

2021年3月期 通期決算説明資料

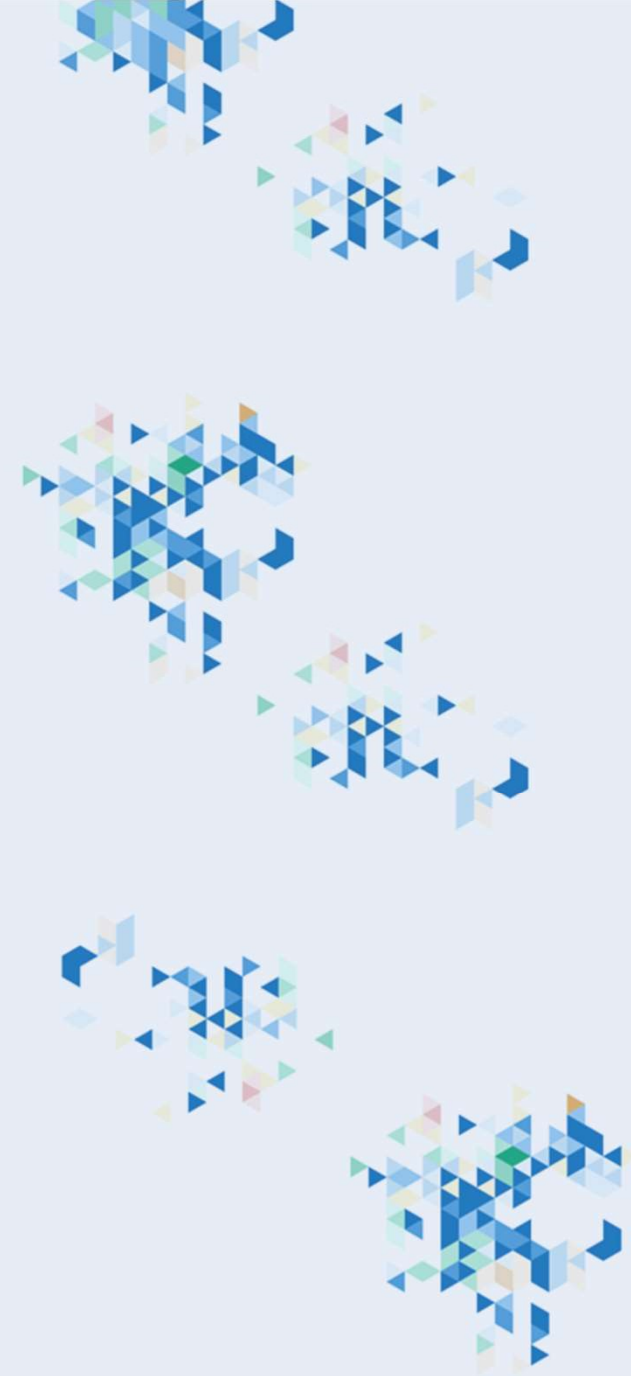
2021年5月12日

マザーズ：6579



- 1.** エグゼクティブ・サマリー
- 2.** 業績ハイライト
- 3.** 成長戦略とFY2022通期業績予想
- 4.** 会社概要

エグゼクティブ・サマリー



売上高は堅調。純利益に関しては、Juicerの減損の影響で未達（減損がなければ下限予算達成）

売上高

3,961 百万円 前期比 (+46.3%)

営業利益

174 百万円 (+174.7%)

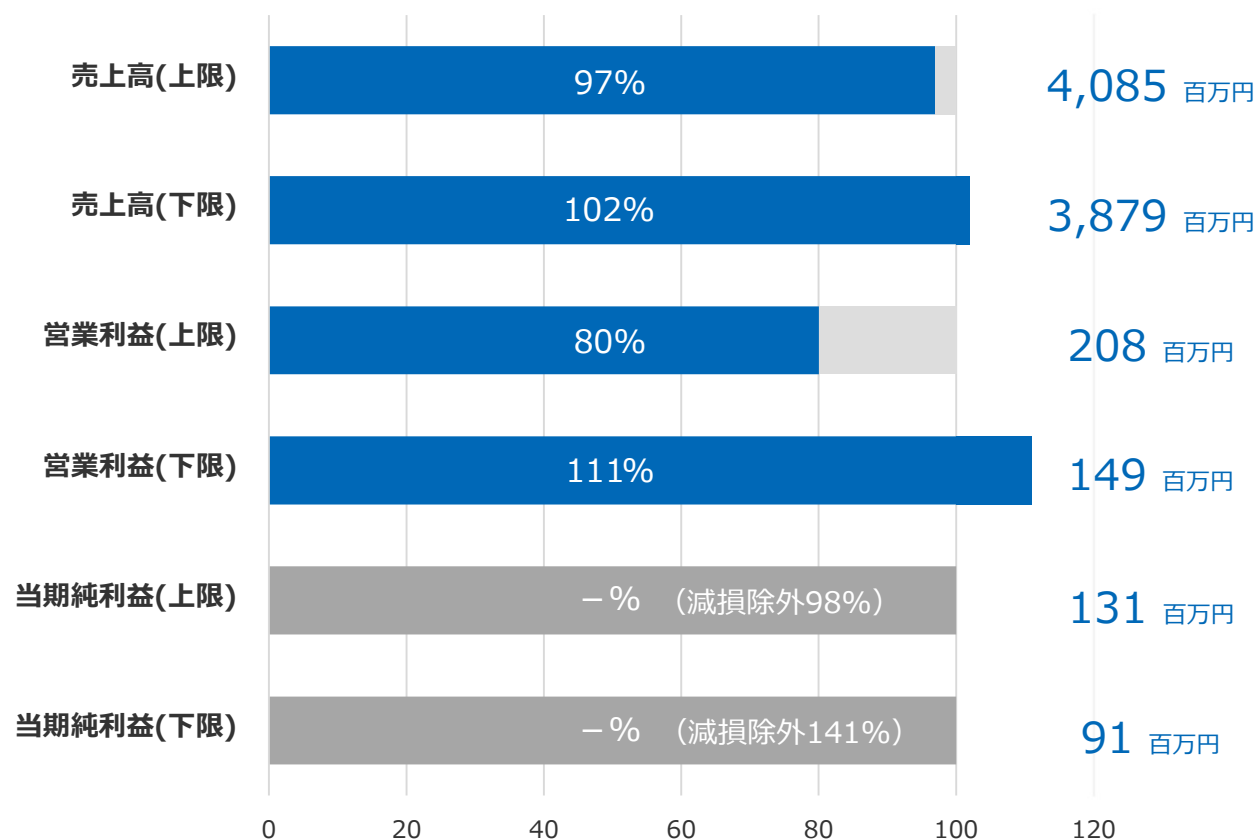
親会社株主に帰属する当期純利益

△25 百万円 (-%)

(減損除外)親会社株主に帰属する当期純利益

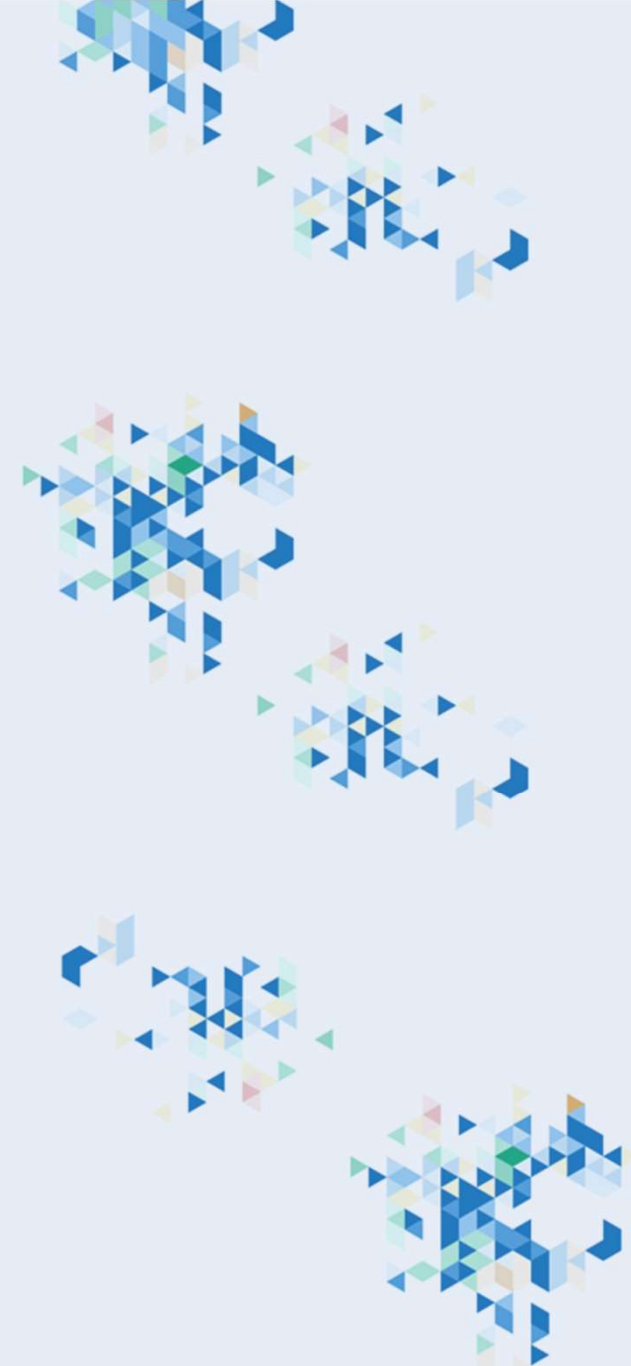
129 百万円 (+216.8%)

業績予想達成率

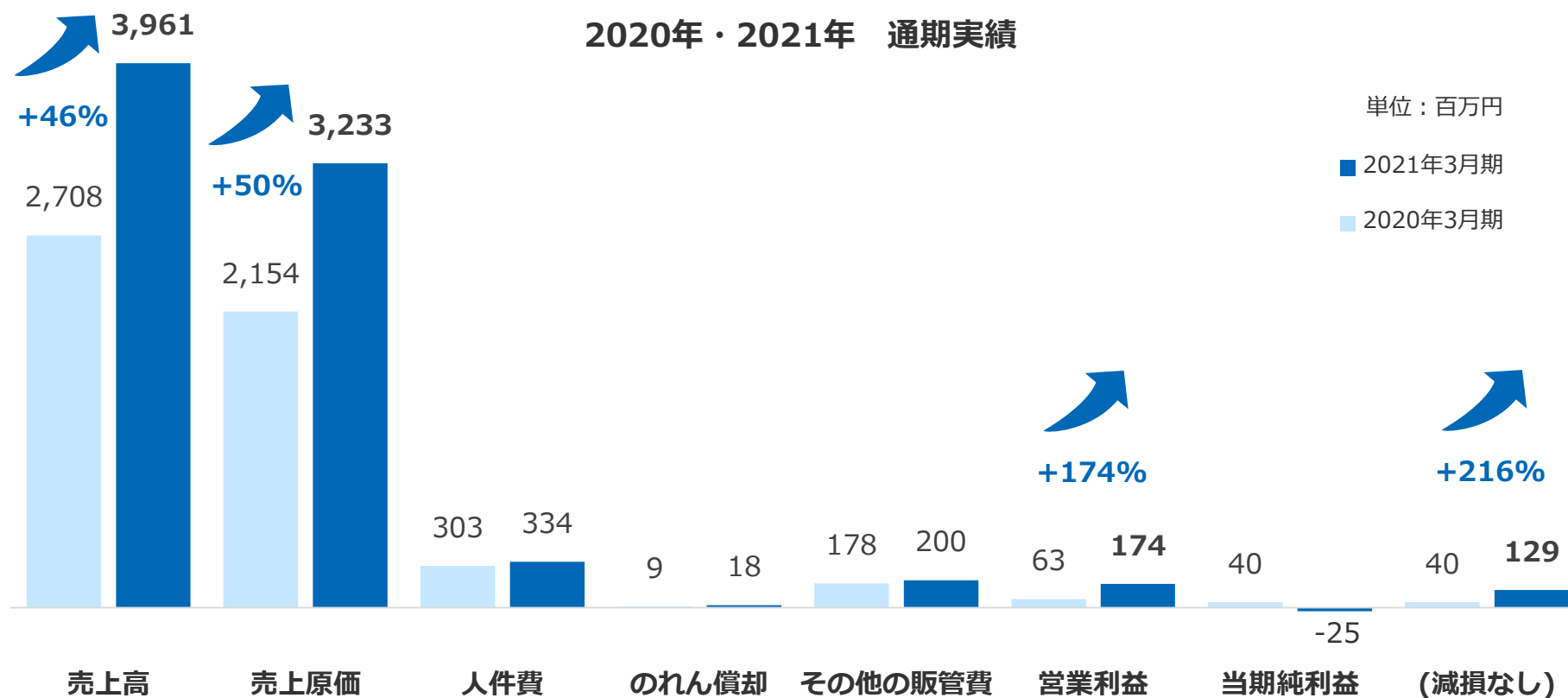


2020年3月期第3四半期より連結財務諸表を公表しております。本資料に記載の2020年3月期第3四半期以前の数値は単体財務諸表の数値となります。連結財務諸表と単体財務諸表のPL差はごく僅かのため、比較情報として、投資判断の資料として一定の合理性がある情報であると判断しております。

業績ハイライト



- 売上高は前期比で**+46%**
- 売上原価は媒体仕入率の高止まりが要因で前期比**+50%**
- 販売管理費は抑制したため固定費効率は前期比で**4ポイント向上して14%**となり営業利益は前期比**+174%**
- Juicerの減損が149百万円計上されたため、当期純利益が赤字（前期差額△64百万円）
- Juicerの減損がなければ、当期純利益**129百万円**の前期比**+216%**

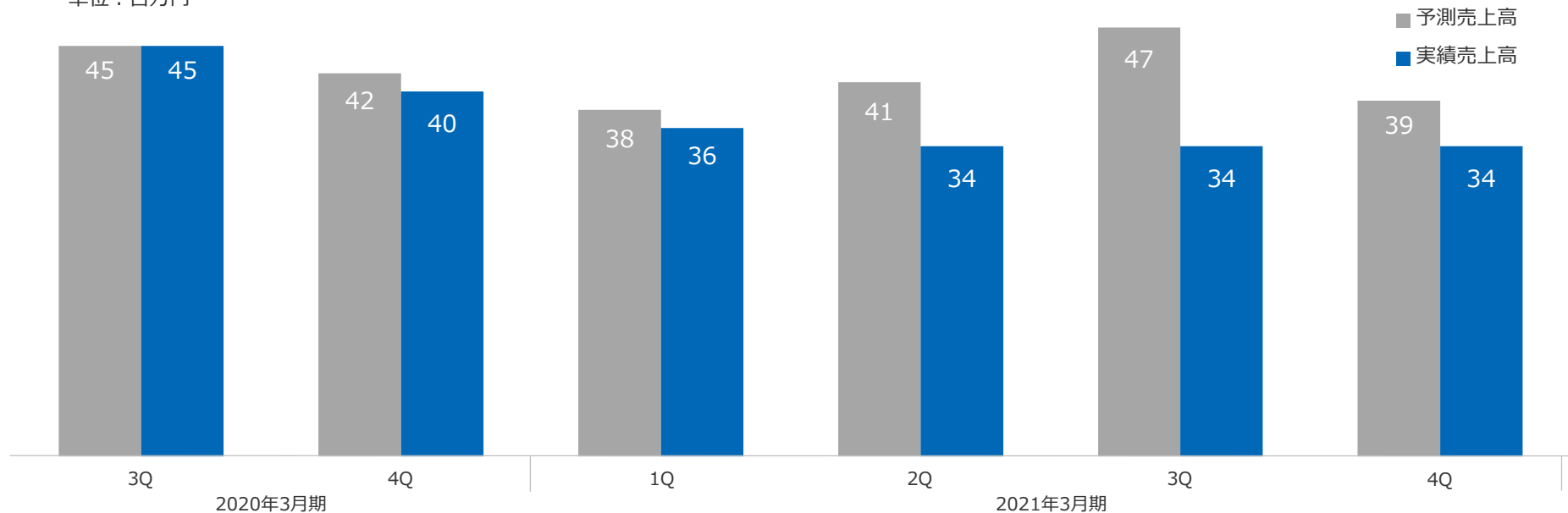


Juicer減損の理由

- コロナ禍によって営業活動に制約を受け、拡販の計画未達状態が続いた
- Cookie規制の高まりによって、新規顧客の獲得ハードルが上がり、FY2022以降に売上計画をリカバーすることを短期的に達成するのが困難となった

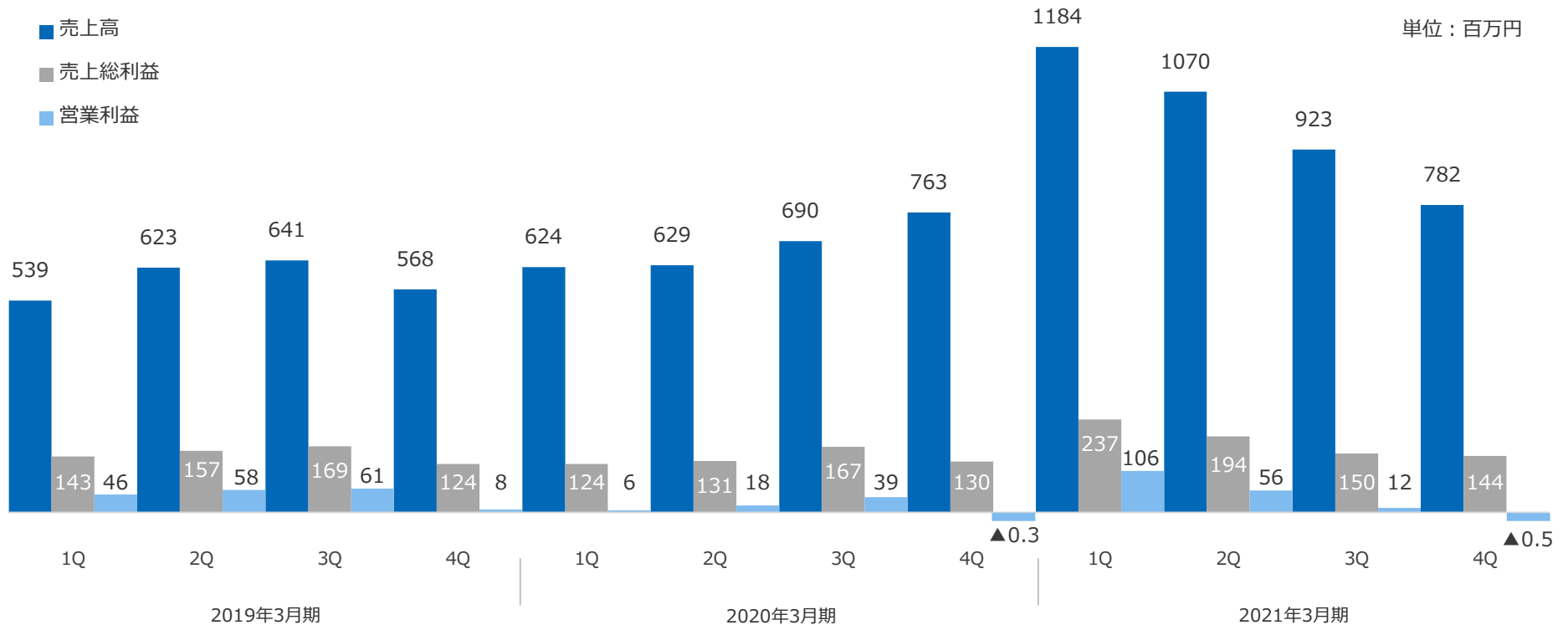
売上計画が未達の状況が続き、FY2022以降に短期的にリカバーするのが困難であると判断したため減損を決定した

単位：百万円



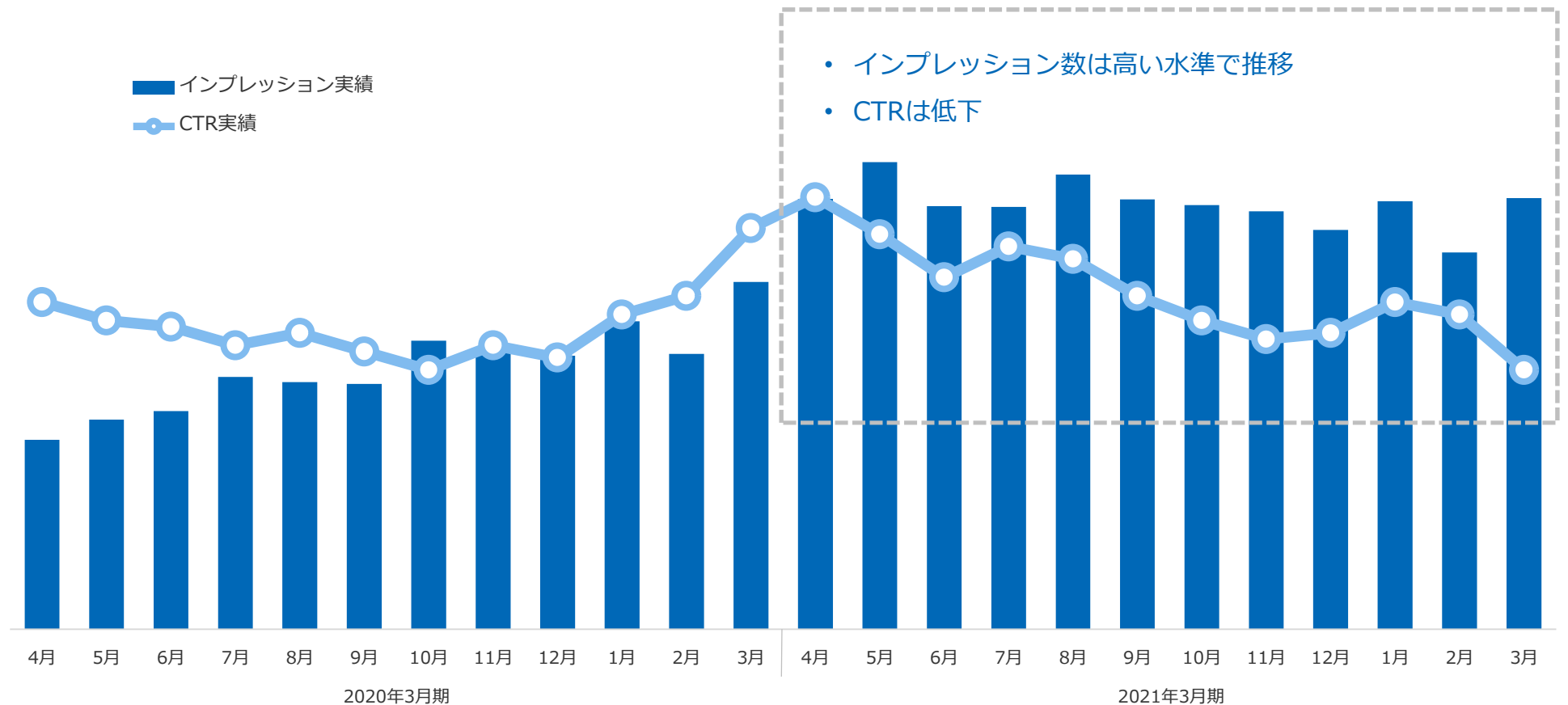
第1四半期連結会計期間の新型コロナウイルスによる巣ごもり需要から4Qにかけて緩やかに減退

- 売上高はクリック率（CTR）が2Q～4Qにかけて低下したため減少
- 売上総利益は4Qに媒体仕入率が若干改善するが、売上高の落ち込みが続いたため減少
- 営業利益は販売管理費は抑制されているが、売上総利益の落ち込みを吸収できずに4Qで赤字

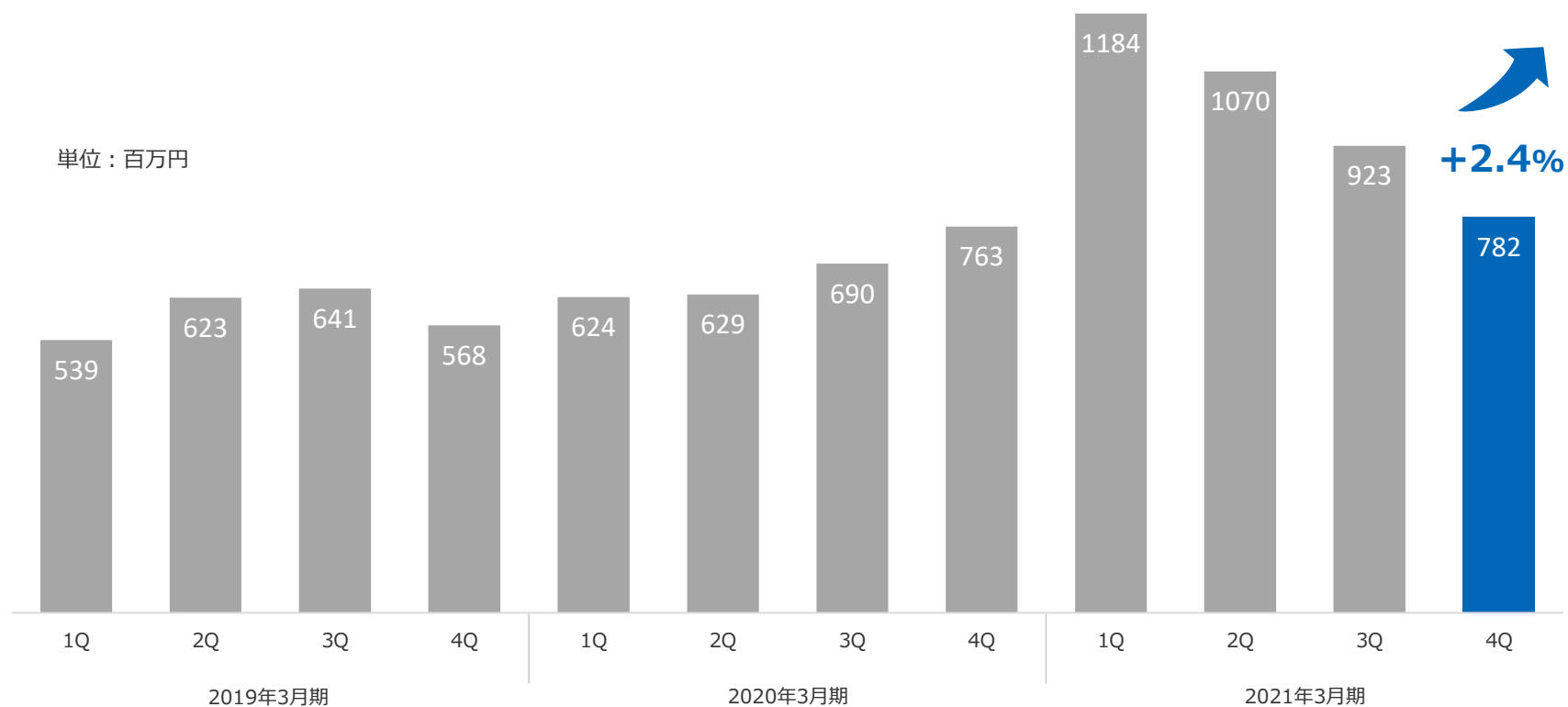


インプレッション数×クリック率（CTR）

- 第1四半期連結会計期間の新型コロナウイルスによる巣ごもり需要を取り込みインプレッション数が増加
- 1Q～4Qにかけてインプレッション数は堅調だが、クリック率（CTR）は2Q以降低下



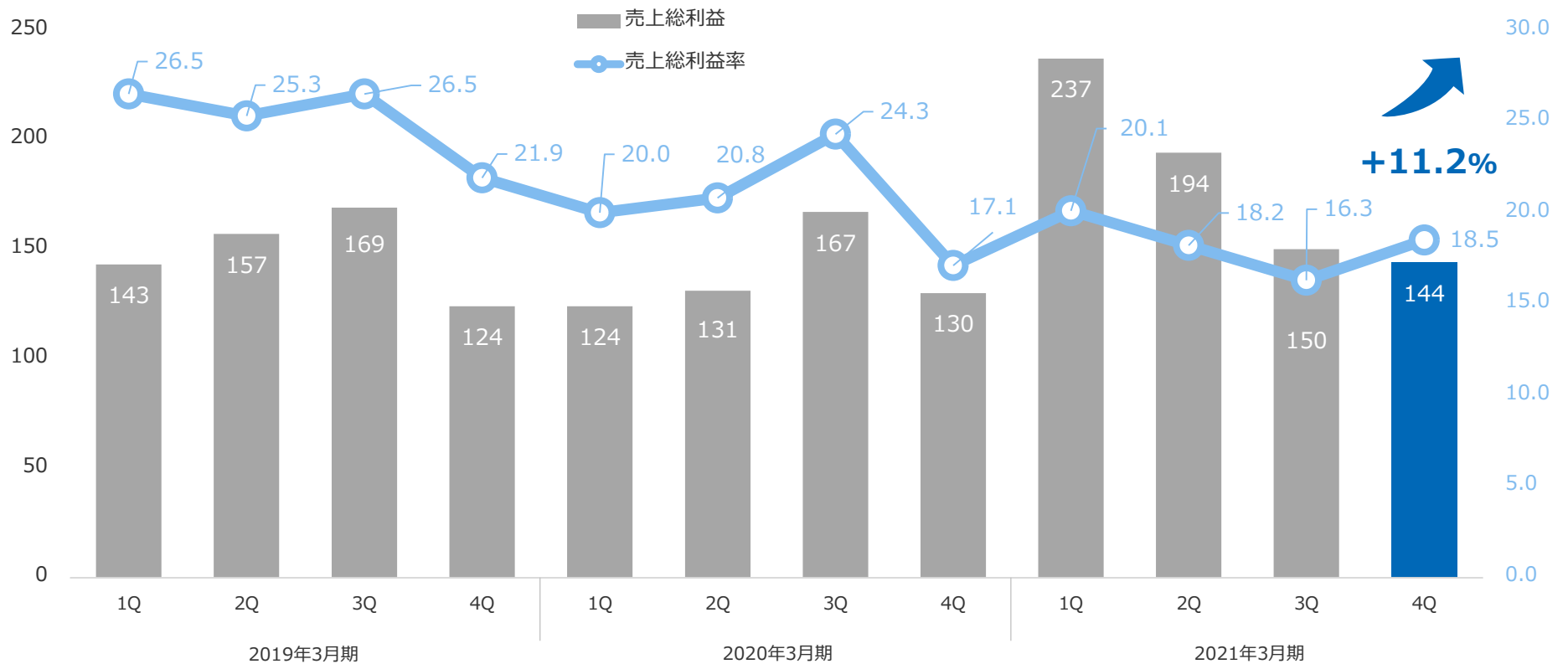
- 第4四半期連結会計期間比 Y on Y **+2.4%**
- 1Qの巣ごもり需要によってインプレッション数が増加したものの、2Q~4Qにかけてクリック率（CTR）が低下したため、クリック数が伸び悩み、売上高が2Qより減少傾向が続いた



- 第4四半期連結会計期間比 Y on Y **+11.2%**
- 4Qの売上総利益率が18.5%。LOGLY liftの媒体仕入率は若干改善
- 通期では依然として媒体仕入率は高い水準にあるため、売上高の再成長が課題

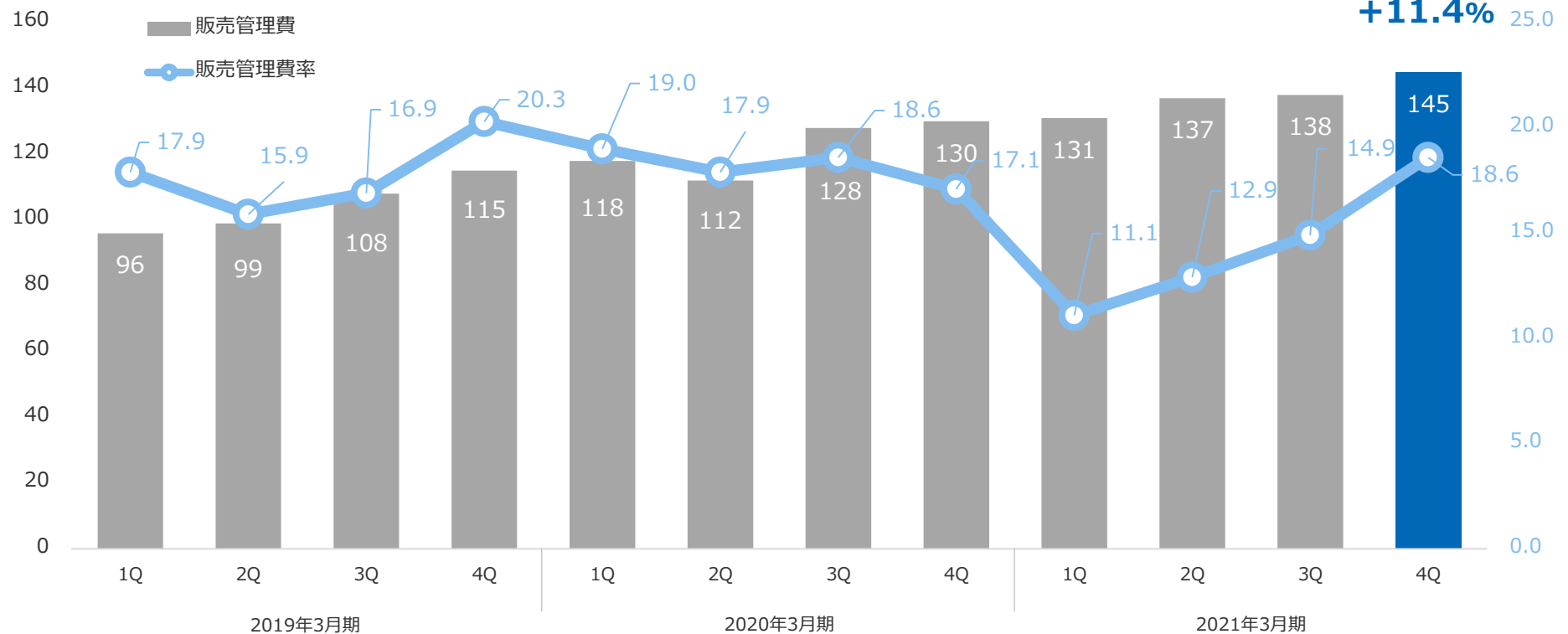
単位：百万円

単位：%



- 第4四半期連結会計期間比 Y on Y **+11.4%**
- 1Qに引き続き固定比率は抑制されて推移
- 販売管理比率が上昇しているのは売上高の減少が要因

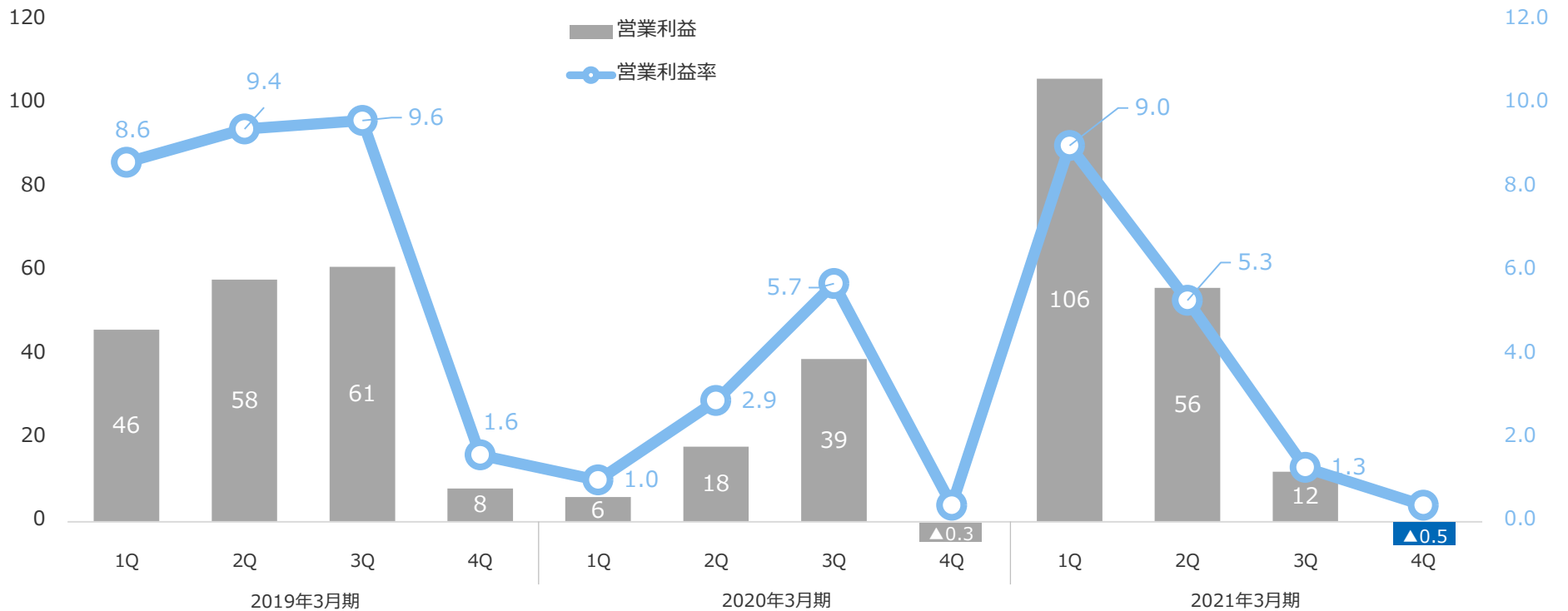
単位：百万円



- 第4四半期連結会計期間で△0.5百万円
- クリック率（CTR）が通期にかけて減少し、売上高が落ち込み、売上総利益が減少
- 3Qにかけて媒体仕入率は上昇したが、4Qでは改善
- 販売管理費は抑制されているが、売上総利益が減少したため、営業利益も減少

単位：百万円

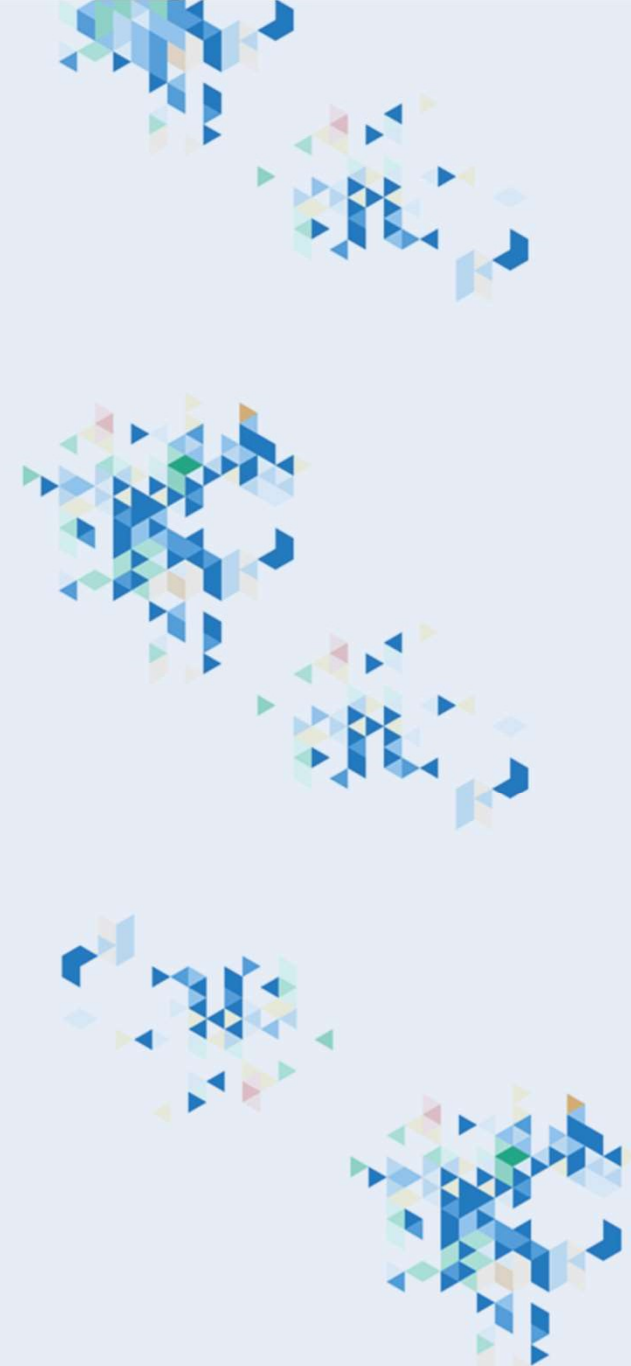
単位：%



単位：百万円	2020年3月期 通 期	2021年3月期 通 期	前年同期比
売上高	2,708	3,961	146%
売上総利益	554	727	131%
販売管理費	490	552	112%
営業利益	63	174	274%
経常利益	59	205	343%
親会社株主に帰属する 当期純利益	40	△25	－%

単位：百万円	2020年3月期 期 末	2021年3月期 期 末	前期末比
現預金	1,529	1,639	107%
流動資産	1,859	1,996	107%
固定資産	451	271	60%
総資産	2,311	2,268	98%
流動負債	764	780	102%
固定負債	363	258	71%
資本金	379	407	107%
純資産	1,183	1,229	103%

成長戦略とFY2022通期業績予想

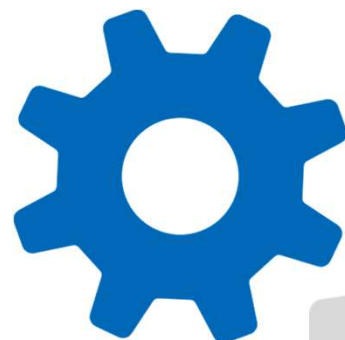


主力事業を伸ばす3つの施策

ネイティブ広告プラットフォーム「LOGLY lift」を核として、中期的にさらに主力事業を拡大するため3つの施策を実行していく

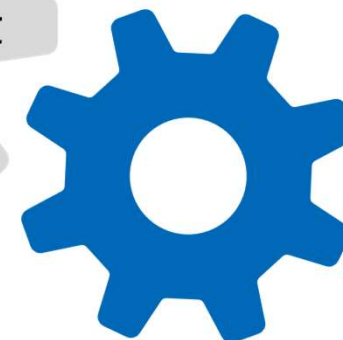
広告ポートフォリオを形成

美容・健康商品以外の
広告取り扱いを強化



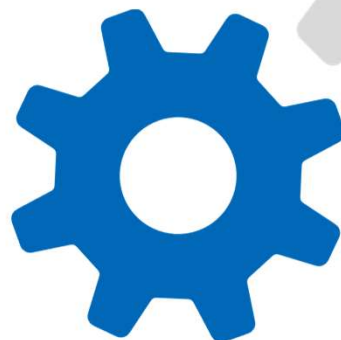
ポストクッキー対策の強化

Cookieに依存しない
ネイティブ広告配信技術を活用



プラットフォームビジネスを強化

アライアンス/M&Aを推進



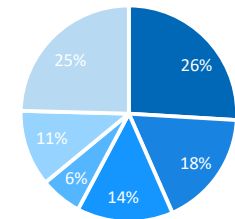
各事業 重点方針

LOGLY lift

- ポートフォリオ戦略
- 広告素材の入れ替え
- M&Aやアライアンスの強化

FY2021の急激なインプレッション数増加に対して、広告素材が少なかったため、売上が伸び悩む結果となった。この課題を解消するために以下の施策を重点的に行う

- ⇒ インターネット広告市場の高まりの中(2021年度では前年比107.7%)、広告配信の透明化にいち早く取り組み、メディアと共にインターネット広告の価値を最大化していけるように、広告素材の入れ替えを行う
- ⇒ FY2021から引き続き、ポートフォリオ戦略を行い、幅広い広告素材を取り扱い、多くのメディアに良質な広告を配信できるよう取り組んでいく



※詳細はP20～P21

転職アンテナ (moto社)

- LOGLY liftとの掛け算

買収直後からログリーグループの収益に大きく貢献している、moto社の強い事業ドメインとLOGLY liftとの掛け算で新規事業を立ち上げる



※詳細はP22

Adictor / OPTIO / uP.

- 収益化に向けてのステップ

eスポーツ事業のAdictor、デジタルマーケティング事業のOPTIO、Fintech事業のuP.のトラクションを計測し、成長因子となる事業KPIを発見し、収益化に向けてのステップアップを着実にを行う



※詳細はP23～P25

通期予測

減収増益の理由

売上高

3,092 百万円 (△21.9%)

前期比

- FY2021に新型コロナウイルスの影響もありインプレッションを増加させたが、広告素材の在庫が不足しており、メディアとのマッチングがCTR（クリック率）で低い数値で推移したため売上が伸び悩む要因となった。将来、更なる成長を実現するために、一時的に売上高の減少となるが、FY2023以降に再度成長カーブを描くため広告素材の入れ替えを行う事を決定した。

売上総利益

857 百万円 (+17.9%)

- LOGLY liftの売上高は一時的に落ち込むことを予想しているが、moto株式会社が高収益な事業体質なため、売上総利益率がログリーグループで27%になると予想。前期比で+9.3ポイントの改善となる。
- LOGLY liftの媒体仕入率に関してはFY2021以上に悪化することは見込んでおらず、抑制的に推移させながらポートフォリオ戦略を行い広告素材の組み換えを実行していく予定。

営業利益

191 百万円 (+9.6%)

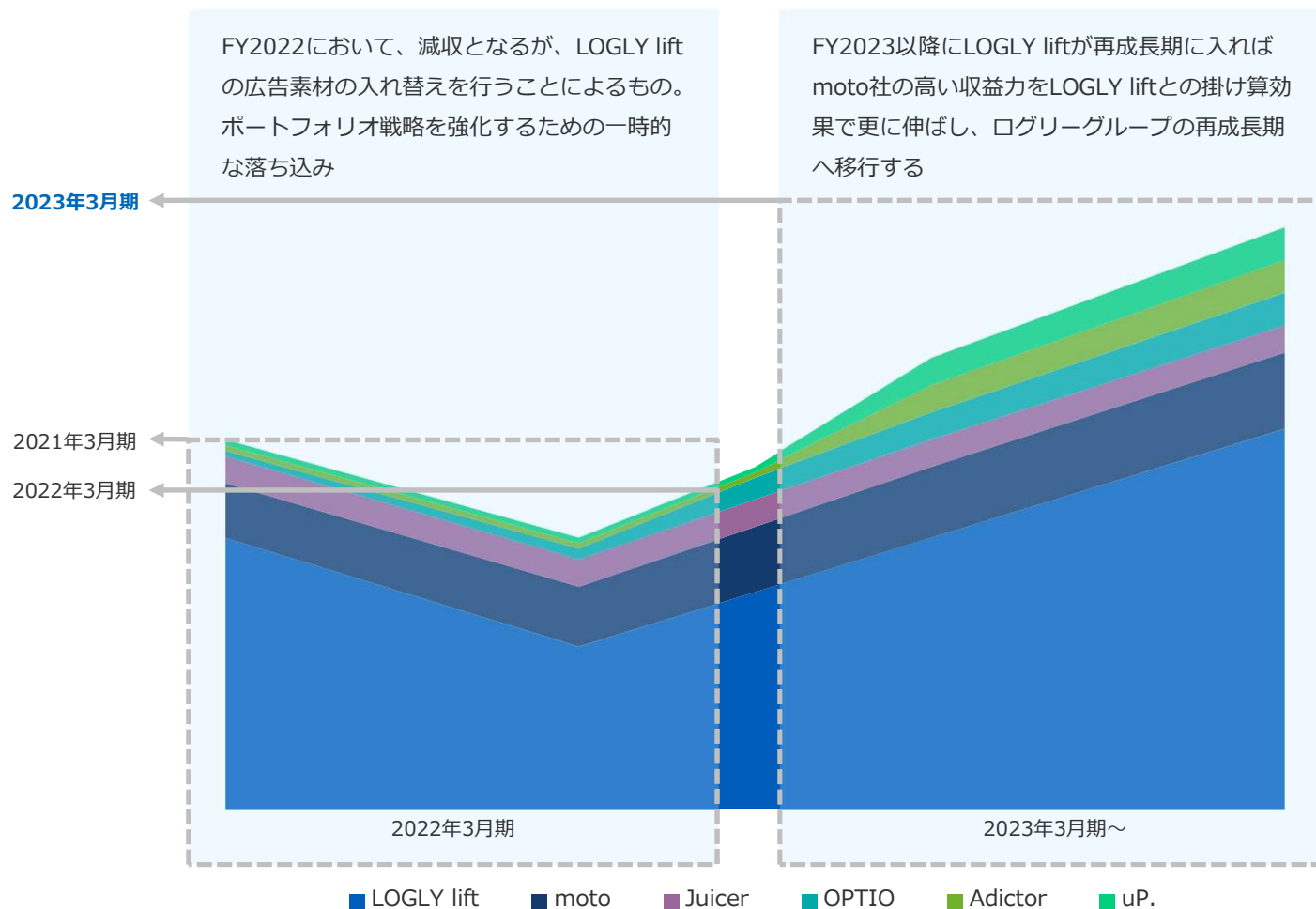
- FY2021に続き販売管理費を抑制しているため、前期比では+9.6%と増益となる。

親会社株主に帰属する当期純利益

113 百万円 (-%)

- 売上総利益が前期比で+17.9%となり、Juicerの減損等、悪材料も消化したため、FY2022では増益となる。

- FY2022はFY2023以降に更なる成長ステージに入るための準備期間



- FY2021で減損を行い、将来の減損リスクは解消
- Cookie規制の影響を受けるも、既存顧客をグリップしながら引き続き投資資金の回収を継続していく

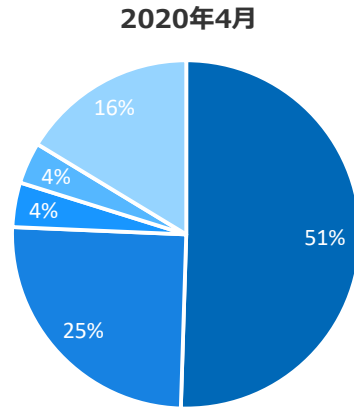


- 買収直後から高収益体制の事業
- LOGLY liftとの掛け算で更なる成長を見込める高い将来性

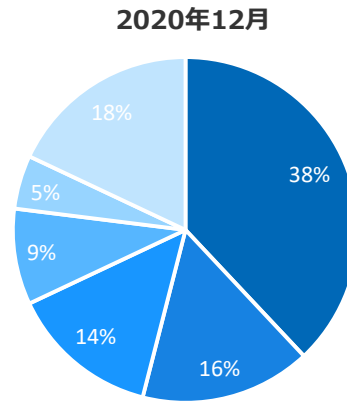


- FY2022に広告素材の入れ替えを行い、ポートフォリオ戦略を強化してFY2023以降の再成長期への基盤を整える

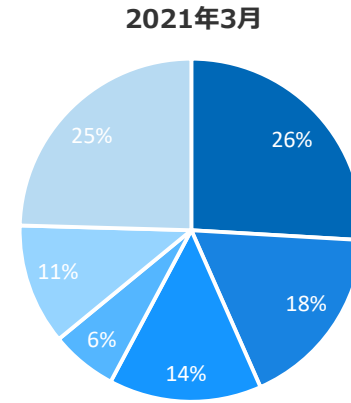
広告素材の入れ替えと、広告種類の分散によるポートフォリオ戦略



- 美容品
- 健康商品
- 嗜好品
- タイアップ



- 美容品
- 健康商品
- 嗜好品
- タイアップ
- 金融・不動産
- その他



- 美容品
- 健康商品
- 嗜好品
- タイアップ
- 金融・不動産
- その他

Cookieに依存しない
広告配信の強み



Cookieに依存しない
「intentキーワード・ターゲティング技術」
コンテキスト解析技術を応用したキーワード単位で
広告の配信が可能

広告配信プラットフォーム
LOGLY lift



メディアの価値を最大化するための広告配信社として
広告素材の入れ替えとCookieに依存しない広告配信で
再度、成長ステージへと突入するための準備期間

他社との協業を強化

- 広告代理店
- 媒体社
- 広告配信事業者



プラットフォームビジネスの強みを活かした
企業との繋がり強化



- 業務提携
- M&A

両社それぞれの強みをかけ算し、ログリーグループの収益の第2の柱とする

新規参入事業者

- ブログを中心としたメディアの参入障壁は低いものの、広告・アフィリエイトを核とした事業としての継続率は10年以上で約9.3%と少数しか生き残れない世界
- ITやDX人材について「転職」で訴求できるメディアの新規参入者は、ほとんど存在しない状況

**転職仲介事業者
人材を求める企業**

労働生産人口の減少かつDXやITに対応できる人材が常に不足している状態



moto Inc,

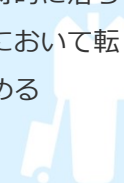


- 転職アンテナの事業ドメインを最大限に活用するべく、LOGLY liftと連携し、売上と収益を底上げしていく
- moto社代表戸塚俊介（moto）氏のコンテンツ制作力およびSNS拡散力を用いることで、インターネット広告市場とシナジーが見込める新規事業を立ち上げる



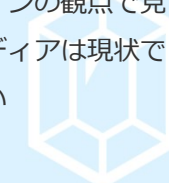
転職希望者

転職市場は2021年予測で6,000億円規模。コロナ禍により一時的に落ち込むも、アフターコロナにおいて転職市場の再活性化が見込める

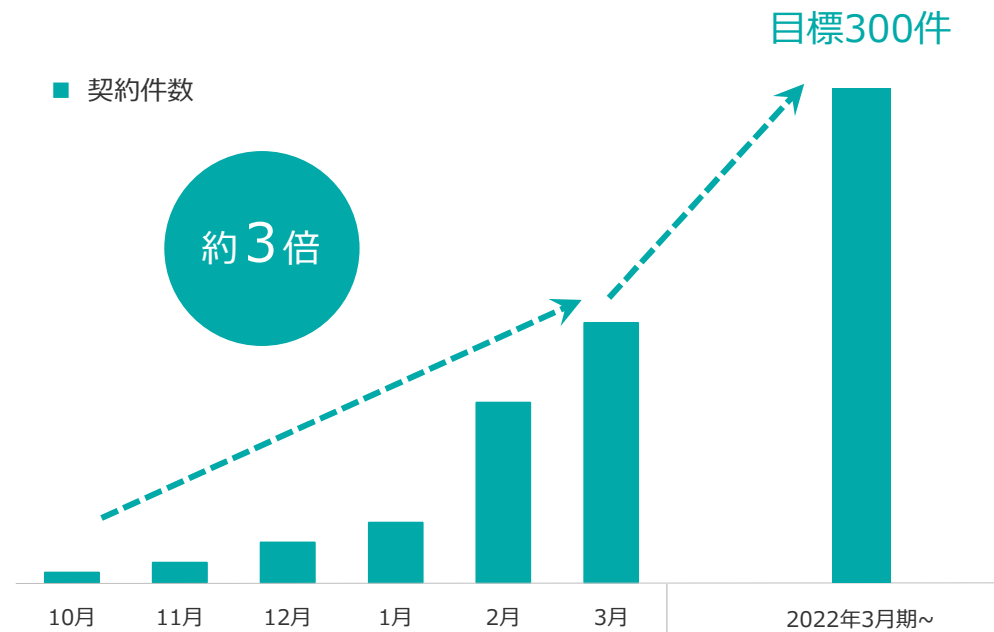
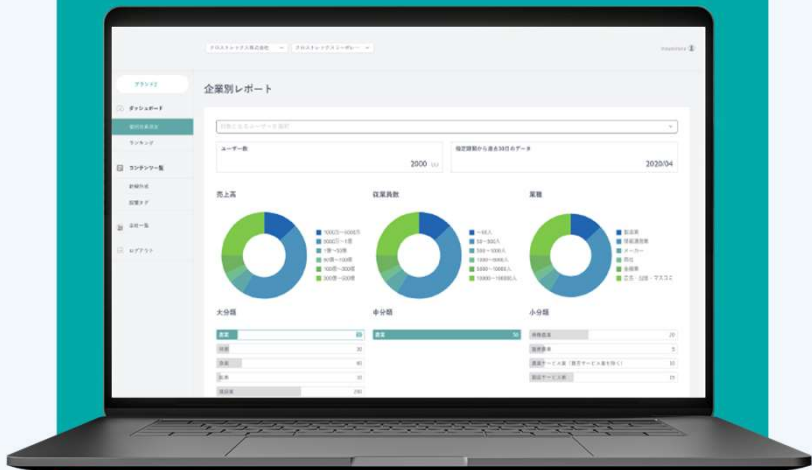


代替サービス

転職サービス市場において、執筆者本人の実体験をベースとした転職メディア「転職アンテナ」は極めて強力な存在。事業ドメインの観点で見ても、代替となるメディアは現状ではほとんど存在しない



Webサイトのアクセス解析と
コンテンツ分析の知見を活かし、
複雑なマーケティング手法を知ら
ない方でも簡単に利用できる
Web接客ツール



既存資料の付加価値提供

サービス資料などのPDFをインタラクティブ化させた配信



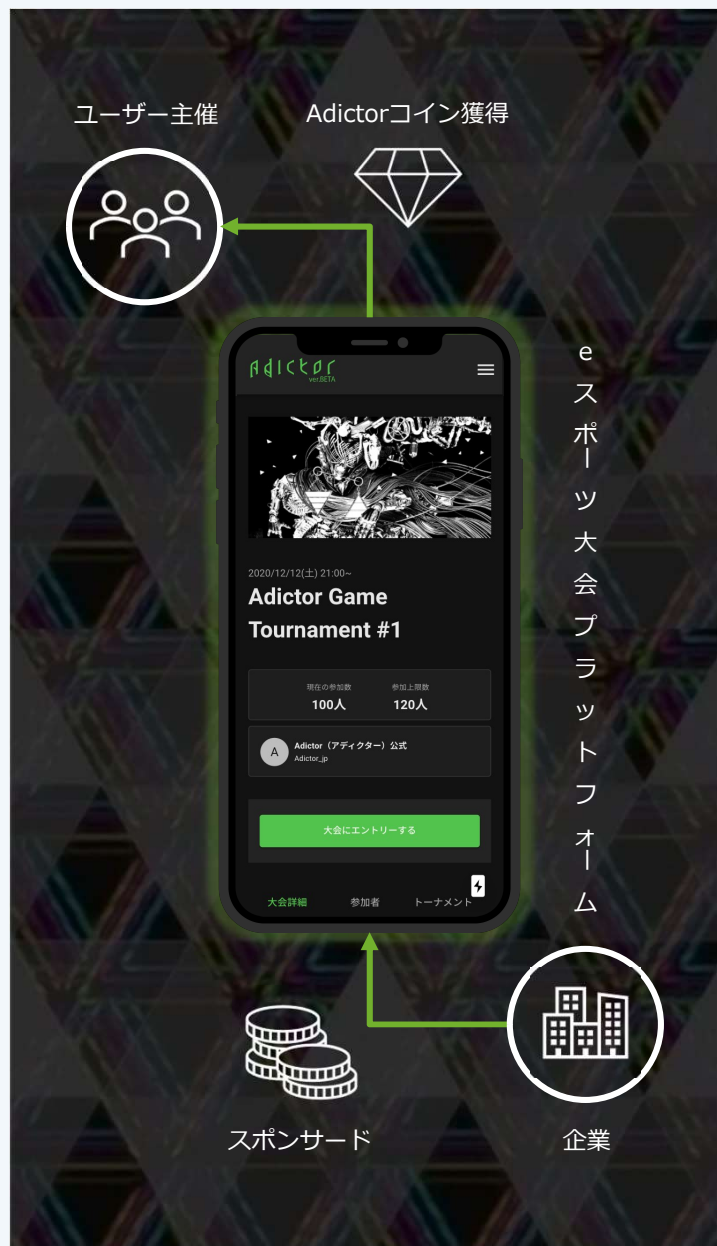
動画をリード獲得に活用

YouTube動画やインタラクティブ動画の配信



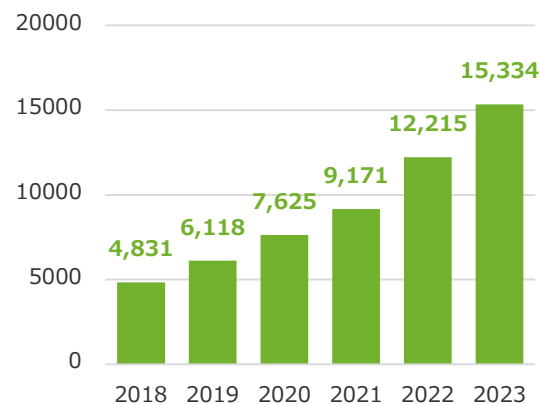
企業属性ごとに出し分け可能

企業規模や業種ごとにインタラクティブコンテンツの配信



単位：百万円

日本eスポーツ市場規模



累計ユーザー数



大会開催数



FY2021

- ユーザー起点の大会を支援する仕組みの提供と、もっと手軽にeスポーツを支援できる世界観を実現し、ゲーム大会そのものが、よりたくさんの人にエンターテインメントとして認知されることを目指す
- eスポーツ大会プラットフォームとして、まずは利用ユーザー数と大会開催数を伸ばしていく戦略
- 2019年の日本eスポーツ市場規模は、前年比127%の61.2億円。市場の黎明期にプラットフォームサービスを展開し、eスポーツプラットフォームでシェアNo.1を確立していく



自分らしい金利を始めよう

全国の金融機関のカードローンやフリーローンの情報を集約し、ローン商品をかんたんに検索・比較できるサービスです。

- 「若年層の資産形成をサポートする」というビジョンを立て、新たな事業領域を立ち上げる
- まずは、負債の削減をテクノロジーで解決すべくローン検索サービス「uP.」をリリース

フェーズⅠ
FY2021

フェーズⅡ
FY2022

フェーズⅢ
FY2023



目的に合った 金融商品の紹介

ローン選びで無駄な
支出の削減



金融商品の充実化

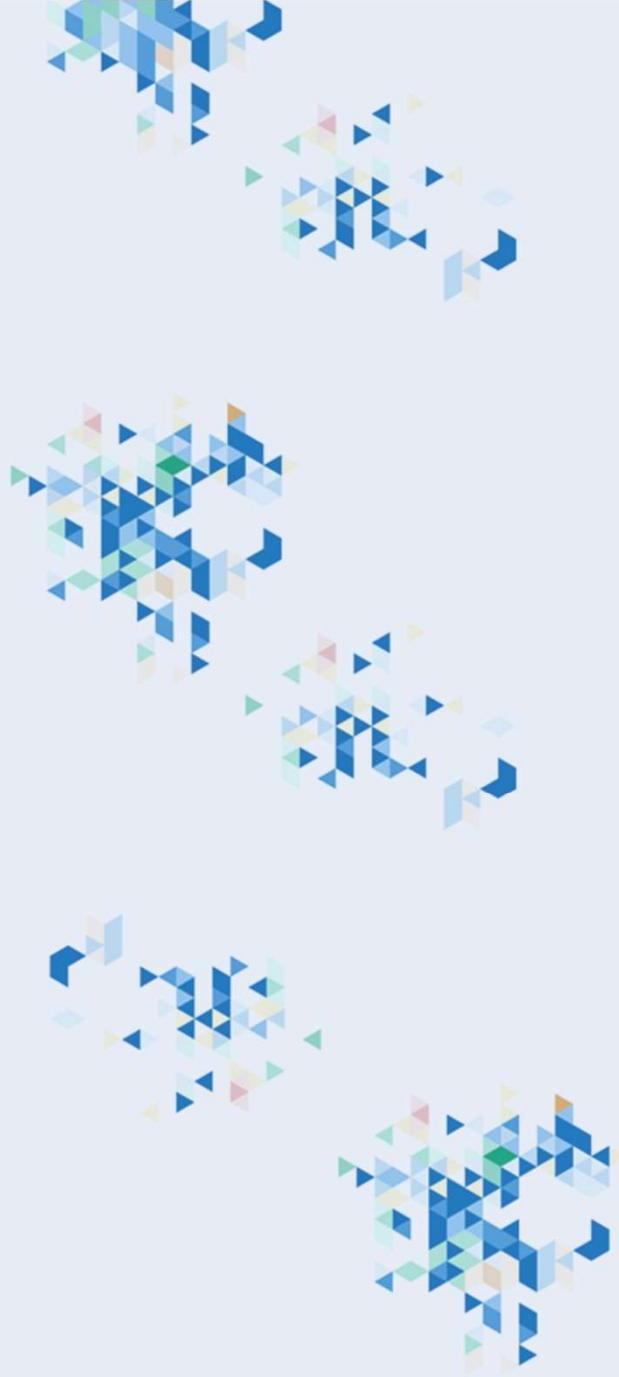
保険や決済など選択の
手段を拡大



マーケットプレイス化

金融領域のパーソナル
アシスタント

会社概要





データ分析を得意とするテクノロジー企業

動きの激しい広告業界において、必要な機能を高い水準で自社開発しています。市場から求められている機能をフレキシブルに開発し、最大の成果を追求します。

提供サービス

LOGLY lift
ネイティブ広告プラットフォーム

juicer
ユーザー分析DMP

PTIO
BtoBマーケティングツール

社名	ログリー株式会社	
会社HP	https://corp.logly.co.jp/	
所在地	東京都渋谷区道玄坂一丁目16番3号 渋谷センタープレイス 2F	
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 取締役 監査等委員）
	顧問弁護士	森 一生（代官山総合法律事務所）
資本金	4億753万円（2021年3月現在）	
従業員数	57人（2021年3月現在）	
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 / データマーケティング事業	
子会社	moto株式会社 クロストレックス株式会社 ログリー・インベストメント株式会社	
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） 公益社団法人 日本広告審査機構（JARO）	

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。



LOGLY