



事業計画及び成長可能性に関する事項

2025年6月26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。

VALUE

自律し成長する

メンバー自らの意志で能力を向上させ、個々の成長を促進することを重視します。

謙虚に学び続ける

いかなる状況でも学ぶ姿勢を持ち、自分の知識や技能を継続的に向上させていきます。

チャレンジし続ける

新しいことに積極的に取り組み、失敗を恐れずに挑戦を続けます。

ワクワクを発見する

仕事の中で面白い発見やアイデアを見つけ出し、楽しみながら働くことを大切にします。

顧客視点で感動を提供する

顧客の立場に立って考え、感動的な体験を提供することを目指します。

スピーディーに対応する

迅速に問題解決を行い、顧客やチームに貢献します。

仲間と共に築く

メンバーと協力し合いながら目標に向かって進んでいきます。

1. ビジネスモデル – 事業内容・収益構造 –

2. 市場環境・競合環境

3. 競争力の源泉

4. 事業計画 成長戦略・経営指標

5. リスク情報

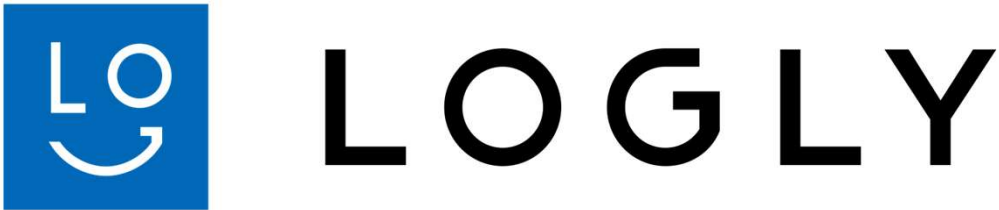
6. 会社概要



1. ビジネスモデル

事業内容・収益構造

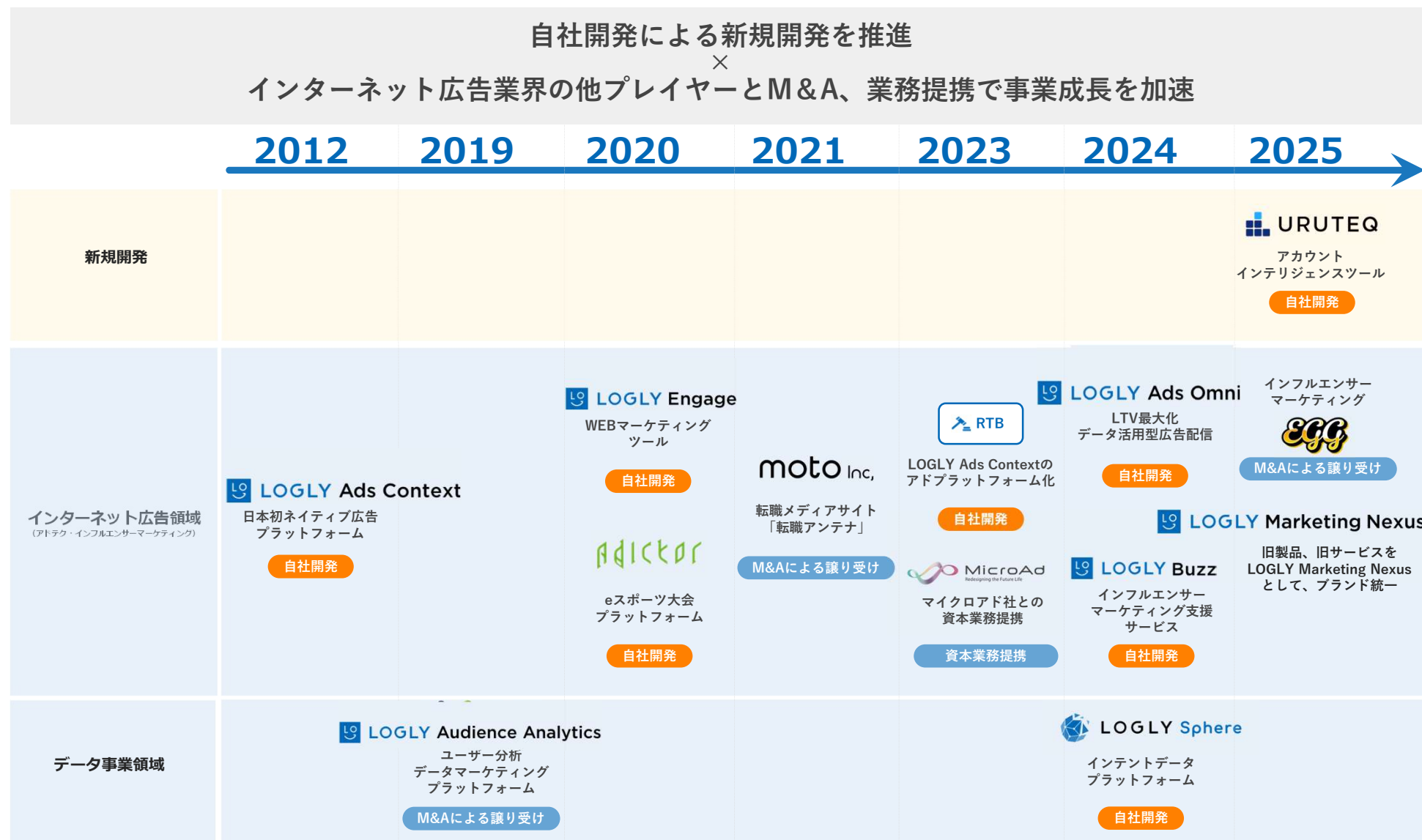
全般



私たちは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。

会社情報		経営陣		財務指標（実績）			
設 立	2006年	代表取締役社長	吉永 浩和	2024年3月期		2025年3月期	
従 業 員 数	40名	取 締 役 C F O	岸本 雅久	売上	2,054百万円	売上	1,605百万円
資 本 金	4億768万円 (2025年5月現在)			営業損失（△）	△2百万円	営業損失（△）	△164百万円
				親会社株主に帰属する 当期純損失（△）	△46百万円	親会社株主に帰属する 当期純損失（△）	△189百万円

当社グループ・サービスのリリース推移



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



OPTIO



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



LOGLY Marketing Nexus

アドプラットフォーム事業

日本初のネイティブ広告(※)プラットフォーム
ユーザの関心に合わせた広告を配信し、広告主・媒体社の収益を最大化する



(※) ネイティブ広告

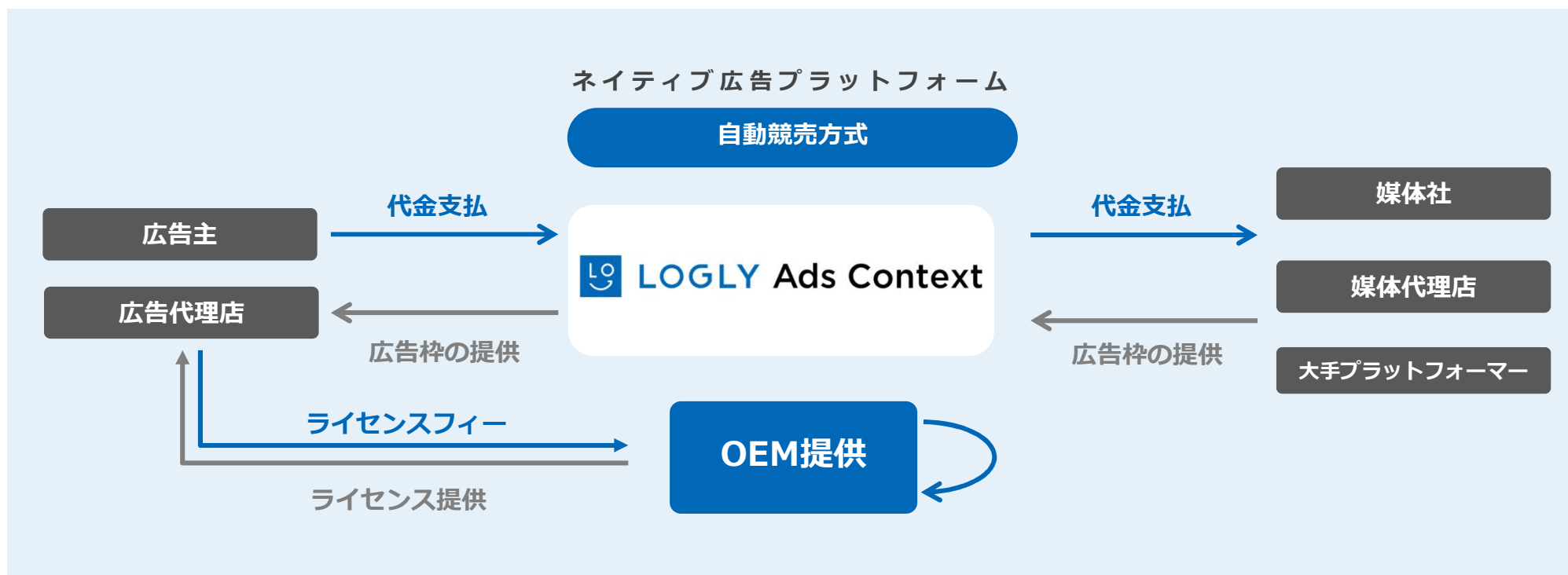
広告枠が媒体のデザインと一体化し、ユーザー体験を損なわずに広告を見せることができる広告手法。従来の広告では反応しなかったユーザーにメッセージを訴求できる。当社では、日本で初めてネイティブ広告のプラットフォームを事業化した。



LOGLY Marketing Nexus

アドプラットフォーム事業

LOGLY Ads Context等を通じて、代金支払いの対価として媒体の広告枠及びライセンスを提供



LOGLY Marketing Nexus

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

LTV最大化を実現するデータ活用型広告配信

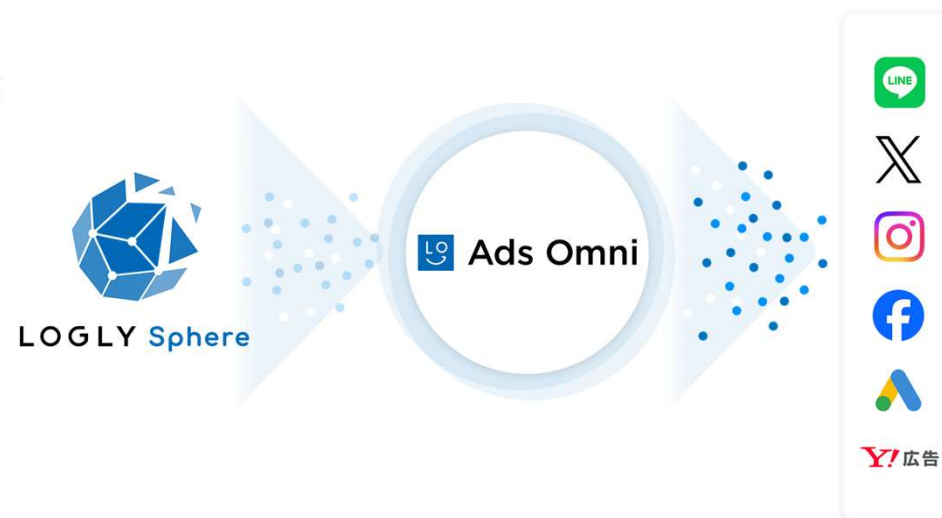
Cookieレスによる独自のデータを活用した
マルチチャネル広告配信プラットフォーム

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 Ads ContextのClick特典で経済的なプランニングが可能に



LOGLY Marketing Nexus

SNSマーケティング事業

キャスティング・制作事業にデータ領域を組み合わせた
再生回数保証型のインフルエンサーマーケティング支援サービス



LOGLY Marketing Nexus

データプラットフォーム事業

ユーザー分析DMP

LOGLY Audience Analyticsはビッグデータと人工知能で見込み客を可視化





2. 市場環境・競合環境

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

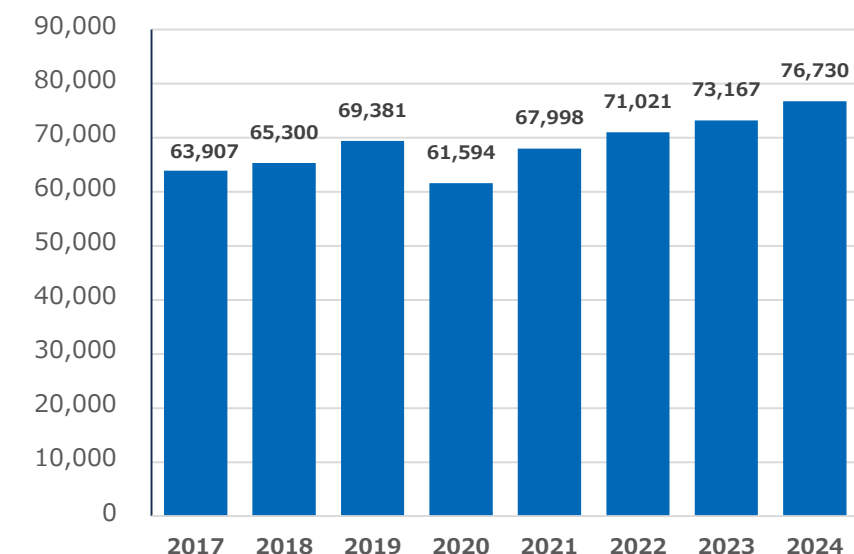
出典：電通「2024年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」2025年3月12日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0312-010858.html>

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

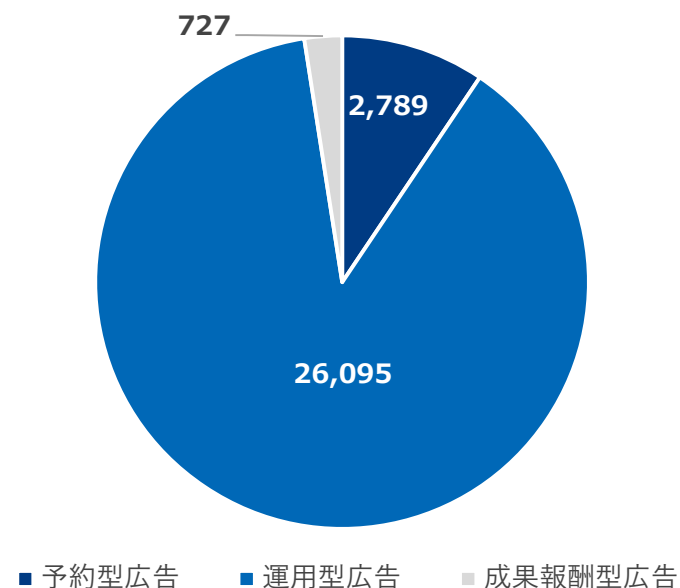
日本の総広告費

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>

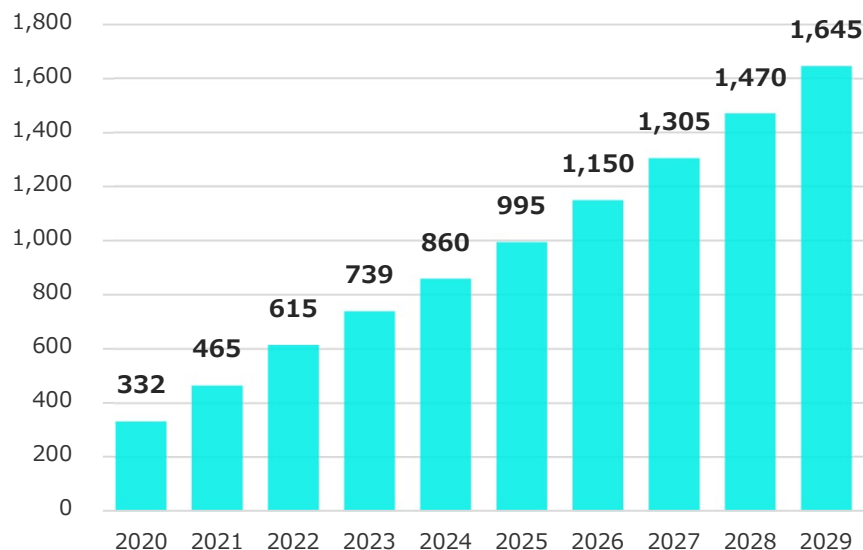
電通「2024年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」2025年3月12日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0312-010858.html>

インフルエンサーマーケティング市場

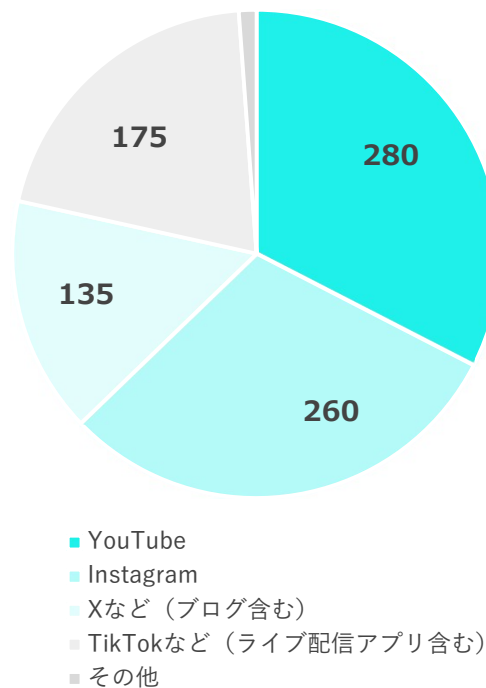
2024年は、860億円（前年比116%）と引き続き高い成長の見込み
主要ソーシャルメディアの縦型動画フォーマットの普及が進み、需要が急速に増加

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）



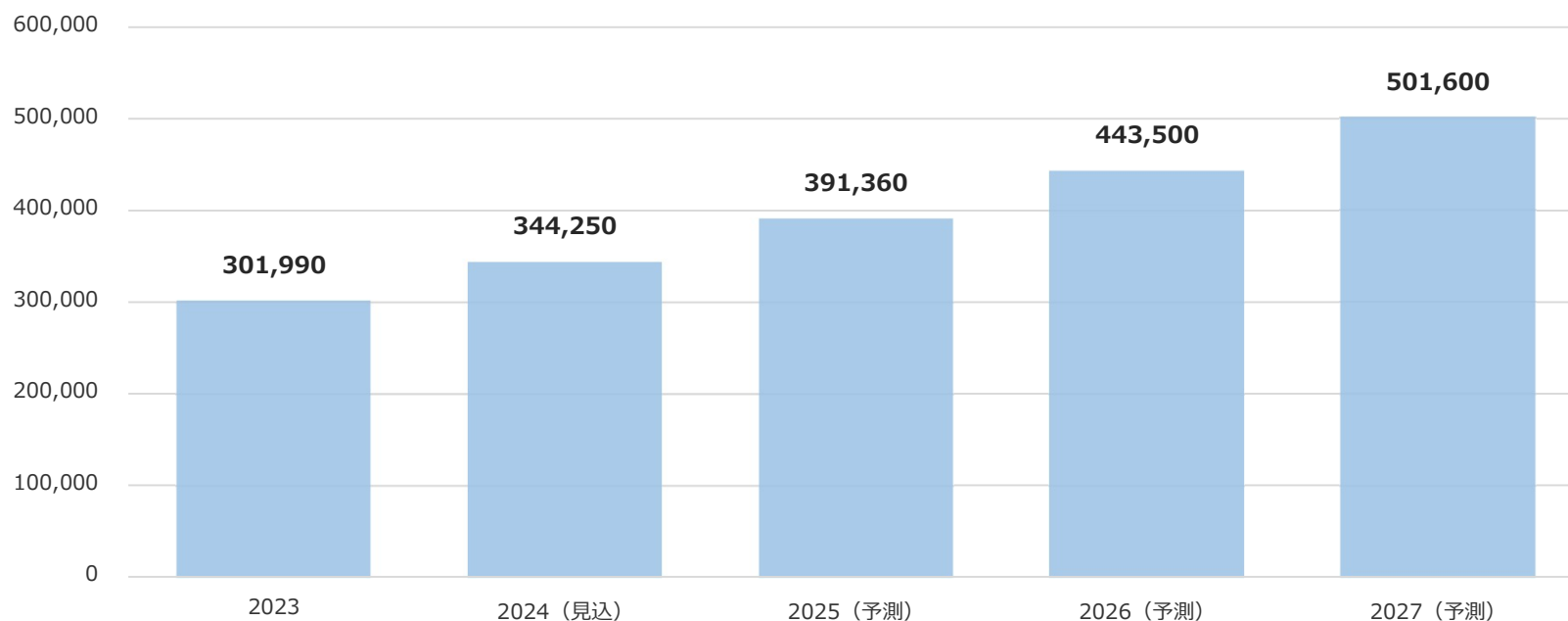
出典：サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ <https://rtbsquare.work/archives/52898>

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 2024年 8 月22日
https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3604



3. 競争力の源泉

当社グループ・サービスの考え方

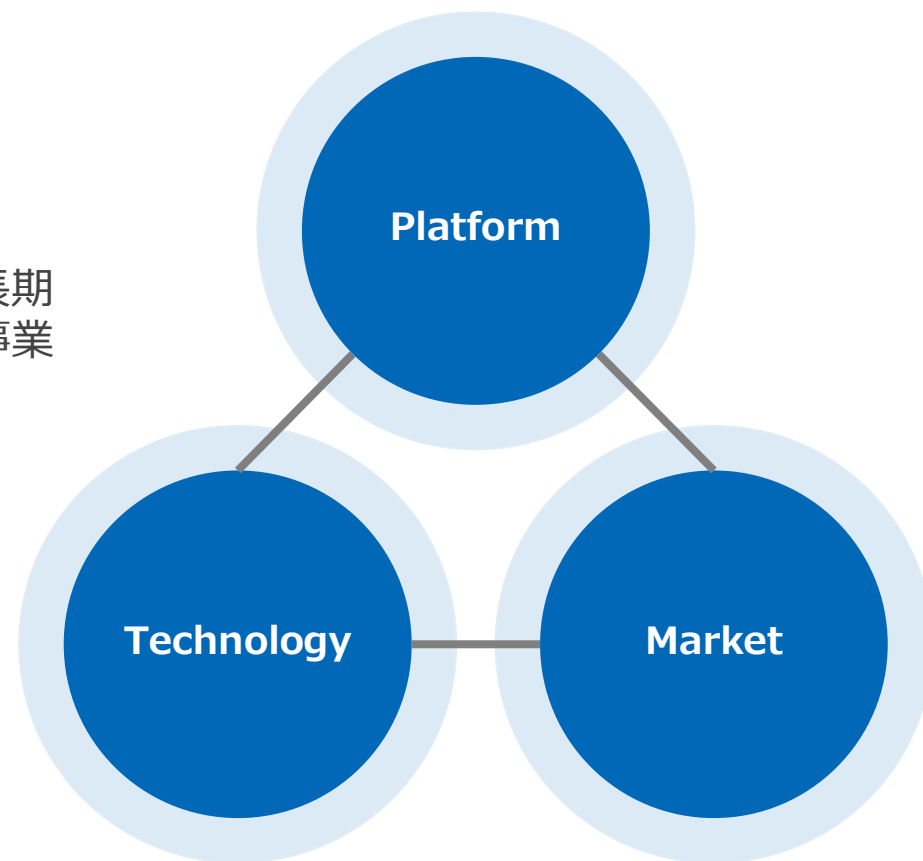
プラットフォーム事業を基幹とし、各市場領域とのシナジーをテクノロジーの力で創出

Engineering & Sales

プラットフォーム改善、新規機能開発、中長期
研究開発専門チームによるスピーディーな事業
支援・事業開発

Platform & Technology

各市場領域の産業構造を変革する
プラットフォームの開発



LOGLY Marketing Nexus

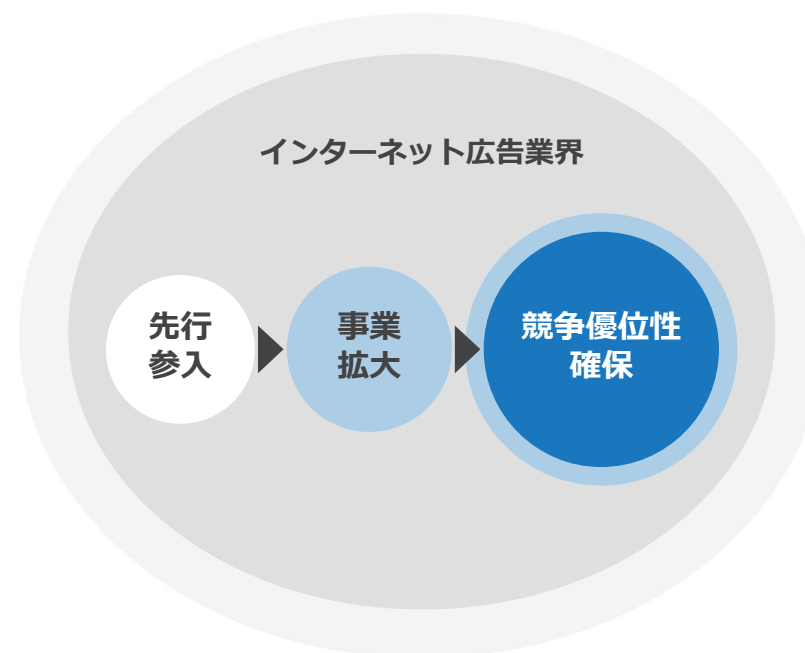
長年のアドネットワーク運営の中で培われた広告運用に関する事業ノウハウ

- バナー広告興隆時代に「日本初のネイティブ広告プラットフォーム」として先行参入した競争優位性
- インターネット広告市場の拡大と共に事業を拡大。蓄積されたノウハウを生かし、競争優位性を確保しながら事業を拡大
- 業界において、薬機法規制以前より「嫌われない広告」を提唱

LOGLY Ads Context

ブランドセーフ

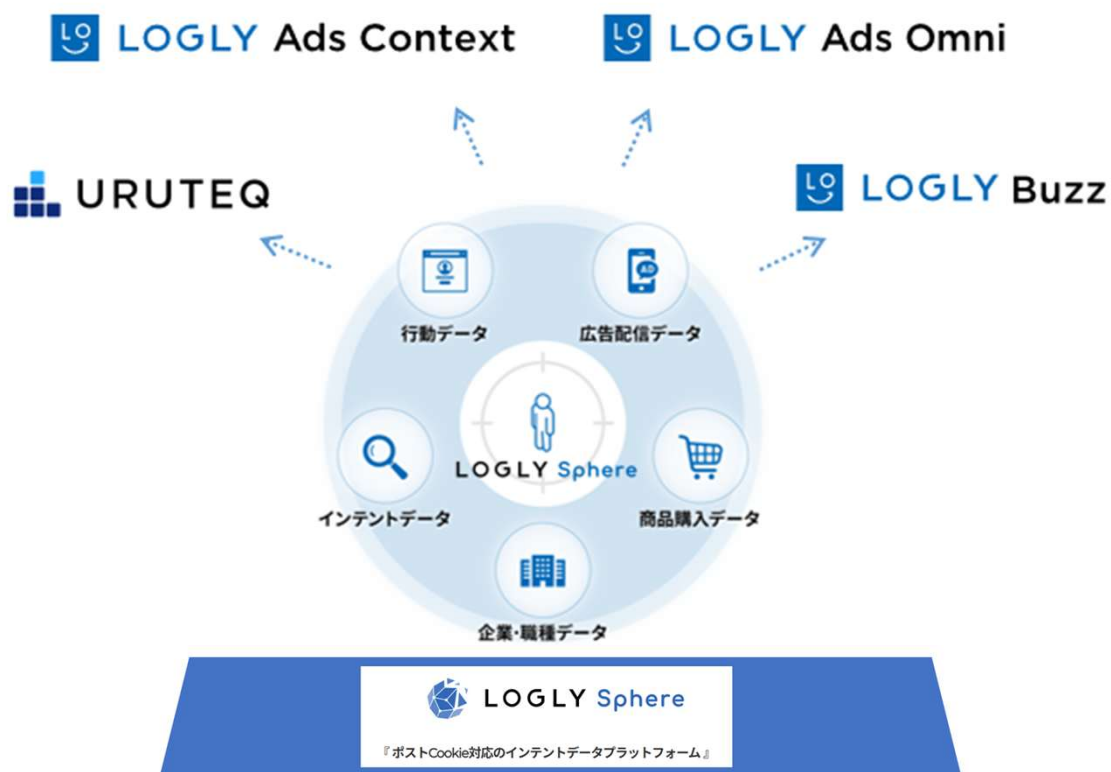
嫌われない広告



自社でのサービス開発が可能なテック体制

蓄積したインテントデータ資産をプラットフォームとして保有

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）



マルチチャネル広告プラットフォームへの進捗

「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。

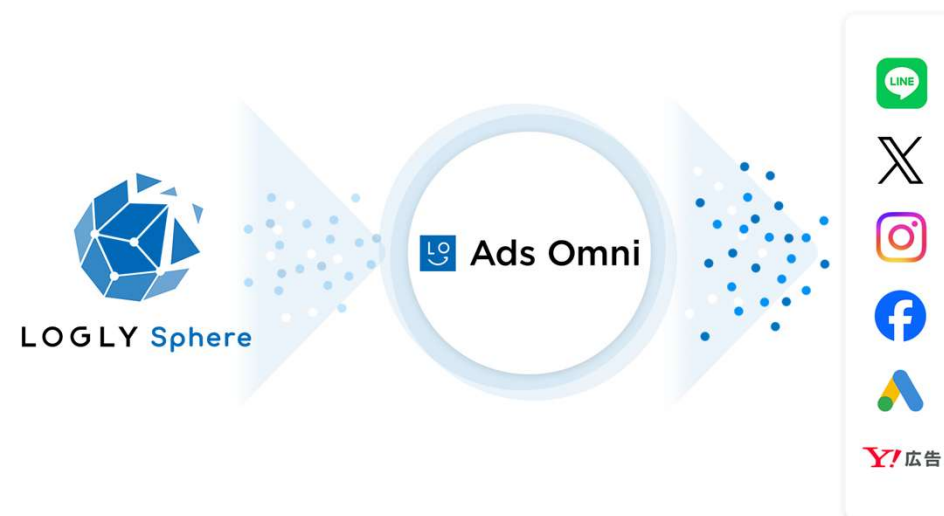
LTVを最大化するソリューション

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 Ads Context (離脱防止ウィジェット)
- 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





4. 事業計画

成長戦略・経営指標

FY2025 通期 決算サマリー

売上高

1,605 百万円

前年同期比 $\triangle 21.8\%$

通期業績予想進捗（修正後）

101.8 %

通期業績予想(修正後)：1,577百万円

営業利益

$\triangle$ **162** 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

$\triangle$ **189** 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 通期 業績ハイライト

- 2025年3月期通期売上高は、1,605百万となり、通期累計売上高の通期予想(修正後)に対する進捗率は101.8%
- 通期販管費は事務所移転に伴う費用削減効果が11月から現れ、営業損失は2Q以降で縮小傾向
- 親会社に帰属する当期純損失は、減損損失18百万円を計上したため $\triangle 189$ 百万円となり、通期業績予想 $\triangle 164$ 百万円を25百万円下回る着地

中長期成長戦略の概要

自社データを活かしたマーケティングをひとつのプラットフォームで
ファーストパーティデータを中核に、広告運用・サイト接客・インフルエンサー施策を一元管理。
顧客との長期的な関係構築と売上拡大を実現し、インターネット広告市場に商圏を拡大

3.6兆円規模のインターネット広告市場 に対して、
接続チャネルを増やす事で、多角的にジョインしていく

(※電通「2024年日本の広告費」より)

LOGLY Sphereをデータ基盤として、BtoC、BtoB事業を展開



LOGLY Marketing Nexusを軸としたリストラクチャリングを実施

2025年3月期 事業の戦略的再編

ログリー社
(LOGLY Marketing Nexus)

moto社
(転職アンテナ)

事業基盤の立て直しに集中

EGG社
(SNSマーケティング)

M&Aにより株式会社EGGを買収
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

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)

～ moto社の事業回復に向けて現状報告 ～

メディア力の向上 → ノウハウを活用した新サービスの展開

前期

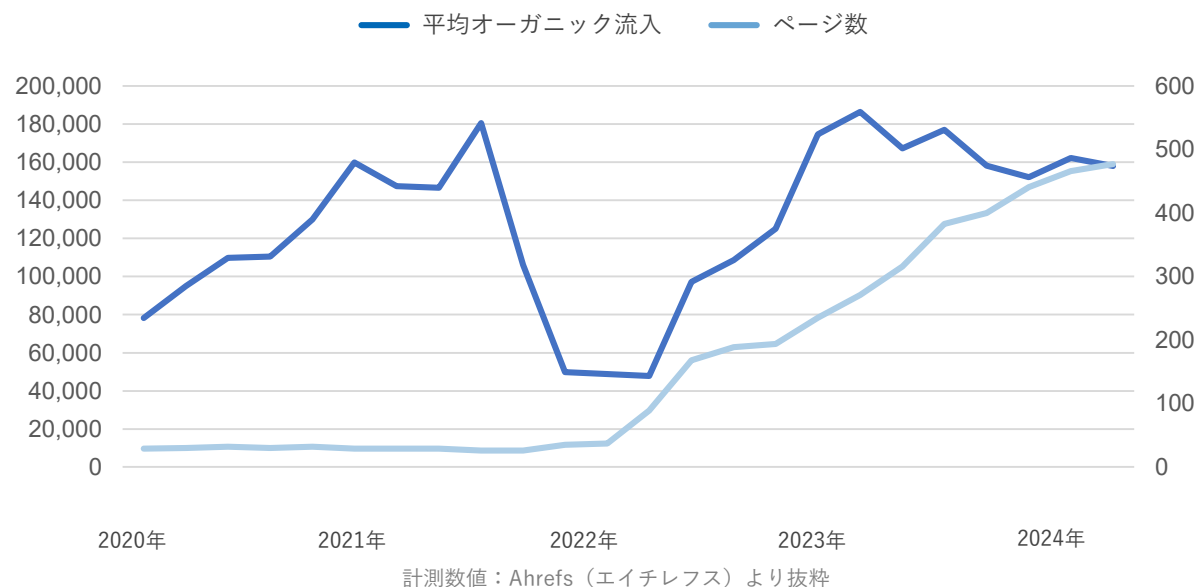
記事増産によるメディア力向上
と安定化

記事数を約5倍化、オーガニック流
入を過去最高時75%水準まで回復

今期

moto社で培ったノウハウを元
に新サービスを立ち上げる

SEO対策の知見を活かした、高収益
が見込めるサービスを開発



SNSマーケティング事業の進捗



M & A戦略により株式会社EGGを買収
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。

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



URUTEQ

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

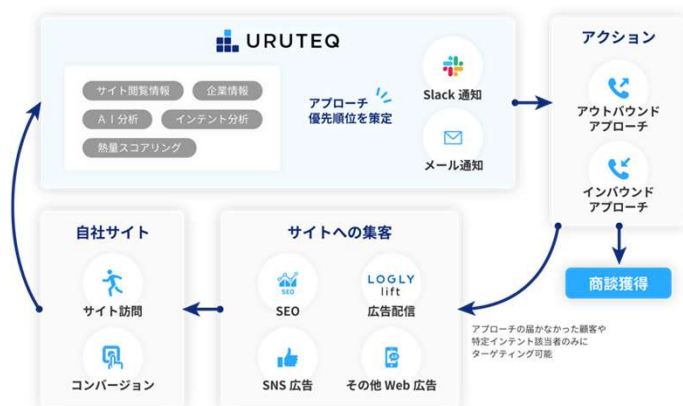
特徴

- ・ 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

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

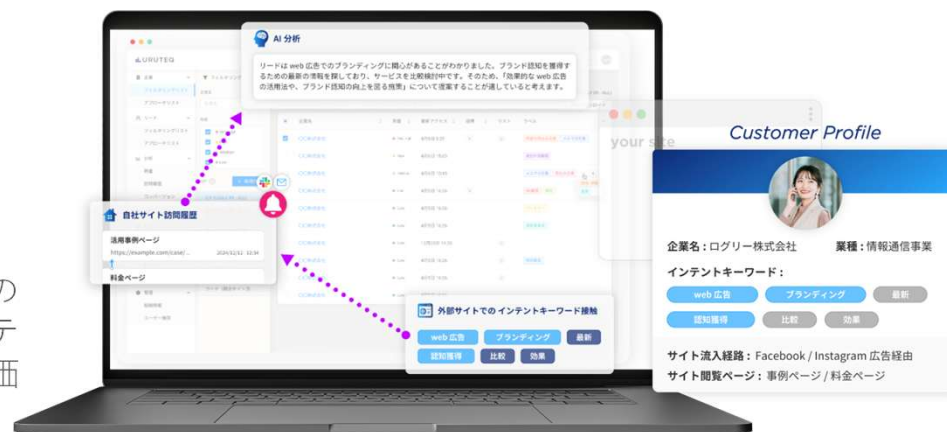
インテントデータと企業情報をAIで分析し、より精度の高い見込み客の特定と、最適なアプローチ方法を提案する機能を開発します。顧客単価の向上よりも、利用企業数の拡大を重視した展開を目指します。

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。

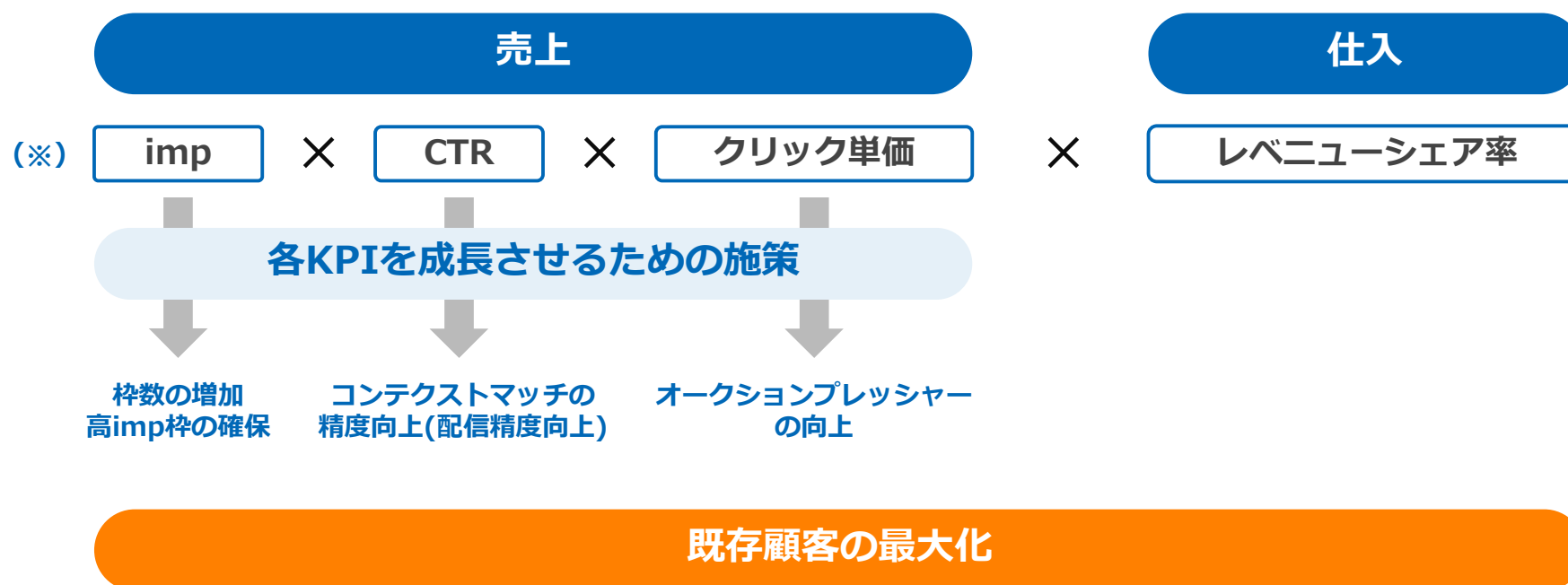
AIエージェントの実現

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。



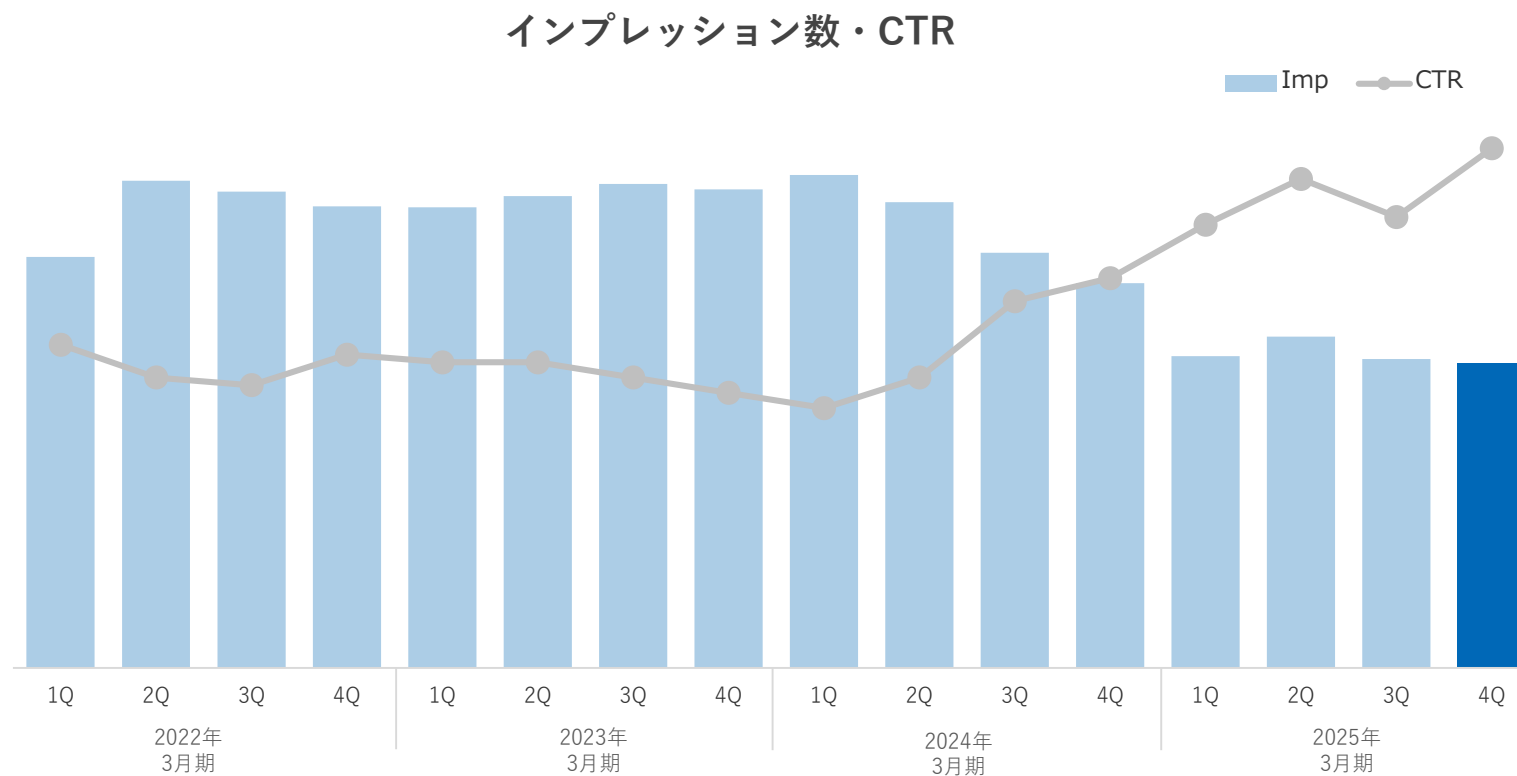
LOGLY Ads Context 事業KPI

FY2026は、既存顧客の最大化による
売上、売上総利益向上をKPIとする



(※) imp : 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

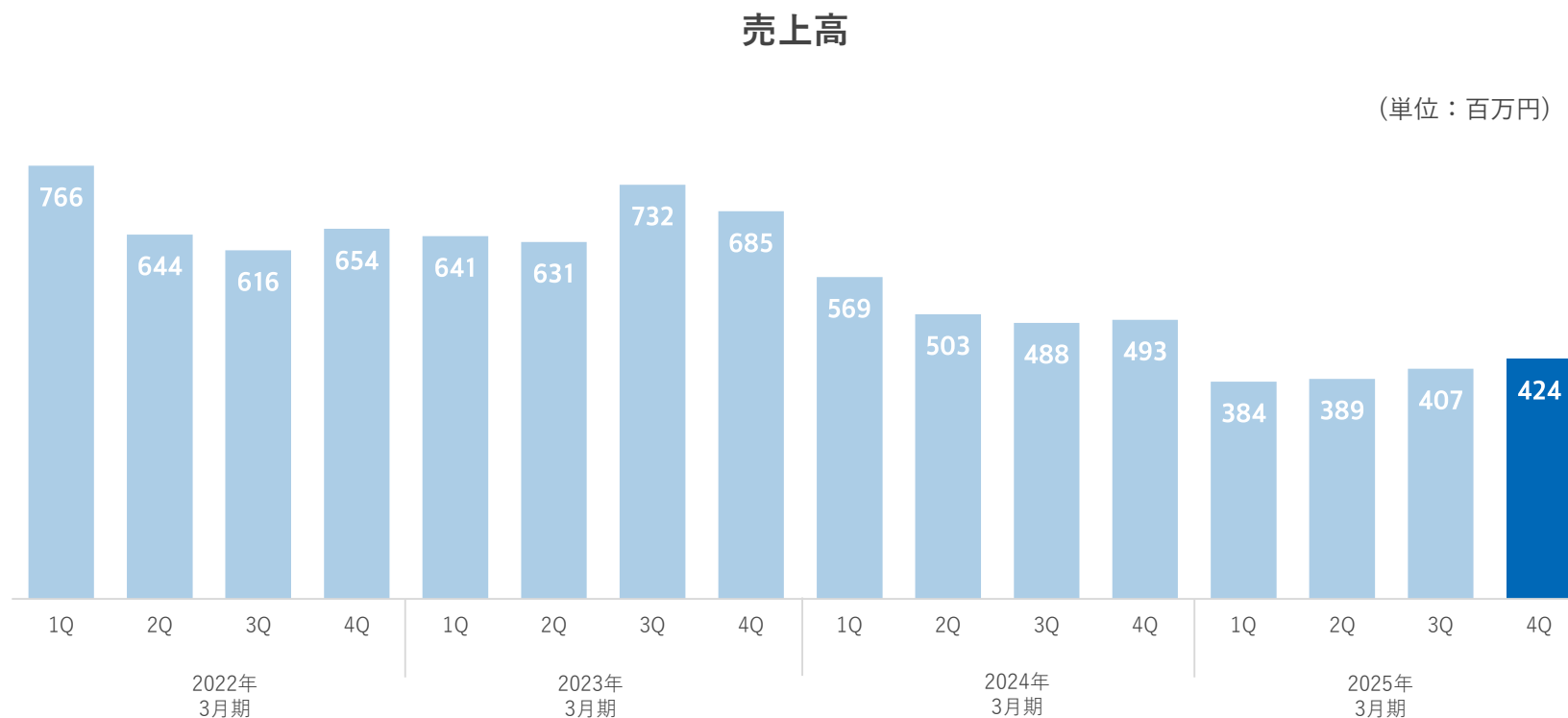
KPI進捗状況



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

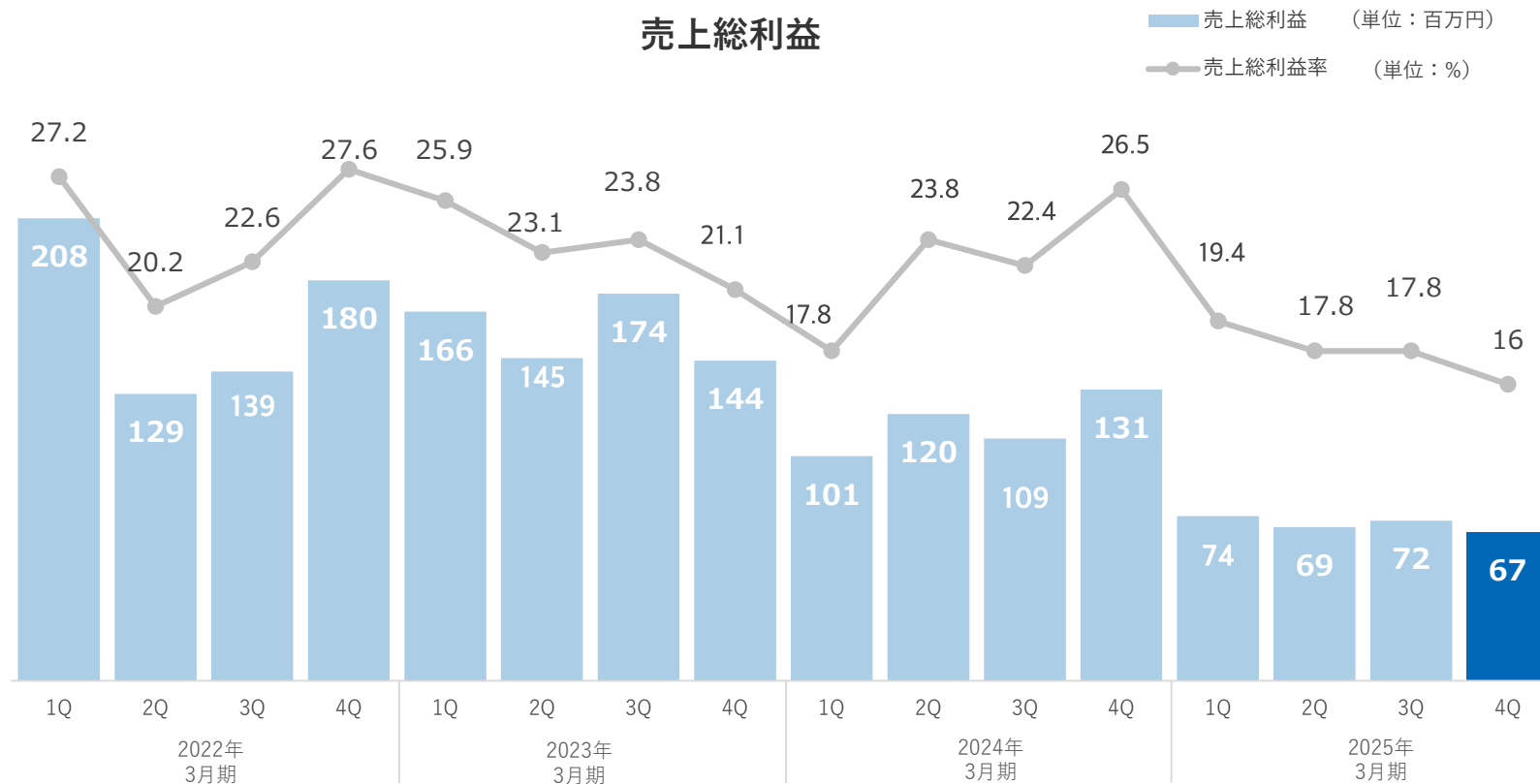
- インプレッション数は年間でほぼ横ばい
- CTRは3Qで一時下落したが、4Qで回復し上昇傾向を維持

LOGLYグループの売上高は、横ばい状態が継続



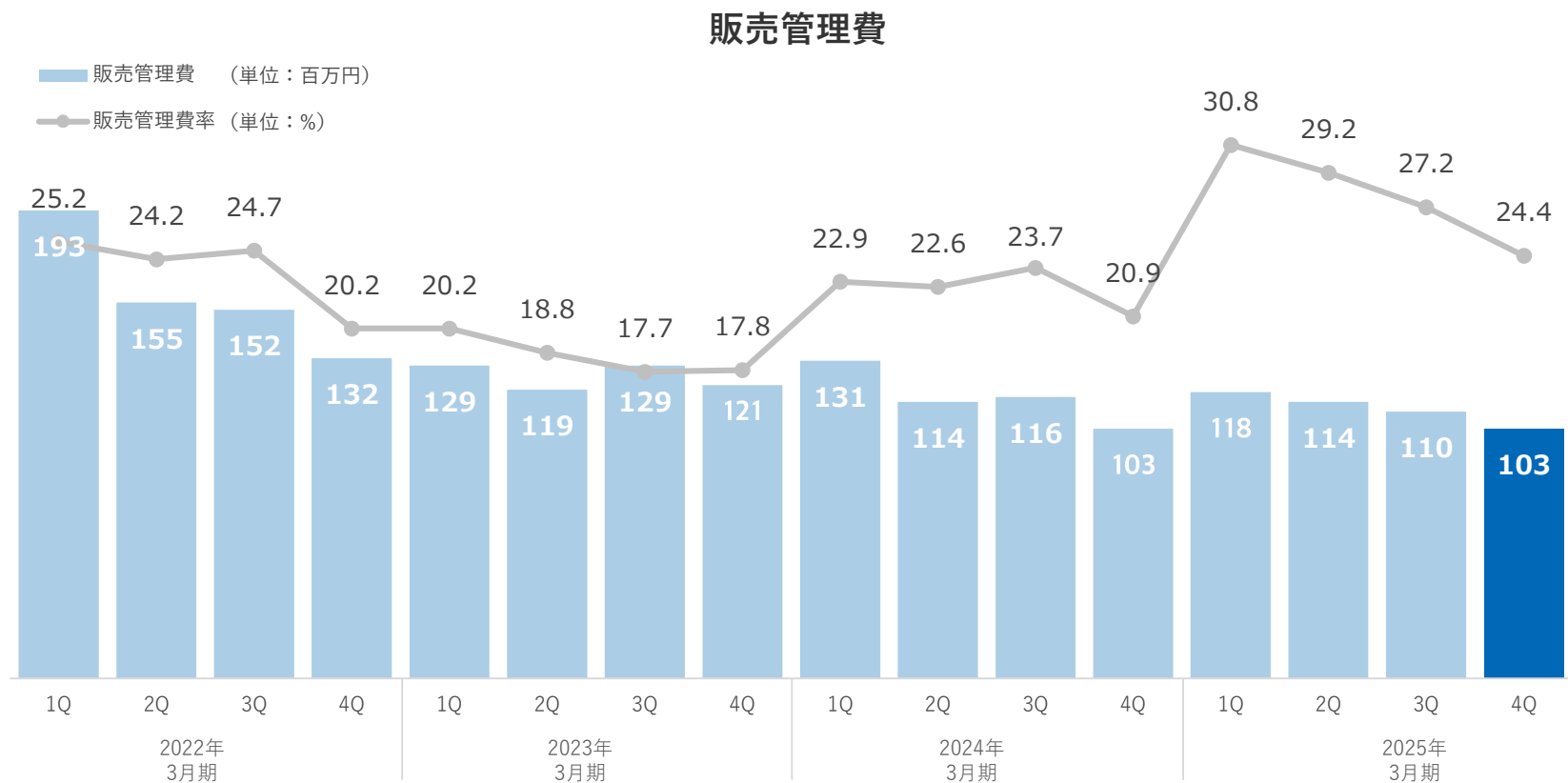
- 2025年3月期通期累計売上高は対前年同期比78.1%で、横ばい状態が継続
- インプレッション数がほぼ横ばいに推移したため、売上の回復要因とはならなかった

売上総利益、売上総利益率は漸減



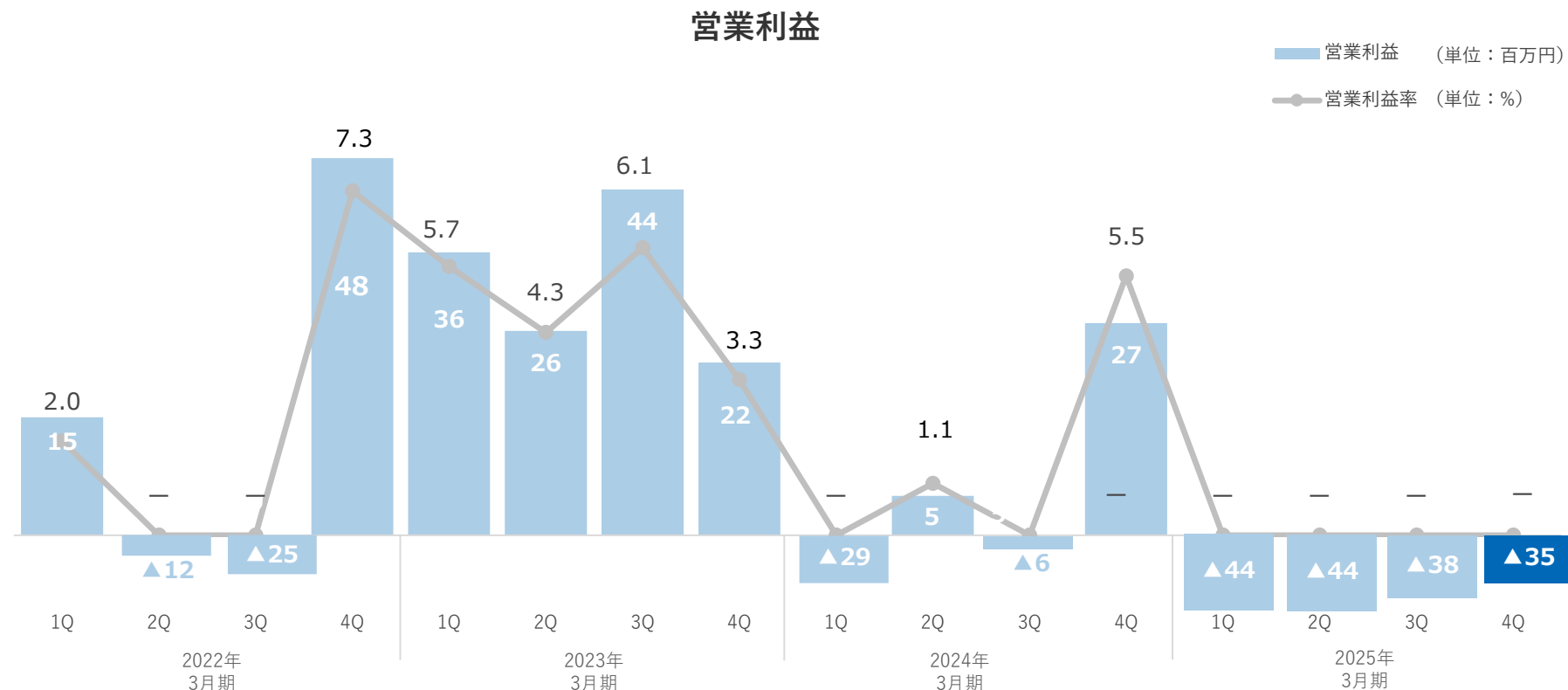
- 当期の売上高・売上総利益は横ばい 売上総利益率は漸減
- 媒体仕入れ、並びにサーバー費などの原価は3Qと同水準で推移

事務所家賃など固定費支出の抑制を行い、販管費率は改善



- 前年より売上高が減少したため販管費率が高くなったが、2Q以降で販管費を抑制し、販管費率は改善
- 旧事務所家賃の支出が10月で終了し、費用削減効果が顕在化

4Q営業利益はマイナス幅が縮小



- 4Q営業利益は、販管費削減などにより3Q比でマイナス幅が縮小
- 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.16以降)）

FY2026通期業績予想

通期予想とその理由

売上高

1,940 百万円（前年比 20.9%）

- LOGLY Ads Context (旧LOGLY lift)など既存サービスは安定推移からやや回復傾向が見られたが、引き続き保守的に計画した。
- 取得した株式会社EGGの売上貢献を見込み、連結売上高は前年実績比20.9%増を予想する。

売上総利益

365 百万円（前年比 28.6%）

- 2026年3月期の売上原価のうち、媒体広告枠の獲得費は2025年3月期比20.5%の増加を予想しており、引き続き適正な広告運用を継続する。
- インフラ費用については前期4Qからの円高の影響でコストダウンがみられる。2026年3月期も売上高に対するインフラ運用の効率化を徹底し、コストを抑制する

親会社株主に帰属する当期純利益

△86 百万円（前年実績△189百万円）

- 親会社株主に帰属する当期純利益は前期実績△189百万円から103百万円の回復を予測している。

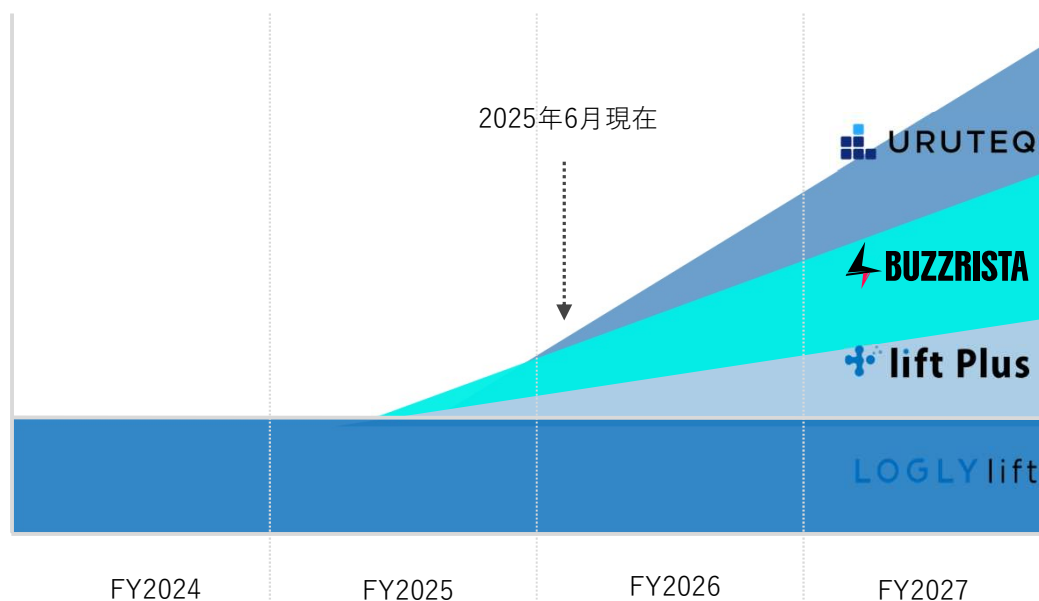
営業利益

△66 百万円（前年実績△162百万円）

- 2026年3月期は前年度の本社移転によるコストダウン効果が36百万円、広告事業での売上総利益の改善、さらに株式会社EGGの利益貢献により営業利益は前期実績△162百万円から95百万円増加すると予測している。

FY2026 重点方針

FY2025の投資フェーズを経て、プロダクトを主力事業を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）



5. リスク情報

5. リスク情報 – 認識するリスク・リスク対応策 –

項目		主要なリスク	発生可能性	影響度	リスクの影響と対応
ガバナンス	執行役員制度	各執行役員並びに子会社役員の業績に対するコミット力	中	大	既存、新規事業並びにmoto社、EGG社が新規性ある増分CFを獲得できずに、通期業績予測達成並びに成長戦略の実現可能性が阻害される 上記のリスクが発現した場合は、責任者を含めたプロジェクト体制の変更を行う
	法律・規制・商習慣	法規制の更なる強化	中	大	法令に抵触する恐れのある広告の配信による罰則の可能性 対策として、薬機法・景表法に合わせた審査基準の変更。対応強化のため、外部機関での資格取得（YMAA・KTAA認証マーク）を奨励
外部環境	競合	既存事業に対する、海外企業の更なる参入可能性	小	中	海外企業参入による、サービス排除の可能性 対策として、技術力主導の海外企業に対し、ブランド力（Nexusに統一など）のマーケティング手法で日本市場での優位性を確立
	商品サービス	競合環境の変化によるサービスのコモディティ化	大	中	サービスのコモディティ化による競争力低下の可能性 対策としてサービス拡充などの対応を継続的に実施。拡充には専属チームを設けるなど一定のリソースを確保
業務プロセス	販売	規制広告の配信	中	中	規制広告の誤配信による罰則の可能性 対策として、誤配信時の即時停止対応の整備
	情報システム	サイバーテロ、ウイルス障害などによるシステムダウン	小	大	システムダウンによるサービス停止の可能性 対策として、障害を検知通知する仕組みや、障害対応・管理手順・報告方法の整備
	情報システム	テクノロジーのコモディティ化による競争力の低下	小	大	使用テクノロジーのコモディティ化による、競争力低下の可能性 競争力の維持・向上のための継続的な研究開発を実施

※その他のリスクは、有価証券報告書「事業等のリスク」を参照



6. 会社概要



現在の広告業界は、変動が激しく未来予測が困難な状況に直面しています。このような環境下で、当社は持続的な成長のため、既存事業への依存から脱却し、新たな事業領域への進出が不可欠と判断いたしました。この戦略に基づき、第19期は新規事業の立ち上げに注力してまいりました。

しかしながら、これらの新規事業は立ち上げ段階にあり、先行投資や事業開発コストが高んだ結果、当期の収益を圧迫し、残念ながら赤字での着地となりました。これは、将来の成長に向けた必要な投資であったと認識しておりますが、結果として株主の皆様にご心配をおかけする形となり、経営責任を痛感しております。

この結果を真摯に受け止め、現在、全社を挙げて事業の立て直しに取り組んでおります。既存事業の収益力改善、徹底したコスト管理、そして新規事業の早期収益化に向けた戦略の見直しと実行を強力に推進しております。この事業再構築を着実に実行することで、まずは経営基盤を安定させ、来期以降の黒字転換を目指してまいります。

厳しい状況ではございますが、この難局を乗り越え、再び成長軌道に戻るべく、役員・従業員一丸となって全力を尽くす所存です。株主の皆様には、多大なるご心配をおかけしておりますことを重ねてお詫び申し上げますとともに、当社の再建に向けた取り組みに対しまして、引き続きのご理解とご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

代表取締役社長 吉永 浩和

6. 会社概要



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 40人（2025年6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）



LOGLY

LOGLY, Inc. © Copyright, All Rights Reserved

ログリー株式会社（証券コード：6579）

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。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期：毎年度5月～6月中



LOGLY, Inc. © Copyright, All Rights Reserved