



IRGLM

株式会社イルグルム

東証スタンダード：3690

2026年9月期

第3四半期決算説明資料

3Q累計連結業績

2Q～シルバーエッグを連結し、
売上高：M&A効果(+)および既存事業の成長により前年同期比+23.4%
営業利益：M&A影響(△)が発生も既存事業の高成長によって同2.5倍に急拡大

P.8参照

M&Aの実施

アタラ株式会社を完全子会社化し、4Q～連結開始予定

P.4-5参照

通期業績予想の修正

売上高は据え置きも利益計画を上方修正
(2026年8月5日公表)

P.14-15参照

今期FY26はM&Aを中心とした「選択と集中」を実行

マーケティングAI事業の強化領域で4QにM&A子会社を追加する一方、
インキュベーション領域の事業整理を実施し、ポートフォリオを最適化



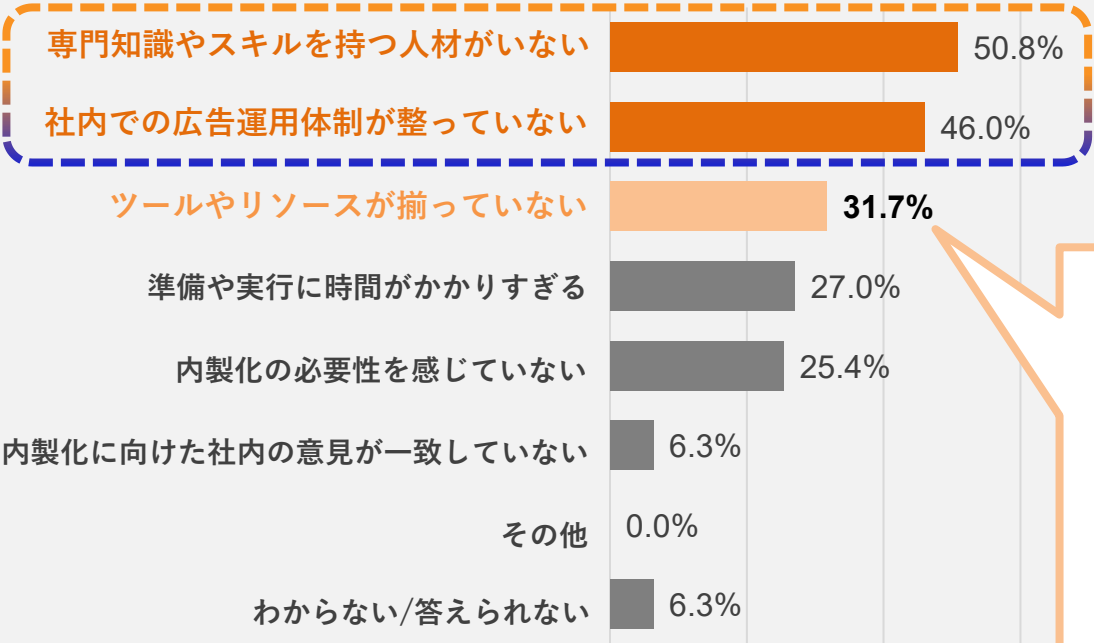
アタラM&Aの概要

会社名	アタラ株式会社		設立	2009年9月
本社所在地	東京都新宿区新宿1-36-2 新宿第七葉山ビル7F		資本金	47百万円
事業内容	マーケティングのインハウス支援 ・マーケティングコンサルティング事業 ・データマネジメント事業 ・システムソリューション事業 インハウス(内製)とは これまで広告代理店等に外注していたマーケティング業務を 自社の社内チームで行うことを指し、 AIの進化等によって急速に主流化している			
直近業績	【2025年12月期実績】 売上高：556百万円※1・営業損益：△39百万円 ※1 連結後と適用する会計基準が異なる。顧客の広告媒体費を含まない売上計上方法へ変更予定			
取得金額	1.3億円		当社議決権所有割合	100%
連結開始時期	2026年7月～(FY2026.4Q)※2 ※2 完全子会社として連結した後、2026年10月1日(来期FY2027.1Q)に株式会社イルグルムが吸収合併の予定			
所属セグメント	マーケティングAI事業			

アタラの取得により “SaaS×実行支援” の自社一貫体制が整い、
より包括的な広告運用のインハウス支援が可能に

【広告運用のインハウス化における企業課題】

Q.広告運用の内製化を進めていない/進められていない理由を教えてください。(複数回答)



※ 出典：富士フイルムビジネスイノベーション株式会社
「事業会社の広告運用における内製化実態調査 | n = 63」

これまでの自社サービス

特にこの課題を持つ企業において

マーケティングプロセス全体を
一気通貫で支援する
インハウス化の自走ツール
を提供

パートナー連携で補ってきた
ケイパビリティを
M&Aによって自社に内包

ノウハウを資産に変える
伴走型インハウス支援を提供

「人材確保」「ノウハウ不足」
の上位2課題を解決し、
インハウス化の成功に導く

1	業績状況	P.07
2	業績予想・株主還元	P.13
3	事業概要・経営方針	P.19
4	FY2026戦略・事業別概況	P.24
	コマースAI事業	P.27
	マーケティングAI事業	P.33
	補足資料	P.43

1

業績状況



2026年9月期 3Q累計業績概要

2Q～シルバーエッグを連結し、
売上高はM&A効果および既存事業の成長により前年同期比+23.4%で着地、
営業利益はM&Aのマイナス影響が発生も既存事業の高成長を受けて同2.5倍に急拡大

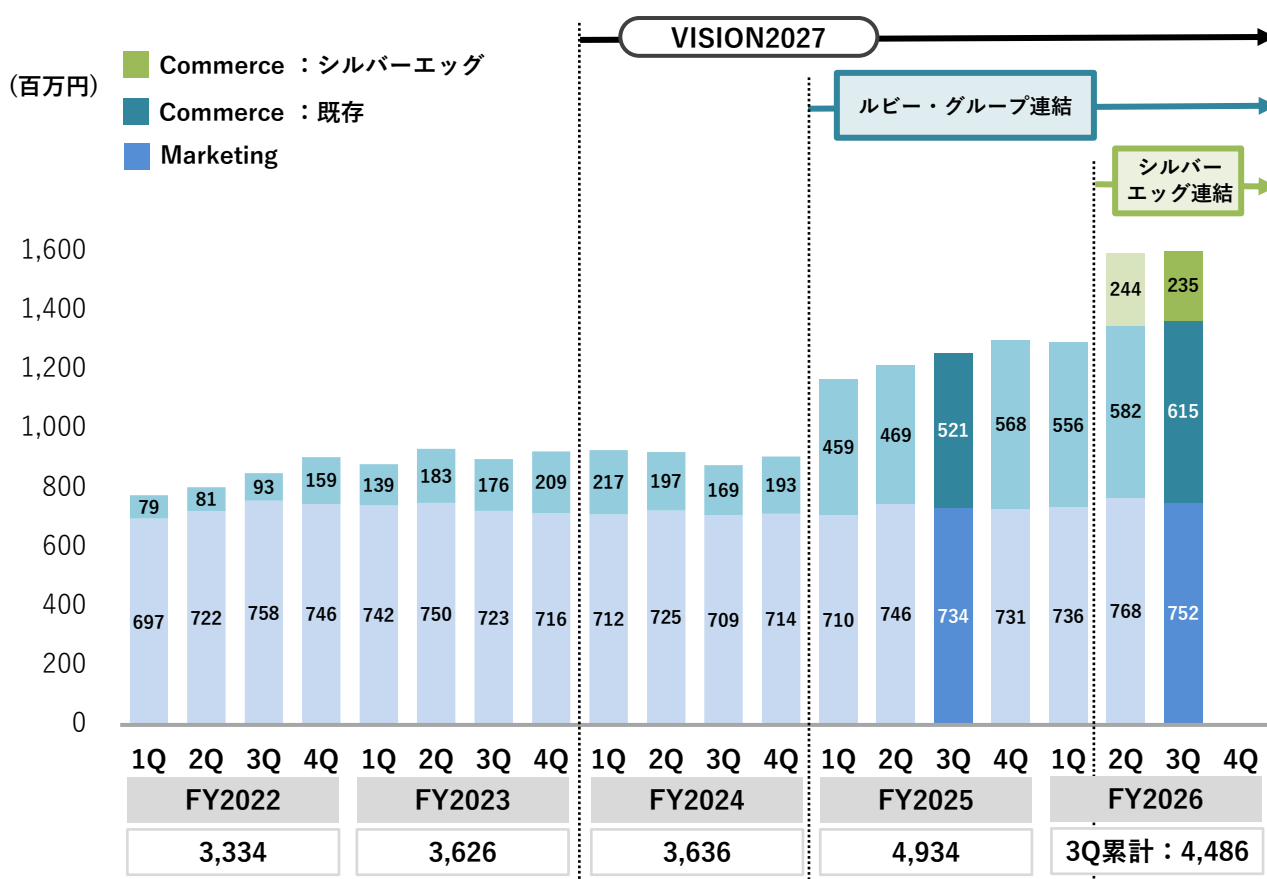
	2025年9月期	2026年9月期		
	3Q累計実績	3Q累計実績	前年同期比	備考
売上高	3,636	4,486	+23.4%	✔ 2Q～連結を開始したシルバーエッグのM&A影響額は、 ・売上高：479 ・営業利益：△69(のれん償却費+M&A費用+シルバーエッグの営業損益) ✔ アタラは4Q～連結開始予定のため、3Q累計業績には含まれていない
営業利益	161	406	2.5倍	
営業利益率	4.4%	9.1%	+4.6pt	
経常利益	165	395	2.4倍	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	107	287	2.7倍	
【参考】EBITDA※	387	601	+55.4%	
EBITDAマージン	10.6%	13.4%	+2.8pt	

※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

売上高・営業利益推移※

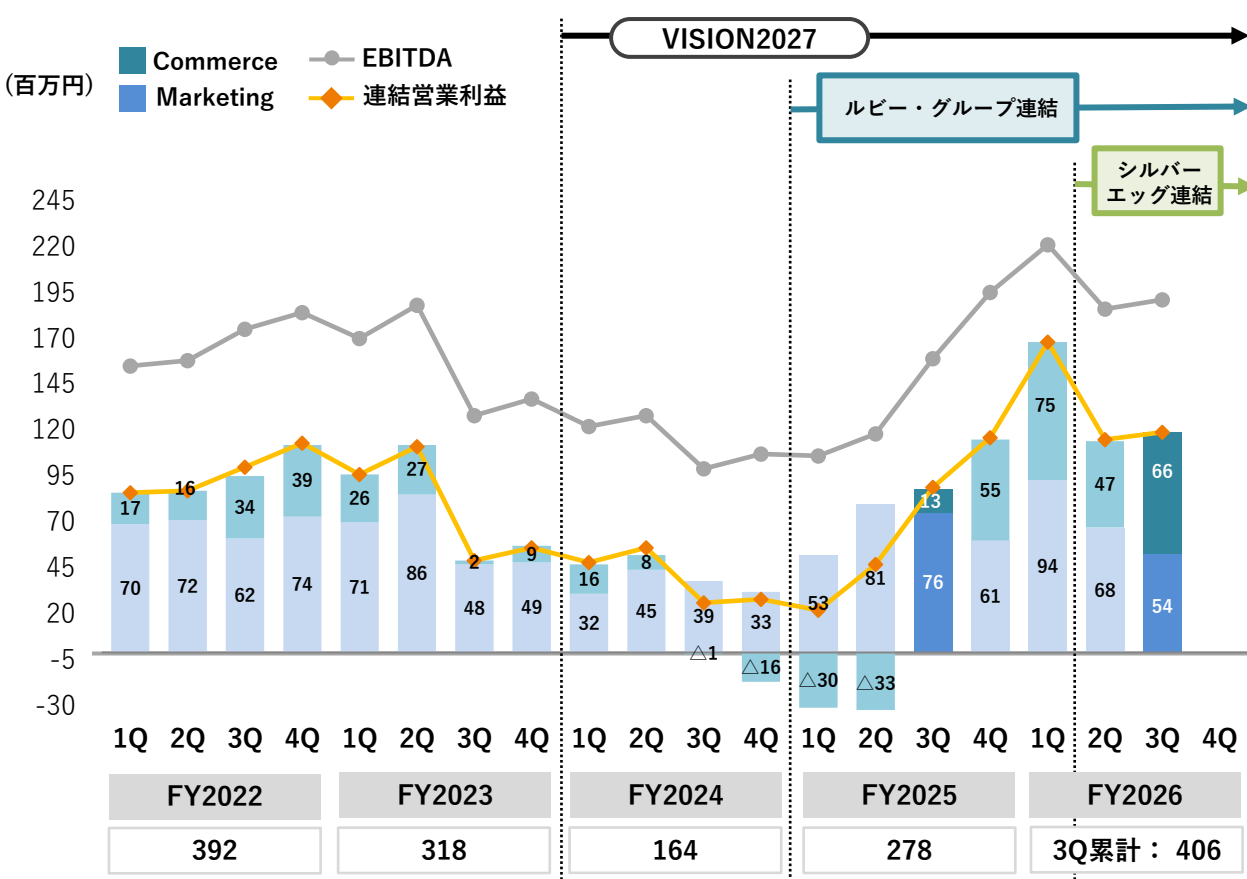
連結売上高

シルバーエッグの連結開始等により2Qで大幅な伸び。
3QはCommerce事業が想定以上の着地となり、
四半期過去最高連結売上を更新



連結営業利益

今期は1Q偏重の利益計画。
3QはMarketing利益が減少も、Commerce事業は想定以上の利益創出となったことで、2Qを上回る連結営業利益で着地



※ 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3Q累計業績概要※

コマースAI事業			
単位：百万円	FY25 3Q累計	FY26 3Q累計	前年同期比
売上高	1,449	2,232	+54.1%
セグメント損益	△49	188	—
セグメント利益率	—	8.5%	—

- 2Q～シルバーエッグの連結開始に伴い大幅な業績変化
- イーシーキューブは構築案件が3Qで想定以上に伸長
- ルビー・グループは季節需要＋スポット売上が上期に発生

業績の四半期推移グラフはP.61参照

マーケティングAI事業			
本社費用はMarketing セグメントに計上			
単位：百万円	FY25 3Q累計	FY26 3Q累計	前年同期比
売上高	2,192	2,257	+3.0%
セグメント利益	210	217	+3.0%
セグメント利益率	9.6%	9.6%	+0.0pt

- 売上比率の大きい「アドエビス」が売上維持フェーズにあり、売上高は概ね横ばいで推移
- 高利益率の「アドエビス」が安定的に利益貢献

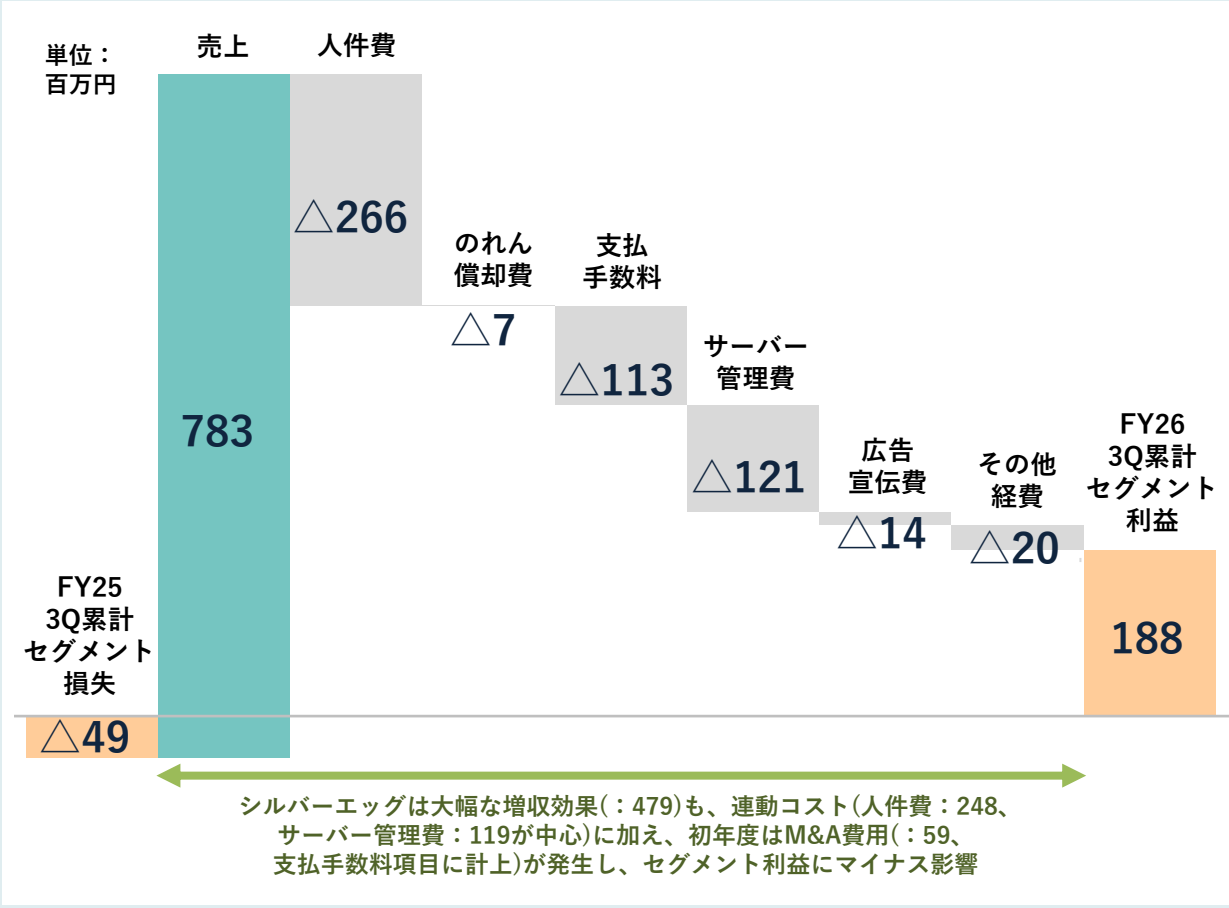
業績の四半期推移グラフはP.66参照

※ 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

セグメント損益の変動要因

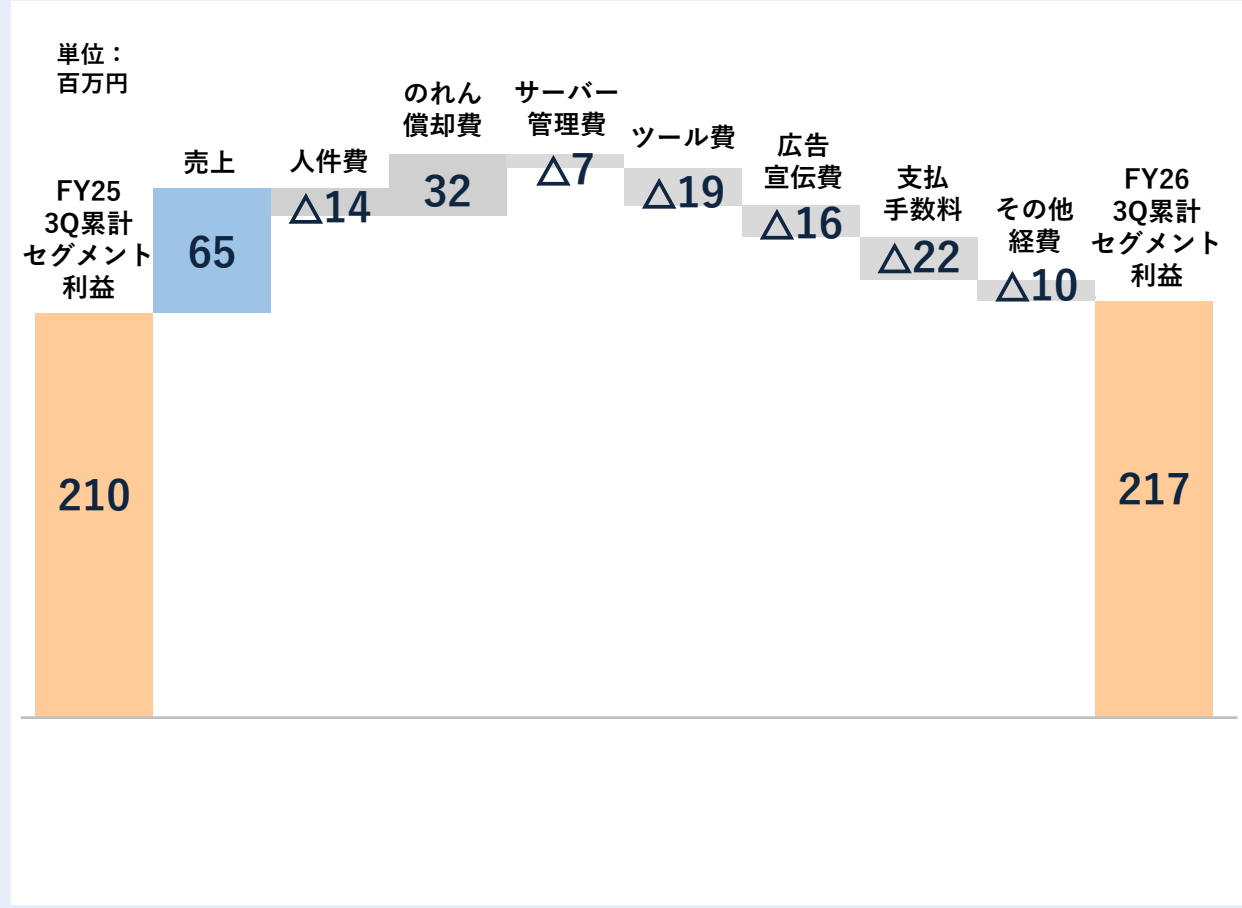
コマースAI事業

シルバーエッグ連結(2Q～)に伴い大幅な変動。
既存事業の生産性向上・コスト削減等が、シルバーエッグ
M&A初年度のマイナス影響を吸収し、大幅な利益改善を実現



マーケティングAI事業

大きな変動要因はない。
下期にコスト増の計画も、3Q累計時点では
前年同期水準の利益を確保



M&Aファイナンスの実施(シルバーエッグ買収時)により有利子負債が増加
自己資本比率が大幅低下も想定通り

単位:百万円	2025年9月期	2026年9月期	増減
	期末	3Q末	
流動資産	2,401	4,344	+1,942
内、現預金	1,558	2,965	+1,407
固定資産	803	1,372	+569
有形固定資産	69	84	+14
無形固定資産	456	982	+525
投資その他資産	276	306	+29
資産合計	3,205	5,717	+2,512
負債合計	1,520	3,800	+2,279
内、有利子負債	679	2,455	+1,776
純資産合計	1,684	1,917	+232
自己資本比率※2	51.8%	32.7%	△19.1pt

※1 BSにおいてもFY26.2Q～シルバーエッグの連結を開始。アタラはFY26.4Q～連結開始の予定のため、当貸借対照表にアタラ分は含まれていない
※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

2

Update

業績予想・株主還元



売上高は前期比+20.6%の増収予想を据え置く。

利益項目は3Qの想定以上の着地を受けて上方修正、営業利益は同+36.3%の増益を見込む

単位:百万円	2025年9月期	2026年9月期				今回予想 に対する 3Q累計実績 時点での進捗率
	通期実績	前回予想 (2026年5月8日公表)	今回予想 (2026年8月5日公表)	前期比	修正率	
売上高	4,934	5,950		+20.6%	—	75.4%
営業利益	278	320	380	+36.3%	+18.8%	106.9%
営業利益率	5.7%	5.4%	6.4%	+0.7pt	+1.0pt	
経常利益	279	300	360	+28.7%	+20.0%	110.0%
親会社株主に帰属する 当期純損益	△142 ※1	200	270	—	+35.0%	106.4%
【参考】EBITDA※2	583	590	650	+11.4%	+10.2%	92.5%

✔ 4Q～連結開始予定であるアタラの影響額は、暫定値で今回予想に算入

✔ 修正理由の詳細は次頁P.15参照

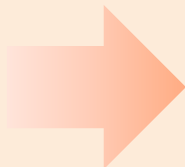
✔ 3Qは想定以上の着地も、4QはコマースAI事業の苦戦を想定しており、利益面において3Q累計実績が今回予想値を超過

※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

FY26連結
通期業績予想
の主な修正理由

売上高：「選択と集中」の実施等により、前回予想から修正なし



マーケティングAI事業において4Q～連結開始予定のアタラ売上を暫定値でオンするも、既存事業の進捗遅れが一部発生していること、またインキュベーション領域における事業整理に伴う売上減がそれを打ち消す形で、通期連結予想値に変動なし

営業利益：前回予想から+60百万円の上方修正(修正率+18.8%)



- ・コマースAI事業：イーシーキューブが想定以上の利益貢献、ルビー・グループのコスト削減等により、+90百万円の上方修正
- ・マーケティングAI事業：既存事業の売上減による利益の減少、アタラM&Aによる初年度のマイナス影響(M&A費用の発生等)により、△30百万円の下方修正

コマースAI事業

単位：百万円	FY25 実績	FY26 5月修正予想	FY26 今回予想	前期比	修正額
売上高	2,017	2,900		+43.7%	—
セグメント 利益	6	60	150	23.2倍	+90

通期利益は前期比で大幅な改善を見込むも、イーシーキューブの構築受注およびルビー・グループの新規獲得に対する課題が継続しており4Qは苦戦を想定

マーケティングAI事業

単位：百万円	FY25 実績	FY26 5月修正予想	FY26 今回予想	前期比	修正額
売上高	2,923	3,050		+4.3%	—
セグメント 利益	272	260	230	△15.7%	△30

「アドエビス」が堅調に推移し安定的な利益貢献も、新SaaS「キャンペーンマネージャー」の認知獲得施策強化等により4Qは利益が減少の見込み

FY26
セグメント別
通期業績予想

FY2026通期業績予想に与えるM&A影響

FY26業績予想 における M&A影響

FY26連結業績 の 増収増益要因

シルバーエッグ・テクノロジー株式会社



コマースAI事業においてFY26.2Q～連結開始

- ✓ 売上高：+730百万円のプラス効果
- ✓ 営業損益：△90百万円のマイナス影響
 - ・ のれん償却費：△40
 - ・ M&A費用(FY26のみ)：△60
 - ・ シルバーエッグの営業損益：10

NEW

アタラ株式会社



マーケティングAI事業においてFY26.4Q～連結開始予定

- ✓ 売上高：+70百万円※1のプラス効果
- ✓ 営業損益：△10百万円※1のマイナス影響

※1 今回予想(2026年8月5日公表)に算入した暫定値のため変動する可能性あり

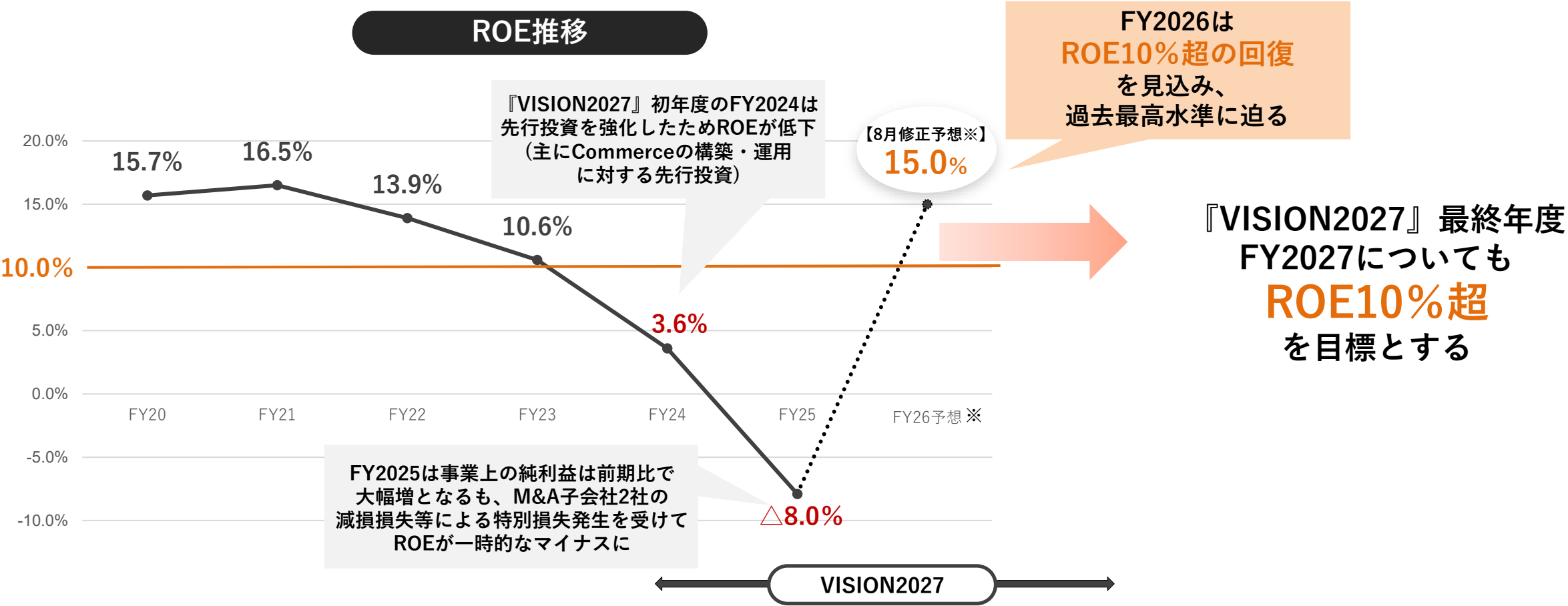
✓ 連結売上高：M&A効果(+)および既存事業の成長によって前期比+20.6%を見込む

✓ 連結営業利益：戦略コストの投下※2に加えM&A影響(△)が押し下げ要因となるも、既存事業の高成長によって同+36.3%を見込む

※2 戦略コストの投下：全社的なAIによる事業変革・Marketingの新SaaS認知獲得施策等に戦略コストを約△130百万円投下予定(期初予想から変更なし)

ROE (自己資本利益率) 目標

中期経営方針『VISION2027』において
ROE10%超を重要な経営目標とする



※ 2026年8月5日公表の通期業績予想

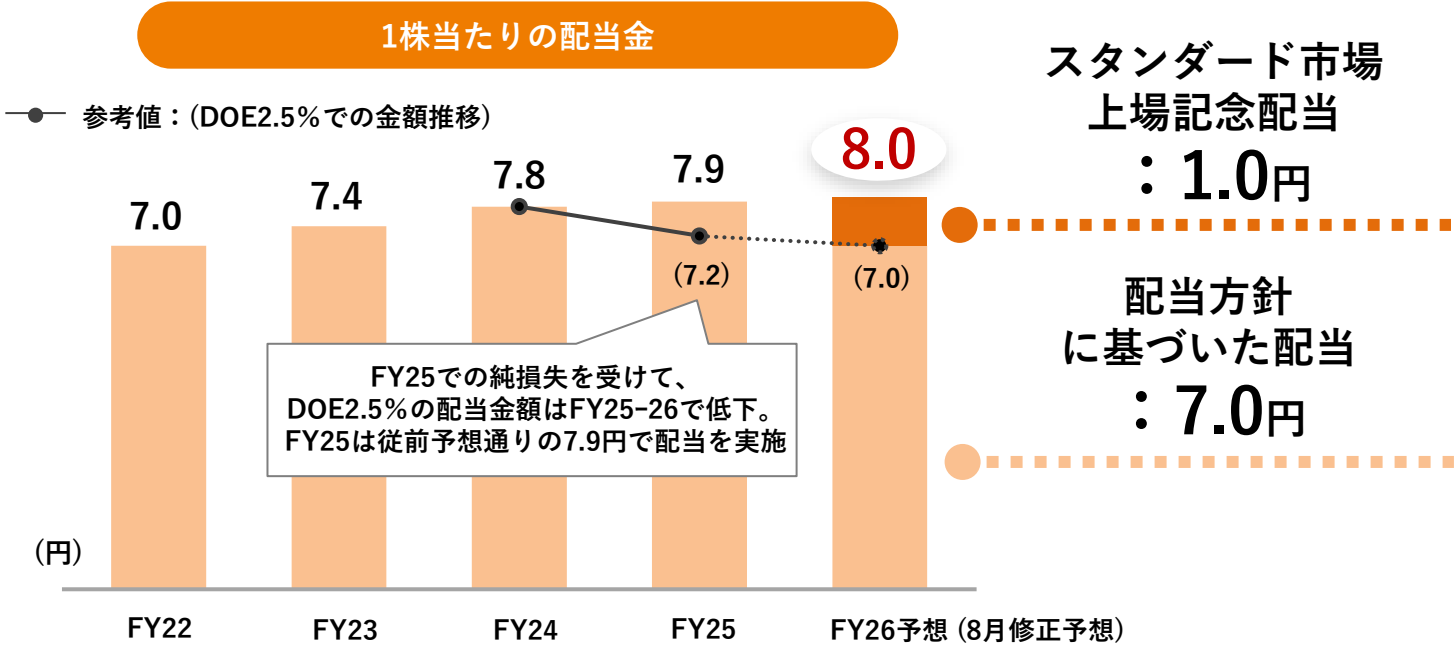
配当金額・株主優待については前回予想から変更なし

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※1の株主優待を実施

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、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®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®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)

3

事業概要・経営方針



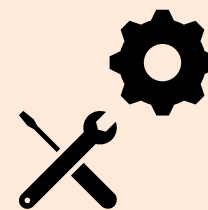
コーポレート・スローガン

未知に、道を。



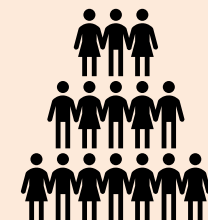
それぞれの企業が独自の価値とともに発展できる社会。
私たちはそのまだ見ぬ理想の世界をYRGLMと名付けました。
まだこの世に存在しない未来像を示すために、既存の言葉に由来を
持たない「**意味を持たない文字列**」を語源としました。
どこにもない企業を目指すために選んだ、どこにもない名前です。

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

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)	マーケティングAI事業(Marketing)	
顧客企業 の課題	「より良い購買体験を提供したい」	「マーケティング施策の効果改善サイクルを回したい」	
強化領域 ・ 事業内容	強化領域 1 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	強化領域 2 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	
展開会社 ・ 主な サービス	 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 FY26.2Q~  シルバーエッグ・ テクノロジー株式会社 	 株式会社イルグルム ADEBiS Sync. CAPiCO powered by ADEBiS   FY26.4Q~  アタラ株式会社	詳細はP.71参照 TOPICA FAR END Technologies Spool! inc. (FY26.4Q : 7月末で連結除外) Target Push (FY26.4Q : 8月末でクローズ)
売上比率 (FY26 3Q累計)	50% Commerce事業 : 50%	40% Marketing事業 : 50%	10%

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

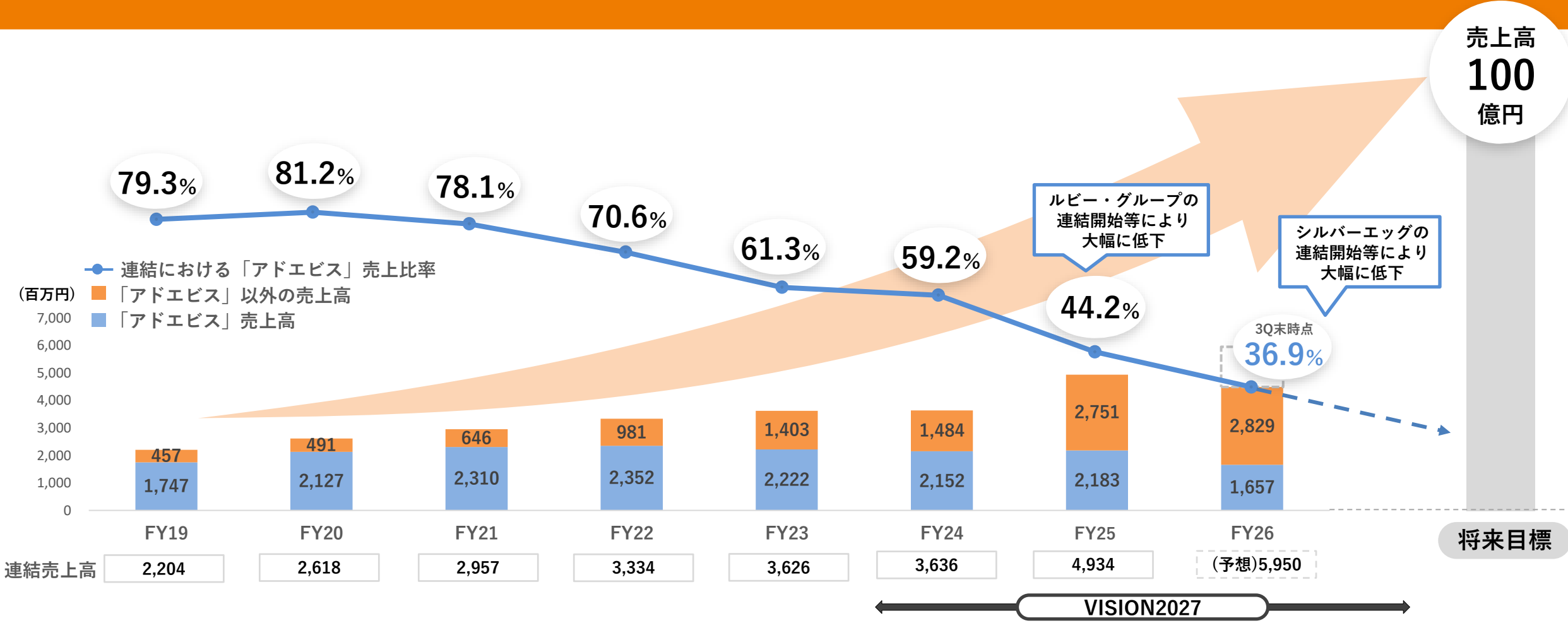
ROE(自己資本利益率)目標

ROE10%超

中期経営方針『VISION2027』の詳細については、補足資料P.51-59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



4

Update

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～

全社戦略：AIによる組織変革・事業変革によって競争力を向上

強化領域

1

引き続き垂直統合モデルを加速。
「EC-CUBE」はAI時代に適したサービス
『業務適応型コマース基盤』にコンセプトを刷新

コマースAI事業(Commerce)

強化領域

2

マーケティングプロセス領域

需要が拡大している広告運用のインハウス支援に
ターゲットを特定し、アタラのM&Aによって
“SaaS×実行支援”の自社一貫体制を構築

マーケティングAI事業(Marketing)

Update

Update

インキュベーション
領域は、
事業整理を実施

M&Aを随時検討

(中期経営方針『VISION2027』のM&A方針P.56参照)

AIによる事業変革

両事業においてAIを活用した機能拡充・新サービスを続々と発表

コマースAI事業

2Q 2026年3月～



AI時代に適用する
サービスへと
コンセプトを刷新



EC|CUBEは、
**業務適応型
コマース基盤へ**

生成AIが開発の常識を変えた今、SaaSに業務を合わせる時代から、
業務に最適化させたシステムを利用する時代へ。

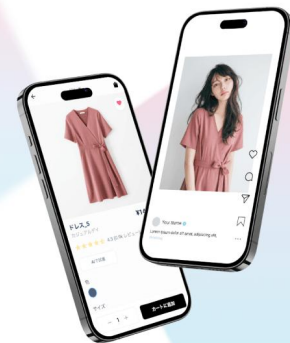
2Q 2026年3月～



アパレルEC向け
SaaS型AI試着サービス
「Try-ooooon!!(トライオーン)」
を提供開始

セルフイ1枚で、
試着体験をECに。

Try-ooooon!!
着て、楽しんで、シェアする。



マーケティングAI事業

1Q 2025年11月～



AIエージェントによる機能拡充を続々と発表

2Q 2026年1月～



広告媒体データのみで、
AIエージェントが課題発見・施策立案

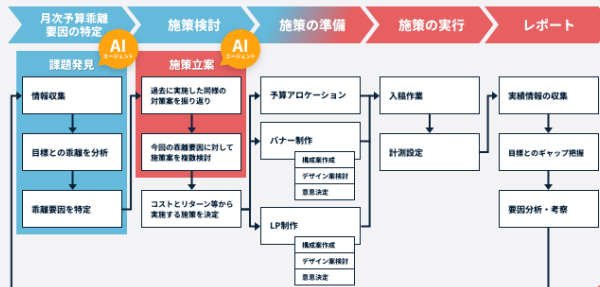
主要3媒体と連携した広告媒体データ収集エージェント

Google 広告 Yahoo! 広告 Meta 広告



ADEBiS CAMPAIGN MANAGER

2つのAIエージェントのβ版を提供開始



AIとデータで、課題発見から改善立案までを自律的に支援することを目指す

3Q 2026年4月～

ADEBiS Sync AIによる新機能「AIアシスト」を追加

AIアシスト (ベータ版)

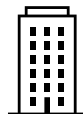
AIに質問するだけで必要なデータを抽出・可視化!



必要なデータへ最短距離で辿り着き、迅速な意思決定をサポート

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」

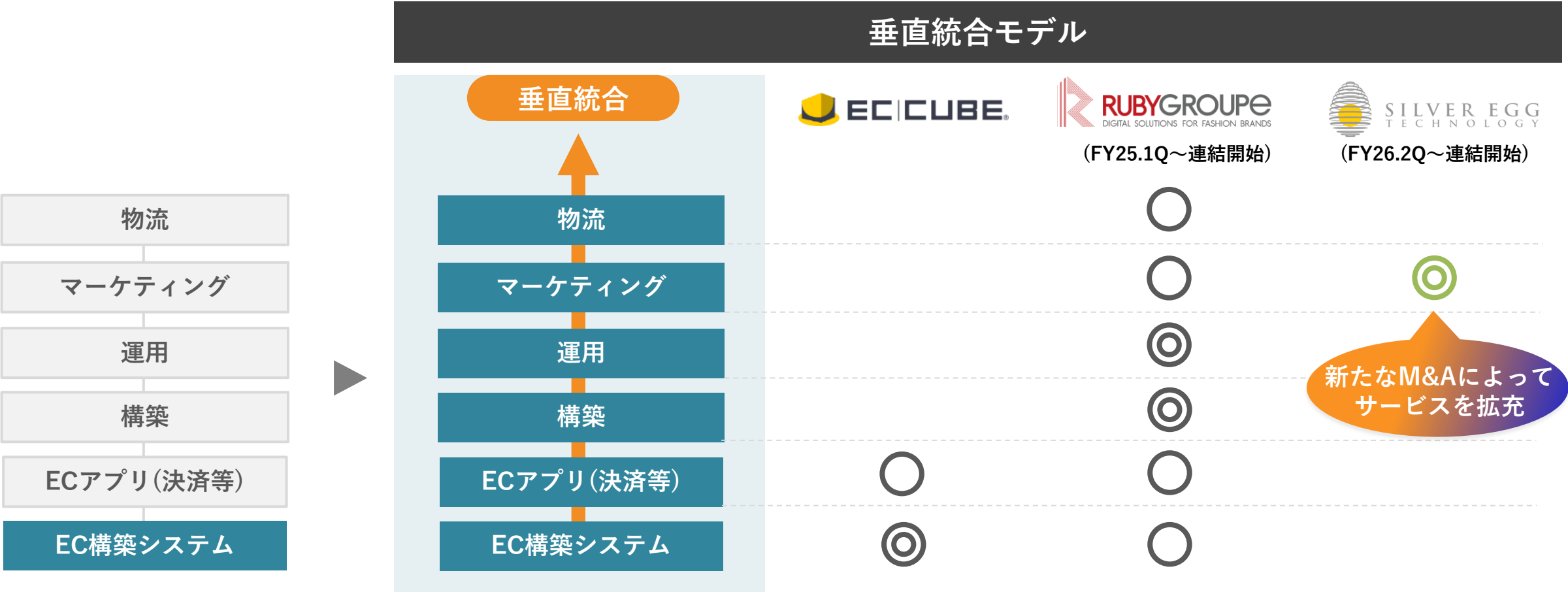
顧客企業の課題「より良い購買体験を提供したい」を
包括的に支援するAIを活用したサービスを展開

展開会社 (連結開始時期)	 株式会社イーシーキューブ	 ルビー・グループ株式会社 (FY25.1Q～)	 シルバーエッグ・テクノロジー株式会社 (FY26.2Q～)
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	 ECオープンソース ※1	 大規模EC向け 構築・運用サービス	 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
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
参照ページ	コマースAI事業パートP.31	補足資料P.64	補足資料P.57-58

※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



「EC-CUBE」：コンセプト刷新

2026年3月、
「EC-CUBE」はAI時代に適したサービス『業務適応型コマース基盤』へと進化

背景

AIによる
開發生産性向上

開発の生産性が劇的に向上したことで、これまでSaaSで諦めていた独自ノウハウの実装が容易になったが、ゼロスクラッチで開発するには、要件定義・設計・開発ともに障壁が高い

コンセプト刷新

EC|CUBEは、
**業務適応型
コマース基盤へ**

生成AIが開発の常識を変えた今、SaaSに業務を合わせる時代から、
業務に最適化させたシステムを利用する時代へ。

EC-CUBEの強みであるオープンソースが活きてくる。
業務特化型のパッケージをあらかじめ用意し、
それを土台に自社システムを構築することが可能となる

第1弾

SaaS型ECでは対応が困難な
下記3領域にターゲットを絞り、
業務特化型パッケージを提供

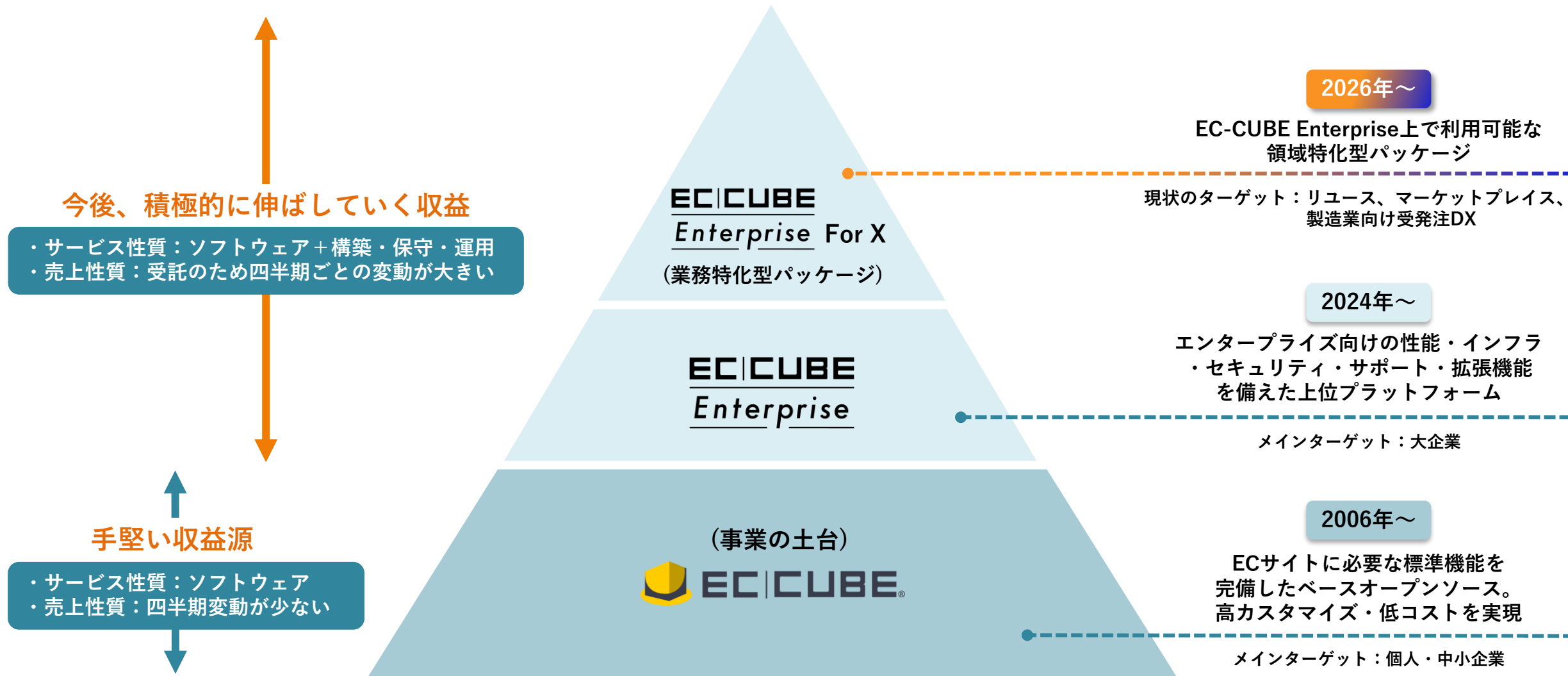
リユース・買取EC

マーケットプレイス

製造業向け受発注DX

「EC-CUBE」：サービス構成の変化

コンセプト刷新に伴い、顧客ターゲット・収益性の異なる3つのサービス体系に変化





AIによる事業変革：ビジネスモデルの進化

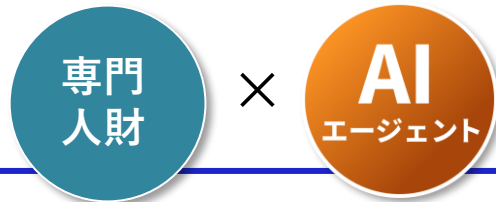
長年蓄積したECノウハウをAIエージェント化し、
「BPO※1」から「AIを活用したBPR※2」へモデル進化

【従来：BPO】

専門人財がノウハウを元に顧客業務を代行

【新モデル：AI活用のBPR】

専門人財 + AIエージェントが業務プロセスを再設計



※1 BPO（Business Process Outsourcingの略）とは、企業の業務プロセスの一部または全体を外部の専門企業に委託して業務効率化やコスト削減を図る経営戦略

※2 BPR（Business Process Re-engineeringの略）とは、業務プロセスを抜本的に見直し、組織・システムなどを再構築する経営戦略で、プロセスの観点から業務変革することを指す



子会社後、初となるシルバーエッグの新サービス

アパレルEC向けSaaS型AI試着サービス
「Try-ooooon!!(トライオーン)」を2026年3月～提供開始

セルフ1枚で、
試着体験をECに。



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」

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

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

↓
1,237件

「アドエビス」：低単価契約(P.69参照)の解約が発生

平均単価

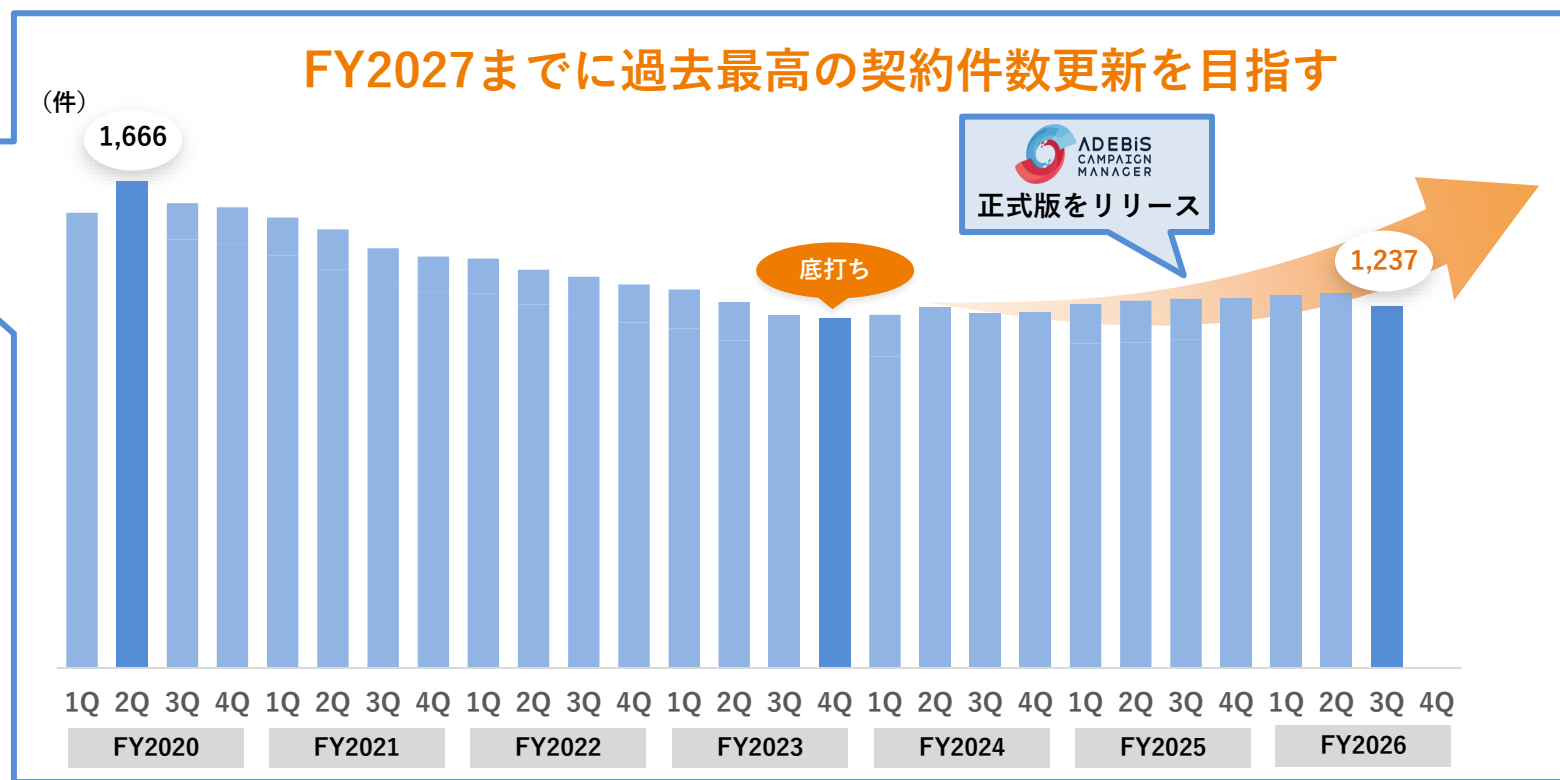
↑
161,958円

低単価層の離脱を受けた上昇

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



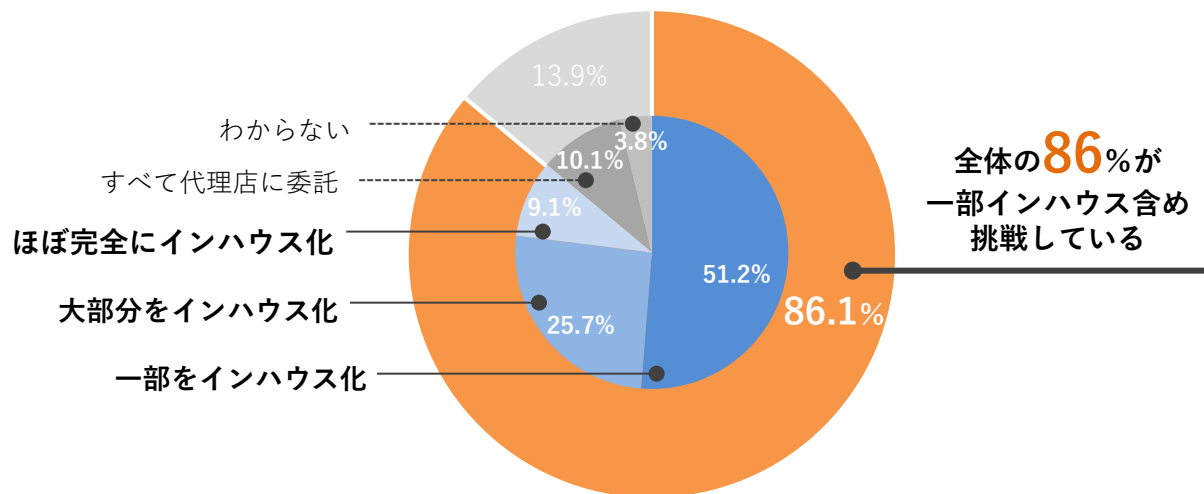
※1 指標はそれぞれマーケティングプロセス全体の数値。対象プロダクトはアドエビス、CAPiCO(FY23.4Q～)、キャンペーンマネージャー(FY25.3Q～)、アドレボ

※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

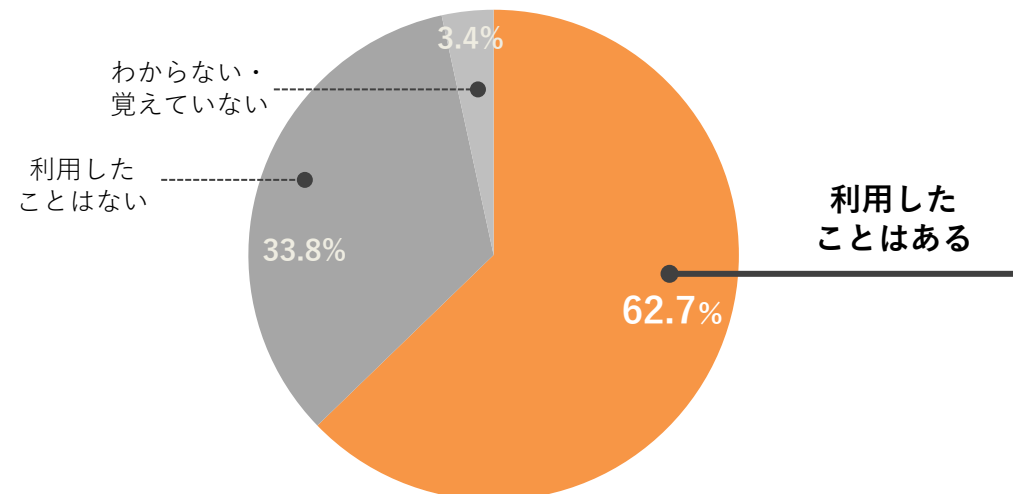
※3 直近12ヵ月移動平均の解約率。解約率＝直近12ヵ月の解約金額÷前月までの12ヵ月売上金額にて算定し、直近12ヵ月移動平均の四半期末月の数値を記載

広告運用は外部委託から自社で行う**インハウス(内製)への移行が主流化**しており、
インハウス化したい企業向けの支援需要が急速に拡大している

約**86%**の企業がインハウス化に着手している

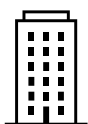


インハウス化を進めている約**63%**の企業が
インハウス化をサポートする会社を利用している



※ 出典：デジタルホールディングス(2025年11月12日プレスリリース)

インハウス化着手企業は86%！課題は「スキル不足」「人材確保」～オプトの調査で、6割以上がサポート会社を利用している実態が判明～



インハウス広告運用
の主なメリット

- ✓ コスト削減
- ✓ 意思決定スピード・質の向上
- ✓ 運用知識の蓄積

競争力の強化

需要が旺盛な広告運用のインハウス支援における市場プレゼンスの獲得に向け、
M&Aによって “SaaS×実行支援” の自社一貫体制を構築・より迅速な対応が可能に

これまで

当社：SaaS

連携

パートナー企業：実行支援

M&A
の実施

パートナー企業の1社であったアタラ株式会社を
M&Aによって完全子会社化(FY26.4Q～連結開始)

当社：“SaaS×実行支援”の自社一貫体制により提供価値が向上

提供価値

データ収集～アクションプラン策定までを自動化

広告配信/実行

ADEBiS
Sync

データ収集/効果測定

ADEBIS
CAMPAIGN
MANAGER

課題発見/要因特定

自動化

ADEBIS
CAMPAIGN
MANAGER

アクションプラン策定

自動化

選択



提供価値

組織能力のインストール/実行支援

NEW



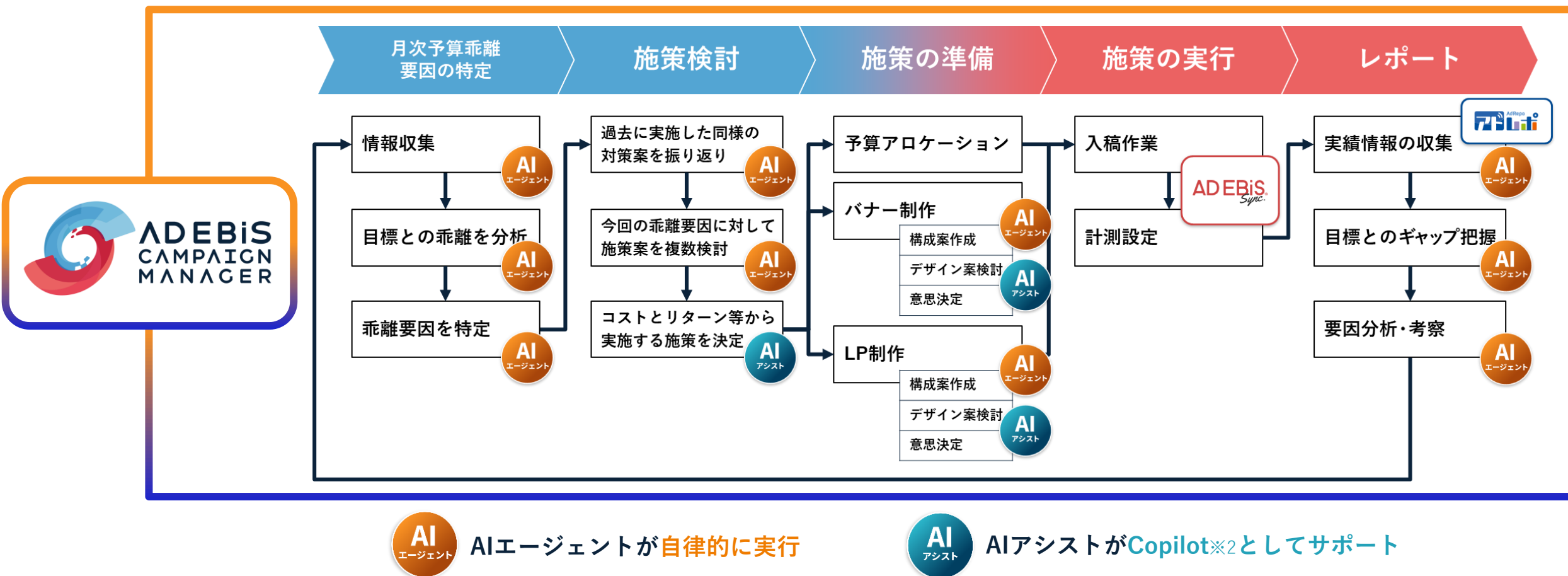
ATARA

ノウハウを資産に変える
伴走型インハウス支援を提供



今後

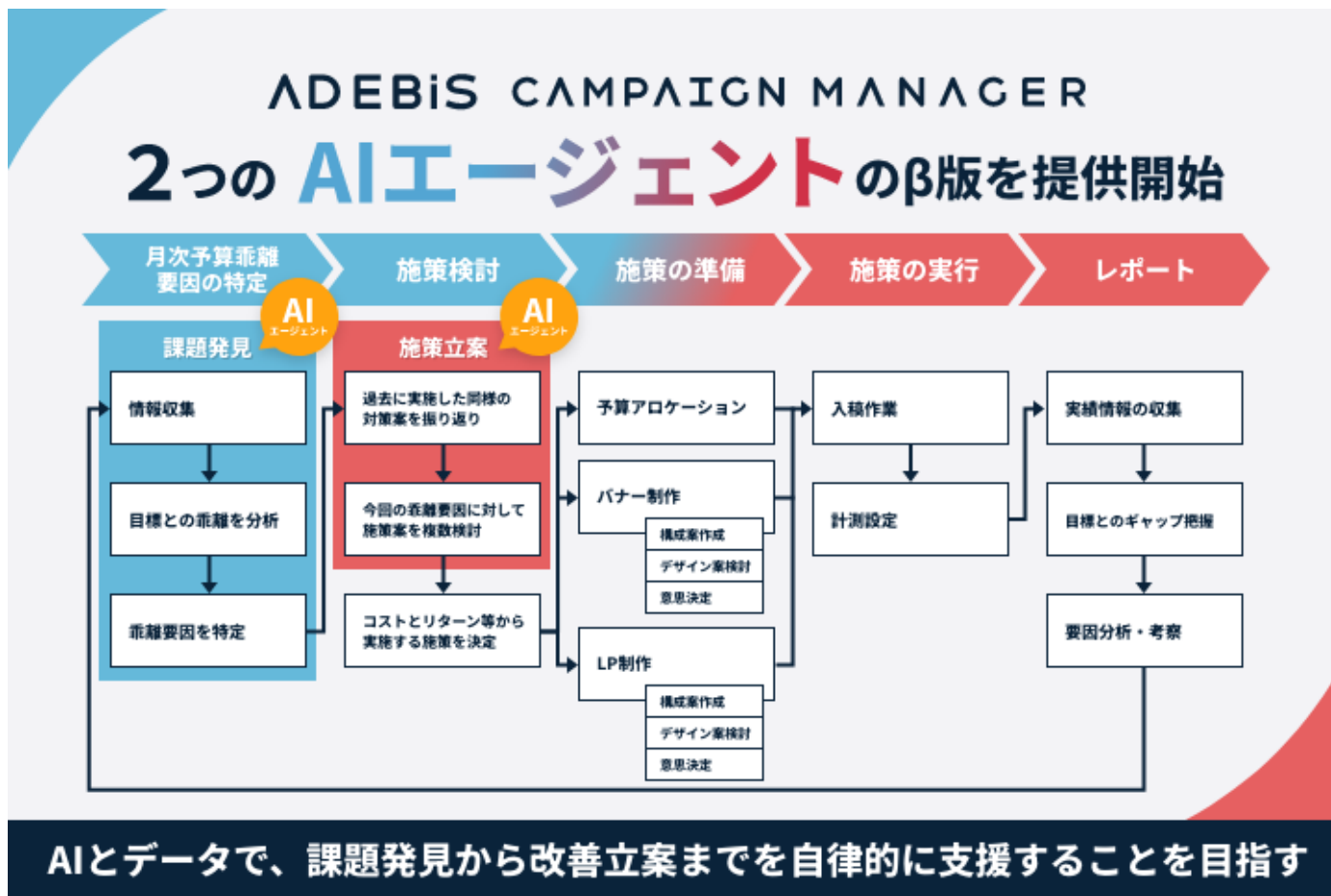
AIエージェント※1およびAIアシスト機能を次々と開発し、マーケティング業務プロセスを変革・自動化することで、提供価値の飛躍的な向上を目指す



※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※1を 2025年11月～提供開始



課題発見エージェント

AI
エージェント

AIが実績データ※2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

施策立案エージェント

AI
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

※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

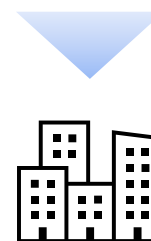
主要3媒体と連携した「**広告媒体データ収集エージェント**」を2026年1月～提供開始
アドエビス顧客以外も利用可能となり、**顧客対象が大幅に拡大**



広告媒体データ収集エージェント



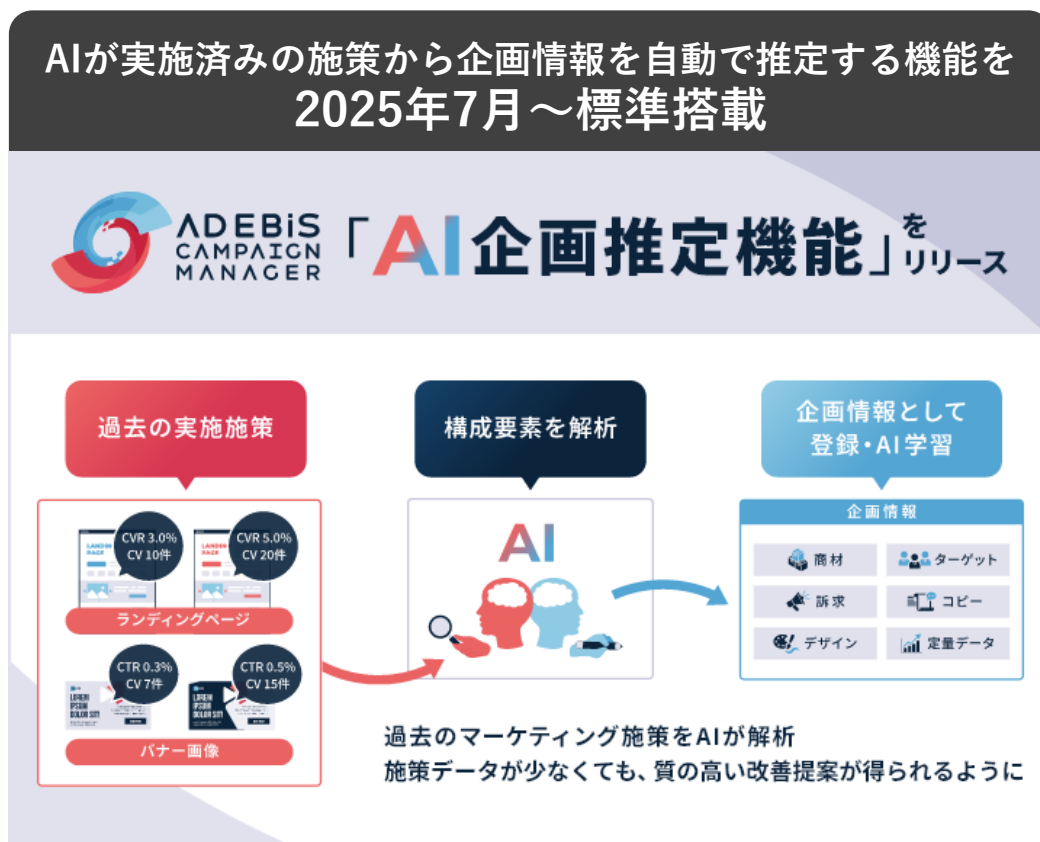
Google広告、Yahoo!広告、Meta広告の
広告媒体データを直接取り込むことが
出来るようになり、
「アドエビス」を利用していない企業でも、
AIエージェントによる
自律的な分析・施策立案が可能に



**顧客対象が
アドエビス顧客以外にも拡大**

2026年4月

AIが施策の企画意図を自動推定し、学習・蓄積する独自技術※に対して特許を取得



NEW

「AI企画推定」の独自技術※について
特許を取得

特許取得のお知らせ

特許第7853683号

※広告・LP(ランディングページ：商品購入や問い合わせに誘導するために作られた専用のWEBページ)の
情報からAIが「企画意図」を自動推定し、
組織のノウハウとして蓄積する独自技術

インハウス化を進める広告主に顧客ターゲットを特定し、 今期『認知獲得施策』を実施

FY2026



広告運用のインハウス化を支援するツール
として『認知獲得施策』※を実施し、
市場開拓を行う

広告宣伝

ウェビナー開催

セミナーイベント開催

etc.

(※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から変更)

▼バナー広告例

インハウス化を検討中の マーケティング担当者へ

広告の数字を、判断に使える形に

配信実績データを自動連携
Google Yahoo! Meta に対応

AIが広告の課題と改善優先度を提示

ADEBiS
CAMPAIGN
MANAGER

今なら最大1ヶ月
無料トライアル実施中

FY2027
以降

本格的な契約増を目指すと共に、
当社が展開する強みを活かして
市場をリードしていく

当社が展開する強み



顧客基盤



組織力



機能



データ



知財

補足資料



会社概要(FY26.3Q末時点)

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（2026年6月30日現在）
代 表 者	岩田 進
従業員数	357人（グループ連結／2026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 株式会社スプー ※ 2026年7月末で連結除外 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 シルバーエッグ・テクノロジー株式会社 YRGLM VIETNAM COMPANY LIMITED（ベトナムホーチミンシティ）

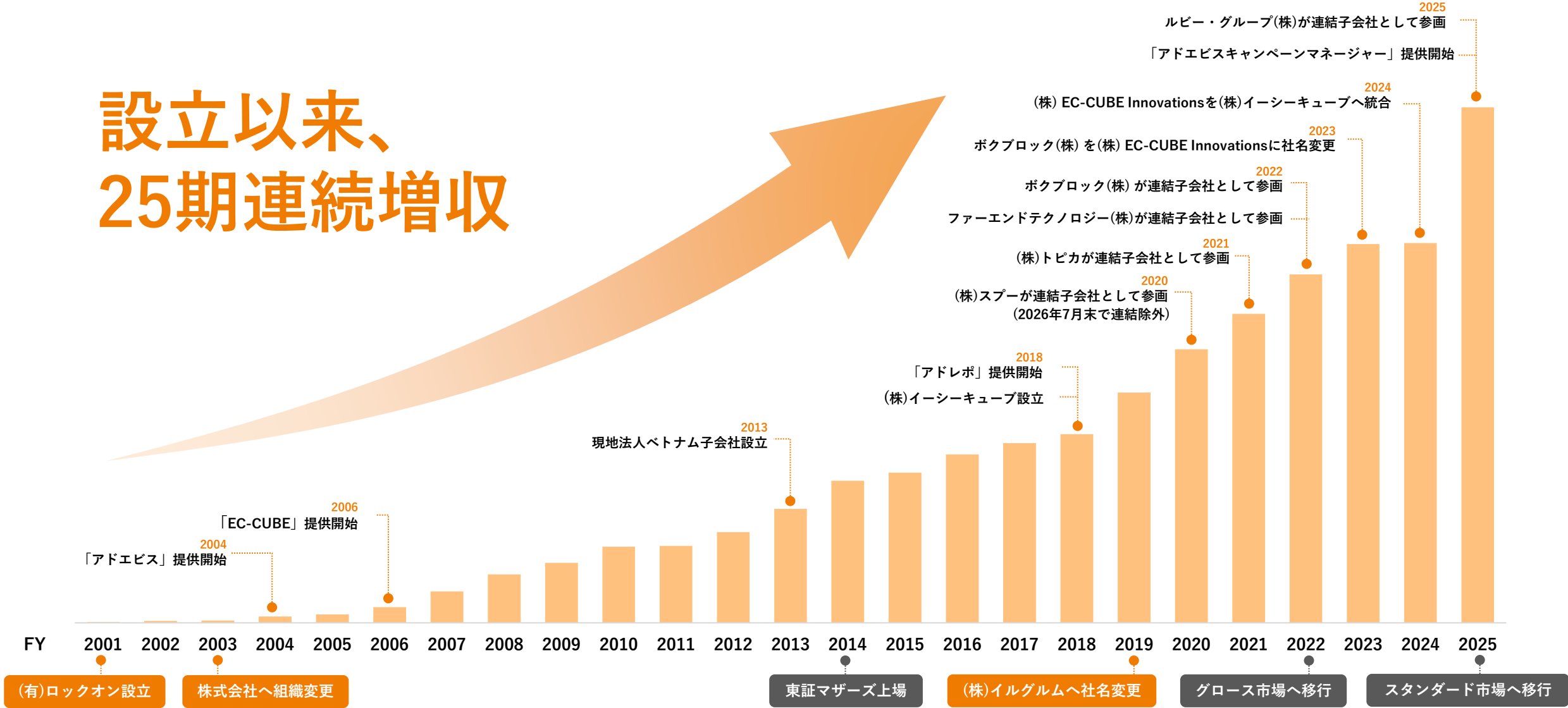


「働きがいのある会社」ランキング

2026年版 近畿地域第10位

「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

設立以来、 25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）

マーケティングAI事業 (Marketing)



株式会社イルグルム

ADEBiS
Sync.



CAPiCO
powered by ADEBiS



Target Push
8月末でクローズ

新規事業開発で連携

開発業務の一部を委託

連結子会社

Spoo! inc. (※)
7月末で連結除外

TOPICA
(持株比率：74.69%)

FAR END
Technologies (※)



連結子会社

YRGLM VIETNAM
COMPANY LIMITED (※)

コマースAI事業 (Commerce)

連結子会社

EC|CUBE®
(持株比率：90%)

RUBY GROUPE (※)
DIGITAL SOLUTIONS FOR FASHION BRANDS

FY26.2Q~
SILVER EGG TECHNOLOGY (※)

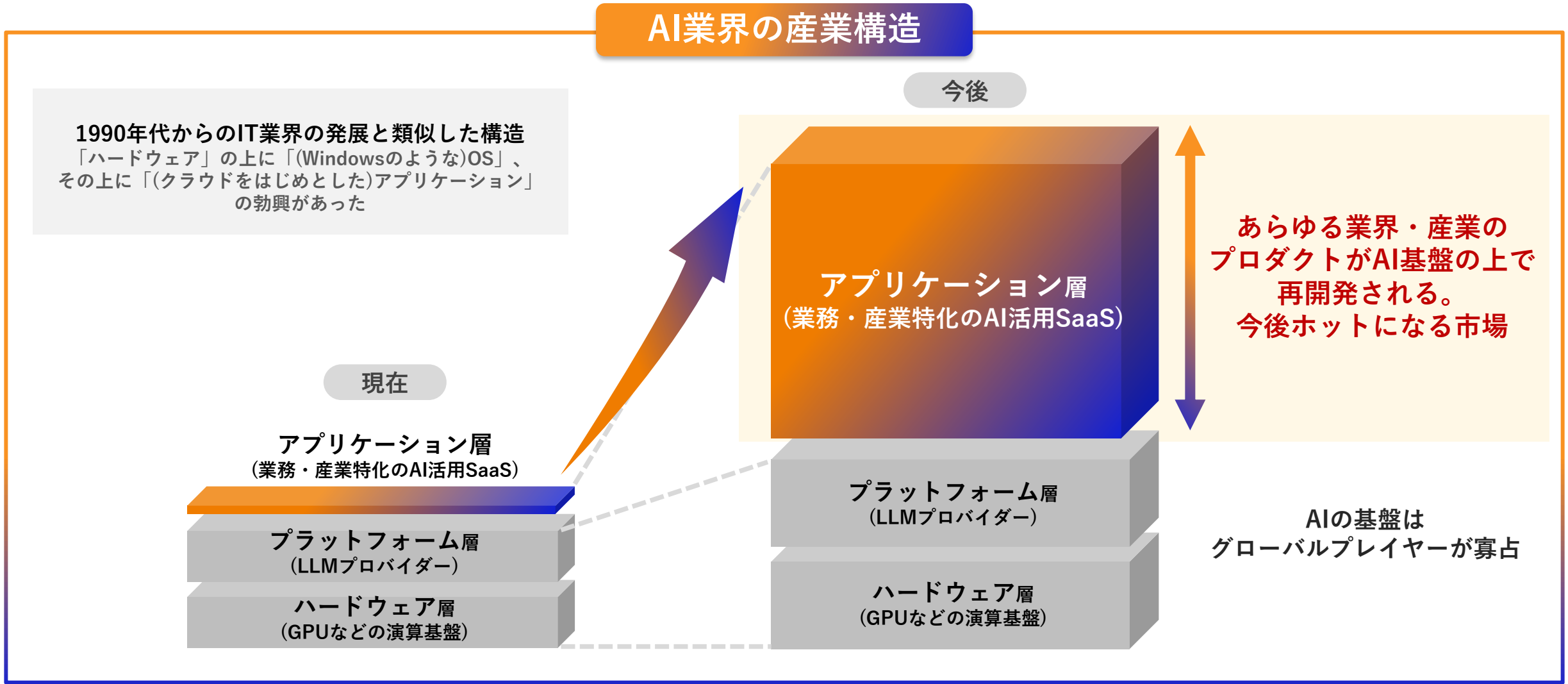
開発業務の一部を委託

(※) 持株比率100%の連結子会社

AI企業宣言

AI COMPANY
Declaration

『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

顧客接点

AI組み込み能力

データ資産

当社の強み

複数サービスの展開による豊富な顧客接点

研究開発体制のもと自社実装型AIを次々と開発

「アドエビス」
「EC-CUBE」等で蓄積されたビッグデータを保有

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

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

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

『VISION2027』
の目指す姿

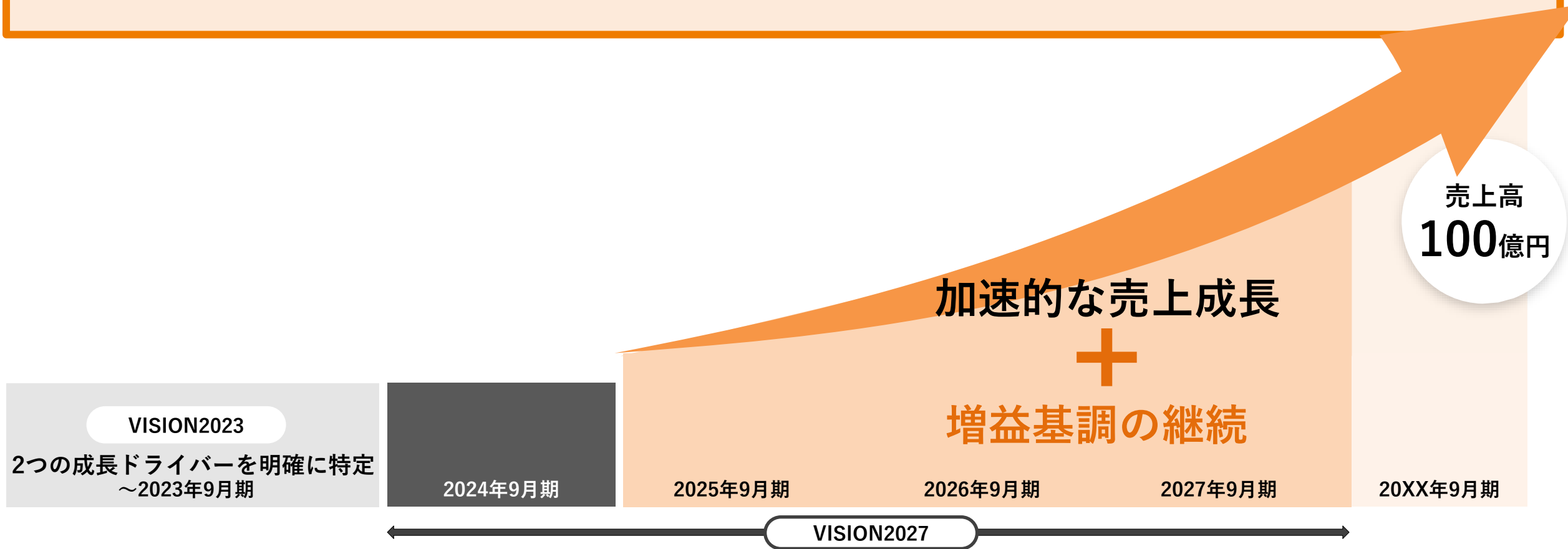
売上比率

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

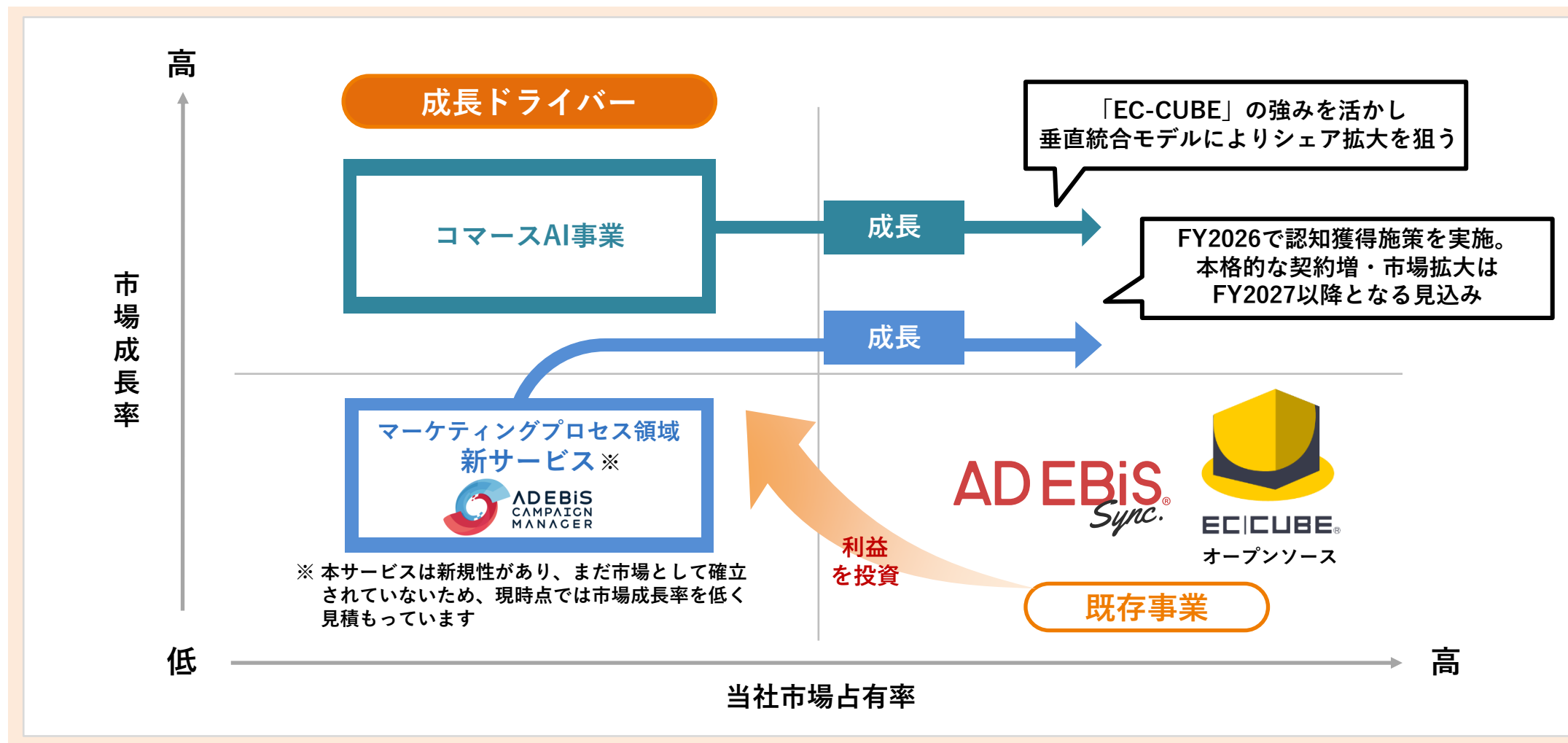
基本方針

成長投資を実施しながら、**売上・利益ともに成長**を目指す



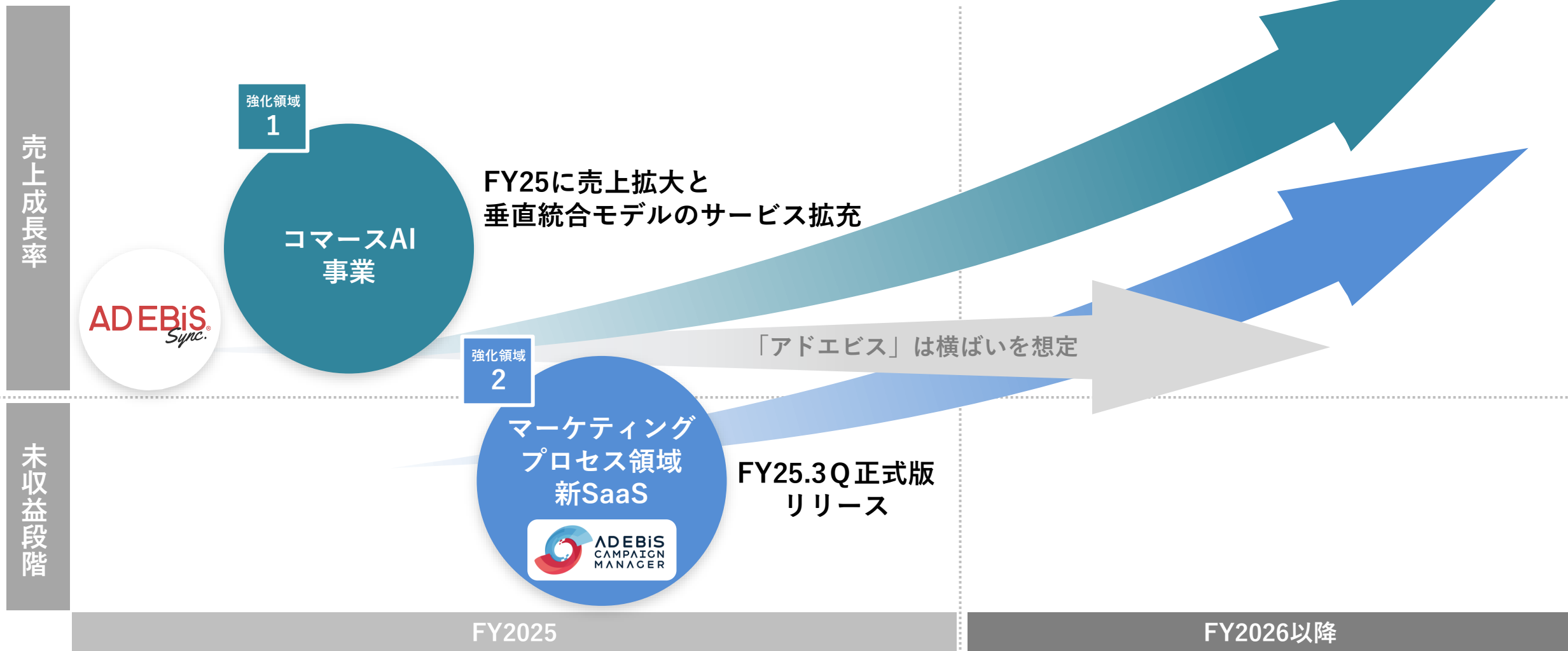
『VISION2027』の投資方針

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コマースAI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

顧客接点

AI組み込み能力

データ資産

シルバーエッグの獲得により
全要素が拡充されたものの、
今後、M&A等による更なる
強化を随時検討していく

コマースAI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

物流

集客
(マーケティング)

運用

構築

ECアプリ(決済等)

EC構築システム

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
随時検討していく



AI先進企業であるシルバーエッグ・テクノロジー株式会社※ をTOB(株式公開買付)により連結子会社化

- ✓ 連結開始時期：2026年1月～(FY26.2Q)
- ✓ 所属セグメント：コマースAI事業

強み

- ✓ 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
- ✓ 世界トップレベルのAIエンジニア集団
- ✓ 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

主要サービス

“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



リアルタイム・AIレコメンドサービス
「アイジェント・レコメンダー」

ユーザーの行動データを分析し、一人ひとりに
最適な商品・情報をAIが自動で提案するサービス

- ✓ 顧客企業：EC、求人、不動産、旅行など様々な業種・業界の企業

※ 2026年3月23日をもって東京グロース市場において上場廃止

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

コーポレート

AI企業として進化するための
人財・組織能力の獲得

2026年3月

CAIO(最高AI責任者)の新設



シルバーエッグの創業者であり、
25年以上に渡り日本のAI市場を
切り拓いてきた第一人者である
トーマス・アクイナス・フォーリー氏
をグループ全体のAI戦略を
支援するCAIOに選任。
AI資産とノウハウを一本化し、
事業変革を加速させる体制へ移行

事業

コマースAI事業が推進している
垂直統合モデルの加速

垂直統合モデル



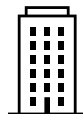
垂直統合モデルの中で
強化が必要だった
【マーケティング】が
シルバーエッグの獲得
によって大幅に増強

M&Aを継続的に実施しながら事業領域を拡大

	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
2026.7	アタラ	株式取得	広告運用のインハウス化における実行支援体制の獲得	マーケティングプロセス

コマースAI事業

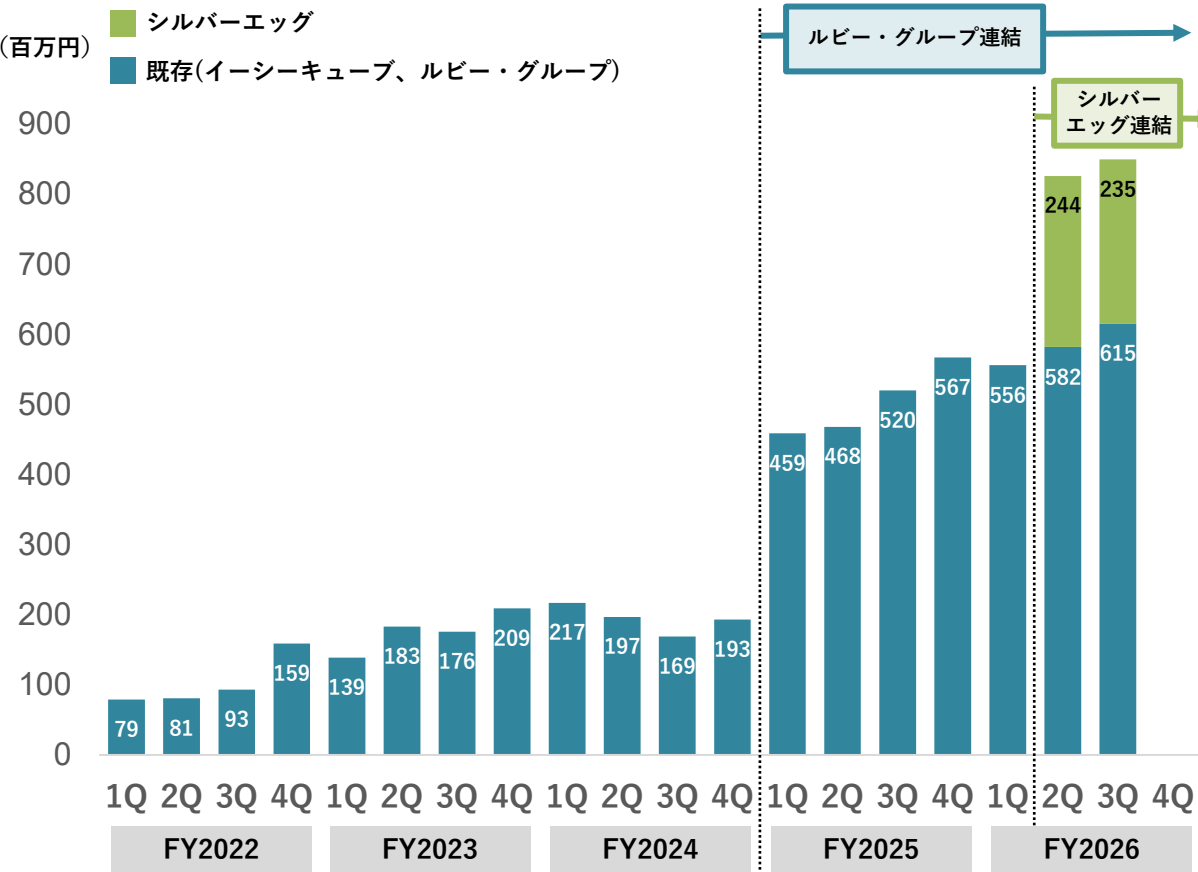
顧客企業の課題



「より良い購買体験を提供したい」

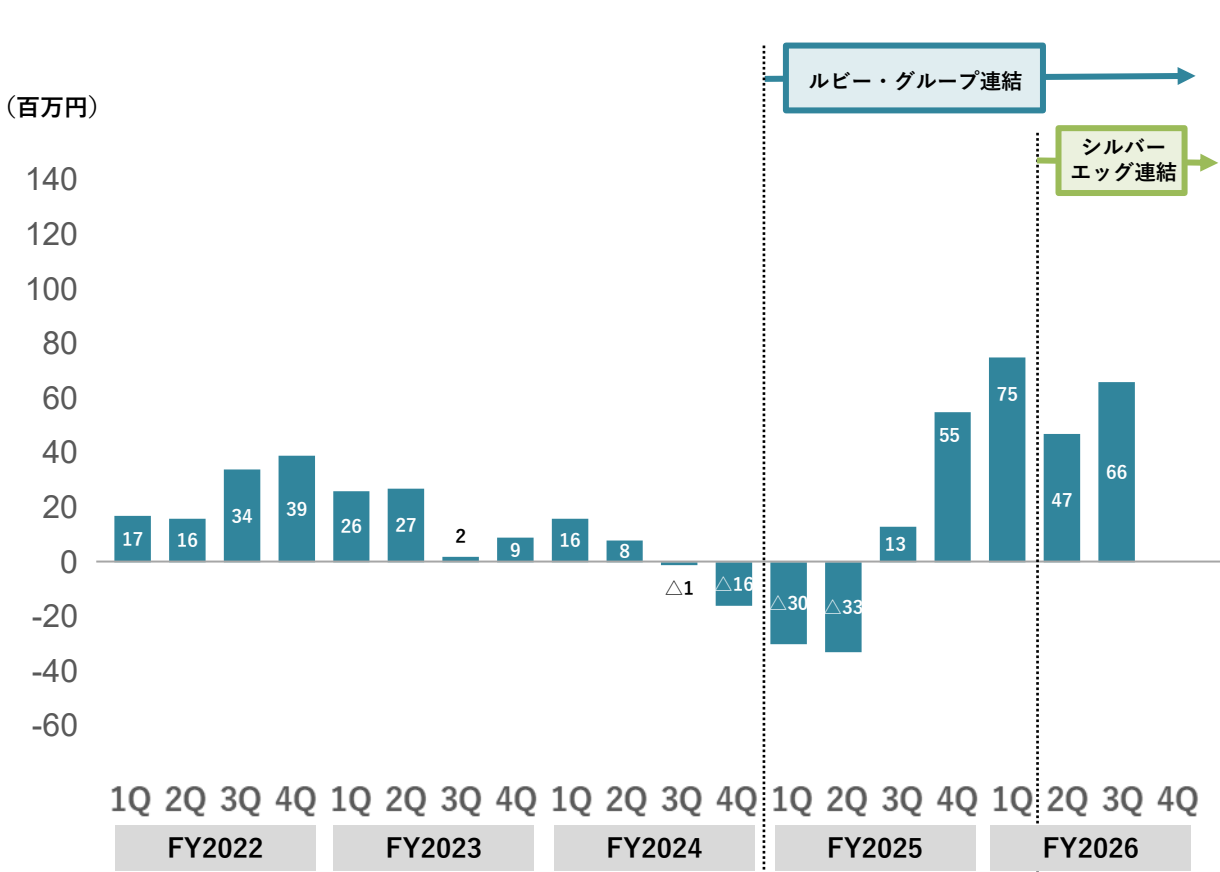
売上高

シルバーエッグの連結を開始した2Qで大幅な売上増。
イーシーキューブの構築案件が想定以上に伸長したこと
を主として、**3Qで四半期過去最高売上を達成**



セグメント損益

3Qはイーシーキューブが想定以上の利益を創出した他、
ルビー・グループのコスト削減等により、シルバーエッグ
のM&A影響が利益を大きく圧迫した**2Q比で改善**



※ 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

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**



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”

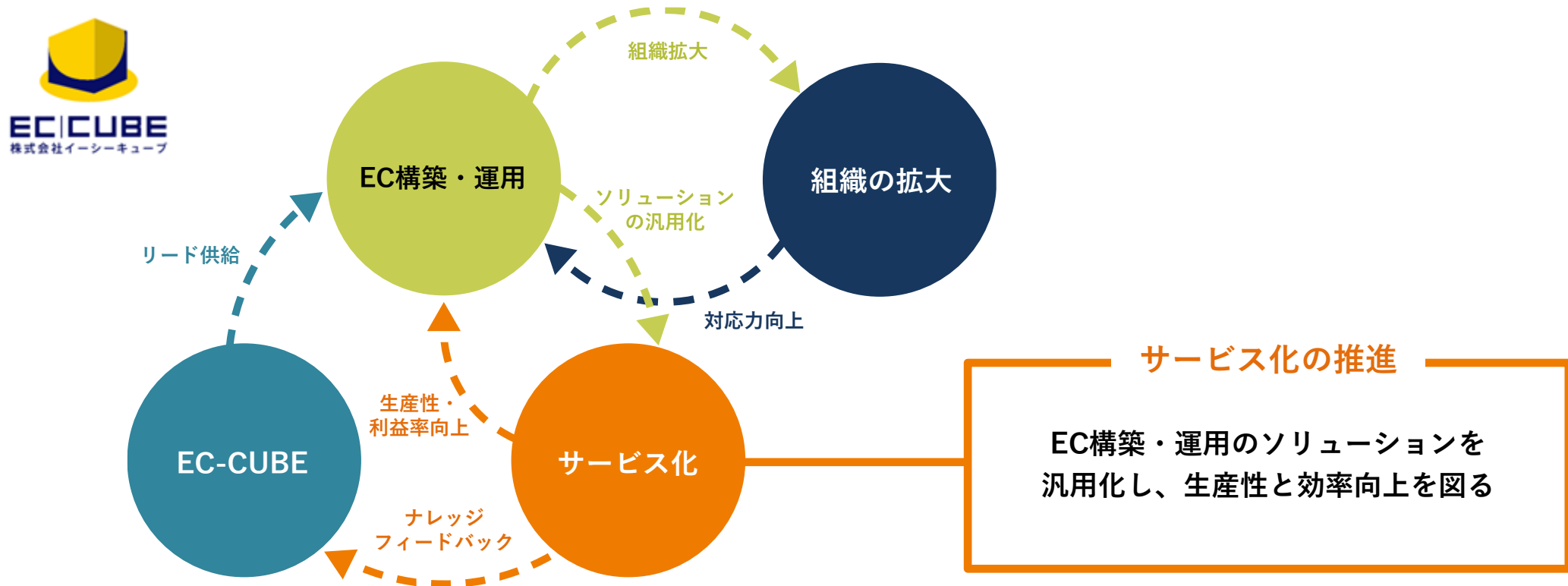
機能やデザインを自由にカスタマイズ可能で、
商品ページの作成・カート機能・注文管理がまとめてできるソフトウェア

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



ECサイトを構築から物流まで
一括でサポートする
フルフィルメントサービス
(一部のみでも対応可能)



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えた撮影を実施。
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

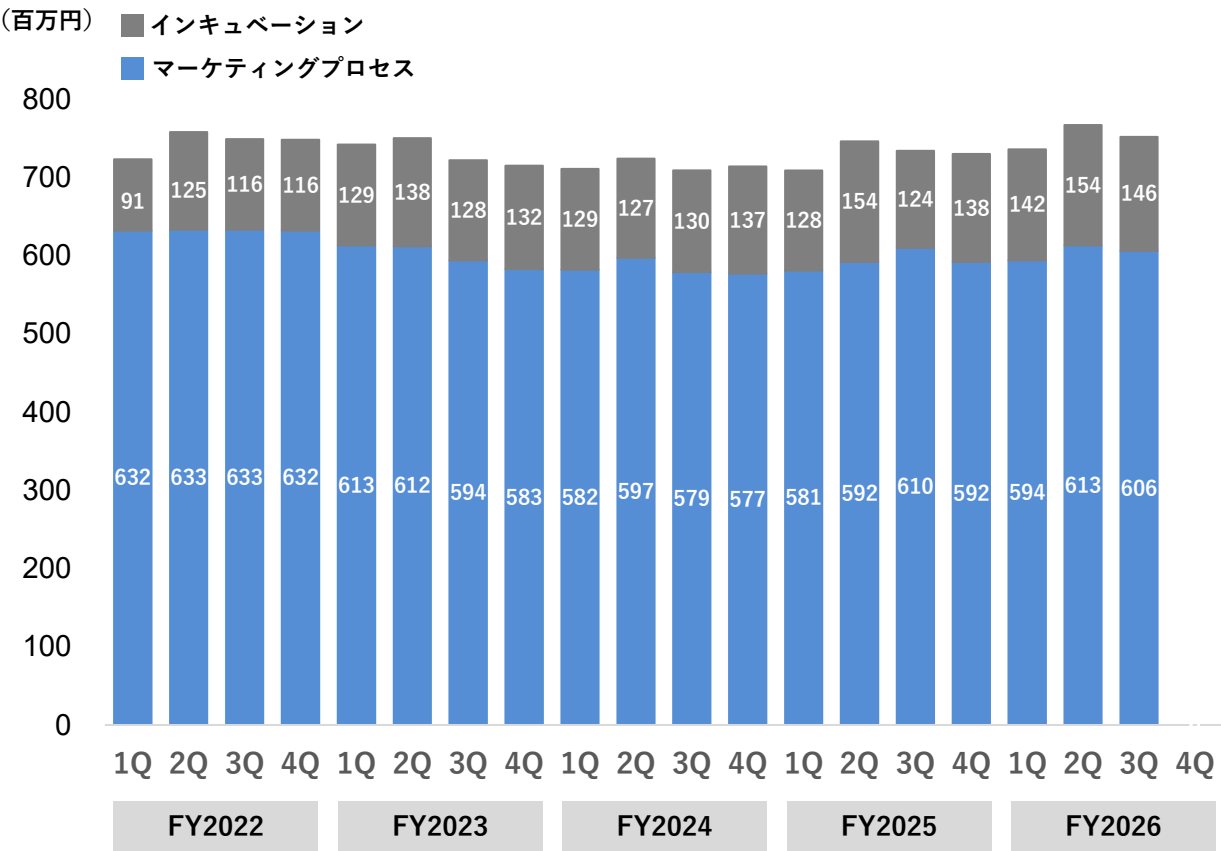
顧客企業の課題



「マーケティング施策の効果改善サイクルを回したい」

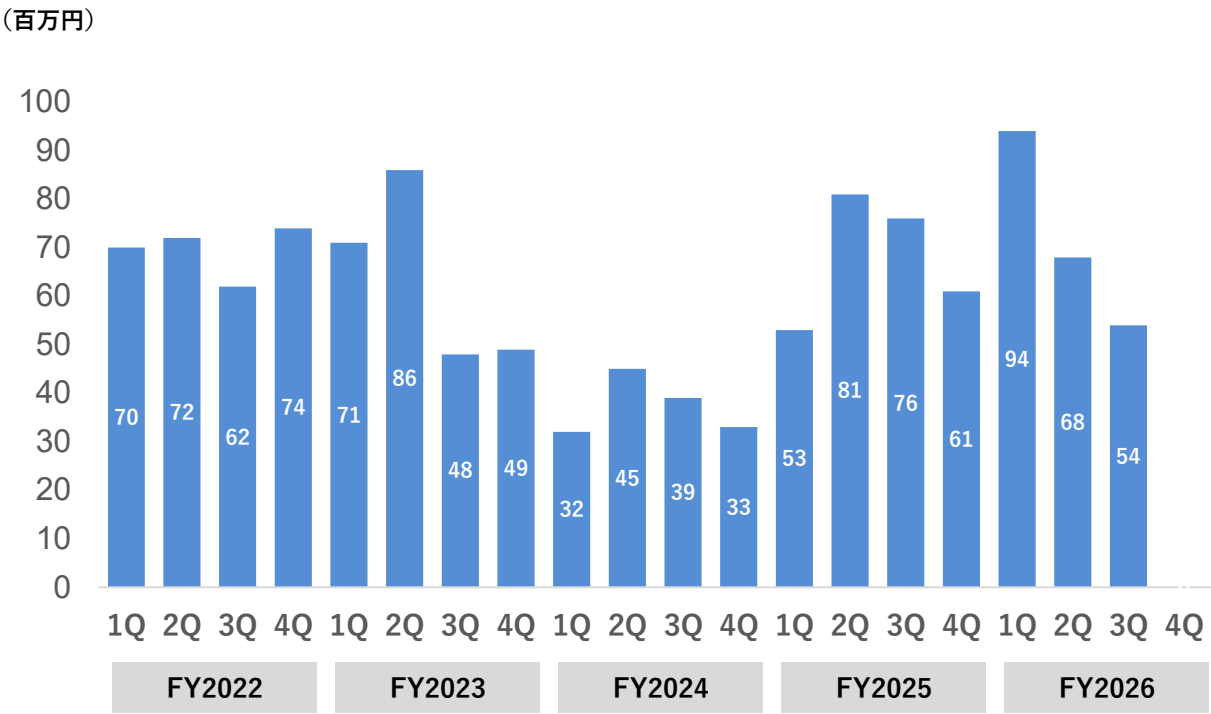
売上高

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**。年度末需要のある2Qで四半期過去最高売上を達成し、3Qは微減



セグメント利益

高利益率の「アドエビス」が安定的な利益貢献も、
今期は四半期ごとにコスト増を見込み、**1Q偏重の利益計画**。
2Q以降、四半期利益の減少傾向が続く



※ 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

WEB広告の効果測定ツールでNo.1※



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

※ 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

“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[®]
Sync.
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



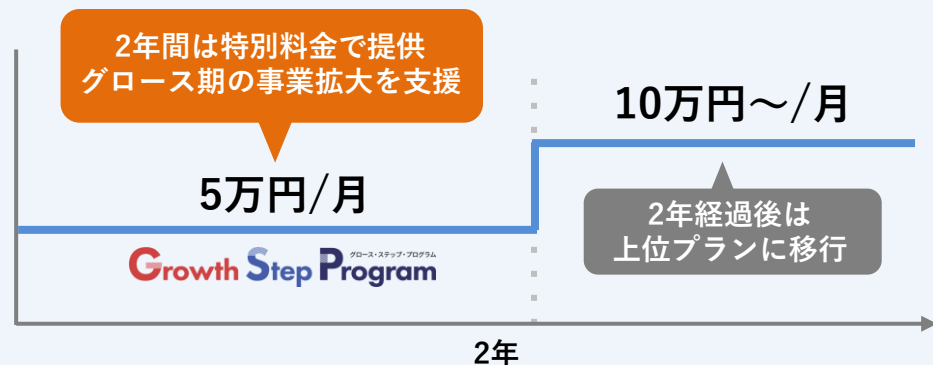
「アドエビス」・「アドレポ」と機能連携

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

AD EBiS[®]
Sync.

「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～)



ADEBiS
CAMPAIGN
MANAGER

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～)

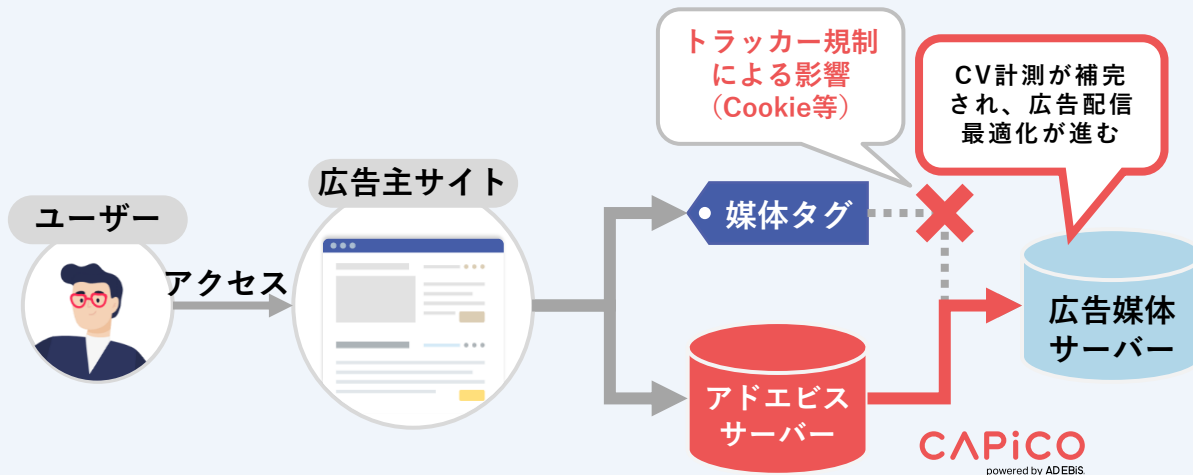


導入ハードルを下げ、
利用価値の実感に応じて対価をいただく価格設計

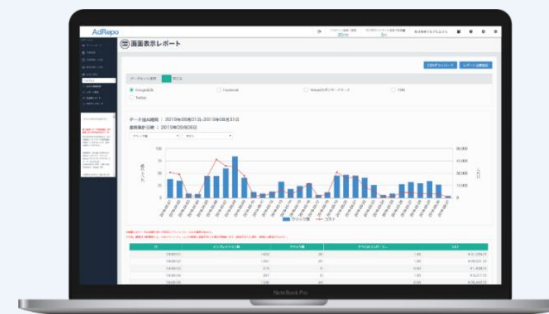
「アドエビス」オプションサービス
(単品契約も可能)

CAPiCO
powered by ADEBiS.

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



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



レポートニング業務の全プロセスを効率化



← 今期「選択と集中」を実行
インキュベーション領域の事業整理を実施 →

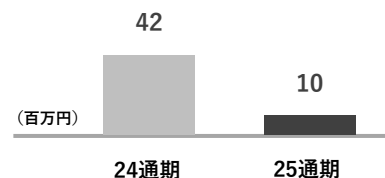
サービス



2020年5月～

2026年3月末でクローズ
(撤退)

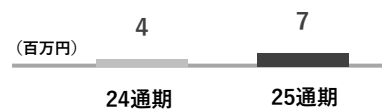
- ・マーケティング特化型
マッチングサービス
- ・パートナー企業の
新規顧客獲得のDX化を支援



2024年7月～

2026年8月末でクローズ
(撤退)

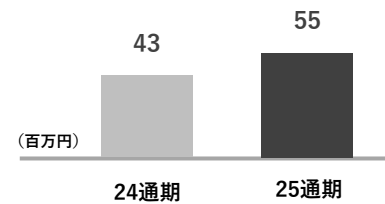
- ・リテンション
マーケティングツール
- ・web通知機能を活用した
新規顧客獲得を支援



2020年12月～

2026年7月末で連結除外
(売却)

- ・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

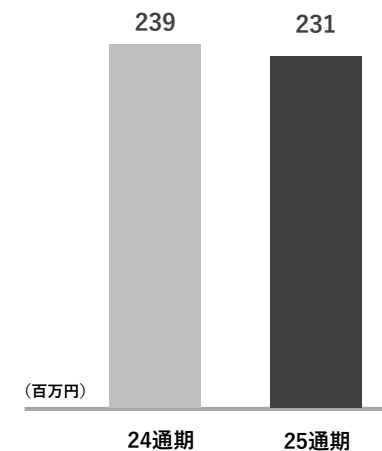


子会社



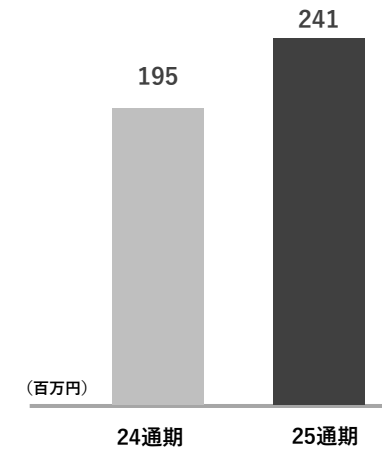
2021年7月～

- ・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



※ 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



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。