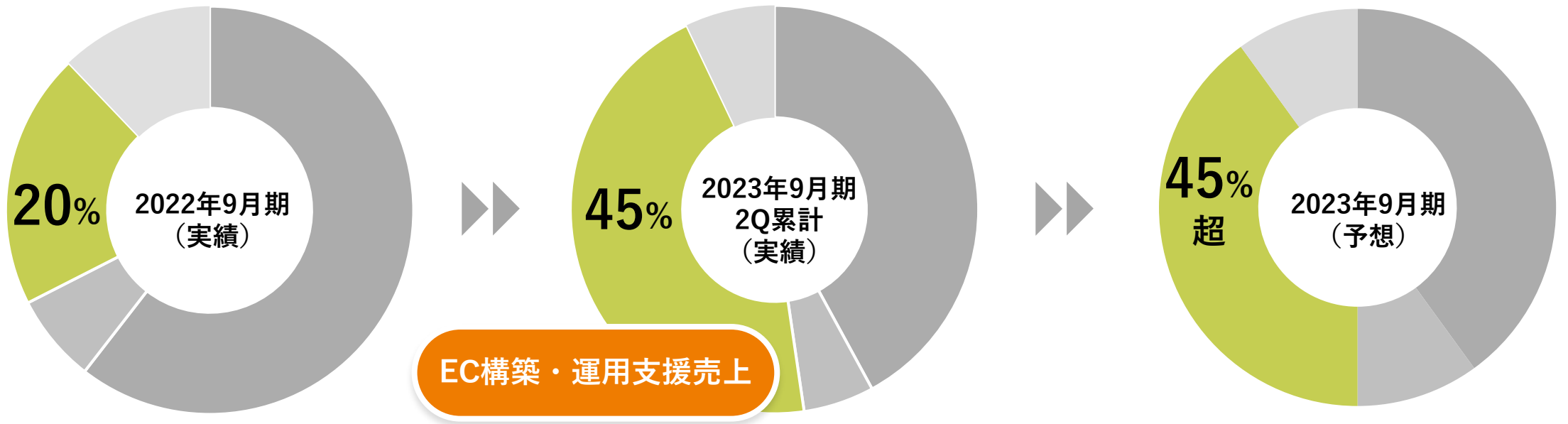


EC-CUBE用Amazon Payプラグイン

Amazonが提供するID決済「Amazon Pay」を利用できる「EC-CUBE」専用のプラグイン。
面倒な情報入力を行うことなく、また、Amazonが提供する世界水準のセキュリティにより簡単・安全に商品の購入が可能。

事業進捗：売上構成比率の変化

EC構築・運用支援領域の売上比率は通期目標としていた40%以上を上期段階で前倒し達成
今期末には45%超を見込む

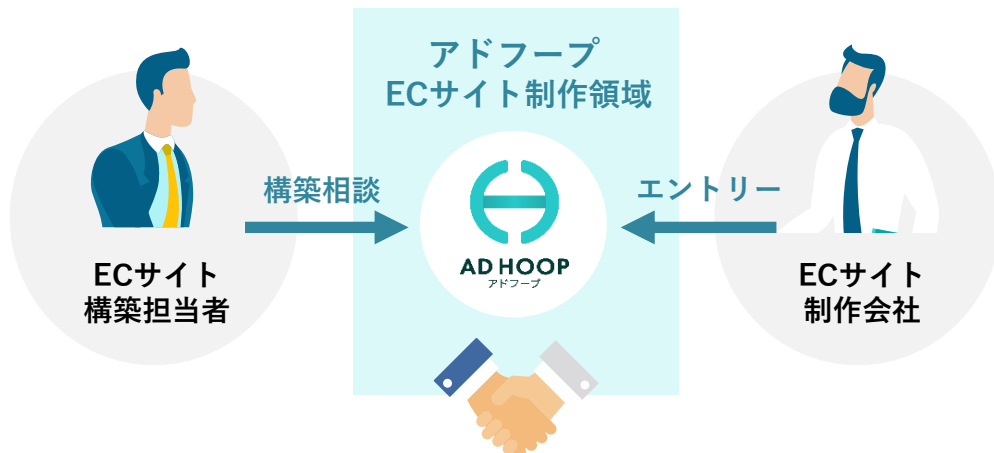


■ 決済手数料売上 ■ サブスクリプション売上 ■ その他

2023年2月に経営体制の強化を行い、事業推進力が向上
「EC-CUBE」と「アドフープ」のグループアセットを活用し新規獲得を強化

「アドフープ」の活用

「アドフープ」のマッチングプラットフォームを活用し
効率的に新規リードを獲得



ECサイト構築担当者と制作会社をマッチング

「EC-CUBE」との連携強化

「EC-CUBE」と連携の上、大手企業のDX推進や
構築・運用を含むワンストップサービスへのニーズを喚起



「EC-CUBE」に寄せられる大手企業からの
お問い合わせにアプローチ

EC構築・運用支援領域が大きく拡大し、業績成長を牽引 「EC-CUBE」は新たに決済プラグイン事業を譲受

	今期戦略	上期進捗
「EC-CUBE」	<ul style="list-style-type: none"> ・オープンソースの強化 ・パートナーと利用希望店舗のマッチング拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・「EC-CUBE」のセキュリティー機能を強化 ・「アドフープ」との協業によりEC運営代行領域のマッチングを開始 ・EC-CUBE用Amazon Payプラグイン開発・サポート事業譲受の契約を締結
EC構築・運用支援	<ul style="list-style-type: none"> ・大型案件の獲得強化 ・既存顧客向け垂直統合メニューの提案 	<ul style="list-style-type: none"> ・前期4Qに獲得した大型案件が順調に進捗、売上拡大に寄与 ・2023年2月、取締役2名を新たに選任し体制を強化

4

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(2023年5月8日修正)

引き続き新領域※が売上成長を牽引も、利益率が高い「アドエビス」の上期苦戦により減益の見通し
下期における変動要素を踏まえ各項目をレンジ形式で開示

単位：百万円	2022年9月期	2023年9月期	
	実績	通期業績予想 (今回公表)	前期比
売上高	3,334	3,600 ~ 3,700	+8.0% ~ +11.0%
営業利益	392	280 ~ 330	△28.7% ~ △16.0%
営業利益率	11.8%	7.8% ~ 8.9%	△2.9pt ~ △4.0pt
経常利益	399	280 ~ 330	△30.0% ~ △17.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	236	170 ~ 200	△28.0% ~ △15.3%

レンジ形式における下期業績の前提条件

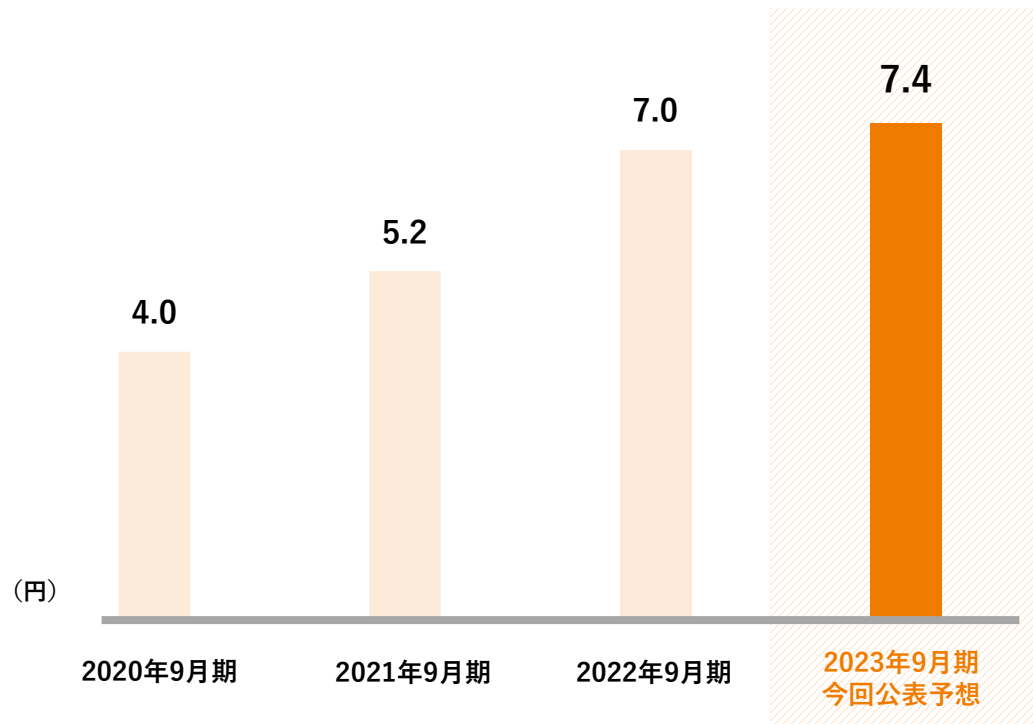
- ・ 上限値：「アドエビス」の新規獲得が期初計画通りに伸長し、EC構築・運用支援領域の売上が期初計画を上回った場合
- ・ 下限値：「アドエビス」の新規獲得が上期程度にとどまり、EC構築・運用支援領域の売上が期初計画通りとなった場合

※新領域はインキュベーション及びEC構築・運用支援領域を指しており、下期リリース予定のポストCookieソリューション及びマーケティングプロセス支援領域の売上見込みは業績予想に含んでおりません。

2023年9月期 配当予想

配当方針は中期経営方針は前回発表の**DOE2.5%**を維持
通期業績予想の修正に伴い、期末配当予想を7.8円から7.4円に減額修正

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



事業概要

未知に、道を。

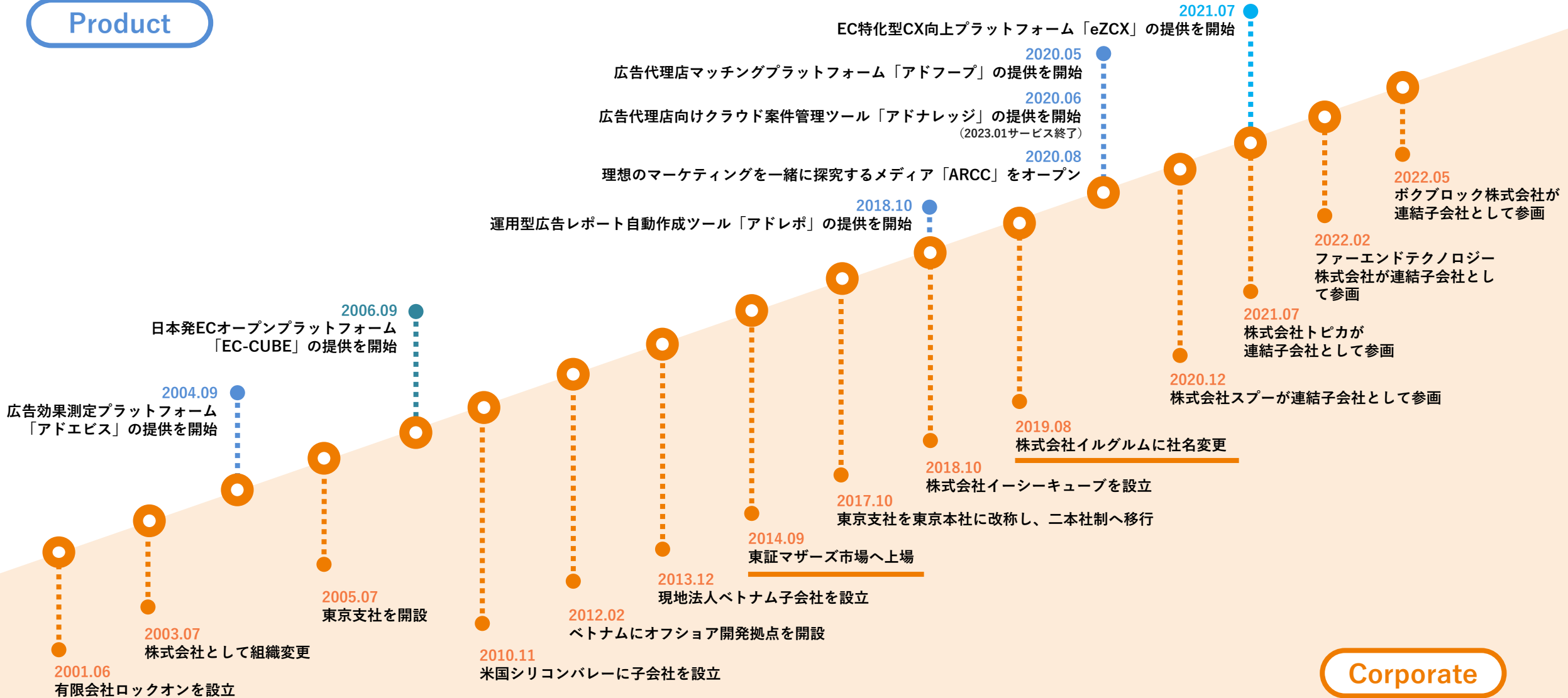


それぞれの企業が独自の価値とともに発展できる社会。
私たちはそのまだ見ぬ理想の世界をYRGLMと名付けました。
まだこの世に存在しない未来像を示すために、既存の言葉に由来を
持たない「**意味を持たない文字列**」を語源としました。
どこにもない企業を目指すために選んだ、どこにもない名前です。

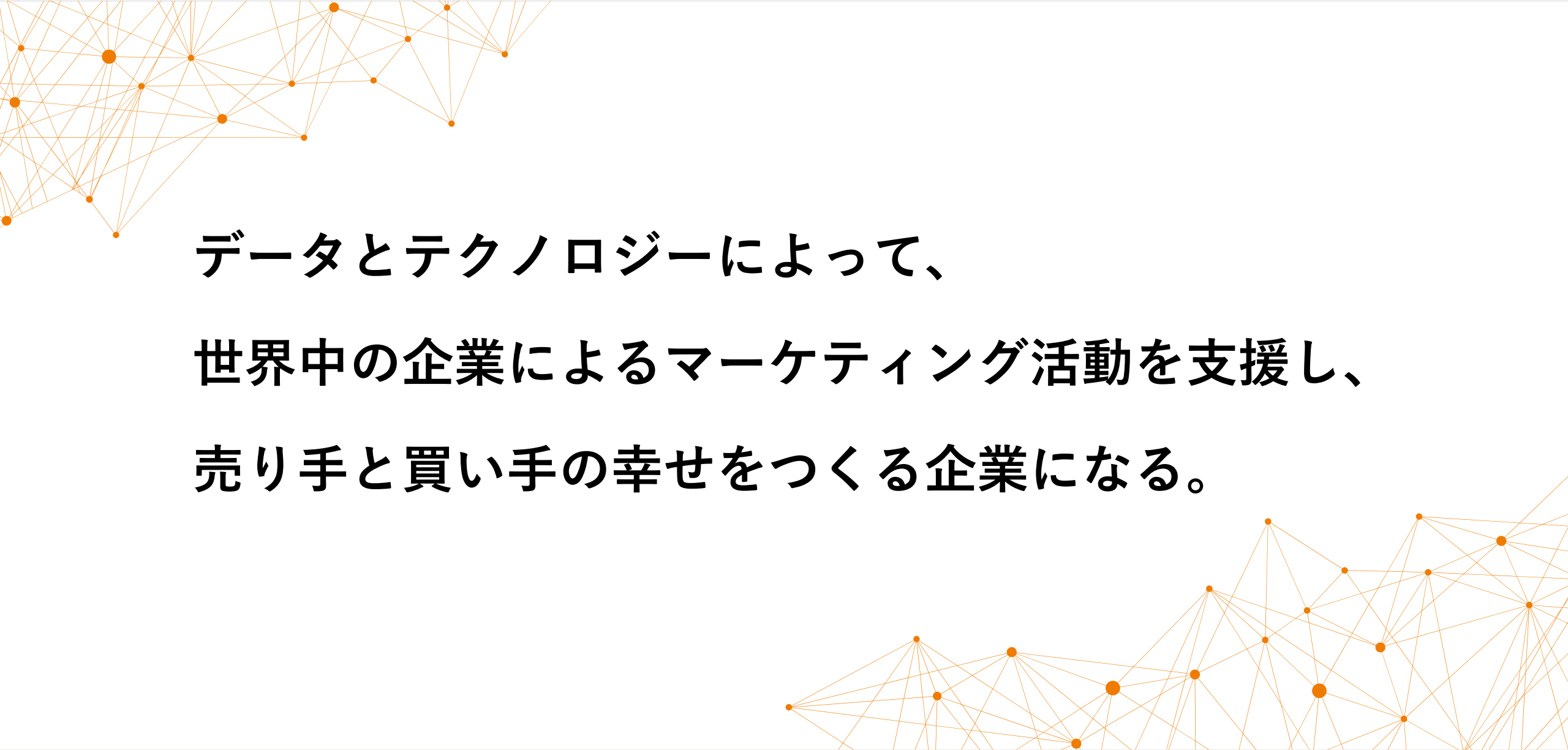
会社概要

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（2023年3月31日現在）
代表者	:	岩田 進
従業員数	:	221人（グループ連結／2023年3月31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」 ・ 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



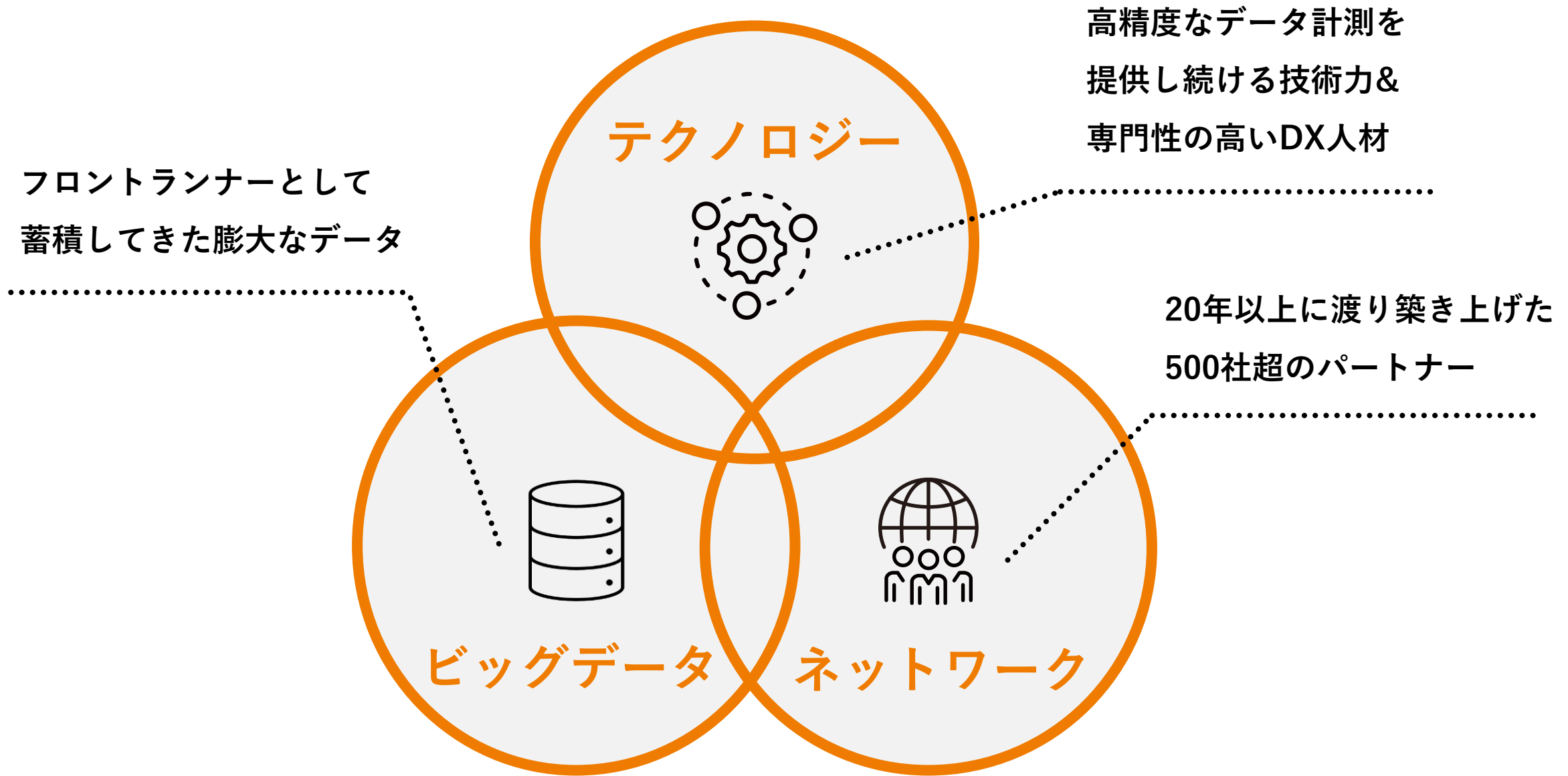
データとテクノロジーによって、
世界中の企業によるマーケティング活動を支援し、
売り手と買い手の幸せをつくる企業になる。

事業活動を通してサステナブルな社会作りに貢献

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



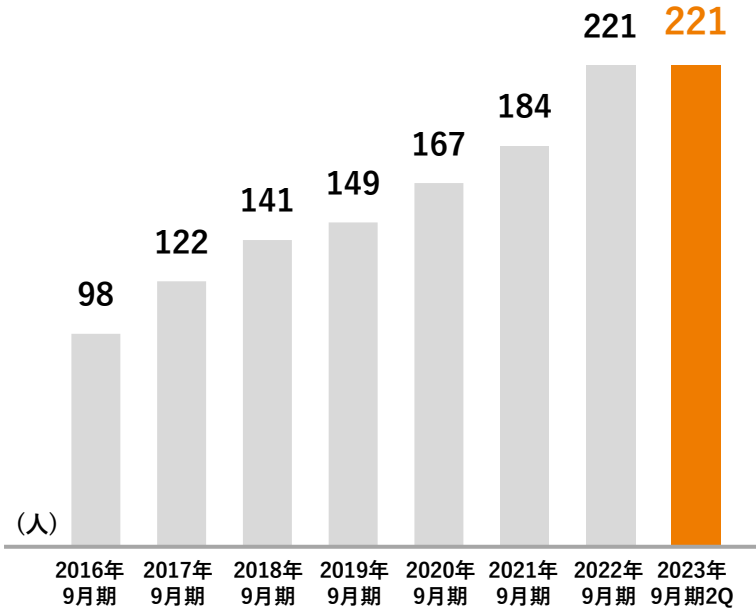
当社の強み



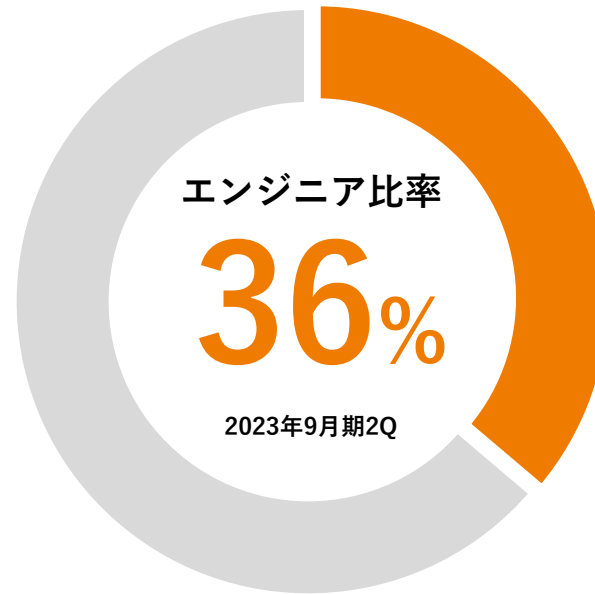
テクノロジーを支える専門性の高いDX人材

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
ハイブリッドワーク環境を整備し、多様な働き方を支援

従業員数推移



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

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®



AD HOOP
アドフープ



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



FAR END
Technologies

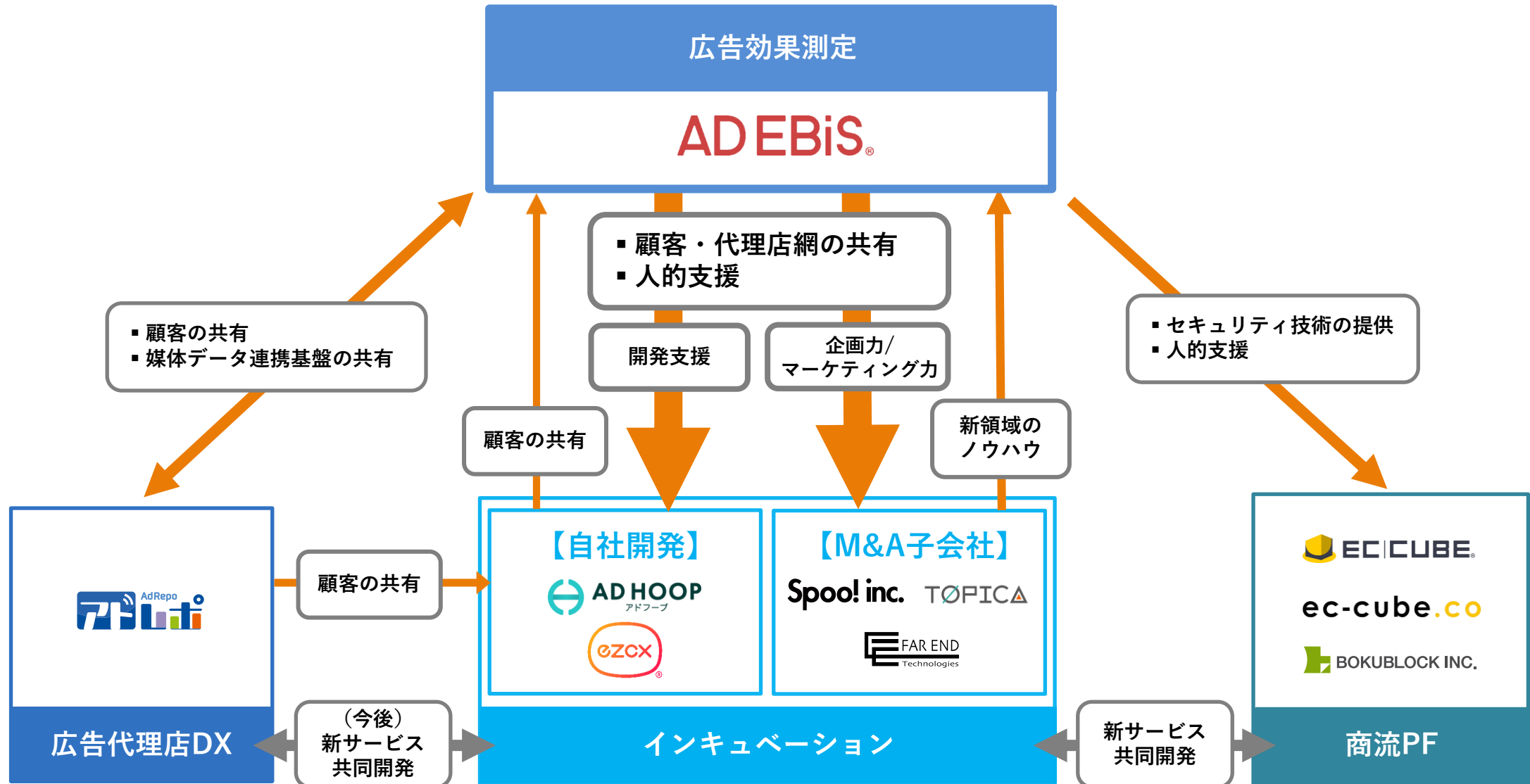
商流プラットフォーム事業 (商流PF)

連結子会社



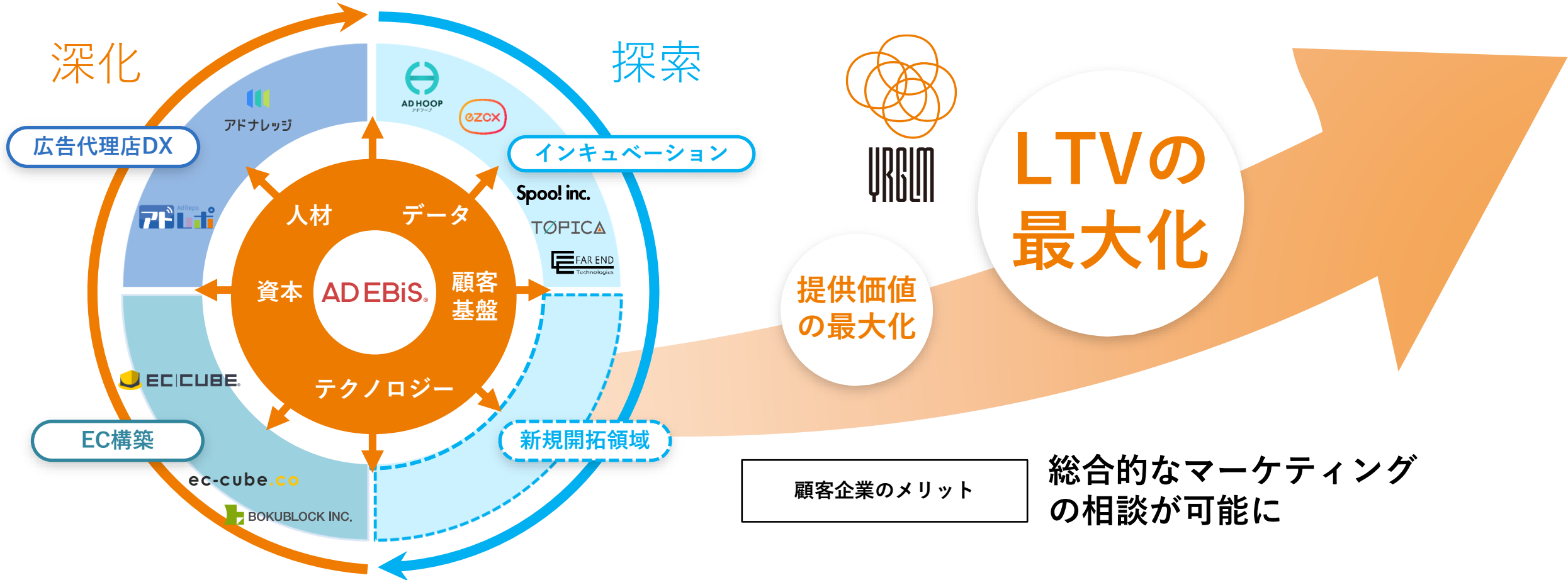
BOKUBLOCK INC.

グループシナジー

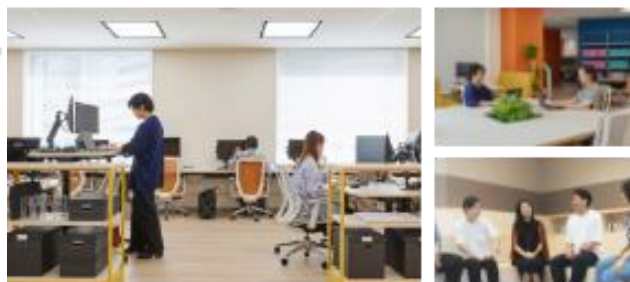


中期経営方針『VISION2023』基本方針

「アドエビス」を安定基盤としつつ新サービスの複数展開により
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



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

2023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
11回目となるベストカンパニーを受賞

2023年9月期トピック一覧

第1四半期

2022.10.13	MPF	【アドフープ】 イルグルム、Biz Forwardと販売代理店契約を締結
2022.10.18	MPF	【アドエビス】 「ITreview Grid Award 2022 Fall」のアクセス解析・アトリビューション部門で「Leader」を7期連続受賞
2022.10.24	商流PF	【EC-CUBE】 「ITreview Grid Award 2022 Fall」のECサイト構築部門で「Leader」を9期連続で受賞
2022.10.31	MPF	【アドエビス】 代理店手数料を含む広告コストを自動算出する「マージン設定機能」をリリース
2022.11.04	全社	個別業績と前期実績との差異に関するお知らせ
2022.11.16	MPF	【アドエビス】 11/29（火）開催！オンラインイベント「MicoCloud Marketing Conference 2022 vol.1」にアドエビスが登壇
2022.11.17	全社	剰余金配当に関するお知らせ
2022.11.17	全社	定款一部変更に関するお知らせ
2022.12.01	MPF	【アドエビス】 2022年12月下旬より新たなデータ計測方式をリリース。マーケティング環境の変化に適応した、最適な広告効果測定の提供を目指す
2022.12.02	全社	イルグルム、2023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
2022.12.09	MPF	【アドエビス】 新規顧客獲得・LTV改善手法を解説する、EC事業者必見の無料オンラインセミナーを実施
2022.12.16	商流PF	【EC-CUBE】 EC-CUBEのカスタマイズやプラグイン開発におけるセキュアなコーディング基準を定めた「EC-CUBEセキュアコーディングガイド」を公開
2022.12.27	MPF	【アドエビス】 新たな計測方式「1st Party Cookieプログラム」をリリース。シンプルな2ステップでCookie規制に対応した正確なデータ計測が可能に

2023年9月期トピック一覧

第2四半期

2023.01.18	MPF	【ファーエンドテクノロジー】「My Redmine」でSAML認証機能が使える「エンタープライズプラン」の提供を開始
2023.01.19	MPF	【アドエビス】「ITreview Grid Award 2023 Winter」のアクセス解析・アトリビューション部門で「Leader」を8期連続受賞
2023.01.20	商流PF	【EC-CUBE】「ITreview Grid Award 2023 Winter」のECサイト構築部門で「Leader」を10期連続で受賞
2023.01.20	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
2023.01.31	MPF	【アドエビス】外部システムとのデータ連携を可能にする「アドエビスAPI」をリリース
2023.02.01	全社	当社子会社の取締役選任に関するお知らせ
2023.02.14	全社	2023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、11度目となるベストカンパニーに選出
2023.02.20	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
2023.02.20	MPF	【アドエビス】日経クロストrend「未来の市場をつくる100社」に選出されたガラパゴスがアドエビスを導入。
2023.02.28	商流PF	【EC-CUBE】クレジットマスター攻撃への対応機能を含めたセキュリティ強化機能を実装した最新版EC-CUBE4.2.1をリリース
2023.03.06	MPF	【ファーエンドテクノロジー】Ruby on Railsコミッター 松田明氏がファーエンドテクノロジーの技術顧問に就任
2023.03.13	MPF	【アドフープ】マッチング領域を12領域に拡大、Webマーケティング領域で実績のある最適なパートナー探しをサポート
2023.03.17	MPF	【アドエビス】ユーザーの嗜好や健康需要と「食」をマッチングするDELIPICKSがアドエビスを導入
2023.03.30	商流PF	【EC-CUBE】SMSやアプリによる本人認証機能をEC-CUBE公式プラグインとして提供開始

2023年9月期トピック一覧

第3四半期

2023.04.04	商流PF	【EC-CUBE】株式会社サイバーセキュリティクラウドと協業し、クラウド型WAF『攻撃遮断くん』をEC-CUBEオーナーズストアで提供開始
2023.04.10	MPF	【アドエビス】モンドセレクション金賞受賞の宅配水サービスを提供するTOKAIがアドエビスを活用
2023.04.19	MPF	【アドエビス】「ITreview Grid Award 2023 Spring」のアクセス解析・アトリビューション部門で「Leader」を9期連続受賞
2023.04.20	商流PF	【EC-CUBE】「ITreview Grid Award 2023 Spring」のECサイト構築部門で「Leader」を11期連続で受賞
2023.05.08	商流PF	【EC-CUBE】株式会社イーシーキューブ、アイピーロジック株式会社よりEC-CUBE用Amazon Payプラグイン開発・サポート事業を譲受

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

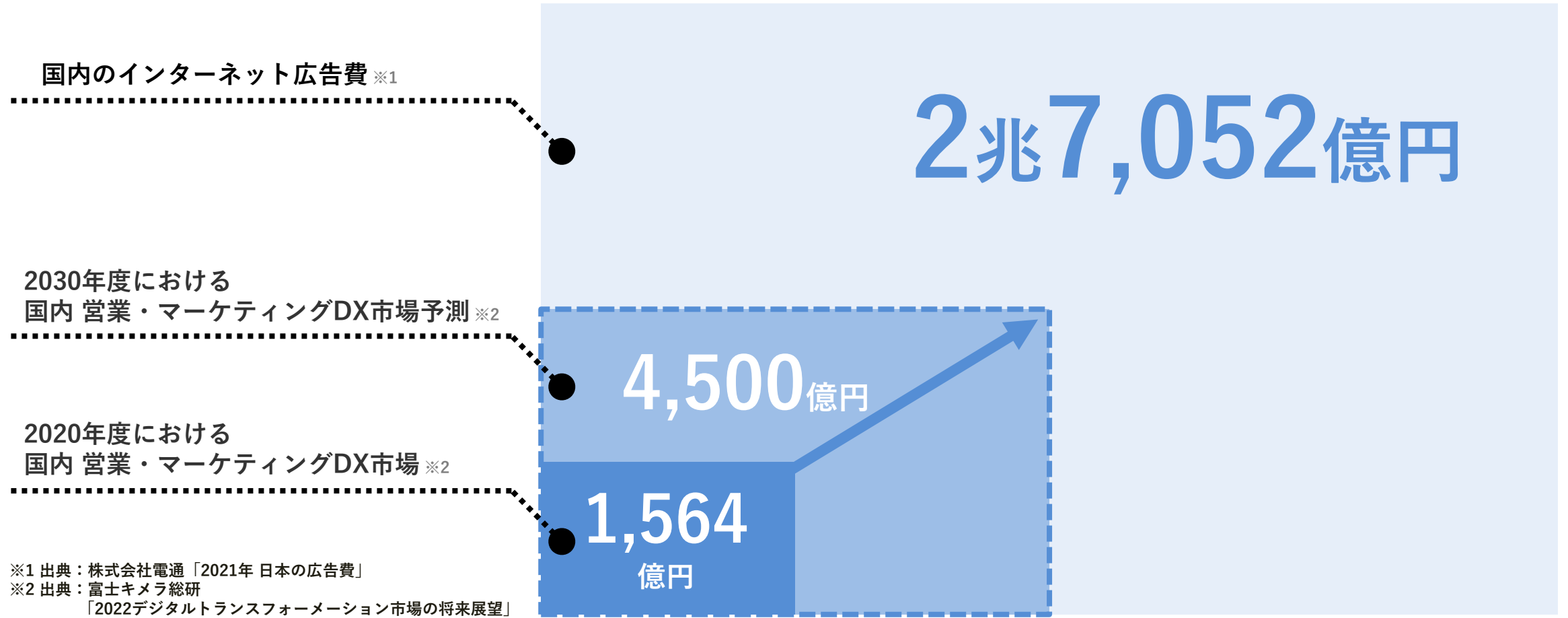
主な事業リスク	発生可能性	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と当社の対応策
	発生時期		
特定サービスへの集中	中	<ul style="list-style-type: none"> 顧客の減少 売上高の減少 	<p>当社グループの売上収益は主力サービス「アドエビス」に集中しております。市場環境・景気動向の変化等により、同サービスの需要に大きな変化が現れた場合、当社グループの経営成績に影響を与える可能性があります。当社グループは、自社開発の新サービス拡大、M&Aによる事業拡大を積極的に進めており、特定サービスへの集中緩和に努めております。</p>
	常時		
情報取得に関する制限	小	<ul style="list-style-type: none"> サービス品質の低下 追加投資の発生 	<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"> サービス品質の低下 社会的信用の喪失 賠償責任の発生 	<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"> 成長率の鈍化 M&Aの停滞 	<p>当社グループは事業拡大の手段としてM&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&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

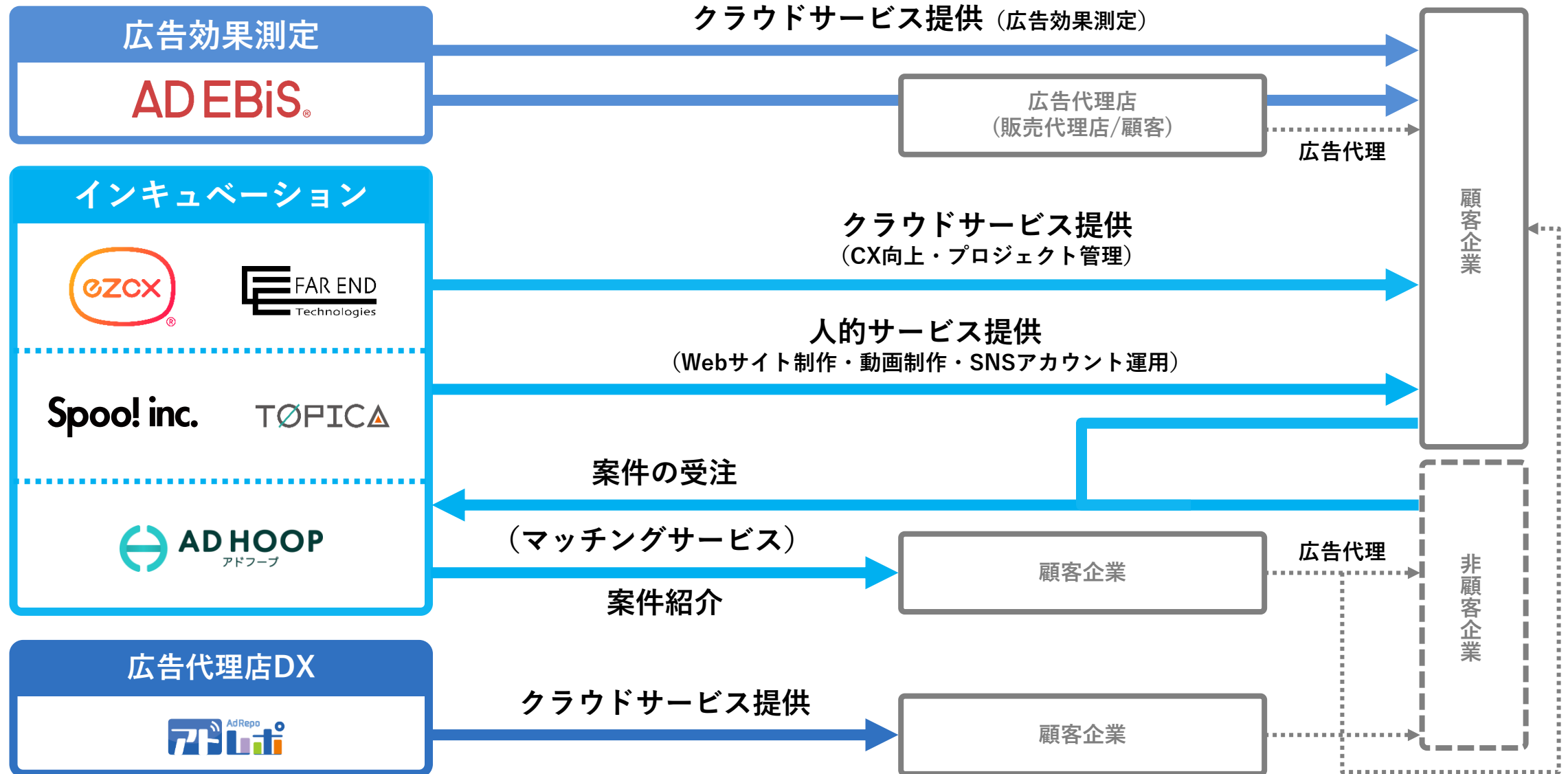


※1 出典：株式会社電通「2021年 日本の広告費」

※2 出典：富士キメラ総研

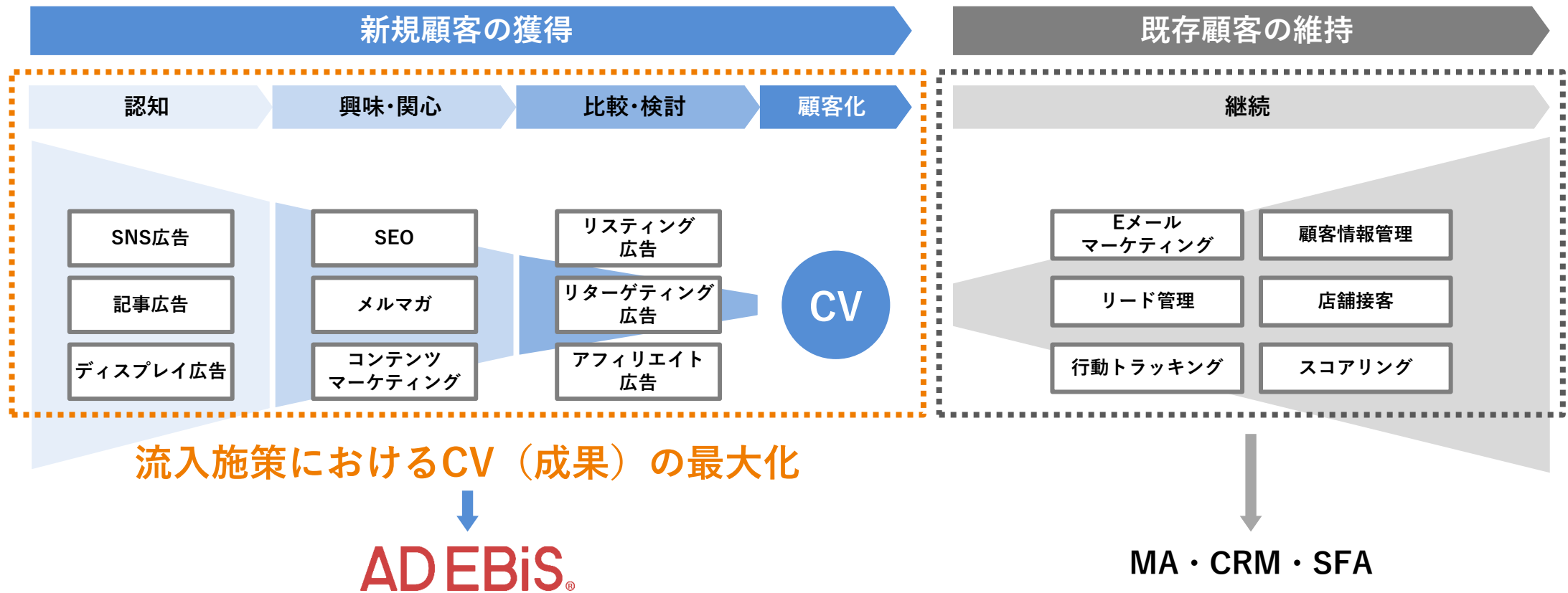
「2022デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

ビジネスの流れ



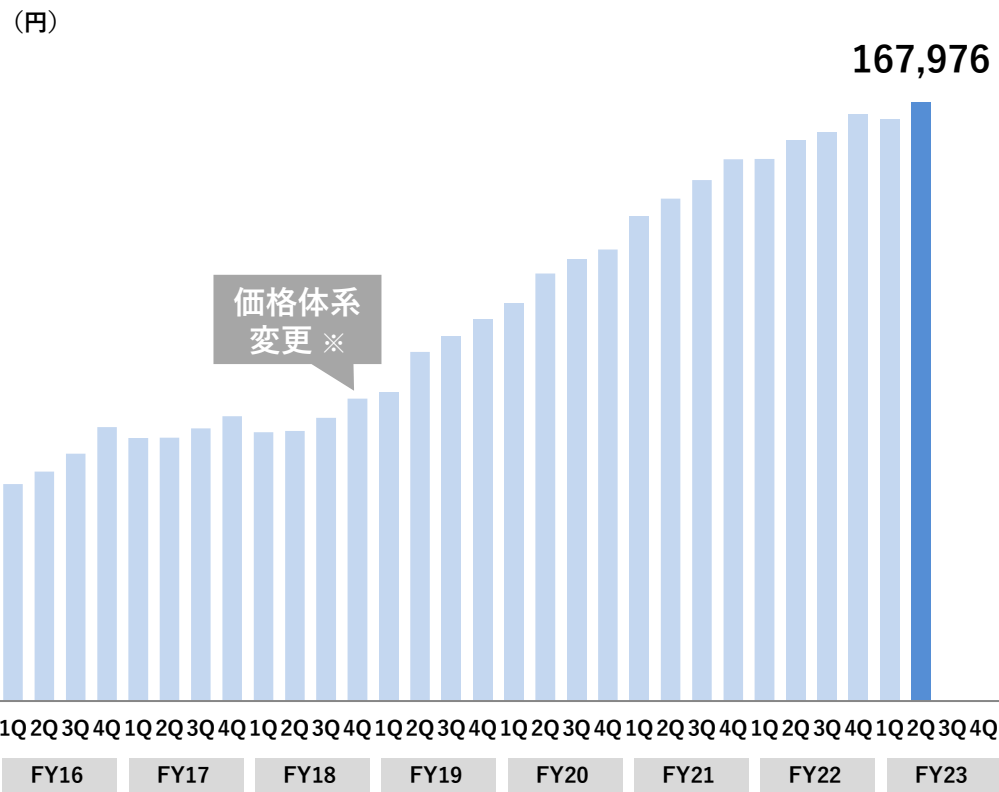
「アドエビス」の事業領域

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

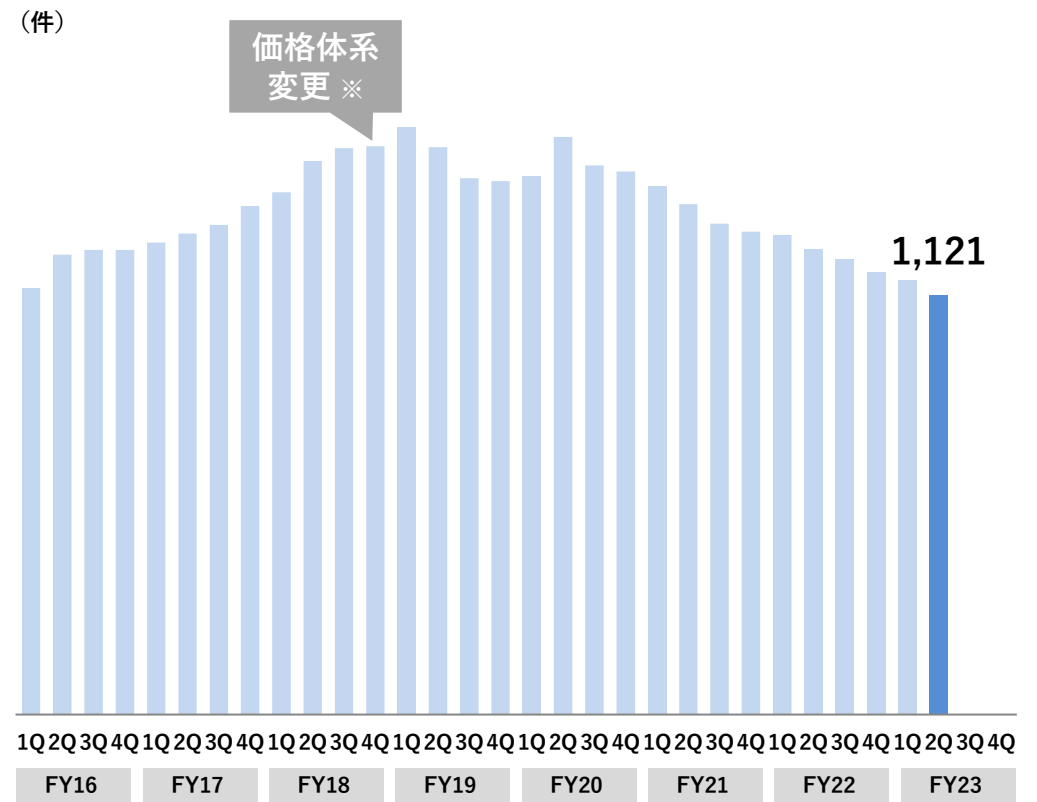


「アドエビス」平均単価・アカウント数の推移

平均単価



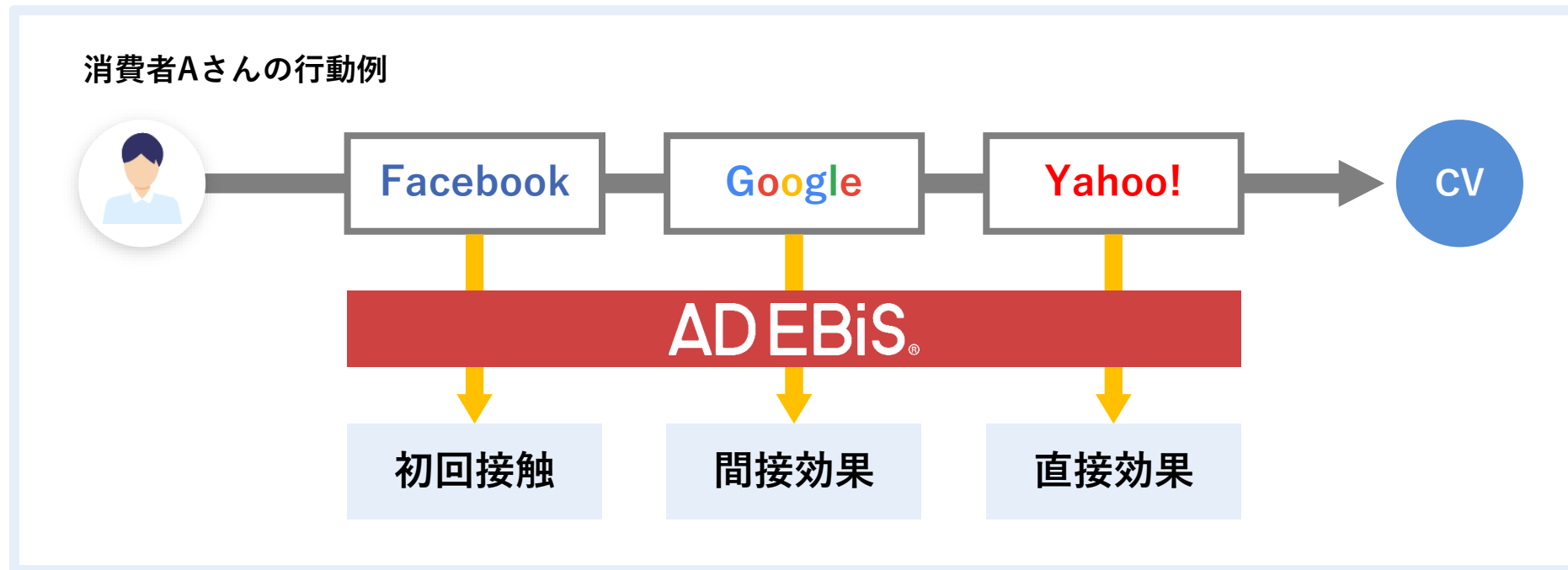
アカウント数



※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

「アドエビス」の強み ①

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



プライバシーに配慮した高精度な計測技術で行動フローを可視化

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

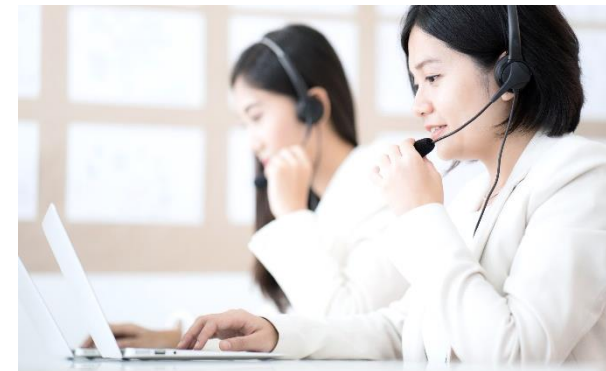
STEP2 :
継続支援

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



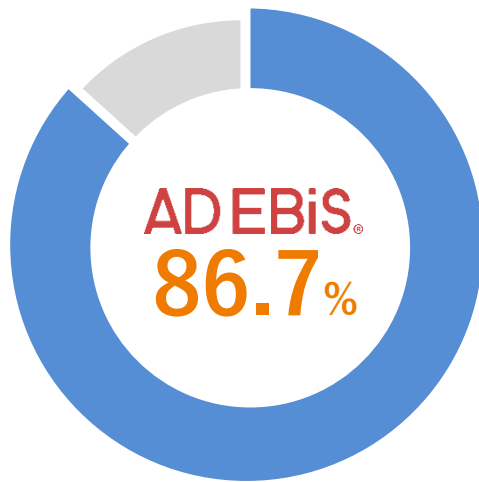
お客様に、ご安心してお使いいただくため、お困りごとがあれば、豊富な知識を持つサポート担当にご相談可能。
顧客満足度92%※のご評価もいただいております。

※ 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

広告効果測定市場

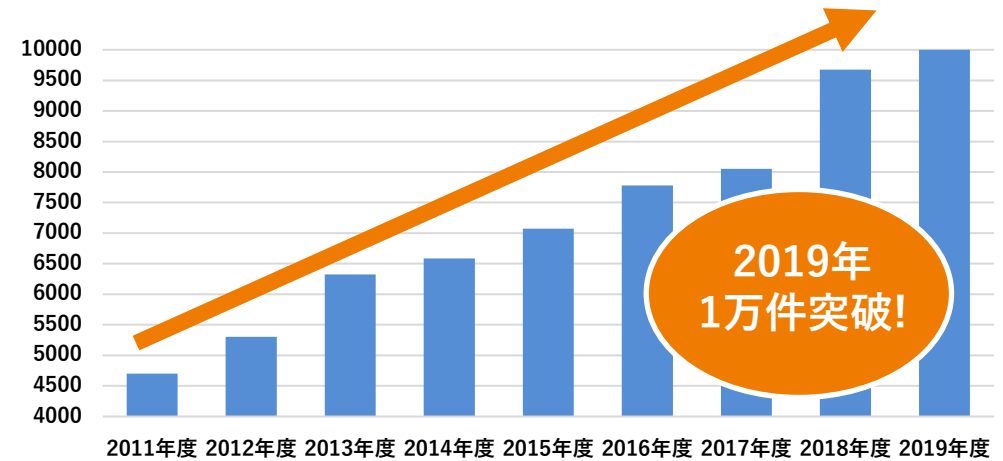
売上シェアNo.1 ※1



※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



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

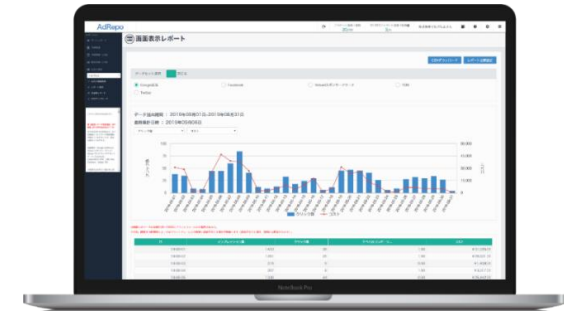
案件数と媒体数に比例して工数が増加

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

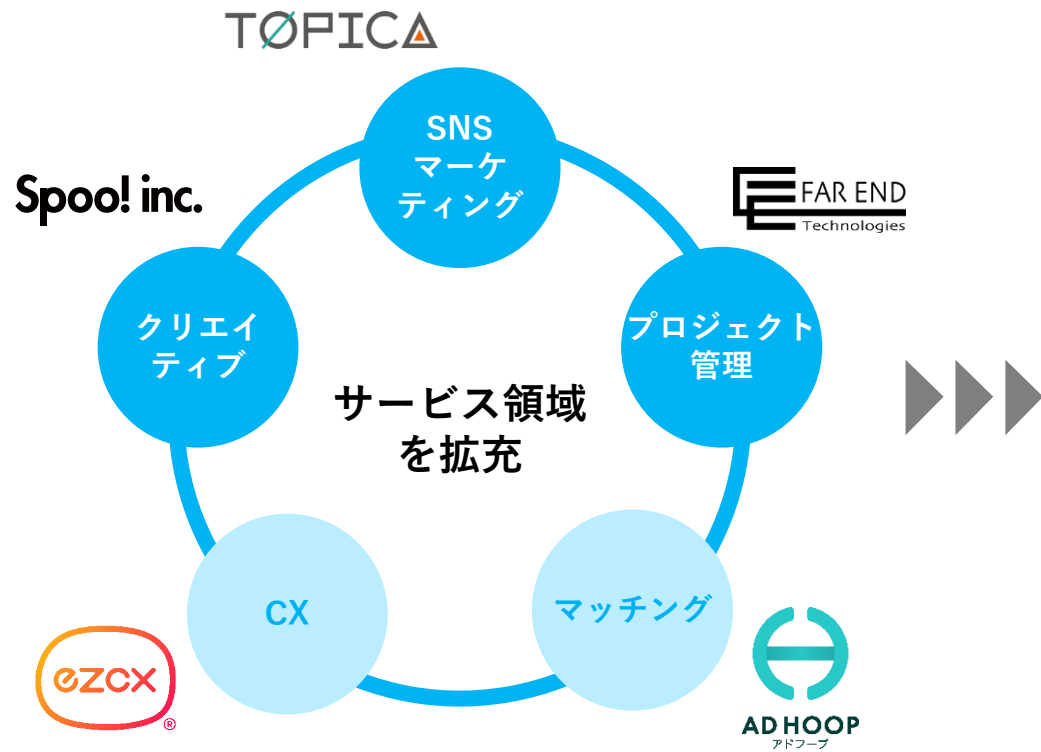
データ
集計






データ
整形

考察

提出

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



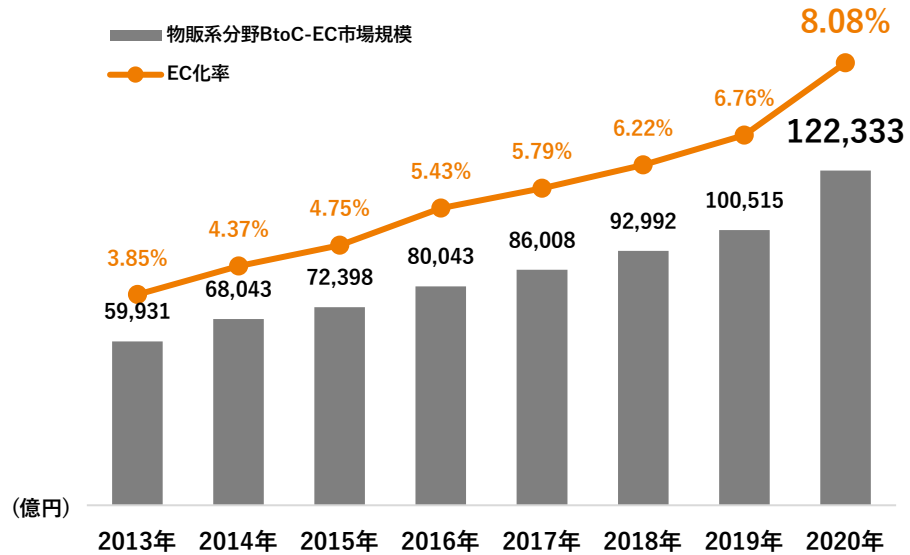
提供サービス/支援内容	
自社開発	 <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング特化型マッチングサービス ・パートナー企業の新規顧客獲得のDX化を支援
	 <ul style="list-style-type: none"> ・EC特化型CX向上プラットフォーム ・「アドエビス」のデータを活用したサイト内改善を支援
M & A	 <ul style="list-style-type: none"> ・Webサイト/コンテンツの企画・制作 ・クリエイティブを用いた課題解決を支援
	 <ul style="list-style-type: none"> ・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

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

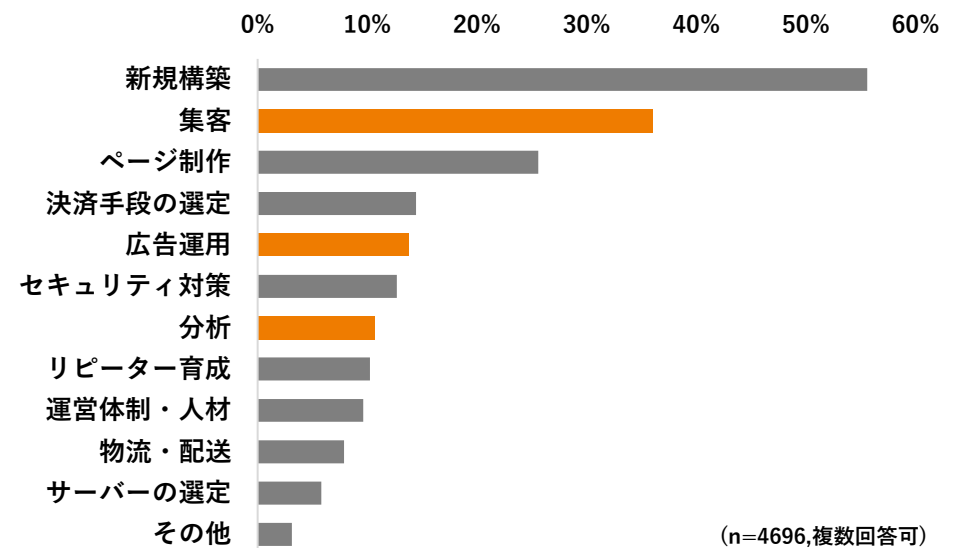
コロナ禍の巣ごもり需要を背景にEC化率が進展
新規参入増で競争が激化

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

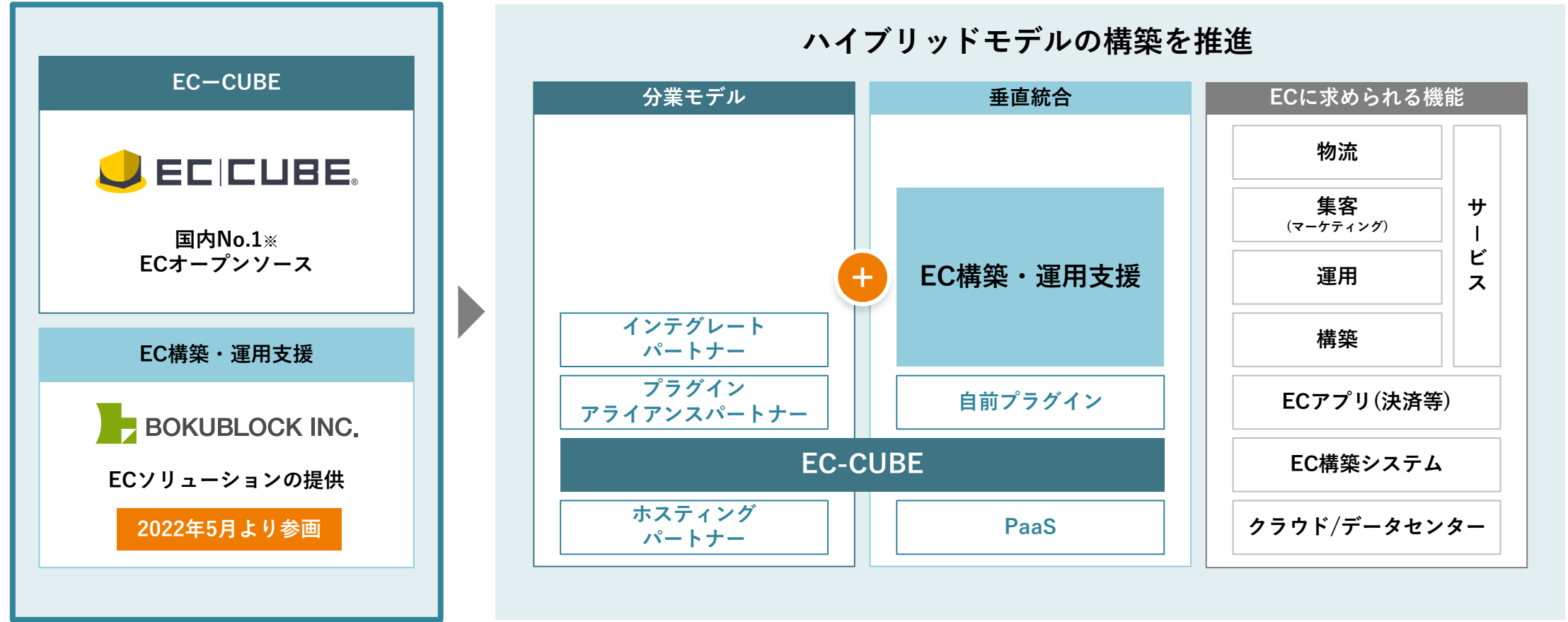
ECサイトの店舗運営における課題※2



※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）

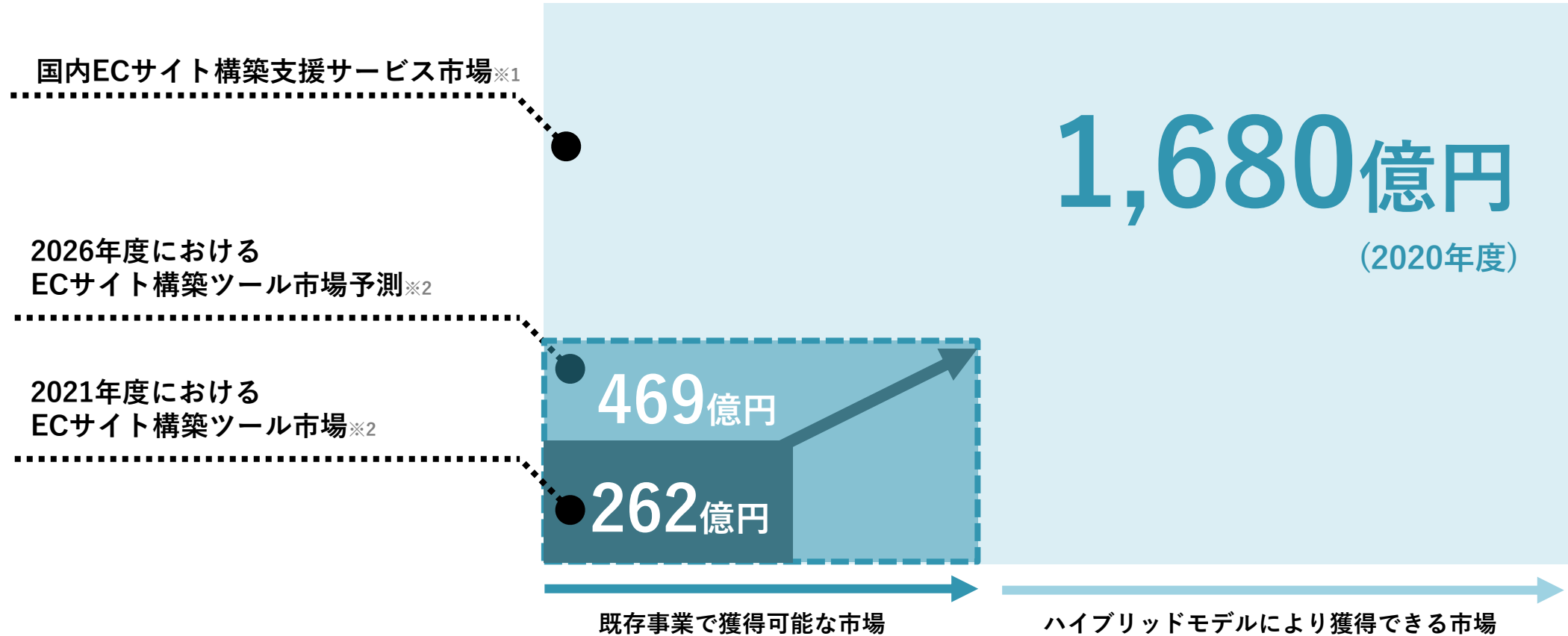
2022年5月、M&Aの活用によりプロフェッショナルサービス領域へ参入 分業モデルに垂直統合モデルを加えたハイブリッドモデルの構築を推進



※ 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年以上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

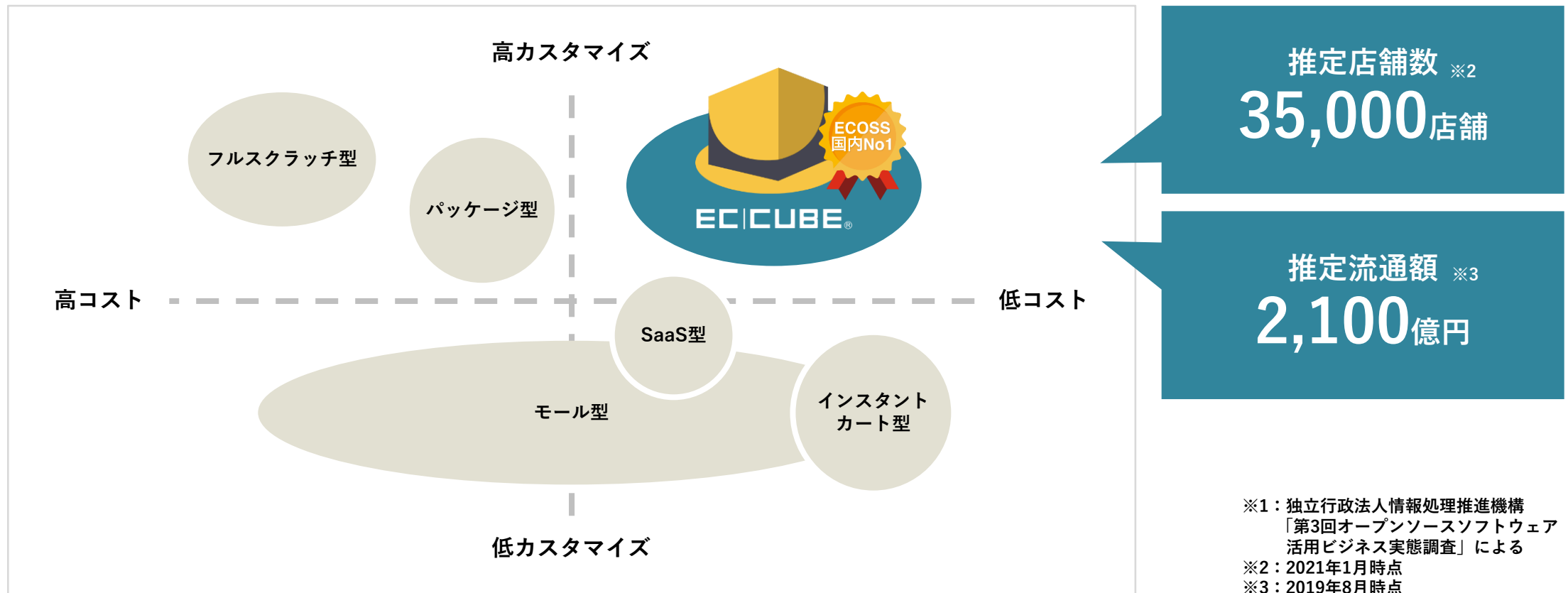
モノからコト消費へ
シフトする



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

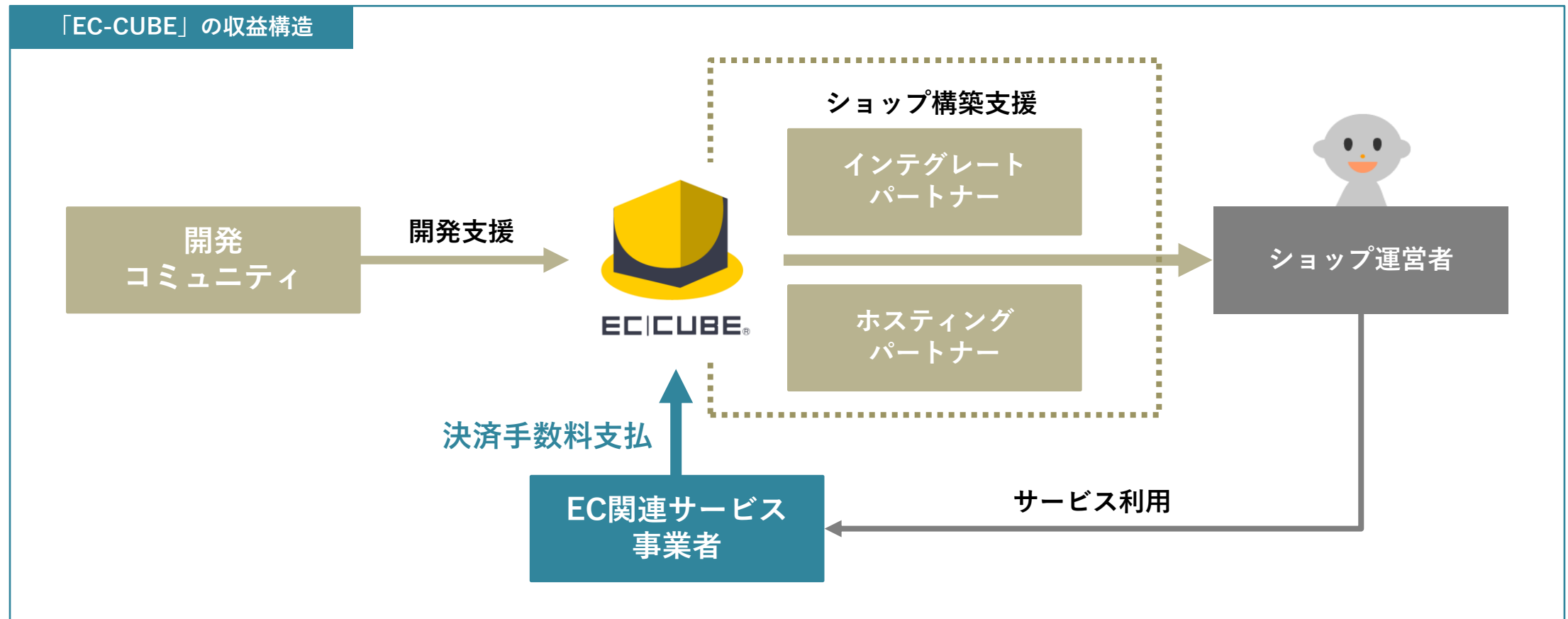


※1：独立行政法人情報処理推進機構
「第3回オープンソースソフトウェア
活用ビジネス実態調査」による

※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

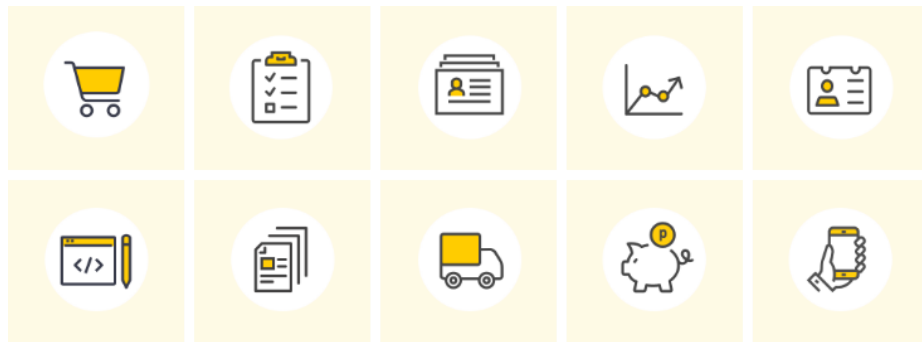
登録者数48,000名以上の
開発コミュニティサイトで質問や情報共有が可能



※ 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

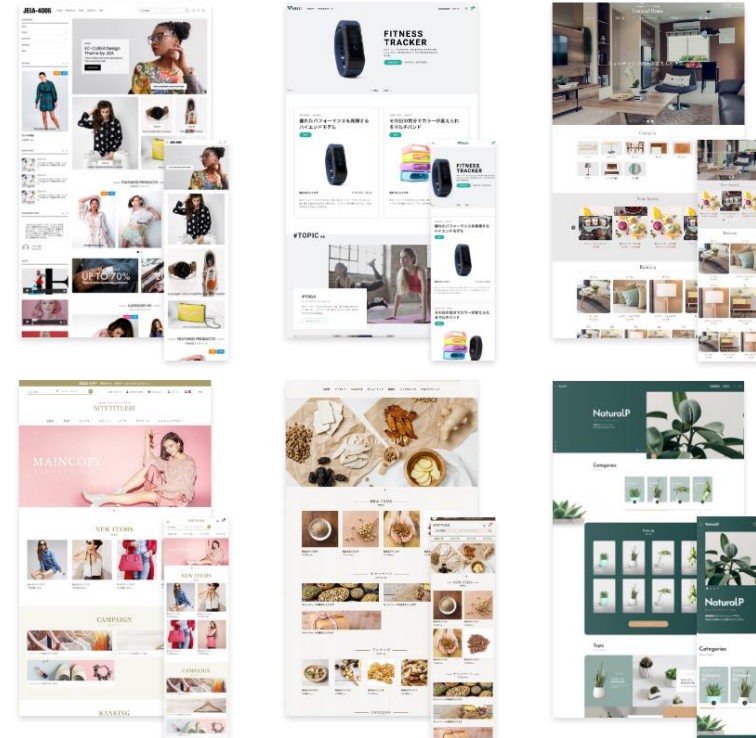
効率的な店舗運営を支える多様なプラグイン



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

※2022年10月時点

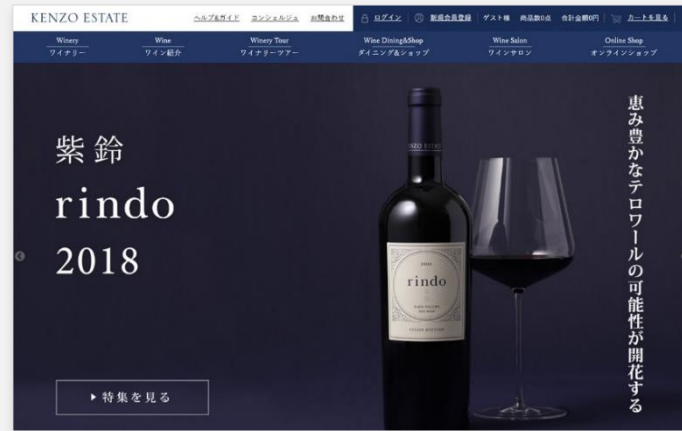
豊富なデザインテンプレート



「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

2023年2月1日付でボクブロック社の取締役（非常勤）に富永氏が就任



数々の経営経験と実績を有し、アプリ開発及びWebシステム開発を行う株式会社クロス・コミュニケーションの社長などを歴任した富永氏を招聘し、商流PF事業の垂直統合モデルの推進を強化



とみなが せいじ

富永 晴次 取締役（非常勤）

IT系企業を中心に複数の会社で営業・事業企画・経営企画の経験を積む。企業・事業・組織ターンアラウンドを経験した後、2010年より経営に従事。2012年、株式会社クロス・マーケティングに入社し、翌年6月より株式会社クロス・コミュニケーションの取締役、代表取締役社長を歴任。以降、2022年9月に株式会社クロスマーケティンググループの取締役を退任するまでの約10年間、同グループの経営に携わり、売上拡大に寄与。会社設立から運営・拡大まで様々なフェーズの経験と実績を有す。



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。