



2025年3月期 通期 決算説明資料

2025年5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. appendix



1. エグゼクティブ・サマリー

FY2025 通期 決算サマリー

売上高

1,605 百万円

前年同期比 $\Delta 21.8\%$

通期業績予想進捗（修正後）

101.8 %

通期業績予想(修正後)：1,577百万円

営業利益

Δ **162** 百万円

前年同期比 $-$ %

通期業績予想進捗（修正後）

$-$ %

通期業績予想(修正後)： $\Delta 153$ 百万円

親会社株主に帰属する当期純利益

Δ **189** 百万円

前年同期比 $-$ %

通期業績予想進捗（修正後）

$-$ %

通期業績予想(修正後)： $\Delta 164$ 百万円

FY2025 通期 業績ハイライト

- 2025年3月期通期売上高は、1,605百万となり、通期累計売上高の通期予想(修正後)に対する進捗率は101.8%
- 通期販管費は事務所移転に伴う費用削減効果が11月から現れ、営業損失は2Q以降で縮小傾向
- 親会社に帰属する当期純損失は、減損損失18百万円を計上したため $\Delta 189$ 百万円となり、通期業績予想 $\Delta 164$ 百万円を25百万円下回る着地

損益計算書（FY2025 通期）

単位：百万円	2024年3月期 通期	2025年3月期 通期	前年同期比
売上高	2,054	1,605	78.1%
売上総利益	440	284	64.5%
販売管理費	442	446	100.8%
営業利益	△2	△162	－%
経常利益	△2	△164	－%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△46	△189	－%

- 2025年3月期通期売上高は1,605百万円となり、対前年同期比78.1%
- 販売管理費は下期削減するも、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、前年同期累計比で損失幅が拡大

貸借対照表（FY2025 通期）

単位：百万円	2024年3月末	2025年3月末	前期末比
現預金	1,019	754	74.1%
流動資産	1,280	963	75.3%
固定資産	202	152	75.6%
総資産	1,482	1,116	75.3%
流動負債	641	614	95.8%
固定負債	164	14	8.9%
資本金	407	407	100.0%
純資産	676	487	72.0%

- 現預金、流動資産、固定資産、総資産のすべて前期末より減少
- 長期借入金が157百万円減少し、固定負債が減少
- 長期借入金残高は163百万円まで減少

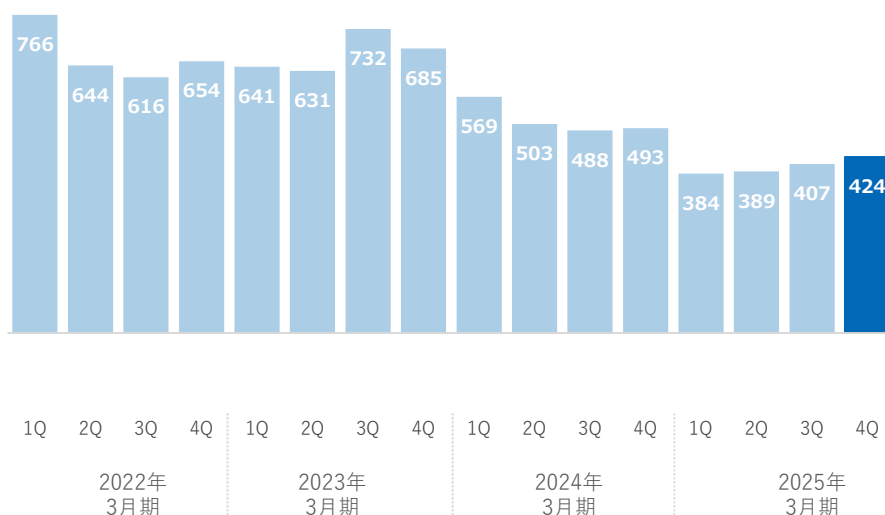


2. 業績ハイライト

売上高・売上総利益・営業利益は、3Q比で横ばいで推移

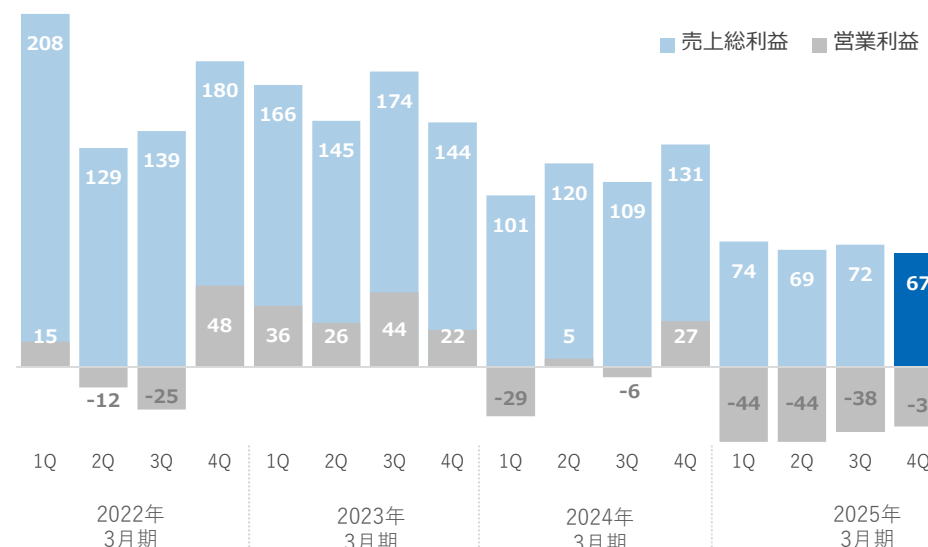
売上高

(単位：百万円)



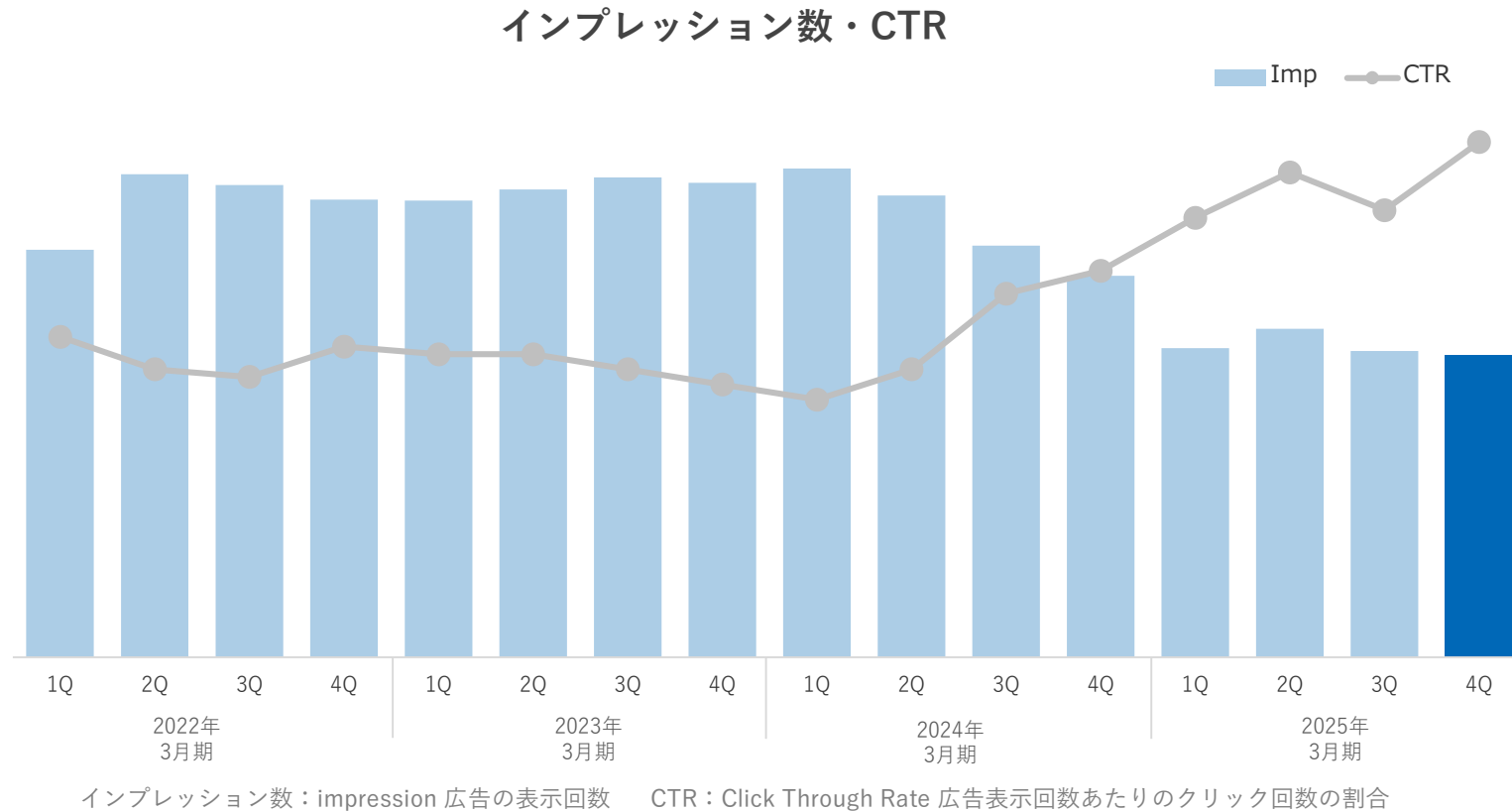
売上総利益・営業利益

(単位：百万円)



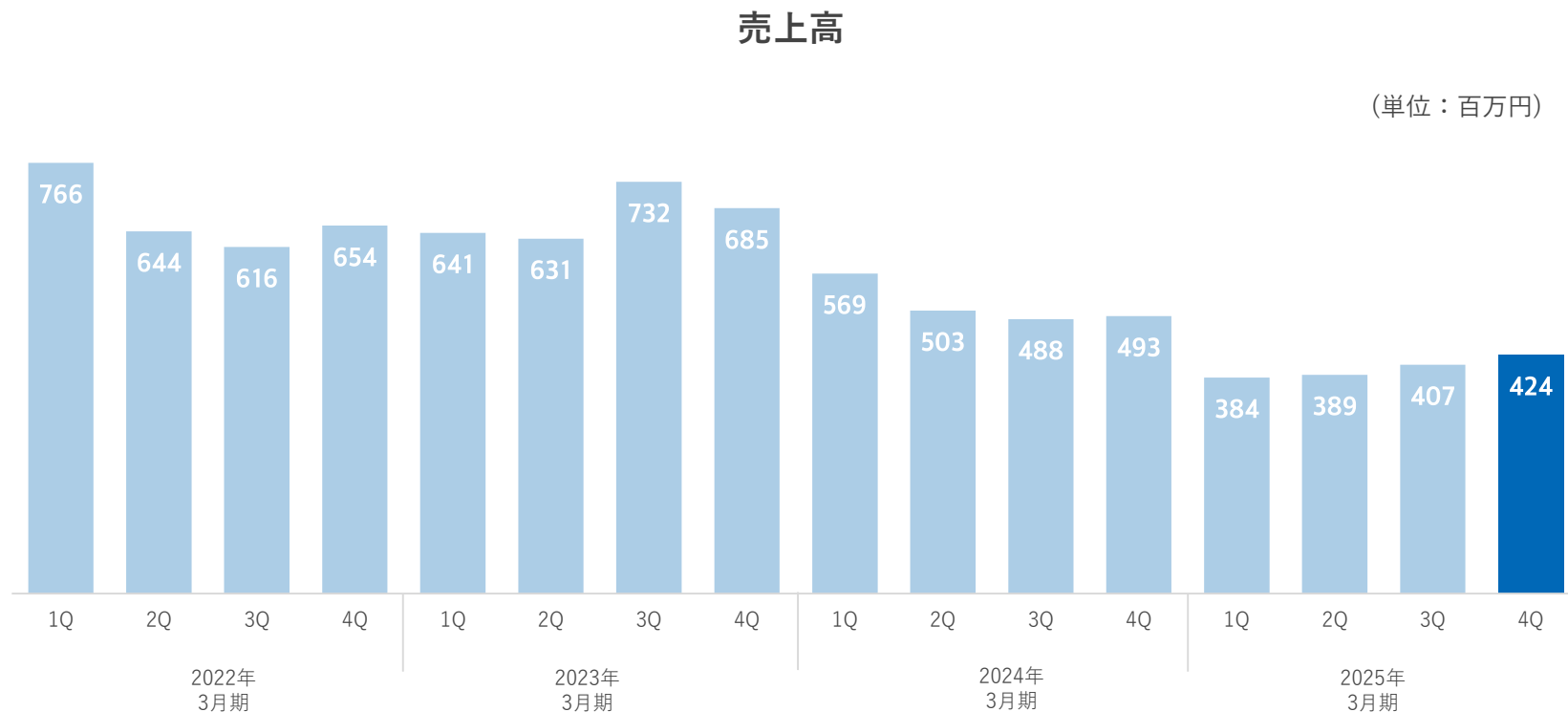
- 2025年3月期4Q売上高・売上総利益・営業利益は、それぞれ3Q比で概ね横ばいで推移
- 通期販管費は事務所移転による費用削減効果が現れ、営業赤字縮小に寄与
- 本社移転に伴い、エンジニア人材はリモートワーク体制となったため、地代家賃および水道光熱費に関しては、エンジニア稼働分を売上原価として振替えずに販売管理費として表示（FY2025 2Qから対応済み）

インプレッション数は微減、CTRは上昇傾向維持



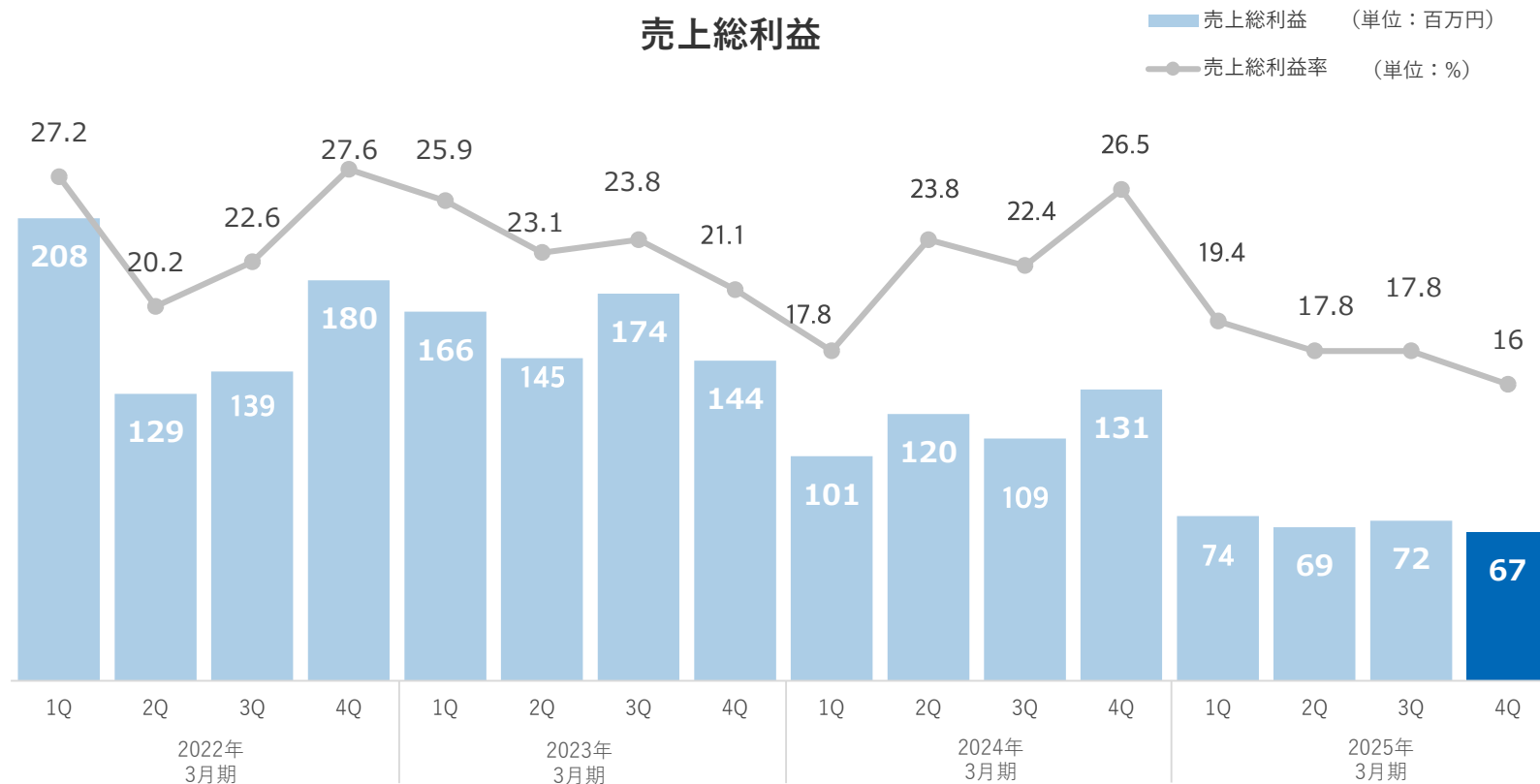
- インプレッション数は年間でほぼ横ばい
- CTRは3Qで一時下落したが、4Qで回復し上昇傾向を維持

LOGLYグループの売上高は、横ばい状態が継続



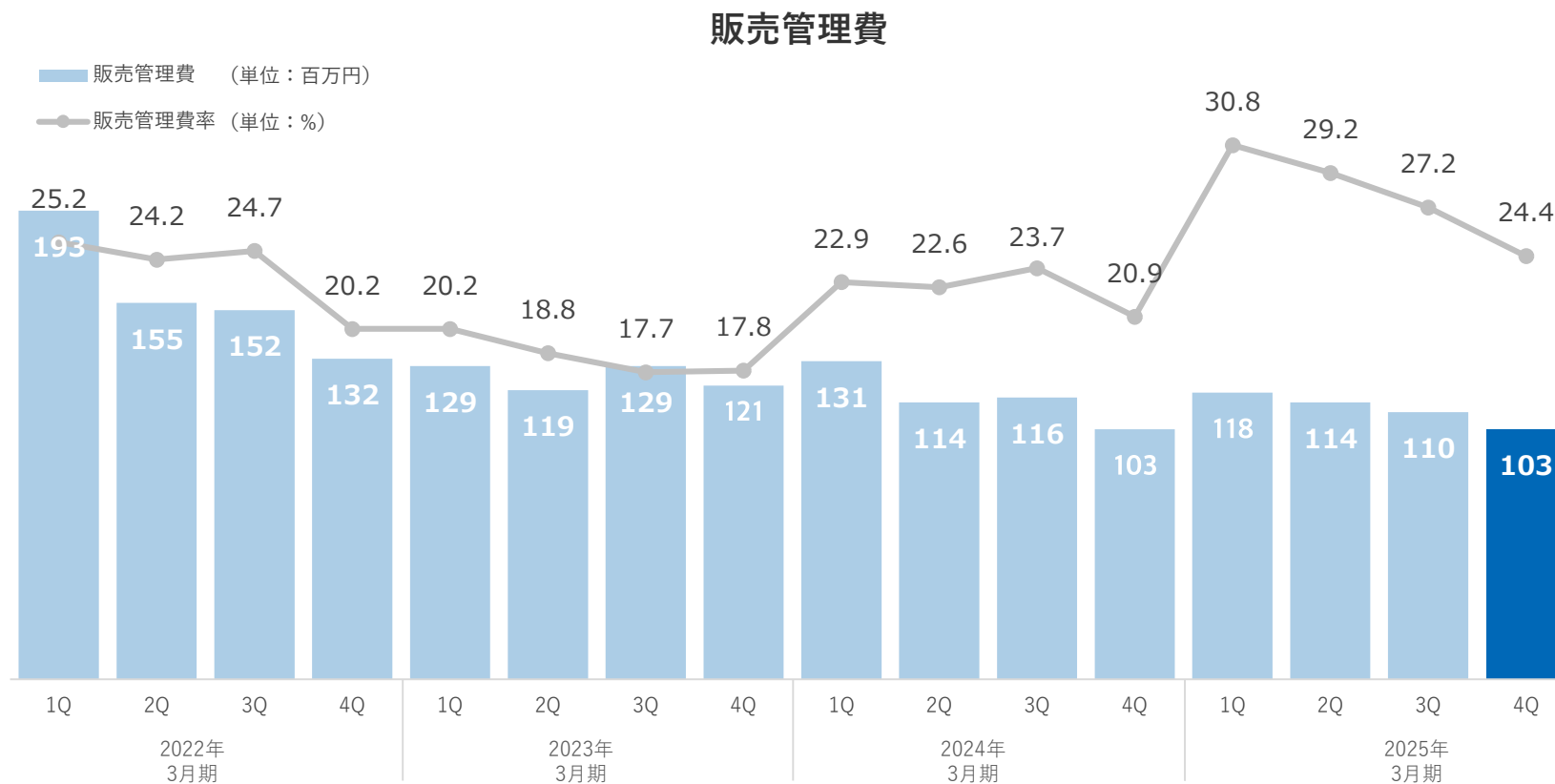
- 2025年3月期通期累計売上高は対前年同期比78.1%で、横ばい状態が継続
- インプレッション数がほぼ横ばいに推移したため、売上の回復要因とはなかった

売上総利益、売上総利益率は漸減



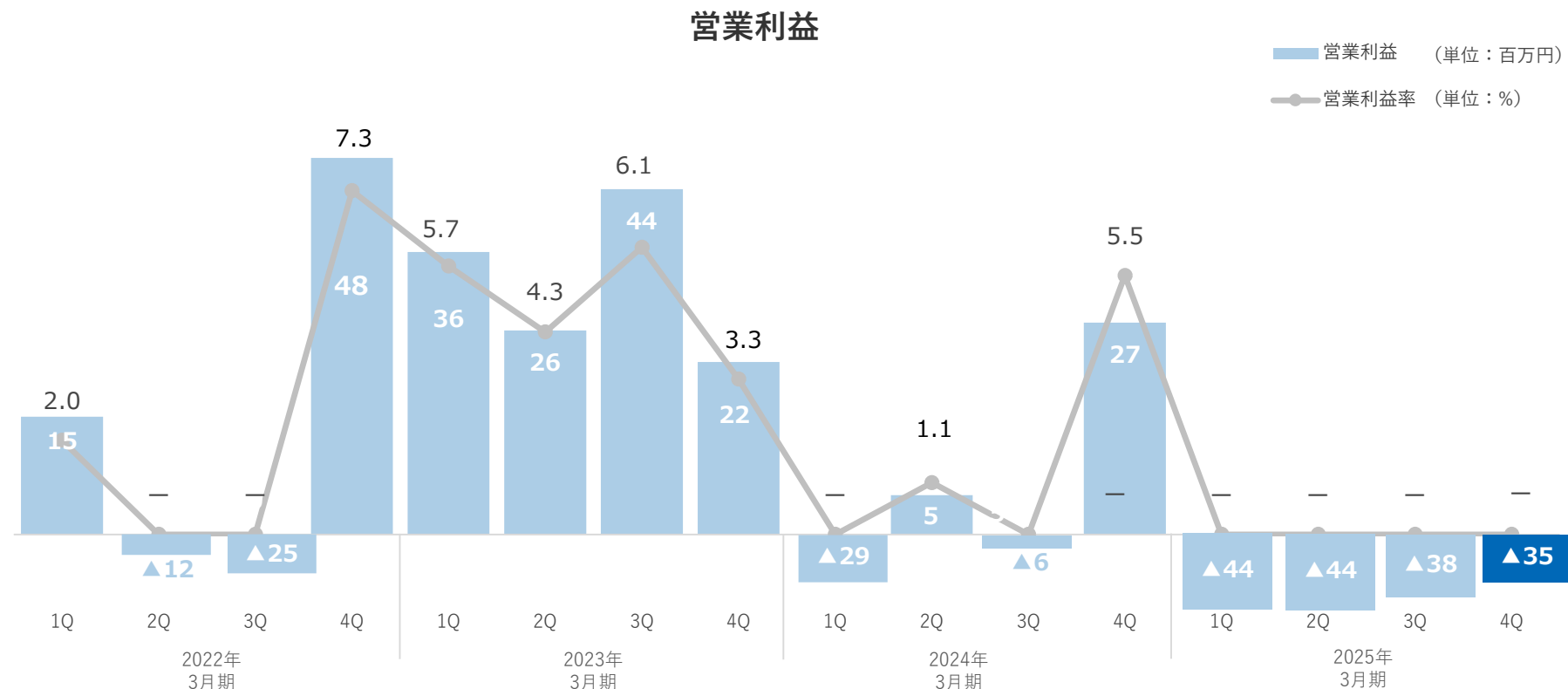
- 当期の売上高・売上総利益は横ばい 売上総利益率は漸減
- 媒体仕入れ、並びにサーバー費などの原価は3Qと同水準で推移

■ 事務所家賃など固定費支出の抑制を行い、販管費率は改善



- 前年より売上高が減少したため販管費率が高くなったが、2Q以降で販管費を抑制し、販管費率は改善
- 旧事務所家賃の支出が10月で終了し、費用削減効果が顕在化

4Q営業利益はマイナス幅が縮小



- 4Q営業利益は、販管費削減などにより3Q比でマイナス幅が縮小
- CPCやインプレッション数の増減変動、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(p.16以降)）

FY2026通期業績予想

通期予想とその理由

売上高

1,940 百万円（前年比 20.9%）

- LOGLY Ads Context (旧LOGLY lift)など既存サービスは安定推移からやや回復傾向が見られたが、引き続き保守的に計画した。
- 取得した株式会社EGGの売上貢献を見込み、連結売上高は前年実績比20.9%増を予想する。

売上総利益

365 百万円（前年比 28.6%）

- 2026年3月期の売上原価のうち、媒体広告枠の獲得費は2025年3月期比20.5%の増加を予想しており、引き続き適正な広告運用を継続する。
- インフラ費用については前期4Qからの円高の影響でコストダウンがみられる。2026年3月期も売上高に対するインフラ運用の効率化を徹底し、コストを抑制する

親会社株主に帰属する当期純利益

△86 百万円（前年実績△189百万円）

- 親会社株主に帰属する当期純利益は前期実績△189百万円から103百万円の回復を予測している。

営業利益

△66 百万円（前年実績△162百万円）

- 2026年3月期は前年度の本社移転によるコストダウン効果が36百万円、広告事業での売上総利益の改善、さらに株式会社EGGの利益貢献により営業利益は前期実績△162百万円から95百万円増加すると予測している。



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
3.6兆円

ソーシャル広告市場
1兆1,008億円

インフルエンサー
マーケティング市場

723億円

LOGLY Buzz

EGG

運用型広告市場
2兆6,095億円

デジタル
マーケティング市場
3,913億円

URUTEQ

LOGLY Ads Omni

DMP市場
600億円

LOGLY Audience Analytics

レコメンドウィジェット
広告市場

300億円

LOGLY Ads Context

出典：電通「2024年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」2025年3月12日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0312-010858.html>

LOGLY Marketing Nexus

旧製品、旧サービスを LOGLY Marketing Nexusとして、ブランド統一

LOGLY Marketing Nexusは、ファーストパーティデータを軸にしたマーケティング環境を提供し、広告配信からUX最適化、インフルエンサー施策まで一貫してカバー

LOGLY lift



juicer



lift Plus



BUZZRISTA



OPTIO



LOGLY Marketing Nexus

LOGLY Ads Context

LOGLY Audience Analytics

LOGLY Ads Omni

LOGLY Buzz

LOGLY Engage

事業体系と基盤

LOGLY Sphereをデータ基盤として、BtoC、BtoB事業を展開

 **LOGLY Marketing Nexus**

『ファーストパーティデータを活用した統合マーケティングプラットフォーム』

アドプラットフォーム事業

SNSマーケティング事業

 **URUTEQ**

『商談獲得率を向上させるアカウントインテリジェンスツール』

データプラットフォーム事業



LOGLY Sphere

『ポストCookie対応のintentデータプラットフォーム』

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）



LOGLY Sphere

インテントデータプラットフォーム

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

ログリーの技術基盤



自然言語処理

文脈を理解する
独自技術を開発



機械学習

高度な予測モデルを構築



データ解析

膨大なデータから価値ある情報を抽出



最適化技術

効率的なデータ処理を実現

LOGLY Ads Context

LOGLY Ads Omni

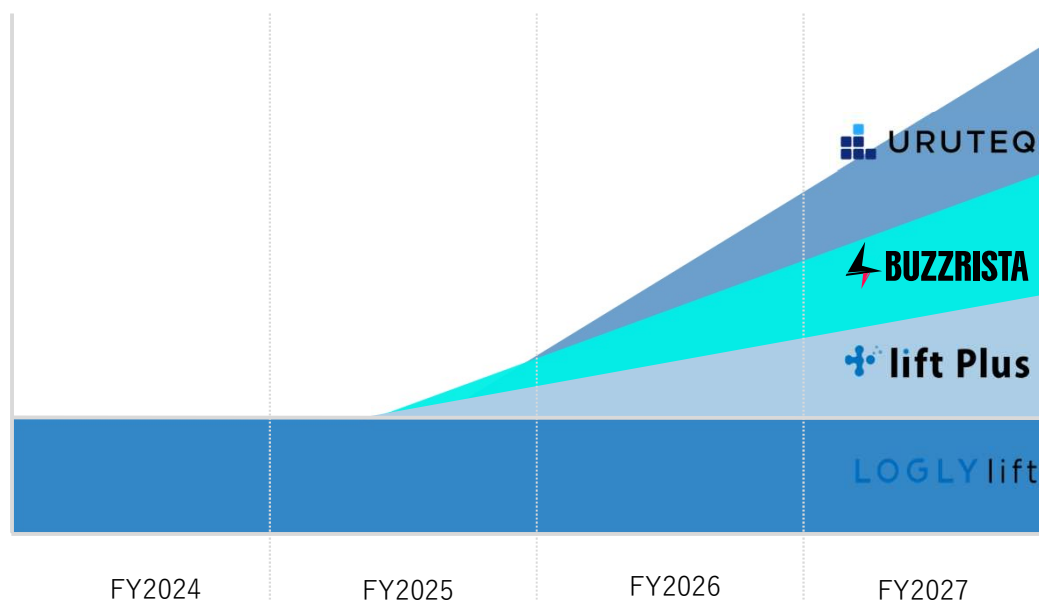
URUTEQ

LOGLY Buzz



FY2026 重点方針

FY2025の投資フェーズを経て、プロダクトを主力事業をLOGLY Marketing Nexusにブランド統合
新規事業ウルテクとともにFY2026の収益化を実現する



新規事業の収益化

URUTEQ

LOGLY Buzz

LOGLY Ads Omni

LOGLY Ads Context

- 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推進するため、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）

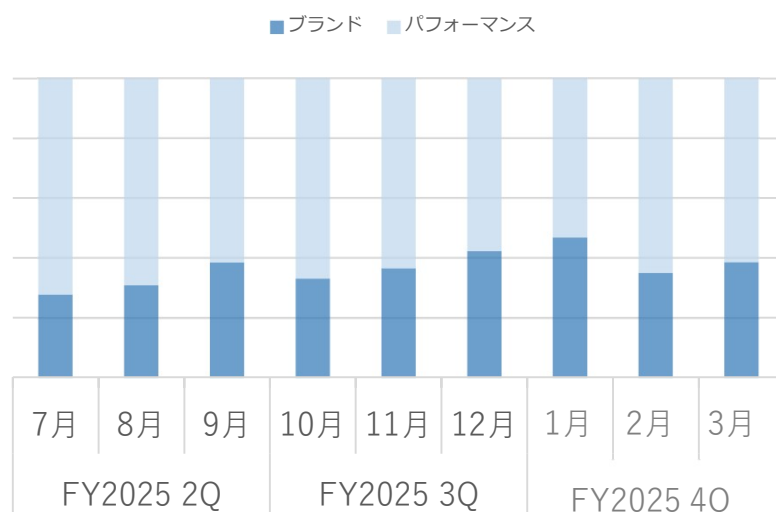
アドプラットフォーム事業の進捗

LOGLY Ads Context

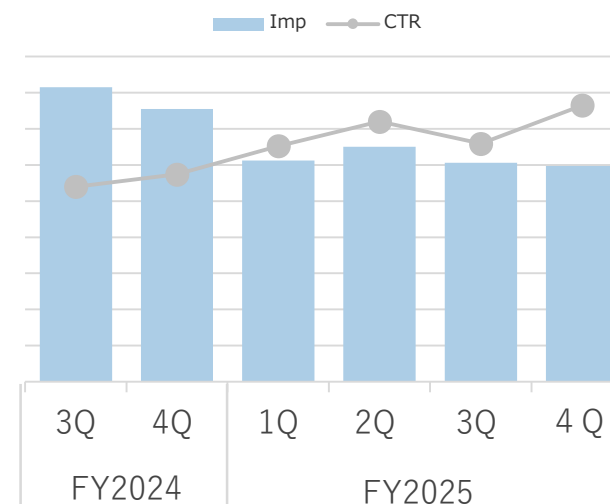
LOGLY Ads Omni

既存事業であるLOGLY Ads Contextの業績回復に向け、既存取引先と新規取引先への営業強化
マージンコントロールによって、売上総利益の確保に注力する

直近9ヶ月の売上の比率



インプレッション数・CTR



課題

パフォーマンス
既存の予算が減退
ブランド
新規が獲得しづらい

解決策

Ads Omniを
フックに獲得

目標

利益貢献性の高い
商流の獲得

高収益案件の獲得に難航

課題

広告単価が減退

解決策

インプレッション数を
確保しながら広告効果を高め、
マージンコントロールを行う

目標

マージン率の確保

概ね順調

アドプラットフォーム事業

「Ads Omni(旧lift Plus)」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

LOGLY Ads Omni

LTV最大化を実現するデータ活用型広告配信

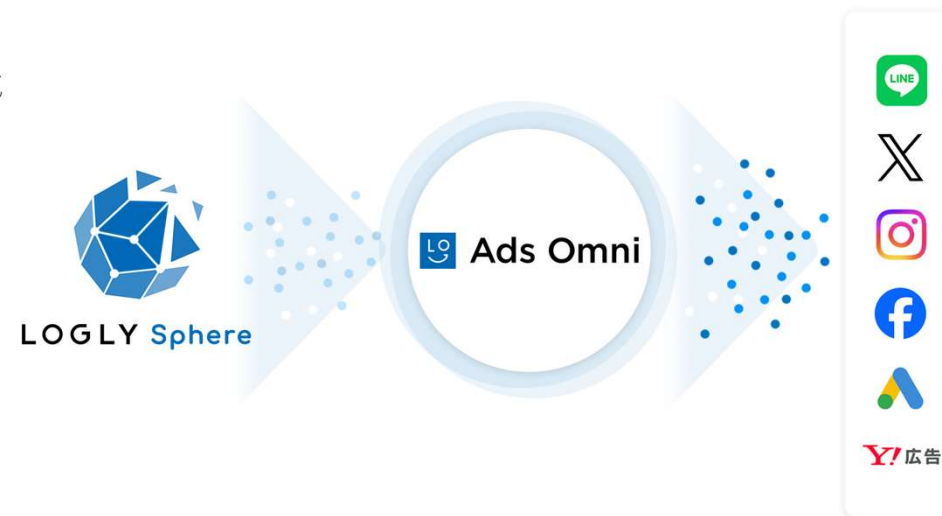
Cookieレスによる独自のデータを活用した
マルチチャネル広告配信プラットフォーム

特徴

- ・ 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
- ・ 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 Ads ContextのClick特典で経済的なプランニングが可能に



データプラットフォーム事業

URUTEQ

BtoBソリューション

新サービス「ウルテク」により、インテントデータとAIを活用しセールス&マーケティングを支援



アカウントインテリジェンスツール

ウェブサイト訪問者の購買意図を捉え、商談獲得率を向上

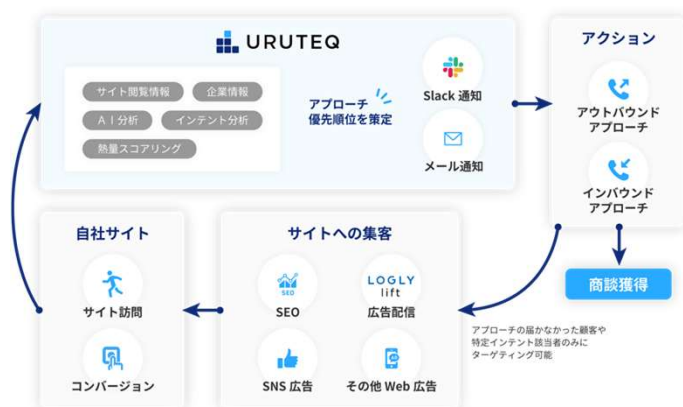
特徴

- ・ インテントデータやAIを活用し、最適な顧客アプローチを実現
- ・ 顧客の自動リスト化や無料リターゲティング広告配信等の機能あり
- ・ マーケティングと営業の連携を強化し、成果最大化を実現

効果

- ・ 顧客の潜在顧客を可視化し、効果的に商談を成立させることが可能
- ・ アプローチが困難だったリードへ効果的に訴求
- ・ マーケティングとセールス間の情報共有や施策連携が簡単に

セールスサイクル



商流



※アカウントインテリジェンスツール：ターゲット企業や担当者のニーズや購買意図をデータ解析で可視化し、マーケティングおよび営業活動の精度と効果を向上させるツール
※インテントデータ：Web上で検索する際に抱えている行動意図（intent）や目的、需要を表すデータのこと

データプラットフォーム事業の進捗

URUTEQ

BtoBソリューション

PMF達成に向けて、データエンリッチを強化



成長戦略と市場展開

国内BtoB市場への浸透

マーケティングおよび営業効率化を求める日本企業への拡販を推進します。企業情報、企業行動データ、インテントデータといった各種データの拡充を通じて、付加価値提供を一層強化してまいります。

AIによるデータ集計・可視化の実現

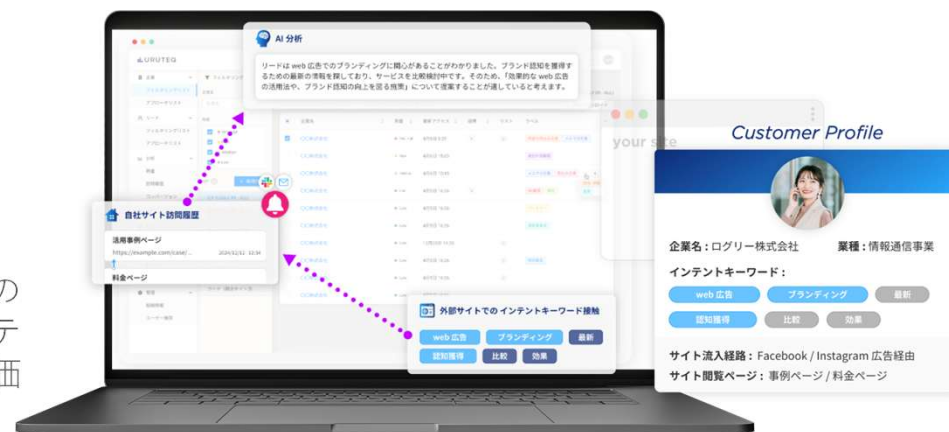
インテントデータと企業情報をAIで分析し、より精度の高い見込み客の特定と、最適なアプローチ方法を提案する機能を開発します。顧客単価の向上よりも、利用企業数の拡大を重視した展開を目指します。

データを活用した施策実行機能の拡張

各広告プラットフォームやCRM・MAツールとの連携を強化することにより、顧客のマーケティング・営業システム全体における価値提供を実現します。データ連携を通じた付加価値の向上を目指してまいります。

AIエージェントの実現

データの可視化や示唆の提供に留まらず、ウルテクがAIエージェントとして機能し、マーケティング効果分析や自動営業といった業務代行、さらには大規模な戦略設計の実現を目指します。



SNSマーケティング事業の進捗

M & A戦略により株式会社EGGを買収
マイクロインフルエンサーに加え、圧倒的な影響力があるメガインフルエンサーとのリレーションを進めていく

M&Aの実施

買収完了

株式会社EGGの買収が完了

事業拡大

インフルエンサーネットワークの拡大

相乗効果

既存事業との連携強化

今後の展開計画



発掘

新たなインフルエンサー開拓



関係構築

長期的パートナーシップ確立



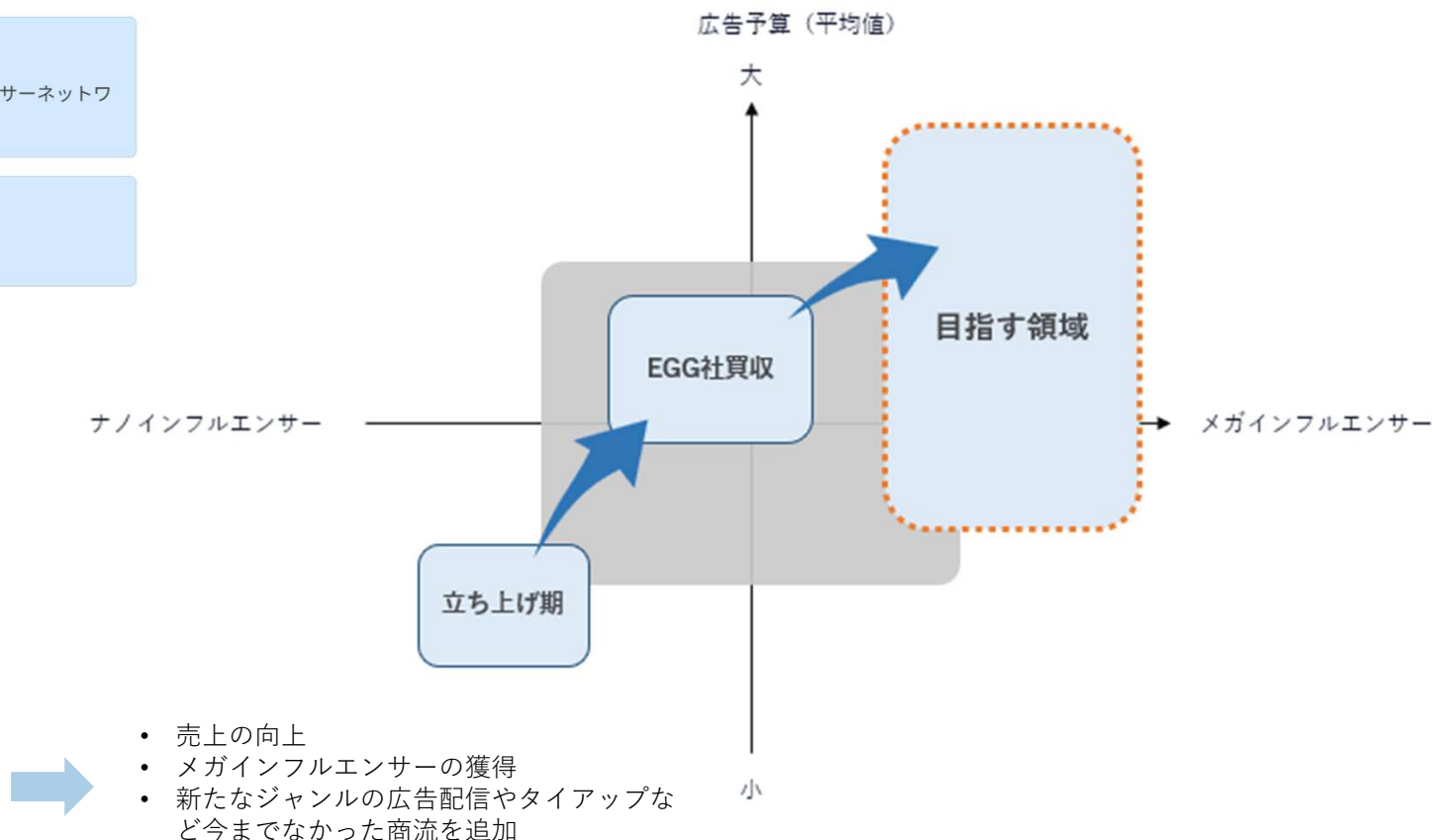
キャンペーン実施

効果的なマーケティング展開



効果測定

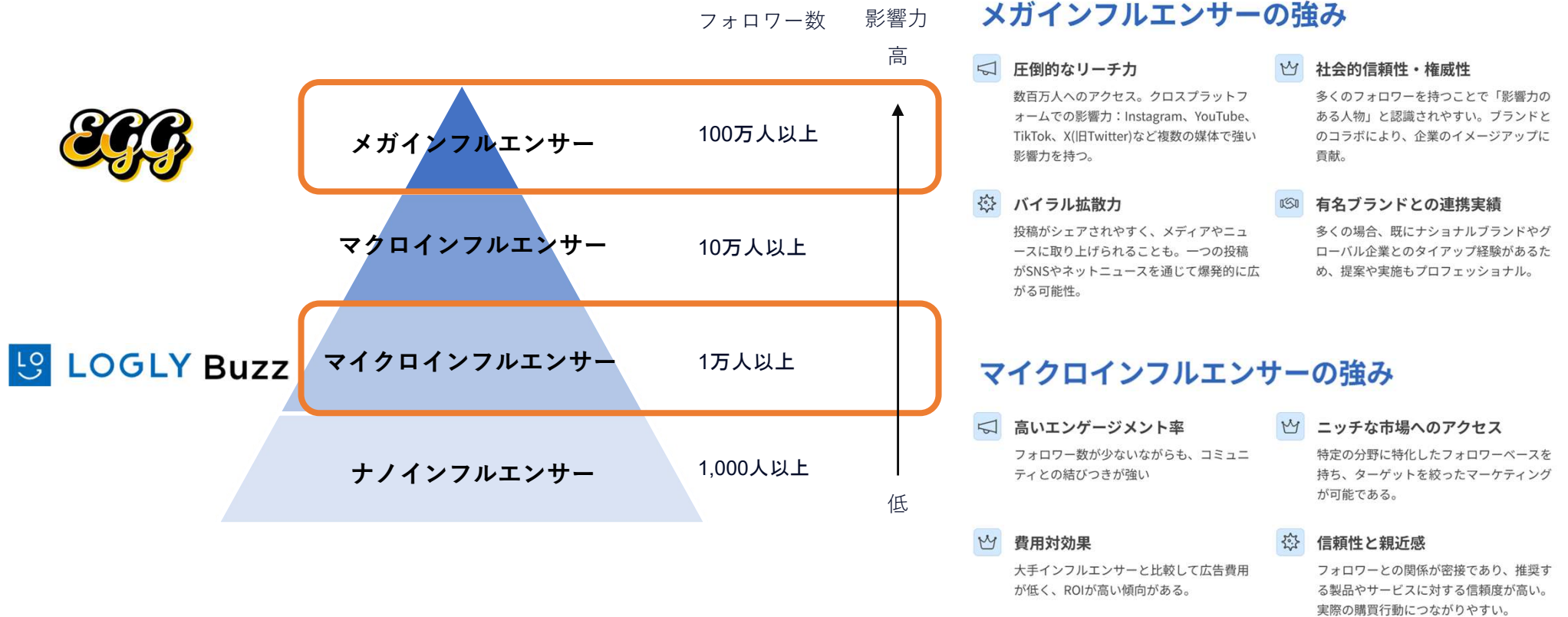
ROI分析と最適化



SNSマーケティング事業の進捗



M & A戦略により株式会社EGGを買収
マイクロインフルエンサーに加え、圧倒的な影響力があるメガインフルエンサーとのリレーションを進めていく



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							 URUTEQ アカウント インテリジェンスツール 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 Ads Context 日本初ネイティブ広告 プラットフォーム 自社開発	 LOGLY Engage 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 Ads Contextの アドプラットフォーム化 自社開発	 LOGLY Ads Omni LTV最大化 データ活用型広告配信 自社開発	 EGG インフルエンサー マーケティング M&Aによる譲り受け
			 Adictor eスポーツ大会 プラットフォーム 自社開発		 MicroAd マイクロアド社との 資本業務提携 資本業務提携	 LOGLY Buzz 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	 LOGLY Marketing Nexus 旧製品、旧サービスを LOGLY Marketing Nexus として、ブランド統一
データ事業領域		 LOGLY Audience Analytics 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				 LOGLY Sphere インテントデータ プラットフォーム 自社開発	



4. appendix

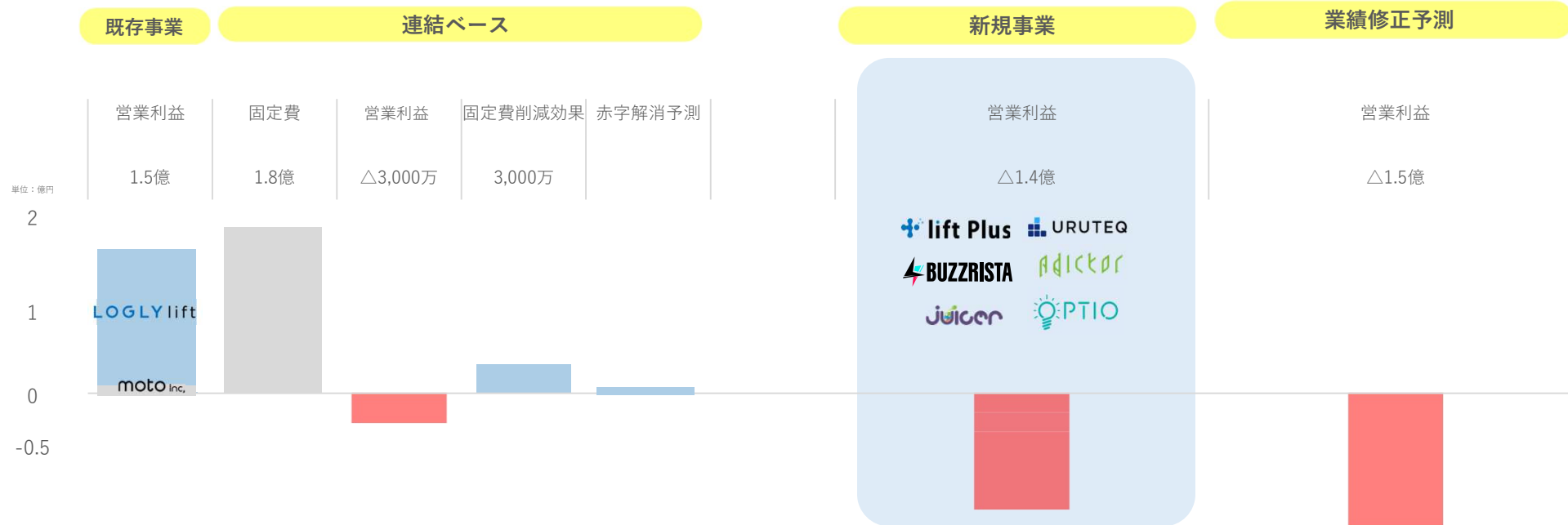
FY2025 2Qにて業績修正済み

FY2025は概ね修正見込み通りで進捗

下期は固定費の削減効果も出て
赤字解消となる見込み

新規事業に
攻めの投資

赤字先行



- 既存事業については、下期は固定費の削減効果も出て赤字解消されたが、新規事業への攻めの投資の影響で、全社では赤字先行となる
- 固定費削減効果に関しては、本社移転に伴う地代家賃の減額分及び新規採用抑制のための人件費減額分

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

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

M&Aによる譲り受け

juicer

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

Adictor事業で取り組んできたノウハウを活かし、キャスティング・制作事業へ展開（Adictorはサービス終了）

新規サービス

lift Plus

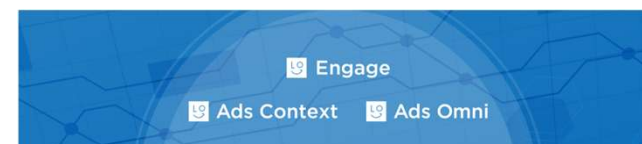


LOGLY Sphere

BUZZRISTA

FY2026の取り組み

LOGLY Marketing Nexusとして
サービス統合



LOGLY Marketing Nexus



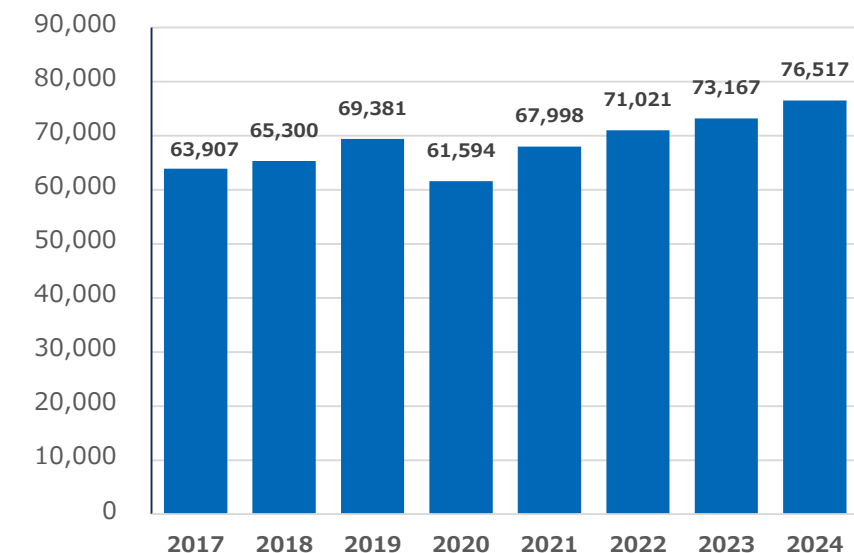
LOGLY Marketing Nexusは、ファーストパーティデータを軸にしたマーケティング環境を提供し、広告配信からUX最適化、インフルエンサー施策まで一貫してカバー

インターネット広告市場

2024年の総広告費は、前年に続き過去最高（前年比104.9%）
インターネット広告費の増加（前年比109.6%）により、広告市場全体の成長を後押し

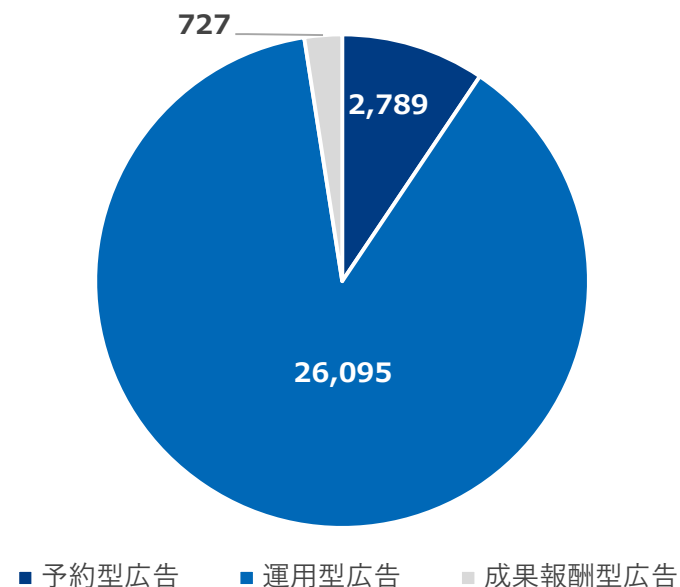
日本の総広告費

単位：億円



インターネット広告媒体費の広告種別構成比（2024年）

単位：億円



出典：電通「日本の広告費」2024年日本の広告費 2025年2月27日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0227-010853.html>

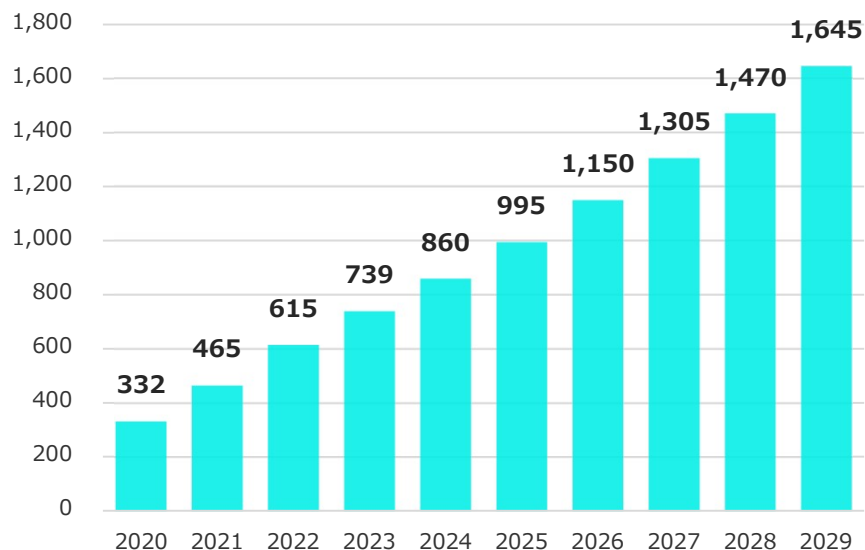
電通「2024年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」2025年3月12日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0312-010858.html>

インフルエンサーマーケティング市場

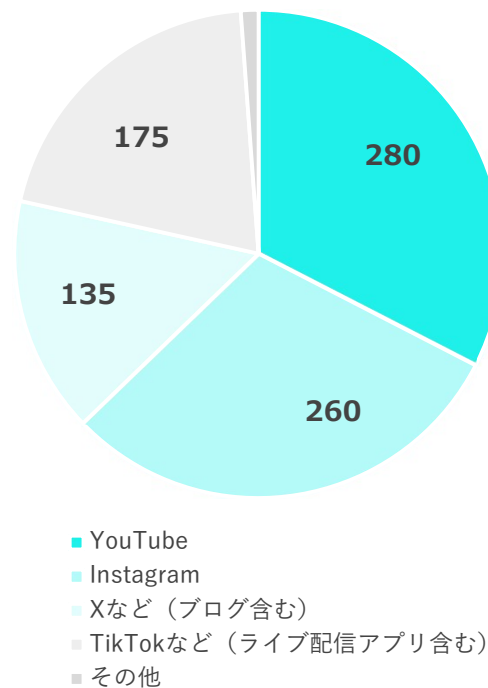
2024年は、860億円（前年比116%）と引き続き高い成長の見込み
主要ソーシャルメディアの縦型動画フォーマットの普及が進み、需要が急速に増加

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

単位：百万円



ソーシャルメディア種別構成比（2024年）



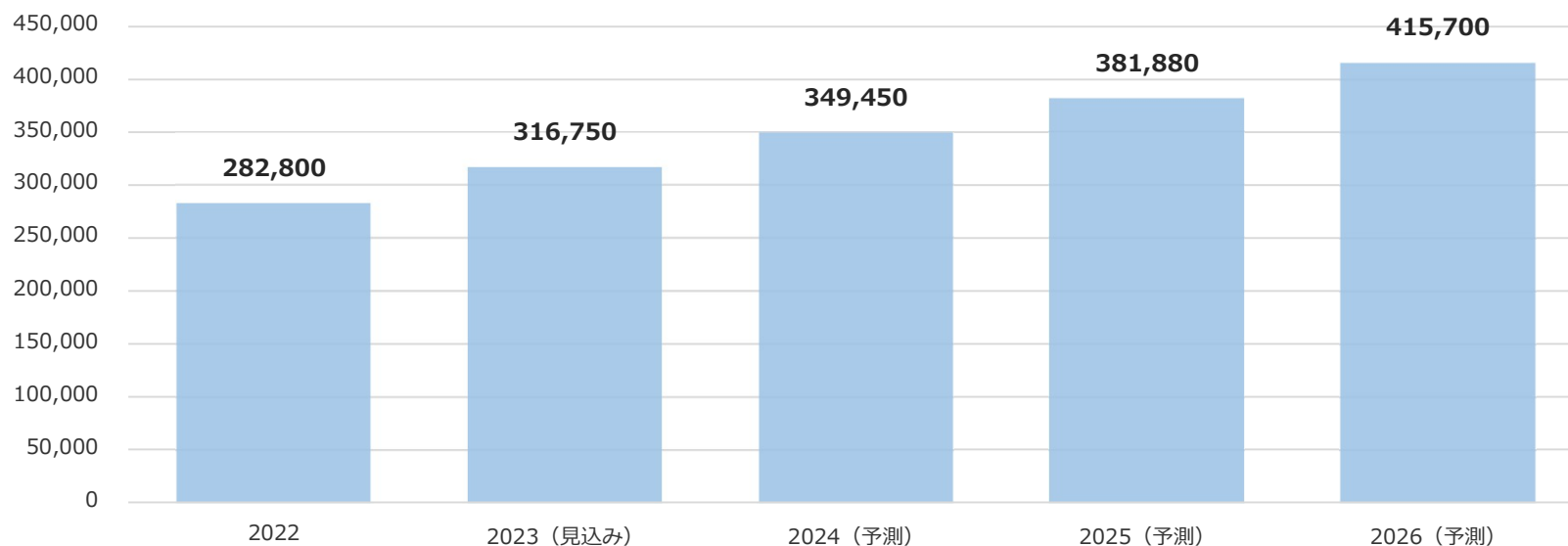
出典：サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ <https://rtbsquare.work/archives/52898>

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

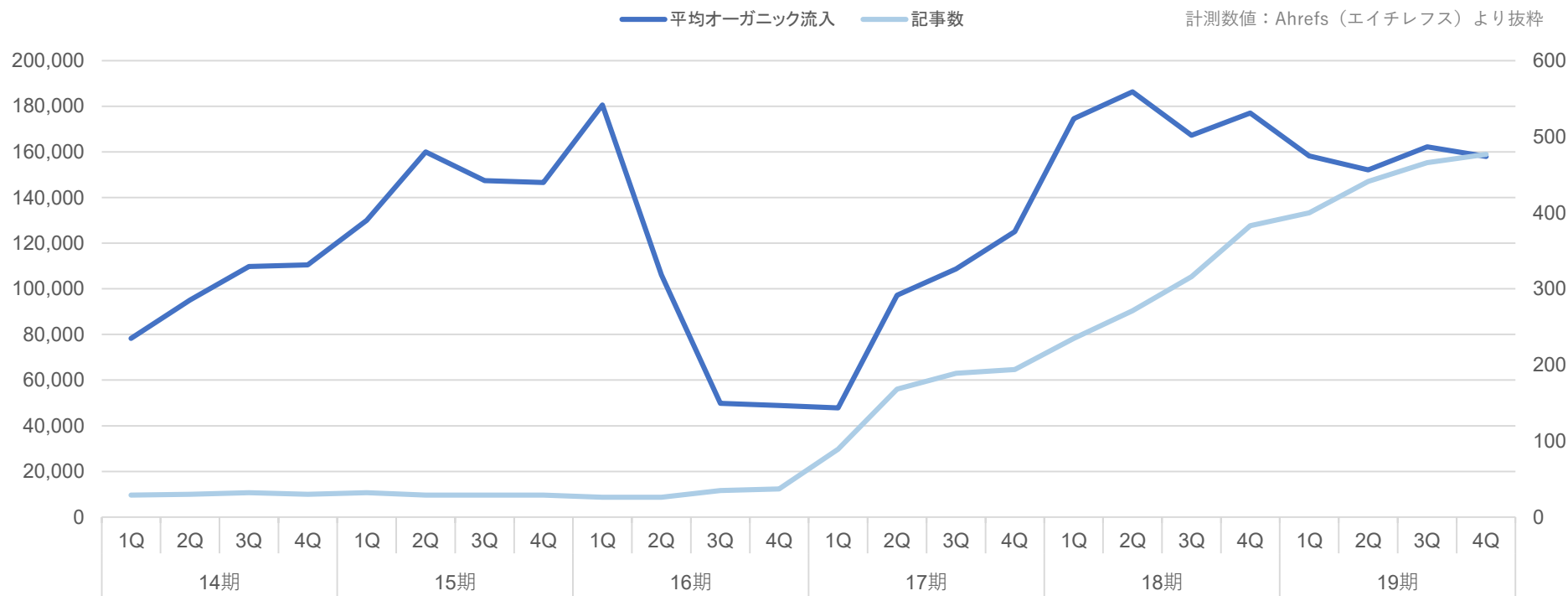
単位：百万円



出典：株式会社矢野経済研究所 2023年9月8日

moto社の事業回復に向けて現状報告

moto Inc.



- 新規記事の公開数を伸ばしつつも、通期でも総記事数の増加に対して平均オーガニック流入数が伸び悩む結果となった。
また、根本的な収益増の目処もたっておらず、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、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



提供サービス

アドプラットフォーム事業

SNSマーケティング事業



LOGLY Marketing Nexus



データプラットフォーム事業



『商談獲得率を向上させるアカウントインテリジェンスツール』

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。

社名 ログリー株式会社

会社HP <https://corp.logly.co.jp/>

所在地 東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル7階

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 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 顧問弁護士	川口 幸作（弁護士法人北村・加藤・佐野法律事務所 弁護士） 森 一生（代官山総合法律事務所）

資本金 4億768万円（2025年5月現在）

従業員数 41人（2025年5月現在）

事業内容 アドプラットフォーム事業/データプラットフォーム事業/SNSマーケティング事業

子会社 moto株式会社、株式会社EGG

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。

