



株式会社イルグルム

東証スタンダード：3690

2026年9月期  
第1四半期決算説明資料

FY2026テーマ

## AI企業としての進化

～AI時代に最適化した組織とサービス群にフルモデルチェンジ～

FY2026.1Q連結業績

2桁の増収・  
四半期過去最高益を達成

1Q売上高

12.9億円

(前年同期比 +10.7%)

1Q営業利益

1.6億円

(前年同期比 7.3倍)

直近トピックス

✓ シルバーエッグ・テクノロジー株式会社を  
2026年1月(2Q)に連結子会社化

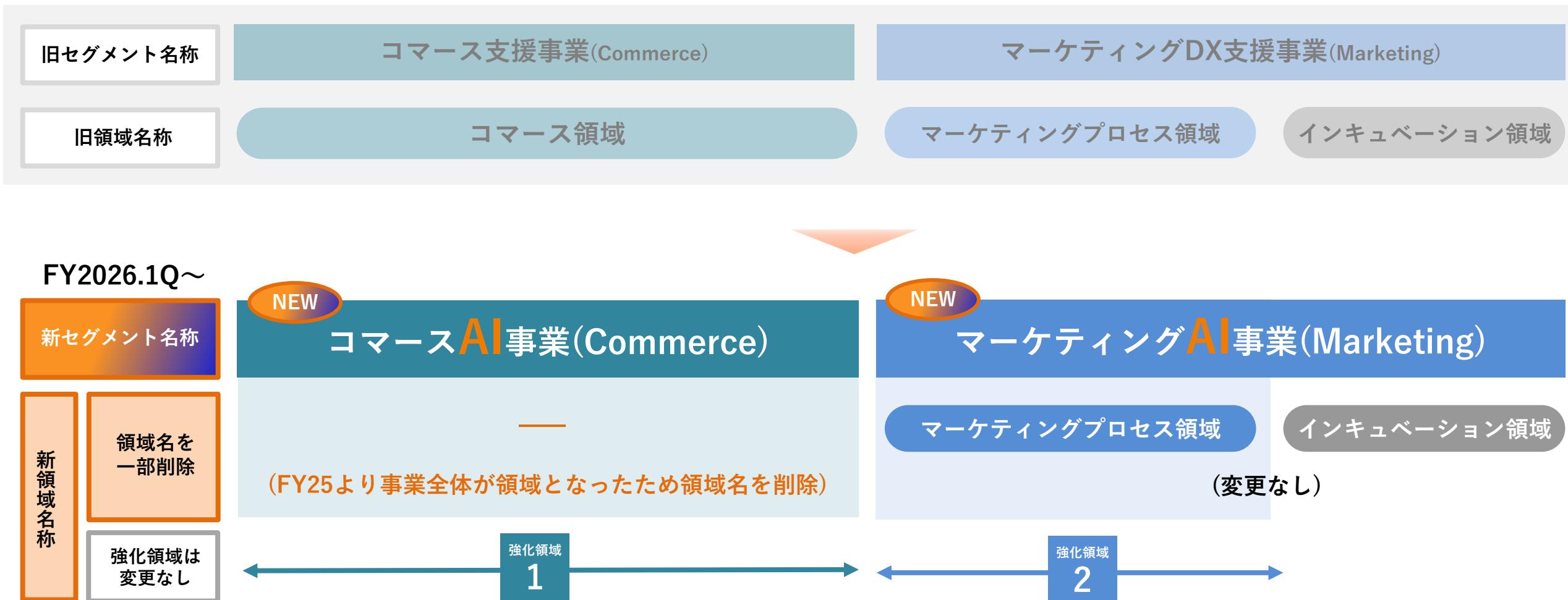


SILVER EGG  
TECHNOLOGY

✓ 通期業績予想を修正  
(2026年2月5日公表、P.11参照)

## セグメント名称の変更

当1Qよりセグメント名称および領域表現を下記に変更



過去最大のM&A



シルバーエッグ・テクノロジー株式会社※に対する公開買付を実施し、  
2026年1月(2Q)に連結子会社化



1998年の創業以来、  
独自のAI技術を軸に事業推進してきた  
“AI先進企業”を傘下に

※ 東証グロース市場に上場している企業(証券コード: 3961)。今後スケイズアウト等の手続きを経て上場廃止へ

会社名	<b>シルバーエッグ・テクノロジー株式会社</b> (以下、シルバーエッグ)  SILVER EGG TECHNOLOGY	設立	<b>1998年8月</b>
		資本金	<b>2.87億円</b>
本店所在地	<b>大阪府吹田市江坂町一丁目23番43号</b>	従業員数	<b>48人</b> (2025年10月末時点)
事業内容	<b>AIマーケティングサービス(レコメンド※1サービス)</b>		
直近業績	<b>【2024年12月期(実績)】 売上高：12.29億円、営業利益：0.65億円</b> <b>【2025年12月期(予想)】 売上高：10.36億円、営業利益：△0.54億円</b>		
取得金額	<b>20.27億円</b>	のれん総額	<b>6.7億円※2</b>
連結開始時期	<b>2026年1月～(FY2026.2Q)※3</b>	当社議決権所有割合	<b>今期中に100%(予定)</b>
所属セグメント	<b>コマースAI事業(Commerce)</b>		

※1 レコメンドについては次頁にて解説

※2 今後の監査の過程で変更になる可能性あり

※3 BS：2Q～100%連結。PL：売上高・営業損益・経常損益は2Q～100%連結、親会社株主に帰属する純損益については当社議決権所有割合に紐づいた連結

## AI人財

アメリカ人起業家でAIエンジニアの代表が率いる  
世界トップレベルのAIエンジニア集団

代表者



代表取締役社長 & CEO, CTO  
トマス・アクイナス・フォーリー

米国IBM Corporationでの登壇実績をはじめ、  
長年にわたりAIアルゴリズム開発と  
最先端技術の第一線で活躍してきた  
世界トップレベルのAIエンジニア



【著書】  
「One to Oneマーケティングを超えた  
戦略的Webパーソナライゼーション」  
(日経BP)

エンジニア  
チーム

世界各国の精鋭で構成しており、インターナショナルレベルのAI開発・プロダクト開発力を誇る。  
グローバル規模で蓄積された最先端の技術ナレッジを即座に取り込み、  
具現化するスピードと品質は他の追随を許さないAIエンジニアのプロフェッショナル集団

## AI搭載サービス

AIを活用した  
レコメンドサービスの提供に  
日本で初めて成功した企業



～レコメンドとは～  
ECサイト等で顧客におすすめの  
商品・情報を絞り込んで表示し、  
売上UPを狙う手法

## 全サービス搭載のAIエンジン

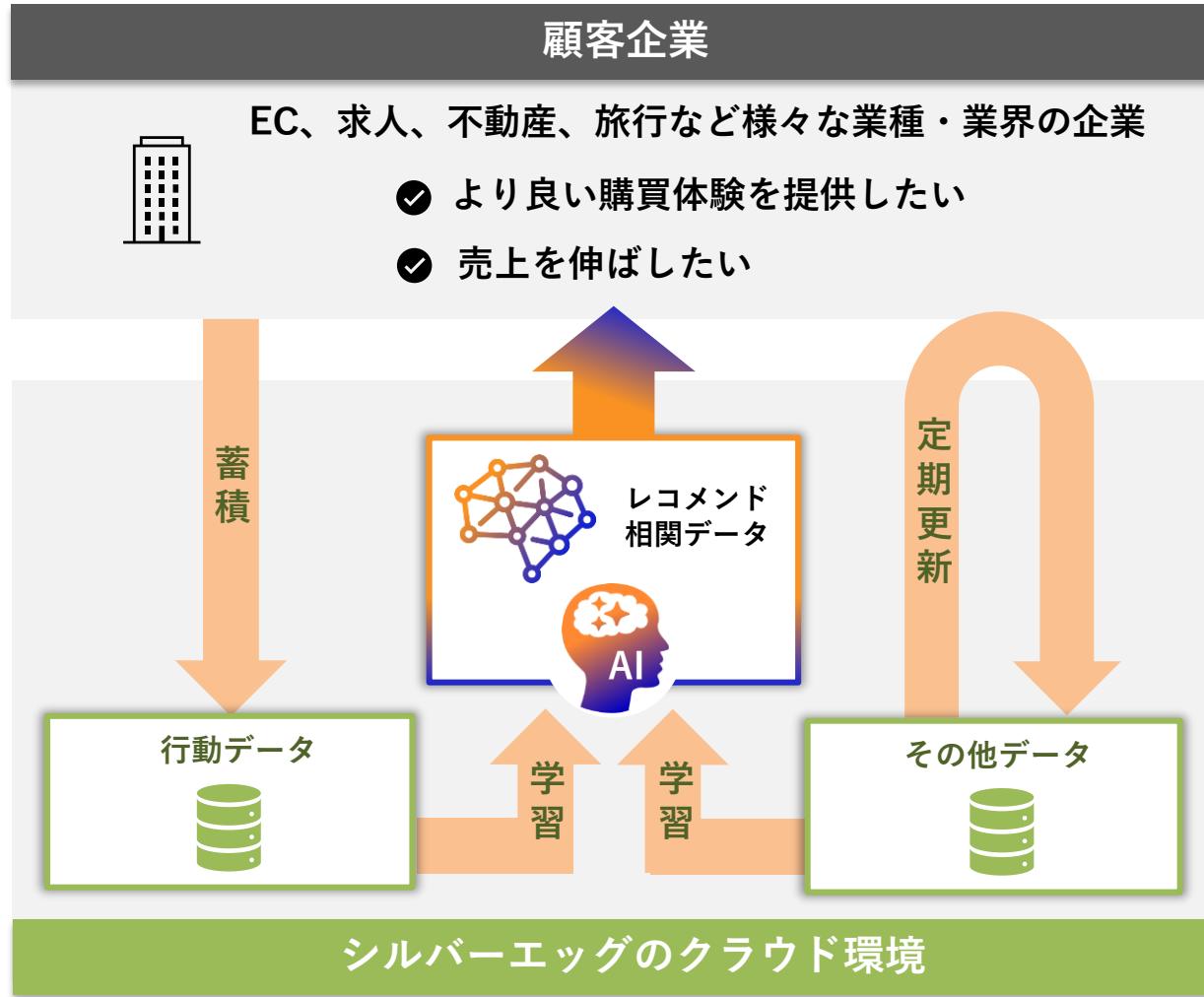


行動データ(閲覧・検索履歴など)を瞬時に収集し、  
20年以上の事業の中で常に精度が向上

NEW

# シルバーエッグの提供サービス

“購買体験の向上、と “売上最大化” に導くAIレコメンドサービスを展開





シルバーエッグの取得によって  
コーポレート戦略・事業戦略、それぞれの推進力が向上し、成長加速を実現する

### シルバーエッグ子会社化の主な狙い

コーポレート

1

AI企業として進化するための  
人財・組織能力の獲得

(次頁P.9参照)

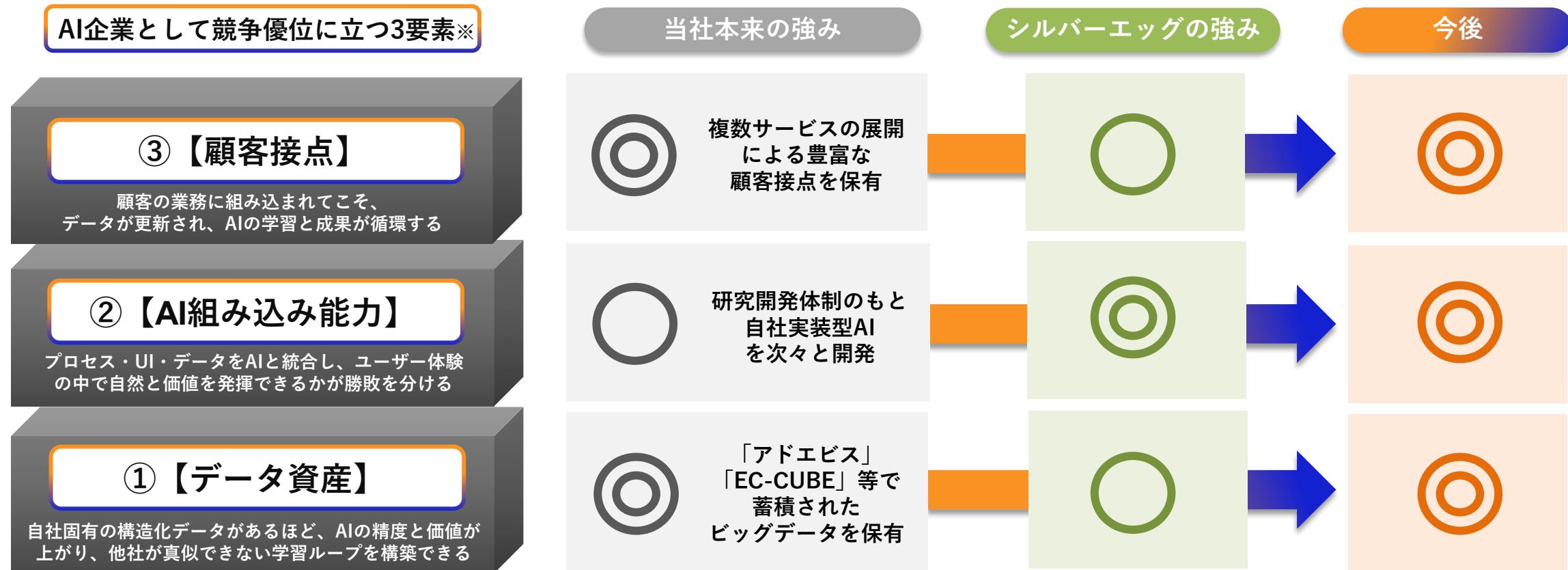
事業

2

Commerce事業が推進している  
垂直統合モデルの加速

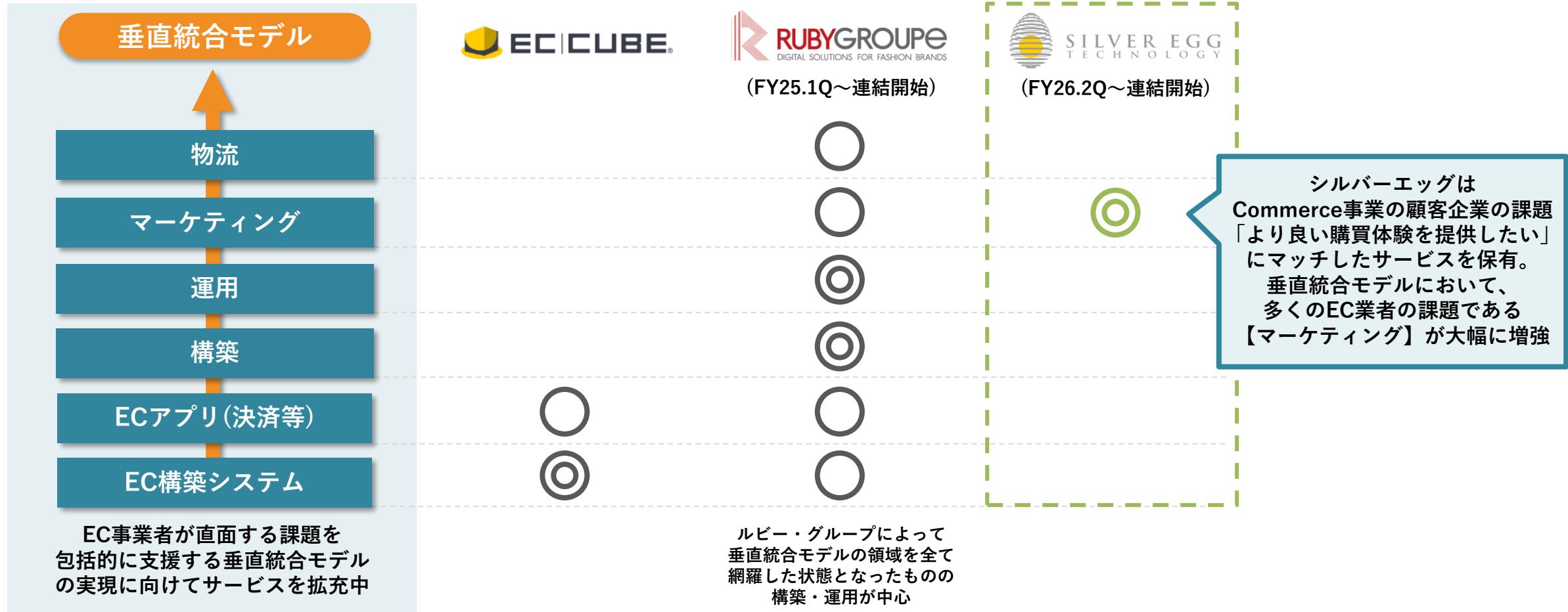
(P.10参照)

AI企業としての競争優位に立つ3要素の中で強化が必要だった【AI組み込み能力】がシルバーエッグの強みであるため、全要素が拡充される



※ 詳細は補足資料の「AI企業宣言」P.51-54参照

垂直統合モデルの中で強化が必要だった【マーケティング】が  
シルバーエッグの獲得によって大幅に増強できる



## シルバーエッグの連結開始等により通期業績予想を修正

～売上高は上方修正の一方、利益面はのれん償却費・M&amp;A費用の計上等により下方修正～

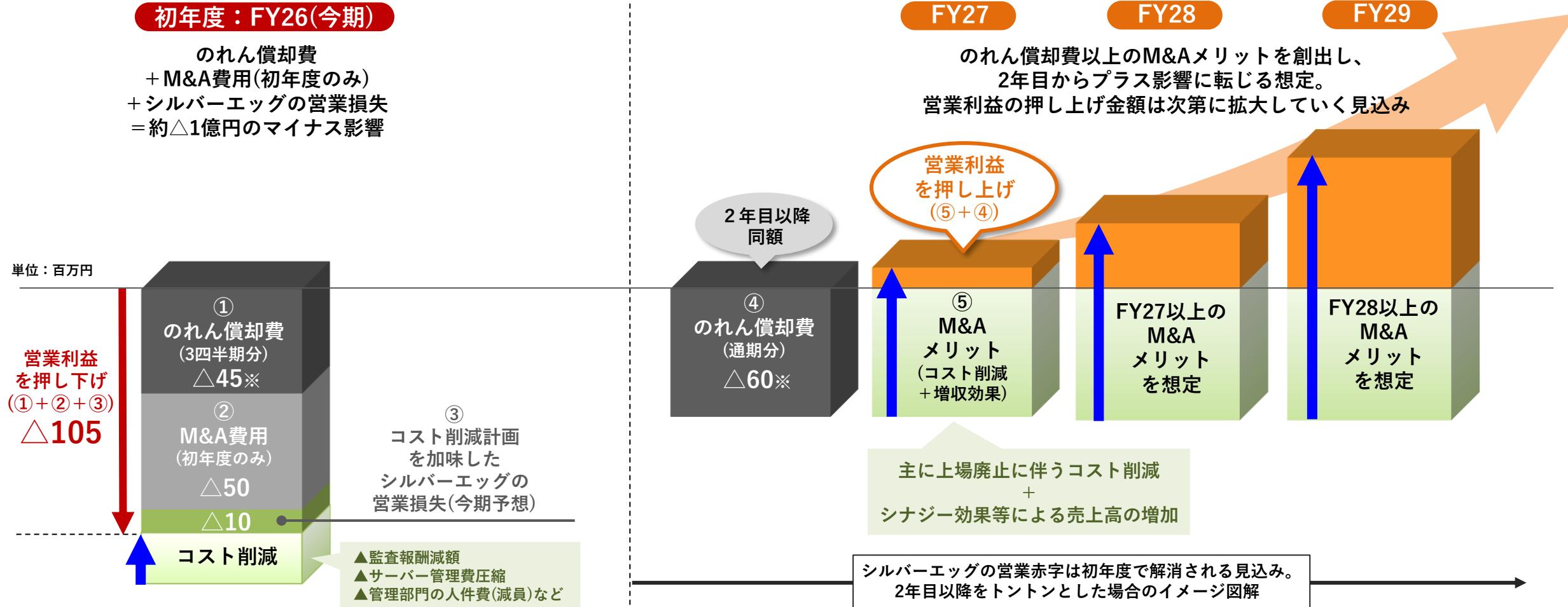
単位：百万円	2025年9月期	2026年9月期	2026年9月期 修正予想				
	A	B	①	②	C(B+①+②)	C vs A	C vs B
	前期実績	期初予想	事業状況による修正額(M&A影響を除外) ※1	シルバーエッグのM&A影響による修正額	【修正予想】 (2026年2月5日公表)	【前期比】	修正率
売上高	4,934	5,450	△30	+ 730	6,150	+ 24.6%	+ 12.8%
営業利益	278	320	+ 45	△105	260	△6.8%	△18.8%
経常利益	279	310			240	△14.2%	△22.6%
親会社株主に帰属する当期純損益	△142 ※2	180			130	—	△27.8%
【参考】EBITDA※3	583	(期初段階では非開示) 590	+ 40	△60	570	△2.3%	△3.4%

※1 詳細はP.45参照

※2 FY2025はM&amp;A子会社2社の減損損失等による特別損失337百万円(ルビー・グループ株式会社で238百万円、株式会社トピカで98百万円)が発生したため一時的に赤字転落

※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

初年度は約1億のマイナス影響となるが、M&Aメリットの創出(上場廃止に伴うコスト削減 + シナジー効果による売上増など)によって、2年目以降はプラス影響に転換する見込み



※ のれん償却費の金額は今後の監査の過程で変更になる可能性があります

1	事業概要・経営方針	P. <u>14</u>
2	業績	P. <u>19</u>
3	FY2026戦略・事業別概況	P. <u>25</u>
	コマースAI事業	P. <u>29</u>
	マーケティングAI事業	P. <u>35</u>
4	業績予想・株主還元	P. <u>42</u>
	補足資料	P. <u>47</u>

1

# 事業概要・経営方針



## コーポレート・スローガン

# 未知に、道を。



YRGLM

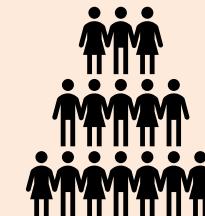
それぞれの企業が独自の価値でともに発展できる社会。  
私たちはそのまだ見ぬ理想の世界をYRGLMと名付けました。  
まだこの世に存在しない未来像を示すために、既存の言葉に由来を持たない「意味を持たない文字列」を語源としました。  
どこにもない企業を目指すために選んだ、どこにもない名前です。

## 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

# セグメント構成・強化領域

セグメント  
名称

## コマースAI事業(Commerce)

「より良い購買体験を提供したい」

顧客企業  
の課題

強化領域  
・  
事業内容



EC事業者が直面する課題を包括的に支援する  
垂直統合モデルの推進



株式会社  
イーシーキューブ

EC|CUBE  
Enterprise



ルビー・グループ  
株式会社



シルバーエッグ・  
テクノロジー株式会社



43%

Commerce事業：43%

展開会社  
・  
主な  
サービス

## マーケティングAI事業(Marketing)

「マーケティング施策の効果改善サイクルを回したい」



マーケティングプロセス領域

マーケティングプロセス支援の  
AIソリューションを提供

インキュベーション領域

詳細はP.74参照



Spoo! inc.



株式会社イルグルム



ADEBiS Sync.



powered by ADEBiS  
CAPiCO



ADEBiS  
CAMPAIGN  
MANAGER



AdRepo  
アドレポ



AD HOOP  
アドホップ



Target Push

46%

Marketing事業：57%

売上比率  
(FY26.1Q)

11%

## 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

### 基本方針

成長投資を実施しながら、  
**売上・利益ともに成長を目指す**

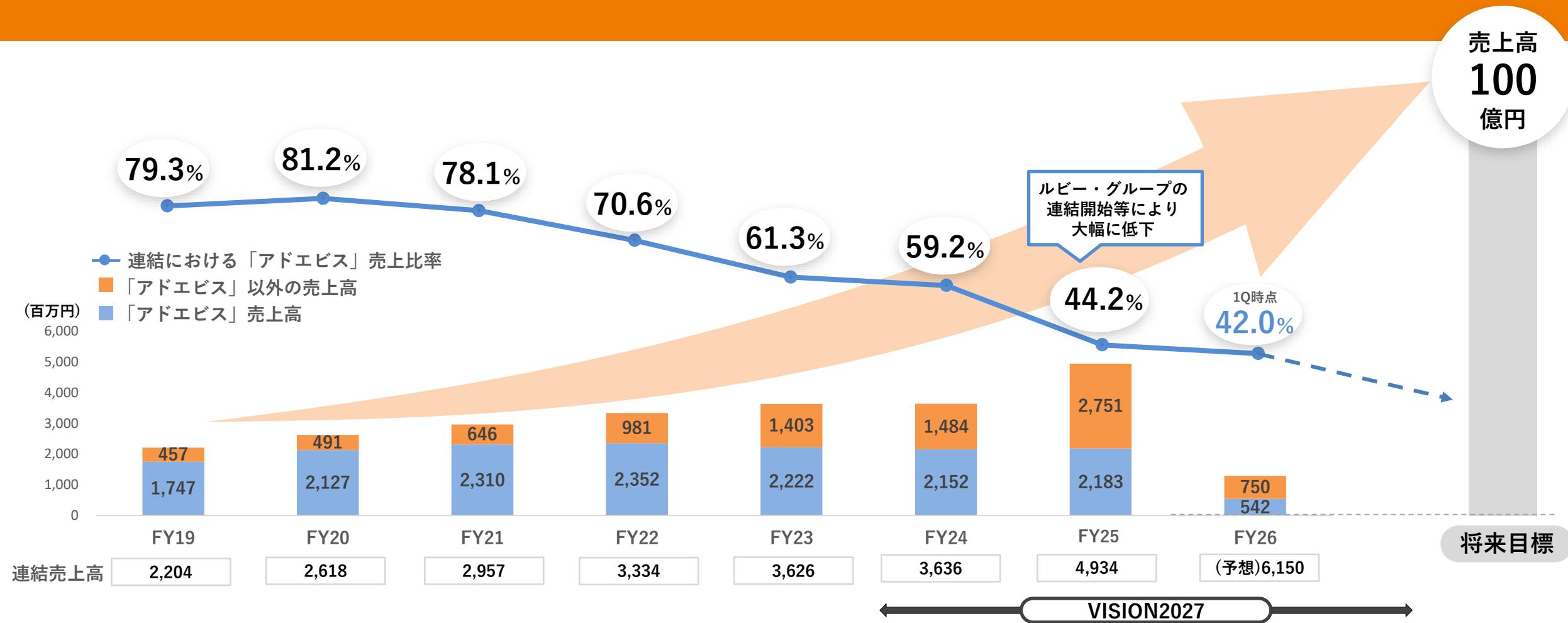
### ROE(自己資本利益率)目標

**ROE10%超**

中期経営方針 『VISION2027』 の詳細については、補足資料P.55-62をご参照ください

# 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



2

# 業績



# 2026年9月期 1Q業績概要※1

売上高はルビー・グループを連結開始した前期同期との比較で2桁の増収。  
営業利益は前年同期比7.3倍に拡大し、四半期過去最高益を達成

単位：百万円	2025年9月期		2026年9月期			コマースAI事業 (Commerce)	
	1Q実績	1Q実績※2	前年同期比	対修正予想進捗率※3	FY25.1Q	FY26.1Q※2	前年同期比
<b>売上高</b>	1,167	1,292	+10.7%	21.0%	459	556	+21.1%
<b>営業利益</b>	23	169	7.3倍	65.3%	△30	75	—
営業利益率	2.0%	13.1%	+ 11.1pt		—	13.5%	—
<b>経常利益</b>	17	164	9.2倍	68.5%	【参考】EBITDA	△8	84
<b>親会社株主に帰属する四半期純利益</b>	4	117	29.1倍	90.7%	同マージン	—	15.3%
【参考】EBITDA※4	107	222	2.0倍	39.0%			
EBITDAマージン	9.2%	17.2%	+ 8.0pt				

単位：百万円	マーケティングAI事業 (Marketing)		
	FY25.1Q	FY26.1Q	前年同期比
<b>売上高</b>	710	736	+3.7%
<b>営業利益</b>	53	94	+78.0%
営業利益率	7.5%	12.9%	+5.4pt
【参考】EBITDA	115	137	+18.8%
同マージン	16.3%	18.6%	+2.4pt

※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

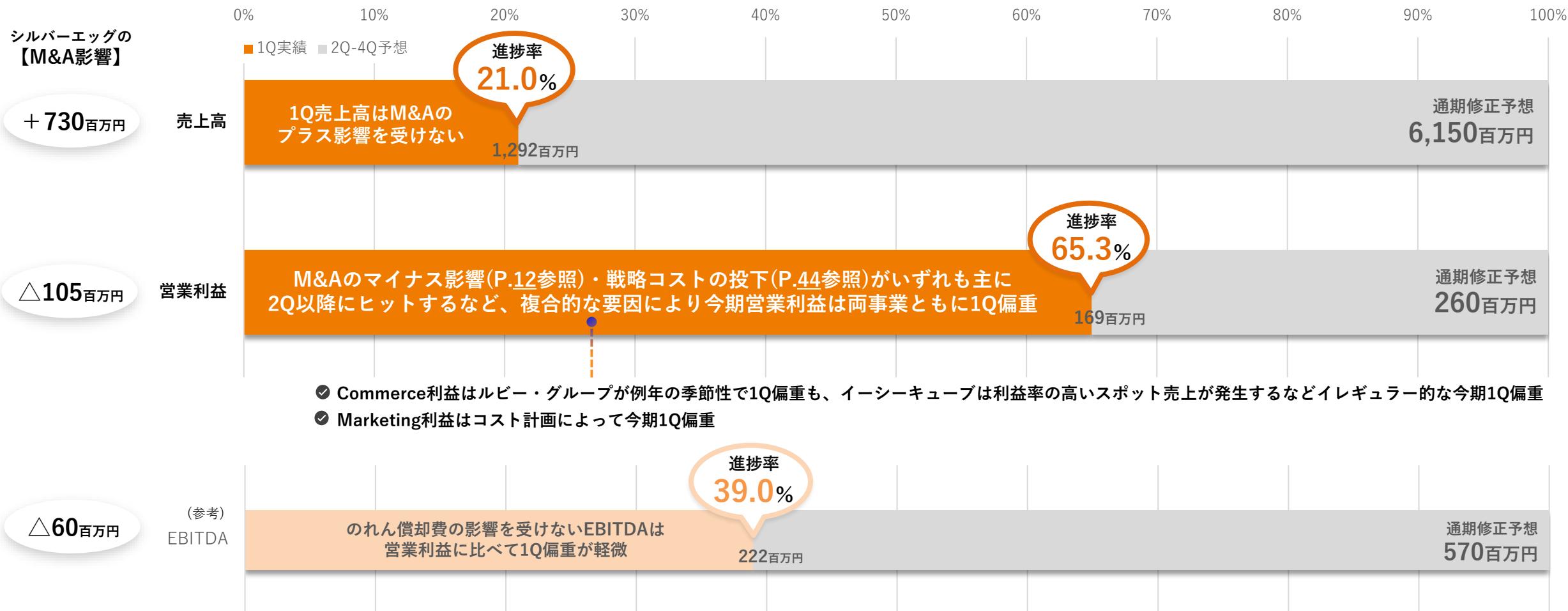
※2 シルバーエッグは2Qから連結開始のため、1Q連結実績に同社業績は含まれません。一方、M&A費用の一部をCommerce事業のコストとして1Qで計上しています

※3 2026年2月5日公表の通期業績の修正予想(P.11参照)に対する進捗率

※4 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

# 修正予想(2026年2月5日公表)に対する進捗状況

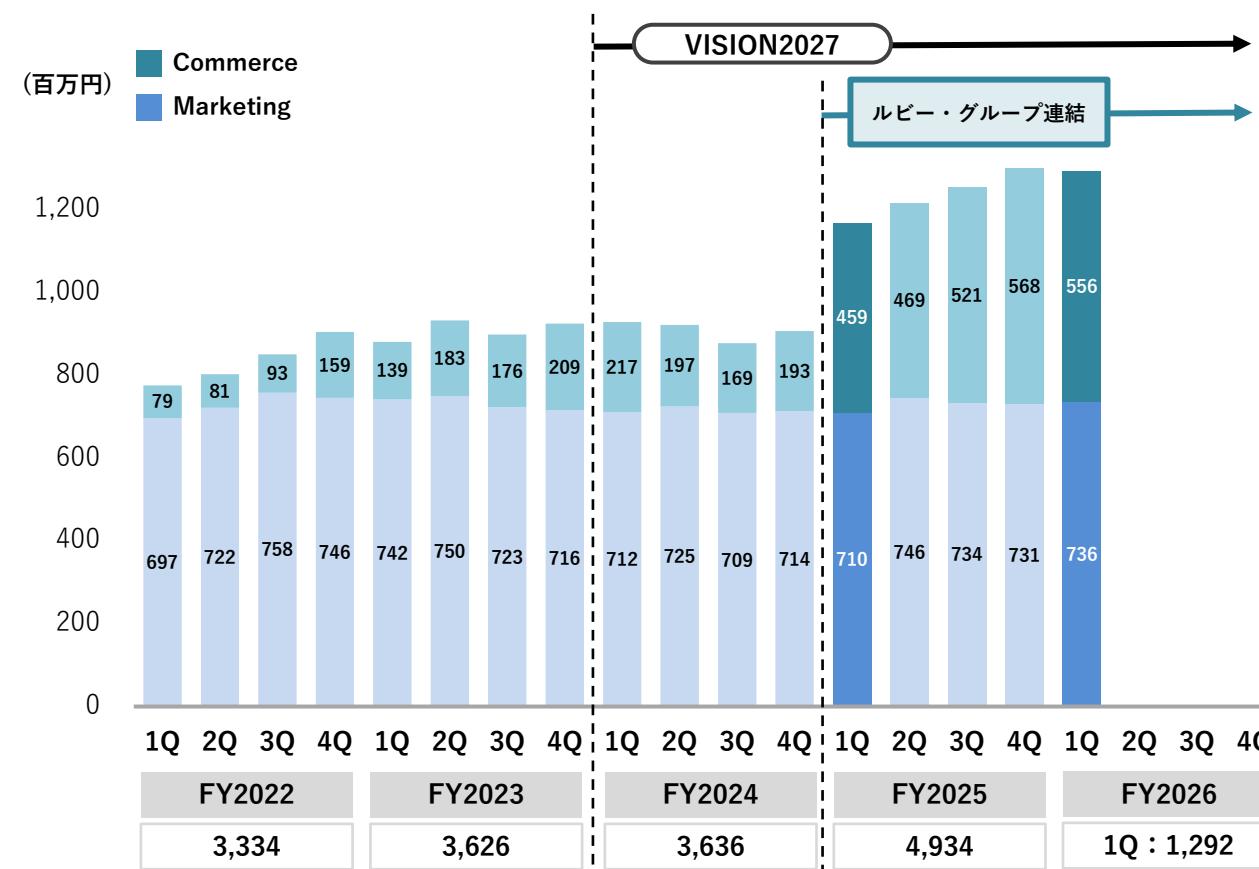
2Q～のシルバーエッグ連結影響を主因に  
今期は1Q段階での売上高と営業利益の進捗率が大きく異なる



# 売上高・営業利益推移\*

## 連結売上高

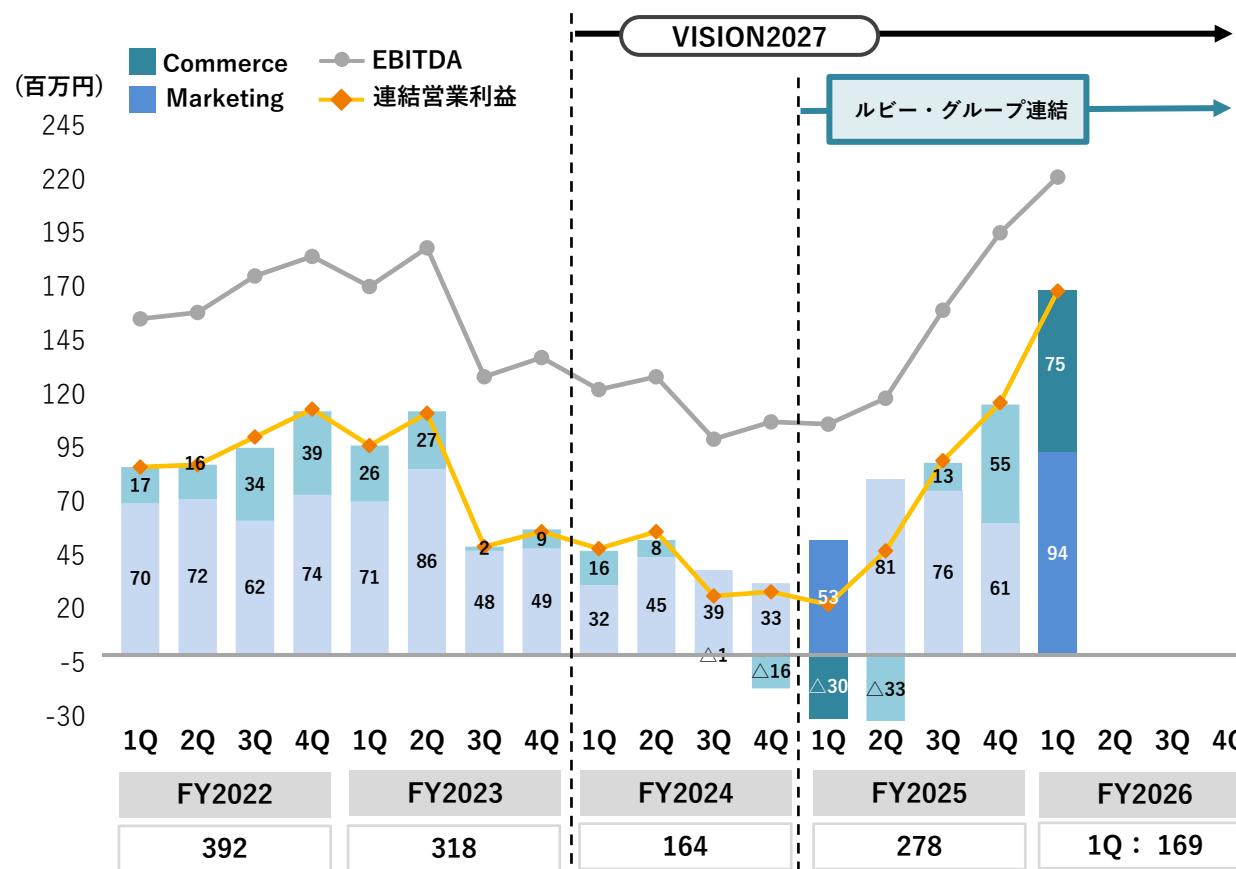
1Qはcommerce事業が想定をビハインドし、四半期過去最高の前4Qには届かずも、ルビー・グループの連結を開始した前年同期との比較で+10.7%を達成



\* 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

## 連結営業利益

今期は1Q偏重の計画。両事業ともに1Qで四半期過去最高益を達成し、連結営業利益は前年同期比で7.3倍に拡大

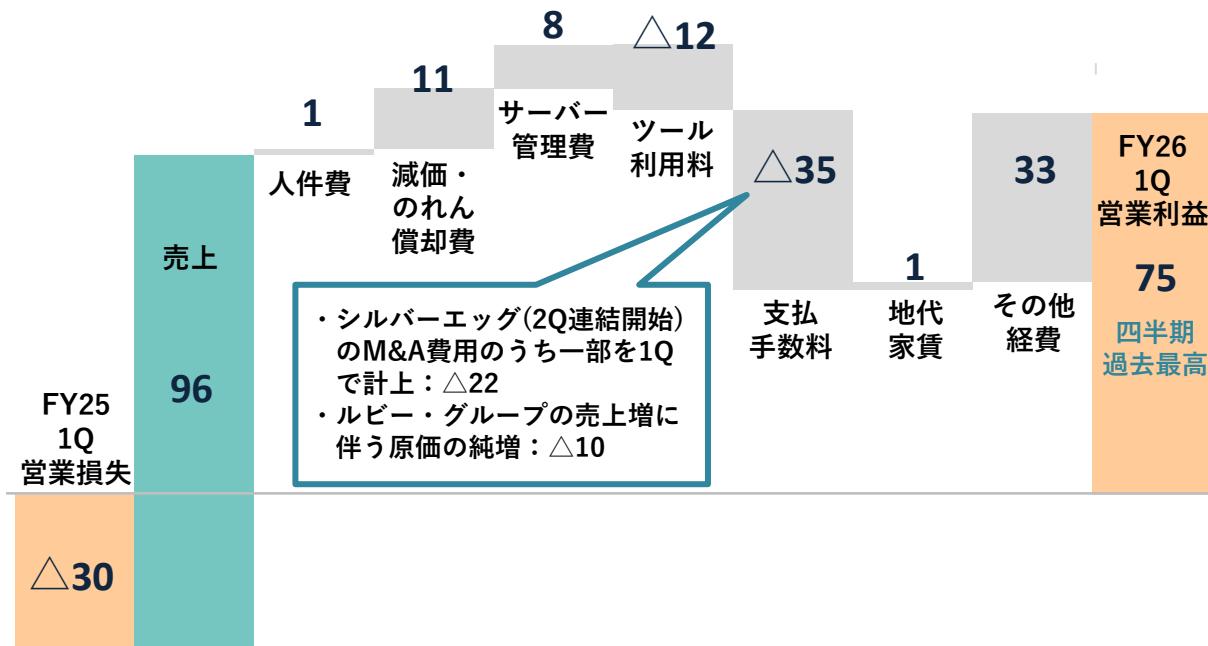


# セグメント損益の変動要因

## コマースAI事業

大幅な增收効果がM&A費用等のコストを吸収し  
大幅な利益成長を実現

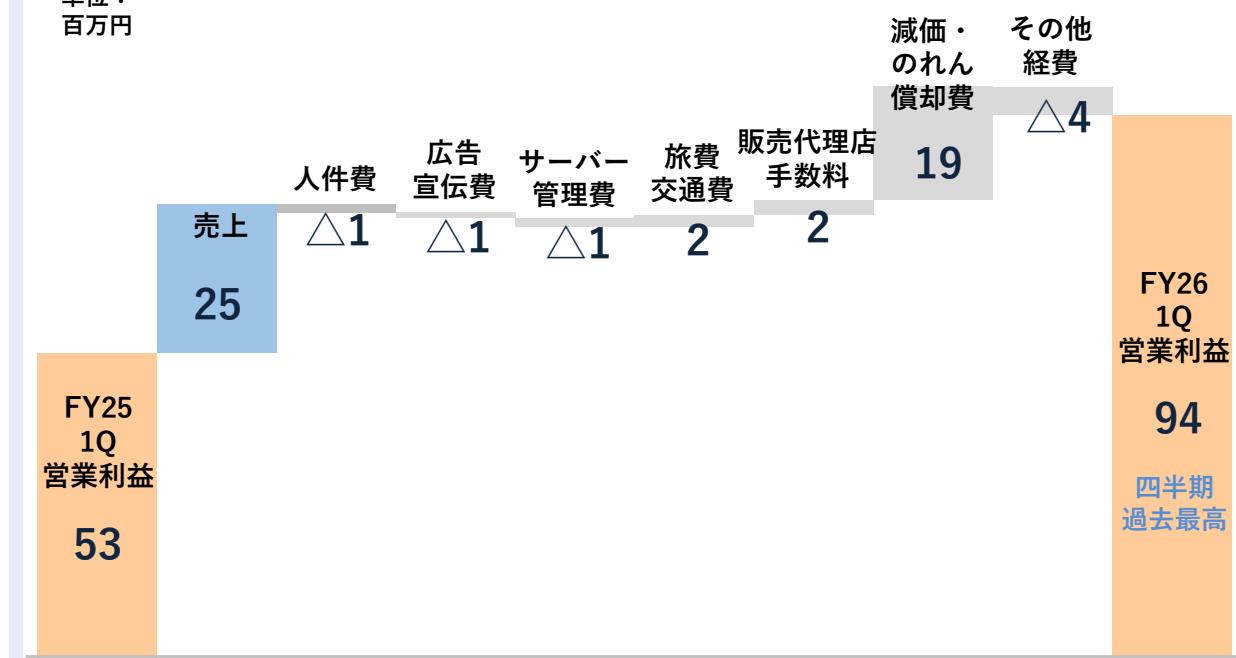
単位：  
百万円



## マーケティングAI事業

增收効果・減価償却費の減少等により  
前年同期比で+78.0%の大幅増益を達成

単位：  
百万円



# 連結貸借対照表※1

資産成長と財務健全性を両立したBS構造  
自己資本比率は50%超と良好な水準を維持

単位:百万円	2025年9月期	2026年9月期	増減
	期末	1Q末	
<b>流動資産</b>	<b>2,401</b>	<b>2,569</b>	<b>+167</b>
内、現預金	1,558	1,548	△9
<b>固定資産</b>	<b>803</b>	<b>787</b>	<b>△15</b>
有形固定資産	69	69	+0
無形固定資産	456	452	△4
投資その他資産	276	264	△12
<b>資産合計</b>	<b>3,205</b>	<b>3,357</b>	<b>+152</b>
<b>負債合計</b>	<b>1,520</b>	<b>1,583</b>	<b>+62</b>
内、有利子負債	679	660	△18
<b>純資産合計</b>	<b>1,684</b>	<b>1,774</b>	<b>+89</b>
<b>自己資本比率※2</b>	<b>51.8%</b>	<b>51.6%</b>	<b>△0.2pt</b>

※1 シルバーエッグのBS連結開始はFY26.2Q～のため、当1Qの貸借対照表は同社分を含んでおりません

※2 自己資本比率：総資産のうち返済義務のない自己資本が占める割合を示す。計算式は「自己資本÷総資産×100」で、数値が高いほど財務の安定性が高い企業であることを示す

# FY2026戦略・事業別概況





FY2026テーマ

# AI企業としての進化

～AI時代に最適化した組織とサービス群にフルモデルチェンジ～

AIによる組織変革・事業変革によって競争力を向上、  
新SaaS「キャンペーンマネージャー」は認知獲得施策を実施

全社戦略：AI時代に最適化した組織とサービス群にフルモデルチェンジ



強化領域  
1

引き続き垂直統合モデルの加速、  
運用・構築の受注増を目指すと共に、  
利益率向上へ

コマースAI事業(Commerce)

強化領域  
2

マーケティングプロセスを網羅的に支援する  
新SaaS「キャンペーンマネージャー」の  
提供価値向上・市場確立を目指す

マーケティングAI事業(Marketing)

インキュベーション  
領域は、引き続き  
着実な事業推進

M&Aを随時検討

(中期経営方針『VISION2027』のM&A方針P.61参照)

## 新任社外取締役の3名



川原 均 氏

藤田 明久 氏

若松 典子 氏

## 【社外取締役】

## ◆川原 均 (かわはら ひとし)

日本アイ・ビー・エム、セールスフォース・ジャパン、デロイト トーマツ コンサルティングなどにおいて、IT・SaaS事業およびコンサルティング分野の経営を歴任。事業戦略立案、営業組織の構築、ガバナンス体制強化などに関する豊富な経験を有する

期待する役割

- ✓ 事業戦略推進
- ✓ 経営監督機能の強化

期待する役割

- ✓ 事業戦略およびマーケティング戦略の高度化
- ✓ 経営監督機能の強化

期待する役割

- ✓ 財務・会計の専門的な視点から取締役の職務執行を監督・助言
- ✓ ガバナンスおよび監査体制の強化

## 【社外取締役】

## ◆藤田 明久 (ふじた あきひさ)

電通グループをはじめ、広告・デジタルマーケティング領域において長年にわたり経営の中枢を担い、複数企業の成長を牽引。上場企業を含む社外取締役の経験も豊富

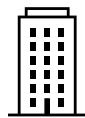
## 【社外取締役】【監査等委員】

## ◆若松 典子 (わかまつ のりこ)

公認会計士として監査法人および事業会社において財務・会計業務に長年従事し、監査役としての豊富な経験を有する

## コマースAI事業

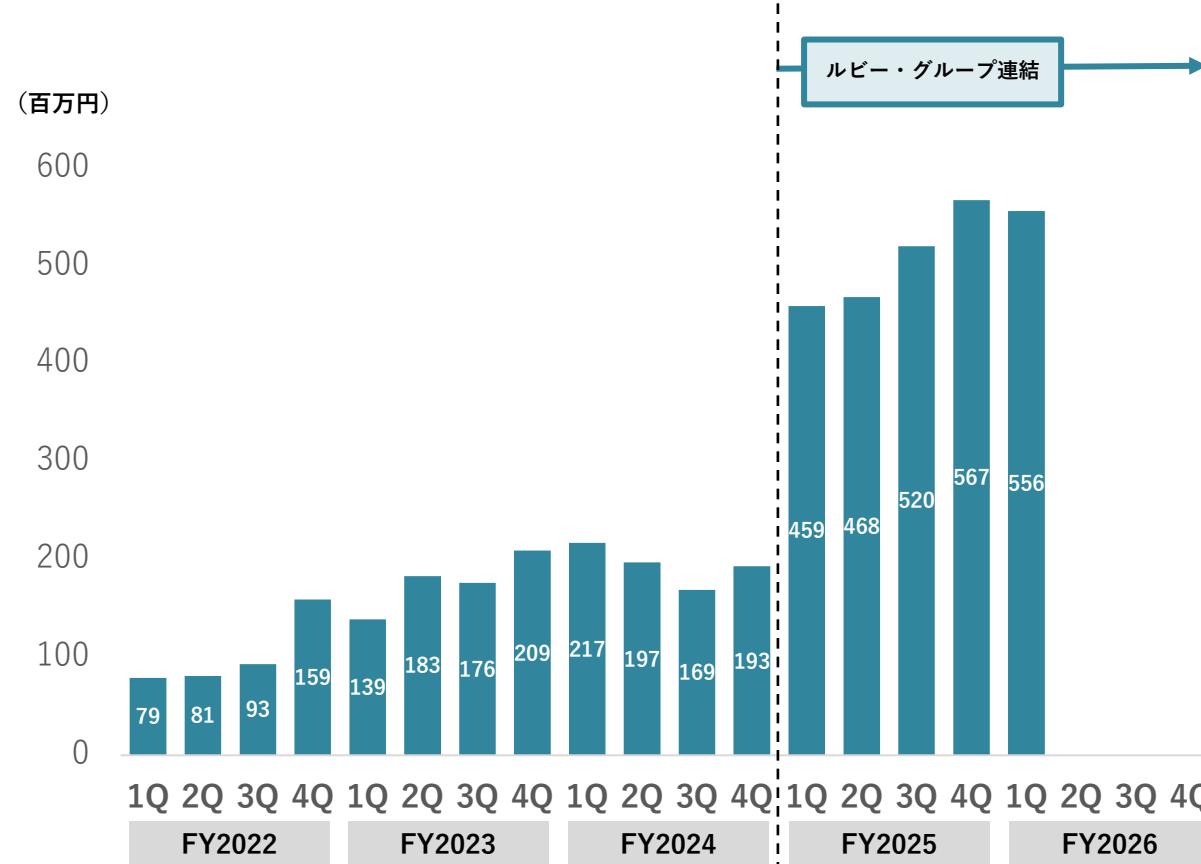
顧客企業の課題



「より良い購買体験を提供したい」

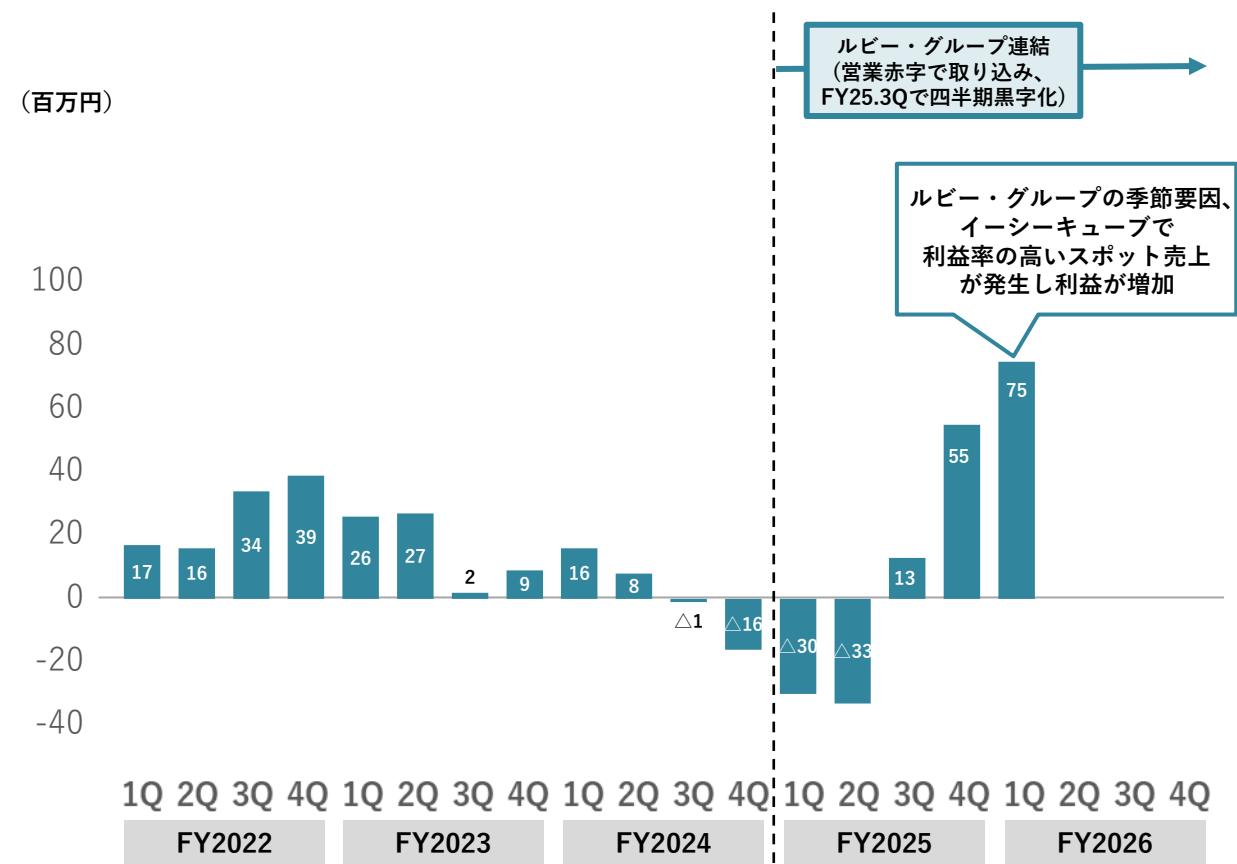
## 売上高

子会社イーシーキューブが1Q想定をビハインドし、四半期過去最高の前4Qには届かずも、ルビー・グループの連結を開始した前年同期との比較で+21.1%を達成



## セグメント損益

収益性の改善に加え、1Qでは例年の季節要因の他一時要因の発生を受けて大幅な利益成長を実現し、四半期過去最高益を更新



※ 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

顧客企業の課題「より良い購買体験を提供したい」を  
包括的に支援するAIを活用したサービスを展開

展開会社 (連結開始時期)	 <p>株式会社イーシーキューブ</p>		 <p>ルビー・グループ株式会社 (FY25.1Q~)</p>	 <p>シルバーエッグ・テクノロジー株式会社 (FY26.2Q~)</p>
事業区分	EC構築ソリューション	ECオペレーションマネジメント	レコメンド/パーソナライゼーション	
主なサービス	 <p>ECオープンソース ※1</p>	 <p>大規模EC向け 構築・運用サービス</p>	<p>ECサイトを構築から物流まで 一括でサポートする フルフィルメント※2サービス</p>	 <p>独自開発のAIエンジンを搭載した リアルタイム・レコメンドサービス</p>
サービス形態	ソフトウェア (オープンソース)	ソフトウェア+専門人財	専門人財	AI SaaS (サブスクリプション)
参照ページ	補足資料P.65		補足資料P.68	冒頭パートP.6-7

※1 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

※2 フルフィルメント：商品の注文から配送までの一連のプロセスのこと

## 中長期戦略

- ✓ 「EC-CUBE」の強みを活かしながら提供機能を垂直方向へ拡張する戦略をFY22より推進
- ✓ EC事業者が直面する課題を包括的に支援する垂直統合モデルの実現に向けて、M&A等によってサービスを拡充中

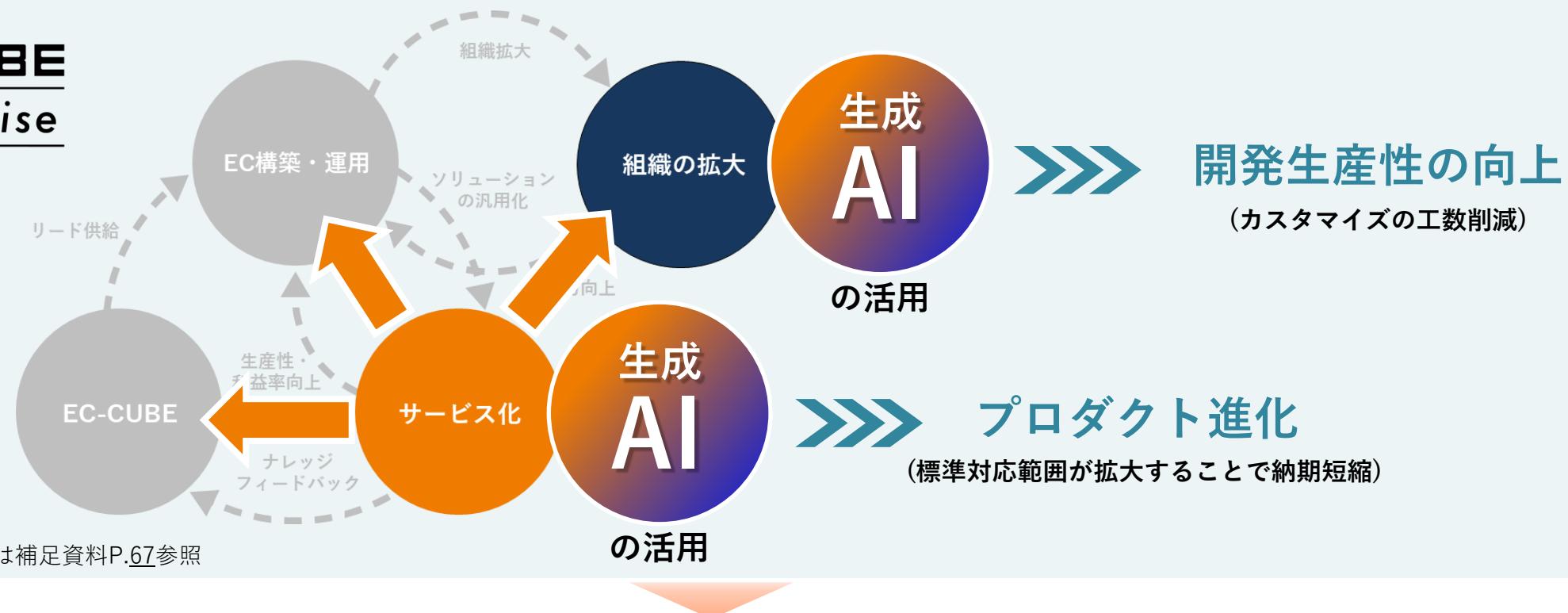


## FY2026：AIに関する取り組み

子会社イーシーキューブにおけるAIによる事業変革は  
下記「EC-CUBE Enterprise」の生成AI活用が今期の主な取り組みとなる

生成AIを活用することで成長サイクルの好循環を生み出し、受注増・利益率向上へ

**EC|CUBE**  
Enterprise



※ 図解の成長サイクルは補足資料P.67参照

FY2026において受注増・利益率向上の実現に導く

## FY2026：M&amp;Aの実施等による提供内容の拡大

EC事業のサイト構築～売上拡大までのプロセスにおいて  
グループシナジーを活用した一気通貫のサポートが可能

		Commerce			Marketing				
EC事業のプロセス		EC CUBE 株式会社イーシーキューブ	RUBYGROUPE DIGITAL SOLUTIONS FOR FASHION BRANDS	FY26.2Q～ SILVER EGG TECHNOLOGY	ADEBiS Sync. M&A子会社	AD HOOP アドフープ	Spoo! inc.	TOPICA	FAR END Technologies
物流	物流		○						
マーケティング	リテンション		○	○	○	○	○	○	
EC運用	新規獲得		○	○	○	○	○	○	
ECサイト構築	カスタマーサポート		○						
	オペレーション		○						
	コンテンツ制作	○	○			○	○	○	
	保守	○							○
構築	構築	○							○
	設計	○							

## マーケティングAI事業

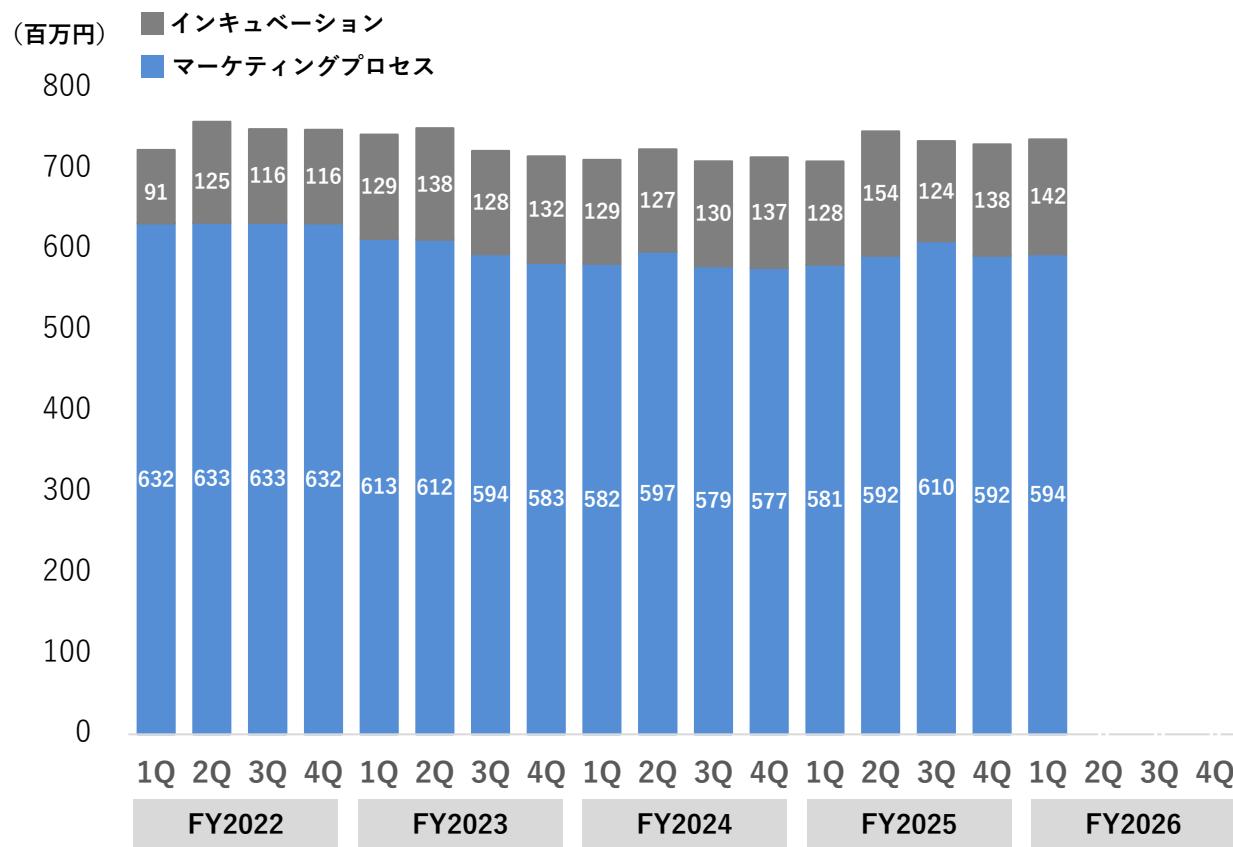
顧客企業の課題



「マーケティング施策の効果改善サイクルを回したい」

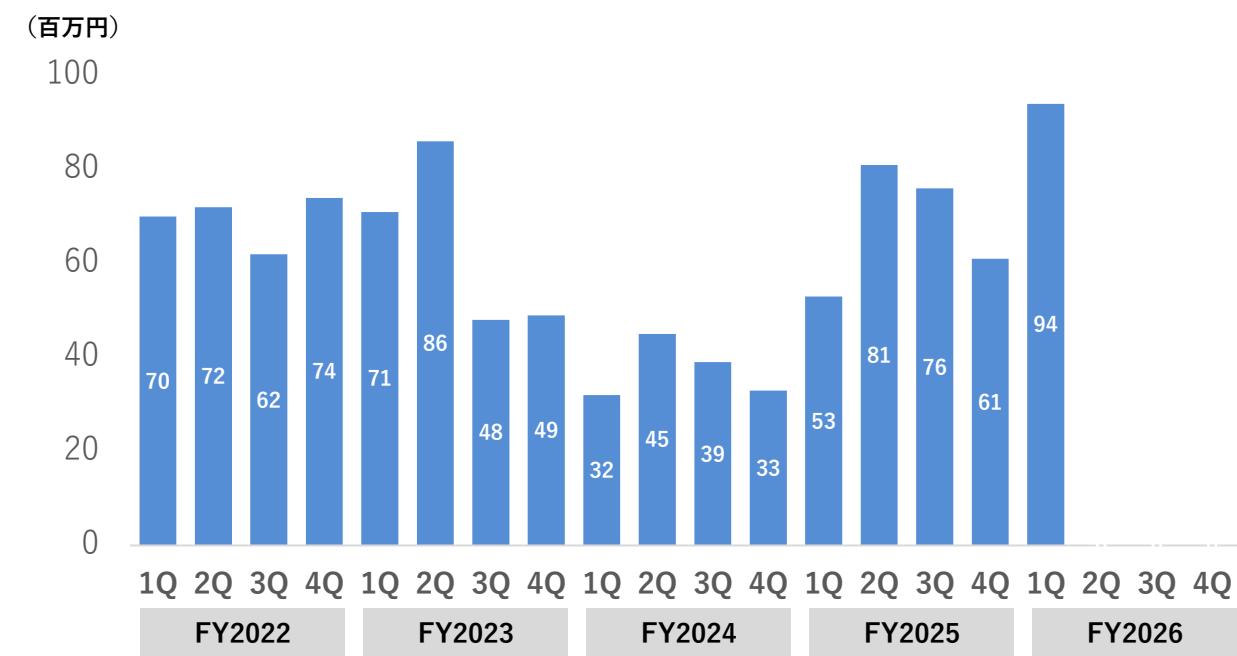
## 売上高

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し、1Qは前年同期比+3.7%の増収で着地



## セグメント利益

高利益率の「アドエビス」の売上堅調・業務効率化を主として収益性が向上、1Qは想定を超過し前年同期比+78.0%の大幅増で四半期過去最高益を達成



※ 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

## AIを組み込んだマーケティングSaaSの提供等により顧客課題を幅広く支援



※ 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

プロフェッショナルサービス※

SaaS

## 中長期戦略

- ✓ マーケティング活動全体の業務プロセスを網羅的に支援する新SaaS「キャンペーンマネージャー」の機能拡充・販売促進が今後の成長軸
- ✓ 部分的な課題解決ではなくマーケティング課題全般を支援できるサービスに進化し、顧客ターゲットが大幅に拡大。FY26で新SaaSの認知獲得施策を実施し、FY27以降の本格的な契約増に導く

## 契約件数※2



1,277件

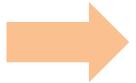
## 平均単価



154,235円

(低単価商材の増加により低下傾向)

## 解約率※3



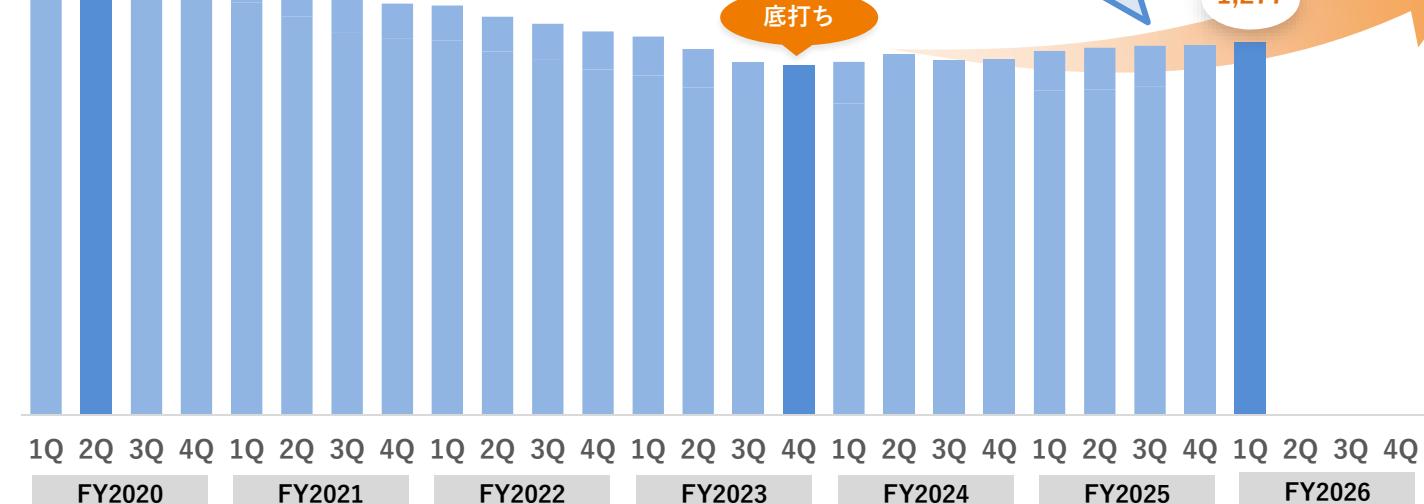
2.0%

(継続的なカスタマーサクセス活動により目標値キープ)

FY2027までに過去最高の契約件数更新を目指す

(件)  
1,666

1,277

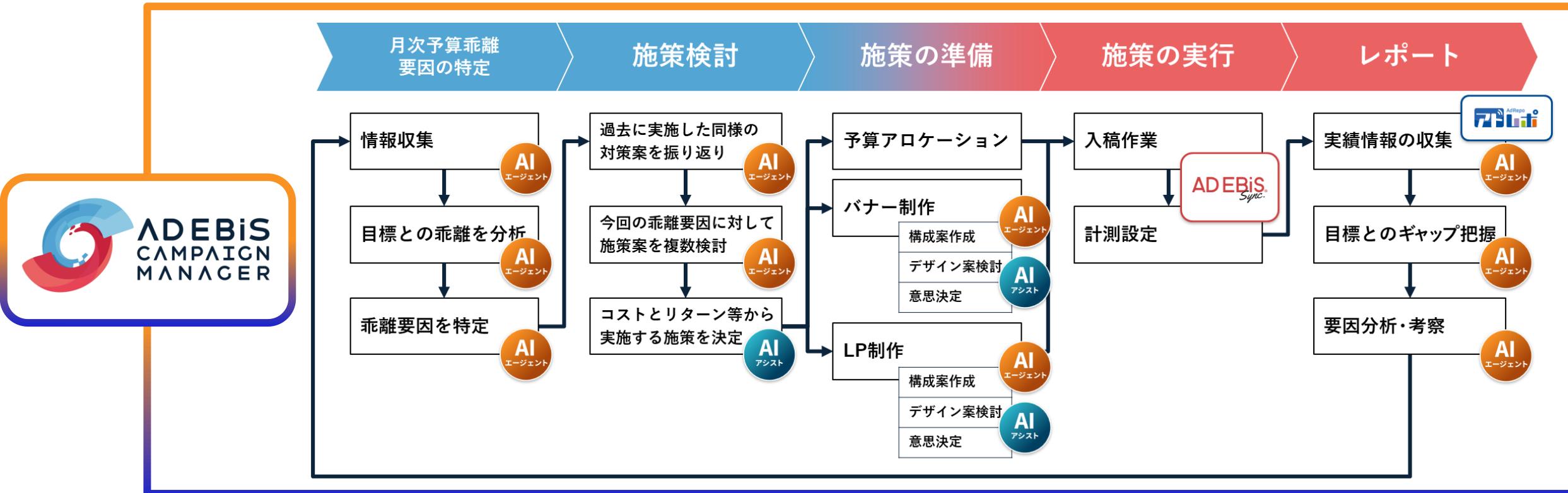


※1 指標はそれぞれマーケティングプロセス全体の数値。対象プロダクトはアドエビス、CAPiCO(FY23.4Q～)、キャンペーンマネージャー(FY25.3Q～)、アドレポ

※2 併用アカウントはそれぞれをカウント。ただし、「CAPiCO」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

※3 直近12ヵ月移動平均の解約率。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し、直近12ヵ月移動平均の四半期末月の数値を記載

AIエージェント<sup>※1</sup>およびAIアシスト機能を次々と開発し、マーケティング業務プロセスを変革・自動化することで、提供価値の飛躍的な向上を目指す



AIエージェントが自律的に実行

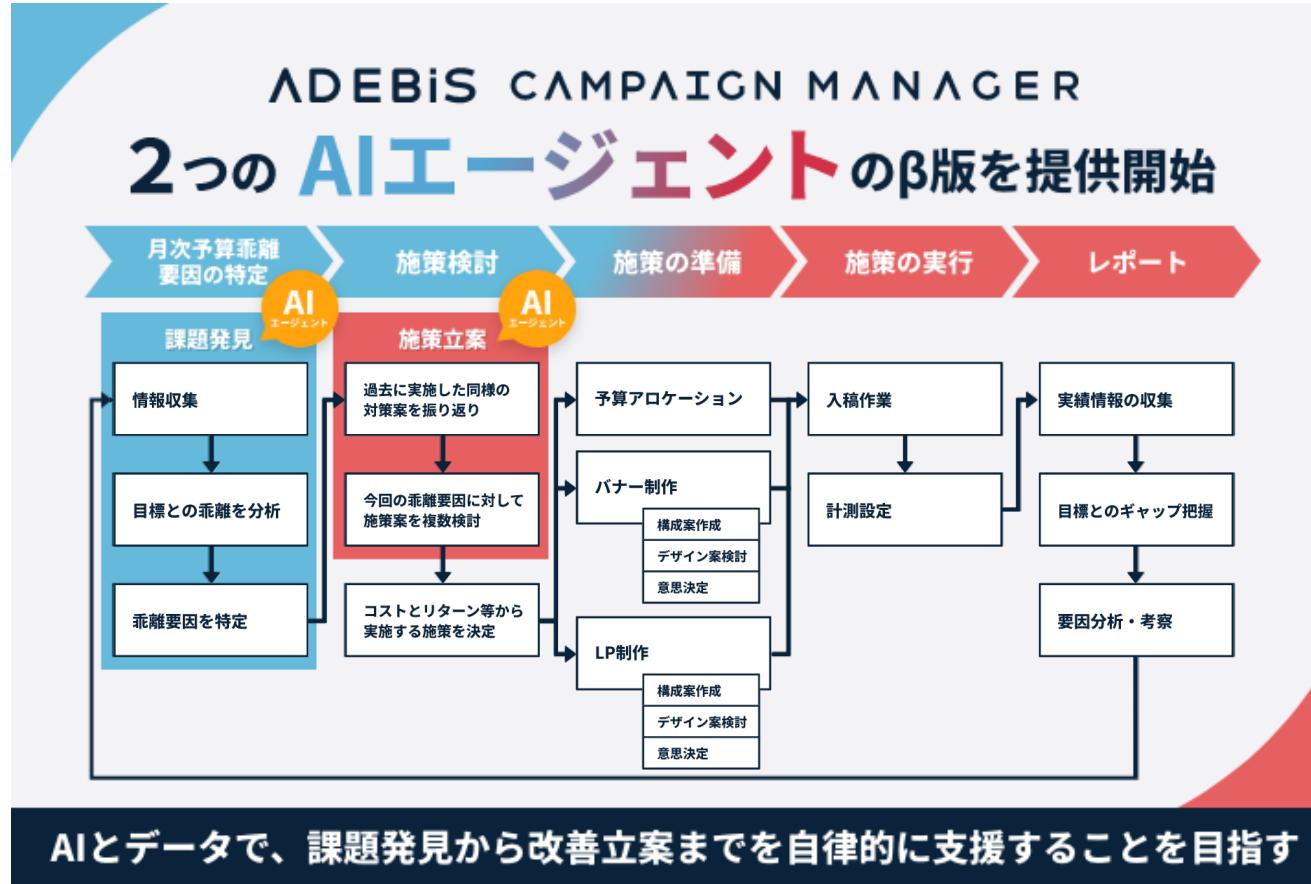


AIアシストがCopilot<sup>※2</sup>としてサポート

※1 AIエージェント：自律的に思考・行動し、特定のタスクを遂行するAIシステム

※2 Copilot：人の思考をサポートするAIシステム

マーケティング業務プロセスを支援する2つのAIエージェント機能のβ版<sup>※1</sup>を  
2025年11月28日～提供開始



※1 本β版は、正式版リリースに向けた検証と改善を目的としており、利用ユーザーからのフィードバックをもとに品質向上を進めている

※2 現時点ではアドエビスの計測データが分析対象。今後は各種媒体データやCRM、SFA等との連携による拡張を予定

1

### 課題発見エージェント

AIが実績データ<sup>※2</sup>と目標の乖離を分析し、取り組むべき課題を自動で提示する初期機能をβ版として提供。ユーザーの指示を待たずに「次に注目すべき点」を提案する

2

### 施策立案エージェント

抽出された課題に対し、過去の施策データをもとに有効な改善案を自動で立案。複数の施策パターンを提示することで、企画検討にかかる時間を大幅に削減する

AI  
エージェント

AI  
エージェント

マーケティング・キャンペーン・マネジメントの思想・概念そのものへの理解を広めるための『認知獲得施策』の実施によってFY2026で市場を確立し、FY2027以降、当社が展開する強みを活かしてリードしていく



『認知獲得施策』を実施



の本格的な契約増・市場拡大を目指す

広告宣伝

ウェビナー開催

セミナーアイベント開催

etc.

4

## 業績予想・株主還元



# 2026年9月期 通期連結業績予想

オーガニック成長+M&Aメリットにより売上高は前期比+24.6%の成長を見込む  
一方、営業利益は約△1億円のM&A影響によって減益の見通し

単位:百万円	2025年9月期	2026年9月期	
	実績	修正予想 (2026年2月5日公表)	前期比
売上高	4,934	6,150	+24.6%
営業利益	278	260	△6.8%
営業利益率	5.7%	4.2%	△1.5pt
経常利益	279	240	△14.2%
親会社株主に帰属する 当期純損益	△142 ※1	130	—
【参考】EBITDA※2	583	570	△2.3%

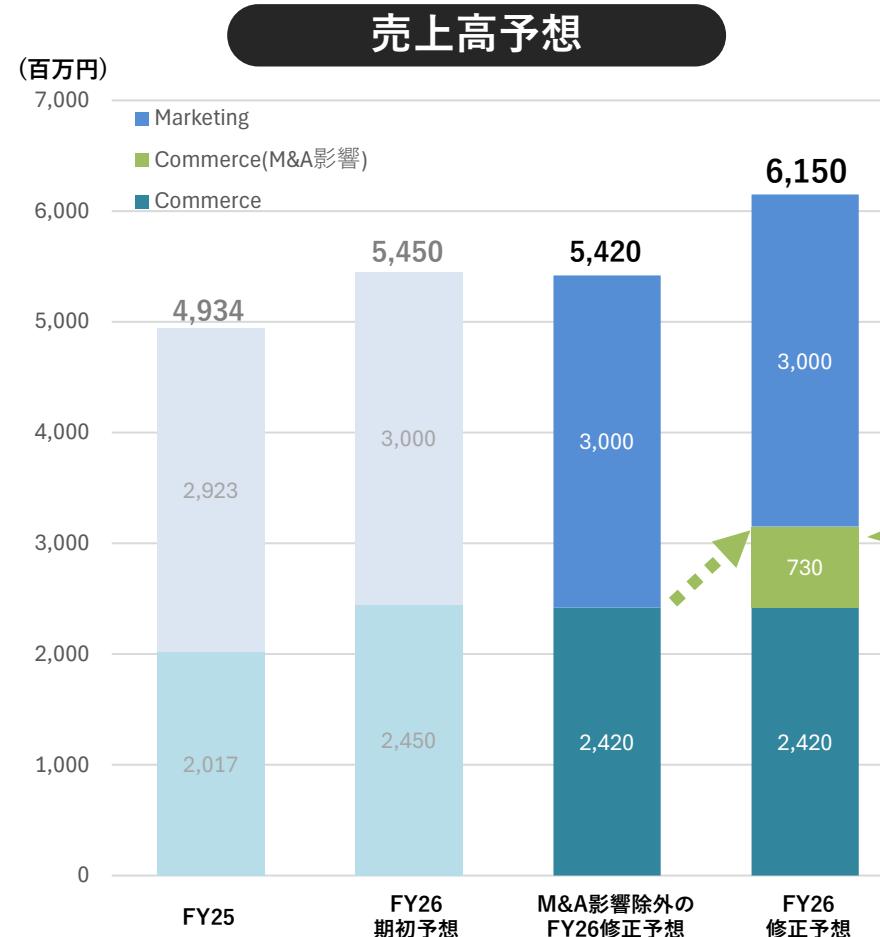
※1 FY2025はM&A子会社2社の減損損失等による特別損失337百万円が発生したため一時的に赤字転落

※2 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

# 戦略コストの投下

FY2026は積極的な成長投資を実施する方針

新SaaS認知獲得施策および全社的なAIによる事業変革に戦略コストを約△1.3億円投下予定  
(期初予想から変更なし)



# セグメント別FY2026業績の修正予想※

## コマースAI事業 (Commerce)

単位：百万円	A	B	①	②	C(B+①+②)	C vs A
	FY25 実績	FY26 期初予想	事業状況 による修正額	シルバーエッグの M&A影響による修正額	FY26 【修正予想】	【前期比】
売上高	2,017	2,450	(1Q実績が想定比ハインド) △30	+730	3,150	+56.1%
営業利益	6	(AIによる事業変革に よって収益性が向上) 120	(売上高・営業利益の1Q実績 を受けた通期計画の調整) +5	(のれん償却費+ M&A費用+営業赤字) △105	20	3.2倍
営業利益率	0.3%	4.9%			0.6%	+0.3pt

## マーケティングAI事業 (Marketing)

本社費用はMarketingセグメントに計上

単位：百万円	A	B	①	②	C(B+①+②)	C vs A
	FY25 実績	FY26 期初予想	事業状況 による修正額	シルバーエッグの M&A影響による修正額	FY26 【修正予想】	【前期比】
売上高	2,923	3,000	0	—	3,000	+2.6%
営業利益	272	(FY27以降の成長に向け 戦略コストを積極投下) 200	(1Q実績の想定超過を 受けた通期計画の調整) +40	—	240	△12.0%
営業利益率	9.3%	6.7%			8.0%	△1.3pt

※ Marketing事業はサブスクリプション売上(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性質がある)が中心のため予想数値が比較的読みやすいのに対し、Commerce事業は受託中心の売上性質のため読みにくい傾向がありますが、FY2026の通期業績予想は営業利益において2セグメントの方向感が異なるため、期初予想時点でのセグメント別の予想数値を開示いたしました

# 2026年9月期 株主還元予想

## 配当金額・株主優待については期初予想から変更なし

### 配当

期末配当金は、  
配当方針に基づいた7.0円に  
スタンダード市場上場記念配当1.0円を加え、  
**8.0円に増配を計画**

#### 『VISION2027』配当方針

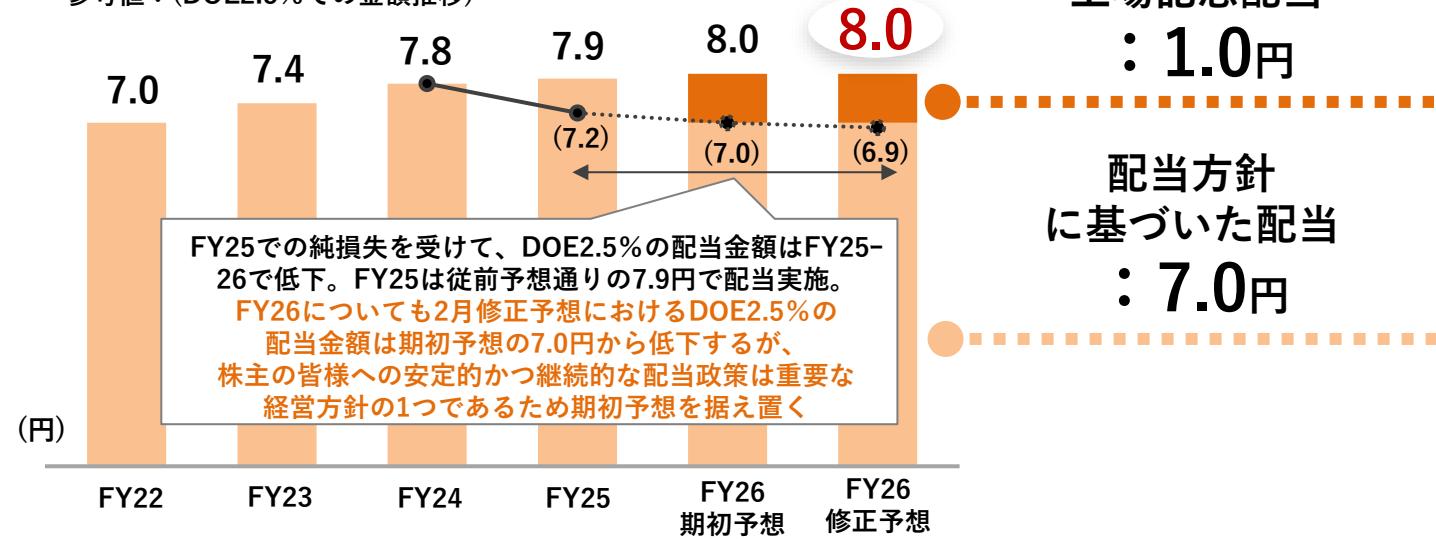
安定的かつ継続的な利益配分を行うことを基本方針として  
連結株主資本配当率(DOE) 2.5%を目安に期末配当を実施

### 株主優待

引き続き  
**年2回**<sup>※1</sup>の株主優待を実施

### 1株当たりの配当金

● 参考値：(DOE2.5%での金額推移)



スタンダード市場  
上場記念配当

**：1.0円**

配当方針  
に基づいた配当  
**：7.0円**

保有株式数	内容
100株以上 (1単元以上)	<b>デジタルギフト<sup>※2</sup> 1,000円分</b> (年2回、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（証券コード：3691）が提供するデジタルギフト<sup>®</sup>は、欲しいギフトを自由に選択可能。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<sup>®</sup>Storeチケット等から選択可能。  
(2025年11月時点。交換先は今後変更の可能性があります)

# 補足資料

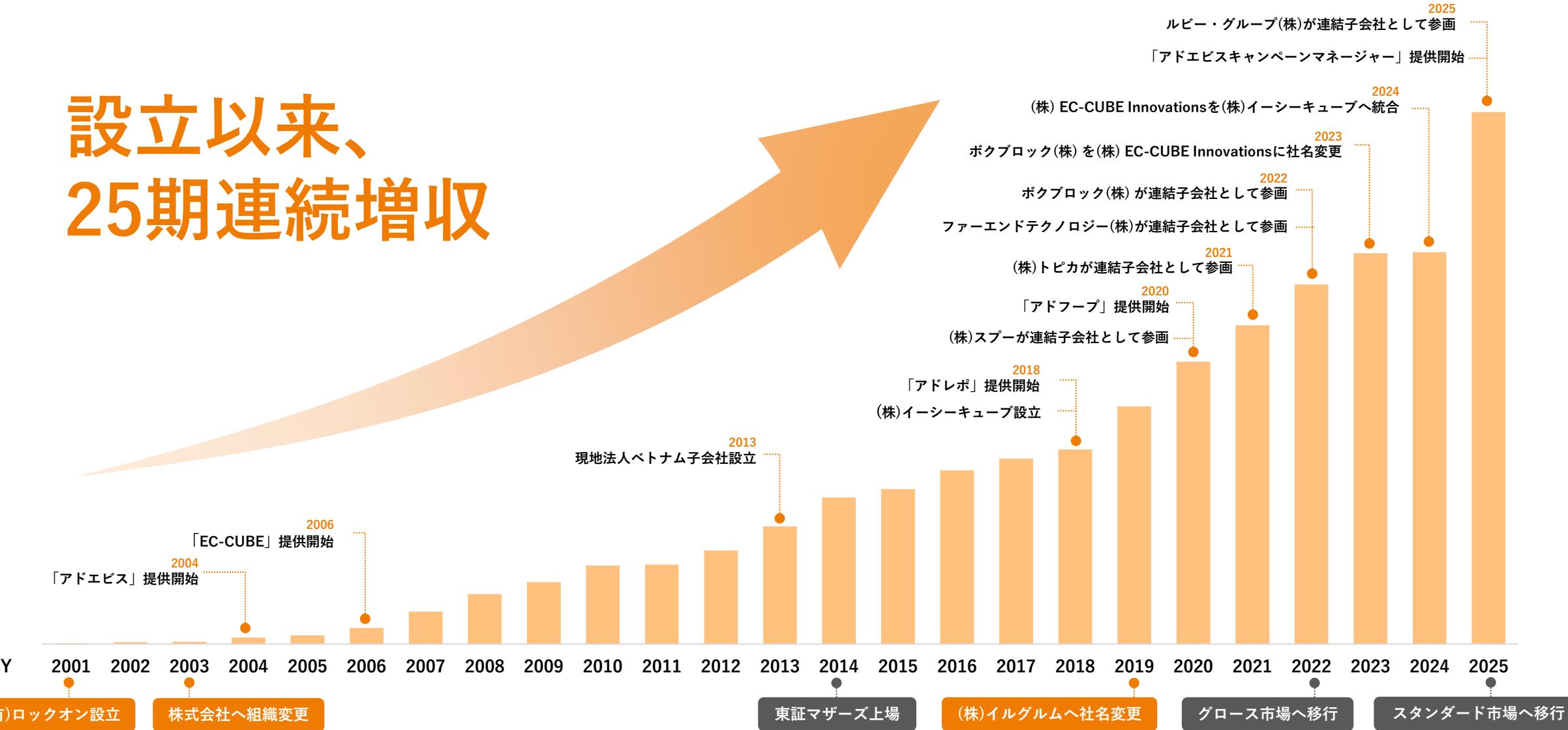


# 会社概要

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12月31日現在）
代表者	岩田 進
従業員数	298人（グループ連結／2025年12月31日現在）
所在地	<p>【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</p> <p>【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</p>
事業内容	マーケティングAI事業 コマースAI事業
子会社	株式会社イーシーキューブ 株式会社スパー 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）



# 設立以来、 25期連続增收



# グループ構成

## マーケティングAI事業 (Marketing)



株式会社イルグルム



**CAPiCO**  
powered by ADEBiS



**AD HOOP**  
アドフープ



新規事業開発で連携

開発業務の一部を委託



## コマースAI事業 (Commerce)



(持株比率: 90%)



(持株比率: 今期中に100%予定)



連結子会社

**Spool! inc.** (※)

**TOPICA**  
(持株比率: 74.69%)



YRGLM VIETNAM CO., LTD.

連結子会社

**YRGLM VIETNAM COMPANY LIMITED** (※)

(※) 持株比率100%の連結子会社

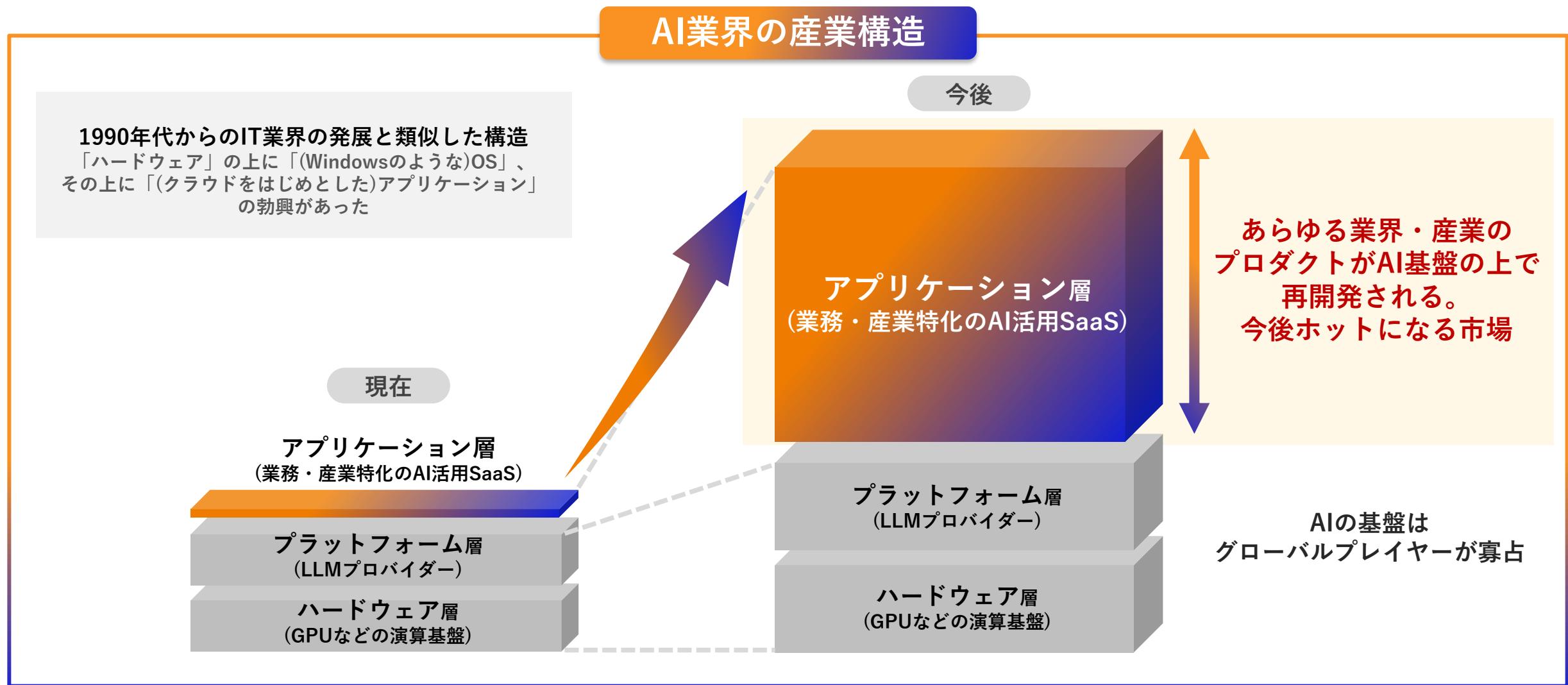
# AI企業宣言

AI COMPANY  
Declaration



# AI企業宣言①：AI業界の産業構造

『今後、AI市場の成長の主戦場はアプリケーションレイヤーへ』



## AI企業宣言②：AI価値創出の3要素と当社の強み

### AI産業のアプリケーションレイヤーで競争優位に立つ3要素

「データがAIを賢くし、AI組み込み能力がその知を価値に変え、顧客接点がそれを持続的に回す」  
この3つが揃うことで初めてAIビジネスは成長を続ける

#### 要素解説

##### 【継続的な価値提供と収益化の起点】

顧客の業務に組み込まれてこそ、データが更新され、AIの学習と成果が循環する

##### 【AIを“使う”ではなく“組み込む”力】

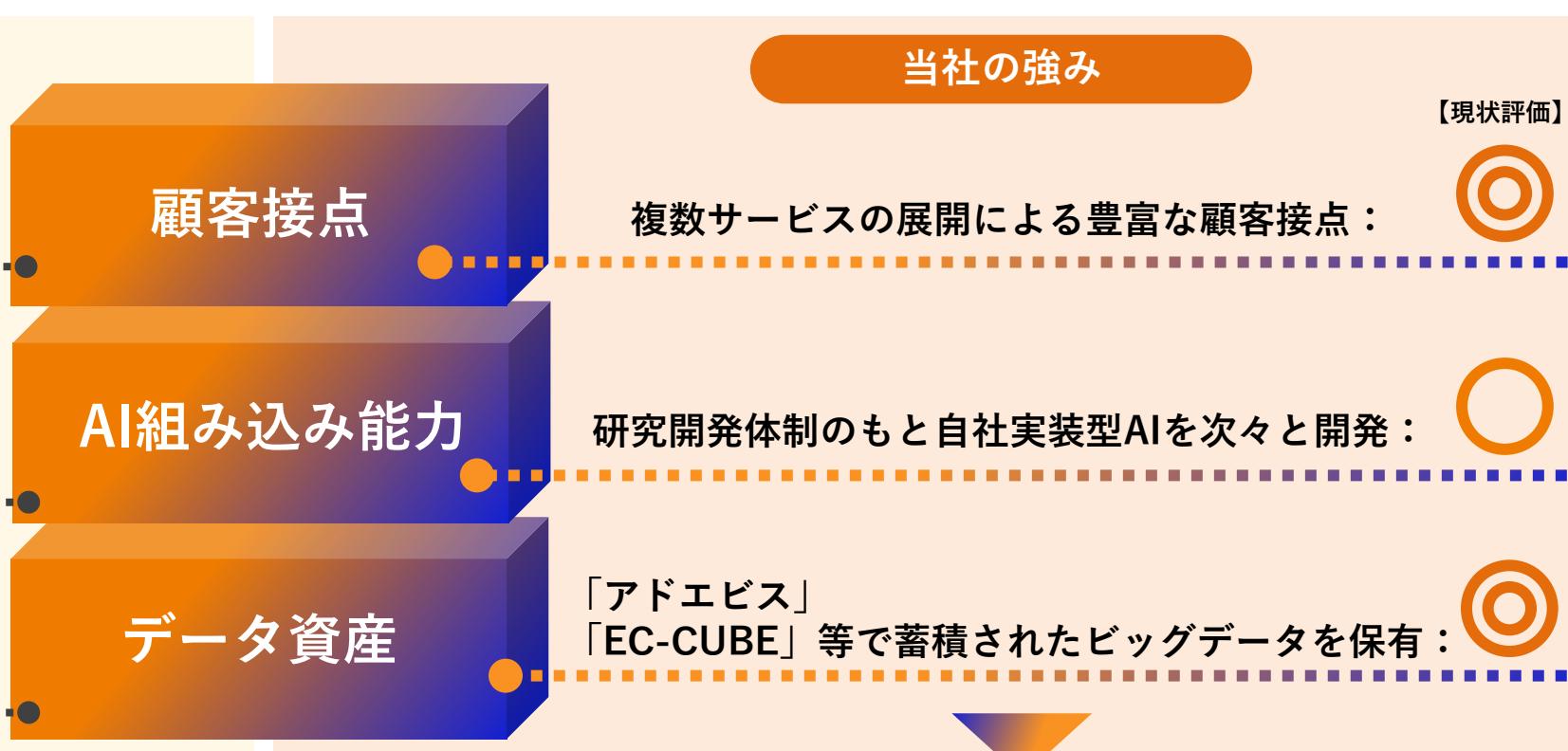
プロセス・UI・データをAIと統合し、ユーザー体験の中で自然に価値を発揮できるかが勝敗を分ける

##### 【AIの燃料であり差別化の源泉】

自社固有の構造化データがあるほど、AIの精度と価値が上がり、他社が真似できない学習ループを構築できる

#### 当社の強み

【現状評価】



シルバーエッグのM&Aによる変化はP.9参照

# AI企業宣言③：当社の事業構成と今後の展開

## コマースAI事業

AIを活用した  
新しい購買体験の提供



EC|CUBE  
Enterprise

AIとの事業相性：○ (AIを活用することで生産性が向上)



## YRGLM AI Lab

- ✓ 2020年、専任の研究開発部門を設立
- ✓ 生成AI応用・ナレッジ抽出等を研究
- ✓ 複数LLMを社内実証・運用
- ✓ AIに関する特許を複数出願

## マーケティングAI事業

AIを組み込んだ  
マーケティングSaaSの提供

ADEBiS  
Sync.



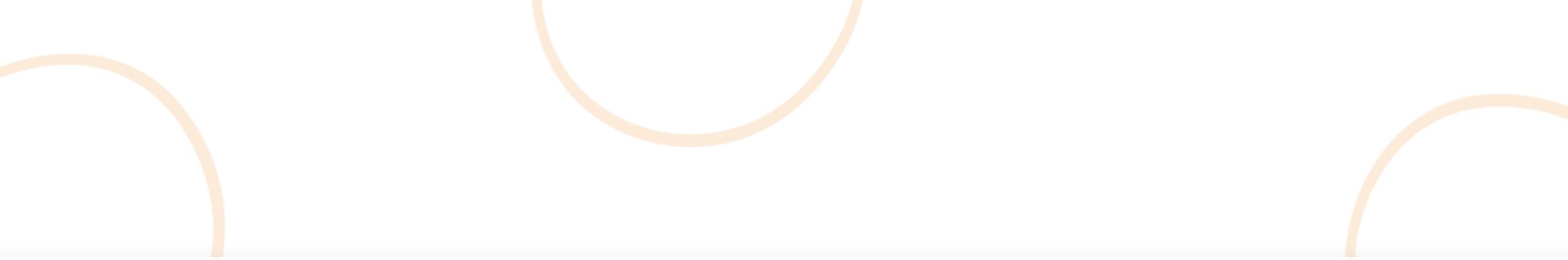
AIとの事業相性：○ (AIにより製品価値がダイレクトに向上)

FY2026

～AI時代に最適化した組織とサービス群にフルモデルチェンジ～



AI企業として進化し、  
急拡大する国内AI市場で確固たるポジションを築く



# 中期経営方針『VISION2027』

## FY2024 – 2027

# 『VISION2027』テーマ・目指す姿

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

『VISION2027』  
の目指す姿

売上比率

## マーケティングAI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AI事業(Commerce)

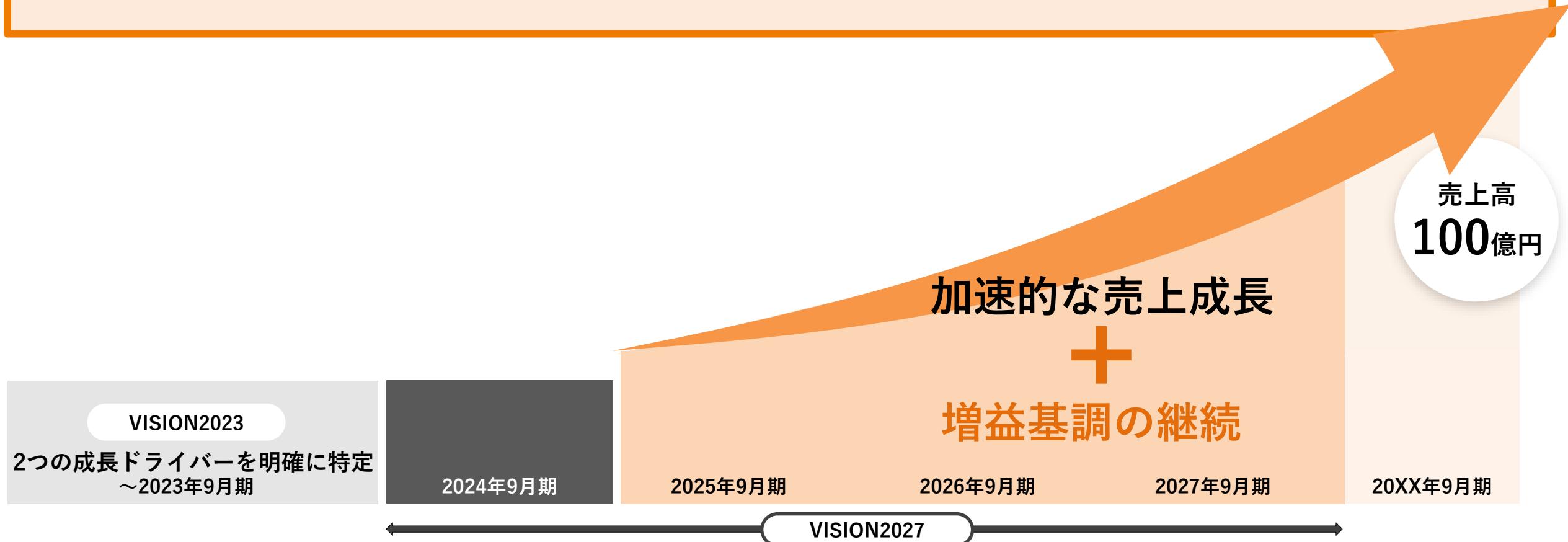
高度化するeコマース市場において  
構築・運用フェーズを軸として  
集客・物流に至るまで  
EC事業者が直面する課題に対して  
支援サービスを提供し、  
確固たるポジションを確立する

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通期ではMarketingが連結売上の約8割を占めていたが、FY25通期では約6割に低下)

# 『VISION2027』の基本方針

## 基本方針

成長投資を実施しながら、**売上・利益ともに成長**を目指す

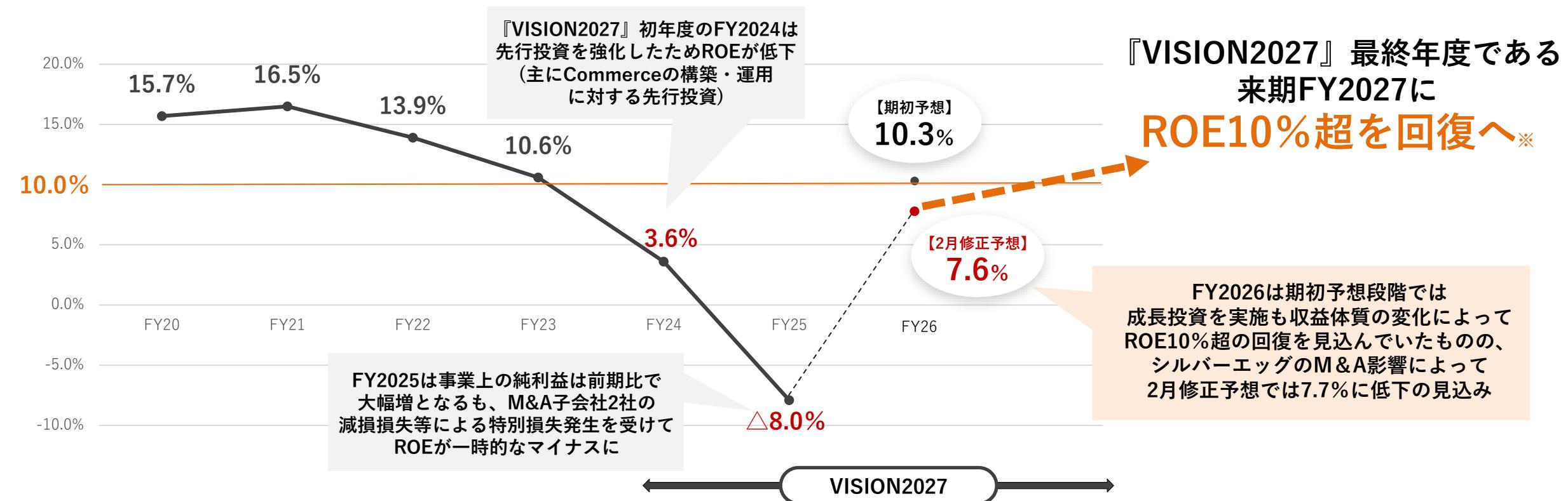


# 『VISION2027』のROE目標

## ROE(自己資本利益率)目標

ROE10%超を重要な経営目標に掲げる※

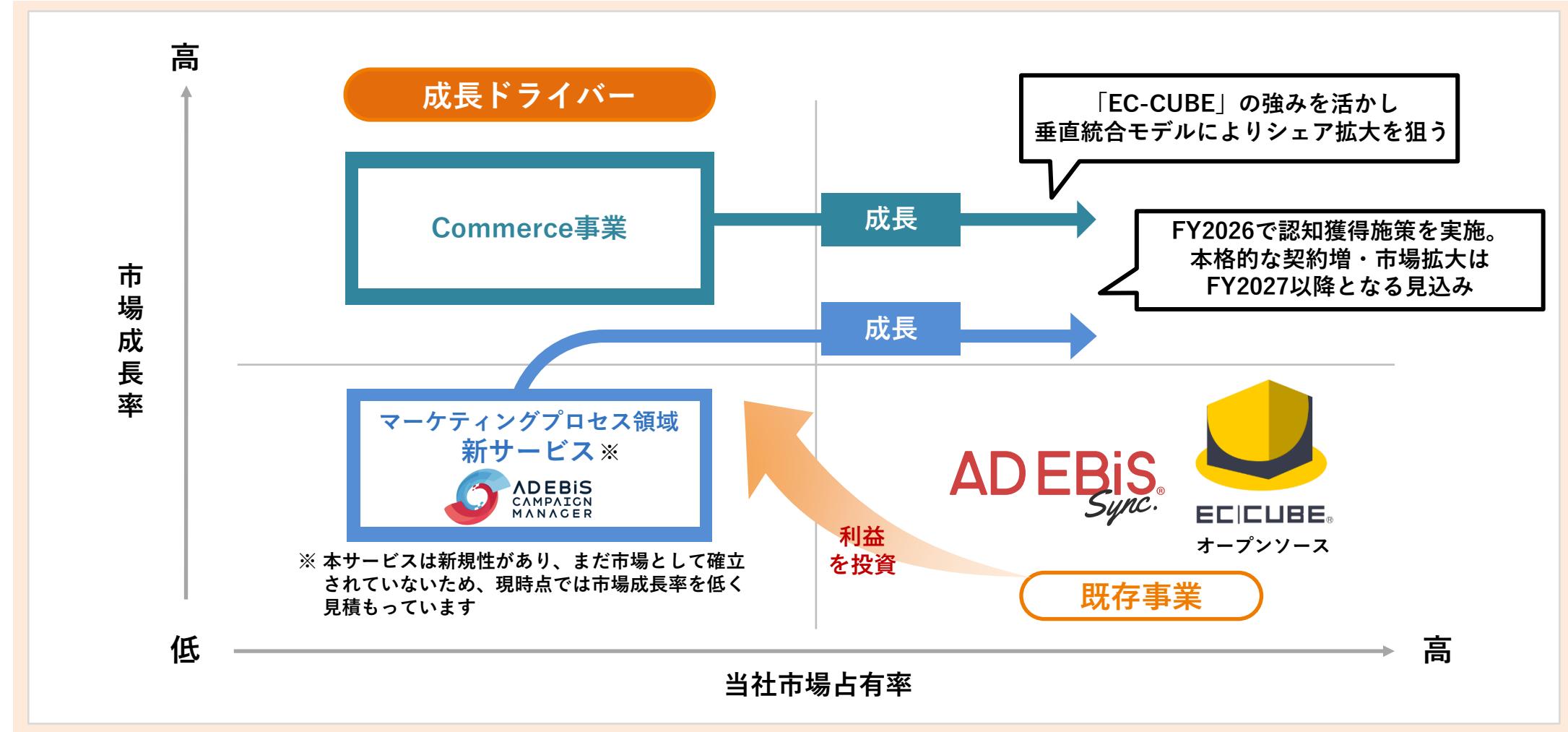
### ROE推移



※ 通期業績予想の修正に伴い、前回開示から文言表現を修正しています

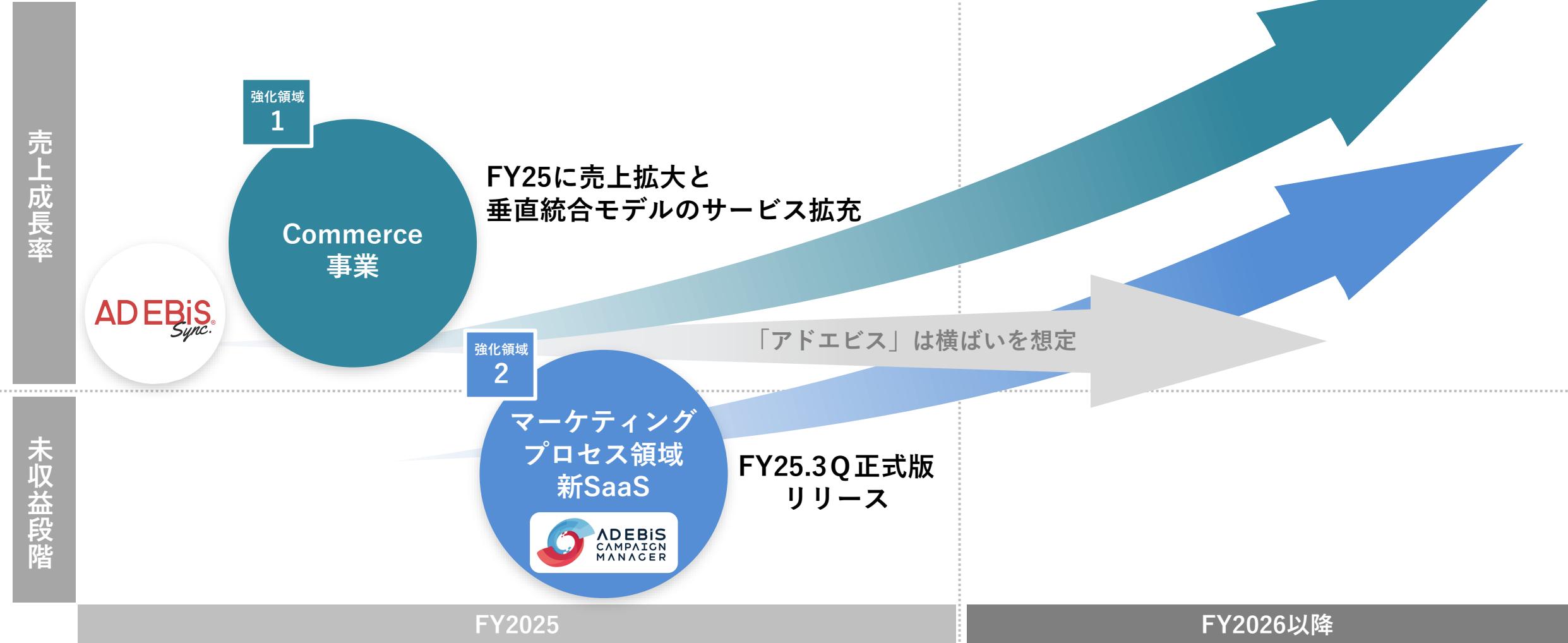
# 『VISION2027』の投資方針

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



# 『VISION2027』 売上成長イメージ

まずは売上成長が加速しているCommerce事業を更に伸ばし、  
次にマーケティングプロセス領域の新SaaSの収益を追求



## M&Aの検討対象となる企業



AI企業として進化するための組織能力  
主に下記3要素に強みを持つ企業



AI価値創出の3要素：当社の現状

顧客接点：◎

AI組み込み能力：○

データ資産：◎

AI組み込み能力の  
更なる強化に向けて、  
今後、M&A等による  
補強を随時検討していく

シルバーエッグのM&Aによる変化はP.9参照

Commerce事業が推進している  
垂直統合モデルの加速につながる企業



垂直統合



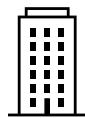
垂直統合モデルの領域を  
全て網羅した状態ではあるものの、  
今後、更なるサービスの充実が  
必要なため、M&Aによる強化を  
隨時検討していく

## 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
2026.1	シルバーエッグ・テクノロジー	株式取得	AI企業として進化するための人財・組織能力の獲得、コマース垂直統合戦略の加速	コマース

## コマースAI事業

顧客企業の課題



「より良い購買体験を提供したい」

2006年のリリース以降、日本で一番<sup>※1</sup>選ばれているECオープンソース<sup>※2</sup>



月商1000万円以上の  
ネットショップ利用店舗数  
**No.1**

※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

**190**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**<sup>®</sup>

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

エンタープライズ  
「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

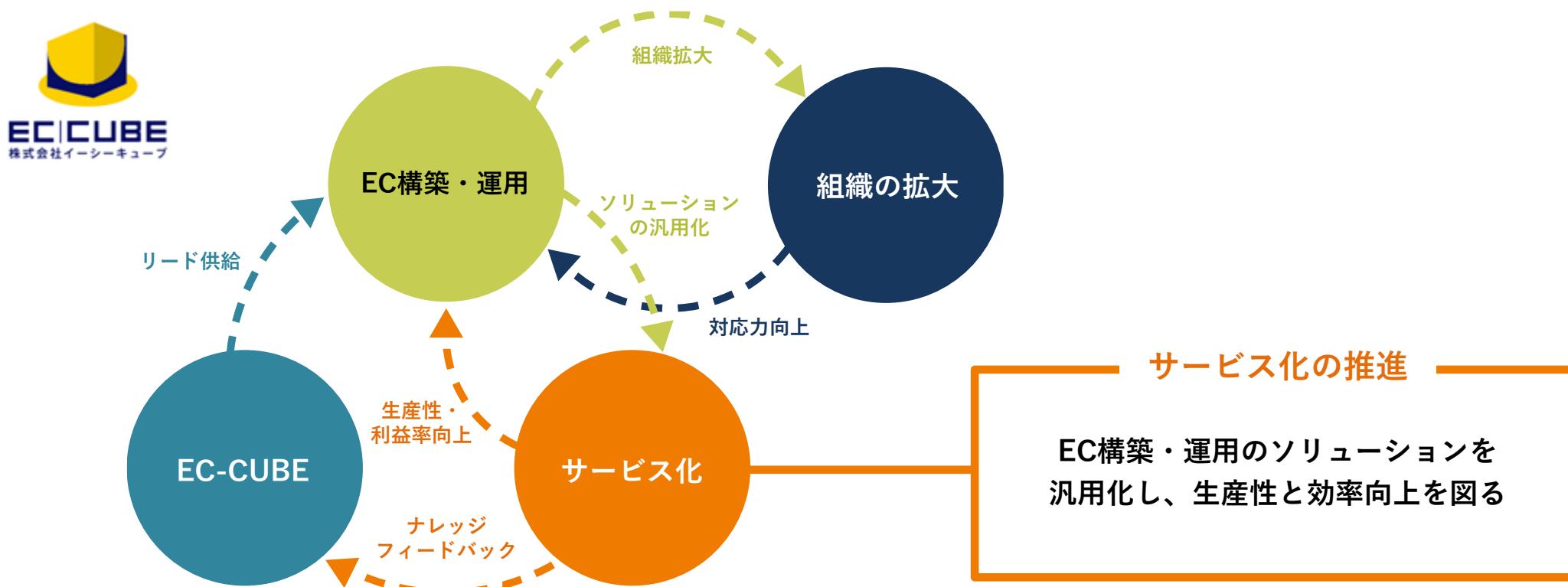


## 株式会社イーシーキューブ：成長サイクル

「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



## ルビー・グループ株式会社：フルフィルメントサービス



## 物流

入荷、出荷、在庫管理、梱包などの物流に関わる業務を全て対応。  
ラグジュアリーブランド様の実績も多くあり、厳しい審査基準を満たした、高品質の物流を提供

## ささげ業務

商品の魅力を鮮明に伝えられるよう、アイテムごとにポイントをしっかり押された撮影を実施。  
商品撮影はもちろんのこと、モデル撮影、イメージ撮影、採寸、原稿作成など幅広く対応

## カスタマーサポート

顧客企業の一員として、弊社のカスタマーサポート部が誠意を持って対応。  
ノウハウを活かし、お問い合わせ内容の分類ごとにどこに課題があるのかを提案

## マーケティング

リスティング広告、ディスプレイ広告、SNS広告、アフィリエイトからSEOまで幅広く提供可能。  
EC業界の特徴やトレンドに長けたマーケティング担当者がサポート

コンサルティング  
サイト分析

サイト分析、競合比較、ヒートマップ分析などを踏まえ、お客様サイトの課題を抽出、ECサイトを成長させるべく戦略立案からアフターフォローまでサポート

## オペレーション業務

サイトへの商品登録やメルマガ配信、クーポン発行などのプロモーションの施策などの運用業務をサポート。  
運用業務を委託することで、お客様は自社サイトの施策について考える時間を担保できる

## サイトデザイン

UI/UX、お客様サイトのイメージを加味し最適なデザインを提供。  
サイト構築時だけではなく、バナー・LP・メールマガジンのデザイン制作など日々の運用面でもサポート

## サイト開発

主にSalesforce Commerce CloudとShopify、EC-CUBEでの実績が豊富。  
10年以上の実績から、要望以上のECサイト開発が可能

## マーケティングAI事業

顧客企業の課題



「マーケティング施策の効果改善サイクルを回したい」

WEB広告の効果測定ツールでNo.1<sup>※</sup>

サービス提供開始  
**21年**

累計導入企業数  
**11,000件**

月間アクセス数  
**16億リクエスト**  
(2025年9月時点)

※ 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

“マーケティングSaaSの単品販売”による部分的な支援から、  
“マーケティングプロセス全体を支援するサービスの提供”にスコープを拡大

以前

マーケティングSaaSの単品販売

ADEBiS<sup>Sync.</sup>

広告効果測定ツール



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)  
の支援は出来ていなかった

新SaaS「キャンペーンマネージャー」による変化

『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  
マーケティングプロセス支援サービスを提供



「アドエビス」・「アドレポ」と機能連携

アドエビスの新規顧客向けプラン「GSP」・新SaaS「キャンペーンマネージャー」といった低単価なドアノックツールが増加



### 「Growth Step Program(GSP)」

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  
(2023年7月～)

2年間は特別料金で提供  
グロース期の事業拡大を支援

5万円/月

Growth Step Program

2年

10万円～/月

2年経過後は  
上位プランに移行



月額 2.5万円～の  
施策登録数に応じた「段階的な従量課金制度」  
(2025年5月の正式版リリース開始～)



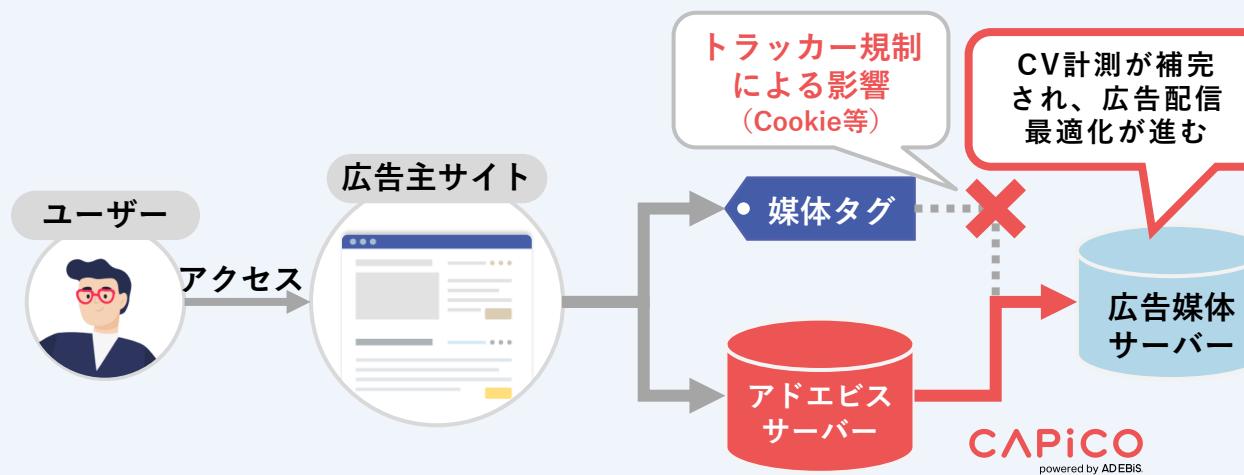
導入ハードルを下げ、  
利用価値の実感に応じて対価をいただく価格設計

## 「キャピコ」「アドレポ」：サービス概要

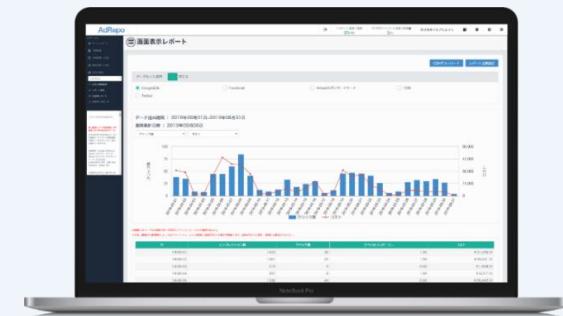
「アドエビス」オプションサービス  
(単品契約も可能)



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、  
ワンタグで簡単に各媒体へデータを送信するCAPIツール



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



レポーティング業務の全プロセスを効率化

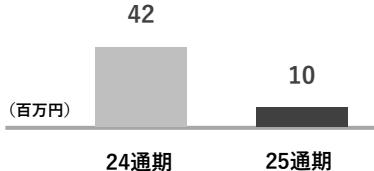


## サービス※2



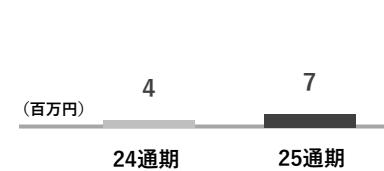
(2020年5月~)

- ・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

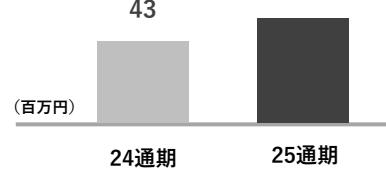


## 子会社



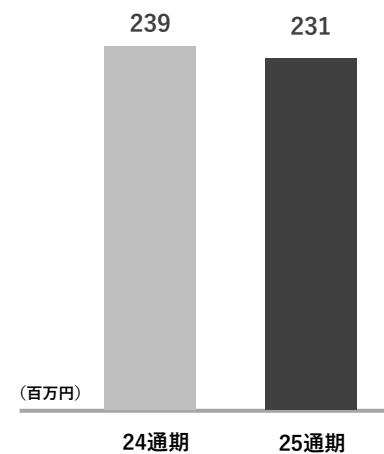
(2020年12月~)

- ・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



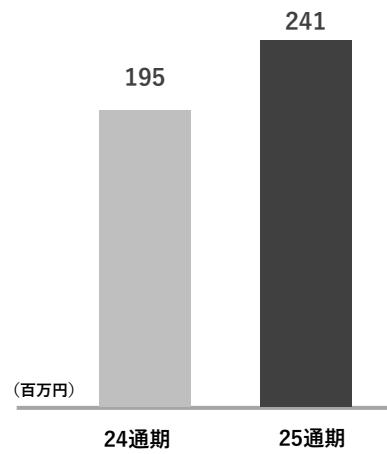
(2021年7月~)

- ・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、通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。