



2021年12月21日

各 位

会 社 名 株式会社ラバブルマーケティンググループ
 代表者名 代表取締役社長 林 雅之
 (コード番号：9254 東証マザーズ)
 問合せ先 執行役員コーポレート本部管掌 竹内 美稀
 (TEL. 03-4567-6399)

東京証券取引所マザーズへの上場に伴う当社決算情報等のお知らせ

当社は、本日、2021年12月21日に東京証券取引所マザーズに上場いたしました。今後とも、なお一層のご指導ご鞭撻をたまわりますよう、よろしくお願ひ申し上げます。

なお、2022年3月期（2021年4月1日～2022年3月31日）における当社の連結業績予想は、次のとおりであり、また、最近の決算情報等につきましては別添のとおりであります。

【連結】

(単位：百万円、%)

項目	決算期	2022年3月期 (予想)		2022年3月期 第2四半期累計期間 (実績)		2021年3月期 (実績)	
		対売上高 比率	対前期 増減率	対売上高 比率	対売上高 比率		
売 上 高	1,139	100	18.3	620	100	963	100
営 業 利 益 又は営業損失(△)	111	9.8	—	141	22.7	△35	—
経 常 利 益 又は経常損失(△)	105	9.3	—	138	22.3	△24	—
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益 又は親会社株主に帰属する 当期(四半期)純損失(△)	66	5.8	—	88	14.2	△33	—
1株当たり 当期(四半期)純利益 又は1株当たり当期 (四半期)純損失(△)	53円45銭		74円68銭		△28円15銭		
1株当たり 配 当 金	0円00銭		0円00銭		0円00銭		

(注) 1. 2021年3月期(実績)及び2022年3月期第2四半期累計期間(実績)、2022年3月期(予想)の1株当たりの当期純利益は、親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益です。

2. 2021年3月期(実績)及び2022年3月期第2四半期累計期間(実績)、2022年3月期(予想)の1株当たり当期(四半期)純利益は、期中平均発行済株式数により算出しております。

3. 2022年3月期(予想)の1株当たり当期純利益は、公募予定株式数(215,000株)を含めた予定期中平均発行済株式数により算出しております。

【2022年3月期業績予想の前提条件】

(1) 当社グループ全体の見通し

当社グループは、当社と連結子会社である株式会社コムニコ、株式会社24-7、一般社団法人SNSエキスパート協会で構成されております。

当社は、「人に地球に共感を」をパーパスとし、現代の生活者の情報消費行動に寄り添う共感を重視した愛されるマーケティング活動（Lovable Marketing）を推進するマーケティング企業グループです。

「最も愛されるマーケティンググループを創る」をグループミッションに、マーケティングの運用領域を主軸として事業展開をしています。

事業構成は、企業やブランドのSNSマーケティングをサポート、SNS運用支援ツールの開発・提供、SNS検定講座の開発・提供を行う「SNSマーケティング事業」（対象事業会社：株式会社コムニコ、一般社団法人SNSエキスパート協会）を基幹事業、マーケティングオートメーションツールなどの導入・サポートをする「マーケティングオートメーション事業」（対象事業会社：株式会社24-7）を育成事業と位置付け、「運用の支援」および「運用支援ツールの提供」、「教育」を3本柱としたMOSを提供しております。

世界的な新型コロナウイルスの感染拡大の影響により経済活動が停滞しておりましたが、感染予防対策や経済対策により、先行きの不透明感が残っているものの回復の動きが期待されております。また、当社グループが事業を展開するデジタルマーケティング領域におきましては、従来からの市場成長に加え、感染拡大防止のための外出を控える状況がオフラインからデジタルへ移行が加速し追い風となり、全社としての増益を見込んでおります。2023年3月期以降の成長性を更に高めるため、2022年3月期第3四半期連結会計期間から2022年3月期第4四半期連結会計期間にかけて、人材採用、広告宣伝・プロモーション領域への戦略的かつ大規模な追加投資を見込んでおります。

このような状況のもと、2022年3月期の業績予想は、売上高は前期比18.3%増の1,139百万円、営業利益は111百万円（前連結会計年度は35百万円の営業損失）、経常利益は105百万円（前連結会計年度は24百万円の経常損失）、親会社株主に帰属する当期純利益は66百万円（前連結会計年度は33百万円の親会社株主に帰属する当期純損失）を見込んでおります。

(2) 業績予想の前提条件

① 売上高

【SNSマーケティング事業】

SNSマーケティング事業の売上高は、株式会社コムニコと一般社団法人SNSエキスパート協会の売上により構成されており、株式会社コムニコ1,003百万円、一般社団法人SNSエキスパート協会26百万円となっております。セグメント売上の90%以上を占める株式会社コムニコの売上構成は、SNSアカウント運用支援サービス 763百万円、SaaS型クラウドツール 240百万円となっております、売上策定の方法としては下記になります。

尚、2021年第2四半期連結累計期間の売上高進捗は、計画比120.8%、前年同期比139.9%で順調に推移しております。

[SNSアカウント運用支援]

- ・予算策定時に高い確度で契約が見込めている案件からの年次売上を算出いたしました。(算出値620百万円から、途中解約が平均7.5%ほどの実績があり、それを保守的に10%程度見込み558百万円で設定)
- ・2021年3月期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けたため、2019年3月期、2020年3月期の2連結会計年度の実績を基に、上記案件におけるアップセル額を算出いたしました。(平均15%ほどのアップセル実績があり、それを保守的に約10%と見込み55百万円で設定)
- ・2021年3月期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けたため、2019年3月期、2020年3月期の2連結会計年度の実績を基に、新規顧客からの売上を算出いたしました。(年間平均200百万円の新規顧客売上の実績があり、それを保守的に見込み150百万円で設定)
- ・以上の結果、SNSアカウント運用支援サービスの2022年3月期における売上高は、前期比11.9%増の763百万円を見込んでおります。

[SaaS型クラウドツールの開発・提供]

- ・予算策定時に高い確度で契約が見込めている案件からの年次売上を算出いたしました。(算出値190百万円から、途中解約が平均2%ほどの実績があり、それを保守的に2.5%程度見込み185百万円で設定)
- ・2021年3月期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けたため、2019年3月期、2020年3月期の2連結会計年度の実績を基に、上記案件におけるアップセル額を算出いたしました。(平均10%ほどのアップセル実績があり、それを保守的に約8%と見込み、15百万円で設定)
- ・2021年3月期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けたため、2019年3月期、2020年3月期の2連結会計年度の実績を基に、新規顧客からの売上を算出いたしました。(年間平均45百万円の新規顧客売上の実績があり、それを保守的に見込み40百万円で設定)
- ・以上の結果、SaaS型クラウドツールの開発・提供の2022年3月期における売上高は、前期比21.5%増の240百万円を見込んでおります。

[SNS検定講座の開発・提供]

・SNSエキスパート検定初級講座のオンデマンド化や広告費などの増額を想定し、特に2020年12月以降の集客実績を参考に作成しております。

・2020年4月以降、オンラインでの検定講座実施に移行したことで、月平均の売上が30%程度増加したため2021年3月期の実績は前期比で93.2%増となっておりますが、2021年3月期におきましては2020年3月期ほどの大きな変化がないために、保守的に計画しております。

・以上の結果、当期のSNS検定講座の開発・提供の売上高は、前期比14.1%増の26百万円を見込んでおります。

【マーケティングオートメーション事業】

マーケティングオートメーション事業においては、予算策定時に見込んでいる既存契約におけるSalesforce・HubSpot等のマーケティングオートメーションツールの契約数とその周辺サービス、加えて事業の成長目標を勘案して策定しており、売上策定の方法としては下記となります。

・売上高は商談数を元に算出しており、2022年3月期は商談数210件（前期比25%増）を計画しました。受注率を20%とした際の受注件数は42件となり、受注単価3百万円、解約率15%とした際の受注額の合計は104百万円となり、HubSpotコミッションを加えた14百万円を加え、2022年3月期の売上高は118百万円を計画いたしました。受注率について、当社の調査結果ではマーケティングオートメーションの周辺サービスを扱う他のパートナー企業の平均受注率は20%~30%であったため、保守的に見込んで20%で設定しております。また、解約率は過去の案件実績から10%前後であったため、保守的に見込んで15%で設定しております。

・新規案件はSalesforceの導入支援と伴走支援、既存案件は2021年3月期までの伴走支援案件、その他運用案件、HubSpotコミッションの構成となります。

・以上の結果、当期の売上高は前期比81.3%増の118百万円を見込んでおります。

② 売上原価、売上総利益

【SNSマーケティング事業】

売上原価は主に、人件費、外注費により構成されております。人件費は原価部門のコンサルタント、コンテンツクリエイター、エンジニアなどで構成されており、それぞれ売上に応じた人員計画を基に人件費を算出しております。尚、2022年3月期は5名の新規採用を計画しております。

外注費は主に外部ライターや監視サービスのパートナー会社への発注になっており、直近2連結会計年度の売上に対する外注比率を参考に算出しております。また、一般社団法人SNSエキスパート協会における、売上総利益率は100%です。検定講座実施に関わる開催費用・集客費用は、販管費及び一般管理費に該当（講師費用などの業務委託費、広告費など）するためです。

以上の結果、当期の売上原価は前期比3.9%減の439百万円、売上総利益は前期比32.4%増の589百万円

を見込んでおります。売上の増加を計画している中で、売上原価が減少している主な理由としては、107百万円の売上となった2020年3月期の原価部門体制を根拠に、2022年3月期は2020年3月期、2021年3月期とほぼ同程度の体制で充足すると見込んでいる事、及び減価償却が2021年3月期に概ね終了し、2022年3月期には減価償却費が減少している事が挙げられます。

【マーケティングオートメーション事業】

売上原価は主に、人件費・外注費により構成されております。人件費は原価部門のプランナー、プロジェクトマネージャー、Salesforceアドミニストレーターで構成されており、それぞれ売上に応じた人員計画を基に人件費を算出しております。

外注費は主にSalesforce案件のSalesforceパートナーへの発注になっており、売上に対する外注比率は2021年3月期の実績を参考に17%~20%を見込んでおります。

以上の結果、当期の売上原価は前期比106%増の52百万円、売上総利益は前期比65.4%増の66百万円を見込んでおります。売上原価が増加している主な理由は、販管費で計上していた人件費が売上原価となった事が挙げられます。

③ 販管費及び一般管理費、営業利益

販管費は主に、人件費、採用教育費、広告宣伝費により構成されております。人件費は販管部門のセールス、マーケティングなどで構成されており、それぞれ売上に応じた人員計画を基に人件費を算出しております。採用教育費は採用予定人数×人材紹介会社への支払い(理論年収の30%想定)で算出しております。尚、2022年3月期はSNSマーケティング事業の販管費部門で3名、原価部門で5名、共通の管理部門で3名の合計11名の新規採用を予定しております。

広告宣伝費は運用型広告や自社メディアの運用費などで構成されており、売上計画と過去実績を基に必要な広告費を算出しております。一般社団法人SNSエキスパート協会では人件費・講師などの業務委託費・広告宣伝費が販管費に該当します。

以上の結果、2022年3月期の販管費及び一般管理費は前期比3.3%増の535百万円、営業利益は111百万円(前連結会計年度は35百万円の営業損失)を見込んでおります。

尚、2021年第2四半期累計期間の予算対比としましては、営業利益が予算比452.7%の141百万円となっておりますが、計画より採用が遅れていることによる採用教育費が2022年3月期第3四半期以降に見込まれること、それに伴い人件費が計画より落ち込んでいること、広告宣伝・プロモーション予算が計画より進捗が遅れていることがあげられます。2021年第3四半期連結会計期間以降に関しましては、業績は回復傾向にあるとは言え、新型コロナウイルス感染症拡大の影響に関しては依然不透明な部分もあるため、保守的に見込んでおり、現時点では業績予想の修正は予定しておりません。

④ 営業外損益、経常利益

営業外損益につきましては、営業外収益は金融機関からの預金利息のみを受取利息として0百万円見込んでおり、営業外費用は予算策定時の金融機関からの借入状況から算出して、支払利息6百万円を見込んでおります。

その他営業外損益に大きな変動要素は見込んでおりません。

以上の結果、経常利益105百万円を見込んでおります。

⑤ 特別損益、法人税等、親会社株主に帰属する当期純利益

特別損益に関しては予算策定時に発生する可能性が無かったため、見込んでおりません。法人税等に関しては、各社毎に将来の利益計画を基に見積もった課税所得に、法定実効税率を乗じて税金費用を算出し、繰延税金資産の回収可能性を検討し、計画に織り込んでおります。

以上を踏まえ、2022年3月期の当期純利益は66百万円を見込んでおります。

以 上



2022年3月期 第2四半期決算短信〔日本基準〕(連結)

2021年12月21日

上場会社名 株式会社ラバブルマーケティンググループ 上場取引所 東

コード番号 9254 URL http://lmg.co.jp/

代表者(役職名) 代表取締役社長 (氏名) 林 雅之

問合せ先責任者(役職名) コーポレート本部管掌執行役員(氏名) 竹内 美稀 (TEL) 03-4567-6399

四半期報告書提出予定日 — 配当支払開始予定日 —

四半期決算補足説明資料作成の有無 : 無

四半期決算説明会開催の有無 : 無

(百万円未満切捨て)

1. 2022年3月期第2四半期の連結業績(2021年4月1日~2021年9月30日)

(1) 連結経営成績(累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2022年3月期第2四半期	620	—	141	—	138	—	88	—
2021年3月期第2四半期	—	—	—	—	—	—	—	—

(注) 包括利益 2022年3月期第2四半期 88百万円(—%) 2021年3月期第2四半期 一百万円(—%)

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2022年3月期第2四半期	74.68	—
2021年3月期第2四半期	—	—

(注) 1. 2021年3月期第2四半期におきましては四半期連結財務諸表を作成していないため、2021年3月期第2四半期の数値及び2022年3月期第2四半期の対前年同四半期増減率については記載しておりません。

2. 2022年3月期第2四半期の潜在株式調整後1株当たり四半期純利益については、潜在株式は存在するものの、当社株式は非上場であり、期中平均株価が把握できないため記載しておりません。

(2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2022年3月期第2四半期	850	196	21.7
2021年3月期	782	108	12.3

(参考) 自己資本 2022年3月期第2四半期 184百万円 2021年3月期 96百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2021年3月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2022年3月期	—	0.00	—	—	—
2022年3月期(予想)	—	—	—	0.00	0.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

3. 2022年3月期の連結業績予想(2021年4月1日~2022年3月31日)

(%表示は、対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属 する当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	1,139	18.3	111	—	105	—	66	—	53.45

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

※ 注記事項

(1) 当四半期連結累計期間における重要な子会社の異動 : 無

(連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動)

新規 一社(社名) 、除外 一社(社名)

(2) 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無

(3) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 有

② ①以外の会計方針の変更 : 無

③ 会計上の見積りの変更 : 無

④ 修正再表示 : 無

(4) 発行済株式数(普通株式)

① 期末発行済株式数(自己株式を含む)	2022年3月期2Q	1,181,275株	2021年3月期	1,181,275株
② 期末自己株式数	2022年3月期2Q	一株	2021年3月期	一株
③ 期中平均株式数(四半期累計)	2022年3月期2Q	1,181,275株	2021年3月期2Q	一株

(注) 当社は、2021年3月期第2四半期については、四半期連結財務諸表を作成していないため、2021年3月期第2四半期の期中平均株式数を記載しておりません。

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている予想数値は、現時点において入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、多分に不確定要素を含んでおります。実際の業績等は内外の情報変化等により、本資料の数値と異なる場合があります。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	1
（1）経営成績に関する説明	1
（2）財政状態に関する説明	2
（3）連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	2
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	3
（1）四半期連結貸借対照表	3
（2）四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書	5
（3）四半期連結財務諸表に関する注記事項	7
（継続企業の前提に関する注記）	7
（株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記）	7
（追加情報）	7
（セグメント情報）	7
（重要な後発事象）	7

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

当第2四半期連結累計期間におけるわが国経済は、世界的な新型コロナウイルスの感染拡大の影響により経済活動が停滞しておりましたが、ワクチン接種が本格化し感染予防対策や経済対策により、回復の動きが期待されております。また、当社グループが事業を展開するデジタルマーケティング領域におきましては、従来からの市場成長に加え、オフラインからデジタルへの移行が加速すると認識をしております。

このような事業環境の中、当社グループでは「運用支援」、「運用支援ツールの提供」、「教育」といった当社グループ独自のソリューションを強みに、企業のマーケティング活動を総合的に支援してまいりました。

この結果、当第2四半期連結累計期間の売上高は620,691千円、営業利益141,124千円、経常利益138,269千円、親会社株主に帰属する四半期純利益88,222千円となりました。

セグメントごとの業績は以下のとおりです。

① SNSマーケティング事業

SNSマーケティング事業は「運用の支援」「運用支援ツールの提供」「教育」を3本柱とした事業を展開しており、これらのソリューションは相互補完しながら循環成長するビジネスモデルです。企業のSNSアカウントの戦略策定からアカウント開設、運用代行、コンテンツ制作、キャンペーンの企画・運用、広告出稿、レポート作成、効果検証までワンストップでサービスを提供する「SNSアカウント運用支援サービス」、SNSマーケティングの運用を効率化する「SaaS型のSNS運用支援ツールの開発・提供」、SNSに関するノウハウやリスク対策を体系化した検定講座を提供する「人材教育サービス」をしています。

当第2四半期連結累計期間におきましても、新型コロナウイルス感染症拡大の影響でリモートワークや自宅での時間が増えたことから、SNS利用時間や接触時間が増加しており、企業のデジタルマーケティングにおいてもSNSマーケティングの重要性は高まっております。

この結果、当第2四半期連結累計期間の売上高（「セグメント間の内部売上高又は振替高」を含まない外部顧客への売上高（以下同じ））は583,793千円、セグメント利益は264,710千円となりました。

② マーケティングオートメーション事業

マーケティングオートメーション、営業支援システム、顧客管理システムの3つのクラウドサービスを用いて、顧客の経営課題に沿った戦略策定やプロセスの設計、最適なテクノロジーの選定、運用サポートまでワンストップで支援しております。

当第2四半期連結累計期間におきましては、前連結会計年度に引き続き、Salesforceの運用サポートサービスの新規顧客開拓と販売拡大に取り組んでまいりました。

この結果、当第2四半期連結累計期間の売上高は36,898千円、セグメント損失は1,409千円となりました。

(2) 財政状態に関する説明

(資産)

当第2四半期連結会計期間末における流動資産につきましては、前連結会計年度末に比べ93,806千円増加し809,173千円となりました。これは主に、現金及び預金が100,717千円増加したこと等によります。固定資産につきましては、前連結会計年度末に比べ26,170千円減少し41,057千円となりました。これは主に、繰越欠損金の減少等により「投資その他の資産」に含まれる繰延税金資産が13,563千円減少したこと等によります。その結果、資産合計につきましては、前連結会計年度末に比べ67,636千円増加し850,231千円となりました。

(負債)

当第2四半期連結会計期間末における流動負債につきましては、前連結会計年度末に比べ8,854千円増加し449,121千円となりました。これは主に、課税所得の増加により未払法人税等が18,085千円、課税売上の増加により流動負債の「その他」に含まれる未払消費税等が25,464千円増加した一方で、人件費の支給時期を変更したこと等により未払金が56,958千円減少したこと等によります。固定負債につきましては、前連結会計年度末に比べ29,498千円減少し204,531千円となりました。これは借入金の返済により長期借入金が29,498千円減少したことによります。その結果、負債合計につきましては、前連結会計年度末に比べ20,643千円減少し653,652千円となりました。

(純資産)

当第2四半期連結会計期間末における純資産につきましては、前連結会計年度末に比べ88,279千円増加し196,578千円となりました。これは親会社株主に帰属する当期純利益の計上により、利益剰余金が88,222千円増加したこと等によるものであります。

(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

業績予想につきましては、2021年5月12日に公表しました2022年3月期の通期の業績予想に変更はありませんが、今後業績予想の数字に影響を及ぼす事態が生じた場合は、すみやかに開示を行います。

2. 四半期連結財務諸表及び主な注記

(1) 四半期連結貸借対照表

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2021年3月31日)	当第2四半期連結会計期間 (2021年9月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	440,233	540,951
受取手形及び売掛金	213,470	242,130
未収還付法人税等	20,459	-
その他	41,275	26,172
貸倒引当金	△72	△80
流動資産合計	715,367	809,173
固定資産		
有形固定資産	2,145	1,031
無形固定資産		
のれん	9,113	6,835
その他	1,912	1,522
無形固定資産合計	11,026	8,357
投資その他の資産		
投資その他の資産	54,056	31,668
投資その他の資産合計	54,056	31,668
固定資産合計	67,227	41,057
資産合計	782,595	850,231

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2021年3月31日)	当第2四半期連結会計期間 (2021年9月30日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	48,095	55,290
短期借入金	200,000	200,000
1年内返済予定の長期借入金	57,996	58,496
未払金	85,781	28,823
未払法人税等	18,367	36,453
その他	30,026	70,058
流動負債合計	440,267	449,121
固定負債		
長期借入金	234,029	204,531
固定負債合計	234,029	204,531
負債合計	674,296	653,652
純資産の部		
株主資本		
資本金	136,760	136,760
資本剰余金	111,310	111,310
利益剰余金	△151,777	△63,555
株主資本合計	96,294	184,516
新株予約権	2,940	2,940
非支配株主持分	9,064	9,122
純資産合計	108,299	196,578
負債純資産合計	782,595	850,231

(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書

四半期連結損益計算書

第2四半期連結累計期間

(単位：千円)

	当第2四半期連結累計期間 (自 2021年4月1日 至 2021年9月30日)
売上高	620,691
売上原価	242,928
売上総利益	377,763
販売費及び一般管理費	236,638
営業利益	141,124
営業外収益	
受取利息	5
印税収入	514
講演料等収入	923
その他	215
営業外収益合計	1,659
営業外費用	
支払利息	2,223
株式上場費用	2,000
その他	290
営業外費用合計	4,513
経常利益	138,269
特別損失	
固定資産除却損	847
特別損失合計	847
税金等調整前四半期純利益	137,422
法人税、住民税及び事業税	35,579
法人税等調整額	13,563
法人税等合計	49,142
四半期純利益	88,279
非支配株主に帰属する四半期純利益	57
親会社株主に帰属する四半期純利益	88,222

四半期連結包括利益計算書

第2四半期連結累計期間

(単位：千円)

	当第2四半期連結累計期間 (自 2021年4月1日 至 2021年9月30日)
四半期純利益	88,279
四半期包括利益	88,279
(内訳)	
親会社株主に係る四半期包括利益	88,222
非支配株主に係る四半期包括利益	57

(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前題に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(会計方針の変更等)

「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」という。)等を第1四半期連結会計期間の期首から適用し、約束した財又はサービスの支配が顧客に移転した時点で、当該財又はサービスと交換に受け取ると見込まれる金額で収益を認識することとしております。

収益認識会計基準等の適用については、収益認識基準第84項ただし書きに定める経過的な取り扱いに従っておりますが、利益剰余金の期首残高に与える影響はありません。

また、当第2四半期連結累計期間の損益に与える影響もありません。

(追加情報)

新規上場申請のための有価証券報告書(Iの部)の(追加情報)(新型コロナウイルス感染症の影響について)に記載した新型コロナウイルス感染症の今後の広がり方や収束時期等を含む仮定について重要な変更はありません。

(セグメント情報)

当第2四半期連結累計期間(自2021年4月1日 至2021年9月30日)

(単位:千円)

	報告セグメント			調整額 (注)1	四半期連結損益計算書計上額
	SNSマーケティング事業	マーケティングオートメーション事業	計		
売上高					
外部顧客への売上高	583,793	36,898	620,691	—	620,691
セグメント間の内部売上高又は振替高	—	2,846	2,846	△2,846	—
計	583,793	39,744	623,537	△2,846	620,691
セグメント利益又は損失(△)	264,710	△1,409	263,301	△122,177	141,124

(注) 1. セグメント利益又は損失(△)の調整額△122,177千円には、セグメント間取引消去△42,364千円及び報告セグメントに配分していない全社費用△79,812千円が含まれております。

2. セグメント利益又は損失(△)は四半期連結財務諸表の営業利益と調整を行っております。

(重要な後発事象)

該当事項はありません。