



2025年3月期 第1四半期 決算説明資料

2024年8月14日

ログリー株式会社（証券コード：6579）

MISSION

イノベーションで 世界中の人々にワクワクを

私たちは既存市場の課題を捉え、テクノロジーを活用することで解決し、世界中の人々がワクワクできるプロダクトを生み出していきます。

- 1.** エグゼクティブ・サマリー
- 2.** 業績ハイライト
- 3.** 成長戦略に対する活動状況
- 4.** 会社概要



1. エグゼクティブ・サマリー

FY2025 1Q 決算サマリー

売上高

384 百万円

前年同期比 $\Delta 32.5\%$

通期業績予想進捗

20.3 %

通期業績予想：1,896百万円

営業利益

\triangle **44** 百万円

前年同期比 $-$ %

通期業績予想進捗

$-$ %

通期業績予想： $\triangle 38$ 百万円

親会社株主に帰属する当期純利益

\triangle **48** 百万円

前年同期比 $-$ %

通期業績予想進捗

$-$ %

通期業績予想： $\triangle 46$ 百万円

FY2025 1Q 業績ハイライト

- 2025年3月期1Q売上高は、対前年同四半期比67.5%、通期予想に対する進捗率は20.3%
- 定常的な固定費支出は削減・抑制したが、1Q販管費は、決算・株主総会関連費用や事務所移転費用が計上されたため増加し、営業損失は44百万円
- 親会社に帰属する当期純損失は48百万円

損益計算書 (FY2025 1Q)

単位：百万円	2024年3月期 1Q	2025年3月期 1Q	前年同期比
売上高	569	384	67.5%
売上総利益	96	74	77.3%
販売管理費	125	118	94.1%
営業利益	△29	△44	－%
経常利益	△27	△47	－%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△44	△48	－%

- 2025年3月期1Q売上高は、対前年同四半期比67.5%
- 販売管理費は削減するも、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、前年同四半期比で損失幅が拡大

貸借対照表 (FY2025 1Q)

単位：百万円	2024年3月末	2024年6月末	前期末比
現預金	1,019	947	92.9%
流動資産	1,280	1,243	97.3%
固定資産	202	263	130.4%
総資産	1,482	1,507	101.7%
流動負債	641	625	97.4%
固定負債	164	172	105.3%
資本金	407	407	100.0%
純資産	676	709	104.8%

- 現預金、流動資産とも18期末より減少
- 投資有価証券や新事務所の敷金などにより、固定資産が増加
- 長期借入金が増加した一方で、繰延税金負債が増加し、固定負債が増加

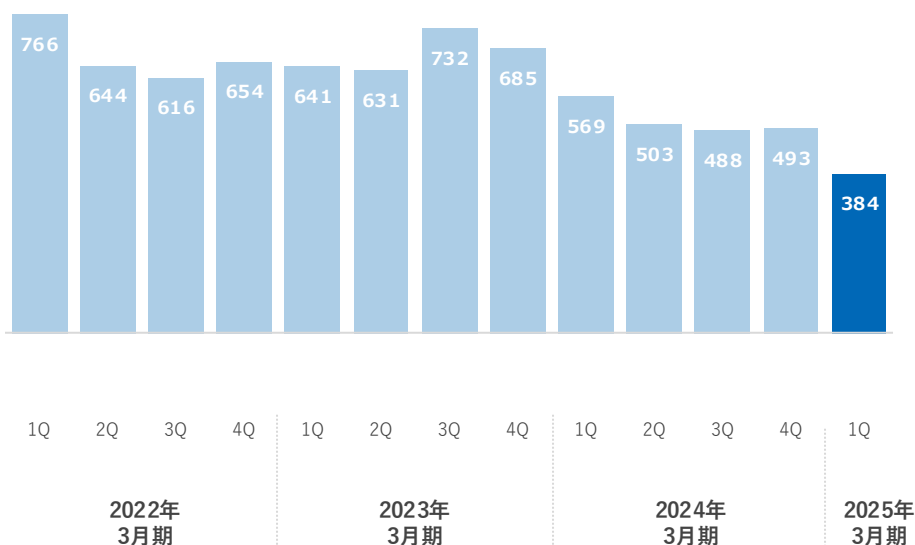


2. 業績ハイライト

1Q売上高、売上総利益が減少し、営業利益はマイナス

売上高

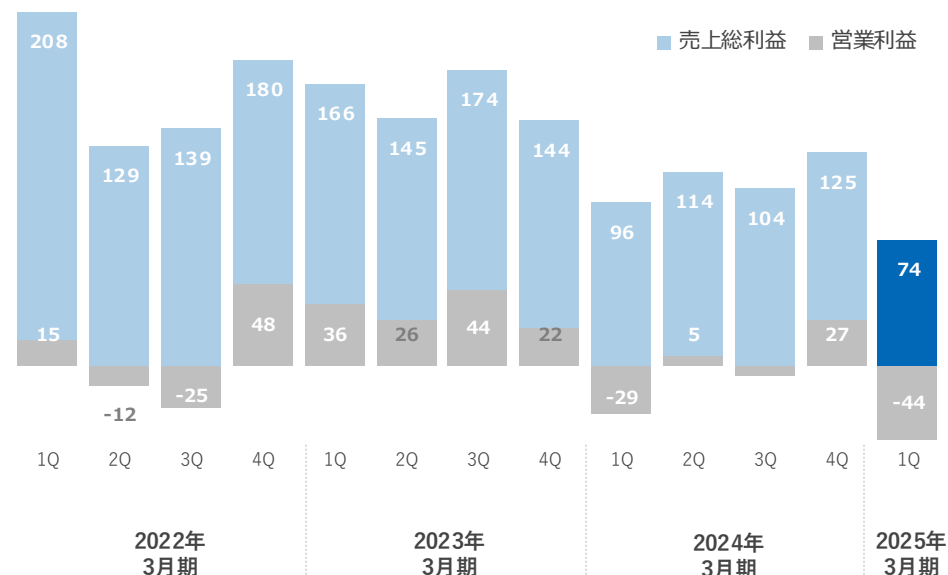
(単位：百万円)



売上総利益・営業利益

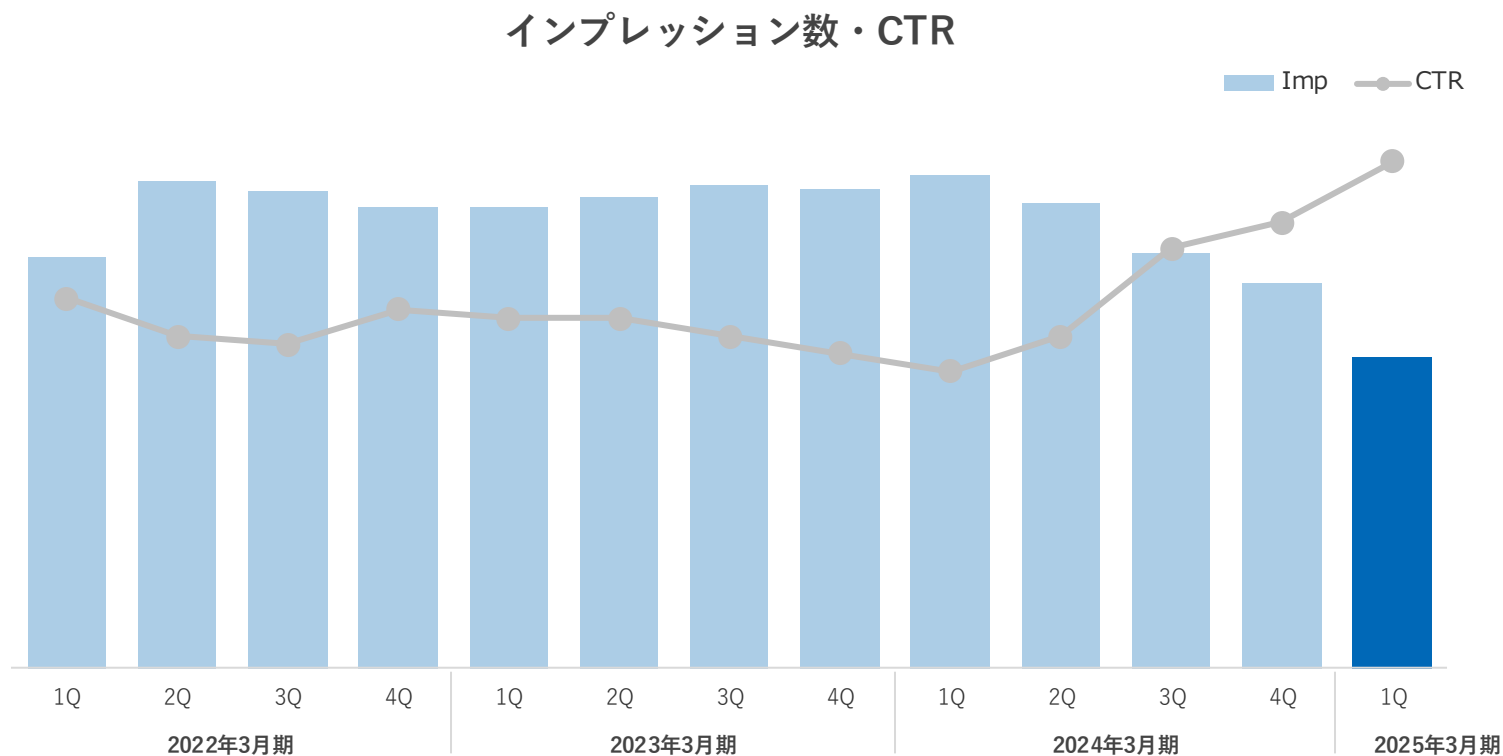
(単位：百万円)

■ 売上総利益 ■ 営業利益



- 2025年3月期1Q売上高は、対前年同四半期比67.5%
- 1Q販管費は事務所移転費用が計上されたため増加し、それを売上総利益でカバーできず営業損失

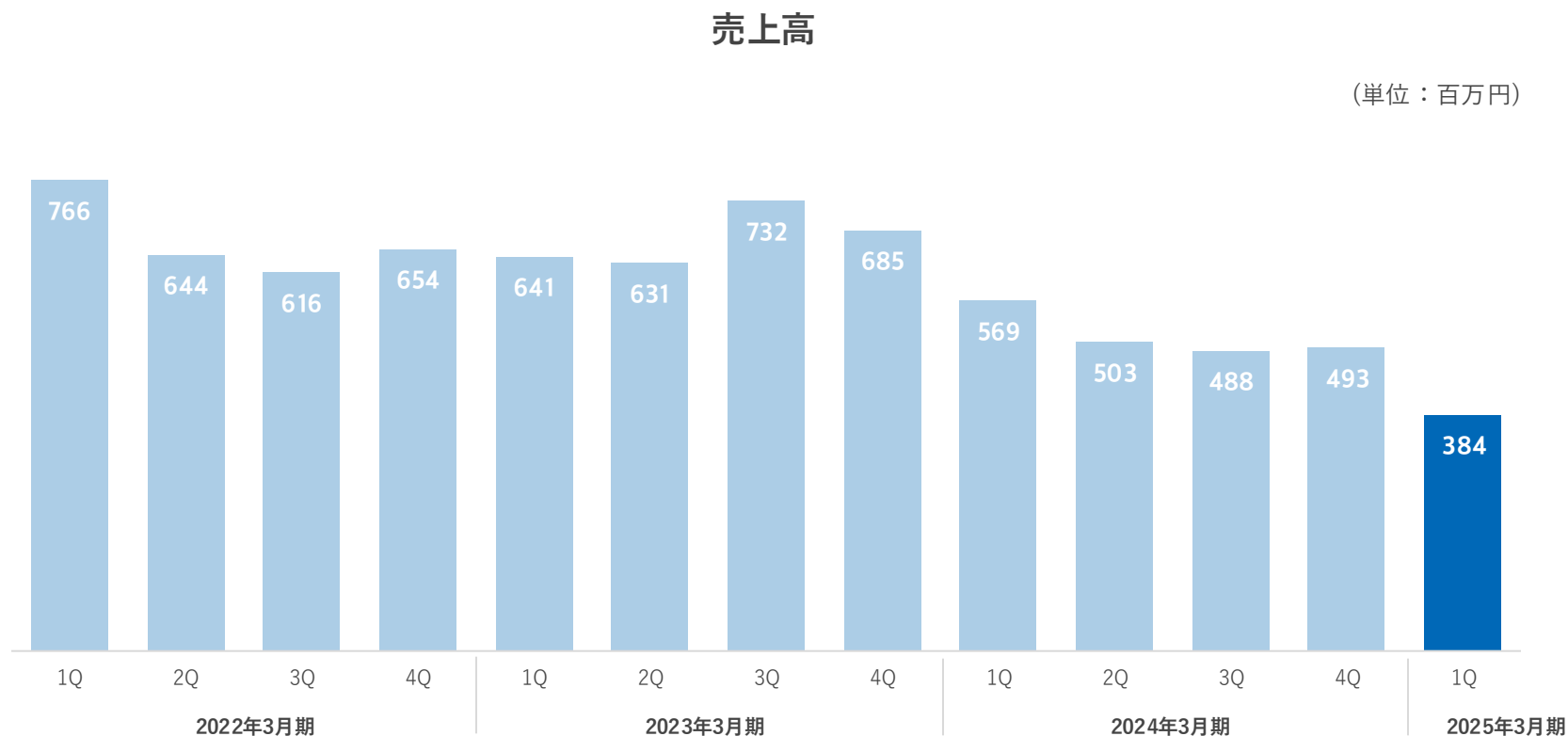
SSP取扱高の大幅減少のためインプレッション数が低下



インプレッション数：impression 広告の表示回数 CTR：Click Through Rate 広告表示回数あたりのクリック回数の割合

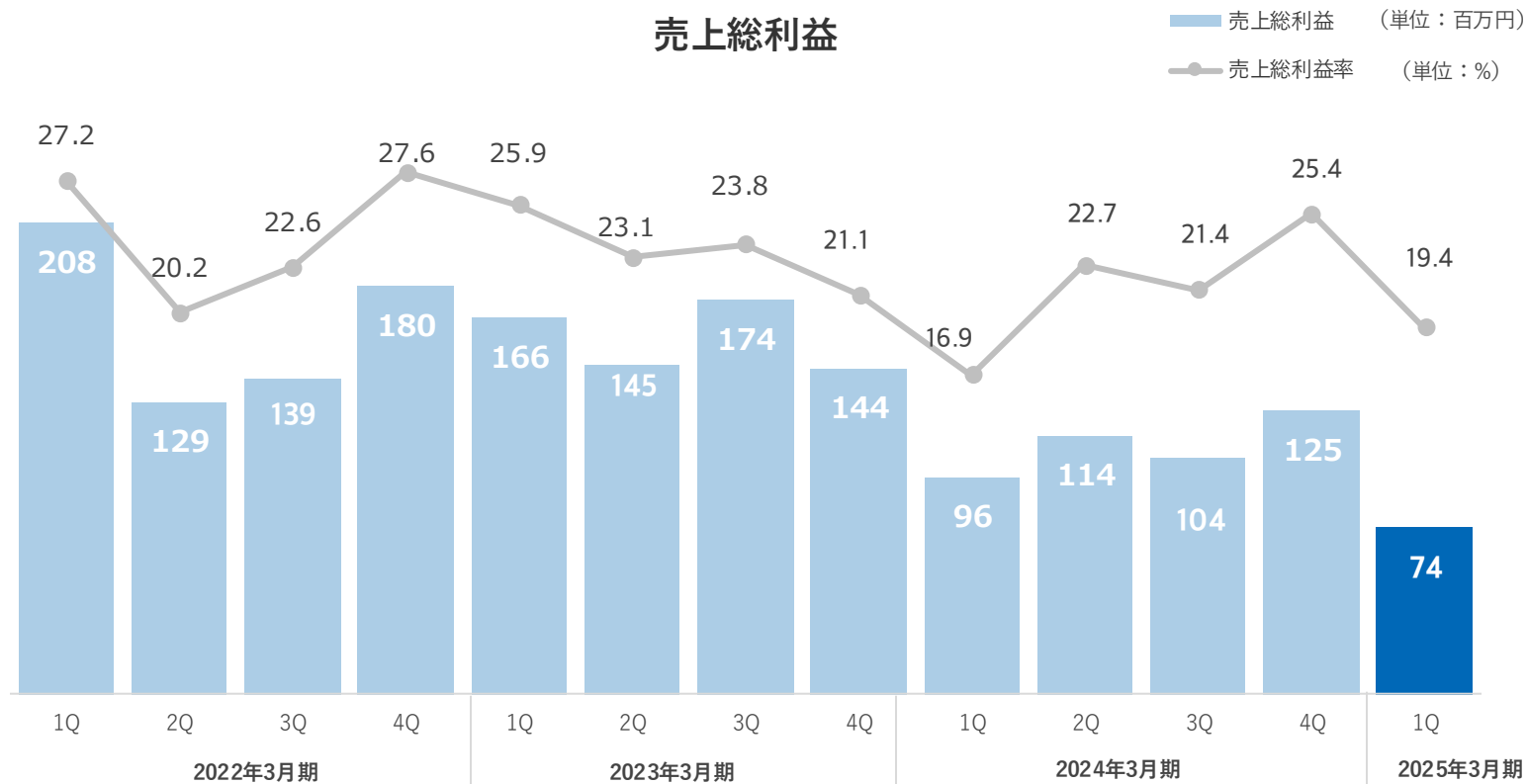
- 主要仕入元であるSSPとの取扱高が大幅に減少し、インプレッション数が低下
- インプレッション数低下が、売上の減少・売上総利益の下落・営業損失の一要因
- 参考：業績回復に向けての施策（p15）

LOGLYグループの売上高は下落



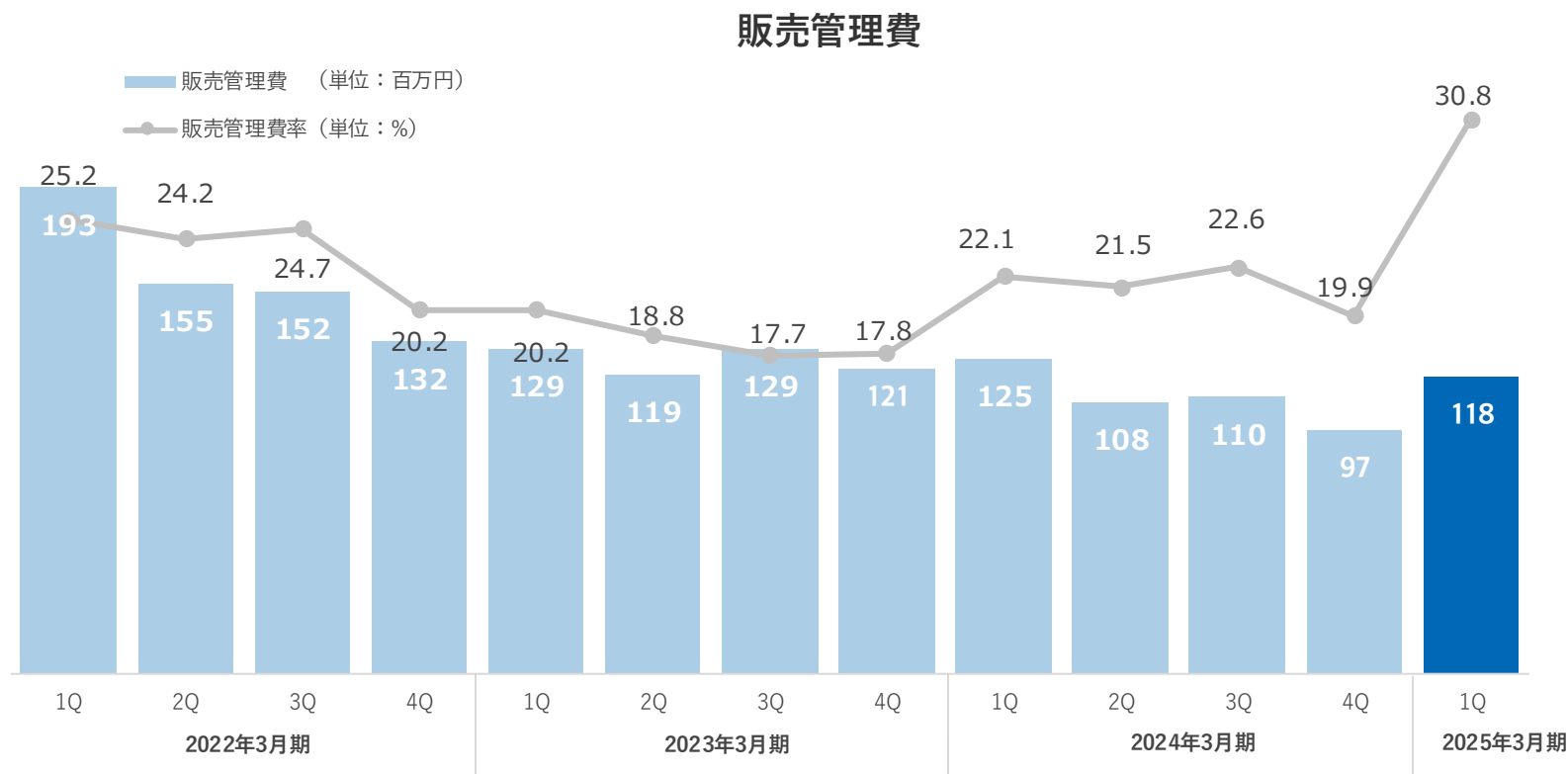
- 2025年3月期1Q売上高は、対前年同四半期比67.5%
- インプレッション数の減少、ならびにCPC（広告単価）が下落傾向にあり、売上高が減少
- 参考：業績回復に向けての施策（p15）

売上総利益、売上総利益率



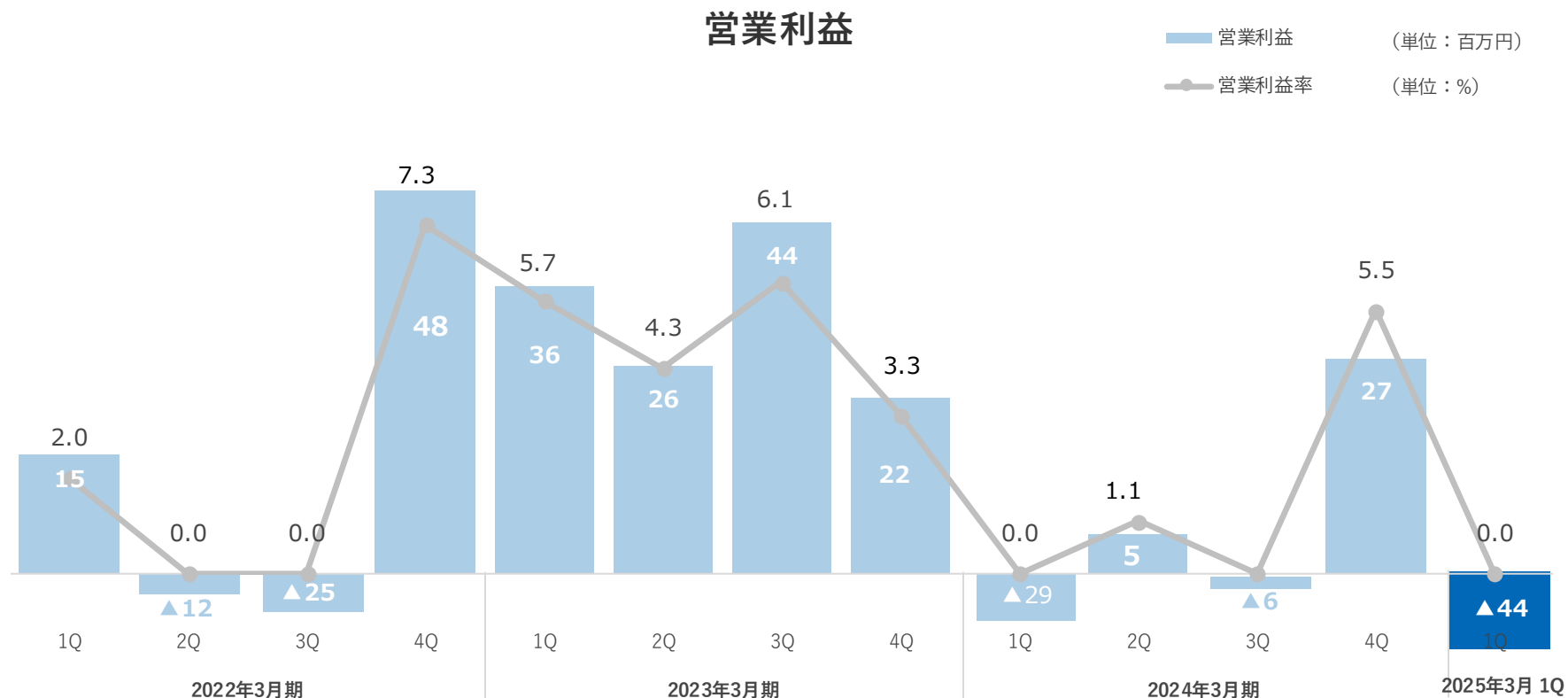
- 売上高減少にともない、売上総利益が減少
- 媒体仕入れ、ならびにサーバー費などの原価がかさみ、売上総利益率の悪化の要因

■ 事務所移転費用などで1Q販管費は増加、販管費率も上昇



- 1Q販管費は、決算・株主総会関連費用や事務所移転費用が計上されたため増加
- 定常的な固定費支出は、削減・抑制を継続
- 事務所移転による固定費削減効果は、下期以降に現れる見込み

1Q営業利益はマイナス



- 売上総利益額の減少および販管費の増加により、1Q営業利益はマイナス（参考：業績回復に向けての施策(p15)）
- CPCやimp数の下落、ならびに新規事業の売上高貢献見通しなど、依然として不確定要素が存在する中、引き続き成長戦略に沿って、インターネット広告市場での早期収益化を目指す（参考：成長戦略(p16以降)）

LOGLY lift（アドプラットフォーム事業）の業績回復に向けて

下期に向け、広告主や媒体社との安定的な取引のもと、広告案件が継続受注できる事業環境を強化する

1. 大手プラットフォームとの連携

- lift Plusにより、MetaやLINEなど豊富な配信プラットフォームへの対応が可能となったため、SSP経由や個別メディアへの広告配信に加え、SNS広告での取引拡大を図る

2. 広告枠の積極獲得を推進

- インプレッション数の回復が業績回復の必要条件であるため、媒体枠新規獲得及び再獲得に向けて積極的な営業を推進する
- そのためにCTRのさらなる向上など、技術力等により媒体社の期待する広告効果を高め、それを当社の競争優位性とする

3. 広告主や媒体社（代理店含む）との商流を強化

- 広告主、媒体社の双方への営業推進により安定的な商流の強化を図る
- 業務提携などにより、強力かつ安定的な取引を模索する（実例：マイクロアド社との資本業務提携による協業推進）
- LOGLY liftのOEM提供による安定取引を模索する（実例：台湾Tiki Digital社へのOEM提供）

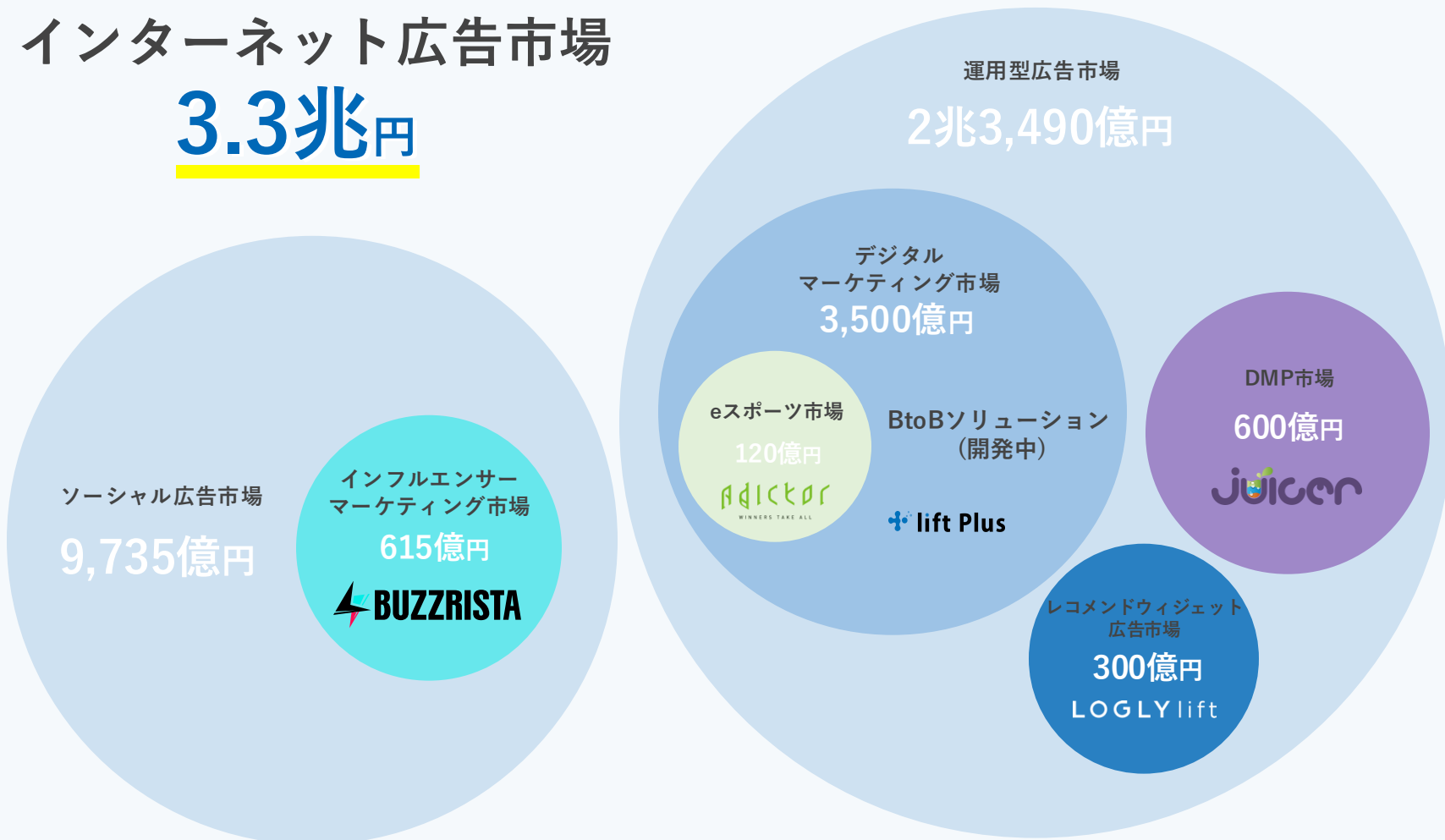


3. 成長戦略に対する活動状況

既存事業を活かし、インターネット広告市場内にて商圈を拡大

インターネット広告市場

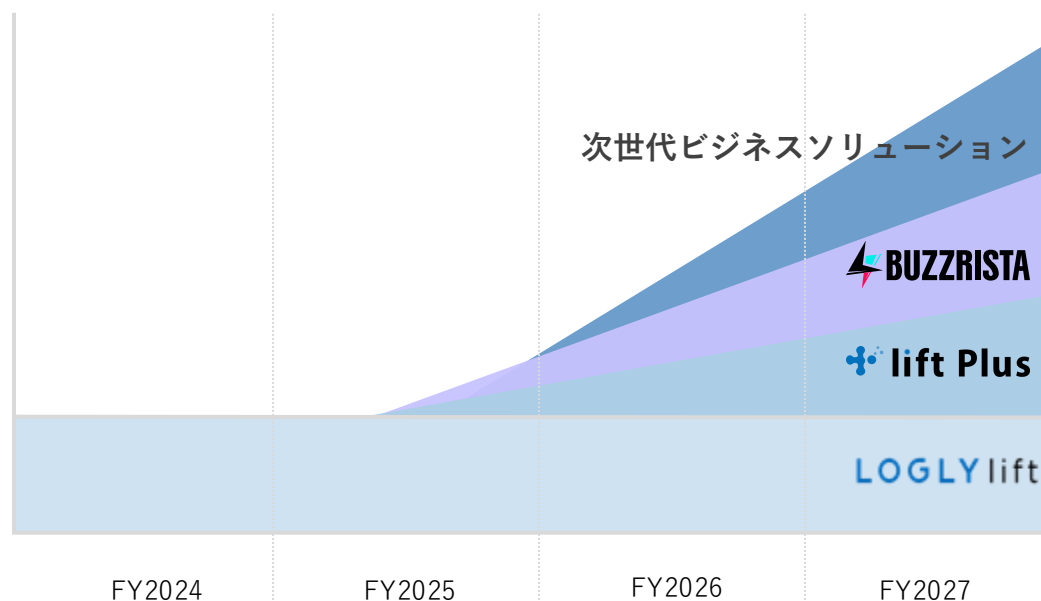
3.3兆円



出典：電通 2023年日本の広告費インターネット広告媒体費詳細分析 2024年3月12日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0312-010700.html>

FY2025 重点方針

FY2025は投資フェーズ。主力事業であるLOGLY liftをベースとし、
新規事業に投資することでFY2026以降での成長を目指す



取り組み内容

新規事業の立ち上げ

- lift Plus
- バズリスタ
- AIを活用した次世代ビジネスソリューション（開発中）
など

- 3～5年を見据えた取り組みとして上記の社内開発を行い、FY2026以降での成長を目指す
- 新規事業に対する投資をし、財務リストラクチャリング効果によって捻出された増分CFや、デットファイナンス・エクイティファイナンスも含め検討（業績に影響を及ぼす資金調達が発生する場合は速やかに開示）

中長期成長戦略の概要

LOGLY Sphereを軸に3つの事業を柱とし大手プラットフォームと接続、インターネット広告市場に商圏を拡大

オムニチャネル広告へ

大手プラットフォームと接続し、インターネット広告市場に進出
インターネット広告市場の市場規模 **3.3兆円** に対して戦略的にジョインしていく
(※電通「2023年日本の広告費」より)



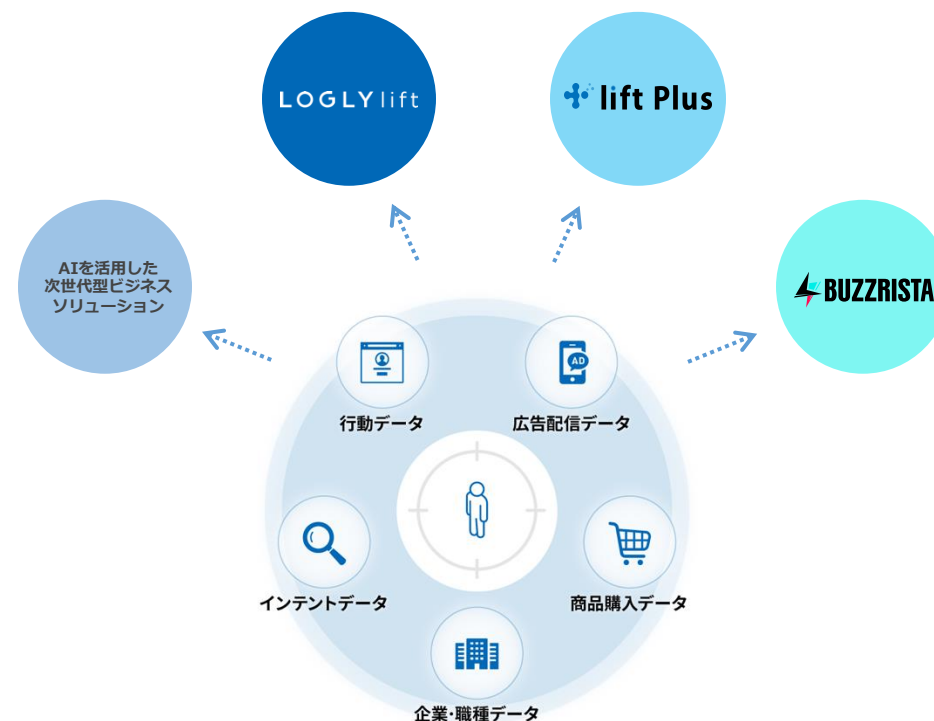
今後各事業の基盤となるLOGLY Sphere

当社の既存・新規の各サービスにデータ分析結果を提供
各サービスの競争優位性を高めるためのデータ基盤（プラットフォーム）

特徴

1. 大規模な行動データ・購買データの活用
2. AIによる言語解析技術を活かしたインテントデータ
3. パートナーとの連携によるデータ拡充

※個人を特定する個人情報は取り扱わず、
ユーザーのプライバシー保護を最優先に考えた上で行動履歴や購買履歴を活用



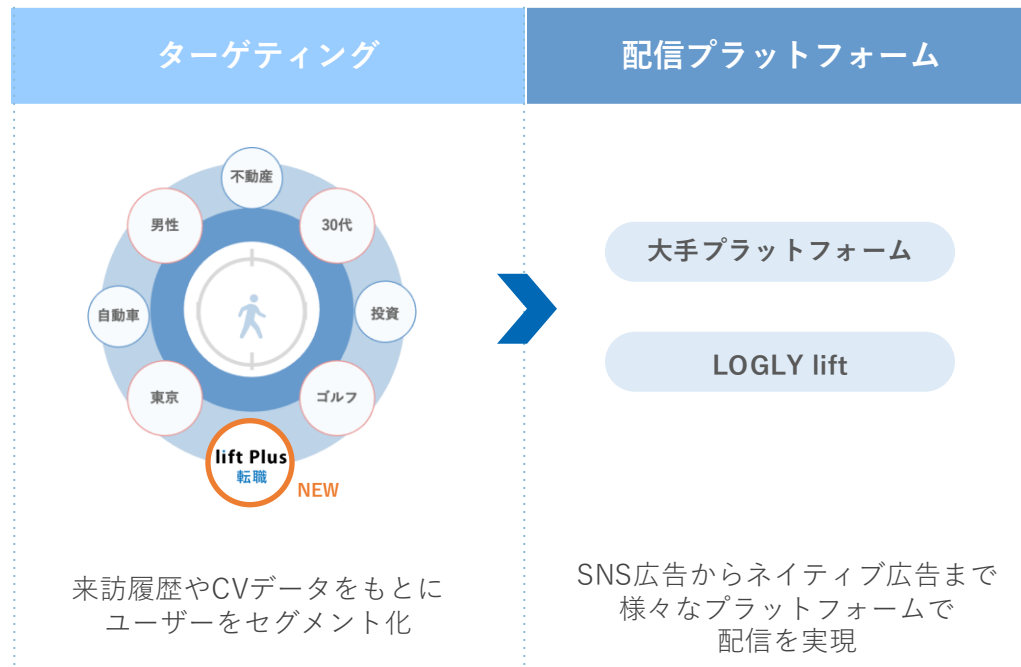
LOGLY Sphere

アドプラットフォーム事業の進捗



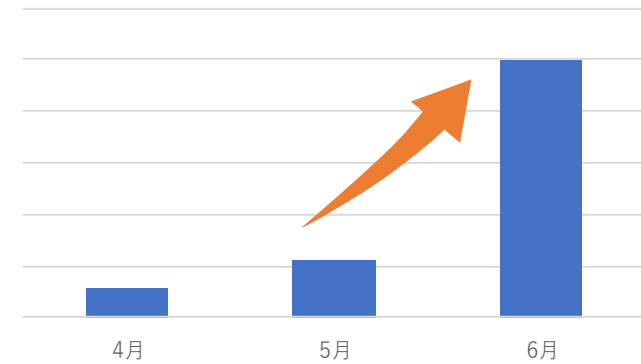
1Qは立ち上げフェーズ
売上及び配信社数は順調に進捗、2Q以降でメニューを拡大し更なる成長を目指す

lift Plus のフロー

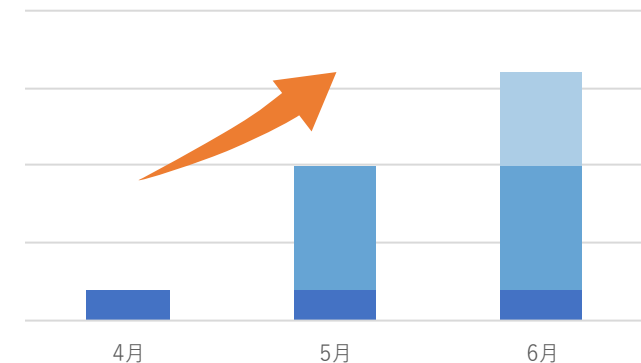


転職に特化したメニューとして、「lift Plus 転職」をローンチ

売上



配信社数



SNSマーケティング事業の進捗



キャスト部分に注力し、登録インフルエンサー数が急増

バズリスタのフロー



注力領域

キャストの業務フロー



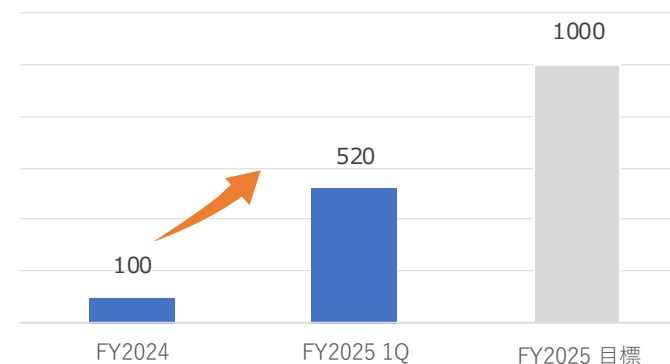
①自動化

②ツールを集約

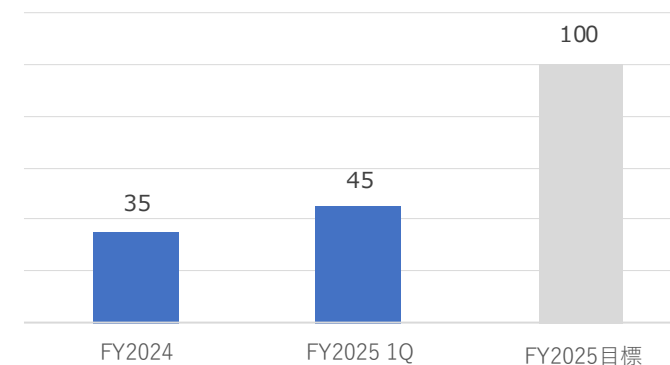
エンジニアリソースを活用し
業務効率が約2倍増加

インフルエンサー登録数が
約5倍増加

登録インフルエンサー数



取引社数累計



自社開発、M&A及び業務提携の取り組み状況

	2012	2019	2020	2021	2023	2024	2025
新規開発							AIを活用した次世代型ビジネスソリューション (ローンチ予定) 自社開発
インターネット広告領域 (アドテク・インフルエンサーマーケティング)	LOGLY lift 日本初ネイティブ広告プラットフォーム 自社開発		PTIO WEBマーケティングツール 自社開発	moto Inc, 転職メディアサイト「転職アンテナ」 M&Aによる譲り受け	RTB LOGLY liftのアドプラットフォーム化 自社開発	lift Plus LTV最大化データ活用型広告配信 自社開発	BUZZRISTA インフルエンサーマーケティング支援サービス 自社開発
データ事業領域		juicer ユーザー分析データマーケティングプラットフォーム M&Aによる譲り受け	eスポーツ大会プラットフォーム 自社開発		MicroAd マイクroad社との資本業務提携 資本業務提携	LOGLY Sphere インテントデータプラットフォーム 自社開発	



4. appendix

過去の取り組み

3~5年を見据えた取り組みとして、自社開発とM&Aにより新たな事業軸を構築中

既存サービス

LOGLY lift



新規サービス

lift Plus

FY2024の取り組み

主力事業である「LOGLY lift」から発展。
大手プラットフォームとの接続が可能になり、
ネイティブ広告市場からインターネット広告市場へ進出

※P21を参照

M&Aによる譲り受け

juicer



LOGLY Sphere

今後、当社事業全体の基盤となるデータプラットフォーム「LOGLY Sphere」の開発に注力。
juicerはLOGLY Sphereの一部として今後も活用

自社開発

Adictor



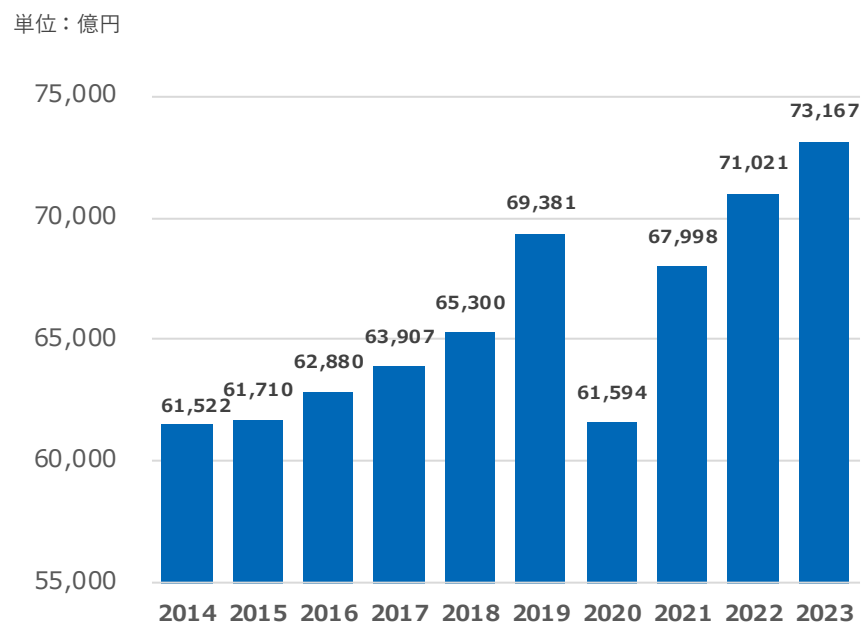
BUZZRISTA

Adictor事業で取り組んできたノウハウを活かし、
キャストイング・制作事業へ展開（Adictorは継続）

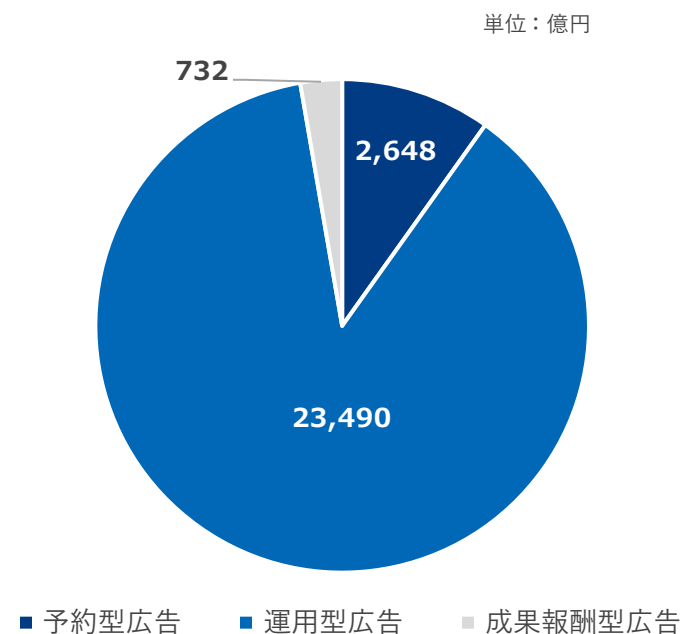
インターネット広告市場

2023年の総広告費は、前年に続き過去最高（前年比103.0%）
インターネット広告費の増加（前年比107.8%）により、広告市場全体の成長を後押し

日本の総広告費



インターネット広告媒体費の広告種別構成比（2023年）



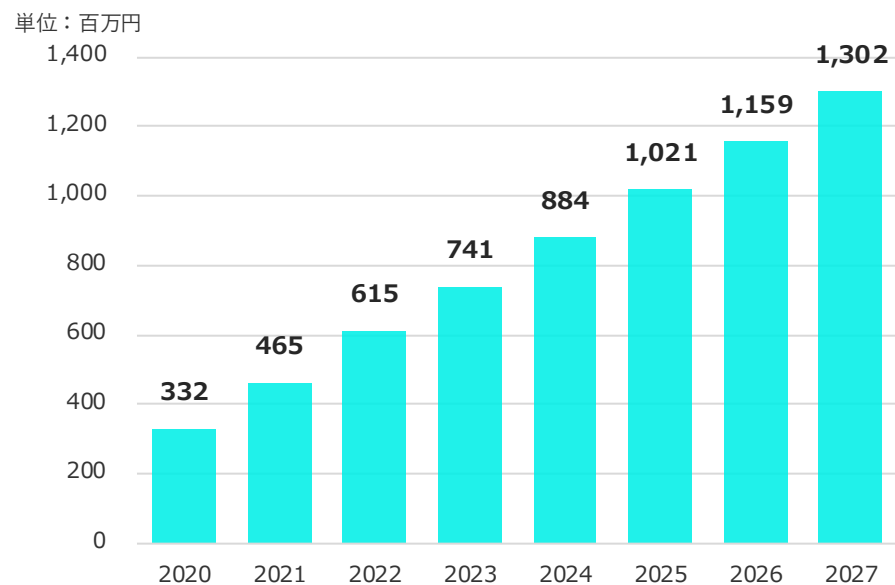
出典：電通「日本の広告費」2023年日本の広告費 2024年2月27日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0227-010688.html>

電通「2023年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」2024年3月12日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0312-010700.html>

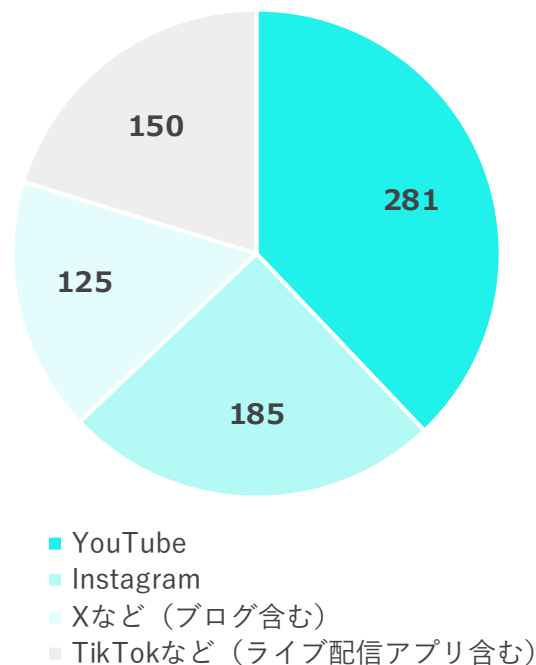
インフルエンサーマーケティング市場

2023年は、741億円（前年比120%）と高い成長の見込み
主要ソーシャルメディアの縦型動画フォーマットの普及が進み、需要が急速に増加

国内インフルエンサーマーケティングの市場規模推計・予測



ソーシャルメディア種別構成比（2023年）



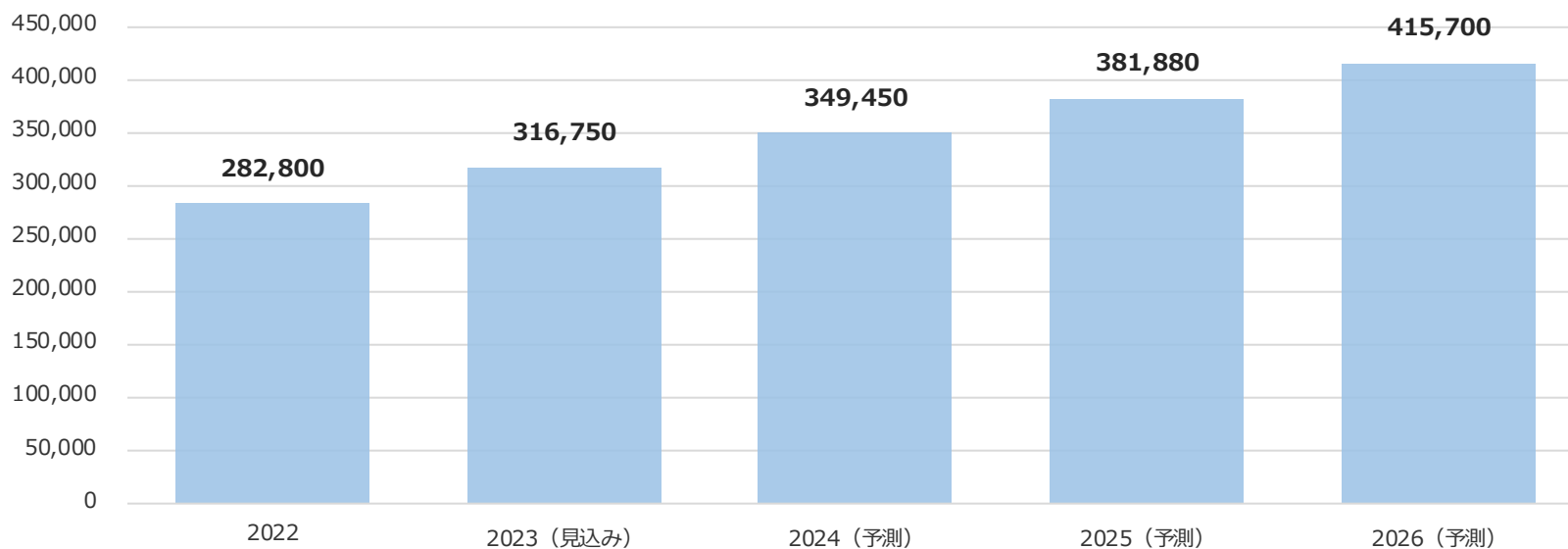
出典：サイバーバズ 2022年11月1日 <https://www.cyberbuzz.co.jp/2022/11/post-1791.html>

デジタルマーケティング市場

インターネット広告の周辺領域であるデジタルマーケティング市場
ユーザーのデジタルシフトによって、今後順調に拡大する見込み

デジタルマーケティング市場規模推移・予測

単位：百万円



出典：株式会社矢野経済研究所 2023年9月8日 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3315

lift Plus について

新サービス「lift Plus (リフトプラス)」により精度の高いターゲティングで様々なプラットフォームへ配信が可能にインターネット広告市場へ販路を拡大



LTV最大化を実現するデータ活用型広告配信

Cookieレスによる独自のデータを活用した
マルチチャネル広告配信プラットフォーム

特徴

- 様々なデータを元に、コンバージョン期待値の高いターゲティングデータを生成
- ログリーが保有する様々なソリューションを用いて、高いLTVが期待出来るユーザーへアプローチ
- MetaやLINEなど豊富な配信プラットフォームに対応

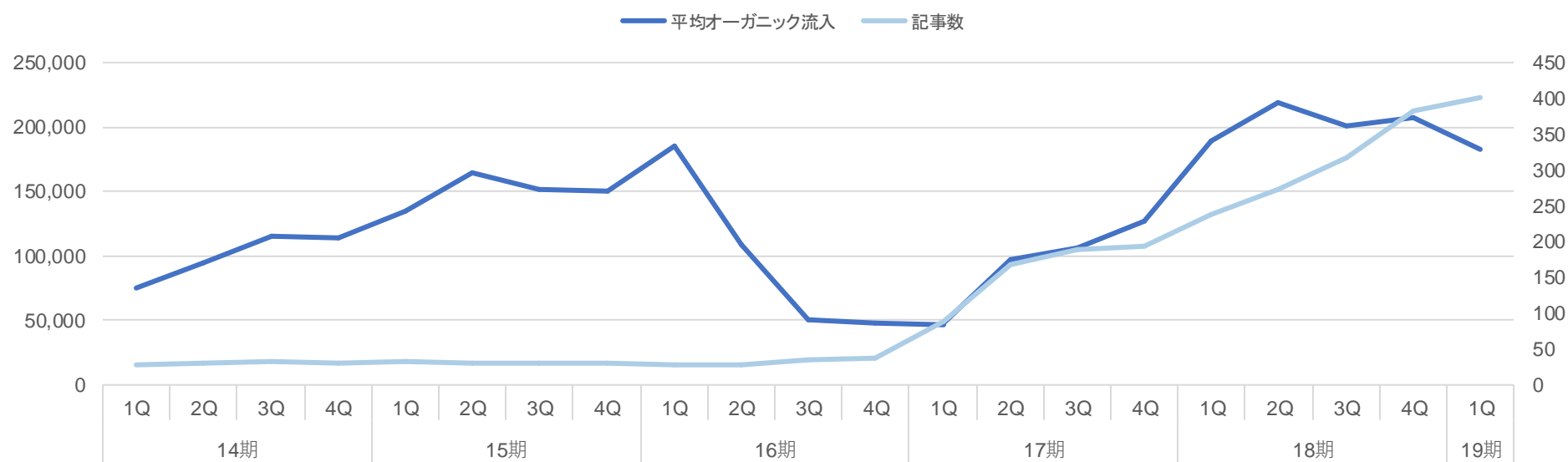
効果

- 独自の技術でクライアントに最適化されたデータを抽出し、広告効果を最大化
- スムーズなアカウント運用代行で運用リソースを削減
- LOGLY liftのClick特典で経済的なプランニングが可能に

moto社の事業回復に向けて現状報告

moto Inc.

通期の新規記事公開数は前年比約2倍。平均オーガニック流入が伸長するも収益化に課題



計測数値：Ahrefs（エイチレフス）より抜粋

- 新規記事の公開数を伸ばしつつも、1Qでは総記事数の増加に対してアクセス数が減少する結果となった。
また、記事数や平均オーガニック流入数が17期1Qから持続的に伸びてはいるが、根本的な収益増につながっておらず、その状況が**2期以上も継続**しており、moto社の事業回復の戦略は今だ実現可能性が高いものを発見できていない状況である。
- 根本課題である収益化について、2Q末までに、先行指標の再設定を含めて、抜本的な収益向上のための戦略の策定を検討していく。



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



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	<table> <tr> <td>代表取締役社長</td> <td>吉永 浩和</td> </tr> <tr> <td>取締役</td> <td>岸本 雅久</td> </tr> <tr> <td>取締役 監査等委員</td> <td>橋本 訓幸（川崎ひかり法律事務所 弁護士）</td> </tr> <tr> <td>取締役 監査等委員</td> <td>笹部 秀樹（笹部秀樹公認会計士事務所）</td> </tr> <tr> <td>取締役 監査等委員</td> <td>川口 幸作（弁護士法人北村・加藤・佐野法律事務所 弁護士）</td> </tr> <tr> <td>顧問弁護士</td> <td>森 一生（代官山綜合法律事務所）</td> </tr> </table>	代表取締役社長	吉永 浩和	取締役	岸本 雅久	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	川口 幸作（弁護士法人北村・加藤・佐野法律事務所 弁護士）	顧問弁護士	森 一生（代官山綜合法律事務所）
代表取締役社長	吉永 浩和												
取締役	岸本 雅久												
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	川口 幸作（弁護士法人北村・加藤・佐野法律事務所 弁護士）												
顧問弁護士	森 一生（代官山綜合法律事務所）												
資本金	4億768万円（2024年8月現在）												
従業員数	44人（2024年8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												
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, Inc. © Copyright, All Rights Reserved