

報道関係者各位

2018年10月18日
ログリー株式会社
ビルコム株式会社**ログリー株式会社とビルコム株式会社****BtoB 企業向け コンテンツマーケティング支援事業を行う合併会社設立に合意
分散型コンテンツを一元的に管理・分析できるソフトウェアを共同開発へ**

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）とデジタル PR を支援するビルコム株式会社（本社：東京都港区 代表取締役兼 CEO：太田滋、以下ビルコム）は、共同出資により、BtoB 企業向けのコンテンツマーケティング支援事業を行う合併会社設立に合意しました。2019 年春を目処に、分散型コンテンツ^{*}を一元的に管理・分析できるソフトウェアを共同開発します。



LOGLY



スマートフォンの普及に加え、SNS、写真共有サイト等のメディア形態や広告媒体が多様化し、分散したコンテンツの評価、広告効果の低下やブランドセーフティに対する課題があります。これに伴い、コンテンツマーケティングに取り組む企業では、分散したコンテンツが及ぼす態度変容効果の可視化、広告配信の最適化へのニーズが増している現状があります。BtoB 企業においては、製品サービス購入までの検討期間が長く、購入に至るまでの態度変容効果の可視化に対するニーズが強い傾向にあります。

新会社では、ログリーが強みとするコンテンツ広告配信技術、オウンドメディア分析技術や媒体社とのネットワークと、ビルコムが強みとする広告主企業への販売力、熟読率を主としたコンテンツ評価技術やデジタルコンテンツの企画・制作力を活かし、分散型コンテンツの企画・制作から、コンテンツ広告配信技術開発や分析まで一気通貫したサービスを展開していきます。分散型コンテンツを一元的に効果測定することで、コンテンツ制作や広告配信の最適化を実現することができます。

合併会社の概要

- 1) 商号：クロストレックス株式会社
- 2) 役員構成：代表取締役社長 吉永浩和
取締役 井上翔太、三浦愛、池永彰文、太田滋
監査役 岸本雅久
- 3) 所在地：東京都港区六本木 6-2-31 六本木ヒルズノースタワー11F
- 4) 設立予定日：2018年11月1日
- 5) 事業内容：BtoB コンテンツマーケティング支援
- 6) 資本金：3,000万円
- 7) 出資比率：ログリー株式会社 51% ビルコム株式会社 49%
- 8) URL：<https://www.xtrecks.co.jp/>

ログリー株式会社 会社概要

- 社名：ログリー株式会社 <https://corp.logly.co.jp/>
- 設立年月日：2006年5月 ●資本金：3億7,807万円
- 代表者：代表取締役 吉永 浩和（よしなが ひろかず）
- 住所：東京都渋谷区道玄坂 1-16-3 渋谷センタープレイス 2F

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。

ビルコム株式会社 会社概要

- 社名：ビルコム株式会社 <http://www.bil.jp>
- 設立年月日：2003年10月 ●資本金：2,000万円
- 代表者：代表取締役兼 CEO 太田滋（おた しげる）
- 住所：東京都港区六本木 6-2-31 六本木ヒルズノースタワー 11F

ビルコム株式会社は、創業 15 年を通じてデジタル PR・戦略 PR を提供してまいりました。統合型デジタルマーケティング、データドリブン PR、デジタル PR、戦略 PR の事業を、幅広いお客様にご提供しています。日本広告業協会、日本インタラクティブ広告協会、日本パブリックリレーションズ協会、WOM マーケティング協議会などに加盟しています。「広告をやめた企業は、どうやって売り上げをあげているのか。」(インプレスジャパン)、「WebPR のしかけ方」(インプレスジャパン)を上梓するなど、デジタル PR の分野をリードしています。

本プレスリリースに関する問い合わせ先

ログリー株式会社 広報担当：木内 TEL/03-3770-3287 E-MAIL/pr@logly.co.jp

ビルコム株式会社 広報担当：阿部 TEL/03-5413-2411 E-MAIL/bil-info@bil.jp

¹ コンテンツとは、タイアップ記事、オウンドコンテンツ、2次利用可能な編集記事を指しています。複数メディア、複数の型にて分散し展開するコンテンツを「分散型コンテンツ (distributed content)」と称しています。オウンドメディア、ソーシャルメディアの普及に伴い、発展してきた戦略の1つとして考えられています。