



2021年2月25日

各 位

会 社 名 ログリー株式会社
代表者名 代表取締役社長 吉永 浩和
 (コード番号：6579 東証マザーズ)
問合せ先 取締役CFO 岸本 雅久
 (TEL. 03-6277-5617)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下の通り、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○ 開催状況

開催日時	2021年2月22日 13：30～14：30
開催方法	対面による実開催
開催場所	東京都中央区日本橋兜町 3-3 兜町平和ビル 2F 第2セミナールーム (公益社団法人 日本証券アナリスト協会 兜町平和ビル分室)
説明会資料名	2021年3月期 第3四半期決算説明資料

【添付資料】

1. 投資説明会において使用した資料

※この書面（添付資料を含む。）は、有価証券上場規程施行規則第427条に基づき、公衆縦覧に供されます。

2021年3月期 第3四半期決算説明資料

2021年2月10日

マザーズ：6579



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

4. 会社概要



エグゼクティブ・サマリー

重要トピック

■ 業績予想進捗（第3四半期累計）

- ✓ 業績予想の下限～上限ともに売上高、営業利益、経常利益、親会社に帰属する四半期純利益において通期進捗率75%を超える
- ✓ 第1四半期で新型コロナウイルスによる巣ごもり需要を取り込んだインプレッション数のまま高止まり傾向
- ✓ クリック率（CTR）は第1四半期～第3四半期にかけて低下したため売上が減少
- ✓ 売上高 3,178百万円（3Q前年同期比 **163.5%**）
- ✓ 売上総利益 582百万円（3Q前年同期比 **137.5%**）
- ✓ 経常利益 168百万円（3Q前年同期比 **274.2%**）

成長戦略

■ グループ全体の成長戦略

- ✓ 主力事業の中期成長施策 ※詳細はP19～P21参照
- ✓ 主力事業のビジネス領域拡大 ※詳細はP22～P25参照
- ✓ 新規事業の立ち上げ ※詳細はP26～P31参照

2020年3月期第3四半期より連結財務諸表を公表しております。本資料に記載の予想比や実績との前年同月期比較は、単体財務諸表との比較です。
連結財務諸表と単体財務諸表のPL差はごく僅かのため、比較情報として、投資判断の資料として一定の合理性がある情報であると判断しております。



業績ハイライト

第1四半期での新型コロナウイルスによる巣ごもり需要の取り込み、2020年8月12日に公表した「通期業績予想の修正に関するお知らせ」の業績予想に対して、進捗率は下限予想と上限予想とも売上総利益以外は75%を超える進捗

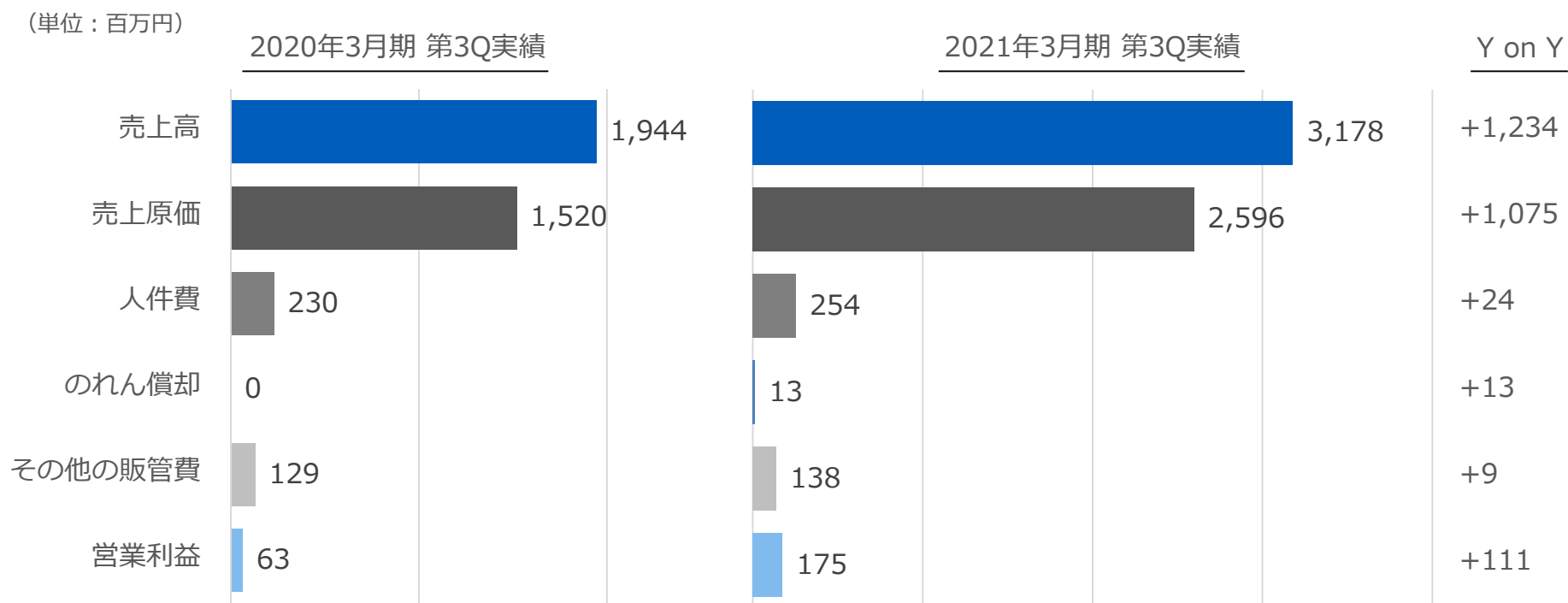
(単位：百万円)	2021年3月期 第3四半期 実績	2021年3月期 通期業績 予想	通期業績予想 進捗率
売上	3,178	3,879 ～ 4,085	81.9% ～ 77.8%
売上総利益	582	758 ～ 818	76.9% ～ 71.2%
営業利益	175	149 ～ 208	117.4% ～ 84.1%
経常利益	168	141 ～ 200	118.9% ～ 83.9%
親会社株主に帰属する 四半期／当期純利益	107	91 ～ 131	117.3% ～ 81.5%

2021年3月期 第3四半期 営業利益の増加要因

売上高が前年同期比で**63%増**

売上原価は、新規事業の開発費用を売上原価に計上したため、一時的な押上げ要因となり前年同期比**71%増**

一方で高い固定費効率を維持し、人件費や販管費を微増に抑え、営業利益は前年同期比**174%増**



第1四半期の新型コロナウイルスによる巣ごもり需要から第3四半期にかけて緩やかに減退

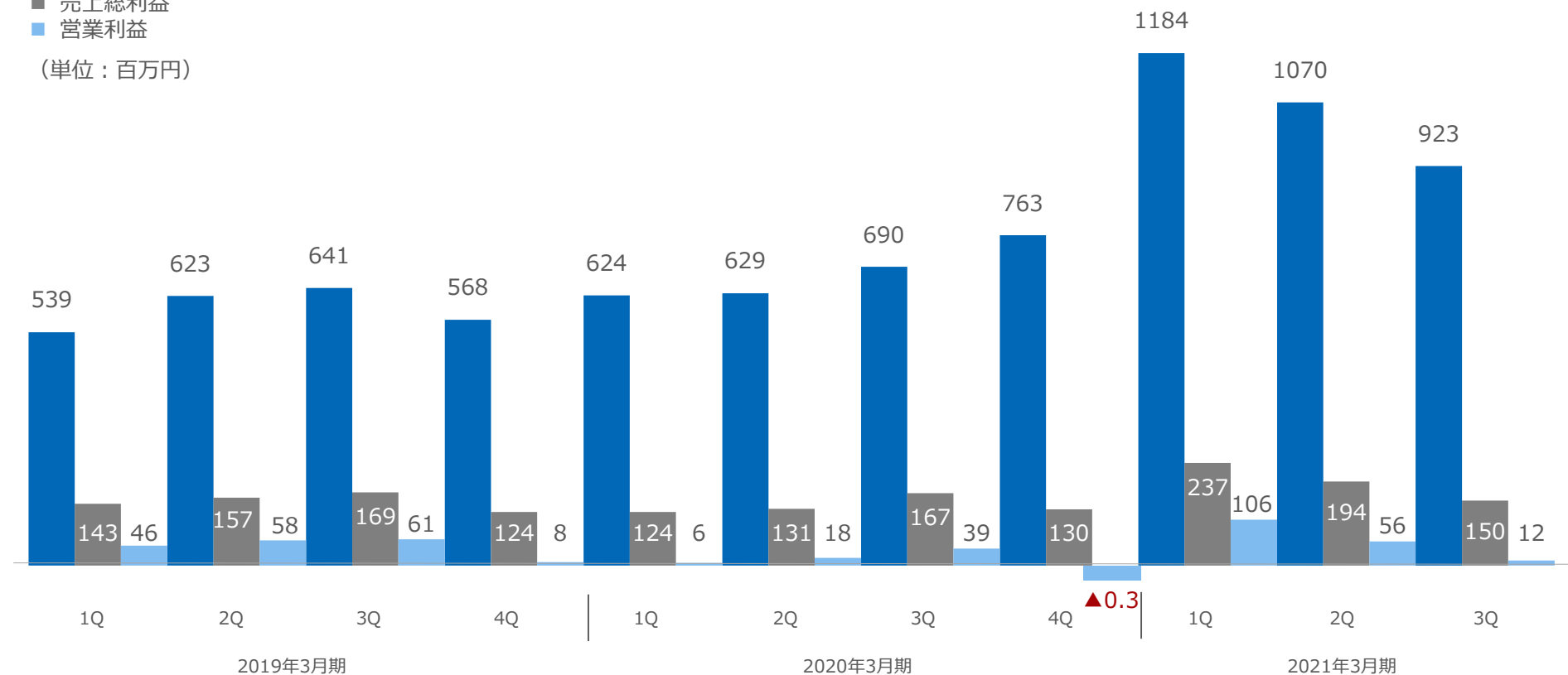
✓新型コロナウイルスによる巣ごもり需要を取り込んだインプレッション数は維持

✓クリック率（CTR）は第1四半期～第3四半期にかけて低下したため売上が減少

✓**新規事業立ち上げのためのコスト**が発生し、営業利益は第3Q会計期間では落ち込む結果

■ 売上高
■ 売上総利益
■ 営業利益

（単位：百万円）

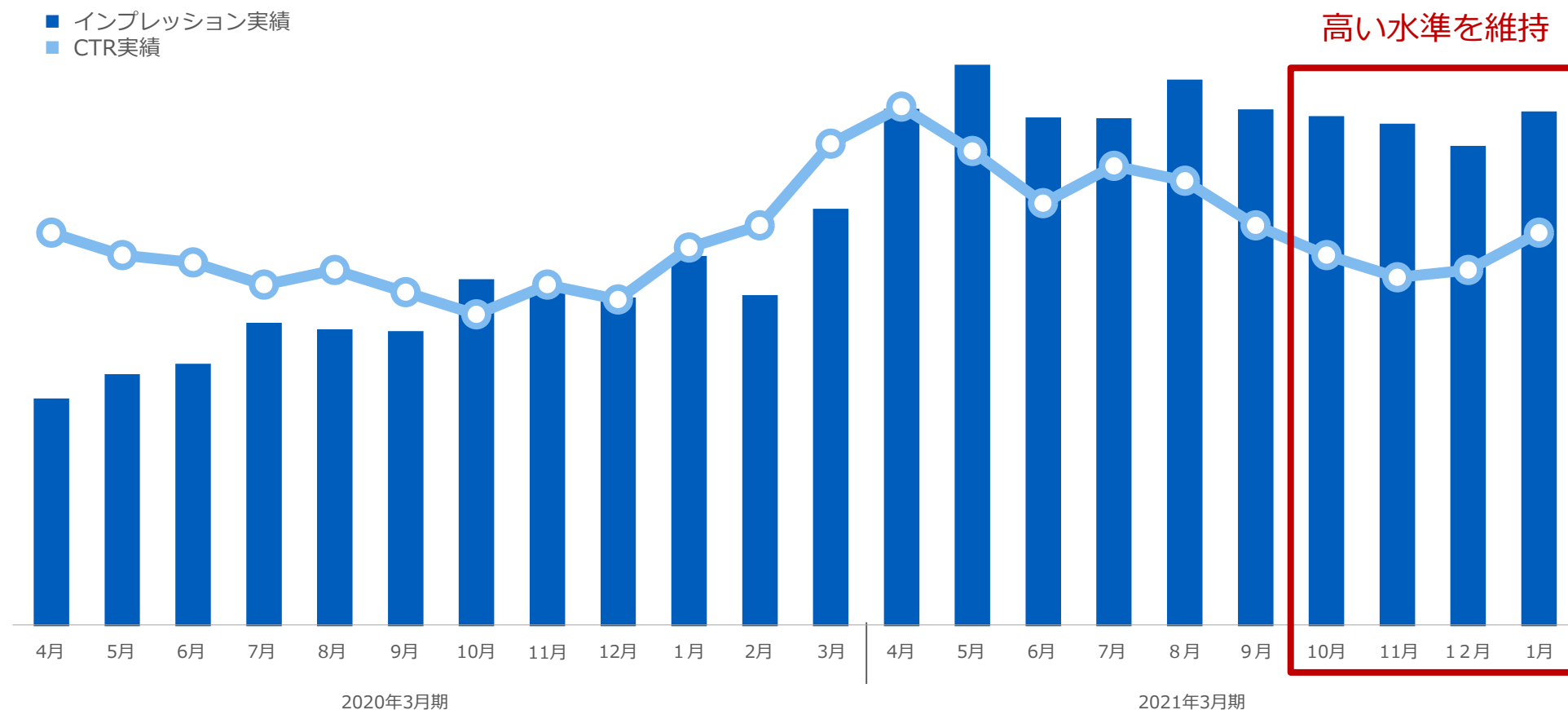


インプレッション数×クリック率（CTR）

第1四半期の新型コロナウイルスによる巣ごもり需要を取り込みインプレッション数が増加

第1四半期～第3四半期にかけてインプレッション数は堅調だがCTR（クリック率）は低下

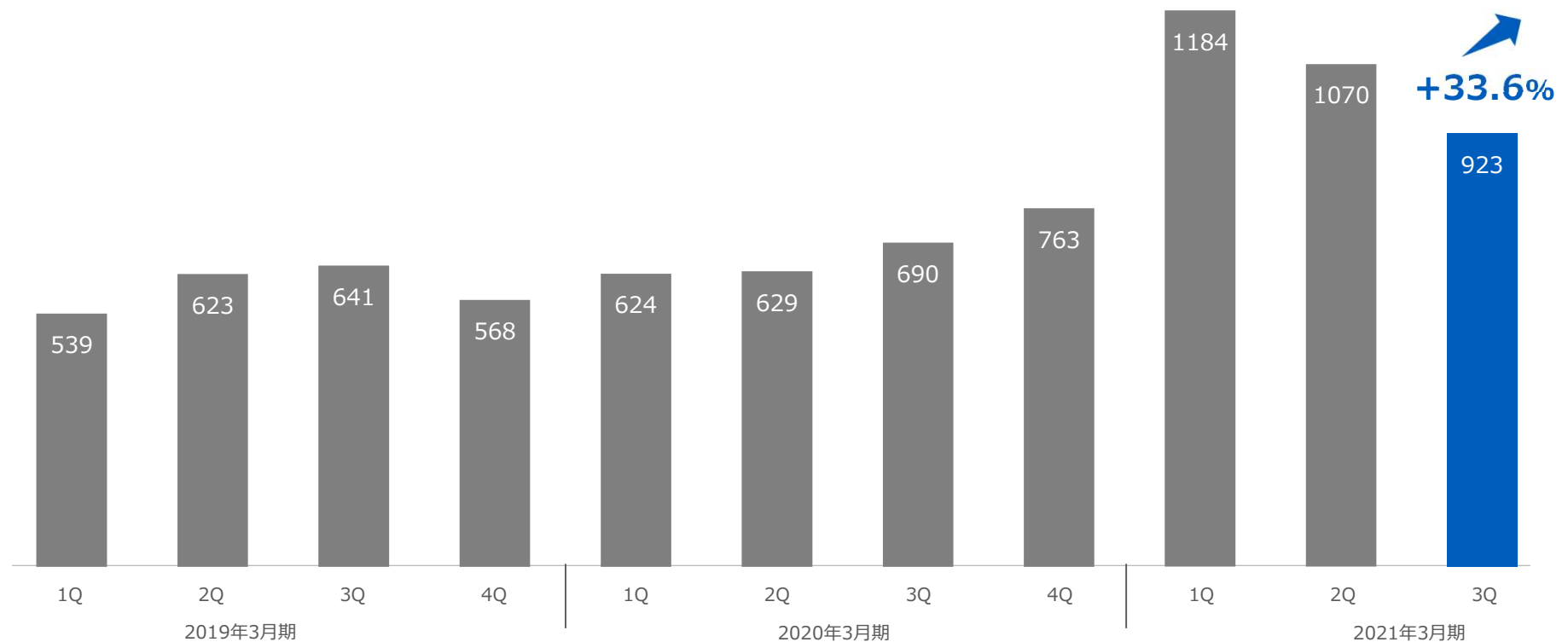
1月度に関して、インプレッション数およびCTRが12月より増加



第3四半期連結会計期間比 Y on Y **33.6%増**

第1四半期の新型コロナウイルスによる巣ごもり需要で増加したインプレッション数を維持
クリック率（CTR）は第1四半期～第3四半期にかけて低下したため、売上高も減少

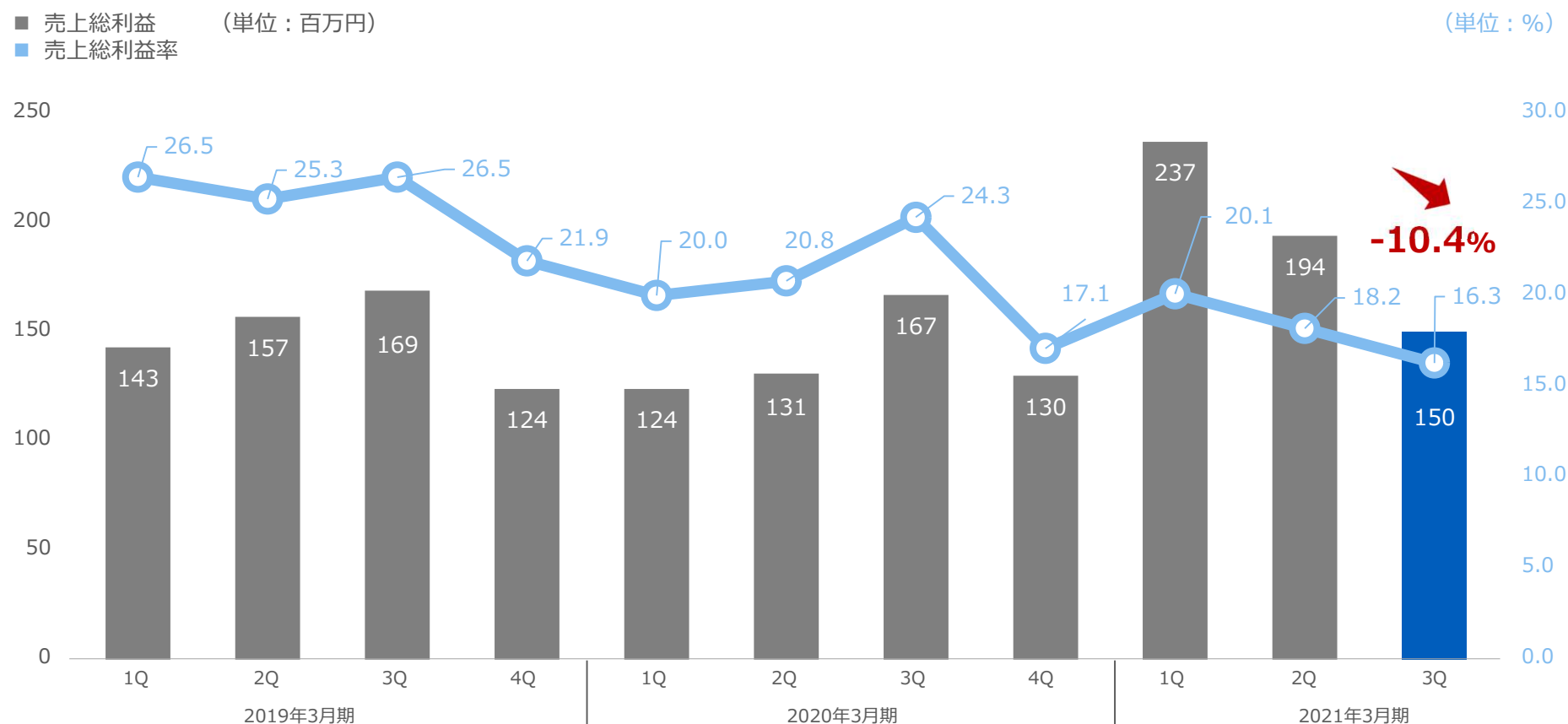
（単位：百万円）



第3四半期連結会計期間比 Y on Y **10.4%減**

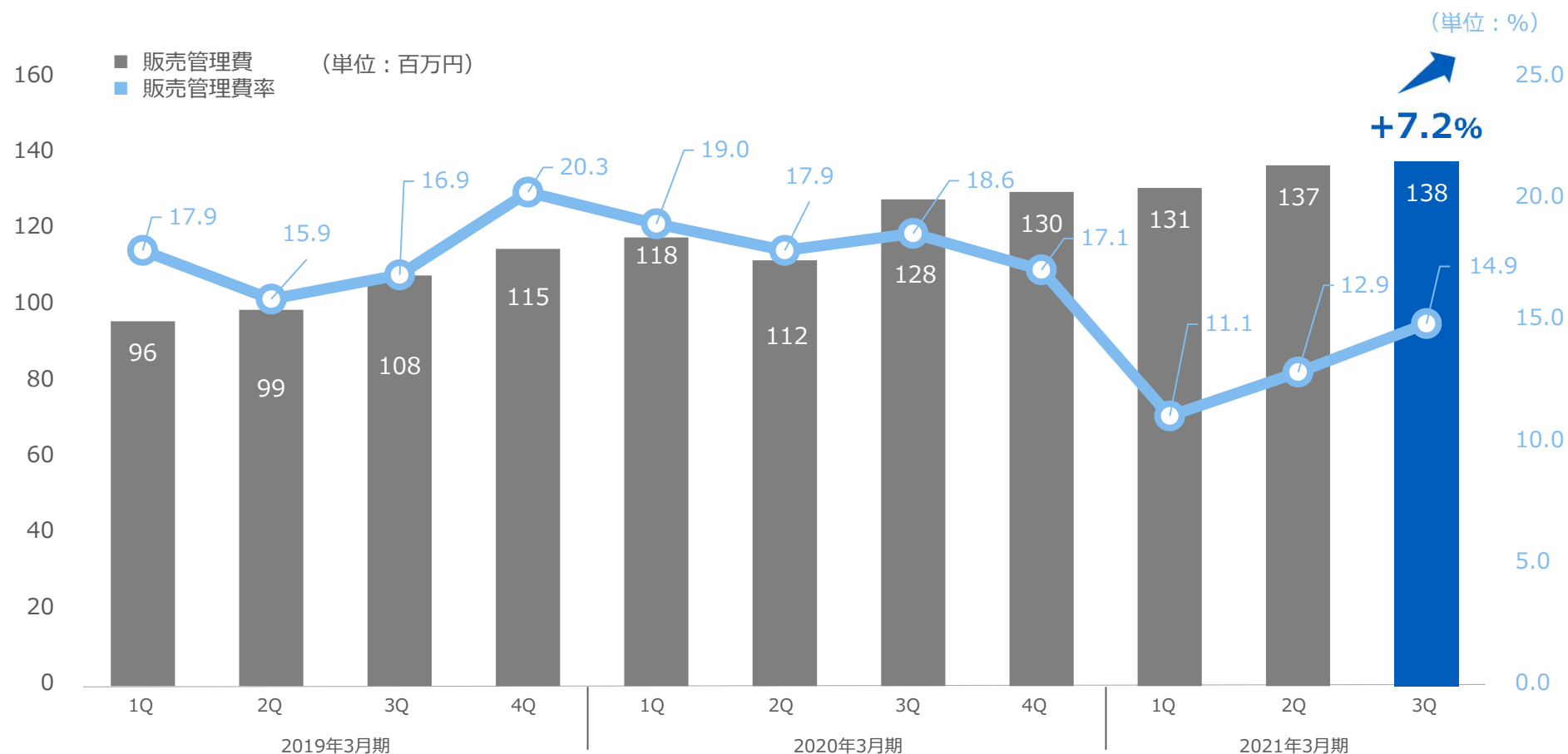
売上総利益率が**16.3%**。LOGLY liftの媒体仕入率が、第1四半期から引き続き高い水準

新規事業（Adictor、uP.）の開発費用を売上原価に計上したため、一時的に売上原価の増加要因となる



第3四半期連結会計期間比 Y on Y **7.2%増**

第1四半期に引き続き固定比率は抑制されて推移し、Y on Yでも微増という結果

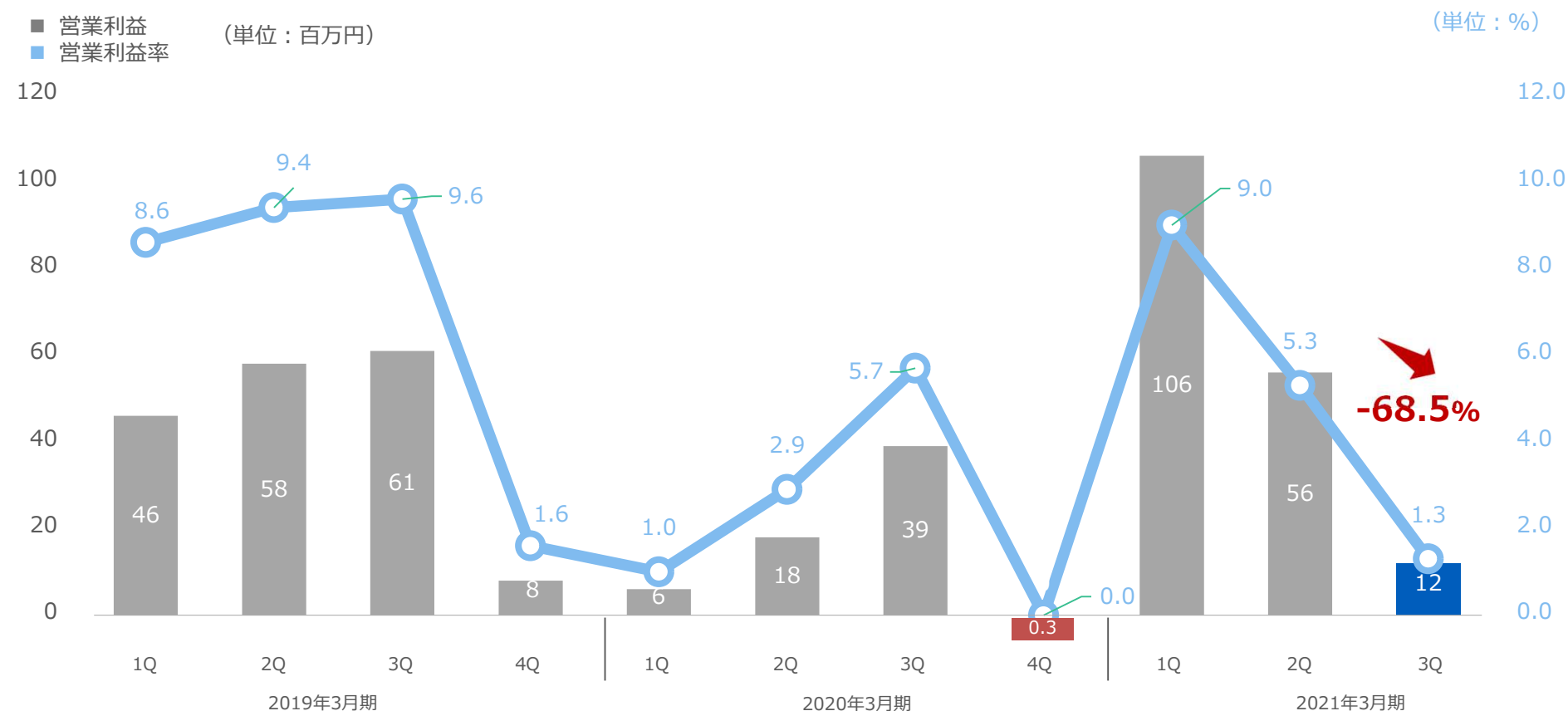


第3四半期連結会計期間比 Y on Y **68.5%減**

インプレッション数を維持するため、第3四半期にかけて媒体仕入率が上昇

新規事業（Adictor、uP.）の開発費用を売上原価に計上

販売管理費は抑制されているが、売上総利益が減少したため営業利益も減少



(単位：百万円)	2020年3月期 第3四半期	2021年3月期 第3四半期	前年同期比
売上高	1,944	3,178	163%
売上総利益	423	582	137%
販売管理費	359	407	113%
営業利益	63	175	274%
経常利益	61	168	274%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	40	107	263%

貸借対照表

15

業績ハイライト

(単位：百万円)	2020年3月期 期末	2021年3月期 第3四半期	前期末比
現預金	1,529	1,803	118%
流動資産	1,859	2,142	115%
固定資産	451	430	95%
総資産	2,311	2,573	111%
流動負債	764	946	124%
固定負債	363	288	79%
資本金	379	399	105%
純資産	1,183	1,338	113%



成長戦略

第3四半期までに達成した戦略

主力事業の安定成長を維持

- LOGLY liftを持続的に成長させるために必要なインプレッション数を維持し、安定成長の基盤を構築

※詳細はP18

2020年3月期～中期戦略

主力事業の中期成長施策

- 美容・健康商品以外の広告も取り扱うことで、ポートフォリオを形成
- Cookieに依存しないネイティブ広告配信技術の活用
- アライアンス/M&Aを推進

※詳細はP19～P21

主力事業のビジネス領域拡大

- 主力事業を拡大すべく「OPTIO」と連携し、マーケティング・テクノロジー領域も網羅する
- LOGLY lift事業を補完する機能やサービスを拡充していく

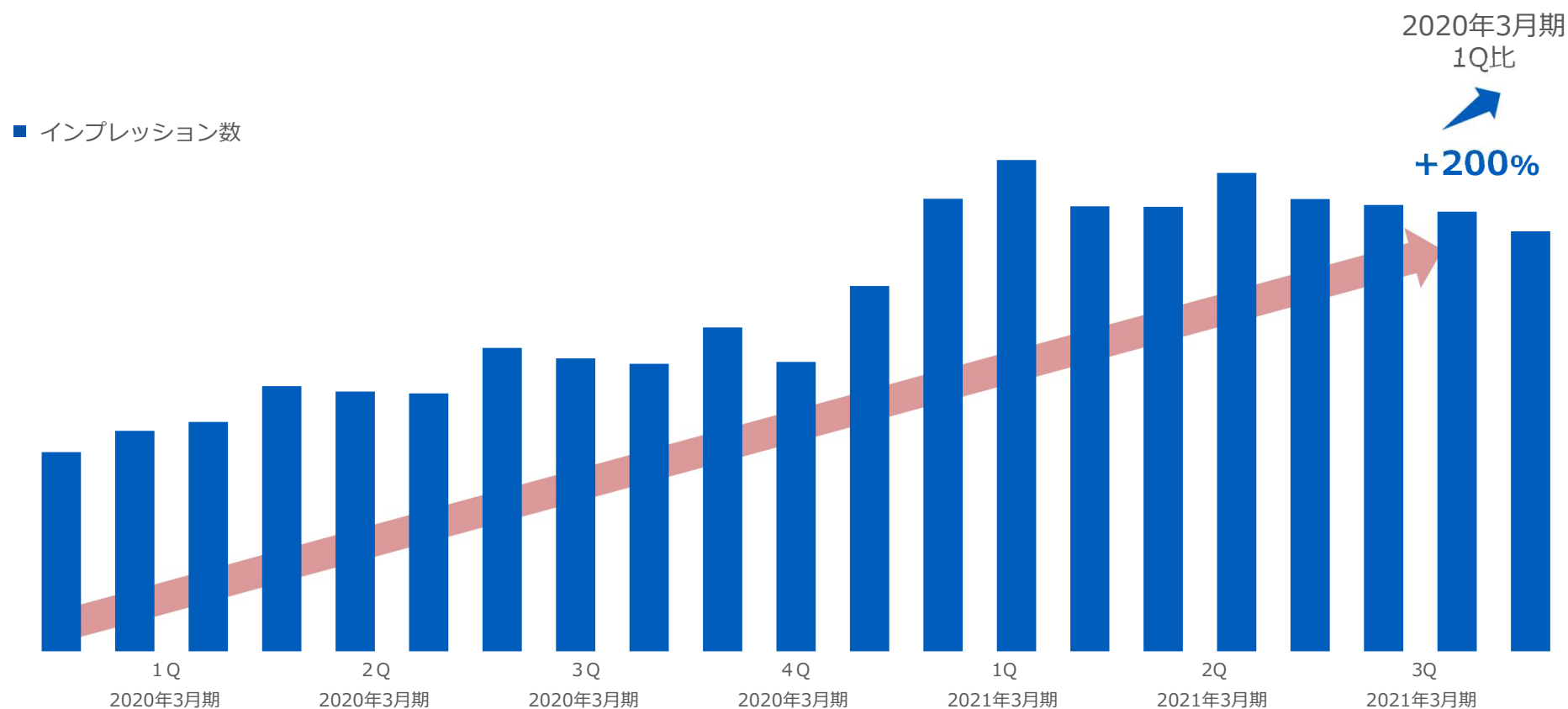
※詳細はP22～P25

新規事業の立ち上げ

- テクノロジーを活用し、既存事業と連携して新規事業を立ち上げる

※詳細はP26～P31

今期の第1四半期に発生した新型コロナウイルスによる巣ごもり需要を第3四半期まで継続的に維持
安定成長の基盤となる、高いインプレッション数を実現



ネイティブ広告プラットフォーム「LOGLY lift」を核として、中期的にさらに主力事業を拡大するため大きく3つの展開を実施

主力事業を伸ばす3つの展開

広告ポートフォリオ
を形成

美容・健康商品以外の
広告取り扱いを強化

ポストクッキー
対策の強化

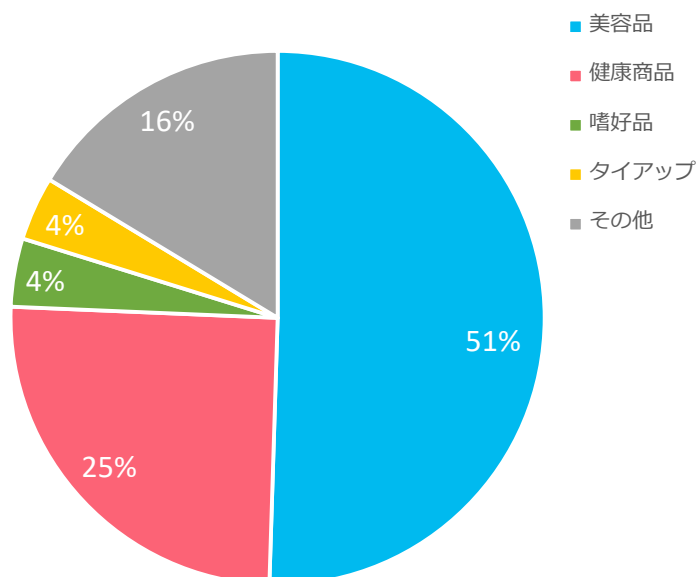
Cookieに依存しない
ネイティブ広告配信技術を活用

プラットフォーム
ビジネスを強化

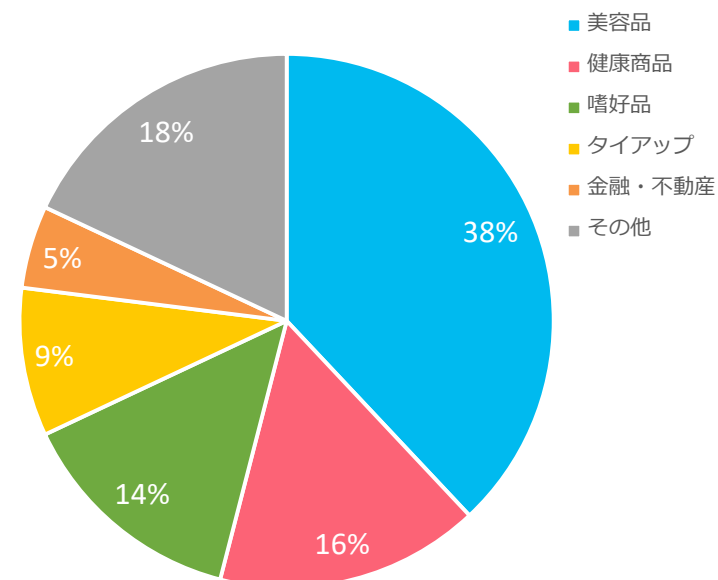
アライアンス/M&Aを推進

取り扱い広告を主力である“美容・健康商品”以外にも広げる
広告商品の幅を広げることで、売上の更なる成長を促進する
様々な広告商品を取り扱うことで、市場環境が変化したときにも柔軟に対応

2020年4月広告ポートフォリオ



2020年12月広告ポートフォリオ



ポストクッキー時代到来において、Cookieに依存しない広告配信技術が強みとなる
今まで培ったネイティブ広告配信技術を活かし、新しい配信技術を開発
ネイティブ広告を多くの企業に活用してもらうため、アライアンス（M&A含め）活動を強化する

Cookieに依存しない

「intent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

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



- 広告代理店
- 媒体社
- 広告配信事業者

業務提携 M&A

LOGLY lift

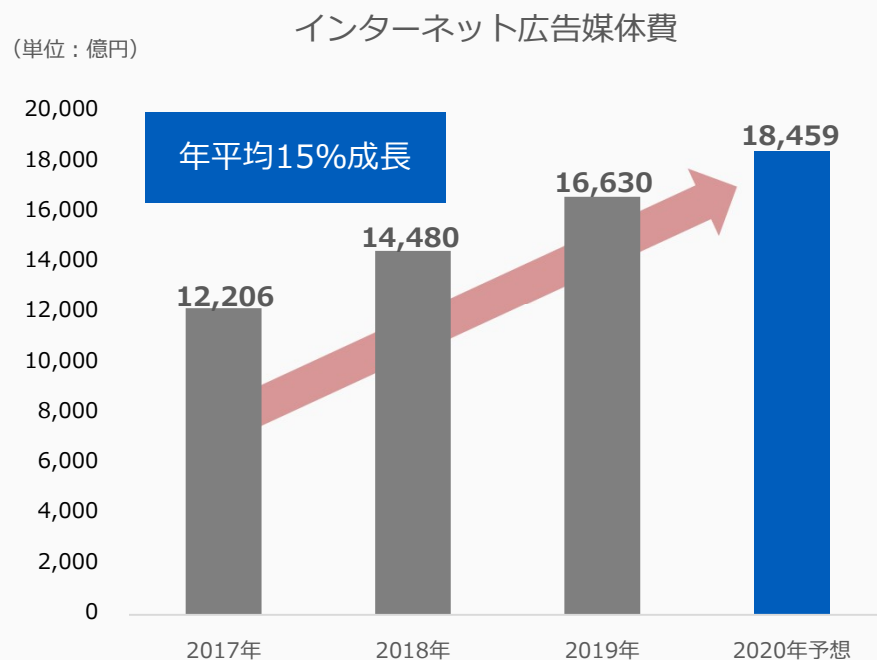
広告配信プラットフォーム

主力事業のビジネス領域を拡大：「市場成長率を超える成長率を実現」

22
成長戦略

インターネット広告の市場成長率（年平均15%成長）を上回る成長率（年平均46%成長）を実現してきた
今後は、ネイティブ広告配信だけでなく、OPTIOと連携することで、マーケティング・テクノロジー領域へと拡大し、インターネット広告市場のシェアを拡大していく

市場の成長率を大幅に上回る成長性を実現

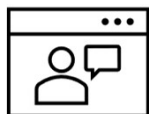


Webサイトのアクセス解析とコンテンツ分析の知見を活かし、複雑なマーケティング手法を知らない方でも簡単に新規リード獲得ができるサービスの実現を目指す



既存資料の付加価値提供

サービス資料などのPDFをインタラクティブ化させた配信



動画をリード獲得に活用

YouTube動画やインタラクティブ動画の配信



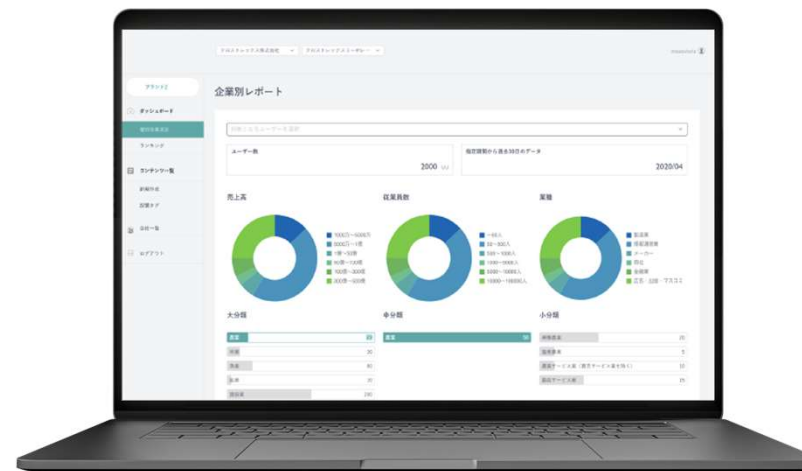
企業属性ごとに出し分け可能

企業規模や業種ごとにインタラクティブコンテンツの配信



見込み客の効果判定が可能

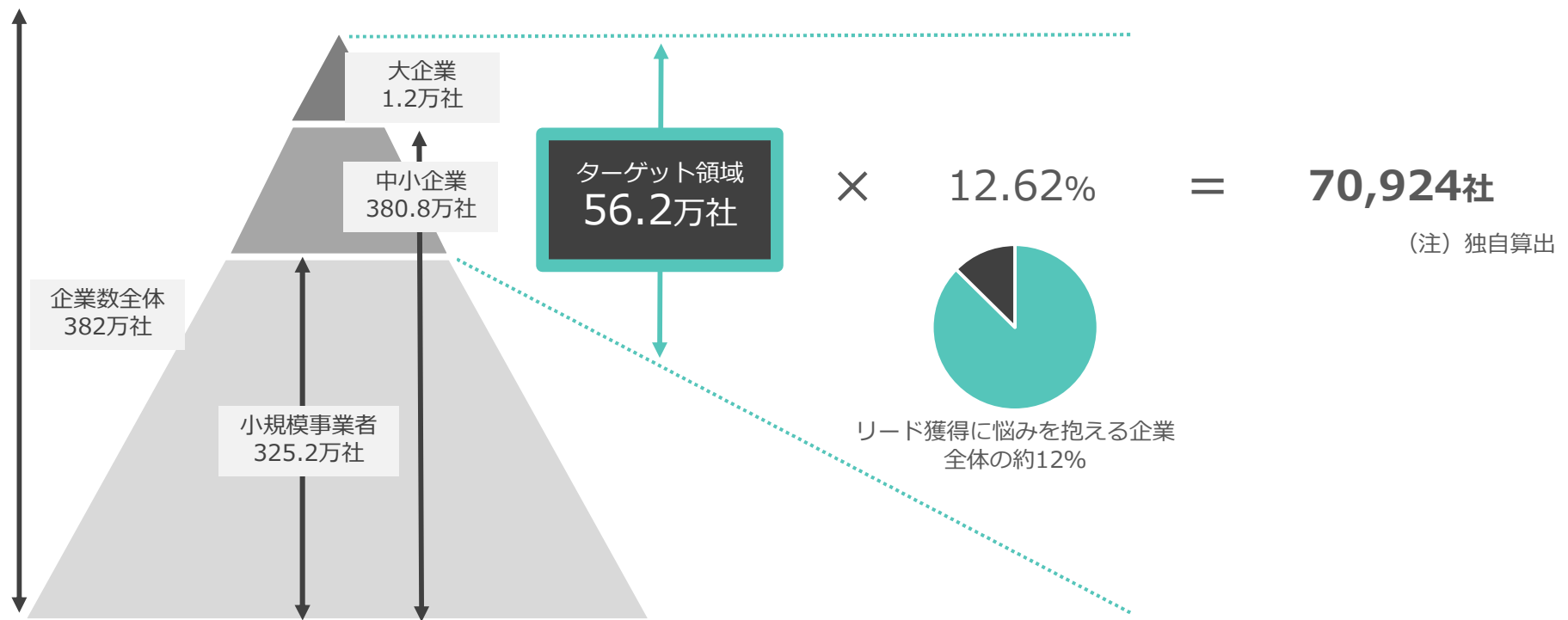
誰でも簡単にコンテンツの定量評価



※インタラクティブコンテンツとはeBookやクイズ／診断などWeb上で動きのある「双方向」体験型Webコンテンツ

主力事業のビジネス領域を拡大：「OPTIOのターゲット領域」

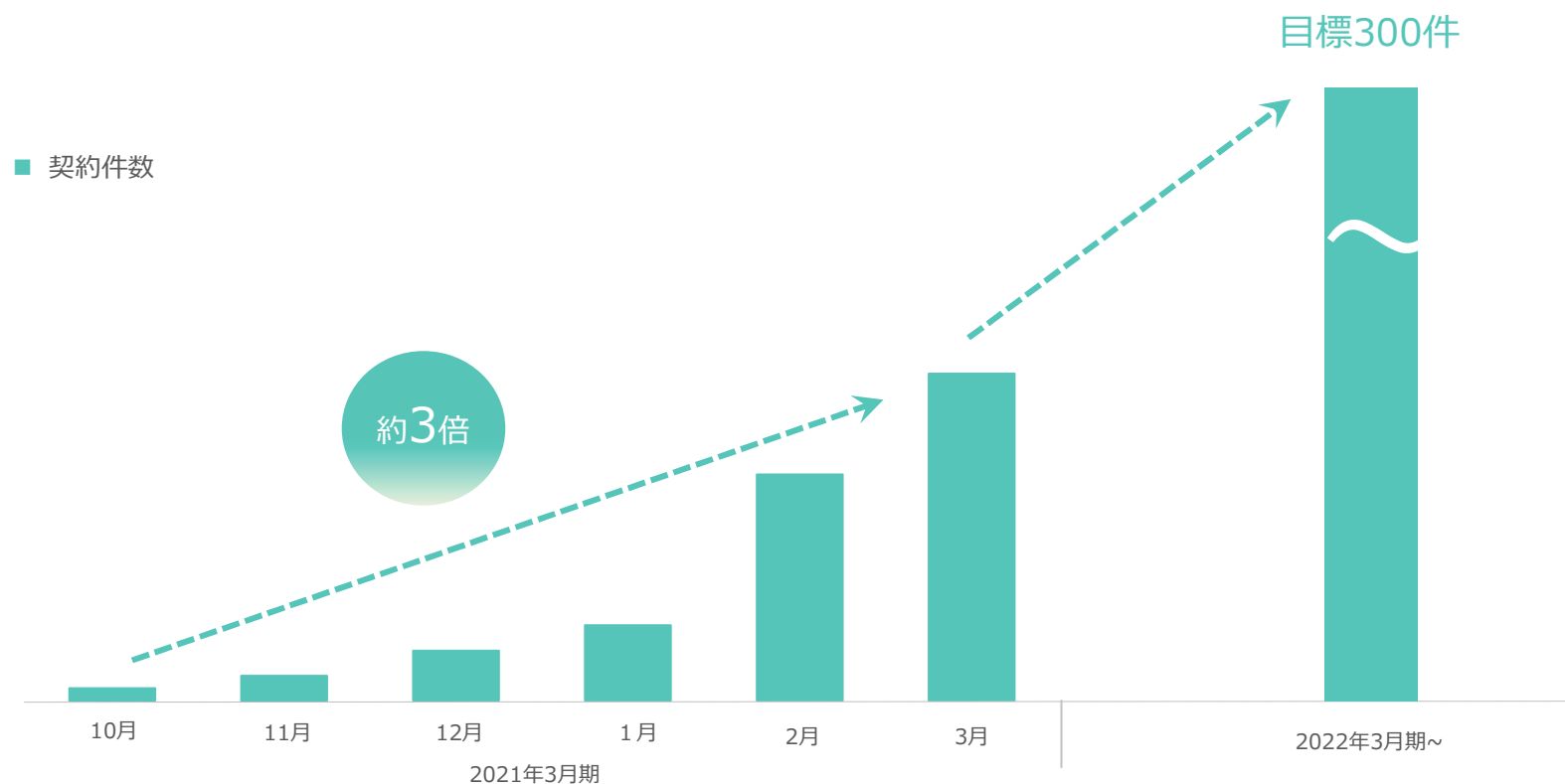
新規リード獲得に課題を持つBtoB事業者（売上規模1億円以上）70,924社がOPTIOのメインターゲット
OPTIOは複雑なマーケティング知識を必要としないため、新規リード獲得に課題を持つ企業が手軽に利用できる



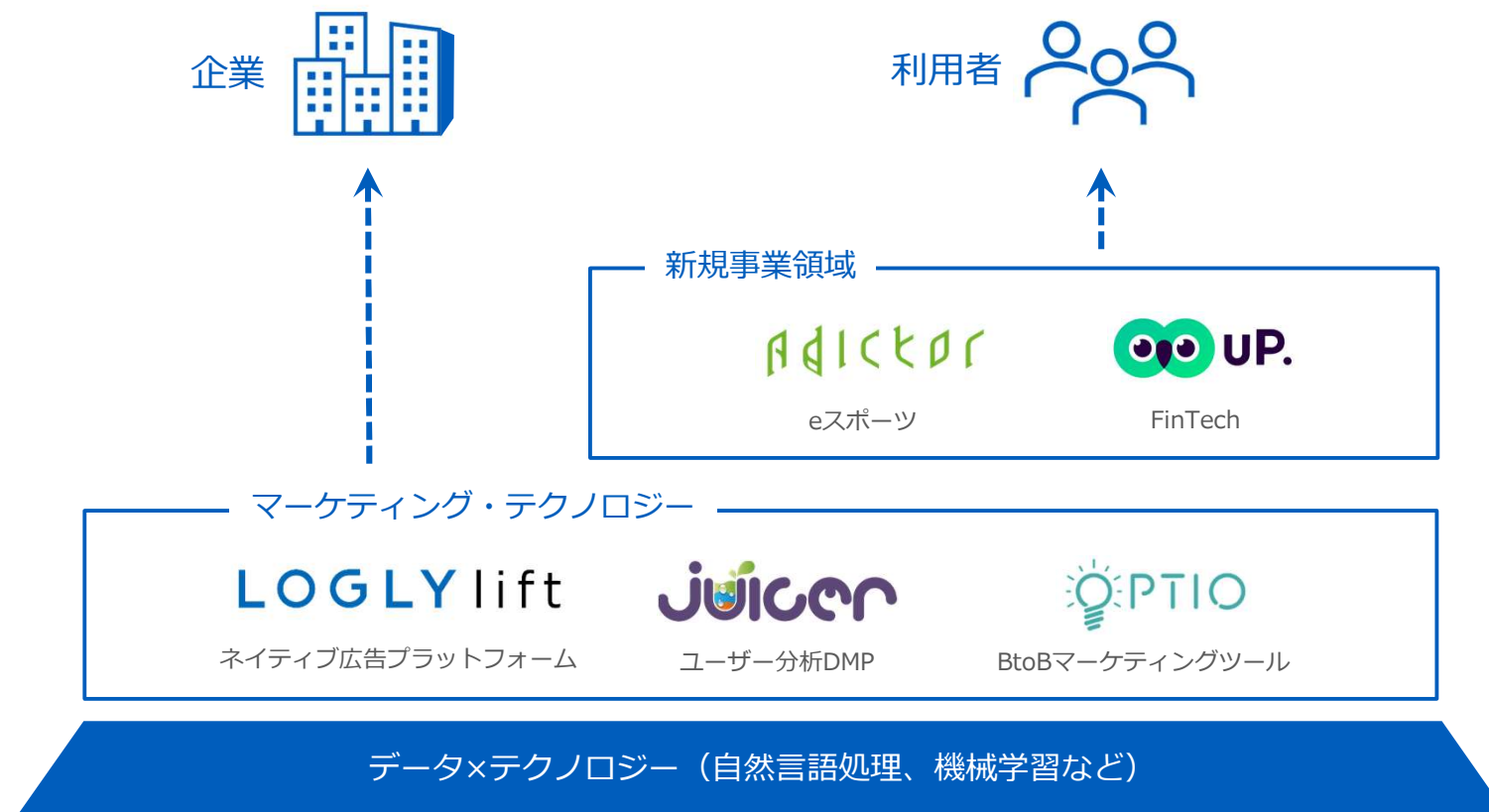
出典：平成26年経済センサス 基礎調査

主力事業のビジネス領域を拡大：「OPTIOの高い成長ポテンシャル」

新型コロナウイルスによって、リード獲得関連市場が伸び、OPTIOの滑り出しは順調
BtoBマーケティング特化型のSaaSモデルとして、メインターゲット企業数は7万社（P24参照）
まずはリード獲得に課題がある企業の要望に応えながら、契約件数を伸ばしていく



新領域でイノベーションを創出すべく、データ×テクノロジーで広告領域以外の事業柱を立ち上げる
事業間でアセットを利用することにより着実な立ち上げを目指す



新規事業の立ち上げ：「日本eスポーツ市場規模は伸長」

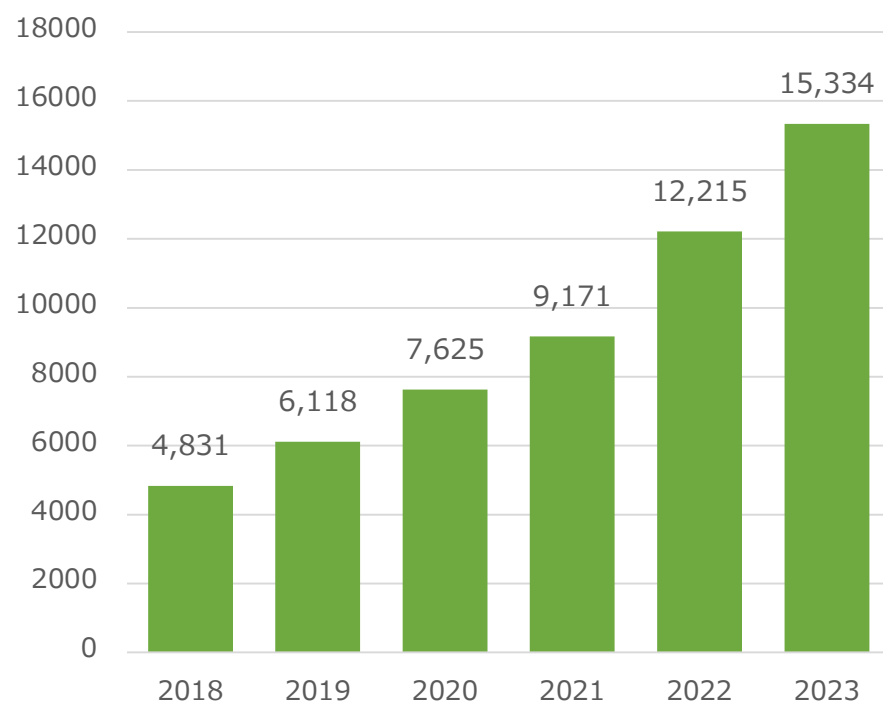
2019年の日本eスポーツ市場規模は、前年比127%の61.2億円

eスポーツファン数（試合観戦・動画視聴経験者）は前年比126%の483万人

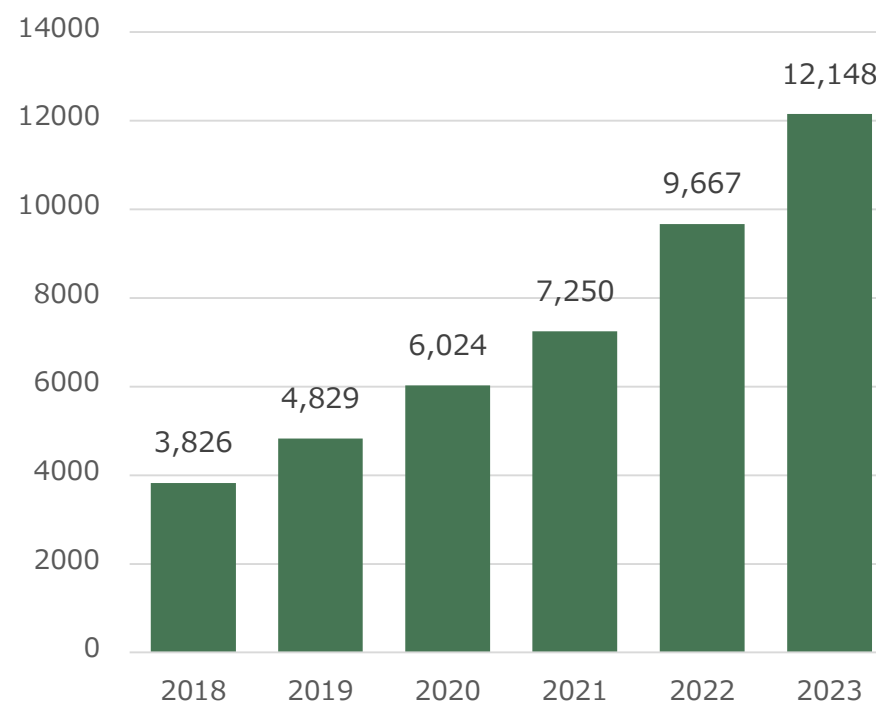
市場の黎明期にプラットフォームサービスを展開し、eスポーツプラットフォームでシェアNo.1を確立していく

（単位：百万円）

日本eスポーツ市場規模



日本eスポーツファン数（試合観戦・動画視聴）



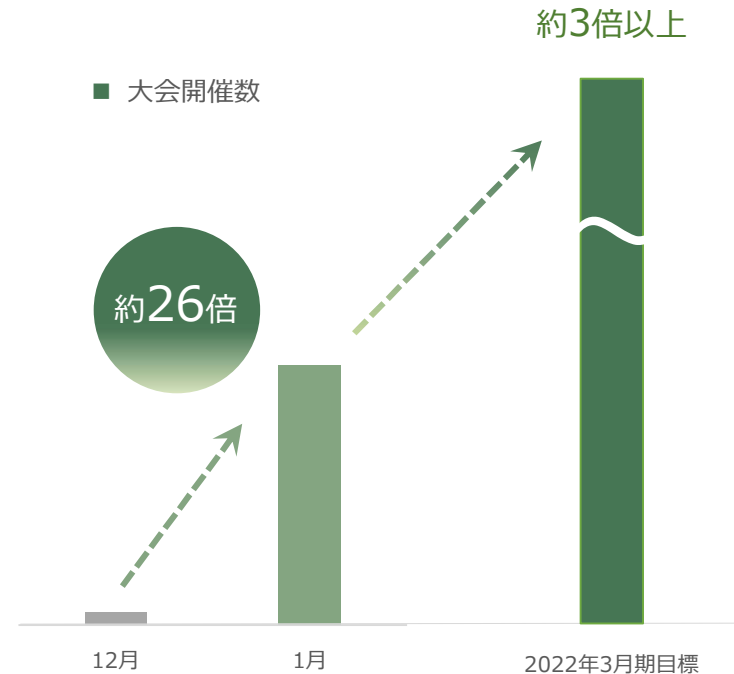
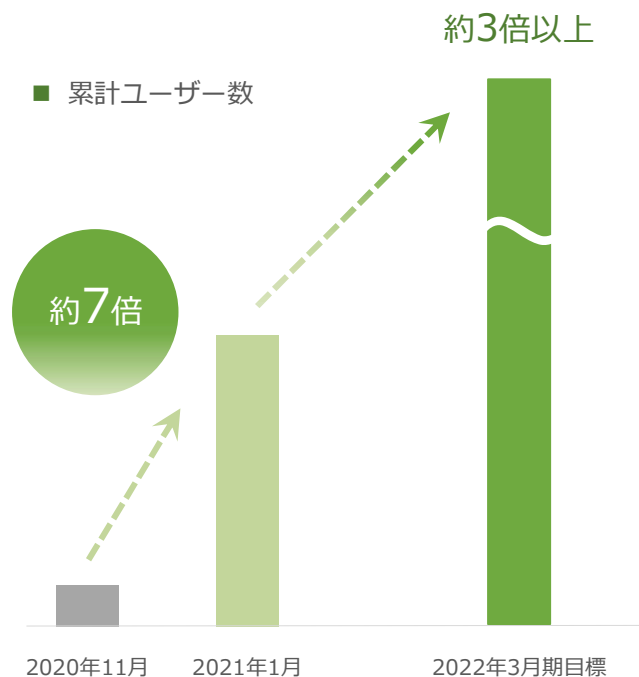
出典：KADOKAWA Game Linkage

※2020年以降の数値は2020年2月時点での予測

eスポーツ需要の高まりを想定し、2020年12月Adictorを正式リリース
ユーザー起点の大会を総合的に支援する仕組みの提供と、もっと手軽にeスポーツを支援できる世界観を実現し、ゲーム大会そのものが、よりたくさんの人にエンターテインメントとして認知されることを目指す

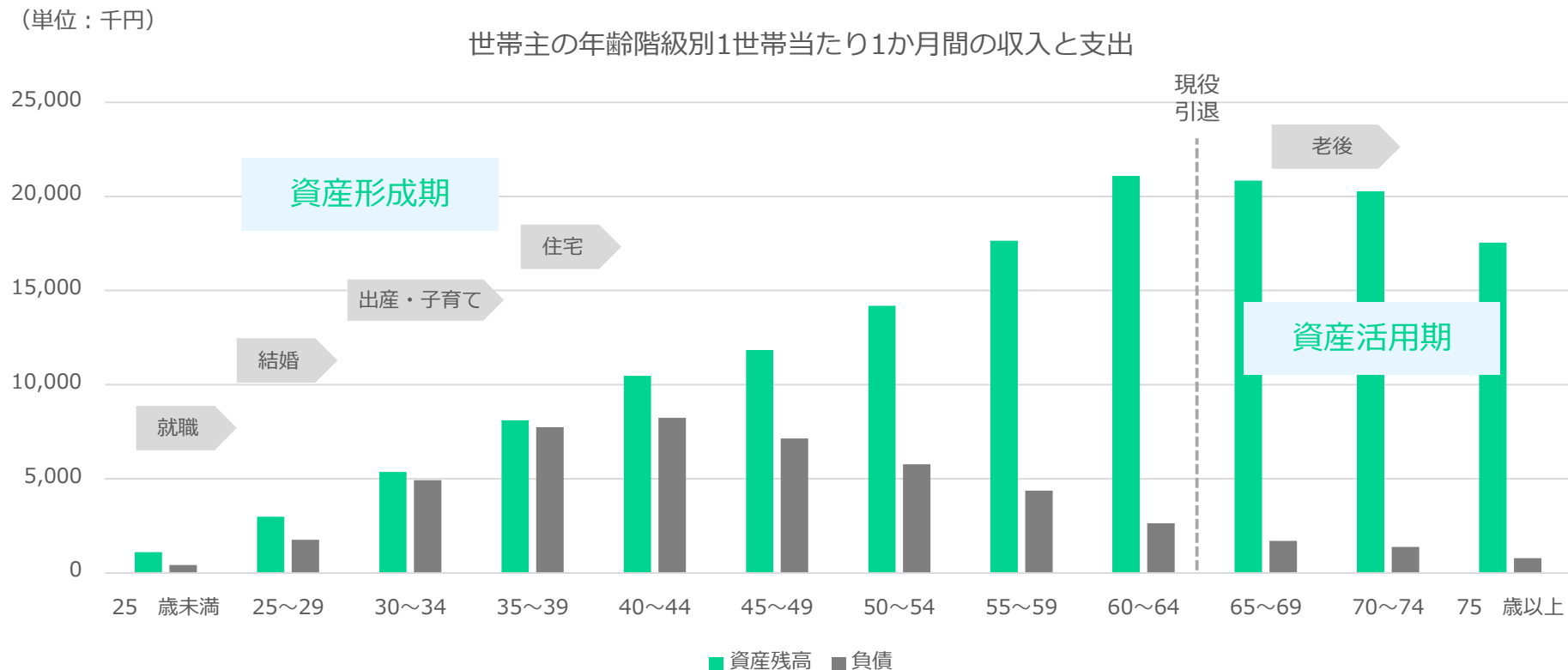


eスポーツ大会プラットフォームとして、まずは利用ユーザー数と大会開催数を伸ばしていく戦略
ブランドを確立した上で、スポンサー等のマネタイズを図っていく
独自のマーケティング手法で利用ユーザー数と大会開催数は順調に伸長
今後はさらなる拡大と視聴者を取り込んでいく



若年層は「就職～結婚～出産～子育て～住宅購入」などライフスタイルの変化があり資産と負債がほぼ均等
この影響で資産活用期に入る年齢が老齢化するという課題がある

この課題解決のために、若年層の資産形成をテクノロジーの力で後押しするサービスを展開していく



出典：総務省「全国消費実態調査」 (注1) 世帯は総世帯 (注2) 資産残高は、通貨性預貯金・定期性預貯金・生命保険など有価証券の合計額
(注3) 負債は、負債現在高 (うち住宅・土地のための負債)

「若年層の資産形成をサポートする」というビジョンを立て、新たな事業領域を立ち上げる
まずは、負債の削減をテクノロジーで解決すべくローン検索サービス「uP.」をリリース





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（代官山総合法律事務所）	
資本金	3億9,920万円（2020年12月現在）	
従業員数	58人（2020年12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	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。

