

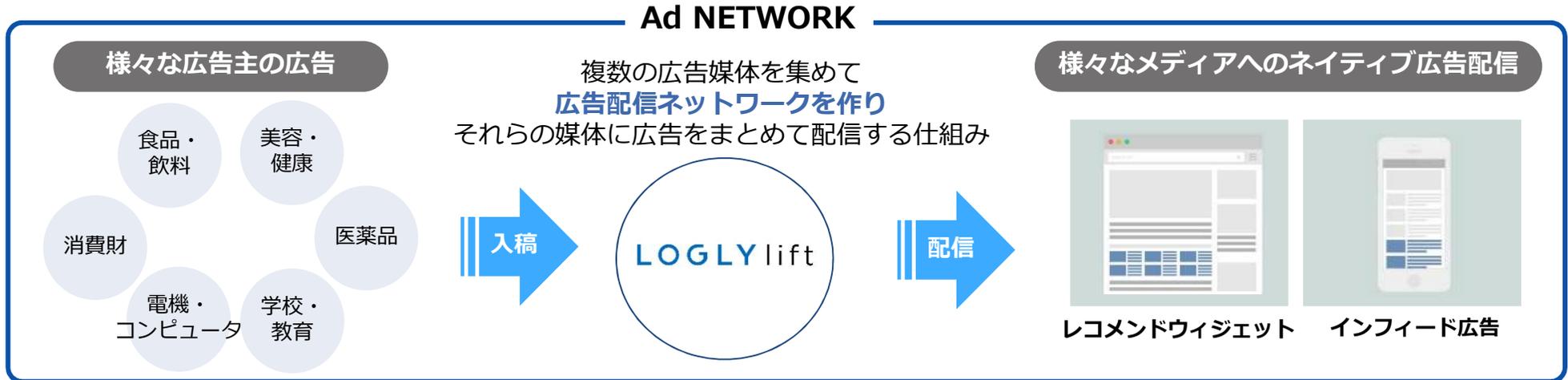
# 2018年度 第3四半期 決算補足説明資料

ログリー株式会社

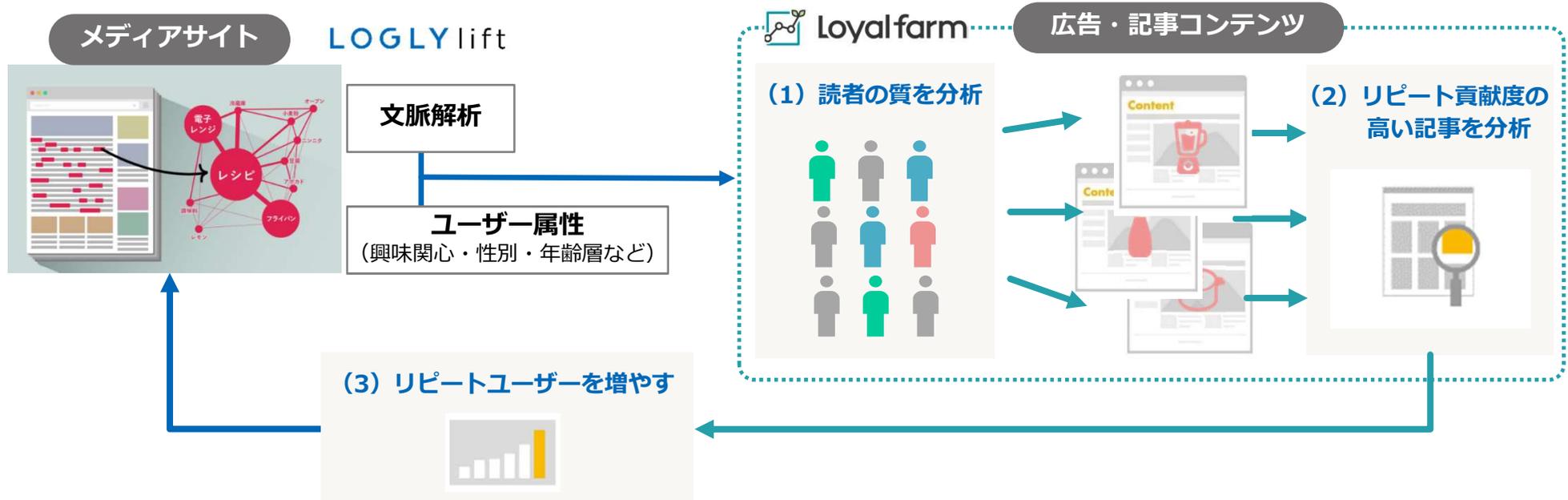
東証マザーズ：6579

2019年2月13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3四半期 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2.2倍の増益
- 売上高 1,804百万円 (3Q予算達成率121.1%、通期予算進捗率89.1%)
- 経常利益 151百万円 (3Q予算達成率132.6%、通期予算進捗率93.3%)

## ■ ユーザーと広告の“偶然的な出会い”の実現に向けたサービスを展開

- コンテンツディストリビューションエンジン「LOGLY feed」の提供を開始 ※詳細はP.11

## ■ 企業理念「集まれば新しい価値が生まれる」のリアルな実践

- オフィスリニューアル(増床)に伴い、当社イベントスペースの無償提供を開始 ※詳細はP.12

## ■ 企業の成長を加速させるためのコーポレート・ガバナンス体制の強化

- 2018年12月1日をもって監査等委員会設置会社に移行 ※詳細はP.13

## ■ 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

- 2019年春に向けたクロストレックス株式会社の運営状況 ※詳細はP.14

## 1. エグゼクティブ・サマリー

## 2. 第3四半期 実績

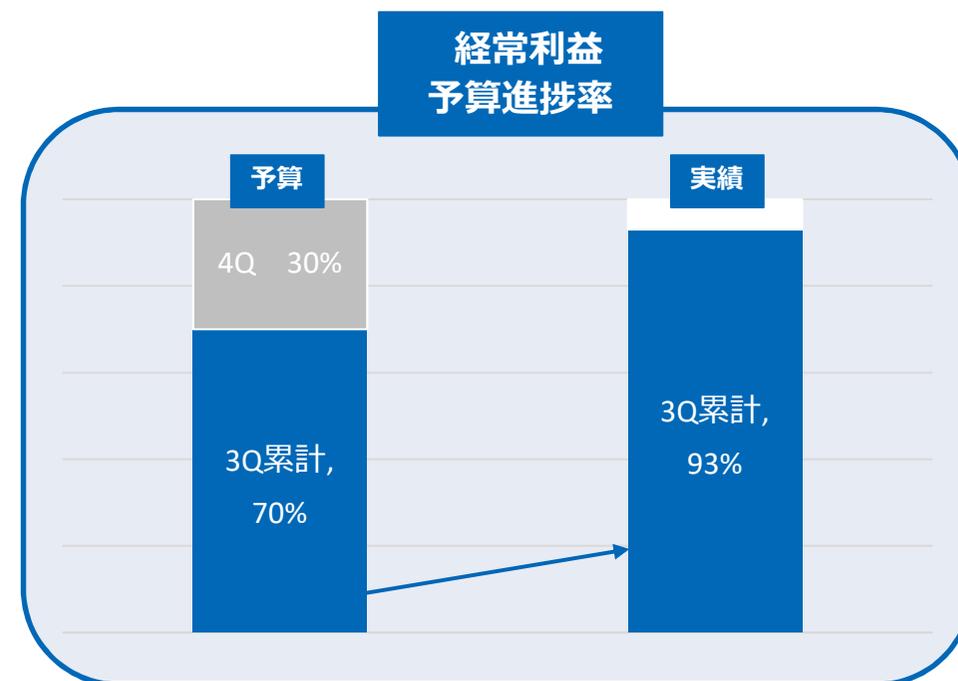
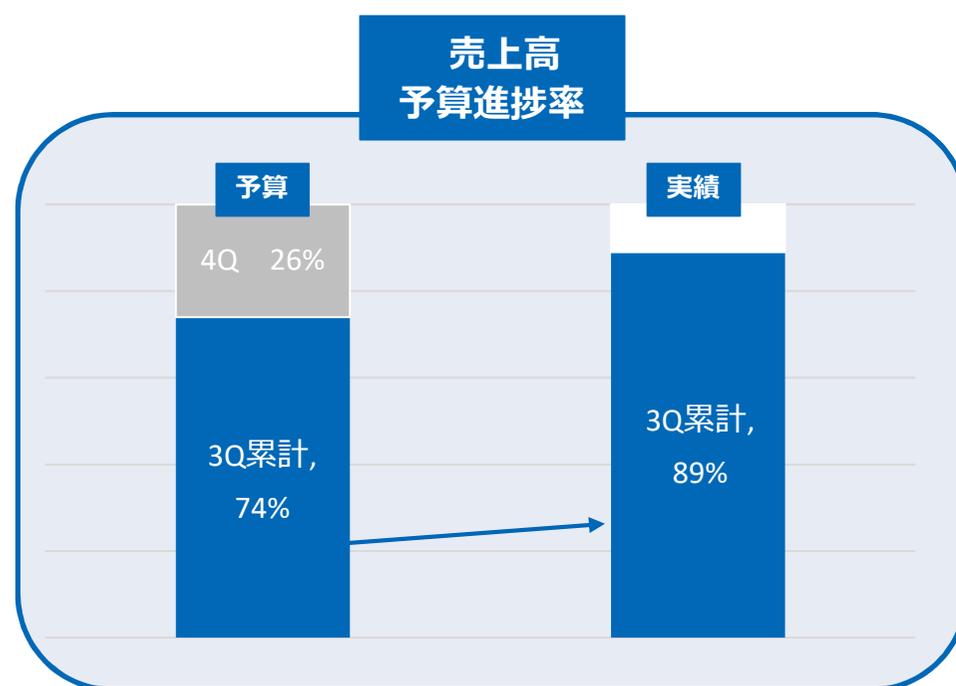
- 業績
- 取り組み

## 3. 成長戦略

## 4. 参考資料

(単位：百万円)

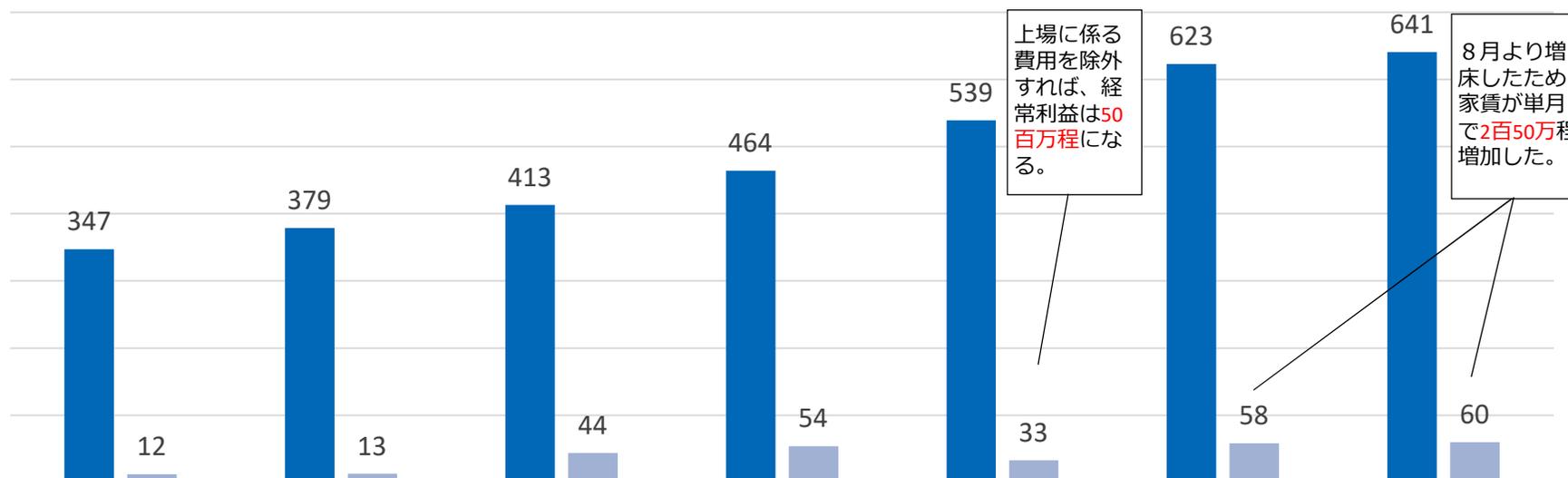
	第3四半期 実績	第3四半期 予算	第3四半期 達成率	通期 予算	通期 進捗率
売上高	1,804	1,490	121.1%	2,026	89.1
営業利益	166	131	126.8%	180	92.5
経常利益	151	114	132.6%	162	93.3



(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	当期3Q 2018年10月～ 2018年12月
売上高	347	379	413	464	539	623	641
経常利益	12	13	44	54	33	58	60
経常利益率	3.5%	3.6%	10.7%	11.6%	6.2%	9.3%	9.4%

■ 売上高  
■ 経常利益



前期3Qの時点で経常利益率が10%台となった。そのため、経常利益率10%を目安に各四半期で10%を下回る主な要因となったものは以下のとおり。

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）。事業規模拡大に合わせての人員増強の固定費増加。

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。）

当期3Q…同上に加え、媒体社向けマージン率が第1Q～第3Qにかけて高止まりしているため、媒体社への仕入率が前年同四半期比率で▲5%程悪化したため。

(単位：百万円)

	前期3Q 2017/4~ 2017/12	当期3Q 2018/4~ 2018/12	増減率	主な増減理由
<b>売上高</b>				
ネイティブ広告配信	1,140	1,804	58.2%増	広告配信技術向上により、広告収益が増加したため
<b>売上原価</b>				
媒体費用（AWS費含む）	809	1,249	54.3%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	63	84	32.9%増	
<b>販売費及び一般管理費</b>				
人件費	132	191	44.6%増	業容拡大に伴う人員が増加したため
支払報酬料	19	31	66.1%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
<b>営業利益</b>	70	166	134.9%増	
<b>経常利益</b>	69	151	117.5%増	
<b>税引前四半期純利益</b>	84	151	79.0%増	
<b>四半期純利益</b>	67	103	52.9%増	

(単位：百万円)

	前期末 2018/3/31	当期3Q 2018/12/31	増減率	主な増減理由
<b>資産</b>				
現金及び預金	721	1,376	90.7%増	新規株式公開による公募増資のため
売掛金	161	173	7.2%増	ネイティブ広告配信売上が好調のため
総資産	965	1,770	83.4%増	
<b>負債</b>				
買掛金	218	297	35.6%増	広告配信売上が増加したことによる媒体社（メディア）に対する分配額の増加
前受金	74	106	42.3%増	ネイティブ広告配信売上が好調のため
総負債	411	557	35.5%増	
<b>純資産</b>				
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	263	64.7%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	1,770	83.4%増	

## 1. エグゼクティブ・サマリー

## 2. 第3四半期 実績

- 業績
- 取り組み

## 3. 成長戦略

## 4. 参考資料

当社は、2018年10月より広告配信プラットフォーム「LOGLY lift」において、スワイプするたびにさまざまな切り口でレコメンドする、コンテンツディストリビューションエンジン「LOGLY feed」の提供を開始いたしました。

### ■ 「LOGLY feed」の概要

昨今、テクノロジーの進歩と共に、ユーザーに合わせて情報を絞り込む技術「フィルターバブル（filter bubble）」が話題となっています。一方で、フィルターバブルを含むパーソナライズ技術の躍進は、ユーザーに興味がある情報を提示できる一方、新たなコンテンツとのセレンディピティ（偶然的な出会い）を狭めてしまう可能性があります。

また、現在レコメンドウィジェットを提供している事業者の多くは、単一のアルゴリズムを採用しており、媒体社のメディアサイトごとに細かく運用しているわけではないため、編集者の意向やユーザーの選択肢を狭めてしまっている、という懸念もあります。

LOGLY feedでは、マルチカラム構造のUIでそれぞれのタブに完全に独立したロジックを搭載しており、ユーザーは縦や横に移動するたびに、さまざまなコンテンツと能動的に出会うことができます。メディアサイトにとっては、これまでアルゴリズムの優先度の関係でユーザーにリーチする機会が少なかったストック型コンテンツや、編集者が読んでほしいコンテンツなど、ユーザーに提示するラインアップに、よりバリエーションを持たせることが可能です。

本サービスでは、まったく異なる切り口によるコンテンツのレコメンドを並列に行い、得られた結果から細かな運用で改善可能な設計となっているため、あらゆるメディアに個別最適化できます。

ログリーは今後も、価値あるコンテンツをユーザーに届けるべく、レコメンドエンジンのアルゴリズムやUI改良など、さまざまな切り口で製品を研究・開発してまいります。



図：LOGLY feedのイメージ

**ログリーは、渋谷・道玄坂オフィスのリニューアルに伴い、当社イベントスペースの無償提供を開始しました。**

昨今の再開発で渋谷には数多くのIT企業が集っており、勉強会の開催が盛んになるのと同時に貸出スペースの需要が高まっています。

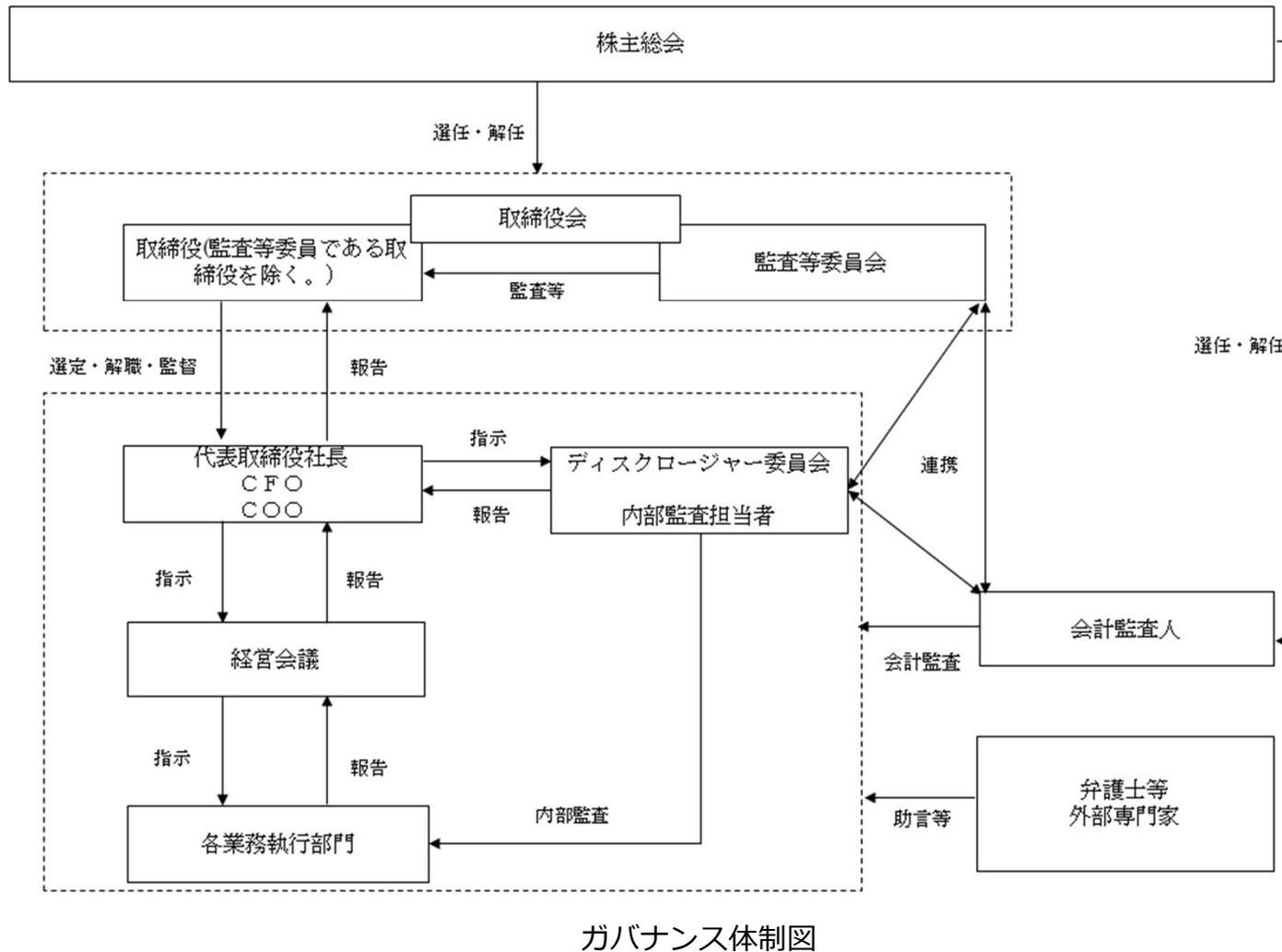
そこでログリーでは、エンジニア向け勉強会やスタートアップ企業のイベントを中心に当社イベントスペースを無償提供することで、理念に掲げている「集まれば新しい価値が生まれる」場の創出を目指してまいります。



イベントスペース貸出に関する詳細、お申し込みは当社ホームページ「イベントスペース貸出について」にてご案内しております。

当社は2018年11月28日に行われた臨時株主総会での決議を経て、2018年12月1日をもって監査等委員会設置会社へ移行しました。

取締役会の監査・監督機能を強化するとともに、業務執行決定権限の取締役への委任による意思決定及び業務執行の迅速化・効率化を図ることにより、コーポレート・ガバナンスの一層の充実を目指すため、監査等委員会設置会社に移行いたしました。



すでに第2四半期決算補足説明資料で開示した、「ログリーとビルコム 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」のとおり、2019年春に向け、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つつ、本格営業開始に向け取り組んでおります。

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。

#### ■会社概要

- 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：1,500万円，資本準備金 1,500万円
- 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/>



※なお、本第3四半期会計期間においては、本格営業開始に向けた準備期間であり連結財務諸表に与える影響も軽微なため、連結子会社として連結財務諸表の作成は行っておりません。

## 【Web】

- 10/11 マイナビニュース「スワイプするたびに新たなレコメンドが広がるマルチカラム構造UIのプラットフォーム - ログリー」
- 10/18 MarkeZine「ログリー、ビルコムと合併会社「クロストレックス」を設立 BtoB企業のコンテンツマーケを支援」
- 10/18 CNET Japan「ログリーとビルコム、BtoBコンテンツマーケティング支援の合併会社を設立」
- 10/19 ITmedia マーケティング「ログリーとビルコム、B2B企業向けコンテンツマーケティング支援事業を行う新会社設立へ」

## 【新聞】

- 10/24 日経産業新聞「ログリーとビルコム 新会社を設立 BtoBの販促支援」
- 11/6 日刊工業新聞「ログリー、マーケ支援でビルコムと合併」

## 【雑誌】

- 10/19 日経ビジネス 國學院大學赤井学長と当社代表吉永との対談記事



当社ホームページの「ニュース」>「パブリシティ」 (<https://corp.logly.co.jp/publicity>) より各掲載面をご覧ください。

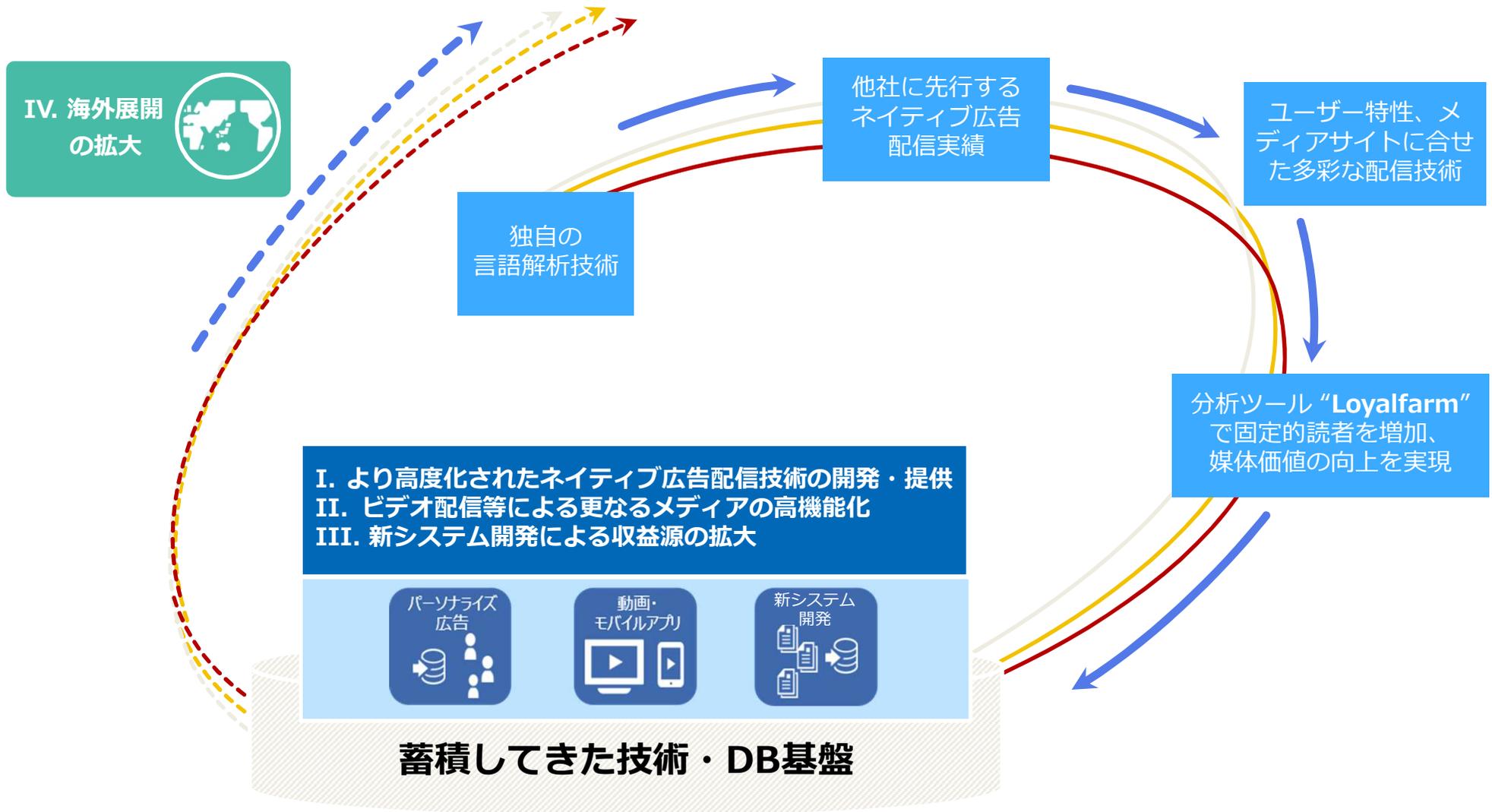
## 1.エグゼクティブ・サマリー

## 2.第3四半期 実績

- 業績
- 取り組み

## 3.成長戦略

## 4.参考資料

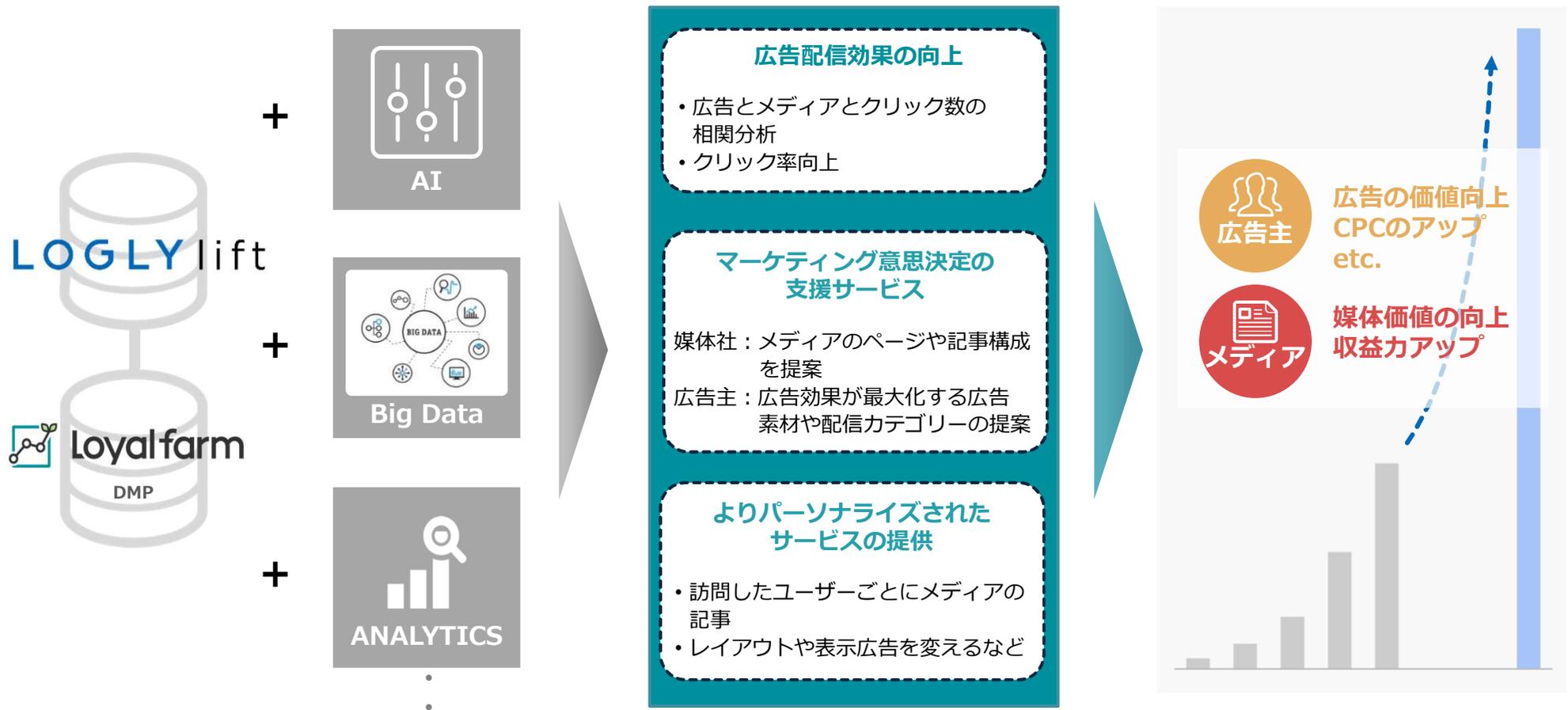


■ 既存のネイティブ広告配信技術に加え、Loyalfarmで培った分析を高度化。加えて、ビッグデータ解析アルゴリズムの開発、AI技術の導入等により広告配信効果の向上を図り、広告主、メディアおよびユーザーに、より付加価値の高いサービスを提供することによって収益拡大を図ります。

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



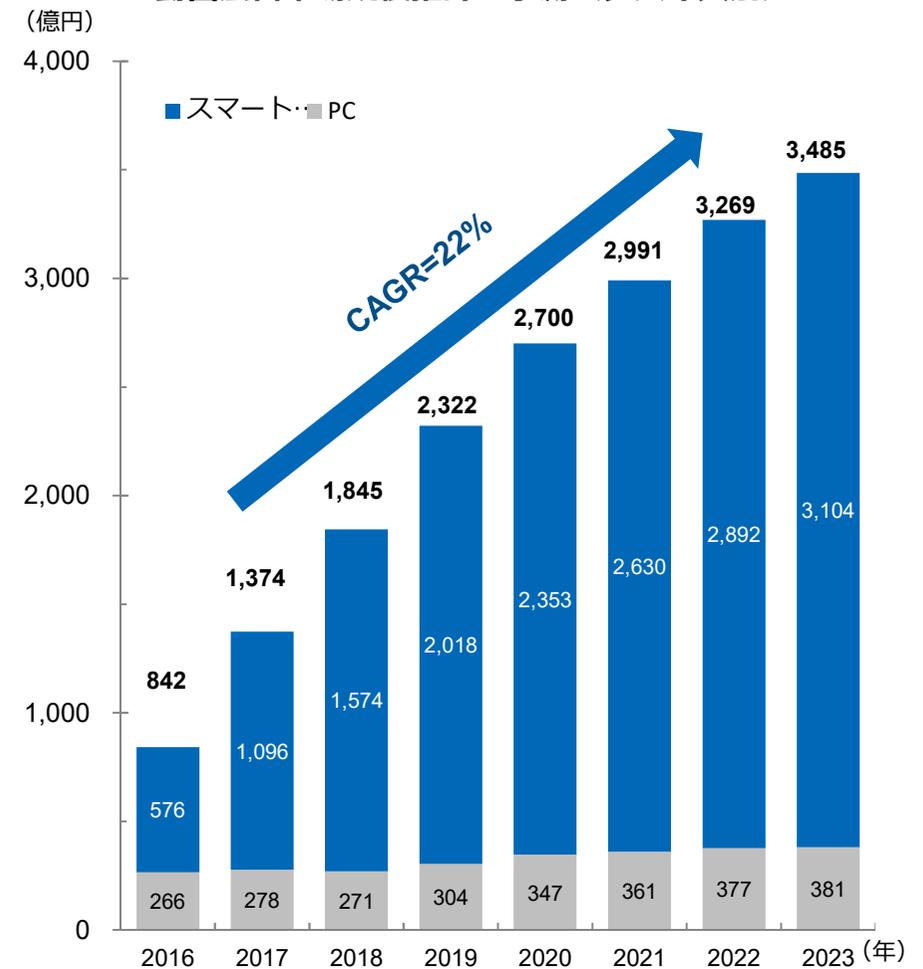
- 直近、ニーズが高まっている**動画による広告配信サービス**を開発・提供。
- 動画も、ネイティブ対応することにより広告価値を高めると共に、視聴課金により収益機会の拡大を図ります。

## “LOGLY lift for video” の特徴

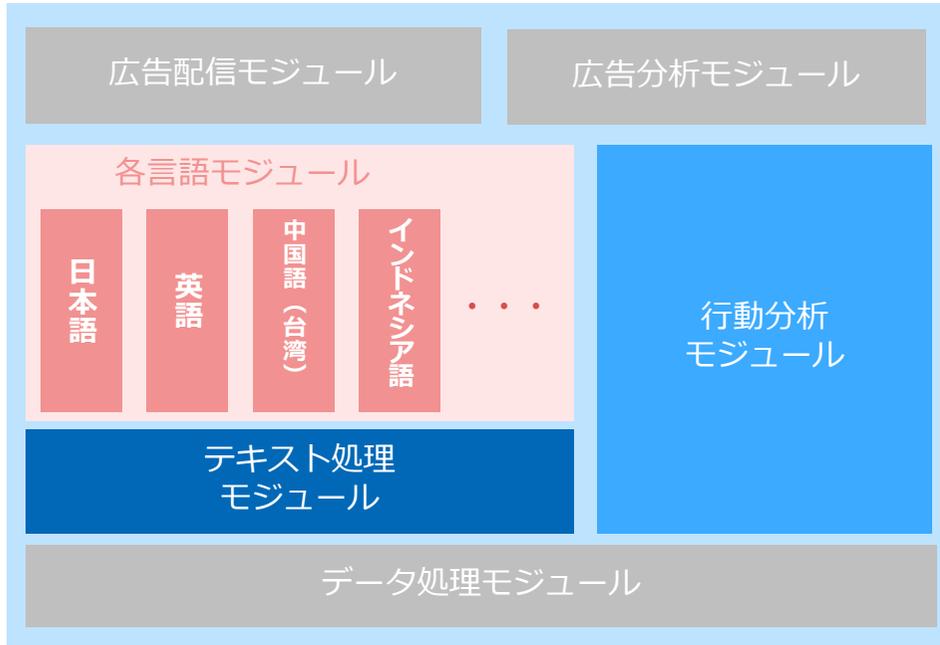


- ユーザーの興味に適合した、ネイティブな動画視聴体験の提供
- ブランド毀損をしない優良なプレースメントでのみ再生
- 配信先プラットフォームに最適化された形式のコンテンツの提供
- OPEN化されたシステムにより効果改善施策が実施しやすい
- 視聴課金により、媒体に収益機会の拡大を提供

## 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。



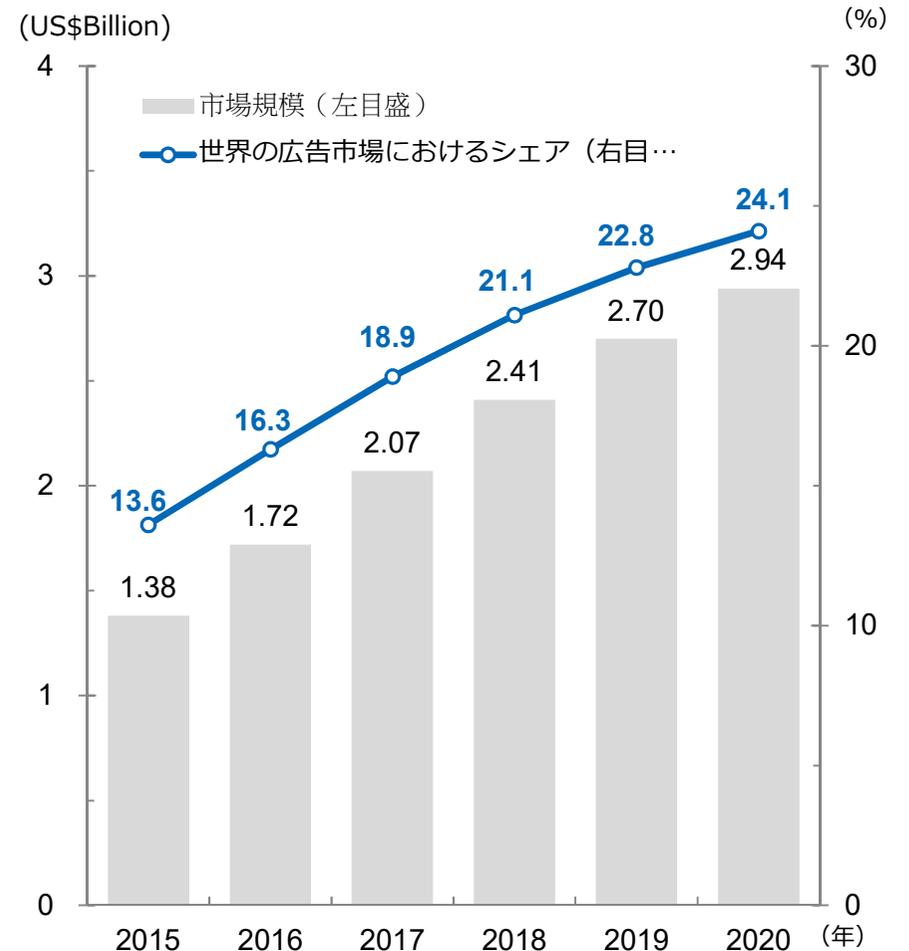
～2018年3月

- 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

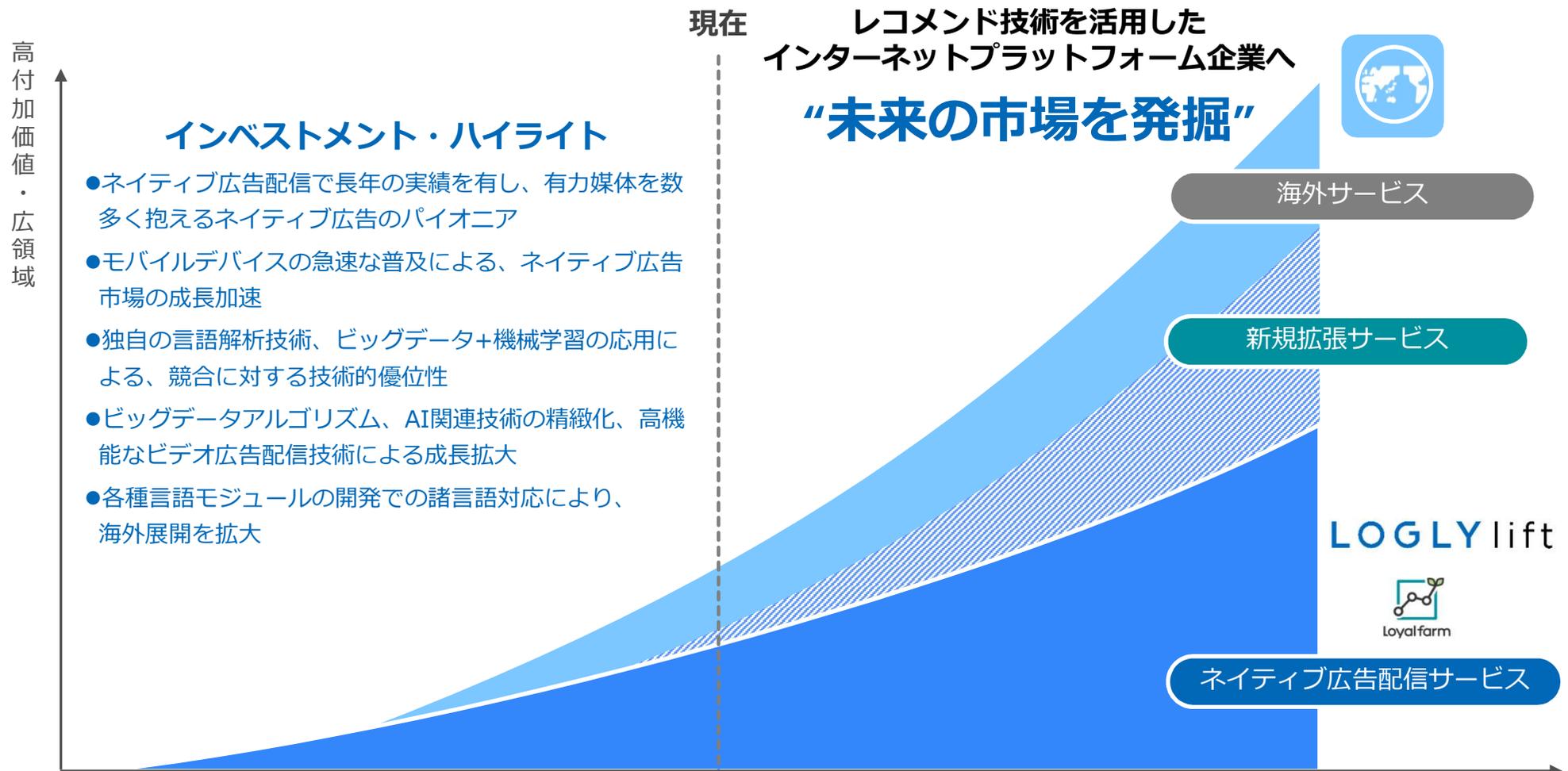
- 海外市場での進捗に応じて、自前の営業拠点を設立へ。同、営業活動開始も視野

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3四半期 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** 代表取締役社長 吉永 浩和  
 取締役CFO 岸本 雅久  
 取締役COO 池永 彰文  
 取締役監査等委員 橋本 訓幸（川崎ひかり法律事務所 弁護士）  
 取締役監査等委員 笹部 秀樹（笹部秀樹公認会計士事務所）  
 取締役監査等委員 藤岡 大祐（株式会社PKSHA Technology 常勤監査役）  
 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** 41人（2018年12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
- 2018年12月 監査等委員会設置会社へ移行

**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

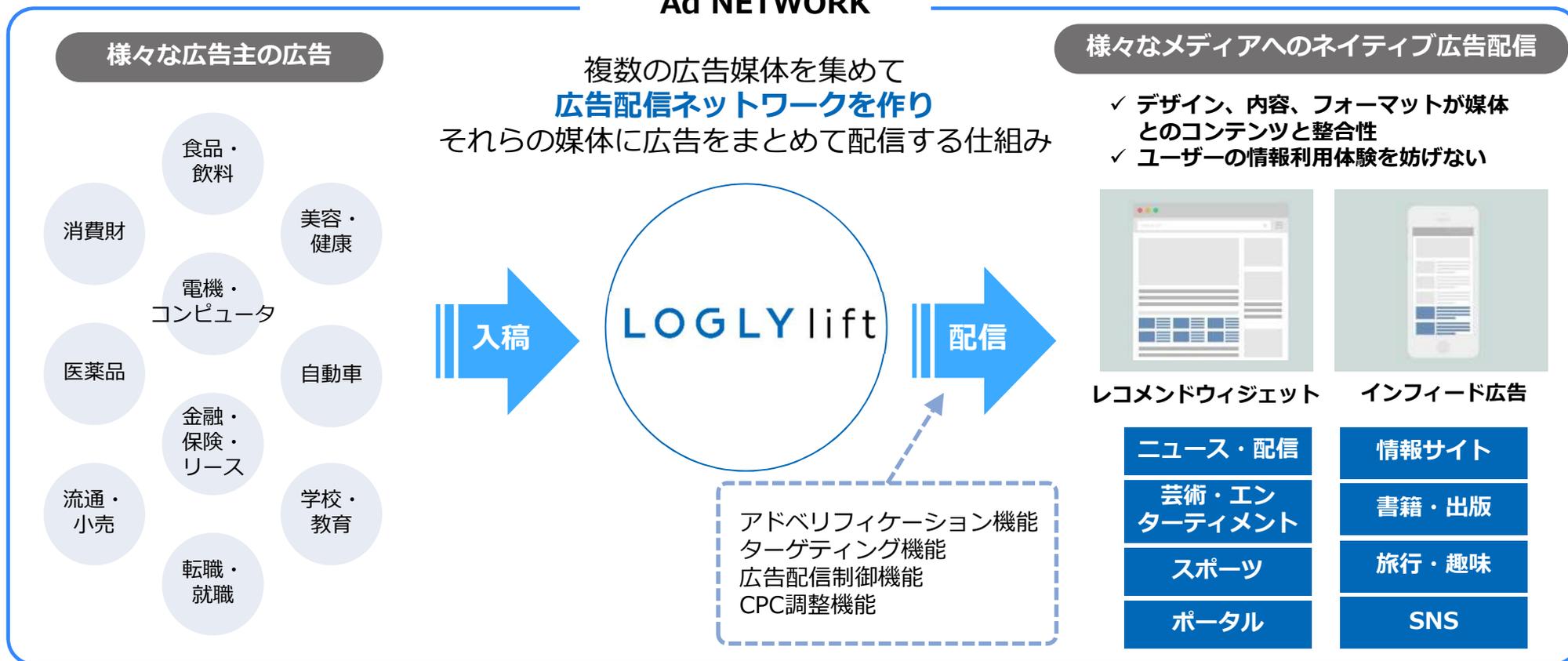
- 急拡大するインターネット広告分野に軸足をおき、**広告主の「未来の顧客を発掘」**し、**メディアの「未来の読者を発掘」**し、**すべての企業の「未来の市場を発掘」**することで、企業とユーザーの未来への懸け橋になり、「**テクノロジーで人々の生活を豊かにする**」



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

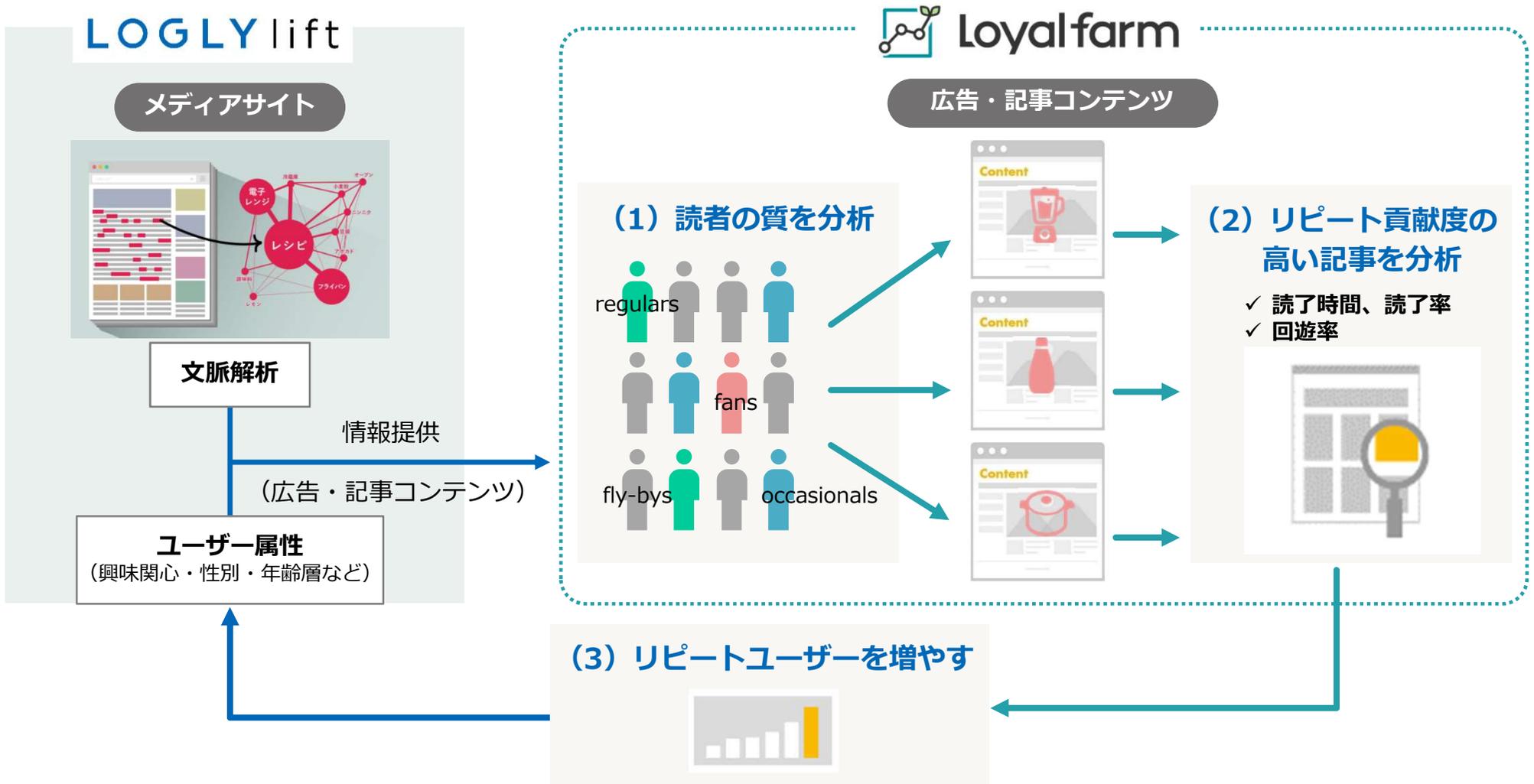


### 収益モデル

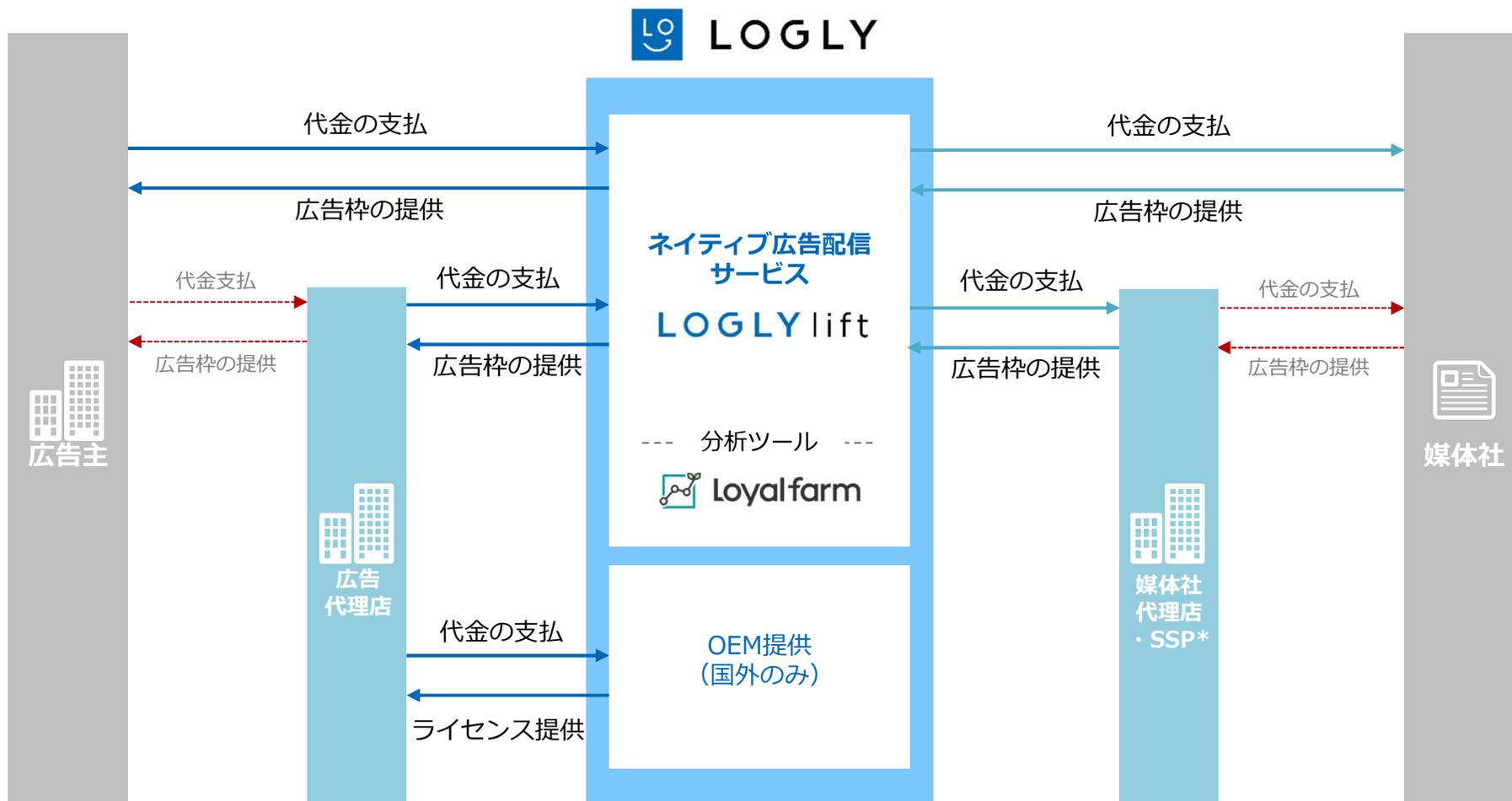
広告代理店経由： 売上高 =  $CPC * \text{Click 数} - \text{代理店手数料}$   
 広告主ダイレクト： 売上高 =  $CPC \times \text{Click 数}$

\*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



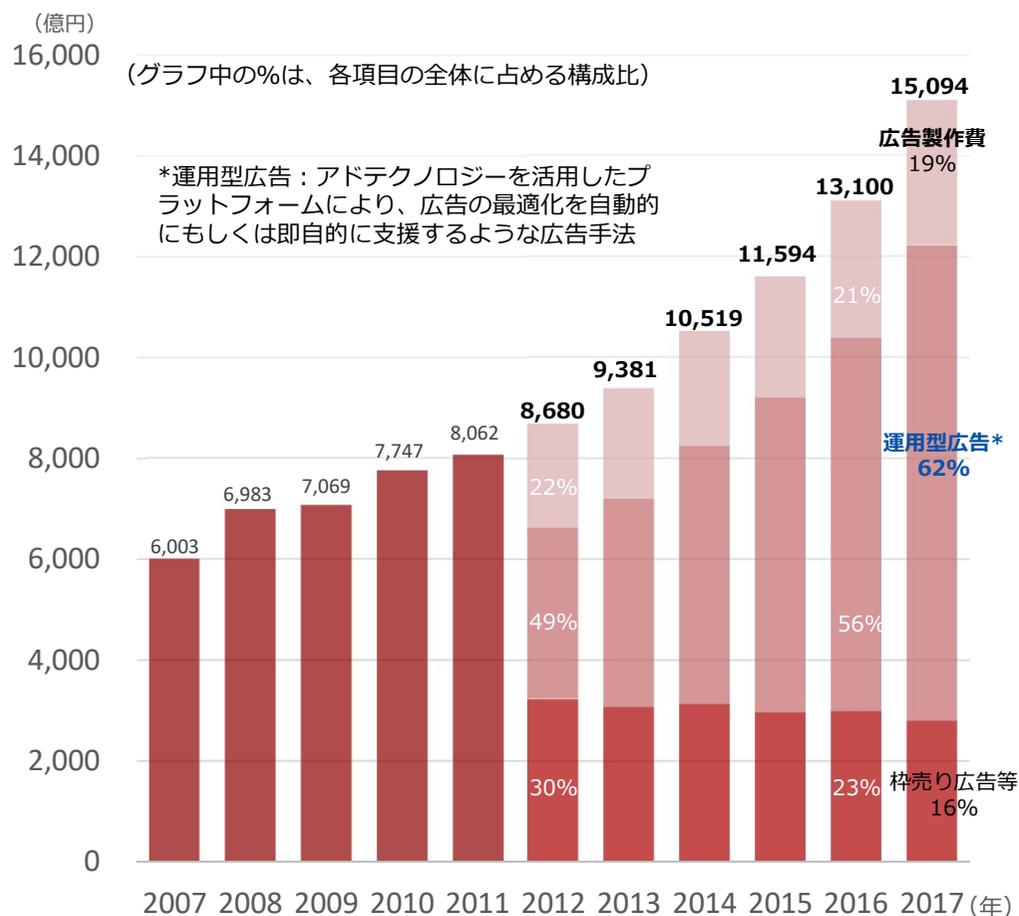
- ネイティブ広告配信サービスは、広告主および広告代理店への「LOGLY lift」の提供
- 海外サービスは、海外現地広告代理店への「LOGLY lift」のOEM提供



\*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

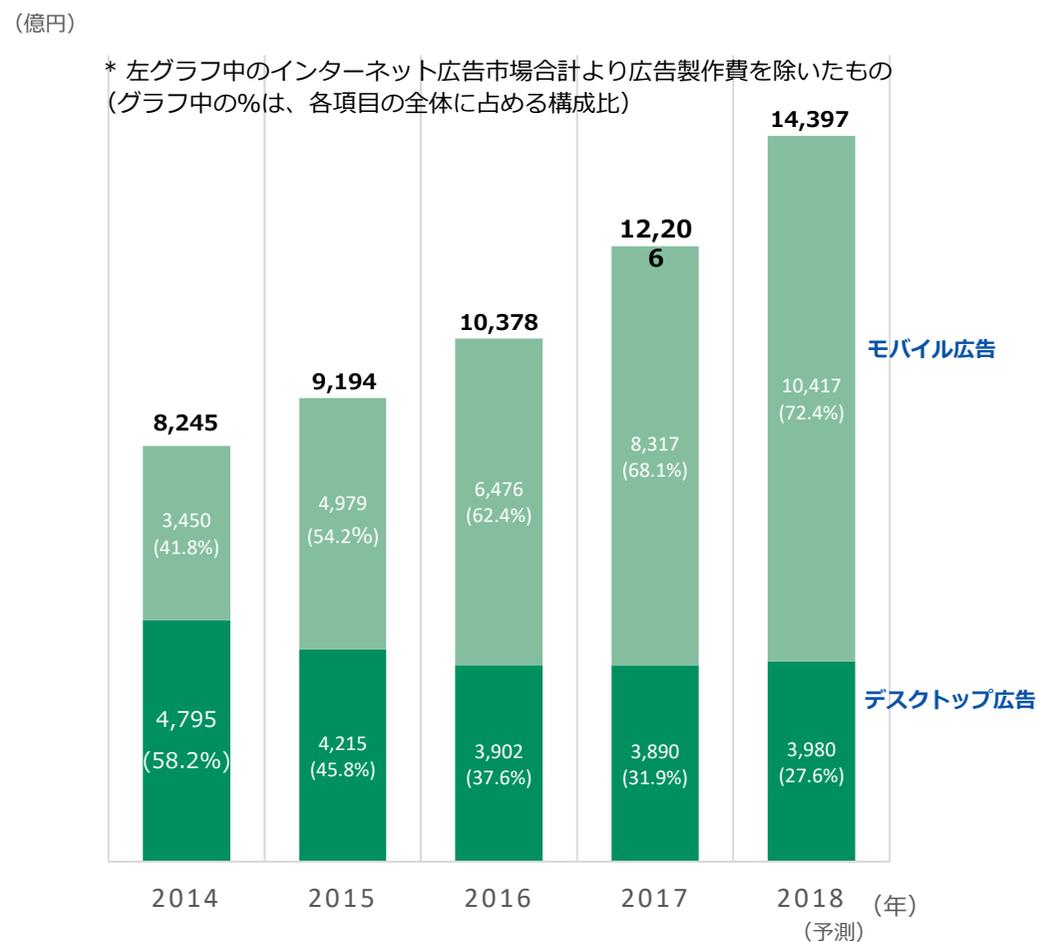
- 2017年のインターネット広告市場は1兆5,094億円。**ネイティブ広告を含む運用型広告**は平均年率**23%**（2012～17年）
- スマートフォンを代表とするモバイル機器の急速な普及により、**モバイル広告**がインターネット広告媒体費に占める割合は**7割超**に

## インターネット広告市場



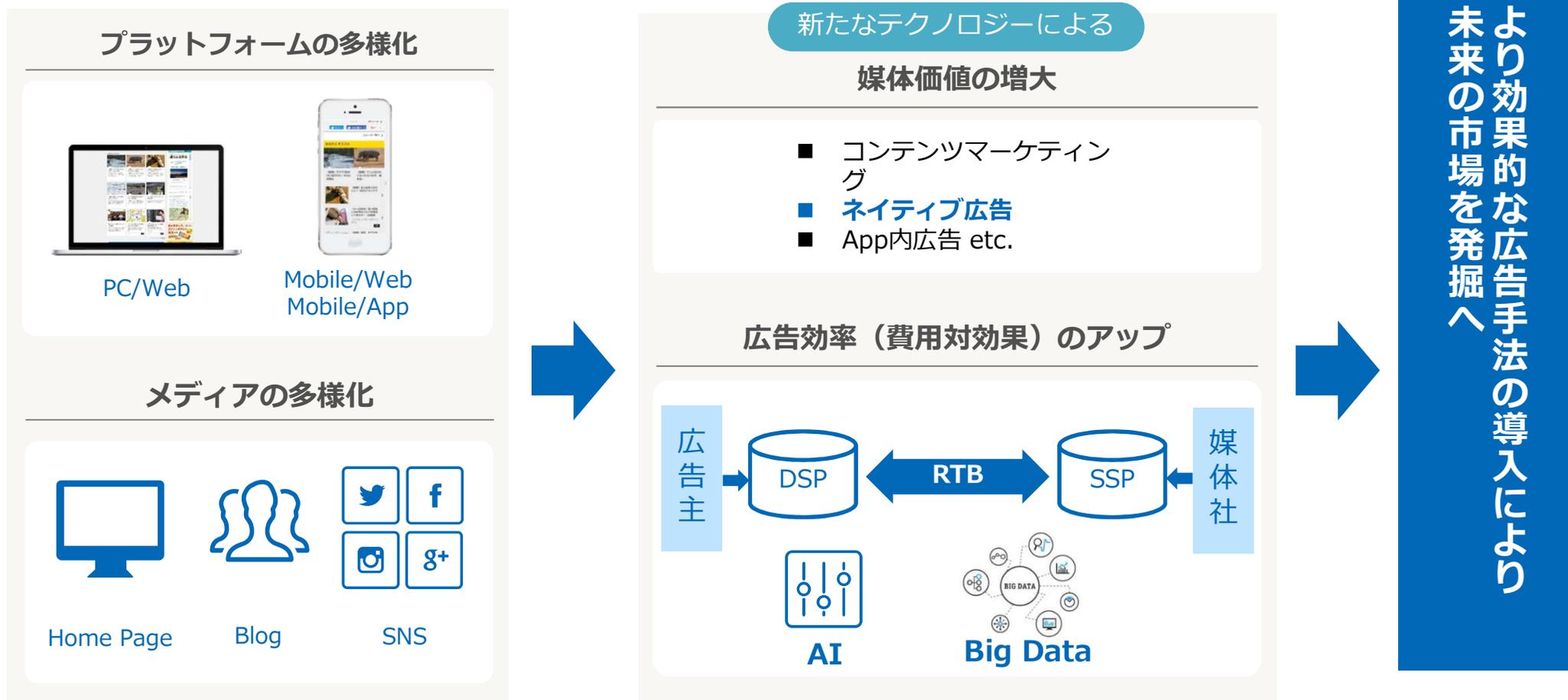
出所：電通「2017年日本の広告費」より

## 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



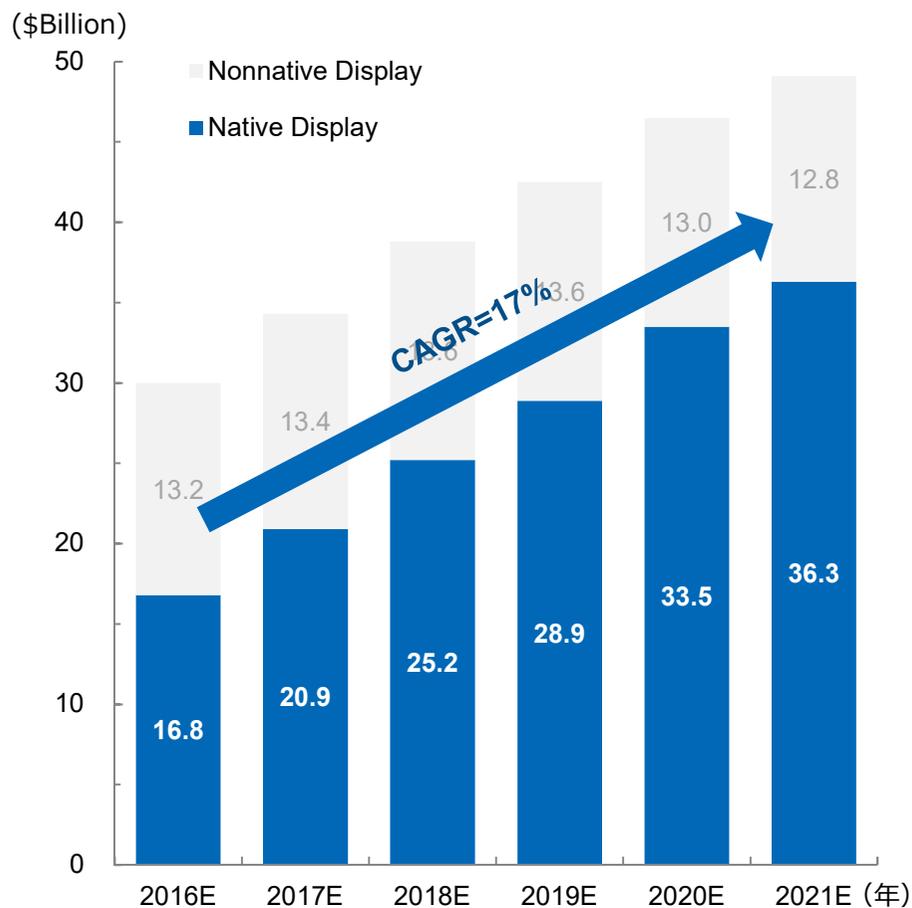
DSP: Demand Side Platform, 広告主の広告効果最適化を目的とした広告配信プラットフォーム

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

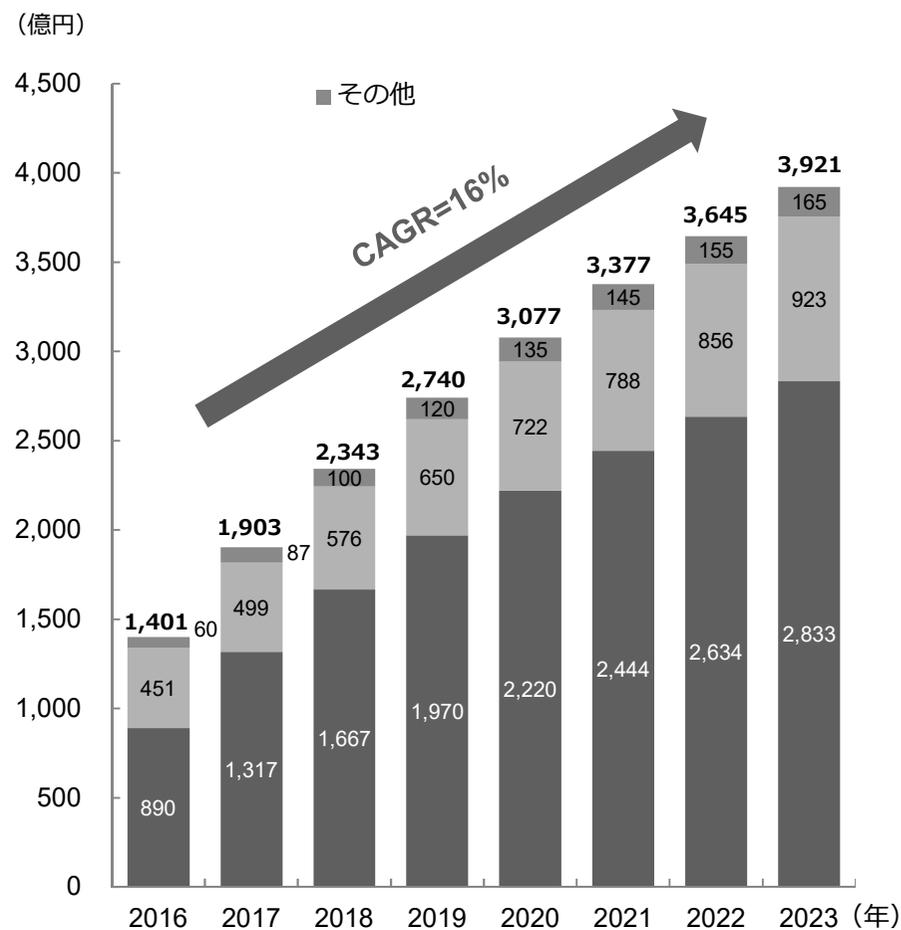
RTB: Real-Time Bidding, DSPとSSPの取引を、広告のインプレッションが発生した時にリアルタイムで行う仕組み

- 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



### 国内インフィード広告市場規模推計・予測



## 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。

