



2022年3月期 通期決算説明資料

2022年5月16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.** 成長戦略とFY2023 通期業績予想
- 4.** 会社概要



1. エグゼクティブ・サマリー

決算サマリー

売上高

通期業績予想達成率(修正後)

2,681 百万円

101.1 %

前年同期累計比 Δ 32.3%

営業利益

通期業績予想進捗(修正後)

25 百万円

- %

前年同期累計比 Δ 85.5%

親会社株主に帰属する当期純利益

通期業績予想進捗(修正後)

Δ 677 百万円

- %

前年同期累計比 -%

業績ハイライト

- LOGLYグループは修正後の当期純利益未達
- moto株式会社（以下、moto社）は業績悪化が継続し、のれんをすべて減損
- moto社の経営陣は、業績向上施策を早期確立するとともに、継続して投資資金回収に努める
- 主力事業 LOGLY liftは4Q好調。修正売上計画、営業利益計画はクリアし、17期にさらなる業績向上を実現する

■ 2023年3月期、プラットフォームへの移行

■ LOGLY lift

アドネットワーク から アドプラットフォーム へ移行

プログラマティック広告配信へ移行し、

ネイティブ広告に限定せず、ヘッダービディングやRTB接続など、様々な広告配信フォーマットに拡大

■ Juicer

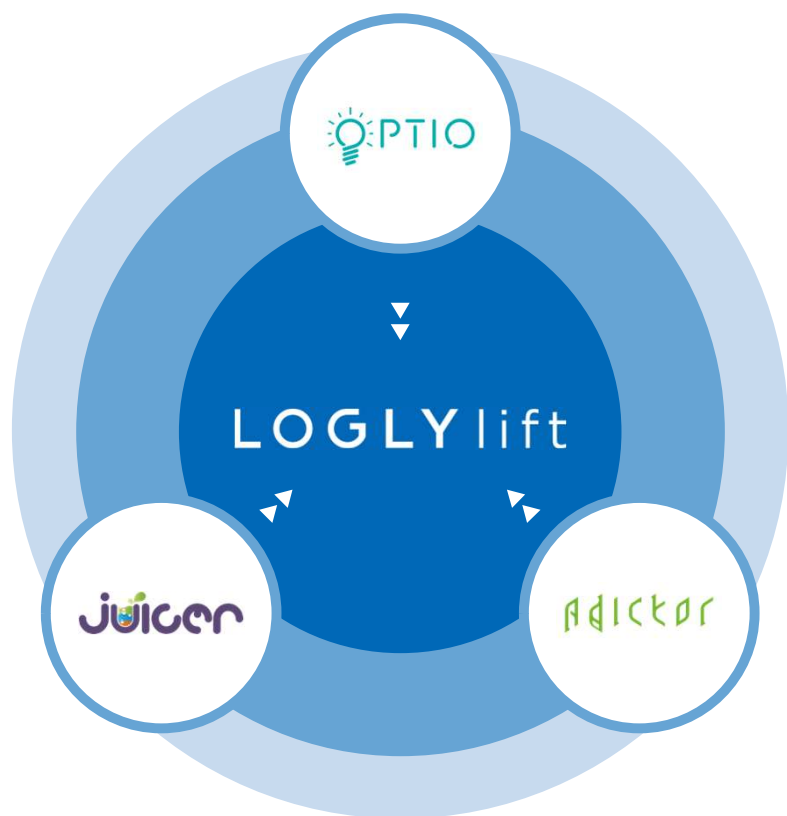
DMP から オムニチャネル広告プラットフォーム へ移行

Juicerをデータハブとし、企業がデータを活用して、

大手プラットフォームに配信できるようにするためのアドプラットフォームへ移行

新規事業、新規投資は縮小・停止し、 LOGLY liftを軸としたリストラクチャリングを実施

すべての経営資源をマーケティング事業に集中



ログリー社 (LOGLY lift)

moto社
(転職アンテナ)

再度投資回収計画を見直し、事業を立て直す

ウム社
(新規事業)

新規事業、新規投資は縮小または停止

ログリー・インベストメント社
(投資事業)

■ moto社の再度減損について

3Q

売上の下落により、のれんの減損
原因分析と対策開始

4Q

売上下落が止まらず、期末に再度減損
のれんをゼロに



再度、投資回収計画を見直す

■ 再度減損後の回収体制

引き続き、代表取締役2名体制で
投資額の回収にあたる

moto Inc,

代表取締役 池永 彰文

代表取締役 戸塚 俊介

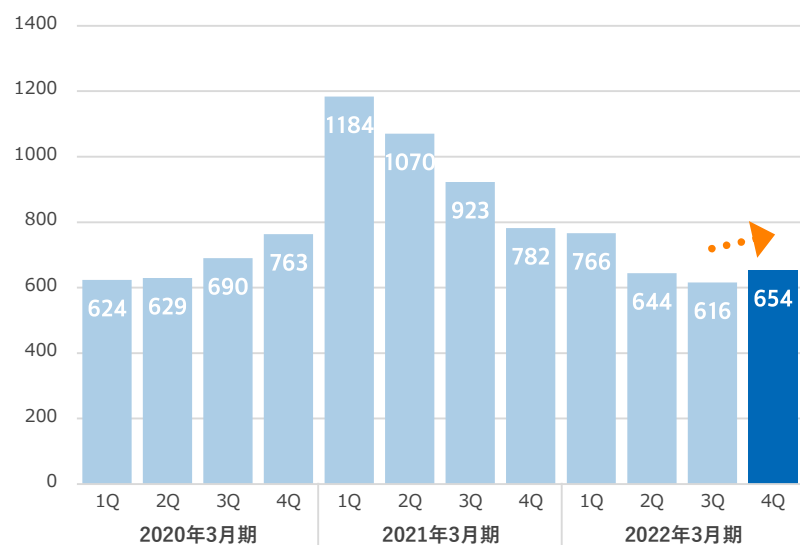


2. 業績ハイライト

売上高は上昇へ、 売上総利益と営業利益はそれを上回る上昇傾向で推移

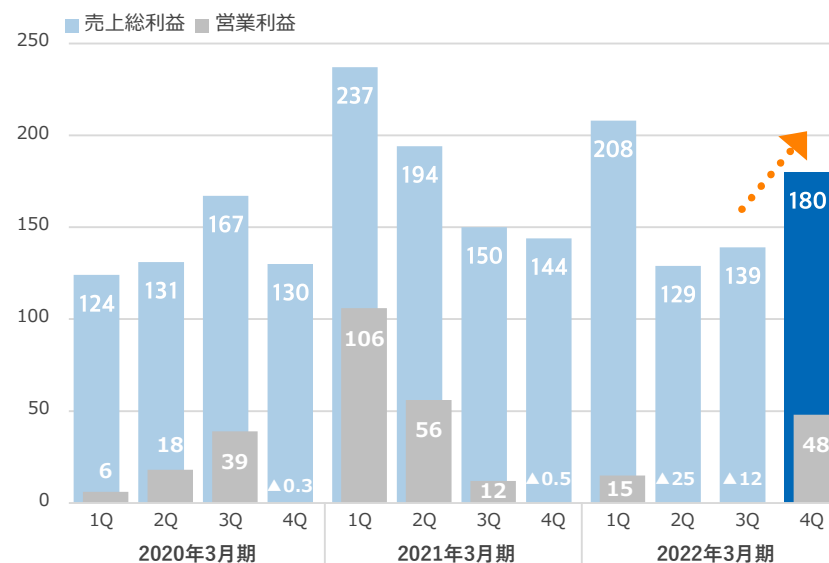
売上高

単位：百万円



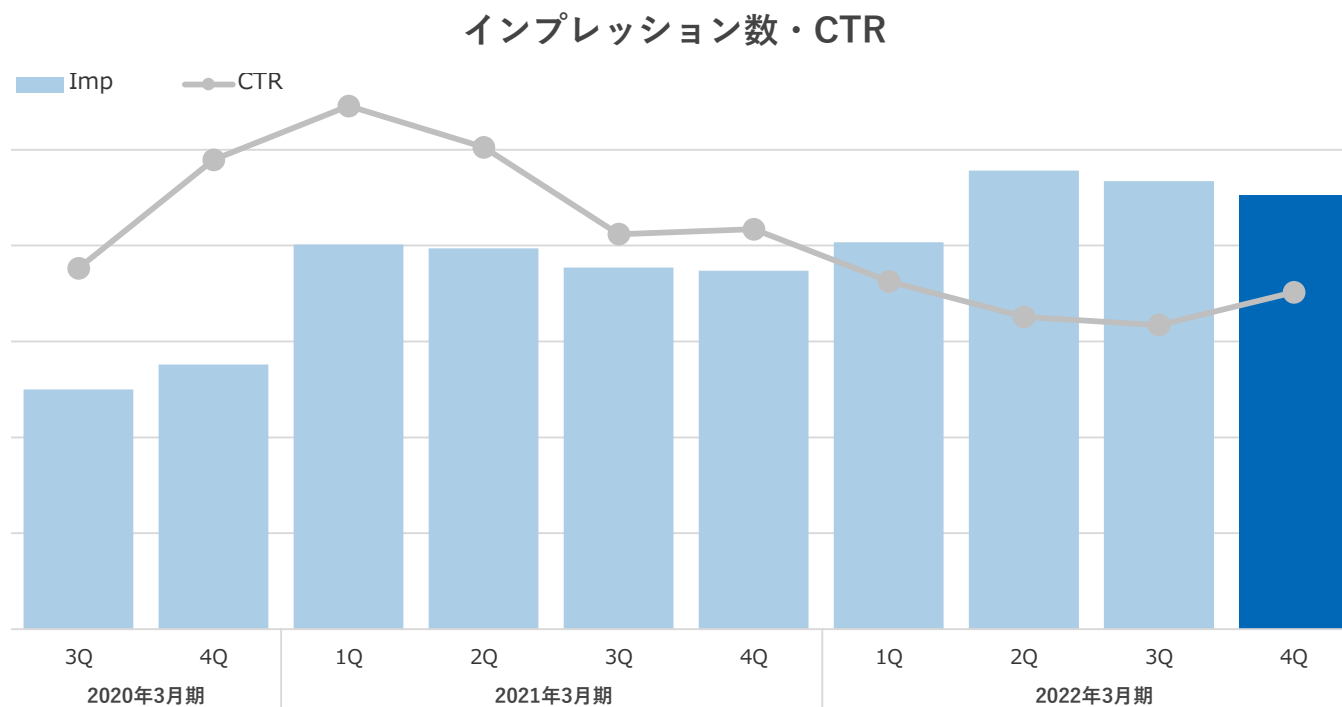
売上総利益・営業利益

単位：百万円



- LOGLY lift の売上高は下方傾向から上昇に転じる
- LOGLY lift の売上総利益が改善、営業利益も上昇傾向

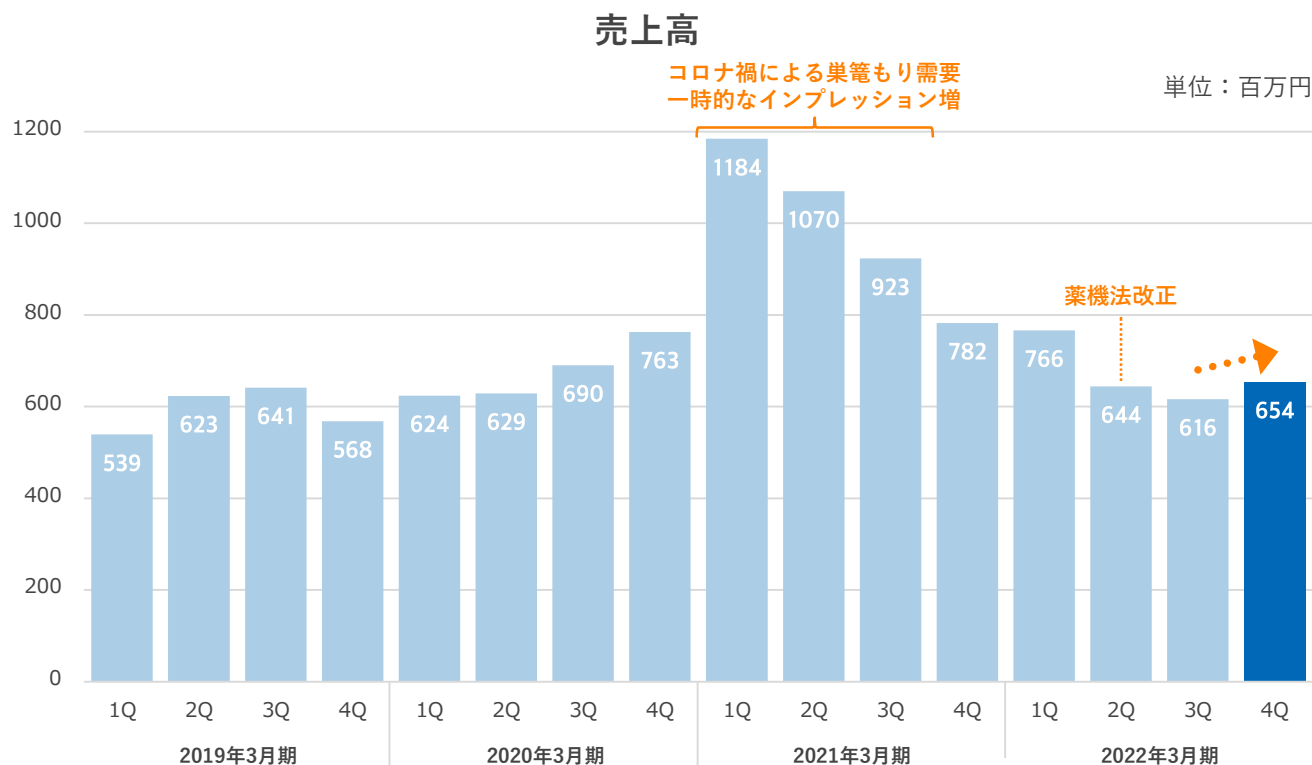
インプレッション数・CTR（クリック率）は横ばい



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

- インプレッション数は高水準を維持
- 広告ポートフォリオ戦略による多角化は順調。CTRは4Qで改善するが引き続き低位で推移
- CTRの低位推移が、売上高の再成長を妨げる要因となる

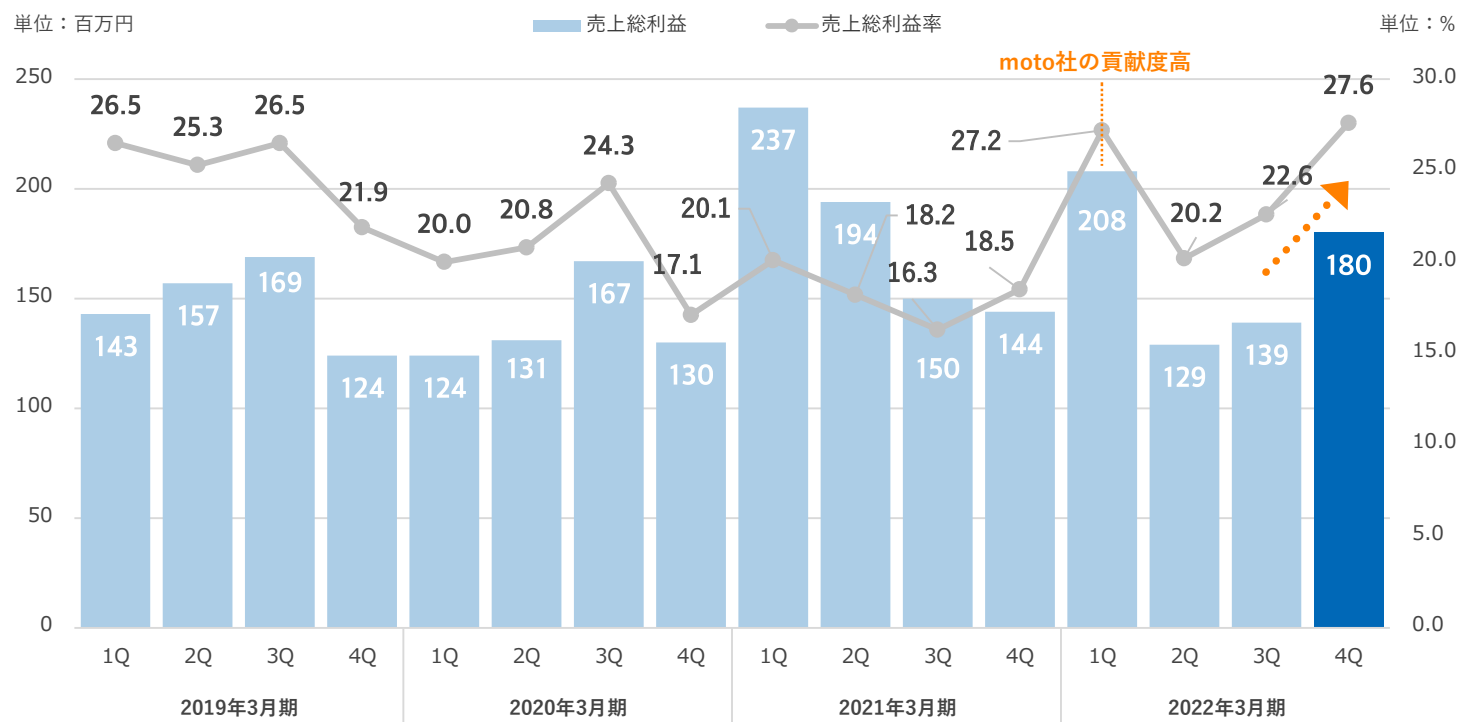
■ 広告ポートフォリオ戦略は順調 業績は回復傾向



- 売上高は**下方傾向から上昇へと転換**。広告ポートフォリオ戦略も順調に進行し、多様な広告素材・膨大な広告枠を確保。再成長戦略への下地作りが完了
- 薬機法対策（広告クリーン化）を完了し、業績に対する下振れリスクを払拭

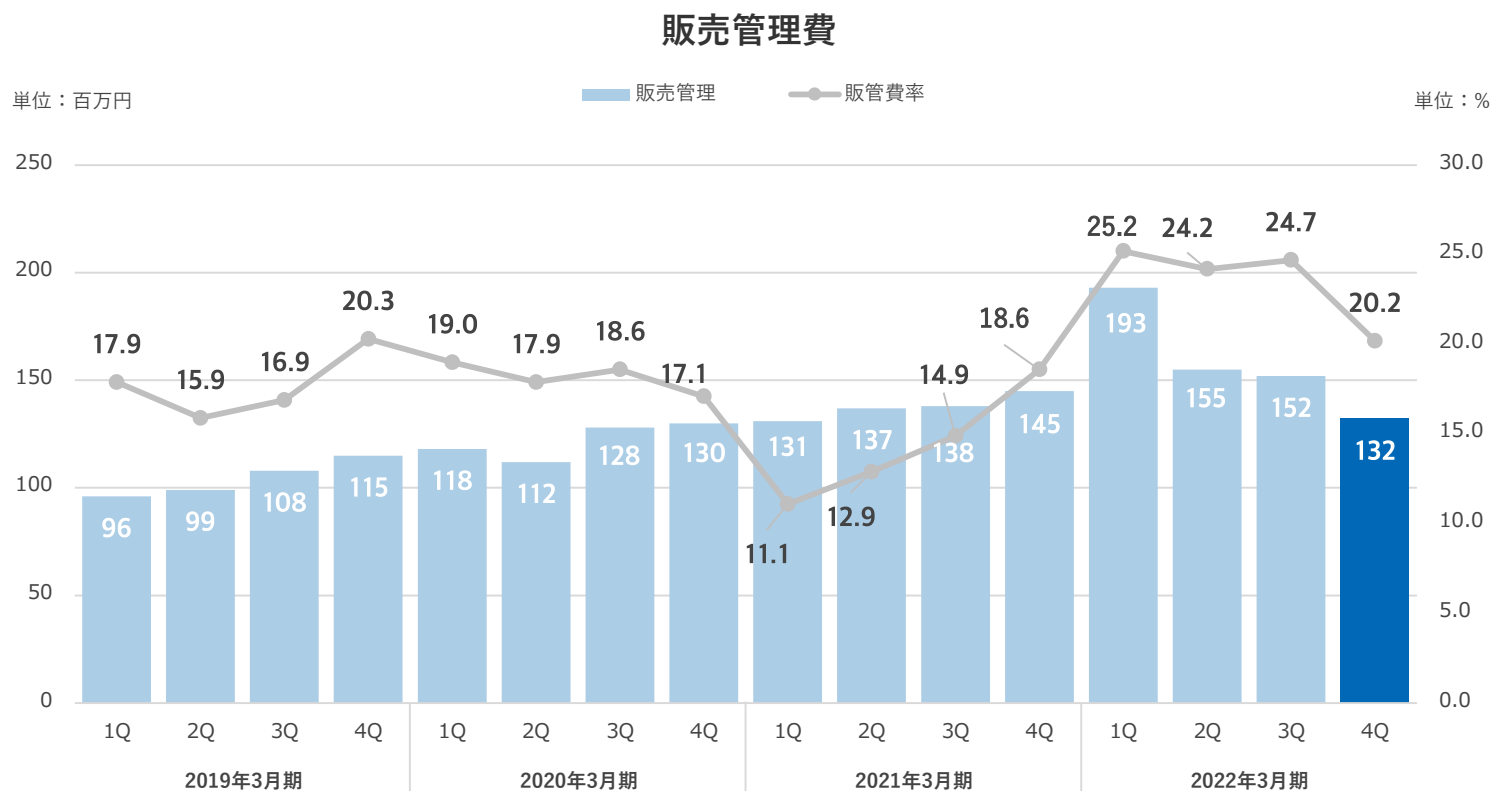
売上総利益率は引き続き回復傾向

売上総利益



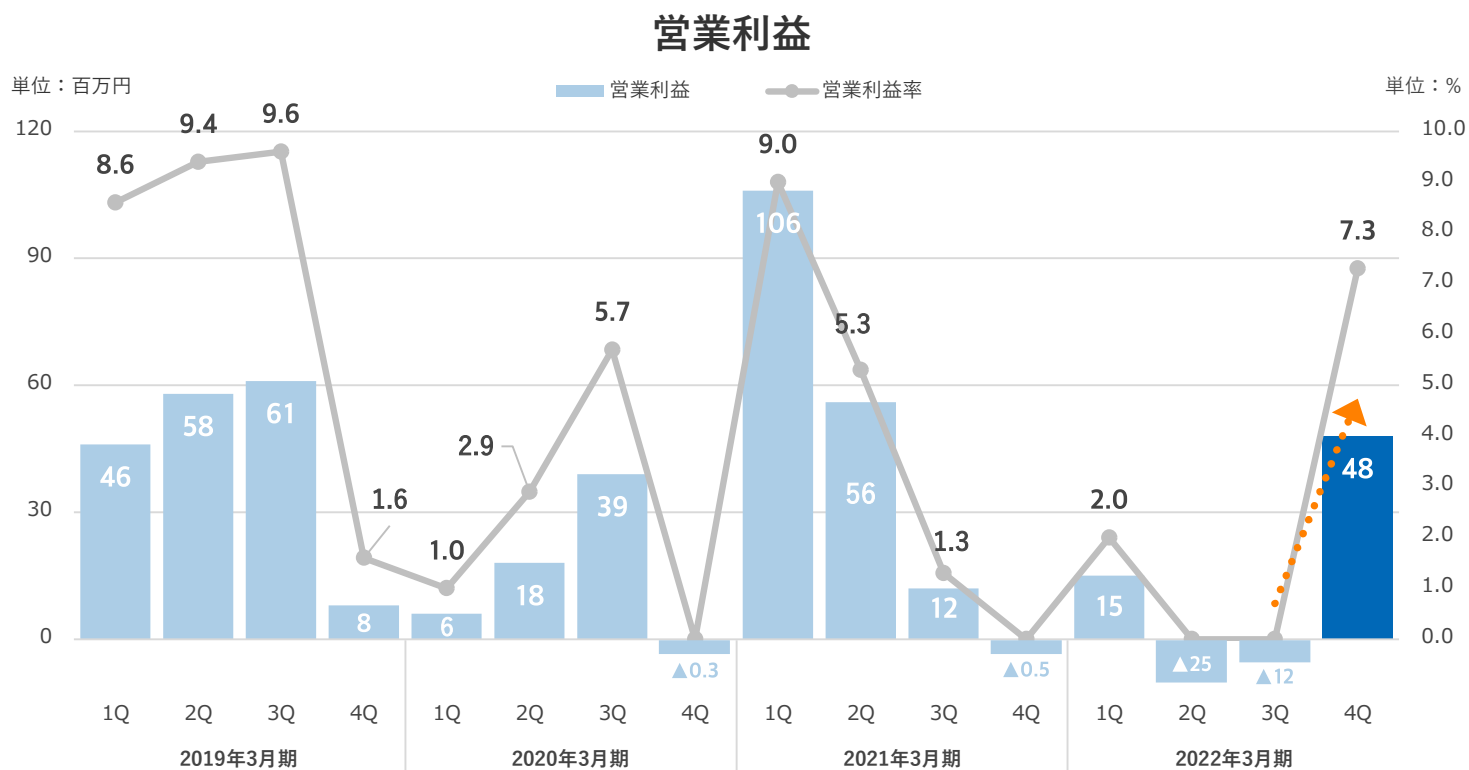
- 売上総利益、売上総利益率は引き続き**回復傾向**
- LOGLY lift の**海外売上高は、引き続き好調**。売上総利益に貢献（OEM提供のため、媒体仕入は発生せず）
- LOGLY liftの回復傾向は実質2Qから継続している（1Qはmoto社の売上総利益貢献度が高かった）

moto社減損により、販売管理費減少



- moto社の減損により、のれんの償却費が減少し、4Qの販売管理費が減少
- その結果、**販売管理费率は大幅改善**
- 人件费率が、14期・11.2% → 15期・8.4% → 16期通期累計・12.5%と推移。15期と比べて+4.1ポイント増加

営業利益は4Qで回復 通期でも黒字で着地



- moto社の減損によりのれんの償却費（販売費一般管理費）が減少
- その結果**営業利益**、**営業利益率が改善**し、売上総利益率改善と併せて、通期営業利益は黒字で着地

損益計算書（FY2022 通期累計）

単位：百万円	2021年3月期 通 期	2022年3月期 通 期	前年同期比
売上高	3,961	2,681	67%
売上総利益	727	658	90%
販売管理費	552	633	114%
営業利益	174	25	14%
経常利益	205	23	11%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△25	△677	－%

- moto社は営業利益の急激な低下により減損
- 業績予想の大幅な未達のため、3Qで予想を下方修正

貸借対照表（FY2022 通期累計）

単位：百万円	2021年3月期 期 末	2022年3月期 期 末	前期末比
現預金	1,639	1,377	84%
流動資産	1,996	1,725	86%
固定資産	271	235	86%
総資産	2,268	1,960	86%
流動負債	780	854	109%
固定負債	258	617	238%
資本金	407	407	100%
純資産	1,229	489	39%

- moto社買収資金の借入金（長期・短期）の増加により、流動負債、固定負債ともに増加
- 対前年度比減収減益による営業キャッシュフローの減少
- moto社減損による純資産の減少



3. 成長戦略とFY2023 通期業績予想

成長戦略とFY2023通期業績予想

通期予測と減収増益の理由

売上高

2,376 百万円 (△11.4%)

- FY2022で広告素材の入れ替えやポストcookie対策を完了したが、低いCTR（クリック率）で推移したため売上高が伸び悩む要因となった。引き続き売上高は減少となるが、FY2023以降に再度成長カーブを描くため、アドネットワークからアドプラットフォームへの移行を決定した。

売上総利益

558 百万円 (△15.2%)

- LOGLY liftの売上高は2023年3月期も落ち込むことを予想しており、moto社の売上総利益も期待できず、売上総利益率がログリーグループで23%になると予想。
- 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プラットフォーム化戦略を進める予定。

営業利益

48 百万円 (+93.4%)

- FY2022に続き販売管理費を抑制しており、さらにmoto社ののれん償却費がなくなるため、前期比では93.4%の増益となる。

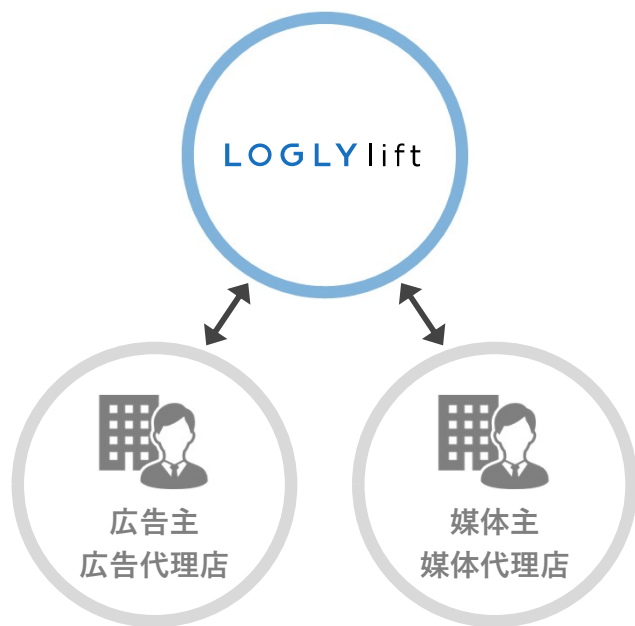
親会社株主に帰属する当期純利益

42 百万円 (前年同期720百万円増)

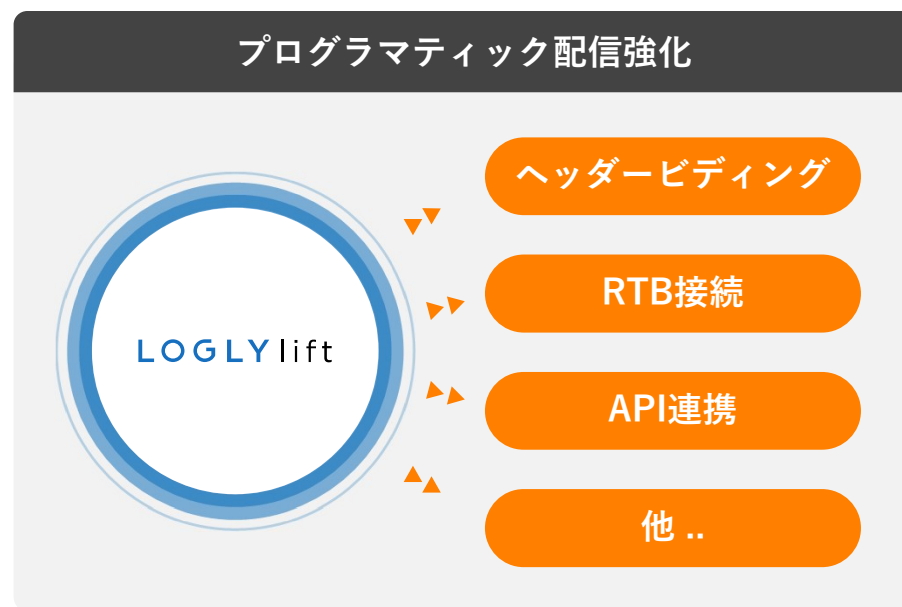
- moto社の減損等、悪材料も消化したため、FY2023では黒字化の予想。

■ アドプラットフォームへの移行

LOGLY liftを、アドネットワークから **アドプラットフォーム** へ移行



広告主側、媒体社側の双方と直接取引



ネイティブ広告に限定せず、様々な広告配信フォーマットに拡大

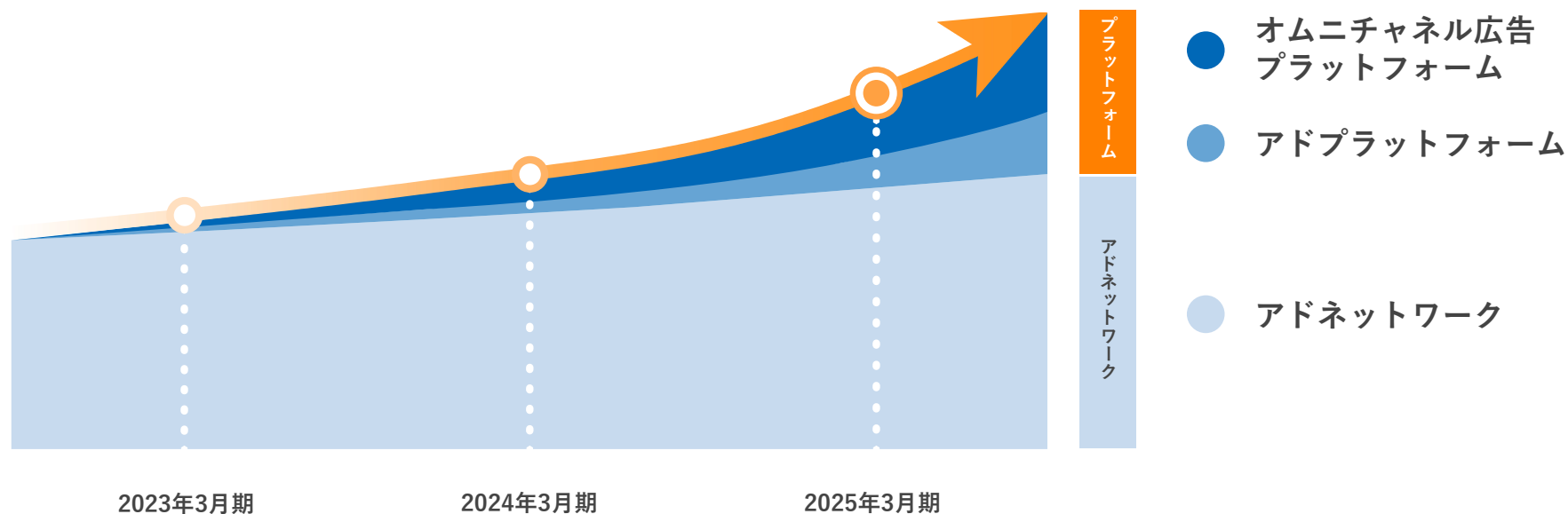
■ オムニチャネル広告プラットフォーム

DMPから オムニチャネル広告プラットフォーム へ



企業がデータを活用して、**大手のプラットフォーム**に配信できるようにするためのアドプラットフォーム

プラットフォームへの移行による成長可能性



- アドネットワークは緩やかに成長
- 各プラットフォームについては、2023年3月期上期は開発期間とし、3Q~4Qに販売開始
- 各プラットフォームは2024年3月期から成長し、売上高比率が徐々に拡大すると予測

組織再編・細分化

事業部門組織を機能別に細分化し、目的を明確化 → **ベクトルの方向を全社統一**

メディア・ソリューション

媒体社の課題解決

ヘッダービディング、アドフォーマットの多様化により、媒体社へ新たな広告枠、収益源を提供

マーケティング・ソリューション

広告主のマーケティング課題解決

LOGLY liftとOPTIOを連携し、ファーストパーティデータを活用
媒体のタイアップ機能強化

データ・マーケティング

Juicerをデータハブとして進化

LOGLY lift連携推進
オムニチャンネル広告プラットフォームへ

ゲーム・マーケティング

Adictorをゲームマーケティングへ特化

2,000億円規模のゲーム関連広告領域へ進出

技術部門

アドプラットフォーム技術

テクニカル・ソリューション

各サービスの技術面を担う

- サービス機能開発
- システム安定運用
- 研究開発 など



4. 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 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	4億768万円（2022年3月現在）
従業員数	59人（2022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	株式会社ウム ログリー・インベストメント株式会社 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