



# 2026年3月期 第1四半期 決算説明資料

2025年8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.** appendix



# 1. エグゼクティブ・サマリー

## FY2026 1Q 決算サマリー

売上高

**367** 百万円

前年同期比  $\triangle 4.3\%$

通期業績予想進捗

**19.0** %

通期業績予想：1,940百万円

営業利益

$\triangle$  **21** 百万円

前年同期  $\triangle 44$ 百万円

通期業績予想進捗

**—** %

通期業績予想： $\triangle 66$ 百万円

親会社株主に帰属する当期純利益

$\triangle$  **29** 百万円

前年同期  $\triangle 48$ 百万円

通期業績予想進捗

**—** %

通期業績予想： $\triangle 86$ 百万円

## FY2026 1Q 業績ハイライト

- 2026年3月期1Q売上高は、367百万円となり、通期予想に対する進捗率は19.0%
- マージンコントロールにより売上総利益が増加し、2026年3月期1Qの営業損失は $\triangle 21$ 百万円となり、前年同期 $\triangle 44$ 百万円から縮小
- 親会社株主に帰属する当期純損失は $\triangle 29$ 百万円となり、前年同期 $\triangle 48$ 百万円から縮小

## 損益計算書 (FY2026 1Q)

| 単位：百万円              | 2025年3月期<br>1Q | 2026年3月期<br>1Q | 前年同期比  |
|---------------------|----------------|----------------|--------|
| 売上高                 | 384            | 367            | 95.7%  |
| 売上総利益               | 74             | 79             | 105.7% |
| 販売管理費               | 118            | 101            | 85.5%  |
| 営業利益                | △44            | △21            | －%     |
| 経常利益                | △47            | △26            | －%     |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | △48            | △29            | －%     |

- 2026年3月期1Q売上高は367百万円となり、対前年同期比95.7%
- 売上総利益は79百万円となり、対前年同期比105.7%
- 販売管理費は前年同期比85.5% まで削減し、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縮小

## 貸借対照表 (FY2026 1Q)

| 単位：百万円 | 2025年3月末 | 2025年6月末 | 前期末比   |
|--------|----------|----------|--------|
| 現預金    | 754      | 627      | 83.1%  |
| 流動資産   | 963      | 806      | 83.7%  |
| 固定資産   | 152      | 179      | 117.2% |
| 総資産    | 1,116    | 985      | 88.3%  |
| 流動負債   | 614      | 526      | 85.6%  |
| 固定負債   | 14       | 1        | 10.2%  |
| 資本金    | 407      | 407      | 100.0% |
| 純資産    | 487      | 457      | 94.0%  |

- 現預金、流動資産、総資産のすべて前期末より減少。固定資産の増加は26百万円
- 長期借入金は返済完了予定がすべて1年以内となったため、流動負債のみに計上
- 長期借入金残高は125百万円まで減少



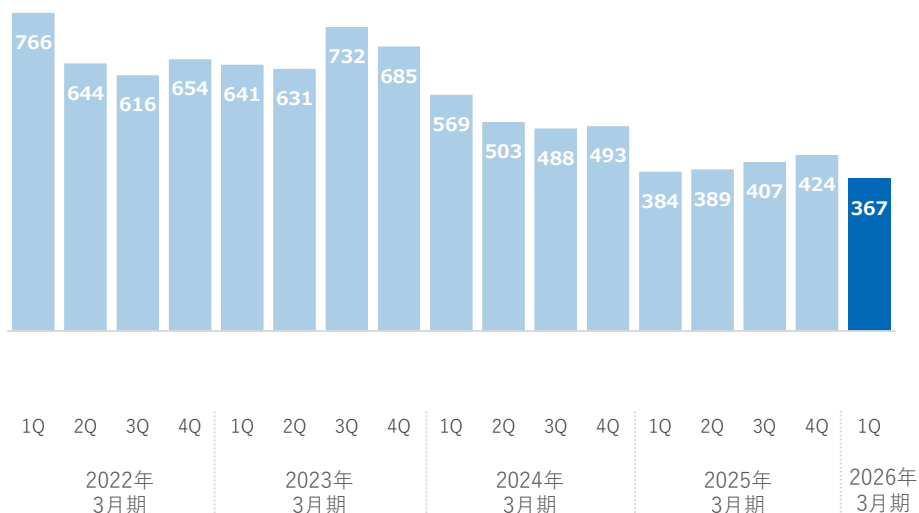
## 2. 業績ハイライト



## 売上高横ばい・売上総利益増・営業利益マイナス縮小

売上高

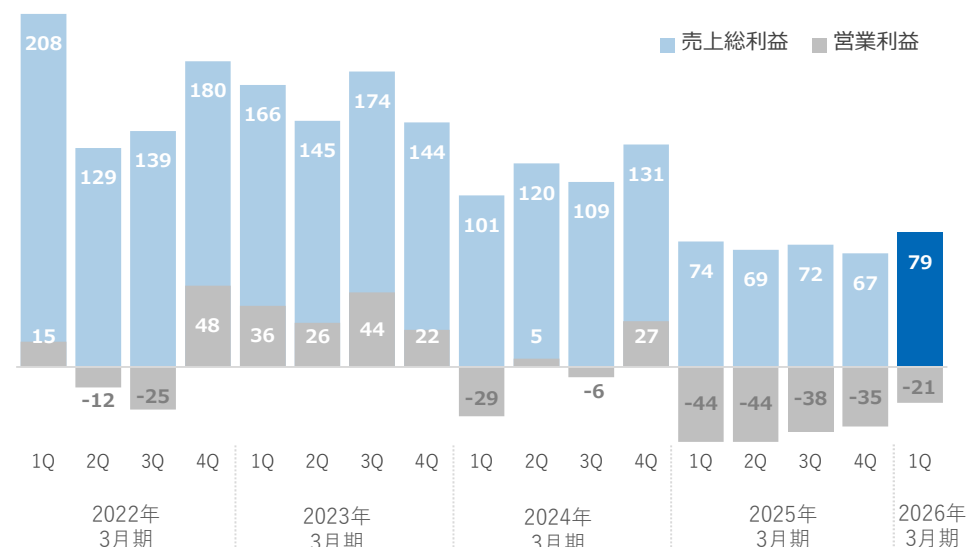
(単位：百万円)



売上総利益・営業利益

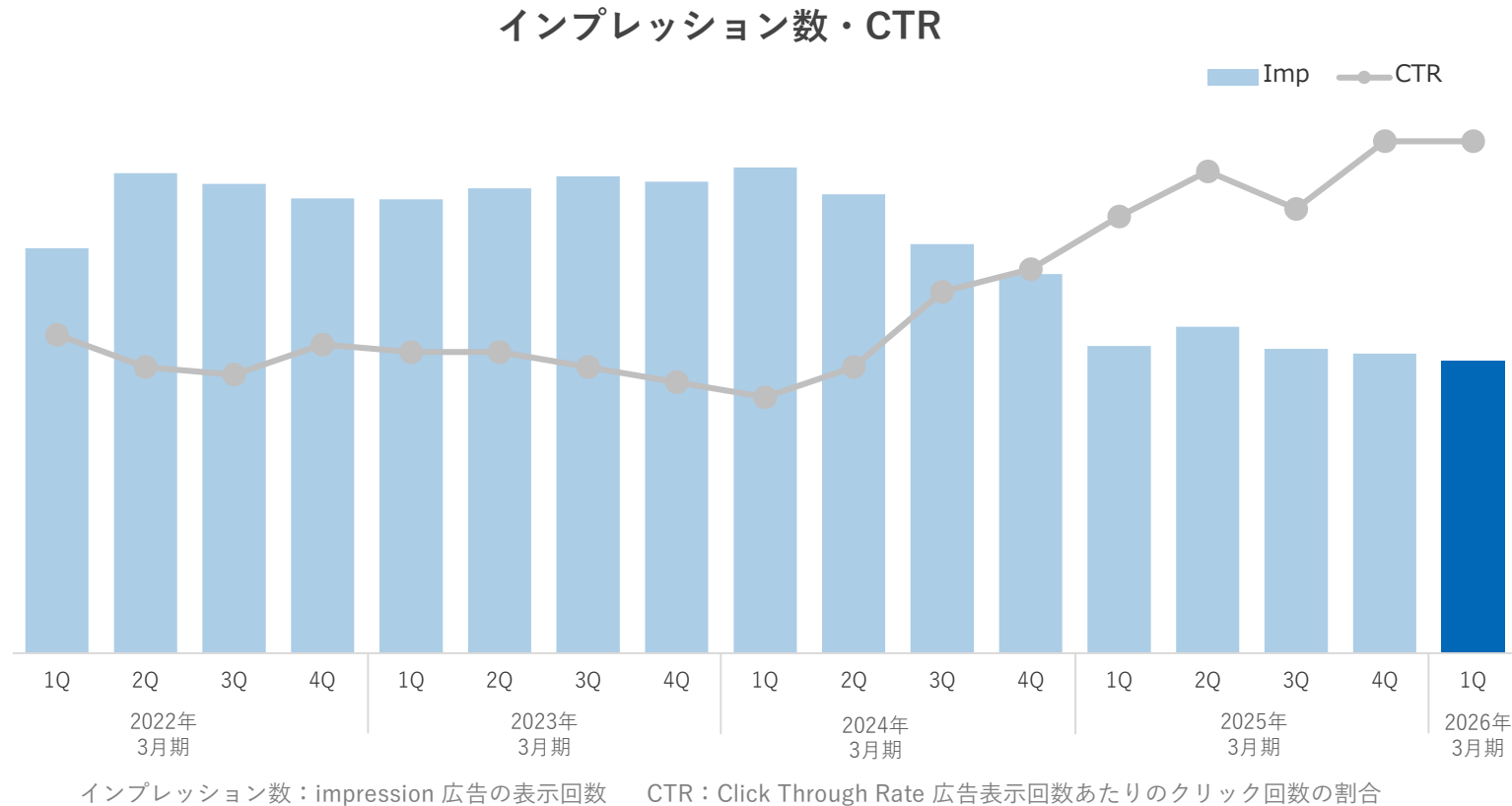
(単位：百万円)

■ 売上総利益 ■ 営業利益



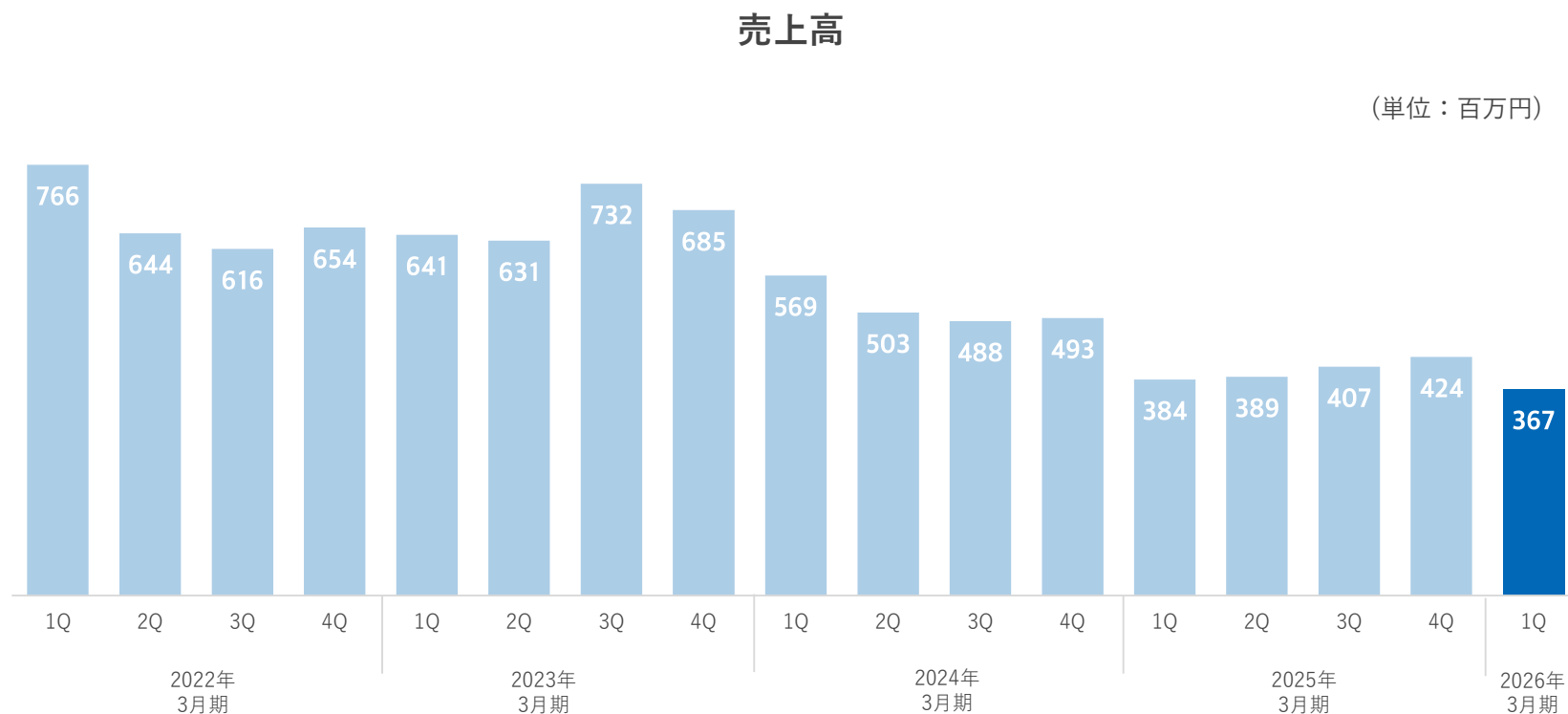
- 2026年3月期1Q売上高は前期平均から横ばい、売上総利益は増加、営業利益はマイナスが縮小
- 通期販管費は事務所移転による費用削減効果が現れ、営業赤字縮小に寄与
- 本社移転に伴い、エンジニア人材はリモートワーク体制となったため、地代家賃および水道光熱費に関しては、エンジニア稼働分を売上原価として振替えずに販売管理費として表示（FY2025 2Qから対応済み）

## インプレッション数は微減、CTRは現水準維持



- インプレッション数は前期から微減
- CTRは前期3Qで一時下落したが、4Qで回復し高水準を維持

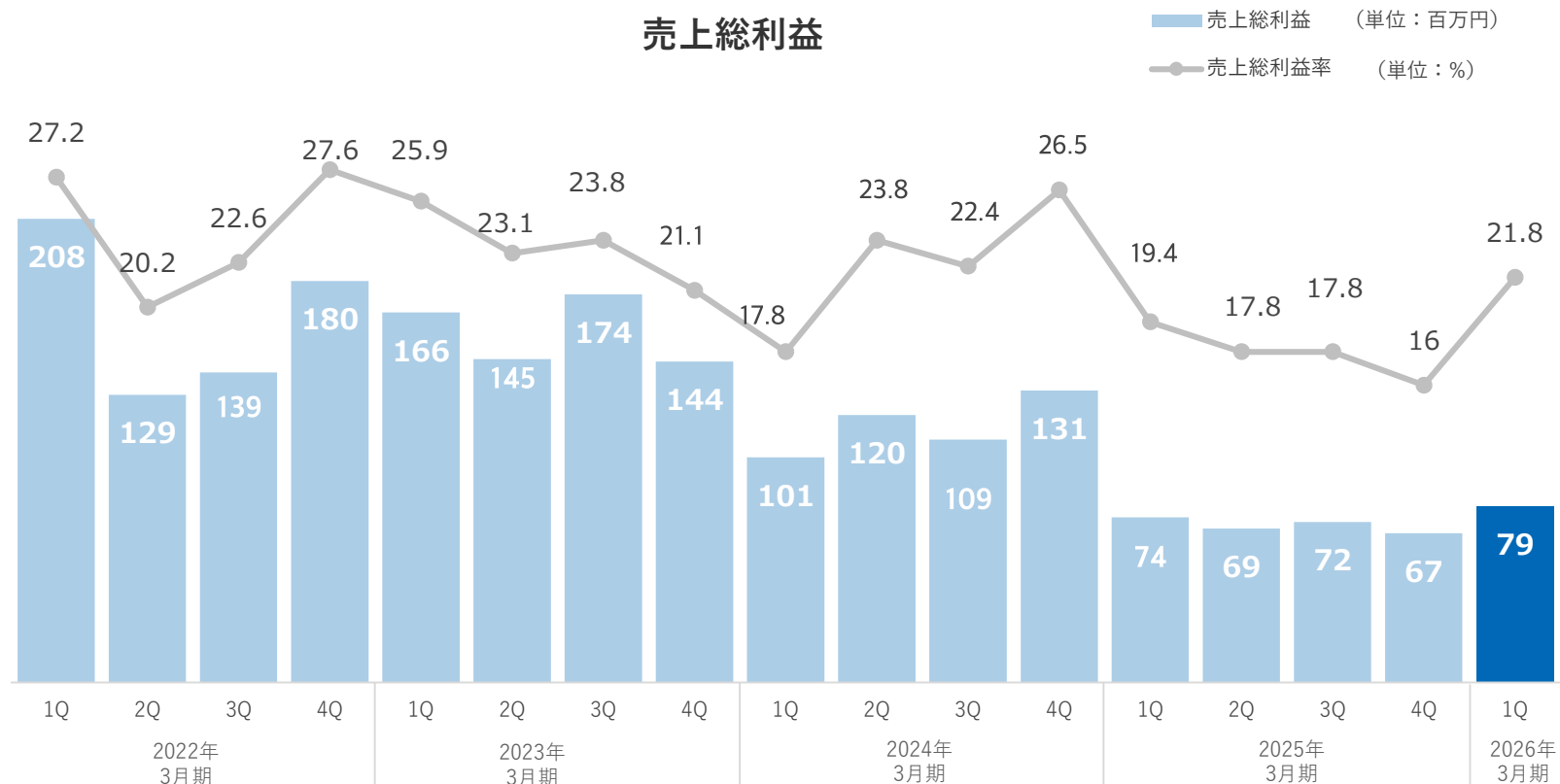
## LOGLYグループの売上高は、前期から横ばいで推移



■ 2026年3月期1Q売上高は対前年同期比95.7%で横ばい推移

■ 通期予想 (1,940百万円) に対する進捗率は19.0%

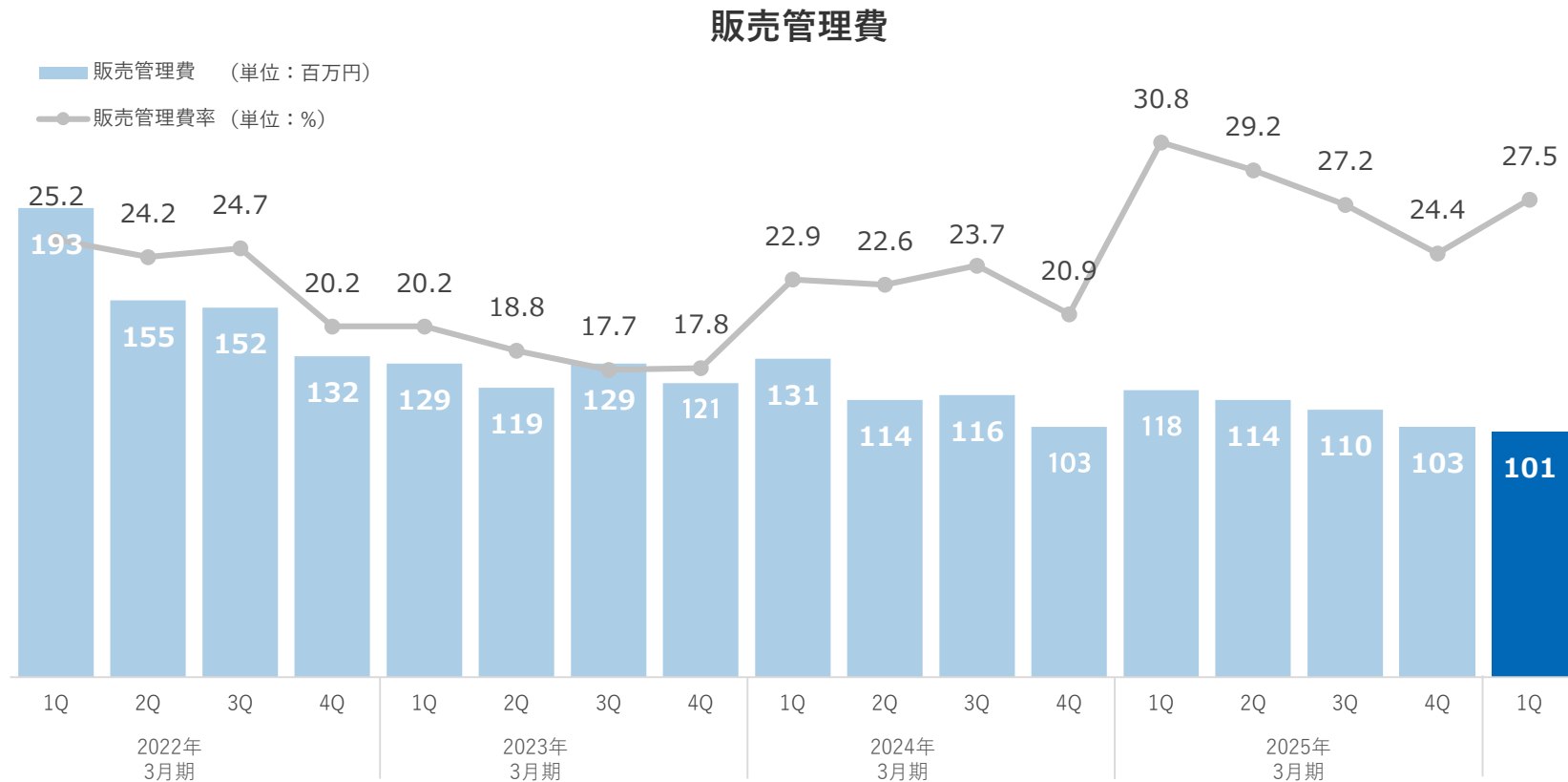
## 売上総利益増加、売上総利益率は向上



■ マージンコントロールにより1Qの売上総利益は増加、売上総利益率は向上

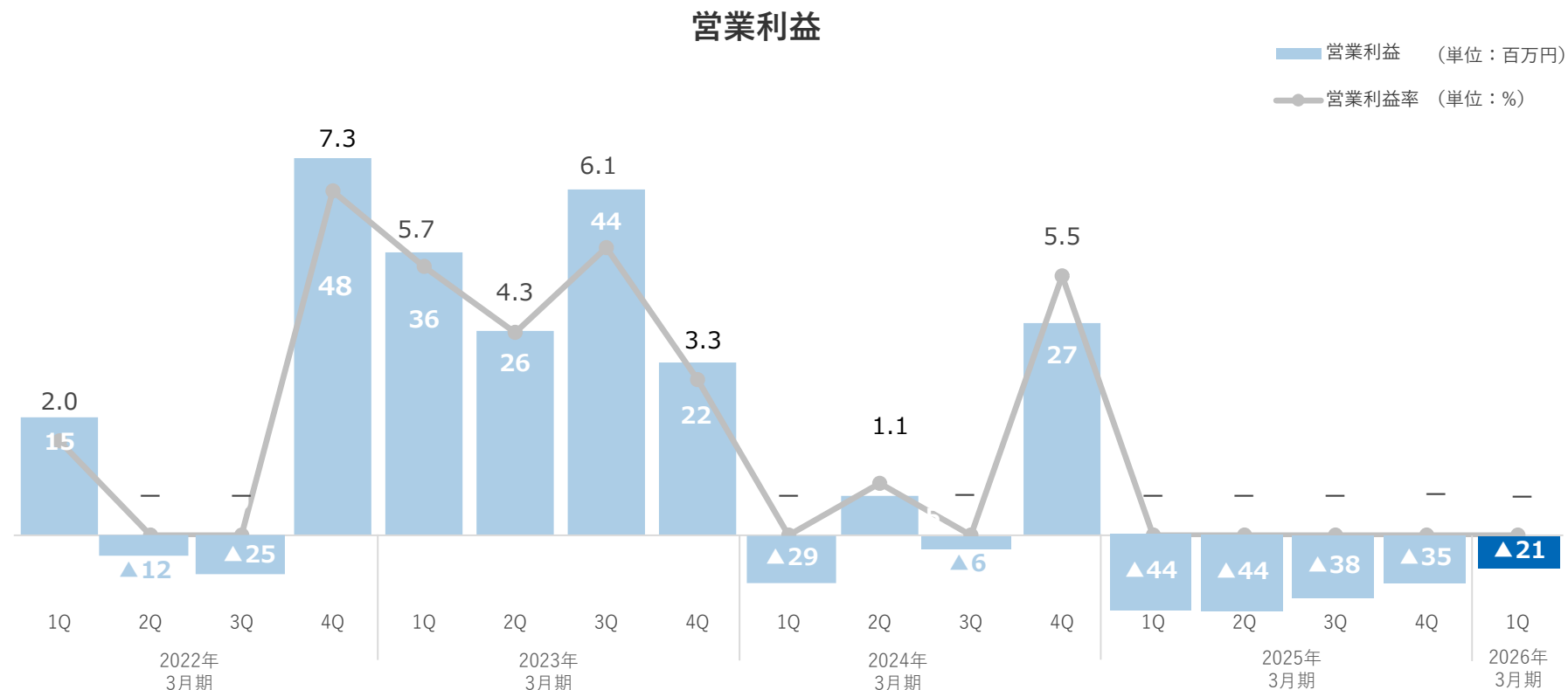
■ 媒体仕入れ、並びにサーバー費などの原価は適正水準まで抑制

## 前期より固定費支出の抑制を行い、販管費は減少



- 1Q販管費は決算関連費用や株主総会費用等の時期的要因がありながらも、前期4Q比でやや減少
- 前年度より販管費は継続的に減少しており、固定費削減効果が現れている

## 1Q営業利益はマイナス幅が縮小



- 1Q営業利益は、売上総利益増や販管費など固定費削減によりマイナス幅の縮小が継続
- CPCやインプレッション数の増減変動、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.15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  
**3.6兆円**

ソーシャル広告市場  
1兆1,008億円

インフルエンサー  
マーケティング市場

723億円

LOGLY Buzz

EGG

運用型広告市場  
2兆6,095億円

デジタル  
マーケティング市場  
3,913億円

URUTEQ

LOGLY Ads Omni

DMP市場  
600億円

LOGLY Audience Analytics

レコメンドウィジェット  
広告市場

300億円

LOGLY Ads Context

出典：電通「2024年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」2025年3月12日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0312-010858.html>



## LOGLY Marketing Nexus

### 旧製品、旧サービスを LOGLY Marketing Nexusとして、ブランド統一

LOGLY Marketing Nexusは、ファーストパーティデータを軸にしたマーケティング環境を提供し、広告配信からUX最適化、インフルエンサー施策まで一貫してカバー

LOGLY lift



juicer



lift Plus



BUZZRISTA



PTIO



LOGLY Marketing Nexus



LOGLY Ads Context



LOGLY Audience Analytics



LOGLY Ads Omni



LOGLY Buzz



LOGLY Engage

## 事業体系と基盤

LOGLY Sphereをデータ基盤として、BtoC、BtoB事業を展開

 **LOGLY Marketing Nexus**

『ファーストパーティデータを活用した統合マーケティングプラットフォーム』

アドプラットフォーム事業

SNSマーケティング事業

 **URUTEQ**

『商談獲得率を向上させるアカウントインテリジェンスツール』

データプラットフォーム事業

 **LOGLY Sphere**

『ポストCookie対応のintentデータプラットフォーム』

## 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

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

## ログリーの技術基盤



自然言語処理

文脈を理解する  
独自技術を開発



機械学習

高度な予測モデルを構築



データ解析

膨大なデータから価値ある情報を抽出



最適化技術

効率的なデータ処理を実現

LOGLY Ads Context

LOGLY Ads Omni

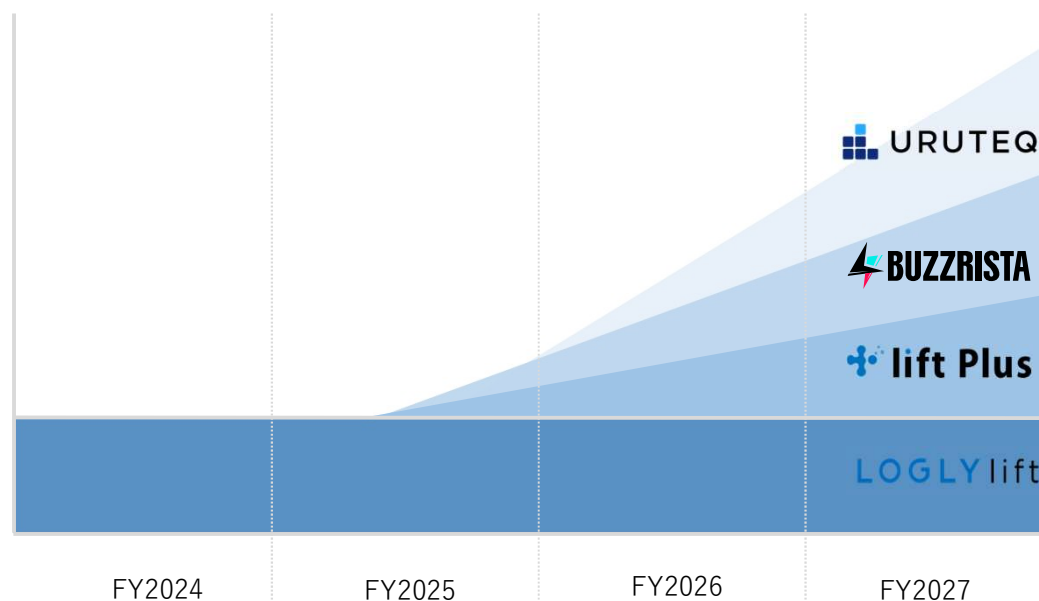
URUTEQ

LOGLY Buzz



## FY2026 重点方針

FY2025の投資フェーズを経て、主力事業をLOGLY Marketing Nexusにブランド統合  
新規事業ウルテクとともにFY2026の収益化を実現する



### 新規事業の収益化

URUTEQ  
LOGLY Buzz  
LOGLY Ads Omni  
LOGLY Ads Context



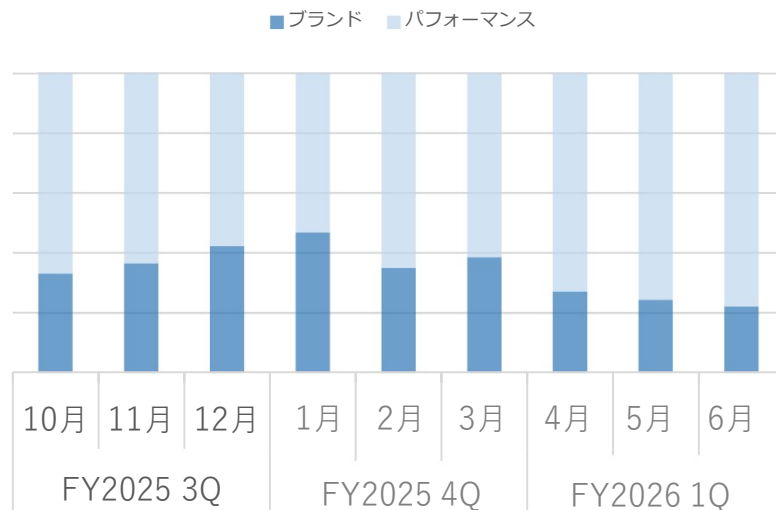
- 3～5年を見据えた取り組みとして上記の社内開発を行い、FY2026以降での成長を目指す
- 新規事業に対する投資を推進するため、財務リストラクチャリング効果によって捻出された増分CFや、デットファイナンス・エクイティファイナンスも含め検討（業績に影響を及ぼす資金調達が発生する場合は速やかに開示）

## アドプラットフォーム事業の進捗

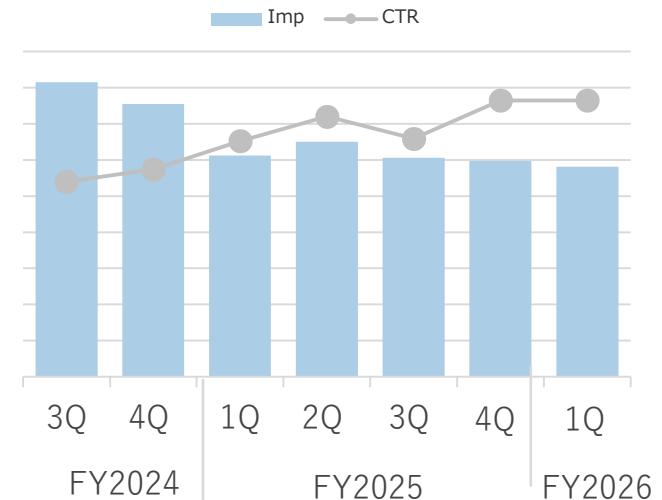
LOGLY Ads Context  
LOGLY Ads Omni

既存事業であるLOGLY Ads Context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、売上総利益の確保に注力する

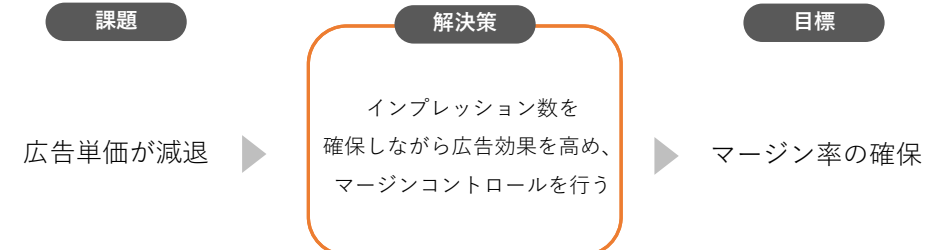
直近9ヶ月の売上の比率



インプレッション数・CTR



高収益案件の獲得に難航



概ね順調

## アドプラットフォーム事業

「Ads Omni(旧lift Plus)」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

### LOGLY Ads Omni

#### 付加価値の高いデータと運用ノウハウ

ログリーが長年培った広告データやデータプロバイダと連携したデータ、ユーザーの行動データやオンライン購買データ等の様々なデータを元に、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します。

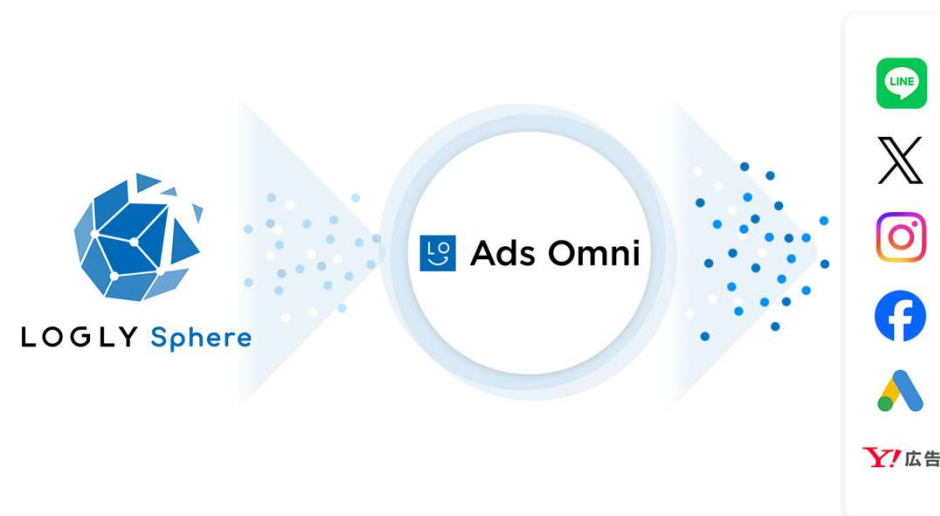
#### LTVを最大化するソリューション

ログリーが保有する様々なソリューションを用いてLTVを最大化します。

- LOGLY Ads Context (Click課金型ネイティブ広告)
- LOGLY Engage (ノーコードWeb接客ツール)
- LOGLY Audience Analytics (ユーザー分析DMP)

#### 豊富な配信プラットフォームに対応

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



## データプラットフォーム事業

URUTEQ

BtoBソリューション

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



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

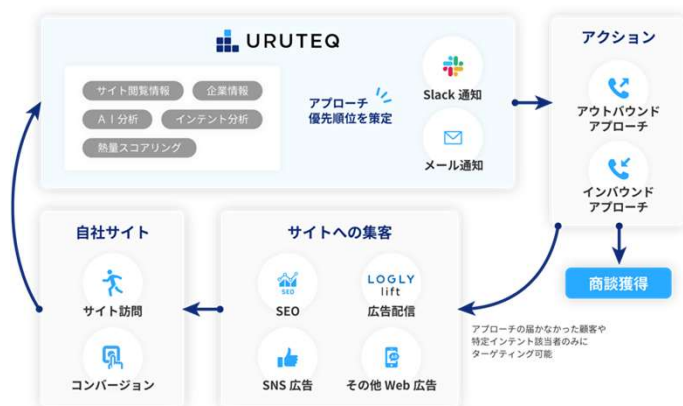
### 特徴

- ・ 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

- ・ 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

### セールスサイクル



### 商流



※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えている行動意図（intent）や目的、需要を表すデータのこと



## データプラットフォーム事業の進捗

URUTEQ

BtoBソリューション

PMF達成に向けて、データエンリッチを強化



### 成長戦略と市場展開

#### 国内BtoB市場への浸透

マーケティングおよび営業効率化を求める日本企業への拡販を推進します。企業情報、企業行動データ、インテントデータといった各種データの拡充を通じて、付加価値提供を一層強化してまいります。

#### AIによるデータ集計・可視化の実現

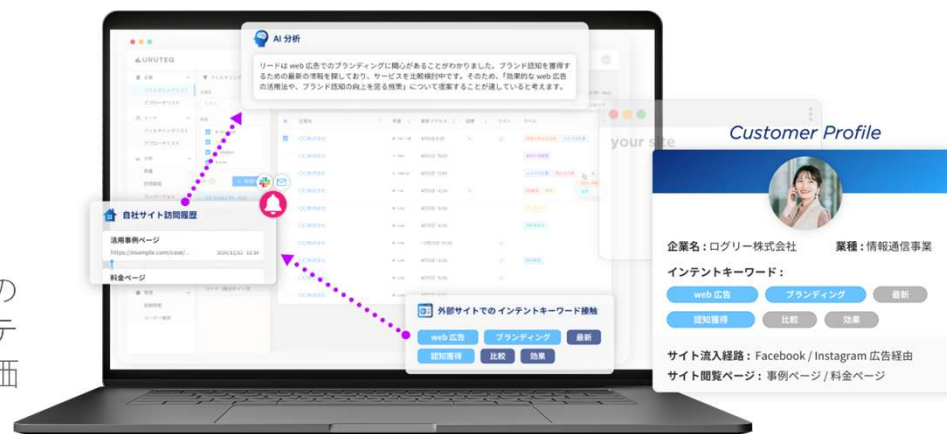
インテントデータと企業情報をAIで分析し、より精度の高い見込み客の特定と、最適なアプローチ方法を提案する機能を開発します。顧客単価の向上よりも、利用企業数の拡大を重視した展開を目指します。

#### データを活用した施策実行機能の拡張

各広告プラットフォームやCRM・MAツールとの連携を強化することにより、顧客のマーケティング・営業システム全体における価値提供を実現します。データ連携を通じた付加価値の向上を目指してまいります。

#### AIエージェントの実現

データの可視化や示唆の提供に留まらず、ウルテクがAIエージェントとして機能し、マーケティング効果分析や自動営業といった業務代行、さらには大規模な戦略設計の実現を目指します。





## データプラットフォーム事業の進捗

ウルテクは成長戦略と市場ニーズに基づき、着実に進化

データ収集ツールから、AIを活用した総合的な営業・マーケティング支援プラットフォームへと進化  
2025年7月には対話型AIエージェントの提供を開始し、データ分析から次のアクションまでを自動で提案

### 基盤構築期（2024年9月～12月）

- インテントデータを活用した商談獲得率向上の基本機能提供開始
- 複数のパートナー企業（シーズ・リンク社、アクセサイト社）との連携
- HubSpotとの連携開始
- 部署情報の追加による営業接続率向上支援
- 閲覧計測機能の追加
- 国内初「アカウント アナリティクス」機能の提供開始
- リモートワークからの訪問企業を特定する「Account Discovery」技術開発

### 発展期：AI活用の拡大（2025年1月～7月）

- 「企業動向タグ」による訪問企業の動向可視化
- 国内初「Buying Group Intent」の取得実現
- 「AIインテント分析」機能の提供開始
- 「インテントカテゴライズ」機能の提供
- 「未訪問インテント」機能による潜在顧客の興味可視化
- AIによるインテント分析自動化
- 「インテントAIメール」「インテントAIトークスクリプト」による営業活動自動化
- 「カスタム項目インポート」によるマーケ・営業連携強化
- 対話型「ウルテクAIエージェント(α)」の提供開始

## SNSマーケティング事業の進捗

株式会社EGGがログリーグループの企業として本格開始  
マイクロインフルエンサーに加え、圧倒的な影響力があるメガインフルエンサーとのリレーションを進めていく

### PMIの推進

#### 買収完了

株式会社EGGの買収が完了

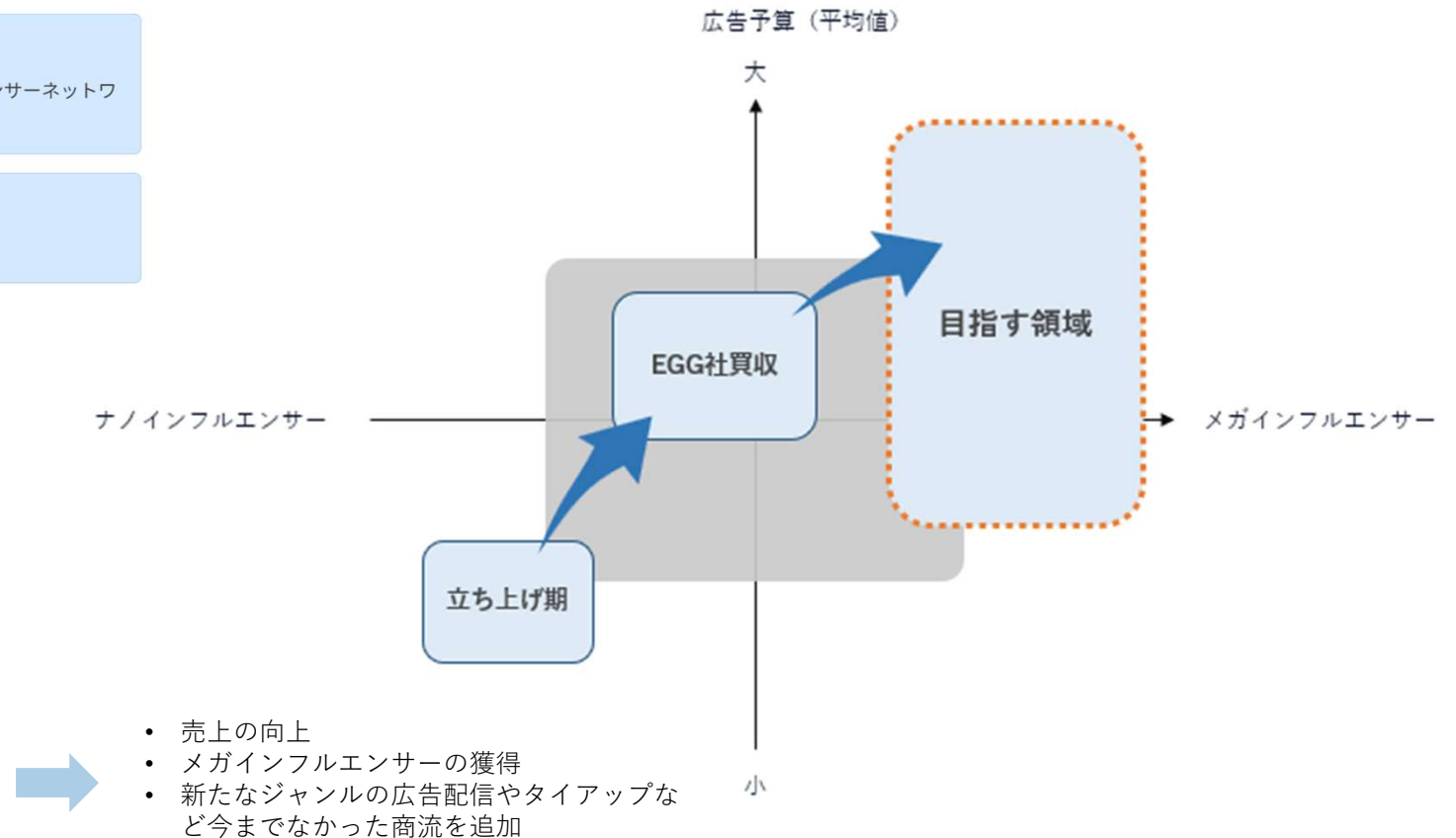
#### 事業拡大

インフルエンサーネットワークの拡大

#### 相乗効果

既存事業との連携強化

### 今後の展開計画



## SNSマーケティング事業の進捗



株式会社EGGがログリーグループのSNSマーケティング事業をけん引開始  
マイクロインフルエンサーに加え、圧倒的な影響力があるメガインフルエンサーとのリレーションを進めていく



### メガインフルエンサーの強み

#### 📢 圧倒的なリーチ力

数百万人へのアクセス。クロスプラットフォームでの影響力：Instagram、YouTube、TikTok、X(旧Twitter)など複数の媒体で強い影響力を持つ。

#### 👑 社会的信頼性・権威性

多くのフォロワーを持つことで「影響力のある人物」と認識されやすい。ブランドとのコラボにより、企業のイメージアップに貢献。

#### ⚙️ バイラル拡散力

投稿がシェアされやすく、メディアやニュースに取り上げられることも。一つの投稿がSNSやネットニュースを通じて爆発的に広がる可能性。

#### 🏢 有名ブランドとの連携実績

多くの場合、既にナショナルブランドやグローバル企業とのタイアップ経験があるため、提案や実施もプロフェッショナル。

### マイクロインフルエンサーの強み

#### 📢 高いエンゲージメント率

フォロワー数が少ないながらも、コミュニティとの結びつきが強い

#### 👑 ニッチな市場へのアクセス

特定の分野に特化したフォロワーベースを持ち、ターゲットを絞ったマーケティングが可能である。

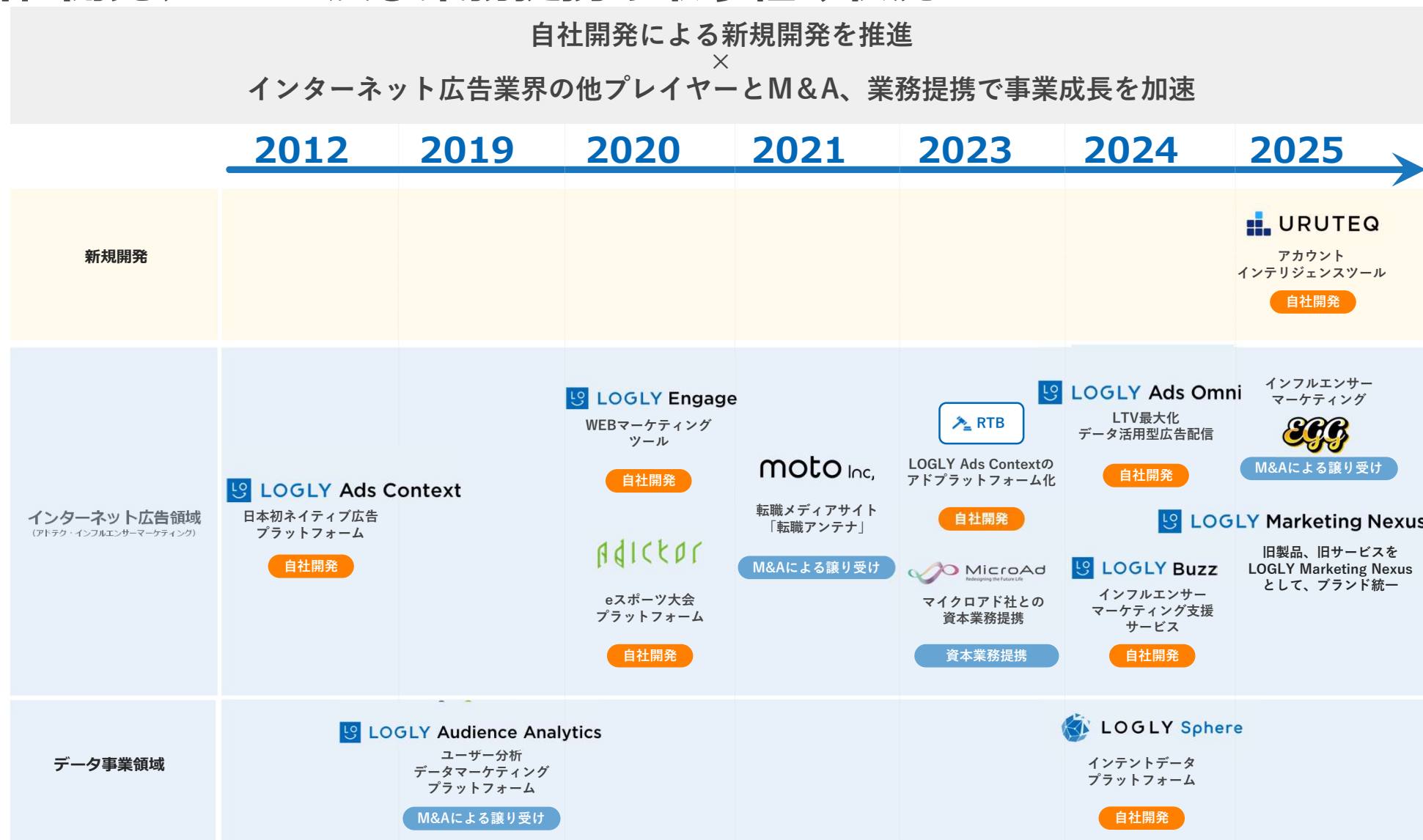
#### 👑 費用対効果

大手インフルエンサーと比較して広告費用が低く、ROIが高い傾向がある。

#### ⚙️ 信頼性と親近感

フォロワーとの関係が密接であり、推奨する製品やサービスに対する信頼度が高い。実際の購買行動につながりやすい。

## 自社開発、M&A及び業務提携の取り組み状況





## **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

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

M&Aによる譲り受け

juicer

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

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はサービス終了）

新規サービス

lift Plus

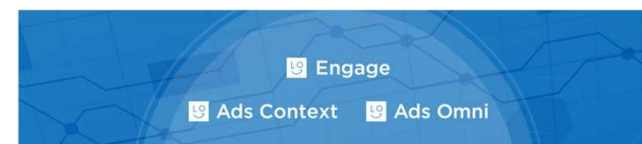


LOGLY Sphere

BUZZRISTA

FY2026の取り組み

LOGLY Marketing Nexusとして  
サービス統合



LOGLY Marketing Nexus



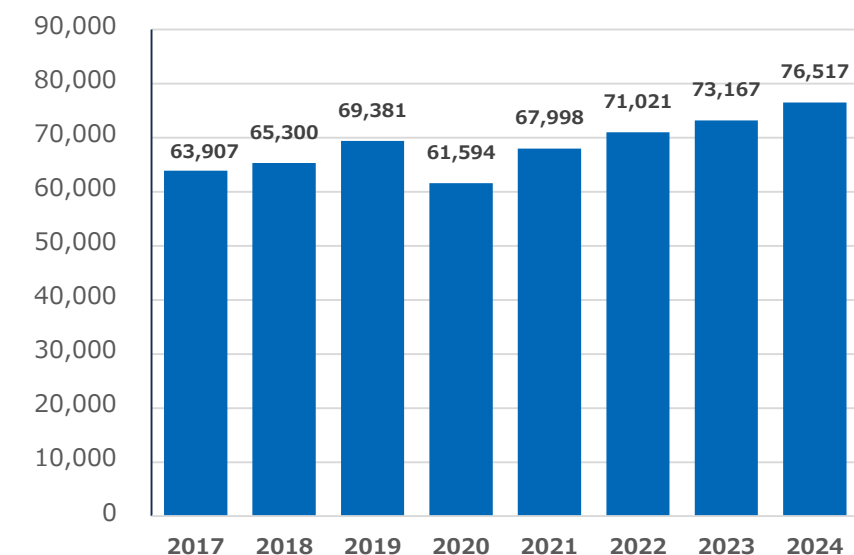
LOGLY Marketing Nexusは、ファーストパーティデータを軸にしたマーケティング環境を提供し、広告配信からUX最適化、インフルエンサー施策まで一貫してカバー

## インターネット広告市場

2024年の総広告費は、前年に続き過去最高（前年比104.9%）  
インターネット広告費の増加（前年比109.6%）により、広告市場全体の成長を後押し

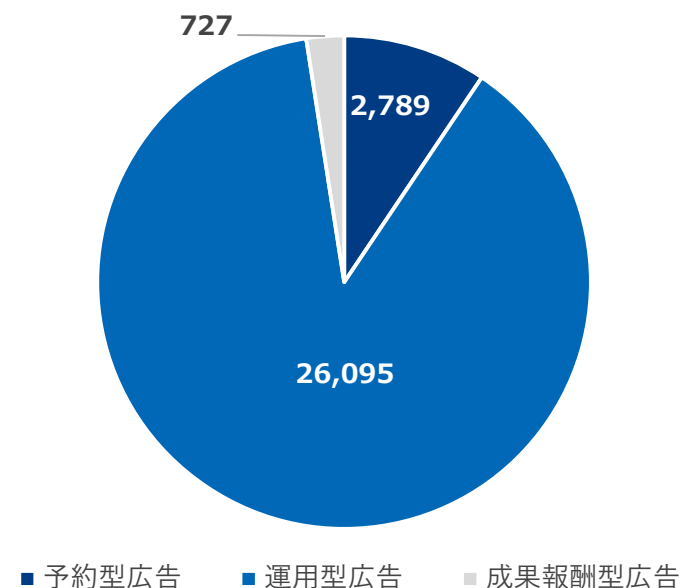
日本の総広告費

単位：億円



インターネット広告媒体費の広告種別構成比（2024年）

単位：億円



出典：電通「日本の広告費」2024年日本の広告費 2025年2月27日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0227-010853.html>

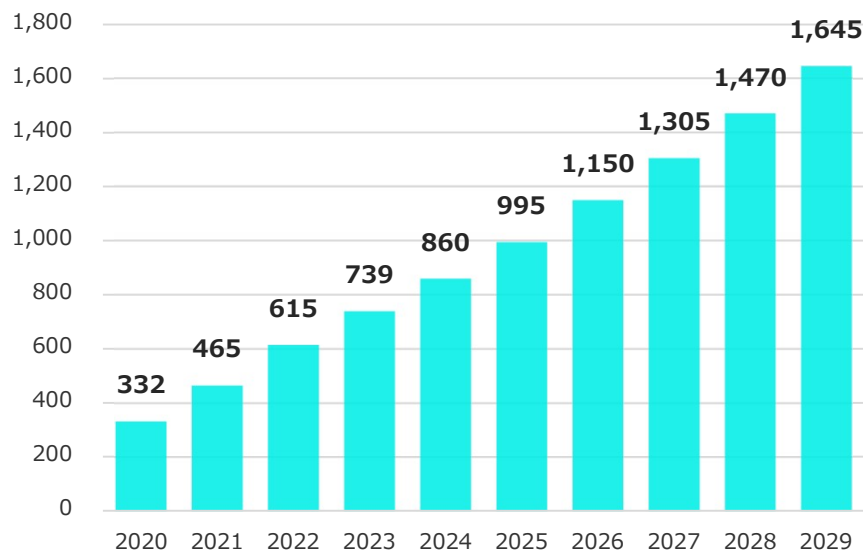
電通「2024年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」2025年3月12日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0312-010858.html>

## インフルエンサーマーケティング市場

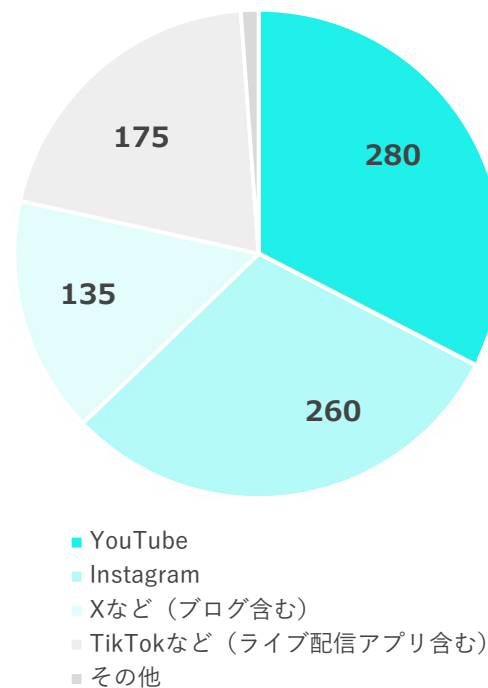
2024年は、860億円（前年比116%）と引き続き高い成長の見込み  
主要ソーシャルメディアの縦型動画フォーマットの普及が進み、需要が急速に増加

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

単位：百万円



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>

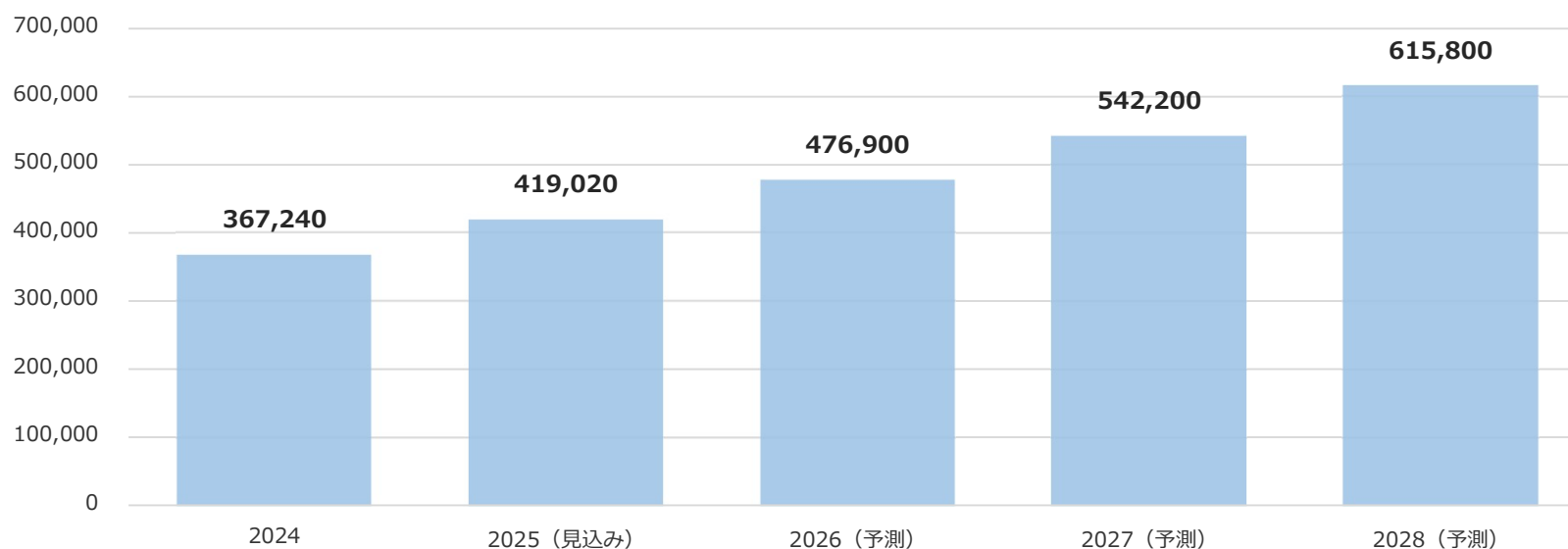


## デジタルマーケティング市場

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

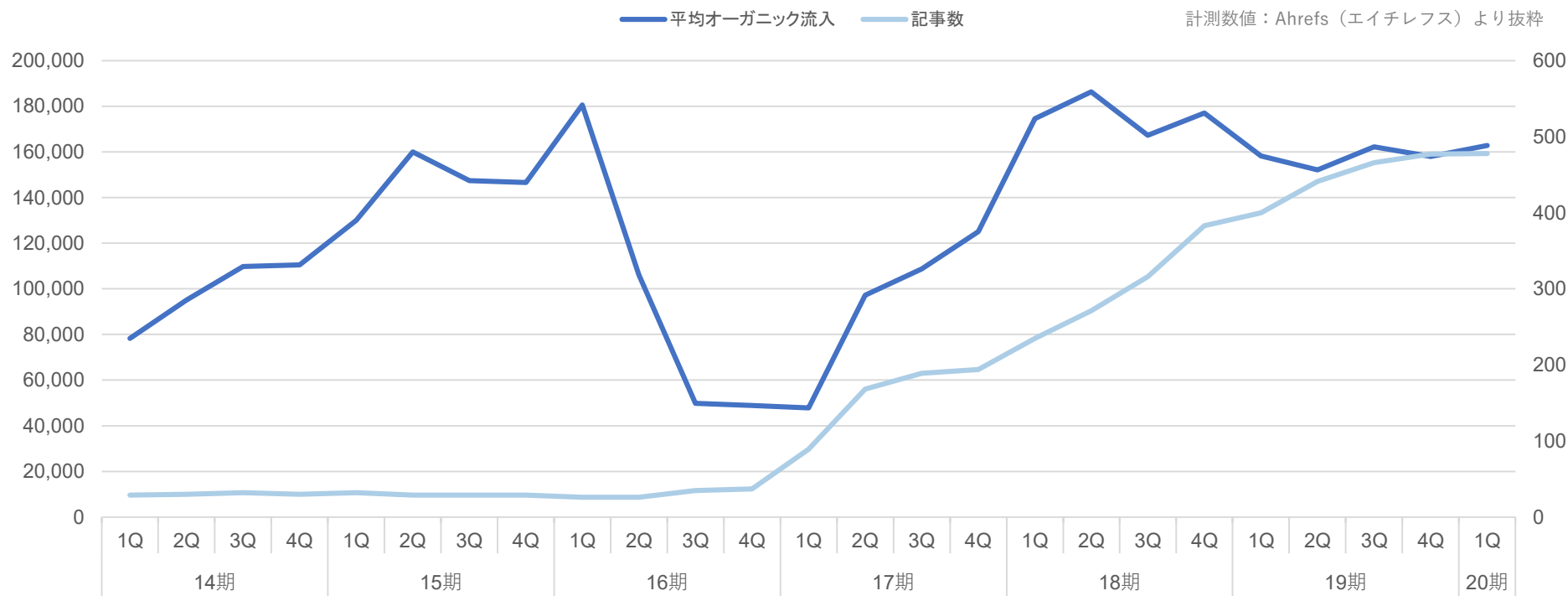
単位：百万円



出典：株式会社矢野経済研究所 2025年7月18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、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、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

SNSマーケティング事業



LOGLY Marketing Nexus



データプラットフォーム事業



『商談獲得率を向上させるアカウントインテリジェンスツール』

## 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 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（代官山総合法律事務所）

資本金 4億768万円（2025年6月現在）

従業員数 37人（2025年8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、株式会社EGG

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。

