PRESS RELEASE

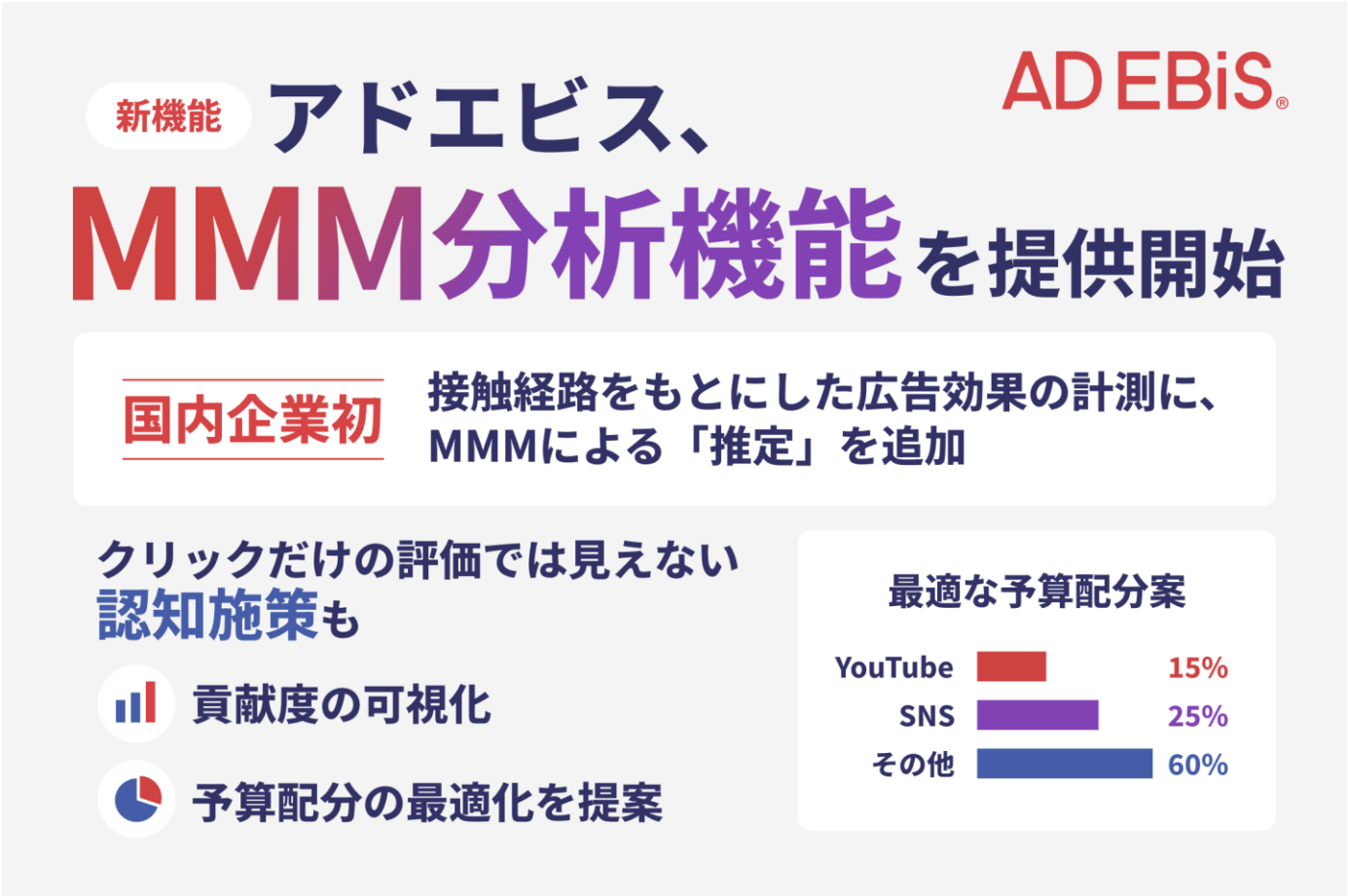
2026 年 10 月 28 日
株式会社イルグルム

アドエビス、クリックだけの評価では見えない広告効果を推定する「MMM 分析機能」を提供開始
～「実測×推定」で広告効果を可視化し、予算配分の最適化まで管理画面で完結～

株式会社イルグルム（本社：大阪府大阪市北区、代表取締役：岩田 進）は、広告効果測定プラットフォーム「アドエビス」において、マーケティング・ミックス・モデリング（MMM）を活用した「MMM 分析機能」を 2026 年 10 月 30 日より提供開始します。

アドエビスはこれまで、ユーザーの広告接触経路をもとに、広告の直接効果・間接効果を「実測」してきました。今回、新たに MMM による統計的な「推定」を組み合わせることで、動画広告・SNS 広告・コネクテッド TV（以下、CTV）広告などが、売上やコンバージョンにどれだけつながったかを、クリックだけの評価では見えない効果も含めて可視化し、予算配分の最適化案まで管理画面上で提示します。

アドエビスは、「実測」による日々の運用改善と、「推定」による予算配分の最適化を一つのサービスで実現し、認知施策から獲得施策まで、マーケティング投資全体の意思決定を支援します。



背景

近年、動画広告・SNS 広告・CTV 広告などへの投資が拡大しており、なかでも動画広告費は 2025 年に初めて 1 兆円を超えるなど、急速な成長が続いています※1。しかし、これらの広告効果はクリックだけでは評価できません。さらに、Cookie 規制の強化などを背景に、従来の実測だけでは広告効果を十分に把握できないケースが増えています。こうした状況から、実測を補う手段として、MMM などの統計的な「推定」技術の活用が世界的に注目されています。
海外では、ユーザーがコンバージョンに至るまでに接触した複数の広告接点の貢献度を評価する MTA（マルチタッチアトリビューション）と MMM を組み合わせ、評価精度を高める「UMM（Unified Marketing Measurement）」の考え方が普及しつつあります。一方で日本国内では、広告代理店やベンダーによるレポート、オープンソース（OSS）などを活用した MMM の導入手段はあるものの、OSS の活用には統計・エンジニアリングの専門知識が必要となり、外部への分析委託には費用がかかるなど、中堅企業にとって導入・継続活用のハードルがありました。
こうした課題に対応するため、アドエビスは、従来の広告の直接効果・間接効果の計測に加え、専門知識がなくても管理画面上で分析から予算最適化提案までを行える「MMM 分析機能」を提供します。MTA と MMM の機能を一つのサービスで提供する、国内企業初※2 の SaaS 型効果測定サービスとして、より幅広い広告施策の評価と予算配分の判断を支援します。

※1 出典： CARTA HOLDINGS、電通、電通デジタル、セプテーニ「2025 年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」（2026 年 3 月 5 日）

※2 当社調べ（2026 年 10 月 3 日現在）

MMM（Marketing Mix Modeling）とは

MMM（Marketing Mix Modeling）は、広告出稿量や売上等の時系列データ、季節性などの外部要因から、統計モデルを用いて広告施策ごとの売上・コンバージョンへの貢献度を推定する分析手法です。Cookie 等の識別子に依存しないため、動画広告・SNS 広告・CTV 広告など、クリックだけの評価では見えない効果も推定できる点が特長です。

アドエビス MMM 分析機能について

アドエビスの「MMM 分析機能」は、広告施策の実績データと売上・コンバージョンなどの成果データをもとに、季節性などの影響も考慮して、施策ごとの貢献度を推定する機能です。広告接触後も効果が続く「残存効果（アドストック）」や、出稿量を増やしても成果が伸びにくくなる「飽和効果（サチュレーション）」を加味し、貢献度の推定だけでなく、予算配分の最適化提案までを管理画面上で行うことができます。専門知識がなくても、管理画面上でモデル構築から結果確認まで行えます。

アドエビス MMM 分析機能の強み

1. 認知施策も獲得施策も、一つの管理画面で評価

アドエビスでは、認知施策は MMM による推定を媒体横断の予算配分に、獲得施策は計測結果を日々の運用改善に活用できます。これらの施策を同じ管理画面上で評価でき、これまで効果を示しにくかった認知施策への投資も明確な根拠をもとに判断できるため、社内への説明もスムーズに行えます。

2. 既存の計測データを活用して、MMM を始められる

アドエビスで計測している広告とコンバージョンのデータは、そのまま MMM の分析に利用できます。既存データを活用することで、分析に必要なデータ準備の負担を軽減し、日々の効果測定の定義に基づいて、施策ごとの貢献度を推定できます。また、アドエビスで計測していない施策や期間についても、手元のデータをアップロードすることで分析に利用できます。

3. 予算を見直した後の成果も、シームレスに確認

MMM の推定をもとに予算配分を見直した後も、コンバージョン数や獲得単価などの変化をアドエビス上で継続して確認できます。分析して終わりにせず、予算の見直しから効果検証までのサイクルを、一つのサービス内で回し続けることが可能です。

サービス概要

・提供開始： 2026 年 10 月 30 日(金)
・価格：
　初期費用（MMM モデル構築支援契約）　：200,000 円
　MMM 分析機能　：100,000 円/月
・提供形態：
　アドエビスとの併用、または MMM 分析機能単体での利用が可能です。
・お問い合わせはこちら：https://go.ebis.ne.jp/contact/
※提供開始当初は、導入社数に一定の制限を設けさせていただく場合がございます。

今後の展望

本機能は、実測と推定を組み合わせて広告効果をより正しく把握するための第 1 弾です。今後は、実測データを取得できる領域を広げるとともに、推定によって実測だけでは捉えにくい広告の価値を可視化する機能を拡充していきます。
さらに、これらの分析結果を広告媒体や AI プラットフォームへ還元する仕組みの開発を進め、効果測定の結果を広告配信の改善や運用判断に活かせる環境の実現を目指します。アドエビスは、広告効果を正しく把握し、その結果をマーケティングの成果につなげる存在として、企業の持続的な成長に貢献してまいります。

「アドエビス」について

アドエビスは、高精度なデータで意思決定を支える広告効果測定プラットフォームです。ユーザーのプライバシーにも配慮した計測データと、その分析・活用を通して企業がすすむべき未来を示します。

https://www.ebis.ne.jp/

本件に関するお問い合わせ先

株式会社イルグルム 広報担当：須賀
問い合わせフォーム：https://go.ebis.ne.jp/contact/
TEL：03-3289-5051

IR 情報

【2026 年 9 月期第 3 四半期】3Q 累計営業利益は前年比 2.5 倍に急拡大！通期利益予想を上方修正

・決算説明の動画および資料

https://yrglm.co.jp/ir/latest_results/

株式会社イルグルム（YRGLM Inc.）

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
代表者：代表取締役 岩田 進
設立：2001 年 6 月 4 日
事業内容：マーケティング AI 事業、コマース AI 事業
URL：https://www.yrglm.co.jp/