

LOGLY

事業計画及び成長可能性に関する事項

ログリー株式会社（証券コード：6579）

2021年12月

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。

Value Be Professional

メンバーそれぞれがプロフェッショナルとして自覚し、成果を出すことにこだわります。

Be Excited

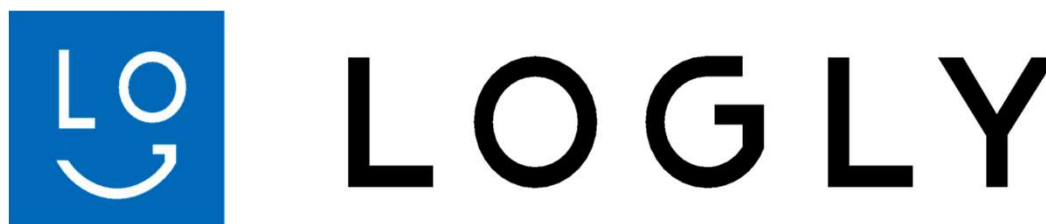
メンバー自身がワクワクして仕事に取り組むことでイノベーションを生み出し、世界中の人々をワクワクさせていきます。

Be a Challenger

イノベーションを生み出すために失敗を恐れず、常に挑戦し続けていきます。

ビジネスモデル

事業内容・収益構造



私たちは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。

会社情報		経営陣		財務指標（実績）			
設立	2006年	代表取締役社長	吉永 浩和	2021年3月期		2022年3月期 第2四半期累計	
従業員数	64名	取締役 C F O	岸本 雅久	売上	3,961百万円	売上	1,411百万円
資本金	4億753万円 <small>(2021年9月現在)</small>	取締役 C O O	池永 彰文	営業利益	174百万円	営業損失（△）	△10百万円
				親会社株主に帰属する 当期純損失（△）	△25百万円	親会社株主に帰属する 四半期純損失（△）	△48百万円

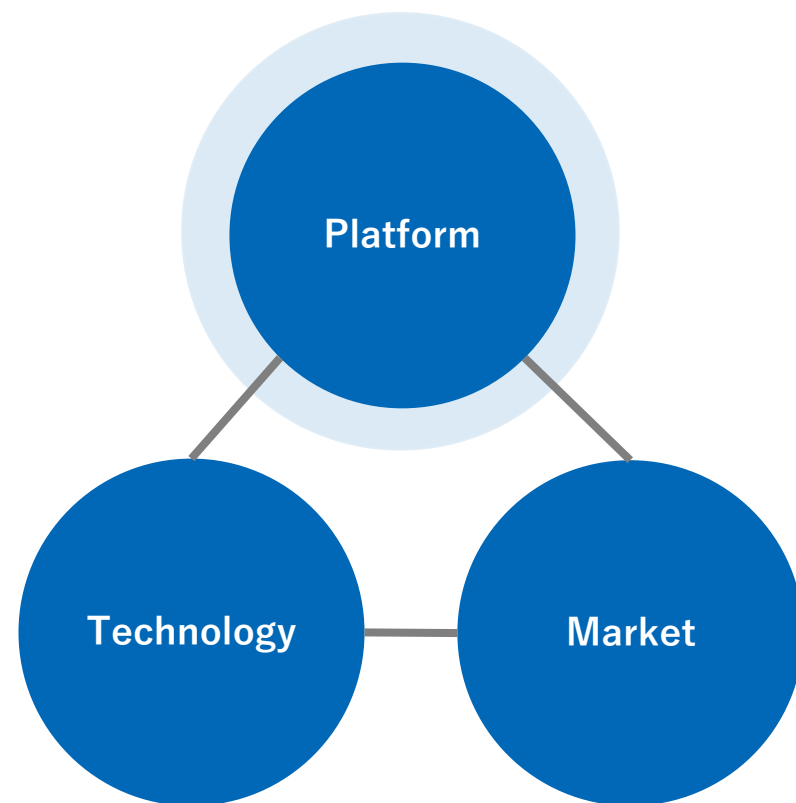
プラットフォーム事業を基幹とし、
各市場領域とのシナジーを
テクノロジーの力で創出

Engineering & Sales

プラットフォーム改善、新規機能開発、中長期
研究開発専門チームによるスピーディーな事業
支援・事業開発

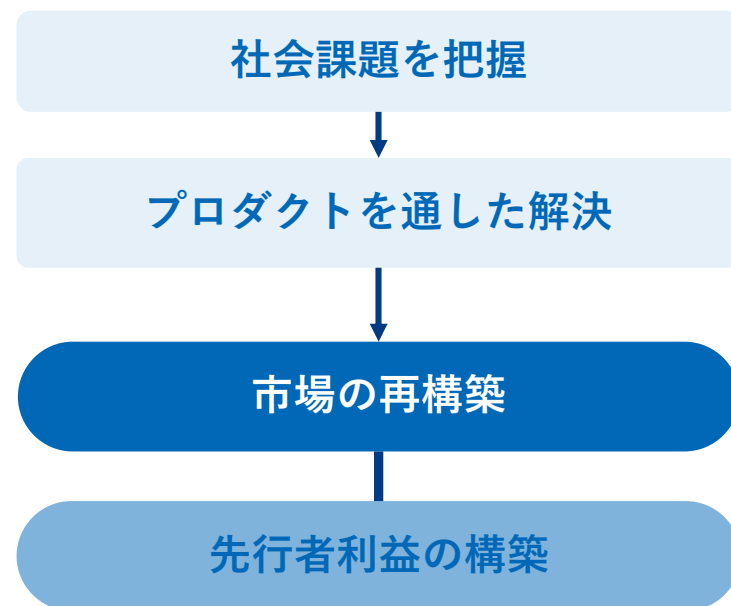
Platform & Technology

各市場領域の産業構造を変革する
プラットフォームの開発



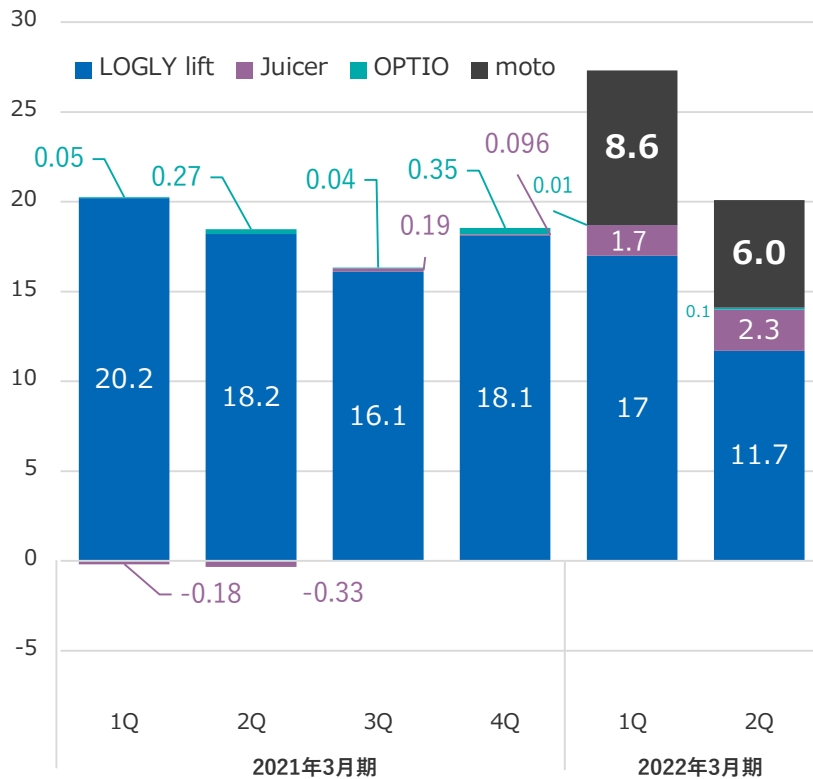
既存市場における社会的課題を把握 プロダクトを通して課題を解決し、 市場を再構築していく

- 既存市場における社会課題を把握
- プロダクトを通じた解決により市場の再構築を行う
- 先行者利益を構築し、業績インパクトを創造



主力事業 LOGLY lift を強化する 事業ポートフォリオを構築

相乗積推移
(売上構成比 × 売上総利益率)



LOGLY lift

ネイティブ広告プラットフォーム
媒体社と広告主を繋げる日本初の
ネイティブ広告プラットフォーム

利益に対する
貢献度合い

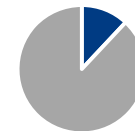


moto Inc,

転職WEBメディア
求職者と転職サービス提供者を
繋ぐWEBメディア



WEBマーケティング支援ツール
WEBマーケティングを支援する
BtoBツール



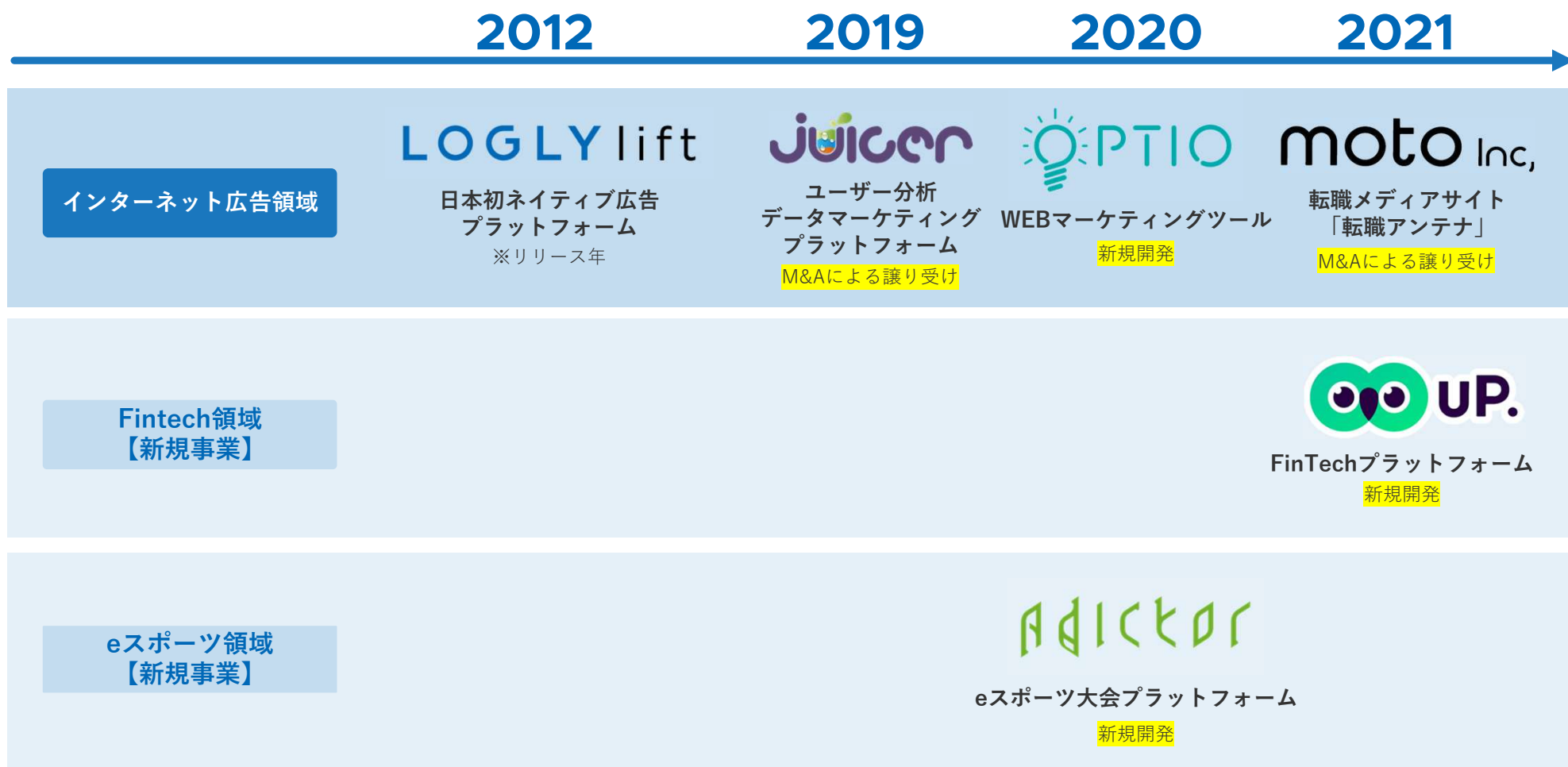
3～5年後を見据えた新規事業



eスポーツプラットフォーム
アマチュア大会を支援する
eスポーツプラットフォーム



インターネット広告市場を起点とした事業拡大 2019年よりM&Aにも注力



LOGLY lift

日本初のネイティブ広告(※)プラットフォーム
 ユーザの関心に合わせた広告を配信し、広告主・媒体社の収益を最大化する

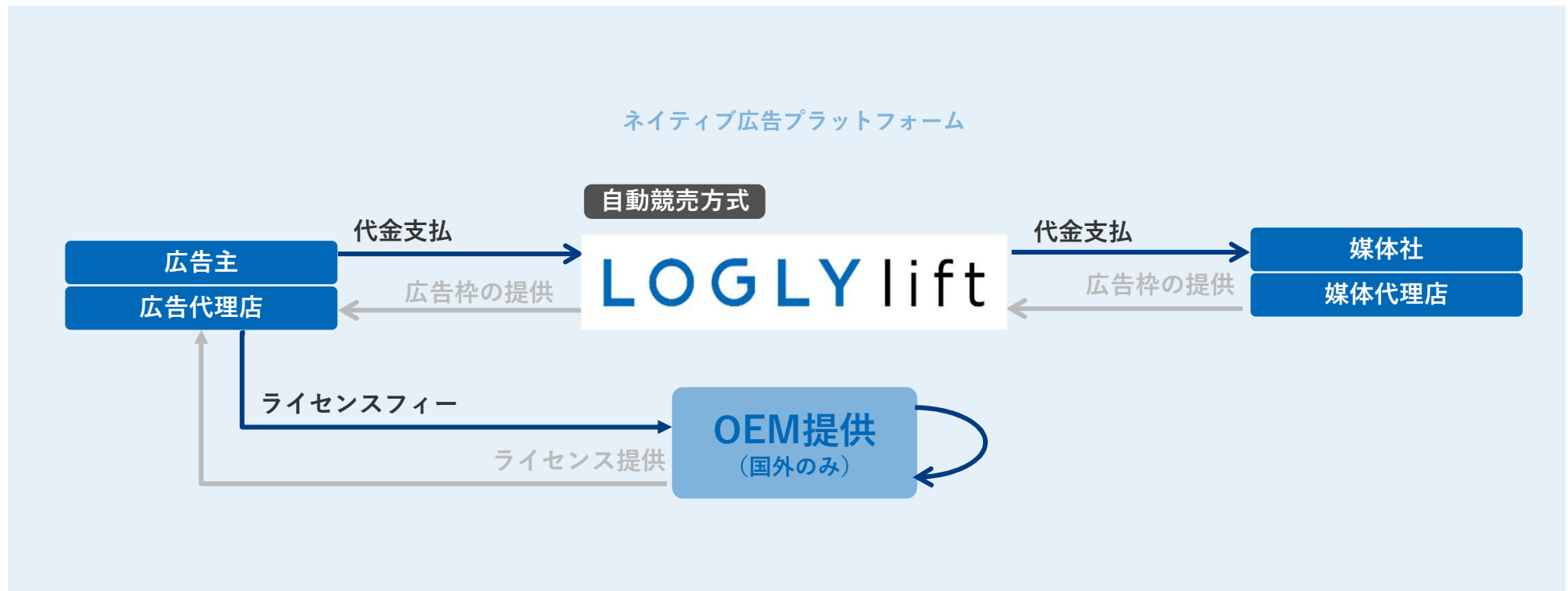


(※) ネイティブ広告

- 広告枠が媒体のデザインと一体化し、ユーザー体験を損なわずに広告を見せることができる広告手法。従来の広告では反応しなかったユーザーにメッセージを訴求できる。当社では、日本で初めてネイティブ広告のプラットフォームを事業化した。

LOGLY lift 収益構造

広告主・媒体社両者と繋がるデジタルプラットフォームシステム
 自動競売方式にて価格を決定 海外へのOEM提供は高収益率





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、ユーザー参加型 eスポーツ大会プラットフォーム
スポンサー収益によりユーザーに賞金を還元



- リリースから半年で大会催行数が通算2,000件、エントリー人数は35,000名超え
- 国内最大級のeスポーツプラットフォームへと成長している



FinTech事業×プラットフォーム

若者の資産形成をサポートするローン検索サービス
 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、ローン商品をかたんに検索・比較

フェーズI トラクションの獲得



- 目的に合った金融商品の紹介。将来的には保険や決済など選択の手段を拡大し（フェーズII）、金融領域のパーソナルアシスタントとしてマーケットプレイス化していく（フェーズIII）



WEBマーケティング事業 × デジタルツール

複雑なマーケティング手法を知らなくても簡単に利用できる ノーコードウィジェット制作ツール



- 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。

moto Inc,

2021年4月より連結子会社化 メディア「転職アンテナ」を運営
 求職者と転職サービス提供業者を繋ぎ、成果報酬型広告にて収益を獲得



- 多様な流入元 (SNS・SEO) を持つメディア
- 年間約10万人の求職者が、転職アンテナを経由して転職サイトへ登録
- 連結子会社化後は、LOGLY lift と連携した施策を随時実施

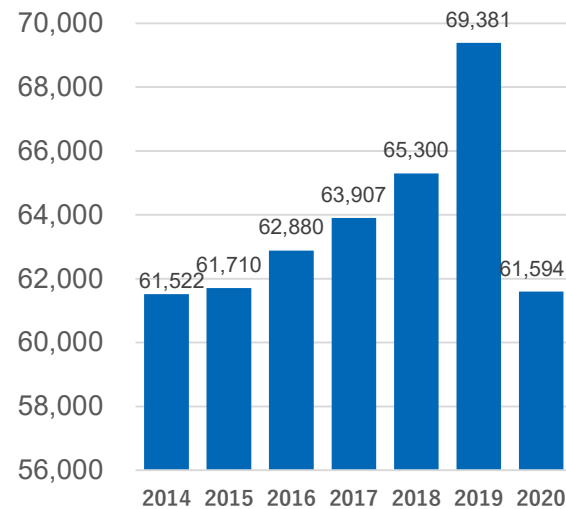
市場環境・競合環境

LOGLY lift インターネット広告市場

総広告費はコロナウイルスによる低迷。インターネット広告市場は向上
 成果型・運用型・予約型等の多様なプレイヤー

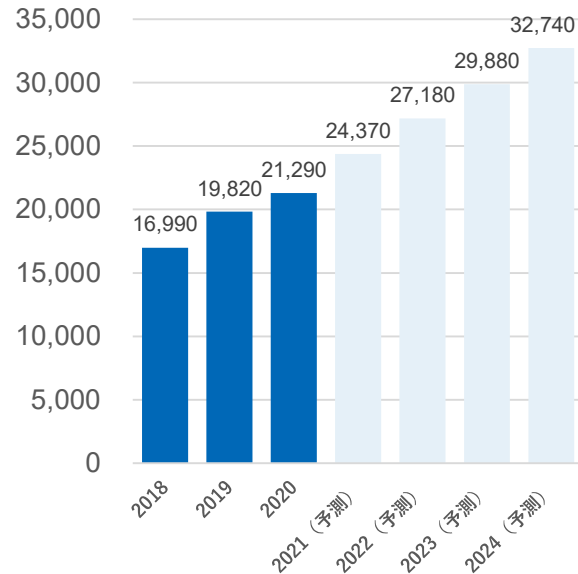
日本の総広告費

単位：億円



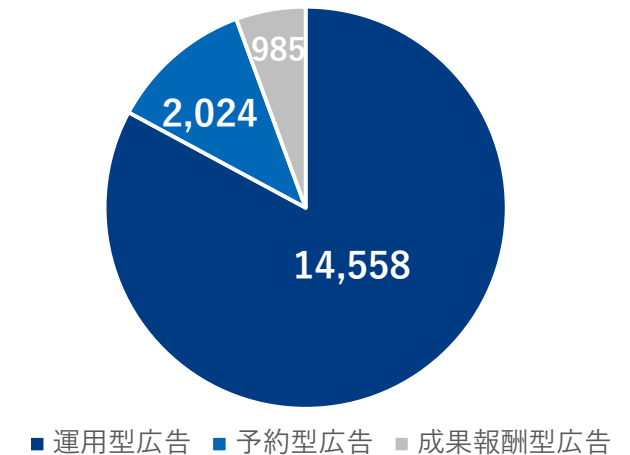
インターネット広告市場規模の
 推移と予測

単位：億円



インターネット広告媒体費の
 広告種別構成比 (2020年)

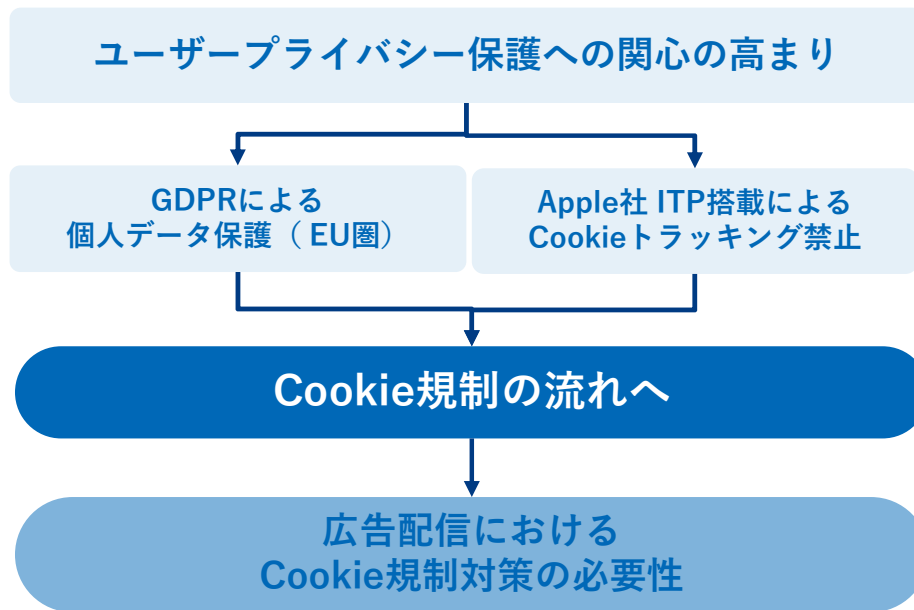
単位：億円



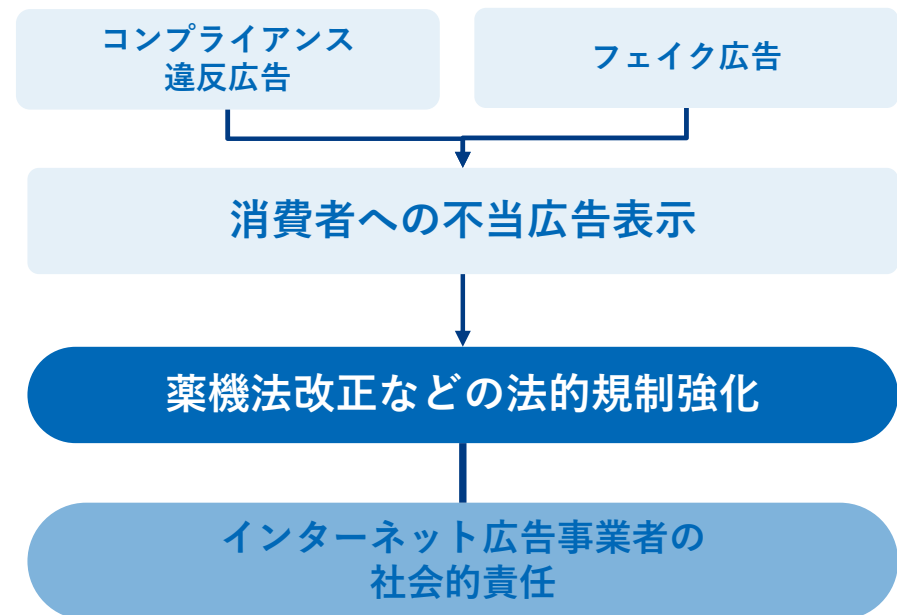
出典：電通「日本の広告費」2020年日本の広告費 https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2020/ 日本の広告費 インターネット広告媒体費詳細分析No.3
<https://dentsu-ho.com/articles/7694> インターネット広告市場に関する調査を実施 (2021年) https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2839

LOGLY lift インターネット広告市場の環境変化

① 個人情報保護の観点による Cookie規制



② 薬機法改正による広告規制の強化



③ インターネット広告市場のDX化

Adictor eスポーツ市場

2020年の日本eスポーツ市場規模は、前年比109%の66億円。2024年に180億円超えの予測も

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

プレイヤー

ゲームユーザー (プロ・アマ)

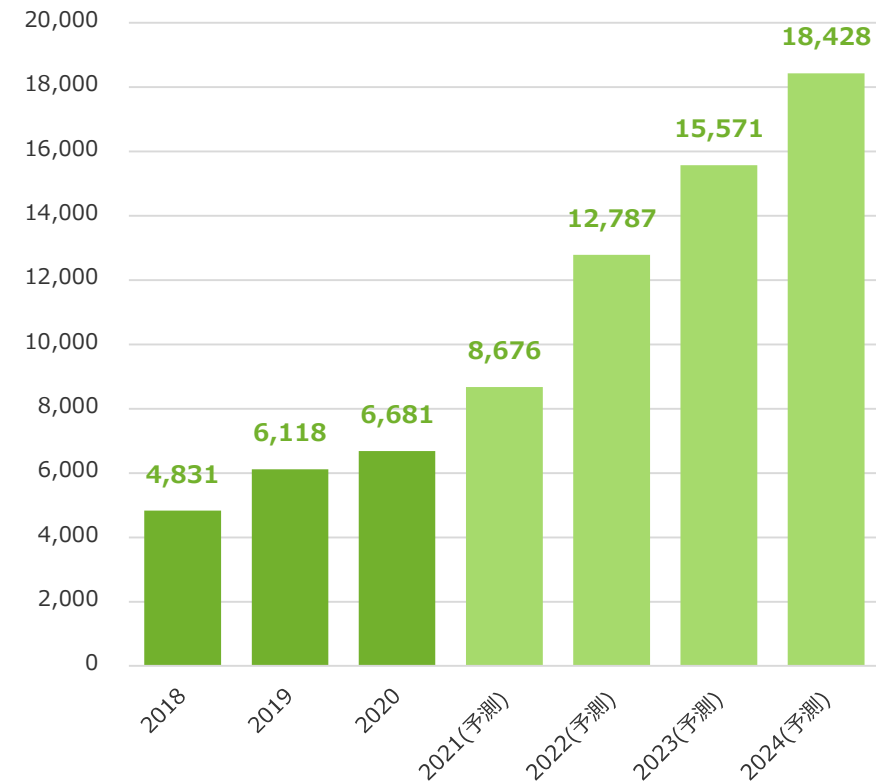
事業会社

ゲームパブリッシャー

自治体

日本eスポーツ市場規模

単位：百万円



出典：ファミ通「ファミ通 マーケティング速報 2021 年 4 月 16 日」<https://kadokawagamelinkage.jp/news/pdf/news210416.pdf>

UP. FinTech市場

法律的・技術的・物理的な支援環境
が急速に整いつつあるなか、
FinTechにおける官民の取組みも活
発化

プラットフォームビジネスのノウハウを生かし、
金融領域へのパーソナルアシスタントへと成長させる

プレイヤー

官公庁

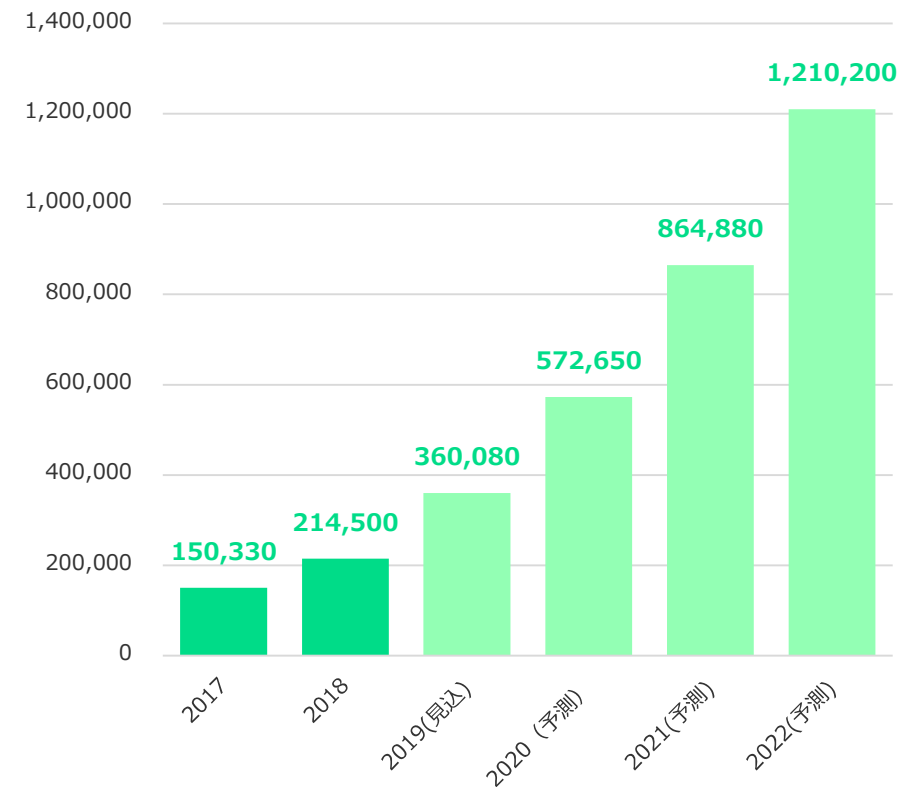
金融機関

メガテック企業

コンサルティングファーム

FinTech系ベンチャー企業の
国内市場規模予測推移

単位：百万円



出典：株式会社矢野研究所「国内FinTech（フィンテック）市場に関する調査を実施（2019年）」
https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2232



WEB接客市場

コロナ禍で、サイトの離脱防止やコンバージョン向上につながるWEB接客の市場が拡大（※WEBマーケ施策の1つ）

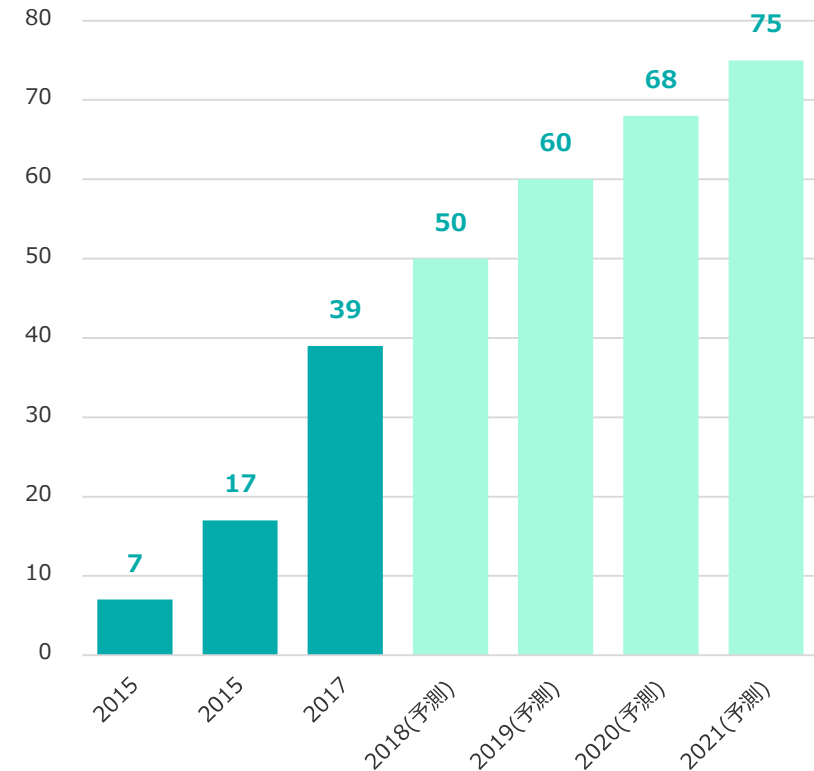
WEB接客領域の需要増加に伴い、プログラミング知識がなくても気軽に操作できるWEBマーケター向けのノーコードウィジェット制作サービスを提供

プレイヤー

eコマース事業者	広告代理店
BtoB事業者	コンサルティング・ファーム

WEB接客市場規模推移及び予測

単位：億円



出典：IT戦略とIT業界の行き先をとらえる市場調査とコンサルティングのITR「ITRがWeb接客市場規模推移および予測を発表」
<https://www.itr.co.jp/company/press/180123PR.html>

moto Inc, 転職市場

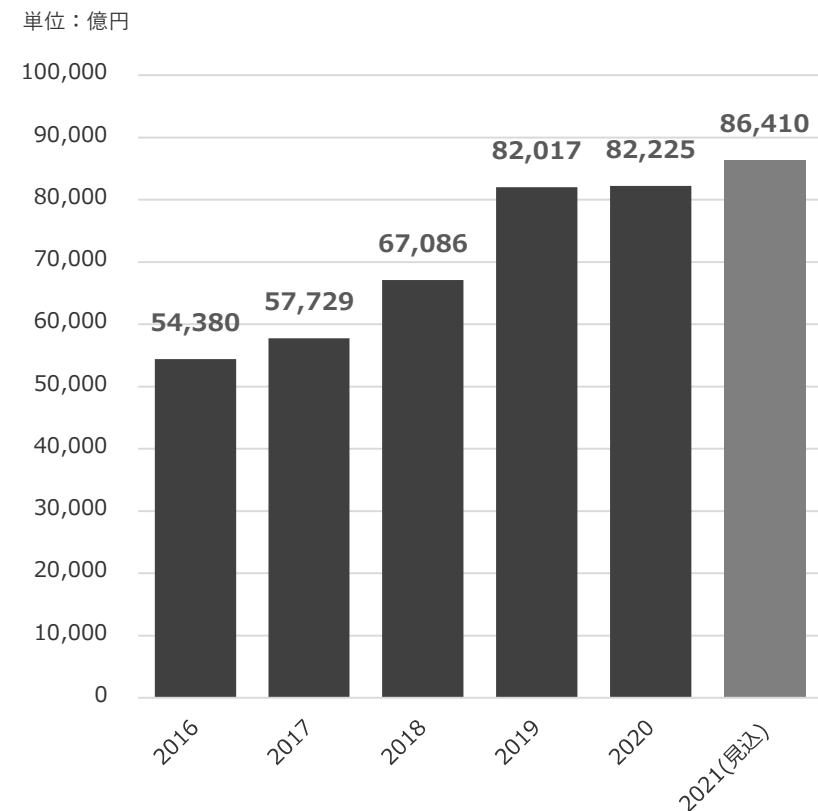
新型コロナウイルス禍でも続く、構造的な人材不足。深化する採用戦略とWEB面接。個人のキャリア観にも大きな変化

LOGLY liftの強みと掛け算し、収益の第2の柱を目指す

プレイヤー

求職者	転職メディア
人材紹介会社	職業安定所
転職エージェント	厚労省

人材関連ビジネス主要3業界市場規模推移



出典：株式会社矢野経済研究所「人材ビジネス市場に関する調査を実施（2021年）」 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2826
 パーソル総合研究所 シンクタンク本部「今後の労働市場動向について」 <https://www.mhlw.go.jp/content/12401000/000721722.pdf>
 リクルートエージェント「転職市場動向「2021年の展望」 | 全15業界の新型コロナウイルス禍の動向を解説。」 <https://www.r-agent.com/guide/article9390/>

競争力の源泉

LOGLY lift

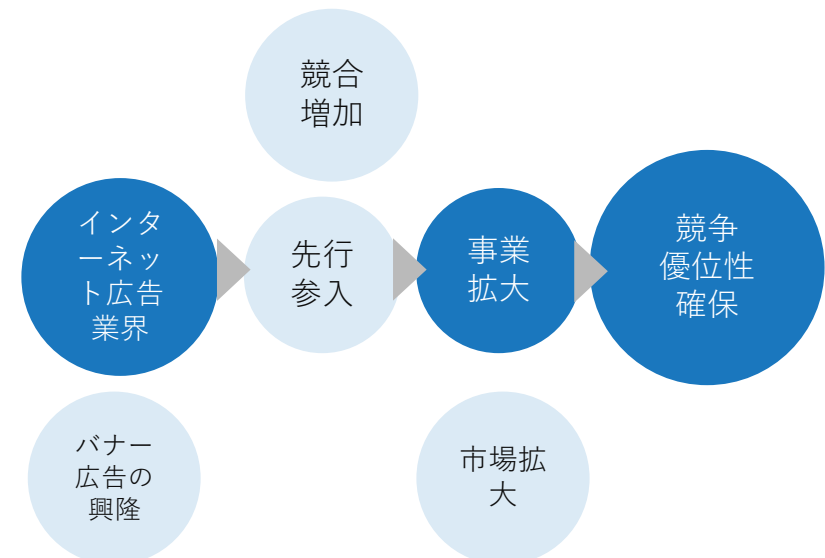
長年のアドネットワーク運営の中で培われたブランド力と、外部環境変化・市場変化への迅速な対応力

- バナー広告興隆時代に「日本初のネイティブ広告プラットフォーム」として先行参入した競争優位性
- インターネット広告市場の拡大と共に事業を拡大。蓄積されたノウハウを生かし、競争優位性を確保しながら事業を拡大
- 業界において、薬機法規制以前より「嫌われない広告」を提唱。クリエイティブの「綺麗さ」への媒体社側からの評価

LOGLY lift

ブランドセーフ

嫌われない広告





LOGLY lift に紐づく多彩な機能による顧客支援

インターネット広告配信だけでなく、メディアの価値を最大化する各種機能の提供



広告主	メディア	閲覧者
	アドネットワーク	
		レコメンド
	<ul style="list-style-type: none"> 広告収益 	<ul style="list-style-type: none"> 情報探索 新規発見
	コンテンツ販売・投げ銭・サブスク	
	<ul style="list-style-type: none"> ペイウォール 購読者ユーザーとの共存 / フィードバック 	
		分析
		<ul style="list-style-type: none"> データ分析による可視化
		可視化
		<ul style="list-style-type: none"> ロイヤルユーザー リピートコンテンツ

(※) codoc株式会社との業務提携

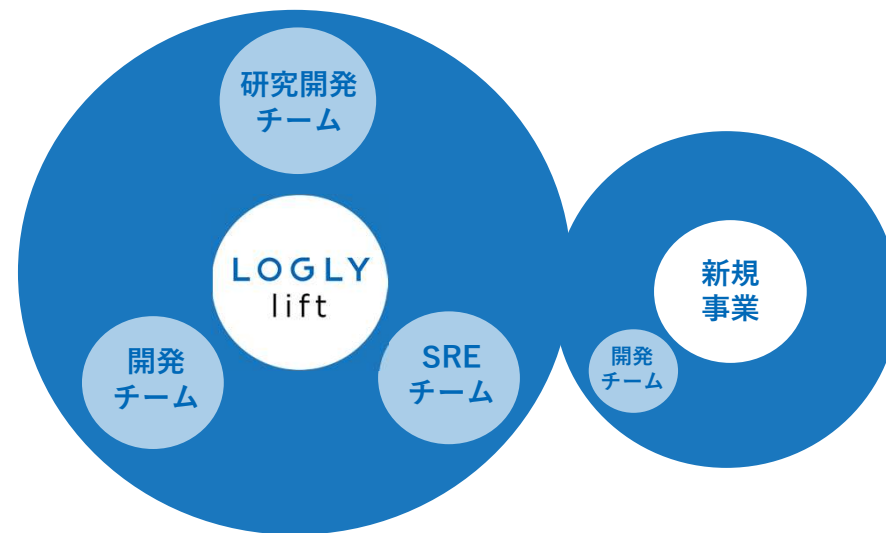


これまでの開発実績にて蓄積されたノウハウと、新規事業への応用

- ・ インフラの効率運用や、企業体力以上のプロジェクト開発ノウハウ等の、新規事業への応用

変化の多いインターネット広告業界に最適化した小規模チームによる技術開発

- ・ 2～3人の小規模人員による、即応性・機敏性に特化したチームを編成
- ・ チーム内の密な連携での開発による、未来の人材の育成



事業計画

成長戦略・経営指標

FY2022 方針

① 主力事業「LOGLY lift」への注力

WEB広告市場環境変化への対応 LOGLY liftの市場規模拡大

- ・ 広告クリーン化対策、ポストクッキー対策
- ・ ポートフォリオ戦略
- ・ 既存顧客の最大化

② 新規事業の推進

LOGLY liftを強化するM&A 高収益を確保するための新規事業推進

- ・ moto社連結子会社化
- ・ 新規事業の取り組み
(eスポーツ、FinTech、マーケティング)

FY2022は、持続的な成長を実現する為の 事業強化に努める

FY2022：市場環境変化への対応

(LOGLY liftの広告素材入れ替え)による減収

・既存資産を活用したビジネス

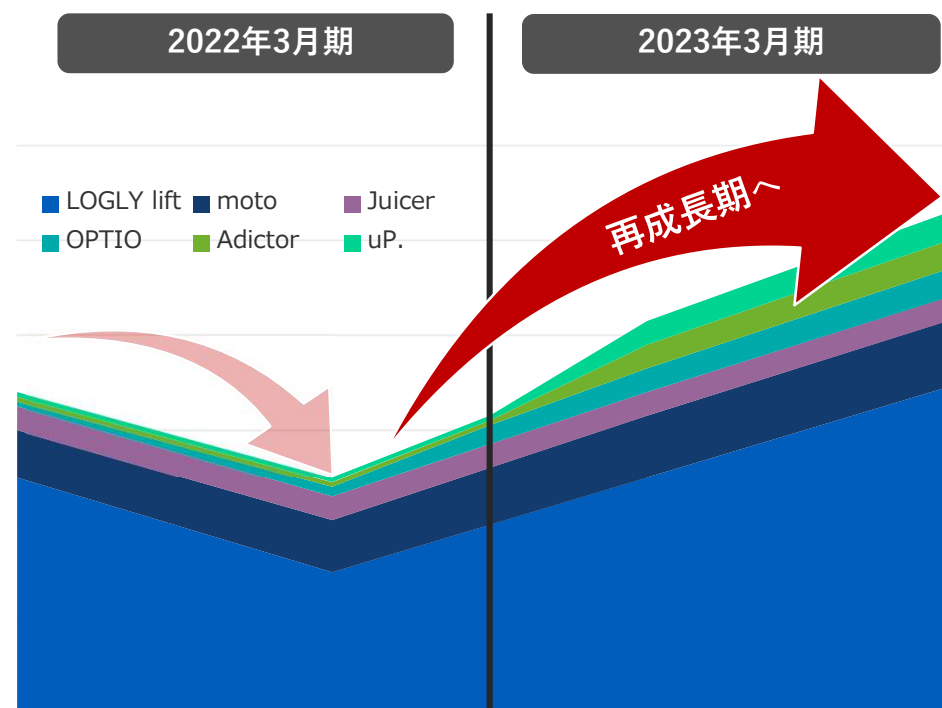
LOGLY liftで培ったプラットフォームビジネスの横展開

・M&A戦略

シナジーが期待できる企業とのM&Aによる事業領域の拡大

・PPM戦略

既存事業で獲得した利益を新規事業への再投資に回し、成長の好循環を創出する



① 主力事業「LOGLY lift」への注力

市場変化に対応し FY2023以降の再成長期への足掛かりに

① 広告クリーン化対策（薬機法対策）

- ・ 薬機法改正に対応する広告種類偏重の解消
- ・ 広告審査の厳格化と有識者との連携

② ポストクッキー対策（個人情報保護）

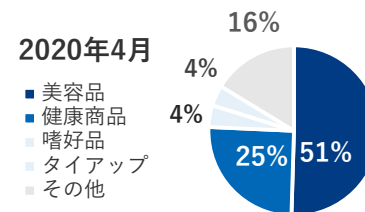
- ・ 継続的なCookie規制への対策
(社内での研究開発、専門業者とのアライアンス)

③ 既存顧客の最大化

- ・ 既存顧客を最大化するKPIの設定

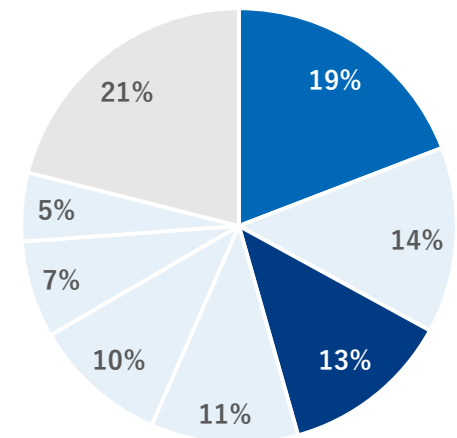
広告ポートフォリオの分散

※ 昨年2020年4月より進行



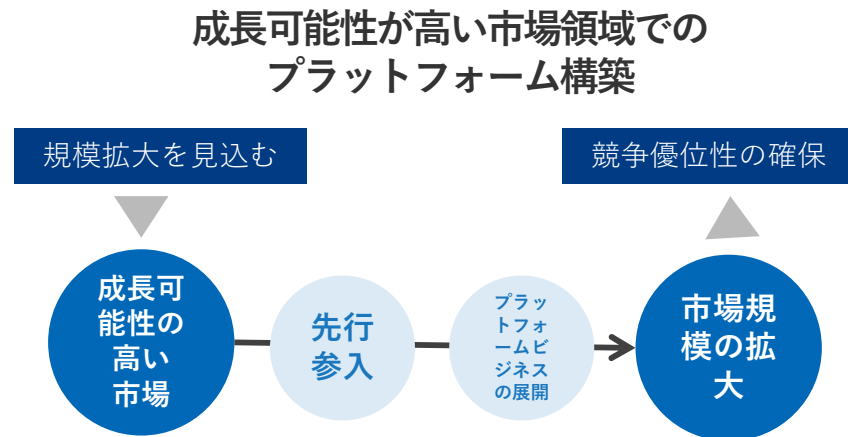
2021年9月

- 健康商品
- 投資
- 美容品
- タイアップ
- 科学
- 食品
- 教育
- その他



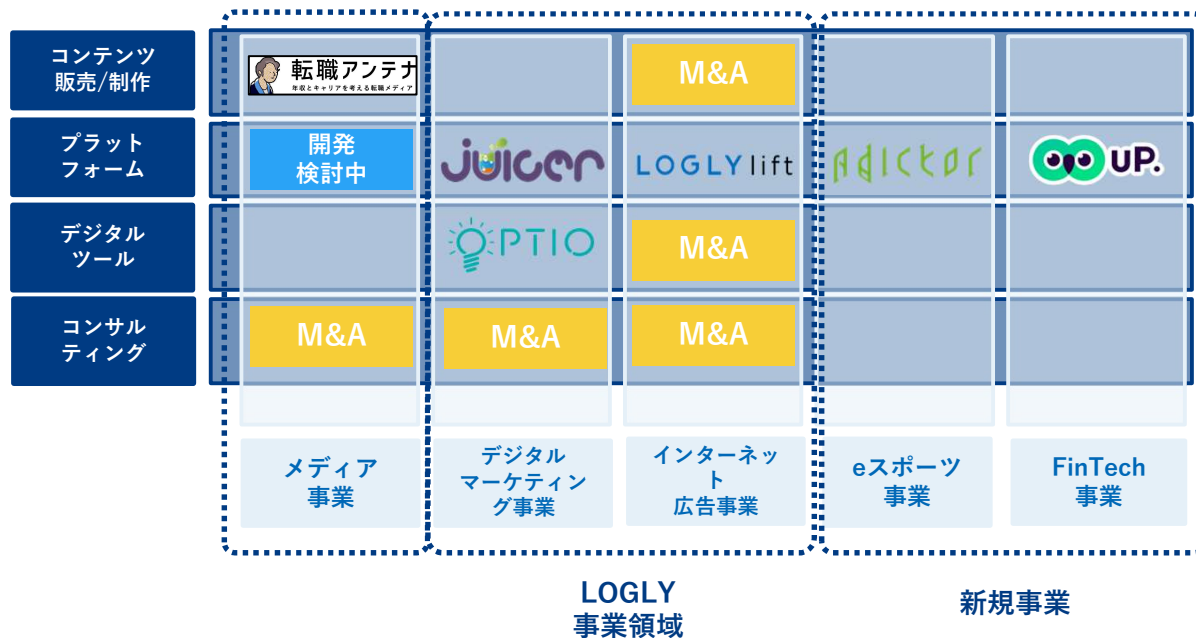
② 新規事業の推進

LOGLY liftで培ったノウハウを展開し プラットフォームビジネスを創出



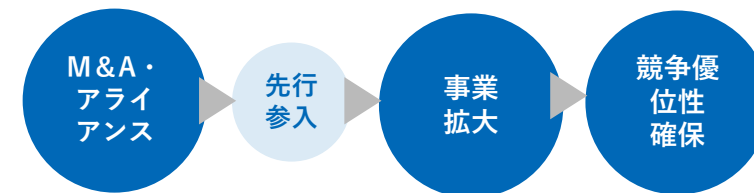
ログリーのM&A

LOGLY lift の事業領域拡大と、 「テクノロジーで産業構造を変革する」 生態系を創る手段としてのM&A



成長可能性が高い市場領域でのM&A

競合他社への競争優位性確保

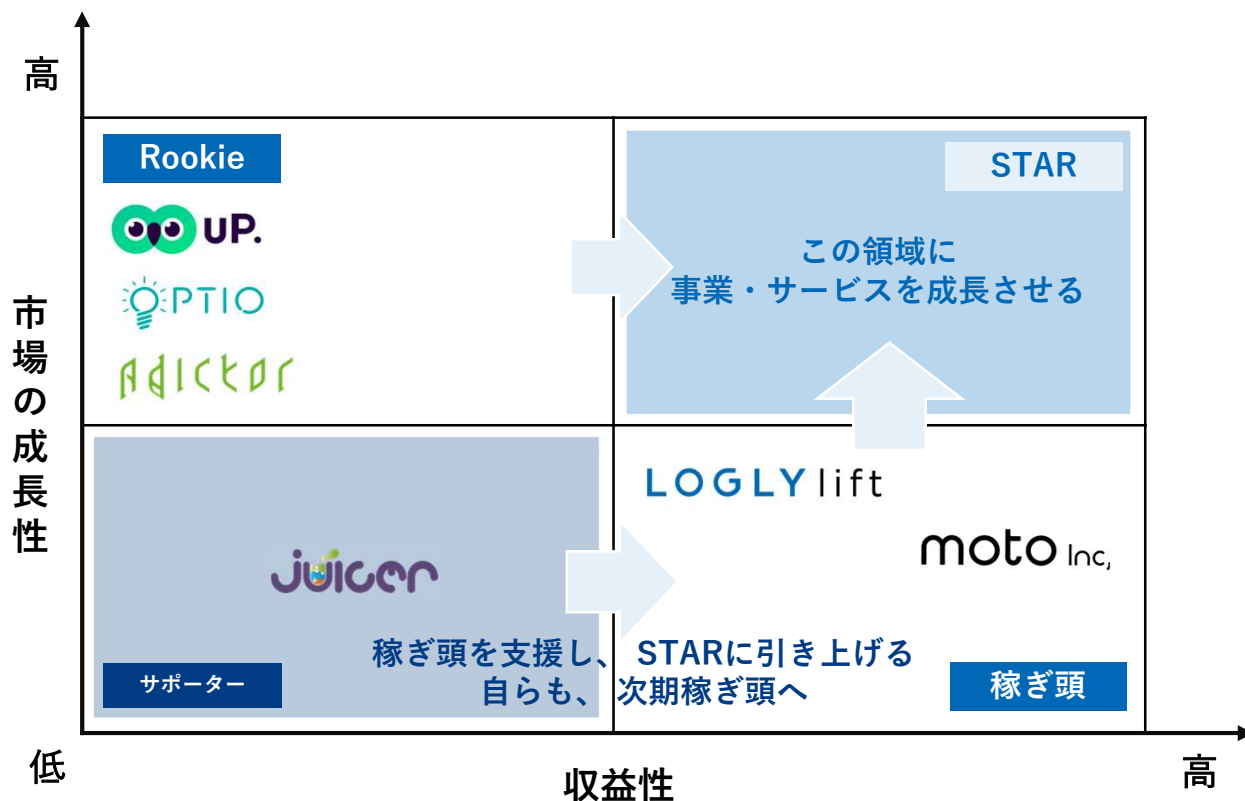


今後のM&A展開

moto(転職アンテナ)2021年4月子会社化 クロストレックス (OPITO) 2021年4月完全子会社化

ログリーのポートフォリオマネジメント

既存事業で稼ぎ出した利益を新規事業の投資に活用し STAR事業を創出する



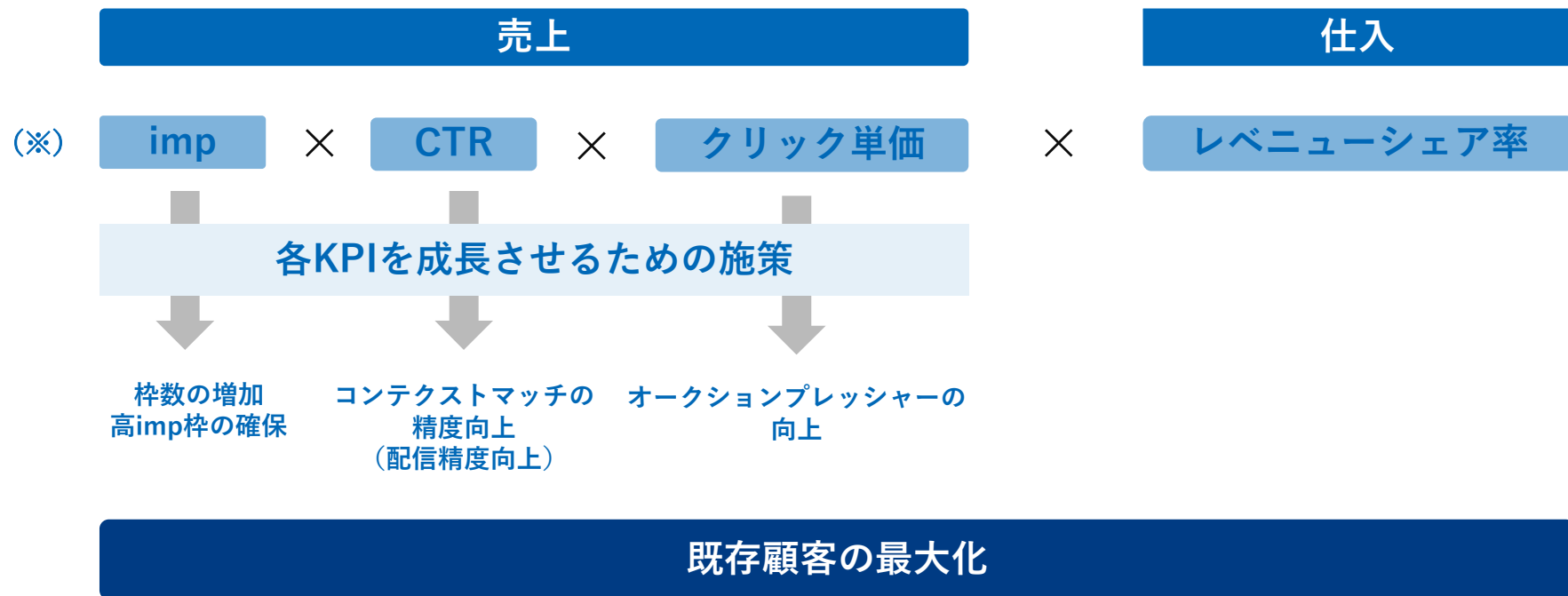
年平均成長率（予測含む）※

LOGLY lift	インターネット広告市場 11.55% (2015~2021年)
moto Inc,	人材関連ビジネス市場 9.70% (2016~2021年)
Juicer	WEBマーケティング市場 9.74% (2021~2026年)
PTIO	WEB接客市場 48.48% (2021~2026年)
UP.	FinTech市場 51.76% (2017~2022年)
Adickor	eスポーツ市場 25.0% (2018~2024年)

※ 根拠資料は、p.16 ~p.20 記載

WEBマーケティング市場は、株式会社矢野経済研究所「DMP/MA市場に関する調査を実施（2021年）」 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2851 より算出

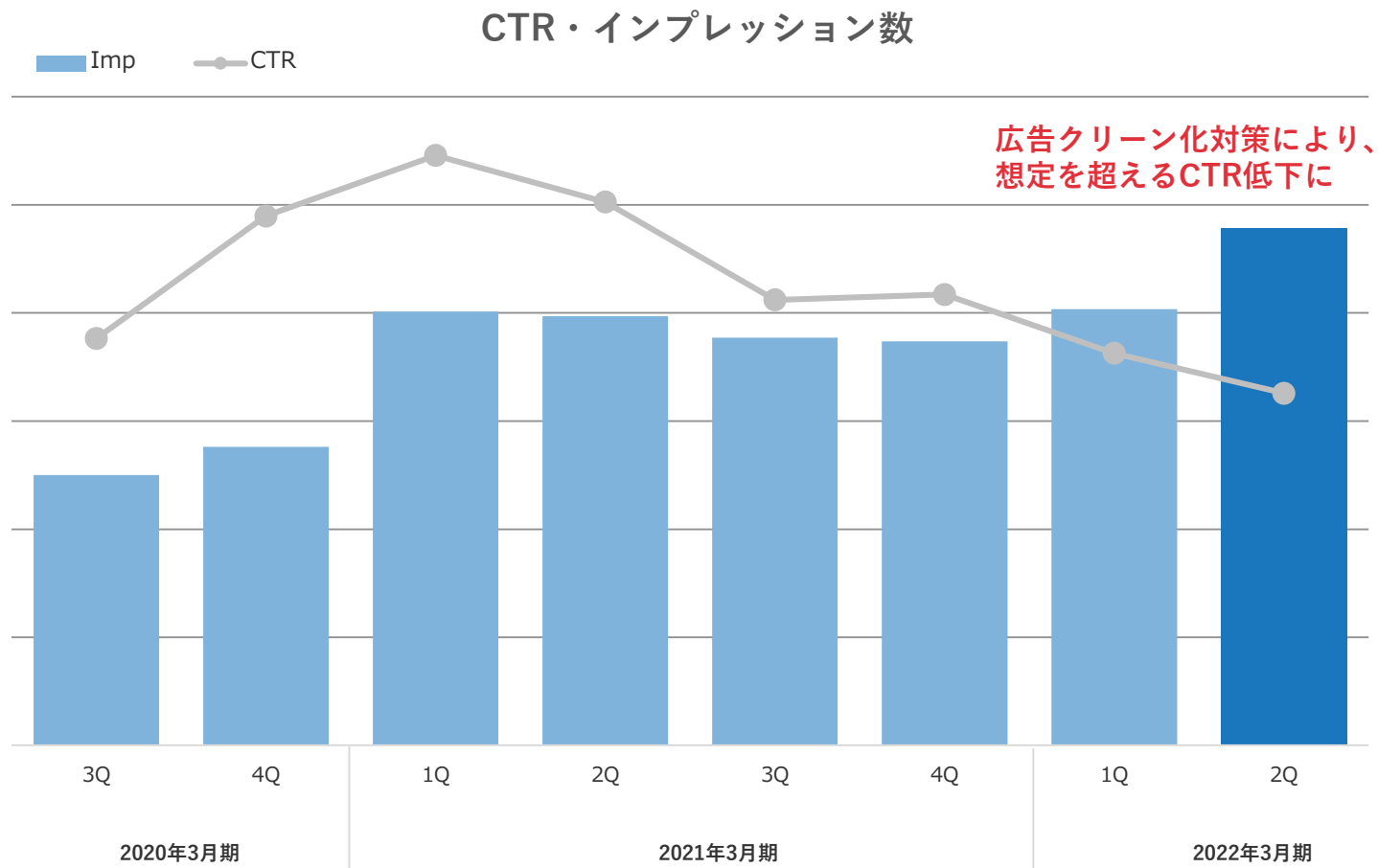
LOGLY lift 事業KPI

FY2022は、既存顧客の最大化による
売上向上をKPIとする

(※) imp : 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

KPI進捗状況

市場環境変化の対策のため、CTRは減少

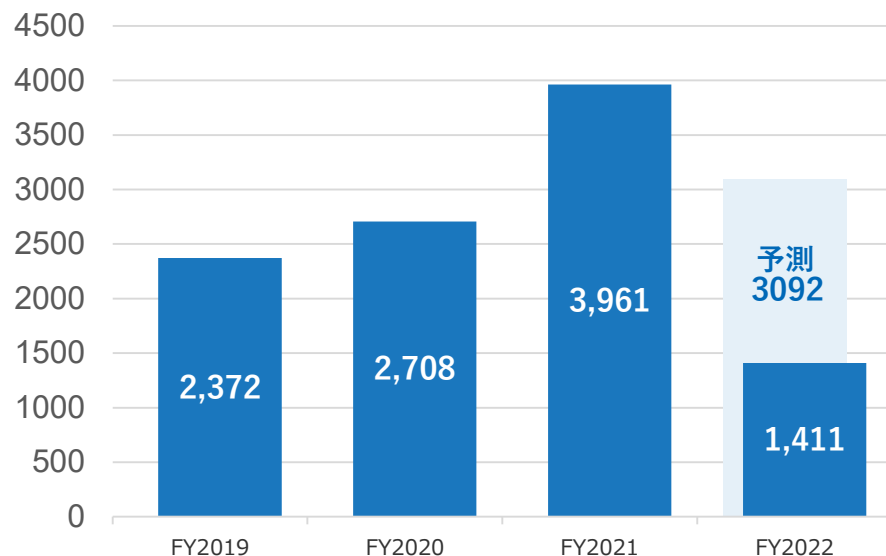


売上高・売上総利益の進捗状況

FY2022は市場環境変化対応による一時的な減収

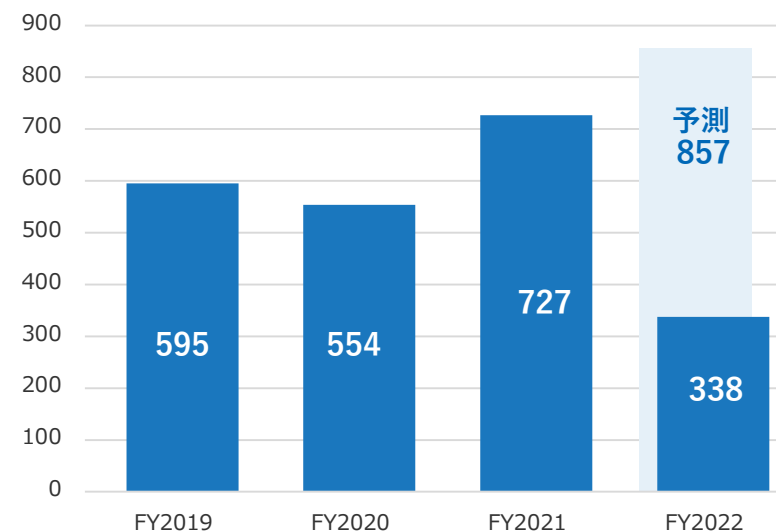
売上高の推移

単位：百万円



売上総利益の推移

単位：百万円

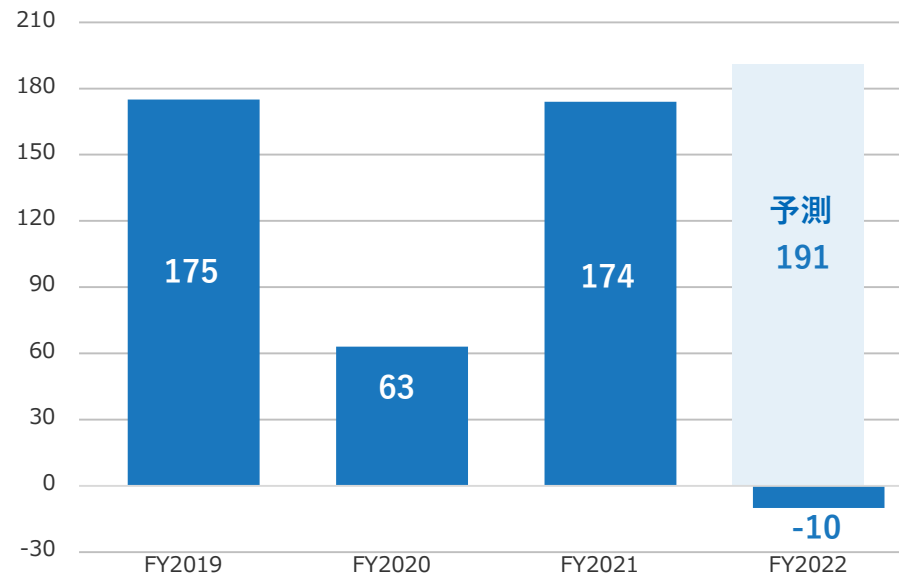


営業利益の進捗状況

高利益体質のmoto社買収により、営業利益減少に歯止め

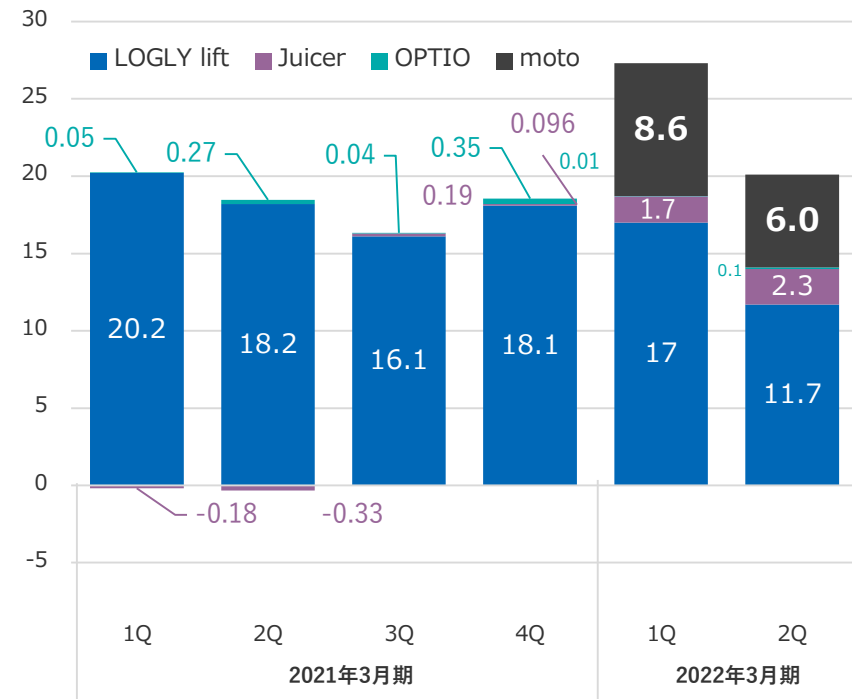
営業利益

単位：百万円



相乗積※推移 (売上構成比 × 売上総利益率)

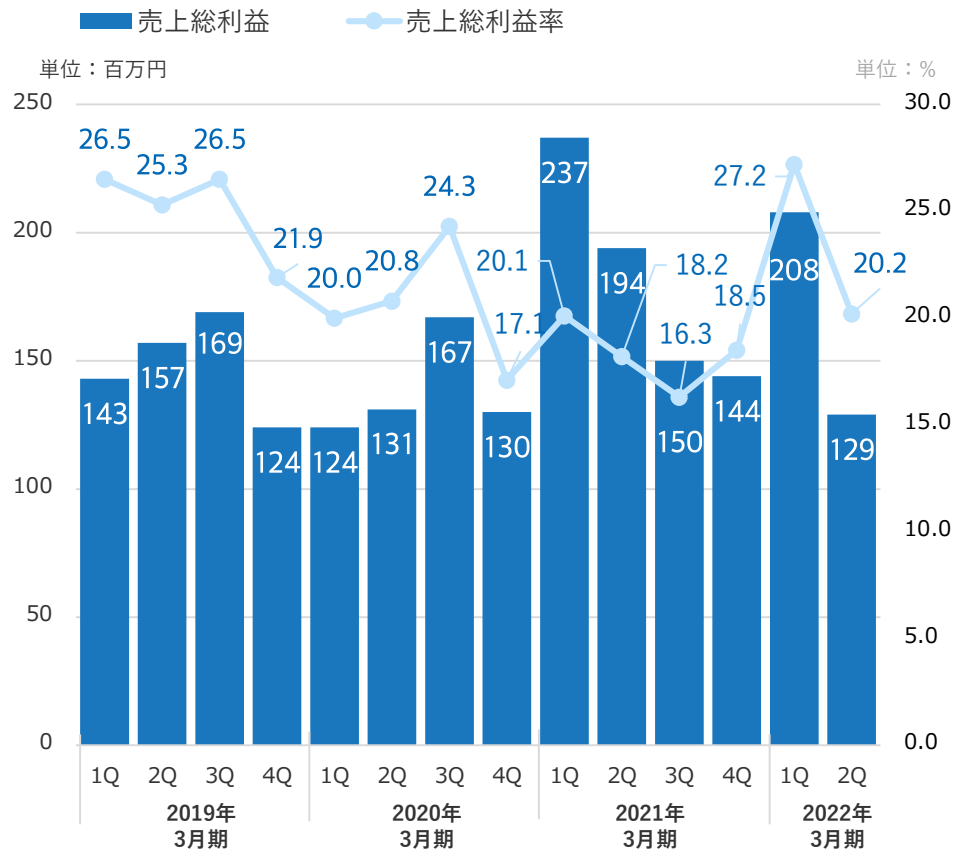
単位：%



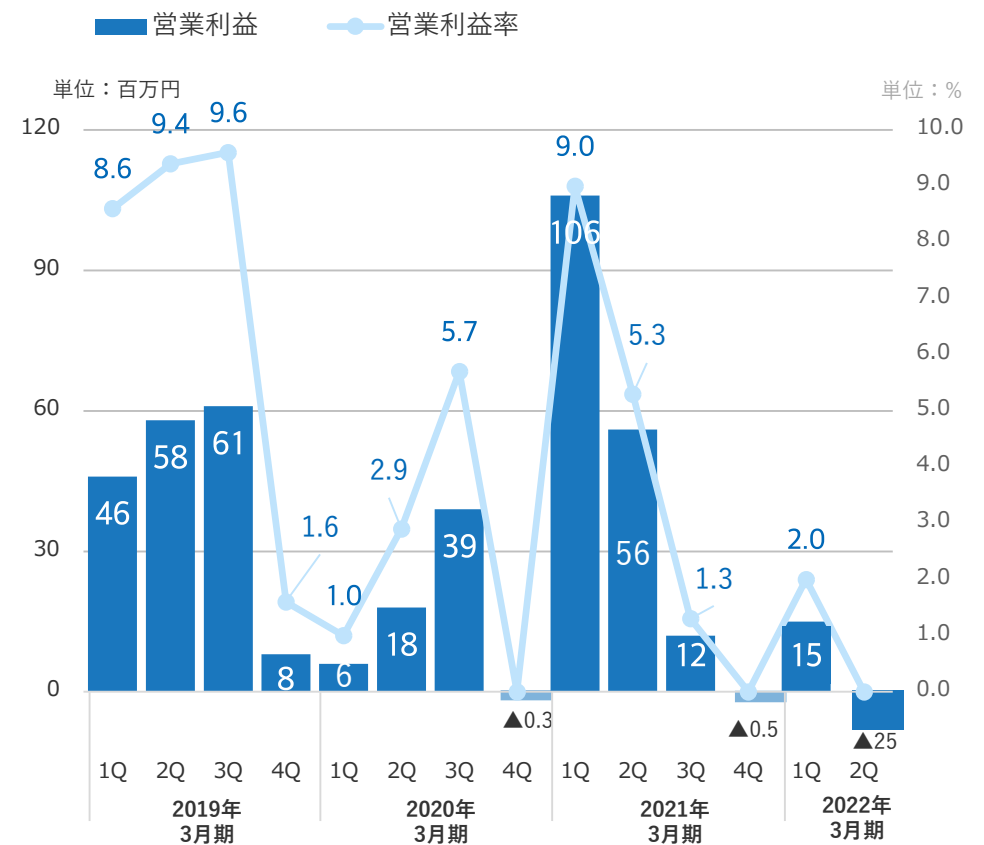
※ 相乗積は売上構成比に売上総利益率を掛けたもの。事業に対する利益の貢献度の表現に利用される。総和は、売上総利益率と一致する。
 ※ エンジニアの件数はLOGLY liftに配賦 ※ ログリー・インベストメントの数値は除外 ※ 連結仕訳入力前の単純合算で算出

売上総利益率・営業利益率の進捗状況

売上総利益



営業利益



通期の予測差・進捗率

		予測差(2Q累計)	通期進捗率
売上高			
1,411 百万円	前年同期累計比 △37.4%	△47 百万円 (△3.3%)	45.6 %
営業利益			
△10 百万円	前年同期累計比 — %	△7 百万円 (— %)	— %
		業績予測△2百万円	
親会社株主に帰属する当期純利益			
△48 百万円	前年同期累計比 — %	△9 百万円 (— %)	— %
		業績予測△39百万円	

リスク指標

項目		主要なリスク	発生可能性	影響度	リスクの影響と対応
外部環境	法律・規制・商習慣	法規制の更なる強化	中	大	法令違反広告の配信による罰則の可能性 対策として、薬機法・景表法に合わせた審査基準の変更。対応強化のため、外部機関での資格取得（YMAA・KTAA認証マーク）を奨励
	競合	海外企業の更なる参入可能性	中	中	海外企業参入による、サービス排除の可能性 対策として、除技術開発（ヘッダービディング対応）へ着手
業務プロセス	商品サービス	競合環境の変化によるサービスのコモディティ化	中	中	サービスのコモディティ化による競争力低下の可能性 対策としてサービス拡充などの対応を継続的に実施。拡充には専属チームを設けるなど一定のリソースを確保
	販売	規制広告の配信	中	中	規制広告の誤配信による罰則の可能性 対策として、誤配信時の即時停止対応の整備
	情報システム	サイバーテロ、ウイルス障害などによるシステムダウン	小	大	システムダウンによるサービス停止の可能性 対策として、障害を検知通知する仕組みや、障害対応・管理手順・報告方法の整備
	情報システム	テクノロジーのコモディティ化による競争力の低下	小	大	使用テクノロジーのコモディティ化による、競争力低下の可能性 競争力の維持・向上のための継続的な研究開発を実施

※その他のリスクは、有価証券報告書「事業等のリスク」を参照

会社概要



2021年、ログリーは新たなステージに進むべく始動しました。

2006年の創業時からこだわり続けているのは「テクノロジー」。それはテクノロジーこそがパラダイムシフトを起こし、世の中を豊かにすると信じているからです。レコメンド技術やデータ処理技術から得られたテクノロジーの強みを活かし、次なるチャレンジをしていくことが、私たちの掲げるミッション「イノベーションで世界中の人々にワクワクを」を実現することだと考えています。

2009年にネイティブ広告の前身となるレコメンドエンジンを発表して以降、幾度かの変遷を経て現在の主力事業であるLOGLY liftが誕生しました。

新型コロナウイルスの感染拡大によって広告業界も大きな打撃を受けましたが、LOGLY liftの属するインターネット広告領域は今後も拡大し続けていくと予想されています。ログリーでは、今後も広告領域とマーケティング領域を主力事業領域と捉え、ベースとなる技術をアップデートさせていきながら、引き続き事業成長を進めてまいります。

そして、ログリーが今新たにチャレンジしている事業領域には、eスポーツとFinTechがあります。一見これらには共通点がないように思えるかもしれませんが、しかしながら、私たちの強みである「テクノロジー×データ」で仕組みが構築できる領域であると確信しています。この強みを武器に、これらの領域で新たな道を切り開いていきたいと考えています。

ログリーにとっては既存事業を成長させながら新たなチャレンジを継続し、ミッションを実現していくことがステークホルダーのみなさまのご期待に応えることだと考えています。

代表取締役社長 吉永 浩和



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。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期：毎年度5月～6月中

