

2022年3月期 第2四半期 決算説明資料

2021年11月15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. FY2022第2四半期決算 業績ハイライト
3. 成長戦略及び取り組み事項
4. 新規事業の取り組み状況
5. 補足資料

1. エグゼクティブサマリー

2022年3月期 第2四半期 業績ハイライト

売上高

1,411 百万円 前年同期累計比
 $\Delta 37.4\%$

予測差(2Q累計)

$\Delta 47$ 百万円 ($\Delta 3.3\%$)

通期進捗率

45.6 %

営業利益

$\Delta 10$ 百万円 前年同期累計比
 $- \%$

$\Delta 7$ 百万円 ($- \%$) 業績予測 $\Delta 2$ 百万円

$- \%$

親会社株主に帰属する当期純利益

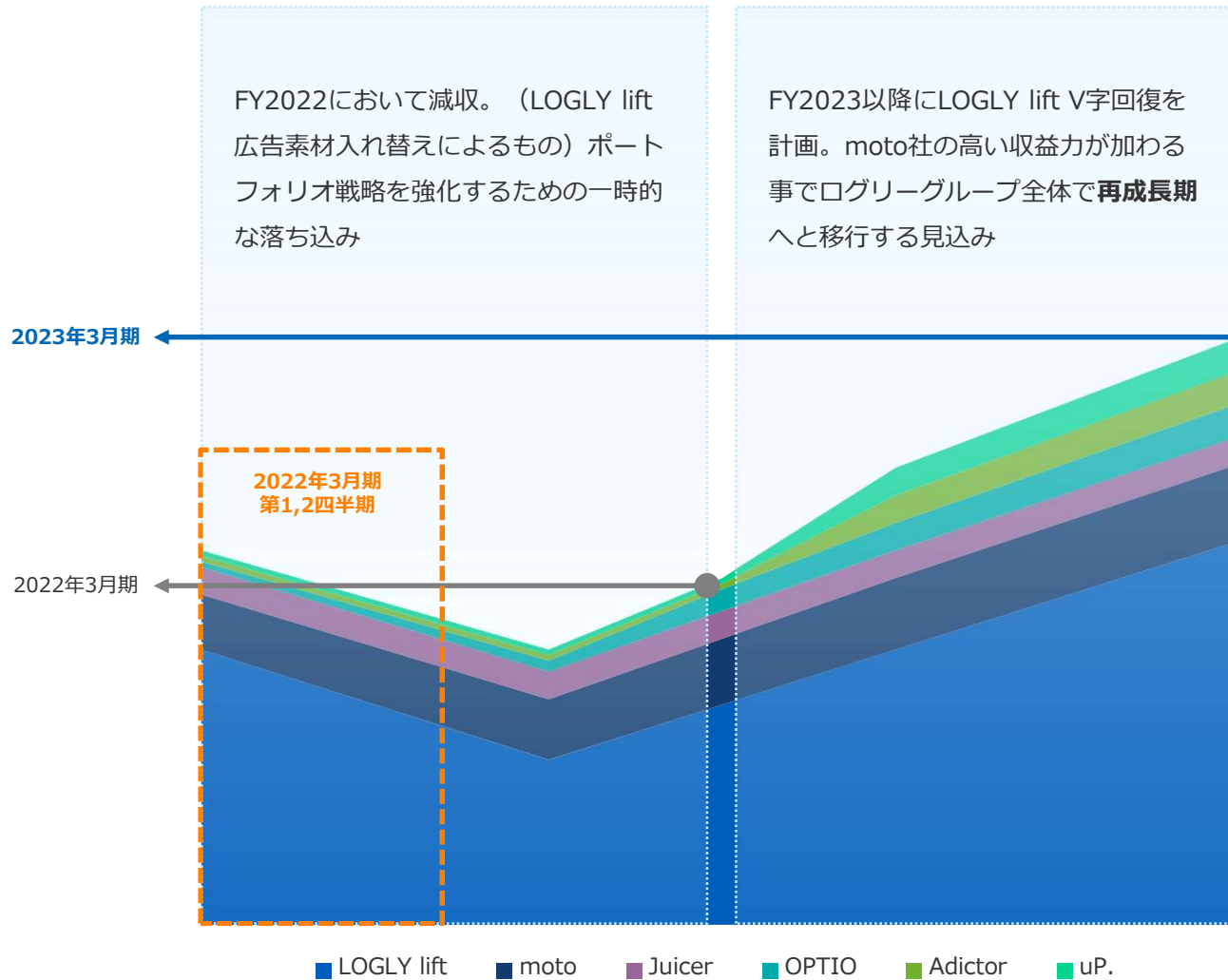
$\Delta 48$ 百万円 前年同期累計比
 $- \%$

$\Delta 9$ 百万円 ($- \%$) 業績予測 $\Delta 39$ 百万円

$- \%$

- 2Q累計業績予想において売上高、営業利益、当期純利益で業績予想未達
- 監査法人との協議により、moto社のれん償却期間が8年（業績予想では10年）に決定。2Q累計において営業利益未達の要因（通期で14百万円ほどの費用増）となる

業績予測に対して、売上実績は予測の範囲内で推移



各事業の状況



- FY2021で減損を行い、将来の減損リスクは解消
- Juicer のれん償却と減価償却費が発生していないため、収益性は改善



- 転職市場における高収益な事業を継続
- のれんの償却期間は8年に決定

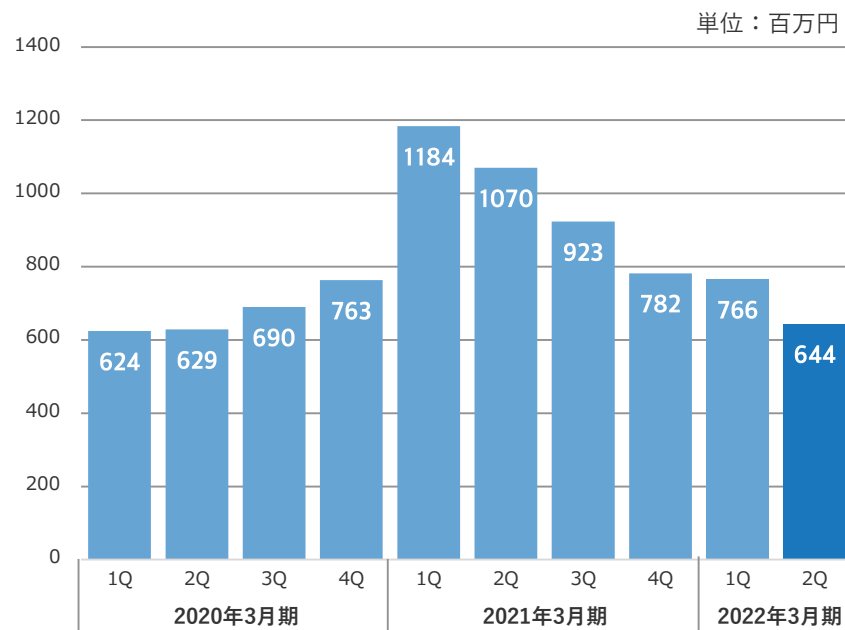


- FY2022に広告素材の入れ替えを行い、ポートフォリオ戦略を強化
- ポートフォリオ戦略により売上成長率は一時的に減退するも、想定内に進捗中

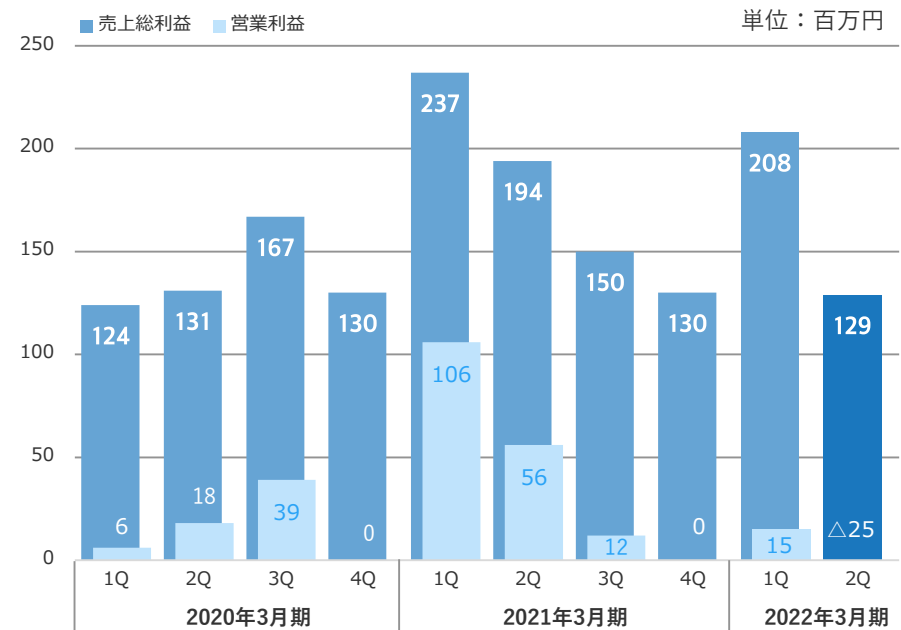
2. FY2022第2四半期決算 業績ハイライト

売上高は広告クリーン化戦略による低位推移 売上総利益と営業利益を改善し、売上高より早期に成長軌道へ

売上高



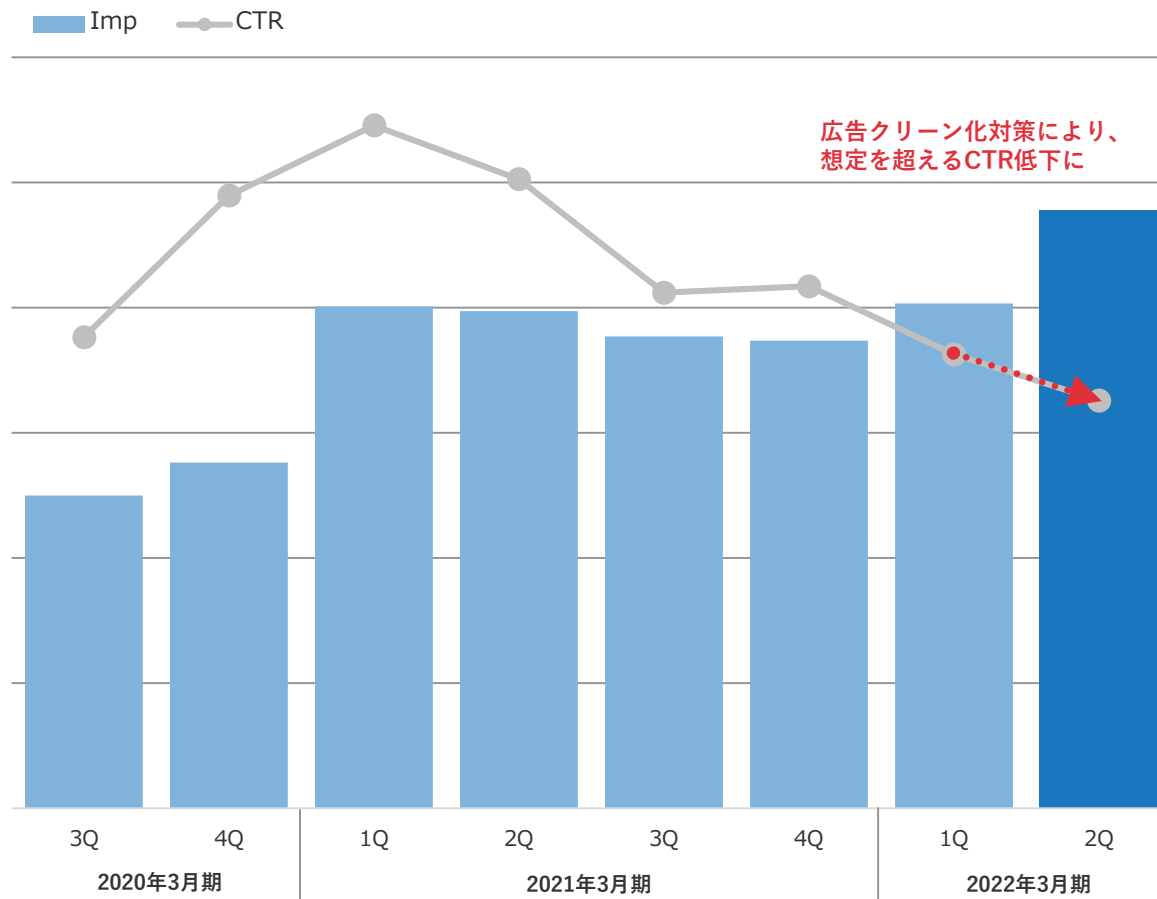
売上総利益・営業利益



- 広告クリーン化戦略により、売上高は低位で推移
- 2Q営業利益業績予測では黒字(11百万円)を見込んでいたが、媒体仕入率の悪化やmoto社のれん償却が8年となったため、営業利益が△25百万円の赤字(1Qは15百万円)

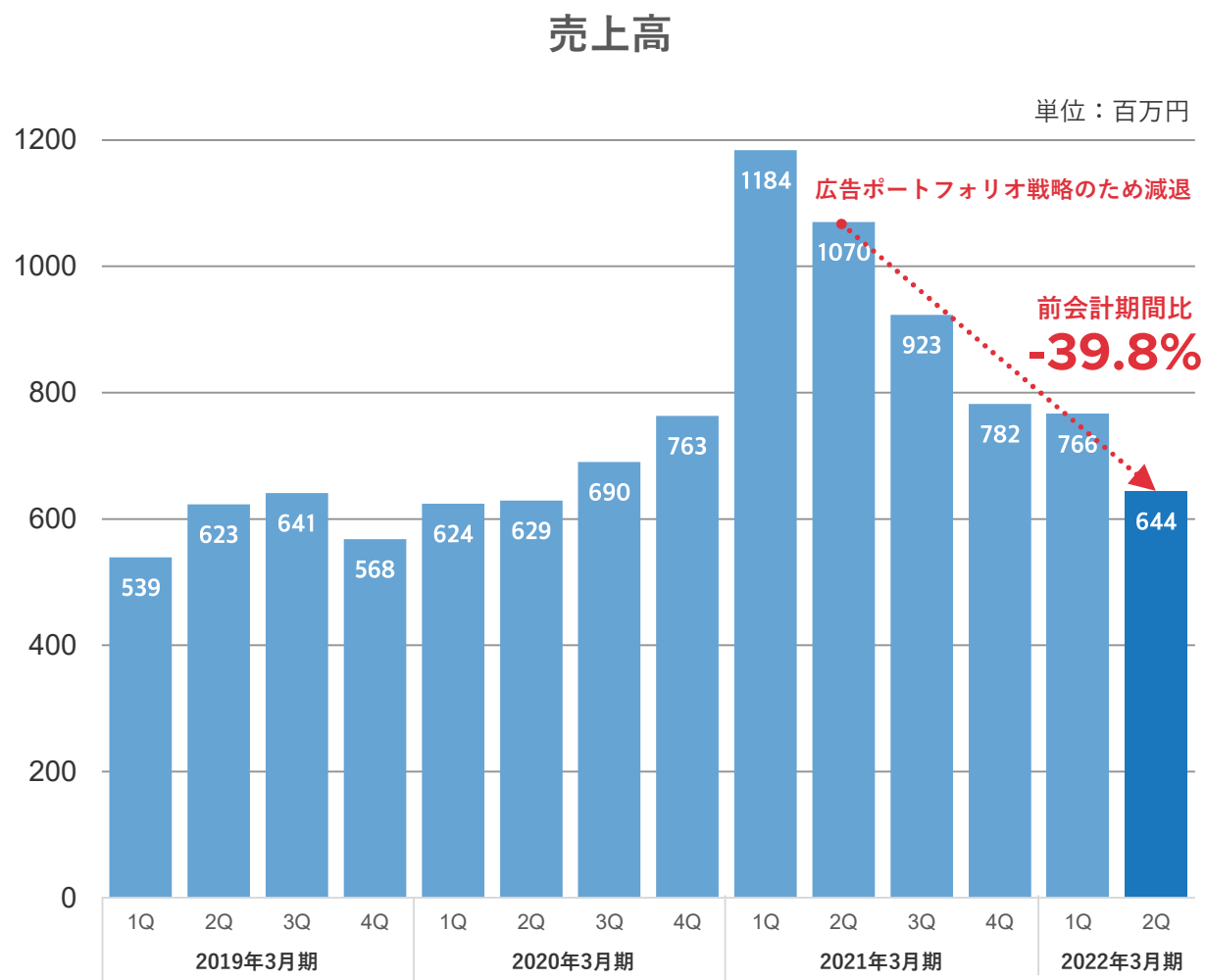
インプレッション数が増加 CTR (クリック率) は低下

CTR・インプレッション数



- 広告ポートフォリオ戦略が順調に進み、インプレッション数が増加し、配信する広告種類も増えたため、CTRは一時的に減退
- 前年のコロナ禍による巣ごもり需要で獲得したインプレッション数が更に増加。広告ポートフォリオ戦略によって、順調にImp数が伸びている
- 前年コロナ禍による巣ごもり需要で獲得したインプレッション数が更に増加へ

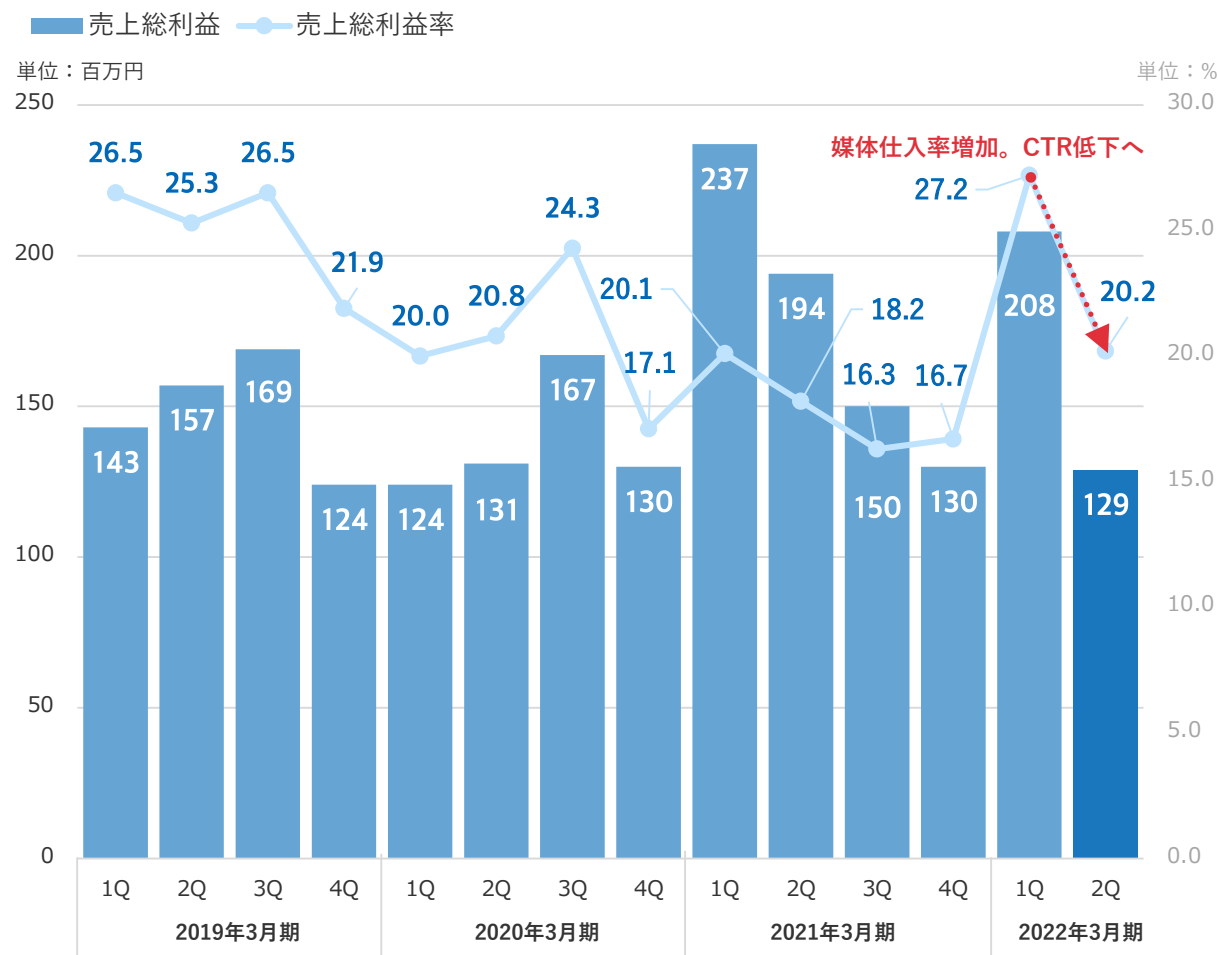
広告クリーン化対策の影響 業績予想を下回る要因



- 広告クリーン化対策による広告素材入れ替え（CTR低下）の影響により売上高が減退。予測を下回る
- 広告ポートフォリオ戦略により広告素材の種類は増加。インプレッション数も増加へ

媒体仕入率上昇が悪化 売上総利益率の減少要因

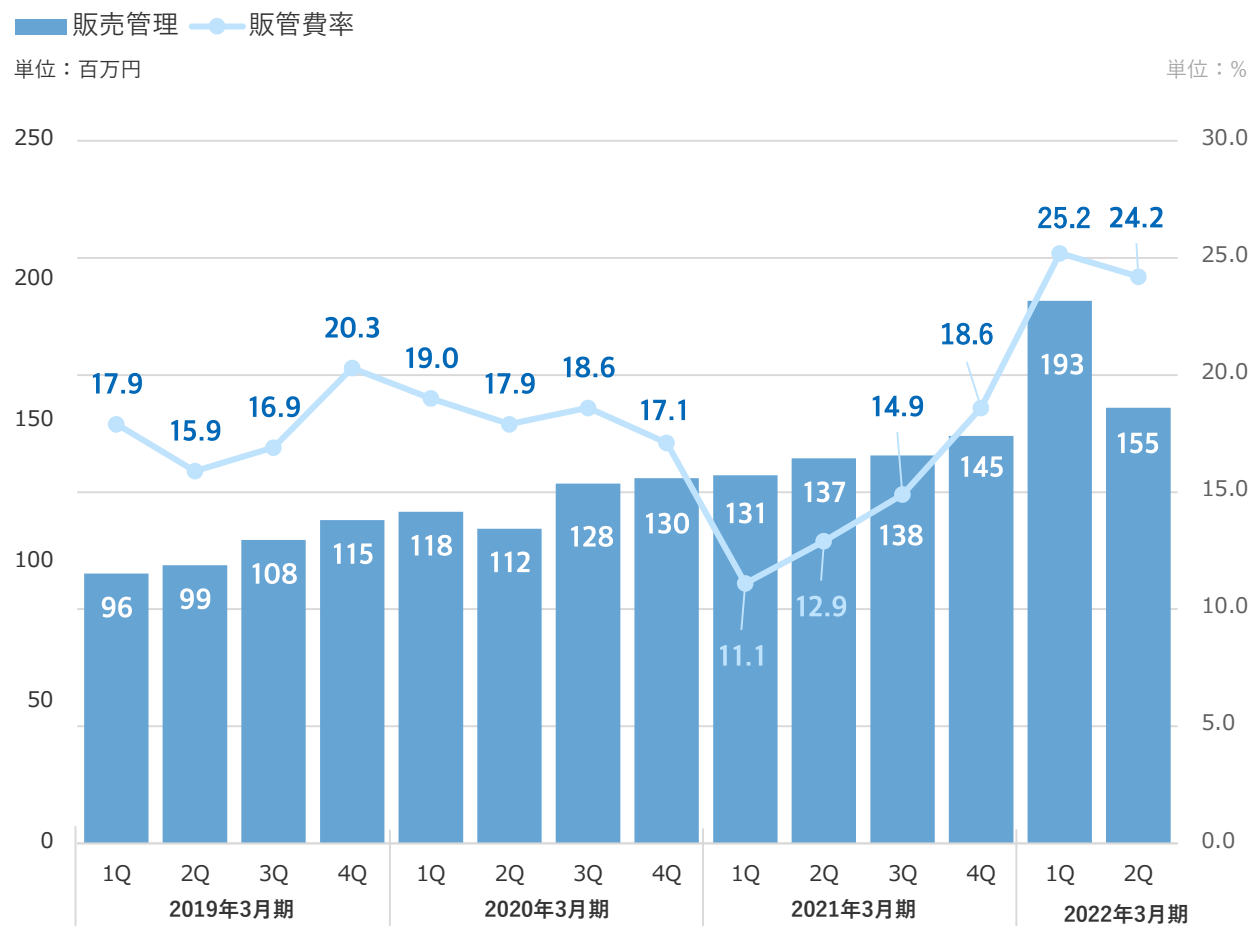
売上総利益



- LOGLY liftの媒体仕入率が増加。
(1Q→2Q +5pt) 広告クリーン化対策の影響により、CTRが低下したのが主な要因
- LOGLY liftの海外売上高は引き続き好調。売上総利益に貢献(OEM提供のため、媒体仕入は発生せず)
- 1Qから継続して、moto社のグループ全体の売上総利益に対しての貢献度は高く推移

人件費率が悪化 販売管理費率の高止まり要因

販売管理費

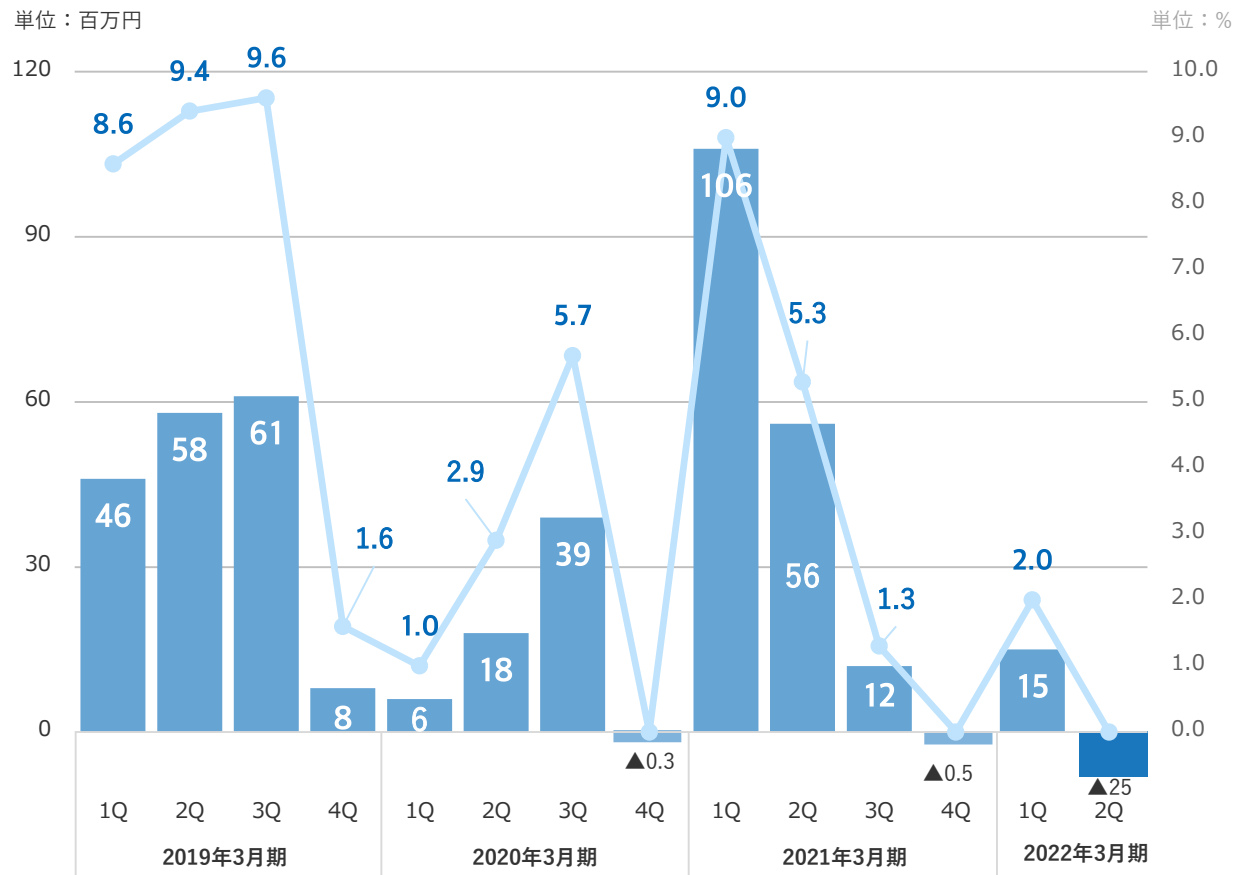


- 連結子会社化したmoto社ののれん償却期間が8年に決定。業績予想では10年での償却を見込んでいたため、四半期毎に+3百万円程の費用増
- 人件費率が14期11.2%→15期8.4%→16期2Q累計12.4%と推移。14期と比べて+1.2ポイント増加
- のれん償却費21百万円を除外すると、2Qの販管費は134百万円・販管費率20.8%。前四半期よりは改善されているが、前々期と比べて販管費効率は悪化している

2Qは当初から赤字予測 業績の“底”に突入するフェーズ

営業利益

■ 営業利益 ● 営業利益率



- 業績予想を下回る結果となったのは、予想より売上高が減少し媒体仕入率が悪化したため
- 媒体仕入率の上昇が3Q以降も続いた場合、業績予想に与える影響がネガティブとなる恐れ
- ポートフォリオ戦略を継続する中で、売上高を回復させ、媒体仕入率のコントロールを下期にかけて取り組む事が業績達成要因となる
- 人件費率が悪化しているため(14期と比べて+1.2ポイント増)、業績向上に資する人材マネジメントを下期にかけて取り組む事が業績達成要因となる

単位：百万円	FY2021 2Q累計	FY2022 2Q累計	YoY増減率	通期業績予想	進捗率
売上高	2,255	1,411	-37.4%	3,092	45.6%
営業利益	162	△ 10	-%	191	-%
営業利益率	7.2%	-%	-%	6.2%	-%
経常利益	157	△ 14	-%	186	-%
親会社株主に帰属する 当期純利益	102	△ 48	-%	113	-%

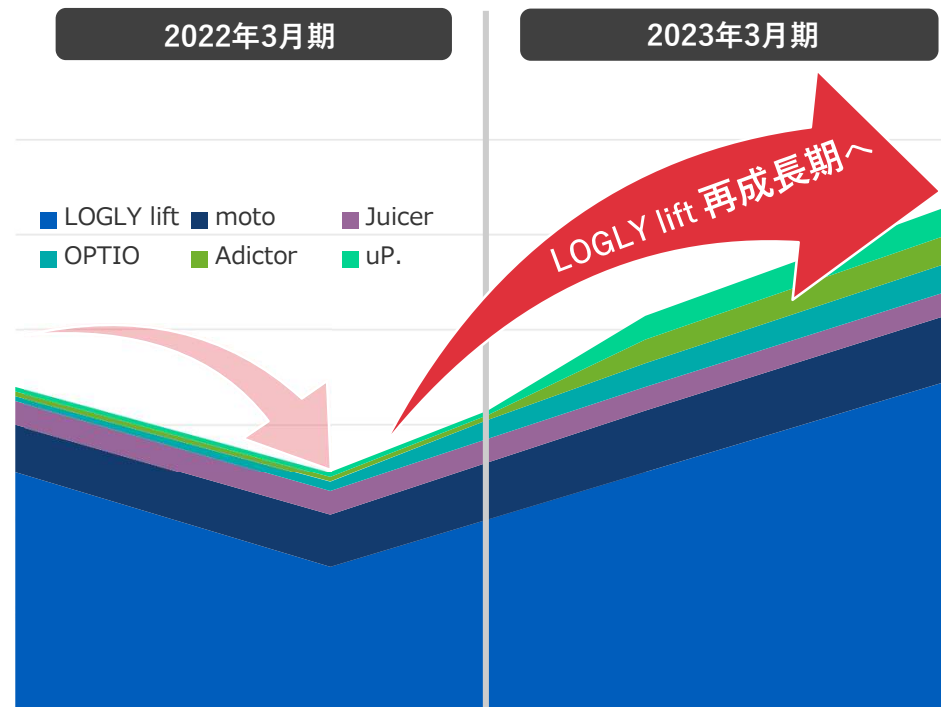
- 昨年同期はコロナ禍による巣ごもり需要が発生していたため、売上がYoYで大幅に低下
- moto社の連結子会社化やJuicerが昨年度末に減損したことによるのれんの償却、当期の減価償却費の計上なしというプラス要因はあったものの、moto社買収手数料35百万円、のれん償却費42百万円を計上したため営業利益率が低下
- 売上高の業績予測の乖離が拡大。ポートフォリオ戦略は計画通り遂行されているが、広告クリーン化対策の影響で、CTRの減少幅が大きい

3. 成長戦略及び取り組み事項

FY2022は更なる成長ステージに入るための準備期間

FY2023より 再成長期へ

市場環境変化対応に伴う広告ポートフォリオ戦略強化 (LOGLY liftの広告素材の入れ替え) による減収



既存資産を活用し、新規事業を掛け合わせた事業の拡大。ログリーグループ全体の再成長期へと移行させる

<p>2022年3月期</p> <p>LOGLY lift</p> <p>moto Inc,</p> <p>juicer</p>	<p>ポートフォリオ戦略を実行しているため、売上成長率は一時的に減退。FY2023でV字回復を目指す</p> <p>FY2022買収 LOGLY liftと掛け合わせた新規事業を検討中</p> <p>FY2021で減損を行い将来の減損リスクを解消。のれん償却・減価償却費が発生ないため収益性が改善</p>
--	--

FY2022は、主力事業の市場対策・更なる拡大に注力

攻めの「市場変化対策」を継続しながら、
主力事業・日本初ネイティブ広告プラットフォーム「LOGLY lift」を核とした事業ポートフォリオを形成していく

LOGLY lift 安定事業化に向けた取り組み

WEB広告市場対策

個人情報保護

① ポストCookie対策

既存のCookieを利用しない技術に加えた新機能の実装・提供

薬機法規制

② 広告クリーン化対策

薬機法規制対象である「美容・健康商品」広告クリエイティブ審査の更なる厳格化

既存事業の強化

新規デマンドの取込み

③ 広告ポートフォリオ戦略

- 広告素材の種類を拡充によるインプレッション数の拡大
- 「美容・健康商品」依存の広告ポートフォリオのリスク分散

市場ポジション

④ プラットフォームビジネス戦略

- 新規機能の継続的な拡充による市場シェアの強化
- アライアンス/M&Aの推進

既存資産を活用した事業推進
3-5年後を見据えた新規事業

に向けた取り組み

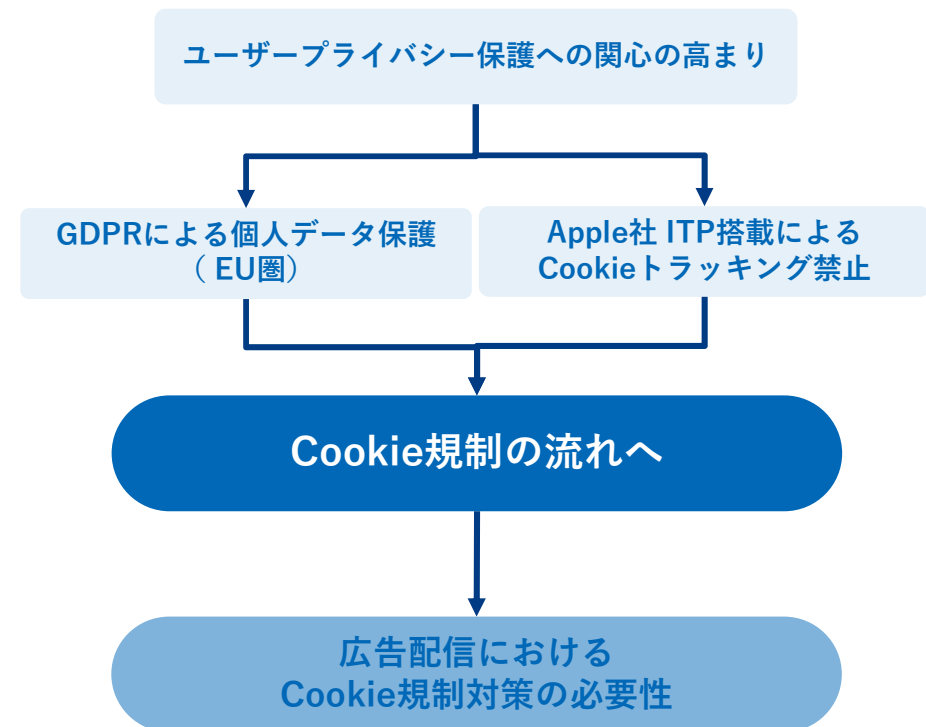
Cookie規制への対策や新機能の継続的な拡充

継続的なCookie規制への対策

- 2018年2月より、ユーザープライバシーを考慮した広告配信技術の研究開発を開始。2019年5月には、Cookieを用いずにユーザー属性を推定する技術の特許を取得
- 2020年12月に、Cookieに依存しない文脈解析技術を応用した新型配信ロジック「インテントキーワードターゲティング」を追加搭載。Cookieを用いず、コンテンツの文脈解析をすることでユーザーを特定

高精度なコンテキスト・ターゲティング技術の開発

- インテント・キーワード・ターゲティングをさらに高度化したコンテキスト・ターゲティング技術を開発中



弊社でのポストCookie対策

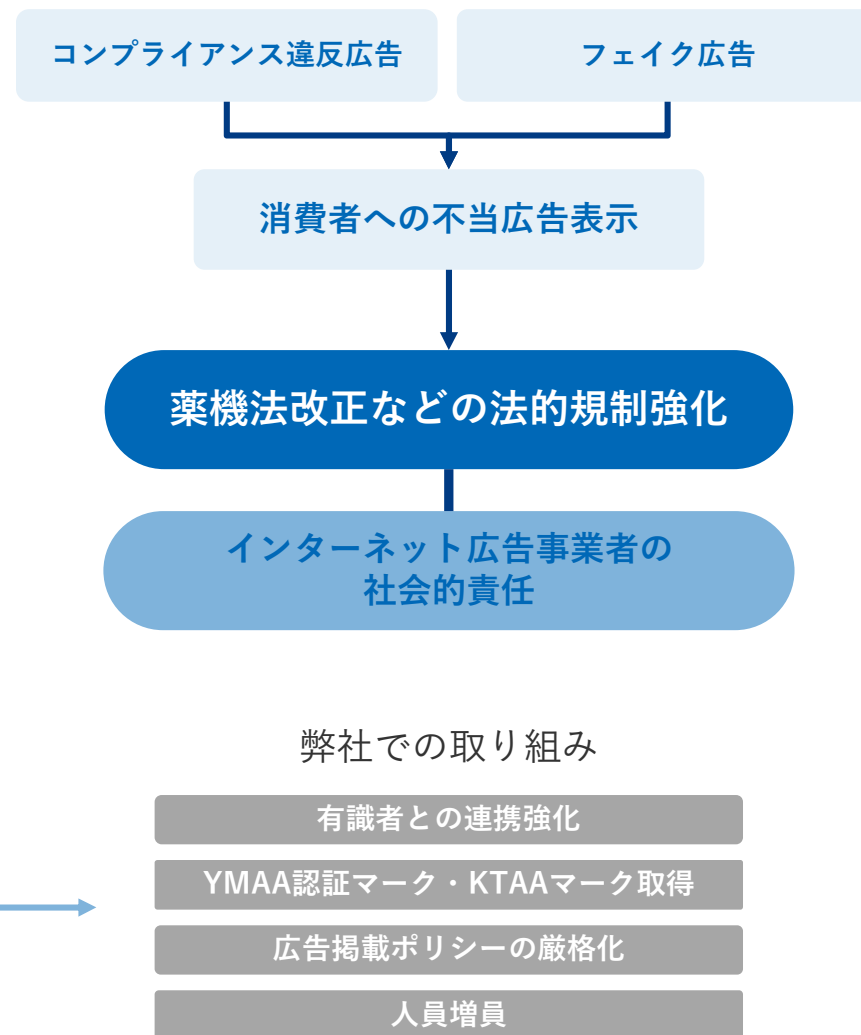
社内での研究開発

専門業者とのアライアンス

薬機法改正等への対応 広告審査厳格化

社会情勢に即した広告審査の実施・随時見直し

- インターネット上のコンプライアンス違反広告・フェイク広告等、消費者への不当広告表示が社会問題となっている
 - 緊急事態宣言・ステイホームの長期化によりECサイトの需要が拡大。消費者とインターネットとの接触機会が増加し、インターネット広告事業者の社会的責任が問われている
 - 薬機法改正等の規制が強まる中、社会要請に則った対応を随時実行していく
- 2021年9月までに、有識者との連携強化、広告掲載ポリシーの厳格化、人員増員、YMAA認証マーク・KTAAマーク取得人員の増加等の対応を実行



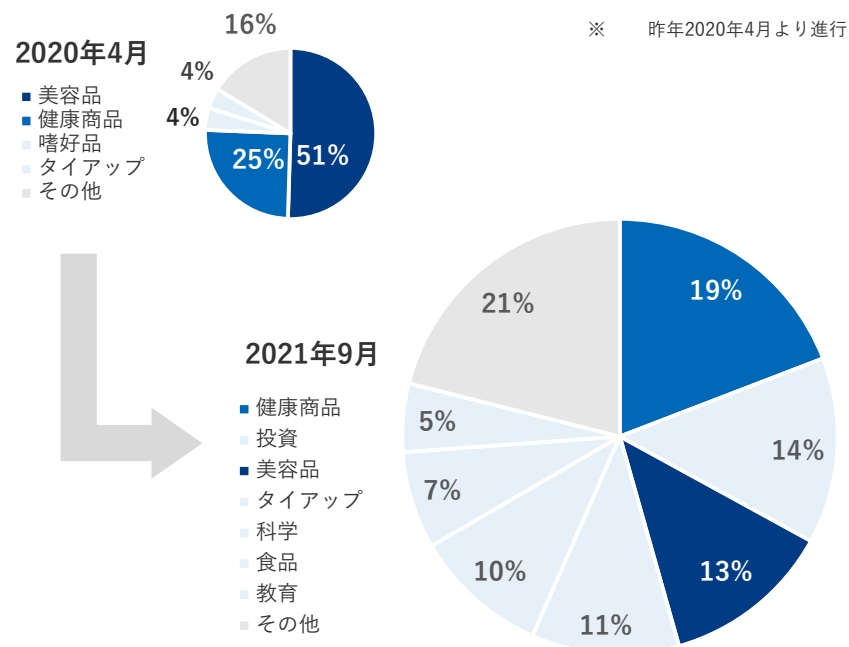
広告種類の分散と広告素材の入れ替えによるデマンド取込み

1年6か月で広告種類の平準化へ

- 消費者保護のための薬機法改正により、違反時の罰則対象者が広がり、仲介業者も対象となった
- 規制の強化に対応すべく、薬機法対象の広告商材の割合を逡減する施策を実行。1年6か月後には広告種類の平準化を達成

タイアップ広告案件の増加

- 業界競合の増加により、媒体社に対するタイアップ広告が増加
- 媒体社の純広告を配信する「タイアップ広告案件」が増加



タイアップ広告の配信



M&Aによる市場ポジションの強化

「転職アンテナ」収益安定化の取り組み

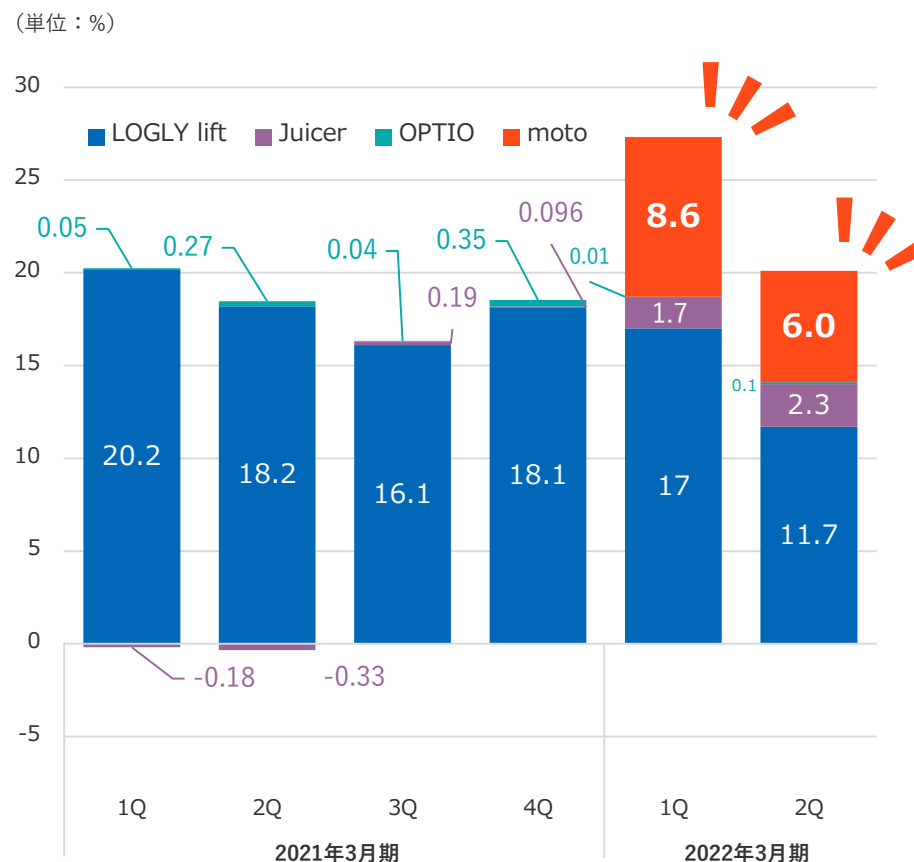
- 1Qにて買収したmoto社（転職アンテナ）とLOGLY liftの連携を実施 転職アンテナの収益安定化へ
- 3Q以降も引き続き収益基盤を固めていく

中長期的な取り組み

- 転職アンテナの広告主を取り込んだ、転職業界向け新規事業の取り組みを実施していく



相乗積※ 推移
(売上構成比 × 売上総利益率)



※ 相乗積は売上構成比に売上総利益率を掛けたもの。事業に対する利益の貢献度の表現に利用される。総和は、売上総利益率と一致する。 ※ エンジニアの人員費はLOGLY liftに配賦 ※ ログリー・インベストメントの数値は除外 ※ 連結仕訳入力前の単純合算で算出

4. 新規事業の取り組み状況

契約数順調に推移 機能追加リニューアル中



デジタルマーケティング事業 × デジタルツール

ターゲットでWEBマーケティングチームのDX化支援
ノーコードウィジェット制作ツール

WEBマーケター向け 支援ツール

- BtoBリード獲得ツール提供の中で、「顧客体験向上のためのスピーディーなWEBコンテンツ改善」ニーズを発見
- 改善ニーズに応える多種多様な機能を搭載。デザイナー、エンジニアを介さずに改善可能なノーコードツールへリニューアル

主な機能

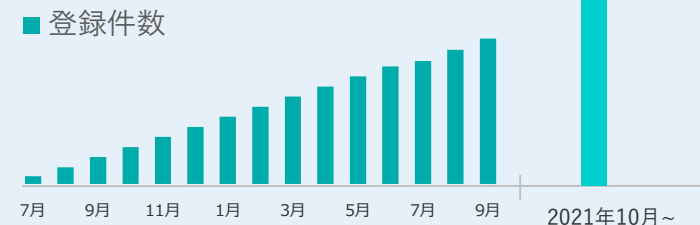
- 来訪企業毎のポップアップ出し分け
- 期待値の高い配信ターゲットの設定
- インタラクティブコンテンツの入稿、配信
- 配信コンテンツのコンバージョン貢献度の確認、最適化
- 閲覧数、アクション数別の数値測定 など

● 新機能「カスタマイズウィジェット」

テキストや画像、ボタンをノーコードで編集・設置しポップアップバナーの自由な制作ができるウィジェット。複数ボタンを設置し分岐を作成することで、来訪ユーザーにとって適切なページへの導線設計も可能に。

● 新配信ロジック「広告パラメーター別ポップアップ配信」

広告パラメーター別にポップアップの出し分けが可能となる配信ロジック。来訪ユーザーの離脱防止やCVR改善が可能に。



新規スポンサー獲得 登録者数も順調に推移



eスポーツ事業×プラットフォーム

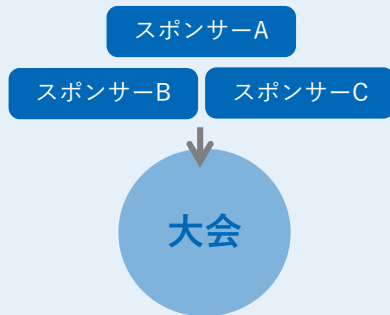
ユーザー起点の大会を支援するeスポーツ大会プラットフォーム

コミュニティ大会を支援することでユーザーにリーチする
大会プラットフォーム型アドネットワーク

- 事業会社「REDMAGIC」公式スポンサーに
- 芝刈り機×コラボ Call of Duty: Mobileのコミュニティ大会『WTA Call of Duty: Mobile Season 1』の開催
- ワイルドリフト公認大会「ワイリフ花金杯」開催

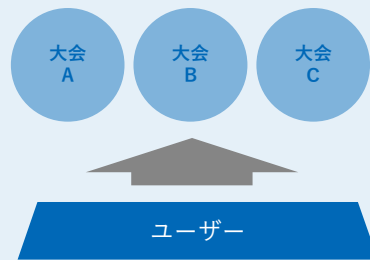
公認大会

- デベロッパー/パブリッシャーの許諾を受けた第三者が主体の大会
- 複数スポンサーが大会を支援
- 大会運営コスト大



コミュニティ大会

- 有志ユーザー主催の大会
- 非営利で会計は独立
- 各ユーザーが独自の方法で開催。賞金等はユーザーの持ち出し



Adictor ユーザー大会を支援するプラットフォーム

ユーザー

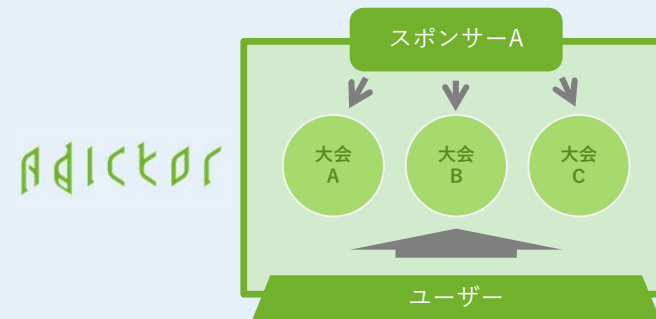
大会の開催・集客が容易に
スポンサーの賞金支援による、持ち出し額の減少

スポンサー

複数のユーザー大会へ広告出稿が可能に

プラットフォーム運営主体

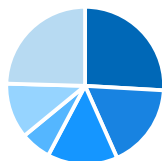
ユーザー主催の大会によるプラットフォーム運営の省コスト化



5. 補足資料

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P28

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P29

Adictor / OPTIO

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進行

通期予測

減収増益の理由

売上高

3,092 百万円 (△21.9%)

- 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FY2022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%)

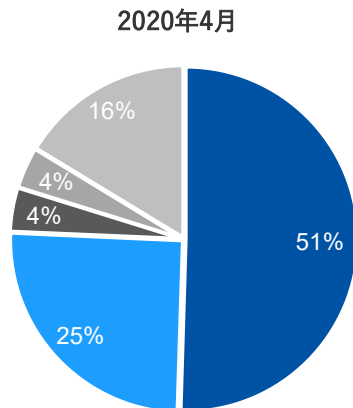
- FY2021に続き販売管理費を抑制しているため、前期比では+9.6%と増益となる。

親会社株主に帰属する当期純利益

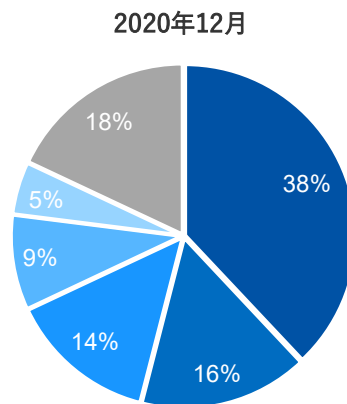
113 百万円 (－%)

- 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。

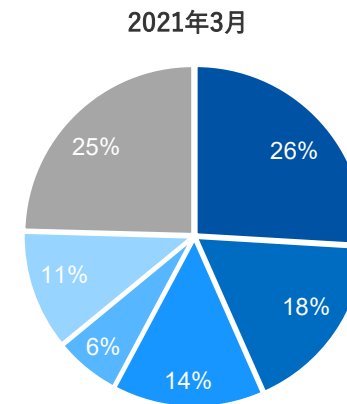
広告素材の入れ替えと、広告種類の分散によるポートフォリオ戦略



- 美容品
- 健康商品
- 嗜好品
- タイアップ
- 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



- 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

「**インテントキーワード・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



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

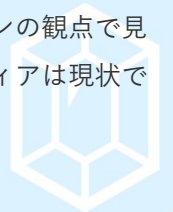


- 転職アンテナの事業ドメインを最大限に活用するべく、LOGLY liftと連携し、売上と収益を底上げしていく
- moto社代表戸塚俊介（moto）氏のコンテンツ制作力およびSNS拡散力を用いることで、インターネット広告市場とシナジーが見込める新規事業を立ち上げる



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





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	<table> <tr> <td>代表取締役社長</td> <td>吉永 浩和</td> </tr> <tr> <td>取締役CFO</td> <td>岸本 雅久</td> </tr> <tr> <td>取締役COO</td> <td>池永 彰文</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>藤岡 大祐（株式会社PKSHA Technology 取締役 監査等委員）</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（代官山綜合法律事務所）
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（代官山綜合法律事務所）														
資本金	4億753万円（2021年9月現在）														
従業員数	64人（2021年9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。

