



プレスリリース

2018年8月28日

ログリー株式会社

ログリー、コーポレートロゴ変更のお知らせ

ログリー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：吉永浩和、証券コード6579、以下ログリー）は、2018年8月28日よりコーポレートロゴを変更することをお知らせいたします。また当社プロダクトである「logly lift」のサービスロゴについても変更し、本日より、Webサイトや各種資料において、新しいロゴへの切り替えを行います。

ログリーは、「ログから新しい価値を生む」を念頭に、創業以来テクノロジーにこだわり、数々のサービスを提供して参りました。中でも、レコメンドエンジンの開発を機にメディア領域、広告領域へと事業を拡大し、2018年6月20日には東京証券取引所マザーズ市場への上場という1つの節目を迎えることができました。これらの出来事は、私たちが掲げる「テクノロジーで人々の生活を豊かにする」という壮大なビジョンに向けたマイルストーンの1つです。今回、ビジョン実現に向けたさらなる成長とコーポレートアイデンティティの浸透を実現するべく、コーポレートロゴの変更を行うことといたしました。



■ 社名、ロゴに込められた思い

ログリーはデータを表す「log」と副詞に用いられる「ly」を組み合わせた造語です。「ログのように」あらゆるものを記録し、それを磨き出して次なる兆しを見つけていく。そのようなプロダクトや人々を生み出していく組織にしたい、という思いが込められています。



ログリーは、6月20日の東証マザーズ上場を機に、会社のステージが大きく変化しつつあります。この「変化」とさらなる「成長」を表すべく、小文字から大文字に変更し、さらに、テクノロジー企業としてシンプルな解決方法を追求するという意味合いから、余分なものを極力削ぎ落とした文字を表現しています。



LOGLY

■シンボルマーク（スマイルフェイス）に込められた思い



ログリーの理念である「集まれば新しい価値が生まれる」は、データを集めて価値を生み出していくという思いと、人々が集まって新しい価値を生み出していく、という2つの思いが込められています。シンボルマークでは、この集まった「人」を表現しています。スマイルフェイスは、私たち一人一人の笑顔、そしてサービスを通じて世の中の人々を笑顔にする、という気持ちを表しています。また、スマイルフェイスはログリーの強みである「log」の文字を使っているのも特徴です。

■カラーに込められた思い

HTML/CSS カラー#0068B7

R:0 / G:104 / B:183

C:100 / Y:0 / M:50 / K:0

当社のコーポレートカラーである青は、広大な空を表し、空のように広く認知される企業を目指すという意味が込められています。新しいコーポレートカラーでは、青を踏襲しつつより濃い色を用いることで、会社としての奥深さを求めていく姿勢を表現。空よりさらに高い宇宙のような奥深さ、広大さ、そして、さらなる未知の領域を目指していくという思いが込められています。

ログリーは、コーポレートロゴの刷新を機に当社アイデンティティを社内で浸透し、全社一丸となって次なるステージに向けた挑戦を続けて参ります。

■ログリー株式会社とは

ログリーは、独自の「文脈を理解する技術」を武器にサービスを開発しています。「logly lift」は日本で最初のネイティブ広告プラットフォームであり、一般的な Web サービス開発にとどまらず、自然言語処理、機械学習、各種アルゴリズム、データ解析、最適化技術など先進的な技術に貪欲に取り組んでいるテクノロジー会社です。

■主なサービス

・logly lift (<https://lift.logly.co.jp/>)

2012年に提供を開始した日本初のネイティブ広告プラットフォーム。ログリー独自の自然言語処理技術と機械学習技術を用いて、メディアの文脈にマッチしたコンテンツを広告として配信します。レコメンドウィジェット型とインフィード型のフォーマットをサポートし、メディアの回遊、集客そして収益化を支援しています。

・Loyalfarm (<https://loyal.logly.co.jp/>)

ユーザーがメディアに定着する要因を可視化し、増加を支援するツール。本ツールを用いることで、ユーザーを訪問頻度や流入元ごとに分類し、どのようなコンテンツに興味があるかを分析できます。また、回遊性やエンゲージメントなど複数の観点から特徴を抽出し、ユーザーが再訪問するきっかけとなった記事を可視化。コンテンツの分量、トピック、著者傾向などを把握できるようになります。