

2018年度 第2四半期 決算補足説明資料

ログリー株式会社

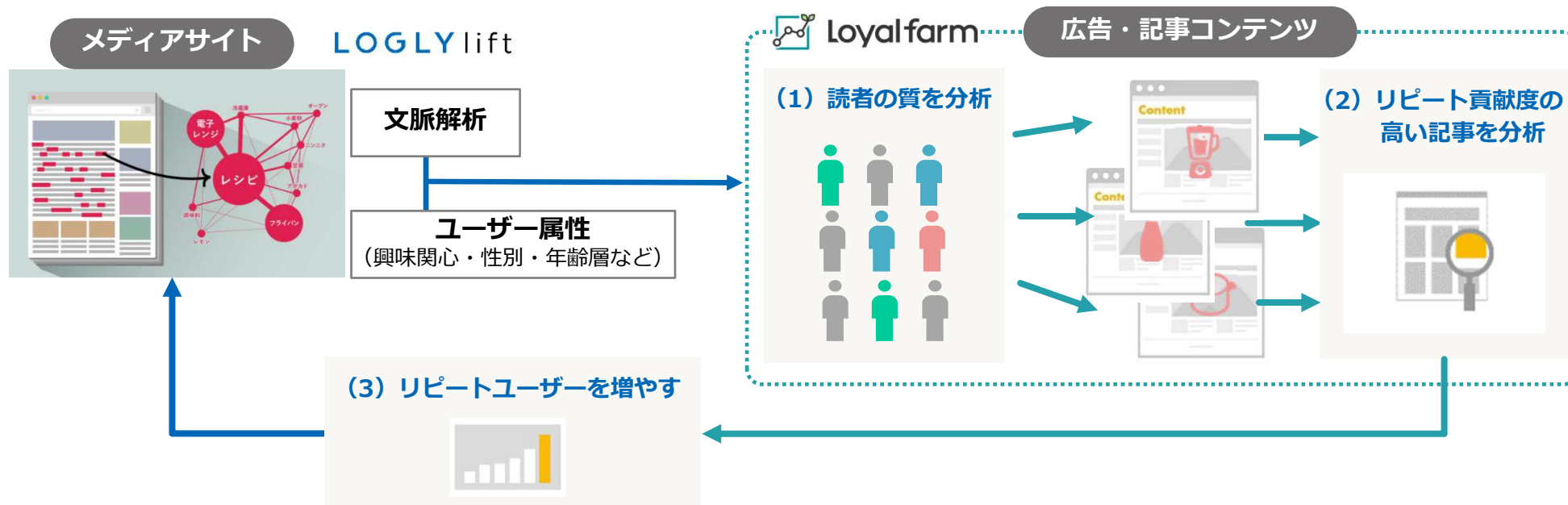
東証マザーズ：6579

2018年11月9日

■ ネイティブ広告配信サービス「LOGLY lift」



■ 分析コンサルティングサービス「Loyalfarm」



1.エグゼクティブ・サマリー

2.第2四半期 実績

- 業績
- 取り組み

3.成長戦略

4.参考資料

■ 経常黒字拡大による、予算達成力の強化

- 売上が前年同期比で約1.6倍の増収
- 経常利益が前年同期比で約3.6倍の増益
- 売上高 1,162百万円（予算達成率121.4%、予算進捗率57.4%）
- 経常利益 91百万円（予算達成率145.1%、予算進捗率56.1%）

■ ネイティブ広告配信プラットフォーム「LOGLY lift」の配信機能強化

- 新型配信ロジック「デモグラフィックターゲティング配信」の提供を開始 ※詳細はP.11
- メディア向けユーザー育成支援ツール「Loyalfarm」にタイアップ広告の支援機能を追加 ※詳細はP.12

■ 他社との協業による、ネイティブ広告配信サービスの強化

- BtoB企業向け コンテンツマーケティング支援事業を行う合併会社を設立 ※詳細はP.13

1.エグゼクティブ・サマリー

2.第2四半期 実績

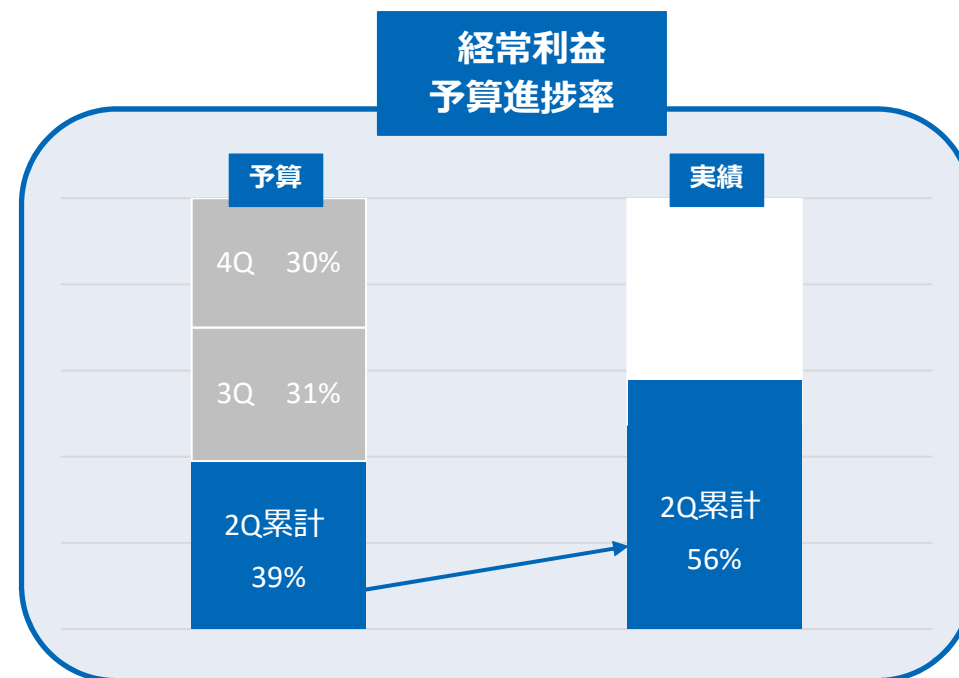
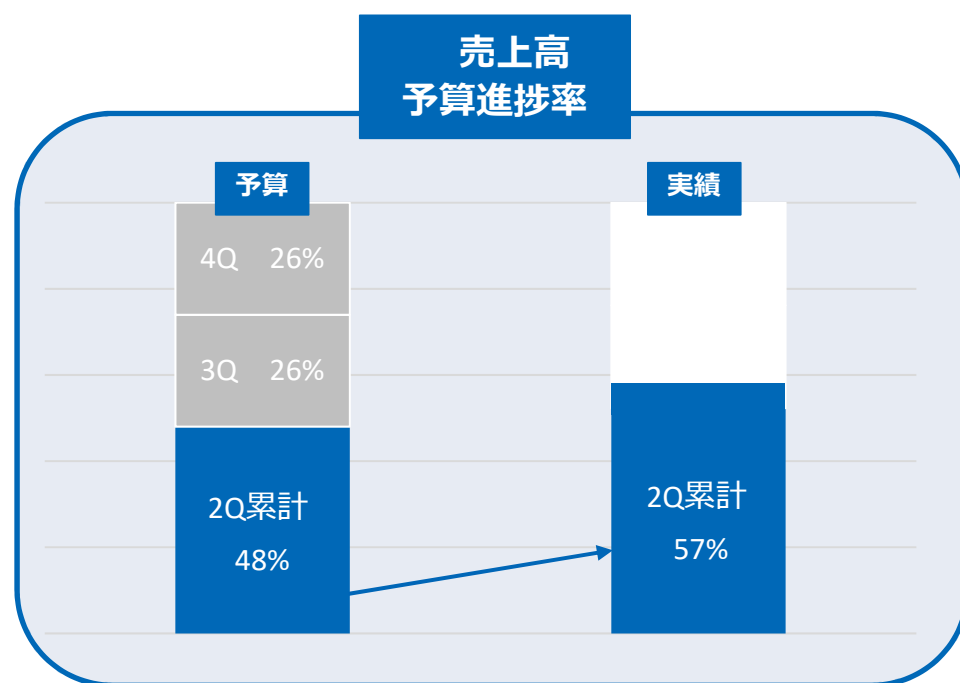
- 業績
- 取り組み

3.成長戦略

4.参考資料

(単位：百万円)

	第2四半期 実績	第2四半期 予算	達成率	通期予算	進捗率
売上高	1,162	957	121.4%	2,026	57.4
営業利益	105	79	132.9%	180	58.4
経常利益	91	62	145.1%	162	56.1

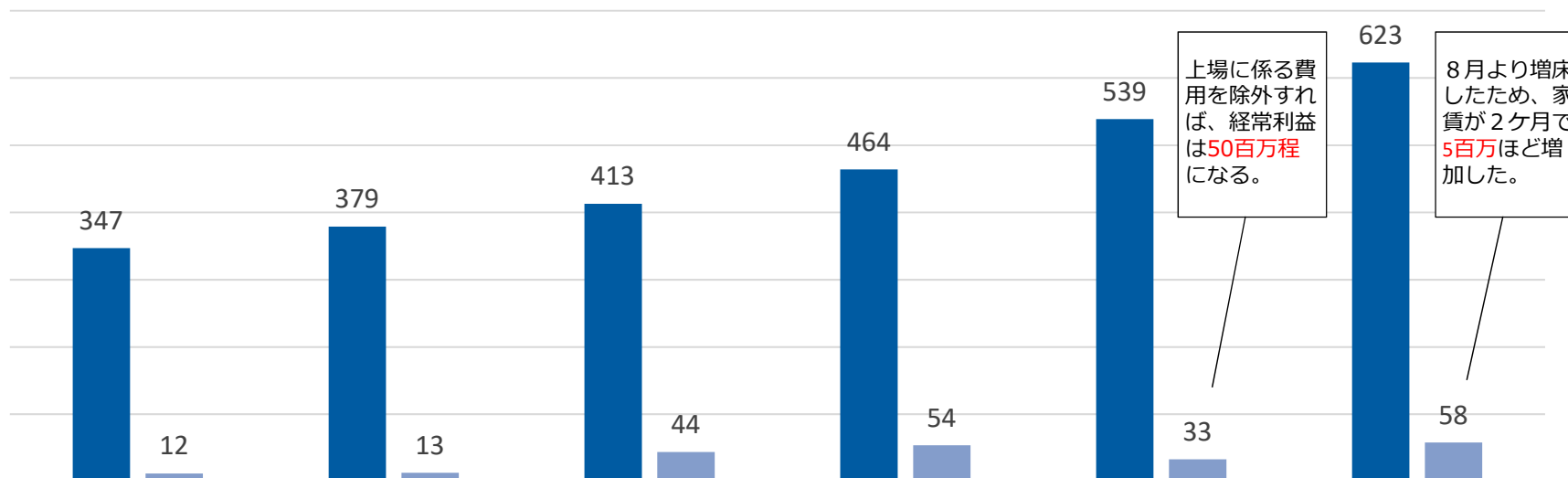


(単位：百万円)

	前期1Q 2017年4月～ 2017年6月	前期2Q 2017年7月～ 2017年9月	前期3Q 2017年10月～ 2017年12月	前期4Q 2018年1月～ 2018年3月	当期1Q 2018年4月～ 2018年6月	当期2Q 2018年7月～ 2018年9月
売上高	347	379	413	464	539	623
経常利益	12	13	44	54	33	58
経常利益率	3.5%	3.6%	10.7%	11.6%	6.2%	9.3%

■ 売上高

■ 経常利益



前期3Qの時点で固定費を売上総利益が大きく上回り、経常利益率が向上した。10%程度の経常利益が見込まれる経営体質となった。そのため今期に入り10%を下回った主な理由を以下に記載する。

【経常利益率10%を下回った主な理由】

当期1Q…上場に係る費用が発生（主に株式公開費用11百万円）したことによるものと、事業規模拡大に合わせて人員を増強し固定費が向上したため。

当期2Q…8月より増床したため、家賃が単月で2.5百万円ほど増加したため（2019年2月に予定していた移転を前倒しし、移転せずに増床することとした）。

(単位：百万円)

	前期2Q 2017/4~2017/9	当期2Q 2018/4~2018/9	増減率	主な増減理由
売上高				
ネイティブ広告配信	726	1,162	60.0%増	広告配信技術向上により、広告収益が増加したため
売上原価				
媒体費用（AWS費含む）	533	808	51.5%増	媒体社へのマージン額が増加したため
システム開発・改修費等	42	53	26.6%増	
販売費及び一般管理費				
人件費	81	124	53.0%増	業容拡大に伴う人員が増加したため
支払報酬料	13	22	70.6%増	上場に伴う主幹事へのIPO成功報酬や監査法人等の報酬増加のため
営業利益	26	105	296.4%増	
経常利益	25	91	255.7%増	
税引前四半期純利益	40	91	124.5%増	
四半期純利益	37	60	60.9%増	

（単位：百万円）

	前期末 2018/3/31	当期2Q 2018/9/30	増減率	主な増減理由
資産				
現金及び預金	721	1,394	93.2%増	新規株式公開による公募増資のため
売掛金	161	170	5.4%増	ネイティブ広告配信売上が好調のため
総資産	965	1,683	74.4%増	
負債				
買掛金	218	293	34.1%増	媒体社（メディア）に対する広告配信の分配額が増加したため
前受金	74	88	18.3%増	ネイティブ広告配信売上が好調のため
総負債	411	513	24.7%増	
純資産				
資本金	100	378	278.1%増	新規株式公開による公募増資のため
資本準備金	293	571	94.7%増	新規株式公開による公募増資のため
利益剰余金	160	220	37.5%増	ネイティブ広告配信売上が好調のため
負債・純資産合計	965	1,683	74.4%増	

1.エグゼクティブ・サマリー

2.第2四半期 実績

- 業績
- 取り組み

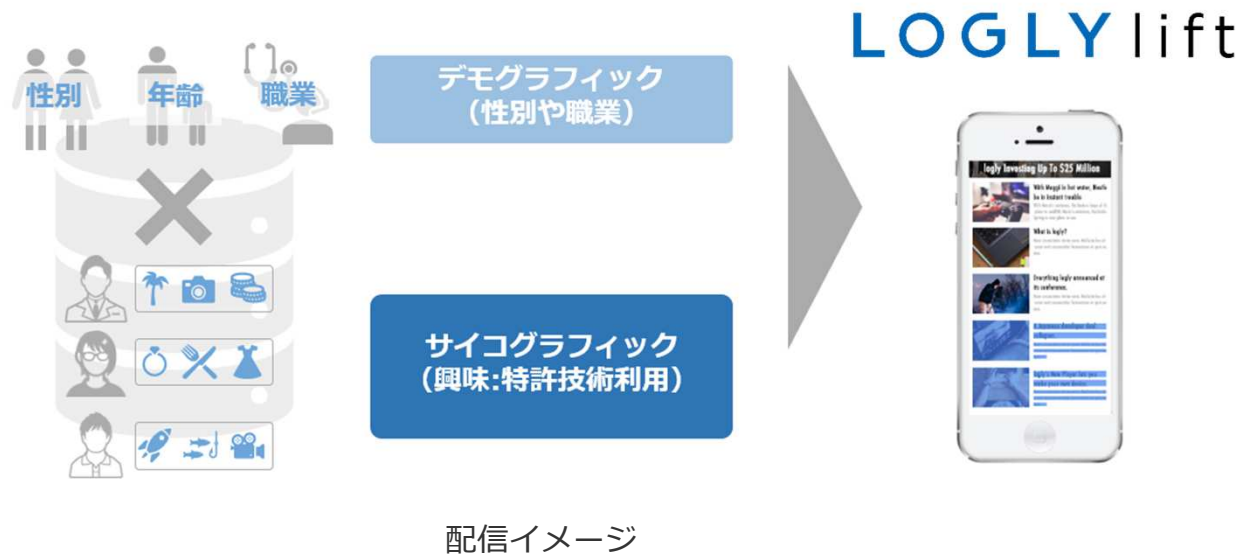
3.成長戦略

4.参考資料

当社は、広告配信プラットフォーム「LOGLY lift」において「年齢」「性別」といった属性情報を利用した「デモグラフィックターゲティング配信」機能を開発し、提供を開始しました。

本メニューでは、提携するDMP事業者のオーディエンスデータとユーザーの興味を分類・可視化する技術（特許：第6329015号）等の独自技術を組み合わせることで、高精度なターゲティングが可能です。

ログリーはこれまで、DMP事業者と連携を行い、デモグラフィック情報やサイコグラフィック情報を活用した配信機能を提供してきました。今回、同配信機能に当社独自のマッチング技術を組み合わせることで、年代や性別、家族構成などの訴求軸に沿った配信、BtoB商材や嗜好品など、特定条件を満たすユーザーへの配信など、ログリーの強みである興味・関心に応じた配信が可能となります。



■ 特許について

本メニューで利用した特許技術は、オーディエンスの興味を推定・分類する技術です。Webサイトを訪問したユーザーの行動履歴からWebページのコンテンツを解析し、ユーザーとコンテンツ内のキーワードを結びつけ、ユーザーにさまざまな興味キーワードが付与されたデータベースを構築します。

特許に関する詳細は、[こちらのプレスリリース](#)を参照ください。

当社は、このたびメディア向けユーザー育成支援ツール「Loyalfarm」において、タイアップ広告の効果測定に特化したレポート機能「Audience Report」を開発し、2018年9月より提供を開始いたしました。

■「Audience Report」の概要

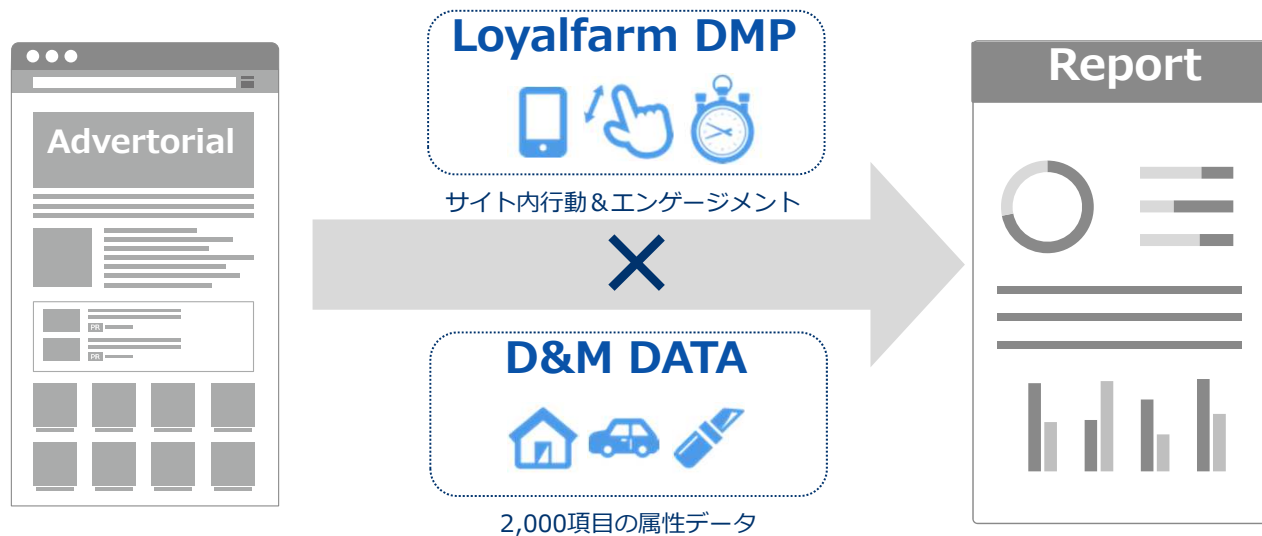
従来、広告運用の効果測定のためのレポートでは、集計工程の複雑さや専門的なスキルの必要性、また分析サービスごとのデータの母集団違いによりデータ品質のばらつきが課題となっておりました。

「Audience Report」ではマーケティングリサーチを手がける株式会社クロス・マーケティンググループの100%子会社で、消費者データを活用したマーケティングプロモーションを提供する株式会社ディーアンドエム（本社：東京都新宿区、代表取締役：杉村昌宏、以下D&M）と連携し、D&Mが保有する500万人超、2,000項目超の属性・価値観・ライフスタイルデータと、当社で計測しているサイト内行動データと言語解析技術を組み合わせることで、タイアップ広告の効果測定に特化したレポート機能を実装いたしました。

従来の行動データのみでの分析では、ページビュー（PV）、コンバージョン（CV）、そして熟読率などの要因分析を容易に行うことはできませんでしたが、今回の取り組みにより、行動データ以外のデータを活用した分析も可能となりました。

■特徴

- 1) アンケートの実回答データを利用した**高精度な属性情報**
- 2) SQLなどの専門知識を必要とせず、一般的な**Webブラウザから操作可能**
- 3) 属性とサイト内行動の**クロス集計**が可能



デジタルログデータ×属性・価値観データの統合を実現

当社とデジタルPRを支援するビルコム株式会社（本社：東京都港区、代表取締役兼CEO：太田滋、以下ビルコム）は、共同出資により、BtoB企業向けのコンテンツマーケティング支援事業を行う合併会社を設立いたしました。2019年春を目処に、分散型コンテンツを一元的に管理・分析できるソフトウェアを共同開発します。

スマートフォンの普及に加え、SNS、写真共有サイト等のメディア形態や広告媒体が多様化し、分散したコンテンツの評価、広告効果の低下やブランドセーフティに対する課題があります。これに伴い、コンテンツマーケティングに取り組む企業では、分散したコンテンツが及ぼす態度変容効果の可視化、広告配信の最適化へのニーズが増している現状があります。BtoB企業においては、製品サービス購入までの検討期間が長く、購入に至るまでの態度変容効果の可視化に対するニーズが強い傾向にあります。

新会社では、ログリーが強みとするコンテンツ広告配信技術、オウンドメディア分析技術や媒体社とのネットワークと、ビルコムが強みとする広告主企業への販売力、熟読率を主としたコンテンツ評価技術やデジタルコンテンツの企画・制作力を活かし、分散型コンテンツの企画・制作から、コンテンツ広告配信技術開発や分析まで一気通貫したサービスを展開していきます。分散型コンテンツを一元的に効果測定することで、コンテンツ制作や広告配信の最適化を実現することができます。



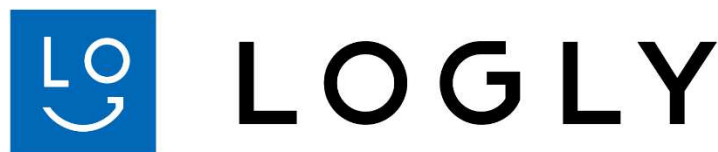
■ 合併会社の概要

- 1) 商号：クロストレックス株式会社
- 2) 役員構成：代表取締役社長 吉永浩和
取締役 井上翔太、三浦愛、池永彰文、太田滋
監査役 岸本雅久
- 3) 所在地：東京都港区六本木 6-2-31 六本木ヒルズノースタワー11F
- 4) 設立予定日：2018年11月1日
- 5) 事業内容：BtoBコンテンツマーケティング支援
- 6) 資本金：3,000万円
- 7) 出資比率：ログリー株式会社 51% ビルコム株式会社 49%
- 8) U R L：<https://www.xtrecks.co.jp/>



ログリー株式会社は、2018年8月28日よりコーポレートロゴを変更いたしました。

ログリーは、「ログから新しい価値を生む」を念頭に、創業以来テクノロジーにこだわり、数々のサービスを提供して参りました。中でも、レコメンドエンジンの開発を機にメディア領域、広告領域へと事業を拡大し、2018年6月20日には東京証券取引所マザーズ市場への上場という1つの節目を迎えることができました。これらの出来事は、私たちが掲げる「テクノロジーで人々の生活を豊かにする」という壮大なビジョンに向けたマイルストーンの1つです。今回、ビジョン実現に向けたさらなる成長とコーポレートアイデンティティの浸透を実現するべく、コーポレートロゴの変更を行うことといたしました。



■社名、ロゴに込められた思い

LOGLY

ログリーはデータを表す「log」と副詞に用いられる「ly」を組み合わせた造語です。「ログのように」あらゆるものを記録し、それを磨き出して次なる兆しを見つけていく。そのようなプロダクトや人々を生み出す組織にしたい、という思いが込められています。

■シンボルマーク（スマイルフェイス）に込められた思い



ログリーの理念である「集まれば新しい価値が生まれる」は、データを集めて価値を生み出していくという思いと、人々が集まって新しい価値を生み出していく、という2つの思いが込められています。シンボルマークでは、この集まった「人」を表現しています。スマイルフェイスは、私たち一人一人の笑顔、そしてサービスを通じて世の中の人々を笑顔にする、という気持ちを表しています。また、スマイルフェイスはログリーの強みである「LOG」の文字を使っているのも特徴です。

ログリーは、コーポレートロゴの刷新を機に当社アイデンティティを幅広く発信し、全社一丸となって次なるステージに向けた挑戦を続けて参ります。

ログリー株式会社は、有限責任監査法人トーマツが発表したテクノロジー・メディア・テレコミュニケーション（以下、TMT）業界の収益（売上高）に基づく成長率ランキング「デロイト トウシュ トーマツ リミテッド 2018年日本テクノロジー Fast 50」において、過去3決算期の収益（売上高）に基づく成長率295.16%を記録し、50位中17位を受賞いたしました。

50

Technology Fast 50 2018 Japan WINNER

Deloitte.

日本テクノロジー Fast 50は、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド（以下DTTL）が世界約40カ国および北米・欧州・アジア太平洋地域の3地域ごとに実施しているランキングプログラムの日本版です。TMT業界での成長性や成功のベンチマークであり、今回で16回目の開催となります。上場・未上場企業を問わず、TMT業界に含まれる企業からの応募をもとに、過去3決算期の収益（売上高）成長率の上位50社がランキングされています。



■テクノロジー Fast 50プログラムについて

Fast 50は、国際会計事務所組織デロイト トウシュ トーマツ リミテッドのランキングプログラムの日本版であり、TMT業界の企業を過去3決算期の収益（売上高）に基づく成長率で順位付けします。指標を収益成長率としていることにより、企業規模によらない成長性を表わすランキングとなります。上場・未上場企業に関わらず、応募が可能です。なお、Fast 50の応募企業は、自動的に、アジア太平洋地域テクノロジー Fast 500の候補企業となります。対象となる事業領域は、ハードウェア、ソフトウェア、通信、メディア、ライフサイエンス、クリーンテックです。

【Web】

- 7/4 [SankeiBiz「【株式会社ニューカマー】ネーティブ広告、海外事業強化 ログリー・吉永浩和社長」](#)
- 9/25 [イノベーター列伝](#)
- 10/29 [國學院大學メディア『「個性」と組織の「カルチャー」がなぜイノベーションにつながるのか』](#)

【TV】

- 6/21 モーニングサテライト
- 6/29 [日経CNBC「昼エクスプレス」](#)

【ラジオ】

- 9/4 [ラジオ『藤沢久美の社長Talk』](#)
- 9/28 [ラジオNIIKEI『マーケットプレス（後場）』【生放送】『この企業に注目！相場の福の神』](#)

【雑誌】

- 6/20 株主手帳
- 6/20 日経ビジネス（國學院チャンネル）

各タイトルから掲載面・動画をご覧ください。

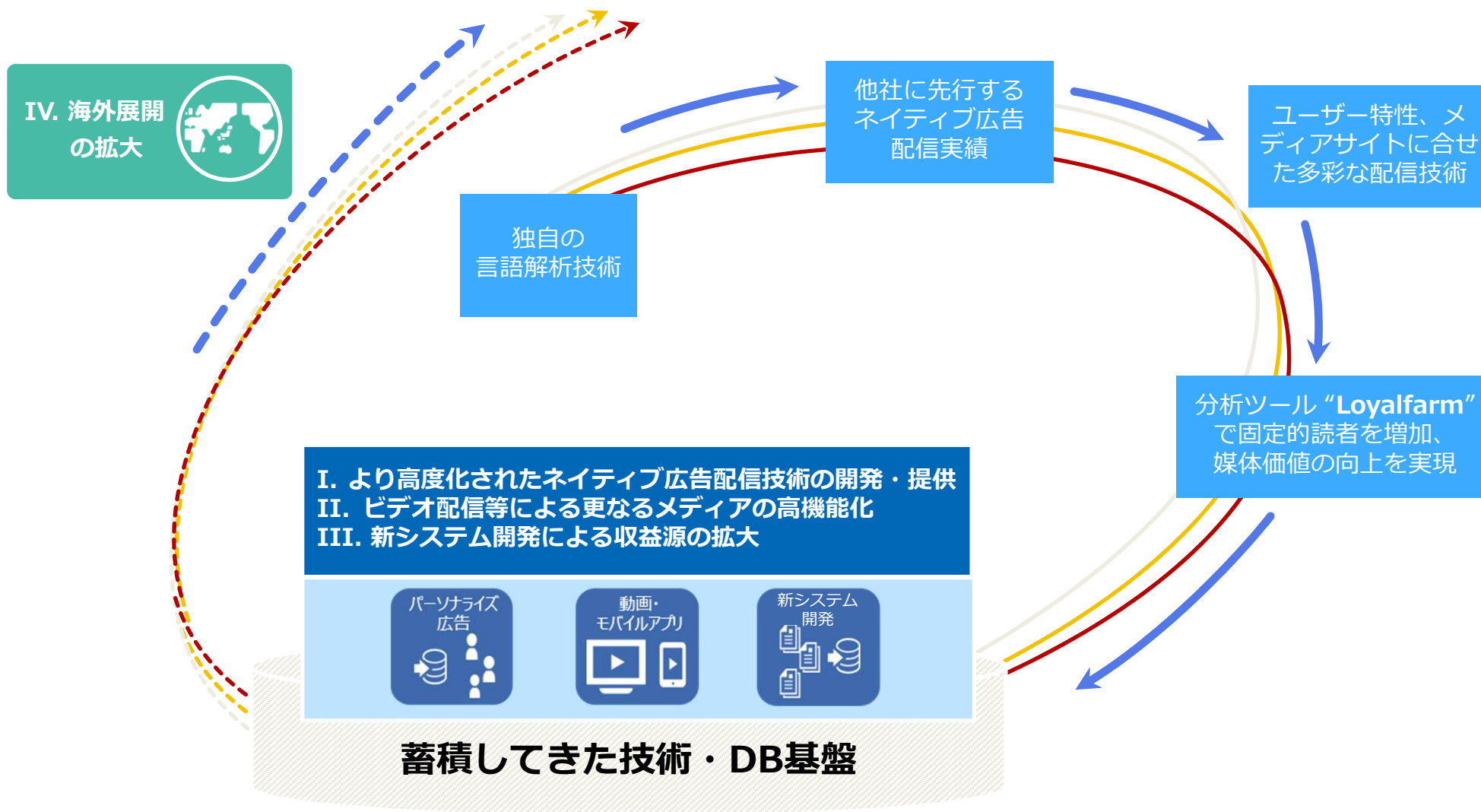
1.エグゼクティブ・サマリー

2.第2四半期 実績

- 業績
- 取り組み

3.成長戦略

4.参考資料

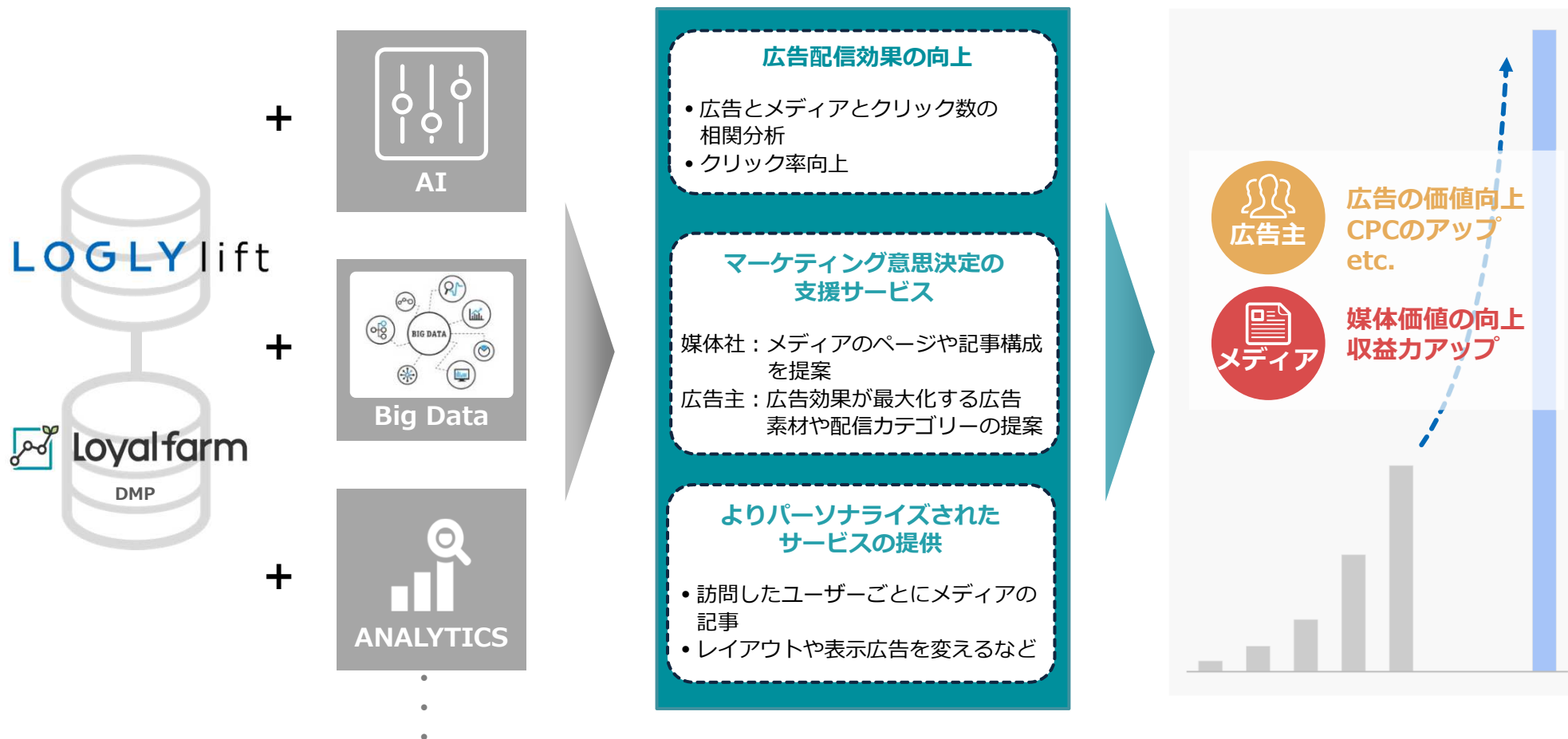


■ 既存のネイティブ広告配信技術に加え、Loyalfarmで培った分析を高度化。加えて、ビッグデータ解析アルゴリズムの開発、AI技術の導入等により広告配信効果の向上を図り、広告主、メディアおよびユーザーに、より付加価値の高いサービスを提供することによって収益拡大を図ります。

今後の技術開発の課題

広告主、メディア、ユーザーへ高付加価値のサービスを提供

LOGLY 収益成長の実現



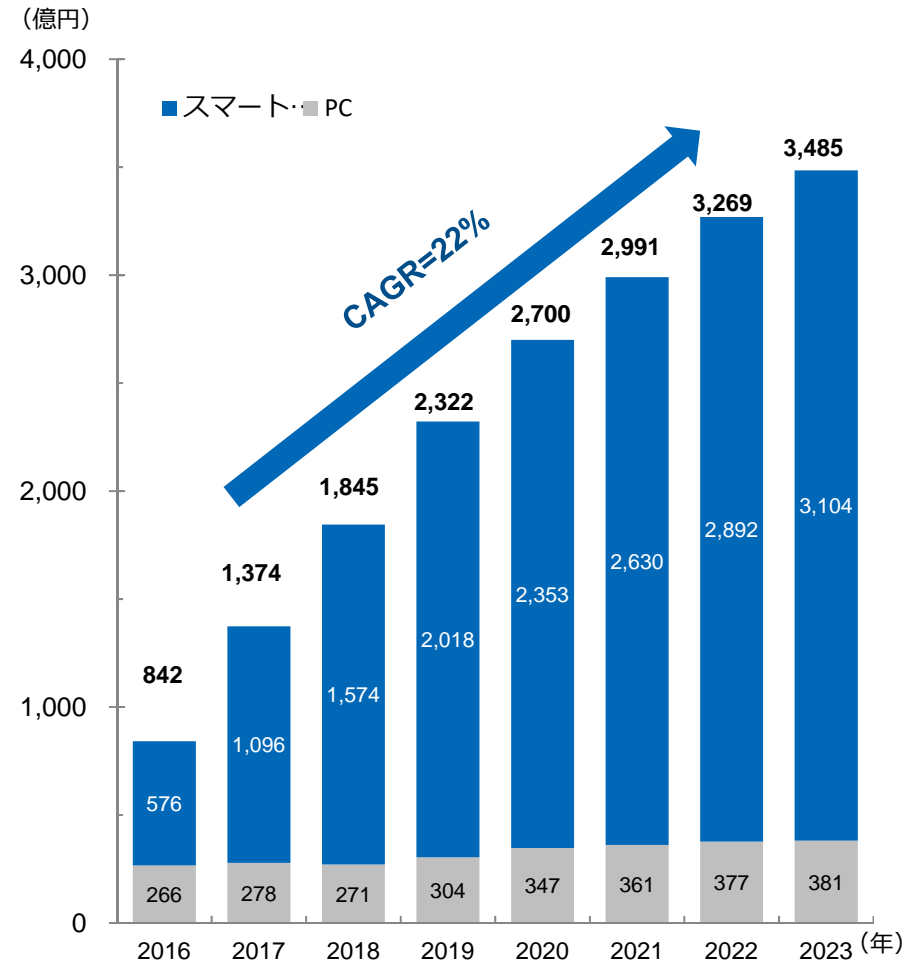
- 直近、ニーズが高まっている**動画による広告配信サービス**を開発・提供。
- 動画も、ネイティブ対応することにより広告価値を高めると共に、視聴課金により収益機会の拡大を図ります。

“LOGLY lift for video” の特徴

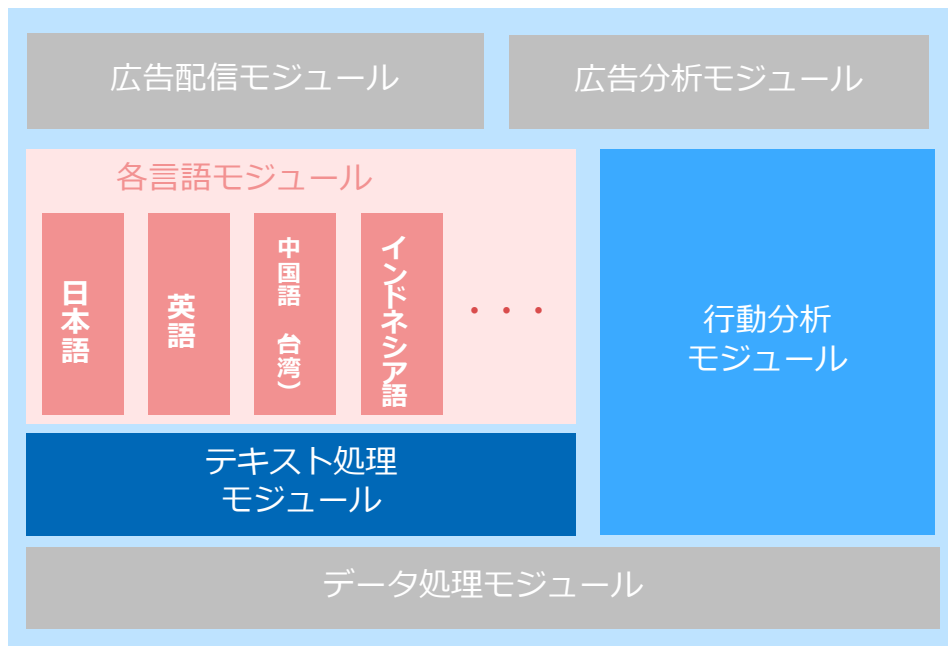


- ユーザーの興味に適合した、ネイティブな動画視聴体験の提供
- ブランド毀損をしない優良なプレースメントでのみ再生
- 配信先プラットフォームに最適化された形式のコンテンツの提供
- OPEN化されたシステムにより効果改善施策が実施しやすい
- 視聴課金により、媒体に収益機会の拡大を提供

動画広告市場規模推計・予測 <デバイス別>



- 当社の強みである文脈解析技術を、他の言語でも使用可能にするための**言語モジュールを各種開発**。
- 今後、拡大が見込まれる**海外市場（主にアジア）**におけるネイティブ広告市場での事業拡大を図ります。



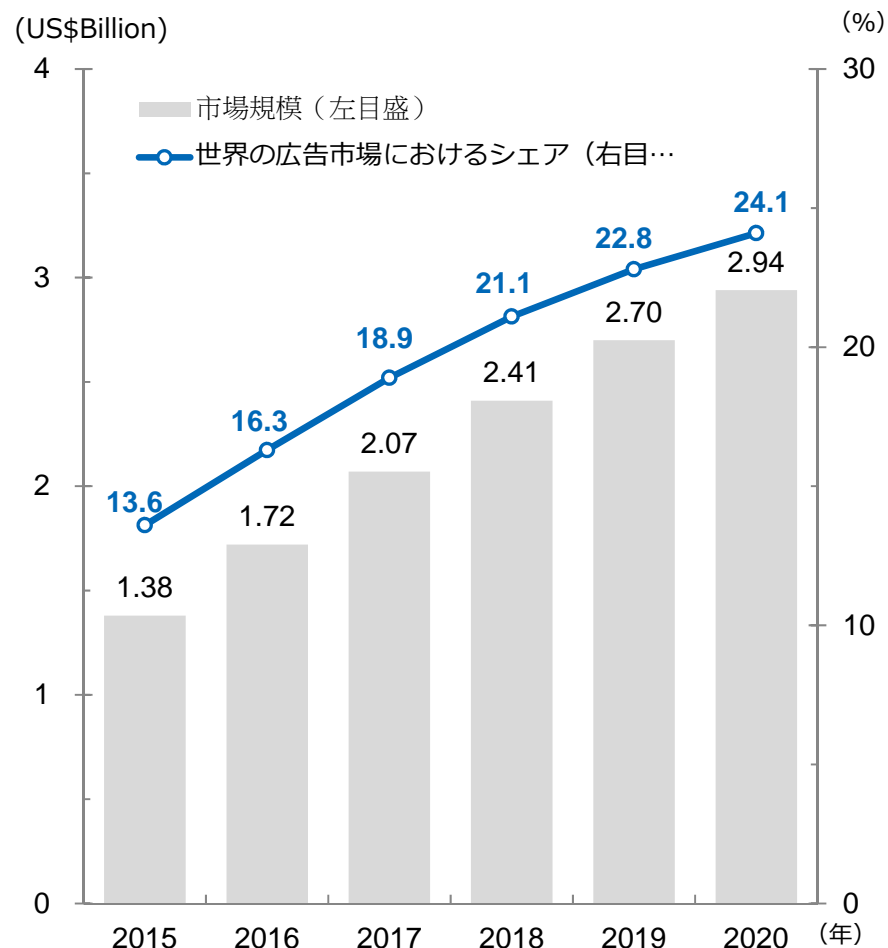
～2018年3月

- LOGLY liftのコアテクノロジーをOEM提供、ローカル言語へ対応
- 台湾での販売実績。インドネシアでも販売開始
- 東南アジア各地でのフィールド調査実施

中期的対応

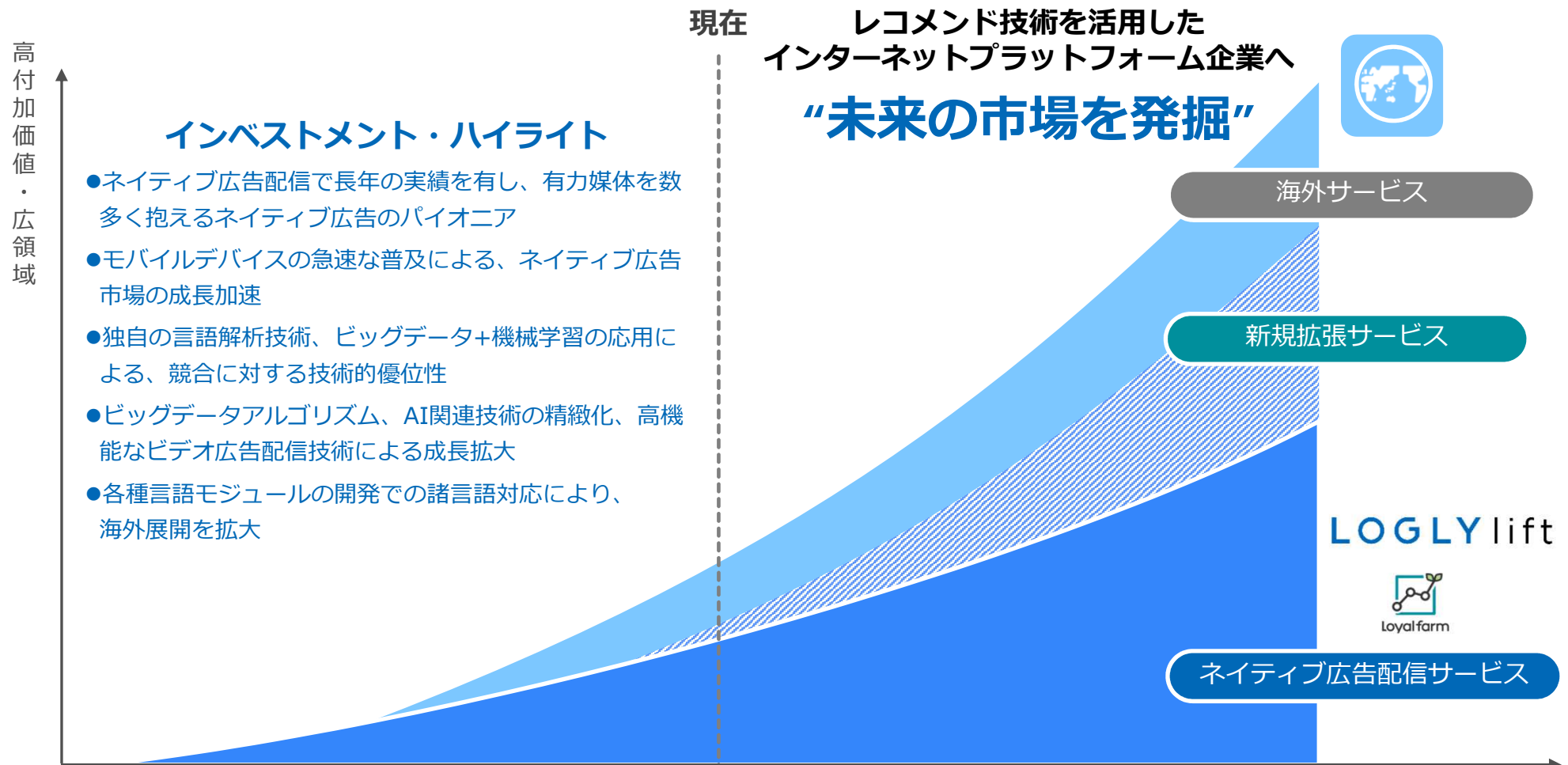
- 海外市場での進捗に応じて、自前の営業拠点を設立へ。同、営業活動開始も視野

東南アジア主要6か国のデジタル広告費



出所：eMarketer

- LOGLY lift, Loyalfarm の一層の機能向上により、**広告主の「未来の顧客の発掘」**と、**媒体の「未来の読者の発掘」**を実現します
- ビッグデータ解析のアルゴリズム開発、改善も進め、**全ての企業の「未来の市場の発掘」**への貢献を通じて、事業成長を図ります



1.エグゼクティブ・サマリー

2.第2四半期 実績

- 業績
- 取り組み

3.成長戦略

4.参考資料

社名	ログリー株式会社		
事業内容	メディアテクノロジー事業 / アドテクノロジー事業		
所在地	東京都渋谷区道玄坂一丁目16番3号		
設立	2006年（平成18年）5月		
経営陣	代表取締役	吉永 浩和	
	取締役	岸本 雅久	
	取締役	池永 彰文	
	社外取締役	田中 善一郎	（株式会社PR TIMES 取締役）
	常勤監査役	児玉 裕二	
	監査役	橋本 訓幸	（川崎ひかり法律事務所 弁護士）
	監査役	笹部 秀樹	（笹部秀樹公認会計士事務所）
	顧問弁護士	森 一生	（代官山綜合法律事務所）
資本金	3億7,807万円（2018年6月現在）		
売上高	16億536万円（2018年3月期 実績）		
従業員数	40人（2018年9月現在）		
所属団体	一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）		
連結子会社	クロストレックス株式会社		

沿革	2006年 5月	ログリー株式会社設立
	2009年 6月	レコメンドサービス「newziaコネクト」の提供開始
	2012年10月	ネイティブ広告配信サービス「LOGLY lift」の提供開始
	2015年 6月	株式会社VOYAGE GROUPと資本業務提携を目的として、第三者割当増資を実施
	2016年 1月	台湾において「LOGLY lift」のOEM提供開始
	2016年12月	メディアサイトのユーザー定着と増加を支援するツール「Loyalfarm」の提供開始
	2018年 6月	東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
	2018年11月	合併会社クロストレックス株式会社設立

経営理念 **「集まれば新しい価値が生まれる」**

ビジョン **「テクノロジーで人々の生活を豊かにする」**

主要サービス

LOGLY lift

BOOST YOUR
CONTENT

 Loyalfarm

Bring up your
Audience

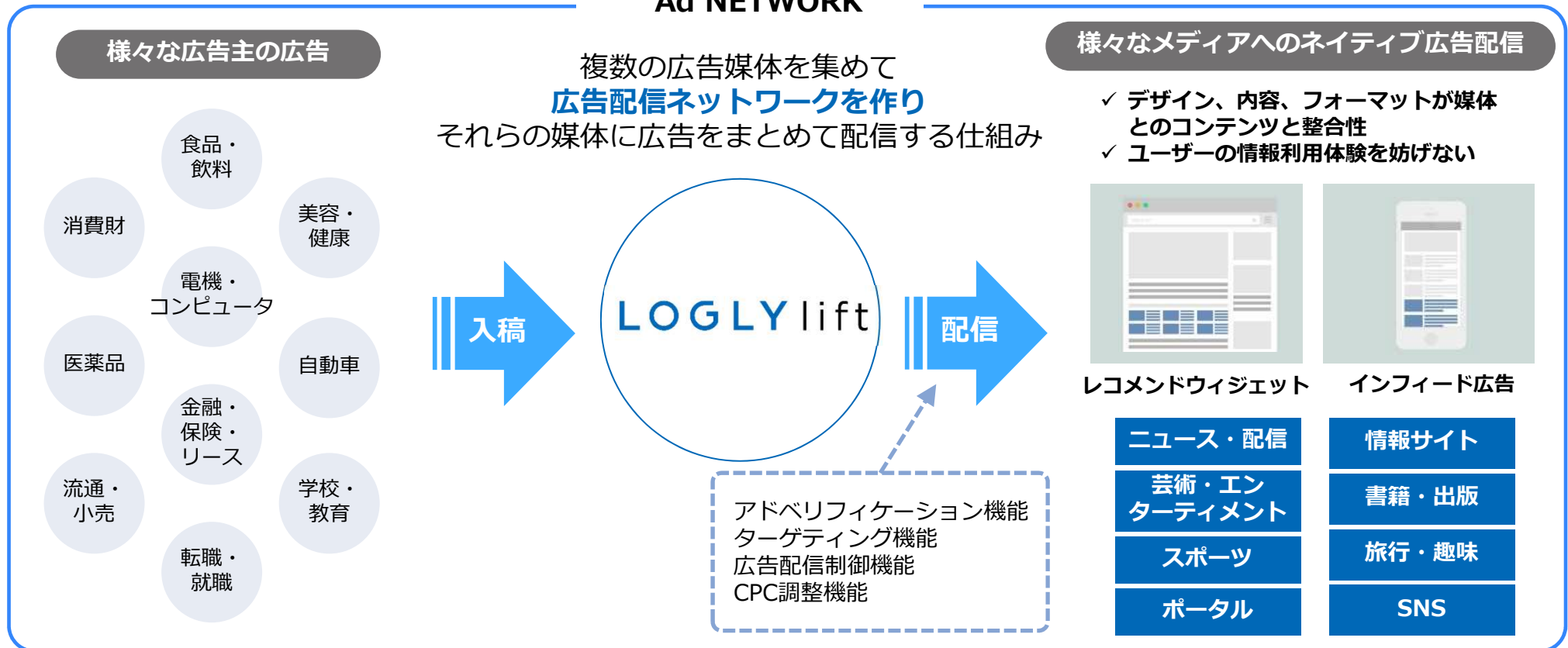
- 急拡大するインターネット広告分野に軸足をおき、**広告主の「未来の顧客を発掘」**し、**メディアの「未来の読者を発掘」**し、**すべての企業の「未来の市場を発掘」**することで、企業とユーザーの未来への懸け橋になり、「**テクノロジーで人々の生活を豊かにする**」



当社の社名にある「LOGLY」のログは「蓄積されたデータ」を意味し、この「蓄積されたデータ」を統計的手法やプログラミング技術を用いて分析し、事業の用に供せるよう新しい価値を見出すことで、サービスという形で企業とユーザーに提供していく、という思いを込めております。

- ネイティブ広告プラットフォーム「LOGLY lift」により、ネイティブ広告配信サービスを提供しています
- 媒体（メディア）のデザインとの整合性に加え、**コンテンツの内容に親和性がある広告を配信**することにより、一層広告価値を高めています

Ad NETWORK

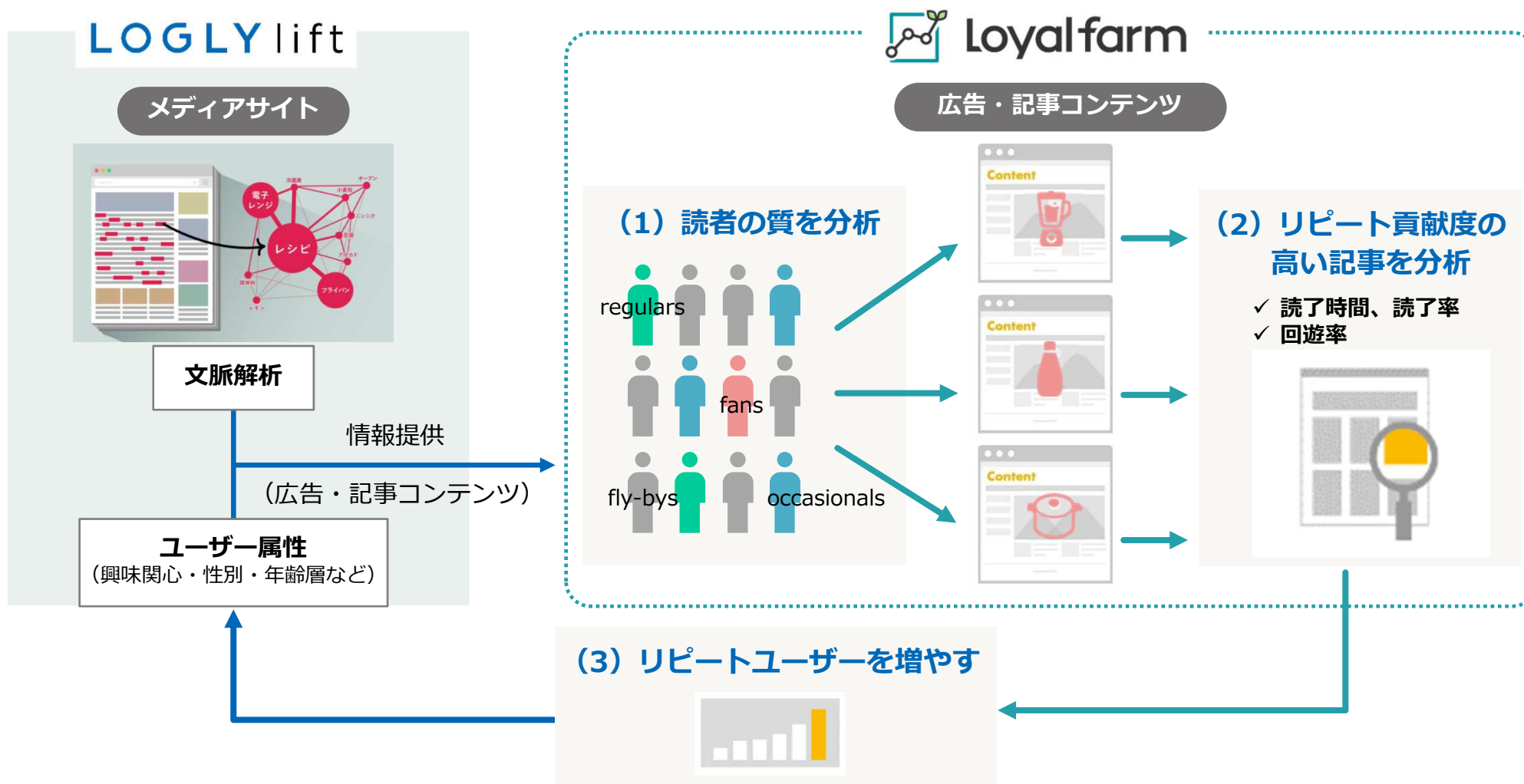


収益モデル

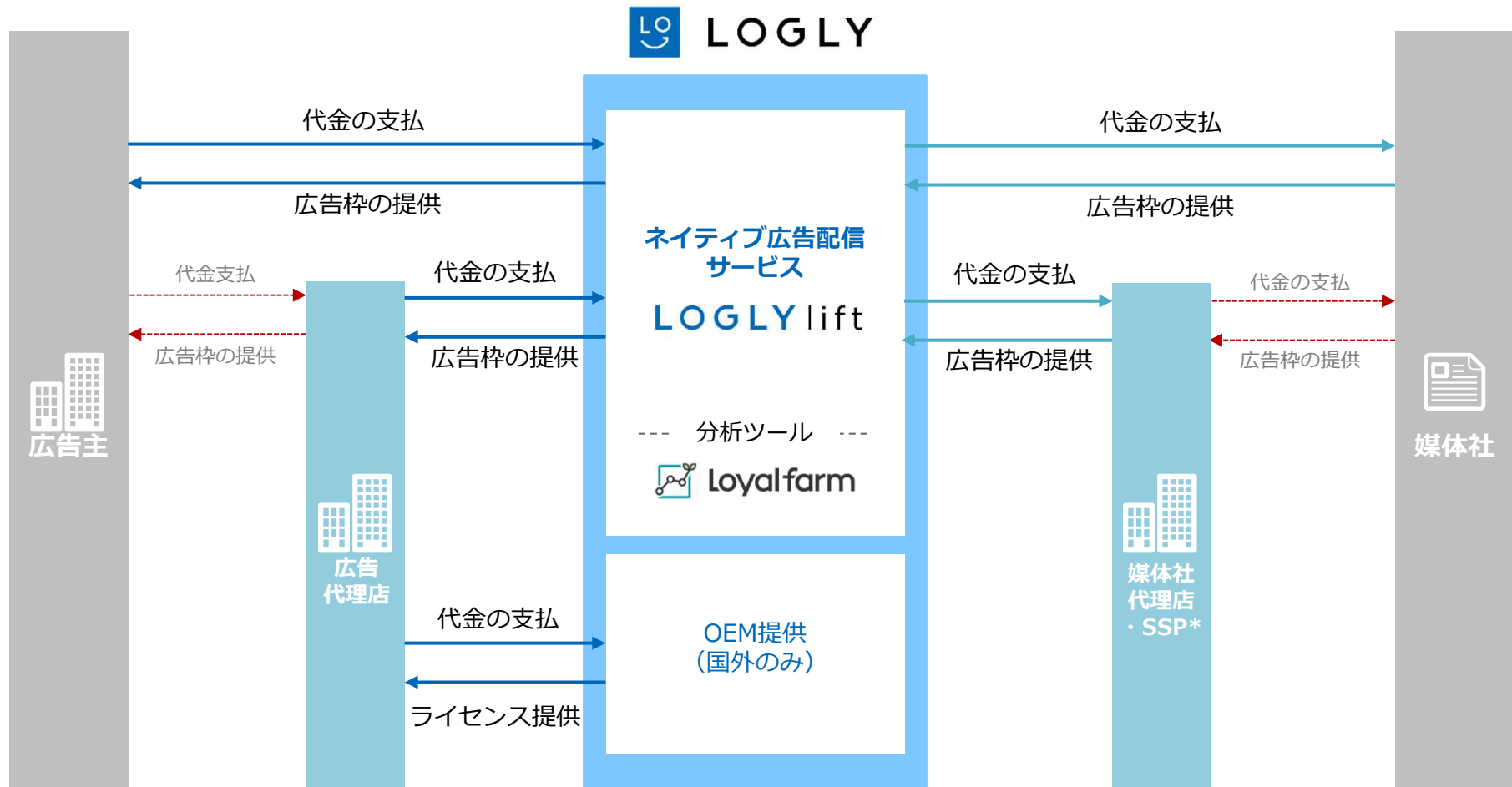
広告代理店経由： 売上高 = $CPC * \text{Click 数} - \text{代理店手数料}$
 広告主ダイレクト： 売上高 = $CPC \times \text{Click 数}$

*CPC：Cost Per Click、クリック単価。広告がクリックされ、広告主のサイトを訪れた際に広告料金が発生する

- 「LOGLY lift」の提供で蓄積してきたデータベースを基盤に開発した、ユーザーの「再訪」にフォーカスした分析ツールを提供しています
- リピートユーザーを増やすことで、**媒体価値の向上に貢献**します



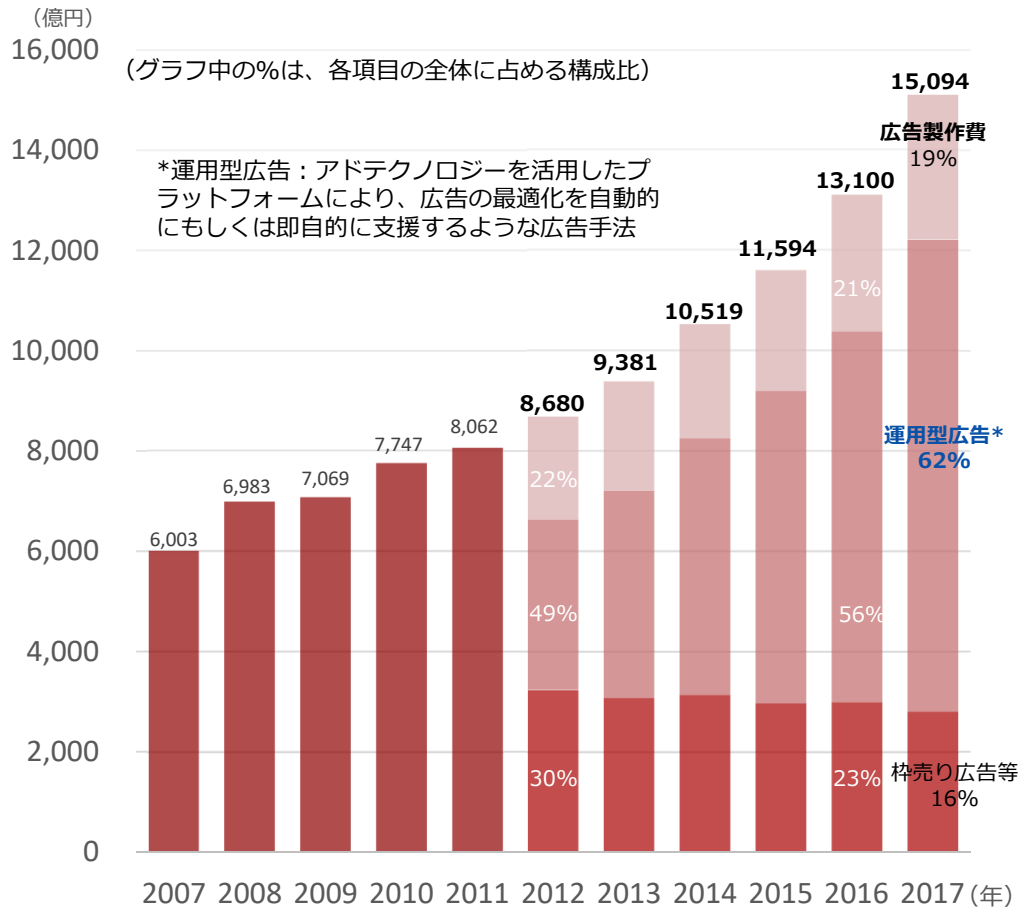
- ネイティブ広告配信サービスは、広告主および広告代理店への「LOGLY lift」の提供
- 海外サービスは、海外現地広告代理店への「LOGLY lift」のOEM提供



*SSP: Supply Side Platform, 媒体社の収益を最大化するためのプラットフォーム

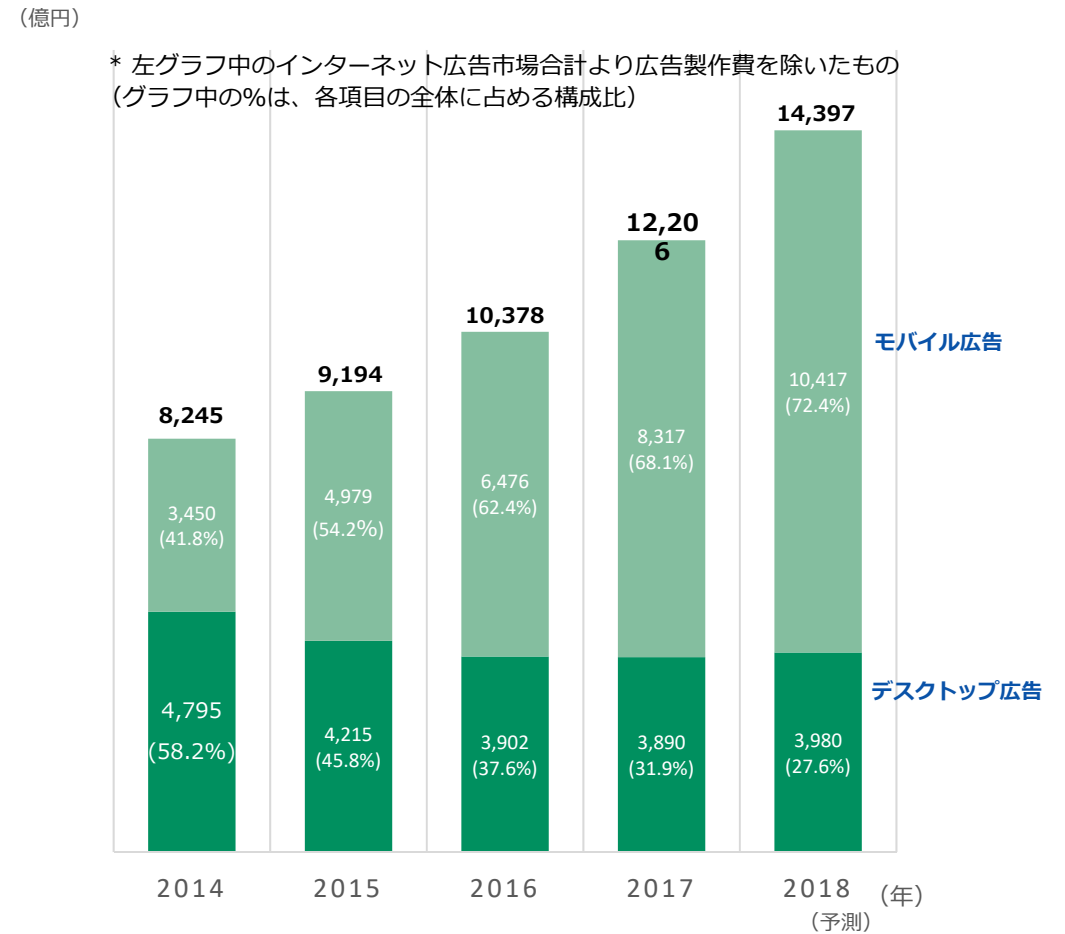
- 2017年のインターネット広告市場は1兆5,094億円。**ネイティブ広告を含む運用型広告**は平均年率**23%**（2012～17年）
- スマートフォンを代表とするモバイル機器の急速な普及により、**モバイル広告**がインターネット広告媒体費に占める割合は**7割超**に

インターネット広告市場



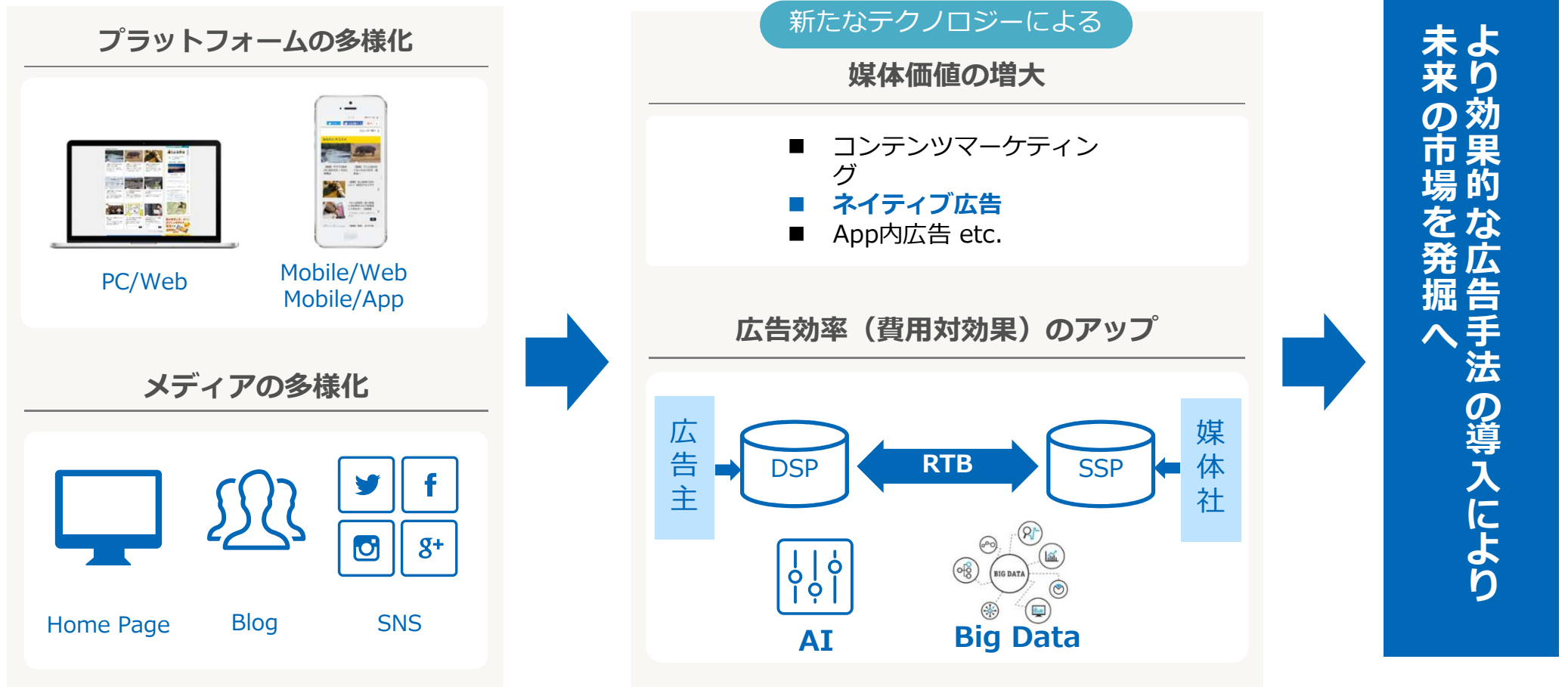
出所：電通「2017年 日本の広告費」より

インターネット広告媒体費* デバイス別推移



出所：D2C、サイバーコミュニケーションズ、電通「2017年日本の広告費インターネット広告媒体費詳細分析」より

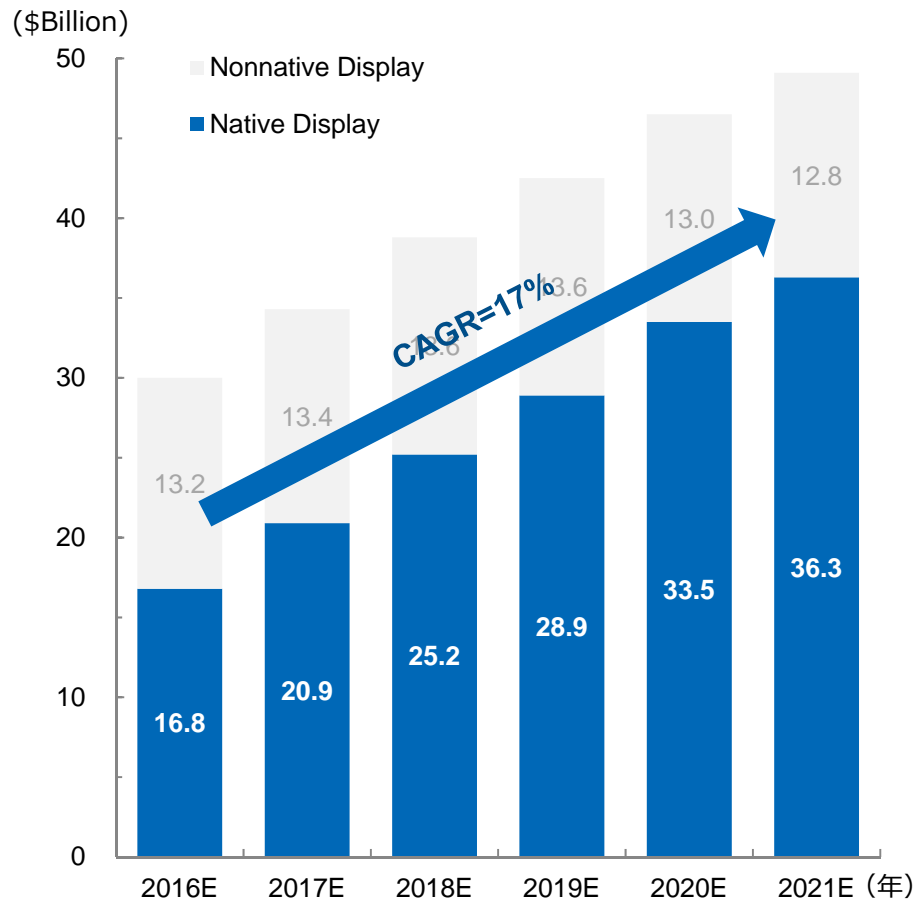
- 直近では、スマートフォンの普及に加え、SNS、写真共有サイト等の新たなメディア形態が拡大、**広告媒体の多様化**が進んでおり、その対応が課題に
- 一方、従来のディスプレイ（バナー）広告の限界、広告効率の低下が問題となっており、**より効果的な広告手法の提案・導入**が求められています



DSP: Demand Side Platform, 広告主の広告効果最適化を目的とした広告配信プラットフォーム
 SSP: Supply Side Platform, 媒体社の収益を最大化するためのプラットフォーム
 RTB: Real-Time Bidding, DSPとSSPの取引を、広告のインプレッションが発生した時にリアルタイムで行う仕組み

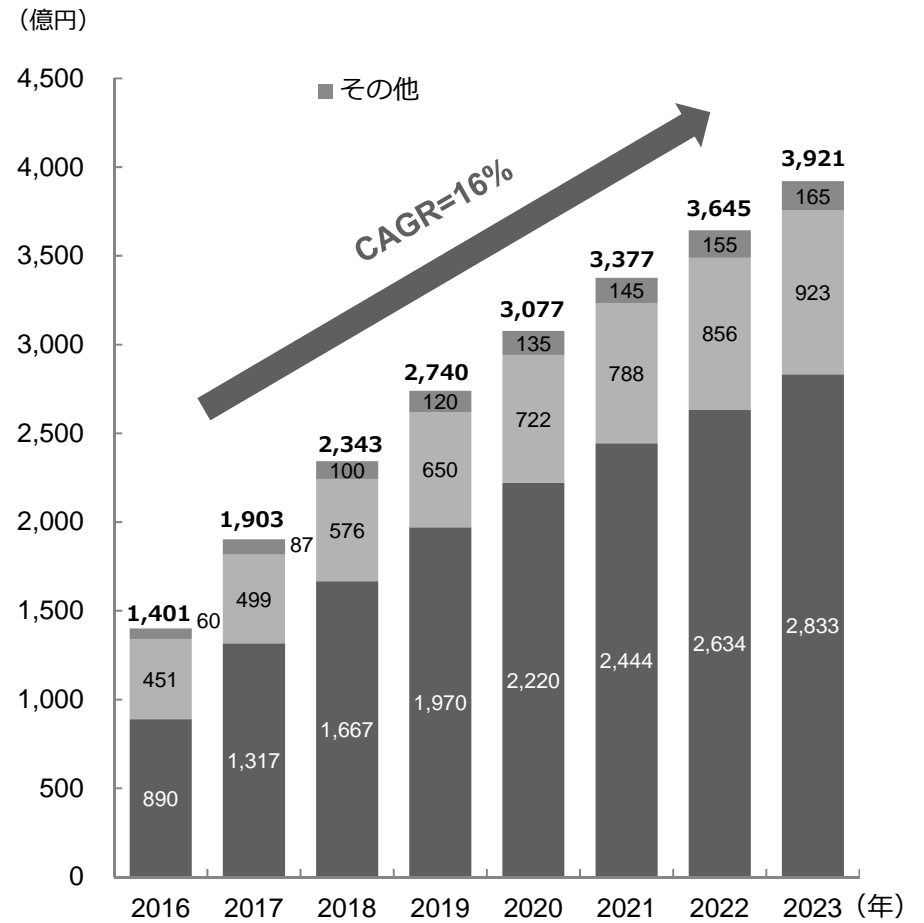
- 新たな広告手法として、国内外で**ネイティブ広告、インフィード広告（ネイティブ広告の一手法）市場が急拡大**を続けています
- 当社では、最終的にはインターネット広告の多くが、ネイティブ広告になると予想しています

米国ネイティブ広告市場予測



出所：Business Insider

国内インフィード広告市場規模推計・予測



出所：サイバーエージェント「インフィード広告市場推計<配信先別>」

業績予測の適切な利用に関する説明

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

