



2024年3月期 第2四半期 決算説明資料

2023年11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

FY2024 2Q 決算サマリー

売上高

通期業績予想進捗(修正後)

1,072 百万円

47.9 %

前年同期累計比 84.3%

営業利益

通期業績予想進捗(修正後)

△ **23** 百万円

— %

前年同期累計比 — %

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)

△ **40** 百万円

— %

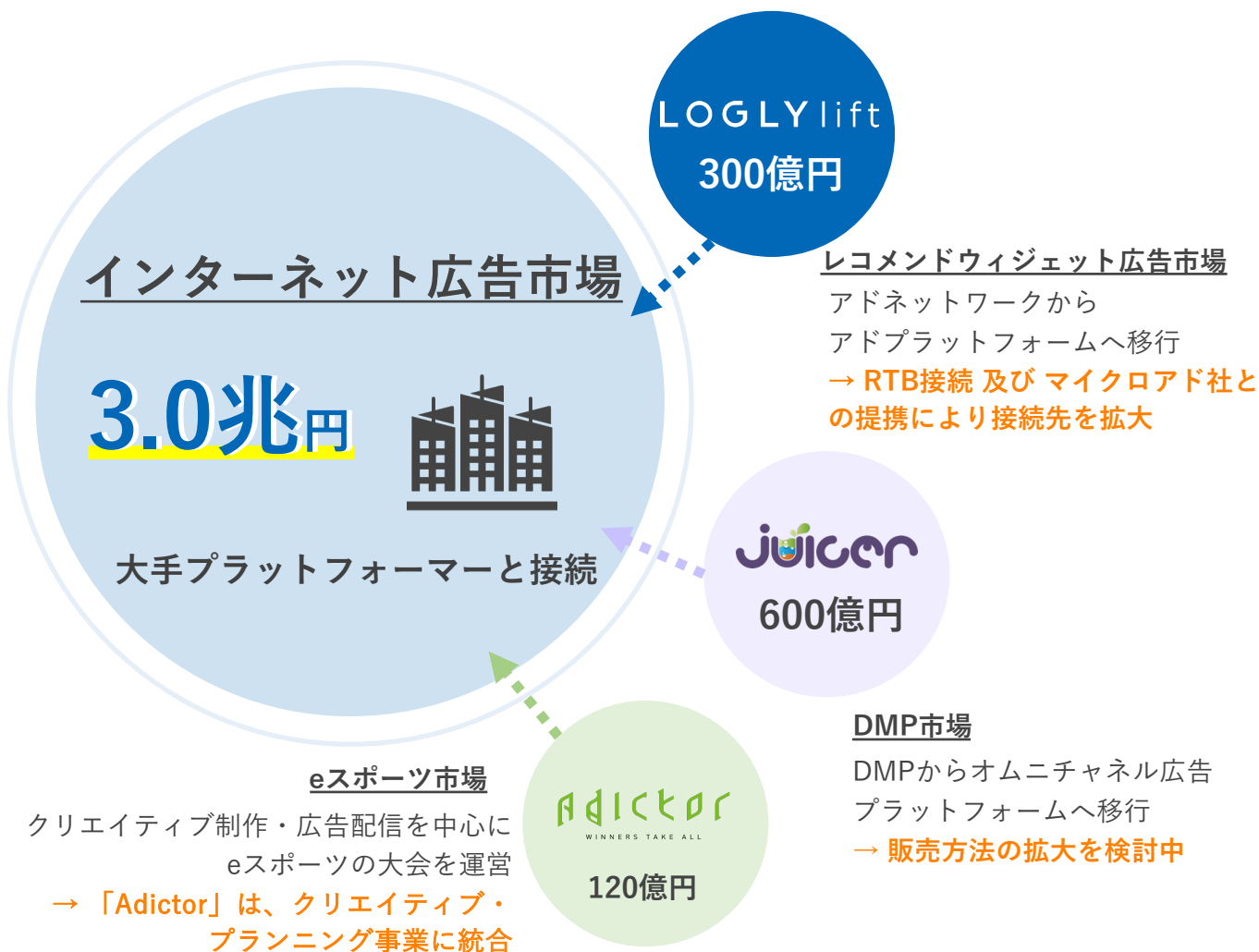
前年同期累計比 — %

FY2024 2Q 業績ハイライト

- 売上高は前年同期累計比84.3%の1,072百万円となり、営業利益、当期純利益はそれぞれマイナス
- 売上高は、8月9日修正後計画通りの推移、営業利益、当期純利益はマイナス幅の縮小
- 景況感や外部環境は、1Qから変わらず
 - 世界的な景況感の不透明さによる日本の広告需要の減退
 - 薬事薬機法関連による当社広告審査の厳格化などによる広告取扱高の減少
- マイクロアド社との資本業務提携による取り組みが開始されており、3Q以降の業績貢献を目指す

成長戦略の概要

既存事業のアセットを活用



他社連携



短期：
関連ビジネスにおける案件創出と営業力強化

中長期：
データプラットフォーム関連ビジネスにおいて、それぞれの事業および技術の強みを活用



「IM-UID」によって、追跡ユーザーを拡大
3rd Party Cookieに依存しない
リマーケティング配信が可能に

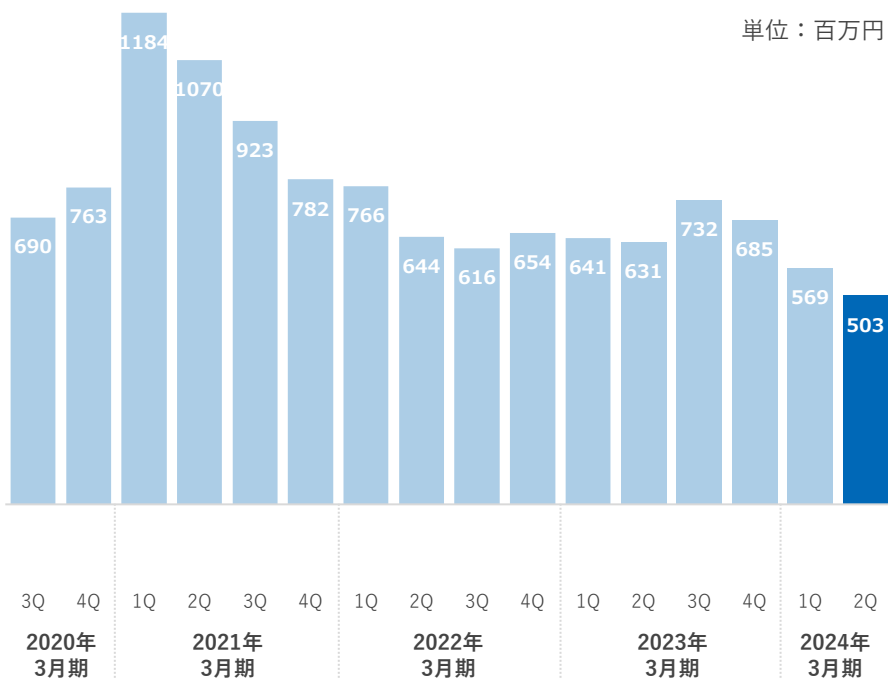


2. 業績ハイライト

広告受注環境厳しく減収継続、売上総利益・営業利益は2Qで改善

売上高

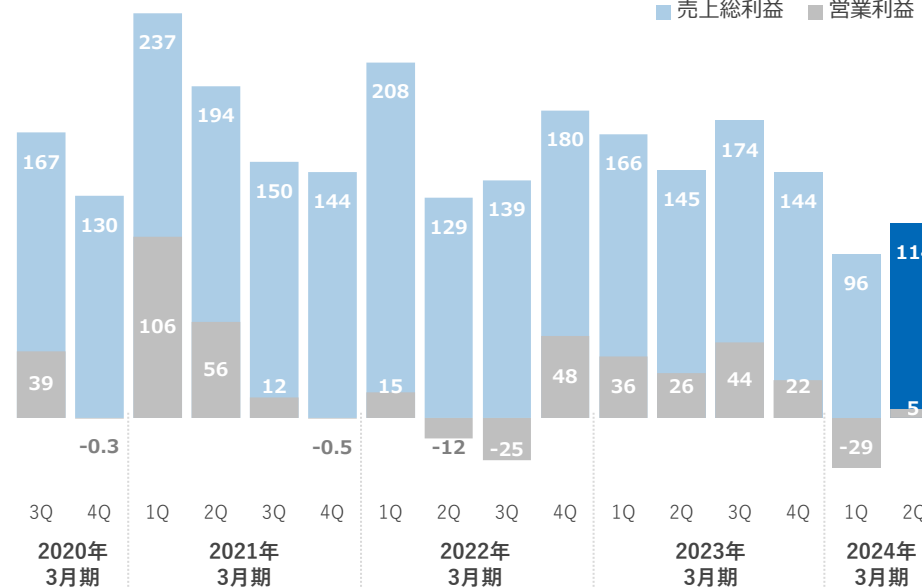
単位：百万円



売上総利益・営業利益

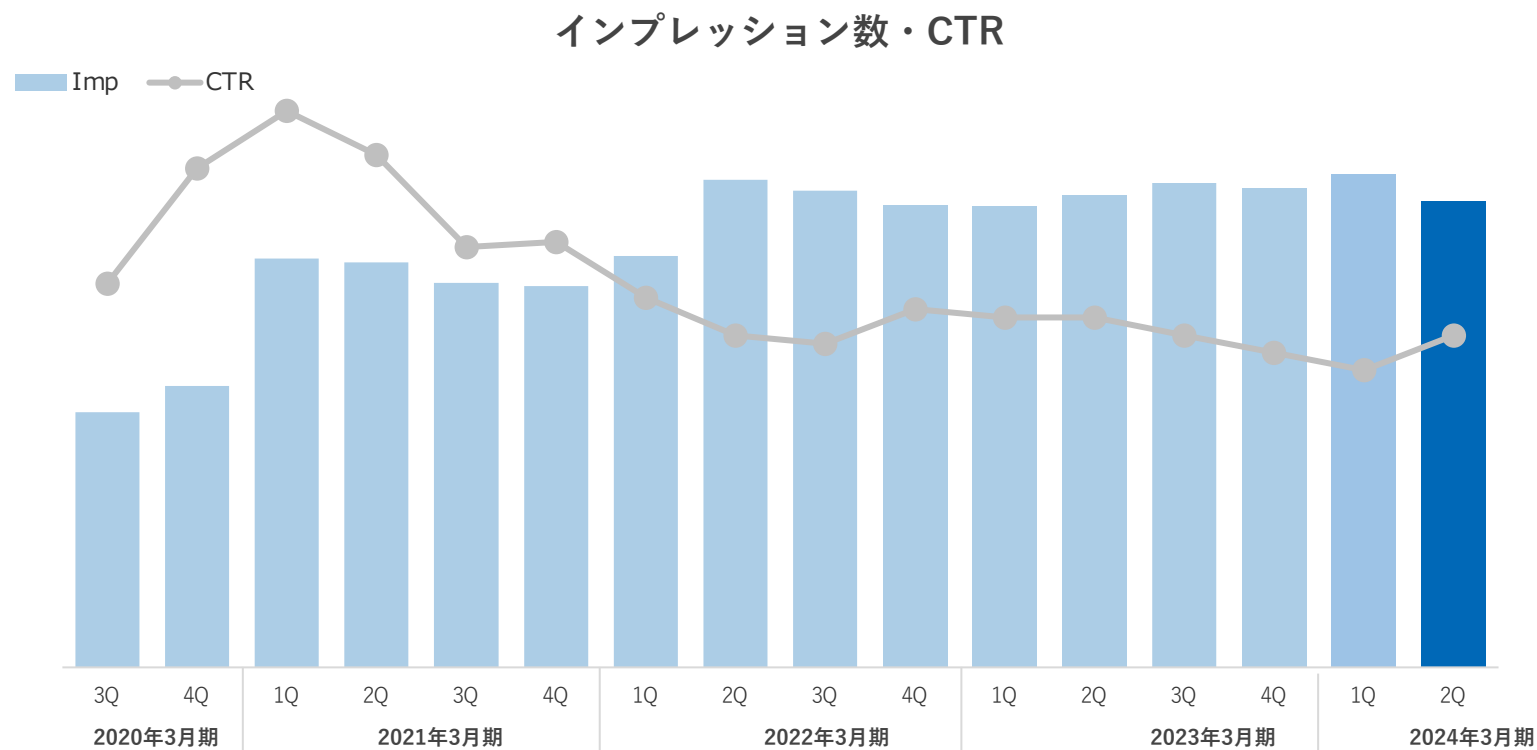
単位：百万円

■ 売上総利益 ■ 営業利益



- 広告受注環境は依然厳しく、修正計画通りではあるが引き続き広告取扱高が減少
- 売上総利益は改善、加えて固定費削減により2Q営業利益は黒字

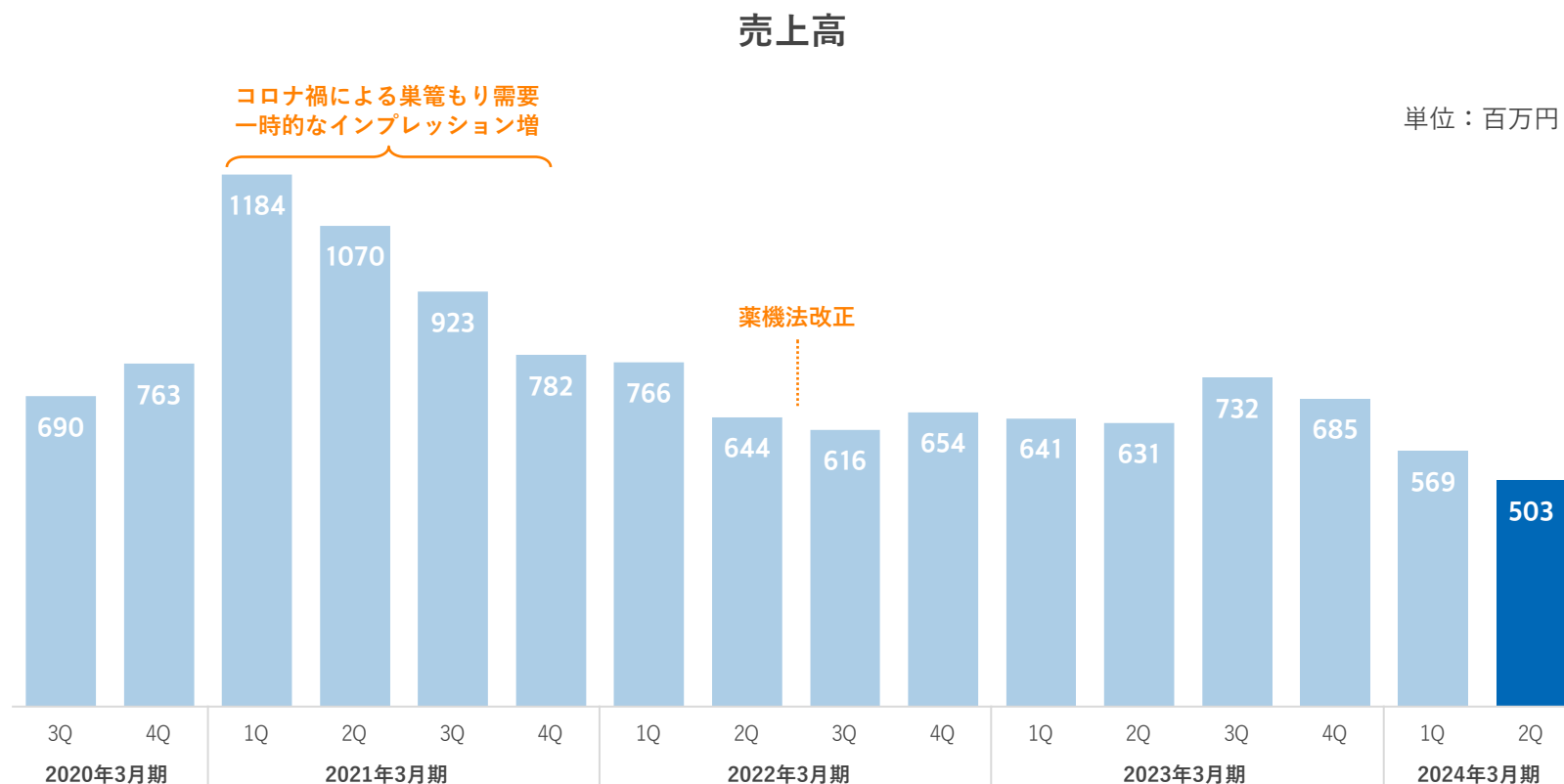
インプレッション数は微減・CTR（クリック率）は上昇



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

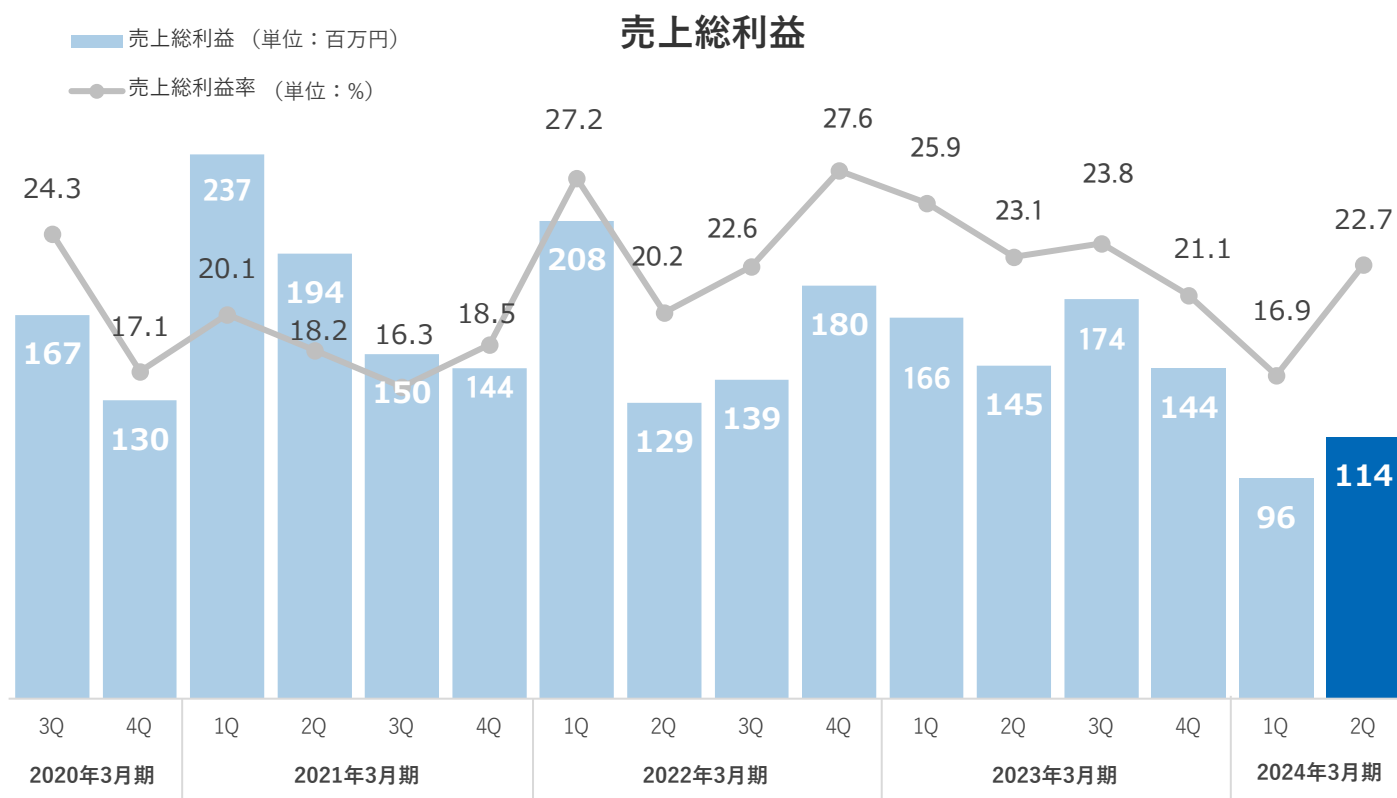
- インプレッション数は1Q比微減ながらも安定的に推移
- CTRは2Qで上昇、CPC(広告単価)は2Qで下落（1Q比20%程度下落）

LOGLYグループの売上高は1Q比減少



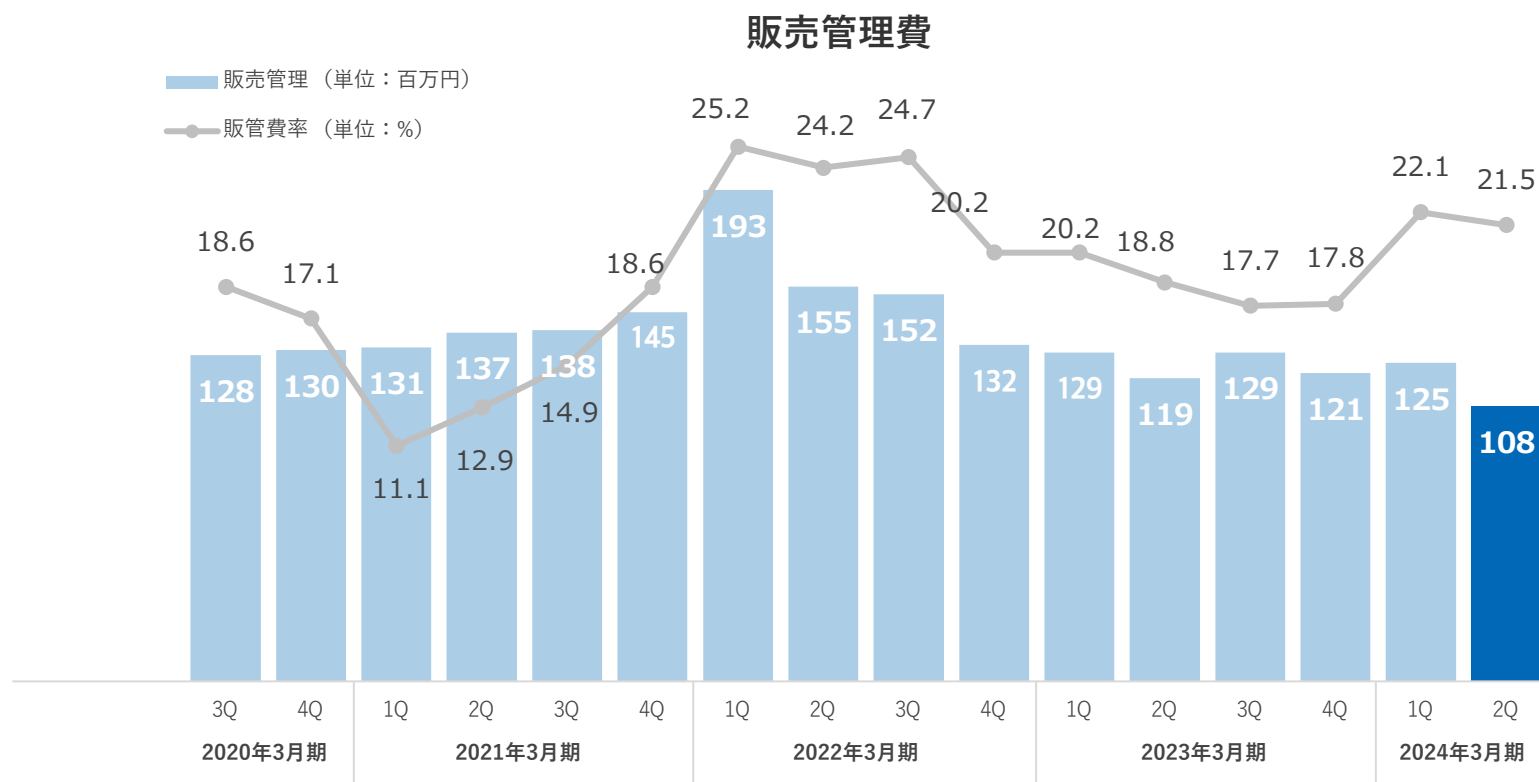
- LOGLYグループの連結売上高は2Qも減収傾向
- プラットフォーム化事業の収益化やマイクロアド社との資本業務提携の取り組みが進んでおり、3Q以降の業績貢献を目指す

売上総利益、売上総利益率は1Q比で上昇



- 売上総利益が増益転換
- 売上総利益率は前年2Qと同水準にまで改善

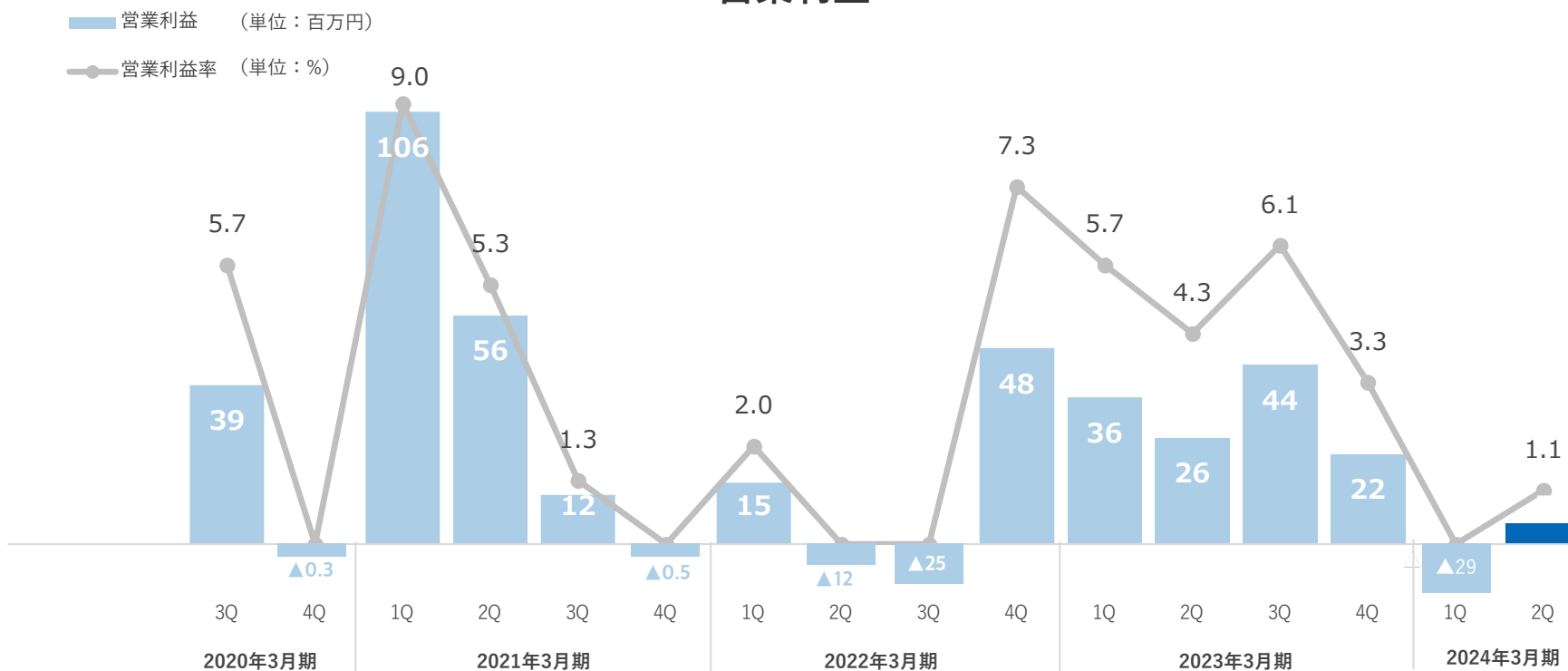
販売管理費をさらに抑制



- 2Q販売管理費をさらに抑制し、販売管理费率も1Q比で下落
- 人件费率は 15期・8.4% → 16期・12.6% → 17期・10.5% → 18期2Q・13.3%と推移

2Q営業利益は改善し、プラスに転じる

営業利益



- 売上総利益の改善および販管費削減により、2Q営業利益はプラス（2Q累計では依然マイナス）

損益計算書（FY2024 2Q累計）

単位：百万円	2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	前年同期比
売上高	1,272	1,072	84.3%
売上総利益	312	210	67.5%
販売管理費	248	234	94.1%
営業利益	63	△ 23	－%
経常利益	57	△ 21	－%
親会社株主に帰属する 当期純利益	37	△ 40	－%

- 2Q累計売上高前年同期比で84.3%（15.7%減収）
- 2Q累計の営業利益、経常利益、当期純利益は、1Q比で改善するも累積赤字が継続

貸借対照表 (FY2024 2Q末)

単位：百万円	2023年3月期 期末	2024年3月期 第2四半期	前期末比
現預金	1,330	1,141	85.8%
流動資産	1,654	1,377	83.2%
固定資産	236	208	88.0%
総資産	1,891	1,585	83.8%
流動負債	913	652	71.5%
固定負債	363	249	68.7%
資本金	407	407	100.0%
純資産	615	683	111.4%

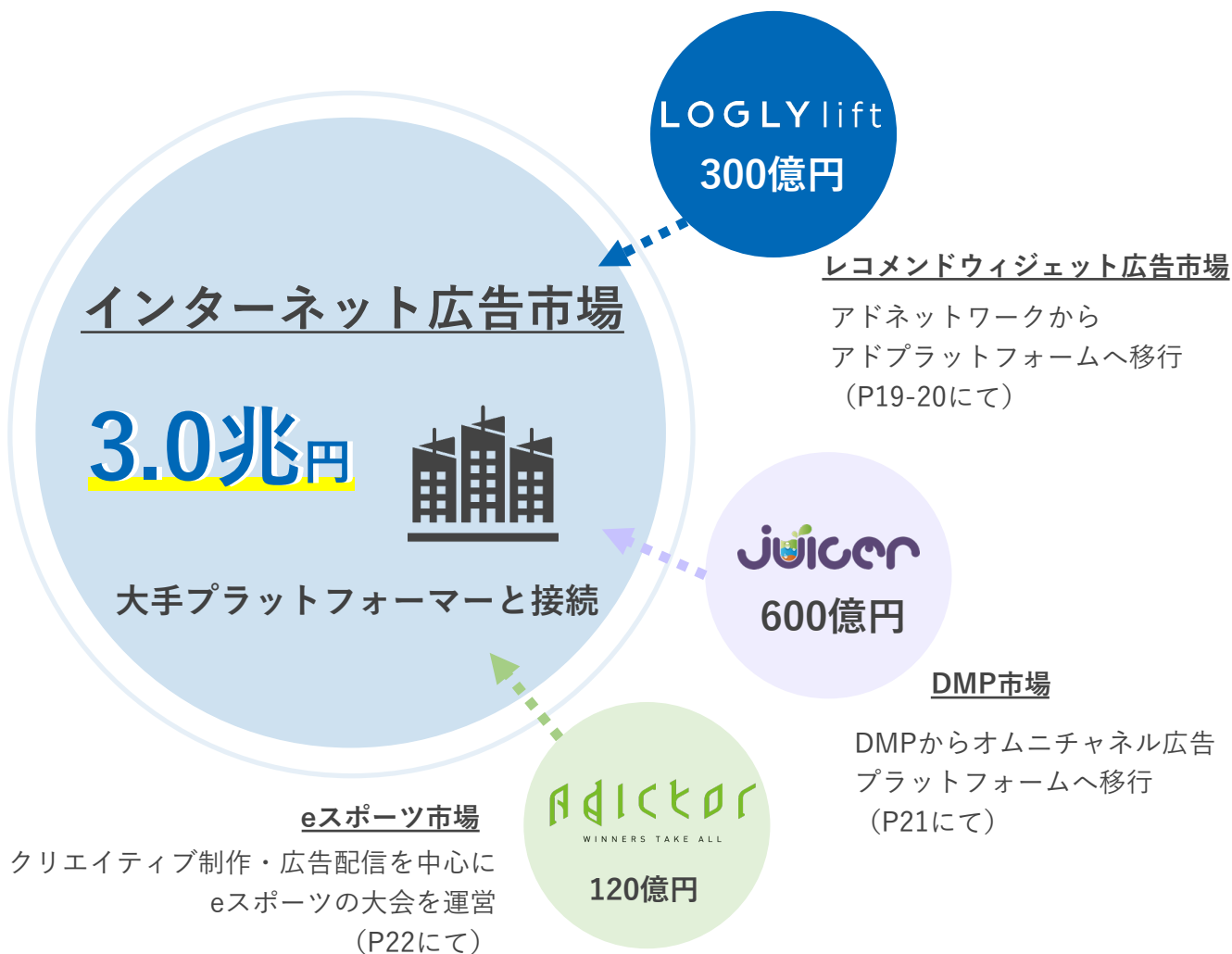
- 売上高の減少、借入金の返済等で、現預金は前年度末比で85.8%
- 長期借入金(固定負債)の返済が順調に進み、前年度末比で68.7% (31.3%減) * 借入金残高は長短期合計で500百万円



3. 成長戦略に対する活動状況

インターネット広告市場に商圈を拡大

既存事業のアセットを活用



他社連携



短期：
関連ビジネスにおける案件創出と営業力強化

中長期：
データプラットフォーム関連ビジネスにおいて、
それぞれの事業および技術の強みを活用



「IM-UID」によって、追跡ユーザーを拡大
3rd Party Cookieに依存しない
リマーケティング配信が可能に

アドプラットフォームへの進捗

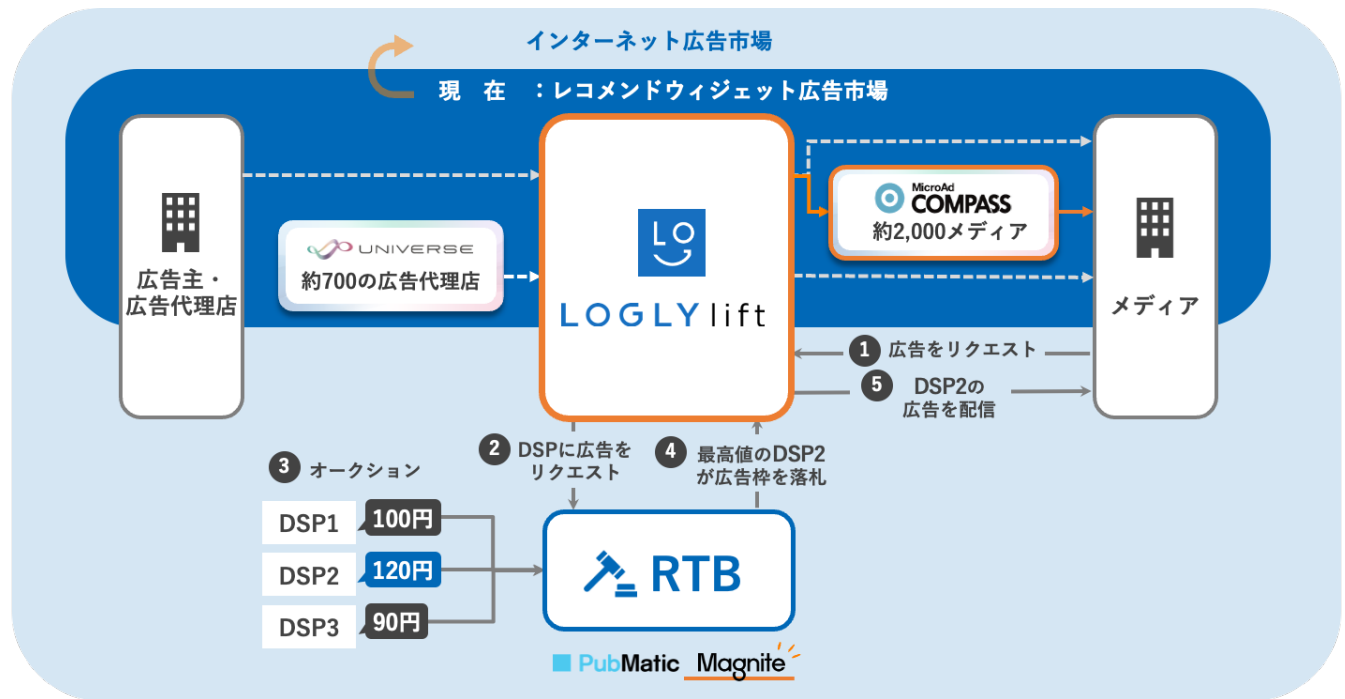
RTB接続 及び マイクロアド社との提携により接続先を拡大し、インターネット広告市場への参入を加速

目指すところ

- RTB接続：

「広告単価のUP」及び「配信フォーマットの拡大（ディスプレイ広告・動画広告など）」を図る
- マイクロアド社との提携：

LOGLY liftとの連携
関連ビジネスにおける案件創出と営業力強化



【2024年3月期 1Q】

「PubMatic」と接続開始
マイクロアド社と資本業務提携開始

【2024年3月期 2Q】

「Magnite」と接続開始
マイクロアド社にてLOGLY liftの販売を開始
マイクロアド社経由の配信を強化

【2024年3月期 3Q以降】

引き続き複数のDSP事業社等と接続予定
さらなる案件創出と営業力強化

アドプラットフォームへの進捗

「IM-UID」によって、配信ユーザーを拡大
3rd Party Cookieに依存しないリマーケティング配信が可能に



LOGLY



IntimateMerger

従来

3rd Party Cookie 配信

※1st Party Cookieをマッチングし、ユーザーが訪れたwebページを判定



Androidのユーザーが中心

今後

IM-UID 配信

※1st Party Cookieをマッチングし、ユーザーが訪れたwebページを判定



iOS/PCを含む
より多くのユーザーを追跡

オムニチャネル広告プラットフォームへの進捗

DMPから オムニチャネル広告プラットフォーム へ移行



オムニチャネル広告プラットフォームの効果

cookie規制により、個人情報の利用において規制が厳しくなり、今まで効果があったリマーケティング配信の費用対効果が見込みづらい状態に。この課題を解決するために、Juicerをファーストパーティーデータのデータハブとして活用し、大手プラットフォームに配信することで、費用対効果の向上を目指します。

【2024年3月期 1Q】

LOGLY liftにて
データ接続連携及び販売開始

業務提携先ユーソナー社のデータ連携開始

【2024年3月期 2Q】

販売拡大を準備中

データパッケージ販売などを検討中

【2024年3月期 3Q以降】

新しい販売方法での
販売開始を目指す

クリエイティブ・プランニング事業の進捗

「Adictor」はクリエイティブ・プランニング事業に統合

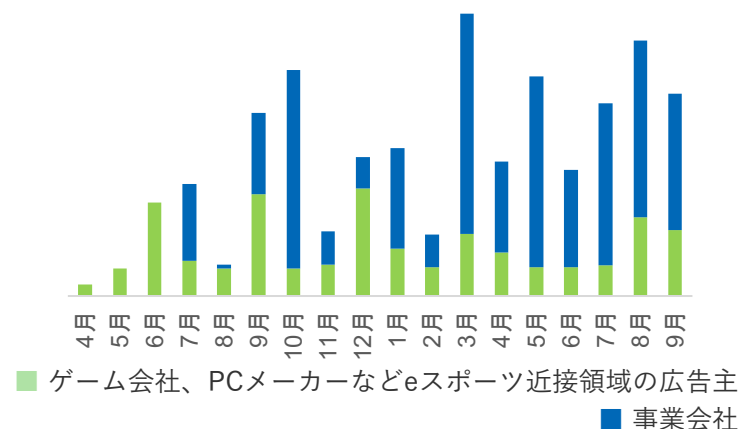
eスポーツ受託で培ったリソースをキャスティングや制作に転換し、事業領域を拡大



事業領域の拡大内容

- イベント運営（Adictor）に加えて、各種**広告媒体運用も正式にメニュー化し提供開始**
- 制作は、静止画・動画に加えて**ランディングページの受注が増加**。リスティング広告とのクロスセルで継続案件の獲得に寄与
- 既存事業Juicerを活用し、成果分析を開始

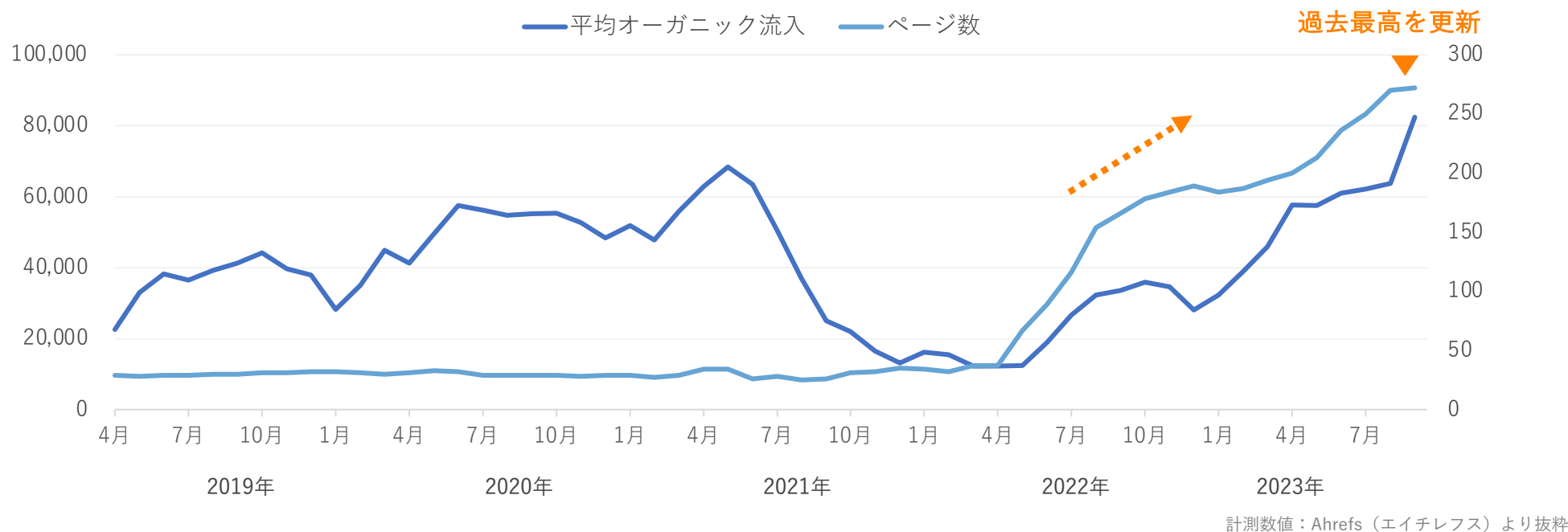
Adictor関連事業売上構成比（FY2023-2024）



- 過去最高売上の3月以降も事業会社の売上を維持
- 案件内訳は、広告配信用動画素材の制作、SNS広告運用、ランディングページ制作などが中心
- 「若年層向けの商材」 × 「TikTok配信」の引き合いが多い

moto社の事業回復に向けて現状報告

過去最高の平均オーガニック流入数を更新、前年9月比のページ数は1.62倍



- 2023年4月に行われたGoogle検索のコアアップデート以降、直近でも複数回のランキングアルゴリズムのアップデートがあったが、転職アンテナのアクセスへは全般的に追い風の内容となった
- 変動幅が大きく安定しているとは言い難いため引き続き動向を注視、メディア力のさらなる安定化と収益力の向上を目指す

当社グループ・サービスのリリース推移

自社開発による新規開発を推進

×

インターネット広告業界の他プレイヤーとM&A、業務提携で事業成長を加速

2012

2019

2020

2021

2023

LOGLY lift

日本初ネイティブ広告
プラットフォーム

新規開発

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

PTIO

WEBマーケティング
ツール

新規開発

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

新規開発

インターネット広告領域

ADICKOR

eスポーツ大会
プラットフォーム

新規開発

MicroAd
Reshaping the Future Life

マイクロアド社との
資本業務提携

資本業務提携



4. 会社概要



LOGLY

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

ADICKTOR

WINNERS TAKE ALL

eスポーツプラットフォーム

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 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（2023年11月現在）
従業員数	49人（2023年11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。

