



2025年3月期 第2四半期 決算説明資料

2024年11月13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 2Q 決算サマリー

売上高

773 百万円

前年同期比 $\Delta 27.9\%$

通期業績予想進捗 (修正後)

49.0 %

通期業績予想(修正後) : 1,577百万円

営業利益

\triangle **88** 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) : $\triangle 153$ 百万円

親会社株主に帰属する当期純利益

\triangle **95** 百万円

前年同期比 $-$ %

通期業績予想進捗 (修正後)

$-$ %

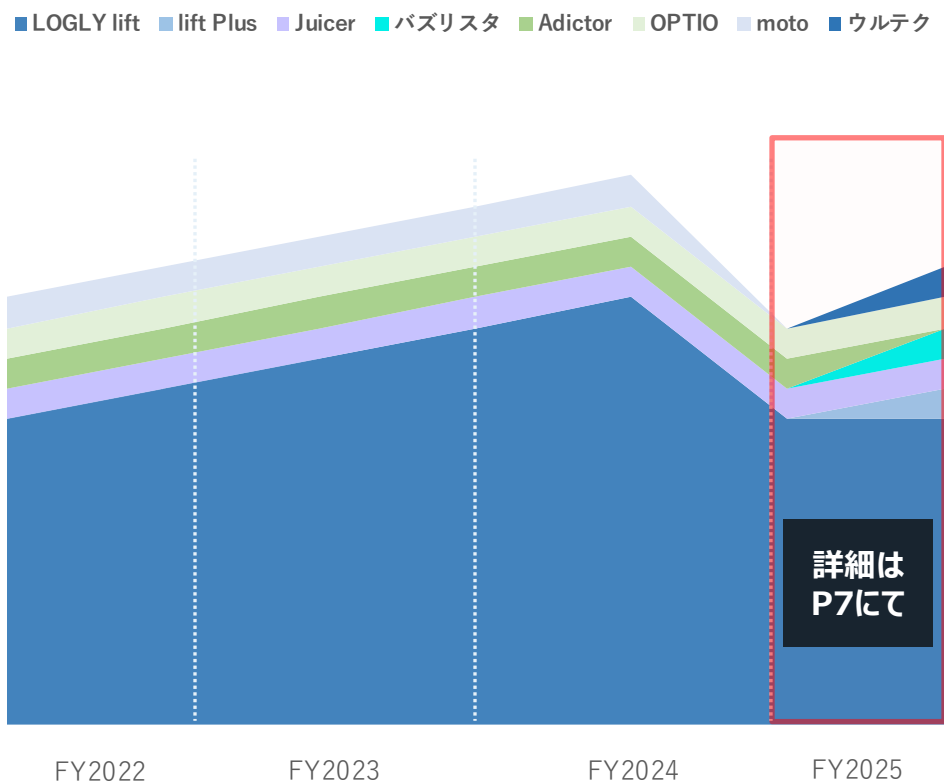
通期業績予想(修正後) : $\triangle 164$ 百万円

FY2025 2Q 業績ハイライト

- 2025年3月期2Q売上高は、1Qと同水準で、2Q累計売上高の通期予想(修正後)に対する進捗率は49.0%
- 2Q販管費はやや削減したが、事務所移転に伴う費用が10月まで残るため、営業損失は1Qと同水準の $\triangle 44$ 百万円
- 2Q累計の親会社に帰属する当期累計純損失は $\triangle 95$ 百万円で、当初の通期業績予想の $\triangle 46$ 百万円を大きく下回ったため、通期業績予想の下方修正を行った

業績修正の主要因

主力事業 LOGLY lift の回復が遅れている状況の中、
新規事業の先行投資を引き続き積極的に行った結果
営業利益が大幅減



FY2025当初予想と修正後予想との差

既存事業である主力事業 LOGLY lift は、
当初の業績予想を下回り、moto社の利益貢献も縮小。
そのため、新規事業の積極投資分をカバーしきれずに、
営業利益高が当初予想を大幅に下回る

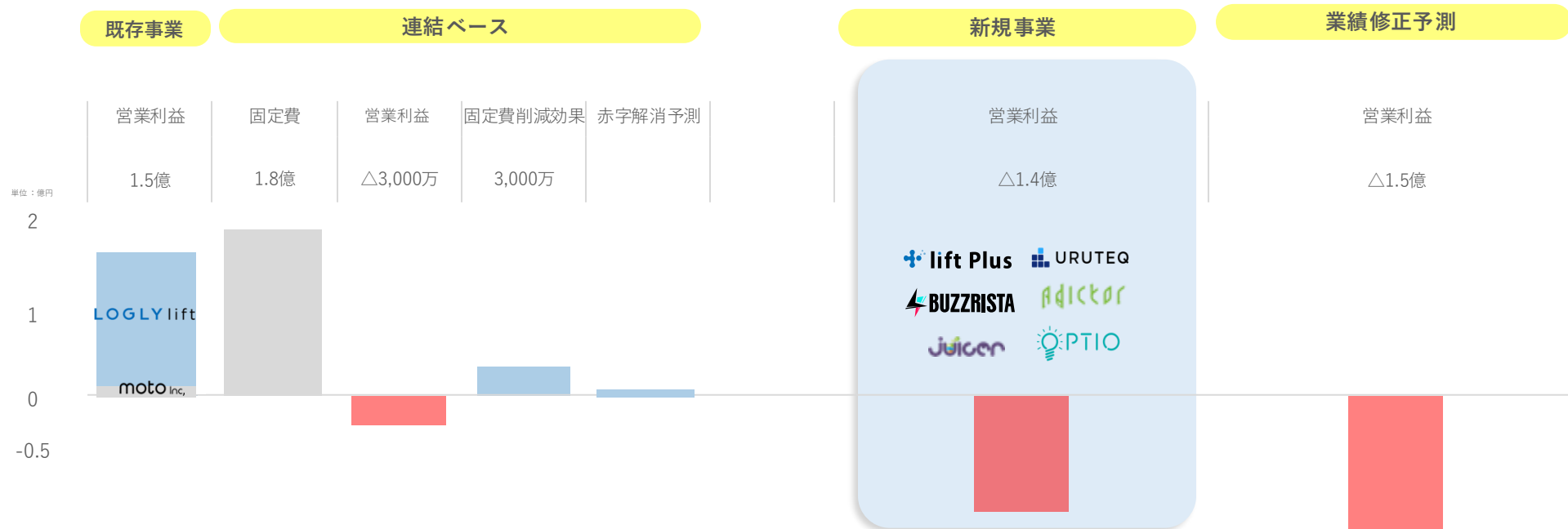
単位：百万円	FY2025 当初予想	FY2025 修正後予想	増減額	増減率
売上高	1,896	1,577	- 318	-16.8%
営業利益	△38	△ 153	- 114	-
経常利益	△39	△ 157	- 117	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	△46	△ 164	- 117	-

既存事業で新規事業投資分をカバーしきれず業績修正

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



- 下期は固定費の削減効果も出て赤字解消となる見込み。新規事業への攻めの投資の影響で、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

損益計算書 (FY2025 2Q)

単位：百万円	2024年3月期 2Q	2025年3月期 2Q	前年同期比
売上高	1,073	773	72.1%
売上総利益	221	144	65.0%
販売管理費	245	232	94.9%
営業利益	△23	△88	－%
経常利益	△19	△92	－%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△40	△95	－%

- 2025年3月期2Q累計売上高は、対前年同期比72.1%
- 販売管理費は削減するも、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、前年同期比で損失幅が拡大

貸借対照表 (FY2025 2Q)

単位：百万円	2024年3月末	2024年9月末	前期末比
現預金	1,020	825	80.9%
流動資産	1,281	1,110	87.0%
固定資産	202	270	133.3%
総資産	1,483	1,379	93.0%
流動負債	642	591	92.2%
固定負債	164	125	76.2%
資本金	407	407	100.0%
純資産	677	663	98.0%

- 現預金、流動資産とも前期末より減少
- 投資有価証券や新事務所の敷金などにより、固定資産が増加
- 長期借入金が75百万円減少し、固定負債が減少

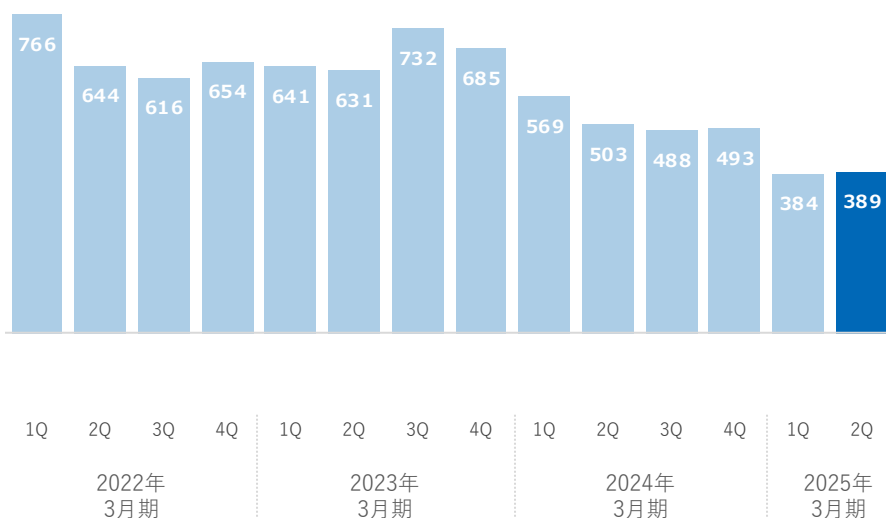


2. 業績ハイライト

2Q売上高、売上総利益、営業損失は、1Qと概ね同水準で推移

売上高

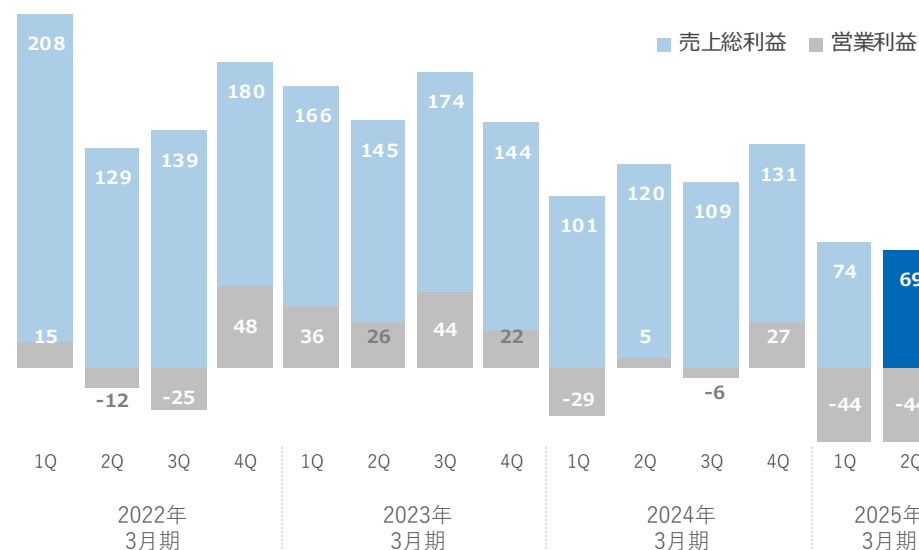
(単位：百万円)



売上総利益・営業利益

(単位：百万円)

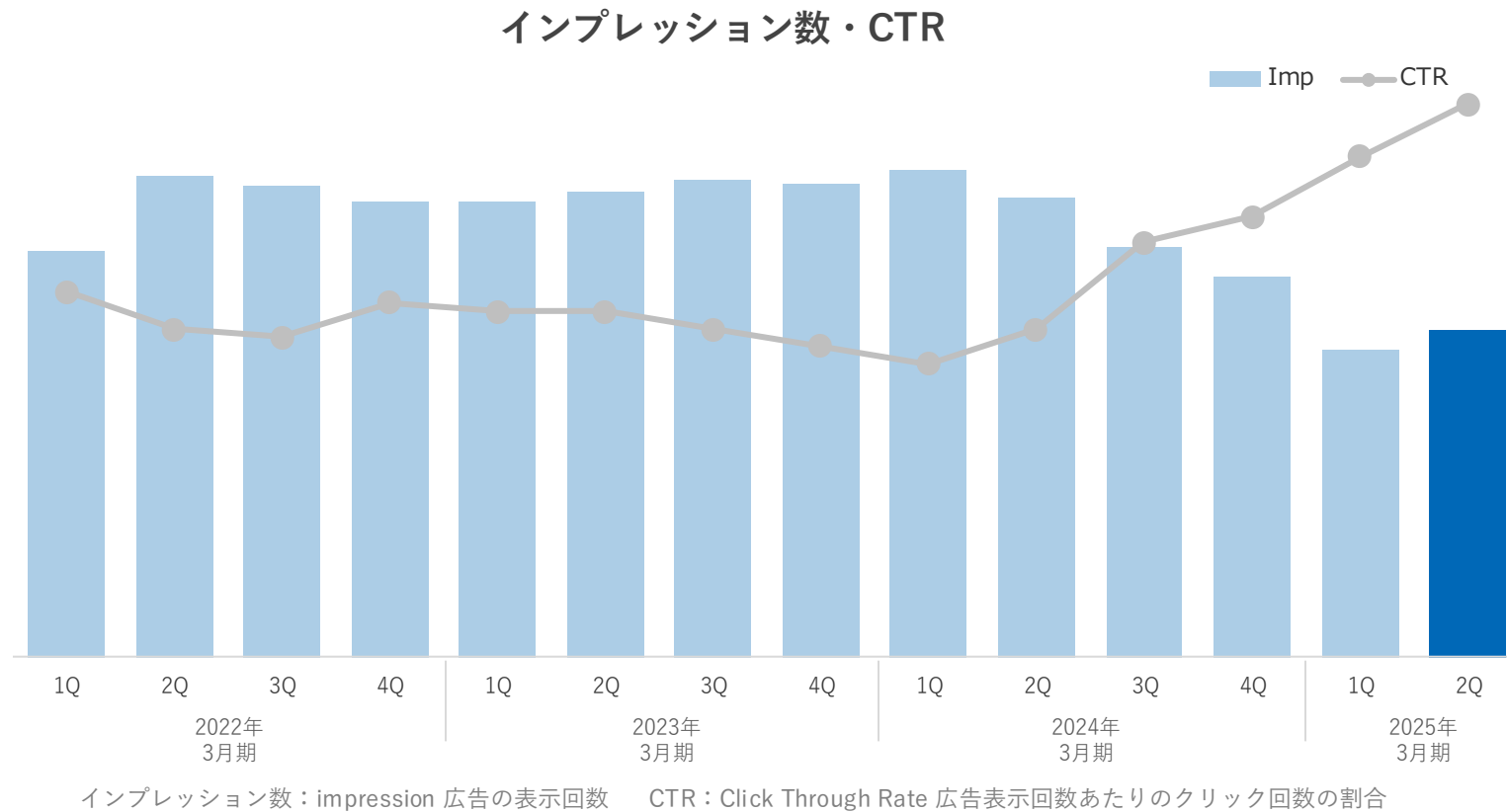
■ 売上総利益 ■ 営業利益



- 2025年3月期2Q売上高、売上総利益、営業損失は、1Qと概ね同水準で推移
- 2Q販管費は、事務所移転関連費用が引き続き影響し、それを売上総利益でカバーできず営業赤字
- 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

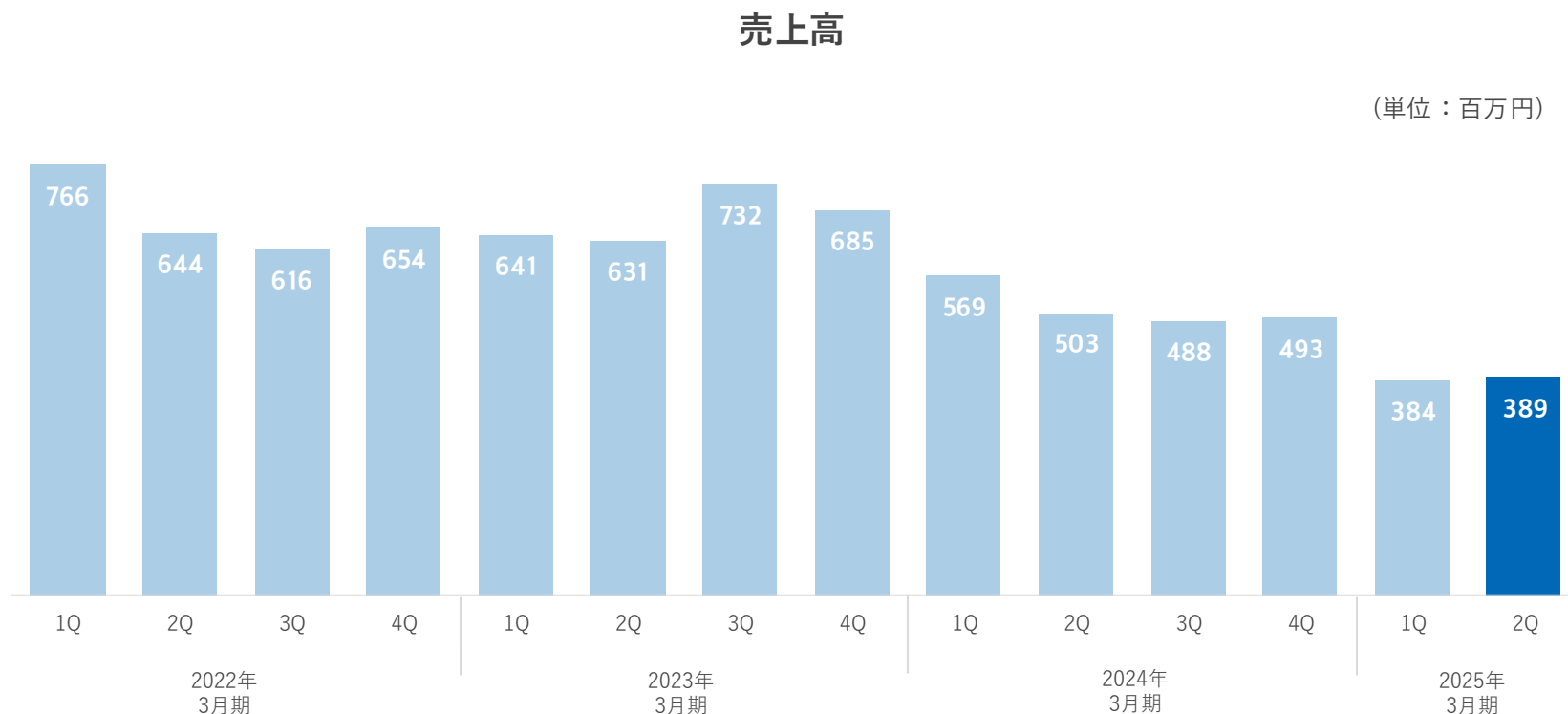
※2025年3月期に行った表示方法の変更(地代家賃と水道光熱費に関しては、エンジニア稼働分を売上原価に振替えを行わない(販売管理費のままとする)処理)に合わせて、2024年3月期PLは該当科目の組替え表示を行っている(他該当ページ：p.14、15)

SSP取扱高の回復のためインプレッション数が増加



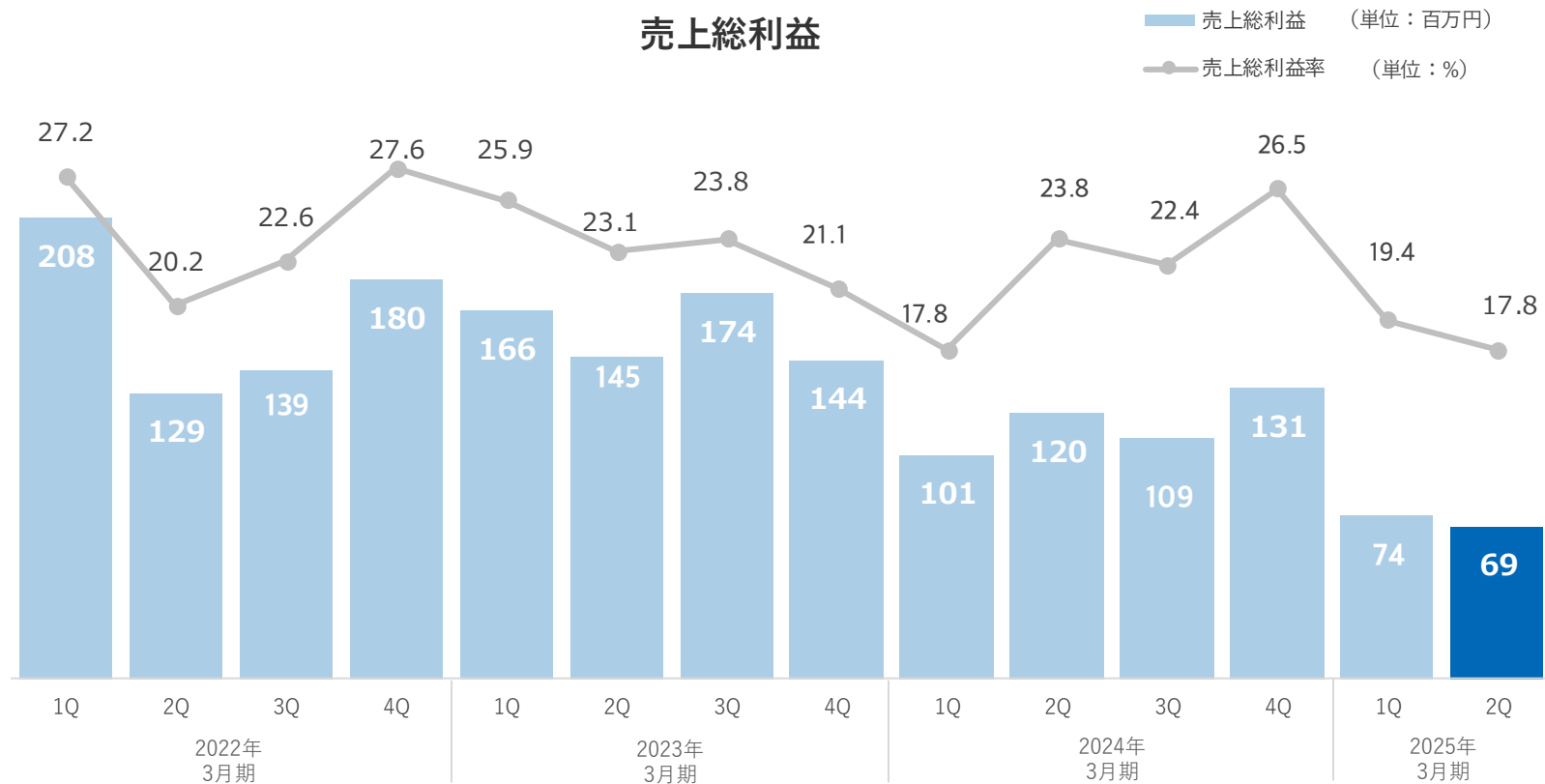
- SSPとの取扱高が回復し、インプレッション数が増加
- インプレッション数の増加により、売上、売上総利益が下げ止まった状態

LOGLYグループの売上高は1Qと同水準で推移



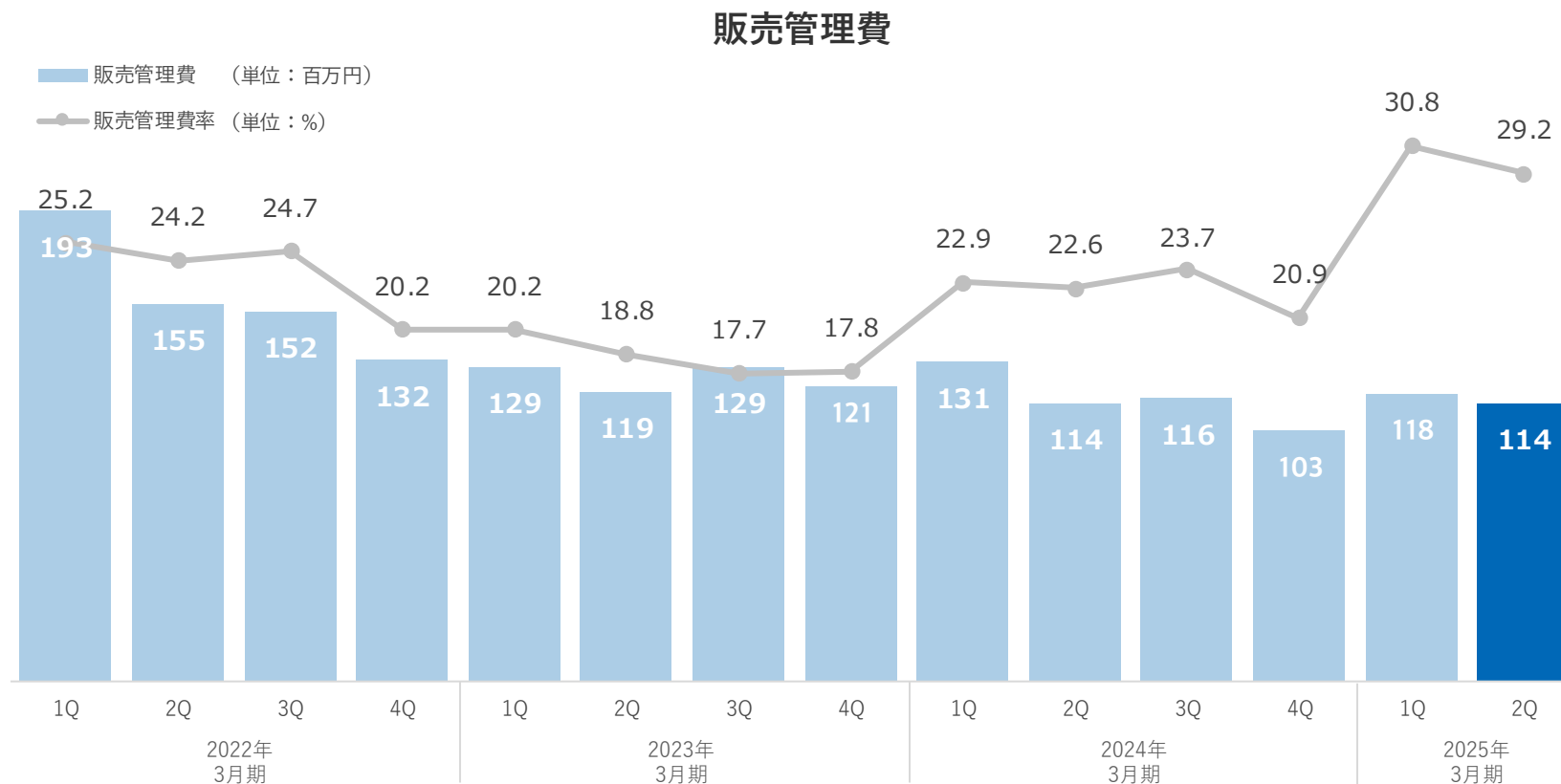
- 2025年3月期2Q売上高は対前年同期比72.1%ながらも、対1Q比では同水準で推移
- インプレッション数が回復した一方で、CPC（広告単価）が下落傾向にあり、売上高は横ばい

売上総利益、売上総利益率は下落傾向



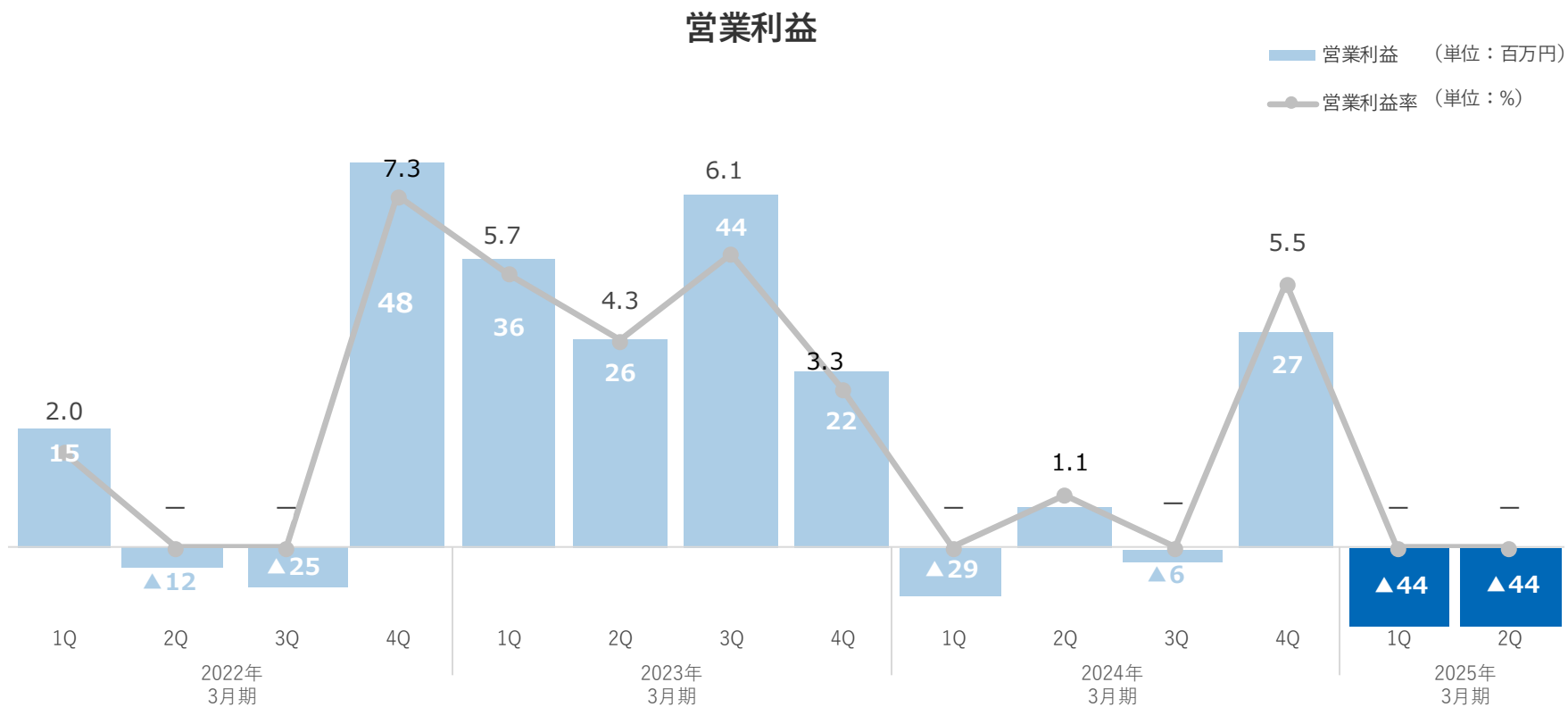
- 売上高は横ばい推移であるが、売上総利益および売上総利益率は下落傾向
- 媒体仕入れ、並びにサーバー費などの原価も1Qと同水準で推移

1Qに引き続き、固定費支出の抑制を行い販管費率は微減



- 売上高の減少のため販管費率が高くなったが、2Qにかけて販管費自体は抑制し減少傾向にある
- 2Q販管費は、新旧事務所家賃の重複支出の影響により削減効果が僅少であったが、3Qより削減効果が顕在化予定

2Q営業利益もマイナスが継続



- 2Q営業利益は1Qと同水準のマイナスが継続
- CPCやimp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.17以降))

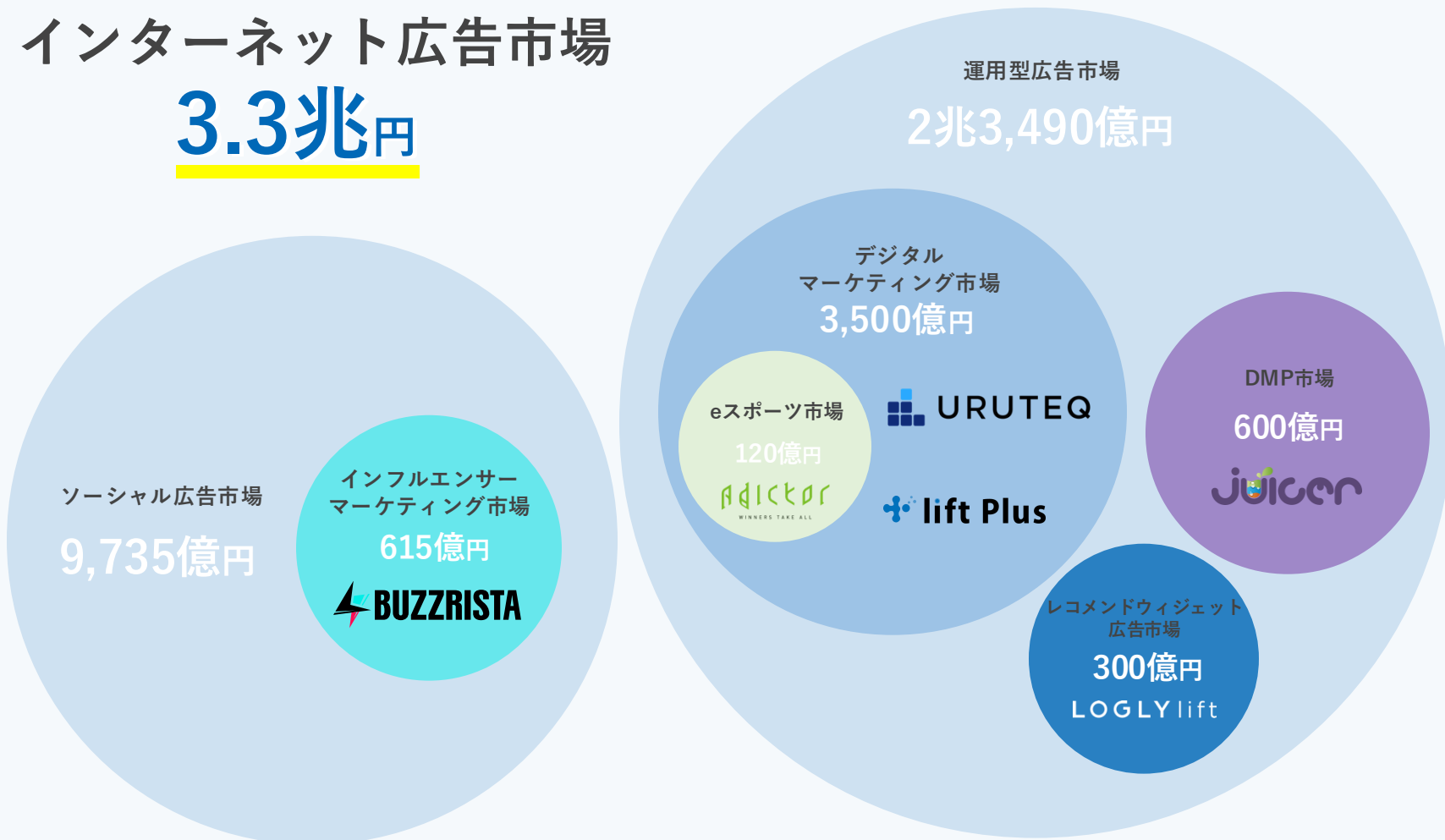


3. 成長戦略に対する活動状況

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

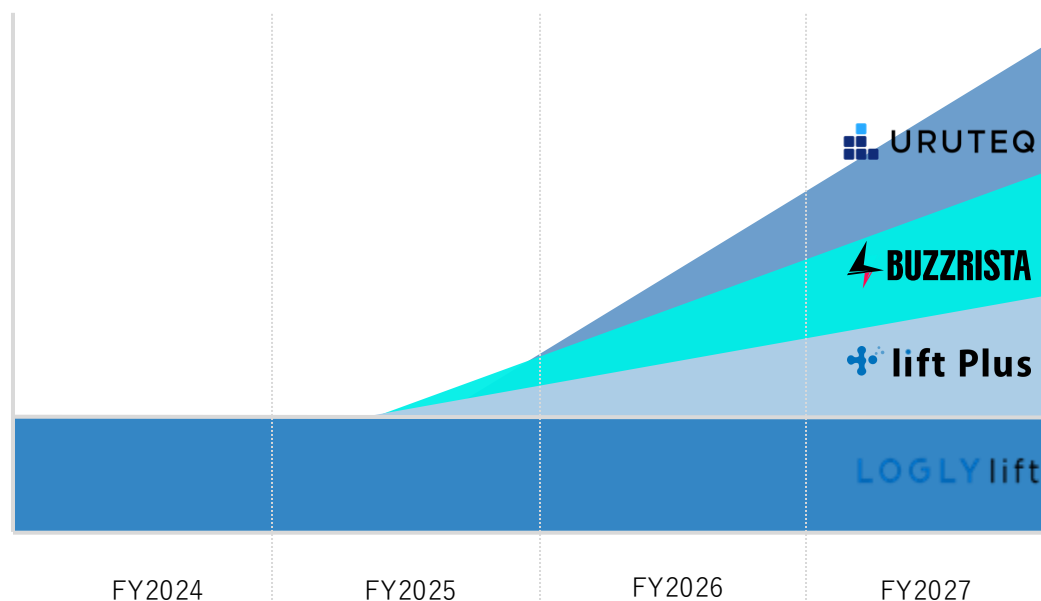
3.3兆円



出典：電通 2023年日本の広告費インターネット広告媒体費詳細分析 2024年3月12日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0312-010700.html>

FY2025 重点方針

FY2025は投資フェーズ。主力事業であるLOGLY liftをベースとし、
新規事業に投資することでFY2026以降での成長を目指す



取り組み内容

<新規事業の立ち上げ>

- lift Plus
- バズリスタ
- ウルテク（AIを活用した次世代ビジネスソリューションの第一弾）

- 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し、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）

今後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）



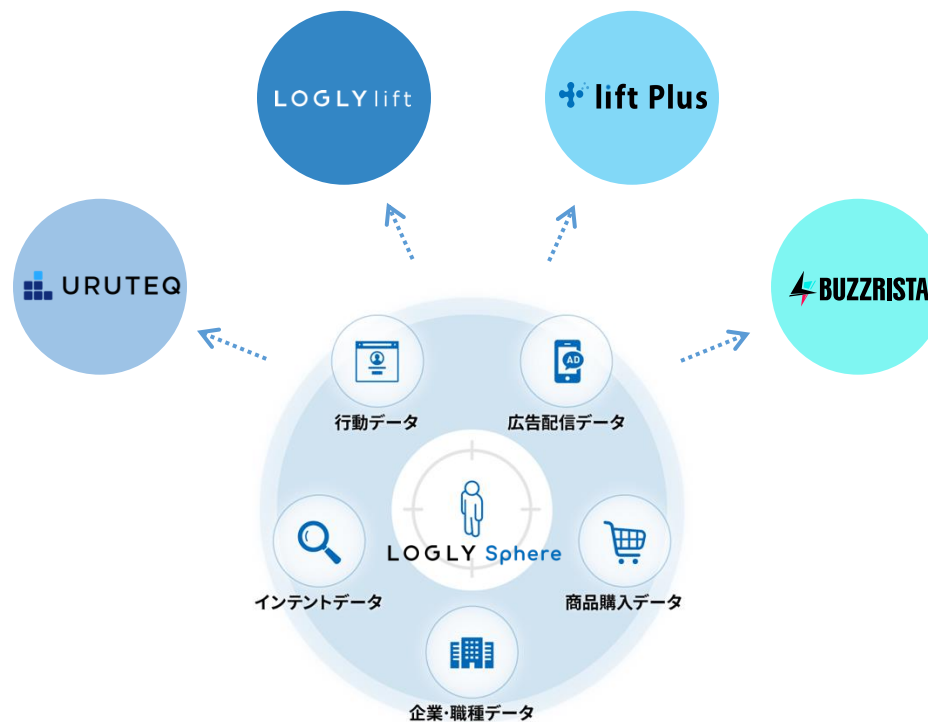
LOGLY Sphere

インテントデータプラットフォーム

特徴

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



中長期成長戦略の概要

LOGLY Sphereを軸に3つの事業を柱とし大手プラットフォームと接続、インターネット広告市場に商圏を拡大

オムニチャネル広告へ

大手プラットフォームと接続し、インターネット広告市場に進出
インターネット広告市場の市場規模 **3.3兆円** に対して戦略的にジョインしていく
(※電通「2023年日本の広告費」より)

データプラットフォーム事業

アドプラットフォーム事業

SNSマーケティング事業



LOGLY Sphere

BtoBソリューション

LOGLY Sphere

広告ソリューション

LOGLY Sphere

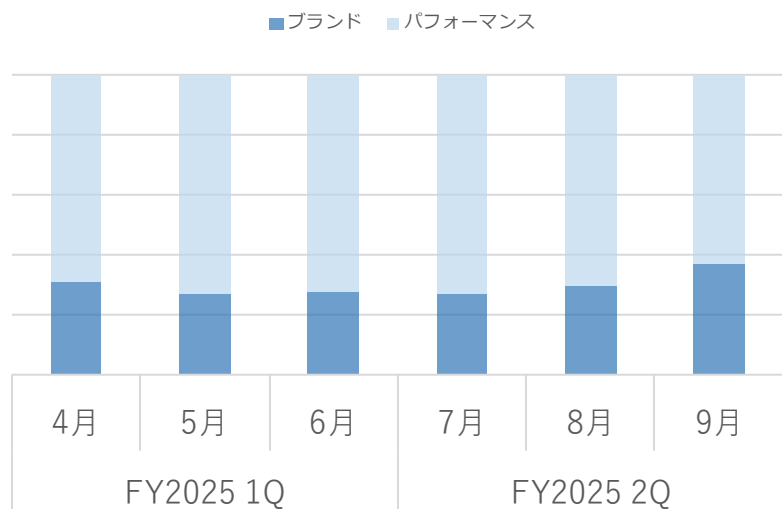
広告ソリューション

アドプラットフォーム事業の進捗



既存事業であるLOGLY lift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、売上高総利益の確保に注力する

直近6ヶ月の売上げの比率



パフォーマンス案件

既存の予算が減退

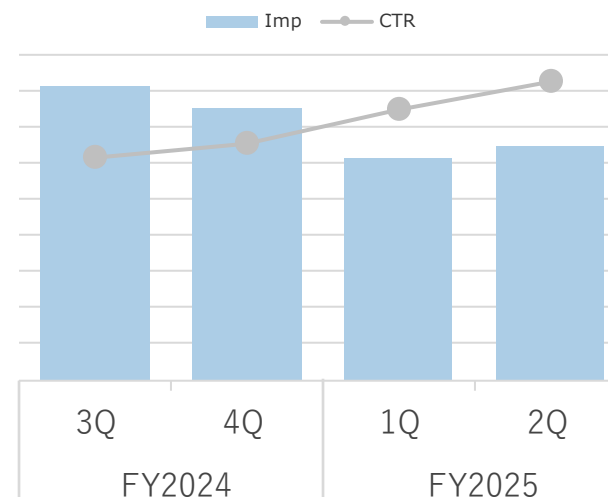
成果報酬型のメニューにて獲得

ブランド案件

新規が獲得しづらい

lift Plusをフックに獲得

インプレッション数・CTR



売上高総利益の確保

広告単価が減退している

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っていく

アドプラットフォーム事業

広告ソリューション

新サービス「lift Plus (リフトプラス)」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

lift Plus

LTV最大化を実現するデータ活用型広告配信

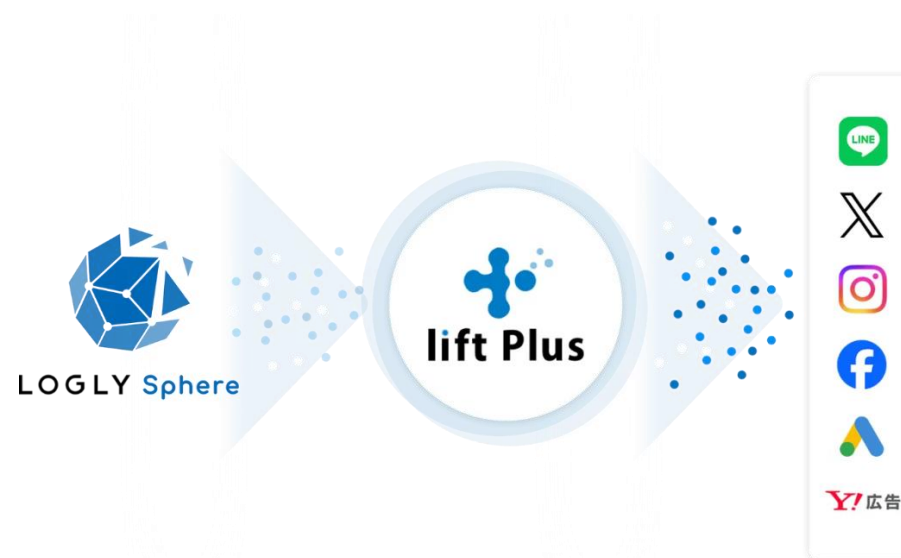
Cookieレスによる独自のデータを活用した
マルチチャネル広告配信プラットフォーム

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 lift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の進捗

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を開始



アカウントインテリジェンスツール

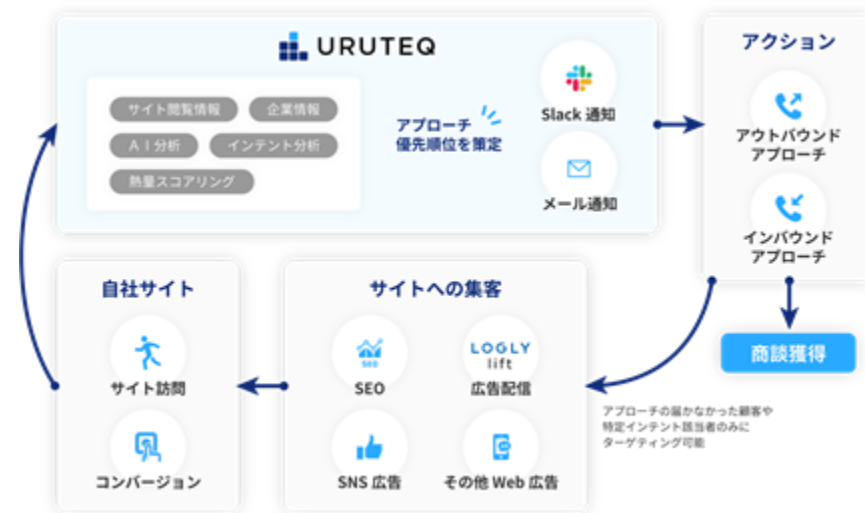
ウェブサイト訪問者の購買意図を捉え、
商談獲得率を向上

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



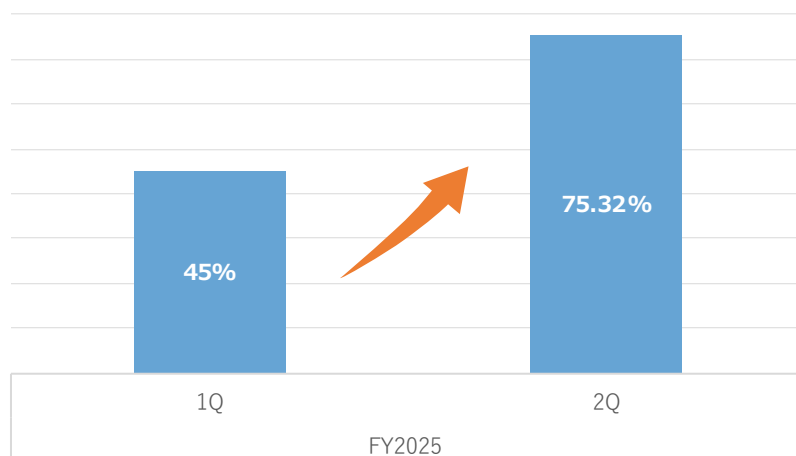
※アカウントインテリジェンスツール：ターゲット企業や担当者のニーズや購買意図をデータ解析で可視化し、マーケティングおよび営業活動の精度と効果を向上させるツール
 ※インテントデータ：Web上で検索する際に抱いている行動意図（intent）や目的、需要を表すデータのこと

SNSマーケティング事業の進捗

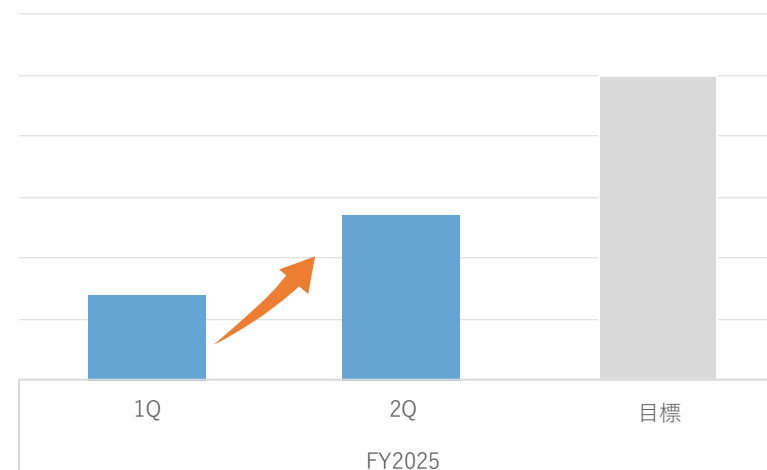


マイクロインフルエンサーの目標登録数は達成
今後は顧客単価とリピート率を軸とし、PMFをより意識したトラクションを獲得していく

顧客継続率



顧客単価（平均）












一定量のマイクロインフルエンサー登録者数を確保し、黒字に転換

今後は、マイクロインフルエンサーに加え、メガインフルエンサーとのリレーションを進めていく

2Qより戦略を変更し、顧客継続率・単価ともに向上

統合的な動きをし、引き続きバズリスタの特徴でもある一気通貫のサービスを提供していく

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 lift 日本初ネイティブ広告 プラットフォーム 自社開発		 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	 LOGLY liftの アドプラットフォーム化 自社開発	 LTV最大化 データ活用型広告配信 自社開発	
			 eスポーツ大会 プラットフォーム 自社開発		 マイクロアド社との 資本業務提携 資本業務提携	 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	
データ事業領域		 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				 インテントデー タプラットフォーム 自社開発	



4. appendix

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

新規サービス

lift Plus

FY2024の取り組み

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 ※p.22を参照

M&Aによる譲り受け

juicer


LOGLY Sphere

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

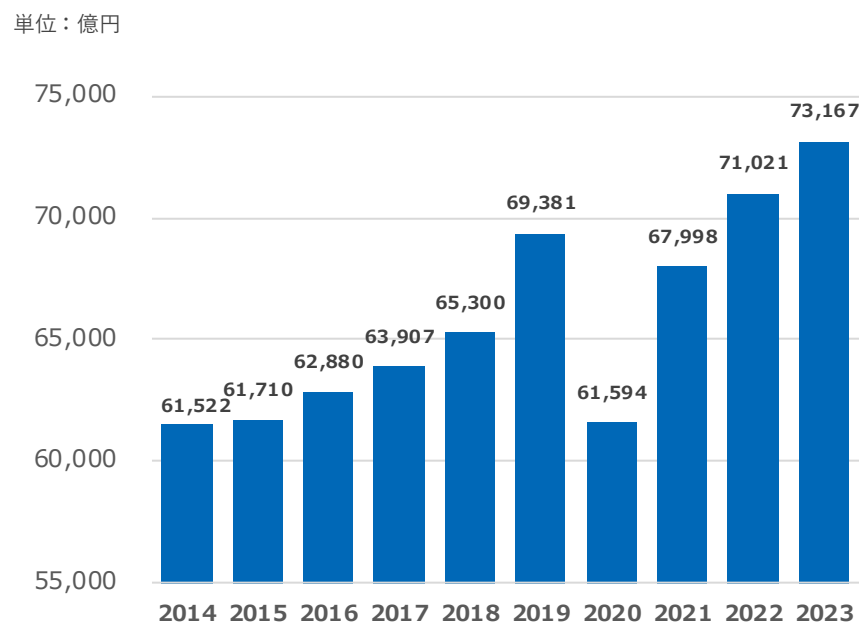
 **BUZZRISTA**

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は継続）

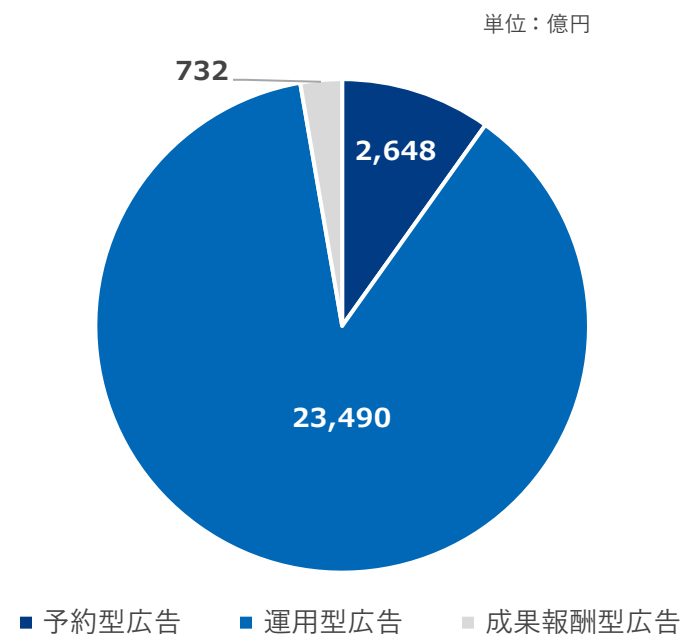
インターネット広告市場

2023年の総広告費は、前年に続き過去最高（前年比103.0%）
 インターネット広告費の増加（前年比107.8%）により、広告市場全体の成長を後押し

日本の総広告費



インターネット広告媒体費の広告種別構成比（2023年）



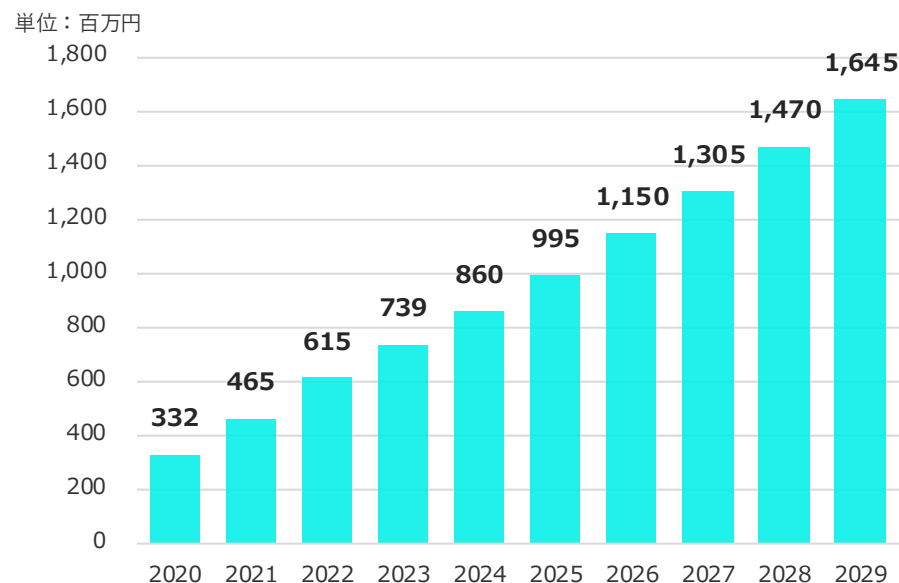
出典：電通「日本の広告費」2023年日本の広告費 2024年2月27日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0227-010688.html>

電通「2023年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」2024年3月12日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0312-010700.html>

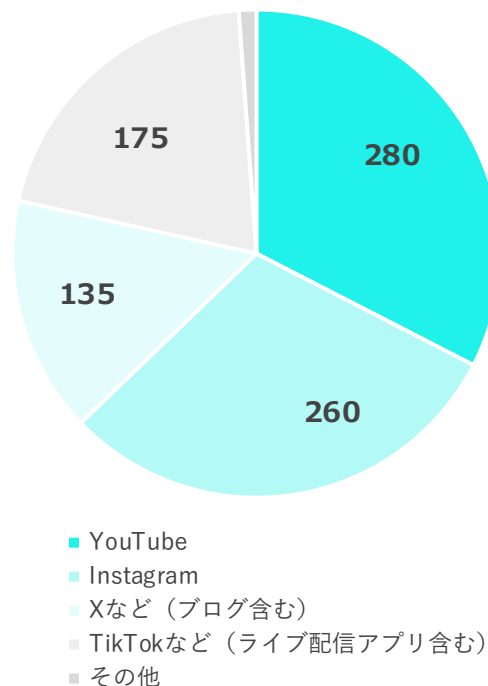
インフルエンサーマーケティング市場

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



ソーシャルメディア種別構成比（2024年）



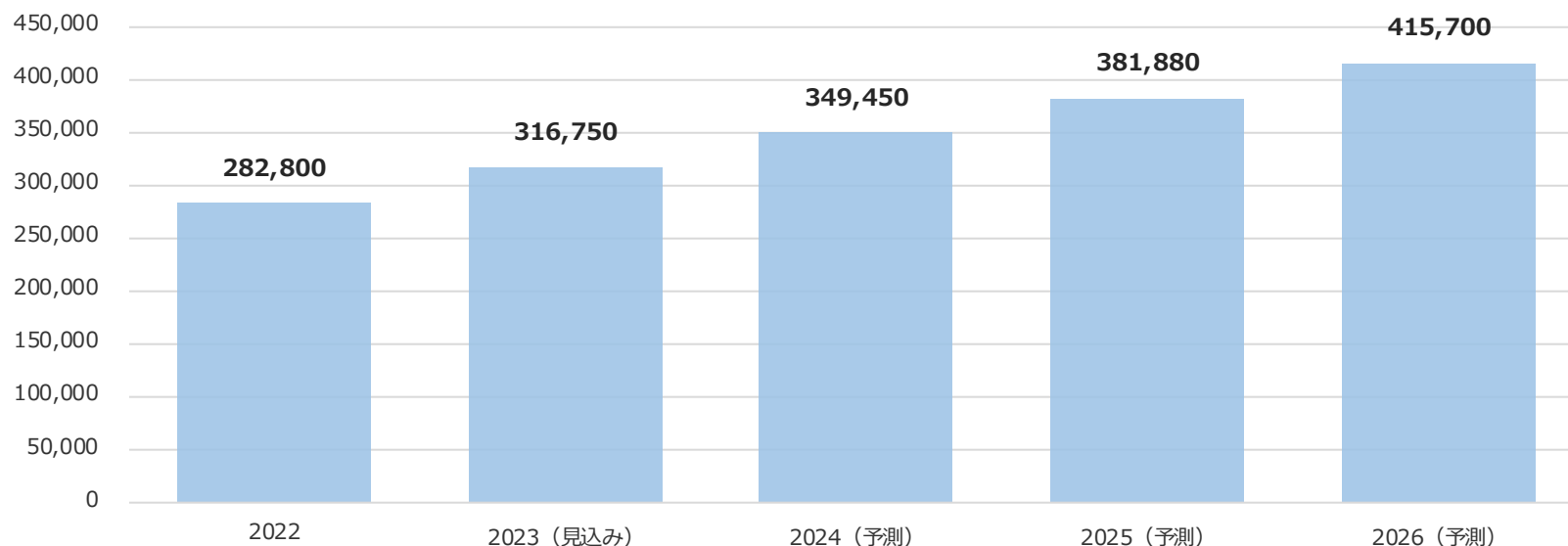
出典：サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ <https://rtbsquare.work/archives/52898>

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

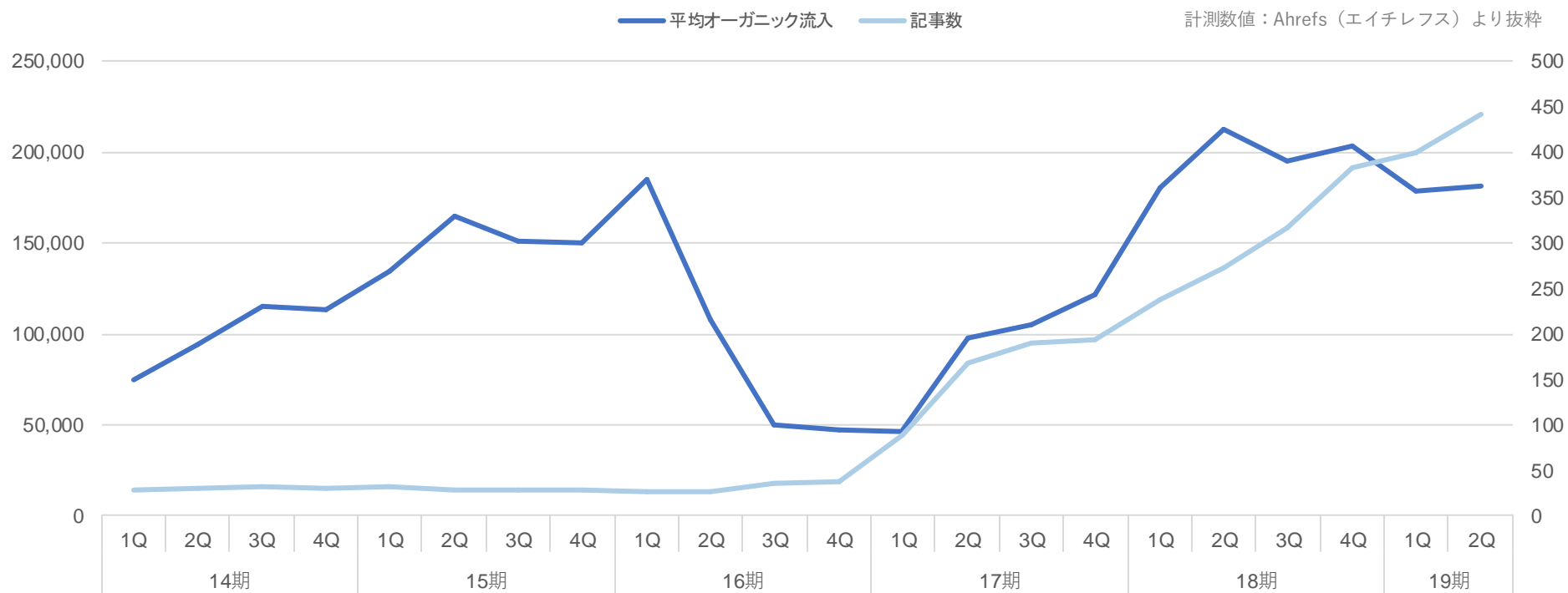
単位：百万円



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、2Q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、年度末までに、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

LOGLY lift

ネイティブ広告プラットフォーム

lift Plus

LTV最大化データ活用型広告配信

データプラットフォーム事業

LOGLY Sphere

インテントデータプラットフォーム

URUTEQ

アカウントインテリジェンスツール

Juicer

ユーザー分析DMP

PTIO

顧客の熱量を高めるマーケティングツール

SNSマーケティング事業

BUZZRISTA

インフルエンサーマーケティング支援

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 取締役 取締役 監査等委員 取締役 監査等委員 取締役 監査等委員 顧問弁護士	吉永 浩和 岸本 雅久 橋本 訓幸（川崎ひかり法律事務所 弁護士） 笹部 秀樹（笹部秀樹公認会計士事務所） 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（2024年11月現在）	
従業員数	42人（2024年11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	
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。

