



2026年3月期 第3四半期 決算説明資料

2026年2月12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 3Q 決算サマリー

売上高

1,039 百万円

前年同期比 Δ 11.9%

通期業績予想進捗(修正後)

75.0 %

通期業績予想(修正後) : 1,386百万円

営業利益

Δ **57** 百万円

前年同期 Δ 126百万円

通期業績予想進捗(修正後)

— %

通期業績予想(修正後) : Δ 66百万円

親会社株主に帰属する当期純利益

Δ **78** 百万円

前年同期 Δ 138百万円

通期業績予想進捗(修正後)

— %

通期業績予想(修正後) : Δ 86百万円

FY2026 3Q 業績ハイライト

- 当期業績予想(修正後)に対する売上高の進捗率は75.0%と、おおむね計画通りの進捗
- 3Qの営業利益はウルテク展示会出展等の投資により減少したが、前年同期比では大幅な赤字縮小
- 3Q末の親会社株主に帰属する当期純利益も減少したが、前年同期比では大幅な赤字縮小
- 3Qにおける具体施策(LOGLY Ads Contextの販売体制再編など)の立ち上がりに時間とコストを要したため、3Q前半は業績下落が継続

損益計算書 (FY2026 3Q)

単位：百万円	2025年3月期 3Q	2026年3月期 3Q	前年同期比
売上高	1,180	1,039	88.1%
売上総利益	216	236	109.4%
販売管理費	342	293	85.7%
営業利益	△126	△57	－%
経常利益	△134	△56	－%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△138	△78	－%

- 売上高は前年同期比でも88.1%となり減収
- 売上総利益、営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益はそれぞれ前年同期比で増益 (損失額縮小)

貸借対照表 (FY2026 3Q)

単位：百万円	2025年3月末	2025年12月末	前期末比
現預金	754	467	61.9%
流動資産	963	712	74.0%
固定資産	152	160	105.2%
総資産	1,116	873	78.3%
流動負債	614	463	75.4%
固定負債	14	1	10.2%
資本金	407	407	100.0%
純資産	487	408	83.9%

- 現預金、流動資産、総資産のすべてが前期末より減少。固定資産の増加は7百万円
- 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57百万円まで減少

FY2026 3Q実行施策の進捗・経過

FY2026 3Q 実行施策

LOGLY Marketing Nexus

LOGLY Marketing Nexusとして
既存商品と新規商品をブランド統合し、
2025年4月より販売を開始

営業要員のトレーニング、顧客への浸透、
などのローンチステージに時間を要し、
マーケットインが想定より下回る結果と
なる。
この期間中に既存サービス受注の減退が
進む。

改善

具体施策1

既存商品であるLOGLY Ads Contextの
販売体制を再編

具体施策2

大手プラットフォームを利用した広告配
信事業（新規）を活発化（Ads Omni）

売上減退対策および受注回復の優先度を
高めるため、以下の施策に注力方針

ウルテク、SNSマーケティング

新規事業の一環としてウルテク、SNS
マーケティングを積極推進。

全体の売上減退をカバーするには至って
ないが、拡販は想定以上に伸長。

継続

具体施策3

大手プラットフォームと直接競合しな
い事業領域かつ市場が伸びている領域に
進出している新規事業を拡大（ウルテク、
EGG社）

進捗・経過

体制変更などの施策開始直後は受注低迷
の期間（11年半ば頃まで）があったもの
の、3Q後半からは具体施策の効果が出
始めている

具体施策1

LOGLY Ads Contextの販売にあたり各
担当者の役割を明確化し、それらを取り
まとめる管理者を設置することで、販売
チームのベクトルが明確化でき、意思決
定スピードが改善している。高単価案件
の受注拡大兆候が見られる。

具体施策2

今期上期からの営業活動をさらに体制強化
し、順調に受注拡大中である。

具体施策3

ウルテクにおいては10月に展示会出展を
するなどの施策で特定領域での顧客が獲
得できている。
SNSマーケティング事業では、インフル
エンサーマーケティングだけでなく、
SNSアカウントの運用領域に進出し、受
注を急拡大させている。

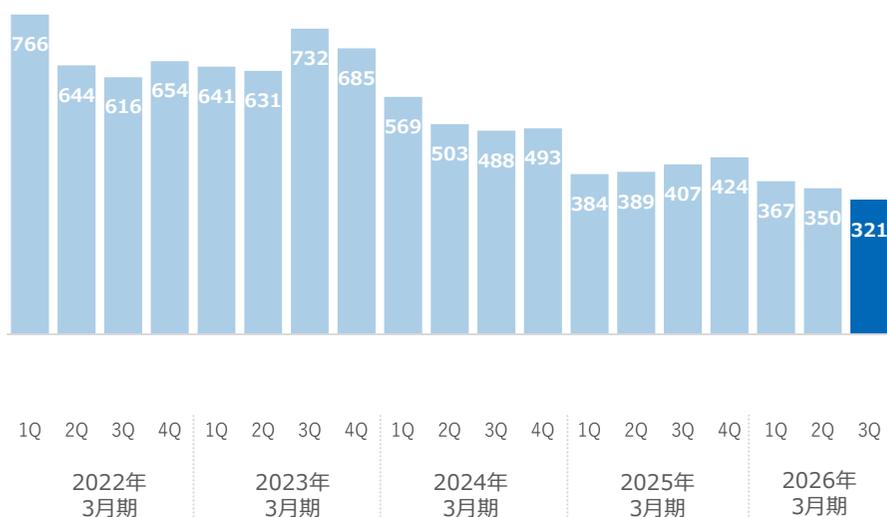


2. 業績ハイライト

売上高・売上総利益・営業利益

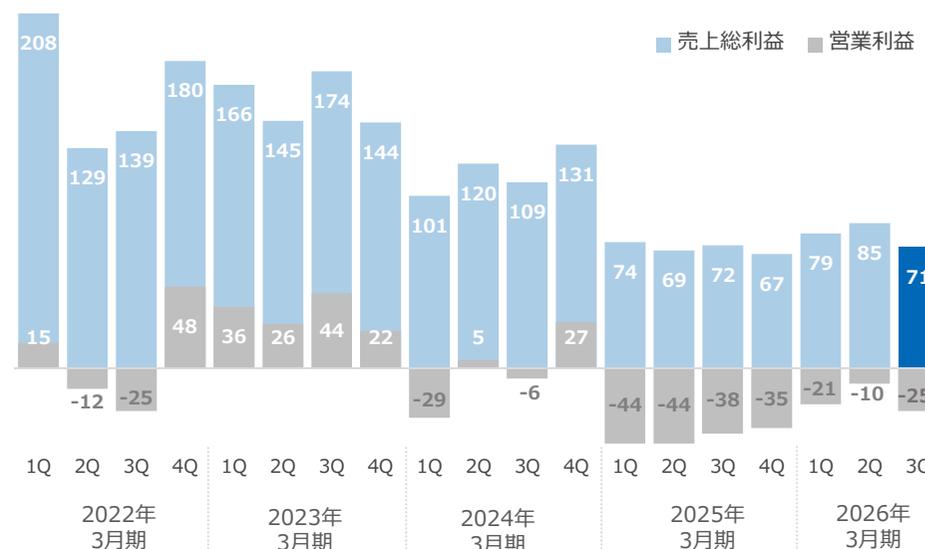
売上高

(単位：百万円)



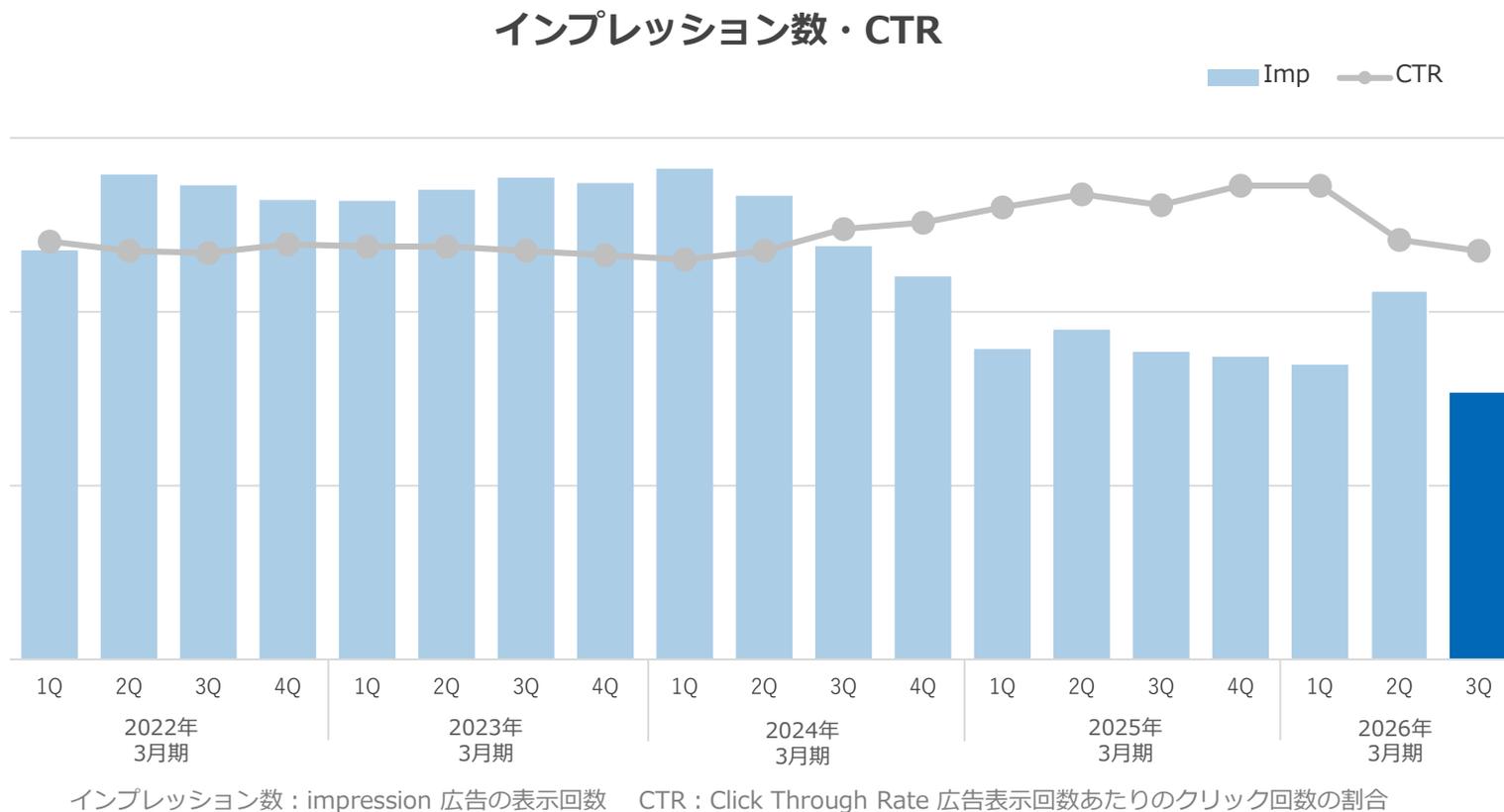
売上総利益・営業利益

(単位：百万円)



- インプレッション数の減少により2026年3月期3Q累計売上高は下落。当期業績予想(修正後)に対する売上高の進捗率は75.0%と、おおむね計画通りの進捗
- マージンコントロールにより1Q、2Qの売上総利益は増加したが、売上高の一時的減少により3Qで減少
- 販管費は前年度より抑制が継続しているが、3Qは売上総利益の減少にともない営業利益も減少

インプレッション数は減少、CTRは下落

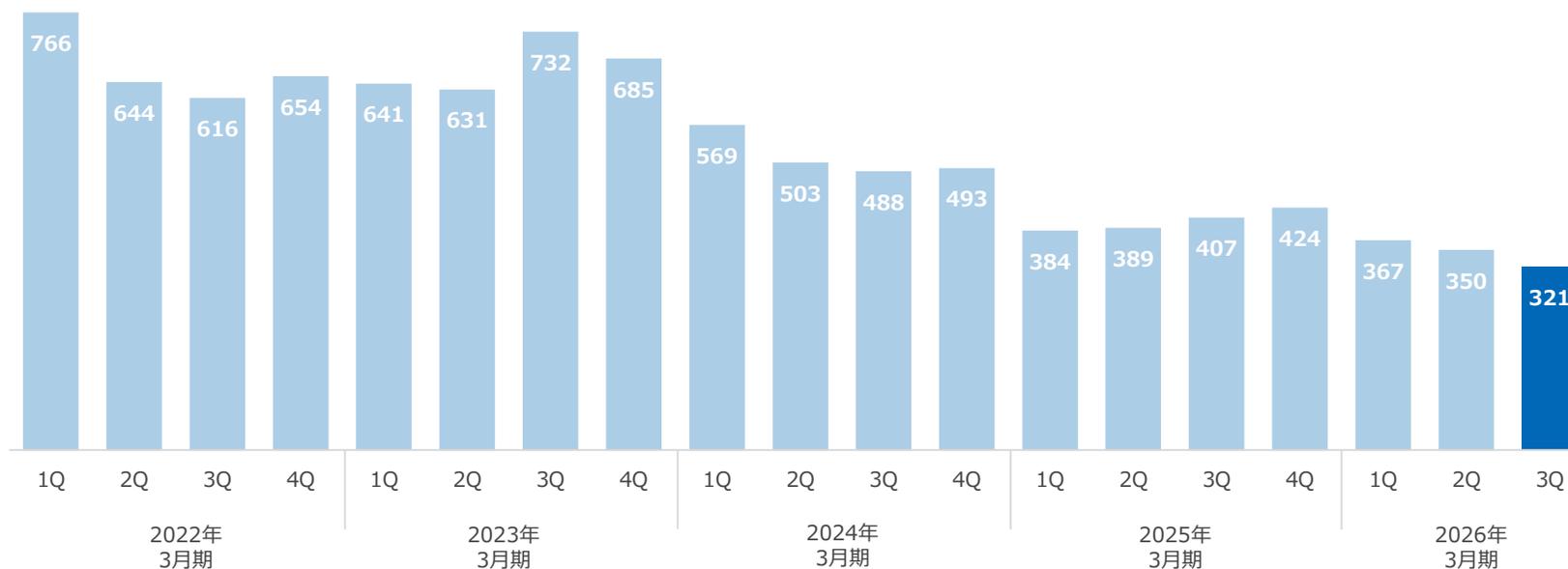


- 3Qのインプレッション数は減少、CTRは下落
- 2Qにおけるインプレッション急増は、CTRが低い一方でインプレッション数の多い広告枠が短期的に増加したことによるもの

LOGLYグループの売上高は減少するも、修正予想のとおり

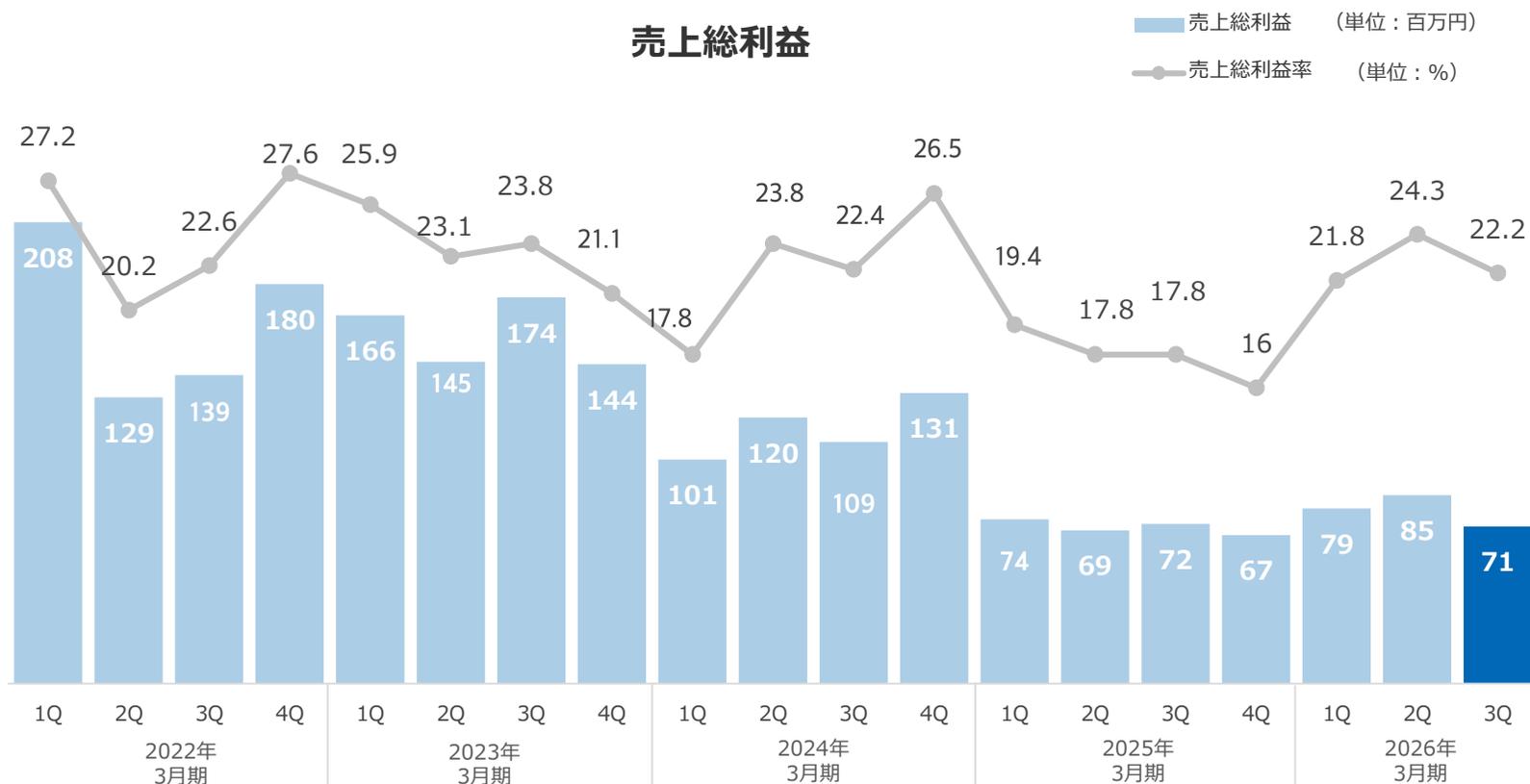
売上高

(単位：百万円)



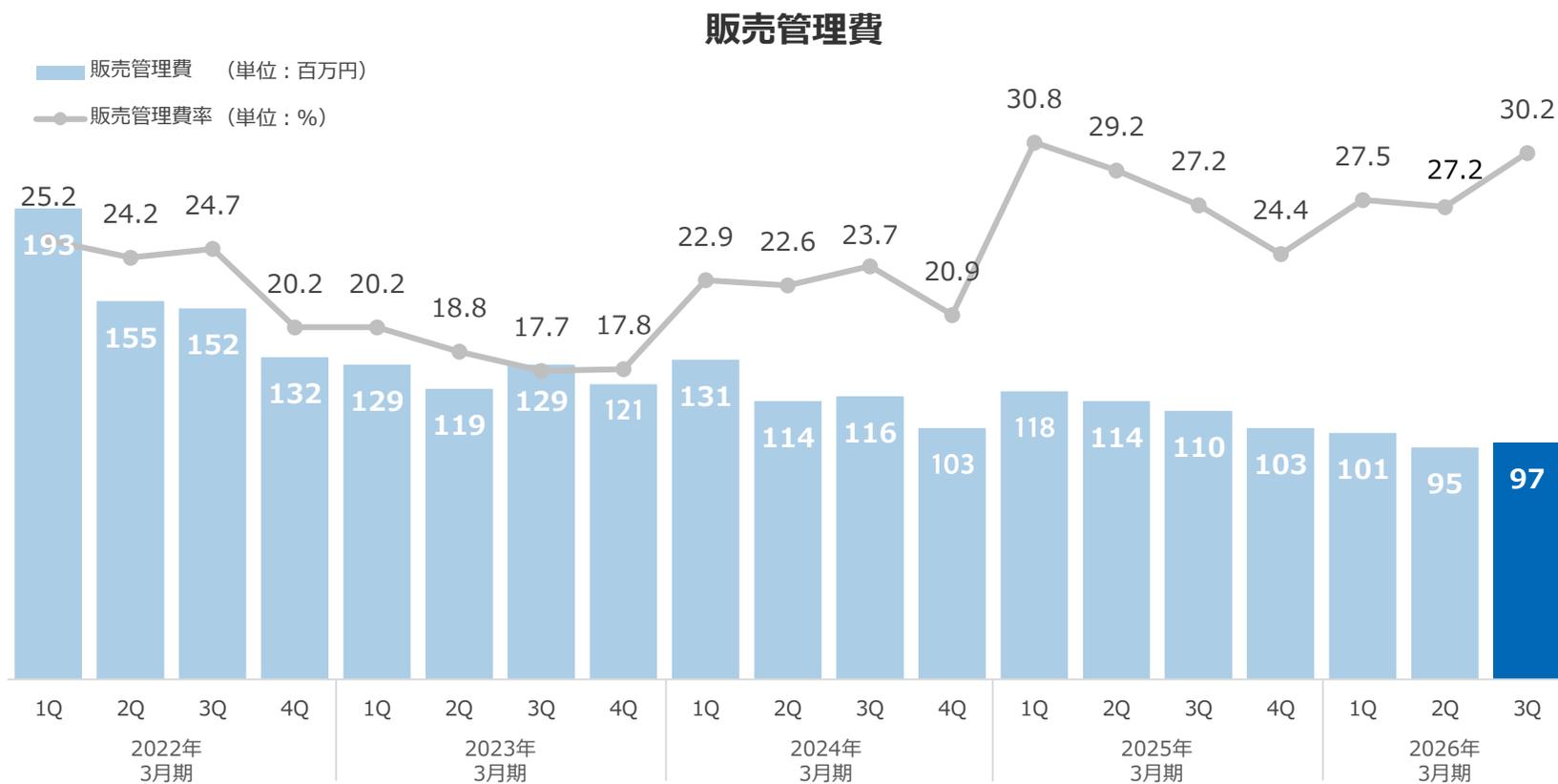
- 2026年3月期3Q累計売上高は対前年同期比88.1%
- 通期予想（修正後：1,386百万円）に対する進捗率は75.0%となり、概ね修正予想通りの進捗

売上総利益は2Q比減少、売上総利益率も下落



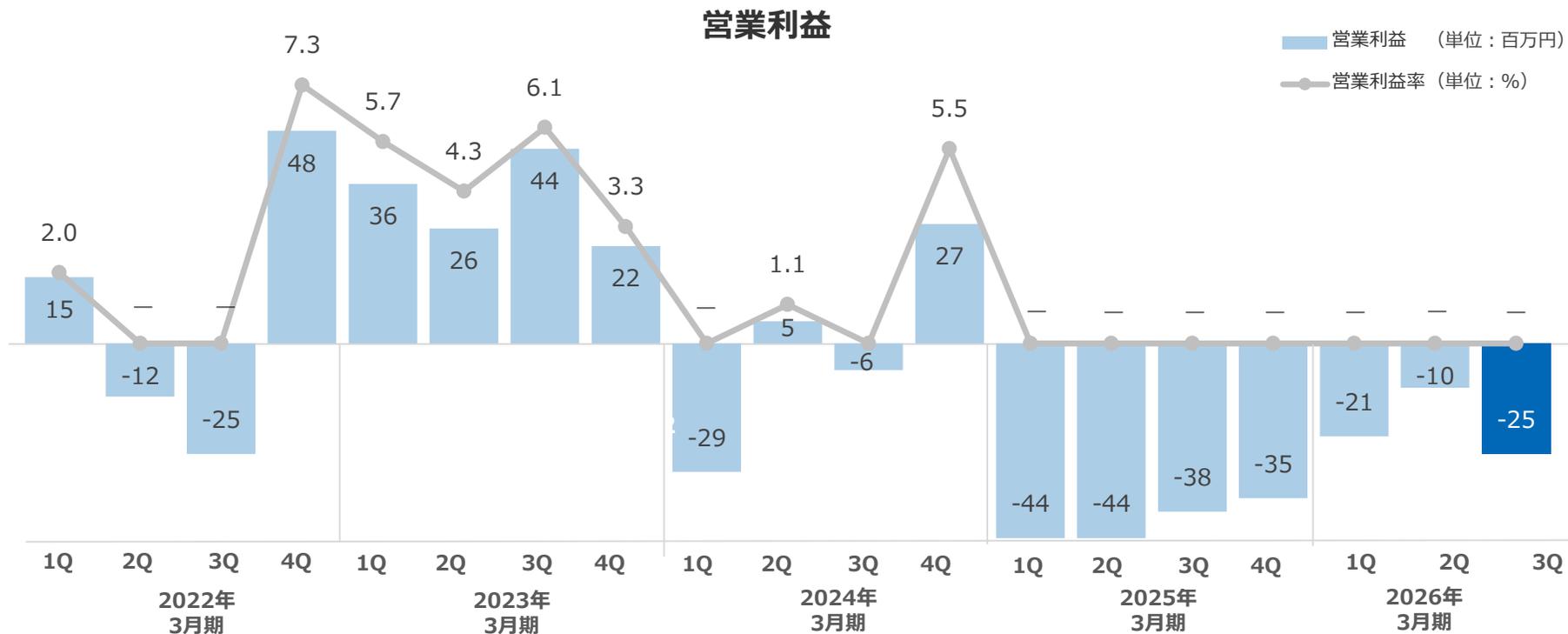
- マージンコントロールにより1Q、2Qの売上総利益は増加、売上総利益率は向上したが、3Qでは売上総利益減少、売上総利益率下落
- 媒体仕入れ、並びにサーバー費などの原価は適正水準まで抑制

前期より固定費支出の継続抑制を行い、販管費は減少



- 販管費は引き続き抑制したが、販管費率は売上高減少により微増
- 3Qの販管費増はウルテクの広告宣伝費（展示会）投資等によるもの
- 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

3Q営業利益はマイナス幅が拡大



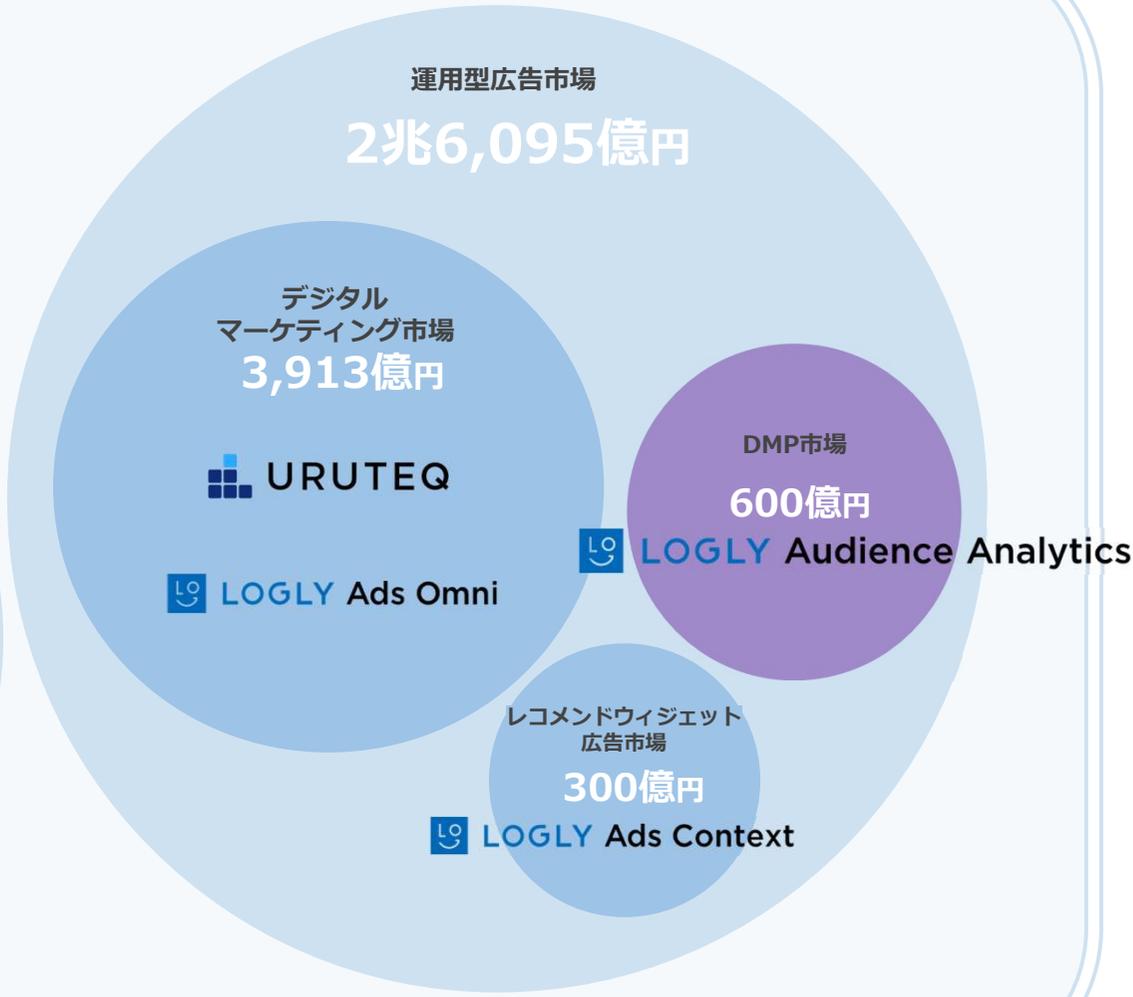
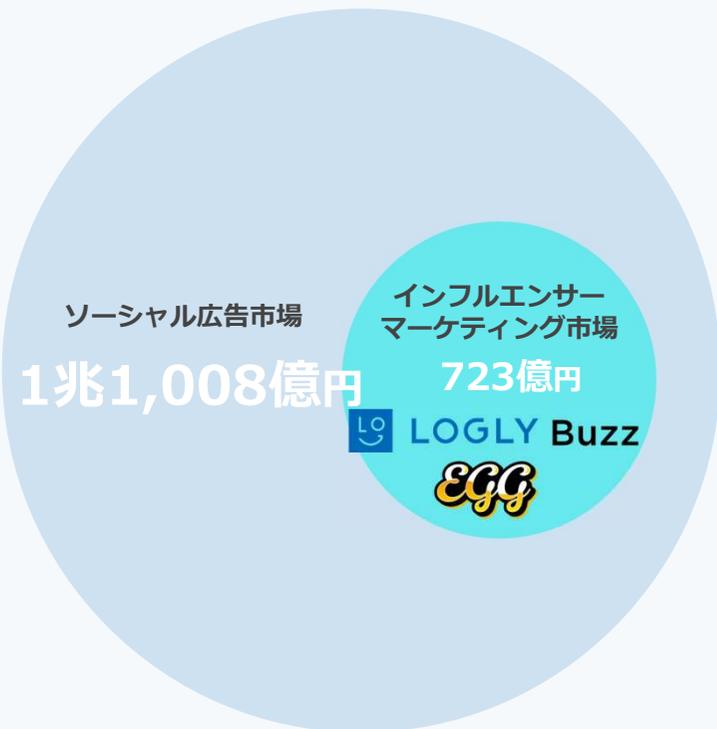
- 前期下期より続いた営業赤字縮小について、3Qは売上総利益の減少により、営業利益のマイナス幅が拡大
- 販管費等の固定費削減は前期2Qから継続中であるため、減益の原因はウルテクの展示会投資など一時的なものであり、定常的な固定費増加ではない



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



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



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

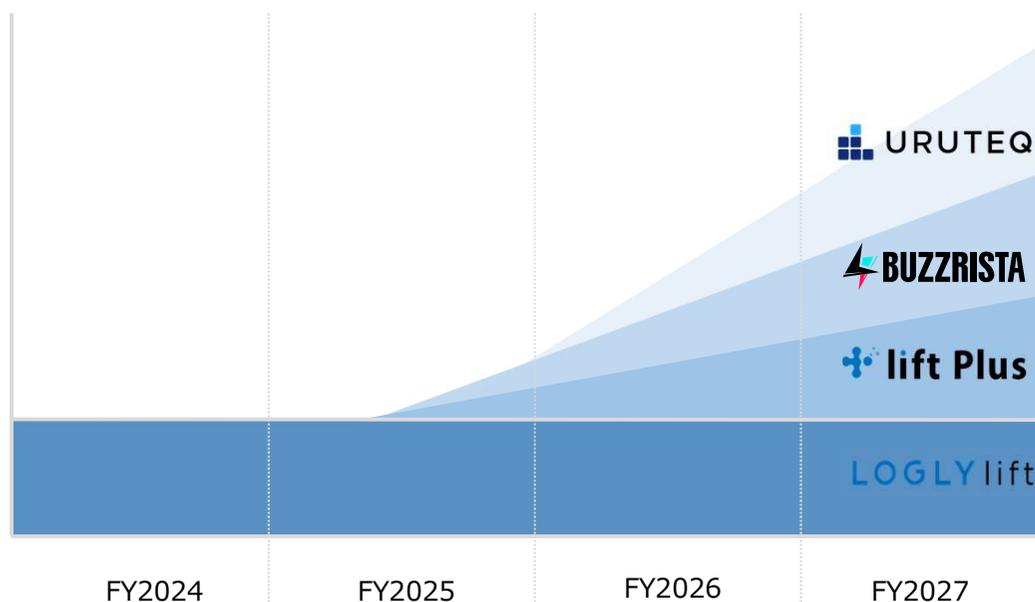
ログリーの技術基盤

- | | | | |
|---|--|---|--|
|  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 |
|---|--|---|--|



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

- LOGLY Ads Contextの販売を再度強化、ならびにウルテク、Ads Omni、子会社EGG (SNSマーケティング) など新規事業に対する活動を活発化

⇒ 3Qにおいて施策実行が進捗しており、4Qから次年度に向けて事業基盤および構造を強化

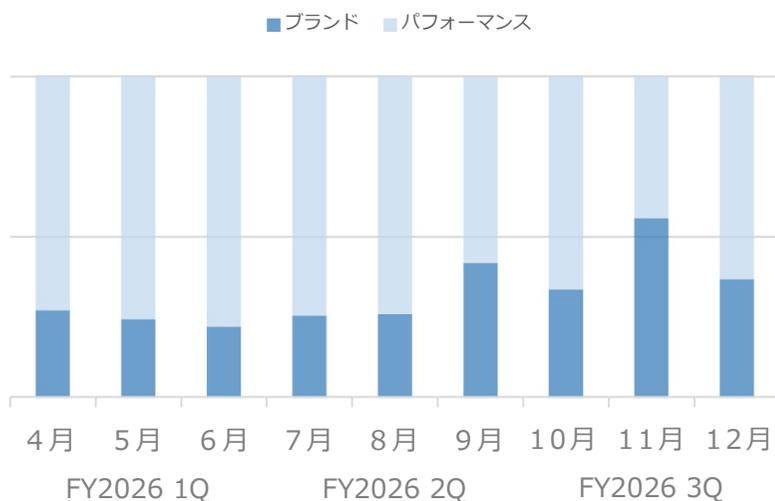
アドプラットフォーム事業の進捗

LOGLY Ads Context

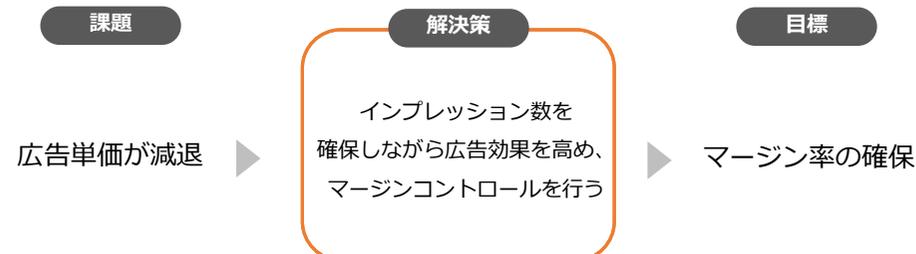
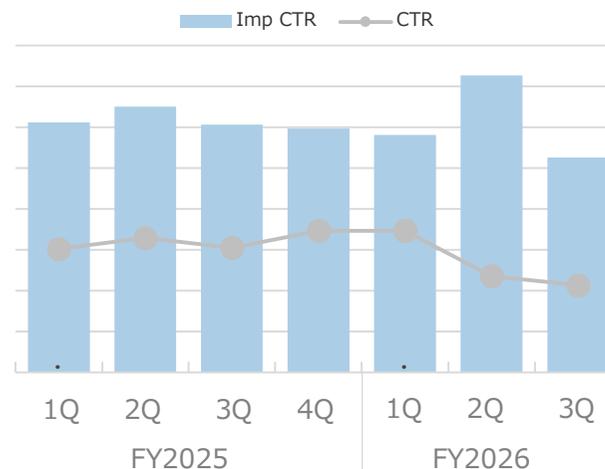
LOGLY Ads Omni

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



ブランド広告受注の比率が高まり、課題解決へ

3Qではマージン率が低下したが、施策順調

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。

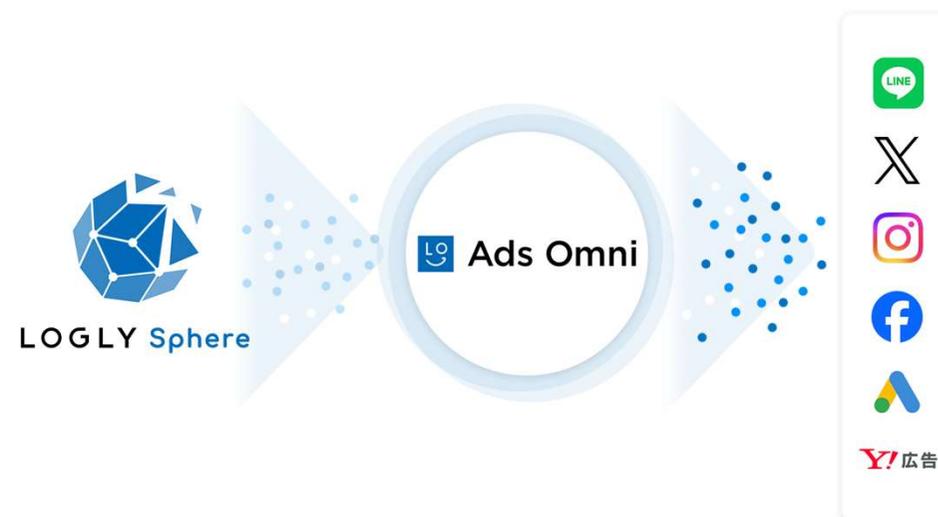
LTVを最大化するソリューション

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

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 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

アカウントインテリジェンスツール

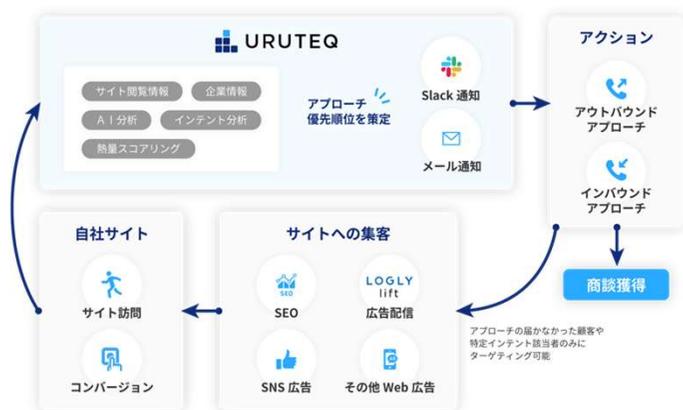
特徴

- ・ 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

3Qにおけるウルテクの進化

プラットフォームの進化

専属AI化

顧客企業のサイトを学習し、「毎朝のおすすめ営業先」や「CVユーザー特徴分析に基づくコンテンツアイデア」を自動提案

ウルテク広告

決裁者層へのピンポイント配信により広告費用を最適化。CV前の興味関心企業も特定し、直接営業へ接続

一気通貫支援

解析・可視化から施策実行・評価まで統合。「分析後に何をすべきか分からない」という市場課題を解消



ウルテクフォームエージェント



競争優位となるポイント

- BtoBマーケティング市場の構造的課題（分析と実行の分断）を解決する唯一のプラットフォーム
- AI技術による高い参入障壁と顧客ロックイン効果
- 広告配信機能の追加による収益源の多角化
- 自動化により顧客LTVが大幅に向上、チャーンレート低下を実現

「ウルテク フォームエージェント」4つの特長

1. 特定（Who）：行動データに基づく「ホットリード」の抽出
 2. 作成（What）：テンプレート活用による工数削減
 3. 配信（Do）：ワンクリックで実行
 4. 分析（Analysis）：詳細な効果検証
- 自社サイトへの訪問履歴や広告流入などのインテントデータから「ニーズが高まっている企業」を自在にセグメント化し、フォームエージェントが自動送信
 - ウルテクの既存機能と連携することで、送信後の広告追客や架電アプローチまでをシームレスに接続し、リード獲得から商談化までを支援

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

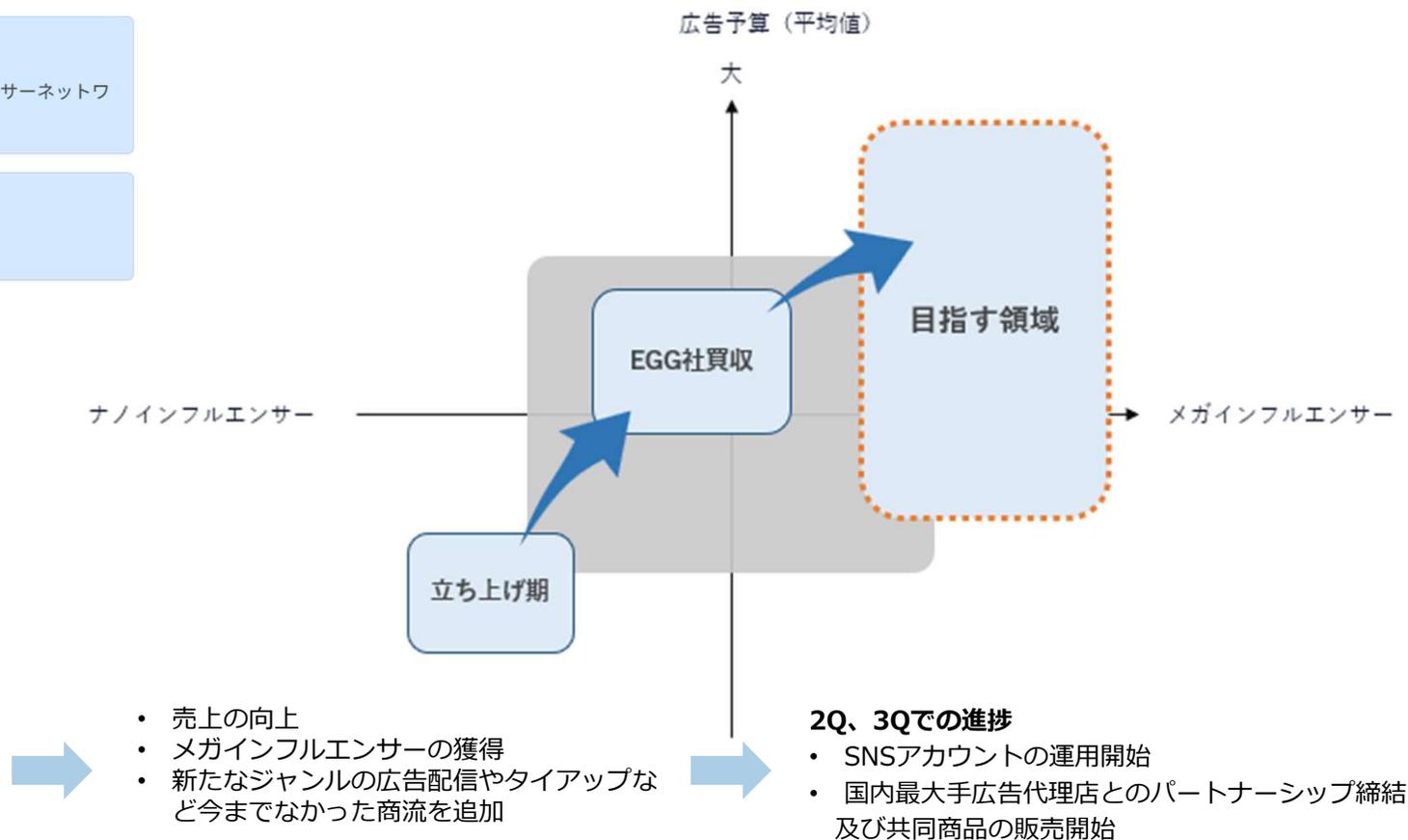
事業拡大

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



3Qにおいて、インフルエンサーマーケティングに加え、SNS運用・制作事業が拡大
SNSマーケティング事業の新たな収益軸に発展中

1. SNSアカウントの運用開始

戦略的なコンテンツ配信により、フォロワー数およびエンゲージメント率が計画以上に推移。毎月継続のストック型事業で安定的な収益に貢献。

順調に拡大中

2. 国内最大手広告代理店との連携

パートナーシップ契約の締結・共同商品の販売開始

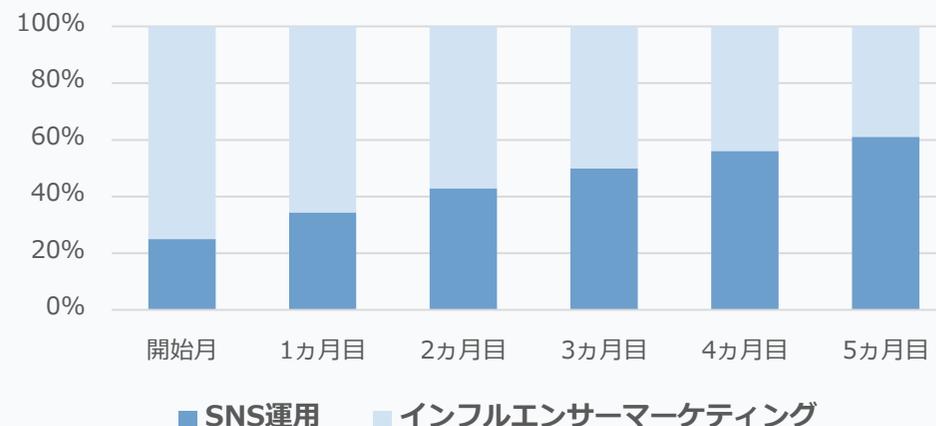
Next Step : 共同商品の販売拡大フェーズへ移行
メガインフルエンサー獲得による新たな商流の追加

SNSアカウント運用実績の推移

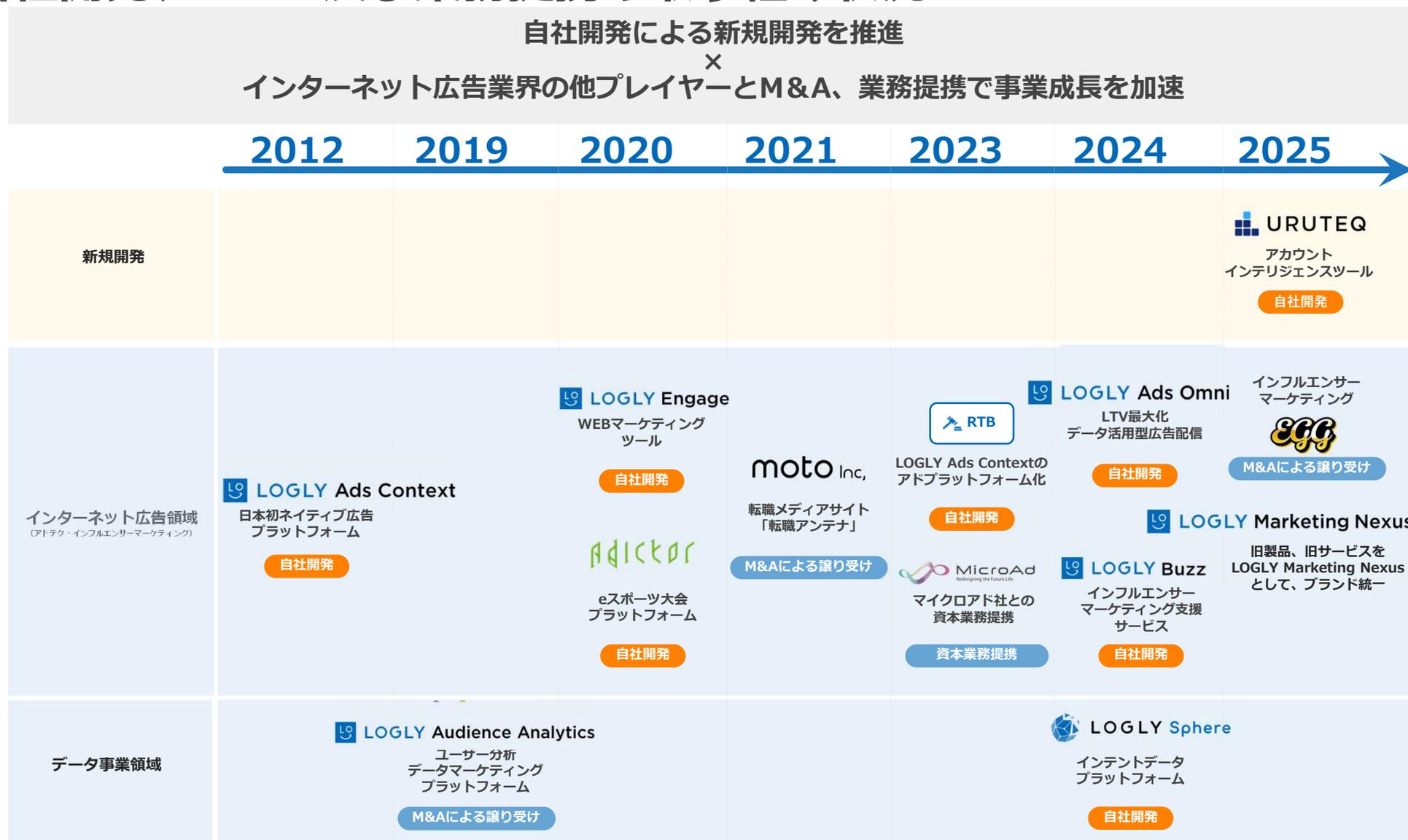
累積イメージ



事業ポートフォリオ構成比推移



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、キャスト・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



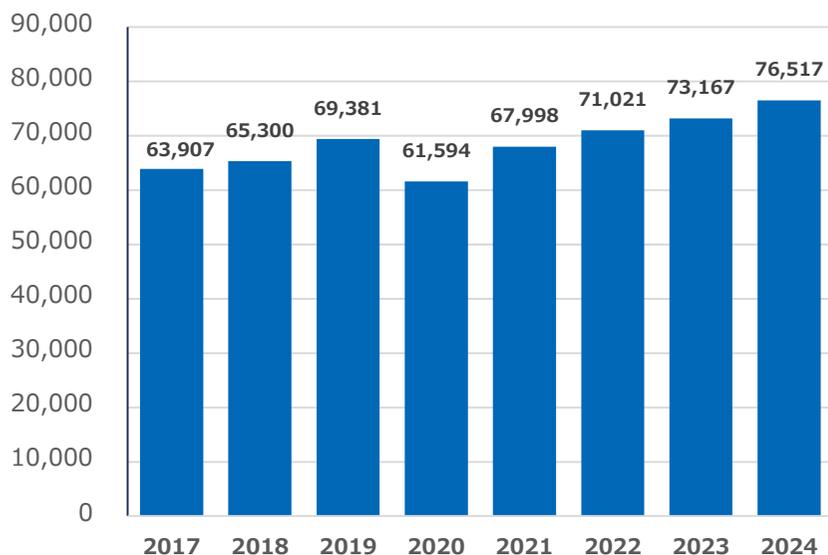
LOGLY Marketing Nexusは、ファーストパーティデータを軸にしたマーケティング環境を提供し、広告配信からUX最適化、インフルエンサー施策まで一貫してカバー

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

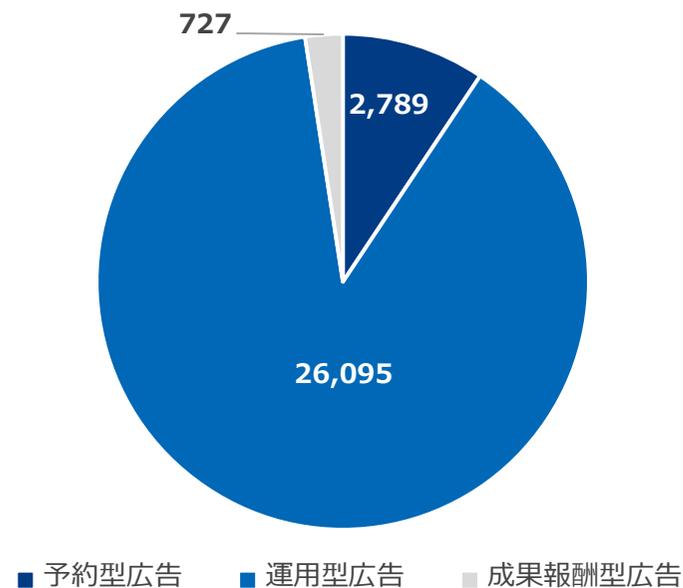
日本の総広告費

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



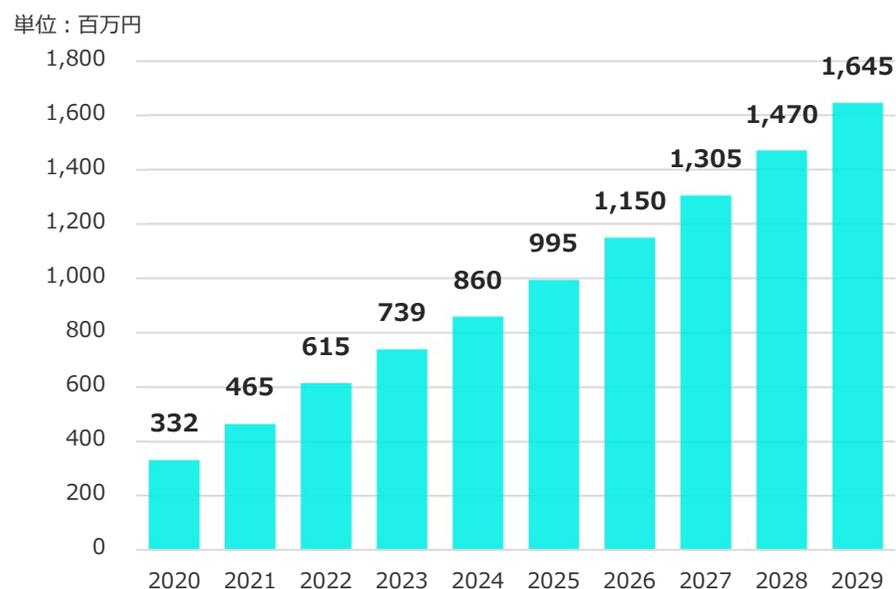
出典：電通「日本の広告費」2024年日本の広告費 2025年2月27日 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0227-010853.html>

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>

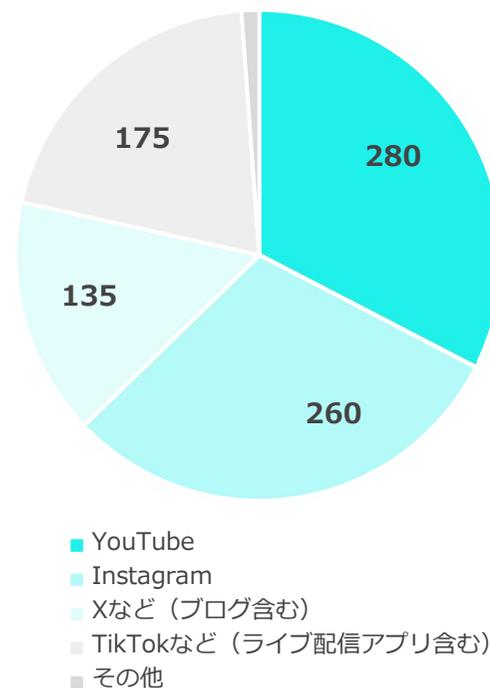
インフルエンサーマーケティング市場

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



ソーシャルメディア種別構成比（2024年）



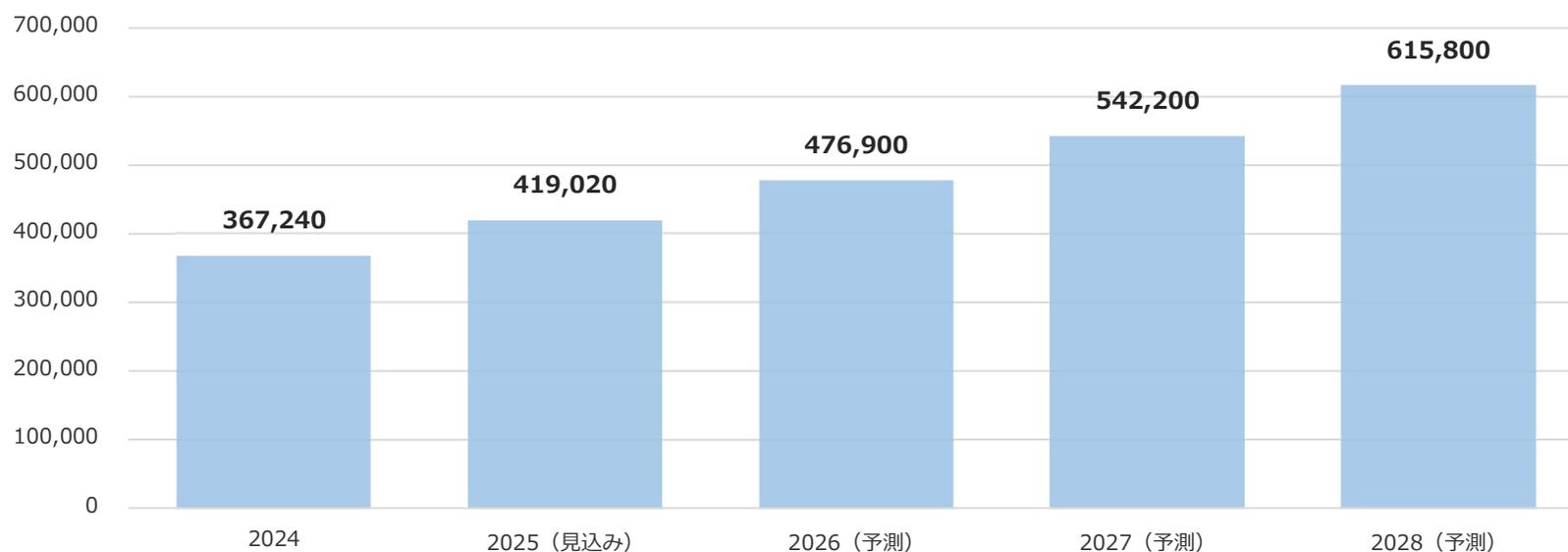
出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ <https://rtbsquare.work/archives/52898>

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

データプラットフォーム事業の進捗

PMF達成に向けて、AI機能拡充とデータを活用した施策機能の拡充



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

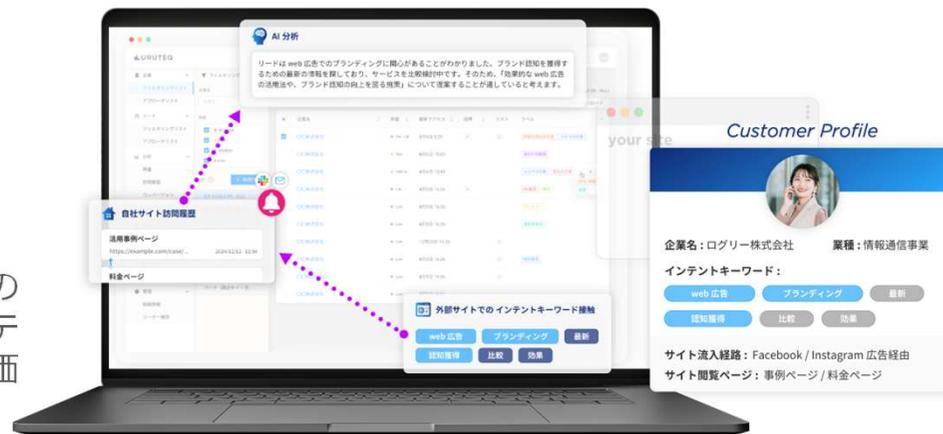
インテントデータと企業情報をAIで分析し、より精度の高い見込み客の特定と、最適なアプローチ方法を提案する機能を開発します。顧客単価の向上よりも、利用企業数の拡大を重視した展開を目指します。

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。

BtoBマーケティングエージェントの実現

自社サイトの行動データを連携するだけで、AIが顧客ニーズと"次の一手"を言語化。リード獲得から商談化まで、分析・施策・改善を一気通貫で実行までを支援できるプラットフォームを目指します。



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
- ・ 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～12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(a)」の提供開始
- ・ BtoB広告特化型のセグメント機能「ウルテクDMP」提供開始～ターゲット企業や見込み顧客へ広告で直接リーチし、効率的な集客を実現。
- ・ BtoB広告の“無駄打ち”を削減。決裁者に届く「ウルテク広告」開始
- ・ ウルテク、Web訪問企業を都道府県別に特定する新機能「Area Discovery」の提供開始
- ・ ウルテク AIエージェント、“自社サービスに合わせて分析できる”β版へアップデート

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: **お客様からのフィードバック**

採用支援業 A社

業界: 採用支援

従業員数: 115名

対象部門: マーケティング・営業

大手製造業 B社

業界: 医療関連製造

従業員数: 10,000名以上

対象部門: 営業企画 (DX)

大手製造業 C社

業界: 電気機器製造

従業員数: 10,000名以上

対象部門: マーケティング

情報通信業 D社

業界: 情報通信

従業員数: 1,000名以上

対象部門: マーケティング

大手製造業 E社

業界: 製造業

従業員数: 70,000名以上

対象部門: マーケティング

導入前の共通課題

業界や規模を超えて共通

顧客ニーズ把握の難しさ

訪問企業の具体的なニーズや関心事を把握できず、問い合わせを待つだけの受け身のマーケティングに終始していました。

匿名リードへの対応不足

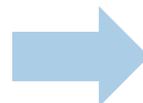
Webサイトへの訪問はあるものの、問い合わせに至らない潜在顧客にアプローチできず、機会損失が発生していました。

属人的な営業活動

勤や経験に頼る営業手法では効率と効果の向上に限界があり、データに基づいた戦略的アプローチが困難でした。

価値訴求の難しさ

製品の独自性が高いがゆえに顧客に価値が伝わらず、具体的な活用イメージを提示できないまま商談機会を逸していました。



主要な導入効果



潜在ニーズの可視化

AIによるWeb行動分析で、顧客の潜在的なニーズを言語化。データに基づいた戦略的なアプローチを実現しました。



攻めのマーケティング

問い合わせを待つ受け身の姿勢から、ニーズを持つ企業へ積極的にアプローチする攻めの姿勢へと転換しました。



組織力の向上

未経験メンバーも活躍できる仕組みを構築し、営業活動の属人化から脱却。チーム全体の生産性が向上しました。



部門間連携の強化

マーケティング部門から営業部門への貢献が明確になり、データを軸とした部門間の連携が強化されました。

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。

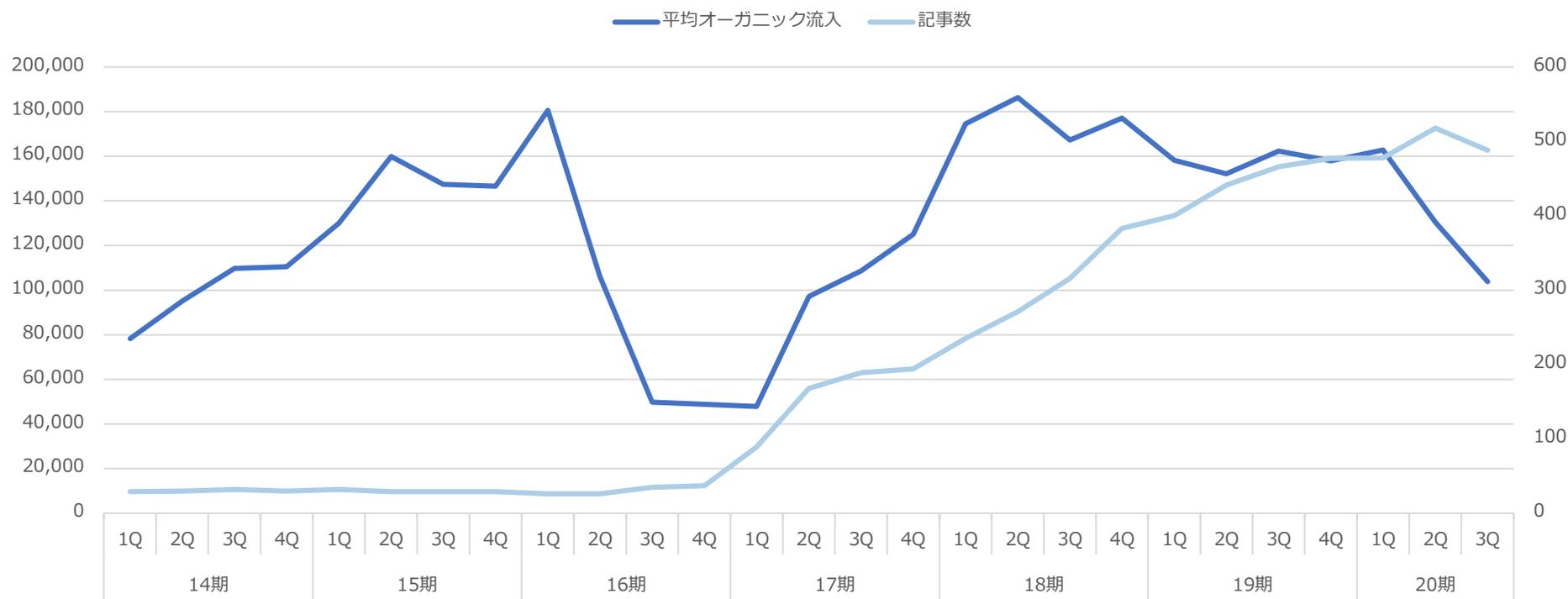
マイクロインフルエンサーの強み

- 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。

moto社の事業回復に向けて現状報告

moto Inc,

計測数値：Ahrefs（エイチレフス）より抜粋



- 新規記事の公開数が減少し、総記事数の増加に対して平均オーガニック流入数も減少する結果となった。
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未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12月現在）	
従業員数	35人（2026年2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。

